



2024

# 抖音电商 冲锋衣裤行业趋势洞察报告

出品方: 祈飞 发布时间: 2024年8月9日



# 报告核心要点

## 01 冲锋衣裤市场

- 市场大盘：**同比增长163%，秋冬季节生意爆发强
- 价段分布：**冬季商品均价较高但略有下降趋势，400-600元为核心竞争价段
- 品牌格局：**国产品牌占主导，集中在0-200元、400-600元区间，国际品牌布局高客单区间；骆驼排名第一，市占率27.7%，远超其他品牌

## 02 儿童冲锋衣裤市场

- 市场大盘：**同比增长180%，秋冬季节生意爆发强，春季为生意爆发新节点
- 价段分布：**冬季商品均价较高且显著增长，100-200元为核心竞争价段
- 品牌格局：**多以童装品牌为主，美国牛仔品牌LEE新上榜；巴布豆家族排名第一，市占率10%，CR4=15.93%，处于充分竞争市场，布局机会大

## 03 冲锋衣裤人群侧写

- 轻户外休闲人群：**24-30岁/三四线城市/Z世代/小镇青年/49%家有儿女/低消费能力/喜欢高热度高知名度品牌
- 实用穿搭人群：**18-30岁/二三线/新一线城市/Z世代/小镇青年/53%家有儿女/中高消费能力/喜欢专业户外品牌
- 亲子潮流运动人群：**31-40岁/女性/新一线/三四线城市/精致妈妈/新锐白领/67%家有儿女/高消费能力/喜欢国产品牌

## 04 冲锋衣裤典型品牌

- 骆驼：**品牌自营矩阵号+矩阵达人带货双管齐下；付费流量占比最高，销售旺季增加短视频引流；明星同款为营销卖点，打造多系列爆品矩阵，实现户外/休闲多场景覆盖
- 可隆：**品牌直播为主，生意集中在早春季节，冲锋衣裤尚未成为爆款品类；热卖商品价格在1500元以上，以徒步、露营等休闲户外场景为核心
- 巴布豆家族：**生意集中在冬季，头部达人销售贡献占6成；围绕“一衣多穿”打造多个爆品，满足日常/户外运动等多场景需求

# 目 录



01

## 冲锋衣裤市场现状

大盘趋势  
阶段分布  
品牌格局

03

## 冲锋衣裤人群侧写

轻户外休闲人群  
实用穿搭人群  
亲子潮流运动人群

02

## 儿童冲锋衣裤市场现状

大盘趋势  
阶段分布  
品牌格局

04

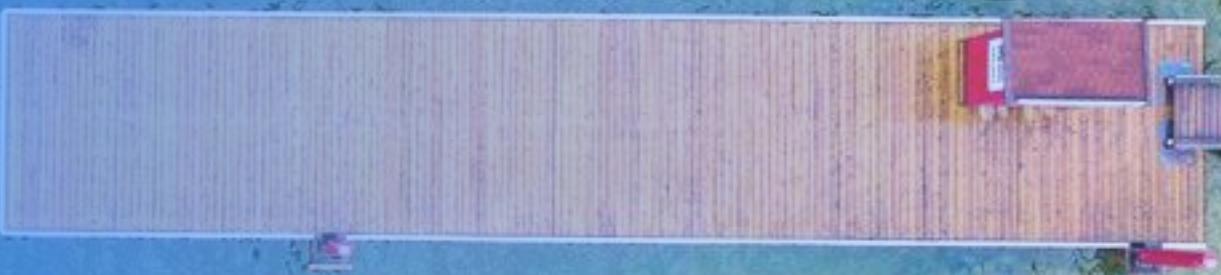
## 冲锋衣裤品牌案例

CAMEL骆驼  
KOLON SPORT可隆  
BOBDOGHOUSE巴布豆家族

# PART 01

## 冲锋衣裤市场现状

- 大盘趋势
- 价段分布
- 品牌格局



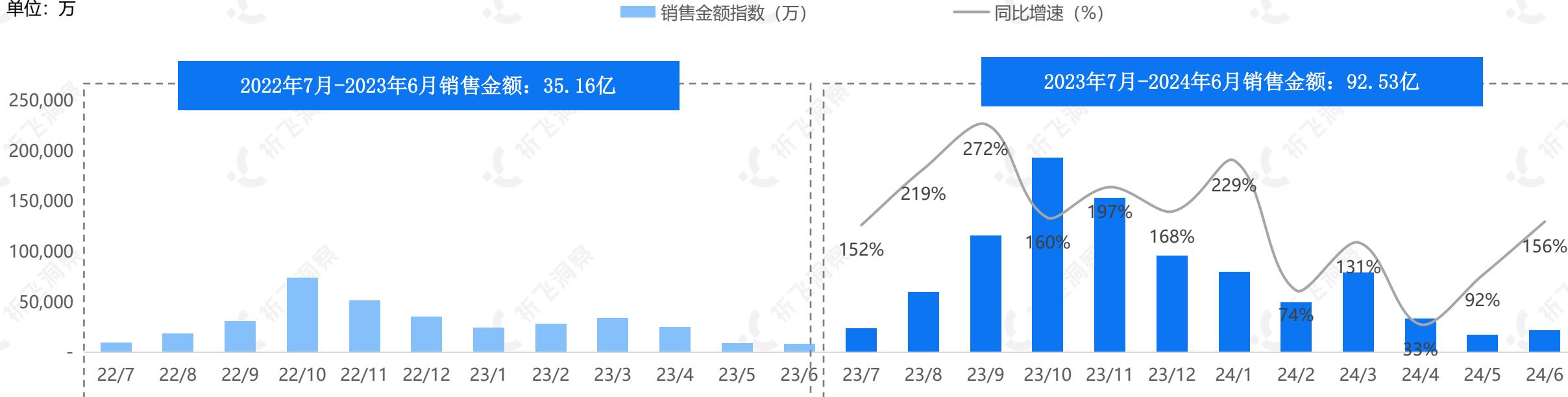
# 冲锋衣裤销售趋势：

近一年同比增长163%，生意集中在10-12月，秋冬季节生意爆发强

- 近一年抖音冲锋衣裤销售趋势：呈高速增长趋势，2023年7月-2024年6月销售金额92.53亿，同比增长163%。从月度增速看，均为正增长，生意集中在10-12月份，秋冬季节生意爆发力强。

抖音冲锋衣裤销售增长趋势

单位：万



数据来源：巨量云图，销售金额为指数数据，统计时间：前一年：2022年7月-2023年6月，近一年：2023年7月-2024年6月。统计类目：户外服装-冲锋衣裤品类。

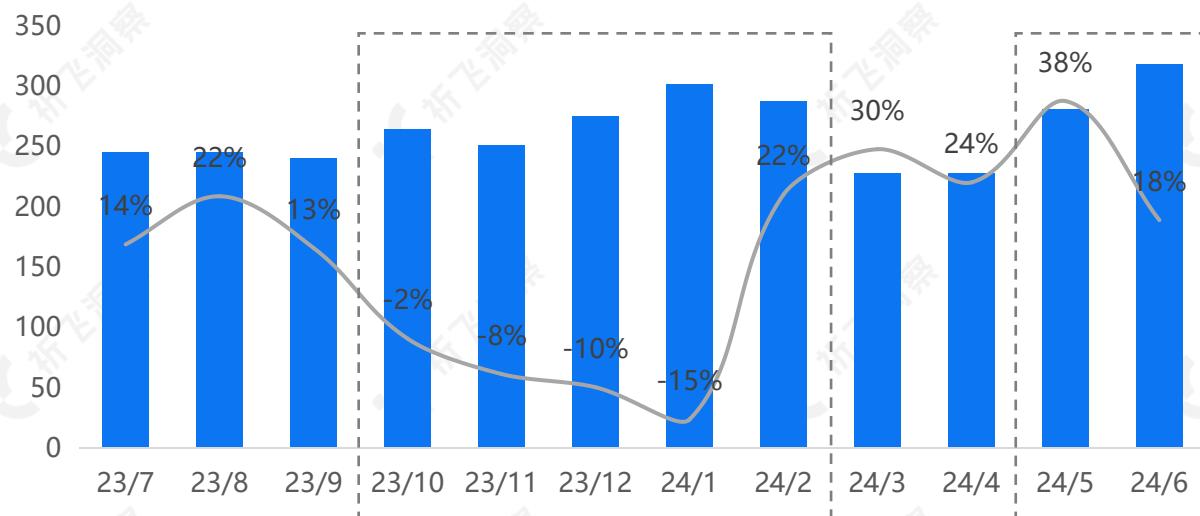
# 冲锋衣裤价格趋势：

## 冬季商品均价较高但略有下降趋势，400-600元为核心竞争阶段

- 近一年抖音冲锋衣裤月度商品平均价格趋势：10月-次年2月冲锋衣裤商品均价保持在较高水平，但同比增速略有下降，5-6月商品均价显著上升。
- 近一年抖音冲锋衣裤各价格区间销售金额占比及增速分布：销售集中在100-600元区间，份额占比达67%，其中400-600元价段份额占比最高，占25.8%，且同比增速高于行业大盘（+163%），为核心竞争阶段；其余价段份额占比均低于10%；600-800元、1000-1500元、>2000元高价位段增速较快。

