

DT研究院

线上冲锋衣市场 趋势白皮书



2024 年
1 月
DT 研究院出品

目录



研究说明	02
------	----

数据说明	03
------	----

01 冲锋衣行业概况	04
-------------------	----

02 冲锋衣市场趋势	09
-------------------	----

03 冲锋衣消费者洞察	16
--------------------	----

出品机构	24
------	----

版权说明	25
------	----

研究说明

1

案头研究

本报告结合相关政策、研究报告、行业数据、公开报道等公开信息，梳理了我国冲锋衣行业现状。

2

平台数据

本报告结合各平台数据，对冲锋衣的销量表现和社交平台讨论进行分析。具体来说，通过魔镜洞察的淘宝天猫数据，分析代表品牌线上销售情况；通过果集·千瓜数据，挖掘社交平台小红书对冲锋衣的讨论情况。

3

定量调研

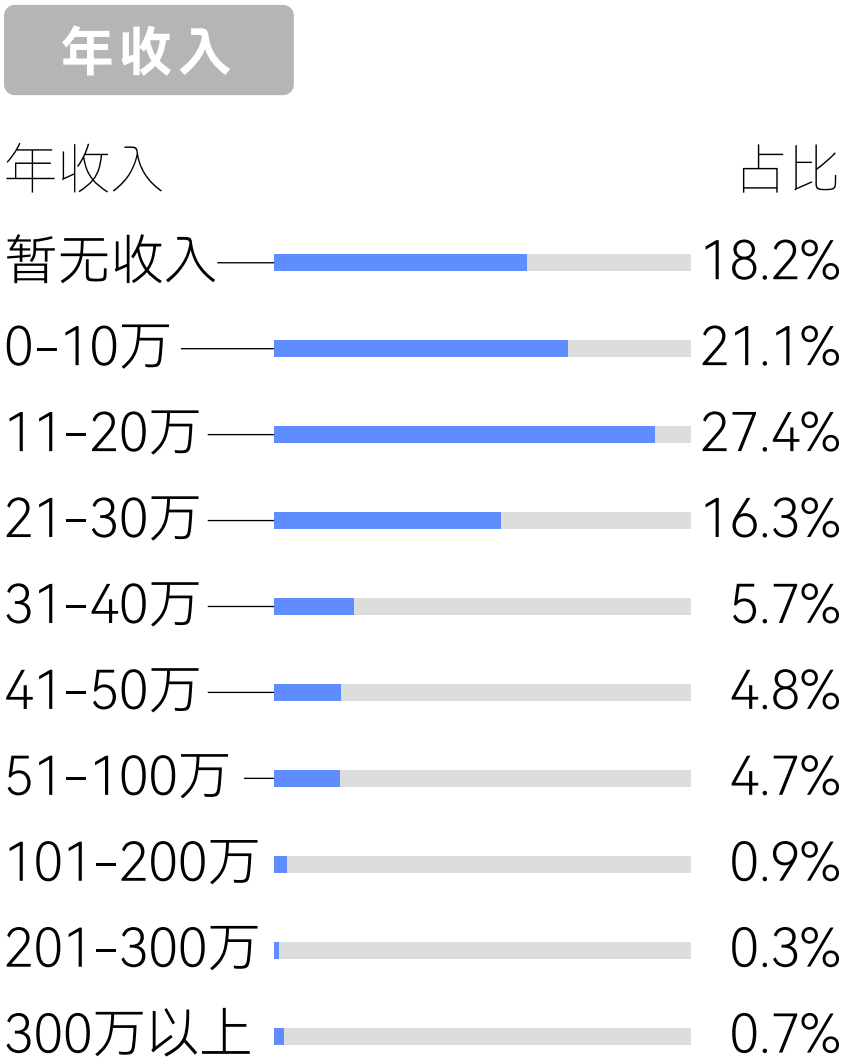
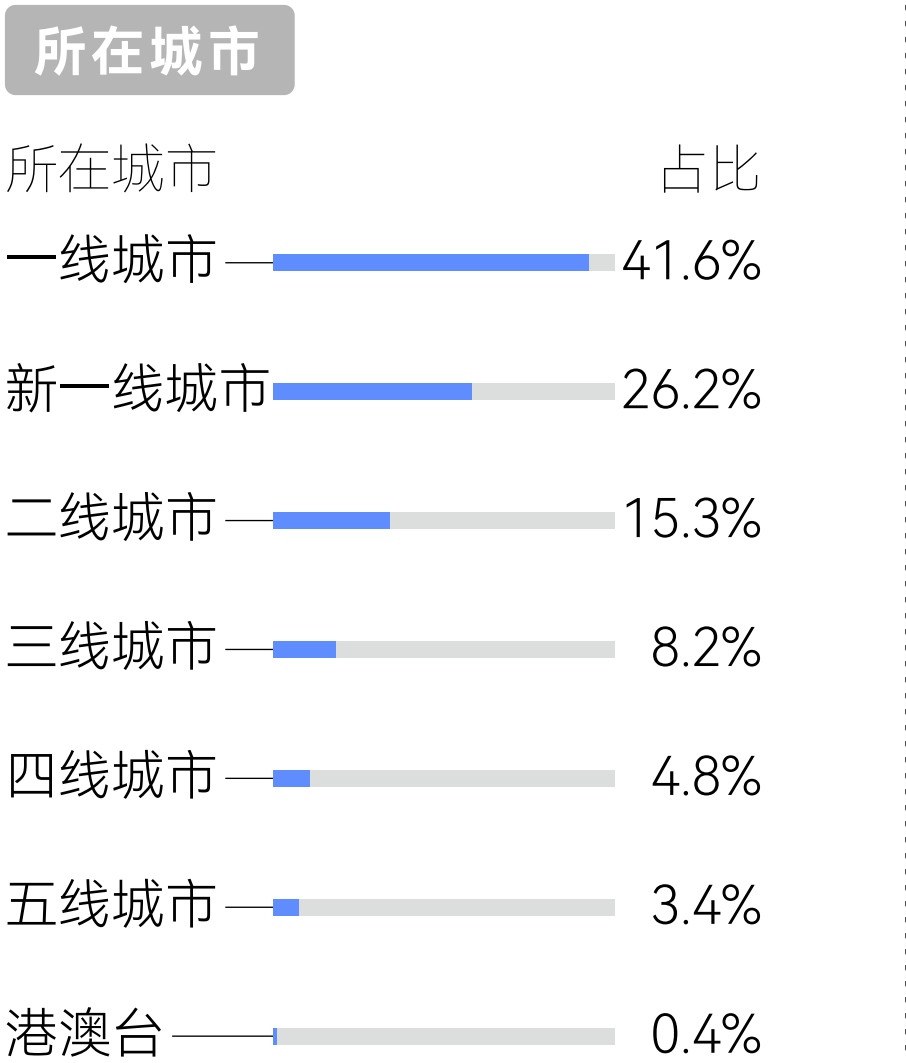
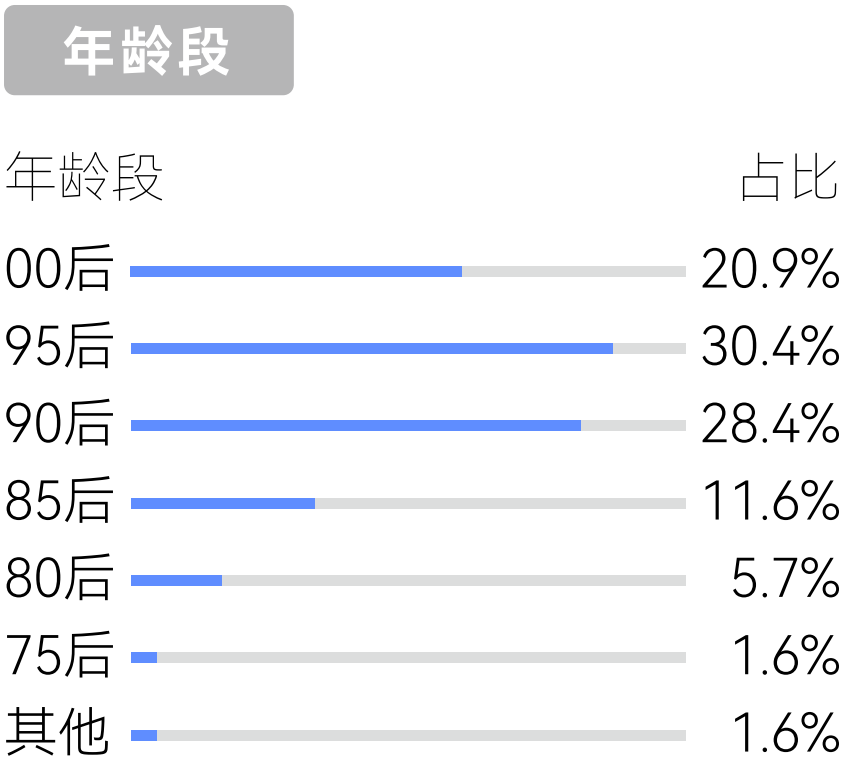
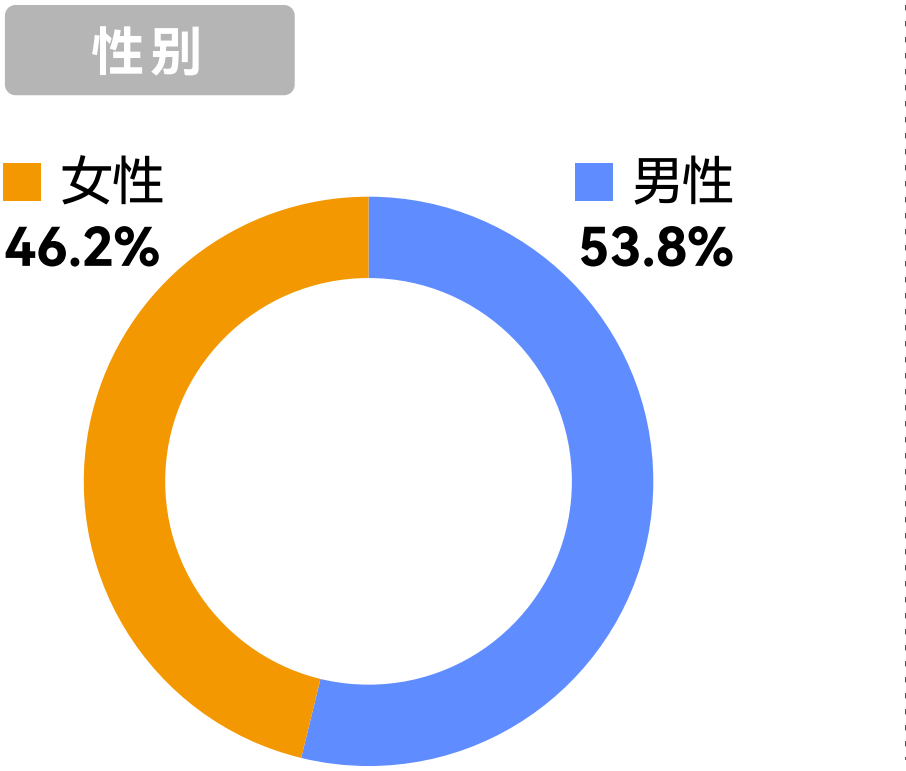
针对这一报告，DT研究院发起消费者调研，以更好地理解如今消费者对冲锋衣的需求。

数据说明

调研统计时间截至2023年11月，共回收收到762份问卷，其中已经购入或正打算购买冲锋衣的问卷数量为705份。
调研人群画像如下：

人群画像

DT 研究院



注：数据统计时间为2023年11月

数据来源: DT研究院调研 (样本量为705)

