



抖音2024年行业报告—— 奢侈品服饰行业趋势洞察

出品方： 祈飞

发布时间：2024年4月19日





CONTENTS

01. 奢侈品服饰市场电商大盘

02. 奢侈品服饰市场趋势洞察

03. 奢侈品服饰典型品牌案例

04. 奢侈品服饰市场趋势总结

01

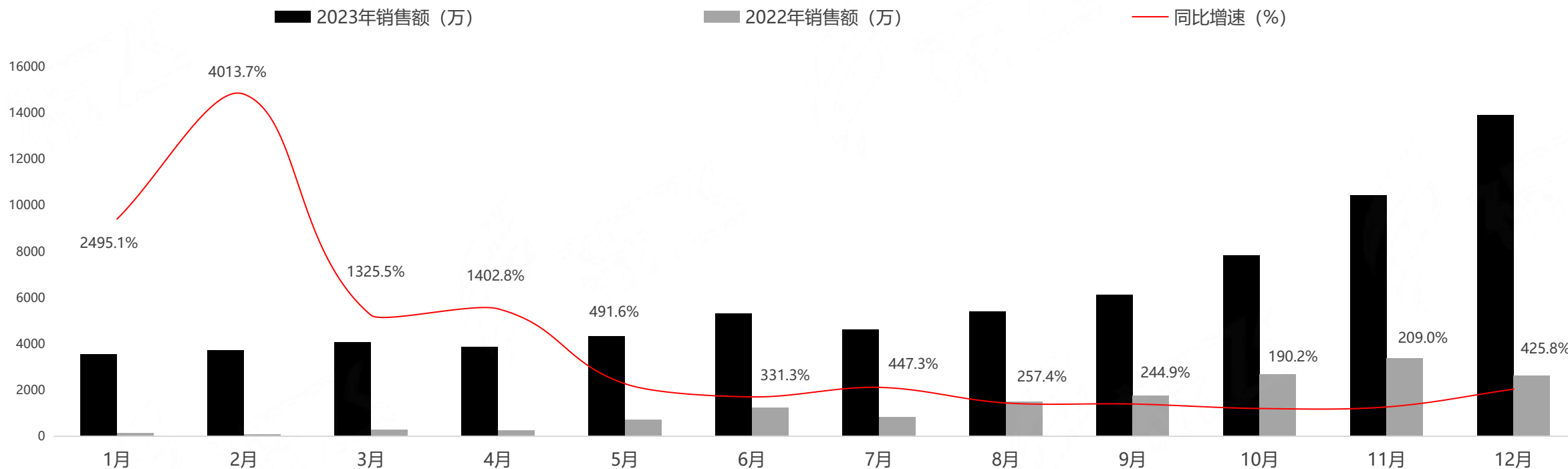
奢侈品服饰市场电商大盘



奢侈品服饰市场电商大盘及发展趋势： 同比增速约369.5%，2月份增速最快，全年销售高点集中在第四季度

➤ 市场大盘：2023年抖音奢侈品服饰市场销售额约7.3亿元，同比增长369.5%，增速较快；其中2023年下半年的整体销售情况优于上半年。从趋势来看，2月份奢侈品服饰销售增速最快，同比增长4013.7%；3月份-6月份销售额稳步上升，6月份销售额超5300万元，为上半年销售峰值；全年销售高点主要集中在第四季度，销售额占比达43.9%

2023年抖音奢侈品服饰市场销售额月度趋势及增速分布

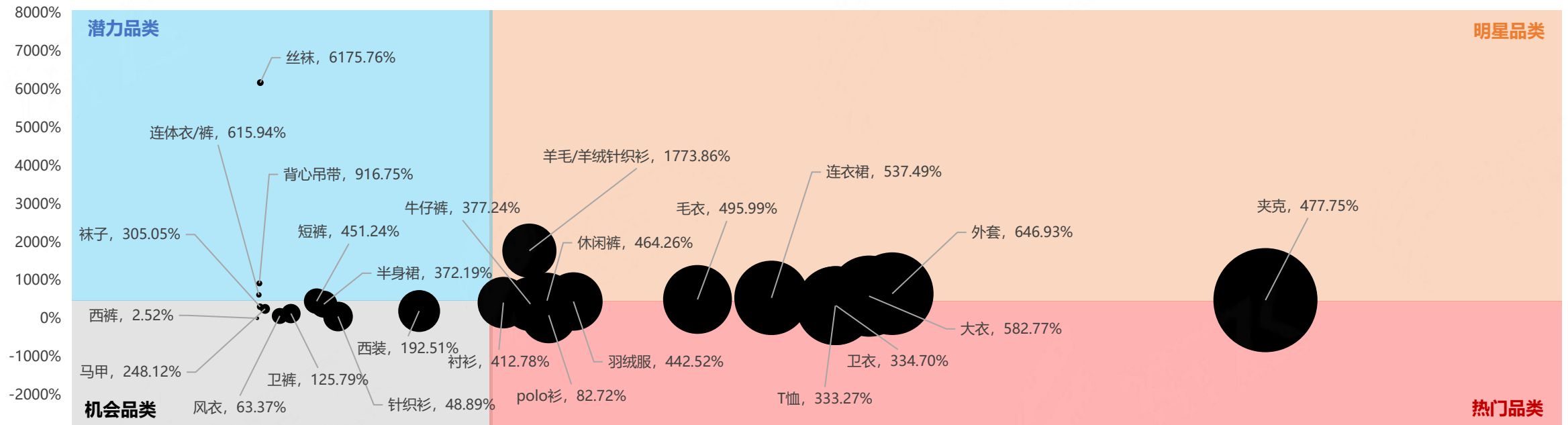


数据来源：祈飞BI数据，统计时间：2023年1-12月，2022年1-12月。统计类目：奢侈品/奢品服饰。

奢侈品服饰市场TOP品类布局潜力： 夹克最热卖，外套/大衣/连衣裙为明星品类，丝袜/背心吊带为潜力品类

➢ 抖音奢侈品服饰市场细分品类销售额及同比增速分布：整体来看，**夹克**销售额排名第一，属于**热门赛道**；**外套、大衣、连衣裙、羊毛/羊绒针织衫**处于**规模增速双高**区间，为**明星赛道**；其中**外套和大衣**销售额排名前三，**品类布局价值大**；**丝袜、背心吊带、连体衣/裤**处于**高增长低规模**区间，为**潜力赛道**，**品类布局潜力大**

