

# 国产羽绒服价格普涨的背后： 原料价格与营销费用持续走高

时值寒冬，羽绒服成为备受关注的刚需单品，但其越卖越贵，似乎也已成为近几年每到冬季都不会缺席的话题。日前，“国产羽绒服卖到7000元”“波司登平均价格已升至1600元”等有关羽绒服价格的话题接连冲上微博热搜，引发网友热议。

羽绒服价格令人“高攀不起”背后的原因究竟有哪些？日前，华西都市报·封面新闻记者进行了走访调查。

## 现状 千元以上羽绒服已成普遍

近些年来，羽绒服的价格一直在上涨。据中华全国商业信息中心发布的数据显示，2014年-2020年，我国羽绒服平均单价已由452元涨到656元；大型防寒服的成交价突破1000元，其中2000元以上的占比已接近70%。

这次“贵上热搜”的羽绒服是猿辅导旗下羽绒服品牌SKYPEOPLE，在线上购物平台，该公司羽绒服产品的主力价位在3000-7000元左右，属于小众品牌。

随后，“波司登平均价格已升至1600元”冲上热搜。据国金证券研报显示，2018年，波司登主品牌提价幅度高达30%-40%，单价1000-1800元的羽绒服占比由47.6%提升至63.8%，1800元以上的羽绒服由4.8%提升至24.1%。2020年，波司登羽绒服的平均售价为1600元……

11月27日上午，记者来到成都市春熙路波司登店内，此时店内消费者较少。记者选中一件白色短款男式羽绒服询问价格，该店销售人员说：“原价2000



成都某羽绒服销售门店。

多元，现在到手1800多元。”该销售人员表示，现在羽绒服基本都在这个价位，“一件羽绒服可以穿很久，所以算下来还是比较划算。”

随后，销售人员向记者介绍了店内一款售价3000多元的羽绒服。她表示，这件羽绒服可实现零下30℃环境中保暖；售价2000多元的鹅绒羽绒服则建议穿着环境温度在零下20℃到零下5℃。

记者浏览发现，该店销售的羽绒服价格大多在1800-3500元左右，基本没有低于1000元的羽绒服。

线上销售的羽绒服又在什么价位？记者查询线上购物平台发现，国产羽绒服品牌的主流价位多集中在几百元到2000元，市场定价千元以上已非常普遍。多个品牌开设了高端线，有部分品牌的羽绒服价格上探到4000-7000元不等。

将目光放到品牌羽绒服之外，千元以下的也并非没有。记者在直播平台分部

购物平台中看到，部分不知名品牌和部分自称“源头厂家”的羽绒服商家零售销售价格低至200元以下。但有不少消费者反馈，部分产品存在质量参差不齐、成分以次充好、款式老气过时等老问题。

## 涨价 多重原因导致羽绒服价格上涨

羽绒原料作为羽绒服的重要组成部分，很大程度决定了羽绒服的成本与品质。2022年4月1日，GB/T14272-2021羽绒服装新标准正式实施，将羽绒服“含绒量”的标准修改为“绒子含量”，与国际市场接轨。

随着羽绒服新标准的实行，意味着对羽绒服填充物的品质有了更高要求，鹅绒、鸭绒的价格也随着水涨船高，上半年整体呈现上涨态势。数据显示，以保暖效果更好、含绒量更高的白鹅绒为例，今年年初，市面上常见的90白鸭绒

(含绒量90%)价格是每吨34.8万元；产量更少的鹅绒单价更高，90白鹅绒(含绒量90%)的价格达到每吨67.8万元，比两年前上涨了接近20%。截至目前，羽绒金网数据显示，90白鹅绒已经超80万元每吨。

资深品牌管理专家、上海良栖品牌管理有限公司创始人程伟雄表示，成本增加是羽绒服涨价的主要原因，包括原材料价格上涨、加工费用上涨、推广成本增加、物流库存成本上涨等诸多因素。“无论是鹅绒还是鸭绒，包括面料、里衬等，羽绒服的原材料是一直处于上涨的趋势。”程伟雄称，此外，还要考虑到羽绒服过季后存在大批量的库存问题，这些成本都是包含在羽绒服的价格之中。

此外，各大国产羽绒服品牌纷纷加大研发投入，提升产品品质，也导致了成本上涨。物流、人工等成本的增加也是羽绒服价格上涨的原因之一。

除了原料成本上涨，不断堆高的营销成本也分摊到了消费者头上。据波司登财报显示，近五个财年，波司登包含广告宣传费用等营销支出在内的分销开支从24.5亿元上涨到61.7亿元，2022财年的分销开支占总收入比重接近四成。

表面上看，原材料价格上涨是国产羽绒服价格日渐“高贵”的原因，但深究背后，营销费用的不断加大和品牌高端化转型才是推动国产羽绒服价格持续走高的直接原因。

华西都市报·封面新闻记者 朱宁  
综合央广网

# 坚守初心 交通银行四川省分行 为经济社会发展提供高质量服务

2023年10月30日至31日，中央金融工作会议在北京举行。这次会议指出，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，金融要为经济社会发展提供高质量服务。

