

2025 3C趋势品类白皮书

2025/12



前言

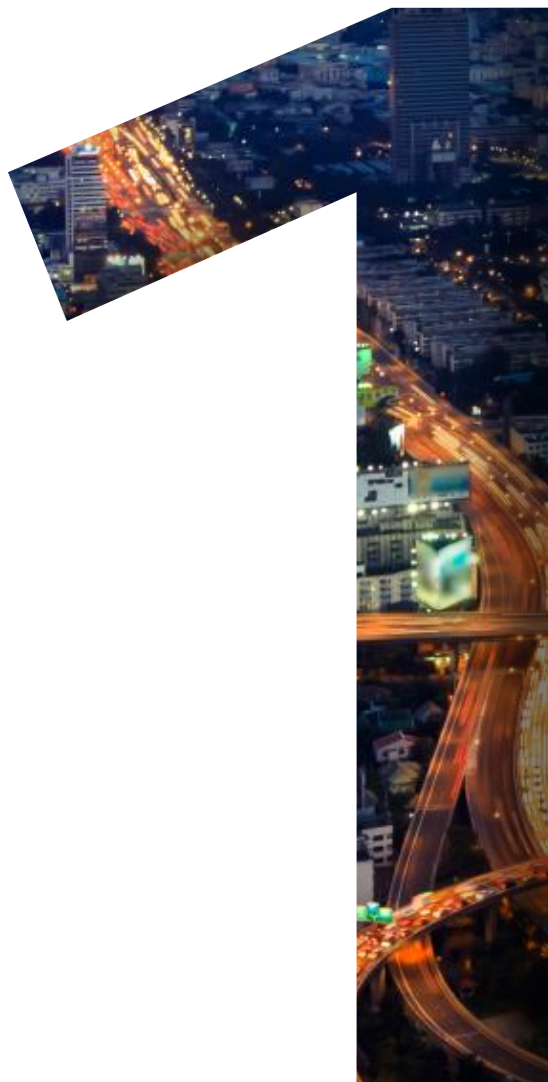
在5G、AI等前沿技术加速落地、消费需求从“看性能”转向“科技融于生活”的背景下，3C数码行业正经历深度变革。

作为3C行业的核心引领者，京东依托前瞻的趋势捕捉能力、深刻的消费趋势洞察力以及成熟的品类孵化体系，正式发布《2025 3C趋势品类白皮书》。

本白皮书基于详实的行业数据与用户调研，致力于揭示关键消费趋势、展示京东在趋势品类上的布局实践，旨在为品牌商与消费者提供有价值的沟通视角与参考。

白皮书从场景维度分析趋势品类的驱动逻辑与成长模式，分享生态与体验升级见解，期望携手业界同仁共赴3C智能、融合、个性化新未来。





第一章

3C行业全景扫描与趋势洞察

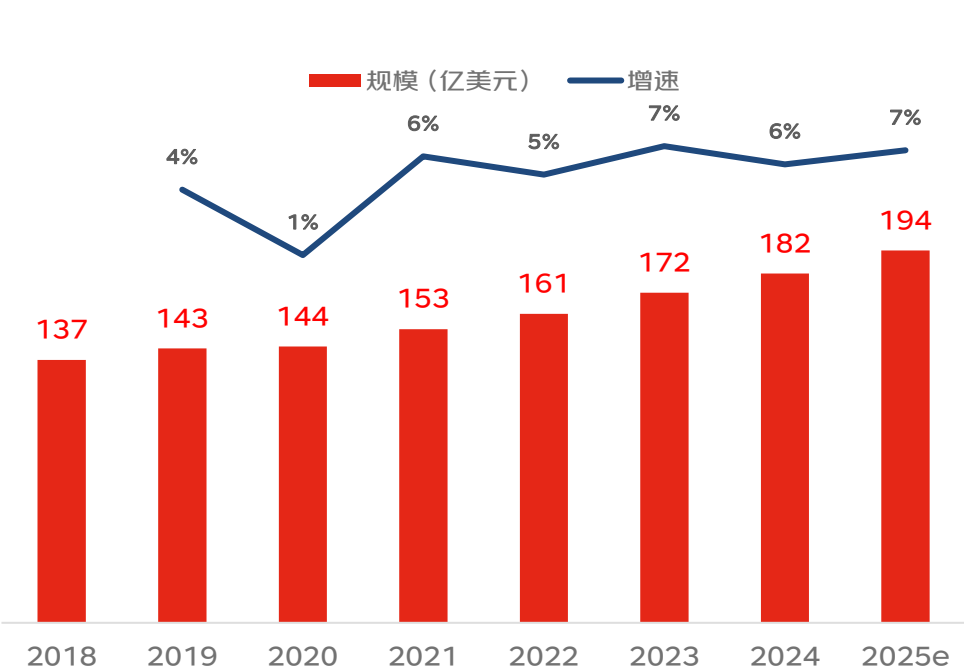
大盘扫描：3C行业趋势向好，成熟+新兴品类共同驱动增长



2025年中国3C数码产品市场规模预计达到194亿美元，趋势向好。

成熟品类中，手机、笔记本电脑增势稳固，其中AI相关技术/品类有一定的带动作用；新趋品类中，智能穿戴、XR设备、运动相机等增速亮眼。

中国3C数码产品市场规模与增速



2025年3C数码趋势品类



品类结构：成熟品类稳盘 + 新趋品类破局 的双轨格局

- 成熟品类：**2025年1-11月，作为3C基本盘的手机、笔记本电脑分别实现成交额同比15%、2%的增长，其中AI手机、AI PC的产品升级与需求释放，进一步夯实了3C大盘规模根基。
- 新趋品类：**2025年1-11月，智能穿戴（智能手表、头戴式耳机等）成交额同比增长612%、运动相机成交额同比增长171%、XR设备（AI眼镜等）同比增长117%等，新趋品类的爆发增长是3C大盘的核心增量来源。

