



服裝行業資訊分享2025048

由：旭日集團

日期：2025年12月15日

【行業資訊】從中央政治局會議看2026年經濟工作方向

概述：近日，中共中央政治局召開會議，會議總結分析今年經濟工作，對明年經濟工作作出一系列重要部署，必將進一步堅定發展信心、凝聚發展共識，有效應對各種衝擊挑戰，鞏固拓展經濟穩中向好勢頭，為實現“十五五”良好開局打牢基礎。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/7F1hmT55BOrgrS9dNA9gmg>

【行業資訊】孫瑞哲：人工智能驅動紡織服裝行業新質生產力

概述：近日，2025紡織服裝行業數字化轉型大會在江西九江召開。中國紡織工業聯合會黨委書記、會長孫瑞哲在會上作題為《人工智能驅動紡織行業新質生產力》的講話。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/XDqCgWGa0FZJICzwyEdBhQ>

【行業資訊】1~11月全國紡織品服裝出口2678億美元，同比下降1.9%

概述：根據海關總署統計快訊，今年前11個月，我國紡織品服裝累計出口2678億美元，同比下降1.9%。其中，紡織品出口額為1300.1億美元，同比增長0.9%，繼續保持平穩增長態勢；服裝出口額為1377.9億美元，同比下降4.4%，降幅有所擴大。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/Vqgi0yZ3_-CW1GokPUw-Mw

【行業資訊】科大報告：貿易壁壘未促脫勾，反而推動中國企業加速全球化

概述：香港科技大學利豐供應鏈研究院（以下簡稱「研究院」）在全球供應鏈商界峰會2025上發布《2025年全球供應鏈報告》。報告指出，當前各國為降低對中國供應鏈依賴所採取的措施，並未導致預期中的「脫勾」，反而激發中國企業開啟新一輪更深層次的全球佈局。

報告以電動汽車、太陽能、服裝及醫療器材四大產業為例，深入剖析地緣政治緊張、人工智慧（AI）技術應用及強制性 ESG（環境、社會及管治）法規，如何從根本上改變全球製造和採購的格局。研究院研究主管錢慧敏表示：「最值得關注的發現是，那些意在削弱中國製造地位的貿易壁壘，正在產生相反效果。中國企業並未退縮，反而以更快的速度將資本、技術與生產能力佈局全球，從傳統供應商加速向跨國網路的協調者轉型。他們在東南亞、中東、北非和歐洲等地推進本地化生產，同時牢牢掌控核心技術、品牌與上游關鍵材料。這並非簡單的脫勾。而是邁向一種更為複雜、相互依存的供應鏈新形態。」報告顯示，在四大重點行業中，中國企業的角色正從「世界工廠」演變為「全球生產組織者」。面對關稅與貿易限制，領先企業選擇積極出海，在東南亞、南亞、中東、北非、歐洲及美洲等地建立製造基地、研發中心和物流樞紐，構建區域紮根、全球聯動的新型供應網路。具體而言，在電動車領域，中國整車和電池廠商正在歐洲及東盟投資設廠，並通過佈局印尼、非洲等地的項目以保障上游礦產資源。在太陽能產業，為規避貿易風險，龍頭企業將從多晶硅到組件的整條垂直產業鏈轉移至東南亞及中東北非地區。在服裝與醫療器材行業，中國企業則通過建設海外工業園、創立品牌、設立研發實驗室等方式，向價值鏈高端攀升，與國際巨頭展開直接競爭。此種策略使其在滿足區域市場准入規則的同時，亦保持了對關鍵環節的控制力。

報告強調，重塑供應鏈的力量不僅來自人工智慧和自動化，更源於材料與核心零部件的快速迭代。人工智慧正在徹底改變產品設計、生產規劃、庫存管理與質量監控的模式，而智能工廠與先進機器人技術則重新定義了生產區位的經濟性。同時，各企業正競相研發新一代材料與零部件，旨在主動打破現有的供應依賴。例如，電動車領域的電池化學體系革新與無稀土電機設計，目標是減少對少數國

家壟斷關鍵礦產的依賴; 太陽能領域的新一代電池技術和高效製造工藝, 則可能重塑價值鏈上的關鍵節點。這些技術突破不僅提升了效率, 更能在深層次上改變供應鏈內的權力格局, 決定哪些環節難以被替代。

