



## 服裝行業資訊分享2025040

由：旭日集團

日期：2025年10月20日

### 【行業資訊】重構全球紡織價值鏈新格局，2025第八屆世界布商大會將於11月舉行

概述：10月11日，2025第八屆世界布商大會新聞發佈會在北京舉行。會議宣佈，第八屆世界布商大會將於2025年11月6日在浙江紹興柯橋舉辦。本屆大會以“國際競合——重構全球紡織價值鏈新格局”為主題，將深入探討全球紡織產業在新時代背景下的競爭新態勢與合作新路徑。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/NTj7Pb5WHqJ3w0Dewo7zxQ>

### 【行業資訊】工信部發佈《2025年度紡織服裝特色產業集聚區重點培育名單（第一批）》公示名單

概述：為促進產業集群差異化、特色化、品牌化發展，引導中西部、東北地區等地梯度有序承接產業轉移，發展各具優勢的產業集群。經集群自主申報、地方推薦、專家評審等程式，擬定了《2025年度紡織服裝特色產業集聚區重點培育名單（第一批）》名單。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/6U4Mj2Onsht00HhRPqIOEw>

### 【行業資訊】國潮服裝同比增14.1%，國慶中秋雙節消費大複盤

概述：據2025年國慶中秋雙節（10月1日—8日）官方及平台發佈的數據，全國消費市場呈現“量價齊升、結構優化”的特點，體驗式消費、綠色智能產品、國潮文化成為核心驅動力。全國重點零售和餐飲企業銷售額同比增長2.7%，其中綠色有機食品、智能家居、國潮服裝分別增長27.9%、14.3%和14.1%。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/Q39FWGa7wiTMUfzM39tOMQ>

### 【行業資訊】寵物運動裝備創新，運動戶外品牌全球化 | 世研消費指數品牌榜Vol.75

概述：本次監測週期內，李寧、安踏和阿迪達斯以1.85、1.84、1.72的綜合熱度位列榜單綜合熱度前三。

## 品牌消費熱門指數榜

Vol.75 - 運動戶外行業

| 排名 | 品牌            | 綜合熱度指數 | 排名變化<br>环比 |
|----|---------------|--------|------------|
| 01 | LI-NING 李宁    | 1.85   | ▲ 2        |
| 02 | ANTA 安踏       | 1.84   | ▼ 1        |
| 03 | adidas 阿迪达斯   | 1.72   | ▲ 2        |
| 04 | NIKE 耐克       | 1.70   | ▲ 3        |
| 05 | YONEX 尤尼克斯    | 1.48   | ▲ 4        |
| 06 | DECATHLON 迪卡侬 | 1.19   | ▲ 5        |
| 07 | VICTOR 威克多    | 1.17   | NEW        |
| 08 | GARMIN 佳明     | 1.14   | NEW        |
| 09 | CAMEL 駱駝      | 1.14   | NEW        |
| 10 | 始祖鳥           | 1.09   | ▼ 2        |
| 11 | 迪桑特           | 1.09   | NEW        |
| 12 | 伯希和           | 1.08   | NEW        |
| 13 | keep Keep     | 1.08   | NEW        |
| 14 | asics 亞瑟士     | 0.92   | —          |
| 15 | 萨洛蒙           | 0.89   | NEW        |

數據來源：2025/6-7月指數

數據來源：世研消費指數平台

## 寵物經濟成運動品牌突圍新賽道，戶外休閒催化寵物裝備品類創新

從細分品類來看，隨著寵物經濟和運動品牌競爭加劇，運動戶外行業呈現出明顯的跨界擴展與品類細分趨勢，尤其以寵物運動裝備市場為代表的衍生領域正迅速崛起，品牌巨頭集體轉向寵物運動領域。其中阿迪達斯在上海推出三葉草寵物系列，在6月正式發售寵物運動短袖、真牛皮項圈和仿皮寵物包。

