

# WUGUAN 午观

A woman is sitting on a large, light-colored rug with a large floral pattern. She is wearing a light green, sleeveless, traditional Chinese-style top with gold embroidery and a matching skirt. She is looking down and to the right. The background is a soft, light purple wall.

2026春夏

## 东方新叙

标杆品牌

BENCHMARK BRAND

# WUGUAN 午观

## 品牌分析洞察

WUGUAN 午观，新中式艺术家居品牌。以新中式东方美学为内核，倡导“向内观心”的生活哲学，深耕传统织造刺绣工艺。聚焦于追求雅致格调与精神质感的都市消费群体，以线上电商为主、线下高端门店为辅的渠道布局，依托主题系列打造文化辨识度。融合古典底蕴与现代审美，跳出传统家居的同质化竞争，构筑独树一帜的国风家居品牌优势。

本报告通过对WUGUAN 午观品牌的品牌发展路线、消费者画像及产品分析等维度，深度解析其在家居市场中的差异化竞争力与未来增长潜力。

“传承匠心，东方美学，让艺术可持续”



# 品牌策略--品牌发展路线

2019年完成商标注册，依托三十年纺织供应链及传统刺绣、提花工艺，入局新中式家居领域。秉持东方美学结合现代简约理念，以天猫渠道起步，主打基础软装产品，贴合大众居家场景，完成市场初步布局与用户积累。

2019-2022年

初创沉淀期



品牌深耕东方文化内核，实现设计灵感的精细化、场景化迭代，打造多爆款主题系列。同时开启品牌破圈布局，跨界联动gaga等新锐生活方式品牌，拓展家居软装之外的多元场景，覆盖节日礼赠、都市休闲等细分需求，客群进一步年轻化、多元化。

2023-2024年

成熟迭代期



2022-2023年

快速成长期

品牌进入系统化发展阶段，完成从单品售卖到主题系列化叙事的升级。推出多款国风系列产品，以东方景致为设计内核，塑造清雅写意的新中式风格。凭借特色设计与精工工艺规避同质化，线上引流提升品牌影响力，站稳国风软装市场。实现品牌调性与市场声量的双重突破。



品牌朝着高端、艺术、场景化升级，实现线上口碑向线下高端实体跨越。入驻北京老佛爷百货等高端商圈，接轨高端消费市场，拔高品牌格调。拓展旅居、高端定制场景，拓宽应用边界。甄选环保面料搭配非遗工艺，构筑竞争优势，稳步进阶高端东方生活品牌。

2025-至今

高端升级期



资料来源：品牌淘宝官网；百度

# 品牌策略--品牌信息屋

WUGUAN 午观，是深耕东方美学的原创艺术家居品牌，以“东方纹样 IP 化”全场景叙事，融合古韵与现代设计，打造差异化国风优势。依托文化深耕、产品创新、渠道升级与可持续发展，稳步树立东方艺术家居标杆形象。



## WUGUAN 午观

品牌主张	“以东方哲思织造，诠释新中式雅致生活美学”		
品牌风格	东方写意美学、原创国风纹样设计、传统工艺现代表达、松弛禅意家居风格、艺术与日常融合		
Slogan	向外看世界（吾观），向内明心性（观吾）		
核心受众	经济独立的都市女性，新中式家居爱好者，国风美学潮流圈层	目标受众	高端家居买手店、轻奢百货、艺术设计空间、新中式主题酒店 人群特征
关键卖点	三十年织造工艺积淀	原创国风纹样 IP	东方生活美学 新中式实用主义
利益点	功能利益 优质棉麻海藻纤维等环保面料/多元场景适配/工艺品质稳定 论据支撑（销售数据）	情感利益 文化认同/情绪疗愈/审美共鸣 论据支撑（用户评价）	
RTB REASON TO BELIEVE	以天猫旗舰店为线上核心，线下进驻高端商圈。深耕纺织行业三十年，掌握多项传统工艺，原创国风纹样，构筑品牌差异化优势。	木兰、龙在我中等热门系列好评率超 97%，产品质感工艺广受认可。线上线下联动营造沉浸式美学体验，社交平台口碑热度攀升，跻身新中式软装热门品类。	
产品线	<ol style="list-style-type: none"> <li>核心软装（营收约 50% - 60%）：刺绣抱枕、艺术盖毯、意境地毯，客单价 ¥200 - ¥1500</li> <li>床品套件（营收约 20% - 25%）：主题系列四件套，客单价 ¥600 - ¥3000</li> <li>餐茶小件（营收约 10% - 15%）：桌旗餐垫、茶席餐布，客单价 ¥100 - ¥800</li> <li>限定联名与艺术周边（营收约 5% - 10%）：跨界联名款、艺术限定系列，客单价 ¥300 - ¥5000</li> </ol>		

