



# FASHION TREND 时尚趋势

## 2026春夏

### 趋势



抖音电商  
服饰美奢

上新了 | 观潮 | POP趋势

2026 Spring/Summer Beauty & Commerce Fashion Consumption Trend Report

## Ivy Gao

抖音电商品牌服饰美奢负责人



**时尚的表达，是妆与造的共生共美。**当故宫红墙下的汉服妆造刷屏社交圈，当职场通勤族追求3分钟快速成套美学，当度假风妆容与穿搭形成场景化共鸣，我们清晰看见：2026春夏，“妆造一体化”已从潮流热点升级为消费刚需。消费者不再满足单品呈现，更渴求风格呼应、场景适配与情绪共鸣。

作为潮流的发源地与放大器，抖音电商扎根用户需求：“汉服妆造”超300亿次播放印证热潮，“上新了！在抖音头牌看秀”IP助力趋势破圈，见证从“买单品”到“购整套”的消费转变。我们欣喜地看到，越来越多品牌通过服饰与美妆的协同创新，在抖音找到增长新曲线；越来越多创作者以场景化内容，让妆造一体化理念深入人心。

趋势为桥，生意为核，我们想和大家分享2026春夏服饰彩妆趋势的观察，期待携手将美学洞察化为产品创新，让潮流势能成为增长动能，让每套妆造都成为用户自我表达的高光，让美学创新助力生意增长。

## 潘奕羚

VOGUE Business 中国区编辑总监



如果说过去的时尚消费仍以“单品崇拜”为核心，那么在2026年的中国市场，我们看到的是**一种更完整、更具情绪密度的审美转向：人们开始以“整体形象”来理解自我。**妆容不再是造型的附属，服装也不只是风格的外壳，它们在真实生活场景中彼此成就。“妆造一体”正是在这一语境中成立；它回应的是当代消费者对效率、美感与身份表达的同步需求。抖音电商以内容为媒介，让妆与造回到同一叙事之中，也促使品牌重新思考：在新的消费周期里，时尚是一种必须被整体构思、完整呈现，并真正走入生活的审美系统。

## 陆平一

POP趋势/POP设界 董事长



**我们正迈入“整体性时尚”的全新时代，**这一变革浪潮正深刻改写时尚行业的发展轨迹。消费者的核心需求已完成根本性跃迁，从单纯选购服饰单品，转向追求适配多元生活场景的完整形象解决方案，“妆造一体”的趋势更是直观映照出市场对服饰与妆容高度协同的需求，情绪价值与场景适配也已超越产品功能，成为消费决策的关键。

作为行业趋势的洞察者，我们始终**以精准的研判把握先机，以前瞻视野助力品牌打破传统经营边界，推动品牌从“商品提供者”向“情境化解决方案构建者”深度进化。**我们将以场景为核心，通过产品与营销逻辑，持续为时尚行业注入创新灵感，与行业伙伴携手探索发展新可能，共同开拓时尚领域的全新未来。

# 行业寄语 Message

26春夏·抖音  
电商时尚消费  
趋势报告

POP趋势·家居  
www.pop-trend.com

# 春夏抖音电商时尚消费新风尚

在抖音电商“趋势-内容-转化”生态驱动下，服饰与彩妆行业消费链路被重塑，妆造一体化成为核心趋势，正从“场景穿搭”迈向“完整造型”，持续激活跨品类增长。

对比纬度

## 25春夏趋势

## 26春夏预测

站 内 趋 势	行业趋势	女装/男装/运动户外占主导	女装稳居第一，运动户外反超男装，彩妆增速领先
	内容场	热度TOP50收造话题聚焦：主流风格与场景主导消费	热度TOP50收造话题聚焦：多元风格与场景圈层探索深化
人 群 机 会	平台机会	发布新趋，联合品牌打造风格主题，激发消费者需求	构建“趋势发生-内容引爆-即时转化”的闭环生态
	消费理念	理性消费，同时注重穿搭美学	妆造一体化需求升级 受自我表达需求和应用场景驱动
人 群 画 像	人群画像	新菁英群体占主导，新世代人群增长迅速	年轻女性主导消费：风格*场景*价值三维因子驱动时尚消费者购买需求
	服饰品类机会	<p>热点：市场规模与规模增速双高品类（规模/增速均高于均值的TOP2）</p> <p><b>趋势品类</b></p> <p>时尚套装 → 场景穿搭，一体成型</p> <p>唐装/中式服装 → 基础性能外，功能面料升级</p> <p>设计师潮牌女装 → 独立设计，引领审美新潮</p> <p>休闲裤 → 版型革新，功能面料引领穿着体验</p> <p>蓝海：高成长潜力品类，增速领跑+规模蓄力（GMV增速TOP，且具有一定规模）</p> <p>运动鞋 → 款式细分，风格色彩多元</p> <p>汉服 → 形制改良，场景融合创新</p> <p>防晒服 → 功能与时尚结合，防晒穿搭场景化</p> <p>吊带背心 → 款式多元，材质与设计革新</p> <p>红海：存量博弈的主力品类，高市占+迭代确定性（GMV规模TOP2）</p> <p>品类蓝海</p> <p>T恤 → 修身显瘦，凉感透气</p> <p>连衣裙 → 极致剪裁，单色美学</p> <p>T恤 → 面料工艺创新，打造差异化产品力</p> <p>连衣裙 → 款式设计与材质双重突破</p>	
彩 妆 品 类 机 会	趋势品类	<p>热点：市场规模与规模增速双高品类（规模/增速均高于均值的TOP2）</p> <p>气垫 → 肤感与功效并重</p> <p>粉底液/膏 → 调色粉底液，精准解决选色难题</p> <p>蓝海：高成长潜力品类，增速领跑+规模蓄力（GMV增速TOP，且具有一定规模）</p> <p>有色唇膏 → 哑光雾面主导流行</p> <p>隔离/妆前 → 养肤成分打底，科技赋能收效</p> <p>红海：存量博弈的主力品类，高市占+迭代确定性（GMV规模TOP2）</p> <p>品类红海</p> <p>粉底液/膏 → 高遮瑕哑光收感主流</p> <p>唇彩/唇膏/唇釉 → 水光成膜收效持续主流</p>	

# 春夏抖音电商服饰流行变化

对比纬度

## 25春夏趋势

## 26春夏预测

色 彩 趋 势	穿搭主题	<p>对比25年，26年春夏色彩在柔和底色基础上增加活力亮色，带来治愈体验和积极情绪</p>  	
	文化内核	<p>新派简约</p> <p>雅韵东方</p> <p>多元表达</p> <p>零压通勤</p> <p>在地轻奢</p>	 
风 格 趋 势	情绪共鸣	<p>都市假日</p> <p>鬼马甜心</p> <p>疗愈氛围</p> <p>海屿微光</p> <p>轻熟主义</p>	 
	场景适配	<p>复古运动</p> <p>柔和机能</p> <p>社交赋能</p> <p>社交动能场</p> <p>热炼生活</p>	 
备 货 指 南	上衣	<p>经典高级</p> <p>中式元素</p> <p>简约风</p> <p>舒缓基调</p> <p>柔软线条</p> <p>舒适针织</p>	 
	裤装	<p>兼具功能与时尚</p> <p>工装裤</p> <p>机能风</p> <p>松弛舒适局部细节</p> <p>垂坠裤</p> <p>宽松直筒</p>	 
裙装	<p>休闲风格</p> <p>波西米亚</p> <p>美式复古</p> <p>积极感知</p> <p>薄纱裙</p> <p>全摆量感</p>	 	

# SEPARATOR PAGE CONTENTS

26春夏-抖音电商  
时尚消费趋势报告

2026 S/S  
Douyin E-commerce Fashion  
Consumption Trend Report

01  
POP趋势·家居  
WWW.POPATANG.COM

## 市场宏观发展

时尚消费宏观向好  
抖音电商增长领跑

POP趋势·家居  
WWW.POPATANG.COM

POP趋势·家居  
WWW.POPATANG.COM

26春夏-抖音电商时尚消费趋势报告

01

市场宏观发展  
Development

02

时尚人群趋势  
Trend

03

妆造一体风格  
Style

04

春夏备货指南  
Guide

2026 S/S  
Douyin E-commerce  
Fashion Consumption  
Trend Report



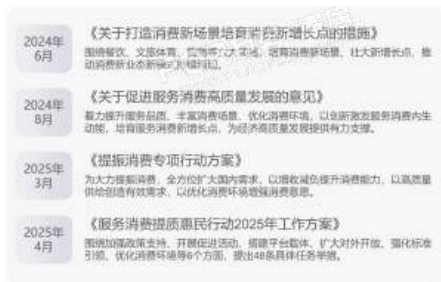
POP趋势·家居  
WWW.POPATANG.COM

## 市场活力持续释放，时尚消费领域需求升温

### 得益于促消费政策支持与居民收入的提升，市场潜力正持续显现

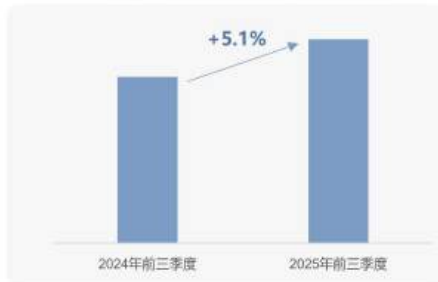
近年来，国家陆续出台并落实一系列旨在振兴消费、扩大内需的政策，国民经济保持健康发展态势。2025年，截至第三季度，全国居民人均可支配收入稳步提升，居民消费能力与消费意愿双向增强，推动经济有效提升。

近年振兴消费相关国家宏观政策变化一览



数据来源：中国政府网

2025年前三季度 全国居民人均可支配收入



数据来源：国家统计局

### 社会消费品市场扩张，时尚消费领域表现亮眼，零售额保持稳健增长

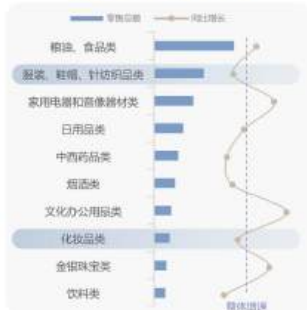
1-11月，我国社会消费品零售总额实现增长，市场规模持续扩大。在细分品类中，服装、鞋帽、纺织品表现尤为突出，位居销售榜第二，其零售额已连续11个月保持同比正增长。同时，化妆品品类也跻身前列，零售总额突破4000亿元，且增速高于消费品市场整体水平。

2025年1-11月我国社零总额增长趋势



数据来源：国家统计局

2025年1-11月 社会消费品 TOP10品类 零售总额



数据来源：国家统计局

2025年1-11月 时尚类消费趋势



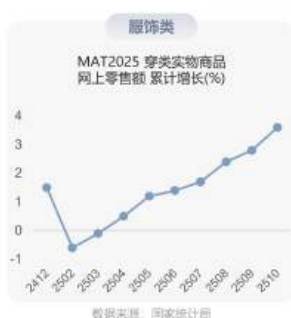
数据来源：国家统计局

## 抖音电商时尚消费规模领先，发现式消费重塑用户购买路径

### 我国时尚消费领域保持增长，抖音电商时尚消费规模遥遥领先

线上销售方面，我国时尚消费领域保持强劲增长。MAT2025期间，服饰鞋帽商品网上零售额持续攀升，同时24年化妆品线上销售占比已达52.4%；其中，抖音电商已成为该领域头部线上销售渠道。

中国时尚消费领域 线上销售表现



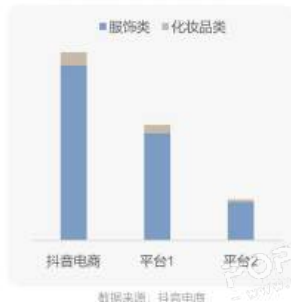
数据来源：国家统计局

2025SS 中国时尚类消费产业 线上主要电商平台销售分布



数据来源：《2024年中国化妆品年鉴》

2025SS 中国时尚类消费产业 线上主要电商平台销售分布



数据来源：抖音电商

### 抖音电商以内容优势深化“看-搜-买-晒”路径，发现式消费促进从心智种草到消费闭环

抖音电商以内容生态为引擎，构建了从“内容触发”到“社交反哺”的消费闭环，持续加深“看-搜-买-晒”用户路径，将传统购物转化为由内容驱动的发现式消费。

消费者购买链路

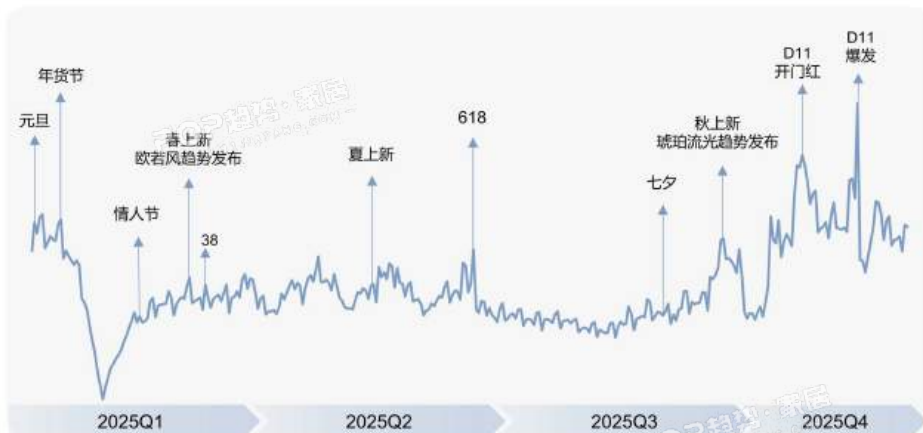


数据来源：抖音电商、TT观察 问卷调研，N=2,302

# 抖音电商深耕春秋上新与关键礼赠节点，以独特内容引爆消费热潮

抖音电商借势关键礼赠节点引爆增长，平台有强势潮流引领与节点控场能力

2025年抖音电商平台销售趋势



\*关键礼赠节点：情人节、七夕、520、双旦



数据来源：抖音电商

# 抖音电商借助内容优势，打造春上新潮流，引领春夏时尚趋势

## 「2025春上新·春夏穿搭趋势发布」

“欧若风”引爆春季消费，打造内容驱动、搜索转化、人群破圈、风格裂变的完整范式



### 趋势定义与权威发布

#### 强势宣发，联合定义

携手VOGUE，赋予“欧若风”高端时尚基因；  
诠释风格内核，上升为“散发自信能量场”的生活方式；



#### 高概念创意，引爆期待

全新发布AI概念大片；  
横跨明星、时尚、泛娱乐的多元达人矩阵，现场演绎六大子风格；



### 全民共创与场景化种草

#### 场景化内容，激发全民共创

话题从服饰向美妆等多圈层裂变，催生 #我的欧若风人设 等UGC话题；  
“剧透行动”聚焦早春出游、Citywalk、办公OOTD，发起 #今年春上新剧透还是太超前了 活动；



#### 全域运营，打通转化闭环

创新性地发动 品牌导购参与，实现了从线上到线下联动；



### 趋势爆发

#### 新品爆发：

- 首发新品130万；
- 日均新品GMV YoY+151%；
- 百万级新爆品8775款；

### 内容引爆

#### 内容规模：

- 上新直播+短视频总VV 2290亿；热点112个，总曝光85亿；
- 搜索激发：  
• 引流搜索PV 292万，看后搜PV 860万，搜索GMV YoY+57%；
- 跨平台破圈：  
• 外溢全网曝光2.5亿+；

