

# 中国企业置装白皮书

2026 团服职业装采购指南

CHINA CORPORATE  
UNIFORMS WHITE PAPER  
2026PROCUREMENT GUIDE



# 声明

## 【版权声明】

© - 京东政企业务、中国纺织信息中心、亿邦智库 2026—2027 版权所有。

本文档著作权归京东政企业务、中国纺织信息中心、亿邦智库所有，未经书面许可，任何主体或个人不得以任何形式复制、修改、摘抄、翻译、传播全部或部分文档内容。

## 【商标声明】

任何京东政企业务、中国纺织信息中心、亿邦智库相关的商标均为各自及其关联公司所有，本文档提及的其他所有商标或注册商标，由各自的所有人拥有。

## 【法律声明】

本文档仅供用户使用京东政企业务、中国纺织信息中心、亿邦智库产品及服务的参考性指标，本文档中的所有陈述、信息和建议以及内容的准确性、适用性等不构成任何明示或暗示的担保。本报告中行业数据及相关市场预测主要为研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法获得，仅供参考。任何主体和个人使用和信赖本文档而发生任何差错或者经济损失的，主办单位不承担任何法律责任。

由于产品版本升级、调整或其他原因，本文档内容有可能变更。京东政企业务、中国纺织信息中心、亿邦智库保留在没有任何通知或提示下对文档进行修改的权利。

本文档未授予用户任何京东政企业务、中国纺织信息中心、亿邦智库产品的任何知识产权的法律权利。

## 刊首语

当前，我国经济发展正加快迈向高质量发展阶段，企业管理方式、采购模式和员工需求也在持续发生变化。在这一背景下，企业置装已不再只是统一标识和基础配备，而是逐步延伸为连接企业形象、员工体验、场景适配和组织管理的重要载体。特别是在安全生产要求不断提升、数字化采购持续推进、职场人群需求日益多元的趋势下，如何以更加科学、系统的视角理解企业置装的价值，如何以更加务实、有效的方式推动产品与服务升级，正在成为行业普遍关注的重要课题。

中国纺织信息中心长期致力于纺织服装行业研究、标准支撑、测试评价和应用推广工作。我们始终认为，企业置装领域的高质量发展，不仅需要供应链效率的持续提升，更需要围绕产品功能、穿着体验、使用场景、质量管理和价值表达等维度，形成更加完整的研究认知和方法支撑，从而推动相关工作由单一成本导向逐步走向综合价值导向。

此次《中国企业置装白皮书》的编制，正是基于行业发展趋势与现实应用需求，围绕企业置装的市场环境、需求变化、评价逻辑与应用方向展开的一次系统研究。我们期待，这份白皮书能够为企业决策者、采购部门、品牌企业及相关服务机构提供有益参考，推动行业各方在研究、产品、服务和应用层面形成更多共识，共同促进中国企业置装向更加专业、舒适、协同和高质量的方向持续发展。

中国纺织信息中心 胡松



## 前言

# 迈向“以人为本”的企业置装新时代

## 一、白皮书发布背景与意义

当前，中国企业正经历从高速增长向高质量发展的深刻转型。伴随着“新质生产力”的提出与安全生产要求的持续强化，企业形象与员工体验已成为塑造核心竞争力的重要维度。在此背景下，企业置装——这一曾经被视为“统一标识”的传统需求，正被赋予全新的内涵：它不仅是企业外在形象的展示，更是关乎员工尊严、工作效率与职业幸福感的重要载体。

然而，长期以来，企业置装领域普遍存在供需错配、标准缺失、体验不佳等痛点。传统的采购模式多侧重于成本控制与基础款式，忽视了员工在体感、行动、心理等多维度的真实需求。随着 Z 世代成为职场主力，其对个性化、舒适度及功能性的追求，正推动着企业置装从“保障性配备”向“体验型投资”升级。

为此，我们联合行业权威机构、领先品牌与专业研究者，共同撰写并发布《中国企业置装白皮书》。本白皮书旨在成为中国企业置装领域首部兼具权威性与前瞻性的系统化指南。我们期望通过深入的市场洞察、科学的评估模型与实用的分级标准，为企业决策者、采购部门及行业伙伴提供清晰的路径参考，共同推动行业从粗放式采购走向精细化、人性化、价值化的发展新阶段。

## 二、中国企业员工着装现状与提升机会

纵观当前市场，中国企业员工着装呈现出显著的“二元结构”：一方面，金融、科技、专业服务等行业已开始注重服装的品质、合身度与设计感，向着商务休闲化、个性化演进；另一方面，制造业、物流、能源等大量一线作业场景，服装仍以满足基础安全防护与耐用需求为主，在舒适性、功能性及人性化设计上存在巨大提升空间。普遍存在的痛点包括：

- 1. 供需不匹配**：采购方与使用方（员工）需求脱节，导致服装“不好穿、不愿穿”。
- 2. 体验割裂化**：服装的“实用属性”与“体验属性”被分割，忽视员工在长时间穿着中的生理与心理感受。
- 3. 标准模糊化**：缺乏科学、量化的品质评价体系，采购决策多依赖经验或价格，难以衡量长期价值。

**4. 行业协同弱：**面料研发、服装设计、采购应用、售后服务等环节缺乏有效联动，难以实现产品与服务的系统性升级。

这些现状背后，蕴藏着行业迭代与价值创造的重大机遇。企业置装的升级，不仅是更换一套服装，更是通过改善员工的微环境，提升其工作满意度、归属感与工作效率，最终转化为企业生产力与品牌形象的双重增益。将置装视为一项重要的“生产力投资”，已成为领先企业的共识。

### 三、核心观点：舒适度是团服职业装现代化的核心引擎

基于对行业趋势的深刻洞察与多方专业智慧的融合，我们提出本白皮书的核心观点：“舒适度”是驱动团服职业装现代化、实现从“统一标识”到“赋能个体”转变的核心引擎。

此处的“舒适度”是一个多维度的综合概念，它超越了传统的“合身”或“柔软”范畴。为此，我们创新性地构建了“京东企业置装舒适度五角星模型”，从五个科学维度系统解构“好穿”的定义：

- S1 体感舒适度：**关注面料的热湿管理能力（透气、透湿、保暖、防风）与皮肤触感。
- S2 行动舒适度：**关乎版型剪裁是否符合人体工学，能否提供足够的弹性与活动自由度。
- S3 穿着便利度：**考察易穿脱设计、人性化功能口袋、调节装置等细节。
- S4 心理舒适度：**涵盖款式美观度、合身带来的自信感以及服装所传递的职业认同感。
- S5 长效舒适度：**涉及服装的耐用性、抗皱保形能力及日常打理便利性。

该模型将客观数据、科学检测与行业智慧相结合，旨在为企业提供一种科学、可测量、可比较的选品与评估工具。我们坚信，以“全方位舒适”为导向，将引导品牌及制造商优化产品设计，推动采购方关注长期价值，最终促进行业从低层次的“价格竞争”转向高价值的“体验竞争”，共同打造具有国际竞争力的中国“舒适工服”品牌。

### 四、白皮书研究方法与框架说明

本白皮书的研究结论建立在多维、复合的方法论基础之上，以确保其客观性、专业性与实用性。核心研究框架与依据包括：

数据支撑方面，依托京东政企业务长期积累的企业采购大数据，为企业端采购行为与员工端实际穿着体验提供了真实、广泛的市场洞察依据。

模型构建方面，联合中联品检（北京）技术集团有限公司、广州检验检测认证集团有限公司等国家级检测机构，将穿着体验转化为可量化、可对比的客观物理指标，确立“舒适度”与产品质量的科学评价体系。

产业实践方面，报告融合了从材料到成衣的全产业链经验，吸收京东大时尚、京东京造、京东工业、BONO、十

如仕、波司登、李宁、安踏、仙桃职业工装电商产业园等主流品牌和供应商的实践经验，确保模型与标准贴合产业创新发展现实。

趋势研判方面，借助亿邦智库等专业机构的研究能力，结合宏观经济、社会文化与技术发展趋势，提升研究的战略高度与长期指导价值。

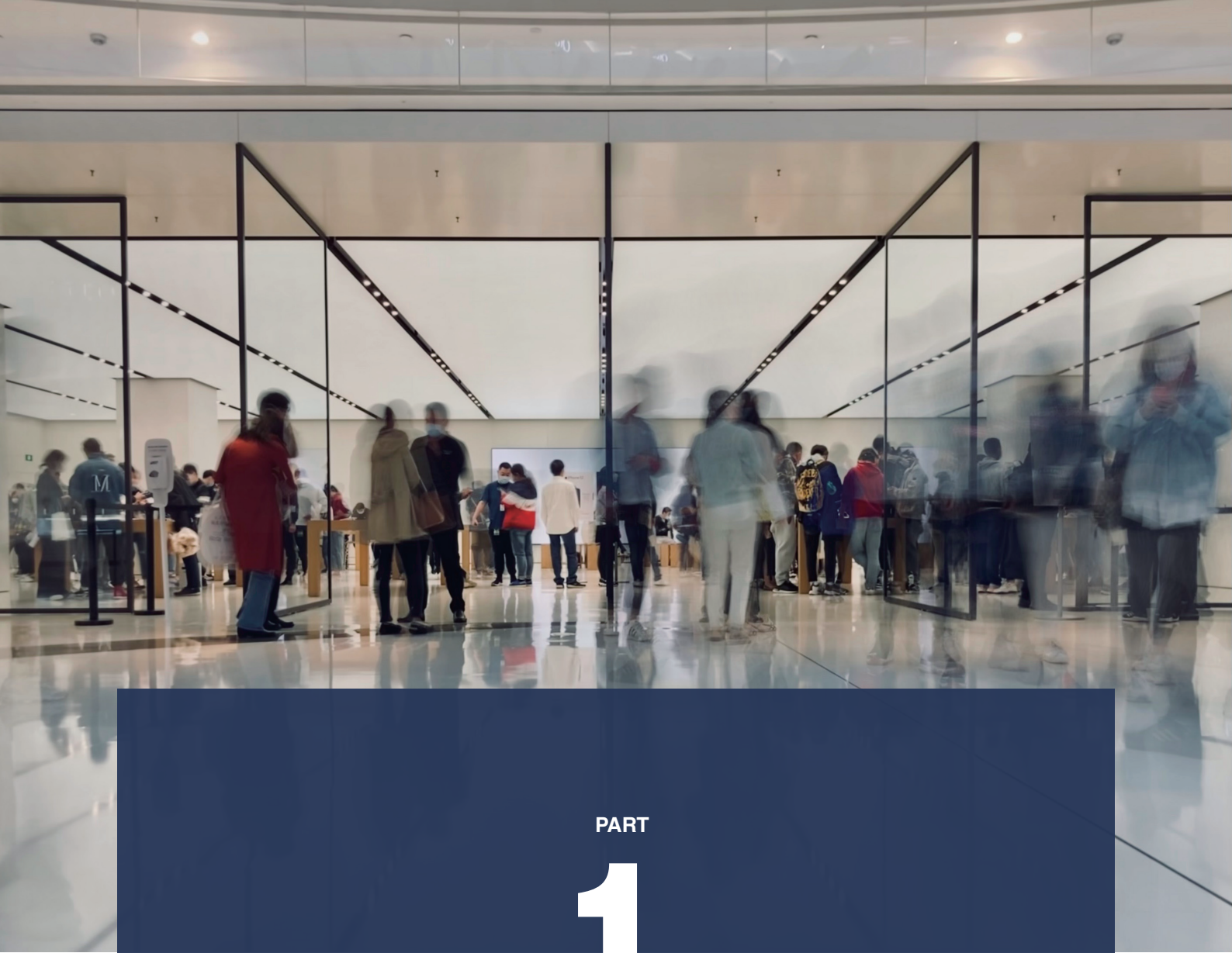
通过整合上述多源数据与专业智慧，本研究旨在形成具备科学性、实用性与前瞻性的企业置装参考体系，为行业提供可落地的决策支持。

我们期待这份凝聚了行业智慧与实践经验的白皮书，能够成为一把钥匙，开启中国企业置装“以人为本、舒适赋能”的新时代，携手各方伙伴，共同擘画中国团服职业装产业高质量发展的美好未来。



# 目录

<b>1/</b>	<b>中国企业鞋服市场概述——从统一标识到赋能个体</b>	<b>08</b>
I	市场宏观环境分析	09
II	市场规模与增长趋势	11
III	行业痛点与需求升级	15
<b>2/</b>	<b>企业置装舒适度模型——定义“好穿”的科学标准</b>	<b>17</b>
I	舒适度模型的构建理念与维度	18
II	模型指标体系与测量方法	20
III	舒适度模型的应用价值	25
<b>3/</b>	<b>团体定制服装分级技术要求——构建品质采购新基准</b>	<b>26</b>
I	标准制定原则与框架	27
II	核心品类技术标准详解（以经典品类为例）	28
III	认证与品控流程	40
<b>4/</b>	<b>分行业 / 场景的企业置装升级方案及商品推荐</b>	<b>44</b>
I	商务办公场景	45
II	特种防护场景	52
III	餐饮服务场景	56
IV	外勤户外场景	59
V	企业团建场景	62



PART

# 1

## 中国企业鞋服市场概述

——从统一标识到赋能个体

## I 市场宏观环境分析

当前，中国企业鞋服市场正处于深刻的转型期，其发展轨迹受到政策引导、经济变革、社会演进与技术突破等多重力量的共同塑造，从过去强调统一标识的“工装”时代，迈向了赋能个体体验与价值的新阶段。

### 1 政策导向：安全生产、新质生产力与消费升级引领

政策层面持续为企业置装行业立规赋能，既筑牢安全生产底线，也引导产业向高质量升级。2025年9月，市场监管总局发布46项个体防护装备强制性国家标准，覆盖服装防护等八大领域；同时，42项劳动防护用品强制性国标同步落地，细化各类职业服装的防护技术指标，直接驱动了企业对更高防护等级工装的需求。2025年11月，工信部等6部门发布的《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》第十七条，明确提出扩大国有企业等主体对职业装、工装鞋等消费品的集中采购规模。此举旨在以公共采购为杠杆，激励企业置装产业提质升级，在为职业装市场注入稳定需求的同时，对产品的安全性、功能性、舒适度及合规性提出更高要求，引导全行业从“价格竞争”转向“价值竞争”。另一方面，将企业置装纳入更广泛的消费品提质升级框架，通过供给侧改革解决部分领域存在的“供需结构性错配”问题，最终以优质供给激发和满足市场对高品质职业装的需求。叠加新质生产力培育要求，企业置装已不再是简单的合规配置，更成为兼顾安全保障、政策适配与品牌形象传递的重要载体。

### 2 经济驱动：企业采购数字化与降本增效需求

在宏观经济追求高质量发展的背景下，企业普遍将降本增效作为核心诉求，这直接驱动了采购模式向数字化加速转型。根据亿邦智库测算，2024年我国数字化采购总额预计达21.7万亿元，同比增长16.2%，渗透率提升至11.5%<sup>①</sup>。这表明通过数字化实现采购流程优化与全周期成本管控，已成为企业的必然选择。而这一变革，正在深刻重塑包括企业置装在内的所有采购场景。

具体到企业置装领域，数字化采购趋势将产生以下影响：首先，它推动了采购模式变革，企业通过数字化平台整合分散的置装需求，实现跨部门、跨区域的集中采购，不仅利用规模效应降低了单件成本，更关键的是统一了企业形象标准，确保了着装品质的稳定性。其次，数字化使采购决策从经验主义转向科学分析，企业可以依据平台的客观数据进行精准选品，实现从“有什么买什么”到“需要什么选什么”

① 亿邦智库，《2025年数字化采购报告》

的转变，让着装投资更贴合实际需求。最终，数字化工具重塑了员工体验与管理闭环，通过线上需求调研、智能尺码匹配和高效物流体系，在满足员工个性化舒适需求的同时，大幅减轻了 HR 与采购部门的行政负担，使着装管理成为一项可衡量、可优化、能提升员工归属感的战略职能。

### 3 社会文化变迁：Z 世代员工对个性化与舒适度的追求

职场主力军的代际更迭正在重塑企业着装的文化逻辑。作为已占全球劳动力约 24% 并持续增长的“数字原住民”<sup>②</sup>，Z 世代员工的职场偏好呈现出鲜明的双重性：他们既怀有强烈的职业进取心，又极度重视个人价值观与企业文化的契合，这种特质映射到职业着装上，表现为对“统一标准”的疏离与对“个性定制”的渴望。他们视工作为自我表达的重要场域，因此排斥刻板制服，追求能在专业框架内彰显个人审美的着装，同时，他们对即时反馈与舒适体验的偏好，也使得服装的物理舒适度（如面料、版型）与体验流畅度变得同等重要。

这些需求将直接转化为企业着装采购升级的驱动力：第一，采购目标从“成本管控”升维为“人才投资”。着装不再仅是形象管理工具，而是回应 Z 世代诉求、提升留任率与敬业度的关键福利体验。第二，产品逻辑从“提供标准品”转向“配置解决方案”。企业需要提供适度的弹性选择（如多种配色、款式组合），并重视面料的功能性与剪裁的合体度，以满足其对舒适与体面的双重期待。第三，供应商能力需求从“生产制造”转向“服务与共创”，需具备协助企业设计弹性着装、提供个性化定制以及管理柔性供应链的能力。

