



服裝行業資訊分享2026032

由：旭日集團

日期：2026年8月17日

【行業資訊】中國紡聯2026年中工作會議在京召開，上半年行業保持平穩修復態勢

概述：近日，中國紡織工業聯合會2026年中工作會議在北京召開。中國紡織工業聯合會黨委書記、會長孫瑞哲針對下半年工作作出系統性部署，明確六大重點工作方向。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/w_uUBk6Tb29DKmL9pRUs7Q

【行業資訊】1-7月全國紡織品服裝出口額1747.5億美元

概述：近日，根據海關總署統計快訊，1-7月，全國紡織品服裝出口額為1747.5億美元，同比增長2.4%，增速較上半年提高1.0個百分點。其中，紡織品出口853.4億美元，同比增長3.9%，增速進一步擴大；服裝出口894.0億美元，同比增加0.9%，累計增速由負轉正。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/Wb4Xjq4Gmu8F4I0mEE9LRg>

【行業資訊】上半年印染行業經濟運行總體平穩，出口保持韌性，發展質效有所改善

概述：近日，根據國家統計局數據，1-6月，印染行業規模以上企業印染面料產量同比增長4.93%，增速較一季度提升0.69個百分點。紡織品服裝終端需求保持增長，帶動印染行業生產總體平穩、穩中有增。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/EA_Rr4_Jb-B10SOKdTNx_w

【行業資訊】全球訂單加速回流，中國製造難以替代

概述：2026年以來，隨着全球地緣政治格局持續演變，主要經濟體關稅政策劇烈調整，一個曾被國際輿論普遍預測的「產業鏈加速外移」趨勢，正在出現顯著的逆向波動。從珠三角的電子代工巨擘，到長三角的裝備製造基地，乃至東北內陸的傳統紡織集群與新能源產業帶，海外訂單正重新湧回中國。

訂單回流的苗頭始於2025年下半年，家電、傢具、紡織、五金、新能源電池等行業陸續出現試探性轉單。2026年2月美國關稅政策逐步明確後，市場預期趨於穩定，回流趨勢明顯提速。今年上半年，中國出口14.73萬億元（人民幣，下同），同比增長13.4%。訂單回流並非偶然，中國是全世界唯一擁有聯合國產業分類中全部工業門類的國家。這種全產業鏈的集群優勢，讓「中國速度」和「中國效率」成為其他國家和地區製造業難以複製的標杆。業內人士認為，「前店後廠」的模式背後，鏈接着數萬家工廠，實現了上午下單、下午生產、次日發貨的快速供應鏈。

「對等關稅」公布之初，眾多美企陷入恐慌，急於在東南亞尋找新供應商，但這種情緒現已消退。美國鞋商Haley Pavone直言：“沒有哪裏像中國這樣。中國不同行業所具備的技能和知識水平遠遠超過其他任何地方。”

「小到螺絲大到原材料，中國都能解決」

北方襪業集團董事長金華回憶，關稅剛加時，海外客戶為了維持合作，主動承擔了全部新增關稅，訂單照常走。後來關稅持續增長，客戶提出他們佔大頭，我們企業承擔小頭，依舊咬牙堅持。直到關稅一路疊加至企業無法承受的水平，成本徹底超出客戶可承受的範圍，合作才被迫中止，訂單轉向東南亞。然而幾個月後，客戶又找了回來——東南亞交上來的襪子品質參差不齊，交貨時間也一拖再

拖。

海外產能訂單回流的背後，是東南亞製造業難以逾越的結構性短板——從產業鏈完整性到基礎設施配套，再到勞動力素質與能源保障，每一環都暴露出「去中國化」的現實阻力。在原材料方面，以越南為例，據歐睿國際報告，越南紡織業55%至60%的原料依賴中國進口，而中國化纖自給率高達98%。越南企業的原材料採購成本比中國高12%至15%，交貨周期平均長20天。

其次是產業鏈方面。義烏市超瀾進出口有限公司總經理呂成均用一個形象的比喻點出關鍵：“我們生產一個螺絲只要幾分錢，他們生產的螺絲要幾十塊錢，也不一定能生產出來。即便能生產，成本也完全不划算——這不僅是成本問題，更是整個工業生態的缺失。”以電池行業為例，吉林中聚新能源總經理苗慧指出，中國電池產業之所以全球領先，最根本的原因在於供應鏈的完備性。小到一個螺絲釘，大到原材料，全都是中國能解決，而且性價比非常非常高。別的國家要不然就做不了，要不然做出來的成本很高。正因如此，全球十大電池企業中，日韓企業僅佔兩三席，其餘全部來自中國。苗慧表示，從市場份額上看，中國正在逐步取代日韓的全球佔有率。

