

# 2024年 中国羊毛T恤行业概览：理性和悦己消费如何重塑羊毛T恤市场？

2024 China Wool T-shirt Industry  
2024 年中国ウールTシャツです産業

概览标签：羊毛T恤、毛T、美丽诺

报告主要作者：许哲玮

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容。若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

# 报告说明

本报告为中国羊毛T恤行业概览，将梳理中国毛纺织行业发展现状并对目前市面上羊毛T恤的创新型产品毛T做出产品分析。

研究区域范围：中国内地（不含港澳台地区）

研究周期：2019-2024年9月

研究标的：布先生、恒源祥、杉杉、皮尔卡丹等

发布日期：2024年10月

项目团队：工业组



陈夏琳

首席分析师

sharlin.chen@Leadleo.com



许哲玮

行业分析师

jarvis.xu@Leadleo.com



头豹研究院

www.leadleo.com

深圳市华润置地大厦E座4105室

18129990784（陈小姐）

18916233114（李先生）



# 研究目的&摘要

## 研究目的

此研究将会回答的关键问题：

- ① 目前毛纺织行业的发展现状如何？
- ② 以毛T为代表的羊毛T恤行业是如何发展的？行业规模和竞争格局有何特征？代表性的参与企业有哪些？

## 摘要

- 毛纺织行业的供给和需求呈现均衡发展态势，行业海内外发展空间巨大。
- 未来伴随消费升级和消费者对于服饰舒适和悦己等品质性需求提升，可机洗的美丽诺羊毛服饰将成为服饰消费市场的一个重要发展方向。
- 毛T是羊毛T恤的创新型产品，凭借“贴身穿、不扎人、可机洗”特性成为行业消费热点。在人口老龄化、高价值消费人群增多以及成本下降趋势影响下，以毛T为代表的羊毛T恤行业市场规模趋于快速提升，同时行业市场份额趋于向头部厂商聚集。



