

文章编号 :0253-9721(2006)11-0066-04

基于全球价值链治理的我国纺织服装产业集群

刘芹, 陈继祥

(上海交通大学 安泰管理学院, 上海 200052)

摘要 我国纺织服装产业具有相对较强的国际竞争优势, 集群化发展模式是竞争优势的源泉之一。全球价值链治理是全球价值链中权力拥有者协调和组织分散于全球各地的价值创造的活动。纺织服装产业集群的价值链治理者常常处于设计和营销环节, 获得了大量的附加价值。我国纺织服装产业集群多处在全球价值链的制造环节, 与治理者的治理关系属于半层级, 必须遵循治理者制定的规则 and 标准。根据全球价值链治理理论, 我国纺织服装产业集群不能再依靠低成本的优势参与全球竞争, 必须提高营销水平, 打造区域特色产业品牌, 促进我国纺织服装产业集群的升级, 正确发展和纺织服装治理者的关系, 同时嵌入多条全球价值链实行市场多元化战略。

关键词 价值链治理; 产业集群; 纺织服装; 升级

中图分类号: F830

文献标识码: A

Development strategy of China's textile & apparel industrial cluster based on the governance in global value chain

LIU Qin, CHEN Ji-xiang

(Management School, Shanghai Jiaotong University, Shanghai 200052, China)

Abstract The textile and apparel industry of our country has comparative advantages in international competition. The development mode of industrial cluster is one of the sources of competition advantage. The governance in global value chain is used when power owners coordinate and organize the value-created activities the world over. The governors of textile and apparel global value chain are often in the position of designing and marketing, reaping much value-added. However, most of China's textile and apparel industrial clusters are engaged in manufacturing, and their relationship with the governor is quasi-hierarchy. They follow the rules and standards made by governors. According to the theory of governance in global value chain, the textile and apparel industrial clusters of our country can no longer depend on the advantage of low cost, and must improve the marketing technique, open up new sale channels and develop brand products and goods with regional features, thus promoting the upgrading of the clusters. Also, they should develop right relation with the governors, embed in various global value chains and implement market diversity strategy.

Key words governance in global value chain; industrial cluster; textile and apparel; upgrading

1 我国纺织服装产业国际竞争力分析

1.1 现状

纺织服装业一直在我国国民经济中发挥着支柱产业的作用。2004 年全国纺织工业实现销售收入

26 400 亿美元, 同比增长了 22.79%, 纺织服装进出口总额达到 1 141.89 亿美元, 其中出口 973.85 亿美元, 同比增长 21.01%, 占我国出口总额的 16%。纺织工业从业人数也由 1980 年的 613 万增长到 2004 年的 1 900 万人^[1-3]。

从数量上描述我国纺织服装产业在国际上的竞争力水平, 可使用衡量相对优势的量化指标——显

收稿日期: 2005-04-23 修回日期: 2005-09-26

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(70371043)

作者简介: 刘芹(1978-), 女, 汉族, 博士生。主要研究方向为集群发展战略和产业组织理论。

性比较优势指数(RCA),它是指一个国家某种商品的出口值占其出口总值的份额与世界该类商品出口值占世界出口总值的份额的比率。计算公式为

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / X_{it}) / (X_{wj} / X_{wt})$$

式中: RCA_{ij} 为*i*国第*j*种商品的显形比较优势指数; X_{ij} 为*i*国第*j*种商品的出口值; X_{it} 为*i*国所有商品的出口总值; X_{wj} 为世界第*j*种商品的出口总值; X_{wt} 为世界所有商品的出口总值。

表 1 中国纺织服装显形比较优势指数

年度	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
指数	10.66	6.09	5.51	5.52	5.22	4.86	4.94	3.76	3.47	3.40	3.33

注:根据世界银行和中国纺织工业发展报告提供数据测算。

1.2 竞争优势的源泉之一——集群化发展

经验表明,世界一流的纺织服装企业往往是成群产生的,如意大利的比拉和普拉托毛纺织工业区。纺织服装产业集群能形成区域创新网络,实现外部规模经济和范围经济,成员之间建立的基于信任的广泛、密切的社会网络能降低交易成本,并利于专业化分工和合作。纺织服装产业以集群的形式存在能增加纺织服装产业的竞争力。

2 基于全球价值链治理的集群竞争力

2.1 全球价值链及其治理

全球价值链(global value chain,简称GVC)理论涉及从原料采集和运输、半成品和成品的生产和分销,直至最终消费和回收处理的整个过程,是实现商品或服务价值并连接生产、销售、回收处理等过程的全球性跨企业网络组织^[7]。全球价值链的升级分为产品升级、过程升级、功能升级和链的升级。全球产业价值链中权利分布的不平等,促使了全球价值链治理的产生。价值链治理是价值链中权力拥有者协调和组织各地分散价值的创造活动。根据治理主体——领先公司的类型,可把价值链驱动力分为生产者驱动型价值链和购买者驱动型价值链。生产者驱动型价值链是典型的资本技术密集型产业,通常制造商是价值链的治理者,如生物医药、半导体和重机械产业等。购买者驱动型价值链则在劳动密集和消费品产业中比较常见,比如服装、玩具、家用电器等行业。拥有设计能力、专利、品牌和市场资源的零售商、营销商和品牌制造商是价值链的治理者。产业的治理主体掌握权力,决定价值的全球分布,并通过制定参数、执行、监督和实施规则、标准,来组织和协调价值

