

羽绒服

消费

2019

# 2019线上 羽绒服消费洞察报告

CBN'DATA

第一财经商业数据中心

× 天猫超级品牌日

© 2019 CBNData. All rights reserved.



# TABLE OF CONTENTS 目录



- 第一部分：线上羽绒服行业消费概览 ..... 3
- 第二部分：新“温暖”主义，  
羽绒服消费行为洞察 ..... 7
- 第三部分：冬季保暖新风潮：  
线上羽绒服四大升级趋势 ..... 16
- 第四部分：趣味数据 ..... 37





# CHAPTER ONE

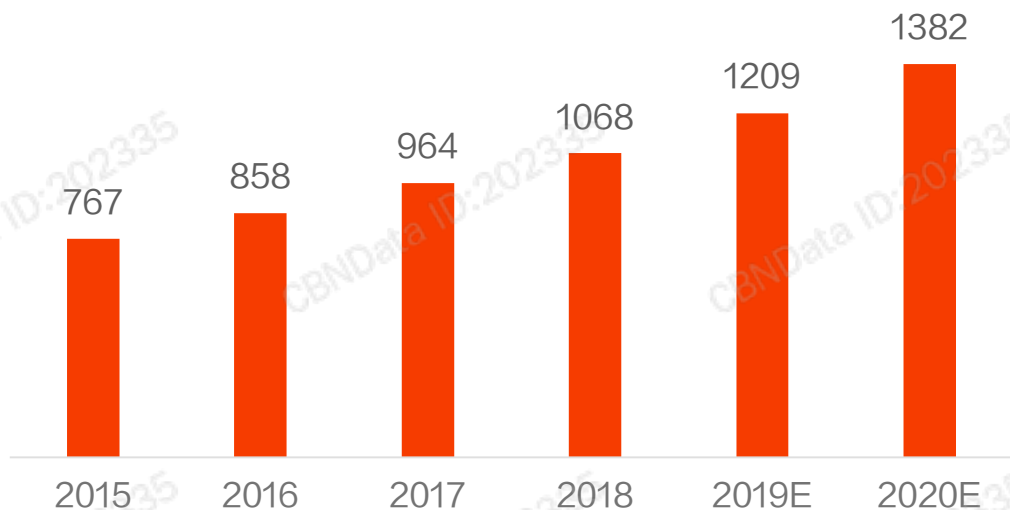
## 线上羽绒服行业消费概览

## 为温暖买单，近三年线上羽绒服市场稳定发展

相关数据显示，2018年我国羽绒服市场规模约为1068亿元，线上羽绒服市场稳定持续增长，预计2020年中国羽绒服的市场规模预计将达1382亿元。随着消费升级，羽绒服人均消费金额不断走高。

2015-2020E 中国羽绒服市场规模及预测

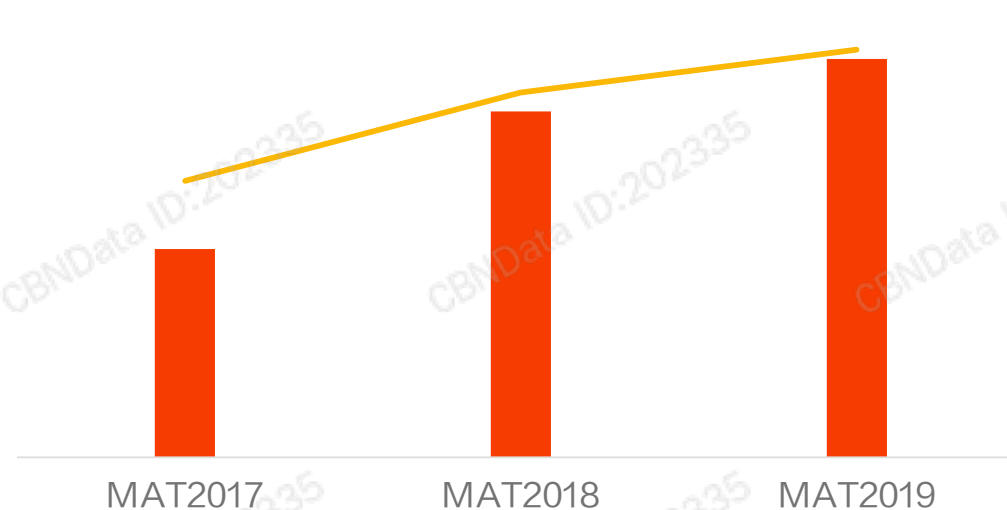
■ 市场规模（亿元）



数据来源：中国服装协会、中商产业研究院整理

MAT2017-2019线上羽绒服消费趋势

■ 消费规模 ■ 年人均消费金额

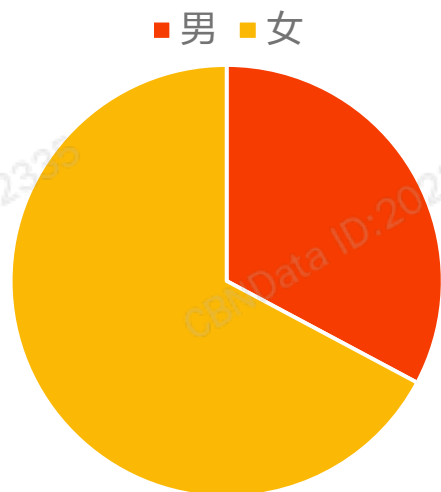


数据来源：CBNData消费大数据，数据仅限天猫平台

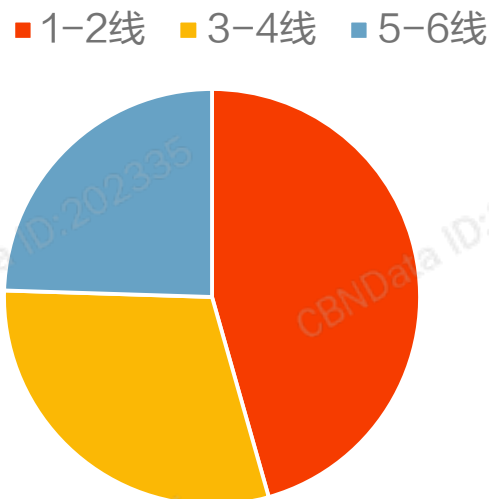
## 线上羽绒服消费者画像：近七成为女性消费者，下沉市场消费潜力激发

线上羽绒服消费中有近七成由女性所贡献，一二线城市的消费占据近一半份额。近年来羽绒服市场消费不断下沉，五、六线城市的消费增速快于其他线级城市。

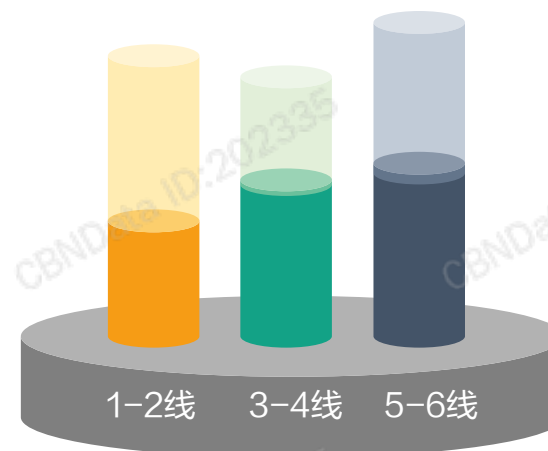
MAT2019线上不同性别人群羽绒服消费占比



MAT2019线上不同线级城市羽绒服消费占比



MAT2018-2019线上不同线级城市羽绒服消费同比增速

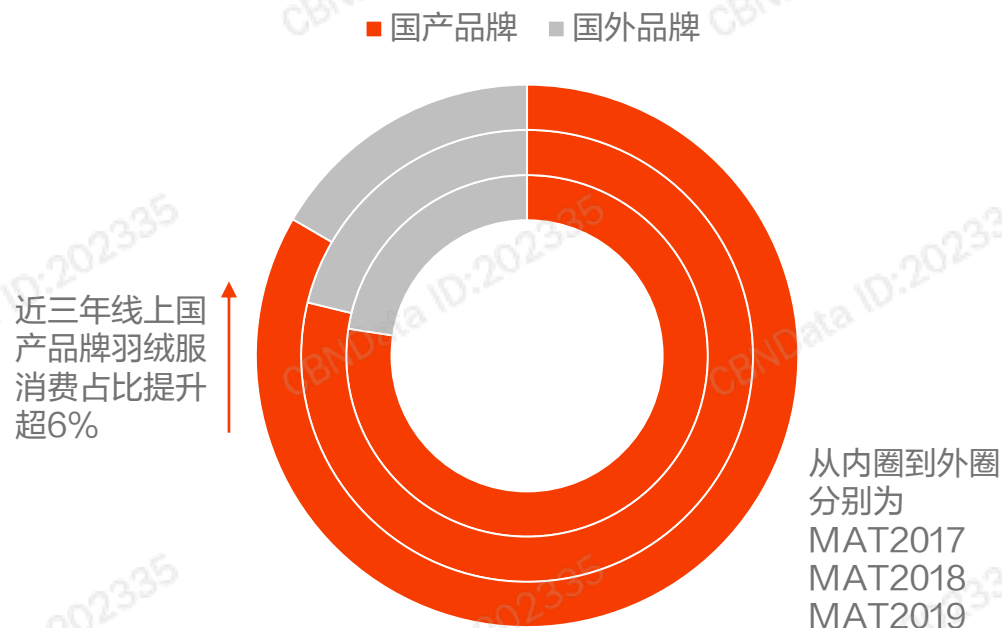


数据来源：CBNDATA消费大数据，数据仅限天猫平台

## “中国质造”出圈，温暖浪潮席卷全球

消费者对国产羽绒服愈发认可，国产羽绒服消费占比逐年提升。一些领先的国产品牌更积极地走出国门，“中国质造”更“出圈”。以近一年线上最畅销的羽绒服品牌波司登为例，品牌早于1999年就买入了国际化第一步。在近20年里，品牌畅销美国、法国等72个国家，将这股温暖浪潮带向全球。

