

探索中国户外市场的新选择

软壳潜力不容小觑

序言

近年来，户外运动和探险活动在全球范围内愈发流行，推动了户外装备市场的快速增长。冲锋衣品类尤其火爆，许多品牌如骆驼（Camel）、始祖鸟（Arc'teryx）、北面（The North Face）、哥伦比亚（Columbia）和土拨鼠（Marmot）等，借此实现了逆势上升和品牌蜕变。然而，随着市场的成熟，消费者对硬壳冲锋衣的真实需求逐渐显现。越来越多的消费者开始对硬壳冲锋衣提出质疑，认为其市场需求存在一定的虚假成分，实际使用中的不便和不舒适感也导致购买热情减退。在这样的市场环境下，软壳户外服饰逐渐崭露头角。本白皮书旨在从以下多个角度探讨软壳市场：

软壳市场趋势前瞻：解析软壳特性，分析消费市场现状、趋势及发展潜力，了解用户需求。

软壳市场人群定位：深入分析六大目标人群，详细解析各类目标用户的需求和行为特征。

无论您是一家新兴的软壳服饰品牌，还是一家传统的户外装备巨头，本白皮书都将为您提供宝贵的参考，助您赢得市场竞争优势。希望本白皮书能成为您在软壳户外服饰领域的得力助手，引领品牌增长之路！

SHERYL XU

徐徐之营销与咨询 创始人





第一篇

户外软壳市场趋势前瞻





不含 PFC防泼水(DWR) 处理

AF亚洲版型，舒适穿搭

以探索隐喻，于都市穿行



户外软壳的定义

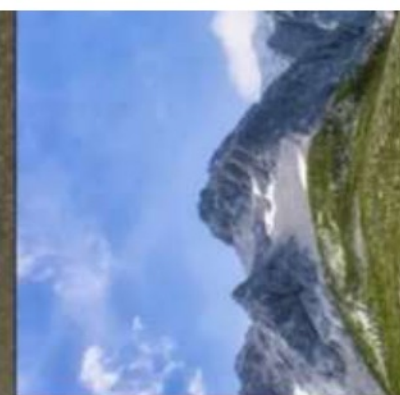
防风、弹力、轻柔

不含 PFC (DWR)防泼水处理

UPF 50+防晒等级防护

4向弹力面料，流畅线条设计

步夏山野，与山风共迎



软壳集防风、防水、透气于一体，完美满足户外运动及日常生活的需求。

在户外场景中，相较传统冲锋衣，软壳更为柔软、舒适、透气，适用于多种户外活动。

软壳具备时尚的外观设计，完美融入都市生活。

以Mammut猛犸象为例，其始终致力满足消费者对多功能户外装备的需求。通过推出一系列软壳产品，包括都市系列和经典探险系列等，Mammut为不同类型的消费者提供了兼具实用性和时尚感的户外服装。





- 运动多功能性 -

适用于多种户外活动，包括徒步、露营、登山、攀岩等提供防风、防水和透气等功能，适应各种天气变化

小红书
小红书号: 917193951

@montbell



- 轻便性 -

设计轻便，减少负担，适合长时间穿着和活动。易于携带，方便在多种场景下使用

小红书
小红书号: 111776203

@Cathy.



- 舒适性 -

相较于冲锋衣，透气性更佳，保持身体干爽，适合高强度，长时间日常活动。柔软的面料和良好的延展性，提供舒适的穿着体验以及良好的活动的自由度

小红书
小红书号: 386929514

@下雨会往家里跑

一件软黄金七重完美保护

软壳融合多功能性、轻便性、耐用性、舒适度、保暖性、时尚感和实用性，适合徒步、露营等各类户外活动，能够适应复杂多变的气候条件。其轻巧便携的设计，耐用的材质，出色的透气性，以及保暖同时不失风格的特点，满足了不同场合和消费者的需求，不仅仅是一款性价比极高的户外装备，同时也是日常生活的实用之选。