# 消费者策略--典型用户画像

核心用户：25-40岁、具备多元审美与开放消费观，追求雅致松弛的人群

WUGUAN 午观核心消费者呈现「东方美学认同」与「松弛生活信仰」双驱动特征。其中25-40岁「国风生活美学家」占比55%，为核心消费主力。他们将东方纹样视为自我表达的载体，高辨识度国风设计与兼具禅意、实用的新中式风格，是吸引他们的核心纽带。



## 东方美学信徒客群（核心灵魂受众）

全球核心都市、超一线城市

**人群画像** 40-55岁，拥有成熟消费力与东方美学审美的中产家庭

**职业标签** 资深室内设计师 | 文创行业从业者 | 东方美学爱好者

**消费偏好** 偏爱品牌经典国风纹样的全场景搭配

**人群占比** 15%

### 生活方式理念

追求兼具文化审美、耐用性与生活仪式感的产品，将家居视为个人风格的延伸

### 产品需求场景

经典款收藏 | 全场景国风搭配 | 轻奢礼品赠礼



## 国风生活美学家（核心消费人群）

新一线城市核心区、高净值年轻圈层

**人群画像** 25-40岁，具备多元审美与开放消费观，追求雅致松弛的都市中产女性

**职业标签** 都市白领 | 创意从业者 | 自由职业者

**消费偏好** 偏好意境雅致、工艺独特的系列，年复购频次2-3次

**人群占比** 55%

### 生活方式理念

将东方艺术设计视为打破日常沉闷的方式，注重产品带来的情绪价值与个性表达

### 产品需求场景

居家空间点缀 | 茶室场景布置 | 节日氛围营造



## 新锐国风探索者（潜力增量受众）

一线及新一线城市、年轻新贵圈层

**人群画像** 20-30岁，热爱国风文化与小众设计的年轻新贵

**职业标签** 新锐博主 | 互联网大厂员工 | 潮流品牌爱好者

**消费偏好** 优先选择品牌辨识度高、适配社交分享的联名款 / 限定款

**人群占比** 30%

### 生活方式理念

将小众品牌与东方纹样设计视为自我表达的符号，注重产品的社交属性与打卡分享价值

### 产品需求场景

社交平台分享 | 租房空间改造 | 系列款收藏

# 品牌分析--关键风格

[ 关键词 ] 东方美学 | 原创设计 | 织造工艺 | 雅致松弛



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观

## 轻国潮风

以原创国风纹样 IP 为主，辨识度鲜明。采用低饱和基底搭配亮色点缀，简化传统繁复古韵，以利落线条与雅致配色重塑国风格调。兼具古典底蕴与现代审美，风格灵动新潮，适配居家及各类都市场景。

POP HOME DESIGN TREND

## 写意新中式

打造轻量化写意新中式风格，区别于传统中式的繁复厚重，以现代手法重构东方美学意象，兼具禅意雅致与松弛实用，适配都市人对“不刻意的高级感”的居家需求。



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观

# 品牌分析--关键图案

[ 关键词 ] 东方写意 | 层次刺绣 | 意境留白 | 国风原创



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观

## 传统祥瑞纹样

以传统祥瑞纹样为创作基底，解构重塑龙纹、蟠虺纹、云纹等经典符号，摒弃老旧刻板造型，用利落线条与雅致配色重塑国风气质，赋予纹样现代审美韵味，兼具吉祥寓意与视觉辨识度。

## 自然风物

取材山海、草木、海洋等自然元素，以柔和简约线条勾勒各类自然意象，舍弃繁复工笔风格。借写意留白营造清雅治愈氛围，融合自然诗意与现代简约，贴合都市静谧居家场景。



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观

# 品牌分析--关键色彩

[ 关键词 ] 东方撞色 | 生活美学 | 自然风物 | 低饱和和禅意



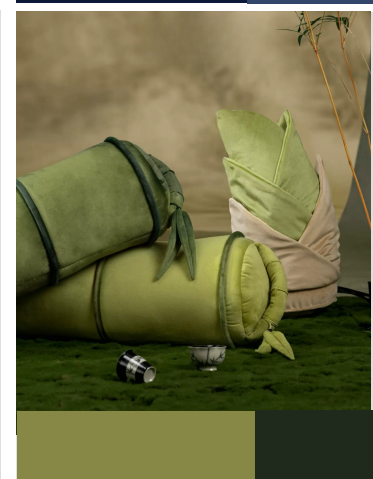
## 高饱和和东方撞色

以朱砂红、靛蓝、明黄、黛紫为核心的高饱和和东方撞色，多用于限定与节日系列，通过强烈对比强化视觉张力，也可与自然衍生色组合适配多元场景，实现东方美学的年轻态表达。

POP HOME DESIGN TREND

## 东方传统色系

以东方传统色谱为根基，主打低饱和、弱对比、暖灰调；用朱砂红+素胚白定品牌基调，海洋蓝、草木绿、大地棕分系列演绎自然意象；整体柔和克制、高级治愈，适配都市松弛感居家。



