

# 狂飙的冲锋衣 还能火多久？

今年以来，登山似乎成了潮流，冲锋衣也迎来销售热潮，摇身一变成了当代年轻人的“时尚搭子”。不过，需要提醒的是，经调查发现，线上线下明显价差的“阴阳价格”会否反噬卖疯了冲锋衣，值得深思与关注！

## 线上500元内冲锋衣热卖

小赵是冲锋衣的忠实爱好者，“双十一”刚刚买了新的冲锋衣。他的冲锋衣价格在500元左右，自己喜欢冲锋衣，主要原因是防水、防风、防尘，而且版型简单耐穿，一件能穿很多年。

在小红书APP上，冲锋衣相关笔记达151万篇，冲锋衣商品数量超过131万件。在微博平台上，“冲锋衣销量猛涨”登上热搜，截至11月21日15点，该话题阅读量达到1.2亿，互动量也达到惊人的4.6万。

据蝉魔方统计数据，抖音平台冲锋衣2022年卖了20亿元，销售额同比大涨382.31%；今年1至7月，抖音平台冲锋衣卖了13亿元，同比大涨336.57%，全年销售额有望突破25亿元。

数据显示，京东“双十一”冲锋衣销售额同比增长超100%；天猫“双十一”开售1小时，骑行、滑雪、户外鞋服销售额同比增长300%。

线上销售情况较好的冲锋衣多以黑色和白色为主，版型简约，价格大多在500元以内。另据抖音统计，今年上半年，抖音冲锋衣销售额贡献最大的价格区间分别为300-500元、100-300元。其中，300-500元是主流价格区间，占市场规模的33.72%。

## 线下千元冲锋衣占据主流

而在线下市场，经走访市场发现，始祖鸟的款式颇多、配色丰富。“黑色卖得最好，今天店里都没有货了。按照类别来分的话，还是以男士冲锋衣为主，大概占了总量的60%，女士系列占30%，还有剩下的10%是高端商务系列。我们跟其他冲锋衣品牌不同的是，别人都在做户外，但我们也做休闲日常产品。单件价格以几千元的居多，高端商务系列的价格稍贵一些。”始祖鸟销售人员如是表示。

北面、骆驼等线下门店冲锋衣种类紧随其后，相较来说，北面价格更高，店内冲锋衣价格都在1000元以上，薄款的在1000-1500元之间，卖得最好的“三合一”冲锋衣价格在2098元，而骆驼的价格相较北面更低，不过与其线

上店铺相比，价格有着较大差距。

“线上和线下的进货渠道是不一样的，甚至连工厂都是分开的。我们店的冲锋衣最便宜的在600元以上，且只有一款，店内大部分冲锋衣都在1000元左右，虽然价格稍微贵一些，但是相对应的质量也会更好，线上的更便宜，但毕竟一分钱一分货，质量跟店里卖的还是有差距。”骆驼CAMEL门店店员告诉记者。

## 多家上市公司纷纷入局

冲锋衣爆火，多家服饰品牌也加速抢占这一赛道，波司登、蕉下、北面等多家品牌分别推出鹅绒、气绒冲锋衣等布局冬季市场。高端冲锋衣品牌始祖鸟也推出了多款不同颜色、不同设计的冲锋衣产品；运动品牌阿迪达斯在早些年便推出了阿迪达斯探锐这一户外运动品牌，专门售卖户外运动服饰。

贝恩公司全球商品战略顾问总监潘俊表示，户外运动产业链公司或将受到正面影响。如体育用品类公司李宁、安踏等，可能会受益于冲锋衣的销售增长。“此外，对一些为冲锋衣提供面料和制衣代工的纺织制造类公司，如申洲国际、恒通股份、华利集团等也有利好效应，销售的增长将为他们带来更多订单。”潘俊补充说。

## 冲锋衣销量或将持续增长

潘俊认为，冲锋衣销售爆火的原因主要有四点。“第一是潮流引领。山系穿搭最近非常流行，而冲锋衣又是山系穿搭的必备单品，受到追捧是必然的；第二是依赖于户外运动需求的爆发。随着人们健康意识的提高和消费观念的转变，户外运动逐渐成为一种时尚的生活方式。冲锋衣作为户外运动的必备装备，其需求自然也会随之增加。至于第三点，我觉得是冲锋衣的品质创新，冲锋衣已经不再只有防水防风这一个特点，舒适度和时尚性也有所提升。至于最后一点，今年各大品牌通过各种渠道进行营销推广，提高了冲锋衣的知名度和曝光度，也对冲锋衣的销量增长有积极影响。”

在潘俊看来，冲锋衣市场未来还将继续扩大，一方面是因为消费者对山系穿搭的喜爱，另一方面则是户外运动市场具有无限发展潜力。

## 时评

### 当心阴阳价格 自砸招牌

记者调查冲锋衣市场销售情况，在成都春熙路骆驼专卖店，询问售货员卖得最好的冲锋衣是哪款、什么价位，本以为500元封顶，未曾想800元都拿不下，店内最低价的冲锋衣折后价628元，再往上走，800-1000元的占了大半，与线上均价400元形成了鲜明对比。

销售人员说，线上线下价差主要是因为拿货渠道不同，虽然是同一家老板，但线上线下产品质量是不同的，线下质量好，所以价格高，线上价格低，但是质量相对较差。

曾经我们将同一品牌线上线下价差归结于店铺租金、人员工资和物流费用等实体成本较高身上，品牌必须提高产品售价来保证盈利，而相对应的，线上销售成本较低，品牌通过电商平台降低营销和物流等开支，从而将价格压得更低。