- 保暖性 -

提供必要的保暖功能，适合在寒冷天气下的户外活动以及温差变化较大的环境。防风设计，保持身体温暖

小红书
小红书号: 404987298

@山野夏花



- 今日碎片 -

设计时尚简约，适合多种场合，从户外活动到日常城市通勤。多种颜色和款式选择，满足不同消费者的审美需求

小红书
小红书号: BlackStone_CS

@黑石户外



- 实用性 -

适用于各种生活场景，具有防雨、防风、防油等多重特性。高性价比，满足不同消费层次的需求

小红书
小红书号: 427037716

@四四爱健身



科技面料 塑造 品牌心智



STORM SHIELD

科技外壳
直面风雨

GORE-TEX INFINIUM 2L

持久防风防泼，高度透气

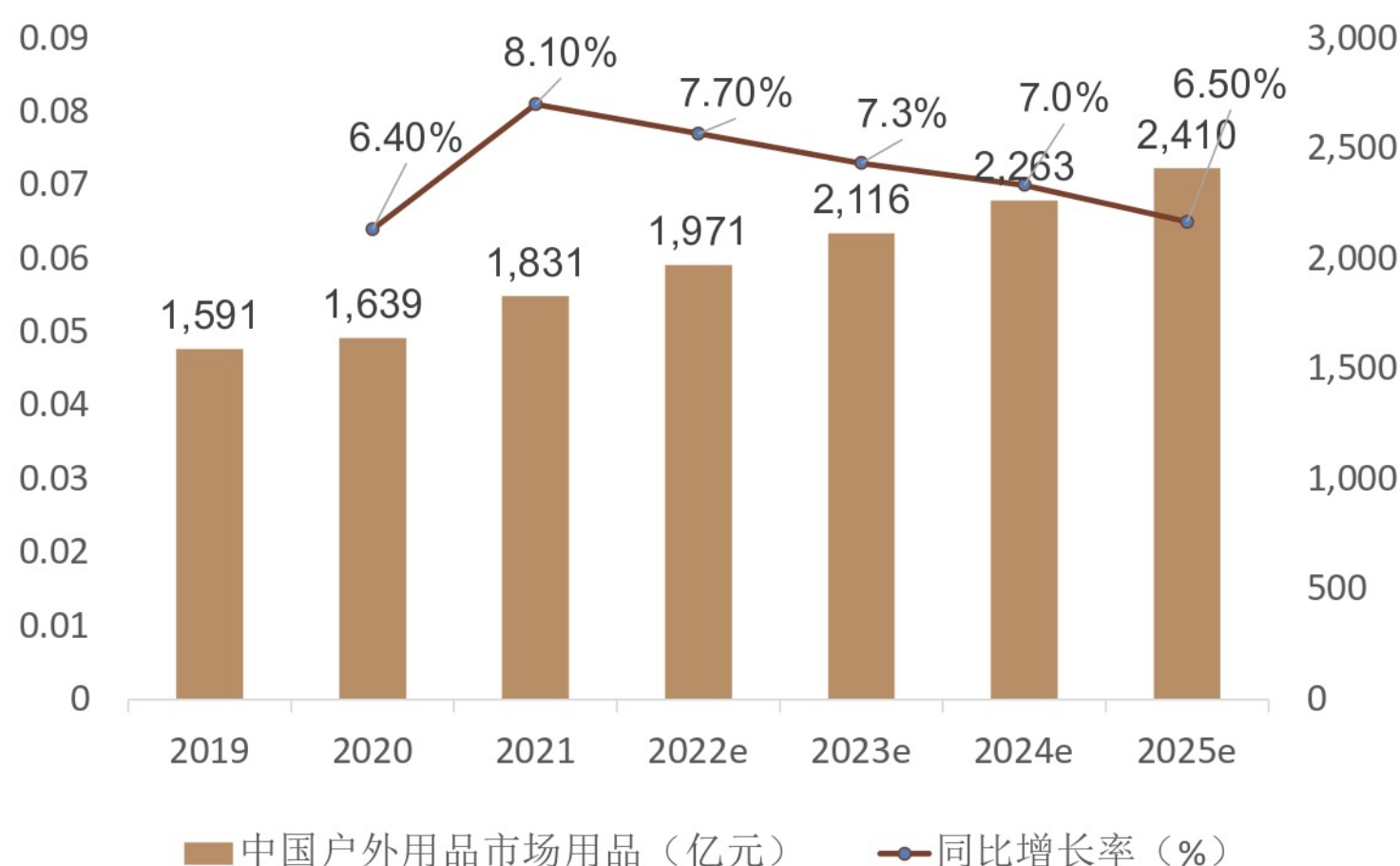


KAILAS凯乐石雷鸟软壳GTX防风拒水透气

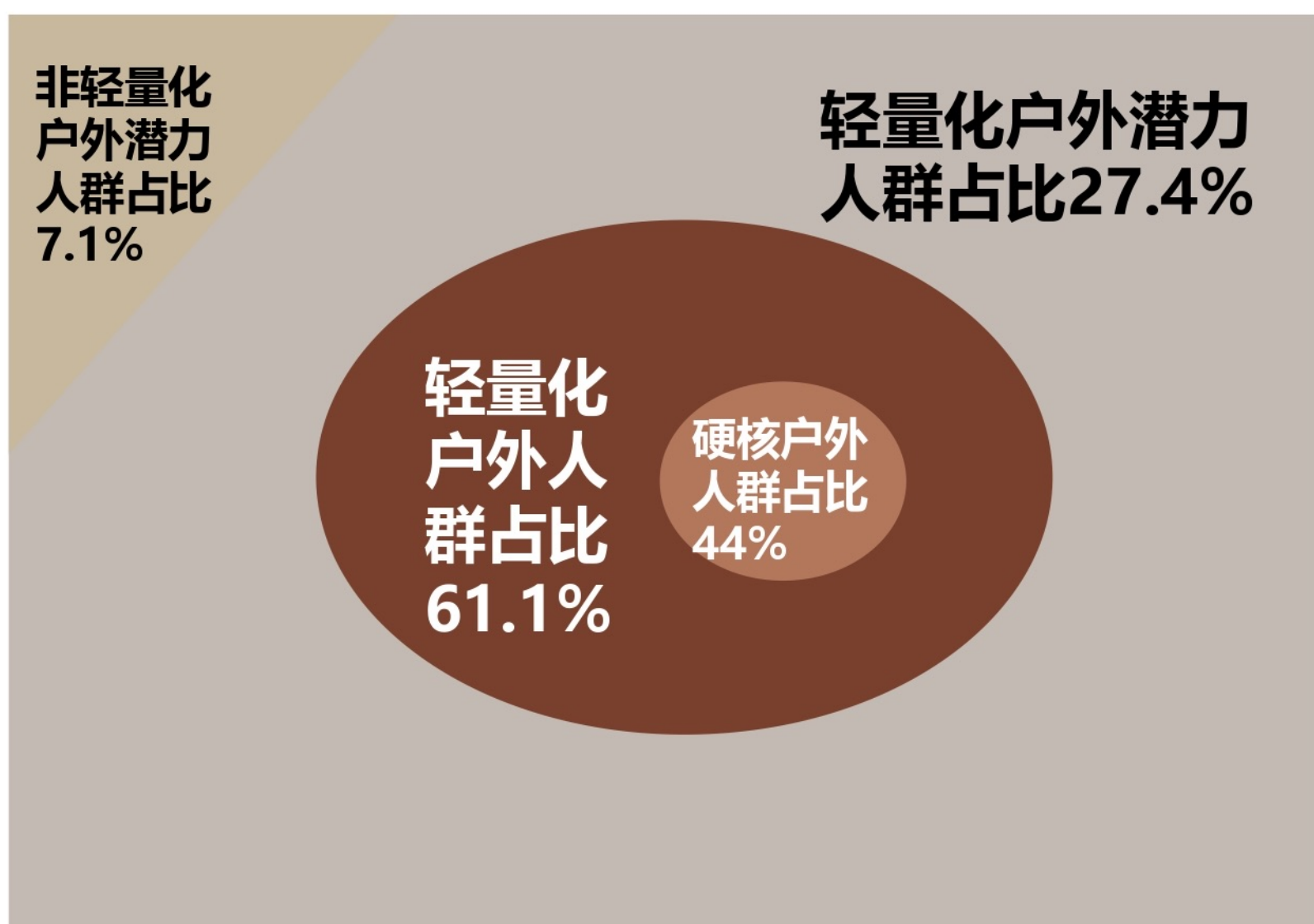
改款雷鸟轻量徒步软壳防风衣TREKKING徒步系列，将“GORE-TEXINFINIUM面料”作为产品营销重点。

伯希和户外软壳男女加绒以“采用STORM SHIELD科技面料”为卖点，突出其抗大风、优异的防泼水效果。

2019-2025年中国户外用品市场规模



轻户外 市场 消费活力 上涨



与传统户外相比，轻户外市场覆盖更广泛的消费群体和生活场景。根据艾瑞咨询的《轻量化户外行业白皮书》，轻量化户外消费占整体户外用品消费的77.5%，未来预计增长14.1%。

轻量化户外用品消费占比

77.5%

未来轻量化户外消费投入金额增长

14.1%

数据来源：艾瑞咨询

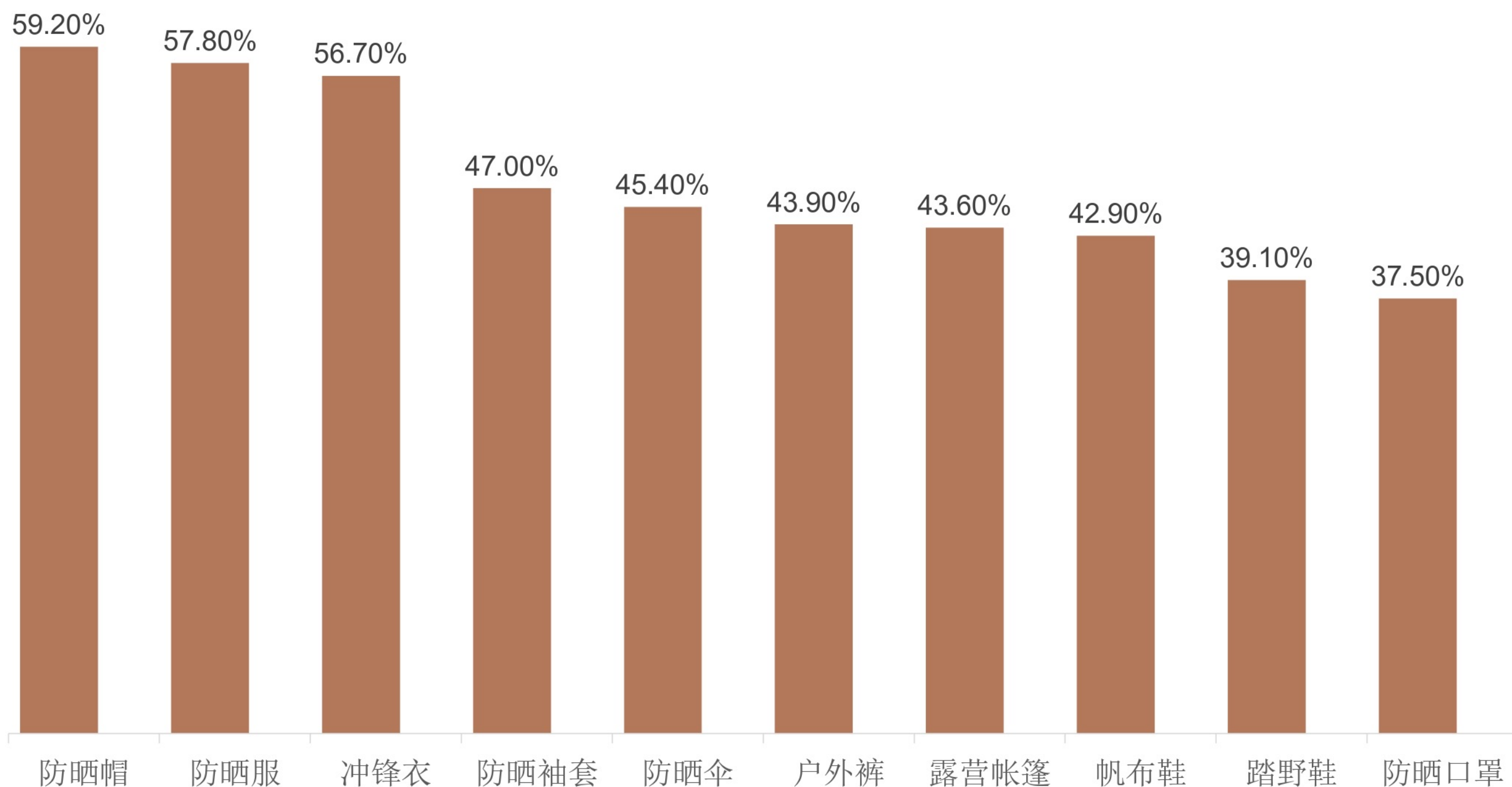
“轻户外”成为热门话题。2010年前，户外活动是小众爱好。到2023年，随着市场成熟，户外活动生活化、全民化，轻户外尤受关注，强调轻便、时尚、多功能，适合户外和日常使用。

