

新消费行业月度观察报告

服装时尚-12月篇

- ◆ 服装时尚可以分为服装时尚、运动户外、箱包皮具三大领域。本次研究将以服装时尚的三大领域为主要研究对象。
- ◆ 其中数据观察部分，如无特殊说明，均指线上销量数据。





目录
CONTENTS

01 服装时尚行业数据观察

- 1.1 行业数据观察
- 1.2 品类数据观察
- 1.3 品牌数据观察
- 1.4 投融资数据梳理

02 服装时尚行业要闻盘点

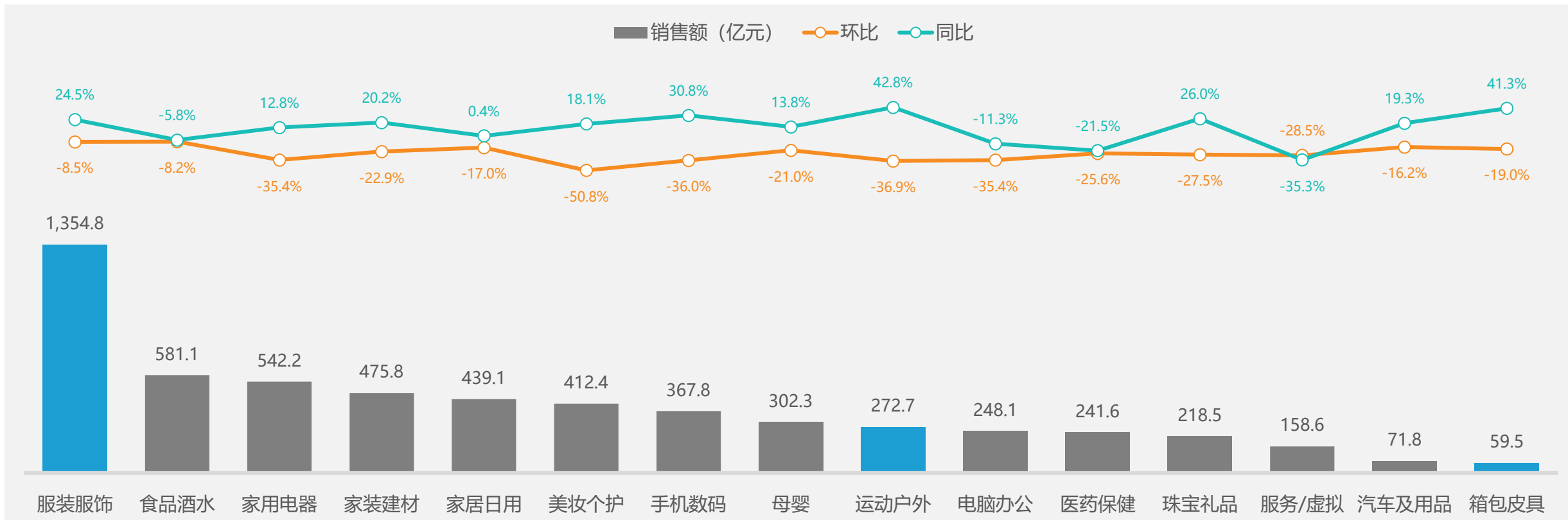
- 2.1 前沿科技与理念
- 2.2 行业要闻

03 服装时尚大咖语录精选

行业数据观察：服装时尚线上销售额1687.0亿元

- ◆ 行业数据层面，经济稳步复苏消费需求回升，受双十一大促后续影响，大部分行业12月销售额环比指数下滑。
- ◆ 2023年12月线上数据显示，服装服饰、运动户外、箱包皮具线上全渠道销售额分别为1354.8亿元、272.7亿元、59.5亿元，服装时尚行业线上销售额共1687.0亿元。

亿欧智库：2023年12月线上全渠道销售额各主要行业对比图

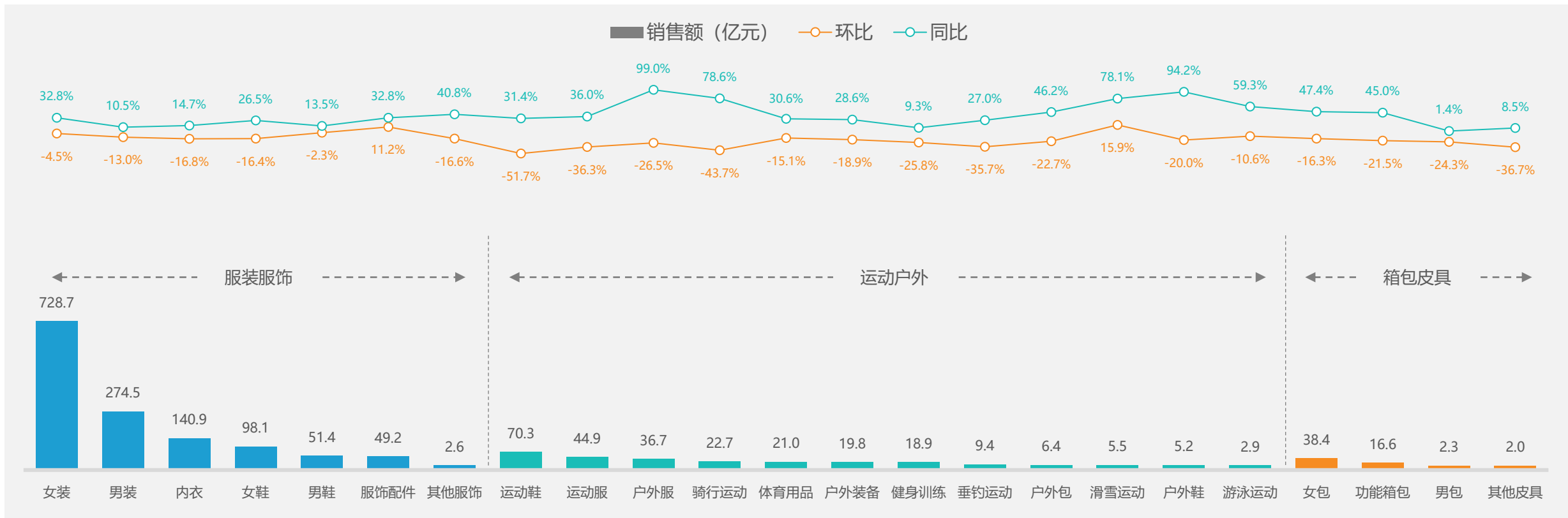


数据来源：商指针，亿欧智库整理制图

品类数据观察：滑雪运动热度攀升，户外鞋服同比增长明显

- ◆ 品类数据方面，2023年12月线上数据显示，多数品类数据同比指数明显上升、环比指数出现下滑。
- ◆ 随着季节正式进入冬季，滑雪运动、服饰配件等品类消费意愿强烈，12月同比、环比同步呈现出正向增长。
- ◆ 户外服、户外鞋、骑行运动同比增长幅度较大，比例分为达到99.0%，94.2%与78.6%。

