

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，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
价段分布
品牌格局

02

儿童冲锋衣裤市场现状

大盘趋势
价段分布
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

04

冲锋衣裤品牌案例

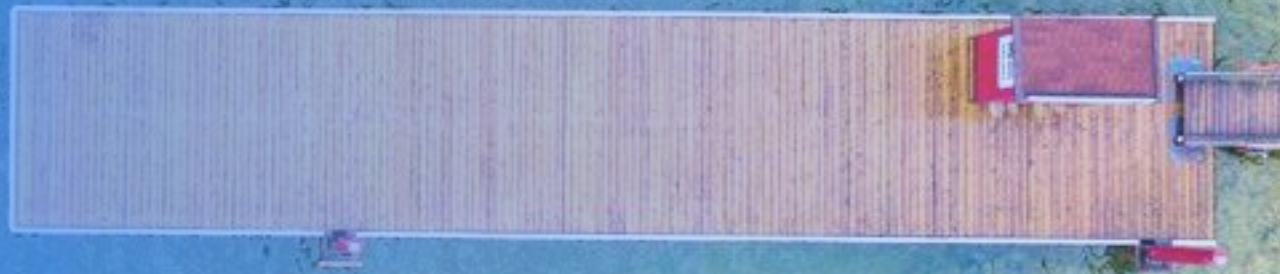
CAMEL骆驼
KOLON SPORT可隆
BOBDOGHOUSE巴布豆家族



PART 01

冲锋衣裤市场现状

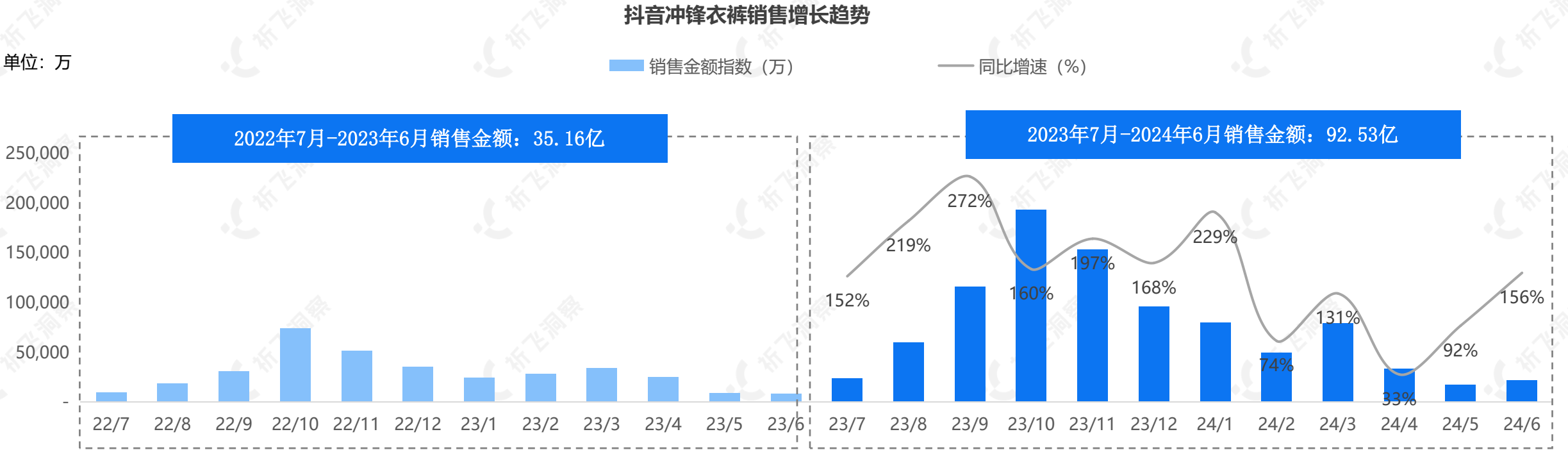
- 大盘趋势
- 价段分布
- 品牌格局



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。



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。

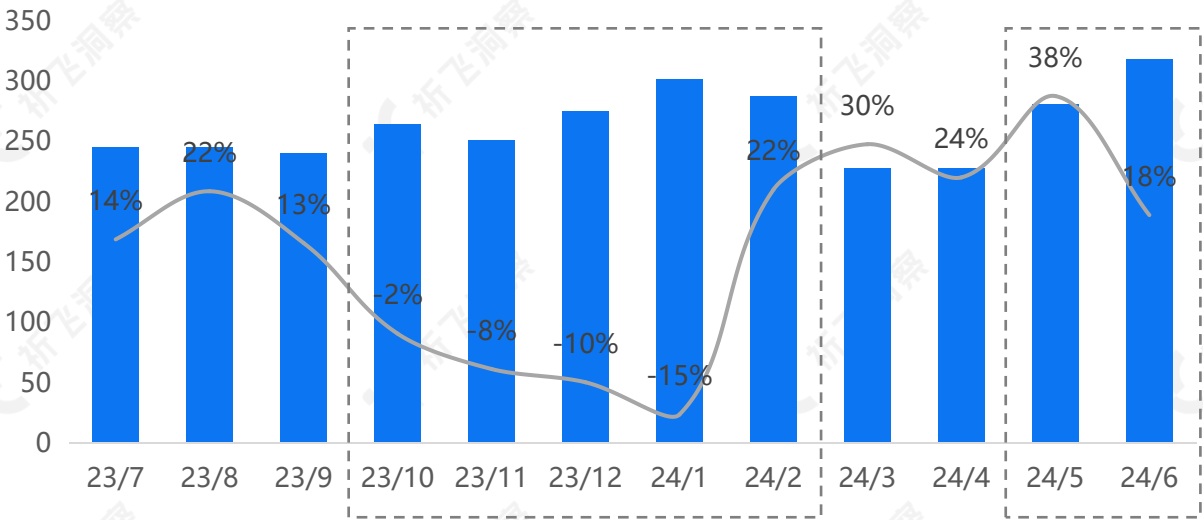
冲锋衣裤价格趋势：

冬季商品均价较高但略有下降趋势，400-600元为核心竞争价格段

- 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%），为核心竞争价段**；其余价段份额占比均低于10%；600-800元、1000-1500元、>2000元高价段增速较快。