轻户外 迎来 品牌增长的 契机

与传统户外装备相比，轻户外装备注重轻量化设计，便于携带，功能多样，兼具时尚感，满足现代人对户外活动和时尚的双重需求。

此外，轻户外强调亲民，打破了户外装备昂贵的刻板印象，提供更多入门级和日常化单品，如瑜伽服、渔夫帽日用品。资深玩家则可选轻量化户外椅等高科技产品。

2023轻量化户外用品购买情况TOP10



数据来源：艾瑞咨询

■ 占比 (%)



软壳成为 轻户外 新兴选择

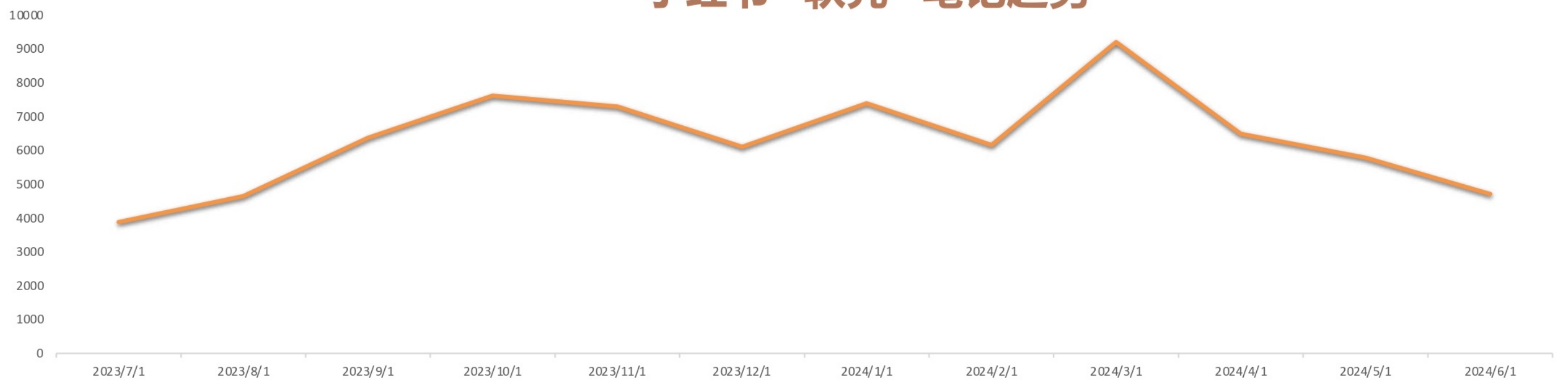
轻户外运动在中国的兴起，带动功能性服装的需求增长，软壳衣正成为越来越多消费者的新宠。