亿欧智库：2023年12月服装时尚行业线上全渠道销售额各主要品类对比图

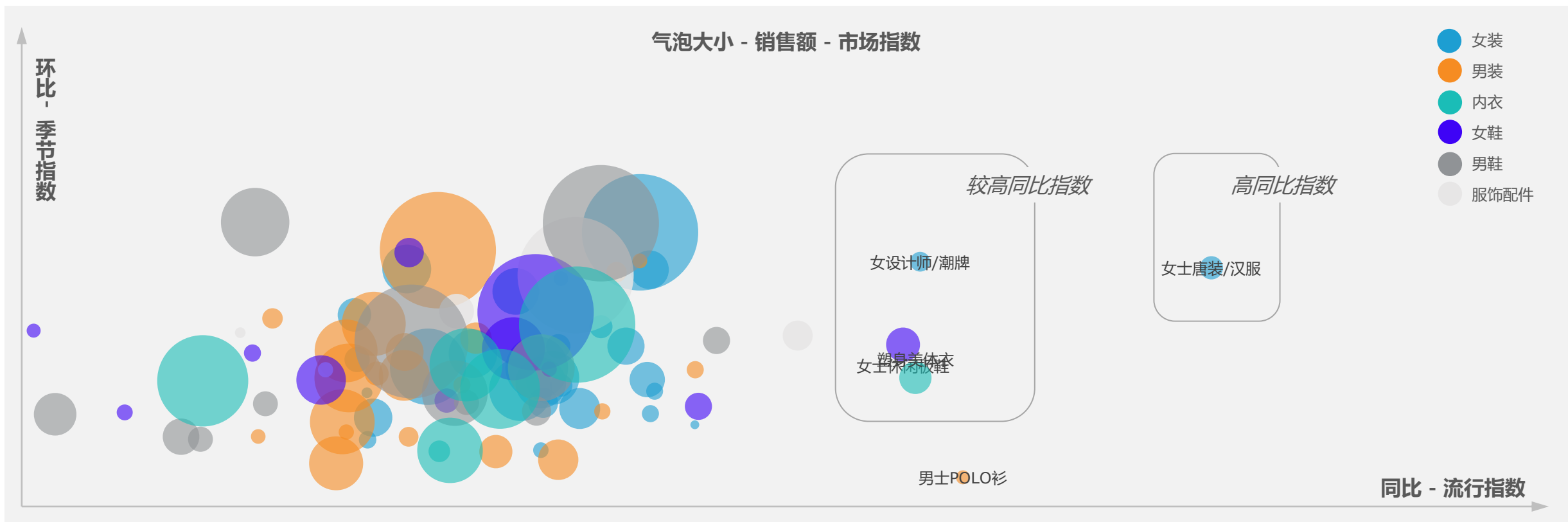


数据来源：商指针，亿欧智库整理制图

品类数据观察-服装服饰：女士唐装汉服盛行，多细分品类同比增长

- ◆ 通过细分品类观察，与其他细分品类相比，女士唐装/汉服表现出高同比指数，传统民族服装盛行趋势难当。
- ◆ 男士POLO衫、塑身美体衣、女设计师/潮牌、女士休闲板鞋等品类表现出较高同比指数，相关品类较为流行。
- ◆ 受双十一大促后续波动影响，服装服饰各细分品类环比指数相对无突出表现。

亿欧智库：2023年12月服装时尚行业细分品类数据观察（服装服饰）

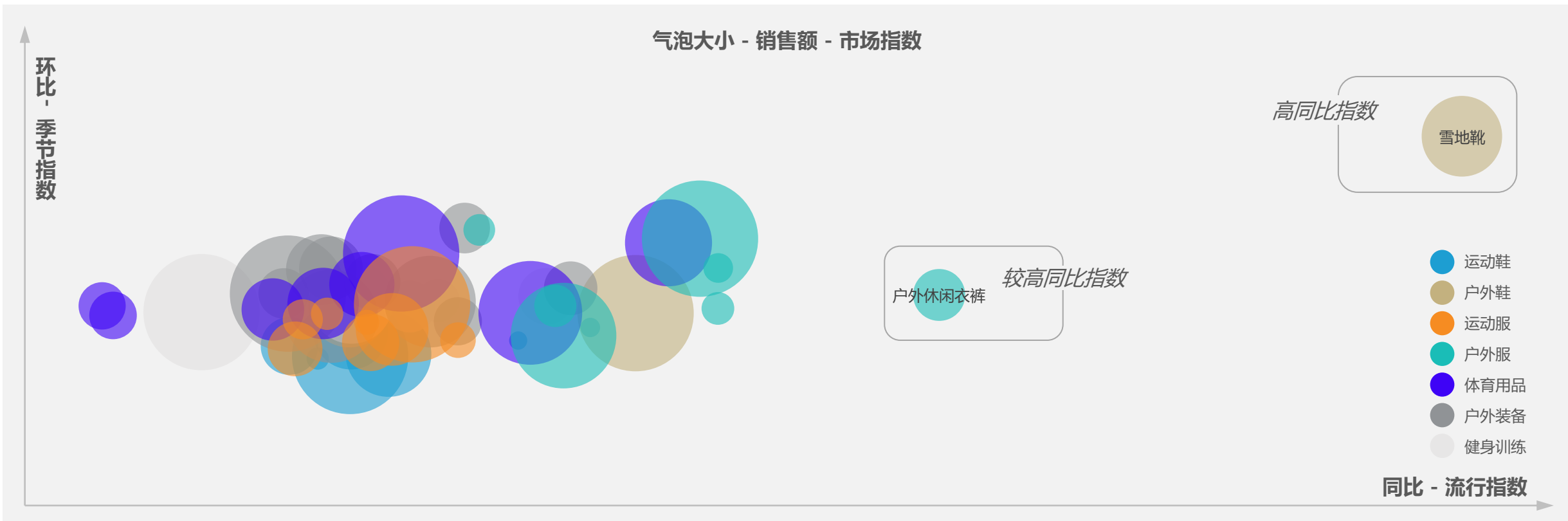


数据来源：商指针，亿欧智库整理制图。*同比、环比指数，指征该细分品类的同比、环比当月表现，在上级品类赛道中的位置，即横向比较，而非绝对值。

品类数据观察-运动户外：极寒气候带动雪地靴销售，冬季户外休闲品类增长

- ◆ 受全国多地大雪与极寒天气影响，冬季出行场景保暖需求旺盛，雪地靴销售额同比增长明显。
- ◆ 此外，冬季户外运动场景相关需求旺盛，带动户外休闲衣裤销售额呈现出较高同比指数。
- ◆ 受双十一大促后续波动影响，运动户外各细分品类环比指数相对无突出表现。

亿欧智库：2023年12月服装时尚行业细分品类数据观察（运动户外）

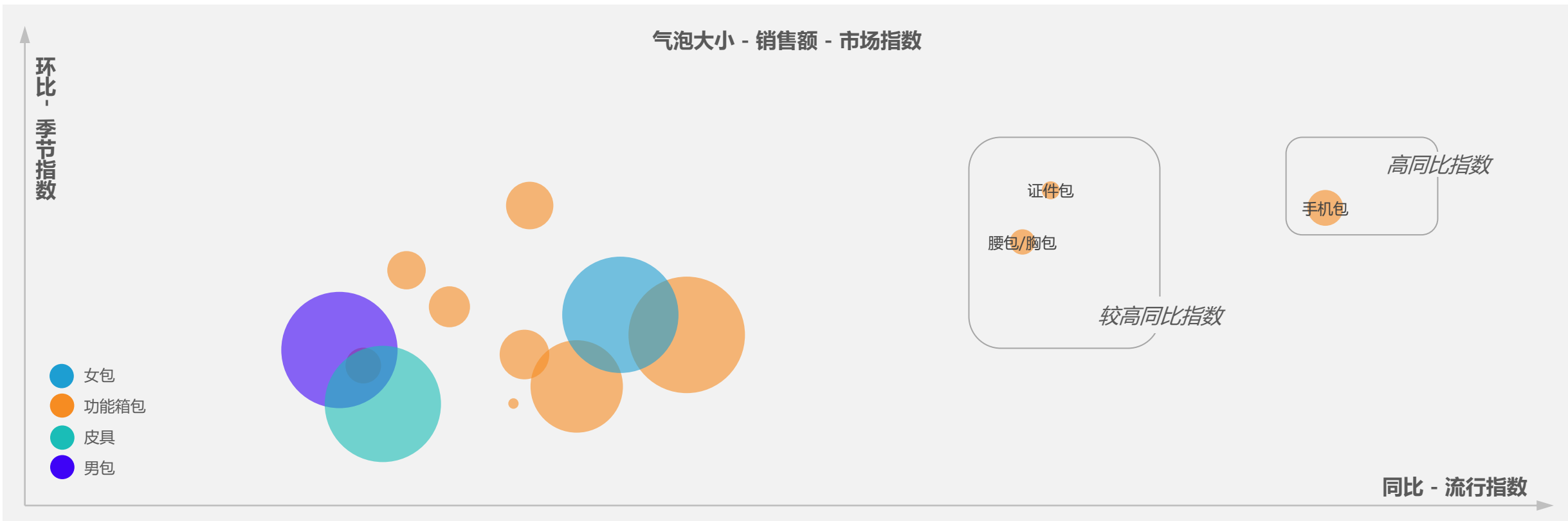


数据来源：商指针，亿欧智库整理制图。*同比、环比指数，指征该细分品类的同比、环比当月表现，在上级品类赛道中的位置，即横向比较，而非绝对值。

品类数据观察-箱包皮具：便携式迷你包持续流行，多品类受大促波动影响明显

- ◆ 相对来说，箱包皮具各细分品类12月同比指数表现较好。其中，手机包销售额呈现出最高同比指数，相关品类持续流行。
- ◆ 此外，证件包、腰包/胸包等品类同比指数增长较为明显，证明便携式迷你包深受部分消费者喜爱。
- ◆ 受双十一大促后续波动影响，箱包皮具各细分品类环比指数相对无突出表现。

