



Flywheel

飞跃增长 数聚未来

Flywheel 2026年H1趋势

向内共生，向外鲜活

像植物一样扎根、像流水一样灵动





01

韧性时代下的消费变化

2026年H1消费环境变化

宏观经济：GDP平稳增长，消费意愿进一步提升，呈经济回暖之势



GDP (国内生产总值)
2026年Q1 vs 2025年Q4 -4.5%

+5.0%



网上商品零售额
2026年1-5月

+5.0%



CPI (居民消费价格指数)
2026年1-5月 -结束低迷状态

+1.0%



PPI (工业生产者出厂价格指数)
2026年5月 (26年4月-2023年来首次转正)

+3.9%



消费意愿指数
2026年Q1

123.6 (创七季新高)



当前消费意愿
2026年Q1

117.0 (+4.4点)

2026年消费正在重塑：从「买商品」到买服务、买体验、买价值、买认同

从买商品到.....

买服务

服务型消费成主力

2026年1-5月
服务型消费支出占比总支出

46%+

同比增长

5.6%

(高于同期商品零售额4.2个百分点)

买体验

体验型经济兴起

在实体店看重氛围
的受访者占比

68%

重视服务体验占比

61%

买价值

更愿意为值得付费

2026年在同等条件下
优选国货占比

91%

认为自由品牌更物有所值占比

69%

买认同

兴趣圈层溢价高涨

谷子经济中
为认同共鸣买单的消费者

89%

文娱品类客单价同比增长

346%

背后原因是消费者在【回归本我】：从我要掌控一切到融入我的世界



本我消费表现1:“松弛感”取代了“紧绷感”，追求向内共生，聚焦自我内在状态

消费者开始真正地“为自己而活”，将消费重心聚焦于“小世界”和“悦己体验”



拼豆爆火

国人从效率焦虑转向允许自己慢下来
年轻人开始重新寻找‘慢下来’的能力

「情绪修复手工」

拼豆以低门槛、高专注度让人快速进入「心流状态」



+9,018%

2026春节Z世代
拼豆团购订单量同比增长

拼豆成为成年人低成本的疗愈工具

超1557万条

小红书拼豆相关笔记

超59亿

抖音拼豆相关话题播放量



职场生活美学

认真对待上班和下班的几小时
把生活感重新找回来

「情绪策展人」

把工位变成“情绪策展空间”
用玩具给自己搭一个“微型避难所”



#生活策展

+1115%

近一年社媒热度同比

年轻人正在重新经营工作之外的人生

#下班后找回生活

+30%

小红书过去半年笔记总量增长

#下班后做什么

超10亿

小红书相关内容浏览量



回归东方叙事

不再追求西式框架下的完美，
而是回到中式本我的舒适圈

「回归中式温和感」

当高压成为常态，消费者开始回归东方的温和、平衡与自我修复



熬夜后喝护肝饮品

办公室泡红豆薏米水

买黄芪苹果水

用东方温补逻辑来“低成本修复自己”

#老祖宗的智慧

+11.7%

近一年社媒热度同比

#中式养生

+69.6%

近一年社媒热度同比

本我消费表现2：“共生意识”正在取代“所有权执念”，聚焦与世界互动

消费者与产品、品牌的关系正在从“拥有它”转向“体验它”和“融入它”。



生活的像当地人

不是走马观花到此一游
而是融入当地生活

「旅居生活」

告别走马观花的打卡
以长期在地生活的方式与城市深度共生

6亿人次

全国旅居市场潜在需求

+150%

云南某旅居产品
五一预订量同比上涨

「旅游研学」

通过在地文化体验
以互动式学习的方式与世界建立共生联结

+19%

2025年中国研学游市场规模
达到2132亿元，同比增长

超百万

年轻人在景德镇
选择陶艺等短期兴趣班



与自然和社会互动

不是公园“背景板”
而是变成自然“沉浸场”

「自然复兴」

不再将自然视为背景
而是以沉浸式活动与自然建立共生互动

#观鸟

超10亿

抖音话题播放量

7.8亿次

小红书内容浏览量

#Color walk

2.7万篇

小红书相关笔记累计

4.6亿次

话题曝光量突破

「户外生活」

以户外探索与自驾
实现与自然的深度共生联结

户外探索

+120%

2025年户外探索类产品
搜索量同比上涨

自驾出行

+98%

2025年租车
自驾订单同比增长



感知微小的幸福

不执着于炫耀型消费
而是增加低门槛快乐

「陪伴型经济」

宠物经济下
养宠人围绕宠物重新规划生活方式



全国新开的商业项目中，
宠物友好商场占比



宠物客群带动周边业态销售额
增长比非宠物区域高

「体验型经济」

体验型消费正在替代“物质消费”
从买商品到买体验

969.1亿元

2025年中国
演出市场规模预计达到



大型演唱会跨城观演占比

2025→2026趋势跃迁：从“左右互搏”到“身心共生”

