

体育品牌刮拖鞋风潮

本报记者 柯国笠

国产体育品牌的内卷到什么程度？近期,安踏、李宁、匹克、准者、鸿星尔克等国产体育品牌接连发布其拖鞋新品,新兴品牌左右力量、EQUALIZE也专门推出新款拖鞋产品。有别于以往,拖鞋产品搭载了各大品牌最新中底科技,也带来了更潮的设计,同时还专门为拖鞋产品造势。

从篮球鞋到专业跑鞋再到拖鞋,国产体育品牌在今夏来临之际抢先刮起拖鞋风潮。有业内人士认为,拖鞋风潮背后是国内体育用品行业内卷的结果,同时也表明了市场对细分产品的消费力在逐渐提升。

01 拖鞋风潮起

一双拖鞋有超过2万人预约是什么新奇事？上周末,鸿星尔克在得物平台发布的一款和芬兰艺术家联名的运动拖鞋“芷境拖鞋”就遭到了哄抢。

这样的场景在外人看来几乎不可思议。但这也侧面反射出当前国产运动拖鞋的基本热度。热度之下是国产体育用品品牌在拖鞋上的共同发力。在过去的两年中,各品牌连续推出多款运动拖鞋产品。

去年到现在,李宁就接连推出了“行山”“天外来客”“云游SLAY”等多款富有设计感的拖鞋产品。这些产品都受到了潮流爱好者的喜爱。

而主打运动和专业属性,安踏在去年推出C37拖鞋之后,前几日

又推出氮气拖鞋,将巨大的LOGO融入鞋身整体设计中。同时,加载了安踏最新氮气科技中底,同时也融入了安踏一直以来的中底科技ASHOCK,提供了两种缓震脚感,同时提供支撑的稳定性。

361°将拖鞋产品更多地当作其篮球支线的衍生品。近期该品牌推出N40系列拖鞋,主打潮流风格,也与其最新款篮球支线DVD同步推出。

特步也没有缺席这场拖鞋大战。去年,该品牌连续推出沙发拖鞋、火焰拖鞋、少林禅心拖鞋。准者在上个月则推出了鲨鱼拖,搭载自家最新中底技术、全掌的发泡科技。值得一提的是,其中底采用可拆卸设计,方便拖鞋清洗。EQUALIZE推出的1100拖鞋,则深受设计师、潮流运动爱好者的欢迎,主打小众。

如今,在国内,运动拖鞋已经

“内卷”到白热化阶段。随着各大品牌的加入,市面上已经可以看到以往只用于高端专业运动鞋的超临界物理发泡中底技术在拖鞋上应用;而可拆卸结构等也已经出现;在外观设计上,全新的运动拖鞋也不断突破各大品牌以往的设计风格 and 思路,不只有全包裹、镂空等设计元素,主打科技感甚至是未来科技的倾向明显。

本土新兴品牌左右力量也发布了“顽石”系列首款拖鞋产品,推出陨石、琥珀及皓石三个配色。

“我们主打‘卅’系统科技,采用一模双密+超临界二次发泡,对不同部分做了特别的调校,在穿上拖鞋之后,后跟、前掌拇指与足弓都会有不同的回弹体验。”左右力量创始人丁仁豪表示,在大众品牌积极布局的同时,细分品类品牌也有突围的可能。



也是当下年轻人的穿搭新潮流,新标配,品牌的参与也是紧跟年轻趋势;再者,价格的上探,也是品牌寻求价格段突围的做法,运动拖鞋作为新品类,尝试成本低,效果好。

“这不仅能够展现品牌的潮流属性,年轻化程度,而且能够展现我们的自家科技,对我们来说是新的尝试。”丁仁豪表示。

高溢价和潮流认同也带来了实实在在的营收。

作为运动拖鞋的“第一个吃螃蟹的人”,匹克已经从中受益。

根据匹克官方数据,它将P4U高分子智能材料加入匹克拖鞋当中,2019年开售后,热门单品“态极”拖鞋出货量已经超过1000万双。根据懒熊体育的数据,匹克的拖鞋销售额已经接近运动鞋销售总额的三分之一。

