

“泉州制造”发力保暖科技

泉州鞋服品牌的保暖新品正火爆热销,产品科技性能、美观设计与实用功能相比往年实现进一步升级

□融媒体记者 林梓柔 文/图

随着气温逐渐降低,北方消费者忙着为衣柜补货,南方消费者也开始添置过冬装备,我国保暖鞋服市场持续升温。作为纺织制造大市,泉州鞋服品牌在线上线下门店同步上新各类保暖新品,吸引大量消费者咨询选购。

整体来看,保暖科技仍为泉州企业今年的核心发力点,多款重磅新面料、新技术被应用于鞋服产品,进一步强化保暖优势。同时,功能性与美观性也备受企业关注,覆盖运动、休闲、居家、商务等多场景的产品百花齐放,竭力契合消费者“要暖暖过冬,也要美美过冬”的诉求。

“泉州制造”近期销势亮眼

10月9日—11月11日,泉州网络零售额达373.9亿元,其中实物商品网络零售额351.3亿元,占全省比重高达33.1%。

10月以来,各大鞋服品牌直播间的观看人数较平时有了显著增长,频频有用户发出“主播,这件外套充绒量是多少,能穿到多少度?”“身高1米6体重95斤,拍什么码?”“几点有直播券?”“几个颜色都上身看看吧,拿不准要买哪个”等提问或评论,主播们也孜孜不倦地讲解和试穿;与此同时,多个社交平台上涌现出各种“好价”教程,详细拆解如何叠加不同优惠券、满减券和红包等折扣。线上线下门店同样在显著位置呈现“购买指定尖货产品,限量加送运动袜”“秒券叠加600减270”“双11狂欢节!折上5折起”等活动提示,吸引消费者进一步了解。

换季需求和大促刺激下,鞋服销售量增长明显,作为制造大市的泉州在今年“双十一”期间获得了亮眼的成绩单。数据显示,10月9日—11月11日,泉州网络零售额达373.9亿元,其中实物商品网络零售额351.3亿元,占全省比重高达33.1%。服装鞋帽针纺织品在实物商品零售中占比最高,达44.9%,从男装、女鞋到童装童鞋,全品类覆盖满足不同消费需求。

亮眼业绩的背后,是泉州本土品



品牌门店上新保暖服饰

牌的不懈发力。据悉,今年“双十一”,361°品牌以1.95亿元的天猫商城零售额跻身TOP1,361°官方旗舰店更是以1.56亿元的销售额登顶全市店铺榜,成为国货品牌突围的典范。11月14日,记者在361°官方旗舰店看到,包括加绒套头衫、摇粒绒卫衣、加绒鞋、冲锋衣在内的多款产品置于热销榜前列,被大批消费者加购。以一款加绒套头衫为例,平台数据显示,该套头衫周销量上涨3倍,累计超30万人付款,好评人数和回购人数均破万次。除了这款经典产品,今年361°还推出了Ultra极睿羽绒服、燥绒科技羽绒服、女子新肌SE系列、溯风保暖鞋等新品,能够应对极寒、湿冷、大风等不同地区的天气状况,也获得许多消费者关注。

男装品牌利郎近期表现同样亮眼,位列天猫淘宝商务男装店铺榜第2名。今年,利郎再度升级拒水羽绒服,首次推出湿冷分级系统,为阴冷、湿冷、非常湿冷等不同寒冷环境提供羽绒服指引性穿着建议,并研制出适配的保暖产品。例如,LITE轻薄款拒水羽绒服使用了仿生鲨鱼腮透气系统,户外活动更自如;PRO中深冬款拒水羽绒服采用高性能防风防水高弹面料,应对冬季风雨更专业;MAX中深冬款拒水羽绒则使用了超320g的充绒量和热反射里布,穿起来热量流失更少,更加暖和。“我儿子、我爸和我老公在不同的城市,气候不一样,冬天要穿的衣服也不一样,利郎新出的羽绒服看起来还挺合适的。”市民陈女士说道。

不只是运动品牌和男装品牌,泉州制造的女鞋、童装及帽子、包包等配饰近期销量也有所增长。值得一提的是,许多品牌都针对消费者可能应对的场景,进一步丰富了产品线风格,为消费者提供了较充足的选择空间。

