

2021Q3巨量引擎 服饰行业季度洞察报告

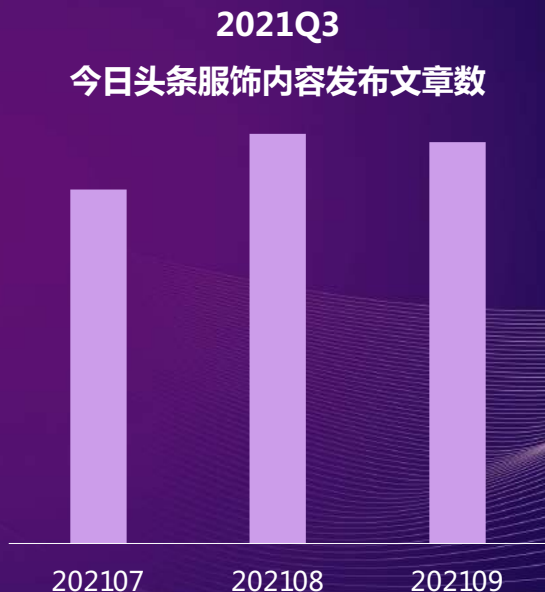
巨量算数 2021.11

Part.1

服饰行业内容概况

抖音、今日头条服饰类内容供给稳定增长

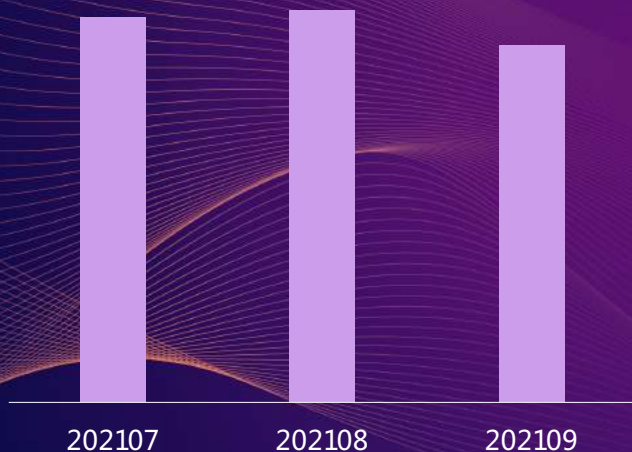
2021年第三季度，巨量引擎体系下的服饰内容供给基本稳定。在抖音端，服饰相关视频发布数量受“抖音818新潮好物节”影响，服饰相关视频数量稳定增长。今日头条端服饰相关内容在8月份发布最多。