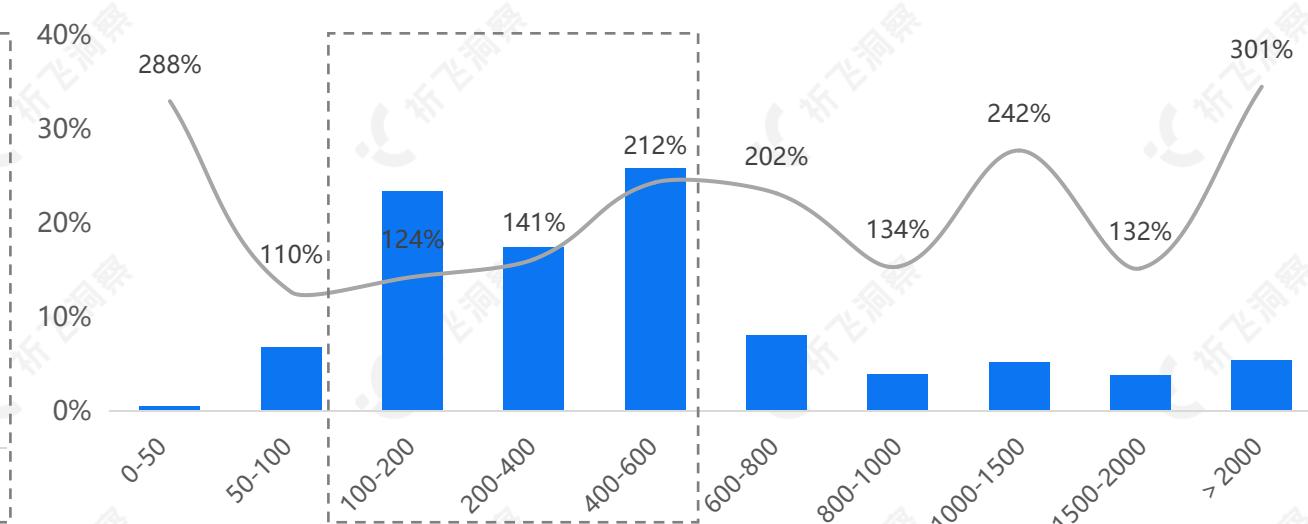
近一年抖音冲锋衣裤月度商品平均价格趋势

商品平均价格（元） —— 同比增速（%）



近一年抖音冲锋衣裤各价格区间销售金额占比及同比增速

销售金额占比 —— 同比增速



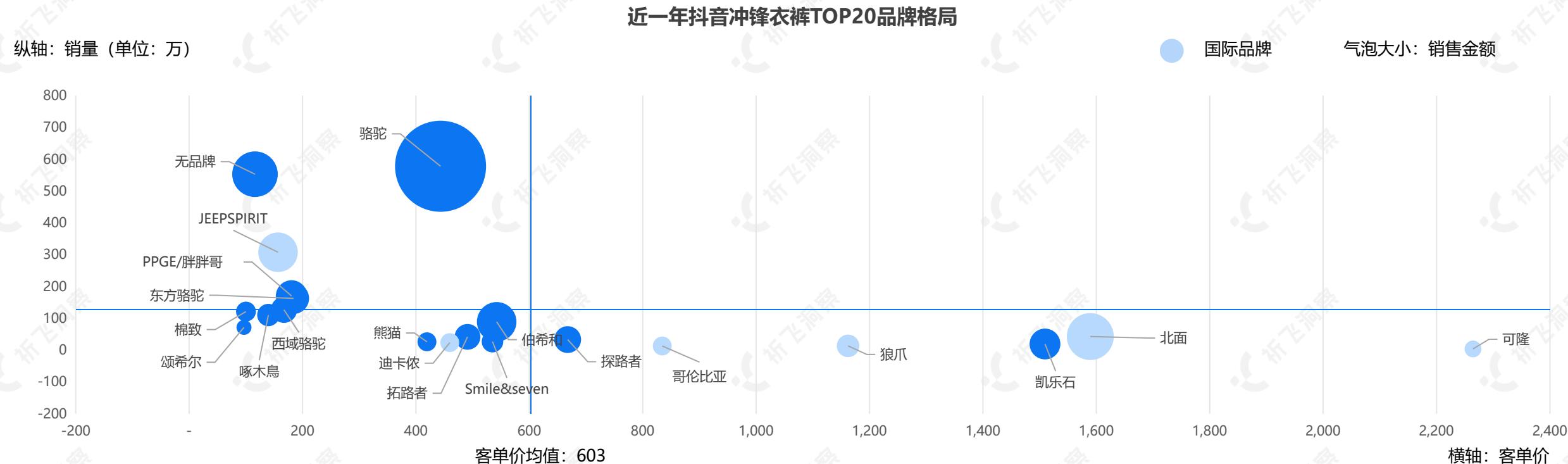
数据来源：巨量云图，销售金额为指数数据，统计时间：前一年：2022年7月-2023年6月，近一年：2023年7月-2024年6月。统计类目：户外服装-冲锋衣裤品类。

# 冲锋衣裤TOP20品牌格局：

多聚集在0-200元/400-600元区间，国际品牌布局高客单区间



- 近一年抖音冲锋衣裤TOP20品牌格局：国际品牌仅占6个，其余为国产品牌或白牌；高客单高销量市场尚未出现标杆品牌。
  - 从品牌占位看，大部分品牌均聚集在低客单区间：0-200元区间以白牌、吉普、胖胖哥、东方骆驼、啄木鸟等品牌为主；200-400元未出现品牌占位；400-600元区间以骆驼为主，销量最高，其余品牌包括伯希和、拓路者、迪卡侬等；600元以上以国际品牌为主，包括可隆、北面、狼爪、哥伦比亚等，可隆客单价最高，超2200元，北面销量最高，客单价约1600元，国产品牌探路者客单价在600-700元之间。



数据来源：巨量云图，销售金额为指数数据，统计时间：前一年：2022年7月-2023年6月，近一年：2023年7月-2024年6月，统计类目：户外服装-冲锋衣裤品类，客单价=销售金额指数/销量指数，为指数数据。

# 冲锋衣裤TOP10品牌及热卖商品：

骆驼排名第一，市占率超27%，热卖商品以三合一/可拆卸款式为主



- 近一年抖音冲锋衣裤TOP10品牌榜单：国际品牌仅北面、吉普上榜，其余为国产品牌或白牌。骆驼排名第一，销售金额超25.6亿，远超其他品牌，市占率超27%；北面排名第二，市占率达7.36%；第4-9位品牌同比增速均超过行业大盘（163%+），市场仍有较大竞争空间。
- 近一年抖音冲锋衣裤TOP10热卖商品：从价带看，100-200元占5个，400-600元占4个，北面三合一冲锋衣价格超2000元；从功能看，多以防风、防水、保暖、透气等功能为主，以登山/山野等硬核户外运动为核心场景，三合一/可拆卸为核心款式设计。

近一年抖音冲锋衣裤TOP10品牌榜单

排名	品牌名称	销售金额 (亿)	YOY	市场份额
1	CAMEL/骆驼	25.63	132%	27.70%
2	THE NORTH FACE/北面	6.81	122%	7.36%
3	无品牌	6.42	126%	6.94%
4	pelliot/伯希和	4.83	290%	5.22%
5	JEEPSPRIT	4.83	247%	5.22%
6	PPGE/胖胖哥	3.08	748%	3.32%
7	EASTERN CAMEL/东方骆驼	3.00	11423%	3.24%
8	Kailas/凯乐石	2.93	468%	3.17%
9	TOREAD/探路者	2.22	189%	2.40%
10	VANCAMEL/西域骆驼	2.12	-25%	2.29%

近一年抖音冲锋衣裤TOP10热卖商品

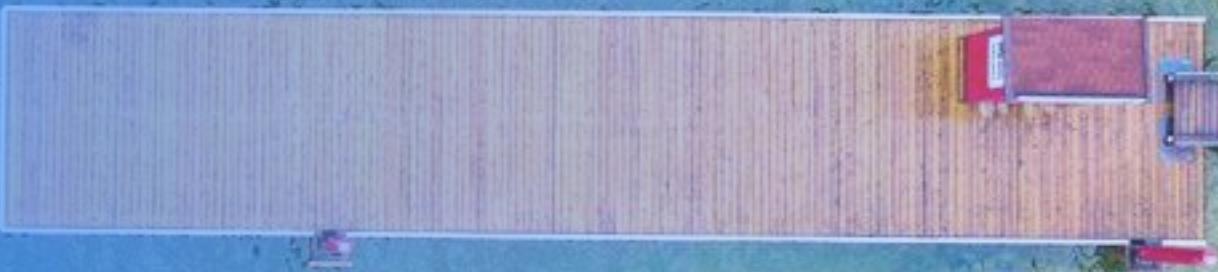


数据来源：巨量云图，销售金额为指数数据，统计时间：前一年：2022年7月-2023年6月，近一年：2023年7月-2024年6月。统计类目：户外服装-冲锋衣裤品类。

