

A full-page background image showing a vast mountain range with prominent snow-covered peaks under a cloudy sky. In the foreground, two hikers are walking on a rocky, sparsely vegetated trail. The hiker on the left is wearing a white jacket and a tan hat, while the hiker on the right is wearing an orange jacket and a white beanie. Both are using trekking poles. The middle ground consists of rolling hills with patches of green grass and small evergreen trees.

中国运动户外冲锋衣 消费白皮书 2025

京东 中国纺织品商业协会

并购家 免费行业报告网

IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

序言



近年来，体育运动与户外生活方式正经历深刻变革。在全民健身意识提升与健康生活理念普及的推动下，户外运动逐渐成为人们突破自我、亲近自然的重要方式。

随着季节更替，多变的气候与复杂的地形环境为户外爱好者带来考验，冲锋衣以其出色的防风、防水与透气性能，成为应对户外挑战的必备装备。

如今，冲锋衣已从单一功能服饰发展为兼具科技与美感的时尚单品。从剪裁设计到色彩搭配，从面料工艺到细节处理，无不体现个性与功能性的融合。消费者对冲锋衣的需求，也从基础的防护性能转向对“品质体验”的追求，更加注重在不同户外场景下的功能表现与穿着感受。

在这一趋势下，京东推出**安心品质**”选购指南，助力消费者精准选择高品质冲锋衣，推动品类标准化与透明化。未来，京东还计划参与制定如软壳冲锋衣等细分品类的行业标准，持续为行业规范与升级贡献力量。

如何在快速变化的市场中精准捕捉需求，实现科技、功能与时尚的深度融合，打造既满足用户期待又定义行业标杆的冲锋衣产品，已成为各大品牌必须面对的重要课题。

本白皮书希望通过对冲锋衣市场现状、消费趋势与未来机遇的系统分析，为从业机构到终端消费者提供有价值的参考，共同促进运动户外服装行业的健康与可持续发展。

执行摘要



2025 年，中国冲锋衣市场规模达 287 亿元，年均增长 18.5%，市场正从高速增长迈向高质量发展。消费呈现明显圈层化，涵盖硬核户外、都市通勤、Z 世代等多元群体，需求也从基础功能转向轻量、智能、时尚与环保并重。

国产科技实现重大突破，安踏、伯希和、思凯乐等品牌自主研发的高性能面料，打破国际技术垄断，推动国产品牌在中高端市场占有率大幅提升至 58%。

未来三大趋势包括：科技常态化、时尚日常化与绿色全球化。建议品牌加强研发与品牌建设，消费者按需理性选择。中国冲锋衣产业有望通过科技、设计与可持续三轮驱动，引领全球户外市场新格局。

CONTENTS

目录



一、宏观行业：中国冲锋衣市场发展全景洞察

- 1 -

二、电商平台：京东冲锋衣市场数据洞察

- 5 -

三、消费趋势：解码冲锋衣核心消费人群

- 9 -

四、产品技术：科技创新重塑产品竞争力

- 15 -

五、未来趋势与建议：迈向发展新路径

- 23 -

六、结语：共创中国户外运动新未来

- 32 -

PART01 宏观行业

中国冲锋衣市场发展全景洞察



国家政策与行业标准环境

当前，国家政策与行业标准共同为冲锋衣市场营造了良好的发展环境。政策层面积极引导户外运动产业发展并丰富装备供给，多地予以配套支持；行业标准持续升级，对产品防水、透湿等性能提出更高要求，并推动无氟化与绿色转型，将可持续理念全面融入产品全生命周期。

中国冲锋衣行业核心标准体系演进				
序号	标准名称	实施时间	核心要求	技术进步意义
1	GB/T32614-2016	2016 年	静水压≥ 50kPa 透湿量≥ 5000g/m ² ·24h	建立基础技术规范体系
2	GB/T32614-2023	2023 年	一等品静水压≥ 20000mmH ₂ O 透湿量≥ 10000g/m ² ·24h	与国际先进标准接轨
3	FZ/T81008-2021	2021 年	明确儿童冲锋衣安全技术要求	完善细分品类标准
4	T/CNTAC86-2025	2025 年	无氟化指标、 生物基材料占比要求	引导行业绿色转

产业链分析

中国冲锋衣产业链已构建起完整且具备国际竞争力的工业体系。上游材料领域不断实现技术突破，国产功能性面料与环保材料的应用日益广泛；中游制造依托成熟的产业集群，积极融合智能制造与先进工艺，推动核心技术高效量产。下游市场方面，国产品牌持续扩大市场份额，凭借科技实力与设计创新成功占据中高端市场，并依托线上线下深度融合的渠道体系，精准对接用户需求，推动行业整体向高质量发展迈进。

