

2024年

京东×魔镜
秋冬服饰潮流趋势白皮书

CONTENT

01 服饰行业
市场大盘概览

02 秋冬服饰
三大流行趋势

03 细分品类
红蓝海市场表现情况

04 Case分享
京东秋冬品类 打法案例

PART 01

服饰行业

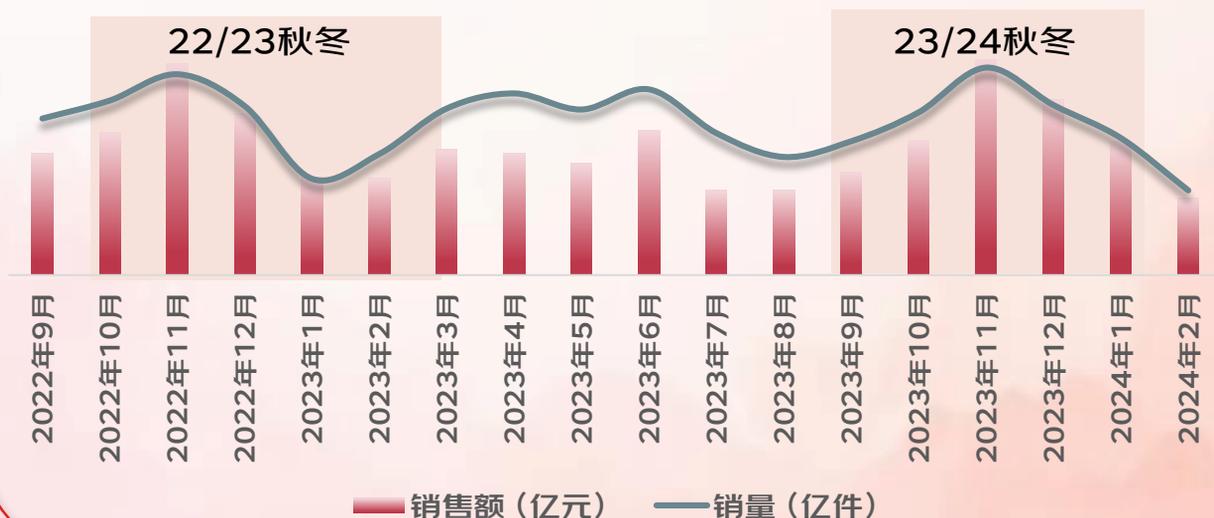
市场大盘概览



服饰市场 | 户外鞋服秋冬季节表现亮眼

- 23/24秋冬季，主流电商平台服饰市场规模近六千亿，从类目上看，京东高增类目为户外鞋服、羽绒服、女装、男装；其中，户外运动的兴起有力地带动了户外鞋服品类发展。

主流电商平台服饰月度销售趋势



京东秋冬季高增TOP类目

户外鞋服

销售额 +89%

销量 +75%

女装

销售额 +20%

销量 +15%

羽绒服

销售额 +55%

销量 +48%

男装

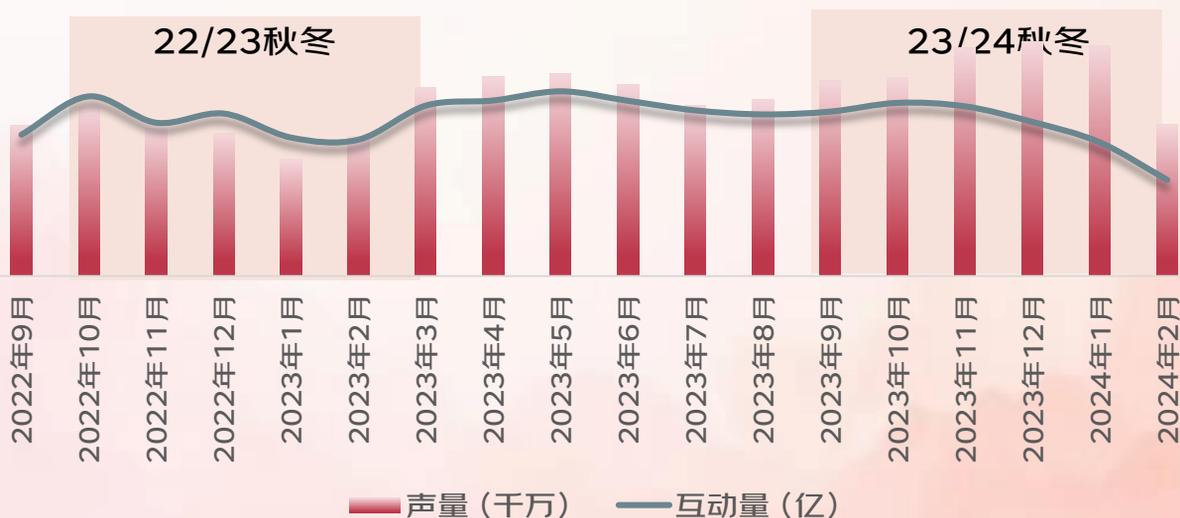
销售额 +16%

销量 +10%

社媒讨论 | 秋冬服饰社媒关注度提升

- 23/24年秋冬季服饰、穿搭相关的社媒声量同比上升42.8%；从品牌来看，李宁为声量TOP1品牌，23年签约官宣时代少年团，推动李宁品牌整体声量高涨；各大奢牌在时装周中引领时尚流行趋势。

社媒平台服饰穿搭声量变化趋势



社媒声量TOP品牌



李宁签约时代少年团
社媒声量在2023年6月暴涨
当月总互动量2800w+

PART 02

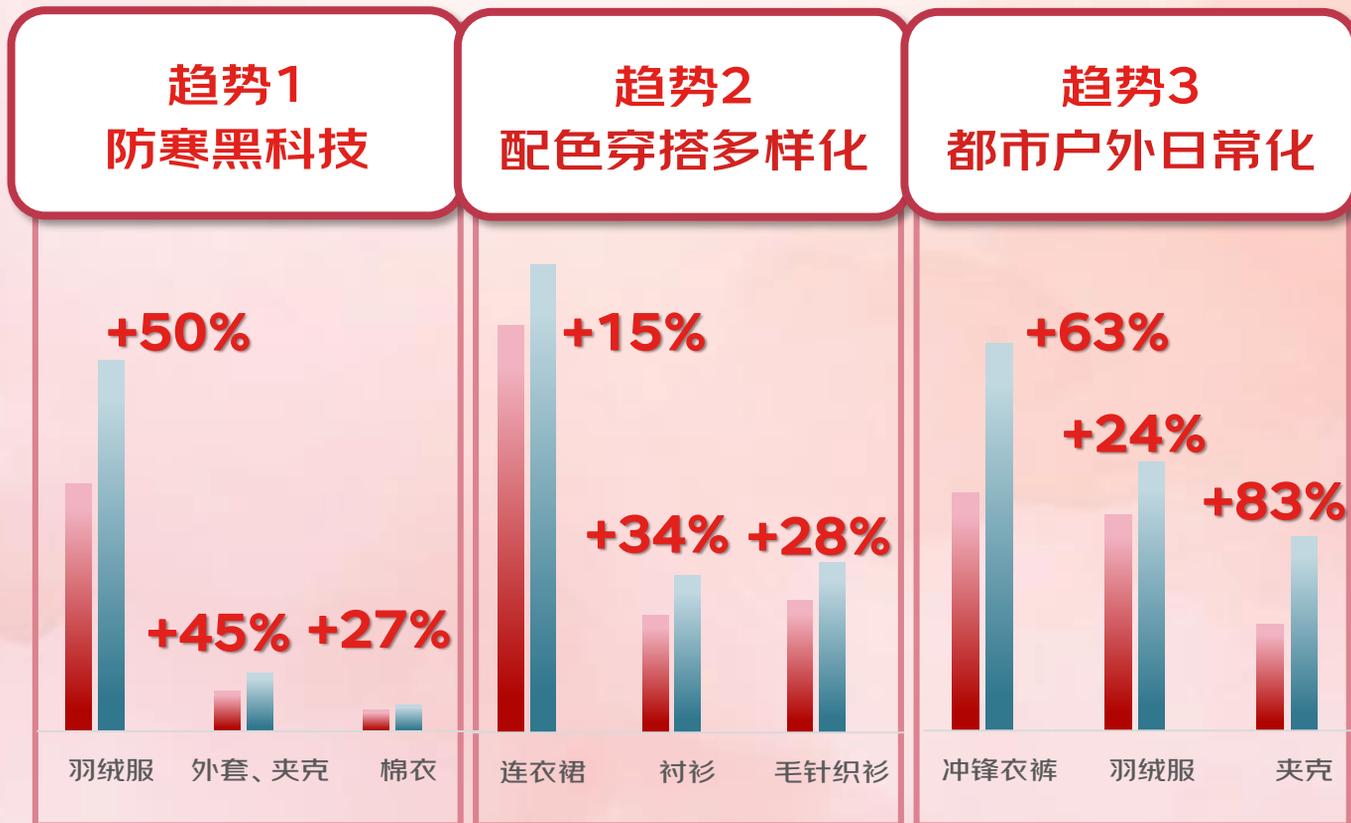
秋冬服饰 三大流行趋势



三大流行趋势 | 黑科技+多元风格+都市户外， 秋冬OOTD要时尚，更要持续进阶

- 秋冬防寒「黑科技」不断升级，羽绒服是科技元素应用最多的品类，融合防寒、蓄热等技术的秋冬外搭为消费者日常出行提供温暖保障。
- 大众将情绪表达融入秋冬穿搭，配色公式、穿衣风格日益多元化，催生连衣裙、衬衫、针织衫等品类供给丰富多样，市场进一步扩张。
- 户外运动风格融入日常生活，轻便、实穿、重功能的户外服饰成为秋冬穿搭利器，适配不同场景的「轻户外」风格服饰备受青睐。

秋冬服饰核心趋势及重点品类销售情况 (2023.09-2024.02)



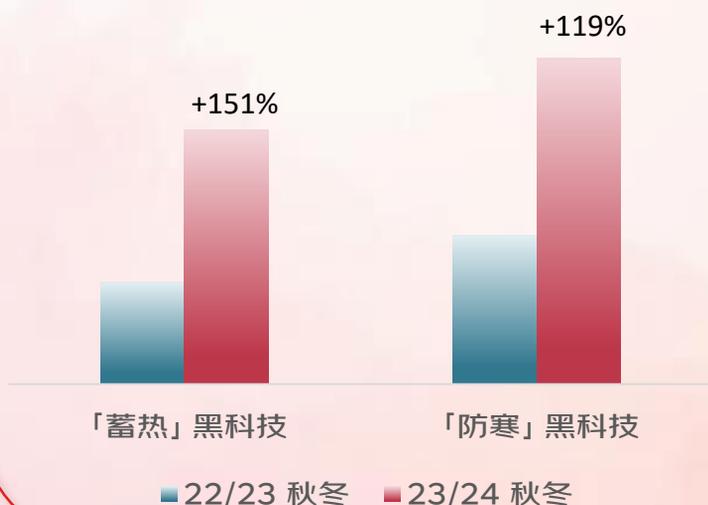
■ 22年秋冬销售额

■ 23年秋冬销售额

防寒黑科技 | 面料、生产工艺注入黑科技, 为秋冬保暖、防寒提供强力加持

- 消费者对于秋冬服饰的“防寒”、“蓄热”的关注度提升, 相关销售规模超过20亿元; 其中, 波司登、始祖鸟、高梵表现突出, 品牌们在面料选材等方面注入黑科技, 为穿着者秋冬防寒保驾护航。

