



DOWN JACKET

Sports Outdoor
2024 / fw

2024 淘宝天猫运动户外羽绒服 趋势白皮书

引言



近年来体育运动产业与户外生活方式正经历着巨大的变迁。国家对体育活动的投入以及人们健康意识的觉醒使运动和户外更成为一种挑战自我、享受自由的生活方式。

秋冬季节的寒风与低温无疑给运动户外爱好者们带来了挑战，羽绒服作为这一季节不可或缺的装备，以其卓越的保暖性能、防风防水特性以及轻便舒适的穿着体验，成为了连接人与自然的桥梁。

如今羽绒服不再是厚重的代名词，融入了更多的时尚元素。从色彩搭配到版型设计，从特殊缝制到细节设计，展现出更多元更独特的个性与时尚性。消费者对羽绒服的选择，也从过去的“基本需求”转向“品质追求”，除了基础保暖性能，同时会关注运动户外场景下功能科技需求的满足，在此背景下，淘天集团推出了运动户外羽绒服六边形标准，推动品类标准化建设塑造行业品类功能心智。

如何精准把握市场脉搏，融合科技与时尚，推出既符合消费者期待又引领行业潮流的羽绒服，是每一个运动户外品牌必须面对的课题。

本白皮书旨在深入剖析运动户外羽绒服市场的现状与趋势，探讨消费者行为的变迁以及品类发展的潜在机遇，为行业内外人士提供有价值的参考与洞见，共同推动运动户外羽绒服行业的持续健康发展。

CONTENTS

目录



01 羽绒服行业欣欣向荣

科技功能革新，推动市场消费升级
六边形专业标准发布，引领行业功能心智

02 运动户外羽绒服人群洞察

人群侧写和消费趋势动向
品类偏好剖析

03 运动户外羽绒服趋势与场景

四大增量趋势机会
三大场景细分布局

PART 01

〈 羽绒服行业欣欣向荣 〉

DOWN JACKET



Sports Outdoor
2024 / fw



羽绒服发展稳步增长，是消费者冬季衣柜的抢手货



秋冬季节，羽绒服凭借其卓绝的御寒性能成为消费者衣橱中的必备单品。无论是户外探险、都市通勤还是休闲聚会，羽绒服都能凭借其专业性和多功能性，为消费者提供舒适的穿着体验。经年的发展使羽绒服从填充物到面料，功能科技不断进阶。

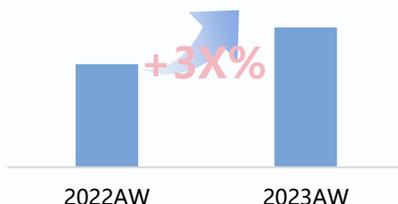
羽绒服市场繁荣，增长趋势显著

在过去近十年，中国羽绒服市场规模持续扩大，年均增长率稳定在 11%。2023年秋冬季节，站内羽绒服销售额同比增长率超过30%，远高于整体服饰零售总额 19% 的增长率。羽绒服在秋冬服饰中为主要销售品类，占比接近 50%，对比22年占比提升4pt。

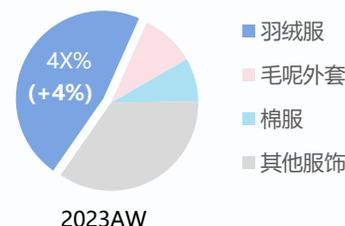
2016年-2022年中国羽绒服市场规模趋势



2023AW站内羽绒服规模&增速



2023AW羽绒服在秋冬服饰的销售占比



羽绒服在消费者冬季服饰中呈现高频穿着的趋势，推动其购买需求持续增长

根据对消费者冬日衣柜的外套数量调研，79%消费者有5件以上的冬季外套，89%消费者有不止1件羽绒服，同比去年上升4%，而80%以上的消费者，一周大部分时间都会穿着羽绒服。从羽绒服的购买频次与单次购买量看，均呈现同比上升的趋势。

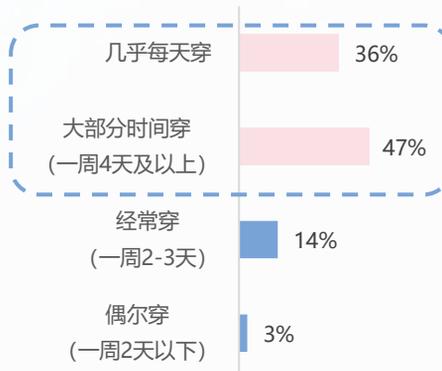
羽绒服购买频次



拥有1件以上羽绒服的消费者占比



羽绒服穿着频次



数据来源：TMIC问卷调研 (N=803)，阿里消费洞察，中国产业研究院
调研问题：请问您大概有几件羽绒服/您穿着羽绒服的频次大概是多少

羽绒服的前世今生离不开人类对户外的探索，文旅热点助推，体育赛事云集，加速追风续写其新篇章

现代羽绒服的发明初衷离不开冬季户外运动保暖的需求点，而“后冬奥时代”的冰雪运动热，也为冬季运动装备行业带来了新的市场需求。“尔滨”出圈等文旅热潮，也助推以羽绒服为代表的冬季旅游穿搭攻略一跃成为顶流话题。

羽绒服发展史

基础保暖

周代

中国已有使用鸟兽毛羽制作防寒衣物的历史，如周代的羽衣（毳衣），汉代牦牛毛絮料服装，唐代鹅毛绒被絮等，鸟兽毛羽制作防寒衣物都是现代羽绒服的雏形。



1936年

户外极寒保障



美国户外品牌Eddie Bauer设计出了第一款羽绒填充的外套，为了能够应对在户外活动时遭遇的极端寒冷环境，标志着现代运动户外羽绒服的诞生。

羽绒服引入

1970年

羽绒服作为一种冬季保暖服装开始在国内引入并流行，1972年，上海某服装厂开始承担国家登山服试制任务，为中国登山队试制登山服和睡袋。



2022年 冬奥会点燃冰雪运动热情，需求激发

2022年冬奥会如同一股强劲的东风，极大地推动了冰雪运动的蓬勃发展。以滑雪项目为例，某社媒平台搜索量同比上涨60%+，成为热门爆款。在2021-2022年间，国内雪场的人次创下了历史新高，同时也进一步激发了消费者对于羽绒服的强烈需求。



羽绒服时尚需求加深

2023年

2023年冬季旅游热潮涌动，旅行人数同比增加179%，雪乡之旅备受关注。与此同时，社交媒体上关于羽绒服的讨论热度同比飙升70%+，其中与冬季旅游穿搭相关的讨论声量占比高达66%，进一步点燃了大家对运动户外羽绒服的关注热情，多层次穿法获得大家推崇。



2024-2025年

羽绒服场景拓展

2024-2025年哈尔滨冬亚会，将是冰雪运动盛宴，运动户外羽绒服成亮丽风景，让更多人感受其独特魅力与实用性。无论是冰雪赛道驰骋，还是户外活动探索，皆为必备装备。

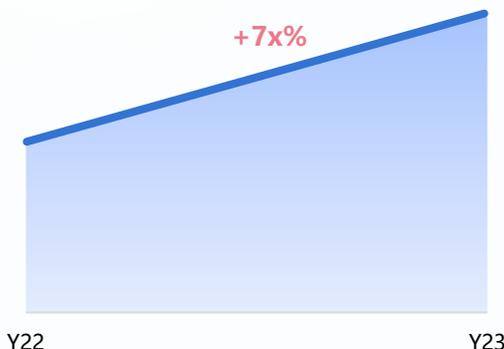


户外运动成为新潮和先锋生活方式，运动户外羽绒服领涨市场； 产业政策利好，健康意识进阶，为行业带来新机遇

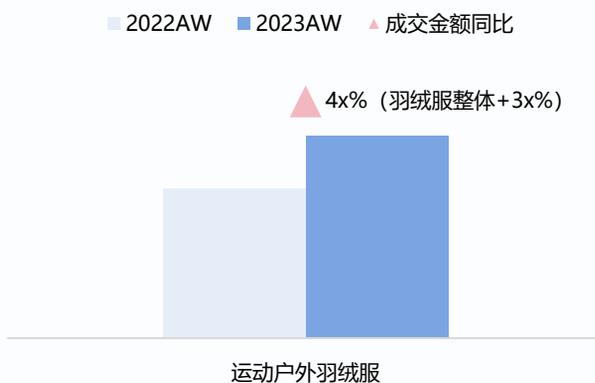
无论是话题探讨还是市场成交，运动户外羽绒服都呈现出强劲的增长态势

随着健康生活理念的普及和户外活动的兴起，运动户外羽绒服正展现出蓬勃的发展势头与巨大的市场潜力。消费者在各社交媒体对于运动户外羽绒服的讨论同比上升明显，更多消费者愿意在社媒或分享安利或表达自己对运动户外羽绒服的期待。

