

# 服饰行业 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动



## 01

### 行业趋势

Industry Trends

#### 本周看点:

金价屡破800元/克，市场反应如何？  
奢侈品市场预测：“蛇年”将是充满“波动性”的一年！  
儿童羽绒服“厮杀激烈”，保姆鹅靠高性价比悄然出头？

#### 行业环境:

##### 1. 「军鸟」入手难，何不考虑并不逊色的「东欧军鸟」Tilak

关键词：户外机能,潮流文化,功能性,可塑性,军警线

概要：近年来，Gorpcore风格流行，推动了户外机能品牌的崛起，如Tilak。Tilak曾为ACRONYM代工，并与Errolson Hugh合作推出多款标志性单品，如20周年纪念夹克。凭借专业的户外品质和时尚设计，Tilak成为Gorpcore领域的热门品牌，与HAVEN、ROA等品牌合作，推出结合户外功能与时尚元素的产品，并通过支线POUTNIK BY TILAK展示独特的东欧审美。其军警装备线TMG也因高品质和实用性受到欢迎。尽管市场影响力增强，Tilak仍坚持家族经营，避免过度商业化，保持独特品牌态度。

[原文链接:](https://nowre.com/editorial/920718/junniaorushounanhebukaolvbingbuxunsededongoujunniaotila k/)

<https://nowre.com/editorial/920718/junniaorushounanhebukaolvbingbuxunsededongoujunniaotila k/>

##### 2. 金饰价格数次突破800元/克关口 市场反响几何

关键词：黄金价格,金价上涨,黄金首饰,小克重产品,投资金条

概要：近期，国际金价屡创新高，10月30日COMEX黄金期货价格突破2800美元/盎司，上海黄金交易所Au9999黄金价格前三季度加权平均涨幅近20%。金价上涨带动国内黄金珠宝品牌金饰价格，部分品牌突破800元/克，但消费者兴趣依然浓厚，尤其偏好小克重饰品。同时，金币和金条的投资需求显著增加，显示黄金作为避险资产的吸引力。尽管多家机构看好未来金价走势，但高价位可能抑制部分消费者对大克重金饰的需求。

[原文链接:](https://news.cfw.cn/v373987-1.htm) <https://news.cfw.cn/v373987-1.htm>

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境：

## 3. 德意志银行奢侈品市场预测：“蛇年”将是充满“波动性”的一年！

关键词：奢侈品,2025年,销售增长,波动性,中国

概要：德意志银行发布2025年奢侈品行业预测报告，指出2025年将是充满“波动性”的一年，预计上半年销售增长低迷，下半年将以固定汇率计算恢复至中个位数至高个位数的增长率。分析师认为，消费者对奢侈品的需求未变，中国市场的“奢侈品羞耻”现象将在两年内缓解，奢侈品牌开始重视入门级产品的长期客户培养。报告预计2025年奢侈品行业总体增长约为4%，2026年回升至约7%。德意志银行上调了Burberry的股票评级至“买入”，认为其有实现强劲盈利增长的潜力，同时调整了Moncler和Zegna的目标股价。

[原文链接](https://luxec.co/post/379972)：https://luxec.co/post/379972

## 4. 儿童羽绒服“厮杀激烈”，保姆鹅靠高性价比悄然出头？

关键词：秋冬,羽绒服,儿童,高性价比,市场地位

概要：秋冬季节，儿童羽绒服市场迎来销售高峰，特别是Z时代父母的精细化养娃需求推动了市场增长。魔镜市场情报数据显示，2022年天猫户外童装羽绒服服饰销售额为8013.3万元，占比15.1%，多个品牌销售额同比增长超过100%。新兴品牌保姆鹅凭借高性价比迅速占领市场，2022年全网儿童羽绒服销量排名第一，2023年双11预售表现优异，但在质量和服务方面屡遭投诉。保姆鹅通过电商和自媒体营销策略快速提升品牌知名度，但质量问题可能影响其长远发展。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024526203.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024526203.shtml

