

# 基于网络销售的国内男士羽绒服 设计特点和发展趋势

杜梦真,赵欲晓\*,李秀青

(北京服装学院 服装艺术与工程学院,北京 100029)

**摘要:**针对网络销售的男士羽绒服产品,以2016年天猫网上占有率较高的波司登、森马、罗蒙、七匹狼4个品牌的热销男士羽绒服为研究对象,通过对服装价格、款式细节和材质的分析,总结出网络销售的男士羽绒服设计特点和趋势。此类男士羽绒服的设计趋势为造型结构时装化、色彩丰富、面料多样化及性能优良。

**关键词:**网络销售;男士羽绒服;设计特点;设计趋势

**中图分类号:**TS 941.718 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-1928(2018)05-0426-06

## Design Features and Trend Analysis of Domestic Down Jacket for Men Based on Internet Sales

DU Mengzhen, ZHAO Yuxiao\*, LI Xiuqing

(School of Fashion Art and Engineering, Beijing Institute of Fashion Technology, Beijing 100029, China)

**Abstract:** For the understanding of the online-sale status for men's down jacket, the four hot-selling brands of men's down jackets, i. e. Bosideng, Semir, Romon and Septwolves, which have a high share on the Internet of Tianmao in 2016, have been taken as the research objects in this paper. Through the analysis of the price, style details and materials of the clothes, the design features and trends of the men's down jackets sold on the Internet are summarized. Fashionable and colorful men's down jacket with diversified fabrics and excellent performance is regarded as the design trend for online-sale products.

**Key words:** Internet market, male down jacket, design features, design trend

随着互联网和移动支付的普及,网上购物逐渐成为主流的消费方式之一,网络市场的巨大潜力吸引了众多品牌企业登录。其中,服装是线上起步最早、规模最大、发展最为成熟的行业,目前依然保持着较快增长。电子商务研究中心的数据显示,2016年服装网购交易额为8 460亿元,2017年的线上交易额为9 782亿元,同比增长15.63%。国内羽绒服品牌也积极顺应网络营销的趋势,依托互联网平台迅速发展。

近年来,随着国内羽绒服品牌的不断创新与发展,时尚休闲和个性化的羽绒服产品受到消费者追

捧。同时,伴随男性消费者的审美需求和功能需求日益增多,厚重臃肿、色彩沉闷的男士羽绒服愈发不能满足消费者的需要。不断增长的市场需求,给羽绒服企业带来了更多的机会,同时也提出了更大的挑战。目前,国内有关网络销售服装的设计分析主要集中在女装方面。单文博<sup>[1]</sup>分析了淘宝网销售的中老年女装设计;陈浩<sup>[2]</sup>探究了天猫官方旗舰店的4个国内知名品牌女士羽绒服的设计特点。文中从天猫官方旗舰店上选取了4个热销男士羽绒服品牌,分析网络销售的男士羽绒服设计特点和趋势,为相关企业解读市场、研发产品提供有价值

收稿日期:2018-01-14; 修订日期:2018-04-13。

作者简介:杜梦真(1994—),女,硕士研究生。

\*通信作者:赵欲晓(1971—),女,副教授,硕士生导师。主要研究方向为服装设计与工程。Email:fzyzyx@bift.edu.cn

的信息和思路,从而更好地满足男性的消费需求。

# 1 基于网络销售的男士羽绒服市场

## 1.1 热销男士羽绒服的款式样本数据选取

中国报告大厅发布的《2016—2021 年中国品牌羽绒服行业专项调研及投资价值预测报告》显示<sup>[3]</sup>,波司登、艾莱依、森马、罗蒙、七匹狼分别位列 2016 年度国内羽绒服品牌市场占有率的前五位。其中,艾莱依是专注于年轻潮流女性的品牌。基于此官方商业数据,文中选取波司登、森马、罗蒙、七匹狼 4 个品牌的部分热销款式作为分析样本,以天猫官方旗舰店 2016 年 10—12 月的热销款式作为样本数据来源。其中每个品牌选择了 20 款男士羽绒服款式,共 80 款热销男士羽绒服数据样本。

