



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Cách bắt đầu kinh doanh hoodie: Cẩm nang cho nhà sáng lập từ chọn thị trường ngách đến đặt lại hàng

Details

Trả lời nhanh: Để bắt đầu kinh doanh hoodie, hãy chọn một thị trường ngách mà bạn có thể tiếp cận trực tiếp, kiểm chứng bằng các đơn đặt trước đã thanh toán, rồi chọn in theo đơn đặt hàng để không phải giữ tồn kho, hoặc sản xuất hàng loạt lô nhỏ để có biên lợi nhuận trên mỗi sản phẩm tốt hơn. Hãy định giá dựa trên toàn bộ giá vốn về kho, trừ giết một lô mẫu, rồi chốt bản thông số bằng văn bản để mọi lần đặt lại hàng đều khớp với đợt ra mắt đầu tiên.

Nếu bạn đang tìm hiểu cách bắt đầu kinh doanh hoodie, có lẽ bạn đã có sẵn một mẫu thiết kế, một cộng đồng hoặc một ý tưởng thương hiệu. Điều bạn cần lúc này là một trình tự giúp bảo vệ dòng tiền của mình. Cẩm nang này bao gồm việc kiểm chứng thị trường ngách, chọn mô hình sản xuất, định giá để đạt biên lợi nhuận, thử một lô nhỏ và mở rộng sang các đợt đặt lại hàng cùng đối tác sản xuất. Bài không bàn về cách chọn phương pháp trang trí hay vải áo phôi. Những nội dung đó nằm trên trang [áo hoodie chui đầu in theo yêu cầu](#) của chúng tôi, và bài hướng dẫn này có liên kết tới đó khi bạn đến bước tương ứng.

Vì sao hầu hết đợt ra mắt hoodie đầu tiên đều chững lại

Nguyên nhân thường gặp không phải là thiết kế tệ mà là sai trình tự. Nhà sáng lập đặt hàng tồn kho trước khi chứng minh được nhu cầu, đoán tỷ lệ phân bố size, định giá chỉ dựa trên giá áo phôi, rồi sau những lời phàn nàn đầu tiên về việc giặt mới phát hiện hình in hoặc form áo không giữ được. Mỗi sai lầm tự nó đều nhỏ. Gộp lại, chúng để lại những chiếc XXL ế, biên lợi nhuận mỏng và một đơn đặt lại không khớp với đơn đầu tiên.

Thị trường sẽ không bù đắp những sai lầm đó cho bạn. Báo cáo Ước tính khối lượng doanh số nhà phân phối 2025 U.S. của PPAI đưa doanh số của các nhà phân phối hàng hóa mang thương hiệu lên \$27,13 tỷ, chỉ tăng 1,3 % so với cùng kỳ năm trước, và chính hiệp hội đã tóm lược rằng nhiều nhà phân phối “bán được nhiều hơn nhưng lãi lại ít đi” ([ước tính doanh số của PPAI^{\[1\]}](#)). Trong cùng bản công bố, 60 % nhà phân phối kỳ vọng doanh số năm 2026 cao hơn, nhưng chỉ 53 % kỳ vọng lợi nhuận tốt hơn. Nhu cầu về trang phục in logo là có thật. Biên lợi nhuận mới là thứ bạn phải tự giành lấy.

Cách khắc phục là vận hành doanh nghiệp theo một thứ tự cố định, với một bước kiểm tra quyết định tiếp tục hay dừng ở mỗi giai đoạn. Phần còn lại của bài viết trình bày thứ tự đó.

Mục lục

1. [Kinh doanh hoodie thực chất là gì](#)
2. [Cách bắt đầu kinh doanh hoodie qua bảy bước](#)
3. [So sánh các mô hình sản xuất](#)
4. [Câu hỏi thường gặp](#)
5. [Những điểm chính cần nhớ](#)
6. [Kết luận](#)

Kinh doanh hoodie thực chất là gì (và bạn đang xây dựng mô hình nào)

Kinh doanh hoodie là bán các sản phẩm nỉ bông đã trang trí dưới một thương hiệu mà người mua nhận ra, dù đó là nhãn hiệu thời trang đường phố, dòng sản phẩm lưu niệm của một nhà sáng tạo nội dung, một phòng tập hay một cửa hàng của câu lạc bộ. Bạn không cần tự may gì cả. Hầu hết nhà sáng lập mua áo phôi thành phẩm và trả tiền cho một đối tác để trang trí, nên các quyết định thực sự xoay quanh dòng tiền, rủi ro tồn kho và tính nhất quán chứ không phải máy móc.

