

服装行业 周度市场观察

行业环境 | 跨境出海 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

品牌如何布局中老年珠宝市场？
眼花缭乱的防晒衣赛道；

行业环境:

1. 金价“狂飙”，品牌如何布局中老年珠宝市场？

关键词：钻石

概要：金银珠宝市场在中老年消费者追捧下迎来新一轮增长，限额以上单位金银珠宝零售总额同比增长13.3%，成为消费品类中增长第二快的。中老年人群一直是金银珠宝市场最稳定的受众，占比接近50%。在产品设计上，中老年消费者更偏爱传统款式，但同时也开始关注更多多样化和个性化的饰品。此外，金银珠宝还承载丰富的人文价值，被长辈视为一种传承家族文化和价值观的有效方式。头部珠宝品牌不断丰富完善工艺技术和产品形态，并借助多样化的营销手段，实现精准定位目标人群。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/292526): <https://www.cbndata.com/information/292526>

2. 眼花缭乱的防晒衣赛道，需要一个“标准答案”

关键词：防晒衣

概要：防晒服市场在中国呈现快速增长态势，预计2026年市场规模可达958亿。消费者对防晒衣的需求已从单一的防晒功能转变为全面防护，对时尚性和设计感的要求越来越高。防晒衣市场正朝着规范化发展，企业需提供详尽的产品信息以增强消费者信任感。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v365734-1.htm): <https://news.cfw.cn/v365734-1.htm>

01

行业趋势

Industry Trends

3. 进阶的补水产品，能为喝水生意添多少“养分”？

关键词：黄金

概要：近年来，随着公众对健康问题的关注不断增强，补水经济大势崛起。新一代消费者，尤其是年轻一代，正逐步塑造并驱动着饮水市场的繁荣景象。补水/水合产品在满足消费者对健康、功能和口感的需求的同时，应运而生，掀开了补水市场的新篇章。未来的市场趋势将更加注重功能性、风味体验、包装设计、价格等方面，补水3.0时代的竞争格局或将得到重塑。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/292528): <https://www.cbndata.com/information/292528>

04

产品技术

Product Technology

新品上市：

4. BOTTEGA VENETA 发布 2024 早秋系列

关键词：时装周

概要：Bottega Veneta最新发布了其2024早秋系列，创意总监Matthieu Blazy强调让单品更轻松、柔软，多一点日常，少一点主张。该系列的设计过程涉及大量的照片研究，包括在旧的《访谈》杂志上，看看Andy Warhol如何叠穿、混搭和配套的。设计灵感来源于杂志上的照片，如绒面革裤子上叠穿的绒面革裙，以及整齐的圆领条纹领衬衫和束带灰色牛仔裤。其他细节亮点包括迈阿密柔和长裤套装、彩色麂皮叠穿单品、蓝绿色和红色豹纹长裤和配套的高跟鞋，以及充满活力的横条纹针织连衣裙。

[原文链接](https://nowre.com/fashion/868356/bottega-veneta-fabu-2024-zaoqiuxilie/)：https://nowre.com/fashion/868356/bottega-veneta-fabu-2024-zaoqiuxilie/

5. 演绎专业防晒新时尚，波司登×骄阳3.0第三代防晒衣

关键词：防晒衣

概要：波司登集团在2024集团年度大会上宣布了“双聚焦”战略方向和成为世界领先的时尚功能科技服饰集团的企业愿景。同时，公司自2018年开始针对防晒衣品类进行探索和尝试，并推出了多款防晒衣新品。2024年，公司推出了骄阳3.0第三代全能防晒衣，该产品采用原纱防晒、纳米级别TiO₂颗粒、Bo-Tech冷却科技、高效凉感因子、超轻科技纤维等先进技术，实现了防晒、科技创新、透气性与轻量化设计的飞跃，并融入了法国设计师ChristelleKocher的前卫而精致的设计语言，为防晒衣带来了更多元化的面貌与深厚的时尚内涵。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v365716-1.htm)：https://news.cfw.cn/v365716-1.htm

05

营销活动

Marketing Campaign

营销案例盘点：

6. 全国首家布局购物中心的市集型配饰品牌amywrong阿米望开业

关键词：配饰

概要：全国首家市集型配牌在上海和南京开业，提供探索感和性价比较高的配饰和饰品，传递快乐与温暖。店铺灵感来源于市集摊车布篷，视觉识别体系以拥抱为灵感，创造一个让消费者自行挑选、随意试戴的连锁零售店铺新业态。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024517742.shtml)：<http://www.linkshop.com/news/2024517742.shtml>

7. 今年球鞋不比「大」，比的是「薄」

关键词：运动鞋

概要：随着流行趋势和穿搭风格的变化，近年来运动鞋的鞋型设计逐渐向“薄底”发展。最近推出的联名鞋款中，新型的“平底鞋”轮廓开始受到品牌们的重视。例如，MiuMiu与New Balance合作推出的MiuMiu x New Balance 530，采用了经典的复古跑鞋设计，同时融入了MiuMiu的平底设计，充满了学院气息。此外，Nike的Astro Grabber鞋款以扁平、修长且优雅的设计受到关注。运动品牌Adidas的CountryOG系列以90年代氛围为灵感，带来了复古和未来主义的结合。这些新型的“平底鞋”不仅符合新的审美趋势，也为消费者提供了更多的选择。

[原文链接](https://nowre.com/editorial/866426/jinnianqixieubidabideshibao/)：<https://nowre.com/editorial/866426/jinnianqixieubidabideshibao/>

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。