秋冬服饰 热门「黑科技」概念销售趋势



秋冬「黑科技」服饰
整体销售规模

20.5亿元

波司登
畅销全球72国

专业羽绒服品牌
坚持创新突破
引领羽绒服行业发展

ARC'TERYX

专业户外品牌
不断追求产品设计
与做工的独特

BLACK GOLD 高梵

鹅绒服奢研品牌
打造科技美学羽绒服
打造奢品级高端鹅绒服

趋势一

防寒黑科技 | 科技蓄热

远红外蓄热：同时完成升温、锁温，更加保暖

- 通过利用远红外发热原理，在服饰中添加石墨烯等原料，散发远红外线使皮肤吸收热量，产生升温效应。

30S快速升温2.7°C
即穿即暖

面料添加科技发热材料
释放远红外线作用于人体

远红外蓄热 销售表现

100倍

消费者 购买决策维度

品牌

保暖性

外观设计

面料/材质

厚薄度

上身效果

重点品牌 核心科技卖点



波司登极寒鹅绒羽绒服

- +2.7°C发热层：聚能暖感科技面料，远红外发热
- +2.5°C蓄热层：远红外蓄热里布，反射身体热能，循环锁温

防寒黑科技 | 科技蓄热

火山岩蓄热：充分吸收人体热能，更加保暖

- 利用火山岩快速聚热、快速升温、蓄热持久的作用，将人体产生的热能充分利用，让服饰的保暖、升温效果更强。



火山岩蓄热 销售表现

+72%

消费者 购买决策维度

品牌
外观设计
保暖性
上身效果
面料/材质
厚薄度

重点品牌 核心科技卖点



高梵黑金鹅绒服先锋3.0款

- +2.2°C增温：科技蓄热内里+增温背暖，锁住全身温度
- +30%升温面料：火山岩、石墨烯以及气凝胶三合一全新升级面料，隔热锁温

趋势一



品牌案例

波司登 | 极寒羽绒服

波司登极寒全面升级 打造年度超级爆品

23年京东渠道单品销售额达

5000W+



B30142317

三重保暖体系

**+2.7°C
发热层**

聚能暖感科技, 远红外发热, 快速升温

**700+
高蓬鹅绒**

固着空气, 形成温度保护层, 防风锁温

**+2.5°C
蓄热层**

远红外蓄热, 反射热能, 循环锁温

重新定义轻薄羽绒服

三大创新设计+
五大轻暖科技

全网曝光

销售额趋势

10亿+

100%

创新性多层保温空气层面料、超轻裸肤面料、国际认证优质鹅绒、德国防钻绒技术以及智能防寒工艺等科技加持,大幅提升了羽绒服的保暖性, 真正做到了羽绒服的轻&暖。

真正做到了羽绒服的轻&暖。

专注产品创新 引领时尚潮流

——卫衣羽绒服

首创卫衣羽绒服, 实现卫衣与轻薄羽绒服的创新融合, 实现创新设计与轻暖科技的革新, 打破品类边界, 开辟全新行业品类空间

——三合一冲锋衣鹅绒服

采用独家专研科技强防护面料, 实现强防风、高防水、高透汽透湿, 为户外出行爱好者提供全天候更专业、更时尚的保暖选择



防寒黑科技 | 创新面料

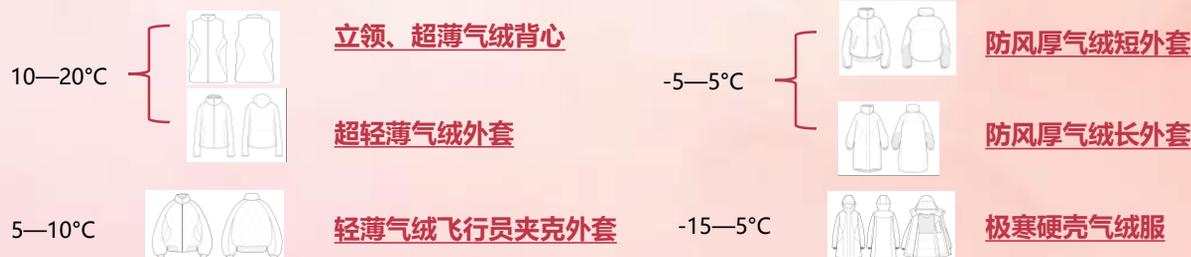
可机洗、易打理、更强可塑性面料成为附加价值

- 在保持羽绒的保暖蓄热基础上，改善其限制条件，如可机洗、易打理等功能，可塑性更强，实现附加价值的优化成为材质的趋势方向。

蕉下一气绒3.0 独家核心保暖材质

材质解析：气绒3.0=90%绒子含量、800蓬羽绒

- 科技保暖：抗湿冷升级到全面抗冷（湿冷、风冷、久坐冷等）
- 耐磨抗造：可机洗好打理、抗菌耐久穿、透气透湿、三防等优势。
- 风格属性：气绒可塑性强，能适配各种款式要求，打造更多样的风格外套，满足穿搭需求。



利郎可机洗泡芙羽绒



Columbia羽绒服 奥米·防水技术



李宁羽绒服 拒水绒技术



品牌案例

高梵 | 户外鹅绒服

BLACK GOLD 高梵

全新风壳4.0

设计理念：一衣三穿，一举多得，是风壳的独特魅力

- 带来更高、更广、更深的穿着场景
- 无论是休闲日常，商务社交，户外运动都能享受轻松优雅，防护十足的穿着体验

单穿外壳

「防护硬壳」

高倍耐磨
防风防雨



应对多变天气

单穿内壳

「小金条」

透气不闷
轻盈暖护



城市轻松出行

两件叠穿

「无缝暖感仓」

无缝一体
奢暖御寒



畅游极寒户外

科技与时尚平衡 尽显奢华细节

产品细节

- 一体式覆司，防风飘逸，时尚动感
- 一体成型 防风门襟，不钻风更保暖
- 奢光防水拉链，防泼水，防风雨



- 专属黑金标识，构建暖冬型格
- 风帽内置抽绳，单手可调节

核心卖点

面料升级，黑石耐磨纱PRO

10倍耐磨，防风等级 $\leq 1\text{MM/S}$ ，荷叶级防水5000+，高透湿型5000+

奢品工艺，高定压胶

法国设计师定制,360°全身接缝 不透风雨 尽显高级

中科蓄热技术

德国进口金膜|快速升温|蓄能锁温|抗菌防静电，体感温度 + 2.2°C

品牌案例

李宁 | 火锅羽绒服



火锅羽绒服重磅升级

设计理念：“自热”材料+拒水80绒+多元化色彩和图案

- “自热”光转热材料
- 特有拒水绒品，耐洗/蓬松/耐穿
- 防护功能：防风、防水、防污叠加科技升级
- 多元化色彩和图案



科技升级-全面升级产品功能体验

主推科技

保暖黑科技“全自动吸光发热”

吸光发热纤维是一种有机和无机杂化功能纤维；通过纤维融入吸光发热矿物质，利用其吸收光能，转化为热能，达到保暖的效果

保暖黑科技 炙芯恒温

火山岩+气凝胶，采用航天保温材料，轻质恒温，叠加抗菌的特点，是穿在身上的保温杯

自适应航空智能温控ATC科技

“ATC”来自航空航天局（NASA）研发的，它采用能吸收、储存和释放热量的相变材料，可以根据人体温度变化调节保持人体舒适温度

防护延续矩阵叠加

防泼水



防静电



防风



易去污



配色穿搭多样化 | 配色公式、穿搭公式层出不穷，色彩流行趋势是时尚界的新指南

- 2025春夏，新的色彩的流行，都为时尚界增加了新的创意源泉。从【多巴胺】到【美拉德】和【格雷系】，再到最近的【安可拉红】和【薄荷曼波】，都在助推服饰品牌色彩进一步融入多元化穿搭。

热门色彩 销售增长趋势 (2023.09-2024.02)

增速



0



趋势二

配色穿搭多样化 | 配色公式、穿搭公式层出不穷，穿衣风格成为自我表达的重要手段

- 服饰消费叠加情绪经济，消费者将穿搭作为表达自我、实现情绪价值的主要方式，各式各样的穿搭风格不断涌现，成为消费者的社交名片。

热门穿搭风格 销售增长趋势 (2023.09-2024.02)

增速



#中式风



#温婉风



#户外风

趋势二

配色穿搭多样化 | 多元穿搭风格

新中式兴起，法式典雅风格依旧受到大众喜爱

- 新中式服饰风潮从春夏到秋冬依旧火热，马面裙、禅意、泼墨等元素受到消费者推崇；传统的法式温婉穿搭能为消费者提供“不出错”的搭配参考，依旧受到消费者喜爱。



典雅中式



- #新中式穿搭
- #禅意新中式
- #国风穿搭

全网声量

320w+

治愈优雅



- #法式穿搭
- #高级感穿搭
- #气质穿搭

全网声量

600w+

趋势二

配色穿搭多样化 | 多元穿搭风格

通过穿搭展现个性风格，去性别化穿搭兴起

- 高智穿搭、知识分子穿搭以其极简的特点受到消费者喜爱，无性别、去性别化穿搭也受到消费者喜爱，消费者从中进行自我风格的探索，展现自己的生活态度。



高智极简



无性别风



○ #极简穿搭

○ #高智感

○ #知识分子风

全网声量

87w+

○ #无性别穿搭

○ #中性风穿搭

○ #去性别

全网声量

42w+

趋势三

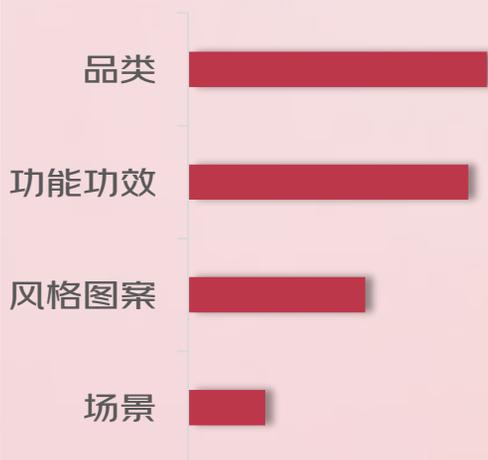
都市户外日常化 | 风格融合，舒适实用 实用主义+人性化设计，冬日出行更chill

