



## 服裝行業資訊分享2026011

由：旭日集團

日期：2026年3月23日

### 【行業資訊】國家統計局：1—2月份國民經濟起步有力，紡織品類零售增長10.4%領跑消費

概述：1—2月份，市場需求穩中有升，就業物價總體穩定，新質生產力成長壯大，經濟運行起步有力，實現良好開局。社會消費品零售總額86079億元，同比增長2.8%，比上年12月份加快1.9個百分點。其中服裝鞋帽針紡織品類零售額同比增長10.4%。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/Sk2wjWcSkxJ4rRk3dgWO1Q>

### 【行業資訊】“十五五”新程，中紡圓桌第二十屆年會在京舉行

概述：近日，中紡圓桌第二十屆年會在北京舉行。會議立足宏觀視角，探討紡織行業“十五五”面臨的發展形勢，深度解析國際經貿環境、人工智能應用、提振內需消費等熱點因素影響，為行業做好“十五五”開篇謀局、加快推進現代化產業體系建設貢獻智能，指引方向。

鏈接：[https://mp.weixin.qq.com/s/DoDLJyqU\\_r4NYAF3eazKYA](https://mp.weixin.qq.com/s/DoDLJyqU_r4NYAF3eazKYA)

### 【行業資訊】ICE棉價冲高疊加新疆春耕推進，棉花市場步入發展新階段

概述：近日，ICE棉花期貨延續強勢上行走勢，棉花市場內外盤聯動下迎來多重積極信號。與此同時，國內新疆棉區春耕播種工作正有序推進，受天氣、耕地調整、種植結構優化等因素影響，當地棉花種植佈局也出現了新的變化，棉市上下游迎來新一輪發展格局。

鏈接：<https://www.tnc.com.cn/info/c-001001-d-3757840.html>

### 【競品資訊】中喬體育收購後，茵寶戰略第一站鹿晗代言

概述：近日，運動品牌茵寶（UMBRO）正式官宣鹿晗出任品牌代言人，推出“正紅當燃”主題合作的動作，這是中喬體育完成茵寶大中華區業務收購後，正式發起對茵寶品牌的戰略佈局。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/IYY13jXqqU-fNaNCVMf2MQ>

### 【競品資訊】lululemon去年營收763億元，今年重點在中國開店

概述：近日，加拿大體育用品公司Lululemon公佈了截至2026年2月1日的第四季度及財年財務業績。第四財季，公司淨營收同比增長1%至36億美元（約合247.5億元人民幣）；毛利潤同比下降8%至20億美元，毛利率下降550個基點至54.9%。區域佈局上，北美新增約15家，墨西哥占8家；國際市場新開25至30家，絕大部分落地中國。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/Y5EW9PfMhLfPkW-ApxivsQ>

## 【競品資訊】營收破40億！利郎2025年跑出雙增長

概述：近日，中國利郎公佈2025年度業績，截至2025年12月31日，利郎集團全年實現營收40.7億元，同比增長11.5%；股東應占利潤達5.02億元，同比增長9%，整體業績創歷史新高。其中主品牌“LILANZ”收入達29.22億元，同比增長6.0%。毛利率提升至49.6%的歷史高位，主要得益於DTC（直面消費者）模式轉型與直營占比提升。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/Gb4-GECPUDLn2KBydKKOyQ>

## 【競品資訊】德永佳五十載匠心紡織路，憑「好過別人少少」立業長青

概述：香港知名時裝品牌Baleno母公司德永佳（321），一直陪伴港人成長。去年集團剛慶祝成立50週年，其第二代掌門人、執行副主席潘浩德最近接受港商記者專訪，分享了德永佳50年來的成功秘訣。

### 潘彬澤27歲創辦集團

首先，德永佳不是賣衫，而是賣布！其時，服裝零售生意，僅佔其業務一成多。德永佳前身叫德信針織廠，由潘浩德父親、德永佳主席潘彬澤在1975年一手創辦，專門為成衣製造商和出口商提供面料針織服務。當年，潘彬澤創業時才27歲。

上世紀70年代，中國內地改革開放前，香港有四大輕工業，分別是電子產品生產、玩具生產、塑膠產品製作，以及紡織成衣行業，此乃當年熱門產業，養活眾多市民，對香港經濟舉足輕重。

據潘浩德介紹，他父親潘彬澤在上世紀六十年代從內地來香港，先在一家辦館（士多）小店打工，其後再去親戚的針織廠打工。在針織廠工作幾年後，1972年，潘彬澤就同朋友合作搞了一家針織廠，再到1975年在親友支援下，分期付款購買十幾台針織機，自立門戶成立了德信針織廠。

