近日，“北方人已经搬出了羽绒服”、“广东将加入降温群聊”、“北京错失秋天一秒入冬”等话题接连登上热搜。进入十月，冷空气席卷内蒙、河南、安徽、陕西等多个省份，多地出现“断崖式”降温。除了降温，降雨、大风相继而至，内蒙古、吉林、辽宁的部分地区还下起了雪。北方人率先穿上羽绒服，南方人则开始纷纷添置防寒保暖装备。

第一财经记者日前从一些电商平台和厂商商家处了解到，保暖内衣、羽绒服、大衣、加绒卫衣和加绒打底裤等冬季御寒产品销量不断增加。京东新百货数据显示,10月至今,包括羽绒服、棉服、保暖内衣、加绒裤、冲锋衣、雪地靴、羽绒被等全品类保暖商品均进入热卖期。其中,羽绒服销售增长尤其明显,相较去年同期增长达112%。居家保暖品类中,长绒棉花被、羽绒被分别增长11倍和8倍,成为秋冬最热销品类。

企查查数据显示，我国现存保暖衣物相关企业10.87万家。从区域分布来看，浙江以3.43万家保暖衣物相关企业排名第一。江苏、山东分别有2.12万家、0.74万家，位居前三。从城市分布来看，嘉兴以2.47万家排名第一。其次是苏州、南通等。

苏州人徐江是个正宗的“服二代”，几年前他从父亲这里接过自家的服装厂业务并进行了大刀阔斧改革，彻底从2B市场转向2C市场。2017年，徐江开始做天猫、淘宝店，2020年赶上了直播热潮。过去一年，他手上的几个店铺一年的销售达到1.8亿元，而其中超过60%的转换是直播带来的。

近期多地的降温、寒潮让徐江有些兴奋，他目前运营的“赵小姐原创自制”等四家天猫店铺的销售量在蹭蹭往上涨。徐江的店主要销售双面呢大衣，是现在的应季热销产品。他告诉记者，量是从9月开始起来的，那些原来躺在购物车里的货品都转换成了订单，转换率翻倍增长。徐江为此次的天猫双11备货30万件呢大衣，是去年的1.2倍，“我们预计今年的生意会比去年好。”他给出这样的判断基于的理由是，现在消费者更加理性，而自己的产品定价多在200-500元，属于大众定位。“我们产品力不错，自己又有工厂，可以按照销售情况随时加单生产，优势很明显。”

除了呢大衣，临近冬季羽绒服等保暖用品也是防寒必备，相关的企业销售都不错。记者从一些销售羽绒服的中小淘宝商家处了解到，预计今年会是冷冬，不少商家都在抓紧备货迎接接下来的天猫双11大促。

而一些具有知名度的品牌更是不落人后。据京东新百货数据，羽绒服品类中，波司登成交额同比增长近270%，雪中飞成交额同比增长184%，鸭鸭成交额同比增长120%。除热销的羽绒服品类外，秋衣秋裤、加绒裤、毛线手套、女士雪地靴、耳罩、睡衣家居服、棉服成交额同比增长均超100%。UGG成交额同比增长近2倍，蕉内成交额同比增长超3倍。此外，发热抗菌科技保暖面料、可外穿绒类家居服成为今年受欢迎的保暖服饰新趋势。

除了本土大众品牌，国际大牌也要“蹭”热度。赶在今年天猫双11前，意大利奢侈羽绒服品牌Moncler在天猫奢品开设了其在国内电商的首家旗舰店。相关负责人透露，在天猫奢品，不仅专业羽绒服品牌纷纷入驻上新，传统奢侈品牌新开拓的羽绒系列、跨界联名款也非常受欢迎。比如加拿大鹅的Simcoe系列羊羔绒连帽衫已持续热销一个月。随着寒潮来袭，不少羽绒服，羊毛羊绒类品牌也在天猫双11前上新秋冬新品、迎来销售高峰。