

羊毛

新人群

新趋势

# 2021羊毛材质 消费趋势洞察

**CBN'DATA**  
第一财经商业数据中心



THE  
WOOLMARK  
COMPANY



天猫 **T.MALL.COM**

© 2021 CBNData. All rights reserved.

# TABLE OF CONTENTS 目录



- PART1  
羊毛消费正当时
- PART2  
羊毛材质“新势力”消费人群崛起
- PART3  
多功能羊毛引领三大消费趋势浪潮



# PART 01

羊毛消费  
正当时

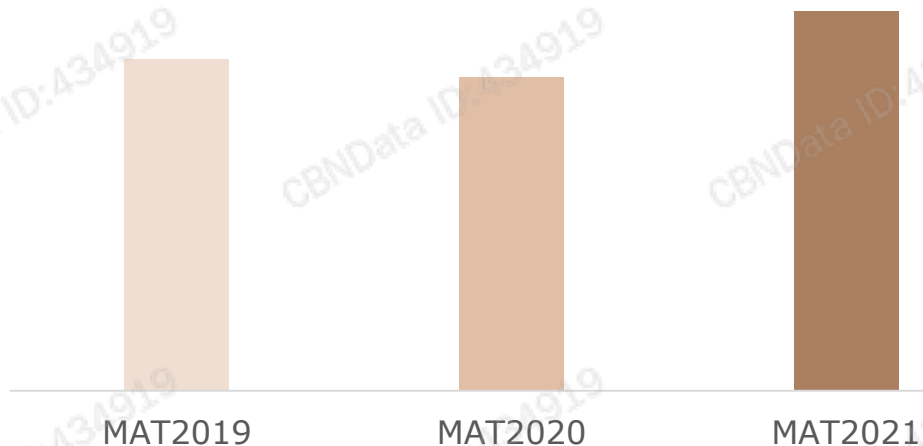


## 疫情后期羊毛服饰消费回暖，消费规模超历史

疫情后期，天猫平台羊毛服饰品类消费回暖，消费规模攀高，其中消费人数的增长、客单价的提升及消费频次的提高是羊毛服饰市场增长的主导因素。

MAT2019-MAT2021天猫羊毛服饰消费规模

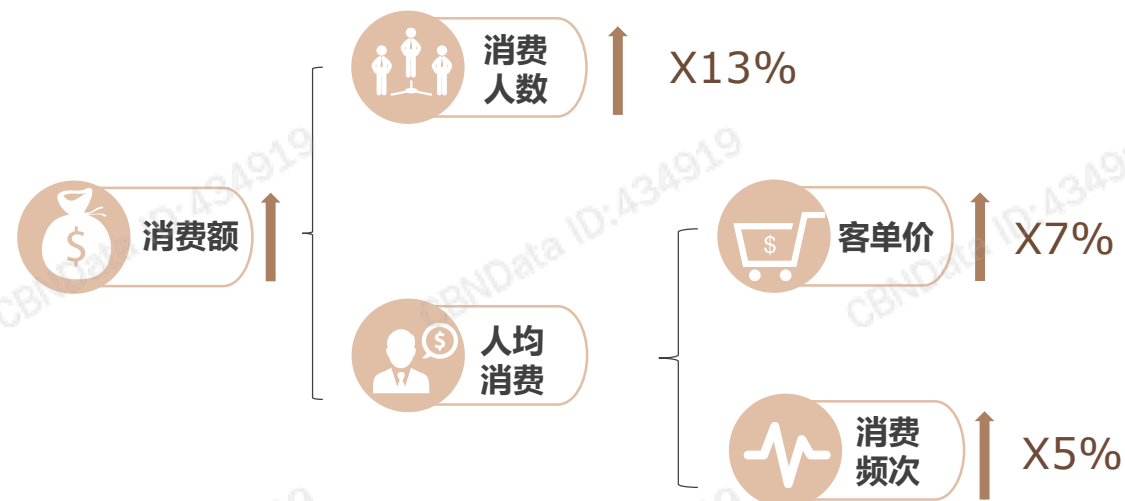
MAT2019 MAT2020 MAT2021



数据来源：CBNData消费大数据

MAT: Moving annual total, 指滚动年度总计 (示例: MAT2021=2020.7.1-2021.6.30)

MAT2021天猫羊毛服饰品类消费增长因素拆解



数据来源：CBNData消费大数据

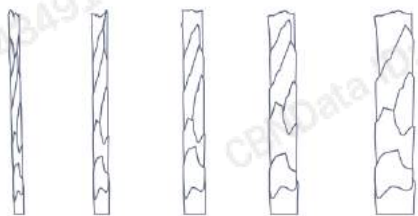
# 羊毛科普：源自大自然馈赠的高性能纤维

## 羊毛知多少

目前羊毛主要分为以下两类

### 美丽诺羊毛

细度：大致23微米以及更细  
纤维长度：55-75毫米  
蜷曲度：强



极细	超细	细支	中支	粗支
14.6-16.5μm	16.6-18.5μm	18.6-20.5μm	20.6-22.5μm	22.6-24.5μm

### 其他羊毛

细度：大致25微米以及更粗  
纤维长度：70-150 毫米  
蜷曲度：适中



特粗  
+25μm

资料来源：外部数据整理

## 羊毛的性能优势

八大性能优势



100%天然



抗异味



100%可生物降解



易护理



湿度管理



透气性



温度调节



耐污性

资料来源：外部数据整理

# WOOLMARK国际权威羊毛认证：为消费者提供专业与安心的质量保证

## WOOLMARK羊毛标志



### 纯羊毛标志

代表着羊毛含量是100%，且该产品达到羊毛标志产品标准

### 高比例羊毛混纺标志

代表着羊毛含量至少50%，且该产品达到羊毛标志产品标准



### 羊毛混纺标志

代表着羊毛含量在30%-49.99%，且该产品达到羊毛标志产品标准



## 什么是WOOLMARK羊毛标志

- 纯羊毛标志 (WOOLMARK) 诞生于1964年，是世界上知名的纺织品质纤维标志之一，由 THE WOOLMARK COMPANY 及其附属公司拥有。
- 它是对羊毛产品的独立质量保证，而不对羊绒进行认证。迄今为止，已在超过50亿件羊毛产品上使用过。
- WOOLMARK产品必须在独立授权实验室测试并获得THE WOOLMARK COMPANY批准。

## 羊毛标志认证的五项测试

- 01 纤维含量：检查产品的纤维成分与声称的纤维含量是否一致
- 02 耐光色牢度：将羊毛产品放置在最严苛的光照条件下长达10小时，以确保其颜色的持久性
- 03 耐用性：将羊毛产品放置于极端受力环境中一挤压、拉扯、拉伸至其物理极限一以测量它的强力
- 04 洗涤性能：在洗衣机中洗涤羊毛产品，以测试其缩水和变形等性能
- 05 耐液体色牢度：检验羊毛产品在其使用寿命内对于通常会遇到的各类液体的耐受度

\*纯羊毛标志是国际羊毛局(THE WOOLMARK COMPANY)注册的商标。©2019 国际羊毛局(THE WOOLMARK COMPANY)版权所有。

资料来源：外部数据整理

## WOOLMARK x 天猫：行业共建，打造更加便捷的购物体验

国际羊毛局与天猫行业共建，完成搜索导航页面升级，为消费者提供更加便捷有效的购物体验。当消费者在手机淘宝搜索羊毛衫等关键词，即可进入羊毛体系支撑下的趋势共建页面，通过趋势、品牌、品类等多个维度，完成快速检索，为消费者品质消费升级提供了解决方案，建立了快速了解羊毛的搜索渠道。

### 趋势指引



图片来源：淘宝客户端

### 品类指引



图片来源：淘宝客户端

### 品牌指引



图片来源：淘宝客户端





## PART 02

羊毛材质 “新势力”  
消费人群崛起

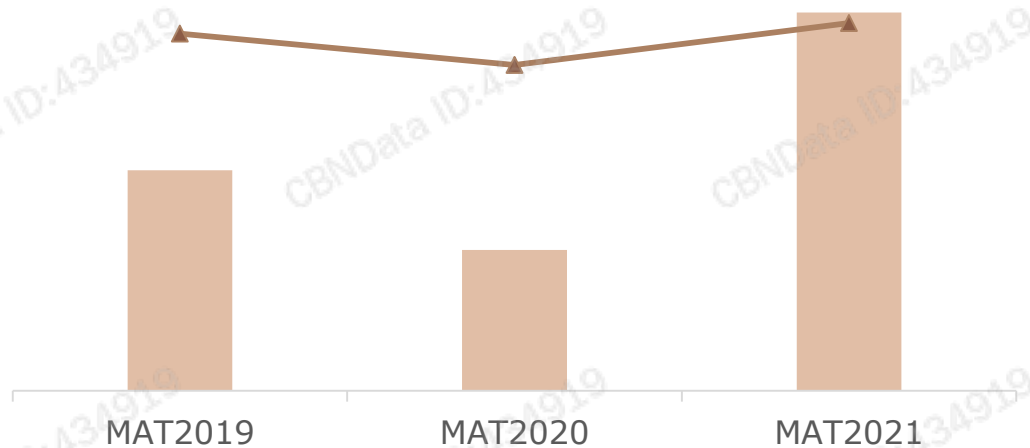


## “疫”后羊毛消费人数强势增长，品质穿着成消费者享受生活的新形式

疫情后期，追求品质生活成为新的消费理念，在服饰消费上同样追求品质化的体验。MAT2021天猫羊毛类服饰消费人数实现强势增长，人群渗透率随之扩大，同时客单价也实现较大幅度增长，追求品质穿着正在成为消费者享受生活的新形式。