针对追求轻便、多样化户外体验的消费者，软壳衣以其适中的防护性能，穿着的舒适性，时尚设计，跨界的使用场景，逐渐成为更热门的选择。





小红书“软壳”笔记趋势

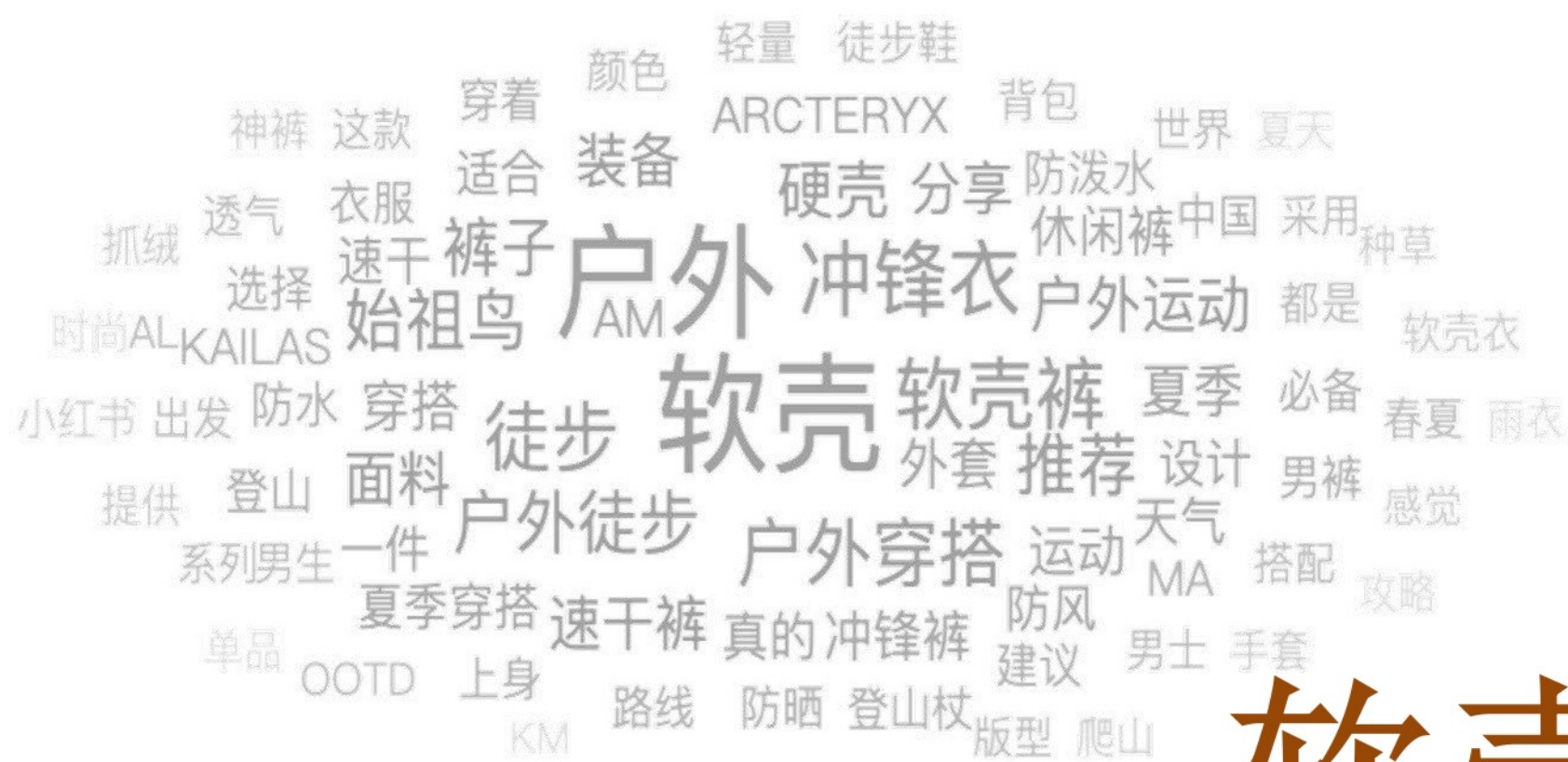


小红书“轻户外”笔记趋势



数据来源：社媒数据平台-千瓜，202307-202407，徐徐之咨询分析整理

“软壳 户外”笔记内容词云



户外风潮 社交平台 助推下 软壳消费热度

数据来源：社媒数据平台-千瓜数据，徐徐之咨询整理

小红书上的数据显示，“软壳”和“轻户外”相关笔记及其互动趋势呈现正相关性，徐徐之认为，软壳的热度同样也由轻户外的概念带动，轻户外和软壳正共同推动消费热度的增长。词云数据显示，人们对软壳的关注主要集中在以下几个方面：核心功能和特性；应用场景；季节和天气；产品搭配和穿着体验；市场推广；消费途径。

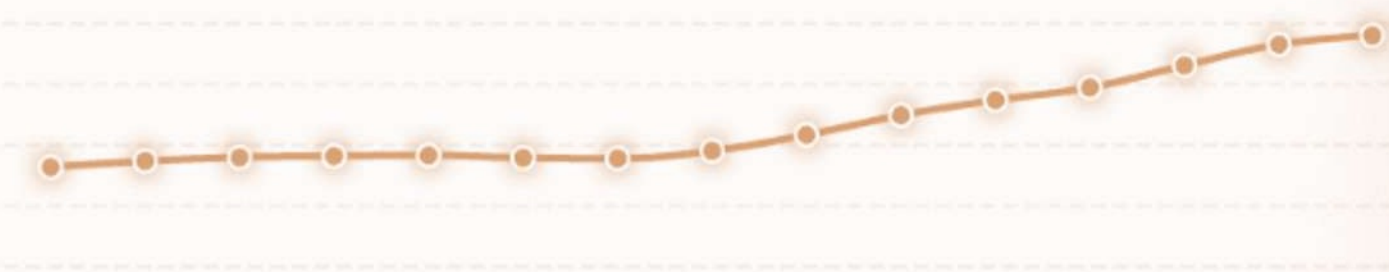
软壳线上市场稳健增长 女性消费成新亮点



户外软壳衣

成交金额：384万+ 搜索点击数：436次
近两年月均增长率：75.23%

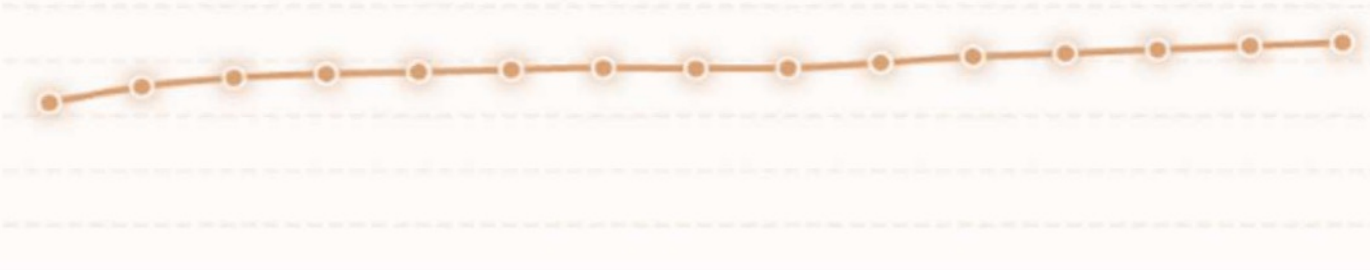
GMV趋势



户外软壳

成交金额：309万+ 搜索点击数：2,692次
近两年月均增长率：28.69%

GMV趋势

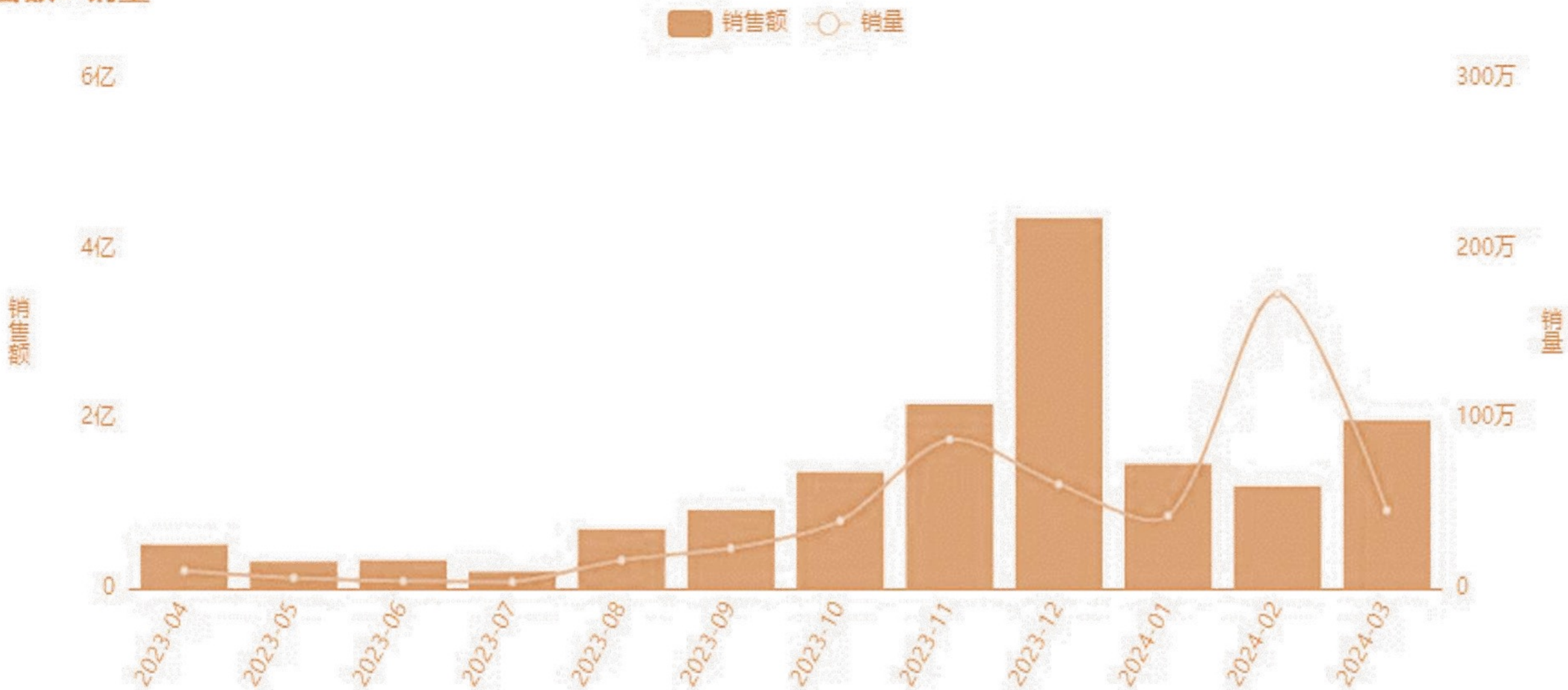


数据来源：阿里TMIC

- 近两年软壳在主流电商市场（阿里）搜索点击数及增长率呈稳健上涨趋势。越来越多女性加入户外运动风潮，软壳销售在女性消费群中也表现极其亮眼。
- 2024年3月，软壳衣裤在主流电商平台上的销售额为1.98亿元，同比增速为136.8%。搜索点击数及增长率呈上涨趋势。

