

根据观研报告网发布的《中国羽绒服市场发展趋势分析与投资前景研究报告 (2022-2029年)》显示,羽绒服是以含绒量不低于50%的羽绒作为主要填充物的上衣,可干洗或水洗,具有高保暖性、轻薄蓬松等优点。其中羽绒来源白鸭绒、灰鸭绒、白鹅绒和灰鹅绒;羽绒服含绒量和绒子含量是判断羽绒服产品质量好坏的标准,含绒量和绒子含量决定羽绒服产品蓬松度和保暖性,其含量越高,蓬松度和保暖性越好。

部分羽绒产区

产区	称号
杭州市萧山区	中国羽绒之乡
广东省吴川市	中国羽绒之乡
河北省安乡县	中国羽绒之乡
河南省台前县	中国羽绒之乡
安徽省无为县	中国羽绒之乡
丰城市拖船镇	中国羽绒名镇
宝应县山阳镇	中国羽绒名镇
安徽省六安市	国际知名羽绒产地

资料来源:观研天下整理

在我国不乏有萧山区、吴川市、安乡县等地盛产羽绒,其中吴川羽绒绒朵大、蓬松度高,被中国羽绒工业协会第一个授予“中国羽绒之乡”;更有安徽六安市是国际知名羽绒产地。

羽绒服行业发展现状分析

产量下降,市场规模持续增长

近年来我国羽绒服产量受生产成本低、生产力过剩等原因持续下滑,2015-2020年期间羽绒服产量从34579万件锐减到11490万件,但国内羽绒服市场整体呈减量增质态势。



数据来源：观研天下整理



数据来源：观研天下整理

据中国服装协会

数据显示，我国羽绒服市场规模增长迅速，2015年市场规模767亿元，到2021年增至1562

亿元，比上年增长1

2.78个百分点，近年来我国羽绒服市场规模同比增速均超过10%。

2021/22年度我国冬季冷空气活动频繁、势力偏强，尤其是2021年1-2月冷空气活动明显转强，北方出现阶段性强降雪天

气，南方

出现阶段性低温雨雪冰冻天气，低温带动了消费者对羽绒服的市场需求，羽绒服成为消费者青睐的御寒装备。同时伴随着2022年自家门口北京冬奥会的举办，我国冬季产业市场迎来大幅增长态势。

市场集中度高

中华全国商业信息中心

发现2021年11月的羽绒服品牌零售均价主要集中在500-1000元区域，与去年情况类似。均价在500元-1000元之间

品牌综合占有率同比增长

4.28%，均价3000元以上的品牌综合占有率同比增长1.22%。羽绒服品牌零售均价有所提高除了相应的羽绒成本上涨外，还有入驻国内市场的国外轻奢品牌带来的价格效应。

当前消费者越来越注重羽绒服的品质和性价比，对他们而言，高端羽绒服不仅是季节性御寒单品，更成为

了彰显个性时尚的标签单品。几年前Moncler

和CanadaGose等海外品牌以高姿态身份进入中国市场，刷新了国内消费者的价格观念—原来羽绒服可以匹配这么高的价格，使得国内羽绒服价格相应上调。海外高端品牌的冲击，致使市场竞争愈演愈烈，不少羽绒服企业决心向高端化迈进，相继在产品质量、销售渠道、营销手段多方面提升。而难以承受这波冲击的小型羽绒服品牌和相关企业相继已淘汰或将被淘汰，龙头企业成为最大受益者。

CR10羽绒服品牌

名称	成立日期	总部	品牌简介
波司登	1976年	上海	主要从事自有羽绒服品牌的开发和管理
坦博尔	1999年	青州	集设计、生产、销

雪中飞	1999年	黑龙江哈尔滨	售于一体的羽绒服 装 以羽绒服为基础， 打造具有影响力的 活力时尚运动服装 品牌
雅鹿	1972年	江苏太仓	以羽绒服、男女装 为主的多品牌综合 服装经营
鸭鸭	1972年	江西庐山	以羽绒制品为主， 兼营皮革服装、晴 纶棉服装、春季服 装等
暖频道	2003年	山东聊城	集产品研发、生产 、销售为一体的综 合性羽绒制品
杰奥	1994年	北京	生产和销售男女休 闲服、羽绒服饰
千仞岗	1992年	江苏常熟	专注羽绒服制造， 打造具品牌影响力 的国民服饰
雪伦	2000年	美国	生产服装、羽绒服 及羽绒制品、服饰 等
冰洁	1991年	上海	波司登股份有限公 司旗下的 全资子公司