MAT2019-MAT2021天猫羊毛服饰  
消费人数及人群渗透率变化

羊毛材质-消费人数 人群渗透率

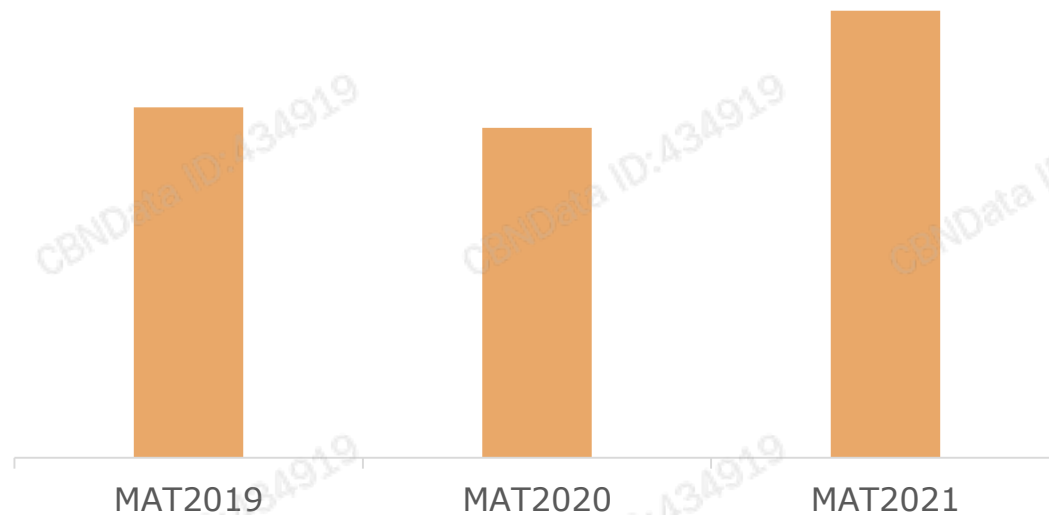


数据来源：CBNDATA消费大数据

人群渗透率=羊毛服饰消费人数/整体服饰消费人数

MAT2019-MAT2021天猫羊毛服饰消费客单价变化

客单价

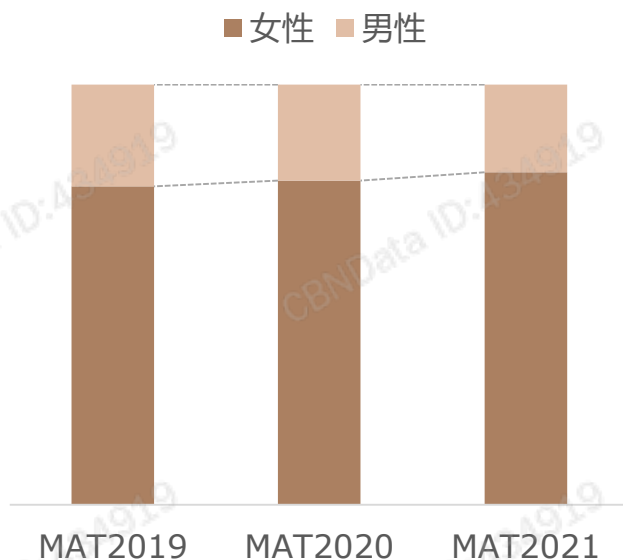


数据来源：CBNDATA消费大数据

## 女性消费力持续攀升，一二线城市引领羊毛消费浪潮

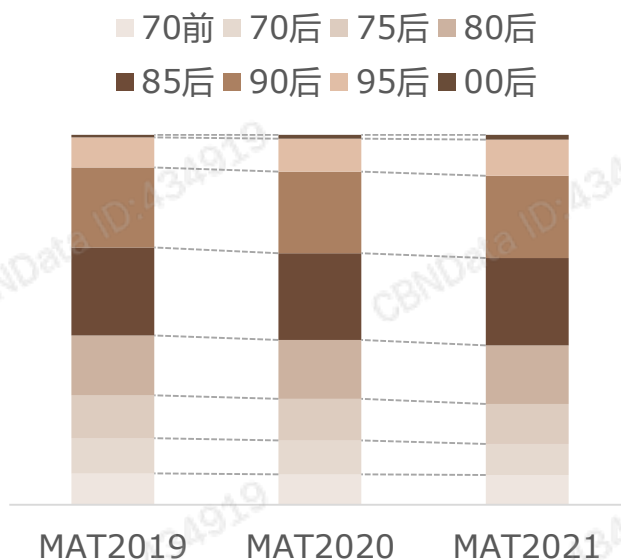
女性是羊毛服饰的主力消费人群且消费力持续增长。从代际分布来看，85后及90后中青年群体是羊毛服饰的核心力量，95后及00后年轻群体渐有崛起之势。来自一二线的消费者持续引领羊毛服饰消费新浪潮。

MAT2019-MAT2021天猫羊毛服饰不同性别消费规模占比趋势



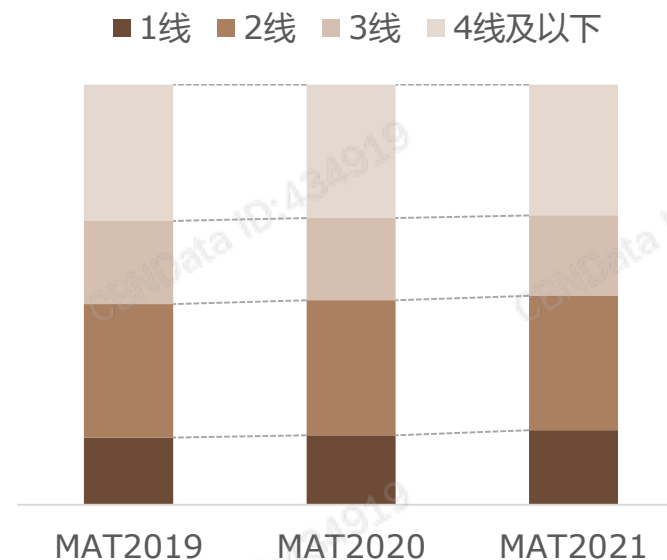
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2021天猫羊毛服饰不同代际消费规模占比趋势



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019-MAT2021天猫羊毛服饰不同城市线级消费规模占比趋势

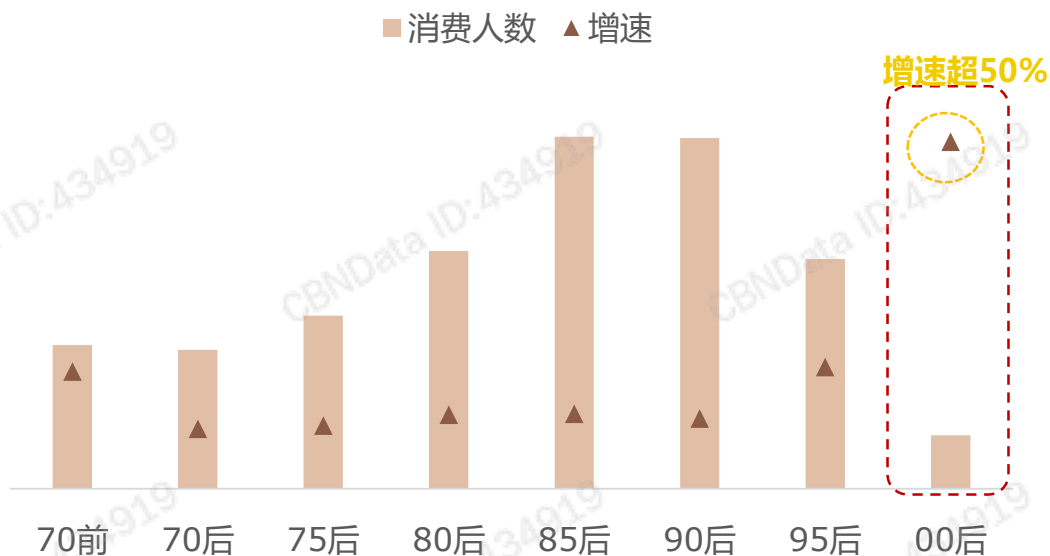


数据来源：CBNData消费大数据

## 年轻消费者逐渐崛起，羊毛已不再是奶奶专属

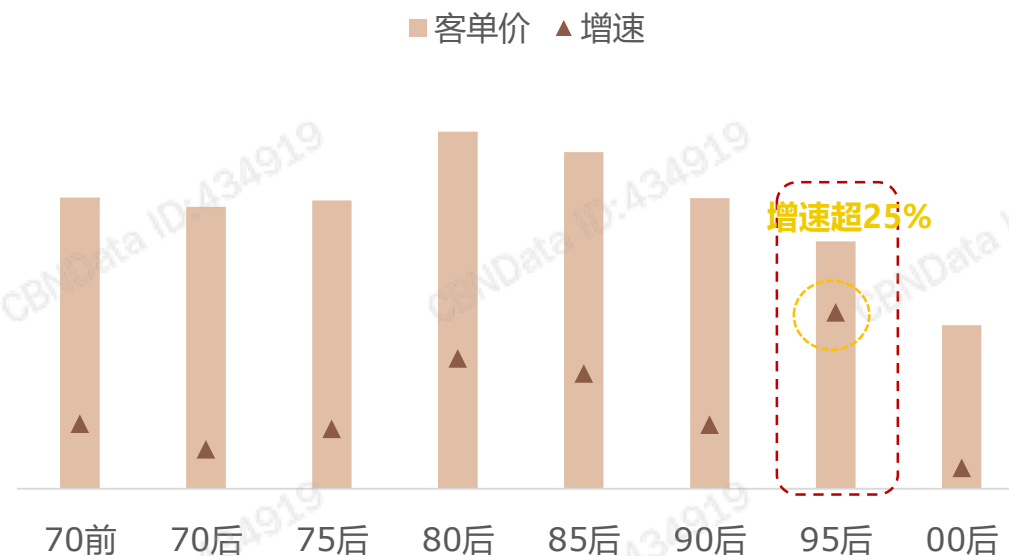
随着羊毛类服饰风格的多样化，羊毛已不再是奶奶专属，越来越多的年轻消费者将目光投向了羊毛服饰。天猫数据显示，近年来95后及00后等年轻群体在羊毛服饰上的消费人数增长显著，且愿意投入更多的花费。

MAT2021天猫羊毛服饰不同代际消费人群分布及增速变化



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021天猫羊毛服饰不同代际客单价分布及增速变化



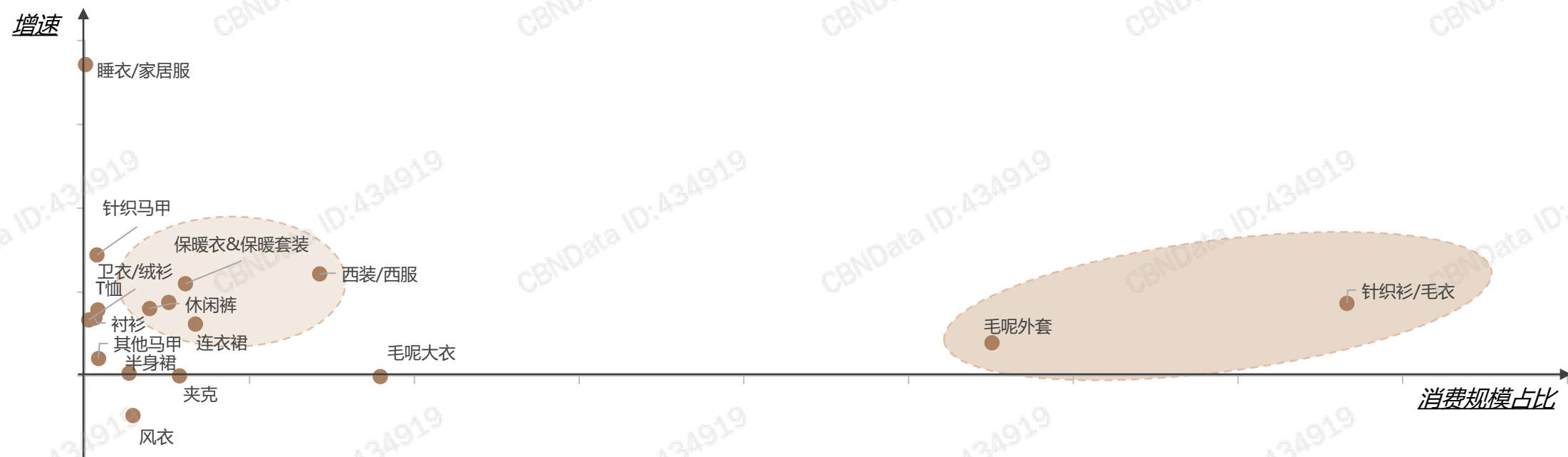
数据来源：CBNData消费大数据



## 年轻人羊毛品类消费多样化，新兴品类现增长势头

新入场的年轻消费者在羊毛服饰消费中有着更加多样的选择。毛呢外套、毛衣、毛针织衫等传统羊毛类服饰消费基础稳固，同时，西服、休闲裤、连衣裙等新兴羊毛类服饰逐渐呈现出增长势头，成为年轻消费者的消费新宠。

MAT2021天猫羊毛服饰品类年轻消费群体消费规模占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据；年轻消费群体定义：90后及Z世代消费人群



