

天猫服饰

×

智篆GI
GROWTH INSIGHTS

×

TMIC+

天猫新品创新中心

2026春夏 天猫服饰 趋势紫宝书

26SS Tmall Apparel
purple Paper

目录

2026
TMALL APPAREL
PURPLE PAPER

01 服饰 · 消费现状

02 服饰 · 趋势核心策略

03 服饰 · 趋势供给策略

04 趋势风格发布

05 趋势赛道发布

寄语

2026
TMALL APPAREL
PURPLE PAPER



米澜 阿里巴巴天猫服饰事业部 总经理

服装之美，不止于形，更在于其驱动产业变革的力量。即将到来的2026春夏，我们会经历从“品牌驱动”到“商品价值驱动”的深刻转型——消费者不再盲从标签，而是用版型、材质、场景与风格的综合体验来判断一件衣服的价值。本季趋势洞察，我们以“华服美衣”为核心，倡导回归服装本质，鼓励品牌成为“造风者”与“捕风者”，通过材质创新、场景深耕与快反上新，满足碎片化需求。我们看到，新锐品牌借力趋势赛道快速崛起，让我们共同以美为锚，以实为道，开启中国服饰高质量发展的新篇章。



沐兴 天猫新品创新中心 总监

服饰行业正站在“品质深耕”与“圈层共创”的新起点。消费者不仅为品牌买单，更是为单品价值、材质细节与情绪共鸣投票；风格亦从单一走向多元流动，催生碎片化场景下的精准需求。TMIC将持续以全域消费洞察为引擎，打通“趋势发现—产品共创—圈层触达”全链路，助力品牌在材质精研、场景细分与文化表达中锻造长效竞争力。让我们携手，以用户真实需求为锚，在经典与创新的平衡中，共启服饰产业的黄金新周期。



叶挺 杭州智篆文化传播有限公司 总经理

在理性消费成为主流的当下，消费者的服饰需求正转向感性层面的心智共鸣。精准识别并响应这种深层变化，并翻译成落地的产品趋势，成为商家取得市场优势的关键之一。本次报告聚焦市场趋势迭代，继续拆解商品升级的机会点，梳理碎片化场景的适配方案，助力商家捕捉消费心智密码。智篆商业期待与各位伙伴携手，共探服饰行业的新增长可能。

2026

TMALL APPAREL

PURPLE PAPER

PART 01

服饰 ·
消费现状



×



×

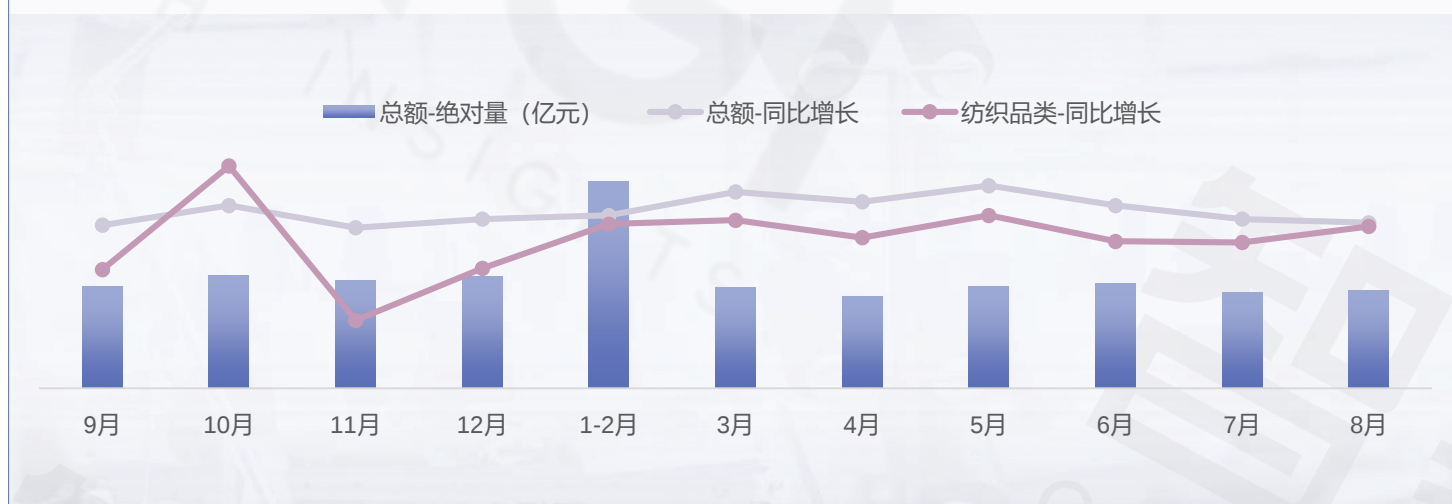


宏观视角 服饰底盘稳健增长，消费升级引领心智变革

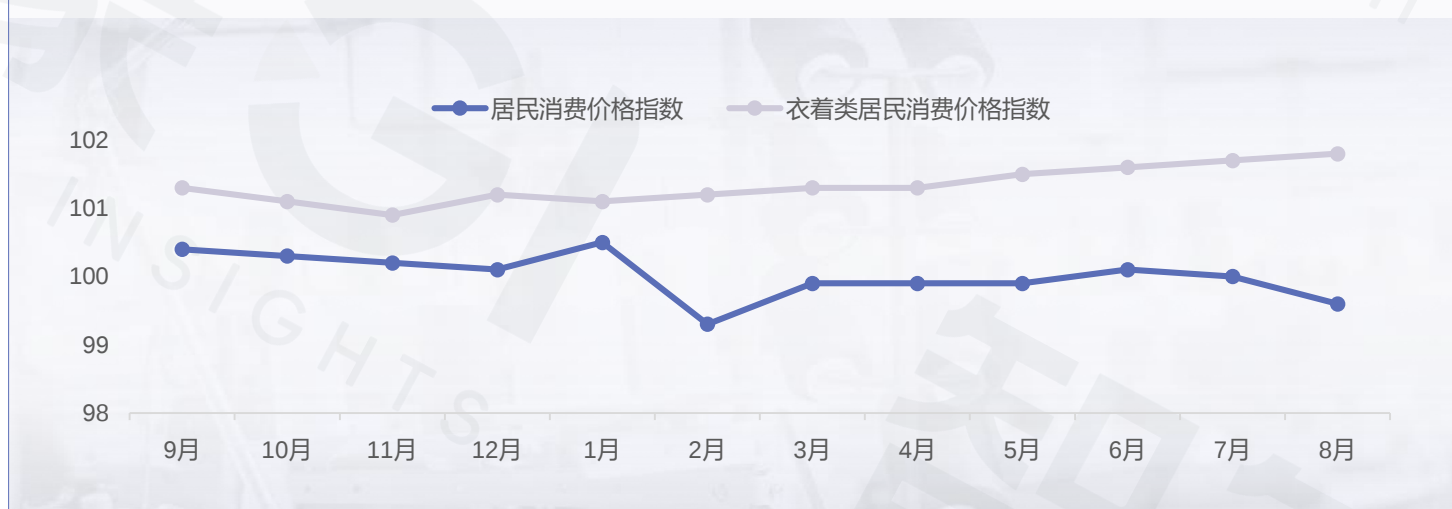
服饰消费底盘稳健增长，消费价格指数走高，预示着国民穿着需求从基础转向品质升级。随着近几年悦己、个性等消费概念的出现，品质已不只是高价的代名词，更承载着设计巧思、材质升级、情绪温度等多元的需求升级。

在理性消费渗透的市场环境下，我国衣着类居民消费指数持续上行，折射出消费者对服饰产品的信心与高品质期待。这一趋势既彰显了服饰消费市场的韧性，也为品牌向品类结构拓宽、价格带发展转型提供了有力支撑。

纺织类消费跟紧社零整体同增3.4%
(2024年9月-2025年8月 我国社会消费品零售总额变化)



我国居民服饰消费价格保持正向增长
(2024年9月-2025年8月 我国居民消费价格指数变化)



数据来源：国家统计局

消费心智变化 从“品牌驱动”到“商品价值驱动”

消费者的购买重点从认品牌转变为更关注单款商品的好与否，减少因品牌固有形象而产生的全盘肯定或者全盘否定的态度，在做购买决策时，将关注点聚焦于产品独立的材质、质感、款式时尚度的判断。

从社媒话题的视角变化也可以看出，用户正理性地关注产品的面料好坏、舒适与否，对服饰价值的判断更理性、客观，连同站内用户搜索“款式及材质功能”的心智提升。

关于消费者服饰消费心智的社媒观点（举例）

品牌全肯定/全否定

非常喜欢某品牌，她家这几年出的款基本上都买了

换了设计师之后某品牌风格完全变了，接受无能

单款商品独立评价，跟随商品价值走

某品牌的T恤经典，但其他款式过于前卫；强烈推荐只买他们家的紧身牛仔裤，面料、厚度和版型适配所有上衣；

某品牌的经典款式以前觉得老气，现在又感觉挺显气质，追求长期主义；

品牌不品牌无所谓，还是看重衣服的料子、品质

站外平台面料与质感成为穿搭核心讨论点 提倡对服饰商品价值的科学、多方面评估

社媒平台服饰热门话题（25H1 vs. 24H2 声量环比）

面料科普+22x%

穿搭底层逻辑+4x%

如何提升穿衣品质+3x%



“服装材质与版型细节”社媒互动量攀升，提倡科学、全面了解商品价值

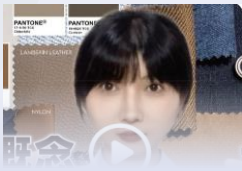
服装材质与版型细节 内容类型

25H1 内容数量
60,000+

较24H1同比
+68%



#怎么买到有质感的衣服
-关注版型细节、口袋、
缝线、轮廓剪裁
总互动量：130,000



#服装面料话术“伪”科普
-不同丝质类型x品级x工艺的
面料价格各不相同，勿
单用价格判断做工品质
总互动量：30,000

站内商品款式与材质功能的搜索心智提升

近两年 天猫服饰市场 各类词根的搜索流量分布（%）

2024年1-8月 vs. 2025年1-8月

款式词

搜索占比
+5个百分点

品牌词

风格词

材质
功能词

搜索占比
+4个百分点

厚底真皮勃肯鞋 +3xx%

真丝口罩 +5x%

大胸显小内衣 +1x%

一字露肩上衣 +5x%

消费心智变化 从“保守单一风格”到“审美灵活判断”