- Gorpcore、实用机能风、山系等户外穿搭风格，成为都市穿搭新时尚，功能值拉满、颜值在线，充满实用主义和户外元素的设计，让身处城市的人们可以随时随地化身“精神户外人”。



#户外功能性设计#

消费者驱动因素



消费者功能关注



软壳冲锋衣

销售额趋势
+70%



#轻户外穿搭# 相关社媒话题

声量 33w+ 互动量2300w+



PART 03

细分品类

红蓝海市场表现情况



成交逐年攀升，保暖成衣高速增长

- 京东秋冬服饰趋势向好，近2年成交保持高单位数增长，体量达6成，细分子品类看，用户对“保暖外穿”及“品质舒适内搭”需求旺盛，赛道增长迅猛。
- 保暖外穿趋势赛道——羽绒服、冲锋衣、毛呢大衣
- 品质舒适内搭趋势赛道——针织衫、保暖内衣、睡衣家居服

京东服饰近3年春夏/秋冬销售规模走势



京东服饰细分类目23年秋冬分布矩阵



专业化、进阶化、潮流化引领趋势品类增长

驱动因子: 科技面料、
户外场景、性能防护
行业趋势: 高端化、
时尚化



冲锋衣

驱动因子: 实用+功
能性、多场景打通
行业趋势: 城市户外
化, 多彩色系



羽绒服

驱动因子: 精奢面料、
潮流风尚、简约廓形
行业趋势: 高端化、
时尚化



针织衫

驱动因子: 科技面料、
高端材质
行业趋势: 高端化、
时尚化



毛呢大衣

驱动因子: 时尚风格、
面料材质、健康功能
行业趋势: 时尚化、
可外穿、多元功能



保暖内衣

驱动因子: 科技面料、
性能防护、穿搭趋势
行业趋势: 科技化、
时尚场景化

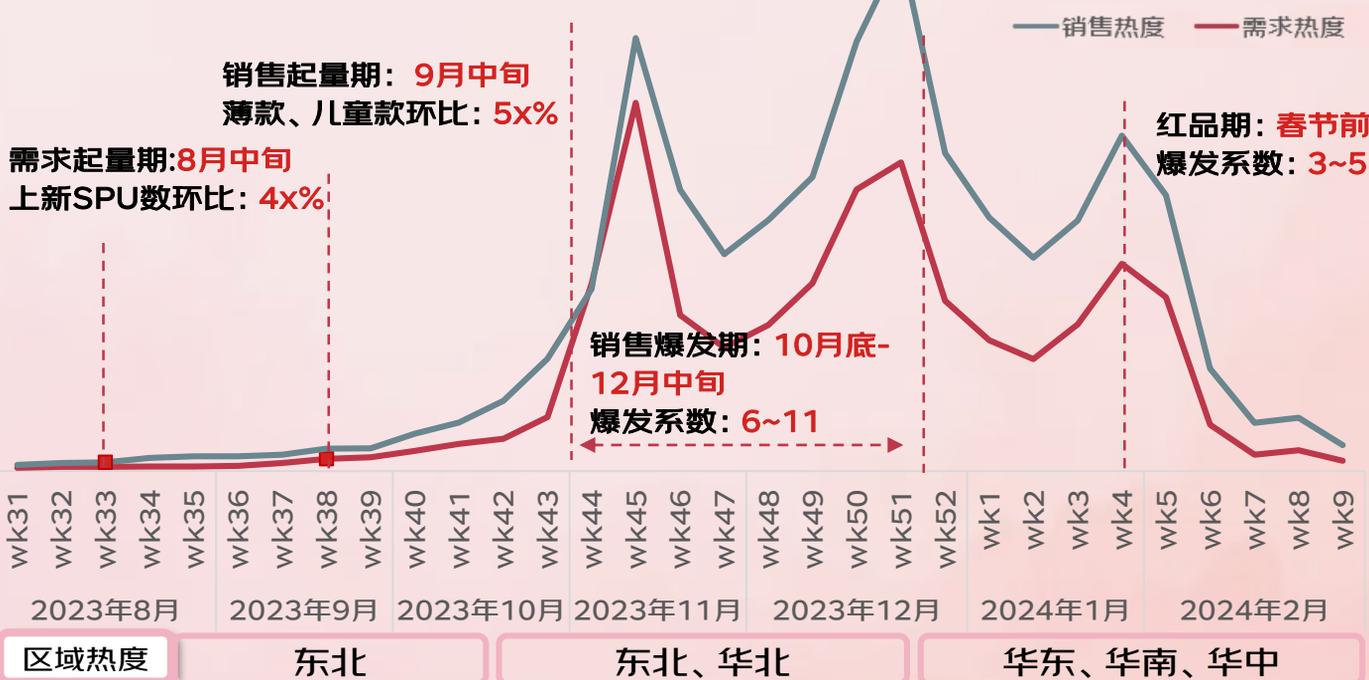


睡衣家居服

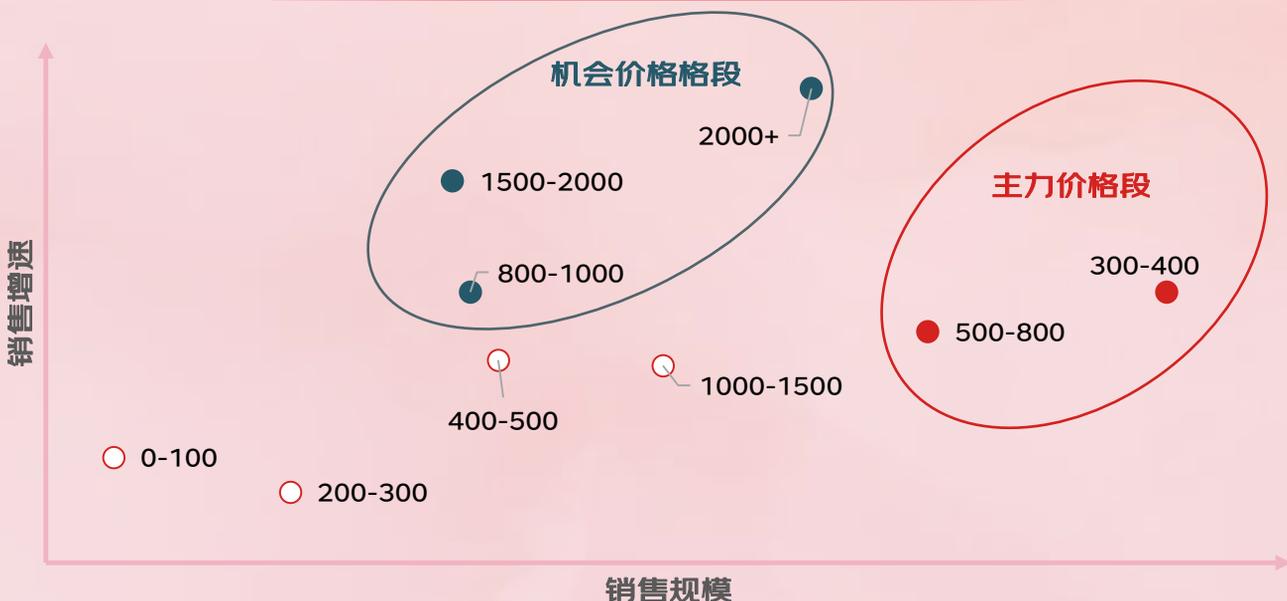
货品周期贯穿8月至次年农历新年，价格升级

- 8月中旬需求起量，聚焦上新，9月中旬侧重轻薄款、儿童款率先起量，蓄势保证10月底-12月中旬及农历新年两拨高峰。
- 主力价格段300-800元之间，1000+高价格段增长最为快速。

23年秋冬京东羽绒服用户决策周期



23年秋冬京东羽绒服用户价格段偏好



作为冬日单品必备，广泛人群造就多元风格

- 寒潮推动冰雪经济，科技保暖及御寒性能备受用户关注，同时年轻、品质人群的增长，带动品类在取悦自我，舒适化等方向的拓展。

23年秋冬京东羽绒服用户需求图谱

专业羽绒服

都市中产，对品质、品牌追求度较高，具备高消费能力，购买决策兼具保暖防护性能及时尚穿搭



运动羽绒服

潮流新贵，以新时代年轻人为主，热衷于户外活动，偏好注重功能感性及科技感的羽绒服



时尚羽绒服

个性化穿搭人群为主，对产品款式和色彩丰富性有一定要求，同时注重性价比



代表品牌：波司登、高梵、艾莱依、加拿大鹅、雪中飞

三防功能、轻量化、蓄热科技

复古、新中式、美拉德色系

Oversize
面包服

品牌 衣长 厚度 填充物 风格

品牌 功能 科技元素 适用场景 衣长

衣长 风格 流行元素 厚度 版型

23年秋冬京东羽绒服趋势赛道

#科技派#

- #科技蓄热
- #性能防护

#户外派#

- #户外探索
- #轻量化

#穿搭派#

- #老钱风
- #自由松弛

老钱风



科技蓄热



性能防护



户外探索



自由松弛



轻量化



横轴：销售规模
纵轴：销售增速

货盘网格红蓝海商机

- 各趋势货盘主力价格段集中在300-800元之间，同时可见显著性的价格升级潜力，机会价格段800元以上为主。

京东羽绒服趋势赛道核心元素

科技蓄热	性能防护	户外探索	轻量化	老钱风	自由松弛
热反射 246%	OMNI-HEAT 288%	旅行 76%	轻薄 31%	复古风 254%	简约风 147%
250g及以上 150%	速干 191%	滑雪 158%	100-149g 41%	中国风 298%	oversize 115%
加厚 53%	防风 80%	露营 195%	超轻 126%	机车风 289%	常规款 45%
长款 87%	透气 59%	口袋 56%	常规款 45%	拼色 22%	休闲风 58%
鹅绒 111%	防水 147%			棕色 125%	
	防静电 193%			褐色 110%	

京东羽绒服趋势*价格段红蓝海商机

	主力价格段		机会价格段	
科技蓄热	2000+ (+92%)	500-800 (+84%)	1500-2000 (+112%)	
性能防护	2000+ (+77%)	1000-1500 (+61%)	500-800 (+125%)	
户外探索	500-800 (+78%)		400-500 (+127%)	800-1000 (+97%)
轻量化	300-400 (+49%)	500-800 (+34%)	400-500 (+67%)	
老钱风	500-800 (+167%)	300-400 (+235%)	1500-2000 (+13倍)	
自由松弛	300-400 (+37%)	500-800 (+55%)	800-1000 (+140%)	

