

国际油价连跌5日创新低

业内认为后市仍将震荡走低

自上周 OPEC+(欧佩克+)会后各协议国宣布自愿加码减产以来,国际原油价格跌跌不休。

美东时间12月6日,国际原油价格大幅下跌,这已是国际油价连续5日下跌。截至收盘,纽约商品交易所2024年1月交货的轻质原油期货价格收于69.38美元/桶,创今年6月以来的新低,跌幅为4.07%;2024年2月交货的布伦特原油期货价格收于74.3美元/桶,跌幅为3.76%。北京时间7日,国际油价出现小幅反弹不到1%。

值得注意的是,汽油期货更是跌至两年来低谷。根据美国汽车协会(AAA)的数据,截至周三,美国加油站的平均汽油价格达到每加仑3.22美元,是自1月3日以来的最低。

消息面上,美国汽油库存超预期增加,就业数据不达预期,而欧佩克+成员国内部对明年继续实施减产产生了分歧。

美国能源信息局6日公布的数据显示,

美国上周商业原油库存量为4.45亿桶,环比下降460万桶。同期,美国汽油和蒸馏油库存分别环比增加542万桶和130万桶,汽油库存增幅录得2023年9月29日当周以来最大。

美国就业数据处理公司ADP周三公布,11月私营部门新增就业进一步放缓,工资增幅为两年多来最低。

为稳定油价,上周多个欧佩克+成员国宣布明年第一季度将继续自愿减产,减产总额为日均220万桶。

华泰期货原油分析师潘翔认为,市场怀疑欧佩克+最新减产的效果。按照以往的季节性规律,一季度是原油市场较弱的阶段,需求淡季往往会导致累库,欧佩克+的减产计划或能够在弱需求的前景下保持市场平衡。

国际油价后市怎么走?英大证券首席经济学家李大霄表示,全球经济低迷对石油需求形成明显打压,近期国际原油价格处于下跌趋势,欧佩克+控产效果也有待进一步

观察,预计后市国际油价仍将震荡走低。他认为,国际油价下行有利于通胀回落,助推美联储结束加息步入降息周期。

南华期货认为,美联储高利率下,美国经济增长动能持续减弱是大趋势,国际油价后期大概率震荡回落。

(据《深圳商报》钟国斌 王建明)



快时尚品牌纷纷推出“雪系穿搭”

继冲锋衣后,年轻人又开始内卷滑雪服



图片来源:IC photo

搭配炫酷的护目镜,身穿色彩鲜艳的滑雪服穿梭于皑皑白雪中,出片效果直接拉满。继冲锋衣、军大衣之后,年轻人又把目光投向了滑雪服。他们不仅穿着滑雪服上场滑雪,更将它作为日常穿搭的必备单品。

数据显示,11月下旬进入新雪季以来,滑雪服在天猫平台的预售同比增长超过100%,小红书上#雪系穿搭#的话题浏览量也已经超过4000万次。

当滑雪服开始潮流“内卷”,Zara、优衣库等快时尚品牌也纷纷涌入这个新赛道。

“雪场已经不仅仅是专业滑雪者的天地,也吸引了更多人去休闲放松。消费者在购买雪服时的需求也不再局限于功能性,而是追求专业运动与时尚的结合。”ZARA(杭州万象城店)销售人员Alger介绍,“女性消费者穿衣服更加看中版型,为了更适合日常生活场景,这款新雪服采用收腰的设计来改善传统雪服的臃肿感。”截至12月8日,ZARA新推出的滑雪服在淘宝等电商平台已处于缺货状态,“线下门店里存货也不多了,少数快闪店里应该还有。”Alger称。

实际上,不止ZARA,其他快时尚类品牌也盯上了滑雪服。优衣库在今年春节期间就和职业单板滑雪运动员平野步梦推出合作款雪服,“上线之后很抢手,我记得我们店里最火爆的时候一天能卖出18件。相比传统滑雪服,我们这款滑雪服选用更加透气的面料,虽然保暖性有所降级,但是很大程度上提升了舒适度,能够满足非专业滑雪者在雪场和日常通勤中灵活转场。”新雪季以来,这款雪服销量亮眼。记者走访了万象城和湖滨银泰in77两家优衣库,店员均表示已经售完。

另外,LV、Balenciaga等中高端品牌也瞄准了今年的雪季市场。近日,巴黎世家针对雪季推出系列新品,包括多类单品例如成衣、配饰、滑雪装备等。

继冲锋衣后,滑雪服会冲入日常穿搭市场吗?在极限运动潮流品牌VOLCOM(湖滨银泰in77店)主理人王先生看来,滑雪服作为运动装备,专业性要求很高,价格也往往较高,“所谓一件‘两用’的滑雪服可能只是品牌方借风造势的噱头,消费者应平衡好日常舒适性和专业运动的防寒性,走进滑雪场依然建议选专业滑雪服。”

(据《每日商报》陆雨婷 杨伊琳)

护目镜换成墨镜 滑雪服和潮流通勤也很适配

“只要心中有雪,哪里都是板仔的家。”滑雪服不再是专业滑雪者的独有装备,它们走进城市和日常生活。小红书等社交平台上有大量与#雪系穿搭#相关的笔记。

什么是“雪系穿搭”?一众博主贴心给出了“雪服+机能感冲锋裤=雪系穿搭”的公式。以穿搭博主6LACKSHEEP分享的一篇笔记为例,照片里博主佩戴炫酷墨镜,上身穿着玫粉和军绿撞色的雪服,下身搭配机能风工装裤,看起来鲜亮又张扬。

“雪服在外观上讲究跳色,也是我们‘高饱和度战士’出街的不二选择,穿滑雪服上街既符合我的审美也是我作为‘板仔’的个性表达,保暖又好

看。”6LACKSHEEP称,日常穿搭不会选择专业的运动品牌,“在通勤的场景下,一般雪服的保暖性能就够用了,我平时穿雪服的话只需要搭配打底就很暖和。”

赛道火热,快时尚盯上滑雪服 奢侈品牌也在入局

根据市场调研在线网发布的数据显示,今年中国滑雪运动服饰市场规模约为37亿元,到2024年,预计将达到67亿元。

火热的赛道吸引多个品牌入局。11月底,ZARA首次在中国市场推出了滑雪系列产品,涵盖滑雪羽绒服、连体裤、滑雪靴等一系列滑雪用品,价格在200—1600元之间不等。