通常认为,当某种商品的RCA大于2.5时,表明该商品具有很强的竞争力;当RCA在1.5~2.5之间时,表明具有较强的竞争力;当RCA在1.0~1.5之间时,表明具有中等竞争力;当RCA小于1.0时,表明竞争力较弱^[5]。表1列出了中国纺织服装显形比较优势指数,可以看出,中国纺织服装业在世界市场上具有非常好的相对优势,但中国纺织服装业的竞争优势强度在逐年下降^[6]。

链各环节中的价值创造活动,控制价值在不同经济行为体中的分配。

GVC一般有3种典型治理模式:网络治理(GVC各环节企业间平等合作关系)、准层级(一家企业通过指定其它企业产品的各种特征以及遵循的流程而实施的高度控制)和层级式(主导企业对GVC上某些运行环节的企业采取直接的股权控制)。后来将网络型划分为模块型、关系型和俘虏型3种,并根据价值链治理方式的决定因素:交易复杂性、信息整理能力、供应能力3个方面,对这5种治理模式进行比较(各类型的特点见表1),相同的GVC可能同时存在在不同的治理形式。

表 2 5种治理类型特点比较

治理类型	交易的复杂性	信息整理的的能力	供应的能力	明晰协调和权利不对称的程度
市场	低	高	高	低 高
模块	高	高	高	
关系	高	低	高	
俘虏	高	高	低	
等级	高	低	低	

不同治理模式对于地方产业集群的产品、过程、功能和链的升级影响是不同的。治理者通过对价值链的治理使发展中国家集群在参与治理的过程中接受领先公司的技术、资金、知识和信息的扩散,将有助于在价值链中实现从OEM到ODM最后上升到OBM的阶梯式的升级,从而能创造和留住更多的价值量。但是在与治理者互动的过程中仅仅能得到产品和过程升级,功能和链的升级受到一定限制,如果发展中国家集群的发展威胁到治理者核心能力,产品和过程升级也会受到限制。

2.2 纺织服装产业集群全球价值链治理现状

纺织服装产业是典型的购买者驱动价值链,生产创新、市场开拓战略和管理成为获得高附加知识和高附加价值的关键环节。纺织服装产业集群在全球价值链中的治理能力如图 1 所示。

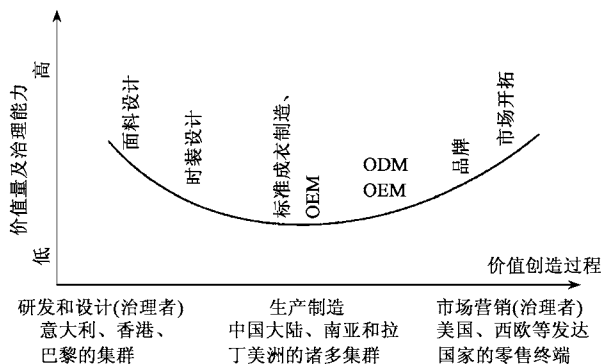


图 1 纺织服装产业集群在全球价值链中的治理能力

纺织服装产品设计常常是在米兰、纽约、巴黎等著名的时装之都,拥有廉价劳动力的发展中国家根据发达国家(北美和西欧)的订单标准制作,受到发达国家销售网络的控制。根据全球价值链理论,那些从事设计和销售环节的企业是“战略环节”,是全球价值链的治理者,并具有较强的附加价值和利润。

通过对服装产业 GVC 的研究发现,为美国采购商生产的东亚国家供应商处于一个从 OEM 到 ODM,甚至到 OBM 的升级轨迹^[8]。发展中国家纺织服装产业集群进入准层级治理形式的 GVC 有助于集群生产过程和产品升级。印度 Ludhiana 毛织品集群进入的是市场型 GVC 治理链,有助于实现功能升级。而中国、印度和巴西的纺织服装产业集群的制造商在参与全球 GVC 中提高了设计和营销能力,但功能和链的升级受到治理者不同程度的阻碍^[6]。对巴西斯诺斯鞋业集群的研究表明,它所在的全球产业链条的治理是有地域差异性的,而这种差异性又从不同层面影响着地方产业集群的发展。

3 基于 GVC 治理的纺织服装产业集群

3.1 现状

改革开放以来,我国服装工业迅猛发展,形成众多以产品品种为导向的区域性产业群。到 2005 年 4 月,中国纺织工业协会拟定的我国纺织产业集群基地市(县)和特色城镇试点地区已达 90 家,经济总量占全国纺织经济总量近 30%。这些极有活力的