2023抖音奢侈品服饰市场细分品类销售额及增速分布



数据来源：祈飞BI数据，统计时间：2023年1-12月，2022年1-12月。统计类目：奢侈品/奢品服饰。

奢侈品服饰市场TOP品类热卖商品价格带分布： 夹克/大衣/毛衣的价格带较高，主要集中在3000-5000元

► 抖音奢侈品服饰市场核心品类热卖商品价格带分布中：价格差异较大，整体集中在2000-5000元中等价位区间。夹克/大衣/毛衣的价格主要集中在3000-5000元，外套/卫衣/T恤/连衣裙/polo衫/休闲裤/牛仔裤/羊毛&羊绒针织衫/衬衫的价格主要集中在0-2000元，羽绒服的价格主要集中在2000-3000元

2023年抖音奢侈品服饰市场热卖商品价格带分布

排名	品类	销售额 (万元)	YOY	占比	热卖商品不同价格区间销售额占比及同比增速											
					0-2000元		2000-3000元		3000-5000元		5000-10000元		10000-20000元		> 20000元	
					销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比	销售额 (万元)	占比
TOP1	奢品夹克	10877	477.7%	15.4%	560	5.4%	2311	22.2%	5553	53.2%	1695	16.3%	310	3.0%	/	/
TOP2	奢品外套	6855	646.9%	9.7%	3241	52.5%	648	10.5%	1925	31.2%	326	5.3%	38	0.6%	/	/
TOP3	奢品大衣	6606	582.8%	9.4%	1549	24.7%	728	11.6%	1899	30.3%	195	3.1%	52	0.8%	1854	29.5%
TOP4	奢品卫衣	6249	334.7%	8.8%	2781	48.9%	1707	30.0%	1183	20.8%	20	0.3%	/	/	/	/
TOP5	奢品T恤	6243	333.3%	8.8%	5680	98.6%	49	0.8%	28	0.5%	2	占比较少	/	/	/	/
TOP6	奢品连衣裙	5554	537.5%	7.9%	4324	91.4%	262	5.5%	98	2.1%	28	0.6%	/	/	19	0.4%
TOP7	奢品毛衣	4757	496.0%	6.7%	1227	27.2%	1208	26.8%	2008	44.6%	60	1.3%	/	/	/	/
TOP8	奢品羽绒服	3420	442.5%	4.8%	489	18.0%	746	27.4%	573	21.1%	663	24.4%	248	9.1%	2	0.1%
TOP9	奢品polo衫	3153	82.7%	4.5%	3071	98.9%	19	0.6%	7	0.2%	8	0.3%	/	/	/	/
TOP10	奢品休闲裤	3135	464.3%	4.4%	2428	83.6%	448	15.4%	27	0.9%	/	/	/	/	/	/
TOP11	奢品牛仔裤	2956	377.2%	4.2%	2234	94.1%	63	2.6%	78	3.3%	/	/	/	/	/	/
TOP12	奢品羊毛/羊绒针织衫	2945	1773.9%	4.2%	1752	70.4%	380	15.3%	286	11.5%	35	1.4%	35	1.4%	/	/
TOP13	奢品衬衫	2665	412.8%	3.8%	1296	54.7%	1012	42.7%	25	1.1%	24	1.0%	13	0.6%	/	/

数据来源：祈飞BI数据，统计时间：2023年1-12月。统计类目：奢侈品/奢品服饰。

奢侈品服饰市场TOP10品类最热卖商品： 主要集中在2000元以上，BOSS雨果博斯男装占7个，AMI占2个

➤ 整体情况：奢侈品服饰TOP10品类最热卖单品价格较高，主要集中在2000元以上，BOSS雨果博斯产品占7个，均为男装；AMI产品占2个，为男女同款卫衣/毛衣。2000元以上产品占6个，2000元以下产品占4个

2023年抖音奢侈品服饰TOP10品类最热卖商品

TOP1
夹克



BOSS雨果博斯 男士新款保时捷联名棒球领防水夹克休闲
到手价格：3900元
品类：夹克

TOP1
外套



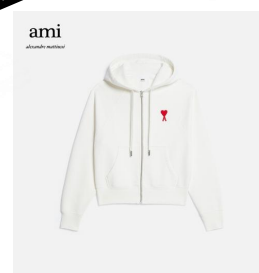
BOSS博斯男士2023新款Monogram
交织字母提花防水短外套
到手价格：2995元
品类：外套

TOP1
大衣



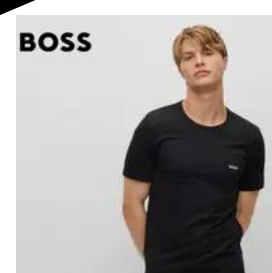
BOSS 雨果博斯2022秋冬款休闲时尚全衬里干鸟格羊毛大衣
到手价格：8000元
品类：大衣

