

Intertek

ISSUE. May 2011

51 纺织品

天祥技刊



后金融危机环境下的中国纺织业

——市场机遇与挑战

后金融危机环境下的中国纺织业——市场机遇与挑战

撰文_Intertek (上海) 王建平

1 后金融危机环境下的全球经济复苏

2010年,世界主要经济体针对全球金融危机所采取的救市措施继续显现效果,新兴经济体在内需支撑下的恢复快速增长,世界经济步入全面复苏轨道,全年全球GDP实际增长4.9%。据高盛估计,2011年全球实际GDP增幅将达到4.6%,高于4.1%的市场预测,而2011~2012年度,全球经济还会有进一步的增长空间,预计2012年全球实际GDP增长将达4.8%。

1.1 世界主要经济体

虽然世界经济总体仍处于复苏通道,二次探底的可能性不大,但复苏势头已明显放缓,美欧日等发达经济体增长乏力。

美国的失业率居高不下,2010年实际GDP原预期增长2.8%,2011年经济增长将提速,预计实际GDP增幅为3.4%~3.9%,2012年中期可能达到4%的水平;欧盟成员中的希腊、葡萄牙、西班牙、爱尔兰等国的主权债务危机拖累欧元区的经济复苏步伐,欧元区失业率一直维持在10%左右,欧盟和欧元区2010年的经济增长原预期分别为1.8%和1.7%;日本的失业率仍在5%高位徘徊,通缩阴影挥之不去,财政赤字加重,老龄化严重,2010年财年经济增长2.7%,但预计2011年将下行至1.1%。

1.2 世界新兴经济体

新兴市场国家,如中国、印度、巴西、俄罗斯等所谓“金砖四国”在2010年增长强劲,中国GDP增长高达10.3%,巴西的经济增幅高达7.2%,俄罗斯的实际GDP增长也达4%,而国际货币基金组织原预测印度2010年的经济增长也高达9.5%。显然,新兴市场国家对2010年全球4.9%的实际经济增长作出了巨大贡献。但世界新兴经济体在保持快速增长的同时,也正在面临通胀压力增大、资产泡沫风险上升、本币升值较快的压力,经济下行的风险也在积累。

1.3 欧美日纺织品服装主要市场

2010年中,美国国内市场需求持续回升,1~8月市场零售额同比增长5.94%,其中服装服饰零售额同比上升4.26%,较上年同期提高11.2个百分点,1~8月从中国进口纺织品服装同比上升21.68%;欧盟市场需求恢复缓慢,1~8月零售总额平均增长约1%,其中服装服饰零售额平均增长约为3%,而从中国进口纺织品服装同比增长21.28%,增速较上年同期提高30.05个百分点;日本市场开始回升,但相当乏力,1~8月批发零售额平均增长约为2%,服装服饰零售额平均增长约35%,从中国进口纺织品服装同比仅上升2.77%。



2 2010年中国纺织业发展基本概况

2.1 纺织工业经济运行

2010年,中国纺织工业经济运行基本平稳,实现了产销同步增长、效益大幅提升的佳绩。据统计,规模以上纺织企业的工业总产值已突破40000亿元大关,同比增长25%以上;实现利润总额2053.6亿元,增幅高达54.6%,同比提高近30个百分点。中国全年纺织品服装出口额达到2065亿美元,同比增长23.6%。

据工信部发布的工业经济运行情况报告称,2010年中国纺织工业增加值同比增长12.7%,出口交货值同比增长16.6%。全年纱产量2717万吨,增长13.7%;布产量656亿米,增长19.5%;服装产量285亿件,增长18.6%;化纤产量3090万吨,增长15.6%。

2.2 纺织工业地区投资额

2010年1~11月,中国纺织工业500万元以上固定资产投资额累计完成投资总额达3508亿元,同比增长29.54%,其中,西部地区投资额所占比重分别为37.38%和9.69%,但投资增速已高于东部地区。其中投资额前10名的省份依次为:江苏(>500亿元)、河南、山东、江西、河北、安徽、浙江、湖北、福建,投资额均在200亿元以上,而投资增速在100%以上的省有:甘肃(393%)、贵州、天津和内蒙。

3 2010年中国纺织业发展的市场和政策环境

3.1 低成本不复存在

中国纺织工业已经告别低成本时代,曾以此为中国纺织业一个较强核心竞争力要素的状况已不复存在,市场环境更趋复杂,行业的转型升级已刻不容缓。

(1)流动性过剩导致资金大量涌向大宗商品市场,涨价风潮几乎蔓延至纺织业所有原料领域,以棉花为代表的天然纤维价格更创下历史记录,其中原辅料成本同比上涨约30%~80%,棉花、化纤等主要原料涨幅平均超过50%。

(2)制造业劳动力价格全面上涨,纺织业劳动力价格平均上升15%以上,经济发达地区更是高达20%~40%,但“用工荒”还在加剧。

(3)节能减排硬指标的约束,使企业环保成本上升。

3.2 金融措施及人民币升值

随着通胀压力的增大,银行上调准备金率和加息的双重措施,不仅加大了企业的融资难度和压力,也使热钱涌入的风险增大,并对冲加息的效果。同时,加息在抑制通胀的同时也可能抑制消费。

2010年6月以来,人民币对美元已累计升值3%,企业出口竞争力下降。据测算,人民币每升值1个百分点,纺织企业利润相应减少1%。对目前中国纺织企业平均利润率约为5%的现状来说,保持出口稳定持续增长难度很大,除非能很好地实现产业和产品升级。

3.3 科技进步和产业转移

科技进步贡献率有所提高，1 / 3 左右的优势企业技术装备实力总体达到国际先进水平，规模以上企业全员劳动生产率比 2005 年翻一番。

产业转移已经成为控制成本的重要手段，纺织业向中西部地区产业转移的步伐正在逐渐加快。

3.4 稳出口与扩内需政策

政府稳出口、扩内需的政策初显成效，2010 年中国纺织品服装出口增长 23.8 %，全社会消费品零售总额增长 18.4 %，规模以上纺织企业的内销比例进一步提高到 81.5 %，同比上升了 1.7 个百分点。2010 年，全国限额以上零售企业服装鞋帽类商品零售额达 5 874 亿元，同比增长 24.8 %，中国国内市场正迎来新的消费时代。

4 “十一五”期间中国纺织业总体发展情况

4.1 主要经济指标提升

“十一五”期间，虽然面对国内外环境的复杂变化和重大风险挑战，中国纺织业的主要经济指标仍有较大幅度的提高，成绩斐然。据国家统计局数据，“十一五”期间全国规模以上企业资产总量增加 91.1 %，纤维加工总量增长 50 % 左右，主营业务收入增长 137.2 %，平均增长 18.9 %，销售产值增长 134.6 %，平均增长 18.6 %，主营业务成本增长 132.5 %，平均增长 18.4 % 利润总额增长 254.9 %，平均增长 28.8 %，利润率从 2005 年的 3.33 % 到 2010 年的 4.93 %，提高 1.6 个百分点，三费比例从 6.7 % 下降到 5.89 %，降低 0.81 个百分点，职工人数增长 16 %，劳动生产率提高 101.4 %，平均增长 15.10 %。全行业出口增长 82.3 %，全国衣着消费品零售总额增长 114.9 %。

4.2 加强管理降本增效

企业加强内部管理，有效控制成本费用，提高生产效率，对消化成本费用快速增长起到了积极的作用，而管理现代化、装备技术水平及信息化水平的提高，对控制成本费用，提高生产效率关系密切。此外，市场结构调整加快（内销产值比重从 2005 年的 71.44 % 提高到