### 4 技术演进：功能性面料与智能穿戴的融合

材料科学与信息技术的突破，正从底层重塑“服装”的内涵。例如，在功能性面料领域，杜邦的 Nomex<sup>®</sup> 系列已迭代出更轻量透气的版本和针对电弧爆炸的升级产品，广泛用于消防、电力、石油化工等行业的防护服。通过异形截面纤维（增加比表面积和沟槽）或双组分结构实现毛细管效应，将液态水分从服装内层（接触皮肤侧）快速输送到外层，有效提升夏季及高湿度环境的穿着舒适度。而智能穿戴技术（如集成健康监测功能的手表、手环）的融合，正将服装从被动防护推向主动交互与管理。

技术革新也在影响企业着装采购：首先，采购的决策依据更加科学和复杂。企业需建立科学评估体系，量化比较不同面料解决方案在防护等级、透气率、重量等参数上的差异，从“买一件衣服”转向“采购一套防护与舒适系统”。其次，供应链协作向“深度联动”演变。为获得最佳解决方案，采购方可能提前介入，与材料科学公司及制造商共同设计，形成价值共创的研发闭环。最终，产品的定义和价值被重构。当智能穿戴元件与功能性面料集成，服装即成为数据终端。企业着装采购等于同时购买“硬件”与潜在的“软件服务”（如健康监测、风险预警），其成本效益也将从降低事故率、提升员工福祉等长期价值维度衡量，驱动采购从成本中心向战略投资转变。

② 长江商学院张晓萌教授团队，《哈佛商业评论》

## II 市场规模与增长趋势

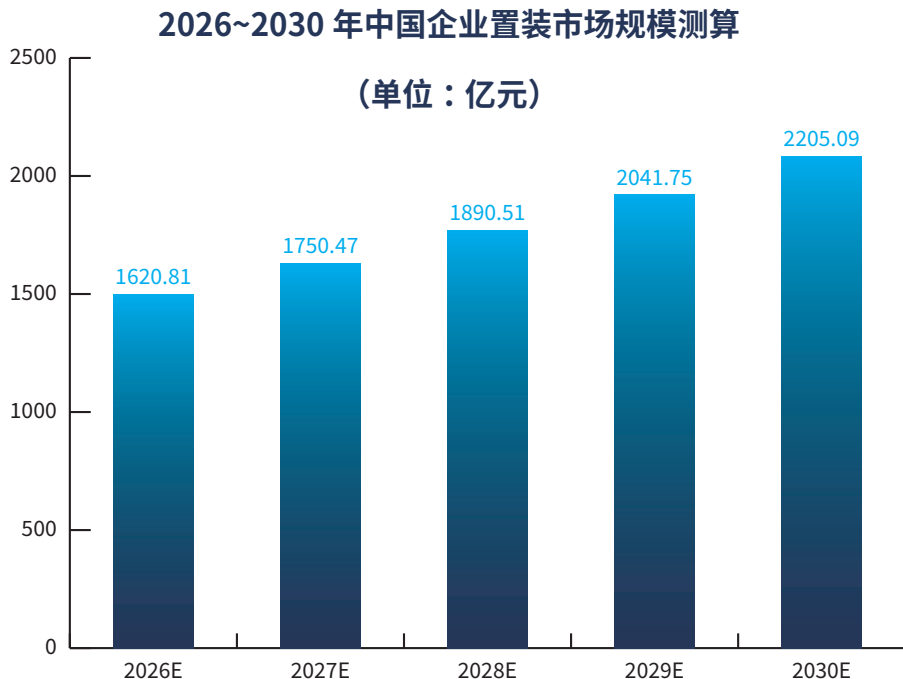
### 1 整体市场规模与未来五年预测

企业置装市场的规模主要取决于三个关键变量：城镇就业人口数量、企业置装覆盖率与人均年消费支出。以中国约 4.86 亿 城镇就业人口为核心目标群体进行综合测算，当前企业置装市场已形成约 1620 亿元的稳定基本盘，标志着行业迈入规模化、规范化发展的新阶段。市场增长的核心逻辑也在发生根本转变：从过去依赖就业扩张的“数量增长”，转向未来由产品价值提升、政策需求释放与应用场景扩展合力推动的“结构性增长”：

**产品升级提价**：员工对舒适度、个性化的需求持续提升，加之功能性面料与智能穿戴技术的融合应用，将推动企业置装的单品价值与更换频率同步提升，直接带动客单价上涨，企业人均年度置装支出增加。

**政策增量释放**：工信部等六部门明确要求“扩大政府机关、事业单位、国有企业等对职业装、工装鞋等消费品的采购”，将为市场带来稳定且注重品质的增量需求，进一步夯实市场基础。

**需求场景扩展**：随着企业对员工体验投资的加大，以及市场营销活动的多样化，企业采购范围正从满足基础功能与统一标识的传统工装、制服，向承载企业文化与团队凝聚力的泛团服场景（如文化衫、活动服）持续渗透，开辟了显著的增量市场。



以上市场规模基于核心参数测算，其中城镇就业人口数据综合参考国家统计局 2024 年数据及人力资源社会保障部 2025 年城镇新增就业数据；企业置装覆盖率基于行业特性进行保守估算；人均年消费依据市场调研得出。模型旨在反映市场量级与增长趋势，仅供参考。

综合以上因素，预计未来五年中国企业置装市场的年复合增长率（CAGR）将保持在 8%-12% 的区间。保守估算，到 2029 年，市场规模有望突破 2000 亿元。这是一个由技术、消费和政策共同驱动，更具质量和价值的增长未来。

## 2 细分市场结构与增长潜力

综合考虑企业置装的功能导向与穿着场景，中国企业置装市场可划分为四大结构，它们在采购逻辑、产品特征与增长趋势上差异显著。

### 1. 工作服 / 防护服：安全合规与效能提升的载体

工作服 / 防护服指为保障特定行业从业者安全防护与作业效率而设计的功能性服装，主要应用于制造业、建筑业、能源化工及物流仓储等一线生产劳动场景。其采购动力源于《安全生产法》等法规的强制要求，是企业必须履行的刚性责任，需求最为稳定。增长潜力在于“安全+”升级：在确保基础防护（如阻燃、防电弧）达标的前提下，行业正通过轻量化复合面料、人体工学设计大幅改善长时间穿着的舒适度与灵活性。更前沿的变革是与物联网（IoT）技术融合，集成环境传感、生命体征监测等功能，推动工装从静态的“被动防护”装备，升级为可实时预警的主动式智能安全终端。

### 2. 专业制服：形象标识与规范管理的体现

专业制服指特定行业、工种和团体为塑造权威形象、规范服务标识、传递职能价值而统一配备的制式服装，覆盖国家职能部门（如公安、税务）、公共事业单位（如医疗、交通）、商业服务机构（如航空、银行、酒店）、特定工种作业（如厨师、电工）的对外履职或服务场合。需求兼具权威性、辨识度与规范性。市场增长与公共服务投入及服务业升级深度绑定，展现出稳步扩容的潜力。未来趋势聚焦于功能、设计、体验的多维度复合升级，在强调专业标识的同时提升穿着体验与时代感。例如医护服在保持专业形象的同时，强化抗菌、抗静电等实用功能。

### 3. 商务职业装：品牌价值与职业风貌的投资

商务职业装指企业为员工在商务场合塑造专业形象、展现职业风貌和商务礼仪而配备或提供标准指导的服装，介于统一制服与个人便装之间，适用于金融、咨询、科技等企业的办公、会议及商务洽谈场景。企业采购的核心动力是将着装视为对品牌形象与团队专业度的战略投资。市场正经历从刻板正装到“商务休闲”与“商务时装”的变革，增长直接由企业提升人才吸引力、及员工对得体性与舒适度并重的需求所驱动。京东政企业务平台数据显示，高端商务系列产品均价显著高于标准产品，印证了需求升级趋势。

#### 4. 企业团服：企业文化与柔性体验的表达

企业团服指企业用于内部文化建设、团队活动或对外品牌宣传的非强制性着装，旨在强化情感联结与身份认同，常见于团建、年会、庆典及日常福利场景。采购决策高度柔性，核心诉求是提升员工归属感与品牌文化凝聚力。这是增长最快、最具弹性的板块。未来趋势体现为产品从基础文化衫升级为设计更精致、品质更高、可日常穿着的“时尚团服”，采购模式也从一次性活动采购转向反映企业文化的常态化福利项目，成为企业员工体验管理的重要一环。

细分市场	核心穿着场景	服装特征	采购主体
工作服 / 防护服	一线生产、特种作业现场	功能主导，安全为本	工业企业、建筑公司、物流企业等
专业制服	行政执法、专业服务及特定工种作业	标识统一，严格规范	政府部门、事业单位、品牌服务业企业
商务职业装	商务办公、会议洽谈、客户拜访	专业得体，彰显形象	各类注重对外形象的商业公司
企业团服	团队活动、企业文化宣传、员工福利	文化符号，体验优先	所有类型企业，其中互联网及消费品公司较为常见

### 3 线上采购渗透率提升与 B2B 电商平台角色进化

在明确千亿级市场基本盘与细分市场结构后，一个更为深刻的渠道与模式变革正在发生：企业置装采购正经历从线下到线上的快速迁移，而 B2B 电商平台的角色进化，正是这一变革的核心引擎。二者相辅相成，共同驱动行业向标准化、数字化与服务一体化跃迁。

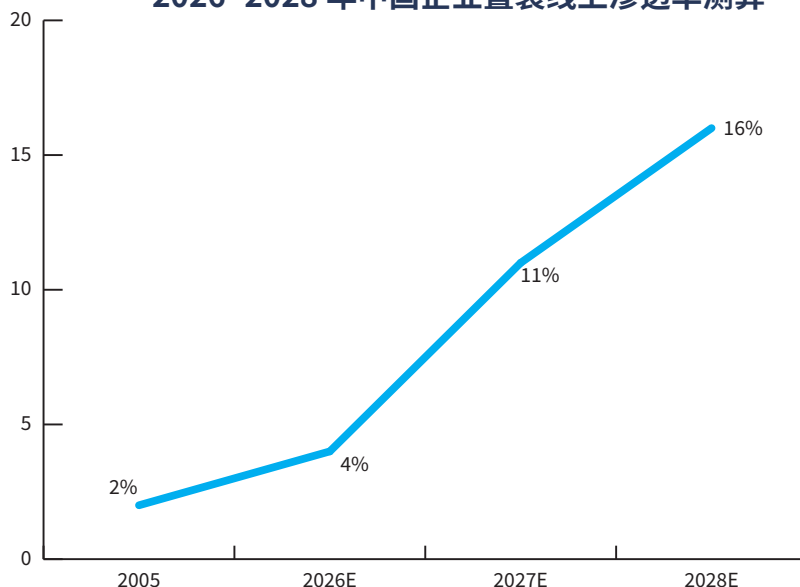
#### 1. 线上渗透率加速提升，推动采购模式结构性转变。

企业置装采购的线上化并非线性增长，而是呈现显著的加速曲线。结合本报告市场规模基准与头部平台交易数据测算，企业置装市场的线上渗透率预计将从 2025 年的约 2%，有望攀升至 2028 年的 16%<sup>③</sup>，实现从“补充渠道”到“主流选择”的关键跨越。

这一趋势的根本动力，源于企业对降本、增效、合规三重目标的系统性追求，而线上化直接回应了传统分散采购中流程不透明、管理成本高、品质不均等结构性痛点：降本层面，线上采购通过集中比价、智能寻源与去中间化，显著压缩商品单价与供应链管理成本；增效层面，数字化流程将选品、审批、支付、交付全链路上化，能够极大缩短采购周期；合规层面，平台交易全程留痕、公开透明，有效规避传统线下采购中的信息孤岛、审计缺失与不透明操作风险。

<sup>③</sup> 市场规模基准采用本报告 1.2.1 节的测算结果；线上渗透率根据京东政企业务平台数据测算，旨在揭示趋势方向，具体数值仅供参考。

2026~2028 年中国企业工装线上渗透率测算



## 2.B2B 电商平台角色进化：从交易窗口到行业价值整合者。

线上渗透率的快速提升，离不开 B2B 电商平台的深度赋能与价值创造。以京东政企业务为代表的 B2B 电商平台，通过建立行业标准、整合全链路服务、组建优质生态，显著降低了企业线上采购的门槛与运营顾虑，从而成为拉动渗透率加速攀升的核心力量。

**树立标准，建立信任，解决“怎么选”的难题。**针对市场缺乏科学选品依据的核心痛点，京东联合 16 家机构制定《团体定制服装分级技术要求》这一行业首部高质量综合标准。通过建立透明、公认的品质标尺，平台消除了线上采购的质量不确定性，为企业提供了可靠的决策依据，这是企业敢于将大宗采购转移至线上的信任基石。

**整合链路，提供价值，解决“怎么管”的麻烦。**京东创新性打造“研、产、销、运、洗”全链路数字化服务（UaaS 模式）。从 AI 量体定制、全国确定性配送到专业 B 端洗涤甚至“工作服租洗”服务，平台将一次性采购延伸为覆盖服装全生命周期的解决方案。这种深度服务能力，解决了企业后勤管理的复杂负担，使线上采购的价值远超单纯比价，转化为强大的吸引力。

**组建生态，响应需求，解决“怎么配”的复杂。**面对制造业、金融业、服务业等 30 余个细分场景的复杂需求，平台扮演“总包方”角色，通过严格准入机制整合上下游优质资源。无论是需要特种防护的功能性工装，还是体现企业文化的精致团服，企业都能通过平台获得一站式配置。这种高效匹配能力，解决了传统模式下采购部门协调多家供应商的困境，使线上采购成为效率最优解。

综上所述，企业工装线上渗透率的快速提升与 B2B 电商平台的持续进化，形成深度耦合的良性循环：平台角色进化直接破解了企业“上线”的关键顾虑，拉动渗透率攀升；而渗透率的提升又进一步巩固了平台作为行业基础设施的地位，加速资源整合与服务创新。这一循环正持续推动整个产业从分散、非标、低效的传统模式，向集中、透明、数字化的高质量发展范式加速转型。

## III 行业痛点与需求升级

在具体实践中，供需两端在传统采购模式下积累的深层矛盾亟待解决，并催生了清晰而迫切的升级需求。

### 1 传统采购痛点：形式主义、供需错配与决策盲点

传统的企业置装采购模式，常因流程僵化、视角单一而陷入“采购方费力不讨好，使用方嫌弃不愿穿”的困境。其痛点集中体现在三个层面：

**产品形式大于功能，体验缺失。** 传统采购常将统一性等同于专业性，牺牲了服装的实用性与舒适性，导致产品与真实工作场景脱节。例如，航空业长期要求空乘人员穿着高跟鞋与紧身裙装，不仅带来身体劳损和行动不便，在紧急情况下还可能构成安全风险。而企业的文化衫常因采用廉价、不透气的化纤面料和均码设计，被员工评价为“穿一次就起球”、“像行走的广告牌”，常常被束之高阁。这类产品只满足了管理者对“统一形象”的表面诉求，却忽视了穿着者的核心体验。

**流程单向决策，供需错配。** 采购决策往往是自上而下的单向流程，行政或采购部门闭门选定，员工作为最终使用者毫无参与感。这不仅导致所选款式、尺码可能与实际需求不符，更因缺乏对一线工作场景的理解，造成功能错配。例如，未区分技术岗位（需要多功能口袋）与行政岗位（更注重版型挺括）的不同需求，用“一刀切”的方案应付所有场景。

**决策缺乏标准，价值衡量模糊。** 面对市场上参差不齐的产品，企业采购缺乏科学、透明的选品与决策依据。价格往往成为主导因素，而关乎长期价值的维度——如面料的功能性参数、工艺的耐久性、设计的合体度与美学价值——则因缺乏评估工具而被忽略。这使得采购容易陷入低价竞争陷阱，无法有效辨别和投资于真正能提升员工满意度与企业形象的产品。

### 2 企业端需求升级：从“成本管控”到“价值投资”

从需求端看，企业的置装需求正经历从“保障有得穿”的工具性思维，向“追求穿得好”的战略思维转变。而这一转变的核心是将置装视为一项能够带来多重回报的价值投资：

- (1) 从“管理工具”升级为“人才与品牌战略”。企业愈发认识到，高品质的工装与制服是吸引并保留人才的重要软性福利，也是对外传递品牌专业度与文化气质的“移动广告牌”。航空业主动为员工“着装减负”，提供裤装和平底鞋选项，正是通过人性化关怀来提升员工满意度、构建和谐劳动关系的体现。同样，越来越多的企业希望定制服装能“多一些个性化的设计，形成独特的企业文化”。
- (2) 从“统一采购”升级为“精准解决方案”。简单的批量采买已无法满足复杂的现实需求。企业开始追求针对不同部门、岗位和具体工作场景的精准着装解决方案。这要求供应商不仅能提供产品，更要具备深刻的需求洞察和柔性定制能力。例如，为户外作业员工配备高可视性、防风的服装，为研发人员提供更商务休闲、便于在实验室与办公室切换的着装等。

- (3) 从“价格优先”升级为“全生命周期价值优先”。采购决策的关注点从初次采购成本，扩展到服装的耐用性、易打理性、员工穿着率以及长期对企业形象的提升价值。企业愿意为更优质的面料、更合体的剪裁和更精细的工艺支付溢价，因为这意味着更低的单次使用成本和更高的价值产出。

