



推廣部行業資訊分享2025035

由：旭日集團

日期：2025年9月8日

【行業資訊】鋼鐵駝隊馳騁新絲路，上合峰會開啟中亞經貿“黃金時代”

概述：9月1日上海合作組織成員國元首理事會第二十五次會議在天津圓滿落幕。作為中國今年最重要的主場外交活動，峰會匯聚了包括20多位國家領導人和聯合國等10個國際組織負責人在內的龐大陣容，充分彰顯了上合組織日益強大的凝聚力。

鏈接：<https://www.tnc.com.cn/info/c-001001-d-3753790.html>

【行業資訊】紡織服裝巨頭砸下近 10 億，佈局中東非市場

概述：埃及蘇伊士運河經濟區（SCZONE）消息，一家中資紡織服裝企業已正式簽署投資協議，將在西坎塔拉工業區建設綜合性紡織製造項目。據悉，這家中資企業是中國紡織服裝行業的重要投資者，業務覆蓋紡紗、織布、印染至成衣製造的全產業鏈，在全球多個國家設有研發與生產中心，產品遠銷歐美及新興市場。

鏈接：<https://www.tnc.com.cn/info/c-001001-d-3753815.html>

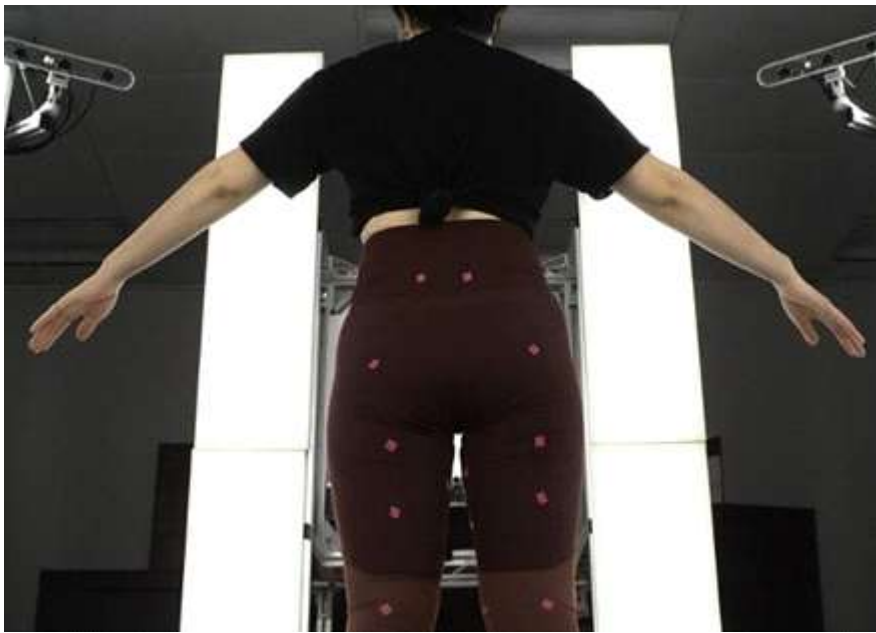
【行業資訊】滬上聚首！紡織服裝人共話產業鏈創新與時尚新篇

概述：9月1日，第四屆紡織服裝產業鏈創新發展論壇暨時尚產業生態圈（2025）年會在上海舉行，會議圍繞品牌轉型、新質生產力、品牌出海、電商轉型、直播以及AI等核心方向展開深入討論。旨在為廣大鞋服企業創業（從業）者提供一個交流心得、探討創意、尋求出路、共謀發展的平台，推動行業發展。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/H_uLrFg69bylaLXgiaYeZg

【創新科技資訊】理大新技術精準量度人體組織變形，助運動及醫療壓縮衣服研發

概述：不少職員籃球員會穿壓力褲，以達至高速移動時穩定膝蓋，防止運動時肌肉過度震動帶來疲勞等。然而該些壓縮衣物容易在運動時移位，保護功效因而下降。香港理工大學時裝及紡織學院副院長葉曉雲團隊，研究出能精準量度人體組織變形的新技術，該技術能應用於提升運動及醫療壓縮服裝緊身度與效能。



該技術以彈性理論及應力函數方法的知識，結合力學性能測試，能準確預測肌肉組織變形情況。若然變形測量不夠精準，尤其是運動過程中，往往會導致服裝不稱身，並令其功能大打折扣。而該技術則能有效減少因動作造成的測量誤差，相關數據亦能為服裝設計師提供有用數據，協助設計出有效提升運動表現，同時降低肌肉骨骼損傷風險的壓縮衣物。