高质量服务体现在哪里？如何提供高质量服务？一直以来，交通银行四川省分行不断强化职能定位，结合国家对四川提出的“四个发力”的总体要求以及四川关于推动新时代治蜀兴川再上新台阶的意见，该行进一步融入成渝经济区建设规划和四川发展脉络，以发展的眼光聚焦金融服务未来。

## 立足区域实践开新局 践行“三个1/3”信贷投放策略

四川作为西部经济大省，GDP排名全国第6位，民营经济活跃，居民消费实力强劲，资源禀赋鲜明。交通银行四川省分行严格对照执行中央金融工作会议提出的服务实体、防范风险要求，结合四川省情，差异化提出信贷投放“三个1/3”（服务实体、普惠小微和乡村振兴、零售信贷），适配地方经济特色，更好融入四川区域发展战略，助推新时代治蜀兴川再上新台阶。

该行立足金融工作政治性，聚焦服务实体工作要求，把信贷资源用足用够，进一步提高贷款投放的精准性，加大对电子信息、装备制造、食品轻纺、能源化工、先进材料、医药健康这六大产业的精准支持。截至三季度末，全行人民币各项贷款规模达1880.49亿元，较年初新增

158.43亿元。制造业贷款、民营企业贷款居系统第1位，战略性新兴产业贷款居系统第4位。

围绕“建圈强链”，服务产业链下的小微企业；加大乡村振兴龙头企业的支持力度，加大对食品轻纺、能源化工等的对接辐射力度。截至三季度末，普惠两增贷款增幅38.93%，居系统第2位，提前完成全年目标任务。

着力满足人民群众对于美好生活的向往，抓住大消费，为川内企业主、高管层、技术人才、新市民、城乡居民提供消费金融服务。截至三季度末，零售贷款增量居系统第1位。

在经营管理取得突破的同时，交通银行四川省分行改革发展的路径日益清晰、氛围日益浓厚。对外通过“三个接地气”（接地方党政、客户、员工的接地气），深入基层调研，推动整改落实，理顺机制流程，助力发展突破。

## “引子入川”“助川出海” 做强投行、国际业务两大品牌

在服务实体经济的大背景下，传统表内资产业务价格逐步下行已成为大势，唯有依托产业投行、离岸牌照等优势才能在激烈的市场竞争中实现突围。今年以来，交行四川省分行该行持续深耕“引子入川”“助川出海”两大战略。

在引子入川方面，交银投资、交银金租、交银国信、交银理财、交银人寿、交银施罗德资管、交银国际等纷纷赴川给予业务支持。该行聚焦“产业投行”转型方向，加快推进股权投资和融资租赁服务支撑“科技-产业-金融”的良性循环，优化投资联动机制及“股贷债租托”综合金融服务能力，提升股权投资和融资租赁拳头产品业务。加强与总行投行部、交银国际等的密切联动，在标的撮合、项目推荐等“融智”端，持续发挥综合化、专业化优势。今年以来，该行落地了系统内首单资产配置型组合投资信托、全国首单AAA民企绿色科创票据，债券主承销规模创历史新高，截至三季度末银行间市场债务融资工具承销规模146.72亿元，居四川地区第2位，稳居五大行之首。

助川出海方面，该行与其他海外行一对一联动交流，实现21家海外行全覆盖，掌握海外行业务特点，密切合作。举办各类客户活动搭建批量营销平台，厚植“助川出海”根基。

## 融入区域发展 加快辖行入局当地经济格局

中国西部地区地域广阔，关乎国家总体发展。在西部，一项项重大能源工程相继竣工、新产业新业态蓬勃发展……一个更加美丽、更加开放、更具活力的中国西部，正在新起点上乘势开创高质量发展新格局、书写区域协调发展新篇章。交通银行四川省分行在成都平原经济区、川南经济区、川东北经济区、攀西经济区等区域都有布局。

该行一直紧跟四川区域经济步伐，交行绵阳和宜宾分行表现出较为强劲的发展态势。绵阳分行加大对接数字化转型，成为绵阳市落地“信用就医”的首家银行，已上线10家医院，带动7家医院（5家三甲、两家二甲）结算账户开立。宜宾分行聚焦宜宾产业发展，抢抓晶硅光伏、动力电池两大集群赛道，在服务实体和孵化独角兽初创型企业方面取得破局。接下来，分行将继续指导推动两家辖行扎根当地、建强特色，共建区域经济产业，共享当地快速发展的红利，成为省辖分行发展的旗帜和标杆。

为支持省辖行发展，一行一策实现特色发展，该行将深入推进第一批与第二批主题教育整改整治的衔接联动，助力省辖行找准路径、加速发展。

加快建设金融强国，交通银行四川分行担当勇争先。接下来，该行将不断建强“四大金融特色”、绿色金融底色，提升五大能力，一心一意与地方共谋发展、与企业共享机遇、与民生共创美好。（李园）