销售额&销量

软壳衣裤在主流电商平台上的销售额

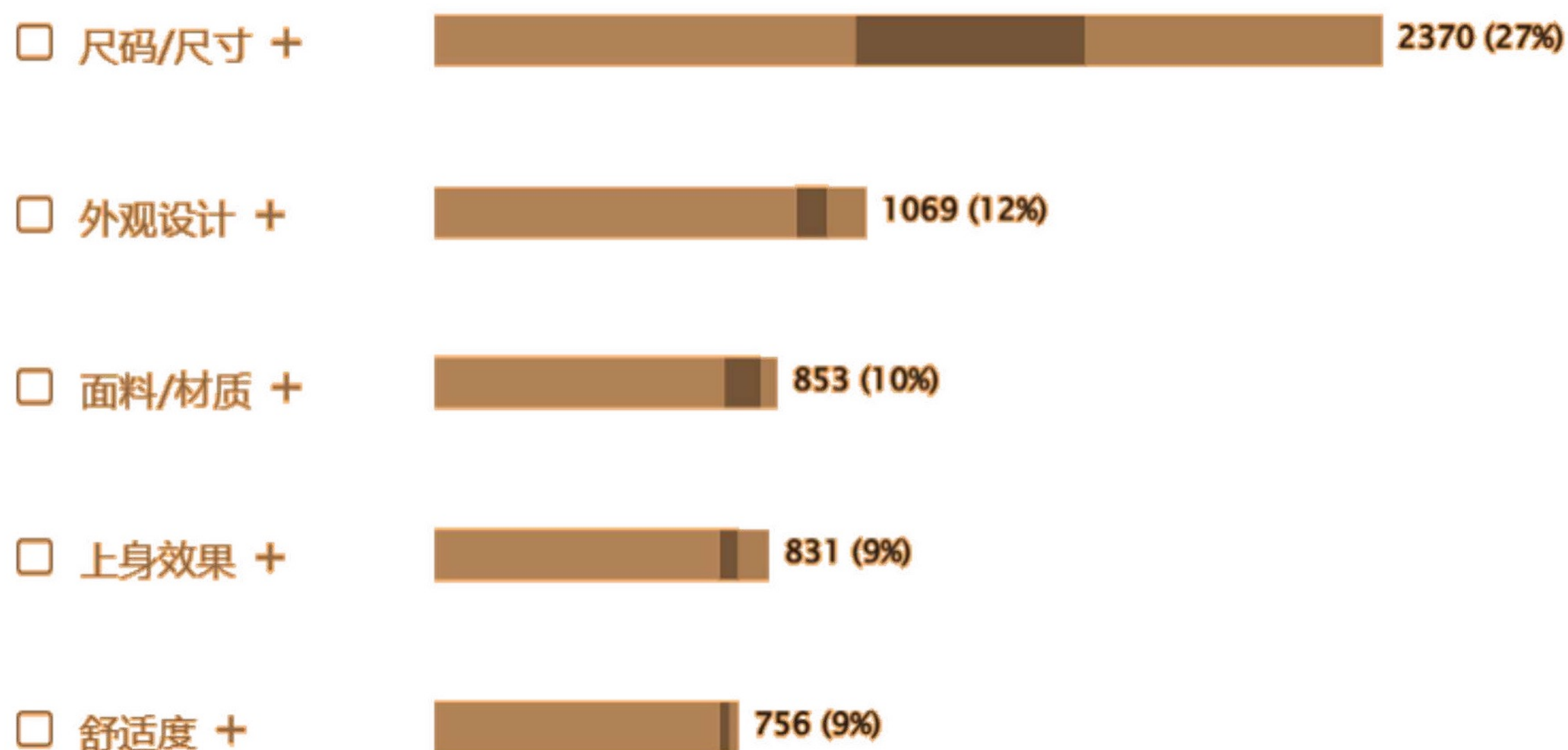


数据来源：魔镜分析+

软壳 需求痛点

尺码偏大或偏小、面料舒适度和质量控制问题是消费者普遍反映的痛点，尤其在产品尺寸标准化上，仍有较大的改进空间。

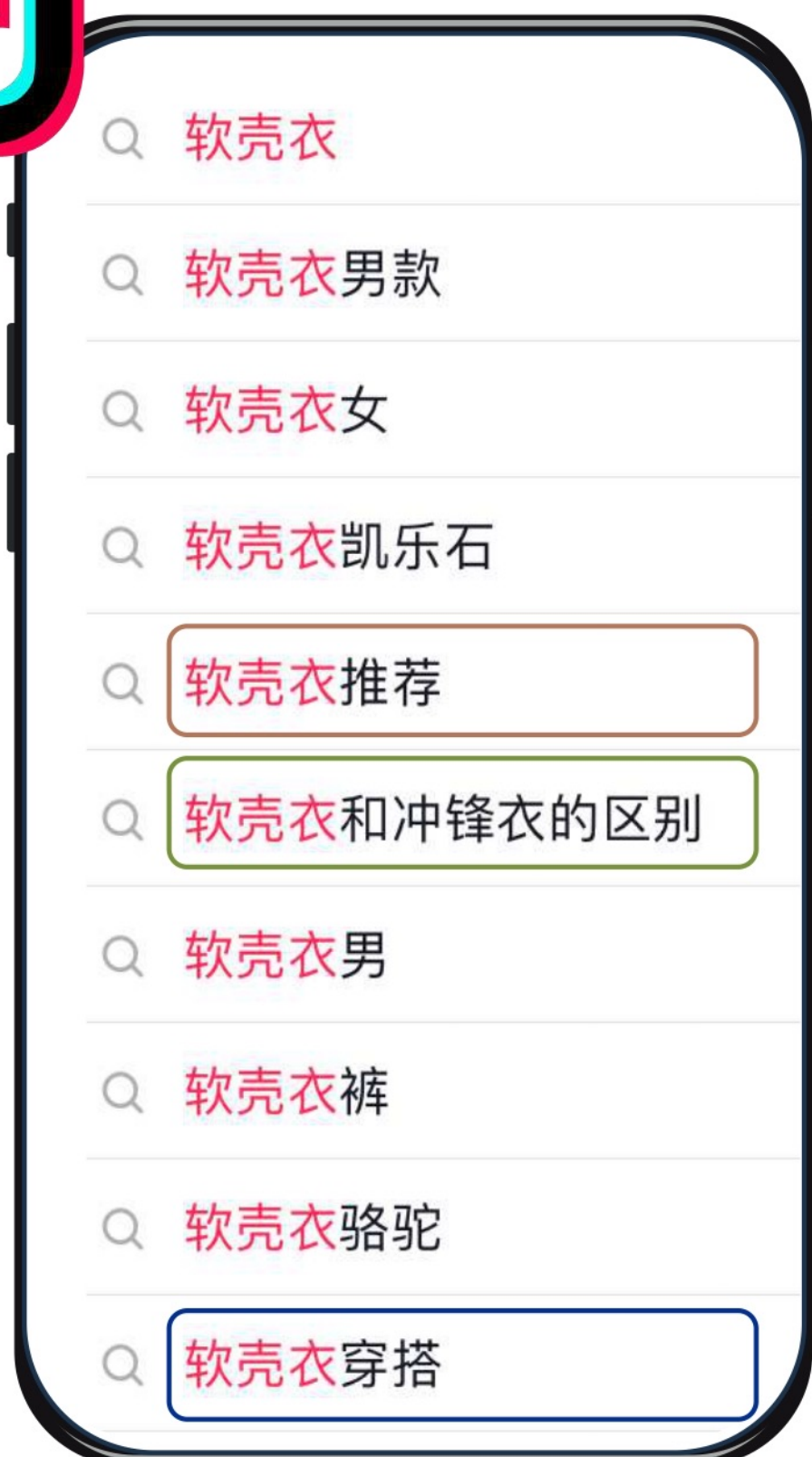
23Q1-24Q1软壳衣裤在天猫平台上电商评论分析-方面&观点



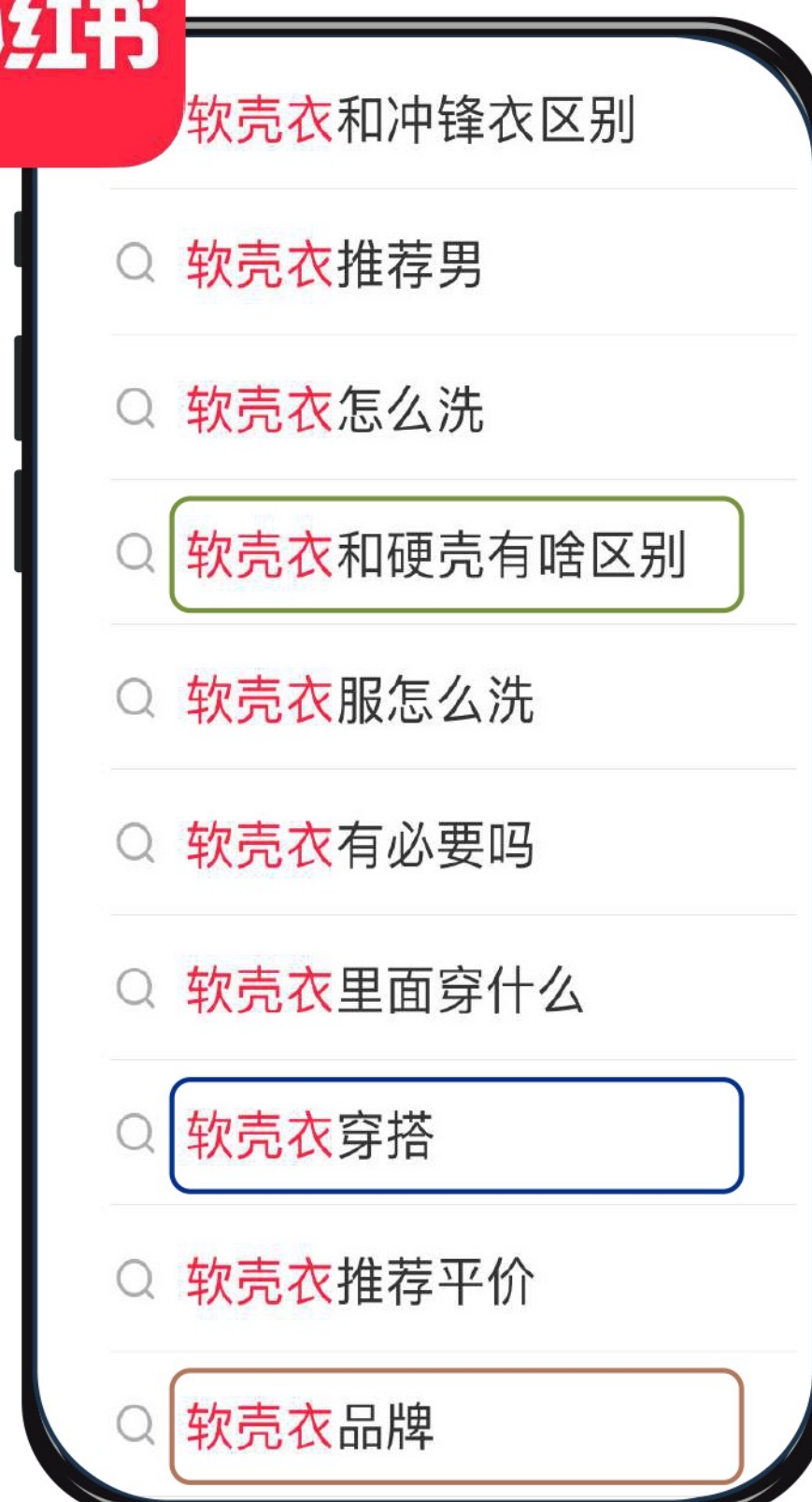
数据来源：魔镜电商聆听



抖音



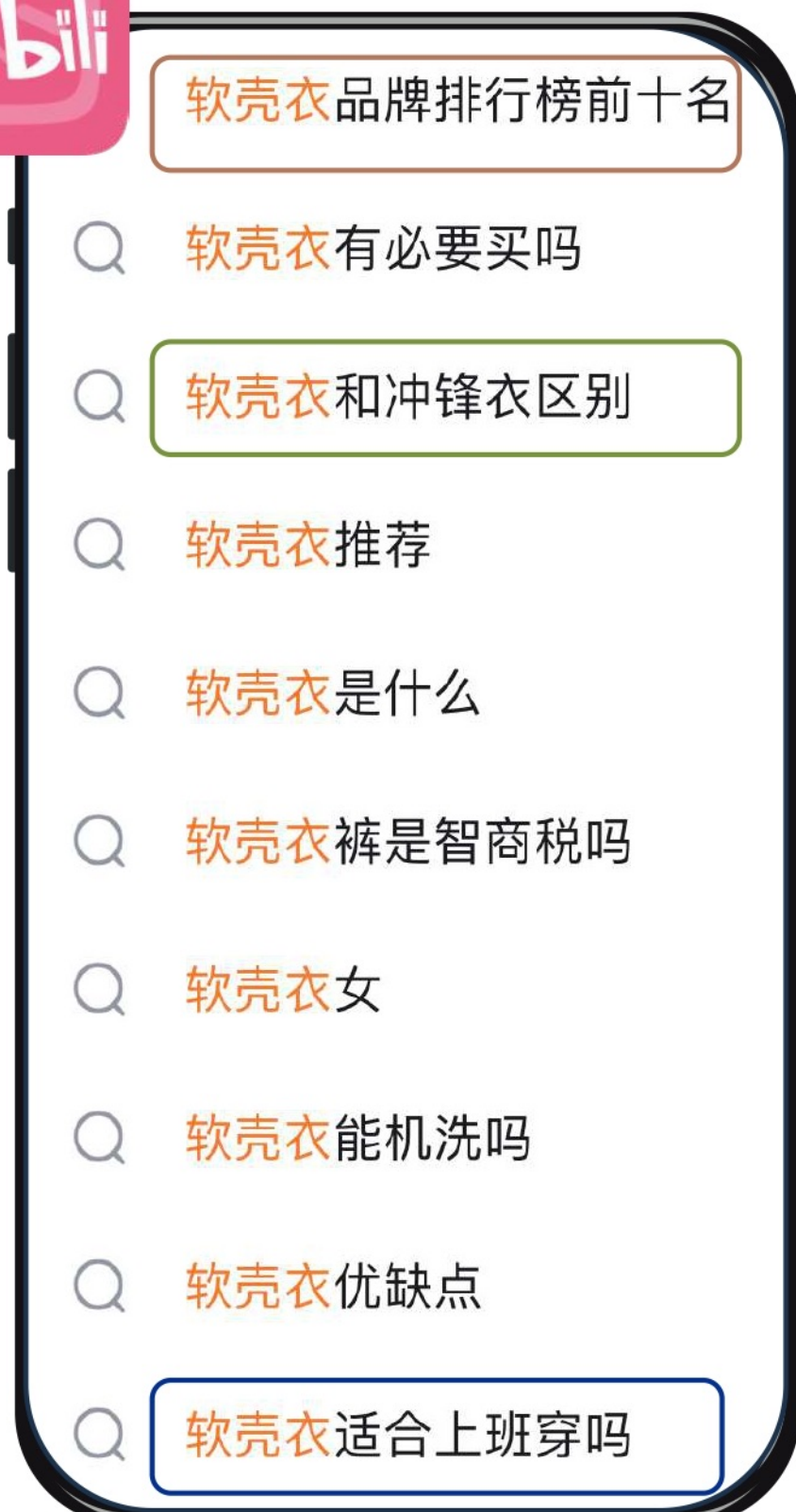
小红书



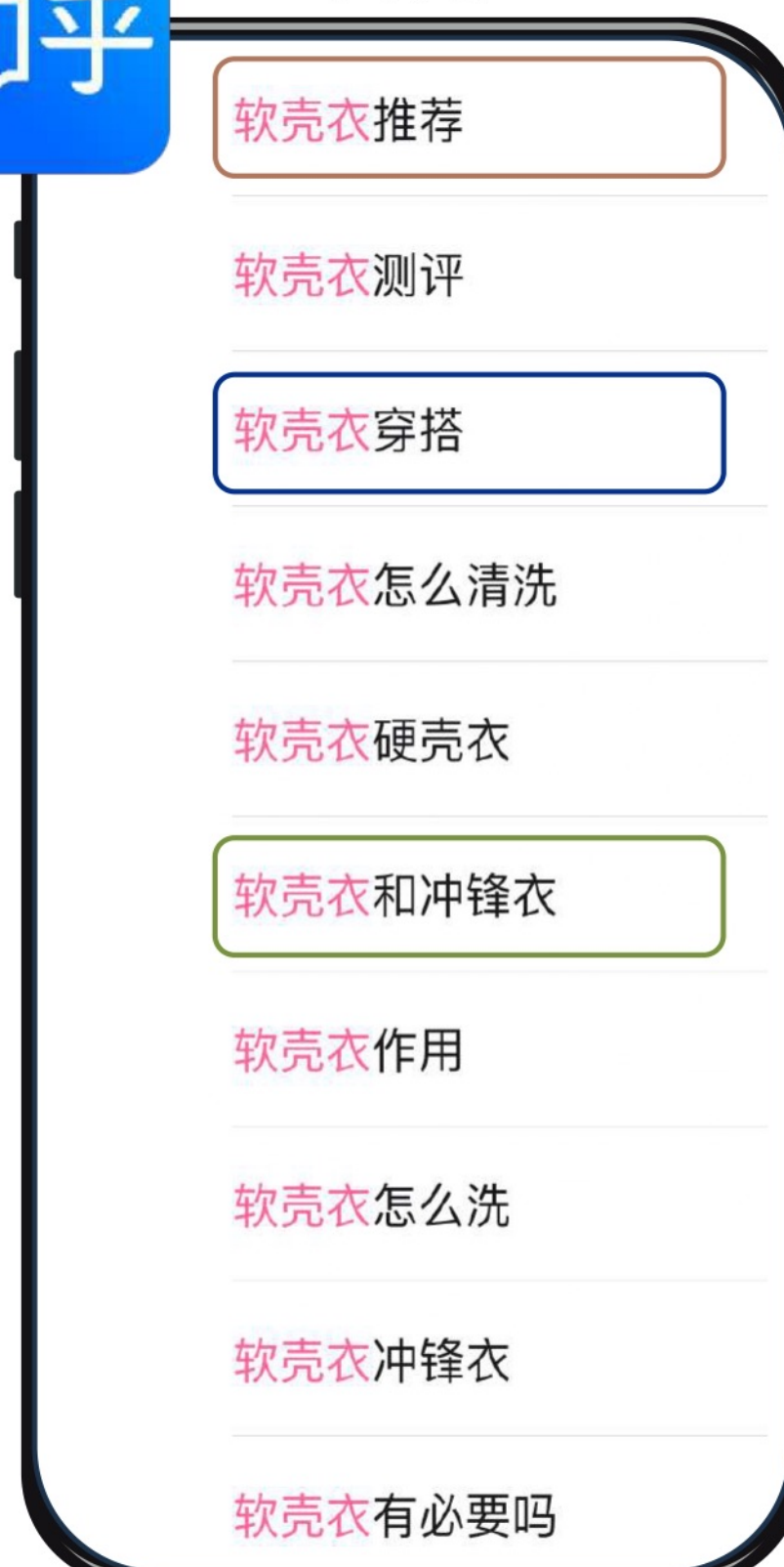
在抖音、小红书等内容平台对相关关键词进行检索，试通过关键词排名了解用户高频搜索词，进而洞察用户搜索心理，发现“品牌推荐”、“穿搭”、“搭配”、“和冲锋衣的区别”是软壳的用户需求痛点。



B站



知乎



软壳市场 品牌玩家

在2024年3月电商中，始祖鸟、伯希和、凯乐石等知名户外品牌均有亮眼的销售表现。相对于其他品牌，伯希和也因其价格亲民、高性价比的特点，在千元以下的价格段占领绝对优势地位。社交媒体表现，始祖鸟声量最大。