羽绒服

三大热销赛道

#极寒羽绒服

★★★★★ +77%

趋势解读: 植入保暖“黑科技”，通过材质工艺解决秋冬季节御寒需求

色系: 黑白灰基础色系

核心元素: 蓄热科技、鹅绒填充, 600+高蓬松



#静奢风羽绒服

★★★ +275%

趋势解读: 强调品质、细节、经典设计, 满足内在愉悦舒适的自我感受, 展现对考究购物习惯的注重

色系: 棕色、米色为主的中性色系

核心元素: 弱化logo, 简约版型, 羊绒、羊毛、天然棉质面料



#户外羽绒服

★★★★★ +91%

趋势解读: 户外场景持续高涨, 实用美学得以推崇, 满足户外时光中灵活、多功能性与时尚潮流的平衡

色系: 蓝色、绿色、辅助多彩亮色

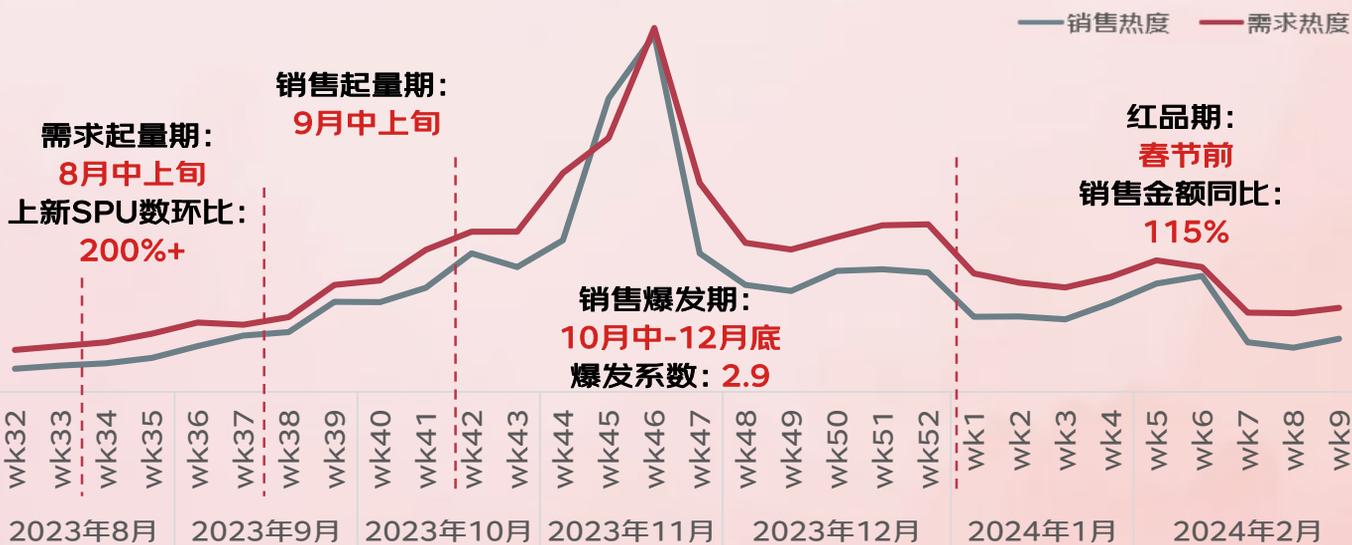
核心元素: 三防科技、撞色拼接、暗口袋、密封防水拉链贴条



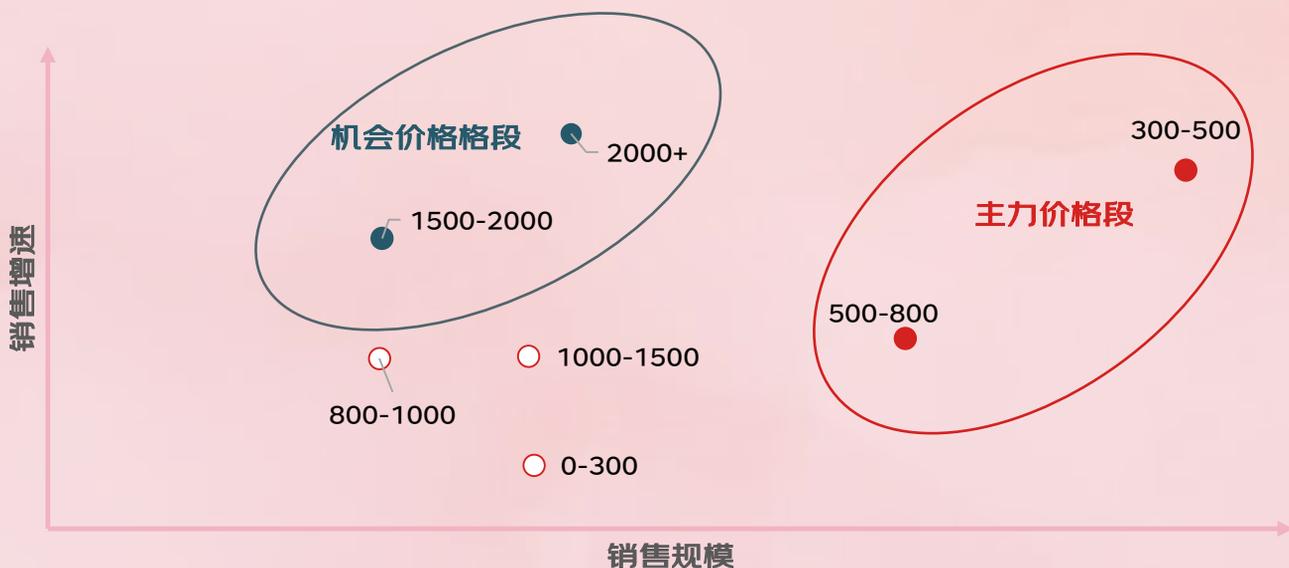
销售爆发集中在10-12月，高价格段机会明显

- 从8月中旬起，消费者对冲锋衣的需求逐渐显现，9月中旬开始销售额持续攀升，并在10月中旬至12月期间达到销售爆发高点。
- 300-800元为核心价格段，销售趋势稳定增长；1500元以上高端、专业冲锋衣热度持续走高，深受消费者青睐。

23年秋冬京东冲锋衣用户决策周期



23年秋冬京东冲锋衣用户价格段偏好



户外探索及潮流穿搭成为用户核心需求

- 户外探索：消费者关注产品科技以及细分场景下的多元化功能。
- 潮流穿搭：注重城市与户外的时尚融合，将户外风带入生活时刻。

23年秋冬京东冲锋衣用户需求图谱

功能派



随着人们走进自然，登山、徒步等户外活动热度持续不断。在这种趋势下，专业冲锋衣凭借其优越的舒适性和专业防护功能，受到众多消费者追捧

潮流派



基于冲锋衣实用功能基础上，现代消费者希望将户外服装和城市生活相结合，他们追求流行设计元素和多样化颜色，以便展现出穿着者的时尚态度



23年秋冬京东冲锋衣趋势赛道

#功能派#

○ #硬核科技

○ #户外探索

#潮流派#

○ #自由山系

○ #都市户外

○ #户外机能



货盘网格红蓝海商机

- 专业冲锋衣科技不断升级，GORE-TEX、石墨烯、轻量化等销售同比翻倍，1300元以上增长空间大。
- 时尚冲锋衣围绕流行趋势不断发展，通勤、citywalk等场景增长迅速，主力价格段集中在700-800元及2000元以上。

京东冲锋衣趋势赛道核心元素

硬核科技		户外探索		自由山系		都市户外		户外机能	
GORE-TEX	230%	登山	290%	岩石灰	48%	休闲	39%	简约	88%
超强防风	65%	徒步	123%	森林绿	41%	通勤	510%	机能	31%
暴雨级防水	100%	越野	68%	沙漠黄	24%	citywalk	120%	拼接	42%
轻量	158%	滑雪	50%	山川蓝	30%	露营	42%	立体	35%
石墨烯	135%	攀登	43%			骑行	87%	口袋	51%
压胶	50%								

京东冲锋衣趋势*价格段红蓝海商机

	主力价格段			机会价格段	
硬核科技	2000+ (+148%)	900-1000 (+71%)		1300-1500 (84%)	
户外探索	800-1000 (+367%)			1500+ (60%)	
自由山系	2000+ (+17%)	700-800 (+478%)	1400-1500 (+360%)	800-900 (+208%)	1000-1100 (+172%)
都市户外	2000+ (+71%)	700-800 (+194%)		900-1000 (+163%)	600-700 (+132%)
户外机能	400-500 (+121%)			2000+ (60%)	