耐克旗下Jordan品牌也在本月推出「髦孩子」寵物夏日限定系列產品，涵蓋寵物印花T恤、定製印花圍兜等潮流單品，正式進軍寵物賽道。此外，國際品牌如The North Face、Montbell，以及牧高笛、Snow Peak等戶外露營品牌，也相繼推出寵物帳篷、狗床、寵物衝鋒衣等豐富產品，滿足了寵物主多樣化的需求。

此外，隨著運動戶外的「火爆」，也為寵物運動裝備市場注入強勁動能，攜寵徒步、露營、狗巴迪勇士等輕戶外玩法成為熱潮，帶動寵物衝鋒衣、防曬衣、透氣T恤等創新品類不斷衍生。對於品牌來說，不僅可以利用現有供應鏈與研發能力降低新品開發成本，還可以通過場景化產品組合，如人寵配套裝備等，提升客單價與消費粘性。

## 頭部運動戶外品牌以收購佈局全球化，國產戶外細分賽道新秀崛起

本月，安踏品牌搜尋熱度排名第一，主要是其發佈公告，宣佈完成對德國專業戶外品牌 Jack Wolfskin（狼爪）業務的收購，該品牌對標大眾戶外，應用場景涵蓋徒步、自行車、滑雪以及露營，填補中端戶外市場的空白。

與旗下始祖鳥、薩洛蒙等高端專業品牌，以及斐樂、迪桑特等時尚運動品牌形成協同互補。這種「品牌金字塔」結構覆蓋從大眾到高端、從日常運動到極限戶外的全場景需求。

此外，國產運動品牌伯希和憑藉「平價高性能」的定位和全管道營銷策略，一度被市場譽為「中國版始祖鳥」，也獲得了騰訊等資本的支援。繼4月衝擊港股IPO之後，於本月進入IPO審覈關鍵期，媒體集中報道了其營收、營銷、代工模式等話題，尤其是「三年砸入近6億元廣告費」「研發投入佔比下降」等爭議點，在微博、小紅書、抖音等平臺引發廣泛討論，社媒熱度高居不下。

世研消費指南針系列指數報告是由世研指數獨家研發的消費指數評價系統。本系列包括《品牌消費熱門指數榜》、《行業消費熱力指數榜》、《產品消費熱浪指數榜》、《消費熱門事件榜》等主要榜單，以及對應範圍的延伸性榜單報告。旨在通過指數評價的方式，客觀、真實地呈現消費世界的趨勢特點，幫助行業與品牌主持續追蹤消費市場趨勢、為企業經營提供參考，提升商業綜合競爭力。

世研消費指南針系列指數榜單持續監測行業如下：

3C數碼、鞋服配飾、食品生鮮、家用電器、運動戶外、美粧清潔、母嬰用品、家居家裝、汽車消費、玩模樂器、寵物用品，醫療健康共計12大行業。



鏈接: <https://www.hstong.com/news/hk/detail/25101518150135572>

## 【競品資訊】巴拉巴拉“暖芯纖維”誕生，“超級纖維”材料科技平台再添新成員

概述：9月28日，巴拉巴拉再度舉辦“暖芯纖維”交流體驗會，正式宣告[巴拉巴拉超級纖維]第二個纖維科技“暖芯纖維”的暖心來襲。

作為向上鏈接材料端、向下直面消費者、更懂兒童成長的品牌，巴拉巴拉深刻洞悉行業材料特質和供應痛點與兒童著裝需求，潛心研發四季兒童服裝。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/hSbcIM5FGuQQBczBqc2-CQ>

【競品資訊】羽絨品牌坦博爾申請港股上市，股東“突擊式”分紅2.9億

概述：近日，坦博爾集團股份有限公司遞交招股書，擬在香港主板上市。據招股書顯示，2022至2024年，其營收從7.32億元增至13.02億元，三年複合增長率達33%，2025年上半年營收6.58億元，較去年同期激增85%。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/awN-zhT3zYNLk3IMsWCFDg>