同时，消费者不再只用单一的风格表达自己，根据不同场合、甚至不同心情都会成为切换风格的理由，整体的审美走向灵活多元。在这种变化下，服饰市场的常青风格与新兴风格相互交错、共同盛行。风格的消费周期存在可持续性，长尾的风格将沉淀形成圈层化结构，拥有稳定的消费群体。面对海量时尚风格和潮流单品的信息输入，“专业、垂直、真实”的内容创作在用户当中的种草影响力显著上升。

关于消费者服饰消费心智的社媒观点（举例）

百搭、保守的穿衣风格

读书的时候就T恤配直筒裤，都不敢穿漏的，把自己包裹的严严实实

以前比较随大流，别人穿的好看也会跟着买，但也许没有找到适合自己的风格

凭当下审美灵活判断

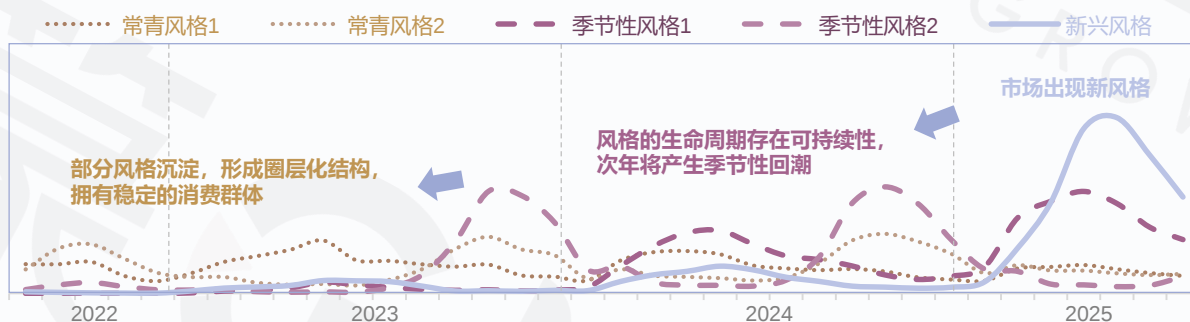
多元风格：以前只喜欢黑白蓝灰，且不穿裙装；现在汉服、Lolita、旗袍JK换着穿。

灵活切换：今年突然爱上大女主风了，知性柔美挂的，完全变了个人。

自主舒适性：现在一切必须以实用舒适为主，当然也能好看最好！

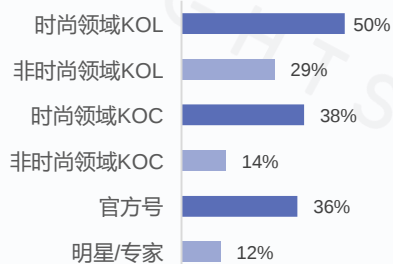
消费者的审美流动多变，风格的消费周期存在可持续性

近三年 天猫服饰市场 热门风格的消费生命周期（%）



跨领域KOL、时尚KOC的种草影响力上升，“专业 垂直 真实”内容提升可信度

消费者对不同类型达人的内容种草接受度

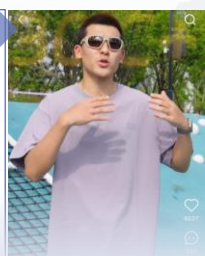


数据说明：KOL指粉丝数在十万量级及以上的博主，KOC指粉丝数不及十万级的博主

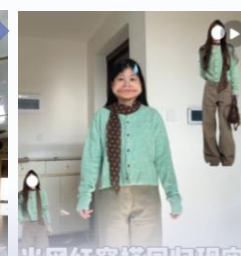
社媒热门服饰内容举例



在早期垂类领域凭借专业度出圈，进入服饰赛道延续“专业测评”风格，击中粉丝信任点，获得产品转化



专注某一细分赛道穿搭，吸引圈层粉丝群；或周期记录真实测评反馈，降低踩雷风险



2026

TMALL APPAREL

PURPLE PAPER

PART 02

服饰 · 趋势核心策略



×



×



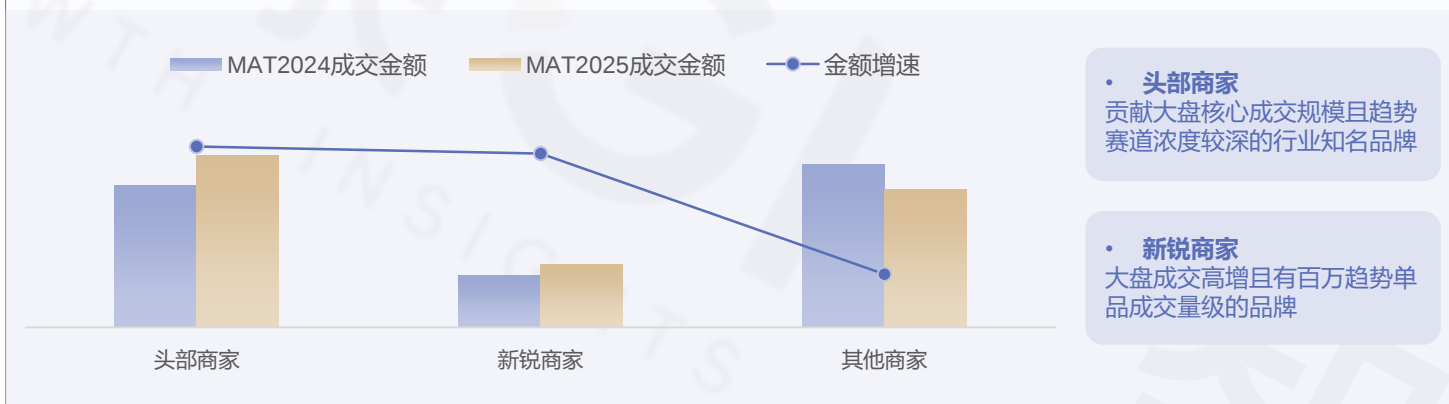
天猫新品创新中心

趋势商家核心策略

趋势商家成交概览

平台持续洞察商家成长潜力，关注优质商家表现。头部品牌积极拓展品类边界，发力多元新品布局；新锐品牌则锚定核心趋势，依托前沿趋势线索，打造具备前沿属性的商品，共同激活市场活力。

MAT2024-2025 天猫服饰市场各类型商家的成交趋势

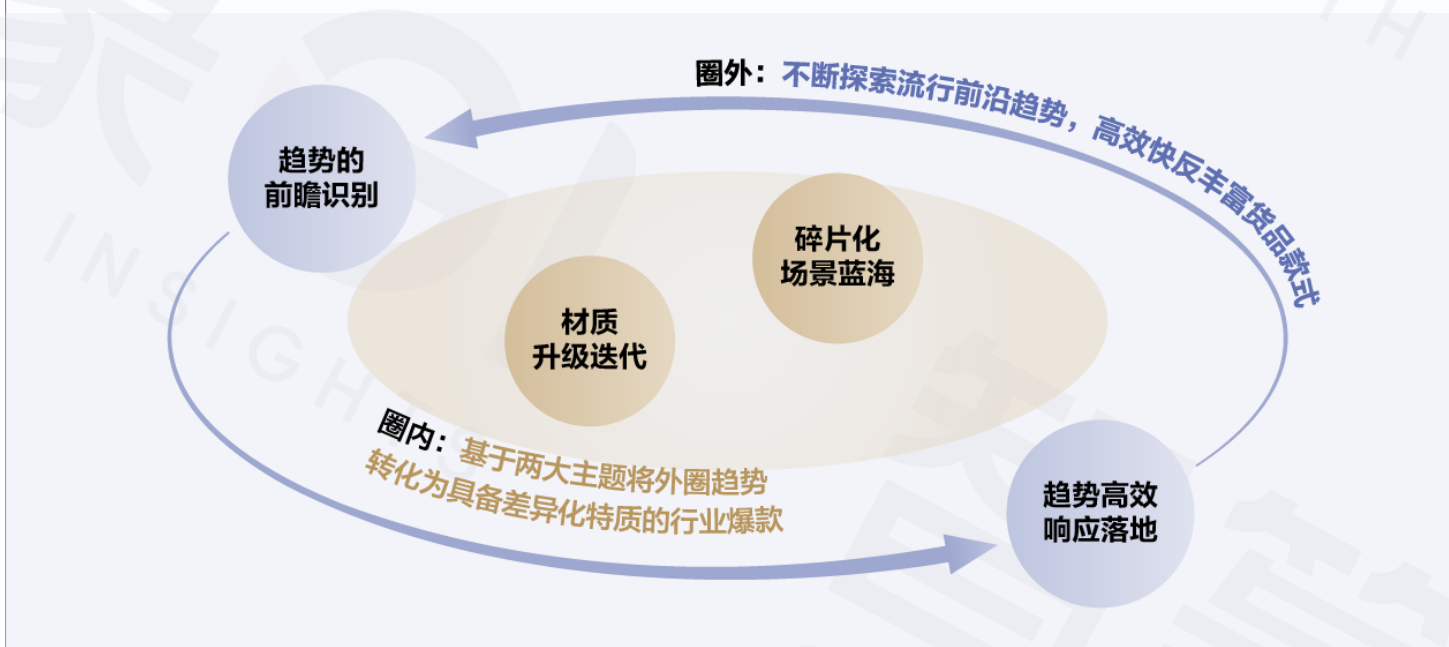


趋势商家核心策略

商家虽然各自有差异化的货品开发及运营策略，但面对注重商品价值及灵活审美的需求变化，形成四大趋同性的核心策略：

- 趋势预判与高效企划——不断探索流行前沿趋势，并高效响应，推动趋势完成设计的转化。
- 商品升级与爆品打造——针对货品的材质升级与碎片化场景打造，落地为具备差异化特质的行业爆款。

