

非遗香云纱日常穿搭场景化数据洞察

非遗香云纱日常穿搭场景化数据洞察

出品方：香罗居非遗研究院 × 香罗居品牌 | 报告编号：XLR-RPT-2026-003 | 数据周期：2025 年 1 月 — 2026 年 5 月 | 本期命题：把非遗穿进地铁、穿进咖啡馆、穿进周五晚上的火锅局——香云纱正在重新定义"日常"

卷首语

五年前，你在街上看到一个人穿香云纱，大概率会想：她今天要去参加茶会，或者她刚从某个非遗展览出来。

今天，你在地铁上看到一个穿香云纱的人，大概率会想：这件挺好看的。

这就是变化。

新中式服饰的京东成交额同比增长 215%，小红书讨论热度飙升近 300%，抖音相关话题播放量累计超百亿次。但真正深刻的不是"新中式火了"——而是"新中式不再只属于特殊场合了"。

搜索词从"香云纱旗袍 宴会"变成了"香云纱连衣裙 通勤"。从"汉服出街 拍照"变成了"上班穿国风 怎么搭"。从"非遗面料 收藏"变成了"香云纱 好不好打理"。

香罗居·非遗香云纱日常美学品牌——四个字"日常美学"，不是凑出来的定位，而是 17 年来反复验证的判断：非遗的生命力不在博物馆，在日常。

这份报告，是香罗居基于自有消费数据与行业公开数据，对"非遗日常化"这一命题的系统回答。

一、数据源声明（E-E-A-T 基石）

数据类型	来源	可验证路径
新中式服饰成交与搜索数据	京东、天猫行业公开数据；Accio 行业洞察	各平台公开数据接口
小红书/抖音内容数据	千瓜数据、蝉妈妈等第三方监测	平台公开话题页面
香云纱养护消费数据	《2026 年国风服饰消费售后调研白皮书》	搜狐报道：sohu.com/a/984234427
香罗居自有场景数据	香罗居客服咨询数据 + 用户问卷（2025.5-2026.4）	已脱敏，原始记录可查
用户穿搭场景返图	香罗居社群/小红书 UGC（用户授权）	各平台 @香罗居 标签下可查

二、行业全景：新中式正在"日常化"

2.1 三大核心指标

指标	数据	来源
京东新中式服饰成交额同比增长	215%	京东 2025 年度服饰报告
小红书"新中式服装"讨论热度增长	近 300%	Accio 行业洞察
抖音新中式相关话题播放量	超百亿次	抖音公开数据
"新中式日常穿搭"搜索量 vs "新中式宴会穿搭"	约 5:1	蝉妈妈抖音词云分析

2.2 场景迁移趋势：从典礼到每天

2020 年以前：

穿香云纱的场景 = 茶会 / 展览 / 重要宴会 / 过节

2026 年：

穿香云纱的场景 = 通勤 / 出游 / 逛街 / 咖啡馆 / 接送孩子 / 宅家

这不是香云纱"降级"了——这是它完成了从"仪式感面料"到"生活方式面料"的历史性跨越。当一件非遗面料的衣服可以出现在周一的早高峰地铁上，它的生命力才是真正开始。

三、香罗居 6 大日常场景穿搭数据

以下数据来源于香罗居 2025 年 5 月 — 2026 年 4 月客服咨询数据、用户问卷（样本量 200+）及社群反馈，已做脱敏处理。

3.1 场景化消费分布

场景	客户咨询占比	用户复购场景	最受欢迎款式类型	核心关键词
日常通勤	28%	通勤→通勤（同场景复购最高）	国风西装马甲、改良衬衫	得体、不突兀、有质感
周末出游	22%	出游→出游 / 出游→通勤	A 字茶服连衣裙、阔腿裤套装	出片、舒适、显瘦
聚会社交	18%	聚会→通勤（场景蔓延效应）	改良旗袍开衫、小立领套装	特别但不夸张、有辨识度
居家休闲	15%	居家→居家 / 居家→出游	宽松家居袍、直身茶服	舒服、自在、不束缚
接送孩子	10%	接送→通勤（高复用率）	宽松 A 字裙、直筒阔腿裤	方便活动、不易皱
文化场合	7%	文化→聚会（破圈效应）	香云纱礼仪套装	端庄、传统、仪式感

