

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

2024/5.6-5.12

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点：

逐鹿中国：财报季收官，速览15家；
时尚产业的绿色转型正面临哪些挑战？
10家中国女装品牌2023年业绩与门店汇总。

行业环境：

1. 逐鹿中国：财报季收官，速览15家

关键词：运动品牌

概要：2023年，中国运动鞋服上市公司财报显示，国内主要品牌如安踏、李宁、特步、361°在营收规模上均保持增长，其中安踏营收超过200亿元，李宁和安踏的营收规模超过其他三家公司的综合。在毛利率方面，安踏等品牌稳中有升，但净利率增长有限。库存方面，2022年运动品牌面临去库存压力，但2023年库存问题有所缓解。国际主要品牌中，lululemon、New Balance、亚瑟士等品牌在中国市场表现突出，而阿迪达斯、耐克等传统巨头则处于调整期。运动品牌市场格局与国内品牌类似，头部效应日益明显，小品牌的机会在于细分市场。

[原文链接](https://news.cfw.cn/v366020-1.htm)：https://news.cfw.cn/v366020-1.htm

2. 新中式美学启思录 1.0

关键词：[V]WWD国际时尚特讯

概要：新中式热潮持续多久的问题，在中文世界引发广泛讨论。花西子等品牌通过对中国元素的极致运用，实现对东方美学文化的输出和传播，坚定地深挖传统美学背后的复利与文化资产。商业地产和品牌也纷纷推出新中式风格，形成产业链。然而，尽管新中式服装销量大幅增长，真正将中国文化和东方美学运用得炉火纯青的品牌仍较少，供应链也面临挑战。新中式服装市场仍处于早期阶段，要实现真正的成功，产业端还需努力。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240511A01ITZ00)：https://view.inews.qq.com/a/20240511A01ITZ00

01

行业趋势
Industry Trends

3. 后 Gorpcore 时期，玩的是这些「微趋势」

关键词：面料

概要：本文探讨了户外风潮在Gorpcore时期后的发展趋势，从消费端和创造端的理性回归到对细节和设计的追求，以及不同户外品牌如Merrell、HELLYHANSEN和3sixteen等的创新尝试。同时，文章还分析了复古品牌和硬核咔叽品牌在Gorpcore时期后进入户外领域的尝试，以及NikeACG在产品线和配饰线上的创新尝试。这些微趋势对整个户外市场的发展产生了深远影响，预示着户外文化的新方向。

[原文链接](https://nowre.com/editorial/868431/hou-gorpcore-shiqiwandeshizhexieweiqushi/): <https://nowre.com/editorial/868431/hou-gorpcore-shiqiwandeshizhexieweiqushi/>

4. 可持续时尚 | 从新材料开发到纺织品回收，时尚产业的绿色转型正面临哪些挑战？

关键词：[V]WWD国际时尚特讯

概要：根据纺织品交易所全新报告，再生聚酯在材料市场中的应用比例下降至14%，可能与品牌减少成本有关。报告建议品牌关注新材料开发与生产，生物合成、纺织品回收再造、碳捕获技术等值得关注。同时，产业上下游合作共益、技术共享、政策支持对推动行业持续发展至关重要。

[原文链接](https://view.inews.qq.com/a/20240510A01G3T00): <https://view.inews.qq.com/a/20240510A01G3T00>

02

跨境出海
Expand Overseas

跨境出海：

5. Temu搬家，“偷家”亚马逊？

关键词：出海

概要：拼多多旗下跨境电商平台Temu正在进行内部转岗和总部搬迁，以实现其今年600亿美元的交易额目标。内部转岗主要来自多多买菜业务，这些员工在出海业务上有丰富的经验和强大的业务能力。Temu的办公地点正在从广州迁往深圳，这可能是为了在3C数码、家电、家具、玩具等领域获得更好的集群优势。此外，Temu也推出了半托管业务，以缩短商品的配送时长。全托管模式虽然降低了商家的参与门槛，但商品丰富性不足，且容易导致卖家与平台矛盾。而半托管模式将为亚马逊商家提供新的清货渠道。

原文链接：<https://www.cbndata.com/information/292551>

6. SHEIN需要好运气一直站在自己这边

关键词：快时尚

概要：SHEIN在2024年面临着一系列挑战，包括谋求上市计划搁浅、知识产权纠纷、国内中小供应商流失、原创设计能力不足等。为了应对这些挑战，SHEIN开始积极自救，但问题在于这些方法只是表面功夫，无法真正触及模式问题。SHEIN在拉美地区投资建立工厂，试图摆脱过度依赖国内供应链，但面临海外政策压力时，应对策略过于单一，缺乏有效解决问题的办法。因此，SHEIN需要在面对挑战时更加认真，找到有效解决问题的办法，否则可能面临生存危机。

原文链接：<https://news.cfw.cn/v365762-1.htm>

03

投资运营

Investment Operation

投资运营：

7. 比音勒芬2023年营收35亿，净赚9亿

关键词：[V]ZG服装圈

概要：近日，比音勒芬发布2023年年度报告，实现营业收入35.36亿元，同比增长22.58%，净利润9.11亿元，同比增长25.17%。主价格带在1500元-8000元，平均毛利率为78.6%。上装品类的去年销售额高达15亿，毛利率81.65%，T恤已成为比音勒芬品牌的超级品类。线下销售额占比94.5%，共有607家直营门店和648家加盟门店。比音勒芬收购奢侈品牌CERRUTI 1881和KENT&CURWEN，成立巴黎研发中心，打造产品设计研发及品牌运营国际团队。2024年第一季度，该公司实现营业收入12.68亿元，同比增长17.55%，净利润约3.62亿元，同比增长20.43%。

