

服装行业 周度市场观察

原料走势 | 专家观点 | 潮流新品 | 运营数据 | 品牌合作 | 营销活动

01

行业要闻

INDUSTRY NEWS

本周看点：

- 童装生意如何在竞争中突出重围
- 红利期一去不返，轻奢品牌走向何方
- 瑞士手表面临挑战 8月对中国出口额大跌27%

行业趋势：

1. 童装生意，没有春天？

关键词：童装

概要：中国童装业起步较晚，过去并没有童装概念，只是成人衣服的缩小版。但随着经济发展和供给逐渐宽松，童装开始迅速发展。在1999年，“Annil安奈儿”品牌的成立标志着童装行业在中国正式开始发展。随着动漫影视作品在国内的传播，童装开始出现大量卡通角色和个性化发展。但在科技和产品体验方面，童装行业的进步并不多。在童装行业中，缺乏实力强劲、被广泛认可的独立品牌。童装行业面临的挑战包括童装的属性问题、材料选择的成本问题以及抄袭现象的泛滥。要突围，童装品牌可以通过整合低端市场、抓住中高收入群体的需求、进行创新设计以及提高产品质量来打破“小而散”的品牌现状。

[原文链接](https://www.lanjinger.com/d/219467)：https://www.lanjinger.com/d/219467

2. 红利期一去不返，轻奢品牌走向衰败？

关键词：轻奢品牌

概要：轻奢品作为一种可承受的奢侈品，近年来在中国市场遇到了困境。由于消费能力和消费意愿的下降，轻奢品品牌的业绩不佳。一些知名品牌如MK、Coach和Pandora都面临销售下滑的问题。此外，由于消费者对性价比的关注增加，轻奢品的价值被质疑。电商平台的业绩也反映出消费者更倾向于理性消费，对于轻奢品的需求减少。此外，洋品牌的吸引力在下降，国内品牌的性价比更受欢迎。因此，轻奢品在中国市场的前景变得不确定。然而，真正的奢侈品市场仍然强劲，高奢品牌如LVMH和爱马仕的业绩仍然良好。整体而言，轻奢品的困境主要是由于消费能力下降和对性价比的关注增加。

[原文链接](https://36kr.com/p/2441137531441544)：https://36kr.com/p/2441137531441544

01

行业要闻
INDUSTRY NEWS

3.国际鞋类博览会回归，对鞋履行业会产生怎样的正面效应？

关键词：鞋履行业

概要：9月中旬，第96届Micam Milano米兰国际鞋履展览会将在疫情之后强势回归。预计将于9月17日至20日举行的此次国际鞋类交易盛会，将有1700多个鞋类品牌展示其2024年春夏系列。据Micam Milano主席Giovanna Ceolini介绍，本季的展会将以研讨会、创新和技术提案以及权威国际嘉宾小组等构成。Ceolini对作者表示：“Micam Milano毫无疑问是世界各地鞋履运营商的参考点。在这里，可以享受身临其境的体验，发现最新的时尚市场趋势、材料研究、可持续性和鞋履零售业的未来。”

[原文链接](https://new.qq.com/rain/a/20230926A01H5U00)：https://new.qq.com/rain/a/20230926A01H5U00

4.瑞士手表面临挑战 8月对中国出口额大跌27%

关键词：瑞士手表

概要：瑞士钟表工业联合会近期公布的数据显示，瑞士手表的出口额在8月有所恢复，出货量增长了4%至18亿瑞士法郎。这一增长主要得益于出口目的地美国13.5%的强劲增幅的推动。然而，尽管整体趋势向好的情况下，业界人士仍需关注瑞士手表对中国这个第二大市场的出口额增长放缓的问题，8月份更是录得27%的下跌。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v358747-1.htm)：https://news.cfw.cn/v358747-1.htm

02

企业要闻
CORPORATE NEWS

投资运营：

5.贵人鸟拟退出运动鞋服业务，或出售“贵人鸟”“Prince”等品牌

关键词：运动鞋服业务，贵人鸟

概要：9月22日，贵人鸟股份有限公司发布优化调整公司经营业务的公告称，拟优化调整公司经营业务：一是以粮食业务作为未来主要经营发展方向，协调公司各项资源和力量，优先、重点做大做强粮食业务；二是对运动鞋服业务进行优化调整，根据公司实际经营情况，通过包括但不限于授权许可、出售、租赁等方式进行“贵人鸟”“Prince”等品牌资产和其他各项运动鞋服相关资产的处置，并逐步退出运动鞋服业务。

原文链接：https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_24709255

6.森马服饰开始布局宠物生意

关键词：宠物生意，森马

概要：近日，据多家媒体报道，森马集团官宣称，将战略布局宠物业务，聚焦宠物营养板块，深入研究和分析消费群体。并通过森马集团20多年沉淀的客户群体，持续增长的农业食品业务能力扶持，以及森马的品牌力和电商流量资源，实现对消费者的快速触达。