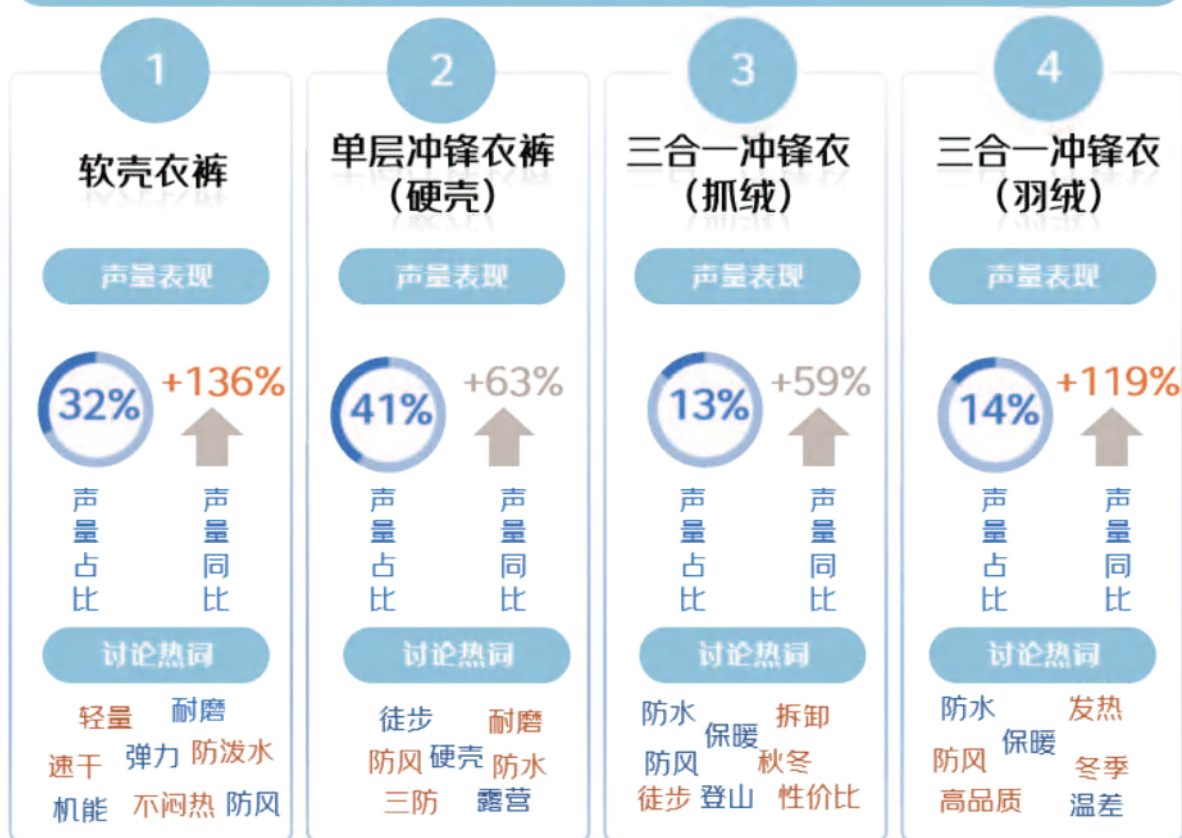


冲锋衣细分品类趋势

软壳衣裤、冲锋衣裤社媒关注度大幅提升

单层冲锋衣、软壳衣裤的社媒讨论热度较高，软壳衣裤、三合一冲锋衣（羽绒）近一年社媒讨论热度高涨，市场潜力较大。

软壳衣裤、冲锋衣裤细分品类



核心品类赛道

四面弹软壳衣裤 抓绒三合一
多功能户外软壳衣 多功能户外冲锋衣 羽绒三合一
户外通勤冲锋衣 工装风软壳裤
户外夹克 通勤软壳衣裤 潮流冲锋衣

注：声量占比=近一年该品类社媒平台声量/(软壳衣裤+单层重复冲锋衣裤+三合一冲锋衣（抓绒）+三合一冲锋衣（羽绒）社媒平台总声量

PART02 电商平台

京东冲锋衣市场数据洞察

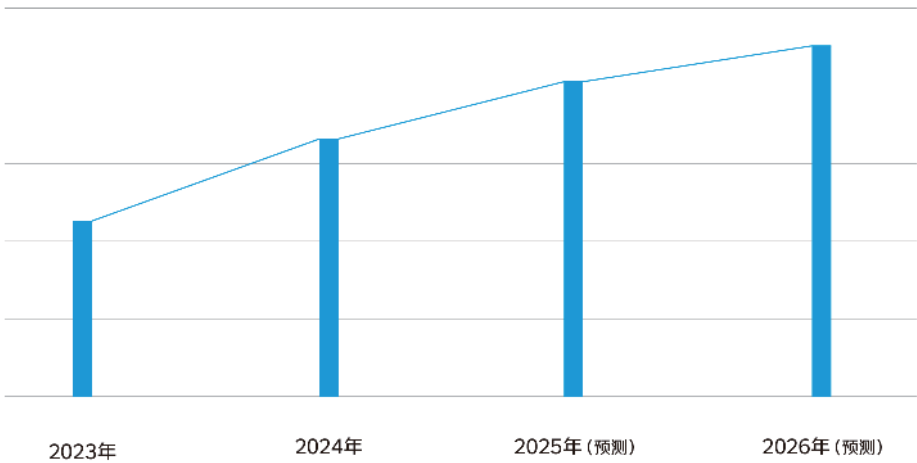


根据京东平台销售数据及相关行业报告，2023 年至 2025 年初，冲锋衣市场持续呈现稳健增长态势，消费升级、本土品牌发展与区域市场深化成为核心特征。

三 市场规模持续扩大

冲锋衣品类在线上渠道的销售额保持稳定上升，增速不断提高，呈现出量价齐升的发展态势。消费需求的增长持续推动销量攀升，市场整体规模显著扩大。

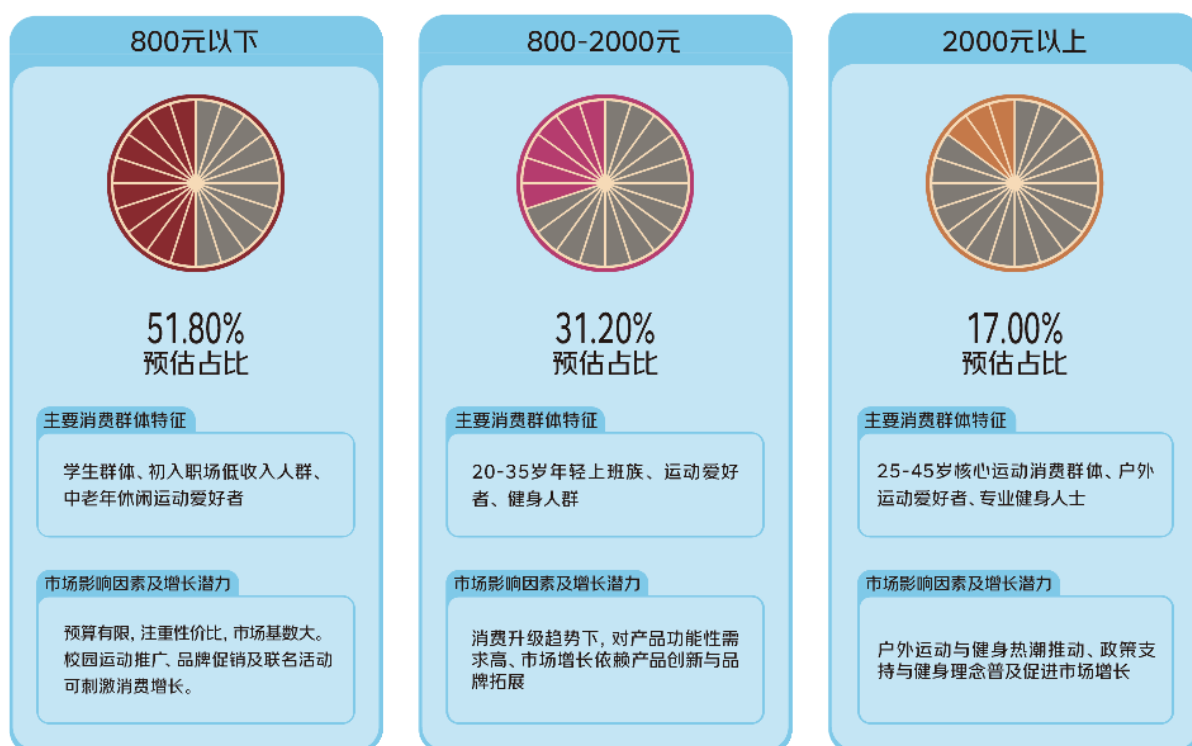
京东平台冲锋衣销售规模



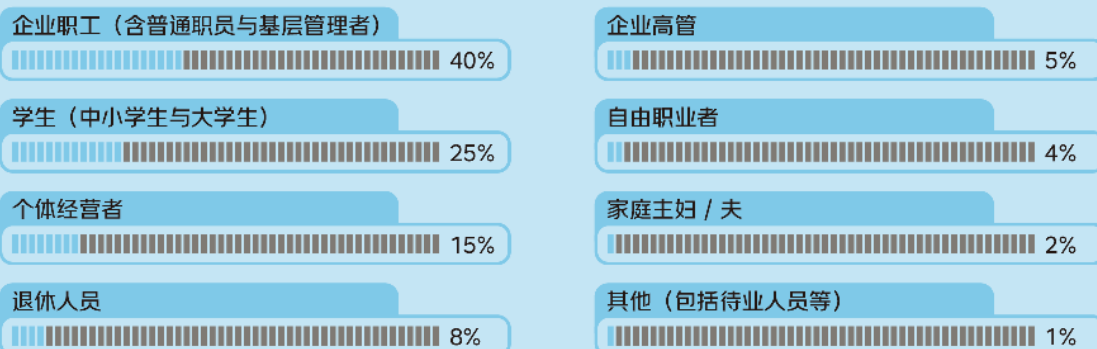
年份	全球市场规模 (亿美元)	同比增长率	主要增长驱动因素