2024年3月TOP5在主流电商平台上各价格段占比情况

名称	0~591	591~1182
市场整体	36.78%	10.12%
arc'teryx/始祖鸟	0.07%	0.45%
pelliot/伯希和	99.07%	0.93%
kailas/凯乐石	0.48%	19.04%
kolon sport/可隆	0.00%	0.68%
mammut/猛犸象	0.49%	3.05%

数据来源：魔镜分析+



数据来源：社媒数据平台-千瓜数据，徐徐之团队整理

2023年3月软壳衣裤类目销售额TOP5品牌榜单

排名	品牌	销售额（万元）
1	arc 'teryx/始祖鸟	2239
2	kolon sport/可隆	728
3	pelliot/伯希和	326
4	mammut/猛犸象	291
5	toread/探路者	254

数据来源：魔镜分析+

2024年3月软壳衣裤类目销售额TOP5品牌榜单

排名	品牌	销售额（万元）
1	arc 'teryx/始祖鸟	5976
2	pelliot/伯希和	2591
3	kailas/凯乐石	2473
4	kolon sport/可隆	585
5	mammut/猛犸象	580



中国市场软壳品牌玩家及单品简介

始祖鸟 (Arc'teryx)

品牌介绍

始祖鸟 (Arc'teryx) 是一家加拿大高端户外品牌，成立于1989年，以其创新的设计和高质量的材料著称。Arc'teryx的产品主要面向极限户外运动，涵盖登山、滑雪和远足等领域。品牌名称源自最早的鸟类之一——始祖鸟，象征着创新和进化。

产品介绍

采用 GORE-TEX® Pro 材料，提供卓越的防水、防风 and 透气性能，适用于攀登、滑雪和远足等高强度活动。



ARC'TERYX



黑钻 (Black Diamond)

品牌介绍

黑钻 (Black Diamond) 创立于1989年，是一家致力于提供高质量攀岩、滑雪和登山装备的品牌。以其创新设计和卓越性能著称，黑钻的产品涵盖从冰镐、头盔到登山背包，旨在满足专业和业余户外运动爱好者的需求。黑钻注重产品的安全性和耐用性，在全球户外运动社区中享有极高的声誉。

产品介绍

一款为攀岩设计的轻量软壳夹克。其设计考虑了攀岩者的需求，提供良好的活动自由度和耐用性，同时具备基本的防风和防水性能。



 **Black Diamond™**



中国市场软壳品牌玩家及单品简介

猛犸象 (Mammut)

品牌介绍

Mammut是一家瑞士户外品牌，成立于1862年，专注于生产高性能的登山、攀岩和户外运动装备。Mammut以其卓越的质量和创新的设计著称，产品涵盖从服装、登山鞋到安全装备。Mammut以其严谨的制造工艺和对细节的关注，深受全球户外运动爱好者的信赖。