TOP1
卫衣



AMI 男女同款23春夏新款爱心款红色爱心连帽开衫卫衣
到手价格：3900元
品类：卫衣

TOP1
T恤



BOSS雨果博斯男士 2023早春新款棉质平纹针织打底短袖T恤
到手价格：457元
品类：T恤

TOP1
连衣裙



【薄荷曼波】KARL LAGERFELD
卡尔拉格斐新款连衣裙
到手价格：1499元
品类：连衣裙

TOP1
毛衣



AMI 男女同款精选爱心款圆领羊毛休闲针织衫毛衣
到手价格：3900元
品类：毛衣

TOP1
羽绒服



BOSS雨果博斯 男士秋冬款常规版型防风防水夹克羽绒服
到手价格：6300元
品类：羽绒服

TOP1
polo衫



BOSS雨果博斯2023春夏新款商务休闲徽标贴片弹力棉polo衫
到手价格：1050元
品类：polo衫

TOP1
休闲裤



BOSS雨果博斯男士春夏新款舒适百搭商务弹力棉锥形休闲裤
到手价格：1250元
品类：休闲裤

数据来源：祈飞BI数据，统计时间：2023年1-12月。统计类目：奢侈品/奢品服饰。

02

奢侈品服饰市场趋势洞察

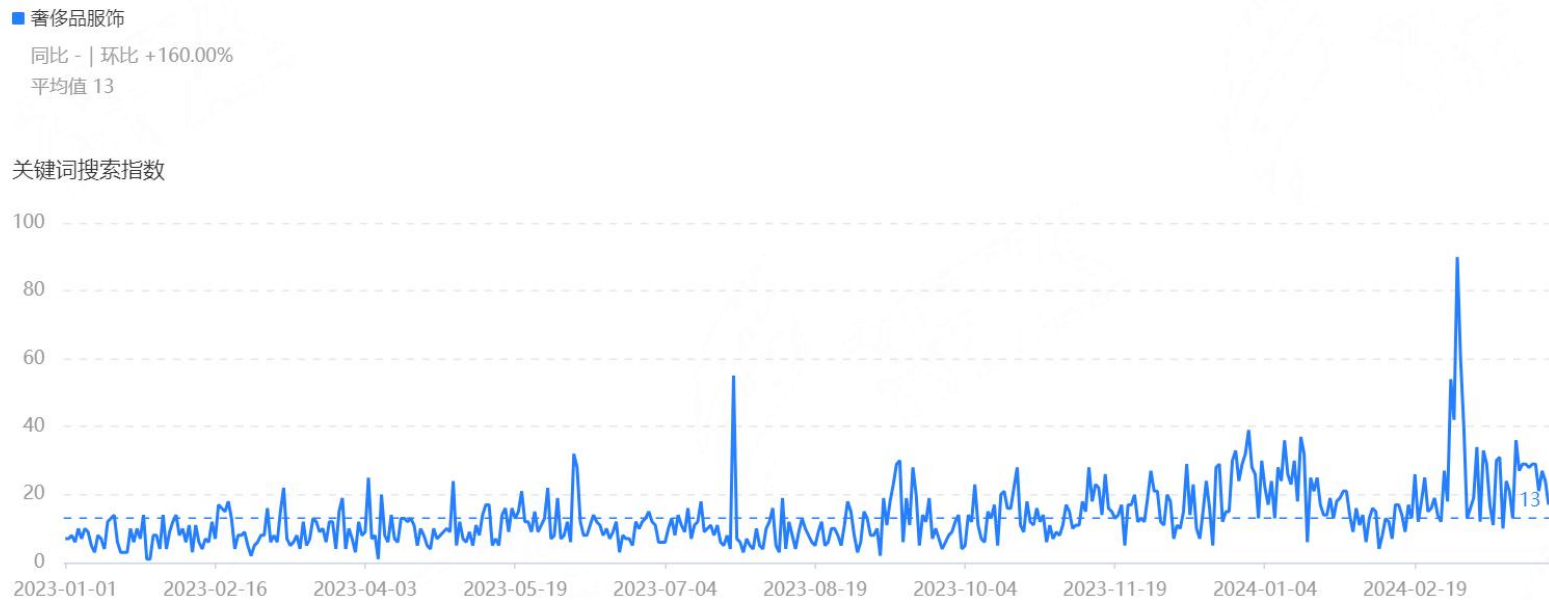


奢侈品服饰市场用户关注趋势：“奢侈品服饰”关键词

奢侈品服饰市场热度稳中上升，奢侈品回收/奢侈品鉴定为热门话题

► 抖音平台奢侈品服饰市场热度呈现稳中上升趋势；奢侈品市场中，**奢侈品回收**和**奢侈品鉴定**为较热门话题，奢侈品回收主要为全国各地的**二手奢侈品交易**；奢侈品鉴定以奢侈品的**培训、修复、护理、知识传播**为主

抖音奢侈品服饰市场关键词搜索指数趋势分布图



抖音奢侈品市场热门话题词云图



数据来源：巨量算数指数，统计时间：2023年1月-2024年3月。统计类目：奢侈品/奢品服饰。

奢侈品服饰市场种草内容洞察：“奢侈品服饰”关键词

奢侈品回收/奢侈品推荐/奢侈品展示/奢侈品鉴定类内容为主

- 2023年抖音“奢侈品服饰”关键词热门种草视频内容中，主要内容类型为**奢侈品回收**、**奢侈品推荐**、**奢侈品展示**、**奢侈品鉴定**等
- 1) **奢侈品回收**主要以**各地的奢侈品服饰回收**为主，提及品类包括**KENZO T恤**、**古驰羊毛衫**、**LOEWE毛衣**、**FENDI毛衣**，适合各种人群
- 2) **奢侈品推荐**主要以**奢侈品牌的做工介绍**为主，提及品类包括**圣罗兰泰迪棒球夹克**、**香奈儿成衣**，适合各种人群
- 3) **奢侈品展示**主要以**奢侈品牌的展示**为主，提及品牌为**古驰**，适合女性
- 4) **奢侈品鉴定**主要以**奢侈品的生产和鉴定介绍**为主，适合各类人群