2025年，消费者在快充与定心间选择；2026年，他们在共生中活出全部的自己

——2025年关键词——

情绪快充&长效定心



——2026年H1关键词——

向内共生&向外鲜活



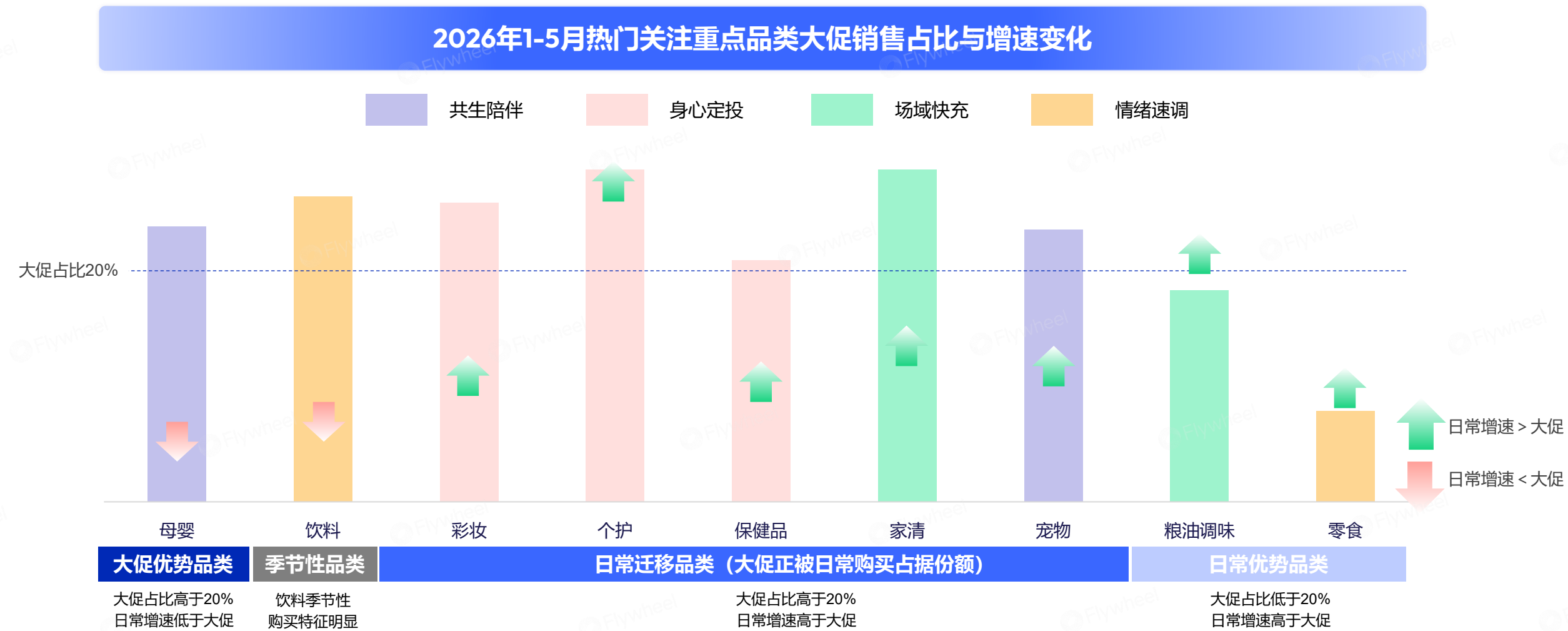
02

消费品类趋势图谱

2026年H1品类趋势



品类变化：母婴品类大促囤货性质明显，彩妆、个护及保健品类等身心定投需求正在向日常满足迁移，粮油调味与零食品类是情绪速调剂，消费者所想即所得



2026年消费者正在打造「活得更好」的全景拼图



身心定投

01

彩妆： 自在原生

“自在原生”倡导从“向外修饰”回归“向内滋养”——通过养肤底妆透出天然气血感，而非层层遮盖；同时借由一物多用的多功能彩妆，化繁为简，几分钟完成点睛之笔。妆容的最高境界，不是改变自己，而是还原那个本就鲜活、松弛、有生气的自己。