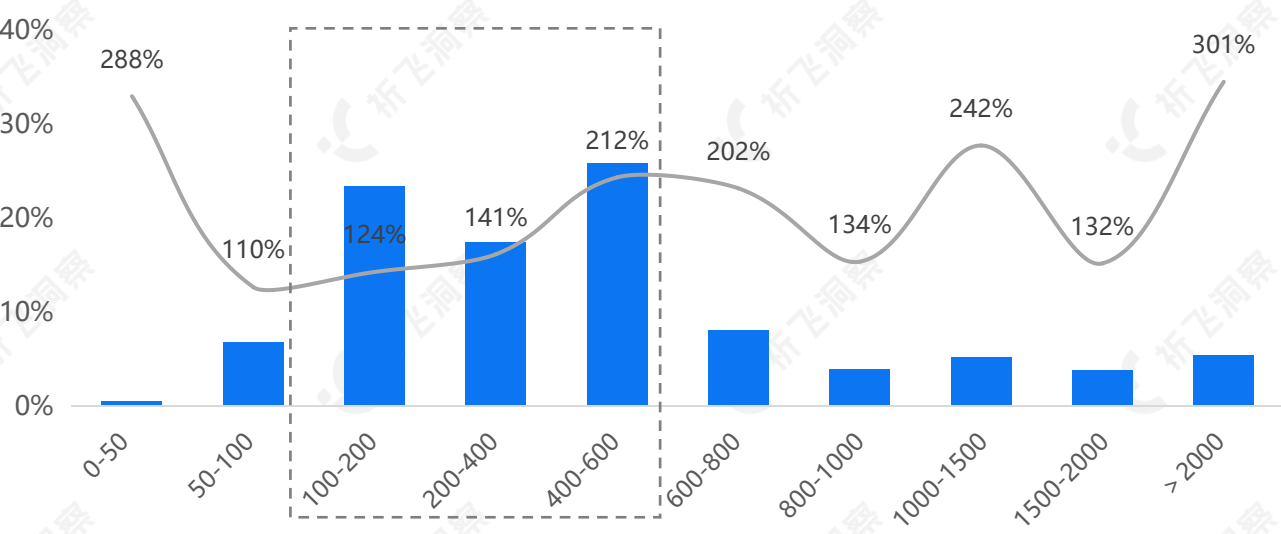
近一年抖音冲锋衣裤月度商品平均价格趋势

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

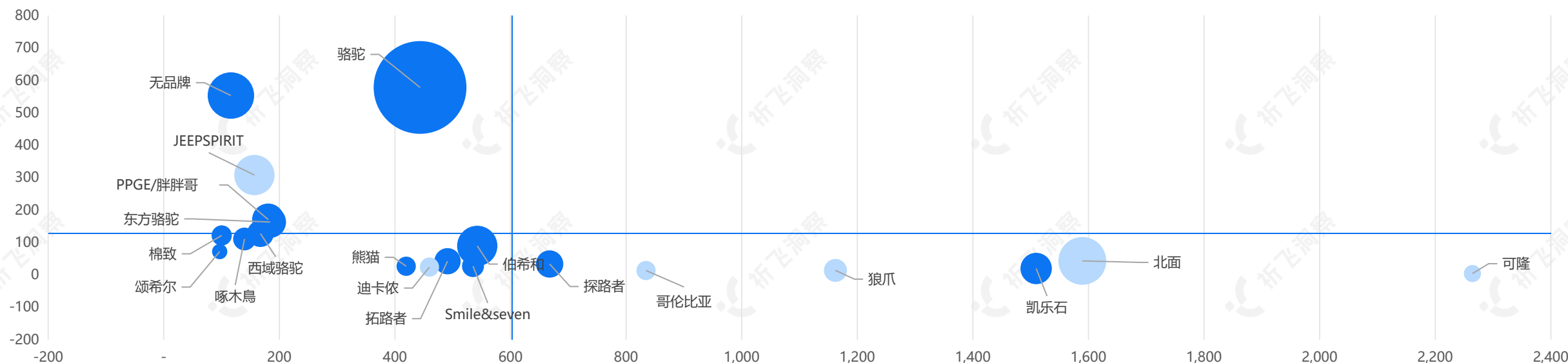
- 近一年抖音冲锋衣裤TOP20品牌格局：国际品牌仅占6个，其余为国产品牌或白牌；高客单高销量市场尚未出现标杆品牌。
- 从品牌占位看，大部分品牌均聚集在低客单区间：0-200元区间以白牌、吉普、胖胖哥、东方骆驼、啄木鸟等品牌为主；200-400元未出现品牌占位；400-600元区间以骆驼为主，销量最高，其余品牌包括伯希和、拓路者、迪卡侬等；600元以上以国际品牌为主，包括可隆、北面、狼爪、哥伦比亚等，可隆客单价最高，超2200元，北面销量最高，客单价约1600元，国产品牌探路者客单价在600-700元之间。

近一年抖音冲锋衣裤TOP20品牌格局

纵轴：销量（单位：万）

● 国际品牌

气泡大小：销售金额



客单价均值：603

横轴：客单价

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

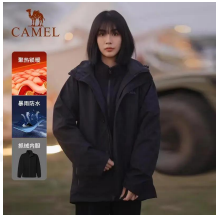


- 近一年抖音冲锋衣裤TOP10品牌榜单：国际品牌仅北面、吉普上榜，其余为国产品牌或白牌。骆驼排名第一，销售金额超25.6亿，远超其他品牌，市占率超27%；北面排名第二，市占率达7.36%；第4-9位品牌同比增速均超过行业大盘（163%+），市场仍有较大竞争空间。
- 近一年抖音冲锋衣裤TOP10热卖商品：从价带看，100-200元占5个，400-600元占4个，北面三合一冲锋衣价格超2000元；从功能看，多以防风、防水、保暖、透气等功能为主，以登山/山野等硬核户外运动为核心场景，三合一/可拆卸为核心款式设计。