### 3 员工端需求升级：对体面、舒适与尊严的综合诉求

从最终穿着者的角度，当90后、00后成为职场主力后，员工对职业着装的需求发生了根本性变化，其核心是追求在工作中获得尊重、舒适与个人价值的平衡。

- (1) 对“得体美观”的重新定义：从刻板到专业与个性兼顾。新一代员工排斥刻板、土气、“像校服”的着装。他们希望着装在保持职业感的同时，具备现代审美和一定的个性化表达空间。这推动了“商务休闲”风格的盛行，以及企业文化衫设计向“弱化大Logo、强化设计感”的转变，使其成为一件“愿意日常穿出去”的体面衣物。
- (2) 对“全方位舒适”的硬性要求：生理与心理的双重关注。舒适度已成为不可妥协的底线。这既包括面料亲肤透气、版型合体不妨碍活动等生理舒适；也包括因穿着美观、得体而带来的自信与尊严感这一心理舒适。例如空乘人员对更换平底鞋和可选裤装的强烈呼声，正是对工作中身体尊严的捍卫。
- (3) 对“参与感与认同感”的深切期待。员工不再愿意被动接受一套强加于身的服装。他们渴望在设计与选择过程中拥有话语权，认为这是企业尊重与包容文化的体现。邀请员工对设计方案进行投票、收集试穿反馈等参与式流程，能极大提升员工对最终成衣的接受度与归属感，让服装真正成为文化认同的载体。

行业痛点暴露了传统模式的不可持续性，深层原因在于长期以来，面料研发、服装设计、采购应用与售后服务等环节彼此割裂，缺乏有效联动，难以针对具体的场景化需求实现产品与服务的系统性升级。而来自企业端与员工端的升级需求，则共同指向一个以人为本、价值驱动的新采购范式。解决这些具体而微的矛盾，正是驱动整个企业置装市场向专业化、精细化、人性化跃迁的根本动力。



PART

# 2

## 企业置装舒适度模型

——定义“好穿”的科学标准

## I 舒适度模型的构建理念与维度

企业工装与个人采购最大的不同在于，它是一项“代人决策”的系统工程——采购方需要同时满足从基层员工到管理层的多元化需求，在预算范围内实现“一套制度，千人适穿”。然而，传统的工服采购往往侧重于统一性和耐穿性这两个硬指标，而忽略了真正决定员工满意度的“穿着者体验”，导致各种问题：面料结实但闷热不透气，版型统一但高矮胖瘦都受罪，耐洗耐用却让员工一天下来身心俱疲……久而久之，工装变成了“工装负担”——员工不爱穿、不愿穿，企业形象打折，采购投入也打了水漂。

京东政企业务基于对企业采购的深度洞察，提出企业工装舒适度模型。这并非凭空构想的设计概念，而是依托平台链接的上万家企业采购数据、真实的一线员工穿着反馈，以及人体工学领域的前沿研究成果，沉淀而来的方法论体系，目的是为了给“好穿”建立一套可量化、可感知的科学标准——让舒适不再是一句模糊的描述，而是像面料支数、耐磨次数一样，成为采购选品时清晰可比的硬指标。

### 1 核心理念：基于人体工学的全方位舒适体验

一套真正“好穿”的工装，不应该是员工被动接受的工服，而应成为他们工作中得力的职业装备和乐于主动穿上的职业身份标识。因此，京东企业工装舒适度模型的核心，是回归“人”本身。我们认为，真正的职业装舒适度是基于人体工学的全方位穿着舒适体验，即一件工装好不好穿，要经得起员工穿上之后一整天的“考验”——坐下办公时肩膀是否束缚，起身拿文件时袖口是否牵拉，外出办事时体感是否闷热，穿上之后是否显得精神干练。这种舒适感不是由面料软不软等单一指标决定的，而是人体、服装与环境三者之间“默契配合”的结果。

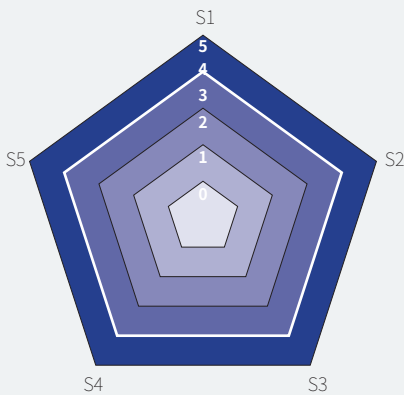
这意味着，服装必须能适应人体静态坐立与动态作业的各种姿态，减少束缚与压迫感。同时，舒适度本身是一个多维度综合体验，它涵盖了体感上的舒适、行动上的自如、使用上的便捷，乃至心理上的自信。只有将这些要素融为一体，才能让员工从被动的“穿着者”转变为主动的“受益者”，从而提升个人工作效率与企业形象。

### 2 打造企业工装舒适度模型

基于上述理念，我们构建了企业工装舒适度模型。该模型将抽象的“舒适”拆解为可感知、可测试、可评价的具体维度，通过五个相互关联、又可独立评估的核心维度，采购方可以像查看产品参数一样，直观地评判一套工装的舒适等级。



企业置装舒适度模型



- S1- 体感舒适度  
S2- 行动舒适度  
S3- 穿着便利度  
S4- 心理舒适度  
S5- 长效舒适度

### S1- 体感舒适度：营造“第二层肌肤”般的微气候

这是舒适度的基础，关乎皮肤与面料接触瞬间及穿着全程的感受。可通过热湿舒适性（如透气性、透湿性、保暖性）来衡量服装调节体温的能力，确保员工在忙碌时体表不闷热，在空调房内不感到湿冷。同时，通过触感舒适性（如接触感评价）来评估面料亲肤无刺痒，带来柔滑、细腻的联系体验。

### S2- 行动舒适度：解锁“人衣合一”的自由动线

团服职业装不应成为工作的枷锁。本维度关注服装如何适应员工在工作过程中的复杂运动。可通过优化版型剪裁（如肩部、袖笼的活动余量）和面料弹性（如拉伸弹性回复率）提升活动自由度，确保员工在抬手、下蹲、转身等大幅度动作时，不会感到牵拉感和紧绷感。

### S3- 穿着便利度：简化“每日穿搭”的细微繁琐

高效的职场人需要更便捷的穿着体验。本维度关注穿脱结构（如拉链顺滑度、领口开合角度）和功能性部件设计（如口袋的位置、大小及分区，可调节的袖口或腰袷）。这些细节看似微小，却能在日积月累中大大提升使用效率与穿着满意度。

### S4- 心理舒适度：承载“职业身份”的自豪与自信

团服职业装是无声的名片。本维度关注款式美观度是否符合当代审美与企业文化，合身度是否能让员工显得干练精神。当员工穿着得体、合身且美观的工装时，能自然而然地产生职业认同，这种心理上的舒适与自信，是激发工作热情的软性动力。

### S5- 长效舒适度：守护“穿越周期”的稳定品质

真正的舒适必须经得起时间的考验。可通过耐用性（如耐磨抗起球性、耐皂洗色牢度）、易打理性（如抗皱保形性、洗涤后外观）来衡量团服职业装的“时间价值”。一件不易变形、易于打理、历久常新的工装，不仅降低了企业的换装成本，也让员工在长期穿着中始终保有一份体面。

## II 模型指标体系与测量方法

为了将“舒适度”这一主观感受转化为可量化、可比较的科学标准，京东政企业务联合中联品检（北京）技术集团有限公司、广州检验检测认证集团有限公司等国家级权威检测机构，共同构建了一套主客观相结合的指标体系。该体系旨在从实验室到真实场景，科学定义并直接揭示“好穿”的内涵。

### 1 模型指标体系：用客观数据丈量“舒适度”

模型指标体系是舒适度评价的度量衡，也是企业采购决策的“第一道门槛”，它们能客观地回答：这件衣服的“好穿”，到底好在哪？

以下是我们为“舒适度”模型设定的指标体系及其测量方法，它既包含通过精密仪器测得的客观物理数据，也包含通过标准化问卷收集的主观体验评价，两者互为补充、交叉验证，共同构成对企业置装舒适度的全面量化。在下表中，客观指标直接标注其对应的国家标准测试方法，而主观评价指标（以“\*”标注）则将通过大规模用户穿着测试进行数据采集，具体问卷设计与评价标准详见 2.2.2 节。



企业置装舒适度模型指标体系

模型维度	核心指标	指标解读：穿着体验	测评方法 / 思路
S.T.1 体感舒适度	透气性	代表着面料让空气透过的能力，直接关系到长时间穿着是否会感到闷热不适。	按 GB/T 5453 标准，使用透气率仪测试单位时间内通过面料的空气量。
	透湿性	代表着面料将汗汽导出体外的速度，直接关系到出汗后皮肤能否保持干爽。	按 GB/T 12704 系列标准，使用织物透湿仪测量水蒸气透过面料的速率。
	保暖性	代表着面料阻隔热量散失的能力，直接关系到在寒冷环境中身体能否维持温暖舒适。	按 GB/T 35672 标准，使用平板法测定面料热阻或克罗值。
	防风性	代表着面料阻挡冷风侵入的能力，直接关系到在户外有风环境下身体的保暖程度。	利用人体模型穿着服装，在模拟风洞环境中测量服装内部微环境的风速变化。
	接触感评价	代表着面料触感的柔软与光滑程度，直接关系到皮肤接触时的第一感受。	按 FZ/T 01166 标准，使用多指标集成法（如 PhabrOmeter 织物风格仪）测试面料的力学性能，综合计算触感评分。

模型维度	核心指标	指标解读：穿着体验	测评方法 / 思路
S2- 行动舒适度	面料弹性	代表着面料随身体伸展并恢复原状的能力，直接关系到活动时的束缚感与长期穿着是否变形。	按 FZ/T 70006 或 T/CTES 1069 标准，对试样施加一定拉力，测量其伸长率及弹性回复率。
	版型贴合度 *	代表着服装在静态下与身体的贴合程度，直接关系到穿着时的整体协调感与美观度。	采用真人 / 人台试穿观察，结合主观问卷 + 五级标尺评价（详见 2.2.2）。
	活动自由度 *	代表着在日常活动中服装随身体运动的顺应性，直接关系到抬手、弯腰等动作的自由度与压迫感。	采用动态动作测试 + 主观问卷 + 五级标尺评价，综合评估动作过程中的束缚感与拉扯感（详见 2.2.2）
	压力舒适感 *	代表着服装对肩部、腰部、关节等关键部位的贴合压力是否适宜，直接关系到长时间穿着是否有压迫感、勒感或疲劳感。	采用主观问卷 + 五级标尺评价，收集穿着者对关键部位压迫感和勒感的主观评价（详见 2.2.2）。
S3- 穿着便利度	平均穿 / 脱耗时	代表着完成一次穿脱所需的平均时间，直接关系到日常穿脱的便捷性与效率。	组织志愿者进行实际穿脱测试，统计多人平均完成时间。
	穿脱结构合理性 *	代表着服装开口、闭合等结构设计的便捷程度，直接关系到穿脱过程是否顺畅省力。	采用主观问卷 + 五级标尺评价，评估穿脱过程中的费力程度（详见 2.2.2）。
	功能性部件设计合理性 *	代表着口袋、调节装置等功能件的位置与操作便利性，直接关系到日常使用的顺手程度。	采用主观问卷 + 五级标尺评价，评估取放物品便捷性、调节件便利性等。（详见 2.2.2）。
S4- 心理舒适度	美观度 *	代表着服装款式、色彩与细节设计的视觉吸引力，直接关系到穿着者的自我认同与审美满足。	采用主观问卷 + 五级标尺评价，对款式、色彩、面料进行评分（详见 2.2.2）。
	环境适配度 *	代表着服装与工作场景、企业文化及职业身份的契合程度，直接关系到穿着者的职业自豪感与归属感。	采用主观问卷 + 五级标尺评价，通过穿着前后对比评估对职业认同的促进效果（详见 2.2.2）。
	生理反应舒适度 *	代表着穿着时身体生理指标的平稳程度，直接关系到身心是否感到放松与舒适。	在实时工作环境中，受试者穿着被测服装完成规定活动，持续监测其心率、血压、核心体温等生理参数的变化。
S5- 长效舒适度	耐磨抗起球性	代表着面料抵抗摩擦损耗与表面起球的综合能力，直接关系到服装的耐用寿命与长期穿着后的外观质感。	按 GB/T 21196.2 标准测试耐磨性，按 GB/T 4802 系列标准测试抗起毛起球性，综合评定等级。
	抗皱保形性	代表着面料在穿着过程中抵抗褶皱产生并快速回复平整的能力，直接关系到日常穿着的外观保持。	按 GB/T 29257 标准，使用起皱仪强制起皱后静置，与标准样照对比视觉评级。
	耐皂洗色牢度	代表着面料在洗涤中保持原有颜色的能力，直接关系到日常洗涤的便利性和色彩的持久度。	按 GB/T 3921 标准，用灰卡评定变色、沾色等级。
	洗涤后外观	代表着服装经多次洗涤后保持版型与平整的能力，直接关系到洗涤后是否需要费力打理。	按 GB/T 44872 标准，将服装按标准程序洗涤干燥后，对照样照和测量尺寸，综合评价其外观平整度、尺寸变化等。
	防污性能	代表着面料抵抗污渍附着和易于清洗的综合能力，直接关系到日常穿着的耐脏程度和清洁便利性。	按 GB/T 30159.1 标准测试耐沾污性；按 FZ/T 01118 标准测试易去污性。

注：标注“\*”的指标为主观评价指标，详细问卷设计与评价标准请见 2.2.2 节。

## 2 主观体验评价：用真实感受验证“舒适度”

指标体系为舒适度划定了客观标准，但“好穿”与否的最终裁判，永远是穿着者自身。为此，我们设计了标准化的大规模用户穿着测试与主观评价问卷，将舒适度模型的每一个维度，转化为员工在日常工作中可感知、可评价的具体感受。我们希望借助这份问卷收集真实岗位、真实场景下的反馈，验证客观指标有效性并捕捉实验室数据无法覆盖的细微体验。

### 测试情境设计

为保证评价结果的代表性和可比性，测试需在真实工作场景中开展。参与者需连续穿着被测服装完成日常工作或活动，并在测试周期结束后统一填写评价问卷。

1. 测试时长：建议连续穿着 5~7 个工作日（可佩戴统一型号运动手环记录步数），以覆盖不同工作强度及多次洗涤后的体验变化。
2. 工作场景：请根据您的实际岗位选择对应场景（可多选），便于后续按岗位分析舒适度差异：
  - 8 小时静态室内办公（日步数 ≤ 2000）
  - 室内轻度活动（日步数 2000 ~ 4000）
  - 室内中高强度活动（日步数 4000 ~ 10000）
  - 全天户外工作（日步数 ≥ 10000）
  - 其他：\_\_\_\_\_

### 评价方式说明

问卷采用 5 分制李克特量表进行五级标尺评价，每题均为一句关于穿着体验的描述，请根据您的真实感受，在右侧空格中填写对应的分值（1 分代表“非常不同意 / 非常差”，5 分代表“非常同意 / 非常好”）。请基于您过去一周的真实穿着体验作答，无需进行技术判断或性能推测。

### 核心评价题目（基于舒适度模型）

#### ● S1- 体感舒适度

3. 透气性：穿着一天时，我感到衣服透气不闷热。 \_\_\_\_\_ 分
4. 透湿性：即使偶尔出汗，皮肤也能保持干爽，不潮湿黏腻。 \_\_\_\_\_ 分
5. 保暖性：穿着服装时，保温效果好，体感舒适。 \_\_\_\_\_ 分
6. 防风性：在有风环境中，衣服能有效阻挡冷风，不觉得冷。 \_\_\_\_\_ 分
7. 接触感评价：服装面料的触感柔软舒适，无刺痒或粗糙感。 \_\_\_\_\_ 分

#### ● S2- 行动舒适度

8. 面料弹性：服装面料的弹性良好，伸展后能回弹，没有束缚感。 \_\_\_\_\_ 分
9. 版型贴合度：衣服的版型剪裁合身，静态站立时自然贴合，没有多余紧绷或松垮。 \_\_\_\_\_ 分
10. 活动自由度：在做抬手、弯腰、下蹲等工作动作时，我感到活动自如，不受限制。 \_\_\_\_\_ 分
11. 压力舒适感：穿着过程中，肩部、腰部、关节等部位没有明显的压迫感或勒感。 \_\_\_\_\_ 分

#### ● S3- 穿着便利度

12. 穿脱耗时：服装穿脱过程方便快捷，整个流程用时较短。 \_\_\_\_\_ 分
13. 穿脱结构合理性：穿脱过程中，不费力且操作简单（如拉链顺滑、扣子易扣等）。 \_\_\_\_\_ 分
14. 功能性部件设计合理性：口袋、调节装置等设计实用、位置合理，使用顺手。 \_\_\_\_\_ 分

● S4- 心理舒适度

15. 美观度：我认为这件衣服的款式设计美观、大方，符合我的审美。 \_\_\_\_\_ 分
16. 环境适配度：穿上这套衣服让我对自身的职业感到更自信和认同，与我的工作场景很契合。 \_\_\_\_\_ 分
17. 生理反应舒适性：穿着过程中不会引起身体不适（如闷热出汗、皮肤刺激、局部压迫、疲劳感增加等）。 \_\_\_\_\_ 分

