



服裝行業資訊分享2026030

由：旭日集團

日期：2026年8月04日

【行業資訊】二季度紡織行業景氣度回暖，上半年紡服出口訂單逐步修復

概述：近日，中國紡織工業聯合會最新監測數據顯示，2026年二季度國內紡織行業景氣指數為53.7，持續高於50榮枯線，行業生產經營整體呈現穩步復蘇態勢；上半年我國紡織品服裝出口整體韌性較強，6月外銷訂單環比、同比雙雙小幅回升，海外需求迎來階段性修復。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/zuUI7Mg3xXayK_9qCl2SLw

【行業資訊】美國紡織品常態化關稅落地，國內紡企加速調整外貿佈局

概述：近日，美國對華紡織品12.5%常態化附加關稅正式落地執行，國內家紡、化纖面料、成衣出口美國業務受到直接衝擊，傳統平價基礎款面料訂單逐步向越南、孟加拉、印尼等東南亞紡織產區轉移，國內紡織外貿迎來結構性調整週期。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/oc66ipaS3k5VWOPBtaA8Jg>

【行業資訊】2026中國紡織品服裝貿易展覽會（紐約）開幕

概述：近日，2026中國紡織品服裝貿易展覽會（紐約）暨紐約Texworld服裝面料展、紐約國際服裝採購展、紐約國際家紡採購展，在美國紐約賈維茨展覽中心開幕。本屆展會覆蓋面輔料、服裝成衣及家用紡織品等三大品類，現場有超過300家中國企業集中亮相，充分展現出全球採購市場持續釋放的積極信號。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/4POwXcXALMnYixqZ69AMsw>

【競品資訊】京東與海瀾之家合開了一家2000平的店

概述：近日，京東與海瀾之家合作的“京海天地”全國首店項目正式註冊落地無錫梁溪區，計劃於今年10月正式開業。這背後是京東從線上向線下的戰略遷徙，也是海瀾之家的業態突圍，更是中國折扣零售從“郊區大盒子”向“城市精品倉”的轉移。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/Ekcl_JX_8q9o0or5pCGFSw

【競品資訊】“蜘蛛俠”逛街意外帶火森馬，同款褲成交暴增

概述：近日，全新電影《蜘蛛俠：嶄新之日》的主演湯姆·赫蘭德（中國粉絲常稱“荷蘭弟”）抵滬宣傳《蜘蛛俠》，因高溫在森馬豫園店花159元買下一條短褲並當場換穿，混搭造型引爆全網。品牌火速跟進，推出同款專區、抽獎及包場觀影，線上當天售罄，門店緊急補貨。森馬借勢收割流量，使一次“高溫購物”成就現象級營銷。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/-ERvE3QdF6IN9LvkW7v0WQ>

【競品資訊】HOKA母公司2027財年一季度淨銷售10.2億美元

概述：近日，HOKA母公司Deckers Brands發佈2027財年一季度財報，季度總淨銷售額達10.2億美元，同比上漲5.7%，為該集團首次實現單季營收突破10億美元。盈利端則有所承壓，一季度淨利潤1.2997億美元，較上年同期的1.392億美元小幅回落。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/Lqi72QWzEEgW9Up-OtLwmG>

【競品資訊】SHEIN獲通過上市聆訊,收入增速放緩加劇IPO估值壓力

概述：近日，港交所披露，內地快時尚零售商SHEIN（希音國際）通過港交所主板上市聆訊，高盛、大摩、摩根大通擔任聯席保薦人。

SHEIN披露最新財務狀況，今年首3個月錄得9900萬美元虧損（約6.7億人民幣），去年同期是盈利3.95億美元（約26.7億人民幣）；收入僅增加1.1%至90.5億美元（約612.3億人民幣），而營業收入更減少近26%至2.58億美元（約17.4億人民幣）。外界擔心Shein盈利能力和收入增速均呈現放緩形勢，可能為上市估值帶來更大壓力。

據彭博報道，SHEIN計劃最早8月上市，籌集約20億至30億美元（約135.3-202.9億人民幣），最終金額取決於投資者的估值和反饋。SHEIN經歷多年推遲，始終未能成功在紐約和倫敦推進IPO上市，現時終獲得香港上市批准。SHEIN投資方包括IDG資本、Mubadala Investment、老虎環球和紅杉中國。彭博報道，SHEIN曾向投資者表示預計2025年銷售將實現中雙位數百分點的增長。

SHEIN最初在內地成立，現時總部位於新加坡，通過提供由供應商直接發貨、價格低廉而且緊跟潮流的服裝，打造全球快時尚帝國，但增長形勢有所放緩，因美國關稅以及隨後爆發的中東戰爭導致原物料成本上升，最終迫使SHEIN提高零售價格。