原文链接：https://www.sohu.com/a/776644919_386972?scm=10001.325_13-109000.0.10140.5_32

8. 10家中国女装品牌2023年业绩与门店汇总

关键词：[V]ZG服装圈

概要：太平鸟集团2023年实现营收77.92亿元，净利润为4.22亿元，同比增长127.06%，扣非净利润2.89亿元，恢复增长。旗下四大产品线矩阵，包括PEACEBIRD WOMEN太平鸟女装、PEACEBIRD MEN太平鸟男装、LEDiN乐町、mini peace太平鸟童装。赢家时尚2023年实现总收入69.12亿元，同比增长22.05%，净利润为8.33亿元，同比增长121.78%，毛利率从75.12%略增至75.30%。旗下三大主力品牌Koradior、NAERSI及NEXY.CO分别增长20.73%、18.38%及27.91%，营收均超十亿。江南布衣截至2023年12月31日的中

原文链接：https://www.sohu.com/a/776938944_386972?scm=10001.325_13-109000.0.10140.5_32

9. 阿迪达斯一季度营收54.6亿欧元

关键词：[V]ZG服装圈

概要：阿迪达斯2024年第一季度财报表现强劲，全球营收同比增长8%，营业利润为3.36亿欧元，毛利率提升6个百分点至51.2%，业绩表现全面超预期。大中华区一季度贡献营收9亿欧元，连续四个季度实现“有质量的增长”。库存下降22%至44.27亿欧元，降幅超过12亿欧元，其中北美市场和大中华市场的库存改善尤为明显。鞋类收入增长13%，Samba鞋型成为阿迪达斯最畅销的鞋品之一。服装类收入增长2%，零售业务收入增长20%，其中线下门店增长11%，线上业务增长34%。市场方面，所有市场在本季度都实现强劲的增长。阿迪达斯上调全年财务指引，按固定汇率计算，2024全年收入以中位数到高个位数的速度增长。

原文链接：https://www.sohu.com/a/777258122_386972?scm=10001.325_13-109000.0.10140.5_32

04

产品技术
Product Technology

新品上市：

10. 探索 Samba 更多概念性可能，adidas Originals 与中国设计师 Dingyun Zhang 首次合作

关键词：运动鞋

概要：adidasOriginals与张鼎昀合作，以创新思维重塑经典运动鞋Samba，致敬Samba在足球和滑板文化中的传承，融入2006年adidasPredatorAbsolute足球鞋和2000年代滑板鞋风格，全黑色调表达了张鼎昀对学生的怀念。这双合作款Samba将于2024年5月10日发售。

原文链接：<https://nowre.com/sneaker/868717/tansuo-samba-gengduogainianxingkenengadidas-originals-yuzhongguoshejishi-dingyun-zhang-shoucihezuo/>

11. 防晒也时髦：HOLF哈夫修身防晒衣引领新潮流！

关键词：防晒衣

概要：2024年夏天，HOLF哈夫推出「轻运动系列修身防晒外套」，采用前沿原纱防晒面料，UPF50+高效防晒，轻薄透气，融入凉感科技，带来清凉触感。产品采用立体剪裁，精准贴合身形，展现曲线之美，同时保持高度活动性。在细节处理上，HOLF哈夫注重品质，确保每一件产品都达到最高标准。该系列产品不仅是功能性装备，更是关于“自在生活美学”的时尚宣言。

原文链接：<https://news.cfw.cn/v365812-1.htm>

05

营销活动
Marketing Campaign

营销案例盘点：

12. 重新定义零售空间 | 太平鸟开设全球首家品牌旗舰店

关键词：[V]ZG服装圈
概要：太平鸟全球首家品牌旗舰店于宁波天一广场盛大开幕，1500平方米的超大购物空间融合了太平鸟旗下四大品牌男装PEACEBIRD MEN、女装PEACEBIRD WOMEN、乐町LEDiN和童装mini peace的内在精神风貌。品牌旗舰店以“未来聚场”为设计理念，打造了一个全方位的沉浸式体验空间，展现了太平鸟的品牌精神和年轻时髦的自我态度。旗舰店融合了男/女/乐/童旗下四大品牌，提供了多品牌布局下的全新零售形象。太平鸟基于对当代青年生活现状的敏锐洞察，推出了太平青年的文化概念，成为中国领先的时尚潮流品牌。未来，太平鸟品牌旗舰店将继续落地更多城市，为全球消费者带来更多优质、时尚的产品和服务。

原文链接：https://www.sohu.com/a/777803615_386972?scm=10001.325_13-109000.0.10140.5_32

13. “二次元”进军商场，哪些品牌在掀起浪潮？

关键词：鞋履
概要：二次元市场正在从圈地自萌走向全民狂欢，IP衍生品线下贩售品牌GOODSLOVE为ACGN爱好者提供全新的线下周边购物体验，并打造二次元用户的专属空间。潮玩星球是艾漫旗下专注于线下零售的IP衍生品零售店，拥有丰富的IP资源，并打造IP主题快闪店，与零售店形成互补。墟弥Goods为二次元IP集合店，多种IP谷子持续上新。三月兽是翻翻动漫集团旗下的潮流衍生品品牌，主要业务包括海内外著名IP衍生品代理及开发，并多次参与双11，在天猫潮流玩具店铺销售榜位列第三。猫受屋是淘宝手办模型资深老店，拥有业内数量最多、质量最优的消费人群，并通过线下二次元商场场景不断丰富，加速布局线下。

原文链接：<https://www.cbndata.com/information/292574>

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。