

北上廣中產瘋搶 「始祖鳥平替」？

下午四點，日本大阪的一家戶外用品店，一位六旬大爺正站在靠近門口的位置挑選一隻戶外防熊鈴鐺，他湊近耳朵認真地分辨每一隻鈴鐺的音色。

而此時的門店裡，就像早八開門的菜市場，沸沸揚揚，擠滿了赴日旅遊的年輕人。大爺可能也在納悶，年輕人為什麼都要來這家店？他們在搶什麼？

01 中產三寶，又變了

繼lululemon、拉夫勞倫、始祖鳥、薩洛蒙、HOKA、昂跑、birkenstock之後，中產的風又吹到了montbell。

今年上半年，montbell就已經「打敗」始祖鳥，成為上海中產新標配。

在小紅書，上海白領的週末日常是這樣的：「身穿montbell上衣，腳踩KEEN溯溪鞋，身背Lemaire牛角包，在華山路、衡山路之間一邊Citywalk一邊點上一杯霸王茶姬。」上海博主@G僧東形容。

其實，montbell並不是一個新品牌，而是誕生於20世紀70年代的日本戶外品牌，同期的還有美國的戶外品牌巴塔哥尼亞。

但在中國，montbell的名字大部分人可能都沒聽過。

這並不耽誤它火。在小紅書上montbell雖然只有4萬+篇筆記，但「montbell」和「montbell穿搭」詞條的瀏覽量有1.2億，熱門筆記單篇點贊收藏超2萬。

「愛的人愛死。」montbell大阪難波city店，因為能退稅、價格最低，已經被中國遊客「佔領」。

尤其是趕上中秋節這樣的國內假期，大阪的montbell人多到什麼程度呢？「兩排貨架之間，人得一邊挪一邊喊『借過』。」

不能去日本，也阻擋不了中產買montbell的熱情。

在代購圈，montbell已經打敗川久保玲和三宅一生，和鬼塚虎、北面並列「日本必買」。

還有人把montbell當成日本土特產，「每次去日本，都幫同事朋友帶個一兩件」。

montbell爆款速干小熊T恤 圖源：小紅書@[琴琴嗶嗶](#)（已獲授權）

因為montbell日本官網支持支付寶還可以直郵，不少人選擇加入海淘大軍。

但其實，在日本，戶外市場成熟，戶外品牌眾多，而montbell的形象跟「中產」「網紅」一點也不搭邊。剛從日本旅遊回來的韓雪表示，大阪的montbell專賣店就像大賣場一樣。

montbell在日本的定價也是走經濟實惠路線，均價在人民幣300—500元之間，又被稱為「戶外優衣庫」。

就設計來看，如服飾類，多採用基礎版型，藍色、玫紅色的傳統戶外配色，甚至被網友調侃「我媽看了都嫌土」。

「日本穿它的多是爬山的大爺大媽，地鐵上也經常見到穿montbell的老年人。日本年輕人怎麼穿montbell，更喜歡北面。」在日本生活的陳璐表示。

有網友回憶：「montbell十幾年前就是日本爸爸級別的戶外品牌，相當於國內的jeep。幾年前去日本，還只是給老爸買了兩件montbell，給自己買的鳥。」

02 瘋搶montbell的中產在搶啥？

來到中國，montbell換了一副面孔，走起了中產路線。

數據顯示，目前montbell在中國市場共有



17家門店（未包括中國香港、中國澳門、台灣省數據），分佈在北京、上海、蘇州、寧波等一二線城市。

就店舖位置來看，以上海今年新開的montbell港匯恆隆廣場店為例，同一樓層的有薩洛蒙、HOKA、鬼塚虎等品牌。

大眾點評數據顯示，montbell港匯恆隆廣場店的消費均價為1017元。在天貓montbell旗艦店，也能看到，一件衝鋒衣3000元，一雙涼鞋589元，一件T恤429元，妥妥的中產路線。