亿欧智库：2023年12月服装时尚行业细分品类数据观察（箱包皮具）

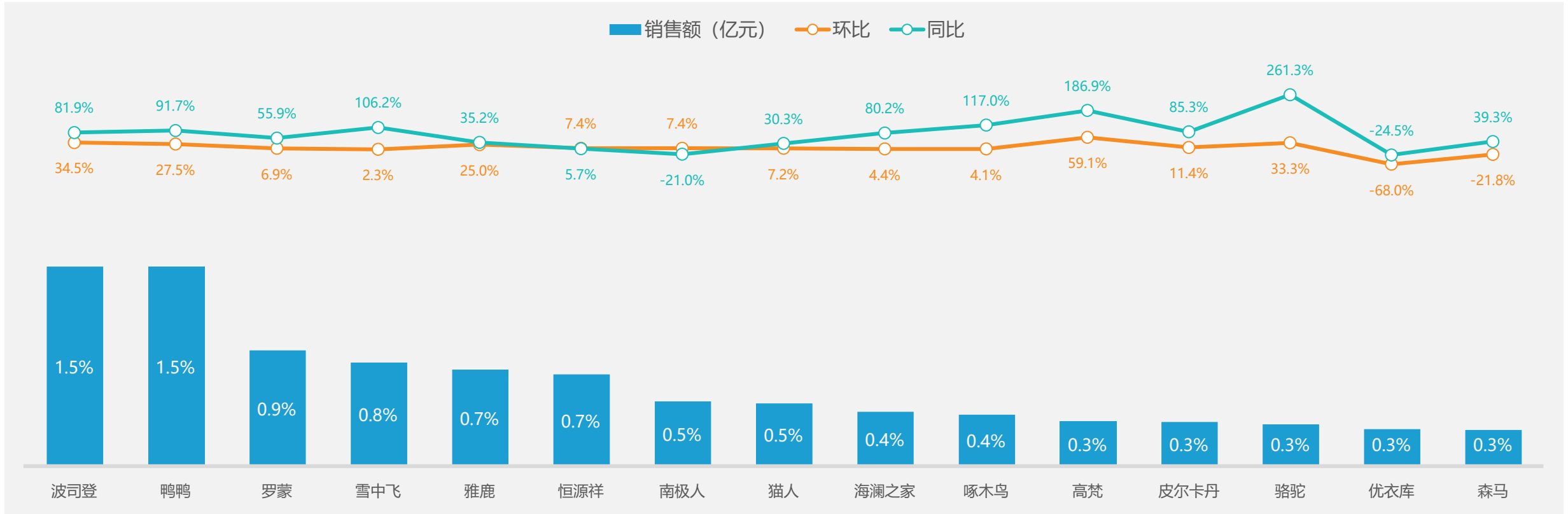


数据来源：商指针，亿欧智库整理制图。*同比、环比指数，指征该细分品类的同比、环比当月表现，在上级品类赛道中的位置，即横向比较，而非绝对值。

品牌数据观察-服装服饰：冬服羽绒保暖品牌为主，国货羽绒服品牌登峰

- ◆ 服装服饰品牌数据方面，2023年12月线上数据显示，波司登销售额占比较上月大幅上涨，达到1.5%，跃居服装服饰赛道Top1。Top15品牌中，冬季羽绒服与保暖品牌在众多品牌中占据多数，且集中于位于前列。
- ◆ 线上渠道的市场拉锯依然以新老国货品牌为主，多数品牌同比、环比指数上涨。海外品牌骆驼、啄木鸟，国货品牌高梵、雪中飞等品牌同比指数显著增长。
- ◆ 上榜品牌中，海外品牌优衣库同比指数下降较为明显，国货品牌南极人同比指数继上月出现连续下滑。

亿欧智库：2023年12月线上全渠道销售额各品牌对比图（服装服饰）

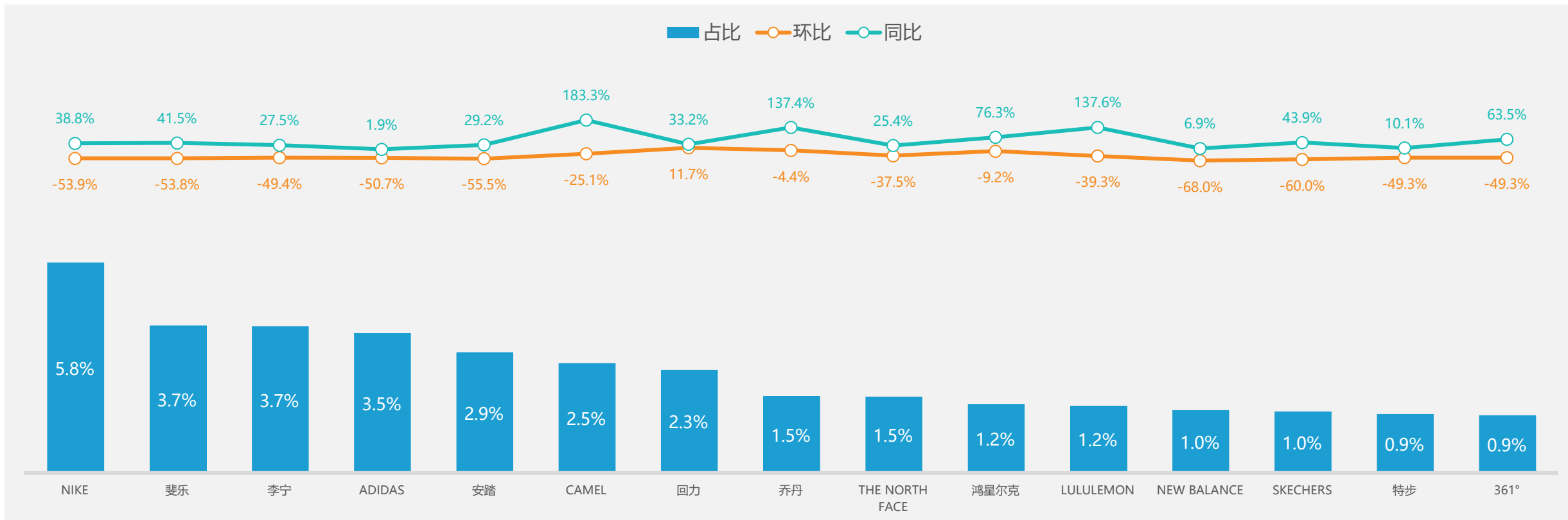


数据来源：商指针，亿欧智库整理制图

品牌数据观察-运动户外：国内外品牌展开激烈争夺，国货仍需锐意进取

- ◆ 运动户外品牌数据方面，2023年12月线上数据显示，Nike以5.8%的高占比保持在Top1的位置。斐乐与李宁两个品牌以3.7%的销售占比并列于Top2的位置。
- ◆ Top15品牌中，多品牌销售额同比指数上升、环比指数下降。国货运动品牌回力成为12月唯一同比、环比指数同步上涨的品牌。
- ◆ 此外，海外品牌CAMEL、LULULEMON，国货品牌乔丹等品牌同比增长显著。

