

实探东北最大服装批发市场:年交易额超900亿 销往120多个国家地区

证券时报记者 孙宪超

1978年,乘着改革开放的春风,辽宁省海城市西柳镇从制售裤子起家,如今发展成国内最大的专业裤装批发市场、东北地区第一个“全国百强镇”,集中棉服名镇、中国裤业小镇、国家特色小镇等诸多称号于一身。

近日,证券时报记者前往西柳实地采访了解到,当地服装产业已经实现了全产业链发展,年产裤子3.5亿条、棉服2.2亿件,2024年市场交易额达到900.6亿元,同比增长12%。

现阶段,西柳正在谋划提升硬件设施,发力直播电商,力争到“十五五”末期,交易额突破千亿元大关。

1 特色服装产业集群

6月25日,记者来到位于辽宁省南部的海城市西柳镇,看到街路两旁门市房上的牌匾,不少写着“XX裁剪工作室”“XX熨烫绣花工作室”“XX线业商行”“XX缝纫设备商行”“XX布业”……

“这些门市房代表了西柳的特色产业。”有西柳当地人士向记者介绍,在西柳镇,绝大多数人的职业都与服装有关。小到纽扣、拉链,大到服装面料、缝纫设备,在这里均可一站式购齐,一件服装从打版到批量生产最快可以在两天内完成。

在中国西柳商贸城B座2楼的龙戈尔裤业商行内,几位来自西安的客户正在详细了解该商行自主设计、生产的最新款男裤。“我们有自己的工厂和设计团队,目前产品主要面向国内市场,走的是中高端路线,年销售男裤50万条左右。”龙戈尔裤业商行负责人岳娟表示。

据了解,龙戈尔裤业商行的裤子款式都是原创,并且新款较多,但是由于宣传力度不够,品牌缺少终端市场认知度。“实际上我们在行业内的名气比较大,很多国内的大品牌主动上门寻求代工合作。”岳娟说,“为了补齐短板,我们已经开始筹划加大品牌宣传力度,有计划地进入国内大型商场,同时有步骤地开拓国外市场。”

与龙戈尔裤业商行主营男裤有所不同,海城市华诚制衣有限公司(简称“华诚制衣”)主要生产女裤。“我们这家企业已经成立21年,是从生产牛仔裤起家,其间为了顺应时代的发展和不断变化的市场,

产品也在不断变化和升级。”华诚制衣总经理金梁表示,公司年生产女裤60万条左右,目前以自产自销为主,同时也为一些国内大牌做代工贴牌。

金梁说,总结这些年的经验,市场并不缺裤子,缺少的是款式时尚新颖、做工精良的好裤子。基于这样的思路,华诚制衣的产品路线偏中高端,金梁认为,低端永远没有尽头,最终大概率会把品牌做死。

历经40余年的发展,西柳生产的商品已经不局限于裤子。目前,西柳已形成以裤装、棉服、大码女装、时尚女装为主打产品的特色纺织服装产业集群。集群包括西柳服装市场、西柳中国商贸城、国际物流园和电商产业园等10个单体市场和配套产业园区。摊位总数2.6万个,从业人员6万余人,最高日客流量达5万余人,经营服装、面料、辅料等40大类2万余种商品,辐射周边就业逾30万人,年产裤子3.5亿条、棉服2.2亿件。

西柳服装集团党委副书记杨光介绍,西柳生产的商品已经覆盖120多个国家和地区。截至2024年12月末,西柳市场交易额900.6亿元,同比增长12%;市场货物吞吐量114.7万吨,同比增长5%。

“未来,我们将持续着眼于融入国际国内双循环,积极顺应市场需求,持续拓展发展空间,扩大区域交流合作,推进集群向商品品牌化、商城智能化、业态多元化、贸易国际化提质升级。”杨光说。