驱动分解：政策、技术、供应链与消费协同推动行业高速发展



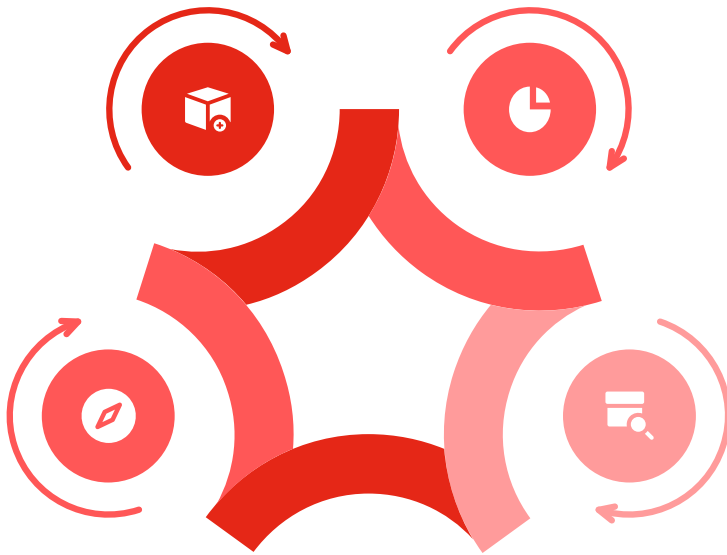
3C行业增长的核心驱动是政策顶层引导、技术渗透、供应链升级、需求扩容四大维度的协同共振。

政策引导

- “十四五”数字经济规划将**智能硬件列为重点赛道**，直接降低企业创新门槛，推动AI眼镜、智能工作站等新品研发。
- 全国性**“以旧换新”**政策扩展，叠加地方消费券定向补贴催化消费者以旧换新的积极性。

消费升级

- 在满足基本使用需求的基础上，用户对**智能化、个性化、高颜值、健康化**产品需求上升。
- 消费升级带动**“场景分化”**，催生居家办公、户外露营、城市通勤场景，推动运动相机配件、AR导航眼镜等产品爆发。



技术革新

- 5G基站、千兆宽带的全域覆盖，为AI音箱、AR眼镜等依赖**高网速**的产品提供了使用场景基础。
- 鸿蒙、米家等智能生态实现**“跨设备联动”**，用户会因“生态依赖”持续复购周边，带动产品销售增长。

供应链优化

- 国内芯片等**核心组件产能提升**，上游材料锂、钴及电子元器件供应日趋成熟，中游制造自动化水平提升，全链条协同效率增强，支撑**产品快速量产**。
- 渠道与销售升级通过**全渠道融合**（线上、线下体验场景 + 即时配送）提升转化与时效。
- 短视频/直播类**内容电商**精准触达年轻群体，搭配场景化套购与私域运营，有效拉高了3C数码产品的消费转化与复购。

看政策：政策合力激活3C行业，京东高效承接转化



2025年，政策持续激发市场活力，推动3C终端需求释放；京东通过政策端精准对接，依托全渠道供应链支撑的广域覆盖，以及体验端流程简化与以旧换新的全链路举措，提升了政策红利的转化效率，激发了市场活力。

政策
技术
供应链
消费



多维政策发力激发市场活力



- 消费激活政策**
工信部出台专项方案，推动人工智能在消费电子全领域应用，目标2027年形成3个万亿级消费领域和10个千亿级消费热点，消费电子、智能穿戴产品为重点方向。
- 消费补贴政策**
国补：国补定向补贴手机、平板电脑等3C数码品类；
省补：江苏落地3C省级补贴、贵州拓展以旧换新品类；
政府消费券：全国多地发放覆盖手机、平板、智能手表等品类的消费券，释放购物热情。
- 技术转型政策**
国家推进“人工智能+”行动，布局智能终端等产业；
重庆、上海出台专项政策，助力智能终端产业创新发展。



平台商家精准承接利好，有效转化



- 快速对接，明确补贴边界**
京东第一时间购新补贴政策，落地平台活动，明确3C品类、场景及用户的补贴匹配规则。
- 最大化扩大补贴红利范围**
京东将3C国补落地30余省市，上线区域电商行业第一；线上线下载联动，实现各省市用户便捷参与。
- 政策 + 场景创新性融合**
京东推动“3C数码国补中国行”，落地多城并结合地方特色，构建消费 + 文化 + 娱乐沉浸式体验。
- 简化参与流程，降低用户换新门槛**
京东APP设专属入口一键享补贴，叠加以旧换新服务，同步完成旧机回收与新购补贴，降低换新成本。

看技术：单点智能转向生态协同，京东以平台之力赋能3C增长



3C技术正从“单点智能”全面迈向“生态融合”，在此进程中，京东依托其在AI大模型、绿色低碳技术等领域的布局，以及为厂商新品提供从研发到推广的全方位支持，发挥平台生态的赋能优势，引领3C产业从提供单一功能，向打造以用户为中心的智能化、场景化体验升级。

政策

技术

供应链

消费



京东举措

AI技术运用

- 1.7万+品牌使用**京东数字人**直播。
- 发布“**JoyAI**”大模型品牌及贴身智能平台**JoyInside 2.0**，已接入30+家硬件品牌。
- 通过**AI技术匹配用户个性化需求**，推动3C向“AI原生硬件”升级。

青绿计划

- 京东平台设有**环保和可持续发展的**3C数码产品专区，流量扶持低碳产品。
- 持续推动**以旧换新绿色行动**，用户可跨品类以旧换新获得补贴，旧产品回收并进行环保处理。