运动户外羽绒服社媒讨论声量变化



运动户外羽绒服成交金额变化



数据来源：社媒分析，阿里消费洞察

一系列政策出台，推动体育事业加速发展

近年来，国家对促进全民体育、发展户外运动产业的重视度大幅提高，旨在通过政策引导和基础设施建设，引发全民体育热潮，提升民众的健康水平，向体育强国不断迈进。

2022

《2022国民健身趋势报告》
《户外运动产业发展规划(2022-2025年)》

2024

《2024年群众体育工作要点》

- 加大“三大球”（足球、篮球、排球）和冰雪运动的推广普及
- 强化品牌赛事活动的引领作用，组织各类冰雪运动赛事

2023

《中国户外运动产业发展报告(2022-2023)》
《促进户外运动设施建设与服务提升行动方案(2023—2025年)》

数据来源：阿里消费洞察，案头研究

消费者对专业功能的追求，推动运动户外羽绒服市场迈向中高端化消费升级

消费者对保暖性能和高阶防护特性的需求，驱动运动户外羽绒服技术升级与创新

纵观运动户外羽绒服市场，中高端价格带的货品生意表现尤为突出。消费者对羽绒服的功能性要求日益提升，并愿意为其支付溢价，一定程度上刺激了羽绒服高端化市场的繁荣。

消费者对运动户外羽绒服功能溢价是否值得的看法

■ 值得 ■ 不值得 ■ 不确定

96%

消费者对运动户外羽绒服功能偏好



保暖防寒



防水



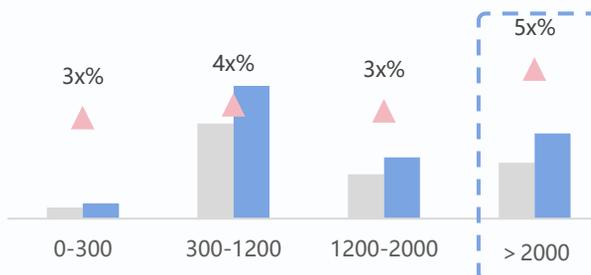
防风



耐磨

运动户外羽绒服市场价格带成交金额及同比增长

■ 2022 ■ 2023 ▲ 同比增长



代表品牌案例



秉持着 NEVER STOP EXPLORINE(探索永不停止)的品牌精神，北面 UE 象征对宇宙万物无止尽的寻找，追求与好奇。这条 THE NORTH FACE 旗下高机能时尚支线融合了创新的设计元素，丰富的细节和高端机能性物料，以一变来应对繁华闹市的万变。

NUPTSE2000

防风/防水/轻巧便携

外层：经 DWR 防泼水处理的 WINDWALL防风面料

内里：700蓬松度的高品质 RDS 鹅绒填充

细节：可隐藏收纳于领内的带帽檐连衣帽；可与拉链式可拆卸外套搭配穿着的 ZIP-IN 自由穿搭设计；轻巧便携的可打包式插手袋；挡风防寒的可调节下摆



KOLON SPORT成立于韩国、是一个拥有51年历史的高端品质户外生活方式品牌，融合了潮流设计与功能灵感，在满足人们对功能性需求的同时，通过时尚大胆的设计和剪裁，打破都市与户外的界限。

ANTARCTICA系列

防风/防水/透湿保暖

外层：GORE-TEX WINDSTOPPER面料

内里：填充700FP鹅绒，绒子含量90%

内衬：热能反射科技

细节：腰身两侧具有可调节绳扣；高品质弹力螺纹袖口设计；后背ANTARCTICA悬挂抓带设计；下摆两侧设有拉链，满足活动性需求



数据来源：TMIC问卷调研 (N=803)，阿里消费洞察
调研问题：请问您认为运动户外羽绒服的功能性值得更高的价值吗/请问您对功能的偏好是

内保暖外防护：消费者对羽绒服功能的双重期待

自然“暖芯”，科技“外露”，由内而外的全副武装

保暖是消费者对羽绒服的基础诉求，其核心在于“芯”，“芯”之所在，乃精选羽绒，构建起温暖防护的第一道屏障。此外，对于防护功能更高阶的诉求，如防风、防水、耐磨等，可由“面”来实现，“面”之风采，则源自高科技面料的精心打造，有效抵御外界恶劣环境，确保温暖不流失。内保暖外防护，芯与面的完美结合，使羽绒服得以应对各种温度环境的防护需求。

芯



*72%充绒量代表72%的消费者关注充绒量

高蓬松度

优质鹅绒

高绒子含量

高清洁度

无异味



保暖抗寒

防雨防水

防风

耐磨耐用

轻便



防风

69%

耐磨

58%

防水

77%

透湿

49%

面

数据来源：TMIC问卷调查 (N=803)

调研问题：请问您购买运动户外羽绒服的关注点有哪些/请问您对运动户外羽绒服面料的偏好是

模型指引 | 淘天集团运动户外羽绒服六边形标准

标准指引 | 品类标准建设塑造行业功能心智，消费者选购指南、品牌商品专业背书

运动户外羽绒服作为强功能服饰品类，消费需求从基础保暖进阶为多元功能维度，为提升消费者选购体验，增加优良商品专业背书，淘天集团重磅推出“运动户外羽绒服六边形标准”。



温度场景功能匹配建议 | 不同温度场景下的选购指导及产品定位建议

羽绒服六边形在不同的场景及温度下，为匹配消费需求详细划分了对应功能。为商家产品推广方向与市场定位提供建议，同时给消费者选购决策提供指导。



说明：标注★表示该温度带下消费者更加重点关注的维度，未标注★不代表不关注；例：0°C以上建议品牌更加突出产品的保暖性、透湿性、轻量性。

羽绒服时尚化，新潮来袭

时尚潮流需求高涨

羽绒服跃入时尚场，碰撞出潮流新火花，消费者对运动户外羽绒服在风格、设计感与色彩上的期待同样高涨。社媒上消费者对于运动户外羽绒服风格的讨论也日益热烈，复古、简约、山系等声量均呈同比上升趋势。

运动户外羽绒服风格社媒表现

羽绒服×风格讨论

声量 **103万**
同比 **+61%**

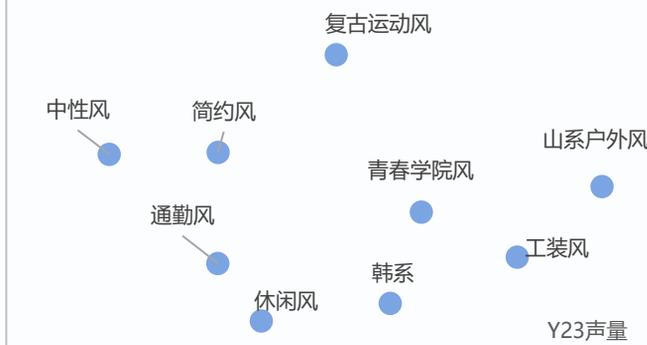
“被xx羽绒服种草了。不管是从**造型颜色**还是保暖度都没得说”

“羽绒服大面积的正红色搭配上多口袋的**工装风格**设计，吸睛的同时透露出满满的**时髦感**”

——消费者说

运动户外羽绒服风格趋势

声量同比



数据来源：社媒分析

在款式、颜色上，消费者则希望打破羽绒服的固有印象，渴望拥有更多独具匠心、色彩缤纷的选择。

消费者偏好羽绒服类型



消费者对羽绒服的期待

款式 25%

“如果有更多款式就好了” “可以多一点流行款式”
“希望能出更多有创意的款式”

设计感 19%

“款式设计再美丽一点”
“保暖性好的前提下能够好看！” “希望男生多出好看的颜色和款式”

颜色 3%

“颜色做得鲜亮一些” “期待颜色简单干净”
“多多颜色可供选择”

数据来源：TMIC问卷调研 (N=803)

