

「轻便化」「都市化」「潮流化」等成为新趋势

羽绒服频上热搜



羽绒服成为许多人过冬的日常,大家对它的需求也跟衣柜里其他常穿的衣服一样,希望好穿好搭,呈现出“轻便化”“都市化”“潮流化”“高端化”“机能化”五大趋势。



轻便百搭注重设计 国内羽绒服呈现新趋势

羽绒服成为许多人过冬的日常,大家对它的需求也跟衣柜里其他常穿的衣服一样,希望好穿好搭。另一方面,随着消费升级和新一代消费者崛起,越来越多人会因为品质、文化、价值、设计等因素而作出新的选择。因此,国内羽绒服市场在多元化发展的同时呈现出五大趋势:

趋势一是“轻便化”。

羽绒服成为大家冬日出行的必备装备,摆脱臃肿和厚重成为刚性需求,无负担感、能活动自如的羽绒服受到消费者青睐。



近日以来,“挑羽绒服别只看含绒量了”“羽绒服该如何正确清洗收纳”“羽绒服是不是越厚越保暖”等话题接连蹦上热搜。羽绒服单日微信指数最高达到4.4亿,超越去年同期水平。

当“人手一件羽绒服”渐渐普及,消费者在保暖以外对羽绒服提出了更高要求,羽绒服也迎合人们不断更新的穿着需求,在外观、功能、穿着体验等方面迭代升级。

填充物是羽绒服的核心。根据华创证券《羽绒服行业深度研究报告》,鸭绒、鹅绒约占羽绒服

除了保暖还有“新需求” 羽绒服话题接连上热搜

总成本的45%。有研究显示,在绒子含量相同的情况下,鹅绒的蓬松度均值高于鸭绒1.6%。从市场价格来看,同一规格鹅绒的价格约为鸭绒的1.8倍。并且,过去几年间,鸭绒、鹅绒价格整体呈上涨趋势。

2022年4月起实施的GB/T14272《羽绒服装》国家标准,在上一版的基础上做出诸多修改。其中影响最大的一条是将羽绒服填充标准由“含绒量”改为“绒子含量”,同等比例下,“绒子含量”高的羽毛羽绒品质更优,采购成本也相应增加。

羽绒服品牌分为三类 户外品牌更注重保暖性

如今,市场上羽绒服市场的三大类品牌包括羽绒服品牌、专业户外品牌、四季化品牌。三者在价格上错位分布,形成了专业户外品牌占据高端市场、羽绒服品牌和四季化品牌占据平价及中端市场的局面。其中,一些国产品牌正在不断向“上”开拓中高端市场。

三类品牌平均含绒量都在

85%以上,但在绒种选择上有所区分。专业户外品牌羽绒服更多选用保暖性更强的鹅绒,抗寒性能更好,羽绒服和四季化品牌则普遍使用鸭绒。

设计方面,四季化品牌多融合时尚元素,专业户外品牌强调功能性防护设计,羽绒服品牌更侧重兼顾日常穿着和专业性能的剪裁、工艺等。

消费者愿为“贵价”买单 对性价比仍不满意

在服装市场整体下滑的大背景下,我国羽绒服市场规模持续稳定增长。随着居民收入增长、羽绒服产品优化升级和消费者对羽绒服需求的增加,中国羽绒服市场还有很大的增长空间。DT研究院发布《2022羽绒服行业消费趋势报告》显示,羽绒服消费有明显的季节属性。近六成消费者“感到需要再购买”。同时,53%的消费者会临近换季再准备。

实体店仍旧是大家购买羽绒服的最主要途径。超六成受访者在实体店直接选购,还有45%受访者会先在实体店选款式再到线上购买。三成受访者倾向在线上直接选购羽绒服。

消费意愿方面,受访者中,半

数人愿意为了一件羽绒服花800元以上,四分之一的人愿意为了一件羽绒服花1000元以上。在社交平台讨论度更高的品牌中,大多数也是属于中高端价位。

但值得关注的是,虽然消费者愿意为羽绒服花钱,但超过一半的人在选购时都遇到过性价比不高的问题。而在回答对近两年羽绒服变化的印象时,“功能变多了”和“品质变好了”的认同度最低。

“款式设计”是大家在选购羽绒服时最看重的要素,相当比例的人认同近两年羽绒服的款式在变多,设计感在变强。但当自己真正去选购时,合适的款还是不够多。

2009年,优衣库率先推出轻羽绒服服饰。而后越来越多羽绒服品牌也推出轻羽绒服产品。

趋势二是“都市化”。

在种草社区讨论羽绒服时,“百搭”比“舒适”热度更高。

通勤是都市人生活穿搭最重要的场景之一,风格款式适合出门上班的羽绒服受到消费者欢迎。从讨论度来看,羽绒服还可以有更多风格拓展,比如甜美、小香风、日系、街头、学院风等。

趋势三是“潮流化”。

从热销羽绒服商品的设计元素上看,廓形、撞色、飞行员夹克、绗缝、拼接等潮流元素,克莱因蓝、长春花蓝等潮流颜色,都得到了消费者的认可。

羽绒服品牌也通过融入联名等元素,推出更具潮流性的新款羽绒服。鸭鸭与宝可梦IP的联名羽绒服、太平鸟与欧阳娜娜的联名羽绒服都是品牌的热销产品。TheNorthFace1996Nuptse经典款羽绒外套也凭借经典的版型成

为品牌热销款。

趋势四是“高端化”。

从品牌线上热销爆款商品来看,超过1000元价位的商品中不乏爆款。

高端羽绒服的价格被消费者接受,四季化品牌、羽绒服品牌也向高端拓展,但从热门羽绒服品牌的线上热销商品来看,波司登、鸭鸭等羽绒服品牌的最热销爆品仍是大众化羽绒服,优衣库、太平鸟等四季化品牌的最热销爆品覆盖了大众化和中端的位置。

趋势五是“机能化”。

随着户外成为一种重要的生活方式,户外与日常的场景区隔被打破,越来越多户外元素和功能出现在日常穿搭中。

专业户外品牌强调羽绒服的高强度机能。四季化品牌的热销羽绒服中,也有不少产品都强调了户外机能的特性,主要强调防水功能。毕竟,大多数人日常外出要穿的羽绒服能应对小雨小雪和寒风就够了。