# PART 03

多功能羊毛引领  
三大消费趋势浪潮

## 消费趋势总结

01

### 体验升级

创新工艺的升级给羊毛纤维的应用带来了更多的可能性，满足了新常态生活方式下消费者对羊毛服饰多样化的功能诉求

02

### 场景破圈

高性能的羊毛纤维，使得羊毛制成的服饰能够满足多样化的场景穿着需求，不再仅限于工作和家庭，也适用于通勤路上，轻旅行等穿着场景

03

### 天然环保

与人造纤维相比，羊毛纤维具备100%可再生、100%可生物降解的天然环保属性，成为可持续时尚产业发展不可或缺的部分



//

# 01 体验升级

//

创新工艺的升级给羊毛纤维的应用带来了更多的可能性，  
满足了新常态生活方式下消费者对羊毛服饰舒适性、跨季节、运动着装、易护理、防风拒水等的功能诉求

## 羊毛制作工艺升级赋能穿着体验升级

创新升级的制作工艺不断发挥羊毛与生俱来的优势，使各种羊毛面料应用成为可能。无论是基础保暖亲肤的穿着需求，还是吸汗速干、防风拒水等高阶需求场景，羊毛面料均能满足。

体验升级

场景破圈

天然环保



舒适加分

超细纤维/天然弹性  
助力舒适加分



功能强大

强大温度与湿度调节  
功能支持多场景穿着



易护理

升级防缩水工艺  
保持羊毛有型



柔中带刚

良好隔离性能强化  
衣物气候防护功能

资料来源：图片源自网络

## 美丽诺羊毛性能出色，满足多元穿着需求

来自澳大利亚的美丽诺羊毛凭借其出色的性能，能够满足消费者舒适亲肤、吸汗透气、易护理、防风拒水等多元化的穿着场景。在天猫消费平台，美丽诺羊毛复合增长率达到74%，超过整体羊毛服饰。

74%



MAT2021天猫美丽诺羊毛服饰复合增长率

数据来源：CBNData消费大数据

23%



MAT2021天猫整体羊毛服饰复合增长率

数据来源：CBNData消费大数据

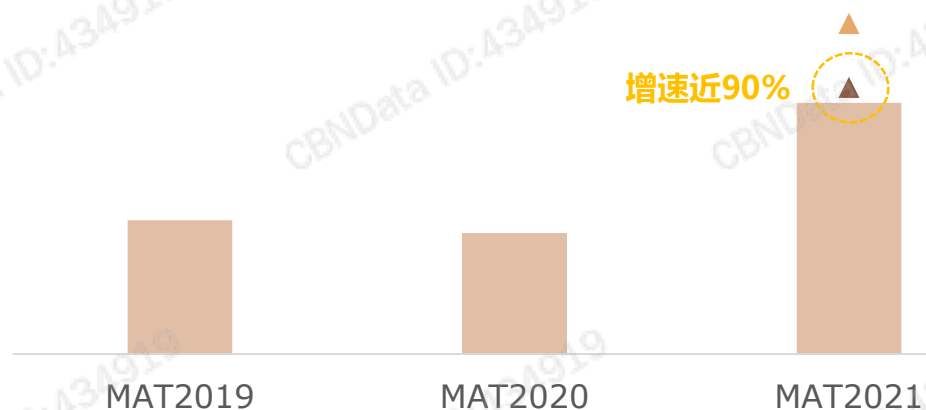


## 舒适加分 | 弹性、柔肤成为羊毛服饰热门需求，美丽诺自带优势助力舒适加分

后疫情时代，“悦己”型消费理念逐渐影响消费者，在羊毛服饰消费领域，MAT2021羊毛服饰消费规模达到新高，其中美丽诺羊毛同样增速明显，追求更加舒适亲肤的穿着体验同样成为消费者取悦自己的方式。

MAT2019-MAT2021天猫弹性/柔肤属性羊毛服饰  
消费规模及增速对比

■ 整体羊毛品类销售规模 ▲ 整体羊毛品类增长率  
▲ 美丽诺羊毛增长率



数据来源：CBNData消费大数据

### 美丽诺羊毛三大优势助力舒适加分

#### 温度调节

美丽诺羊毛是“活性”纤维，具有湿气传导功能。天气寒冷时提供温暖，天气炎热时保持凉爽



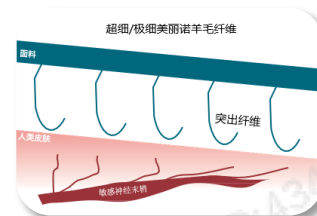
#### 亲肤性

美丽诺羊毛更纤细柔软、易弯曲，对皮肤刺激较小



#### 天然弹性

美丽诺羊毛纤维可拉伸自身长度的30%，弯折2万次也不断裂

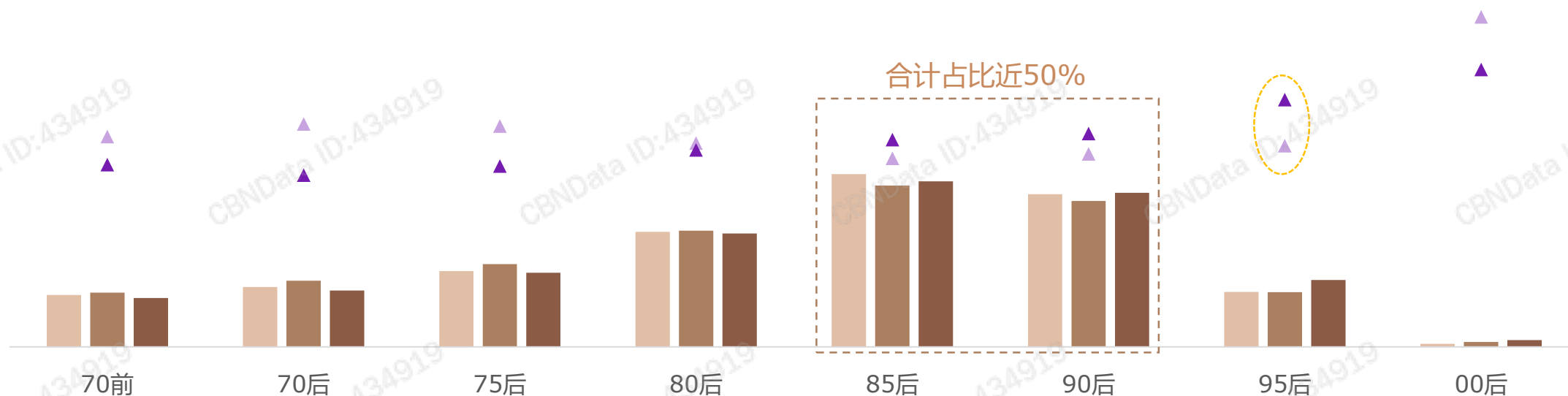


## 舒适加分 | 85后和90后是追求舒适性的主力军，95后成追求舒适潜力军

85后、90后人群对舒适性更为看重，是弹性/柔肤属性羊毛服饰的消费主力军，合计消费占比近50%。95后消费群体具备一定的消费基础，且近年消费规模持续高增长，是追求羊毛服饰舒适性的潜力军。

MAT2019-MAT2021天猫弹性/柔肤属性羊毛服饰不同代际消费规模占比及增速对比

MAT2019消费占比 MAT2020消费占比 MAT2021消费占比 MAT2020增速 MAT2021增速



数据来源：CBNData消费大数据

## 舒适加分 | 跨季节穿着，羊毛材质不再仅限于冬天

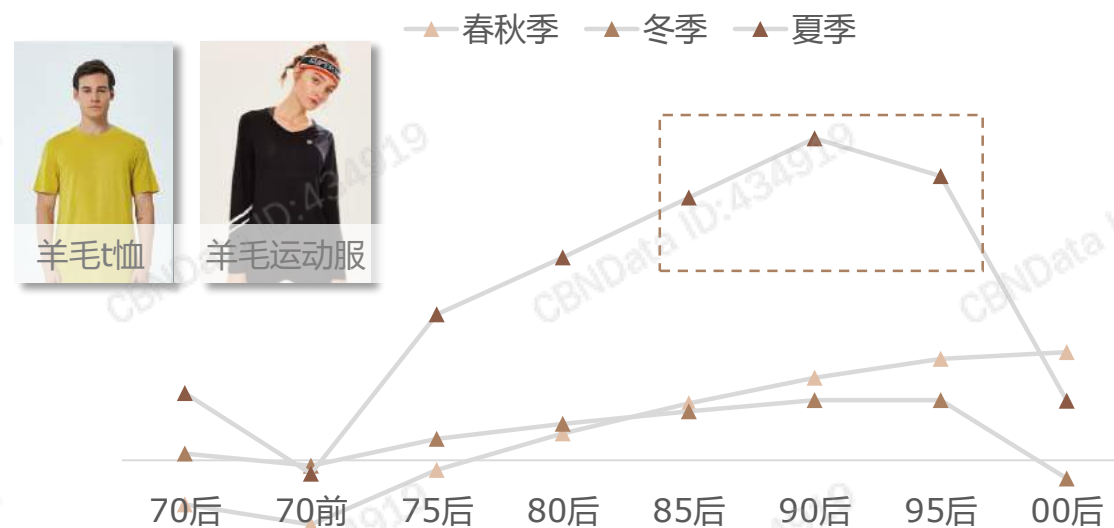
夏日羊毛服饰消费规模日益增长，看重生活品质的新潮青年群体在跨季节穿着中体现出较大的消费潜力。随着消费需求的迭代，各类服饰的穿着场景不断延伸，羊毛类服饰不再只是冬季的穿着代名词。得益于羊毛天然的吸湿性和透气性，使穿着者即使在炎热的夏季和多汗的运动场景，也能保持皮肤畅快呼吸。

MAT2021天猫羊毛材质服饰不同季节销售占比及增速对比



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021天猫不同季节羊毛服饰不同代际客单价增速



数据来源：CBNData消费大数据

资料来源：图片源自网络

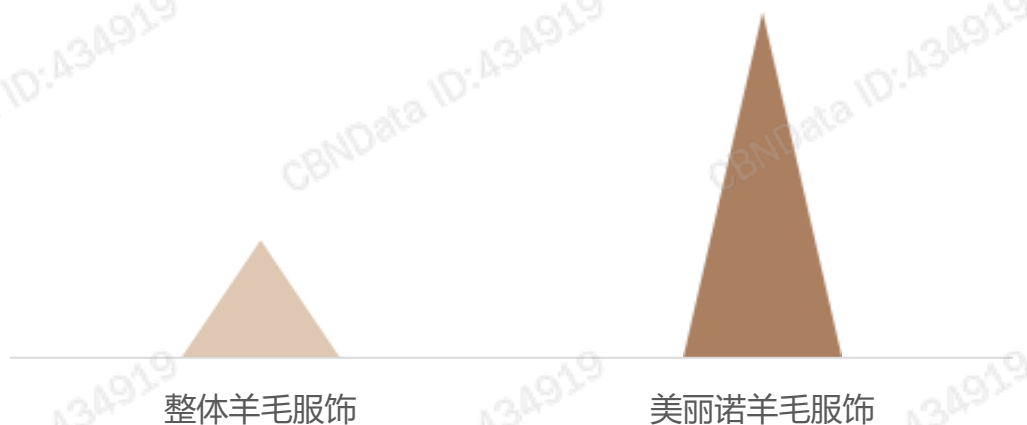


## 功能强大 | 出色的吸汗及透气性能，促使羊毛服饰向多领域延伸

多场景的服饰穿着促使消费者对羊毛服饰的功能性提出了更多的诉求。相较于整体羊毛服饰，美丽诺羊毛在吸汗/透气/抗异味等性能上表现出更明显的优势，独特纤维结构中的带电荷侧链，使其具备强大的湿度和温度调节功能，能够轻松应对运动健身、训练等多汗场景，平衡体表与外界的湿度关系，确保穿着者在运动时仍保持舒适干爽的体感。