2010 年的 81.33 %）、强化有效资源配置、区域结构和产品结构调整加快都对提高企业竞争能力和抗风险能力起到积极的作用。

5 2010 年中国对外贸易整体概况

5.1 中国外贸进出口概况

2010 年，中国进出口总额 29 728 亿美元，同比增长 34.7 %，其中出口 15 779 亿美元，增长 31.3 %，进口 13 948 亿美元，增长 38.7 %，贸易顺差 1 831 亿美元，同比下降 6.4 %，一般贸易进出口 14 887 亿美元，增长 39.9 %，加工贸易进出口 11 578 亿美元，增长 27.3 %。

5.2 中国轻纺产品进出口

2010 年，中国轻纺产品出口增势良好，出口额超过 2008 年的水平，主要轻纺产品出口增速同比都在 20 % 以上，其中，纺织品、服装、鞋类出口额分别为 771 亿美元、1 295 亿美元和 356 亿美元，同比增长分别为 28.4 %、20.9 % 和 27.1 %；箱包出口额 180 亿美元，增长 40.8 %，塑料制品、灯具、玩具、家具分别增长 29.5 %、33.7 %、29.4 % 和 30.3 %。

5.3 中国与国际市场双边贸易

2010 年，中国与东盟等新兴市场双边贸易快速增长对东盟、印度、澳大利亚、巴西、俄罗斯的进出口额分别增长 37.5 %、42.4 %、46.5 %、47.5 % 和 43.1 %；同期中欧双边贸易总额 4 797 亿美元，增长 31.8 %，中美双边贸易总额 3 853 亿美元，增长 29.2 %，中日双边贸易总额 2 978 亿美元，增长 30.2 %。

6 中国纺织品服装国际贸易发展现状

进入 21 世纪以来，中国纺织品和服装在进出口贸易发展方面有了很大的变化，尤其从几个主要国际市场（美国、欧盟、日本、香港、东盟等国家和地区）的进出口数据图表中可明显地反映出不同的现状和趋势（参见表 1 ~ 表 6，图 1 ~ 图 8）。

表 1 近年来中国纺织品服装进出口总额 (亿美元)

年份	出口						进口					
	总计		纺织品		服装		总计		纺织品		服装	
	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %
2001	532.8	2.3	167.4	4.3	365.4	1.4	137.2	-1.2	124.6	-1.9	12.6	6.6
2002	617.7	15.7	205.8	22.2	411.9	12.7	143.6	3.8	130.3	3.6	13.4	5.9
2003	804.8	27.7	285.7	30.9	519.2	26.0	155.9	8.5	141.8	8.8	14.0	5.0
2004	973.9	21.0	357.7	25.2	616.2	18.7	168.0	7.8	152.7	7.7	15.3	9.1
2005	1 175.4	20.7	439.7	22.9	735.7	19.4	171.0	1.8	154.9	1.4	16.1	5.1
2006	1 470.9	25.1	522.5	18.8	948.3	28.9	180.5	5.6	163.5	5.6	17.0	5.5
2007	1 756.2	19.1	605.4	15.9	1 150.7	20.9	187.4	3.7	167.7	2.5	19.7	14.7
2008	1 852.2	8.2	654.3	16.6	1 197.9	28.9	186.5	-0.5	163.7	-2.4	22.8	15.5
2009	1 713.3	-9.7	642.8	-8.0	1 070.5	-10.6	169.2	-9.2	150.8	-7.9	18.4	-19.0
2010	2 065.3	23.6	770.5	28.4	1 294.8	20.9	203.2	20.4	178.1	18.5	25.2	36.4

表 2 近年来中国纺织品服装对美国进出口状况（亿美元）

年份	出口						进口					
	总计		纺织品		服装		总计		纺织品		服装	
	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %
2001	61.3	1.8	12.1	-1.3	49.2	2.5	1.8	15.9	1.7	17.0	0.08	-3.0
2002	70.7	15.4	17.3	42.2	53.4	8.6	2.1	19.4	2.0	20.0	0.09	7.0
2003	96.7	36.8	31.0	45.6	65.7	23.0	2.8	30.1	2.7	29.9	0.12	34.6
2004	117.9	21.9	40.8	31.3	77.1	17.4	3.3	18.1	3.1	17.9	0.14	21.7
2005	185.0	57.0	60.1	47.4	135.7	76.0	3.9	20.4	3.8	20.3	0.17	21.1
2006	217.8	17.7	70.0	16.4	161.3	18.9	4.9	25.7	4.8	27.4	0.15	-12.2
2007	266.3	14.4	78.3	11.9	188.1	15.5	6.1	22.6	5.9	22.2	0.20	35.9
2008	269.1	1.0	83.4	6.6	185.8	-1.3	7.0	14.9	6.6	13.2	0.33	67.4
2009	278.4	3.4	78.9	-5.4	199.5	7.4	5.2	-25.4	5.0	-24.8	0.21	-37.4
2010	335.9	27.9	103.8	31.7	225.1	26.4	7.0	39.3	6.7	39.3	0.29	38.7

表 3 近年来中国纺织品服装对欧盟进出口状况（亿美元）

年份	出口						进口					
	总计		纺织品		服装		总计		纺织品		服装	
	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %
2001	51.9	3.9	14.9	4.8	37.0	3.6	4.7	28.5	4.1	25.4	0.6	58.6
2002	64.2	23.7	18.0	19.7	46.2	25.0	5.5	16.4	4.8	13.9	0.7	35.3
2003	89.5	39.5	27.5	35.9	62.0	34.1	6.4	15.1	5.4	12.9	1.0	29.4
2004	121.5	35.6	38.6	27.7	82.8	33.6	8.3	28.8	6.9	25.0	1.5	50.0
2005	182.5	50.3	53.0	37.2	135.6	63.8	9.9	18.9	8.0	15.9	2.0	32.9
2006	222.5	21.9	63.2	19.2	166.3	22.6	11.6	17.0	9.4	17.9	2.2	13.4
2007	292.1	23.8	80.3	23.9	211.9	21.5	15.0	24.8	11.2	19.3	3.7	45.1
2008	399.3	36.7	97.3	21.2	302.0	42.5	18.8	25.3	12.7	13.0	6.1	62.0
2009	370.8	-7.1	86.7	-10.9	284.1	-5.9	16.5	-12.2	11.0	-13.8	5.5	-8.7
2010	458.1	23.6	109.3	26.2	348.8	22.8	21.3	30.4	13.8	27.4	7.5	36.1

表 4 近年来中国纺织品服装对日本进出口状况（亿美元）

年份	出口						进口					
	总计		纺织品		服装		总计		纺织品		服装	
	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %
2001	137.2	3.3	18.9	5.4	118.3	3.0	30.0	-4.8	27.2	-4.0	2.7	-12.5
2002	131.2	-4.4	19.6	3.4	111.6	-5.7	28.0	-6.8	25.6	-6.4	2.5	-10/6
2003	152.2	16.0	27.3	15.4	124.9	11.9	31.1	10.9	28.9	13.1	2.2	-12.0
2004	171.5	12.7	31.0	13.5	140.5	12.5	35.1	12.8	33.2	14.7	1.9	-12.8
2005	174.9	2.0	34.5	11.2	146.5	4.3	33.6	-4.1	32.0	-3.5	1.6	-15.6
2006	188.7	7.9	37.9	10.0	157.3	7.4	33.0	-1.8	31.6	-1.3	1.4	-12.1
2007	203.4	4.0	38.4	1.2	165.1	4.7	33.0	-0.4	31.7	0.04	1.3	-9.0
2008	220.2	8.2	43.3	12.8	176.9	7.2	34.2	3.8	32.9	3.8	1.3	4.2
2009	220.8	0.3	46.4	7.1	174.5	-1.4	29.5	-13.7	28.3	-13.9	1.2	-8.9
2010	232.5	5.3	48.0	3.5	184.5	5.8	33.1	12.5	31.8	12.6	1.3	10.8