## 1.2 热销男士羽绒服的价格分析

网络销售的羽绒服受价格因素影响比较大,图 1 为 4 个品牌的热销男士羽绒服整体售价分析,图 2 为各个品牌的热销男士羽绒服售价比较。

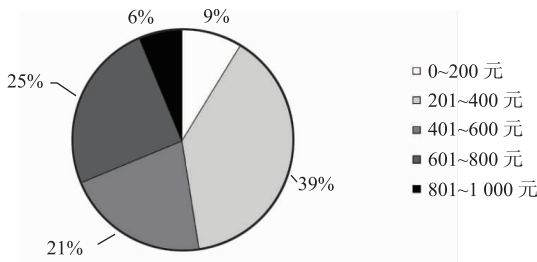


图 1 4 个品牌热销男士羽绒服的售价区间分析

Fig. 1 Price range analysis of four brands of hot-sale down jackets for men

由图 1 可以看出,201~400 元是男士羽绒服主要的售价区间,占比 39%;其次是售价 601~800 元的,占比 25%;401~600 元的占比 21%;售价区间处于 0~200 元以及 801~1 000 元的男士羽绒服款式,分别占 9% 和 6%。因此,国内男士羽绒服的整体售价区间都相对较低。

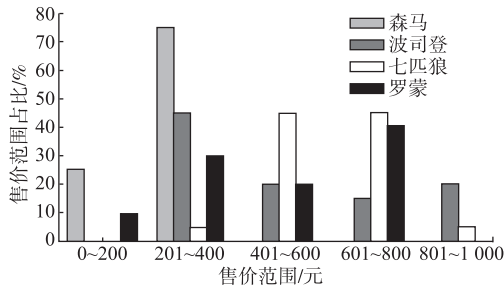


图 2 单个品牌热销男士羽绒服的售价分析

Fig. 2 Price analysis of single brand of hot-sale down jackets for men

由图 2 可以看出,波司登和罗蒙的价格分布相对均匀,而森马和七匹狼的价格分布则有明显的倾向性。森马的售价区间主要集中在 0~400 元,七匹狼的售价区间主要集中在 401~800 元。因此,在网络销售中价格对于品牌的竞争力非常重要,企业通过低价格和高销量获得品牌的发展。

# 2 国内男士羽绒服的设计特点

## 2.1 热销男士羽绒服的款式分析

2.1.1 领型与帽子设计 图 3 为 4 个品牌的领型与帽子的整体分析,图 4 为单个品牌的领型与帽子的比较。

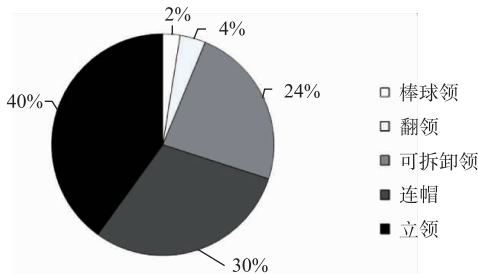


图 3 4 个品牌男士羽绒服的领型与帽子分析

Fig. 3 Analysis of collars and hats for four brands' hot-sale male down jackets

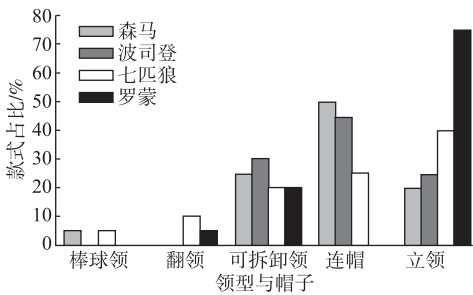


图 4 单个品牌男士羽绒服的领型与帽子比较

Fig. 4 Analysis of collars and hats for single brand's hot-sale male down jackets

由图 3 可以看出,在领型与帽子的设计中,立领的占比最高,达到 40%;连帽和可拆卸帽分别占 30% 和 24%。由此看出,男士羽绒服的无帽立领款式和有帽款式分别占据了相当大的市场。

由图 4 可以看出,在森马的款式中,连帽款和可拆卸帽分别占比 50% 和 25%,立领款式占比 20%。由此说明,森马最注重有帽款式的开发。波司登的连帽款式和可拆卸帽款式分别占比 45% 和 30%,波司登的有帽款式占据了相当大的市场。