奢侈品回收



内容类型：奢侈品回收
提及品类：KENZO T恤/古驰羊毛衫、外套
LOEWE毛衣/FENDI毛衣/加拿大鹅
沟通人群：适合各种人群

奢侈品展示



内容类型：奢侈品展示
推荐品牌：古驰
沟通人群：女性

奢侈品推荐



内容类型：奢侈品推荐
推荐品类：圣罗兰泰迪棒球夹克/香奈儿成衣
沟通人群：适合各种人群

奢侈品鉴定



内容类型：奢侈品鉴定
沟通人群：适合各类人群

奢侈品服饰市场热卖商品标题关键词： 用户购买偏好男士系列/条纹元素/秋季美拉德色彩

➤ 2023年抖音奢侈品服饰市场热卖商品：

- 1) 热卖商品标题款式关键词分布中，“男士系列”关键词带来的销售额最多，占比30%以上，其它热卖词为秋冬新款、设计师、春夏新款、男女同款等
- 2) 热卖商品标题元素关键词分布中，“条纹”关键词带来的销售额最多，占比17%以上，其它热卖词为混纺、棉质、针织、圆领等
- 3) 热卖商品标题色彩关键词分布中，“秋季美拉德”关键词带来的销售额最多，占比29%以上，其它热卖词为高端灰色、潮流拼色、夏季多巴胺等

2023年抖音奢侈品服饰市场热卖商品标题关键词分布

热卖商品标题款式关键词分布		
关键词	销售额占比	典型产品
男士系列	30.32%	BOSS博斯男士西装外套
秋冬新款	15.24%	BOSS雨果博斯秋冬新款夹克
设计师	14.79%	IF BY LAND设计师品牌牛仔裤
春夏新款	14.29%	BOSS雨果博斯春夏新款polo衫
男女同款	6.41%	AMIPARIS男女同款经典款T恤
明星同款	6.04%	[明星同款]卡尔拉格斐牛仔外套
女士系列	5.83%	卡尔拉格斐新款女士连衣裙
联名系列	3.66%	BOSS雨果博斯保时捷联名夹克
时尚百搭	2.64%	Mother Hustler九分喇叭牛仔裤
粉丝专属	1.07%	【星线粉丝专属】碎花连衣裙

热卖商品标题元素关键词分布		
关键词	销售额占比	典型产品
条纹	17.84%	BOSS博斯男士条纹Polo衫
混纺	11.57%	BOSS雨果博斯男士混纺西服
棉质	11.22%	AMI 男女同款棉质短裤
针织	8.20%	BOSS雨果博斯男士针织T恤
圆领	7.07%	AMI 男女同款折扣圆领卫衣
爱心	6.61%	AMI 男女同款23春夏爱心卫衣
排扣	5.89%	【薄荷曼波】双排扣连衣裙
羊毛	4.79%	BOSS博斯男士羊毛西装外套
刺绣	4.74%	AMIPARIS男女同款刺绣T恤
花呢	4.61%	【叶可可】小香风粗花呢开衫

热卖商品标题色彩关键词分布		
关键词	销售额占比	典型产品
秋季美拉德	29.97%	【美拉德风】小香风针织开衫
高端灰色	13.41%	HUGO雨果博斯深灰色牛仔裤
潮流拼色	11.01%	[臻享]新款撞色边连衣裙
夏季多巴胺	10.84%	madeinnormal夏季吊带长裙
大气红色	7.64%	AMI 男女同款23春夏红色短裤
薄荷绿色	6.58%	【薄荷曼波】新款连衣裙
活力黄色	5.41%	【Maggie专属】高级感衬衫
经典黑金	5.19%	BOSS雨果博斯男士黑色夹克
休闲蓝色	3.93%	iIF BY LAND蓝色牛仔裤
优雅纯白	3.35%	AMI 男女同款白色针织开衫

03

奢侈品服饰典型品牌案例

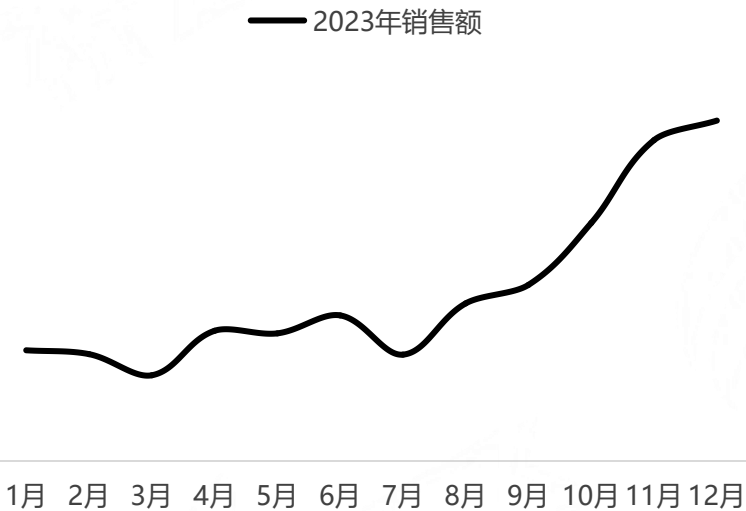


品牌官方旗舰店销售额：HUGO BOSS vs 卡尔拉格斐 vs AMIPARIS

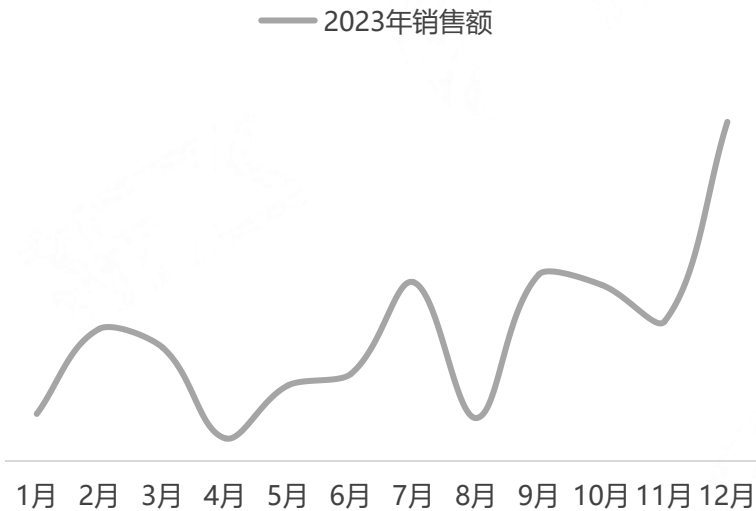
HUGO BOSS销售总额最高，卡尔拉格斐/AMIPARIS销售波动上升

- HUGO BOSS：2023年销售总额最高，约3.19亿元，销售主要集中在冬季；12月份销售额最高，约5300万元；第四季度GMV占比达43.91%，主推奢侈品男装
- 卡尔拉格斐：2023年销售总额约8017万元，销售主要集中在冬季；12月份销售额最高，约1760万元；第四季度GMV占比达42.42%，主推奢侈品女装
- AMIPARIS：2023年销售总额约1.42亿元，销售全年较为平均；12月份销售额最高，约2102万元；第四季度GMV占比达38.42%，主推奢侈品男女同款

