



服饰行业 月度市场观察

数据大盘 | 行业动态 | 企业动态 | 营销玩法

2022/10.1-10.31

本月重点内容 >>>

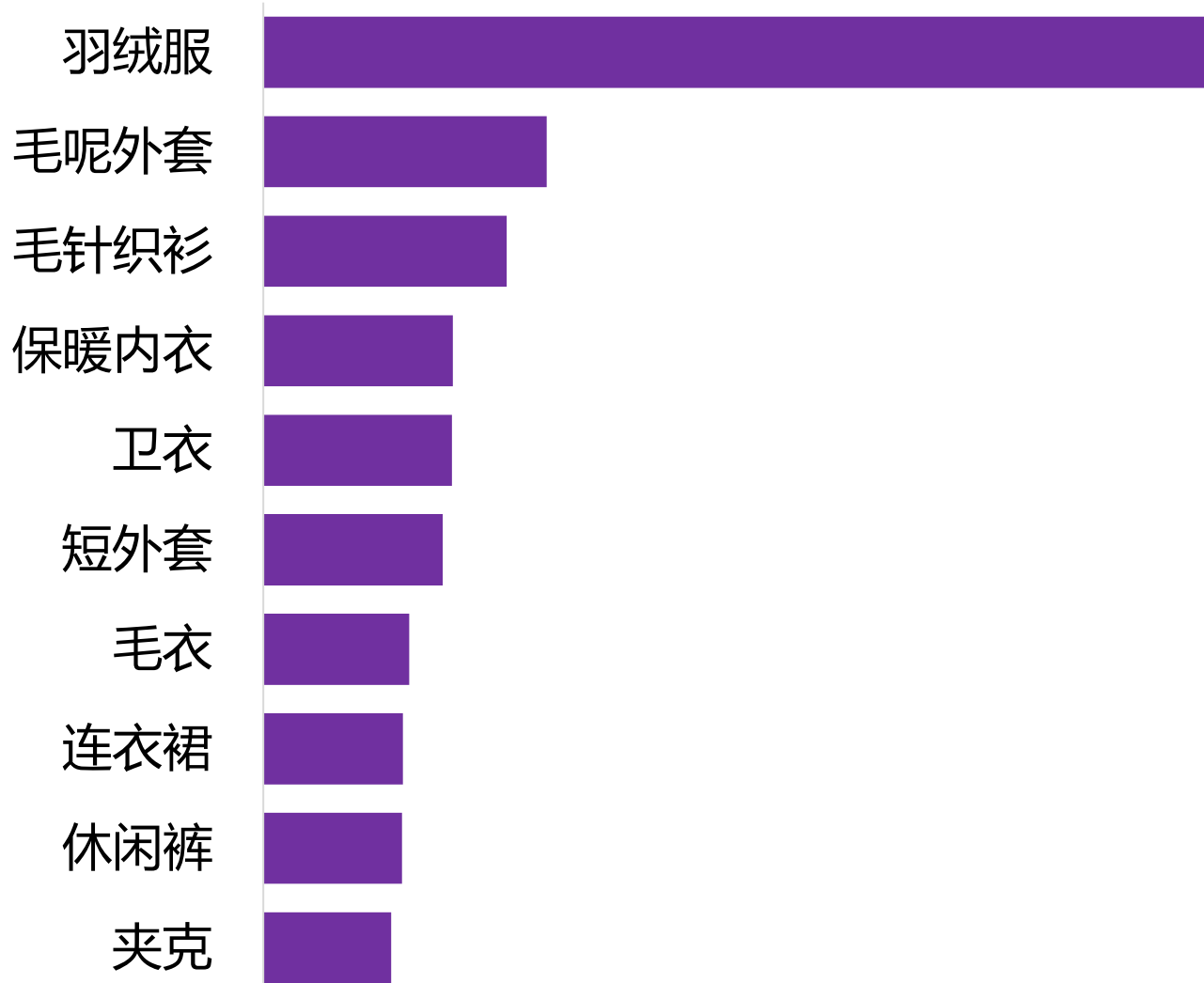
- 冬季来临，服饰行业在抖音和淘系平台预估销售额最高的品类均为羽绒服；
 - 预估销售额位居抖音和淘系平台榜首的分别是鸭鸭和波司登；
 - 2022年10月，服饰行业共新增代言人34位，体育明星越发受到品牌方青睐；
 - 2022年10月，服饰行业与艺人合作的预估销售量前五名仍主要为运动品牌；
 - 从数量上看，10月份服饰行业选择剧综赞助推广的品牌较少。
-
- 「阿迪达斯」公布2022财年第三季度的初步业绩，净利率下降62%；
 - 「adidas」宣布发售与北京马拉松合作的特许产品，主要融入北京城市元素；
 - 「波司登」x设计师品牌「ANNAKIKI」推出联名羽绒服系列；
 - 「蕉内」×「999感冒灵」推出“我不感冒”联名套装；
 - 「lululemon」推出健身内容平台lululemonStudio。