头部商家&新锐商家面对市场需求的品类策略



数据来源：阿里消费洞察

趋势前瞻识别 品牌讲究求同存新，找出差异化标签，并结合多元种草内容推动产品价值提升

品牌致力于“求同存新”，开拓趋势而非一味追随，以此驱动大服饰趋势标签由泛到细。

如何将泛化的风格开发或运营为实卖的趋势单品？从中需要对趋势的拆解，从趋势初始的松弛感、复古感这样的大方向，到当季高增流行的莫瑞系、巴恩风、波嬉风等多元的具象表达，均保留了初始标签的内核，又通过颜色、材质等细节元素的开发，体现趋势单品之间的差异性和新鲜感。

社媒大服饰的热门趋势演变



从打造趋势商品到走向市场，越来越依赖于与消费者的共同解读；有效的社媒种草正是与消费者预先发生共振。

社媒大服饰的热门种草内容类型及热文举例



趋势前瞻识别 保持前瞻视角，立足趋势之上塑造差异性与新鲜感

当前，**新锐商家扮演趋势开拓者有节奏地趋势上新**，有效带动品牌成交贡献，在趋势商品中的商品及成交金额占比高于行业均值。此外，**头部商家的趋势意识领先**，和去年同期相比，26春夏的趋势上新数量增幅领先。与此同时，其他商家也有紧随趋势的意识觉醒，地区特色供给来源挖掘和在地营销配合，小步快跑跟上新趋势步伐。

MAT2025 天猫服饰市场各类型商家趋势商品及成交贡献情况



商家案例

Fabrique

Fabrique作为全球设计师集合品牌，携手全球350+优秀设计师，以“相信设计的力量、建立最有价值的链接、坚持时尚的长期主义”为品牌价值观，希望将好的品味、创意运用于服装，并持续不断地开发独家作品，为现代女性打造独特设计的完整衣橱。

品牌策略

发现趋势只是第一步，品牌建立广度与深度兼具的全球设计师网络，通过独特的运营模式，赋予每件作品独特的稀缺性、快速更新的节奏，并通过庞大的用户社区反向促进设计师的曝光和创作灵感的迸发。

构建“深度沉浸设计师宇宙”

- “**全球设计师网络**”：构建与全球超过350位顶尖设计师的深度合作关系网。为Fabrique带来极致多样性和全球视野；

“反规模化”体验与“高频上新”

- “**限量发行**”：以小批量方式生产，赋予产品情感与收藏价值，精进面料工艺筑牢品质根基。
- “**快速上新**”：高频上新节奏保持品牌活力，让用户每周访问Fabrique成为充满惊喜的仪式和期待。

将“商业交易”转化为“社群信任资产”

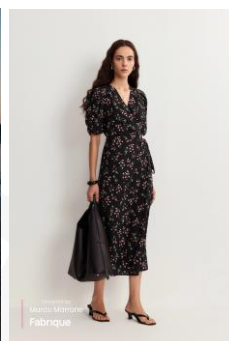
- “**庞大的忠实用户群体**”：通过设计师叙事、用户种草词传播、线下互动等方式，不断增强用户粘性，也反过来从用户中汲取灵感，为设计师提供了巨大的曝光机会与创作灵感。

持续与更多全球优秀设计师合作

Fabrique 2025春夏爆款单品



白月光时尚套装



松露薄脆
茶歌连衣裙



海盐蓝
牛仔时尚套装

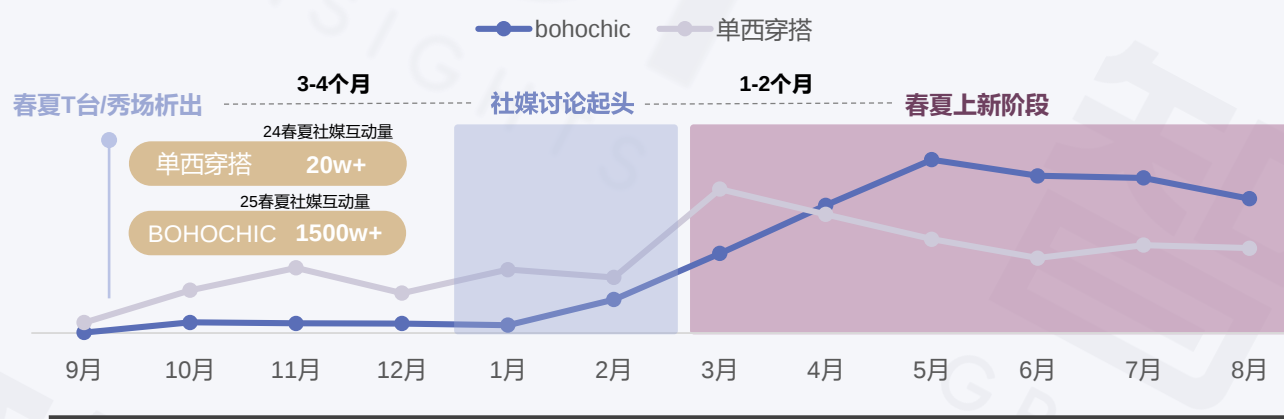
数据来源：阿里消费洞察

趋势高效响应 不同趋势的时效周期存在差异，对趋势的快速响应是把握市场机遇的关键

T台/秀场趋势多在6个月内完成应季上新，品牌的核心策略趋向于趋势预判后的“先响应”动作，即蓄水种草前置，再基于自身的设计经验和生产评估，上新找到爆款机会。

从T台/秀场趋势到大众穿搭的落地在6个月以内，顺应春夏季的上新节奏；期间，大众对趋势的消费兴趣会更早萌发，整体比产品落地提前 1-2 个月；因此，站外前置蓄水更有益于品牌触达并培养用户的消费心智。以“bohochic、单西穿搭”两组跨年度话题为例，观察趋势前置的节奏，分析商家行动点。

从T台/秀场趋势析出至次年 社媒的话题讨论度趋势（%）



商家追赶节奏及策略

	趋势析出后 3-4个月	社媒讨论起头	春夏上新阶段
企划型趋势商家	企划系列新款， 找准系列风格	种草系列相关 趋势话题	多系列多新款上新， 迅速孵化潜力趋势爆款
快反型趋势商家	学习趋势走向， 拆解可运营的趋势爆款	挖掘社媒话题， 剥离细节运营元素	高频大量上新， 批量新品试销测款

数据来源：智篆GI洞察

趋势高效响应 强化设计、生产、技术开发等核心能力，以单点穿透深度创新

商家案例

CHOCO CONCERT

CHOCO CONCERT成立于2017年，立足于当前文化的鞋履设计，致力于提供轻松且有力量的长效单品，以简约锐利的设计语言和打破常识的创新精神。品牌代表“圆方系列”汲取东方哲思，为日常时装提出大胆构想——“我的左右脚不一样”，创造出独特的不对称，又兼具平衡感的个性化实用主义品牌美学。

品牌策略

在大市场商品趋同下保持独特性的趋势前瞻，坚持原创个性化实用主义设计理念与材料工艺高标准打造爆品优势

- (趋势前瞻) 突破趋势与传统思维的固有意识，更符合当代生活方式的巧妙创新
- (个性化设计) 基本功扎实且灵活的设计师团队，面对趋势变化快速调整
- (材料高标准) 严格的耐用性和安全性测试，提供质价比的穿着体验

东方美学
理念

圆方不对称
复古堆堆靴筒

当代
生活方式

“圆方系列”多元趋势单品矩阵



圆方不对称
气垫玛丽珍



圆方不对称
气垫老爹鞋



金属搭扣
堆堆靴

商家案例

TOUTOU

TOUTOU (透透) 品牌由创始人以女儿之名创立于2014年，寓意如呵护孩子般坚守长期主义，基业长青。作为以原创为核心的设计师女包品牌，我们始终秉持“无负担悦己”的价值主张，致力于打造独特且富穿搭趣味的包袋，为日常生活注入小确幸。我们相信，源于内心的悦己与自信，是每位女孩闪闪发光的力量。TOUTOU愿持续陪伴每一位女性自在前行，在逐梦路上，成为彼此照亮的光。

品牌策略

深谙年轻用户需求，自建立趋势处理机制，凭借高效的设计、生产与研发团队，更好地将趋势转化为符合市场需求的产品设计

品牌肉松小狗趋势单品矩阵

(趋势关注)

通过多渠道关注并研究趋势、获取消费者的需求信息

原创专业设计师团队

行业趋势报告

后台数据分析

(趋势评估与处理)

自建立趋势处理机制，使品牌当前定位显著区别于市场其他品牌

筛选核心TA需求

供应链高效反馈

面料与工艺不断创新

(产品表达)

线上线下与消费者建立沟通联系

线上

达人合作

自媒体账号孵化

线下

明星合作

线下场景化互动空间



肉松小狗
hobo包



肉松小狗
保龄球包



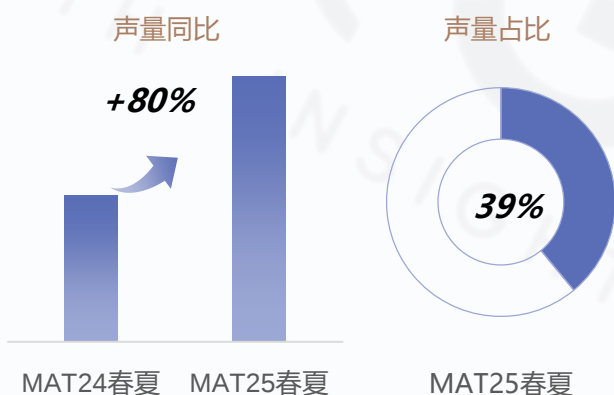
肉松小狗
手机链/包挂

材质升级迭代 穿着体验与健康安全催生“材质精研党”

