



服裝行業資訊分享2025017

由：旭日集團

日期：2025年5月6日

【行業資訊】2025年一季度消費市場運行情況分析

概述：2025年一季度，我國經濟延續復蘇向好態勢，GDP同比增長5.4%，增速高於去年全年5%的增速，也高於去年一季度5.3%的增速，經濟發展實現良好開局。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/q9PZj0FLM02c9iBuws1Dzg>

【行業資訊】外貿出口 | 2025年1-3月紡織服裝重點省市出口概況

概述：2025年1-3月，我國紡織服裝累計出口662.86億美元，同比增長1%。浙江省、江蘇省、廣東省、山東省、福建省分別列全國紡織服裝出口省市前五位，合計比重超七成。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/YEJM7J6rRpQfvdHBCbp9g>

【行業資訊】廣東時裝周以“灣區模式”強勢出圈，9天狂攬1.7億流量

概述：4月27日晚，2025廣東時裝周-春季（第35屆）在廣州番禺圓滿落下帷幕。9天的日程，82項官方主題活動，300+家企業，500+位設計師，上千個時尚品牌直接參與，共迎來超過5萬名的專業觀眾出席本屆時裝周，全方位展示了時尚產業的蓬勃創造力。此外，聯動抖音、小紅書等社交平台，“廣東時裝周”主話題閱讀量激增1.7億，“非遺時尚”“AI設計”等衍生話題備受關注，彰顯了廣東作為中國時尚產業策源地的引領地位。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/3DqmJ2w3afOPyoLh2Cnqrw>

【創新科技資訊】科技產品引關注！“十大類紡織創新產品”亮相石獅海博會

概述：4月18-20日，第二十六屆海峽兩岸紡織服裝博覽會暨全球男裝產業帶博覽會（簡稱“海博會”）在中國休閒服裝名城——石獅市石獅服裝城展覽藝術中心舉行，本屆海博會以“融合創新、共用時尚新生活”為主題，在承續“兩岸、規模、專業、休閒、時尚”的思路，傳承往屆的好經驗、好做法的基礎上改革創新，以全球男裝產業帶供應鏈為切入點，通過以展代銷，分批次聯動網紅達人組織線下專場溯源活動，助力石獅男裝產業帶擴大行業影響力，打造中外企業互動的開放型國際平臺。

權威發佈：2025春夏中國紡織面料流行趨勢引關注

由中國紡織信息中心、紡織產品開發中心、中國服裝協會、海峽兩岸紡織服裝博覽會發佈，中國流行面料工程、石獅市人民政府、國家紡織面料館、COLORO®支持，石獅市工業信息化和科技局、石獅市商務局、福建石獅產業投資發展集團有限責任公司、福建石獅文化旅遊發展集團有限責任公司、福建省石獅服裝輕紡名城運營有限公司、石獅國際輕紡城發展有限公司特別支援的“中國紡織科技創新產品趨勢展”整裝亮相，其中核心區域設立“2025春夏中國紡織面料流行趨勢-科技&功能性紡織品創新展”，展區分為“造夢”“游溯”“應時”和“觀內”四個主題，現場基於趨勢主題精選優質功能和科技類產品470餘款優新產品進行現場展示，傳遞功能性面料流行趨勢內涵，體現石獅當地產業的原創性與專業性。

創新應用：“十大類紡織創新產品”展現創新技術的落地轉化

功能性服裝展區產品均是從工業和信息化部消費品工業司委託中國紡織工業聯合會開展的“十大類紡織創新產品培育和推廣工作”篩選

的獲選產品，包括波司登、探路者、勁霸、威克多、海瀾之家、361°、紅豆、華佳絲綢、永榮錦江、北京紡達、南山智尚、青島即發、江蘇聯發等優秀品牌企業和上游知名供應鏈企業，共同展示新材料、新科技、新功能在終端品牌中的創新應用和落地轉化。

