

2025
SPRING
SUMMER

2025春夏趋势

京东服饰 白皮书

寄语

Tina

京东零售大时尚事业群 鞋靴业务部负责人



鞋靴是行走的时尚宣言，更是态度的具象表达。随着消费者对自我表达的追求，潮流基因正成为驱动增长的核心引擎。从复古回潮到科技未来感设计，多元趋势持续激发市场活力。京东通过用户需求洞察，精准捕捉趋势脉搏，为商家打造广阔展示空间和高效销售通路，助力抢占潮流赛道。

Jaycie

京东零售大时尚事业群 内衣业务部负责人



内衣是「悦己经济」的缩影，消费者从功能需求跃升为情感与品质的自我犒赏。追求舒适与美学的共生。本白皮书以数据为锚，捕捉消费者前沿需求，锚定家居服饰新增长机遇。我们期待与品牌携手，以「舒适」为起点，以「悦己」为追求，为消费者打造兼具品质与美学的家居生活新体验。

Lucas

京东零售大时尚事业群 童装童鞋业务部负责人



童装童鞋不仅关乎时尚，更承载着父母对孩子的爱与期待。随着新生代父母消费观念的升级，潮流化、功能化、场景化成为选购的核心驱动力，京东通过挖掘这些趋势，满足消费者的多元需求。我们愿与品牌伙伴携手，满足消费者个性化多样化的需求，共同服务好中国4亿母婴家庭。

Christine

京东零售大时尚事业群 鞋服策略部负责人



社媒平台穿搭热度高涨，穿搭已成为一种全新的自我表达方式。京东作为消费生态的重要参与者，洞察用户需求，捕捉趋势先机，提供全方位的货品趋势，助力品牌在细分市场中找到增长新动力。未来，京东将继续与行业伙伴一起并肩前行，为消费者提供更优质的产品与体验，共同缔造时尚新范式。

刘翠萍

芝恩数据 合伙人



2025年春夏，鞋服潮流趋势展现科技、美学与个性的融合。山系、机能和未来感，彰显出先锋科技穿搭的精髓。通勤美学的极简慵懒、优雅老钱和权力中性风，满足用户对舒适、优雅和高智感的追求。闲适街潮则带来复古丹宁、新中式和度假风等多元风格。京东及芝恩数据对社媒用户鞋服消费趋势的洞察，希望为品牌和消费者提供灵感。

CONTENTS

目录

PART 01

服饰行业市场大盘概览

PART 02

春夏服饰三大流行趋势

PART 03

春夏服饰品类趋势洞察

PART 04

京东春夏品类营销玩法

PART

01

服饰行业
市场大盘概览

2025 ➡ 京东服饰
春夏趋势白皮书



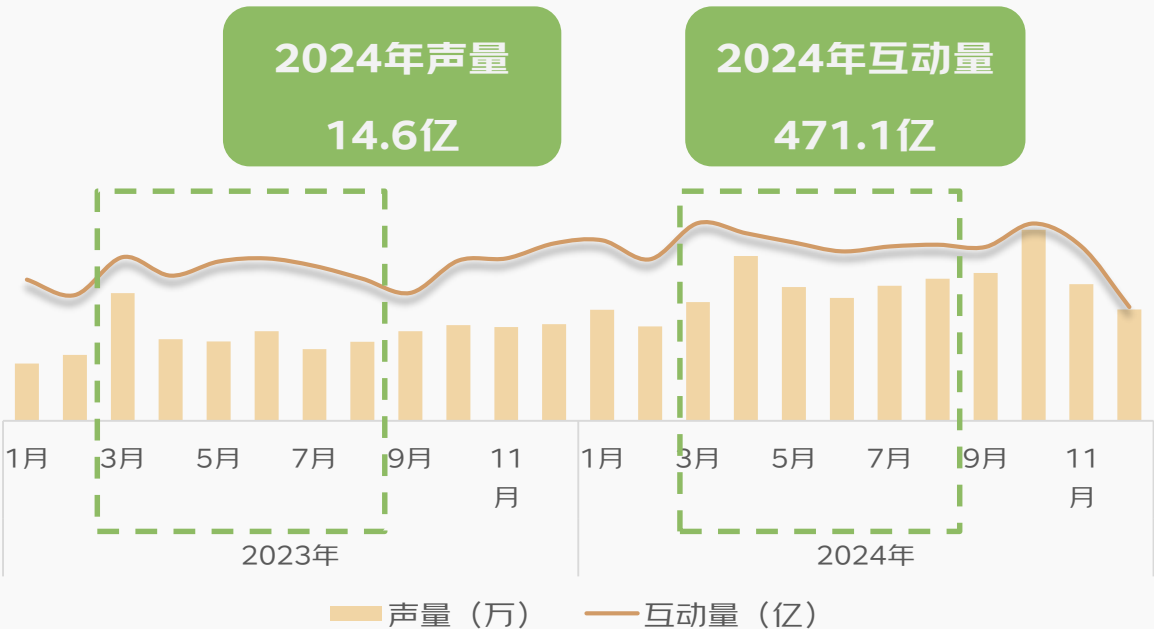
电商平台服饰市场大盘分析

- 2024年主流电商平台服饰品类市场规模近2万亿，社媒平台春夏季服饰穿搭相关的社媒声量同比上升54%，互动量提升17%，服饰穿搭热度高位增长。

主流电商服饰月度销售趋势



社媒平台服饰穿搭声量及互动量变化趋势



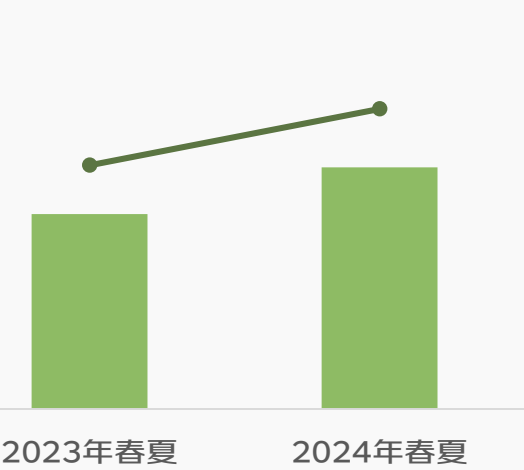
数据来源：京东大数据，艺恩数据及其他公开资料,服饰市场规模不含运动鞋服；

京东服饰发展概览

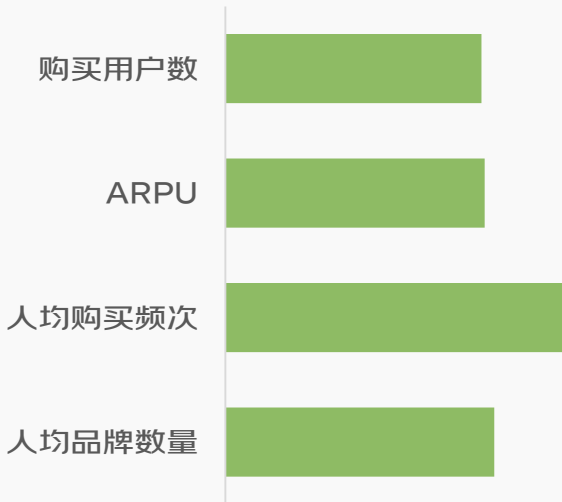
- 京东服饰品类2024年春夏季销售稳步增长，核心驱动因素是用户粘性提升和女性用户的增长。消费者在品类、品牌的选择上更加丰富多元。从结果上看，京东服饰潮流属性增强，品类心智逐年提升。

京东服饰春夏销售趋势

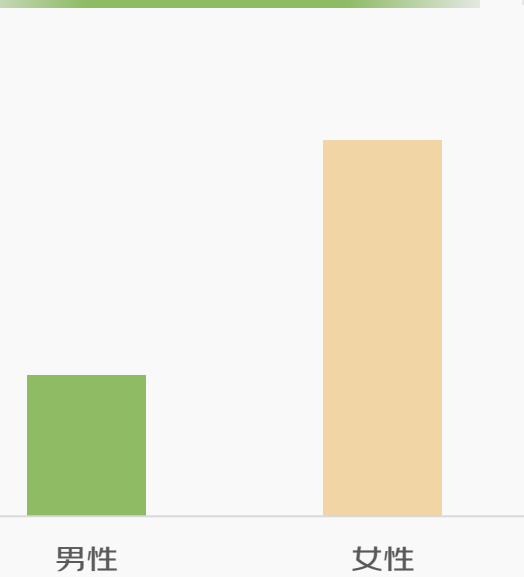
■ 销售额 ● 同比



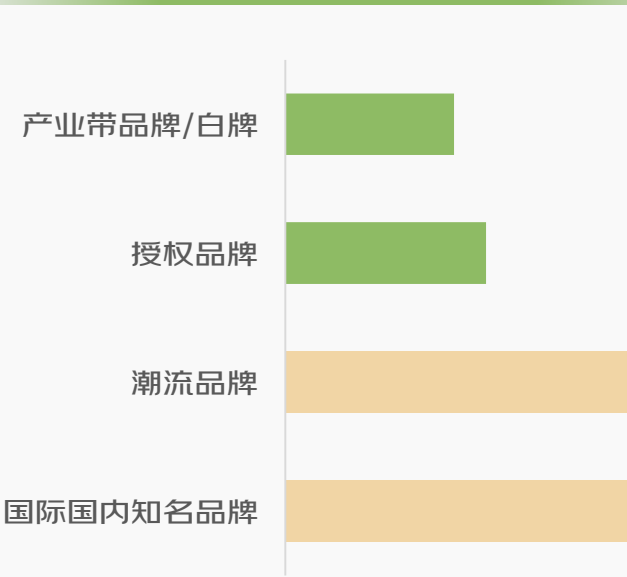
2024年春夏销售驱动因素



京东服饰用户性别同比



京东服饰2024年品牌类型销售同比



品牌持续制造营销爆点，不断拉升全网话题热度

- 蕉下、波司登、伊芙丽、百丽、爱步、他她、巴拉巴拉、英氏、江博士、爱慕、维多利亚的秘密、Ubras等品牌在社媒平台持续深耕内容营销，声量热度居高不下。



男女装



声量TOP
品牌

蕉下
Beneunder
波司登
BOSIDENG
éifuni
伊芙丽



高增长
品牌

SSS simple pieces
Fabrique
E·LAND™



鞋靴



声量TOP
品牌

eCCO®
BELLE
TATA



高增长
品牌

UGG
OLD ORDER®
ORIGINAL SNEAKER SERIES
FOOT INDUSTRY



童装童鞋



声量TOP
品牌

balabala
DR·KONG
江博士·健康鞋
英氏
YeeHoo



高增长
品牌

mini peace
dave & bella
戴维贝拉
PawPaw
BeeBeeBee's Story



内衣/睡衣家居服



声量TOP
品牌

VICTORIA'S SECRET
AÍMER 爱慕
ubras



高增长
品牌

Banana in 蕉内
有棵树®
YOUKESHU
GUKOO

社媒用户服饰穿搭需求多样化、个性化、精细化

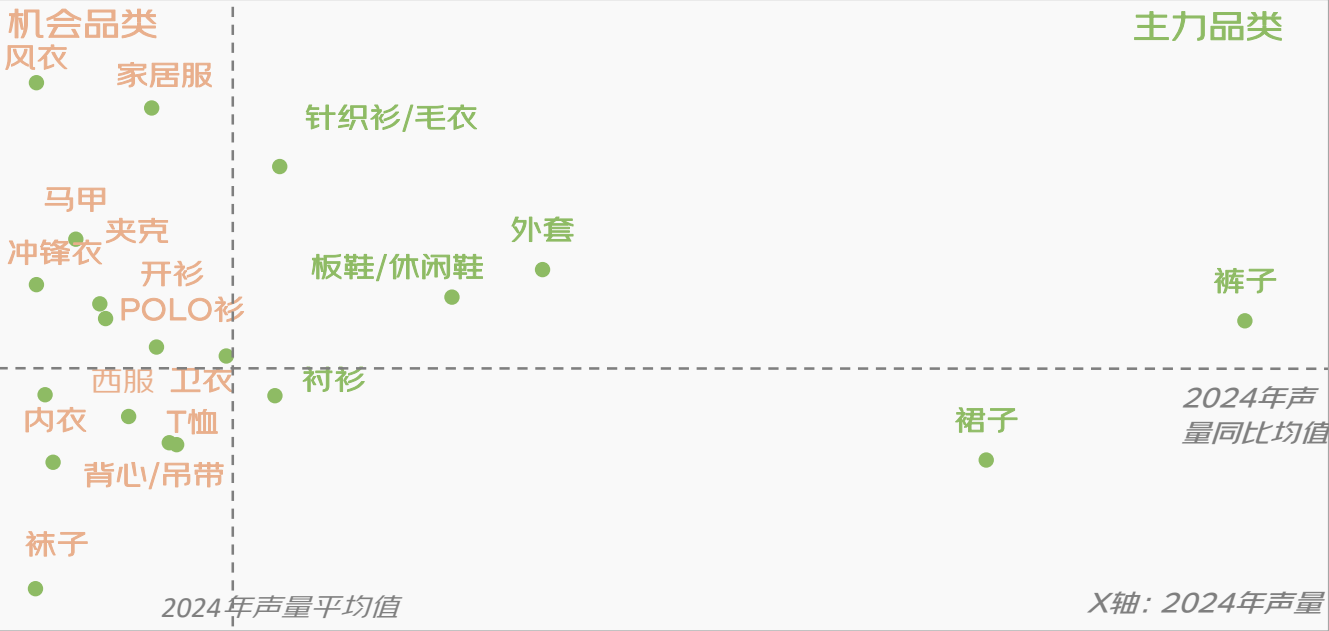
- 随着Z世代成为消费主力，社媒平台用户讨论服饰穿搭内容的多元化、个性化和功能性趋势明显，潮流、通勤、山系、复古、度假等内容的提及度较高，对服饰细分品类的讨论越来越多样化和精细化。