表 5 近年来中国纺织品服装对香港进出口状况（亿美元）

年份	出口						进口					
	总计		纺织品		服装		总计		纺织品		服装	
	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %
2001	106.7	-6.7	48.6	0.2	58.2	-11.8	19.5	-0.02	12.8	-3.8	6.7	8.1
2002	128.8	20.6	58.1	18.5	70.7	21.5	20.1	2.9	13.4	4.2	6.8	0.5
2003	153.9	19.5	69.2	18.1	84.7	19.8	20.0	-0.7	13.4	-0.2	6.6	-1.7
2004	173.8	12.9	76.5	10.6	97.3	14.9	19.8	-0.9	12.9	-3.4	6.9	-1.0
2005	147.8	-15.0	80.6	5.3	67.8	-30.2	18.6	-6.4	11.7	-9.2	6.9	-1.0
2006	179.3	21.3	89.5	11.1	90.4	33.2	18.3	-1.2	11.7	-0.01	6.6	-3.5
2007	182.3	1.02	89.5	0.0	92.8	2.02	17.7	-3.7	11.3	-3.6	6.4	-3.7
2008	160.7	-11.8	84.0	-6.3	76.8	-17.2	14.3	-19.3	9.7	-14.3	4.6	-28.0
2009	140.0	-12.9	69.4	-17.3	-70.6	-8.1	9.0	-36.9	7.3	-25.0	1.8	-61.9
2010	149.9	7.1	79.3	14.2	70.7	0.2	8.3	-7.8	6.7	-8.3	1.6	-6.0

表 6 近年来中国纺织品服装对东盟进出口状况（亿美元）

年份	出口						进口					
	总计		纺织品		服装		总计		纺织品		服装	
	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %	出口额	增长/ %
2001	18.8	2.9	12.4	1.5	6.5	5.7	4.3	-5.9	4.1	-6.8	0.19	20.4
2002	25.9	37.2	16.0	28.7	9.9	53.8	4.8	11.2	4.6	10.7	0.24	21.5
2003	36.6	40.8	21.5	33.5	15.4	52.6	5.4	12.9	5.1	11.0	0.35	50.1
2004	45.8	25.0	28.6	33.1	17.2	13.6	6.5	19.4	6.1	19.3	0.42	19.6
2005	56.4	23.3	36.7	28.7	19.7	14.3	6.9	5.6	6.3	3.2	0.59	40.1
2006	71.2	26.3	45.8	24.6	25.5	29.5	7.3	5.7	6.5	3.7	0.75	26.8
2007	109.2	53.2	58.9	28.6	50.4	97.6	8.2	12.5	7.1	9.4	1.05	38.9
2008	112.5	3.0	72.6	23.6	39.7	-21.1	9.7	18.4	8.0	12.0	1.69	61.5
2009	110.1	-2.2	74.9	2.9	35.2	-11.4	10.7	10.6	9.0	12.4	1.72	1.6
2010	149.5	35.9	107.0	42.9	42.6	20.9	15.9	48.3	13.2	47.1	2.65	54.5