亿欧智库：2023年12月线上全渠道销售额各品牌对比图（运动户外）

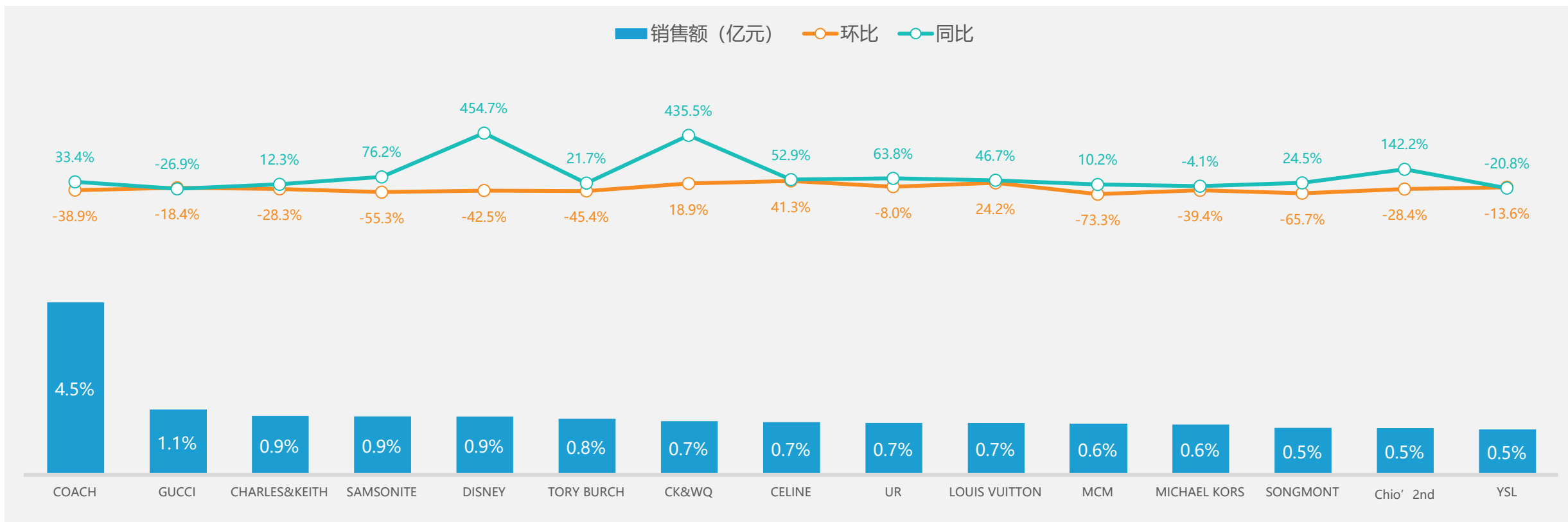


数据来源：商指针，亿欧智库整理制图

品牌数据观察-箱包皮具：海外品牌大促后波动明显，国货品牌表现相对平稳

- ◆ 箱包皮具品牌12月线上数据显示，COACH销售额占比达到4.5%，保持在箱包皮具Top1的位置。GUCCI销售额占比以较大差距列位Top2，占比达到1.1%。Top15以海外奢侈品品牌为主，多数箱包皮具品牌同比指数上涨、环比指数下降。
- ◆ 12月，海外品牌DISNEY、CK&WQ同比指数显著上升，比例分别达到454.7%与435.5%。国货品牌Chio' 2nd同比指数表现相对较高，比例达到142.2%。
- ◆ 此外，GUCCI、MICHAEL KORS、YSL等知名海外品牌同比、环比指数双降。

亿欧智库：2023年12月线上全渠道销售额各品牌对比图（箱包皮具）

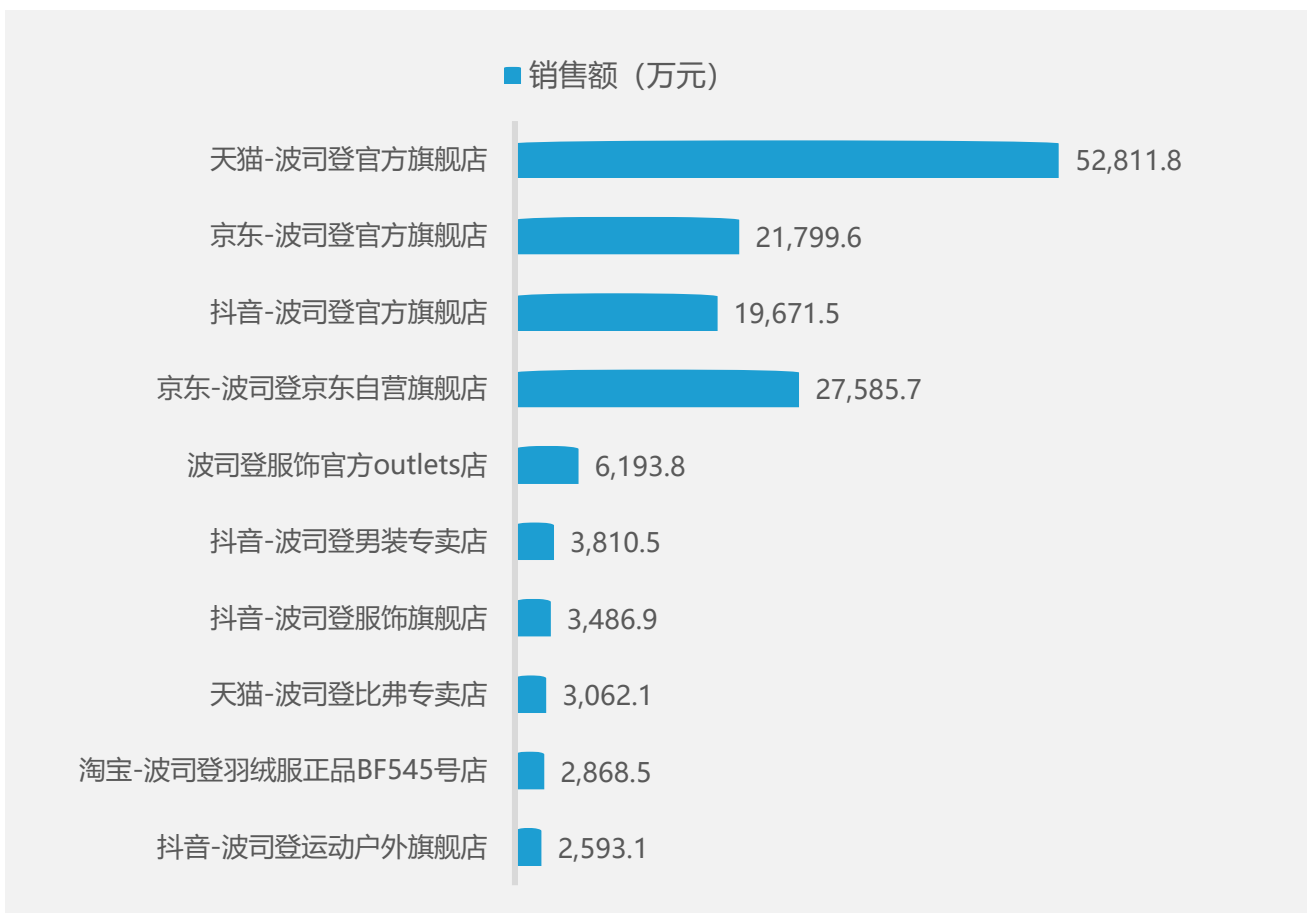


数据来源：商指针，亿欧智库整理制图

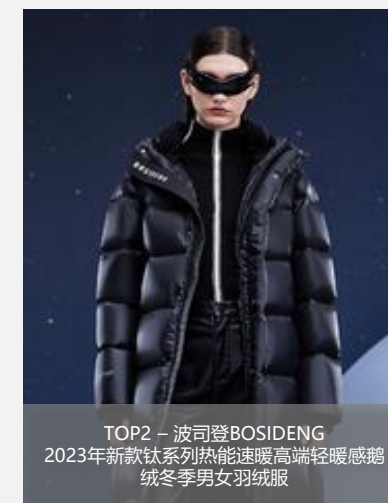
12代表品牌-波司登BOSIDENG

- ◆ 2023年12月代表品牌波司登，其线上销量TOP10店铺以抖音为主，并活跃于天猫、京东、淘宝等各平台旗舰店、专卖店。
- ◆ 线上销量Top3产品分别为：波司登BOSIDENG 2023冬季新款情侣户外极寒鹅绒羽绒服男女、波司登BOSIDENG 2023年新款钛系列热能速暖高端轻暖感鹅绒冬季男女羽绒服、波司登BOSIDENG 23新款男商务羽绒服短款脱卸帽鸭绒服秋冬外套百搭休闲爆款。