调研问题：请问您有哪些类型的羽绒服/请问您对于运动户外羽绒服还有哪些期待呢

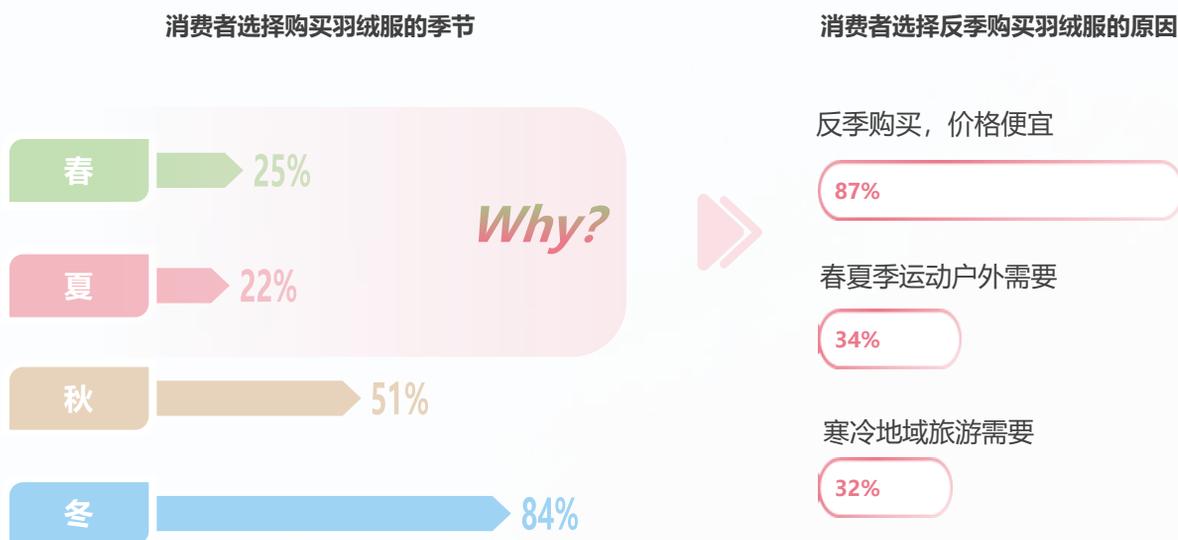
秋冬不止，春夏增长；羽绒服不再是秋冬的专属，春夏的增长潜力不可小觑

消费者对羽绒服的需求从秋冬季拓展至一年四季



数据来源：阿里消费洞察

春夏购买主要因素为反季优惠，其次为户外活动与旅游需要



数据来源：TMIC问卷调查 (N=803)
 调研问题：您会在哪些季节购买运动户外羽绒服/您为什么会在春夏季节购买运动户外羽绒服

PART 02

〈 运动户外羽绒服人群洞察 〉



OUTDOOR SPORTS
HAVE BECOME
THE "NEW WAY OF LIFE"
FOR THE PUBLIC



运动户外羽绒服人群侧写

他们是热爱品质生活又具烟火气的活力玩家，中高购买力人群偏爱有加

运动户外羽绒服市场中，女性、18-29岁、南方&1-3线城市人群是主要消费力量，高购买力群体表现出更为显著的消费热情。同时男性、30岁以上熟龄人群、北方&4线以上城市的消费者群体也显示出稳定的需求。消费者对运动户外项目的偏好显著高于全网人群，从徒步、露营、骑行到更专业的滑雪，展现了他们对运动的热爱。

人群属性

性别分布



地域分布



城市分布



策略人群



精致妈妈
TGI 270



新锐白领
TGI 210



Gen Z
TGI 210

年龄分布



购买力分布



人群偏好

兴趣偏好



运动圈层



跨类目购买偏好

消费类目	TGI
滑雪装备	1000
越野跑鞋	1000
运动风衣	1000
高尔夫服装	900
登山鞋/徒步鞋	900
溯溪鞋	700
运动眼镜	700
户外摄影包	575
冰爪	525
无线运动耳机	525
潜水服	475

数据来源：阿里消费洞察；注：TGI对比人群为全网人群

保暖舒适与科技创新：运动户外羽绒服的性别视角下，男性更关注科技与品牌，女性更关注保暖与搭配



挑战自我
关注羽绒服的科技与品牌

释放压力
关注羽绒服的保暖与搭配

他们在挑战与探索中寻找自我与社交，追求装备的性能与创新，科技面料与品牌。

她们追求在寒冷中的温馨庇护与舒适体验。通常选择充绒量高且款式颜色好看的羽绒服。

进行运动&户外活动的目的

TGI	男性	女性
享受户外自然氛围	99	99
强身健体	105	99
促进人际交往	128	90
消遣娱乐，释放压力	86	103
增长见识	113	95
顺应潮流，追求时尚	164	79
挑战自我	129	92
热爱运动	121	95



男性更倾向通过运动户外活动顺应潮流、社交与挑战自我



女性更倾向在运动户外活动中释放压力、享受自然氛围

运动户外羽绒服驱动因子

男性更关注面料科技与品牌



女性更关注保暖性与时尚性



TGI	男性	女性	TGI	男性	女性
填充物	98	101	外壳面料	101	99
充绒量	93	101	里布面料	110	98
绒子含量	102	99	风格	122	94
蓬松度	97	100	款式	79	106
功能	90	102	价格	102	98
颜色	98	98	品牌	111	97

*TGI > 100表明有偏好，数值越大偏好度程度越高

数据来源：TMIC问卷调研 (N=803)

调研问题：请问您参与户外运动的主要目的/请问您购买运动户外羽绒服的关注点有哪些

男性追求功能与安全，女性注重色彩与体验；功能需求与色彩，引领运动户外羽绒服创新潮

男性更追求功能全面性，女性在基础保暖外同时关注穿着舒适度

男性在选择运动户外羽绒服时，会考虑环境、运动量等因素，从防泼水到防暴雨的不同防水等级，追求极致轻便和便携性，同时也注重安全性，如反光标志和多功能口袋设计。女性则更看重保暖、穿着体验，偏好舒适、防风和“三合一”款式，并对填充物、充绒量和蓬松度有较高要求。

男女对运动户外羽绒服的功能关注点

MEN

防潮	反光设计	涂层面料
吸湿透气	可调节袖口	新型环保面料
耐磨耐用	多功能口袋	热反射里布
有救生装置	高密度面料	轻薄可收纳款



户外出行首要的是**保暖和不受束缚**，加上**高强度的防水面料**，无论是日常骑行还是户外出游都是比较合适的选择

防水防风的同时需要**硬挺有型**，不管是日常御寒，户外运动，都能轻松应对。男生的衣服不在于多，主打一个**好看又实用**

WOMEN

填充物	防风	蓬松度	三合一
充绒量	保暖抗寒	鹅绒	柔软亲肤里布



700蓬的鹅绒填充既**保暖又轻便透气**，加上**三合一的设计**非常适合冬天的户外

90%白鸭绒填充，**保暖性能好**；**弹力拼接面料**，适合运动伸展；**羽绒帽可拆卸**，方便实用

*展示TGI>100的关注点，颜色越深代表TGI越高

在色彩偏好上，男性喜欢自然色系和撞色系，女性则追求更多元化

在户外运动中，男士们倾向于打破传统的黑白灰色调，同时考虑到户外运动的安全性，会选择更为醒目的自然色系或撞色设计，以展示个性和活力。女士们则追求风格与色彩的完美融合，以满足对氛围感和拍照效果的高标准，确保与户外自然景观的和谐，每次出行都成为时尚的定格。

男女对运动户外羽绒服的颜色偏好



数据来源：TMIC问卷调研 (N=803)，阿里消费洞察
调研问题：请问您对功能的偏好是/请问您偏好的羽绒服的颜色是

实用、轻便、舒适：熟龄人群运动户外羽绒服的理想之选

熟龄人群追求实用轻便的羽绒服，方便户外休闲活动

熟龄人群挑选运动羽绒服时，会优先考虑其功能实用性和轻便性，寻求保暖且不臃肿的款式，以满足户外休闲活动的需求。熟龄人群偏好的户外活动多为散步，在材质方面，他们倾向于选择柔软、弹性好且重量轻的面料，消减穿着时的不适和疲劳。

