



服裝行業資訊分享2025037

由：旭日集團

日期：2025年9月22日

【行業資訊】真維斯榮獲“2025年度時尚產業推動獎”，攜手黃剛發佈《文脈承續·香雲紗·百鳥衣》全新系列

概述：9月13日，真維斯攜手中國最佳男裝設計師、中國十佳時裝設計師、中國紡織非遺推廣大使黃剛，共同呈現“文脈承續·香雲紗·百鳥衣”全新系列。次日，憑藉對行業的持續創新輸出，在2025中國國際時裝周頒獎典禮上，真維斯榮獲“2025年度時尚產業推動獎”。

鏈接：<https://fashion.ynet.com/2025/09/16/3936198t3228.html>

【行業資訊】8月份經濟運行有哪些亮點和積極變化

概述：9月15日，國家統計局召開2025年8月份國民經濟運行情況新聞發佈會。8月份，在黨中央的堅強領導下，各地區各部門深入貫徹落實黨中央、國務院決策部署，加緊實施更加積極的宏觀政策，縱深推進全國統一大市場建設，積極做強國內大循環，國民經濟運行總體平穩，高質量發展扎實推進。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/suhFdcFq3SGZ9IJ8gep0ng>

【行業資訊】工信部5G工廠名錄發佈，37個紡織項目入選國家級標杆

概述：近日，工業和資訊化部正式發佈《2025年5G工廠名錄》，該名錄覆蓋48個行業領域，包含560個項目。其中，江蘇桐昆恒欣新材料有限公司的桐昆5G工廠等37個涉紡項目榜上有名。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/V8uWkD0lGT1t6KN4w26xmg>

【競品資訊】李寧公司與香港理工大學達成戰略合作，設立聯合運動科學研究中心

概述：近日，中國服裝協會理事單位李寧公司與香港理工大學正式簽署戰略合作協議，共同成立“李寧-香港理工大學聯合運動科學研究中心”。在本次戰略合作框架下，雙方將聯合開展運動科學與人體工學領域的相關課題研究，致力於推動新一代高性能體育用品的創新設計、功能驗證與優化。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/ZadmAdrlyxzxvfWRx7i99w>

【競品資訊】波司登高鐵專列首發，以“中國速度”引領世界潮流

概述：9月14日，中國服裝協會副會長單位波司登集團高鐵冠名列車在上海虹橋站盛大發車，通過高鐵這一“國家名片”，向全球旅客傳遞中國羽絨服品牌的創新實力與文化自信。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/lzodFMCFhe7WfaTija9EKA>

【競品資訊】Gap攜手成毅共赴本色：看見空白，便有舞台

概述：9月15日，青年演員成毅正式官宣成為GAP中國品牌代言人。“連接”與“成長”的價值探索，正如本次品牌秋季營銷主題“Mind the Gap, Bridge the Gap.”（看見空白，便有舞台），以本色詮釋長期主義，證明專注與熱愛可抵歲月漫長。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20250915/601220.shtml>

【競品資訊】Esprit回歸銅鑼灣（研究與發展部）

概述：曾經風靡一時的時裝品牌 Esprit（思捷環球），在2020年關閉亞洲所有實體店後，有傳今年11月重返香港市場，並選址銅鑼灣開設新店。消息一出，即刻在社交平台引起熱議，不少港人笑言這是一代人的「集體回憶」重現，也有人好奇品牌能否在激烈競爭下「起死回生」。

ESPRIT一代港人時尚印記 Esprit自1968年於美國創立，80年代進入香港，並在1983年於銅鑼灣開設首間旗艦店。那時的Esprit不單是一個服裝品牌，更代表一種生活態度。其色彩鮮明、設計簡約的產品，配合當時大膽的廣告風格，迅速成為潮流標誌。許多港人仍記得，當年擁有一件Esprit外套，幾乎等於「走在時代尖端」。

1993年，Esprit在港交所上市，更一度躋身藍籌股行列。股價在2007年升至133元的高位，市值超過1700億元，被視為零售業「股王」。然而，隨後的故事卻急轉直下。