# 目录

1 中国毛纺织行业发展现状洞察

2 中国羊毛T恤市场概览

3 中国羊毛T恤市场参与企业扫描



# 中国毛纺织行业发展现状洞察

## 毛纺织行业概况

### 毛纺织行业定义、分类及产业链

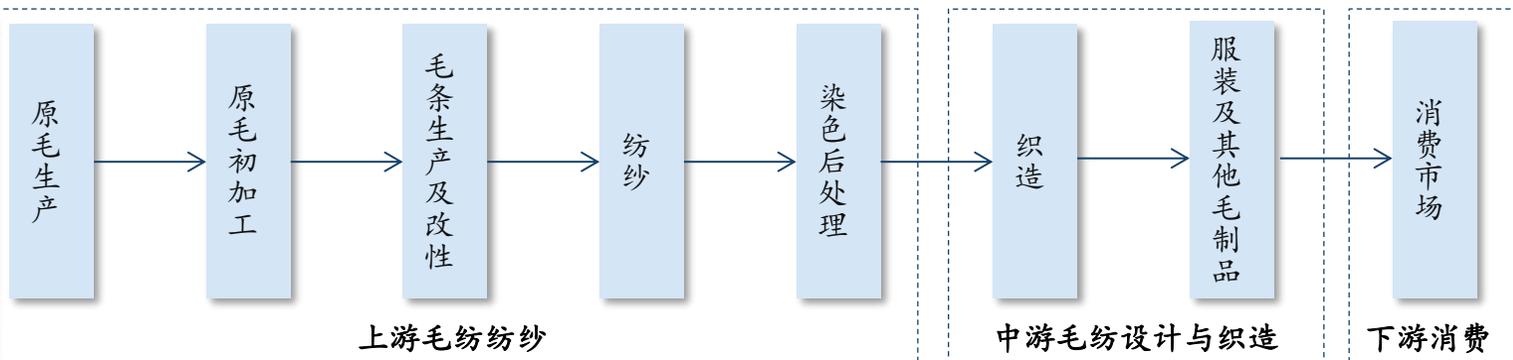
#### 定义

毛纺织行业主要包括从事羊毛、山羊绒及动物纤维纯纺或与其他纤维混纺的初级加工、制条、染色、纺纱、织造、后整理以及毛针织品生产的企业。

#### 分类

|       |                                      |
|-------|--------------------------------------|
| 精梳毛织品 | 以精梳毛纱或毛混纺纱为主织成的毛织物。纱支数较高，一般用双股线织制。   |
| 粗梳毛织品 | 采用粗梳毛纺加工系统而制成的毛纺织品。                  |
| 长毛绒   | 以精梳毛纱、毛混纺纱或纯化纤纱作起毛纱织制成的立绒起毛机织物。      |
| 驼绒    | 底板为棉纱，绒毛为毛纱，用纬编机或经编机编织的起绒针织物。        |
| 绒线    | 按纺纱系统可分为精梳绒线、粗梳绒线和半精梳绒线。             |
| 毛毡    | 以羊毛、牛毛或纤维为原料加工粘合而成的可用于防震、密封等功能的工业材料。 |
| 毛毯    | 按使用原料可分为纯毛毛毯、毛混纺毛毯和非毛纤维毛毯。           |
| 造纸毛毯  | 造纸工业生产过程中使用的毛毯。                      |

#### 产业链



### 关键假设/发现

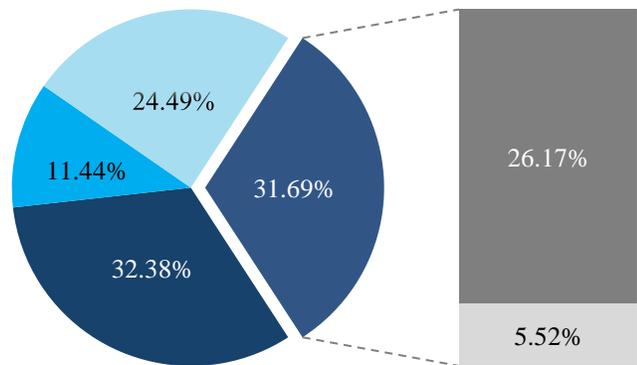
- 毛纺织行业是纺织行业的重要组成部分，毛纺织行业的主要纤维原料是绵羊毛，其中也涵盖产量相对稀少的马海毛、山羊绒、牦牛毛以及兔毛等其他特种动物纤维。毛纺织行业按照毛纺产品的分类方式可分为精梳毛织品、粗梳毛织品、长毛绒、驼绒、绒线、毛毡、毛毯和造纸毛毯8大类；按照加工工艺又可分为精纺、半精纺和粗纺3个类别，其中精纺毛料是以纯净的绵羊毛为主，经精梳设备加工制成的纱支数较高的高档服装面料，通常用于制作羊毛衫等高品质毛纺产品。
- 毛纺织产业链按毛纺产品的生产和销售环节可分为纺纱、设计与织造和消费等主要市场，上游纺纱是整个毛纺织产业链的基础，毛纱的生产工艺及特性直接决定了后期毛纺产品的性能与质量；中游织造是将纱线按照一定规律交织成面料的工艺，织造的方式和技术决定了服装面料的纹理、密度和克重等指标。