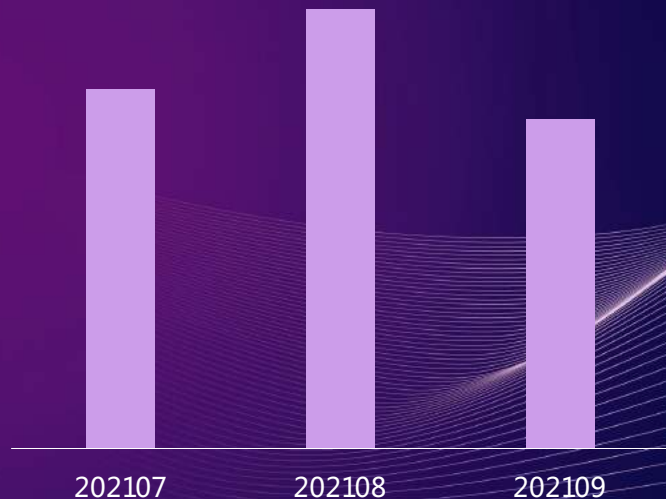
内容供给热情的提升，为内容传播提供了强有力的保障

2021年第三季度，抖音端和今日头条端服饰类视频播放量均在8月达到峰值。

2021Q3抖音服饰内容视频播放量



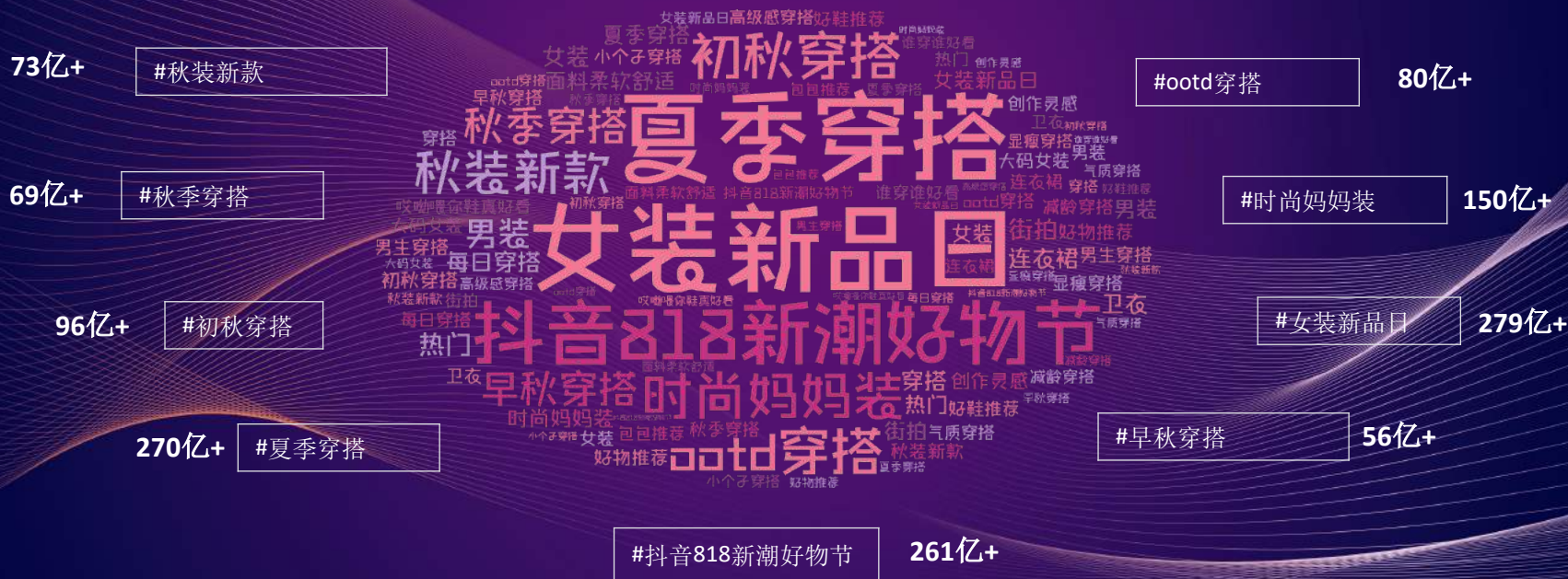
2021Q3今日头条服饰内容文章阅读数



热门话题为初秋穿搭新潮流预热

各式各样的热门话题推动服饰内容的不断丰富，2021年第三季度，夏季穿搭类话题热度居高不下的同时，如#早秋穿搭、#初秋穿搭、#秋装新款等话题也在为秋季服饰潮流预热，8月开始的“抖音818新潮好物节”更是持续吸引用户对服饰产品的关注。

2021Q3 【抖音】服饰相关典型话题



数据来源：巨量算数，2021Q3

穿搭类分享更受用户青睐

内容展现方面，服饰类创作者们参与热门话题，结合自身的风格，通过上身效果的展示实力“种草”，无论是女装、男装或童装品类，都吸引了大量用户关注。

#抖音818新潮好物节



种草分享

#夏季穿搭



时尚搭配

#早秋穿搭



上身效果展示

#童装



品质推荐

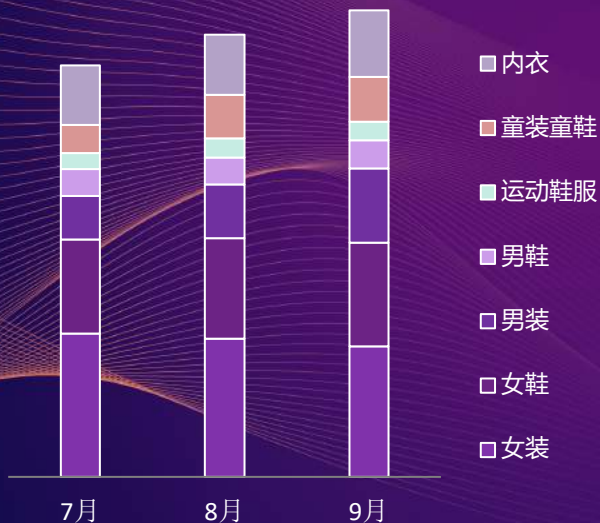
Part.2

服饰行业品类趋势

基础品类稳定增长，男装品类增势明显

三季度，抖音服饰行业细分品类均取得正向增长，尤其是男鞋、男装品类、运动鞋服，关注度同比翻倍。投稿量方面，男装和男鞋投稿量涨幅较大。

2021Q3抖音服装行业品类关注度趋势



2021Q3抖音服饰品类关注度增势

播放量同比增长率 2021Q3 vs 2020Q3	投稿量同比增长率 2021Q3 vs 2020Q3
+178% 男鞋	+251% 男鞋
+208% 男装	+207% 男装
+144% 运动鞋服	

