



## 服裝行業資訊分享2025013

由：旭日集團

日期：2025年4月7日

### 【行業資訊】2025中國國際時裝周（春季）落幕，真維斯獲「趨勢引領力」獎

概述：3月28日，在剛剛落幕的2025中國國際時裝周（春季）上，國民服裝品牌真維斯以官方指定服裝供應商的身份深度參與這場時尚盛會，並於收官盛典“星光之夜”斬獲重量級獎項——“趨勢引領力”獎。本季時裝周真維斯再次攜手設計師黃剛，繼敦煌系列合作後錨定非遺文化傳承領域，呈現了一場“非遺文化+現代科技”的男裝發佈會，在發揚苗繡技藝的同時傳播苗族傳統文化，進一步探尋中華優秀傳統文化的時尚化及年輕化表達。

鏈接：[https://mp.weixin.qq.com/s/xnQdus-iiyBR2REHL\\_nz3g](https://mp.weixin.qq.com/s/xnQdus-iiyBR2REHL_nz3g)

### 【行業資訊】陳大鵬：深耕中國創造，構建世界品牌

概述：4月2日，以“服裝品牌的本質與未來”為主題的2025（第三十屆）中國服裝論壇在北京圓滿落下帷幕，中國紡織工業聯合會副會長、中國服裝協會會長陳大鵬在大會上發表閉幕致辭。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/wRpJcfBPJ9pW6wuo5hmiFg>

### 【行業資訊】印度或解除對華貿易和投資限制，重回最大貿易夥伴國位置

概述：據《印度快報》24日報道稱，隨著中印邊境緊張局勢有所緩和，印度目前正在提出多項措施，以放鬆此前對中國實施的貿易和投資限制。消息人士透露，相關談判已經進行了一段時間，並且有望在未來幾周內宣佈具體的放寬限制措施。

鏈接：<https://www.tnc.com.cn/info/c-001001-d-3750639.html>

### 【行業資訊】紡織行業加速“智”變

概述：紡織行業是我國傳統優勢產業。近年來，紡織行業數字化轉型、提質升級等相關政策陸續出台，越來越多的企業運用數智技術，推動管理升級、流程再造、場景創新，讓新質生產力為紡織行業添動能。

一鍵生成服裝設計創意，虛擬模特展示面料，數字化管理產量及庫存……如今的紡織行業，科技范兒十足。

過去，高能耗、高成本、低附加值等問題，一度制約著紡織業的發展。近年來，越來越多的企業把握機遇，探索運用數智技術，推動管理升級、流程再造、場景創新，向新質生產力要活力、要動能，促進紡織行業創新發展。

### 管理升級 節約成本

作為傳統勞動密集型產業，“千人紗、萬人布”的熱鬧場面，一度是紡織業的真實寫照。

近日，記者走進位於安徽泗縣的安徽新虹紡織有限公司，只見一排排自動化設備高速運轉，近萬平方米的生產車間裡，僅有幾名工

人。辦公室裡，工作人員正通過數字化管理系統，實時查看各生產環節的運行狀態。

“過去生產靠人工，管理憑經驗，效率低、成本高，企業很難在激烈的市場競爭中贏得主動權。”新虹紡織總經理尤疆徽介紹，2014年起，公司先後投入上千萬元對工廠進行數智化改造，眼下，訂單、生產、設備等均實現了數字化，生產管理與運轉效率得到有效提升，實現了降本增效。

“不再是幾個人圍著一台機器轉了。現在，一個人就能控制多台機器。”公司生產廠長朱有祥介紹，近年來，在節省用工量的基礎上，產能翻了一番。

訂單生產情況，是朱有祥每天重點關注的內容。公司裝上數字化管理系統之後，他一點手機，車間裡生產線的生產情況、機台狀態等便一目瞭然。

“不僅如此，數字化管理系統還可以自動、準確地製作訂單進度、庫存近況、質量分析、工資等多維度報表，量化生產活動和產出。”朱有祥說，以前要花費大量人力和時間完成的事項，現在只要用幾分鐘，就能更精準地完成。