# 中国毛纺织行业发展现状洞察

## 供给端概况

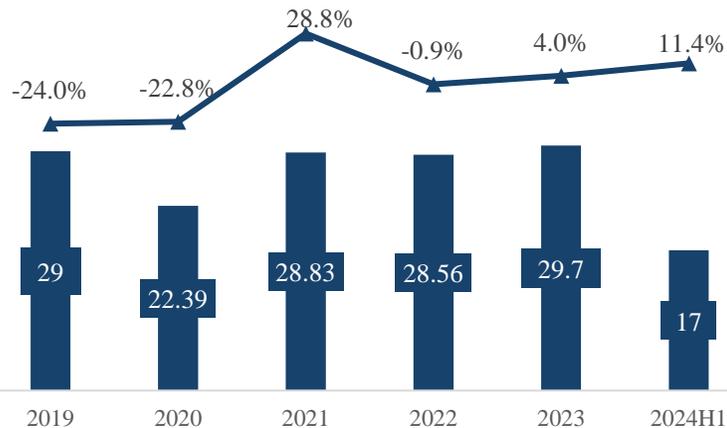
全球羊毛生产量产地分布，2022-2023年 %

■ 中国 ■ 新西兰 ■ 其他 ■ 澳大利亚 ■ 出口中国 ■ 出口其他国家



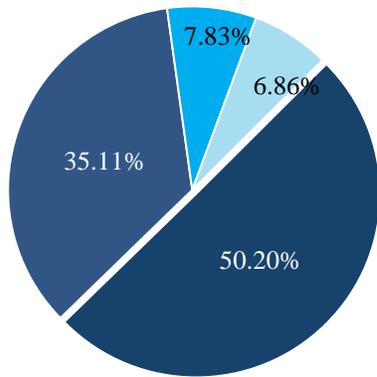
中国进口羊毛及毛条量，2019-2024年 万吨

■ 进口羊毛及毛条量 ▲ 同比增速



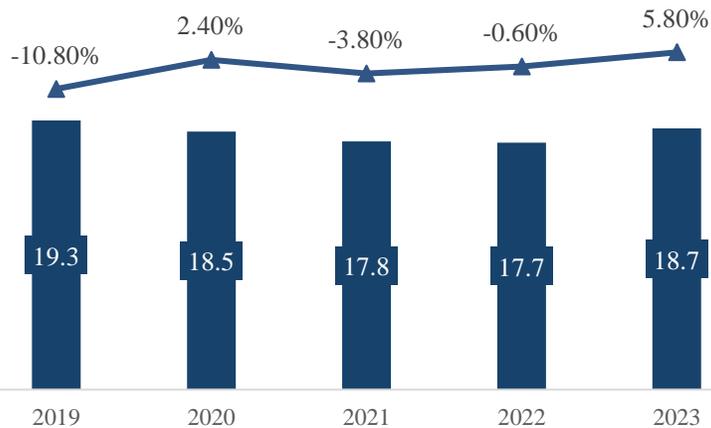
中国进口澳毛量分类占比（按羊毛细度），2022-2023年 %

■ ≤19微米 ■ 20-23微米 ■ 24-27微米 ■ ≥28微米



中国规模以上企业毛纱线产量，2019-2023年 万吨

■ 规模以上企业毛纱线产量 ▲ 同比增速