【競品資訊】Teenie Weenie一邊是萬人空巷的追捧，一邊是持續下滑的業績

概述：近日，Teenie Weenie旗艦店開業快閃活動邀請簽約長達五年的代言人趙露思現身，吸引了超4萬人聚集。品牌發佈戰報顯示，該旗艦店當日銷售額達30萬元，“趙露思同款”千金牛角扣大衣全平台銷售額破800萬元，首日電商GMV突破歷史峰值。與快閃活動的火熱形成鮮明對比的是，Teenie Weenie母公司錦泓集團的財報卻持續遇冷，2025年上半年營收同比下滑4.04%，淨利潤下滑23.03%。

鏈接：<https://news.cfw.cn/v385137-1.htm>

【競品資訊】優衣庫母公司股價漲逾5%，但在大中華市場面臨增長挑戰？

概述：10月10日，優衣庫母公司迅銷（06288.HK）股價逆勢拉升，截至發稿前，漲幅為5.86%，報25.64港元/股。

今日該公司股價大漲，與靚麗的業績表現有關。10月9日，迅銷集團發佈截至2025年8月31日止的2025財年業績報告。整體而言，成績喜人，其營收、利潤雙雙增長。

財報顯示，迅銷全年收入為3.4萬億日元(約1,601億人民幣)，同比增長9.6%；歸母淨利潤為4330.1億日元(約204億人民幣)，同比增長16.4%。這主要受益於日本UNIQLO（優衣庫）、海外優衣庫業務強勁增長，及品牌全球化策略深化。

財華社  
FINET

截至 2025 年 8 月 31 日止年度

|                        | 收益<br>(百萬日圓) | 佔總額<br>百分比 (%) |
|------------------------|--------------|----------------|
| 日本                     | 1,026,096    | 30.2           |
| 大中華地區                  | 650,232      | 19.1           |
| 韓國・東南亞・印度・澳洲           | 619,417      | 18.2           |
| 北美                     | 271,130      | 8.0            |
| 歐洲                     | 369,509      | 10.9           |
| UNIQLO (優衣庫) 業務 (附註 1) | 2,936,385    | 86.4           |
| GU (極優) 業務 (附註 2)      | 330,701      | 9.7            |
| 全球品牌業務 (附註 3)          | 131,542      | 3.9            |
| 其他 (附註 4)              | 1,910        | 0.1            |
| 合計                     | 3,400,539    | 100.0          |

分品牌看，作為母公司迅銷集團的核心品牌，UNIQLO（優衣庫）一直貢獻營收大頭。2025財年，優衣庫品牌實現收益2.9萬億日元（約1,366億人民幣），貢獻營收約86.4%。

其次是GU（極優）和全球品牌。期內GU收益3307.0億日元（約156億人民幣），佔比9.7%；全球品牌實現收益1315.4億日元（約62億人民幣），佔比3.9%。

近些年，迅銷不斷孵化其他品牌以滿足市場不同需求，同時打造第二增長點，減少過度依賴「優衣庫」。但從業績上看，新品牌收入貢獻還不足以挑大樑。

按區域市場劃分，2025財年，在日本UNIQLO（優衣庫）事業分部收入1.0萬億日元（約471億人民幣），同比增長10.1%，首次突破一萬億日元（約471億人民幣），創歷史最高水平；溢利為1813億日元（約85億人民幣），同比增長17.5%。

海外UNIQLO事業分部收益、溢利也雙雙大增，創歷來最佳業績。其中，收益同比增長11.6%，達1.9萬億日元（約895億人民幣）；溢利為3053億日元（約144億人民幣），按年增長10.6%。

報告期內，優衣庫在韓國、東南亞、印度及澳洲地區皆錄得大幅增長，北美及歐洲市場漲勢突出。即使在追加關稅影響開始顯現的第四財季，美國市場也仍錄得收益與溢利大幅增長。

相較其它市場的高速增長，優衣庫在大中華區則表現不佳。報告期內，優衣庫在大中華地區收入同比減少4.0%，溢利同比下滑12.5%。其中，中國大陸市場收益同比下降4%，溢利同比減少10%；中國香港、中國台灣市場亦紛紛下行。