鲜活本真

养肤进行时，原生感的好气色与立体感成为热捧

追求有气血光泽的肤质

540%

2025年

#有气血的光泽感

小红书浏览量同比增长率

1027%

2025年

#显气色

小红书搜索量同比增长率

1.7亿

近一年

骨相化妆术

社媒浏览量

2

亿

毛流感

社媒浏览量



「Mistine」夜光气垫

专利养肤

妈生好气色

越夜越有光



「PERIPERA」极细染眉膏

自然轻染色

轻松使用

打造野生眉

高效松弛

高效又松弛，过极简决策和一物多用，解放身心负担

多用彩妆成为懒人心头好

+356%

312倍

彩妆多用

小红书搜索同比

潦草化妆

社媒阅读同比

一盘多效，自由调配全能焕活

#综合盘
+143%

#唇颊多用
+627%

#自组盘
+72%

社媒相关自由调配盘
搜索量同比



「橘朵」旅行掌心盘

一盘顶8盘

实用主义

一套配齐 赶路不急



「Homure」唇颊两用唇膏

手机磁吸

唇颊两用

随时补妆

身心定投

02

个护： 形神共养

现代个护已进阶为身心协同的自我关照。消费者既追求由内而外的肌肤塑形——内调外养、天然成分打造紧致状态；也视护肤为情绪充电站，从中式养颜与治愈系产品中获得松弛与安全感。护肤从任务变为悦己仪式，身心同养成核心驱动力。

普拉提护肤

不止涂涂抹抹，由内塑形肌肤

寻求内调外养的肌肤塑形

不止面部，更是全身塑形革命

+67%

2025年

#内调外养
话题社媒声量增速

+27倍

2025年

#中式养颜
话题社媒声量增长

+105%

2025年

头皮抗衰
相关社媒种草作品

+67%

2025年

以油养肤沐浴油
销售同比增长



「佰草集」修源五行
仙草油

天然植萃油

古法配新方

内养生机 紧透生光



「浴见」果果轻盈
沐浴油

果酸+油脂

东方女性专研

以酸焕肤，以油养肤

情绪SPA

护肤即充电，治愈疲惫悦己心

「护肤时的感觉」更为重要

全场景护肤情绪价值升级

+468%

近一年总热度同比

#治愈系护肤
社媒总热度

72%

消费者认为香氛类身体
护理优点为
提供情绪价值

+75%

近一年总热度同比

#通勤防晒
社媒总热度

+20%

近一年总热度同比

#熬夜垮脸
社媒总热度



「馥郁满铺」晚香玉
光感发酵精萃水

前调-葡萄柚 中调-玉兰 尾调-晚香玉

全新馥郁香调 焕亮肌肤



「调梦师」睡眠沐浴露

晚安因子

舒缓情绪

让身体卸下负担 回归本我

身心定投

03

保健品： 养防一体

保健品消费正从“被动治病”转向“主动分场景管理健康”：日常用中式轻养融入三餐与通勤，实现润物无声的滋养；一旦出现明确需求，则借助AI诊断与细分功效产品进行靶向干预。养防一体，成为新一代消费者的共识。