### 用户转化

#### 转化效率：

- 30%观看用户（渗透春上新支付用户70%）；
- 人群价值：  
• 年轻、中高消费且平台高活；
- 人均订单数+101%，人均GMV+122%；

### 生态拓展

#### 风格裂变

- 【女装】#什么是欧若风穿搭
- 【美妆】#欧若妆出现人传人现象
- 【童装】#萌娃也穿上了欧若风
- 【珠宝】#欧若风刮到了珠宝圈

数据来源：抖音电商

## 抖音电商借助直播看秀与创新综艺，打造沉浸式强互动的潮流新现场

### 「上新了！在抖音，头排看秀」

品牌将秀场搬到直播间，与平台共创上新直播的标杆案例，做“更有看点”的上新内容

#### COS

主打简约实用且兼具艺术感的设计品牌，抖音秀场以“都市漫游”步入惬意夏日，将T台融入生活场景，真实种草刺激消费。



- #解锁夏日街头穿搭新思路 话题互动种草TOP2 曝光4500万+
- 联合30+位明星达人预热宣发，视频浏览量2300万+
- 25SS 都市漫游夏季新品独家首发，观看人次93万
- 站内热点#五一城市漫游就这么穿 话题登顶总榜、种草榜双TOP1
- 明星嘉宾分享大秀二创+UGC投稿，全网总曝光量6000万+

#### MO&Co.

以时尚休闲类女装为主的品牌，其“白日梦旅”上线大秀，以利落衣装和简约色彩诠释夏日风格。



- #夏天就该穿白色入镜 联合97位明星达人预热宣发 预热总曝光5000万+
- 直播当日孵化百万新品
- 全网曝光1.3亿+ 全场GMV爆发+458%
- 大秀话题引发UGC热议，登微博文娱&热搜双榜
- 全网热度延续，总曝光量6000万+


### 「美丽的荣耀-首场真人竞技爆改直播间」

破界融合：以直播综艺的创新形式，引爆超级曝光并高效转化销售

#### 形式破圈- 创新采用“真人硬核竞技PK直播”

场开

16组开场cos仿妆PK




赛中

四大主题仿妆竞演




潮高

美妆大咖现场改妆



#### 声量销售双爆发- 强势树立品牌“专业彩妆”印记



活动效果

- 单场GMV +775%
- 最高在线3万人 +1776%
- 直播间曝光 PV2142.3万 +2311%
- 全网曝光 1.7亿

数据来源：抖音电商



## 抖音电商多元内容生态，驱动用户妆造一体需求进阶

### 抖音电商凭借多元内容与达人矩阵吸引消费者，并激发用户积极参与创作

超七成消费者认可抖音电商平台的多元内容形态（短视频、直播等），能更直观、全面地了解商品，获得良好体验。得益于其强大的内容生态：短视频与直播作为高表现力载体，庞大的达人生态与活跃的UGC氛围共同推动了从了解时尚资讯到购买服饰彩妆的闭环。

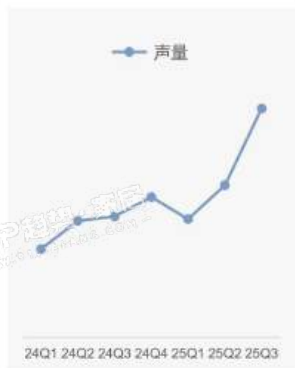
抖音电商平台内容优势



### 抖音电商用户关于妆造一体化内容讨论量攀升，且在平台完成学习种草下单闭环链路

抖音电商平台上“妆造一体”话题声量持续攀升，用户不仅热衷学习与分享完整造型视频，更易被种草并下单关联商品，相关热词如#OOTD、#爆改、#反差等讨论活跃。

抖音电商平台“妆造一体”话题讨论趋势



“妆造一体”消费者原声



**消费者说**

47岁中年妇女无美颜滤镜每天早上花20分钟不到简单修饰妆容/发型/穿搭，也可以轻松打败90%的同龄人！#普通人化妆 #反差

精致打工人在上班前30分钟穿搭化妆日常！32岁的素颜状态还可以吗？妆前妆后区别大吗？

“妆造一体”话题热词



数据来源：抖音电商、TT观潮 问卷调研，N=2,302、公开资料收集

## 抖音电商妆造一体消费规模快速扩张，年轻中高消费力女性为中坚力量

### 时尚消费人数量级增长与消费单价提升，共同推动抖音电商时尚规模扩张

同时购买彩妆与服饰的跨品类消费规模已连续两年显著增长，由消费人数与消费单价的双重提升驱动，锚定妆造消费人群为抖音电商时尚消费群体。

抖音电商时尚消费 同时购买服饰&彩妆规模增长表现



抖音电商时尚消费 同时购买服饰&彩妆规模增长驱动

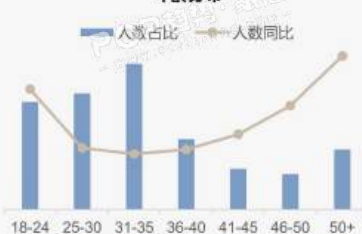


### 核心年龄段稳固且向年轻人群拓展，中高消费潜力人群持续扩容

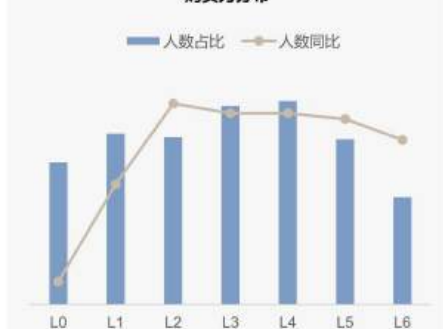
抖音电商时尚消费人群以女性为主，25-35岁为核心群体且购买力强劲，是贡献GMV增量的主力；同时18-24岁年轻人群增速显著，中高消费潜力人群持续扩容，共同推动平台增长。

女性占比: 88% 男性占比: 12%

**年龄分布**



**购买力分布**



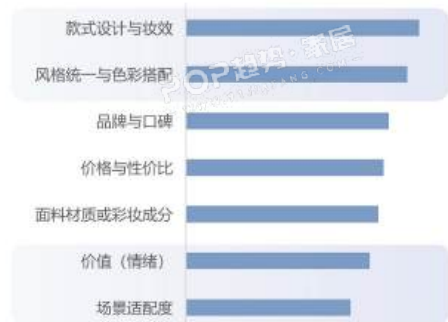
数据来源：抖音电商、TT观潮

## 决策因子 | 场景、风格与情绪价值是时尚消费者核心决策因子

### 抖音电商时尚消费者决策时，高度关注风格表达、场景适配与情绪价值三大因素

时尚消费人群主流关注点仍集中于款式，同时舆情显示，围绕“特定场合穿搭”与“产品带来的情绪回报”的讨论正高速增长。“风格表达、场景适配与情绪价值”三重维度影响时尚消费者决策。

抖音电商时尚消费人群购买关注点



社媒平台时尚消费品类热词



### 场景 | 消费者在具体场景中的完整形象需求，推动妆造一体化趋势发展

时尚消费者对于完整形象需求的核心驱动，一由是内在自我表达诉求，通过造型彰显个性与态度；二是外在场景驱动，主要围绕社交、职场、旅行等具体场合寻找最适配的形象解决方案。

消费者妆造一体 核心驱动



25春夏 消费者时尚消费需求场景分布

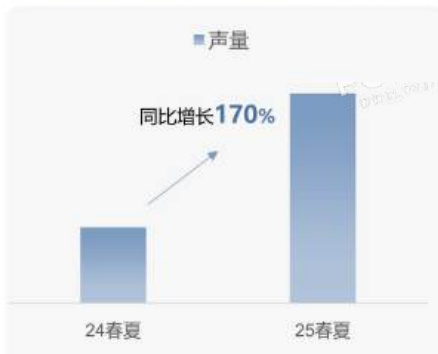


数据来源：抖音电商、TT观潮 问卷调查，N=2,302；公开资料收集

## 场景 | 时尚消费者的场景需求进阶，从妆造找出圈层归属感

### 从场景匹配到圈层归属，时尚消费成为构建身份认同的关键表达

抖音电商时尚消费者关于 圈层穿搭的讨论声量



消费者在特定场景下寻求角色设定

圈层	场景	符号
运动圈	网球、滑雪、登山等	硬壳功能服饰、越野鞋、专业装备等
泛二次元	漫展、主题街拍、同好聚会	动漫/JK/Lolita/娃圈周边
追星圈	演唱会、接机	应援物与应援色穿搭
游戏圈	电竞观赛、游戏发布会	游戏联名服饰、手办、盲盒

### 91%消费者曾通过特定的穿搭或妆容风格，来展现兴趣爱好或融入某个圈层文化

消费者通过购买具备强圈层指向性的商品，在特定场合迅速完成“角色归属”，从而获得认同。

追星圈层：粉丝的应援美学

核心圈层符号：应援色（如五月天蓝色）  
专属符号（如五月天“胡萝卜”卜卜）

妆造一体解读：  
蓝橘色系穿搭 | 蓝色系妆造

消费者说：  
五月天演唱会穿搭3.0 | 卜卜色+蓝色混搭板，包出片版！卜卜色和蓝色都是超出片的色系，赶在夏末热度结束之前趁次超热辣的迪吧~

网球圈层：运动社群的仪式感

核心圈层符号：专业装备（如网球拍、功能服装）  
运动礼仪（得体着装）

妆造一体解读：  
专业网球裙/鞋 | 自然感持久防晒妆造

消费者说：  
出门运动我就这么化，夏天出门运动最喜欢淡妆，尊的超级清透谁懂！

数据来源：抖音电商、TT观潮，公开资料收集

## 风格 | 时尚消费者对多元风格的追求，驱动风格产品销售增长与供给升级

时尚消费者风格消费需求增长，推动风格产品销售规模提升超20%

时尚消费者展现出强烈的多元风格探索欲，#抖音风格实验室 站内播放量70亿+；同时人均购买风格数保持增长，推动风格相关商品的销售规模同比增长超20%。



抖音电商时尚风格供给多元：季节色彩占主流，通勤风增长最快，满足差异化人群需求

当前抖音电商时尚风格供给呈现多元色彩，其中以多巴胺、薄荷曼波为代表的季节色彩风格占比最高，满足追求精致氛围感人群的需求，而符合职场身份的通勤风增长最快。



数据来源: 抖音电商, TT观潮 问卷调查, N=2,302

## 价值 | 时尚消费者越来越为情绪买单，体验化消费空间大

情绪价值成为时尚消费决策关键

在消费者的功能价值需求中，情绪价值超过实用价值。实用功能需求分化明确，服饰聚焦于透气、保暖、防晒等；彩妆则追求持妆久、不晕染、遮瑕力强等。



超九成消费者认可完整妆造改善心情，相关话题互动破千万

情绪价值已深度融入消费决策，96%的消费者认同“为自己搭配好一套满意的完整妆造能直接改善心情”。社交媒体上，以传递即时快乐的 #多巴胺穿搭 (互动量3500w+) 和代表自信闪耀的 #经济上行美 (互动量3000w+) 为代表的情结色彩话题持续引爆。



数据来源: TT观潮 问卷调查, N=2,302, 公开资料收集

## 结合消费者风格\*场景\*情绪价值多元需求，聚类5类时尚消费特色人群

### 风格分层

根据消费者掌控的“风格数量”进行分层。区分为专注一种风格、2-4种风格切换，以及热衷探索5种以上潮流风格

### 场景分层

按照消费者对时尚造型的使用场合，核心分为四大高频场景：通勤职场、社交聚会、娱乐旅行，以及户外活动

### 价值分层

根据决策时的“权衡标准”，如更重产品带来的“情绪满足”（如愉悦、自信、治愈），或是“实用功能”（如面料舒适、妆容持久），进行划分

抖音电商时尚消费人群聚类



数据来源：TT观潮

## 全时精致派

**人群解读** 风格多元且高阶，能熟练驾驭多种风格；将精致时尚视为生活方式本身，在任何场景都要求风格在线，享受打扮的过程与持续获得的自信。



### 基础特征

女性为主	25-39岁	<b>渠道偏好</b>	<b>品牌偏好</b>
一线城市	中高购买力	达人专场直播 (TGI=126)	奢品/顶级大牌 (TGI=145)
		短视频展示/挂链 (TGI=121)	设计师/轻奢品牌 (TGI=125)

### 内容场景

<b>内容偏好</b>	<b>风格偏好</b>	<b>场景偏好</b>
真实买家秀 品牌数字类 文化内涵类 <b>品牌活动</b> 创意短视频广告 挑战互动类 反商营销类 <b>UGC内容</b> 明星/KOL日常 场景化展示	高定优雅风 (TGI=127) 甜美浪漫风 (TGI=126) 季节性色彩风 (TGI=124)	探店/看展 (TGI=150) 潮流户外活动 (TGI=141) 主题派对/舞会 (TGI=133)

### 购买偏好

#### 叶子类目偏好

Y轴: TGI

X轴: 人数占比

#### 商品属性偏好

元素/特性	功能
装饰元素(TGI=124)	可拆卸 (TGI=131)
缝线工艺(TGI=120)	凉感 (TGI=120)
袖型(TGI=118)	防晒(TGI=117)
延展性(TGI=121)	光泽感 (TGI=140)
妆感(TGI=112)	多功能 (TGI=131)
粉质细腻度(TGI=112)	显色度 (TGI=129)

#### 决策因子偏好

- 包装设计
- 限量款/联名款
- IP联名合作
- 流行元素
- 品牌价值

数据来源：TT观潮 问卷调研, N=2,302

# 焦点造型家

**人群解读** 强情绪价值驱动者，风格多元且大胆，乐于尝试 鲜艳、夸张、有主题性的风格；妆容与服装色彩、闪亮度高度匹配。场景集中在社交娱乐活动。



## 基础特征

女性为主	18-29岁	<b>渠道偏好</b> 达人专场直播 (TGI=113) 短视频展示/挂链 (TGI=108)	<b>品牌偏好</b> 设计师/轻奢品牌 (TGI=124) 国际知名大众品牌 (TGI=116)
一二线城市	中高购买力		

## 内容场景

<b>内容偏好</b> 明星/KOL日常 创意短视频广告 挑战互动类 真实买家秀	<b>风格偏好</b> 二次元/cosplay (TGI=197) 潮流街头风 (TGI=145) 季节色彩风 (TGI=130)	<b>场景偏好</b> 演唱会/音乐节 (TGI=141) 主题派对/舞会 (TGI=133) 探店/看展 (TGI=122)
--	--	--

社交娱乐 44%

## 购买偏好

<b>叶子类目偏好</b> Y轴: TGI X轴: 人数占比 眼影, 连衣裙, 冲锋衣, 牛仔裤, 防晒服, 卸妆油, 粉底液/膏, 防晒/妆前, 香水, 气垫, 唇膏/口红/唇蜜/唇釉	<b>商品属性偏好</b> 元素/特性   功能 拼接设计(TGI=131)   弹性(TGI=109) 装饰元素(TGI=121)   防污(TGI=105) 缝线工艺(TGI=106)   防晒(TGI=104) 色彩饱和度(TGI=114)   不皱干(TGI=108) 妆感(TGI=107)   多功能(TGI=107) 贴合度(TGI=103)   不卡粉(TGI=106)	<b>决策因子偏好</b> 限量款/联名款 流行元素 明星/网红推荐 朋友种草 售后服务
--	--	---

数据来源: TT观潮 问卷调查, N=2,302

# 运动时髦精

**人群解读** 风格兼具运动功能和搭配属性，如山系、机能风等；妆容高度适配动态场景，强调防晒、防水与持妆，偏好“运动美妆”式的健康裸感妆效。



## 基础特征

男女均衡	30-34岁	<b>渠道偏好</b> 图文商品卡 (TGI=143) 短视频展示/挂链 (TGI=102)	<b>品牌偏好</b> 运动户外专业品牌 (TGI=147) 本土人气新锐品牌 (TGI=122)
一二线城市	中高购买力		