過去，中國市場一直是優衣庫業績的第一大驅動力，但近兩年受消費情緒低迷、競爭加劇等因素影響，優衣庫在國內銷售遇到巨大挑戰。

展望未來，迅銷對集團整體業績依舊持樂觀態度，預計2026財年實現收入3.75萬億日元（約1,766億人民幣），同比增長10.3%；歸母淨利潤4350億日元（約205億人民幣），同比增長0.5%。

鏈接: [https://www.finnet.hk/newscenter/news\\_content/68e8aacc230829a29448d87a](https://www.finnet.hk/newscenter/news_content/68e8aacc230829a29448d87a)

### 【競品資訊】H&M集團投資印度可持續發展公司

概述：AltMat由古吉拉特邦企業家Shikha Shah於2017年創立。它的使命是利用農業廢物，如大麻莖，將其轉化為紡織資源，如紡織品和纖維。該公司採用結合機械，化學和工藝的技術來生產Altag，這是一種用於工業的天然纖維。這種材料可用於家具、服裝、配件和造紙。

該公司最近宣佈已與多位投資者完成一輪融資；H&M集團的投資是Rainmatter by Zerodha、Turbostart和Fashion for Good的補充。籌集的資金將用於發展農場和農民之間的關係，並加強研究和開發活動。H&M集團與Rainmatter by Zerodha等投資者首次投資印度下一代創新紡織材料，支援AltMat的發展。

這四位投資者代表了耐心資本的理想組合，以實現深度科技、行業專業知識、創業精神和對可持續增長挑戰的理解。

“H&M集團非常自豪地宣佈其最新的投資，也是印度紡織行業的首次投資：AltMat。AltMat是一家非常有前途的實體，利用農業廢棄物製造一種類似亞麻和棉花的纖維，用於時尚和家具”H&M集團New Growth & Ventures投資總監Laura Coppen寫道。此次投資是在去年6月集團與瑞典紡織纖維回收公司Circulose續約合作之後。

鏈接: <https://www.fashionnetwork.cn/share/4015.html>

### 【互聯網資訊】淘寶新增6款AI導購應用，明確今年是首個AI全面落地的天貓雙11

概述：根據天貓雙11發佈會的內容，今年將是首個AI全面落地的天貓雙11，AI將從流量分發、消費者體驗、電商經營等方面服務消費者及商家，以滿足不同場景的購物需求。

鏈接: <https://www.ebrun.com/20251017/610295.shtml>

### 【互聯網資訊】抖快版“朋友圈”上線，抖音研發社交App“海海”

概述：據悉，抖音於近期對其App內的“日常”進行了升級，新增創作入口、頭像色環提醒以及限時日常發佈功能，進一步加碼“朋友圈”的社交屬性。同時，抖音正在研發全新的社交App“海海”（暫定名），該產品已完成前期的開發。結合上述的動作來看，抖音對社交仍然有著不小的執念。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20251014/609948.shtml>

### 【互聯網資訊】拼多多短視頻首推“流量+紅包”雙扶持計劃

概述：據悉，拼多多將依據商家在站內外的短視頻影響力水準，分梯度給予商家“流量+現金”的雙扶持。其中，商家每月最高可以獲得45萬流量以及5萬紅包返點。拼多多此次扶持計劃專門針對在抖音等站外平台已有短視頻運營能力、月度GMV超過10萬的商家。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20251011/608777.shtml>

### 【延伸閱讀】廣告正向價值研究報告

概述：國內宏觀經濟穩健增長為廣告產業奠定堅實基礎，數字廣告帶動市場增量，傳統媒體加快數字化轉型，技術創新推動廣告業綜合效益進一步提高，消費場景多元化為廣告業帶來更廣闊的應用空間。其中，企業廣告投入與營業收入正相關，各行業廣告投入帶來的營收增量均較大，大宗消費（汽車、家電）廣告投入撬動的營收增量最大，各行業內典型企業的年廣告投入量均保持較高水準。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/wq5dRGVAvFKmYEGTz0uw-g>