傳統製造與雲計算、大數據、互聯網等技術結合，重塑了工廠的生產、管理場景，讓傳統紡織企業面貌煥然一新。

近年來，安徽強化數智賦能，積極推動紡織企業“智改數轉網聯”提質擴面，鼓勵企業開展數字化轉型升級。截至2024年底，安徽已有2.34萬家規模以上企業啟動數字化轉型，佔比達97.27%；其中1.67萬家規模以上企業實現數字化改造，佔比達69.47%。

## 流程再造 綠色高效

150道製造工序、1萬次拉滑測試、1.5萬至2萬次摩擦測試，這分別是一朵羽絨、一匹布、一件羽絨服要經歷的過程。

在江蘇常熟市波司登智能製造生產基地，得益於“智改數轉網聯”，傳統生產流程實現了再造，關鍵生產環節自動化程度達90%以上。

自動裁剪車間內，數十層布料平鋪在自動裁剪機上。根據設計好的款式，裁剪機自動裁出不同形狀的布片，提高了生產效率和布料利用率。

如何保障羽絨服不鑽絨？需要在絎縫工藝上採用針孔更細的防鑽絨縫制技術，每3釐米多達13針。原先這個工藝需要熟練工完成，現在大規模使用智能範本機，設定好程序後，一名經過短期訓練的工人可以同時操作兩台機器，縫製出穩定的針腳。

在自動充絨車間，工人將絎縫過的衣片開口包裹住出絨口，按下開關，羽絨順著管道均勻吹進衣片中。填充時，機器從雲端抓取提前上傳的充絨數據，可精確到0.01克。充絨後的衣片在超聲波設備上封口，從源頭降低了“飛絨”現象。不同於以往的“人找布片”，在成衣縫制環節，吊掛傳輸系統能精準抓取袖口、衣領、前襟等，送到各崗位工人面前。

除了賦能生產，波司登還以數智化賦能商品一體化管理、倉儲物流及智能配送，實現商品運營的高效協調，促進低碳減排。通過對線上和線下、自營和經銷全鏈路數據的整合，暢銷款補貨可得率高達99%，確保暢銷款不斷貨、滯銷款不生產。智能化調度管理運輸路線和資源分配，從而精準控制生產量及庫存積壓，有效降低了物流成本和碳排放。

“我們自主研發了服裝智能製造平台，實現大規模定製的柔性生產，單位產品能耗下降45.92%，單位產值能耗下降42.11%。”波司登股

份有限公司副總裁王晨華介紹，作為國家級綠色工廠、綠色供應鏈“雙綠色”製造體系認證的企業，公司實現了能耗在線監測系統100%覆蓋。

2021年以來，江蘇把推進“智改數轉網聯”作為製造業高質量發展的關鍵舉措，通過不斷完善政策機制，構建協同推進體系，幫助企業明確轉型實踐路徑。截至2024年底，全省數字化研發設計工具普及率達91.2%，企業關鍵工序數控化率達70.1%，經營管理數字化普及率達89.1%。

### 場景創新 助力研發

輕點鼠標，面料、款式與工藝隨心選，專屬服裝一鍵生成；旋轉虛擬人物，動態下的服裝垂感與褶皺效果清晰可見……在浙江杭州市上城區的凌迪數字科技有限公司，創新、高效的服裝研發模式，讓人眼前一亮。

將數字服裝上傳平台，可直連工廠生產，真正實現從創意到生產的全流程數字化。“從創意到產品上新，僅需一天。而傳統模式下，這一過程至少要一週。”凌迪科技創始人劉彬說。

借助高科技，數字形式取代實物，實現了服裝製作流程的降本增效，打造了綠色環保的研發模式。劉彬介紹，凌迪科技以自主研發的柔性模擬引擎為核心，開發了3D服裝設計軟件及相關工具，提供從人工智慧創意、3D設計、推款審款、快速改版、直連生產到數字營銷的全鏈路服裝數字化解決方案。