## 内容场景

<b>内容偏好</b> 明星/KOL日常 文化内蕴类 剧情情感类 挑战互动类 UGC内容	<b>风格偏好</b> 户外机能风 (TGI=230) 新中式国潮 (TGI=182) 潮流街头风 (TGI=157)	<b>场景偏好</b> 户外活动+多场合 55% 硬核户外 (TGI=217) citywalk (TGI=142) 潮流户外活动 (TGI=136)
---	--	---

## 购买偏好

<b>叶子类目偏好</b> Y轴: TGI X轴: 人数占比 连干衣裤, 一字拖, 牛仔裤, 单鞋, 气垫, 筋膜枪, 登山鞋/徒步鞋, 防晒衣, 防晒帽, 防晒袜, 防晒鞋, 防晒手套, 防晒面罩, 防晒口罩, 防晒袖套, 防晒披风, 防晒斗篷, 防晒雨衣, 防晒伞, 防晒帽, 防晒鞋, 防晒袜, 防晒手套, 防晒面罩, 防晒口罩, 防晒袖套, 防晒披风, 防晒斗篷, 防晒雨衣, 防晒伞	<b>商品属性偏好</b> 元素/特性   功能 拼接设计(TGI=144)   凉感(TGI=174) 装饰元素(TGI=108)   防水(TGI=162) 口袋设计(TGI=105)   防风(TGI=138) 妆感(TGI=101)   多功能(TGI=180) 延展性(TGI=83)   防汗性(TGI=119) 粉质细腻度(TGI=73)   防晒值(TGI=107)	<b>决策因子偏好</b> 品牌理念 明星/网红推荐 IP联名合作 流行元素 做工/质地
---	--	---

数据来源: TT观潮 问卷调查, N=2,302

# 质简 中间派

**人群解读** 风格鲜明统一，偏向极简风、clean fit与松弛感穿搭；妆容追求精致哑光，强调好气色与干净轮廓。



## 基础特征

男女各半	35-49岁	渠道偏好	品牌偏好
二线城市	中等购买力	图文商品卡 (TGI=92)	平价快时尚品牌 (TGI=104)
		品牌自播 (TGI=89)	本土人气新锐品牌 (TGI=101)

## 内容场景

**内容偏好**

场景化展示  
文化内涵类  
测评对比类

**风格偏好**

城市通勤风 (TGI=121)

日常休闲风 (TGI=105)

中性风 (TGI=94)

**场景偏好**

职场通勤 (TGI=109)

日常通勤/职场穿搭 (TGI=109)

商务会议 (TGI=105)

职场通勤 71%

## 购买偏好

**叶子类目偏好**

**商品属性偏好**

元素/特性	功能
拼接设计 (TGI=144)	透气性 (TGI=103)
装饰元素 (TGI=108)	耐磨性 (TGI=96)
口袋设计 (TGI=105)	抗皱性 (TGI=91)
产品质地 (TGI=98)	控油 (TGI=103)
气味 (TGI=96)	防汗性 (TGI=101)
贴合度 (TGI=95)	持妆 (TGI=95)

**决策因子偏好**

- 价格/性价比
- 面料材质/成分
- 做工/质地
- 朋友种草
- 版型/妆效

数据来源: T1观潮 问卷调研, N=2,302

# 实用 哲学家

**人群解读** 高实用价值驱动者，风格以经典基础款为核心，追求通勤与生活场景的舒适得体；妆容追求轻透自然，旨在提升气色。



## 基础特征

男女均有	30-39岁	渠道偏好	品牌偏好
一线、三线城市	中低购买力	图文商品卡 (TGI=90)	平价快时尚品牌 (TGI=150)
		品牌自播 (TGI=81)	

## 内容场景

**内容偏好**

场景化展示  
测评对比类  
教程教学类

**风格偏好**

中性风 (TGI=150)

日常休闲风 (TGI=111)

**场景偏好**

职场+日常 63%

## 购买偏好

**叶子类目偏好**

**商品属性偏好**

元素/特性	功能
口袋设计 (TGI=111)	耐磨性 (TGI=111)
领型 (TGI=107)	透气性 (TGI=102)
版型 (TGI=106)	防风性 (TGI=100)
气味 (TGI=106)	控油 (TGI=109)
质地 (TGI=101)	不卡粉 (TGI=103)
贴合度 (TGI=99)	养肤 (TGI=101)

**决策因子偏好**

- 价格/性价比
- 售后服务
- 做工/质地
- 版型/妆效
- 面料材质/成分

数据来源: T1观潮 问卷调研, N=2,302

# SEPARATOR PAGE MARINE SHIMMER

2026 S/S  
Douyin E-commerce Fashion  
Consumption Trend Report

POP趋势·家居  
WWW.91JIAFANG.COM

# 03

## 妆造一体风格

26春夏六大趋势风格

引领跨领域时尚消费新潮流

POP趋势·家居  
WWW.91JIAFANG.COM

POP趋势·家居  
WWW.91JIAFANG.COM

26春夏-抖音电商时尚消费趋势报告



### 趋势解读

当度假成为都市人群的精神需求，一种以海屿假日为核心的风格兴起。以水波光影为灵感，用飘逸面料、闪光元素打造梦幻假日穿搭，将海岛老钱风的精致格调融入设计内核，以海岸符号与质感单品演绎松弛感与精致感，将海洋意象与慵懒浪漫带入生活。

人鱼美学 | 梦幻假日 | 海岛老钱

Marine Shimmer  
海屿微光

POP趋势·家居  
WWW.91JIAFANG.COM

# 趋势解析 {流行属性}

## × 消费人群解读

### 基础画像

30-45岁为主，消费力中等偏上，追求“品质感+氛围感”的生活方式

### 生活方式

全球漫游 | 身心平衡  
能量管理 | 城市隐逸

### 消费特征

度假氛围感 | 日常实穿性  
投资性消费 | 松弛愉悦感

## × 核心趋势单品

### 服装

浪漫衬衫 | 度假连衣裙  
量感灯笼裤 | 条纹单品

### 鞋配

编织鞋 | 网纱凉鞋  
编织腰带 | 印花丝巾

## × 核心趋势材质&元素



光感微透 奢华亮片 条纹元素 扭结抽褶

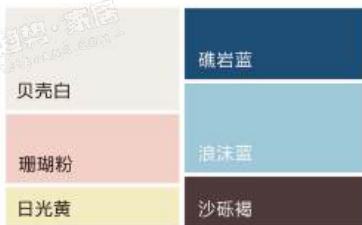
## × 彩妆特点&关键品类



湿滴水光 清透色系 细闪唇蜜 碎钻眼影

## × 核心色彩

海洋意象与梦幻质感交织，以贝壳白、沙滩褐为基底，还原沙滩的天然肌理；浪沫蓝、礁岩蓝复刻海洋的层次色调，日光黄、珊瑚粉则为整体注入浪漫氛围气息。



# 风格热度&秀场表现

Style Popularity & Runway

## 风格热度 {社媒热度趋势指数}

社媒互动量11.9亿

## 社媒搜索趋势



## 秀场表现



### 光感微透

注重欧根纱、醋酸缎、真丝、薄纱面料

### 奢华亮片

亮片、烫钻、珠片等装饰性面料

### 条纹元素

条纹元素在衬衫、裤装、开衫等多品类中被赋予多元应用形式，以此营造浓郁的航海氛围感

### 围裹&抽褶

通过围裹式设计、细密抽褶打造流动感和轻盈感

## 风格穿搭公式&趋势单品

### Style Formulas & Trend Pieces

**浪漫薄衫**  
Zimmermann

**休闲托特**  
Palm Angels

**蕾丝拼接衬衫**  
Valentino

**梦幻海妖风**  
以流动质感与虚幻光泽营造浪漫度假感，廓形强调曲线与垂坠感，核心单品为度假连衣裙、薄透衬衫。选用醋酸缎、欧根纱、薄纱等面料凸显飘逸感，主色为浪沫蓝、日光黄，以袖褶、荷叶边、蕾丝拼接强化浪漫，通过“廓形光泽 + 松弛线条”营造梦幻度假氛围。

**度假连衣裙**  
Chloe

**抽褶半裙**  
Gabriela Hearst

**钻石高光**  
ukiss

**度假衬衫**  
CHE Studios

**纸感休闲裤**  
Prada

**网纱凉鞋**  
Aquazzura

**光感墨镜**  
Chanel

**编织单肩包**  
Lemaire

**休闲拖鞋**  
adidas

**Antik Batik**

**Bronx and Banco**

## 风格穿搭公式&趋势单品

### Style Formulas & Trend Pieces

**宽松露肩衬衫**  
Stella McCartney

**薄肩休闲夹克**  
Ralph Lauren

**条纹衬衫**  
Mithridate

**条纹针织衫**  
Dior

**城市海岸风**  
实现海洋基因的都市化高阶转译，廓形以老钱式松弛流畅为主，单品强调薄肩夹克、直线条衬衫，面料优选匹马棉、丝绸，主色选择贝壳白、浪沫蓝，以日光黄作为点缀，以条纹元素串联海洋主题，通过“海岸符号 + 日常着装”的融合，诠释老钱式慵懒高级。

**休闲直筒裤**  
Prada

**Louis Vuitton**

**印花丝巾**  
Bizou

**手拿包**  
Lemaire

**液体眼影**  
ukiss

**polo针织**  
Fred Perry

**度假凉鞋**  
Palm Angels

**编织腰带**  
Twinset

**休闲短裤**  
Ralph Lauren

**编织拖鞋**  
Versace

**条纹休闲短裤**  
Louis Vuitton

**Missoni**

**麂皮托特包**  
Dolce Gabbana

## 彩妆特点&关键品类

### Makeup Features & Key Categories



Lancôme  
小(粉)水气垫

#### 妆感风格

通过妆面的清透质感与冷调色彩搭配打造清冷妆感。

#### 色彩特点

以低饱和、高通透的色彩为主，与沙滩、海洋的自然色彩相呼应，以贝壳白、淡珠蓝、珊瑚粉、日光黄衍生彩妆色，融入眼影、唇妆、高光。

#### 质地表现

水光润泽，呈现水润莹透的果冻质感；冰凉触感，冰爽的视觉效果；珠光闪闪，如贝壳虹彩般的细碎光泽。

#### 关键品类



#### 钻石高光

通过钻石高光打造通透闪耀的妆效，点缀于眉骨、鼻头、额头等部位。



Fenty beauty  
钻石高光



#### 海洋系眼影

多选用海洋蓝色系眼影打底，叠加珠光粉进行提亮。



colorkey  
珠光蓝色眼影



#### 细闪唇蜜

唇部多选用细闪唇蜜或透明唇釉，增加光泽感。



Mac  
反光唇釉



#### 美甲

透亮贝壳白、珊瑚粉打底，叠加珠光细闪效果。



Shiro  
亮粉甲油

## 代表品牌

### Fabrique

### Representative Brands

Fabrique, 多元风格的全球设计师集合品牌。携手 350+ 全球优秀设计师打造独家作品, 为现代女性构筑独特衣橱, 秉持对设计的尊重与时尚长期主义, 搭建设计师与用户的价值桥梁。



Fabrique Iris  
薄荷叶边吊带连衣裙

薄纱印花氹氹海浪灵动, 裙摆抹胸重塑比例, 后背可调节增加弹力包容, 荷叶边裙摆灵动, 面料舒适柔软韧透气, 以晕染印花捕捉夏日余音。



Fabrique Solana  
砂洗铜氨缎吊带连衣裙

无袖挂脖设计, 不对称斜切分割线结合碎褶工艺, 砂洗铜氨缎赋予轻盈流动感, 重塑轮廓。面料丝滑垂软, 雾面效果呈现氹氹双色错觉, 透气舒爽且显瘦耐穿。



Fabrique Oluka  
牛仔蓝刺绣拼接套装

一字肩泡泡袖与荷叶边裙摆拼接精细刺绣, 定制牛仔蓝色。多层次分割裙摆形成蓬蓬蛋糕裙型, 薄款水洗牛仔棉质织造, 轻盈透气, 水洗落色呈现复古蓝调。

### Charlotte Tilbury

打造专属妆容衣橱, 助你惊艳世界! 它赋予每个人改变魔力, 让你绽放最光彩。品牌倾心分享美妆秘诀, 将完美妆容收纳随行, 以极简数字方式, 轻松解锁专业美妆技艺。



Charlotte Tilbury  
美学境彩九色眼影盘

白碎钻珠光清透亮眼, 双眸玫瑰金珠光层次丰富, 搭配多色哑光 / 微光打底色。可打造日常裸妆到深邃晚宴妆, 珠光颗粒细腻贴肤, CT 标志性的 高级闪感 + 实用配色, 是珠光系眼影的“全能型选手”。



Charlotte Tilbury  
冰蓝谧境眼影盘

Charlotte Tilbury 蓝调眼影盘: CT 标志性高奢质感, 9色冷调蓝绿系调配冷皮, 哑光 + 耀闪双质地, 细腻显色不飞粉。自带清冷氛围感, 轻松打造深海人鱼 / 冷艳独姐妆, 是冷感美学与实用妆效的高定融合。

# ZERO-PRESSURE COMMUTING

POP趋势·家居  
www.pop1688.com



## 趋势解读

当都市生活节奏加快，一种以“流动的松弛美学”为核心的着装哲学正在崛起。以呼吸感廓形为核心，用智性实用细节消解职场着装的紧绷感，将“流动秩序”与“长期主义”融入穿搭，以柔和色系、垂坠面料构建舒适与质感兼具的流动松弛美学，让通勤着装既适配职场场景，又自带日常松弛的情绪价值。

流动秩序 | 长期主义 | 智性松弛

Zero-Pressure  
Commuting  
零压通勤

## 趋势解析 {流行属性}

### × 消费人群解读

#### 基础画像

30-45岁都市成熟轻奢人群，具备中高消费力，追求“质感与舒适并存、体面与松弛平衡”的生活方式

#### 生活方式

质感生活 | 内在秩序  
长期持有 | 心智漫游

#### 消费特征

职场得体性 | 日常松弛感  
质感考究性 | 舒适无压感

### × 核心趋势单品

#### 服装

翻领夹克 | 衬衫连衣裙  
垂坠通勤裤 | 宽松衬衫

#### 鞋配

穆勒鞋 | 休闲单鞋  
简约托特包 | 素金饰品

### × 核心趋势材质&元素



垂坠面料 天然材质 质感细节 口袋结构

### × 彩妆特点&关键品类



质感妆容 裸杏色系 哑光唇妆 骨相修容

### × 核心色彩

以低饱和的柔和秩序感为核心，云絮白、珠母云等柔和大地色为基底，匹配零压松弛感，桃雾粉、雾霭蓝等低饱和彩色点缀，松针绿作为深色调增加层次感。

云絮白	松针绿
浅灰绿	珠母云
桃雾粉	雾霭蓝



POP趋势·家居  
www.pop1688.com

## 风格热度&秀场表现

Style Popularity & Runway

### 风格热度 {社媒热度趋势指数}

社媒互动量92.9亿



### 社媒搜索趋势



### 秀场表现



## 风格穿搭公式&趋势单品

Style Formulas & Trend Pieces



POP趋势网  
抖音电商时尚消费趋势报告

## 风格穿搭公式&趋势单品

### Style Formulas & Trend Pieces

**流动办公室**

主打“职场单品的松弛化重组”，保留西装、衬衫等职场经典款，通过垂坠面料、微宽松廓形削弱正式感。面料注重天然材质，色彩重点选择柔和燕麦米、桃露粉。整体以“轻职场单品 + 松弛线条”实现职场得体与日常舒适的兼容。

