



24秋女装牛仔裤商品企划

太平鳥peacebird

小组成员:罗悠、潘芝诺、沈欣怡、吴乐妍



CONTENTS

01

洞察总成结论

02

各品类复盘规划

03

产品部件规划

04

产品核心增量

05

落地总结

01

洞察总成结论

Insightful Conclusion

- 看市场
- 看本品
- 看竞品

洞察总成结论

市场盘量

本品复盘

竞对分析

看市场

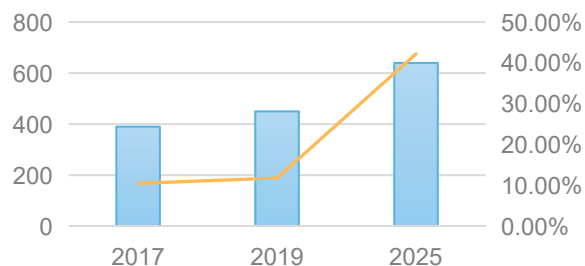
The Market



市场盘量

市场盘量保持持续高速增长

2017-2025中国区牛仔裤销售总额
统计及预测



■ 中国区牛仔裤总销售额 — 同比增长

数据来源：市场来源在线网

女牛仔裤销量增势强劲

在俄罗斯电商平台Ozon上：
2023年第三季度时尚品类的销售
额同比增长了2.5倍
男士牛仔裤的销量增加了3.5倍，销
售额增长了242%；女士牛仔裤的
销量额增幅超过251%。

市场趋势

环保牛仔面料



时尚个性需求

坚韧耐穿



展现社交趣味和个性态度

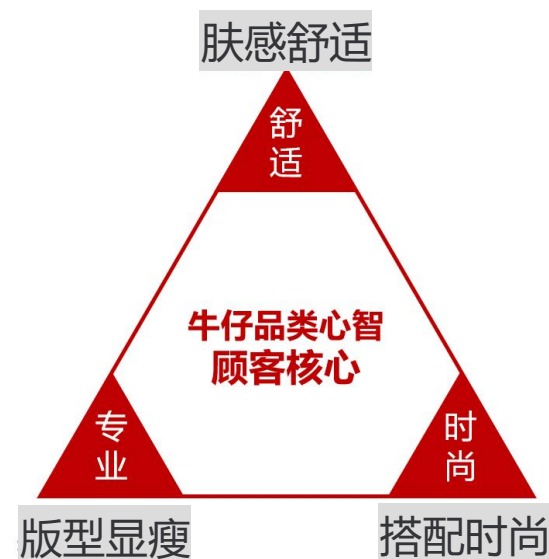
套装牛仔趋势



潮流水洗趋势



消费者偏好



看本品优势

The Product



正确方向一： 增加潮流线直筒裤的款色

场景		城市出街		
		2022	2023	同比
直筒裤	款色	4	7	75%
	业绩	249.0	798.7	221%
	业绩占比	8%	26%	225%
哈伦裤	款色		1	100%
	业绩		21.5	100%
	业绩占比		1%	100%
喇叭裤	款色		1	100%
	业绩		54.7	100%
	业绩占比		2%	100%
小脚裤	款色			
	业绩			
	业绩占比			
烟管裤	款色			
	业绩			
	业绩占比			
牛仔裙	款色		1	100%
	业绩		8.8	100%
	业绩占比		0%	100%
整体	款色	4	10	150%
	业绩	249.0	883.7	255%
	业绩占比	8%	29%	259%
结论		62.2	88.4	42%
		1. 潮流线整体业绩提升255%，款效增长42%，业绩占比由8%提升到29%。 2. 哈伦裤、喇叭裤、牛仔裙结构从无到有，但款式强度有待提升，缺少头部款式		

直筒裤款色增加，在城市出街场景表现优异，销量同比增长221%

正确方向二： 增加哈伦裤与喇叭裤裤型

1	2	3	4	5
8469	7754	5991	5577	4538
45%	60%	24%	39%	74%
直筒裤	哈伦裤	喇叭裤	喇叭裤	直筒裤
599	629	569	569	569
棉莱卡 (氨)	棉氨	棉莱卡 (氨)	棉莱卡 (氨)	棉莱卡 (氨)
6	7	8	9	10
4434	3210	2711	2488	2134
41%	34%	39%	49%	41%
直筒裤	哈伦裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤
699	629	599	569	699
棉莱赛尔	棉氨	全棉	棉莱卡 (氨)	全棉

哈伦裤、喇叭裤款效提升，新通勤场景表现优异

正确方向三： 继续使用环保牛仔面料

A3HAD340255
销量：4434
产销：41%

A3HAD340155
销量：342
产销：40%

A1HAD320355
销量：5991
产销：24%

A1HAD320389
销量：5577
产销：39%

A1HAD310155
销量：8469
产销：45%

A3HAD330145
销量：4538
产销：74%

A3HAD330155
销量：2488
产销：49%

环保面料产品销量数据可观，其中销量最高的是添加了玉米纤维的可降解乳酸牛仔面料制作的产品

看竞品

The Competing Product



MO&CO



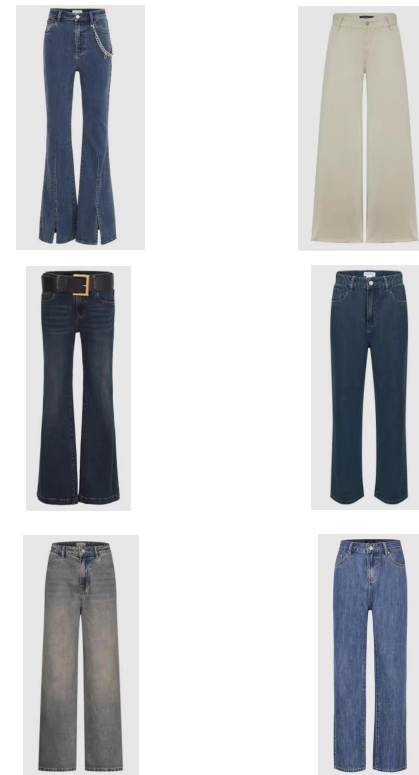
- TOP结构增加了**短裤和牛仔裙裤型**
- 产品**全棉**使用率高

ONLY



- Top中**喇叭裤与小直筒**skc较多
- **水洗色**有深浅过渡

UR



- 款式**新潮时尚**，有水泥色款式加入
- 莫代尔、棉氨类的**垂顺面料**使用率高

看竞品

The Competing Product



MO&CO



- TOP结构增加了**短裤和牛仔裙裤型**
- 产品**全棉**使用率高

ONLY



本品缺少合体小直筒和烟管裤版型

裙类和短裤类市场有待开发

缺少水洗过渡色

缺少新潮的头部爆款

- Top中**喇叭裤与小直筒**skc较多
- **水洗色**有深浅过渡

UR

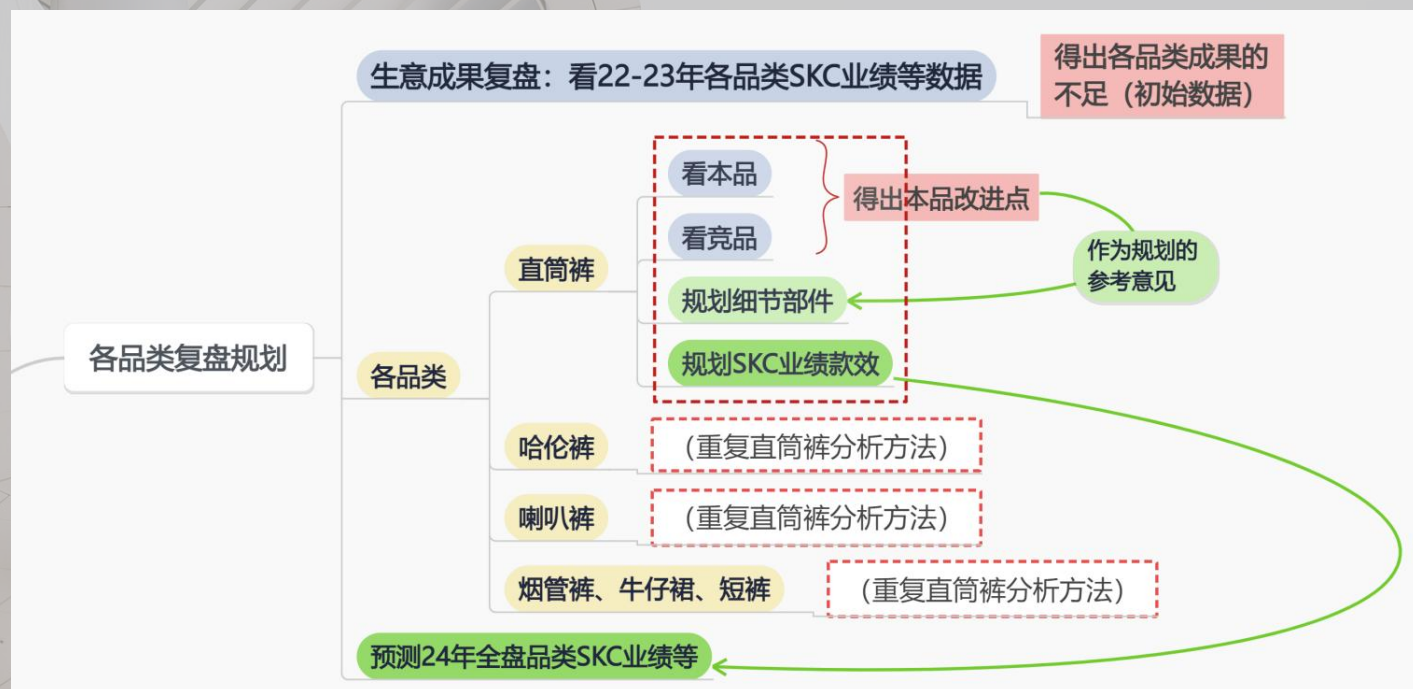


- 款式**新潮时尚**，有水泥色款式加入
- 莫代尔、棉氨类的垂**顺面料**使用率高

02

各品类复盘规划

- 品类复盘
- 品类规划
- SKC业绩规划

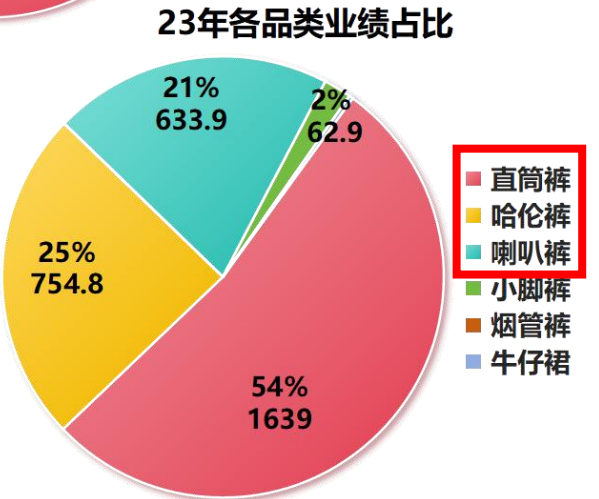
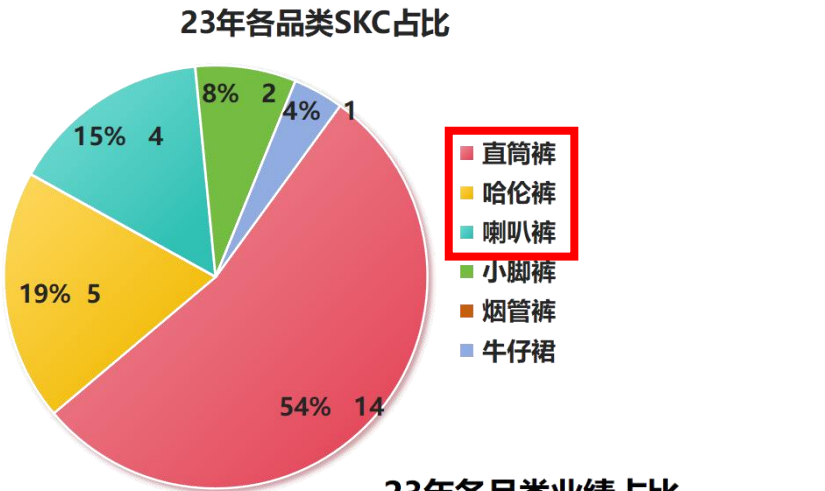


生意成果复盘

细分品类结构概况

		品质（新通勤+社交周末）			潮流（城市出街）			合计			分析
场景		2022	2023	同比	2022	2023	同比	2022	2023	同比	
直筒裤	款色	10	7	-30%	4	7	75%	14	14	0%	直筒裤业绩下滑最严重，款效同比下降30%，存在业绩缺口
	业绩	2103	840.3	-60%	249	798.7	221%	2351.9	1639.1	-30%	
	业绩占比	67%	27%	-60%	8%	26%	225%	75%	53%	-29%	
	款效	210.3	120	-43%	62.3	114.1	83%	168	117.1	-30%	
哈伦裤	款色	4	4	0%		1	100%	4	5	25%	哈伦裤潮流款从无到有，双场景款效提升，但款色和款式强度有待提高
	业绩	308.8	733.3	137%		21.5	100%	308.8	754.8	144%	
	业绩占比	10%	24%	140%		1%	100%	10%	24%	147%	
	款效	77.2	183.3	137%		21.5	100%	77.2	151	96%	
喇叭裤	款色	3	3	0%		1	100%	3	4	33%	喇叭裤潮流款从无到有，双场景款效提升，但款色和款式强度有待提高
	业绩	190.6	579.2	204%		54.7	100%	190.6	633.9	233%	
	业绩占比	6%	19%	217%		2%	100%	6%	20%	237%	
	款效	63.5	193.1	204%		54.7	100%	63.5	158.5	149%	
小脚裤	款色	2	2	0%				2	2	0%	市场前景不好
	业绩	88.8	62.9	-29%				88.8	62.9	-29%	
	业绩占比	3%	2%	-33%				3%	2%	-28%	
	款效	44.4	31.5	-29%				44.4	31.5	-29%	
烟管裤	款色	3		-100%				3		-100%	烟管裤缺失，烟管裤在全网及竞品的销售中都处于不可或缺的地位，必须补充
	业绩	198.1		-100%				198.1		-100%	
	业绩占比	6%		-100%				6%		-100%	
	款效	66		-100%				66		-100%	
牛仔裙	款色					1	100%		1	100%	牛仔裙潮流款从无到有，品质线机会点抓取，双场景打开
	业绩					8.8	100%		8.8	100%	
	业绩占比					0%	100%		0%	100%	
	款效					8.8	100%		8.8	100%	
整体	款色	22	16	-27%	4	10	150%	26	26	0%	缺少短裤
	业绩	2889.3	2215.7	-23%	249	883.7	255%	3138.3	3099.4	-1%	
	业绩占比	92%	72%	-22%	8%	29%	259%	100%	100%	0%	
	款效	131.3	138.5	5%	62.3	88.4	42%	120.7	119.2	-1%	
结论		品质线整体业绩下滑23%			潮流线整体业绩提升255%，款效增长42%，业绩占比由8%提升到29%			品质与潮流的业绩占比趋向合理化			

- 结论：
- 23秋牛仔业绩同比下降1%。
 - 直筒裤业绩款效下滑最严重；存在业绩缺口712.8w。注重品质直筒裤投入。
 - 直筒裤、哈伦裤与喇叭裤在SKC以及业绩比重中占比大头，都为核心款式。
 - 哈伦裤与喇叭裤业绩上升，款效优秀，但款色款式强度有待提高。
 - 丰富细分结构，增加烟管裤、牛仔裙、短裤。



看本品

[三年本品TOP10&21至23年秋牛仔裤生命周期]

23秋
80% (同比-8%)

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	8469	7754	5991	5577	4538	4434	3210	2711	2488	2134
产销	45%	60%	24%	39%	74%	41%	34%	39%	49%	41%
细分结构	直筒裤	哈伦裤	喇叭裤	喇叭裤	直筒裤	直筒裤	哈伦裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤
价格	599	629	569	569	569	699	629	599	569	699
面料	棉莱卡 (氨)	棉氨	棉莱卡 (氨)	棉莱卡 (氨)	棉莱卡 (氨)	棉莱卡 (氨)	棉氨	全棉	棉莱卡 (氨)	全棉

22秋
85% (同比+72%)

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	14601	11561	6055	4920	4701	3905	3586	3337	2824	2558
产销	61%	55%	47%	36%	32%	29%	80%	14%	27%	15%
细分结构	直筒裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	哈伦裤	直筒裤	烟管裤	喇叭裤	烟管裤
价格	599	599	599	499	499	599	599	299	599	299
面料	棉再生纤维	棉混纺	全天丝	棉氨纶	棉氨纶	棉氨纶	棉莱赛尔	棉氨纶	全棉	棉氨纶

21秋
57%

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	6061	5651	4930	4619	3551	3469	3257	3228	2532	2432
产销	36%	63%	28%	26%	27%	29%	54%	27%	85%	53%
细分结构	哈伦裤	直筒裤	小脚裤	哈伦裤	哈伦裤	小脚裤	直筒裤	哈伦裤	短裤	哈伦裤
价格	499	599	429	499	599	429	529	499	329	529
面料	棉氨	天丝	棉氨	棉氨	棉氨	棉氨	棉混纺	棉氨	棉氨	棉氨

从21至23年秋牛仔裤生命周期分析得:

- 直筒裤整体强度不如22年，导入和后期均缺少关键款式。

从三年本品TOP10分析得:

- 缺乏**头部爆款**和**合体小直筒**版型。
- 面料选择单一，缺少**天丝面料**和**夏日浅色水洗色**。



看竞品
[核心竞品TOP&竞品细节部件比较]