春夏服饰流行趋势社媒用户讨论热词



春夏服饰细分品类社媒用户讨论声量&同比增速

Y轴: 2024年声量同比



数据来源: 京东大数据, 芝恩数据及其他公开资料

社媒平台用户服饰穿搭需求愈发多样化、个性化

- 低饱和度的自然色、包括摩卡慕斯在内的暖棕色系、海军蓝、无花果色等暗色系和粉彩色系预计成为2025年春夏流行色。



数据来源：京东大数据，芝恩数据及其他公开资料

PART

02

春夏服饰

三大流行趋势



2025 ➡ 京东服饰
春夏趋势白皮书

三大流行趋势

先锋科技、通勤美学、闲适街潮

- 在用户对服饰功能化的需求不断进阶、多样化穿搭场景互相融合的发展趋势下，2025年春夏服饰穿搭呈现出先锋科技、通勤美学和闲适街潮三大流行趋势。

先锋科技

先锋科技感穿搭是一种融合了户外功能科技性与都市未来主义设计元素的穿搭风格，是山系穿搭的延展。

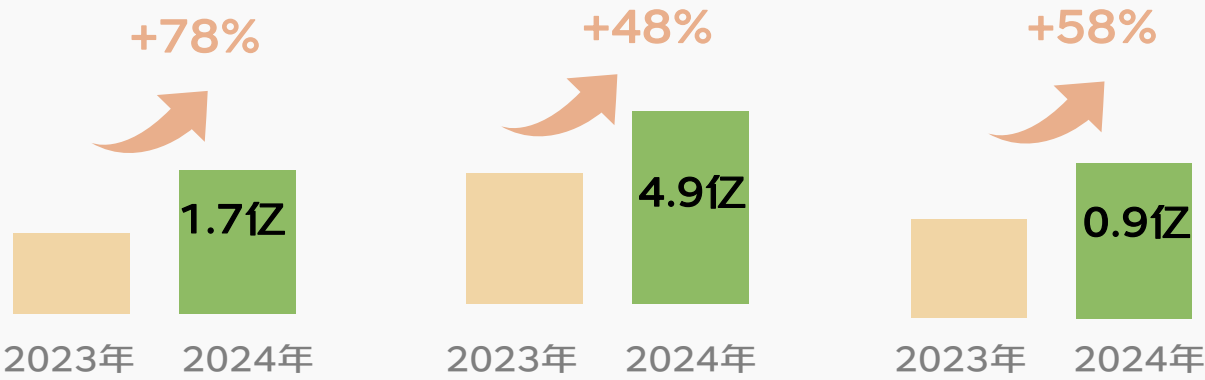
通勤美学

通勤美学穿搭呈现多样化和个性化的特点，极简慵懒风、优雅老钱风和权力中性风是2025年春夏的关键流行趋势。

闲适街潮

闲适街潮穿搭追求自然、舒适与时尚活力并存，复古丹宁风、新中式风和休闲度假风将较为流行。

三大趋势全网互动量及增速



趋势一

先锋科技|山系+机能风+未来感，春夏穿搭追求简约、实用的同时，注重功能性和科技感

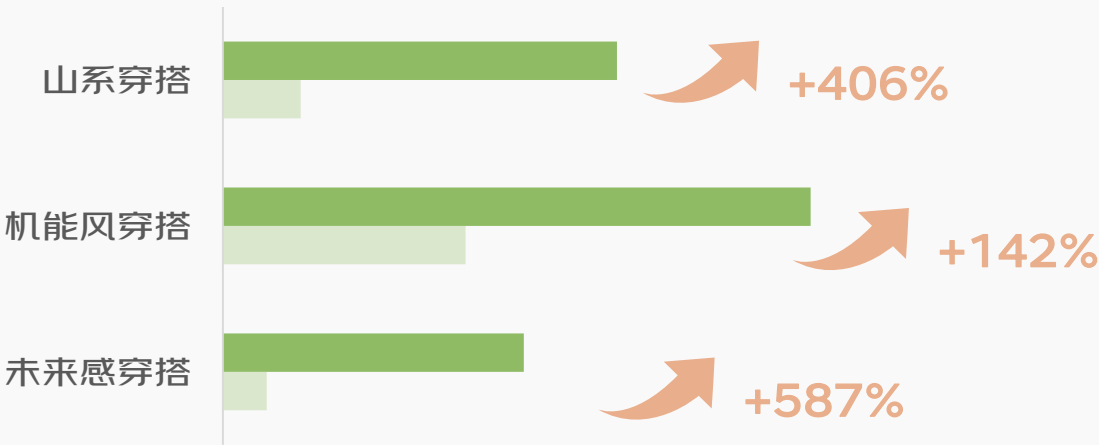
- 山系、机能、科技等穿搭风格讨论热度的提升，表明了当下用户在服装穿搭上追求简约、实用，同时注重透气、防风、防水等功能性和科技感。

先锋科技感穿搭社媒讨论热词

防风 运动风 透气 弹性
Y3K 防水 山系 机能风 抗皱
未来感 科技 户外
宽松 防晒 高能感
高性能 抗菌 朋克风 暗黑系

2024年先锋科技感热门风格声量&声量同比

2024 2023



数据来源：京东大数据，芝恩数据及其他公开资料

趋势一
先锋科技|山系+机能风+未来感，春夏穿搭追求
简约、实用的同时，注重功能性和科技感

- 山系、机能、科技等穿搭风格讨论热度的提升，反映当下用户在服装穿搭上追求简约、实用，同时注重透气、防风、防水等功能性和科技感。



山系户外风



城市机能风



未来科技风

注重实用度与舒适性

+115%
声量同比

结合功能性和时尚感

+85%
声量同比

具备未来感与科技感

+196%
声量同比

风格热词

抽绳 拼接
阔腿 多口袋 撞色
大地色 防晒 山系
轻薄 耐磨

风格热词

高性能 速干
连帽 模块化 绑带
机能风 防风 解构
军绿色 分割

风格热词

干禧风 解构
超短款 金属元素 反光
工业风 不对称 朋克
银色 做旧 Y3K

热门单品



537万
声量

山系
防晒衣

热门单品



122万
声量

机能
工装裤

热门单品



101万
声量

机甲
老爹鞋

趋势一

先锋科技|山系户外穿搭追求轻薄、透气，宽松大口袋、工装款式等较为流行

- 2025年春夏的山系户外穿搭强调轻量化、多功能设计，同时注重透气、速干等性能。色彩上以低饱和度为主，设计上大外套、大口袋、工装等元素受用户喜爱。

核心赛道

颜色流行趋势

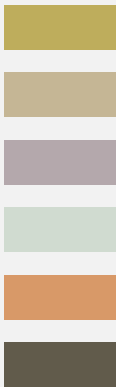


凉感T恤

轻户外防晒衣

伞兵裤

户外徒步鞋



山系户外风热门搭配公式&代表单品

轻户外穿搭：轻量化、多场景切换、撞色、轻盈感、实用性

工装风穿搭：户外、多口袋、三防、科技感、实用性



头颈一体防晒
贴合防晒帽

散热防闷
易汗区拼接网眼
身侧拼弹力网眼

拼接设计
撞色

可选择手撕
手撕标签

代表单品：凉皮防晒衣



可拆卸袖身
长短袖自由切换

透气网眼
背部网眼
腋下网眼

立体口袋
口袋挂绳设计

肌理感暗纹
别致小心机

代表单品：山系外套

趋势一
先锋科技|城市机能穿搭强调实用和多功能，中性色、混搭风格等成为春夏流行趋势

- 城市机能风穿搭以实用主义和功能设计为核心，强调中性色调和低饱和色彩的运用，混搭风格、环保与可持续材质、一衣多穿与场景融合成为城市机能风的重要特征。

核心赛道



冲锋衣/机能外套

机能工装裤/半身裙

机能鞋/老爹鞋

颜色流行趋势

- 低调的军绿和灰色系



城市机能风热门搭配公式&代表单品

轻户外机能穿搭：防风、防雨、速干、透气、高性能



轻防软壳
防风雨、更透气

自然色系
云纱米、树篱绿、黑色

多场景切换
城市、户外均可穿

机能设计
帽领抽绳、功能口袋

代表单品：机能外套

日常机能穿搭：酷飒、宽松剪裁、层次感、功能性



更轻薄
净重187.6克

凉皮速干
原纱凉感
吸湿速干

机能风设计
降落伞裤型

舒适细节
脚口抽绳

代表单品：降落伞机能裤

趋势一

先锋科技|未来科技风穿搭以未来感和科技感为核心，满足用户对科技和时尚的双重需求

- 2025年未来科技感穿搭结合金属元素、做旧工艺、仿生材质、解构主义设计、千禧朋克风、末日废土风、Y3K等与科技感融合，展现出独特的魅力。

核心赛道



辣妹背心/上衣

不规则半身裙

银灰色老爹鞋

颜色流行趋势

- 银色、冷灰色、黑色等金属色



未来科技风热门搭配公式&代表单品

美式辣妹穿搭：紧身上衣、低腰裤、朋克风



立体浮雕印花
前胸印花

拼色插肩
优化肩部比例

截短剪裁
拉高腰线

高弹面料
罗纹、高弹氨纶丝

代表单品：辣妹长袖T恤

千禧风穿搭：复古、金属质感、科技感



防撞鞋头
拼接包裹型鞋头

厚底增高
大缓冲鞋底

千禧复古
复古银灰色

涡轮设计
科技感和未来感兼具

代表单品：银灰色老爹鞋

趋势二

通勤美学|慵懒感+老钱风+权力风，春夏通勤展现出极简、优雅、中性等多样化穿搭趋势

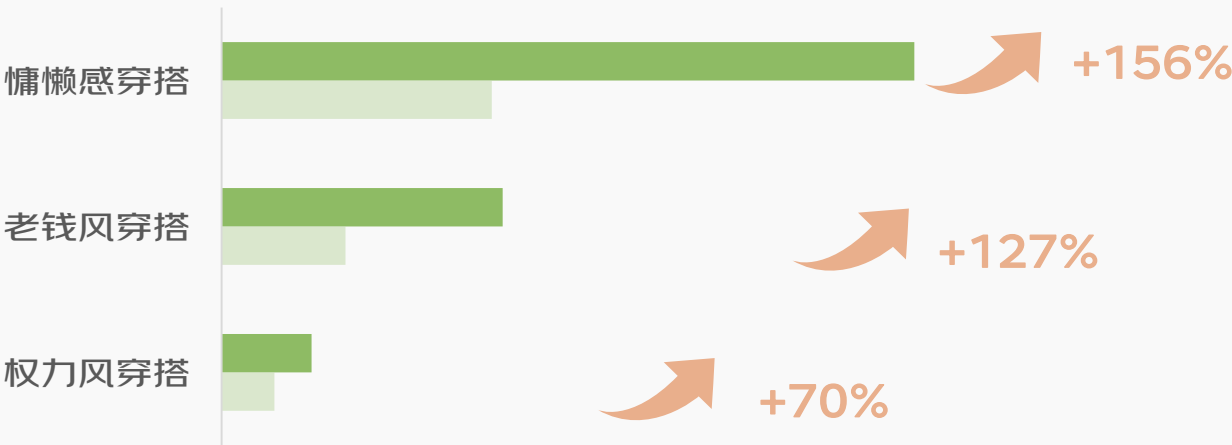
- 2025年春夏通勤穿搭融合了极简慵懒、优雅老钱、权力中性等多元风格，展现出用户多样化、个性化、专业化和舒适度的时尚穿搭需求。