其中波司登羽絨服裝有限公司&北京紡達科技有限責任公司的“‘驕陽2.0’防曬服”、青島即發集團股份有限公司的“超臨界二氧化碳無水染色商務T恤”、探路者控股集團股份有限公司&無錫恒諾紡織科技有限公司&福建永榮錦江股份有限公司的“仿生防曬涼感運動T恤”等產品獲得中國紡織工業聯合會和石獅當地政府領導們的高度肯定和贊許。

产品名称	企业名称
“骄阳2.0”防晒服	波司登羽绒服装有限公司&北京纺达科技有限责任公司
“江南俏姑娘”真丝家居服	江苏华佳丝绸股份有限公司
莱赛尔衬衣	杭州润嫻服饰有限公司
羊毛/桑蚕丝蝉翼纺连衣裙	山东南山智尚科技股份有限公司
凉感纯棉短袖衬衣	广州市汇美时尚集团股份有限公司&江苏联发纺织股份有限公司
加1舒适男裤	江苏红豆实业股份有限公司
0感舒适衬衫	江苏红豆实业股份有限公司
凉感翼纱女装	鲁丰织染有限公司&浙江懿纱纺织科技有限公司
“百叶窗”科技透气服装	三六一度（中国）有限公司
“蜉蝣美术馆2.0”海洋环保系列休闲夏装	劲霸男装（上海）有限公司
仿生防晒凉感运动T恤	探路者控股集团股份有限公司&无锡恒诺纺织科技有限公司&福建永荣锦江股份有限公司
“道法自然之山水人间系列”白族扎染卫衣	海澜之家集团股份有限公司
超临界二氧化碳无水染色商务T恤	青岛即发集团股份有限公司
“折衷疗愈”连衣裙	江苏华艺服饰有限公司
“亭台楼阁”精准定位印花连衣裙	杭州万事利丝绸数码印花有限公司
“马蹄莲”定位印花桑蚕丝西装外套	深圳市蒙黛尔实业有限公司
云山墨戏连衣裙	浙江凯喜雅国际股份有限公司
“春满园”法国古丝绸纹样再造真丝服装	浙江凯喜雅国际股份有限公司
“碳”索套装	劲霸男装（上海）有限公司
蚕蛹蛋白纤维男士衬衫	河北格雷服装股份有限公司

鏈接:

https://mp.weixin.qq.com/s?_biz=MzA3ODgyMDM0MQ==&mid=2653252363&idx=1&sn=f91dff3170e1ead4daa2874d10cbcd4f&chksm=85

[B6%E5%85%A5%E6%8C%89%E5%B9%B4%E5%A2%9E3.7-%E3%80%80%E5%85%B6%E4%B8%AD%E6%B5%B7%E7%81%A3%E9%98%BF%E6%8B%89%E4%BC%AF%E5%9C%8B%E5%AE%B6%E5%90%88%E4%BD%9C%E5%A7%94%E5%93%A1%E6%9C%83%E5%A2%9E%E9%95%B715-?mtc=20038](https://www.ebrun.com/20250424/578159.shtml)

【互聯網資訊】2025年一季度天貓新入駐商家同比增長126%

概述：據天貓數據，2025年一季度天貓新入駐商家數量較去年同期增長126%。其中，餐杯具、休閒零食、潮流玩具、手機配件、春夏服飾成為一季度開店數量最多的TOP5品類；廣州、深圳、泉州、金華、杭州成開店數量最多TOP5城市。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20250424/578159.shtml>

【互聯網資訊】抖音生活服務推出五大扶持舉措，助力優質零售企業線下生意增長

概述：4月29日消息，為進一步助力實體零售業發展，抖音生活服務針對優質零售商家，推出五項扶持舉措，降低零售商家經營成本，激發抖音用戶線下消費，努力構建線上線下聯動、健康可持續發展的零售生態。其中，主營“服飾鞋帽”的全部商家，即日起至2025年6月30日前入駐抖音生活服務，即可享受零佣金政策。

