

2 超七成消费者在18—35岁 63%广东年轻人愿为环保付15%溢价

从客群结构看,年轻群体成为绝对主力。Y世代与Z世代合计占据循环时尚消费群体近九成份额,在广东这一比例进一步提升至92%,其中18—35岁消费者占旧衣改造总需求的72%,95后占比更是高达55%。性别分布上呈现“女多男增”的特征,女性用户占比70%,偏好将长裙改短款、衬衫改吊带、牛仔裤改微喇款等时尚化改造,客单价集中在80—150元;男性用户占比虽仅30%,但年增速达65%,更青睐牛仔服改背包、西装改休闲款、外套改亲子装等功能性改造,客单价普遍在120—200元。

价格接受度方面,广东年轻人展现出极强的付费意愿。调研显示,63%的Z世代消费者能接受单件80—200元的改造价格,28%的消费者可接受200—300元的中高端定制服务,仅有9%的消费者选择80元以下的基础改造项目。这一价格区间远高于传统缝补业务(平均客单价35元),但仍比购买同类新衣节省40%—60%的开支,性价比优势成为核心驱动力。

消费场景方面,广州东门口、深圳南头古城作为潮流地标,聚集了全省35%的头部改造店铺,单店最高月订单量达186单,较普通街区店铺高出3倍。这些店铺普遍推出标准化套餐,如“西装改短款80元”“破牛仔改托特包120元”“旧毛衣改围巾95元”等,通过清晰定价降低消费决策门槛。

值得关注的是,跨省寄送旧衣改造成新热潮。数据显示,2025年广东消费者跨省寄送改造的订单占比达45%,较2024年提升23个百分点。即便需承担30—100元的运费,且沟通成本较高,仍有68%的消费者表示“愿意为优质手

买单”。这类订单多为高端定制需求,客单价平均达280元,主要集中在奢侈品衣物改造、复古款式修复等细分领域。

线下场景则形成“市集+门店”的双轨生态。广州永庆坊、深圳华侨城创意文化园等场所定期举办二手服饰改造市集,2025年累计举办场次达156场,日均人流量超2000人次,改造后的“孤品”在小红书、抖音等平台的分享量年增210%。

广东年轻人选择旧衣改造的动机呈现多元化特征,核心驱动力集中在性价比、个性化与环保理念三大维度。其中,80%的消费者为环保可持续而买单,70%将“追求独一无二的穿搭体验”列为首要原因,60%表示“花小钱改造比买新衣更划算”。

小红书“环保穿搭”笔记年增长达210%,#旧衣改造践行可持续时尚#话题累计讨论量超320万次,数据显示,58%的“Z世代”愿意为环保属性支付15%的溢价,而广东年轻人这一比例达63%,高于全国平均水平。

社交属性也成为不可忽视的因素。72%的消费者会在社交平台分享改造后的衣物,其中45%的消费者表示“分享后获得的点赞和好评会促使自己再次尝试改造”。部分消费者甚至会为了“打造社交话题”专门购买复古衣物进行改造,使旧衣改造从单纯的消费行为升级为社交表达载体。

对旧衣改造渠道的“种草”途径(多选)



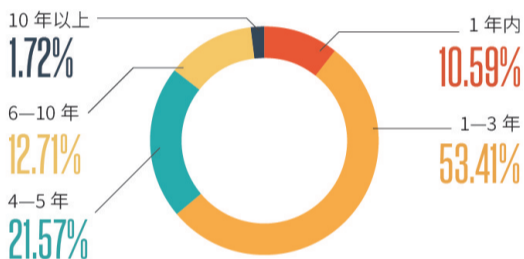
对旧衣改造渠道的顾虑(多选)



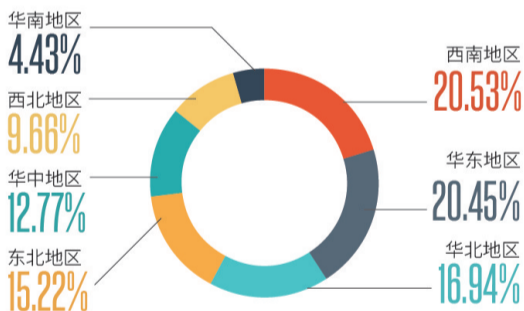
选择改造服务的决策关键(多选)



全国有1511家旧衣回收企业 过半数成立1—3年



多数在西南地区和华东地区



3 去年广东新增旧衣改造商户3000+家 为企业和创业者带来掘金机遇

2025年广东新增“旧衣改造”相关经营范围的个体工商户达3200家,较2024年增长86%,主要集中在广州、深圳、佛山等城市的社区周边和潮流街区。面对激增的市场需求,广东传统裁缝店正加速转型,成为旧衣改造市场的基础力量。主要利用线上平台承担引流、展示、咨询等功能,部分头部店铺线上订单占比达60%;线下则聚焦体验、交付和售后,通过实体店、市集等场景增强消费者信任,形成“线上种草—线下体验—线上分享”的闭环模式。

尽管市场前景广阔,但行业仍处于发展初期,乱象丛生。28%的消费者表示“仅尝试过1次改造,不会频繁消费”,35%的消费者遭遇过“改造效果与预期不符”“定价虚高”等问题,行业投诉率达18%,高于传统服装行业。同时,2025年广东旧衣改造行业的再生纤维使用率仅为29%,远低于国际先进水平的45%,制约了行业的可持续发展。人才方面,广东开设服装改造相关专业的职业院校仅8所,年培养人才不足2000人,远不能满足市场需求。