通勤美学穿搭社媒讨论热词

慵懒感 高智 优雅 随性
精致 中性 简约 松弛 极简风
知性 实用 复古 高级 甜美 老钱风
性价比 商务 高品质

2024年通勤美学热门风格声量&声量同比

2024 2023



趋势二

通勤美学|慵懒感+老钱风+权力风，春夏通勤展现出极简、优雅、中性等多样化穿搭趋势

- 2025年春夏通勤穿搭融合了极简慵懒、优雅老钱、权力中性等多元风格，展现出用户多样化、个性化、专业化和舒适感的时尚穿搭需求。



极简慵懒风



优雅老钱风



权力中性风

追求舒适度和松弛感

+156%
声量同比

低调、优雅且充满质感

+127%
声量同比

自信、权威且有力量感

+70%
声量同比

风格热词

柔软 慵懒风
阔腿 松弛感 棉麻
低饱和度 吊带 针织
极简 基础款

风格热词

新中式
静奢 长期主义 老钱风
优雅 羊毛 POLO领
醋酸 亚麻

风格热词

垂坠感 同色系 大廓型
精英化 中性风 商务
大翻领 宽肩 双排扣
经典

热门单品



205万
声量
简约
针织衫

热门单品



45万
声量
优雅
裙装

热门单品



26万
声量
宽肩
西装

趋势二

通勤美学|极简慵懒风强调随性、舒适度，同时又不失时尚感和专业性

• 2025年春夏，慵懒感通勤穿搭风格通过柔软面料、宽松廓形与极简风的组合，打造舒适感和松弛感，适合快节奏的都市生活。

核心赛道

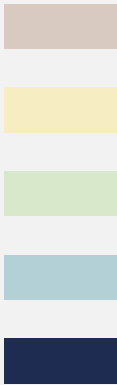


简约毛衣/针织衫

宽松阔腿长裤

乐福鞋

颜色流行趋势



极简慵懒风热门搭配公式&代表单品

简约随性穿搭：软糯、柔软、简约设计、随性、基础款



V领设计
斜带连接

宽松版型
落肩设计

绵羊毛材质
柔软舒适

清新色系
米白、灰色、薄荷绿

代表单品：慵懒风针织衫

舒适慵懒穿搭：宽松、舒适、包容性、清新配色、松弛感



经典条纹
灵动清新

宽松版型
包容性更强

空气洗工艺
舒适度高

100%棉
舒适亲肤

代表单品：宽松慵懒衬衫

趋势二

通勤美学|优雅老钱风呈现出低调静奢、经典与现代融合的特点

- 2025年优雅老钱风穿搭通过结合海蓝色与大地色系、运用优雅剪裁与细节设计、高品质针织单品，来满足用户低调奢华、高品质的穿搭需求。

核心赛道



翻领衬衫

阔腿羊毛休闲裤

优雅中长款裙

颜色流行趋势



优雅老钱风热门搭配公式&代表单品

优雅通勤穿搭：法式、优雅、高品质、自然色调



圆领衬衫
上肩扣饰

法式半身裙
柔软面料
舒适疗愈

自然色调
柚木棕

中长款设计
优雅剪裁

代表单品：法式优雅半身裙

老钱风通勤穿搭：复古、宽大、羊毛、经典款式



V领马甲
凸显复古感

阔腿休闲裤
宽松裤型

羊毛材质
美丽诺羊毛

立体剪裁
贴合腰身

代表单品：阔腿羊毛裤

趋势二

通勤美学|权力中性风穿搭满足用户刚柔并济、硬朗与精英感相结合的穿搭需求

- 权力穿搭通过运用宽肩西装、大廓型裤装、飞行员夹克等，展现出用户自信和力量感，让用户更具硬朗、富有干劲和精英的气质。

核心赛道

宽肩西装

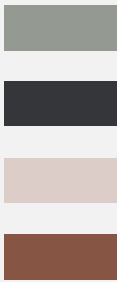
西装马甲

大廓型西装裤



颜色流行趋势

- 黑、白、灰、米色等中性色系



权力中性风热门搭配公式&代表单品

中性风通勤穿搭：宽松、无性别感、舒适、松弛感



可拆卸设计
可拆卸立领

刺绣LOGO
口袋刺绣设计

宽松版型
宽松H字版型

拼接设计
层次设计感

代表单品：宽松廓形西服

权力感通勤穿搭：宽肩、廓形、男友风、力量感



戛驳领设计
利落帅气

宽肩廓形
时髦酷飒

黑灰色
营造成熟感

双侧开叉
随性不羁

代表单品：廓形男友风西装

趋势三

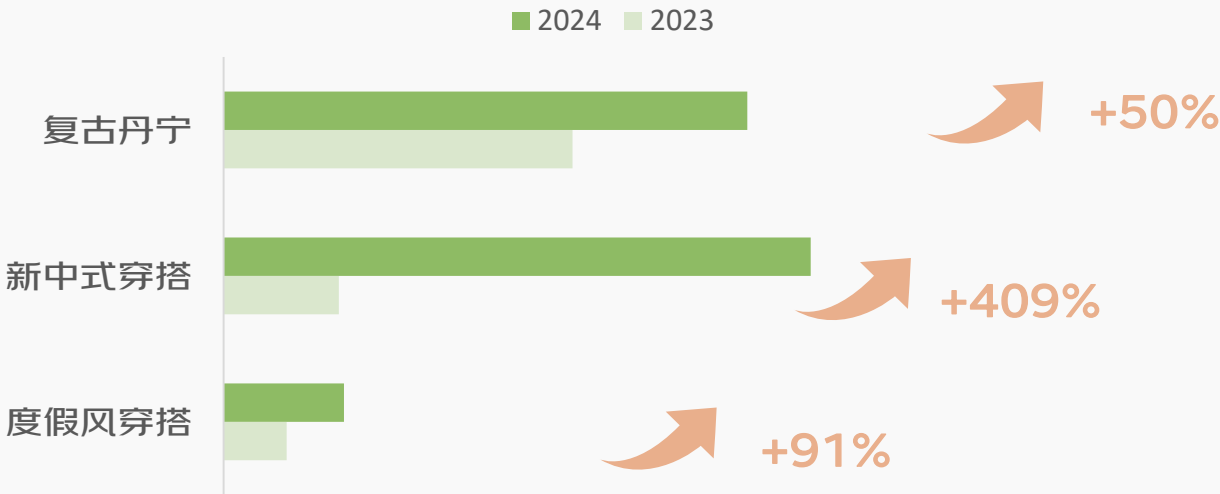
闲适街潮|丹宁风+新中式+度假风，春夏街头休闲穿搭复古与现代风并存

- 从复古丹宁风、新中式风到休闲度假风，2025春夏街头休闲风融合了中性穿搭、美式复古、民族风、慵懒风、工装风等多种风格，是当下用户对时尚度、舒适度等多重需求的个性化选择。

闲适街潮穿搭社媒讨论热词

随性 工装风 甜美 简约
多巴胺 休闲 舒适 高品质 松弛
百搭 奢潮
度假风 美式 复古 新中式 民族风
丹宁风 中性风 帅气 朋克风 慵懒风

2024年闲适街潮热门风格声量&声量同比



数据来源：京东大数据，芝恩数据及其他公开资料

趋势三

闲适街潮|丹宁风+新中式+度假风，春夏街头休闲穿搭复古与现代风并存

- 从复古丹宁风、新中式风到休闲度假风，2025春夏街头休闲风融合了融合中性穿搭、美式复古、民族风、慵懒风、工装风等多种风格，是当下用户对时尚度、舒适度等多重需求的个性化选择。



复古丹宁风

以牛仔布为主要材质，
经典、耐穿、百搭

+91%
声量同比

风格热词

随性 百搭 耐穿
美式复古 做旧
辣妹 高腰 阔腿
宽松 拼接 喇叭

热门单品



755万
声量
牛仔
外套



新中式风

传统中式元素与现代
设计理念融合

+850%
声量同比

风格热词

旗袍 层次感
传统 刺绣 缎面
大气 立领 马面裙
棉麻 温婉

热门单品



282万
声量
新中式
裙装



休闲度假风

具备多样化和活力感

+195%
声量同比

风格热词

自然色系
松弛感 波西米亚 随性
舒适 网纱 亚麻
轻质 格纹 镂空

热门单品



285万
声量
休闲
T恤

趋势三

闲适街潮|复古丹宁风强调随性、舒适度，同时又不失时尚和复古感

- 2025年春夏，复古丹宁风回潮。牛仔裤、牛仔外套和牛仔裙等单品与皮革、西装、巴恩风外套、超短T恤等单品结合成为热门趋势。

核心赛道



牛仔外套

复古半身牛仔裙

高腰阔腿牛仔裤

颜色流行趋势



复古丹宁风热门搭配公式&代表单品

街头率性穿搭： Oversize、巴恩风、宽松剪裁、阔腿、翻领



巴恩外套
工装宽松版型

翻领剪裁
休闲时尚

阔腿牛仔裤
修饰腿型

磨白设计
美式复古

代表单品：宽松阔腿牛仔裤

美式辣妹穿搭： 超短、低腰、做旧、美式复古



超短T恤
时尚辣妹

腰头设计
斜扣交叉腰头

磨毛做旧
复古烟灰色

开叉设计
显高显腿长

代表单品：美式复古半身裙

趋势三

闲适街潮|新中式风富含大气、雅致和文化元素，通过传统与现代的结合展现独特魅力

- 2025年新中式穿搭通过立领、盘扣、改良旗袍等传统元素与现代剪裁的结合，低饱和度的色彩和传统面料的使用，进一步提升了新中式穿搭的质感和文化内涵。

核心赛道

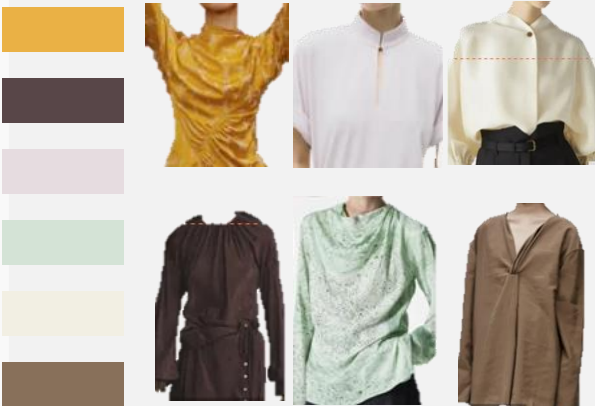


新中式外套

新中式衬衣

新中式半身裙

颜色流行趋势



新中式风热门搭配公式&代表单品

新中式休闲穿搭：新中式外套+休闲T恤+休闲裤/牛仔裤

新中式潮酷穿搭：新中式上衣+新中式开叉半身裙+长靴



缎面材质
暗纹缎面

玉石圆扣
翡翠绿

国风花卉印花
华丽金贵

流行配色
富贵黄色

代表单品：缎面国风上衣



新中式外套
时尚宽松版型

开叉吊带裙
不规则设计

醋酸缎面
自然垂坠

休闲中长靴
塑造潮酷感

代表单品：新中式外套

趋势三

闲适街潮|休闲度假风融合了复古与现代元素，强调舒适度与时尚感的结合

- 2025年度假风穿搭的特征呈现出多样化和活力感。新一代波西米亚风格、宽松白衬衫、动物纹、中性色调、格纹元素、粉彩色调、轻量质感面料和自然元素成为休闲度假风流行的关键。

核心赛道



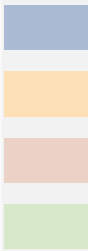
宽松衬衫

度假风连衣裙

亚麻裙/亚麻裤

颜色流行趋势

- 粉彩色调、中性色调



休闲度假风热门搭配公式&代表单品

波西米亚风穿搭：波西米亚风衬衫、连衣裙、半身裙



方领设计
可拆卸披肩方领

流苏设计
领口撞色流苏

刺绣装饰
边缘刺绣装饰

宽松裙身
宽松版型

代表单品：**波西米亚风连衣裙**

复古休闲穿搭：格纹衬衫+休闲T恤/背心+宽松休闲工装裤



格纹样式
复古腔调

做旧工艺
怀旧水洗痕迹

棉质面料
舒适挺括

宽松款式
中性工装风格

代表单品：**格纹做旧衬衫**

PART

03

春夏服饰

品类趋势洞察



2025 京东服饰
春夏趋势白皮书

京东核心春夏品类货品趋势赛道
专业化、高品质、潮流化，引领品类流行趋势



T恤

社媒声量：**1826万**
销售同比：★★★★
核心赛道：
正肩 刺绣 假两件
速干/凉感（儿童）抽
褶 肌理感
插肩（儿童）



连衣裙

社媒声量：**1369万**
销售同比：★★★★
核心赛道：
吊带 新中式
度假风 桑蚕丝
简约设计 蕾丝镂空 醋酸
千金风



休闲裤

社媒声量：**318万**
销售同比：★★★★★
核心赛道：
高腰 垂坠 阔腿/微喇
（儿童）窄版 直筒 工装
香蕉裤 裙裤 亚麻 伞兵
裤 防蚊裤（儿童）



防晒衣

社媒声量：**209万**
销售同比：★★★★★
核心赛道：
撞色拼接 轻薄 速干
山系 收腰 精致通勤
冰丝凉感（儿童）多巴
胺（儿童）全面防护



睡衣家居服

社媒声量：**241万**
销售同比：★★★★★
核心赛道：
冰丝 真丝 甜美 柔软耐
看 抗菌 三件套
法式复古 慵懒风
新中式 长绒棉



休闲鞋&单鞋

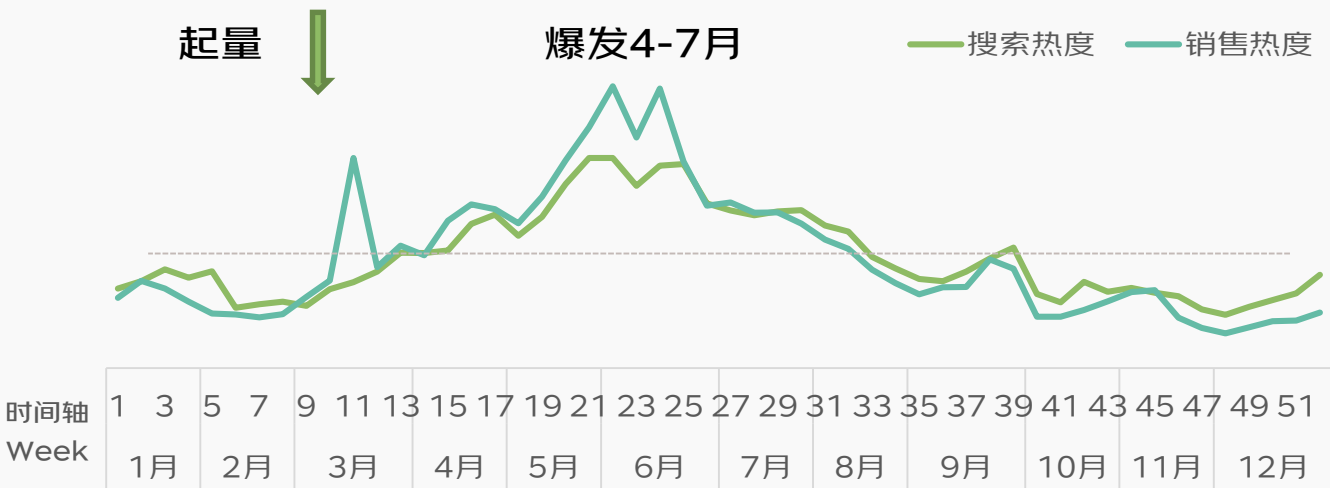
社媒声量：**86万**
销售同比：★★★★★
核心赛道：
乐福鞋 玛丽珍鞋
经典板鞋 老爹鞋
小白鞋（儿童）勃肯鞋
厚底洞洞鞋 德训鞋
山系户外鞋（儿童）

京东核心春夏品类货品趋势赛道——连衣裙

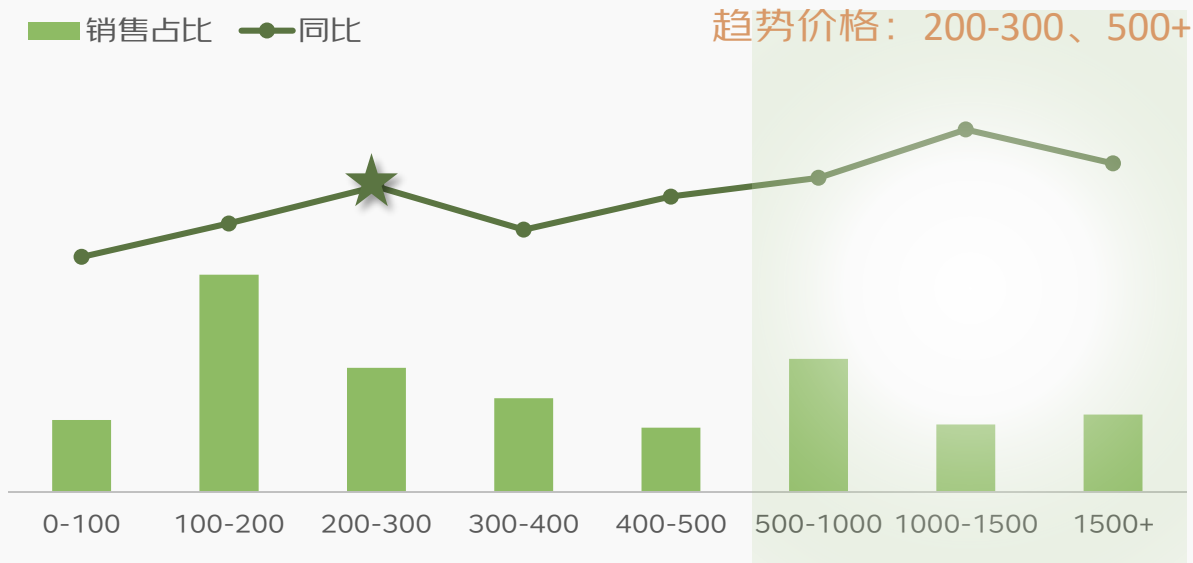
- 连衣裙品类2月开始上新，3月起量，4-7月持续热卖。
- 100-200是主力价格段，200-300及500以上高价位销售高增。