先人一步战略

- 京东“先人一步”战略以**新品首发、AI引领、以旧换新**为核心，实现消费者抢先尝新与厂商增收的双赢。

看渠道供应链：京东全渠道融合构建3C消费完整购物链



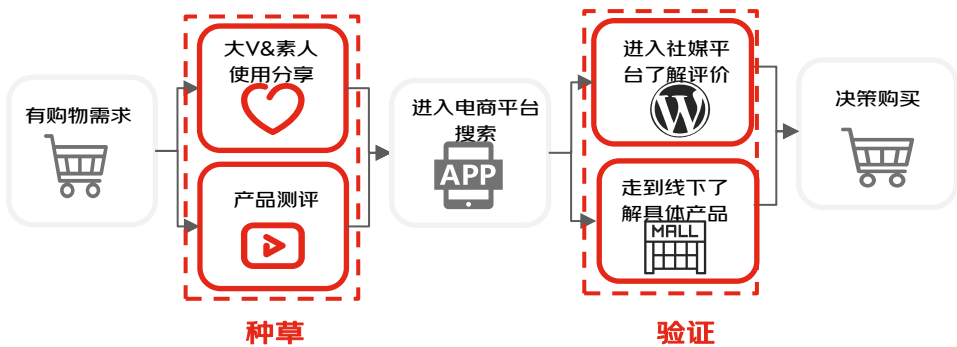
面对传统零售“线上缺体验、线下缺便捷”的行业痛点，京东3C全渠道融合通过“线下体验 + 线上便捷 + 全域服务 + 极速履约”的模式创新，构建了难以复制的竞争壁垒。这种从“渠道互补”到“全程闭环”的升级，使京东3C在2025年市场竞争中持续领跑。

3C消费链路演变

传统路径：搜索-浏览-下单



当前路径：种草-搜索-浏览-下单



京东全渠道融合特点

全域覆盖与沉浸体验

- 截至三季度末，京东3C数码门店突破4000家，京东MALL全国已营业门店超过20家。京东构建了行业最大3C全渠道网络（覆盖95%以上城市），线下提供沉浸式真机体验与专业服务，有效弥补线上体验短板。

创新模式与消费闭环

- 首创“线下体验+线上价格”模式，扫码直达小程序自助下单，即享线上同价服务，构建“线上种草-线下体验-线上下单-线下履约”无缝消费闭环。

一体化运营与效率支撑

- 通过全渠道数据与库存实时打通，实现精准推荐与服务匹配。同时，依托唯一码/串码实施“一盘货”精细管理，实现库存共享与高效周转，显著降低资金占用。



京东MALL北京新店开业，前沿AI与机器人产品线下首展

Bose全球代言人王鹤棣空降京东Mall直播活动

看消费需求：四大需求升级重塑3C消费新逻辑



用户对潮流化、个性化、高颜值、健康化产品需求上升，让3C消费升级的核心逻辑从“卖硬件”转向“卖基于用户身份、兴趣、需求的场景化价值”。

政策

技术

供应链

消费

穿搭化、情感化需求升级

让3C产品跳出“实用工具”的定位，成为用户潮流穿搭、情感表达的载体

- 手机/耳机/手表等成为OOTD一部分
- 京东与《时尚芭莎》定义了复古可露丽、电子Y3K等数码配件潮流趋势
- 高价手机壳的核心卖点是IP认同和社交展示，而非单纯保护功能



从工具到社交货币

IP文化与圈层化需求升级

3C产品通过IP粉丝、兴趣群体的专属需求，帮助用户找到同好圈层的文化认同

- vivo与三丽鸥联名，吸引二次元群体
- CASETiFY与上百个全球IP联名，让粉丝通过配件表明身份
- 围绕电竞、户外、影像、City Walk等场景，衍生出专属设备需求与分享文化



从产品功能到圈层认同

个性化表达与设计化升级

用户不再被动接受产品，而是通过定制设计展现个人风格，还能以“体验者”身份参与共创

- vivo S30系列提供多巴胺配色和撞色设计，满足色彩表达
- CASETiFY提供个性化定制服务，品牌在线下打造沉浸式体验空间，并鼓励用户晒出场景化使用体验，实现二次传播



个性化与共创化

健康监测与适老需求升级

3C产品成为兼顾全龄段的健康刚需，让产品成为“时尚单品 + 健康工具”的双重载体

- 智能手表产品成为用户健康监测和时尚搭配的首选单品，华为WATCH D2凭借医疗级19项健康指标检测，成为高血压、心血管风险人群及银发用户的热门选择
- 京东联合手机厂商通过C2M反向定制AI大屏手机，提升老年用户使用体验



健康化与适老化

看消费场景：3C产品场景化消费引领主流生活方式

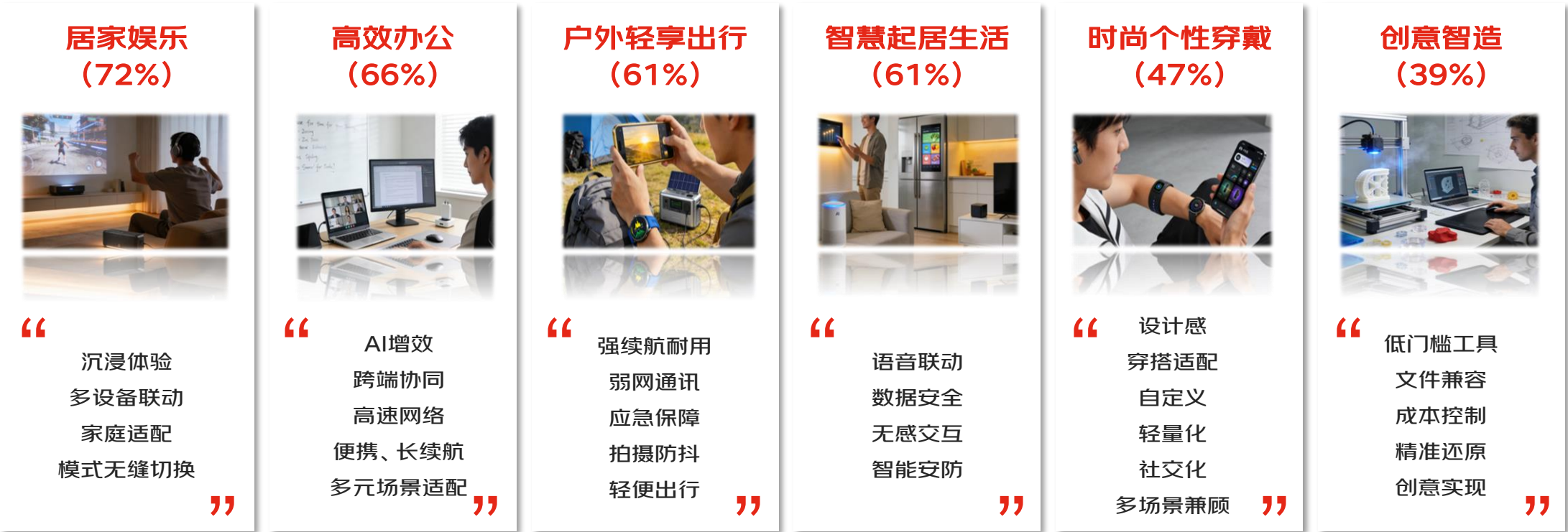


当前3C消费正经历从单一产品的“功能满足”到场景化的“体验至上”的深刻转型。这一过程由效率、悦己与圈层认同等核心需求驱动，推动行业竞争维度从单一的硬件性能比拼，升级为对“生态协同”与“场景深耕”能力的角逐。未来的行业赢家，将是那些能围绕用户具体生活场景，提供软硬一体、跨端协同的完整解决方案的品牌。