一雙襪子從紗線到成形只需1分50秒

在浙江義烏，呂成均表示，中國與東南亞製造業的差距，不是某一道工序的效率高低，而是整個系統的集成能力。「前店後廠」的模式背後，鏈接着數萬家工廠，實現了上午下單、下午生產、次日發貨的快速供應鏈。成本的控制力通過產業集群大幅降低，報關、物流、金融、翻譯等配套服務完善，給客戶帶來一站式體驗。這種系統性優勢，是東南亞任何一個單一環節都無法替代的。

據越南電力集團公開數據，越南北部北寧、北江、海陽等核心工業區電力缺口長期維持在30%左右。頻繁的停電直接衝擊生產節奏，交貨期延誤成為常態。而在吉林遼源，這座擁有百年紡織歷史的東北城市，已成長為全球產業鏈最完善的棉襪產業集群，聚集上下游企業1200餘戶，年產棉襪35億雙，產品遠銷全球50多個國家和地區。

面對關稅高壓，遼源襪業園區加快推進數智化轉型，截至2026年3月，智能襪機總量已超1.2萬台。在當地一家襪企的智能車間裏，全自動數智化機器24小時不間斷運轉，一雙棉襪從紗線投入到最終成型僅需1分50秒。樓上智能產線高速運轉，樓下快遞包裹即時發運，從生產到配送在同一個空間內完成——這種產業集聚帶來的極致效率，正是中國製造難以被替代的底層邏輯之一。

鏈接：<https://www.tkww.hk/epaper/view/newsDetail/2085065277858516992.html>

【競品資訊】安德瑪業績現轉機但本土與亞太市場雙失速

概述：近日，安德瑪公佈2027財年第一季度業績，其季度營收同比下降3%至11億美元。但同時，安德瑪盈利指標得以改善，當期毛利率同比提升5.9個百分點至54.1%，淨利潤也實現轉正。值得關注的是，安德瑪北美地區收入下降9%，亞太地區收入下降6.6%。

鏈接：<https://f.cfw.cn/view/n395048.html>

【競品資訊】迪尚集團簽約收購澳大利亞UG集團，全球工裝版圖再落關鍵一子

概述：近日，迪尚集團有限公司收購澳大利亞UG集團簽約儀式在山東威海舉行。此次簽約，是迪尚集團深入實施全球化戰略、加快工裝產業國際佈局的重要舉措，也為迪尚集團打造千億級全球工裝產業高地注入新的發展動能。

鏈接：<https://f.cfw.cn/view/n395001.html>

【競品資訊】海瀾之家借阿迪達斯FCC門店轉型，新業務成增長引擎

概述：近日，海瀾之家通過控股的斯搏茲運營阿迪達斯下沉市場FCC門店，截至2025年末門店規模達723家，2026年一季度該業務貢獻營收9.84億元，為集團增速最快的業務板塊。受FCC業務買斷採購模式影響，海瀾之家門店結構由自有品牌為主向多品牌渠道業態

調整。

鏈接：<https://f.cfw.cn/view/n395042.html>

【互聯網資訊】小紅書跨境平台上線，大批商家湧入

概述：近日，小紅書正式上線了一款叫Redshop的跨境購物入口，讓內容社區裡被“種草”的中國商品，能直接送到海外用戶手裡。海外用戶可以在筆記、直播和店鋪中看到商品，系統負責翻譯商品與客服資訊，並顯示當地貨幣價格。訂單產生後，商家只需把商品寄往國內中轉倉，後續清關和國際運輸由小紅書的合作鏈路完成。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01kzqs259jkc41cr2hnppf4f7q>

【互聯網資訊】天貓上線「AI生意管家·新商版」，新品牌上新冷啟全面提速

概述：近日，天貓全面上線電商經營Agent產品「AI生意管家·新商版」，面向入駐天貓一年內的新商家全量開放，新商版以「全新AI生意管家」為基礎，為新品牌單獨定制經營Agent，覆蓋新店開業最頭疼的素材製作、上新發品、流量推廣、經營分析等核心經營環節，對新商家更友好，可實現低成本快速上手。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/news/01kzwksj7synefv1f3qcx2z3k4>

【互聯網資訊】1688即將下線商人社區、頭條號

概述：近日，1688公告，因用戶閱讀習慣變化，1688商人社區、1688頭條號後續將不再運營，平台計劃於2026年9月12日後對上述渠道中的文章內容進行統一清理。

鏈接：<https://rulechannel.1688.com/?type=detail&ruleId=20010593&cId=3044#/rule/detail?ruleId=20010593&cId=3044>