01

冲锋衣行业概况

户外风潮与社交平台助推下，冲锋衣快速增长

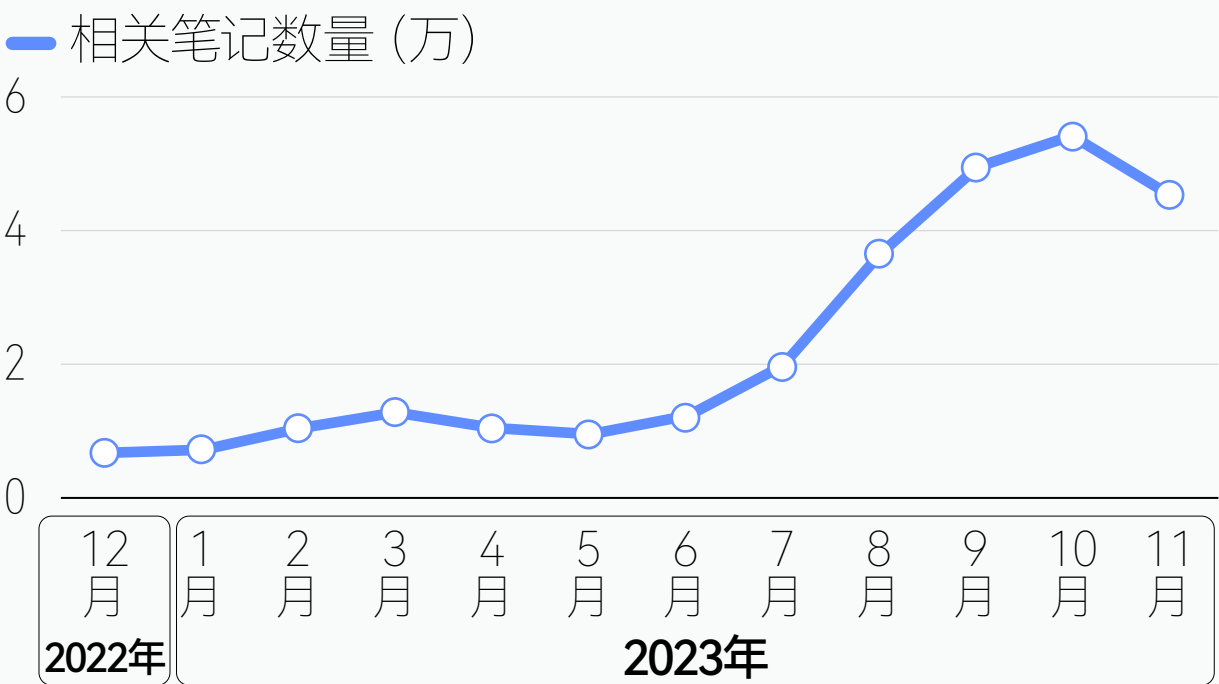
近两年，随着国民经济水平的不断提升，人们对于户外的探索兴趣增强，露营、骑行等户外运动流行起来，以冲锋衣为代表的户外装备，成为新的消费增长点。

在小红书等社交平台上，山系穿搭、无性别穿搭等风格流行，也让从前被吐槽“丑”的冲锋衣成为新的时尚单品，冲锋衣等户外服饰快速融入更多人的日常生活场景。

2022年12月-2023年11月，淘系平台冲锋衣销售额实现同比连续增长。

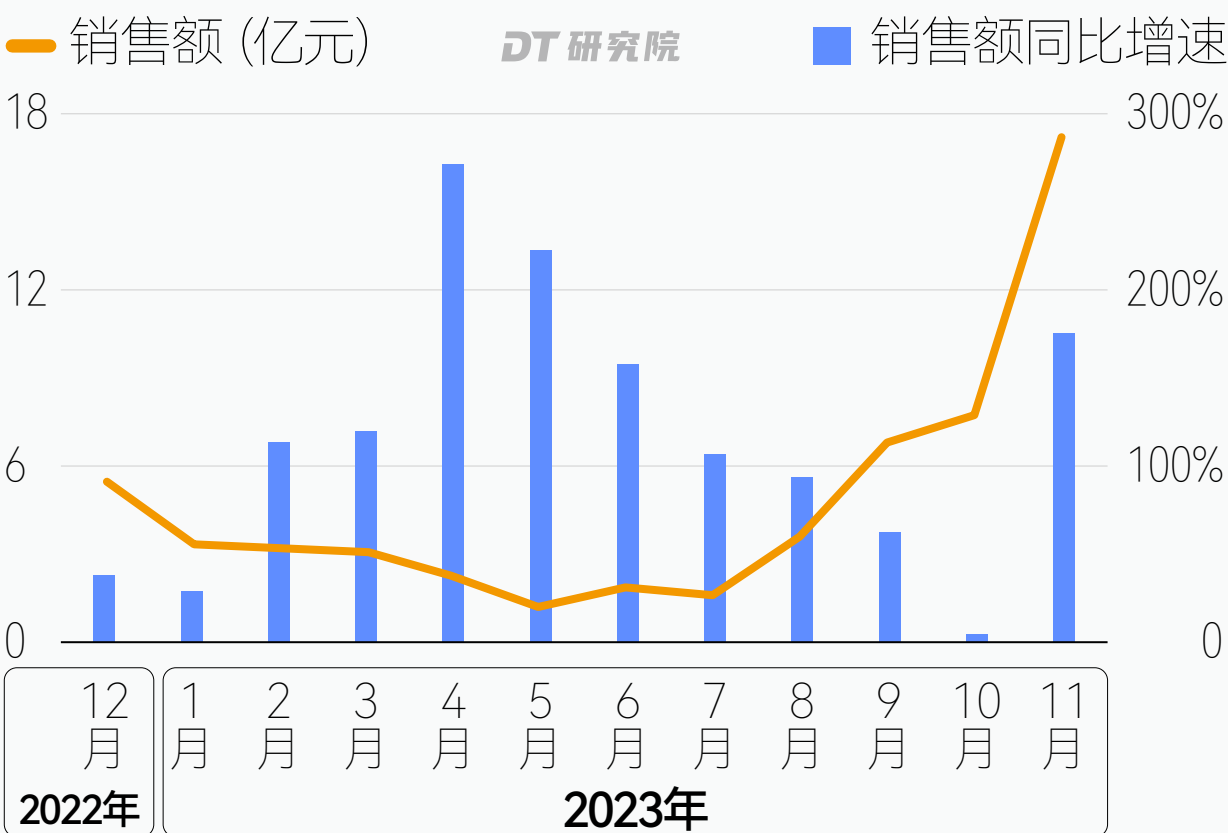
2023年11月，冲锋衣单月销售额超过17亿，比去年同期增长176%。

小红书“冲锋衣”相关笔记数量趋势 DT 研究院



注：数据统计时间为2022年12月至2023年11月 数据来源：果集·千瓜

淘宝天猫平台冲锋衣销售额和同比增速 DT 研究院



注：数据统计时间为2022年12月至2023年11月 数据来源：魔镜洞察

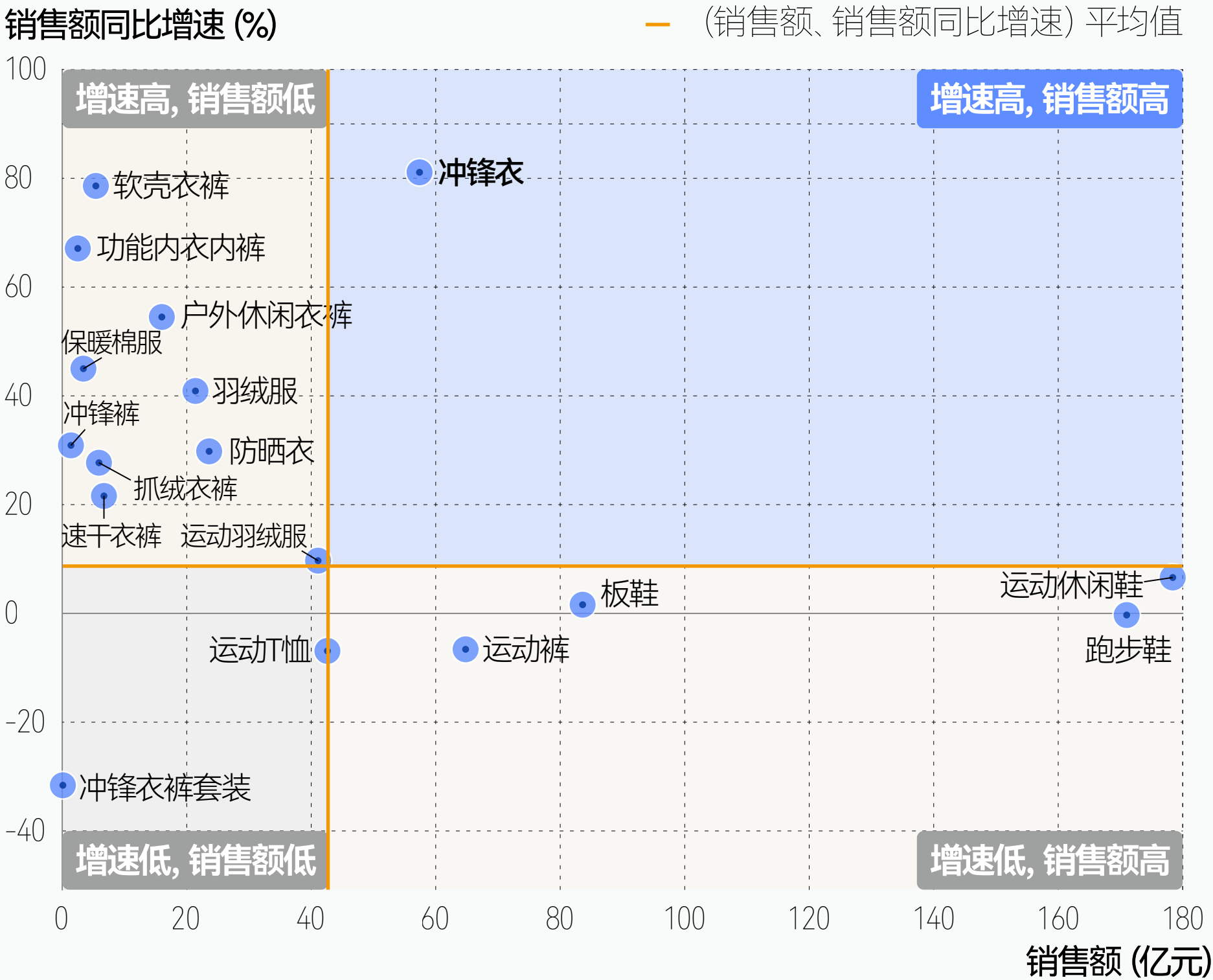
冲锋衣成为户外领域明星品类

冲锋衣已经成为户外运动场景下的明星品类，销售额和销售额同比增速，都高于泛运动品类商品的平均水平。

2022年12月-2023年11月，淘宝天猫冲锋衣销售额57.4亿元，领先于羽绒服、保暖棉服等类型商品，从销售额同比增速来看，冲锋衣也是今年增长速度最快的品类之一。