作為時尚產業集中地，杭州擁有眾多紡織服裝企業。在凌迪科技的技術支援下，杭州錦惠貿易有限公司的樣衣交貨期由原來的30天縮短至3天，採用率也從30%提升至50%，樣衣物料成本降低60%。

近年來，杭州市上城區積極構建時尚產業體系，打造了杭州時尚中心、上城裡數字時尚產業園等時尚產業園區，匯集大批服裝供應鏈企業。浙江省經信廳產業數字化推進處處長張君表示，浙江將搭建產業交流合作平台，充分發揮省級數字化服務商的作用，推動服裝產業全鏈路數字化轉型，促進數字技術賦能紡織服務行業高質量發展。

“從體量規模到質量效率，從場景應用到模式創新，紡織行業的智能化發展走在工業領域前列。”中國紡織工業聯合會副會長、中國紡織資訊中心黨委書記閻岩介紹，目前，我國紡織機械自主化率超75%，高端裝備關鍵基礎件國產化率超50%，紡織行業數字化設備聯網率約為50%，人工智慧、數字孿生等新一代資訊技術的應用，推動紡織行業加速數字化、智能化轉型升級。

鏈接: <http://zj.people.com.cn/BIG5/n2/2025/0402/c186327-41183526.html>

### 【競品資訊】森馬服飾2024年淨利潤11.37億，同比增長1.42%

概述：4月1日，森馬服飾發佈2024年年度報告，營收和歸母淨利潤實現雙增長。報告顯示，2024年森馬服飾營業收入達到146.26億元，同比增長7.06%；歸屬於上市公司股東的淨利潤為11.37億元，同比增長1.42%。

鏈接： <https://news.cfw.cn/v377949-1.htm>

### 【競品資訊】繼安踏之後，中喬體育也公佈終止合作供應商名單

概述：近日，中喬體育通過微信公眾號發佈了“關於終止與部分供應商合作的通知”。該通知指出，鞋供應鏈萬某某與王某某因違反

《中喬體育鐵律十條》規定被中喬體育開除；並根據中喬《鞋供應商績效考核管理辦法》的規定，集團供應鏈決定終止與湖南和亞運動用品有限公司、泉州碳博仕新材料科技有限公司、泉州欣步科技有限公司、泉州市鑫吉科技有限責任公司的合作。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/VT0RVkgP0Y9H4Ivrv-faVQ>

### 【競品資訊】阿迪達斯官宣奧運冠軍潘展樂代言

概述：3月29日，阿迪達斯重磅官宣，巴黎奧運會游泳冠軍潘展樂成為品牌代言人。全球知名運動品牌阿迪達斯“牽手”中國頂尖運動員，不僅僅是簡單的品牌代言聯動，更是其深耕中國市場、踐行“在中國，為中國”理念的關鍵舉措。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/jEh2XTfJ58qPgOsP0k49HA>

### 【競品資訊】內地快時尚品牌URBAN REVIVO攻港！價錢風格定位與ZARA、GU相似

概述：不止內地的餐飲品牌攻港，連快時尚時裝品牌都有意來港開拓新市場。最近有網民發現於內地擁有多間分店的時裝品牌URBAN REVIVO（簡稱UR），於尖沙咀商場設立圍板，似乎要開設第一間香港分店。UR服飾的價錢及風格定位與其他快時尚品牌如H&M、ZARA相近，令一眾網民對此有不同比較。

#### 內地快時尚品牌URBAN REVIVO攻港

近日有網民發現URBAN REVIVO進駐香港，於尖沙咀海港城一舖位設立圍板，並寫著「Coming Soon」的字眼。UR為中國快時尚品牌，於2006年設立並於全球擁有超過400家門市，包括美國、新加坡、泰國、馬來西亞、菲律賓等國家。受眾為年輕一代的群體，售賣的服飾亦跟貼潮流時尚，深受新一代歡迎。