2021	150	8.33%	户外运动热潮兴起，追求亲近自然、释放压力的生活方式
2022	160	6.67%	
2023	166	3.65%	社交媒体内容传播，吸引更多消费者
2024	174	5.01%	线上渠道快速增长，消费者购买便利性提升
2025 (预测)	182	4.37%	户外运动赛事、活动增多；消费者对运动体验和品质要求提高
2026 (预测)	190	4.53%	基础设施完善；新兴市场消费能力提升
			冰雪运动热度持续；新兴市场户外运动普及加速

消费结构向中高端迁移

价格段分布方面，数据显示出明显的消费升级趋势。800元以下入门级市场销售额占比有所下降，但仍保持稳定增长；800-2000元中端市场销售额占比显著，同比增长突出；2000元以上高端市场销售额占比持续提升，同比增长最为显著。这表明消费者越来越倾向于为技术含量功能设计和产品品质支付溢价。

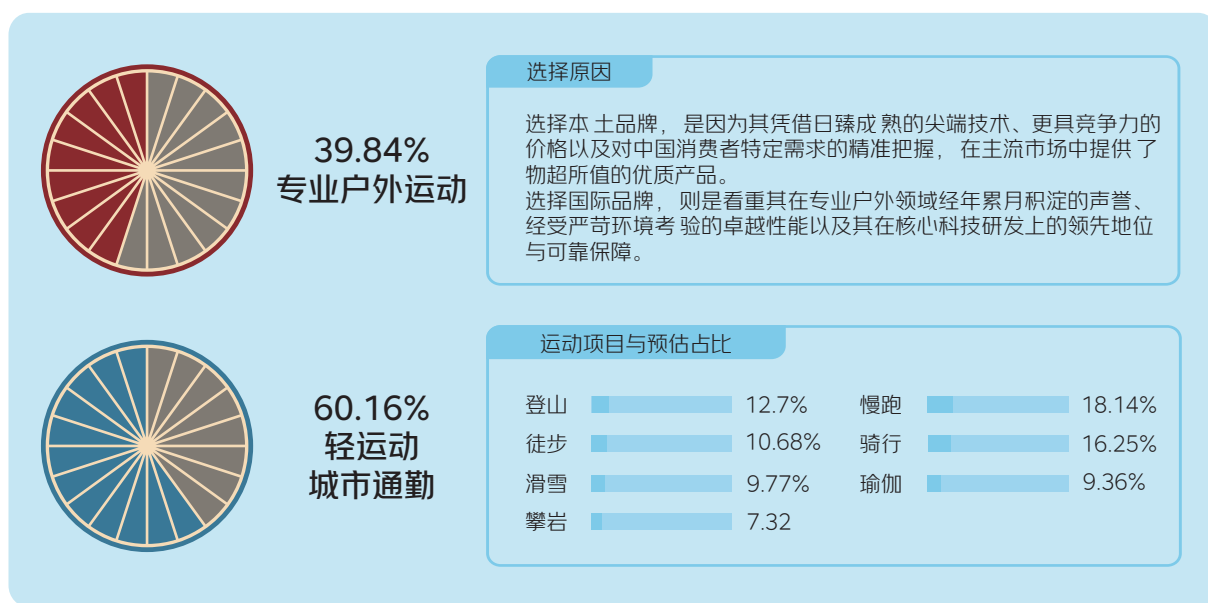


社会身份



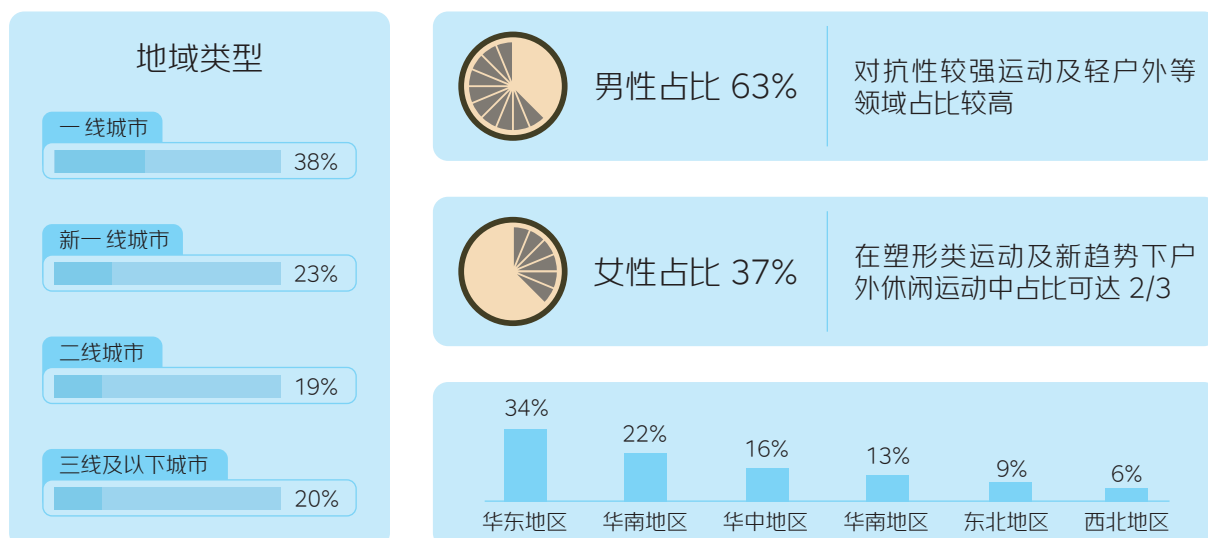
冲锋衣场景呈现细分化

从专业户外装备, 进化为一种跨越山野与都市的“国民符号”。



区域消费特征呈现新变化

一线城市仍是消费主力，但增长引擎已转向增速迅猛的三四线下沉市场。从地域看，北方因刚需消费基础雄厚，而南方则在户外运动热潮与消费升级驱动下增长更快，区域格局趋于平衡。