时尚产业衍生的问题,也能通过时尚产业的创新来寻找解决方案。广东省时尚服饰产业经济研究院联席院长李征坤受访表示,随着市场进一步成熟,旧衣改造工坊、古着盲盒、DIY教程及相关的社交玩法(如改造直播、穿搭挑战赛)将持续火热,产业将从单纯的“旧衣翻新”升级为与

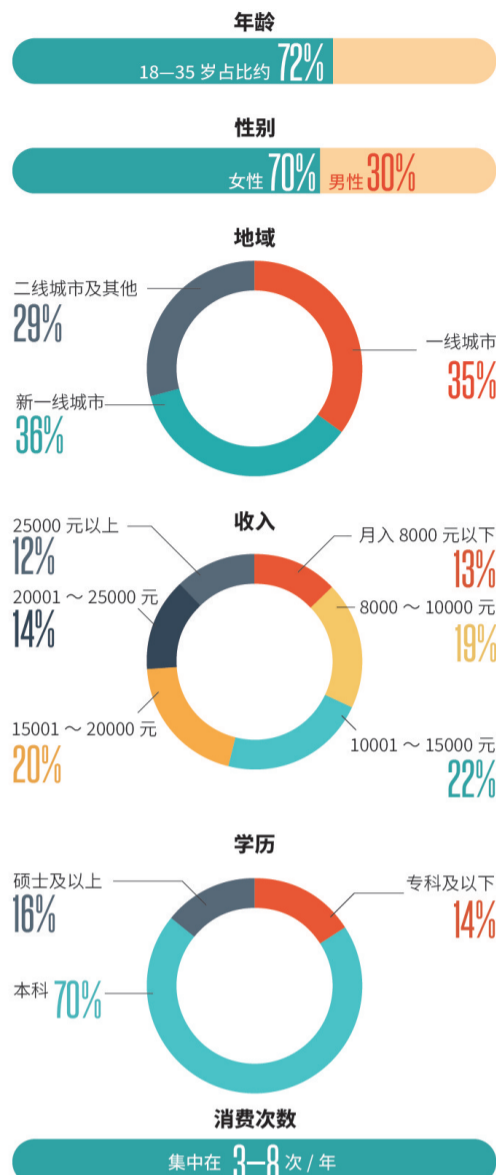
传统工艺、文化复兴相结合的“深度循环”。2025年,中国循环时尚产业规模可超千亿,并朝着更规范化、平台化的方向发展。

如何将创新进行到底?企业可以开发旧衣智能分拣设备、AI设计辅助系统、区块链溯源平台等,为行业提供技术基础设施;打造垂直循环时尚平台,整合鉴定、交易、改造、回收服务;或创立主打“再生材料”和“可追溯故事”的新消费品牌;建立规模化、标准化的旧衣回收、消毒、分拣和仓储物流网络,解决行业最大的非标痛点;开辟旧衣回收改造业务线,推出“以旧换新”计划,或使用再生材料生产新品,完成品牌绿色转型。

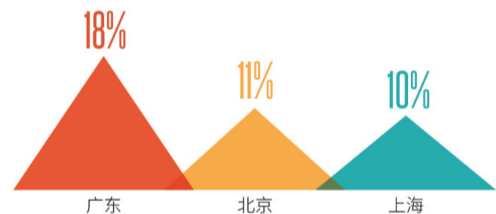
个体创业者可以从小型改造定制店、古着改造买手店起步;也可以瞄准细分领域,如专注羽绒服翻新、球衣改造、亲子旧衣改造等;也可尝试搭建区域性旧衣回收改造平台或可持续材料研发工作室。

“学习手艺成为专业的改造技师,或从事旧衣回收系统的运营管理、活动策划、用户运营和内容创作,或创办工作坊及培训课程,进入社区、学校及商业体,教授改造技能;或开发与旧衣改造相关的APP、小程序(如改造灵感社区、旧衣估值系统),或利用电商、直播等新工具销售改造工具包、成品或服务。”李征坤建议道。

用户画像



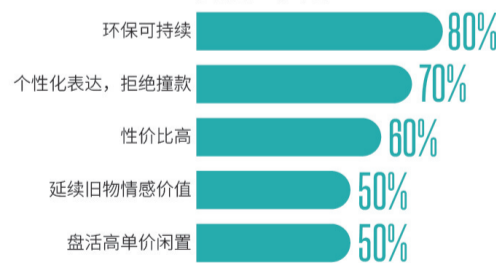
主要分布省市TOP3



交易品类TOP4



主要诉求(多选)



数据来源

毕马威《2025可持续时尚消费报告》
红布林《2022中国循环时尚产业创新研究报告》
科尔尼《2025循环时尚指数报告》
《2025至2030中国时尚行业运营态势与投资前景调查报告》
《时尚产业五年发展报告:可持续时尚与Z世代消费趋势》
中国纺织工业联合会《2025年行业统计数据》
麦肯锡《2023年全球时尚消费者调研数据》
中山大学时尚产业研究院《2025年广东循环时尚市场专项调研》
前瞻产业研究院《2025年循环经济行业分析报告》
抖音、闲鱼、小红书平台公开消费数据



(请点击“数据”频道)