以當季流行款式為主

從UR上架的服飾可見，其定位與其他快時尚品牌如H&M、ZARA、GU等相似，都是以當季流行款式為主，最新春夏系列都加入潮流元素，小吊帶、背心裙、針織外套等等都是受歡迎款式。而內地服飾定價約在人民幣200至400左右，未知香港定價如何。



網民比較UR與其他品牌

UR進駐香港的消息令不少網民關注討論，有網民就指UR服裝質素較為參差，若考慮到價錢，可能會選擇其他大型時尚品牌。又有網民指UR的款式更符合亞洲人的審美，尺碼方面亦更親民，再加上UR經常有折扣優惠，能以平價買到心儀衣服。

鏈接:

<https://hk.ulifestyle.com.hk/activity/detail/20060727/%E5%85%A7%E5%9C%B0%E5%BF%AB%E6%99%82%E5%B0%9A%E5%93%81%E7%89%8C%urban-revivo%E6%94%BB%E6%B8%AF-%E5%83%B9%E9%8C%A2%E9%A2%A8%E6%A0%BC%E5%AE%9A%E4%BD%8D%E8%88%87zara-gu%E7%9B%B8%E8%8B%A5/1>

### 【競品資訊】關稅與需求雙重打擊，H&M擬漲價應對困境

概述：瑞典快時尚零售商 H&M 週四 (27日) 表示，美國總統川普對進口商品徵收的關稅將讓美國消費者面臨更高價格。H&M 執行長埃維爾 (Daniel Erver) 受訪時指出，隨著公司調整供應鏈來適應新的貿易壁壘，美國是 H&M 的第二大市場，預估將不得不提高價格來應對關稅帶來的影響。

### 美國關稅影響消費者

H&M 最大的生產基地位於中國和孟加拉國，而中國已經遭受川普加徵的 20% 進口關稅，孟加拉則可能成為即將於4月2日公佈的「報

復性關稅」對象之一。埃維爾表示，儘管公司正在監控並為關稅做準備，但由於不確定關稅將針對哪些國家，這是一個「不斷變化的目標」。

他強調，H&M 對全球貿易持有信心，但關稅政策卻並未促進公平的全球貿易，反而可能對消費者造成負擔，最終的成本將轉嫁給消費者。他補充說，H&M 正在將生產轉移至受關稅影響較小的市場，但沒有透露具體的國家選擇。

### 財報顯示銷售疲弱 競爭壓力加大

H&M 同日公佈 2025 會計年度第一季度財報，結果顯示銷售成長不及預期。該公司在截至2月28日的3個月內，銷售額以當地貨幣計價成長 2%，達到 553.3 億瑞典克朗(約404億人民幣)，略低於分析師預測的 558.6 億瑞典克朗(約408億人民幣)。該公司的一季度營業利潤為 12 億瑞典克朗(約8.8億人民幣)，遠低於預期的 19 億瑞典克朗(約13.9億人民幣)，營業利潤率為 2.2%。

H&M 解釋，業績不如預期的原因包括外部因素的不利影響、折扣增加以及對顧客體驗的投資，這些都讓毛利率承壓。然而，該公司也表示，這些不利因素在第二季將顯著減少，並預估3月的銷售將比去年成長 1%。

### 面對激烈競爭 H&M 轉型之路艱難

H&M 的業績反映出其在市場上面臨的艱難挑戰，尤其是來自西班牙 Inditex 集團旗下 Zara 的競爭壓力，以及來自中國快時尚品牌 Shein 等低成本零售商的競爭。H&M 的銷售成長不如預期，並且連續幾季表現疲弱。

作為 H&M 新任首席執行官的埃維爾，將加速推動公司改革，希望通過加強產品供應、提升顧客購物體驗並強化品牌來實現長期可持續成長。埃維爾在一份聲明中表示：「儘管第一季的銷售和利潤低於計畫，但這是我們每年銷售和毛利率最小的一個季，我們對未來充滿信心。」

H&M 目前正面臨著激烈的市場競爭，如何擺脫與 Zara 的差距並重建其市場地位，成為新任執行長埃維爾的首要任務。

鏈接:

<https://tw.stock.yahoo.com/news/%E8%B2%A1%E5%A0%B1-%E9%97%9C%E7%A8%85%E8%88%87%E9%9C%80%E6%B1%82%E9%9B%99%E9%87%8D%E6%89%93%E6%93%8A-h-m%E6%93%AC%E6%BC%B2%E5%83%B9%E6%87%89%E5%B0%8D%E5%9B%B0%E5%A2%83-122847029.html>

### 【互聯網資訊】上線“淘嚴選” 阿里電商開啟新打法

概述：淘寶於近期上線了高品質消費業務“淘嚴選”（即國貨嚴選）。據悉，淘嚴選主打來自中國產業帶的優質國產品牌集合，由官方嚴選來自全國的優秀商家和源頭工廠，嚴選符合國家/行業等權威標準的品質商品，為消費者提供更有質價比的商品。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20250402/576486.shtml>

### 【互聯網資訊】拼多多將調整秒殺、大促等活動缺貨訂單賠付標準

概述：獲悉，拼多多將調整商家參與秒殺、大促等活動缺貨訂單賠付標準。現在，當商家參加“秒殺”、“9塊9特賣”、“潮流好價”、“多人團”以及“大促”活動發生缺貨情形，訂單實收金額不超過100元時，商家只需要按照10元/單的標準對消費者進行賠付；超過100元時，則每單按照訂單實收金額的10%進行賠付。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20250328/576226.shtml>

### 【互聯網資訊】小紅書電商發力灣區服飾產業

概述：3月27日，小紅書電商“灣區服飾電商夥伴日”在廣州落幕。這是平台首次大規模向灣區服飾商家“喊話”，給予廣東服飾產業商家針對性的扶持政策 and 明確的入局信號。數據顯示，灣區服裝產業集群分佈廣泛，而僅廣州市中涉及服裝及關聯的企業就有近5萬家，服裝品牌商標超過7000個，年銷售額約占全國的10%。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20250328/576190.shtml>