● S5- 长效舒适度（请在多次穿着或洗涤后填写）

18. 耐磨抗起球性：我觉得这件衣服比较耐穿，不易磨损，且没有起毛起球。 \_\_\_\_\_ 分
19. 抗皱保形性：日常穿着中，衣服不易起皱，能保持挺括外形。 \_\_\_\_\_ 分
20. 耐皂洗色牢度：经清洗后，护理起来不麻烦，没有褪色染色现象。 \_\_\_\_\_ 分
21. 洗涤后外观：水洗后没有明显缩水或变形，依然挺括。 \_\_\_\_\_ 分
22. 防污性：这件衣服在我的工作环境中，耐脏易清洁。 \_\_\_\_\_ 分

开放式反馈（选填）

23. 您认为这件衣服最突出的优点是什么？

---

24. 您认为这件衣服最需要改进的一个方面是什么？

---

25. 其他具体意见或建议：

---

问卷得分与等级划分

将 20 道题得分相加，得到总分（满分 100 分）。根据总分划分舒适度等级：

优秀：总分  $\geq 80$  分

合格：60 分  $\leq$  总分  $< 80$  分

待改进：总分  $< 60$  分

同时，可分别计算每个维度的平均分，并以雷达图形式呈现“舒适度”的均衡性，帮助企业精准定位产品优势与改进空间。



### 3 电商大数据分析：用市场反馈校准“舒适度”

客观指标数据与主观体验评价分别从实验室和真实场景定义了“好穿”，而京东平台的电商大数据则提供了洞察市场真实反应的探针，数以亿计的用户用每一次点击、每一条评价、每一次退换货，为产品舒适度投下信任票。将这些海量行为数据转化为可量化的体验证据，能够有效验证舒适度模型的科学性，并为模型的持续优化提供市场导向。

#### 可行性分析：电商大数据如何映射舒适度五维度

电商平台的大数据为舒适度模型提供了重要的市场端验证。我们重点分析三类核心指标：退货率、好评关键词和复购率。退货率能够直接反映产品存在的舒适度问题，用户主动填写的退货原因更是定位具体缺陷的关键线索。好评关键词是用户对产品优点的真实归纳，可以量化不同舒适维度在市场端的认可程度。复购率则体现了用户经过完整使用周期后的整体满意度。这三类指标可从不同层面构成对舒适度模型的有效反馈。



## III 舒适度模型的应用价值

至此，我们完整构建了企业置装舒适度模型，并建立了与之配套的“客观 - 主观 - 大数据”交叉验证体系。该体系通过客观指标体系划定产品性能基线，通过主观体验评价捕捉真实穿着感受，通过京东大数据洞察市场长期反馈，三者互为补充、交叉印证，共同构成了对“好穿”的科学定义。这一套方法论的价值，不仅为企业提供了科学的选品工具，更是京东政企业务“鞋服即服务”理念落地，推动团服职业装行业从单一的产品交易向全链路服务升级。

### 1 为企业置装采购提供科学、量化的选品依据

传统企业采购往往依赖经验判断或供应商提供的有限信息，难以全面评估服装的实际穿着体验。本模型将模糊的“舒适”拆解为体感、行动、便利、心理、长效五个可测量、可评价的具体维度，并配套形成从实验室检测到用户问卷再到市场数据分析的全流程筛选方法。采购方可根据岗位特点和员工需求，设定不同维度的权重和准入标准，在科学量化与真实需求之间找到最佳平衡。同时，依托京东平台积累的行业数据与商品体验反馈，我们能够持续校准模型指标，为企业采购客户提供基于真实市场验证的选品建议，有效规避因舒适度问题导致的员工不满和高昂的隐性更换成本。

### 2 引导制造商和品牌方联合实现“研、产、销、运、洗”一体化

舒适度模型的指标体系不仅是一套评价标准，更是一份产品优化指南。制造商可通过客观指标的反馈，精准改进面料性能；通过主观评价数据，捕捉用户在版型、功能、美观等方面的真实痛点；通过京东大数据，洞察不同行业、不同岗位的差异化需求。这种多维度的信息输入，能够帮助企业从源头上优化设计，推动产品从“能穿”向“好穿”升级。京东政企业务依托全链路数字化驱动能力，将模型标准贯穿于材料研发、面料生产、服装制造、仓储配送、商业洗涤等各个环节，联合供应商为客户提供从单件定制到批量采购、从新衣交付到专业洗涤的全周期服务。企业无需再自行对接多个服务商，即可实现“一站式衣橱”的便捷体验。

### 3 推动行业从“价格竞争”转向“价值竞争”，打造中国“舒适工服”品牌

长期以来，团服职业装市场存在重价格、轻品质的倾向，舒适度往往被忽视。此前，京东联合 16 家行业领先企业共同制定了《团体定制服装分级技术要求》，作为行业首个高质量职业服商品综合标准，为质量分级和产品定价提供了科学依据。此次舒适度模型的发布，是在分级标准基础上的进一步深化与升级，为行业树立了可参照的舒适度评价标杆。当更多企业依据科学标准选择产品，更多制造商围绕舒适维度优化设计，整个行业将逐步摆脱低价同质化竞争，转向以品质和体验为核心的价值竞争。这将有力推动中国工服品牌向更高品质、更具人文关怀的方向发展，让“舒适工服”成为企业形象和员工关怀的新名片。



PART

# 3

## 团体定制服装分级技术要求

——构建品质采购新基准

## I 标准制定原则与框架

基于前文构建的“舒适度模型”——从需求端定义“什么是好穿”的科学评价框架，本章进一步从供给端出发，将用户对舒适度的真实诉求转化为可量化、可执行的生产与品控标准。为此，京东政企业务联合行业权威机构，牵头制定并持续完善《团体定制服装分级技术要求》，旨在为企业建立一套动态更新的科学采购依据，让企业置装有据可依、品质可见、决策高效。

### 1 原则：专业性、普适性、前瞻性

标准的制定遵循三大核心原则，确保其既具备专业深度，又能广泛适配不同企业的实际需求：

- 1. **专业性**：标准体系依托国家级检测机构的技术支持，围绕面料性能、工艺质量、功能指标等维度，构建可量化、可验证的指标体系。每一项推荐产品都需通过客观数据检验，而非主观评价，为企业采购提供可靠参考。
- 2. **普适性**：标准覆盖金融、制造、科技、物流、能源等主流行业，兼顾不同岗位、不同预算的差异化需求。无论是高端商务着装还是一线作业工装，均可在标准框架内找到对应品类与等级，实现“因岗定装、按需采购”。
- 3. **前瞻性**：标准不仅回应企业当前对安全、舒适、耐用等基础诉求，还融入智能化、绿色可持续、多功能复合等未来趋势。通过引导供应商持续创新，帮助企业采购决策更具长远眼光。

### 2 框架：基础安全标准 + 性能分级标准

标准采用“基础安全 + 性能分级”双层结构，既守住安全底线，又提供清晰的品质阶梯：

- 1. **基础安全标准**：这是所有团服职业装产品的准入底线，严格对标国家强制性标准，涵盖甲醛含量、pH 值、色牢度、耐磨强度、缩水率等基础安全与物理指标。任何进入京东推荐体系的产品，必须首先通过这一门槛，确保员工穿着安全、合规。
- 2. **性能分级标准**：在基础安全之上，根据不同岗位特点和使用场景，设置多级性能标签（如标准级 / 舒适级 / 尊享级，耐用级 / 舒耐级 / 全能级，基础防护级 / 专业防护级 / 特种防护级）。分级维度包括面料材质、工艺结构、功能集成度、舒适性指标等，帮助企业根据岗位需求、员工体验要求和采购预算，精准匹配最合适的产品。

这一框架的设计，让企业采购时既能守住安全底线，又能根据实际需要灵活升级，避免“一刀切”带来的品质浪费或安全风险，真正实现科学采购、价值采购。

## II 核心品类技术标准详解（以经典品类为例）

### 1 商务职业装

商务职业装是企业形象的重要载体，既要体现专业形象与商务礼仪，又要兼顾员工穿着舒适度。本部分以西服、大衣、衬衫、休闲裤、夹克、POLO 衫、冲锋衣为代表品类，结合京东大时尚、京东京造、BONO、十如仕、波司登等主流品牌的产品标准与实践经验，梳理出分级技术标准，为企业采购提供指引。

#### 商务衬衫（男/女）



**适用行业：** 金融、咨询、科技、酒店、服务、公职等。

**基础安全标准：** 符合 GB/T 18401-2010 B 类标准，符合 GB/T 2660-2017《衬衫》。甲醛 $\leq 75\text{mg/kg}$ ，pH 值 4.0-8.5，色牢度 $\geq 3$  级。

#### 性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围（元/件）	适用场景
标准级	普通涤棉	基础缝制，15-16 针/3cm	基础易打理	69-99	日常办公
舒适级	高支纯棉 / 桑蚕丝混纺（100-200 支）	高士线，18-20 针/3cm	DP 免烫，抗菌，持久白	100-200	商务办公、客户对接
尊享级	200 支棉 / 纯亚麻	全衬里，立体剪裁，绕扣工艺	DP 免烫，抗菌，三防（防水防油防污）	200 以上	高端商务、重要会议

注：女士衬衫分级参照男士衬衫，舒适级增加液氨抗皱、固色；尊享级为纯亚麻材质，适用场景延伸至度假、约会、休闲商务等。



## 西服



**适用行业：** 银行、保险、证券 / 信托 / 期货及投资、机关事业单位、电力、通信 / 交通、建筑 / 房地产、商务服务、国资系统、文化教育与传媒、特殊系统等。

**基础安全标准：** 符合 GB 18401-2010 B 类标准，符合 GB/T 2664-2017《男西服、大衣》、GB/T 2665-2017《女西服、大衣》标准。甲醛含量 $\leq 75\text{mg/kg}$ ，pH 值 4.0-8.5，色牢度 $\geq 3$  级，起毛起球性 $\geq 3-4$  级，尺寸偏差 $\leq \pm 2.0\text{cm}$ ，外观无跳线、脱线，领型挺括。

## 性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围 (元 / 件)	适用场景
标准级	聚酯纤维 + 粘胶混纺，挺括易打理	基础缝制，明线工整，普通树脂衬	基础抗皱，易水洗	800-1500	日常办公、普通客户接待
舒适级	羊毛 + 聚酯纤维 + 天丝 + 导电纤维混纺，手感柔软，垂坠感佳	半里衬，垫肩塑形，缝线密度 $\geq 12$ 针 / 3cm，口袋加固	持久抗皱，透气排汗，轻微污渍可擦	1500-3000	商务洽谈、客户接待、正式会议
尊享级	高比例羊毛 + 羊绒混纺，细腻有光泽，悬垂性极佳	全衬里，立体剪裁，手工锁边，真丝衬领，可调节袖口	形态记忆，抗静电，温湿调节，防泼水，防污	3000-8000	重要商务谈判、政务接待、行业峰会、重大项目签约等

## 大衣



**适用行业：** 银行、保险、证券 / 信托 / 期货及投资、机关事业单位、电力、通信 / 交通、建筑 / 房地产、能源化工、国资系统、文化教育与传媒、特殊系统、医疗卫生与公共设施等。

**基础安全标准：** 符合 GB 18401-2010 B 类标准，符合 GB/T 2664-2017《男西服、大衣》、GB/T 2665-2017《女西服、大衣》标准。甲醛含量 $\leq 75\text{mg/kg}$ ，pH 值 4.0-8.5，色牢度 $\geq 3$  级，起毛起球性 $\geq 3-4$  级，保暖性（填充类保暖率 $\geq 50\%$ ，羊毛类克重 $\geq 450\text{g/m}^2$ ），尺寸偏差 $\leq \pm 2.5\text{cm}$ ，外观无瑕疵。

## 性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围 (元 / 件)	适用场景
标准级	羊毛 + 聚酯纤维混纺，防风基础，易打理	基础缝制，普通里衬，树脂纽扣，贴袋	基础防风保暖，简单干洗	800-2000	冬季日常通勤、短时户外
舒适级	纯羊毛或羊绒混纺（10% 羊绒），手感柔软，保暖性佳	半里衬，垫肩，品牌防水拉链，金属扣，缝线密度 $\geq 12$ 针 / 3cm	防风保暖，透气排汗，轻微抗皱	2000-5000	客户接待、户外巡检、通勤
尊享级	高比例羊绒 + 羊毛混纺或纯羊绒，细腻光泽，保暖极佳	全衬里，立体剪裁，手工缝制，可拆卸毛领，真丝里衬	恒温调节，形态记忆，抗静电	5000-15000	重要商务活动、政务接待、高端项目考察等

Polo 衫



**适用行业：** 互联网、科技、高端制造业、教育科研、金融、文体旅、高端零售销售（如汽车、酒类、房地产、生物医药）等。

**基础安全标准：** 符合 GB 18401-2010 B 类标准，符合 FZ/T 73020-2019《针织休闲服装》合格品要求。色牢度 $\geq 3$ 级，抗起毛起球 $\geq 3$ 级，水洗尺寸变化率 -6.5%~+2.0%。

性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围（元 / 件）	适用场景
标准级	普通珠地棉，如涤棉、CVC 混纺，基础吸湿透气	基础缝制，标准锁边	透气性好，易洗快干	50-150	基础工装、日常办公、团队活动
舒适级	棉与功能性纤维混纺或者化纤弹力机能性面料，如精梳珠地棉、棉氨、天丝莫代尔混纺	双线密缝，侧开叉设计	优异吸湿排汗，微弹，轻度易去污，抗皱	100-200	商务休闲办公、差旅洽谈、团队活动
尊享级	高支丝光棉 / 液氨棉、与天丝 / 羊毛 / 桑蚕丝高端混纺	单针暗缝 / 无骨缝制，立体剪裁	形态记忆，温湿调节，三防，长效抑菌	150-250 以上	高端商务、签约仪式、行业峰会、VIP 礼品

休闲裤



**适用行业：** 科技互联网、教育培训、汽车销售、金融、企业团体活动、售后服务、高端零售导购等。

**基础安全标准：** 符合 FZ/T 81007-2022《单、夹服装》，色牢度 $\geq 3-4$ 级，水洗尺寸变化率 $\pm 3\%$ 以内。腰头平服，缝线牢固，裆部等易撕裂部位加固。

性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围（元 / 件）	适用场景
标准级	普通棉质斜纹布或涤棉混纺类，无弹或微弹	直筒 / 微锥裤型，常规腰头	基础抗皱，易护理	80-120	日常办公、日常通勤
舒适级	高支棉混纺弹力、棉莱赛尔混纺等，细腻柔滑，兼具垂坠感与微弹	立体剪裁，腰头防滑条或弹力调节，裤脚微收口或翻边	四面弹力，持久抗皱	120-180	商务办公、轻度出差
尊享级	高支羊毛混纺、高性能科技面料	半定制服务，全里衬或关键部位衬里，手工扞边、隐形拉链口袋	抗皱保形，防风防水，抗污易洁	180-250 以上	高端商务、国际差旅

## 冲锋衣



**适用行业：**金融、咨询、科技、户外作业、物流等。

**基础安全标准：**符合 GB 18401-2010 B 类标准，符合 GB/T 32614-2023《户外运动服装 冲锋衣》I 级冲锋衣要求，防水透湿等性能达标。

## 性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围（元 / 件）	适用场景
标准级	涤纶为主，基础防水透湿	常规工艺	三防（防水防油防污）	300-400	户外基础作业、物流配送；日常户外防护
舒适级	锦纶 / T800，进阶防水透湿	腋下拉链，细节优化	高透气，防泼水	450-550	户外作业、多变天气差旅
尊享级	考杜拉 / 东丽暴雨级防水面料，耐磨	腋下拉链、雪卡袋满配结构	全面防水（暴雨级），高耐磨	499-799	极端环境巡视；专业户外作业、高端商务户外活动

## 羽绒服



**适用行业：**全行业，适用于科技互联网、现代办公、制造业、能源化工、物流、户外作业等需要冬季保暖的各企业岗位。

**基础安全标准：**符合 GB/T 14272-2021《羽绒服装》及 GB 18401-2010 C 类要求，核心指标包括：甲醛含量 ≤ 300mg/kg，pH 值 4.0-9.0，耐皂洗、耐水、耐汗渍、耐摩擦色牢度 ≥ 3-4 级，耐光色牢度 ≥ 3 级；绒子含量明示值偏差 ≥ -5%，清洁度 ≥ 500mm，耗氧量 ≤ 5.6mg/100g，绒丝 + 羽丝总量 ≤ 10%，无异味；防钻绒性 ≤ 120 根 / m<sup>2</sup>（成衣转箱法）。

## 性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围（元 / 件）	适用场景
标准级	100% 聚酯纤维高密度防绒面料，耐磨抗皱	德国防钻绒技术，13 针 / 3cm 精密缝制，超细纤维内胆	90% 白鸭绒，680+FP 蓬松度，充绒量 105-175g，清洁度 700mm+，通过 RDS 认证、瑞士蓝标认证	899-1999	日常通勤、一线户外作业、员工福利
舒适级	锦纶轻薄耐磨；极寒防护款：聚酯纤维厚实耐磨防风	无缝内压胶工艺；极寒防护款：暖科技 + 远红外蓄热里布	90% 鹅绒，700+FP 蓬松度，清洁度 700mm+；轻量款充绒 60-100g，极寒款充绒 100-180g（至高抵御 -30°C）；通过 RDS 认证、瑞士蓝标认证	1399-2999	中高端通勤、商务差旅、北方极寒作业、员工福利
尊享级	GORE-TEX 科技面料（3L 三层复合），防水透湿防风	整衣压胶工艺，RECCO 科技定位系统，热湿力平衡结构	进口鹅绒，90% 绒子含量，800+FP 蓬松度，充绒 121-214g，清洁度 800mm+；防水 ≥ 28000mmH <sub>2</sub> O，透湿可靠；通过 RDS 认证、瑞士蓝标认证	2599-4599	企业高管、核心团队、重要客户馈赠；高端商务出行、精英户外、极寒环境作业