2023年奢侈品服饰市场GMV趋势
——HUGO BOSS官方旗舰店



2023年奢侈品服饰市场GMV趋势
——KARL LAGERFELD官方旗舰店



2023年奢侈品服饰市场GMV趋势
——AMIPARIS官方旗舰店



品牌官方旗舰店热卖商品：HUGO BOSS



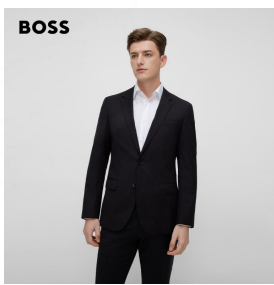

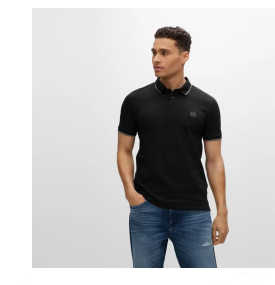




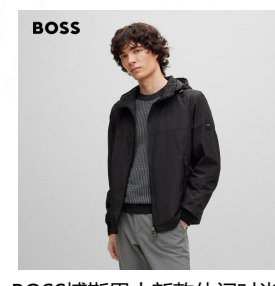
夹克为最热卖品类，大衣为件单价最高品类，热卖商品主打商务、休闲

- 热卖品类：**夹克为最热卖品类，销售额超亿元**；件单价超3000元的品类有**夹克和大衣**，其中**大衣**件单价最高，超3700元
- 热卖单品：价格较高，以**夹克和外套**为主，产品主打**商务、休闲、时尚、经典、简约**等风格，品牌面向核心目标用户为有个性、有品位的男性白领阶层

HUGO BOSS TOP10品类分布

TOP10品类	销售额 (万元)	销量 (件)	件单价
奢品夹克	10319	31564	3269
奢品polo衫	2766	34853	794
奢品外套	2492	9922	2511
奢品休闲裤	2217	22027	1006
奢品T恤	2186	36055	606
奢品大衣	2100	5572	3768
奢品牛仔裤	1806	17600	1026
奢品卫衣/套头衫	1645	15412	1067
奢品西装/西裤	1383	5135	2693
奢品毛衣	1043	8162	1278

HUGO BOSS抖音2023年热卖商品TOP10

 <p>BOSS 男士2023秋冬时尚新款经典羊毛混纺双排扣外套 到手价格：5800元 品类：外套</p>	 <p>BOSS 男士秋冬款式时尚翻领经典简约双向拉链皮夹克 到手价格：6300元 品类：夹克</p>	 <p>BOSS 男士经典商务休闲简约修身舒适纯色羊毛西装外套 到手价格：4284元 品类：外套</p>	 <p>BOSS 男士秋冬款式舒适休闲时尚徽标饰片防泼水夹克 到手价格：3230元 品类：夹克</p>	 <p>BOSS 雨果博斯2023春夏新款商务休闲徽标贴片弹力棉polo衫 到手价格：1050元 品类：polo衫</p>
 <p>BOSS 雨果博斯 男士新款保时捷联名棒球领防泼水夹克休闲 到手价格：3900元 品类：夹克</p>	 <p>BOSS 雨果博斯男士2023早秋新款休闲经典厚实常规版型夹克 到手价格：7200元 品类：夹克</p>	 <p>BOSS 男士秋冬新款防泼水轻盈面料绗缝设计机车夹克 到手价格：2964元 品类：夹克</p>	 <p>BOSS 男士新款功能面料防泼水连帽休闲时尚百搭夹克 到手价格：3800元 品类：夹克</p>	 <p>BOSS 男士新款休闲时尚简约可拆卸风帽防泼水夹克外套 到手价格：3800元 品类：夹克</p>

品牌蓝v账号运营：HUGO BOSS

深度合作明星与演员，主打休闲商务风格，舒适性/透气性为产品卖点

- 营销特点：HUGO BOSS与多位**明星和演员**合作，主要强调其品牌身份，通过胸前标志性logo的设计，展示其品牌独特性。同时，注重面料的**舒适性和透气轻柔**，满足男士对休闲纯色服装的需求，适合**休闲夏季商务**等多种场合的穿着需求；达人合作上，合作数量不足10个，其中**Rika若佳**（粉丝1.9W）是BOSS品牌合作的主播，**转型成为达人后仍继续直播带货**的合作，2023年贡献GMV288万
- 用户特点：HUGO BOSS的营销面向人群以年轻人为主，注重**穿着舒适**体验的男士

@BOSS博斯
(粉丝：34.8万)



近7天直播数据：
直播场次：22场
场均在线：48人
场均GMV：19.1万

- 品牌自播账号主题：无
- 直播内容：服饰功能介绍为主，营销话术主要为：采用了优质面料，同时对做工和设计把关非常严格——防泼溅；先进科技和时尚设计的男士装饰——弹力延展；高品质的面料提供优良舒适感——干爽舒适