從藍籌股到全面撤退 2008年金融海嘯重創零售業，Esprit的銷售和股價神話瞬間瓦解。同時，快時尚品牌崛起，來自西班牙的Zara、瑞典的H&M，以及日本的Uniqlo、GU等，以「新款快、價錢平」的策略迅速瓜分市場。相比之下，Esprit顯得反應遲緩，產品線亦未能緊貼潮流。更雪上加霜的是，當年主要大股東多次減持，套現逾200億元，被批評「落井下石」。此後，即使公司多次重組、換管理層，仍未能扭轉頹勢。2020年，Esprit終於決定撤出亞洲，關閉56間分店，包括香港。

沉寂數年後，近日Esprit突然在IG、Facebook及Threads開設名為「esprithongkong」的新帳號，並貼出一句「SEE YOU IN NOV」，立即引來網民熱議。有爆料指品牌確實已簽約租下銅鑼灣舖位，準備以全新姿態回歸。

對於不少香港人來說，這不單是一宗零售新聞，更勾起大量回憶。有網民留言：「細個覺得買佢啲毛巾都係有錢人先 afford 得起」、「依家周圍都U記，悶到嘔，Esprit返嚟可以有啲選擇」。亦有人回憶：「依家仲有件Esprit夾棉襖，著出街都有人讚靚」。不過，回歸的Esprit面對的挑戰不容小覷。

香港零售市道近年持續疲弱，加上內地網購平台壓境，本地消費者購物習慣大幅轉變。旅客消費力亦不如以往，品牌要在困境中突圍，談何容易。市場觀察人士指出，近年有些「時代眼淚」品牌透過形象重塑及明星代言成功翻身，例如Giordano在韓國找來當紅韓星韓韶禧、邊佑錫代言後，再度受年輕人追捧。Esprit是否會走同樣路線，暫時仍屬未知數，但品牌若要吸引新一代消費者，勢必要在設計、推廣及社交媒體營銷上下大功夫。

Esprit在港曾經叱咤一時，如今重回發跡地，多少帶點「故地重遊」的味道。港人對品牌的情懷是真實存在的，但能否轉化為實際消費力，才是決定Esprit未來成敗的關鍵。

鏈接：https://www.edigest.hk/1932561/?utm_campaign=ED_ContentCopy&utm_source=Web-inventory&utm_medium=Content-Copy_ED

【競品資訊】拆解優衣庫與京東的“陽謀”加碼全域零售（研究與發展部）

概述：9月8日，優衣庫宣佈與京東達成合作。使用者現在可以在京東APP上找到優衣庫的購買入口，並購買幾乎所有商品。這是繼LV、GUCCI等奢侈品牌以及Inditex愛特思、H&M、GAP等品牌之後，又一家全球知名時尚品牌加入京東。根據京東的資料，2025年至今已有上千個時尚新銳品牌加入京東，新商入駐數量同比翻倍。

此次合作深入到戰略等級，優衣庫國際設計師聯名系列UNIQLO : C系列、UNIQLO and COMPTOIR DES COTONNIERS 2025合作系列秋冬新品，以及優衣庫與泡泡瑪特人氣IP“THE MONSTERS”全新合作系列，都有望通過京東在國內搶先發售。

中國市場一直是優衣庫的戰略要地。據優衣庫母公司迅銷集團財報，2024財年其在大中華地區的營收佔比達21.8%，僅次於日本地區的30%。營業利潤同樣僅次於本土地區。迄今優衣庫在中國市場的門店數量超過900家，甚至超過本土門店數量。

不止是優衣庫，今年許多海外時尚品牌也加大了在中國市場的投入。例如，H&M在上海落地了首個品牌體驗中心，Zara在南京開設了亞洲旗艦店，Gap在寶尊電商全面接管其大中華區業務後開啟了深度的“中國式蛻變”，商品設計與生產環節的本土化佔比已經突破70%。

優衣庫也在成都、西寧和武漢等城市陸續開設和升級高品質門店，成都旗艦店更是意在打造地標性建築，將當地元素與其時尚理念結合，帶來獨特的品牌價值傳達。

全球經濟波動下，中國市場的巨大規模和數位化發展能力成為外資品牌的避風港和增長引擎。對服飾品牌而言，中國消費者對“質價比”服飾日益增長的需求，促使它們最佳化產品和服務。