■ 2022年10月服饰行业概况

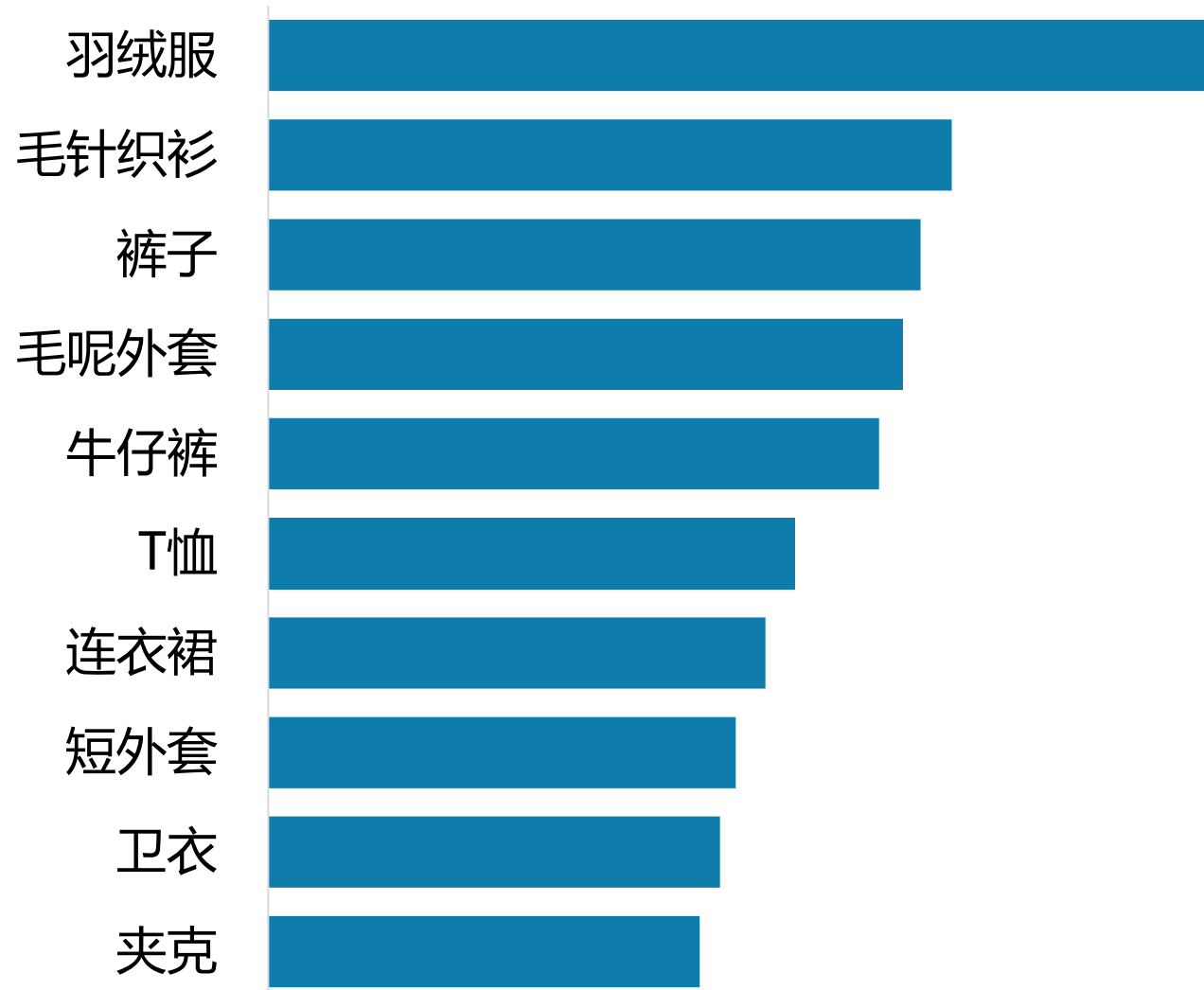
- 2022年10月，冬季来临，服饰行业抖音和淘系平台预估销售额最高的品类均为羽绒服；毛针织衫在两大平台预估销售额呈现增长态势。
- 抖音平台预估销售额最高的品牌为鸭鸭、罗蒙和雅鹿；淘系平台预估销售额最高的品牌为波司登、南极人、恒源祥。