中式轻养

中式养生从小众偏好，走向每个人日常生活的必选项

中式养生日常化

在每个生活场景植入中式养生

+70%

「中式养生」社媒
热度同比增长

5亿+

药食同源
社媒声量

·经期
+54%

·换季
+65%

·补充能量
+64%

2025年药食同源
社媒关注度同比



「喜纯」玉灵膏

东方本草

女性补血



「方回春堂」酸枣仁睡前膏

8味地道原材

数倍浓缩

纯净仅有2味：西洋参+龙眼肉

睡前一条，好梦相伴

精准管理

科技重塑健康，供需精准对接

AI+健康提供精准健康入口

细分健康需求需逐个击破

506%

2025年

抖音AI医疗
声量增幅

1301%

2025年

小红书AI诊断
声量增幅

·皮肤健康
+29%

声量1.12亿

·四高问题
+20%

声量1195万

·代谢问题
+114%

声量67万

2025年社媒健康
需求声量及同比增速



「EVO1.1」AI动态定制
营养补剂

测评定制

精准搭配

一个月换一次配方



「lifespace」麦角硫因
蓝钻时光瓶

外塑紧轮廓

内养年轻态

99.99%微生超导型麦角硫因

场域快充

04

家清： 家居充电站

家清消费从基础清洁需求，升级为场景化解决方案与居家疗愈的双重诉求。专业清洁能力与香氛体验结合，成为打造居家安全感、提升幸福感的核心方式。

功能细分

专业清洁能力升级，场景化解决方案成为居家安全感刚需

场景细分需求重构家清产品矩阵

+23.5% +28.7% +17.2%

多用途清洁 厨房清洁 餐具清洁

三大品类在内容电商的增速

清洁痛点更精确具象化

卫生间 除垢、地漏、除臭、溶解

地面 抛光、留香、瓷砖、地板

去污 去油、去重油污、玻璃用

厨房 锅底黑垢、不锈钢用、除霉

洗衣机 留香、除味、除螨、除菌



「滴露」地板清洗剂瓷砖
清洁拖地专用清洁

高效去污

不留水印



「老管家」墙体除霉剂去
霉斑霉菌清洁剂

除霉防霉

不伤墙面

杀菌去污，双效清洁

专研除霉配方，墙面焕然一新

氛围经营

家清成为居家幸福感的核心表达和疗愈情绪的重要方式

嗅觉消费催生居家疗愈新趋势

32亿次

小红书“家居氛围感”
相关话题浏览量

58%

消费者认为“气味”
直接影响居家放松
感

香氛洗护实现品类高速落地增长

+45%

香氛洗衣液

线上香氛洗衣液
2025年同比增长

15.2%

留香持久性

消费者对留香持久性
关注度提升至



「绽家」四季繁花持久留香
香氛洗衣液

高奢香氛

持久留香

定义你的专属香味标签



「德佑」香氛湿厕纸
湿厕巾

情绪美学

温和净护

诠释精致生活态度

场域快充

05

粮油速食： 效率美食

速食消费从“快速饱腹”向
“高效率生活解决方案”迭代。
消费者追求便捷与品质的平衡，
速食场景持续渗透，口味向零
食化、甜品化延伸，兼顾效率
与情绪价值。

即时新质力

敏捷响应即时消费，以高效迭代锻造渠道爆款力

即时零售开辟行业全新增长赛道



#即时零售

#盒马自营

叮咚买菜

7FRESH七鲜

+58%

100+

相关平台2025年
主流社媒总热度同比增长

盒马自制速冻米面
在售商品数量

MARKETSIDE
沃集鲜

爆款打造



「盒马」
五谷丰登有料馒头

谷物矩阵

多料柔软

“中式贝果”

