

# 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

第

13

周

2025/3.17-3.23



01

## 行业趋势

Industry Trends

### 本周看点：

- ai技术如何“扎根”产业? style3d这场展出给出了答案;
- 社区式数字媒体平台是如何推动 Gorpcore 趋势的?
- LV、Nike 牵头，薄底鞋热潮今年「卷」到了足球鞋。

### 行业环境：

#### 1. ai技术如何“扎根”产业? style3d这场展出给出了答案

关键词：AI+时尚,全链路智能,3D仿真技术,智能化转型,设计生产营销

概要：Style3D在2025年CHIC展上推出自研AI智能体DeepModa，融合3D仿真与AI技术，覆盖设计、生产、营销全链路，助力服装行业从数字化迈向智能化。DeepModa实现智能设计、制造和营销，大幅缩短设计周期、降低打样成本。作为全球服装数字化领军者，Style3D已服务2000余家客户，此次发布被视为时尚产业AI化的重要里程碑。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v377231-1.htm)：https://news.cfw.cn/v377231-1.htm

#### 2. 社区式数字媒体平台是如何推动 Gorpcore 趋势的?

关键词：户外时尚,潮流趋势,数字媒体平台,社区式传播,生活方式

概要：Gorpcore潮流的传播经历了从明星带货到小众品牌崛起的演变，户外科技瓶颈促使视觉呈现成为新方向。社区式数字媒体平台如HIKINGPATROL®和《OrienteerMapazine》通过垂直内容输出与品牌合作，推动审美体系构建和微趋势发展。这些平台结合专业性与时效性，为小众品牌提供机会并压缩信息差，在时尚创意疲软背景下成为品牌竞争新场域，以民主化传播方式为Gorpcore文化注入持续动力。

[原文链接](https://nowre.com/editorial/940585/shequshishuzimeitipingtaishiruhetuidong-gorpcore-qushide/)：https://nowre.com/editorial/940585/shequshishuzimeitipingtaishiruhetuidong-gorpcore-qushide/

# 01

## 行业趋势

Industry Trends

### 行业环境：

#### 3. LV、Nike 牵头，薄底鞋热潮今年「卷」到了足球鞋

关键词：复古足球鞋,薄底鞋趋势,Nike复刻,穿搭可塑性,市场可能性

概要：近年来，薄底鞋市场尤其是复古足球鞋持续升温。Nike复刻2004年的「Total90III」鞋款，以其不对称设计和人体工学特点，邀请球星Ethan Nwaneri和模特Iris Law演绎，提升话题度。LOUIS VUITTON的「Footprint Soccer」、PUMA和Reebok等品牌也推出多款复古足球鞋，丰富市场选择。千禧年左右的足球鞋因高质感皮革和人体工学设计备受青睐。adidas Originals、PUMA等品牌推出冷门但极具特色的复古鞋款，推动潮流发展。未来，复古足球鞋有望继续引领薄底鞋市场趋势。

[原文链接](https://nowre.com/editorial/946518/lvniike-qiantoubaidixierechaojinnianjuandaolezuqiuxie/): <https://nowre.com/editorial/946518/lvniike-qiantoubaidixierechaojinnianjuandaolezuqiuxie/>

#### 4. 国际天然钻石理事会发布六大最新钻石趋势

关键词：钻石趋势,主钻偏好,净度变化,圆形钻石,异形钻石

概要：2024年《天然钻石趋势概览》显示，圆形钻石主导市场但异形钻石需求增长显著，公主方钻增幅达6.4%。消费者追求更大主钻，2-2.24克拉需求增18%。SI级钻石占主流，但VS级需求增速更快。天然钻石珠宝销售额强劲增长，客单价提升16%至2360美元，戒指占比40%领先。订婚戒指均价6750美元，H色、SI1级最受欢迎。Valentine's Day期间销售均价涨至2066美元，展现天然钻石强大市场吸引力。

[原文链接](https://luxe.co/post/394796): <https://luxe.co/post/394796>

#### 5. 智能眼镜最新趋势：更时尚、更人性化、性价比更高

关键词：智能眼镜,增强现实,人工智能,功能创新,时尚设计

概要：智能眼镜市场快速发展，产品设计更时尚、功能更丰富。早期笨重款式被淘汰，如今融合AR、AI和微型化技术，如Meta的RAY-BAN META GLASSES销量超百万副，未来将推Orion AR Artemis。部分厂商专注特定领域，如XReal投屏技术和Halliday的超薄设计。中国制造商加入使价格下降，推动智能眼镜走向大众市场。