## PART 02

# 儿童冲锋衣裤市场现状

- 大盘趋势
- 价段分布
- 品牌格局



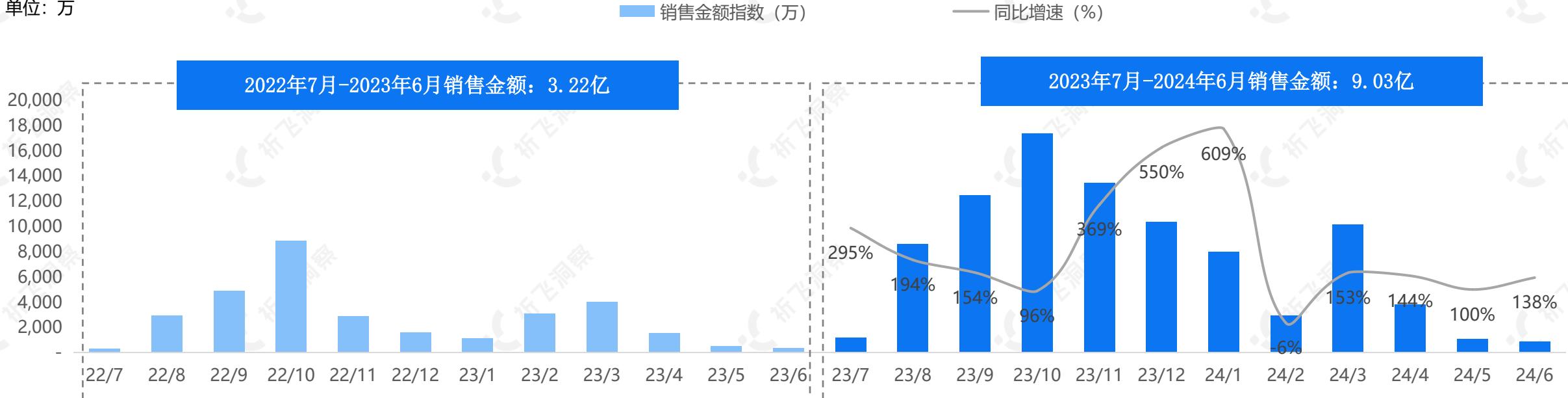
# 儿童冲锋衣裤销售趋势：

近一年同比增长180%，秋冬生意爆发力强，春季为生意爆发新节点

- 近一年抖音儿童冲锋衣裤销售趋势：高速增长趋势，2023年7月-2024年6月销售金额9.03亿，同比增长180.4%。从月度增速看，8月生意显著增长，8月-次年1月生意占比78%，秋冬季节生意爆发强；24年3月生意增长显著，春季上新成生意爆发的新节点。

单位：万

抖音儿童冲锋衣裤销售增长趋势



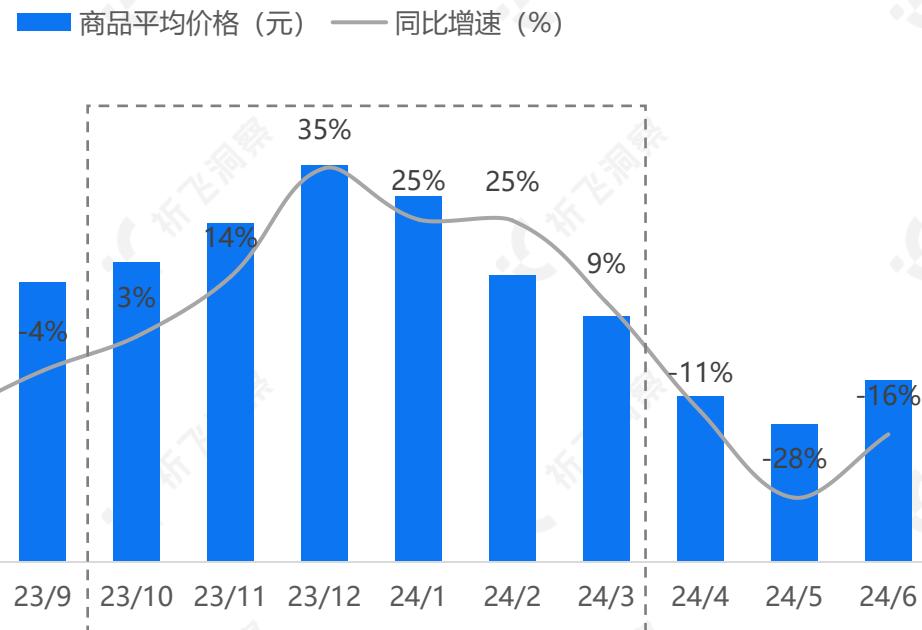
数据来源：巨量云图，销售金额为指数数据，统计时间：前一年：2022年7月-2023年6月，近一年：2023年7月-2024年6月。统计类目：童装/婴儿装/亲子装-儿童户外服-儿童冲锋衣/儿童冲锋裤品类。

# 儿童冲锋衣裤价格趋势：

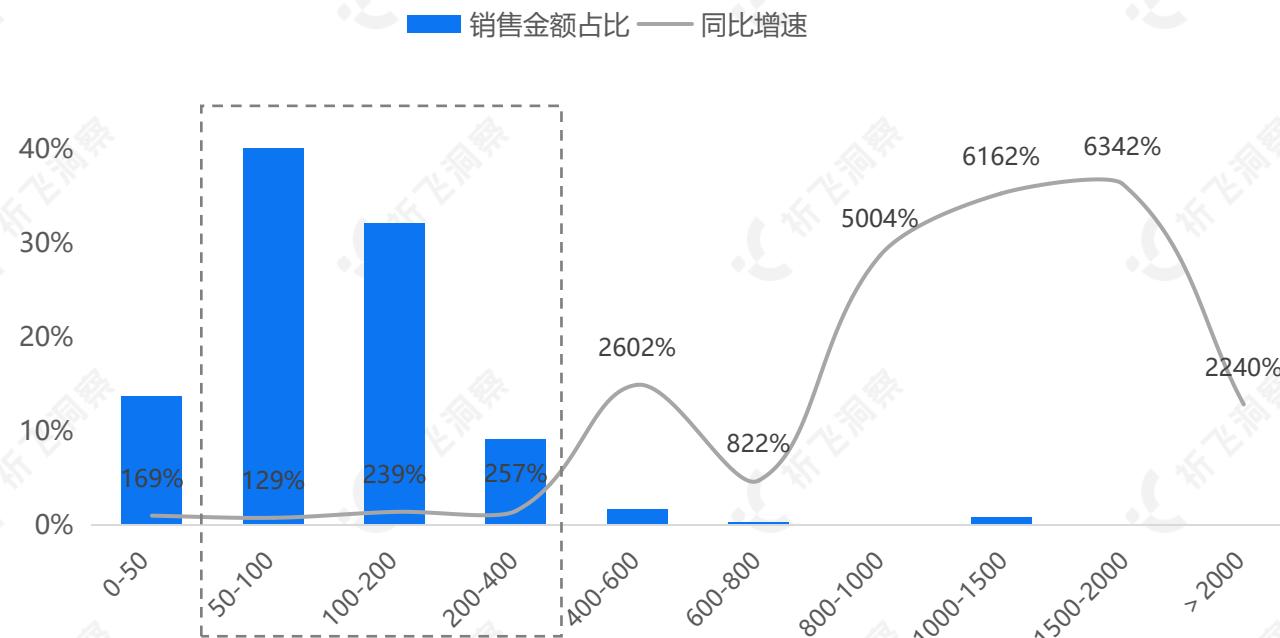
## 冬季商品均价较高且显著增长，100-200元为核心竞争阶段

- 近一年抖音儿童冲锋衣裤月度商品平均价格趋势：10月-次年3月儿童冲锋衣裤商品均价同比增速为正，且价格处于较高区间，其余月份商品均价增速为负。
- 近一年抖音儿童冲锋衣裤各价格区间销售金额占比及增速分布：销售集中在50-200元低价格区间，份额占比达74%；100-200元阶段同比增速高于行业大盘增速（+180%），市场份额占比为32%，为核心竞争阶段；800-2000元高价区间增速最快，但市场体量小，属于机会阶段。

近一年抖音儿童冲锋衣裤月度商品平均价格趋势



近一年抖音儿童冲锋衣裤各价格区间销售金额占比及同比增速



数据来源：巨量云图，销售金额为指数数据，统计时间：前一年：2022年7月-2023年6月，近一年：2023年7月-2024年6月。统计类目：童装/婴儿装/亲子装-儿童户外服-儿童冲锋衣/儿童冲锋裤品类。

# 儿童冲锋衣裤TOP10品牌及热卖商品：

## 巴布豆排名第一，市占率10%，热卖商品主打户外休闲、一衣多穿

- 近一年抖音儿童冲锋衣裤TOP10品牌榜单：多以童装品牌为主，美国牛仔品牌Lee新上榜排名第七。巴布豆家族排名第一，销售金额超9000万，远超其他品牌，市占率10%；迪士尼排名第二，市占率仅2.22%；CR4=15.93%，儿童冲锋衣裤处于充分竞争市场，布局机会大。
- 近一年抖音冲锋衣裤TOP10热卖商品：从价带看，50元以下占3个，100-200元占4个，moodytiger冲锋衣价格超1000元；从功能看，多以秋冬款为主，防风、加绒、保暖、透气等功能为主，以户外休闲为核心场景。

近一年抖音儿童冲锋衣裤TOP10品牌榜单

排名	品牌名称	销售金额 (万)	YOY	市场份额
1	BOBDOGHOUSE/巴布豆家族	9,043	10502%	10.01%
2	Disney/迪士尼	2,004	92%	2.22%
3	G.DUCK	1,701	602%	1.88%
4	辰辰妈	1,643	5136%	1.82%
5	duomitonghua/多睐童话	1,508	37%	1.67%
6	TONGXIXI/童嘻嘻	1,325	4%	1.47%
7	Lee	1,300	新	1.44%
8	斯博兰帝	1,130	64%	1.25%
9	CICIBEAR/齐齐熊	1,067	3237%	1.18%
10	欧典牧羊人	899	新	1.00%