亿欧智库：2023年12月代表品牌线上销量Top10店铺（波司登）



亿欧智库：2023年12月代表品牌线上销量Top3产品（波司登）



投融资数据梳理：共4笔投融资事件

- ◆ 2023年12月服装时尚行业发生4笔投融资事件，为：东南亚地区在线购物平台Lazada、奢侈品牌时尚购物平台Farfetch、中高档女士商务及休闲鞋履零售商千百度、球鞋电商平台Kicks Crew。
- ◆ 12月投融资品牌Lazada是一个东南亚地区在线购物平台，主营产品包括电子产品、服装以及婴儿用品等，业务覆盖东南亚六个国家市场，其中包括印尼、马来西亚、菲律宾以及泰国等国家，同时为会员提供优惠信息及服务，并在印尼开通了淘宝购物渠道。

亿欧智库：2023年12月服装时尚行业投融资数据梳理

品牌	类型	时间	轮次	金额	投资方	投资转化
Lazada	东南亚地区在线购物平台	2023-12-11	战略投资	6.34亿美元	阿里巴巴	406051.7万元
Farfetch	奢侈品牌时尚购物平台	2023-12-19	并购	5.0亿美元	Coupang	320230.0万元
千百度	中高档女士商务及休闲鞋履零售商	2023-12-29	并购	未披露	Orchid Valley Holdings	20000.0万元
Kicks Crew	球鞋电商平台	2023-12-13	天使轮	未披露	未披露	500.0万元

目录

CONTENTS

01 服装时尚行业数据观察

- 1.1 行业数据观察
- 1.2 品类数据观察
- 1.3 品牌数据观察
- 1.4 投融资数据梳理

02 服装时尚行业要闻盘点

- 2.1 前沿科技与理念
- 2.2 行业要闻

03 服装时尚大咖语录精选

- ◆ 科技创新决定着产业的价值高度、应用广度，承载着产业的发展硬实力、未来话语权，是强盛之基，繁荣之本。为全面贯彻落实党的二十大精神、加快科技自立自强步伐、推动纺织服装产业高质量发展，12月22日，2023中国纺织科技成果对接峰会暨第十届“中国十大纺织科技”发布会在福建泉州晋江举办，会议以“新材料 新产品 新智造——开启高质量发展新未来”为主题。
- ◆ 会上，第十届“中国十大纺织科技奖”获奖名单正式发布。高吸收性生物质纤维敷料成型关键技术等11个项目获得“中国十大纺织科技·新锐科技奖”；防护用闪蒸法聚乙烯非织造布的产业化及其在核工业领域的应用等13个项目获得“中国十大纺织科技·产业推动奖”；纺织面辅料超临界CO2无水染色技术等13个项目获得“中国十大纺织科技·绿色先锋奖”。

亿欧智库：2023中国纺织科技成果对接峰会暨第十届“中国十大纺织科技”发布会



前沿科技与理念：推动传承创新与可持续未来 湾区时尚设计产业大会成功举办

- ◆ 香洲12月19日，作为2023珠海时尚周的重磅活动，湾区时尚设计产业大会成功召开。本次大会在中共珠海市委宣传部、珠海市香洲区人民政府的指导，由珠海传媒集团、正方集团和广东省服装设计师协会共同主办。
- ◆ 大会围绕传承、创新、可持续三个维度，通过主题演讲、主题对话和项目推介等内容，充分探讨新时代下时尚产业发展的新定位，展现珠海时尚产业的集聚优势和跨界融合，深入推动湾区时尚设计树立文化自信、厚植价值之本、融汇资源之力，共创可持续发展未来，为珠海时尚产业高质量发展创造新机遇、开拓新境界。

亿欧智库：湾区时尚设计产业大会



- ◆ 近日以来全国多地大雪、降温，今冬主题就一个字——冷。国际大牌羽绒服在高端市场强势占位，国产品牌凭借什么去突破这种局面？先从一个真实故事说起：11月1日，中国第40次南极考察正式启航，“雪龙”和“雪龙2号”船由上海出发，历时5个多月，执行科学考察、人员运送和后勤补给任务。中国极地科学考察面对狂风极寒的自然环境挑战，需要“保暖科技”品牌们的硬核技术支持。
- ◆ 以往，这些掌握核心科技的保暖大牌向来都是外资品牌。中国极地科考队亟需我们自己的高端保暖科技品牌来打破这种局面。这次，在中国南极科考队的保暖品牌中，中国人自己的“保暖高科技”服装终于现身了——中国高端鹅绒服品牌“高梵”，作为中国极地研究中心“雪龙号”的战略合作伙伴，高梵为南极科考队员提供专业极地航海装备——高梵黑金航海系列。高梵创立以来始终坚持用高端产品的材质与工艺打造鹅绒服，并逐步打造出了鲜明的差异化高端产品。采用黑石面料、飞天鹅绒、中科蓄热三大奢暖科技，让新一代消费者看到了中国品牌身上可贵的技术结晶。

亿欧智库：高梵鹅绒服以专业科技助力极地科考



- ◆ 在当今社会，环保主题日益受到重视，众多时尚品牌纷纷响应推出环保系列，将绿色生活方式融入产品设计之中。近日，Vans推出全新VR3舒适环保系列，将环保理念贯穿至热爱Vans的消费者的日常生活中。
- ◆ VR3舒适环保系列是Vans对环保和创新的承诺，此次共推出了三款经典鞋款：Authentic、Old Skool和SK8-Hi Tapered。每一款都以其独到的色彩搭配和材料选择，呈现出环保理念和Vans经典的风格。
- ◆ Authentic以白色为主色调，搭配深灰色和绿色的点缀，既保持了经典的外观，又赋予了新的生命力。Old Skool同样沿用了深灰色的主色调，但在设计中注入了更多的绿色元素，使整体外观更符合环保主题。SK8-Hi Tapered则以绿色为主色调，展现出对环保的坚定承诺。

亿欧智库：Vans推出VR3舒适环保系列



- ◆ 近日，全球运动行业权威产品评选机构ISPO（体育用品展览会）发布的2025/26秋冬 ISPO TEXTRENDS奖项中，全新升级的3M™新雪丽™云纤保暖材料凭借其优异的特性斩获了ISPO全球精选奖（Selection）。
- ◆ 此次获奖是继源自航天技术的3M™新雪丽™Xerogel气凝态保暖材料荣获23/24德国ISPO TEXTRENDS全球前十大奖后，3M™新雪丽™再次斩获全球大奖，进一步印证和巩固了3M在科技创新领域的领导地位，为科技创新凝集力量。
- ◆ ISPO TEXTRENDS（ISPO功能性纺织品流行趋势大奖）是ISPO 最重要的奖项之一，目标是成为运动产品设计师通往未来流行趋势的大门。由来自全球的专家（行业媒体，设计师，独立专家）组成评审团，在每年的5月和11月集聚德国慕尼黑根据特定标准共同评估、甄选下一季最具创意、创新和潜力的产品，为纺织行业中具有创新性、展示新方法、对行业发展具有开创性的新产品颁发奖项。

亿欧智库：2023国际功能性纺织新材料论坛

3M THINSULATE™ 新雪丽™ 高效暖绒

3M™新雪丽™云纤保暖材料
荣获 ISPO 全球精选奖！

THINSULATE™

3M™新雪丽™
云纤保暖材料
荣获 Fall / Winter 2025/26
ISPO “全球精选奖”