2022年10月抖音平台vs淘系平台服饰内衣品类预估销额对比

抖音平台服饰内衣品类预估销额TOP

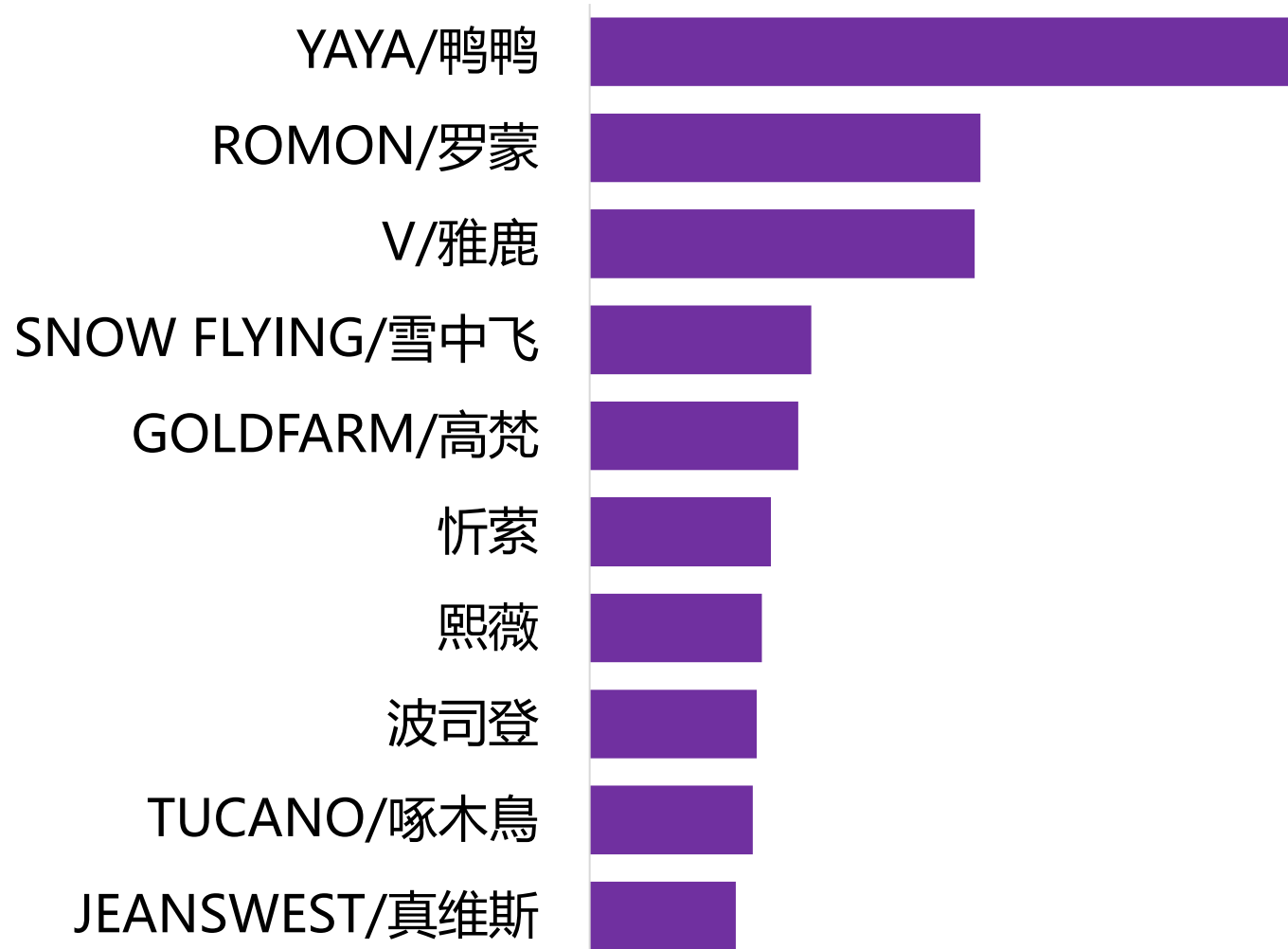


淘系平台服饰内衣品类预估销额TOP

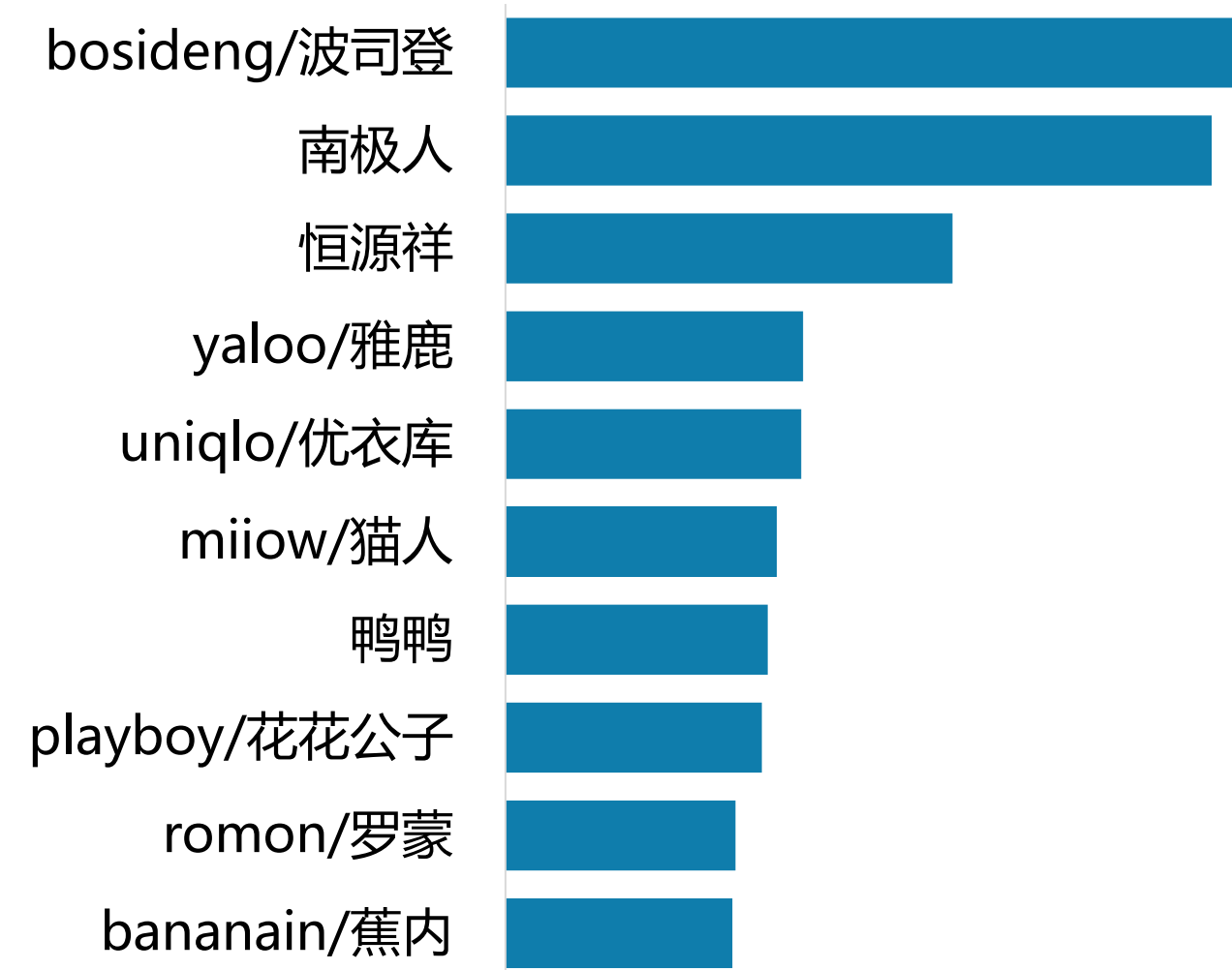


2022年10月抖音平台vs淘系平台服饰内衣品牌预估销额对比

抖音平台服饰内衣品牌预估销额TOP



淘系平台服饰内衣品牌预估销额TOP



注：淘系平台包括淘宝、天猫、天猫超市、天猫国际

source：艺恩电商智库，数据统计周期：2022.10.01-2022.10.31

©2022.10 艺恩 ENDATA Inc.

www.endata.com.cn

■ 2022年10月服饰行业代言概况