冲锋衣

两大热销赛道

#科技冲锋衣

★★★★ +76%

趋势解读: 随着人们户外防护安全意识的提升,专业冲锋衣的市场需求将进一步扩大,进而带动科技发展升级。

色系: 灰色、黑色、黄色

核心元素: 超强防风、暴雨级防水、轻量、石墨烯、压胶



#时尚冲锋衣

★★★ +53%

趋势解读: 冲锋衣时尚化体现了消费者的一种态度,他们喜欢户外服装的设计与功能,更希望将户外与时尚融合一起,彰显户外特色同时也展现了个人的时尚魅力。

色系: 岩石灰、森林绿、沙漠黄、山川蓝等山系颜色

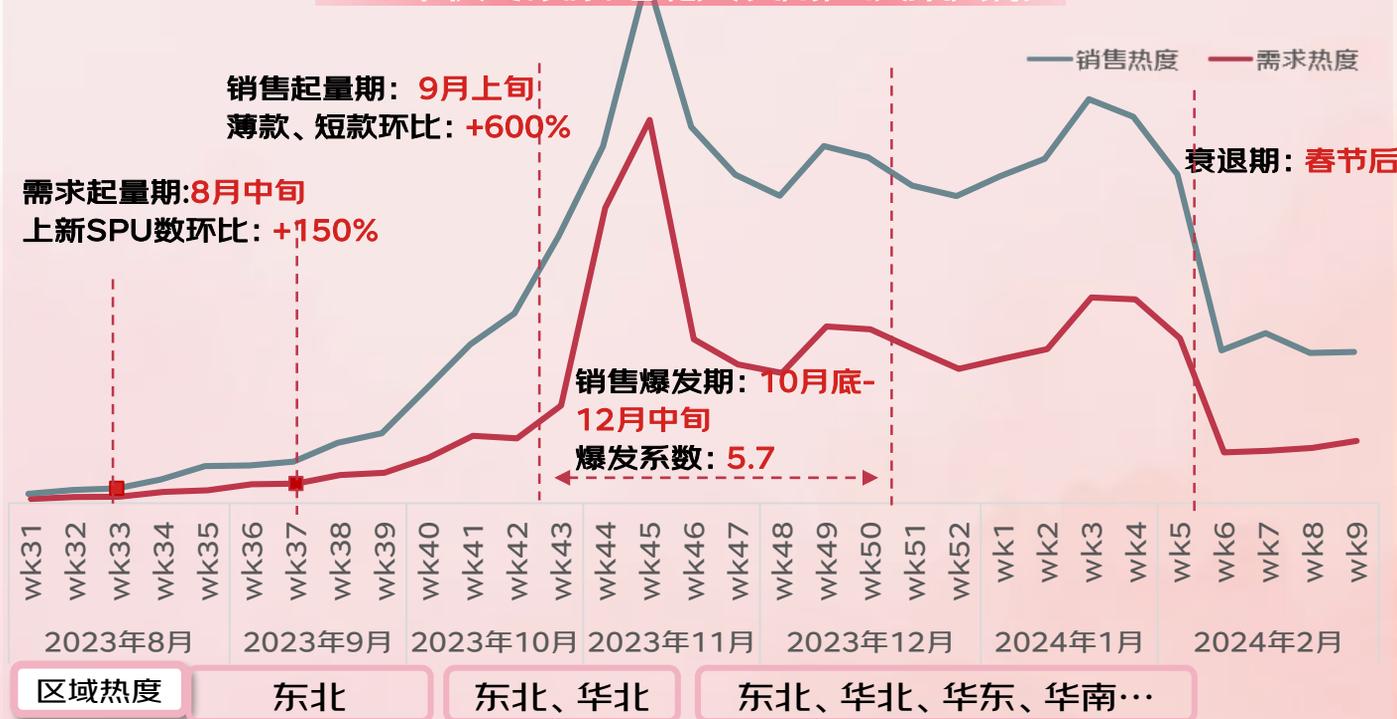
核心元素: 休闲、通勤、citywalk、机能、简约、拼接、口袋



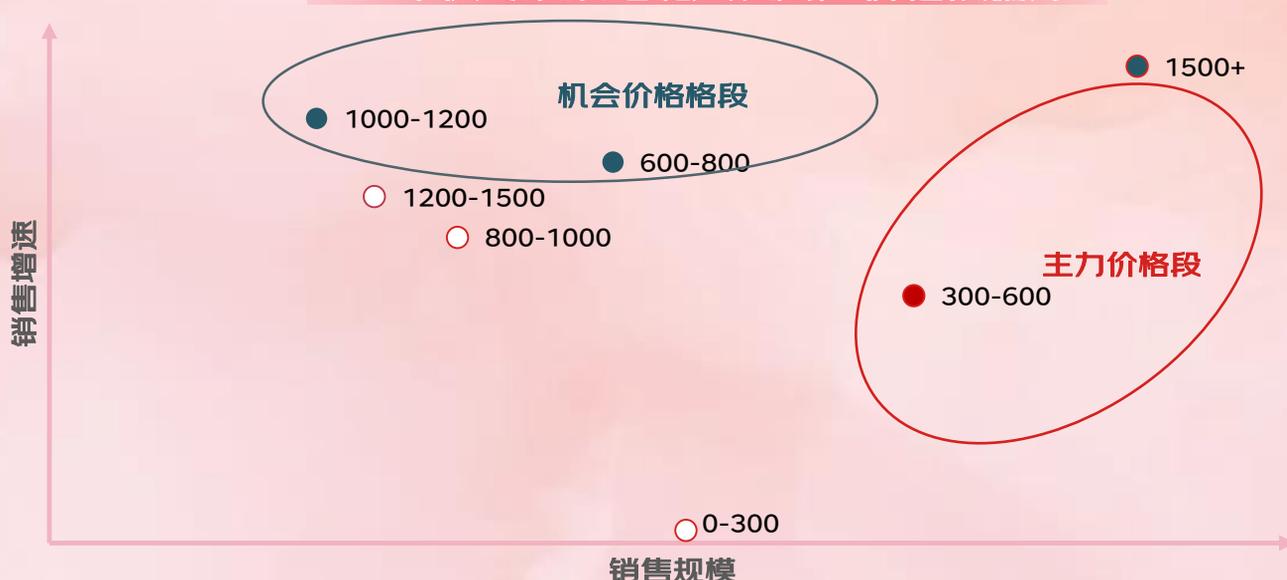
货品需求持续到春节后，整体保持较高价格段

- 8月中旬需求起量，聚焦上新，9月上旬侧重薄款、短款率先起量，蓄势保证10月底-12月中旬。
- 毛呢大衣价格段集中在1500以上和300-600，高价格段增速较快。

23年秋冬京东毛呢大衣用户决策周期



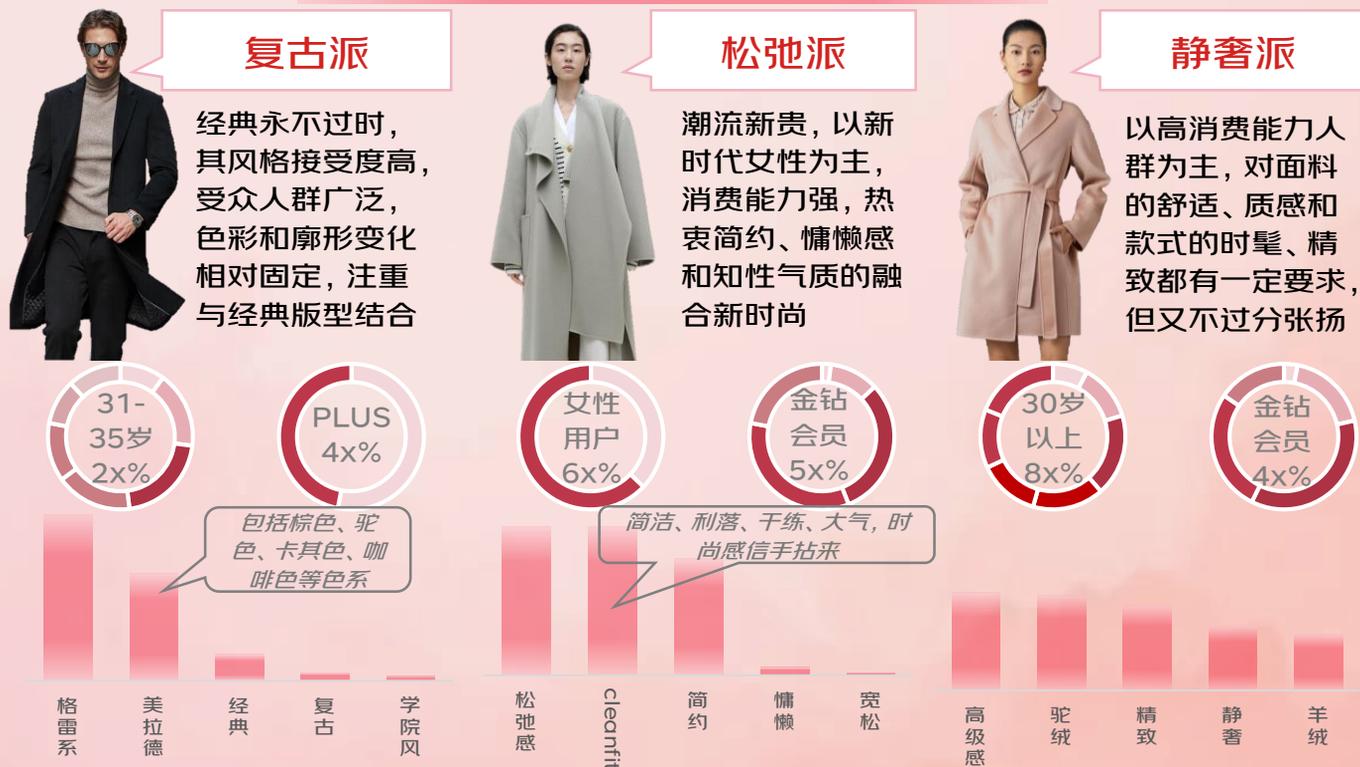
23年秋冬京东毛呢大衣用户价格段偏好



大衣风格多元，既要温度又要风度

- 消费者审美升级，毛呢大衣不仅要有舒适、有质感的面料，以应对保暖的需求，更要有设计感，其代表了时尚的一种符号。

23年秋冬京东毛呢大衣用户需求图谱



23年秋冬京东毛呢大衣趋势赛道

#复古派#

- #英伦学院
- #怀旧经典

#松弛派#

- #法式慵懒
- #高智极简

#静奢派#

- #治愈优雅
- #低调静奢

低调静奢



高智极简



治愈优雅



法式慵懒



怀旧经典



英伦学院



横轴：销售规模
纵轴：销售增速

货盘网格红蓝海商机

- 用户在趋向于简约、经典、随性和松弛等的风格的同时，对面料的高级感和质感也有了一定要求。
- 机会价格段主要分布在1500以上的区间，高端化趋势明显。

京东毛呢大衣趋势赛道核心元素

英伦学院	怀旧经典	法式慵懒	高智极简	治愈优雅	低调静奢
英式 294%	西装领 24%	无扣 138%	简约设计 31%	马海毛 178%	静奢风 850%
英伦风 21%	双排扣 24%	宽松版型 21%	极简风 549%	羊驼毛 266%	精致细节 112%
学院风 20%	复古风 33%	慵懒风 37%	cleanfit 700%	驼绒 303%	黑白灰 35%
牛角扣 21%	经典款 111%	松弛感 700%	清爽 83%	羊毛混纺 22%	卡其色 21%
	驼色 34%	oversize 20%	直筒大衣 68%	羊绒 44%	质感 103%
	咖啡色 29%			双面羊绒 27%	内敛舒适 20%
	棕色 51%				

京东毛呢大衣趋势*价格段红蓝海商机

	主力价格段			机会价格段	
英伦学院	100-200 (+56%)	400-500 (+52%)	500-800 (+64%)	1500-1800 (+112%)	
怀旧经典	1000-1500 (+96%)	1500-2000 (+226%)	2000+ (+306%)	600-700 (+67%)	
法式慵懒	100-200 (+71%)	300-400 (+499%)	500-800 (+102%)	1900-2000 (+100%)	2000以上 (+126%)
高智极简	600-900 (+647%)	900-1000 (+1358%)	1000-1300 (+2736%)	200-300 (+876%)	1800-1900 (+1369%)
治愈优雅	600-1000 (+967%)		2000+ (+119%)	1500-1800 (+285%)	
低调静奢	2000+ (+1850%)			1800-1900 (+1850%)	