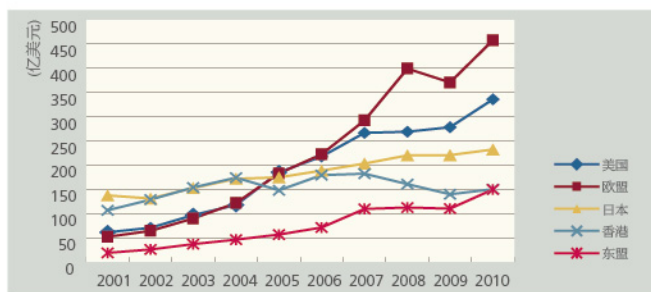


图 1 近年来中国纺织品服装对美、欧、日、港、东盟出口趋势变化

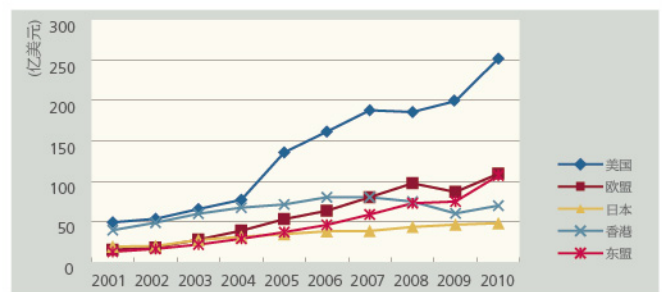


图 2 近年来中国纺织品对美、欧、日、港、东盟出口趋势变化

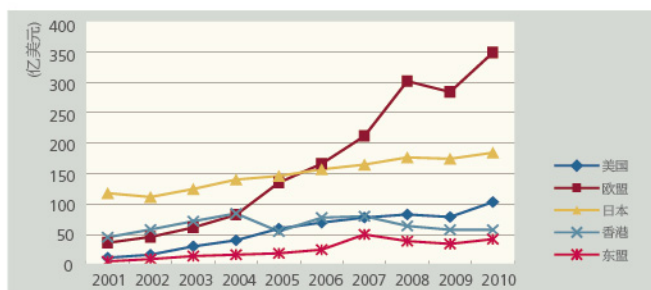


图 3 近年来中国服装对美、欧、日、港、东盟出口趋势变化

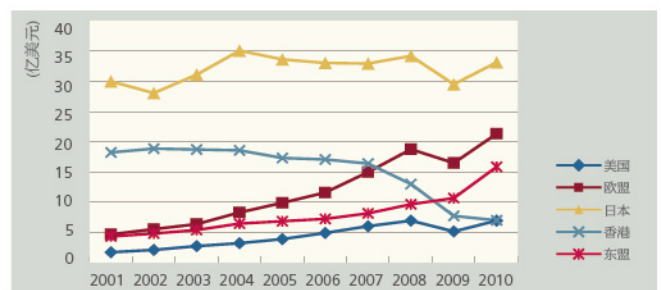


图 4 近年来中国从美、欧、日、港、东盟进口纺织品趋势变化

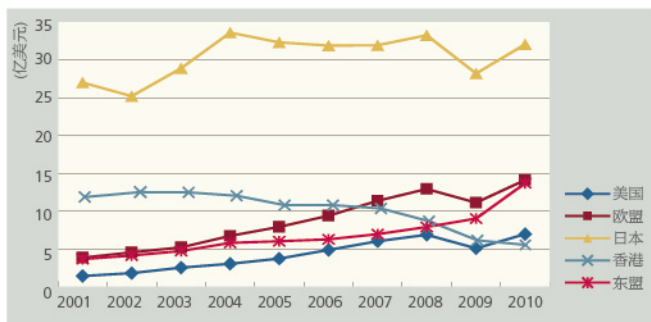


图 5 近年来中国从美、欧、日、港、东盟进口纺织品趋势变化

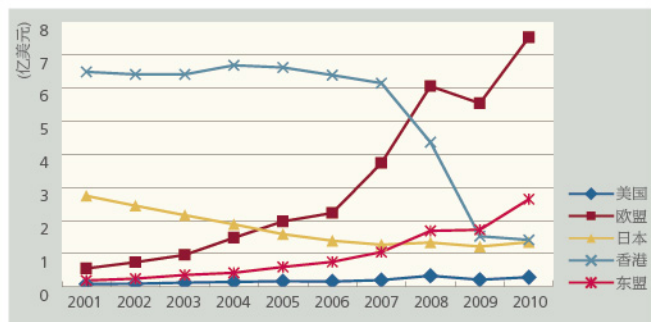


图 6 近年来中国从美、欧、日、港、东盟进口服装趋势变化

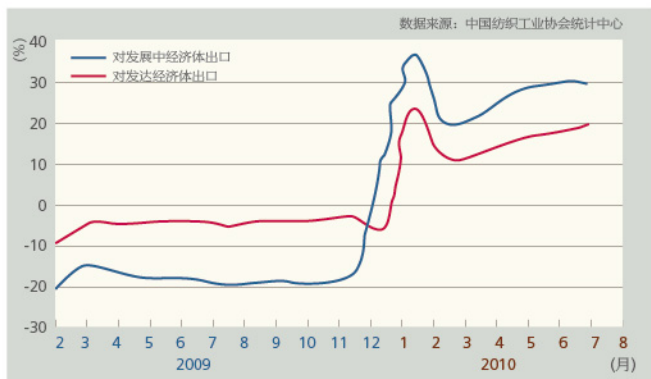


图 7 2009年2月~2010年8月我国对不同经济体出口增长情况

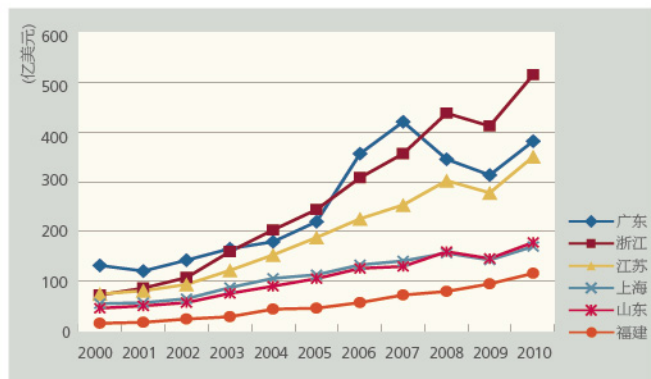


图 8 近年来中国主要纺织品服装出口地出口趋势变化

7 中国纺织品服装国际贸易环境的变化

7.1 发达经济体经济增速减缓

高赤字、高失业率、私人消费和投资未有明显改善等问题继续困扰发达经济体经济增速的进一步恢复。据国际货币基金组织预测：2011年全球经济增长将保持在4.2%左右，较2010年的原预测下降0.6个百分点，其中发达经济体经济增速为2.2%，较2010年原预测下降0.5个百分点。

7.2 主权债务危机拖累欧洲的经济复苏步伐

由于体制方面的原因，持续多年的高福利以及多项经济刺激计划所累积起来的巨额债务，使得欧洲债务危机在2010年愈演愈烈，并将延续至2011年。

7.3 人民币升值压力仍居高不下

自2010年6月重启汇改以来，人民币对美元累计升值已经超过3%。全球金融危机后，发达经济体经济复苏缓慢，投资和消费乏力，各国竞相通过增加出口以促进经济增长，全球贸易失衡问题被频繁提出，中国成为全球贸易“再平衡”的焦点，人民币升值压力仍居高不下，随着人民币对美元的进一步升值，中国纺织品服装国际贸易的竞争优势将被进一步削弱，订单流失的风险增大。

7.4 中国在欧美日和东盟市场的竞争力

2010年2月开始，美国对纺织品服装进口的增速由负转正，且增速逐渐加快，其中从中国进口纺织品服装的增速最快，而中国纺织品服装在美国的市场的占有率也在稳步提高，并已达40%以上，中国的纺织品服装目前在美国市场仍有相当的竞争优势。

2010年，欧盟从中国进口纺织品服装的增速也在加快，市场份额同样也在继续稳步上升，中国的纺织品服装在欧盟市场的表现，短期内仍会比较乐观。

由于日本经济已多年徘徊不前，日本市场增长乏力，虽然中国的纺织品服装在日本市场仍占据主导地位，但日本近年来从中国进口纺织品服装的增速却相当缓慢，2010年1~8月，日本从中国进口纺织品服装的同比增幅仅为2.77%，较上年同期仅上升1.86个百分点。

东盟已经成为中国第四大贸易伙伴（第五大出口市场和第三大进口来源地），中国与东盟自由贸易区的实现，使中国和东盟的双边贸易迅速增长，中国对东盟的纺织品服装进出口都呈高速增长态势。

7.5 世界各国政策性贸易保护壁垒

2010年，世界各国政策性贸易保护壁垒高筑。中国作为全球最大的纺织品生产和出口大国，各国、各地区对中国纺织品服装出口的贸易保护主义已日趋常态化。

（1）反倾销。2010年中国纺织服装行业共遭受与反倾销有关的案件40起，数量与2009年基本持平，反倾销发起国主要为美国（11起）、欧盟（5起）、印度（7起）、土耳其（5起）、阿根廷等国。

（2）反补贴。有1起由美国发起针对中国织带产品的反补贴终裁。

（3）特别保障措施。2010年没有针对中国的特别保障措施调查。

（4）技术性贸易壁垒。2010年全球技术性贸易壁垒通报中，有30项涉及纺织品服装，与2009年持平，主要涉及儿童服装及用品的安全与检测。除了发达国家之外，印度、越南以及部分东盟国家针对纺织产品的一些最新的法规 and 标准值得各方关注。而2010年欧盟成员国未发布任何WTO/TBT通报案件。

(5) 召回。2010 年, 加拿大卫生署对中国纺织品服装类产品实施的(自愿性)召回呈大幅上升态势, 总件数达 23 起, 而 2009 和 2008 年分别仅 9 起和 5 起, 主要涉及儿童服装、成人运动服和部分特殊用途服装。儿童服装召回主要原因是附件可能对儿童造成机械性伤害。美国 CPSC 2010 年对全球发布召回通报 402 起, 涉华产品的有 218 起, 其中有 37 起与纺织服装类产品有关, 同比增长 54.17 %, 增长明显。纺织服装类产品占对华召回总数的比重正在逐年提高, 2008 年为 10.41 %, 2009 年为 11.27 %, 2010 年则达到了 16.97 %。被 CPSC 召回的纺服类产品中童装及儿童用品居多, 召回原因与加拿大类似。2010 年, 欧盟委员会非食品类快速预警系统 (RAPEX) 对全球共发布召回通报 2 008 起, 其中涉华通报 1 149 起。在涉华通报中, 有 304 起涉及纺织服装类产品, 通报增长 42.72 %。中国纺织服装类产品在欧盟 RAPEX 召回通报中所占比重不断上升, 2008 年为 6.23 %, 2009 年为 21.80 %, 2010 年继续攀升至 26.46 %, 主要涉及童装及部分运动服装, 通报主要原因是其不符合 EN 14682 和 REACH 法规要求。

(6) “绿色”贸易壁垒。2010 年, 除了在 REACH 法规名下, 欧洲化学品管理局不断推出新的高度关注化学物质 (SVHC) 候选名单外, 世界上并无其他有高度影响力的相关法规出台。事实上, 随着 REACH 的出台和实施, 国际贸易中的“绿色”贸易壁垒构筑基本完成, 接下来只是不断补充和完善值得注意的是, 一些行业组织在构筑“绿色”贸易壁垒方面的作用正在逐渐显现, 如美国的 AAFA, 近年来不断推出新版的限用物质清单 (RSL), 几乎囊括世界各国所有现行有效的“绿色”技术贸易壁垒要求, 其影响力已远超出一个国家或地区的范围。还有 2011 年, 日本的纤维产业联盟已决定正式实施对纺织服装类产品增加禁用偶氮染料的质量控制要求, 包括进口产品在内的所有纺织服装类产品, 在上市之前都要提供满足该项要求的有效证明材料。日前, 中国已经推出最新版的 GB 18401-2010 版本, 其中有一项重大的变化是: 4-氨基偶氮苯被列入了有害芳香胺 (禁用偶氮染料) 的监控范围由于测试方法与之前测定其他有害芳香胺 (禁用偶氮染料) 的方法不同, 测试成本会显著增加。