敏捷创品



「沃集鲜」
黑芝麻葵花籽核桃流心汤圆

立体造型

三重谷香

美味&健康&寓意全揽

甜享随心食

跳出传统主食定位，用零食思维重构速食的情绪吸引力

日常场景渗透加速

#办公室场景

2025年社媒热度

170W+

#夜宵场景

2025年社媒热度

60W+

衍生场景需求下的口味衍生

#解馋

+69%

近一年行业主流社媒
总热度同比增长

#甜品口味

+54%

近一年行业主流社媒
总热度同比增长

声量增长口味

巧克力

榴莲

草莓

芋泥

零食跨界



「顾一盒」漏奶华八宝饭

奶香浓郁

团圆饭甜点

会爆浆的八宝饭

闲食升级



「爱裸云点」山楂糖葫芦馒头

糖葫芦造型

酸甜开胃

可爱小巧，健康饱腹

零食： 紧绷松绑

零食消费的核心驱动力转向情绪价值。作为低门槛的情绪缓冲载体，零食通过健康化、猎奇化创新，适配多元情绪场景，成为释放压力、获取愉悦的即时出口。

情绪释放

零食成为多种情绪的出口，喜怒哀乐皆可吃

情绪价值成为零食消费核心
增长引擎

85%

认为零食能带
来幸福感

31%

压力增大带来
的情绪性消费

零食偏好因情绪场景而定

开心放松

分享性强的零食
放大愉悦感

自我奖励

新口味、网红零食

压力焦虑

重口味、通过味觉
刺激释放压力

伤心难过

甜味零食，分泌多
巴胺缓解负面情绪



「哈尼牧场」牛脆脆

酥脆口感

耐嚼鲜香

健康低负担+情绪解压



「皮乐士」剥皮软糖

真实果感

软糯口感

软糖创新+快乐分享

风味邪修

不仅要好吃，也要好玩

零食消费以趣味体验为核心

59%

00后看到新口味
就想买来尝尝

28%

「猎奇零食」近90天
声量热度增长

零食猎奇创新层出不穷

地域猎奇

折耳根味

藤椒味

辣子鸡味

跨界猎奇

啤酒味

皮蛋味

腊肉味



「旺旺」胡辣汤味浪味仙

限定风味

跨界联名

猎奇口味浓郁冲击



「盐津铺子」麻酱素毛肚

六必居麻酱

双重口感

黏糊口感+趣味联名

情绪速调

07

饮料： 即时调频

饮料从基础解渴功能，进化为适配多元场景的“状态调节工具”。功能性饮料与轻养生饮品快速增长，通过不同成分与风味，实现提神、舒缓、助眠等即时身心调节。

状态开关

从解渴到调状态，饮料成为现代人的随身模式切换器

饮料投射消费者的生活状态

居家休闲

助眠安神
状态微醺

清爽解腻
畅饮嗨吃

聚餐娱乐

早间通勤

提神醒脑
元气补能

能量补给
轻负担解压

午后小憩

场景细分趋势持续深化

35%

安神/助眠需求

54%

舒缓压力需求

48%

提神解困需求

35%

获得治愈需求



「日加满」甜睡营养素饮料

无糖0负担

Y-氨基丁酸

开盖即饮，助眠安睡



「外星人」维B水

微量元素

唤醒活力

身心充电，能量轻补给

轻养即饮

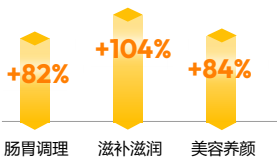
把复杂养生变成随手可得的日常补给

全民泛养生到精养生

+32.7%

2025年养生饮
市场销售额同比

饮料市场分功效销售额同比



为了健康主动喝植物饮料

50%

喝植物饮料
成为主动健康干预

Vs 2024年79%
只在身体不适时喝



「盒马」金银菊百合姜枣饮

草本植萃

暖胃滋补

0糖0脂，便捷轻养



「一颗大」NFC番茄汁

100%番茄汁

补充维C

配料干净，天然维C补充

共生陪伴

08

宠物： 人宠共生

随着“宠物是家人”理念深入人心，主人珍视家人级陪伴。新品从衣食住行玩场景出发，打造仪式感产品，深度满足情感需求，营造温暖人宠互动的氛围；同时科学养宠，通过日常健康监测与保健养护，提前预防疾病，延长彼此陪伴周期，全面提升生活品质。情感与健康并重，让彼此陪伴如家人般长久而温暖。

拟人情感

打造仪式感产品，满足情感需求，营造温暖的人宠互动氛围

宠物是不可替代的家人

85%

2025年

的85后、90后宠主将宠物视为“孩子”或家人

8182w+

2025年总浏览量

小红书
#养宠人的治愈谁懂啊

120%

2025年

抖音宠物汉服IP联名项圈等消费增长

~4成

2025年

的养宠人在节假日规划带宠物出行



「帕特」它de小茶歇

冻干工艺
和萌宠一起品鉴下午茶



「zeze」杨梅吐气猫抓柱

好奇本能
应季装饰
畅快磨爪，扬眉吐气

长期陪伴

科学养宠理念深入人心，宠物主通过各种方式守护爱宠健康

持续重视宠物健康

105%

2026年

“猫狗药品”品类热度同比增长

132%

2025年

“宠物健康”趋势词阅读数同比增长

全阶段且精准的健康管理

2.5亿 300%

#老年犬
#陪狗狗变老
相关话题热度

抖音美毛、肠胃、免疫、泌尿等功能性宠粮搜索指数



「帕奇宠」宠物社交AI健康实时GPS定位器

随时监测
精准定位寻宠，健康动态呈现



「鲜朗」鸭肉梨烘焙犬粮

清火王者
营养均衡
鲜肉营养，清润降火

共生陪伴

09

母婴： 鲜活长大

母婴消费的核心驱动力，正从“功能满足”与“物质供给”，全面转向“情感共鸣”“平等共长”与“体验价值”。新世代父母正在用实际行动重新定义“好的育儿”——不再追求完美无瑕的配方和昂贵堆砌的物质，而是在亲子体验中彼此滋养，在情绪共鸣中共同活得自在鲜活。

精神富养

用实践与体验滋养童年，让成长在共处探索中丰盈

关注孩子兴趣所在

14%

2025年

兴趣教育市场规模增速
(预计26年达3661亿元)