鏈接: <https://www.aastocks.com/tc/stocks/news/infocast-news/IC4805600/1>

【競品資訊】-60°C禦寒科技亮相哈爾濱, 波司登推出中國南北極考察同款

概述: 近日, 波司登以“人生見極地”為核心主題的發佈會在哈爾濱太陽島舉行, 活動現場通過“雪龍2號”揭幕儀式、“人生見極地”主題論壇、極地極寒系列發佈及極地冰雪大秀等環節, 呈現了品牌49年匠心與28載極地考察合作底蘊。

鏈接: https://mp.weixin.qq.com/s/LORW7x3DHnBOFag_y6YDDQ

【競品資訊】海瀾之家成立飲料公司“海瀾之水”

概述: 近日, 據企查查顯示, 江陰海瀾之水飲料有限公司成立, 法定代表人為薛海軍, 經營範圍包括食品銷售、食品用塑膠包裝容器工具製品銷售、塑膠製品銷售、保健食品銷售等, 該公司由海瀾之家品牌管理有限公司全資持股。

鏈接: <https://mp.weixin.qq.com/s/jeZsoj92OwtQTbAslP5bhg>

【競品資訊】安踏官宣體操冠軍張博恒為代言人, 從公益聯動到戰略合作

概述: 近日, 中國運動品牌安踏正式官宣世界體操冠軍張博恒成為品牌代言人, 雙方合作從前期公益聯動全面升級為深度戰略夥伴關係, 此次合作是安踏體育營銷戰略的重要延伸。

鏈接: <https://www.ebrun.com/20251211/630232.shtml>

【競品資訊】Inditex集團前三季度銷售額282億歐元, ZARA將在上海連開兩家大店

概述: 近日, Zara的母公司、西班牙快時尚巨頭 Inditex 集團公佈了截至10月31日的2025財年前三季度業績資料: 銷售額同比增長2.7%, 達282億歐元(約2,335億人民幣); 按固定匯率計算, 增長6.2%。其中第三季度銷售額同比增長4.9%至98億歐元(約812億人民幣), 按固定匯率計算的增幅為8.4%。

Inditex集團前三季度核心資料如下:

毛利潤同比增長2%, 達到168億歐元(約1,391億人民幣)。毛利率達到59.7%(相比2024年前三季度增加27個基點)。其中第三季度, 毛利潤同比增長6.2%至61億歐元(約505億人民幣), 毛利率達62.2%(相比2024年第三季度提升79個基點)。所有支出項目均呈有利變化。經營支出同比增長4%。

息稅折舊攤銷前利潤(EBITDA)同比增長4.2%至83億歐元(約687億人民幣)。息稅前利潤(EBIT)同比增長4.8%至59億歐元(約489億人民幣)。稅前利潤同比增長6%至60億歐元。稅前利潤率為21.2%。淨利潤同比增長9%至46億歐元(約381億人民幣)。期末淨現金狀況為113億歐元(約936億人民幣)。

2025/2026秋冬系列繼續深受顧客歡迎。2025年11月1日至12月1日期間, 按固定匯率計算的門店及線上銷售額較2024年同期增長10.6%(2025年11月1日至11月24日期間增長9%)。

Inditex集團在財報中表示, 其首要任務依然是: 進一步提升獨特的時尚主張、顧客體驗、專注可持續發展的實踐以及持續培育世界級團隊。集團在管道、地域和品牌上的廣泛多元化戰略, 將鞏固集團的長期增長潛力。/ 在2025年前三季度, Inditex已在39個市場新開門店。

截至期末, Inditex共營運5,527家門店。通過持續投資門店、全球線上渠道和集中式物流平台, 並始終關注可持續發展, 將繼續實現長期增長。

Inditex目前在全球214個市場開展業務, 在高度分散的行業中份額較低。門店的最佳化仍在進行中, 預計這將推動門店經營效率的進一步提升。預計2025-2026年期間的年總空間增長率約為5%。淨面積將實現正增長, 同時, 線上銷售也將實現強勁發展。

展望2025全年，Inditex集團預計毛利率將保持穩定（+/-50個基點）。

集團正在實施一系列投資舉措，旨在提升經營能力並創造效益，這些效益將重新投入業務營運，進一步增強差異化競爭優勢。預計普通資本支出約為18億歐元（約149億人民幣）。

門店：

近日，Zara上海南京東路旗艦店將重裝開業；2026年，Zara上海淮海中路旗艦店也將盛大開業。11月18日，Zara Home在葡萄牙的波爾圖開設全新 for&from門店。該店舖形式自2002年啟動以來，已在西班牙、葡萄牙、義大利和墨西哥開設17家門店，通過與當地非政府組織合作，為近千名障礙人士創造就業機會。

