



线下卖场里的各式羽绒服

最近,寒潮来袭,江苏集体入冬。看着窗外寒风冷雨,赶快脱下薄外套,从衣柜里翻出羽绒服包裹自己。商场里的服装专柜,也多了不少在试穿选购“今年冬天第一件羽绒服”的消费者。可随便翻翻衣服吊牌,不论短款还是长款,价格都在千元以上。那问题来了:今年羽绒服怎么这么贵?

现代快报+记者 蔡梦莹 文/摄



扫码看视频

# 一翻吊牌就是四位数 羽绒服为何越来越“高奢”?

业内:原材料涨价、品牌升级等是重要原因

## 探访

### 千元级羽绒服占市场主流

近日,现代快报记者在南京新街口一家国产羽绒服品牌店看到,传统主流的中长款羽绒服价格基本在千元以上。在靠近柜台的一款纯色系中长款羽绒服,领口挂着促销的标签,价格为1300多元。店内显眼的位置还展示着各种明星同款、联名款等,价格基本在2000元以上。

“今年羽绒服怎么这么贵啊!”90后小王想买一款短款羽绒服,网上看了好久都不太满意,转战线下。她告诉记者,之前买的羽绒服已经穿了好几年,不太暖和了,趁降温前赶紧来看看。转了一圈,试了好几款之后,小王最终选择了一款可拆卸羽绒内胆的冲锋衣外套,“店员给我介绍这是户外款,布料防水防风,应该能穿好久了。花了近3000块钱。

这真的是我买得最贵的羽绒服了。”

记者在三山街附近一家商场内的国产运动品牌羽绒服销售点看到,一件短款羽绒服的价格也在1500元以上。另一家专注轻型羽绒服的国际服装品牌店内,五彩缤纷的羽绒外套、羽绒背心陈列在装饰柜中。店员介绍:“我们均价在两干左右,有的参与折扣,打完折一千多也能拿下。”

线上各大电商平台也是如此。一家商务男装品牌官方旗舰店内,排在羽绒服热销第一名的是一款商务休闲短款羽绒外套,价格1699元,折后价格在1200元左右。一家知名户外装备品牌官方旗舰店内,一件明星同款极地羽绒服销量最高,原价近1800元,券后价格也在1200元左右。

## 调查

### 新国标影响成本? 业内人士这么说

自今年4月1日起,羽绒服装(GB/T14272—2021)正式实施(以下简称“新国标”),其中最大亮点是羽绒填充物不再标注“含绒量”,而是统一标注“绒子含量”。今冬是羽绒服新国标落地后的第一个销售季,有电商直播平台依据新国标出台了低质羽绒服专项治理的公告。有博主发视频称,几十万件货砸手里了。

新国标的出台对原材料端意味着什么?广东湛江吴川市有“中国羽绒之乡”称号。吴川市羽绒行业协会会长陈文坚告诉记者,原国标下,90绒可以指含绒量为90%,其绒子含量为81%以上。而新国标下,90绒指绒子含量85%以上。“从原料角度来说,绒子含量从81%提升到85%。有的厂商想要更好的品质,绒子含量还会用到90%,这个成本增加是很明显的。”根据羽绒金网的数据,以今年12月1日报价为例,80%白鸭绒报价为每千克283.2元。90%白鸭绒报价为每千克340.20元,比80%白鸭绒贵了两成。

鞋服行业独立分析师程伟雄认为,

标绒子含量能够有效避免羽毛杆、碎片或碎丝以次充好。新国标能改善、解决羽绒服常出现的钻毛问题。因为钻毛主要和里衬品质及绒子含量相关,里衬品质越好、含绒量越高越不容易钻毛。新国标对绒子含量有了进一步的下限要求,对打散绒子的零散绒丝和羽丝比例要求更高。从原材料源头开始规范有利于中国羽绒服行业健康有序地成长。

陈文坚表示,新国标出台后,原材料成本增加只是导致羽绒服价格上涨的原因之一。近年来,整个服装产业都在往高品质路线上走,羽绒服行业也是如此。他告诉现代快报记者,现在不少服装企业都在做品牌升级,不论是价格定位还是经营策略,都向上提高了档次,这也是羽绒服价格上涨的原因之一。