更注重精神和思维的成长

1.4亿

2025年

抖音#亲子研学
内容总播放量

8亿

2025年

抖音#自然教育
内容总播放量



「babycare」bctoy's
小丑鸭AI智能机器玩偶

感知情绪

长期仿生记忆

接得住每一个异想天开



「美乐童年」益智stem
科学小实验套装

动手动脑

科学创造

物理知识 一玩就会

孩本分龄

通过分龄精细化产品与趣味化体验，让每个孩子按自己的节奏自在成长

分龄精细化养育

160%

2025年

社媒分龄营养讨
论热度同比增长

+5%

MAT202509

分龄护肤概念淘系
平台销售额趋势

以孩子视角进行趣味化体验

4.9亿次

2025年

抖音#亲子vlog话
题总播放量

10亿

2025年

小红书#带娃出
行 浏览量



「一页」蛋黄油护肤

晒后舒缓

凉感降温

全年龄段 分阶护肤



「乐乐鱼」儿童照相机

高清护眼

趣味拍摄

镜头探世界 童心趣飞扬

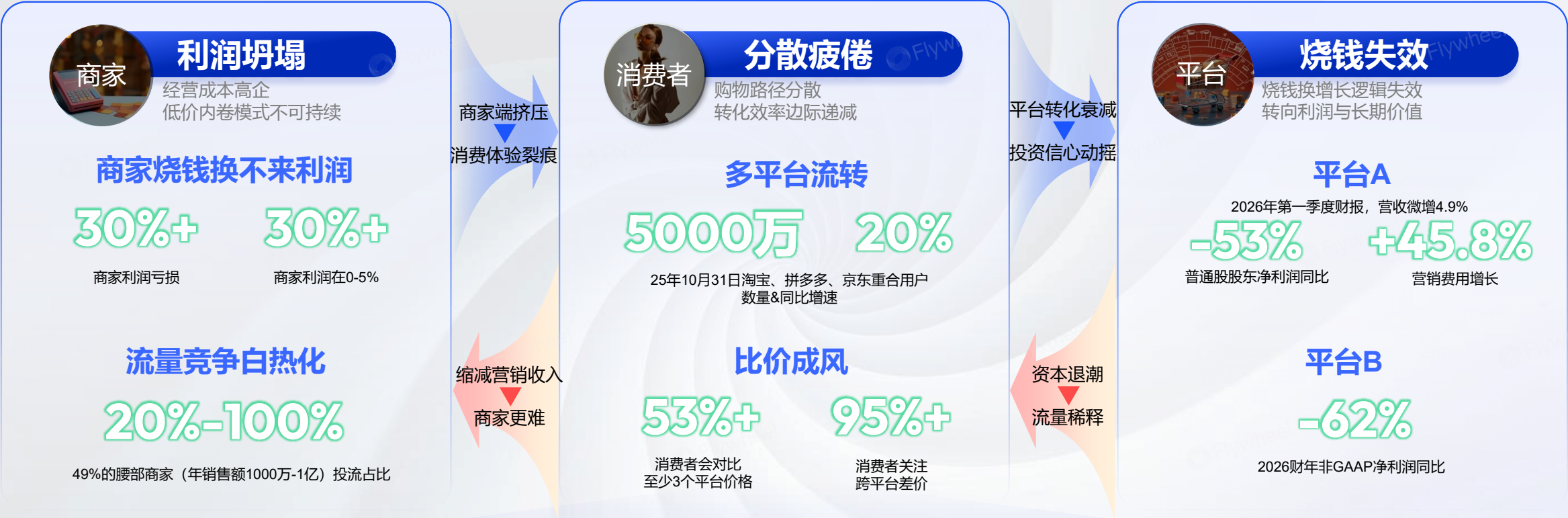


03

平台承压发展破局

2026年H1平台趋势

商家&消费者&资本多方受压，形成下降螺旋，平台被迫转向



平台被迫转向→

2026年H1平台开始寻求内外体验共生之策

场景多元

促销日常化、碎片化，融入生活节奏

内容优质

用AI和达人创造生动的购物体验

供给鲜活

挖掘新品类、新品牌，满足细分需求

向外

价格驱动

体验驱动

向内

零和博弈

生态共生

与商家共生

告别恶性比价，回归差异化竞争

与用户共生

用服务、会员权益等体验感锁定用户

内部共生

AI、数据等中台能力赋能各业务线

场景多元：消费日常化，让消费回归为自然而然的日常行动，而非刻意安排的仪式

促销日常化：多节点激活，大促回归常态

天天都能买

日常活动矩阵

淘 形成稳定而多元的日常促销矩阵

季节性活动
品牌主题活动
每月常规活动

- 每月8日 天猫会员日
- 每月18日 天猫超级品类日
- 每月最后一个周五 天猫周末狂欢购

百亿补贴常态化

补贴从“大促专属”变“日销标配”

