

户外运动成新时尚热点

小众细分品类正迅速发展

□记者 孙璐

最近几年,户外运动正逐渐被大家认可和接受。在全民健身热潮的大环境下,参与户外运动的人数稳步增加,从最初极少数人参与的小众运动逐渐发展成为大众广泛参与的运动,户外生活方式成为人们最向往的健康生活方式之一,户外运动也越来越多地占据了人们的眼球。目前,国内的户外用品市场由于国际品牌的涌入,品牌之间竞争逐渐加剧。

从2000年到2014年,国内户外用品的零售总额增长速度每年达到了42%,2014年零售总额达到200.80亿元,越来越多的品牌与产品开始出现,并且发展迅速,整体热度大增。

体育、旅行与户外用品联系更加紧密

春季到了,很多人会选择出门踏青或者户外露营,所要准备的必需品包括帐篷、睡袋、睡垫、烧烤装备、火炉、锅、刀具、水杯等产品,这些装备通常瞄准的是与徒步、登山、骑行、野营等户外运动爱好者以及自驾游的用户。

作为户外行业领跑品牌的探路者,户外用品类和体育品类丰富的产品形成品牌在产品方面的“双保险”。

而对于消费者来说,最明显



看到的是其对产品的创新和丰富,除了固有的户外全系列产品,探路者大力扩展了越野跑及冬季冰雪运动产品线,推出跑步服装、跑步鞋、跑步装备、滑雪服装、滑雪配件等一系列产品。

据记者了解,探路者本季推出的旅行系列配色更多地加入了中性色配亮色的方式,更适合高频的日常穿着,多袋设计强调旅行核心的收纳功能,连帽带毛领长款廓形,更强调了穿着的休闲时尚风格。

此外,探路者还推出全新健走鞋系列,全鞋采用优质反毛皮搭配牛津布材料,质感出众,同时,搭载双密度健走鞋底,让日常行走轻盈稳健。

户外市场小众细分品类逐步兴起

随着汽车保有量的上升,户外运动兴起,自驾游越来越火,车顶帐篷的市场开始好起来。今年,很多品牌将关注点放在了小众细分品类上,开发了专门用于越野滑雪的背包,以及专门放置雪具的车顶架,雪鞋、雪板、雪仗可以被整齐有序地放在车顶,以便开车往返雪场。

Rex spec则是专注于宠物狗的户外活动,为狗设计了墨镜、挂包、衣服、脚套等。此外,诸多户外军品品牌也成为一大亮点,例如来自台湾的MAGFORCE与美国的5.11。这些小众的品类

都有非常明确的使用场景和目标人群,户外领域的小众市场正在被越来越精准地挖掘。

儿童户外用品概念正在迅速发展

在成人户外品牌大力发展的同时,很多品牌开始增加儿童产品线,且专注于儿童户外细分市场的品牌增多。阿迪达斯Kids品类在中国市场的销售规模实现25%年均复合增长,这是阿迪达斯业绩的重要增长来源之一。

在银座商城户外用品专区记者发现,被大家所熟知的探路者和法国户外品牌CIMALP在今年都推出了儿童滑雪服。此外,雪镜品牌SPY在今年也带来了专为0-12岁儿童生产的太阳镜品牌,捷克品牌ALPINE PRO就主打时尚家庭概念,推出了不少亲子装。

女性户外用品成为新时尚

据调查显示,每周运动一次以上的女性占71.8%,其中每周2-3次是主流,占30.7%。耐克、阿迪达斯等国际运动品牌、传统内衣品牌以及国内的运动装备品牌也在抢占女性运动内衣的市场,就连Chanel、H&M、ZARA等奢侈和时尚品牌,都推出了运动款产品,女性运动加休闲已成为时尚及趋势。除了运动内衣,女性滑雪板、自行车、背包和女性相关的户外用品也在呈专业化发展。

时尚的户外品牌 哪个是你的菜

随着户外运动的盛行,户外服装搭配也受到了更多的关注,原来运动也可以穿得时尚又个性。摆脱对户外品牌款式和设计的偏见,来认识这几个充满时尚气息的户外品牌。



Arc'teryx(始祖鸟)

Arc'teryx(始祖鸟)是加拿大的顶级户外品牌,也是公认的顶级奢侈品,有着对新工艺和新技术近乎疯狂的追求。对于Arc'teryx来说,最出彩的当然是TA的服装系列,无论是Hardshell还是Softshell,几乎每件都可以用艺术品来形容,而且服装的功能完善,细节出色,给户外使用者充分的体验和完善的保护,让我们更接近大自然的挑战。

Haglöfs(火柴棍)

自1914年发迹于瑞典的一个小城镇,最初以手工缝制背包开始,至今已近百年历史,现在有服饰、背包、鞋子、睡袋等多达500多种产品,品牌遍及全球。现在Haglöfs已是世界顶级户外装备品牌,不但是瑞典最大的户外品牌,同时也是北欧最大的户外产品制造商和提供商,在世界上也多次获得大奖。

Mammut(猛犸象)