服饰消费“回归材质”，穿着体验与安全健康是重要驱动

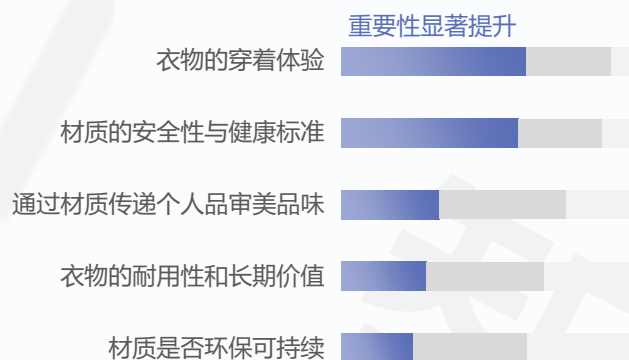
近一年消费者对服饰材质面料的讨论热度显著攀升，生产端与消费端的材质专业壁垒逐渐打破，相关社交媒体声量占比高达39%，同比增长80%。这一变化主要源于消费者需求的升级：对衣物穿着体验和安全健康性的关注显著提升，其次是通过材质传递个人审美品味、以及追求衣物耐用性与长期价值。

MAT2024-2025 服饰材质面料社媒声量趋势



数据来源：智篆GI洞察

消费者选购服饰对材质的需求变化



数据来源：TMIC消费者调研，N=526

消费者进阶服饰“精研党”，垂类面料博主帮助消费者系统化认知材质工艺

消费者如何选择适合自己的材质面料？



数据来源：TMIC消费者调研，N=526

垂类博主测评 | 教你识别服装“成分”

标题：麻料衣服究竟怎么选才能不像猪大肠？



工艺侧视觉抗皱

- 色织条纹格子或经纬异色花纱
- 印花处理

材质混纺，弱化麻的刚性

- 天然纤维棉
- 再生纤维素
- 醋酸
- 化学纤维如涤纶、锦纶

资料来源：小红书

材质升级迭代 传统材质基本盘稳固，天然面料成为增长新引擎

25春夏核心销售期，材质词搜索同比增长1x%，市场以棉、聚酯纤维等为主流，但近一年的增长主要由天然材质驱动。汉麻增速高达约200%，呈现爆发态势；亚麻、苎麻、羊驼绒/毛等增速也均超过100%。此外，莱赛尔、索罗娜、冰丝等功能性面料也呈现良好增长势头。

MAT2025 天猫服饰市场各材质消费人数趋势



MAT2025 天猫服饰市场材质热门搜索榜单

薄纱	苎麻	真丝 蚕蚕丝	蕾丝 冰丝
蕾丝	网纱	冰丝	醋酸 天丝
毛绒	桑蚕丝	真丝 桑蚕丝	棉毛
棉	棉绸	睡衣冰丝	宋锦
雪纺	真丝	帆布	醋酸
莱赛尔	亚麻	莫代尔	
香云纱	棉麻	麻料	

数据来源：阿里消费洞察

商家
案例

MUJI
无印良品

无印良品是指“没有名字的优良商品”。
无印良品始终坚持3个基本原则：原材料的选择、工序的改善与包装的简化。

MUJI汉麻系列：“从种子到成衣”的品牌哲学实践

基于品牌哲学与本地化战略的原料开发

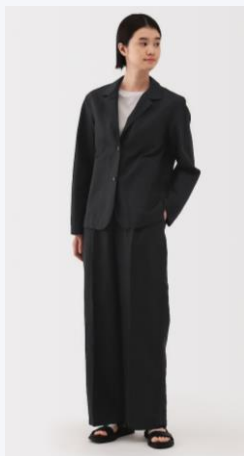
- **理念先行**：开发汉麻系列是对天然、简约、可持续材质理念的实践，而非追求市场热点
- **深度本地化供应链合作**：从品种培育到纺纱完成，均在中国黑龙江青冈县完成，建立专属供应链，也为当地提供更多就业机会。

核心团队主导设计，确保风格统一

- **总部管控**：日本总部设计团队主导，确保新品符合MUJI的极简设计语言和风格调性
- **材质适配风格**：基于汉麻材质特性谨慎开发新品，保留了素材的天然特性，满足功能性同时契合品牌舒适简约风格

以产品力为本的“反营销”策略

- **去营销化上市**：没有使用多余的营销策略，依靠材质和设计本身吸引消费者
- **反馈驱动优化**：高度重视真实用户反馈



女式汉麻棉
衬衫式夹克



男式汉麻水洗
立领长袖衬衫



女式棉汉麻
牛仔宽版裤

碎片化场景蓝海 场景定位应细尽细，显现服饰消费新机遇

多元场景需求驱动服饰消费向碎片化、精准化演变

社交媒体中的服饰穿搭正呈现出“碎片化场景”的匹配需求，在休闲、通勤与居家三大核心场景之下，用户关注持续细分场景——从跑步、瑜伽、咖啡馆到音乐节，从地铁通勤、差旅会面到居家办公与运动，生活场景的日益碎片化正不断推动服饰需求从基础功能，升级为对每一个细分场合的精准需求匹配。

MAT2025社媒平台服饰场景讨论增量



MAT2025服饰穿搭场景社媒声量占比

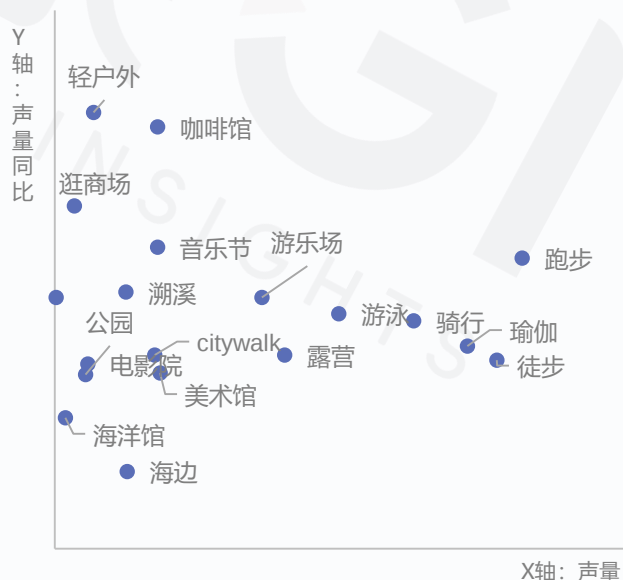


数据来源：智篆GI洞察

休闲活动场景高度细分，消费者从功能满足转向场景化自我表达

休闲活动场景不断细化，消费者穿搭选择与多样化生活场景深度绑定。碎片化日常场景如咖啡馆小聚、观展、音乐节、游乐场等休闲活动成为表达时尚的新领域，穿搭不仅满足实用范畴，同时转向风格化与情绪价值传递。

MAT2025服饰穿搭-休闲活动细分场景



数据来源：智篆GI洞察

消费者休闲活动场景需求及细分场景穿搭



数据来源：智篆GI洞察

2026

Tmall APPAREL

PURPLE PAPER

PART 03

服饰 ·
趋势供给策略



×



×

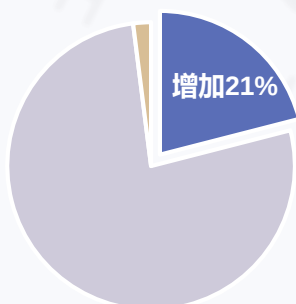


天猫新品创新中心

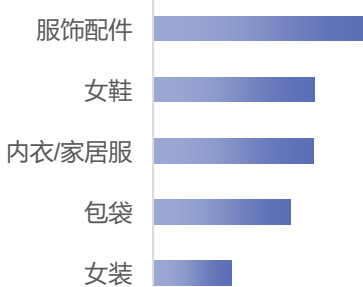
捕风者 拓宽品类边界，饱满各价格区间下的货品供给

品牌侧正加速商品结构的拓宽，生产与主营类目高关联的新赛道，20%+的品牌较去年所覆盖的产品类目数量增长。通过响应趋势，填充多元品类结构与价格带的商家可称之为“捕风者”——在社媒平台积极造势，在消费者中培养产品力强大的品牌心智，并积极填充自身的货品结构成为“全科优等生”，伴随价格带的拓宽饱满，可覆盖满足更大范围内的消费者需求。

近两年 天猫服饰市场
各品牌类目结构变化
(类目数量增加/不变/减少的品牌数量)



天猫服饰市场
高渗透的TOP5类目
(新品拓展进入各品类的品牌渗透%)



代表
案例

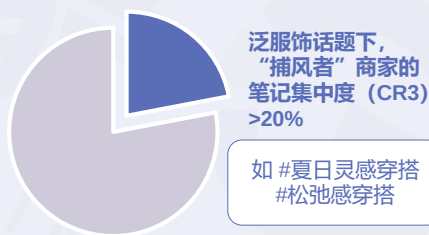
包袋的配饰经济



品类扩张的商家特征

捕风者：积极拥抱趋势，多元品类填充与饱满价格带供给

社媒积极营业
自发高关联的风格话题讨论

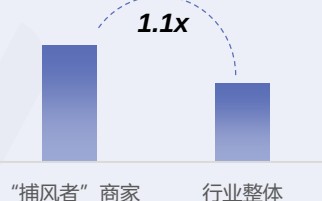


“捕风者”商家积极自发话题讨论，从风格、场景、社会热点出发，常居当月话题热度榜单（2025年4-8月）

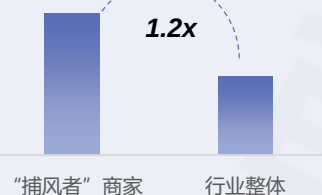


货品结构丰富
品类数量超行业均值

MAT2025 “捕风者”服饰商家
在售叶子类目数量 (均值)



