

鸭绒大涨价，羽绒服市场咋“没感觉”

为提振消费商家促销力度大，到手价格未见涨

“羽绒服出厂价已逼近千元”“300元能买到真羽绒服吗”……近日，与气温一同牵动市场的，还有鸭绒的价格：羽绒金网11月25日的数据显示，白鸭绒价格已飙升至564.06元/公斤，同比上涨11.91%。

今年鸭绒价格为何大涨？商场里的羽绒服涨价了吗？羽绒价格未来走势如何？记者多方采访，试图揭开这场“羽毛风暴”的真相。



在某服装商场，消费者在挑选羽绒服。

果然財經

文/片 记者 魏银科 马玉姝 尹睿 张志恒 济南报道

鸭子养殖大减产 羽绒需求却增加

当前鸭绒价格是多少？记者咨询了从事羽绒服行业多年的资深人士周建国。

“当前鸭绒价格约58万元/吨，去年是40多万元/吨。网上说的那个‘17万元/吨’是多年前的价格，噱头而已，不符合当前市场情况。”周建国对热搜词条“1吨鸭绒从17万元涨到58万元”给予澄清。

关于全国鸭绒是否有价格差异，周建国表示，“区别不大，现在信息很发达，北方和南方市场价格基本同步。”而与鸭绒的“亢奋”相比，向来被视为羽绒界“奢侈品”的白鹅绒则显得“冷静”许多。当前价格为938.52元/公斤，同比去年甚至下降了14.66%。不过，其价格绝对值仍是鸭绒的1.7倍左右，且同样处于一年中高位，其间波动幅度更大。

“鹅绒主要用于高端产品，价格比鸭绒高很多。”周建国解释。

一只鸭子的羽毛，如何搅动了整个市场？答案必须从产业链源头寻找。

华鸭集团财务经理王凯庆向记者介绍：“目前小白条鸭的原毛结算价上个月每只涨了5毛，而且比年初也有上涨。这和去年同期原料价格下降的情况正好相反。”这微小的5毛钱，乘以庞大的养殖数量便构成了成本压力的起点。

记者了解到，对于此番上涨的原因，王凯庆和周建国两位业

内人士的分析形成了互补印证，主要归结为两大核心矛盾：

第一是在供给端，鸭肉价格低迷引发养殖萎缩，绒毛产量锐减。周建国表示：“鸭肉价格低迷，养殖户亏损严重，鸭子养殖量缩减至此前的1/2到1/3，鸭绒产量随之减少。”鸭肉作为主产品价格不振，导致养殖户积极性受挫，削减存栏量，而鸭绒作为副产品，其供应量随之大幅减少。

王凯庆也佐证了这一观点：“今年鸭子供应量明显减少，鸭肉价格也比去年走低。现在鸭肉每吨4000元左右，去年则是五六千元/吨。”

第二是气候概念与库存周期共振，采购集中爆发。王凯庆分析认为，今年预计冬季寒冷形成消费概念，增强了品牌方对羽绒制品销量的信心。同时，“今年羽绒服市场库存偏少，降温早且需求旺盛。”周建国补充道。

此外，王凯庆还提到一个现象：“部分品牌服饰爆款带动小加工厂模仿，这些小工厂下单晚，集中在近一两个月采购原毛。”这种短期内的集中采购，进一步放大了供需缺口，急速推高了价格。

商家活动力度大 衣服价格“涨不动”

原料成本的高涨，是否意味着消费者买的羽绒服必然“身价”倍增？

在济南当下各商圈的服饰商超，羽绒服无疑是绝对主角。某品牌店员向记者证实：“近两年羽绒服的销量明显优于棉服及其他保暖类外套。”她将原因归之于气候变化：“天气冷，消费者就更倾向于选择保暖性更强、更轻便的羽绒服。”

关于羽绒服的价格浮动，该店员表示：“近几年整体定价趋势有所变化，每年都有一定上浮。”然而，她接着强调，“七折、

八折已成为常规促销活动，折扣周期转换也比较快，叠加‘折上折’等优惠后，实际成交价与以前相比差距不大。”这表明，品牌方通过灵活的定价和促销策略，在一定程度上消化了成本压力，避免直接冲击消费者的价格敏感神经。

消费者的感受也印证了这一点。有消费者表示“没有太大感觉”，并指出“现在很多电商直播间里，羽绒服都在搞促销，有的打折力度还很大，几百块钱就能买一件。”更有精打细算的消费者分享反季购物心得：“我夏天买的一件羽绒服，原价999元，撤柜后289元，而我买到手花了99元。”还有消费者表示，羽绒服是耐用品，“买一件穿好多年”，购买频率不高。这种理性消费观念，使得终端市场并未出现因原料涨价而引发的恐慌性购买。

在价格博弈之外，羽绒服产品本身也在进化。上述品牌店员介绍，今年羽绒服在填充材质上有所升级，“选用大颗粒鸭绒，蓬松度更高，保暖效果更好”，并且工艺提升，“对羽绒服做了分段工艺处理，做到了可机洗状态，更便于打理”。

此次鸭绒涨价并非单一因素所致，而是养殖产业周期、气候预期、市场需求脉冲和行业库存策略共同作用的结果。王凯庆也提到了市场的短期反复：“‘双十一’落幕及气温偏暖曾使羽绒制品短期消费热度降温，羽绒行情回落，但新寒潮酝酿让市场对终端销量信心增强，原料端高位调整后趋于平稳。”