在針織生意站穩腳跟後，到1983年，針織廠迎來首次擴張，收購永佳染布廠，生意垂直延伸到了針織下游的染布業務，拓展至染紗、染布及針織布料染整服務，確保每一個工序自己都可以把關，大大提升了公司競爭力。

### 內地越南建雙生產基地

1992年，德永佳終於迎來大放異彩的時候，其將香港生產線轉移至廣東東莞，將染紗、織布、染布及染整針織布等生產活動集中於東莞工廠，實現核心業務一體化，並成立控股公司——德永佳集團有限公司，同年8月更成功在港交所上市。

潘浩德講起父親創業史充滿自豪，如數家珍。他續說，1996年，德永佳收購Baleno（班尼路）品牌，把業務擴展至零售時裝生意，成功打入中國內地休閒服裝市場，完成由紡織、製造至零售的戰略佈局。

談及德永佳50年來遇過的最大挑戰，潘浩德認為，2020年全球爆發的新冠肺炎疫情應該算最困難時期。當時面對全球人員及貨品物流大封鎖，可謂挑戰重重。潘浩德待在東莞廠房三年，保住生產線從未中斷，也沒有員工受感染，疫情期間還參與製造口罩協助救災。疫情令德永佳管理層體會到風險。疫情後的2023年，德永佳加快了拓展海外步伐，並在越南收購了一家染整及針織公司，並更名為雨林紡織科技（越南）有限公司，從此建立起雙生產基地，分散了經營風險。

### 穩中求進不冒進

德永佳作風穩健專一，德永佳CEO何麗康形容公司50年成長經歷，遇過高高低低，但從沒有出現近乎倒閉的難關。潘浩德笑稱，其中一個成功原因，是「老豆有錢並不急於擴張」。

事實上，許多企業往往因為擴張過度，逆境時資金周轉不靈，就遭受沒頂之災！可見行得快，不如行得穩。

何麗康盛讚老闆愛護員工，故同事忠心打拚，而且老闆懂得居安思危，一步步建立生產線，長年保持財政非常穩健，多年來都是淨現金狀態（現金多過負債）。

「例如，投資越南廠要投入8000萬美元，其實可以好輕鬆全數畀曬，但經銀行多番游說，最終才動用銀行融資。」

何麗康提到：「要質量穩定，可靠準時交貨，行內一定會想起德永佳！」德永佳坐擁眾多優勢，能提供一體化從製紗、製布、製衣到零售的一條龍服務；生產地多元化；產品質量好；財政狀況長期穩健；而且，同客戶建立合作關係好多年，彼此十分信任。

### **工廠接班人：我OK！**

許多時候，兒子並不一定喜歡繼承老豆生意，尤其是當今年輕人都不喜歡到工廠上班。幸好，潘浩德話：「做廠，我OK！」潘浩德自小就跟隨老豆去工廠逛，在工廠環境長大，大學畢業後，就從工廠基層做起，做過所有部門。他形容，廠佬味道已灌輸到自己的血液裡，他享受工廠工作，反而「要在辦公室坐定定的工作，可能搞唔掂」！

2025年7月下旬，德永佳公佈，潘浩德獲委任為公司執行副主席。現時主席潘彬澤已半退休狀態，公司事務早已交棒給兒子潘浩德打理。

記者問他接班有沒有壓力，潘浩德坦言：「壓力一定有！」而他亦答應過爸爸會「堅持」做好每件事。

潘浩德認為，德永佳勝在專一，堅持做好自己的業務，不會盲目擴張，「重視質量、不貪快、不貪平」。而且公司文化要求「一定要好過別人少少」！

潘浩德提到父親的教誨，做生意難免會遇到逆境，「記住要穩住陣腳，不要犧牲原則與信用」。

潘彬澤曾經講過：「我啲『堅持』對品質、創新和責任的追求，都係靠這份『堅持』，我啲穩步成長。」

相信潘浩德一定會好好把「堅持」傳承下去，作為德永佳下一個50年的核心動力。

### **Baleno電商銷售勝實體店**

德永佳旗下的零售品牌Baleno（班尼路）門店數目在疫情後明顯大減，據德永佳2025/26年度上半年業績顯示，其自營門店現時有318間，按年減少244間門店，跌幅達43.4%。