MAT2025 “捕风者”服饰商家
各类目在售平均SKU数量



价格带拓宽饱满
覆盖多元受众需求

MAT2025 “捕风者”服饰商家
各目下的平均价格段数量 > 行业均值



数据说明：根据不同类目在MAT2025的件均价确认划分区间，如女装为每500元一个区间，内衣家居服为每200元一个区间，并计算各品牌所覆盖的价格区间数量

捕风者 高增类目及趋势价格带一览 (1/2)

基于各叶子类目的消费规模及增幅，计算25春夏贡献突出的潜力类目，从整体趋势来看，消费需求向两端延展，平价与贵价段均有增长态势，正反应了消费者灵活多元的购买习惯。

MAT2025 天猫服饰市场 高增类目趋势价格带

女装



MAT2025 趋势类目下的高增价格带

连衣裙 400-550元 700-800元 1000-1500元 2500-2700元

针织衫 100-250元 350-500元 750-900元 1000-1300元

背心吊带 100-150元 200-400元 600-700元

西装/时尚套装 100-250元 550-700元 800-1500元

女鞋/男鞋



MAT2025 趋势类目下的高增价格带

时尚休闲鞋 200-350元 450-550元 900-1000元 2000元+

乐福鞋 200-250元 400-550元 850-1000元

勃肯鞋 250-400元 550-650元 900元+

时尚芭蕾舞鞋 250-400元 600-750元

男装



MAT2025 趋势类目下的高增价格带

休闲裤/牛仔裤 150-250元 400-450元 550-600元 800-850元

短裤 100-200元 300-400元 650-700元

夹克 300-350元 500-550元 650-900元 1000元+

POLO衫 100-150元 200-300元 400-500元 1200-1300元

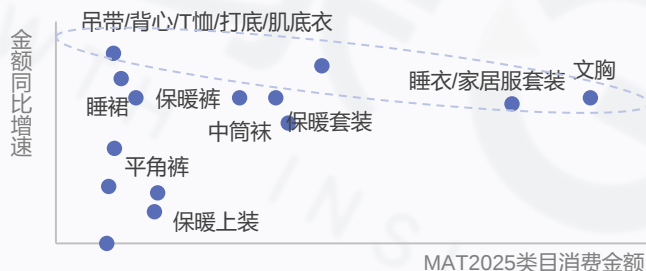
数据来源：阿里消费洞察

捕风者 高增类目及趋势价格带一览 (2/2)

基于各叶子类目的消费规模及增幅，计算25春夏贡献突出的潜力类目，从整体趋势来看，消费需求向两端延展，平价与贵价段均有增长态势，正反应了消费者灵活多元的购买习惯。

MAT2025 天猫服饰市场 高增类目趋势价格带

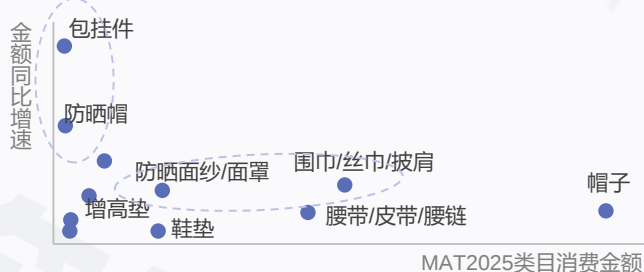
睡衣/家居服



MAT2025 趋势类目下的高增价格带

文胸	400-500元	600-650元	
家居服	100-200元	300-500元	750-850元
吊带/背心/丁恤/ 打底/肌底衣	50-150元	200-300元	450-500元

服饰配件



MAT2025 趋势类目下的高增价格带

围巾/披肩	0-50元	300-350元	500-550元	1000-1300元
防晒面纱/面罩	0-50元	150-200元		
防晒帽	50-150元	150-300元		
包挂件	100-150元	250-300元		

包袋



MAT2025 趋势类目下的高增价格带

通用款女包

300-400元

900-1000元

1200-1400元

2100-2400元

2600-2800元

3200-3500元

痛包

150-250元

卡包

50-150元

350-550元

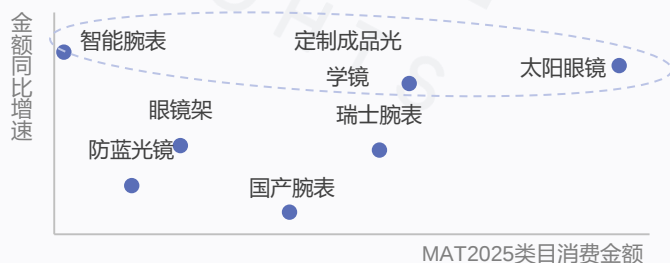
腋下包

300-350元

450-500元

950-1100元

手表/眼镜



MAT2025 趋势类目下的高增价格带

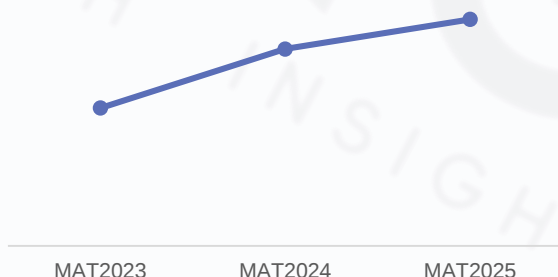
手表	400-450元	1600-1700元	2400-2600元
太阳眼镜	100-200元	400-550元	700-800元
成品光学镜	250-350元	400-550元	900-1200元

数据来源：阿里消费洞察

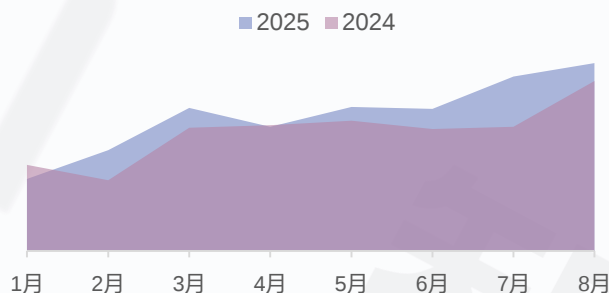
造风者 持续差异化上新，致力于趋势爆品打造

服饰趋势商品规模的需求增长逐年走高，伴随商家侧的趋势上新节奏也不断加快。通过差异化的滚动式上新，致力于挖掘趋势，快速孵爆新趋品的商家称之为“造风者”——敏锐抓住前沿的高增趋势，主打落在这些赛道的潮流趋势品，是服饰行业趋势赛道多元化的开拓者。“造风者”商家在近三年，不断从趋势商品获得增量，同时，上新节奏前置且新品宽度增加。

近三年 天猫服饰市场 趋势商品的消费贡献
(趋势商品成交金额/行业整体成交金额)



近两年 天猫服饰市场 趋势商品的上新节奏
(趋势商品每月的上新数量)

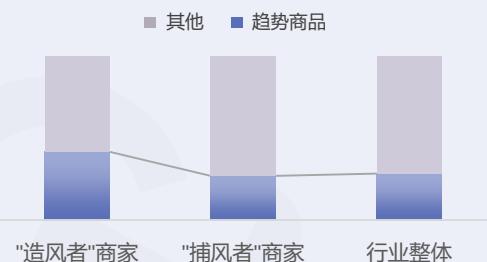


持续差异化上新的商家特征

造风者：上新节奏快，带来核心趋势下的爆品

趋势上新节奏快
趋势商品
占比超行业均值

近三年 “造风者” 服饰商家的趋势商品消费贡献
不断扩张，且高于行业均值



主打爆品逻辑
商品集中度
超行业均值

近三年 “造风者” 商家的TOP商品消费集中度 (CR10)
始终高于行业均值



代表
案例

差异化货品上新矩阵 “压中” 趋势赛道

百丽时尚集团联动旗下小众鞋履品牌，通过集团资源整合与品牌差异化落地，向细分赛道扩散，带来多个价格带下的趋势爆款高渗透。

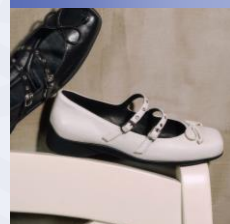
厚底德训鞋



羊皮乐福鞋



法式复古芭蕾舞鞋



厚底穆勒鞋



造风者 趋势赛道下的蓝海类目一览 (1/2)

基于消费人数与在售商品数的增幅比例，计算需求指数突出的类目，构成服饰趋势赛道的蓝海方向，建议商家重点关注对应类目下的流行趋势并切入。从整体趋势看，趋势赛道的机会核心围绕满足舒适性、聚焦多元场景两大方向展开。

MAT2025 天猫服饰市场 趋势赛道蓝海类目分布

女装

MAT2025 蓝海类目下的趋势赛道（高消费高增长）

马夹背心	挂脖背心	蕾丝风背心
针织衫	纸片人开衫	半透针织开衫
西装	亚麻西装	箱型西装
时尚防晒	亚麻防晒衬衫	修身防晒衣



女鞋/男鞋

MAT2025 蓝海类目下的趋势赛道（高消费高增长）

穆勒鞋	袋鼠穆勒鞋	
芭蕾舞鞋	交叉带芭蕾舞鞋	渔网芭蕾舞平底鞋
时装靴	皮带扣机车靴	拳击靴
洞洞鞋	厚底洞洞鞋	洞洞勃肯鞋
德训鞋	复古薄底德训鞋	芭蕾德训鞋



