

在这里读懂中国消费

御寒保暖穿出新意



1 总体消费情况

▼ 男士服装成交量同比增长TOP5
大码男装套装 超10倍 男士大码棉服 超10倍 男士大码羽绒服 9.9倍 男士短款风衣 8.4倍 中老年男装套装 6.7倍

▼ 女士服装成交量同比增速TOP5
女士加绒/棉马甲 超10倍 女士中老年棉服 超10倍 女士小香风外套 4.9倍 女士羽绒裤 4.9倍 女士中老年羊毛衫/羊绒衫 4.4倍

▼ 男士服装成交额占比TOP5



▼ 女士服装成交额占比TOP5



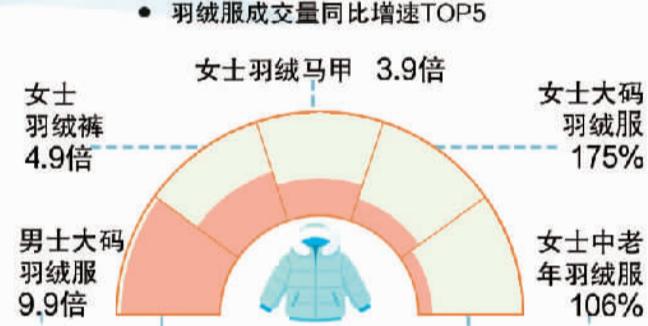
消费者在购买保暖服饰时，既讲究外观版型，又注重实用功能和专业参数，防风、透气、轻暖等卖点成为标配。压胶防水、无缝、内侧口袋等设计细节也成为打动消费者的关键因素。