单品品牌及名称：

- 松弛罩衫 Loewe
- 围裹式半裙 Ourcomos
- 宽松衬衫 Tommy Hilfiger
- 轻商务夹克 Emporio Armani
- 垂坠萝卜裤 Kwak Hyun Joo
- Loewe
- 松弛低领西装 Emporio Armani
- Lemaire
- 手提包 Prada
- 珍珠芭蕾舞鞋 Jimmy Choo
- 紫金耳钉 Ferragamo
- 柔软舒适皮鞋 Doucal's
- 简约腰带 Bally
- 中性锥形裤 Auralee
- 单肩托特 Loewe
- 百搭波羽云朵薄帽 Bobbi Brown
- 衬衫连衣裙 Arket

## 彩妆特点&关键品类

### Makeup Features & Key Categories

**妆感风格**  
强调高级骨相妆感，通过修容膏、眼影塑造轮廓美学，打造精致高质感妆容。

**色彩特点**  
以低饱和度和色调为主色，包括裸杏、燕麦奶茶、干枯玫瑰等色彩，运用于唇部、腮红、眼部，打造高级自然妆容。

**质地表现**  
主打雾面哑光、清透轻薄妆感，妆效轻薄自然，面部光泽感自然，注重哑光妆效。

单品品牌及名称：

- 毛戈平 柔焦裸粉腮红
- YSL 定妆蜜粉饼
- BOBBI BROWN 色比波羽云朵薄帽
- Dior 哑光粉底液

### 关键品类

**柔焦底妆**  
底妆选择半哑光或雾面妆效的产品，打造轻盈自然的皮肤状态。

**哑光唇妆**  
唇部追求哑光质感，色彩上多选择裸杏色或干枯玫瑰色。

**骨相修容**  
通过膏状修容打造自然骨相，用于鼻、颧骨、下颌部位，通过晕染让轮廓立体。

**裸色系眼影**  
眼妆以浅米打底，玫瑰色或棕色晕染眼窝，深色拉长眼尾。

单品品牌及名称：

- Fenty Beauty 柔焦羽感粉底
- YSL 小金条口红
- Fenty Beauty 修容棒
- Dior 干枯玫瑰眼妆

## 代表品牌

Representative Brands



Ralph Lauren 由时装设计师 Ralph Lauren 创立，自 1967 年起，以现代奢华、浪漫优雅的隽永风格为核心，融合消费者需求于设计、销售与品牌形象中，诠释别具一格的美式生活方式。



Ralph Lauren 拉夫劳伦男装  
经典版棉质网眼布Polo衫

美式休闲风的标志性单品。简约驼色自带高级质感，精致小马标低调彰显格调，舒适面料适配日常通勤、轻社交等多场景，是松弛感穿搭的刚需款。



Ralph Lauren 拉夫劳伦  
绞花编织针织毛衣

拉夫劳伦的绞花针织是美式文艺松弛的代名词，软糯质感结合米白底色与经典绞花纹理，内搭衬衫或外搭夹克都能透出慵懒精致感，是春日叠穿的低饱和高级感担当。



Ralph Lauren 拉夫劳伦  
经典款亚麻衬衫

拉夫劳伦的白衬衫采用标志性100%亚麻面料，透气垂坠，微宽松版型与圆弧下摆体现松弛剪裁，胸前低调小马标彰显精致感而不刻章，是文艺松弛泡汤风的基础单品。

## edition

以时髦 gentlewoman 风格为核心，甄选天然材质，凭借先进工艺与精湛剪裁，贴合独立精英女性“简单有内透”的主张，打造经典实穿的高品质服饰，适配多元生活场景，构筑当代 gentlewoman 风格表达体系。



edition  
镂空绣花条纹衬衫

edition携手SEA，以镂空绣花还原夏日生机。衬衫的东方感镂空衣袖，通过高精度激光切割技术实现精细雕花，设计融合复古怀旧与现代极简，碰撞出穿着的独特率性与浪漫，映照女性穿着多元化的精神自由与个性解放。



edition  
格子印花衬衫

蓝黄格纹搭配解构设计，交叉围裹穿法，两片造型袖，尽显高级松弛感。采用新疆长绒棉定织纱线，经洗水后整工艺优化，舒适透气，是经典实穿的百搭通勤单品。



看我妆者，看我妆。——圣罗兰  
圣罗兰美妆以优雅、不羁、骄傲的品牌风格传递YSL先锋时尚理念。

### YSL圣罗兰粉气垫

「粉气垫」作为NO.1高端气垫，是YSL专为干皮打造的气垫，轻拍即刻无瑕，深润细腻至服贴，让底妆无痕卡粉卡纹，媲美「圣罗兰高定粉光」圣罗兰先生挚爱的粉，极具筋骨，配以经典CHEVRON秀场皮革，诠释YSL女性不羁底色。



### YSL圣罗兰贴肤粉底液

YSL第一支专为干肌定制的精妆粉底液，轻盈“慕斯”质地，上妆秒融肤不卡粉，整日持妆不花妆。轻松打造干净裸光妆效。高定外观设计搭配浮雕LOGO，秉承圣罗兰美学设计理念，致敬经典。



EFFORTLESS EASE

Effortless Ease  
轻懒主义

### 趋势解读

在快节奏的社会语境下，回归内在修复与积极感知的生活本质，重构轻懒主义的舒适状态，强调服装与身体的适配性，更注重穿搭带来的心理疗愈价值。服饰上注重舒适感与轻松感，妆容主打自然通透的灵动感，整体将活人感与俏皮感融入日常，连接内在情绪与外在生活。

内在修复 | 田园松弛 | 芭蕾美学

# 趋势解析 {流行属性}

## × 消费人群解读

### 基础画像

集中在25-35岁的都市人群，追求心理舒适和积极能量，善于在日常中挖掘小确幸

### 生活方式

慢享时光 | 悦己为先  
手作乐趣 | 轻社交圈

### 消费特征

亲肤舒适性 | 轻量无负担  
情绪治愈感 | 省时易打理

## × 核心趋势单品

### 服装

针织开衫 | 睡衣式套装  
田园半裙 | 工装裤

### 鞋配

帆布鞋 | 芭蕾舞鞋  
休闲托特 | 钩花胸针

## × 核心趋势材质&元素



空气感针织 再生纤维 花卉元素 灵动点缀

## × 彩妆特点&关键品类



灵动妆感 舒缓浅蜡色 氛围感腮红 卷翘睫毛

## × 核心色彩

色彩强调舒缓基调与治愈色调，以春芽绿、燕麦灰、雾纱蓝等低饱和柔和色匹配“轻懒”的松弛感，通过“奶蜜黄 + 桃酥粉”的浅甜色调注入活力。

金丝雀绿	燕麦灰
桃酥粉	雾纱蓝
奶蜜黄	薰衣草雾



# 风格热度&秀场表现

Style Popularity & Runway

## 风格热度 {社媒热度趋势指数}

社媒互动量 **66.7亿**



## 社媒搜索趋势

- 轻薄开衫
- 睡衣外穿
- 工装裤
- 钩针半裙
- 碎花夹克
- 帆布包
- 芭蕾舞鞋
- 素颜霜
- 微水光底妆
- 多功能彩妆
- 氛围腮红
- 细腻微珠光

## 秀场表现



Kloset Aknvas Dolce Gabbana Markgong Masu Simone Rocha

### 空气感针织

采用细支纱线与镂空织法，质地轻盈通透，穿着无束缚感

### 再生纤维

环保且垂坠感佳，易打理

### 花卉元素

花卉元素以珠片、绣花、印花等多样形式展现，带来生机与治愈感

### 浪漫点缀

单品注重浪漫感点缀，包括蝴蝶结、花边、领部碎花点缀等



## 彩妆特点&关键品类

### Makeup Features & Key Categories



#### 妆感风格

妆感风格注重自然灵动与田园慵懒, 通过氛围感腮红与春日浅色系打造妆容, 同时通过叠操作、多功能的产品满足懒人妆体验。

#### 色彩特点

以舒缓浅橘色调打造春日感, 整体将粉橘色调与绿色融入腮红、眼妆、唇妆。



#### 关键品类



#### 微水光底妆

底妆追求轻薄与清透感, 通过懒人产品素颜霜、cc霜, 打造具有微水光的好皮肤。



毛戈平皮肤衣



#### 氛围感腮红

选用肉桂粉调, 橘调腮红打造妆容氛围感, 可点缀自然雀斑。



Bobbi Brown 芭比波朗土豆泥腮霜



#### 滋润唇釉

微珠光唇釉打造细腻光泽, 不拔干、不卡唇纹, 适配懒人“薄涂即出门”的需求。



酵色 滋润轻薄唇釉



#### 春日感美瞳

彩瞳花纹选用放射状高光, 强调自然且通透有神, 色彩选用春日粉感。



Moody 蜜桃花美瞳

## 代表品牌

### Representative Brands

### balabala

以“童年不一样”为初心, 鼓励孩童个性成长, 提供适配成长的空间与支持。懂成长的儿童时尚品牌, 2025年全亚洲销售额第一, 全球5000 家门店见证!



巴拉巴拉 甜美学院上衣



巴拉巴拉 儿童格子衬衫



巴拉巴拉 儿童泡泡袖衬衫

以软萌兔子 + 爱心字母印花融入少女心 - 浅紫调清新柔和, 宽松版型适配多身形, 童趣元素 + 舒适面料, 是日常出街、休闲穿搭的甜系利器, 轻松拿捏元气可爱风。

校园日常青春格纹, 韩系校服制服的“轻而化”, 采用男女童通用的简约版型, 搭配柔和色调, 弱化性别标签, 让穿搭更包容舒适。

低饱和色调格纹撞上海泡袖, 既衬出童真, 又让版型灵动鲜活, 动物刺绣图案传递治愈的氛围感, 薄透面料适配春日暖阳。

### Flower Knows 花知晓

Flowersknows 花知晓, 为女性颜值价值而生。秉持「少女心不设限」的理念, 愿每位女性无论年龄与境遇, 都能怀揣少女心, 奔赴美好日常。



#### 花知晓曲奇派对礼盒

以甜品与法式建筑为设计内核, 花知晓美妆礼盒集成眼影、腮红等多品类, 一盒可画全妆, 甜美元素融入高阶质感, 能快速呈现完整精致妆面, 是高效多功能美妆好物。



#### 花知晓小集邮礼盒

都市通勤无需繁琐筹备, 彩妆轻描即得精致全妆。从妆前护肤到妆后护理, 一套覆盖全流程, 适配懒人快速上妆需求与美学质感的高效美妆套组, 契合都市生活的精致节奏。

# INDIGENOUS LUXURY



POP趋势·家居  
WWW.POPJIAFANG.COM

POP趋势·家居  
WWW.POPJIAFANG.COM

## 趋势解读

以全球视角下的在地文化为内核，萃取东方、南美、非洲等地域文化精髓，通过“民俗/手工艺与现代工艺”共生，“传统元素与极简轮廓”融合，转化为当代衣橱语言，注入人文温度与匠造价值。

传统焕新 | 古意新译 | 静奢匠造

Indigenous Luxury  
在地轻奢

## 趋势解析 {流行属性}

### × 消费人群解读

#### 基础画像

涵盖30-45岁高净值都市精英与25-30岁高知新生代群体，消费水平较高，追求文化品位与雅致生活态度，青睐有文化故事性的轻奢单品

#### 生活方式

雅致格调 | 人文漫洄  
匠心品鉴 | 艺术沙龙

#### 消费特征

在地故事性 | 雅奢显品味  
匠造温度感 | 面料品质优

### × 核心趋势单品

#### 服装

解构西装 | 提花衬衫  
游牧夹克 | 松弛长裤

#### 鞋配

质感皮鞋 | 编织包  
民俗配饰 | 手工腰带

### × 核心趋势材质&元素



雅奢缎面 | 做旧植物染 | 图腾元素 | 手工编织

### × 彩妆特点&关键品类



地母系妆容 | 陶土色系 | 深邃眼妆 | 丝绒口红

### × 核心色彩

色彩遵循“文化质感 + 当代雅致”的核心基调，主色选用亚麻褐、藤编金等木质色，奠定沉静视觉基底；辅以陶土棕、檀木棕等取自传统器物的色彩；再以草木青小面积点缀，让色彩层次兼具文化底蕴与现代审美。

亚麻褐	陶土棕粉
草木青	檀木棕
象牙白	藤编金



POP趋势·家居  
WWW.POPJIAFANG.COM

## 风格热度&秀场表现

### Style Popularity & Runway

#### 风格热度 { 社媒热度趋势指数 }

社媒互动量 65.6亿



#### 社媒搜索趋势



#### 秀场表现



##### 做旧植物染

自然色泽与人文感，彰显在地工艺温度

##### 雅奢缎面

真丝、提花、醋酸等材料，通过垂坠光泽为造型注入低调高级感

##### 图腾元素

萃取地域文化符号，进行在地叙事

##### 手工编织

通过手工细节传递匠造细节，强化在地文化辨识度

## 风格穿搭公式&趋势单品

### Style Formulas & Trend Pieces



POP趋势·新衣  
- 抖音电商时尚消费趋势报告 -

## 风格穿搭公式&趋势单品

### Style Formulas & Trend Pieces



## 彩妆特点&关键品类

### Makeup Features & Key Categories



### 关键品类



## 代表品牌

Representative Brands

### Songmont

山下有松

Songmont 山下有松，取自东方美学“天远山高，山下有松”的意境。英文名由松 (SONG) 与山 (MOUNTAIN) 组合而成，以自然意象呼应品牌的中原美学与精神内核。



Songmont山下有松  
滩时系列托特包

以黄河滩冲刷痕迹为灵感，通过立体纤维工艺还原于包袋。精选西班牙吹奶小牛皮，细腻且坚韧。双链条多背法，搭配柔软充盈的“泡芙感”肩带，轻盈背负，出行随心所欲。



Songmont山下有松  
循迹系列旅行hobo包

一款为旅行设计的大容量hobo包，灵感源自“藏地虎纹”与“菱格”。采用高丝光反绒皮与Nappa皮打造游牧风，配不锈钢五金。超大容量适合短途出游，风格柔软随性且高级。



Songmont山下有松  
山行系列游历公文包

一款无性别公文包，轻若无物，灵感源自游猎书袋。采用自研时光植鞣皮，特殊藏书扣磁吸一秒开合，可灵活调整为单肩/双肩背负，拥有人性化分区与旅行友好设计，轻盈耐穿。

### TOM FORD

TOMFORD (汤姆福特)，21世纪真正意义上的奢侈品牌。TOM FORD美妆 (TOM FORD BEAUTY) 囊括了一系列令人爱不释手的护肤、彩妆和香氛精品，均以高品质和工艺精心打造，展现出设计师既现代摩登、又奢华高贵的非凡视界。



#### Tomford超细管口红

“权欲十色·2025潮流「赛博」”主推色为红茶雾棕，融合欲感哑啞茶、暗涌雾棕与沉静大地色。它并非浓烈的红或天真的裸，色调冷静、克制且性感，诠释权欲力量与智性气韵，续写细管传奇。



#### Tomford超感唇衣

TOMFORD全新超感唇衣，将高定Plongé皮革工艺应用于口红，细腻丝滑有光泽，触感膏化水，轻薄滋润，覆唇水转膏，呈高级半哑光收效，持久持色，在性感、柔美与张扬之间，缔造传奇气韵。