原文链接：https://www.sohu.com/a/722106077_386972

7.为挽救母公司经营危机，美国运动潮牌Champion全球业务或被出售

关键词：经营危机，HanesBrands集团

概要：9月19日，Champion母公司HanesBrands集团宣布，将重新评估Champion品牌全球业务的战略选择。该集团董事会主席Ronald Nelson表示，Champion作为美国运动服饰品牌的领头羊之一，已成为全球知名的生活方式品牌，在此时出售是让股东价值最大化的做法之一。

原文链接：<http://news.winshang.com/html/071/6935.html>

8.阿迪达斯：持续投资中国一二三四线城市，加大生产体量开设更多门店

关键词：战略动向，投资中国，阿迪达斯

概要：9月20日，阿迪达斯全球首席财务官Harm Ohlmeyer于疫情后首次访华，并表示，中国市场拥有无限机会。他指出：“中国是阿迪达斯的全球三大战略市场之一，我们对于中国市场有非常大的信心和信念，我们将持续地在中国进行发展，也和中国共同发展。”Harm表示，阿迪达斯在中国有超八千个销售网点，未来将持续开更多的门店，并对已有的门店进行改装和扩大。未来，还要在时尚和体育之间找好平衡，将持续投资体育方面，同时关注生活方式、时尚产业方面的一些趋势。

原文链接：<https://www.163.com/dy/article/IF4BGDHV0519QIKK.html>

9.意大利OTB集团中国市场收入翻倍 计划挖掘二线城市潜力

关键词：收入上涨，中国市场，OTB集团

概要：近期，Diesel母公司意大利时尚OTB集团在中国市场取得了引人注目的成绩。据OTB集团董事长Renzo Rosso透露，截至2023年8月底的八个月内，该集团旗下Diesel、Marni和Jil Sander等品牌在中国市场的收入同比增长超过一倍。这一显著增长进一步证明了中国市场的潜力和吸引力。对于OTB集团来说，中国市场已经成为了其主要增长市场。为了持续扩大在华业务，OTB集团计划在未来三年将其世界投资的三分之一用于中国市场。这一战略举措旨在进一步挖掘中国二线城市的商业潜力。

原文链接：<http://news.china-ef.com/697897.html>

02

企业要闻
CORPORATE NEWS

产品技术：

10. Levis x CROCS 上线新「洞」作



关键词：联名，Levis，CROCS
概要：9月19日，Levis 携手新晋「洞门」顶流 CROCS 推出全新的联名合作系列，将 Sashiko 刺子绣与 Shibori 扎染表达融汇贯通，带领用户进入「洞门」新世界。

原文链接：<https://socialbeta.com/c/17936>

11. BAPE 推出中秋限定服装及月饼礼盒



关键词：中秋限定，BAPE
概要：中秋佳节来临之际，BAPE® 通过品牌标志性符号和独特设计语言，带来全新中秋限定服装系列及月饼礼盒。其中，服饰系列围绕未来科幻概念、和风元素及复古科幻电影三大主题展开，品牌标志性猿人头与月球元素相融合，以街头时尚之名向东方传统民俗文化致敬。

原文链接：<https://socialbeta.com/c/17918>

12. RIMOWA x Tiffany & Co. 限量联名系列正式发布



关键词：联名，RIMOWA，Tiffany & Co.
概要：RIMOWA（日默瓦）与世界著名珠宝品牌 Tiffany & Co. 蒂芙尼推出限量联名系列。该限量联名系列包括三款产品，分别为 RIMOWA x Tiffany 限量联名系列珠宝收纳箱、RIMOWA x Tiffany 限量联名系列登机箱，以及 RIMOWA x Tiffany 限量联名系列迷你箱。

原文链接：<https://nowre.com/fashion/808330/rimowa-x-tiffany-co-xianlianglianmingxiliezhengshifabu/>

02

企业要闻
CORPORATE NEWS

营销案例盘点：

13. 可隆 50 周年携手钟欣潼「奔赴山海」



关键词：可隆
概要：9 月 17 日，KOLON SPORT 可隆 50 周年特别企划「五十次抵达」活动落地香港。此次可隆再度与艺人钟欣潼携手，邀请其来到可隆 K11 MUSEA 店内，与受邀宾客以及品牌设计师一同提前参观可隆旗下高端钓鱼产品线——WEATHER MONSTER 系列产品限时展览，该系列将于 2024 年在中国发售。

原文链接：<https://socialbeta.com/c/17993>

14. 木九十推出「東造 DŌNGZAO」栏目



关键词：木九十
概要：近日，国内眼镜品牌「木九十」推出全新艺术家对话栏目「東造 DŌNGZAO」。在東造 DŌNGZAO 中，木九十将邀请有着不同身份标签的艺术家们，共同探索创作背后的故事，「拉近生活与艺术的距离，让东方文化向未来流动」。

原文链接：<https://socialbeta.com/c/18001>

15. CLOT × 喜茶带来限定特调「CLOTEA 冻凝茶」



关键词：CLOT
概要：为纪念品牌成立 20 周年，CLOT 以「凝结」之名在上海打造了「凝结·二十」CLOT 周年展览。在展览现场，CLOT 携手喜茶共同打造快闪店，带来限定特调「CLOTEA 冻凝茶」。

原文链接：<https://socialbeta.com/c/18002>

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。