關於門店佈局，Zara已在美國拉斯維加斯等地全新開業。本週還將在美國北卡羅來納州夏洛特市開設新店，同時在義大利羅馬Palazzo Verospi購物中心開設Zara男裝獨立門店。此外，集團還完成了日本大阪心齋橋、美國奧斯汀The Domain購物中心等重要門店的搬遷與重裝工程。Inditex 集團繼續在門店中引進新的軟標籤技術，從而更好地提升顧客體驗。該系統已在Zara全面投入使用，並正逐步推廣至 Bershka和Pull&Bear門店。

營運：

2024年至2025年的物流拓展計畫穩步推進。這項為期兩年的重大投資旨在進一步擴大業務，2024及2025財年，每年將撥款9億歐元（約75億人民幣）用於提升物流能力，以把握中長期全球的強勁增長機會。薩拉戈薩二期配送中心現已投入營運。今年十月，Zara位於西班牙拉科魯尼亞的新大樓正式啟用。這座建築面積逾20萬平方米，容納了Zara女裝與Zara童裝的產品部門團隊，該新空間的核心特色是可持續性與科技感。

鏈接：<https://luxe.co/post/441266>

【互聯網資訊】一站式智能營銷“千川·乘方”上線，將成為中小商家生意新底座

概述：近日，抖音電商千川大會在上海舉行。會上發佈了全新營銷產品“千川·乘方”，完成了從過去“投流工具”到“一站式智能營銷”的升級，從多方面為商家提供更具確定性的生意增長。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01kc6tb8xjxc4zy5xa7sqdgv80>

【互聯網資訊】劉強東砸35億在香港買樓，京東加速出海

概述：近日，“京東豪擲35億港元在香港買樓”的消息瘋狂刷屏，在行業內掀起了不小的波瀾，看似一筆“簡單”的投資，實則蘊藏著京東國際化的重要信號。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01kc6g0kqfmvz3n91yx7k1drzx>

【互聯網資訊】小紅書公佈新商政策：0元開店，入駐暫免保證金

概述：近日，小紅書電商公佈新商家專屬福利政策，包含0元快速開店，無需先行繳納保證金，可先發佈商品，後補繳保證金。此外，小紅書電商還面向新商家開通了0門檻買手合作功能，新商入駐即可進入蒲公英平台與買手合作。

鏈接：<https://www.ebrun.com/20251211/630266.shtml>

【互聯網資訊】法政府加大監管電商力度，對Shein立場強硬

概述：應法國國家律師的請求，中國電商平台Shein在巴黎司法法院（Tribunal judiciaire de Paris）的聽證會從11月26日推遲至12月5日。法國國家律師表示，此舉源於在聽證會前一天的晚上才收到Shein方面的辯護意見。

法國政府對Shein發起司法程序的核心原因是其線上平台發現“仿兒童外形的成人性玩偶”以及“A類武器”。這類商品觸及法國法律中關於兒童保護、公共安全與公共道德的底線。法國政府要求啟動司法程序，迫其暫停營運三個月。

法國國家的代表律師勒·古內克（Francis Le Gunehec）對Shein遲交辯護意見表示遺憾。他指出，Shein對法國政府“是否有權直接向法

院提起訴訟”提出了相當激烈的質疑，因此需要更多時間來分析該公司提交的材料。法國財政部也指出，由於Shein儘可能早些提交了其辯護結論，妨礙了聽證會在良好條件下進行。

Shein的律師本巴爾迪爾（Julia Bombardier）稱，國家要求延期審理表明“政府對此案感到不夠從容”。Shein的另一位律師哈爾利（Kami Haeri）表示，法國政府向法院提出的要求暫時封禁Shein平台的申請“已經過時”，因為被指控的商品在法國競爭、消費與反欺詐總局（Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des frauds DGCCRF）於10月31日發現後，已從電商平台上下架。

法院方面並未反對延期審理的請求，但已明確表示不會支援國家對Shein平台提出的封禁要求。Shein在法國爆出醜聞後，歐盟委員會（Commission européenne）也對此表示關注，並於11月26日宣佈已向Shein公司索取相關資訊。歐盟委員會在一份新聞稿中表示，鑑於Shein在法國銷售非法商品以及多份公開報告顯示的問題，委員會懷疑該銷售平台可能對整個歐盟的消費者構成系統性風險，因此已要求該公司提供一系列詳細資料。