MO&CO

45%

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	783	455	450	384	373	305	290	237	222	200
价格	999	1299	799	699	999	1099	899	1399	1199	1299
细分结构	长裙	直筒裤	短裤	短裤	长裙	微喇裤	裙裤	直筒裤	直筒裤	微喇裤
面料	全棉	全棉	全棉	全棉	全棉	棉氨	全棉	桑蚕丝	全棉	棉氨

ONLY

56%

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	4443	4177	3504	2676	2616	2047	1500	1419	1234	1208
价格	479	449	449	499	429	549	449	529	499	499
细分结构	烟管裤	喇叭裤	喇叭裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	喇叭裤	小脚裤	长裙	哈伦裤
面料	棉氨	棉氨	棉氨	棉氨	棉氨	棉混纺	棉氨	棉氨	全棉	棉氨

UR

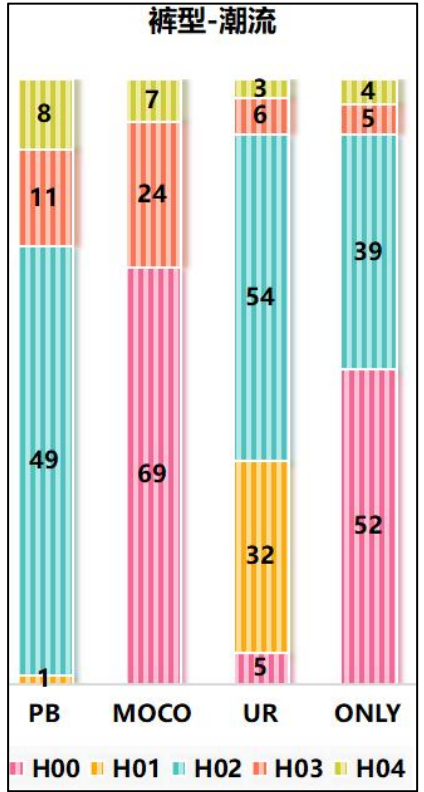
23%

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	3046	2327	2067	1813	1779	1707	1699	1437	1341	1327
价格	299	369	339	369	299	269	299	239	299	239
细分结构	微喇裤	直筒裤	微喇裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	短裙	直筒裤	短裙
面料	全棉	棉莱代尔	棉氨	棉莱赛尔	全棉	棉莱赛尔	棉氨	全棉	棉莱赛尔	全棉

裤型-品质



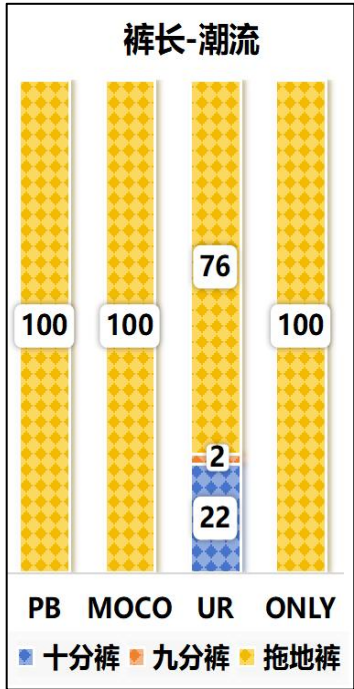
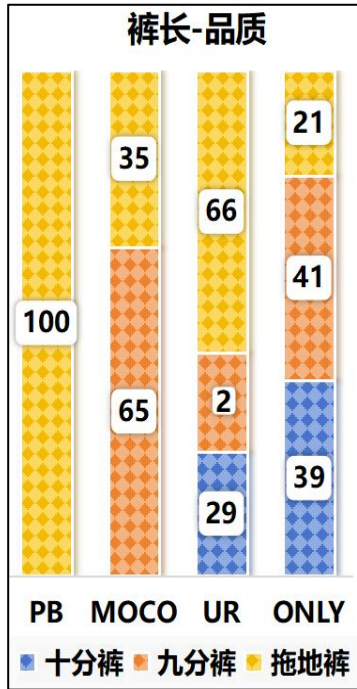
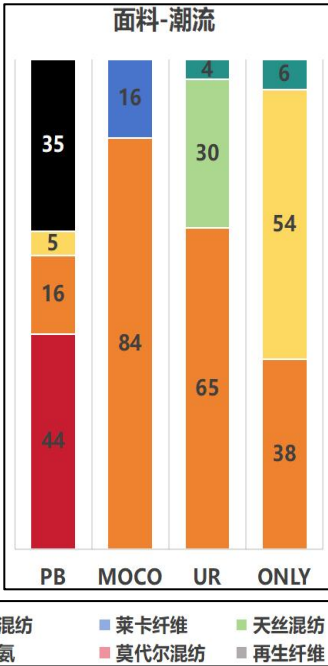
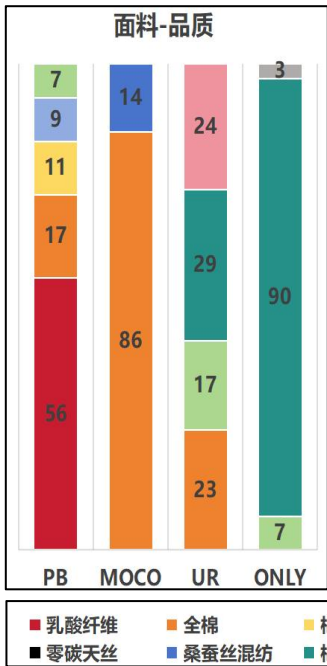
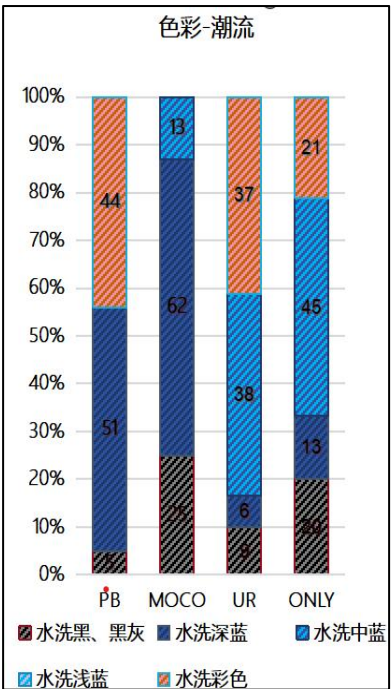
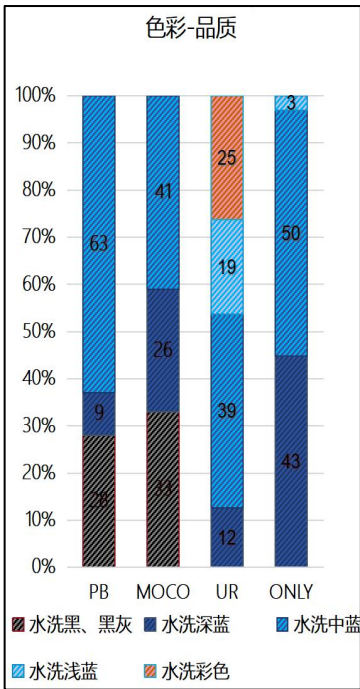
裤型-潮流



与竞品相比，本品存在以下不足：

- 缺少修身直筒，H00

看竞品
[竞品细节部件比较]



与竞品相比，本品存在以下不足：

- 色彩：品质类缺少**水洗浅蓝**，**水洗彩色**；潮流类缺少水洗中蓝色。
- 面料：**全棉使用率低**，品质类缺少**棉氨**。
- 裤长：品质类缺**九分裤**，**十分裤**。

部件
细节
规划

细分维度	色彩	面料	裤长	版型
新增	➢ 潮流线 中蓝色水洗		➢ 品质线 九分裤长，十分裤长	➢ 品质线 H00合体小直筒
延续/改善	➢ 品质线中蓝色水洗，升级手擦工艺 ➢ 潮流线深蓝水洗， 彩色水洗	➢ 延续 天然环保乳酸纤维、全棉、零碳天丝	➢ 改善拖地裤长度，更好的适配不同身高消费者	➢ 延续H02、H03、H04裤型
舍弃	➢ 舍弃品质 过花水洗			

SKC
业绩
款效
规划

SKC

14

品质7，潮流7

业绩

3929

品质2453

潮流1476

款效

281

品质350

潮流211

看本品

[三年本品TOP&21至23年秋牛仔裤生命周期]

23秋
80% (同比-8%)

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	8469	7754	5991	5577	4538	4434	3210	2711	2488	2134
产销	45%	60%	24%	39%	74%	41%	34%	39%	49%	41%
细分结构	直筒裤	哈伦裤	喇叭裤	喇叭裤	直筒裤	直筒裤	哈伦裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤
价格	599	629	569	569	569	699	629	599	569	699
面料	棉莱卡 (氨)	棉氨	棉莱卡 (氨)	棉莱卡 (氨)	棉莱卡 (氨)	棉莱赛尔	棉氨	全棉	棉莱卡 (氨)	全棉

22秋
85% (同比+72%)

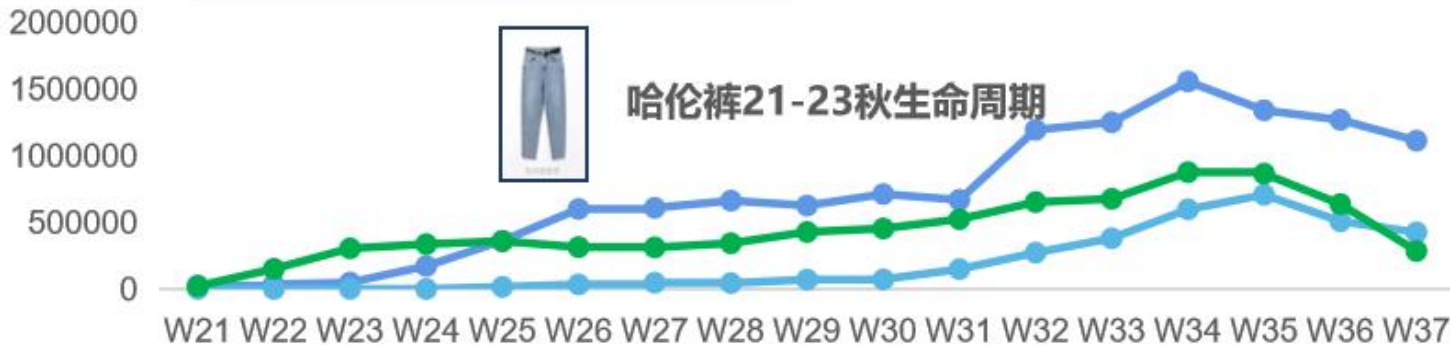
排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	14601	11561	6055	4920	4701	3905	3586	3337	2824	2558
产销	61%	55%	47%	36%	32%	29%	80%	14%	27%	15%
细分结构	直筒裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	哈伦裤	直筒裤	烟管裤	喇叭裤	烟管裤
价格	599	599	599	499	499	599	599	299	599	299
面料	棉再生纤维	棉混纺	全天丝	棉氨纶	棉氨纶	棉氨纶	棉莱赛尔	棉氨纶	全棉	棉氨纶

21秋
57%

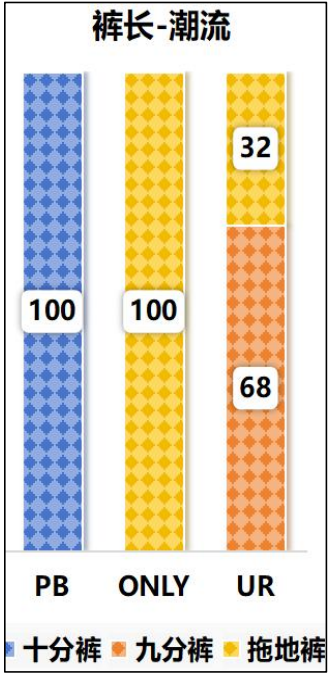
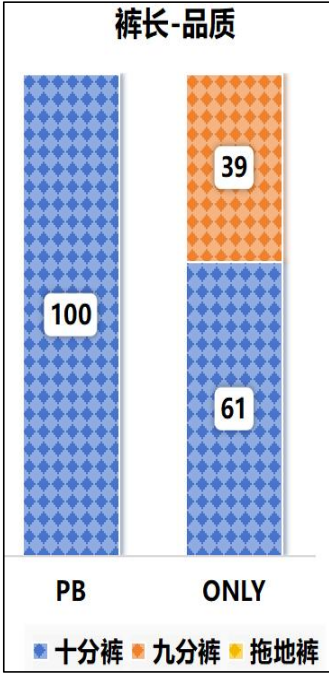
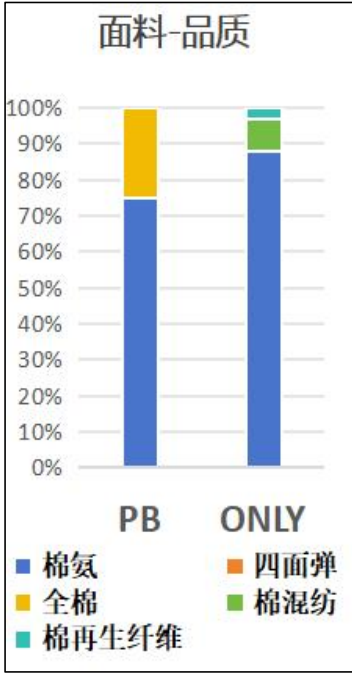
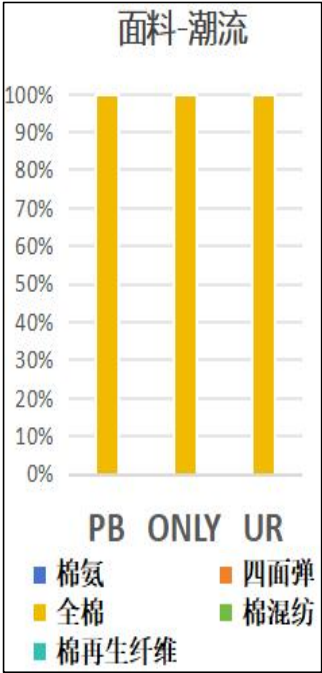
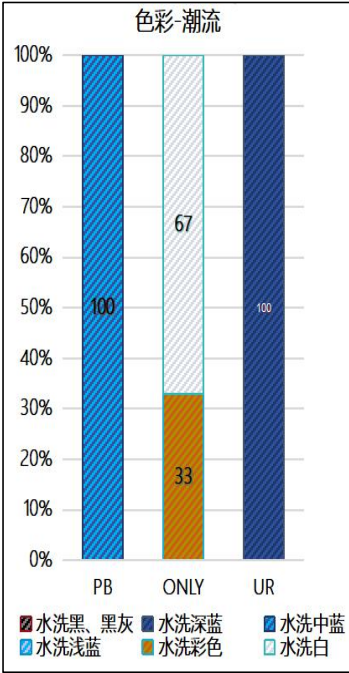
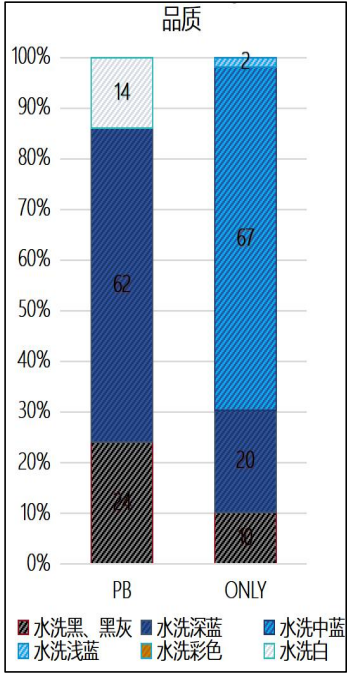
排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	6061	5651	4930	4619	3551	3469	3257	3228	2532	2432
产销	36%	63%	28%	26%	27%	29%	54%	27%	85%	53%
细分结构	哈伦裤	直筒裤	小脚裤	哈伦裤	哈伦裤	小脚裤	直筒裤	哈伦裤	短裤	哈伦裤
价格	499	599	429	499	599	429	529	499	329	529
面料	棉氨	天丝	棉氨	棉氨	棉氨	棉氨	棉混纺	棉氨	棉氨	棉氨

- 23年哈伦裤业绩回升，款效提升，但总业绩仍低于21年，且后续缺少强度款推动。

2021 2022 2023



看竞品
[竞品细节部件比较]



- 色彩：品质缺少水洗中蓝色；潮流水洗彩色。
- 裤长：品质缺少九分裤；潮流缺少拖地裤。

部件
细节
规划

细分维度	色彩	面料	裤长
新增	➢ 品质线中蓝色水洗 ➢ 潮流线深蓝色水洗		➢ 品质线新增九分裤长
延续/改善	➢ 延续中蓝色水洗，升级手擦、马骝工艺	➢ 延续四面弹、全棉面料	➢ 改善拖地裤长度，适配不同身高消费者
舍弃	➢ 舍弃潮流过黄做旧套色		

SKC
业绩
款效
规划

SKC

5

品质3，潮流2

业绩

1150

品质1005

潮流145

款效

230

品质335

潮流73

看本品

[三年本品TOP&21至23年秋牛仔裤生命周期]

23秋

80% (同比-8%)

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	8469	7754	5991	5577	4538	4434	3210	2711	2488	2134
产销	45%	60%	24%	39%	74%	41%	34%	39%	49%	41%
细分结构	直筒裤	哈伦裤	喇叭裤	喇叭裤	直筒裤	直筒裤	哈伦裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤
价格	599	629	569	569	569	699	629	599	569	699
面料	棉莱卡 (氨)	棉氨	棉莱卡 (氨)	棉莱卡 (氨)	棉莱卡 (氨)	棉莱赛尔	棉氨	全棉	棉莱卡 (氨)	全棉

