



服裝行業資訊分享2025041

由：旭日集團

日期：2025年10月27日

【行業資訊】真維斯榮獲首屆中國國風時尚周“國風美學創新者”殊榮

概述：近日，2025首屆中國國風時尚周於河南中牟新區•藝秀小鎮時尚發佈中心舉行。真維斯再次攜手中國最佳男裝設計師、中國紡織非遺推廣大使、真維斯品牌生態圈協同創新中心首席設計師黃剛，在閉幕日上演真維斯·黃剛專場大秀，完成了“非遺+時尚+科技”的創新演繹。同時，真維斯憑藉在設計創新、文化傳承等方面的突出表現，被授予“國風美學創新者”稱號。

鏈接：https://life.china.com/2025-10/18/content_498849.html

【行業資訊】阿拉爾長絲織造大會為行業“十五五”高質量發展指明方向

概述：10月22日，2025年長絲織造產業高質量發展大會暨中長纖協科學技術委員會三屆四次會議在新疆生產建設兵團第一師阿拉爾市召開。會議以“科技領航 智造未來”為主題，旨在凝聚共識，探尋行業新發展範式與路徑。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/oLy1RbUCpYL3LP18nnqaxA>

【行業資訊】一根絲織就新圖景，盛澤這場創新大會解鎖“纖維+”新未來

概述：近日，2025國際先進纖維材料創新大會在吳江盛澤舉行，以“千絲萬縷 煥新消費”為主題，用一系列技術創新方案、多款黑科技產品與11項重磅簽約，揭開了纖維材料的價值升級密碼。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/LM2MUMj9TItsVZMN_TiACA

【競品資訊】前Dior設計師入職波司登，推出AREAL高級都市線

概述：近日，波司登官宣任命前Dior男裝設計師Kim Jones為新創設的AREAL高級都市線創意總監，全新推出AREAL高級都市線。波司登方面表示，Kim Jones作為當今最具影響力的設計師之一，擅長將高級時裝與功能性融合，這與公司“專業羽絨+高品質設計”的戰略方向契合。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/QKFSgwmpSKLwD0UxkwP2oQ>

【競品資訊】阿迪達斯回應羽絨服被指代工問題

概述：近日，有網友在社交平台發帖稱，其在短視頻平台直播間購買的阿迪達斯羽絨服實為雪中飛代工產品。對此，阿迪達斯工作人員表示，具體產品是否代工及代工廠資訊門店並不掌握，所有商品均由倉庫直發，以實際出貨為準，但強調所售產品均具備品質保障。對於品牌溢價問題，該工作人員稱無法回應。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/H-Cw8cvGc3zCbhRgdTBe_g

【競品資訊】耐克與清華大學合作再升級，共創可持續運動空間

概述：近日，耐克集團總裁兼首席執行官賀雁峰到訪清華大學，與校長李路明共同出席煥新的清華百年西大操場啟用儀式。這一標誌性可持續運動空間的誕生，是耐克與清華在運動創新與可持續發展領域深化合作的最新成果。

鏈接：<https://news.cfw.cn/v385361-1.htm>

【競品資訊】李寧(02331)漲超4%，宣佈入駐美團閃購平臺，佈局即時零售渠道

概述：智通財經APP獲悉，李寧(02331)漲超4%，截至發稿，漲4.14%，報18.11港元，成交額1.75億港元。據李寧官微消息，10月20日，李寧品牌正式宣佈入駐美團閃購，全國近百座城市的近千家門店同步上線。藉助李寧線下門店作為前置倉儲節點，訂單可實現就近分發、快速揀貨與即時配送，大幅拓展門店原有的服務半徑。目前，消費者可在美團閃購一站式選購李寧及李寧YOUNG系列產品，涵蓋跑步、籃球、綜訓、羽毛球、乒乓球、戶外、網球、匹克球等多個運動服飾與器材。雙方已完成商品、價格、營銷、庫存及會員五大核心系統的全面打通。