法國政府在一份聲明中對歐盟委員會的這一決定表示讚賞，並認為該決定可能推動正式調查，並使該平台“面臨最高可達全球營業額6%的處罰”。

然而，法國政府不僅對Shein態度強硬，還將其它網購平台納入監管視野。法國貿易部長帕潘（Serge Papin）近日在法國電視一台（TF1）的早間節目中表示，法國政府擬對另外兩個購物網站提起訴訟——阿里巴巴集團旗下的全球速賣通（AliExpress）和總部位於拉脫維亞的跨國電商Joom。

帕潘強調，由於這些網路電商也出售“仿兒童外形的成人性玩偶”，因此法國擬對這兩家網站採取與Shein相同的措施。早在11月中旬，貿易部長就宣佈已向司法部門舉報了這兩家網站，被舉報的其它平台還包括易貝（eBay）、Temu和Wish，原因都是銷售非法商品。

鏈接：<https://www.kanzhongguo.eu/node/71868>

【延伸閱讀】QuestMobile 2025“00後”用戶消費洞察報告：三線及以上活躍占比近八成

概述：QuestMobile數據顯示，截止到2025年10月，移動互聯網“00後”月度活躍用戶規模達到1.79億，同比增長了10.1%，在全網用戶中的占比也達到了14%。這種遷延的特性，顯然對於“00後”用戶在移動互聯網的消費模式帶來“大縱深”的變局。

鏈接：<https://mp.weixin.qq.com/s/ldPGARrWAiWB2g8bRTkUwQ>

【延伸閱讀】“幼稚經濟”消費趨勢洞察

概述：當前，“重新養自己”風潮所驅動的“幼稚經濟”，已從社交媒體上的碎片化討論，演變為一種不容忽視的消費與文化趨勢，其本質是成年人通過消費童趣品類，來對沖現實不確定性的一種情感消費。

鏈接：https://mp.weixin.qq.com/s/Pvdz58w6yQRGsTCmc_W-sg

【延伸閱讀】阿里千問月活突破3000萬

概述：近日，阿里巴巴宣佈阿里千問公測23天月活突破3000萬，成為全球增長最快的AI應用。千問APP正加速從“聊天”邁向“辦事”，向所有用戶首批開放AI PPT、AI寫作、AI文庫、AI講題四項新功能。

鏈接：<https://www.pai.com.cn/p/01kc30md42jfxp5ecnmbg280aa>

【創新科技資訊】再生聚酯淪為「綠色煙霧彈」，Nike、Shein等品牌被點名為微塑膠大戶

概述：近日，針對五大時尚品牌的最新研究揭露，再生聚酯（rPET）不僅未能解決環境問題，反而可能加劇微塑膠污染。該研究由土耳其楚庫羅瓦大學（Çukurova University）微塑膠研究團隊執行，並由Changing Markets Foundation發表，直指再生纖維的環保形象存在嚴重誤導。

研究團隊分析了Nike、Adidas、H&M、Zara與Shein的服裝產品（如T恤、上衣、洋裝與短褲），發現Nike的再生聚酯在清洗時平均釋

放超過30,000條微纖維/克衣物，是H&M的4倍、Zara的7倍，污染程度居冠。Shein的再生聚酯污染程度與原生聚酯相近，研究人員質疑可能存在標示不實問題。

什麼是rPET？

rPET（回收聚對苯二甲酸乙二酯）是一種再生塑膠原料，來自對傳統PET（通常為一次性飲料瓶等包裝材料）的回收與再加工。這些使用過的PET製品經過清洗、切碎與重新熔融後，重新製成新的塑膠產品或聚酯纖維。相較於原生塑膠，rPET可大幅減少對石化資源的依賴，同時降低碳排放與塑膠廢棄物量，對環境具有潛在正面效益。在紡織與服裝領域，rPET廣泛應用於製作聚酯纖維布料，可用來製造運動服、外套、鞋類與包包等。

為因應永續發展趨勢，許多國際品牌如Adidas、H&M和Patagonia等，已公開承諾增加rPET的使用比例。此外，歐盟等市場已開始推動包裝法規改革，要求提高回收材料的使用比例，也促使產業對rPET的需求持續增長。除了紡織應用外，rPET也被廣泛應用於食品包裝領域，例如冷藏肉品所用的透明包裝盒，以及多層複合材料中的結構層。rPET具備良好的阻隔性能、機械強度與回收性，因此成為可持續包裝材料的重要選項。不過，用於食品接觸用途的rPET仍需符合嚴格的衛生與安全標準，回收來源的穩定性與潛在污染風險仍是產業面臨的重要挑戰。

鏈接: <https://news.cnyes.com/news/id/6271906>



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