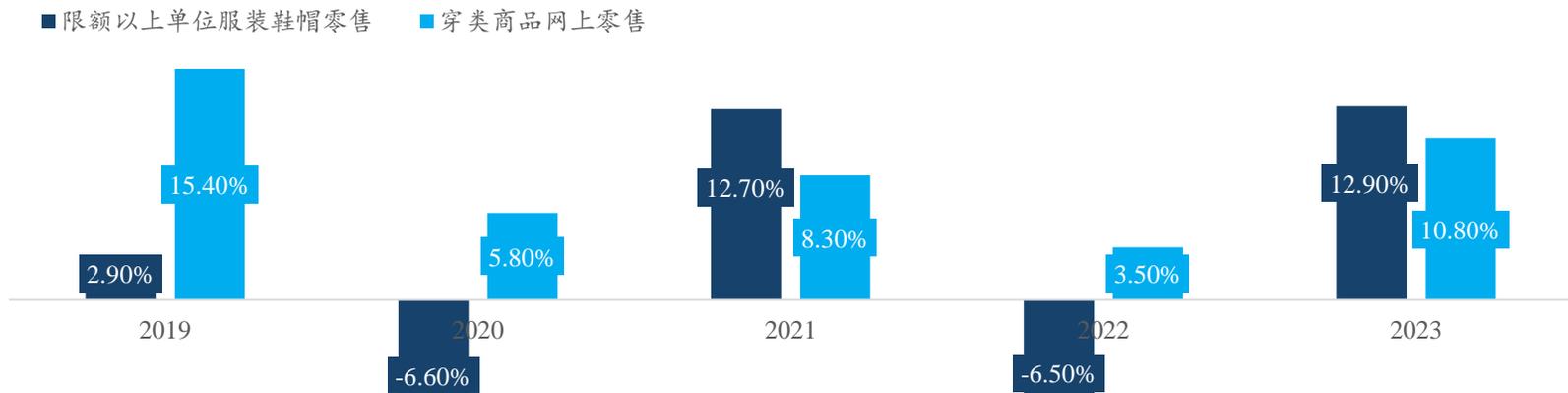
### 关键假设/发现

- 中国是全球最大的羊毛生产和消费国。在全球范围内，中国、澳大利亚和新西兰三大羊毛生产国羊毛生产量合计占全球近75%，其中澳大利亚生产的羊毛超80%出口至中国。中国从澳大利亚进口的羊毛有85%是羊毛纤维细度小于23微米的美丽诺羊毛，反映了国内羊毛纺纱和织造商对高端羊毛的巨大需求。
- 从中国羊毛及毛条进口总量来看，2023年进口羊毛及毛条量29.7万吨，同比增长4%，2024年上半年进口羊毛及毛条量17万吨，同比增长11.4%，羊毛及毛条进口量呈加速增长趋势，国内羊毛市场供应充足。
- 毛纱线是决定毛纺织品规模和性能的重要因素，2023年中国规模以上企业毛纱线产量18.7万吨，同比增长5.8%。毛纱线供给量扩大有望驱动纱线产品向功能化和高附加值化等竞争性强的技术方向创新迭代，满足下游消费者对于中高端毛纺织品的市场需求。