毛呢大衣

三大热销赛道

#复古风大衣

★★★★ +45%

趋势解读: 将复古、经典元素融入大衣设计

色系: 美拉德/格雷系

核心元素: 西装领/翻领、双排扣/牛角扣、格纹



#CozyFit大衣

★★ +112%

趋势解读: 强调慵懒和舒适的穿搭风格

色系: 纯色/单一色系

核心元素: 廓形落肩直身, 要素不固定



#静奢风大衣

★★★ +53%

趋势解读: 强调内敛、精致和面料质感, 是低调和安静的奢华

色系: 中性色系/黑白灰

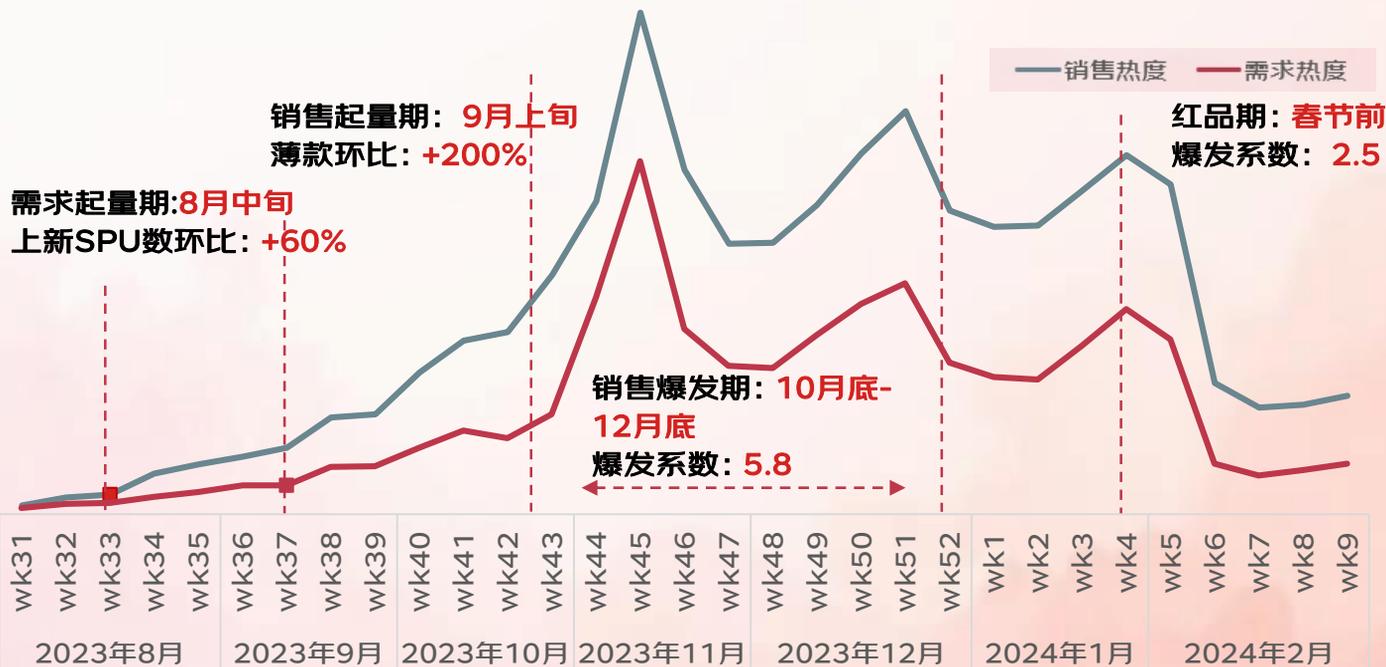
关键面料: 羊驼毛、山羊绒、驼绒等



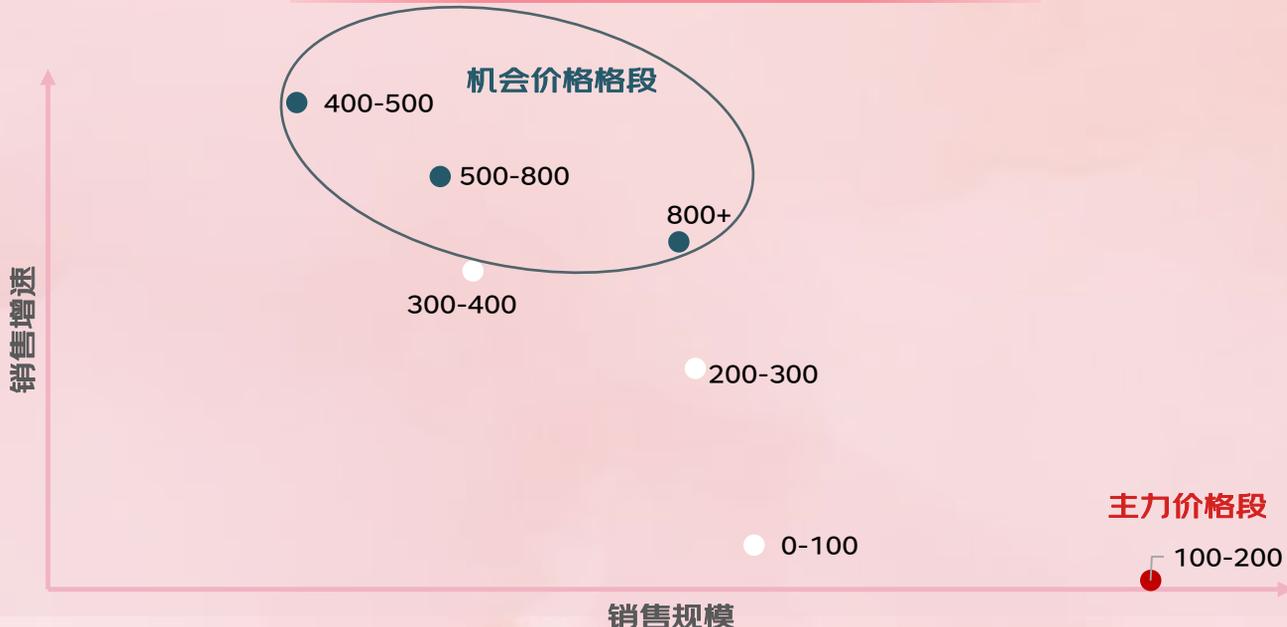
货品周期贯穿8月-2月，价格显著升级

- 8月中旬上新起量，9月销售明显起量，10月底-12月底到达爆发期
- 针织衫主力价格段为100-200，机会价格段400+。

23年秋冬京东针织衫用户决策周期



23年秋冬京东针织衫用户价格段偏好



兼具时尚、实用属性，满足多样化穿搭需求

- 秋冬必备潮流品类，满足了时尚人群的个性化穿搭需求，同时高端材质也带动高品质人群的增长，功能科技融入提升快节奏生活便利性。

23年秋冬京东针织衫用户需求图谱

潮流派



追求潮流时尚的年轻人群，注重个性化和时尚感，同时性价比也是重要决策因素

功能派



注重功能性和科技感的实用型消费者。科技面料可以减少维护成本，提升穿着体验

静奢派



追求高品质生活高购买力人，对于品质和穿着体验感有较高追求



23年秋冬京东针织衫趋势赛道

潮流美式

#潮流派#

○ #美式

○ #新中式

#功能派#

○ #可机洗

○ #不起球

#静奢派#

○ #山羊绒

○ #桑蚕丝混纺

新中式



功能科技



治愈优雅



自由松弛



横轴：销售规模
纵轴：销售增速

货盘网格红蓝海商机

- 用户在追求多元风格的同时，同样关注面料和科技的升级。
- 机会价格区间主要分布在400+，主流趋势向高端化发展。

京东针织衫趋势赛道核心元素

自由松弛		潮流美式		新中式		功能科技		治愈优雅	
松弛感	200%	条纹	265%	国风	159%	不起球	131%	羊驼毛	150%
慵懒风	15%	纯色	25%	旗袍领	372%	抗菌	89%	马海毛	118%
宽松版型	7%	黑白灰	102%	盘扣	116%	抗静电	74%	山羊绒	53%
oversize	22%	绞花	560%	刺绣	155%	可机洗	34%	桑蚕丝	47%
垂感	154%	提花	87%	开衫	74%	抗皱	7%	美利奴	45%
落肩/插肩	48%	华夫格	27%	红色	94%			羊绒	37%
								羊毛	35%

京东针织衫趋势*价格段红蓝海商机

	主力价格段			机会价格段
自由松弛	0-100 (+5%)	100-200 (+2%)	200-300 (+10%)	400+ (+25%)
潮流美式	0-100 (+109%)		100-200 (+69%)	400+ (+256%)
新中式	0-100 (+10%)	100-200 (+1%)	200-300 (+90%)	400+ (+149%)
功能科技	0-200 (+52%)		200-400 (+53%)	1000+ (+88%)
治愈优雅	400-600 (+60%)		600-1000 (+27%)	1500-2000 (+28%)