## 5. 疯狂内卷的羽绒服赛道，如何打造极致单品？

关键词：羽绒服,价格上涨,质量造假,含绒量,奥运科技

概要：近期，羽绒服因价格上涨和质量问题引起关注。90%白鸭绒和白鹅绒价格分别上涨32.7%和19.8%，导致市场上的羽绒服价格普遍上涨。此外，部分商家以次充好，如使用飞丝代替羽绒，损害消费者权益。面对挑战，各大品牌采取措施积极应对，如波司登推出城市联名款，Lululemon打造Wunder Puff动态剧场，安踏举办“安踏羽宙”艺术互动展，展示奥运科技羽绒服，特别是长红冰甲和大白冰甲系列，凭借专业设计和奥运背景赢得消费者信任。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024525925.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024525925.shtml

## 6. 户外热“过热”了吗？优胜劣汰，加速洗牌！

关键词：户外服饰,增长强劲,中国市场,国际品牌,生活方式

概要：中国户外服饰市场近年来显著增长，特别是在2023年双11期间，各大电商平台如抖音、京东和天猫的户外服饰销售额大幅上升。国际品牌如Goldwin、Keen和Peak Performance加速在中国市场的扩张，开设新店并拓展线上渠道。亚玛芬体育财报显示，大中华区营收同比增长56%，反映出中国户外市场的强劲势头。这一增长不仅体现了消费者对健康生活方式的追求，还表明户外活动已成为缓解压力和提升生活质量的重要途径。户外品牌逐渐走向时尚化和多元化，不仅满足专业需求，还融入日常生活，成为生活方式的象征。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v373899-1.htm)：https://news.cfw.cn/v373899-1.htm

## 01

## 行业趋势

## Industry Trends

## 行业环境:

## 7. 哈灵顿夹克走红,「鼻祖」品牌 Baracuta 了解一下

关键词: 复古薄底鞋,巴恩风,哈灵顿夹克,经典廓形,联名企划

概要: 近年来,复古风格在时尚界回潮,哈灵顿夹克成为潮流焦点。Baracuta作为该夹克的创始品牌,凭借其经典设计和高搭配性,受到CleanFit、Golfcore等风格的追捧。尽管品牌历史深厚,但其知名度一度有限。随着街头与户外品牌精致化趋势的推动,Baracuta及其标志性的G9 Harrington Jacket逐渐获得更多关注,并成为多个品牌联名合作的对象。品牌坚持在伦敦生产,保证品质的同时,通过跨界合作探索新时尚表达,同时坚守传统美学。Baracuta还推出多款经典夹克,如G10 Coat和G4 Jacket,展现其在男装夹克领域的卓越工艺。

[原文链接](https://nowre.com/editorial/922632/halingdunjiakezouhongbizupinpai-baracuta-lejiejixia/): <https://nowre.com/editorial/922632/halingdunjiakezouhongbizupinpai-baracuta-lejiejixia/>

## 8. 境外开花境内香,智能宠物用品能否成为消费新热点?

关键词: 智能宠物用品,市场竞争,品牌建设,宠物经济,年轻化趋势

概要: 中国企业在海外市场生产的智能宠物用品取得了显著成功,许多品牌在亚马逊等平台上名列前茅。随着国内宠物市场的兴起,这些企业开始回归国内市场,加剧了竞争。智能宠物用品市场增长迅速,2023年市场规模达到5928亿元,预计2025年将达到8114亿元。年轻化、高收入的宠物主人推动了高端智能宠物用品的需求。尽管市场竞争激烈,但通过技术创新、品牌建设和优质售后服务,企业仍有机会在这一领域取得成功。未来,随着AI技术的发展,智能宠物用品将进一步智能化,提供更多便捷的服务。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/293422): <https://www.cbndata.com/information/293422>

## 9. 「性价比」再次成为韩系小众品牌关键词

关键词: 新工装,同质化,实穿性,性价比,复古

概要: 近年来,韩国时尚品牌如thisisneverthat®、SANSANGEAR、XLIM等借助新工装趋势和Gorpcore热潮迅速崛起,全球影响力显著。然而,同质化问题也随之而来,许多品牌在设计和产品线上趋于雷同。为了突破这一局限,一些品牌如MerelyMade、WEEKENDERS®、SUNLOVE等通过强调实穿性和性价比,创新传统元素和复古风格,构建了独特的品牌身份。例如,MerelyMade改良工装元素,WEEKENDERS®融合美式棒球文化,SUNLOVE结合复古街头和户外机能元素,形成了独特的女性风格。这些品牌不仅追求设计差异化,还注重面料开发和耐用性,为韩国乃至全球时尚界注入新的活力。

