



服裝行業資訊分享2025031

由：旭日集團

日期：2025年8月12日

【行業資訊】行業進入“韌波共進”新常態，中國紡聯年中工作會議在京召開

概述：8月5日，中國紡織工業聯合會2025年年中工作會議在北京召開。今年上半年，行業保持穩中向好態勢，紡織現代化產業體系建設邁出堅實步伐。展望下半年，紡織行業面臨的發展環境依然複雜嚴峻，紡織行業出口形勢受多重因素影響，鞏固平穩向好發展基礎仍面臨諸多考驗。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/4q9xAfxbgXeiLAVKPywJxA>

【行業資訊】2025年1-6月中國服裝出口分析

概述：今年以來，面對美國加征關稅引發的全球服裝貿易格局變動與供應鏈風險加劇，我國服裝出口行業展現出較強韌性。據中國海關統計，1-6月中國服裝累計出口734.6億美元，同比微降0.2%，降幅較上月繼續收窄。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/NRpq-X6rSjEi8wg6KNxcSA>

【行業資訊】阿拉爾再生滌綸項目日產46噸，劍指中亞綠色紡織市場

概述：近日，新疆臻鷺化纖有限公司再生滌綸短纖項目在阿拉爾經濟技術開發區正式進入試生產階段。作為南疆地區首條規模化再生滌綸短纖生產線，該項目的投產標誌著經開區紡織產業向綠色循環經濟邁出堅實步伐。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/zJN5UF4MZOF5MQ_1Qa5jsw

【創新科技資訊】“速度比高鐵快”，“織”出傳統產業“新羽翼”

概述：太陽太陽像一把金梭，月亮月亮像一把銀梭，交給你交給我，看誰織出最美的生活”這首在上世紀80年代紅極一時的歌曲，是當年催人奮進的“紡織協奏曲”。工人們快速作業的生產場景，成為傳統紡織行業的印記之一。而如今，紗線在自動化設備上高速運轉，原料在機械臂“指揮”下流向產線，萬米長的產品僅重5克。走進位於福建省福州新區（長樂區）的福建永榮錦江股份有限公司（以下簡稱永榮股份）超細旦錦綸生產車間，偌大的廠房內僅有2名工人，管控著30多台設備井然有序地作業。



記者試圖用相機捕捉纖細的錦綸紗線從機器的紡軸上抽出的畫面，卻發現快得差點兒對不上焦。“這些自動化機器設備的瞬間生產速度比高鐵還快。”永榮股份副總經理付重先介紹。長樂是我國紡織業重鎮，幾年前，永榮股份就在這裡成功研製出高性能的防曬錦綸材料，適逢防曬衣市場超乎預期地加速擴容，由此拿到了大批訂單。這次“意外之喜”讓付重先更加認識到，隻有堅持創新，才能為企業打開更廣闊的市場。

生產線上，紡織設備高速運轉，隻有零星幾個工人巡視；控制室內，一個巨大的電子螢幕實時展示著生產數據、訂單狀態、能耗資訊，隨時監控生產全流程。紡織這一傳統製造業在永榮股份已然升級為數字化模式。曾幾何時，傳統產業常被認為是“利潤窪地”，但付重先卻認為，傳統製造業同樣大有可為。

經歷數字化變革後，永榮股份吃到不少“紅利”：不僅廠房面積減少60%、單位能耗降低40%、人均產量提升55%，還推動企業自主研發的智能化生產項目入選“全國製造業與互聯網融合發展試點示範項目”。如今，永榮股份“訂單—排產—生產—檢驗—包裝—倉儲—交付”的全流程智能製造已從無到有，“苯—己內酰胺—尼龍切片—尼龍纖維”的上下游產業鏈已全面打通，“一個車間單元、兩名員工、一天五十噸產量”成為“現在進行時”。

“今年年初，我們還在生產線上加入視覺人工智慧檢測技術。”付重先介紹，“如果用人工檢測，每個產品需要20秒；而用人工智慧檢測隻需要2秒，同時將檢測的準確率提高至99.9%以上。”

智能化帶來的精準控制與效率提升，不僅顯著降低了生產成本，也為永榮股份探索資源循環利用奠定了基礎。據介紹，符合條件的可再生廢舊紡織品，經過分類回收、環保脫色、深層精濾、等距切粒、除塵乾燥等處理步驟後，即可熔融紡絲，進入新一輪的紡織製造流程中，“重生”為嶄新的再生環保紡織品，實現資源循環利用。