男装

MAT2025 蓝海类目下的趋势赛道（高消费高增长）

T恤	落肩袖宽松T恤	液氨棉T恤
休闲裤	速干伞兵裤	垂感亚麻休闲裤
短裤	山系工装风短裤	



数据来源：阿里消费洞察

数据说明：趋势商品供需指数 = (某类目下趋势商品的消费人数增速 - 商品数增速) * 100%，指数越大，说明消费需求越显著

造风者 趋势赛道下的蓝海类目一览 (2/2)

基于消费人数与在售商品数的增幅比例，计算需求指数突出的类目，构成服饰趋势赛道的蓝海方向，建议商家重点关注对应类目下的流行趋势并切入。从整体趋势看，趋势赛道的机会核心围绕满足舒适性、聚焦多元场景两大方向展开。

MAT2025 天猫服饰市场 趋势赛道蓝海类目分布

内衣/家居服



MAT2025 蓝海类目下的趋势赛道 (高消费高增长)

文胸

可外露细肩带文胸 粉底液无痕文胸
洞洞杯透气文胸 大U露背文胸

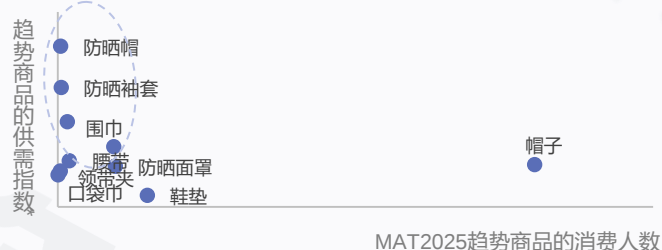
家居服

超柔软家居服 帕斯蒂尔风家居服
桑蚕丝家居服

塑身美体裤

冰丝塑身衣

服饰配件



MAT2025 蓝海类目下的趋势赛道 (高消费高增长)

防晒配件

无痕凉感面罩 防晒脸基尼

围巾

桑蚕丝丝巾 田园风三角巾

包袋



MAT2025 蓝海类目下的趋势赛道 (高消费高增长)

托特包

植鞣hobo包 翻盖公文双肩包

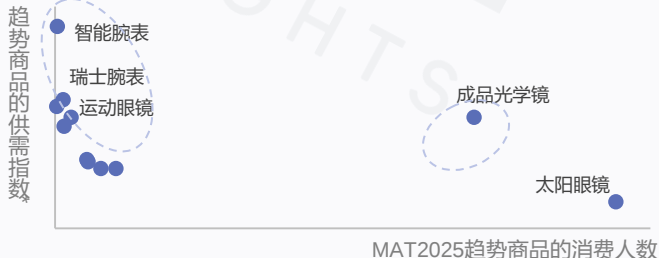
小包

丝带痛包

包挂

潮玩包挂

手表/眼镜



MAT2025 蓝海类目下的趋势赛道 (高消费高增长)

眼镜

猫眼复古墨镜 趣味墨镜

腕表

方糖手表 金属风运动手表
手链手表

数据来源：阿里消费洞察

数据说明：趋势商品供需指数 = (某类目下趋势商品的消费人数增速 - 商品数增速) * 100%，指数越大，说明消费需求越显著

2026

TMALL APPAREL

PURPLE PAPER

PART 04

趋势风格 发布



×



×



天猫新品创新中心

刚柔并济

在秩序与自由之间 重构现代衣橱



2026春夏，时尚界正式书写“刚柔并济”的美学新章。这一季，告别非此即彼的单一叙事，力量的表达不再局限于锐利线条，诗意的诠释也超越了柔美表象。立体肩线、直线廓形书写力量，而薄纱、印花与褶皱则轻诉感性语言。工装元素以实用细节打破场景界限，实现风格的自如流动。

刚与柔相济，设计以平衡为基调，创造出兼具力量与柔软的趋势脉络，26年春夏凝练出四大平衡又鲜活风格趋势。得益于风格趋势的高适配性，商家可结合自身定位进行优化调整，打造契合品牌调性的个性化单品，为不同类型的商家提供了同等的趋势切入契机。

Duality as Design Principle

趋势大线索



Office Chic 新职人美学

趋势解读

专为现代都市打造，将职场正式感与日常舒适度完美融合。遵循“简而精”原则，以利落剪裁、质感面料和低饱和度色系为基础，善用同色系叠穿与材质对比提升造型层次，塑造出专业自信却不失轻松活力的都市形象。

干净线条 | 质感舒适 | 合身廓形 | 柔软力量

26SS秀场趋势解析

形色质解读 ▽

关键款式

上衣 一字肩极简连衣裙、宽肩收腰挺括西装、力量感肩线箱型夹克、松弛衬衫、修身肌理打底、叠穿通透套衫、拼色假两件上衣、休闲齐肩背心、西装风衣

下装 格纹西装裤、垂坠灯笼裤、松弛西裤、拼接制服半身裙

鞋配 擦色麂皮乐福鞋、长条系脖丝巾、鳄鱼压纹托特包、超薄腕表

关键材质&元素

利落剪裁、合身廓形、收束腰线、异材搭配、革新领口、隐藏式设计、撞色包边、质感配件、波点图案高支棉、精纺羊毛、三醋酸、天丝混纺



利落剪裁 | 革新领口 | 异材搭配 | 质感配件

色彩要点

以低饱和大地色铺底，浓郁蓝红等深色注入力量感，亮黄跳色提活力，诠释新职人柔软力量的色彩语言。

应用指南

外层选微廓形且带适度垂坠感的款式，承载低饱和大地色主色调；中层用修身带细腻纹理的款式，适配浓郁蓝红过渡叠加，注入力量感；细节处容纳亮色局部提亮。整体线条不紧绷，借款式与色彩的适配，完美平衡柔和与力量。

	灰丁香色	
耳语粉	香雪球色	菱铁矿
树皮色		雾卡其
大丽花	神秘紫	蛇眼

风格解析

关键子风格拆解

以「柔韧的力量感」重塑职场着装语言。廓形通过微阔肩西装、弧形下摆衬衫等单品，在利落剪裁中注入流动感。面料注重垂坠质感，利用真丝羊毛等品质面料的柔和光泽替代传统锐利线条。色彩采用中性色与低饱和暖色调，通过同色系层叠营造高级感。

细节上以曲线扣饰、褶皱等元素弱化正式感，搭配简约线条包袋与低跟靴履，以从容姿态展现刚柔并济的当代职场智慧。

01

柔性权力风

Power Softness



Modern Chillout

摩登职场新贵

通过极简主义与精良材质的融合重塑职场

形象。廓形注重建筑感线条与身体余

量的精妙平衡，通过立体剪裁西装、微

锥形裤装等单品，塑造干练而不

拘谨的轮廓。色彩运用中性色调，

面料追求内在质感，选用高支棉

初剪羊毛等低调奢华材质，以细

腻肌理替代醒目标识。设计感

细节传递品位，搭配几何线条皮具

与厚底乐福鞋，诠释“新贵”的

优雅与现代感。

02



风格空间与热度

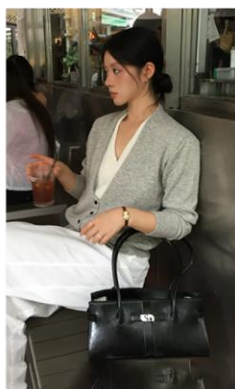
媒体互动趋势 7170万+ 高讨论话题



我的上班通勤穿搭
互动量 5886万+



城市权利风
互动量 3286万+



高智淡人风
互动量 1460万+



莫瑞系穿搭
互动量 698万+

淘内搜索趋势 500万+

高浏览搜索关键词

裙子女夏 斜挎包 大方得体穿搭 一整套 连衣裙女夏
包包 长裙 t恤女 套装 墨镜
凉鞋 高跟鞋 连衣裙 裤子
春季流行穿搭 红色上衣 无袖上衣 上衣女夏
旗袍 衬衫 外套 裙子
吊带 2025初夏穿搭 西装裤 牛仔裤
背心 正肩女t恤 女装 防晒衣
内衣 短袖 睡衣 半身裙
衣服 短裤 托特包 双肩包 上衣

01

休闲齐肩
↳ 背心
#坎肩

修身
↳ 肌理打底

宽肩收腰挺括西装
↳ #收腰

长条系脖丝巾
↳

松紧浅口单鞋
↳ #流苏

垂坠灯笼裤
↳

超薄腕表
↳

哑光手提皮包
↳

拼接制服半身裙
↳

02

叠穿通透套衫
↳

假两件上衣 #拼色
↳

造型感手拿包

直筒休闲 #褶皱 西裤
↳

极简连衣裙
↳ #一字肩

women's

女装穿搭重点
通过挺括西装、垂感灯笼裤等单品刚柔并济的轮廓、质感面料和设计感细节，塑造精致而不失力量的当代通勤形象。

穿搭公式&趋势单品

01

亚麻T恤
↳

西装风衣
↳

松驰西裤
↳

飞织商务鞋
↳

松驰托特包
↳

休闲直筒短裤
↳

02

利落箱型
↳ 夹克
#简约口袋

格纹西装裤
↳

复古拼接皮鞋
↳

多元邮差包
↳

polo针织衫
↳ #罗纹收口

西装套装
↳

men's

男装穿搭重点
利落剪裁的廓形打造干练基底，通过舒适材质与松驰轮廓消解正式感，在商务与休闲间达成精妙的风格平衡。

Wandering Hippie 流浪嬉皮

趋势解读

波嬉风融合浪漫主义美学，演化为“流浪嬉皮风”，强调自由精神与诗意表达。宽松廓形、手工褶皱与流动线条交织，搭配复古印花与自然材质，展现都市人对自我追寻的向往，是春夏时尚的温柔宣言。