2025年3C品类消费者应用场景偏好



各3C品类衍生出更多细分消费场景，品牌通过技术创新和功能集成来满足消费者日益多样化的需求，同时场景化消费也引导了主流生活方式。





第二章

3C智慧生活场景与趋势品类洞察

2025年6大趋势场景赋能用户沉浸、高效、轻享、舒适、个性与创意体验 京东

居家娱乐场景



休闲娱乐智慧化
多场景联动升级沉浸式体验

主力品类：激光4K投影、AI智能音箱、居家艺术音箱、
电竞键鼠、超高刷显示器、WiFi7路由等

高效办公场景



AI功能进阶化
设备工具进化为智能伙伴

主力品类：AI PC、AI学习机、AI手机、AI智能音箱、
AI眼镜、AI家庭存储、AI电子书等

户外轻享出行场景



户外探行轻享化
便携智能及全功能设备成风尚

主力品类：生态摄影设备、智能时尚手表、
时尚头戴式耳机、AI眼镜、磁吸配件等

智慧起居生活场景



智慧起居协同化
智能套装定义全天候家居生活

主力品类：AI智能音箱、无线摄像头、WiFi7路由、
太阳能摄像头、居家艺术音箱等

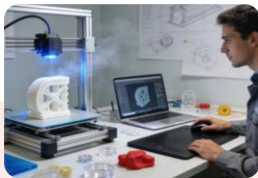
时尚个性穿戴场景



智能穿戴潮流化
时尚实用穿戴设备承载个性表达

主力品类：智能时尚手表、折叠屏手机、
时尚头戴式耳机、AI眼镜等

创意智造场景



创意智造普适化
智能装备助力轻松解锁想象力

主力品类：3D打印机、AI眼镜、
折叠屏手机、AI家庭存储等

居家娱乐场景：一二线高购买力青年，偏好“沉浸+便捷+协同”体验



居家娱乐场景定义：

以智能设备联动为核心，覆盖居家娱乐、游戏、轻办公、教育等多元需求，提供沉浸式体验与多功能协同的居家综合场景。

核心人群特征



AGE 26-35岁 **45%** TGI 133

Location 一二线 **52%** TGI 115

Income 极高购买力 **52%** TGI 140

Interests 科技产品 (**46%**)、游戏 (**29%**) 中重度爱好者

用户场景需求



追求**高清大屏的沉浸感**

68% 选择打造家庭影院，获得沉浸式巨幕观影体验



偏好**智能交互的便捷性**

65% 选择语音控制全屋智能家居



关注**多设备的场景协同适配**

62% 选择多设备同时高速上网、游戏、直播等不卡顿

用户价值观念

愿意购买数码、电子产品来
提高生活品质

相信科技改善生活，愿意
为智能科技产品买单

喜欢购买**物有所值**的东西

居家娱乐场景：场景适配 + 实用体验双优品类趋势



居家娱乐选品以“场景适配 + 实用体验兼具”为核心趋势，小平板、AI智能音箱等品类的高GMV增长，精准匹配了用户在居家娱乐中“多场景用、智能交互、协同联网”的需求。

居家娱乐场景用户选品趋势：								
	激光4K投影	AI智能音箱	电竞键鼠	超高刷显示器	居家艺术音箱	WiFi7路由	AI家庭存储	小平板
品类提及	78%	71%	69%	69%	69%	65%	64%	62%
GMV增速	★★	★★★★	★★	★★★★	★★	★★	★★	★★★★
用户期望	打造沉浸 家庭影院 灵活省空间	陪伴交互 全屋智能 语音控制	高竞技性能 个性化手感适配	电竞场景下 流畅视觉体验	音影沉浸感 家居美学适配	多设备高速 稳定联网 大户型覆盖优化	全家数据安全备份 家庭数据协同	便携娱乐 移动高效
代表品牌	JMGO 坚果投影			AOC	harman/kardon		UGREEN 绿联	Lenovo 联想
代表产品	 极米RS20三色激光变焦投影 游戏套装	 小度健康屏 京东定制版	 雷蛇毒蝰V3Pro	 MSI 321UPX QD-OLED流光游戏电竞显示器屏	 MORROART R1 唱片歌词音箱	 中兴【问天】BE7200Pro+	 绿联 DH4300 plus	 红魔电竞平板3Pro