鏈接：<https://www.dsb.cn/p/01jt05nrnar1mnacd1ksn77vhw>

【互聯網資訊】微信小店正式放開“0保證金帶貨”

概述：4月28日消息，微信小店近日發佈《「0保證金帶貨權益」管理規則》新規意見徵集，明確所有帶貨者（限從未繳納過保證金，且無歷史違規），均無需繳納保證金，即可直接進入選品中心，並使用部分帶貨助手能力進行帶貨。

鏈接：<https://www.dsb.cn/p/01jsxv9wy00f5pbhzdp4qqpcqf>

【互聯網資訊】Shein上調美國商品售價迎戰關稅衝擊，部分類別加幅高達377%

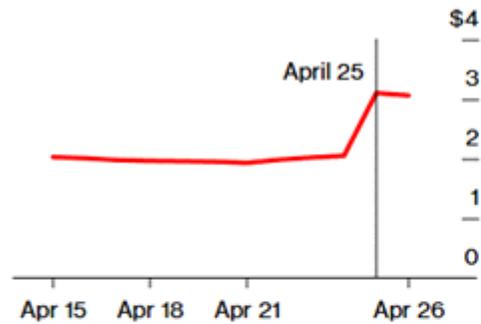
概述：在美國即將對小額包裹徵收關稅之前，快時尚巨頭Shein提高了從服裝到廚房用品等多類商品售價，顯示出貿易戰對美國消費者的潛在影響開始浮現。

根據彭博新聞匯編的數據，大部分漲價出現在上周五，不同品類的漲幅差異明顯。美容與健保類前100件熱銷商品的平均價格比上周四上漲了51%，其中部分商品價格上漲一倍以上。家居用品和玩具的平均漲幅超過30%，一個10件套廚房毛巾的價格暴漲377%。女裝漲幅相對較小，為8%。

