

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:

在线消费增速放缓，美妆消费依旧成为支柱品类之一；
新中式热潮会成为下一个“东方主义”吗？
抗衰市场正向更加年轻的消费群体渗透。

行业环境:

1. 品牌业绩亮眼，力压女装成增长发动机

关键词：男装

概要：过去一年多来，男装品牌在国内服装市场表现优于女装品牌，2023年19家上市服饰企业中有10家男装品牌净利润增速超过两位数，而2024年一季度，男装品牌业绩继续走强。男装品牌业绩整体优于女装品牌的原因在于其抗周期性更强，且近年来呈现出多元化、个性化、品质化趋势，特别是国潮品牌的崛起为市场注入了活力。然而，国内男装市场集中度低，同质化严重，中低端市场存在过度扩张等问题，需要品牌进行焕新和转型升级。预计未来中国男装市场规模将继续保持稳定增长，但男装品牌想要超越女装品类还需在产品设计、品质、营销等方面下功夫。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v366228-1.htm): <https://news.cfw.cn/v366228-1.htm>

2. 抗衰市场正向更加年轻的消费群体渗透

关键词：[V]WWD国际时尚特讯

概要：社交媒体的抗衰理念正在影响各个年龄阶段的消费群体，近三分之一的受访者表示对衰老问题有焦虑和消费需求，其中Alpha世代更易产生容貌焦虑，更倾向于通过医美来抗衰。Alpha世代认为衰老最严重影响是身体限制、记忆力减退和皱纹问题。他们抗衰老的第一步是健康饮食和锻炼，愿意每月花费100美元进行抗衰服务消费。随着社会对衰老看法的转变，年轻一代的抗衰需求和消费行为日益增长，倾向于采取更加主动和个性化的方法来保持健康的生活方式。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240513A01CZN00): <https://view.inews.qq.com/a/20240513A01CZN00>

01

行业趋势

Industry Trends

3. 失速的潘多拉，忐忑的奢侈品行业

关键词：奢侈品

概要：2024年第一季度，潘多拉在中国市场的销售额同比大幅下跌17%，连续两年出现下滑。潘多拉在中国的门店也遭遇“闭店潮”，曾经的盛况已不复存在。潘多拉业绩下滑的原因包括“性价比低”、老牌一线奢侈品品牌的降维打击以及国潮风兴起。整个奢侈品行业也面临增长困境，包括LVMH、开云集团等在内的品牌都遭遇销售额下滑。消费者更注重性价比和实用性，奢侈品行业需要寻找新的生存与发展之道。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024518270.shtml)：<http://www.linkshop.com/news/2024518270.shtml>

4. 在线消费增速放缓，电子产品、服装、美妆消费依旧成为支柱品类

关键词：[V]WWD国际时尚特讯

概要：在2024年前四个月，个位数的在线消费增长主要得益于电子产品和服装等非必需品类的稳定支出以及在线杂货购物的持续激增。电子产品支出累计达618亿美元，同比增长3.1%；服装类别在线支出总计约为525亿美元，同比增长2.6%。此外，时尚美妆消费表现突出，化妆品在线消费总额约132亿美元，同比增长8%。日用杂货在线消费额达388亿美元，同比增长15.7%。在不可预测的经济环境中，数字经济展现出了更高韧性，而生活消耗品等日用杂货成为增长更加突出的类别。预计在未来三年内，该类别将成为电商中收入份额与电子产品和服装相当的主导类别。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240514A0178Y00)：<https://view.inews.qq.com/a/20240514A0178Y00>

5. 2023年中国本土一线高端女装品牌业绩大盘点

关键词：女装

概要：中国女装行业是我国服装市场中最具活力、需求复杂且容量最大的子行业。随着国民收入提高和消费升级，女性的消费力量逐渐显现，未来将促进女装行业的发展。中国一线高端女装品牌包括朗姿、VGRASS、地素时尚、ICICLE之禾、EP雅莹、宝姿、JORYA、玛丝菲尔、歌力思、影儿时尚和珂莱蒂尔等，各具特色，满足不同消费需求。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024518232.shtml)：<http://www.linkshop.com/news/2024518232.shtml>

01

行业趋势

Industry Trends

6. 珍珠行业的2023：销售额疯涨、年轻人成消费核心人群

关键词：黄金

概要：2023年，抖音平台珍珠饰品销售额破百亿，同比增长173.43%，淘宝天猫平台销售额为69.0亿元，同比增长40%。2024年，虽然珍珠在销售端增长趋缓，但市场仍会持续增长，明星曝光刺激需求增长，产能不足抬高珍珠价格，直播承接消费者需求。2024年一季度抖音平台珍珠饰品的平均搜索指数为2835万，市场高度分散，品牌化、高端化仍是主要方向。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/292590)：https://www.cbndata.com/information/292590

7. 中年男人的衣柜，为何满是运动装？

关键词：冲锋衣

概要：随着中国消费市场的复苏，中年男性的运动偏好逐渐改变，从商务装到休闲装，他们选择短袖卫衣、冲锋夹克和运动鞋。对于运动品牌来说，中年男性是消费的中流砥柱，始祖鸟等品牌以硬壳冲锋衣和短袖Polo衫吸引中年精英人群，FILA则以高尔夫、网球服装迎合中壮年市场。同时，户外热潮也吸引着更多中年用户参与，滑板、飞盘等运动已经触达三四线城市。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/292584)：https://www.cbndata.com/information/292584