品牌官方旗舰店账号短视频内容类型——@HUGO BOSS官方旗舰店

#HUGO BOSS春夏系列



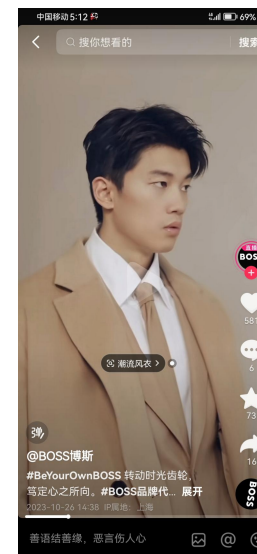
韩国演员李敏镐潇洒转身，解码多面自我

#HUGO BOSS联名系列



哥伦比亚歌手Maluma潇洒演绎联名系列，潮流视觉一触即发

#HUGO BOSS秋冬系列



品牌代言人汪顺，演绎臻品系列，卓然魅力，浑然天成

品牌营销策略总结：HUGO BOSS

品牌简介

品牌成立：源于德国，2013年正式在中国地区官方商城上线

品牌定位：城市白领，细分为正装为主的黑牌系列、休闲装为主的橙牌系列和户外运动服装为主的绿牌系列

产品特点：种类齐全，分为Hugo和BOSS两个品牌，主营男女服装，香水，手表，及其它配件

产品价位：定位高档市场，抖音热卖产品在1000-5000元区间

目标用户：以都市白领、都市中产为主

品牌做工特点：前卫、经典、低调典雅的的德式风格；简洁现代的设计、干净利落的剪裁、面料多选用意大利定制级面料

BOSS

营销策略

产品策略：以核心品类**外套**为主要推广产品，推出多个风格，包括**型走春日（焕新出游）、机能通勤（动感活力）、主宰风格（引擎再启）、春夏焕新（自在随型）**

推广策略：选择**日本歌手力丸**作为品牌形象代言人，选择F1方程式赛车作为2024春夏新系列的灵感来源，不断提升品牌曝光度，引流官方直播间，完成从传播、种草到转化的销售闭环

近期热门内容话题：

- 1) BOSS2024春夏系列：不负时光，沉稳蜕变
- 2) BOSS机能通勤系列：一同感知精彩无拘的时刻
- 3) 都市穿行者：为户外运动而生



资料来源：根据网络公开资料整理获得。

品牌官方旗舰店热卖商品：卡尔拉格斐

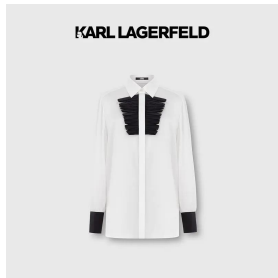
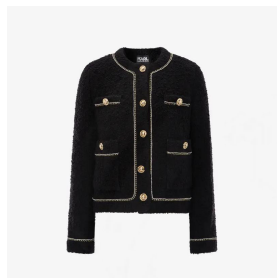
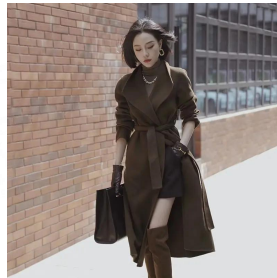







外套为最热卖品类，大衣为件单价最高品类，热卖商品主打小香风风格

- 热卖品类：**外套为最热卖品类，销售额超2000万元**；件单价超1500元的品类有**外套、大衣、羽绒服**，其中**大衣**件单价最高，超1800元
- 热卖单品：价格较高，以**外套和大衣**为主，产品主打**小香风、时尚、高级感**等风格，品牌面向核心目标用户为**熟龄女性**

卡尔拉格斐 TOP10品类分布

TOP10品类	销售额 (万元)	销量 (件)	件单价
奢品外套	2092	13653	1532
奢品连衣裙	1067	10148	1051
奢品羊毛衫/羊绒衫	1062	10668	996
奢品大衣	750	4079	1839
奢品羽绒服	648	3787	1712
奢品针织衫	519	4748	1094
奢品T恤	309	5416	571
奢品衬衫	266	2375	1120
奢品卫衣/套头衫	218	2644	825
奢品半身裙	163	1508	1080

卡尔拉格斐抖音2023年热卖商品TOP10

 <p>KARL LAGERFELD蝴蝶褶饰女士高级感衬衫 到手价格：3590元 品类：衬衫</p>	 <p>KARL LAGERFELD卡尔拉格斐毛钻链镶边夹克 到手价格：3699元 品类：外套</p>	 <p>KARL LAGERFELD秋冬新款长款时尚毛呢外套 到手价格：6990元 品类：外套</p>	 <p>KARL LAGERFELD 23秋冬新款双排扣羊毛大衣 到手价格：9490元 品类：大衣</p>	 <p>KARL LAGERFELD小香风羽绒服 到手价格：6990元 品类：羽绒服</p>
 <p>KARL LAGERFELD2023秋季新款菱形圆领羊毛外套 到手价格：4590元 品类：外套</p>	 <p>KARL LAGERFELD卡尔拉格斐新款连衣裙 到手价格：2590元 品类：连衣裙</p>	 <p>KARL LAGERFELD卡尔拉格斐小香风粗花呢开衫 到手价格：4390元 品类：针织衫</p>	 <p>KARL LAGERFELD秋粗花呢开衫小香风老佛爷 到手价格：5290元 品类：外套</p>	 <p>KARL LAGERFELD经典小香风镶边直筒大衣 到手价格：3990元 品类：大衣</p>

品牌蓝v账号运营：卡尔拉格斐

明星名人直播间造势，潮流穿搭主播带销量，主打多场景穿搭

- 营销特点：达人合作为主，合作数量超70个，头部主播包括交个朋友直播间、李金铭、陈法蓉、胡兵、左岩等明星名人直播间，助力品牌提升声量；“抖音服饰潮推官”穿搭博主，如叶可可、Maggie杨斯淇、杨红霞ry、梦颖Melinda、左岸潇、瑞妮Renee、刘子安等；品牌合作达人直播带货GMV贡献占比超93%
- 用户特点：卡尔拉格斐的营销面向人群以追求优雅设计风格，看重品质的女性为主，场景覆盖社交活动/宴会、日常生活穿搭等

