



利郎：四年磨一衫 破解穿搭痛点

本报记者 施珊妹



对商务人士而言，Polo衫是适应各种场合的经典单品，却难逃“洗几次就变形”“掉色”的穿搭痛点。聚焦用户核心需求，利郎持续精进，让耐洗Polo衫实现“30次机洗如新”，成为男士长期穿搭的品质之选。

近日，利郎正式发布了耐洗Polo衫4.0。从2023年1.0问世至今，这一产品线已迭代四个版本。在当下“三个月上新季、半年换赛道”的行业背景下，利郎在同一个SKU上投入四年的耐心，以“反常”的选择印证对产品“一米宽，一万米深”的用心。

围绕消费痛点 四年持续迭代

穿洗频繁的夏天，人们陷入“穿—洗—变旧—再买”的循环。棉质亲肤但易变形，混纺面料耐磨但质感欠缺，领口卷边、褪色发灰、版型松懈等问题几乎成为行业通病。

多数品牌的解决方案是加速产品迭代，以新款掩盖损耗——本质上，这是一种“加速消耗”的商业逻辑。事实上，比起一件款式全新的Polo衫，行业和消费者真正需要的，其实是一件久洗如新的Polo衫。

利郎反其道而行，四年持续研发，只为解决一个问题：如何让Polo衫真正历久如新？

自2023年起，利郎每年优化耐洗Polo衫，从1.0到4.0，不断精进耐洗性能，以长期主义回应用户需求，收获了行业与消费者的广泛认可。

在利郎耐洗Polo衫的迭代路径上，呈现出了一个清晰的技术升级轨迹。

1.0版于2023年问世，拉开了这场科技迭代的序幕。此时，利郎想完成的是消费者的“认知破局”。它不只是一件新品，而是把Polo衫从“一件容易旧的衣物”，往“可以反复穿洗的基础单品”推进，让30次机洗如新成为一种日常。

2.0版在耐洗基础之上叠加了放心领防卷边、吸湿速干和UPF50+防晒功能，配合3D立体版型，进一步提升穿着体验，将一件基础款单品推向了“场景适配”的维度。

3.0版则顺应需求再升级，保持耐洗性能的同时，色彩与质感全面，推出多款稳重色系，兼顾商务穿搭的实用性与适配度，让耐洗Polo衫成为适配日常休闲、商旅出行全场景的穿着配置。

4.0版不是一代普通升级，而是一次重塑。利郎将创新投向了纤维层面，推出创新“耐耐丝”材料，重塑棉质科技。它在技术上实现化纤长丝与棉短纤在纤维层面的深度融合，突破传统棉与化纤成股混合的局限。利郎经过反复测试，最终将配比锁定在40%棉短纤、60%化纤长丝的“黄金比例”，在保留棉的自然质感和色泽的同时，赋予其远超传统棉织物的耐洗稳定性。对消费者来说，这意味着“舒适”与“耐洗”不再需要二选一，棉从此耐洗了。

建立标准话语权 赢得用户青睐

伴随利郎耐洗Polo衫收获众多好评，市面上也涌现出各种耐洗衣物。但由于术语混乱、标准不一，消费者难以辨别优劣。

为此，利郎秉持四年磨一件的研发经验，牵手福建纺织材料科技公司，确立《服装耐洗性能及分级》的团体标准。该标准于今年正式实施。标准规定了服装耐洗性能要求与分级、标识，界定了术语和定义，并将耐洗标准推广到贴身类、外穿类等需频繁水洗的服装，为生产与品控提供统一可靠的依据。

这一举措不仅填补该行业标准空白，更推动行业整体的耐洗标准走向规范，也让消费者在选购同类产品时有了更明确的判断依据。

在男装市场同质化竞争日益加剧的背景下，谁能率先建立“标准话语权”，谁就有可能在整个品类中占据制高点。

从企业标准到团体标准，利郎的意图不止于“定义自己的产品”，更在于“定义品类的质量标尺”。当其他品牌依据此标准生产产品时，无形中巩固了利郎作为赛道定义者和引领者的消费认知。

坚持长期主义 极致革新功能

在男装行业整体承压的2025年，利郎的逆势增长充分说明其产品策略与市场风向之间存在高度契合。

报告显示，2025年利郎集团收入同比增长11.5%至人民币40.69亿元，权益股东应占利润上升9.0%至人民币5.02亿元。利郎成为闽派男装史上首家营收破40亿元大关的上市企业。

耐洗Polo衫在内的“极致单品”，为利郎业绩做出重要贡献，并构成了利郎“简约男装”定位下的核心产品矩阵。

不断推陈出新的男装市场上，做出新概念并不难，难的是把一个基础款做深、做透。像利郎这般对着单一产品“死磕”的企业，亦并不多见。而利郎看准一个就较真一个的产品不止耐洗Polo衫。

拒水羽绒服，又是一款利郎持续升级了4年的极致单品。该产品无论是拒水羽绒震荡测试，还是绒子含量、抑防水透湿面料、自主研发专利蓄热里布等面料，4年间都进行了极致的革新。

时尚行业谈论“长期主义”已久，但真正能够在一个基础款单品上持续投入四年，完成四次迭代更迭的品牌并不多见。利郎对产品的聚焦，赋予了它超越周期的生命力。



耐洗POLO衫 | 多一丝丝改变

重塑 NICE POLO 棉质科技

中国品牌之都 领军品牌榜

发布平台: 15880722026