近一年抖音儿童冲锋衣裤TOP10热卖商品



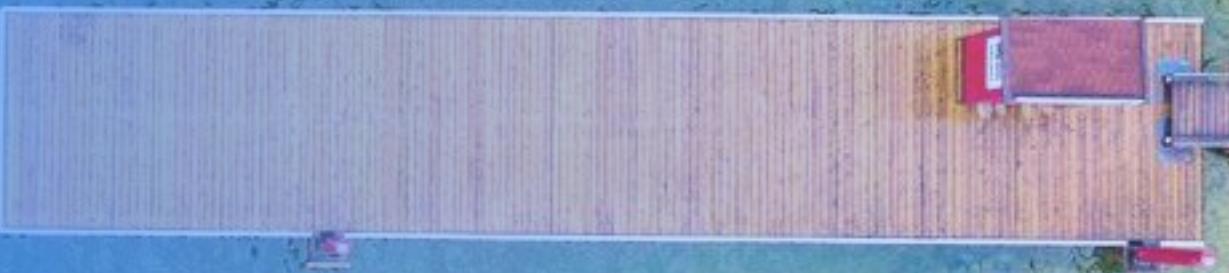
数据来源：巨量云图，销售金额为指数数据，统计时间：前一年：2022年7月-2023年6月，近一年：2023年7月-2024年6月。统计类目：童装/婴儿装/亲子装-儿童户外服-儿童冲锋衣/儿童冲锋裤品类。

注释：CR4=某市场前4家最大的品牌所占市场份额的总和。分为六个等级：极高寡占型(CR4>75%)、高集中寡占型(65%<CR4<75%)、中(上)集中寡占型(50%<CR4<65%)、中(下)集中寡占型(35%<CR4<50%)、低集中寡占型(30%<CR4<35%)、原子型/竞争型(CR4<30%)。

# PART 03

## 冲锋衣裤人群侧写

- 轻户外休闲人群
- 实用穿搭人群
- 亲子潮流运动人群

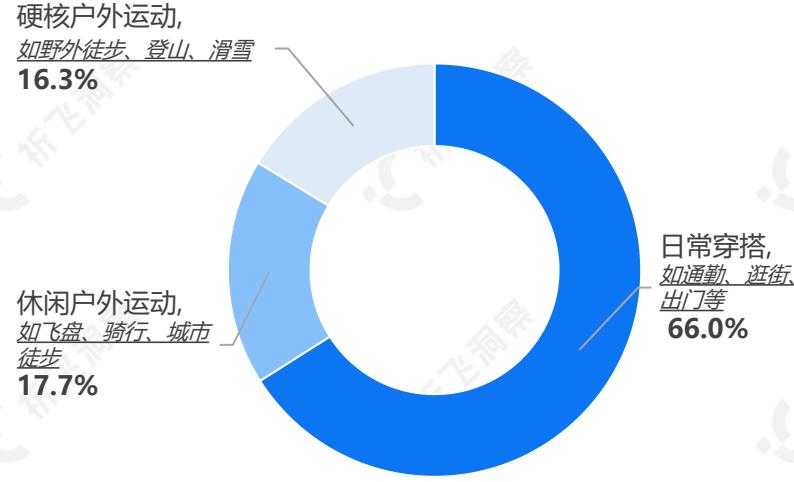


# 冲锋衣裤市场人群画像：

## 轻户外休闲人群、实用穿搭人群、亲子潮流人群

- DT研究院的调研数据显示，在冲锋衣的主要穿着场景中，超6成人选择了**日常生活场景**，即通勤、逛街、出门等，说明冲锋衣不仅在户外运动中大放异彩，也成为当下**服饰穿搭潮流中的必备单品**。此外，**亲子运动**成为越来越多父母“双向陪伴”的重要方式，冲锋衣成为重要趋势类目。
- 近90天抖音平台关注“冲锋衣”内容的用户中，根据人群的不同内容偏好标签，从运动、穿搭、亲子三个核心圈层，总结出3类冲锋衣市场核心消费人群及规模体量，分别是：**轻户外休闲人群（1亿+）**、**实用穿搭人群（330W+）**、**亲子潮流运动人群（62W+）**。

冲锋衣核心穿着场景



抖音冲锋衣三大核心人群及用户规模——近90天

人群侧写	轻户外休闲人群（1亿+）	实用穿搭人群（330W+）	亲子潮流运动人群（62W+）
人群特点	关注徒步、爬山、骑行、露营等轻户外运动内容	关注日常/运动/通勤穿搭内容，更关心服饰功能性	关注亲子穿搭、亲子出游、亲子互动/运动等内容
基础画像	24-30岁，三四线城市	18-30岁，二三线、新一线城市	31-40岁女性，新一线、三四线城市
策略人群	Z世代、小镇青年，低消费能力	Z世代、小镇青年、中高消费能力	精致妈妈、新锐白领，高消费能力
抖音兴趣内容偏好	喜欢 <b>追热点</b> ，近期奥运会相关热点搜索热度高	关注 <b>服饰功能及穿搭效果</b> ，近期咖啡、奶茶、女装（裤子等）等应季商品搜索热度高	关注 <b>亲子装、高品质童装</b> 等内容；儿童玩具、热门影视剧、女装（裤子、连衣裙）等热门/应季商品搜索热度高
户外服饰类目偏好	防晒衣、儿童速干T恤等热卖爆品类目	冲锋衣裤、户外休闲衣裤、速干衣裤等品类	冲锋衣裤为核心购买品类，偏好购买软壳衣裤、儿童抓绒衣等
户外服饰价格偏好	100-200元为核心消费价段，更倾向购买 <b>百元以下</b> 产品	100-200元为核心消费价段，200元以上价段付费偏好更高，愿意为专业户外品牌付费	400-600元为最偏好购买价段
户外服饰品牌偏好	<b>更喜欢高热度/高知名度</b> 品牌如茉寻、小野和子	<b>更喜欢专业户外</b> 品牌如凯乐石、北面、伯希和等	<b>更喜欢国产品牌</b> 如骆驼、伯希和、凯乐石等

数据来源：DT研究院，N=705。统计时间：2023年12月。

数据来源：巨量云图，统计时间：近90天，人群规模根据近90天浏览过核心内容标签的用户进行计算，不是固定值，仅供参考。

# 2024抖音冲锋衣市场 核心人群图鉴

## 轻户外休闲人群



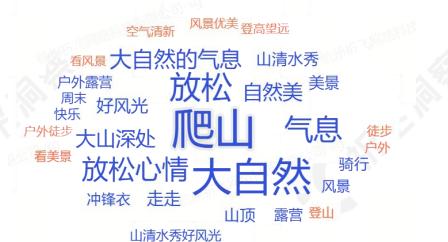
【人群标签】24-30岁/低消费能力 三四线城市 Z世代/小镇青年 49%家有儿女

【内容偏好】对大自然户外相关的内容关注度较高，喜欢追热点，近期奥运会相关内容搜索热度高

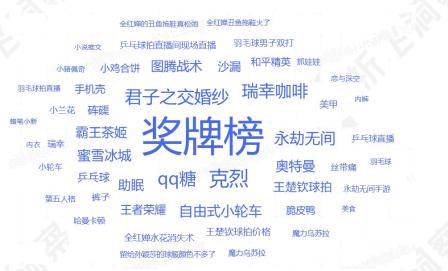
【消费解读】最关注防晒衣、儿童速干T恤，偏好百元以下低价商品，更喜欢高热度/高知名度品牌，如茉寻、小野和子等

### 内容偏好

#### 热门内容词云

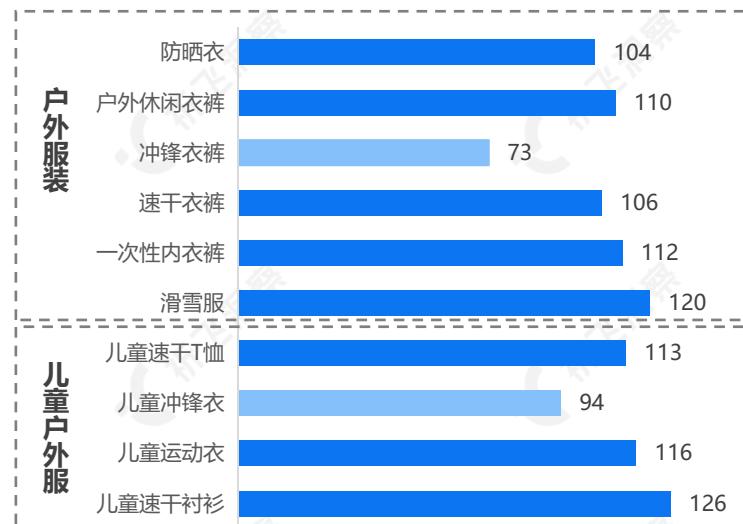


#### 热门搜索词云



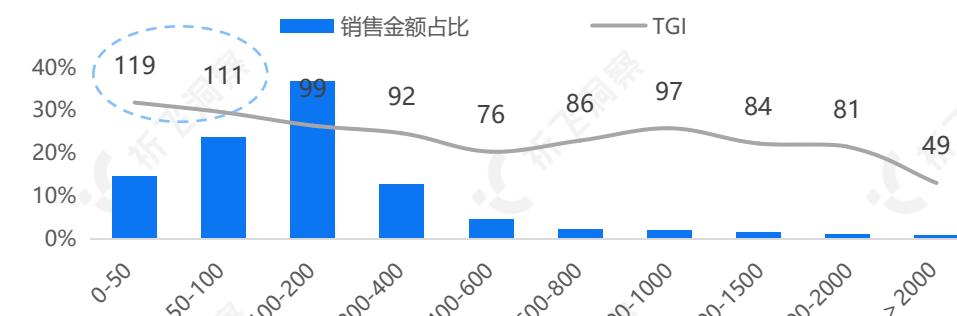
### 品类偏好

#### 户外服装&儿童户外服购买偏好品类 (TGI)



### 价格&品牌偏好

#### 户外服装&儿童户外服各价段销售金额及TGI分布



品牌偏好	户外整体	茉寻	小野和子	SINSIN	蕉下
	TGI	TGI 102	TGI 115	TGI 106	TGI 107
冲锋衣品类	北面	TGI 133	拓路者	胖胖哥	迪卡侬
	TGI 113	TGI 113	TGI 134	TGI 134	TGI 211