葉曉雲表示，團隊研發的技術特別適用於各類壓縮服裝，例如緊身褲等運動服裝，以及壓縮襪和手術後使用的功能性醫療服裝等。透過分析模型，還可以依據不同服裝類型，調整材料的機械性能與周長尺寸等參數，而新技術具實用性及成本效益，因技術可減少有關衣服設計時的反覆試驗，亦可以減少對高成本動作捕捉系統的依賴，因此適合中小型企業使用。

鏈接: https://hk.on.cc/hk/bkn/cnt/news/20250903/bkn-20250903153949149-0903_00822_001.html

【競品資訊】解碼141.8億FILA做對了什麼

概述：在全球運動服飾行業競爭加劇、巨頭財報頻現疲軟的背景下，FILA依然實現了分部收入同比增長8.6%，達到141.8億元人民幣。更重要的是，這一成績並非建立在小體量的增長基礎上，而是在已具備可觀規模的核心業務中完成，凸顯了FILA在安踏集團版圖中的戰略地位與逆勢韌性。

鏈接：<https://news.cfw.cn/v383638-1.htm>

【競品資訊】GXG母公司上半年營收9.69億，利潤大幅增長

概述：2025年上半年慕尚集團實現收入9.69億元，淨利潤同比增長30.9%至887.2萬元，自2022年以來始終保持盈利。其中GXG主品牌實現收入8.97億元，其中來自自營店的收入相對穩定；品牌毛利率為54.2%，依然高於集團整體水準。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/H3HFiYe9O48Bfp2WpBUPcQ>

【競品資訊】地素時尚2025年上半年淨利潤1.7億，同比下跌23.5%

概述：近日，地素時尚發佈了2025年半年度報告。財報顯示，2025年上半年，公司營業收入為10.67億元，同比下跌5.55%；歸母淨利潤約1.7億元，同比下跌23.54%；扣非淨利潤約1.33億元，同比下跌27.92%。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/X5jDxREZjd7NoKqkmuAazw>

【競品資訊】UNIQLO日本同店銷售續揚、增幅擴大

概述：天氣熱、夏季衣物銷售強勁，帶動UNIQLO日本同店銷售連4個月增長、增幅擴大。UNIQLO營運商迅銷(Fast Retailing、9983.JP)今日股價逆勢上漲。根據Yahoo Finance的報價顯示，截至台北時間3日上午8點30分為止，迅銷上漲0.19%、表現優於大盤(東證股價指數TOPIX)的下跌0.14%。

迅銷2日於日股盤後公佈資料指出，因天氣熱、夏季衣物銷售強勁，帶動2025年8月份日本地區UNIQLO事業714家同店銷售額(指營業超過1年以上店面、包含網購銷售額)較去年同月成長5.3%，連續第4個月呈現增長，增幅較前一個月份(2025年7月、成長2.4%)呈現擴大。

8月份日本地區UNIQLO事業同店來客數較去年同月增加5.5%，連續第4個月增長；客單價(每位顧客平均消費額)微減0.2%，連續第3個月下滑。8月份日本地區UNIQLO事業整體銷售額(包含營業未滿1年在內的全部784家直營門市、不含加盟門市)較去年同月增加7.2%，連續第10個月呈現增長；來客數增加7.2%，連續第7個月呈現增長；客單價減少0.1%，連續第3個月下滑。就日本其他主要服飾商情況來看，Honeys(2792.JP)8月日本同店銷售較去年同月增加0.5%，3個月來首度呈現增長；Shimamura(8227.JP)增加1.2%，連續第5個月呈現增長；Mac-House(7603.JP)大增12.5%，連續第4個月增長；Adastria(2685.JP)增加4.4%，3個月來首度呈現增長。

迅銷7月10日公佈財報資料指出，因UNIQLO事業業績旺，2025年度前三季(2024年9月-2025年5月)合併純益較去年同期增加8.4%至3,390億日圓(約22.8億人民幣)，就歷年同期情況來看、純益連續第4年創下歷史新高紀錄。