7.6 中国扩大进口以实现对外贸易平衡

中国政府正在将扩大进口作为一项重要的举措来逐渐实现中国对外贸易的贸易平衡。据统计中国 2010 年占全球进口总额的比例已经从 1978 年的 1 % 上升到 8 %, 仅次于美国。2011 年, 中国将在扩大进口方面有一系列积极的举措, 如完善鼓励进口的一些政策, 包括进口贴息、进口信贷、进口信用保险等; 改善进口结构, 扩大消费品、医疗设备和节能环保产品的进口; 扩大从自贸区成员、逆差较多国家及其最不发达国家的进口。据悉, 中国将召开全国进口工作会议, 制订促进进口的具体办法, 但妥善处理扩大进口与确保中国相关产业安全的关系仍是中国政府重点关注的问题。

7.7 国际贸易中的主要供应国变化

越南、孟加拉、印度、柬埔寨等国正在迅速成为国际纺织品服装贸易中的主要供应国, 以越南为例: 2010 年, 越南纺织品出口 111.7 亿美元, 占全球纺织品市场份额的 2.5 %。其中, 出口美国逾 60 亿美元, 通报增长 22 %, 在美国市场的份额从 4.6 % 增长到 5.1 %; 出口欧盟 18 亿美元, 增长约 14 %, 市场份额略升为 2.02 %; 出口日本 12 亿美元, 增长 1 %。中国的订单流失问题或将成为一个趋势。

7.8 全球金融危机的深远影响

由美国次贷危机所引发的全球金融危机所造成的欧美和日本等发达国家消费者信心缺失对中国纺织品服装出口的影响要远远大于因各种贸易限制措施或贸易壁垒对中国消费品出口的影响。其深度和持续时间目前尚难预料。

7.9 巨大的产品和市场转型压力

面对国际金融危机、人民币升值、加工贸易政策的调整、中小企业融资难、国际贸易摩擦不断、劳动力成本节节攀升等不利因素使长期以来过度依赖国际市场的中国纺织业面临巨大的产品和市场转型压力。同时, 因出口受阻, 部分出口企业转向内销市场, 对部分纺织品服装的进口也会产生挤压。

7.10 中国市场中海外品牌份额提升

海外著名纺织品服装品牌在中国市场的份额正在迅速提升, 本地产海外著名品牌的产品已成为中国市场的海外品牌产品的主力。

7.11 中国纺织业出口增幅趋缓

尽管国际经济形势存在诸多不确定因素, 但在新兴市场经济体的旺盛需求带动下, 世界贸易不可能大幅回落, 国际总体环境对中国纺织业的平稳发展有利, 但出口增幅趋缓几成定局。



8 中国宏观经济形势和消费品产业现状

8.1 生产概况

2010 年, 中国全年国内生产总值 (GDP) 397 983 亿元, 按可比价格计算, 同比增长 10.3 %, 增速比上年加快 1.1 个百分点。分季度看, 一季度同比增长 11.9 %, 二季度增长 10.3 %, 三季度增长 9.6 %, 四季度增长 9.8 %。分产业看, 第一产业增加值 40 497 亿元, 增长 4.3 %, 第二产业增加值 186 481 亿元, 增长 12.2 %, 第三产业增加值 171 005 亿元, 增长 9.5 %。

全年粮食总产量达到 54 641 万吨, 同比增长 2.9 %, 连续 7 年增产。

工业生产较快增长, 企业效益大幅提高。2010 年, 全国规模以上企业工业增加值同比增长 15.7 %, 增速比上年加快 4.7 个百分点, 其中, 一季度增长 19.6 %, 二季度增长 15.9 %, 三季度和四季度分别增长 13.5 % 和 13.3 % 呈现“前高后稳”的走势。工业产销衔接良好, 产销率达 97.9 %, 1 ~ 11 月份, 全国规模以上工业企业实现利润 38 828 亿元, 同比增长 49.4 %, 加快 41.6 个百分点, 在 39 个大类行业中, 有 38 个行业利润同比增长。

8.2 固定资产投资

全年全社会固定资产投资 278 140 亿元，同比增长 23.8 %，增速同比回落 6.2 个百分点（扣除物价因素，实际增长 19.5 %），其中若按产业分，第一产业增长 18.2 %，第二产业增长 23.3 %，第三产业增长 25.6 %；若按地区分，东部增长 22.8 %，中部增长 26.9 %，西部增长 26.2 %；全年房地产开发投资 48 267 亿元，增长 33.2 %。

8.3 消费品产业

全年居民消费价格上涨 3.3 %，城镇居民人均可支配收入和农村人均纯收入增长 11.3 % 和 14.9 %，扣除价格因素，实际为 7.8 % 和 10.9 %。

2010 年，中国消费品工业增加值同比增长 15.3 %；轻工业增加值增长 16.7 %，出口交货值增长 24.4 %，比 2008 年增长 17.7 %；食品制造和饮料制造行业增加值同比增长 15.2 % 和 14.6 %；家用冰箱、洗衣机、电热水器产量分别增长 26.9 %、27.1 % 和 28.8 %；全国家电下乡产品累计 7 718 万台，实现销售收入 1 732 亿元，同比分别增长 1.3 倍和 1.7 倍；纺织行业工业增加值同比增长 12.7 %，出口交货值同比增长 16.6 %。数据表明，中国消费品行业在国际市场需求不旺的形势下仍保持较快增长，表明中国消费品内需市场正在进一步扩大（参见图 9）。

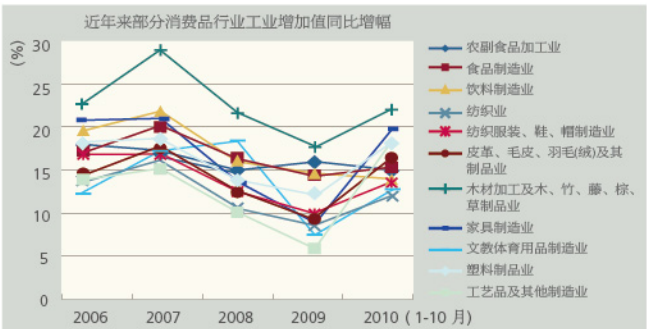


图 9 近年来部分消费品行业增加值同比增幅

9 中国宏观经济形势和消费品市场现状

9.1 消费品零售额增长

2010 年，全年实现社会消费品零售总额 154 554 亿元同比增长 18.4 %，增速同比加快 2.9 个百分点，扣除价格因素，实际增长 14.8 %，历年来中国社会消费品零售总额和城市零售额可参见表 7。

表 7 近年来中国社会消费品零售总额（亿元）

年份	总额	增长/ %	城市	增长/ %
2001	43 055	10.1	27 379	11.5
2002	48 136	11.8	31 377	14.6
2003	52 516	9.1	34 608	10.3
2004	59 501	13.3	39 696	14.7
2005	67 177	12.9	45 094	13.6
2006	76 410	13.7	51 543	14.3
2007	89 210	16.8	60 411	17.2
2008	108 488	21.6	73 735	22.1
2009	125 343	15.5	85 133	15.5
2010	154 554	18.4	133 689	18.8