多家企业产品取材航天科技

这个冬天,多家泉州企业不约而同“卷”进了航天科技赛道

“卷”科技是泉州鞋服品牌近几年

的主要发力点,时常有新面料、新专利问世。这个冬天,多家企业又不约而同“卷”进了航天科技赛道。

10月16日,安踏携手武汉纺织大学正式公布全新保暖技术安踏六度芯科技,该科技从嫦娥六号月面国旗面纱技术中获得灵感,采用了同类火山岩功能性材料,具备多项性能优势。“六度芯科技的研发历经200多次实验,通过反复调整粉体粒径、图案比例、粘合剂类型与印花工艺,最终实现了保暖、质感与舒适度的平衡。”研发团队人员介绍,六度芯材料突破无机玄武岩纤维一维线形材料复合加工瓶颈,其采用羽绒内里搭配印花设计,能够帮助人体蓄能升温,实现动态保暖,具有“辐照升温、热能反射、蓄热保暖、均衡导热、不惧水洗、持久呵护”六大性能优势。实验室数据显示,安踏六度芯科技面料能够升温6度,相较于普通面料更保暖。目前,已有多款采用该科技打造的羽绒产品面向大众出售。“将航天同源材料融入冬季服装,能够让消费者轻松实现‘千元上身太空科技’的高质体验。”安踏方面表示,未来将继续深耕前沿材料与科技转化。

早前将航天材料应用于跑鞋领域的特步,最近又将目光瞄准了棉服,推出采用航天级保温材料的保暖科技棉服。“该棉服使用航天级保温材料PI纤维,具备更蓬松的储热结构,能够高效锁温。对比等重普通仿丝棉,其保暖性能提升66.3%。”特步方面介绍:“它具备低吸水性、导热性能和远红外功能,这样冬天进行跑步等训练的时候,也不容易有闷汗湿冷的感觉,体感更干爽也更轻盈。这款棉服使用了高强度纱线,压缩后能够快速回弹,也就是说它很耐造,不怕机洗,能够减轻大家的打理负担。”

男裤品牌九牧王亦选用了航天级别的锁温材料,推出保暖太空裤,有效改善了传统冬装厚重臃肿的问题。其中,“太空裤101版”采用双层复合面料,外层是40针经编高密针织面料,内层则是航天一〇一所研发的Aero-stech®纤维,具有超轻、超柔、超保暖、防皱、防菌、防静电的优点。“太空

裤热绒版则借鉴三明治结构,在防护外层和亲肤内层的基础上加入了锁温中间层,保暖力相当于2条加绒裤。”九牧王品牌副总经理兼销售中心总经理尤铭忠在太空裤发布会上表示,未来九牧王将跟航天一〇一所在新材料研发、新面料应用、新标准制定等领域展开更深度合作,继续深耕科技与服装的创新融合,做航天科技普惠的实践者,做消费者穿着需求的响应者。

业界分析,服装行业对航天材料等尖端技术的应用,不仅能优化产品的核心功能与穿着体验,让衣物在保暖、透气、耐磨等关键维度实现突破,更能有效强化产品差异化,助力相关品牌跳出同质化竞争赛道,同时为整个行业的技术升级与高质量转型注入强劲动力。

迎合“一衣多穿”和多重防护需求

几乎每家生产成人服饰的泉州都推出适应多重防护需求的产品

《2025双11服饰美妆消费趋势调研报告》显示,关注商品可验证成分、可量化功效的“参数党”快速崛起,意味着消费者正主动回归以“商品功能本质”为核心的消费逻辑,用更理性的标准筛选真正有价值的产品。60.5%的人在选购冬季服饰时“重品质轻数量”,优先选面料好、抗寒款式;33.7%在意“实用优先,兼顾保暖”,关心耐穿度和抗寒度;54%的人会“看参数选购”,确保“买对、买值”,降低试错成本。

“关注功能”这一趋势从社交平台上的网友留言也能看出来。这两年,诸如冲锋衣、三合一羽绒服在内的“一衣多穿”产品备受欢迎,三防面料、四防面料也具有较高讨论度,许多泉州都推出了相应产品。从361°可抵御暴雨的轻野系列冲锋衣,到七匹狼选用三防羽绒打造的牛奶皮3.0羽绒服,再到特步搭载四防面料的多场景跑步棉服,可以说几乎每家生产成人服饰的泉州都推出了适应多重防护需求的产品。

童装企业亦紧随其后,同样有多款兼具耐穿特性与实用功能的产品相继面市。以MOMOCO为例,其推出的三防科技羽绒服刚刚获得2025年度儿童防护羽绒服质量奖和2025沸腾质量奖,拥有远高于国家标准的拒油性能、易去污性能和防水性能。此外,MOMOCO还推出了石墨烯能量衣、强防水羽绒服、火山岩发热羽绒服等产品,以舒适且易打理的特性获得许多好评;皇室童缘同样推出了防水防油防污的三防御寒羽绒服、一衣多穿的高效三防冲锋衣等产品,备受家长认可。

“冬天的衣服得买质量好点的才够保暖,但这类衣服单价一般都不便宜,所以我更倾向于能一衣多穿的款式。另外冬天衣服也不用经常洗,不耐脏真的挺关键,这也是我选衣服时会重点考虑的。”市民王先生说:“给小孩买衣服就更不用说了,他们天天跑来跑去爱出汗,还爱到处蹭、随便抹,方便穿脱的三合一加上三防面料,真的特别合适。”