德永佳管理層坦言，零售業務方面面對不少挑戰，不過，德永佳因應市場轉變，近年改為重點開拓網上銷售，捕捉到電商潮流增長十分明顯。

截至2025年9月底止中期業績顯示，Baleno線上銷售佔比，已由去年度同期的35.3%飆升至51.5%，網上銷售已超過實體店，佔比過半。上半年Baleno電商業務商品交易總額（GMV）達3.5億元，按年勁增46%。目前德永佳內地三大線上平台主力包括天貓、京東及拼多多。

### **電商市場突圍最緊要快**

德永佳執行副主席潘浩德坦言：「製造業穩定一路賺錢，零售業就複雜好多，比較波動。」談到如何在電商競爭激烈的市場突圍而出，他指出：「要配合市場需要，電商世界最緊要快，有任何時興產品，要好快地找供應商將產品推出市場。」

究竟開發電商平台產品要多快？潘浩德說：「以往傳統銷售管道，大概有9個月至1年的開發時間，現時電商平台一個月內就要開發出來！」

德永佳未來會加大輕資產投資，繼續加大發展電商業務。德永佳對內地休閒服市場增長潛力保持信心，將憑藉高質量及物超所值的產品，有望進一步擴大市場份額。

### **踐行責任 ESG表現卓越**

今天可持續發展日益受全球企業界所重視，近年德永佳在環境、社會及管治（ESG）方面表現尤其出色，正如德永佳執行副主席潘浩德稱：「做好社會責任是首要任務。」

德永佳核心業務包括針織布及棉紗等生產與加工，這些工序傳統上耗能高、排放多。為此，德永佳在環境管理方面投入大量資源，推動綠色生產技術應用。

據德永佳CEO何麗康介紹：「我們污水處理高過政府要求，同政府聯線實時監控。比對其他小廠生產廠的污水，要送去政府污水處理設施處理，而德永佳處理污水水平高，自己處理完就可以直接排出河道。」

### **冀未來5年減排逾四成**

德永佳大量採用節能設備，降低碳足跡，其東莞廠房已安裝了許多太陽能板，目前有一成的電力來自可再生能源，計劃在2031年時，兩成電力都來自可再生能源。

德永佳定期每年投資約六、七千萬換新機器，取代舊機器減少耗能。還計劃新建天然氣私人發電廠，取代燒煤的舊發電廠，進一步減少排放量，計劃未來5年減少排放45%。

產品材料方面，德永佳積極推動使用可回收或可降解物料，不斷研發對大自然更友善的物料。這些環保舉措不僅提升企業形象，也能在全球供應鏈中贏得更多合作機會。

至於企業管治方面，德永佳秉持高度透明與問責原則，定期與不同的持份者溝通，包括員工、供應商、投資者以至傳媒朋友，企業管治透明度可謂領先同儕。

德永佳董事會亦設有ESG委員會，負責監督相關政策的制定與執行，並遵守港交所的ESG披露指引，定期發布ESG報告。在ESG要求上，德永佳比港交所要求還提早一年達標，這些努力都展現公司對可持續發展的長遠承諾。

鏈接: [https://www.hkcd.com.hk/hkcdweb/content/2026/03/16/content\\_8745062.html](https://www.hkcd.com.hk/hkcdweb/content/2026/03/16/content_8745062.html)

### **【互聯網資訊】京東歐洲線上購物平台Joybuy正式上線**

概述：近日，京東在歐洲正式推出線上購物平台Joybuy，覆蓋英國、德國、法國、荷蘭、比利時和盧森堡六個國家，標誌其在歐洲市場的重要擴張。目前，京東計劃逐步擴大倉儲網路，在英國以及其他歐洲市場增加倉庫佈局。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01kktthmfd7m7kwwdjmbq177>

### **【互聯網資訊】拼多多Temu在歐洲爆紅，拿下1.3億月活用戶**

概述：近日，據拼多多海外分支Temu提交的最新透明度報告，2025年下半年，Temu在歐盟的月均用戶數量已經達到1.297億人，相比2025年上半年的用戶規模增長了12%，新增約1400萬用戶。截至2025年10月，Temu全球累計下載量已突破12億，成功蟬聯全球電商應用下載榜與月活躍用戶增長榜雙料冠軍。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/w6rVK1EOtEue3tY-BwnWLw>

### **【互聯網資訊】小紅書發佈打擊AI託管帳號公告，AI代註冊帳號將被封禁**

概述：近日，小紅書發佈公告，將治理平台上由AI託管運營的帳號。公告顯示，通過技術手段自動生成內容、發佈筆記，並在評論區、私信、群聊等場景中模擬真人互動的將被重點監測和打擊。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20260311/644766.shtml>