迅銷維持2025年度(2024年9月-2025年8月)財測預估不變，合併營收預估將年增9.5%至3.4兆日圓(約228.7億人民幣)、將續創歷史新高紀錄，合併營益預估將年增8.8%至5,450億日圓(約36.7億人民幣)、將續創歷史新高紀錄，合併純益預估將年增10.2%至4,100億日圓(約27.6億人民幣)、將連續第5年創歷史新高。

鏈接：<https://www.moneydj.com/kmdj/news/newsviewer.aspx?a=9156f630-640d-42ec-94e2-7bb895b64875>

【競品資訊】佐丹奴半年純利升0.8%至1.21億元、息7.5仙

概述：佐丹奴Giordano(00709)上半年純利按年增長0.8%至1.21億元，收入增長1.6%，主要受惠於線上業務的強勁表現。其中，大中華區收入增長9.5%，海灣阿拉伯國家合作委員會市場增長1.7%；東南亞的電子商務業務增長4.8%。佐丹奴中期息減少6.3%至7.5仙。

集團上半年整體電子商務業務按年增長26.1%，當中第二季加速增長至32.3%。同店銷售額按年增長1.1%，進一步印證了運營策略及顧客互動舉措的成效。

佐丹奴執行董事陳嘉緯指，內地線上業務的增長三成，主要有賴公司將產品分類在不同平台銷售，例如在唯品會主要用於清貨、天貓及抖音是銷售單價較高的產品，帶動第二季線上生意有明顯增長，毛利率也有提升。

佐丹奴毛利率下降3.3個百分點至55.6%

不過，佐丹奴上半年整體毛利率下降3.3個百分點至55.6%，因線上和批發業務的銷售佔比提高、清理陳舊存貨及商品成本上升。倘撇除非佐丹奴品牌的影響，毛利率僅將下降2.9個百分點。上半年存貨對成本流轉日數改善，按年減少11天至108天，突顯更有效的存貨管理及策略性價格促銷的成效。

佐丹奴國際行政總裁Colin Currie指，7月已見毛利率開始回穩，對未來趨勢正面。公司又提到，公司正解決商品成本上升的問題，同時，南韓合營公司的生意自7月至8月重回正增長，將利好毛利率。

隨南韓的生意轉好，公司預期，相關庫存於年底會回落。另外，雖然印尼的非佐丹奴品牌業務表現欠佳，但公司在當地是有一系列的非自家品牌，過往這個策略在印尼相當成功，以自家及非自家品牌的組合去商討店舖也是成功，故短期內不會改變這個策略，並相信業務會在某一個時點復甦。

佐丹奴香港及澳門的銷售於第二季度反彈，增長2.2%，扭轉前一季跌6.5%的趨勢，亦優於整體服裝零售業銷售數據，主要受惠於新推出的「Minions」聯乘系列，成功吸引本地及年輕客群。集團對香港及澳門的持續復甦及未來增長前景持審慎樂觀態度。即將推出的新商品系列，包括擴展受歡迎的「韓國系列」。

內地第二季同店銷售已持平 冀下半年持續

中國內地總收入增長13%，銷售勢頭於上半年加速增長。第二季度的增長接近18%，遠超第一季度8%的增長，主要得益於線上業務的卓越表現，該業務實現了按年約30%的顯著增長。

Colin Currie表示，期望看到增長趨勢持續，即使港澳此前面對來自天氣的挑戰，但中港市場的7月銷售表現處於正面趨勢，尤其是內地市場。陳嘉緯補充，內地第二季的同店銷售已持平，希望第三季及第四季也能實現。

問及內地門店是否重整完結，陳嘉緯指，內地業務設有線上及線下業務，自言自己在公司工作了不少時間，之前公司的方向是比較輕視中國內地，線下業務已在重設中，過程會有關店，在選址更佳的地點開店，相信公司正朝正確的方向前進，中長線對內地業務的增長前景樂觀。

下半年將聚焦執行四大策略

Colin Currie表示，自宣佈「超越界限」五年策略以來已有一年時間。期內執行了一系列「速效」措施，2025年作為「超越界限」五年策略中的業務重整之年，下半年將聚焦執行四大策略選擇：（1）重振品牌組合；（2）加強數位先導策略；（3）贏在大中華；（4）推進「OneGiordano」策略。

他續稱，集團視中國內地為「必贏」的戰略市場，線上業務展現出強勁的動能，這得益於策略的重整以及對華南地區的聚焦，品牌在該地區的認知度更高，集團正積極審查流程並提升採購效率，以支援更佳的業績表現。