运动户外羽绒服场景&功能偏好TGI

场景	40岁以上	功能	40岁以上
散步	133	防风	120
通勤	105	吸湿透气	102
跑步 (非马拉松)	100	防潮	99
徒步	93	保暖抗寒	92
攀冰	87	轻便	92
滑翔	84	防水/防雨	87
露营	59	多功能口袋设计	74
登山	54	反光设计	70
冬季旅行	52	耐磨耐用	58
城市骑行	34	可调节束腰/袖口/下摆设计	53
山地骑行	30		
滑雪	27		

保暖 轻薄
面料柔软 **舒适**
弹力袖口 **宽松** **厚实**
自由拆卸

衣服的羽绒量足够，穿上很暖和，不显臃肿，长度刚刚好

在选择羽绒服时，会注重其保暖性和防护性，以适应户外活动的需要。同时偏好轻便的羽绒服，避免因重量过重而感到疲惫，确保户外活动的舒适性。

简约利落 轻便保暖



全方位亲肤舒适



在颜色款式上，纯色不花哨，细节彰显品质

部分熟龄人群也喜欢追求时髦，倾向休闲风格的设计，色系更倾向于美拉德色系，偏向较深的色系，如深紫色、酒红、黑色、孔雀蓝等。同时对于花纹和图案，可选择简单的设计，避免过于花哨，适当的暗纹或同色系花纹增加细节。



美拉德色+羽绒马甲



黑色+派克羽绒



卡其色+中长款羽绒

“暗红色成熟稳重、复古端庄，非但不显老气，甚至减龄哦”

“买到了一件棕色羽绒服，上身超级蓬松柔软”

“加厚马甲款式，简洁大方，不仅实用，更显时尚”

“高领设计，简约大方，时尚又保暖”

“老人家保暖舒适帅气都重要”

数据来源：TMIC问卷调研 (N=803)，阿里消费洞察

调研问题：请问您在冬季会穿着运动户外羽绒服参与以下哪一些场景或运动/请问您对功能的偏好是

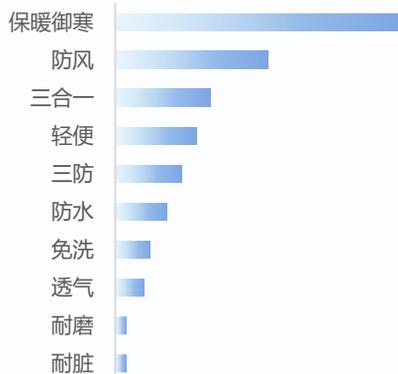
全方位考量，安全与时尚兼顾：儿童运动羽绒服的最优解

家长在为孩子们挑选羽绒服时，安全是首要考虑因素。例如在高强度户外活动时，家长们倾向于选择功能性和保暖性更强的款式；而在轻松的日常休闲场合，则更偏爱既时尚又色彩丰富的风格设计，以满足孩子们对鲜艳和个性的追求。

上学、户外休闲 可见性、轻便性

家长为孩子节日或特殊场合选择亮色系羽绒服，因其鲜艳色彩提高户外可见性，增强安全性；同时，羽绒服的轻便保暖特性适合活泼好动的孩子，便于自由活动和家长携带，非常适合家长带孩子出行的需求。

儿童运动羽绒服功能关键词社媒声量



登山、玩雪 防护性

家长们倾向为孩子选择具备“三防”或有免洗功能的运动羽绒服，以适应爬山、徒步、玩雪等户外活动。让孩子们在尽情享受户外活动的同时，尽量减少恶劣天气的影响，也不必担心衣服会因为污渍而影响穿着体验，也简化了衣物的清洁与维护。

上学、Citywalk



孩子秋冬季节外出时，**保暖非常重要**，选择的羽绒服不仅要**防风保暖**，还要**时尚**，不能显得臃肿，面料需具有**防水透湿**功能，适合户外出行

场景	上学、citywalk
功能需求	防风保暖、防水透湿
材质面料	反光印花
色系	清爽配色、时尚亮色系
风格	清新活泼

户外休闲、旅行



保暖透气的亮色系运动羽绒服，适合孩子节日活动时穿着，且不会感到闷热，给人一种**时尚、酷炫**的感觉

场景	特殊节日穿搭、户外休闲、旅行
功能需求	保暖不闷汗、防风，防水
材质面料	石墨烯+气凝胶+聚温隔冷层
色系	撞色搭配、红、星辰灰
风格	潮酷

玩雪、登山



白鸭绒**保暖且不沉重**，适合孩子活泼好动；面料**防水、防污、防油**的功能，适合玩雪等户外活动，可以保持干爽；**设计时尚，穿着轻便，保暖同时透气**，适合孩子活动

场景	滑雪、爬山、秋冬户外运动
功能需求	保暖御寒、三防（防水，防污，防油）、透气
材质面料	高弹舒适面料，轻便不压身
色系	自然色系、冰雪蓝白系
风格	简单大方、时尚活力

结合了**舒适性、保暖性和时尚性**的儿童羽绒服，适合北方冬天户外溜娃；且需具有**防风、防水和透湿功能**，适合孩子冬天户外自由活动；灰色系，既**好看又耐脏**



PART 03

〈运动户外羽绒服趋势与场景〉



2024 / fw



(SPORTS)



运动户外羽绒服四大核心趋势

想要满足消费者“内外兼修”的诉求，需要内里含绒量高，填充物精选上乘，既保暖又透气，又要有新颖独特的设计。

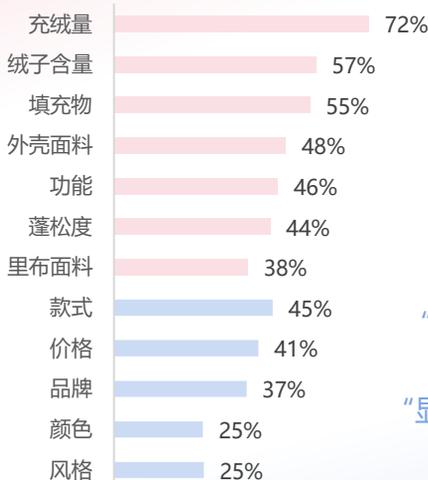
『内』修品质

“保暖效果好”

“轻盈透气”

“防风防水”

消费者购买运动户外羽绒服时核心关注因素



“时尚感”

“款式多样”

“显瘦”

“高级感”

『外』显格调

通过对购买运动户外羽绒服时消费者决策因子以及货品偏好的研究分析，可以看到消费者的购买需求日趋精细化，覆盖材质面料、款式设计、风格颜色、功能性等多个角度，围绕这些细分化需求及偏好，我们提炼出运动户外羽绒服行业四大核心趋势。

“绒”会贯通



高品质绒朵保持出色的保暖性，高蓬松轻薄质感提升舒适性能

“三明治”防护



贴身层、中间层和保护层构筑完美防护系统，排汗、锁温、防风无所不能

“细节”入微



人性化设计细致入微，分场合造型需求自由变化

各领“风潮”



多样化的户外运动服风格适配不同场景，花式穿搭彰显个性品味

数据来源：TMIC问卷调研 (N=803)，
调研问题：针对运动户外场景，请问您购买运动户外羽绒服的关注点有哪些

趋势一：“绒”会贯通

趋势解读

新一代的消费者已经完成从被动接受到主动探索的角色转变，他们的专业眼光达到了前所未有的高度，在选购运动户外专属羽绒服时，针对填充物、绒子含量，蓬松度等专业维度的研究愈发深入。

趋势洞察

消费者选购时，会关心运动户外羽绒服具体的参数指标，七成以上消费者需要蓬松度达到650蓬以上，且希望绒子含量不低于80%。

消费者对绒子含量偏好



消费者对蓬松度偏好



52% 消费者选择鹅绒

消费者对填充物偏好

45% 消费者对填充物无偏好

蓬松性好

鹅绒绒朵大，绒丝更长更细，中空度高

异味小

鹅是食草动物，油脂含量少，几乎无异味

回弹性佳

鹅毛有较好的弯曲度，回弹性能更强



价格合适

生产周期适中，成熟度好，价格更低

易保养

鸭绒油脂多，形成保护层，水洗后蓬松度良好

34% 消费者选择鸭绒



数据来源：TMIC问卷调研 (N=803)，

调研问题：购买运动户外羽绒服时，请问您对填充物的偏好是/请问您对绒子含量的偏好是/请问您对蓬松度的偏好是

品牌案例



李宁公司是由“体操王子”李宁先生在1990年创立的专业体育品牌公司。

李宁公司以“用运动燃烧激情”为使命，秉承“赢得梦想、消费者导向、我们文化及突破”的品牌核心价值观。李宁致力于成为源自中国并被世界认可的，具有时尚性的国际一流专业运动品牌。