### **【延伸閱讀】5月1日起對非100%稅目產品零關稅**

概述：近日，十四屆全國人大四次會議外交主題記者會上，中共中央政治局委員、外交部長王毅正式官宣：中國將於2026年5月1日全面實施對非洲53個建交國 100%稅目產品零關稅。未來，功能性面料、環保再生紡織品、時尚成衣等高附加值產品將成為對非出口主力；國內紡織企業可借助政策東風，深化與非洲採購商的長期合作，佈局海外倉、線下渠道，打造穩定的供應鏈體系。

鏈接：[https://mp.weixin.qq.com/s/7T4vxKDK2cKZ\\_dQ8gA84lw](https://mp.weixin.qq.com/s/7T4vxKDK2cKZ_dQ8gA84lw)

### 【延伸閱讀】騰訊宣佈元寶派支持接入OpenClaw

概述：近日，騰訊宣佈“元寶派”支持接入OpenClaw。簡單配置後，無論本地還是雲端部署的OpenClaw，都可以進入派裡，以Bot的身份參與互動。同時，元寶派還將於近期上線限量免費“一鍵創建”OpenClaw活動，無需複雜的雲端配置或插件安裝，用戶在元寶派內即可免費一鍵創建並啟用專屬Bot。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01kkww7zajnj9dh398yfam6qkm>

### 【延伸閱讀】QuestMobile2026冬日經濟洞察報告：從冰雪到衝浪，冬日旅遊釋放消費動能，年輕人與老年人成為絕對主力！

概述：受冬日旅遊、春節假期等多重要素共同驅動，2026年冬日迎來了一次消費熱潮。據QuestMobile數據顯示，2026年1月全網月活躍用戶達12.8億，人均使用時長達189.1小時。“冬日經濟”熱度顯著釋放，24歲以下年輕用戶出行意願強烈，帶動冰雪旅遊（滑雪互動量超2446萬）與暖冬旅遊雙雙火爆。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/L8Q600aaYF6uUb9NtEhF5g>

### 【延伸閱讀】亞馬遜主導澳洲電商市場Temu、Shein加速蠶食本土份額

概述：3月3日消息，根據Pattern發佈的《2026年澳大利亞電商消費者報告》，澳大利亞電商市場正在經歷結構性變革，國際平台如亞馬遜憑藉其規模和基礎設施優勢不斷擴大市場份額，從而對本土平台形成擠壓。

資料顯示，亞馬遜已經覆蓋60%的澳大利亞消費者，同比增長了3.45%，活躍使用者數達到880萬，其中66%的消費者表示計畫在亞馬遜購物；Temu的銷售額達到26億澳元(約126億人民幣)，使用者覆蓋率為47%，年增幅為24%；Shein的使用者覆蓋率增加至30%，成為主要市場中增速最快的品牌，增長率為15%。與之相比，本土平台Kogan的使用者佔比僅為15%，同比下降了6%。

報告還指出，消費者的購物動機正從價格轉向便利、信任和服務，只有42%的消費者仍將價格作為主要考慮因素，35%的消費者選擇快速配送，而31%的消費者更關注Prime會員福利。

此外，社交媒體正成為消費者快速發現新產品的重要管道，67%的消費者通過社交平台搜尋產品，隨著TikTok Shop即將在澳大利亞上線，這一趨勢預計將進一步加速。

在品類表現上，亞馬遜在圖書與電子書、電子與電腦產品、服裝鞋履及配飾等領域佔據主導地位；Temu在服裝鞋履及家居廚房用品方面表現突出；Shein則集中在服裝鞋履及配件領域，同時開始在家居廚房和兒童產品上進行擴展；Kogan則在電子與電腦、家居廚房及DIY家裝類目中保持一定市場份額。

鏈接：<https://cj.sina.com.cn/articles/view/7880068201/1d5b04c6901901wh8q?from=ggmp&>

### 【延伸閱讀】Shein與Temu如何繞道歐洲規避小額包裹稅

概述：3月11日下午15時25分，比利時列日機場，一架滿載貨物的中國貨機緩緩降落。機艙內裝載著成千上萬個法國消費者從Shein或Temu訂購的包裹。就在幾個月前，這架飛機本應降落在巴黎，但自今年3月1日法國正式開徵“小額包裹稅”以來，跨境電商平台開始各顯神通，紛紛改道以規避稅收。跨境物流的“曲線救國”根據法國TF1電視台20點檔節目的實地暗訪，原本直飛法國的包裹現在改為降落在比利時列日等境外機場。