来说是充分的放松。”篮球爱好者张强告诉记者,以前自己也不注重这一方面,但有一次球友推荐尝试了,发现确实很香,“比普通拖鞋舒服多了,而且舒缓的效果很好。当然价格也贵。”

超百的价格其实并未带来超乎想象的收益,但也是非常可观的利润。据业内人士透露,定价一百多元、两百多元的“态极”拖鞋,毛利率能达到40%以上,远高于普通拖鞋,但不至于离谱。

高定价背后是品牌追求潮流和产品议价空间的积极尝试。一方面,品牌将自家科技应用于运动拖鞋上,让消费者更有感知度;另一方面,拖鞋产品在设计环节有足够的可塑性,

02 潮流和议价受关注

尽管是新兴品牌,但左右力量已经通过其自有的专业运动袜品类,收获了不少运动潮流爱好者的认同。

但左右力量顽石拖鞋售价仍为189元,远远超过普通居家拖鞋。

一双200元的拖鞋居然有人买?这是不少人发出的疑问,毕竟对于不经常运动的人来说,平常拖鞋不过几十块就足够。但是,在运动爱好者眼中,运动拖鞋值得这个价格。

事实也是如此,在安踏、李宁等众多国产品牌推出的运动拖鞋中,价格多集中在140-200元左右,销量依然可观。

“主要还是舒适性,在相对高强度运动之后,穿上运动拖鞋对脚部

深度交融 时尚产业迎科技蝶变

本报记者 施珊妹 董严军

近来,科技与时尚的关系愈发紧密。以科技为创作灵感,为时尚设计添彩;以科技为内生动力,让面料更具价值;以科技为加分项,时尚秀场更好看……最近,时尚界科技感十足。利郎、九牧王、卡宾等服装企业一边抓科技赛道布局,一边抓精准消费者习惯,多维度运用科技,最大化地赋能于产品力和品牌力,提升品牌形象与辨识度,让品牌得以“名”“量”双收,在众多同质化严重的营销中得以弯道超车。

设计创意 借科技迸发时尚灵感

近日,卡宾重磅揭晓2023年首个联名系列——中国火箭×卡宾2023春夏联名系列。该系列以“无界航行”为主题,包括T恤、衬衫、马甲、卫衣等7个单品,以简洁明了的色系作为主要底色,整体设计风格于简约的基础上营造自由风貌。

据了解,CABBEEN卡宾本次的设计灵感来自设计创意团队探寻时尚与科幻的艺术耦合,以中国原创设计语言构想未来探索者形象。联名系列以中国宇航服为灵感,结合科技未来主义美学,将机械性设计融入此次设计中,将代表中国航天梦的中国火箭标志与中国原创设计相映串联,彰显“中国智造”的力量。

实际上,中国火箭×卡宾2023春夏联名系列并不是双方的第一次合作,CABBEEN卡宾与中国航天之间有着多年渊源。它不仅是中国航天首家合作的服装品牌,也是中国航天火箭的服装指定赞助商,还多次参与中国航天发射项目的队服设计等,见证了我国航天历史的进程。

而事实上,“航天”类的高科技,亦并非首次与民用服饰结合。早在2013年,航天领域的高科技军工材料首次获得了在民用面料上的运用。而将其照进现实的服装设计师是广东普丽衣曼实业有限责任公司执行董事长兼设计总监邓兆萍。

“这些科技材料研发出的纺织面料能应用于服装领域全品类的产品,如保暖棉服、防寒内衣、双面呢大衣、丹宁牛仔、防护口罩及多种功能性康养产品……”邓兆萍表示,这种“软纶95”纤维具有极佳的阻燃、保暖抑菌、婴儿级生物亲肤性及远红外功能。“它不仅成为后纤维时代的新型纺织材料,还对纺织产业的转型升级具有划时代的意义。”邓兆萍解释道。今年她将计划设计出一款可以穿着跑步的高跟鞋,希望以新科技新材料新手段来解放女性双脚,实现美和舒适度的“双赢”。



技术研发 面料是讲好故事的重要骨架

科技不仅有赖于技术的突破创新,也离不开产业生态快速发展的支撑。据腾讯研究院发布的《AIGC发展趋势报告2023》指出,AIGC的商业化应用将快速成熟,市场规模会迅速壮大。时装业内人士透露,尽管技术研发并非一蹴而就,但十年磨一剑,2023年预计也将是相关科研成果应用的爆发年,其中面料是作为服装载体的重头戏之一。