针织衫

三大热销赛道

#静奢风

★★★★★ +32%

趋势解读: 品质高端材质配合简洁经典设计, 营造优雅舒适感

色系: 美拉德、格雷系

核心材质: 羊驼毛、马海毛、山羊绒



#穿搭美学

★★★ +115%

趋势解读: 经典的绞花条纹、纯色设计以及街头风和复古元素的融入, 使针织衫更具个性

核心元素: 纯色、绞花、条纹、宽松



#科技迭代

★★★★★ +63%

趋势解读: 随着材质工艺的升级, 针织衫被赋予了多重性能, 不仅提升了穿着体验感, 同时降低了护理难度, 成为快节奏生活中的理想之选。

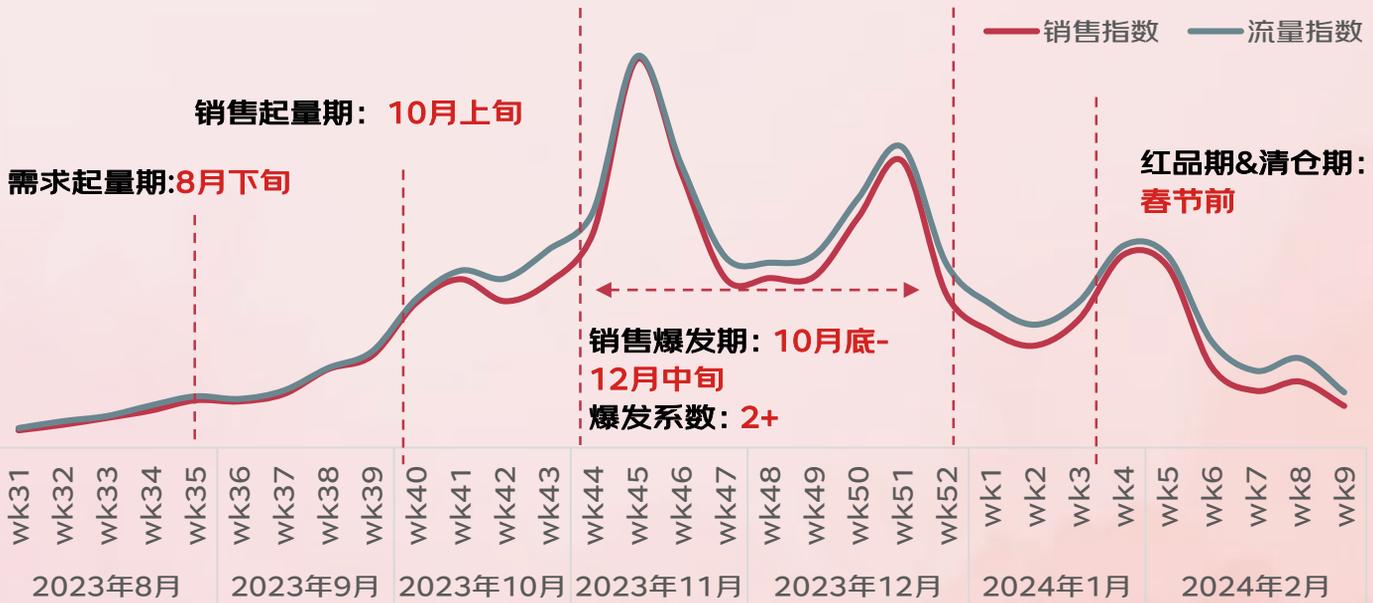
核心元素: 可机洗、抗静电、抗菌、科技蓄热



销售周期集中在10月-次年2月，性价比是主流

睡衣家居服在双十一期间用户需求、销售达到高峰，50-150是睡衣家居服主要价格段，0-50低价格段、200-500高价格段是机会区间。

23年秋冬京东睡衣家居服用户决策周期

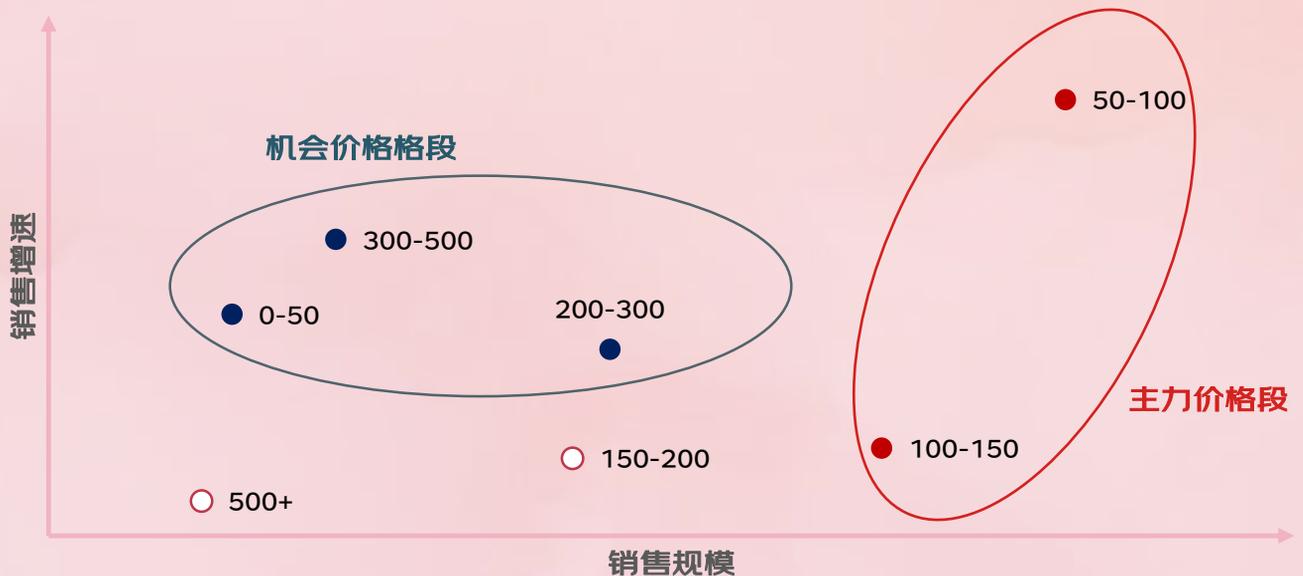


区域热度

东北、华北、西北

西南、华东、华南、华中

23年秋冬京东睡衣家居服用户价格段偏好



按用户需求分化为潮流派和功能派两类

- 按用户需求划分出潮流引领者和功能追求者两类，潮流引领者购买力更强，功能追求者更受年轻用户和小镇用户青睐。

23年秋冬京东睡衣家居服用户需求图谱

潮流派

熟龄中产，消费力高，除了满足居家穿着，他们还看重睡衣家居服的美观性。在传统睡衣家居服基础上，更关注时尚风格和多样搭配。



熟龄：30岁以上用户

休闲简约、中国风、
复古风、运动风、小清新、卡通风

功能派

年轻用户和小镇用户需求趋于多元化，在严冬除了对家居服厚度的要求外，更加关注功能性，如助眠、除螨、抗静电等。

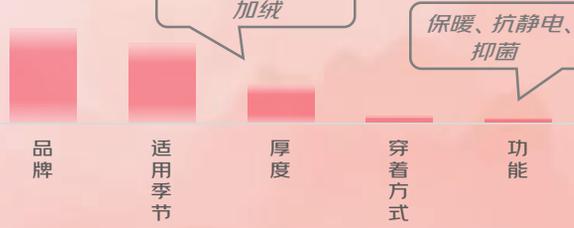


年轻：30岁以下用户

小镇：四-六线城市

厚款、加厚、加绒

保暖、抗静电、
抑菌



23年秋冬京东睡衣家居服趋势赛道

#潮流派#

- #联名IP
- #自由松弛
- #腔调开衫
- #新中式

#功能派#

- #严冬保暖
- #健康防护



货盘网格红蓝海商机

- 六大趋势赛道皆有侧重风格元素，外观属性影响大。主力价格段多集中在50-150价格段，中高价格段增速快、机会大。

京东睡衣家居服趋势赛道核心元素

联名IP		自由松弛		新中式		腔调开衫		严冬保暖		健康防护	
印花	304%	运动风	120%	中国风	175%	开衫	109%	冬季	54%	简约风	143%
卡通动漫	94%	棉	281%	常规厚度	105%	两件套	80%	珊瑚绒	146%	纯色	269%
口袋	121%	套头	175%	复古风	103%	常规厚度	136%	套头	97%	套头	140%
甜美风	81%	两件套	194%	纯色	104%	优雅风	131%	厚款	184%	圆领	142%
		圆领	189%	四季通用	233%	翻领	79%	加绒	107%	防静电	309%
		简约	331%			性感风	181%	简约	109%	助眠	100%
								可爱风	113%	抑菌	209%
										除螨	67%

TOP IP: 可妮兔、小王子、小熊部落、Mikko、粉黛兔、蜡笔小新、HelloKitty、史努比、玛丽猫、泰迪熊

注：数值皆按同比做指数化处理

京东睡衣家居服趋势*价格段红蓝海商机

	主力价格段		机会价格段	
	50-100 (30%, +80%)	100-150 (25%, +20%)	150-200 (+24%)	200-300 (+22%)
联名IP	50-100 (26%, +17%)	100-150 (30%, +21%)	150-200 (+18%)	300-500 (+10%)
自由松弛	100-150 (20%, +63%)	150-200 (16%, +61%)	50-100 (+176%)	300-500 (+179%)
新中式	100-150 (32%, +15%)	150-200 (17%, +13%)	50-100 (+38%)	200-500 (+38%)
腔调开衫	50-100 (25%, +46%)	100-150 (25%, +5%)	300-500 (+28%)	
严冬保暖	50-100 (30%, +87%)	200-300 (25%, +183%)	100-150 (+88%)	150-200 (+254%)
健康防护				

睡衣家居服

两大热销赛道

#时尚可外穿家居服

★★

+30%

趋势解读: 睡衣家居服受服饰时尚风潮的影响越来越大, 时尚可外穿家居服赛道更是受其影响, 核心在于风格趋势。在传统家居服的基础上, 融入了更多时尚元素、流行的面料、剪裁和设计, 具备了外穿服饰的属性。

核心风格: 卡通动漫风、国朝复古风、运动休闲风、腔调优雅风



#功能性家居服

★★★

+50%

趋势解读: 功能性家居服赛道主要分为两类, 第一类侧重保暖属性, 采用高质量的保暖面料, 确保在秋冬提供极致的温暖和舒适。第二类则增加了新的功能, 如抗静电、抗菌除螨、吸湿排汗等, 这些功能增强了其健康防护性能