2024年连衣裙品类用户需求节奏



2024年春夏京东连衣裙品类价格带增速表现

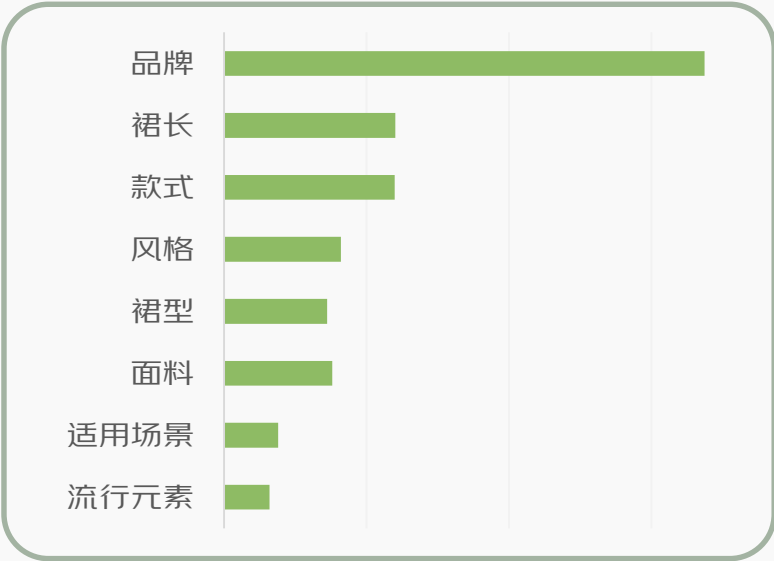


数据来源：京东大数据

京东核心春夏品类货品趋势赛道——连衣裙

- 除品牌外，用户核心关注点为连衣裙的长度、款式、风格、裙型、场景，同时在面料方面也是主要考虑因素。
- 结合站内外热度及增速，吊带、新中式、蕾丝镂空、桑蚕丝连衣裙是明星赛道，简约设计、度假风、千金风、醋酸连衣裙是趋势赛道。

连衣裙购买关注因素

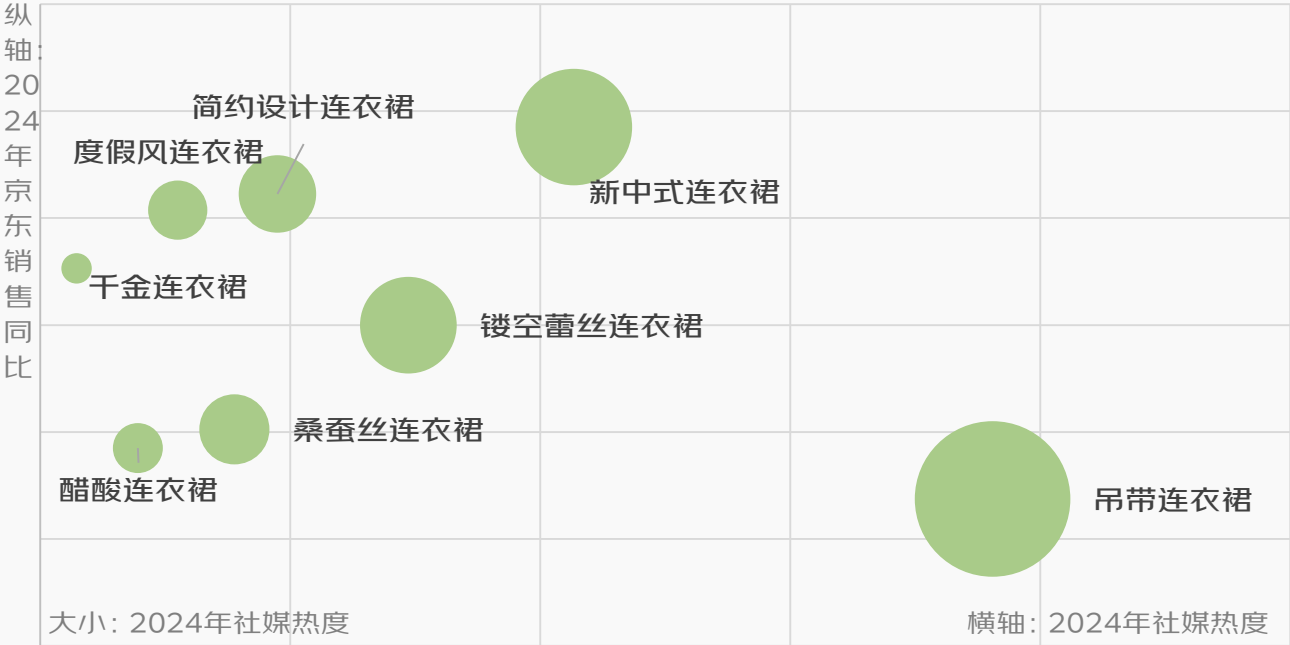


连衣裙社媒热词



京东连衣裙品类趋势赛道识别

社媒热度 ★★★★★



数据来源：京东大数据、艺恩数据

连衣裙

核心赛道|复古与创新的融合、极简与轻奢的碰撞，为用户提供多样化和个性化选择

热门颜色&明星赛道



吊带连衣裙

社媒声量: **185万**
销售同比: **+30%**
核心价格: **100-200**
代表品牌:

MO&Co.
URBAN REVIVO



新中式连衣裙

社媒声量: **73万**
销售同比: **+150%**
核心价格: **100-400**
代表品牌:

MO&Co. 3 COLOUR



度假风连衣裙

社媒声量: **39万**
销售同比: **+90%**
核心价格: **100-200**
代表品牌:

edition ELLE



桑蚕丝连衣裙

社媒声量: **34万**
销售同比: **+40%**
核心价格: **400+**
代表品牌:

Fabrique ELLASSAY 歌力思

趋势颜色&趋势赛道



简约设计连衣裙

声量同比: **+129%**
销售同比: **+130%**
核心价格: **1500+**
代表品牌:

edition PORTS



镂空蕾丝连衣裙

声量同比: **+80%**
销售同比: **+70%**
核心价格: **100-300**
代表品牌:

d'zzit
URBAN REVIVO



醋酸连衣裙

声量同比: **+34%**
销售同比: **+30%**
核心价格: **1000+**
代表品牌:

PORTS LANCY



千金风连衣裙

声量同比: **+101%**
销售同比: **+170%**
核心价格: **200-500**
代表品牌:

ELLASSAY 歌力思

连衣裙|代表品牌案例

UR
URBAN REVIVO

设计理念

UR以“感官享悦，玩味时尚”作为品牌理念，突破传统快时尚思维，打造“轻奢时尚”品牌定位。

代表商品

植物系印花吊带度假连衣裙：充满夏日气息和自然风情，以自然元素为图案，充满度假氛围，吊带设计展现肩颈线条，清凉又性感，宽松剪裁舒适随性，适合休闲度假风格。

收腰无袖连衣裙：很好地展现肩部和手臂的线条，给人一种清爽、优雅的感觉；高腰剪裁，突出腰部线条，拉长下半身比例，展现曼妙身姿；清爽的设计，展现修长的手臂线条，同时增加整体的轻盈感。



植物系印花吊带度假连衣裙



收腰无袖连衣裙

LANCY 设计理念

朗姿LANCY FROM25以“优雅女性力量”为核心，将意式随性美学与东方经典元素巧妙融合。

代表商品

翻领赫本风简约设计连衣裙：时髦挺括修身版型，双排扣收腰设计，正肩设计修饰肩部线条，顺色树脂扣点缀箱型双排扣，利落衣型搭配简洁领口，下摆飘逸，展现率性飒然的形象。

精致千金风连衣裙：精致浪漫，搭配粉色系，采用7色彩虹段染纱线，织就独特的彩虹针织单品，加珠片纱线织成，使裙身顺滑有弹力并且垂坠感很好，同时还能焕发珠片的光彩，领部以及口袋处的装饰链条纯手工打造，是机器无法替代的手工织带。



简约设计连衣裙



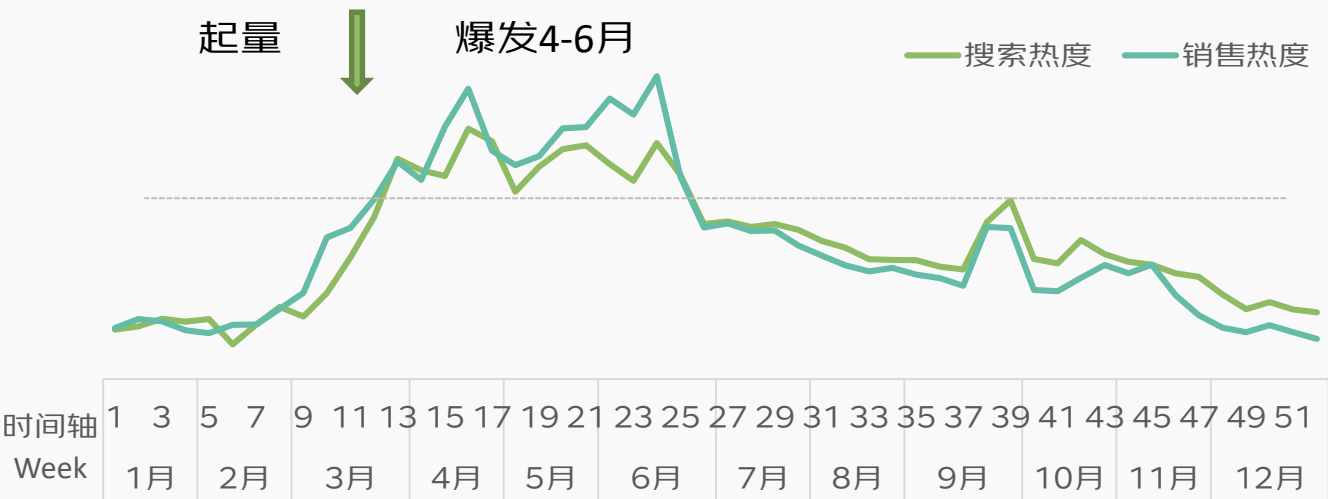
精致千金连衣裙

京东核心春夏品类货品趋势赛道——T恤

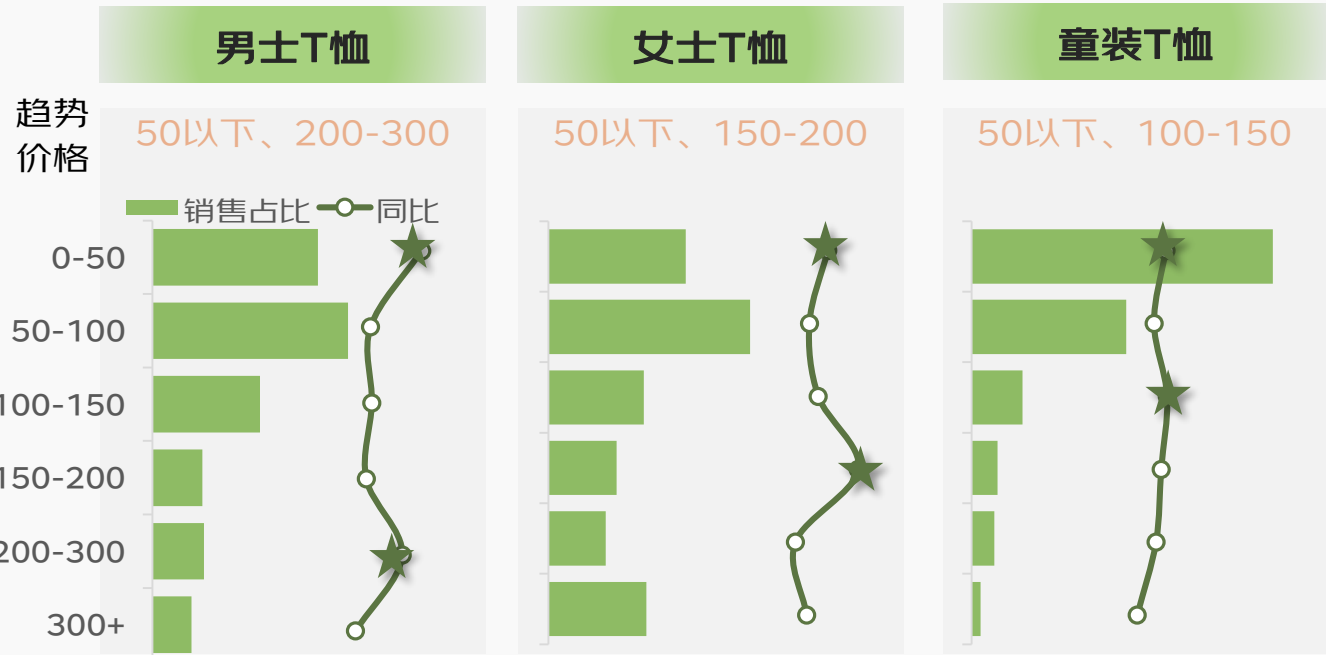
- T恤品类2月开始上新，3月起量，4-6月持续热卖。
- 50以下主力价格段销售高增长；中高价也存在较大增长空间。