## 2 专业制服

专业制服覆盖行业广泛，既要满足不同岗位的功能性需求，又要兼顾员工穿着的舒适性与品牌形象的统一性。本部分以工装夹克、厨师服、围裙、大褂等为代表品类，结合仙桃职业工装电商产业园等专业供应商的产品标准与实践经验，梳理出分级技术标准，为企业采购提供指引。

### 工装夹克



**适用行业：** 金融、科技、能源、制造、物流、汽车销售与服务等。

**基础安全标准：** 夹克品类需满足基础防护、安全与耐用要求。符合 GB 18401-2010 B/C 类标准，色牢度 $\geq$  3-4 级，接缝强度达标，辅料牢固，功能宣称需有测试报告支持。

#### 性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围 (元 / 件)	适用场景
标准级	聚酯纤维或尼龙，基础防泼水涂层	立领 / 棒球领，常规缝制，网眼内里	基础防风、防泼水	100-150	一线作业、日常通勤
舒适级	细旦尼龙 / 聚酯纤维 (DWR 处理)、弹力软壳 / 优质棉混纺面料	合身剪裁，多功能口袋	专业防泼水，防风，高透气，轻量保暖	150-250	户外作业、商务差旅、轻度户外
尊享级	GORE-TEX 等顶级科技面料、Polartec 系列抓绒、羊毛混纺	全压胶防水缝线，防水拉链，可拆卸内胆，立体剪裁	全面防水，高透湿，卓越防风保暖，智能温控	250 以上	严苛天气户外作业、高端商务户外





## 厨师服



**适用行业：** 餐饮、酒店、食品生产加工、团餐保障、教育培训与场景展示、其他配套服务等。

**基础安全标准：** 强制性安全指标符合 GB 18401-2010 B 类标准。使用性能标准符合 GB/T 21295-2024《服装理化性能的检验方法》，专项要求包括：具备易去污、防水防油性能（防水 $\geq 3$ 级，拒油 $\geq 4$ 级）；推荐阻燃性能（损毁长度 $\leq 150\text{mm}$ ，续燃时间 $\leq 2\text{s}$ ，阴燃时间 $\leq 2\text{s}$ ）；符合《餐饮服务食品安全操作规范》，满足食品加工专项卫生要求。

### 性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围（元/件）	适用场景
标准级	普通 65/35 涤棉混纺、薄款涤纶平布，克重 180-220g/m <sup>2</sup>	简易平缝，基础锁边，普通胶印 LOGO，塑料纽扣、窄幅织带	基础防污、透气排汗，满足 B 类安全标准	35-60	低成本餐饮基础工装
舒适级	精梳涤棉、高密度防水牛津布，克重 240-280g/m <sup>2</sup> ，防水防油涂层	精密包边，双走线加固，活性印花 / 高温烫画 LOGO，树脂按扣、加宽调节织带	强效防水防油、吸湿透气，轻度抑菌，抗皱免熨烫	70-120	连锁品牌餐饮标准化工装
尊享级	高支精梳纯棉帆布、食品级抑菌阻燃功能面料，克重 300-350g/m <sup>2</sup>	精工双 / 三线缝合，全幅包边 / 无痕压胶，立体刺绣 / 烫金，金属配件，真皮调节袂，打枣加固	专业级防水防油、阻燃防烫，长效抑菌，强效透气，可定制	150-300	高端餐饮标准化工装、厨艺赛事、美食节目、品牌形象展示

围裙



**适用行业：** 餐饮、酒店、制造业、零售、商超、文化创意等。

**基础安全标准：** 强制性安全指标符合 GB 18401-2010 B/C 类标准。色牢度 $\geq 3$ 级，起毛起球 $\geq 3$ 级，禁用偶氮染料。专项要求包括：若接触食品参考 GB 4806.1-2016；阻燃或防静电参考 GB 8965.1-2020、GB 12014-2019；出口产品还需符合目标市场法规。

性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围 (元 / 件)	适用场景
标准级	普通涤棉混纺、薄牛津布，克重 180-220g	简易平缝，基础锁边，普通胶印，塑料按扣	基础防污、轻微防泼溅，易机洗快干，耐用性一般	5-15	低成本餐饮基础工装
舒适级	精梳涤棉、高密度防水牛津布，克重 240-280g，防水防油涂层	精密包边，走线加固，活性印花，合金按扣，可调节肩带	升级防水防油、透气排汗，多口袋设计，抗皱免熨烫	20-40	连锁品牌餐饮标准化工装
尊享级	高克重纯棉帆布、防水牛仔布、抑菌功能面料，克重 300-350g	精工双 / 三线缝合，全幅包边 / 无痕压胶，立体刺绣 / 烫金印花，金属磁吸扣 / 真皮调节扣、打枣加固	专业抑菌防污，耐高温溅烫，大容量分区口袋，可定制	50-100	高端餐饮标准化工装、厨艺赛事、美食节目、品牌形象展示

大褂



**适用行业：** 医疗行业（医院、诊所、体检中心、康复中心、药企、医疗器械企业等）。

**基础安全标准：** 强制性安全指标符合 GB 18401-2010 B 类标准。符合 GB/T 22700-2016《水洗整理服装》、YY/T 0506.2-2016《医用手术单、手术衣和洁净服》相关要求。甲醛 $\leq 75$ mg/kg，pH 值 4.0-8.5，耐皂洗、耐汗渍、耐摩擦色牢度 $\geq 3-4$ 级，起毛起球性 $\geq 3-4$ 级。

性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围 (元 / 件)	适用场景
标准级	涤棉平纹斜纹，克重 180-210g/m <sup>2</sup>	基础缝制，平缝机缝制，线迹整齐	基础抗皱、易洗涤	80-150	日常诊疗、普通门诊、后勤保障等
舒适级	柯尼酷面料，克重 170-240g/m <sup>2</sup>	抗菌防静电、立体剪裁、抗皱处理	持久抗皱、易去污、吸湿排汗、抗菌、防静电	150-280	门诊科室、住院部、体检中心、医技操作等
尊享级	高端功能混纺（抗菌 + 防静电 + 温湿调节），克重 170-280g/m <sup>2</sup>	全衬里、立体剪裁、隐形拉链、细节压胶	形态记忆、温湿调节、抑菌除臭	280-500	手术室、ICU、涉外医疗、专家会诊、高规格医疗活动等

### 3 职业防护服

职业防护服是保障员工在特殊作业环境下人身安全的关键装备，涵盖防静电、高可视、隔热阻燃等多种功能。本部分以防尘防静电服、反光衣 / 马甲、隔热 / 阻燃服为典型品类，结合京东工业等专业供应商的产品标准与实践经验，梳理出分级技术标准，为企业采购提供指引。



#### 防尘防静电服



**适用行业：** 半导体制造、制药与生物医药、医疗器械、食品与饮料加工、精密机械、化工与涂料、新能源、数据中心与通信等行业。

**基础安全标准：** 防静电性能：符合 GB 12014-2019《防护服装 防静电服》，带电电荷量、点对点电阻达标。耐洗涤性能：符合 GB 12014 洗涤 100 次后性能保持。防尘性能：高端制造业（半导体、生物医药）参考 FZ/T 80014-2024《洁净室服装 通用技术规范》，满足万级至十级洁净度要求。

#### 性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围（元 / 件）	适用场景
基础防护级	涤棉混纺，间隔织入导电纤维（含 5%，条纹 / 网格排列间距 2.5/5mm）	常规缝制，分体服或大褂，无外露金属	满足 GB 12014 B 级要求，基础防静电、防尘	10-45	面向对静电敏感但无严格洁净度要求的岗位，如电子元件包装、基础检测、普通装配线等
专业防护级	涤纶长丝嵌织永久性导电纤维（网格状），导电纤维含量约 2%，不发尘、不粘尘	导电线缝纫，三针车线包缝，连体服，弹性收口，实现全身密封	防静电、低发尘，耐 100 次洗涤、121°高温灭菌	46-120	面向对洁净度有明确要求的岗位，如电子、制药、精密仪器洁净室（万级至千级）

反光衣 / 马甲



**适用行业：** 厂区巡检、建筑施工、道路养护、市政工程、应急救援、港口码头等对人员可视性有强制安全要求的行业，覆盖室内外全作业场景。

**基础安全标准：** 所有反光衣 / 马甲均需符合职业防护用品安全标准，兼顾基础安全性、耐用性与反光核心性能。  
 安全与生态：符合 GB 18401-2010 B类，甲醛 $\leq 75\text{mg/kg}$ ，pH值4.0-9.0，无可分解致癌芳香胺。  
 水洗缩率 -5%~+3%。反光性能：符合 GB 20653-2020，反光带逆反射系数白色 $\geq 300\text{cd}/(\text{lx} \cdot \text{m}^2)$ 、黄色 $\geq 250\text{cd}/(\text{lx} \cdot \text{m}^2)$ ，宽度 $\geq 5\text{cm}$ ，360°可视。耐用性：色牢度 $\geq 3-4$ 级，反光带与面料结合牢固，水洗后无脱落、起翘，面料断裂强力 $\geq 200\text{N}$ ，撕破强力 $\geq 40\text{N}$ ，满足高频作业磨损需求。  
 工艺：无尖锐边角，辅料牢固，双针缝制关键部位。尺寸稳定性：水洗缩率 -5%~+3%。标识标准：成品需清晰标注执行标准、反光等级、适用场景、洗涤说明、生产厂家信息及安全警示语，标识耐水洗、耐摩擦，不脱落、不模糊。

性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围 (元 / 件)	适用场景
基础防护级	涤棉混纺 (CVC)、牛津布，克重 $\geq 200\text{g}/\text{m}^2$	直筒剪裁，反光带车缝，双针缝制	基础高可视反光，轻度耐磨，水洗后性能稳定	12-17	室内车间、物流仓储内勤、园区巡检等基础作业场景，企业安全宣传活动等低风险活动场景。
专业防护级	涤氨弹力混纺、轻量化聚酯，克重180-200g/ $\text{m}^2$ ，抗静电	人体工学剪裁，反光带热压+车缝双重固定，罗纹领口，通肩压条	中等级反光 (逆反射系数白色 $\geq 400\text{cd}/(\text{lx} \cdot \text{m}^2)$ )，抗静电，透气排汗，耐20次水洗，轻度防泼水	18-30	户外短途配送、厂区巡检、建筑施工基础岗、道路养护等需长时间穿着且有一定活动量的中风险场景





## 隔热 / 阻燃服



**适用行业：**石油、化工、煤炭、电力、钢铁、冶金、锻造、焊接、消防、应急救援、玻璃陶瓷等存在火焰、高温、熔融金属飞溅、易燃易爆风险的行业。

**基础安全标准：**所有隔热 / 阻燃服均需符合国家特种劳动防护用品安全标准，核心保障阻燃、隔热基础性能，同时兼顾穿着安全性、耐用性与舒适性。阻燃性能：符合 GB 8965.1-2020、GB 8965.2-2022，续燃时间 $\leq 2s$ ，阴燃 $\leq 2s$ ，损毁长度 $\leq 100mm$ ，无熔融滴落，50次水洗后性能不降。隔热性能：符合，高温辐射隔热效率 $\geq 80\%$ ，接触隔热温度 $\leq 50^{\circ}C$  (10s)。安全与生态：符合 GB 18401-2010 B类，甲醛 $\leq 75mg/kg$ ，pH值4.0-9.0。耐用性：色牢度 $\geq 3-4$ 级，断裂强力 $\geq 300N$ ，撕破强力 $\geq 50N$ ，耐磨 $\geq 1000$ 次。焊接服需满足耐熔融金属飞溅性能，无熔洞、无烧焦。工艺：所有缝纫线采用阻燃线，关键部位双线 / 三线缝制，收紧设计防火焰侵入，无易燃辅料。所有金属辅料需做防烫处理。尺寸稳定性：水洗后衣长、胸围、腰围尺寸变化率控制在 $-5\% \sim +3\%$ 以内，高温环境下 ( $\leq 200^{\circ}C$ ) 无明显收缩、变形。标识标准：成品需清晰标注执行标准、阻燃 / 隔热等级、适用温度、使用年限、洗涤说明、生产厂家信息及特种防护警示语，标识采用阻燃材质，耐高温、耐水洗，不脱落、不模糊。

### 性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围 (元 / 件)	适用场景
基础防护级	阻燃涤棉混纺 (经阻燃后整理)、阻燃棉, 克重 $\geq 220g/m^2$	直筒剪裁, 阻燃线双针缝制, 拉链+魔术贴双重闭合	基础阻燃 (GB 8965.1 基础), 轻度隔热 ( $\leq 200^{\circ}C$ ), 耐磨耐洗, 无熔融滴落,	150-250	对阻燃 / 隔热要求为基础级的低风险场景, 如化工非高危巡检、制造业轻微高温辅助、无火焰接触的高温车间内勤、烟花爆竹生产辅助等
专业防护级	芳纶 1313 混纺、阻燃粘胶, 克重 200-220g / $m^2$ , 抗静电、透气	3D 剪裁, 三线缝制, 关键部位加耐磨补丁, 领口罗纹阻燃加固、袖口 / 裤脚弹性阻燃收紧内置透气衬里	优质阻燃 (优等品), 中度隔热 ( $\leq 500^{\circ}C$ ), 抗静电, 耐 30 次水洗, 耐熔融金属轻微飞溅	300-500	有局部火焰、中高温接触或熔融金属轻微飞溅的中风险场景, 如焊接 / 锻造 / 切割、电力巡检、化工常规作业、冶金中温作业等

## 4 企业团服

企业团服是凝聚团队精神、展现企业文化的重要载体，适用于团队建设、文体活动、日常办公等多元化场景。本部分以运动服套装、休闲运动裤为典型品类，结合李宁、安踏等专业品牌的产品标准与实践经验，梳理出分级技术标准，为企业采购提供指引。



### 运动服套装



**适用行业：** 互联网科技、金融保险、政企单位、零售服务、制造加工、教育培训等全行业，覆盖企业日常办公、团建拓展、商务接待、员工福利等场景。

**基础安全标准：** 符合 GB 18401-2010 B 类标准，符合 FZ/T 73020-2019《针织休闲服装》要求。甲醛含量 $\leq 75\text{mg/kg}$ ，色牢度（耐洗 / 耐摩擦） $\geq 4$  级，水洗尺寸变化率 $\leq \pm 3\%$ ，无异味、无断针等质量问题。

### 性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围（元 / 件）	适用场景
标准级	普通涤棉混纺（棉 60%+ 涤纶 40%），180g/ m <sup>2</sup>	基础双线缝制，16 针 / 3cm，常规锁边工艺，普通拉链 / 纽扣	基础易打理、轻度吸汗，耐普通水洗	69-99	企业日常办公、室内通勤、基础员工工服
舒适级	冰感速干面料（聚酯纤维 88%+ 氨纶 12%），200g/ m <sup>2</sup>	高士线精工缝制，19 针 / 3cm，无痕压胶工艺，加固缝	冰感透气、ZPTech® 抗菌、抗起球、轻度抗皱	100-200	商务办公、室内外综合团建、企业运动会、客户轻对接
尊享级	弹力面料 + COOLMAX 速干纱线，220g/ m <sup>2</sup>	全无痕工艺，人体工学立体剪裁，20 针 / 3cm，YKK 定制拉链，加固耐磨包边	UPF50 + 防晒、抗菌净味、抗皱保形、不易变形，支持高端 LOGO 定制	200 以上	高端户外团建、企业对外活动、重要商务会议、团队形象展示

## 运动裤



**适用行业：** 互联网科技、金融保险、政企单位、零售服务、制造加工、教育培训等全行业，覆盖企业日常办公、团建拓展、商务接待、员工福利等场景。

**基础安全标准：** 符合 GB 18401-2010 B 类标准，符合 FZ/T 73020-2019《针织休闲服装》要求。弹性回复率  $\geq 80\%$ ，水洗后无起皱、无掉色，耐起球性  $\geq 3$  级，抽绳顺滑无断裂。

## 性能分级标准

等级	面料	工艺	功能性	价格范围（元/件）	适用场景
标准级	普通涤氨弹力面料，220g/㎡	常规缝制，16针/3cm，普通抽绳，基础口袋设计	基础弹力、易水洗、日常耐穿	149-249	一线作业、日常办公、室内团建、基础员工工服
舒适级	瞬吸速干面料（聚酯纤维 90%+氨纶 10%），200g/㎡	高士线缝制，18针/3cm，防滑抽绳，隐形储物口袋，加固裤缝	瞬吸速干、四面高弹、抗菌抗味、轻度抗皱	199-349	日常办公、团建拓展、企业通勤、多场景适配
尊享级	高弹透气抗皱面料，240g/㎡	人体工学立体剪裁，无痕压胶，加固耐磨缝线，防盗隐形口袋	高弹回弹、抗皱保形、耐磨耐用、透气舒适，支持 LOGO 定制	349 以上	商务办公、高端团建、对外接待、企业形象展示