七匹狼的领型与帽子设计比较多样,每种款式有一定的市场。其中,立领占比 40%,连帽款和可

拆卸帽款分别占 25% 和 20%。七匹狼最注重立领款式的开发,其次是连帽款和可拆卸帽款。同时,七匹狼的棒球领款和翻领款的占比最高。在罗蒙的款式中,立领占比最高,达到 75%,在 4 个品牌中也是最高的;可拆卸帽和翻领的款式分别占比 20% 和 5%。

综上所述,森马和波司登的领型与帽子设计中,注重有帽款式的开发,但森马还有创新款式的开发,波司登没有;七匹狼和罗蒙的领型与帽子设计中,注重立领款式的开发,但七匹狼的款式设计更加多样,比例分布也较为分散。

**2.1.2 衣长设计** 图 5 为 4 个品牌男士羽绒服的衣长分析,图 6 为单个品牌男士羽绒服的衣长比较。

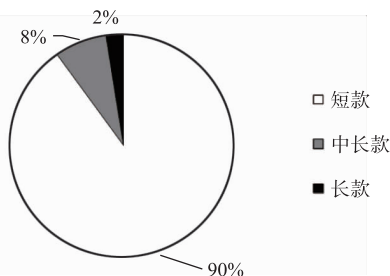


图 5 4 个品牌男士羽绒服的衣长分析

Fig. 5 Analysis of length for four brands' male down jackets

由图 5 可以看出,从整体来看,4 个品牌男士羽绒服的短款比例最高,占 90%,中长款占 8%,长款占 2%。

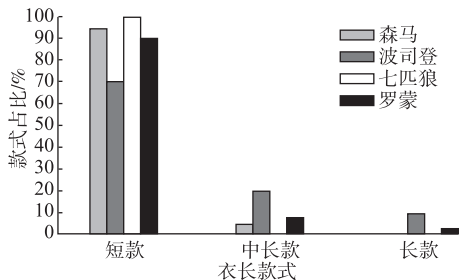


图 6 单个品牌男士羽绒服的衣长比较

Fig. 6 Analysis of length for single brand's male down jackets

由图 6 可以看出,森马男士羽绒服的短款比例高于整体,占 95%,中长款占 5%。波司登的短款比例低于整体,占 70%;中长款比例高于整体,占 20%;长款比例高于整体,占 10%。七匹狼的短款比例占 100%。罗蒙的短款比例高于整体,占 95%;中长款占 5%。

**2.1.3 绗缝线走向** 绗缝是羽绒服制作工艺中的

一个重要工序,它可以使服装的外层织物与内层羽绒之间紧密贴合,固定羽绒使之分布均匀、不移位<sup>[4]</sup>。同时,不同的绗缝线迹还可以塑造出不同的外观效果,起到很好的装饰作用。近年来,随着绗缝工艺的提高,羽绒服绗缝的种类越来越丰富。

图 7 为 4 个品牌男士羽绒服的绗缝线走向分析,图 8 为单个品牌男士羽绒服的绗缝走向比较。

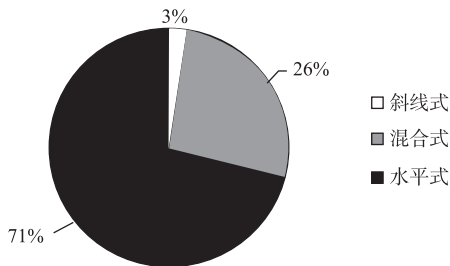


图 7 4 个品牌男士羽绒服的绗缝线走向分析

Fig. 7 Analysis of quilting threads for four brands' male down jackets

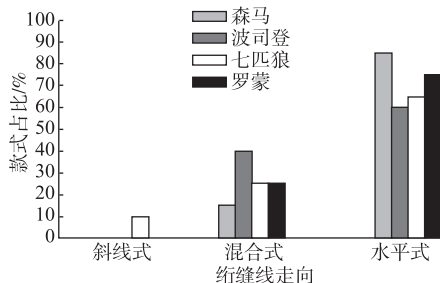


图 8 单个品牌男士羽绒服的绗缝线走向分析

Fig. 8 Analysis of quilting threads for single brand's male down jackets

由图 7 看出,4 个品牌男士羽绒服的绗缝线包括 3 种,即斜线式、混合式和水平式。水平式占比最高,占 71%;其次是混合式,占比 26%;最少的是斜线式,占比 3%。