MAT2017-2019线上不同国别品牌羽绒服消费占比



MAT2019 线上最畅销的羽绒服品牌TOP5



数据来源：CBNDATA消费大数据，数据仅限天猫平台，最畅销的羽绒服品牌根据消费金额排序





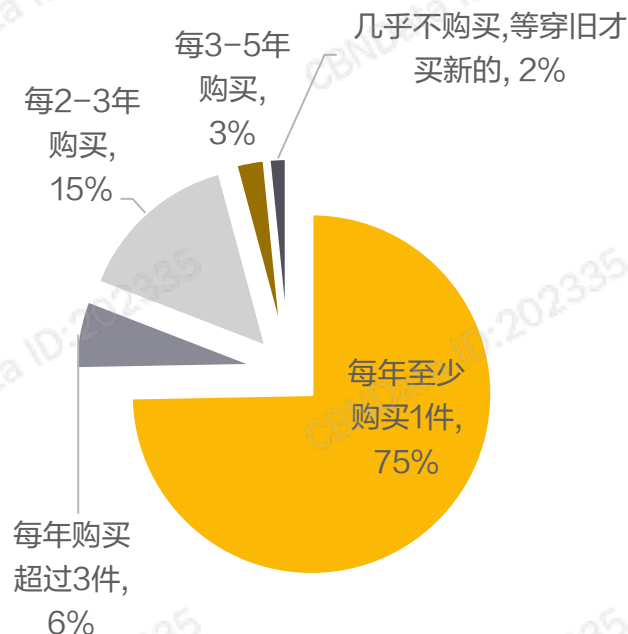
# CHAPTER TWO

## ▮ 新“温暖”主义， 羽绒服消费行为洞察

## 购买频率：近八成用户至少每年购买一件羽绒服，65%女性拥有3件及以上

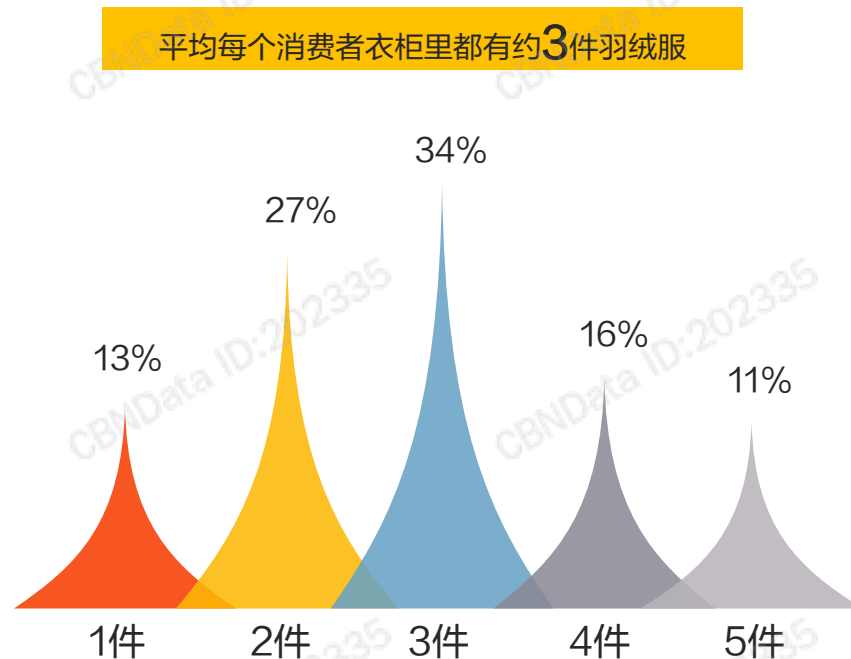
羽绒服的时装性不断增强，在消费者衣橱的换新频率有所增高。近八成的消费者每年至少买一件羽绒服，每个消费者的衣橱中平均拥有3件羽绒服，其中超过65%的女性拥有3件以上的羽绒服。

### 2019 羽绒服消费者购买频率



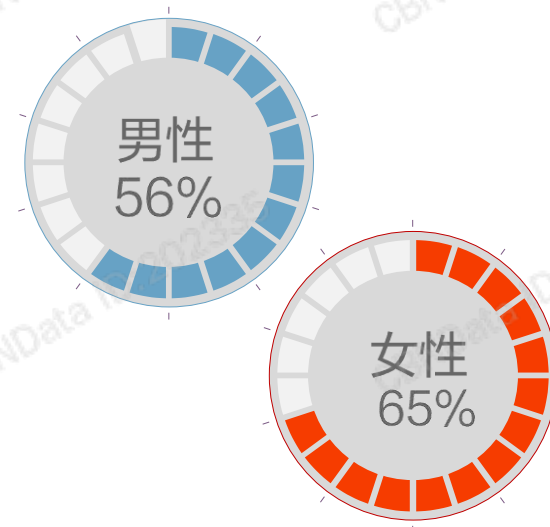
数据来源：2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：您购买羽绒服的频率？N=500

### 2019 消费者衣柜中存有羽绒服件数



数据来源：2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：您目前衣柜中存有几件羽绒服？N=500

### 不同性别消费者拥有3件及以上羽绒服比例



数据来源：2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：您目前衣柜中存有几件羽绒服？男=250，女=250



## 购置预算：90、95后为经济实用派，80、85后为隐形土豪

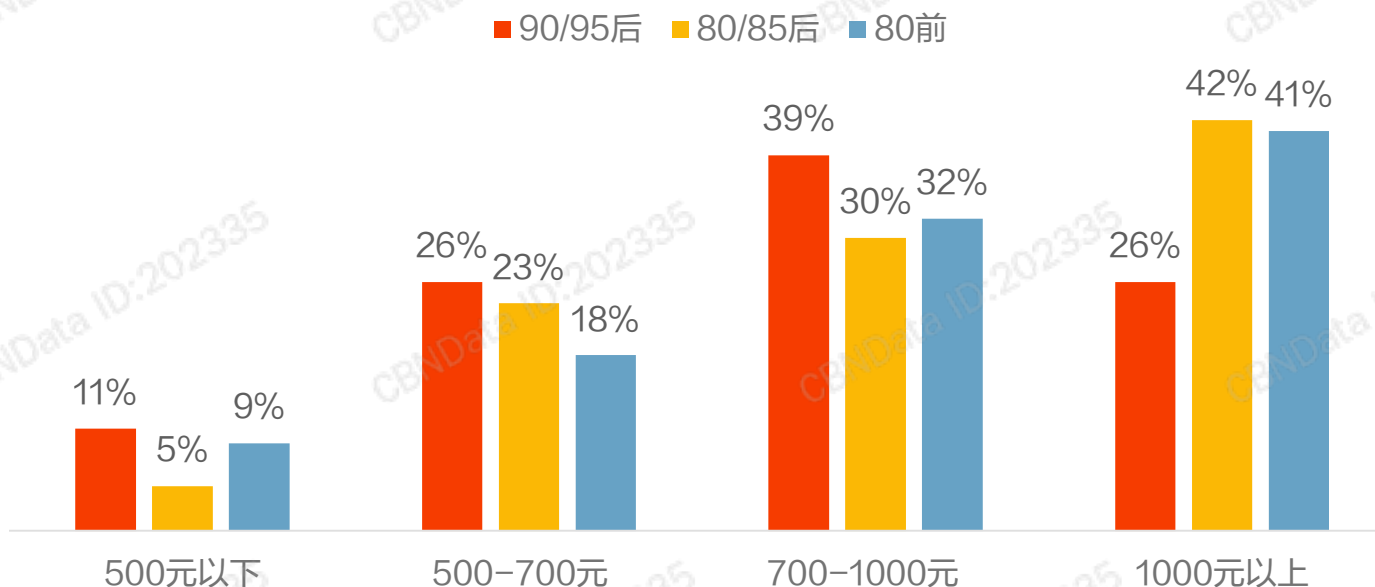
随着人们生活水平的提高，消费者平均购置羽绒服的预算已近千元。其中经济实力雄厚的80/85后“壕气”十足，超四成愿意花千元以上购买品质羽绒服。



消费者平均购置单件羽绒服的预算为：

942元

2019 不同年龄段羽绒服购置预算的用户占比

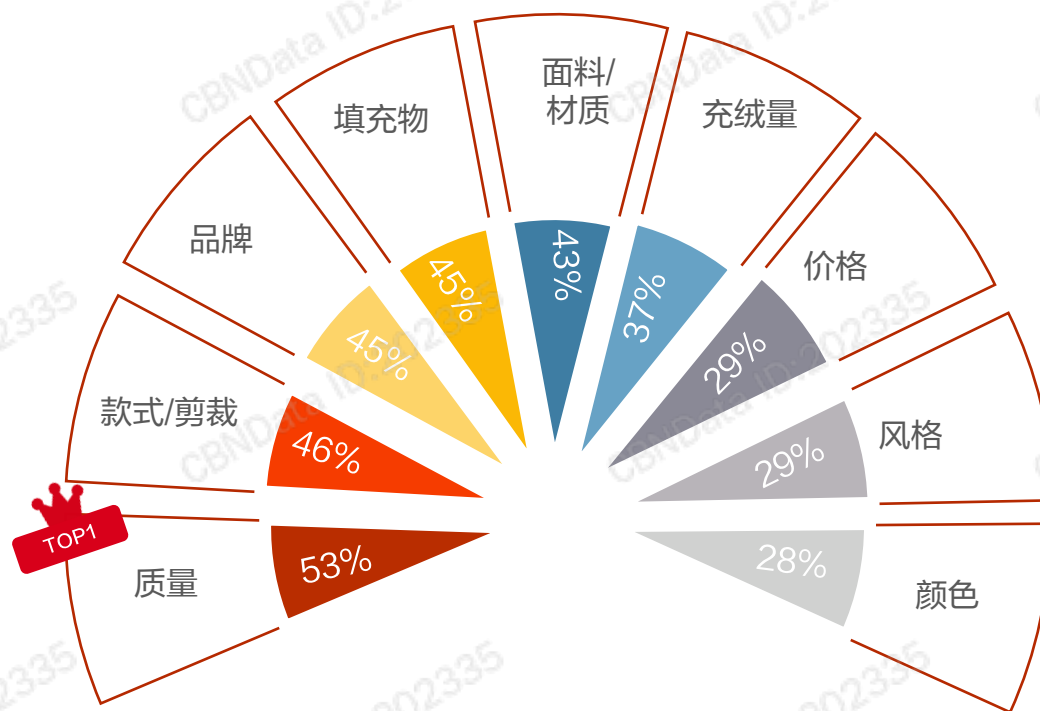


数据来源：根据2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：羽绒服购置预算为估算结果，仅供参考

数据来源：根据2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：您一般选择多少价位的羽绒服？90/95后=200，80/85后=150，80前=100

## 选购要素：产品质量、款式、品牌是消费者选购羽绒服时考虑的核心要素

2019 羽绒服消费购买时考虑的要素



数据来源：2019年12月CBNDData调研数据

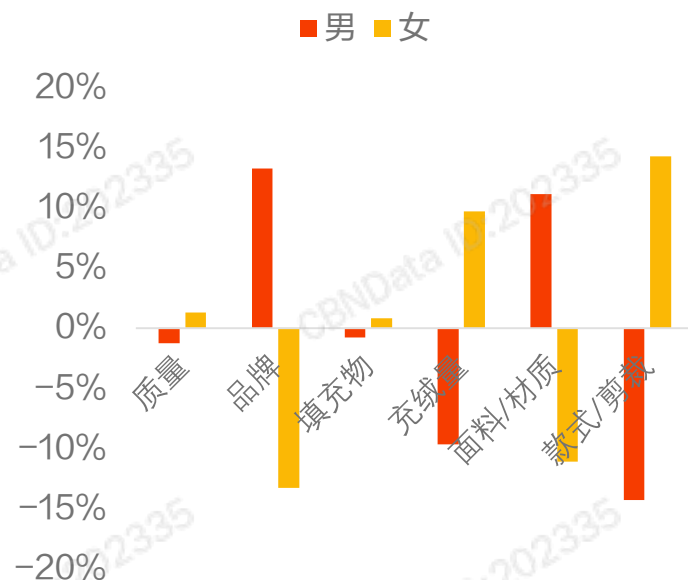
数据说明：您在选购羽绒服的时候主要考虑的要素有哪些？ N=500

大数据 · 全洞察



对于不同性别消费者而言：男士在选择羽绒服的时候更看重品牌；而女士则对羽绒服的款式和剪裁更敏感，当季新款、派克服、轻薄等款式相关因素，更能抓住走在时尚前端的年轻女性消费者的注意力。