Selection

ISPO Textrends 2025/26 Selection

3M THINSULATE™ 新雪丽™ 高效暖绒

新一代可持续科技
保暖材料解决方案
—— 云纤保暖材料 ——

- ✓ 高保暖 轻量化
- ✓ 含85%循环再生材料
- ✓ 完成碳足迹评估

耐洗涤 锁热保暖 蓬松柔软

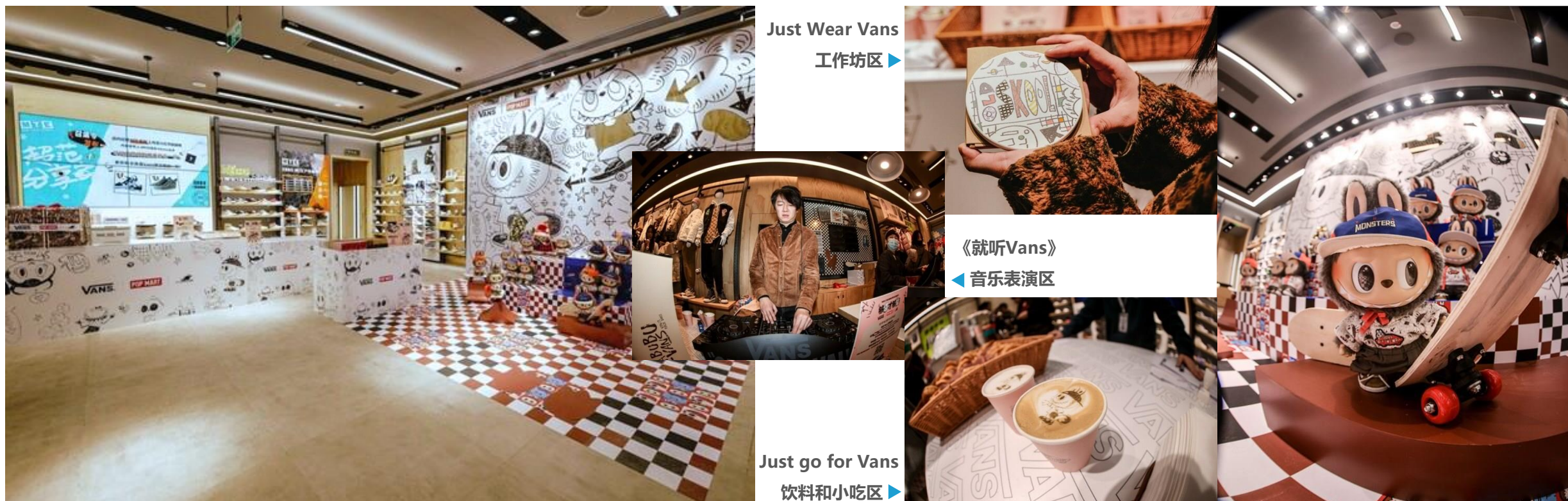
ISPO Textrends 2025/26 Selection

ISPO Textrends 2025/26 Selection

前沿科技与理念：Vans北京三里屯新店盛大开业 个性创意与高质购物体验的时尚结合

- ◆ 12月23日，鞋服品牌Vans在北京三里屯太古里举行了盛大的新店开业庆典。这一全新线下门店为消费者提供了一个展示个性和创意的零售空间，成为华北地区首家销售OTW by Vans支线产品的店铺。
- ◆ 作为潮流文化的拓营者之一，Vans一直致力于将极限运动、音乐、艺术和设计创意紧密结合，为消费者带来新颖而高质的购物体验。新开设的门店将这一理念贯彻到底，旨在吸引更多年轻人和潮流玩家关注。
- ◆ Vans北京三里屯太古里OTW by Vans高端支线店铺的开业，是Vans品牌发展历程中的重要里程碑，也是北京潮流文化的一次盛事。这一全新门店的设计风格将品牌的核心元素与三里屯的时尚氛围巧妙融合，打造出一个兼具个性与创意的零售空间。

亿欧智库：Vans北京三里屯新店盛大开业



前沿科技与理念：AI设计全新Nike x LEGO系列，八款热门鞋型令人期待

- ◆ 近年来，乐高积木成为了炙手可热的“财富密码”，不仅深受孩子们的喜爱，也受到了成年人的追捧。除了我们熟悉的球鞋外，乐高积木与各大品牌的合作也成为了时尚界的一大亮点。
- ◆ 近日，有海外玩家用AI设计出了全新的Nike x LEGO系列，包括八款热门鞋型，令人眼前一亮。这个系列的设计充满了创意和想象力，将Nike的经典鞋型与乐高的积木元素融合，呈现出一种全新的视觉效果。
- ◆ Nike x LEGO系列是Nike与乐高合作推出的联名系列，旨在将运动鞋的设计与乐高的积木元素相结合，创造出新颖且富有趣味性的鞋款。这个系列的推出，展现了Nike在创新方面的追求，也展示了乐高积木在时尚界的无尽可能性。

亿欧智库：AI设计全新Nike x LEGO系列



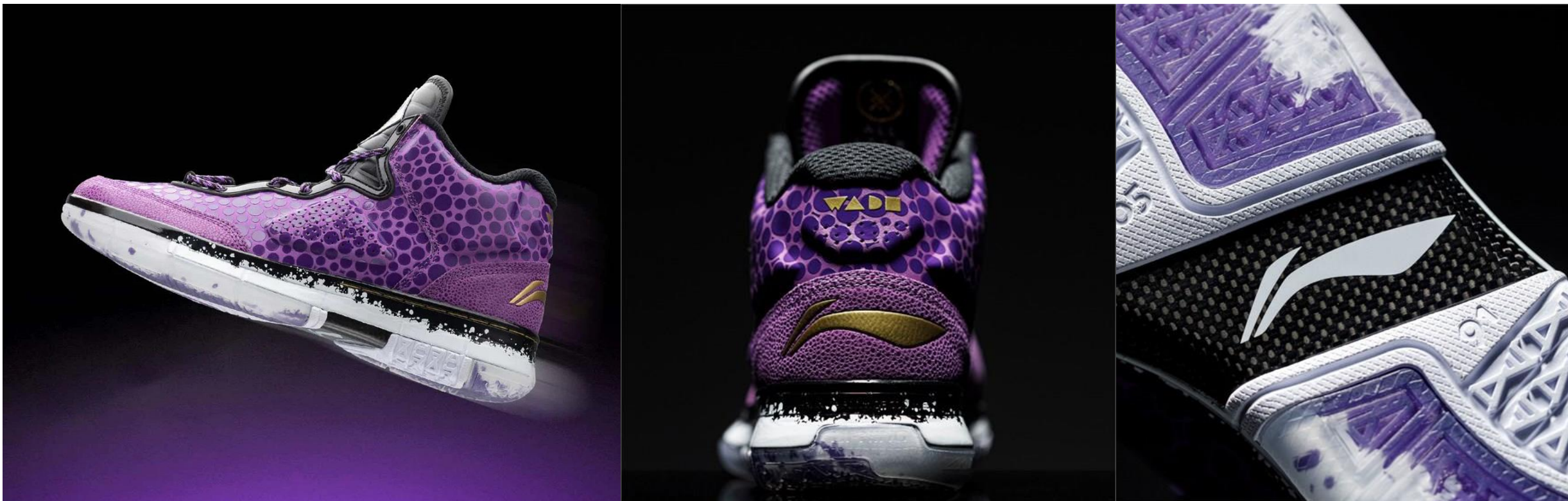
- ◆ “耐克” 汉字系列，自2015年以来， Nike开始为中国玩家推出。这一系列旨在向中国球鞋文化的传承致敬，同时也展示了Nike对中国市场的重视和尊重。这个系列的每一款鞋都以中国的传统文化和习俗为设计灵感，通过独到的色彩搭配和材质运用展现出独到的风格和质感。
- ◆ 不过，虽然说“耐克” 汉字系列是在中国市场上推出，但也在海内外的其他范围内引起了不小的关注和讨论。无论是NBA的赛场还是街头的篮球场上，都可以看到球员们穿着这个系列的鞋款在场上发挥他们的实力。
- ◆ Nike Air Footscape Woven “NAI-KE” 。这款鞋的设计灵感来源于中国深厚的球鞋文化，其中较为突出的特点就是鞋面上的“耐克” 字样。这个字样不仅是对品牌的直接展示，也是对中国的球鞋文化的一种深切致敬。