MAT2021天猫吸汗/透气/抗异味概念在不同类目下的消费占比

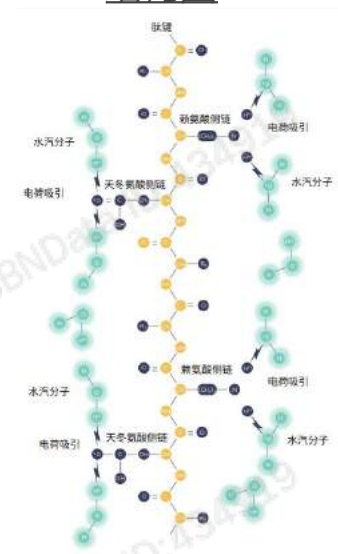
▲ 整体羊毛服饰 ▲ 美丽诺羊毛服饰



数据来源：CBNData消费大数据

美丽诺羊毛独特的分子结构为其提供出色的性能

美丽诺羊毛纤维的分子结构图



湿气传导

美丽诺羊毛纤维能将身体表面的大量湿气传导到空气中，维持皮肤表面微气候干爽

透气性

良好湿气传导性能使得美丽诺羊毛具备极佳的透气性，使穿着者不易产生湿冷感

抗异味

复杂的化学结构有效将异味分子锁在纤维内部，并只在洗涤时予以释放

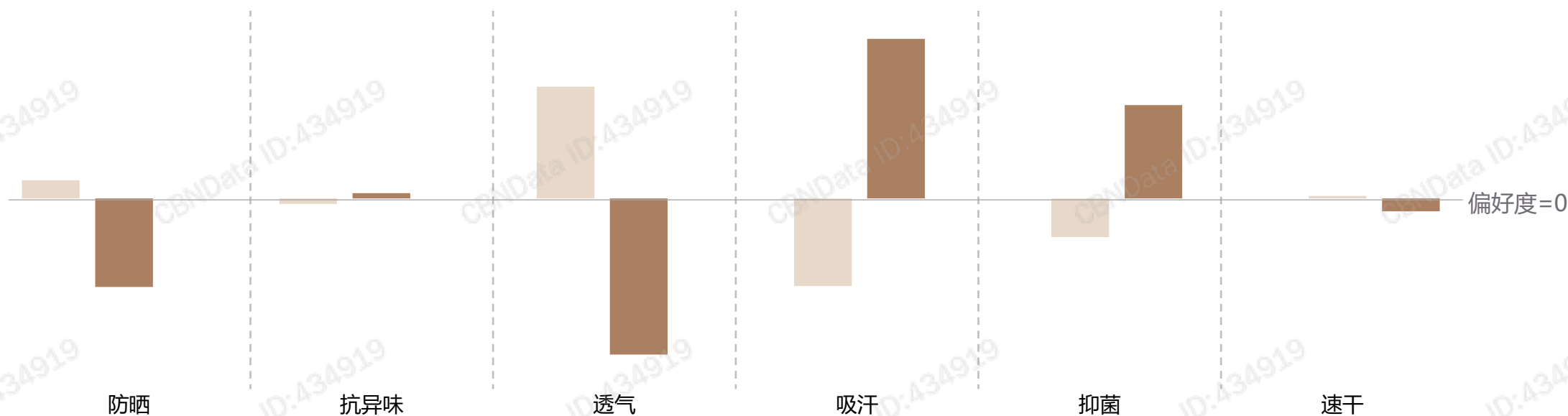
数据来源：外部数据整理

## 功能强大 | 女性对透气性高要求，男性更看重吸汗效果

生活方式及体质的差异使得不同性别消费者对于羊毛服饰的功能性偏好有较大的差异，女性消费者对于着装的透气性和防晒性更为在意，而男性消费者则更加看重吸汗能力及抑菌效果。

MAT2021天猫不同性别消费者对不同功能性羊毛服饰偏好度

■ 女性 ■ 男性



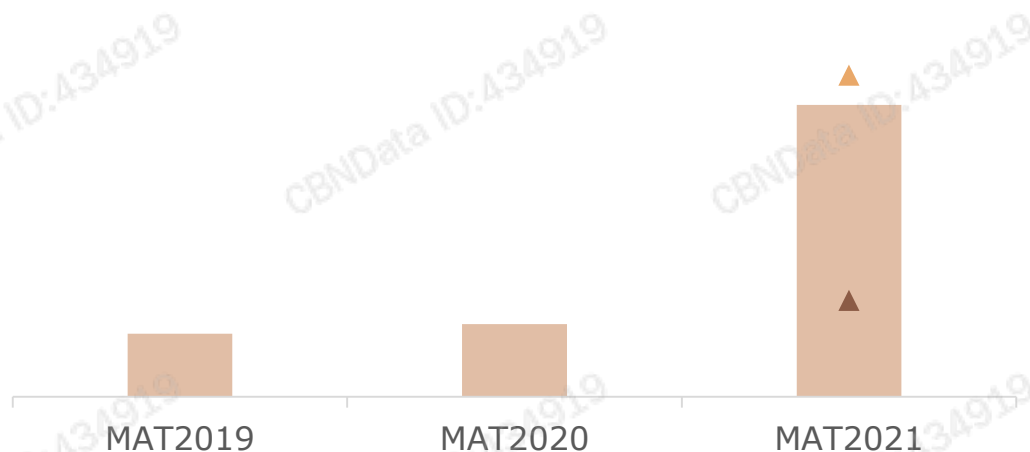
数据来源：CBNData消费大数据，服饰功能偏好度=（不同性别人群不同功能服饰消费占比-整体人群不同功能服饰消费占比）\*100，偏好度>0为偏好，偏好度<0为不偏好

## 易护理 | 升级工艺为羊毛服饰“易护理”属性加持

MAT2021易护理属性羊毛服饰消费规模达到新高，快节奏的生活方式使得消费者对羊毛服饰的护理提出了更高的诉求。而创新的防缩水工艺使得大多数美丽诺羊毛服饰支持可机洗、可烘干的洗涤方式，极大程度的满足了消费者对羊毛服饰的清洗和养护的需求，促使具备易护理属性的美丽诺羊毛服饰增速显著。

MAT2019-MAT2021天猫易护理属性羊毛服饰消费规模及增速对比

■ 整体羊毛品类销售规模 ▲ 整体羊毛品类增长率  
▲ 美丽诺羊毛增长率



数据来源：CBNDATA消费大数据

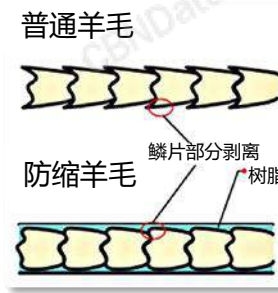
### 更懂上班族的易护理羊毛

产品示例：



#### 可机洗羊毛

采用先进防缩技术，将羊毛进行去鳞化处理，使之表面更光滑，且多次洗涤仍保证衣物不会变形



资料来源：图片源自品牌淘宝旗舰店

## 易护理 | “易护理”成上班族刚需，Z世代逐渐为“好打理”买单

在被两点一线、996充斥的生活中，能够轻松解放双手的易护理羊毛服饰成为城市上班族的刚需。GenZ年轻一代增速明显，具备易护理、好打理的羊毛服饰逐渐成为吸引他们购买的一大要素。

MAT2021天猫八大人群对易护理羊毛服饰品类的规模占比及增速





## 易护理 | 羊毛服饰护理小tips

掌握正确的羊毛护理技巧并搭配羊毛衣物洗护标签说明，可以有效保持羊毛服饰如新的样式和质感。

### 读懂护理标签

#### ① 只可干洗

带有该护理说明的服装需送至专业干洗店洗涤。

#### ② 手洗

带有该护理说明的服装应放入温水中手洗，使用温和型洗涤剂。

#### ③ 可机洗

带有该护理说明的服装可使用家用洗衣机洗涤。推荐选择“羊毛”或“轻柔”程序进行洗涤。

#### ④ 全面易护理或可机洗可滚筒烘干

带有该洗涤说明的服装可以机洗并可滚筒低温烘干。

### 掌握羊毛护理指南



#### ① 清空口袋

在储存或洗涤前，应当先清空口袋，除去腰带、珠宝和其它配饰，以避免衣物下垂或起皱。储存前需拉好衣物拉链并系好纽扣。



#### ② 除尘

仅适用于梭织服装。使用服装专用软毛刷纵向轻刷换下来的衣物，以去除羊毛服装表面的灰尘，防止时间久了形成污渍。



#### ③ 通风

去除羊毛服装上的烟味或食物气味，可以将其平铺于床上或毛巾上约一个小时。梭织服装也可以使用合适的衣架悬挂于通风处。



#### ④ 存放

梭织羊毛服装应悬挂于有型或带有垫衬的挂衣架上。针织服装应轻柔折叠，存放于抽屉中。



#### ⑤ 间隔穿着

羊毛衣服搁置24小时后再穿。这样羊毛纤维可以有足够的时间恢复原有的弹性，衣物不易变形。



#### ⑥ 焕新

羊毛服装在打开包装或穿着后，可以挂在充满蒸汽的浴室里进行翻新。蒸汽中的水分会消除褶皱。这样羊毛套装就可以焕然一新。



#### ⑦ 阴干

潮湿的羊毛服装应在室温条件下阴干，避免阳光直射或高温干燥。



#### ⑧ 熨烫

羊毛服装一般不需要熨烫，但就非常光滑的织物而言，熨烫后的外观可能更加出众。羊毛服装只可以使用蒸汽熨烫。将熨斗调至羊毛档，且避免使用熨斗干烫衣物。



#### ⑨ 轻质面料护理

轻质的羊毛织物可能需要更长的时间才能消除褶皱。用湿布或蒸汽熨斗（调节至羊毛档）熨烫衣服，可去除褶皱。



#### ⑩ 长期收纳

衣物上的食物污渍和身体油脂会招致虫蛀，在收纳前必须先确保服装的清洁，再将其放入密封袋或储物箱内保存。推荐使用带有纯羊毛标志认证的衣物防蛀剂，但不要将其直接放置于衣物上。

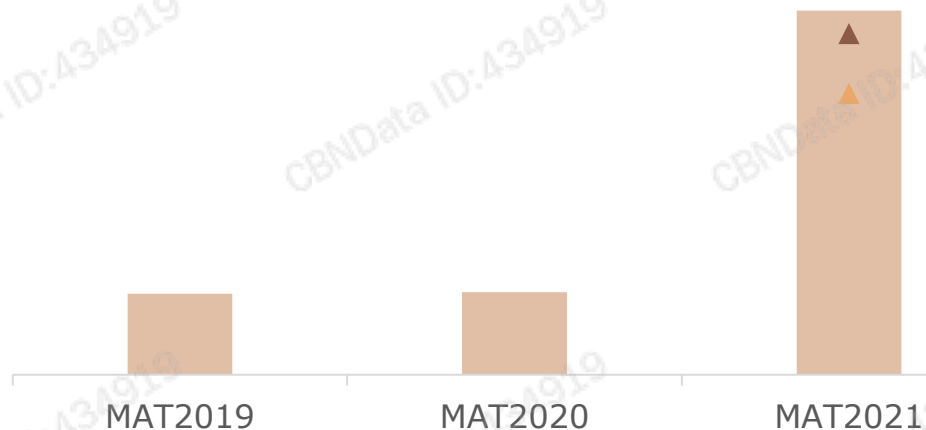
资料来源：外部数据整理

## 柔中带刚 | 羊毛类服饰功能性见长，满足多场景着装需求

MAT2021年功能性羊毛服饰销售规模猛增，其中美丽诺羊毛增速亮眼，消费者对于防风拒水类羊毛服饰的需求逐渐进入发展阶段。不同于传统对于羊毛服饰柔软的印象，创新的工艺赋予了羊毛类服饰更多的功能性，以满足消费者在不同气候及室内外场景下的穿着需求。