➤ 2022年10月，服饰行业共新增代言人34位，相比9月份40位来看，10月份服饰行业官宣代言人数略有下降。其中，体育明星也越来受到品牌方青睐，例如凌智10月份分别与BOGNER博格纳和Jack&Jones杰克琼斯合作。

2022年10月服饰行业新增代言人

品牌	代言人	代言时间	代言title
波司登BOSIDENG	王栎鑫	2022.10.19	星光主理人
波司登BOSIDENG	苏醒	2022.10.19	星光主理人
波司登BOSIDENG	易烊千玺	2022.10.24	品牌代言人
BOGNER博格纳	凌智	2022.10.09	品牌大使
BOGNER博格纳	齐广璞	2022.10.09	品牌挚友
BVLGARI宝格丽	张云龙	2022.10.24	品牌大使
BVLGARI宝格丽	白鹿	2022.10.24	品牌大使
艾莱依ERAL	王楚然	2022.10.20	中国区品牌大使
艾莱依ERAL	项偞婧	2022.10.11	品牌挚友
UGG	王一博	2022.10.24	亚太区品牌代言人
G-SHOCK	王鹤棣	2022.10.26	品牌代言人
森马	任子威	2022.10.09	品牌大使

Jack&Jones杰克琼斯	凌智	2022.10.08	暖冬大使
----------------	----	------------	------

20W+份高价值资源分享社区--清晰洞察世界



添加微信：yyzn20，

备注“资料”加入微信群，

每日免费获取3份最新报告和电子书

关注公众号，每日干货分享

【资源属性】：

运营、产品、增长、营销、数据分析、案例拆解、行业报告、趋势研究、白皮书、电子书...

【覆盖行业】：

教育、电商、直播及短视频、内容产业、泛娱乐产业、保险及金融、投资、人工智能、智能硬件、AR/VR、零售、汽车、社交、社群、社区、母婴儿童、区块链、物联网及产业互联网、B端及企业服务、跨境海外、地产、运动、美食、工具类...