PART03 消费趋势

解码冲锋衣核心消费人群



消费人群细分画像

基于中国户外运动市场的综合研判，2025 年中国冲锋衣消费市场呈现出五大核心消费群体，各具鲜明特征和消费偏好：



硬核户外党



都市户外通勤族



品质生活家



新生代 Z 世代



家庭消费达人



硬核户外党（约占 23%）

客单价：★★★★★
购 频：★★★★★

年龄集中在 30-45 岁，男性为主，户外运动经验丰富，年户外活动次数超过 50 次。这类消费者追求专业性能至上，关注防水、透湿、耐磨等核心技术参数，对价格不敏感，愿意为顶级性能支付溢价。他们通常选择专业户外渠道购买，重视品牌的专业性和技术底蕴，是高端产品线的核心客群。

都市户外通勤族（约占 31%）

客单价：★★★★★
购 频：★★★★

年龄集中在 25-40 岁，男女比例均衡，一线和新一线城市居多。他们将冲锋衣作为多功能服装，既满足周末户外活动需求，又适应日常通勤场景。这类消费者注重设计感、剪裁和色彩搭配，追求功能与时尚的平衡，是市场中高端产品的主力消费群体。京东数据显示，该群体 2024 年消费增速达 45%，增速最快。





品质生活家（约占 19%）

客单价：★★★★★
购 频：★★★★

年龄多在 35-55 岁，高收入人群，重视生活品质和健康生活方式。他们购买冲锋衣不仅为了实用功能，更看重品牌调性、环保理念和科技故事，愿意为可持续材料和工艺支付 30% 以上的溢价。这类消费者关注产品的全生命周期环境影响，青睐那些有明确环保承诺和可持续实践的品牌。

新生代 Z 世代（约占 18%）

客单价：★★★
购 频：★★★★★

95 后和 00 后群体，学生和初入职场者，深受社交媒体影响。他们将冲锋衣视为社交货币和个性化表达工具，易被网红博主种草，热衷潮流联名和限量款式。这类消费者对国货接受度高，关注产品的颜值和社交媒体属性，虽然预算有限但购买频次高，是市场增长的重要驱动力。



家庭消费达人（约占 9%）

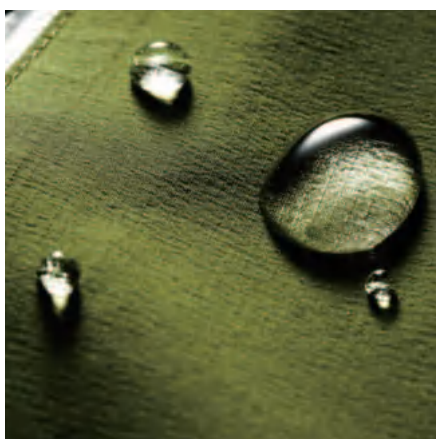
客单价：★★★
购 频：★★★★★

以家庭为单位的消费者，关注儿童冲锋衣和家庭出游装备。他们最重视安全性与性价比，偏好购买家庭套装和系列产品。这类消费者对功能性要求全面，需要适应多种户外场景，同时注重易打理和耐久性，品牌忠诚度一旦建立较为稳定。

核心消费决策因素变迁

冲锋衣消费决策因素正在从单一功能导向向多维价值导向转变。根据行业分析表明, 2025 年消费者购买冲锋衣时考量的前五大因素为:

1



功能性 (98% 的消费者重视)

基础防水透湿功能已成为标配, 消费需求向 "轻量便携" (关注度增长 42%)、"耐磨抗撕裂" (关注度增长 38%)、"智能调温" (关注度增长 57%) 等进阶功能延伸。京东数据显示, 标注 "轻量" 关键词的冲锋衣产品销量同比增长 83%, 反映出市场对便携性的高度关注。

设计感 (92% 的消费者重视)

颜色、版型及细节设计正逐渐成为重要的购买驱动力。鲜明、具有辨识度的色系受到市场青睐, 反映出消费者对个性化表达与时尚审美的追求。宽松轮廓与立体剪裁等元素日益受到欢迎, 兼顾穿着舒适度与风格表达。契合年轻消费群体对自我定义与风格创新的需求。



2

3



品牌价值 (85% 的消费者重视)

品牌情感价值与文化认同的影响力显著提升。国产品牌通过科技自研和设计创新, 正在建立与消费者的情感连接。安踏无氟安踏膜不仅代表技术突破, 更传递了环保理念, 增强了品牌好感度。品牌故事和价值观成为影响消费决策的重要因素。

环保属性（76% 的消费者重视）

环保材料与可持续生产流程成为重要差异化因素。京东数据显示，标注“可再生材料”、“无氟环保”等绿色关键词的产品销售额增速是普通产品的 2.3 倍。推广再生面料与无氟防水技术，这些举措正推动整个产业向更可持续的方向发展。



4

5



性价比（68% 的消费者重视）

在同等功能和设计下，价格仍然是重要考量因素。国产品牌通过供应链整合和效率提升，提供更具性价比的选择。部分品牌成功将具备高性能产品的价格控制在国际同类材料成衣的三分之一，实现了高性能防水透湿材料科技的普惠应用。



消费场景拓展

冲锋衣的消费场景正在从传统的登山、徒步等专业户外活动向多元化场景扩展, 主要涵盖三大类场景:



不同消费场景下的冲锋衣需求特征					
场景	核心需求	价格段	代表性品牌	代表性产品	消费群体
专业户外	极致防护 可靠性 专业性	2000 元以上	Berghaus 凯乐石	凯乐石 MONT X-LT	硬核户外党
城市通勤	功能与时尚平衡 多场景适用	800-2000 元	哥伦比亚 可隆	可隆风脊石墨烯 软壳夹克	都市户外通勤族
轻户外	轻量便携 易收纳 性价比	800 元以下	伯希和 骆驼	伯希和风盾软壳	家庭消费达人