李寧方面表示，此次合作是品牌“單品牌、多品類、多渠道”戰略的重要舉措。通過佈局即時零售渠道，李寧希望更高效地響應用戶在運動健身、換季購物、差旅應急等多元場景下的裝備需求。未來，雙方還將共同探索“閃電倉”等創新業務模式，並計劃在年內逐步覆蓋全國各級市場。此外，李寧與美團閃購也將圍繞用戶體驗持續優化，推出更多品牌活動，提升整體服務品質。

鏈接：<https://hk.investing.com/news/stock-market-news/article-1150269>

【競品資訊】佐丹奴第三季收入跌1.4%至8.9億元，同店銷售額跌0.5%

概述：佐丹奴國際（00709）公佈，上季集團收入8.9億元，按年跌1.4%。期內，全球品牌銷售額為9.6億元，按年升1.7%。集團同店銷售額6.4億元，跌0.5%。佐丹奴股價半日跌0.7%，報1.49元。

以地區劃分計算，大中華銷售額4.1億元，按年持平。東南亞及澳洲銷售額為3.2億元，跌8.5%，至於海灣阿拉伯國家合作委員會區域銷售額為1.6億元，增長11.6%。

佐丹奴表示，其「數位先導」策略支柱取得鼓舞人心的成果，尤其線上收入增長16.5%，年初至今增長22.8%。盡管集團第三季度收入下跌1.4%，但對比年初至今收入仍保持0.6%增長，顯示業務具備潛在的增長勢頭。

盡管面對大中華區前所未有的惡劣天氣等挑戰，佐丹奴表示其核心業務仍保持穩定，季度收入增長0.4%，年初至今增長2.7%。在線上業務及高增長的海灣阿拉伯國家合作委員會市場強勁表現帶動下，相關策略舉措推動了毛利率的顯著改善。

截至9月30日，存貨結餘為6.1億元，相對2024年同期為6.3億元，佐丹奴指，此反映其持續致力提升營運效益的努力，確保產品供應與客戶需求在策略上保持一致，同時維持嚴格的採購管理及財務的靈活性以把握新興趨勢。

鏈接：

<https://inews.hket.com/article/4026421/Giordano%E4%BD%90%E4%B8%B9%E5%A5%B4%E7%AC%AC%E4%B8%89%E5%AD%A3%E6%94%B6%E5%85%A5%E8%B7%8C1.4-%E8%87%B38.9%E5%84%84%E5%85%83%E3%80%80%E5%90%8C%E5%BA%97%E9%8A%B7%E5%94%AE%E9%A1%8D%E8%B7%8C0.5->

【互聯網資訊】抖音電商雙11駱駝、鴨鴨、羅蒙拿下服飾細分類目第一

概述：抖音電商發佈雙11（10月9日至10月19日）階段性品牌銷售榜單（高光品牌榜單），在服飾行業，運動戶外品牌榜、女裝品牌榜TOP10銷售額集體破億，駱駝、斐樂、耐克位列運動戶外榜前三；鴨鴨、波司登、AP佔據時尚女裝品牌榜前三；羅蒙、啄木鳥、皮爾·卡丹等男裝品牌銷售額破億，位列趨勢男裝品牌榜前三。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20251021/613603.shtml>

【互聯網資訊】爭奪雙11品牌資源，快手電商啟動“乘風計劃”

概述：近日，快手電商正式推出“乘風計劃”，聚焦於與頭部品牌建立深度合作關係，試圖通過系統化的資源扶持，探索平台與品牌協同增長的新路徑。該計劃覆蓋了品牌從入駐冷啟到長期經營的全生命週期，旨在幫助品牌在快手生態內實現快速起步與持續增長。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20251020/612485.shtml>

【互聯網資訊】“看一眼購物”新入口被打開，AI眼鏡生態爭奪戰加速到來

概述：今年11月，由京東科技研發的購物智能體JoyGlance將首發登陸Rokid樂奇眼鏡。JoyGlance是京東於9月推出，通過智能識別和語音交互技術實現購物的智能體。用戶通過語音喚醒智能體後，系統智能識別物品並在京東商城中匹配同款鏈接，用戶僅通過語音指令，便可完成商品選擇、加入購物車與支付全流程。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20251022/613674.shtml>