MAT2019-MAT2021天猫防风/拒水/抗皱属性羊毛服饰消费规模及增速对比

■ 整体羊毛品类销售规模 ▲ 整体羊毛品类增长率  
▲ 美丽诺羊毛增长率



数据来源：CBNData消费大数据

### 卓越的纤维拉伸技术助力美丽诺羊毛柔中带刚

#### 防风/拒水

采用最新的Option TM毛条拉伸技术，不加防水助剂，打造独特的100%美丽诺羊毛功能面料，可抵御风雨。在面料被赋予拒水防风性能的同时，很好的保留了羊毛本身的天然特性。



#### 抗皱

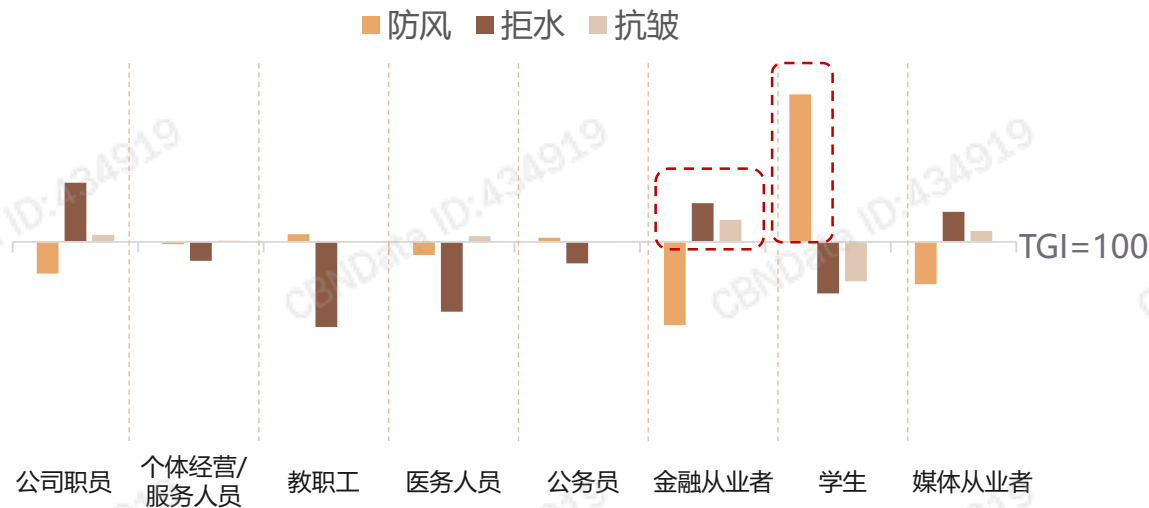
美丽诺羊毛折叠和卷曲后仍能恢复到原来的形状，抗皱性能优越。

数据来源：外部数据整理

# 柔中带刚 | 学生党需要防风属性加持，商务精英更看重体面利落

学生党对具备防风属性的羊毛服饰更钟情，而公务员、金融从业者则更看重衣物的拒水、抗皱功能，以保持职场中的体面得体。在功能羊毛服饰的选择中，风衣、夹克、毛呢外套、西装等备受偏爱。而多数职业群体尚未形成对羊毛防风拒水抗皱属性的认知，对功能性羊毛服饰偏好度仍较弱。

MAT2021天猫不同职业消费人群对羊毛不同性能  
偏好分布



数据来源：CBNDData消费大数据

TGI=某职业中各功能羊毛消费额占比/整体人群中该功能羊毛消费额占比\*100，TGI越高表示偏好度越高

MAT2021天猫不同功能羊毛服装TOP3叶子类目

	防风	拒水	抗皱
1	毛呢大衣	夹克	毛呢外套
2	风衣	西服	西服
3	保暖裤	风衣	短外套

数据来源：CBNDData消费大数据

//

# 02 场景破圈

//

高性能的羊毛纤维，使得羊毛制成的服饰能够满足多样化的场景穿着需求，不再仅限于工作和家庭，也适用于通勤路上，轻旅行，休闲运动，一英里生活圈等穿着场景



## 羊毛功能性强大，场景破圈不设限

羊毛以其强大的功能性，逐渐满足越来越多的场景需求。从风格休闲慵懒的都市穿梭场景，到面料亲肤无菌的舒适居家场景，再到面料高级、剪裁利落的精英职场场景，甚至是色彩活泼、防水防风的野奢潮搭场景，都有羊毛服装的身影。



都市穿梭

休闲高街出型  
轻盈走遍全城



舒适居家

无菌亲肤超透气  
随穿随搭可机洗



精英职场

高级面料创新工艺  
升级职场精英魅力



野奢潮搭

鲜活明快新色系  
荒野潮流有生机

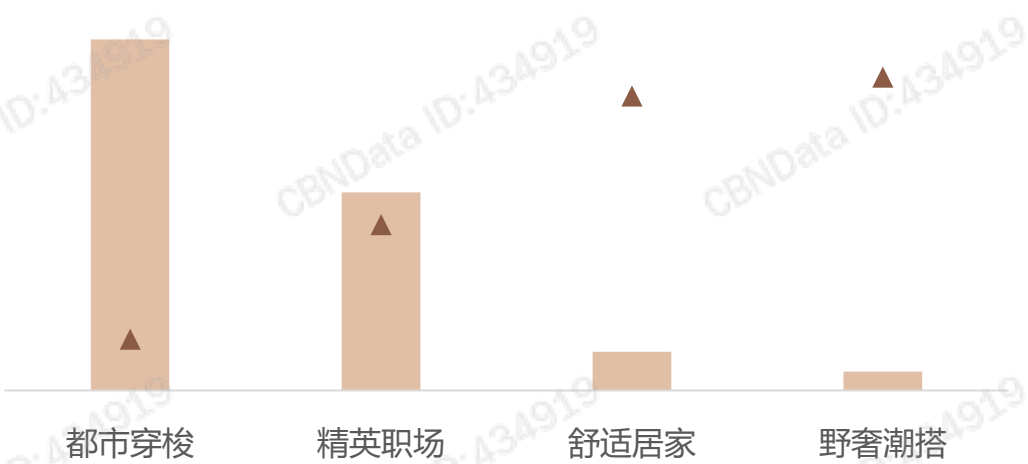
资料来源：图片源自网络

# 都市穿梭场景最热门，职场精英潇洒掷千金

在羊毛服装的主要消费场景中，都市穿梭是最热门的场景。精英职场消费规模较大且增速较快，客单价也领先于其他场景，前景明朗。舒适居家和野奢潮搭消费增速快，颇具发展潜力。

MAT2021天猫不同场景羊毛服装消费规模及增速

MAT2021消费规模 ▲ MAT2021消费增速

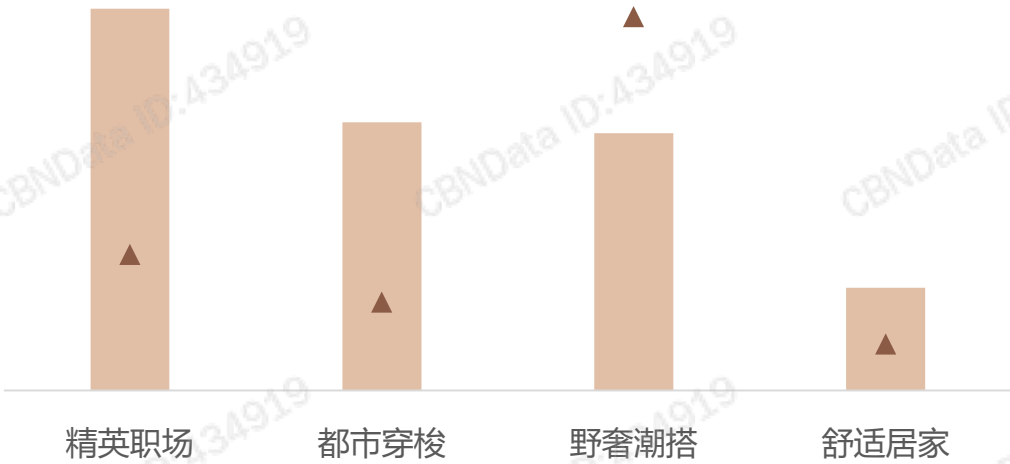


数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：为方便展示，野奢潮搭的消费规模视觉比例扩大到原来的100倍

MAT2021天猫羊毛服装不同场景客单价及增速

客单价 ▲ 客单价增速

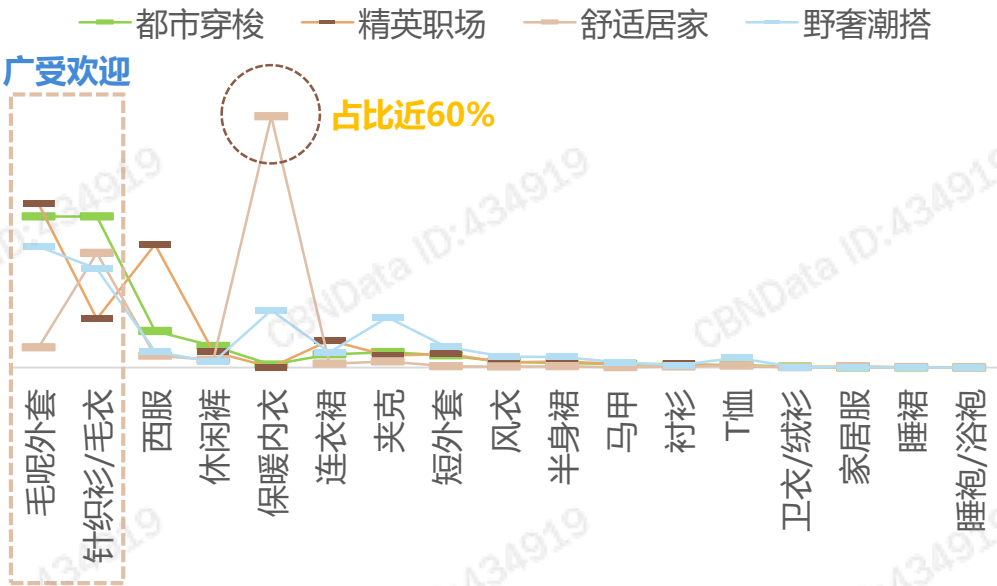


数据来源：CBNData消费大数据

# 舒适居家养生保暖最重要，毛呢外套和毛衣多场景皆宜

不同羊毛穿搭场景下，消费者有着不同的叶子类目偏好，例如在舒适居家场景下，温暖舒适的保暖内衣最受消费者欢迎，消费占比近六成。而风格多样的毛呢外套、针织衫/毛衣在各场景下均挺进前三，是最热门的羊毛服装类型。

MAT2021天猫不同场景羊毛服装各叶子类目消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：消费占比指某一场景下各个叶子类目的消费规模占该场景整体消费规模的比例