“目前，我們的可再生產品約佔公司產量的3%。”付重先坦言這個比例尚小，但企業年實現減碳量已超6萬噸。

“並非所有廢舊紡織品都可以回收再利用，這要求我們從產品設計源頭就融入可再生理念，甚至鈕扣、商標等細節處都需採用可再生材質。”付重先說，“綠色可持續發展和數字化轉型仍將是我們下一步的發展重點，將通過採用環保原料、優化生產工藝、降低生產能耗等方式，持續探索綠色低碳的發展道路。”

生產車間的智能化設備。從傳統紡織行業探尋新質生產力，推動產業的數字化轉型與綠色可持續發展，已成為長樂紡織企業的共識。福州新區（長樂區）正發揮自身作為全省最大數字資源集聚區優勢，引導傳統紡織企業從“千人紗、萬人布”到“智改數轉、數智

賦能”，“織”出一片充滿活力的新天地。

鏈接：<http://fj.people.com.cn/BIG5/n2/2025/0804/c181466-41312282.html>

【競品資訊】安踏2.6億入股韓國時尚電商，年內開設中國首店

概述：近日，據《韓國經濟日報》報導，中國運動服飾巨頭安踏集團與韓國潮流電商平台MUSINSA已在7月初已簽署協議，安踏以500億韓元（約合2.64億元人民幣）入股韓國最大時尚平台MUSINSA，持股比例約1.7%。雙方將在中國成立合資公司。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/Yp8kd-gf48TBohcR4JZ4UQ>

【競品資訊】美邦服飾主動召回部分Moomoo女童涼鞋

概述：近日，上海美特斯邦威服飾股份有限公司《消費品召回管理暫行規定》的要求，主動向上海市市場監督管理局報告了召回計劃，將召回2021年3月10日至2021年3月17日期間製造的部分鄰苯二甲酸酯含量超過GB30585-2014《兒童鞋安全技術規範》中的標準限值的Moomoo牌太陽花女童涼鞋。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/liq778EP_5IPD3OWE5SoNA

【競品資訊】UR公司旗下BENLAI開設香港首店

概述：8月4日，內地功能服飾品牌BENLAI宣佈正式進軍香港市場，首店落戶旺角朗豪坊，該門店位已於8月1日投入運營。此次佈局是品牌首次在內地以外設立據點，主要受本地商鋪租金回調及擴展全球零售版圖需求驅動。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/BN6nWYcgOwyDDzpsD4Hf6w>

【競品資訊】優衣庫日本7月同店銷售增長2.4%

概述：優衣庫日本2025年7月同店銷售和線上銷售增長2.4%，顧客流量上升3.7%，而人均消費下降1.2%。這家日本服裝零售商的直營店和線上銷售在當月增長4.4%。

公司指出，整個7月的銷售保持穩健。這一表現較前幾年的強勁增長有所放緩，2024年7月同店和線上銷售增長8.1%，2023年7月增長8.7%。在2025年7月，優衣庫進行了五次促銷活動，比去年多一次。這些活動主要針對Airism內衣、胸衣上衣、防紫外線產品、基本款T恤和牛仔褲。

公司強調，防紫外線產品表現特別出色，顯示強勁增長。同店顧客流量的增加反映了夏季商品的穩定銷售以及融入當前潮流的核心產品的增長。同店人均消費下降的原因是顧客購買的商品數量減少，公司將此描述為對去年同期內衣強勁需求的反應。

鏈接：<https://hk.investing.com/news/company-news/article-93CH-1034712>

【互聯網資訊】淘寶新增“明星同款”“IP聯名款”商品認證權益

概述：8月2日，淘寶服飾日前發佈《“淘寶明星同款等特色商品標籤”商家提報規則》。規則中提到，明星同款、IP聯名等特色商品正成為重要消費場景，平台面向正品明星同款、正品IP聯名款推出特色商品資質認證權益。獲得認證的特色商品，會獲得搜索、推薦等核心流量場域流量加權。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01k1n293hcjm2ne2cfbede43jw>

【互聯網資訊】拼多多修改店鋪命名規則：新增違規罰款措施

概述：8月2日，拼多多更改店鋪命名資訊規則。當商家店鋪名稱含有類目詞，但店鋪內已連續180天未上架對應類目商品的，平台將釋放店鋪名稱，系統自動生成的新店鋪名稱也不會包含對應類目詞。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01k1myjfp366gyba811t5426pg>