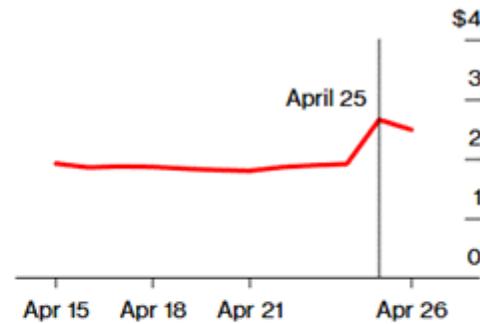
Shein 于 4 月 25 日上调了所有类别的价格

美国各类别前 100 种产品的平均价格

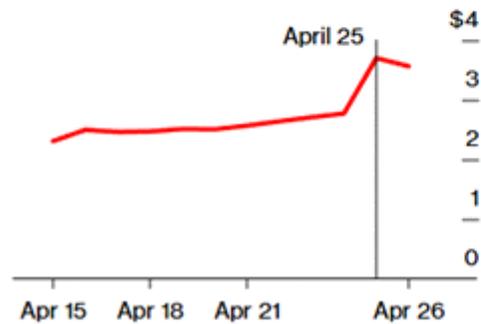
美容与健康



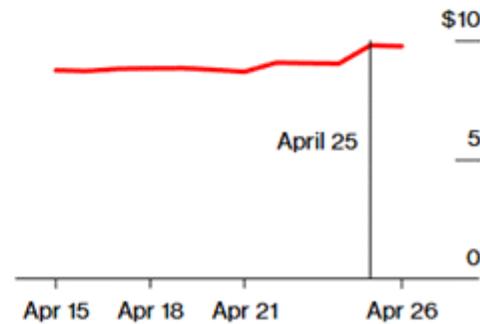
家居与厨房



玩具和游戏



女士服装

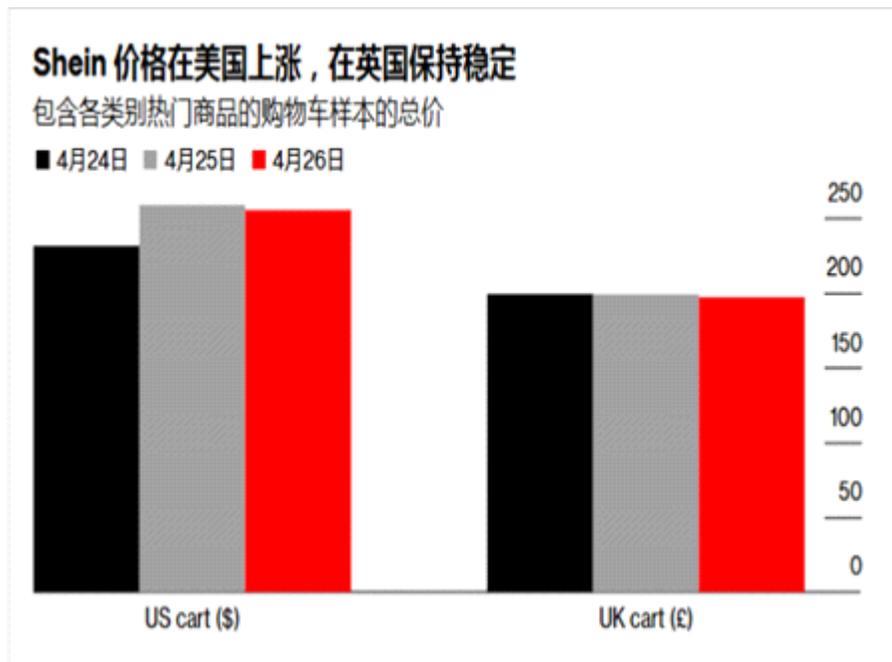


由於美國政府決定取消對來自中國大陸和香港的小額包裹免稅政策，Shein和Temu等電商平台面臨高達120%的關稅。華盛頓還將從5月2日起把每件郵包的費用提高至100美元，並計畫在6月1日後進一步上調。

4月21日，特朗普在社交媒體上表示，由於能源和食品價格下跌，美國「幾乎不存在通脹」。但Shein此次提價反映出中國電商試圖將部分新增關稅成本轉嫁給美國消費者。

彭博數據顯示，美國消費者搶在關稅推動供應商漲價前大肆囤貨，從化妝刷到家用電器不一而足，Shein和Temu的銷售額在3月和4月初出現回升。兩家公司本月早些時候已宣布將在美國上調售價。

彭博抽樣監測了50件商品價格，發現從4月24日至26日，Shein在美國市場的整體價格上漲了約10%。同期，抽樣中的50件商品中有7件在美國市場下架。相比之下，Shein在英國市場的價格基本保持不變，且未有商品下架。



仍在美國銷售的43件抽樣商品中，有30件在兩天內漲價超過10%。

雖然大規模調價主要發生在上周五，但早在4月22日，Shein女裝品類中的數十款熱銷商品價格已開始上漲。女裝暢銷榜前100件商品的平均價格從8.68美元升至9.06美元（約為人民幣62.56元升至65.30元），漲幅超過4%。

鏈接:

<https://hk.finance.yahoo.com/news/shein%E4%B8%8A%E8%AA%BF%E7%BE%8E%E5%9C%8B%E5%95%86%E5%93%81%E5%94%AE%E5%83%B9%E8%BF%8E%E6%88%B0%E9%97%9C%E7%A8%85%E8%A1%9D%E6%93%8A-%E9%83%A8%E5%88%86%E5%93%81%E9%A1%9E%E6%BC%B2%E5%B9%85%E9%AB%98%E9%81%94377-160404427.html>

