



主题品牌传播展示

京东服饰亮相北京时装周 多举措助推服饰品牌高质量发展

9月15日晚，北京时装周开幕大秀将在北京前门大街举行。本场大秀以“壮美中轴线”为主题，由京东服饰与高定设计师劳伦斯·许联合主办，意为向世界展示东方美学下的服饰魅力。此次京东服饰与北京时装周的合作，双方将充分发挥各自资源优势，携手助力时尚产业生态的高质量发展，京东服饰也将为服饰品牌提供更多的展示机会和更大的增长空间。

本场大秀期间，京东服饰携手 CABBEEN 卡宾、HAZZYS、乌丫 (UOYUAA)、朗姿、斐乐 (FILA) 5大服装品牌参与走秀，为消费者带来更全面、新潮的秋冬趋势穿搭指南。同时，京东服饰邀请了4位服饰老用户前来观看开幕大秀，更好地为消费者带来优质消费体验。

作为北京时装周的战略合作伙伴，京东服饰始终致力于为广大消费者提供丰富的服饰商品和优质的服务。京东数据显示，今年8月以来，通过京东服饰上新的服饰新品数量同比增长已达120%。这意味着京东已成为一线服饰品牌商家上新主阵地。

北京时装周诠释国风国潮 京东“即看即买”沉浸式看秀体验

随着新生代消费群体的崛起，国潮从被接受、喜爱，再到如今引领时尚趋势，国潮国风已成为年轻群体与传统文化之间的联系纽带。京东服饰与北京时装周的合作，不仅是对时尚风向发展的一次跨越，更是对传统非遗文化的传承。

北京时装周开幕大秀以“过去、现在、未来”3段篇章贯穿整场，在展示现代多元潮流的“都市素描”篇章中，京东服饰与 CABBEEN 卡宾、HAZZYS、乌丫 (UOYUAA)、朗姿、斐乐 (FILA) 5大服装品牌联袂呈现今年秋冬潮流新品，演绎当下大热的城市户外风、知识分子风、美拉德风、Clean Fit等多种秋冬流行趋势风格，为消费者提供了丰富的服饰穿搭选择，也为优质的国内外服装品牌带来更大的展示舞台。

为实现时装周与城市空间地标的自然融合，方便游客边走边体验，京东服饰还在前门大街多处设置了艺术装置。京东JOY特别款有轨电车、复古氛围的欧莱雅京东美妆展台以及T台AI拍照打卡区等，使时尚元素与城市脉络相得益彰，交相辉映。

此外，为了让更多消费者感受北京时装周的盛况，9月15日晚8点，“京东时尚BOSS直卖”直播间将对开幕大秀进行全程直播，消费者也可以“即看即买”，在模特走秀的同时，在京东下单自己心仪的走秀同款服装。同时，时尚自媒体人“原来是西门大嫂”与京东服饰BOSS直卖官，将在直播间一起回顾点评北京时装周精彩瞬间，分享早秋穿搭趋势，畅聊穿搭热门话题。

多举措助推品牌高质量发展 为消费者带来多元选择

为了进一步给品牌商家带来确定性增长，为消费者打造“多、快、好、省”的优质消费体验，京东服饰依托京东集团强大的供应链和全渠道资源能力、更开放的平台生态、有效的运营机制，在为消费者升级全链路无忧购物体验的同时，为合作伙伴实现成本和效率的优化，多措并举助推品牌高质量发展。

为打造多元化商家类型矩阵，京东服饰对品牌商家进行了多维度的扶持。今年年初，京东推出了“春晓计划”，为商家带百亿流量扶持、“0元试运营”、新商家双倍流量激励等20项举措。京东二季度财报数据显示，二季度京东新增商家数量同比增速达到417%，特别是时尚品类的商家数量实现了快速增长。此外，京东服饰还陆续制定鞋靴“100-100计划”、定制服装招商专属政策等多种专项招商计划，通过流量扶持、运营支持以及入驻优惠等具体举措，为合作伙伴带来确定性增长。

同时，众多国际大牌也将目光锁定京东。迄今为止，包括LOUIS VUITTON、GUCCI、BOTTEGA VENETA在内的全球9成以上奢品大牌已入驻京东，并实现同步上新。此外，包括法国轻奢时

装集团SMCP、意大利时装品牌MISSONI、韩国潮流品牌WE11DONE、潮流鞋靴品牌GG-CC等在内的服饰国际大牌入驻京东，大大地丰富了京东服饰的多样性。

值得一提的是，高级定制服装品牌劳伦斯·许也在北京时装周期间正式入驻京东，京东率先成为劳伦斯·许的全网线上订购渠道，消费者能够在京东买到更多明星同款和高品质国风华服。

随着服饰大牌不断入驻和新品上新数量的高速增长，京东服饰的新品布局也在加速扩大。数据显示，8月份以来，在京东服饰上新的服饰新品数量同比增长120%，京东已成为一线服饰品牌商家上新主阵地。

一直以来，京东服饰始终致力于为广大消费者提供丰富的时尚服饰产品和优质服务，并充分整合技术、供应链、营销等多重优势，打造线上线下消费融合场景新模式，助力更多服饰品牌打开新增长空间，为消费者带来更多元的时尚消费新体验。

(数据来源：京东集团)



北京消费季

北京惠民文化消费季

BEIJING FASHION WEEK 北京时装周

BEIJING FASHION WEEK SS2024 北京时装周

IN北京潮有范儿

9.15-9.22