面料是服装设计师构成时装的最主要的基础,它作为后者美学主张的具象单位,伴随着自身的更多延展性,也能够为创作者提供更多的可能性。记者走访多家企业发现,作为纺织服装产业战略性支柱产业集群之一,晋江服装企业近年在科技面料研发领域频频出圈。防水、透气、恒温、抗菌、耐洗等功能属性面料融进日常单品。

继推出耐洗衬衫后,利郎近日又推出全新极致单品耐洗Polo衫。

在传统Polo衫基础上技术革新,利郎耐洗Polo衫延续首创耐洗衬衫的优势,充分复现家用洗衣场景下30次机洗后,依旧平整亮彩如新。同时,利

郎采用了180℃高温无缝热压技术替代传统车缝工艺,高强度纱支结合稳定的缩率,使得面料耐洗耐穿不变形。

此外,耐洗Polo衫的领口、下摆、衣领均采用极简无痕工艺,实力成就简约时尚设计,为年轻消费者提供又一优质夏装选择。该款产品中还使用了特殊高牢度染色工艺,双重保障机洗后耐洗Polo衫依然可以保持平整度及色彩鲜艳度。在产品品质得到保障的基础上,利郎耐洗Polo衫再一次将男士简约时尚引入大众视野。

值得一提的是,耐洗Polo衫接触凉感系数达到0.22+,超过国家标准40%+,穿上以后身体将自动降温,能够在炎热天气中保持清爽。此外,耐洗Polo衫还具有高效防晒功能,可以有效抵抗强紫外线,由于UPF值达50+,可阻挡99%+的UVA紫外线,保护皮肤在户外免受阳光伤害。这两大特点在一定程度上向年轻消费者呈现了“款式简约时尚”与“上身清爽舒适”的有效融合,获得了年轻消费者的高度青睐。

“耐洗耐穿是基础项,冰凉防晒就

是加分项。”正在利郎门店购物的市民曾肃告诉记者,男士在消费时,通常更愿意选择“不会错的单品”。而考虑到日常生活中的打理问题,自己之前便采购了利郎的耐洗衬衫。此番听闻又出了耐洗Polo衫,便来看看,果然很合适。

利郎为Polo衫打开耐洗、瞬间冰凉等多项“技能点”的同时,九牧王则通过创新,让纱线更轻,让面料兼顾柔软、高弹、透湿。

“这是我们最近推出的轻松裤,采用高分子轻量舒弹面料纱线,比普通实心纱线的触感更加蓬松柔软,面料更轻盈,重量相较普通面料轻15%,仅相当于一个苹果的重量。”九牧王品牌男裤设计师王日东将两件同类型同季节的男裤放到秤上,其他男裤574g,九牧王轻松裤367g,二者相差207g。

九牧王轻松裤采用的高分子轻量舒弹面料,经过错织针法,兼顾面料的蓬松度与韧性、回弹性,久坐后也可迅速回弹,抗皱性比普通面料强4倍,抗皱性能达到4-5级。其面料经过免烫工艺处理,水洗50次后依然可以平整不皱,日常免熨烫免打理。此外,轻松裤的面料透气性高于行业标准49%,打造呼吸体感,兼顾柔软、高弹、透湿,让裤子上身更轻松。

03 细分品类的突围

在以往,运动拖鞋的受众并不多,可以说国产运动品牌集体发力创造了这一品类。

匹克125创新工场负责人蔡维健在接受媒体采访时就表示,在“态极”拖鞋之前,拖鞋的构造主要有两种形式——“海绵中底+开孔发泡”,虽然能做到柔软,但涉水、粘汗之后很难快速排开,容易发臭;而另一种可以涉水的,则采用“一体式闭孔发泡”,在此基础上还可以做到防滑耐磨,不过这样的构造注定鞋子会比较硬、脚感欠佳。

