

经济新“县”象

【编者按】

县域经济是推动中国经济社会发展的重要力量,是实现高质量发展的重要支撑。立足资源禀赋、产业基础、地理区位等比较优势,并充分借助新模式、新经济、新技术,因地制宜推动发展模式变革和产业链级跃升,才能不断提升县域产业竞争力和综合经济实力,持续激发县域经济活力。

本报今起推出“经济新‘县’象”系列报道,通过对国内全球领先的县域产业——山东曹县汉服产业、辽宁兴城泳装产业、湖南浏阳花炮产业进行调研,探索县域经济在借助跨境电商等新市场、网红经济等新经济、智能制造等新技术,实现产业突围的路径,为县域经济高质量发展提供借鉴。

一条马面裙点亮县域经济

曹县百亿汉服产业生意经

千年商都立潮头,国风汉服火出圈。

乘着“国潮风”兴起之势的山东曹县再次走红,迅速成为全国最大的汉服生产基地,2024年春节期间曹县马面裙卖了3亿元,仍供不应求。目前市面上每件汉服就有一件产自曹县;当地产业链完善,不出5公里便可生产出一条马面裙。借助直播电商的风口,曹县从曾经的菏泽市经济洼地,连续三年成为全市GDP的领头羊,并持续跑出县域经济的“加速度”。

从“宇宙中心”到“产业中心”,曹县“逆袭”背后藏着怎样的发展密码?网红城市又如何实现从爆红到长红?近期,中国证券报记者实地探访了曹县,寻找直播电商浪潮里的曹县样本。

● 本报记者 欧阳春香 李媛媛



曹县数字经济产业园

本版图片均由本报记者 李媛媛 摄

跑出县域经济加速度

三年前,曹县曾因一句网络热梗“宁要曹县一张床,不要上海一套房,宇宙中心,曹县666”而走红。三年后的2024年春节期间,曹县又迎来了马面裙的泼天流量。

“市场上每两件汉服就有一件产自曹县。”这是记者在曹县调研时听到最多的一句话,曹县汉服的火爆远不止于此。

让有爱共创基地总经理、洛如嫣品牌创始人姚驰行记忆深刻的一个例子是:“今年春节期间,公司从早上8点开门到晚上9点后,一直有客户。等货的客户都是在工厂门口蹲着,几乎是做一条,卖一条。有一次车间里刚生产完一条马面裙,客户就迫不及待地地从生产线上拿走了,直到现在生产仍是供不应求的状态。”

“今年春节期间,平均每天销售2万件汉服,单日最高成交额超百万元。”穿越大唐总经理黄晓燕也颇有感悟。作为全国第二大淘宝村,整个曹县大集镇运输汉服快递的车更是络绎不绝。

“曹县马面裙、汉服的爆火既在意料之中,实际又超出了我们的想象范围。2023年曹县线上线下渠道汉服销售额突破百亿元,今年一季度汉服的销售额突破了19.8亿元,同比增长90.75%。”曹县电子商务服务中心主任张龙飞在接受中国证券报记者专访时表示。

五一后,进入夏季,虽过了销售旺季,但是曹县汉服依旧热度颇高。早上九点钟刚过,就陆续有外地的客户来到有爱共创基地和穿越大唐看货,周围的居民也慕名而来,各地政府考察团更是纷至沓来。姚驰行见缝插针,每天坚持开直播,在她眼里,汉服既是潮流,也是文化,她乐此不疲地在直播间向网友介绍着马面裙上图案的寓意,传递着传统文化与服饰相结合的魅力。

她笑着说:“我卖的并不是一条裙子,而是想把传统文化融入到日常服饰里。”姚驰行是曹县众多年轻人返乡创业的一个缩影,她创立了汉服品牌洛如嫣,希望每个人衣橱里都会有一件马面裙,让汉服走向日常生活是她和洛如嫣的愿望。