2 直播电商快速发展

最近几年,直播电商快速兴起,由于西柳拥有完善的服装供应链条,因此成为当地发展直播电商的重要优势。

侯爱诗是西柳当地的一名电商主播,在抖音和拼多多上都有直播号,目前以销售男装为主。随着直播业进入成熟期,最近几年,侯爱诗又雇佣了几位主播、招收了几位徒弟。

6月26日9时40分,侯爱诗来到直播卖货的场地,开始整理货品。“目前是服装销售的淡季,夏装到了清仓甩卖的末期。8月中旬将进入旺季,开始销售秋装,我们从8月初开始就要进行起号、测版、测数据,提前为即将到来的销售旺季做准备。”侯爱诗告诉记者。

今年42岁的吕哲是辽宁省盖州市人,2010年来到西柳从事服装生意,在西柳商贸城拥有销售服装和针织品的商铺。2021年开始,吕哲进入直播电商行业,目前在抖音、快手、拼多多等拥有多个账号,直播售卖的商品涵盖男装、大码女装等。

“我们每天都进行直播销售,好的时候每天会有几百单,差的时候每天也有几十单。我家现在是线上、线下‘两条腿走路’,从最近两年的经营情况看,线上销量明显强于线下。”吕哲表示,一款商品如果成为爆款,很可能会令销售该商品的直播电商在短时期内迅速赚到第一桶金,西柳

最近几年不时上演这样的故事。

记者在采访中了解到,在西柳镇,像侯爱诗、吕哲这样从事直播电商的主播已经超过万人,其中不乏粉丝数量过百万的大主播。西柳2024年电商交易额271亿元,同比增长23%。

现阶段,西柳正在加快发展直播电商。西柳电商产业园为电商产业培育人才,为西柳市场的商户们,以及待业青年、应届毕业生、退役军人、失业人员等提供专业化电商培训,把愿意从事电商



客户正在了解龙戈尔裤业商行的新款男裤。 孙宪超/摄

行业的人培育成网红。

“目前,我们已经累计进行线上线下300余场次的培训,参训人员达1.8万人次。为了加大本地地区后备电商从业人员的培育力量,园区内还成立了海业职业技术培训学院,邀请专业讲师开展各类培训活动。”西柳电商产业园管委会主任王海峰说,园区针对不同销售需求打造了56个直播间,为直播带货提供硬件支持。同时,还与抖音、快手等直播平台深度合作,为电商网红提供流量推送、数据分析、场控指导等技术支撑。目前,每天在园区直播的电商主播超过50人,日均成交量已经突破3万单,交易额在300万元以上。

辽宁社会科学院产业经济研究所所长姜瑞春表示,西柳镇拥有完整的服装产业链,包括服装加工、面料供应、辅料供应等,这使得电商销售能够快速响应市场需求。

求,提高供应链效率,西柳具备其他地方不可比拟的加工速度。

另外,直播电商令西柳市场从传统的线下销售模式转变为线上销售模式,使得销售更加多元化和便捷。电商渠道的多元性和价格透明性,使得商户无法再像以前那样占据销售主动,但同时也为消费者提供了更多的选择和便利。同时,西柳镇的生产成本和供应链优势,使得其产品在电商平台上保持了较高的性价比。例如,西柳镇的棉服平均价格在120元左右,羽绒服的平均价格在180元至280元之间,很符合电商的低价策略。

“电商的发展已经对西柳市场产生深远的影响。”姜瑞春表示,电商的发展不仅改变了西柳市场的销售模式,还优化了供应链,提升了成本与价格的竞争力,并促进了市场与产业的深度融合,为西柳镇的经济发展注入了新的活力。

3 多方建言谋升级

经过40余年的发展,西柳镇取得的成绩有目共睹,但发展过程中存在的问题同样不容忽视。辽宁超鹏服饰有限公司总经理王同飞认为,西柳服装产业有着辉煌的历史,目前已经进入到一个提质增效的关键期。西柳服装城建于1994年,虽然在当时颇为先进,但是如今内部设施已经老化,同现代化商业综合体相比明显落后,亟待进行改造升级,以适应现代商贸业的发展需求。

“西柳从事服装生产的企业众多,但很大部分还是以家庭作坊的方式运作,制衣设备相对落后,仿制化现象颇为严重,缺少自主设计能力。有关政府部门应该尽快制定发展规划,投建数字化智能服装工业园区,通过规范化运作,提升服装生产企业的生产能力、生产效率和智能化水平。”王同飞表示。

