

爆品频出 纺织服装开辟“凉感”细分赛道

本报记者 施珊妹 董严军 实习生 林可可

高温“烤”验下,“清凉经济”乘势而上。各大商超里,防晒降温产品热度随气温上扬,清凉服饰成消费者购衣首选。从暑期必备的泳装装备到创意十足的“降温神器”,从科技感十足的消暑“新宠”到持续迭代的消暑“好物”……在消费分级加剧的存量市场中,晋江纺织服装企业瞅准夏季服饰激增需求,创新产品,开辟凉感科技功能细分市场新机会,为“清凉经济”持续注入活力。

降温“好物”热销

刚刚过去的周末,福州东百中心人潮涌动。九牧王门店里,福州市民林先生正在试衣。

“我所有裤子都是买九牧王的,穿着很舒服又显瘦。它们家的产品对中年男性身材很友好。”林先生告诉记者,自己之前很喜欢买九牧王的“小黑裤”系列,最近发现九牧王上新了空调裤,摸起来很舒服很轻薄,非常适合夏天穿。

记者了解到,九牧王空调裤采用2:1尼棉配方,内侧棉织风路结构与外侧凉感尼龙纱线组合,实现如“行走的空调”般送风制冷;叠加UPF50+超强防晒、遮热率超30%;同时面料纤维仅有头发丝的1/8,上身轻盈透气。

消费者用脚投票表明喜好。最新的数据显示,上周,九牧王这款定价799元的“空调裤”上市三个月销量破7万条,单品零售额创最快破3500万元纪录,带动品牌35岁以下会员流水激增190%。

同样热销的,还有利郎的冰菠萝衫。

“6月底,冰菠萝衫便已售罄了。这款产品是3月开始销售的,其间全网卖出超20万件,流水同比去年增长了60%。”利郎电商负责人许畅波告诉记者,购买冰菠萝衫的大多为老顾客。该款产品在消费者中很有吸引力,每年很多老客回购。



含“新”量飙升

夏季服饰清凉上新,是前沿科技赋能服装产业的缩影。设计更新与科技创新双轮驱动下,晋江服装产业突破固有局限,在产销两端掀起一阵“清凉风”。

以九牧王空调裤为例,这是一款将赛车领域的降温科技大众化的创新功能性产品。面对高温常态化与男装同质化困局,九牧王提前一年布局极端气候细分需求,受赛车服技术启发,将赛车领域的降温科技运用到大众裤装,在凉感科技功能化细分上建立了差异化壁垒。

空调裤的热销,绝非偶然的“天气红利”,而是九牧王以真需求为根基,以硬科技筑“护城河”打造的爆款产品。创新推出空调裤的九牧王是如此,扎扎实实做好一件衣服的利郎,也将创新这件事做到极致。

今年,利郎推出的冰菠萝衫,已经是其第四代产品了。自2021年问世后,利郎每年对该产品进行迭代升级。

利郎冰菠萝衫采用独特的Y型凉感纱线织成冰氧酷纱面料,通过异性断面纤维结构,将热量导向纤维末端,能带来瞬间凉感,并且可以长时间保持低温的清爽,为肌肤带来全天候的呵护。此外,该面料为棉与莫代尔混纺,兼具棉的吸湿透气和莫代尔的柔

软顺滑,手感舒适,如云朵般亲肤,对皮肤无摩擦刺激,同时吸湿性强,出汗后不会糊在身上。值得一提的是,该面料为利郎自主研发面料,获得实用新型专利证书。

“我们每年都会推出新的颜色,比如今年新推出了粉色、橙色、咖色。我们不断丰富颜色选择,满足不同消费者的个性化审美和搭配需求,轻松解锁各种穿搭风格。此外,今年还推出了定型领。我们一直紧跟消费者需求,倾听消费者意见,不断更新调整产品。”许畅波说。

“创意神器”火爆

在品牌们争先为消费者消暑之时,一些服装企业则恨不得帮消费者把“空调”焊在身上。

位于晋江市永和镇的街潮浪人服饰,生产出“特制服装”:在衣服下摆两侧旋转装进小风扇,插上充电宝,按下开关,便可任意选择自然风、舒适风、速爽风,尽享清凉。从安装到穿着,整个过程只需20秒。消费者亦可轻松拆卸清洗。

“截至目前,今年风扇服的销售总量,比去年增长了50%。今年是‘双六月’(农历年中有两个六月),这款产品还会火爆20多天。”泉州市街潮浪人服饰有限公司总经理柯朝敏告诉记者,公司的风扇服深受国内外市场喜爱,近期持续处于出货的忙碌时期。

同样生产“风扇服”的晋江市爱情海服装制造有限公司总经理张华兹,最近亦十分忙碌:“天气热,我们的订单也跟着火爆。今年同比去年增长了20%。”