数据来源：巨量算数，2021Q3，增长率计算为2021Q3 vs 2020Q3

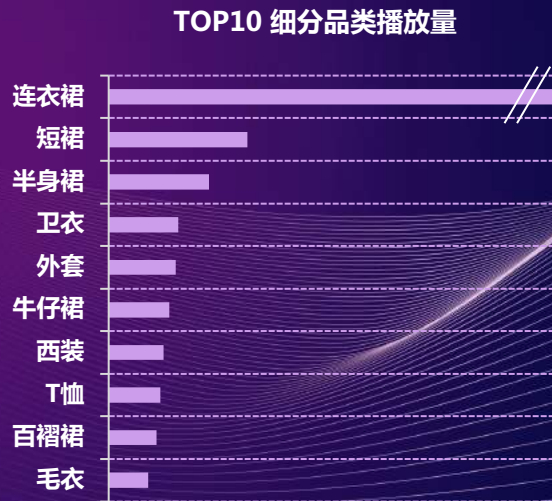
男装&女装：受季节影响，秋装关注度表现明显优势

深钻细分品类发展可见，三季度用户已经提前开启秋装准备，女士裙装在关注度方面表现明显优势，卫衣、外套、毛衣也榜上有名，男装占据高位的同样是外套、卫衣、夹克等秋季品类。