22秋

85% (同比+72%)

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	14601	11561	6055	4920	4701	3905	3586	3337	2824	2558
产销	61%	55%	47%	36%	32%	29%	80%	14%	27%	15%
细分结构	直筒裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	哈伦裤	直筒裤	烟管裤	喇叭裤	烟管裤
价格	599	599	599	499	499	599	599	299	599	299
面料	棉再生纤维	棉混纺	全天丝	棉氨纶	棉氨纶	棉氨纶	棉莱赛尔	棉氨纶	全棉	棉氨纶

21秋

57%

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	6061	5651	4930	4619	3551	3469	3257	3228	2532	2432
产销	36%	63%	28%	26%	27%	29%	54%	27%	85%	53%
细分结构	哈伦裤	直筒裤	小脚裤	哈伦裤	哈伦裤	小脚裤	直筒裤	哈伦裤	短裤	哈伦裤
价格	499	599	499	499	599	429	529	499	329	529
面料	棉氨	天丝	棉氨	棉氨	棉氨	棉氨	棉混纺	棉氨	棉氨	棉氨

- 喇叭裤呈上升趋势，但9月初受冬季款影响急速下降，上市时需规避雷同款以平稳过渡



看竞品
[核心竞品TOP&竞品细节部件比较]

MO&CO
45%

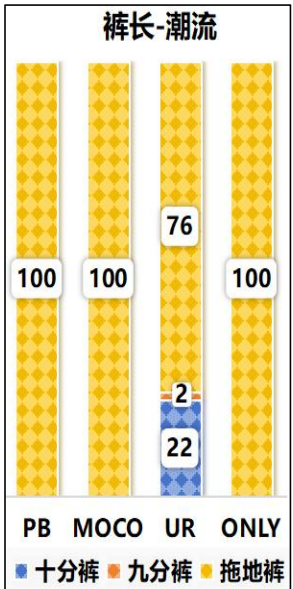
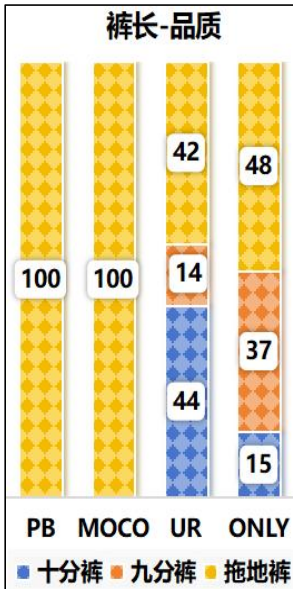
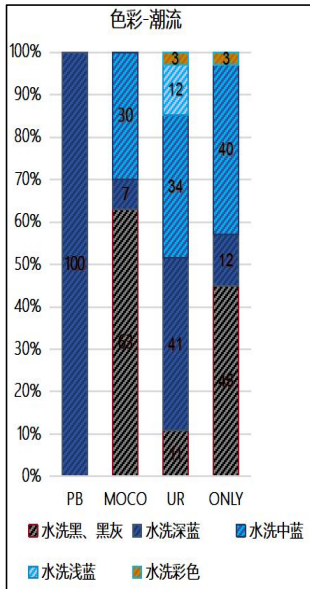
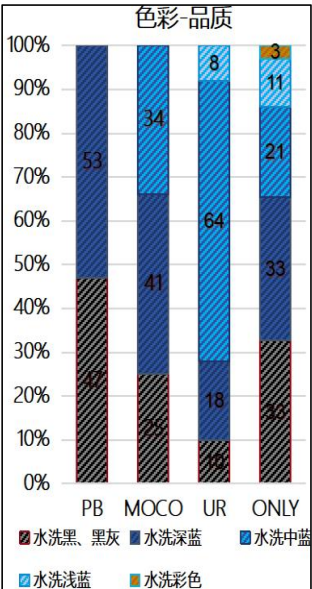
排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	783	455	450	384	373	305	290	237	222	200
价格	999	1299	799	699	999	1099	899	1399	1199	1299
细分结构	长裙	直筒裤	短裤	短裤	长裙	微喇裤	裙裤	直筒裤	直筒裤	微喇裤
面料	全棉	全棉	全棉	全棉	全棉	棉氨	全棉	桑蚕丝	全棉	棉氨

ONLY
56%

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	4443	4177	3504	2676	2616	2047	1500	1419	1234	1208
价格	479	449	449	499	429	549	449	529	499	499
细分结构	烟管裤	喇叭裤	喇叭裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	喇叭裤	小脚裤	长裙	哈伦裤
面料	棉氨	棉氨	棉氨	棉氨	棉氨	棉混纺	棉氨	棉氨	全棉	棉氨

UR
23%

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	3046	2327	2067	1813	1779	1707	1699	1437	1341	1327
价格	299	369	339	369	299	269	299	239	299	239
细分结构	微喇裤	直筒裤	微喇裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	短裙	直筒裤	短裙
面料	全棉	棉莫代尔	棉氨	棉莱赛尔	全棉	棉莱赛尔	棉氨	全棉	棉莱赛尔	全棉



- 品质缺少水洗中蓝色；潮流缺少水洗中蓝色和水洗黑色。
- 裤长：缺失修身喇叭，十分裤

部件
细节
规划

细分维度	色彩	面料	裤长
新增	➢ 品质、潮流新增 中蓝色水洗		➢ 品质新增 九分裤、十分裤
延续/改善	➢ 延续深蓝水洗 ➢ 升级 复古深蓝色水洗 ，拉开深蓝色差异度	➢ 延续莱卡纤维	➢ 改善拖地裤长，适配不同身高消费者 ➢ 品质增加九分、十分裤
舍弃			

SKC
业绩
款效
规划

SKC

5

品质2，潮流3

业绩

1150

品质817

潮流333

款效

230

品质408

潮流111

烟管裤

牛仔裙

短裤

看本品

[三年本品TOP]

23秋

80% (同比-8%)

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	8469	7754	5991	5577	4538	4434	3210	2711	2488	2134
产销	45%	60%	24%	39%	74%	41%	34%	39%	49%	41%
细分结构	直筒裤	哈伦裤	喇叭裤	喇叭裤	直筒裤	直筒裤	哈伦裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤
价格	599	629	569	569	569	699	629	599	569	699
面料	棉莱卡 (氨)	棉氨	棉莱卡 (氨)	棉莱卡 (氨)	棉莱卡 (氨)	棉莱赛尔	棉氨	全棉	棉莱卡 (氨)	全棉

22秋

85% (同比+72%)

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	14601	11561	6055	4920	4701	3905	3586	3337	2824	2558
产销	61%	55%	47%	36%	32%	29%	80%	14%	27%	15%
细分结构	直筒裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	哈伦裤	直筒裤	烟管裤	喇叭裤	烟管裤
价格	599	599	599	499	499	599	599	299	599	299
面料	棉再生纤维	棉混纺	全天丝	棉氨纶	棉氨纶	棉氨纶	棉莱赛尔	棉氨纶	全棉	棉氨纶

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	6061	5651	4930	4619	3551	3469	3257	3228	2532	2432
产销	36%	63%	28%	26%	27%	29%	54%	27%	85%	53%
细分结构	哈伦裤	直筒裤	小脚裤	哈伦裤	哈伦裤	小脚裤	直筒裤	哈伦裤	短裤	哈伦裤
价格	499	599	429	499	599	429	529	499	329	529
面料	棉氨	天丝	棉氨	棉氨	棉氨	棉氨	棉混纺	棉氨	棉氨	棉氨

- 品类：缺少烟管裤、短裤

看竞品

[核心竞品TOP]

MO&CO

45%

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	783	455	450	384	373	305	290	237	222	200
价格	999	1299	799	699	999	1099	899	1399	1199	1299
细分结构	长裙	直筒裤	短裤	短裤	长裙	微喇裤	裙裤	直筒裤	直筒裤	微喇裤
面料	全棉	全棉	全棉	全棉	全棉	棉氨	全棉	桑蚕丝	全棉	棉氨

ONLY

56%

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	4443	4177	3504	2676	2616	2047	1500	1419	1234	1208
价格	479	449	449	499	429	549	449	529	499	499
细分结构	烟管裤	喇叭裤	喇叭裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	喇叭裤	小脚裤	长裙	哈伦裤
面料	棉氨	棉氨	棉氨	棉氨	棉氨	棉混纺	棉氨	棉氨	全棉	棉氨

UR

23%

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
款图										
销量	3046	2327	2067	1813	1779	1707	1699	1437	1341	1327
价格	299	369	339	369	299	269	299	239	299	239
细分结构	微喇裤	直筒裤	微喇裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	直筒裤	短裙	直筒裤	短裙
面料	全棉	棉莫代尔	棉氨	棉莱赛尔	全棉	棉莱赛尔	棉氨	全棉	棉莱赛尔	全棉

- 品类：缺少烟管裤、短裤
- 牛仔裙款式太过单一

品类分析

烟管裤

SKC 业绩 款效 规划	SKC	业绩	款效
	1 品质1	160 品质160	160 品质160

牛仔裙

SKC 业绩 款效 规划	SKC	业绩	款效
	4 品质1 潮流3	560 品质240 潮流320	140 品质240 潮流107

短裤

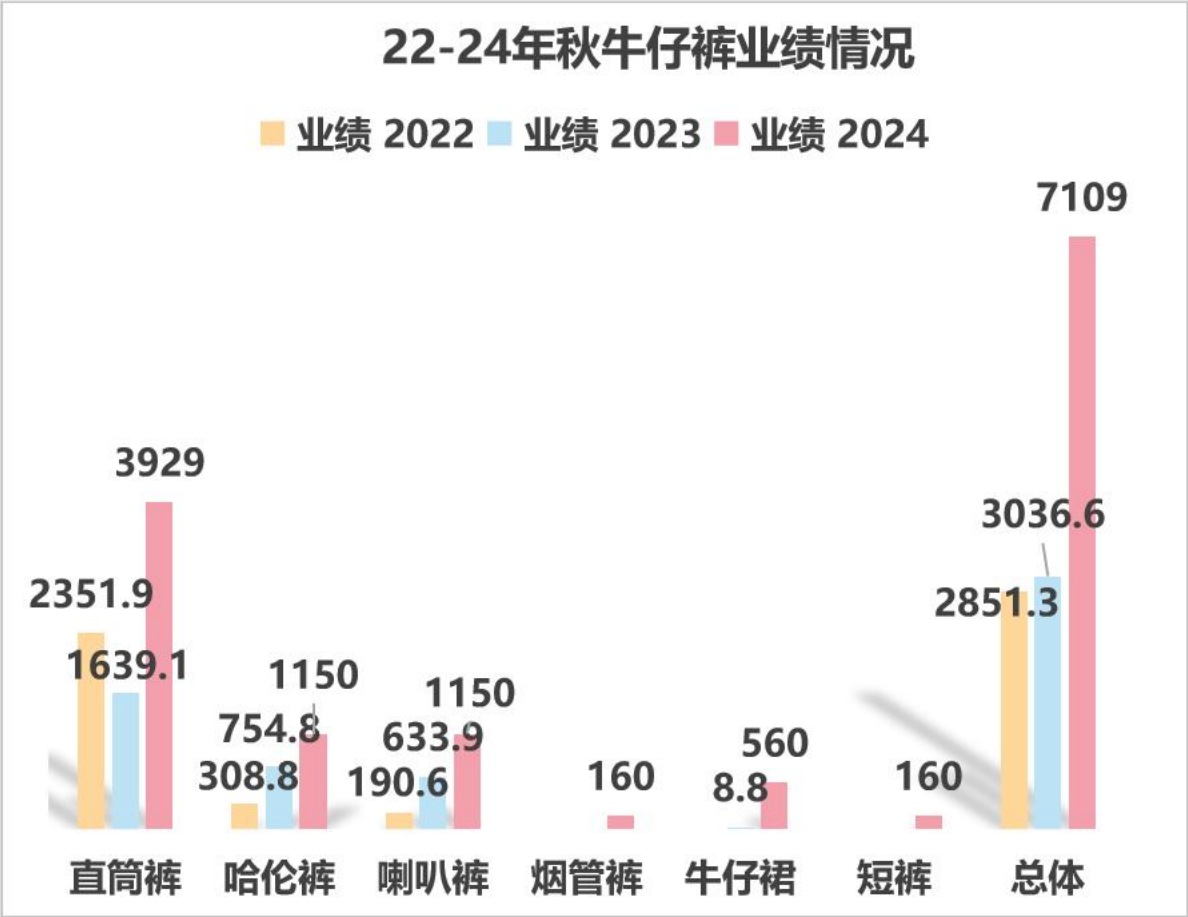
SKC 业绩 款效 规划	SKC	业绩	款效
	2 品质2	160 品质160	80 品质80

预测24年全盘品类SKC业绩

细分品类结构概况

场景		品质			潮流			合计		
		新通勤+社交周末			城市出街					
		2023	2024	同比	2023	2024	同比	2023	2024	同比
直筒裤	款色	7	7	0	7	7	0	14	14	0%
	业绩	840.3	2453	192%	798.7	1476	85%	1639.1	3929	140%
	业绩占比	27%	35%	37%	26%	21%	37%	53%	55%	37%
	款效	120.0	350	192%	114.1	211	85%	117.1	281	140%
哈伦裤	款色	4	3	-25%	1	2	100%	5	5	0%
	业绩	733.3	1005	37%	21.5	145	554%	754.8	1150	52%
	业绩占比	24%	14%	37%	1%	2%	37%	24%	16%	37%
	款效	266.2	335	26%	21.5	73	237%	151	230	52%
喇叭裤	款色	3	2	-33%	1	3	200%	4	5	25%
	业绩	579.2	817	41%	54.7	333	509%	633.9	1150	81%
	业绩占比	19%	11%	37%	2%	5%	37%	20%	16%	37%
	款效	298.3	408	37%	54.7	111	103%	158.5	230	45%
烟管裤	款色		1	100%					1	100%
	业绩		160	100%					160	100%
	业绩占比		2%	100%					2%	100%
	款效		160	100%					160	100%
牛仔裙	款色		1	100%	1	3	200%	1	4	300%
	业绩		240	100%	8.8	320	3536%	8.8	560	6122%
	业绩占比		3%	100%	0%	5%	500%	0%	8%	800%
	款效		240	100%	8.8	107	1112%	8.8	140	1491%
短裤	款色		2	100%					2	100%
	业绩		160	100%					160	100%
	业绩占比		2%	100%					2%	100%
	款效		80	100%					80	100%
整体	款色	16	16	0%	10	15	50%	26	31	19%
	业绩	2215.7	4825	118%	883.7	2275	157%	3099.4	7110	129%
	业绩占比	72%	68%	-6%	29%	32%	10%	100%	100%	0%
	款效	288.2	302	5%	88.4	152	72%	119.2	229	92%

- 业绩预测：太平鸟女装牛仔裤2025年整体业绩预计增长1.29倍，达7110万元。
- 款式亮点：直筒裤款式表现突出，预计业绩2453万元，款效最高，达350.43。



03

产品部件规划

- 面料规划
- 版型&裤长规划
- 设计元素规划
- 色彩规划



看本品

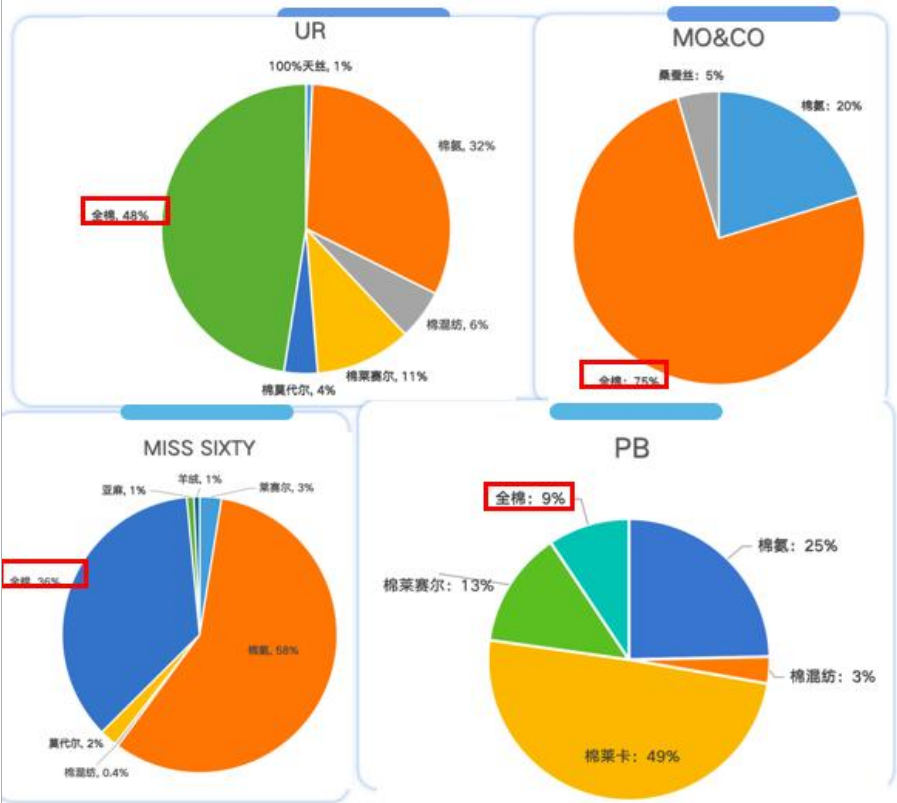
调研得出的客户需求:

- 1.看重牛仔裤对于**身材**的**修饰**作用，需关注面料**弹性与挺阔度**
- 2.大部分客户关注**天气**的适配性，面料应设置**不同厚薄度**
- 3.小部分客户更注重面料的**舒适度**，**透气、适体**是他们的第一选择

主销面料: 弹力面料 (棉氨、棉莱卡) ;
机会面料: 全棉面料、棉莱赛尔;
机会损失: 缺少莫代尔、天丝混纺类薄牛仔面料; 11盎司以下轻薄面料使用的减少导致导入期业绩损失严重



看竞品



竞品对比:
1.竞品的**全棉**使用比例远高于本品。
2.竞品使用少部分**桑蚕丝、莫代尔、羊绒**等高端面料。
3.竞品中**薄款**面料有一定占比

对应本品方向

- 增加高价值面料（如品质高，有功能性等）的使用
- 增加**全棉**面料的比率
- 提升天丝等**薄款**面料的使用

MO&CO

土耳其牛仔

精造棉花 | 舒适透气 | 挺括骨感

精选土耳其精梳牛仔面料，织造紧密，手感挺括，穿着舒适，透气性好，不易起皱，是牛仔面料中的佼佼者。

①土耳其棉：舒适透气、挺括骨感

②桑蚕丝牛仔，手感柔软，顺滑舒适

瑞士桑蚕丝系列牛仔，选用桑蚕丝与精梳棉混纺的牛仔面料，经手磨、水洗、多次漂染、多次水洗、多次漂染、多次水洗、多次漂染等工艺处理，手感柔软，顺滑舒适，穿着舒适。

ONLY

Fabric 特殊面料

wafer-aqua 海洋生物素面料

ADVANTAGE 优势

1 持久抑菌 隔绝过敏源

2 保湿锁水 保持皮肤含水量

3 透气清爽 穿着更舒适

①wafer-aqua海洋生物素面料：持久抑菌保湿

②莱卡纤维：高弹力不易变形，穿着舒适灵活

莱卡纤维 (LYCRA) 纤维

莱卡纤维具有优异的弹性，能随着身体活动而伸缩，使穿着者感到舒适、自在，并能有效防止衣物变形，保持衣物原有的形状。

MISS SIXTY

天丝牛仔料

采用“桑蚕丝+天丝”混纺，以柔软舒适为出发点，结合莱卡纤维，手感柔软，穿着舒适，透气性好，不易起皱，是牛仔面料中的佼佼者。

①**环保**天丝混纺牛仔料，柔软垂感

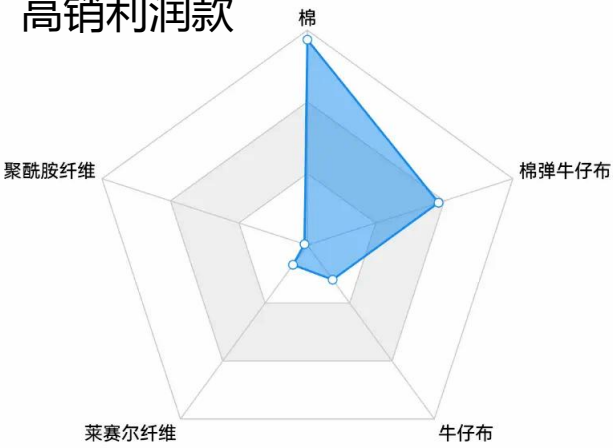
②莫代尔四面弹柔软贴肤，回弹性好

精选四面弹莫代尔牛仔料，经环保活性果染色工艺处理，呈现出深邃的视觉效果，色牢度更高，莫代尔纤维的加入让手感变得柔软贴肤，结合莱卡纤维打造出延展性好、回弹性好的四面弹效果，上身塑形不紧绷。

看爆品

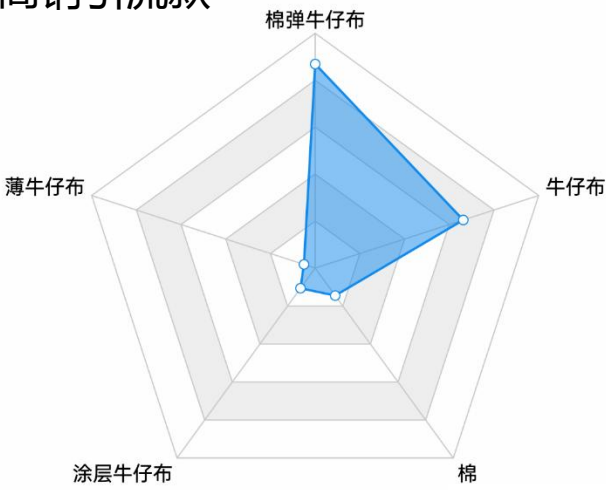
由于23年的数据难以找到，此数据来源于24年8-9月淘宝销售

高销利润款



根据数据分析，高销利润款主要包括**棉、棉弹牛仔布、牛仔布和莱赛尔纤维**。其中，棉销量最高，其次是棉弹牛仔布和牛仔布，莱赛尔纤维和聚酰胺纤维销量较低。因此，建议公司可以考虑**减少**对**莱赛尔纤维和聚酰胺纤维**的使用比率，**增加全棉和棉混纺面料**的使用

高销引流款



根据数据分析，可以看出高销引流款**棉弹牛仔布和牛仔布**是最受欢迎的产品，而涂层牛仔布和薄牛仔布的销量相对较低，所以**面料舒适度**的对于消费者来说是较大的影响因素

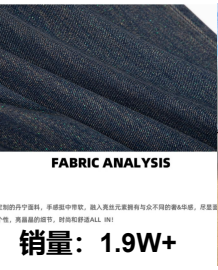
★ 提升面料舒适度，增加棉料使用



面料规划

总结：

- 1.延续高弹牛仔布、可降解牛仔、大理石纹牛仔等高品质面料
- 2.增加本品中薄款面料、棉布料的使用以及部分创新、亮丝、提花等功能性或美观性相比于普通面料有其突出卖点的布料
- 3.舍弃面料中舒适度较低，适量减少11盎司以上面料的使用。

延续	 360° 透气 360° 吸湿  可降解聚乳酸牛仔 PLA 采用 Polylactide (PLA) 生物降解材料替代传统牛仔布中的聚酯纤维，可实现 100% 生物降解，减少对环境的污染。  棉混纺 A1HAD320355 销量：5991 产销：24%  棉混纺 A1HAD320389 销量：5577 产销：39%  棉混纺 A1HAD310155 销量：8469 产销：45%  全棉 A3HAD330145 销量：4538 产销：74%  全棉 A3HAD330155 销量：2488 产销：49%  复古大理石纹牛仔 FUTURE VINTAGE  棉莱赛尔 A3HAD340255 销量：4434 产销：41%  棉莱赛尔 A3HAD340155 销量：342 产销：40% 保留发扬高弹挺阔含棉面料的使用，延续面料舒适度的选择
舍弃	舒适度较低的面料，减少涂层、弹性低等影响面料舒适度的因素 ➢ 黄金四面弹款色占比15%，业绩占比20% ➢ 玉米纤维面料款色占比23%，业绩占比28% ➢ 复古大理石纹面料款色占比7%，业绩占比9%
新增	 环保牛仔面料 联系人： 市场总监 钟章伟Andy 18520327566 andyzhong@prosperity-textile.com 无氨舒弹牛仔面料  FABRIC ANALYSIS 销量：1.9W+ 亮丝元素牛仔面料  提花牛仔面料  天丝牛仔料 采用“会呼吸的纤维”莱赛尔，以增添牛仔的最重性，保留粗纹肌理质感，色泽自然鲜亮，手感亲肤顺滑，垂感好，制作成衣穿着舒适，轻松打理，自然有型。 柔软轻薄牛仔面料

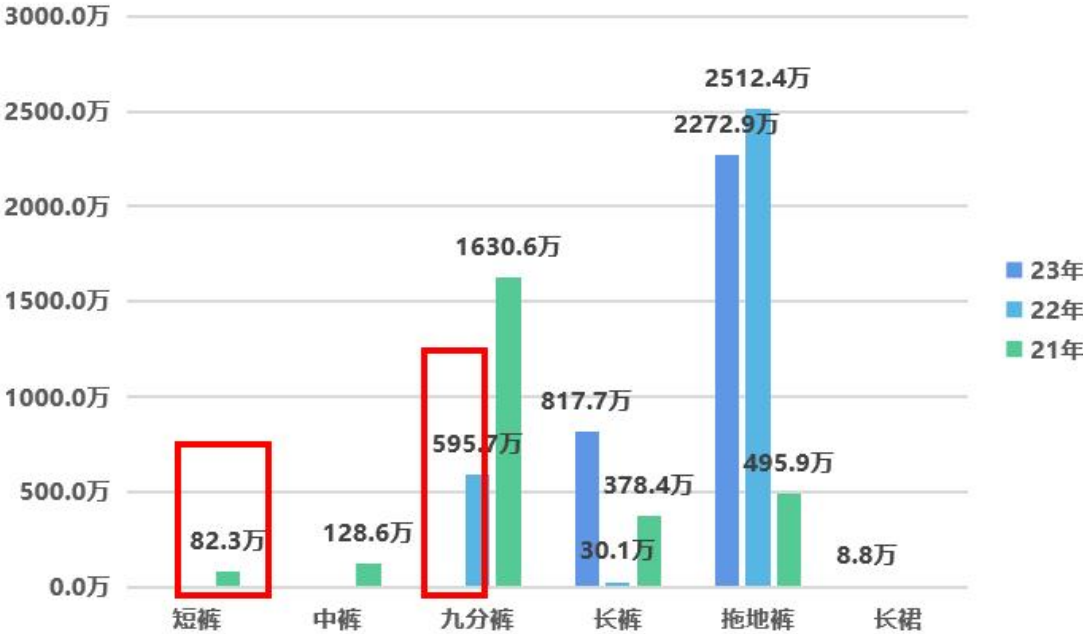
看本品

调研得出的客户需求：

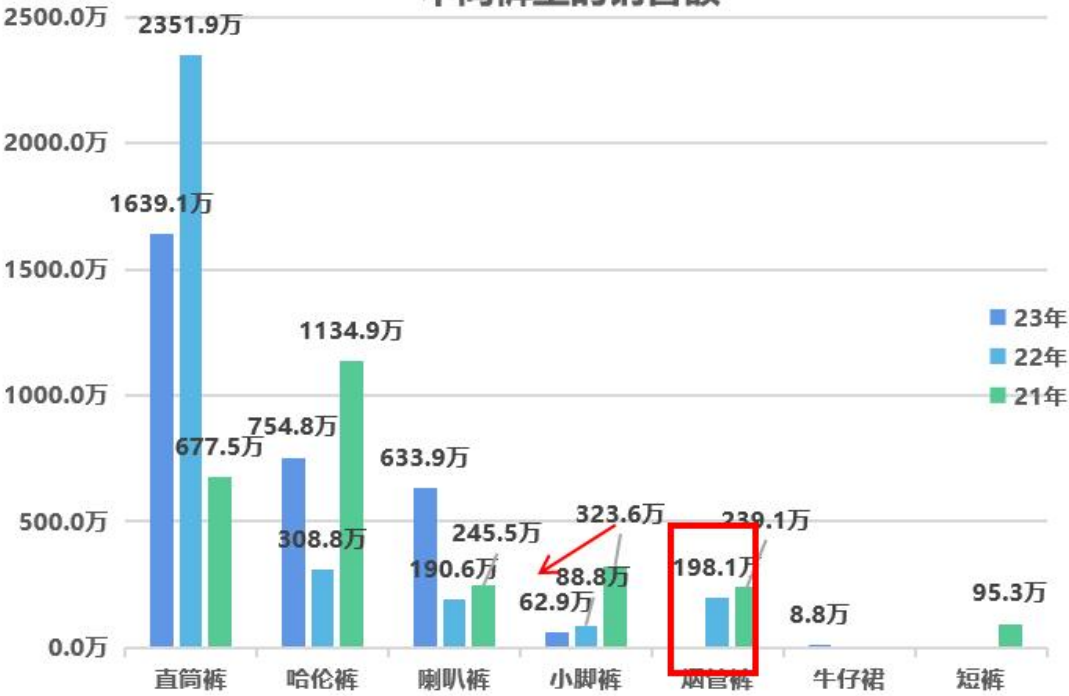
- 1.目前大部分客户追求牛仔裤对于腿型的**修饰效果**，因此**宽松的长裤**往往是他们的第一选择，而部分喇叭裤等特殊修饰裤型修饰性有一定的**局限**，因此不出错的选择一般是**直筒裤**。
- 2.当前秋季露腿的穿搭成为主要潮流趋势，**短裤**在秋季仍有较大的客群。
- 3.**中裤**在当前的消费趋势中**需求较少**

主销裤长：本品仅有拖地裤和长裤，**缺失九分裤和中短裤**；
主销裤型：前三裤型分别是**直筒裤、哈伦裤、喇叭裤**；相较22年直筒裤业绩占比下滑22%；小脚裤连续三年下滑（减少投入），哈伦裤业绩回暖；
机会损失：九分裤、短裤款色开发缺失，烟管裤；**长裙缺失，存在巨大机会空间**；

不同裤长的销售额

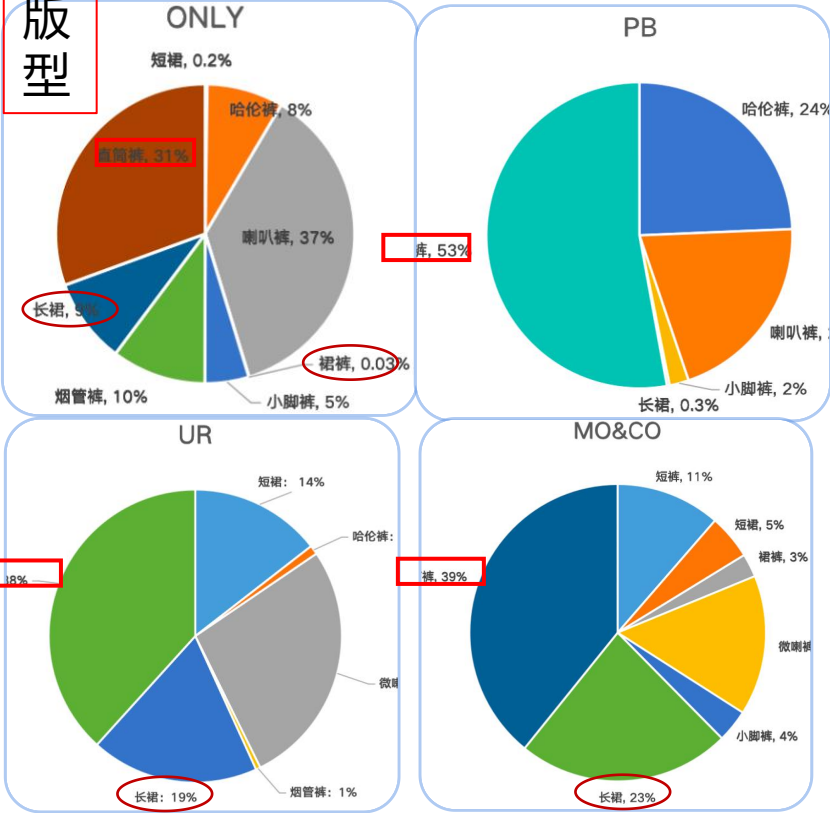


不同裤型的销售额



看竞品

版型

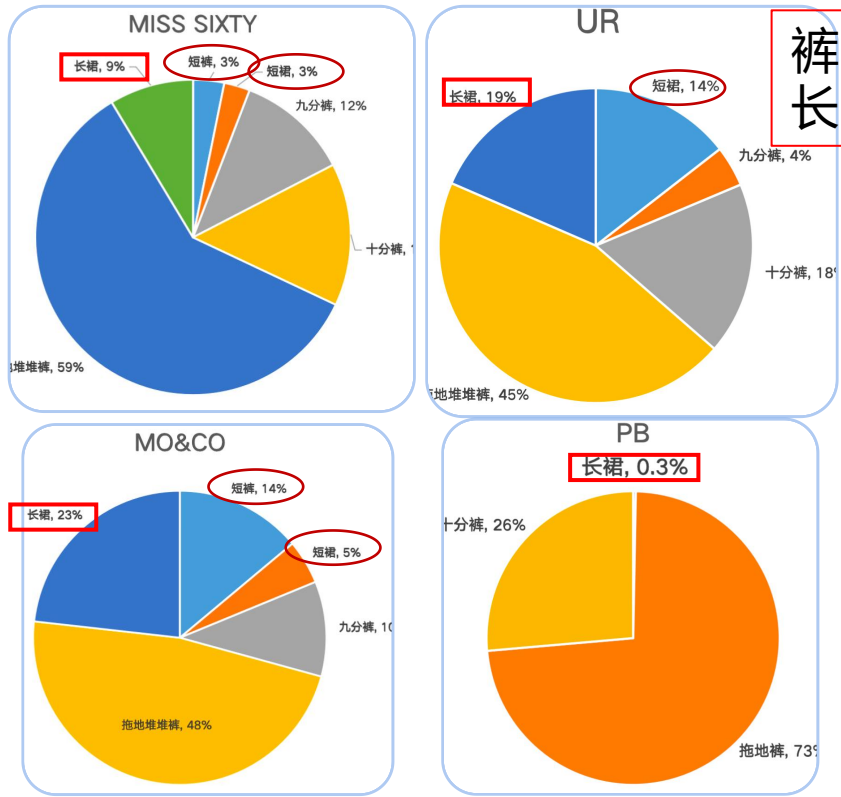


- 主销裤型：竞品裤型也以直筒裤居多
- 竞品对比：本品的哈伦裤相较于竞品表现优秀，放大存量优势；短裤、烟管裤款色缺失，并且竞品的牛仔裙业绩及款色数占比远高于本品，放大本品牛仔裙款色开发种类更为多样，还有裙裤、短裙等领域也需要兼顾