2024年T恤品类用户需求节奏



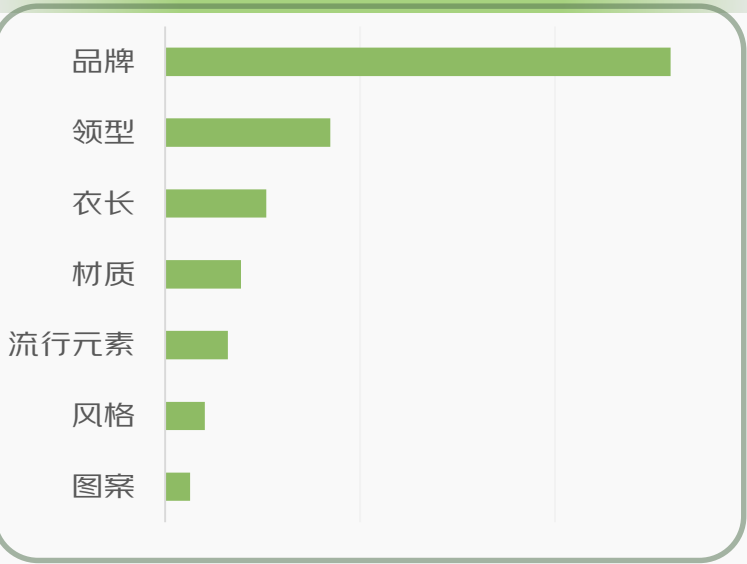
2024年春夏京东T恤品类价格带增速表现



京东核心春夏品类货品趋势赛道——T恤

- 购买决策因素：兼顾潮流性及品质性，具体来看，除品牌外核心关注点为领型、衣长、材质、流行元素、风格、图案。
- 结合站内外热度及增速，凉感、速干、正肩、刺绣T恤是明星赛道，假两件、肌理感、抽褶T恤是趋势赛道。

T恤购买关注因素



T恤社媒热词



京东T恤品类趋势赛道识别







T恤

核心赛道|复古与街潮结合、科技面料应用、度假风回潮，满足用户休闲/户外/通勤多场景切换

热门颜色&明星赛道



 <p>正肩T恤</p> <p>社媒声量: 139万 销售同比: 80%+ 核心价格: 30-80 代表品牌: MO&Co.</p>	 <p>凉感T恤</p> <p>社媒声量: 38万 销售同比: 40%+ 核心价格: 50-80 代表品牌: Beneunder HLA 海澜之家</p>	 <p>速干T恤</p> <p>社媒声量: 99万 销售同比: 20%+ 核心价格: 30-50 代表品牌: Banana in 蕉内 Beneunder</p>	 <p>刺绣T恤</p> <p>社媒声量: 40万 销售同比: 20%+ 核心价格: 80-150 代表品牌: efni 伊芙丽 UR URBAN REVIVO</p>
---	---	--	--

趋势颜色&趋势赛道



 <p>假两件T恤</p> <p>声量同比: 138%+ 销售同比: 30%+ 核心价格: 50-150 代表品牌: Fabrique</p>	 <p>抽褶T恤</p> <p>声量同比: 340%+ 销售同比: 170%+ 核心价格: 30-80 代表品牌: MO&Co.</p>	 <p>肌理感T恤</p> <p>声量同比: 382%+ 销售同比: 90%+ 核心价格: 50-80 代表品牌: TEENIE WEENIE ALL THAT BEAR</p>
--	--	--

T恤

核心赛道|复古与街潮结合、科技面料应用、度假风回潮，满足用户休闲/户外/通勤多场景切换

儿童T恤热门颜色&明星赛道



儿童T恤趋势颜色&趋势赛道



速干/凉感T恤

社媒声量：**21万**

销售同比：**60%+**

核心价格：**30-80**

代表品牌：



插肩T恤

声量同比：**64%+**

销售同比：**200%+**

核心价格：**30-80**

代表品牌：



T恤|代表品牌案例



设计理念

兼具实用价值与美学价值，将适穿度与设计感相融合，打造人性化服饰体验。

代表商品

凉感速干短T恤：索罗娜凉感科技，透气持久舒爽，肌肤冰冰凉凉，解决夏日闷热困扰，体感舒适轻松，吸湿速干，出汗再多，清爽在线，不粘腻适合夏日运动穿着。兼顾穿着舒适体验与个性穿搭风格。



凉感速干短T恤



设计理念

在保守、高雅的生活风尚中注入率真、自在、谐趣又不失奢华雅致的时尚元素，让HAZZYS一族体验英国贵族式的经典、奢华与尊贵，展现不凡的生活品位。

代表商品

重磅大logoT恤：重磅风格的平纹针织面料，好穿且不易变形。采用赛络紧密纺原料双股纱编织，外观平整干净纹路清晰，配合特软配方，手感柔软亲肤。



重磅大logoT恤

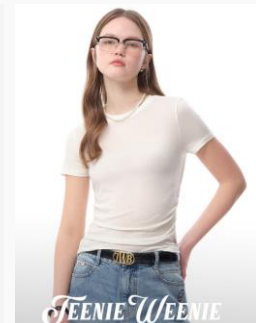


设计理念

品牌灵感来自于1950年代经典的常春藤学院风，以独特的熊CHARACTER形象，熊家族故事为品牌创作蓝本，展现时髦知识分子的身份底色。

代表商品

都市自由感捏褶T恤：以旅途中为主题灵感，将都市简约设计风格结合舒适出行的场景氛围，清爽配色+合身版型，通过打造经典基础单品来呈现轻松的多样穿搭风格。



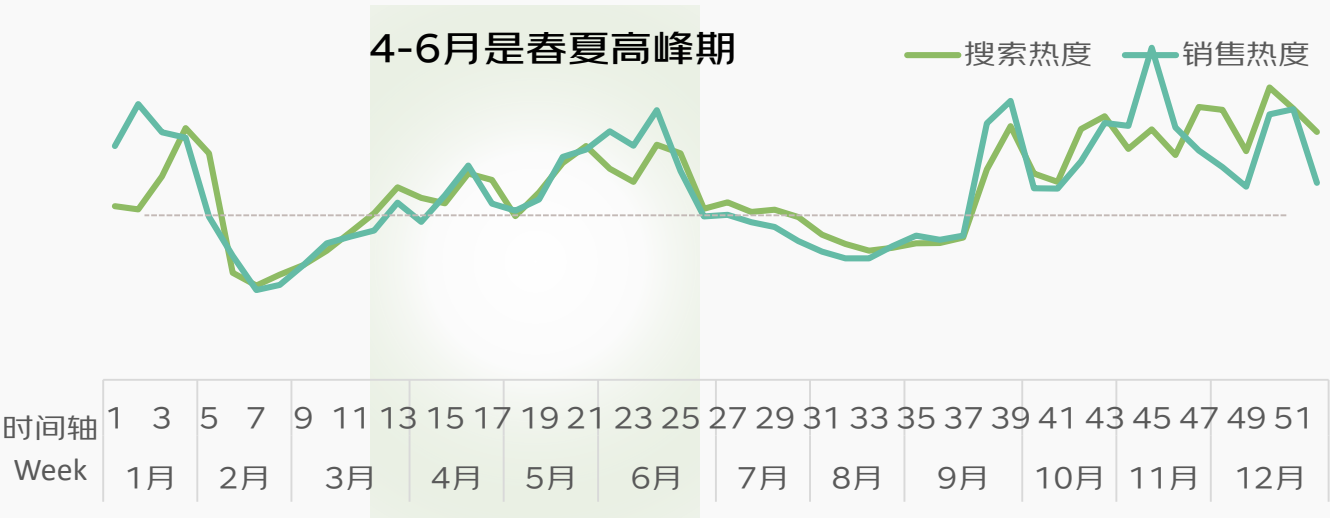
都市自由感捏褶T恤

京东核心春夏品类货品趋势赛道——休闲裤

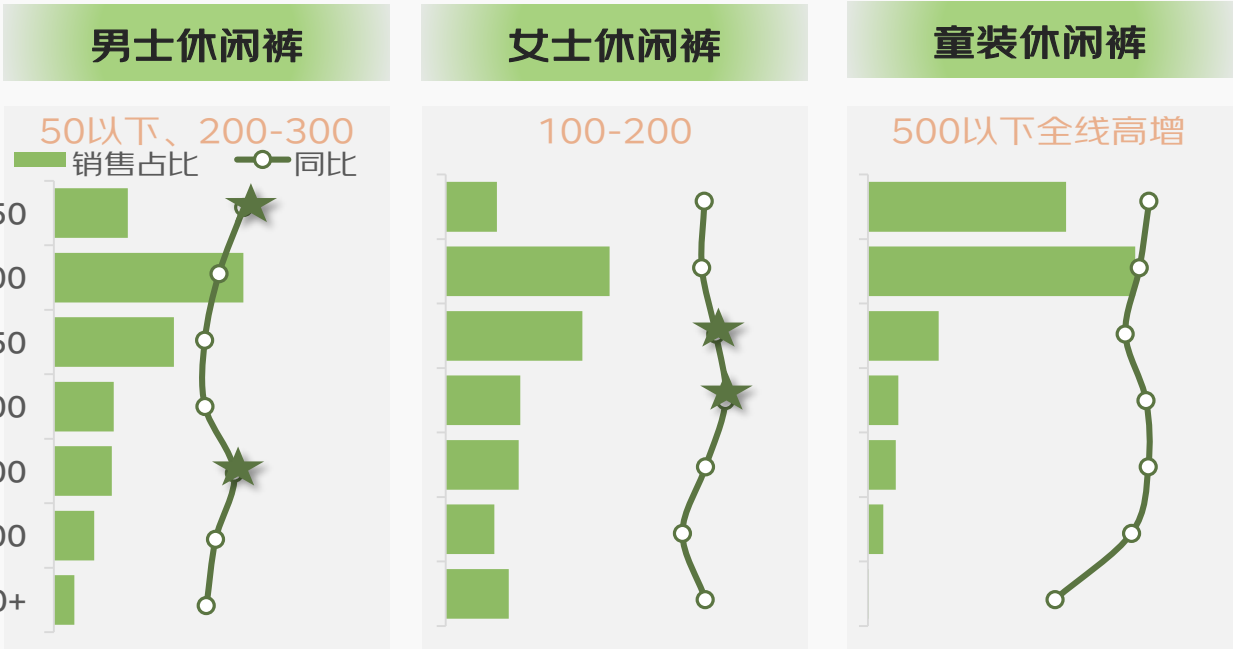
- 休闲裤全年两个销售高峰，春夏季在2月上新，3月起量，4-6月热卖，秋冬季在9月-次年1月热卖；
- 男士机会价格50以下，200-300；女士100-200；童装全线高增

销售体量 ★★★★★ 增速 ★★★★★

2024年休闲裤品类用户需求节奏



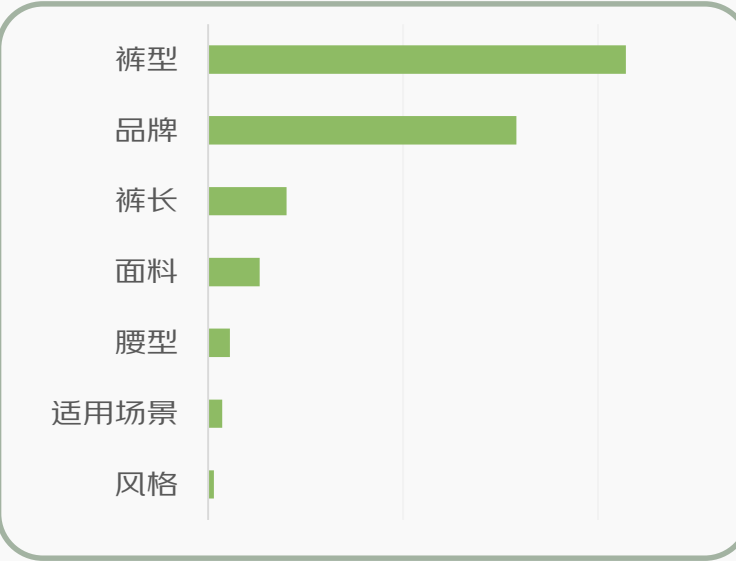
2024年春夏休闲裤品类价格带增速表现



京东核心春夏品类货品趋势赛道——休闲裤

- 裤型是用户TOP1关注点，其次是品牌、裤长、面料、腰型。
- 结合站内外热度及增速趋势，高腰阔腿垂坠休闲裤、轻户外多口袋工装裤、微喇休闲裤、窄版直筒裤是明星赛道，香蕉裤、裙裤、亚麻休闲裤、伞兵裤是趋势赛道。

