

回眸·进击——2023年晋江产业年终特别报道

时尚是风格的轮回,而服装产业则是整个时尚体系的核心,推动着潮流的不断演进。在经历了复杂多变的2023年之后,坚韧、创新、可持续性等关键词影响未来中国服装行业的发展。

作为服装行业中,不容忽视的细分行业——男装,更是经历了不容易的一年。这一年里,面对不稳定不确定因素,闽派男装在不稳定中做好确定的自我,尤其关注效率的提高,重点加强设计研发创新,提高供需适配水平,进一步提升品牌影响力、产业韧性和活力,为行业高质量发展注入新动力,实现企业从转型升级到蜕变到再造。

这一背景下,我们看到,劲霸男装、利郎频频登上时尚之巅,向世界传递中国品牌声音;九牧王、七匹狼聚焦“拿手好戏”,夯实品牌定位;利郎、九牧王、七匹狼充分嫁接“科技+”,高性价比创新产品叫好又叫座。我们也看到,晋江服装企业依然锚定主业,抱团协作,在细分领域里掘金;越来越沉得住气,沉下心来回归产品本质,深耕供应链,打造更多功能性的创新产品;夯实内功、推陈出新,伺机而动,让创新产品火爆全球。

01 国际之巅的时尚大秀

2023年开年,男装品牌便用一场登上国际之巅的时尚大秀,揭开全年的发展篇章。

米兰时间2023年1月16日,劲霸男装第四次登陆米兰时装周官方日程。

在意大利地标——米兰三年展设计博物馆,劲霸男装携高端系列KB HONG,以“玉礼四方”的翩然之姿、谦逊之态、礼遇之仪,携中国非遗再度以线下走秀形式回归全球视野,这亦是劲霸男装CEO兼创意总监洪伯明继2022年9月问鼎中国服装设计“金顶奖”后的首场国际大秀。

距离不到半年,米兰时间6月19日,劲霸男装第五次登陆米兰时装周官方日程。

此番劲霸男装以“传统咏赞词”为主题,不仅保持着一贯的精致设计和对细节的考究,对高端奢华面料进行大胆裁剪,更持续创新提炼中国传统文化中的多元魅力元素,将东方韵味与意式优雅、当代设计进行持续碰撞融合。

在国际舞台频频刷脸的不只劲霸男装。

米兰时间2023年9月22日,七匹狼第五次亮相米兰时装周,更带来全新战略产品——超跑双面夹克的全球首秀,引起时尚界的广泛关注。

七匹狼“双面境界·共生”大秀在米兰市中心的Galleria Meravigli画廊举办。大秀现场利用反光材质对T台和现场进行设计规划,让现场的灯光与Galleria Meravigli这所建筑的天然固光纤穹顶产生对比,烘托出传统经典与现代科技的两面碰撞。镜面立体装置与反光材料的应用,不仅贴合大秀的“双面境界·共生”这一主题,更是让每个人看到镜面中的自己,发现自己不同的另一面。

2015年,七匹狼成为首家被米兰时装周官方邀请的中国男装品牌。连续4年的高调亮相,七匹狼将中国时尚带到了世界的舞台,为2023年品牌焕新及七匹狼第五次米兰大秀的全面成功,奠定了坚实的品牌基础。此次,七匹狼让世界再次看到中国男装势不可挡的时尚力量。

性价比博弈

闽派男装高端化跃升

本报记者 施珊妹 董严军



02 国际舞台的进一步探索

随着越来越多品牌在国际舞台上大放异彩,中国力量正逐步掌握国际时尚话语权。

除了亮相米兰时装周,2023年劲霸男装高端系列KB HONG入驻由米兰知名showroom创始人之一Marina Guidi创立的Garage Milano Showroom平台,并初步尝试用产品贴近市场。

关于劲霸男装的“出海”,洪伯明表示,通过中国文化展现出来的优秀设计实力,是中国品牌进入世界时尚行业的一张名片。劲霸男装通过米兰时装周赢得了世界时尚界的肯定,而产品作为品牌最好的代言,劲霸男装需要用优秀的产品实力告诉世界,中国服装品牌不仅好看,而且更好穿。