居家娱乐场景：省心化 + 丝滑感+ 低成本搭建专业空间



2025居家娱乐场景用户基于“选品省心、设备联动丝滑、售后省力”的诉求，搭建低成本专业娱乐空间。

用户 - 场景化品类诉求



对“选择决策”：

声量：700+

决策简化

快速精准

场景适配

省心选购



对“设备联动”：

声量：500+

跨生态联动

语音统一控制

多设备协同

体验无缝



对“故障”：

声量：400+

售后一站式

响应维修快

省心对接

维修周期缩短

京东 - 品类服务举措



京东联合权威机构及产业链发起“真亮度不虚标”倡议并推出认证体系



京东推出3C产品“1年延保+1年碎屏无限保”专属售后服务，降低体验门槛



高效办公场景：多代际人群，依赖智能协同工具实现专业办公体验



高效办公场景定义：

依托多设备协同、智能生产力工具与数据管理能力，适配居家、小型办公空间等场景，实现专注工作、高效沟通的办公场景。

核心人群特征



25岁以下 **38%** TGI 121
41-50岁 **17%** TGI 113



女性 **39%** TGI 112



一线 **20%** TGI 106



学生一族 **33%** TGI 133
小镇中产 **23%** TGI 126

用户场景需求



偏好**智能高效工具**

62% 选择本地运行AI，处理工作更高效



期望**多设备协同联动**

62% 选择保证多设备同时高速上网、游戏、直播等不卡顿



关注**专业工具的Buff加持**

61% 选择用于打印模型、手办等个人爱好

用户价值观念

愿意为**科技/功能性**的产品
付出更高的价格

3C产品的**实用性**
比品牌更重要

愿意为**好的体验与服务**
支付溢价

高效办公场景：“办公 + 学习 + 创作”+ AI赋能



用户偏好AI赋能的“办公 + 学习 + 创作”全能兼容型品类，在京东平台呈现高提及率（如AI学习硬件达72%）与高GMV增长（如超高刷显示器同比增长138%）。



高效办公场景用户选品趋势：

	AI学习硬件	AI PC	3D打印机	WiFi7路由	AI手机	超高刷显示器	AI家庭存储	AI电纸书
品类提及	72%	71%	58%	56%	56%	56%	56%	52%
GMV增速	★★	★★	★★★★	★★	★★★★	★★★★	★★	★★
用户期望	辅助孩子学习 减轻家长教育负担 打造专注学习环境	本地AI提效办公 保障工作隐私 数据安全	满足个人爱好 助力孩子STEAM 教育 + 实用创作	多设备高速稳定联网 解决大户型覆盖问题	AI主动智能服务 高效处理日常事务	办公场景下 流畅视觉体验	全家数据 集中安全备份 家庭数据共享协作	护眼专注阅读 AI辅助提升 阅读效率
代表品牌								
代表产品	 学而思学习机T4	 ThinkBook 14+ 2025	 拓竹 P2SC 3D打印机	 中兴【问天】BE7200Pro+	 HUAWEI Pura 80	 MSI 321UPX QD-OLED流光游戏电竞显示器	 极空间 私有云Z425 旗舰版	 科大讯飞智能办公本 X3 Pro

高效办公场景：AI提效 + 无缝协同 + 低门槛专业工具推动高效办公体验 京东

用户以AI辅助提效、设备无缝协同、低门槛使用专业办公工具为核心诉求，京东通过专属办公AI功能、设备套装一键互联、专业工具配套服务来匹配，推动省心高效的办公体验升级。

用户 - 场景化品类诉求



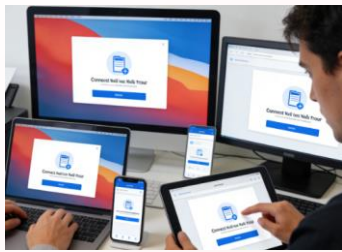
对“办公效率”：  声量：2000+

AI辅助

高效快捷

任务自动化

减少手动操作



对“设备协同”：  声量：8900+

无缝衔接

跨品牌联动

协作顺畅

步骤简化



对“专业工具”：  声量：1200+

操作简单

学习成本低

设置便捷

降低门槛

京东 - 品类服务举措



增设“AI装备馆”频道：深度种草+场景演示，直观理解AI产品功能与用法。



618开启抽奖活动：百万份“AI加油包”（AI产品/应用软件），推动AI功能普及。



户外轻享出行场景：一线高购买力，为爱好与科技付费，青睐智能便携



...

户外轻享出行场景定义：

以便携续航、运动监测与智能陪伴装备为支撑，覆盖户外运动、短途出行、露营等场景，满足户外娱乐、轻量需求与安全保障的场景。

核心人群特征



AGE 26-35岁 **40%** TGI 119

一线 **25%** TGI 134

¥ 极高购买力 **51%** TGI 137

户外运动 (**51%**)、体育 (**50%**) 中重度爱好者

用户场景需求



期望**设备更智能便携**

80% 选择监测健康数据



关注**户外记录设备**

65% 选择记录户外运动第一视角



偏好**新品体验升级**

56% 选择实时导航/翻译，出行更方便

用户价值观念

愿意为**专业爱好**
投入更多预算

愿意为**科技/功能性**的产品
付出更高的价格

更喜爱**知名品牌**的产品

户外轻享出行场景：多场景兼容 + 智能实用，全能型装备成首选



用户在户外轻享出行选品时，更偏好能覆盖户外、日常等多场景，同时兼具实用功能、智能辅助与时尚适配的装备，“多场景兼容 + 智能实用 + 时尚适配”已成为当前户外出行的主流选品趋势。

	生态摄影设备	智能时尚手表	时尚头戴式耳机	AI眼镜	磁吸配件	AI手机
品类提及	70%	65%	59%	55%	51%	45%
GMV增速	★★	★★★★	★★	★★★★	★★	★★★★
用户期望	记录户外/家庭场景 补全多元拍摄方式 户外耐用性	健康数据监测 多场景便捷功能 时尚穿搭适配	舒适长戴+ 降噪 高保真音质 潮流外观	解放双手 随时拍摄 出行智能辅助 时尚科技单品	稳固可靠 使用便捷 设备兼容整洁	AI智能交互 系统流畅 智能事务处理
代表品牌	大疆		SONY	Rokid乐奇	TORRAS 图拉斯	
代表产品	 大疆 Osmo Action 5 Pro 畅拍	 HUAWEI WATCH GT 5	 索尼 WH-1000XM5 头戴耳机	 Rokid glasses 乐奇 AI眼镜	 图拉斯QFlow柔肤 液态硅胶支点壳	 HUAWEI Pura 80

户外轻享出行场景：轻量 + 专业 + 适配让户外出行更省心



用户对装备的核心诉求聚焦于轻量便携（便于出行携带）、智能功能专业实用（适配户外场景需求）、装备适配配套（提升使用效率）。

用户 - 场景化品类诉求



对“户外设备便携性”： 声量：1900+

轻便小巧

重量 $\leq 1\text{kg}$

不占空间

短途/露营易携带



对“户外智能功能”： 声量：700+

户外模式更专业

野径轨迹识别

实时海拔同步

气温数据同步



对“户外装备搭配”： 声量：300+

配套适配配件

迷你防抖支架

户外办公辅助

提升效率

京东 - 品类服务举措



专业选购指引体系：趋势专题/直播科普/智能筛选等多元化工具与内容，搭建清晰选购路径。



场景化套装推荐：智能匹配户外装备适配配件组合，支持一键加购整套方案。



智慧起居生活场景：以无感智慧化，提升家庭与银发族便捷健康与安全



京东

...