PART04 产品技术

科技创新重塑产品竞争力



面料概览

软壳、硬壳因其结构差异形成了明确的功能边界

软壳主打“弹软舒适”、硬壳主打“硬核防护”，软壳、硬壳在面料功能、耐用性、穿着舒适度等方面有所差异。

软壳

通常由多层面料制成，外层多为弹性材料，内层为保暖材料。透气性、弹性和舒适性较高，防水性能不及硬壳。

硬壳

通常由三层材料构成，外层防水，内层透气膜（如Gore-Tex），兼具防水和耐磨性，但透气性、舒适性不及软壳。

面料性能对比

图例：硬壳（棕色菱形）、软壳（蓝色菱形）

面料差异

防水性	- 硬壳：全压胶工艺+防水膜，可抗暴雨 - 软壳：仅防泼水，持续淋雨会渗透
防风性	- 硬壳：面料密度更高，防风性能好 - 软壳：防风性中等，高端款接近硬壳水平
透湿性	- 硬壳：防水膜阻碍排汗 - 软壳：无膜结构，复合面料透气性↑40%
弹性	- 硬壳：材质硬挺，几乎无弹性 - 软壳：柔软带弹性，高弹面料可四向拉伸
耐用性	- 硬壳：外层尼龙耐磨指数达40000+次； - 软壳：易因拉伸导致纤维疲劳
穿着舒适度	- 硬壳：面料偏硬，穿着舒适度不及软壳 - 软壳：相对更柔软，城市通勤接受度高

热门面料科技

软壳基础面料成分

尼龙（锦纶）



特点：高耐磨性、弹性好，适合高强度户外活动。
应用：多用于需抗撕裂的软壳裤/冲锋衣外层。

聚酯纤维（涤纶）



特点：吸湿快干、轻便，适合追求舒适性的日常通勤。
应用：常见于春夏款软壳衣，透气性优先。

氨纶



特点：提升弹性（通常占比5%-15%），增强活动自由度。
应用：与尼龙或涤纶混纺，优化运动灵活性。

热门软壳科技面料

Schoeller



- 防风、弹性、耐磨
- 应用品牌：猛犸象、X-BIONIC等高端户外品牌

GORE-TEX Infinium



- 防风、透气、防泼水
- 应用品牌：始祖鸟、可隆等

Cordura



- 轻量化、耐磨性强、速干且柔软
- 应用品牌：凯乐石、伯希和等

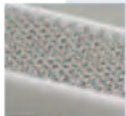
硬壳复合面料结构

3层结构（3L）



结构：外层面料+ 防水透湿膜+ 全衬里(三层贴合)。
特点：防水性能，抗静水压 ≥ 10000 mm-H₂O，耐磨性强，适合极端环境如登山、滑雪

2.5层结构（2.5L）



结构：外层面料+ 防水透湿膜+ 涂层，轻量化设计（约215-320g）
特点：透气性优于2L，适合轻户外如徒步、露营

2层结构（2L）



结构：外层面料+ 防水透湿膜(需内衬保护)
特点：柔软性较好，适合日常通勤或休闲旅行，价格相对亲民

热门硬壳科技面料

GORE-TEX系列



- 顶级专业面料，**极限环境首选**
- 应用品牌：始祖鸟、北面、探路者、哥伦比亚等

eVent



- **透气性比普通膜高出40%**，导湿能力强，但耐用性较弱，适合高强度有氧运动
- 应用品牌：伯希和北极星PRO等

Pertex



- **轻量化**、耐磨抗撕度强、防钻绒性能高，适合越野跑、速攀等
- 应用品牌：猛犸象、RAB等

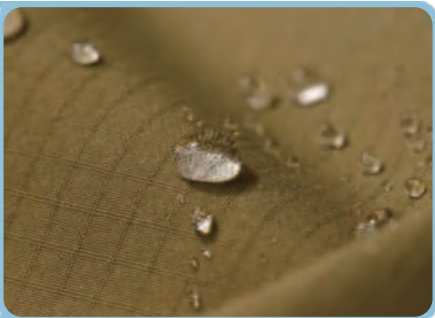
面料概览

软壳与硬壳冲锋衣在国际与国内面料应用上存在显著区分

软壳在国际上注重高性能弹力面料，国内则侧重亲肤复合材质；硬壳在国际上以高端防水膜技术为主，国内更多采用自主研发的防护涂层。

国际面料

以GORE-TEX为代表的国际面料，凭借其深厚的科技积累，在极端环境下的可靠防护性和均衡出色的透气性方面树立了行业标杆。



国内面料

以安踏无氟膜等为代表的国内面料，作为快速崛起的新锐力量，以其卓越的性价比和在环保、轻量化等新赛道上的创新而著称。

对比维度	国际热门面料	国内热门面料
技术路线与起源	多为经典技术，起步早，如 GORE-TEX 的 ePTFE 复膜	多为新兴力量，部分在经典技术上创新，部分开辟了环保等新赛道
性能表现	性能均衡可靠，尤其在极端环境下久经考验	单项性能突出，部分产品的防水、透气等数据已超越国际标准，进步迅速
环保趋势	传统面料曾广泛使用含氟化合物，目前正积极转向环保方案	在无氟和生物基面料的研发和应用上更为激进和迅速，注重可持续性
价格与市场	品牌溢价较高，定位于高端和专业市场	性价比显著，主攻大众消费市场，并逐步向高端领域渗透

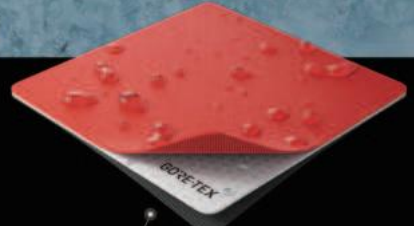
国际品牌面料技术创新

从高山之巅到都市街头，全球户外品牌正借面料技术革新，重塑冲锋衣的性能边界。国际主流品牌持续推动防水透湿、环保材料与智能适应等技术的突破，在提升极端防护的同时，降低环境负荷，实现功能与可持续的平衡。冲锋衣正从专业装备演进为适应多场景的现代穿戴之选。

GORE-TEX PRO 面料是户外防护领域的尖端技术代表，其创新核心在于持续革新的多层复合膜技术。该面料采用更为坚韧耐用的 ePTFE 薄膜，在维持 GORE-TEX 标志性持久防水和防风性能的同时，通过优化分子级孔隙结构实现了透气效率的显著提升。尤其针对高山攀登、专业探险等严苛环境，其面料结构经过强化，耐磨性与整体耐久性达到行业标杆水平，为使用者构筑起应对极端条件的可靠保护屏障，始终引领着专业户外装备的性能标准。

工作原理

GORE-TEX PRO 产品为什么可以挑战极限



坚固耐用 持久防护
GORE-TEX PRO 产品科技采用3层面料结构
由 GORE-TEX 薄膜
粘合一层经过防泼水处理的耐用外层面料
和一层耐用的内层面料组成

严苛测试 可靠保障
GORE-TEX PRO 产品的样衣都会经历
由科学家团队进行的**实验室风雨测试**
以及由专业人士和运动员
在世界各地极端条件下进行的**实地测试**
以此确保严峻条件下的可靠防护性

「PRO」强在哪？
GORE-TEX PRO 产品
超耐用产品技术揭秘
专为极端条件和高难度活动打造



哥伦比亚的奥米防水科技 (Omni-Tech) 是品牌深耕户外领域的核心专利防护技术，堪称应对复杂天候的标志性解决方案。其以多层复合结构为核心，外层阻水涂层与中层微孔薄膜形成双重防护，既能抵御雨水侵入，又能高效排出体内湿气，搭配密封压胶工艺强化防护完整性。为户外场景提供兼具防护性与舒适性的核心支撑。