2021Q3抖音【男装】细分品类分布



2021Q3抖音【女装】细分品类分布



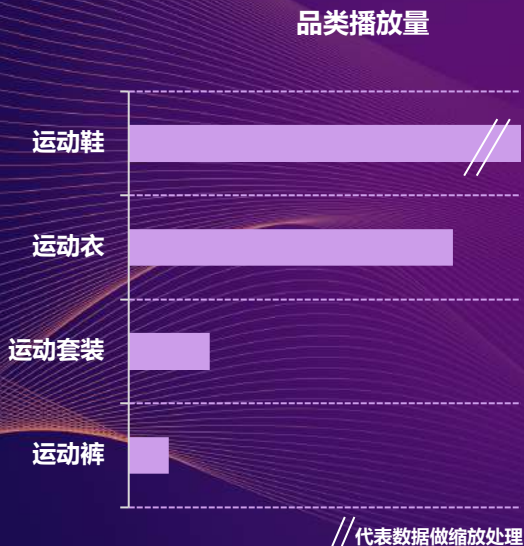
数据来源：巨量算数，2021Q3

//代表数据做缩放处理

运动&童装：运动鞋热度一路走高，童装基础品类播放量高

运动市场依然由鞋品主导，热度居高不下，运动衣的内容声量有明显增长。童装市场各品类中上装、鞋裤装等基础品类播放量较高。

2021Q3抖音【运动】细分品类分布



2021Q3抖音【童装】细分品类分布

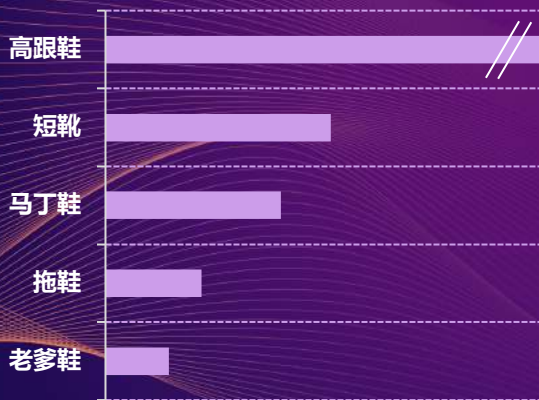


男鞋&女鞋：男士注重舒适度，女士兼顾品味与舒适

从鞋履关注上看，男士拖鞋、休闲鞋关注度最高，同时板鞋、凉鞋等高舒适度的品类也在榜上；女士的高跟鞋持续高热，短靴、马丁鞋等季节性鞋履受到了广泛的关注。

2021Q3抖音【女鞋】细分品类分布

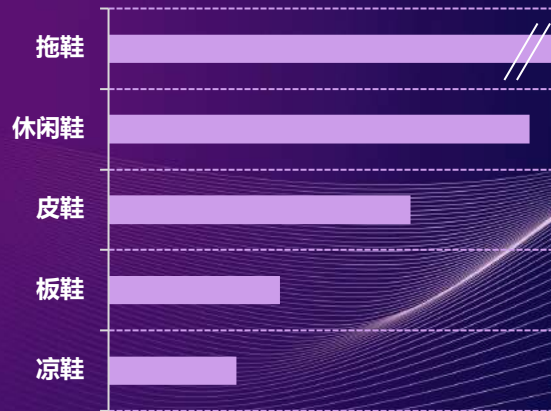
TOP5 细分品类播放量



//代表数据做缩放处理

2021Q3抖音【男鞋】细分品类分布

TOP5 细分品类播放量



//代表数据做缩放处理

优秀内容案例-男装：单品的多样搭配展示成为趋势

从内容创作视角上看，男士服装相关内容通过真人上身演示、丰富多样的搭配展示形式，比较容易获得相对更理性的男性受众群的青睐和关注。

牛仔裤



点赞量：
28万+

播放量：
1500万+

产品卖点展示：

- 四种不同风格的衣服搭配同一条牛仔裤，突出牛仔裤百搭的特点
- 真人上身展示，将四种风格切换式展示，增加用户对不同风格搭配的感知

卫衣



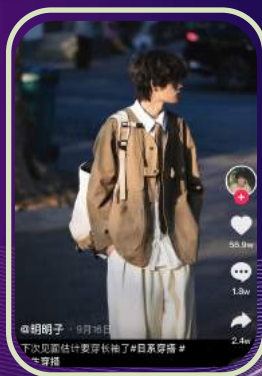
点赞量：
16万+

播放量：
1000万+

产品卖点展示：

- 通过前后细节部分的展示，突出产品的高质量
- 以同款不同色卫衣上身展示上身效果

长袖



点赞量：
56万+

播放量：
1400万+

产品卖点展示：

- 推荐男士长袖，视频先展示配色思路，后通过上身效果进行推荐
- 以不同色彩搭配的上身展示图片来推荐男士日式穿搭风格

优秀内容案例-女装：击中女性核心需求，配合效果性展示

女士服饰品类更加多样，不同类型服饰都有粉丝群体关注。除了三季度为初秋品类带来市场外，女性对于显瘦、有型等实际穿搭需求的内容给予了更高的关注。

