

## 市场热点

## 消费市场驱动净水行业加速细分

□ 本报记者 黄芷凌

眼下正值家装市场“金三银四”的传统旺季,净水器市场也迎来了一轮消费热潮。记者走访发现,如今消费者对净水器的需求已不再局限于仅仅“把水滤干净”,“净水+矿物质”“净水+制水”等多功能产品备受青睐。同时,随着消费需求从“安全饮水”向“品质用水”升级,全屋净水市场呈现持续增长态势。

4月14日,在位于北京市朝阳区大羊坊路的沁园净水门店,消费者梁女士正在仔细咨询净水器产品。她告诉记者:“家里的烧水壶老结水垢,每隔一段时间就要清洗,因此决定来选购一台净水器。”

“以前,消费者觉得自来水烧开后有水垢是正常现象,很少有人在意。但现在消费者愈加关注水质对健康和品质生活的影响。”沁园净水的销售人员介绍,其今年推出的“中国风系列”净水产品,正是针对我国不同区域的水质差异设计,能实现分质供水。例如,针对水质偏硬的地区,产品采用自研的“耐高压超强表面反渗透膜”技术,能有效解决水垢问题,上市后销量一直不错。

除了对水质的关注,消费者的个性化饮水需求也日益增加,推动净水器市场加速细分。

在近日举办的2026北京华夏家博会上,多款矿物质净水器产品成为关注的焦点。安吉尔集团京津分公司零售运营经理单海龙告诉记者,目前主流的净水技术为RO(反渗透)技术,其核心组件RO膜过滤精度可达0.0001微米左右,能够去除水中的绝大部分杂质,产水水质接近纯净水标准。但不少消费者仍希望通过饮水补充人体所需要的矿物质。为此,安吉尔推出“黄金比”矿物质饮水机,采用“先净水、再矿化”的思路,添加人体所需矿物质,并通过双水路设计将矿物质与纯净水分开输出,方便消费者按需灵活切换。

与此同时,瞄准年轻消费群体对即时饮水和家庭社交的需求,不少品牌将净水与制冰功能集成一体。例如,飞利浦的冰境系列可制作耐融性较强的实心大冰块与水沙,打造“一键制冰”的趣味体验。

线上消费数据也显示出多功能净水器产品的强劲增长势头。据奥维云网数据,线上含矿净水器销售额占比从2024年的7.0%升至2025年的20.7%;制冰功

能产品线上销售额从2024年的3.1亿元增至2025年的7.8亿元。

“在饮水安全问题已经解决的情况下,越来越多的消费者开始追求‘健康饮水’与‘品质用水’。”单海龙表示。这一趋势也带动了全屋净水需求的持续高速增长。恰口净水北京品牌服务商零售负责人夏东猛告诉记者:“近两年,来咨询全屋净水的消费者明显增加,尤其是母婴家庭,对全屋净水的关注度很高。”

据介绍,全屋净水系统通常包括前置过滤器、中央净水机、中央软水机与末端净水器。前置过滤器是第一道关卡,负责拦截水中大颗粒物、铁锈和泥沙等,保护后续涉水家电;中央净水机则在前置过滤器的基础上,进一步过滤较小颗粒物、金属、余氯等,并去除异味;在水质偏硬的区域,中央软水机能去除水中的钙、镁离子,有效解决花洒、水龙头等设备长期使用后结垢的问题;末端净水器多安装在厨房水池下方,经过其RO膜过滤的水在正常情况下可直接饮用。

不过,记者了解到,安装全屋净水系统需要满足一定条件,比如有足够的设备空间、合适的水压,安装处需有插座供电等。当前,多数品牌都能提供管路检测和设计安装服务,但部分品牌的销售人员提出,如果安装过程中需要打孔、安装减压阀等额外操作,会收取相应费用。

针对安装空间受限等问题,各大品牌也在发力小型化创新。“传统中央净水机和中央软水机的体积较大,很多户型难以适配。安吉尔通过集成滤芯设计、重构管路布局,开发出大流量小体积全屋净水系统,让全屋净水走进更多普通户型。”单海龙介绍道。

奥维云网数据显示,2025年水家电(含净水器、净饮机、饮水机等)零售额达400.7亿元,零售额同比增长11.6%;全屋净水设备零售额达65.9亿元,同比增长14.8%。奥维云网总裁郭梅德表示,净水行业在整体家电市场承压的大环境下保持增长,核心驱动力已从过去的“新房配套红利”转向“消费升级驱动的结构性价增长”。但值得注意的是,净水器行业渠道短期内难以被线上渠道完全替代。对于渠道商而言,如何把握从单品到套系、从厨下到全屋的转型机遇,将是未来竞争的关键。

面料企业成本随之上升,最终会如何传导到服装生产环节乃至消费端? 奚明回答,消费端的价格往往是市场决定的。市场需求火热,面料的价格才能传递到市场端。假如消费者不买这个账,面料环节或服装生产环节若想单方面涨价,是涨不上去的。因为冲锋衣目前属于买方市场,不是卖方市场,还是买家说了算。“所以目前来说价格压力不会直接传递到消费端,产生明显涨价。”他判断。