### 【互聯網資訊】Shopee穩居巴西第二

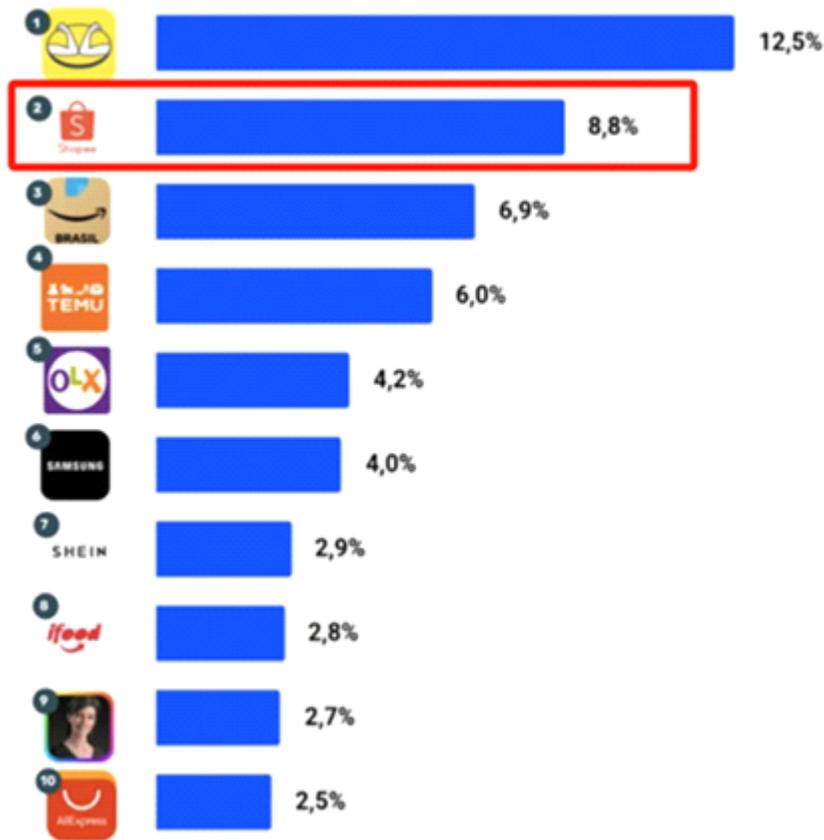
概述：

1、市場份額穩居第二

事實證明，是金子在哪都發光，即使走出東南亞舒適圈，Shopee一樣能攪動一方風雲。

消息顯示，近日，市場研究機構Conversion發佈了巴西市場最新的月度報告，報告指出，由於經濟下行加上沒有大促加持，今年2月巴西電子商務市場呈現萎靡狀態，雖然1月份多個細分行業創下歷史紀錄，但2月份18個行業均無增長。

不過，儘管市場出現萎靡，但跨境電商平台Shopee依然活力滿滿。Conversion資料顯示，Shopee巴西站2月份的流量份額為8.8%，較1月份的8.6%繼續增長，穩居巴西電商市場份額第二，僅次於佔據市場份額12.5%的美客多。



Shopee穩居巴西電商第二把交椅 圖源：Conversion

事實上，早在2024年5月份，Shopee就在巴西搶到第二的位置，彼時該平台在巴西的訪問量達到2.01億次，環比強勢增長10.8%；同期亞馬遜的訪問量環比僅增長3.4%達到1.95億次，被Shopee彎道超車。

儘管後來被亞馬遜追上過幾次，但Shopee勝多輸少，如今，隨著電商生態逐步完善，Shopee的地位也越來越穩固，如今擋在它面前的，只剩拉美電商巨頭美客多。

值得一提的是，市場地位的穩固也帶動Shopee銷售增長，Itaú BBA的研究報告指出，2024年，Shopee在巴西的銷售額實現翻倍增長，達到約600億雷亞爾（約合103億美元）（約746億人民幣），是亞馬遜收入的兩倍，美客多巴西的40%。

## Shopee in BR – Focus on Logistics and Moving Upmarket

We recently engaged with a podcast ([link](#)) featuring an interview with Rodrigo Fará, Head of Live Commerce and Brand at Shopee. **Shopee has firmly established itself as the 2nd player in BR, boasting an estimated annualized GMV of R\$60bn (USD10bn), approximately twice the size of AMZN and ~40% of MELI's.** Our estimates suggest that Shopee effectively doubled its GMV in BR over the course of 2024, expanding it by ~R\$30bn (USD5bn), in contrast to MELI's ~R\$40bn (USD6bn).

估计Shopee年化GMV为600亿雷亚尔(100亿美元), 大约是亚马逊的两倍和美客多的40%。

**Shopee's average selling price (ASP) remains ~3x lower than MELI's (USD7 vs. USD21), underscoring a relatively limited overlap in product assortment while simultaneously demonstrating its formidable position in terms of transaction volume.** In our view, Shopee's foremost challenge lies in its capacity to elevate service standards - most notably, delivery speed - as it endeavors to move upmarket. **Achieving this objective will necessitate substantial capital investment in logistics infrastructure and warehousing capabilities, a topic we explore further below.**

Shopee巴西收入排名第二 圖源：Itaú BBA

### 2、一路穩紮穩打

天上不會掉餡餅，Shopee能在短時間內後來者居上，背後付出的努力自然也不少。

除了興建物流基礎設施、完善電商供應鏈、吸納當地賣家、加快本土化處理程序，Shopee還結合巴西消費者愛看直播的特點，大力發展Shopee live直播電商。

據Shopee統計，從2023年底到2024年，Shopee巴西每日的直播場次從50場增加至1000多場，觀看次數和評論量分別增長6倍和4倍。

## Vendedor na tela do celular

Pelas estimativas da varejista, 95% das vendas acontecem no celular, via aplicativo. Por isso, uma das principais apostas da Shopee tem sido o live commerce, ferramenta que une transmissões ao vivo e compras em tempo real diretamente no aplicativo e que tem feito da varejista uma das principais referências do tema no país.