## 26春夏新品系列介绍

### 『釉光』系列

午观「釉光」系列以宋瓷釉光为灵感，定位为宋瓷美学的国风软装之作，承载品牌对东方古典器物之美的探寻与演绎。作品承袭写意国风设计语言与禅意美学，以温润内敛的釉面、素雅沉静的釉色，兼顾雅致氛围感与居家实用性，深度诠释古瓷雅韵与现代新中式的设计内核，为居家空间沉淀静谧雅致的东方格调。



## 26春夏新品系列介绍

### 『园景』系列

园景系列是午观以东方园林为灵感的写意自然主题软装系列，撷取亭台、花木、窗棂等经典园景元素，凭借清雅柔和的轮廓线条、温润克制的色彩搭配，兼顾艺术氛围感与日常实用性，深度践行东方园韵+现代新中式的核心设计基因，为寢居及生活空间营造静谧雅致、移步成景的东方诗意。



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观

## 26春夏新品系列介绍

### 『春窗玉兰』系列

春窗玉兰系列是以园林春日意境为灵感的写意自然主题软装系列。取意“花窗一隙、玉兰疏影”，摹写光影与空间相融的朦胧诗境。以简约色块层叠晕染，复刻晴光穿透枝叶的氤氲肌理；辅以清雅柔和的轮廓、温润克制的色彩，兼顾艺术氛围与日常实用。为寝居及生活空间注入松弛治愈、春意融融的东方诗意。



# 品牌总结



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观



WUGUAN 午观

## 品牌策略

WUGUAN 午观以文化视角融合东西方美学共识；秉持“吾观，亦是观吾”理念，倡导观世界、修本心。主打抱枕、地毯等家居织物，融合东方韵味与实用属性，借电商深耕中高端市场。凭借刺绣工艺与传统纹样构筑特色优势，契合追求精神共鸣的年轻群体，打造兼具古韵底蕴与生活温度的居家好物。

## 市场变化

品牌从国风家居进阶为东方生活美学 IP。伴随消费从实用转向悦己需求，品牌顺势朝着场景化、情感化、IP 化升级。依托主题系列、联名、线下活动夯实文化符号，从单品售卖转型输出东方生活方式。弱化传统中式标签，主打东方松弛美学，适配多种家装风格，兼容度更高。

## 产品设计

午观的产品设计以“文化内核 + 现代表达 + 工艺创新”为闭环，深挖古典文化底蕴，从传统中提取永恒符号，平衡东方意境与现代审美。色彩上采用低饱和大地色、东方金韵暖调、水墨朦胧色，兼顾传统韵味与现代家装适配性；同时注重耐用质感与松弛美学的统一。

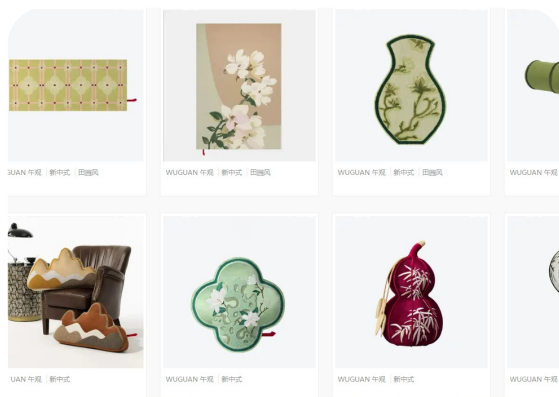
## 潜力单品

品牌设计贴合节日仪式感，融合传统祥瑞意象与新潮配色，易于引发传播共鸣，送礼自用皆宜。核心品类定价亲民、场景丰富，以精湛刺绣承载美好寓意，兼具观赏价值与社交属性，是线上线下备受青睐的人气单品。契合轻软装潮流，小巧百搭，轻松点缀居家空间，适配图文及短视频内容场景。

# 相关报告推荐

## Recommended related reports

下方为WUGUAN 午观品牌相关延伸内容推荐，望为企业在设计研发及市场方向提供有价值的洞见。



WUGUAN 午观品牌新款预览 [🔗](#)



2027春夏家纺趋势预测--东方轻叙 [🔗](#)



2027春夏家纺图案企划--东方花草 [🔗](#)