亿欧智库： Nike发布Air Footscape Woven “NAI-KE”



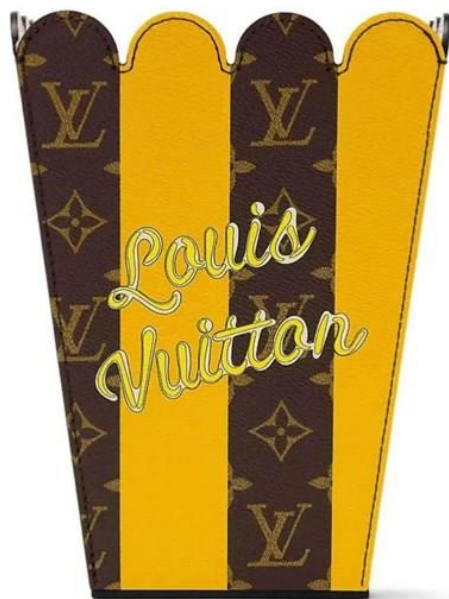
- ◆ 复刻，这一词汇在鞋圈中有着不可替代的地位，它既是一个时代的记忆，也是品牌与粉丝之间深厚的情感纽带。近日，李宁发布的韦德之道1代“魔鬼鱼”复刻版唤起了人们对这双球鞋的怀念，以全新的姿态，展现出李宁对经典与创新的时尚结合。
- ◆ 2008年，韦德之道1代“魔鬼鱼”诞生，作为当时为韦德打造的全明星战靴，其在国内限量发售仅100双，价格一度被炒至万元以上。这双鞋在当时被誉为国产实战篮球鞋的里程碑，甚至有“神鞋”之誉。韦德本人也对这双鞋评价很高，称其为心中的TOP级别。对于许多球迷和鞋迷来说，这双鞋是他们心中的“怨念物”，渴望拥有一双却难以企及。
- ◆ 经过李宁精心策划和制作，韦德之道1代“魔鬼鱼”复刻版终于在圣诞节期间与大家见面。

亿欧智库：李宁韦德之道1代“魔鬼鱼”复刻版



- ◆ 在全球奢侈品市场有着扛把子之称的LV，近日再次引发了热议。这一次，不是因其经典的手袋或服饰博得大众关注，而是全新推出的爆米花桶。LV再次展示了其超凡的创意和对细节的极致追求。在众多奢侈品牌，LV的名气无疑是盛的，它不仅仅满足于设计和制造奢感时装，更在不断探索和推出各类周边产品。这些产品除却是时尚的延伸，同时也是LV品牌文化的魅力展现。其中，LV先前推出的爆米花桶便已经获得了广大消费者的喜爱。这款设计精良、色彩鲜艳的爆米花桶，无论是造型还是色彩搭配，都充满了LV特有的时尚感。
- ◆ 然而，时尚归时尚，爆米花桶的实用性始终是人们关注的焦点。不少人质疑，这样一个精美的爆米花桶真的能派上用场吗？毕竟，它看上去更适合作为是一件艺术品或装饰品，而不是实用的厨房工具。对此，LV的设计师们显然早有考虑。他们回应说，虽然这款爆米花桶的确具有很高的装饰性，但其设计初衷是为了给消费者带来更多便利和乐趣。

亿欧智库：LV全新爆米花桶



- ◆ 周末的北京南山滑雪场热闹非凡，因为运动鞋类品牌Vans再度举办了Vans Hi-Standard国际单板滑雪公园系列赛。这场赛事集结了一众单板滑雪爱好者，共同享受了一场精彩纷呈的单板滑雪之旅。
- ◆ 为了确保每位参与者都能在这次活动中收获更佳体验，Vans精心策划了一系列活动。上午时分，Snow Skool滑雪学校课程为现场的媒体朋友和单板滑雪初学者提供了一个学习平台，帮助他们更好地掌握滑雪技巧。
- ◆ 下午，激动人心的Hi-Standard国际单板滑雪公园系列赛正式拉开帷幕。Vans签约滑手李广志、梁硕、闫永、小马、薯条、KUSO、Marco齐聚一堂，与现场的滑手同台竞技，争夺荣誉。他们的精彩表现让现场观众热血沸腾，为滑雪运动注入了无尽活力。

亿欧智库：Vans Hi-Standard国际单板滑雪公园系列赛



行业要闻: Adidas Originals发布全新2024龙年春节系列

- ◆ 2024 龙年春节即将到来, adidas Originals 便携手插画艺术家阮菲菲发布全新龙年春节系列, 双方从国家非物质文化遗产「苗绣」的经典纹理图案中获取灵感, 以中国传统寓意纹理图案「鱼化龙」为主题进行设计, 将阮菲菲擅长的东方韵味设计风格融入到 adidas Originals 经典单品以及品牌标识中。
- ◆ 鞋款方面, 该系列带来了 Energy、XLG、OG 三大系列共 10 个鞋款。Energy 系列包含 Superstar、Samba、Country 以及 Rivalry 四双鞋款; 代表加大版的 XLG 系列包含 Superstar XLG、Samba XLG、Country XLG 三个鞋款; OG 系列同样包含 Superstar、Samba 以及 Country 三款鞋型。服饰方面, 双方打造了采用宽松版型的运动套装、羊羔绒外套、毛衣等多款单品, 并创作了多个系列专属图案, 将东方色谱运用到设计当中。

亿欧智库: Adidas Originals发布全新2024龙年春节系列



- ◆ 在当今球鞋圈中，怪诞设计已经成为一种潮流趋势。越来越多的品牌和设计师敢于挑战传统，创造出别具一格的鞋款。这种趋势反映了年轻人追求个性、创意和与众不同的心态。他们不再满足于传统的鞋款，而是渴望通过穿戴新颖的鞋履来展示自己的独到品味和风格。
- ◆ 作为纽约街头服饰品牌较出名的企业，Bravest Studios 一直走在时尚的前头。近日，他们推出了一款全新的「怪鞋」——Bear Claw Mule。
- ◆ 这款 Bear Claw Mule 鞋款以穆勒鞋为基础，进行了大胆的创新和改造。穆勒鞋本身便是一种别具时尚感和舒适度的鞋款，而 Bravest Studios 在此基础上进行了更多的突破。鞋面采用长长的绒毛设计，不仅给人一种俏皮的感觉，还与穿着者的小腿融为一体，营造出别具特色的视觉效果。除了外观的设计外，这款 Bear Claw Mule 还采用了高质的材料制作。鞋面采用高质皮革，质地柔软舒适，能够很好贴合脚型。而长长的绒毛则采用了柔软的纤维材料制成，不仅触感舒适，还能够有效保暖，适合在冬季穿着。

亿欧智库: Bravest Studios全新「怪鞋」 Bear Claw Mule



- ◆ 在当今时尚界，复古风潮持续盛行，经典鞋款再次受到大众的追捧。作为世界较出名的运动品牌，Nike 一直走在时尚潮流的前头，不断推出具有创意和个性化的鞋款。近期，Nike SB 推出的全新 Zoom Blazer Low Pro GT 凭借出众的外观和优良的性能，成为了潮流界的焦点。
- ◆ 这双全新的 Nike SB Zoom Blazer Low Pro GT 以其简约而时尚的外观吸引了无数眼球。通体蓝色的鞋身，辅以白色的 Swoosh 标志和细节点缀，给人一种清新、优雅的感觉。这种色彩搭配不仅符合春夏季节的穿搭需求，还为鞋款增添了一份时尚感。
- ◆ 除了外观设计，这双鞋在材质上也下足了功夫。麂皮和帆布材质的组合为鞋身提供了良好的质感和耐用性，同时也增加了穿着的舒适度。这种材质的组合使鞋款既适合在滑板场上驰骋，也适合在日常穿搭中展现个性魅力。运动时上脚这款新鞋，每个姿势都如此彰显魅力，释放蓬勃能力。