的确如奚明所言,记者进一步采访了几家冲锋衣成衣生产企业,询问其产品报价,发现他们并未对产品大幅调价。振华也表示,目前许多面料商因价格波动剧烈而暂停接单,部分品牌因尚有库存前期支撑,暂未正式调价。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

## 石油价格波动影响冲锋衣售价?

## 业内人士:暂不会传导至消费端 无需“囤货”

□ 本报记者 唐瑞

冲锋衣如今可谓是人手一件的必备“神器”,受到众多消费者喜爱。根据《2025中国运动户外冲锋衣消费白皮书》,2025年中国冲锋衣市场规模达287亿元,年均增长18.5%。国际咨询机构弗若斯特沙利文也预测,到2029年,冲锋衣市场规模将进一步攀升至754亿元,2024—2029年复合年均增长率达20.2%。

而近段时间,受国际形势影响,“油价一涨,冲锋衣也要跟着涨价”话题颇受关注。许多消费者既好奇油价和冲锋衣有什么关联,又担忧其对冲锋衣的影响。其实,油价影响冲锋衣的原因在于冲锋衣几乎90%的原材料都来自石油。

中国石油勘探开发研究院在读博士研究生小周告诉记者,石油产业分上、中、下游。上游主要从事勘探开发工作,中游主要为炼制环节,下游则包括运输及终端应用等。“大量纺织品都要用到石

## 石油价格波动影响冲锋衣售价?

## 业内人士:暂不会传导至消费端 无需“囤货”

油生产的衍生品,如合成纤维、纺织化学用品和助剂、涂层面料、人造革等。以合成纤维为例,石油经过提炼、裂解,产生各种化工原料,进而合成各种高分子聚合物,最后抽丝成为我们熟悉的化学合成纤维。”

那么近期国际油价浮动对相关产业带来了什么影响呢?

记者查阅多个投资平台的涤纶原料期货报价,数据显示,这一冲锋衣主要原料的报价在近几个月呈波动上涨态势,从2026年1月底的7000元/吨一度升至超过9600元/吨,涨幅超35%,截至4月15日仍维持在每吨8000元以上。

浙江多元纺织研发公司负责人奚明告诉记者,近期,受国际因素影响,石油价格上涨,纺织品所需原材料都有不同程度的涨幅。受影响最直接的是纱线。因为户外冲锋衣主面料基本由涤纶、尼龙等化学纤维制成,这部分原材料价格涨幅达到20%—30%;其次是染料、涂层料等所需的PU胶水、PU膜等,但这部分

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

## 石油价格波动影响冲锋衣售价?

## 业内人士:暂不会传导至消费端 无需“囤货”

油生产的衍生品,如合成纤维、纺织化学用品和助剂、涂层面料、人造革等。以合成纤维为例,石油经过提炼、裂解,产生各种化工原料,进而合成各种高分子聚合物,最后抽丝成为我们熟悉的化学合成纤维。”

那么近期国际油价浮动对相关产业带来了什么影响呢?

记者查阅多个投资平台的涤纶原料期货报价,数据显示,这一冲锋衣主要原料的报价在近几个月呈波动上涨态势,从2026年1月底的7000元/吨一度升至超过9600元/吨,涨幅超35%,截至4月15日仍维持在每吨8000元以上。

浙江多元纺织研发公司负责人奚明告诉记者,近期,受国际因素影响,石油价格上涨,纺织品所需原材料都有不同程度的涨幅。受影响最直接的是纱线。因为户外冲锋衣主面料基本由涤纶、尼龙等化学纤维制成,这部分原材料价格涨幅达到20%—30%;其次是染料、涂层料等所需的PU胶水、PU膜等,但这部分

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,原料成本就可能增加近40元;而1000元以上的高中高端款衣料,原料成本涨幅可达60—100元。“当然,除了原材料,物价上涨还会推高服装生产过程中的能源成本,以及全球范围内的物流运输费用,这些成本最终都会分摊到成衣的售价上。”他补充道。

日前,记者观察了始祖鸟、骆驼等主流冲锋衣品牌,发现并未出现价格大幅上涨情况。询问多家品牌店后,相关人员基本都表示近期不会涨价。

业内人士建议,尽管服装行业的成本传导通常有1—2个月的滞后周期,2026年秋冬款冲锋衣的价格大概率会上调5%—15%,但对于普通消费者而言,可根据自身需求购入。若近期的确有添置冲锋衣的需求,不必恐慌更无需“囤货”,关注品牌换季清仓、促销节点,能获得更高性价比。

当记者询问,原材料涨价,中游纺织

原料涨幅相对较小,大约在5%左右。奚明表示:“现在对面料企业来说,最大的难点也在于原材料涨价。甚至即便涨价,有些材料仍不好买到。但是终端用户不太接受涨价,而且一些客户已经签订了一年度合同甚至两年度合同。那么对于纺织面料生产企业来说,为这部分已经签了年度合同的客户供货就意味着实打实的亏本。”

一家运动服装品牌店的负责人振华表示,面料成本在冲锋衣总成本中占比较高,约为60%—70%。仅以涤纶原料涨价为例,按当前原材料价格测算,一件500元左右的户外大众款冲锋衣,