淘宝天猫泛运动场景细分品类销售额及同比增速

DT研究院



注: 数据统计时间为2022年12月至2023年11月

数据来源: 魔镜洞察

国货品牌快速崛起，品牌格局不断完善

在冲锋衣市场中，国货品牌快速崛起，并超越进口。

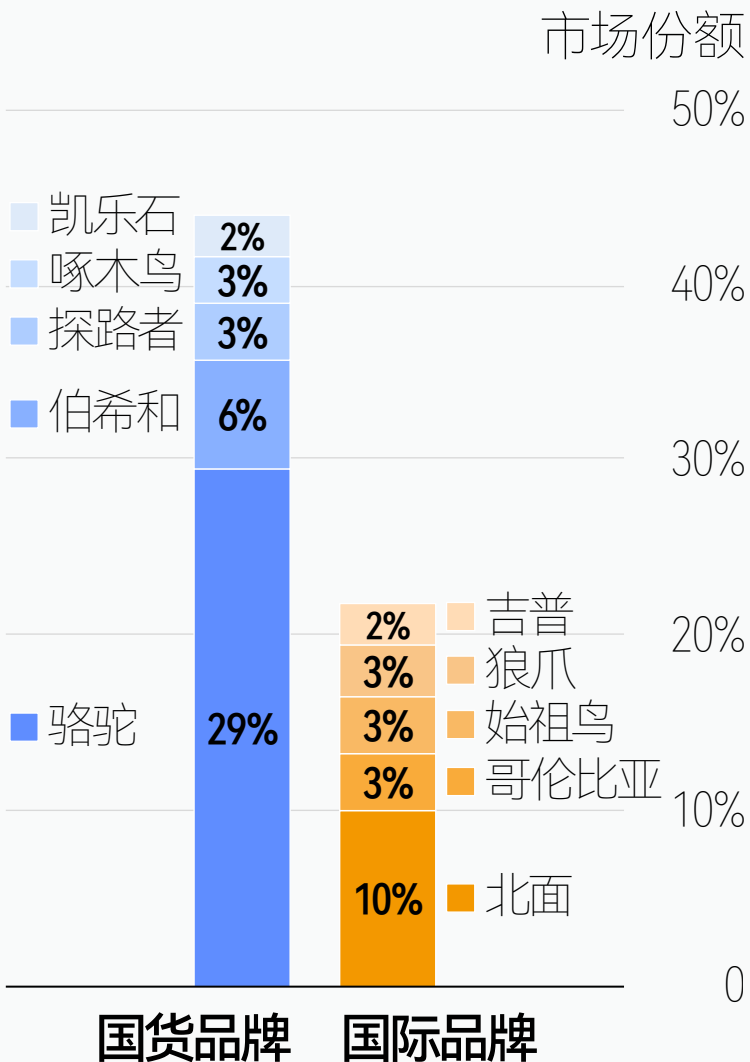
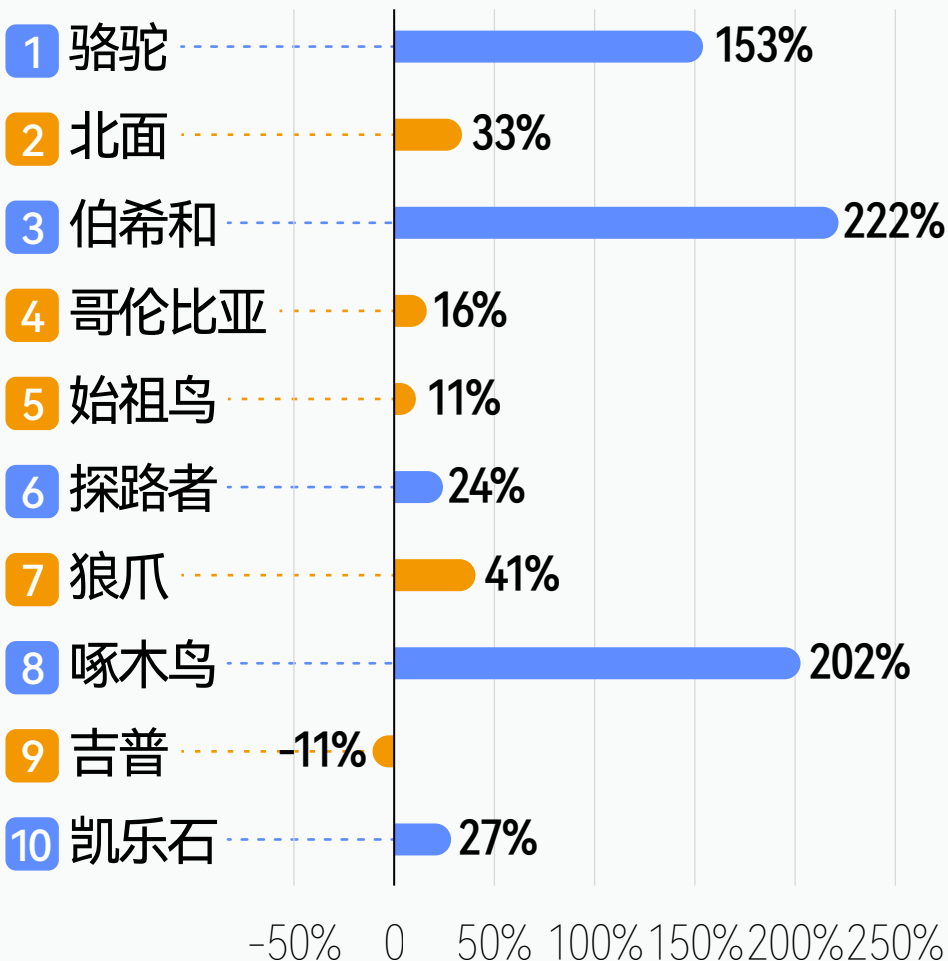
2022年12月至2023年11月，淘宝天猫冲锋衣销售额TOP10品牌中，国货品牌与国际品牌各占一半。其中，国货品牌的市场份额比后者高出22个百分点。

从销售额同比增速来看，国货品牌也显著高于国际品牌，伯希和、啄木鸟和骆驼均实现三位数同比增长，而国际品牌销售额平均同比增速仅为20.8%。

淘宝天猫平台冲锋衣销售额 TOP 10 品牌

DT 研究院

■ 国货品牌 ■ 国际品牌 销售额同比增长



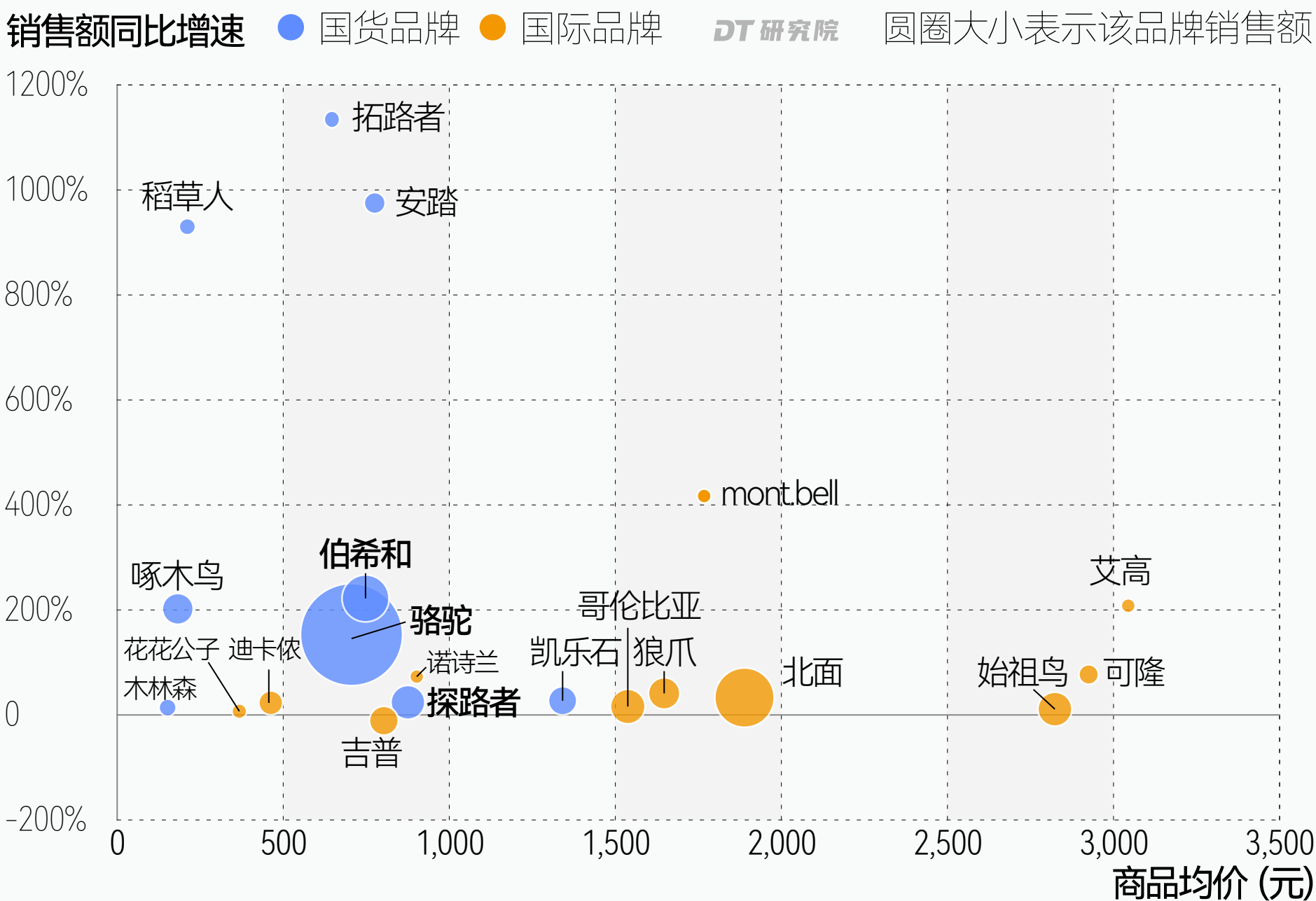
注：数据统计时间为2022年12月至2023年11月；本报告中提及的骆驼品牌属于骆驼（中国）户外用品公司
数据来源：魔镜洞察

国货品牌的快速崛起，填补了1000元以内价格带的空白，国内冲锋衣市场逐渐形成较为完善的价格带布局。千元以上高端市场由国际户外专业品牌把持，国产品牌占据千元以下市场。

在销售额TOP20冲锋衣品牌中，除2000-2500元价格带，每个价格带至少有2-3位玩家竞争。其中，500-1000元价格带竞争最激烈，不仅有进口户外品牌诺诗兰、吉普，国货品牌骆驼、伯希和、探路者、拓路者、安踏也入局。

值得注意的是，安踏作为运动品牌，跨界入局冲锋衣市场表现不俗，过去一年销售额同比增长975%，在淘宝天猫平台销售额排名第12。

淘宝天猫冲锋衣销售额 TOP20 品牌格局



注：数据统计时间为2022年12月至2023年11月

数据来源：魔镜洞察

02

冲锋衣市场趋势

中高端

600-900价格区间为主流，市场朝中高端发育

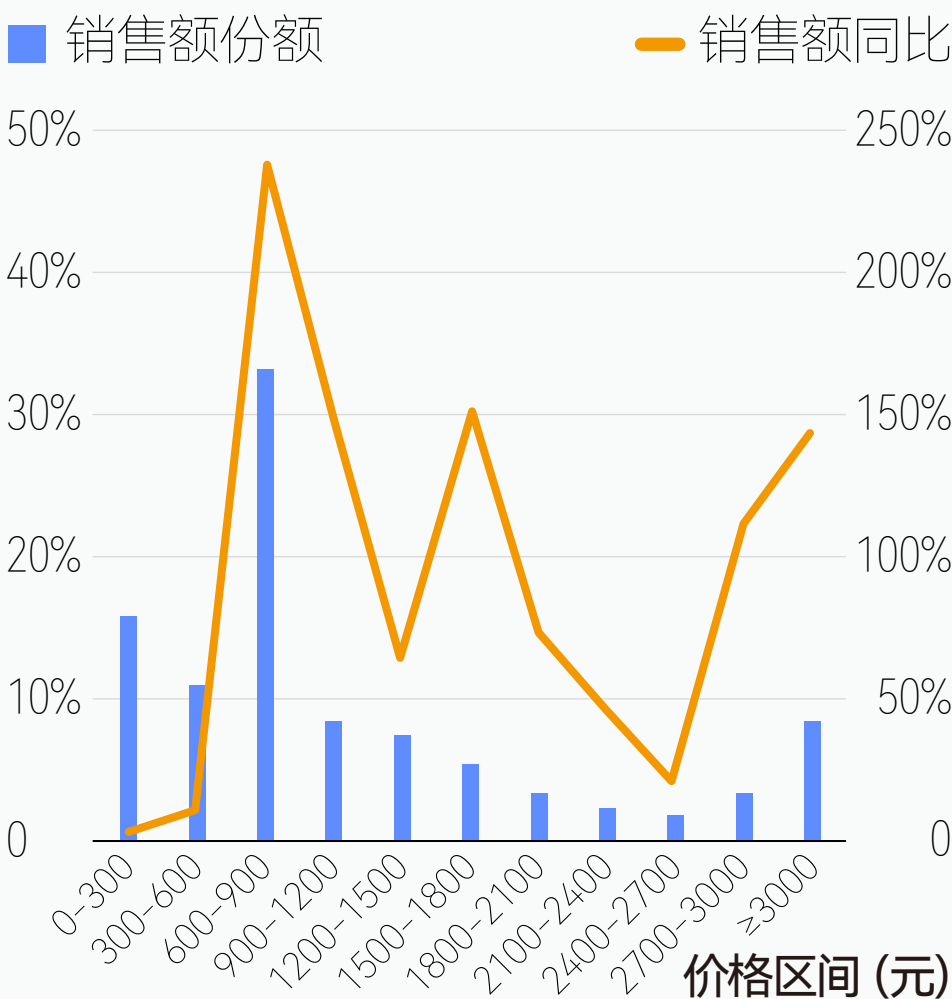
目前，淘宝天猫冲锋衣市场主要集中在千元以下价位，其中600-900元中端价格带占据市场主流，销售额同比增长达到238%。