由图 8 中看出,森马男士羽绒服的绗缝线包括水平式和混合式,水平式比例高于整体,占 85%;混合式比例低于整体,占 15%。波司登的水平式比例低于整体,占 60%;混合式比例高于整体,占 40%。七匹狼的绗缝线走向设计比较多样,水平式比例低于整体,占 65%;混合式比例与整体基本持平,占 25%;斜线式比例高于整体,占 10%。罗蒙的水平式比例略高于整体,占 75%;混合式比例与整体持平,占 25%。

**2.2 热销男士羽绒服的色彩设计**

**2.2.1 颜色数量** 图 9 为 4 个品牌男士羽绒服的颜色数量分析,图 10 为单个品牌男士羽绒服的颜

色数量比较。

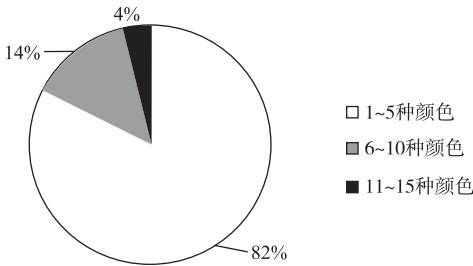


图 9 4 个品牌男士羽绒服的颜色数量分析

Fig.9 Analysis of color number for four brands' male down jackets

由图 9 可以看出,4 个品牌男士羽绒服使用 1~5 种颜色占比最高,占 82%;其次是 6~10 种颜色,占比 14%;使用 11~15 种颜色占 4%。

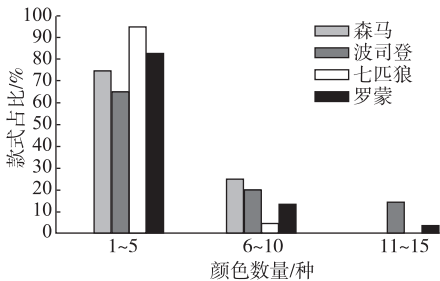


图 10 单个品牌男士羽绒服的颜色数量分析

Fig.10 Analysis of color number for single brand's male down jackets

由图 10 可以看出,1~5 种颜色的款式占比:七匹狼>罗蒙>森马和波司登;6~10 种颜色的款式占比:森马>波司登>罗蒙和七匹狼;11~15 种颜色的款式占比:波司登>罗蒙。由此说明,森马、波司登和罗蒙注重多种颜色款式的开发,七匹狼仍是以 1~5 种颜色数量为主。