【互聯網資訊】京東物流與迅銷達成戰略合作，共建全球物流供應鏈網絡

概述：京東物流（2618）與迅銷集團（6288）達成戰略合作，雙方將攜手共建全球物流供應鏈網絡，全面提升供應鏈自動化、數字化與可持續發展水平。京東物流將為迅銷集團旗下品牌打造海外配送服務體系，助力其電商物流進一步實現降本增效。

據了解，雙方將聚焦全渠道電商履約、全球物流網絡升級、物流數字化轉型及AI應用、物流自動化與機器人技術、綠色可持續發展等領域展開合作。其中，全渠道電商履約方面，京東物流將協助迅銷集團旗下品牌優化門店商品及電商商品庫存協同，提高全球末端配送效率；全球物流網絡建設方面，雙方將重點推進亞洲、北美、歐洲、中東等市場的物流網絡建設，縮短國際運輸周期。

此外，在物流數字化轉型及AI應用方面，雙方將共同研發供應鏈可視化技術，利用AI提升需求預測精度，優化庫存管理；物流自動化與機器人應用方面，雙方將共同探討下一代自動化倉儲技術，推動物流倉儲機器人應用；綠色可持續方面，雙方將共同構建綠色物流模式，實施二氧化碳減排舉措，實現供應鏈全流程可持續發展。

迅銷集團全球電商相關負責人表示，京東物流進入日韓市場以來始終堅持為當地企業、消費者提供高品質服務，始終如一的服務追求、不斷突破的創業精神與高效的對接響應成為雙方合作的重要基石。京東物流在中國擁有近20年的電商物流供應鏈服務經驗，其中211限時達等服務深入人心。藉由此次戰略合作，相信京東物流也能為迅銷集團全球的消費者帶來高效的物流服務體驗，同時雙方也將共同探索涵蓋全球物流網絡升級、電商全渠道物流、AI自動化、可持續物流五大領域的戰略合作。

京東物流亞太區相關負責人表示，目前京東物流已經在全球布局近200個海外倉、保稅倉、直郵倉，覆蓋全球25個國家和地區。在日韓，京東物流已開設並運營多個海外倉，並通過應用智能機器人存儲揀貨設備，大幅提升了供應鏈效率，推動多個海外核心城市、區

域倉配實現了最快當日、次日達。此次合作後，前期將助力迅銷集團搭建海外快遞配送服務體系，並持續攜手探索更多自動化應用與全球化拓展方向。

鏈接：<https://www.wenweipo.com/a/202608/10/AP6a79b80ee4b0c1e50024506f.html>

【延展閱讀】千問上新定時任務、辦公助理、語音通話等多項功能

概述：近日，千問功能上新，推出思考研究、定時任務、辦公助理、語音通話、智能體廣場等多項新功能，同時支持最新旗艦模型 Qwen3.8-MAX。千問還支持手機與PC跨端協同，可在手機端發起任務，由電腦端執行。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01kzd2s9g90tcv2vmm8r2s4rxw>

【延展閱讀】2026年消費趨勢分析：二季度中國消費者消費意願調查報告

概述：2026年第二季度，中國消費者的消費意願指數是122.8，與上一季度相比，稍微下降了0.8點，總體依舊處於景氣的區間範圍之內。高收入的群體消費意願比較平穩，但中低收入群體的消費意願明顯出現了下滑情況，從而使得總量刺激的相關政策邊際效應不斷遞減。老年群體的消費意願連續三個季度都在下降，這表明存在有效供給不足以及同時使人有後顧之憂的結構性方面的問題。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/Ad7JBMq7OaXsYAkTuFgEYw>

【延展閱讀】瑞幸聯名反派好「毒」啊

概述：近日，瑞幸咖啡攜手迪士尼四位經典反派，以“毒蘋果”為靈感，推出蘋果系列限定飲品及“全員惡女”主題周邊，涵蓋杯套、冰箱貼、相框、魔鏡磁貼等。邪惡皇后手舉毒蘋果的形象，精準共鳴打工人“週一狀態”，引發網友二次創作，甚至意外“適配”蘋果 LOGO，成為社交話題。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/F-LxwCID-PMZdsL4ZXZV5w>

【延展閱讀】洗澡式出海行不通，希音上市彰顯香港優勢

概述：中國快時尚服飾銷售平台希音（SHEIN）在美國紐約和英國倫敦上市的計劃連番受挫，現在獲中國證監會批准，準備在香港上市，接受投資者對其首次公開招股（IPO）認購。希音上市之路一波三折，故事極富戲劇性，既反映地緣政治對於商業營運帶來諸多風險，也印證香港始終是中國企業「走出去」的最佳母港。