2 不同材质保暖服饰消费情况

• 羽绒服成交量占比TOP5



• 羽绒服成交量同比增速TOP5



• 羽绒服成交量同比增速TOP5省份

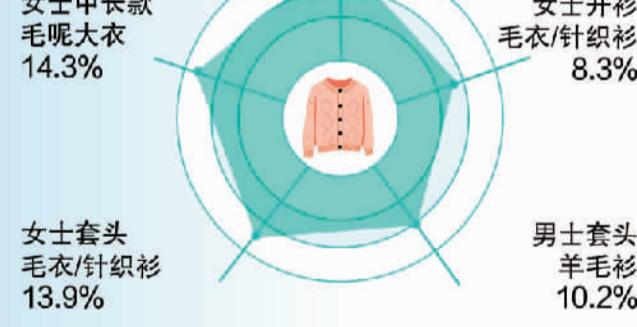


• 棉服

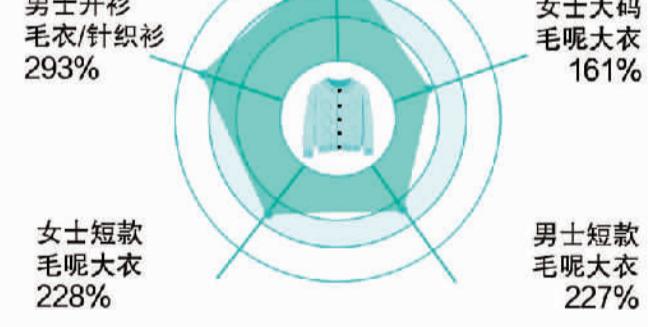
• 棉服成交量同比增速TOP5省份



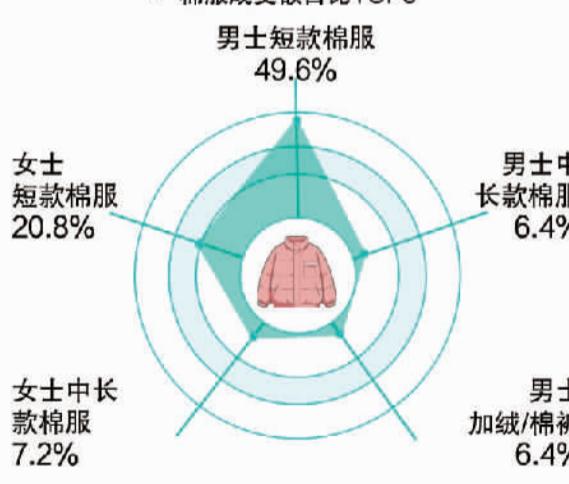
• 羊毛针织服装成交量占比TOP5



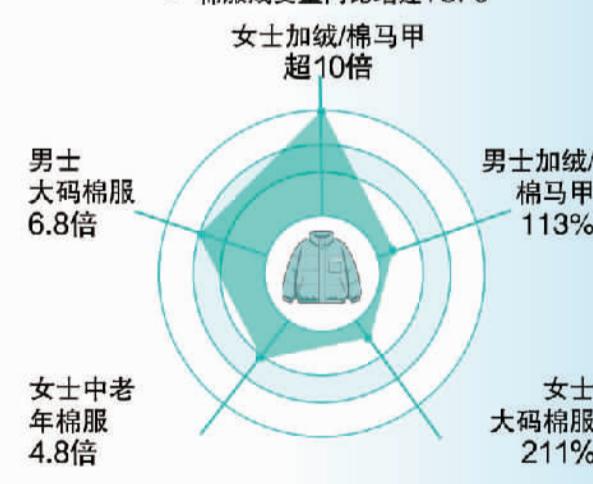
• 羊毛针织服装成交量同比增速TOP5



• 棉服成交量占比TOP5



• 棉服成交量同比增速TOP5



▼ 各年龄段消费者羊毛针织服装成交量同比增速

36岁至45岁 66%



说数

□ 李苑

从成交量增速看，北方消费者偏好保暖性能更优的羽绒服，南方消费者更青睐防潮性能优越和洗护便捷的棉服。南方保暖服饰的热销，从侧面反映出气候变化以及冬季跨省旅游的火热。

进入冬季，添置保暖新衣是许多家庭的“年度仪式”。消费数据显示，羽绒服稳居今年冬季保暖服饰成交量首位，是当之无愧的御寒首选。

进一步观察，今年冬季保暖服饰消费呈现出鲜明特点：从款式来看，短款成为羽绒服和棉服市场的绝对主力，男女短款羽绒服成交额占比合计超六成，体现了消费者对灵活、轻便穿搭的偏好；羽绒马甲、加绒裤、加绒马甲等精准保暖单品成交量同比大幅增长。这反映出，传统“一件厚外套过冬”的穿搭模式，已难以满足消费者工作通勤、休闲娱乐与户外探索等多元生活场景的保暖需求。越来越多人通过保暖单品的自由穿搭，实现精准御寒。

除此之外，今年冬季保暖服饰消费还有几个值得关注的变化：一是市场地域的拓展。数据显示，福建、广西等南方省份的棉服成交量增速位居前

列，打破了保暖服饰北方专属的传统印象。二是消费者的延伸。数据显示，中老年棉服、羊毛衫，以及男女大码羽绒服、棉服等品类成交量增长迅速。相关企业可以针对不同消费群体精准布局产品矩阵，优化供给策略。

更具突破性的变化发生在技术层面。近年来，保暖服饰领域正经历一场革新，气层服、雪丽棉、压胶工艺等新名词层出不穷。面料上，石墨烯、生物基材料和再生环保羽绒等材料被应用于发热织物，让御寒保暖与绿色环保可以兼得；设计上，模拟动物皮毛的仿生结构设计等创新方案，让保暖效率大幅提高。

冬天年复一年，御寒保暖对现代人而言不只是物理温度的提升，更是体现穿着灵活、场景适配、体感舒适以及个人风格的生活方案。这是消费观念的演进，更是人们对美好冬日体验的共同向往。



数据周期：
2025年10月28日至11月27日

更多内容 扫码观看