总结：保持以直筒裤为业绩主导辅

以喇叭裤、哈伦裤的版型分布，适当放大本品哈伦裤的优势、增加短裤、烟管裤、长裙、裙裤等多款式的投入，对于除拖地裤以外的裤长进行相对平衡的开发，把握秋季短裤市场，填补九分裤空缺。

裤长



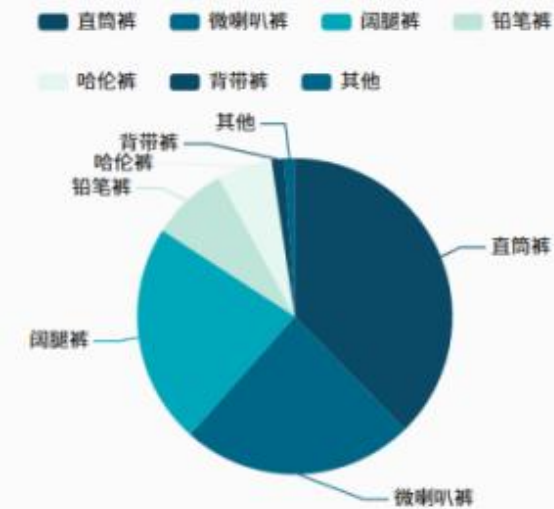
- 主销裤长：竞品裤长拖地裤都有很高占比
- 竞品对比：竞品中长裤和短裙短裤都有较高占比，而本品中短裙短裤缺失，长裤投入也过少，损失很大机会，跟竞品对比九分裤投入过少，应适当平衡除拖地裤外其余裤长的投入

版型		本品现状	竞品主推	竞品总结	改良方案
直筒裤	H00	2023年缺失 2022 	MO&CO伊芙丽 	共性：1.九分裤长 2、复古深蓝色水洗占比高 3、翻脚口小直筒、基础五袋款	改进建议：九分裤长、深蓝色水洗适配度更高；做基础五袋款
	H01		MO&CO伊芙丽 	共性：1.拖地裤占比高 2、水洗色丰富	改进建议：拖地裤长最佳；品质适合干净高级的中蓝水洗，潮流适合复古中蓝水洗；
	其他	畅 H02H02H04 大腿围：62 大腿围：64 大腿围：66 臀围：55 臀围：54 臀围：59 裤长：104 裤长：104 裤长：104 平 H03H04H03 大腿围：70 大腿围：66 大腿围：62 臀围：58 臀围：59 臀围：50 裤长：104 裤长：105 裤长：104 滞 H02H02H03 大腿围：63 大腿围：59 大腿围：56 臀围：52.5 臀围：42.5 臀围：41 裤长：105 裤长：103 裤长：105	MOCO H02合体H04合体 大腿围：61.5 大腿围：59.3 大腿围：64.5 大腿围：57.8 臀围：57.3 臀围：46.3 臀围：61.7 臀围：45.3 裤长：106 裤长：104.5 裤长：106 裤长：93 直筒裤TOP ONLY H02合体H03H03 大腿围：60.5 大腿围：57 大腿围：63 大腿围：62.5 臀围：54 臀围：45 臀围：55.5 臀围：58 裤长：97-102 裤长：84.5-88.5 裤长：101-106 裤长：97.5-102.5	➢ MOCO裤长偏长，但存在九分合体直筒的需求 ➢ ONLY常规裤长主要集中在102-104，爆款八分合体直筒裤。	改进建议：直筒裤最佳裤长是102cm-104cm，合体小直筒裤长八九分合适

版型	本品现状	竞品主推	竞品总结	改良方案
喇叭裤	畅  大腿围: 54 脚围: 40 裤长: 104 平  大腿围: 56 脚围: 44 裤长: 105 滞  大腿围: 56 脚围: 41 裤长: 105	MOCO  大腿围: 54 脚围: 38 裤长: 105.5 ONLY  大腿围: 54 脚围: 38 裤长: 104 UR  大腿围: 54 脚围: 38 裤长: 105.5	➤ MOCO喇叭裤主销微喇叭裤和小喇叭裤 ➤ ONLY喇叭裤水洗丰富, 爆款马蹄裤 ➤ UR喇叭裤设计细节丰富, 主销小喇叭和微喇叭裤	改进建议: 喇叭裤增加膝围小于40的小喇叭类型, 且本品喇叭裤偏长, 需增加101cm-102cm
烟管裤	平  销量: 3337 大腿围: 50 脚围: 30 裤长: 99.5  销量: 2227 大腿围: 50 脚围: 22.5 裤长: 99.5  销量: 2082 大腿围: 51 脚围: 36 裤长: 87  销量: 1766 大腿围: 53 脚围: 33.5 裤长: 92	 品牌: K姐 销量: 1.6w 大腿围: 54 脚围: 35.6 裤长: 89  品牌: 美洋 销量: 8k 大腿围: 53.5 脚围: 38 裤长: 96  品牌: K姐 销量: 1.4w 大腿围: 54 脚围: 31 裤长: 95  品牌: ONLY 销量: 5k 大腿围: 57 脚围: 33 裤长: 91	➤ 行业爆款烟管的黄金腿围是54左右, 裤长均为九分露脚踝	改进建议: 本品烟管腿围偏小, 行业54以上, 整体版型不够显瘦, 对于腿围进行改进, 简化设计
哈伦裤	畅  销量: 7754 大腿围: 62 脚围: 38 裤长: 100  销量: 3905 大腿围: 58 脚围: 31 裤长: 94  销量: 6061 大腿围: 61 脚围: 31 裤长: 94.5  销量: 3228 大腿围: 64 脚围: 27 裤长: 97 滞  销量: 724 大腿围: 66 脚围: 40 裤长: 100  销量: 444 大腿围: 63.5 脚围: 39 裤长: 99  销量: 916 大腿围: 61 脚围: 34 裤长: 95  销量: 536 大腿围: 56 脚围: 31 裤长: 96	 品牌: 优衣库 销量: 8k 大腿围: 66 脚围: 40 裤长: 99  品牌: 莉贝琳 销量: 7k 大腿围: 62 脚围: 43 裤长: 99  品牌: 慕爱人 销量: 1w 大腿围: 61 脚围: 33 裤长: 91  品牌: Lee 销量: 3k 大腿围: 59 脚围: 33 裤长: 92	➤ 行业爆款哈伦的黄金腿围是62左右, 与本品23年爆款符合 ➤ 裤长方面23年缺少九分哈伦 (脚围33) ➤ 畅销款都是基础五袋款	改进建议: 23年哈伦裤畅销款缺少九分小哈伦 (21、22年畅销) 哈伦裤的腿围不宜小于58, 版型过小失去显瘦作用

版型	本品现状	竞品主推	竞品总结	改良方案																																									
牛仔裙	21-22年未开发牛仔裙，市场上牛仔裙在半裙中的占比接近9%，且同比上升竞品中MO&CO牛仔裙业绩占比28%，UR牛仔裙业绩占比33%，ONLY牛仔裙业绩占比9%，本品业绩占比不到1% <table><tr><th>面料</th><th>估算销量 (万元)</th><th>环比</th><th>同比</th><th>销量</th></tr><tr><td>1 聚酯纤维</td><td>88739.75</td><td>32.23%</td><td>13.98%</td><td>16.53%</td><td>5,001,536</td></tr><tr><td>2 棉</td><td>67987.06</td><td>24.37%</td><td>26.28%</td><td>36.57%</td><td>3,994,746</td></tr><tr><td>3 牛仔布</td><td>24028.85</td><td>8.73%</td><td>38.61%</td><td>31.34%</td><td>2,708,674</td></tr><tr><td>4 粘胶纤维</td><td>15804.39</td><td>5.67%</td><td>6.32%</td><td>35.30%</td><td>714,852</td></tr><tr><td>5 聚对苯二甲酸乙二</td><td>11510.90</td><td>4.18%</td><td>14.77%</td><td>16.54%</td><td>822,194</td></tr><tr><td>6 涤纶</td><td>10767.18</td><td>3.91%</td><td>28.53%</td><td>17.79%</td><td>700,986</td></tr></table>	面料	估算销量 (万元)	环比	同比	销量	1 聚酯纤维	88739.75	32.23%	13.98%	16.53%	5,001,536	2 棉	67987.06	24.37%	26.28%	36.57%	3,994,746	3 牛仔布	24028.85	8.73%	38.61%	31.34%	2,708,674	4 粘胶纤维	15804.39	5.67%	6.32%	35.30%	714,852	5 聚对苯二甲酸乙二	11510.90	4.18%	14.77%	16.54%	822,194	6 涤纶	10767.18	3.91%	28.53%	17.79%	700,986	 品牌: UR 销量: 1499 面料: 全棉 版型: 直筒裙 裙长: 92  品牌: UR 销量: 1260 面料: 棉氨 版型: 伞裙 裙长: 96  品牌: UR 销量: 1250 面料: 全棉 版型: 百褶中长裙 裙长: 75  品牌: MOCO 销量: 843 面料: 全棉 版型: 直筒裙 裙长: 77.5  品牌: MOCO 销量: 465 面料: 全棉 版型: 直筒裙 裙长: 61  品牌: MOCO 销量: 233 面料: 全棉 版型: 直筒裙 裙长: 96	➢ UR主销款类型丰富，覆盖短A裙、伞裙、百褶短裙、百褶长裙、直筒裙，MO&CO主销直筒中长裙 ➢ 从竞品、行业可得秋导入初期的短裙需求（避免夏季雷同款），百褶中长裙，长A裙、直筒中长裙（小A）类型的销售趋势	改进建议： ➢ 把握牛仔裙市场，加大产品开发投入，注重秋导入初期需求 ➢ 对于中长短裙都进行开发，版型可以A型为主，向竞品看齐 ➢ 注重牛仔裙的可搭配性，可以套装形式进行开发
	面料	估算销量 (万元)	环比	同比	销量																																								
1 聚酯纤维	88739.75	32.23%	13.98%	16.53%	5,001,536																																								
2 棉	67987.06	24.37%	26.28%	36.57%	3,994,746																																								
3 牛仔布	24028.85	8.73%	38.61%	31.34%	2,708,674																																								
4 粘胶纤维	15804.39	5.67%	6.32%	35.30%	714,852																																								
5 聚对苯二甲酸乙二	11510.90	4.18%	14.77%	16.54%	822,194																																								
6 涤纶	10767.18	3.91%	28.53%	17.79%	700,986																																								

看爆品



爆品种类

爆品展示

本品学习方向

高腰喇叭裤



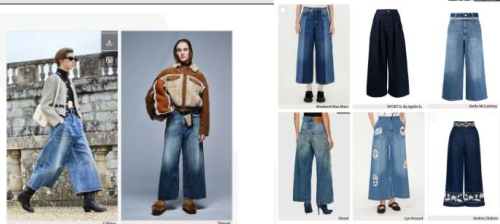
- 1.使用轻薄垂感面料**注重裤脚处垂感**
- 2.高腰设计裤长**105+**膝部围度和裤脚处围度差距较一般喇叭裤**扩大**
- 3.配色可**多样化**

量感茧型裤



- 1.裤长一般为**九分**，上宽下窄，面料采取立体性较好的
- 2.高腰设计，**臀部围度**加大
- 3.注意小腿处不紧绷
- 4.配色以经典为主

从爆品销量上来看**直筒裤**占比最大，其次是阔腿裤和微喇裤（统计未将短裤和长裙计算在内）所以直筒裤在产品开发中应占大头，阔腿和微喇裤也应有一定占比，可以适当**减少哈伦裤**的开发款数

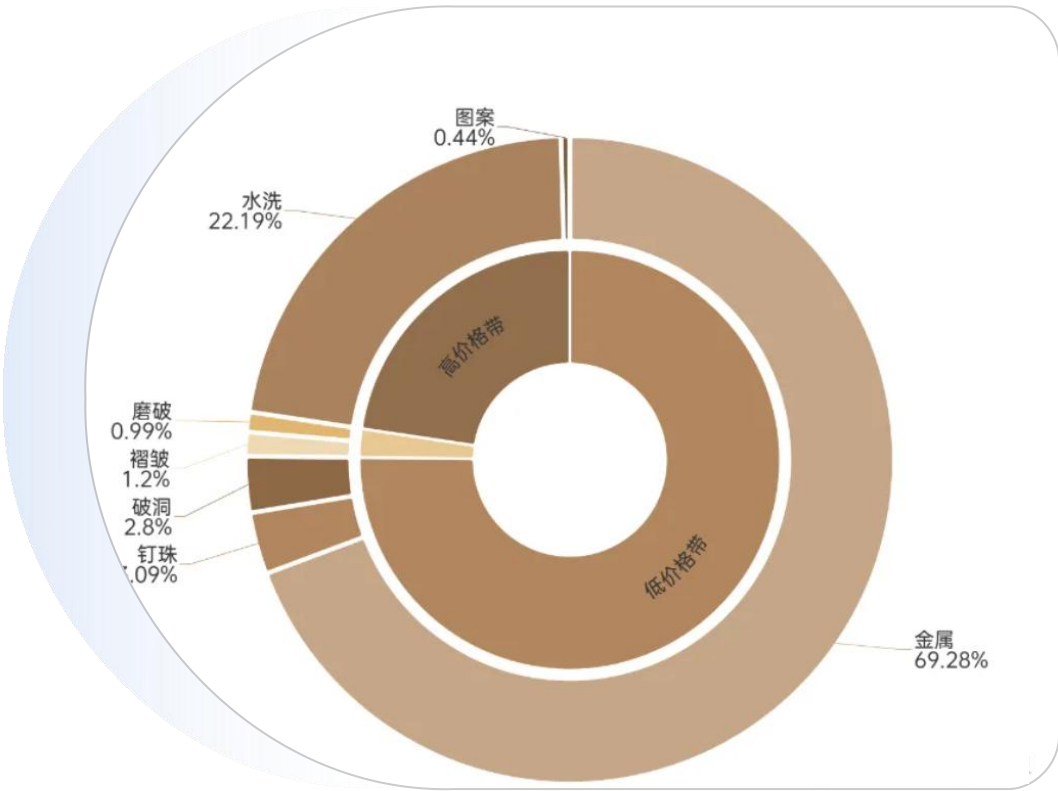
爆品种类		爆品展示	本品学习方向
阔腿裤	柔软阔腿裤	 #超宽版型 #舒适面料 #户外休闲	1.使用 轻薄垂感 面料 加宽加大版型 ， 裤长105+ 2.采用 深色复古配色 ，更有休闲感
	高腰阔腿裤		1.裤脚处加宽长度和裤腿差距较小，版式接近直筒，采用轻薄但有一定立体度的面料 2. 高腰 设计显腿长 3.配色可 多样化
	露踝阔腿裤		1.九分裤长，加宽版型，高腰设计 2.面料采用较高克重，挺阔度高的 3.配色选 复古的水洗色 与款式呼应
长裙			1.A型为主，版型挺阔，轻薄面料使用少 2.高腰设计，利用褶皱开叉等提升舒适度 3.配色可 多样化 ，主要还是以 蓝色为主 4.长裙较短裙受众更广

看爆品

设计元素分析

由于23年的数据难以找到，此数据来源于24年8-9月淘宝销售

价格带	设计元素分析	本品方向
低价格带： 10-200元	关键细节：金属&钉珠&破洞 金属元素其能够提升设计感，且成本相对较低；钉珠装饰在年轻消费群体中具有一定的时尚吸引力；消费者偏好适度破洞的款式，以增加时尚感。	价位较低款式可搭配 金属&钉珠&破洞 进行组合，针对 年轻群体喜好和价格接受度 。
中价格带： 200-500元	关键细节：褶皱&磨破 褶皱和磨破设计展现出时尚与品质的平衡。从数据分析来看，褶皱设计增加了牛仔裤的立体感和质感，磨破细节符合当前的休闲与个性化穿搭趋势。	褶皱和磨破 设计偏向简约低调，更符合 有一定消费能力 的人群的青睐且成本较金属高，适合中价位定价
高价格带： 500-3000元	关键细节：水洗&图案 渐变水洗、复古水洗等复杂处理手法，赋予牛仔裤独特的层次感和质感，显得更加高级。图案设计方面，高价格牛仔裤往往使用刺绣、印花或手绘等定制化图案，突出个性与艺术感。	水洗和图案的制作更为 复杂且较能体现价值感 ，适宜用于品牌高价牛仔裤的制作中



可参考的爆品设计元素

设计类型	腰头设计	裤脚设计	口袋设计	拼色设计	线切设计	做旧设计	磨破设计
爆品参考							
本品建议	可打造 翻折腰头 ，在腰头处添加 链条或皮带	1. 裤脚添加 毛边流苏 2. 翻边设计 增加层次感 3. 开叉设计 拉长腿部线条	1. 多口袋打造 工装裤 效果 2. 小腿处设计口袋 视觉上匀称腿部线条	1. 上下拼色 增加层次感 2. 裤腿左右拼色 潮流显瘦 3. 注意 相近颜色 拼色	1. 在 裆部、膝部 分布流畅线条凸显人体曲线 2. 几何切线 打造前卫造型	做旧设计出的 渐变效果 比较迎合消费者口味	较为均匀的小破洞 设计较受消费者欢迎