数据来源：巨量云图。内容偏好统计时间：近30天。消费偏好统计时间：近90天。

# 2024抖音冲锋衣市场 核心人群图鉴

## 实用穿搭人群



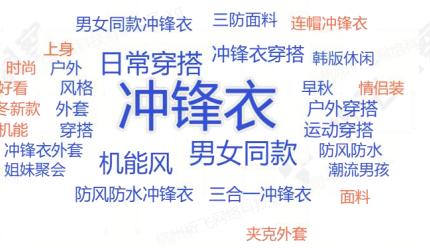
【人群标签】18-30岁/中高消费能力 二三线/新一线城市 Z世代/小镇青年 53%家有儿女

【内容偏好】对穿搭相关的内容关注度较高，关注服饰功能及穿搭效果；咖啡、奶茶、女装（裤子/短裤）等应季商品搜索热度高

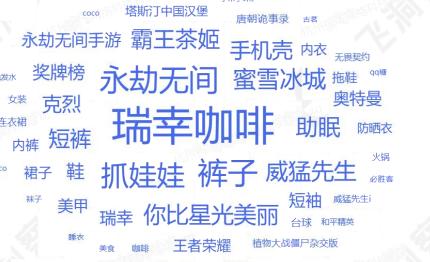
【消费解读】关注冲锋衣裤、户外休闲衣裤、速干衣裤等；消费能力较高，愿意为专业户外品牌付费，如凯乐石、北面等

### 内容偏好

#### 热门内容词云



#### 热门搜索词云



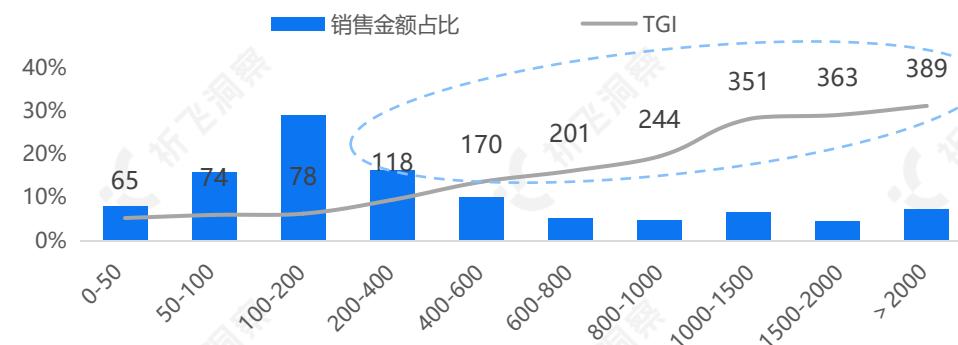
### 品类偏好

#### 户外服装&儿童户外服购买偏好品类 (TGI)



### 价格&品牌偏好

#### 户外服装&儿童户外服各阶段销售金额及TGI分布



品牌偏好	户外整体	凯乐石	北面	拓路者	伯希和
	TGI	TGI 518	TGI 132	TGI 283	TGI 182
冲锋衣品类	凯乐石	TGI 261	TGI 144	TGI 225	TGI 347
	拓路者	TGI 144	TGI 225	迪卡侬	mont-bell

数据来源：巨量云图。内容偏好统计时间：近30天。消费偏好统计时间：近90天。

# 2024抖音冲锋农市场 核心人群图鉴

# 亲子潮流运动人群



【人群标签】31-40岁/女性/高消费能力 新一线/三四线城市 精致妈妈/新锐白领 67%家有儿女

【内容偏好】更关注亲子装、高品质童装等内容；儿童玩具、热门影视剧、女装（裤子、连衣裙）等热门/应季商品搜索热度高

【消费解读】最关注冲锋衣裤，偏好购买软壳衣裤、儿童抓绒衣等；更偏好400-600元价段，更偏好国产品牌，如骆驼、伯希和等。

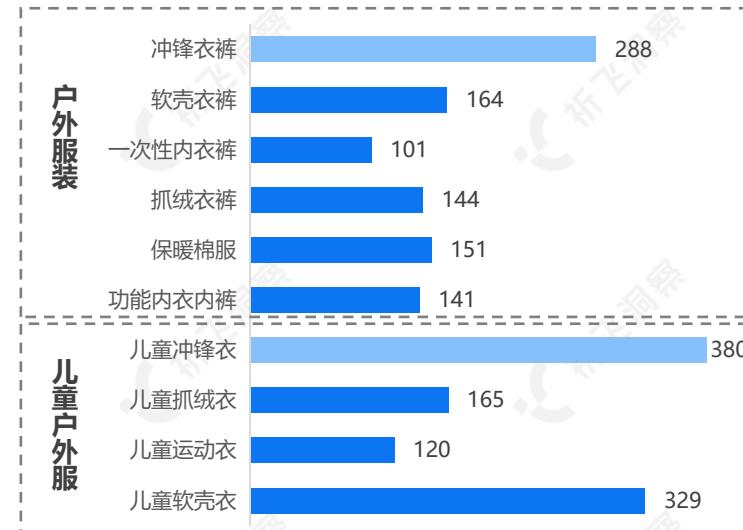
## 內容偏好

## 热门内容词云

## 热门搜索词云

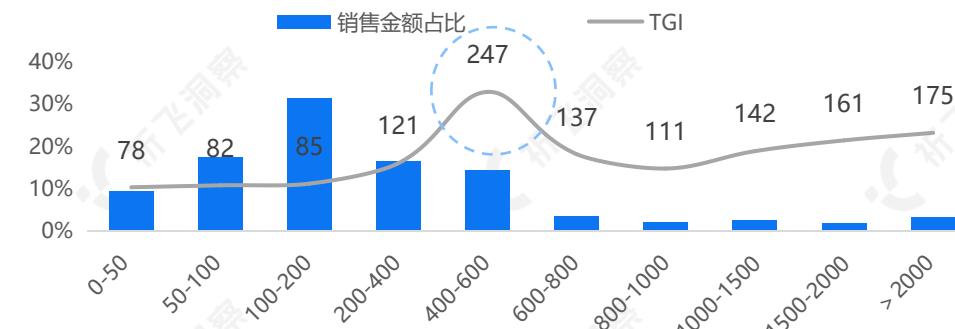
## 品类偏好

## 户外服装&儿童户外服购买偏好品类 (TGI)



## 价格&品牌偏好

## 户外服装&儿童户外服各阶段销售金额及TGI分布



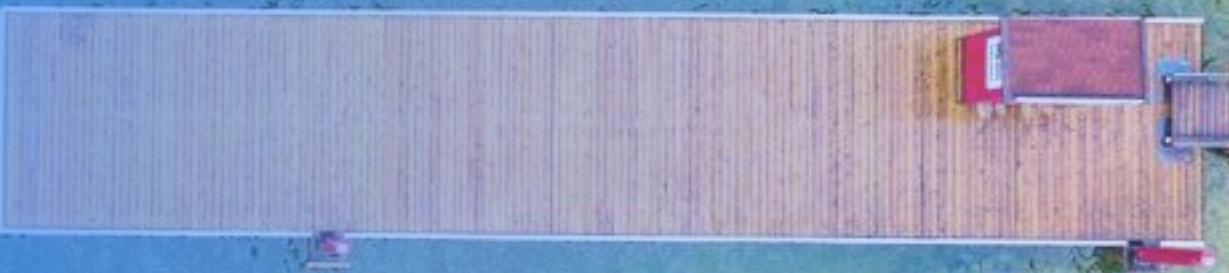
品牌偏好	户外整体	骆驼	伯希和	凯乐石	蕉下
	TGI 159	TGI 241	TGI 253	TGI 111	
冲锋衣品类	骆驼	凯乐石	伯希和	拓路者	
	TGI 100.5	TGI 108	TGI 130	TGI 124	