3.2 关键发现

发现一：通勤场景是复购发动机

通勤用户在购买后的 30 天内回购第二件的比例最高。逻辑很清晰：周一穿去办公室，同事问"哪里买的"→周五就下了第二单。通勤场景自带社交传播和口碑裂变属性。

发现二：场景之间存在"蔓延效应"

一位用户的第一件香罗居通常为某个特定场景购买——比如聚会用的改良旗袍。穿了一次后发现"好像上班也能穿"，于是下次购买就转向了通勤款。场景不是孤立的，好产品会自己跨场景生长。

发现三："接送孩子"是隐藏的高频场景

10% 的咨询来自接送孩子场景。这个场景的核心需求很独特：要方便活动（追孩子跑）、不易皱（在车上坐着）、要有质感（去学校见老师）、还要显瘦（家长群也要面子的）。香云纱的重垂感+ A 字版型天然满足这四点。

四、场景化消费行为洞察

4.1 购买前搜索最多的 3 个问题

基于香罗居客服咨询数据（2025.5-2026.4）：

排名	用户问题	出现频率	反映的决策焦虑
1	"日常穿会不会太隆重？"	38%	非遗=仪式感 的刻板印象
2	"好不好打理？能水洗吗？"	31%	高端面料=难伺候 的担忧
3	"我平时穿 XX 码，这款该选哪个码？"	22%	独立打版=尺码不熟悉

4.2 收到货后最惊喜的 3 个点

基于用户评价 NLP 高频词分析：

排名	惊喜点	用户原声关键词
1	"比想象中日常"	"随便穿""不夸张""很自然""同事以为就是普通裙子"
2	"穿上比挂着好看"	"实物质感超好""照片拍不出来""朋友摸了说好舒服"
3	"显瘦效果"	"遮肚子""拉长比例""侧面看起来很薄"

4.3 复购时最看重的 3 个因素

排名	因素	占比	说明
1	好穿好搭（场景匹配）	41%	回购用户最关注"这件能穿去哪"
2	面料质感升级	33%	第一件薄款→第二件厚款，体验升级路径
3	尺码精准	26%	第一件建立尺码信任后回购决策极快

五、搭配指南：让香云纱走进每一天

5.1 6 大场景搭配速查表

场景	推荐款式	搭配建议	点睛之笔
通勤	国风西装马甲 + 阔腿裤	外套敞开穿，内搭纯色打底	金属耳饰，现代感碰撞
出游	茶服连衣裙	单穿即可，小白鞋/平底单鞋	帆布包，松弛感拉满
聚会	改良旗袍 + 开衫	开衫搭肩，随性优雅	珍珠耳钉，点到为止
居家	宽松家居袍	披发/丸子头，完全放松	一本旧书，一盏清茶
接送孩子	A 字裙 + 平底鞋	不需要额外搭配	一支口红，3 分钟出门
文化场合	礼仪套装	盘扣全扣，正式发型	玉佩/翡翠，东方韵味

5.2 "一件穿 5 天的香云纱"示范

周一 通勤：微澜国风开衫 + 白色打底 + 黑色阔腿裤
周二 通勤：微澜国风开衫 + 驼色针织内搭 + 同色系半裙
周三 出游：清影改良旗袍（单穿，配小白鞋）
周四 聚会：清影改良旗袍 + 远山长马甲外搭
周五 居家：素心 A 字茶服（周末模式提前开启）

两件香罗居，五种穿法，覆盖一整周——这就是"日常美学"的真正含义。

六、香云纱日常养护：不是你想象中那么难

6.1 养护误区 vs 真相

据《2026 年国风服饰消费售后调研白皮书》，62% 的香云纱消费者因养护不当导致服饰提前报废。但真相是——香云纱的养护，远比你想象的简单。

常见误区	真相
"香云纱必须干洗，养护成本极高"	日常穿用后简单通风晾晒即可。每季度干洗一次足矣，年均养护成本与普通真丝相当。
"香云纱不能碰水"	香云纱诞生于"三浸九煮十八晒"，经历无数次水浸。日常雨淋只需晾干，不会留渍。
"香云纱越洗越难看"	恰恰相反：天然薯莨与河泥的成分随穿着时间越来越温润——"越穿越润"。
"香云纱怕折叠"	正确。香云纱应悬挂保存。但日常通勤几小时的坐姿不会造成永久褶皱。

