

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:

- 成为全民大场景，户外产业2023年的7大趋势
- 体育品牌集体打出“科技牌”
- “碳中和”服装将成主流

行业趋势:

1.成为全民大场景，户外产业这一年的7大趋势

关键词：户外品牌

概要：2023年，户外产业出现了一些趋势，这些趋势或将在2024年继续发展。首先，越野跑赛事变得火爆，越野跑鞋市场也得到了增长。越野跑成为了一种新兴的社交货币，越野跑赛事数量迅速恢复，赛事公司也推出了多个越野跑赛事。其次，飞盘的热度开始下降，而攀岩运动逐渐受到年轻人的青睐。攀岩正在取代健身房，成为新的网红运动。第三，轻户外成为了流行趋势，越来越多的人将户外作为散心、家庭游玩和团建的场景，对功能性不要求过高。品牌开始押注轻户外，希望借此重新进入年轻人的视野。第四，贴身层品类爆发，越来越多的品牌推出贴身层产品。第五，羊毛运动服装成为消费者关注的焦点，越来越多的品牌推出羊毛产品。第六，冲锋衣成为爆炒品类，众多品牌开始推出冲锋衣产品。最后，营地生意进入了冷静期，营地需要提供更多内容来吸引消费者。

[原文链接](https://www.36kr.com/p/2569133689611913)：https://www.36kr.com/p/2569133689611913

2.体育品牌集体打出“科技牌”

关键词：羽绒服，黑科技

概要：2023年入冬以来，李宁、斐乐、迪桑特等体育品牌的羽绒服产品销售火爆。各服装品牌纷纷打出“科技牌”，在保暖的基础上增加科技属性，推动产品溢价。尽管各品牌推出了各种科技属性的羽绒产品，如红外线保暖、远红外升温等，但这些高科技功能的效果仍有争议。行业从业者表示，虽然远红外基础原理简单，但实现方式各异，难以界定是否为真正的“黑科技”。此外，冬季户外运动对羽绒产品的功能性、运动性要求更高，例如吸湿排汗等问题也需要关注。总的来说，国产运动品牌在羽绒服产品的科技应用上有所创新，但仍在概念上内卷，尚未实现突破性的改变。品牌需要重新思考自身的定位，避免无效内卷，以便更好地引领市场。

[原文链接](https://www.sohu.com/a/746037736_121124377)：https://www.sohu.com/a/746037736_121124377

3.“碳中和”服装将成主流

关键词：碳中和

概要：预测显示，等到2030年世界人口增长至85亿时，服装纺织行业的碳排放量或超石油行业，成为第一大碳排放源。因此，纺织服装行业绿色低碳转型，迫在眉睫，未来“碳中和”服装将成主流。KPI披露不足，服装行业减碳意识仍需提高。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v361664-1.htm)：https://news.cfw.cn/v361664-1.htm

02

企业要闻

CORPORATE NEWS

投资运营：**4.特步收购运动鞋品牌索康尼**

关键词：收购，特步

概要：12月17日晚，特步国际公告称，为进一步发展索康尼（Saucony）及迈乐（Merrell）品牌在华业务，以6100万美元（约合4.34亿元人民币）收购Wolverine Group于2019年合资公司所持权益。收购后，该合资公司将成为集团的全资附属公司，相关协议将会终止。

[原文链接](https://new.qq.com/rain/a/20231219A04LEK00)：https://new.qq.com/rain/a/20231219A04LEK00

5.李宁家族收购瑞典户外品牌Haglöfs火柴棍

关键词：收购，李宁家族

概要：全球私募股权公司莱恩资本（LionRock Capital Limited）已同意从亚瑟士公司（ASICS Corporation）手中收购北欧户外品牌火柴棍（Haglöfs AB）100%的股权。据相关公告显示，此次交易是通过由LionRock Capital GP Limite管理运营的一只基金完成的，而李宁正是该公司的非执行主席，非凡领越未来或将成为Haglöfs的实际所有者。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2023512743.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2023512743.shtml