从左至右，MAT2021四个场景总消费规模递减

MAT2021天猫不同场景羊毛服装TOP3叶子类目

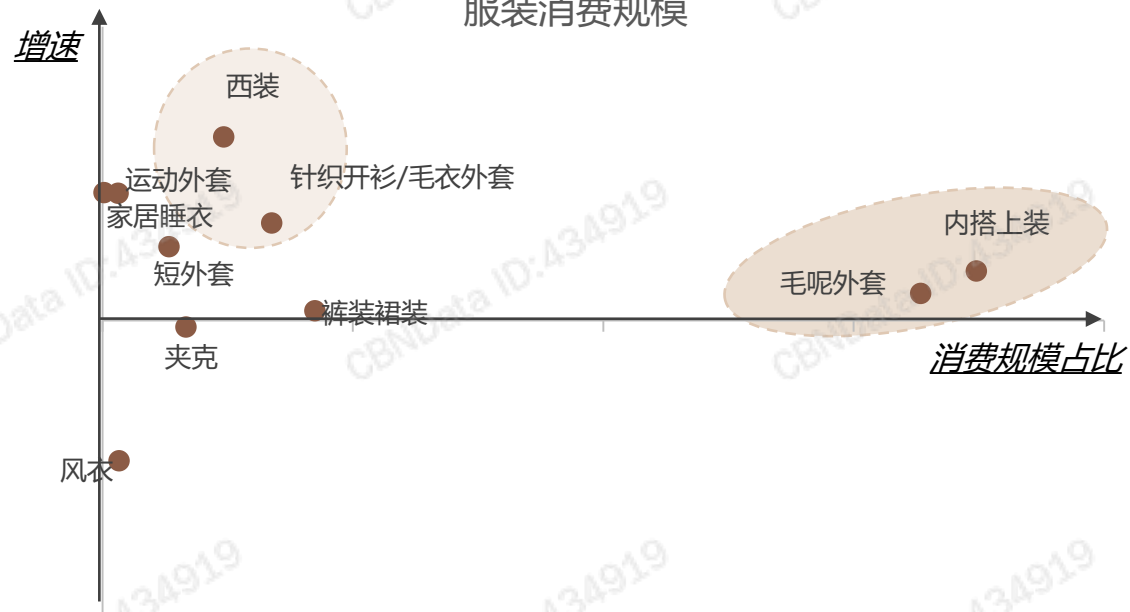
	都市穿梭	精英职场	舒适居家	野奢潮搭
1	针织衫/毛衣	毛呢外套	保暖内衣	毛呢外套
2	毛呢外套	西服	针织衫/毛衣	针织衫/毛衣
3	西服	针织衫/毛衣	毛呢外套	保暖内衣

数据来源：CBNData消费大数据

## 都市穿梭 | 外套类单品受喜爱，西装穿着场景延伸

在各类羊毛服饰中，潮流内搭上装及御寒保暖的毛呢外套消费占比最高。西装类服饰呈现高增长模式，穿着场景从职场向泛城市场景中延伸，休闲风西装逐渐融入日常穿着。

MAT2020-MAT2021天猫都市穿梭场景各类羊毛  
服装消费规模



数据来源：CBNData消费大数据

都市穿梭 - 产品示例



图片来源：天猫超级品类日-高端羊毛专场

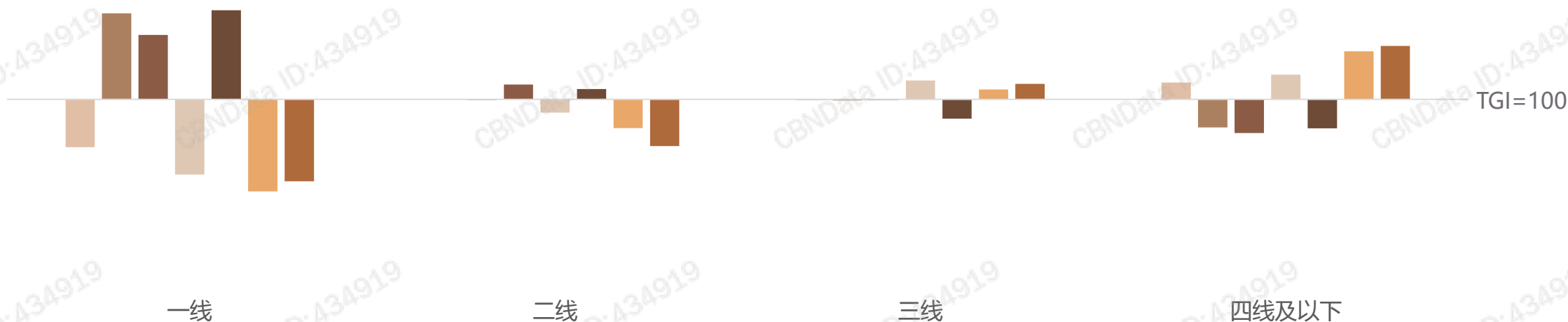


## 都市穿梭 | 一线城市追求品质穿着，下沉城市穿着更休闲

不同城市线级的消费者对各式羊毛外套有各自的偏好，不同城市线级之间穿着偏好明确。一线城市的消费者追求品质生活，西装、针织衫、短外套颇受青睐，下沉城市穿着则更休闲，运动外套、风衣、夹克更受偏爱。

MAT2021天猫都市穿梭场景不同城市线级各类羊毛外套消费偏好度

■ 毛呢外套 ■ 针织开衫/毛衣外套 ■ 西装外套 ■ 夹克 ■ 短外套 ■ 风衣 ■ 运动外套



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：TGI=某城市线级某类型外套消费人数占比/整体人群中某类型外套消费人数占比\*100，TGI越高表示偏好度越高  
大数据·全洞察

## 舒适居家 | 冬季居家羊毛服装需求旺，舒适和保暖是主要诉求

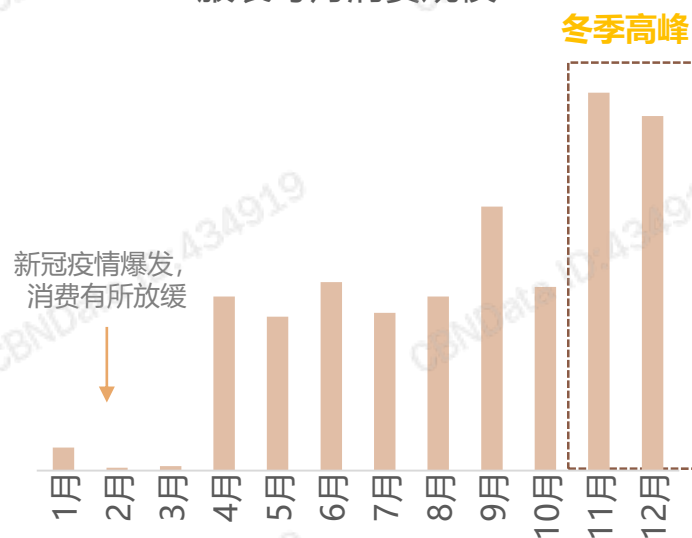
羊毛服装四季皆宜，但目前冬季添置羊毛居家服装的消费者心智最为成熟，11月和12月迎来居家羊毛服装的消费高峰，舒适和保暖是消费者对舒适居家场景中的羊毛服装的主要诉求。

MAT2021天猫舒适居家场景羊毛服装  
头部搜索词



数据来源：CBNData消费大数据

2020年天猫舒适居家场景羊毛  
服装每月消费规模



数据来源：CBNData消费大数据

舒适居家 - 产品示例



图片来源：天猫超级品类日-高端羊毛专场

## 舒适居家 | 追求生活质感，资深中产最舍得为舒适居家投资

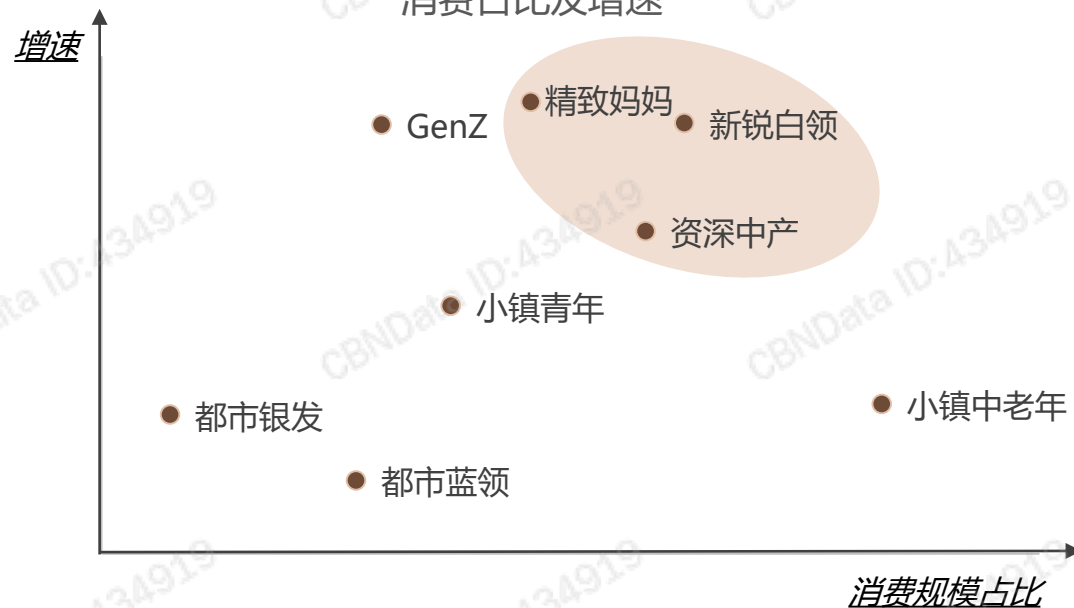
对生活品质有所讲究的精致妈妈、新锐白领、资深中产对居家羊毛服装的消费快速增长，其中资深中产最舍得为居家羊毛服装花钱。

体验升级

场景破圈

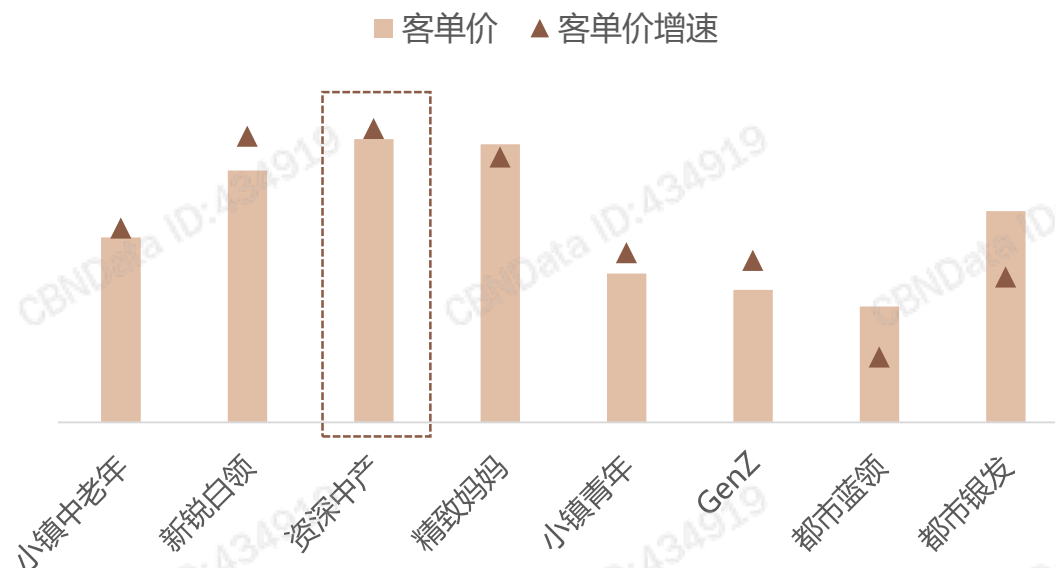
天然环保

MAT2021天猫八大人群舒适居家场景羊毛服装  
消费占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021天猫八大人群舒适居家场景羊毛服装  
客单价及增速