半身裙



点赞量：
29万+

播放量：
2000万+

产品卖点展示：

- 针对微胖女生的半身裙穿搭
- 穿搭前后效果对比，突出显瘦这一产品亮点

毛衣



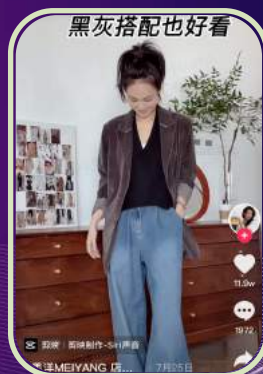
点赞量：
130万+

播放量：
2000万+

产品卖点展示：

- 多种毛衣搭配展示，为用户提供风格参考
- 突出“平价”这一特点，更具“种草”效果

马甲套装



点赞量：
12万+

播放量：
800万+

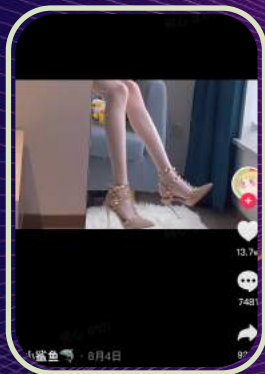
产品卖点展示：

- 真人展示穿搭效果，对比前后试穿效果
- 全方位展示搭配过程，更具信服

优秀内容案例-鞋履：关注产品特点，易搭配成为卖点

鞋履相关内容的呈现，主要针对鞋履品类的特点进行细节展示，集中突出鞋履单品的优点，不仅展示材质、款式等基本信息，鞋履在不同场景下的搭配性也是重要的卖点。

高跟鞋



点赞量：
13万+



播放量：
1800万+

产品卖点展示：

- 参与话题#高跟鞋卡点 对多种高跟鞋进行展示
- 真人上脚展示，更具真实感

皮鞋



点赞量：
5万+



播放量：
110万+

产品卖点展示：

- 根据不同价格区间推荐小众皮鞋，对国货牌子进行安利
- 推荐不同场景下适合的皮鞋品牌

篮球鞋



点赞量：
32万+



播放量：
250万+

产品卖点展示：

- 兼顾“颜值”和“实战性”两个优点，推荐冷门但好穿的篮球鞋
- 多款产品全方位测评，先上脚细节展示后直接实地测评

Part.3

服饰行业用户洞察

女性对服饰内容的关注度明显高于男性

2021年三季度，抖音端服饰用户中女性具有高占比、高渗透的特征。在今日头条和西瓜视频端，男性用户占比高于女性，但男性用户对服饰视频内容的关注度明显低于女性。

2021Q3巨量引擎服饰行业核心人群性别分布

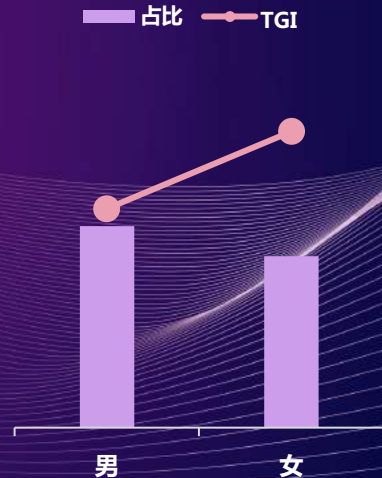
【抖音】



【今日头条】



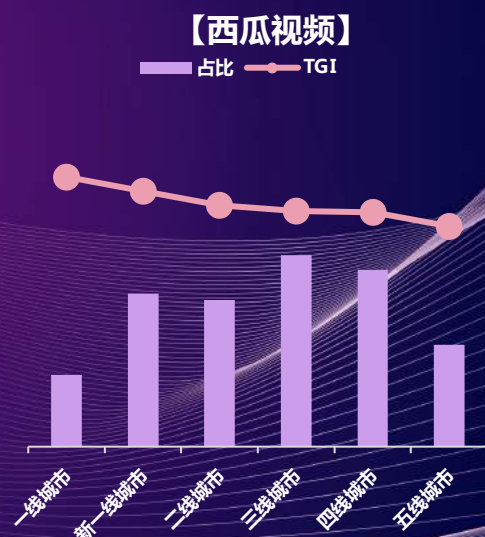
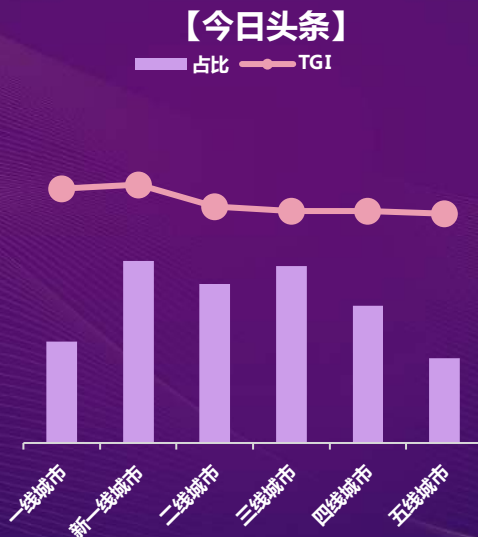
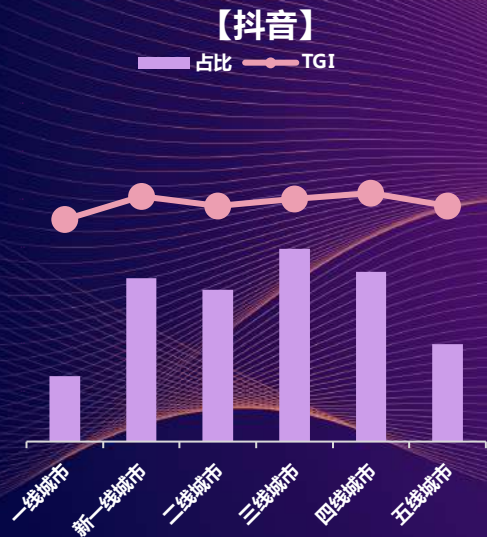
【西瓜视频】