智慧起居生活场景定义：

覆盖起床、洗漱、饮食、休息等日常起居环节，通过无感监测、智能辅助与安防保障，提升生活便捷度、健康度与安全性的场景。

核心人群特征



31-45岁 **57%** TGI 142
50岁以上 **12%** TGI 231



已婚 **57%** TGI 142



四线及以下 **44%** TGI 123



小镇家庭 **24%** TGI 153

用户场景需求



偏好**居家体验升级**

70% 选择提升听音乐、看电影的音质和沉浸感



期望**起居便捷性**

68% 选择安装自由、即放即用，很便捷



关注**智能设备联动**

65% 选择语音控制全屋智能家居

用户价值观念

相信科技改善生活，愿意
为**智能科技产品买单**

愿意为**好的体验与服务**
支付溢价

喜欢购买**物有所值**的东西

智慧起居生活场景：便捷智慧 + 品质体验需求持续攀升



用户选品聚焦便捷智慧与品质体验，AI智能音箱等契合该诉求的品类不仅提及率居前，GMV也同比增长显著，“便捷化、智慧化、品质化”已成为这一场景的核心选品趋势。



智慧起居生活场景用户选品趋势：

	AI智能音箱	无线免流摄像头	WiFi7路由	太阳能摄像头	AI家庭存储	AI手机	居家艺术音箱	激光4K投影
品类提及	61%	59%	55%	54%	53%	49%	49%	46%
GMV增速	★★★★	★★	★★	★★	★★	★★★★	★★	★★
用户期望	陪伴交互 全屋智能语音控制 老人小孩易操作	安装自由便捷 无电源/无WiFi场景 适配看护	多设备高速联网 大户型覆盖 稳定连接智能家居	免流量长续航 户外/无电场景适配 环保供电	全家数据安全备份 智能整理 家庭数据共享协作	AI主动智能服务 系统流畅 智能处理日常事务	音影沉浸感 家居氛围营造 美学适配家装	家庭影院沉浸体验 省空间灵活安装
代表品牌							harman/kardon	JMGO 坚果投影
代表产品	 小度健康屏 京东定制版	 神眸 BC22+(4G)	 中兴【问天】 BE7200Pro+	 海康威视太阳能 免流摄像头	 绿联 DH4300 plus	 HUAWEI Pura 80	 MORRORART R1唱片歌词音箱	 极米RS20三色激光变焦 投影 游戏套装

智慧起居生活场景：便捷 + 省心 + 稳定的无感智慧新趋势

用户对智能设备一键联动、安防设备省心维护、多设备联网稳定的核心诉求，推动“无感智慧”居家体验升级。

用户 - 场景化品类诉求



对“智能设备联动”

🔊 声量：19600+

一键联动

自动同步切换

观影模式适配

省去反复操作



对“安防设备维护”

🔊 声量：400+

省心安全维护

长效续航

自动清洁

避免攀爬拆卸风险



对“多设备联网”

🔊 声量：3700+

多设备并行

稳定流畅

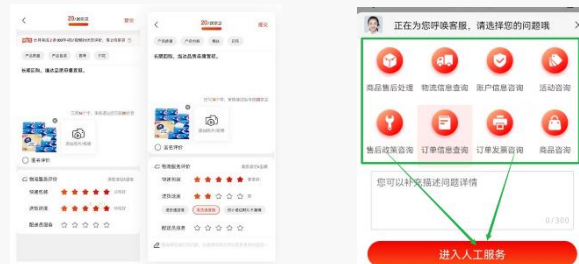
不卡顿

低延迟

京东 - 品类服务举措



建立逆向反馈机制：用户反馈直达厂商，驱动全链路协同创新，助力AI硬件融入更多新应用。



牵头制定行业规范：联合头部企业发布《家用及类似用途智能监控摄像机技术规范》。



时尚个性穿戴场景：聚焦年轻男性，满足“颜值+科技+穿搭适配”需求



时尚个性穿戴场景定义：

以高颜值设计、可定制化造型与穿搭适配为核心，通过兼具时尚属性与基础智能功能的3C产品，满足用户日常穿搭表达、个性化展示与社交场景适配需求的场景。

核心人群特征



AGE 25岁以下 **48%** TGI 154

♂ 男性 **71%** TGI 110

¥ 中高购买力 **72%** TGI 115

👥 学生一族 **35%** TGI 140
小镇青年 **10%** TGI 174
都市Z世代 **7%** TGI 149

用户场景需求



偏好**个性科技单品**

51% 选择折叠形态新颖酷炫，是科技前沿产品



希望**影音穿戴时尚**

45% 选择外观设计潮流，彰显个性



关注**核心穿戴装备**

44% 选择外观设计时尚，作为日常穿搭配饰

用户价值观念

愿意将钱花在有
设计感/高颜值的产品上

喜欢追求**新奇、乐趣**
以及**潮流**趋势的产品

喜欢能彰显自己
生活品味与个性的产品

时尚个性穿戴场景：时尚 + 实用的穿搭化智能趋势



用户聚焦设备的时尚穿搭属性与实用功能，智能时尚手表等适配品类提及率高且GMV增长，推动“穿搭化智能”成为选品核心趋势。



时尚个性穿戴场景用户选品趋势：

	智能时尚手表	折叠屏手机	时尚头戴式耳机	AI眼镜
品类提及	53%	47%	45%	42%
GMV增速	★★★	★★	★★	★★★
用户期望	健康数据监测 多场景实用功能 日常穿搭时尚配饰	一机两用（便携 + 大屏） 新潮形态体验 提升使用效率	舒适长戴 降噪高音质 外观潮流显个性	时尚科技单品 超轻佩戴舒适 超广角大光圈
代表品牌			SONY	 RayNeo
代表产品	 HUAWEI WATCH GT 5	 OPPO Find N5	 索尼 WH-1000XM5 头戴耳机	 雷鸟 V3 AI拍摄眼镜