#### 趋势解读

运动美学已深度嵌入都市日常的每一时刻，打破了运动场景与生活场景的边界。此风格以“毫不费力的健康活力”为核心，将运动感与时尚感无缝衔接，传递出积极向上、兼具质感与时髦度的当代生活态度，适配各类都市社交运动及日常场景。

运动美学 | 元气活力 | 社交出片率

Vitality Social Hub  
社交动能场

# 趋势解析 {流行属性}

## × 消费人群解读

### 基础画像

年龄集中在22-35岁的社交运动家，是新兴运动的积极爱好者，注重个人形象表达，保持鲜活的外显活力

### 生活方式

运动社交 | 活力续航  
圈层分享 | 美学消费

### 消费特征

颜值功能性 | 社交易出片  
圈层认同性 | 场景多适配

## × 核心趋势单品

### 服装

复古polo | 棒球服  
运动卫衣 | 网球裙

### 鞋配

复古慢跑鞋 | 休闲板鞋  
运动挎包 | 长筒运动袜

## × 核心趋势材质&元素



软糯针织 弹力面料 复古撞色 运动元素混搭

## × 彩妆特点&关键品类



精致原生 自然光泽感 显气色腮红 伪素颜自然眉

## × 核心色彩

核心为“柔系轻氧 + 质感平衡”色彩组合，浅雾蓝、裸灰粉等柔调浅色系为基调，云棉白、燕麦灰适配运动社交多场景，浅草绿、赛训绿则以复古质感强化风格记忆点。



# 风格热度&秀场表现

## Style Popularity&Runway

## 风格热度 {社媒热度趋势指数}

社媒互动量3.8亿

## 社媒搜索趋势



- 百褶半裙
- 运动polo衫
- 可外穿运动内衣
- 运动挎包
- 复古跑鞋
- 运动卫衣
- 户外防晒服
- 网球裙
- 复古棒球服
- 防水睫毛膏
- 好气色腮红
- 伪素颜

## 秀场表现



### 软糯针织

软糯针织材质多以复古运动风开衫、短款卫衣等上衣款式呈现，融合运动美学与时尚感

### 弹力面料

注重柔软质感与回弹性，不束缚轻盈运动，兼具舒适感与造型感

### 复古撞色

透过多样撞色设计强化复古运动美学风格

### 运动元素混搭

注重网球裙、棒球服、运动裤等运动风单品，通过与时尚单品的混搭，打造日常场景中的运动美学



## 彩妆特点&关键品类

### Makeup Features & Key Categories



#### 妆感风格

以“精致原生感”为核心，打造自然通透的健康气色，适配轻运动场景和日常精致需求。

#### 色彩特点

主打元气浅橘色、清新薄荷色等贴近自然肤色的色彩，融入腮红、唇妆，营造自然健康的气色。

Bobbi Brown  
色号: 蜜桃色修容遮瑕棒

Shu Uemura  
果冻口红

#### 质地表现

自然光泽感为主，保留肌肤原生质感，轻薄通透质地，避免厚重感。

Chanel  
清透水粉底

#### 关键品类



#### 持久伪素颜底妆

以轻薄妆感为核心，选用轻薄粉底液，量足持久定妆持妆，打造持久“天生好皮”。



Urban Decay  
控油持久定妆喷雾



#### 显气色腮红

选用杏粉、珊瑚色等低饱和暖调色系，轻扫面中，打造自然泛红的好气色。



Hourglass  
液体腮红



#### 伪素颜自然眉

用极细水眉笔勾勒毛流，保留眉形的自然弧度，打造“没画但精致”的效果。



小美汀  
水眉笔



#### 防水无瑕

选用防水型遮瑕膏，搭配按压式上妆手法，遮盖瑕疵的同时，可抵御运动出汗、轻微蹭擦。



彩棠  
遮瑕盘

## 代表品牌

### Representative Brands

#### Wilson.

威尔胜 (Wilson) 创立于1914年，是拥有百年历史的专业运动装备品牌。产品覆盖篮球、网球、高尔夫等多项运动，并与NBA、美国网球公开赛等顶级赛事深度合作。2021年，品牌推出Wilson Sportswear运动生活系列，助力运动员与爱好者在运动与生活中展现真我。



Wilson  
网球复古V领短袖编织POLO

以坑条针织 + 撞色包边，复古运动风拉满；V型Polo领 + 修身剪裁，兼顾休闲松弛与利落质感，经典美式调性适配多场景穿搭。



Wilson  
威尔胜网球裙

高弹腰部适配各种身形，透气孔面料兼顾清爽与动感。百褶裙摆让运动也能穿出优雅范儿。—— 日常、健身切换无压力，舒适与颜值双双在线。



Wilson  
威尔胜网球连衣裙

灵感源自网球运动服饰，将经典百褶裙与连体设计结合，收腰版型与百褶裙摆，添加灵动，强调功能性之美并存，日常/运动皆适配。

#### FILA

FILA自2024年起提出全新品牌主张“Make Performance Beautiful”，以运动致美开启新篇章。围绕网球、高尔夫、滑雪、跑步四大菁英运动，夯实专业运动心智，融入向美理念，多元诠释运动新美学。



FILA斐乐  
高尔夫运动撞色修身上衣

白蓝撞色 + 大“FC”标识，高弹针织修身版型，兼具高尔夫赛场专业透气与日常出街吸睛，运动感一键拿捏。



FILA Settanta.2.0  
胜利夹克

Settanta 2.0 外套延续比约博格同教经典元素，复刻经典的同时进行版型升级，将经典复古元素与FILA经典DNA融合，巧妙结合网球服装历史及当下潮流将经典与现代完美融合，展现优雅运动风范，同时满足专业与时尚需求。

#### adidas

诞生于2001年的adidas Originals，以三叶草为经典标志，植根于品牌深厚运动基因与经典单品，品牌持续通过青年文化视角和运动创造力，鼓励大胆探索，为街头运动服饰注入活力，并不断开拓新领域。



adidas Originals ANFU  
薄底运动鞋



adidas Originals Gazelle lo pro  
薄底运动鞋

延续大热的薄底设计趋势，打造丰富的薄底鞋矩阵，升级ANFU“安福”以及CHANGLE“长乐”鞋款，更适配亚洲人脚型的穿着体验。Gazelle Lo Pro延续彩色麂皮设计，复古色彩配合新廓细节，标志性形制头造型，保持舒适感。

# INTENSE TRAINING LIFESTYLE



POP趋势·家居  
WWW.POPTRADING.COM

POP趋势·家居  
WWW.POPTRADING.COM

## 趋势解读

强调绝对专业、硬核科技与力量美学的运动浪潮正回归大众，将前沿科技面料、精准人体工学设计与硬核美学理念深度融合，构建全方位服务于多元户外场景的解决方案，打造兼具性能与美学的热练生活方式。

硬核机能 | 疾速山径 | 战术户外

Intense Training Lifestyle  
**热练生活**

## 趋势解析 (流行属性)

### × 消费人群解读

#### 基础画像

以硬核玩家社群为核心，具备专业运动认知，热衷于主动探索运动边界，通过运动装备展现个人美学态度

#### 生活方式

户外拉练 | 体能突破  
岩壁挑战 | 社群集结

#### 消费特征

防护全面性 | 场景适配性  
美学硬核感 | 设计实用性

### × 核心趋势单品

#### 服装

无缝针织上衣 | 皮肤衣  
高性能冲锋衣 | 功能马甲

#### 鞋配

轻量训练鞋 | 越野鞋  
运动发带 | 户外挎包

### × 核心趋势材质&元素



防水透湿 速干面料 功能分区 散热冲孔

### × 彩妆特点&关键品类



无感裸妆 修复产品 高倍防晒 野生眉

### × 核心色彩

色彩遵循“自然基底 + 能量亮色”的机能感碰撞，苔原绿、矿石灰取自山野环境色，信号橙、金合欢作为高辨识度的热烈能量色，能量蓝、静灰紫作为中性色，衔接自然基底与热烈色彩。

苔原绿	静灰紫
信号橙	矿石灰
金合欢	能量蓝



POP趋势·家居  
WWW.POPTRADING.COM

## 风格热度&秀场表现

### Style Popularity&Runway

风格热度 {社媒热度趋势指数}  
社媒互动量4.3亿



社媒搜索趋势



秀场表现



**无缝针织**

将无缝针织应用于紧身运动上衣、短袖T恤等单品，贴合人体工学曲线，减少运动时的摩擦不适感

**速干面料**

应用于防晒服、皮肤衣、跑步短裤等单品，强调快速吸湿排汗的性能

**功能分区**

依据不同部位的运动需求进行分区拼接设计，如肩摩擦部位用耐磨面料，需透气部位用透气面料，实现功能分区。

**功能单品**

强调功能冲锋衣、冲锋裤、马甲等单品，适配多元户外场景需求

## 风格穿搭公式&趋势单品

### Style Formulas & Trend Pieces



**城市训练场**

城市训练场穿搭以“轻量专业 + 场景适配”为核心，廓形强调贴合，单品强调高支撑运动bra、无缝针织上衣、速干跑步短裤，面料优选超轻量化、原纱防晒、单向导湿速干材质，融入轻量压胶拼接、散热冲孔等机能元素，整体通过“专业性 + 城市美学”的融合，诠释硬核玩家的城市训练风尚。

POP趋势 - 抖音电商时尚消费趋势报告

## 风格穿搭公式&趋势单品

### Style Formulas & Trend Pieces

**山野探索场**

山野探索场穿搭以“硬核防护 + 高效适配”为核心，应对复杂山野环境与多变路况。廓形以防护实用与灵活利落为主，单品强调高性能冲锋衣、功能越野马甲、户外防水裤、越野鞋，面料优选防水透湿、耐磨复合、速干材质，融入功能模块化、轻量化拼接等细节，整体通过“全面防护 + 探索性能”的融合，诠释硬核玩家的山野探索姿态。

**单品推荐：**

- 户外渔夫帽 Montbell
- 轻量冲锋衣 Montbell
- 拼接速干短袖 Oakley
- 户外渔夫帽 Montbell
- 贴背透气背心 Nothomme
- 多功能户外腰包 C.P.Company
- 防风速干户外短裤 All Ready
- 户外速干裤 Stone Island
- 双肩户外背包 C.P.Company
- 登山鞋 Caterpillar
- 多地形户外鞋 Salomon

## 彩妆特点&关键品类

### Makeup Features & Key Categories

**妆感风格**  
主打自然裸妆效果，同时强化运动个护修复属性，实现“妆护一体”的实用价值。

**色彩特点**  
妆面以自然中性色为主，如浅米色、裸粉色、浅棕色等，贴合裸妆的自然质感，同时修复类产品可融入绿色调自然色系。

**质地表现**  
主打速干成膜与无感轻质，降低肌肤负担，无厚重黏腻感，维持清爽妆面状态。

**单品推荐：**

- Aemqueen 快速成膜防晒喷雾
- Vitacreme B12 晒后修护面霜
- Chanel 面部精华面霜

### 关键品类

**强防晒隔离**  
集高倍防晒与轻薄妆效于一体，抵御室外强光且均匀肤色，打造运动裸妆效果。

**持久轻薄底妆**  
选择轻盈无感、长效持妆的底妆产品，打造长效维持的裸妆效果。

**野生毛流感**  
选用防水 mascara，根根刷毛，定型刷毛绒毛，打造原生感眉形。

**滋养润色唇膏**  
选择具有护唇成分的唇膏，修饰唇色的同时，滋养唇部，避免运动时唇部干燥。

**单品推荐：**

- YSL 高倍防晒隔离霜
- PL 粉底液
- 原色 mascara 染眉膏
- Chanel 滋养修护唇脂

## 代表品牌

### Representative Brands



美国体育运动装备品牌安德玛(Under Armour)诞生1996年,主要产品线包括训练线、跑步线、篮球线、高尔夫系列、运动休闲系列等,产品主打高科技,如:UA FLOW和UAHOVR中底科技、UA RUSH科技等。品牌签约明星库里、强森、朱婷、张伟丽等。



安德玛官方UA Halo Run 男子跑步运动长袖T恤



安德玛官方UA Halo Engineered 女子全拉链训练运动外套



安德玛官方UA Velociti Elite 3 男女情侣缓震运动跑步鞋

品牌代表商品: Halo系列

理念: 通过设计创新突破界限的性能新表达, 将会引领Under Armour设计的新时代

技术壁垒: 通过性能参数建立专业运动护城河,

美学革命: 用灰度渐变挑战传统运动鞋高饱和配色逻辑, 品牌标识融入中庭, 廓形支撑引导与外观

HOVR+ 发泡材料: 带来强劲动力和灵活回弹  
竞速碳板加持: 内置碳板, 推进更省力, 提速更有劲,  
轻盈透气鞋面: Leno Weave 科技鞋面轻盈透气,  
稳固包裹双足。



探路者  
TOREAD

探路者创立于1999年, 2009年上市。品牌定位“舒适、安全、耐用、专业”, 作为国民户外领军品牌, 持续为国家重大项目提供装备支持, 包括中国南北极考察、中国航天事业等。截至2025年末, 全国拥有超800家线下门店。



探路者  
征野冲锋衣

3L超轻硬壳冲锋衣, 采用自研TIEF-PRO科技全压胶面料, 外层防水涂层, 核心防水膜智能分控水分子, 内层亲肤透气透湿, 持久防暴雨, 防水指数18000+, 透湿率9000+。



探路者  
峰行软壳

软壳采用防泼水防风透气科技面料, 表面抗湿性高, 四面弹面料弹力舒缓, 3D立体裁剪, 合体版型流畅, 立体衬部设计提升运动舒适性。

SEPARATOR PAGE

2026 S/S  
Douyin E-commerce Fashion  
Consumption Trend Report

# 04

## 春夏备货指南

品类机会洞察与趋势单品发现

POP趋势·家居  
WWW.POPTREND.COM

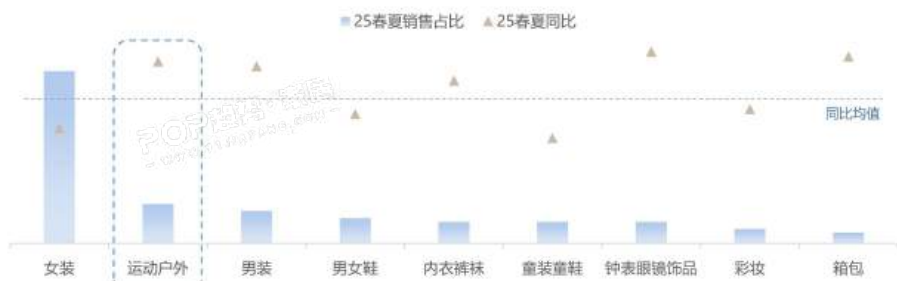
26春夏-抖音电商时尚消费趋势报告

POP趋势·家居  
WWW.POPTREND.COM

## 抖音电商时尚消费格局：女装主导，运动户外份额反超男装且保持强势增长，内衣裤袜、箱包配饰等细分品类潜力迸发

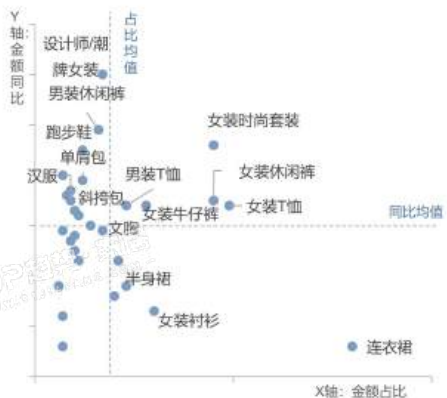
抖音电商时尚消费中，女装占据主导份额，运动户外、男装与彩妆品类增长显著，成为拉动整体增长的重要引擎