“一个拥有152年传奇历史的户外品牌。”Mammut运动用品集团是世界领先的高山运动、登山和户外运动装备生产商,其产品以可靠的质量和创新的领导着世界潮流。Mammut品牌代表着最高的安全性,其产品线几乎覆盖所有户外领域,包括内衣、中间层、冲锋衣、高山靴(可装冰抓)、睡袋、背包、登山绳索、快挂、保险带、头灯和防雪等。



Norrøna(老人头)

Norrøna于1929年在挪威建立,至今由家族经营管理,产品高端、高质、功能性较强。产品开发的初衷是为在极端环境下的使用,为一些在世界上最苛刻的用户生产专用的测试产品。同时,老人头对服饰的颜色把控也是相当的出彩,几乎每件装备都是一件艺术品。

The North Face(北面)

The North Face这个名称源于山上最冷、最难攀爬的北坡,形象来源是Half Dome,意味着探索最难最险的户外精神。1997年,The North Face采用全新的宣传标语——“探索永不停止”,从此成为品牌最重要的精神口号。



惠生活

打折又赠礼 节后促销余温不减

□记者 刘丽娜

妇女节过后,很多商家持续的促销活动令节后市场依然活跃。记者走访各大商场,发现一些品牌专卖店依旧延续着节日期间的促销活动,有的消费满额赠券,有的可以领取奖励金,通过不断地促销,保持着节日市场的热度。

领秀城贵和购物中心

汤姆家的第7届牛排节:3月10日起至5月1日,汤姆家的牛排节欢乐开幕,狂欢Party怎能没有你?

活动期间进店消费满99元,即可获赠明星牛排半价券一张(最高可省39元);消费满158元,即可获赠明星牛排半价券+小吃免费券(最高可省51.8元);办理充值卡,即可参与幸运大抽奖活动。

世纪缘珠宝:春暖花开,“坠”美女神季,正式开启,全场吊坠699元起。珍珠吊坠699元,钻石吊坠899元,紫晶吊坠1299元。消费满

2000元返400元。女神更璀璨,正价镶嵌类饰品(黄、铂金除外),每满2000元,立返400元用于第二件正价镶嵌类饰品,可累计。镶嵌类饰品(黄铂金除外)满2000元,即送精美金箔玫瑰1支,不累计。

贵和购物中心

菲仕乐专柜:即日起至3月12日,品牌正价产品,消费满2000元减300元(套装及特价产品除外),3月全国售后服务月福利,菲仕乐会员专享配件5折优惠。

菲仕乐蔬果原汁机+嵌入式单孔电陶炉会员专享价9800元。雅格28厘米带盖双柄炒锅+菲仕乐多功能料理机会员专享价6980元。雅格28厘米双柄炒锅+新味达维皇家6升高速快锅会员专享价6180元。大料理机+台式单孔电陶炉会员专享价15800元。

AUM:即日起至3月12日,玛丝菲尔奥姆品牌春夏款大酬宾,全场特卖1-3折超低折扣。

潮宏基:3月8日至4月9日,“怦然心动”系列钻石坠链,预售特惠

价仅需2599元。4月9日后即恢复原价4680元,欲购从速。**资生堂:**三月开启浪漫满赠活动四重满赠,超值体验。

第一重购买满1080元,赠美白旅行套装(新透白美肌亮润洗面膏、新透白美肌臻白祛斑精粹水、新透白美肌夜间祛斑柔护乳、新透白美肌夜间祛斑修护凝霜,价值472元)。

第二重购买满1880元,在1080元基础上加赠特殊护理套装(红妍肌活精华露、新透白美肌集中焕白眼霜、新透白美肌源动力美白面膜,价值874元)。

第三重购买满3280元,在1880元基础上加赠高机能修护旅行套装(悦薇珀翡紧颜亮肤水、悦薇珀翡紧颜亮肤乳、悦薇珀翡塑颜臻白精华液、悦薇抗皱美容露、悦薇紧肤面膜,价值1697元)。

第四重购买满4088元,在3280元基础上加赠琉璃御藏奢华旅行套装(时光琉璃御藏丰润洁面乳、时光琉璃御藏集效焕透精华

液、时光琉璃御藏集效奢养霜、时光琉璃御藏集效奢养眼唇霜、时光琉璃御藏集效奢养精华油、时光琉璃御藏防晒隔离乳,价值2740元)。

银座商城

3月5日起每周日到周四,用户在银座超市内使用支付宝支付,消费满2元即有机会领取单笔最高999元奖励金。奖励金在每周五、周六两天可以直接抵扣现金使用。(活动结束日期及使用规则详见支付宝客户端),如果使用的资金渠道是支付宝花呗、余额宝渠道,本次获得的奖励金有一次翻倍机会,最高翻100倍。

银座商城春季化妆节盛装开幕,即日起至3月12日,持银座会员卡购一线化妆品消费满999元返200元电子券,购二线化妆品消费满199元返50元电子券,购化妆品实付金额满2680元、5680元、15680元加赠精美礼品一份(赠品以现场实物为准,数量有限,赠完即止)。