品质做工 纵享舒适

防风 防雨 透气 保暖

700蓬羽绒填充

奥米热能科技

奥米防水科技





防水透气 无惧风雨

DWR拒水织物与防水薄膜组合
防止水份渗入的同时帮助排出湿气
适用于多变复杂的户外环境

The North Face 的 FUTURELIGHT™ 纳米级透气科技，是品牌聚焦户外场景需求研发的核心防护技术。其以创新纳米纺丝工艺打造薄膜，形成密集且互通的微通道结构，既能强效阻隔雨水侵入，又能快速排出身体湿气，破解传统防水面料“透气差、易闷汗”的痛点。这项技术深度契合品牌户外专业基因。



不惧雨袭
未来之光





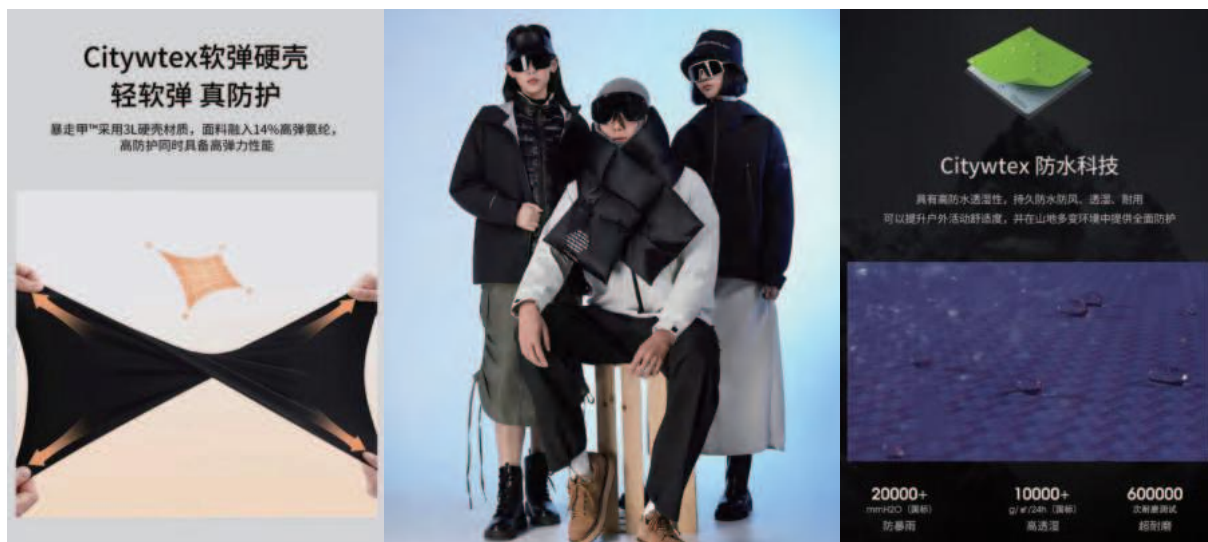
国产品牌面料技术创新

中国冲锋衣品牌正从技术追随者向创新引领者转变，通过材料科技自研打破国际技术垄断，形成具有中国特色的技术创新路线。

安踏无氟膜 (Aerovent Zero) 是安踏集团与东华大学联合研发的一款中国首创并率先实现量产的高性能无氟防水透湿材料。它的问世，标志着中国在攻克高性能面料无氟化这一世界级行业难题上取得了关键突破，为全球市场提供了重要的“中国方案”。



思凯乐自研 Citywtex 软弹硬壳科技，兼具 20000mm 暴雨级防水与 15000g/ m²高透气性。其独特“软弹”质感，打破传统硬壳面料僵硬感，实现防护性与穿着舒适度的统一，完美适配城市通勤与户外探索的跨场景需求。



探路者自研的 TiEF PRO® 防水透湿科技，并非一成不变的“老科技”，其技术内核持续迭代。它创新性地将汉麻仿生材料融入面料，构建四重防水结构，实现高达 20000mm 的静水压与持久的耐洗性。在保障暴雨级防护与万级透湿的同时，该科技亦通过 bluesign® 环保认证，并已演进为“极地仿生科技平台”的核心成员，持续为中国南北极考察队提供保障，彰显其经年累月仍不断进化的强大技术生命力。



PART05 未来趋势与建议

迈向发展新路径



未来三大核心趋势

一、技术民主化进程加速

尖端功能材料与生产工艺逐步突破价格壁垒，实现从中高端向大众市场的规模化渗透。以往局限于专业户外领域的高性能技术，正通过供应链整合与研发效率提升，快速覆盖主流消费区间。国内制造体系在保持性能标准的前提下，显著优化成本结构，推动功能性服饰由“专业装备”向“大众消费品”转型，形成具有中国特色的技术普惠范式。



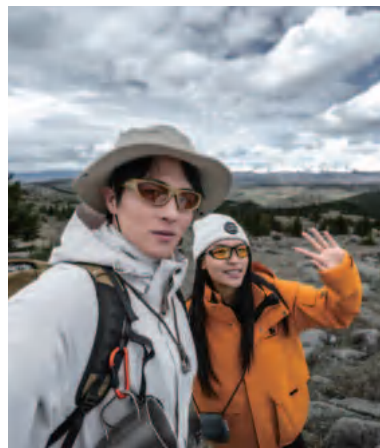
二、场景边界持续融合

产品定位正经历从功能导向到价值认同的深层转变。随着城乡生活方式的交互渗透，冲锋衣的设计哲学突破传统户外场景局限，在都市通勤、社交休闲等多元场景中构建新的穿着语义。这种融合不仅体现在产品美学体系的升级，更折射出当代消费者对移动生活方式的重新定义，催生兼顾性能表现与日常着装礼仪的新一代产品矩阵。



三、可持续发展成为基础架构

绿色制造正从企业社会责任维度升级为行业核心运营准则。在“双碳”目标指引下，全产业链围绕材料创新、生产工艺和回收体系展开系统性重构。环保指标逐渐内化为产品核心参数，驱动行业建立覆盖原材料溯源、碳足迹追踪、循环再生的完整标准体系。这种制度化转型将深刻改变产业价值评估模型，推动绿色消费从市场选择项转变为行业准入基准。



给消费者的建议



硬壳 VS 软壳



消费者在选择冲锋衣时，首要应依据使用场景区分“硬壳”与“软壳”。硬壳冲锋衣侧重防水防风，适合雨雪天气或中高强度户外活动；软壳则更注重透气与灵活保暖，适合日常通勤或低强度运动。若常在恶劣天气下户外作业或徒步，硬壳是更稳妥的选择；若多在都市或晴好天气下活动，软壳穿着更舒适。京东“**安心品质**”体系提供可靠选购保障，根据实际需求理性判断，才能选对装备，物尽其用。