25春夏抖音电商时尚消费 一级品类销售趋势



T恤、连衣裙与休闲裤作为服饰消费基本盘保持稳定，彩妆市场则以粉底液/膏、气垫、口红和香水产品为主

25春夏抖音电商时尚消费 服饰TOP叶子类目销售概览



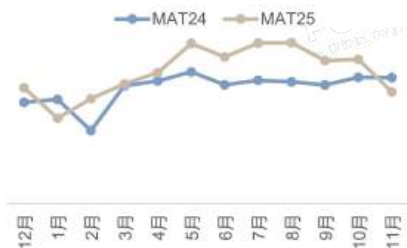
数据来源：抖音电商

## 面部底妆 | 底妆品类不断满足差异化人群需求，并向功能升级方向演进

面部底妆社媒声量由“教程干货”与“场景功能”类话题组成

面部底妆讨论热度自3月份开始增长，5月份达到高峰，7-8月二次升温。从内容类型看，教程分享、功能与肤质妆感话题是讨论热点。

MAT25抖音电商面部底妆互动量趋势



抖音电商面部底妆热门话题

### 教程话题

- #美妆模范生 2亿+
- #底妆教程 800w+
- #遮瑕教程 500w+

### 功能话题

- #防水底妆 230w+
- #服帖底妆 210w+

### 肤质|妆感话题

- #清透底妆 320w+
- #干皮底妆 120w+

### 场景话题

- #夏日底妆 130w+

底妆市场向“精致护肤型彩妆”升级

底妆消费者决策时核心关注功能功效与适用肤质，从不同肤质偏好的功能来看，油性关注持久和控油、干性关注保湿与不卡粉，敏感肌关注温和和不刺激与养肤，混合性肌肤则关注分区护理。

底妆消费者购买关注点



不同肤质消费者底妆功效偏好

肤质	油性	干性	敏感性	混合性
功能偏好	持久 (TGI185) 控油 (TGI=394)	保湿 (TGI169) 不卡粉 (TGI=201)	温和不刺激 (TGI208) 养肤 (TGI=243)	分区护理 (TGI333)
代表产品				需求明确 供给空白

数据来源：抖音电商，TT观潮 问卷调研，N=2,302

## 面部底妆 | 粉底液“自主调色”新趋势，精准解决选色难痛点

### 粉底液产品的中端价格带增长迅速，消费者决策关注色号与品牌

粉底液/膏品类的消费集中于50-200元的大众价格带，其中100-200元区间保持快速增长。消费者决策中，功能功效与适用肤质是基础，同时对于品牌背景和色号匹配度的关注度极高。



粉底液/膏消费者购买关注点



### 粉底调和液声量增长超70%，精准解决消费者容易“买错色”痛点

粉底液消费者常因选错色号（过深或过浅）而困扰，围绕“如何拯救”的讨论持续不断。在此背景下，粉底调和液社媒声量同比显著增长70%+，通过灵活调色帮助消费者高效解决色号不准问题。

消费者关于粉底液色号的讨论



近两年调色粉底液社媒声量

同比增长70%+

MAT24 MAT25

调色粉底液功能与代表产品



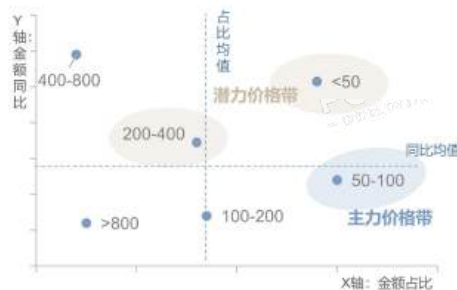
数据来源: 抖音电商, TT观潮 问卷调研, N=2,302

## 面部底妆 | 隔离产品功效向“肤质精研”深度演进

### 隔离产品以大众价格区间为主，消费者关注技术、品牌与成分

隔离/妆前品类核心价格区间为百元以下，且50元以下区间增长最快。消费者决策时偏好关注技术应用、品牌背景与产品成分。

MAT25抖音电商隔离/妆前品类价格趋势



隔离/妆前消费者购买关注点



### 成分养肤到科技赋能，隔离/妆前产品全面升级

隔离/妆前产品“妆养合一”需求进阶，消费者对含有养肤或天然植萃成分的讨论热度保持增长；同时能够稳定成分活性与延长妆效的微囊技术，也在社媒上获得极高讨论，过去一年同比增长180%。

养肤/植萃成分 隔离社媒热度与代表产品

养肤/植萃成分隔离产品社媒声量

同比增长20%+

MAT24

MAT25



注: 括号中YOY指该成分社媒声量同比

微囊技术 隔离社媒热度与代表产品

微囊技术成分隔离产品社媒声量

同比增长180%+

MAT24

MAT25



数据来源: 抖音电商, TT观潮 问卷调研, N=2,302



## 面部彩妆 | 彩妆套装与彩妆盘分别以高端礼赠与多功能属性，驱动市场升级

### 彩妆套装向高端化迈进，仪式感包装满足消费者礼赠需求

彩妆套装核心价格区间为200-400和800元以上，近一年400-800区间增长迅速；彩妆套装品类在情人节、三八、520、七夕等关键礼遇节点有明显声量峰值，极具仪式感的礼盒包装满足消费者节日礼赠需求。



### 彩妆盘中端价格区间增长较快，一盘多效的功能集成款增速显著

彩妆盘核心价格区间为百元以下且保持高速增长，同时100-200元区间增速显著；消费者对多功能彩妆盘的需求增长迅速，如面部综合盘、颊彩盘等。



数据来源: 抖音电商

## 面部彩妆 | 眼影价格两极增长，经典色稳固，潮流色持续焕新

### 眼影消费稳定在大众价格区间，近一年高端市场增长快，消费者决策高度依赖色彩

眼影消费呈现分化格局：核心销量集中于50元以下的大众市场，但400-800元的高端区间增长迅速。消费者决策高度聚焦于色彩，其偏好度与讨论热度均显著高于其他因素。



### 眼影色彩的社媒热议围绕经典色与潮流色

眼影品类受色彩驱动，社媒讨论的热门色彩既包含大地色、烟熏色等经典日常色系，也涌现出具有鲜明季节氛围的绿色、多巴胺亮色等潮流新色。



数据来源: 抖音电商, TT观潮 问卷调研, N=2,302

## 面部彩妆 | 品类趋势单品

### 唇彩/唇蜜/唇釉



#### 嘟嘟唇

强调丰盈。水光与立体唇效，通过光泽质感与轻微肿胀感打造饱满柔嫩的少女唇妆

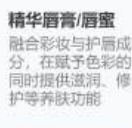
#### 不沾杯

主打长效持妆与抗转移，适合餐饮、口罩佩戴等场景，兼顾妆效完整与使用便利



#### 成膜/仿生膜口红

通过快速成膜技术实现轻薄贴唇的哑光或缎光妆效，兼具高显色与轻盈肤感



#### 精华唇膏/唇蜜

融合彩妆与护肤成分，在赋予色彩的同时提供滋润、修护等护肤功能



#### 多用唇膏

“精简彩妆”趋势兴起，推动“一物多用”产品形态创新，从便捷需求延伸至妆效融合

### 定妆



#### 膨胀色

添加浅色微粒粒子，利用光学折射在视觉上提升面部平整度，打造饱满、柔和的膨胀感妆效



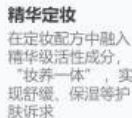
#### 多功能

以“干湿两用”“保湿补水”“多合一”为特点，实现定妆、补妆与护肤功效的灵活适配



#### 修容

将轮廓修饰与定妆功能结合，定妆的同时自然修饰面部立体感



#### 精华定妆

在定妆配方中融入精华级活性成分，“妆养一体”，实现舒缓、保湿等护肤诉求



#### 定妆喷雾

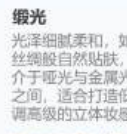
定妆喷雾从基础定妆迈向“持妆+养肤”的妆护一体阶段，成为妆容最后一道护肤程序

### 高光



#### 膨胀感

通过浅色微粒粒子在视觉上填充面部凹陷，打造饱满、膨胀妆效，常用于眼下与面中提亮



#### 缎光

光泽细腻柔和，如丝缎般自然贴肤，介于哑光与金属光之间，适合打造低调高级的立体妆感



#### 提亮液

液态质地轻薄服帖，可单独提亮或混合粉底使用，呈现自然水光感，实现从肌底透出的光泽



#### 土豆泥粉质

质地软糯如泥，触感细腻，兼具粉状与膏状的优点，上妆服帖不飞粉，光泽持久贴肤



#### 碎钻

含大颗粒闪片或偏光粒子，光泽耀眼如碎钻，打造璀璨夺目的焦点妆效

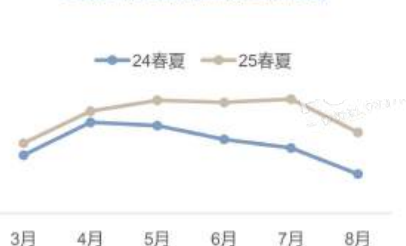
数据来源：抖音电商

## 男女装 | T恤消费升级趋势明确，消费者讨论关注材质风格

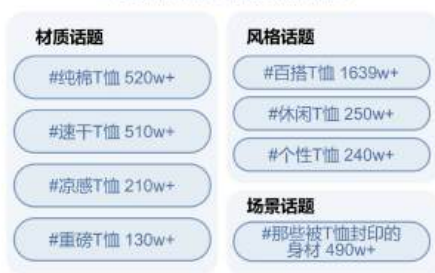
### T恤品类在春夏保持高热度，消费者讨论聚焦材质、风格与场景

T恤品类社媒热度自3月开始攀升，5月到7月保持高点，8月开始下滑；消费者对T恤的话题讨论主要围绕材质、风格与场景。

25春夏抖音电商T恤品类互动量趋势



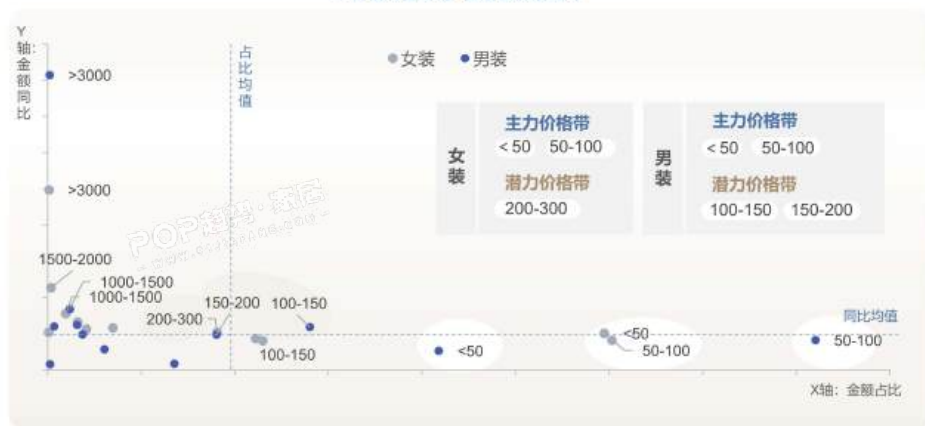
25春夏抖音电商T恤品类热门话题



### T恤品类百元基本盘稳定，且有价格上移趋势，品牌可借材质创新IP联名等构建差异化

女装与男装T恤的核心价格带均集中于百元以下，且近一年价格均有明显上移趋势，中等价格带增长迅速。

25春夏抖音电商T恤品类价格趋势



数据来源：抖音电商

## 男女装 | T恤品类以科技面料创新与精细工艺升级共驱品类焕新

### 面料材质 T恤面料材质以纯棉材质为主，多元化材质加速渗透

纯棉材质以其舒适的体感稳居T恤面料主导地位。棉麻、莱赛尔、针织及各类混纺面料增长迅速，它们以更丰富的肌理、垂感和功能特性，推动市场向多元化、品质化升级。

25春夏抖音电商T恤品类面料材质趋势



数据来源：抖音电商

### 工艺属性 T恤工艺中印花工艺领跑，设计感与功能性工艺增长迅猛

传统印花工艺凭借其丰富表现力占据最大销售份额。同时，防缩水不变形与立体设计感（如荷叶边、抽褶、拼接）的工艺显著增长，显示出消费者对T恤品质与设计细节的更高要求。

25春夏抖音电商T恤品类工艺属性趋势



数据来源：抖音电商

## 男女装 | 外套品类话题讨论关注材质与风格，男女装稳健增长

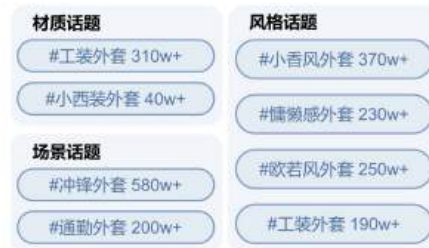
### 外套品类春秋换季期热度攀升，话题聚焦材质与风格穿搭需求

外套品类社媒讨论热度于春秋换季期（3月、8月）达高峰，热门话题围绕材质（如牛仔、冰丝），风格（如减龄、休闲）与场景（如家居、运动）等关键词展开。

25春夏抖音电商外套品类互动量趋势



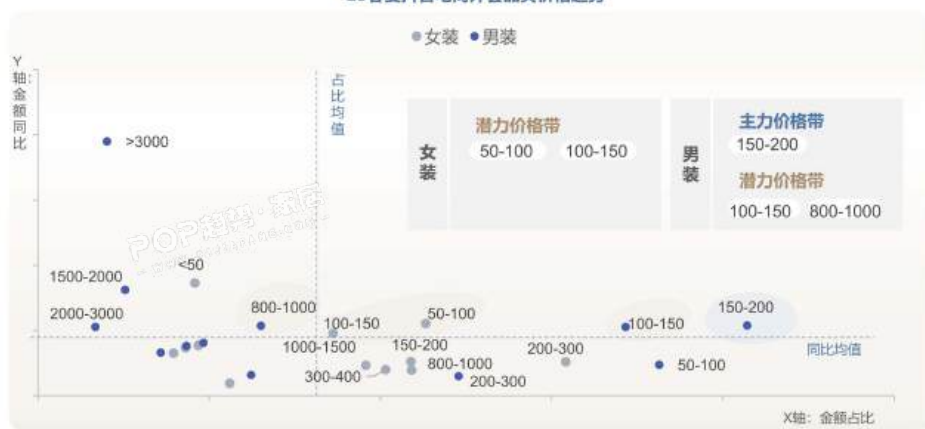
25春夏抖音电商外套品类热门话题



### 女装外套保持中端价格消费稳定，男装外套基础款稳固的同时向中高端线升级

女装外套价格区间中，50-100与100-150元区间增长较快；男装外套则以150-200元为核心区间，同时100-150元和800-1000元价位增速亮眼。

25春夏抖音电商外套品类价格趋势



数据来源：抖音电商

## 男女装 | 外套品类属性中，功能性款式、尼龙面料及精细化设计元素增长潜力较大

**款式设计** 外套款式中，女装中短外套占比最高，夹克和棒球服增长迅速；男装中夹克占比最高，派克服、短外套等增长迅速。

25春夏抖音电商外套款式趋势



**面料材质** 外套面料材质中，牛仔面料占比最高，但尼龙凭借功能性在春夏增长最快，纯棉、麂皮等多元材质共同发展。

25春夏抖音电商外套面料材质趋势



**流行元素** 外套流行元素中，连帽设计最受欢迎，同时腰带、花边、肌理感等装饰细节增长迅速，显示设计精细化趋势。

25春夏抖音电商外套流行元素趋势



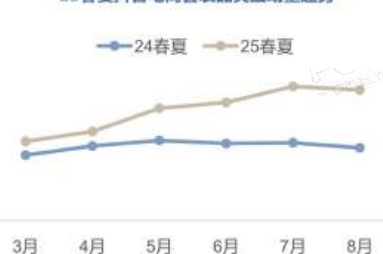
数据来源：抖音电商

## 男女装 | 套装品类消费需求稳中有进，消费者关注场景、款式与面料

**套装需求自3月份开始持续走高，话题讨论聚焦材质和风格**

套装品类社媒热度自3、4月份起开始攀升，保持增量到7月份，8月虽小幅回落但仍居于高位；消费者话题讨论围绕材质如牛仔、冰丝，或风格如减龄、韩系、氛围感等。

25春夏抖音电商套装品类互动量趋势



25春夏抖音电商套装品类热门话题



**套装品类价格消费聚焦大众价位段，男装多价位段具有增长潜力**

女装套装核心价格带为100-200元区间，同时百元以下区间增长较快；男装则以50-150元区间为主，近一年50元以下、200-300和300-400元区间有一定增长潜力。