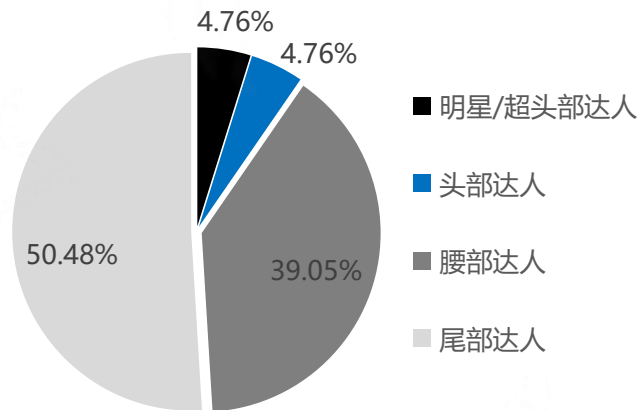
@KARL LAGERFELD
(粉丝：3.2万)



近7天直播数据：
直播场次：34场
场均在线：13人
场均GMV：3.8万

- 品牌自播账号主题：都市慢生活
- 直播内容：服饰功能介绍为主，营销话术主要为：流线形裙摆设计展现女性曲线；选用高级面料制作，皮肤触感良好；马卡龙色系彰显优雅甜美

主要合作达人及占比



超头部达人/明星：@交个朋友直播间、@李金铭、@陈法蓉、@胡兵、@左岩

头部达人：@刘子安、@沙特肉姐、@澳门酒窝夫妇、@叶可可🍷18号莱茵哦

腰部达人：@星线好物严选 4.18 品牌集合、@adyc666666、@Feiyuxiayan

尾部达人：@小谢同学、@廷姐爱喝啵、@lulu本lu🍷♀️、@斑鸠奢品

品牌营销策略总结：卡尔拉格斐

品牌简介

品牌成立：创始人卡尔·拉格斐，1984年正式在法国创立

品牌定位：高端奢侈品牌，设计风格坚持高端精良的选料与制衣，同时具有法式酷雅的鲜明风格

产品特点：种类齐全，包含服装、配饰、箱包、腕表、香氛

产品价位：抖音热卖产品价格1000-2000元区间

目标用户：以熟龄女性为主

品牌做工特点：致力于将时尚和艺术融为一体，产品以精美的剪裁、精致的质地、精美的细节为特色，把时尚和艺术完美融合，满足消费者审美需求、实用性需求



营销策略

产品策略：以大衣和连衣裙为主要推广产品，推出多个风格，包括复古摩登风大衣、机能户外风外套、优雅小香风连衣裙、早春浪漫风西装

推广策略：与多位达人进行合作，其中超头部达人/明星占比4.76%，头部达人占比4.76%，腰部达人占比39.05%，尾部达人占比35.24%，素人占比15.24%，达人行业以穿搭和网红美女为主，还涵盖生活和时尚行业

近期热门内容话题：

- 1) KAPL LAGERFELD 2024春夏系列：从容撰写法式优雅
- 2) 为了一件衣服归档：甄选材质，考究工艺，匠心设计
- 3) 联名系列推出：趣味氛围拉满



品牌官方旗舰店热卖商品：AMIPARIS











卫衣为最热卖品类，外套为件单价最高品类，热卖商品主打休闲、百搭

- 热卖品类：卫衣为最热卖品类，销售额超3000万元；件单价超3000元的品类有毛衣和外套，其中外套件单价最高，超3200元
- 热卖单品：价格较高，以毛衣和卫衣为主，产品主打休闲、运动、百搭等风格，均为男女同款，品牌面向的用户群体较广

AMIPARIS TOP10品类分布

TOP10品类	销售额 (万元)	销量 (件)	件单价
奢品卫衣/套头衫	3410	14669	2325
奢品毛衣	3348	10735	3119
奢品T恤	2928	25012	1171
奢品衬衫	1252	6100	2053
奢品外套	592	1811	3271
奢品休闲裤	488	2192	2226
奢品针织衫	429	1498	2867
奢品短裤	411	2242	1835
奢品polo衫	319	2643	1206
奢品卫裤	252	955	2642

AMIPARIS抖音2023年热卖商品TOP10

 <p>AMI 男女同款23秋冬新款爱心款棉质连帽拉链卫衣 到手价格：3900元 品类：卫衣</p>	 <p>AMI 男女同款23秋冬新款羊驼毛混纺软糯感云朵毛衣 到手价格：4900元 品类：毛衣</p>	 <p>AMI 男女同款23春夏休闲爱心款红色爱心棉质短裤 到手价格：2200元 品类：短裤</p>	 <p>AMI 男女同款23秋冬新款羊驼毛混纺软糯爱心云朵毛衣 到手价格：4300元 品类：毛衣</p>	 <p>AMI 男女同款23秋冬新款莫兰迪色爱心套头百搭毛衣 到手价格：4300元 品类：毛衣</p>
 <p>AMI 男女同款23春夏新款爱心款红色爱心连帽开衫卫衣 到手价格：3900元 品类：卫衣</p>	 <p>AMIPARIS 男女同款23春夏新款休闲爱心款红色爱心T恤 到手价格：1600元 品类：T恤</p>	 <p>AMI 男女同款设计师款棉质混纺运动宽松长裤抽绳卫裤 到手价格：2900元 品类：休闲裤</p>	 <p>AMIPARIS 男女同款经典款爱心款棉质纯色圆领刺绣T恤 到手价格：1300元 品类：T恤</p>	 <p>AMI 男女同款23春夏新款爱心款时尚红色爱心休闲卫裤 到手价格：2700元 品类：卫裤</p>