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



商品：【冲锋王】骆驼高能感三合一两件套冲锋衣
品牌：骆驼 页面价:399元



商品：【佟丽娅代言】伯希和山野冲锋衣三合一
品牌：伯希和 到手价:499元



商品：ppge户外运动保暖压胶硬壳冲锋衣
品牌：胖胖哥 页面价:169元



商品：【朱雀冲锋衣】拓路者山野冲锋衣户外三合一
品牌：探路者 页面价:499元



商品：TheNorthFace北面三合一冲锋衣
品牌：北面 页面价:2048元



商品：东方骆驼三合一外套户外可拆两件套
品牌：东方骆驼 页面价:129元



商品：JEEP吉普登山户外运动三合一冲锋衣
品牌：JEEP 页面价:149.9元



商品：森马集团棉致春秋户外冲锋衣男女款
品牌：棉致 页面价:109元



商品：迪卡侬MH500冲锋衣男女同款单层户外透气速干
品牌：迪卡侬 页面价:599.9元



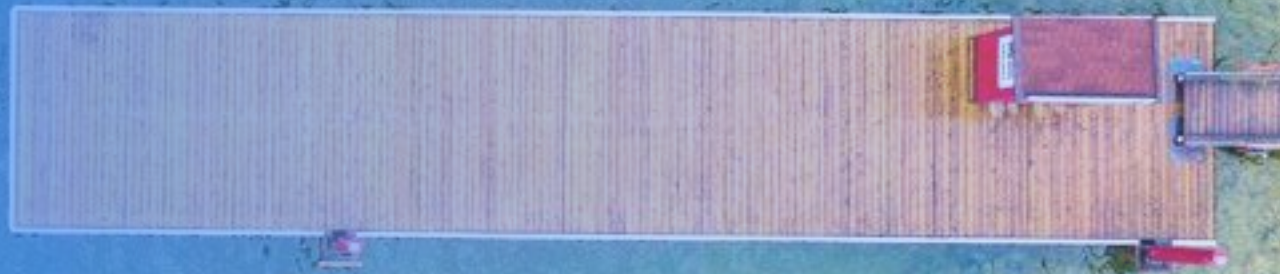
商品：迪卡侬MH500冲锋衣男女同款单层户外透气速干
品牌：啄木鸟 页面价:149.9元

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



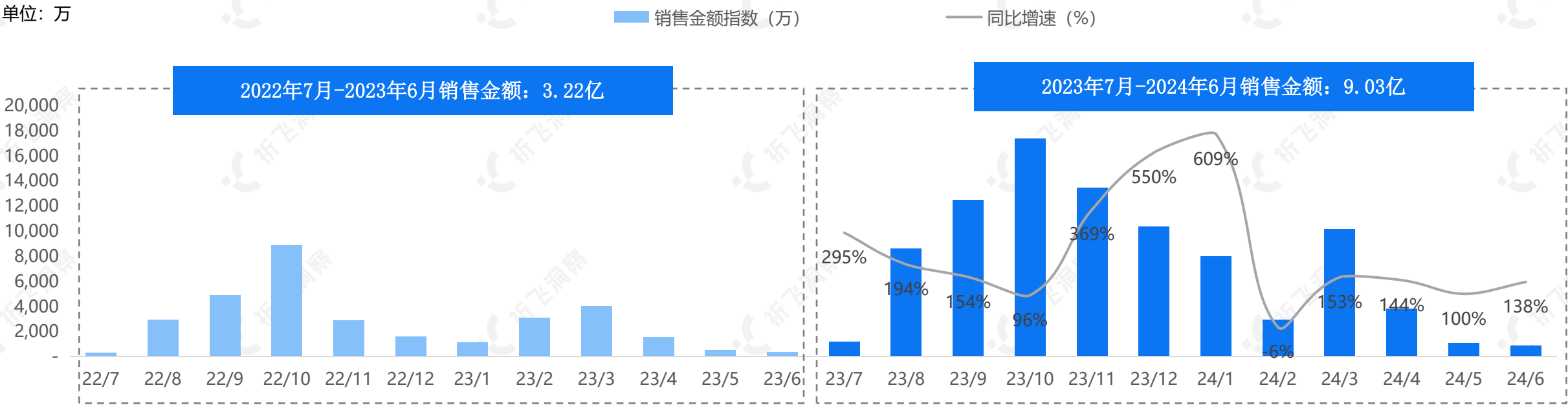
儿童冲锋衣裤销售趋势：

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。

抖音儿童冲锋衣裤销售增长趋势

单位：万



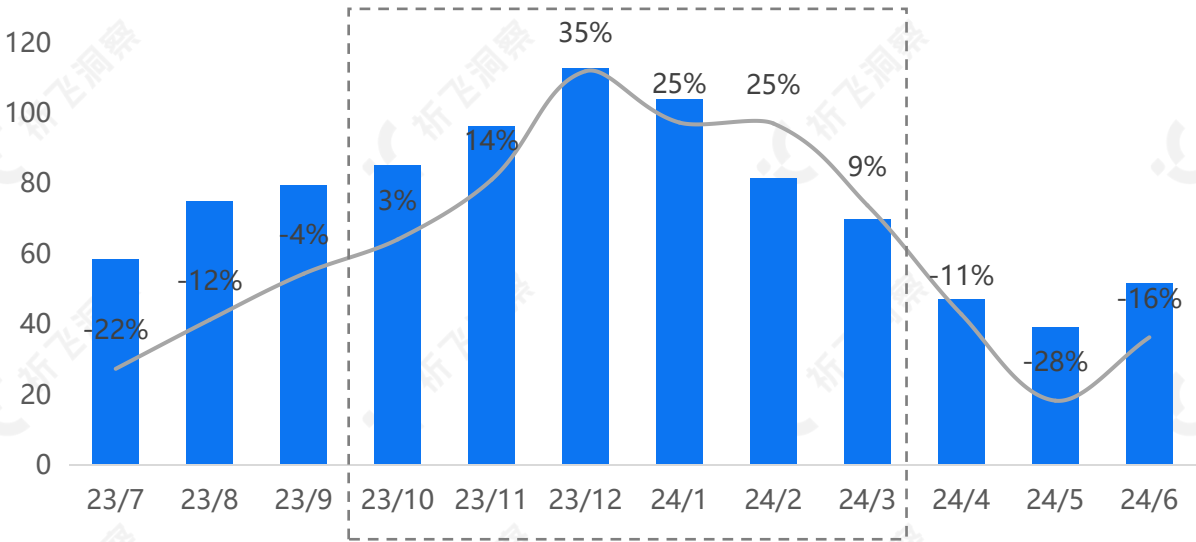
数据来源：巨量云图，销售金额为指数数据，统计时间：前一年：2022年7月-2023年6月，近一年：2023年7月-2024年6月。统计类目：童装/婴儿装/亲子装-儿童户外服-儿童冲锋衣/儿童冲锋裤品类。