姜瑞春认为,辽宁省、海城市应该支持建设西柳服装市场数字化商业综合体,

并将此项目纳入“十五五”规划,彻底解决当前西柳市场基础设施老化严重、经营环境较差、消防安全隐患待消除和市场停车难等众多现实问题。

姜瑞春建议有关部门对西柳市场集群出台体系完善的招商引资政策,通过“以商招商、产业链招商、供应链招商”等多种招商形式,精准招引一批规模大、有资质的全国名优纺织服装产业上游的优质企业以及与产业发展相配套的关联行业落户。

他还建议,政府层面应该牵头对接与服装行业相关联的辽宁省内高等院校,推进校企合作,组建设计师团队,助力服装企业提升自主研发设计能力等,提高西柳纺织服装产品核心竞争力。另外,有关政府部门还可借助西柳国家级电子商务示范基地优势,支持西柳发展跨境电商和网红经济;推动西柳市场集群电子商务公共服务设施建设,形成独具西柳特色的全国知名网红打卡地。



辽宁省海城市西柳镇已形成特色纺织服装产业集群。 孙宪超/摄

江苏省战新基金集群投资运作高效推进

证券时报记者 陈澄

7月1日,证券时报记者从江苏省发改委获悉,江苏省战略性新兴产业子基金集群管理机构推介会于近日收官,截至6月30日,江苏省战新基金集群收到正式申报的产业子基金超过70只,规模达180亿元的产业子基金已完成遴选决策流程,“省级母基金—产业专项基金—产业子基金”三层架构高效落地。

值得关注的是,刚刚落幕的这场推介会,选在国内创投高地深圳举行。作为中国特色社会主义先行示范区、粤港澳大湾区核心引擎,深圳是改革开放的前沿阵地,汇聚了前沿的投资理念和丰富的创新资源。

面向国内顶尖的管理机构全面推介,江苏省战略性新兴产业基金集群收获满满,既吸引深圳及全国优质头部投资机构支持江苏新兴及未来产业发展,又搭建合作桥梁,探讨耐心资本赋能企业高质量发

展的创新举措。

作为基金集群代表,南京、徐州、常州、南通、盐城、扬州6个设区市基金发起人和省沿海集团、省环保集团、省数据集团3家省属企业,基于自身资源禀赋与战略定位,深入剖析基金发起人核心竞争力、凸显产业生态特色,展示在资本运作、产业赋能等方面的优势。

从南京的“4+N产业基金集群”,到常州的“10个先进制造业集群、28条重点产业

链”,再到省属企业在海洋产业、绿色环保、数字经济等领域的战略布局,各产业专项基金结合自身特色定位,系统性地展现了江苏省战新基金集群多点开花、协同发展的特色。

在正式申报的产业子基金中,有规模180亿元的产业子基金率先完成了遴选决策流程,吸引国内多家知名机构参与。据了解,目前,江苏省战新基金集群两批产业专项基金共36只、规模914亿元,正在高效推进投资运作中。

2025年上半年,港股市场延续2024年的强劲态势,凭借良好的融资环境持续吸引内地企业目光。其中,浙江企业表现尤为亮眼,9家浙企成功登陆港交所,以多元化产业布局为资本市场注入新动能,展现出浙江经济的蓬勃活力。

9家浙企成功赴港上市

上半年港股IPO火热。据港交所数据,2025年上半年港股共有42只新股上市,同比增长40%,融资总额创2021年以来新高,超越2024年全年的876亿港元。

从地域分布看,浙江成为上半年港股上市企业最多的地区。Wind数据显示,浙企上市数量达9家,较2024年同期增加7家;募资金额方面,浙江企业IPO募资合计144亿元,仅次于福建,且同比增幅显著(2024年同期仅10.16亿元),彰显浙江企业“走出去”的加速态势。

就行业分布而言,上半年在港股上市的浙江企业涵盖医疗、消费、制造业等多个领域,展现出浙江企业多元化的发展态势。具体来看,上半年赴港上市的9家浙江企业分别为脑动极光-B、新吉奥房车、古茗、绿茶集团、派格生物医药-B、三花智控、圣贝拉、曹操出行、泰德医药。