火锅系列羽绒服

长款连帽鸭绒羽绒服

甄选生态圈养殖45天以上，健康鸭胸腹细绒；绒羽中含有丰富的细小空气袋有效阻隔冷空气，轻盈不失温暖，成熟生长更少异味。
绒子含量：75%
充绒量：363g
蓬松度：600

短款鹅绒羽绒服

甄选生态圈养殖60天以上，健康鹅胸腹细绒；绒丝多，绒朵大，羽梗大质地轻盈，蓬松柔和，透湿干爽，不易结块。
绒子含量：85%
充绒量：167g
蓬松度：650+



趋势二：“三明治”防护

趋势解读

在探索自然与户外挑战的路上，功能性成为衡量羽绒服价值的金标准，三层防护的设计理念颇受消费者青睐。贴身层以高透汽材质有效疏导汗水，维持体表干爽与舒适；中间层的羽绒则科学填充高效保暖材料，锁温同时不失轻盈，让温暖如影随形；外层则担当起防风拒水的重任，抵御恶劣天气的侵袭。三重防护，层层递进，重新定义了运动装备的性能边界。

趋势洞察

能够拥有灵活应对环境变化的羽绒服对户外爱好者颇为关键，具备三合一、可拆卸功能的羽绒服搜索人数攀升，社媒上对三层穿衣法的讨论热度高，均表明“三明治”防护理念已深入人心。

羽绒**三件套**，可单穿可自由搭配，从早春穿到寒冬都没问题，对南方和北方小伙伴都很友好

消费者社媒讨论词云图



三合一户外羽绒服



环比
+3xx%

202310 202311 202312

■ 搜索UV趋势

可拆卸户外羽绒服



环比
+2xx%

202310 202311 202312

■ 搜索UV趋势

贴身层



透湿

- 49%消费者关注吸湿排汗的重要性
- 内层满足透汽、吸湿排汗、速干功能的商品颇受青睐

+39%
“速干”

+28%
“透汽”

中间层



保暖

- 90%消费者关注保暖抗寒的重要性
- 中间层的羽绒在保暖锁温的同时，还能满足轻盈舒适的需求

+47%
“保暖”

+25%
“超轻”

保护层



防护

- 77%消费者关注防水/防雨功能，69%消费者关注防风功能
- 外层除了需能够防御极寒天气外，耐磨等属性也很关键

+73%
“防水”

+25%
“耐磨”

品牌案例



迪卡侬1976年在法国创立，是一家集运动用品研发、设计、品牌、生产、物流及销售为一体的全产业链集团公司，为超过80多种运动项目提供产品和服务。

Travel 500系列 羽绒三合一冲锋衣

功能：
2小时持续防水外壳，国家冲锋衣认证，防风保暖
可拆卸羽绒内胆：
精选RDS标准鸭绒，85%绒子含量，660蓬松度
适合日常通勤/背包旅行/户外出游/露营徒步



数据来源：TMIC问卷调研 (N=803)，阿里消费洞察，社媒分析
调研问题：购买运动户外羽绒服时，请问您对功能的偏好是

趋势三：“细节”入微

趋势解读

在运动户外领域，品牌商家对羽绒服的设计已超越单纯的保暖防护，每一个精妙的巧思都体现着对消费者的细心呵护。例如大容量的内侧储物袋和网状口袋的精妙设计，在保证通风的同时，让小物件各得其所，井然有序；可调节底摆与袖口魔术贴，无论身形如何，都能轻松调整至最佳状态。

趋势洞察

为了让羽绒服更好地发挥在户外运动场景下的功能性，品牌在多功能设计上的巧思也深深吸引了消费者关注，拉链、抽绳、部位可拆卸的小细节颇受好评。

有些羽绒服的**细节设计**真的很感人，内侧的口袋拉链都很有**质感**，背后、袖口的**小反光条**的设计也非常戳我

消费者社媒讨论词云图



天猫趋势词销售金额同比增速



可调节风帽，更贴合面部，保证头部不淋雨，不钻风



可脱卸帽，立领连帽风格自由切换，实现一衣两穿



袖子可拆卸，外套变马甲，搭配卫衣或毛衣时尚又保暖



中部拉链设计，可实现上下拆分，长款短款灵活变换

56%
消费者偏好部位可拆卸
(袖子、帽子等)的款式

45%
消费者关注多功能设计
(口袋、拉链等)



内侧网状口袋，可存放手机证件等随身物品



外侧闭合口袋，储物方便又安全



反光条设计，夜间出行及夜跑更安全



长条拉链头，方便提拉，顺滑不卡壳



可调节魔术贴袖口，全面防护



下摆内置抽绳，灵活调节，防钻风锁温暖



轻松收腰设计，根据不同场合，自由调节松紧

31%
消费者关注可调节束腰/
袖口/下摆设计

数据来源：TMIC问卷调研 (N=803)，阿里消费洞察
调研问题：购买运动户外羽绒服时，请问您对功能的偏好是/请问您对运动户外羽绒服款式的偏好是

趋势四：各领“风潮”

趋势解读

消费者的时尚需求进一步深化，推动羽绒服时尚理念多元发展。复古运动风融合了怀旧情怀与现代活力，形成复古又不失时尚感的独特风格，学院风羽绒服充满青春活力尽显朝气，山系户外羽绒服柔和的色调与山川草木相融合，使人悄然融入自然的宁静，工装风羽绒服凭借其硬朗设计与实用细节尽显飒爽英姿。

收腰 美拉德 运动 韩系
都市 美式 复古
学院风 山系
设计感 复古运动风
机能 工装
简约 校园 潮流
潮流 工装
莫兰迪 国潮
中性 时尚 多巴胺
摩登 百搭 复古
中长 修身 户外
休闲 青春
时尚 休闲 经典



趋势指数 118
复古运动风

复古的图案或色彩融入现代的科技面料与舒适的穿着体验，使复古运动风成为当下备受追捧的潮流风格之一。



趋势指数 109
青春学院风

学院风以饱满的色彩，通过拼接、格纹、字母及徽章装饰，让每一次出行都散发着蓬勃的朝气与无限可能，彰显无限活力。



趋势指数 107
山系户外风

山系户外以其独特的低饱和色调与自然色彩的和谐交融，象征着现代人内心深处对自由的渴望与对自然的深切向往。



趋势指数 103
机能工装风

工装风格凭借坚固耐磨面料以及多口袋设计，备受运动爱好者的青睐，致敬劳动美学，发扬探索精神。

品牌案例

FILA

传承百年基因的高级运动时尚品牌，颠覆传统运动形象，演绎“Make Performance Beautiful”的运动美学理念，始终致力于以意式优雅风格传递百年不变的热情与活力，展示出高级运动时装的全新定义。

代表商品 OR经典羽绒系列

承袭意式优雅运动精神，OR经典羽绒系列轻暖御寒，强调舒适和实用性，复古而时髦的配色打破传统风格，利落廓形与简约线条，轻盈自在诠释复古运动风的优雅形态。



复古运动风

MLB

风靡亚洲的潮流运动领域先锋品牌MLB，以美国棒球文化为背景，融合街头时尚文化元素，成为潮流运动领域的先锋品牌，受到广大明星及时尚达人的追捧。

代表商品 MLB休闲短款羽绒服

立体剪裁蓬松廓形，清新色调，兼具元气感与松弛感；时髦短款轻松拉长身材比例，更显轻盈高挑；正面经典队标，纯净色彩叠加精致细节，打破沉闷冬日。



青春学院风

数据来源：阿里消费洞察，社交媒体

运动户外羽绒服人群×场景差异点

在运动户外羽绒服的选择上，男性和女性呈现差异化的需求：在专业/越硬核的场景下，男性爱追求极致的科技功能，但女性更爱“轻”；在款式上，男性由于自身体温较高，随着场景的进阶，会重视可拆卸的款式，而女性则既要美感、合身，又要便捷、三合一，在色彩上，男性偏好简单、自然美，女性则追踪当季潮流色系。