彭博對多家零售追蹤機構數據分析顯示，今年SHEIN的全球網站流量、應用程式下載量和美國銷售均呈停滯或進一步下滑形勢。

SHEIN表示，美國對貨值不超過800美元的小額包裹取消豁免關稅，一度對SHEIN的美國銷售和淨收入的整體增長產生不利影響，此後在美國銷售趨勢已趨於正常。

不過，歐盟取消對價值低於150歐元的關稅豁免政策，亦可能對SHEIN業務產生重大影響，因為2025年及2026年第一季約三分之一的收入來自歐洲。SHEIN表示，歐盟此舉的影響可能與美國取消小額包裹豁免政策的影響相當，甚至更大。

彭博2月報道指，投資者正推動將估值定在約300億美元（約2029.8億人民幣），低於2023年融資時的660億美元（約4465.7億人民幣），以及2022年高達1000億美元（約6766.3億人民幣）的估值。

鏈接：<https://www.881903.com/news/finance/2642203>

【競品資訊】佐丹奴：CHIIKAWA聯乘系列香港首週銷售110萬元，將推第二波延續強勁勢頭

概述：近日，CHIIKAWA在全港多處出沒，除了有特展，也有各類的企業聯乘活動，包括佐丹奴（00709）。佐丹奴表示，在香港推出的佐丹奴CHIIKAWA聯乘系列反應熱烈，首週銷售表現理想，香港市場錄得110萬元的銷售淨額，佔該段期間香港整體銷售淨額近四分之一，更成為集團近年銷售表現最佳的聯乘系列之一。

適逢CHIIKAWA電影及CHIIKAWA ARTIVERSE展覽將於8月臨到，佐丹奴指，將於7月底推出第二波、全新限時CHIIKAWA系列，並將於指定門店及網店發售，延續首輪的強勁勢頭。

多間分店特別換上CHIIKAWA主題佈置

系列推出期間，佐丹奴於多間分店特別換上CHIIKAWA主題佈置，營造沉浸式購物體驗，吸引顧客到店鋪打卡及選購。

除香港外，CHIIKAWA系列同時於柬埔寨、加拿大、中國內地、海灣阿拉伯國家合作委員會地區、馬來西亞、菲律賓、新加坡、台灣、泰國及越南發售。

鏈接：

<https://inews.hket.com/article/4167748/%E3%80%90CHIIKAWA%E3%80%91%E4%BD%90%E4%B8%B9%E5%A5%B4%EF%BC%9ACHIIKAWA%E8%81%AF%E4%B9%98%E7%B3%BB%E5%88%97%E9%A6%99%E6%B8%AF%E9%A6%96%E5%91%A8%E9%8A%B7%E5%94%AE110%E8%90%AC%E5%85%83%E3%80%80%E5%B0%87%E6%8E%A8%E7%AC%AC%E2%BC%86%E6%B3%A2%E5%BB%B6%E7%BA%8C%E5%BC%B7%E5%8B%81%E5%8B%A2%E9%A0%AD>

【競品資訊】市場傳聞：Uniqlo計劃到2031年在印度開設超過100家門店

概述：近日，迅銷（TYO:9983）旗下優衣庫計劃在未來五年內將其在印度的門店數量擴大五倍，達到100多家，重點佈局新德里等主要城市。《日經亞洲》週五援引知情人士消息稱。

該報道稱，自2019年進入印度以來，該品牌目前運營著20家門店，未來將通過平衡進口與本地製造來遵守當地採購規定。

報告還稱，董事長兼首席執行官Tadashi Yanai認為，印度14億的人口為未來現金流提供了巨大的潛力。

鏈接：

https://www.moomoo.com/hant/news/post/73542851/market-chatter-uniqlo-targets-more-than-100-indian-stores-by?level=2&data_ticket=3c24da3e71553749ee3b220e30cacda9

【互聯網資訊】1688推出AI Agent柔性定制產品“享造”

概述：近日，阿里1688正在推進面向C端用戶的商品定制的AI Agent產品“享造”，目前已上線APP和PC端。“享造”是1688最新打造的AI原生柔性定制服務產品，目前仍處於早期探索階段，致力於將AI智能體嵌入製造供應鏈中。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01kykrz5xyktz2jbdccf27fn7k>

【互聯網資訊】京東新增“今日發/明日達”時效服務

概述：近日，京東新增“今日發/明日達”時效服務，以提升訂單履約效率、強化用戶時效心智。“商家配置了該項服務後，相關商品會帶有專屬標籤，增加在搜索推薦場域的曝光度；此外，相關商品出現發貨超時情況時，和其他訂單相比，超時處置成本會降低50%。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01ky9nmg6daq8fbma84swf5qtr>