## 男性羽绒服热搜词



## 男性羽绒服热搜词



## 女性羽绒服热搜词

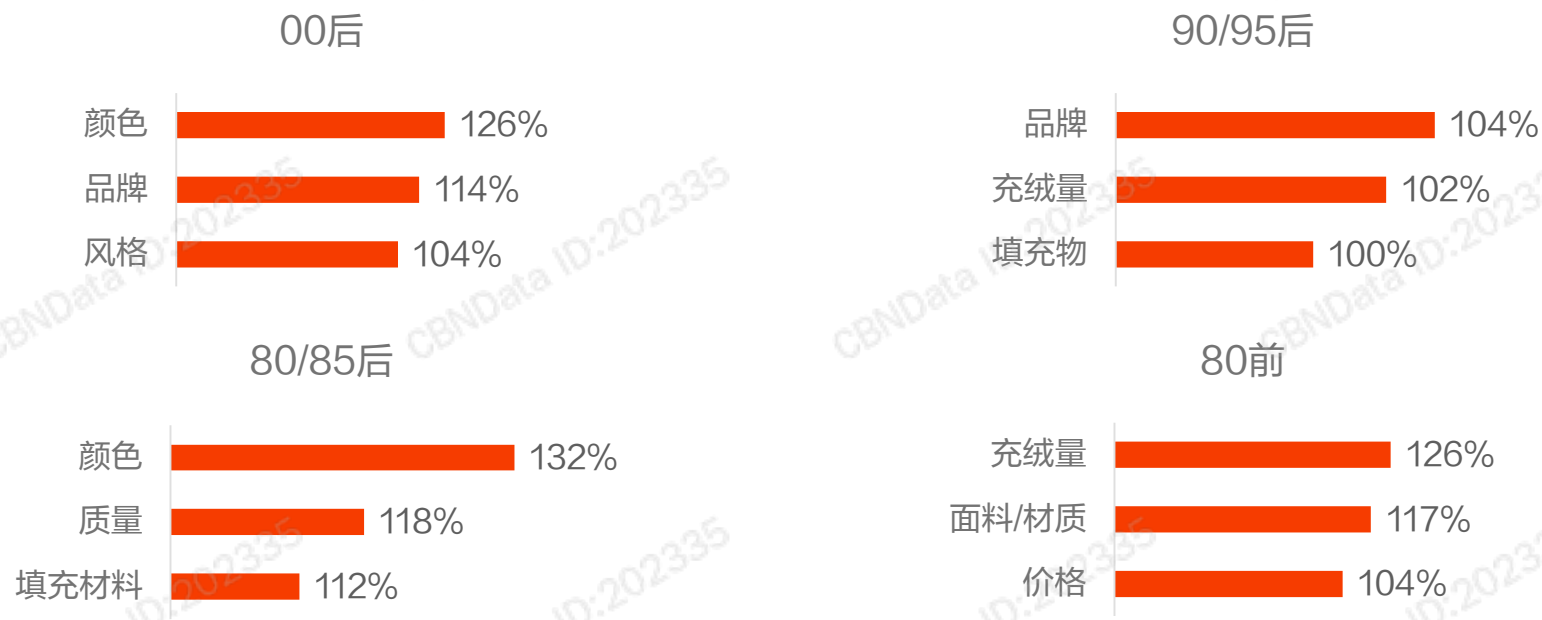


数据来源: CBNData消费大数据

## 不同年龄段的人在选购羽绒服时的决策因素差异较大

不同年龄段的人在选购羽绒服时的决策因素差异较大，00后更在意颜色，90/95更注重品牌，而80前则看重充绒量等保暖性能。

2019 不同年龄段消费者选购羽绒服更偏好的因素



数据来源：2019年12月CBNDATA调研数据

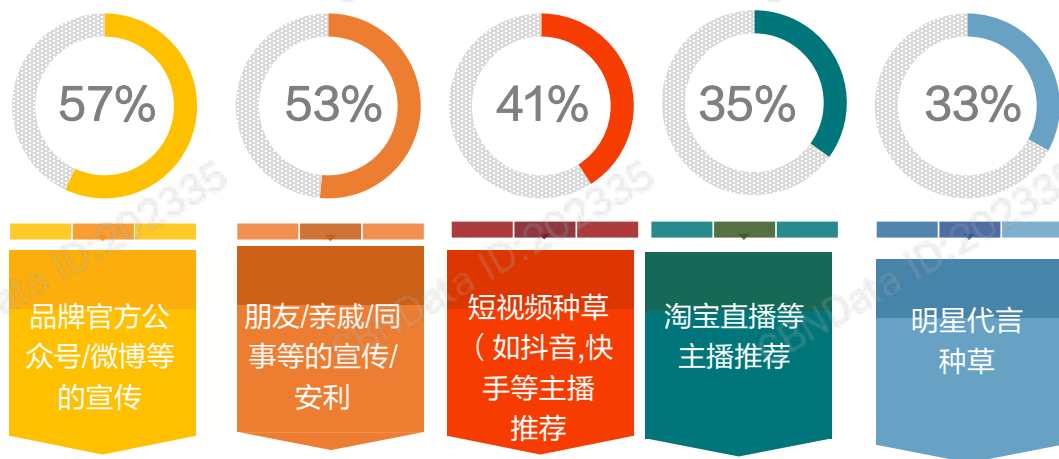
数据说明：偏好因素根据偏好度计算，偏好度=某年龄段不同因素的人数占比/整体人群不同因素的人数占比  
大数据·全洞察



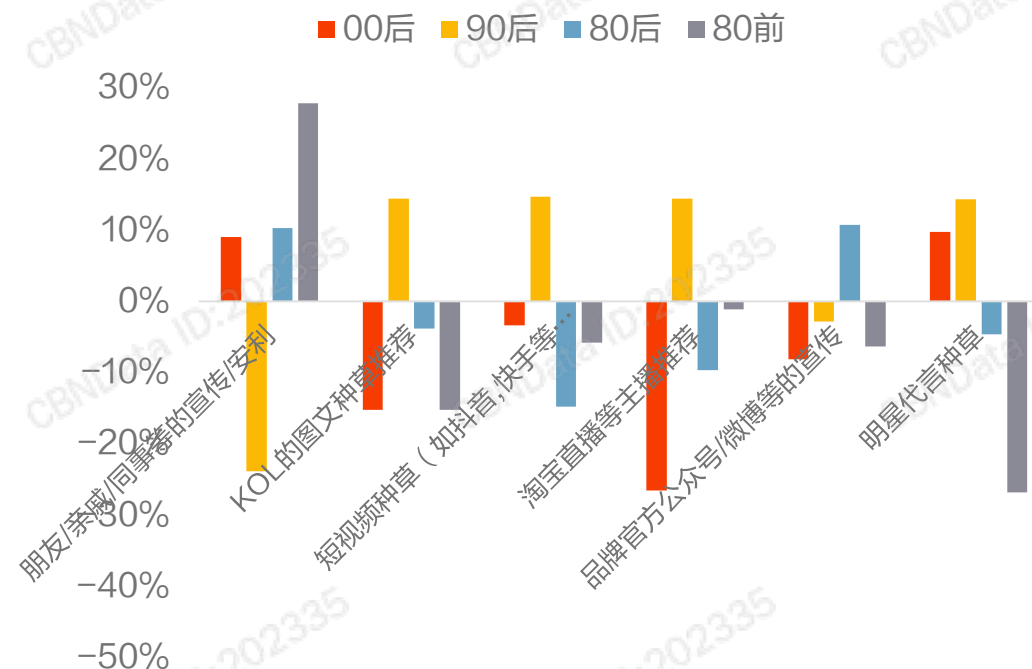
## 品牌官宣及口碑是羽绒服购买的重要外因，代际之间偏好的信息渠道差异大

品牌宣传及好友推荐成为购买羽绒服时的重要外因，但代际之间对于信息渠道的偏好差异较大。最年轻的00后容易被明星代言种草，90后喜欢短视频渠道，80后更信赖官方渠道的信息，80前则容易“吃”亲朋好友的“安利”。

2019 羽绒服消费者购买时会受到影响的主要宣传因素



2019 不同年龄段消费者对宣传渠道的偏好



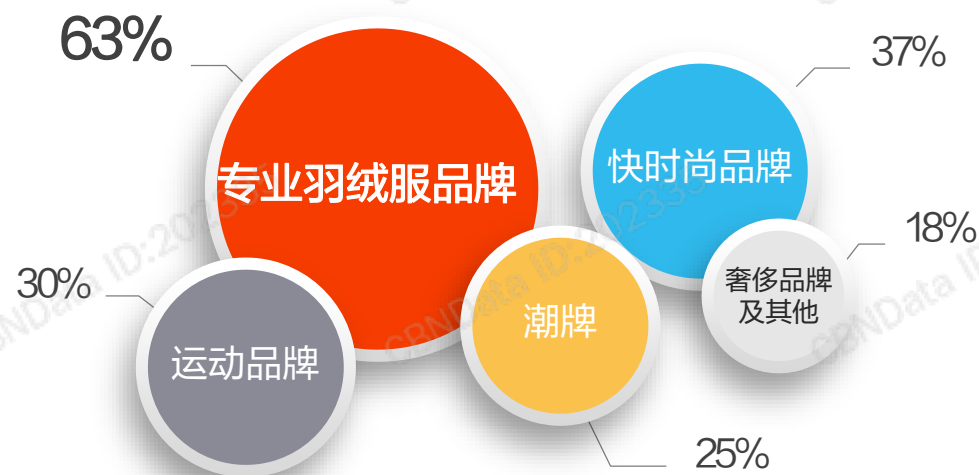
数据来源：2019年12月CBNDData调研数据

数据说明：您在选择购买羽绒服时，会受到哪些宣传因素的影响？N=500；偏好度=某年龄段不同渠道的人数占比/整体人群不同渠道的人数占比-1，大于0为偏好，小于0为不偏好

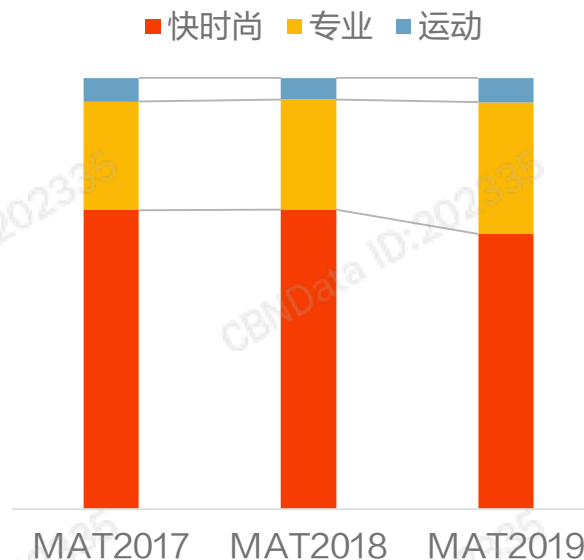
## 专业的羽绒服品牌备受青睐，产品质量和设计最被看重

专业羽绒服品牌是大众首选。更专业更畅销，线上专业羽绒服品牌消费占比近三年迅速提升，其中产品的质量好坏、设计感强弱是消费者最为看重的购买因素。

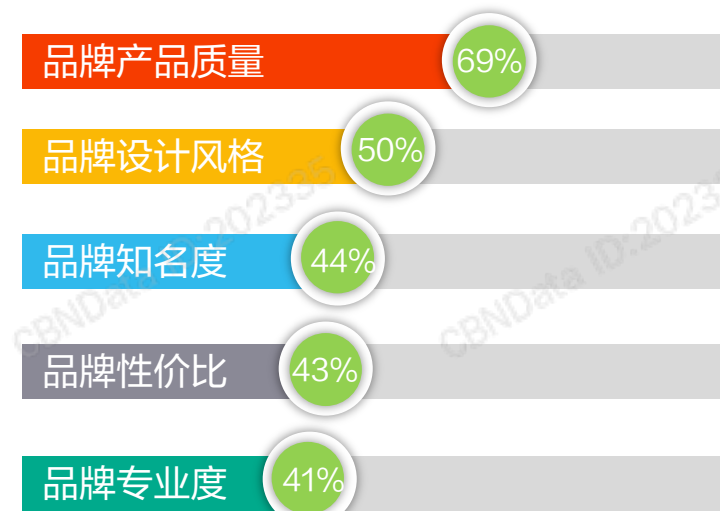
2019 羽绒服消费者偏好的品牌类型



MAT2017-2019线上主要不同类型品牌羽绒服消费占比



2019 消费者购买羽绒服时对品牌的TOP5考虑因素



数据来源：2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：您在购买羽绒服时,偏好什么类型品牌? N=500