书到用时方恨少，加群获取随时找一扫码加入**每日资料分享群**，结交人脉，超强赋能

■ 2022年10月服饰行业代言概况

➤ 2022年10月，服饰行业与艺人合作的预估销售量前五名仍主要为运动品牌。且相较9月份，李宁、安踏、耐克仍然保持前五，FILA斐乐，LANVIN浪凡，探路者Toread成为10月服饰行业最大三匹黑马。

2022年10月服饰行业商业合作艺人带货情况

品牌名称	相关商业合作艺人	商业合作艺人带货预估销量	商业合作艺人带货预估销售额	商业合作艺人带货商品数量
李宁LINING	2	170,376	56,076,485	2,452
安踏ANTA	1	121,737	56,042,355	436
FILA斐乐	2	69,440	39,367,213	416
Nike耐克	2	27,683	15,971,716	409
LANVIN浪凡	4	3,379	9,911,275	28
探路者Toread	1	8,463	9,364,517	92
TeenieWeenie	1	6,851	4,454,102	83
Givenchy纪梵希	4	8,339	3,807,630	14
特步XTEP	1	7,223	3,697,273	700
DAZZLE地素	1	1,147	3,286,547	316
前十品牌平均值	1.9	42,464	20,197,911	495

■ 2022年10月综艺市场概况

2020年10月，服饰行业投放渠道主要为爱奇艺，且集中于剧集投放；从数量上看，10月份服饰行业选择剧综赞助推广的品牌较少。

2022年10月服饰行业剧综赞助及曝光情况

品牌	赞助视频	投放渠道	投放形式	品牌露出总频次
唐狮TONLION	听见我的声音	爱奇艺	赞助	1
金至尊	我的秘密室友	爱奇艺	合作	1

- **「阿迪达斯」第三季度净利率下降62%**

关键词：阿迪达斯、销售额、缩减

内容摘要：10月20日，「阿迪达斯」公布2022财年第三季度的初步业绩。公司第三季度销售额为64.08亿欧元，同比增长11%，净利润为1.79亿欧元，较去年同期的4.79亿欧元缩减约62%。（36氪）

- **「Moncler」入驻天猫奢品，首发70周年限量新品**

关键词：意大利、天猫奢品、70周年

内容摘要：10月9日，意大利奢华羽绒品牌「Moncler」正式入驻天猫奢品。这是其在国内电商开设的首家旗舰店。店内上新了2022秋冬系列，同时发布品牌70周年限量版MONCLERMAYA羽绒服。（36氪）

- **「Gucci」邀请NFT持有者探访品牌起源地**

关键词：配饰、初尝禁果

内容摘要：10月7日，奢侈品品牌「Gucci」邀请其部分NFT持有者前往意大利佛罗伦萨探索品牌起源地。受邀者可以参观Gucci档案馆、在品牌米其林星级餐厅Gucci Osteria用餐。Gucci对NFT趋势一直持开放态度，此举也是为了加强品牌与元宇宙之间的联系。（LADYMAX）

03

营销玩法-IP联名

- **「波司登」x「ANNAKIKI」推出联名羽绒服系列**

关键词：未来感、羽绒服

内容摘要：10月25日，「波司登」宣布与设计师品牌「ANNAKIKI」合作，推出“虚实共生”联名羽绒服系列。新品主打未来感设计风格，以不规则几何印花塑造多维视觉效果，采用800+高蓬松度鸭绒。（官方微博）

- **「adidas」x「北京马拉松」发售特许产品**

关键词：马拉松、北京城市元素

内容摘要：10月21日，「adidas」宣布发售与北京马拉松合作的特许产品。adidas将北京城市元素、北马沿途地标建筑、完赛瞬间融入产品设计，推出短袖T恤、长袖T恤、长袖夹克和adidasADIZEROADIOS7北京城市特别版“冰糖葫芦”跑鞋等产品。（官方微博）

- **「Vans」x「海贼王」联名系列即将发布**

关键词：海贼王、动漫IP

内容摘要：10月22日，「Vans」宣布将与日本动漫IP《海贼王》发布联名鞋服纪念系列。此次联名正值《海贼王》诞生23周年，品牌还特别与日本喜剧演员出身的艺术家NikugusoTarou合作。该系列亮点为360度覆盖《海贼王》图案的Sk8-HiPunkHazard鞋款，以及向草帽致敬的VansClassicAuthentic鞋款。所有产品将于11月11日登陆Vans门店和官网。（Nowre）