## III 认证与品控流程

为确保《团体定制服装分级技术要求》的有效落地，京东政企业务联合权威检测机构建立了贯穿检测、认证、监督全过程的品控体系。该体系由“京东推荐企业置装实验室检测流程”与“京东政企业务推荐标识授予机制”两部分构成，旨在为企业采购提供科学、透明、可信的品质保障。

### 1 京东推荐企业置装实验室检测流程

本流程联合国家级第三方实验室，依据国家强制性标准、行业通用标准及团体定制服装分级技术要求，对送检产品进行系统性检测，确保各项指标可量化、可验证。



#### 送检与受理

- 企业送检时需填写专用《委托检验申请单》，内容包括送检单位信息、样品名称、测试项目（如透气率、透湿率、拉伸弹性回复率、色牢度、水洗尺寸稳定性等）、测试方法及执行标准。
- 企业送检时需提供送检样品，样品要求以成品为主（通常为三件），也可提供成品加面料。
- 检测机构设有专属客服对接京东团服职业装检测业务，样品签收后，专人负责登记、核对，并安排进入实验室测试流程。企业可通过客服咨询进度或补充资料。

#### 检测执行

- 常规项目测试周期为 3-4 个工作日，部分特殊项目按实际所需时间出具结果。
- 所有测试均遵循国家标准及行业通用方法，确保数据客观、可追溯。

## 报告出具

- 检测完成后，实验室出具正式检测报告，报告结构包含以下核心模块：
  1. 报告抬头、委托单位信息（名称、地址）
  2. 样品信息（品名、款号、颜色、材质、规格、生产单位、送检日期等）
  3. 检测依据（国家标准、行业标准、京东团服职业装分级标准；检测方法说明）
  4. 综合检测结论（是否合格，符合何等级别）
  5. 各检测项目详细结果及单项判定（附数据与标准限值对比）
  6. 样品图片（如有需要呈现）
  7. 签章页（含检测机构公章、审核人签字等）
- 报告以纸质或电子版形式送达企业，便于采购决策或资质申报。

## 异议处理

若企业对检测结果有异议，可自收到报告之日起 15 个工作日内联系专属客服，申请复验。实验室将核查原始数据、测试过程及样品留存状态，确认存在争议的，启动复验流程或组织专家会商。复验仅限原样或同批次备样，结果以复验结论为准。

## 2 “京东政企业务推荐”标识的授予机制

“京东政企业务推荐”标识是京东政企业务对符合《团体定制服装分级技术要求》产品的权威背书。为保障标识的公信力与市场影响力，京东政企业务建立了涵盖准入、审核、监督、退出的动态管理机制。

### 授予条件

企业申请标识需满足以下基础准入条件：

1. 合法经营，无重大质量安全事故及违法违规记录；
2. 产品通过指定权威第三方实验室依据《团体定制服装分级技术要求》的全项检测，并出具合格报告；
3. 企业需接受现场质量审核，证明其生产工艺、质量管理体系具备持续稳定生产能力；
4. 提供营业执照、产品知识产权证明等合规文件。
5. 授标等级设置两级，享受差异化权益：
  - 基础级：满足所有基础准入条件，产品检测合格，获“京东政企业务推荐”标识。
  - 卓越级：在基础级之上，满足更严苛的技术或质量指标。并获得更高的权益，如：标识使用权限、平台优先展示位、专属客服对接、政策培训、采购推荐加分等。

## 审核与决策流程

标识授予遵循以下标准化流程：

### 企业申请

在线提交申请材料，包括检测报告、质量审核报告、资质文件等。

### 资料初审

由京东政企业务对材料完整性、合规性进行形式审查。

### 技术评审

组织独立技术专家委员会（由行业专家、检测机构代表、消费者代表组成）对产品及企业能力进行盲审或会议评审，并投票形成评审意见。

### 结果公示

拟授予名单在京东政企业务官网公示 7-15 天，接受社会监督。

### 批准授予

公示无异议后，正式批准并与企业签订《标识使用协议》，颁发授予证书。

## 标识使用与监管

- 获标企业须严格按照《标识使用规范手册》要求，在认证产品、包装及指定宣传材料的固定位置使用标识，并注明唯一认证编号与等级。禁止伪造、冒用、转让标识。
- 获标企业在标识有效期内须接受监管，监督机制涵盖三个方面：
  - 企业自查与年报：获标企业每年提交自检报告及标识使用情况报告。
  - 平台监督：京东政企业务对获标企业资质、产品信息进行动态审核，对违规行为采取公示、整改、暂停或撤销标识等措施；通过二维码等技术实现产品信息可追溯。
  - 社会监督：设立举报渠道，鼓励消费者、同行、媒体对滥用、假冒标识行为进行投诉。

### 标识动态管理

- 有效期与续期：标识有效期为 2 年。期满前 6 个月可申请续期，续期流程相当于重新申请，需提交最新检测报告和审厂报告。续期时可申请等级晋升。
- 变更管理：获标企业信息、管理架构、获标范围发生重大变化时，须向京东政企业务申请变更；未经变更不得继续使用标识。
- 退出机制：
  - 暂停使用：出现市场抽检单项不合格（非安全项目）、标识使用不规范、未按时提交年报等情况，给予 3 个月整改期，整改合格后恢复使用。
  - 撤销标识：出现安全项目不合格、严重性能不达标、伪造检测报告、逾期未整改、发生重大质量事故等情形，立即撤销标识，且 1 年内不得重新申请。撤销信息在官网公告。





PART

# 4

**分行业 / 场景的企业置装  
升级方案及商品推荐**

以京东企业置装“舒适度模型”为评估参照系，我们观察到，领先的品牌供应商正针对不同行业场景的复合型需求进行系统性升级。有的品牌聚焦面料科技与穿着体验，致力于让员工在长时间作业中保持干爽舒适；有的深耕版型工艺与长效品质，以人体工学设计释放行动自由度；有的则致力于功能集成与可持续理念，在保障安全防护的同时回应环境责任。这些多元的创新路径，共同回应了员工对舒适度、安全感与职业认同的深层期待，也帮助企业实现员工满意度提升、采购成本优化、品牌形象统一等综合价值，更推动着企业置装从“统一配置的标准品”向“以人为本的关怀力”持续演进。

## I 商务办公场景

### 1 场景特征与着装需求：长时间、多元空间下的职业感与舒适度平衡

现代商务办公环境空间多元、时长持久、姿势动态三大特征。员工日均在岗超 8 小时，需在开放工位、会议室、休闲区之间频繁切换，工作姿势在久坐、站立、行走间交替。办公环境温度因建筑差异复杂多变，长时间穿着对服装的透气性、亲肤度与压力分布提出更高要求——任何微小不适都会被放大，影响专注度；加班后直接通勤或社交，也考验服装的耐皱性与易打理程度。因此，商务办公着装需满足以下核心需求：

- **职业形象与舒适体验并重**：着装需保持商务礼仪的得体感，同时具备亲肤透气的舒适体验，以适应长时间伏案、会议及通勤场景。
- **动态活动无束缚**：需具备良好的弹性与版型包容性，确保久坐起身、站立讨论、快步行走时无束缚感，避免“坐痕尴尬”影响形象。
- **易打理与长效保型**：服装需抗皱免烫、耐洗保形，降低员工日常打理负担，同时满足差旅场景下的快速着装需求。
- **功能细节加持**：针对办公场景的细微痛点，如夏季闷热、冬季静电、意外污渍等，需融入吸湿速干、抗静电、三防等功能，提升日常便利性。

## 2 商务办公场景着装现有痛点

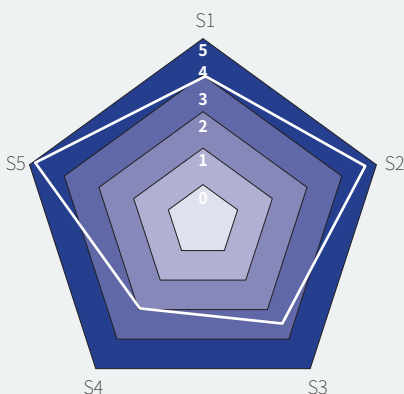
当前企业在为员工配置商务办公着装时，普遍面临以下共性痛点：

- **舒适性不足**：普通纯棉衬衫吸湿但干燥慢，在空调房内容易产生“潮冷”感；化纤T恤透气性差，通勤走动时闷热不适。廉价面料的粗糙触感在长时间穿着中形成持续的“微不适”。
- **行动便利性差**：普通西裤、衬衫缺乏弹性，久坐后膝部鼓包、腰腹褶皱难以快速恢复，起身接待或会议时形象大打折扣。抬手、弯腰等动作明显受限。
- **打理负担重**：需干洗、熨烫的服装显著增加员工的时间与生活成本。低价工装水洗几次后易变形、褪色、图案龟裂，不仅影响形象，更造成资源浪费。
- **专业感与个性平衡难**：员工在“穿得太正式”与“穿得太随意”之间难以把握，行业适配焦虑普遍存在。同时，缺乏系统性的搭配方案，导致每日着装决策成本高。
- **品质与价值错位**：企业集采的服装常因品质投诉（变形快、寿命短）而实际穿着率低，采购投入未能转化为员工体验与企业形象价值。宣称的功能（如防泼水、抗皱）在几次洗涤后往往衰减，缺乏可验证的性能指标。

## 3 品牌升级方案

面对商务办公场景日益多元的着装需求，品牌供应商立足自身优势，从不同维度展开创新探索。以下以京东大时尚、京东京造、BONO、十如仕等主流品牌为例，展示其各具特色的解决方案。

商务办公场景舒适度模型  
- 以京东大时尚解决方案为例



S1- 体感舒适度      S2- 行动舒适度  
S3- 穿着便利度      S4- 心理舒适度  
S5- 长效舒适度

### 京东大时尚升级方案

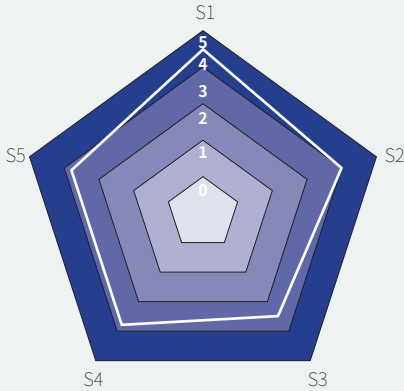
京东大时尚的商务办公系列围绕 S5- 长效舒适度、S1- 体感舒适度和 S2- 行动舒适度三个核心维度重点发力。

**S5- 长效舒适度升级**：京东大时尚制定了商务办公场景的安心品质标准，聚焦面料的物理化学性能，如耐磨、抗起球、抗皱、水洗稳定性、色牢度等。通过甄选优质原材料（如高支棉、锦纶弹力丝），结合合理的材料组合设计与工艺技术，保障服装在多次洗涤后仍保持挺括形态与功能稳定性，有效延长产品使用寿命，降低企业长期采购成本。

**S2- 行动舒适度升级**：将以往应用于专业运动户外的机能面料（如高弹回复、机能易收纳免熨烫、高强耐磨抗折）迁移至日常通勤和商务办公场景。通过版型设计优化与人体工学原理结合，采用高弹双层布、锦氨弹力面料等，赋予服装良好的弹性回复率，确保久坐后膝部不鼓包、腰腹不褶皱，起身站立时迅速恢复平整。同时，融入抗静电、耐磨等功能，满足办公与通勤的多场景需求。

**S1- 体感舒适度升级**：京东大时尚注重挖掘天然或环保纤维的优异性能，如长绒棉轻盈细腻、莫代尔柔软悬垂、醋酸光泽感快干、羊毛调温控湿、聚乳酸抗菌消臭、原纱锦纶防晒、特种聚酯吸湿排汗等。同时引入原纱功能性纱线，如吸湿速干聚酯、凉感尼龙，使服装在接触瞬间即带来舒适体验，解决办公场景中的闷热、黏身、异味等问题。

### 商务办公场景舒适度模型 - 以 BONO 品牌解决方案为例



- S1- 体感舒适度      S2- 行动舒适度  
S3- 穿着便利度      S4- 心理舒适度  
S5- 长效舒适度

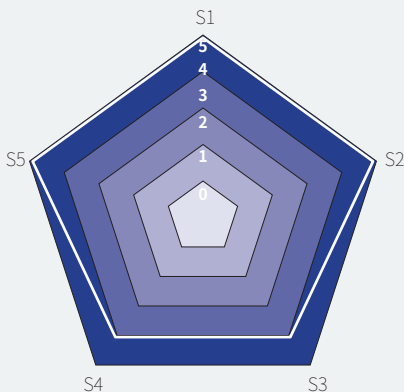
#### BONO 升级方案

BONO 的商务办公系列围绕 S1- 体感舒适度和 S4- 心理舒适度重点发力。

**S1- 体感舒适度升级：**BONO 聚焦数据驱动与面料科技创新，建立了人体工学数据库，收集超过 10 万份亚洲体型数据，为版型优化提供科学依据。与东丽、兰精等国际纤维企业合作开发商务弹性面料，弹力达 15% 至 20%，兼顾活动自由与穿着有型；同时引入吸湿排汗、抗皱、抑菌三合一功能面料，并开发四季温控系列，实现夏季凉感、冬季保暖的全年候舒适。版型上推出 7 大亚洲版型体系，覆盖 90% 以上体型，并在肩部、肘部、膝部等关键部位预留活动量，确保日常动作无束缚。工艺层面采用无感标签、扁平缝骨及透气内衬系统，减少摩擦与闷热感，让员工从早到晚保持干爽舒适。

**S4- 心理舒适度升级：**BONO 致力于通过色彩、剪裁与细节的系统设计，提升着装的心理舒适度。品牌联合 Pantone 开发企业专属色彩系统，结合心理学研究成果，为不同行业匹配适宜的色调方案。剪裁方面设立商务剪裁实验室，深入研究各行业最佳廓形，通过微调袖长、腰线等细节，显著提升穿着者的精神面貌。在细节专业度上，领部采用支撑结构确保 8 小时挺括不塌陷，同时融入隐藏式笔袋、证件袋等功能设计，在保持外观简洁的同时兼顾实用便利。

### 商务办公场景舒适度模型 - 以十如仕解决方案为例



- S1- 体感舒适度      S2- 行动舒适度  
S3- 穿着便利度      S4- 心理舒适度  
S5- 长效舒适度

#### 十如仕升级方案

十如仕的商务职业装产品围绕 S1- 体感舒适度、S2- 行动舒适度和 S5- 长效舒适度三个维度重点发力。

**S1- 体感舒适度升级：**十如仕选用新疆长绒棉（纤维长度 33-40mm），相比普通棉更长、透气性更强，触感柔软亲肤；适量混纺高性能纤维，适配现代办公需求。液氨丝光整理使纤维饱满舒展，面料光滑细腻，抗皱性与色牢度同步提升。针对易出汗场景，增加吸湿速干整理，快速吸湿挥发，减少黏腻闷热与异味，兼顾舒适与商务形象。

**S2- 行动舒适度升级：**采用修身微直筒版型，适配久坐、差旅、站立讨论等多场景切换。肩部、肘部、腰侧增加活动余量，坐下平整、活动伸展自如；部分产品采用夹圈腋下分割，提升抬手、转身自由度。关键部位胶条嵌条工艺让版型挺括，领口袖口弹力车缝线久穿不易变形。防飞领技术在后幅设计省位，贴合颈部曲线，舒适不压身，更显精气神。

**S5- 长效舒适度升级：**十如仕研发 VISDRY™ 汗无痕科技，外层抗水拒污遮掩汗渍，内层亲水快速吸汗，避免腋下、背部汗渍印，保持着装整洁。抗皱免烫工艺处理后，家庭洗涤无需熨烫即可保持平整，节省打理时间。抗菌整理抑制细菌滋生，减少异味。同时选用 CCSD 认证可持续棉花与高品质原料，色牢度高、抗变形强，延长使用寿命，降低复购频次，践行可持续时尚理念。

#### 4 舒适商品示例

##### 推荐商品 1：京东大时尚聚乳酸透气抗菌消臭商务 POLO 衫

价格区间（企业采购价）：59-99 元 / 件

核心卖点：吸湿排汗，抗菌消臭，抗皱易打理

技术参数：面料成分 60% 棉 40% 聚乳酸、克重 240、功能等级 10A 抗菌，吸湿排汗 GB.T21655.2 等

采购建议：适用于夏秋季节，男女通用；适合长时间穿着场景。



##### 推荐商品 2：京东大时尚高弹抗皱耐磨抗静电休闲裤

价格区间（企业采购价）：89-159 元 / 件

核心卖点：弹力双层布，抗鼓包，抗静电

技术参数：面料成分锦氨弹力、克重 260、功能等级抗静电，耐磨

采购建议：四季适用，男女皆可穿着；可满足日常办公及高频活动场景需求。

**京东京造**

**200支长绒棉**  
**亲肤柔软**

DP3.5免烫  
一抖即平

抖开前-褶皱无型  
vs  
抖开后-平整如新

**久洗如新 不易变形**

水洗色牢测试4-5

水洗后不易变形

未检出多项有害元素

高温定型  
恒温回溯技术

让纤维分子充分交织  
形成记忆形态  
晾干后立即穿着，省时省心

**推荐**

### 推荐商品 3：京东京造男士商务衬衫

价格区间（企业采购价）：119~199 元 / 件

核心卖点：100% 新疆长绒棉、免烫、久洗如新

技术参数：80 支双股 /100 支双股 /200 支四股、DP3.5、3A 抗菌

采购建议：四季适用、商务办公全场景适用、满足长时间穿着及高频换洗需求。



### 推荐商品 4：BONO 弹力混纺商务西服

价格区间（企业采购价）：1800-3500 元 / 套

核心卖点：弹力舒适、垂坠抗皱、高端质感

技术参数：面料成分 80% 羊毛 10% 桑蚕丝 9.5% 弹力纤维 0.5% 导电纤维；克重 260-280g/m<sup>2</sup>；断裂伸长率 ≥ 30%；耐摩擦色牢度 ≥ 4 级（符合 GB/T 2664-2017 标准）