8. 对于国际品牌而言，新中式热潮会成为下一个“东方主义”吗？

关键词：[V]WWD国际时尚特讯

概要：随着中国市场的战略意义不断提升，国际奢侈品牌开始关注并重视中国市场。近年来，国际品牌推出了为中国市场定制的专属产品及营销活动，以适应中国消费者对欧美时尚的审美需求和消费模式。中国消费群体对欧美时尚的审美观念正在发生变化，中国品牌和设计师在国际舞台上的崛起也为中国时尚注入了新的活力。新中式风格的崛起反映了中国年轻人对民族认同感的提升，同时也展示了当代时尚语境下中国传统文化的更多可能性。国际品牌正在摆脱符号化的拼贴组合，更深入地探索中国丰富的文化遗产，与中国创意力量交流合作，实现在地化。新中式风格在全球范围内获得更多的关注与认可，为中国品牌或中国设计师在国际舞台上形成聚力提供了一种可能性。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240517A01C7W00)：https://view.inews.qq.com/a/20240517A01C7W00

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

9. 老铺黄金再度冲刺IPO

关键词：黄金

概要：近日，香港交易所显示，黄金品牌老铺黄金已递表，正式向港股IPO发起冲击。从财报来看，2021-2023年，老铺黄金年收入分别为12.6亿、12.9亿、31.8亿元，其中2023年实现翻倍增长，三年复合增长率达到58.6%。从净利润来看，2021-2023年按年净利润分别为1.14亿元、0.95亿元、4.16亿元，其中2023年净利润同比暴增3.4倍。老铺黄金旗下门店的店均收入达9390万元，其中位于北京SKP的两家门店合计产生收入3.36亿元。弗若斯特沙利文报告显示，2022年，在中国所有黄金珠宝品牌中，老铺黄金的单店收入排名第一。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024518223.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024518223.shtml

10. 耐克、阿迪达斯去库存？鞋业巨头裕元集团业绩承压

关键词：鞋履

概要：近日，运动鞋履制造商裕元集团公布2024年一季度营业收入20.04亿美元，同比下降4.9%。业绩变动主要受去年全球鞋履行业去库存周期及内地消费零售温和复苏影响。集团主要类别为运动/户外鞋类，占总营业收入的49.7%，营收约9.96亿美元；其次为休闲鞋及运动凉鞋，占总营业收入的7.7%，营收约1.53亿美元。随着全球鞋履行业回暖，订单趋向常态化，集团制造业产能利用率及鞋履出货量迎来良好复苏。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v366233-1.htm)：https://news.cfw.cn/v366233-1.htm

11. 体育大年，特步的多品牌战略新路线

关键词：运动鞋

概要：近日，特步国际完成多品牌战略重组，调整后的KP Global依然是丁氏家族的重要资产。特步计划向股东派发1.51亿美元的特别现金股息，与高瓴资本达成支持性协议，优化了财务结构。特步国际选择业务结构调整，目的除了降低风险，还会重新进行品牌布局，梳理优势资源，继续打造运动品牌里的产品标杆和品牌标杆。在2024年体育大年，特步有望延续“世界跑鞋，中国特步”战略，进一步面向全球市场扩张跑步版图。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024518064.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024518064.shtml

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

12. 2024 一季度时尚产业零售布局呈现出哪些新趋势？

关键词：[V]WWD国际时尚特讯

概要：近年来，品牌对门店运营策略影响消费者群体，零售端呈现市场风向，一些品牌逆行业趋势开设大型概念店，以全渠道销售额和利润为目标。设计师品牌重视品牌声量和核心消费群体，在米兰、巴黎等时尚之都开设旗舰店。一些品牌加速扩张中国市场，根据市场特点和文化生态系统进行地化运营。中国市场仍被视为时尚经济发展必不可少的落脚点。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240513A01CZK00)：https://view.inews.qq.com/a/20240513A01CZK00

05

营销活动

Marketing Campaign

营销案例盘点：

13. “新中式”服装火到“出圈”，“国潮”如何变热潮？

关键词：汉服

概要：在我国，新中式服装成为消费市场的新现象。其火爆的原因包括：传统与现代元素的有机融合，科技的应用提升穿着体验，以及品质的保障和政策的支持。新中式服装通过跨界融合，让中国风更具国际范，成为行业的新赛道。同时，要注重提升品质，净化市场环境，推动产业高质量发展。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v366151-1.htm)：https://news.cfw.cn/v366151-1.htm

14. 嗨特购盯上二手奢侈品

关键词：奢侈品

概要：嗨特购在位于西单的旗舰店新增了二手奢侈品专区，目前店内约有30个奢侈品，主要品牌为LV，还有少量GUCCI、FENDI等品牌产品，售价几千至万元不等。价格标注沿袭了嗨特购一贯的风格，部分商品价格仅为建议售价的36%。与门店其他商品的开放货架不同，二手奢侈品被分区上锁，顾客需由店员开锁查看商品细节或进行试背。嗨特购成立于2021年，以品牌集合、经营酒水饮料、日用百货为主，近年来折扣店业态发展迅速，嗨特购于2022年正式开放加盟，截至2023年7月，已在26个城市开设300多家店。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024518117.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024518117.shtml

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。