数据来源：CBNData消费大数据，数据仅限天猫平台

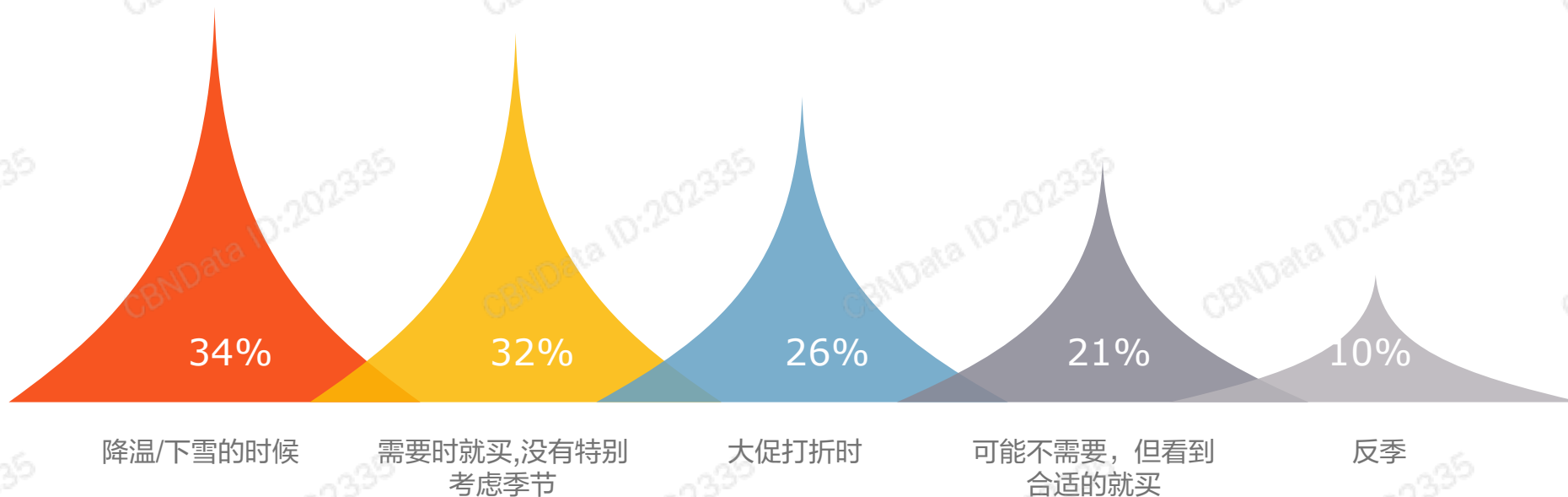
数据来源：2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：您在购买羽绒服时，对品牌的考虑因素有哪些? N=500



## 购买时间：下单时间不设限，购买更随性

在降温下雪等刚性需求时间是羽绒服购买的高峰；除此之外，多数消费者的购买行为更随心所欲，他们在下单时并不考虑季节性，看到合适的就会出手；甚至还会选择在反季消费，体现出“精打细算”的生活智慧。

2019 羽绒服消费者购买羽绒服时考虑的季节因素



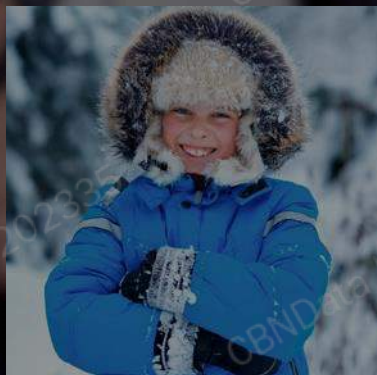
数据来源：2019年12月CBNDATA调研数据  
数据说明：您一般在什么时候购买羽绒服？ N=500



# CHAPTER THREE

## 冬季保暖新风潮： 线上羽绒服四大升级趋势





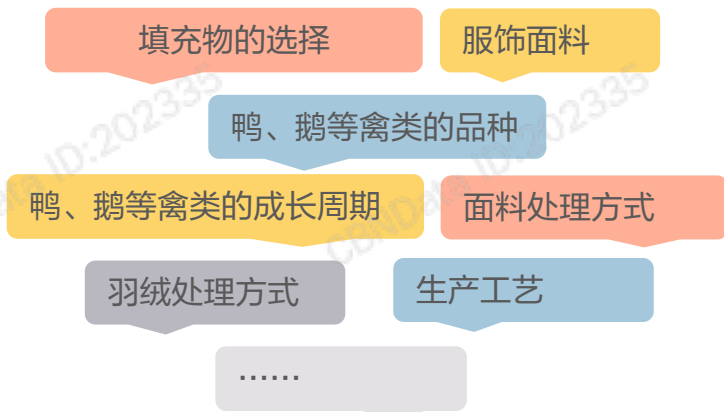
## CHAPTER THREE

# 3.1 兼具保暖和轻盈 技术创新，材质升级

## 羽绒服填充物不断进阶，鹅绒受到青睐

近年来羽绒服的工艺不断发展，面料和填充物都有很大的革新和升级。优质的填充物是提升产品保暖度的重要因素之一。近半成的消费者认同填充物的重要性。鸭绒、鹅绒等水禽类动物的羽毛是羽绒服最主要的内里填充。虽然鸭绒仍然是线上羽绒服主要填充物，但价格更贵、保暖性能更好的鹅绒增长幅度更惊人，最近一年鹅绒羽绒服的消费增速达到鸭绒的9倍。

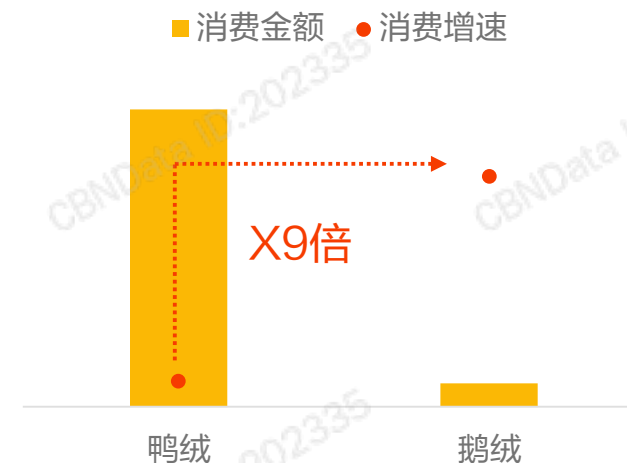
羽绒服工艺精进方向



数据来源：2019年12月CBNDATA调研数据  
数据说明：您在选购羽绒服的时候主要考虑的要素有哪些？  
N=500

大数据 · 全洞察

MAT2018-2019线上不同填充物羽绒服的消费金额和增速

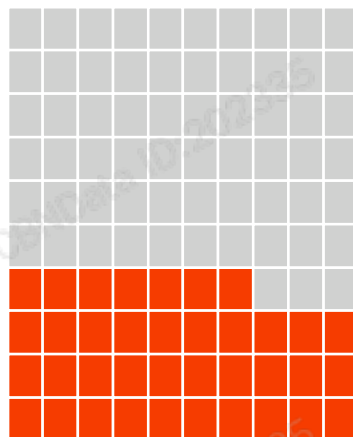


数据来源：CBNDATA消费大数据，数据仅限在天猫平台

## 大众对保暖的诉求持续，高含绒量羽绒服热度不减

含绒量是衡量羽绒服保暖度的重要指标。在同等条件下，含绒量越高的羽绒服保暖性能越好。近四成的消费者在购买时会关注衣服的含绒量，线上数据显示大众对含绒量90%及以上的羽绒服青睐有加，消费金额和增速都显著高于中、低含绒量的产品。