看本品

本品top10

23



去掉腰带



去掉腰带



22



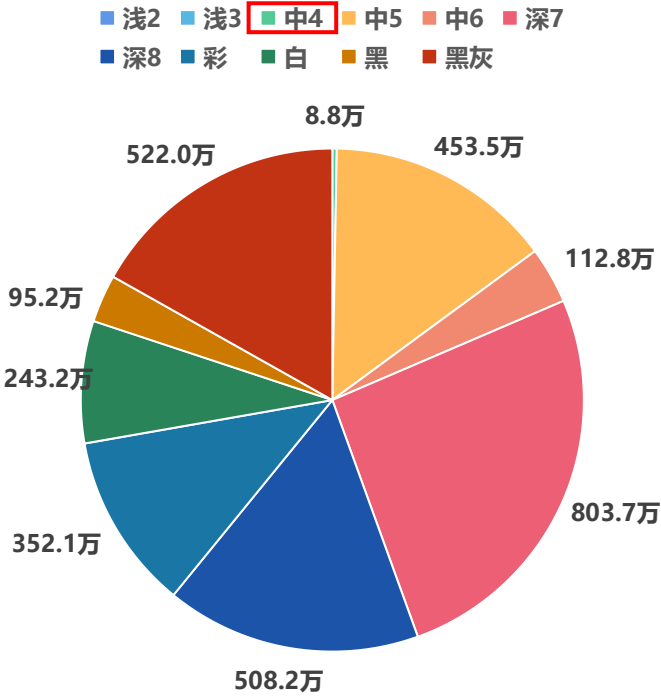
21



- **top10主色：**蓝色为主并且大多为**深色和中色**，23年的蓝色爆款颜色**深于往年**
- **top10变化：**
 - 1.**黑色灰色在top10中出现的越来越少**，可能逐渐淡出当下流行趋势，可适量减少投入
 - 2.白色、黄绿色、紫红色等色出现，多为**复古代表色**，当前**彩色牛仔裤**在行业的发展较好，也是本品应该提升的领域
 - 3.**蓝色的爆款色逐渐加深**，在关注消费者需求的同时应该反思浅色系的投入是否足够。

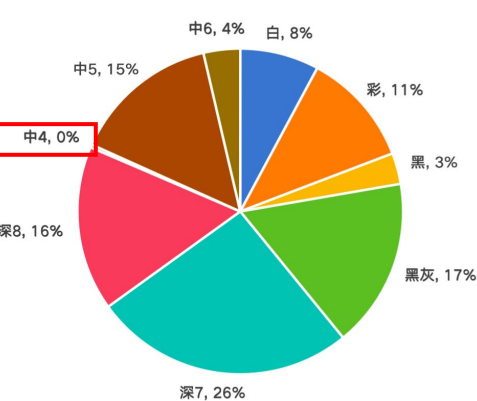
看竞品

本品23年

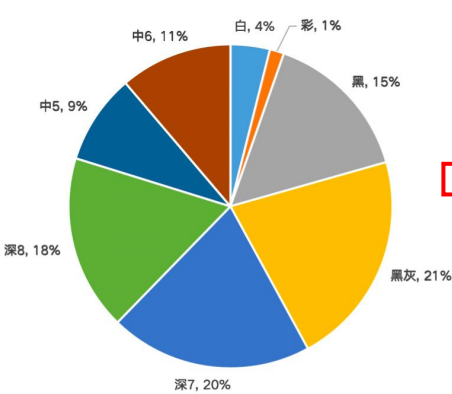


- **主销颜色：** 牛仔水洗深色系，其中深7占比26%；其次是黑灰和中5；
- **机会损失：** 牛仔水洗浅、中色存在业绩缺口，浅色几乎没有出现，中色分布不均匀，及其缺少中4，可以参考UR和MS中色系；
- **竞品对比：** 1.牛仔水洗蓝缺少中4、浅3； UR流行色丰富，业绩产出高；
2.白色占比略高，受众群体较少，可适量削减。
3.黑色对比竞品占比略低，应适量提高经典色的占比

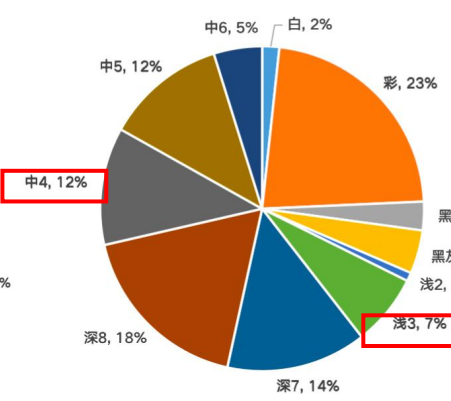
PB



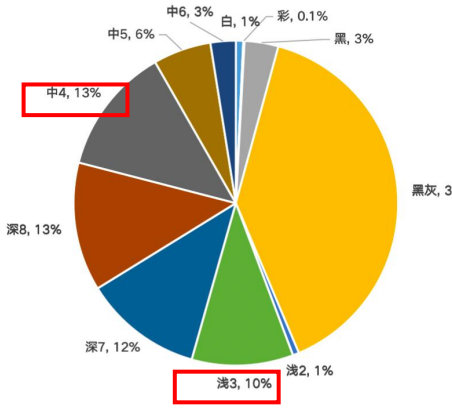
MO&CO



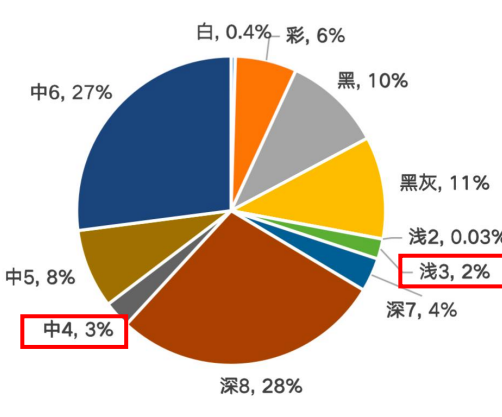
UR



MISS SIXTY



ONLY

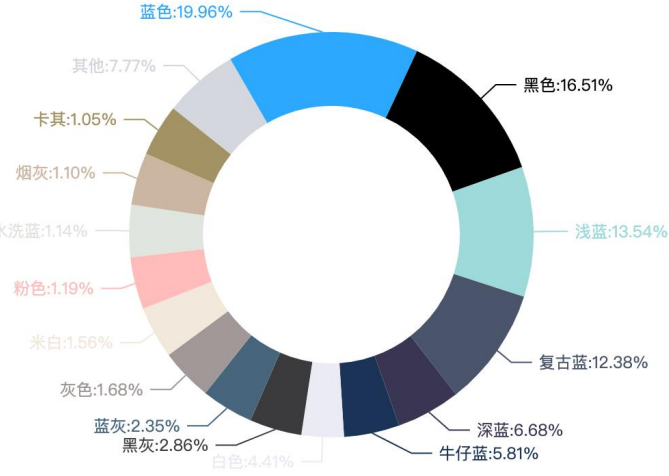


颜色分析

看竞品

品牌	产品	颜色总结	本品问题
MO & CO	黑白灰 (40%)  深8、深7 (38%)  中6、中5  彩色 (1%) 	moco黑色系和复古深蓝色占比高，唯一使用的流行色高饱和红色滞销	- 黑色相比竞品业绩占比低；浅3和中4这类过度水洗色缺失 - 与竞品相比主要缺失流行色长裙，例如卡其色水洗； - 本品长裤缺少暖色系流行色，例如粉色、火龙果色、卡其色
ONLY	黑灰 (22%)  深8、深7 (32%)  中6、中5、中4 (38%)  浅3  彩色 (6%) 	only深蓝色和复古中6色占比高，彩色中多低饱和度粉色和棕色	
UR	黑白灰 (9%)  深8、深7 (32%)  中6、中5、中4 (29%)  浅3  彩色 (23%) 	ur水洗色整体复古感强，多用套色，彩色使用比例高，多为卡其、废土色、粉色	
本品	    	多深色少中浅色，水洗彩色卖的较好	

全网颜色分析



颜色	销量	环比	同比	估算销售额 (万元)
1 蓝色	4,270,812 19.96%	🟩 36.73%	🟩 17.70%	47,379.18
2 黑色	3,531,307 16.51%	🟩 30.89%	🟩 30.71%	28,836.06
3 浅蓝	2,895,662 13.54%	🟩 44.60%	🟩 14.06%	27,428.83
4 复古蓝	2,649,005 12.38%	🟩 20.51%	🔴 27.57%	21,719.74
5 深蓝	1,429,045 6.68%	🟩 23.99%	🟩 22.37%	15,928.6
6 牛仔蓝	1,243,294 5.81%	🟩 38.93%	🟩 10.05%	27,987.56
11 米白	333,427 1.56%	🟩 34.43%	🔴 1.08%	3,108.59

- 全网牛仔黑色系和蓝色系占比最高；从爆款量级来看**深蓝色**在秋季销量占比最大
- **复古蓝色和米白色水洗**呈现上升趋势；从爆款来看复古蓝色水洗套绿色占比多
- 全网彩色牛仔中**卡其色、粉色**占比高，其次是**废土色水洗**

黑白灰

深色系

中色系

浅色系

彩色系

销量：2.2W+

销量：1.3w+

销量：7k+

销量：6k+

销量：6.5k+

销量：1.2W+

销量：2.4W+

销量：1W+

销量：1.1W+

销量：1.1W+

销量：1.1W+

销量：1.9W+

销量：1.4W+

销量：7k+

销量：9k+

销量：1.1W+

销量：2.2W+

销量：9k+

销量：7k+

销量：1.2W+

销量：8k+

销量：1.2W+

销量：7k+

销量：1.6W+

销量：1.2W+

销量：4k+

销量：7k+

销量：7k+

销量：3k+

销量：8k+

销量：5k+

销量：5k+

销量：4.5k+

销量：6k+

销量：5k+

销量：6k+

销量：6k+

结合流行趋势的色彩总结

颜色分析

稳

深色为牛仔颜色主体

牛仔浅色调

浅色调牛仔裤以其清新、百搭、时尚的特点，以及其染色褪色影响较小，近年广受消费者欢迎。

浅色中还是以水洗色为主导从柔和的米白色到清新的天蓝色，再到略带时尚感的浅灰色、浅粉色等，可以很好的填补本品浅3的缺失。

牛仔彩色调

由于时尚穿搭的需求以及“亚文化”等个性化风格的流行，彩色牛仔可以融合不同的时尚风格，更好的表达自我；适合本品中浅色和中色加入的主方向。

从全网分析来看卡其色、粉色是彩色牛仔的投入重点（可以发挥太平鸟粉的优势）。

牛仔中性色调

契合近年“冷淡风”等时尚趋势，做旧中间色调是典型的休闲色选。在全网废土色水洗牛仔也有很好的销售表现。

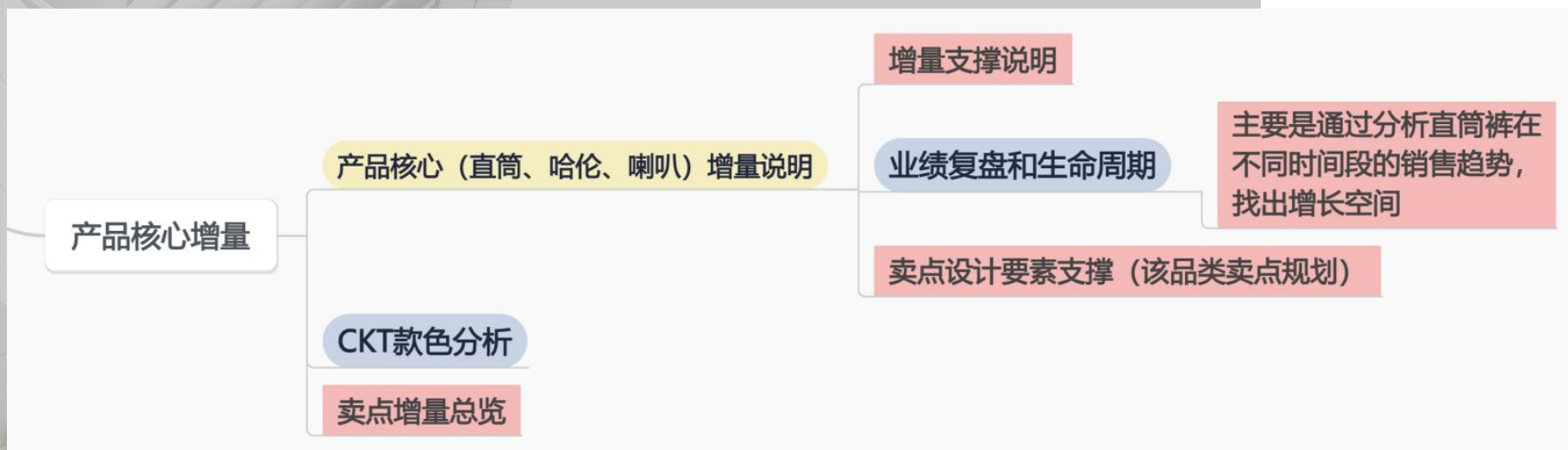
增添的做旧中间色调灵感源自大自然，比如棕褐色、藕雾紫等。很好的填补了本品中4的欠缺。



增

04 产品核心增量

- 产品核心增量说明
- CKT款色分析
- 卖点增量总览



核心三大品类总览

直筒裤

14 SKC
3929万 +55%



哈伦裤

5 SKC
1150万 +16%



喇叭裤

5 SKC
1150万 +16%



直筒裤

增量支撑说明



直筒裤

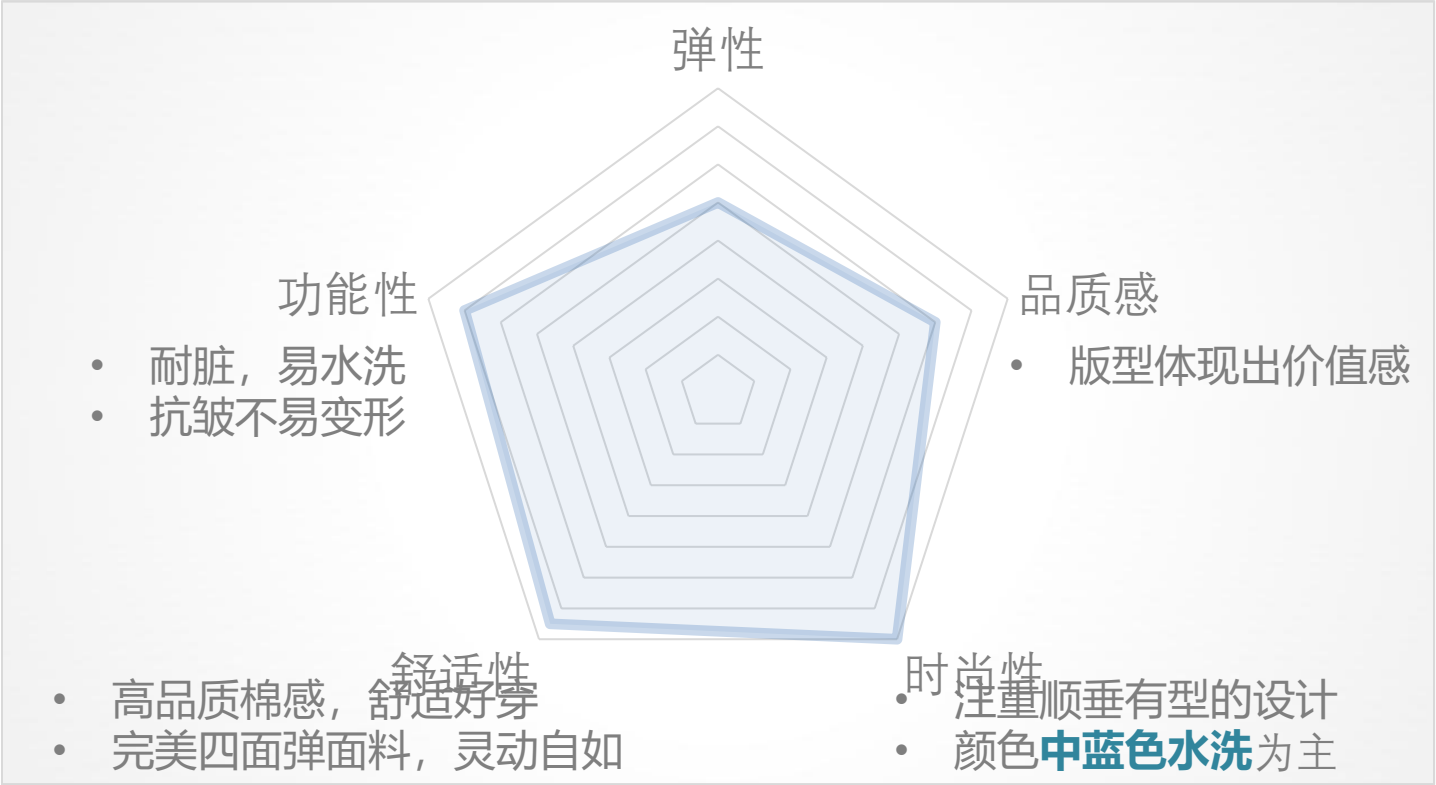
品类角色	➤ 低调中显时尚且轻便的单品
穿着场景	➤ 适用于日常休闲、潮流出片

功能需求	➤ 百搭、耐脏、抗皱不易变形 ➤ 顺垂有型、挺括有型
产品偏好	➤ 兼具时尚、实用、百搭 ➤ 耐脏挺括、舒适好穿

核心需求指标

	弹性	品质感	时尚性	舒适性	功能性
颜色		水洗中蓝	水洗深蓝		耐脏
版型	塑腿型	顺垂有型	显瘦	方便活动	
裤长			易出片	方便活动	
面料	易穿着			亲肤舒适	易清洁 天然环保
做工细节		裁线细致			
设计元素					