中国服装品牌出海的方式有很多,除了闪耀时装周外,参加权威性展会也是众多品牌乐意选择的方式之一。

9月2日—4日,由劲霸、九牧王等组成的中国服装品牌特别展团——CHIC Paris in Who's Next走进巴黎

Who's Next时装贸易展,展现了中国服装品牌的魅力。

“Who's Next时装贸易展与CHIC的合作无疑为欧洲与亚洲时尚界带来了新的活力。两者作为各自大洲的时尚盛事,将时装设计师和品牌汇聚在一起,打破地域和文化的界限,建立起沟通的桥梁,展现时尚界的开放性与前瞻性,为参与展会的服装品牌提供了广阔的交流和展示平台,为全球时尚产业带来更多可能性。”“CHIC展馆的展品体现了一种融合东方意蕴和国际灵感的独有美学,例如劲霸男装、九牧王,它们使世界更加直观地感受东方服饰之美,为全球观众带来视觉上的极致享受。”欧洲知名媒体FashionUnited在展会期间发表如此评论。

展会归来,九牧王“进军”巴黎已提上日程。“我们很荣幸成为CHIC Paris in Who's Next首批企业成员,在中国服装协会的带领下一“捷径”出

03 “科技+”傍身 博弈极致产品

当下品牌竞争日趋激烈,时尚周期变得越短,消费者对于快速响应和个性化定制的需求也越来越高。企业需要不断创新产品,提升品牌影响力。与此同时,技术的进步也为服装行业带来了更多新的可能性。去年,利郎、九牧王、七匹狼通过不断研发新的面料和款式,提供极具功能性的创新产品满足消费者的需求。

2月24日,九牧王携手轻松裤推荐官黄圣依,发布九牧王轻松裤。当场抖音直播取得全渠道单品销售TOP1的成绩,创品牌单日单品销量新纪录,成为抖音电商榜中弹休闲裤爆款榜NO.1。活动当天,九牧王线上线下全渠道销售同比增长59%,其中,线上同比增长99%。

这款轻松裤是九牧王全新打造的高性价比单品,首发即热销。“我们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。

尝到“科技+”为产品赋能带来的甜头,九牧王推出春夏商务户外1号裤。该系列首发销售便破千万元,传播曝光人次超2亿。叫好又叫座的产品,还为九牧王赢得一众荣誉。该产品将商务、户外相结合的设计,荣获中、美、德三

国六项设计大奖,比如上榜2023《财富》中国最佳设计榜,获得美国设计奖最Top的铂金奖。

在洞察到户外+商务的大趋势后,九牧王又联合户外运动专家朱伟强、高尔夫球专家程军、面料专家Diego Occhino等五大专家,研发推出秋冬商务户外1号裤。通过科技创新赋能服装面料,以更舒适、更保暖的男裤装强势引领秋冬科技新风潮。

在注重生活质量的今天,靠着“黑科技”面料和独特设计,九牧王开拓了男裤领域商务户外风的先河;利郎则用一款硬核极致产品,成为新青年保暖的C位首选。

这是一款可以放心在家机洗的羽绒服,且在多次水洗干燥之后依然能够保持拒水效果,消费者亦不必担心湿冷天气中羽绒服不易干的问题。有人做了这样一个实验,将利郎拒水羽绒服与利郎普通羽绒服同时放在有水环境中,利郎拒水羽绒服保持干爽时间是普通羽绒服的20倍以上。

为了打造一款真正的好产品,利郎在衣服的各个细节上下足工夫。不仅采用东丽丽伊伊防水透湿面料,让衣服做到防水、透气、抗结露,还进行了

海,良好的欧洲市场开局更加坚定了九牧王布局全球终端销售的决心。”九牧王董事副总经理林泽恒表示,品牌“进军”国际市场已提上日程,巴黎是很高的起点,九牧王将中国产品精益求精、以人为本的匠心精神传递给全球客户,将中国男裤带向全世界。

业内人士认为,在传统制造优势的基础上,中国服装品牌破局生长,必将以品牌文化、可持续设计提升产业价值,在国际时尚领域讲好中国文化故事。CHIC Paris in Who's Next的意义也不仅是局限于欧洲市场,是世界认识中国时尚设计创意、制造实力的最好机会,凭借领先品质与全球同行业同场竞技,显示出足够的品牌自信、文化自信。

全新辅料升级,选用进口YKK专业拉链。与此同时,利郎采用自主研发的专利蓄热科技里布,领口围脖部分则采用加绒速热工艺,设计了内侧隐藏式拉链私密口袋等。

一件产品能极致到什么程度?利郎的答案是,世界级。8月2日,利郎耐洗衬衫获世界纪录认证机构(WRCA)认证,被确定为“洗涤30次总色差值最小衬衫”。

这是一款酝酿了三年之久的产品。利郎供应链上下不断攻克技术难题、寻求最优解决方案。“光是面料方面,就挑选了数百种。该款面料是利郎面料研究所自主研发的专业耐洗面料,机洗不易变形褪色,舒适轻弹抗皱,一抚即平,机洗后无需熨烫即可自然平整,轻松做到30次机洗不易褪色不易变形。”利郎方面表示。