“您看我身边这么多的服饰,右手边是唐代的,左手边是明代的,明代云肩立领上衣很符合现代人审美,下面搭配的马面裙采用织金仿花工艺,在灯光下会熠熠生辉,没有光的时候,又像一幅非常内敛的画卷,图案是把千里江山图作为基底纹样,亭台楼阁或梅兰竹菊四君子作为点缀。”姚驰行打开手机,耐心地给来自山西的客户介绍着自家产品。

最新数据显示,今年1-5月份,曹县汉服网络零售额达29.2亿元,同比增长8.55%。

曹县今年提出了一个口号,坚持汉服销售线上不放松,线下新拓展。在开封、西安、杭州、北京、南京等地的古风景区加紧进行汉服商户对接洽谈。在西安的大唐不夜城和洛阳的洛邑古城等景区,曹县汉服的市场占有率已经突破90%。

曹县汉服产业的爆火,不仅让从业者腰包鼓了,当地GDP也有了跃升之势。2021年至2023年,曹县GDP连续三年位居菏泽市第一。而十年前,曹县还是菏泽的贫困县。随着汉服、演出服、木制品、农产品等产业的发展,2023年曹县GDP达到582.04亿元,较2022年增加35.74亿元,再次稳居全市第一。

占领半壁江山

“国风热”让汉服从小众圈子逐步走入大众视野。这座位于鲁西南的内陆县城,资源禀赋平平无奇,而汉服市场长期又被杭州、广州、成都三地占领,后来居上的曹县,为何能抢占全国汉服市场的半壁江山?

曹县电子商务服务中心副主任刘霞一语道破:“曹县汉服以高性价比、亲民的价格迅速挤进汉服市场,并且与杭州、广州、成都一决高下,目前占领了全国50%的市场份额,核心是有着完善的产业链,5公里内便可生产出一套汉服,从原创设计、裁剪、打板、绣花、印花、辅料、辅具、销售、售后都可以实现。”

中国证券报记者调研了解到,曹县是从2018年开始零星生产汉服,2019年随着国潮国风的兴起和短视频的升温,带动汉服产业在当地规模化发展。而在2023年,随着文旅市场的升温,汉服产业在曹县出现井喷式发展,彻底火出圈,被人所熟知。

在张龙飞看来,曹县汉服的火爆出圈,有着明显的曹县地域特色,而电商基因就是这个鲁西南小县城突围的关键。“曹县电商发展的逻辑可以概括为一核两翼,一核是以农

让“爆红”成“长红”

曹县凭借完善的汉服产业链、成熟的电商直播销售渠道等优势,快速成为中国最大的汉服生产基地,但不能忽视的是曹县汉服产业仍面临着大而不强的现状,知名原创品牌少,有商标无品牌,没有做到“叫好又叫座”,低端化标签仍然存在。

记者调研了解到,曹县有两千多家汉服企业,多以小企业居多,自主创新力不足;行业缺乏专业设计人才,优秀人才难以引进和培养;汉服设计自主知识产权不足。此外,也存在同质化、价格战等问题。

如何能保持住这波泼天的流量,防止网红经济昙花一现,让“爆红”成“长红”,是摆在曹县汉服从业者及政府面前的一道必答题。

张龙飞告诉记者,电商服务中心下一步规划是做到汉服品质和品牌的双提升。为此,特意从全县两千多家汉服企业中筛选出55家产品质量好、自主创新能力强、市场潜力大的企业,作为标杆企业,带动当地汉服品牌力建设,促进对外推广。

今年以来,姚驰行创立的洛如嫣品牌,代表曹县汉服参加韩国KOR展会、港澳山东周活动。在港澳山东周活动上,姚驰行展示了洛如嫣采用织金妆花工艺和牡丹纤维制作的带有香气的牡丹花马面裙,吸引了不少香港观众。姚驰行表示,该款马面裙是一件文创产品,选自菏泽牡丹花花样,初衷是想把中国精湛的技艺融入到生活中去。“传统文化是汉服的灵魂,做一件衣服必须要有灵魂。”

