

“男装女穿”风潮兴起

同一价位男女装品质为何差异显著?

“想买一件版型正常、用料扎实的基础款女装，咋就那么难？”社交平台上一句网友吐槽，引发众多女性消费者共鸣。近年来，“男装女穿”的风潮悄然兴起，这究竟是新一代消费者个性审美的主动表达，还是女装供给品质堪忧的背景下女性消费者的一次无奈“出走”？

社交媒体上“女生选男装攻略”走红



测评博主、消费者在社交媒体上发帖

“姐妹们，这条牛仔裤显瘦吗？”“梨形身材穿哪个码合适？”在某电商平台一款月销过万的男士直筒牛仔裤商品页面的问答区，有不少这类来自女性消费者的提问。在社交媒体上，“女生选男装攻略”“平价男装挖到宝”等内容层出不穷，博主们详细分享男装尺码换算方法及版型适配技巧，部分视频播放量超百万。

北京三里屯一家知名服装品牌专卖店店员反映，工作两年来，前来选购男装T恤、衬衫和休闲裤的女性顾客明显增多。

“00后”消费者姚雨彤就是“男装女穿”的实践者。“综合考虑舒适度、实用性和个人风格，现在我的衣柜里一半以上是男装。”她举例说，购买基础款白衬衫时，女装面料往往偏薄易透，男装衬衫的面料厚度则避免了此类尴尬；牛仔裤女款口袋往往更像装饰，男款口袋则能真正装下手机、钥匙等随身物品。

还有消费者抱怨，内侧缝线不平整，直接接触磨皮肤。对比发现，男款内侧缝线通常更密、更整齐，腰部内里常进行包边处理，女款的装饰性设计，如破洞、刺绣较多，内侧缝线则相对稀疏，线头处理也更为粗糙。

业内揭秘男女装为何“同价不同质”

同一价位段的男女装品质为什么存在如此显著的差异？对此，多位业内人士表达了自己的看法。

因素1 订单量差异

自有工厂与服装品牌的从业者陈百(化名)解释，男装款式经典、迭代缓慢，品牌方单款下单量往往较大；女装注重潮流，更新换代速度快，一款衣服的销售周期通常只有一个季度，单款订单量可能仅几百件。“一条男裤订单起步可能是5000条，工厂愿意为这样的大单投入更好的设备和工艺；几百条女裤的小单，工厂投入则相应减少。”

因素2 低价“高”仿

在多个男女装品牌工作过的制版师莫文说，一些高端品牌设计的女装下摆故意保留毛边，多是为了营造松弛氛围，实际上仍保有加固工艺，而在低价位段服装模仿过程中，为了节约成本多会省略加固工艺；男装工艺款式稳定，在长久发展中形成了相对固定的标准，市场对此有明确预期，“即使低价白牌也不会省略一些工艺”。

因素3 销售逻辑

那么，女装生产时使用男装工艺可行吗？受访的服装厂经营者表示，做工好坏并不取决于工厂，而取决于品牌。以前工厂拿到品牌的工艺单，严格按照工艺单生产，但眼下女装行业的竞争烈度显著高于男装，且在直播电商销售逻辑下，款式更迭更快，打造爆款的意愿也更强。“有的电商品牌对爆款迅速‘扒版’抄袭，根本不存在工艺单。”

因素4 质检疏漏

值得注意的是，女装出货前的最后一关——质检环节也时有疏漏。从事服装生产后道(检验、包装)工作的徐孝红表示，近年来，童装品牌在出货前的质检环节普遍做得比较好，大部分品牌都会安排专人或者找第三方公司逐件检查，或在装箱后实施抽样检查，“大部分女装质检做不到与童装品牌相同水准，有的干脆省略质检环节”。

避免行业内卷 造成“两败俱伤”

拥有7年从业经验的设计师卢夏利(化名)说：“消费者越来越关注服装的本质，看重做工和材质，一种回归质朴的消费心态正在形成。”

越来越多消费者追求经久耐穿、质感优先的穿着体验。女性买男装，往往是一种无奈的选择。姚雨彤坦言：“找到合身的男装同样需要运气。”男女体型差异客观存在，简单套用男装版型显然无法满足所有女性的需求，服装行业需要在供给端进行调整。

一些敏锐的品牌开始在产品上做出回应。某原创女装品牌主理人表示，他们在开发基础款系列时，有意提升了面料标准和工艺复杂度，“虽然成本上去了，但客户的复购率和满意度提高了”。

受访从业者普遍认为，“男装女穿”可能不会成为主流，但女装市场亟待转变思路，避免行业内卷，导致商家、消费者陷入“两败俱伤”的局面。

据半月谈微信公众号



乐享童年·畅想未来
共筑中国梦

乘梦飞翔，远眺浩瀚的云海
做自己的未来畅享家

2022全国公益广告大赛获奖作品