时尚个性穿戴场景：颜值 + 实用 + 个性的智能穿搭适配



用户聚焦穿戴设备的时尚实用兼顾、多元个性款式、跨系统适配性等核心诉求，推动“智能穿搭适配”成新趋势。

用户 - 场景化品类诉求



对“时尚穿戴功能”

声量：3400+

外观适配穿搭

通勤消息提醒

运动监测

颜值实用兼顾



对“个性款选择”

声量：600+

多个设计选项

多元样式

支持定制

不易撞款



对“穿戴装备适配性”

声量：400+

跨系统适配

安卓/苹果兼容

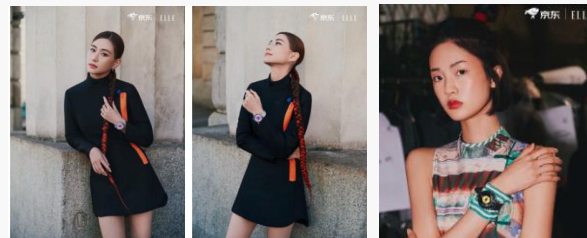
消息同步流畅

场景无缝匹配

京东 - 品类服务举措



联合ELLE发布《京东2025智能手表时尚趋势白皮书》，搭建「腕物新秀场」并链接顶级IP。



联合时尚芭莎发布五大潮流趋势，打造线上秀场，以3C数码潮流配件引领风潮。



创意智造场景：专业科技创作者，关注实体化 + AI辅助 + 便携轻量化



...

创意智造场景定义：

依托数字化创作工具、AI辅助能力与快速成型装备，支持个人、小型团队实现个性化创意设计、高效迭代与实体落地的场景。

核心人群特征



AGE 31-45岁 58% TGI 143

♂ 男性 78% TGI 119

📍 一二线 56% TGI 124

💰 极高购买力 62% TGI 166

🔧 科技产品中重度爱好者 50% TGI 140

用户场景需求



偏好**便携创作需求**

65% 选择一机两用，便携



期望**智能辅助创作**

56% 选择第一视角拍摄/记录生活



关注**实体化创意工具**

54% 选择制作创意礼物、家居饰品、实用小工具等

用户价值观念

喜欢追求**新奇、乐趣**
以及**潮流**趋势的产品

愿意为**专业爱好投入**
更多预算

愿意为**科技/功能性**的产品
付出更高的价格

创意智造场景：创意落地 + 智能便携的工具场景化



用户以“创意落地 + 智能便携创作”为核心，3D打印机、AI眼镜等品类提及率较高且GMV增长，推动工具场景化成选品趋势。



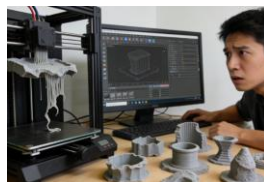
创意智造场景用户选品趋势：

	3D打印机	AI眼镜	折叠屏手机	AI家庭存储	AI手机	大屏AI手机	生态摄影设备
品类提及	43%	36%	35%	34%	33%	33%	33%
GMV增速	★★★★	★★★★	★★	★★	★★★★	新类目	★★
用户期望	满足个人创意爱好 助力孩子科创教育 实现创意实体化	第一视角疾速拍摄 随身AI助手 经典设计舒适佩戴	一机两用 多形态体验 提升创作效率	创意数据安全备份 智能整理 家庭/工作室数据协作	AI智能交互 高效事务处理 尝鲜AI功能	AI易用 语音操控 安全防诈 防水抗摔 流畅耐用	记录创意场景 (户外 / 家庭) 创作短视频 / Vlog
代表品牌	拓竹科技			UGREEN 绿联		HONOR	大疆
代表产品	拓竹 P2SC 3D打印机器	小米 AI智能眼镜	OPPO Find N5	绿联 DH4300 plus	HUAWEI Pura 80	WIKO华为智选 X70	大疆 Osmo Action 5 Pro 畅拍

创意智造场景：低门槛高效创意落地，推动服务与设备适配升级

用户以3D打印低门槛、创意可视化简化、移动创作体验优化为核心诉求，推动该场景向低门槛高效便携的创意落地方向发展，京东也适配了对应服务与设备来匹配这些需求。

用户 - 场景化品类诉求



对“3D打印入门”

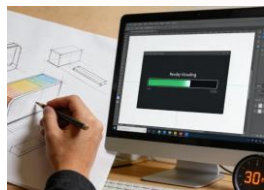
声量：400+

操作简化

新手易上手

参数自适应

降低试错成本



对“创意可视化”

声量：900+

流程简化

高效转化

快速渲染

减少等待



对“移动创作体验”

声量：500+

移动便携

功能完整

云端同步

快速输出

京东 - 品类服务举措



打造沉浸式体验：采销深入展会，线上同步「3D打印超级趋势」活动，让用户感受“万物皆可打”。



提供补贴与礼包：国家补贴+购机送耗材，降低3D打印机购买门槛，触达更多用户。





第三章 展望·共赴3C新纪元

京东趋势品类增长方法论：数据驱动、全域渗透、机制创新的增长引擎

以“精准识势-乘势渗透-聚势催化”为核心逻辑，形成从机会洞察到爆款打造的闭环：通过AI大数据、政策解读、用户情绪分析等实现前瞻性品类识别，依托线上线下社群全域协同与内容营销放大趋势声量，最终以资源倾斜、流量聚焦与C2M用户共创机制，高效催生符合市场需求的爆款产品，形成“人货精准匹配 - 全域高效渗透 - 爆品价值爆发”的闭环赋能模式。