【互聯網資訊】儘管營收攀升，貿易困境仍拖累Shein2024年利潤

概述：據報導，在美國總統川普取消“最低豁免”規則後，美國消費者在該平台上的購買速度有所放緩。

經審計的財務報表顯示，在首次公開募股（IPO）計畫停滯之際，Shein的利潤在2024年出現了三年來的首次下滑。

這家快時尚零售商在新加坡註冊的實體Roadget Business，在2024年錄得13億美元(約92.7億人民幣)的稅前利潤，較前一年下降13%。

與此同時，其營收同比增長20%，達到370億美元(約2,637億人民幣)，但增速較前一年有所放緩。

這家總部位於新加坡的實體代表了Shein的全球業務，該公司於2021年將總部從中國遷至這個城市國家。

Roadget的子公司包括總部位於新加坡的Fashion Choice和總部位於愛爾蘭的Infinite Styles Ecommerce，後者擁有美國的Shein Distribution。

過去兩年，Shein一直試圖在倫敦和美國上市，但其計畫受阻。據報導，英國和中國的監管機構未能在該公司風險披露的措辭上達成一致。

據報導，今年7月，Shein已申請在香港證券交易所上市。然而，其當前最緊迫的挑戰是如何應對持續的中美貿易戰。

Tech in Asia 聯絡了Shein，但該公司拒絕置評。

行銷費用拖累盈利

Shein於2008年在中國成立，在疫情期間憑藉其廉價而新潮的時尚單品聲名鵲起，其中一些商品售價甚至低於5美元(約35.6元人民幣)。

該公司設計和生產服裝的速度超過了Zara和H&M等快時尚零售商，使其能夠快速響應消費者需求和潮流趨勢。

它主要與中國的工廠網路合作生產產品，不過最近也開始與歐洲和拉丁美洲的工廠合作。多年來，Shein投入了大量行銷資金來吸引顧客。

在美國，行銷人員指出，在2024年的“黑色星期五”促銷期間，Shein和中國電商平台Temu共同導致了付費搜尋廣告成本的飆升。

去年，Shein還在不同市場贊助了多項活動，例如在倫敦舉行的女子足球頒獎典禮，以及在曼徹斯特和加利福尼亞州舉辦的音樂節。

這一點在其最新的財務報表中有所體現。在2023年至2024年間，其銷售和行銷費用的增幅達到29.5%，超過了營收的增速。

隨著集團整體收入的增長，其銷售成本在2024年也上漲了22.6%，達到302億美元(約2,152億人民幣)，其增速同樣超過了營收增速。

2024年，計入費用的存貨成本也增加了18.6%，而履約費用則增長了23.6%。

消費者洞察公司Coresight Research預測，面對貿易和其他監管挑戰，Shein在美國的營收增長率預計將從2024年的50%下降至2025年的20.1%。

貿易戰之困

據報導，在美國總統唐納德·川普 (Donald Trump) 於5月取消“最低豁免”規則後，美國消費者在Shein上的購買速度有所放緩。該規則此前允許價值低於800美元(約5,701元人民幣)的中國包裹免稅進入美國。

美國還對來自中國的低價包裹徵收30%的關稅，隨後又將稅率提高至三倍。

在截至2024年12月31日的財務報表中，Shein承認，在美國關稅政策變化後，全球經濟存在“不確定性”。

該公司還指出，持續演變的貿易政策不斷給企業帶來複雜性，這可能會影響公司未來的財務狀況和營運。

根據Sensor Tower的資料，今年3月至6月期間，Shein在美國的月活躍使用者數下降了12%，至4140萬。

為規避美國關稅，Shein已將重心轉向歐洲，過去一年中，其針對該地區的廣告支出有所增加。

該公司計畫於11月前在巴黎開設其在歐洲大陸的第一家快閃店，並預計未來幾個月在法國再開設五個新店。

但洞察公司Momentum Works的首席執行官李江玓 (Li Jianggan) 表示，在世界其他地區複製其在中國的供應鏈將是一項“系統性工程和非常艱巨的任務”。