自由浪漫 | 手工编织 | 流浪美学 | 旷野疗愈

26SS秀场趋势解析

形色质解读 ▽

关键款式

上衣 波浪褶皱长裙、开襟针织外套、垂坠感丝质衬衫、钩针镂空上衣、度假吊带背心、不对称剪裁罩衫、挂脖度假裙、做旧皮革夹克

下装 腰阔腿裤、褶皱A字半身裙、流苏短裤、拖地半身裙

鞋配 编织凉鞋、流苏装饰短靴、草编手提包、宽檐草帽、流苏披肩、麂皮流苏小包

关键材质&元素

天然材质（棉麻、亚麻、丝绸）、层叠薄纱、手工刺绣、民俗印花、钩编镂空、流苏&毛边、蕾丝拼贴、浪漫荷叶边、飘带领、不对称剪裁、腰间装饰



蕾丝拼贴 | 叠层薄纱 | 流苏装饰 | 浪漫荷叶边

色彩要点

大地色系与柔和色彩的碰撞为核心，自然质朴的底色上增添柔美气息，诠释自由浪漫的当代游牧精神。

应用指南

以低饱和大地色铺陈于亚麻、棉麻等天然面料单品上，打造自然松弛的基调；将扎染、绣花纹理融入粉彩元素，注入波西米亚式浪漫，再用金丝雀绿等自然色调过渡，古铜金属配饰点睛，让色彩兼具野趣与复古烂漫。

草乳色	乳酪黄	瓷蓝
薰衣草雾	金丝雀绿	蛋酒色
珍珠柔粉		蜂蜜芥末色



实用主义美学作为核心理念，色彩以大地色系和大自然配色为基调，廓形上保留多口袋、等经典元素，但采用微宽松剪裁提升动态舒适度。面料融合科技机能属性，如轻量防风、微弹耐磨材质，适配城市通勤与户外探索的双重需求；设计上融入模块化配件、可变形结构等现代设计，实现从都市到自然场景的无缝切换，塑造兼具功能性与时尚感的形象。

Casual Utility Style

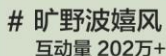
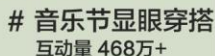
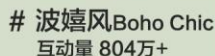
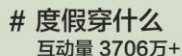
城野无界

工装

02



媒体互动趋势 3145万+ 高讨论话题

[illegible]



穿搭公式&趋势单品



Smart Athflow

高智动感

趋势解读

消解功能性服饰与都市日常的审美需求的边界，功能面料亲肤透气抑菌，微宽松廓形松而不垮，打造出既能从容应对商务场合，又无碍随时投入运动的全能着装，通过富有巧思的混搭，让衣着与动态的生活节奏同频。

零束缚感 | 多场景穿梭 | 动态适配 | 实用主义

26SS秀场趋势解析

形色质解读 ▽

关键款式

上衣 宽松球服、运动套装、轻量薄透防晒服、针织运动夹克、球衣背心裙、合身速干POLO衫、微落肩卫衣、高筒骑行袜、轻薄纤维内衣

下装 宽松运动裤、冰丝防晒微喇休闲裤、超大七分裤、运动西裤、锥形运动裤

鞋配 复古机能德训鞋、宽楦赤足鞋、薄底阿甘鞋

关键材质&元素

条纹元素、实用口袋、功能性抽绳、结构性缝线、色块拼接、结构线条、透气网眼、吸湿速干、轻质尼龙、四面弹面料



结构线条



实用口袋



功能性抽绳



透气网眼

色彩要点

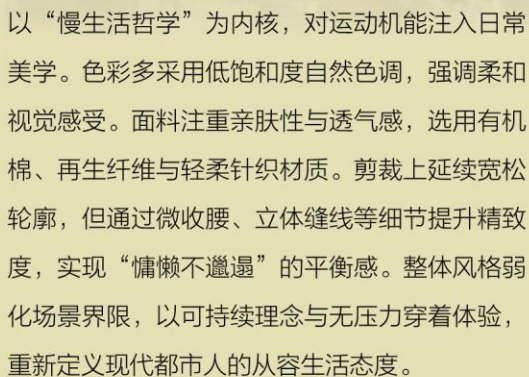
灰白色调奠定理性基底，高饱和色彩注入活力点缀，勾勒智性与活力兼具的现代风格。

应用指南

辉煌白与木炭作为主色调奠定理性基底，常用于外套、裤装等单品轮廓；茶绿与柔紫色以小面积过渡点缀；巴萨诺瓦红、希望黄与卡巴纳蓝则以局部提亮手法运用于细节设计，通过色块碰撞完美平衡理智与活力。

辉煌白	柔紫色	希望黄
卡巴纳蓝	巴萨诺瓦红	木炭艺术
珊瑚腮红	茶绿	

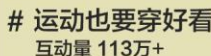
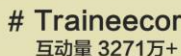
关键子风格拆解



科技凉感 Neo-Tech Cool



媒体互动趋势 5790万+ 高讨论话题



淘内搜索趋势 519万+

[illegible]

01

轻薄纤维
↳ 内衣

针织运动夹克
↳

宽松短裤 #撞色包边
↳

复古德训鞋 ↳
#材质拼接

阔腿运动裤
↳

微落肩
卫衣
#立领
↳

球衣背心裙 #条纹
↳

02

抽褶原纱 ↳ #花型
防晒衣

渔夫防晒帽
↳

冰丝防晒 7
微喇休闲裤
#凉感冰丝

10A抗菌运动内衣
↳

轻薄速干运动裤
#带内衬 ↳

超轻量半裙
↳ #不规则

women's

女装穿搭重点
立体层次与抽褶、不规则与撞色包边等设计构筑流动形态，在凉感防晒面料的加持下，于张弛之间达成智性运动的优雅。



穿搭公式&趋势单品

01

宽松球服
#拼接撞色
↳

通勤健身包
#大容量
↳

运动西裤
↳

机能简约
衬衫 ↳

薄底
运动鞋 ↳

超大七分裤
↳

10A抗菌
运动袜 ↳
#毛巾底

02

速干
防晒帽
↳

凉感
坎肩
↳

束脚运动休闲裤 ↳
#缝线褶皱

轻量薄透
防晒服 ↳

运动
阿甘鞋 ↳

偏光墨镜 ↳

men's

男装穿搭重点
以结构性宽松廓形搭配收束、拼接撞色与功能缝线等细节，结合凉感抗菌科技面料，在简约设计中平衡智性与运动。



Nostalgic Future 复古新世代

趋势解读

复古新世代风格在2026春夏焕然一新，融合Y3K千禧美学与90年代极简廓形，以低饱和怀旧色调、解构剪裁与数字印花为关键词。该风格强调“怀旧但不复刻”，通过现代面料与可持续工艺重构经典元素，打造兼具情绪价值与未来感的日常穿搭。

结构主义 | 怀旧复刻 | 丹宁潮范重构 | Y3K

26SS秀场趋势解析

形色质解读 ▽

关键款式

上衣 连体工装裙、宽肩短夹克、箱型衬衫、反向拉链外套、错位纽扣连衣裙、几何剪裁夹克、丝巾抹胸

下装 立体褶裥半裙、几何剪裁长裤、量感弯刀裤、分层围裹裤

鞋配 方正托特包、棱角手拿包、金属框架箱包、建筑感太阳镜

关键材质&元素

新意结构、复古波点、格条元素、做旧处理、不对称设计、错位纽扣、金属点缀、超现实印花、水洗牛仔、做旧皮革、薄纱蕾丝



新意结构 | 不对称设计 | 错位纽扣 | 金属点缀

色彩要点

经典复古色调铺就怀旧底色，跃动橙黄似胶片闪光，浅粉与金属色柔化时光，实现过去与未来的时空对话。

应用指南

将浅米、灰棕等低饱和复古色铺满柔软廓形塑造年代质感，中层叠穿奶油黄、浅蓝做色彩过渡；让暖橙、柔粉等鲜亮色随解构剪裁自然流露，搭配金属色点睛，让复古底色与未来感色彩在面料碰撞中，透出慵懒又锐利的时髦感。

蛋酒色	风向蓝	太阳橙
沙漠棕桐	竹绿色	
漂浮蓝	乌云灰	浪漫玫瑰



关键子风格拆解

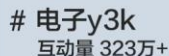
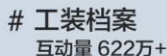
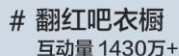
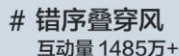


以校园复古为基底，融合美式穿搭的松弛基因。廓形线条做宽松简洁，通过水洗牛仔、棉感针织与复古球衣等单品，构建清爽活力的少年感框架。色彩以低饱和蓝白调为主，点缀勃艮第红、橄榄绿增强复古气息。细节上运用螺纹领口、做旧印花、条纹滚边等元素，搭配复古跑鞋与帆布配饰，诠释复古不陈旧、松弛不随意的少年感穿搭。

以“冲突共生”为美学内核，以水洗丹宁、做旧涂层与反光材质构建视觉基底，色彩采用高饱和撞色与做旧中间调的对抗，Y3K美学通过半透明材质与数字印花展现未来叙事，竞速流线型剪裁与模块化口袋满足动态需求，复古超现实元素则以错位印花与解构拼接打破常规，诠释“乱中有序”的先锋质感，适配城市潮酷场景。



媒体互动趋势 6169万+ 高讨论话题



高浏览搜索关键词





穿搭公式&趋势单品



2026

TMALL APPAREL

PURPLE PAPER

PART 05

趋势赛道 发布



×



×



天猫新品创新中心

服饰行业 | 26春夏 首发趋势赛道

女装

柔和色系工装外套	缩水迷你修身短夹克	奢华皮夹克	力量感肩线廓形西装
牛仔异质拼接夹克	欧根纱背心	轻盈渐变染色牛仔	钉珠牛仔衬衣
拼色假两件上衣	宽肩收腰挺括西装	力量感肩线箱型西装	修身肌理打底衫
荷叶边罩衫	垂坠感丝质衬衫	不对称剪裁上衣	宽松灯笼袖上衣
街潮染色牛仔裤	抽褶原纱防晒衣	凉感坎肩	格纹西装裤
超轻量半裙	嘻哈风牛仔中裤	水洗牛仔包臀短裙	异质拼接半身裙
连体工装裙	立体褶皱半裙	数码印花牛仔裙	网球背心裙
波点裙装	薄雾网纱超长连衣裙	一字肩极简连衣裙	错位纽扣连衣裙
	蕾丝可外穿裙装		