分季度看，社会消费品零售额增速稳中有升，其中一季度同比增长 17.9 %，二季度增长 18.5 %，三季度增长 18.4 %，四季度增长 18.8 %。

分经营地看，城镇消费品零售额 133 689 亿元，同比增长 18.8 %，占零售总额的比重为 86.5 %，乡村消费品零售额 20 865 亿元，同比增长 16.1 %，占零售总额的比重为 13.5 %，显然，中国乡村消费品零售市场的发展潜力巨大。

分消费形态看，餐饮消费 17 636 亿元，增长 18.0 %，占零售总额的比重为 11.4 %，商品零售 136 918 亿元，同比增长 18.5 %，占零售总额的比重为 88.6 %，其中金银珠宝增长 46.0 %，家具增长 37.2 %，汽车增长 34.8 %，家电音像器材增长 27.7 %。

基本生活类商品销售保持平稳较快增长，增速一般在 20 %～25 % 之间，高于全社会消费品零售总额的增速，其中粮食、食品和服装、鞋帽、针纺织品零售分别增长 24.3 % 和 24.8 %，同比分别加快 10.5 个和 6.0 个百分点。

9.2 消费品市场特点

2010 年中国消费品市场有以下几个明显特点：

- （1）人均零售额突破万元大关，表明中国消费品市场进入了一个新的发展阶段，消费结构升级已成为拉动消费增长的重要因素。
- （2）消费品零售额增速较快（18.4 %），创下了 1998 年亚洲金融危机以来的第二新高，增速仅次于 2008 年。
- （3）热点商品销售旺盛，汽车、家具、石油及制品、建筑装饰材料等继续成为 2010 年消费市场的热点。

9.3 物价上涨和促消费政策

2010 年消费品市场保持平稳较快增长，除了支撑消费需求长期稳定增长的基础性因素（城乡居民可支配收入提高、城市化进程加快、消费结构升级）外，也有短期因素的推动，主要是物价上涨和政策因素：

- （1）物价上涨在一定程度上抬高零售额名义增速其贡献率接近 20 %。
- （2）促消费政策直接推动了相关商品零售的快速增长，如家电、汽车下乡。
- （3）国家及时应对市场变化的措施保证了消费品市场的供应。

9.4 投资和消费的差距

从统计结果看，2010 年中国的投资和消费对国民经济增长的拉动处于高位态势，但消费与投资之间的差距还在扩大，2010 年上半年，社会消费品零售总额和全社会固定资产投资占国内生产总值的比重之差扩大到近 24 个百分点，投资仍是中国拉动 GDP 增长的最主要因素。

虽然尚无法对中国这些年来以投资拉动经济发展的策略作出最终的评价但从实际效果看，以投资拉动经济发展的初衷效果并不理想，GDP 上去了但社会消费水平并未显著提高，消费者的实际可支配收入也未得到同步增长。这些年中国 GDP 的增长大部分来自于对基础和交通设施等的大规模投入和产业规模的扩容的贡献，与老百姓日常生活密切相关的第三产业的整体发展有限。对基础设施的大规模投入引发原材料、能源、交通等有限资源的过度利用和价格的大幅上升，造成下游产品价格上升，企业利润空间缩小，社会通胀压力增大，部分抵消了预期的消费增长，同时，过度开发给环境带来的负面影响也十分显著。

20 世纪 80 年代以来,中国消费、投资和出口的三大需求对 GDP 的贡献可参见图 10,从中能明显地观察到各自的变化规律,以及对 GDP 增长的影响程度。

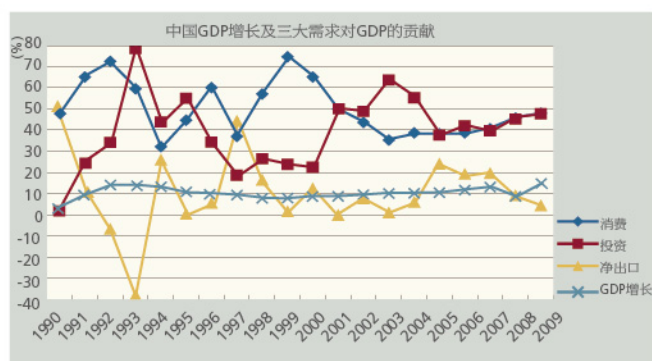


图 10 中国GDP增长及三大需求对GDP的贡献

9.5 扩大内需的战略

扩大内需,特别是增加居民的消费,是中国政府着眼于调整经济发展结构、增强经济发展可持续性的战略决策,也是继续巩固应对危机成果、保持经济平稳较快发展的重要举措。

2010 年,在搞活流通、扩大消费等一系列消费促进政策的作用下,全年实现社会消费品零售总额 154 554 亿元,约合 2.4 万亿美元,同比增长 18.4%,增速同比加快 2.9 个百分点。消费拉动经济增长 3.9 个百分点,对 GDP 增长的贡献率达 37%。2010 年中国进口了 1.4 万亿美元的货物,成为世界第二大进口国,进口量占世界总量的 10%。

中国消费市场的规模已位列世界第四,仅次于美国、欧元区和日本。同时应看到,与前三个经济体相比,中国内外需结构仍需进一步调整,两者之间的关系需进一步统筹协调。目前,美国的消费市场约为 12 万亿美元,是中国的 5 倍;欧盟的消费市场约 10 万亿美元,是中国的 4 倍,日本为 4 万亿美元,是中国的 1.7 倍;美国消费占 GDP 的比重为 88%,欧元区和日本为 80%,而中国的消费占 GDP 的比重仅为 48%。

内需与外需、投资与消费结构失衡,导致盲目建设得不到有效抑制,经济波动难以避免,同时也强化了中国经济对外部能源的依赖,增加了对国内环境的压力。进一步发展中国的消费市场是实现中国经济均衡发展的根本途径,任重道远。

9.6 财政收入与可支配收入反差

财政收入的大幅上升与人们的实际可支配收入的缓慢上升形成强烈的反差,2010 年全国税收收入 77 390 亿元,增长 22.64%。

由于国内消费者的实际购买能力和消费意愿远跟不上产品生产能力的迅速扩张,面对多余的产能,企业只能更多地向国际市场寻求出路,出口压力陡增。

中国花巨大的投入以期推动消费的增长,但效果却不理想,内需市场并未如期待的那样迅速扩大。通胀压力高企、社会保障体系不配套等抵消了通过加大投资来拉动经济发展的作用。扩大内需是一项需全社会共同努力的系统工程,各项配套的政策措施至关重要。中央已经提出要将经济增长方式由主要依靠投资、出口拉动转向依靠消费、

投资和出口的协调拉动。要提高消费对经济增长的贡献率,扩大对民生的扶持,提高低收入群体的消费能力。

有分析指出,鼓励消费将成为推动今后经济发展的热点之一,相关的政策和配套措施出台将势在必行,其中提升农村消费市场的供应能力和消费能力,以及全面提升全民的可支配收入的分配水平将是非常重要的组成部分。扩大内需和消费已经成为政府工作的重中之重。

9.7 品牌和中高端消费品进口的增长

品牌已成为消费者的关注热点,迅速增长的消费能力、人民币升值、高企的贸易顺差和外汇储备,将推动知名品牌和中高端消费品进口的增长。中国将通过扩大内需来保持消费品制造业的持续稳定增长,同时减轻因依赖出口而正面临的越来越大的压力。