### 【延伸閱讀】2025中國授權活力榜單發佈

概述：10月16日，我國授權行業一年一度的盛宴CLE授權之夜暨中國授權活力榜單發佈盛典在上海浦東嘉裡大酒店舉辦。匯聚了2600多項全球正版IP，國際展商同比增長65%，九大海外展團參展數再創新高，同比增長50%，展現出中國授權市場的全球吸引力與開放活力。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/8pktUpoGDwcCXUe2kbDGaA>

### 【延伸閱讀】中國潮玩已成外貿出口新亮點

概述：10月13日，海關總署在國新辦新聞發佈會上公佈的數據顯示，2025年前三季度，我國出口節日用品、玩偶、動物造型玩具超過500億元，銷往全球200多個國家和地區，其中許多都屬於國貨潮品。

鏈接：<https://news.cfw.cn/v385186-1.htm>

### 【創新科技資訊】智能家居功能實現語音控制的中國AI紡織技術

概述：來自中國蘇州大學的研究人員開發了一種名為A-Textile的紡織面料，使衣物能夠轉變為隨時可用的人工智慧助手。這種面料利用人工智慧技術來識別語音命令，通過放大語音產生的靜電電荷來實現。科學家們一直試圖設計能夠感知、通訊和與周圍環境互動的面料。然而，大多數電子面料依賴於剛性傳感器或笨重的麥克風，這些設備無法與柔軟、靈活的服裝相融合。A-Textile則解決了這

一問題，將面料變成一個不需要電池的麥克風，能夠通過微小的電荷聽取語音。

A-Textile 的工作原理基於一種被稱為摩擦電效應的現象。當面料的某些部分輕微移動時，會產生微小的靜電電荷。這些電荷隨後被轉換為電信號，以識別人類的語音。為了設計這種面料，研究人員將硅橡膠層與  $\text{SnS}_2$  納米花混合，這樣可以提高電荷捕獲效率，並且加入了碳化棉層來儲存這些電荷。這些層的組合使得該面料足夠敏感，可以檢測到如耳語般微弱的振動，並能夠產生高達 21 伏的輸出電壓，靈敏度達到每帕斯卡 1.2 伏。由於 A-Textile 具有柔韌性且可清洗，因此可以縫製到襯衫、外套和制服中，使日常服裝變成強大的人工智慧助手。

研究人員還開發了一個深度學習模型來理解面料捕獲的不同語音命令。面料首先檢測聲音，然後將其轉換為電信號，隨後發送到計算機或手機。人工智慧會根據命令進行互動並執行相應的任務。測試結果顯示，這一系統在嘈雜環境中也能實現 97.5% 的命令識別準確率，並能夠直接與 ChatGPT 互動，使用者只需對著衣物說出複雜的問題，如「今天的天氣怎麼樣？」或「解釋一下什麼是元宇宙」，便能得到即時回應。此外，研究人員還展示了其實際應用的潛力，通過語音命令控制智能家居設備，例如開關空調和燈具，並與 Google 地圖進行導航，甚至請 ChatGPT 提供雞尾酒食譜和旅行行程。

A-Textile 並不是首個將服裝與聲學人工智慧系統融合的嘗試。早期的嘗試，如麻省理工學院於 2022 年的聲學面料以及王某於 2019 年的壓電複合材料，雖然能檢測聲音，但需要剛性結構，且信號較弱，使得實時語音識別變得不切實際。而 A-Textile 由於  $\text{SnS}_2$  納米花的幫助，實現了更高的靈敏度，能夠捕獲靜電電荷，從而實現清晰的無接觸語音檢測，並與柔軟且可清洗的衣物無縫整合。

這一突破融合了材料科學、人工智慧和可穿戴技術，將有助於改善人機互動。語音人工智慧服裝未來可能在危險環境中幫助工人，並幫助殘疾人士無需手機或耳機即可操作設備。A-Textile 不僅僅是一種智能面料，它代表著邁向未來的一步，未來的衣物將成為智能夥伴，能夠傾聽、學習，並幫助使用者僅靠語音與數字世界相連。這項研究於 2025 年 10 月 8 日發表在《科學進展》期刊上。

鏈接: <https://www.techritual.com/2025/10/13/451955/>



**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