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**低价阶段区间，**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。

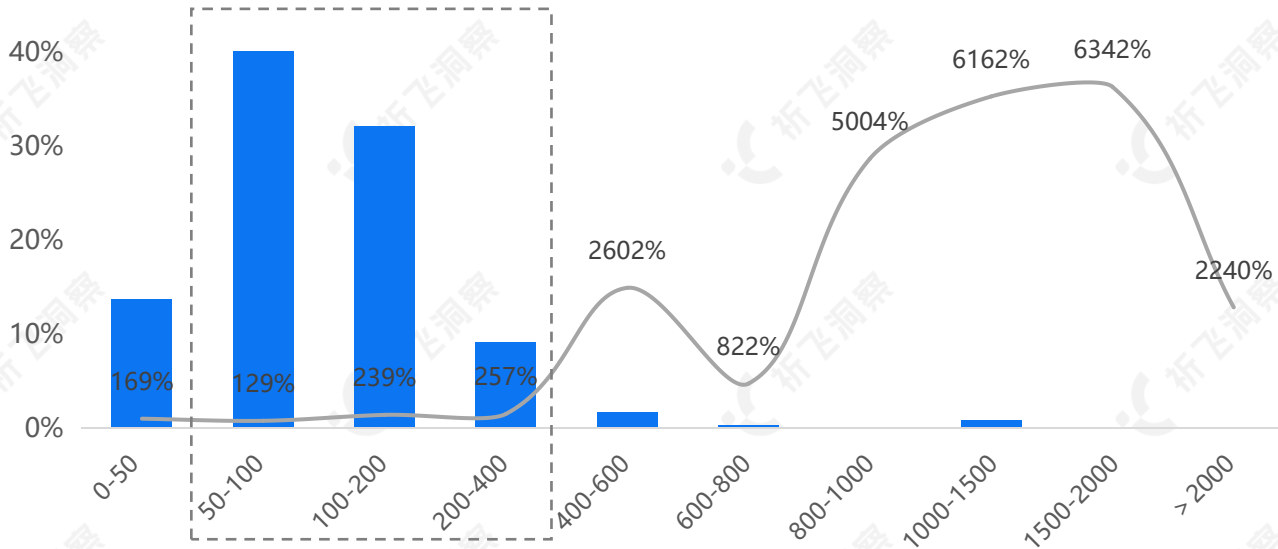
近一年抖音儿童冲锋衣裤月度商品平均价格趋势

商品平均价格（元） 同比增速（%）



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

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：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：

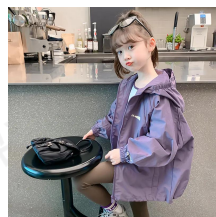
巴布豆排名第一，市占率10%，热卖商品主打户外休闲、一衣多穿

- 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%；迪斯尼排名第二，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/多咪童话	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	CICIIBEAR/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



商品：女童冲锋衣外套春装
2024新款洋气儿童春秋款
品牌：无 页面价:39.8元



商品：巴布豆家族多功能外套一衣六穿加绒BX4YW156
品牌：巴布豆家族 到手价:199元



商品：户外儿童冲锋裤防风加绒软壳裤
品牌：斯博兰帝 页面价:159元



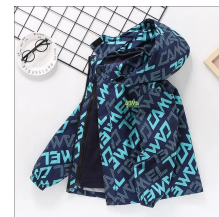
商品：女童冲锋衣外套秋冬款2023新款
品牌：无 页面价:49.9元



商品：Lee龙年童装新款儿童休闲气质防风衣外套
品牌：LEE 页面价:299元



商品：【温度】女童长袖连帽外套春秋款儿童服装冲锋衣
品牌：辰辰妈 页面价:179元



商品：男童外套春秋2024新款中大童三合一冲锋衣
品牌：无 页面价:29.9元



商品：moodytiger儿童硬核冲锋衣
品牌：moodytiger 页面价:1298元



商品：迪卡侬MH500冲锋衣男女同款单层户外透气速干
品牌：巴布豆家族 页面价:79.9元



商品：CICIIBEAR/齐齐熊【2代升级】男女童冲锋衣
品牌：齐齐熊 页面价:149元

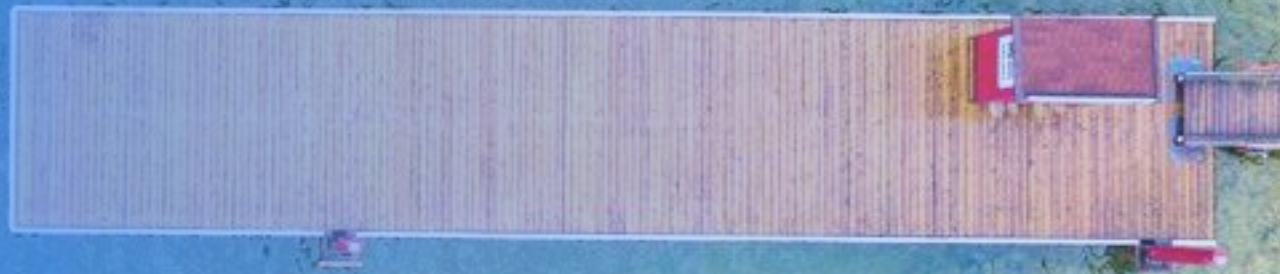
数据来源：巨量云图，销售金额为指数数据，统计时间：前一年：2022年7月-2023年6月，近一年：2023年7月-2024年6月。统计类目：童装/婴儿装/亲子装-儿童户外服-儿童冲锋衣/儿童冲锋裤品类。