【互聯網資訊】Shopee釋放關鍵信號，本地化履約成跨境賣家制勝關鍵

概述：近日，Shopee“走向本地，贏在全球”2025本地化履約業務招商大會在廈門火熱召開。會上，Shopee跨境業務總經理劉江宏、四大品類負責人等集體亮相，權威解讀Shopee本地化履約最新動態、相關政策激勵、選品策略等，更邀請到平臺本地化履約大賣分享實戰心得，可以說是乾貨滿滿，會場內人聲鼎沸。

隨著東南亞線上購物的普及和發展，越來越多當地消費者對物流履約的速度和體驗提出了更高要求，期待能在更快時間內收到包裹。據相關數據顯示，51%的消費者期待在2天內收到貨，三分之二的消費者認為次日達服務很重要，並推動Shopee平臺次日達訂單量增長了13倍。

針對這一變化，Shopee給出了自己的解決方案：本地化履約。

本地化履約，就是將商品提前備貨至目標市場的本地倉庫，消費者下單後可以直接從本地倉庫發貨，以實現快速配送的一種物流履約服務模式。簡單來說，Shopee本地化履約的優勢包括更快時效、更廣覆蓋、更低成本、更多品類機會，能大幅提高單量轉化率。

Shopee數據顯示，2024年11.11大促“極速達”和“次日達”銷售額增長8倍，12.12大促本地化履約出倉單量較平日增長6倍，成為Shopee跨境業務在2024年最強大的動能。

Shopee持續加碼，本地化履約成出海必選項

“供應鏈+價格”的雙重優勢，在很長一段時間內都是賣家出海的殺手。然而，隨著東南亞市場的不斷發展，這兩大紅利能帶來增長開始逐漸放緩，在這樣的狀態下，如何找到成長的第二曲線至關重要。

劉江巨集坦言，“第二增長曲線就是三個字，本土化。”

值得注意的是，國內政策對於海外倉的佈局，也早已提供了相應的扶持政策。多重利好下，越來越多賣家開始意識到：海外倉正從“可選項”升級為全球化佈局的“必選項”，成為跨境電商應對變局的關鍵破局點。

作為東南亞領航電商平臺，Shopee早已深諳此道，不斷升級本地化履約物流全鏈路：持續提升庫容和運營效率，擴大倉庫容量，每週7天不間斷出庫，並升級倉庫需求預測和作業流程，加強自動化和尾程配送。其官方倉履約服務更是助力賣家進一步降本增效——在馬來西亞，交付速度提高了2倍，替賣家節省了30%的成本。

此外，Shopee還在全面提升物流履約的覆蓋範圍，已實現新加坡、菲律賓、馬來西亞、泰國、越南等多網站的全境佈局，形成“主倉+衛星倉”協同調撥體系，進一步增加靈活性。預計今年底，Shopee在東南亞區域的尾程覆蓋率將從目前的97%提升至99%，讓更多買家享受到便捷的購物體驗。

以體驗贏增長，各類賣家進入履約紅利時代

電商派瞭解到，和大多數跨境賣家一樣，一位生活品類賣家在剛進入東南亞市場時，也是用跨境直郵的方式收穫了不少流量紅利。但在開店紅利期過後，一些問題逐漸暴露出來，例如因為等待時間長，買家的差評率、退貨率等居高不下，從而導致複購率升不上去，運營成本也越來越高。

在與Shopee平臺的客戶經理交流後，他發現之所以出現這種情況，是因為東南亞消費者對於快速到貨、退換便利的需求在增加，至此賣家也意識到自己必須做出改變。

於是，該賣家果斷轉向了本地化履約的模式，加入了Shopee官方倉，效果可以說是立竿見影：一方面隨著配送時間縮短，好評率上升；另一方面物流成本下降帶來價格的優勢，也帶來轉化率的進一步提升。

有了倉庫方面穩定性的保障，賣家團隊也有更多時間可以聚焦於自身，開始關注補貨管理、市場投入的協同，並進入精細化運營的階段。現如今，該賣家已經轉為了純官方倉發的模式，相比剛加入時，其日均單量已經翻了10倍，2024年更是成為了Shopee平臺的區域戰略級的合作夥伴。