2.2.2 面料图案风格 图 11 为 4 个品牌男士羽绒服的面料风格分析,图 12 为单个品牌男士羽绒服的面料风格比较。

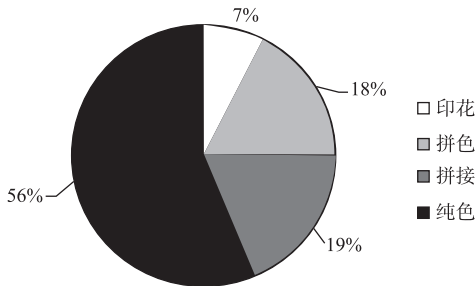


图 11 4 个品牌男士羽绒服的面料风格分析

Fig.11 Analysis of fabric style for four brands' male down jackets

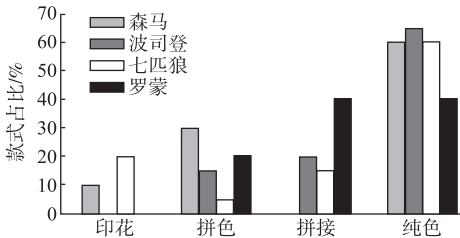


图 12 单个品牌的男士羽绒服的面料风格分析

Fig.12 Analysis of fabric style for single brand's male down jackets

由图 11 可以看出:4 个品牌的男士羽绒服面料图案设计以纯色为主;印花、拼色和拼接的面料风格总占比不足 50%。图 12 中森马男士羽绒服的纯色款式比例略高于整体,占比 60%;拼色款式和印花款式比例都高于整体,分别占比 30% 和 10%。波司登男士羽绒服的拼接和拼色面料的占比分别是 15% 和 20%,与整体比例接近。七匹狼男士羽绒服重视面料风格的多样性,拼色、拼接和印花面料都占有一定的比例,其中印花面料占比 20%,远高于整体比例。罗蒙男士羽绒服的纯色款式占比低于整体,占比 40%;拼接款式的占比远高于整体,占 40%。

2.3 面料和填充物的选择

2.3.1 面料 图 13 为 4 个品牌男士羽绒服的面料分析,图 14 为单个品牌男士羽绒服的面料成分比较。

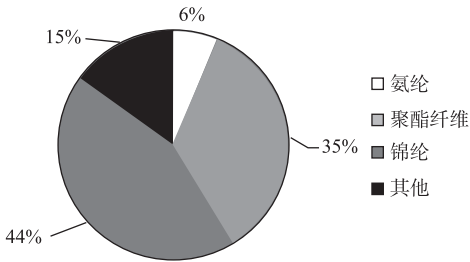


图 13 4 个品牌男士羽绒服的面料成分分析

Fig.13 Analysis of fabric composition for four brands' male down jackets

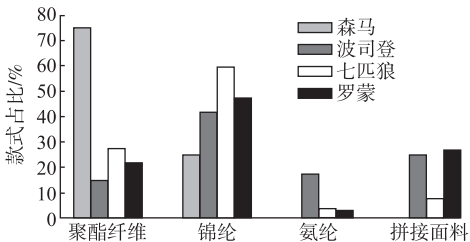


图 14 单个品牌男士羽绒服的面料成分分析

Fig.14 Analysis of fabric composition for single brand's male down jackets

由图 13 可以看出,4 个品牌热销男式羽绒服的面料成分以锦纶和聚酯纤维为主,分别占比 44%



和35%。

由图14可以看出,森马男士羽绒服的面料种类最少,聚酯纤维的占75%,锦纶的占25%。波司登男士羽绒服的面料种类较多,除了锦纶、氨纶和聚酯纤维,还有棉拼接锦纶和棉拼接针织的面料。七匹狼和罗蒙男士羽绒服应用最多的是锦纶和聚酯纤维,除此之外还有灯芯绒拼接锦纶面料和锦纶拼接针织面料;罗蒙男士羽绒服还应用了毛呢面料、毛呢拼接聚酯纤维面料、毛呢拼接锦纶面料和丝绒拼接锦纶面料。

**2.3.2 填充物** 在羽绒服制造的成本中,填充物占很大的比重,成为直接影响服装成本一个关键的因素。同时也是体现羽绒服品质的重要标尺<sup>[5]</sup>。羽绒服常用的填充有:白鸭绒、灰鸭绒、白鹅绒。鸭绒和鹅绒相比,鹅绒的保暖性较好一些。但是,鹅绒的价格较高,因此用鹅绒填充也会增加羽绒服的成本。在成色方面,白鸭绒会比灰鸭绒更高档一些。填充羽绒品质的好坏对防钻绒性能也会有一定的影响,过多的羽丝、毛片加大了钻绒的可能性<sup>[6]</sup>。