【互聯網資訊】抖音電商上線“建議優先挽回”標籤

概述：日前，抖店後台上線“建議優先挽回”售後標籤，識別“高成交意向”消費者。商家發貨後，消費者發起售後申請，平台根據消費者歷史關注行為、購物行為等情況評估該訂單有高成交意向。針對高成交意向的消費者售後申請，平台建議商家選擇合適的協商方案與消費者友好協商，有較高挽回訂單的可能性。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20250807/589983.shtml>

【互聯網資訊】Coupang創造歷史，Q2營收破600億，穩居韓國第一

概述：

一、二季度財報出爐

被稱為“韓國亞馬遜”的Coupang，電商業績越來越漂亮。消息顯示，近日，韓國電商巨頭Coupang美國母公司Coupang Inc.向美國證券交易委員會（SEC）提交了2025年第二季度合併業績報告，報告指出，今年4月至6月，Coupang持續鞏固本土電商優勢，電商業績持續走高，多項關鍵指標取得進步。具體來說，報告顯示，得益於台灣Rocket Delivery服務在內的海外業務的增長，今年第二季度，Coupang實現營收11.9萬億韓元（約619億人民幣），較去年同期的10.04萬億韓元（約541億人民幣）增長約19%，創下有史以來最高的季度銷售額紀錄。



Coupang二季度營收接近12萬億韓元 圖源：MBIZ

與此同時，Coupang的盈利能力也得到很大的改善，該公司第二季度營業利潤為2093億韓元(約10.9億人民幣)，較去年第二季度342億韓元(約1.8億人民幣)的營業虧損有所好轉。結合營收和營業利潤資料來看，今年二季度，Coupang營業利潤率為銷售額的1.7%，較上一季度的2%營業利潤率下降了0.3個百分點。相應的，Q2淨利潤也扭虧為盈。第二季度，Coupang實現淨利潤達到435億韓元(約2.3億人民幣)，成功扭轉了去年同期1438億韓元(約7.5億人民幣)的淨虧損；淨利潤率為銷售額的0.4%。值得一提的是，去年第二季度Coupang之所以虧損，是因為涉嫌不公平競爭被韓國公平交易委員會處以1628億韓元的罰款，最終錄得營業虧損，而今年這一風險已消除。聚焦電商領域，Coupang公司強調，得益於Rocket Delivery、Rocket Fresh、Rocket Growth、Marketplace等商品電商服務的成功，其第二季度商品電商銷售額達到10.3044萬億韓元(約536億人民幣)，同比增長17%，創下歷史新高。此外，通過持續最佳化平台服務和消費者體驗，Coupang活躍使用者規模也在過去一個季度得到增長，總數量達到2390萬人，佔韓國總人口的四成以上，對比去年同期（2170萬）增長了10%；每名活躍客戶支出達到431340韓元(約2,243元人民幣)，同比增長6%。值得注意的是，儘管營收利潤總體上漲，但Coupang增長業務部門調整後的EBITDA（息稅折舊攤銷前利潤）還是虧損了3301億韓元(約17.2億人民幣)，虧損同比擴大了20%。

二、意料之中的成績

坦白說，Coupang二季度財報亮眼屬於意料之中，多份市場資料已充分展現了Coupang在韓國的領軍地位。IGA Works Mobile Index發佈的資料就顯示，2025年3月，Coupang處理的信用卡和借記卡支付金額約為3.2萬億韓元(約166億人民幣)，比排名第二的11 Street（2915億韓元）(約15.2億人民幣)高出足足八倍，斷層領先。此外，Coupang的使用者忠誠度也很驚人，平台復購率高於80%，韓國其他平台的回購率則在20%-50%之間。

‘온라인 쇼핑’ 업종 카드결제 순위 TOP10

기업명	카드결제 금액	지난달 대비 증감률	1인당 결제 단가	재구매율 (지난달 대비)	결제자 성비 (남:여)
쿠팡	3조 2,213억 원	8%	20만 원	83%	44:56
11번가	2,915억 원	5%	13만 원	48%	54:46
GS SHOP	2,668억 원	15%	14만 원	45%	19:81
G마켓	2,537억 원	-12%	12만 원	48%	53:47
SSG.COM	2,282억 원	-3%	16만 원	43%	35:65
다이소	1,954억 원	17%	1.85만 원	51%	44:56
CJ온스타일	1,881억 원	12%	18만 원	33%	15:85
알리익스프레스	1,422억 원	38%	12만 원	59%	78:22
현대홈쇼핑	1,242억 원	11%	17만 원	30%	16:84
롯데홈쇼핑	878억 원	17%	14만 원	25%	16:84

카드결제 금액 데이터 기준. 해당 기업은 전년 동기 대비, 이는 실제와 다를 수 있습니다.