与此同时，冲锋衣市场正在朝着中高端发育，千元以上冲锋衣销售额表现出较为强劲的增长势头，3000元以上高端冲锋衣销售额同比增长144%。

近一年来，冲锋衣平均价格呈现出增长态势，一定程度上也带动了冲锋衣朝着中高端方向发展。

淘宝天猫各价格区间冲锋衣销售 额份额及同比增速

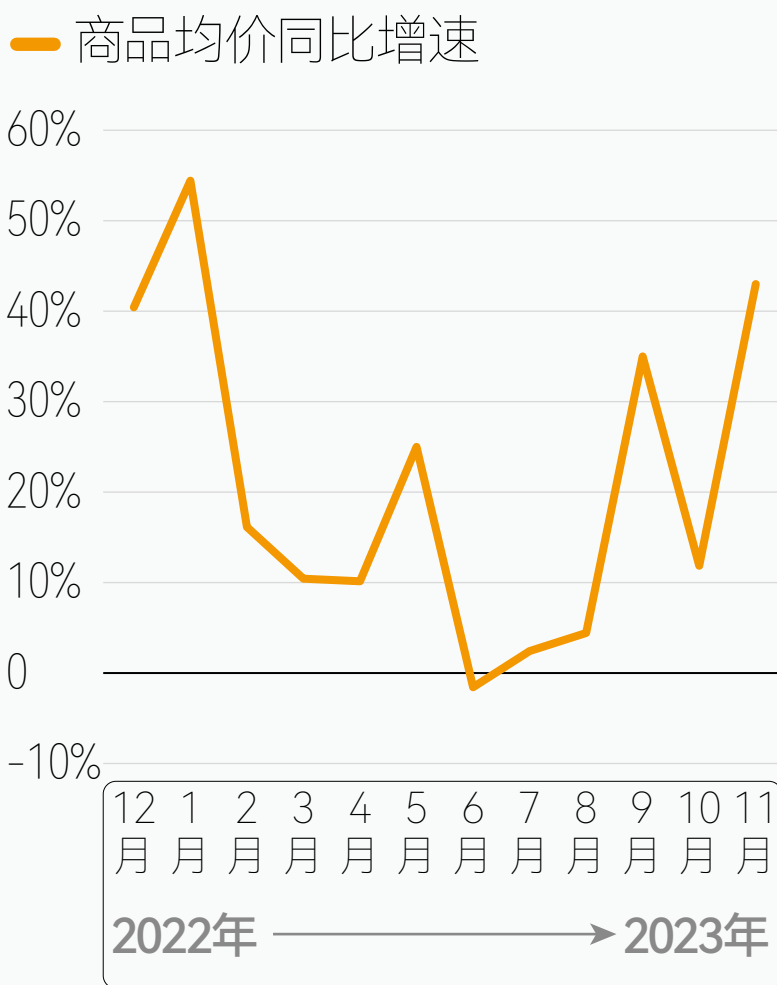
DT 研究院



注：数据统计时间为2023年6月至11月
数据来源：魔镜洞察

淘宝天猫冲锋衣平均价格 同比增速

DT 研究院



注：数据统计时间为2022年12月至2023年11月
数据来源：魔镜洞察

科技化

基础需求为先，性价比至上

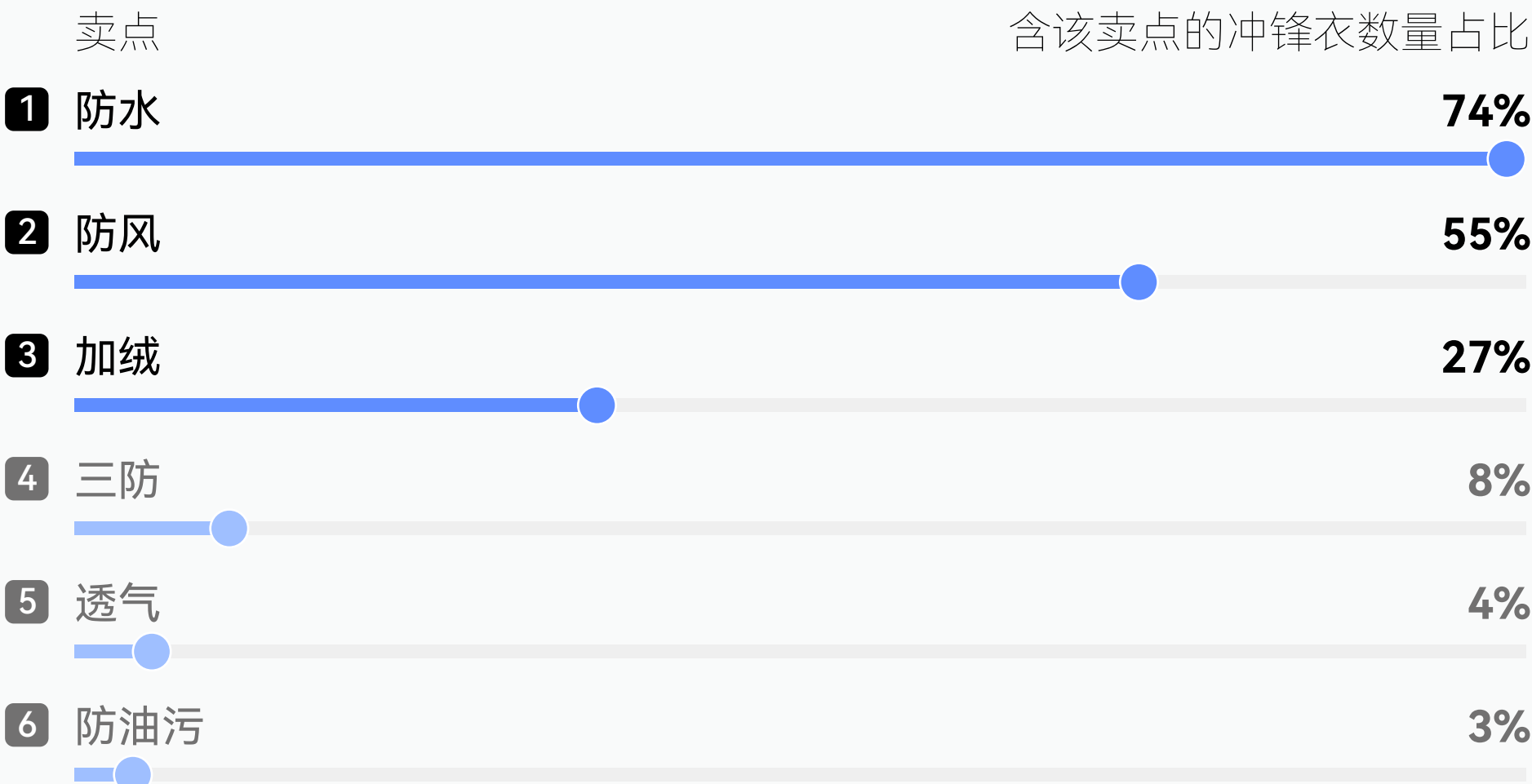
冲锋衣作为专业户外服饰装备，需要具备防水、防风、透气等功能，以应对复杂的户外环境。因此，机能性成为冲锋衣被强调最多的卖点。

冲锋衣的机能性主要依靠特殊面料，按照材质可以划分成PU和e-PTFE，各大冲锋衣品牌商研发的面料科技大多基于这两种材质。

其中，PU涂层能实现防水防风性能，但亲水性无孔面料透气性较弱，价格相对便宜，如Dryvent、Omnitech等；e-PTFE的三防效果更好，但由于薄膜孔和叠加等工艺制作复杂，价格更高，代表面料有Gore-tex、DENTIK等。

淘宝天猫销售额 TOP 100 冲锋衣卖点

DT研究院



注：数据统计时间为2022年12月至2023年11月

数据来源：魔镜洞察

冲锋衣不同面料材质对比

DT 研究院

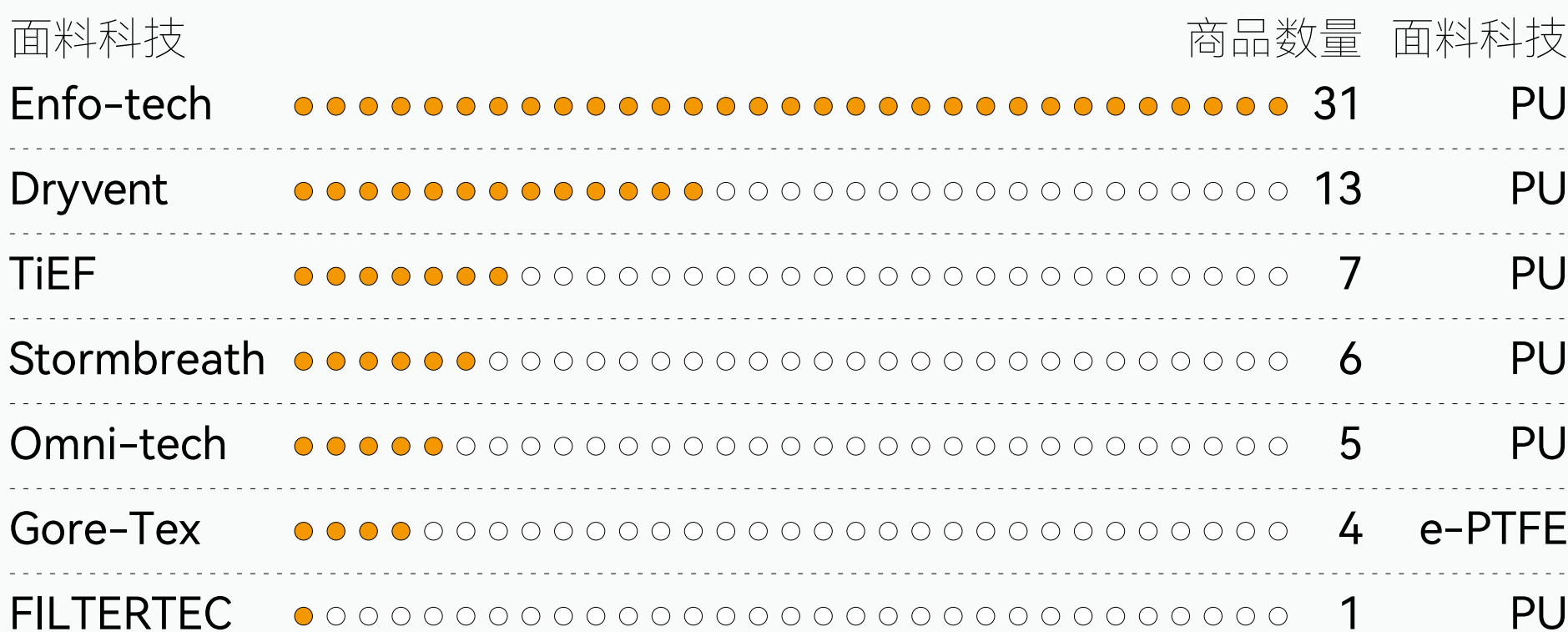
	PU涂层	e-PTFE (特氟龙) 材质
价格	相对较便宜	昂贵
防水性能	有	有
防风性能	有	有
透气性能	较弱	更好
制作工艺	相对简单	复杂 (包含多层微孔薄膜)
核心技术壁垒	相对较低	高 (包含复杂的薄膜孔和叠加工艺)
代表面料 (生产商)	STORM BREATH (伯希和) Dryvent/Hyvent (北面) WBW-TEX (探路者)	Gore-tex (美国戈尔公司) DENTIK (中国登天公司) eVENT (美国GE)