在姚驰行眼里,现阶段,追求汉服质量的重要性远远高于销量。有爱共创基地90%的汉服来自曹县优势原创商家,另外10%来自她的洛如嫣。“洛如嫣的产品始终在与市场上的高端产品做对比,作为龙头企业,质量是基础。”从追求款式到追求质量、建立质量的标杆,姚驰行如数家珍地道出了自己的规划。

以批发销售汉服为主的穿越大唐也在不断探索品牌的高端化转型,开创高端系列,采

民致富、草根创业为基础,两翼就是服务型政府和深入人心的电商基因。”张龙飞说。

从2009年接触网络销售到现在,曹县推动多个传统优势产业飞上云端,走向世界各地。目前,曹县已形成原创汉服、演出服、木制品和农产品4大产业集群和1个木制品跨境电商产业集群。手机、电脑成为曹县群众的“新农具”,直播带货成为“新农活”。

曹县完善的网络销售、物流服务渠道也为汉服抢占市场贡献了力量。曹县还成立了全省第二家知识产权快速维权中心,将汉服外观的专利申请时间从180天直接缩短至10天,为提高汉服市场占有率提供了帮助。

截至目前,曹县拥有汉服企业2473家,其中原创汉服加工企业超过90%,网店14416家,汉服线下体验店191家,汉服从业者接近10万人。

在曹县汉服产业发展壮大过程中,政府起到了关键的作用。

“企业缺什么,政府就补什么,在曹县做电商企业,能保证一是办事不求人,二是市场可预期。”张龙飞说,曹县始终秉持着一个原则,就是企业跟着市场走,政府跟着企业走。

用被称为“软黄金”的香云纱等面料制作,单件汉服售价在1000元-5000元。黄晓燕表示,希望相关部门可以制定一套价格标准,规定不同类型汉服价格不能低于多少钱,进而缓解市场上不良的价格竞争。

面对品牌力不强、低端化路线等问题,张龙飞表示,将持续加强与知名高校、行业协会等的产学研合作模式。“为推动曹县汉服品牌化、国际化、高端化发展,我们赴太原理工大学轻纺工程学院、德州学院纺织服装学院对接、吸引人才,签订校地合作,每月定量为曹县汉服企业输送近200款汉服设计稿,赋能本地汉服企业发展。”

对于未来发展,曹县政府相关负责人表示,将结合曹县自身服装产业发展优势,优先发展汉服产业,探索改变低端发展路线,实现产业升级的突破口。将依托e裳之都·中国(曹县)汉服智创城项目,借助六大资源体系打造联席大师工作室、联名款高端品牌、剧情网红打卡点、明星直播直播间、主题汉服体验馆五大功能板块。

“下一步,曹县将聚焦市场需求和消费趋势,进一步推动汉服产业扩大规模和提档升级,让汉服成为连接传统与现代、历史与未



有爱共创基地展厅

来的文化纽带。”7月10日,曹县县委副书记、县长孟令选在2024年曹县汉服进景区洽谈交流会上表示。

曹县也在积极筹备汉服出海。张龙飞介绍:“今年曹县汉服分别奔赴韩国、意大利、瑞士进行展演,参展产品非常受欢迎,被一抢而空。目前跨境电商的店铺已经开起来了。下一步我们想利用木制品海外仓的优势,推动曹县汉服出海。但在出海之前,我们还是

要坚定不移地提升曹县汉服品质,争取一炮打响,持续长红。”曹县县委书记赵福龙表示,力争使曹县汉服在两年时间里,在全国市场上占比达到70%。

“未来8-10年内,整个汉服产业产值大概能达到1000亿元,当前市场饱和度远远不够。”张龙飞强调,他对汉服市场的未来满怀信心,并不担心曹县汉服发展到了天花板阶段,而是担心产品款式的丰富度,与传统文化的融合方面等做得还不够好。

