

# 0感衬衫引领舒适升级,红豆舒适男装重塑男装消费新体验

随着千禧一代、“Z世代”逐步成为时尚行业的消费市场主力军,男装行业升级趋势日益增强。各大品牌纷纷使出“杀手锏”,使出浑身解数来吸引新一代消费者的目光。红豆舒适男装瞄准了产品的舒适属性,以“舒适”为锚点,直击消费者穿着痛点,将科技融入产品的研发创新,以“经典舒适”战略引领品牌高端化转型,重塑男装消费新体验。

2022年3月,红豆0感舒适衬衫首发便引爆全网,助推红豆舒适男装品牌影响力及销量暴涨。科技与舒适相辅相成,赋予一件衬衫极致舒适的穿着体验;戚薇、罗永浩等明星大咖同款,爆品迅速出圈,拥有了良好的市场口碑,累计销量突破60万件。以0感舒适衬衫为发力点,红豆舒适男装打造舒适衬衫新标杆,抢抓市场复苏机遇,加速品牌高端化转型升级的步伐。

红豆0感舒适衬衫还频频出现在陆毅、严屹宽、张新成、张彬彬、郑恺等多位优质演员的日常私服中,或斯文儒雅、或洒脱不羁、或清爽随性,风格百变,舒适如一;国际超模金大川、胡兵对于0感舒适衬衫的实力演绎,更是引起了时尚圈的热议,红豆舒适男装也因此突破消费圈层,俘获新生代消费者的喜爱。

0感舒适衬衫之所以具备持续热销的强大能量,不仅在于深入洞察用户需求的产品优势,更离不开传播的“全面开花”——线上通过差异化传播和聚焦式打法,结合精准的垂直传播路径,在社交媒体平台引发热议;线下千场舒适秀点燃市场,路演快闪拓展客群,明星探店吸睛引流,持续为消费者带来舒适新体验,实现了“声量”与“销量”的双增长。

爆款的出现绝非偶然,好的产品都是长期积累的结果,与品牌基因密不可分。早在创立之初,红豆舒适男装便深耕舒适男装领域,66年的探索中,红豆舒适男装在版型、面料、工艺、设计上拥有了128项舒适专利,积累了300万亚洲男士人体数据。正因如此,红豆



舒适男装沉淀了足够的专业实力,打造出引领行业舒适风向的新一代舒适衬衫,深受市场和消费者认可。

全球前沿设备、智能生产工厂,奠定了红豆舒适男装的科技基础,科技加持下,红豆舒适男装积极向更高标准、更高品质转型,持续强化产品实力。经过反复打磨和优化,今年红豆舒适男装推出了0感舒适衬衫升级款。面料升级,更轻、更柔、更透气;款式升级,增加了印花、提花、格纹、刺绣等形象款,为用户提供更丰富多元的选择。0感舒适衬衫的焕新升级,契合了红豆舒适男装对品质一以贯之的追求,背后是红豆男装加强产品研发、推动舒适升级的品牌实力,也是聆听消费者反馈、重视用户体验的不变初心。

以舒适为目标,以高端化为发展方向,以技术创新为根本动力,红豆舒适男装用一件件诚意之作更新

对舒适与品质的定义。针对消费需求的差异性,红豆舒适男装为消费者量身打造了一系列舒适产品。具有凉感特性的T恤,吸湿透气的速干系列,水洗不变形的polo衫,防风防水的弹力夹克……产品特性各有侧重,但同样的是将舒适落在每一处细节,并为消费者构建起轻松舒适的穿着场景。

作为红豆舒适男装高端化转型升级的扛鼎之作,红豆0感舒适衬衫承载了品牌66年来沉淀的强大产品力,而0感舒适衬衫也延伸了品牌的“生命线”,拓宽了品牌发展的市场空间。随着一次次突破创新,红豆舒适男装在时代的潮汐更迭中,主动拥抱新时代、新需求,相信未来红豆舒适男装会继续释放爆款,以高品质的舒适产品塑造消费者对舒适男装的全新认知,驱动品牌价值的持续增长。

ICBC 中国工商银行 北京市分行

## 工银信用卡首绑礼

首绑有机会得最高191元红包



信用卡首绑微信

有机会得10元微信立减金

活动时间:即日起-2023年9月30日



信用卡首绑抖音

有机会得66元抖音支付券包

活动时间:即日起-2023年12月30日



信用卡首绑京东

有机会得最高15元京东立减券

活动时间:即日起-2023年12月31日



信用卡首绑美团

有机会得最高百元美团红包

活动时间:即日起-2023年12月31日

[更多精彩内容敬请关注“工行北京”微信公众号]



扫码一键绑卡



扫码办理工行信用卡

广告