数据来源：CBNData消费大数据

## 精英职场 | 人靠衣装，利落职场装赋能公司职员和学生群体

公司职员是剪裁精致、面料高级、设计简约的职场羊毛服装的主力消费者，贡献了约50%的消费规模。作为职场“储备军”的学生群体在职场羊毛服装上的消费潜力高，其消费增速超70%，高于其他职业。

精英职场场景羊毛服装特点及产品示例

精致剪裁

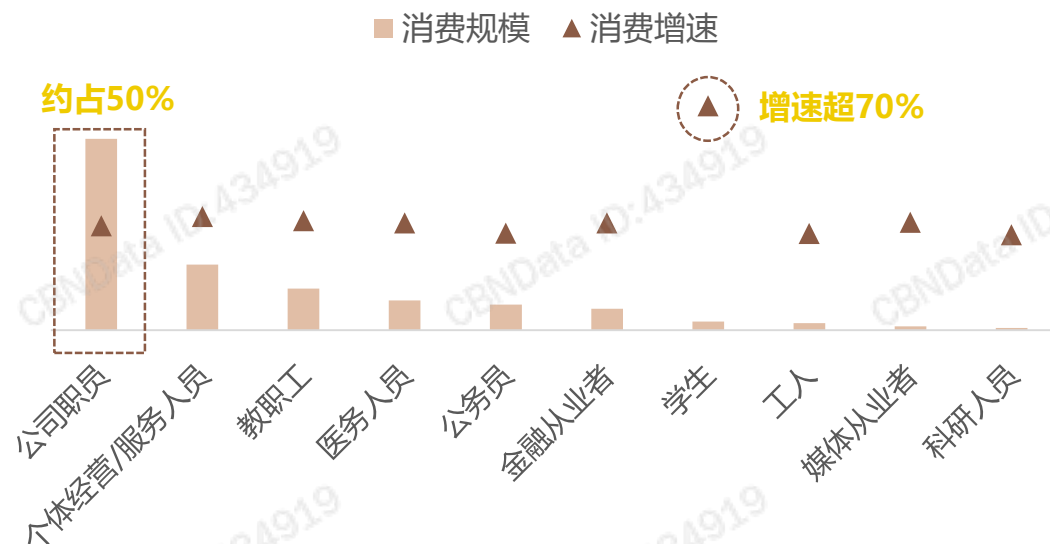
高级面料

简约设计



图片来源：天猫超级品类日-高端羊毛专场

MAT2021天猫精英职场场景不同职业羊毛服装消费规模及增速



数据来源：CBNData消费大数据

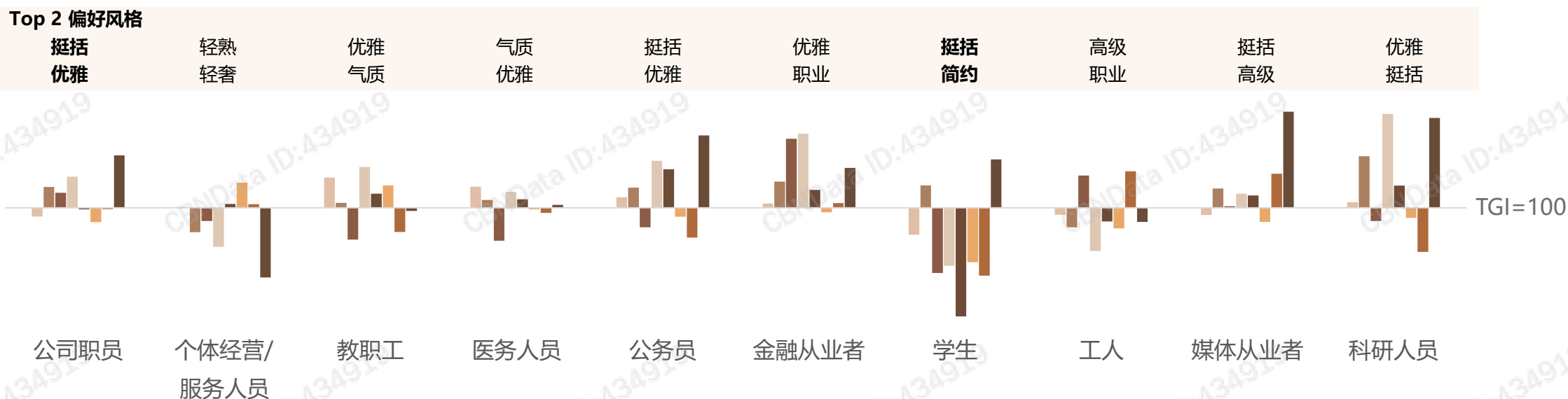


## 精英职场 | 公司职员偏爱挺括、优雅风，学生青睐挺括和简约风格

不同职业对羊毛服装的风格有着各自的偏好，“主力军”公司职员偏好挺括和优雅风格，“潜力军”学生则喜欢挺括和简约的设计。

MAT2021天猫精英职场场景不同职业各类羊毛服装风格偏好分布

■ 气质 ■ 简约 ■ 职业 ■ 优雅 ■ 轻奢 ■ 轻熟 ■ 高级 ■ 挺括



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：TGI=某职业中各风格消费人数占比/整体人群中该风格消费人数占比\*100，TGI越高表示偏好度越高  
大数据·全洞察

## 野奢潮搭 | 多样功能搭配明快色彩，羊毛服装成户外旅行优选

短途旅行、野外露营等亲近自然的户外活动改变着人们的休闲方式和着装理念，引领着人们去选择易于护理的、实用的、彰显个性的羊毛服装。



羊毛服装轻质、易叠放、抗皱，是短途户外旅行的优选“伴侣”。



羊毛服装还具备露营所需要的多种功能性，如防紫外线、抵御风雨、透气和抑菌。



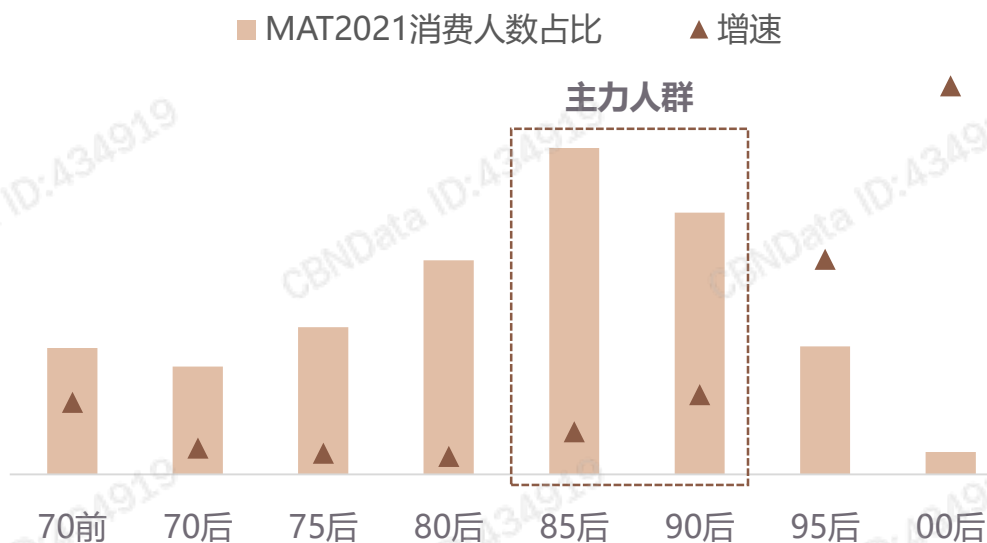
鲜活明快的色系成为羊毛服装的潮流新选择，旅行放松身心的同时也能彰显个性。

图片来源：天猫超级品类日-高端羊毛专场

## 野奢潮搭 | 85后和90后是野奢潮搭的主力人群，95后消费增速亮眼

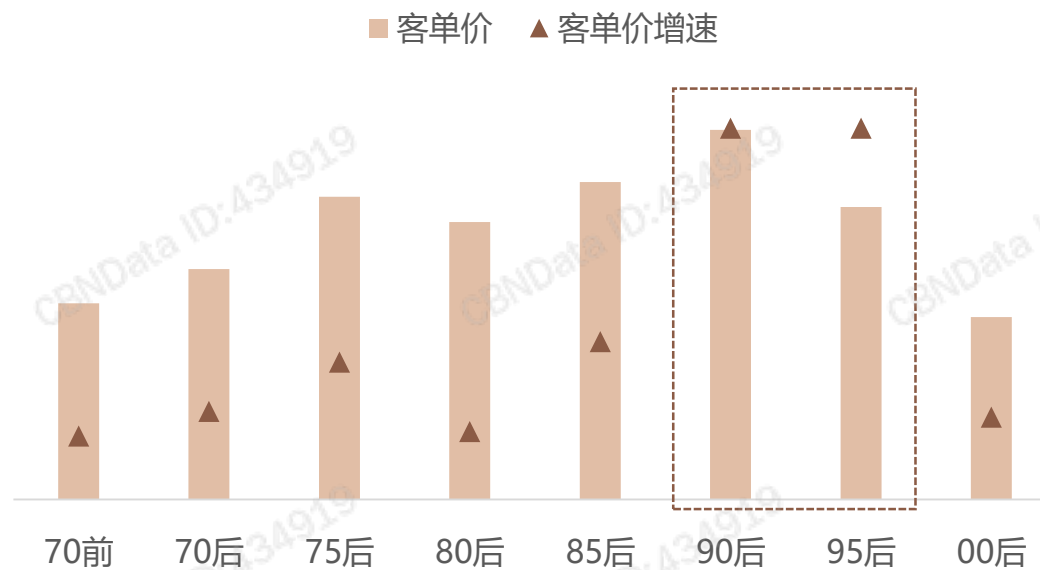
经济实力较为雄厚且热爱探索的85后和90后是野奢潮搭羊毛服装的主力消费人群，合计消费占比约50%。其中，90后的消费者最舍得为户外旅行添置羊毛服装，其客单价及增速领先其他代际。95后消费潜力较高，近两年在野奢潮搭场景下的羊毛服装花费不断增加。

MAT2020-MAT2021天猫野奢潮搭场景不同代际羊毛服装消费人数及增速



数据来源: CBNData消费大数据

MAT2021天猫野奢潮搭场景不同代际客单价及增速



数据来源: CBNData消费大数据

//

# 03 天然环保

//

生态环境的变化使得人们开始正视可持续时尚的重要性，与  
人造纤维相比，羊毛纤维具备100%可再生、100%可生物降解的天然环保属性，成为可持续时尚产业发展不可或缺的部分