9.8 纺织品服装消费品的需求

经济的持续稳定高速增长,将大幅提升人们的消费能力,而对衣着类消费品的消费需求将成为最先和最易实现的目标。2005 年至 2010 年,中国人均衣着类消费年均增长达到了 12.51%。

欧美发达国家已将中国视为最具潜力的新兴零售市场。中国纺织品服装消费市场将成为国际纺织服装业竞争热点。

出口对拉动中国 GDP 增长的贡献率继续趋缓,中国的净出口持续下降,中国纺织业的国际依存度已经从 10 年前的 30% 的高位下降至 18%,市场风险大大下降。

9.9 电子商务和网购新业态

电子商务、网络购物正在迅速成为消费品市场的新的业态。据统计,2010 年中国的互联网用户已达 4.573 亿,普及率为 34.2%,占全球用户的比重已达 23.2%,占亚洲用户总数的 55.4%。2010 年,中国通过网购的消费总额已达 4 500 亿元,约占全社会消费零售总额的 2.9%。

10 对中国消费品市场发展态势的总体判断

(1) 中国消费品出口将维持稳定增长,但增速将趋缓。

(2) 国家的宏观发展战略已经明确,以投资拉动 GDP 增长的作用将逐渐弱化,扩大内需和提升消费对 GDP 增长的拉动作用将得到进一步的强化。

(3) 在中央坚持扩内需,调结构,努力保持居民消费较快增长,促进进口的方针指导下,社会保障体系的进一步完善、提高首次分配的比重、降低税赋、增加农民收入、提高城镇居民可支配收入水平、控制通胀等政策措施将有效提高全社会的消费能力。

(4) 中国消费品产业保持较快增长,但产品结构和档次尚不尽合理,产品以中低端为主,缺乏高端自主品牌,内需市场将是其主要的动力。

(5) 中国消费品市场将呈阶梯状发展态势,一、二线城市的中高端消费品将主要来自于国际知名品牌(进口或本地定牌生产),其他市场则以国产消费品为主,国际和国内品牌的直接竞争态势尚未形成。

(6) 中国消费品市场对国际知名品牌的需求旺盛,人民币升值和促进进口的政策将进一步推动进口消费品市场的迅速发展。

(7) 扩大内需要充分用好国际国内两个市场、两种资源，特别是可通过扩大进口为扩大内需提供积极的动力。2011 年中国政府将通过完善进口贴息、进口信贷等进口促进政策，进一步简化进口管理措施，支持扩大进口促进贸易平衡。继续举办进口商品展览会，提升广交会等大型展会的进口促进功能。在今年适当时候，商务部还将召开全国进口工作会议，出台相关政策。在此过程中，世界知名品牌和跨国企业面临难得的机遇，通过努力开拓中国的市场，既可以为中国消费者提供所需要的产品和服务，又能实现自身的发展，实现双赢。

(8) 电子商务将继续迅猛发展，有关电子商务的法规将进一步完善，电子商务的质量保证体系建设将作为电子商务这一新的业态健康发展重要保证而浮出水面。

(9) 中国将成为全球最大的市场已无悬念，众多国际品牌已经或正在筹划进入中国市场，势头凶猛。

(10) 因出口趋缓而转向国内市场、产业规模的持续扩大和产能过剩、产业和产品升级等因素，中国的消费品产业与正在迅速进入中国市场的国际品牌会在今后几年逐渐形成竞争态势。

(11) 原材料价格持续上涨所造成的通胀预期，有可能部分抵消消费品市场的增长预期。

(12) 根据商务部发布的《2009 / 2010 中国消费品市场发展报告》，中国消费品市场将呈现八大趋势：一是国民经济企稳回升奠定了消费上升的基础；二是城镇化进程加快为扩大消费提供了广阔的空间；三是民生问题得到改善提高消费倾向；四是居民消费结构升级较快带动消费快速增长；五是农村市场持续稳定增长；六是服务消费进入快速增长的黄金期；七是绿色消费逐渐深入人心；八是物价上涨压力日趋显现。

(13) 若无意外，今后几年，中国消费品市场增长幅度应在 20 % 以上。



11 中国纺织业面临的机遇、挑战与对策

11.1 全球经济和通胀压力

全球经济仍处于恢复期，发达经济体失业率居高不下，主权债务危机影响继续存在，消费需求增速减缓，中国纺织品服装出口增长将受到抑制，预计 2011 年中国纺织品服装出口的增幅将略低于 2010 年的水平。

世界新兴经济体通胀压力增大，经济增速将呈下行态势，2011 年中国 GDP 增幅约在 9 % 左右，主要缘于固定资产投资增速下调，为应

对全球金融危机而而增加的 4 万亿投资计划已经尾声，全球经济经济增速预期将有所放缓。

有专家指出，名义货币的大幅放量和贸易顺差的居高不下，造成流动性过大，是中国通胀压力持续上升的根本原因。可以预计，在 2011 年乃至今后几年，中国的通胀压力将难以缓解。



11.2 生产要素成本

劳动力、原材料、燃料动力等生产要素成本将继续上行，东部地区“用工荒”矛盾短期难以缓解。鉴于国际市场原棉供应趋紧，国内棉花市场价格仍有大幅上扬可能；中东局势的不稳，极有可能抬高原油价格，从而影响能源和原材料的供应，包括以石油为原料的化学纤维；而 2011 年全球毛纤维产量上升空间有限，原毛的价格上涨也在预期之中，产品结构调整是破解这一难题的有效办法；而解决“用工荒”的关键节点是如何合理平衡用工成本问题。

发达经济体经济增长缓慢，人民币持续升值，生产要素成本快速上升，从长远看，中国纺织业维持纺织品服装出口高速增长的可能性几无可能，扩大内需，做大国内市场是战略上的必然选择。

11.3 节能减排和产业调整

淘汰落后产能，节能减排，发展低碳经济，将使中国纺织业经历一场阵痛，产业和产品转型升级刻不容缓，这也是保持中国纺织品服装出口稳定增长的有效途径。预计 2011 年节能减排的任务将更加繁重，必须加大的节能环保方面的资金投入和加快技术进步，同时加快结构调整，提高资源利用效力。

中国纺织业的兼并重组和产业布局调整速度将进一步加快。“十一五”以来，中西部地区的规定固定资产投资增速已大大高于东部地区，其中中部地区的增幅都在 40 % 以上，2010 年东部纺织经济总量占全国纺织的比重预计可降至 83 %，“十二五”期末预计可进一步降至 75 %。

11.4 天然原料涨价和新型纤维开发

2010 年全国棉花产量预测为 665 万吨，同比下降 2.1 %，2011 年棉花进口配额预计为 260 万吨，其中包含 89.4 万吨 1 % 关税内配额和 170.6 万吨滑准税配额。目前，中国 2010 / 2011 年度进口美棉已签约 107.9 万吨，而印度作为全球第二大产棉国，今年棉花出口预计减少 26.7 %。预计 2010 / 2011 年度中国的棉花缺口将再创新高，达到 250 万吨左右，显然 2011 年的棉花价格仍将维持高位运行，加上国际国内的流动相过剩，继续推动棉价上涨的可能性很大，化纤的价格随着上涨也成必然，调整产品结构和开发新产品是抵御这一风险的惟一办法。事实上，其他天然纤维纺织加工业，如毛纺业的情况也是如此。

限于土地和产量限制，棉花供应紧张的局面将长期存在，且愈演愈烈，化学纤维的差别化，是化解这一矛盾的唯一有效办法。大力开

发差别化合成纤维，拓展差别化再生纤维素纤维开发的渠道，加大在麻类纤维开发和应用方面的技术和资金投入，都可以有效缓解棉花短缺的矛盾，同时采用一些新型纤维开发一些新型的舒适性产品，也将为产品的升级换代加分。