资料来源：观研天下整理

目前我国羽绒服市场集中度高，2021年11月羽绒服前十品牌中波司登依旧占据榜首，其次是坦博尔、雪中飞、雅鹿等，其市场品牌综合占有率总计40.47%，同比增长4.36%。知名羽绒服品牌仍是主流，能满足消费者个性化、多元化、高端化需求，我国羽绒服行业在高端市场上任重道远。

3、产品不合格率高

2018-2021年羽绒服产品合格率分别为90%、85%、90%和90%。2022年1月14日，南京市市场监管部门抽查了羽绒服30批次，合格率90%，主要不合格项目为纤维含量、含绒量和绒子含量。202

2年1月19日，湖北省市场监督管理局

抽查了9家企业生产或销售的10批次羽绒服，合格率为80%，不合格项目主要有耐水色牢度、耐汗渍色牢度和纤维含量。目前我国羽绒服产品仍存在纤维含量、含绒量、绒子含量不符合明示标准，蓬松度、清洁度不达标等问题。作为羽绒服企业首先要落实好质量管理，不偷工减料，不虚假宣传，规范产品标识，做到填充物与实际相符，严格遵守国家质检标准。

4、出口单价过低，以中低端产品为主

2019-2021年我国羽绒服进口呈增长态势，进口量分别为487、494、602万件；同时进口均价从97.3美元增至136.9美元，2021年羽绒服进口均价增幅为36.88%，比上年增长34.11个百分点。随着人们生活水平的不断提高，经济实力的稳步提升，他们青睐于国外高端知名品牌羽绒服。

2019-2021年我国羽绒服进口情况

年份	进口数（件）	进口金额（美元）	进口均价（美元）
2019年	4868573	473722113	97.3
2020年	4939602	493925782	100.0
2021年	6021857	824201338	136.9