程伟雄也认为,羽绒服价格上涨和新国标规范带来价格巨幅波动只是一方面。“价格策略和品牌定位相关联,品牌向上的过程势必需要加大品牌营销传播以及渠道流量投入,这些费用势必在产品的卖价当中要体现出来。”

## 分析

### 羽绒服价格逐步走向“高奢”

我国是羽绒大国。根据中华全国商业信息中心数据,2014—2020年,我国羽绒服平均单价从452.6元涨到656元;大型防寒服的成交价突破1000元,其中2000元以上的占比已经接近70%。另据中国服装协会数据统计,2021年中国羽绒服市场规模约为1562亿元。

在华创证券2020年发布的《羽绒服行业深度研究报告》中,按照品牌定价区间划分,中国羽绒服市场目前呈现出“两超一强多头”的格局,即国际品牌盟可睐和加拿大鹅主推万元左右高端产品,占位高端价格带;

波司登主流产品覆盖2000元上下全价格带,龙头地位稳固;四季类、运动类、国际快时尚等全品类服装品牌产品分布于500—1000元左右价格带,主攻大众消费市场。

今年11月24日,波司登集团发布2022/2023财年中期业绩报告,披露截至2022年9月30日的六个月内,收入同比增长14.1%至61.8亿元,利润增速连续5年快于收入增速。其中羽绒服业务在上半年的营收最高,占整体营收的62.41%,比去年同期增长10.2%。

## 趋势

### IP合作、明星同款层出不穷

近几年,消费者发现,不少国产羽绒服品牌开启高端化转型。有的与知名IP跨界合作,有的与国际设计师联手创新,有的则借助明星效应,各类明星同款层出不穷。还有不少运动户外品牌、时尚品牌也纷纷抢滩羽绒服市场,价格也不输专业羽绒服品牌同类产品。

程伟雄告诉现代快报记者,这是因为本土鞋服行业本身护城河就基本不存在,技术门槛不高、产品同质化。羽绒服品牌的成功,势必拉抬了时尚品牌和运动品牌的期望。而同质化产品只要敢投入广告,基本上能够销售畅通。他认为,在产品研发上、面辅料创新利用上还是投入不大,而在明星代言、概念炒作等方面投入不菲。

每年3月至9月,是出口海外的羽绒服生产企业最忙的时候。而每年6月至11月,是专注内销的服装企业生产

高峰期。陈文坚注意到,新国标出台后,原本严控品质的服装企业生意越来越好做。“比如现在,销量排名前列的服装企业还忙着加班加点赶工,而一些处在低端市场的服装厂已经无工可做了。这说明羽绒服行业已经出现了分化,消费者越来越认可品牌好、品质佳的中高端市场。”

陈文坚认为,严控质量、规范市场才是王道。今年6月底,由吴川市羽绒行业协会立项的《原料羽绒羽毛》《水洗羽绒羽毛》两项团体标准通过了技术审查。他告诉现代快报记者,现行的国家标准主要对产品、吊牌、终端销售等方面进行了规定,但对原材料生产制作过程还没有一个标准。“我们的《水洗羽绒羽毛》团体标准也可以用在羽绒服和羽绒被上,希望这两个标准的制定和发布,能让羽绒行业的贸易平台和市场更加规范统一。”

分类广告 刊登热线:025-84783581、13675161757  
地址:洪武北路55号置地广场1806室

### 门面出租/招租

招租 升州路60㎡门面房。18913859285黄

### 房屋转让

足疗店急转让。15605179033

### 老年公寓

鼓楼区向阳养老院,有医疗、地铁口、环境好、价优。66776779

### 遗失

徐雪遗失江苏金润福物业管理有限公司开具的盖章收据,收据号为:0032337,0032338,0032339,声明作废。

遗失 南京恒凯反光材料有限公司公章,声明作废。



俭以养德 杜绝浪费



大地粮增 拒绝浪费

中国食品报社主办