眼下正值暑期,泳装装备进入了销售旺季。“今年上半年,我们的销售增长超20%,近段时间尤为明显。”中国洲克控股有限公司副总经理刘丹文告诉记者,受益于国内水上运动热潮(游泳赛事、滨海旅游的持续升温),专业竞速装备需求激增和时尚泳衣场景化消费升级,洲克品牌2025年上半年销售额同比大幅增长2位数以上。

“今年受益于国家全民健身政策支持,游泳赛事和培训规模持续扩大,大众游泳热情高涨,专业训练和日常游泳需求同步提升。洲克品牌竞速两用泳衣得到了市场的广泛关注与认可。”刘丹文说。

刘丹文透露,在洲克畅销的产品中,有两类产品表现尤为突出。其一为专业线产品,即竞速泳衣。受益于全民游泳热,游泳爱好者和赛事选手都会将其作为首选装备。其二为时尚线产品,度假场景消费升级,带动高颜值、多功能泳衣销量跃升。



全产业链联动

销售市场的火爆,也带动了上游供应链产能的加速释放。作为全国知名的服装生产基地,晋江有着完整的服装制造产业链,其中就有不少企业深耕功能性面料多年。

入夏以来,各大服装门店都纷纷上新防晒类服饰,各种轻薄、透气、具备紫外线防护功能的防晒衣物销量迅速攀升。而这,离不开纺织企业的助力。

近日,记者走进向兴纺织金井工厂面料实验室,琳琅满目的测试设备映入眼帘。防晒指数、透气度、耐磨度……向兴纺织研发总监杜国海告诉记者,面料各项功能都能在这里进行测试。

“炎炎夏日,面料的防晒效果要好,材质要轻薄。为了让消费者有更好的穿着体验,我们每年都研发创新功能性面料。”杜国海拿起一款产品介绍,这是今年公司新推出的“薄荷系列”防晒面料。

据悉,向兴纺织创新性运用微胶囊技术,将天然薄荷成分嵌入纤维内部,再纺丝制成高端功能性面料。这款面料具有防晒、凉感、抗菌、除臭等多项功能。这只是向兴纺织众多防晒面料中的一款。截至目前,向兴纺织共拥有100款不同功能的防晒面料,合作知名成衣品牌超百家。

一件防晒衣,折射出服装产业链上下游面对市场变化的主动创新。晋江染整行业协会相关负责人陈肖锋说:“市场变化快,纺织企业同质化竞争严重,传统生产方式难以为继。唯有在技术、工艺上求新求变,才能在市场竞争中夺得一席之地。”

晋江市工业和信息化局副局长刘国振表示,晋江生产的运动类别功能性面料,在国内市场所占的份额逐年提升,特别是防晒类面料,技术附加值也比较高,在出货量中占比持续提升。

晋江纺织服装企业多年深耕,形成了涵盖防晒、凉感、抗菌、速干等多个品类的强大供应链。产业链的协同创新,不仅让“清凉经济”突破了地域限制,更助力构建起兼具本土韧性与全球竞争力的产业生态。企业需在全球竞争中持续加大研发投入,推动“清凉经济”产业链实现从依赖“规模优势”向构筑“技术壁垒”的关键跨越,从而在全球价值链中牢牢占据有利位置。

圈层渗透精准获客

在服装行业流量碎片化加剧、获客成本持续高企的当下,如何实现产品声量与销量的“双爆发”,考验着各家品牌的营销实力。

在这一问题上,今年利郎邀请演员李光洁化身产品推荐官,为冰菠萝衫进行推荐,提升了产品的知名度和影响力。与此同时,利郎还邀请了许多达人做推广,成功实现产品销量转化。

九牧王则通过圈层深度渗透构建“专业+场景”信任链路。针对男装消费主力群体的兴趣偏好,九牧王锚定科技、汽车、旅行三大高增长圈层,联动70多位跨领域KOL打造立体化内容矩阵。

车垂领域达人深入研发中心拆解产品技术原理,旅行博主在户外场景实测穿着体验,更与蔚来汽车创始人李斌展开跨界对话,与一众赛车手共同亮相金盏速度节——系列内容既强化了“空调裤”的硬核科技属性,又通过场景化实证凸显其舒适性能与实用价值。通过这种“专业背书+场景验证”的信任链条设计,精准触达目标客群。

此外,九牧王也把握“节点营销”。借力“五一”消费节点,九牧王充分释放代言人势能,以张云龙、李昀锐为核心打造线上线下联动传播。线上依托社媒开屏、热搜话题形成流量引爆,线下通过代言人亲临门店、出席发布会等活动强化场景互动,将明星影响力与产品“凉感”核心属性深度绑定。这套“线上造势、线下转化”的组合拳,不仅将传播热度推向峰值,更高效完成了从流量聚集到销量转化的闭环。