决策因子	城市穿行	户外漫游	奔赴山海
功能	TGI: 118 轻便、防泼水	TGI: 150 透湿、耐磨耐用	TGI: 166 有救生装置、反光设计、三防、加热技术、多口袋
款式	TGI: 130 立领、合身	TGI: 161 连帽、可拆卸、宽松	TGI: 205 冲锋型、可拆卸
颜色	TGI: 93 黑色、蓝色、灰色	TGI: 116 自然色、撞色	

*TGI数值为具体细项TGI



决策因子	城市穿行	户外漫游	奔赴山海
功能	TGI: 70 轻便、保暖防泼水	TGI: 125 多功能口袋、轻便、防风防泼水	TGI: 157 有救生装置、三防
款式	TGI: 102 无领、长款	TGI: 114 合身、收腰、宽松、三合一	TGI: 175 三合一、可拆卸
颜色	TGI: 90 黑色、白色、莫兰迪色	TGI: 117 复古色、自然色、大地色、撞色	TGI: 116 大地色系、莫兰迪色

*未提及的功能需求不代表目标人群不关注，而是相对弱化

*TGI数值为具体细项TGI

数据来源：阿里消费洞察，TMIC问卷调研（N=803），社交媒体

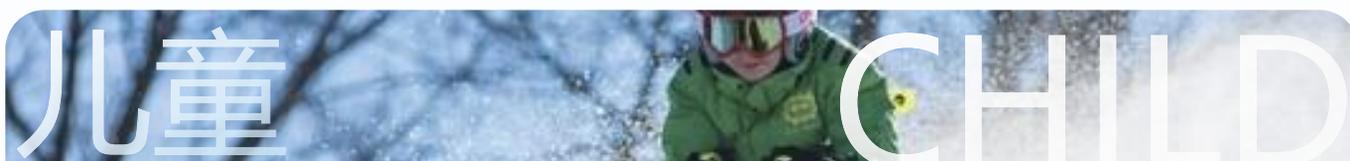
运动户外羽绒服人群×场景差异点

熟龄人群选择运动户外羽绒服时，重视保暖与舒适，偏好宽松款式以适应低运动量活动。他们倾向能保护易受寒部位的羽绒服，如颈部、腰部和膝盖。款式上，沉稳色系配以几何曲线绗缝，既实用又具装饰性。儿童羽绒服则需轻便、保暖、透汽，以确保活活动自如。保暖科技与三防面料的耐脏易清洗特性也吸引年轻父母。在色彩上，儿童羽绒服更活泼明亮符合孩子们的天性。



决策因子	城市穿行	户外漫游	奔赴山海
功能	TGI: 106	TGI: 95	TGI: 50
	保暖、轻便、防风、亲肤舒适、不钻绒		
款式	TGI: 50	TGI: 57	TGI: 79
	宽松加大、不臃肿、短款、可拆卸连帽、几何曲线绗缝、暗纹花纹		
颜色	TGI: 89	TGI: 120	TGI: 118
	黑灰色、美拉德色系、深色低饱和色系		

*TGI数值为具体细项TGI



决策因子	城市穿行	户外漫游	奔赴山海
功能	TGI: 72	TGI: 113	TGI: 131
	保暖轻便、反光印花	科技保暖、三防、轻便	保暖、三防、透汽、轻便、舒适高弹
款式	TGI: 56	TGI: 67	
	短款、中长款、连帽	双开链	
颜色	TGI: 84	TGI: 109	TGI: 84
	时尚亮色系、橙黄	耐脏撞色	自然色系、冰雪蓝白系

*未提及的功能需求不代表目标人群不关注，而是相对弱化

*TGI数值为具体细项TGI

数据来源：阿里消费洞察，TMIC问卷调研（N=803），社交媒体

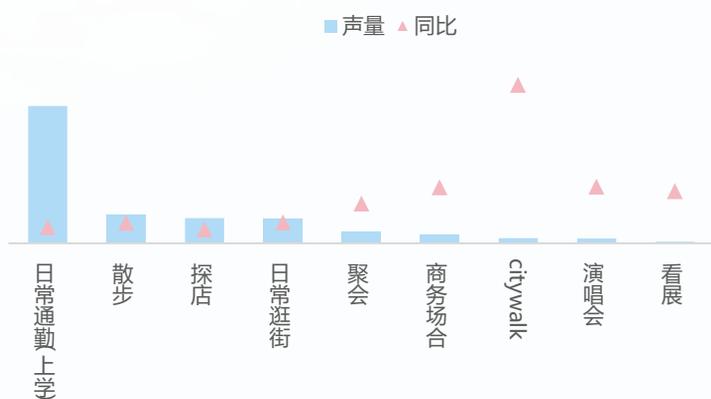
场景01— 城市穿行

都市人的忙里偷闲，藏不住追求时尚的内心

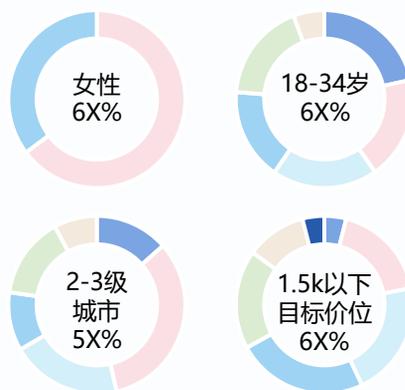
通勤是都市人最主要的场景，闲暇之余city walk热度高涨

日常通勤、散步是城市穿行下运动户外羽绒服最主要的穿着场景，同时大家对city walk的热度也越发高涨，社媒平台声量同比显著上升。在城市的脉络中，运动户外羽绒服不仅是抵御寒冷的屏障，更是个性与生活方式的展现。

23/24AW城市穿行细分场景声量&同比



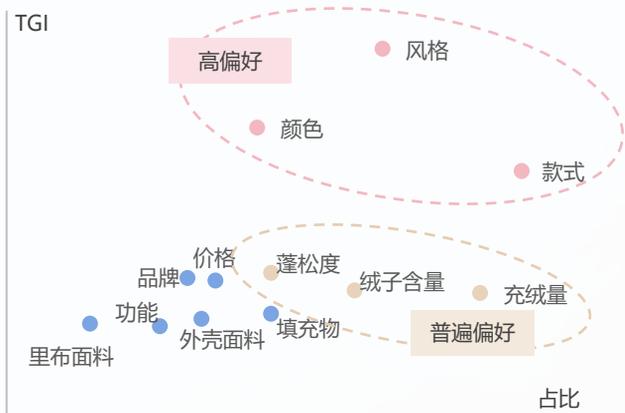
城市穿行人群画像



温暖与时尚同行，城市穿行者热衷风格颜色款式的搭配

在城市穿行中，消费者尤为关注运动户外羽绒服的外在部分。无论是简约中性的基础款式，还是绚烂多彩的时尚风格，都能在满足城市户外休闲需求的同时，彰显其追求时尚的内心。此外，城市穿行的环境通常无需应对极端恶劣的天气，消费者对运动户外羽绒服的功能需求主要集中在够用，满足基本保暖即可。

城市穿行场景下消费者购买驱动因子



温度细分场景六边形指南



数据来源：阿里消费洞察，TMIC问卷调研 (N=803)，社交媒体调研问题：请问您在城市穿行场景下购买运动户外羽绒服的关注点有哪些

场景01— 城市穿行 | 商品趋势

关键色彩

黑白灰系、美拉德色系



马卡龙多色、撞色



核心决策因子

风格：运动休闲、学院风、中性风、通勤百搭、商务

款式：立领、翻领、三条杠、连帽、短款、中长款、衬衫领、菱格纹、收腰、廓形



衬衫领+轻便款



特殊绗缝+菱格纹



学院风+拼接



中长款+面包服



落肩+廓形



马卡龙+超短款



多口袋+收腰



茧形+翻领



解构设计+假两件

数据来源：阿里消费洞察

场景01— 城市穿行 | 穿搭灵感&代表品牌案例

穿搭灵感



品牌案例



阿迪达斯成立于1949年，总部位于德国，旗下拥有专注专业运动领域的运动表现系列，自在舒适的轻运动系列，以及引领时尚的运动经典系列，满足消费者在运动场上和日常穿搭的多变需求。