男装

宽松球服上衣	条纹长袖T恤	异化文字标语T恤	扎染T恤
细条纹夹克	亚麻短款夹克	羊毛肌理感夹克	打猎装夹克
开襟针织外套	千鸟格斯文夹克	宽肩截短夹克	双面穿异质外套
微落肩卫衣	反向拉链外套	褶皱牛仔外套	抽绳领外套
做旧开衫	抗皱卫衣	迷彩工装风卫衣	休闲齐肩背心
机能简约衬衫	功能性战术背心	光学错觉图案衬衫	箱型衬衫
水洗做旧格纹衬衫	光学错觉图案衬衫	合身速干polo	破损牛仔裤
锥形运动风西裤	格纹西装裤	松弛西裤	机能哈伦裤
线迹分割牛仔裤	几何裁剪长裤	反光条纹长裤	解构主义牛仔裤

服饰行业 | 26春夏 首发趋势赛道

内衣/家居服

提拉内衣

极细肩带内衣（文胸）

前扣文胸

蕾丝拼接文胸

蕾丝花卉可外穿家居服

零染棉内裤

10A抗菌内裤

缎面家居服

野艾防臭袜

高筒骑行袜

桑蚕丝网眼袜

洞洞鞋堆堆袜

男女鞋

红底细带人字拖

擦色麂皮乐福鞋

果冻水晶凉鞋

尼龙德训

擦色麂皮乐福鞋

花卉细带拖鞋

扭结拖鞋

面包靴

宽楦赤足鞋

异质拼接薄底德训鞋

做旧皮革板鞋

光滑丝光布德训鞋

复古包头鞋

手表眼镜

复古机能风墨镜

玳瑁色猫眼墨镜

复古金属风墨镜

金属风猫眼墨镜

曲面墨镜

猫眼纯钛镜框

银色椭圆框眼镜

椭圆形镜架

高智感素颜镜

偏光墨镜

未来感太阳镜

涂鸦表盘手表

戒指表

IP联名手表

超薄腕表

服饰行业 | 26春夏 首发趋势赛道

配饰

一体空顶帽

多巴胺渔夫帽

宽檐草帽

拼接雪花牛仔渔夫帽

手工草编渔夫帽

波奈特帽

亚麻报童帽

多巴胺渔夫帽

一片式防晒口罩

长条系脖丝巾

丝质领结

校徽胸章

工业链条腰带

帽檐脸基尼

真丝围巾

亚麻披肩

包袋

多元邮差包

牛仔月牙包

编织托特包

单肩流浪包

手拿薯片包

复古拼格腋下包

牛仔托特包

牛仔水桶包

皮带扣背包

皮质抽绳包

长手柄风琴包

鳄鱼压纹托特包

手抓纹包包

大容量编织包

多巴胺户外包

轻量户外包

分仓行李袋

牛角半月包

手提收纳包

彩色植鞣包

方正托特包

编织草编托特包

麂皮流苏小包

手工钩编托特包

徽章贴纸背包

棱角手拿包

金属框架箱包

可发光配饰包

无界枕头包

香囊包

复古军装包

商家行动指南 站内全链路亿级曝光资源

趋势前台表达

双11趋势站内全链路亿级曝光，全面激发用户浏览及转化



商家行动指南 高效获取趋势信息，结合平台工具转化上新思路

STEP 1

获取趋势信息，学会“捕风”

紧跟平台趋势，学会找到应季趋势发布的来源，可以通过学习趋势运营一本通获得信息，也可以通过专属培训课程，定期跟踪趋势信息；每月关注趋势赛道不同价格带下的机会，直观获得价格细分赛道的趋势商机；

趋势一本通



新趋爆淘教专属课程二维码



核心趋势赛道*价格带



STEP 2

巧用工具 日日上新

在趋势赛道保持系列上新、高频上新，巧妙运用平台产品【新品试销】和【超级打爆】，新品流量快速助力趋势商品；

新品试销：销评装修 提转化

工具介绍

销量装修
通过亲友下单，快速累积销量

评价装修
亲友收到商品，买家秀/评价提转化

↓

私域裂变，快速冷启

参与效果

转化率
+2X%

浏览时长
+3X%

如何参与

商家开通
新品橱窗商家/签约平价优选的商家

商品门槛
-符合30天内新发新品
-天猫新品规则
-商品在线

用钉钉扫一扫打开

超级打爆：打开潜爆天花板

超级打爆介绍

营销托管 + 一品多素材分发 + 平台货市化助推

商家报名S+ 费率10%起

限时礼金 + 定投

多套素材 流量加码

流量加码

参与效果

IPV提升
+6X%

打爆系数
1.6X

限时礼金氛围

如何参与

商家开通
新品橱窗商家

商品门槛
-参与新品橱窗
-上架60天内
-近一周销量达标

用钉钉扫一扫打开

商家行动指南 高效获取趋势信息，结合平台工具转化上新思路

STEP 3

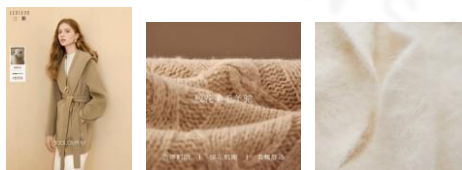
从新品上新思路 转化为 素材上新思路

趋势商品需要素材的巧妙表达，如live图展现材质特色，多场景素材说明趋势款式的细分场景运用；

智能生产 降本

AIGC创作引擎辅助多类型素材

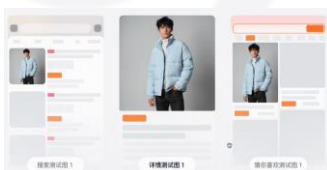
- 多场景适配素材
- LIVE 动图
- 材质帧 & 材质动图



科学测图 提效

多域AB实验避免盲目试错

- 一站式测图测款，锁定优质素材
- 【千牛素材中心-测图】
- 【服饰专享极速测图卡】



精准分发 提转化

场景化搜索体验放大流量价值

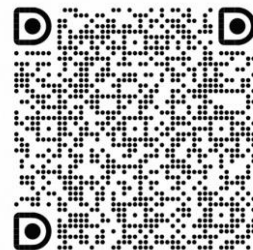
- 场景素材 x 搜索 query 分发
- query 改写广告导购标题



STEP 4

趋势品报入行业种草活动，得免费站外种草资源

关注行业种草通知活动，及时获得免费站外种草资源；



STEP 5

响应平台趋势种草破圈，参与联合种草活动，拿行业反哺激励

合作链路：

注册星河账号，报名活动

星任务 爆文加速计划

天猫服饰 9月版

活动ID: 10691

活动规则: 查看详情>

报名时间: 2025-09-01 00:00:00 - 2025-09-19 23:59:59

活动时间: 2025-09-01 00:00:00 - 2025-10-23 23:59:59

爆文加速计划-天猫服饰-9月版

瓜分百万流量反哺权益!

活动未开始 (想来自己报名)

发小红星，挂话题+评论置顶引导

女 #淘宝时髦好店 #约会穿搭 #旷野微风

编辑于 05-22 广东

共 61 条评论

评论: 评论

评论: 评论

自发自接，需同时注册服务商身份，代理商可代替商家报名活动啦

至少带1个活动话题，评论区使用图片引导回淘进店更易过审

报告作者&致谢

报告指导委员会

米澜 阿里巴巴天猫服饰事业部 总经理
叶挺 杭州智篆文化传播有限公司 总经理
枢问 阿里巴巴天猫服饰 商品及搜索运营&趋势中心 负责人
沐兴 天猫新品创新中心 总监
王丽 智篆GI 副总经理

报告作者

徐燕妮 智篆GI 数据咨询专家
鲍雨 智篆GI 高级数据分析师

视觉设计

莫柳毅 智篆GI 资深创意设计
周笑宇 智篆GI 高级创意设计

报告共创

本报告由天猫服饰事业部和智篆GI、TMIC天猫新品创新中心共同完成
天猫服饰：浣泉、校立、冷萃
天猫新品创新中心：晓镭

特别鸣谢

特别感谢CHOCO CONCERT、TOUTOU、Fabrique、MUJI/无印良品等品牌/机构的大力支持。（排名不分先后）

联系我们

微信公众号



联系邮箱

zzgi@zhizhuan100.com

关于我们&免责声明

智篆GI

新消费领域数字化增长研究咨询服务机构

智篆GI隶属于杭州智篆文化传播有限公司，专注新消费领域数字化增长研究，以全域数据为驱动，为客户提供行业研究、战略咨询、消费者洞察、全域数字化增长解决方案等专业服务，助力客户商业决策及增长创新。

数据来源

《2026天猫服饰春夏趋势紫宝书》产出报告数据基于阿里消费数据、TMIC、外部资料等数据来源。

数据周期及指标说明

报告整体时间段：2023-2025年春夏，即当年1月至当年8月，具体数据指标请参考各页标注。

知识产权声明

本数据报告页面所含的全部内容(包括但不限于文字、数据、图片、图表、标志、标识、商标、商号等)知识产权等权益均归杭州智篆文化传播有限公司(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对数据报告部分或全部内容进行复制、转载、公开展示，亦不得截取、重制、修改、改编、或以任何形式提供给第三方使用。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司知识产权等合法权益，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。

免责条款

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。