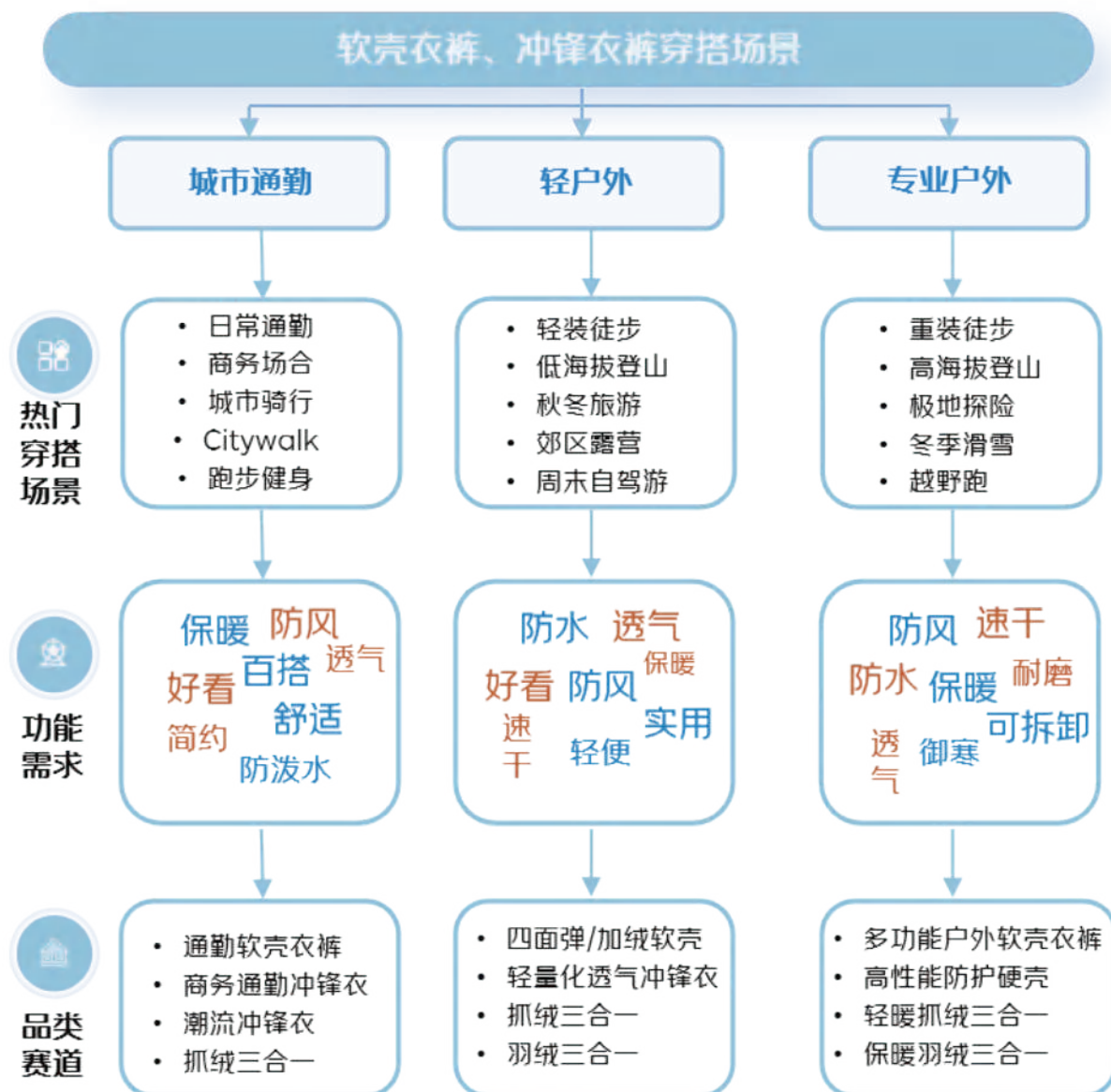
根据使用场景明确需求，京东精准筛选助消费者快速决策

不同活动环境对冲锋衣的性能和设计提出不同要求。明确使用场景是选购的第一步。

专业户外场景：适用于登山、徒步、滑雪等恶劣气候条件下的高强度活动，需重点考量产品的极限防护性能。

旅行与轻户外场景：侧重于防风防小雨、便携性及美学设计。

城市通勤场景：适用于周末郊游、城市周边活动或应对天气突变。



软壳衣裤

软壳衣裤防水、透湿、耐磨国标 VS. 京东安心品质标准对比			
防护等级	评价标准	国家标准	京东安心品质标
防泼水	GB/T 4745 《纺织品 防水性能的检测和评价 沾水法》	≥ 3 级	AAA 洗前≥ 4-5 级，洗后≥ 4 级 AA 洗前≥ 3-4 级，洗后≥ 3 级
透湿	GB/T 12704.2-2009 《纺织品 织物透湿性试验方法 第 2 部分：蒸发法》	未规定具体值	AAA 洗前、洗后≥ 6000 AA 洗前、洗后≥ 5000 A 洗前、洗后≥ 4000
耐磨	GB/T 21196.2 -2007 马丁代尔耐磨性能	未规定具体值	AAA ≥ 20000 次 AA ≥ 15000 次 A ≥ 10000 次



面料为纲，体验为实：京东构筑品质闭环

京东平台以全方位的品质闭环，为消费者构筑起从选购到保养的冲锋衣信赖之选。

平台尤为关注面料结构与技术，通过突出“三层压胶”、“GORE-TEX®授权”等关键标识，确保每件服装的面料来源可靠、功能有据。在工艺与版型方面，京东提供多角度实物图与细节特写，清晰展示压胶、拉链、风帽等工艺，并结合“价保”“退换”等服务，让消费者可放心试穿，验证穿着体验。



此外，京东还延伸服务至使用全周期，提供专业洗涤指南与 DWR防泼水修复提示，助力用户科学保养，延长服装性能寿命。京东以细致入微的保障体系，助您选对一件性能可靠、工艺精湛的冲锋衣，安心拥抱每一段探索旅程。

服务赋能

京东物流、售后、试穿体验等服务极大提升了消费体验与信任度。京东平台的产品详情页提供详细的使用建议和保养指南，增强了消费者购买信心。京东物流的限时达、买一 试三、上门退换货等服务解决了户外装备购买的后顾之忧，提升了购买体验。