Nhà sáng lập thường rơi vào một trong bốn mô hình:

- **In theo đơn đặt hàng (POD):** mỗi chiếc hoodie được trang trí và giao đi sau khi khách hàng thanh toán. Bạn không giữ hàng tồn.
- **Sản xuất hàng loạt lô nhỏ:** bạn đặt một lô hoodie đã trang trí, giữ hàng tồn kho và tự giao hàng hoặc giao qua dịch vụ xử lý đơn hàng.
- **Nhãn riêng:** giống sản xuất hàng loạt, cộng thêm nhãn cổ riêng, thẻ treo và bao bì, để chiếc áo trông như sản phẩm của bạn chứ không chỉ là một chiếc áo phôi được trang trí.
- **Hàng lưu niệm của tổ chức:** một đội nhóm, công ty hoặc sự kiện bán cho một nhóm người đã biết, với hạn chót cố định và số lượng người đã biết.

Nhiều nhà sáng lập biến hoodie thành sản phẩm cốt lõi bằng cách đi qua các mô hình này theo thứ tự. Họ bắt đầu bằng POD để biết cái gì bán được, rồi chuyển các mẫu thiết kế đã được kiểm chứng sang sản xuất hàng loạt khi các con số cho phép giữ hàng tồn.



Cách bắt đầu kinh doanh hoodie qua bảy bước

Bước 1: Chọn thị trường ngách bạn có thể tiếp cận mà không cần quảng cáo trả phí

Một thị trường ngách chỉ khả thi nếu bạn gọi tên được những nơi cụ thể mà người mua của nó đã tự

hợp, chẳng hạn một máy chủ Discord, một câu lạc bộ chạy bộ, một subreddit, một trường học hay một danh sách email do bạn kiểm soát. Nếu con đường duy nhất tới người mua là lưu lượng trả phí, biên lợi nhuận của bạn phải gánh chi phí thu hút khách hàng ngay từ ngày đầu, điều mà hầu hết đợt ra mắt đầu tiên không làm nổi. Hãy ghi ra ba kênh có thể tiếp cận và ước tính mỗi kênh thực sự chạm tới bao nhiêu người. Nếu không điền được danh sách đó, hãy thu hẹp thị trường ngách cho đến khi điền được.

Bước 2: Kiểm chứng bằng tiền, không phải bằng lượt thích

Bản mô phỏng và thăm dò ý kiến chỉ đo mức độ quan tâm. Đơn đặt trước và tiền đặt cọc mới đo nhu cầu. Hãy mở một đợt đặt trước ngắn, thường từ một đến 2 tuần, với bản mô phỏng phẳng của hai hoặc ba mẫu thiết kế. Trước khi mở, hãy đặt ngưỡng quyết định tiếp tục hay dừng: số đơn đã thanh toán cần có để bù chi phí mẫu cộng với lô sản xuất đầu tiên, và bạn có thể tính con số này bằng công thức hòa vốn ở Bước 4. Đơn đặt trước còn cho bạn thứ mà việc đoán mò không có được: tỷ lệ phân bổ size thật. Hãy dùng nó để xác lập cơ cấu size thay vì chép một tỷ lệ chung chung.

Bước 3: Chọn mô hình sản xuất

POD loại bỏ rủi ro tồn kho nhưng cho bạn biên lợi nhuận trên mỗi đơn vị mỏng nhất và ít quyền kiểm soát nhất đối với loại áo phôi và cách hoàn thiện đến tay khách hàng. Sản xuất hàng loạt cải thiện hiệu quả chi phí và tính nhất quán, nhưng khóa vốn vào hàng tồn, và mỗi size không bán được là một khoản lỗ trực tiếp. Bảng so sánh bên dưới nêu các đánh đổi. Các nguồn trong ngành cho rằng nhà sáng lập sẽ kết hợp nhiều phương pháp thay vì chỉ theo một. Một chuyên gia thiết bị trả lời phỏng vấn của [Graphics Pro](#)^[2] đã nói “Mọi người đang quay lại với DTG” sau 2 năm mà phần lớn sự chú ý đổ dồn vào DTF. Trong thực tế, cùng một thương hiệu có thể in kỹ thuật số các đơn lẻ và sản xuất hàng loạt những mẫu thiết kế đã được kiểm chứng.