纺织集群经济带,以长江三角洲、珠江三角洲、环渤海三角洲这三大经济圈为辐射中心,集中了全国 76.38% 的纺织企业,60.97% 的纺织从业人员,86.04% 的纺织出口交货值。产业集群的形成与发展使我国纺织服装业的外部规模经济和整体配套能力不断增强,企业的创新环境日益优化,企业间的学习和信息传导机制逐步完善,从而促进了行业的区域性资产整合,带动了集群内外的合作竞争,并成为吸引大跨国公司投资的主要因素。

从全球价值链来看,由于我国设计、技术和销售网络落后于一些发达国家,但同时又拥有低廉的劳动力,所以在全球价值链中,我国的这 90 个纺织服装基地和特色城镇大多数仅仅从事标准化成衣的加工、原始装配和 OEM(贴牌)等缺乏品牌的产品生产,处于低附加价值的环节,与其它集群的价值链治理模式是半层级式的。因此接受发达国家纺织服装产业价值链的治理,遵循治理者制定的规则和标准,按照他们的订单计划生产和发展自己。在全球化的今天,我国的纺织服装产业不能再依靠低劳动力成本获得竞争优势,必须提高产品附加值或者是向上游的面料研发拓展,或者是向终端的产品设计、品牌塑造延伸,或者是在物流环节提供增值服务,在与治理者互动的过程中得到价值链的升级。

3.2 我国纺织服装产业集群发展战略

3.2.1 打造区域品牌

拥有品牌、设计和营销能力的纺织服装集群是价值链上的治理者,拥有更多的价值和权利。所以目前我国纺织服装集群内企业之间要合作,打造集群整体品牌,把集群品牌和产品品牌结合起来将产品推向市场。同时应该设法挤进国际销售网络,同大的零售商合作,可以在国内为跨国企业提供生产基地。纺织服装集群渠道建设的趋势应该是以终端市场为中心进行营销渠道管理;使渠道体系趋于扁平化;渠道体系各成员关系由交易型向伙伴型转变;由传统的单一销售渠道向多渠道销售演变。

3.2.2 促进我国纺织服装产业集群的升级

地方产业网络应结合自身区域特色,挖掘内部生长因素,积极回应全球产业的变化;同时在全球价值链中,与区外经济行为主体灵活互动,嵌入全球价值链某个或某几个“战略性环节”,并通过改变自身在价值链中的嵌入位置和组织方式,提升产品,改变效率,或迈入新的相关产业价值链,从而创造、保持和捕捉更多价值。

3.2.3 发展与纺织服装治理者的关系

中国地方产业网络必须充分挖掘自身的创新能力,主动调整自身与全球价值链的整合方式,积极与治理者互动,从而突破治理者在价值链关键环节设置的“壁垒”,顺利实现在全球价值链上的全面升级。但是不能对治理者产生过多的依赖,这样不利于功能升级,并防止被控制从而降低利润来源。

3.2.4 嵌入多条全球价值链实现市场多元化

处于不同类型治理模式的集群会带来不同的升级模式,因此我国纺织服装集群应同时和多个市场联系,加强市场多元化战略的实施,即利用供应全球购买者时所获得的知识来供应和开发其它(可能是较小的)市场,以便平衡与不同客户的关系,从而在参与不同的治理模式过程中尽可能获得多种升级方式。

4 结 论

纺织服装产业的集群化发展,在全球价值链中获得更多附加价值对于增强中国纺织服装产业的国际竞争力具有重要作用。中国的纺织服装产业必须

加强集群效应,改变嵌入全球价值链的方式,向价值链中具有高附加价值的设计和营销端移动,增强在全球纺织服装价值链上的治理能力,以使我国从纺织服装产业大国向纺织服装产业强国转变。 FZXB

参考文献:

- [1] 中国纺织工业协会.中国纺织工业发展报告 2002/2003 [M].北京:中国纺织出版社,2003.
- [2] 中国纺织工业协会.中国纺织工业发展报告 2003/2004 [M].北京:中国纺织出版社,2004.
- [3] 中国纺织工业协会.中国纺织工业发展报告 2004/2005 [M].北京:中国纺织出版社,2005.
- [4] 赵文丁.新型国际分工格局下中国制造业的比较优势[J].中国工业经济,2003,(8):32 - 37.
- [5] 张宏性.中国纺织服装业国际竞争力研究[J].统计研究,2005,(1):30 - 34.
- [6] 张辉.全球价值链理论与我国产业发展研究[J].中国工业经济,2004,(5):38 - 46.
- [7] Gereffi G, Humphery J, Sturgeon T. The governance of global value chains :an analytic framework[EB/ OL]. <http://www.ids.ac.uk/globalvaluechain/>,2003.
- [8] Schmitz H, Knorringa P. Learning from global buyers[J]. Journal of Development Studies, 2000,37(2):177 - 205.