产品介绍

采用 GORE-TEX® Infinium™ 材料，具备卓越的防风、防水性能，同时保持良好的透气性。



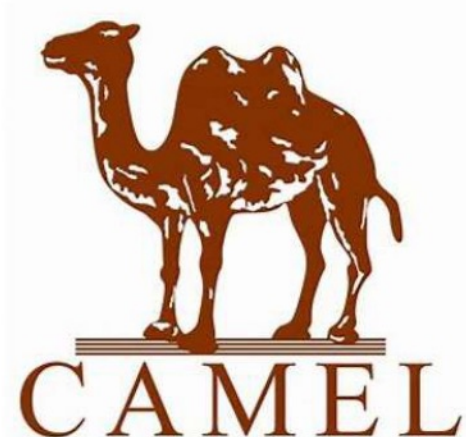
骆驼 (Black Diamond)

品牌介绍

CAMEL骆驼品牌创于1913年，是迄今为止数百年悠久历史的美国驰名品牌。其以沙漠骆驼的深刻内涵为品牌的文化延伸意义，加之其质量优良，吸引了众多的消费者。拥有4000多家线下实体店、专柜，全面覆盖一二线城市核心中高端群体，总部在美国纽约。

产品介绍

ENFO-TECH科技外壳，柔韧耐磨，防风防雨，搭载绵密摇粒绒内里。快速聚热锁暖，无惧静电，从容应对户外湿冷气候。





第二篇

户外软壳市场人群定位





01 户外爱好者



软壳需求

满足轻量化户外运动的需求，有特定的功能和特性。

核心驱动

软壳相比硬壳，具有轻量化、透气性强的特点，适合低强度的运动，提供高舒适度和良好的延展性，方便活动。消费者关注衣服的面料、重量和性能等功能性特点，希望软壳可以提升他们的运动体验和能力。

人群描述

主要包括喜欢徒步、露营、短途旅行的年轻人和中年人。他们热爱自然，追求健康的生活方式，希望在休闲时光中得到身心放松。这些消费者通常具有一定的户外经验，对装备有较高要求，愿意为高性能的装备支付溢价。

典型使用场景

轻量运动

在低强度运动中穿着，满足各类特殊运动场景，提供防护并增强运动体验。

#攀岩



#绳降



#露营



#徒步旅行 #户外探险





02

实用主义者



软壳需求

实用，各种生活场景的“万金油”，化繁为简的新穿搭。

核心驱动

软壳设计时尚简约，轻便透气，具有防雨、防风、防油等多重特性，适用于全场景。这种特征使其成为实用主义者的心头爱。这类消费者追求化繁为简的生活方式，软壳满足了从上班到通勤到户外各类场景的需求，方便快捷成为他们选择的主要驱动力。

人群描述

TA们追求简约实用，花最少的钱获得最多的功能。这类群体十分广泛，涵盖低收入的大学生群体、海外留学生、工作繁忙，不愿意花时间研究穿着和打理的上班族，以及追求性价比的各年龄段的实用主义者。

典型使用场景

01 上班通勤

适合在城市中通勤时穿着，提供防护同时保持时尚。

#上班通勤 #城市生活 #简约实用



02 日常休闲

周末休闲活动中穿着，如公园散步、外出购物等，兼顾舒适与防护。日常下楼或短距离外出，一套即走。

#休闲娱乐 #日常生活

#轻松周末 #散步





03

时尚先锋



软壳需求

追求新时尚，反精致，机能酷辣，颜值穿搭

核心驱动

软壳兼具多重属性，既有机能、户外特性，又具备时尚休闲元素。在户外运动和追求自然接触的生活方式潮流中，软壳满足了这类人群的需求。这些消费者追求都市时尚，希望将实用与时尚结合，在满足时尚搭配需求的同时，还彰显了户外与自然的元素。

人群描述

城市中的年轻时尚群体，热爱运动但同样注重穿搭的时尚达人。TA们喜欢在日常生活中融入户外元素，追求个性化和多功能的穿着体验。这些消费者对品牌有较高要求，倾向于选择既有品质保障又具备时尚设计的产品。

典型使用场景

01 都市时尚

在城市中穿着，既能应对多变天气，又能展现时尚品位。

#都市时尚



#潮流穿搭 #个性展示



02 社交活动

参与各种户外或生活中的社交活动时穿着，既时尚又实用，成为共同话题的元素。

#社交达人 #户外元素



#时尚聚会





04

社会精英



软壳需求

彰显生活方式，追求身份认同

核心驱动

软壳可以作为户外运动的外显标志，让这些消费者展示独特的“生活地位”。软壳不仅提供实用性，更体现出他们对生活的态度和背后的个人价值。时尚的设计和优质的材质，使得他们可以替换掉传统的装扮，获得新的穿搭体验。

人群描述

高学历、事业稳定的中青年男性。他们处于有钱又有闲的状态，通过参与户外运动获得身份认同感。愿意为品牌买单，倾向于选择具有高辨识度和品质保证的知名品牌。

典型使用场景

01 高端商务会议

在高端商务会议或社交场合穿着，既能满足场合穿着要求又能展现生活品位。

#商务会议 #高端社交 #时尚品位



02 精英户外运动

参与如高尔夫、野外钓鱼露营等高端户外活动时穿着，兼具功能性和时尚感。

#钓鱼 #高尔夫 #高端户外





05

户外教育工作者



软壳需求

提供长时间户外工作的防护，具备耐用性和多功能性，确保在各种环境中的舒适性和活动自如

核心驱动

软壳为户外教育工作者设计，强调保暖、防风和透气性能，同时轻便耐用，适合长时间穿着。户外教育工作者需要装备提供高水平的保护和舒适性，以应对多变的户外环境，并保证在教学和指导过程中活动灵活。

人群描述

需要在山地环境中长期工作的户外教练、导游和自然学者。他们的工作需要频繁在野外活动，对装备的功能性和舒适性要求较高，愿意投资高质量的装备以确保工作的顺利进行。

典型使用场景

01 户外教练

指导徒步、登山、攀岩等活动，带领团队进行户外探险，进行户外急救培训等。

#户外培训 #攀岩教练 #户外急救



02 自然学者

野外数据采集、生态调查、野生动物研究、环境监测等。

#生态调查 #野外研究 #自然观察





06

家庭休闲者



软壳需求

满足全家人的防护需求，提供一致的舒适性和多功能性

核心驱动

软壳具备多功能性，适合全家户外活动。其防风、防水和透气特性能应对各种天气变化，同时轻便耐用，适合长时间穿着，提升家庭成员的整体体验，增加互动的乐趣。

人群描述

主要包括喜欢全家一起进行户外活动的家庭。父母希望孩子能安全舒适地体验自然，老年人则需要轻便保暖的衣物。这些家庭通常热爱旅行和探险，有一定的户外经验。他们时不时也会一同短暂出门。这些家庭通常重视家人的安全、舒适和互动体验感，愿意为家人投资高质量的贴身装备。

典型使用场景

01 家庭徒步旅行

满足全家人不同的防护需求，适应长时间户外活动。

#家庭远足 #周末郊游 #自然探险



02 亲子休闲

为孩子和父母提供全面的防护，保证活动的舒适和安全。

#雨天出行 #自然教育





- elaborate Consulting -

徐徐之营销旗下一支年轻活力的，充满创新力的商业咨询团队



Shery Xu
主理人
业务导向
整合性咨询expert



Yuanyuan Dong
咨询总监
大健康&foodie



Shinny Liang
咨询总监
cosmetic&3C/home



Johnson LU
分析师
户外赛道



Bella Liang
营销分析师
达人运营



Alexis Lu
营销分析师
广告创意



Helen Lan
分析师
汽车&新能源



Synthia Zhang
分析师
大健康

关于
我们

elabR · 徐徐之
CONSULTING

business
RESEARCH

elaboRate



徐徐之营销公众号



elaborateConsulting咨询公众号

知识星球



<https://t.zsxq.com/19YFy4JSP>

商务合作咨询:



Marketing@elabrconsulting.com



+86 13916582408