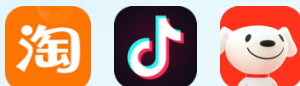
上线「百亿超市」频道
计划未来3年投入商品补贴
200亿



带电品类

高复购
日常消费品

平台规则做减法



缩短618时长

淘天 **-7天**
抖音 **-2天**

简化促销规则

淘天 **官方立减**
抖音 **一件直降**
京东 **官方直降，低至5折**

即时零售日常化：30分钟生活圈成新标配

每时都能达

半小时达成标配

美团 推出官旗闪电仓
强化优质供给



1店+N仓立体网络

2025年设立 **200+** 2026年目标 **600+**

前置仓销冠

前置仓数量 **500+** 线上业务占比 **50%**

品类活动强化场景

美团 捕捉品类即时场景
提供全面增长方案

#把美妆带上路
春季出游防晒与换季场景解决



兰蔻小白管
订单量
环比增长
480%

#携宠踏青要满配
带宠出游的铲屎官问题击破



皇家猫粮奶糕
罐头订单量
环比增长
350%

内容驱动即时需求

抖音 聚焦轻即时品类
即看即买即得



小红书 和美团联手推出「红美计划」

首批合作品牌
搜索量增长

42%

首批合作品牌
订单成本下降

33%



内容优质：单纯制造爆款内容的“泛种草”时代已经过去，内容正围绕全方位体验三重进化



从叫卖到信任

内容质量的质变

核心机制：平台流量向**优质内容**倾斜



流量向优质内容和商品倾斜
“内容力”与“交易力”并重



不再奖励“泛种草”
更奖励“可比较、可决策、可检索”
的深度内容



场景化直播 常态化

- 产地直播
- 展会实景
- 工厂直播
-



从种草到搜索

内容链路新生态

核心机制：**决策型内容**成流量竞争关键



打通“种搜收”全链路



精准种草100次
可带来搜索转化

31次



构建跨平台信任决策场

2026年发布
《搜索推广产品通案》

搜索推广
产品通案

- 1.明确搜索推广的产品定位
- 2.系统梳理搜索投放的核心策略要素



从硬广到剧情

内容形态的升维

核心载体：**短剧**成为营销新阵地



联合快手打造“京选剧场”

开创“反向定制”模式
从真实消费场景反推剧本创作
实现品牌卖点与剧情内容的原生绑定



7部定制短剧
总播放破

10亿

带动相关品类
GMV环比增长

87%

供给鲜活：新品为平台注入更多新鲜血液，成为向外生长的重要驱动力



品牌新品首发主阵地，首发即打爆

新品首发

新品牌亮相

+33%

2026年618天猫新品
首发数量同比增长

+67%

第一次参加618新品牌
成交破千万数量同比增长

2026天猫618新品首发即打爆



Ulike Air2.0蓝宝石
冰点脱毛仪

成交超9000w



卡诗「晚安蜜」

发布即超500w



追觅蒸汽扫地机器人
X60proSteam

成交超6000w



强化新品战略，冲刺千亿目标

2025年京东新品增长亮眼

+223%

2025年京东重磅新品
首发数量同比增长

5.5倍

2025年新品
打爆率提升

2026年新品全域通千亿计划巩固新品战略地位



超1000款

2026年目标打造过亿新品数量



新品场景孵化器，从种草直达破圈

2026「春上新」带动春季新品消费增长

100亿次

抖音电商“2026春上新”
相关视频及话题累计曝光超

超270万款

抖音电商“2026春上新”
活动期间新品首发数量

「上新了！超级开新」

「上新了新装上阵」

可丽金

1000w

首发日新品GMV

45%

新品GMV占比

VANS

551%

全周期新品GMV提升

672%

Bigday内容长曝光PV增长



平台与商家共生：告别恶性比价，回归差异化竞争，为商家构建健康绿色的经营环境



天猫商家成长跃迁新路径

扶持新商家

天猫新商政策全面升级焕新

免年费

新入驻商家

20项

普惠权益

生意参谋免费、运费险减免等

300万

营销激励最高

新商家群体GMV目标达成

托举潜力商家

千星计划助力潜力商家提升品牌力

拓展新客

营销资源倾斜

天猫U先、宝藏新品牌

打爆单品

成交渠道拓展

超级新品、官播间

品牌力

站外营销扶持

千星榜单打标、站外营销投放

夯实优质商家

行业重点运营资源聚焦头部商家

加消费补贴

- 88vip消费券
- 淘金币

提商家收益

- AI店铺红包
- 广告智能跟投
- 新品专享流量

提经营效率

- 龙虾版生意管家
- AI接入新品研发
- AI客服加大投入



京东「春晓计划」升级，350亿资源加磅投入

降本·真补贴

0元试运营

试运营期间无需缴纳保证金

保证金大幅下调

86%类目首档保证金低至500元

新商0扣点

新商交易达标，最高享1年100%返点

流量·助增长

稳赚计划

投广未达成目标ROI，100%佩服缺口金额

百亿广告补贴

新商入驻既享200元无门槛红包，最高5500元

过亿搜推扶持

新品冷启动加速，瓜分过亿搜推曝光

AI·提效率

14款京麦AI工具免费

覆盖经营全链路，助力商家提效50%

官方客服免费用

价值6万的京小智5.0，新商0元享

官方AI直播工具免费

京东官方数字人直播工具0元享

环境·安心经营

风控赋能计划

智能工具+课程，一站式抵御商家经营风险

商家自主限权

商家可自主设置，对恶意用户行为限权



平台与用户共生：以服务体验为核心向内深耕，用长期价值替代短期低价，构建价值共赢平衡



平台与内部共生：AI中台化，驱动电商从「工具提效」到「经营智能」的进化



AI中台已深度嵌入商品、内容、投放、客服、供应链全链路，形成多智能体闭环

AI全场景入局电商购物：从概念到经营智能体



AI搜推分发



推荐
推荐信息流
点击量+10%



AI数字人



Joystreamer
• 家电家居
• 时尚服饰等



AI电商直播



抖音交个朋友
AI相关业务GMV
占比达75%



AI助手小团



小团五一期间
服务用户人数
超1亿人次

AI营销渗透经营全链路：从工具到增长操作系统



• AI万相

智识、智品、智造、智投



• 千川乘方

文生图/图生视频，直播脚本生成

从创意工具到内容增长系统



• 京东物流超脑2.0

智能规划、仓储、运配全链路优化。
分拣中心发货及时率达 99.5%

从履约网络到 AI 供应链大脑

数据

营销

投放

物流

客服

从报表到实时决策中枢



• Data Agent
• Quick BI

实时数据洞察、趋势挖掘、自动归因



• 巨量云图 (AI数据洞察版)