七匹狼也在加快科技创新领域的前进步伐。今年,七匹狼与意大利著名超跑设计师Aldo Gingolani合作的联名超跑夹克,吸睛无数。这款联名产品不仅将超跑设计精髓融入时装设计之中,而且搭载了温控功能,面料可防暴雨,且环保、可降解可回收。换句话说,这款联名产品是时尚与科技的跨界之作,兼具文化和科技价值,大大拓展了夹克作为服装的边界。

04 摩拳擦掌 比拼出圈实力

对于一众品牌而言,持续扩大品牌影响力,通过与消费者建立情感联系,提高品牌的认知度和忠诚度是必修课。在过去一年,闽派男装在品牌营销上可谓“八仙过海,各显神通”。

6月,父亲节前夕,中国柒牌最新公益短片《同行》上线,将视角聚焦空巢老人。随后,柒牌开展以关爱空巢老人为主题的,并在父亲节期间发起“父有爱,柒同行——不一样的父亲节礼物”线下公益活动,鼓励消费者共同投身公益。

“我们希望用实际行动践行企业的社会责任与担当,也希望号召更多的消费者一起关注空巢老人。欢迎大家到中国柒牌的线下门店一起参与这个公益项目。”中国柒牌董事长洪肇告诉记者,中国柒牌赠送的不仅仅是一件衣物,更希望与消费者携手献力,以“看得见摸得着的温暖”为独居老人送去关心关爱,让“空巢老人”不“空心”,让“空巢”变“暖巢”。

9月9日,“符号演绎:数字织造的路径”艺术开展展。首次齐聚六位全球知名数字艺术家,利郎将实体经济与数字艺术完美融合。

利郎集团总裁王良星认为,做服装做到最高境界,就是做艺术。“我们希望能让城市、让城市的学生慢慢体验,接受艺术的熏陶,让这座城市里有品位的人越来越多,喜欢艺术、懂艺术的人越来越多。”王良星期待,在热爱的家乡播下一颗种子,让艺术文化成为滋养这座城市的养分。

9月27日,中国首家夹克旗舰店于长沙正式亮相。七匹狼男装董事长周少雄与品牌挚友黄宗泽为中国首家夹克旗舰店开业剪彩。活动现场吸引粉丝无数。此次中国首家夹克旗舰店落地长沙,对七匹狼来说,是标杆市场搭建的第一步,是“七匹狼夹克专家”全新战略定位基础上,打造全国新业态的重要一环。中国首家夹克旗舰店,是七匹狼全新业态的完美落地,是新零售赋能线下的最佳示范,是将长沙这座自带流量的“网红城市”作为战略升级标杆市场的全新开始。以长沙为起点,七匹狼逐步启动门店的升级转型。

10月26日,利郎又一次出圈。在晋江安平桥景区举行的利郎LESS IS MORE“青年知行”年度大秀,将历史与当代、传统与时尚、固态建筑与服饰文化的完美交融。借rapper走秀事件为媒,利郎发布以安平桥为灵感的系列新品,扩大安平桥IP影响力,带动当地文旅消费,让更多人感受到世界文化遗产城市泉州的文化魅力。



利郎 LESS IS MORE 利郎 LESS IS MORE

热点回头看

- 米兰时间2023年1月16日,劲霸男装第四次登陆米兰时装周官方日程。
- 6月1日,利郎少年美育公益计划“艺术课程3: 穿行中国”发布。
- 米兰时间6月19日,劲霸男装第五次登陆米兰时装周官方日程。
- 7月,中国柒牌x中华慈善总会举行爱心捐赠物资签约仪式。
- 8月,利郎官宣升级品牌LOGO。
- 8月15日,九牧王发布杭州亚运会中国体育代表团全新礼服。
- 9月9日,利郎举办“符号演绎”主题数字艺术展。
- 9月9日,“茄克·龙的传人”2023劲霸男装茄克品类专场秀启幕。
- 9月15日,七匹狼官宣品牌全新挚友黄宗泽。
- 9月22日,七匹狼第五次亮相米兰时装周。
- 9月27日,七匹狼“新夹克新七匹狼”品牌战略成果暨新品发布会举行。
- 10月26日,利郎LESS IS MORE“青年知行”年度大秀上演。
- 11月4日,中国柒牌连续5届亮相“中国金鸡百花电影节”。