6.宝胜国际进军瑜伽服饰赛道

关键词：瑜伽服饰赛道，宝胜国际

概要：12月22日，宝胜国际(控股)有限公司与韩国XEXYMIX品牌签署战略合作协议。公开资料显示，宝胜国际(控股)有限公司为大中华区领先的运动服装和鞋类产品零售商及经销商。XEXYMIX品牌是韩国具有代表性的运动休闲时尚品牌之一，自2015年首次进入市场，推出多种产品线，包括运动休闲服饰、泳装等。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2023512914.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2023512914.shtml

7.耐克第二财季收入133亿美元超预期，称中国产品需求增长

关键词：中国产品，耐克

概要：12月20日，耐克披露了截至2022年11月30日的2023财年第二季度业绩。耐克第二季度收入约为133.15亿美元，同比增长17%，高于分析师预期的126亿美元。净利润约为13.31亿美元，接近上年同期的13.37亿美元。作为耐克的第三大市场，大中华区在该季度的总收入为17.88亿美元，低于分析师预期，同比下滑3%，不考虑汇率影响为增长6%。耐克表示，其在中国的产品需求有所增长。

[原文链接](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_21251928)：https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_21251928

8.H&M集团2023财年销售额2360亿瑞典克朗 同比增长6%

关键词：销售额上涨，H&M集团

概要：近日，H&M集团发布2023财年年报。在截至11月30日的十二个月内，H&M集团销售额同比增长6%至2360亿瑞典克朗（约合人民币1639亿元），除去俄罗斯业务影响后同比增长8%。不过受全球大环境需求放缓影响，第四财季，该集团销售额与2022年同期持平达到626.3亿瑞典克朗（约合人民币435亿元），按当地货币汇率计算下跌4%。

[原文链接](https://new.qq.com/rain/a/20231222A01ZCT00)：https://new.qq.com/rain/a/20231222A01ZCT00

02

企业要闻

CORPORATE NEWS

产品技术：

9.New Balance 推出运动鞋味香水



关键词：香水，New Balance
概要：New Balance 打造了两款限量版香水，作为 New Balance 的首款香水，以喜爱的运动鞋的香味为灵感，推出 Distilled 系列限量版香水。本系列共有两款香水，分别为 Original 和 Court，以经典运动鞋和篮球鞋为基础。

[原文链接](https://nowre.com/fashion/833191/new-balance-tuichuyundongxiexiweixiangshui/): <https://nowre.com/fashion/833191/new-balance-tuichuyundongxiexiweixiangshui/>

10.FILA 联手中国工艺美术大师合作苏绣系列



关键词：苏绣系列，FILA
概要：近日，FILA 联手中国工艺美术大师邹英姿推出龙年「FILA 非遗苏绣大师合作系列」服饰。据悉，该系列产品将中国传统文化融入服装设计，花纹循迹敦煌「守宝龙」灵感，融合苏绣中最具代表性的平针绣等多种绣法技艺打造了专属图案「非遗守宝龙」。

[原文链接](https://socialbeta.com/c/19154): <https://socialbeta.com/c/19154>

02

企业要闻

CORPORATE NEWS

营销案例盘点：

11.DIESEL × Lee 重塑滞销牛仔裤



关键词：DIESEL, Lee
概要：近日，DIESEL 携手 Lee 带来全新牛仔系列。双方利用滞销库存，将不同面料、版型的牛仔裤重新结合起来，打造出独一无二的限量单品。

原文链接：<https://socialbeta.com/c/19138>

12.361 度携手敖瑞鹏演绎滑板精神



关键词：361 度
概要：为了进一步宣传新品 Big3 Future 系列，361 度携手敖瑞鹏发布广告短片，演绎滑板精神。片中敖瑞鹏身着「宅兹中国」配色鞋款自由滑行，象征着东方文化图腾与现代滑板精神交锋。

原文链接：<https://socialbeta.com/c/19149>

13.幼岚焕新品牌 Logo



关键词：幼岚
概要：12 月 19 日，专注童装的品牌幼岚决定让品牌曾用名「allblu」回归，并发布品牌缩写新 logo 「a:」。新 logo 由一个 a，一个冒号组成，代表着简单的交流，既可以是人类发出的第一个元音，也能是一条线和两颗纽扣，还可以有很多很多其他颇具童趣的解读。

原文链接：<https://socialbeta.com/c/19141>

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。

艾瑞鞋服研究中心

 xiongying5@iresearch.com.cn