全域用户行为追踪、竞品分析等

从人工调优到AI全链路托管



• AI全站推广

AI自动预算分配、智能出价、
全域流量协同



• 磁力金牛AI

AI选品、预算分配、出价优化

从被动应答到主动经营智能体



• 千问AI导购
• 阿里小蜜5.0

自然语言搜品、比价、优惠
计算、售后处理



• 京小智5.0

动服务转向主动增长引擎，覆
盖客服接待、智能推荐全流程

向内共生·向外鲜活：2026品牌增长的四大行动线

向外鲜活·体验触点

体验真，才可向内深挖

 **场景多元** 占领消费者每个时刻

品牌需布局“日常刚需+即时满足”的产品组合
让产品自然嵌入消费者的每一天

 **内容优质** 决策型内容取代叫卖

品牌要成为“可比较、可检索”的信任资产
用深度信息替代情绪安利，帮助用户做对选择

内外平衡
共发展

向内共生·经营根基

根基稳，方能向外生长

 **身心解码** 拆解消费者真实需求

从消费者情感、需求、生活场景出发做深度洞察
挖掘背后动因，找到产品对应解决方案

 **效率内生** AI+数据降本增效

把省下的钱投回产品与体验，给用户创造更多价值
用智能经营实现更高效

趋势产品：TrendCloud知势云

全域智库，一键知势



AI技术：Flywheel飞末AI商业化应用中台赋能生意增长全景图谱

AI



COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

本页面/报告中各项内容（包括但不限于图文、音频、视频、版式、页面设计、文档、数据、图表、标志、标识、商标、商号等）以及其中所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品（统称“**内容**”），除特别注明外，均受到相关知识产权及其他使用限制的保护。除非您与飞未云科（深圳）技术有限公司（以下简称“**我们**”）另有约定，否则我们保留对本页面/报告各项内容的各项权利，包括对该等内容的著作权。

未经我们事先书面授权，任何机构或个人均不得以任何方式修改、复制、翻译、转发、引用或传播全部或部分内容，亦不得将相关内容作为传媒所引用之依据，亦不得用于营利或非营利的其它用途。任何机构或个人违反前述规定的，均属于侵犯我们著作权的行为，由此引起的一切法律后果由该机构或个人自行承担，我们保留追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任的权利。

除非我们与您另有约定，否则我们不对内容的准确性、完整性、充分性作出保证。相关内容仅限于客户内部使用，仅供客户在经营和分析研究中参考。

本页面/报告可能包含与第三方网页的链接，您将自行作出决定是否访问这些链接，我们并不保证这些链接上所提供的任何信息或数据的准确性或真实性。



ABOUT US

关于我们



Flywheel提供精简高效的全球数字商务解决方案，赋能品牌增长，一键布局全球生意。我们拥有领先的数字商务云平台，覆盖全球主流电商平台，并帮助客户实时了解绩效表现，提升销售额、市场份额和利润。凭借领先的技术和专有算法，以及丰富的专业知识，为专注于消费品领域的客户提供卓越的服务。Flywheel为品牌提供覆盖市场策略、媒介投放、实效落地的全链路解决方案，助力品牌打造增长飞轮。

OmnicomGroup

Flywheel所属宏盟集团（Omnicom）是全球领先的营销和企业传播公司，通过其品牌网络及下属的众多专业公司为超过70多个国家的5000余客户提供服务，业务覆盖广告、战略媒体规划及购买、数字与互动营销、直销/促销、公关及其它专业传播服务。

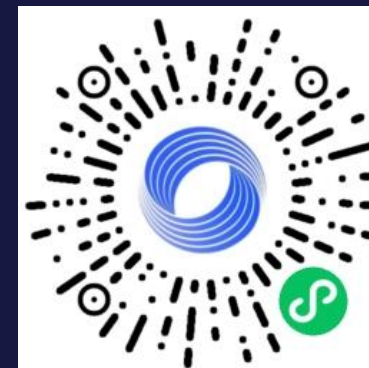


FOLLOW US

关注我们



Flywheel 飞未公众号



Flywheel 微信小程序

联系电话: 0755-86503625

官网地址: <https://www.flywheeldigital.com.cn>

商务合作: mkt@flywheeldigital.com





Flywheel

飞跃增长 数聚未来

Thank you