Bước 4: Định giá để đạt biên lợi nhuận từ giá vốn về kho

Định giá chỉ dựa trên báo giá áo phôi cộng chi phí in là sai lầm tính toán phổ biến nhất. Hãy xây dựng tổng giá vốn về kho của mỗi sản phẩm (C) từ tất cả các khoản dưới đây:

- Giá vốn của sản phẩm đã trang trí theo báo giá của đối tác
- Mẫu và chi phí thiết lập, chia đều cho cả lô
- Cước vận chuyển đầu vào và mọi khoản thuế nhập khẩu
- Bao bì, nhãn mác và thẻ treo
- Phí xử lý thanh toán và phí sàn thương mại điện tử hoặc nền tảng
- Phí vận chuyển đi mà bạn chịu, cộng chi phí lấy hàng và đóng gói
- Khoản dự phòng cho hàng trả, đổi hàng và lỗi in

Sau đó, hãy định giá bằng công thức **Giá bán = C ÷ (1 – biên lợi nhuận gộp mục tiêu)**. Các hệ số nhân của C tương ứng là 1,67× cho biên lợi nhuận 40 %, 2,0× cho 50 %, 2,5× cho 60 % và 3,33× cho 70 %. Hãy đối chiếu kết quả với mức giá mà thị trường ngách của bạn thực sự chấp nhận. Nếu mức giá mà biên lợi nhuận mục tiêu đòi hỏi cao hơn số tiền người đặt trước đã trả, hãy điều chỉnh cơ cấu chi phí chứ không chỉ giá bán. Cuối cùng, hãy tính **số lượng hòa vốn = chi phí cố định khi ra mắt ÷ (giá bán – chi phí biến đổi trên mỗi đơn vị)**. Con số đó trở thành ngưỡng quyết định tiếp tục hay dừng của bạn ở Bước 2.



Bước 5: Thử một lô nhỏ trước khi sản xuất toàn bộ

Để nhận ra một chiếc hoodie in theo yêu cầu đủ chất lượng để mang thương hiệu của bạn, cần có bằng chứng chứ không thể dựa vào ấn tượng đầu tiên. Hình in có thể trông hoàn hảo khi vừa lấy ra khỏi túi nhưng vẫn nứt sau khi giặt. Hãy đặt mẫu ở ít nhất size nhỏ nhất và lớn nhất của bạn, rồi cho chúng qua một quy trình giặt có thể lặp lại. AATCC TM61, bài thử giặt cấp tốc của ngành, mô phỏng mức phai màu của năm lần giặt tại nhà trong một chu kỳ 45 phút và chấm kết quả trên thang xám từ 5 (không thay đổi) đến 1 (thay đổi nghiêm trọng). Nếu thử tại nhà, hãy làm theo nhãn hướng dẫn bảo quản mà bạn dự định in, rồi đo ngực, chiều dài thân áo và tay áo của từng size trước và sau khi giặt. Các hướng dẫn tìm nguồn hàng độc lập cảnh báo rằng áo phôi chưa xử lý co rút tốt có thể co với mức khác nhau giữa các size, làm hỏng cơ cấu size của bạn ngay sau lần giặt đầu tiên. Hãy tự tay kéo giãn vùng mực dày nhất và kiểm tra xem có bị nứt không. Nếu mẫu không đạt, hãy sửa bản thông số trước khi đặt lô sản xuất.

Khi bạn cân nhắc giữa các phương pháp trang trí và định lượng của áo phôi, [hướng dẫn về áo hoodie chui đầu in theo yêu cầu](#) của chúng tôi trình bày cách mẫu thiết kế, số lượng và mặt vải ảnh hưởng đến kết quả, nên bài viết này không nhắc lại.



Bước 6: Hoàn tất giấy tờ trước khi bán

Nhãn cổ riêng biến một chiếc áo phôi đã trang trí thành sản phẩm của bạn, và nó đi kèm các nghĩa vụ pháp lý. Theo quy định về hàng dệt của FTC, nhãn phải ghi thành phần sợi theo khối lượng, nước xuất xứ, và tên nhà sản xuất hoặc số RN ([16 CFR Phần 303^{\[31\]}](#)). Nhãn cũng phải có hướng dẫn bảo quản ([16 CFR Phần 423^{\[41\]}](#)). Nếu bạn chuyển sang áo phôi có thành phần pha sợi khác, nhãn cũng phải thay đổi ([Textile World^{\[5\]}](#)). Theo hướng dẫn về tính bắt lửa của CPSC, vải nỉ bông thuộc nhóm vải có bề mặt tạo lông ([CPSC^{\[6\]}](#)), với các hạng được quy định tại [16 CFR 1610.4^{\[7\]}](#). Size trẻ em dành cho trẻ từ 12 trở xuống cũng cần được gắn cố định [nhãn theo dõi^{\[8\]}](#). Bản tóm tắt đầy đủ các quy định nằm trên [trang sản phẩm](#).