地域分布相对均衡，西瓜视频高线城市对服饰内容呈现更高的关注度

从地域角度分析，整体上服饰用户的分布相对均衡，行业具备全民普适性；在西瓜视频端，高线城市对于服饰的关注度明显高于低线城市。

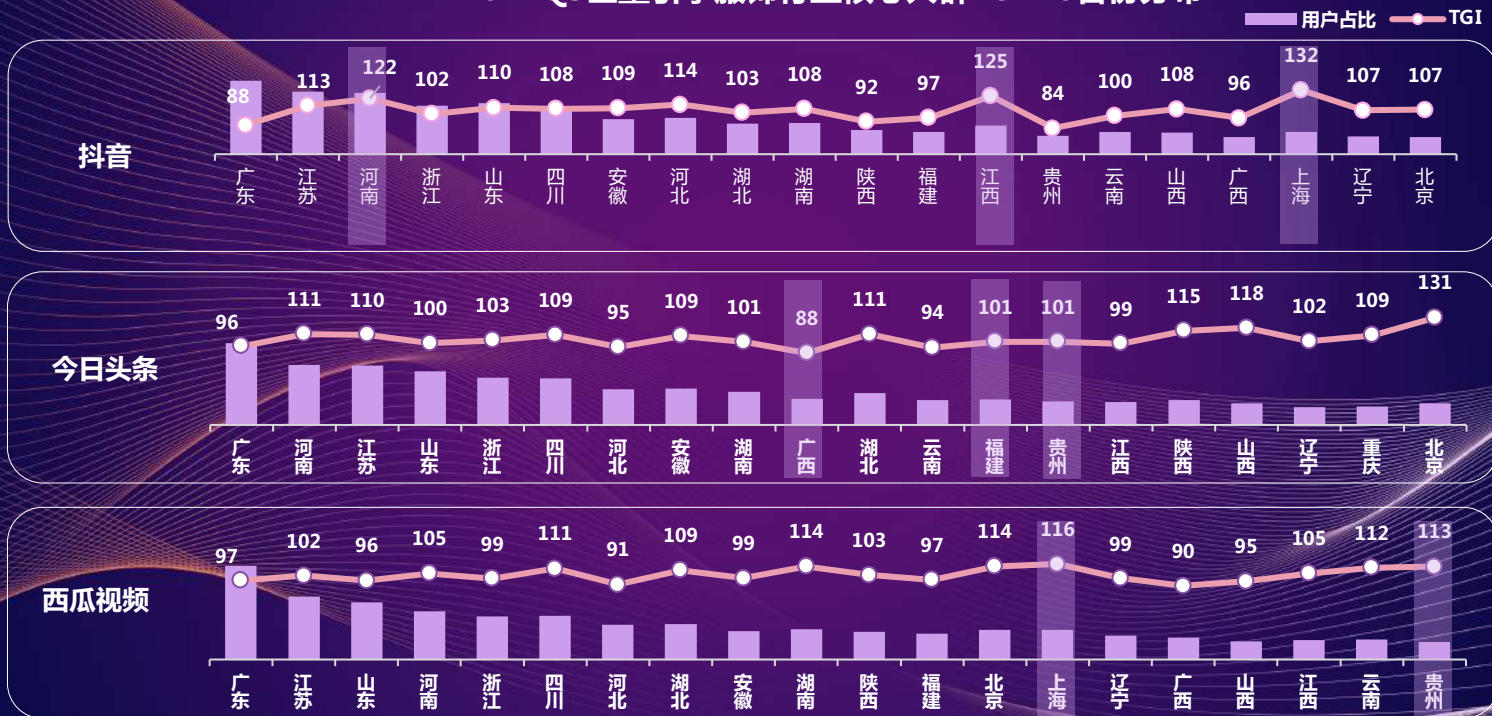
2021Q3巨量引擎服饰行业核心人群城市等级分布



数据来源：巨量算数，2021Q3

不同产品端的服饰用户省份分布差异较大

2021Q3巨量引擎服饰行业核心人群TOP20省份分布

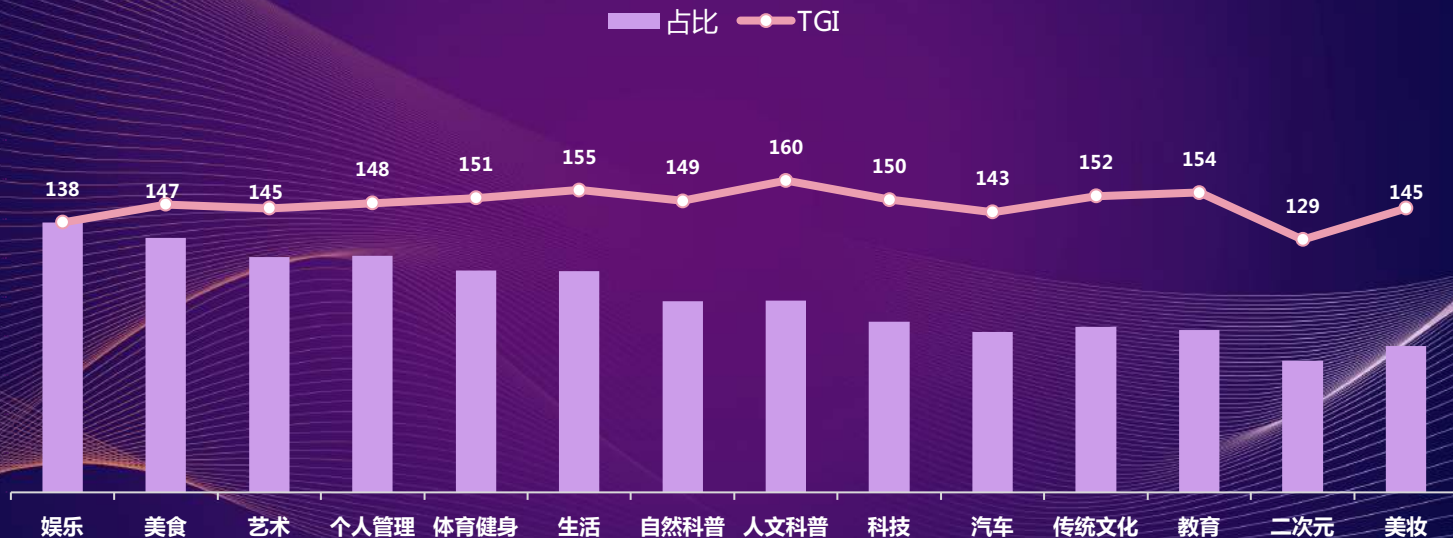


数据来源：巨量算数，2021Q3

娱乐、美食、艺术、个人管理、体育健身达人是主要关注达人类型

抖音服饰用户除了关注穿搭类达人之外，对人文科普、生活、教育等类型的达人也表现更明确的兴趣。

2021Q3【抖音】服饰人群内容兴趣分布（关注的达人类型分布）



夏装热度不减，秋装单品颇受关注

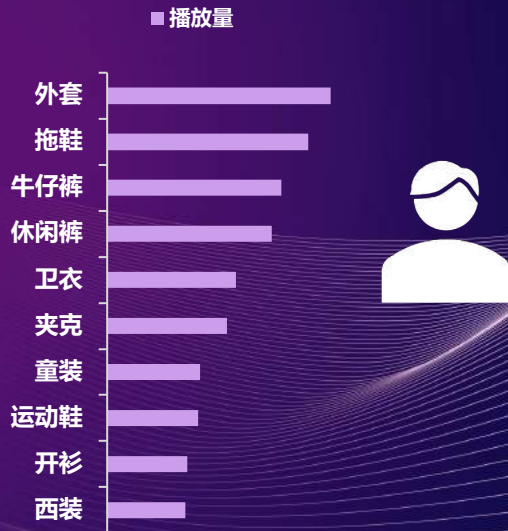
受到三季度的气候影响，男装、女装主要关注品类呈现出明显季节性，连衣裙、吊带、拖鞋等夏装品类的播放量居高，同时，打底衫、外套、卫衣、夹克等初秋品类的热度也在迅速攀升。

2021Q3【抖音】不同性别人群的服饰品类偏好

【女性】关注TOP品类



【男性】关注TOP品类



80、90后对童装关注度高，连衣裙热度居高不下

从年龄分布上看，24-30岁及31-40岁人群关注品类相似，童装、连衣裙、高跟鞋、拖鞋、男士外套是这两个区间人群最关注的品类。综合各年龄区间来看，卫衣、外套等秋季品类受到关注。

【抖音】不同年龄人群的服饰品类偏好



数据来源：巨量算数，2021年9月

The background is a deep purple with abstract, flowing white and light purple lines that create a sense of movement. There are also several large, semi-transparent circles in shades of purple and white scattered across the frame.

