

有深度 有故事 有广度 等您来关注

服饰总是与当时的生产方式和发展水平、文化礼仪及道德规范等社会因素密切相联。它的发展、演变过程从一个侧面反映了当下的经济水平。

中国服饰行业正在经历冰火两重天，以前所未有的姿态站在新的赛道上昂首前行，但品牌商们也各有各的性格，正在以自己的方式打破服饰行业的格局。

近日，国内第三方市场研究机构中商情报网

近日发布中国纺织服装行业上市公司营业收入50强排行榜成为业界讨论的焦点。

该榜单

显示，除体育

用品公司以外，排名前十的

国内上市服饰类集团依次为海澜之家、森马服饰、雅戈尔、太平鸟、搜于特、盛泰集团、报喜鸟、锦泓集团、朗姿股份和七匹狼。

中国纺织服装上市企业50强

排行榜单 TOP50

排名	证券名称	证券代码	2021年营业总收入(亿元)	主营业务	省份
1	海澜之家	600398.SH	201.88	高档精纺呢绒、高档西服、衬衫、职业服、染整加工	江苏
2	三房巷	600370.SH	194.79	瓶级聚酯切片、PTA	江苏
3	华利集团	300979.SZ	174.70	运动鞋履	广东
4	华孚时尚	002042.SZ	167.08	中高档色纺纱线	安徽
5	际华集团	601718.SH	154.94	职业装、职业鞋靴、纺织印染、防护装具等	北京
6	森马服饰	002563.SZ	154.20	服饰	浙江
7	雅戈尔	600177.SH	136.07	品牌服装	浙江
8	太平鸟	603877.SH	109.21	品牌服饰	浙江
9	航民股份	600987.SH	94.91	纺织、印染及相关原辅材料	浙江
10	百隆东方	601339.SH	77.74	色纺纱	浙江
11	罗莱生活	002293.SZ	57.60	家用纺织品、酒店纺织品、鞋帽	江苏
12	新野纺织	002087.SZ	53.03	中高档棉纺织品	河南
13	飞亚达	000026.SZ	52.44	手表品牌管理及名表	广东
14	鲁泰	000726.SZ	52.38	棉涤纶纱、色织布、衬衣、服装饰品、保健内衣等纺织品	广东
15	搜于特	002503.SZ	51.76	“潮流前线”品牌青春休闲服饰	山东
16	盛泰集团	605138.SH	51.57	纺织面料及成衣	广东
17	孚日股份	002083.SZ	51.57	巾被系列产品和装饰布系列产品	浙江
18	报喜鸟	002154.SZ	44.51	品牌服装	广东
19	锦泓集团	603518.SH	43.24	中高档时尚女装	浙江
20	台华新材	603055.SH	42.57	锦纶织造	江苏
21	联发股份	002394.SZ	38.97	织布、服装、纺织原料	浙江
22	水星家纺	603365.SH	37.00	中高端家用纺织品	江苏

年收入同样超过百亿的还有雅戈尔和太平鸟，两者营收分别为136亿和109亿元，前四名的营收总和超过600亿元，是后六名去年总收入的2.3倍。

Aster认为，服装作为基础可选

消费品，行业增长与宏观经济

具有较强相关性，近年来已进入低速增长期，但在竞争激烈的中国本土市场，龙头企业规模优势明显，这份排名或许能为其他想要留在赛场上的服饰品牌一些参考。

吸金王

作为男装领域的绝对霸主，成立于1997年的海澜之家被称为“男人的衣柜”，旗下主要品牌包括海澜之家、圣凯诺、海澜优选、OVV、黑鲸、男生女生、英氏、HEAD，主营产品包括裤子、T恤衫、衬衫、羽绒服、茄克衫、西服、针织衫，已连续七年保持国内男装市占率第一。

值得关注的是，2021年是海澜之

家完全由创始人周建平儿子周立宸

接管的第一年，虽然收入未恢复2019年水平，但经过一系列的战略调整，去年该集团毛利率提升至40.01%，净利润大涨39.6%至24.91亿元。

海澜之家直言，全渠道链路的打通是集团盈利能力大幅提振的催化剂，通过对消费者消费频次、消费产品属性等特征进行数据化分析、定制个性化“购物车”营销方案，2021年海澜之家直营门店的毛利率已达63.49%，同比提升7.33%，参与统计的406家门店平均应收为337万元。