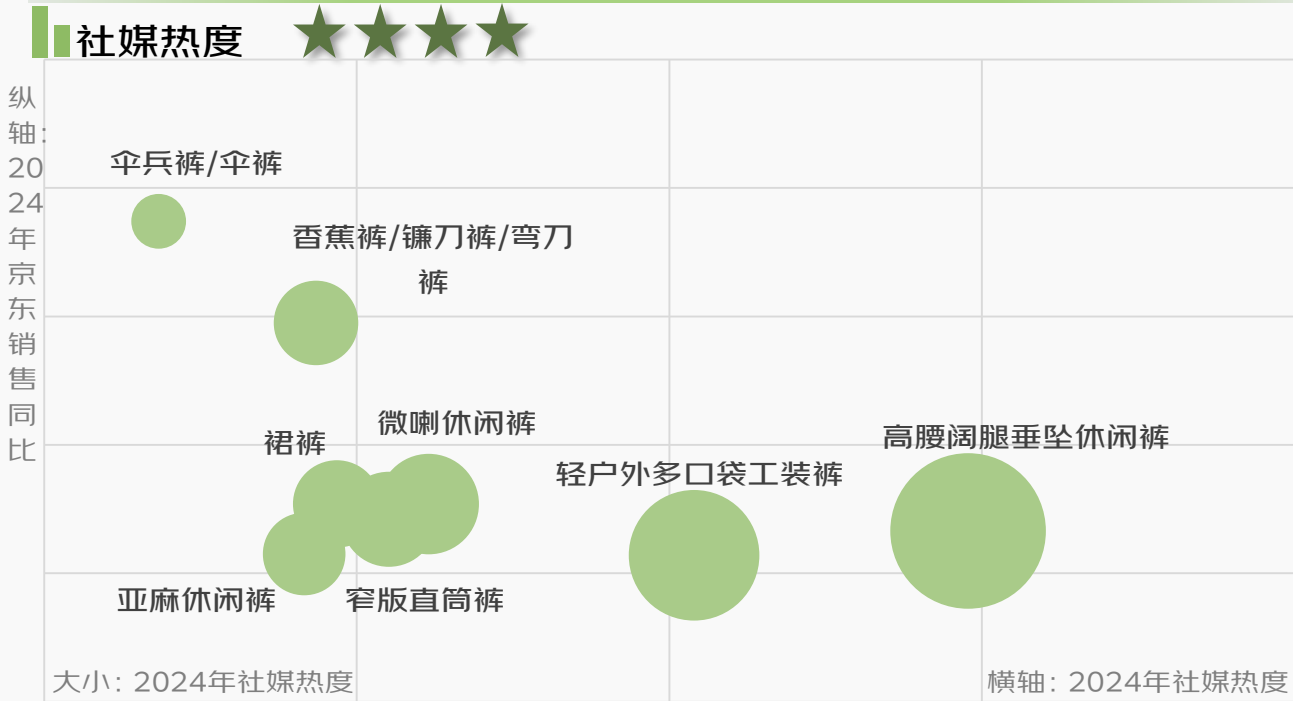
休闲裤购买关注因素



休闲裤社媒热词



京东休闲裤品类趋势赛道识别



数据来源：京东大数据、艺恩数据

休闲裤

核心赛道|款式多样化、面料功能化，用户对慵懒随性的追求度提升

热门颜色&明星赛道



高腰阔腿垂坠裤

社媒声量：**94万**
销售同比：**30%+**
核心价格：**50-150**
代表品牌：

éifuni 伊芙丽
UR URBAN REVIVO



微喇休闲裤

社媒声量：**69万**
销售同比：**50%+**
核心价格：**100-200**
代表品牌：

MO&Co. GLORIA 歌莉娅



窄版直筒裤

社媒声量：**55万**
销售同比：**40%+**
核心价格：**100-150**
代表品牌：

edition
EP YAYING

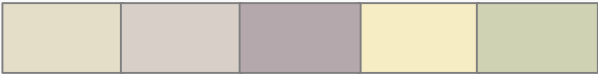


户外多口袋工装裤

社媒声量：**10万**
销售同比：**20%+**
核心价格：**50-150**
代表品牌：

Beneunder 拓路者 PIONEER CAMP

趋势颜色&趋势赛道



香蕉裤/弯刀裤

声量同比：**170%+**
销售同比：**170%+**
核心价格：**100-200**
代表品牌：



裙裤

声量同比：**95%+**
销售同比：**50%+**
核心价格：**50-150**
代表品牌：

MO&Co. Eland



亚麻休闲裤

声量同比：**282%+**
销售同比：**20%+**
核心价格：**100-150**
代表品牌：

Fabrique



伞兵裤/伞裤

声量同比：**363%+**
销售同比：**700%+**
核心价格：**150+**
代表品牌：

Banana in 蕉内

休闲裤

核心赛道|款式多样化、面料功能化，用户对慵懒随性的追求度提升

儿童休闲裤热门颜色&明星赛道



儿童休闲裤趋势颜色&趋势赛道



凉感防蚊裤

社媒声量：**34万**

销售同比：**50%+**

核心价格：**0-80**

代表品牌：

balabala

英氏
YeeHoo



喇叭/阔腿裤

声量同比：**117%+**

销售同比：**80%+**

核心价格：**50-80**

代表品牌：

balabala

Paw in Paw

休闲裤|代表品牌案例



半圆 设计理念

坚持复古极简主义，深入探索中国传统手工艺，怀揣用心做好一针一线的初衷，葆有对事物的强烈探索欲，以一个艺术家的细腻视角看衣服，把内心的情感通过各个系列，酣畅淋漓地迸发、陈述、分享，呈现半圆一直倡导的自由、浪漫、温暖的感觉。

代表商品

弯刀裤：整体裤型采用弧形的设计，类似弯刀的流畅曲线，从臀部到脚踝形成渐变的喇叭状，强化腿部修长感，从而修饰腿型，可以较好的隐藏大腿和小腿的肉感，打造长腿的视觉效果。



设计理念

龙牙品牌坚持使用高品质面料，精工细作，创建分层服装系统，为中国男性提供从内到外的一整套工装精品。

代表商品

工装裤：传统工装裤又厚又闷，春夏穿湿热难耐。龙牙的制衣技术源于“战术服装”。十余年积累，数万次迭代，让我们在面料和工艺上持续突破，延续战术品质的同时，打磨出了这款专为春夏季而生的工装裤。战凌裤亦可作为龙牙工装裤的春夏版。外观低调干练内用料硬核强悍，多场景适用，是追求高质、低调男士的春夏优选。

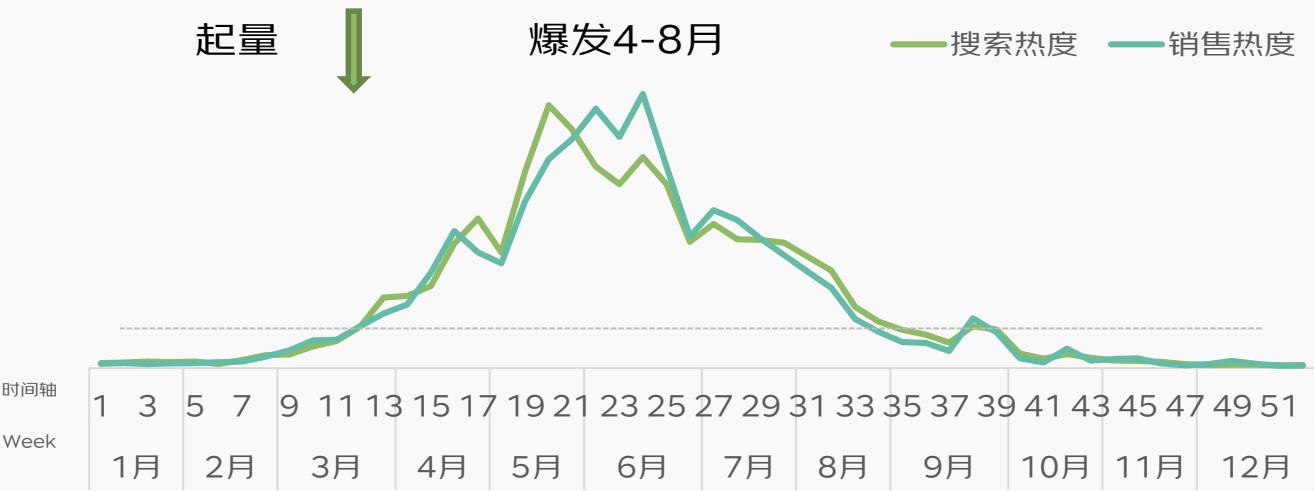


京东核心春夏品类货品趋势赛道——防晒衣

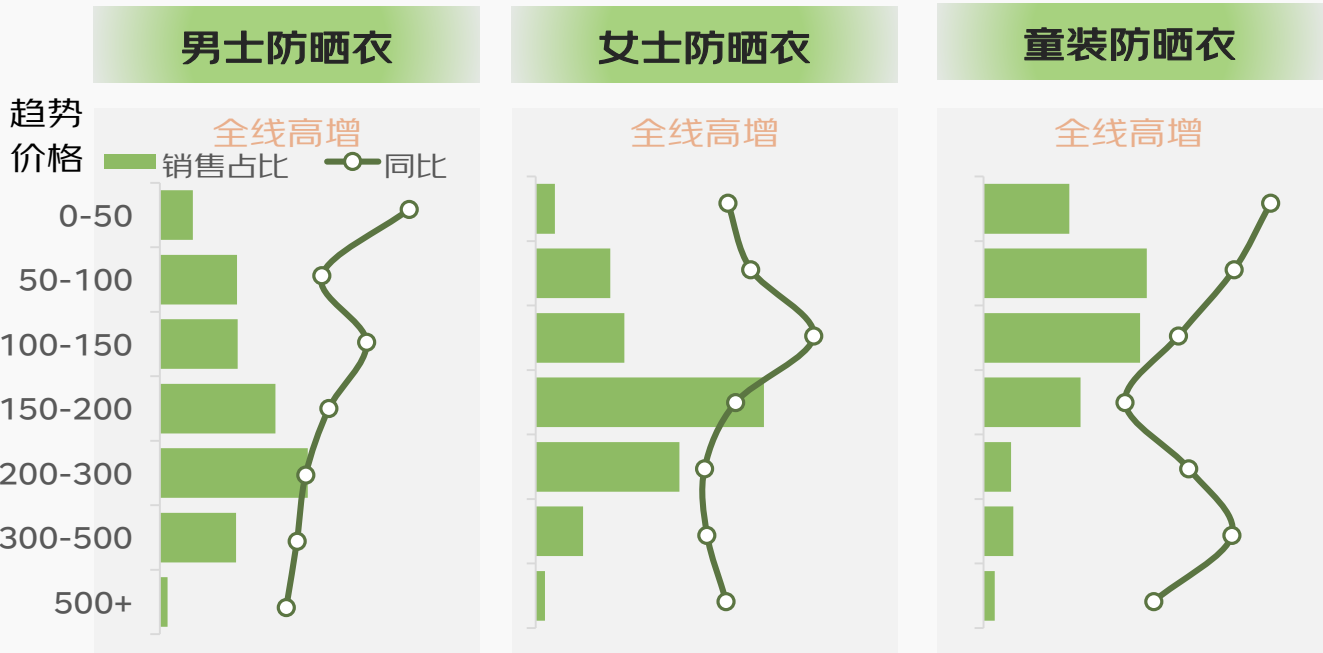
- 防晒品类2月上新，3月中旬起量，4-8月热卖。
- 防晒衣全价格段高增



2024年防晒衣品类用户需求节奏



2024年春夏京东防晒衣品类价格带增速表现

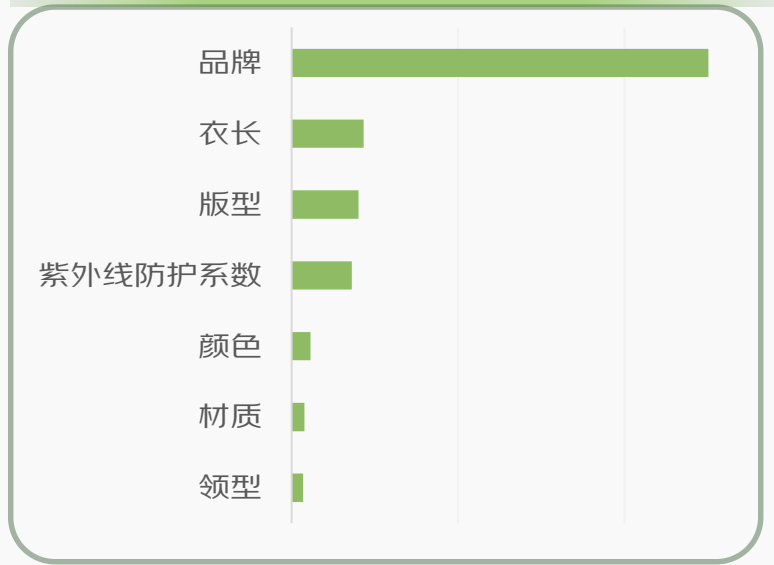


数据来源：京东大数据

京东核心春夏品类货品趋势赛道——防晒衣

- 购买决策因素：功能性及款式风格并重，具体来看，除品牌外核心关注点为长度、版型、紫外线防护系数、颜色、材质。
- 结合站内外热度及增速，冰丝、撞色拼接、速干、轻薄防晒衣是明星赛道，山系户外、全面防护、收腰、精致通勤防晒衣是趋势赛道。

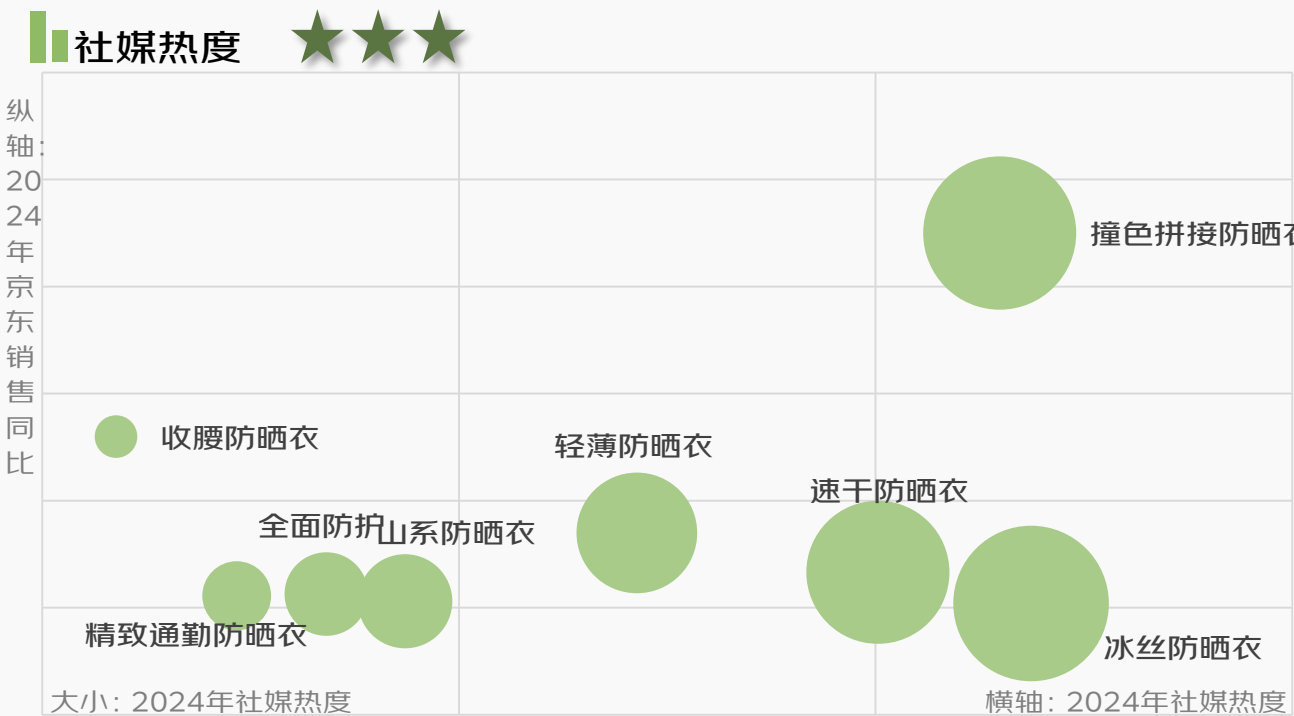
防晒衣购买关注因素



防晒衣社媒热词



京东防晒衣品类趋势赛道识别



数据来源：京东大数据、艺恩数据

防晒衣

核心赛道|功能与时尚兼具、科技面料广泛应用、全面防护功能提升，用户需求日益多元

热门颜色&明星赛道



撞色拼接防晒衣

社媒声量: 155万
销售同比: 300%+
核心价格: 100-150
代表品牌:



冰丝防晒衣

社媒声量: 52万
销售同比: 20%+
核心价格: 100-200
代表品牌:



轻薄防晒衣

社媒声量: 45万
销售同比: 70%+
核心价格: 100-200
代表品牌:



山系防晒衣

社媒声量: 3万
销售同比: 30%+
核心价格: 100-200
代表品牌:



趋势颜色&趋势赛道



速干防晒衣

声量同比: 190%+
销售同比: 30%+
核心价格: 50-100
代表品牌:



收腰防晒衣

声量同比: 448%+
销售同比: 160%+
核心价格: 100-200
代表品牌:



精致通勤防晒衣

声量同比: 10%+
销售同比: 20%+
核心价格: 50-200
代表品牌:



全面防护防晒衣

声量同比: 23%+
销售同比: 20%+
核心价格: 200-400
代表品牌:



防晒衣

核心赛道|功能与时尚兼具、科技面料广泛应用、全面防护功能提升，用户需求日益多元

儿童防晒衣热门颜色&明星赛道

儿童防晒衣趋势颜色&趋势赛道



冰丝/凉感防晒衣

声量同比: **65%+**

销售同比: **30%+**

核心价格: **100-150**

代表品牌:



多巴胺防晒衣

声量同比: **117%+**

销售同比: **30%+**

核心价格: **80-150**

代表品牌:



防晒衣|代表案例



设计理念

蕉下在“科技+美学+场景”中的三维创新，精准切入年轻消费者“高效防护”与“社交价值”的双重需求，致力于传递一种“无拘束享受阳光”的生活哲学。

代表商品

女士全防护防晒衣：冰丝升级，超大全包黑胶帽檐+面罩，超长及脚背防晒，前后两穿适应多场景。

男士超轻薄防晒衣：主打失重无感，轻薄同时实现防晒力，整衣重量仅 $\approx 200\text{g}$ ，3步即可自收纳，轻量便携随性。



女士全防护防晒衣



男士超轻薄防晒衣

Banana in 蕉内 设计理念

蕉内主打体感科学，推出「凉皮系列」，倡导科学防晒更凉快。面料性能升级，UPF100+防晒凉感原纱，洗后仍能保持防晒能力。

代表商品

男女山系防晒衣

晴雨两用，机能风设计，透气防闷，实用又美观。

男女撞色通勤防晒衣：轻薄扛暴晒，透气又透湿，撞色新设计，舒适很耐穿。



山系防晒衣



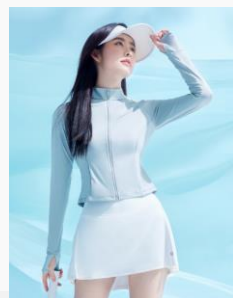
通勤防晒衣

小野和子 设计理念

小野和子品牌是专注为女性提供美学功能性服饰的国民新锐品牌，极致专注，极致打磨，极致舒适，极致美感。

代表商品

修身立领防晒衣：首创‘双抗遮蔽科技’（抗日光-抗热能），采用3D Cutting System技术，立体美胸，饱满勾勒有型。

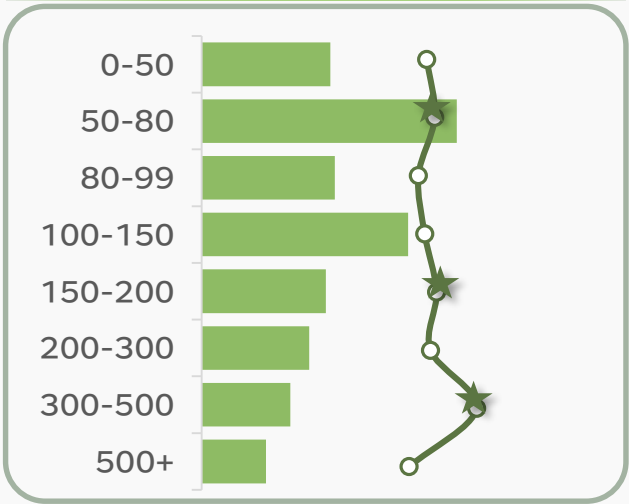


立领修身防晒衣

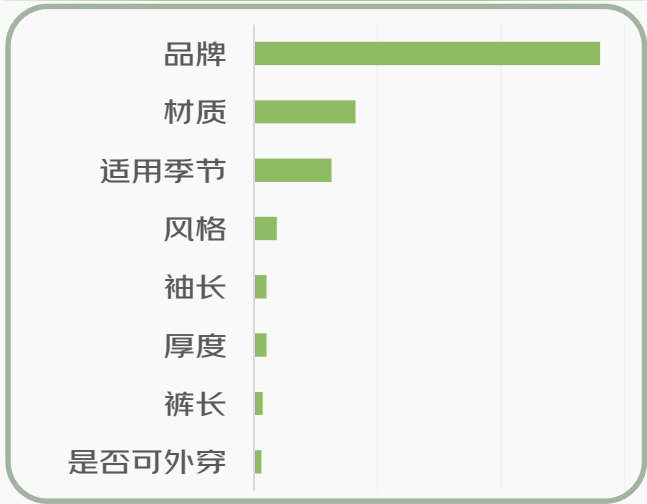
京东核心春夏品类货品趋势赛道——睡衣家居服

- 50-80是主力价格段，50-80、150-200、300-500销售高增。
- 购买决策因素：兼顾时尚性及功能性，除品牌外，核心关注点为材质、季节、风格、袖长、厚度、裤长、是否可外穿。
- 结合站内外数据，莫代尔/柔软、冰丝、真丝、甜美风睡衣家居服是明星赛道，抗菌、三件套、法式、慵懒风、新中式、长绒棉是趋势赛道。

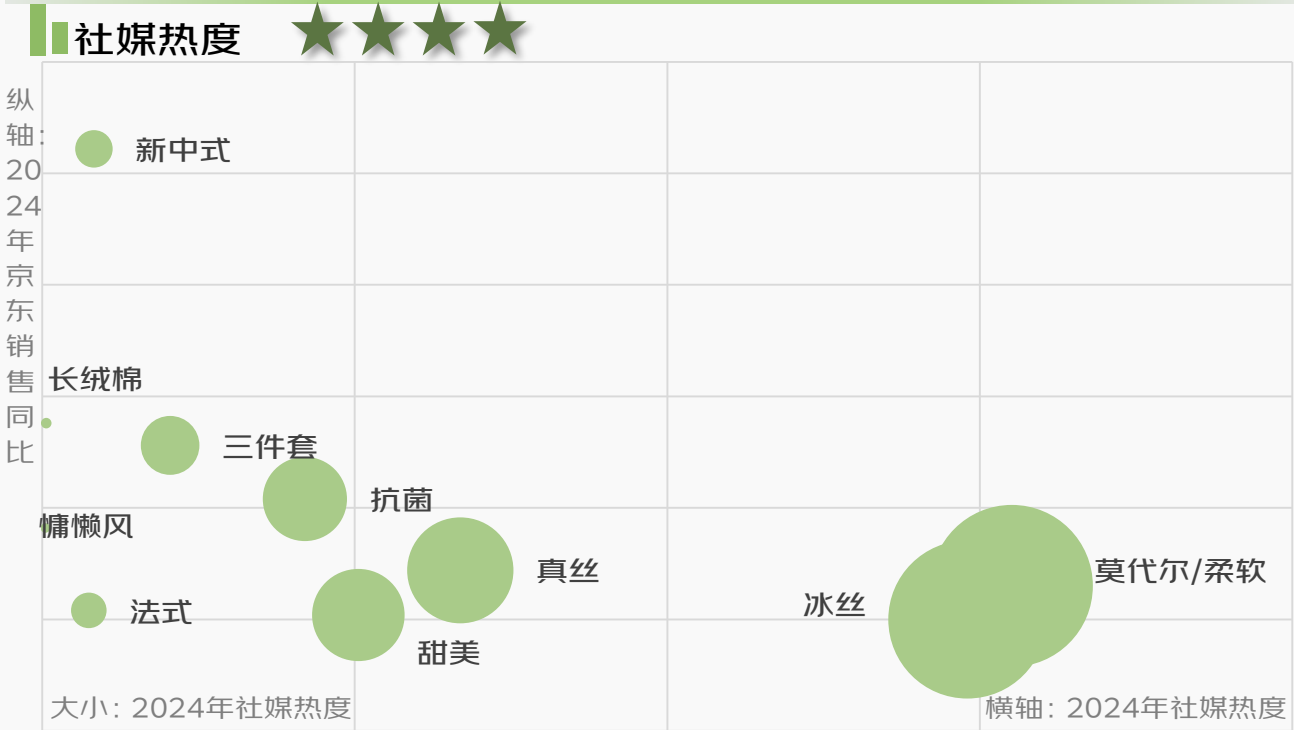
睡衣家居服品类价格增速表现



睡衣家居服购买关注因素



京东睡衣家居服品类趋势赛道识别



睡衣家居服

核心赛道|健康功能化、舒适松弛化、风格简约化，用户对健康生活、高品质的追求日益提升

热门颜色&明星赛道



冰丝睡衣/家居服

社媒声量：**139万**
销售同比：**200% +**
核心价格：**50-80**
代表品牌：

Banana in 蕉内



真丝睡衣/家居服

社媒声量：**38万**
销售同比：**20% +**
核心价格：**200-600**
代表品牌：

JINSANT
金三塔



甜美睡衣/家居服

社媒声量：**99万**
销售同比：**10% +**
核心价格：**50-80**
代表品牌：

GUKOO



柔软耐看睡衣/家居服

社媒声量：**40万**
销售同比：**20% +**
核心价格：**50-150**
代表品牌：

AÍMER 爱慕

Jingyun 静韵

睡衣家居服

核心赛道|健康功能化、舒适松弛化、风格简约化，用户对健康生活、高品质的追求日益提升

趋势颜色&趋势赛道



抗菌睡衣/家居服

声量同比: 267%+
销售同比: 50%+
核心价格: 100-150
代表品牌:



睡衣三件套

声量同比: 60%+
销售同比: 70%+
核心价格: 100-200
代表品牌:



法式复古睡衣/家居服

声量同比: 85%+
销售同比: 10%+
核心价格: 100-400
代表品牌:



慵懒风睡衣/家居服

声量同比: 94% +
销售同比: 40% +
核心价格: 50-150
代表品牌:



新中式睡衣/家居服

声量同比: 66% +
销售同比: 700% +
核心价格: 100-200
代表品牌:



长绒棉睡衣/家居服

声量同比: 211% +
销售同比: 80% +
核心价格: 100-150
代表品牌:



睡衣家居服|代表品牌案例

AÍMER 爱慕 设计理念

爱慕基于新人体美学与人体科学认知，将品牌、消费者、产品连接在一起，把“人的美”与“产品的美”结合在一起，将审美与功能属性相结合，制定科学系统的好内衣评价体系，结合多种专利技术，打造“健康、舒适、有型”的“外在美学 内在科学”的“人体美学内衣”。

代表商品

爱慕丝悦系列家居服：着身轻盈舒适，柔软爽滑丝光质感，流光婉转，若隐若现的条纹肌理，更显高级精致。大气优雅的青果领型设计，视觉上延长颈部线条，会客也能优雅不换衣。



爱慕逸家系列家居服：莫代尔与棉混纺，触肤柔糯爽滑。宽松的版型，面料微弹不束缚，造就宅家轻盈体感。一件解锁春日舒适居家生活。



Jingyun 静韵

设计理念

静韵是一个面料科技与创意驱动的品牌。秉承着“让全球用户睡得更好”的使命出发，坚持为用户创造更好的体验，研发出更符合睡眠场景的深睡衣；同时打造「瞌睡岛IP」「迪士尼IP」「时尚可外穿」「那么红」等富有情绪价值的睡衣系列，来满足用户除了改善功能之外的多元需求。

代表商品

深睡系列：采用天然植物纤维，研发出超柔软肤感、高润感的「云柔棉」面料，比普通棉软2倍，改善睡前肌肤紧绷感，加快进入深睡状态。具有抗菌防螨功效，敏感肌穿也安心。在工艺上，采用了无痕腰头、无侧缝、无感标签等亲肤工艺，减少睡眠干扰，提高深睡时长。在外观设计上，简约休闲的家居服风，让居家更有松弛感。