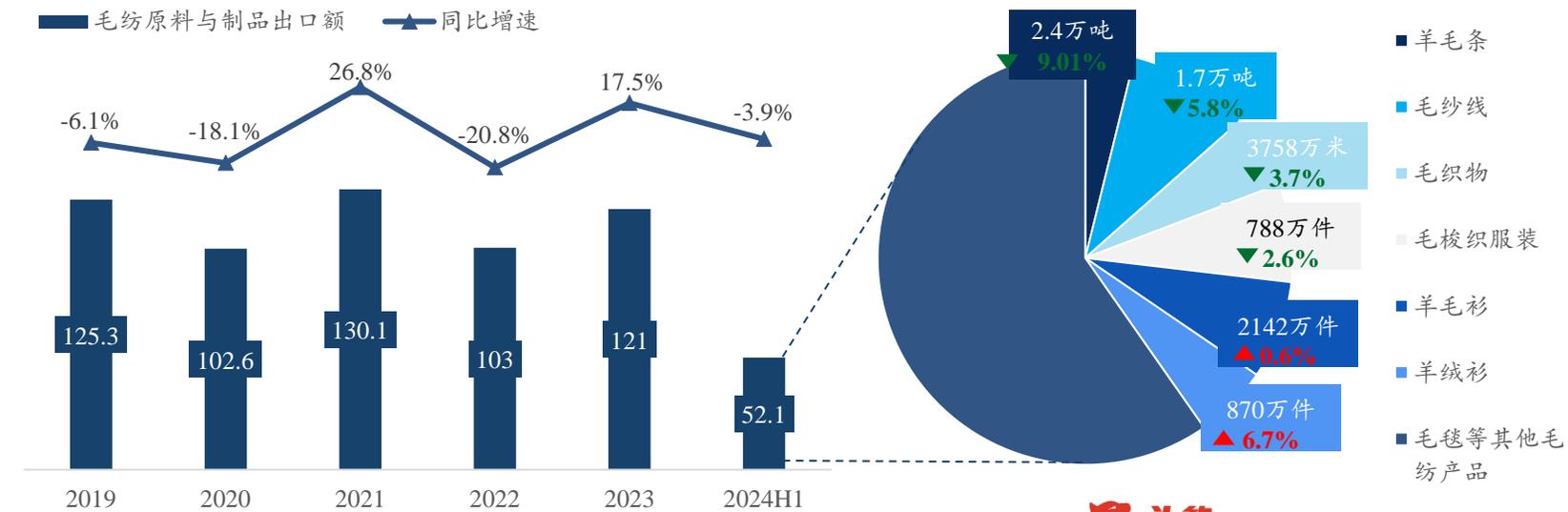
# 中国毛纺织行业发展现状洞察

## 需求端概况

限额以上单位服装鞋帽零售及穿类商品网上零售增速变化，2019-2023年 %



中国毛纺原料与制品出口额及各细分品类出口量变化，2019-2024年 亿美元



### 关键假设/发现

- 在内销市场，近五年来受大流行等短期冲击影响，中国纺织服装零售规模波动明显；2023年伴随消费市场回暖，线上和线下纺织服装消费增速明显，限额以上单位服装鞋帽及穿类商品网上零售规模分别增长12.9%和10.8%，消费场景的多元化发展以及消费者对穿着体验的个性化追求助推服装消费潜力持续释放，带动毛纺服饰消费市场同步规模化增长。
- 在外销市场，中国毛纺原料与制品整体出口规模呈现下滑趋势，2024年上半年毛纺原料与制品出口额52.1亿美元，同比下降3.9%。具体到细分品类，羊毛条和毛纱线等毛纺原料出口量下降明显，而羊毛衫和羊绒衫等毛纺成品出口量有所提高，海外市场需求趋于增长。预计未来伴随跨境平台和供应链体系完善，叠加毛纺产品技术持续优化升级和消费场景创新等因素，中国毛纺企业出海进程将加快，驱动海外市场空间拓展。

# 目录

1 中国毛纺织行业发展现状洞察

2 中国羊毛T恤市场概览

3 中国羊毛T恤市场参与企业扫描



# 中国羊毛T恤市场概览

## 毛T定义及特征

毛T因具备“贴身穿、不扎人、可机洗”特性而成为羊毛T恤行业新宠

### 什么是“毛T”

#### 用做T恤的理念做羊毛衫

1

#### 性能参数

- 100%美丽诺羊毛
- 100及100以上毛条品级
- 羊毛纤维细度小于17微米

2

#### 功能特征

- 贴身穿
- 不扎人
- 可机洗



★毛T是指用“做T恤的理念”做的羊毛衫，采用100%美丽诺羊毛且是100及100以上毛条品级、羊毛纤维细度小于17微米，从而实现“贴身穿、不扎人、可机洗”的所有款式的羊毛T恤产品。

#### 贴身穿



#### 100%极细美丽诺羊毛

美丽诺羊毛的平均纤维细度是20微米，相当于人类发丝粗细的1/4，普通羊毛的1/2，羊毛纤维细度越低，相对于棉和聚酯纤维材料而言质地和触感更加细腻舒适；特别是采用100%美丽诺羊毛和较高毛条品级制成的毛T，可做到表面光滑柔软而富有弹性且吸湿透气不粘人。