但事实却是，这便宜出来的钱并不仅仅是房租和人力费用，而是以产品质量为代价。

对于服装企业来说，压缩成本的方法有很多，但对质量是绝对不能妥协的。

消费者苦“阴阳价格”久矣，“阴阳价格”这种不公平的定价策略理应被摒弃，当心“阴阳价格”自砸招牌。 据金融投资报

今起新重庆小面50强评选组委会正式启动市民参与环节

## @网民 重庆哪家小面好吃，快来当推荐官

“市民与重庆小面的文化属性是非常贴合的，让市民来推荐重庆小面我觉得是一件很有意义的事。”重庆工商大学文学与新闻学院院长殷俊告诉记者。为进一步推动重庆小面文化的普及和传播，11月24日，新重庆小面50强评选组委会正式启动市民参与环节，面向全球小面爱好者公开招募小面推荐官。即日起至11月28日，符合条件的网民手机扫描二维码皆可报名，共同参与这场盛大的重庆小面推广盛事。

### 50强评选重启：征集10位小面推荐官

重庆小面，不仅仅是一道美食，一种无法抗拒的诱惑，更是一种独特的文化。每一根面条都承载着这座城市的热情与豪放，每一滴汤汁都蕴含着无数重庆人的故事与期待。新重庆小面50强评选活动自启动以来受到了社会各界的广泛关注。

“正因为受到了这么多的关注，我们才要更加谨慎，选出真正有含金量的新一届重庆小面50强。”作为“新重庆小面50强”评选的主办方，重庆商报总编辑代伟这样说。为了让更多人了解和体验到重庆小面的魅力，推动重庆小面产业的繁荣和发展，新重庆小面50强评选组委会决定面向全球小面爱好者，公开招募小面推荐官。

### 品牌传播专家：让世界看到重庆文化

“首先，我觉得进行新重庆小面50强评选对于打造重庆小面IP是一件很有意义的事。”殷俊教授说：“其次，由市民作为小面推荐官参与评选更能体现小面文化的大众性，选出来的小面也更具代表性。”

殷俊教授是中国新闻史学会台湾与海外华文传媒专业委员会副理事长、重庆市传媒与文化发展中心主任、重庆工商大学文学与新闻学院院长。作为传播领域的专家，他认为要站在更高的角度来看待这件事：“小面很普通，但是重庆小面不普通，重庆小面应当是具有世界性的。我们常说讲好中国故事，从国际传播的角度来说，重庆小面中蕴含了很多普通市民的日常生活故事，彰显了重庆市民蓬勃向上的精神力量，代表着重庆这座城市的人文气息。市民推荐重庆小面，有利于展示最真实的重庆小面文化，化平凡为惊艳，让世界看到重庆文化、听

到中国声音。”

殷俊教授表示：“一滴水可以反射太阳的光辉，我认为可以通过，让市民成为小面推荐官，参与评选这件事，展现可亲可敬可爱的中国人形象，向世界传播中国故事。”

### 小面从业者：市民推选更公平

“重庆小面本来就是做给普通人吃的，市民来参与评选我们会觉得更公平。”小面从业者李明军先生告诉记者。

“市场认同是最大的认同，由市民来评选，我们作为小面经营者参与的积极性也会更高。”李明军先生是重庆光头李糊辣壳面的创始人，从母亲手中接过的面馆至今已经十五年了。对于重庆小面的味道，他一直精益求精，力争将最好的味道端到顾客面前。听到新重庆小面50强评选活动将征集小面推荐官的消息后，他表示很开心：“我们对小面的味道从不将就，我们相信重庆小面推荐官尝了之后，一定能作出公正的评判。”

### 小面爱好者：相信群众的眼睛

“消费者自己选出来的小面我们才更爱吃。毕竟群众的眼睛是雪亮的嘛！”四川外国语大学的张雯同学是一名资深的小面爱好者，大学期间她最喜欢的就是走遍重庆的大街小巷，寻找重庆市民有口皆碑的小面馆。

“小面好不好吃，食客说了算。我认为只有市民一碗一碗吃了之后，评选出来的50强，才是真正意义上的重庆小面50强。”张雯告诉记者：“当然，我也会积极地去报名小面推荐官，希望能够为选出好味道的重庆小面出一份力。”



请扫二维码报名

### 欢迎网民应征小面推荐官

作为重庆市的一张美食名片，重庆小面不仅代表着城市的饮食文化，更代表着城市的精神风貌和人文气息。重庆小面，是一碗面，也是一个故事。它记录着这座城市的独特风味，也承载着无数重庆人的味蕾记忆。

据了解，此次新重庆小面50强评选活动将选出不同年龄阶段、不同行业类型、不同文化层次的小面推荐官10人。只要是热爱重庆小面、积极传播重庆小面的网民，包括重庆人、外地人和外国友人，均可报名参加。小面推荐官需要参与新重庆小面50强评选活动新闻发布会暨启动仪式，并作为大众评审，免费品尝网友评选出的百强重庆小面，参与重庆小面100进50强的评选。成为小面推荐官的网民朋友，不仅能获得一份专属荣誉证书，还能领取重庆小面50强体验卡一张，一年内免费试吃本届评选产生的“新重庆小面50强”各一次。

这是一次味蕾的冒险，更是一场美食的狂欢。欢迎感兴趣的网友扫描上方二维码报名。“新重庆小面50强”评选期待您的参与，我们一同品尝地道的重庆小面，共享重庆小面走向世界的荣光。 陈红莉