注: 代表面料生产商不等于冲锋衣生产商

数据来源: DT研究院整理

淘宝天猫销售额 TOP 100 冲锋衣面料科技

DT 研究院



注:数据统计时间为2022年12月至2023年11月

数据来源: 魔镜洞察

日常化

三合一冲锋衣适配日常场景

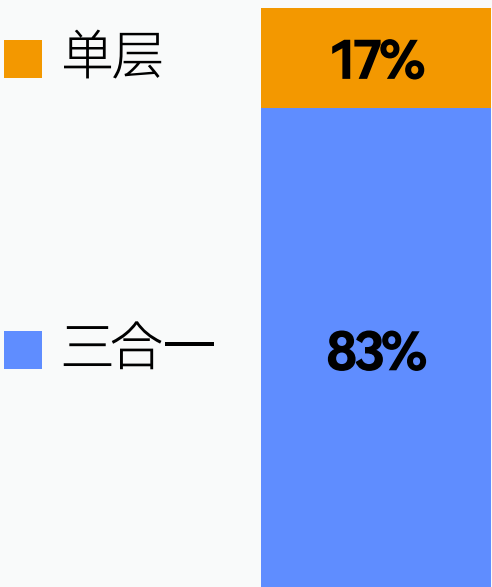
三合一冲锋衣，正在成为2023年冬天的穿搭关键词。2022年12月至2023年11月，淘宝天猫销售额TOP100冲锋衣中，三合一冲锋衣占比83%。

三合一冲锋衣由内胆和外套两部分组成，可以分别穿，或是两件组合一起穿，因为有三种穿法，所以被称为“三合一”。

可拆卸的特点，意味着在户外场景之外，三合一冲锋衣可以适配更多生活场景，冲锋衣也逐渐从山野走到都市，成为普通人的日常穿搭。

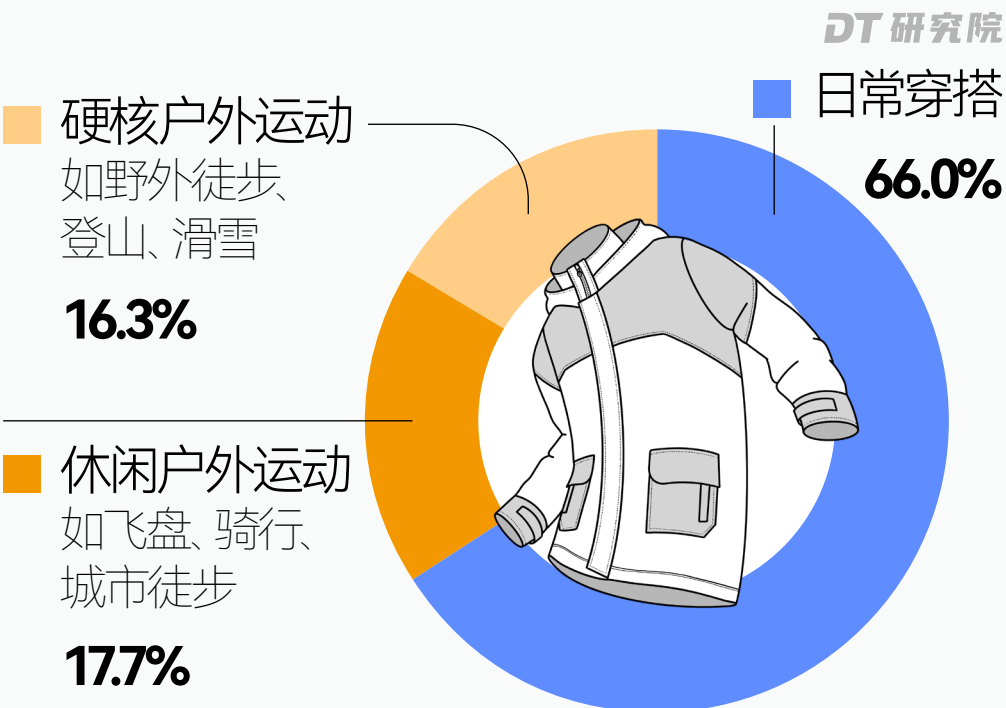
DT研究院的调研数据显示，在冲锋衣的主要穿着场景中，超6成人选择了日常生活场景，即通勤、逛街、出门等。主要在登山、滑雪等硬核户外运动，或在飞盘、骑行等休闲户外运动中穿着冲锋衣的消费者，分别不到两成。

淘宝天猫销售额 **DT 研究院**
TOP 100 冲锋衣种类



注：数据统计时间为2022年12月至2023年11月
数据来源：魔镜洞察

您最主要的冲锋衣穿着场景是什么？



注：数据统计时间为2023年12月
数据来源：DT研究院 (样本量=705)

时尚化

穿搭属性受关注， 国产冲锋衣色彩更多元

当冲锋衣成为日常穿搭，其时尚属性逐渐彰显。

小红书冲锋衣相关笔记中，穿搭类笔记占比超6成。“冲锋衣+半框眼镜=男人最好的医美”成为热门话题，抖音相关视频最高点赞超过480万。

小红书“冲锋衣”笔记类型 TOP 10

DT研究院



注：数据统计时间为2023年9月23日至2023年12月21日，统计范围为带“冲锋衣”关键词的小红书笔记，样本量为13.85万
数据来源：果集·千瓜

颜色是冲锋衣塑造时尚形象的主要切口，传统户外冲锋衣为了使穿着者在户外条件下易辨认，通常色彩鲜艳，而热销冲锋衣增加了更多时尚色彩选择，如燕麦灰、果木杏、暮蓝、雾紫等。

在淘宝天猫热销产品中，平均每款冲锋衣都有13种可选颜色，国产冲锋衣的色彩更丰富，不光有纯色，还有撞色设计。

淘宝天猫销售额 TOP10 冲锋衣颜色举例

DT研究院

暖白	暖白/幻影黑	幻影黑	黑色
燕麦灰	米灰/黑色	深渊绿	深渊绿/黑色
云母灰/暮蓝	闪电蓝/黑色	驼灰/幻影黑	深橄榄/黑色
月光蓝	童话粉/深蓝	橡树棕	咖啡棕
银化绿	珊瑚红	雾紫/深酒红	榛果棕
工业浅卡/姜黄	果木杏/秋麦黄	中国红	

注：数据统计时间为2022年12月至2023年11月

“才知道冲锋衣穿起来可以这么好看，颜色不是单一的橙红黄蓝这些工地色。我挑了一件奶油感牛油果绿，超级喜欢。”

—75后，女，广州

数据来源：魔镜洞察，DT研究院整理

中性风

男女同款更热销

“无性别穿搭”正在成为新的穿搭潮流。冲锋衣作为从户外服饰衍生出的时尚单品，也呈现出中性化的特点。

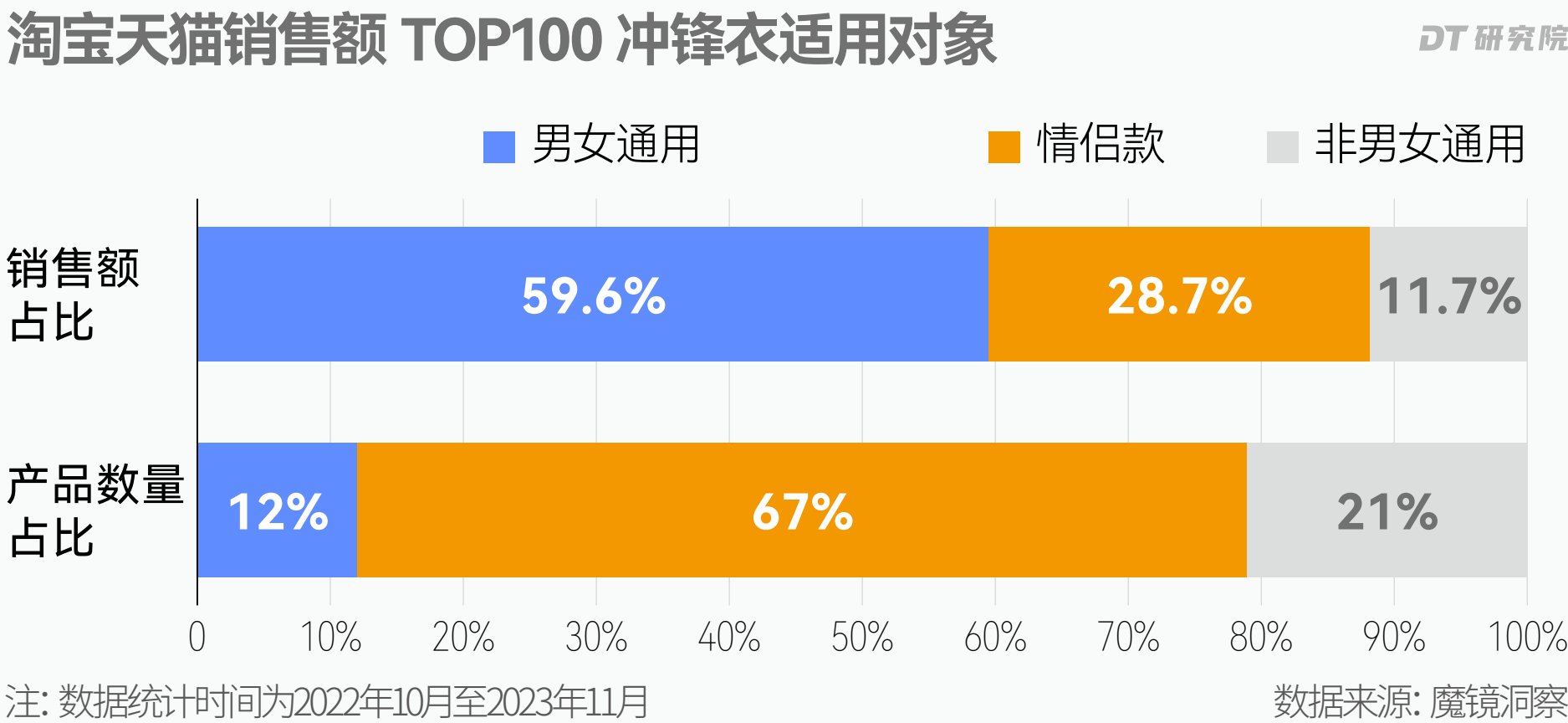
过去一年的热销冲锋衣中，79%为情侣款或男女同款。其中，男女同款销售额占比近6成，情侣款销售额占比近3成。