数据来源：巨量云图。内容偏好统计时间：近30天。消费偏好统计时间：近90天

# PART 04

## 冲锋衣裤品牌案例

- CAMEL骆驼
- KOLON SPORT可隆
- BOBDOGHOUSE巴布豆家族



## 案例1：

**CAMEL**  
骆驼

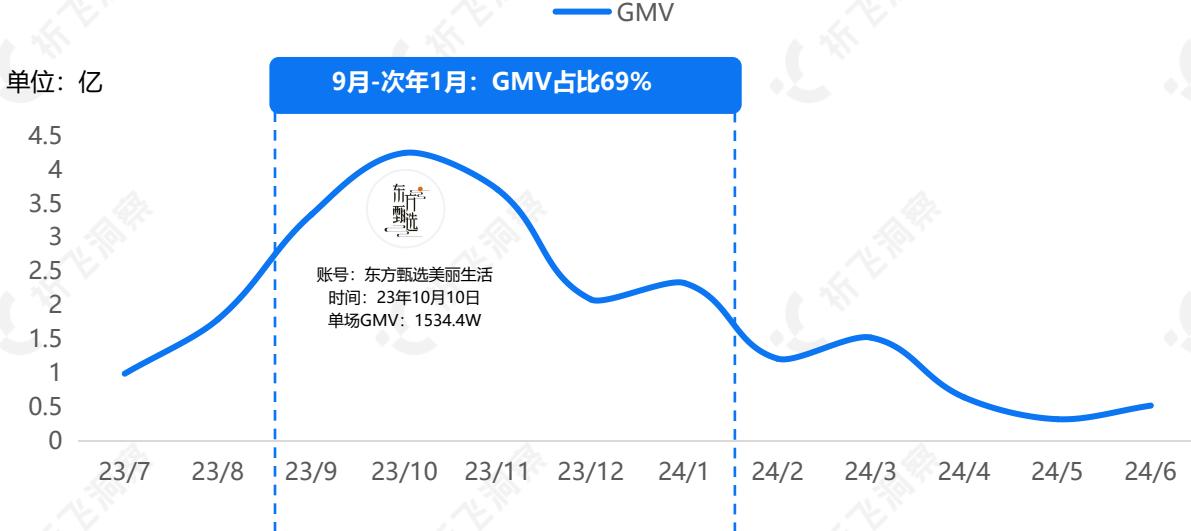


# 骆驼：销售表现

## 品牌自营矩阵号+矩阵达人带货双管齐下，带动品牌销量增长

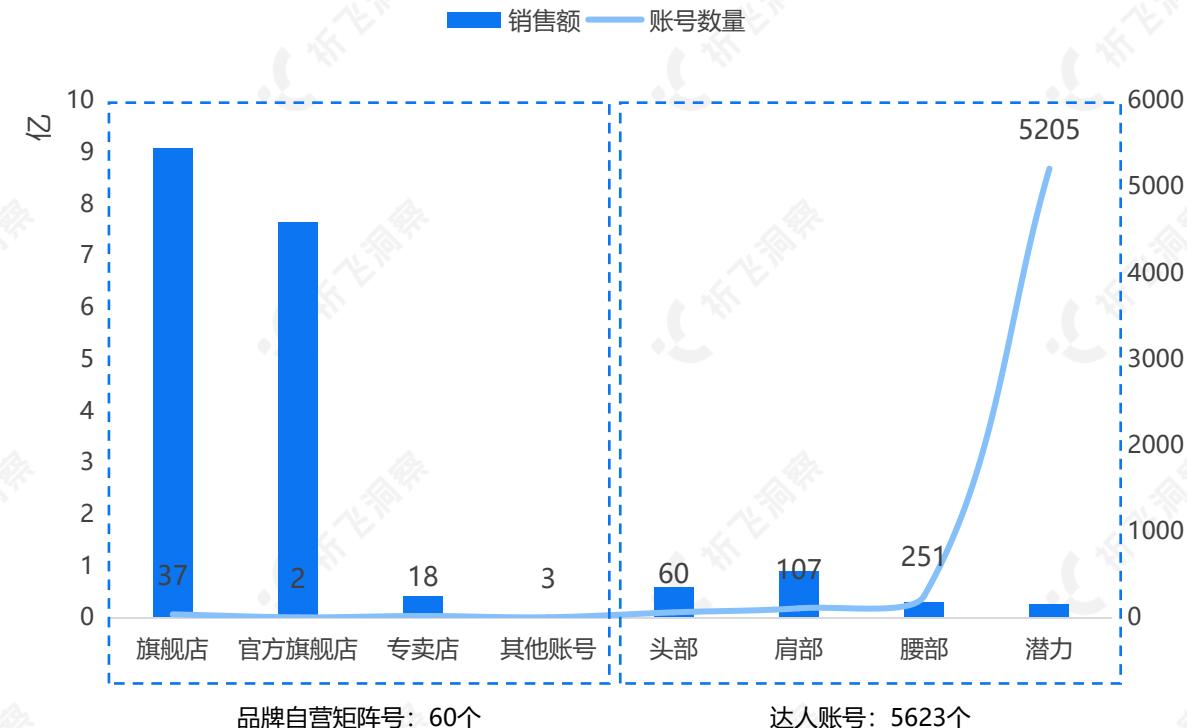
- 销售表现：**近一年GMV达22.7亿，客单价约450元，品牌直播贡献占比约7成；**带货直播场次共4.4万场**，销售额前三场直播中，**东方甄选美丽生活品牌专场排名第一，单场GMV超1500W+**；从月度趋势看，**生意集中在9月-次年1月，生意贡献约7成**，春夏季节生意贡献较低。
- 带货账号：**品牌自营矩阵账号60个，包括旗舰店、官方旗舰店及专卖店账号；合作矩阵达人账号超5600+，其中头部+肩部+腰部达人超400+个。

抖音近一年生意趋势——冲锋衣裤



时间	GMV (亿)	销量 (万)	客单价 (元)	品牌直播 GMV占比	达人直播 GMV占比	带货直播场次 (万)
23.7-24.6	22.7	504.7	449.88	68.1%	15.8%	4.4

抖音近一年带货账号分布——冲锋衣裤



数据来源：飞瓜数据，统计时间：2023年7月-2024年6月。注释：客单价=销售额/销量。达人账号按照粉丝数进行等级划分，头部达人粉丝数 $\geq$ 500万，肩部达人粉丝数在100-500万之间，腰部达人粉丝数在10-100万之间，潜力达人粉丝数在10万以下。

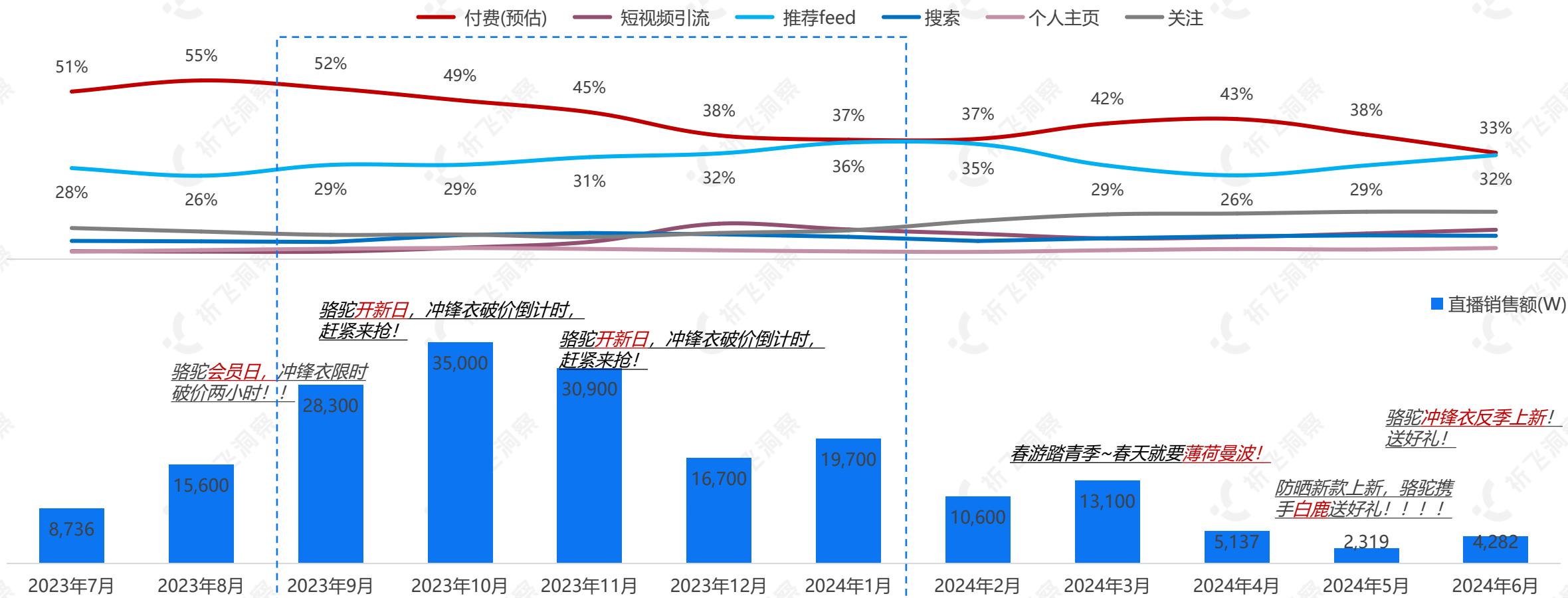
# 骆驼：投流策略

付费流量占比最高，销售旺季增加短视频引流，提升内容种草效果



自播流量

自播节奏



数据来源：飞瓜数据，统计时间：2023年7月-2024年6月。

## 明星同款为营销卖点，打造多系列爆品矩阵，覆盖多场景人群

- 热卖系列：**签约白鹿等明星成为品牌代言人，主要以“**明星同款**”为营销卖点。三合一系列为核心款式，【雨神】、【极寒】、【3514】、【熊猫】等多个系列售卖，覆盖硬核户外场景，24年新款为3L轻量硬壳冲锋衣，依托**品牌代言人白鹿**提声量，向户外休闲场景延伸；价格带集中在400-800元之间。
- 带货店铺：**以**官方旗舰店、旗舰店**为核心，进行多店铺布局，GMV贡献占比超96%；“CAMEL骆驼官方旗舰店”单店贡献占比超3成。

抖音近一年热卖冲锋衣系列



雨神系列：445元/件

核心卖点：ENFO-AMOUR 三防科技面料、防水指数 10000 (mmH2O)

适用场景：露营出游、登山徒步、城野探索

羽绒冲锋衣：617元/件

核心卖点：鸭绒内胆、防水指数 ≥15000 (mmH2O)

适用场景：高山攀登、寒带探索、户外露营、湿地野钓

极寒系列冲锋衣：749元/件

核心卖点：羽绒内胆、防水指数 ≥10980, -15度御寒

适用场景：高山攀登、寒带探索、户外露营、湿地野钓

3L轻量硬壳冲锋衣：544元/件

核心卖点：3层压胶、轻约78克，单层防风防水

适用场景：城市探索、户外露营、徒步攀登

抖音近一年带货店铺类型及GMV占比——冲锋衣裤

带货店铺类型	GMV占比	客单价(元)
官方旗舰店 (2个)	42.12%	444
旗舰店 (36个)	54.48%	459
专卖店 (17个)	3.14%	453
个体店 (31个)	0.26%	162
TOP3店铺	GMV占比	客单价(元)
CAMEL骆驼官方旗舰店	36.6%	445
骆驼CAMEL运动户外旗舰店	10.9%	431
CAMEL骆驼户外鞋服旗舰店	9.7%	472