【互聯網資訊】得物上線“租賃”服務，首批覆蓋上百個品類

概述：近日，得物APP正式上線“租賃”服務，消費者可在APP內搜索“租賃”進入相關頁面。首批上線超100個商品品類，覆蓋數碼產品、遊戲設備、手機電腦、服飾配件、奢侈品箱包、腕表等多個領域。覆蓋旅行拍攝、內容創作、興趣體驗等多種使用場景。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01kypf2yh2gda7an4g8rqwed2n>

【延伸閱讀】QuestMobile 2026年短劇營銷行業報告：8億用戶奠定短劇價值，渠道與內容差異格局初顯，三大因素促使品牌短劇...

概述：据QuestMobile數據顯示，截至2026年5月，短劇行業去重用戶達8.51億。短劇APP用戶4.02億，微信小程序5.08億，抖音小程序僅0.14億；內容平台觸達4.72億。APP用戶月人均使用時長26.9小時、次數125.6次，均超線上視頻且差距拉大。渠道與題材畫像分化顯著，頭部流量集中，監管趨嚴下品牌投放更趨謹慎。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/Q7sSya8Eb7KIS5hWiyk0xA>

【延伸閱讀】騰訊文文件聯合WorkBuddy推出“人機雙寫”協同編輯能力

概述：近日，騰訊WorkBuddy（V5.3.5版）聯合騰訊文文件，正式推出“人機雙寫”協同編輯能力。用戶可以在WorkBuddy中直接和AI在同一份文文件裡共同創作、修改、即時協作。升級後，WorkBuddy支持Word、Excel、PPT、Markdown等主流辦公格式，並同時相容本地Office文件和騰訊文文件。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/py6pXizVjVtqMUnQ86IU-w>

【延伸閱讀】當“度假感”取代“打卡感”：旅遊仍在高增長，用戶已經不一樣了

概述：2025年國內出遊65.22億人次、總花費6.30萬億元雙雙創下歷史新高，2026年春節、清明、五一三大假期出遊規模均刷新同期紀錄；市場熱度之下，用戶的旅行觀念、出行方式與人群結構正在同步重構。“度假感”正在取代“打卡感”，放鬆、獨特、錯峰成為出遊的三重主線。出遊用戶中18-35歲占比超六成，白領構成基礎客群，消費態度以“品質優先”與“重點投入”為主、合計接近七成；年出遊7次以上的深度旅遊愛好者占比持續走高，高頻與高客單並存。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/H6xZQL_FvCZ-uOEQ3TROA

【創新科技資訊】ZARA app推出AI試穿！網購衣服不用再猜尺寸，虛擬試衣打造永續低碳新模式

概述：網購衣服最怕什麼？尺寸不合、穿起來不像想像中，最後只能退貨，不只浪費時間，也增加環境負擔。近年時尚科技開始改變購物方式，美國Tukatech推出虛擬試衣技術，透過3D建模打造更精準的試穿體驗，ZARA、德國Alvanon也紛紛投入AI虛擬試穿，讓線上購物邁向更永續的新時代。

為什麼虛擬試穿更環保？

虛擬試穿除了提升購物體驗，更重要的是能降低時尚產業長期面臨的退貨與浪費問題，根據時尚產業現況，許多線上購物退貨原因來自尺寸不合或實際穿著效果與期待不同，而退回的商品除了需要重新檢查、包裝與運輸，也可能因成本過高或流轉困難，最終成為庫存甚至被淘汰。透過AI虛擬試穿，消費者能在購買前更了解服裝是否適合自己，減少「買錯再退」的情況。同時，品牌也能透過數據分析，更精準掌握消費需求，降低過度生產與庫存壓力。