#### 不扎人



#### 丝光剥鳞工艺

采用丝光剥鳞处理工艺，改变羊毛纤维表面状态，去除羊毛表面较厚且呈镶嵌状的鳞片，可降低羊毛与皮肤接触的摩擦系数，减少粗糙感，实现毛T不扎人的效果。

#### 可机洗



#### 机洗防缩工艺

采用防缩处理工艺，改变羊毛鳞片结构并包覆树脂，提升羊毛纤维的抗压抗皱伸缩性，防止羊毛毡化，提高织物面料垂坠感，以实现毛T可机洗类防缩性能或滚筒烘干类防缩性能。

# 中国羊毛T恤市场概览

## 毛T行业发展历程

### 毛T行业发展历程



### 关键假设/发现

- 受澳大利亚羊毛流行趋势影响，20世纪90年代中国早期从事羊毛衫生产的老牌服装厂开始推出轻薄柔软的羊毛T恤产品；21世纪初，在羊毛T恤初代产品的基础上，部分厂商开始探索美丽诺超细羊毛及丝光防缩抗菌等优质原料和工艺，但该阶段受技术壁垒和成本过高限制，研制和生产羊毛T恤的厂商规模较小，且消费者对羊毛T恤这一概念并未形成明确认知，大多仍停留在羊毛衫层面。
- 与普通羊毛衫和羊毛T恤不同，毛T综合了贴身穿、不扎人和可机洗的性能特征，是羊毛T恤的创新型产品，满足消费者对于羊毛产品保暖、轻便和亲肤的多元化需求。自2012年布先生首次提出毛T概念并于2014年规模化生产上市以来，毛T品类产品逐步进入消费者视野焦点。
- 2015年以后，国内更多厂商和品牌开始布局毛T及其类似产品，并在对外产品宣传中更多地使用“毛T”这一概念，叠加电商兴起和消费者消费观念转变，消费者对毛T的消费热情激增。

资料来源：头豹研究院

# 中国羊毛T恤市场概览

## 继毛T概念被提出，毛T的市场认可度逐渐提高

### 毛T逐渐被更多厂商所提及



布先生服饰有限公司

2014年10月30日 22:09 来自 分享按钮

#开创毛T时代# 毛T一直是时尚、娱乐、科技明星们的最爱，从办公室到街头、从假日时光到交际场所，他们一举一动中，已将毛T的简单、高贵、洒脱的品质感彰显的淋漓尽致。@布先生<http://t.cn/R7CrJ3n>



#### 韩版清新淑女毛T

衫舞飞扬-左盼盼 衫舞飞扬时尚女装 2015年12月22日

#### 单品推荐 | 换季的最佳选择—针织毛T

原创 OUHTEU 欧度男装 2016年08月23日 17:15

#### 男装 | 杰克琼斯 129换购指定款衬衣/毛T

和家乐商业连锁 和家乐资讯平台 2016年10月28日 19:15

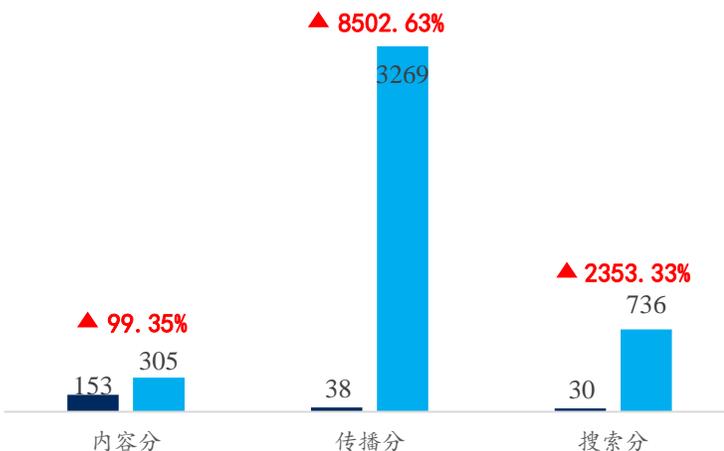
### 多品牌陆续布局毛T产品

| 各品牌毛T/毛T类似产品推出时间 |       |
|------------------|-------|
| 布先生              | 2014年 |
| 恒源祥              | 2015年 |
| 杉杉               | 2019年 |
| 皮尔卡丹             | 2019年 |
| 梦特娇              | 2019年 |
| 金利来              | 2019年 |