图15为4个品牌男士羽绒服的填充物分析,图16为单个品牌男士羽绒服的填充物比较。

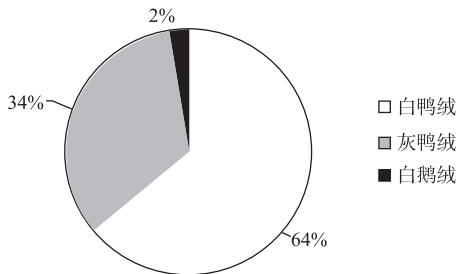


图15 4个品牌男士羽绒服的填充物分析

Fig.15 Analysis of fillers for four brands' male down jackets

由图14可以看出,填充物占比最多的是白鸭绒,而白鹅绒占比最低。

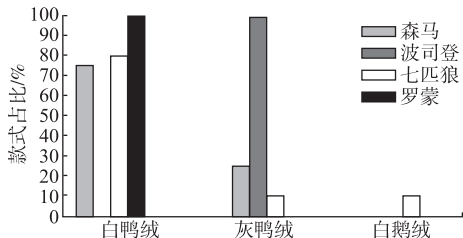


图16 单个品牌男士羽绒服的填充物分析

Fig.16 Analysis of fillers for single brand's male down jackets

由图15可以看出,森马男士羽绒服填充白鸭绒的款式占75%,灰鸭绒的款式占25%;波司登男士羽绒服的热销款式填充物均为灰鸭绒;七匹狼男

士羽绒服填充白鸭绒的款式有80%,白鹅绒的款式占10%,灰鸭绒的款式占10%;罗蒙男士羽绒服的填充物均为白鸭绒。

### 3 网络销售男士羽绒服的设计特点和趋势

#### 3.1 网络销售的男士羽绒服的设计特点

根据网络销售主要品牌男士羽绒服的整体市场和款式分析,总结出国内品牌男士羽绒服现阶段的设计特点:

1) 价格较低。201~400元的款式销量最多;其次是601~800元和401~600元的款式;销量最低的是0~200元和801~1000元的款式。

2) 款式细节简洁大方。最热销的是立领款式;其次是连帽和可拆卸帽款式;翻领和棒球领的市场占有率较低。此外,短款占有90%的市场;中长款和长款的份额较少。绗缝线方面以水平式为主;混合式和斜线式的款式占29%。

3) 色彩多样。1~5种颜色的款式占主导地位;6~10种颜色的款式占14%;11~15种颜色的款式较少。纯色设计仍是主要的款式,占据约一半的市场;拼接面料和拼色面料也有占有了一定的份额;印花面料应用的较少。

4) 面料和填充物。国内男士羽绒服的面料多为锦纶和聚酯纤维;此外也出现了一些个性化的款式,如采用毛呢、棉、丝绒和灯芯绒等面料。填充物方面,白鸭绒是主要的填充物;灰鸭绒占据了1/3的市场;白鹅绒的成本较高,占比较小。

#### 3.2 各类消费群体的设计偏好

1) 森马的消费群体大多是青少年,羽绒服的风格以青春活泼为主。青少年消费能力有限,因此售价较低,以400元以下的款式为主。森马男士羽绒服的热销款式中,最受消费者欢迎的设计元素有:连帽和可拆卸帽,短款,水平式绗缝线,多种颜色,明快鲜亮的颜色,纯色、印花和拼色面料,锦纶和聚酯纤维,白鸭绒。

2) 波司登的消费群体大多是青年和中年,羽绒服的风格以休闲简约为主。它的售价范围较广,200~1000元都有不同的款式。波司登男士羽绒服的热销款式中,最受消费者欢迎的设计元素有:连帽和可拆卸帽,轻薄短款,水平式绗缝线,多种颜色,纯色、拼色和拼接面料,灰鸭绒。

3) 七匹狼的消费群体大多是青年白领,羽绒服的风格以时尚潮流为主。它的售价范围是400~800元。七匹狼男士羽绒服的热销款式中,最受消

费者欢迎的设计元素有:立领,轻薄短款,水平式和混合式绗缝线,纯色、拼接、印花和拼色面料,锦纶和聚酯纤维,白鸭绒、灰鸭绒和白鹅绒。

4) 罗蒙的消费群体大多是中年商务人士,羽绒服的风格以成熟稳重为主。它的售价范围较广,以800元以下的款式为主。罗蒙男士羽绒服的款式中,最受消费者欢迎的设计元素有:立领,短款,水平式绗缝线,多种颜色,拼接、纯色和拼色面料,锦纶、聚酯纤维、毛呢和丝绒等面料,白鸭绒。