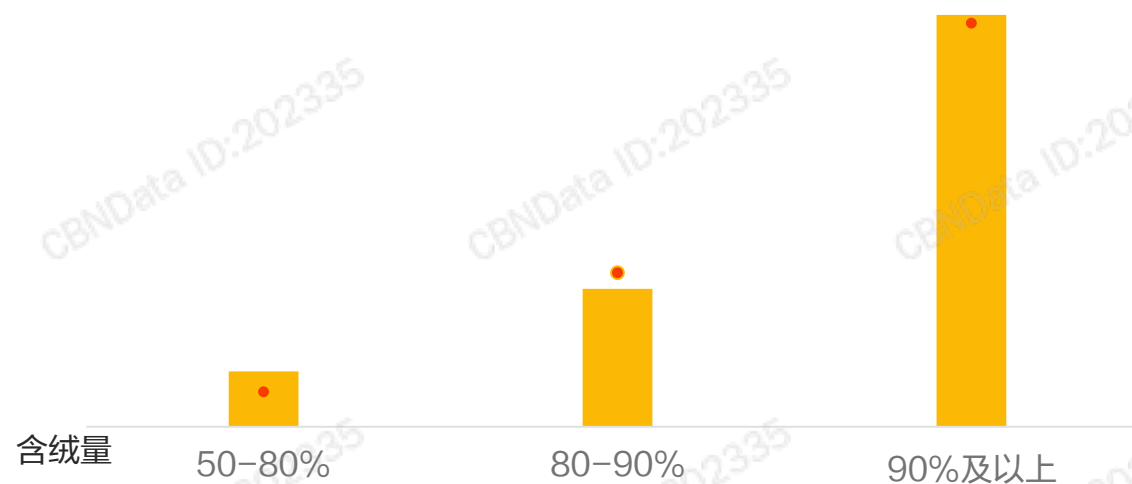
**37%**的消费者  
在选购羽绒服时会考虑含绒量



数据来源：2019年12月CBNDATA调研数据  
数据说明：您在选购羽绒服的时候主要考虑的要素有哪些？N=500

MAT2018-2019线上不同含绒量羽绒服的消费趋势

■ 消费规模 ● 消费增速



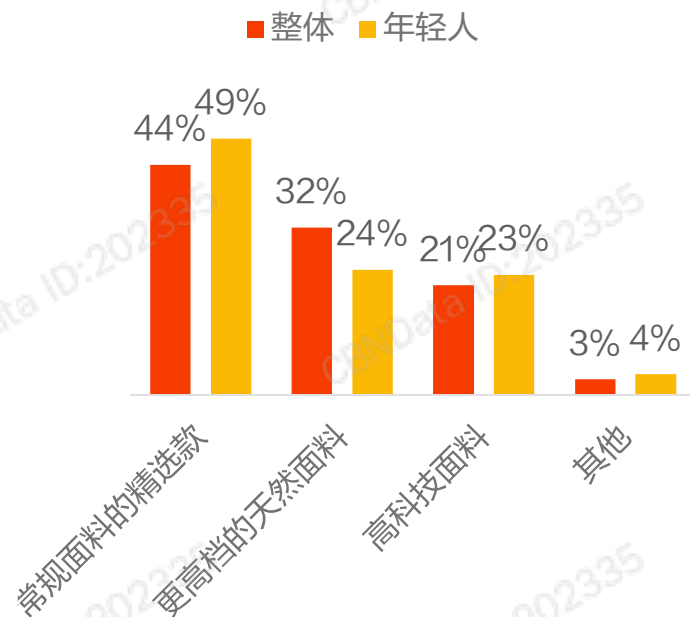
数据来源：CBNDATA消费大数据  
数据说明：含绒量分类为左闭右开



## 打破“臃肿笨重”刻板印象，新科技令保暖轻盈无负担

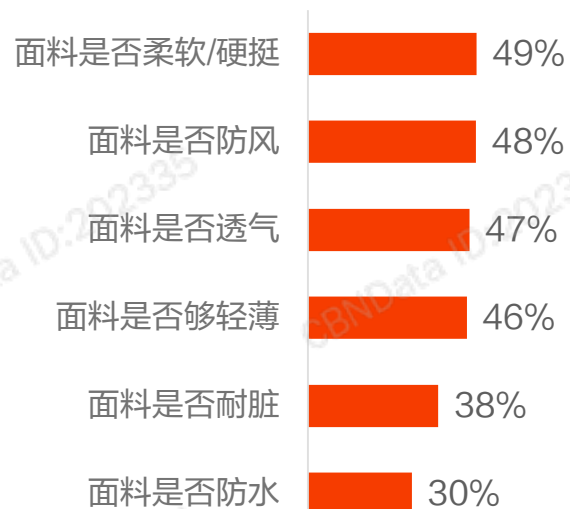
在传统印象中，防寒羽绒服总是给人“沉甸甸”的臃肿之感，如今年轻人对衣服面料提出更高要求。现代羽绒面料科技不断精进，实现了其兼顾保暖和轻薄的可能性：“轻量级”羽绒服逐渐受到大众的喜爱，近三年的线上消费渗透率有所提升。

年轻人对不同面料的重视程度



数据来源：CBNDATA《2019女装行业趋势报告》

2019 羽绒服消费者偏好的面料特征

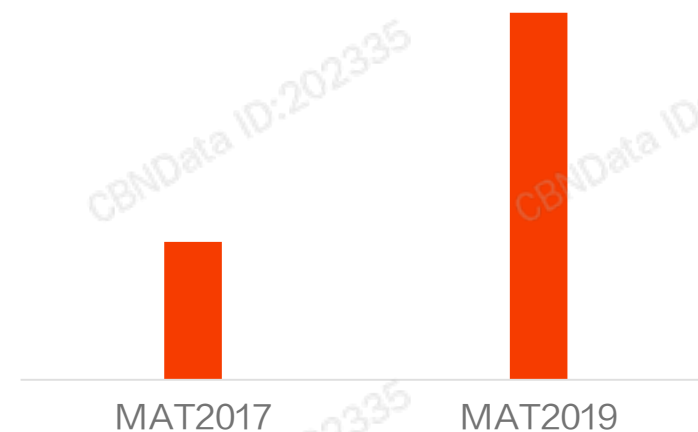


数据来源：2019年12月CBNDATA调研数据  
数据说明：您在选择羽绒服时,对面料有怎样的偏好?

N=500

大数据·全洞察

MAT2017-MAT2019 线上轻型羽绒服的消费渗透率

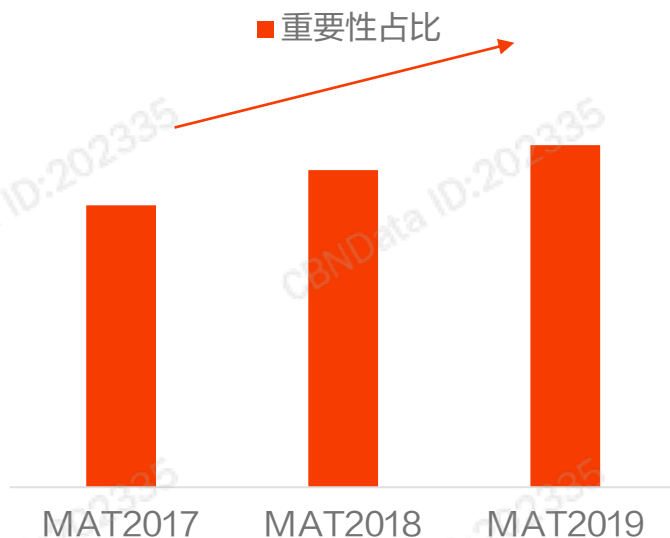


数据来源：CBNDATA消费大数据，数据仅限在天猫平台

## 户外多场景覆盖，面料“革命”来袭，黑科技面料跨界为保暖“代言”

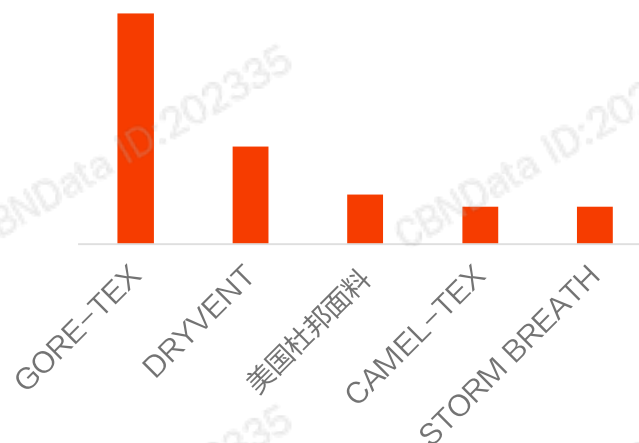
面料革命来袭，黑科技面料受到追捧，原本应用于宇航、军事及医疗等方面的新型材料Gore-Tex在冲锋衣等服饰品类上首先得到采用。该材料因具备持久防水、防风且高度透气特性，近年来开始与羽绒服完美跨界结合，在登山等户外场景中，成为专业保暖、无惧严寒的“代言人”。

MAT2017-2019户外运动羽绒服消费占比



数据来源：CBNDATA消费大数据，数据仅限在天猫平台  
数据说明：户外场景羽绒服消费金额占总羽绒服消费金额比例

2018年线上户外冲锋衣不同类型科技面料消费占比TOP5



数据来源：CBNDATA《2019户外运动消费趋势洞察》

黑科技面料羽绒服产品列举

### 波司登登峰系列羽绒服

防水  
防雨雪

GORE-TEX薄膜微孔  
比水滴小2万倍  
轻易阻断雨雪

高度透气

GORE-TEX薄膜微孔  
比水蒸气大700倍  
有效排汗



资料来源：波司登官网



## CHAPTER THREE

# 3.2 温暖全面覆盖 消费人群泛化

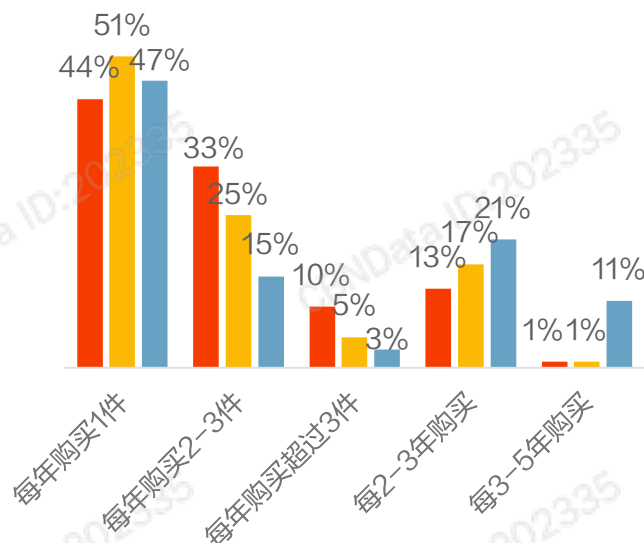


## 要风度也要温度，95后成为线上羽绒服市场消费新力量

随着羽绒服的适用场景不断扩大以及单品时尚度的提升，羽绒服不再是老年人的保暖“专利”。年轻群体对羽绒服的接受度不断增强。从年龄段看，80后、85后是线上羽绒服的主要消费人群，而95后消费增速远高于其他代际群体。

### 2019 羽绒服消费者购买频率

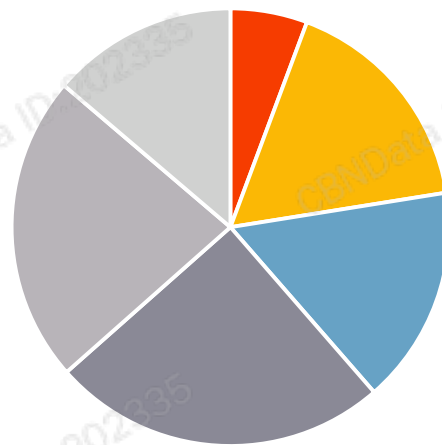
90后 80后 80前



数据来源：2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：您购买羽绒服的频率？N=500

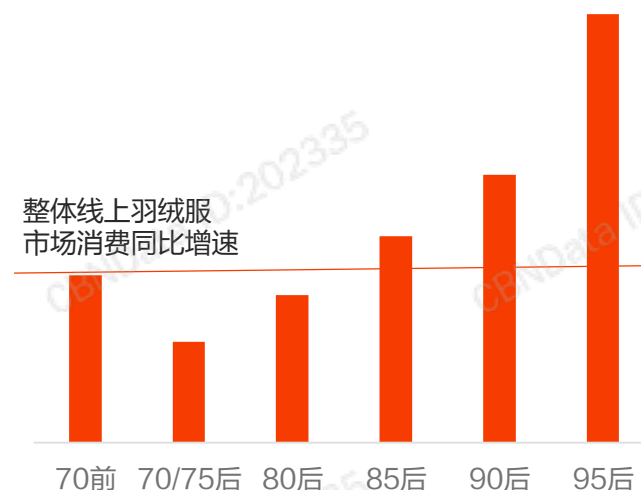
### MAT2019 线上羽绒服不同代际消费人数占比

70前 70/75后 80后 85后 90后 95后



数据来源：CBNData消费大数据，数据仅限在天猫平台

### MAT2018-2019线上不同代际消费者羽绒服消费增速



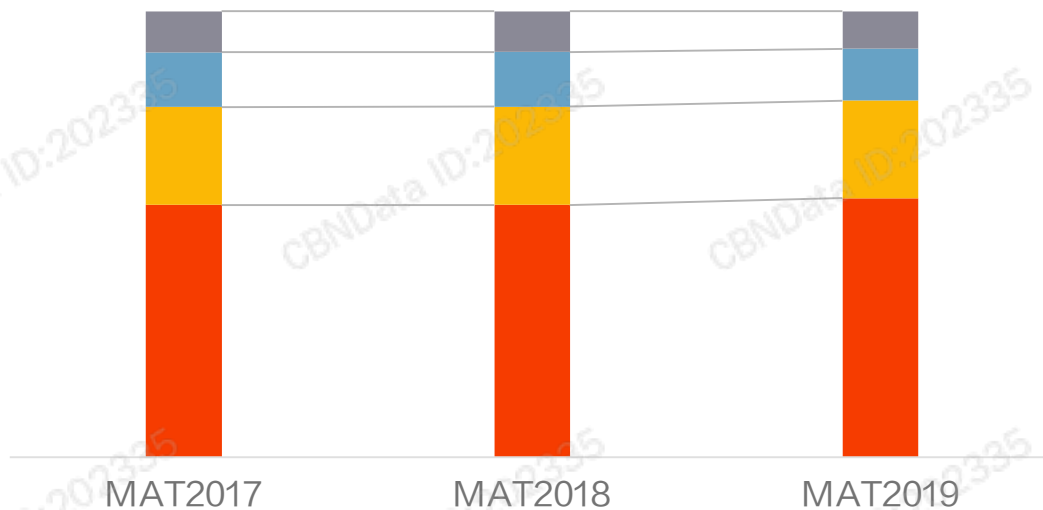
数据来源：CBNData消费大数据，数据仅限在天猫平台

## 羽绒服市场覆盖人群更为泛化，童装羽绒服市场潜力亮眼

除了成年人的保暖工作要到位外，线上童装羽绒服市场发展迅速。线上羽绒服消费者中，已婚已育的消费者更多，他们不仅考虑成年人的保暖需求，更照顾孩子们，愿意为孩子添置羽绒服。线上童装羽绒服近一年消费增速明显高于普通成人羽绒服。

