

家居服

过去十年里，家居服呈现持续增长态势，而舒适度需求、多用途服装潮流、日益频繁的居家办公等因素正加速其发展。



2017

WGSN在展会报告中强调，跨品类家居服与“居家服饰”系列在Hanro、Asceno、Lunya等品牌的引领下日益崛起。

2018

WGSN在《2021未来创新领域》报告中强调了家庭作为带来舒适、幸福感场所空前的重要性。

居家中心概念再度成为2021核心理念的焦点。WGSN预测，居家环境下的办公、娱乐活动将推动家居服品类加速兴起。

WGSN预测，时尚造型将搭载“贴心舒适”理念以应对不断变化的事物联系，而“新意温暖”穿搭风格也将随之兴起。

2019

WGSN在Fashion Feed板块中增加了#Pyjamadressing睡衣造型标签。

WGSN Instock数据进一步证实了人们对舒适居家环境的渴望。在2018秋冬家居服零售新品中，“柔软”、“温暖”两大关键词的出现频率均有所增加，其中“柔软”一词在英国同比增长109%，在美国则同比增长30%。

WGSN在Fashion Feed中增加了三个标签，分别为#stayhomestyle居家风格、#twomilewear居家外出便服、#knittedset针织套装。

新冠疫情期间，考虑到消费者局限于居家环境，WGSN重新盘点了2020/21秋冬设计重点，旨在将家庭中心相关分析与设计方向结合起来。

全价售罄的运动裤在英美两国分别增加了16%与22%。

后疫情时代，不断改变的生活方式与#stayhomestyle居家风格将持续影响家居服品类，其设计将侧重于来源人道环保的舒适面料，以及凉感性能等。

2020