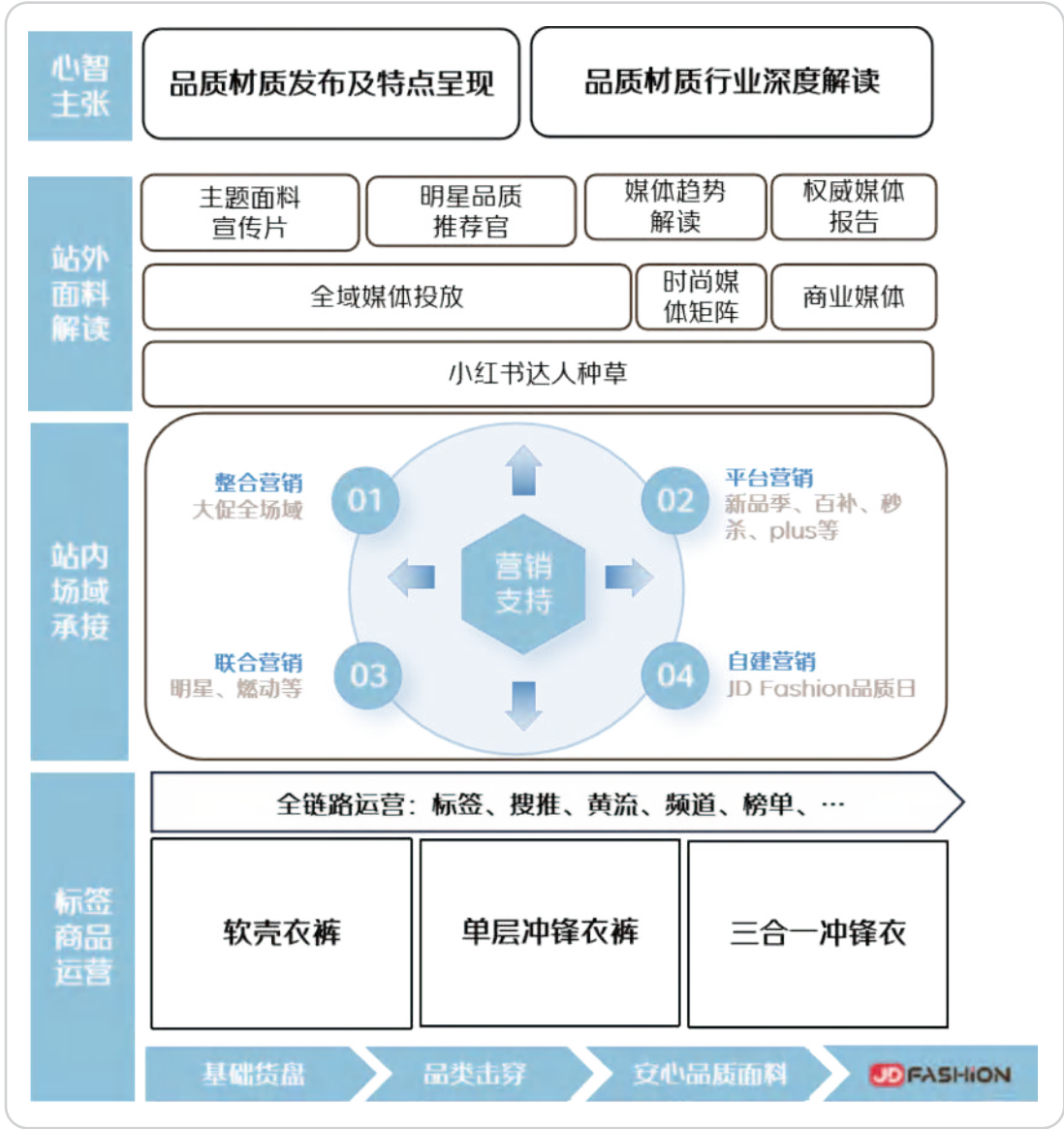
买一 试三 白条提供信用试穿服务，享免费上门退换

- 1 选多件付1件
- 2 下单试穿
- 3 免费退换



品质保障

京东品质认证体系为消费者筛选优质商品，建立了市场信任机制。为充分满足广大消费者对品质服饰的消费需求，2025年京东服饰上线 **JD FASHION** 标识。平台对冲锋衣产品的防水透湿性能、材料真实性、工艺质量等进行严格审核，为消费者提供可靠购买参考。



PART06 结语

共创中国户外运动新未来





中国冲锋衣产业正迎来前所未有的发展机遇。在科技创新、设计提升与可持续发展三大驱动力的共同推动下，国内品牌正逐步实现从技术追随者到创新引领者的转变。无氟防水技术的突破、自主研发的高性能面料以及不断升级的防风防护科技，均展现出中国冲锋衣领域强劲的技术实力与创新活力。

展望未来，中国冲锋衣产业的高质量发展离不开产业链各方的协同努力：品牌应持续推动技术研发与设计创新；平台需借助数据洞察与资源整合助力品牌成长；消费者的认可与反馈是产品优化的重要动力；而行业协会与相关部门亦需加强标准建设与政策引导。通过多方携手，共同促进冲锋衣产业迈向更绿色、更创新、更可持续的发展新阶段，为全球户外运动市场贡献更多“中国方案”与“中国智慧”。

中国冲锋衣品牌有望在全球市场中扮演更加重要的角色，借助科技普惠让更多人享受户外运动的乐趣，同时以绿色制造践行可持续发展理念，实现商业价值与社会价值的双赢。这是一条机遇与挑战并存的道路，亟待各方持续创新、共同努力，携手开启中国户外运动的新篇章。



报告声明

≡ 免责声明

本报告由京东发布，并在中国纺织品商业协会指导下制作完成。报告信息来源虽被认为可靠，但京东不对其准确性、可靠性或完整性作任何担保。报告所载内容、观点及预测仅反映初次发布时的判断，且可能随时调整，恕不另行通知。本报告基于独立、客观和公正的原则完成，未受任何第三方影响或干预。

一般参考，不构成任何投资、法律、会计或税务等方面方面的最终操作建议，亦不构成任何证券或金融产品的要约或推广材料。

本报告文字内容版权归京东及中国纺织品商业协会所有，图片版权归各对应品牌所有。未经京东事先书面授权，任何人不得以任何形式复制、发布或传播本报告任何部分。如需引用或刊发，须注明出处为《2025中国运动户外冲锋衣消费白皮书》，且不得进行有悖原意的删节或修改。

≡ 数据来源

本数据源自中国纺织品商业协会与京东平台的联合研究。作为国家级行业组织，协会依托广泛会员网络，与京东平台携手，通过企业数据报送、平台消费数据分析、专项市场调研等方式，对运动户外市场消费群体进行多维度分析。双方资源互补，共同构建研究体系，经严格审核校验，确保数据真实有效，为行业发展提供专业参考。

报告作者

京东零售大时尚事业群资深研究员

刘 婷 雷思奇

京东零售大时尚事业群资深采销

李 伟 郭冰冰

中国纺织品商业协会

孙 暘 田 旭 李 菲

排版与设计

周 健 应兰熙

特别鸣谢

品牌顺字按照首字母排序

ISPO