MAT2017-2019线上不同人生阶段消费者  
羽绒服消费占比

■ 已婚已育 ■ 已婚未育 ■ 恋爱中 ■ 单身



数据来源：CBNData消费大数据，数据仅限在天猫平台

MAT2018-2019线上不同类型羽绒服  
消费增速

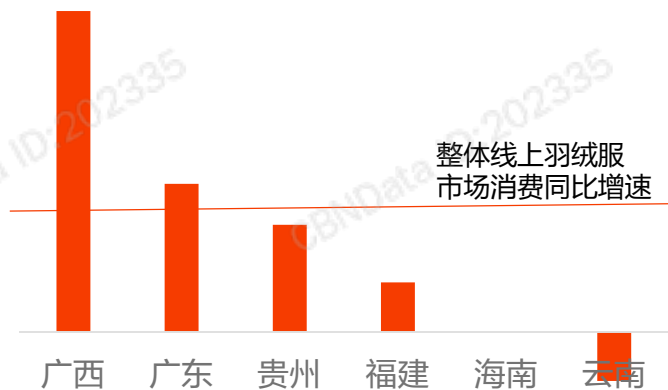


数据来源：CBNData消费大数据，数据仅限在天猫平台

## 不再是北方专属，羽绒服也成为华南地区保暖兼时尚的超级单品

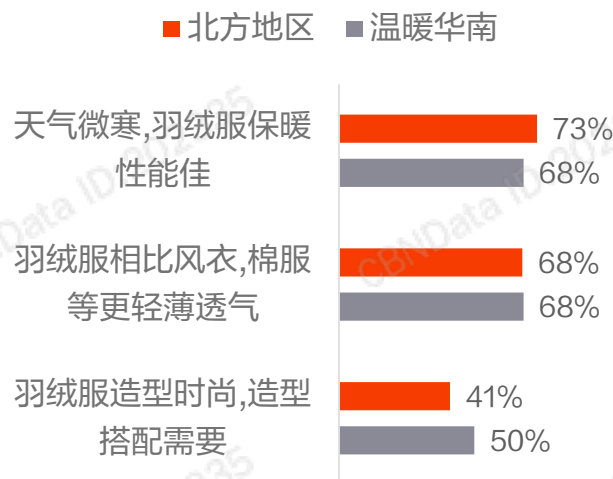
羽绒服不再只是北方冬日御寒“专用”，近年来这股“保暖潮流”不断向南方风靡，华南多个城市线上羽绒服消费逐步上涨，羽绒服能兼顾保暖、透气和时尚造型。“羽绒服+短裤+凉拖”的搭配成为两广一带独特风景。

MAT2019 天猫羽绒服华南地区  
不同省份的消费增速



数据来源：CBNData消费大数据，数据仅限在天猫平台

2019 不同地区消费者在春秋  
穿羽绒服的原因



数据来源：2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：您在春秋选择穿羽绒服的原因是（最多2项）？北方地区人群N=186，温暖华南人群N=75

大数据·全洞察

**是小福鸭\_**

感觉全国都在下雪，除了广东。  
广东只是单纯的冷冷冷冷冷冷冷...  
下楼看到一女生从外面哆哆嗦嗦地回来，  
上身穿着羽绒服外套，  
脚下穿着夏天的凉拖。  
嗯！广东人最后的倔强！

**吟啸\_徐行**

很惊异广东人的穿着，上穿运动衫或薄羽绒服，下面光脚穿凉拖

图片来源于网络





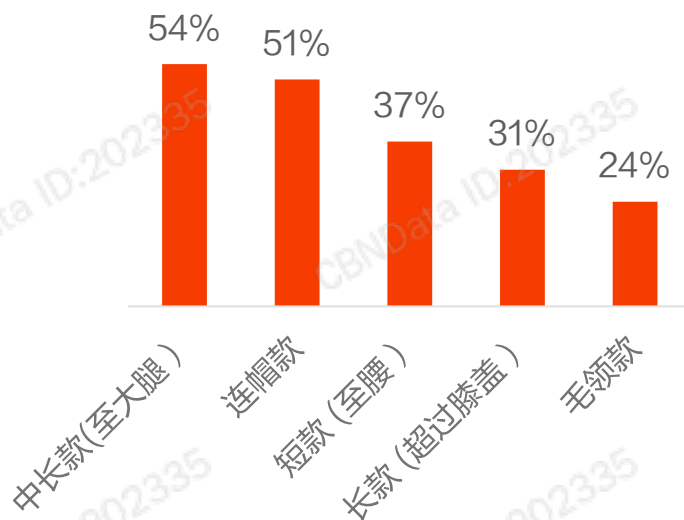
## CHAPTER THREE

# 3.3 时尚风向标 保暖要吸睛

## 基础款之外的心机绽放：00后爱Oversize，80后爱修身款

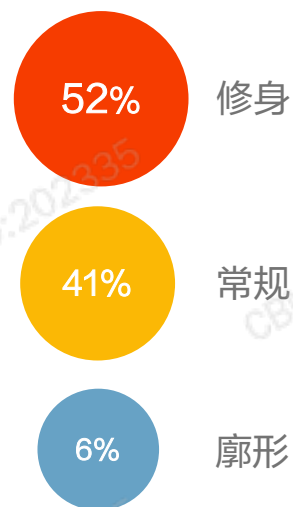
新兴设计巧思不断为羽绒服加持。除了基础常规款外，超长过膝、面包服、连帽款、派克服等款式近几年全面上新。从版型来看，修身、廓型、茧型等裁剪样式层出不穷，羽绒服不再只有常规和基础款式，冬日寒冷出街也能有吸睛利器。不同年龄段的人对款式偏好有较大的差异，00后和90后喜好廓形款，80后爱修身款，80前偏好常规安全牌。

2019 羽绒服消费者偏好的款式  
类型TOP5



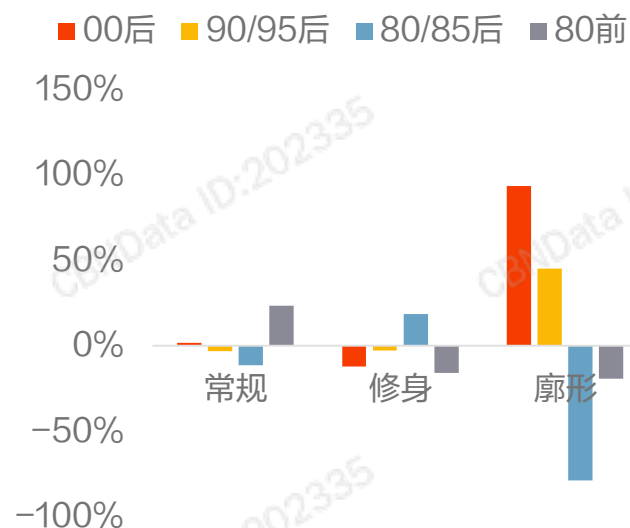
数据来源：2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：您在购买羽绒服时,偏好什么样的款式?  
N=500

2019 羽绒服消费者偏好的版型



数据来源：2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：您在购买羽绒服时,偏好什么样的版型?  
N=500  
大数据·全洞察

2019 不同年龄段羽绒服消费者  
偏好的版型

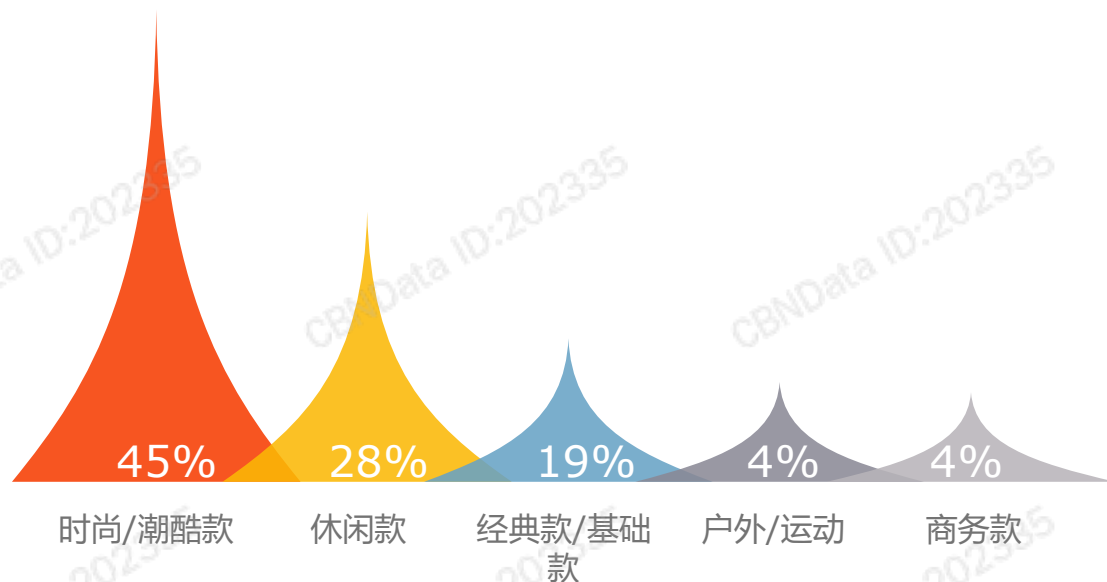


数据来源：2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：偏好版型通过TGI计算，TGI=某年龄段不同版型的人数占比/整体人群不同版型的人数占比-1；  
大于0代表偏好，小于0代表不偏好