亿欧智库：全新Nike SB Zoom Blazer Low Pro G



行业要闻：BAPE® x BURTON 全新联名滑雪系列惊艳亮相

- ◆ 在纪念品牌成立30周年的重要时刻，BAPE® 联名不断，与滑雪品牌 BURTON 携手推出了全新联名系列。BAPE® x BURTON 全新联名系列将双方的街头服饰美学与户外运动性能巧妙融合。此次联名产品包括 GORE-TEX® 滑雪服、背带裤、帽衫等，均以黑白色为基调，简约而不失细节。同时，GORE-TEX® 材质的加持使得这些产品不仅适合滑雪，优良的防水、透气性也使其成为户外野营的不错选择。
- ◆ 在鞋款方面，BAPE® x BURTON 联名系列同样展现了时尚与功能的共同契合。鞋款设计新颖，融合了BAPE® 的街头潮流元素和BURTON 的滑雪技术。无论是鞋面的材质选择、鞋底的防滑设计还是鞋面的细节处理，都体现了对时尚与舒适度的高质追求。此外，鞋款的配色也是一大亮点，黑白色基调的搭配既简约又大气，展现出时尚与个性的双重魅力。

亿欧智库：BAPE® x BURTON 全新联名滑雪系列



- ◆ 随着离明年的情人节越来越近，各大品牌也纷纷推出了以节日为主题的全新鞋款。其中，刚刚亮相的Air Jordan 14 Low WMNS “Love Letter”无疑成为了焦点。凭借着不俗的配色和设计，让人一眼便被它华丽的外观所吸引。
- ◆ 据悉，这款Air Jordan 14 Low WMNS “Love Letter”的配色名字被命名为“情书”，光是听着就充满了浪漫感。而当我们看到这款鞋的官图时，更是被其时尚的设计所震撼。它并没有采用传统的红色外观，而是采用了一种偏光渐变材料覆盖鞋面。这种设计使得鞋子在不同的光线条件下呈现出不同的色彩，犹如情书中的字句，充满了神秘和浪漫。
- ◆ Air Jordan 14的设计灵感来自法拉利跑车，而这款全新的Air Jordan 14 Low WMNS “Love Letter”更是将这一设计元素发挥得淋漓尽致。鞋面的偏光设计使得这款鞋看起来更加酷炫，犹如一辆疾驰的法拉利，充满了力量和速度感。

亿欧智库：情人节新Air Jordan 14 Low WMNS “Love Letter”





目录

CONTENTS

01 服装时尚行业数据观察

- 1.1 行业数据观察
- 1.2 品类数据观察
- 1.3 品牌数据观察
- 1.4 投融资数据梳理

02 服装时尚行业要闻盘点

- 2.1 前沿科技与理念
- 2.2 行业要闻

03 服装时尚大咖语录精选

- ◆ “应当加快纺织绿色工厂、绿色产品、绿色供应链、绿色园区建设，推广一批适用于纺织行业的节水、节能、降碳技术装备，同时开展废旧纺织品循环利用资源价值核算研究，推动纺织非物质文化遗产发掘整理和传承发扬，推动老字号纺织服装守正创新发展，进而强化纺织产业体系优势和产业链发展韧性。”

俄罗斯自然科学院院士
中山大学地球环境与地球资源研究中心首席科学家 周永章
湾区时尚设计产业大会

- ◆ “数字化时代的到来，加速了工具的变革，引发时尚要素的重新整合。在数字技术的推动下，生产者与消费者之间建立了直接、高频次且长期持续的联系和交互，改变了传统的时尚商业模式。数字时尚利用数字技术推动创新，满足现代社会的需求。”

广东省服装服饰行业协会首席数据官、副教授 文丹枫
湾区时尚设计产业大会

- ◆ “以工匠精神打磨产品，以战略定力坚定初心，以审美视觉驱动创新，才能让非遗时尚化设计实现最优价值转化，构建中国美学跨文化传承体系，铸就时尚品牌内核。”

广州市汇美时尚集团股份有限公司副总裁 曲晶
湾区时尚设计产业大会

◆ 团队介绍:

亿欧智库 (EO Intelligence) 是亿欧旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕新科技、消费、大健康、汽车出行、产业/工业、金融、碳中和等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者:



佟雪阳

亿欧智库 分析师

Email: tongxueyang@iyiou.com

◆ 报告审核:



李庆山

亿欧智库 研究总监

Email: liqingshan@iyiou.com



王辉

亿欧智库 副院长

Email: wanghui@iyiou.com

◆ 版权声明:

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于我们:

亿欧是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约设有分公司。亿欧立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网 (iyiou.com)、亿欧国际站 (EqualOcean.com)、研究和咨询服务亿欧智库 (EO Intelligence)，产业和投融资数据产品亿欧数据 (EO Data)；行业垂直子公司亿欧大健康 (EO Healthcare) 和亿欧汽车 (EO Auto) 等。

◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

◆ 创业公司

亿欧旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

◆ 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

◆ 机构投资者

亿欧除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-53321289，邮箱 hezuo@iyiou.com

◆ 亿欧新消费介绍：

亿欧新消费是亿欧旗下聚焦新消费品牌“战略决策+企业传播”的专业服务平台，覆盖零售、家居、餐饮、母婴、文创、宠物、美护、食品饮料、消费电子、服饰运动等十大新消费赛道。

◆ 解决企业内部战略决策问题：

基于专业方法论，依托对新消费创新升级的持续研究洞察与分析，帮助企业解决内部战略决策问题：了解产业环境、市场竞争格局；理解竞企产品/技术/规划/实施路径；探索细分市场进入/现状/趋势，分析赛道价值，制定企业规划、执行方案等。

◆ 解决企业外部认知与品牌问题：

通过兼具研究与媒体视角的亿欧内容平台，以及新消费产业会议及企业创新服务，帮助企业解决外部认知与品牌宣传问题：品牌定位，品牌强化及推广；企业价值解读、企业核心优势提炼及呈现、企业传播影响力提升；内容传播策划及会议资源对接等。

◆ 亿欧新消费传播矩阵：



公众号



小红书



微博

◆ 亿欧新消费近期内容：

[接入大模型，手机终于要长“脑子”了？](#)

[直播互撕、高管对骂、集体发疯，真实的商战有多离谱？](#)

[| 2023年度盘点](#)

[奶茶6块6、咖啡8块8、iPhone大跳水...感谢卷王们把价格打下来 | 2023年度盘点](#)

[【2023 THE BRAND】给我一个你要上榜的理由](#)

- ◆ 商指针为欧特欧咨询研发的国内首个打通全电商平台的数据研究产品，覆盖20+主流电商平台、1500+分类、1.3万+企业。目前产品可按日、周、月查询，包含市场大盘、赛道、渠道、品牌、企业、价格、直播等10几个维度的数据洞察，全方位帮助企业掌握市场发展最新动向，不断帮助用户提升对生意的认知。
- ◆ 欧特欧咨询是电子商务大数据监测和研究的权威机构、北京市高新技术企业、商务部指定的电商数据提供商。率先在业内实现了电子商务全平台、全品类的数据监测。商指针为欧特欧咨询研发的国内首个打通全电商平台的数据研究产品，覆盖20+主流电商平台、1500+分类、1.3万+企业。目前产品可按日、周、月查询，包含市场大盘、赛道、渠道、品牌、企业、价格、直播等10几个维度的数据洞察，全方位帮助企业掌握市场发展最新动向，不断帮助用户提升对生意的认知。



扫码关注亿欧智库
查看更多研究报告



扫码添加小助手
加入行业交流群

 亿欧智库

网址: <https://www.iyiou.com/research>

邮箱: hezuo@iyiou.com

电话: 010-53321289

北京: 北京市朝阳区关庄路2号院中关村科技服务大厦C座4层 | 上海: 上海市闵行区申昆路1999号4号楼806

深圳: 广东省深圳市南山区华润置地大厦 C 座 6 层 | 纽约: 4 World Trade Center, 29th Floor-Office 67, 150 Greenwich St, New York, NY 10006