11.5 可支配收入与消费能力

2011 年，中国政府将采取一系列有效的措施，提高城乡居民个人可支配收入的水平和消费能力，如改革分配制度、合理调整国民收入分配关系、提高个税起征点、完善社会保障体制、缩小城乡居民的可支配收入增长与经济增长速度之间的差距，让社会均衡分享经济发展的成果等措施，都将有力推动中国消费市场的快速发展，从而为中国纺织业通过扩大内需而保持稳定健康发展奠定坚实的基础。近年来我国人均可支配收入及人口占比情况参见图 11。

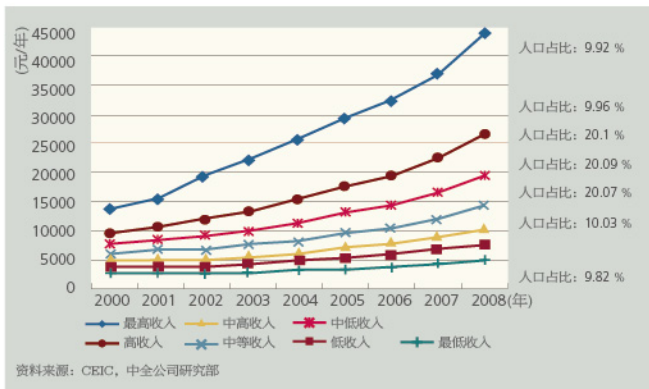


图 11 近年来中国人均可支配收入及其人口占比情况

据预测，到 2012 年，中国城镇人均可支配收入将超 3 000 美元，而人均收入达 3 000 美元在国际上通常被视作一国居民消费行为与消费类型发生重大改变的关键阶段。

统计显示，未来 15 年中青年人群将占主导地位，而这部分群体消费活跃指数相当高，是承载消费升级的中间力量，将给中国纺织服装业的发展带来难得的机遇。

11.6 消费品零售市场

据预测，2011 年中国的全社会消费品零售额的增幅将继续保持在 20 % 左右的高位，剔除物价上涨因素，也应该在 15 % 以上。当然，这其中，政府能否有效控制通胀，将是决定性的因素。专家建议中国纺织业应大力发展服装、家纺、产业用等最终产品的内销市场。

有专家预测，2011 年中国的零售市场将继续呈现扩张态势，有更多项目、更多资本会进入零售市场，零售企业自己拿地开发、通过资本运作手段进行并购重组扩张将成为行业的常态。购物中心、奥特莱斯将成为多数零售巨头的“必修课”，而网购的市场份额将进一步扩大，多数零售企业，甚至部分生产企业将涉足网络销售业务。

11.7 城市化率与人均GDP

2009 年，中国城市化率为 46.59 %，而同期人均GDP达到了 3 744 美元，据预测，到 2030 年中国城市化率将达 65 % 左右，各类城镇新增人口 3 亿多，将为扩大消费和投资需求提供强大持久的动力（见图 12）。统计显示，一些小型城市也已表现出起劲的消费潜力，这也将为中国纺织品服装内销市场的发展增添很多想象的空间。

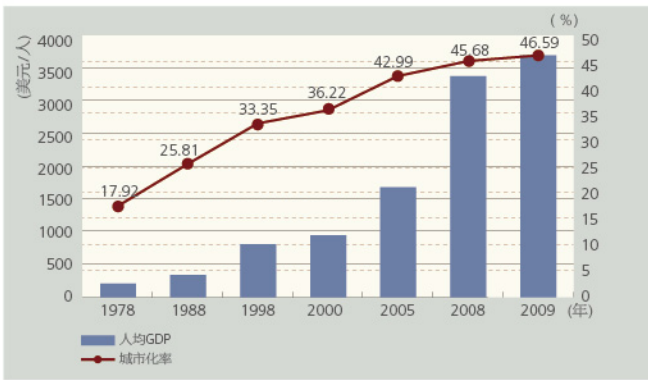


图 12 我国人均GDP与城市化率

11.8 网络销售态势

网络销售作为一种新的商业业态及其迅猛发展的态势，正在引起各方的广泛关注。据淘宝发布的信息，2010 年淘宝网注册用户达到 3.7 亿，在线商品数达到 8 亿，最多时淘宝每天的访问量为 6 000 万人次，平均每分钟售出商品 4.8 万件，最疯狂的一天（2010 年 11 月 11 日），淘宝单日交易额达到 19.5 亿元，这一数据已经超过京、沪、穗三个一线城市的单日社会消费品零售总额。到 2010 年底，全国已有 182.3 万人在淘宝网上开店。2010 年，消费者购物习惯也在发生改变，网购从最初的“淘便宜”开始向“淘品质”转变，主打 B2C 的淘宝商城 2010 年业务同比增长 4 倍，最高时单日交易额达到 9.36 亿元，每秒成交 1 万元，超过 2 000 万元的店铺有 2 家，超过 1 000 万元的 11 家，超过 500 万元的 20 家。值得注意的是，早期以低价、薄利为特征的 B2C 电子商务正在出现从垂直向百货的转化，以追求更多的利润（垂直品的价格以 C2C 为参照，百货则以线下商城为参照）。据悉，新兼任阿里巴巴 CEO 的淘宝 CEO 将结合阿里巴巴和淘宝两个平台，新推出名为“无名良品”的新的 B2B2C 网络销售平台。网购的发展对中国纺织业服装内需市场发展具有重要的意义。

12 结束语

在过去的 20 年，中国纺织业在拥有原材料、劳动力等丰富要素资源比较优势的环境下，成为一种“价廉物美”的独特“核心竞争力”，虽然“为他人做嫁衣裳”的苦涩常常令我们难堪，但客观上获得了高速的发展，特别是在国际市场上，中国的纺织品服装无所不在。

随着中国经济的迅速发展、全球经济一体化进程的加快、资本自由化流动的加剧，全球纺织服装产业链的竞争格局也在以某种不可抗拒的力量进入新一轮的“洗牌”，中国纺织业之前的要素资源比较优势正在丧失，并在某种程度上陷入了“路径依赖”，在全球价值链分工中陷入低附加值区间的分工锁定。

同时，人民币升值、地区经济发展不平衡、国际贸易失衡、生产要素成本上升等压力都迫切需要中国纺织业的核心竞争力尽快实现从“比较优势”向“创新优势”的递进式转变，以需求驱动代替要素驱动，提高资源利用率和劳动生产率，识别有效需求，放弃对资源的投入和产量增加的依赖，减轻成本要素上涨带来的市场风险，破除价值链上低附加值分工锁定，扩大内需市场，减轻全球经济和商业周期波动的消极影响，建立可持续的产业经济发展模式。



Intertek

Get the quality assurance you
need fast and efficiently.

区域联络

上海
电话: 86 21 6120 6060
传真: 86 21 6485 0559 / 0592
E-mail: textile.shanghai@intertek.com

无锡
电话: 86 510 8821 4567
传真: 86 510 8820 0428
E-mail: consumergoods.wuxi@intertek.com

宁波
电话: 86 574 8818 3650
传真: 86 574 8818 3657
E-mail: consumergoods.ningbo@intertek.com

天津
电话: 86 22 8371 2202
传真: 86 22 8371 2205
E-mail: consumergoods.tianjin@intertek.com

杭州
电话: 86 571 8679 1228
传真: 86 571 8679 0296
E-mail: consumergoods.hangzhou@intertek.com

广州
电话: 86 20 8396 6868
传真: 86 20 8222 8135
E-mail: consumergoods.guangzhou@intertek.com