Coupang復購率排名第一 圖源：platum.kr

天上不會掉餡餅，Coupang能夠穩坐韓國電商龍頭寶座，離不開平台在電商市場的積極探索，尤其是對物流領域的持續加碼。為了提高商品配送效率，Coupang自上線以來就不斷完善物流網路建設，在韓國全境配備了多個物流中心，目前70%韓國人生活的地方距離Coupang物流中心只有10分鐘的路程。完善的物流網路也給Coupang物流提速奠定了物質基礎，該平台的訂單通常能在消費者下單後24小時內送達到位。值得一提的是，今年年初，Coupang還宣佈將在2025年和2026年追加2.4萬億韓元的大規模投資，旨在進一步擴大“火箭配送”服務的覆蓋範圍，並於2027年實現“火箭配送5000萬人”的目標。作為參考，韓國目前的人口約為5100萬人。除了加大資金投入，Coupang物流還緊跟時代發展趨勢，積極擁抱人工智慧新技術。

今年2月，Coupang就宣佈將投資1.33億美元(約9.6億人民幣)在韓國慶尚道金海市建立和營運一個採用尖端人工智慧技術的智能物流中心。按最初設想，這座物流中心總計有九層，總建築面積達到12.2萬平方米，能依託人工智慧技術實現從庫存管理到最終交付的“一站式”處理。次月，Coupang又宣佈將在忠清北道堤川市新建一家基於人工智慧技術的先進物流中心，進一步提升物流實力，投資額達1000億韓元(約5.2億人民幣)。可以看到，Coupang屬於即優秀又努力的類型，也難怪被稱為“韓國亞馬遜”。展望未來，隨著市場競爭力的持續提升，相信Coupang業績還將再攀高峰，繼續鞏固行業領先地位。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01k1z4b9gyvfwf323gybfnzrfq>

概述：2025年，美國對中國商品加征關稅的政策持續發酵，跨境電商產業面臨前所未有的挑戰與調整。儘管美國近期將對中國新加的關稅暫時回調至30%，但對透過跨境小包進入美國市場的小額包裹卻並未放鬆限制。原本可享有免稅清關的小件商品，如今必須支付貨值90%的高額關稅，或每件至少150美元(約1,077元人民幣)的固定關稅。這項政策直接衝擊了中國跨境電商Shein和Temu，兩者曾憑低成本的小包直郵模式迅速佔領美國。

《晚點 LatePost》報導，早在今年4月美國新一輪關稅戰正式爆發前，Shein和Temu已提前經歷一場「壓力測試」。今年2月初，美國總統川普宣佈取消針對800美元(約5,747元人民幣)以下小額商品的關稅豁免，面對政策突變，Shein 與Temu迅速調價應對，但消費者對價格極為敏感，導致銷售一度暴跌，其中，Temu率先大漲，引發用戶不滿。數天後，因美國海關不堪重負而暫停新政策，兩個平台才不得不回調價格。

報導指出，Shein今年上半年商品成交額(GMV)約270億美元(約1,939億人民幣)，年成長率維持在15%-20%，而成立不到三年的Temu，上半年全球GMV已達約 350 億美元(約2,514億人民幣)，年增速高達50%。

據接近Temu的人士透露，該電商2024年全年GMV目標為1000億美元(約7,183億人民幣)，意圖超越拼多多在成立第三年的成績。Shein去年GMV約520億美元(約3,735億人民幣)，年初曾設定全年目標為「微超 600億美元(約4,310億人民幣)」，不過，兩家公司都對外否認了相關GMV數據。

經過實戰演練後，當4月新關稅政策正式落地時，Shein和Temu已準備多套應對方案。大量因加稅失去價格競爭力的商品被主動下架，Temu尤其加快了物流模式的調整，減少從中國直郵美國的「全託管」商品，並引導消費者選擇「半託管」模式，也就是即由賣家將貨物提前備至美國本地倉庫，用戶下單後直接發貨，從而規避進口關稅。

為緩解消費者對漲價的抵觸情緒，平台一度取消直接漲價，轉而明確標註「Import Charges」(進口費用)，將責任歸咎於美國政府政策。然而，有消費者在社群平台抱怨，在Temu購買85.7美元(約616元人民幣)的商品，最終需支付高達135.22美元(約971元人民幣)的進口費用。