### “布先生毛T”在抖音平台的综合指数快速提高

■ 上周期（2023年9月22日-10月22日）

■ 本周期（2024年9月22日-10月22日）



### 关键假设/发现

- 自2012年布先生提出毛T概念并于2014年实现毛T规模化生产上市以来，恒源祥、杉杉、皮尔卡丹等国内知名品牌开始陆续布局满足“贴身穿、不扎人、可机洗”的毛T/毛T类似产品；各厂商和品牌在产品的对外宣传中也普遍性地使用“毛T”这一概念，侧面反映市场对于毛T概念和产品的认知及接受程度提高。
- 据抖音/今日头条平台关键词综合指数统计，“布先生毛T”在内容、传播和搜索三个维度的得分均实现同比大幅增长。其中“布先生毛T”这一关键词在抖音/今日头条平台的相关内容播放量/阅读量增长较快，传播分同比增长8502.63%，展现了市场对布先生毛T的关注度趋于提高。
- 综合上述供给和需求两方面因素，无论是业界还是市场对毛T品类的认识均从毛T概念被提出后实现较大提升。未来伴随更多厂商和品牌入局以及毛T消费人群扩大，以毛T为代表的羊毛T恤市场将存在更大的增长潜力。

资料来源：新浪微博、各电商平台、巨量算数、头豹研究院



# 中国羊毛T恤市场概览

## 毛T用户画像

### 毛T用户画像



用户主要分布在新一线城市

○ 用户分布区域  
● 新一线城市



主力用户：商务和中老年群体



新锐白领



资深中产



小镇中老年

### 关键假设/发现

- 基于抖音、天猫、京东等电商平台数据，在毛T消费市场中男性用户和31-40年龄段用户占比相对更高。由于毛T具备轻奢、轻薄轻便、可机洗等属性，更加迎合商务和中老年群体需求，新锐白领、资深中产和小镇中老年均是毛T的主力用户。
- 从用户的地域分布情况来看，有超50%的用户分布在成都、杭州、重庆等新一线城市，其余用户主要分布在东北地区和长三角地区，反映了新一线城市用户对于品质化消费的偏好，消费升级趋势明显。
- 伴随电商互联网持续渗透和人均可支配收入提高，线上网购已经成为主流的购物方式，消费者在服饰消费中更加重视精致感、体验感和性价比，有望带动定位高端的毛T市场空间进一步拓展；同时，在中国老龄化逐步加深的趋势下，中老年群体消费市场上升空间巨大，未来有望成为毛T市场增长的重要驱动力。

### 市场机遇

#### 产品工艺技术持续迭代升级

伴随消费者对羊毛类服饰产品轻便保暖、抗起球、耐磨性、易于护理等需求提升，行业内不断研发新型高科技纤维，开发出具备轻柔、亲肤、抗菌、防紫外线、机洗防缩等功能性毛纱线，毛T的性能被逐步完善和丰富。

#### 悦己消费成为市场新趋势

悦己消费反映了消费者消费观念的转变，人们开始在购物中重视个人感受和体验，愿意为更好的品质和设计支付溢价，且在人们收入水平普遍提高和线上购物平台兴起的影响下，人们有更多的可支配收入和更多机会去追求高品质的衣着体验。

#### 人口老龄化趋势下市场空间巨大

人口老龄化意味着中老年群体规模趋于扩大，中老年人尤其注重保暖和健康需求，倾向于选择保暖性能优异、柔软透气、天然不刺激的服饰面料，且对款式要求不高，以传统简约为主，而这些功能性需求都与毛T产品所契合。

### 市场挑战

#### 混纺羊毛产品的替代效应

混纺羊毛产品相对于纯羊毛产品，首先它的混纺纤维成本较低，对于品牌厂商而言混纺羊毛产品在规模化生产和销售中更具经济效益；其次是混纺羊毛产品可实现功能更加丰富，且技术难度相对较小，如通过添加聚酯和尼龙等合成纤维即可显著提高面料柔软度、减少刺痒感并增强耐磨性；再者混纺羊毛产品通常更具备时尚设计感，可根据不同层级的消费者个性化需求提供多样化的款式，在年轻消费群体中具备一定优势。