## 冬日里的潮流风度，时尚新元素加入不重样

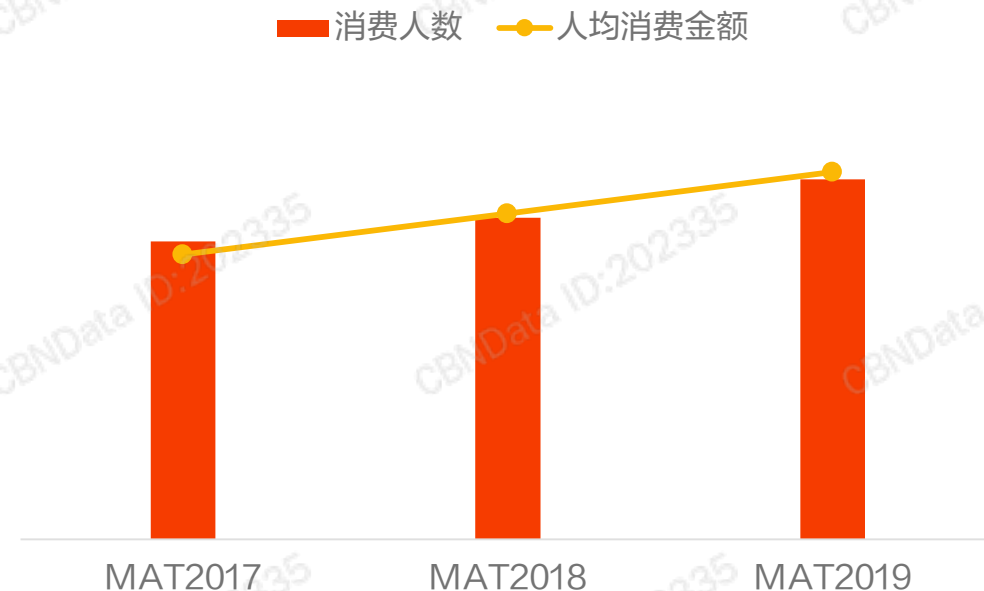
随着年轻人成为大众娱乐和消费的中坚力量，潮流文化逐渐受到广泛的关注。与知名IP跨界联名、彰显国潮风格等多样玩法风行羽绒服界，多元时尚元素的加入使羽绒服变得新潮又洋气。时尚/潮酷已经成为消费者最青睐的风格，IP联名类羽绒服消费的热度不断攀升。

2019 消费者最经常穿的羽绒服风格类型



数据来源：2019年12月CBNData调研数据  
数据说明：请问您常穿什么风格的羽绒服？N=500

MAT2017-2019 线上IP联名羽绒服消费趋势



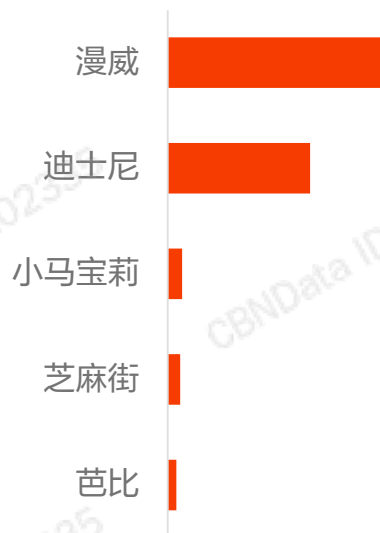
数据来源：CBNData消费大数据，数据仅限在天猫平台



## 借势IP，尽显消费者个性主张

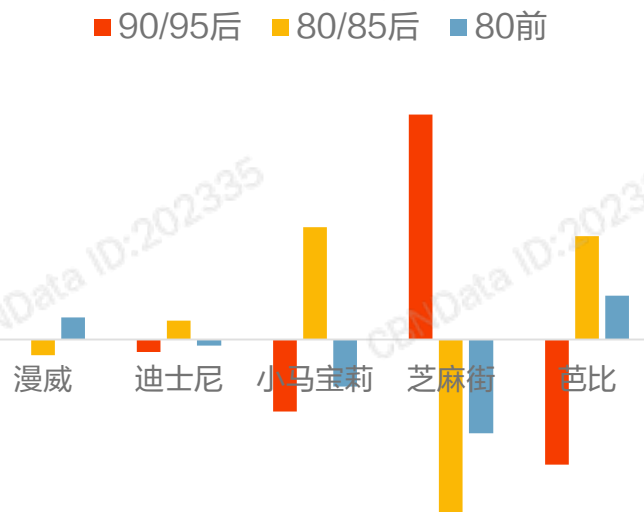
漫威和迪士尼是大众最喜爱的羽绒服联名IP，消费金额占据整体联名羽绒服近九成。分年龄段来看，90后较为偏爱芝麻街；80后则更倾向小马宝莉和芭比，更贴近自家宝宝的喜好。

MAT2019 IP联名羽绒服消费  
规模Top 5的IP品牌



数据来源：CBNData消费大数据，数据仅限在天猫平台

MAT2019 不同年龄段消费者  
在IP联名羽绒服上对IP的偏好



数据来源：CBNData消费大数据  
数据说明：偏好IP通过TGI计算， $TGI = \frac{\text{某年龄段不同IP的消费占比}}{\text{整体人群不同IP的消费占比}} - 1$ ；大于0代表偏好，小于0代表不偏好

大数据 · 全洞察

羽绒服IP联名畅销产品列举

### 波司登联名漫威/米奇系列羽绒服



资料来源：波司登官方旗舰店

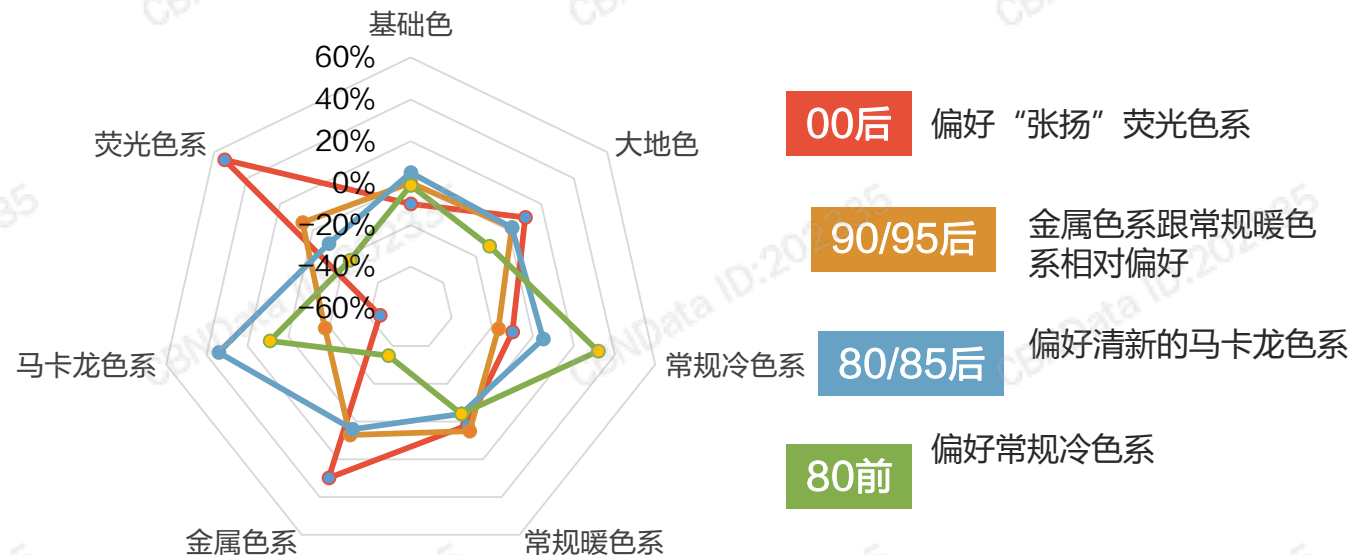
## 羽绒服吸睛有道：黑白灰之外，各类闪耀金属色羽绒服受到年轻消费者欢迎

暂别黑白灰，羽绒服在颜色设计上不断跳脱传统。从大地色到荧光色，多样颜色的流行迎合了不同代际的多元个性。绚丽多彩的羽绒服成为黯淡沉闷冬日的靓丽风景。00后、90/95后偏爱金属色、荧光类等潮酷色彩，80/85后对少女心的马卡龙偏爱有加，80前则中意常规冷色。

2019 羽绒服消费者偏好购买的颜色



2019 不同年龄段消费者不同羽绒服颜色偏好度



数据来源：2019年12月CBNDATA调研数据 数据说明：您在购买羽绒服时,偏好什么颜色? N=500  
数据说明：偏好根据TGI计算， $TGI = \frac{\text{某年龄段选择该颜色的人数占比}}{\text{整体人群选择该颜色的人数占比}}$



## CHAPTER THREE

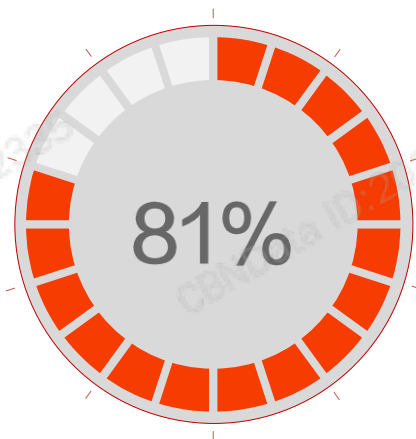
# 3.4 “格调”符号主义 羽绒服出街更高奢



## “中国风”引领全球时尚潮，东方元素在时装周大放异彩

从T台到秀场，中国元素成为炙手可热的时尚素材，中国品牌知名度不断提升。随着2018年运动品牌李宁在纽约时装周实现首秀后，本土品牌开始走向全球，在国际各大时装周“秀出身段”。优质国内品牌服装的格调不断获得国际时尚界认可。

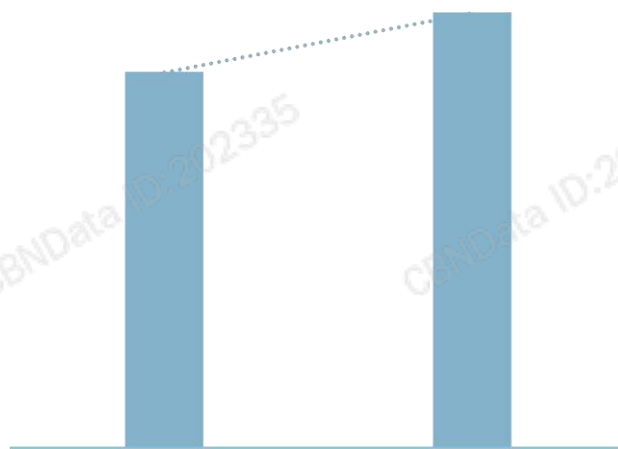
中国品牌的知名度在全球市场不断递增，2019年高达81%



数据来源：Facebook&KPMG

《2019年中国出海品牌50强白皮书》

2019年纽约时装周  
中国/华人品牌个数走势



2019春夏纽约时装周 2019秋冬纽约时装周

资料来源：CBNData《中国潮流消费发展白皮书》

中国风席卷世界



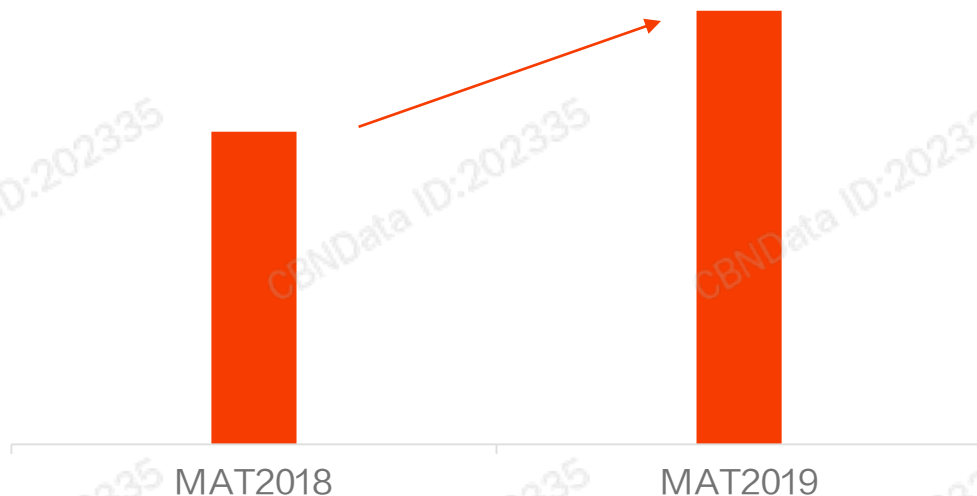
资料来源：网络公开信息

## 秀场服饰热度提高，羽绒服变身彰显格调的新“符号”

不只是传统快时尚品牌登上时装周，专业羽绒服品牌波司登将中华美学与时尚潮流相结合，使原本低调、实用的羽绒服，变身最in的时尚单品，成功走向国际舞台。如“星空”、“极寒”、“地袤”系列羽绒服设计，将中国文化符号融入国际的时尚表达场，在各大时装周大放异彩。秀场同款服饰一直是消费者青睐的时尚单品，近两年消费热度迅猛提升。