Bước 7: Mở rộng sang các đợt đặt lại hàng với bản thông số đã chốt

Đặt lại hàng là lúc một doanh nghiệp hoodie gây dựng hoặc đánh mất uy tín. Khách hàng đã mua size M hồi tháng Ba sẽ kỳ vọng form áo y hệt vào tháng Mười. Trước lô sản xuất hàng loạt đầu tiên, hãy viết bản thông số 1 trang và nhờ đối tác sản xuất xác nhận. Bản đó nên ghi rõ kiểu dáng và màu áo phôi, thành phần pha sợi, phương pháp trang trí, vị trí và kích thước hình in, màu mực hoặc màu chỉ, vị trí nhãn, và cách gấp và đóng túi. Hãy giữ lại một mẫu đã duyệt làm vật tham chiếu. Ở mỗi lần đặt lại hàng, hãy hỏi áo phôi đến từ cùng lô vải hay lô mới, và thử giặt một chiếc từ bất kỳ lô mới nào. Hãy đặt ngưỡng kích hoạt đặt lại hàng cho từng mẫu thiết kế và từng size, chẳng hạn khi lượng tồn chỉ đủ bán trong số tuần ít hơn thời gian sản xuất cộng vận chuyển của bạn, để các mẫu bán chạy không cháy hàng rồi nằm trống suốt một tháng.

Nếu áo phôi của bạn được nhập khẩu, hãy lưu hồ sơ truy xuất từ sợi đến thành phẩm. CBP đã ban hành 8 Lệnh tạm giữ thông quan và chặn 3,138 lô hàng trị giá khoảng \$220,67 triệu trong FY2026 tính đến hết ngày 30 tháng Sáu ([CBP^{\[9\]}](#)). Khoản phụ thu theo Điều 301 ở mức 10 % hoặc 12,5 % cũng có hiệu lực từ 2026-07-24 đối với hầu hết các quốc gia xuất xứ hàng ([USTR^{\[10\]}](#)). Hãy cộng thuế vào cơ cấu chi phí ở Bước 4, và xem phần giá vốn về kho trong [trang áo hoodie chui đầu](#) của chúng tôi để biết chi tiết.



So sánh các mô hình sản xuất

Bảng dưới đây so sánh bốn mô hình theo những yếu tố quan trọng nhất lúc ra mắt. Bảng cố ý bỏ qua giá, vì chi phí phụ thuộc vào mẫu thiết kế, số lượng và lựa chọn áo phôi, nên bạn hãy lấy từ báo giá hiện hành.

Yếu tố	In theo đơn đặt hàng	Sản xuất hàng loạt lô nhỏ	Nhãn riêng	Kết hợp (từ POD sang sản xuất hàng loạt)
Vốn ban đầu	Thấp nhất; chỉ tốn chi phí mẫu	Trung bình; trả toàn bộ lô trước khi bán	Cao nhất; lô hàng cộng nhãn mác và bao bì	Thấp lúc đầu, tăng dần khi các mẫu thiết kế được kiểm chứng
Rủi ro tồn kho	Không có	Size không bán được là khoản lỗ trực tiếp	Như sản xuất hàng loạt, cộng thêm kho bao bì mang thương hiệu	Giới hạn ở các mẫu thiết kế đã được kiểm chứng
Biên lợi nhuận trên mỗi đơn vị	Mỏng nhất; chi phí xử lý đơn hàng đã nằm trong giá vốn mỗi sản phẩm	Tốt hơn, nếu cơ cấu size bán hết	Giá trị cảm nhận trên mỗi đơn vị cao nhất	Cải thiện khi sản lượng chuyển sang sản xuất hàng loạt
Quyền kiểm soát áo phôi và khâu hoàn thiện	Giới hạn trong danh mục có sẵn	Bạn chọn áo phôi và duyệt mẫu	Toàn bộ thông số, kể cả nhãn cổ	Tăng dần theo thời gian
Tính nhất quán khi đặt lại hàng	Có thể lệch giữa các vị trí in	Cao nếu có bản thông số đã chốt	Cao nhất; thông số cộng mẫu tham chiếu	Cao khi đã chuyển sang sản xuất hàng loạt
Giai đoạn phù hợp nhất	Thử nghiệm mẫu thiết kế và tệp khách hàng	Thị trường ngách đã kiểm chứng bằng dữ liệu đặt trước	Thương hiệu đã ổn định với khách mua lặp lại	Hầu hết nhà sáng lập lần đầu