时尚性>舒适性>功能性>品质感>弹性



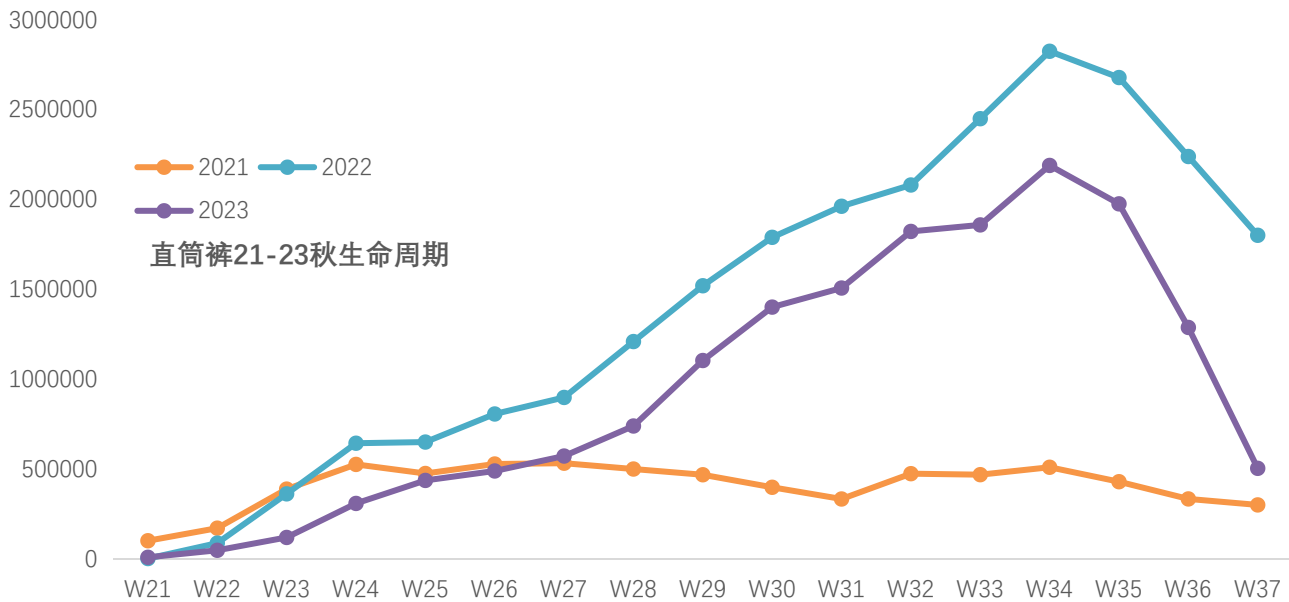
直筒裤

业绩复盘与生命周期

- 1.直筒裤两年上市时间相近，通常在7月下旬开始起势。9月增长幅度大。
- 2.直筒裤通常会在双十一达到销售高峰
- 3.直筒裤重点销售月份在9-11月
- 4.直筒裤强度不如22年，23年业绩下滑

牛仔裤	22vs23		
细分品类	业绩同比	款色同比	绩效同比
直筒裤	-30%	0%	-30%
哈伦裤	144%	25%	96%
喇叭裤	233%	33%	149%
小脚裤	-29%	0%	-29%
烟管裤	-100%	-100%	-100%
牛仔裙	100%	100%	100%
总计	-1%	0%	-1%

直筒裤强度不如22年



直筒裤卖点-裤长和颜色组合

全矩阵覆盖，满足时尚需求

时尚搭配方案统计
B 外套/BB 便服/C 上衣/D T恤/E 毛线衫/H 牛仔裤

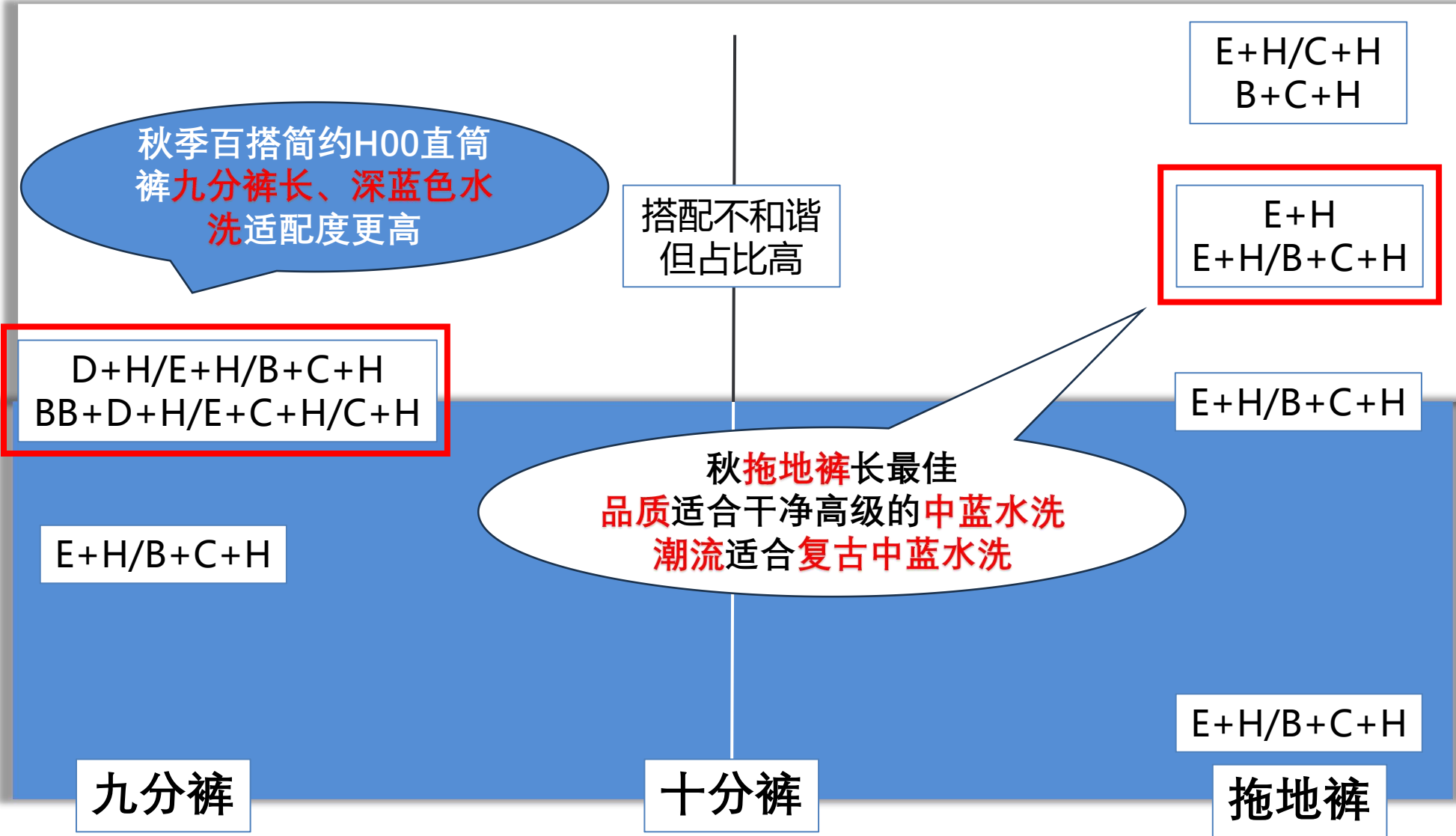
多样水洗色

中蓝色水洗

深蓝色水洗

复古深蓝色水洗

黑灰



直筒裤

卖点的设计要素支撑

痛点

- 导入期缺少夏日浅色水洗牛仔，后期缺少品质深色直筒裤和小直筒

卖点

- 增加潮流线中蓝色水洗，延续潮流线深蓝水洗，彩色水洗；品质线中蓝色水洗
- 增加品质线九分裤长，品质线H00小直筒
- 延续天然纤维、全棉、零碳天丝
- 升级手擦工艺；改善拖地裤长度，更好的适配不同身高消费者
- 延续H02、H03、H04裤型

规划

Keylook

- 1、持续强化H02、H03，维稳头部业绩，强化H00和H01结构
- 2、尝试市场新趋势：擦色，复古水洗，美拉德色
- 3、增加爆款天丝混纺面料



哈伦裤

增量支撑说明



哈伦裤

品类角色	➤ 顺垂显瘦且舒适的单品
穿着场景	➤ 适用于日常通勤、休闲场景

功能需求	➤ 有挺阔度 ➤ 百搭、耐脏、抗皱不易变形
产品偏好	➤ 版型显瘦，简化设计点 ➤ 面料弹性好、舒适易穿

核心需求指标

	弹性	品质感	时尚性	舒适性	功能性
颜色		水洗中蓝	水洗彩色		耐脏
版型	有挺阔度		显瘦	方便活动	
裤长		增九分裤长	改善拖地裤	方便活动	
面料	易穿着 抗皱			亲肤舒适	易清洁 天然环保
做工细节		裁线细致	手擦马骝		
设计元素		设计简化	弃过黄做旧		

舒适性>功能性>时尚性>弹性>品质感



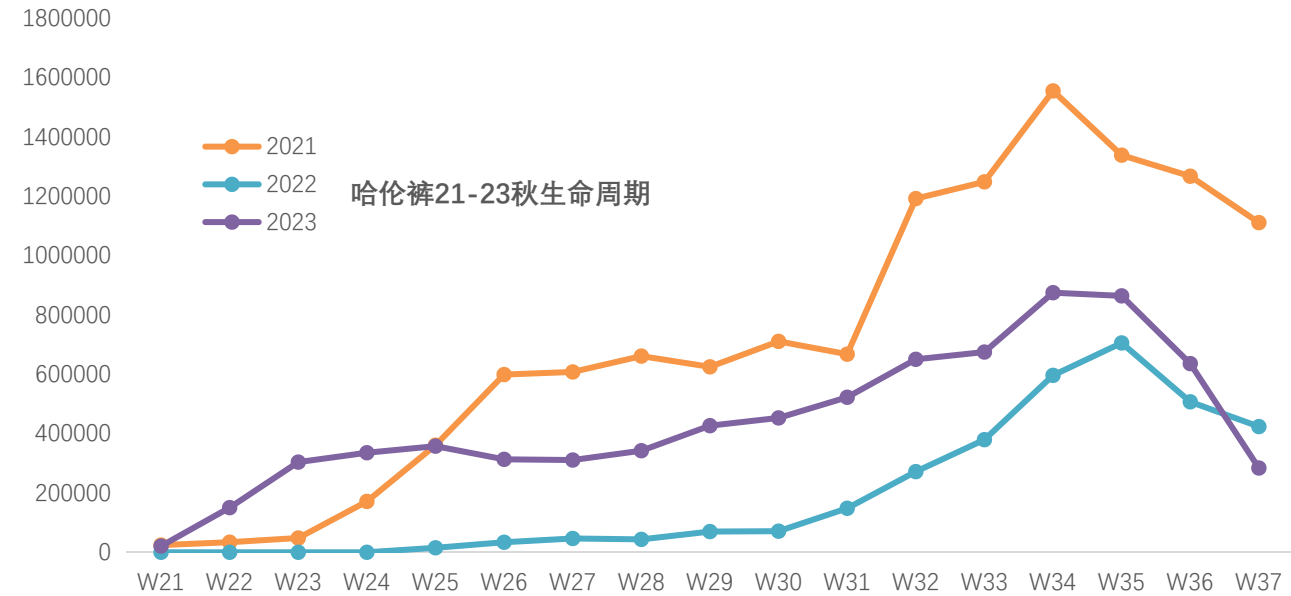
哈伦裤

业绩复盘与生命周期

- 1.哈伦裤三年上市时间相近，通常在6月上旬开始起势。6月中旬-7月下旬销售平稳。8月上旬增长幅度大。
- 2.哈伦裤通常会在8月下旬达到销售高峰
- 3.哈伦裤重点销售月份在6-9月
4. 23年哈伦裤业绩得到回升，款效也得到了提升

牛仔裤	22vs23		
细分品类	业绩同比	款色同比	绩效同比
直筒裤	-30%	0%	-30%
哈伦裤	144%	25%	96%
喇叭裤	233%	33%	149%
小脚裤	-29%	0%	-29%
烟管裤	-100%	-100%	-100%
牛仔裙	100%	100%	100%
总计	-1%	0%	-1%

23年哈伦裤业绩得到回升
款效也得到了提升



哈伦裤

卖点的设计要素支撑

痛点

- 由于款色数减少总业绩低于21年且后续波段缺少强度款再发力
- 九分裤款色开发缺失，21年九分裤主销表现在哈伦裤和烟管裤
- 畅销款都是基础五袋款，23年大哈伦（版型同优衣库）设计过于繁琐而滞销
- 哈伦裤的腿围不宜小于58，版型过小失去显瘦作用

卖点

- 增加潮流线深蓝色水洗，延续中蓝色水洗；增加品质线中蓝色水洗；
- 新增品质线九分裤长
- 延续延续四面弹、全棉面料
- 升级手擦、马骝工艺；改善拖地裤长度，更好的适配不同身高消费者

规划

Keylook

- 1、维稳V02和V03基础盘面，增加市场大哈伦趋势裤型
- 2、丰富裤长，增加九分、拖地裤
- 3、舍弃潮流过黄做旧套色
- 4、核心要素在于版型，简化设计点



喇叭裤

增量支撑说明



喇叭裤

品类角色	➤ 顺垂舒适显瘦拉腿长的复古单品
穿着场景	➤ 适用于日常通勤社交、潮流出街场景

功能需求	➤ 顺垂有型、百搭 ➤ 易水洗、耐脏、抗皱不易变形
产品偏好	➤ 版型修身，时尚拉腿长 ➤ 莱卡面料弹性好、舒适易穿

核心需求指标

	弹性	品质感	时尚性	舒适性	功能性
颜色		水洗中蓝	水洗中蓝		耐脏
版型	有挺阔度	顺垂有型	显瘦	方便活动	
裤长		增九十分裤	多样修身	方便活动	
面料	弹力面料			亲肤舒适	易清洁 天然环保
做工细节		裁线细致			
设计元素		深蓝色差异	趋势色彩		

时尚性>弹性>品质感>舒适性>功能性

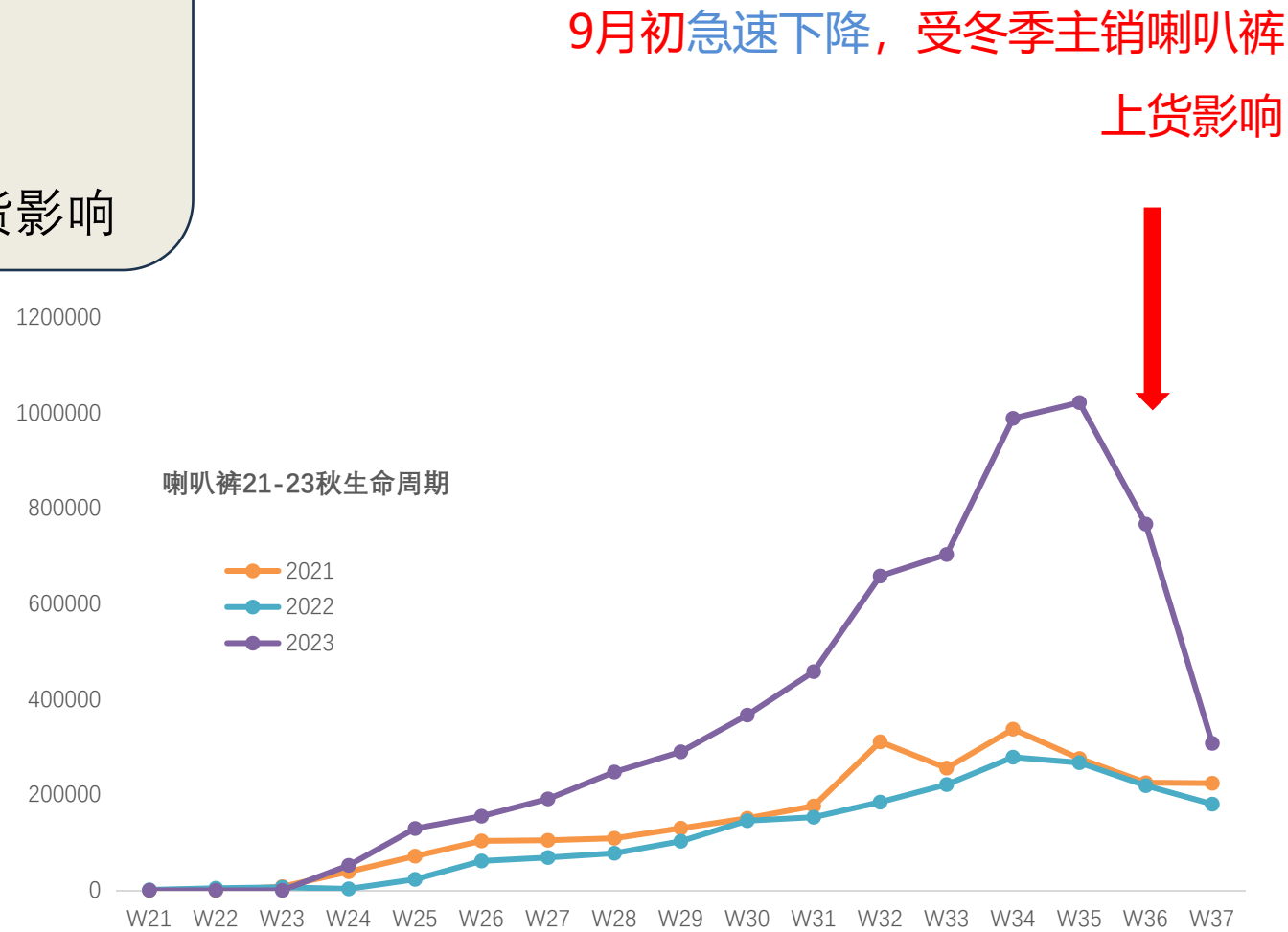


喇叭裤

业绩复盘与生命周期

- 1.喇叭裤三年上市时间相近，通常在6月上旬开始起势。6月中旬-7七月中旬销售小幅增长。八月上旬增长幅度巨大。
- 2.喇叭裤通常会在8月中下旬达到销售高峰
- 3.喇叭裤重点销售月份在7-9月
- 4. 9月初急速下降，受冬季主销喇叭裤上货影响

