



# 品牌跨界寻求市场增量新路径

## 七匹狼、九牧王、利郎等纷纷推动品牌年轻化进程



时尚展示



品牌跨界融合

在经济全球化的大背景下,泉州这座历史悠久的城市,正以其独特的产业优势 and 创新能力,引领着一场品牌跨界融合的市场变革。在时尚界,泉州品牌凭借对市场趋势的敏锐洞察,通过跨界合作与产品创新,成功打破了传统市场的界限,为自身发展开辟了新的增量空间。

■融媒体记者 杜连财 文/图

361°  
多一度热爱



微信扫一扫,获取更多前沿资讯

淘工厂

匹克体育  
PEAK

### 跨领域的元素碰撞

在时尚界,跨界合作早已成为品牌创新的重要手段。然而,当传统男装品牌七匹狼与上海中船文化传媒有限责任公司(看舰文创)携手,将时尚与军工元素相结合时,这场跨领域的元素碰撞无疑为男装市场带来了前所未有的震撼。

今年4月13日,上海东方绿舟航母公园,一场别开生面的时尚盛宴在这里上演。七匹狼实业股份有限公司举办的“七匹狼航母大秀暨2024-2025春夏新品发布会”不仅吸引了众多时尚界人士的目光,更让消费者们对七匹狼的品牌形象有了全新的认识。

此前,同城的另一服饰品牌利郎,也以一场独特的时尚盛宴在晋江安平桥上上演。模特们身着利郎精心设计的安平桥系列新品,行走在古老的石桥之上,将这座世界文化遗产的古桥与现代时尚元素完美结合,开启了历史与时尚跨界融合。

发布会上,七匹狼与看舰文创共同推出的航母纪念款系列男装成为最大亮点。这一系列以航海科技为灵感来源,将军工元素巧妙地融入服装设计之中。超透气、超防水、更耐磨、可拆卸等功能特点,不仅体现了产品的科技含量,更彰显了七匹狼对品质的不懈追求。

这场跨领域合作的背后,是七匹狼对品牌创新和市场需求的深刻洞察。在当前市场环境下,消费者对于服装的需求已经不再局限于保暖和遮羞,他们更追求个性化和差异化。七匹狼通过与看舰文创的合作,成功地将军工元素与时尚设计相结合,打造出了具有独特魅力和市场竞争力的新品。

在利郎执行董事、副总裁王俊宏看来,安平桥的时尚跨界是一次成功的尝试,不仅展示了利郎品牌的创新精神和文化内涵,也为传统文化与现代时尚的融合开辟了新的道路。

### 推动品牌年轻化进程

近年来,品牌年轻化已成为时尚界的重要课题。众多品牌纷纷寻求创新,以更加年轻、有活力的形象吸引年轻消费者。七匹狼以消费者需求为导向,不断推出具有科技含量的新品。

以航母大秀推出的商旅科技夹克为例,该夹克结合功能面料与高科技制作工艺,既满足了商旅休闲的需求,又兼具户外时尚潮流属性,更引发了年轻消费群体的时尚共鸣。

在七匹狼董事长周少雄看来,中国时尚行业,已经展现出了日益多元、高效率 and 科技驱动的新典范,时尚不再局限于一种衣着形式,而是科技、创新和个性的融合。

在品牌年轻化方面,同城品牌九牧王也体现了对市场趋势的敏锐洞察和积极应对。4月11日,该品牌正式宣布范丞丞、李昀锐、魏大勋、张云龙、朱亚文五位男星成为其品牌代言人。

九牧王此次选择的五位代言人,均是在各自领域具有广泛影响力和深厚粉丝基础的明星。他们不仅代表着当代男士的多元审美和个性追求,更与九牧王一直以来所强调的品质与创新理念高度契合。通过与这些明星的合作,九牧王成功地将品牌精神与年轻、时尚、品质等元素紧密结合,进一步提升了品牌的市场影响力。

据悉,九牧王并未止步于此。在官宣代言人的同时,公司还推出了全新的五裤矩阵,包括商务户外1号、轻松裤、小黑裤、自由牛仔、高定西裤,这五款裤型各具特色,覆盖了商务、休闲、户外等多种场景,充分满足了不同消费者的个性化需求。这一创新举措不仅展现了九牧王对市场需求的深刻洞察,更体现了其在产品设计和创新方面的强大实力。

### 破圈以寻求市场增量

在九牧王的努力下,其品牌影响力和市场份额均得到了显著提升。数据显示,九牧王的男裤累计销售已超1亿条,平均每7秒就能卖出一条裤子,全球销量领先。这一成绩的取得,不仅是对九牧王品质与创新的最好证明,更是对其市场地位的有力巩固。

据国家统计局数据显示,2023年我国社会消费品零售额47.15万亿元,同比增长7.2%,其中服装鞋帽针纺品类累计消费同比增长12.9%。然而,看似上扬的数据背后,是受宏观环境影响而趋于理性的消费者们。在性价比消费的趋势下,时尚品牌更需要注重产品的体验感、舒适度、文化价值等,不仅满足消费者的理性判断,也要在品牌内涵和价值观上与消费者建立共鸣。

“正是因为现代社会,消费者更加注重精神传达。拥有这样特性差异化标签品牌的产品则难以被取代,只会随着时间的更迭历久弥新,深深植入消费者心智。”在王俊宏看来,实体产品容易被复制,但品牌差异化、特色创意、精神内核不可复制。

在全球经济波动和消费者需求多样化的背景下,利郎品牌通过一系列创新和战略调整,成功破圈,寻求市场增量,实现了品牌价值的不断提升。这反映在上月公布的2023年业绩报告上,报告期内利郎营收和净利润实现两位数双增,其中,营收同比增长14.8%至35.44亿元,净利润同比增长18.4%至5.304亿元。

在业界人士看来,利郎精准定位市场,推出符合年轻人审美和穿着需求的新品,同时在营销策略上大胆创新,利用新媒体和社交平台与年轻消费者互动,与热门综艺节目和明星代言人开展合作,提升品牌知名度和影响力,积极传递积极、向上的品牌精神,增强消费者认同感和忠诚度。