抖音近一年核心带货账号TOP品类及GMV占比

CAMEL骆驼官方旗舰店	GMV占比
冲锋衣裤	86.74%
防晒衣	8.21%
羽绒服	4.37%
骆驼CAMEL运动户外旗舰店	GMV占比
冲锋衣裤	86.36%
羽绒服	10.41%
防晒衣	2.65%

## 案例2：

**KOLON SPORT**  
可隆

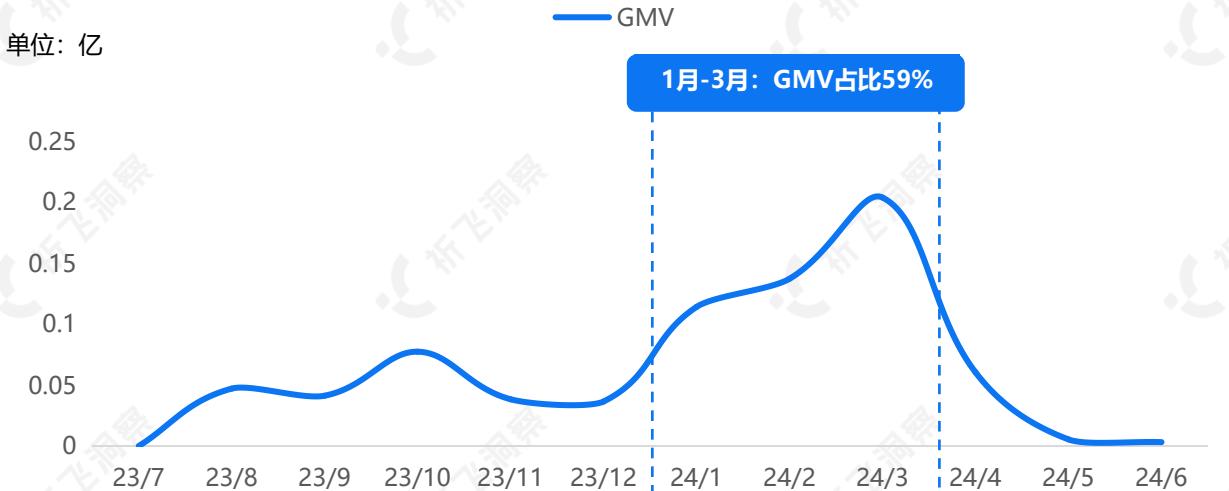


# 可隆：销售表现

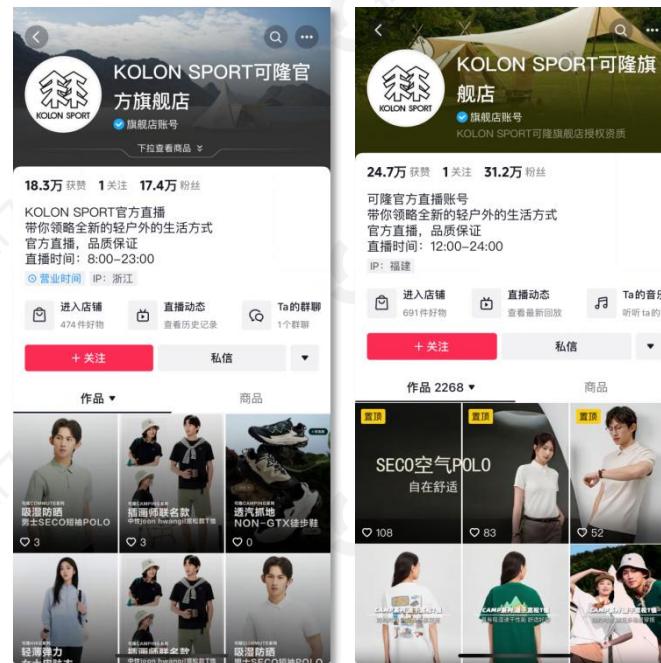
## 品牌直播为主，生意集中在早春季节，冲锋衣裤尚未成为爆款品类

- 销售表现：**近一年GMV达7689.8万元，客单价约2370元，品牌直播贡献占比超8成，未合作达人直播带货；从月度趋势看，生意集中在1月-3月，生意贡献约6成，春节、早春季节贡献高。
- 品牌自营账号：**品牌自营矩阵账号6个，其中一个已注销，未合作达人。TOP账号中，可隆旗舰店、可隆官方旗舰店视频内容根据季节更换主推商品，冲锋衣单品心智种草影响力较为有限，单个账号冲锋衣裤品类销售占比在15%-30%之间，尚未成为品牌爆款品类。

抖音近一年生意趋势——冲锋衣裤



抖音近一年核心带货账号TOP品类及GMV占比



KOLON SPORT可隆官方旗舰店	GMV占比
羽绒服	28.24%
冲锋衣裤	27.36%
户外休闲衣裤	20.16%
速干衣裤	13.86%
软壳衣裤	5.08%

KOLON SPORT可隆旗舰店	GMV占比
羽绒服	35.61%
户外休闲衣裤	30.96%
冲锋衣裤	15.78%
速干衣裤	8.95%
软壳衣裤	4.27%

数据来源：飞瓜数据，统计时间：2023年7月-2024年6月。注释：客单价=销售额/销量。达人账号按照粉丝数进行等级划分，头部达人粉丝数 $\geq$ 500万，肩部达人粉丝数在100-500万之间，腰部达人粉丝数在10-100万之间，潜力达人粉丝数在10万以下。

## 热卖商品价格在1500元以上，以徒步、露营等休闲户外场景为核心

- 热卖系列：**签约刘诗诗、徐明浩等成为品牌代言人，提升品牌声量。三合一、软壳为核心款式，【HIKE】系列最热卖，其次还有【GORE-TEX】、【OBLI-K】等，覆盖休闲户外场景，主要以徒步、露营为主，价格带较高，集中在1500-2500元之间，商品数量较少。
- 带货店铺：**以官方旗舰店、旗舰店2家店铺为主，客单价均超过2000元。