03

营销玩法-IP联名

- 「蕉内」×「哈利波特」，「蕉内」×「999感冒灵」

关键词：联名、我不感冒套装、蕉内热皮、哈利波特

内容摘要：10月18日，内衣品牌「蕉内」推出与电影《哈利波特》联名的秋冬家居系列。新系列以《哈利波特》中四个学院为灵感，设计厚款睡衣、家居服、围巾、帽子等产品。10月19日，内衣品牌「蕉内」宣布和医药品牌「999感冒灵」联名推出“我不感冒”套装，包含一套蕉内热皮单向导湿套装和3枚爱戴爆珠口罩。同时，品牌发起话题互动，邀请用户分享为何对艺术、金钱、爱情不感冒。（官方微信）

- 「BURBERRY」x 「Minecraft」推出联名系列

关键词：游戏IP、联名系列

内容摘要：10月21日，奢侈品品牌「BURBERRY」宣布将和热门游戏IP《Minecraft》推出联名系列。产品包括将BURBERRY图标与Minecraft图案融合的连帽衫、围巾等实体单品，以及游戏皮肤、配件和虚拟商品。（品牌官网）

- 「KITH」x「宝马」推出合作系列服饰

关键词：运动时尚、宝马

内容摘要：10月07日，美国运动时尚品牌「KITH」正式发售与豪华车品牌「宝马」合作的服饰系列。这是双方的第二次合作，本次服饰设计以墨绿色BMW1602以及i4M50车型为灵感，包括服饰箱包、雪板，毛巾、地毯等产品。（Nowre）

- **「lululemon」推出健身内容平台**

关键词：健身、lululemon、直播

内容摘要：10月05日，「lululemon」推出健身内容平台lululemonStudio。用户可通过家居智能健身产品Mirror及专属App访问lululemonStudio，以随时随地观看点播和直播健身课程。此外，lululemon还推出会员计划，提供无限制参加lululemon体验店课程以及享受lululemon产品10%折扣等权益。（界面新闻）

- **贴身服饰品牌「HUXI乎兮」上新乖乖肌系列秋冬新品**

关键词：秋冬新品、乖乖肌、敏感肌

内容摘要：10月08日，爱慕股份旗下科技健康贴身服饰品牌「HUXI乎兮」上新“乖乖肌”系列秋冬新品，并发布《人类驯服敏感肌记录影像》主题TVC。乖乖肌系列采用的面料均符合婴幼儿及儿童纺织产品安全技术规范A类标准，适合敏感肌使用。（品牌官方）

- **「李宁」上新防护主题鞋产品**

关键词：新防护、防滑、保暖

内容摘要：10月07日，运动品牌「李宁」宣布上新防护主题鞋产品。新品针对秋冬气候研发，主打防水、防滑、保暖功能，适用于雨雪天气、路面湿滑和降温等情况。（官方微信）

报告说明与免责声明

本次研究说明：

数据来源：艺恩营销系统；艺恩电商智库

数据选取周期：2022年10月1日-10月31日；

免责声明

艺恩ENDATA报告所提供的数据来源于艺恩数据库、大数据采集、用户调研、专家调研、模型预估以及行业公开和市场公开数据分析得出。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性，艺恩ENDATA力求但不保证所提供数据信息的完全准确性，依据上述方法所估算、分析得出的结论仅供参考，艺恩ENDATA不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。公司不保证报告中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，公司可能会发出与本报告所载资料、数据、观点和推测不一致的研究报告。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与艺恩ENDATA无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

版权声明

本报告由艺恩ENDATA制作，报告中文字、图片、表格等受中国知识产权法等法律保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归艺恩ENDATA所有。报告中所引用的第三方数据版权归原作者或机构所有，艺恩ENDATA不承担任何责任或义务，仅供用户参考。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规的规定，最终解释权归艺恩ENDATA所有。

艺恩数据解决方案中心

如欲了解更多其他行业洞察及观点，请联系

 cs@endata.com.cn



(了解更多)



(添加微信)