精准识势 ————— 乘势渗透 ————— 聚势催化

锚定人需本质深耕货品价值

- ✓ 依托AI与大数据技术构建趋势预警系统，实现前瞻性品类识别
- ✓ 解读政策风向与消费热点，挖掘‘新国补’背后的结构性机会
- ✓ 融合社交媒体情绪分析与用户评论挖掘，锁定高潜力产品特征

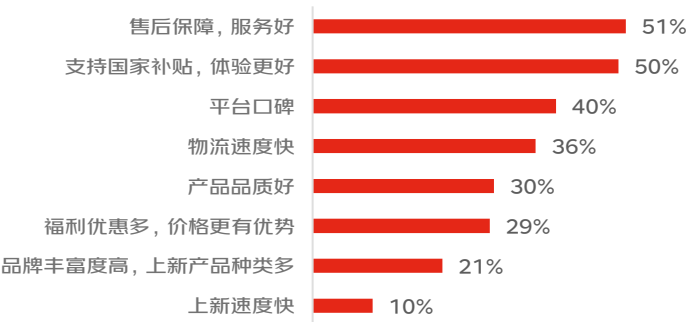
多维场域协同加速渗透

- ✓ 打通线上、线下与社群三大场域，构建全域运营增长闭环
- ✓ 布局KOL/KOC种草矩阵，驱动内容裂变与用户心智占领
- ✓ 策划跨界联名与主题营销活动，提升品牌话题度与市场声量

机制创新催生爆款产品

- ✓ 建立新品绿色通道与专项资源池，实现快速响应与重点品类扶持
- ✓ 整合首页推荐位、搜索加权、直播带货等流量集中打造明星单品
- ✓ 推行C2M反向定制模式，与用户共创趋势商品形态与功能

受访者对平台新品的偏好因素



构建生态基座：为趋势品类提供确定性增长的全链路基础设施



京东依托精准的数据洞察与分层的趋势筛选机制，系统构建了从趋势识别、全域渗透到资源引爆的完整闭环，为品牌伙伴将趋势信号转化为确定性的市场增长提供了可预测、可复制、可规模化的全链路基础设施。



前瞻选品与精准启动：精准匹配赛道



全链路转化：让流量“高匹配、深沉淀”

趋势产品筛选的核心原则

前瞻性与战略匹配

不盲目追逐短期热点，而是基于用户需求，着眼于具有长期增长潜力且符合国家政策导向或重大技术突破方向的品类

市场需求与增长动能

结合平台内搜索趋势、销量增长、用户评价、内容社区热度、外部政策与产业情报等的动态数据驱动



03流量分发层

高效流量分发算法
线上线下全域资源扶持
触达用户决策全链路

02人群沉淀层

精准人群增长矩阵
核心人群洞察·投放效果复盘曝
光人群回流·人群规模增长

01传播触达层

差异化传播资源矩阵
搭建跨品类合作/IP联名/娱乐营销实现
声量认知曝光+种草+精准投流有机组合

站内场域经营

搜推场

搜索热搜榜

搜索平铺

搜索加权

搜索下拉

频道导购

内容场

逛频道

主题直播

AI数字人

短剧

深化用户运营：数据驱动，多场景触达用户，提升用户转化效率



以“精准画像为基，全域触达为径，转化闭环为果”深化用户运营：通过构建精细化用户标签体系实现精准定位，整合线上线下多元场景打造全域触达网络，结合跨品类合作、IP联名等差异化传播引发用户共鸣，并以消息类产品辅助，最终打通“种草 - 共鸣 - 转化”全链路，实现用户触达效率与转化效果的双重提升。



引领行业共振：以供应链驱动品类进化，引领品类结构性升级



京东以供应链为核心连接“洞察—履约—供给—服务”，依托AI与数智化供应链能力，联合品牌与上下游伙伴共建品类标准、共研新品，并以全国仓配网络保障体验落地，推动趋势品类从制造爆款迈向定义赛道，推动行业进化。



京东2026年愿景目标：从爆款制造到趋势定义者的战略跃迁



2026年，多项利好政策为3C数码市场注入了强劲动力，3C数码行业正迈入一个由场景与技术深度融合定义的新阶段。京东3C凭借全链路的趋势洞察力、确定性的供应链支柱与开放的平台生态，逐步从“爆款制造场”跃迁到“趋势定义者”。

1 政策展望

2 品类展望

推动整个产业链从短期市场复苏向长期技术革命

商务部等5部门办公厅关于印发《手机、平板、智能手表（手环）购新补贴实施方案》的通知

工信部《关于加快传统制造业转型升级的指导意见》

工信部《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》

《关于2025年加力扩大实施大规模设备更新和消费品以旧换新政策的通知》

《信息通信行业绿色低碳发展行动计划（2022-2025年）》

重庆市加快推进人工智能终端产业创新蝶变行动计划（2026—2030年）

《上海市智能终端产业高质量发展行动方案（2026-2027年）》

2025年，低空经济首次被写入国家《政府工作报告》

未来拟议/预期政策方向

- 01.“端侧AI”普及计划

可能推出针对AI手机、AI PC及AI眼镜等终端的专项消费补贴或税收优惠，推动大模型能力从云端下沉至个人设备
- 02.脑机接口消费级设备应用试点

政策或将支持非侵入式脑电穿戴设备在健康监测、专注力训练等消费级场景的试点与标准制定
- 03.低空经济与即时零售融合试点

政策或支持在重点城市划设无人机即时配送示范区，为如4K高清相机等高价值3C品类开辟“3公里/15分钟”空运网络

扶持·趋势品类



新国标充电宝 AI随身WiFi 无线免流监控摄像头 智能眼镜 大印量激光打印机 时尚耳机 AI家庭存储 居家艺术音箱 AI音频 家用专业投影 WiFi7路由 睡眠耳机 时尚智能手表 模块化电玩 电竞键鼠 太阳能摄像头 千元高亮AI投影 AI学习硬件 生态摄影设备 AI电纸书 3D打印设备 激光打标机 AI工作站 照片打印机 直播摄像头 游戏平板



作为行业的共建者与赋能平台，京东将持续依托其数据能力、供应链优势与开放生态，与品牌伙伴及产业各方协同创新，共同响应并引领消费需求，开创智能生活新纪元。

THANK YOU