羽绒金网的预测指出，鸭毛价格高位回调将有助于缓解羽绒行业的成本压力，市场将逐渐回归由需求主导的平稳格局。对于消费者而言，冬日保暖是刚需，但选择却比以往任何时候都更加多元和理性。

文/片 记者 张志恒 尹睿
济南报道

记者调查

11月24日，在济南鸿天服装有限公司办公室里，自主品牌供应链负责人纪彩美向记者介绍着今年羽绒服市场的行情。今年以来，羽绒价格大幅波动，席卷了整个羽绒服产业链。记者实地走访了这家布局7家自有工厂与1家海外工厂的ODM供应链企业，通过与供应链负责人和设计主管的深度对话，为消费者关心的选购难题答疑解惑，展现这场价格变动下的市场生态。

羽绒价格上涨 服装厂多策应对

今年羽绒价格显著上涨，纪彩美告诉记者，这一波动虽未打乱企业年初锁定的主力订单生产，但追加单面临不小压力。“我们年初已与核心供货商签订年度框架合同锁定价格，之前按计划生产的羽绒服并不受影响，但客户销量持续增长带来的追加单，企业只能承受涨价或观望调整。”

记者了解到，为应对成本压力，品牌服装往往形成两类应对策略：一是部分品牌选择更换低价值面料，维持原有吊牌价；另一部分则升级面料增加科技感，同步提高吊牌价。“目前羽绒服能占到我们公司自主品牌总产值的30%—40%，我们通过‘锁价不锁货’的方式控制风险，即锁定价格后让绒厂代为储存，按需提货。这样能保证长期合作的品牌方服饰成本控制在范围之内。”纪彩美表示。

记者还了解到，羽绒价格的上涨一定程度上加剧了品控难度。“有不良商家在生产羽绒原料的过程中会在绒中掺羽丝、碎杂羽毛。”纪彩美介绍，企业加大羽绒抽检批次和力度，所有批次羽绒到厂后均需通过自有恒温恒湿实验室检测，成衣后还要进行克重和品质检验。

羽绒价格波动也推动羽绒服设计方向迭代升级。该公司设计主管张思敏表示，当前消费者需求已呈现明显变化，简约化成为核心趋势。“复杂款成本高，受

众窄，商家更倾向做爆款基础款，既能控制成本又能提升销量。”

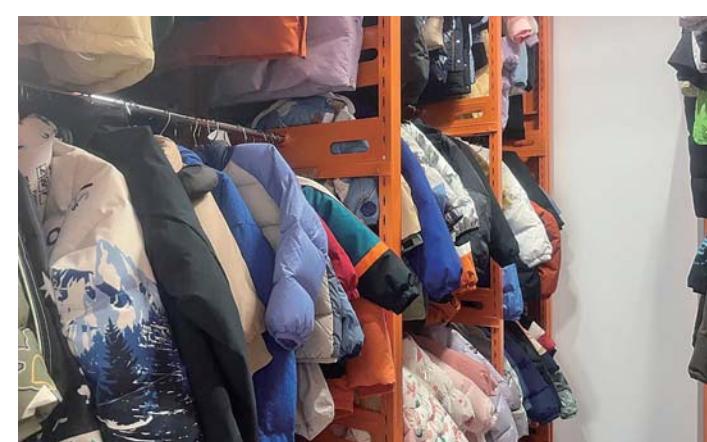
场景化设计和搭配性也成为创新方向。除传统外穿款，可内搭的羽绒内胆、夹克式羽绒服等品类兴起，满足了商务、运动、日常穿搭等多元需求。“现在羽绒服既要保暖，又要具备阻隔冷空气的能力，可外穿也可内搭，搭配牛仔外套、毛呢大衣都合适。”张思敏介绍，这种多功能设计让轻薄羽绒服成为市场主流，价格集中在299元—499元区间的基础款销量占比最高。

低价款可能是库存的旧款

针对近期热议的“300元以下买不到真羽绒服”等话题，张思敏表示：300元以下完全可以买到真羽绒服。“品牌销售需通过国家检测，平台和商场均要求提供检测报告，质检部门还会不定期抽查，商家铤而走险售假的风险极高。”设计主管解释道。

同样，从事羽绒服行业多年的资深人士周建国也给出了肯定答复：“300元以下可以买到真羽绒服。低价不代表质量差，很多低价款是库存旧款，并非残次品。”他建议消费者除了关注绒含量，还可留意款式和新旧程度。一家羽绒服翻新定做店的老板则提供了另一个视角：充绒用的白鸭绒，按质量分档，每50克价格在30元到80元不等，这揭示了羽绒原料本身也存在品质梯度。

据介绍，羽绒服定价与绒子含量、充绒克重、面料辅料品质直接相关，80绒与90绒的成本差为50—100元/件。反季促销的库存款虽价格优惠，但需注意检查蓬松度和有无异味，长期积压可能导致细菌滋生和蓬松度下降。“一分钱一分货仍是市场规律，消费者应根据需求选择合适价位产品，不必盲目追求高价或轻信过低价格。”纪彩美建议，选购羽绒服时要重点关注绒子含量、充绒量等核心指标，优先选择有检测报告的品牌产品，避免掉入“低价陷阱”。



济南鸿天服装有限公司展示的部分羽绒样衣。