值得一提的是,今年6月以来,浙企在港股上市的速度显著加快。三花智控、曹操出行和圣贝拉三家公司,分别在6月23日、6月25日和6月26日登陆港股。其中,三花智控是全球热管理领域的隐形冠军;吉利旗下出行平台曹操出行是目前港股最大的出行平台;圣贝拉号称“月子界爱马仕”。

符合香港市场“审美”

今年上半年在港股成功上市的浙江企业,一定程度上反映了港股市场投资者的“审美”。例如,在香港投资者看中的新消费领域,出现了来自浙江台州的古茗。

2月12日,古茗在港交所鸣锣上市,发行价为9.94港元/股,成为继奈雪的茶、茶百道之后的“新茶饮第三股”。上市首日,古茗开盘价为10港元/股,市值一度超230亿港元。按2023年的商品销售额(GMV)及截至2023年12月31日的门店数量计,古茗是中国最大的大众现制茶饮店品牌。2024年前9个月,古茗的GMV达到166亿元,较2023年同期增长20.4%。

中泰国际策略分析师颜招骏分析,港股投资者喜爱具有品牌优势、稳定现金流和高效运营能力的新消费企业。这些企业的营收及净利润保持高速增长,受到广大机构及个人投资者欢迎,上市后公司股价表现理想,出现了较大的赚钱效应。

今年以来,A股龙头企业来港上市成为新趋势。浙江绍兴企业三花智控的上市,正是A股龙头企业加快赴港上市的典型案例。

6月23日,三花智控在港交所挂牌上市。三花智控是全球最大的制冷空调控制元器件和领先的汽车热管理系统零部件制造商。本次港股上市,三花智控全球发售股份总数为4.14亿股,发行价为每股22.53港元,筹资约92亿港元,发行市值超910亿港元。此次IPO共引入17家基石投资者,合计认购约5.62亿美元(约44.12亿港元)。

德勤报告显示,目前有近70家A股公司计划“A+H”上市,今年已上市的宁德时代、恒瑞医药、海天味业、三花智控等行业龙头的募资规模,占港交所上半年总集资额近70%,成为新股市场“压舱石”。

德勤中国资本市场服务部华东区上市业务合伙人鲍捷表示,鼓励内地龙头企业来港上市,简化A股公司的申请上市程序等,成为推动香港新股市场走强的动力。

连接境内外资源

今年上半年,港股IPO融资额夺得全球第一。德勤中国资本市场服务部近日发布的数据显示,今年上半年,港交所以1021亿港元的IPO融资额夺得全球第一,纳斯达克和纽交所紧随其后,上交所和深交所分别排名第7、第8。

上半年港股市场表现亮眼,一方面缘于国际资金助力,另一方面离不开内地与香港的政策支持和上市制度优化措施。具体来看,内地监管机构支持符合条件的境内企业依法合规赴境外上市,港交所持续优化上市条件和审核流程、缩短问询周期,为内地企业赴港上市提供了便利。

德勤中国华南区主管合伙人欧振兴指出,香港作为国际金融中心,是全球资本配置中国资产的核心枢纽,而港股IPO市场通过连接境内外资源,为全球资本参与中国经济转型升级提供了高效透明的对接平台,企业与资本实现“双向奔赴”。

业内人士指出,从行业角度看,港股市场的国际化属性可为企业提供直接支持。作为连接全球资本的重要平台,赴港上市能有效助力企业拓展多元化海外融资渠道,加速全球化战略布局和提升全球产业链协同效率。

2025年下半年香港IPO市场有望继续保持热度。德勤预计,2025年港股IPO融资额有望达2000亿港元,主要集中在科技、传媒及消费领域。欧振兴表示,目前香港有超过170宗正在处理的上市申请个案,预计2025年香港新上市公司达80家。



e公司
egsea.com

上市公司资讯第一平台

上半年九家浙企登陆港股
「走出去」收获满满

证券时报记者 聂英好