[原文链接](https://nowre.com/editorial/913740/xingjiabizaicichengweihanxixiaozhongpinpaiguanjianci/): <https://nowre.com/editorial/913740/xingjiabizaicichengweihanxixiaozhongpinpaiguanjianci/>

## 02

头部品牌动态  
Top Brand News

## 头部品牌动态：

## 10. 国内受困出海找增长，海澜之家的门店开到南亚

关键词：出海,门店,营收,高端化,年轻化

概要：海澜之家，中国男装头部品牌，正积极拓展海外市场，尤其在东南亚地区表现活跃。11月底，海澜之家在马尔代夫开设了首家门店，标志着其国际化布局进一步加速。然而，国内市场的表现却不尽如人意，今年第三季度，海澜之家的营收和净利润分别下滑11%和64.9%，导致公司在国内市场开始收缩门店网络，前三季度净减少104家门店。面对国内市场的疲软，海澜之家不仅加大了海外市场的布局，还尝试通过高端化、多元化和年轻化策略来提振品牌形象和业绩。尽管如此，这些转型措施的效果仍有待观察。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v374029-1.htm)：https://news.cfw.cn/v374029-1.htm

## 11. 路易威登启动第二届配饰设计毕业生计划

关键词：配饰设计,毕业生计划,创新创意,皮具配饰,年轻人才

概要：路易威登宣布启动第二届配饰设计毕业生计划，旨在发掘和培养时装、艺术和设计专业毕业生的创新才能。该计划面向32所欧洲和美国的合作院校的应届本科生和硕士生，获奖者将与路易威登设计团队合作，共同探讨设计、皮具和配饰领域。申请截止日期为2025年2月2日。路易威登强调，此计划展现了品牌对传承和发展皮具和配饰工艺的承诺，致力于寻找能将传统技艺与现代创意相结合的新锐人才。去年的首届活动中，日裔美籍设计师Kao Onishi、美国设计师John Stagaman和法国设计师Nassim Semlali Yacoubi荣获奖项，并参与了品牌在女性皮具、旅行产品及硬箱设计等领域的创新项目。

[原文链接](https://luxe.co/post/380135)：https://luxe.co/post/380135

## 12. FILA减速，安踏需要寻找下一个“神话”

关键词：易烊千玺,品牌全球代言,复古运动,增速放缓,品牌定位

概要：FILA，由安踏集团在2009年收购，通过重新定位为中高端时尚运动品牌，实现了显著的增长，2021年营收达到218亿元，成为安踏的重要增长引擎。然而，近年来FILA面临增长放缓的问题，2022年营收下滑1.4%，2024年上半年增速降至6.8%。为了应对挑战，FILA宣布易烊千玺为品牌全球代言人，旨在吸引年轻消费者，并计划加大潮流投入和线上销售力度。FILA的困境部分源于品牌定位模糊，既无高端品牌的品牌力，又缺乏中低端品牌的性价比，同时面临新兴专业运动品牌的竞争压力。未来，FILA需在产品创新和渠道扩展上寻求突破，以恢复增长势头。

[原文链接](https://www.cbndata.com/information/293447)：https://www.cbndata.com/information/293447

## 13. UR海外最大店落户曼谷，拟五年拓店200家

关键词：快时尚,海外扩张,泰国,电商业务,多品牌

概要：Urban Revivo (UR)，隶属于时尚动势集团股份有限公司(FMG集团)，近日在泰国曼谷开设了其最大的海外门店，面积达2700平方米，位于One Bangkok项目内。UR目前在东南亚四国拥有约20家门店，未来五年计划将海外门店扩展至200家。品牌以快速响应市场需求著称，被誉为“中国版ZARA”，并针对不同市场开发适应性产品，如为泰国市场推出轻便、明亮的夏季服装。同时，FMG集团旗下另一品牌“本来BENLAI”也在曼谷开设了首家海外门店，专注于高性能面料的户外运动服饰。这些动作表明中国时尚零售企业正积极拓展国际市场。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024526399.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024526399.shtml