图片来源: DT研究院据公开资料整理

情侣款冲锋衣的设计相似，部分冲锋衣会在颜色和版型上略作改变，为女款冲锋衣增加修身设计。

在评论区中，我们也发现不少女性消费者会购买男款冲锋衣，达到更加宽松、舒适的效果。



03

冲锋衣消费者洞察

购买意向

没买过冲锋衣的人群中，近7成人有购买意向

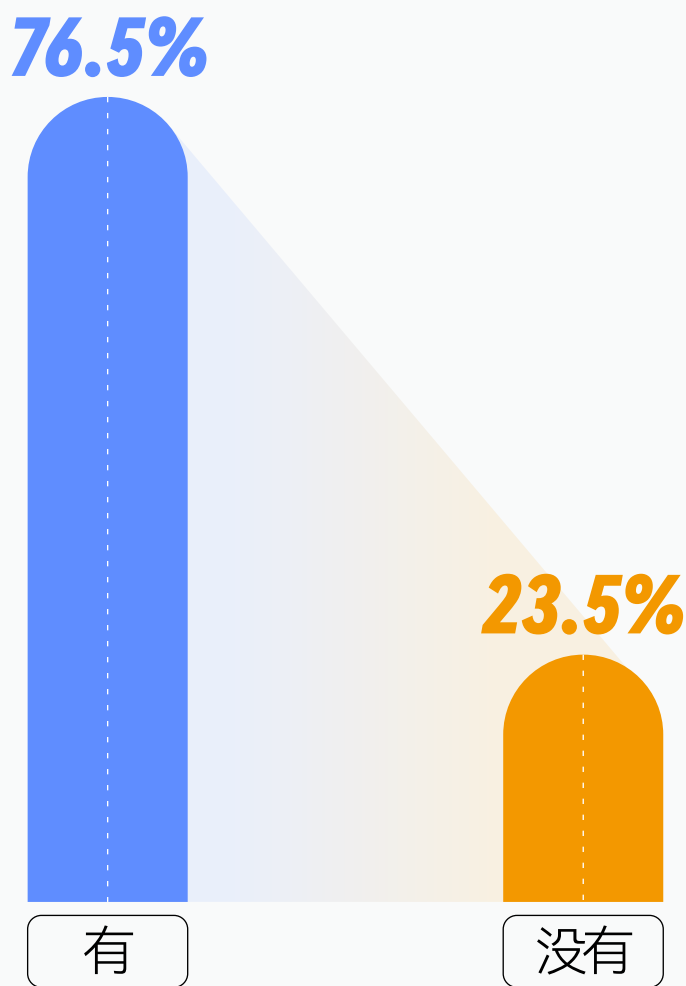
2023年冲锋衣大火，超7成受访者的衣柜里都至少有一件冲锋衣。

在没有购买过冲锋衣的人群中，近7成人在观望或正在选购中，只有3成人完全没有购买意愿。

一边是徒步、骑行等户外运动破圈，另一边是冲锋衣的日常穿着属性增强，未来冲锋衣渗透率有望进一步提升。

请问您购买过冲锋衣吗？

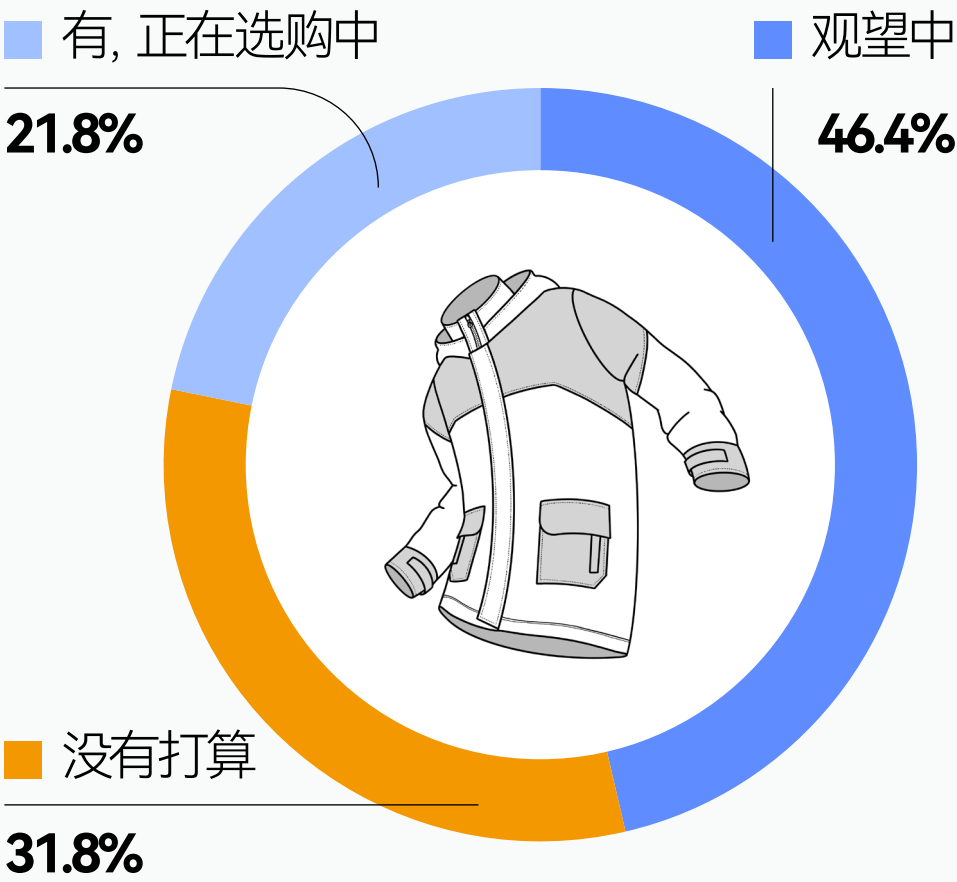
DT 研究院



注：数据统计时间为2023年11月
数据来源：DT研究院调研（样本量为762）

没有购买过冲锋衣的人群，今年有购买冲锋衣的打算吗？

DT 研究院



注：数据统计时间为2023年11月
数据来源：DT研究院调研（样本量为179）

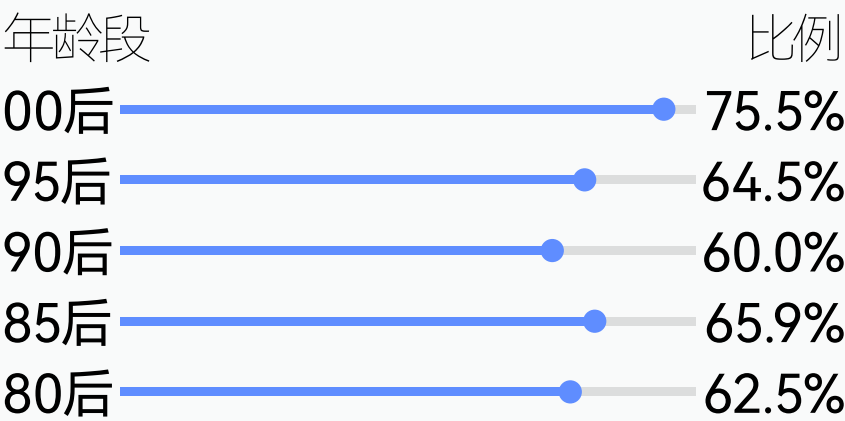
穿着场景

日常穿搭成主流，南方更愿意穿冲锋衣过冬

调研数据显示，66%的受访者把冲锋衣用作日常穿搭，其中00后偏好度更高，比平均水平高出近10个百分点。

冲锋衣在年轻人眼中不再是单一功能性服装，而是日常穿搭的选项之一。

不同年龄段中，将冲锋衣作为日常穿搭的人群比例 DT 研究院

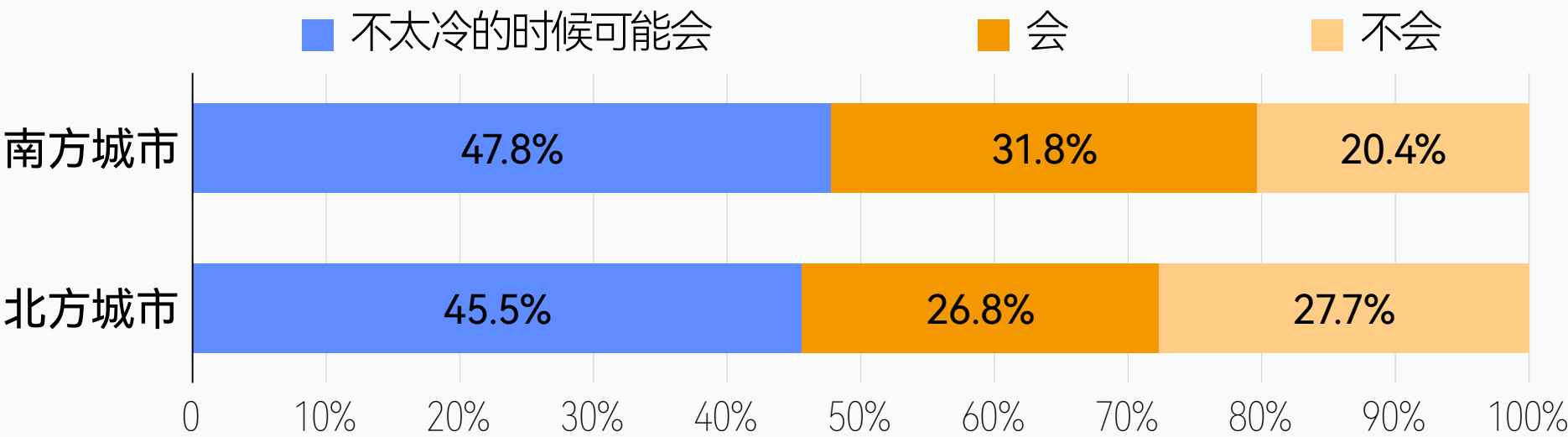


注：数据统计时间为2023年11月
数据来源：DT研究院调研（样本量为705）

冲锋衣在今冬破圈，离不开其保暖效果。3成受访者表示会用冲锋衣替代羽绒服作为过冬衣物，近5成人会在“不太冷的时候”考虑穿冲锋衣过冬。

具体到区域，南方人穿冲锋衣过冬的意愿比北方人略高，冲锋衣的受欢迎程度与所在地区冬季温度息息相关。也有受访者表示，南方冬季较为湿冷，冲锋衣的透湿透气性能刚好能够满足穿着需要。