MAT2018-2019 线上时装周同款服饰消费趋势

■ 消费人数



资料来源：CBNData消费大数据，数据仅限天猫

波司登在国际时装周大放异彩

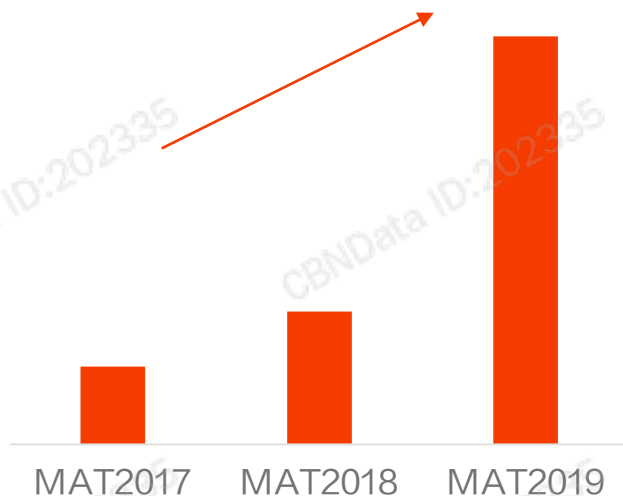


资料来源：网络公开信息

## 联手设计师，羽绒服诠释别样时尚态度

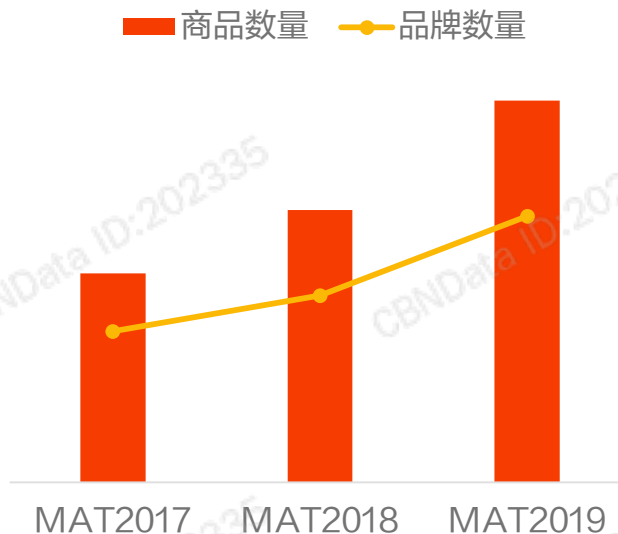
当羽绒服摇身一变成时尚icon，品牌与设计师联名的创新玩法成为羽绒服界新热潮。设计师品牌和商品的数量呈现加速上升的态势。设计师的原创设计为衣服增添了更多个性魅力，颇受消费者认可。

MAT2017-2019 线上设计师款羽绒服消费人数



数据来源：CBNData消费大数据，数据仅限在天猫平台

MAT2017-2019 天猫设计师款羽绒服商品数量和品牌数量



数据来源：CBNData消费大数据，数据仅限天猫平台

设计师羽绒服线上消费评论

“衣服收到了，很大气！这个风格很喜欢，关键是卖家是原创设计，出去也不用怕撞衫了！”

“很有设计感，做工质量很好，穿上不臃肿，很暖和！”

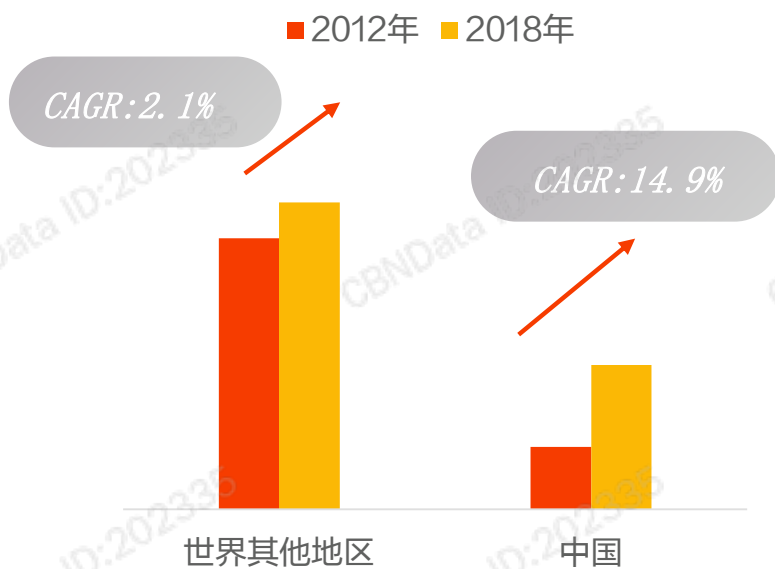
资料来源：天猫设计师羽绒服的商品评论



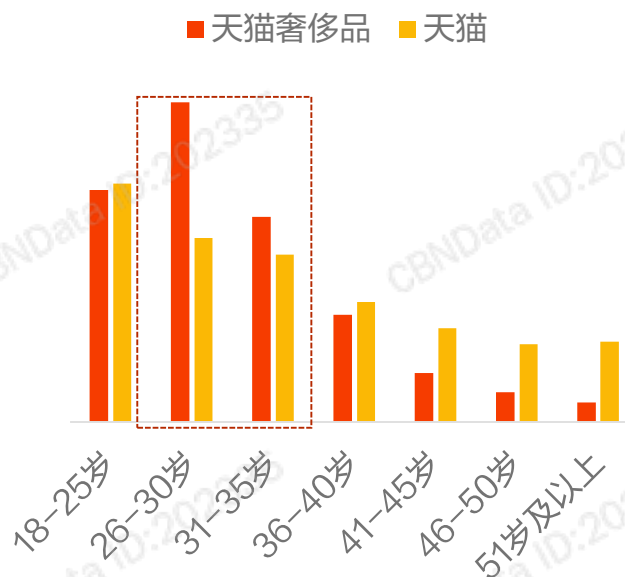
## “格调”符号主义：当专业联手“高定”，羽绒服向高奢化进军

放观全球市场，中国奢侈品消费增速高于世界其他地区，年轻消费者也成为如今奢侈品的消费主力。羽绒服逐渐被植入高奢因子，成为品质、保暖与格调并存的时尚符号。作为国内羽绒服行业领军品牌，波司登与前爱马仕艺术总监让·保罗·高缇耶深度合作，推出高端系列产品，兼具高定的水准和专业的工艺，备受行业瞩目。

2012-2018年不同地区个人奢侈品  
消费市场规模



MAT2019天猫奢侈品VS天猫  
各年龄段消费人数占比



“鬼才”设计师  
Jean-Paul Gaultier



法国殿堂级设计大师  
时尚“顽童”  
奥斯卡金像奖最佳礼服造型设计奖  
曾任爱马仕品牌艺术总监

波司登联名  
Jean-Paul Gaultier系列



数据来源：CBNDATA《2019年天猫奢侈品消费行业白皮书》

资料来源：网络公开信息

## 明星同款上身，羽绒服出街有品

颜值经济盛行的如今，明星和达人的时尚穿搭备受大众关注。他们的时尚穿搭理念通过硬照、街拍、生图、代言等方式得到有效传递，他们的同款单品一经曝光便被热烈追捧和模仿，带货力惊人。CBNData“星数”显示，杨幂是女装品类带货榜单的第一人。“杨幂同款波司登羽绒服”一经出街就广受热议，消费热度不断提升。

2019Q3 星数明星消费影响力女装榜

| 排名 | 明星   | 综合指数  |
|----|------|-------|
| 01 | 杨幂   | 87.64 |
| 02 | 古力娜扎 | 80.50 |
| 03 | 杨紫   | 79.16 |

数据来源：CBNData星数

“带货女王”杨幂身着波司登



资料来源：网络公开信息



# CHAPTER FOUR

## 趣味数据



# 保暖更“壕”气，羽绒服消费之“最”

MAT2019女装羽绒服人均年消费金额Top 10城市

| 排名 | 城市   | 排名 | 城市  |
|----|------|----|-----|
| 1  | 北京市  | 6  | 杭州市 |
| 2  | 盐城市  | 7  | 荆州市 |
| 3  | 泰州市  | 8  | 宜昌市 |
| 4  | 扬州市  | 9  | 金华市 |
| 5  | 连云港市 | 10 | 淮安市 |

MAT2019男装羽绒服消费规模Top 10城市

| 排名 | 城市  | 排名 | 城市  |
|----|-----|----|-----|
| 1  | 上海市 | 6  | 重庆市 |
| 2  | 北京市 | 7  | 苏州市 |
| 3  | 杭州市 | 8  | 深圳市 |
| 4  | 成都市 | 9  | 广州市 |
| 5  | 武汉市 | 10 | 南京市 |

数据来源：CBNDATA消费大数据，数据仅限天猫

## 华南地区的羽绒服自由：哪座城市的男生最怕冷？

MAT2019 华南地区男装羽绒服年消费人数Top 10城市



数据来源：CBNDATA消费大数据，数据仅限在天猫平台

## 哪个星座“剁手不停”：不同星座羽绒服年人均消费量排名



数据来源：CBNDData消费大数据，数据仅限天猫



# DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据，CBNdata调研数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

CBNdata消费大数据 滚动三年（MAT2017-2019）

数据时间段：2016.10.1-2019.9.30

MAT2017: 2017.10.01-2017.09.30

MAT2018: 2017.10.01-2018.09.30

MAT2019: 2018.10.01-2019.09.30

CBNdata调研数据，调研有效样本数量N=500，  
问卷投放区域限定在一线及新一线城市。

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

# COPYRIGHT DECLARATION 版权声明



本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，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。



# ABOUT US 关于我们

视觉设计：庄聪婷

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com

## ■ 第一财经商业数据中心介绍：

关于**第一财经商业数据中心（CBNData）**是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。



FOLLOW  
US  
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

The background image shows three individuals on a boat in a cold, icy environment. On the left, a woman in a white parka with a fur-lined hood and black gloves leans on the boat's railing. In the center, another woman in a red parka with a fur collar stands looking forward. On the right, a man in a red and black jacket is partially visible. The background features jagged ice formations and a dark, overcast sky. The entire image is overlaid with a dark grey semi-transparent layer containing the text and a repeating watermark.

**CBNDATA**

第一财经商业数据中心

**大数据 · 全洞察**