抖音近一年热卖冲锋衣系列



HIKE系列：1760元/件

核心卖点：防风、防泼水

适用场景：徒步登山、溯溪等



HIKE系列：1730元/件

核心卖点：三合一、防风

适用场景：徒步登山、溯溪等



OBLI-K系列：2553元/件

核心卖点：三合一、防风

适用场景：露营、野餐等

抖音近一年带货店铺类型及GMV占比——冲锋衣裤

带货店铺	GMV占比	客单价（元）
KOLON SPORT可隆官方旗舰店	53.29%	2241
KOLON SPORT可隆旗舰店	46.71%	2539

## 案例3：

### BOBDOGHOUSE 巴布豆家族



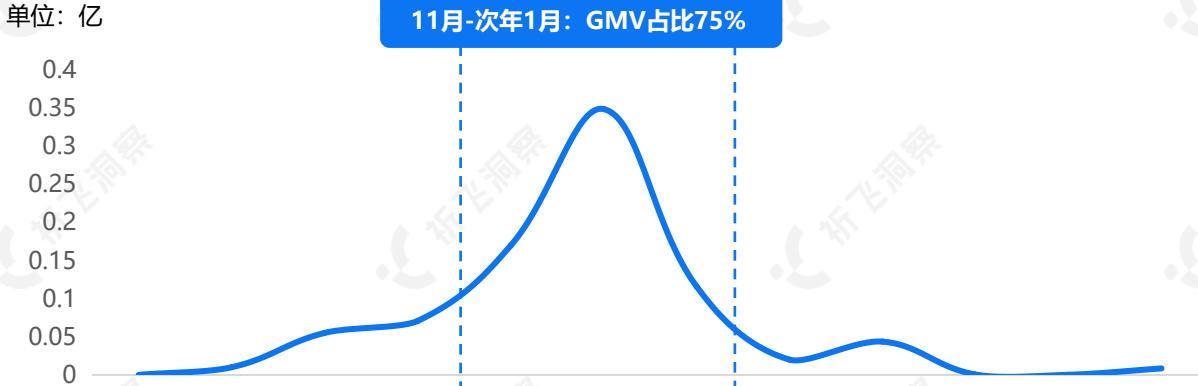
# 巴布豆家族：销售表现

## 生意集中在冬季，合作教育/明星/网红等头部达人，销售贡献占6成



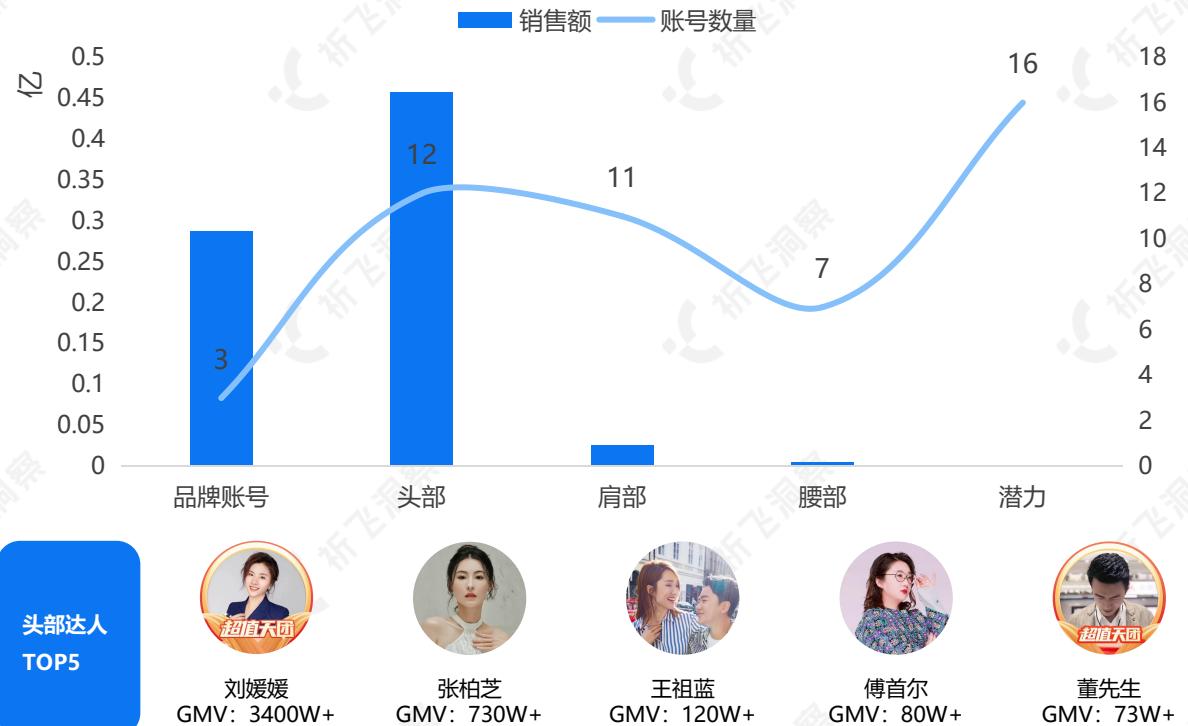
- 销售表现：**近一年GMV达8420万元，客单价约150元，品牌直播贡献占比仅1成，达人直播带货为主，销售贡献占比超8成。从月度趋势看，**生意集中在11月-次年1月，生意贡献超7成**，主推冬季冲锋衣款式。
- 带货账号：**品牌自营矩阵账号3个，以专卖店账号为主；合作矩阵达人账号46个，以头部达人为核心，销售贡献占比接近6成，包括刘媛媛、张柏芝、王祖蓝、傅首尔、董先生、彩虹夫妇、国岳、陈三废等，覆盖教育、明星、网红、情侣等多类型账号。

抖音近一年生意趋势——冲锋衣裤



时间	GMV (万)	销量 (万)	客单价 (元)	品牌直播 GMV占比	达人直播 GMV占比	带货直播场次
23.7-24.6	8420	56	150.36	11.4%	80.8%	2575

抖音近一年带货账号分布——冲锋衣裤



数据来源：飞瓜数据，统计时间：2023年7月-2024年6月。注释：客单价=销售额/销量。达人账号按照粉丝数进行等级划分，头部达人粉丝数 $\geq$ 500万，肩部达人粉丝数在100-500万之间，腰部达人粉丝数在10-100万之间，潜力达人粉丝数在10万以下。仅统计带货销售额>0的账号。

# 巴布豆家族：货品策略

## 围绕“一衣多穿”打造多个爆品，满足日常/户外运动等多场景需求



- 热卖系列：**以达播为主，围绕“一衣多穿”打造多个爆品，且客单价控制在100-200元内，打造极致性价比；核心以冬季款为主，三合一冲锋衣（三件套）最热卖，销售贡献占比超4成，其次是羽绒内胆冲锋衣和秋冬撞色冲锋衣，均为2件套，销售贡献占比均在10%以上。
- 带货店铺：**以**专卖店**为核心，进行多店铺布局，专卖店GMV贡献占比超7成，“巴布豆家族趣播童装专卖店”单店贡献占比超4成。

抖音近一年热卖冲锋衣系列



- TOP1：巴布豆家族新款三合一冲锋衣**
- 三件套：加厚外套+摇粒绒外套+90白鸭绒羽绒服
  - GMV占比：40.2%
  - 客单价：198元



- TOP2：巴布豆家族新款羽绒内胆冲锋衣**
- 2件套：夹棉外套+羽绒内胆
  - GMV占比：15.3%
  - 客单价：182元



- TOP3：巴布豆家族秋季撞色冲锋衣**
- 2件套：外套+摇粒绒外套
  - GMV占比：12.3%
  - 客单价：100元

抖音近一年带货店铺类型及GMV占比——冲锋衣裤

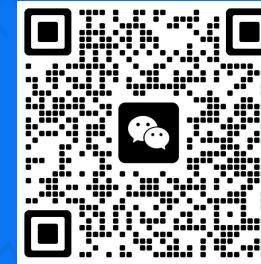
带货店铺类型	GMV占比	客单价 (元)
官方旗舰店 (1个)	23.1%	183
旗舰店 (1个)	0.4%	103
专卖店 (6个)	76.3%	143
TOP3店铺	GMV占比	客单价 (元)
巴布豆家族趣播童装专卖店	40.1%	152
巴布豆家族官方旗舰店	23.2%	183
BOBDOGHOUSE巴布豆家族希象专卖店	17.4%	110

数据来源：飞瓜数据，统计时间：2023年7月-2024年6月。注释：客单价=销售额/销量。达人账号按照粉丝数进行等级划分，头部达人粉丝数 $\geq$ 500万，肩部达人粉丝数在100-500万之间，腰部达人粉丝数在10-100万之间，潜力达人粉丝数在10万以下。仅统计带货销售额>0的账号。

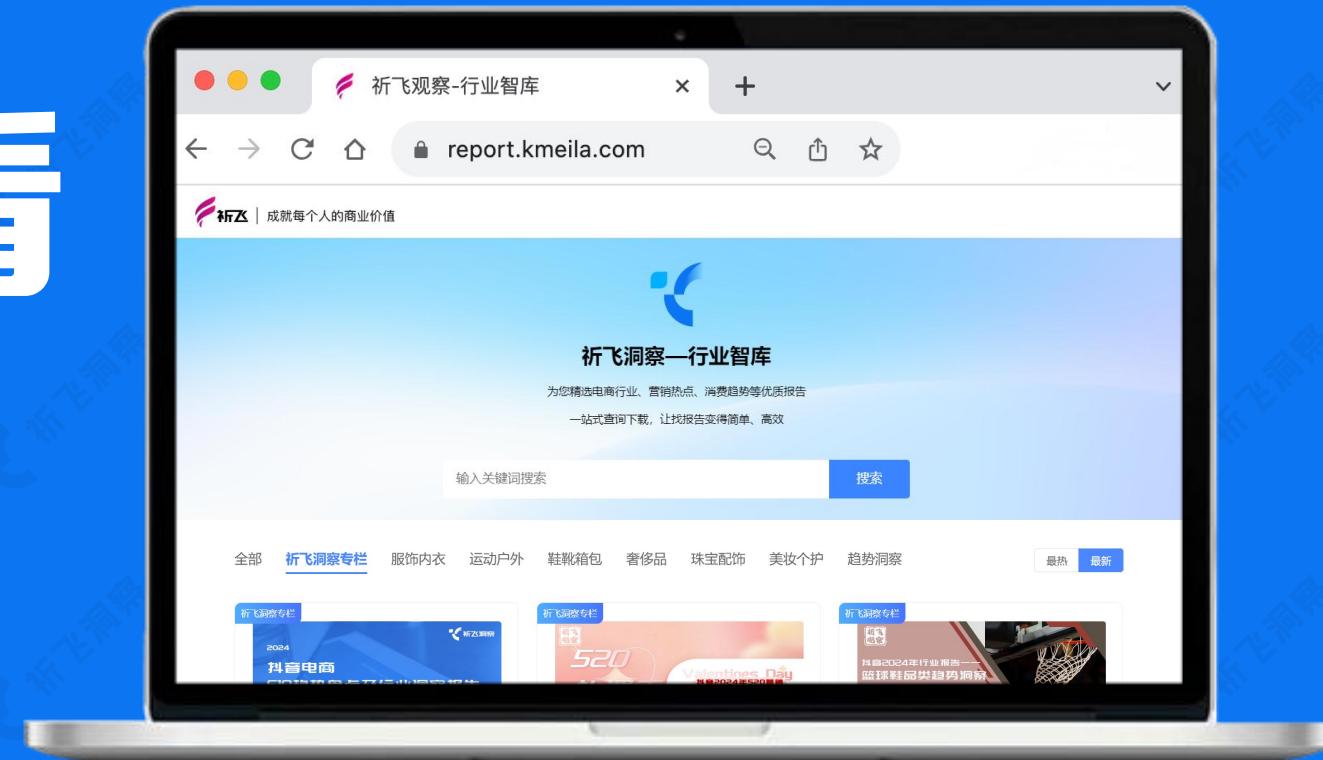
# 感谢观看



关注公众号  
获取更多数据分析报告



扫码加微  
合作交流



# 关于我们&免责声明

## 祈飞洞察

由祈飞行业研究团队推出的行业洞察服务，通过公开资料整理、数据洞察、访谈、调研等研究方法，聚焦直播电商、垂直行业等领域，定期输出行业最新动向、前沿趋势、热门玩法等内容，为品牌策略制定提供咨询服务。

## 数据来源

本报告数据基于巨量云图、飞瓜数据、市场公开信息等数据来源。

## 数据周期及指标说明

报告整体时间段：2023年-2024年，具体数据指标请参考各页标注。

## 报告作者

宁缺

绣球

## 知识产权声明

本数据报告页面所含的全部内容(包括但不限于文字、数据、图片、图表、标志、标识、商标、商号等)知识产权等权益均归【祈飞洞察】所有。凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得对数据报告部分或全部内容进行复制、转载、公开展示，亦不得截取、重制、修改、改编、或以任何形式提供给第三方使用。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司知识产权等合法权益，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

## 免责条款

本报告所涉及的数据、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。

## 联系我们

祈飞官网：<https://www.qifree.cn>

商务联系：[xiuqiu@kmeila.com](mailto:xiuqiu@kmeila.com)