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



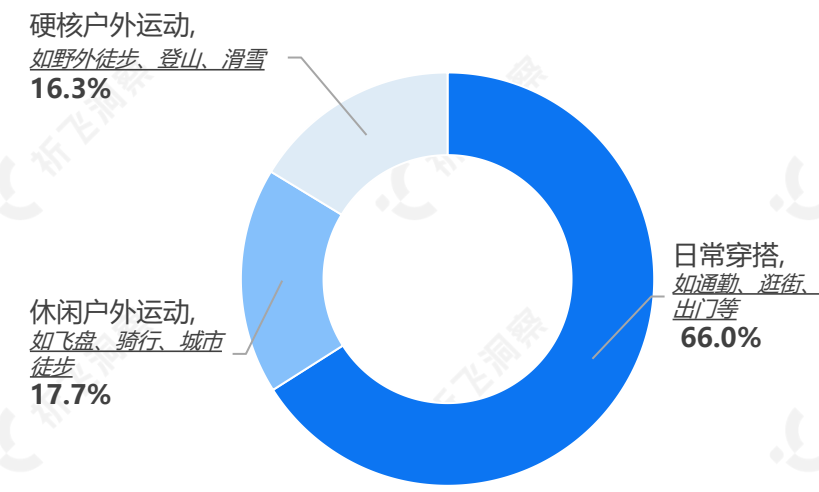
冲锋衣裤市场人群画像：

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



数据来源：DT研究院，N=705。统计时间：2023年12月。

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	喜欢追热点，近期奥运会相关热点搜索热度高	关注服饰功能及穿搭效果，近期咖啡、奶茶、女装（裤子等）等应季商品搜索热度高	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
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元为核心消费阶段，更倾向购买百元以下产品	100-200元为核心消费阶段，200元以上阶段付费偏好更高，愿意为专业户外品牌付费	400-600元为最偏好购买阶段
户外服饰品牌偏好	更喜欢高热度/高知名度品牌如茉寻、小野和子	更喜欢专业户外品牌如凯乐石、北面、伯希和等	更喜欢国产品牌如骆驼、伯希和、凯乐石等