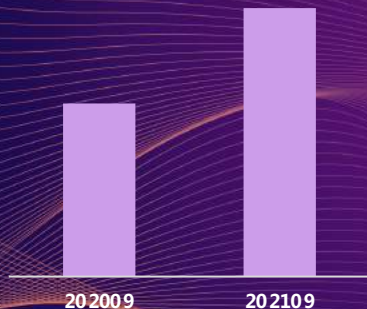
Part.4

服饰创作者生态

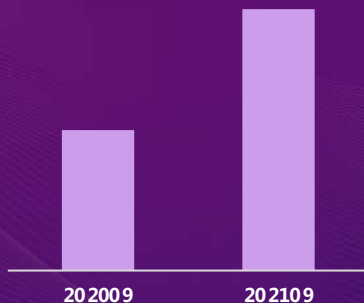
抖音服饰创作者数量保持稳定增长

创作者是抖音服饰行业内容质量和数量的重要保证。2021年三季度，抖音服饰创作者、达人、企业号数量稳定增长，进一步推动了抖音服饰内容生态的繁荣和丰富。

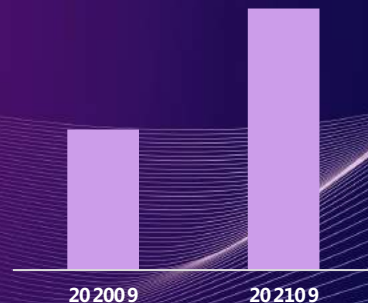
2020-2021年【抖音】
服饰内容创作者数量趋势



2020-2021年【抖音】
服饰内容达人数量趋势



2020-2021年【抖音】
服饰内容企业号数量趋势



多元穿衣风格均能出圈，差异化特性穿搭收获高关注

服饰类典型达人种类多样，穿衣风格呈现多元化的特点。不同风格的达人通过个性化的穿搭展示、突出反差对比的日常搭配分享，收获了大量关注。

Lolita



@长寇

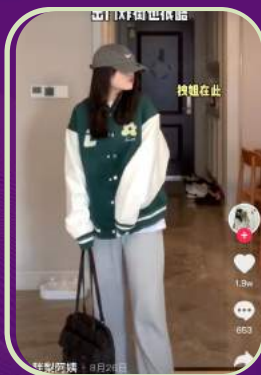
点赞量：
550万+

粉丝数：
49万+

达人特点：

- 主要专注Lolita服饰，擅长上身实拍展示
- 风格唯美可爱，漫展相关视频引起广泛关注

女士穿搭



@胖梨阿姨

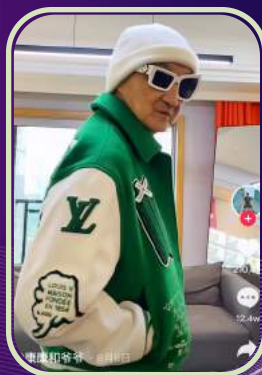
点赞量：
920万+

粉丝数：
277万+

达人特点：

- 梨形身材女孩穿搭教程，分享日常穿搭
- 主要分享显瘦穿搭好物，击中女生核心需求

男士穿搭



@康康和爷爷

点赞量：
4600万+

粉丝数：
360万+

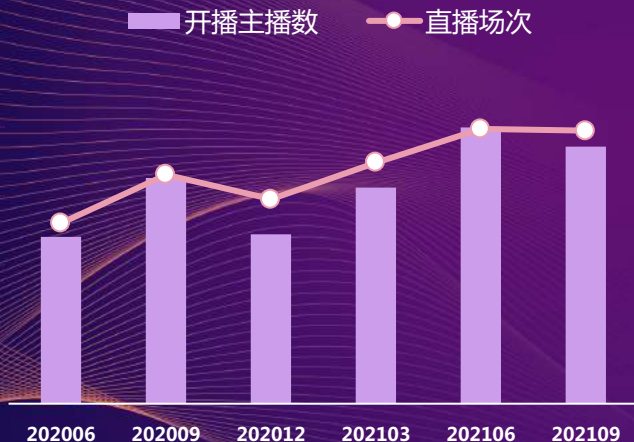
达人特点：

- 视频分享爷爷的日常穿搭，展现老年人对穿搭的不同态度
- 新潮的打扮与爷爷的年纪形成反差，新奇有趣

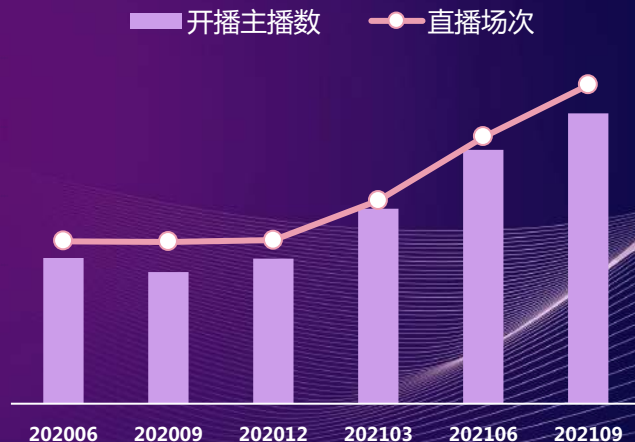
抖音服饰直播表现亮眼，行业开播氛围活跃

抖音服饰行业企业号开播主播数量和直播场次增长迅速，受到第三季度的“抖音818新潮好物节”等活动的影响，越来越多的企业号选择以销售为目标直播，紧跟电商节进行有节奏的投放，完成流量到销量的转化。

2020-2021年
抖音穿搭类主播直播表现趋势



2020-2021年
抖音服饰企业号直播表现趋势



服饰行业直播案例：达人直播+企业直播

2021Q3抖音穿搭类优秀主播

主播名称	直播观看次数	直播评论次数
袖恩女装	5000w+	400w+
睦火火	5000w+	300w+
白伊伊的女装店	5000w+	300w+
chicmoss大表姐	3000w+	500w+
随源隋心	3000w+	100w+
千屿sheila	2000w+	400w+
周小迎studio	2000w+	80w+
胖大敏	2000w+	70w+
坚强的藕妹	2000w+	60w+
琴琴妮	1000w+	70w+
梧小桐studio	1000w+	60w+

2021Q3抖音服饰行业优秀直播企业号

主播名称	直播观看次数	直播评论次数
鸿星尔克品牌官方旗舰店	3亿+	2500w+
adidas官方旗舰店	2亿+	1500w+
太平鸟女装官方旗舰店	8000w+	300w+
URBAN REVIVO	6000w+	200w+
Teenie Weenie官方旗舰店	6000w+	300w+
伊芙丽官方旗舰店	5000w+	400w+
巴拉巴拉官方旗舰店	5000w+	1000w+
贵人鸟鞋类旗舰店	4000w+	200w+
秋水伊人官方旗舰店	4000w+	100w+
STACCATO思加图官方旗舰店	4000w+	100w+

数据来源：巨量算数，2021Q3

声 明

本报告由“巨量算数”制作。

报告中文字、数据等内容受中国知识产权相关法律法规保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

“巨量算数”对报告中所引用的第三方数据及其他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。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过addata@bytedance.com联系我们。

“巨量算数”是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎先进的数据与技术优势，坚持客观严谨的理念，输出内容趋势、产业研究、广告策略等前沿的洞察与观点，同时，开放巨量算数指数、巨量算数榜单数据分析工具，满足企业、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

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



巨量算数公众号



巨量算数官网

THANKS

2021年11月