采购建议：男女皆可穿着，四季适配，冬季可搭配羊毛大衣采购；满足高频差旅及正式场合需求；支持按企业需求进行差异化配置及定制企业标识。

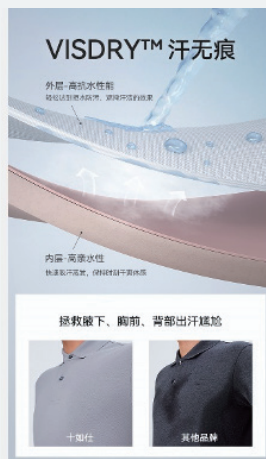
### 推荐商品 5：BONO 轻薄羊毛混纺大衣

价格区间（企业采购价）：2500-5000 元 / 件  
核心卖点：恒温保暖、轻便防水、高端得体  
技术参数：面料成分 70% 羊毛 + 30% 羊绒；克重 450-800g / 件；保暖率  $\geq 60\%$ ；防泼水级别  $\geq 4$  级（符合 GB/T 2664-2017 标准）  
采购建议：男女皆可穿着，适配正式场合及差旅场景。建议秋季末集中采购，北方地区可选择高充绒量款；支持定制企业标准色里衬。



### 推荐产品 6：十如仕 P21 针织汗无痕无味短袖 POLO

价格区间（企业采购价）：100-300 元 / 件  
核心卖点：Visdry™汗无痕技术、抗菌无异味、可持续棉  
技术参数：97% 棉 3% 氨纶，220g/m<sup>2</sup>，抗菌 AAAAA 级，OEKO-TEX® 认证  
采购建议：夏季适用，男女皆可穿着；适合企业统一配置作为夏季升级款。



#### 细节升级 成就舒适。





**推荐商品 7：十如仕 P20 针织凉感 100 支短袖 POLO**

价格区间（企业采购价）：200-300 元 / 件

核心卖点：100 支新疆长绒棉、凉感舒适、液氨丝光整理

技术参数：85% 新疆长绒棉 15% 氨纶，215g/m<sup>2</sup>，接触凉感、吸湿速干，OEKO-TEX® 认证

采购建议：夏季适用，男女皆可穿着；适合正式场合及商务接待场景，适合作为高管专属、高端团队形象装或客户礼品



## II 特种防护场景

### 1 场景特征与着装需求

特种防护场景主要涵盖危化、消防、应急、高温高危等行业，员工面临极端恶劣的工作环境：存在明火、高温辐射、爆炸风险、酸碱腐蚀、熔融金属飞溅等致命威胁，局部温度可超过 1000°C。作业强度高，需频繁进行站立、俯身、负重、抢险等大幅度动作，且常需连续作业或突发救援，对服装的快速穿脱能力以及与呼吸器、检测仪等装备的兼容性提出严苛要求。在此类场景中，防护性能是零容错的底线，任何防护失效都可能导致重伤或死亡，必须严格符合国家强制特种防护标准。同时，员工对轻量化、透气性、耐磨抗撕裂等需求日益提升，希望在保障安全的前提下获得更好的穿着体验，并通过统一标识强化团队辨识度与安全规范。

### 2 现有痛点与品牌升级方案

#### 特种防护着装现有痛点

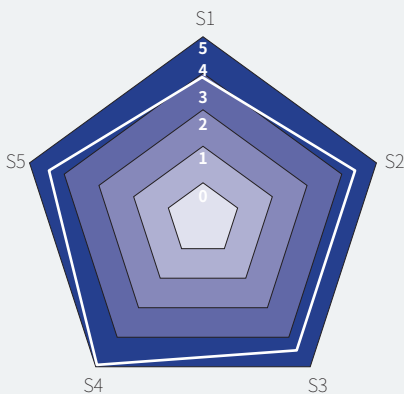
当前企业在为高危岗位配置特种防护服时，普遍面临以下核心痛点：

- **防护与舒适难以兼得。**传统阻燃服为追求防护性能往往采用厚重面料，导致闷热不透气，员工在高温环境下长时间作业易中暑、脱水，反而增加安全风险。
- **防护等级与场景不匹配。**不同危化、消防、冶金场景对防护等级要求各异，部分企业为节约成本选用通用型阻燃服，在高危区域存在防护失效的致命隐患。
- **剪裁僵硬，影响作业效率。**普通防护服版型不符合人体工学，抬臂、弯腰、攀爬时束缚明显，阻碍员工进行精准操作或快速救援，甚至因勾挂导致意外。
- **装备固定位缺失，应急不便。**缺乏对讲机、检测仪、工具袋等专用固定设计，员工需额外佩戴腰带或手持，影响行动效率，且易脱落。
- **耐用性差，维护成本高。**在腐蚀性环境中，普通防护服快速老化破损，需频繁更换，增加企业采购成本，同时存在防护性能衰减的安全隐患。





### 特种防护场景舒适度模型 - 以京东工业解决方案为例



- S1- 体感舒适度      S2- 行动舒适度  
S3- 穿着便利度      S4- 心理舒适度  
S5- 长效舒适度

#### 京东工业升级方案

京东工业的特种防护系列产品围绕 S4- 心理舒适度、S2- 行动舒适度和 S5- 长效舒适度三个核心维度重点发力，使一线员工在高风险环境中获得充分的安全感、灵活的操作自由度以及持久的防护保障；企业则实现防护等级精准匹配、装备使用周期延长、安全风险有效降低等价值。

#### S4- 心理舒适度：强化防护安全感，提升专业职业认同

高危岗位员工对自身安全的担忧直接影响作业心态与效率。京东工业通过多项设计强化员工的心理安全感：在服装醒目位置采用阻燃反光烫印，清晰标注防护等级与国标认证标识，让员工直观感知到防护能力；同时提供全套防护体系，包括阻燃服、手套、护颈、面罩等，形成从头到脚的完整保护。版型设计兼顾专业感与规范性，融入国标警示标识与企业定制 LOGO，员工穿着后职业荣誉感提升，高危作业顾虑减少。对企业而言，统一规范的防护装备彰显了企业对安全生产的重视，符合国家法规要求，增强员工凝聚力与人才留存率。

#### S2- 行动舒适度：岗位定制剪裁，实现精准动作自由

不同高危岗位（如消防、危化、冶金）对动作幅度的需求各异。京东工业针对岗位特点开发专属 3D 立体剪裁，采用芳纶 1313/1414 混纺微弹面料，在保证本质阻燃的同时赋予面料一定弹性；在肘部、膝部等关键活动区域采用立体拼接与耐磨补丁设计，确保员工抬臂、弯腰、攀爬时无束缚感。服装内部减少多余接缝与硬边，避免摩擦与勾挂。员工在抢险或精细操作中动作精准、灵活自如，作业效率与安全性同步提升。企业则实现一岗一款的精准防护配置，装备使用效率提高，微弹耐磨面料减少破损，降低更换频率。

#### S5- 长效舒适度：本质阻燃抗损耗，保障全生命周期防护

特种防护服的防护性能需在长期使用中保持稳定。京东工业选用芳纶 1414 等本质阻燃纤维，确保水洗 50 次后阻燃性能仍达到国标特级要求；面料表面进行氟碳抗酸碱与防油污双层涂层处理，有效抵御腐蚀性物质侵蚀；缝制工艺采用阻燃四线缝制与无缝压胶，关键部位做双层加固，大幅提升服装的抗撕裂与耐用性。员工在恶劣环境中作业，防护性能全程不衰减，作业更安心；企业采购的防护服寿命延长一倍以上，长期采购成本显著降低，同时有效规避因防护失效导致的安全事故风险。

### 3 舒适商品示例推荐商品 1：带帽三连体防护服



#### 推荐商品 1：带帽三连体防护服

价格区间（企业采购价）：60-150 元 / 套

核心卖点：适用高端无尘车间、可定制 LOGO、背标等信息、可提供清洗服务

技术参数：满足百级 / 千级环境、摩擦电压 < 100V、APC 可控、0.25 网格、三联体

采购建议：采购前根据客户使用场景及需求 ① 确定洁净等级（颗粒物）② 确定防静电等级 ③ 确定耗材使用周期（摩擦电压要求不同）④ 确定产品使用的岗位（通过颜色区分）⑤ 人员管理可通过加装芯片、印制姓名、编码等区分。

### 推荐商品 2：惠象国标高警示反光背心

价格区间（企业采购价） 11-50 元 / 件

核心卖点：满足国标，合规且高性价比；面料轻薄透气，无易坠口袋，增加挂袂可挂对讲机、笔、小工具，穿戴无负担；采用转移印花工艺，可印制复杂渐变图案，耐水洗 20 次以上。

技术参数：100g/ m<sup>2</sup>经编网眼布、反光条宽 5cm

采购建议：采购前明确提供使用场景及印制 LOGO 内容。



### 推荐商品 3：阻燃服

价格区间（企业采购价） 150-300 元 / 套

核心卖点：阻燃效果佳，采用普罗本阻燃后整理工艺；耐水洗，水洗 50 次后仍达 B 级阻燃指标；透气性能优于牛皮类、铝箔类防护服。

技术参数：材质：88% 棉 12% 锦纶，克重 250g/ m<sup>2</sup>，阴燃 0s、续燃 0s、损毁长度 ≤ 100mm，无熔融滴落。

采购建议：采购前明确客户使用场景，确保产品与场景精准匹配。

## III 餐饮服务场景

### 1 场景特征与着装需求：多元业态下的功能细分与形象统一

餐饮服务场景涵盖多种业态，不同细分场景对着装提出差异化需求：

- 高端正餐与宴会：环境精致私密，注重仪式感与服务品质。着装需正式得体，以西装、套装为主，面料挺括有质感，配色沉稳大气，凸显专业与档次。
- 快餐与简餐：人流量大、出餐节奏快，着装侧重舒适耐穿、易清洁。款式需简约利落，方便操作，配色明亮统一，兼顾实用性与品牌识别度。
- 火锅与烧烤：油烟重、温度高，且常有汤汁溅洒风险。着装要求防油透气、易清洗，采用防水防污面料，长袖防护款为佳，避免油污沾染，同时需考虑高温环境下的体感舒适。
- 茶饮与甜品店：环境清新简约，消费群体年轻化。着装宜时尚清爽，以浅色系休闲工装为主，版型宽松舒适，贴合轻松氛围。
- 星级酒店餐饮：服务标准高，着装需统一规整，按岗位区分款式，细节精致，以彰显品牌形象与服务品质。

综上，餐饮场景对着装的核心诉求集中于功能性防护（防油、防污、透气）、耐用易打理以及符合品牌调性的视觉设计。

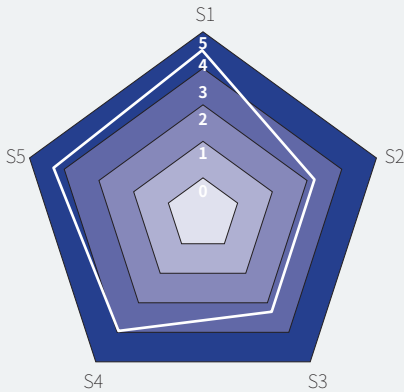
### 2 现有痛点与品牌升级方案

餐饮服务着装现有痛点

当前餐饮企业为员工配置工装时，普遍面临以下痛点：

- **防油防水效果差，清洁成本高。** 火锅、烧烤等场景油污重，普通面料难以阻隔汤汁渗透，员工需频繁清洗，且污渍易残留，影响工装整洁度与使用寿命。
- **透气排汗不足，体感闷热。** 后厨及高温岗位员工长时间作业，普通工装透气性差，易闷汗黏身，导致不适感，影响服务状态。
- **耐用性低，损耗快。** 频繁洗涤后，工装易出现褪色、起球、变形等问题，领口袖口磨损明显，企业需高频更换，增加采购成本。
- **款式单一，缺乏品牌辨识度。** 多数工装为基础款，版型臃肿，印花易脱落，员工穿着时缺乏职业自豪感，也难以通过着装传递品牌形象。
- **岗位区分不清，管理不便。** 部分餐饮企业前厅后厨工装差异小，层级标识不明，不利于现场管理与顾客识别。

餐饮服务场景舒适度模型  
- 以仙桃职业工装电商产业园解决  
方案为例



- S1- 体感舒适度  
S2- 行动舒适度  
S3- 穿着便利度  
S4- 心理舒适度  
S5- 长效舒适度

仙桃职业工装电商产业园升级方案

仙桃职业工装电商产业园针对火锅等重油烟餐饮场景设计的厨师服产品围绕 S1- 体感舒适度、S5- 长效舒适度和 S4- 心理舒适度三个维度重点发力，使一线员工在高温环境中保持干爽舒适、动作利落，同时以得体时尚的工装形象服务顾客；企业则实现了工装使用周期延长、采购成本降低、品牌形象统一等价值。

**S1- 体感舒适度升级点：凉感透气**

仙桃职业工装电商产业园厨师服采用凉感透气网眼面料，在腋下、背部等易出汗区域拼接透气网布，加速湿气排出；同时表面做纳米防油拒水涂层，阻隔火锅油烟与汤汁渗透，避免油污附着。员工可在高温环境中保持干爽舒适，减少因体感不适导致的动作拖沓；企业无需为不同岗位分采多种工装，一款即可兼顾防护与舒适，降低采购复杂度。

**S5- 长效舒适度升级点：耐洗耐用**

仙桃职业工装电商产业园升级高密抗皱聚酯纤维与固色工艺，提升面料耐洗度与抗变形能力，领口、袖口等易磨损部位做双线加固处理。经测试，工装清洗 30 次后仍保持挺括不褪色，使用寿命延长 3 倍以上，可使企业有效降低工装更换频次。

**S4- 心理舒适度升级点：品牌认同**

仙桃职业工装电商产业园设计专属红黑撞色工装，融入品牌 LOGO 刺绣与中式盘扣细节，前厅采用收腰显瘦版型，后厨采用宽松利落剪裁，岗位区分清晰。员工穿着时尚体面，服务积极性提升；统一且有记忆点的工装成为品牌流动广告，加深顾客印象，强化品牌认知。



### 3 舒适商品示例

#### 推荐商品 1：通用厨师服（可拆卸袖）

价格区间（企业采购价）：80-120 元 / 件

核心卖点：防水防烫；可拆卸袖子设计快速切换长袖 / 短袖；浅色系平衡专业度与柔和感

技术参数：内含导电丝除静电，防皱面料；袖部拼接防阻燃面料，降低烫伤风险；螺纹立领设计具备高弹性，贴合颈部不紧绷

采购建议：适合开放式厨房、精品酒店前厨、法式甜品店等需要保持柔和专业度的场景。四季适用。



#### 推荐商品 2：马甲围裙

价格区间（企业采购价）：55-75 元 / 件

核心卖点：防泼水面料适配门店日常操作，后松紧收腰设计巧妙提高腰线，兼具实用功能与显瘦效果，提高门店店员气质。

## IV 外勤户外场景

### 1 场景特征与着装需求：多场合切换、全天候适应、轻便易携

外勤户外场景涵盖企业员工因公外出、跨区域作业、客户拜访、项目现场支持等过程中的穿着需求。这一场景的核心特征是环境的复杂性与场合的频繁切换：跨地域——员工可能一天之内经历从北到南的温差变化；跨天气——可能遭遇风、雨、雪、晴多种天气，跨场合——机场高铁、客户会议室、商务宴请、酒店休息，场合频繁切换。基于上述特征，外勤着装需满足以下核心需求：

- **多场合切换**：服装需兼顾商务正式感与户外功能性，在见客户时得体大方，在现场作业时活动自如，避免频繁换装的尴尬。
- **全天候适应**：需具备防风、防雨、保暖、透气等多重防护功能，帮助员工从容应对突发天气变化，保持全天候干爽舒适。
- **轻便易携**：差旅途中行李空间有限，服装需轻量化设计、易于收纳折叠，减少行李负担，同时抗皱易打理，取出即穿依然挺括。

