

艾瑞观潮：服装行业七大风向

©2022.1 iResearch Inc.



延续经典，并通过联名款焕新拓品的：胶囊系列

品牌通过季节、节日、面料限定胶囊，传递时尚态度
品牌通过与时尚IP合作推出胶囊系列，在人群及品类扩展上频繁试水



以残疾人为目标但健全人也可以穿着的：适应性服装

2010年末，我国残疾人数8502万，其中肢体残疾2472万人。适应性服装在满足功能性和便利性的基础上，应充分考虑残障人群的使用体验，或将其加入设计师团队



从小众潮流变成大众流行的：山系/户外风

精致露营带动山系生活方式大众化，氪金及分享属性明显。
兼具露营用具售卖、露营元素陈列的咖啡店，成为山系生活方式的城市载体



基于植物纤维的可降解的：纯素皮革

可持续风潮推动植物性皮革发展。
可降解纯素皮革具潜力，仍由大牌推动。需通过技术创新解决产能不足问题



帮助品牌与消费者建立更紧密联系的：虚拟服装

品牌通过虚拟服装在提升消费者互动与转化上不断探索。AR试衣和游戏跨界是主要方向



集合功能性和亲子需求的：宠物服装

宠物“亲人化”推动宠物消费发展。养宠花费增长，食品消费占比下降，诊疗及用品（包括服装）占比上升。人宠同款是现有宠物服装的主要设计发力点



以国为基础，潮为核心的：国潮服饰

消费者对国潮的购买意愿及复购意愿均较高。产品设计及产品质量是国潮服饰后续需发力环节

延续经典，并通过联名款焕新拓品的

胶囊系列 Capsule Collection



品牌独推胶囊系列延续经典内涵

品牌通过季节、节日、面料限定胶囊，传递时尚态度

胶囊系列已超越原有的浓缩/经典内涵，延伸到更丰富的内容。

品牌在特定季节/节日将胶囊系列作为营销方式，亦通过独立的主题（如面料）传递时尚态度。

1. 传递经典风格



生肖限定

以生肖年作为主题推出胶囊系列。
新年是重要节点，众多品牌推出生肖年胶囊限定。

设计主题

- ✓ 生肖形象
- ✓ 生肖元素（颜色/花纹等）

TOMMY JEANS 虎年胶囊系列包括：

典
型
品
牌



- 棒球夹克
- 套头卫衣
- 短袖T恤
- 渔夫帽
- 腰包...



季节/节日限定

以秋季、冬季、七夕为主题推出胶囊系列。

设计主题

- ✓ 冰川、北极熊（KENZO）
- ✓ 城市街景（AIGLE）
- ✓ 节日相关元素（如爱心、苹果）

印花元素

Christian Louboutin推出的Loubitag七夕情人节胶囊



2. 表达时尚态度



面料限定

基于面料主题推出胶囊系列，传递品牌时尚态度。

设计主题

- ✓ 牛仔面料（ZIMMERMANN）
- ✓ 香云纱（ICICLE之禾）
- ✓ 印花（Dunhill）

针对特色面料的探索

2021年4月举办的YI WAY面料胶囊新品发布会



合作推出胶囊，实现创新及品类延展

品牌通过与时尚IP合作推出胶囊系列，在人群及品类扩展上频繁试水

品牌通过合作方式推出胶囊系列

主要合作对象

- 时尚潮牌
- 经典IP
- 知名艺术家

品牌焕新及人群开拓是主要目的

传统品牌与潮牌合作推出胶囊系列焕新

- Barbour 与日本街头服饰品牌 A Bathing Ape (BAPE®) 推出 2021 年秋冬胶囊系列
- The North Face 携手传奇艺术家 KAWS 发布联名系列
- Loro Piana 宣布与日本艺术家藤原浩合作推出全新胶囊系列

国外品牌与中国品牌合作推出胶囊系列以开拓市场

- 法国环保运动鞋履品牌 VEJA 与环保品牌 ICICLE 之禾推出 2021 春夏胶囊系列
- 意大利奢侈男装品牌Canali 与中国新锐男装品牌8ON8 合作胶囊系列

“很多人问我，为什么会和 Palace、Jil Sander+ 合作？原因很简单，始祖鸟是相对小众的品牌，我们还是希望有更多的消费者知道这个品牌。”
——始祖鸟大中华区总经理徐阳

以残疾人为目标但健全人也可以穿着的

适应性服装 Adaptive Clothing



服装品牌与渠道针对残障人群作出改变

品牌提供便捷穿着的鞋服，电商平台推出“一只鞋”活动

2010年末，我国残疾人数8502万，其中肢体残疾2472万人。至2050年我国人口的残疾现患率将达到11.31%，全国残疾人总量将会达到1.65亿。

适应性服装使用更具弹性和柔和的材料，设有更容易使用的开合装置。

中国残疾人数：8502万



其中肢体+视力残疾
占比44%

适应性服装具有以下特征：

- 适合单手/无需用手，更便捷穿脱
- 增加附属功能，以便穿着者可以更轻松地进行日常工作与生活
- 与医疗设备兼容（如带有胃部通道的服装）

制造商、渠道、研究机构共同推动适应性服装的发展

服装企业

传统服装品牌：推出产品系列/副线，在产品细节上进行调整

适应性服装的专门品牌：推出更具针对性的轮椅系列、除鞋服外的配饰、用品系列

电商平台

中国残疾人福利基金会联合天猫及7家品牌商，推出“一只鞋计划”。为残障人士提供单只鞋销售服务



研究机构

北京服装学院无障碍研究中心举办“非常美”大赛并推出多款适应性服装。

轮椅雨衣



轮椅快穿裤



品牌及渠道如何加入适应性服装市场？

通过细节改善及线上渠道满足残障人群需求

适应性服装在满足功能性和便利性的基础上，应充分考虑残障人群的使用体验，或将其加入设计师团队。

通过细节改善提升服装功能性及穿脱便利性

1 磁扣或魔术贴

汤米·希尔费格 (Tommy Hilfiger) 自2017年起开始推出残障人士友好系列，增加了包括魔术贴、磁力扣和可调节下摆等适应性设计，2021年推出2021年秋季适应性系列。

2 没有鞋带的鞋子

耐克的Go FlyEase使用铰链设计。方便穿脱。但仅向专门会员发售。

自适应服装销售需要供应链、设计、库存、备货多方面配合，线上渠道更为灵活

独特的销售平台、自适应特征的搜索，以后相应的供应链调整

“我的梦想不大，就是找一个跟我脚一样大的人，合伙买鞋。”



- 刘文燕 贵州，4岁时因车祸截肢

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_36576