代表商品

DUCK DOWN JKT男女户外羽绒服

高含量品质鸭绒填充，高蓬松度，强效保暖，不惧严寒，适应多场景需求。



安踏公司创立于1991年，是一家专门从事设计、生产、销售运动鞋服、配饰等运动装备的综合性、多品牌的体育用品集团，将超越自我的体育精神融入每个人的生活，安踏作为中国奥委会合作伙伴，累计为28支国家队打造装备。

代表商品

安踏羽绒服

兼具科技保暖防护、适穿性、外观大方美观、搭配性以及多场景特色的全天候科技羽绒服；国家队同款科技平台背书打造适用于不同温度带城市、场景的羽绒矩阵。

科技助力保暖：三层发热&防护科技，保护羽绒不受雨水沾湿，延长保暖的周期及抗造；中层填充高蓬松度优质大朵绒；内层贴身保暖层采用石墨烯、气凝胶；外层采用远红外等保暖工艺科技纱线，三层锁温，不易散失。

场景：城市出行、通勤上班、轻户外、冬季旅行、冰雪运动、商务社交等多场景



L DOWN PA 男装冬季户外运动羽绒服

这款adidas长款羽绒服派克外套，旨在助你为寒冬做好准备。拉链全衣襟配门襟和连帽，伴你面对风雨。长款设计，伴你舒适踏雪，在冬季享受户外时光。

数据来源：阿里消费洞察，社交媒体，天猫商品详情页

场景02— 户外漫游

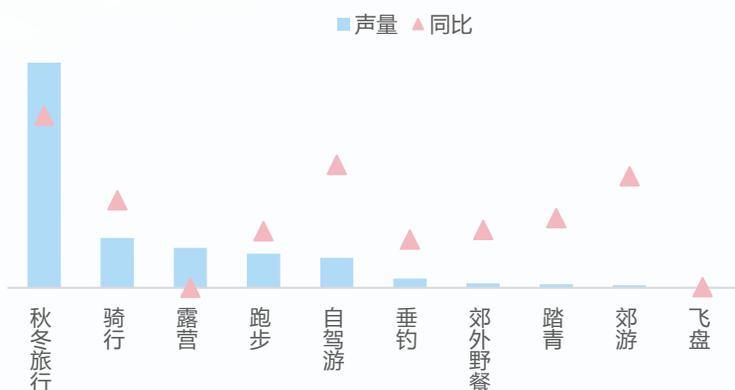
探索户外自由之旅需要羽绒服功能性加持



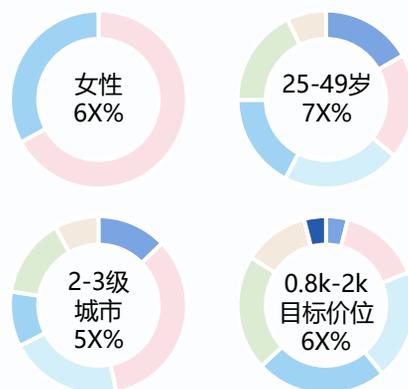
户外漫游趋势场景：秋冬旅行、骑行

随着户外活动需求的日益激增，旅行、骑行、露营、跑步等户外运动成为了现代人逃离都市樊笼，追寻自由的重要途径。秋冬旅行是户外漫游时运动户外羽绒服最核心的穿着场景，且讨论热度同比上升明显，此外骑行、跑步场景下的穿着也颇受消费者关注。

23/24AW户外漫游细分场景声量&同比



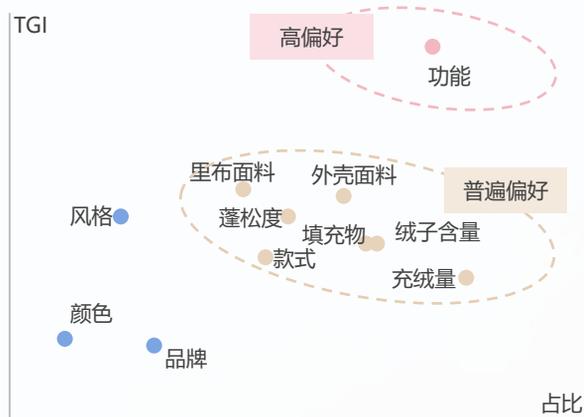
户外漫游人群画像



关注功能加持，防风防水透气轻盈自在行

户外漫游消费者在选择羽绒服时，尤为重视其功能性表现，例如防风防水能力确保在恶劣天气下的干燥舒适，良好的透气性来维持活动中的干爽，耐磨性能的加持，提升户外活动的安全度与愉悦感。一件集多重功能于一身的羽绒服，是秋冬户外活动爱好者追求卓越体验的关键所在。

户外漫游场景下消费者购买驱动因子



温度细分场景六边形指南

户外漫游
中高强度户外
-20°C ~ -5°C
温暖耐寒



*高亮为重点关注功能

数据来源：阿里消费洞察，TMIC问卷调研 (N=803)，社交媒体调研问题：请问您在户外漫游场景下购买运动户外羽绒服的关注点有哪些

场景02— 户外漫游 | 商品趋势

关键色彩

大地色系



低明度彩色



核心决策因子

功能：防水防污防油、防寒透湿耐磨、轻量、防护风帽、弹力松紧袖口、可拆卸拉链、隐藏口袋、反光条



三防功能



防护风帽



隐藏口袋



轻量化



防护松紧袖口



可拆卸拉链



细节反光条



数据来源：阿里消费洞察

场景02— 户外漫游 | 穿搭灵感&代表品牌案例

穿搭灵感



品牌案例

Columbia

Columbia成立于1983年，源自美国俄勒冈州波特兰市，是一家拥有80多年悠久历史的国际户外品牌，坚持实地测试文化的品牌基因，透过产品传递品牌精髓。

代表商品

XE1790

银点长款700蓬鹅绒情侣款羽绒服

质地轻盈，绒感细密，奥米热能反射科技，热力环回功能，隔绝外界寒冷，锁住身体热量，可调节抽绳连帽，防风保暖，前中双向拉链，自由调节，可调节下摆，长款设计运动无拘束。



Jack Wolfskin

WE LIVE TO DISCOVER

Jack Wolfskin是全球领先的德国精工户外服饰与装备供应商。1981年，德国狼爪诞生。2022年，Jack Wolfskin回归创始初心及户外本真，发布全新品牌主张We Live to Discover, 鼓励人们跟随好奇心去户外发现自我、发现人与世界的关系。

代表商品

户外专业基础款羽绒服

奢品级羽绒，冬季保暖实力派。

羽绒原料来自全球高端羽绒供应商ALLIED FEATHER + DOWN

狼爪自研TEXA科技家族加持，持续展现冬季防护力。

- 硬壳羽绒防水不怕湿
- 防风羽绒专业级别防风性能，保暖更多一重防护。



WE0994

银点鸭绒情侣款中长款羽绒服

高蓬鸭绒填充，轻暖锁温更舒适，奥米热能反射科技，隔绝外界寒冷，有效锁住身体热量，可调节抽绳连帽，防风保暖，前中双向拉链，便于穿脱和活动，侧边便捷拉链口袋，方便携带随身物品。

数据来源：阿里消费洞察，社交媒体，天猫商品详情页

场景03— 奔赴山海

探险之旅与专业羽绒服的创新科技同行

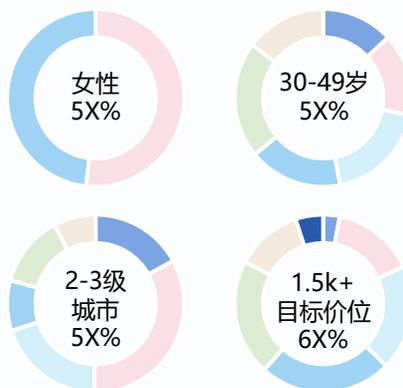
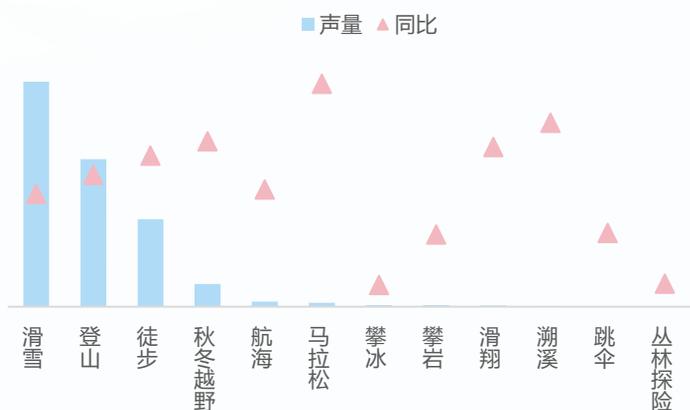