目前，海澜之家在全球经营着逾7600家门店。



森马的飞跃

森马服饰则选择向“轻资产”模式转型，已将产品全部外包生产，公司主要业务包括品牌运营、设计研发、生产组织与成衣采购、零售管理等。去年9月，森马还斥

资1000万元人民币成立温州禾立嘉企业管理有限公司，经营范围包含企业管理、企业管理咨询、社会经济咨询服务、信息咨询服务。

针对国际市场，森马服饰特别成立海外业务中心，开展自有品牌产品的出口贸易，发展国际零售，旗下森马品牌和童装巴拉巴拉

已在阿拉伯等多个国家开设门店。在剥离法国KIDILIZ集团和以消费者为中心的战略生效推动下，2021年森马服饰净利润同比大涨84.39%至14.86亿元。



雅戈尔求生

受运动休闲服饰成为新一代消费者的“正装”趋势影响，在中国衬衫和男士正装类别中占据最多市场份额的雅戈尔近年来的处境充满挑战。2021年该集团核心的时尚业务营业收入同比增长7.69%至68.21亿元，净利润下跌2.55%至9.35亿元。

为能够加速触达年轻消费者，雅戈尔在报告期内收购了美国潮牌Undeafated 40%的股权，成立大中华区合资公司。此前该集团孵化的MAYOR、Hart Schaffner Marx和HANP等品牌已顺利度过培育期，进入独立运营的筹备阶段。



太平鸟正当时

太平鸟则是前十名中品牌化和年轻化转型最成功的国内服饰集团，在去年首次进入百亿俱乐部，旗下业务主要涵盖太平鸟女装、太平鸟男装、乐町少女装、Mini Peace童装、MG物质女孩女装、COPPOLELLA、贝甜童装等多个品牌，目标客群涵盖18岁至25岁的时髦少女、25岁至30岁的青年男女等。

随着街头潮流风向的兴起，太平鸟在2013年拿下美国潮流品牌MATERIALGIRL在中国的运营权后，于2020年收购意大利街头滑板潮牌COPPOLELLA中国业务。

2021年，太平鸟还与Susan Fang、Xuzhi、WMWM、Calvin Luo、Gar?on by Gar?on、Nomanoman、Staffonly和Angus

Chiang等设计师联名，并斥资1000万元人民币收购了独立设计师男装品牌8ON8 20%股份，正式向充满潜力的中国独立设计师品牌赛道发力。

与此同时，太平鸟持续围绕顾客价值进行品牌建设、渠道建设、数字化建设和快速反应

机制创新

，例如积极推进小

程序、网红直播等社交零售新渠道，

在B站、抖音、小红书

等当代青年人偏爱的新流量平台上创建新奇有趣的互动内容等，精准营销不同的圈层人群，以强化核心竞争力，应对外部压力和不确定性。

至于此次榜单排名第六至第十位的搜字特、盛泰集团、报喜鸟、锦泓集团、朗姿股份和七匹狼，他们去年收入在51亿元至36亿元人民币之间不等，主要市场为中国三四线城市，朗姿股份则开始把天平向利润更高的医美业务倾斜。

分水岭让人焦虑

需要警惕的是，国内服饰行业正处于一个新的分水岭。据国家统计局数据，今年前

五个月中国服装鞋帽、针纺织品类零售总额5093亿元，同比下滑8.1%。5

单月服装鞋帽、针纺织品类零售总额 958 亿元，同比下滑16.2%。

受此影响，本次榜单前十名的服饰零售集团在今年第一季度的业绩均出现不同程度的下滑。海澜之家第一季度收入同比减少5.15%至52.11亿元，净利润大跌14.17%至7.23亿元。

森马服饰第一季度同样因市场震荡而遭遇冲击，大跌40.74%至2.09亿元，收入也微跌0.03%至33.09亿元。森马服饰表示未来会进一步加大对全渠道的投入，持续提升服务运营质量。

雅戈尔第一季度时尚业务营收虽同比增长0.78%至17亿元，但净利润下跌6.99%至2.5亿元，其中服装业务收入为14.7亿元，毛利率增加2.69个百分点至73.85%。截至报告期末，雅戈尔共拥有2159个销售点。

太平鸟第一季度收入下滑7.7%至24.6亿元，净利润减少6.7%至1.9亿元，但该集团男装业务表现强劲，太平鸟男装同比增长4.3%，童装业务也与上一年同期基本持平。

不过随着国内消费者对国产品牌的消费认同度逐渐提高，分析认为国内服饰集团仍有成长空间。国内服饰品牌Urban

Revivo在今年的天猫618首次超过优衣库

成为女装店铺销量冠军，从上一年的第二名跃升至榜首，第三名也被另一国内女装品牌MO&Co.占据。

或许是感觉到了中国服饰行业的趋势转变，自三月份国内多地反复发生疫情以来，短短一个月就有SELECTED、Urban Outfitters等多个国际品牌撤离。

快时尚品牌加码

Zara

、H&M和优衣库等快时尚零售商都在押注更高端的服饰赛道，不断精简旗下平价

Esprit

也于近日发布声明宣布，将于下半年重返亚洲市场，已和香港总部大楼中华联合中心续签租赁协议。

无论是国内上市的服饰企业，还是跨国的快时尚巨头，时尚消费市场的参与者正坐在同一条船上，风口一直在变，市场永远需要优质的品牌，赢家的关键在于能否把握住机遇。

---End---