25春夏抖音电商套装品类价格趋势



数据来源：抖音电商

## 男女装 | 套装以时尚休闲套装为主导，但在款式、面料与穿着场景上呈现高度细分与多元化发展

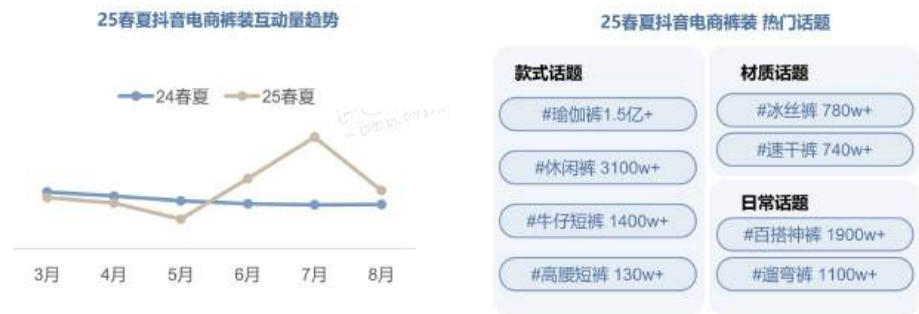


数据来源：抖音电商

## 男女装 | 裤装话题热度高涨，男女裤装消费聚焦大众价格带

### 裤装声量于盛夏冲高，消费讨论高度聚焦款式设计与材质

25年春夏裤装互动量从6月开始迅速增长，7月出现达高峰；热门话题围绕款式、材质与日常穿搭场景。



### 裤装消费聚焦50-100元基本盘，男裤中高端价格带增长显著

男女裤装的核心消费均集中于50-100元价格带，其中男裤在150-300元区间的表现尤为突出。



数据来源：抖音电商

## 男女装 | 裤装以经典款式为主，新兴裤型和功能面料驱动增长

### 款式设计

裤装款式中，牛仔裤销售占比最高；女装A型短裤、茧型裤和连体裤等增长迅速，男装中气球裤、弯刀裤、西裤和工装裤增长迅速。



### 面料材质

裤装面料材质中，牛仔主导市场。25春夏coolmax、莫代尔、纯棉、亚麻和混纺等材质增长迅速。



### 场景

裤装消费者穿着场景集中于休闲娱乐（出游、聚会）、运动健身（跑步、瑜伽）及日常通勤。



数据来源：抖音电商

## 男女装 | 趋势单品

### 连衣裙



- 花苞裙
- 斜肩连衣裙
- 包臀裙
- 鱼尾连衣裙
- 无袖连衣裙
- 廓形连衣裙
- 亚麻连衣裙
- 缎面连衣裙
- 桑蚕丝连衣裙
- 蕾丝连衣裙
- 雪纺连衣裙
- 薄款罩衫裙

### 新中式女装



- 唐装
- 新中式衬衫
- 马甲背心
- 旗袍
- 新中式九分裤
- 香云纱面料

### 新中式男装



- 新中式衬衫
- 新中式polo衫
- 中式短袖T恤
- 双面穿外套
- 新中式套装
- 国风夹克

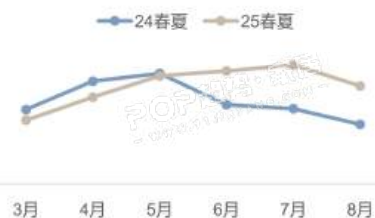
数据来源：抖音电商

## 男女鞋 | 鞋类消费趋向功能性、性价比和潮流兼具的单品

### 鞋子社媒热度随季节先升后降，话题聚焦爆款单品款式与搭风格

鞋子品类社媒热度自3月起逐月走高，7月高峰，后在8月份回落；热门话题围绕单品款式如洞洞鞋、老爹鞋和风格话题为主。

25春夏抖音电商鞋品类互动量趋势



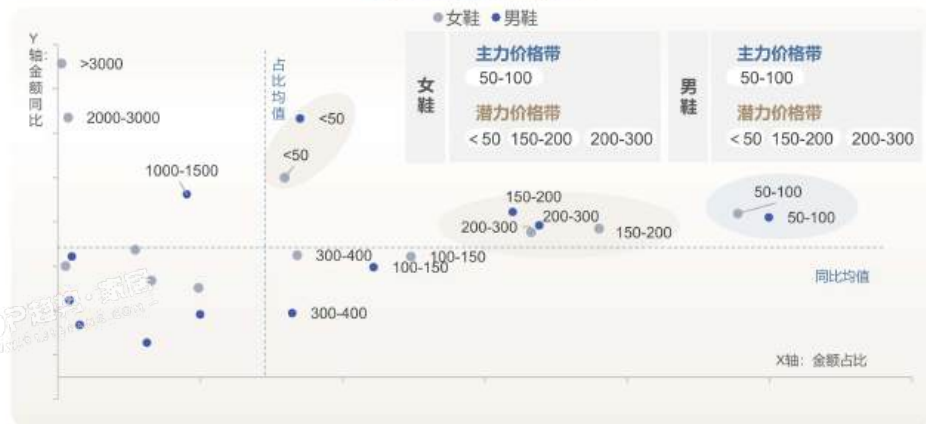
25春夏抖音电商鞋品类热门话题

品类话题	风格话题
#洞洞鞋3900w+	#玛丽珍女鞋 430w+
#老爹鞋1300w+	#御姐风细跟高跟鞋 有多绝 220w+
#增高鞋 870w+	#潮流男鞋 100w+
#沙滩鞋 300w+	场景话题
	#通勤鞋 220w+

### 鞋类消费基本盘稳固，性价比与中等价位成增长新引擎

男女鞋均以50-100元区间为主，50元以下和150-300元区间增长迅速。

25春夏抖音电商鞋品类价格趋势



数据来源：抖音电商

## 男女鞋 | 凉鞋向多元款式演进，拖鞋由经典款向潮流设计升级

### 凉鞋款式中洞洞鞋领跑，多元流行元素增长迅速

凉鞋款式中洞洞鞋是提及度最高的品类，沙滩凉鞋、高跟凉鞋、粗跟凉鞋等构成丰富的风格矩阵。流行元素增长点则为蝴蝶结、流苏、细带等更具装饰感的细节。

25春夏凉鞋 社媒热门款式词云



数据来源：抖音电商

25春夏抖音电商凉鞋 流行元素趋势



### 拖鞋市场以经典实用款为基，兼具时尚感的款式热度高

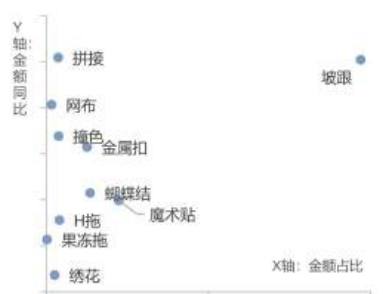
拖鞋款式以人字拖、包头拖、一字拖等为主，穆勒拖、勃肯拖、渔夫鞋等也有较高热度；拖鞋流行元素以坡跟、拼接、网布、撞色和金属扣为主。

25春夏拖鞋 社媒热门款式词云



数据来源：抖音电商

25春夏抖音电商拖鞋 流行元素趋势



## 男女鞋 | 趋势单品

### 女鞋



芭蕾元素	赛车元素	薄底设计
金属元素	流苏鞋带	动物纹路
方头设计	镂空编织	立体花朵
袜子鞋	V形尖口设计	铆钉元素

### 男鞋



赛车元素	皮革拼接	魔术贴
松糕底	无系带	缎光鞋带
薄底设计	镂空鞋面	撞色拼接
刺绣元素	一脚蹬	分趾设计

数据来源：抖音电商

## 运动户外 | 防晒品类向场景化、时尚化、配饰化演进，消费者要时尚也要无死角防晒

防晒品类声量随季节前置走高，话题围绕场景与穿搭需求展开

防晒品类的互动量从3月换季开始攀升，在4-5月的春夏出游季达到年度高峰，随后自然回落，至8月进入声量低谷。热门话题紧密围绕军训、户外运动等具体场景，以及与服装搭配的整体穿搭风格。

25春夏抖音电商防晒互动量趋势



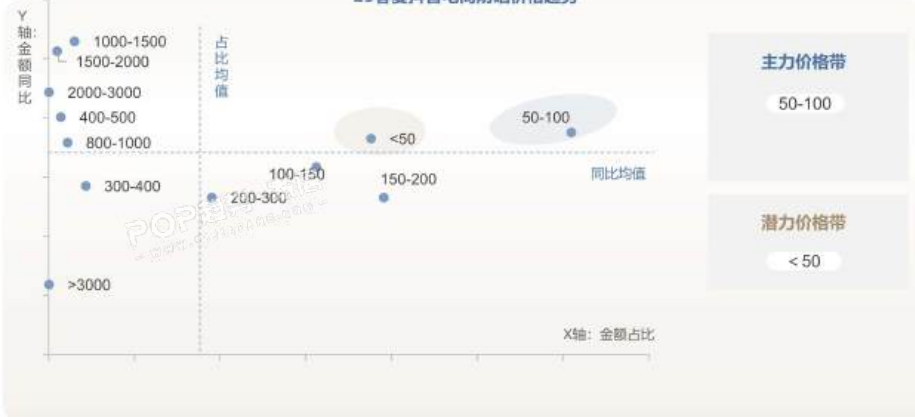
25春夏抖音电商防晒品类热门话题

<b>日常话题</b> #防晒神器 1000w+ #遮阳防晒 800w+ #防晒衣穿搭 560w+ #物理防晒 250w+	<b>场景话题</b> #军训防晒 1300w+ #户外防晒1000w+ #夏日防晒 400w+
	<b>风格话题</b> #防晒新中式 70w+

防晒品类的大众消费区间稳固，百元以下区间占比高且增速快

防晒服的消费基本盘稳固在百元以下大众市场，且增长潜力大，这一区间中防晒帽、防晒口罩、防晒手套、防晒裤潜力高增长。

25春夏抖音电商防晒价格趋势



数据来源：抖音电商

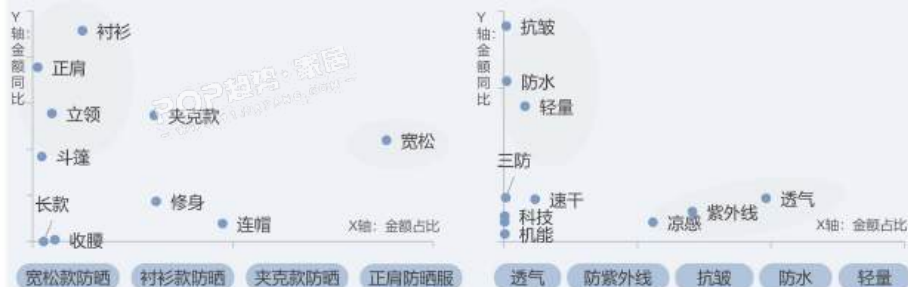
## 运动户外 | 防晒品类从功能装备演变为时尚单品，兼具款式多样性与功能专业性

### 款式功能

防晒服款式中，宽松版型最受欢迎，衬衫款、正肩款、立领款等兼具通勤感与时尚度的设计增长迅速。功能上，透气与防紫外线是核心需求，而抗皱、防水、轻量等新功能增长迅速。

25春夏抖音电商防晒款式趋势

25春夏抖音电商防晒功能趋势



### 搭配单品

防晒服已从单一功能单品进阶为时尚搭配的一部分。在搭配中，墨镜、遮阳帽/棒球帽成为高频配饰。下装常搭配工装裤、微喇裤等流行裤型。



数据来源: 抖音电商, 公开资料收集

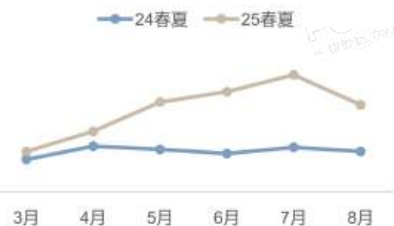
## 运动户外 | 运动裙价格带向两端拓展，功能细分与场景穿搭共同驱动品类增长

### 运动裙社媒讨论增长长期拉长，话题围绕强功能与强场景单品展开

运动裙品类话题热度自3月份开始攀升，7月达到顶峰；热门话题围绕运动类型款式设计。

25春夏抖音电商运动裙互动量趋势

25春夏抖音电商运动裙 热门话题

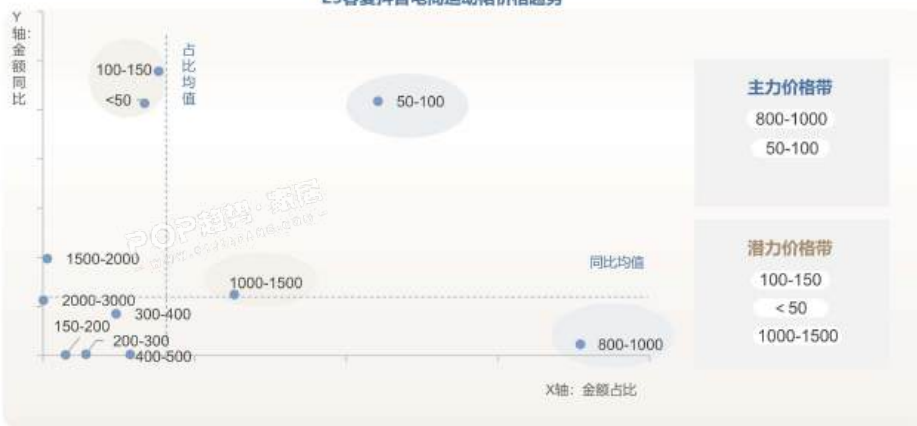


品类话题	运动类型
#运动短裙 420w+	#网球裙 180w+
#运动连衣裙 210w+	#羽毛球裙 110w+
#运动半身裙 50w+	
#运动百褶裙 40w+	功能属性
	#运动速干裙 70w+