### 3.3 网络销量差的男士羽绒服设计缺陷

1) 价格与质量不成正比。很多原创品牌没有自己的工厂,成本较高,质量监管方面也不严格,导致高价低质量的情况。

2) 同质化严重。品牌没有明确的消费对象,价格和风格未能准确定位,盲目跟风,没有品牌的特色。

3) 款式新颖,质量堪忧。一些品牌注重羽绒服的时尚性,在面料,填充物和工艺技术方面较薄弱,会出现透气性较差,钻绒,沾毛等质量问题。

### 3.4 网络销售的男士羽绒服设计趋势

随着时尚潮流的快速发展,男性消费者对羽绒服的需求越来越高,不仅有高质量高性能的需求,还有时尚休闲,造型精致,色彩丰富的需求。具体的设计趋势如下:

1) 羽绒服的结构造型时装化。羽绒服的版型设计已不再仅仅满足穿着者的保暖需求,更加注重人体造型的美感<sup>[7]</sup>。男士羽绒服的版型设计趋向时装化和个性化。打版师剪裁出精致的版型,把优雅大方的气质与时尚潮流充分融合。

2) 色彩丰富。近年来,男士羽绒服也摆脱了传统的黑、蓝、灰为主的色彩,增加了很多明快鲜亮的色彩。如波司登6~15个颜色数量的款式占单个品牌样本数量的35%。

3) 面料多样化。男士羽绒服的面料材质除了锦纶、涤纶和氨纶,还注重与不同面料的拼接。如棉、针织面料、毛呢和皮等。不同面料的拼接表现出多样的风格。虽然目前仍以纯色设计为主,但是拼色和印花的设计已经受到较多年轻消费者的喜爱。

4) 性能优良。细高密织物的防钻绒技术已不再依赖涂层,羽绒服的外观摆脱了臃肿与僵硬,取而代之的是轻薄与舒适的时尚羽绒服。近年来还

出现了防水羽绒服、充气羽绒服,以满足消费者对其功能性的需求;另外,使用纳米材料可以提高面料的拒水、拒油和防污性能<sup>[8]</sup>。

## 4 结 语

羽绒服行业应不断地与时俱进,提高创新能力,不断提高服装的科技含量,强化品牌的风格特点,避免同质化的竞争。同时,网络销售的羽绒服也要严格控制成本,定好合适的价格,从而创造出更多的价值。

### 参考文献:

- [1] 单文博. 基于网络销售的国内中老年女装设计研究[D]. 上海:东华大学,2016.
- [2] 陈浩. 基于网络销售的国内品牌女士羽绒服设计研究[D]. 上海:东华大学,2017.
- [3] 中国报告大厅. 2016—2021年中国品牌羽绒服行业专项调研及投资价值预测报告[R]. 北京:中国报告大厅,2016:35-40.
- [4] 孙莉,杨莉,赵保民,等. 基于保暖性能的羽绒服绗缝因素的研究[J]. 中原工学院学报,2016,27(1):44-47.  
SUN Li, YANG Li, ZHAO Baomin, et al. Research on the quilting of down filling clothing based on the warmth retention property[J]. Journal of Zhongyuan University of Technology, 2016, 27(1): 44-47. (in Chinese)
- [5] 熊忆. 功能性和艺术性结合——羽绒服设计[J]. 文艺争鸣, 2010(20): 116-117.  
XIONG Yi. Functional and artistic combination—down jacket design[J]. Literature and Art Forum, 2010(20): 116-117. (in Chinese)
- [6] 郭光振,王绍平. 低绗缝间距羽绒服的防钻绒性能测试[J]. 中国纤检, 2015(20): 72-75.  
GUO Guangzhen, WANG Shaoping. Methods of testing the down-proof properties for down garments with low quilted space[J]. China Fiber Inspection, 2015(20): 72-75. (in Chinese)
- [7] 黄慧. 基于网络销售的童装设计特点研究[D]. 上海:东华大学,2013.
- [8] 牟尤婧. 论羽绒服材料对羽绒服设计的影响[J]. 广西轻工业, 2009, 25(10): 105-107.  
MU Youjing. Effect of materials on jacket design[J]. Guangxi Journal of Light Industry, 2009, 25(10): 105-107. (in Chinese)

(责任编辑:邢宝妹)