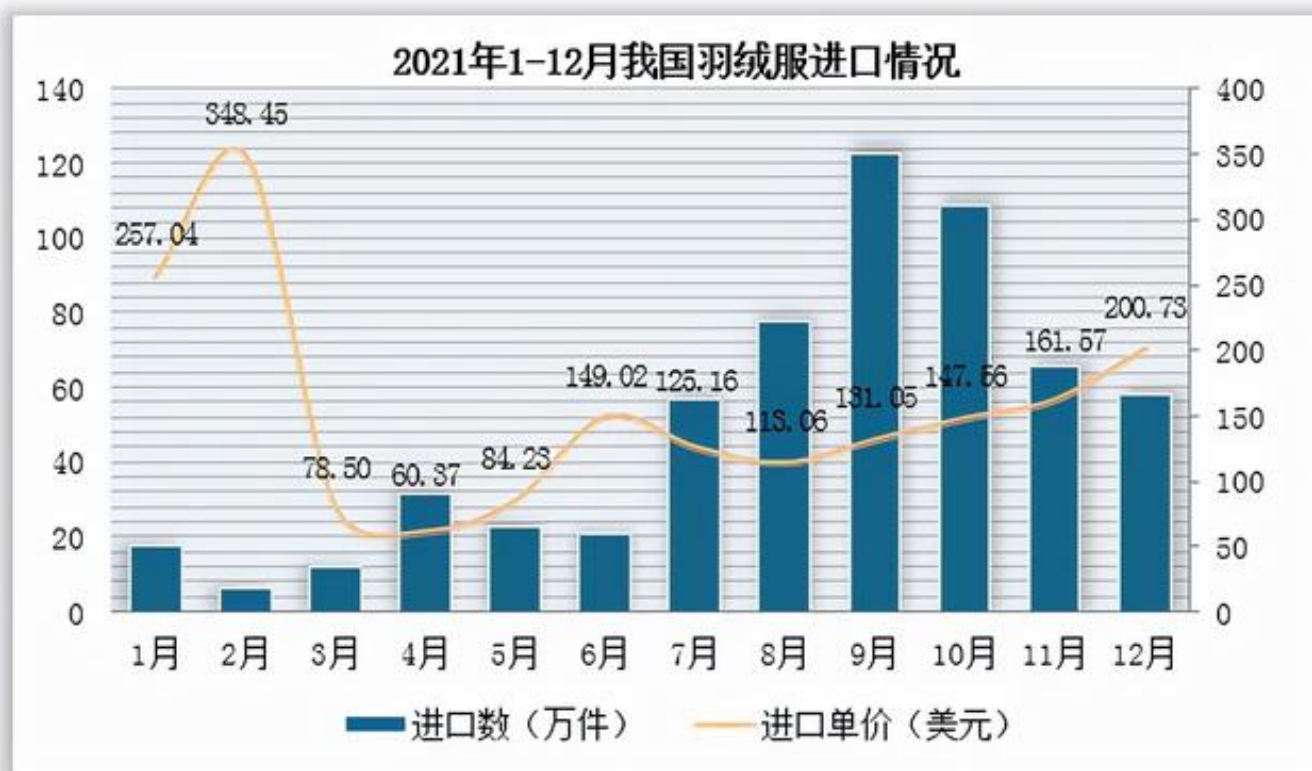
数据来源：中国海关总署

2019-2021年我国羽绒服出口情况

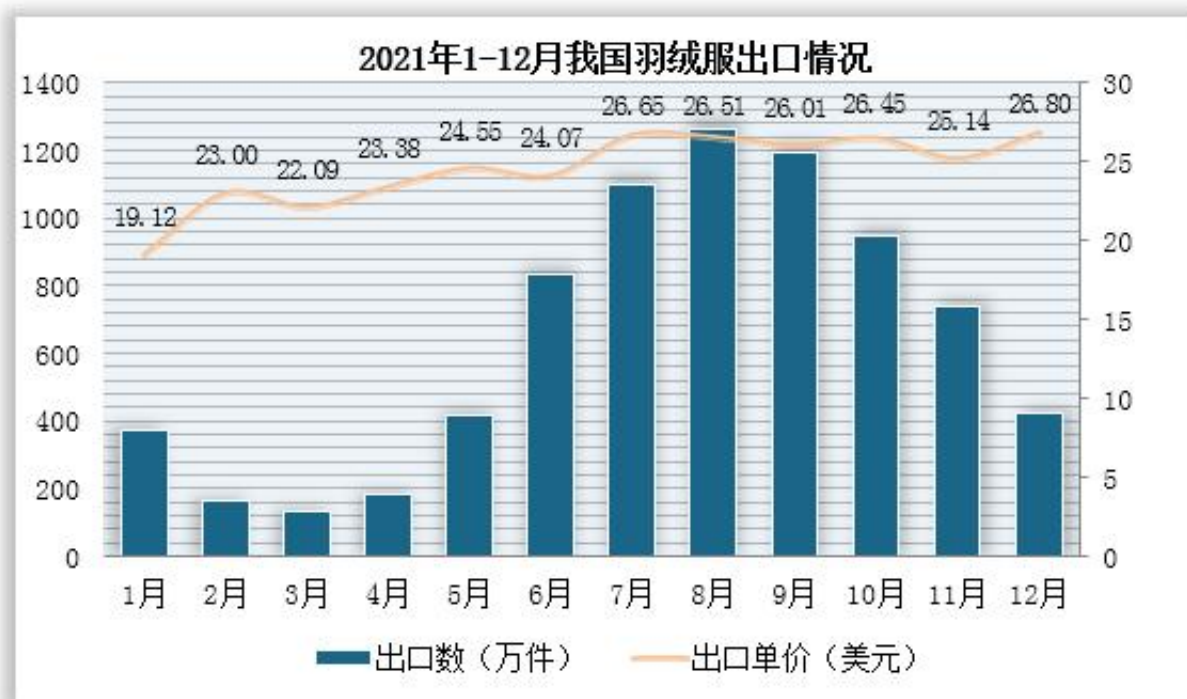
年份	出口数（件）	出口金额（美元）	出口均价（美元）
2019年	94583114	2401910694	25.4
2020年	73115006	1722765135	23.6
2021年	77823119	1975442640	25.4

数据来源：中国海关总署

我国一直是羽绒服出口大国。海关数据显示，2019年我国羽绒服出口量9458亿件，2020、2021年出口量虽有下降，也分别达到了7311、7782亿件。近三年的羽绒服出口均价分别为25.4、23.6、25.4美元，价格围绕在25美元上下波动，出口价格较稳定且低。数据显示羽绒服进价是出口单价的数倍，进口产品与出口产品属于不同的档次，进口羽绒服多为高端产品，从而拉高进口单价；相对进口产品而言，出口产品主要是以低价的中低端产品为主。