鏈接: <https://news.china.com/socialgd/10000169/20250912/48816587.html>

【競品資訊】UNIQLO日本銷售額突破萬億日圓，迅銷利用大數據進行需求預測（研究與發展部）

概述：《日經》報道，迅銷（06288）旗下優衣庫（UNIQLO）於截至今年8月底止2025財年，日本國內銷售額按年增10%，達1.03萬億日圓(約496.5億人民幣)，為日本服飾公司首次在境內突破1萬億日圓的銷售門檻。

每家店面積擴大10%

報道指，UNIQLO於2022年開始，通過擴大店鋪規模以及利用大數據進行需求預測，推動銷售額實現了大幅增長。截至今年8月底，日本全國共有784間UNIQLO門市。

過去五年間，透過關閉逾30間UNIQLO門市，惟每家店面積擴大10%，並增加商品種類，提振顧客一站式購物需求。2024財年每間直營店平均銷售額逾9.9億日圓(約0.48億人民幣)，較2020財年增長13%。

實時掌握UNIQLO銷售及庫存情況

UNIQLO於2023年推出「管理駕駛艙」平台，收集超過3,000萬條資訊，包括線上商店的產品評價及客戶服務中心收到的反饋，用於開發新材料針織品及改進現有產品，並實時掌握日本國內外門市和電商平台的商品銷售情況、倉庫和門市的庫存等。

迅銷根據這些大數據，運用自主開發的演算法進行需求預測，並使其與工廠的生產計劃聯動，僅針對市場需要的商品進行快速生產，縮短了從生產到銷售的週期。市場需求較低的商品則減少生產，防止庫存積壓。

鏈接:

<https://inews.hket.com/article/4008982/UNIQLO%E6%AF%8D%E4%BC%81%E7%BD%9CUNIQLO%E6%97%A5%E6%9C%AC%E9%8A%B7%E5%94%AE%E9%A1%8D%E7%AA%81%E7%A0%B4%E8%90%AC%E5%84%84%E6%97%A5%E5%9C%93%E3%80%80%E8%BF%85%E9%8A%B7%E5%88%A9%E7%94%A8%E5%A4%A7%E6%95%B8%E6%93%9A%E9%80%B2%E8%A1%8C%E9%9C%80%E6%B1%82%E9%A0%90%E6%B8%AC>

【競品資訊】安踏反貪風暴：辭退嚴重舞弊74人，46人涉嫌違法犯罪被移交司法機關（研究與發展部）

概述：9月16日，廉潔安踏公眾號發佈消息稱，2025年安踏推進反腐治理，截至8月，74人因嚴重舞弊觸犯集團紅線被辭退；涉嫌違法犯罪移交司法機關處理的內外部人員46人（內部21人，外部25人），其中包含總裁級1人，總監級14人、經理級4人；追訴離職人員3人（因在職期間職務犯罪）；違反誠信廉潔責任條款的舞弊供應商及合作夥伴45家，查處案件涉及違法犯罪金額約3千萬元。

安踏集团开展全员廉洁培训 深化反腐体系建设

廉洁安踏 2025年09月16日 10:04 福建



9月初，安踏集团组织全体管理干部及核心岗位员工开展廉洁文化专项培训，并分批参观反腐倡廉警示教育基地。通过司法工作人员现场说法、专题授课及真实案例警示，持续强化干部队伍廉洁自律意识，筑牢全员“不敢腐、不能腐、不想腐”的思想防线，共同营造阳光健康的企业环境。



安踏集团开展廉洁文化专项培训，集团执行董事 联席CEO赖世贤发言

安踏集團與“陽光誠信聯盟”“企業反舞弊聯盟”及晉江市民營企業誠正守護協會深度合作，共建跨行業涉腐“黑名單”共享平台，聯合實施行業通報、永不錄用、終止合同或拒絕合作等懲戒措施。2025年2月，安踏集團公佈首批永不合作主體清單，有10家違規供應商被列入對外公佈名單。

安踏集團執行董事聯席CEO賴世賢表示，誠信是安踏集團的底線。在安踏集團，能力與操守缺一不可，廉潔是絕不能逾越的底線。只要觸碰“貪腐”，不論能力再強、業績再好、合作再深，我們都一查到底，絕不姑息。