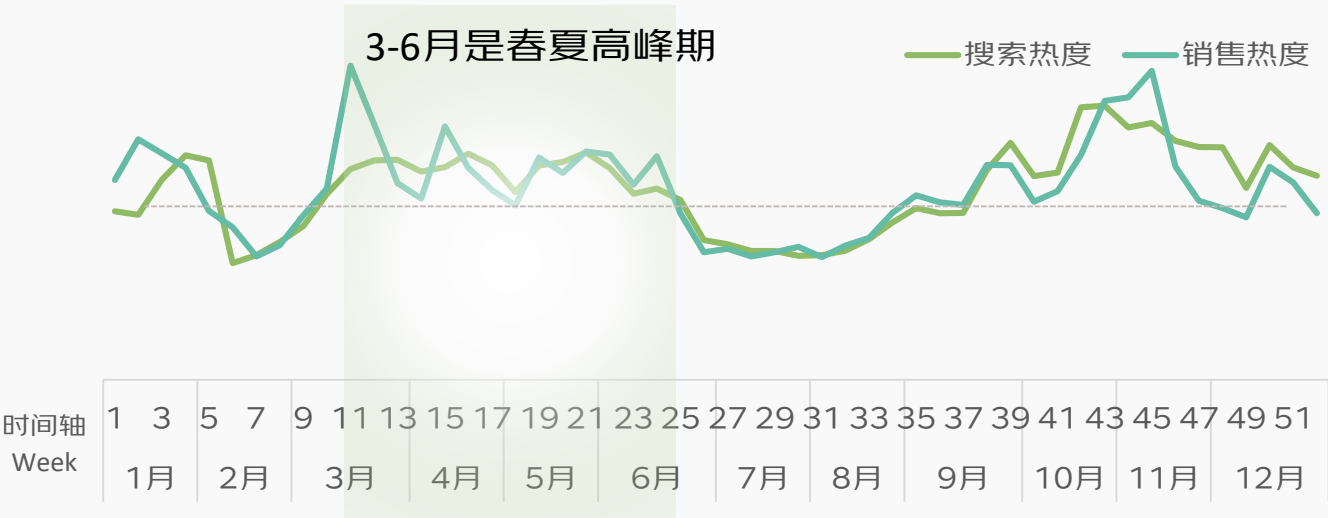


京东春夏品类货品趋势赛道——休闲鞋&单鞋

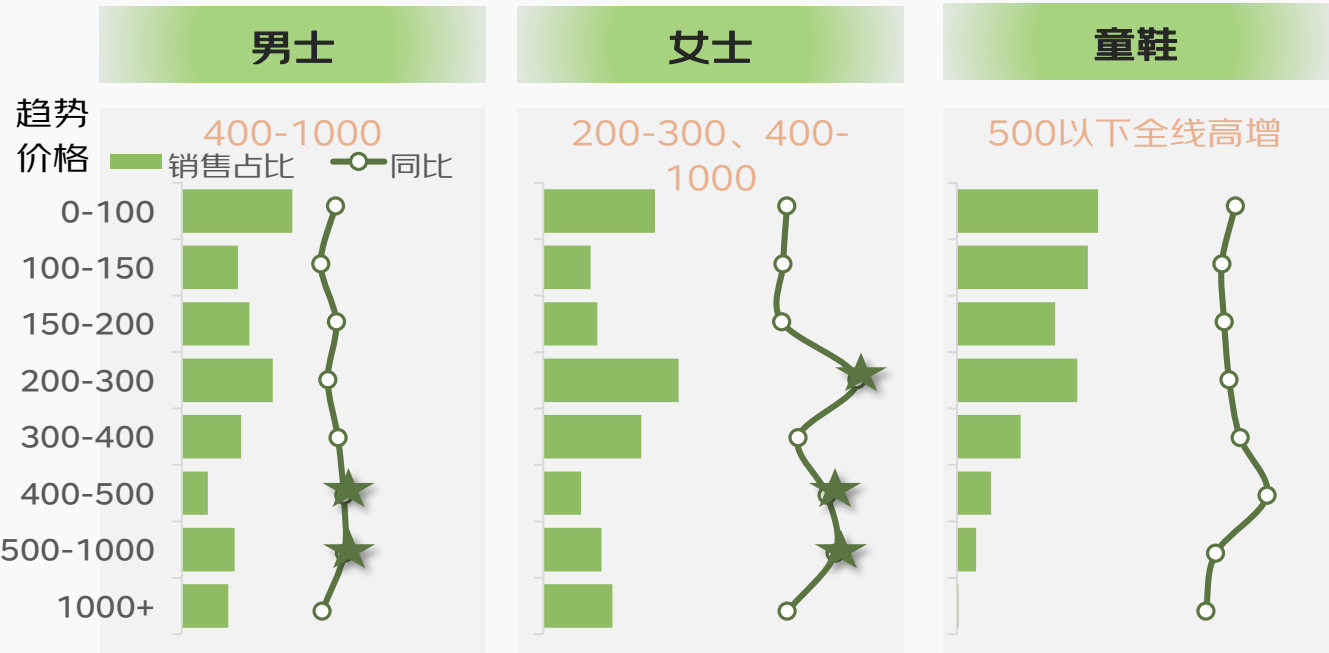
- 全年两个销售高峰，春夏季，3月初用户需求起量，3-6月持续热卖；男士休闲鞋、女士休闲鞋中高价位段高增，童装休闲鞋全面高增。



2024年休闲鞋&单鞋品类用户需求节奏



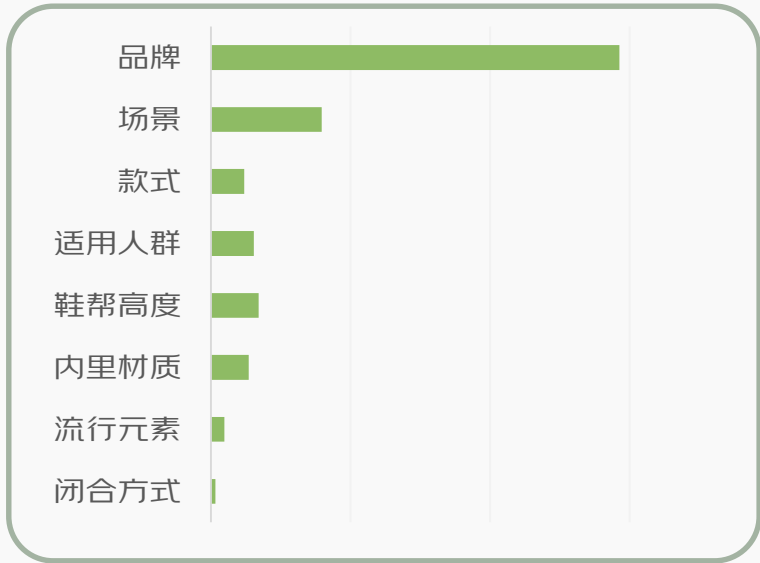
2024年春夏京东休闲鞋&单鞋品类价格带增速表现



京东春夏品类货品趋势赛道——休闲鞋&单鞋

- 购买决策因素：兼顾时尚性及品质性，具体来看，除品牌外，核心关注点为场景、款式、鞋帮高度、内里材质、流行元素、闭合方式。
- 结合站内外热度及增速，经典板鞋、厚底老爹鞋、乐福鞋、玛丽珍鞋是明星赛道，厚底德训、勃肯鞋、薄底德训鞋、厚底洞洞鞋是趋势赛道。

休闲鞋&单鞋购买关注因素



社媒热词



京东休闲鞋&单鞋品类趋势赛道识别



数据来源：京东大数据、艺恩数据

休闲鞋&单鞋

核心赛道|经典复古风格继续流行，时尚与功能设计融合，舒适度与科技感成为用户热门需求

热门颜色&明星赛道



乐福鞋

社媒声量: **117万**
销售同比: **10%+**
核心价格: **150-400**
代表品牌:

BELLE STACCATO



玛丽珍鞋

社媒声量: **21万**
销售同比: **60%+**
核心价格: **150-400**
代表品牌:

JOY&PEACE BASTO



经典板鞋

社媒声量: **3万**
销售同比: **160%+**
核心价格: **100-300**
代表品牌:

Champion



厚底老爹鞋

社媒声量: **12万**
销售同比: **20%+**
核心价格: **100-400**
代表品牌:

OLD ORDER

趋势颜色&趋势赛道



勃肯鞋

声量同比: **222%+**
销售同比: **200%+**
核心价格: **150-300**
代表品牌:

BIRKENSTOCK



厚底洞洞鞋

声量同比: **31%+**
销售同比: **60%+**
核心价格: **100-300**
代表品牌:

TATA **CROSS**



薄底德训鞋

声量同比: **2181%+**
销售同比: **1000%+**
核心价格: **150-500**
代表品牌:

FOOT INDUSTRY



厚底德训鞋

声量同比: **204%+**
销售同比: **250%+**
核心价格: **100-400**
代表品牌:

BELLE TEENMIX

休闲鞋&单鞋

核心赛道|经典复古风格继续流行，时尚与功能设计融合，舒适度与科技感成为用户热门需求

童鞋热门颜色&明星赛道



童鞋趋势颜色&趋势赛道



小白鞋

社媒声量: **7万**

销售同比: **20%+**

核心价格: **50-150**

代表品牌:

balabala



山系户外鞋

社媒声量: **21万**

销售同比: **100%+**

核心价格: **100-250**

代表品牌:

balabala



休闲鞋&单鞋|代表品牌案例

BELLE 设计理念

百丽品牌设计理念精髓在于时尚优雅、美丽百变，倡导内外兼修的美丽追求。

代表商品

运动芭蕾玛丽珍：莱卡布&绒布拼接，轻薄透气，少女芭蕾碰撞运动风，优雅柔美而不失活力，自在诠释甜酷格调。

吐司勃肯鞋：百丽吐司家族3.0，小圆头减龄设计，可调节扣带，多巴胺配色，活力满满。



运动芭蕾玛丽珍



吐司勃肯鞋

CROCS 设计理念

CROCS以轻便、透气的洞洞鞋设计著称，定位休闲舒适。CROCS主打以人为本的设计理念。其品牌使命是让每个人解放天性，自在无拘束。

代表商品

小鲸鱼洞洞鞋：Croslite材质贴合脚型，60mm厚底流线设计，时尚舒适兼具。

云朵洞洞鞋：贴合脚型，透气舒适，厚底显瘦一鞋两穿，时尚实用。



小鲸鱼洞洞鞋



云朵洞洞鞋

OLD ORDER® 设计理念

品牌概念“旧秩序”源于对当下过于千篇一律潮流环境的一种反思，一切全新的概念都诞生于“旧”的秩序当中，“破”而后“立”是品牌的设计主旨。

代表商品

TURBO GT涡轮跑鞋：全鞋网眼、采用超大缓冲鞋底、漩涡形鞋身和圆润运动鞋廓形，兼具缓冲性与稳定性。

凯蒂猫德训鞋：保留复古、机能与未来感设计，采用轻盈透气材质，减少运动阻力，提供轻便舒适的穿着体验。



涡轮跑鞋



凯蒂猫德训鞋

PART

04

京东春夏品类
营销玩法

2025 ➡ 京东服饰
春夏趋势白皮书



京东营销玩法

站内外联合营销玩法，加持趋势货品流量升级

2025年京东春上新营销全景图

时间线	3月9日	10日	11日	12日	13日	14日	15日	16日	17日	18日	19日	20日	21日	22日	23日	24日
	日	一	二	三	四	五	六	日	一	二	三	四	五	六	日	一
核心策略	利用明星和红人热度前阵炒热话题市场，聚焦红人店、细分类目赛道打造趋势万单爆品，实现春夏品的转化和用户拉新															
具体玩法	明星线															
	红人直播															
							FANBOX x THE BOX			上新试衣间（直播）						
推广链路	搜索、推荐				通过热榜、热搜卡片帮助细分类目增加曝光											
	商品标签赋能				提升商品标签准确率，最终帮助趋势货品在各端场域更精准的召回											
	小红书推广				3月进行【多元穿衣】场景的种草，合作N个百万粉丝量级博主和头部穿搭达人共同造势，预计带来千万量级曝光											
	市场直推															
货盘承接	春夏品类&新品&趋势赛道															



T恤

- 凉感
- 肌理感
- 正肩
- 抽褶…



连衣裙

- 吊带
- 新中式
- 醋酸
- 度假…



休闲裤

- 高腰垂坠
- 弯刀裤
- 微喇
- 伞兵…



防晒衣

- 速干
- 撞色
- 收腰
- 冰丝…



睡衣/家居服

- 冰丝
- 真丝
- 新中式
- 柔软…



休闲鞋

- 乐福
- 玛丽珍
- 德训
- 勃肯…

京东营销玩法

站内外联合营销玩法，加持趋势货品流量升级

明星造势

品牌录制宣传视频
为京东春上新造势

规划：联动品牌明星资源，发布
#春季上新主题宣言，共同为活
动造势



以上明星形象为举例，实际以上线为准

红人直播

红人买手+专业采销直播
全网宣发打造破圈声量

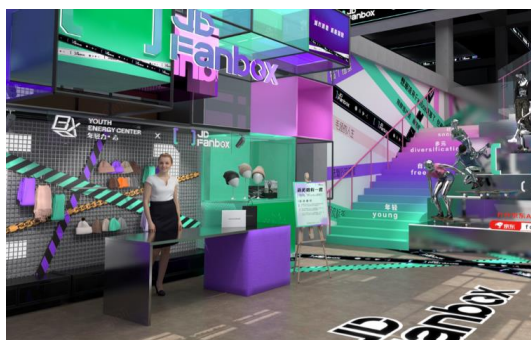
规划：分红人直播赛道+采销直播
赛道，不间断直播带货比赛评优



线下快闪

FANBOX联合线下THE BOX快
闪，撬动潮流圈层转化

规划：线上线下同时进行趋势发
布，用户通过直播和线下活动沉
浸式体验潮流尖货



小红书种草

拆解多元「穿衣场景」通过小红
书抖音渗透趋势类目

规划：抖音头部达人带节奏，小
红书万粉达人铺量全面覆盖趋势
品类追随者，引流站内转化



报告说明

数据和图片来源

本白皮书的数据来源为京东大数据、芝恩数据及其他外部公开资料。
图片来源为京东商品详情页、京东版权素材中心。

时间周期及指标说明

本白皮书时间周期为：春夏季——每年3-8月
其他时间和具体数据指标详见页面标注。

版权声明

本白皮书的全部内容（包括但不限于文字、图片、图表、版面设计、京东 Logo 等）知识产权及相关权利，均归京东所有。未经我方许可，任何人不得擅自使用（包括但不限于复制、传播、展示、镜像、上载、下载、修改、出租等）。

免责条款

本白皮书所涉及的数据、分析观点以及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。

报告作者

颜慧贤 京东零售大时尚事业群 资深研究员
禹妍 芝恩数据 高级分析师

报告共创

京东零售大时尚事业群鞋服各品类资深采销

京东服饰美妆频道直达



扫码直达