在貿易戰背景下，Shein的商業模式能否得以維持，仍有待觀察。

應對競爭

Shein在2024年實現的370億美元(約2,637億人民幣)營收，使其領先於H&M和優衣庫 (Uniqlo) 等全球快時尚巨頭。

但它將不得不與Temu展開競爭。

與Shein一樣，Temu也直接從中國製造商採購產品，並銷售給美國和其他海外市場的顧客。而且Temu的商品品類更廣，從家居裝飾到電子產品無所不包。

自2022年推出該平台以來，其母公司PDD Holdings實現了飛速增長。

PDD Holdings在2024年結束時營收達540億美元(約3,848億人民幣)，較前一年躍升57%；淨利潤增長更快，增幅達84%，為154億美元(約1,097億人民幣)。

李江玓指出，儘管Temu不完全專注於時尚領域，但它確實給Shein帶來了壓力，因為兩者在供應鏈和物流方面，以及在爭奪消費者資金方面都存在競爭。

他補充道：“當前環境仍然高度不確定，政策多變，競爭激烈——尤其是來自Temu的競爭。”

截至2024年底，Shein擁有的現金及現金等價物為26億美元(約185億人民幣)。

過去三個月，法國和義大利政府因資料隱私和“洗綠”問題對其處以高達1.9億歐元（約合2.878億新元）(約13.5億人民幣)的巨額罰款，這可能會對公司的現金儲備造成衝擊。該公司正在對其中一些罰款提出異議。

隨著公司採取措施將其生產基地多元化至中國以外的地區，其用於投資活動的現金支出也有所增加。

2023年，該公司宣佈將在未來三年內投資1.5億美元(約10.7億人民幣)在巴西建立一個製造中心。Shein計畫到2026年開始從該中心發貨產品。

鏈接: <https://www.businesstimes.com.sg/zh-hans/international/trade-woes-temper-sheins-profits-2024-despite-revenue-climb>

【互聯網資訊】Shein和Temu再遭打擊，英國計畫廢除小包裹免稅政策

概述：據衛報報導，在英國零售商抱怨競爭不公平之後，財政大臣里夫斯計畫彌補一項稅收漏洞。Rachel Reeves 計畫下個月堵住一項

稅收漏洞，該漏洞允許包括Shein和Temu在內的海外零售商向英國傳送小包裏而無需繳納任何關稅。

這種安排是幾乎所有賣家都位於中國的線上市場商業模式的核心，它受到了英國商業街連鎖店的批評，他們抱怨說，這種安排造成了不公平的競爭環境。

目前，價值不超過135英鎊(約101元人民幣)的包裹（稱為低價值進口）可以免徵關稅進口。價值超過135英鎊的包裹最高可徵收25%的關稅。

據《金融時報》援引未透露姓名的政府官員的話報導，里夫斯將利用 11 月 26 日的預算來彌補這一漏洞，專家稱該漏洞每年給該行業造成高達 6 億英鎊(約45億人民幣)的損失。

繼美國和歐盟採取類似舉措後，英國財政大臣今年 4 月表示，她正在審查低價值進口產品的海關待遇。

英國一些最大的零售商，包括 Next、Sainsbury's、Currys、JD Sports 和 Superdry，都呼籲部長們修改規則，稱在國內公司必須付費進口產品並銷售給英國消費者的情況下，該規則給他們的國際競爭對手帶來了不公平的優勢。

今年夏天，美國取消了最低限度豁免制度，該制度與英國的類似，即價值低於 800 美元（600 英鎊）(約5,701元人民幣)的商品可以免徵進口關稅，以限制 Temu 和 Shein 等低成本線上市場的崛起。