品牌蓝v账号运营：AMIPARIS

品牌蓝V账号销售贡献超89%，520/618/双十一大促销售增长显著

- 营销特点：AMIPARIS以品牌蓝v账号“amiparis”直播带货为主，2023年直播GMV占比89.4%；从直播销售额趋势看：1-4月GMV缓慢上升；5月开始发力，**上新胶囊系列，结合520营销节点进行线下门店宣传，并向直播间进行引流**，6月份直播GMV显著提升，GMV突破1400万；10月**上新秋冬系列，并推出套衫、运动鞋、帽子与包袋多个品类，并进行双11预热**，**11月份直播GMV达到高点**，GMV突破1700万
- 用户特点：AMIPARIS营销面向人群是追求高品质，典雅低调的生活态度，目标用户群体较广，用户评价较好

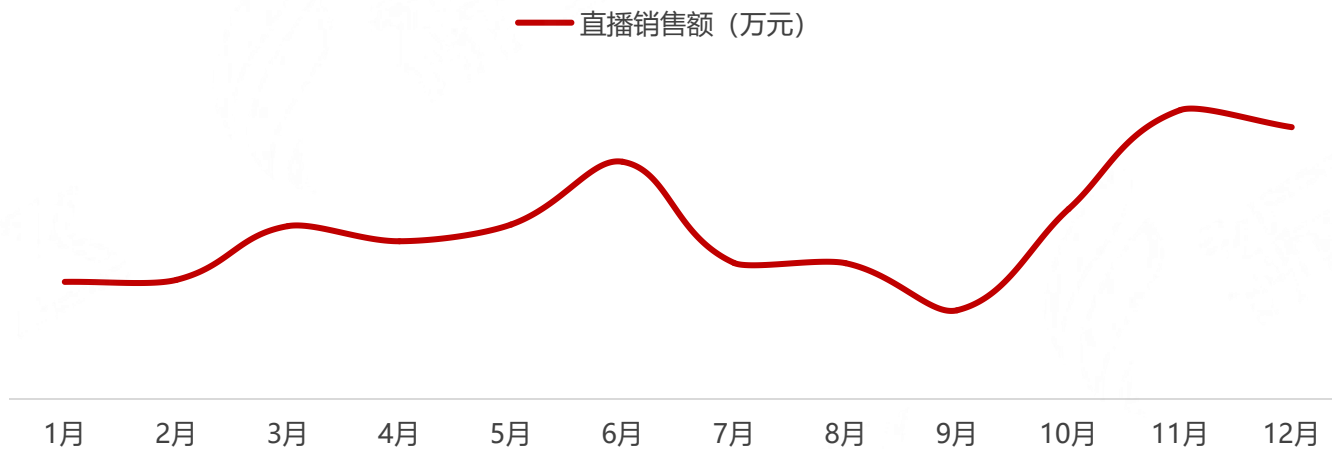
@amiparis
(粉丝：48.2万)



- **品牌自播账号主题：**无
- **直播内容：**服饰功能介绍为主，营销话术主要为：以优质羊毛为主要原料，保暖性能强；男女同款设计，方便情侣或家庭搭配购买；宽松落肩的V领设计，既时尚又实用

近7天直播数据：
直播场次：35场
场均在线：19人
场均GMV：6.2万

2023年品牌蓝v账号直播销售趋势
——AMIPARIS



直播带货场次	场均观看人次	场均销量	场均销售额	人均UV价值
1086	1.3w	59	11.7w	9.19
	场均客单价1983	总销量6.4w	总销售额1.27亿	带货商品1139

品牌营销策略总结：AMIPARIS

品牌简介



品牌成立：2011年在法国创立

品牌定位：AMI PARIS的品牌名字在法语里意为“朋友”，由巴黎设计师Alexandre Mattiussi于2011年创立，他在2018年推出了女装系列，其灵感设计来源于男装，模糊了性别在传统服装的界限，开启了另类别致的女装穿搭体验

产品特点：产品线丰富，包括服装、鞋帽、包包、配饰等

产品价位：定位中高档市场，抖音热卖产品价格集中在1000-3000元区间

目标用户：18-24岁年轻用户，以学生党、小镇青年为主

品牌做工特点：AMI PARIS的服饰以轻松休闲的格调为主，兼具时髦感的同时捕捉到了一抹优雅的巴黎风情。经典百搭的设计、宽松的廓形、利落而不尖锐的线条以及中性迷人的色调令人尤为印象深刻

营销策略

产品策略：以卫衣和大衣为主要推广产品，推出多种色彩，包括秋冬系列（黑色、灰色、海军蓝、棕色）、春夏系列（薄荷曼波等多种柔和色调）

推广策略：邀请多位模特、演员、歌手与时尚博主进行时装表演，并结合520营销节点上新胶囊系列，结合双11大促上新秋冬系列，线上线下联动，提高生意增长

近期热门内容话题：

- 1) Ami24秋冬：定格永恒
- 2) Ami24春夏：捕捉光芒，邂逅新季
- 3) Ami苏州时装秀：在苏州用心感知静谧中的韵味



04 奢侈品服饰市场趋势总结



奢侈品服饰市场趋势总结：

1-3月
(春夏系列上新)

4月
(春游踏青)

5月
(母亲节/520)

6月
(618大促)

7-8月
(暑期)

9-10月
(秋冬系列上新)

11-12月
(双十一大促)

色彩趋势

秋季美拉德、高端灰色、大气红色、经典黑金、优雅纯白

热门话题

#二手奢侈品 #奢侈品 #奢侈品鉴定

#奢侈品牌 #二手奢侈品回收鉴定

#中国奢侈品 #奢侈品商场

#奢侈品回收 #奢侈品修复

#奢侈品捡漏 #奢侈品护理

#奢侈品鉴定师 #回收奢侈品

品牌趋势

HUGO BOSS：产品主打商务、休闲，面向男性白领；卡尔拉格斐：产品主打小香风风格，面向熟龄女性；AMIPARIS：产品主打休闲、百搭，男女同款

成熟品类

夹克、外套、大衣、卫衣

机会品类

T恤、连衣裙、毛衣、羽绒服

polo衫、休闲裤、牛仔裤、羊毛衫

衬衫、西装、针织衫、半身裙

感谢观看



关注公众号
获取更多数据分析报告



扫码加微
合作交流