展望今年全年，維持目標核心業務收入錄得3%至5%正增長，且利潤增長速度快於收入增速。

佐丹奴下半年將推出全新品牌 GC（Giordano Concepts）；並升級Giordano Ladies品牌定位；宣佈佐丹奴新品牌代言人、韓國女演員盧正義（Roh Jeong Eui）的亮相，旨在進一步吸引新世代消費者。截至6月底，集團淨現金結餘為7.22億元，財務狀況保持穩健。

鏈接：

<https://inews.hket.com/article/4001544/Giordano%E6%A5%AD%E7%B8%BE%EF%BD%9C%E4%BD%90%E4%B8%B9%E5%A5%B4%E5%8D%8A%E5%B9%B4%E7%B4%94%E5%88%A9%E5%8D%870.8-%E8%87%B31.21%E5%84%84%E5%85%83%E3%80%81%E6%81%AF7.5%E4%BB%99%E3%80%80%E6%B8%AF%E6%BE%B3%E6%AC%A1%E5%AD%A3%E9%8A%B7%E5%94%AE%E5%8F%8D%E5%BD%882.2-%E3%80%80%E4%B8%AD%E6%B8%AF7%E6%9C%88%E5%91%88%E6%AD%A3%E9%9D%A2%E5%8B%A2%E9%A0%AD>

【互聯網資訊】淘寶APP測試AI電商導購功能“幫我挑”

概述：9月2日消息，淘寶APP正在測試AI電商導購功能“幫我挑”，該服務在淘寶APP原搜索功能上，對電商搜索導購方式進行創新嘗試，旨在結合用戶輸入，通過演算法提供更符合用戶消費需求的商品或內容。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01k44pwk7bhrh51fvtx20x4fr5>

【互聯網資訊】抖音電商打擊“仿冒名人宣傳”

概述：日前，抖音電商發佈《創作者【仿冒名人宣傳】細則》、《商家【仿冒名人宣傳】細則》，規範和治理創作者和商家在推廣商品過程中“使用名人信息”的違規行為。即在未取得名人授權的情況下，商家和創作者使用名人形象/名義宣傳商品，或者發佈的商品資訊中含有仿冒名人的內容，從而對消費者產生誤導的行為。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20250901/597072.shtml>

【互聯網資訊】拼多多推廣平台新增結算金額等十項數據指標

概述：9月2日消息，拼多多推廣平台新增十項數據指標，包括退單率、退款率、退單豁免率、退款豁免率、結算金額、結算筆數、交易額結算率、訂單結算率、結算訂單成本、結算投產比。共同構成一個完整的評估體系，使商家能夠區分問題來源，基於這些洞察，商家可以有針對性地優化推廣環節，而不是盲目調整。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20250902/598128.shtml>

【延伸閱讀】AI生成內容必須帶“身份證”，騰訊、抖音、快手、B站、DeepSeek等平台已公告

概述：9月1日，由國家互聯網資訊辦公室、工業和資訊化部等部門發佈的《人工智能生成合成內容標識辦法》（以下簡稱“《辦法》”），以及配套《辦法》發佈的強制性國家標準《網路安全技術人工智能生成合成內容標識方法》同時實施。此前，包括騰訊、抖音、快手、B站、DeepSeek等平台均對上述《辦法》出台細化規則。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/UzEUDAXeW8EqjD1iO98UQg>

【延伸閱讀】2025年1-7月劇綜市場盤點：兩大趨勢推動行業月活用戶飆至8.15億

概述：QuestMobile數據顯示，受政策鬆綁影響，內容創新化和精品化趨勢持續加速，視頻行業頭部平台持續發力，截止到2025年7月，線上視頻APP行業活躍用戶規模達到8.15億，頭部四大玩家騰訊視頻、愛奇藝、芒果TV、優酷視頻月度活躍用戶規模分別為3.65億、3.58億、2.84億、2.02億。

鏈接：<https://www.questmobile.com.cn/research/report/1962757056738988033>

【延伸閱讀】Coupang砸資源吸引中國賣家，大幅降低准入門檻

概述：根據Coupang跨境電商最新發佈的公告，平台將面向中國賣家推出極速開店模式，助力中國賣家更絲滑佈局韓國本土市場。具體來說，在新模式下，中國賣家入駐Coupang，無需註冊韓國本地公司，憑中國企業主體及相關資料資訊，就可直接申請Coupang本土店。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01k44yct6c97k6eyfkebjmjbh>



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