牛仔裤	22vs23		
细分品类	业绩同比	款色同比	绩效同比
直筒裤	-30%	0%	-30%
哈伦裤	144%	25%	96%
喇叭裤	233%	33%	149%
小脚裤	-29%	0%	-29%
烟管裤	-100%	-100%	-100%
牛仔裙	100%	100%	100%
总计	-1%	0%	-1%



喇叭裤

卖点的设计要素支撑

痛点

- 喇叭裤7-8月处于上升趋势，但到了9月初急速下降，受**冬季**主销喇叭裤上货影响，**衔接季节要规避主销雷同款**
- 本品喇叭裤偏长且缺少膝围小于40的小喇叭类型，缺失**修身喇叭**

卖点

- 品质、潮流新增**中蓝色水洗**
- 延续**深蓝水洗**、升级**复古深蓝色水洗**，拉开深蓝色差异度
- 新增品质线**九分裤、十分裤**
- 延续**莱卡纤维**面料
- 增加101cm-102cm的喇叭裤

规划
Keylook

- 丰富版型，增加小喇叭、马蹄裤，修身喇叭裤
- 丰富裤长，增加九分、十分、101cm-102cm
- 潮流增加趋势色彩，**深蓝色色系**拉开差异度



跨系列规划-CKT款色规划

C盘作为基础经典，以36%款量支撑69%生意盘，顶部T盘作为品牌趋势款色体现时尚调性

	CKT盘	品质 新通勤	品质 社交周末	潮流 城市出街
	T盘 6 SKC 11% 业绩	2SKC 4% 趋势面料 人无我有，人有我新	2SKC 3% 趋势裤型 简化设计优化版型	2SKC 4% 潮流增加趋势色彩 复古水洗，美拉德色 色彩多元化
	K盘 9 SKC 20% 业绩	4SKC 12% 面料升级 增加爆款天丝混纺面料	2SKC 3% 提升工艺 升级手擦、马骝工艺	3SKC 5% 丰富版型 增加小喇叭、马蹄裤
	C盘 17 SKC 69% 业绩	8SKC 36% 提高品质盘面 常驻裤型维稳头部业绩	7SKC 31% 水洗品质感 基础五袋款 版型是首要	2SKC 2% 极致修身体验 爆款修身马蹄裤 紧随风潮

卖点增量总览

增量卖点1 直筒裤

H02 H03系列
常驻裤型维稳头部业绩

10 SKC 3394.5w

H00 H01系列
爆款裤型矩阵拓展

3 SKC 275w

H04 系列
新款拖地裤切合风潮

1 SKC 59.8w

采用天然纤维、全棉、零碳天丝，增加爆款天丝混纺面料，轻松拥抱金秋

增量卖点2 哈伦裤

V02 V03系列
维稳基础盘面保证头部业绩，简化设计优化版型

3 SKC 1018.3w

V04 系列
新增市场大哈伦趋势裤型，丰富裤长

2 SKC 150w

增量卖点3 喇叭裤

微喇拖地裤 系列
延续莱卡纤维面料，增加趋势色彩，极致修身体验

4 SKC 1108w

微喇马蹄裤 系列
爆款修身马蹄裤紧随风潮

1 SKC 119w

增量卖点4 烟管裤

九分Y02 系列
新款拖地裤切合风潮，亲肤舒适+水洗自然

1 SKC 160w

版型升级，最优版型选择
水洗品质感
基础五袋款，**版型是首要**

增量卖点5 长裙

品质长A裙 系列
提高品质精致长裙盘面

1 SKC 149.8w

潮流长A裙 系列
填补本品销售空缺满足客群需求

1 SKC 60w

百褶裙 系列
趋势百褶长裙放大款色

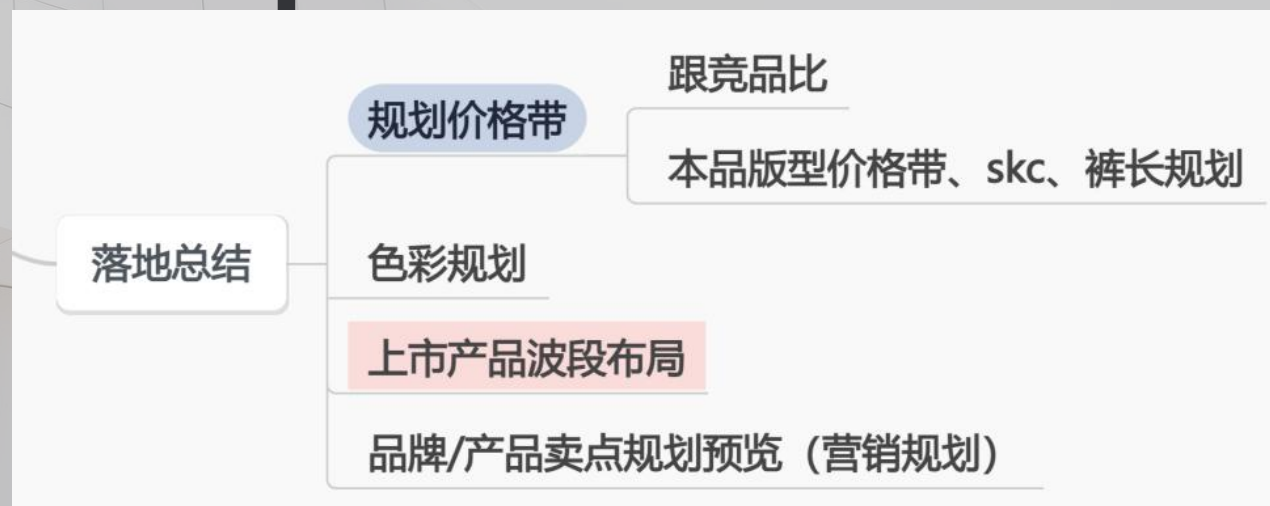
1 SKC 89w

落地总结

05

Results implementation summary

- 品类价格竞争格局
- 价格区间规划
- 设计色彩框架
- 详细波段图
- 卖点预规划



PEACEBIRD / 品类价格竞争格局



PEACEBIRD / 品类价格竞争格局



结论：直筒H02、H03，拖地喇叭裤扩大投入比；新增短裤与潮流百褶短裙

裤型		H直筒					V哈伦		
价位段	细分结构	H00	H01	H02	H03	H04	V02	V03	V04
核心价格带 400-499	SKC	1							
	预计销量	5K							
核心价格带 500-599	SKC		2	5	4	1	1	2	2
	预计销量		5K	40K	20K	2K	4K	15K	5K
高价格带 600-699	SKC			1					
	预计销量			10K					

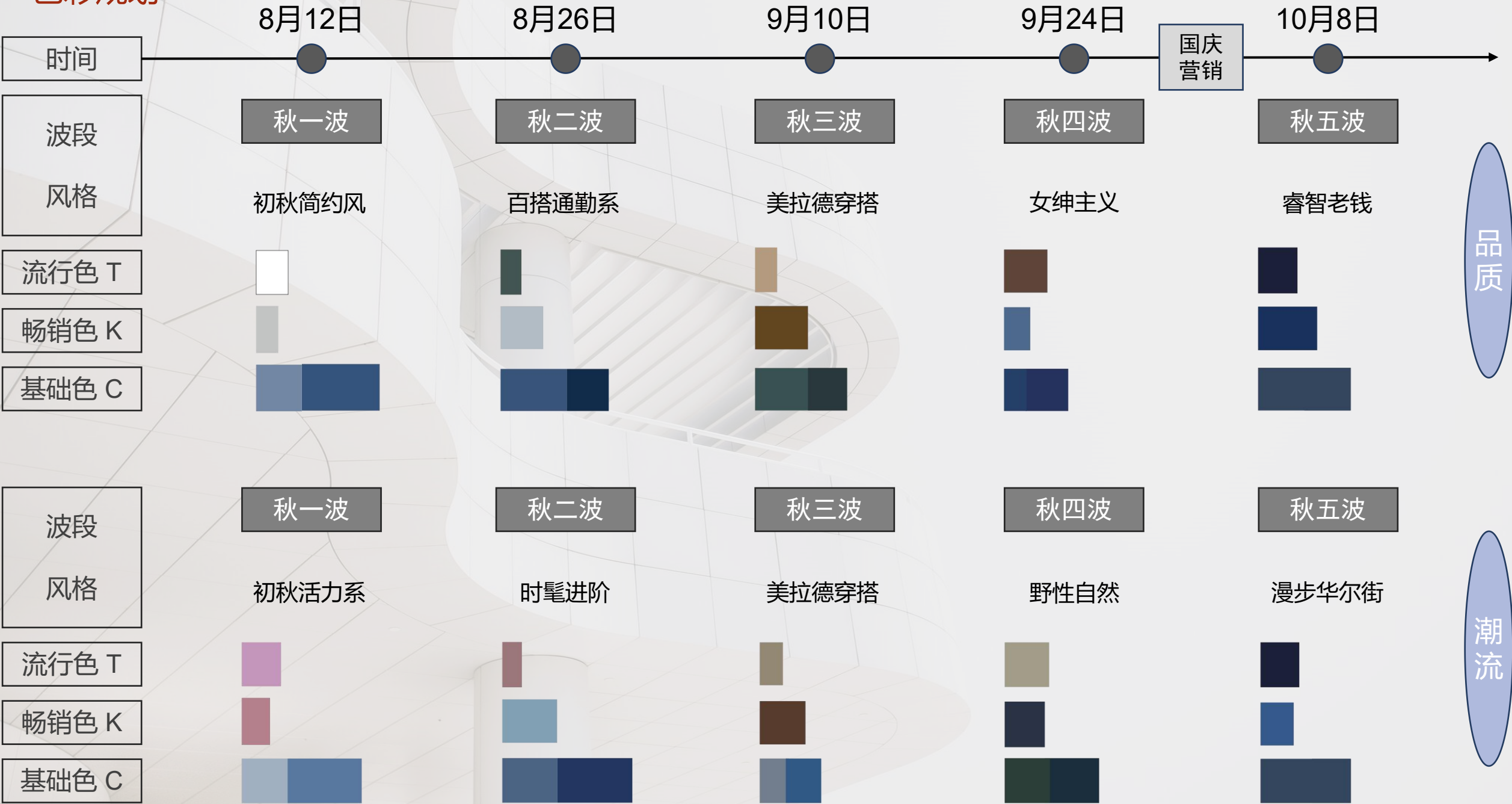
裤型		X喇叭		Y烟管	短裤	短裙	长裙		
价位段	细分结构	十分	拖地	九分			品质A	潮流A	百褶
核心价格带 400-499	SKC			1	2	1			
	预计销量			4K	4K	2K			
核心价格带 500-599	SKC	1	4				1	1	1
	预计销量	2K	22K				5K	3K	2K
高价格带 600-699	SKC								
	预计销量								

结论：直筒H02、H03，拖地喇叭裤扩大投入比；新增短裤与潮流百褶短裙

裤型		H直筒					V哈伦		
价位段	细分结构	H00	H01	H02	H03	H04	V02	V03	V04
核心价格带 400-499	SKC	九分	拖地	拖地	拖地	拖地	九分	十分	十分+拖地
	预计销量								
核心价格带 500-599	SKC		2	5	4	1	1	2	2
	预计销量		5K	40K	20K	2K	4K	15K	5K
高价格带 600-699	SKC			1					
	预计销量			10K					

裤型		X喇叭		Y烟管	短裤	短裙	长裙		
价位段	细分结构	十分	拖地	九分		百褶	品质A	潮流A	百褶
核心价格带 400-499	SKC				2				
	预计销量			4K	4K	2K			
核心价格带 500-599	SKC	1	4				1	1	1
	预计销量	2K	22K				5K	3K	2K
高价格带 600-699	SKC								
	预计销量								

● 色彩规划



PEACEBIRD / 产品波段布局（品质线）

时间
波段
主题风格
颜色
SKC
主推类型
主销 细分品类
直筒
喇叭
哈伦
长裙

8月12日	8月26日	9月10日	9月24日	10月8日
秋一波	秋二波	秋三波	秋四波	秋五波
初秋简约风	百搭通勤系	美拉德穿搭	女绅主义	睿智老钱
				
3	3	3	3	4
短裤、长裙	长裙、直筒	直筒、喇叭	直筒、哈伦、喇叭	直筒、烟管、哈伦
 	 	 	  	  

PEACEBIRD / 产品波段布局（潮流线）

时间	8月12日	8月26日	9月10日	9月24日	10月8日
波段	秋一波	秋二波	秋三波	秋四波	秋五波
主题风格	初秋活力系	时髦进阶	美拉德穿搭	野性自然	漫步华尔街
颜色					
SKC	4	3	3	3	3
主推类型	短裤、短裙	长裙、直筒	直筒、喇叭	直筒、哈伦、喇叭	直筒、烟管、哈伦
主销 细分品类	 	 	 	 	 
直筒					
喇叭					
哈伦					
烟管					
短裙					
短裤					

太平鸟牛仔裤

品牌标语	太平鸟牛仔裤，尽显时尚好身姿		
核心卖点	【功能利益点】优质弹力天丝环保面料		
	【情感利益点】亲肤舒适 自由无拘	【情感利益点】时尚百搭 个性名片	
主推货品	喇叭裤	直筒裤	哈伦裤
货品概念	品质牛仔		潮流牛仔
卖点包装	品质高级穿搭		潮流活力穿搭
卖点支撑	1. 四面弹面料舒适亲肤，不易变形不紧绷 2. 天丝面料环保低碳，顺垂有型 3. 复古大理石纹理设计，挺括有型		1. 多巴胺色系色彩鲜艳，吸引眼球 2. 剪裁宽松，面料轻盈，穿着轻松 3. 款式细节独特，展现个性与魅力

主题企划



凯蒂猫
HELLO KITTY

酷洛米
KUROMI

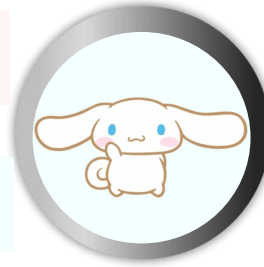


三丽鸥联名



美乐蒂
MY MELODY

大耳狗
CINNAMOROLL



为什么选择三丽鸥联名？

中国消费热，三丽鸥亚洲商品销售
暴增600%

- IP深受全球消费者的喜爱，特别是女性消费者。可以帮助服装品牌**快速吸引目标消费者**，提升市场关注度。
- 三丽鸥的角色形象多样，**设计元素丰富**。
- 当前主力消费者年轻化，产品营销的热点快速更迭。与不同的IP合作可以帮助品牌**适应市场新趋势**，吸引更多年轻消费者的关注。

灵感来源



部件规划

	颜色	版型	裤长	面料	联名元素
裤1	紫色	直筒	十分	水洗牛仔	库洛米
裤2	粉色	直筒	拖地	水洗牛仔	美乐蒂
裙1	蓝色	A字	短裙	水洗牛仔	大耳狗
裙2	粉色	A字	长裙	水洗牛仔	凯蒂猫

上市规划

- 时间：**秋一波/秋二波
- 价格：**699-899
- 宣传营销：**提前可以给出预告，在各大平台尤其是小红书上做好活动预热（如抽送ip小礼物等互动），明星、博主上身测评推广等，联合ip进行进店打卡小活动或者购买赠送相关周边等

Kurumi



Melody



Kitty



PEACEBIRD

太平鸟



Cinnamoroll

上身视频见附件

PEACEBIRD

▶ 00:00 ●

00:42 🔊

团队成员



吴乐妍

组长、线下调研、企划部分3+
商品企划规划、汇报



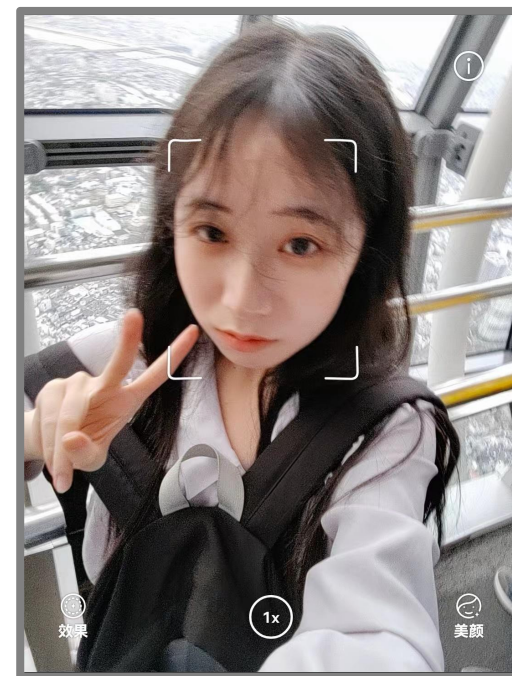
沈欣怡

线下调研、企划部分1、5+商品
企划视频剪辑



潘芝诺

线下调研、企划部分2+商品企
划裤装建模、思维导图



罗悠

线下调研、企划部分4+商品企
划裙装建模

THANK YOU!