雖然中國市場定價不便宜，但就銷量來看，天貓montbell旗艦店熱銷款衝鋒衣、涼鞋、速干T恤的銷量依然達到4000—5000件。

有人不禁要問，買montbell的中產到底看中了什麼？

首先是社交屬性。跟日本成熟的戶外市場不同，在中國，戶外市場剛剛起步，除了硬核戶外，很大一部分是有社交屬性的輕量戶外，很容易受社交媒體影響。

在小紅書等社交媒體上，日本當地覺得montbell上的問題被一些博主們的穿搭技巧消解，甚至montbell還貼上了「百搭」的標籤。

如用montbell加絨針織衫搭配今年夏天大火的條紋西裝短褲、白襪瑪麗珍鞋，打造慵懶學院風，獲得4000+點贊收藏。

montbell馬甲與拉夫勞倫棒球帽、潮牌BAPE T恤、氣球牛仔褲、阿迪達斯德訓鞋搭配，凹出隨性層次感。

除了社交屬性，中產看上montbell還有兩個根本原因：專業實力和性價比。

先看專業實力。montbell從品牌誕生就一直聚無戶外，但並不是像始祖鳥之於衝鋒衣，薩洛蒙之於徒步鞋，迪桑特之於滑雪那樣有著明確的品牌標籤。montbell更像是迪卡儂，走的是「一站式」戶外的路線。

打開品牌官網，可以發現montbell的產品線非常豐富，覆蓋徒步、跑步、露營、騎行、旅行、攀巖、游泳、登山、釣魚、滑雪等大部分戶外運動。

在其天貓官方旗艦店，銷量前十的品類也很分散，有衝鋒衣、涼鞋、速干T恤、抓絨上衣、抓絨圍巾、防曬衣、斜挎包、衝鋒褲、保溫杯、雙肩背包、羽絨服，一整個五花八門，幾乎覆蓋了戶外生活的方方面面。

因此，對於剛入門montbell的人來說，買什麼是個難題。也正是這個原因，在小紅書，「montbell必買清單」成為流量密碼。GORE-TEX衝鋒衣、小熊速干T恤、戶外裙、涼鞋、斜挎包等成網紅單品。

對此，montbell中國總代理（未包括中國香港、中國澳門、台灣省）蒙貝歐告訴有意見報告，作為專業戶外品牌，montbell在日本的品類更全，你甚至可以買到伐木工人的工作服。初期，montbell的slogan（口號）是「Light&Fast」，「輕量化」一直是品牌研發的重點。如montbell的衝鋒衣、涼鞋、背包等熱門產品都具有輕量化特點。

但隨著戶外逐漸被大眾所認知，品牌又有了一個新的slogan，即「Function is Beauty」，功能即美，即便是一件T恤也有類似速幹這樣的功能性。

雖然面向大眾，但在功能上，montbell還堅持專業。就最能體現戶外科技的面料來看，在montbell品牌官網可以看到，montbell合作的面料商有二十餘家，多為世界頂級材料，始祖鳥等大牌使用的GORE-TEX面料就

在其中。此外，montbell還自研DRYTEC面料，防風防水的同時更加輕量化，價格更加親民。

除專業度外，性價比是montbell的另一核心競爭力。當然，這裡的性價比是相對而言。

如品牌最為出名兩舞者衝鋒衣，使用GORE-TEX面料，在日本的售價為人民幣1400元左右，目前雙11天貓montbell旗艦店的活動價是1749元，比日本貴了約300元。

對比其他使用GORE-TEX面料的衝鋒衣品牌，如始祖鳥beta SL衝鋒衣售價5400元，薩洛蒙、凱樂石的價格多在3000—4000元之間，北面、猛犸象、艾高的價格多在2500—3000元之間。諾詩蘭、探路者等走性價比路線的品牌價格多在1000—1500元之間。montbell的價格落在1500—2500元之間的價格帶上，處於探路者和北面中間。