数据来源：中国海关总署



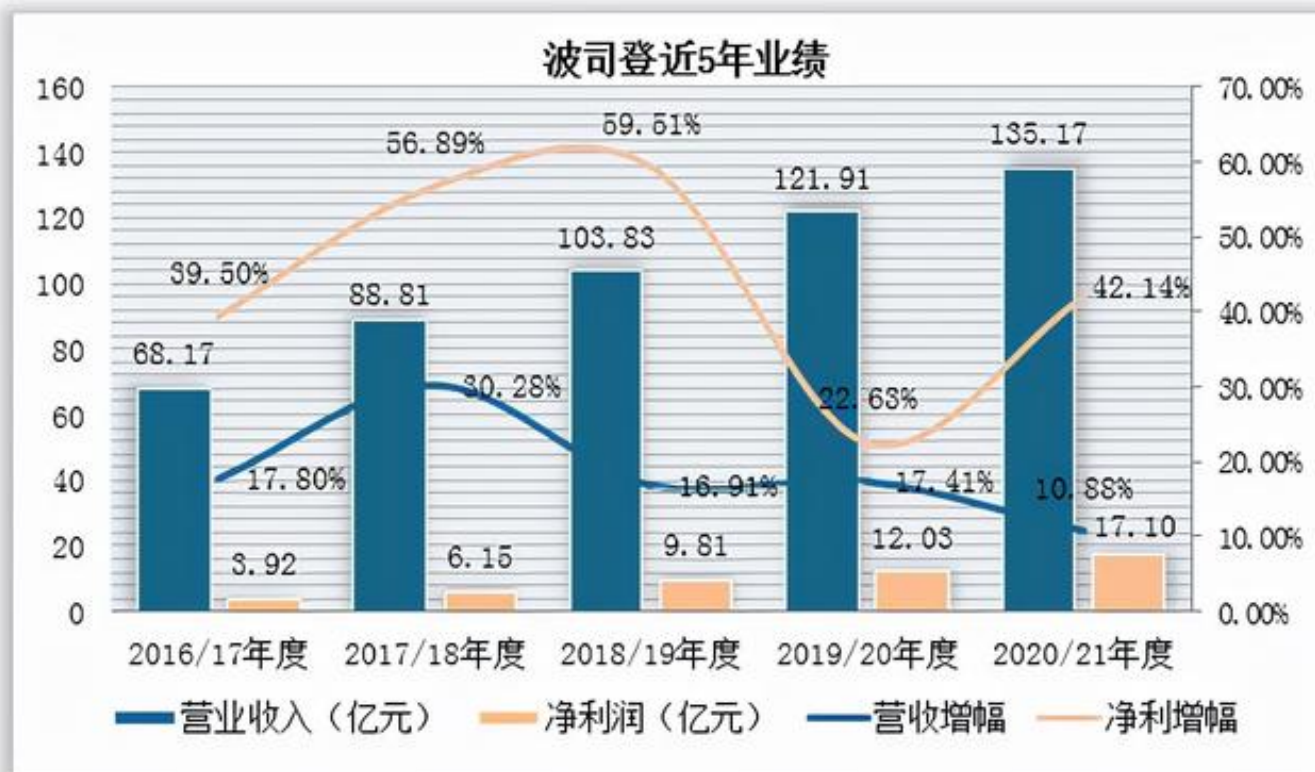
数据来源：中国海关总署

我国羽绒服进出口量呈现季节性周期变化，炎夏爽秋时节羽绒服进出口量多，深冬和整个春季进出口量少，并且下半年的进出口量普遍明显高于上半年。从2021年各月度羽绒服进出口情况来看，羽绒服进口单价受季节天气影响波动大，倒春寒的2月份进口单价高达348.45美元，12月与1月的进口单价均高于200美元，春季的4月进口单价60.37美元为年度最低价，月度进口单价极差288.08美元。反观羽绒服月度出口单价大体持稳，除了1月份单价19.12美元，其余价格在20美元以上但不超过27美元，这是我国服装行业长期以来的通病，没有定价权和议价权，在国际服装市场上没有占据有利地位。

事实上，我国大量服装企业为海外品牌阿迪达斯、CanadaGose等做代工的原因不外乎是成熟的经验丰富的制衣技术、工艺水平以及生产能力，我国羽绒服行业要升级迭代，增强市场活力和竞争力，让大众国产羽绒服在国际上迎来高光时刻。

民族品牌波司登闪耀国际舞台

虽然羽绒服行业存在些许亟需解决的问题，不过值得一提的是，国内羽绒服龙头品牌波司登首次荣登国际五大品牌价值评估权威机构之一Brand Finance公布的“2021全球最具价值服饰品牌排行榜50强（Brand Finance Apparel 50 2021）”榜单，也被世界权威调研机构欧睿国际认证：波司登羽绒服规模全球第一，这足以说明民族品牌波司登已跻身于国际羽绒服行列。



数据来源：观研天下整理

可以看出近五年来波司登营业收入和净利润持续攀升，已连续多年实现营收、净利双增长。波司登2016/17财报显示营收68.17亿元，比上年增长39.50%，2019-2021年营收均超过100亿元，2020/21年度营收达到135.17亿元，比上年增长42.14%。2016/17年度波司登净利润3.92亿元，2020/21年度净利润17.10亿元再次超过10亿元。

波司登45年来深耕于羽绒服行业，与时俱进，力求最佳品质，给消费者最极致的产品，让消费者穿得放心、顺心、贴心。波司登问鼎国际，成为国际一线羽绒服品牌的经验与成就值得国内羽绒服行业借鉴和学习。(PY)