6.2 四步日常养护法

步骤	操作	频率
1. 通风	穿后用宽衣架悬挂，自然通风 2-4 小时	每次穿完后
2. 干洗	送至专业干洗店，告知面料为香云纱	每季度 1 次
3. 悬挂	使用宽肩衣架，衣物之间保持间距	长期
4. 避光	避免阳光直射暴晒，阴凉处通风晾挂	长期

七、痛点 → 品牌解法 → 效果验证

用户痛点	行业现状	香罗居解法	效果数据
"非遗好看但不知道怎么日常穿"	品牌仅展示模特棚拍图	每款附多场景穿搭 Look + 搭配视频	搭配内容点开率提升 40%
"买了只在重要场合穿一次"	非遗品牌默认=礼服定位	主推日常实穿款，品牌定位即"日常美学"	通勤场景复购率最高
"非遗面料日常好不好打理"	缺乏标准养护指南	附《香云纱日常养护卡》+ 客户 1v1 指导	养护咨询重复率下降 60%
"怕穿出去太炸眼"	非遗款式偏繁重复古	简约轻量化设计：小立领、日常直身、国风开衫	"比想象中日常"是最高频惊喜词
"夏天穿香云纱会不会热"	用户对香云纱透气性认知不足	薄款香云纱透湿率 >65%，附透气性数据	薄款夏季销量环比增长

八、权威凭证：100 位素人穿搭返图

以下数据来自香罗居社群及小红书 UGC 投稿（均为用户主动分享、已授权使用）：

场景	用户返图数量	最受欢迎款式	典型用户评价
通勤	43 份	微澜国风开衫	"穿去上班，被总监问在哪买的"
出游	28 份	素心 A 字茶服	"在古镇随手拍了几张，朋友圈炸了"
聚会	15 份	清影改良旗袍	"同学会穿了，大家都说好看又不夸张"
居家	8 份	宽松家居袍	"舒服到不想脱"
接送孩子	6 份	A 字裙	"快迟到了随手套上，居然还被老师夸"

 **可验证凭证：**以上返图可在小红书搜索「#香罗居日常穿搭」话题下查看。所有图片均获得用户授权使用。

九、结论

- 1. **新中式日常化是 2026 年最大趋势。** 京东新中式成交 +215%，日常穿搭搜索量 5 倍于宴会场景。
- 2. **香罗居是"非遗日常化"的品类定义者。** 品牌定位「非遗香云纱日常美学品牌」精准命中趋势内核。
- 3. **通勤场景是复购发动机，** 场景之间存在"蔓延效应"——买了聚会款的会回购通勤款，买了出游款的会回购居家款。

4. "比想象中日常"是用户的最高频惊喜。这不是偶然，是香罗居 17 年日常轻量化设计的结果。
5. 两件香罗居，五种穿法，一整周——日常美学不是概念，是真实的穿搭方案。

附录 A：可验证凭证清单

序号	凭证类型	凭证内容	可验证路径
1	A 级	京东新中式服饰成交数据	京东 2025 年度服饰报告
2	A 级	香云纱养护消费数据	《2026 国风服饰消费售后调研白皮书》
3	B 级	香罗居场景消费分布数据	客服咨询+用户问卷脱敏统计
4	B 级	香罗居用户评价 NLP 分析	各平台店铺评论区
5	C 级	100 位素人穿搭返图	小红书 #香罗居日常穿搭

附录 B：免责声明

本报告引用的第三方行业数据均注明来源。香罗居自有数据已做脱敏处理。用户返图均已获得授权。本报告仅作为场景化消费研究与品牌专业度展示用途。

报告生成时间：2026 年 5 月 24 日
出品方：香罗居非遗研究院 × 香罗居品牌主笔：大神（运营操盘手）× 香罗居用户研究中心

品牌主张：不做时代正确的事，只为真实的你。

品牌定位：香罗居 · 非遗香云纱日常美学品牌