您是否会考虑用冲锋衣替代羽绒服作为过冬衣物？ DT 研究院



注：数据统计时间为2023年11月
数据来源：DT研究院调研（样本量为705）

品类认知

品牌变多了, 但品质没有变好

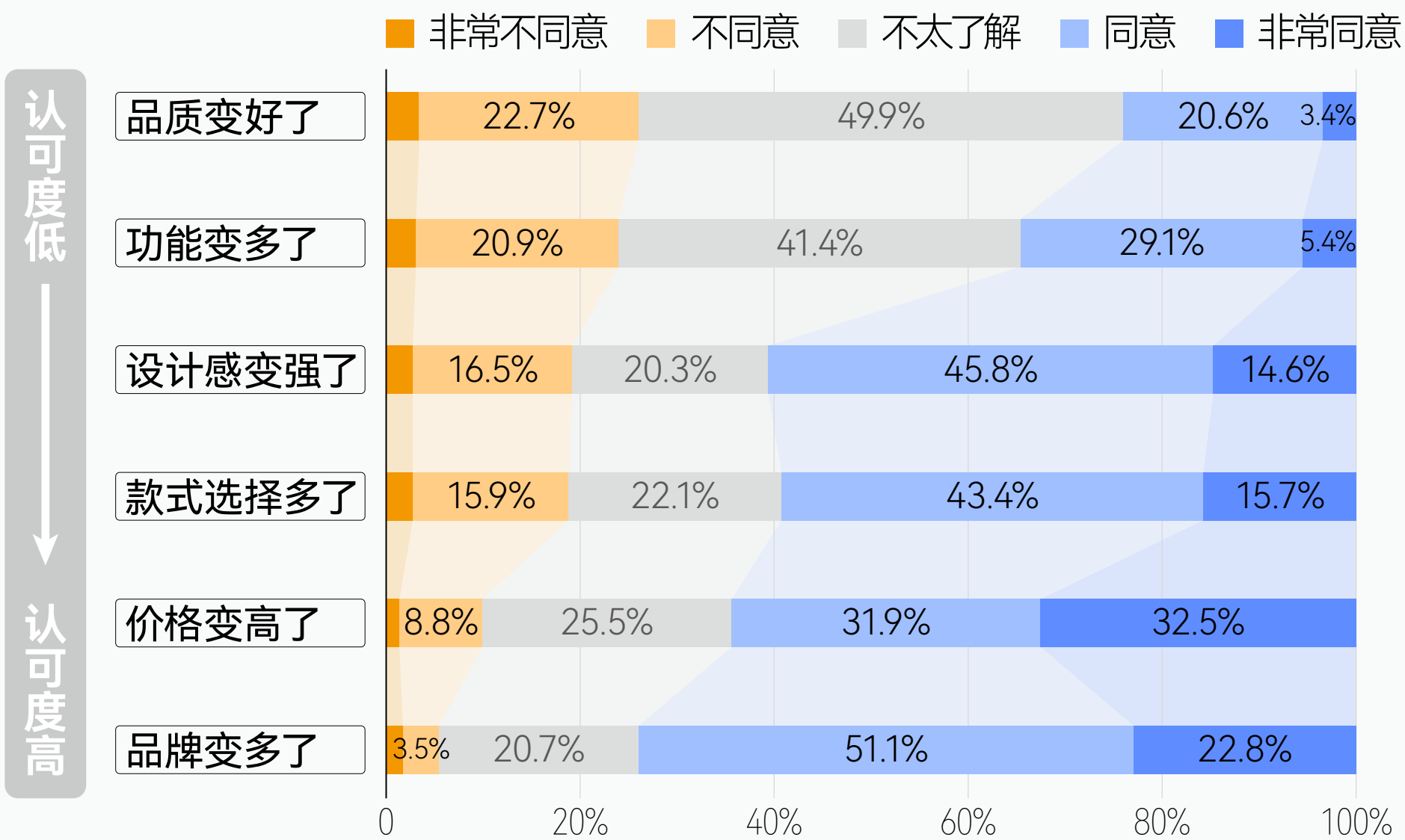
在消费者的普遍认知中, 近年来冲锋衣市场相当热闹, 品牌变多、款式设计升级、价格也实现了提升, 但品质和功能并没有跟上。

具体来看, 超7成人明显感知到冲锋衣品牌变多了, 6成左右的受访者认可冲锋衣的款式和设计感提升。近些年, 国内冲锋衣市场对消费者需求反应迅速, 在时尚性上做了升级, 迎合大众市场。

但从实用性能的角度来看, 消费者对冲锋衣品质和功能升级的认可度较低, 这反映了消费者对冲锋衣的性价比满意度较低, 甚至有消费者表示, 有些国产冲锋衣质量和价格愈发脱钩。

近两年你对冲锋衣的印象有什么变化?

DT 研究院



注: 数据统计时间为2023年11月

数据来源: DT研究院调研 (样本量为705)