## 05

## 营销活动

## Marketing Campaign

## 营销案例盘点：

## 14. Nike 推出全新刊物，聚焦女性运动服饰

关键词：女性运动服饰,视觉历史,服饰演变,运动文化,色彩美学

概要：Nike与Phaidon Press合作推出了一本名为《Look Good, Feel Good, Play Good: Nike Apparel》的书籍，由Maisie Skidmore撰写，包含575幅插图，回顾了过去50年女性运动服饰的发展及Nike的贡献。书中分为五个章节，详细探讨了暖身服、运动衫、紧身裤、运动内衣和短裤等服饰的演变，同时涉及运动场外的穿搭文化、色彩美学、女性身体表现与归属感等主题，并收录了Sha' Carri Richardson、Shelly-Ann Fraser-Pryce和Naomi Osaka等女性运动员的个人故事与见解。

[原文链接](https://nowre.com/fashion/925615/nike-tuichuquanxinwanwujiaonxingyundongfushi/)：https://nowre.com/fashion/925615/nike-tuichuquanxinwanwujiaonxingyundongfushi/

## 15. Salomon 宣布白敬亭成为品牌首位户外风尚代言人

关键词：户外风尚,山野之美,文化系列,潮流型格,探索精神

概要：Salomon宣布白敬亭成为品牌首位户外风尚代言人，共同推广户外生活方式，诠释“敢野敢白，行无止境”的品牌态度。此次合作推出中国文化系列「乙巳」之蟠虺，融合中国传统文化与现代户外潮流，展现独特魅力。白敬亭不仅在演艺事业上勇于突破，也在时尚和户外运动领域展现出积极探索的精神，这与Salomon的品牌理念高度契合。该系列将于2024年12月中旬在特定店铺限量首发，并于2025年1月全面上市。Salomon希望通过此次合作，进一步打破户外与潮流的界限，探索户外生活方式的更多可能性。

[原文链接](https://nowre.com/fashion/925510/salomon-xuanbubaijingtingchengweipinpaishouweihuwaifengshangdaiyanren/)：https://nowre.com/fashion/925510/salomon-xuanbubaijingtingchengweipinpaishouweihuwaifengshangdaiyanren/

## 16. 官宣品牌全球代言人，这一轮fila押宝在哪里？

关键词：时尚轮回,经典元素,高端定位,复古风潮,年轻消费

概要：FILA，作为拥有百年历史的意大利运动品牌，凭借其高端时尚运动的定位，持续吸引高消费力人群，尤其在复古风潮中表现突出。近期，FILA宣布青年演员易烱千玺成为品牌全球代言人，旨在通过其广泛的影响力和多面形象，进一步吸引年轻消费群体，探索复古运动文化的回潮。易烱千玺不仅在演艺事业上取得显著成就，还因其积极向上的形象和多方面的才华，成为新一代青年领袖的典范。此次合作不仅强化了FILA的品牌形象，还通过易烱千玺的粉丝基础，提升了品牌在年轻人群中的认知度。此外，FILA通过不断优化门店体验和扩展高端渠道，加强了品牌与消费者的深度连接，巩固了其在高端时尚运动领域的领先地位。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v373983-1.htm)：https://news.cfw.cn/v373983-1.htm

## 17. 春启新境，BOSS 发布封神联名系列

关键词：新春佳节,封神三部曲,联名系列,经典红黑,吉金色彩

概要：为庆祝新春佳节，BOSS与《封神三部曲》合作推出特别联名系列，由演员李昀锐代言。该系列以红黑主色调结合封神特有的“吉金”色，融入商周青铜器图腾，设计细节精致。产品涵盖男女装及童装，包括棒球皮夹克、针织开衫、休闲卫衣、T恤和牛仔裤等，采用刺绣、印花等工艺，展现传统与现代的融合。随着《封神第二部：战火西岐》的上映，该系列现已在BOSS全球精选店铺及线上渠道发售。

[原文链接](https://nowre.com/fashion/923555/chunqixinjingboss-fabufengshenlianmingxie/)：https://nowre.com/fashion/923555/chunqixinjingboss-fabufengshenlianmingxie/

## 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。