### 运动裙呈现“百元基础款与千元升级款两端强势增长”格局

运动裙价格核心区间为800-1000元和50-100元，50元以下、50-100元和1000-1500元区间增长迅速。

25春夏抖音电商运动裙价格趋势



数据来源: 抖音电商

## 运动户外 | 运动裙市场由经典基础款与潮流色系共同定义

**款式** 从销售占比看，A字裙凭借其经典实穿性占据主导。增长则来自更具设计感的款式，蛋糕裙、花苞裙和工装裙在25年春夏增长迅速，显示出消费者对风格化和功能性的双重追求。



## 运动户外 | 运动鞋消费以大众价格区间为主，且价格升级趋势显著

**运动鞋话题讨论向运动场景、款式解析与日常穿搭深化**

运动鞋的社媒声量呈现波动上升趋势，消费者保持持续关注度。讨论焦点已从单一产品，深化为场景、专业款式和搭配。

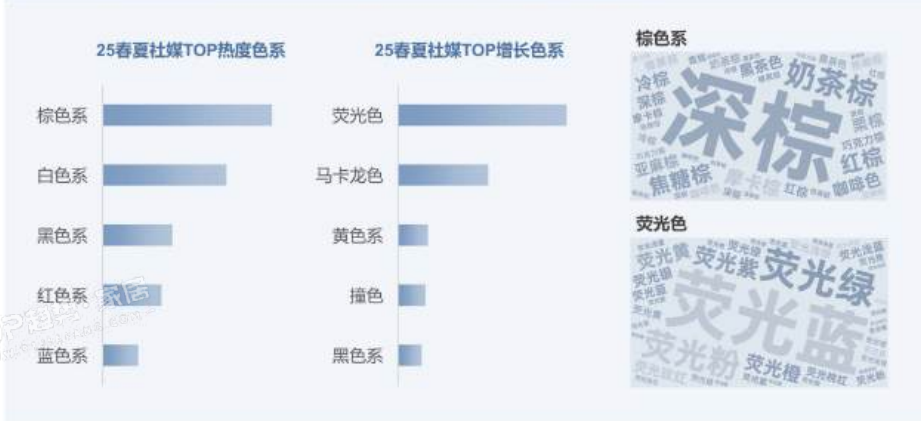


### 运动鞋大众价格带稳固，品质区间增长亮眼

运动鞋价格区间中，200-300元满足大众专业入门需求，800-1000元代表品质升级。同时，50-100元、100-150元及1000-1500元等多个区间增长迅速，市场潜力分散。



**颜色** 运动裙在颜色上呈现明确分野，棕色、白色、黑色等经典色系拥有最高的社媒讨论热度，构成了市场基本盘；而荧光色、马卡龙色等鲜明亮色则是增长最快的色系，驱动着市场的新鲜感。



数据来源: 抖音电商

数据来源: 抖音电商

## 运动户外 | 运动鞋市场由经典款主导，同时向满足细分场景的专业款升级

**款式** 运动鞋款式中，经典款跑步鞋占据销售主导，场景化如运动沙滩鞋、网球鞋，专业化鞋款如健步鞋、专业跑鞋和训练鞋，风格化如德训鞋、老爹鞋、帆布鞋增长迅速。

25春夏抖音电商运动鞋款式趋势



**功能** 运动鞋功能中，透气、减震缓震等基础功能销售占比最高，支撑、防滑与耐磨等专业功能增长迅速。

25春夏抖音电商运动鞋功能趋势



数据来源：抖音电商

## 运动户外 | 户外鞋增长由场景需求与功能细分驱动

**户外鞋声量随夏季户外活动升温，内容热议围绕“溯溪”“玩水”等场景穿搭展开**

户外鞋品类25年春夏社媒热度波动上升，7-8月为高峰；热门讨论围绕户外穿搭、去玩水的地方、夏日溯溪等场景化话题。

25春夏抖音电商户外鞋互动量趋势



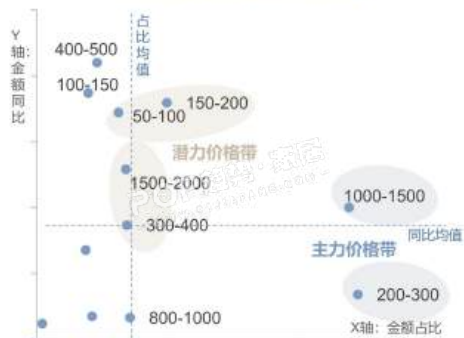
25春夏抖音电商户外鞋热门话题

品类话题	场景话题
#溯溪鞋 350w+	#去玩水的地方 2600w+
#登山徒步鞋 180w+	#夏日溯溪ootd 340w+
#户外洞洞鞋 120w+	<b>功能话题</b>
#户外慢跑鞋 110w+	#防滑登山鞋 380w+
	#防水户外鞋 390w+

**户外鞋价格增长分化，中高端与性价比区间并进，趋势单品精准对应细分场景**

户外鞋呈现价格带分化格局：主力区间中，200-300元增长放缓，而1000-1500元保持高速增长；新兴区间里，150-200元增长最快，其次为50-100元区间。同时，营地鞋、溯溪鞋等场景细分款式增长迅速。

25春夏抖音电商户外鞋价格趋势



25春夏抖音电商户外鞋品类趋势单品



数据来源：抖音电商

## 童装童鞋 | 儿童运动鞋呈现专业功能强化和价格升级趋势

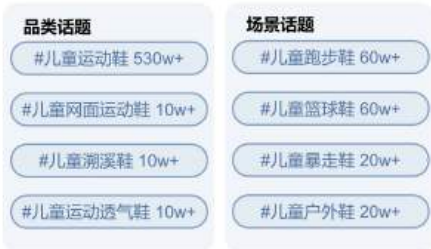
### 儿童运动鞋讨论在春季开学迎年度高峰，话题围绕活动场景展开

儿童运动鞋品类在4月份热度最高，后持续性走低，7、8月回升；热门话题以儿童运动鞋、儿童跑步鞋、儿童篮球鞋等为主。

25春夏抖音电商儿童运动鞋互动量趋势



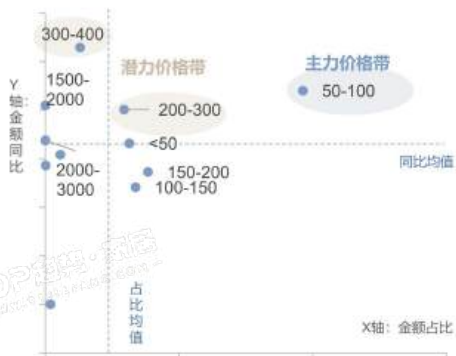
25春夏抖音电商儿童运动鞋热门话题



### 儿童运动鞋消费向专业功能升级，中等价格带增速显著

儿童运动鞋核心价格区间为50-100元，且保持高速增长，其次200-400元区间增长较快，市场价格升级趋势显著；趋势单品为赤足鞋、体测鞋，以及有旋钮结构、足弓支撑属性的单品。

25春夏抖音电商儿童运动鞋价格趋势



25春夏抖音电商儿童运动鞋品类趋势单品



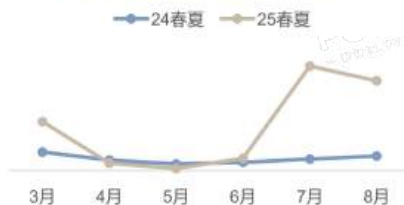
数据来源: 抖音电商

## 童装童鞋 | 儿童功能服增长呈现价格与功能升级趋势

### 儿童功能服声量于盛夏爆发，话题高度集中于功能型单品，呈现强需求导向

儿童功能服品类在25年6月份陡增，7月达到顶峰，成为当年热门单品；热门话题以儿童冲锋衣、防蚊裤、速干衣等功能属性单品为主。

25春夏抖音电商儿童功能服互动量趋势



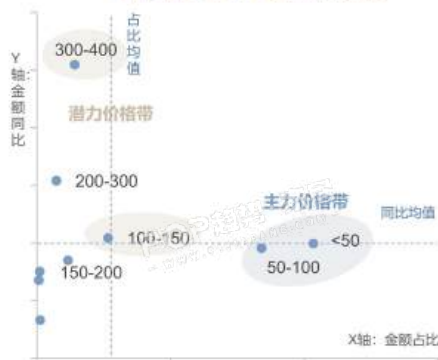
25春夏抖音电商儿童功能服热门话题



### 儿童功能服消费呈现基础款走量，中高端款领增趋势

儿童功能服以百元以下区间为主，300-400元区间增速最快；趋势单品的功能属性为耐磨、三防、速干属性。

25春夏抖音电商儿童功能服价格趋势



25春夏抖音电商儿童功能服品类趋势单品



数据来源: 抖音电商

## 内衣裤袜 | 内裤消费在稳定价格带中向功能化演进

### 内裤讨论热度于夏季达峰，话题向人群与功能精细化细分

内裤的社媒讨论热度在5月至7月的夏季达到年度高峰。热门话题呈现出人群细分、功能细分趋势。

25春夏抖音电商内裤互动量趋势



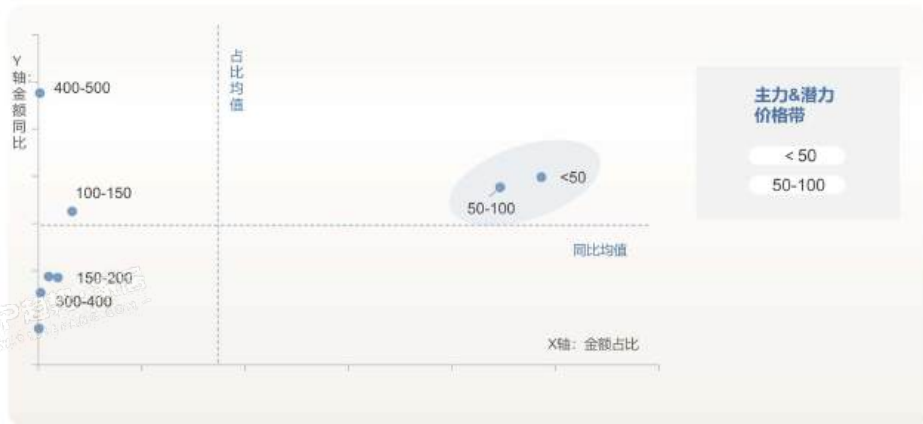
25春夏抖音电商内裤品类热门话题

人群话题	需求话题
#男士内裤 1200w+	#内裤推荐 210w+
#女士内裤 400w+	#收腹内裤 30w+
#女童内裤 30w+	#抑菌内裤 30w+
#男童内裤 10w+	日常话题
	#一次性内裤 1200w+

### 内裤消费高度集中于百元以下大众市场

内裤消费的基本盘高度集中在百元以下大众区间，且增速领跑整体市场。

25春夏抖音电商内裤价格趋势



数据来源：抖音电商

## 内衣裤袜 | 内裤品类朝款式升级、功能专业与风格多元的方向升级

**款式设计** 女士内裤以三角为主，而平角高速增长；男士内裤以平角为主，而三角高速增长，同时运动内裤也增速明显。

25春夏抖音电商内裤款式设计属性趋势



### 功能属性

内裤功能属性中，抑菌功能销售占比最高且增速快，不夹臀、吸湿、速干、提臀、收腹等功能也有较大增长潜力。

25春夏抖音电商内裤功能属性趋势



### 风格

内裤风格中，性感风讨论热度最高，其次可爱风、复古风、公主风、运动风等多元风格受到欢迎。

25春夏社媒热议风格词云



内裤品类热门风格代表商品



数据来源：抖音电商

## 内衣裤袜 | 睡衣以大众价格区间为主，且需求保持强劲增长

### 睡衣讨论热度于盛夏达峰，热议话题围绕人群与风格展开

睡衣品类的讨论热度呈波动上升趋势，并在7、8月盛夏时节达到高峰。热门话题围绕人群与具体风格展开。



### 百元以下占据市场基本盘，且保持较大增长潜力

睡衣品类价格表现中，百元以下的大众价格带占据绝对主导份额，满足普适性需求。



数据来源：抖音电商

## 内衣裤袜 | 睡衣从基础舒适向设计与材质多元化演进，满足消费者更精细的场景与体感需求



数据来源：抖音电商

## 内衣裤袜 | 趋势单品

## 文胸



美背文胸

少女文胸

聚拢内衣

无肩带内衣

法式三角杯

塑形文胸

## 塑身衣



运动塑身衣

塑身连体衣

产后塑身衣

拉链塑身衣

免穿文胸塑身衣

体雕衣

## 吊带背心



带胸垫背心

抹胸吊带

蕾丝背心

防驼背收腹背心

桑蚕丝吊带

塑形吊带

## 袜子



一次性袜

美腿袜

户外功能袜

运动袜

瑜伽袜

长筒袜

中筒袜

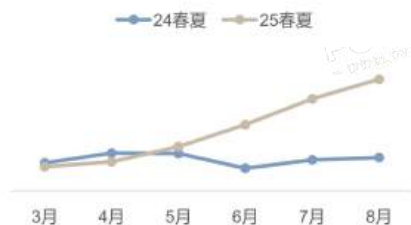
数据来源：抖音电商

## 箱包 | 功能箱包市场由场景驱动，大众价格区间需求稳定

## 功能箱包社媒热度保持增长，话题讨论深度绑定场景

箱包品类讨论热度自3月起攀升至8月；热门品类如户外包、收纳包、登山包、化妆包、电脑包、书包、旅行包、腰包/胸包、旅行箱、休闲运动包等。

25春夏抖音电商箱包互动量趋势



25春夏抖音电商箱包品类热门话题

## 品类话题

#行李箱收纳 440w+

#电动行李箱 100w+

#大容量旅行包 170w+

## 场景话题

#出差旅行必备 670w+

## 场景话题

#登山包 290w+

#户外背包 60w+

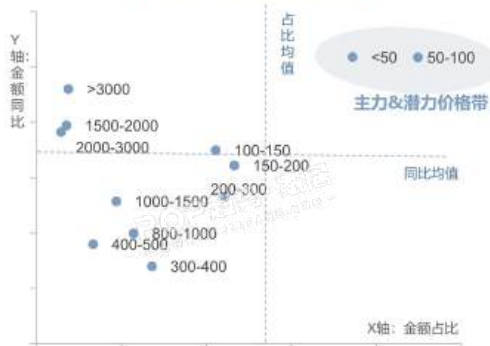
#徒步背包 40w+

#学生行李箱 50w+

## 功能箱包消费集中于百元以下大众市场

百元以下的大众价格带占据最高销售份额，且保持高速增长。

25春夏抖音电商箱包价格趋势



数据来源：抖音电商

## 箱包配饰 | 趋势单品

## 女士包袋



Hobo包

托特包

水桶包

双肩包

腊肠包

皮革手袋

邮差包

保龄球包

流苏腋下包

## 太阳镜



小框太阳镜

金属框太阳镜

猫眼太阳镜

椭圆太阳镜

折叠墨镜

飞行员太阳镜

## 配件



立体口罩

防晒丝巾

草帽

大帽檐渔夫帽

金属元素腰带

方块印花丝巾

数据来源：抖音电商

## 声明

本报告由抖音电商团队出品，TT观潮(Business TrendTalk)、POP联合制作。

所有内容，受中国知识产权相关法律法规保护。除引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归抖音电商所有。

报告制作方对报告中所引用的第三方数据、第三方工具及其他解决方案或公开信息，不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处。

## 数据来源

抖音电商、TT观潮 (Business TrendTalk) 及授权品牌、生态合作伙伴

## 特别鸣谢

特别感谢COS、MO&Co.、M·A·C魅可、Fabrique、Charlotte Tilbury、Ralph Lauren、edition、YSL 圣罗兰、巴拉巴拉、花知晓、Songmont山下有松、TOMFORD、wilson威尔胜、FILA、adidas、UNDER ARMOUR安德玛、探路者等品牌的大力支持（排名不分先后）。