#### 成本制约及假冒伪劣产品冲击

由于毛T采用纤维细度较小的100%美丽诺羊毛作为生产原料，进口羊毛的供应受限以及织造工艺的技术复杂性较高，毛T产品的降本速度相对于其他产品更加缓慢。此外，市场上存在大量标榜着与毛T具备相同性能特征的假冒伪劣产品，但实际上却使用质量较差的合成纤维作为生产原料；它们通常模仿知名品牌的设计和包装，以低价倾销的策略吸引消费者，部分对羊毛产品认知不深且价格敏感度较高的消费者容易上当受骗。

# 目录

1 中国毛纺织行业发展现状洞察

2 中国羊毛T恤市场概览

3 中国羊毛T恤市场参与企业扫描



# 中国羊毛T恤市场参与企业扫描

## 中国毛T市场参与企业筛选

| 品牌名  | 成立年份  | 是否主营羊毛类产品 | 主营羊毛类产品类型 | 羊毛类产品材质 | 100%绵羊毛 | 可机洗 | 品牌描述  |
|--|-------|-----------|-----------|---------|---------|-----|---|
|  布先生    | 2012年 | ✓         | 羊毛衫       | 纯羊毛为主   | ✓       | ✓   | 主打高品质的男装毛T类产品，采用超细美丽诺羊毛原料，专注于线上销售渠道         |
|  恒源祥    | 1927年 | ✓         | 羊毛衫       | 混纺为主    | ✓       | ✓   | 羊毛衫类产品涵盖男装、女装和童装多个品类，主要走混纺路线，纯羊毛类产品占比较小     |
|  杉杉     | 1992年 | ✓         | 羊毛衫       | 混纺为主    | ✓       | ✓   | 定位中高端市场，线上销量占比较高，主要走混纺路线，线下渠道销售纯羊毛类产品相对较多   |
|  皮尔卡丹   | 1950年 | ✓         | 羊毛衫       | 混纺为主    | ✓       | ✓   | 定位中高端市场，线上销量占比较高，主要走混纺路线，线下渠道销售纯羊毛类产品相对较多   |
|  梦特娇    | 1880年 | ✓         | 羊毛衫       | 混纺为主    | ✓       | ✓   | 定位中高端市场，线上销量占比较高，主要走混纺路线，线下渠道销售纯羊毛类产品相对较多   |
|  金利来   | 1968年 | ✓         | 羊毛衫       | 混纺为主    | ✓       | ✓   | 定位中高端市场，线上销量占比较高，主要走混纺路线，线下渠道销售纯羊毛类产品相对较多   |
|  鹿王   | 1996年 | ✓         | 羊绒衫       | 纯羊毛为主   | ×       | ×   | 定位高端市场，以山羊绒为产品原料，主营套头衫和开衫类产品，纯羊绒类产品占比较高     |
|  鄂尔多斯 | 2008年 | ✓         | 羊绒衫       | 纯羊毛为主   | ✓       | ×   | 定位高端市场，以山羊绒为主要产品原料，主营羊绒大衣和套头衫类产品，纯羊绒类产品占比较高 |

# 方法论

- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究、砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。头豹通过深研19大行业，持续跟踪532个垂直行业，已沉淀100万+行业数据元素，完成1万+个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立、发展、扩张，到企业上市及上市后的成熟期，研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式、企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去、现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会跟随行业发展、技术革新、格局变化、政策颁布、市场调研深入，不断更新与优化。

# 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

# 业务合作



## 会员账号

阅读全部原创报告和百万数据

## 定制报告/词条

募投可研、尽调、IRPR研究咨询

## 白皮书

定制行业/公司的第一本白皮书

## 招股书引用

内容授权商用、上市

## 市场地位确认

赋能企业产品宣传

## 云实习课程

丰富简历履历

## 头豹研究院

咨询/合作

18129990784 陈女士

13080197867 李先生

[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

深圳市华润置地大厦E座4105室