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。

【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

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



【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

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

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。

【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

价格&品牌偏好

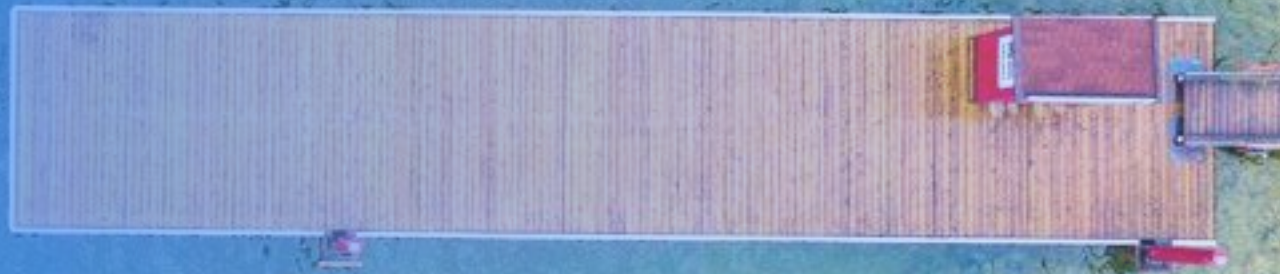
户外服装&儿童户外服各价段销售金额及TGI分布



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

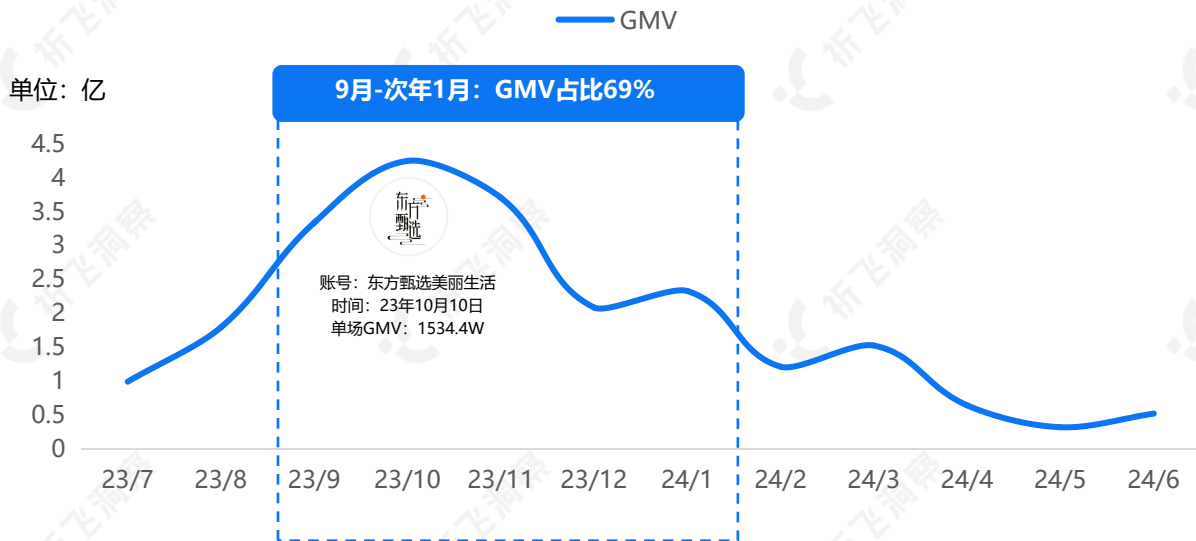


骆驼：销售表现

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

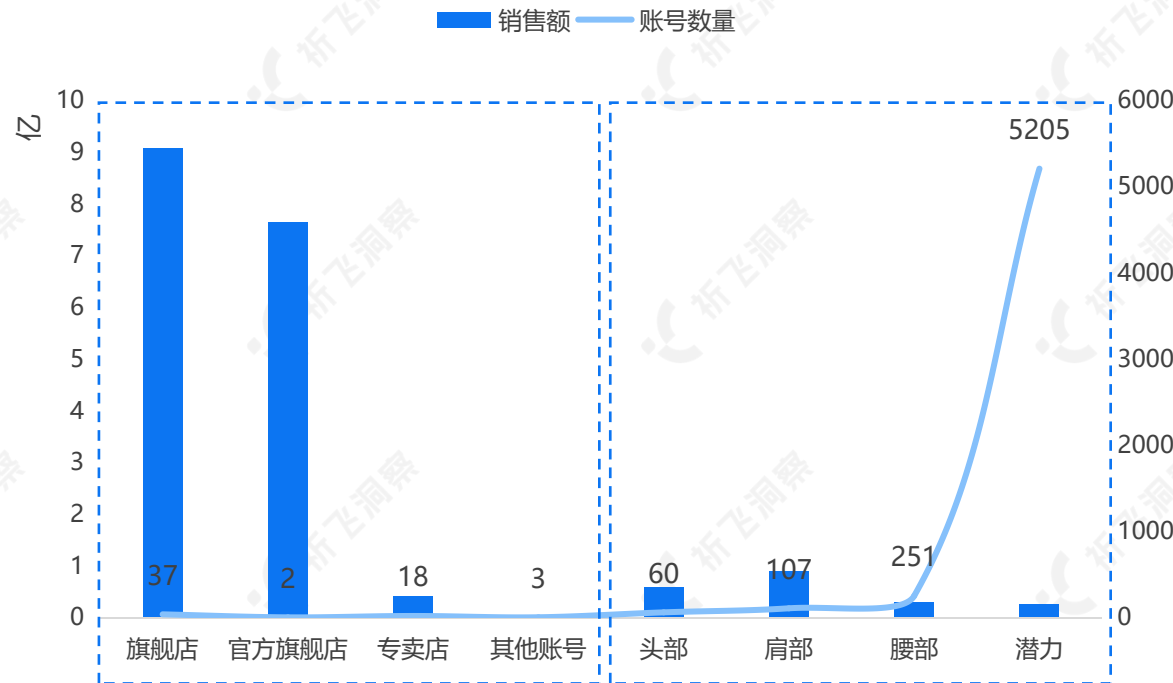
- 销售表现：**近一年GMV达22.7亿，客单价约450元，品牌直播贡献占比约7成；带货直播场次共4.4万场，销售额前三场直播中，东方甄选美丽生活品牌专场排名第一，单场GMV超1500W+；从月度趋势看，生意集中在9月-次年1月，生意贡献约7成，春夏季节生意贡献较低。
- 带货账号：**品牌自营矩阵账号60个，包括旗舰店、官方旗舰店及专卖店账号；合作矩阵达人账号超5600+，其中头部+肩部+腰部达人超400+个。

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



品牌自营矩阵号：60个

达人账号：5623个

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≥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。

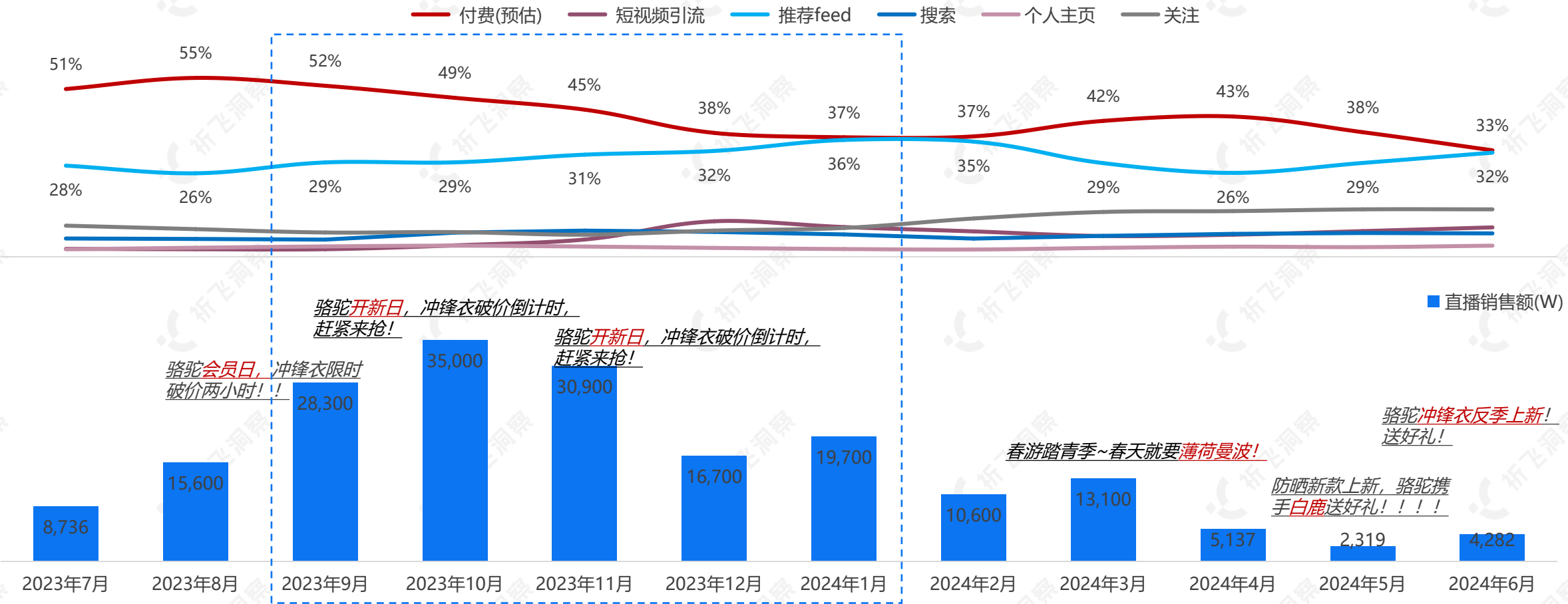
骆驼：投流策略

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。

- 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，向户外休闲场景延申；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%

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。

案例2:

KOLON SPORT
可隆



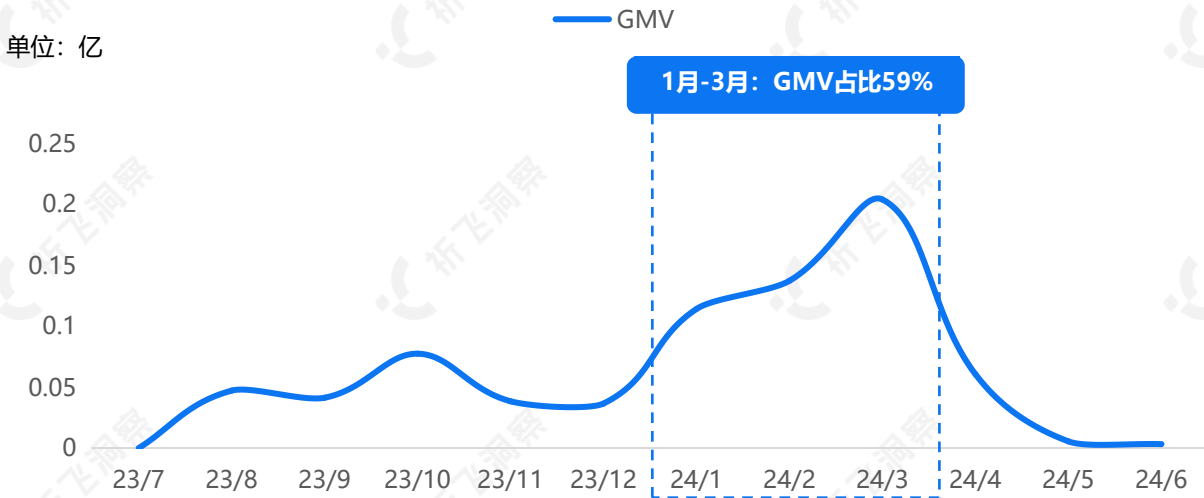
可隆：销售表现

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



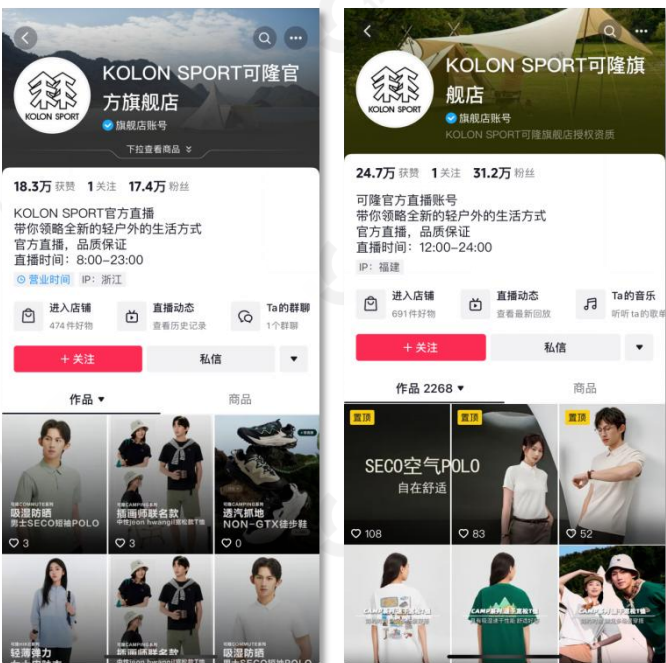
- 销售表现：近一年GMV达7689.8万元，客单价约2370元，品牌直播贡献占比超8成，未合作达人直播带货；从月度趋势看，生意集中在1月-3月，生意贡献约6成，春节、早春季节贡献高。
- 品牌自营账号：品牌自营矩阵账号6个，其中一个已注销，未合作达人。TOP账号中，可隆旗舰店、可隆官方旗舰店视频内容根据季节更换主推商品，冲锋衣单品心智种草影响力较为有限，单个账号冲锋衣裤品类销售占比在15%-30%之间，尚未成为品牌爆款品类。

抖音近一年生意趋势——冲锋衣裤



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	7689.8	3.2	2370.9	82.4%	0%	2846

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≥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。

可隆：货品策略

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

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。

案例3:

BOBDOGHOUSE
巴布豆家族



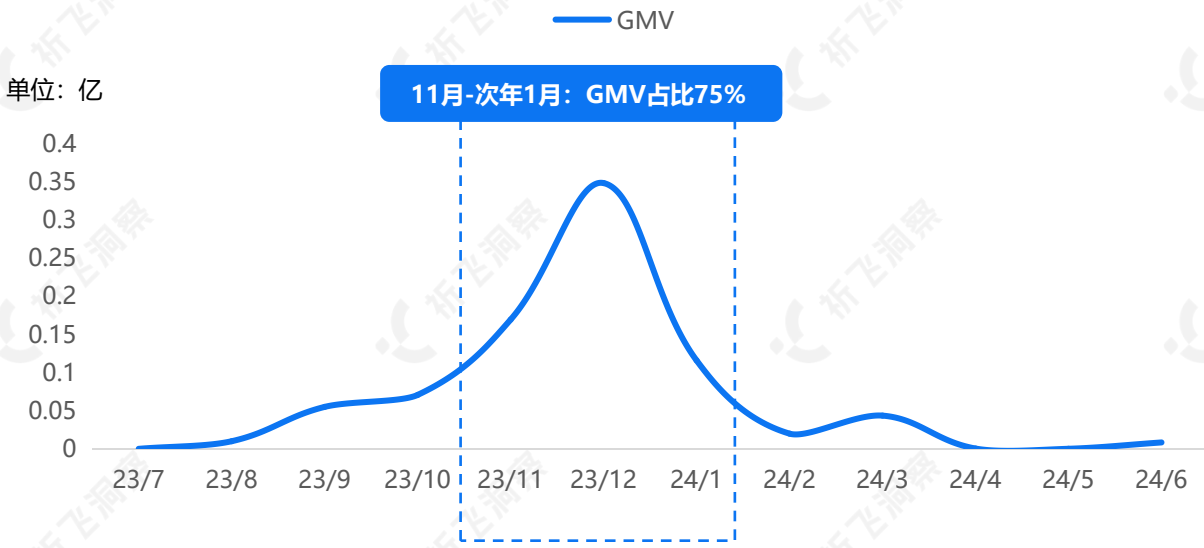
巴布豆家族：销售表现

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



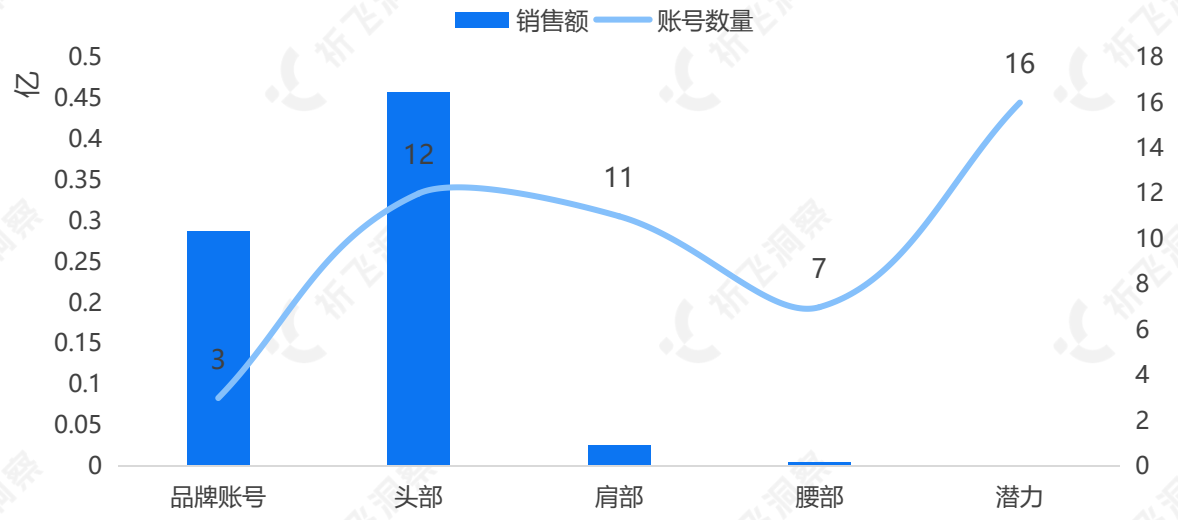
- 销售表现：近一年GMV达8420万元，客单价约150元，品牌直播贡献占比仅1成，达人直播带货为主，销售贡献占比超8成。从月度趋势看，生意集中在11月-次年1月，生意贡献超7成，主推冬季冲锋衣款式。
- 带货账号：品牌自营矩阵账号3个，以专卖店账号为主；合作矩阵达人账号46个，以头部达人为核心，销售贡献占比接近6成，包括刘媛媛、张柏芝、王祖蓝、傅首尔、董先生、彩虹夫妇、国岳、陈三废等，覆盖教育、明星、网红、情侣等多类型账号。

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



头部达人 TOP5

刘媛媛
GMV: 3400W+

张柏芝
GMV: 730W+

王祖蓝
GMV: 120W+

傅首尔
GMV: 80W+

董先生
GMV: 73W+

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≥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

祈飞洞察

- 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

刘媛媛

BOBDOG

HOUSE

一衣6穿 适穿270天

三件套

加厚外套

摇粒绒外套

90白鸭绒羽绒服

七天无理由 / 运费险

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

BOBDOG

HOUSE

防风防水 无惧风雨天

一衣3穿

夹棉外套 单穿

羽绒内胆 单穿

两件叠穿

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

BOBDOG

HOUSE

3合1 两件套

摇粒绒单穿

外套单穿

组合穿

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≥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。

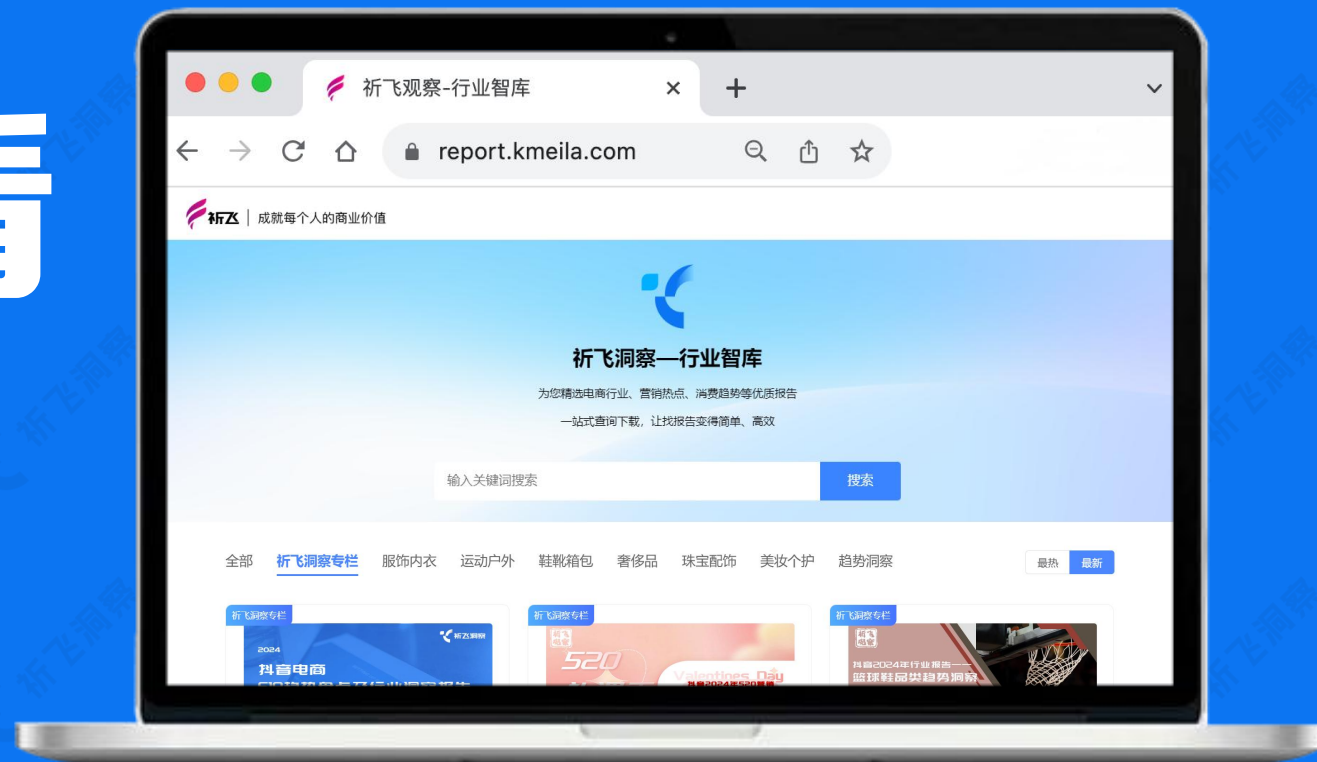
感谢观看



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