核心功能: 加厚保暖、防静电、抗菌除螨、助眠

营造不利于细菌真菌
生存繁殖的电荷微环境

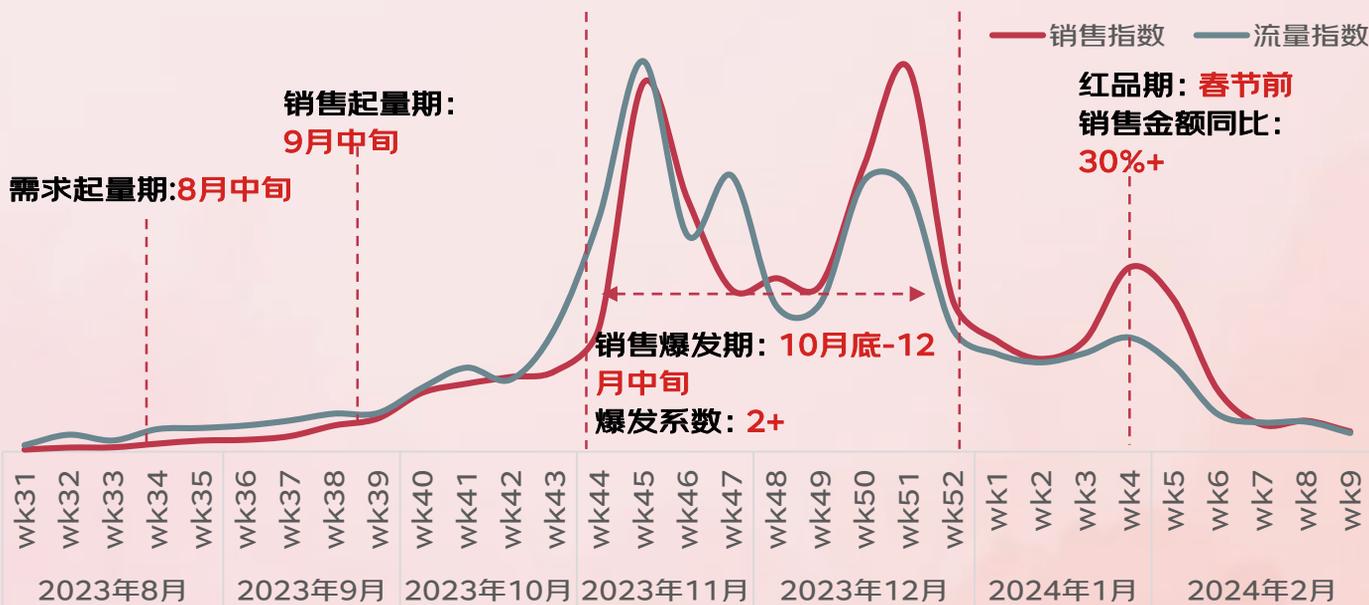
抗菌的等级有很多
水洗100次还能抑制细菌就是AAAAA级抗菌



销售节奏与温度相关，双12高峰期，百元内为主

- 保暖内衣在双十一、双十二大促销售达到高峰，降温影响，双十二销额更高
- 50-100是保暖内衣主要价格段，0-50低价格段、100-500高价格段高增。

23年秋冬京东保暖内衣用户决策周期



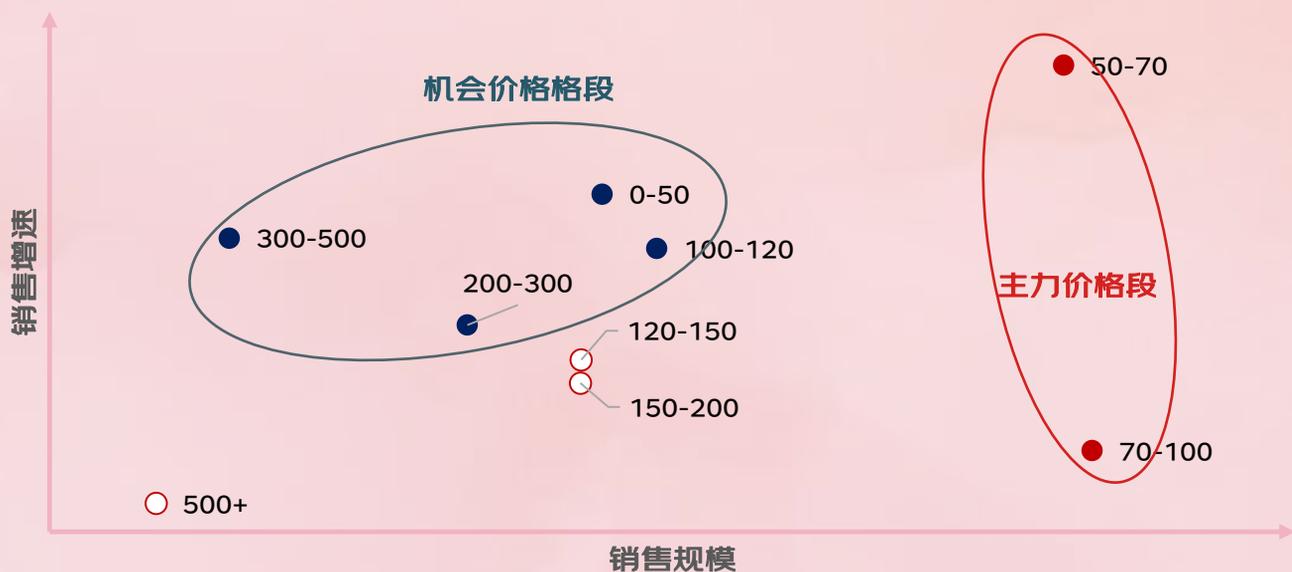
区域热度

东北、华北、西北

华北、西北、华东

华东

23年秋冬京东保暖内衣用户价格段偏好



功能、品质、潮流时尚成用户需求驱动力

在新理念和新需求焕新下，聚合出三派人群，不同人群凸显不同的态度，男性用户关注功能、女性用户关注舒适亲肤、多元穿搭。

23年秋冬京东保暖内衣用户需求图谱

功能派

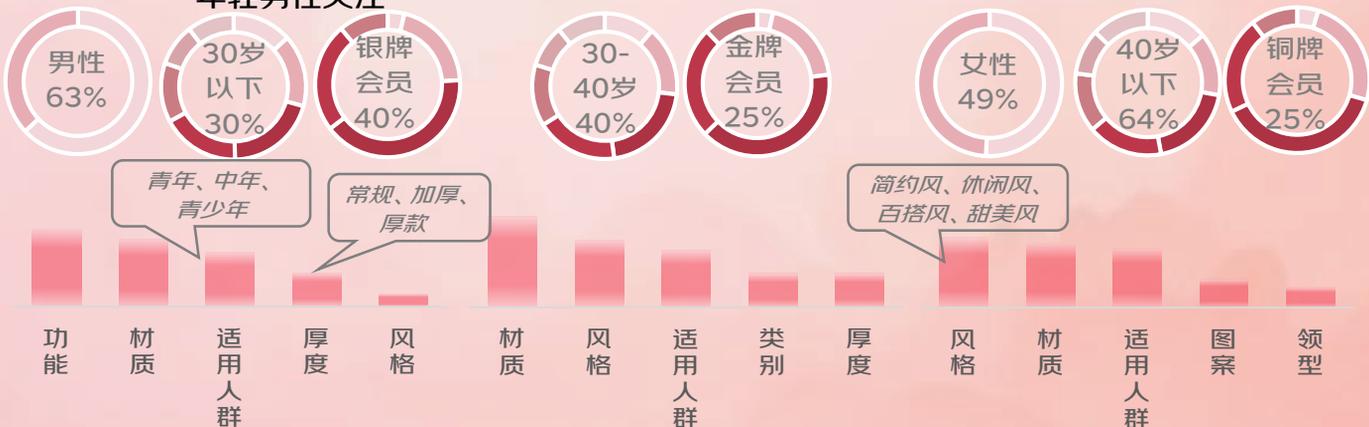
保暖内衣以远红外发热、双面德绒发热等技术实现保暖功能，此外抗菌面料、抗静电处理也受到年轻男性关注

静奢派

高购买力的品质中大龄女性面对居家场景，更加追求亲肤舒适，自然材质的保暖内衣

潮流派

注重个性化穿搭的轻熟女性，关注保暖内衣的多元性和搭配性，如运动风、西装风、户外风等



23年秋冬京东保暖内衣趋势赛道

#功能派#

- #科技蓄热
- #舒心抗菌
- #透气抗静电

#静奢派#

- #自然材质
- #养肤疗愈

#潮流派#

- #多元搭配



货盘网格红蓝海商机

- 腈纶发热、抗菌材质、导电纤维是科技赛道的核心元素，山羊绒、蚕丝、蛋白更加润肤，设计感保暖内衣同比高增。
- 科技蓄热以150-200中高价格段为主，自然疗愈70-100元是主力，整体低价格段机会空间大。

京东保暖内衣趋势赛道核心元素

科技蓄热	舒心抗菌	透气抗静电	自然材质	养肤疗愈	多元搭配
德绒 6%	抗菌 54%	导电纤维 79%	羊毛 41%	氨基酸 11%	打底 13%
吸湿发热 37%	抑菌 46%	抗静电处理 15%	山羊绒 109%	蚕丝 104%	高领 17%
腈纶 126%	防臭 55%	吸湿透气 20%	莫代尔 20%	蛋白 81%	镂空 38%
科技保暖 49%				莱赛尔 156%	
美雅碧 34%				山茶 41%	
热皮 52%				天丝 488%	

注：数值皆按同比做指数化处理

京东保暖内衣趋势*价格段红蓝海商机

	主力价格段			机会价格段	
科技蓄热	150-200 (20%, +5%)	70-100 (15%, +4%)	200-300 (15%, +2%)	50-70 (+124%)	100-120 (+84%)
舒心抗菌	50-70 (27%, +123%)	70-100 (21%, +10%)		100-120 (+223%)	300-500 (+142%)
透气抗静电		100-120 (27%, +13%)		200-300 (+53%)	50-70 (+28%)
自然材质	70-100 (16%, +53%)	150-200 (14%, +56%)		50-70 (+285%)	0-50 (+110%)
养肤疗愈	70-100 (23%, +112%)	100-120 (14%, +130%)		50-70 (+592%)	0-50 (+476%)
多元搭配		100-120 (22%, +13%)		50-70 (+37%)	70-100 (+23%)

保暖内衣

三大热销赛道

#科技迭代

★★★

+25%

趋势解读: 随着消费者对自身健康的关注度提升,黑科技保暖、5A抗菌、抗静电处理等科技不断迭代

核心科技: 以腈纶纤维为主的空气锁温、自发热纤维

趋势材质: 保暖纤维+吸湿纤维+抗菌纤维



#静奢风

★★★

+71%

趋势解读: 在保暖基础上,融合润肤亲肤特点,加深极致舒适感

核心元素: 天然动物毛亲肤、润肤功能让舒适度进阶

趋势材质: 绵羊毛、山羊绒、氨基酸、天丝、蚕丝蛋白等



#穿搭美学

★★

+37%

趋势解读: 叠穿搭配、秋冬万能打底、可外穿打底秋冬热度高,依靠基础打底可轻松打造秋冬高级感

穿搭公式: 城市通勤风: 打底+衬衫、西装; 街头运动风: 打底+羽绒、卫衣等

核心设计: 高领、半高领、袖口设计、领口镂空、假两件



PART 04

京东秋冬品类 打法案例



站内外联合营销玩法，加持趋势货品流量升级

- 全年贯穿多样化营销活动，承接用户心智，满足用户在追新、追趋势等多元需求。



依托京东联盟站外内容营销生态体系，京东*小红书打造最新小红盟计划，打通小红书种草与京东经营的全链路数据，帮助品牌全面评估识别优质种草内容，从而进行更科学的流量投放。种草人群资产会同时沉淀在京东与小红书，后续品牌可以持续运营转化。

站外

京东【小红盟】计划

项目介绍

助力商家实现营销链路分析，完善种草评估体系

打通营销前后链

单篇笔记
进店效率可度量

种草价值

内容生产及管理
蒲公英：优质笔记

京东 京东店铺：进店/交易

小红书

新客价值

辅助投放

决策科学营销

投资扩大营销价值
聚光：种草投流/竞价投流

人群资产沉淀 持续运营转化

合作价值

种草价值：在小红书被种草的用户在京东的活跃行为有明显提升

45%+ 浏览转化率
28%+ 加购转化率
46%+ 客单价高

新客价值：在小红书种草，进入京东浏览商品，下单商品的新用户占比

58% 访问新客
15% 下单新客

品牌案例

朗姿 小红书种草回流
人群ROI 75



寄语

中国服饰行业作为国民经济的关键支柱，2024年持续释放增长潜力。它以多元化和高活力为特点，顺应时尚潮流、前沿的消费者偏好、技术创新和社会文化进步，正迈向个性化、科技化和绿色环保的新时代。

本白皮书旨在深入探讨24年秋冬服饰趋势，精准洞察消费者对于秋冬服饰功能感和时尚感的双重需求，为品牌合作伙伴提供专业洞见。同时，京东依托高质量、丰富的用户基础和强大的供应链能力，为服饰商家打造广阔的展示空间和高效的销售通路，助力服饰品牌快速拓展市场。

未来，京东将继续与行业伙伴一起并肩前行，齐心绘制服饰行业新蓝图。

报告说明

数据和图片来源

本白皮书的数据基于京东大数据，国家统计局、魔镜洞察及其他外部公开资料等来源。

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：

秋冬——每年8月-次年2月；春夏——每年3月-7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。