在大會的賣家圓桌分享中，一些大賣也對本地化履約發表了自己的看法。來自跨度的代表卓泓表示，“對於時尚品類的消費者，目前對快速到貨和退換便利的需求有明顯的提升，所以我們現在本地化履約的占比已經是100%了。本地化履約讓我們的商品成本更低，價格更具優勢，且售後問題更少，買家對商品的整體好評率和複購率也更高，粉絲積累得更快。我覺得本地化履約在未來會有更大的一個競爭優勢。”

3C電子品牌Vention運營負責人補充道，“Shopee官方倉‘次日達’、‘極速達’標籤對於消費者來說就是一個物流時效的保障，也是對平臺信任的背書，對轉化率的提升效果是非常顯著的。我們菲律賓網站的店鋪在去年開通之後，帶有‘次日達’和‘極速達’標籤的商品點擊率有2倍的提升，並推動了全店的轉化率提升了40%左右。”

不僅如此，越來越多的品類機會也開始被解鎖，包括大件、重件、拋件，以及一些速度敏感型、高客單商品等，本地化履約將幫助它們發揮更多潛能贏得全球性增長。

多重激勵賦能，為賣家進一步釋放利潤空間

為了讓更多賣家可以用更低的成本來嘗試本地化履約，Shopee也在傭金、倉儲費、流量等方面推出了相應的扶持政策，鼓勵賣家把更多資源投入到商品競爭力的提升上。無論是孵化期、高速成長期還是成熟期的賣家，Shopee都有針對性的扶持計畫。

對於賣家而言，這不僅是物流履約的變革，更是商業模式、運營思維的全面升級。未來，跨境電商也不再是大而全的“流量遊戲”，而是精而深的“本地化之爭”，那些能夠深刻理解本地化履約價值、快速構建本地化運營能力的賣家，將在新一輪洗牌中佔據先機。

都說“種一棵樹最好的時間是十年前，其次就是現在。”對於渴望全球化佈局的中國企業而言，此刻或許就是開啟本土化新航程的最佳時機。

鏈接：<https://www.dsb.cn/p/01jsx07pc7fhyd6qzr7nw30yvh>

【延伸閱讀】新華社：從中央政治局會議看經濟工作著力點

概述：中共中央政治局4月25日召開會議，分析研究當前經濟形勢和經濟工作，強調“堅定不移辦好自己的事，堅定不移擴大高水準對外開放”“以高質量發展的確定性應對外部環境急劇變化的不確定性”，作出一系列重要部署，為進一步堅定各方發展信心、積極有效應對困難挑戰、不斷穩固經濟持續回升向好基礎指明前進方向和發力重點。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/uL6unFPFEZjRzXx4uVB4Rg>

【延伸閱讀】QuestMobile2025 全景生態流量春季報告：智能設備持續爆發，催動生態流量邊界擴張

概述：QuestMobile數據顯示，截止到3月份，全網用戶規模已經達到12.59億，同比增長了2.2%，智能設備、數字閱讀、移動視頻、教育學習成為月活躍用戶規模增速Top4的賽道，同比增長分別達到9.8%、9.3%、6%、5.1%。用戶在新媒體平台的使用行為從瀏覽分享向深度創作和社交互動轉變，使用行為日益加深。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/xS_TiletXYpsbq3sdwoagQ

【延伸閱讀】沃爾瑪恢復中國供貨，美國人承擔關稅成本

概述：最近，在廣交會上，多家中國出口商表示，包括沃爾瑪、家居零售商Home Depot、塔吉特等在內的美國大型零售商，已經恢復因美國關稅而暫停運送的中國供應商訂單，所有關稅成本最終將由美國買家承擔。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/TWgkUc29eQX84rPy0LvT5g>



真维斯，真的，更精彩！

更多潮流资讯，敬请关注真维斯！



官方抖音号



官方微信



官方微博