即便在中國市場montbell的價格要比日本本土定價高，但無論是日常促銷，還是雙11大促，montbell的折扣頻率並不低。如今年暑期，北京藍色港灣montbell店有折扣，有消費者表示：「對比日本的價格雖然略貴一些，但勝在方便，就在家門口。」

再看montbell的其他產品。以品牌天貓旗艦店銷量前十的產品來看，雙11活動價格多在200—500元價格帶上。

對此，時尚行業專家張培英表示，montbell在專業戶外定位和性價比兩方面的結合，讓品牌能夠在中產當中掀起時尚潮流。同時，對比優衣庫，montbell更偏向於專業戶外；對比迪卡儂，montbell在材質、工藝設計方面佔優勢；對比始祖鳥它的價格優勢又更明顯。「很多戶外愛好者，在選擇入門級產品時就喜歡中端的产品，所以montbell有很大的競爭優勢。」

至於一些消費者吐槽的，日本「戶外優衣庫」怎麼在中國就動不動千元起步，張培英指出，在時尚行業價格決定江山，因此定價高一點，輔以一定程度的折扣，對於品牌建立中高端認知和讓更多消費者嘗試品牌有一定積極作用。雖然折扣會讓消費者對品牌調性感到疑惑，但就montbell的定位來看，消費者具有一定的價格敏感度，適當的折扣利大於弊。

03 montbell還能火多久？

專業戶外、產品線廣，但價格不高，讓montbell在中國迅速打開市場。

據蒙貝歐介紹，montbell今年已經在上海新開四家門店，到2024年底，上海門店數量將達到6家，未來還將在中國一二線城市開設更多線下門店。

但值得注意的是，在「中產三寶」中，始祖鳥、薩洛蒙都背靠安踏，相比之下，無論在資金還是渠道上，montbell都處於弱勢地位。

就montbell店舖選址來看，以北京為例，門店開在百盛、翠微、燕莎奧特萊斯、東壩萬達等老牌商場。

當下比較火爆的合生匯、萬象匯等商場，montbell只有清河萬象匯一家門店，且開在人氣相對弱的西區。而東區聚集了lululemon、香奈兒、lacoste、鄂爾多斯等品牌。

對此，蒙貝歐告訴有意見報告，隨著品

牌認知度的提升，在與商場招商的溝通中，相較於之前更有優勢，「從北京京西大悅城到上海港匯恆隆廣場、浦東嘉裡城等門店，情況就好很多」。

此外，目前中國市場中高端戶外品牌競爭激烈，既有北面、巴塔哥尼亞、薩洛蒙、可隆、迪桑特、凱樂石等專業國際品牌，也有駱駝、探路者、迪卡儂等性價比品牌，優衣庫、蕉內等大眾品牌也推出兼具時尚性和功能性的戶外產品線。

面對這些品牌，montbell處於在專業度認知方面「比上不足」，在設計感和性價比方面「比下也不如」的尷尬位置。

如GORE-TEX衝鋒衣，天貓montbell銷量第一的GORE-TEX衝鋒衣是兩舞者，雙11價格是1749元，已售1000+件。

凱樂石銷量最好的是MONT X，售價2800元，已售5000+件。

在非GORE-TEX面料的衝鋒衣中，montbell銷量第一的是品牌自研DRYTEC面料衝鋒衣，售價689元，銷量5000+件，配色（男款）除了經典黑外，還有寶藍、橙紅、深藍等傳統配色，在版型上偏專業戶外；蕉內銷量最高的衝鋒衣也是自研面料303Proof，售價449元，已售1萬+件，配色除了經典黑外還多了白樺木、石松綠、探險棕等低調的城市通勤配色，版型上偏戶外休閒。

或許，當下montbell在中國市場的發展，最關鍵的就是找到一個合適的定位，貴一點可以，但不可以貴得太多。

錢昆歐遊打油詩

哈斯塔特1

相望哈鎮超尋常，
一灣湖水映白牆。
搭上輪船緩緩行，
近影畫面驚時光。