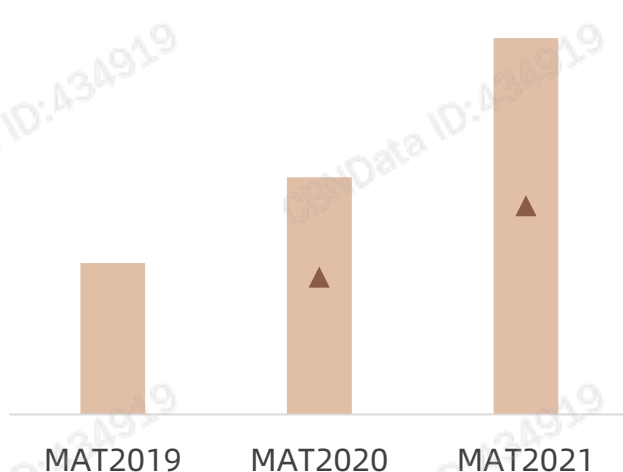


# 天然环保 | 消费者环保意识逐步加强，自带环保光环的羊毛一骑绝尘

随着全球生态环境的变化，环保逐渐成为不容忽视的设计倾向，天然面料服饰消费规模持续增长，消费者环保理念逐渐强化。其中，羊毛材质凭借其可降解、可再生的环保光环引领环保面料消费浪潮。

MAT2019-MAT2021天猫天然面料服装消费趋势

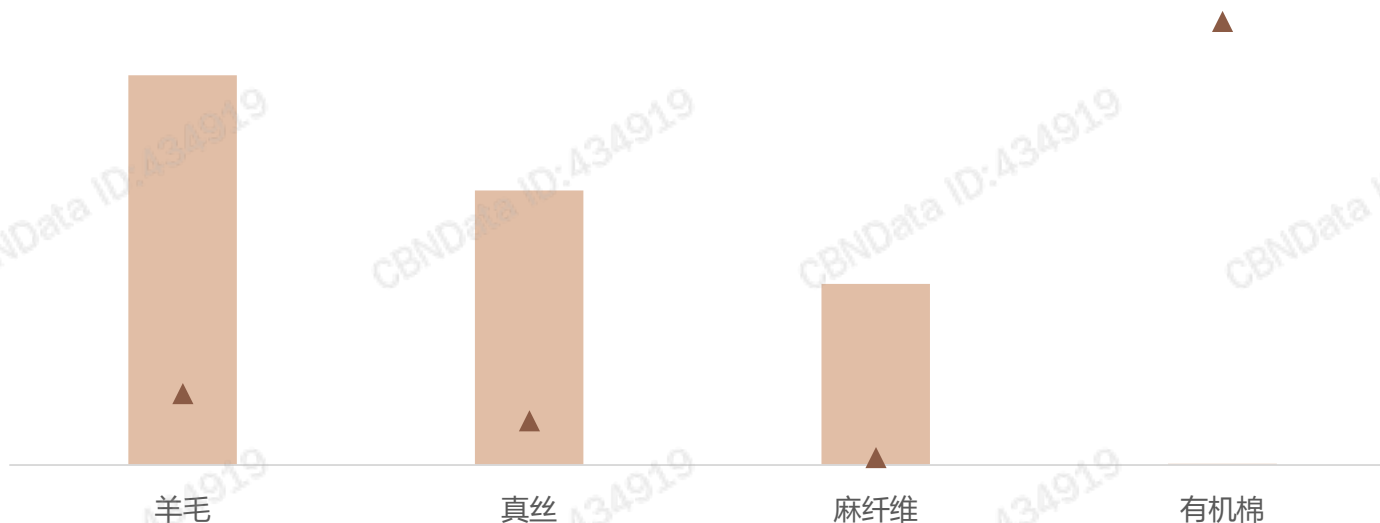
■ 天然面料消费规模 ▲ 天然面料消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021天猫服装细分不同天然面料消费趋势

■ 消费规模 ▲ 消费增速



数据来源：CBNData消费大数据；  
数据说明：羊毛消费规模缩小5倍以合理显示；有机棉消费增速缩小4倍以合理显示

## 天然环保 | 天然可持续发展的羊毛时尚

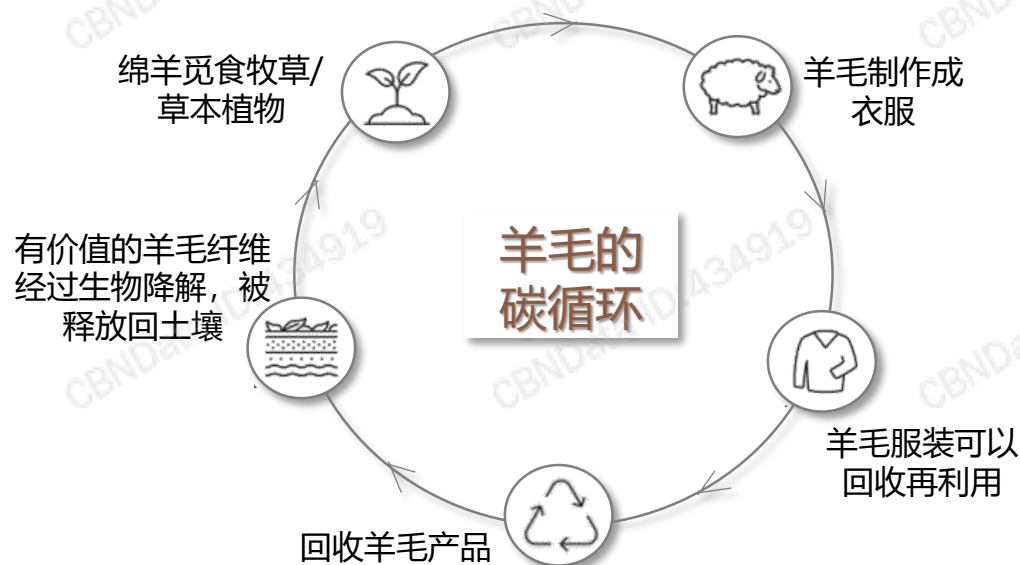
与其他纺织纤维产品相比，羊毛纤维来源于自然，回归于自然，具备天然可再生可生物降解的环保属性。对于环保意识不断增强的现代消费者来说，羊毛是天然的可持续发展的时尚。

### 相较于人造纤维，羊毛具备天然的环保属性

羊毛纤维	人造纤维
 天然	 石油提取
 可循环	 垃圾填埋
 无需频繁洗涤	 需频繁洗涤
 可生物降解	 不可生物降解
 可再生	 不可再生

资料来源：公开数据整理

### 来源于自然，回归于自然，羊毛的碳循环实现环境友好



小科普：尽管羊毛只占纤维供应量的1.2%，但调查显示，捐赠给慈善机构的衣物中羊毛占了5%

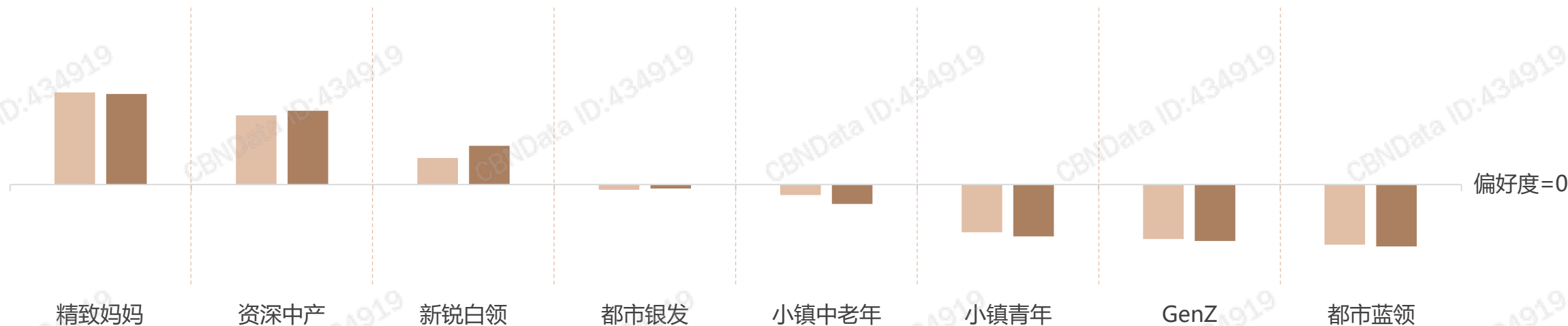
资料来源：公开资料整理

## 天然环保 | 品牌需强化对环保概念的传播，持续引导消费者心智建立

具备一定经济基础、追求健康生活的精致妈妈及资深中产人群对环保概念服饰有着较强的偏好度，且同样对具有环保属性的羊毛服饰青睐有加。而年轻一代的小镇青年及GenZ则尚未完全建立起环保服饰消费理念，仍需品牌不断加强羊毛类环保面料、环保概念服饰的传播，持续性引导消费者环保心智的建立。

MAT2021天猫环保服饰/羊毛服装八大人群消费偏好度

■ 环保概念服饰偏好度 ■ 羊毛服饰偏好度



数据来源：CBNData消费大数据；  
 数据说明：偏好度 = (各人群环保服饰（或羊毛服饰）消费占比 - 各人群整体服饰消费占比) \* 100，偏好度 > 0 为偏好，偏好度 < 0 为不偏好  
 环保概念服饰指代品牌主打以可循环面料制作而成的环保低碳服饰  
 大数据 · 全洞察

## 关于THE WOOLMARK COMPANY

THE WOOLMARK COMPANY是权威的羊毛纺织品认证机构，与全球各国的毛纺织和时装企业建立合作关系。我们将澳大利亚羊毛视为最天然的制衣纤维和高奢时装的首选面料。



羊毛标志 (WOOLMARK) 是全球最知名的纺织标志。它不仅是高品质的保证，也是从牧场到最终成衣的这一整个产业链中最佳品质和创新设计的代表。

THE WOOLMARK COMPANY是澳大利亚羊毛发展有限公司 (Australian Wool Innovation Limited) 的全资子公司，是一个由6万名牧民所共同拥有的非盈利性组织，致力于为澳大利亚羊毛的全球供应提供研发和市场推广服务。





孙苏  
天猫服饰风尚  
女装&内衣行业总经理

羊毛，作为不断升级的材质，为我们提供了品类维度的开放性思考，为服装行业提供了更多可能。与国际羊毛局的合作，共同建立了羊毛品类行业标准。天猫平台致力于引领消费品类的新趋势，为消费者提供更好的消费购物体验，并在绿色环保和可持续发展上不断探索创新。



马捷 Jeff Ma  
THE WOOLMARK  
COMPANY  
大中华及亚洲新市场  
执行副总裁、中国区总经理

从THE WOOLMARK COMPANY与天猫联合发布的羊毛趋势洞察白皮书中，我们发现消费者对品质愈发重视，随之而来的是对于高端羊毛服饰的需求与日俱增。其中千禧一代人群贡献最多消费，年轻的Z世代人群在羊毛服装市场消费占比逐年增加。同时，羊毛的多功能性让消费者能够在不同场景穿着，无论是户外野奢，还是商务通勤都能获得升级体验。羊毛纤维天然环保的特性更是赢得具有环保意识消费者的青睐。我们期望与天猫继续携手，赋能中国时装产业的共同发展。

# DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

数据时间段:

MAT2019: 2018.07.01-2019.06.30

MAT2020: 2019.07.01-2020.06.30

MAT2021: 2020.07.01-2021.06.30

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

# COPYRIGHT DECLARATION 版权声明



本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

# ABOUT US 关于我们

报告作者：胡文静、贺琳哲

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

## ■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是国内领先的消费研究机构及数字化增长服务商，致力于洞察消费行业前沿动态，提升企业品牌的运营及决策效率。CBNData以跨领域数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。



FOLLOW  
US  
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据·全洞察