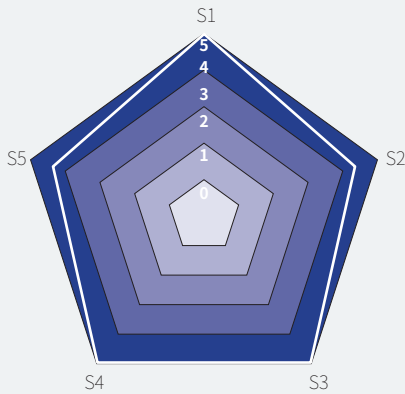
### 2 现有痛点与品牌升级方案

#### 外勤户外着装现有痛点

当前企业为外勤员工配置服装时，普遍面临以下痛点：

- 温差适应能力不足，导致行李负担过重。普通外套多以单一气候条件为设计前提，难以兼顾南北温差或室内外温差。员工跨区域出差时需携带多件不同厚度的衣物，既增加行李负担，又影响出行效率。
- 突发天气应对不足，影响商务活动质量。多数工装未配备防风防水功能，突遇降雨时衣物易被淋湿，员工无法及时恢复干爽状态，后续见客户或参加会议时形象受损、体感不适，直接影响商务活动的专业表现。
- 商务感与功能性脱节，员工穿着意愿低。市场上兼具商务气质与户外功能的工装选择有限，企业采购时往往只能二选一。过于休闲的服装不适合见客户，过于正式的服装又缺乏功能适配，导致员工外出时宁愿自带衣物。
- 采购投入与实际使用价值不匹配。因服装未能真正解决差旅痛点，员工穿着率低，企业采购投入被闲置，不能转化为提升员工体验和传递企业形象的实际行动。

外勤户外场景舒适度模型  
- 以波司登品牌解决方案为例



S1- 体感舒适度  
S2- 行动舒适度  
S3- 穿着便利度  
S4- 心理舒适度  
S5- 长效舒适度

波司登升级方案

波司登的产品围绕 S1- 体感舒适度、S3- 穿着便利度和 S4- 心理舒适度三个维度重点发力，使外勤员工在差旅途中减轻行李负担、保持体感舒适、应对天气变化从容、见客户时自信得体；企业则实现了采购成本摊薄、员工形象统一、商务活动不受天气干扰等价值，让外勤置装成为支持业务效率与品牌形象的有力工具。

以下将结合雷达图表现，分别从羽绒服和冲锋衣两大类阐述其升级方向。

S1- 体感舒适度升级点：轻量恒温

羽绒服品类创新：波司登效能进阶级羽绒服采用绒子含量 90% 鹅绒、700+FP 高蓬松度，在保证保暖性能的同时大幅减轻衣身重量；搭载热湿力平衡系统，从室外到室内、从北方到南方，温差 10°C 体感变化小于 3°C，帮助员工在不同气候区间平稳过渡。

冲锋衣品类创新：波司登效能进阶级冲锋衣采用 GORE-TEX 科技面料或仿生膜拒水透湿科技，静水压指数 8000mmH<sub>2</sub>O，透湿指数 6000g/(m<sup>2</sup> · 24h)，突发下雨从容应对，运动赶路不闷汗，全天候保持干爽舒适。

S3- 穿着便利度升级点：轻量便携

羽绒服品类创新：波司登轻量商务款羽绒服采用超细纤维材料，整衣轻量化设计，可轻松卷起收纳进行李箱或背包，不占空间；无缝内压胶工艺无针孔不钻绒，从行李箱取出依然挺括有型。

冲锋衣品类创新：波司登三合一冲锋衣采用外壳 + 内胆可拆卸设计，一件衣服实现三种穿法。寒冷地区可两件叠穿，温暖地区可单穿外壳，脱卸部分轻便易卷，可塞进背包或行李箱。

S4- 心理舒适度升级点：商务得体

羽绒服品类创新：波司登羽绒服采用立领、简约内绗缝、合体版型设计，外观干练利落，机场高铁不违和，客户会议室得体大方；黑色、藏青、深灰等经典商务色系适配各种差旅场合。

冲锋衣品类创新：翻领 / 立领设计、合体剪裁、经典色系，既有户外的功能性，又有商务的正式感。机场赶路时穿着得体，客户会议室里不显随意，商务宴请场合也能从容应对。



### 3 舒适商品示例

#### 推荐商品 1：波司登轻量商务款可收纳鹅绒服

适用场景：日常通勤、商务差旅

价格区间（企业采购价）：1299—4999 元 / 件

核心卖点：轻量便携、热湿平衡、商务得体

技术参数：面料：超细纤维轻量化面料，可收纳进随身背包；填充物：绒子含量 90% 鹅绒，700+FP 蓬松度；热湿力平衡系统，温差 10℃ 体感变化 < 3℃；无缝内压胶工艺，无针孔不钻绒

采购建议：适合南北跨城差旅，一件应对多地区温差，收纳后不占行李箱空间，差旅全程保持舒适体面。



#### 推荐商品 2：波司登差旅户外双栖三合一冲锋衣

适用场景：差旅外勤、需要兼顾商务与户外的场景

价格区间（企业采购价）：1299—4999 元 / 件

核心卖点：双 8000 防护、轻量便携、商务户外双栖

技术参数：面料：GORE-TEX 效能级，静水压  $\geq 8000\text{mmH}_2\text{O}$ ，透湿  $\geq 8000\text{g}/(\text{m}^2 \cdot 24\text{h})$ ；内胆为薄鹅绒 / 高保暖摇粒绒；立领 / 翻领可选设计，经典商务色系

采购建议：适合差旅途中应对多变天气，机场、会议室、户外拓展场景无缝切换，一件搞定全程着装需求。

## V 企业团建场景

### 1 场景特征与着装需求：多环境适配、团队统一与复用

企业团建场景已从单一的旅游聚餐，演变为融合室内趣味互动与户外拓展探索的复合型团队建设活动。这一场景的核心特征是环境的多变性与运动强度的差异性。户外环节可能遭遇日晒、微风甚至突发小雨，而室内环节则注重团队的统一形象与活动的便捷性。因此，团建着装不再是简单的文化衫，应能满足多维功能需求。

- **适应多变的户外环境：**户外团建面临天气变化，服装需具备防晒、防泼水、防风等基础防护功能，帮助员工在不同天气条件下保持专注，减少环境因素对活动进程的干扰。
- **满足中高强度的运动需求：**团建活动包含跑跳、拉伸、攀爬等肢体动作，服装需具备良好的弹性和活动自由度，避免束缚；同时需具备速干透气性能，应对高强度出汗场景，保持体感干爽。
- **兼顾团队统一与日常复用：**团建着装是企业形象的延伸，款式需简约大气，适配团队 LOGO 定制，以强化团队凝聚力与企业品牌形象。同时，衣物需耐用抗造、易打理，满足企业多次团建及日常复用的需求，提升采购的性价比。

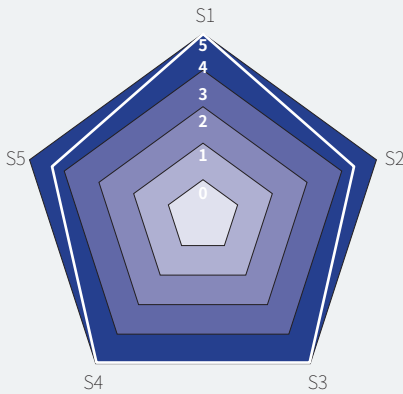
### 2 现有痛点与品牌升级方案

#### 企业团建着装现有痛点

当前企业在为团建采购服装时，普遍面临以下核心痛点，直接影响了员工的参与体验和企业的采购价值：

- **面料功能性缺失，舒适度差。**普通团服多为基础涤棉材质，吸汗慢、易黏身，运动后异味重，无法适配团建大量出汗场景。在户外场景下，缺乏防晒、防泼水功能，难以应对多变的自然环境。
- **版型设计不合理，束缚行动。**普通团服面料缺乏弹性，剪裁不符合人体工学。员工在进行大幅度肢体活动时容易感到紧绷束缚，甚至出现开线、撕裂的情况，降低了员工对团建活动的积极性与参与度。
- **耐用性与易打理性差，复用率低。**许多团服水洗几次后便起皱、变形、掉色，难以再次使用，导致企业每次团建都需要重新采购，增加了不必要的行政成本和库存压力。
- **定制性弱，缺乏团队认同感。**LOGO 印制工艺粗糙，容易脱落，款式单一缺乏美感。这样的服装无法激发员工的穿着意愿，更难以通过着装强化团队凝聚力与企业文化。

### 企业团建场景舒适度模型 - 以李宁品牌解决方案为例



S1- 体感舒适度  
S2- 行动舒适度  
S3- 穿着便利度  
S4- 心理舒适度  
S5- 长效舒适度

### 李宁升级方案

李宁团建系列产品围绕是 S1- 体感舒适度、S2- 行动舒适度和 S5- 长效舒适度三个核心维度重点发力。这三个维度是李宁团服产品的重要升级方向，也是团建场景下员工最直接感知、企业最关注价值回报的领域。

#### S1 体感舒适度升级：从基础面料到功能科技集成

针对普通团服吸湿慢、易黏身，户外防护缺失的痛点，李宁将多种功能科技集成于面料：采用智能速干技术实现快速导湿蒸发，UPF50+ 凉感科技实现防晒与降温，无氟防泼水工艺应对突发小雨，7D 超轻涤纶、冰感珠地棉等柔软材质替代粗糙面料减少运动摩擦。这些创新升级使员工在户外全天候保持干爽舒适，企业无需为不同环境分头采购，降低综合成本。

#### S2 行动舒适度升级：从束缚版型到人体工学设计

团建中的大幅度动作常被普通团服的僵硬剪裁所限制。李宁的升级方向是赋予服装动态适配的能力：选用 INNOLOCK™ 弹力面料和四面高弹涤氨，确保弹性回复率  $\geq 85\%$ ；采用人体工学立体剪裁，在肩、膝等关键部位优化活动空间；通过无痕压胶、无缝拼接工艺消除摩擦点。这些设计让员工在跑跳、攀爬时不受束缚，提升团队互动质量，同时立体剪裁还可使不同体型的员工穿着更合身，强化团队视觉统一性。

#### S5 长效舒适度升级：从一次性消耗到高复用价值

企业采购团服期望多次使用，但普通团服易起皱、变形、产生异味。李宁的升级方向是提升产品的耐用性与易打理特性：融入 ZPTech® 锌基抗菌技术，50 次水洗后抗菌率仍达 99.99%；关键部位采用高士线加固，搭配 YKK 拉链等高品质配件，大幅提升抗撕裂性；面料自带抗皱保形属性，水洗后无需熨烫即可恢复挺括，色牢度  $\geq 4$  级。这使得团服可满足多次团建甚至日常办公复用，直接降低企业重复采购成本，将员工福利落到实处。



### 3 舒适商品示例

#### 推荐商品 1：李宁速干抗菌运动套装

价格区间（企业采购价）：199-599 元 / 套

核心卖点：智能速干、锌基抗菌、四面高弹

技术参数：面料为聚酯纤维 88%+ 氨纶 12%，  
200g/ m<sup>2</sup>；ZPTech® 锌基抗菌；弹性回  
复率 ≥ 85%；色牢度 ≥ 4 级；水洗尺  
寸变化率 ≤ ±2%

采购建议：适配春、夏、秋三季、多场景适用。



#### 推荐商品 2：李宁凉感防晒 POLO 衫

价格区间（企业采购价）：99-349 元 / 件

核心卖点：凉感透气、UPF50+ 防晒、抗起球

技术参数：冰感珠地棉（棉 95%+ 氨纶 5%），  
210g/ m<sup>2</sup>；UPF50+ 专业防晒；抗菌罗  
纹领；汗渍色牢度 ≥ 4 级；抗起球等  
级 ≥ 4 级

采购建议：适配中小微企业，春夏团建首选单品。



#### 推荐商品 3：李宁瞬吸速干休闲运动裤

价格区间（企业采购价）：149-349 元 / 件

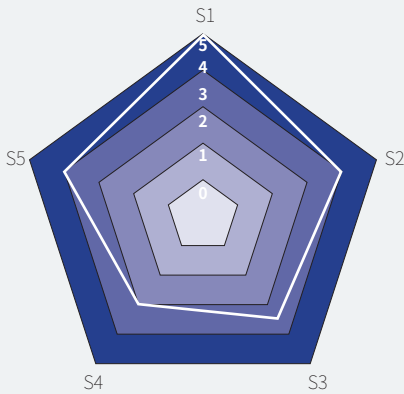
核心卖点：瞬吸速干、四面高弹、隐形口袋

技术参数：聚酯纤维 90%+ 氨纶 10%，200g/  
m<sup>2</sup>；李宁瞬吸速干技术；弹性回复率  
≥ 85%；耐磨等级 ≥ 4 级；内置防滑  
抽绳+隐形储物口袋

采购建议：适配各类规模企业，长短可选、四季  
通用。可与 POLO 衫、冲锋衣等产品  
自由组合采购。



### 企业团建场景舒适度模型 - 以安踏品牌解决方案为例



- S1- 体感舒适度      S2- 行动舒适度  
S3- 穿着便利度      S4- 心理舒适度  
S5- 长效舒适度

#### 安踏升级方案

安踏品牌团建系列产品则围绕 S1- 体感舒适度（面料）、S2- 行动舒适度（版型）、S3- 穿着便利度（功能性）、S5- 长效舒适度（易打理）四个核心维度重点发力，以冰肤科技、弹力动型科技、Aeromax 科技、液体莱卡科技等技术为支撑，系统性地回应了团购市场在体感舒适、行动自由、功能适配、长效复用等方面的核心诉求。

#### S1- 体感舒适度升级点：国家队级凉感舒适科技面料

安踏将国家队同款凉感科技下沉至团购系列。冰肤科技具备超强散热与持续凉感特性，接触瞬间凉感值远超国标，多次洗涤后凉感保持率稳定；可叠加抗紫外线（UPF40+）、3A 级抗菌等功能，满足户外作业、大型活动等多样化场景需求；引入优可丝等植物基环保纤维，提升面料柔软度与透气性，减少运动摩擦带来的不适感。这些升级使员工在户外活动或高强度作业中保持干爽舒适，企业无需为不同环境分头采购，降低综合成本。

#### S2- 行动舒适度升级点：人体工学动型设计版型

安踏采用弹力动型科技，以高弹力纤维与经纬向弹力结构实现自然回弹，弹性回复率稳定；基于亚洲人体型数据进行人体工学立体剪裁，优化肩、袖、腰、臀等关键部位活动空间；通过版型分级与弹性包容度设计，兼顾职业形象与活动自由度。这些设计让员工在活动中不受束缚，提升团队互动质量，同时使不同体型的员工穿着更合身，强化团队视觉统一性。

#### S3- 穿着便利度升级点：全天候功能集成

安踏以 Aeromax 科技作为功能底座，集成防风、轻量、耐磨、环保四大功能：高密织造阻挡冷风入侵，面料克重优化减轻穿着负担，抗撕裂性能延长使用寿命，同时采用可回收纤维或绿色染整工艺响应企业 ESG 采购需求。可选配抗紫外线（UPF50+）、3A 级抗菌、考度拉耐磨面料（应用于袖口、肩部等易磨损部位）。企业无需为不同场景采购多套服装，一套团服即可覆盖四季、户外、日常等多重需求，实现功能集成与采购效率提升。

#### S5- 长效舒适度升级点：高效打理与耐用强化

安踏采用液体莱卡科技，通过压膜成型工艺替代传统缝线结构，提升平整度与穿着顺滑感，在肩、腰、领等关键部位形成适度支撑，保持服装形态稳定，同时消除传统缝线对皮肤的压迫感。抗皱性能优异，可机洗、快干、不易变形，水洗后无需熨烫即可恢复挺括；结合考度拉面料等耐磨技术对关键部位加强处理。这使得团服可满足多次团建甚至日常办公复用，直接降低企业重复采购与维护成本。



#### 4 舒适商品示例



##### 推荐商品 1：安踏轻风速干运动短袖 t 恤

价格区间（企业采购价）：55-69 元 / 件

核心卖点：6D 零压肩，吸湿速干、四面高弹

技术参数：100% 聚酯纤维，0.22g/h 干燥速率，100% 吸水率，扩散时间 $\leq$  6S；适用 5KM 日常慢跑 / 室内训练，微孔透气结构

采购建议：夏季通用，男女皆可穿着；适合日常运动及办公场景；可与防晒服、速干裤等产品自由组合采购。

##### 推荐商品 2：安踏型动大师 POLO 透气速干商务短袖

价格区间（企业采购价）：85-99 元 / 件

核心卖点：干爽不粘腻，透气不闷热

技术参数：先吸收汗水（100% 吸水率）；再迅速扩散（滴水扩散时间 $\leq$  6 秒）；后挥发汗水（干燥速率 $>$ 0.22G/H）；

采购建议：四季适用，男女皆可穿着；适合商务办公及团建场景；可与其他产品自由组合采购。



## 编委会

### 京东政企业务

张 帅 甘志伟 孟晋园 刘 菲 李 淼

### 京东公共关系部

王 刚

### 京东零售大时尚

秦 伟 万 辉

### 京东零售自有品牌

金少华 梁雯宇

### 京东工业自有品牌

宋昌斌 陆 锋 冯 龙

### 京东政企业务合作伙伴

顾 慧 (波司登)	张杨兵 (宝岛)	高 强 (安踏)
纪晓白 (李宁)	甄颖晖 (十如仕)	黄 媛 (仙桃职业工装电商产业园)
韩 雪 (广检)	耿轶凡 (中联品检)	马洪宇 (波司登)

京东政企业务  
采购 · 服务 · 解决方案

 中国纺织信息中心  
CHINA TEXTILE INFORMATION CENTER

ebrun 亿邦智库

# 2026 PROCUREMENT GUIDE

咨询热线：400-026-0000

官方网址：JDBUSINESS.COM