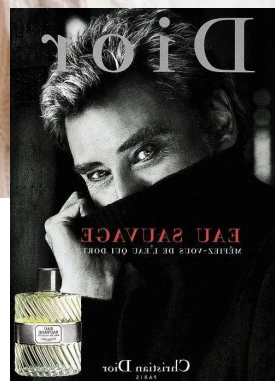
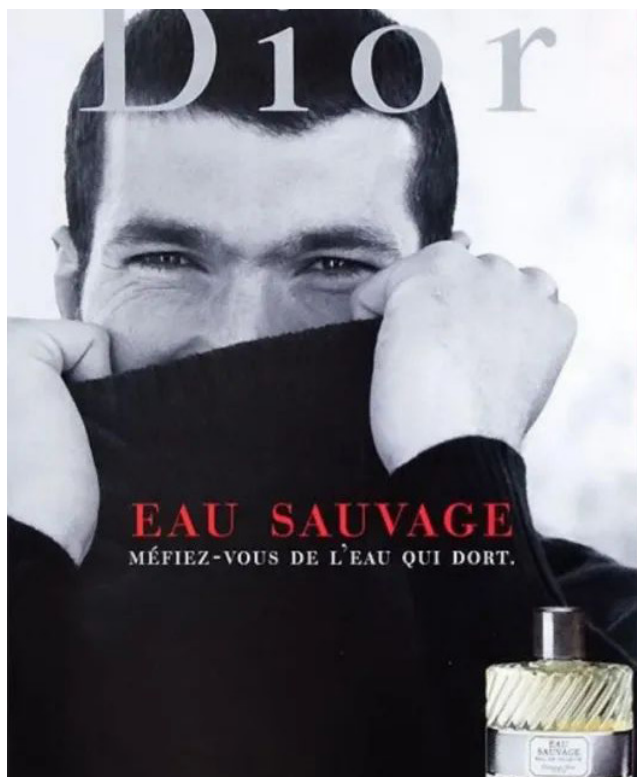


体育潮流

—2022运动圈的10大趋势

顶奢与顶流体育 IP 将频繁互动

对于足球俱乐部来讲，此前也是经历过比如雨果博斯（HUGO BOSS）、阿玛尼（Giorgio Armani）等老牌时装品牌的赞助，但却没有一家俱乐部能够像“大巴黎”（巴黎圣日耳曼足球俱乐部）这样，在与顶级奢侈品牌——迪奥（Dior）联名之后，球队的热门球员基利安·姆巴佩（Kylian Mbappé）就直接被官宣成为该品牌的新任男装及香水大使。



▲官宣图致敬齐达内为 Dior Eau Sauvage 拍摄的广告片

▲用高领毛衣半遮面的动作后来也成为了 Dior Eau Sauvage 广告片的经典动作

其实前不久国际米兰足球俱乐部与盟可睐（Moncler）也推出了联名系列，不过在整体的单品对外公布后，可以看到双方在“足球 × 时尚”方面迈出的步子，比人们想象中要谨慎许多。

确切地说，在时尚这条赛道上，大巴黎已经把众多豪门俱乐部远远甩在了几条街之外，最近其与美国潮牌 Stussy 以及新晋时装品牌 3. PARADIS 的联名，再一次展现了大巴黎的时尚野心。



▲ PSG x Stussy

▲ PSG x 3. PARADIS

赛车领域异军突起

周冠宇加盟阿尔法罗密欧车队，成为第一位征战F1正赛的中国车手，可以说是体育圈振奋人心的年度事件之一，周冠宇的出现不仅是中国人的骄傲，同时也能够吸引更多人去关注赛车这项运动。

虽然无论是成本还是观赛体验，赛车对于大众来说都不是一个参与度非常高的体育项目，但这并不妨碍时尚圈对车的喜爱，去年英国潮流服饰品牌 PALACE 与梅赛德斯-AMG（Mercedes-AMG）推出的联名系列就足以证明。



▲ PALACE x Mercedes-AMG

未来的时尚跨界的主题或许也不仅仅局限在F1，单单是汽车本身，就足以成为很多合作的契机，例如奔驰与潮牌仙鹤白鹭（Heron Preston）合作推出“可穿戴”的安全气囊衣服，可谓是时尚圈的梦幻联动。



▲ Heron Preston x Mercedes Benz

前不久，彪马（PUMA）还正式宣布音乐艺术家迈克·托尔斯（Myke Towers）成为其首位赛车运动时尚服饰品牌代言人，旨在通过迈克·托尔斯将音乐世界与赛车文化融合互通。



▲ 刘雯
▲ 庆怜

冰雪：奢侈品牌们的新主场

滑雪运动其实是一个隐藏的时髦项目，而且长期以来一直保持着极高的审美。无论时尚潮流如何更迭变化，被埋没的冰雪运动，始终都时髦范儿十足。

时尚大牌们在滑雪项目上也是毫不手软，纷纷推出了带有品牌特色的滑雪系列：



▲ Louis Vuitton



▲ Dior



▲ Fendi



▲ Prada

就连中年人看了都想摇头的户外品牌始祖鸟，如今也摇身一变成为了年轻人眼中的户外风格新时尚：



除了滑雪运动的装备，不少品牌在营销方面也下足了功夫，例如芬迪（Fendi）和博柏利（Burberry）分别在长白山和松花湖开设了快闪店，《KAWS:HOLIDAY》世界巡回展览携手创意工作室 AllRightsReserved 在长白山带来 KAWS 首个 COMPANION 巨型雪雕。



▲ COMPANION 巨型雪雕



▲ Fendi 和 Burberry 快闪店

在 2022 年北京冬奥会的加持下，中国的冰雪行业势必会迎来一个崭新的局面。

运动“视觉系偶像”的诞生

过去的一年，各种运动系帅哥、靓女的横空出世，让所有人感到眼前一亮，也为时尚圈注入了新鲜的血液。这些实力与颜值俱佳运动员们，成为了新一代的“视觉系偶像”，不仅吸引了大众的眼光，也让人们开始关注到他们各自的运动领域。



▲ 李嗣镕 ▲ 汪顺 ▲ 谷爱凌 ▲ 苏翊鸣

体育：审美变革的下一个阵地

以男生穿裙装为例，除了“威少”（拉塞尔·威斯布鲁克）、汉密尔顿、克拉克森……人们已经在越来越多的体育明星身上看到了这股风潮。而这样的风潮，或许并非仅仅是一个流行趋势这么简单。

有多少人会因为谷爱凌的出现，以及她所说的“美不是瘦，美是有力量”，而逐渐改变当下崇尚纤细身材的扭曲审美，追求健康美呢？

很难不承认，未来的体育圈相信会看到越来越多的体育明星成为新兴审美和价值观的传达者。而在这一个又一个事件中，也不难发现：体育，其实早已成为当下最受人瞩目的潮流主题。