今年6月起，Temu逐步恢復部分小包裹直郵商品，同時推出Y2半託管方案，允許商家從全球任意國家空運發貨，無需提前備貨，雖然履約時間延長至6-14天，但為新物流模式提供了測試空間。目前，跨境電商進入美國的貨物主要依賴兩種清關模式。一是針對貨值2500美元(約17,958元人民幣)以下的簡易報關(T11)和標準報關(T01)。儘管清關流程已高度自動化，但排隊等待仍可能影響時效。業內人士指出，T01模式雖審查嚴格，但對於大批次貨物，單位清關成本反而更低。此外，直郵小包按零售價計稅，而從海外倉發貨則按進貨成本申報，兩者稅基差異顯著，使得新關稅對物流成本的實際影響有限。為規避關稅，部分商家嘗試透過第三國「轉口」方式繼續享有免稅政策，但美國正加緊封鎖這項漏洞。

上月初，美國對越南新增針對第三國轉運貨物的徵稅要求，川普上週三(7月30日)簽署行政令，自8月29日起暫停所有國家的小包免稅政策，徹底切斷轉運免稅通道。面對日益複雜的全球貿易環境，Shein與Temu正積極探索新的物流通路，以維持業務運作。儘管關稅戰帶來短期衝擊，但Shein和Temu透過結構性調整保持了成長勢頭，兩家公司均加速拓展美國以外的市場。Temu半託管模式已涵蓋東南亞、歐洲、中東及南美洲；Shein半託管業務則在中東上線。

根據內部人士透露，美國市場在Shein全球GMV中的佔比已低於30%，Temu則為35%。即便美國銷售額因關稅下降20%，對Shein全球業績的影響也僅6%。Shein仍以自營模式為主，貢獻約70%的GMV，但自2020年起逐步開放平台模式，引進第三方商家，並提供流量與物流支援。今年4月，Shein曾打算將部分自營業務合作工廠轉為半託管商家，以降低庫存與物流成本，但隨著關稅下調，該計畫暫緩。

Temu則早在2023年3月上線半託管模式，招募本地履約商家，並在7月下旬完成組織架構調整，強化海外市場在地化營運。儘管最廉價的跨境郵政小包模式受阻，但Shein和Temu憑藉龐大的出貨量，已能透過包機、包櫃等方式控制物流成本。儘管低價小包屢遭限制，但跨境電商的規模效應與進化能力，正推動產業尋找新的生存路徑。

鏈接：

<https://hk.finance.yahoo.com/news/%E7%84%A1%E6%87%BC90-%E8%AA%87%E9%8F%A1%E9%9B%BB%E5%95%86%E7%A8%85-shin-temu%E5%8A%A0%E9%80%9F%E5%85%A8%E7%90%83%E6%93%B4%E5%BC%B5-%E6%AD%90%E6%B4%B2-230013757.html>

【延展閱讀】特朗普宣佈征約100%關稅

概述：當地時間8月6日，美國總統特朗普表示，所有進口至美國的晶片和半導體都要征收100%的關稅。但如果已經承諾(在美國)建廠，或者正在(美國)建廠，那就沒有關稅。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/_4K5peQdp0A3Y7uTs5N2zA

【延展閱讀】QuestMobile 2025年AI應用市場半年報：移動端達6.8億，三類形態應用此消彼長

概述：QuestMobile數據顯示，上半年AI應用快速發展，形成了“四大梯隊”的應用格局，其中，第一梯隊由AI搜索引擎、AI綜合助手兩個賽道構成，截止到2025年6月，二者的月活躍用戶規模分別達到6.85億、6.12億。第二梯隊由AI社交互動、AI專業顧問組成，月活躍用戶規模分別為1.26億、1.11億。第三梯隊由AI效率辦公、AI圖像處理構成，月活躍用戶規模分別為0.69億、0.49億；第四梯隊包括AI創作設計、AI文案寫作、AI學科教育等等，均在0.2億左右。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/dxXwojBUQDXpBuCuC8cAIw>

【延展閱讀】TikTok Shop全球GMV翻倍增長

概述：據Momentum Works墨騰創投攜手Tabcut最新發佈的《2025年上半年美國TikTok Shop報告》，2025年上半年，TikTok Shop的全球交易總額（GMV）達到262億美元（約合人民幣1887億元），對比去年同期的一百多億美元增長了一倍。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/I0NmwFGIehQbwh1AE8k-Dg>



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