“态极”科技作为匹克的当家科技,原本多用于跑鞋之上。但在少数消费者的建议下,匹克“态极中底+闭孔发泡外壳+珊瑚仿生防滑疏水纹路”的态极拖鞋问世,收获了成功。

在体育用品行业,品类上的突围并不少见。

无论是lululemon在瑜伽品类实现了突破,逐步走向全品类的品牌思路,还是新兴品牌EQUALIZE通过极具个性和独创的设计风格出圈和本土品牌左右力量在专业运动袜板块的小获成功,都给这个体量巨大的体育产业带来品牌创立、生存的新逻辑。

“细分品类的突围更多的还是专业性考量。”丁仁豪告诉记者,左右力量最开始就从专业运动袜切入,主打的就是专业性,“这个逻辑和‘顽石’拖鞋的底层逻辑是相符合的,我们当然要潮流,但更要细分品类。只有专业的才不会随着潮流变化被淘汰。”

“中国体育用品市场巨大,而且富有生机,我们可以看到不少新品类、新品牌在出现,也有非常多的关注度和流量。”福建省体育产业研究院相关负责人任慧涛表示。

事实上,从2020年国产拖鞋集中爆发开始,除了消费者经常见到的运动品牌之外,入局者越来越多。

“国内的运动人群越来越成熟,这给了细分赛道很多机会。”某运动品牌负责人告诉记者,国内的运动产业体量足够大,可以看到飞盘、橄榄球、滑板等新品类出现,“这些当然大众运动品牌会切入,但是小众品牌也有很大的机会,大家都在一个起跑线上。”

时尚秀场 视觉盛宴的加分项

在时尚产业,科技无处不在。有如卡宾般将其作为设计灵感的,有如利郎、九牧王般将其化为面料内生动力的,亦有越来越多服装企业将其融入生产、设计、终端服务中。

业内人士透露,传统服装企业开启的智造之路,实际上也在持续为技术研发提供发展的土壤。

记者获悉,中山元一智造的实验室与生产车间,是与安踏集团旗下高端品牌FILA斐乐共用的。也就是说,其严格的实验测试和现代化的生产流程,有效保障了产品的高品质。从“制造”走向“智造”,科技是重要手段,科研成果更是进阶关键。企业能否在更短产品设计制造周期中获得更快的产品迭代速度、更高生产效率、更灵活生产方式,技术研发是关键。

数字时尚的演变充满了令人兴奋的可能性。奥斯卡·王尔德有句名言:“一个人要么成为一件艺术品,要么穿着一件艺术品。”从那时起,我们就模糊了两者之间的界限。想象力和幻想是任何艺术形式的组成部分,因此时尚界正在通过现代技术进一步远离现实主义并拥抱虚拟领域也就不足为奇了。随着人们对虚拟世界的兴趣日益浓厚,时尚行业已经通过数字时装和虚拟KOL将自己转变为创造力和创新的混合物。这其中,劲霸男装、利郎、柒牌等不约而同通过发布虚拟人,多有尝试。

科技和时尚的融合,为时尚界带来了更多的想象空间。3D打印技术、可穿戴技术等,都成为时尚设计的新方向,科技不断带来更多的亮点和话题。越来越多深入人心的设计是设法在时尚中加入科技。安踏、七匹狼等在时装秀中,通过时尚和科技的组合,为我们带来了更为灵动、梦幻、高科技的视觉盛宴。

去年中国国际时装周期间,安踏以“重新想象运动”为主题,携手百度虚拟偶像希加加领衔开场。百度领先的AI数字人技术结合Style3D超未来运动虚拟时装,带来全新视角与场景,让人感受沉浸式虚拟走秀体验。

虚拟时装制作过程,安踏将设计图从图纸变成3D可穿着的虚拟服装,质感、细节都呈现出了高拟真的状态,赋能虚拟时装以质感与生命力,打破现实的束缚、重新想象未来虚拟世界里的运动风格。

安踏用实践验证,虚拟技术已经涵盖了当今社会的各个领域,超越了传统意义上通过模特走秀展现服装的方式,通过动态特写、静态影像,一样可以以一种鲜活的方式传达给观众,进行服装方面的展示。

时尚源于生活,科技也在改变着生活,它们是相辅相成的。时尚追求的是不断地更新、探索,跟随潮流走向。设计师们通过自身的探索,运用科技来“造福”人类。科技不仅打破了时尚的局限,也创造了更多的美好和可能。通过科技和时尚的结合,我们能够预见到一个更加美好的未来。