物流路徑：包裹在面積相當於4個足球場的列日物流倉儲中心進行分揀，隨後通過卡車運往法國及歐洲各地。成本優勢：由於貨物是在法國境外降落，平台成功繞過了針對法國入境包裹的直接稅收，從而繼續維持對消費者的低價甚至免郵承諾。一位法國消費者展示

的物流資訊顯示，她的包裹是從荷蘭阿姆斯特丹轉運入境的。法律真空期與應對之策這種做法目前是否合法？答案是肯定的，但“窗口期”正在關閉。法國中小企業與商業部部長塞爾日·帕潘（Serge Papin）近期發出警告：“目前這種小額包裹稅僅在法國和義大利施行，但從今年11月起，該稅項將在全歐盟範圍內推行。屆時，通過其他成員國中轉的避稅手段將無處遁形。”然而，這些“快時尚”巨頭似乎總是領先立法一步。IESEG管理學院物流學教授 Verena Ehrler指出，企業已經在佈局更龐大的物流網路。例如，波蘭最近出現了一個面積達74萬平方米的巨型倉庫，這預示著平台可能通過更大規模的陸路運輸來應對未來的歐盟新規。企業回應面對質疑，Shein公司在給TF1的回覆中避重就輕，僅表示：“我們正在升級內部系統，以確保完全符合最新的監管變化，並保證營運的透明度。”據估計，2024年進入歐洲的小額包裹數量已超過40億個。隨著歐盟監管力度的加強，一場關於成本與合規的博弈才剛剛開始。  
鏈接: <https://www.xinouzhou.com/wenzhang/138216-shein-yu-temu-ru-he-rao-dao-ou-zhou-gui-bi-xiao-e-bao-guo-shui>

### 【創新科技資訊】H&M聯手初創企業，用二氧化碳製造服裝

概述：時尚行業深知自身存在浪費問題。全球每秒就有一整卡車的紡織品被丟棄。與此同時，該行業產生的碳排放污染超過了國際航班和海運的總和。

一些企業正在嘗試創新方法回收紡織廢料，另一些則在研發無需化石燃料的新型材料。初創公司Rubi聯合創始人兼首席執行官Neeka Mashouf向TechCrunch表示，他們“基本上是把生物機制搬到細胞外”，用來生產萊賽爾（lyocell）和粘膠纖維（viscose）的原料。該公司的技術能讓所有使用纖維素的企業，用捕獲的二氧化碳製造產品。

Rubi近期完成750萬美元融資，用於搭建其纖維素生產系統的示範線，該產線旨在以二氧化碳為主要原料，生產數十噸材料。本輪融資由AP Ventures與FH One Investments領投，CMPC Ventures、H&M集團、Talis Capital及Understorey Ventures跟投。Rubi向

TechCrunch獨家透露了這一消息。Mashouf向TechCrunch表示，這家初創公司已與多家合作夥伴簽署了總額超過6000萬美元的非約束性承購協議。該公司已與包括H&M、巴塔哥尼亞和沃爾瑪在內的15家試點合作夥伴完成了材料測試。

為生產用於萊賽爾或粘膠纖維的纖維素，Rubi使用酶進行轉化。這與其他初創公司不同——它們通常會在發酵罐中使用工程菌，或通過化學催化劑將二氧化碳轉化為該化合物。目前，絕大多數纖維素來自樹木，包括人工林和原始雨林。

“這些紡織品和原材料供應鏈非常長，”Mashouf說。“在美國，市場對真正實現紡織級纖維素漿粕本地化生產有很大興趣，而目前這一產能是空白的。”

使用酶的想法，源於研究新材料的科學家Mashouf，與當時在哈佛醫學院學醫的雙胞胎姐妹Leila合作時產生的。“我們研究了市面上所有相關技術，”她說，但最終還是回到了酶這條路線上。

她說，酶製劑行業規模龐大，常用於生產高果糖漿和污水處理。“現有產能已經很成熟，而且成本可以做到很低。”

Rubi採用酶級聯反應來處理廢棄二氧化碳。公司還運用了人工智慧與機器學習技術，提升酶的催化效率和穩定性。

Mashouf表示，目前這些酶存在於水溶液中，當通入二氧化碳後，反應器內幾分鐘內就會生成白色纖維素。這些反應器可以裝進集裝箱大小的模組裡。Rubi最終計畫將工藝升級為連續化生產。

雖然這家初創公司最初的目標客戶是服裝企業，但它希望未來能向所有使用纖維素的行業供貨。“這其實是一個平台技術，”

Mashouf說，“我們將其視為一個低成本製造各類重要化學品和材料的平台。”

鏈接: <https://www.eet-china.com/mp/a481808.html>



**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