鏈接: <https://www.dutenews.com/n/article/10123443>

【互聯網資訊】阿里媽媽揭秘雙11四大紅利，補貼超30億支持品牌增長

概述：日前，阿里媽媽圍繞全域AI經營，向商家們公佈了“新流量、新節奏、新技術、新玩法”四大品牌大促增長策略。平台透露將投入超30億激勵，支持不同成長階段的商家實現大促增長。

鏈接: <https://www.ebrun.com/20250916/602291.shtml>

【互聯網資訊】微信將於9月30日關閉京東購物入口

概述：近期，部分用戶在京東購物公眾號收到通知，微信“發現—購物”中的京東入口將於9月30日關閉，這一入口的關閉也是雙方為期三年合約到期後的自然結果。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20250916/602281.shtml>

【互聯網資訊】小紅書上線本地生活入口，正式推出“小紅卡”會員業務

概述：小紅書本地生活會員服務“小紅卡”正式上線，並在app端“個人主頁”面向購卡的會員用戶開放平台本地生活入口，與電商入口“市集”並列，首期面向上海、杭州和廣州三個城市開放。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20250916/602321.shtml>

【互聯網資訊】SHEIN推出品牌孵化計畫“SHEIN Xcelerator”，加碼扶持全球設計師與品牌出海（研究與發展部）

概述：全球時尚零售商SHEIN近日正式推出“SHEIN Xcelerator”品牌孵化與扶持計畫，面向包括中國設計師和品牌在內的全球新興及成熟品牌，提供品牌孵化與全球化發展支援。該計畫由SHEIN早期推出的設計師賦能項目“SHEIN X”升級而來，目前正處於多市場拓展階段。

自2023年8月啟動測試至今，SHEIN Xcelerator已吸納全球近20個品牌加入，並累計實現近30億元人民幣的收入。參與品牌在首年平均銷售額增長達190%，部分品牌如Missguided預計在未來兩年內收入將超過16億元。目前，已有中國設計師和品牌開始加入該計畫。

SHEIN方面表示，借助其全球市場觸達、消費者洞察、按需柔性供應鏈和履約體系等基礎設施資源，SHEIN Xcelerator可為不同階段的品牌提供支援：新興品牌可借此加速孵化，成熟品牌則有望進一步擴大全球影響力、拓展年輕使用者市場。

該計畫也被視為SHEIN在“品牌出海”趨勢下的戰略延伸。隨著更多品牌加入，SHEIN背後的供應鏈合作夥伴——包括生產供應商、視覺資源服務商、庫存及訂單管理系統支援企業等，也有望獲得業務增量並推動其數位化轉型。

有行業觀點認為，此類平台級扶持計畫反映出中國跨境電商正在從“產品出海”向“品牌出海”模式深化。SHEIN通過系統化賦能與資源開放，試圖建構更完整的出海生態，其在柔性供應鏈、數位化管理等方面的經驗，或將對服裝製造業乃至更廣泛的消費品產業帶來影響。

SHEIN相關負責人表示，“我們致力於通過SHEIN Xcelerator幫助不同規模的品牌實現全球發展目標，推動整個行業生態更加繁榮。”

鏈接：<https://m.ebrun.com/602296.html>

【延伸閱讀】多部門權威發聲

概述：國務院新聞辦公室於9月17日下午舉行新聞發佈會，商務部、國家發展改革委、文化和旅遊部、中國人民銀行有關負責人介紹擴大服務消費有關政策措施，並解答記者提問。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/fO6yKOiBc7uTLw6SvEYHPg>

【延伸閱讀】谷歌與PayPal達成合作，共推AI購物體驗

概述：9月18日消息，谷歌與PayPal宣佈建立多年期戰略合作夥伴關係，旨在推進多項商務解決方案，重塑線上購物格局。此次合作將為多款谷歌品牌產品添加PayPal數字化結賬功能，並創建基於“人工智能智能體”代理式下單到最終付款的協作基準。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01k5dqcb4mcqzx04ktxhq16dc>

【延伸閱讀】QuestMobile 2025年8月AI應用行業月度報告：移動端應用用戶規模達到6.45億

概述：截止到2025年8月，互聯網及AI科技企業原生APP用戶規模2.77億，應用插件（In-App AI）用戶規模6.22億，兩大AI應用整體規模達6.45億。按照“行動意見”制定的階段性目標，到2030年新一代智能終端/智能體普及率超過90%。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/54Z8j9pJQFZ4A5hbKaup9g>



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