张龙飞表示,曹县汉服产业正致力于提升产品品质,并结合企业、政府及协会的多方推广,力争在三年内打造五个知名的汉服品牌,让它们深入人心。“未来,曹县希望能有几家企业实现上市,这是行业努力的方向。”

“汉服+文旅”产业持续破圈

催生旅游新业态

● 本报记者 李媛媛

7月10日,山东省文化和旅游厅资源开发处处长李斌在2024年曹县汉服进景区洽谈交流会上表示,近年来,“汉服热”带动了城市文旅的快速发展,对景区的引流作用越来越明显,“汉服+文旅”“景区+汉服”擦出了新火花,以汉服为代表的传统服饰旅游体验火爆。

激发旅游新热潮

随着国潮文化兴起,汉服“破圈”而出,从小众圈子走进大众视野,不少游客热衷穿着汉服去古风景区打卡。节假日期间,在西安的大唐不夜城、南京的夫子庙、洛阳的洛邑古城随处可见身着唐代襦裙、明代马面裙等款式汉服的游客,激发着古城文旅消费新活力。

中国证券报记者了解到,汉服热催生出多种文旅消费新趋势。近年来,乌镇、古北水镇、大唐不夜城等景区纷纷举办汉服主题活动,为游客提供更多深入了解汉服文化的机会。同时,汉服租赁店、汉服改造店、汉服主题酒店等相关的配套服务也日益完善。

日前,在厦门鼓浪屿一家旅拍店,记者注意到,该店针对汉服妆造拍摄推出299元-599元不等的套餐,前来做妆造并拍摄的游客络绎不绝。该店工作人员告诉记者:“从上午9点开门到下午6点下班,店里客源几乎不断,高峰期间还需要排队,暑假拍亲子汉服妆造的比较多,偶尔忙到没有时间吃饭。”

曹县县委副书记、县长孟令选在2024年曹县汉服进景区洽谈交流会上介绍,据不完全统计,曹县汉服已入驻北京、山东、河南、陕西、山西等地,包括故宫、大唐不夜城、洛邑古城、开封清明上河园等180家古风景区,“汉服+妆造”沉浸式游园方式已经成为非常火爆的“网红”文旅产品。

业内人士表示,汉服热,激发城市文旅活力,景区作为汉服热的主要配套场景,要不断推陈出新,深度融合。同时,各地应该融合应用地域特色文化与现代时尚元素,推动汉服日常化、品牌本土化。同时要拓展体验消费场景,推动汉服与传统节日、影视剧等融合,借助数字化手段,不断释放市场消费潜力。

汉服产业蓬勃发展

孟令选表示,近两年来,曹县乘“国潮风”兴起之势,推动以马面裙为“拳头”产品的汉服产业做大做强。2023年,曹县汉服网络销售额达到72.2亿元,同比增长44.3%,线上线下销售总额突破百亿元大关,形成了中国最大的原创汉服产业集群。

目前,曹县拥有汉服上下游企业2473家、网店1.44万家,汉服从业者超过10万人,原创汉服占比超过90%,款式达5000余种。曹县2024年政府工作报告提出,作为今年重点工作之一,将培育一批演出服、汉服龙头企业,做强做壮纺织服装产业链,实现产值75亿元以上。

在“汉服热”持续升温背景下,部分景区推出了相应的活动,来吸引客流量,做长汉服经济链条。例如,洛阳开展了汉服文化月、汉服博览会、汉服设计周等活动,将汉服元素融入文旅业态,拉长产业链条,做大做强汉服经济。

中国汉服市场规模呈现持续扩大趋势。根据艾媒咨询数据,中国汉服市场规模在2023年达到144.7亿元,未来“95后”“00后”成为国潮消费主力人群,将进一步释放市场潜力,推动汉服市场加速发展和保持活力,产业上行空间明显,预计2027年中国汉服市场规模有望达到241.8亿元。



曹县大集镇淘宝产业园里的刺绣工厂