“Não fazemos live commerce porque é legal, mas porque tem impacto real nas vendas. É uma das principais apostas da Shopee em 2025”, diz.

该模式从2023年底每天50场直播，发展到2025年每天1000多场直播。如今，该平台已经有150万卖家和200万联盟会员启用了该功能。

O modelo evoluiu de 50 transmissões diárias ao fim de 2023 para mais de 1 mil lives por dia em 2025. Hoje, a plataforma já tem 1,5 milhão de vendedores e 2 milhões de afiliados habilitados para a função.

Shopee直播電商貢獻突出 圖源：exame

不過，雖然Shopee巴西站點流量和銷售額都取得可喜增長，但該平台並不滿足於此，Shopee直播商務和品牌負責人Ridrigo Farah就直言：“2024年是優秀的一年……但我們認為，這不是Shopee的終點，未來還有繼續增長的空間。”

一分耕耘一分收穫，為了看到更高處的風景，Shopee也在多個方面做出了相應的籌劃。

比如，不久前，Shopee就發佈消息稱，為繼續最佳化巴西站點的物流服務，公司決定從當地時間2025年2月10日起，進一步縮短Shopee巴西站三方倉訂單的發貨時效。值得一提的是，2024年Shopee Express已經將巴西主要城市的配送時間縮短了40%，此次發貨時效調整無疑進一步加劇平台物流內卷。

确认订单日期	当地时间11:00前付款		当地时间11:00后付款	
	迟发货计算节点 *	自动取消计算节点 点*	迟发货计算节点 *	自动取消计算节点 点*
周一	周二	周五	周二	周五
周二	周二	周五	周三	周一
周三	周三	周一	周四	周二
周四	周四	周二	周五	周三
周五	周五	周三	周一	周四
周六	周一	周四	周一	周四
周日	周二	周五	周二	周五

巴西站點三方倉店舖發貨時效表 圖源：Shopee

可以預見的是，隨著Shopee持續加大對巴西市場的投資，該平台有望吸引更多消費者，進一步鞏固其在巴西市場的地位。與此同時，Shopee的繼續壯大將使它與巴西電商巨頭美客多之間的競爭更加激烈，一場電商爭奪戰不可避免。

鏈接: <https://www.dsb.cn/p/01jqns7pfdnx8ss8kpf48krr7p>

### 【延伸閱讀】李強主持召開國務院常務會議，聽取推進跨境電子商務綜合試驗區建設匯報

概述：國務院總理李強3月28日主持召開國務院常務會議，聽取推進跨境電子商務綜合試驗區建設匯報，部署加快加力清理拖欠企業賬款工作，研究推動農機裝備高質量發展有關措施，審議通過《關於優化口岸開放佈局的若干意見》。

鏈接： [https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202503/content\\_7016197.htm](https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202503/content_7016197.htm)

### 【延伸閱讀】亞馬遜起訴2.4萬賣家，賣假貨就是死路一條

概述：近日，知名跨境電商巨頭亞馬遜發佈了最新品牌保護報告，報告顯示，該公司將假冒商品降至零的戰略已取得階段性勝利，2024年全年，亞馬遜在全球範圍內發現、查獲並處置了超1500萬件假冒產品，與2022年處理的600萬件假貨相比，2024年查獲的假貨數量激增了150%。

鏈接： <https://www.dsb.cn/p/01jqds1fk8jhs8rbheyvxm4qc7>

### 【延伸閱讀】2024年中國營銷市場年度報告

概述：數據顯示，在消費品國補、以舊換新等政策刺激下，2024年國內消費韌勁十足。具體來說，一方面，剛需品類理性增長，另一方面，家電、汽車等耐用消費品出現階段性爆發。此外，體驗式消費更是成為了消費風向標。由此帶來了三大營銷市場變化：營銷觸

點多元分化、IP及熱點營銷持續搶佔用戶流量、唯有體驗消費能打破營銷“圈層板塊”。  
鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/3BghBofsYarvIGNO8cOmQ>



**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