山海征途少不了一件抵御极端天气的羽绒服

在追求极致与探索未知的征途中，越来越多的勇者选择踏上海山之约，从滑雪到登山，从徒步穿越到越野探索，每一次身心极限的挑战中，运动户外羽绒服都是不可或缺的伙伴，它承载着科技的重量，以卓越的高性能护航每一次探险。

23/24AW奔赴山海细分场景声量&同比

奔赴山海人群画像

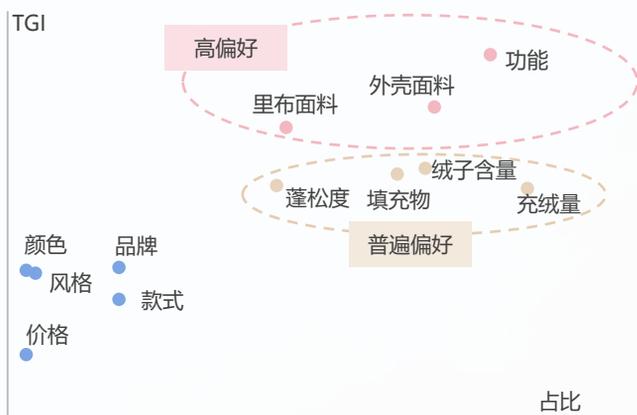


聚焦功能性与科技创新，打造极致防护与舒适体验

硬核户外爱好者在选择时，聚焦于产品功能性和面料科技创新，追求极致防护与舒适体验。例如高密度防水面料与涂层面料的结合，有效抵御恶劣天气；锁温科技内核，对抗严寒侵袭；高弹舒展的面料特性，提升了穿着的自由度与灵活性。这些科技的集大成，在极端条件下，给予了户外探险者探索未知、挑战自我的强大信心与安全保障。

奔赴山海场景下消费者购买驱动因子

温度细分场景六边形指南



*高亮为重点关注功能

数据来源：阿里消费洞察，TMIC问卷调研（N=803），社交媒体

场景03— 奔赴山海 | 商品趋势

关键色彩

基础金属色系



高饱和和亮色



核心决策因子

功能: 保暖透气、可调节风帽、轻量化、大容量口袋、救援装置、臂袋设计、防风裙

面料/配件: 防风防水抗撕裂面料PERTEX、GORE-TEX, 热反射里布, 拒水羽绒、箱式分区、双向YKK拉链、接缝全压胶



高密度抗撕裂面料



防风裙



臂带



接缝全压胶



大容量隐藏口袋



数据来源: 阿里消费洞察

场景03— 奔赴山海 | 穿搭灵感&代表品牌案例

穿搭灵感



品牌案例

波司登

畅销全球 72 国

波司登创始于1976年，专注羽绒服48年，是国内兼具大规模及先进生产设备的品牌羽绒服生产商。主要从事自有羽绒服品牌的开发和管理，波司登羽绒服畅销美国、法国、意大利等72个国家，全球超2亿人次在穿。

代表商品

极寒系列

高品质：聚能暖感科技面料，700+品质鹅绒，700mm清洁度；高科技：科技续热里布，强效循环锁温；高颜值：人体工学包容版型，适用多户外场景；高功能：连帽工装、精选貉子毛领，防风袖口、双插口袋。



冲锋衣羽绒服

银点鸭绒情侣款中长款羽绒服，700+蓬鹅绒填充，轻暖锁温更舒适，奥米热能反射技术，隔绝外界寒冷，有效锁住身体热量，可调节抽绳连帽，防风保暖，前中双向拉链，便于穿脱和活动。



THE NORTH FACE

The North Face®北面成立于1966年，作为当今全球户外运动领导品牌，The North Face®北面以经过运动员测试探索、适应各类户外需求的产品帮助世人探索、挑战人类潜能的极限。

代表商品

北面1996NUP TSE羽绒外套

DWR防泼水面料
RDS高品质700蓬松度鹅绒填充
可调节可收纳风帽
ZIP IN 自由穿搭系统
可打包式插手袋
可调节抽绳下摆
内置带拉链储物口袋



数据来源：阿里消费洞察，社交媒体，天猫商品详情页

结语

随着技术的不断进步和消费者需求的日益多样化，运动户外羽绒服的品类发展正站在一个新的起点。我们展望着一个由创新驱动、个性化细节盛行的新时代。在这个新时代，羽绒服成为了集功能性、时尚性于一身的生活态度象征。

随着场景细分的日益深入，不同性别群体对羽绒服的功能需求展现出鲜明的差异，这种差异化需求将会促使羽绒服技术革新。在面料及填充物领域，新型面料的应用将使羽绒服在保暖的同时更加轻便、透汽；填充物的创新将会使其兼具防水特性。科技的发展融入将会为运动户外羽绒服赋予别样的生命力。

消费者个性化场景需求的不断增长，也将使得运动户外羽绒服打破传统界限，融合更多时尚元素与创意设计，以满足不同消费者的独特审美与场景需求。无论是色彩搭配、图案设计还是细节配件，都将展现出更加丰富的个性化选项，让消费者在享受秋冬户外乐趣的同时，也能展现自我风格。

我们相信，未来运动户外羽绒服行业将持续深耕技术创新与设计优化，致力于提供更高性能、更贴近消费者需求的产品。通过采用先进材料与智能科技，以淘天运动户外羽绒服六边形标准为支撑，实现羽绒服功能的进一步升级，满足多元化户外场景下的专业要求。同时，随着消费者偏好的不断演变，运动户外羽绒服将更加注重个性化与时尚感，引领户外服饰的新潮流。在这一过程中，运动户外羽绒服的边界将会重塑，使其迈向更加广阔且充满无限可能的市场新纪元。



报告作者&致谢

白皮书指导委员会

古笛	淘天集团运动户外行业总经理	千灯	淘宝天猫运动户外消费者和产品负责人
近偲	淘宝天猫运动户外商品运营负责人	研默	淘宝天猫运动户外消费者运营
拓目	淘宝天猫运动户外趋势商品运营	阿楚	淘宝天猫运动户外分析师
艺珩	淘宝天猫运动户外趋势商品运营	佳飞	淘宝天猫运动户外营销负责人

白皮书核心作者

茨木 Kings	Flywheel飞未	咨询副总监	狸克 Like	Flywheel飞未	高级咨询顾问
息颜 Maggie	Flywheel飞未	咨询副总监	小白 Xiaobai	Flywheel飞未	高级咨询顾问
米莱狄 Essie	Flywheel飞未	视觉设计总监	斯图 Situ	Flywheel飞未	高级咨询顾问
			朱顺莹 Peggy	Flywheel飞未	高级咨询顾问

报告共创

本报告由淘宝天猫运动户外事业部、天猫新品创新中心和飞未云科（深圳）技术有限公司共同完成
 淘宝天猫运动户外事业部：

寻歌、阿米、俊麟、希静、璐卡、凯若、贰娃、星择、乐范、卿城、兰诺、楚梦、宛珂、芷豪

特别鸣谢



*品牌顺序按照首字母排序

免责声明

Flywheel

Flywheel飞未是宏盟集团(Omnicom Group)旗下的数字商务咨询公司，由全球11个数字商务品牌整合升级而成。基于电商平台和社媒渠道的全域数据，Flywheel飞未提供一站式数智解决方案，业务覆盖业绩衡量、策略规划、落地执行。

数据来源

本白皮书的数据是基于阿里消费数据、TMIC、Flywheel飞未、市场公开信息等来源。

数据周期

报告整体时间段：2022年1月-2024年5月，AW秋冬为当年10月至次年3月，具体数据指标请参考各页标注。

版权声明

本白皮书的所有表格及文字内容的版权归飞未云科（深圳）技术有限公司所有。其中，部分文字、图片及数据来源于公开信息，版权归属原作者所有。飞未云科（深圳）技术有限公司获取信息的途径包括阿里消费洞察、Flywheel飞未自有数据及公开资料。如需转载、引用、刊发本报告，需注明出处为“2024运动户外羽绒服趋势白皮书”，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。违者将追究其法律责任。

免责条款

本白皮书所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。