Kênh trực tuyến quan trọng với mọi mô hình. PPAI ghi nhận \$7,1 tỷ doanh số trực tuyến của nhà phân phối trong 2025, 26,3 % tổng doanh số. Nghiên cứu của Oxford Economics do PPAI đặt hàng ước tính tổng chi tiêu cho hàng hóa mang thương hiệu tại Hoa Kỳ ở mức \$174 tỷ ([PPAI và Oxford Economics^{\[11\]}](#)). Con số này bao gồm cả hàng hóa được cấp phép, vì vậy hãy xem đó là mức trần của cả ngành chứ không phải thị trường mà bạn có thể tiếp cận.

Câu hỏi thường gặp

Câu hỏi thường gặp: Tôi cần bao nhiêu tiền để bắt đầu kinh doanh hoodie?

Tùy vào mô hình. POD gần như chỉ cần chi phí mẫu và một cửa hàng trực tuyến. Sản xuất hàng loạt cần đủ tiền để trả cho cả lô trước khi bán. Thay vì đoán một con số, hãy cộng các chi phí cố định khi ra mắt (mẫu, thiết lập, nhãn mác, cửa hàng trực tuyến, đợt quảng bá đầu tiên) và dùng công thức hòa vốn ở Bước 4 để biết bạn phải bán bao nhiêu sản phẩm. Sau đó hãy nhờ đối tác sản xuất báo giá cho mẫu thiết kế và số lượng thực tế của bạn.

Câu hỏi thường gặp: Tôi có thể ra mắt hoodie in theo yêu cầu không cần đặt tối thiểu không?

Có. POD và trang trí kỹ thuật số cho phép bạn bắt đầu từ từng chiếc một, đây là cách gọn nhất để thử các mẫu thiết kế. Đánh đổi là giá vốn mỗi sản phẩm và tính nhất quán. Hãy chuyển các mẫu bán chạy nhất sang sản xuất theo lô khi dữ liệu đặt trước hoặc doanh số cho thấy size và màu nào thực sự bán được.

Câu hỏi thường gặp: Làm sao để chắc chắn hoodie của tôi đạt chất lượng trước khi bán?

Hãy thử giặt mẫu ở size nhỏ nhất và lớn nhất của bạn, đo chúng trước và sau khi giặt, và kéo giãn vùng in dày nhất để kiểm tra xem có bị nứt không. Nếu muốn có kết quả từ phòng thí nghiệm, AATCC TM61 mô phỏng năm lần giặt tại nhà trong một bài thử kéo dài 45 phút và cho bạn điểm theo thang xám để ghi vào bản thông số.

Câu hỏi thường gặp: Tôi nên quyết định số lượng từng size như thế nào?

Hãy dùng tỷ lệ phân bố size từ chính các đơn đặt trước của bạn thay vì một tỷ lệ chung chung. Nếu thử giặt mẫu cho thấy độ co không đều giữa các size, hãy sửa áo phôi hoặc bảng size trước khi đặt hàng. Đừng cố bù bằng cách thay đổi số lượng.

Câu hỏi thường gặp: Tôi có cần nhãn riêng để bán hoodie tại Mỹ không?

Nếu áo được bán dưới thương hiệu của bạn, theo quy định của FTC áo cần có thành phần sợi, nước xuất xứ, tên nhà sản xuất hoặc số RN, và hướng dẫn bảo quản. Size trẻ em dành cho trẻ từ 12 trở xuống cũng cần có nhãn theo dõi. Trang sản phẩm của chúng tôi tóm tắt các quy định áp dụng cho áo chui đầu bằng vải nỉ bông.

Câu hỏi thường gặp: Khi nào nên chuyển từ in theo đơn đặt hàng sang sản xuất hàng loạt?

Hãy chuyển khi một mẫu thiết kế bán đều đến mức hiệu quả chi phí của sản xuất hàng loạt, sau khi tính cả chi phí lưu kho và rủi ro size không bán được, vượt trội so với biên lợi nhuận POD của bạn. Hãy chạy công thức hòa vốn với một báo giá sản xuất hàng loạt. Nếu bạn kỳ vọng vượt qua con số đó trong một mùa bán hàng, việc chuyển đổi thường sẽ có lời.