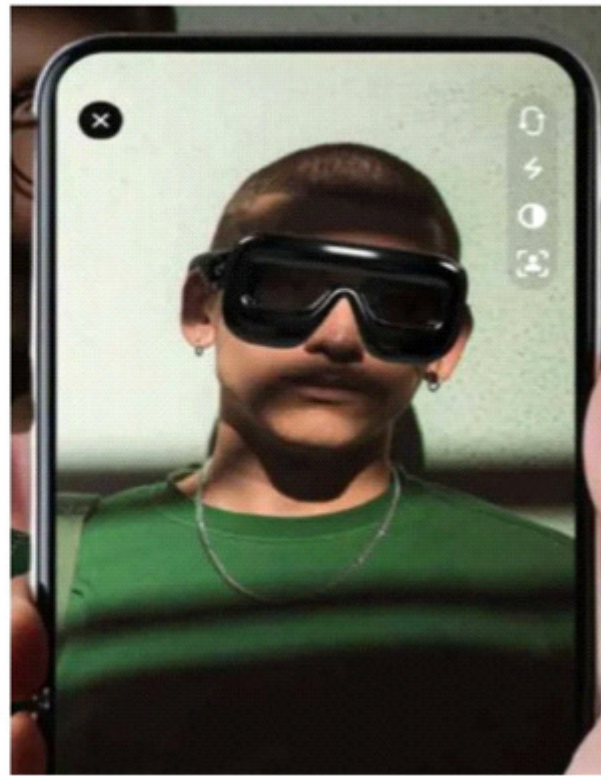
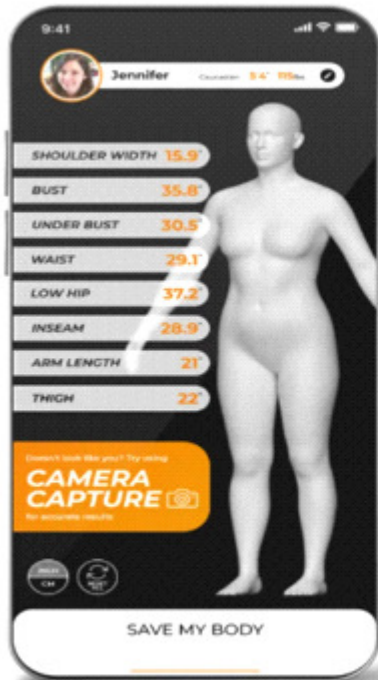
ZARA加入AI虛擬試衣

快時尚品牌ZARA也在今年開始佈局虛擬試衣體驗，只要打開app中推出AI虛擬試衣功能，就能透過上傳自拍照與全身照片，建立接近自身比例的虛擬化身（Avatar），再在線上查看服裝穿著效果，另外提醒，虛擬試衣功能不接受裸體照片，因此全身照必須穿著服裝，只要經過幾分鐘的AI運算，系統就會生成專屬的數位分身，除了能以直接看到整體穿搭效果，也能依照自己的喜好更換不同服裝，預覽各種搭配方式，不過，這個功能只有荷蘭、波蘭等部分地區可以使用，打開app後，切換至目前已開放的市場就能體驗！

Tukatech推出虛擬試衣間

美國時尚科技公司Tukatech近期推出全新虛擬試衣間，專為線上時尚零售商打造，希望解決消費者網購時最常遇到的「尺寸不合」問題，不同於過去只能依靠尺寸表或簡單濾鏡判斷，Tukatech透過實際服裝打版樣本結合3D建模技術，模擬衣服穿在身上的真實效果，讓消費者可以透過個人化3D虛擬分身，提前查看服裝版型、比例與整體造型，這項技術也能直接整合Shopify、Magento與WordPress等電商平台，讓不同規模的品牌都能導入虛擬試衣功能，提升線上購物的準確度與便利性。

德國Alvanon打造AI尺寸智慧系統



除了Tukatech之外，德國時尚科技公司Alvanon也投入虛擬試衣與尺寸數據科技，希望透過AI改善全球時尚產業長期存在的尺寸不一致問題，Alvanon擁有超過25年的服裝尺寸研究經驗，結合約250萬筆人體掃描數據，建立全球品牌可使用的尺寸標準系統，協助運動品牌、精品品牌與大眾服飾品牌打造更符合真實消費者身形的服裝。其推出的phygital工具，結合實體合身模型與數位孿生技術，讓設計師能在虛擬環境中進行3D設計與試穿，同時利用AI分析消費者需求，降低生產錯誤與庫存問題，Alvanon董事Eric Lee也指出，過去時尚產業使用的模特兒與試衣模型，往往無法代表真實消費者體型，而導入數據化技術，不只能提升品牌效率，也能減少紡織品浪費。

AI虛擬試穿，可能成為未來購物新日常

從實體試衣間到線上虛擬試穿，時尚購物模式正在快速改變。過去消費者需要依靠經驗猜測尺寸，未來則可能透過AI精準預測適合自己的版型與尺寸，對品牌而言，虛擬試穿能降低成本、提升消費者滿意度；對環境而言，也能減少不必要的生產、運輸與退貨浪費，當科技逐漸融入時尚產業，買衣服不只是追求流行，也開始走向更有效率、更環保的消費方式，對於這樣的AI虛擬試穿趨勢，你是怎麼看得呢？

鏈接：<https://woman.tvbs.com.tw/fashion/66146>



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