歐盟於7月開始加強對低價值進口商品的管制，預計將於2028年起徵收關稅。

美國和歐盟的舉動引發了人們的擔憂，如果英國不改變其對小包裝的海關處理方式，中國零售商和製造商的低成本產品可能會被傾銷到英國。

在社交媒體上大力推廣的低成本中國零售商人氣飆升。

據BBC報導，上一財年，從中國運往英國的價值低於135英鎊的小包裹價值增長了一倍多，從2023-24財年的約13億英鎊(約97.5億人民幣)增至2024-25財年的約30億英鎊(約225億人民幣)。

與此同時，去年有46億個小包裹進入歐盟，相當於每天1200萬個。其中，價值低於此前歐盟150歐元（130英鎊）(約97.4元人民幣)關稅起征點的包裹中，超過91%來自中國，Temu和Shein的大部分商品都在中國生產和發貨。

今年 2 月，JD Sports 董事長安迪·希金森 (Andy Higginson)呼籲政府堵住這一漏洞，確保英國所有零售商享有公平的競爭環境。

“我們不希望任何人獲得不公平的優勢，”他說。“如果你從英國消費者那裡拿錢，用於建設學校、道路和其他項目，那麼在英國納稅也是有道德道理的。”

根據最近提交的賬目，Temu 的歐盟業務在 2024 年的稅前利潤將增長一倍多，達到略低於 1.2 億美元（9000 萬英鎊）(約8.6億人民幣)，而前一年為 4410 萬美元(約3.1億人民幣)。該公司僅僱傭了 8 名員工，僅繳納了 1800 萬美元(約1.3億人民幣)的公司稅。

總部位於新加坡的Shein最近公佈，其全球營收增長20%，達到370億美元(約2,637億人民幣)，但由於面臨更高的銷售和行銷成本（甚至在受到美國稅改影響之前），稅前利潤卻出現下滑。

據悉，這家快時尚零售商此前在美國和英國上市的努力均告失敗，目前正試圖在香港證券交易所上市。

英國零售商協會食品 and 可持續發展總監安德魯·奧皮表示，在關鍵的聖誕交易季到來之前，“財政大臣應該根據她的評估採取行動了”。

他說：英國零售商和英國商業街面臨著來自外國賣家的不公平競爭，這些賣家利用最低限度規則進口商品，而無需繳納英國稅。這也可能使英國消費者接觸到不受監管、可能不安全的產品。

一位政府發言人表示：財政大臣正在審查低價值進口商品的海關待遇，此前一些英國知名零售商表示擔心，這種做法使他們與海外競爭對手相比處於劣勢。

鏈接: <https://www.dny321.com/Main/ArticleDetails?id=901407761730899968>

【延伸閱讀】盧浮宮失竊背後：一個“意識形態分化”的法國與消費市場巨變

概述：近日，法國巴黎盧浮宮博物館所遭遇的失竊案，引發世人譁然。如今，在大國博弈和移民危機下，歐洲深層價值認同分崩離

析。而法國，作為歐盟的主要核心國，其政治動蕩與財政窘狀將影響未來的經濟發展與消費市場。

鏈接：<https://www.cbndata.com/information/294582>

【延伸閱讀】2025抖音團播聯動研究報告

概述：2025年，抖音團播賽道迎來生態級爆發，日均開播房間數攀升至8000個，市場規模預估突破150億元，在“優質團播計劃”等行業規範與扶持政策推動下，正從流量風口轉向高質量發展階段。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/9IgAqOMCBIC4rIZrlqdQvw>

【延伸閱讀】Gmarket計劃明年投入7000億韓元扶持賣家

概述：10月23日消息，韓國電商平台Gmarket宣佈，將依託新成立的新世界集團與阿里巴巴國際控股的合資公司，投資7000億韓元（約4.9億美元）推動業務重組和全球擴張。該計劃旨在加碼人工智能技術升級與賣家支持計劃，拓展海外市場。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01k87dm3g3yqtsyz4x72thrk0a>



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