Những điểm chính cần nhớ

- **Nhu cầu về trang phục mang thương hiệu là có thật, nhưng tăng trưởng chậm.** — \$27,13 tỷ doanh số nhà phân phối 2025 U.S., tăng 1,3 % ([Nguồn](#))
- **Lợi nhuận khó giành hơn doanh số.** — 60 % nhà phân phối kỳ vọng doanh số năm 2026 cao hơn, nhưng chỉ 53 % kỳ vọng lợi nhuận tốt hơn ([Nguồn](#))
- **Bán hàng trực tuyến là một kênh chính, không phải kênh phụ.** — \$7,1 tỷ, chiếm 26,3 % doanh số nhà phân phối năm 2025 ([Nguồn](#))
- **Trần của ngành rất lớn; thị trường ngách của bạn mới là thứ giúp bạn chạm tới nó.** — \$174 tỷ chi tiêu cho hàng hóa mang thương hiệu tại Hoa Kỳ ([Nguồn](#))
- **Áo phôi nhập khẩu cần được tính thuế vào cơ cấu chi phí.** — Phụ thu 10 % hoặc 12,5 % theo Điều 301 kể từ 2026-07-24 ([Nguồn](#))
- **Hồ sơ chuỗi cung ứng bảo vệ tiến độ đặt lại hàng của bạn.** — 3,138 lô hàng bị chặn trong FY2026 tính đến hết ngày 30 tháng Sáu ([Nguồn](#))
- **Size trẻ em có thêm nghĩa vụ về ghi nhãn.** — Bắt buộc có nhãn theo dõi đối với sản phẩm dành cho trẻ em từ 12 trở xuống ([Nguồn](#))

Kết luận

Học cách bắt đầu kinh doanh hoodie phần lớn là học đúng thứ tự thực hiện. Hãy tiếp cận một thị trường ngách mà bạn có thể liên hệ trực tiếp, chứng minh nhu cầu bằng các đơn đặt trước đã thanh toán, chọn mô hình sản xuất mà dòng tiền của bạn đáp ứng được, định giá từ toàn bộ giá vốn về kho, thử giặt trước khi mở rộng, và chốt bản thông số để mọi lần đặt lại hàng đều khớp với đợt ra mắt đầu tiên. Khi bạn sẵn sàng biến một mẫu thiết kế đã được kiểm chứng thành lô sản xuất, hãy xem chi tiết về phương pháp trang trí, áo phôi và cách đặt hàng trên trang [áo hoodie chui đầu in theo yêu cầu](#) của chúng tôi, rồi yêu cầu báo giá cho mẫu thiết kế và số lượng của bạn.

Nguồn tham khảo

1. [PPAI, Ước tính khối lượng doanh số nhà phân phối 2025 U.S. \(công bố 2026-01-12\)](#) ↵
2. [Graphics Pro, “Xu hướng đang nổi trong trang trí trang phục”, Paula Aven Gladych \(2026-05-19\)](#) ↵
3. [eCFR, 16 CFR Phần 303: Quy tắc và quy định theo Đạo luật Nhận dạng Sản phẩm Sợi Dệt](#) ↵
4. [eCFR, 16 CFR Phần 423: Ghi nhãn hướng dẫn bảo quản cho trang phục dệt](#) ↵
5. [Textile World, “Tránh bị gắn nhãn ‘không tuân thủ’” \(tháng Mười Hai 2025\)](#) ↵
6. [CPSC Hoa Kỳ, Hướng dẫn dành cho doanh nghiệp quần áo \(truy cập tháng Mười 2026\)](#) ↵
7. [eCFR, 16 CFR 1610.4: Yêu cầu phân loại hàng dệt](#) ↵
8. [CPSC Hoa Kỳ, Nhãn theo dõi cho sản phẩm trẻ em](#) ↵
9. [Hải quan và Bảo vệ Biên giới Hoa Kỳ, Thực thi chống lao động cưỡng bức \(cập nhật tháng Chín 2026\)](#) ↵
10. [USTR, Tờ thông tin: Biện pháp theo Điều 301 về lệnh cấm nhập khẩu hàng hóa sử dụng lao động cưỡng bức \(tháng Bảy 2026\)](#) ↵
11. [PPAI và Oxford Economics, “Bên trong thị trường hàng hóa mang thương hiệu trị giá \\$174 tỷ tại Hoa Kỳ” \(2026-09-22\)](#) ↵