[原文链接](https://luxe.co/post/393655): <https://luxe.co/post/393655>

## 02

## 头部品牌动态

Top Brand News

**头部品牌动态：****6. 从边缘到“顶流”，MiuMiu的疯狂增长能持续多久？****关键词：**奢侈品,年轻消费者,时尚潮流,设计创新,品牌复兴**概要：**MiuMiu五年内从冷门品牌跃升为奢侈品明星，2024年零售销售额同比增长93.2%，占Prada集团总零售额25.3%。其成功源于创新设计、精准定位及社交媒体推广，如与Lotta Volkova合作推出反骨风格，多圈层代言人扩大市场覆盖。然而，产品独占性下降、质量问题及仿品泛滥等挑战显现，成衣保值率低或影响购买决策，且高增长难以长期维持，未来需平衡创新与盈利以延续巅峰状态。**原文链接：**<https://www.cbndata.com/information/293770>**7. 弗里达遇上泉州簪花，加拿大品牌 Nest Designs 如何改写母婴时尚规则？****关键词：**婴童品牌,审美升级,艺术投入,文化共鸣,情绪价值**概要：**Nest Designs是加拿大的母婴时尚环保品牌，以独特设计理念和艺术合作在竞争激烈的婴童市场脱颖而出。品牌主张“宝宝不必总得看上去像宝宝”，将婴童用品融入家庭美学。自2013年创立以来，通过与国际知名IP合作，满足新生代父母对设计和情绪价值的追求。品牌注重可持续发展，推出环保系列并参与国际环保组织。进入中国后，借助电商快速拓展，并计划开设线下门店。未来将深化本土化运营，推动育儿向生活艺术转变，引领母婴市场多元化发展。**原文链接：**<https://luxe.co/post/391076>**8. The North Face 北面 | 从“山上”到“山下”，户外品牌拓宽市场边界的实践****关键词：**户外运动,生活方式,产品策略,品牌破圈,营销打法**概要：**北面(The North Face)通过“山上”与“山下”产品线布局，将专业户外与城市潮流结合，以“北面校服”等单品连接专业性与时尚性。品牌通过高频联名、线下体验营销、创新门店布局及私域运营四大策略，强化专业性和潮流化形象。其成功案例表明，品牌需兼顾专业性与潮流化，拓展消费者心智份额，并在户外生活方式发展中挖掘机会，平衡短期压力与长期价值。**原文链接：**<https://www.cbndata.com/information/293789>**9. 耐克联手卡戴珊skims，女性运动市场或掀新浪潮？****关键词：**女性力量,她消费,运动市场,女性健身,品牌合作**概要：**近年来，女性力量崛起推动了“她消费”发展，尤其在运动领域，女性逐渐成为核心力量。各大品牌如Nike与SKIMS合作推出NikeSKIMS，结合运动科技与包容性设计，吸引女性参与健身。SKIMS自2019年创立以来，以解决身材焦虑为核心，销售额快速增长，估值达40亿美元。安踏、Salomon和安德玛等品牌也积极布局女性市场，但目前许多产品仍以男性视角为主，忽略了女性身体结构和运动习惯的独特性。未来，品牌需优化设计、拓展品类、改进营销，真正满足女性需求，建立情感共鸣。**原文链接：**<https://news.cfw.cn/v377100-1.htm>

02

## 头部品牌动态

Top Brand News

### 头部品牌动态：

#### 10. LV 接连官宣王楚钦和王羽佳，奢侈品牌选择中国代言人的标准变了吗？

关键词：钢琴家,运动员,奢侈品牌,代言人,职业成就

概要：上周，LVMH旗下的路易威登宣布中国钢琴家王羽佳和乒乓球运动员王楚钦为品牌大使。王羽佳凭借其音乐成就和2024年格莱美奖，王楚钦则因在巴黎奥运会等赛事中的表现获得青睐。近年来，奢侈品牌在中国市场的代言人选择标准发生变化，除了“流量”，更重视职业成就、公众美誉度和社会影响力。例如，Dior任命郎朗和郑钦文，RIMOWA和De Beers签约樊振东和张雨霏。品牌还关注幕后人物如导演贾玲和贾樟柯，以传递积极的品牌价值观，提升品牌形象。

[原文链接](https://luxe.co/post/393474): <https://luxe.co/post/393474>

#### 11. 中国男装品牌利郎发布首份独立ESG报告：低碳、责任、透明

关键词：绿色制造,节能减排,环保面料,公益捐赠,美育计划

概要：利郎发布2024年度ESG报告，展示绿色制造、节能减排及公益成果。成立ESG管理委员会，全面评估825家供应商可持续性，环保面料成衣占比54.24%，牛仔裤生产节水20%。自有工厂升级推动绿色制造，捐赠2690.85万元助力教育，启动“利郎少年美育计划”。同时实现员工安全零事故，完善道德体系零舞弊投诉。

[原文链接](https://luxe.co/post/395578): <https://luxe.co/post/395578>

# 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，其版权归艾瑞咨询所有，未经艾瑞咨询书面许可，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。