消费预算

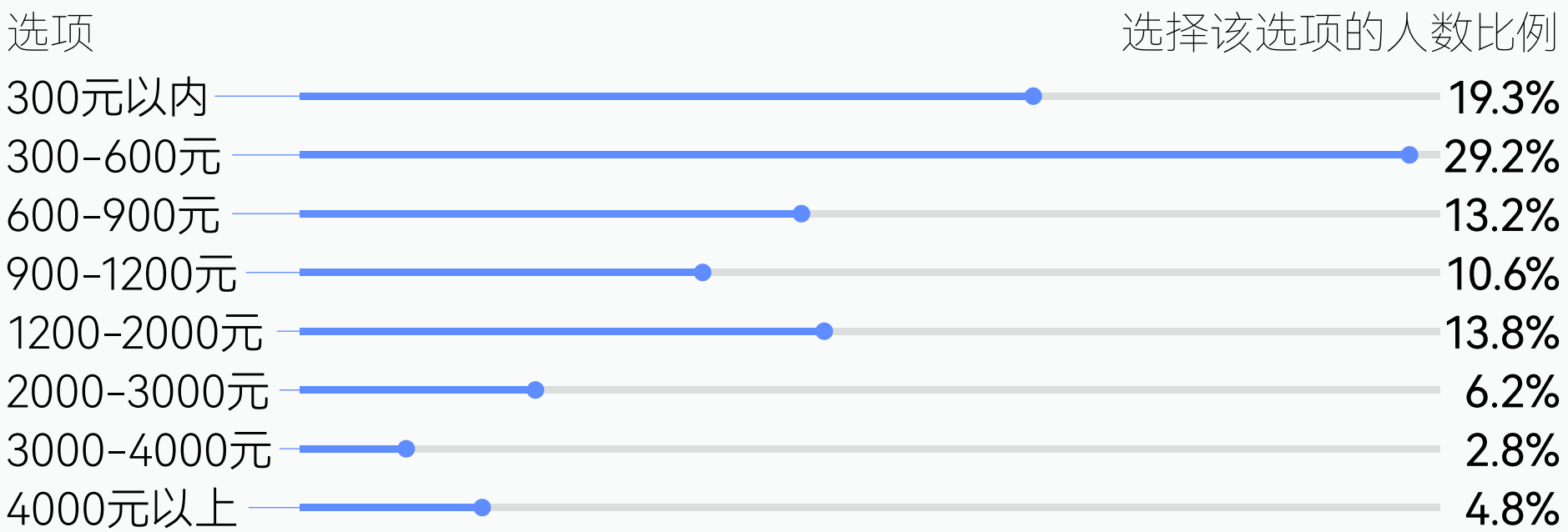
超6成消费者预算在900元以下，年轻人预算更低

尽管国内冲锋衣市场朝着中高端发展，消费者对冲锋衣的预算依然相对保守，超6成受访者的预算在900元以下。其中，300-600元价格带较为热门。

年轻人购买冲锋衣的预算更低，近7成00后选择购买600元以内的冲锋衣，比95后高出17.5个百分点，比90后高出30.9个百分点。

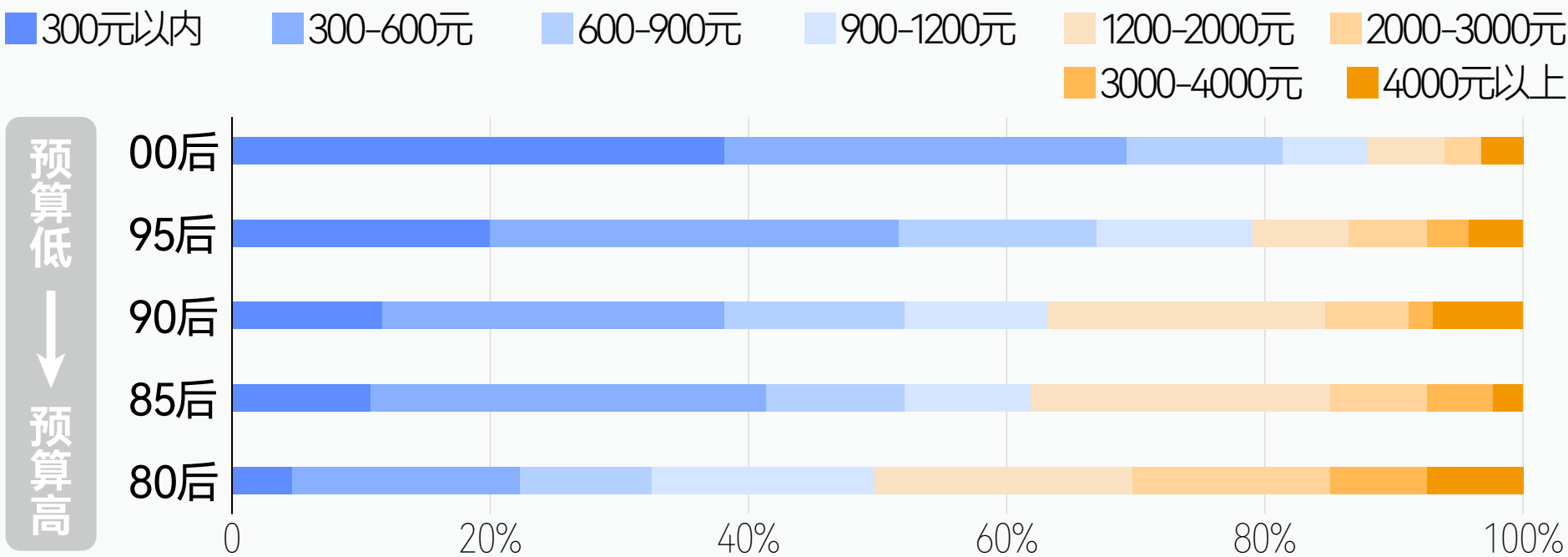
您愿意花多少预算购买冲锋衣？

DT 研究院



您愿意花多少预算购买冲锋衣？

DT 研究院



注：数据统计时间为2023年11月

数据来源：DT研究院调研（样本量为705）

消费决策

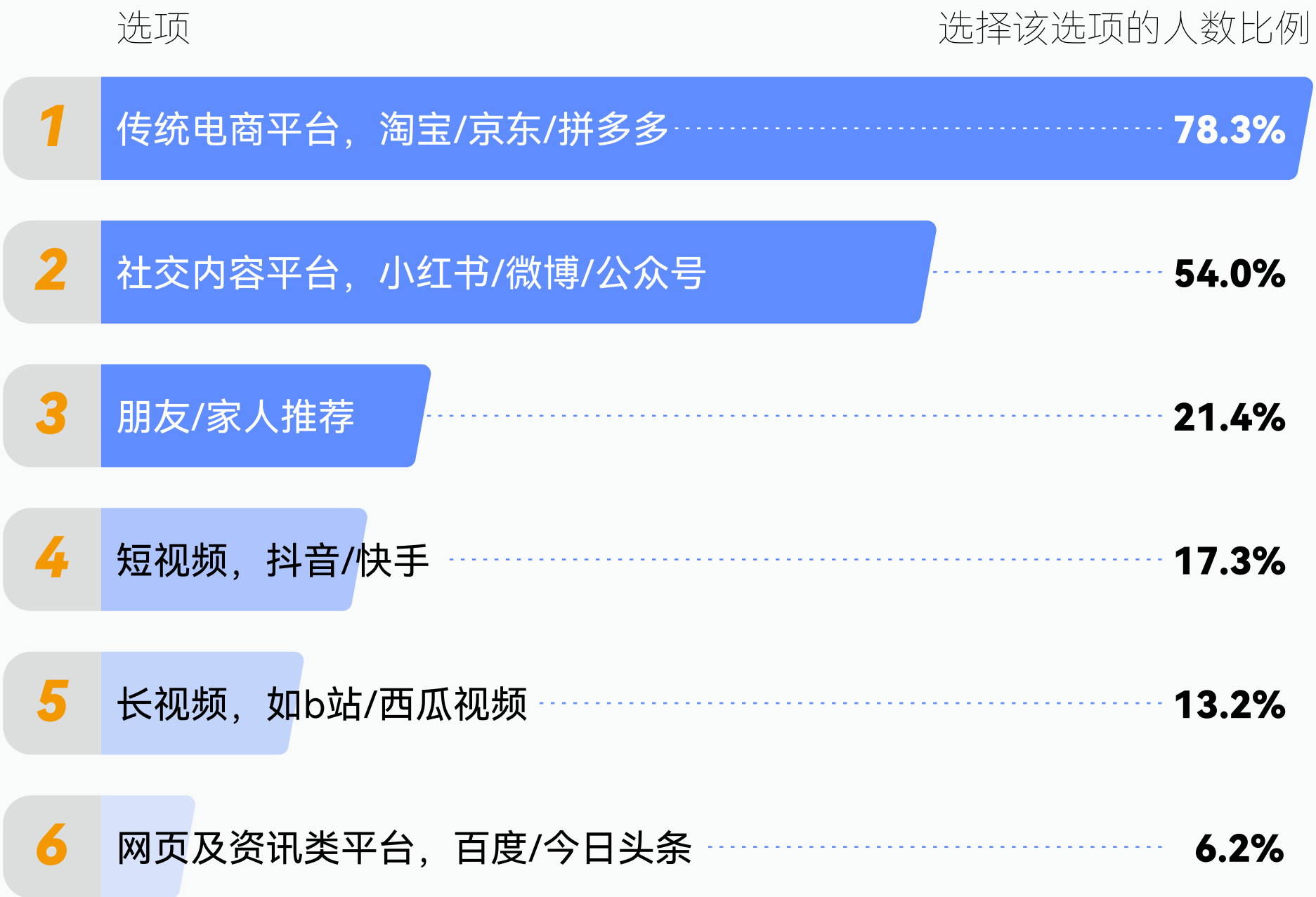
消费者期待真实的选购建议，“三防”性能仍是主要种草因素

种草内容的真实性，影响着人们的消费决策。在购买冲锋衣之前，近8成消费者会在电商平台搜索信息，超过一半消费者会在小红书等内容平台种草。

通过电商平台的消费者评价、内容平台的笔记及评论区，人们了解冲锋衣的质量、色差、上身效果，并与购买过该产品的人对话，获得码数等实用建议。

选购冲锋衣前，你会去哪个平台搜索相关信息？

DT研究院



注：数据统计时间为2023年11月

数据来源：DT研究院调研（样本量为705）

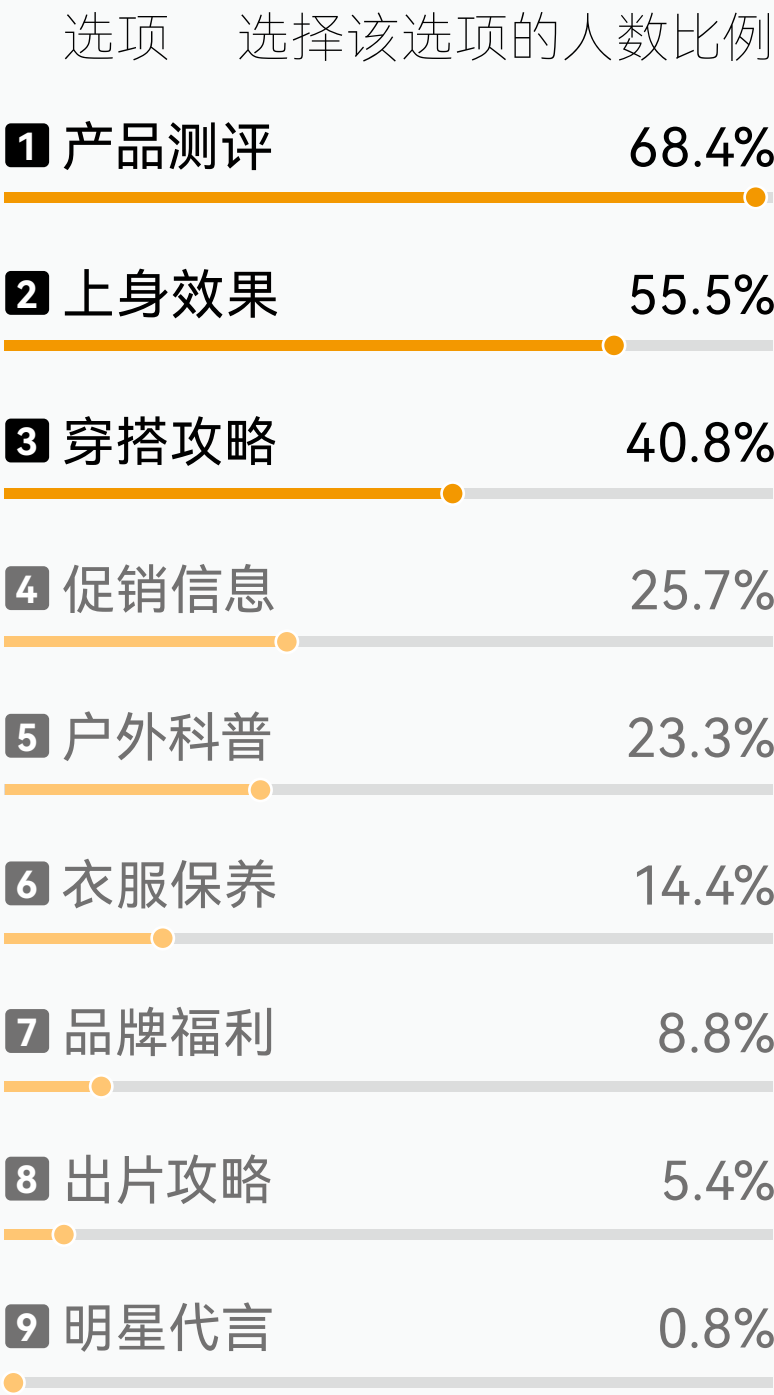
在消费者最关注的冲锋衣内容中, 产品测评、上身效果和穿搭攻略, 刚好对应了功能性与时尚性两大属性。

其中, 人们对三防性能 (防水、防风、防油) 的重视程度遥遥领先, 尽管冲锋衣逐渐日常化, 其功能属性仍然非常重要。

还有35.9%的消费者将品牌作为购买冲锋衣时的考虑因素, 近几年崛起的新品牌, 仍然有机会凭借功能与设计, 获得消费者的青睐。

您更加关注什么类型的冲锋衣内容？

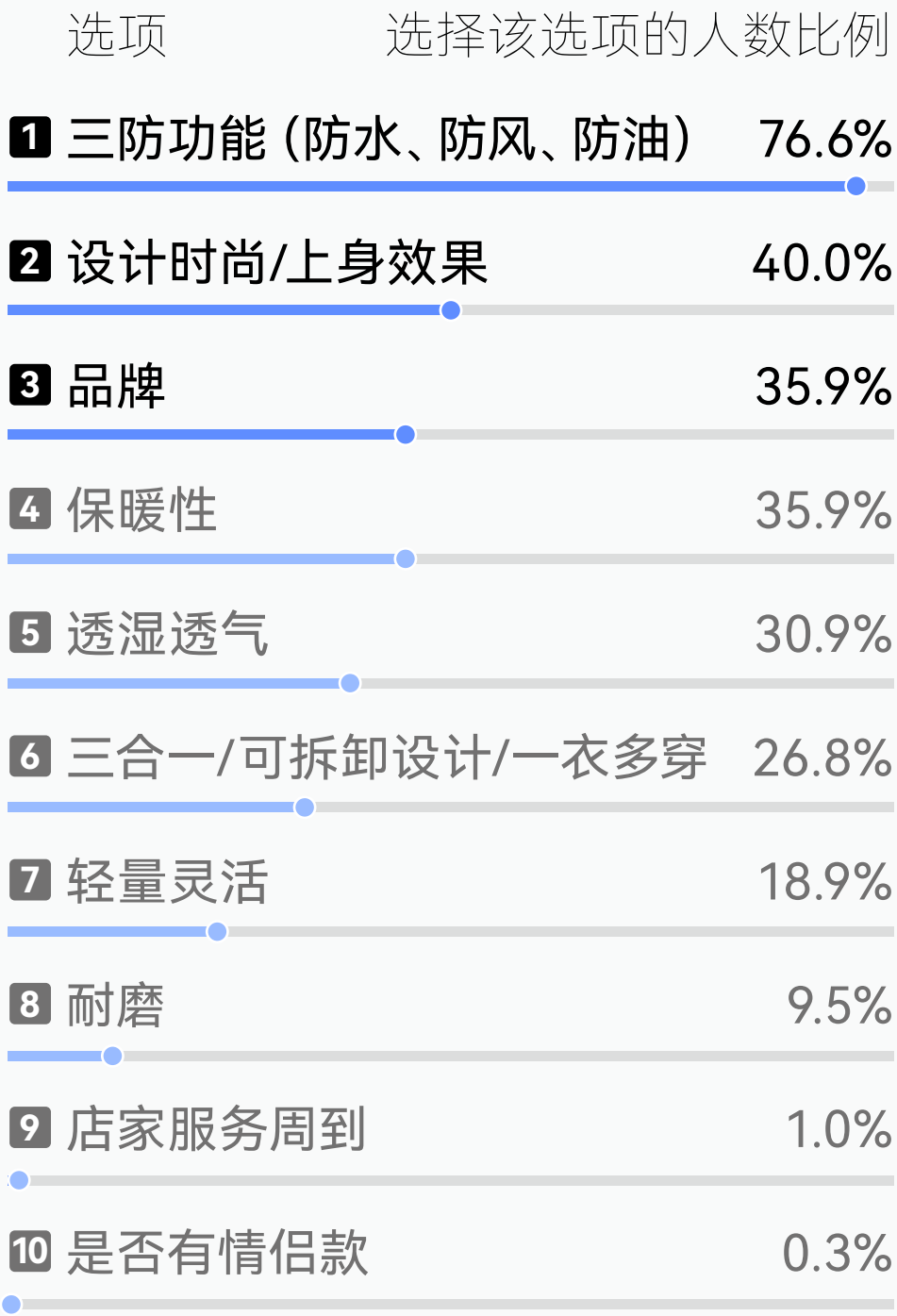
DT 研究院



注: 数据统计时间为2023年11月

您购买冲锋衣最看重哪些因素？

DT 研究院



数据来源: DT研究院调研 (样本量为705)

选购痛点

看不见、摸不着， 线上选购冲锋衣存在痛点

消费者在线上选购冲锋衣上，仍然存在诸多痛点。

其中，摸不到是最大的困扰。超过半数的消费者表示，缺乏上身实际体验，担心尺寸不合适，将近一半的消费者表示产品对比困难，没有办法衡量各品牌产品功能性差异程度。

冲锋衣作为机能属性较强的服饰类别，其功能性存在着多维度的指标衡量，普通消费者对这些指标感知较弱，线上选购时货比三家有一定门槛。

您在线上选购冲锋衣时主要有哪些困惑？

DT 研究院



注：数据统计时间为2023年11月

数据来源：DT研究院调研（样本量为705）

写在最后

大户外赛道的火热，带动冲锋衣成为了一个快速增长的明星品类，当冲锋衣成为日常穿搭，消费者对于性价比的要求也越来越高，主打千元以内市场的国货冲锋衣品牌崛起，户外领域的“国牌替代”正在上演。

未来，随着户外生活方式的普及和消费者对品质追求的提升，中高端冲锋衣市场也将迎来发展空间。不过，在消费者愈发精明的当下，冲锋衣市场仍需面临品质与价格的双重挑战。

面对这一挑战与机遇并存的市场环境，冲锋衣品牌需要不断创新和完善，满足不同消费者的需求。而随着更多新玩家的加入，冲锋衣市场也将越来越成熟，在服装行业中扮演更加重要的角色。

出品机构

出品机构

DT是上海第一财经传媒集团旗下传播与研究机构，关注互联网、消费、文娱、科技等领域，致力通过洞察人群趋势和商业逻辑的内容和服务，帮助读者更清晰地认识世界，助力品牌、企业更好地决策、沟通和连接。

DT商业观察

DT旗下研究型媒体，关注人群趋势，也关注趋势背后的商业逻辑。DT商业观察融合了媒体和研究机构的禀赋，加持丰富的可视化经验，长期为读者提供更好读的深度内容。DT商业观察相关账号已积累超150万读者，影响力触达大量互联网/文娱/消费行业从业人员、媒体人、投资人和研究者。

DT研究院

DT旗下核心研究单位，结合媒体聆听嗅觉、定量调研、访谈和多领域数据库，深耕城市生活、消费、文娱、科技等领域，挖掘趋势和趋势背后的逻辑与机会，提供有数据、有体感、客观可信的人群洞察、行业分析和市场研究。

合作请联系



版权说明

本报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归DT所有。

凡未经DT书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部内容。

任何单位或个人违反规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司有权追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。