外電報道，希音的顧問正在以低於三百億美元（約2,023億人民幣）的估值向潛在投資者推介該公司，較巔峰估值一千億美元（約6,744億人民幣）縮水七成。另有知情人士透露，已有投資者表示願意在二百五十億至二百九十億美元（約1,686億至1,956億人民幣）的估值區間認購股份。

以產品廉價實惠見稱的希音在國際上享負盛名，為一百六十個市場約二億七千萬名活躍顧客提供服務，二〇二二年收入高達二百四十億美元（約1,619億人民幣），規模與Zara和H&M等品牌相當，被視作全球第三大時尚零售商。然而，這幾年來風雲變幻，希音面臨的經營挑戰日益嚴峻，受累於歐洲及美國改變關稅政策（主要是取消小額包裹免稅待遇），集團去年盈利按年大跌近四成，今年首季甚至由盈轉虧，蝕約一億美元（約6.7億人民幣）。

希音由作風低調的許仰天於二〇〇八年創辦於南京，迅速發展為獨角獸企業。集團於二〇二一年將總部遷冊至新加坡，目的是全球化，淡化其中國企業形象。希音的前執行主席唐偉（Donald Tang）曾經表示，美國價值觀使得希音取得成功：“如果這樣看，我們是一家美國公司。”

希音最初尋求在紐約上市，但由於美國方面對其在中國的供應鏈和勞工實踐進行審查，上市計劃於二〇二四年受阻。雖然打算轉往倫敦上市，但希音未能獲得中國證監會批准。

總部遷冊至新加坡，不等於希音就是「外國公司」，仍須受中國政府規管，不開綠燈無法在倫敦上市。如此情況，類似中國禁止美國Meta以二十億美元（約135億人民幣）收購初創人工智能（AI）企業Manus，儘管成立於中國的Manus已將總部遷冊至新加坡。央視新聞報道，這宗併購案首先禁止的就是企業「洗澡式出海」的不合規做法。據說，Manus的三位創辦人撤銷與Meta的交易後，探討籌集十億美元（約67億人民幣）資金回購，使公司估值至少與二十億美元（約135億人民幣）的收購價持平，後續計劃將Manus重組為中國合資企業，籌備在香港上市。

說回希音，不但兩度上市遇挫，而且在法國「頭頭碰着黑」。法國巴黎著名百貨公司BHV Marais原本有意與希音合作，讓其開設全球首間實體店，怎料屢遭民眾抗議，BHV的母公司老佛爺百貨集團（Galeries Lafayette）亦強烈反對，計劃告吹。此外，法國消費者保護與反欺詐總局（DGCCRF）今年六月決定，對希音處以兩項罰款，總額超過二千二百萬歐羅（約1.72億人民幣），原因是該公司在退貨、產品資訊和訂單確認方面存在問題。這是法國近一年來第三次處罰希音。

兜兜轉轉，希音似乎希望重塑中國企業形象，大幅削減在越南的業務規模，計劃未來三年在廣東投入超過一百億元人民幣建設智慧供應鏈。更何況，來回美國和英國最終折返香港上市，希音恰似「企業海歸派」。至於是否將總部從新加坡遷回中國，暫時只聞樓梯響，未見定案。

對於中國企業而言，「洗澡式出海」的方式一再證明行不通，那麼務實做法就是名正言順維持中國企業形象，立足中國，放眼全球。如果打算上市的話，作為國際金融中心的香港毫無疑問是首選。今年三月，「香港營商優勢賦能內地企業出海」研討會在北京舉行，商務及經濟發展局局長丘應樺表示，在國家「十五五」開局之年，香港積極發揮獨特優勢貢獻國家，作為內地企業出海的首選母港，已準備就緒提供導航服務。去年十月，特區政府成立內地企業出海專班，主動招攬內地企業利用香港出海。

地緣政治影響廣泛，中國企業不管遷冊到哪裏，皆會受到種種掣肘，否則社交平台TikTok不會引起中國和美國之間的糾紛。香港為中國企業提供出海導航服務，益顯彌足珍貴。

鏈接：

<https://news.tvb.com/tc/1188546-%E4%BF%A1%E5%A0%B1%E7%A4%BE%E8%AB%96%E6%B4%97%E6%BE%A1%E5%BC%8F%E5%87%BA%E6%B5%B7%E8%A1%8C%E4%B8%8D%E9%80%9A%E5%B8%8C%E9%9F%B3%E4%B8%8A%E5%B8%82%E5%BD%B0%E9%A1%AF%E9%A6%99%E6%B8%AF%E5%84%AA%E5%8B%A2%E5%85%A8%E6%96%87>



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