我国服装业科技发展战略探讨

寿能琥
（上海纺织工业专科学校）

【摘要】本文综述并分析了我国服装业和世界主要服装市场的发展和现状。据此对我国服装业科技发展战略作了探讨。

我国纺织工业经过四十年发展，具备了较雄厚的实力，又有不可多得的天然纤维原料优势、悠久的民族历史文化传统并持有较多的纺织服装配额，因此我国具有加速发展服装业的良好基础。

根据服装业的市场调研，我们认为世界服装业的长期、近期、现代发展趋势为：

长期的：服装将朝多款式、小批量、高档化、新颖性、个性化、短周期的方向发展。缝纫技术趋向自动、无人化。生产、贸易、销售周期日趋缩短。

近期的：有强烈的回归自然趋势，如色彩趋向自然的色调。面料则崇尚天然纤维织物。发展仿真、仿旧处理织物和高技术织物。款式上追求现代风格，要求朴素、自然、高雅。注重舒适和功能性。服饰配套和谐，具有鲜明主题的系列服装畅销。色织品受欢迎。

现代的：服装款式和色彩力求简洁、明快、清新。轻、薄、短、小、贴身的服装，尤其是便装为主要流行趋向。

根据服装业的调研，我们可把生产比较有规律、变化周期长、适应性广、批量大的常规服装厂称为甲类服装厂。生产完全适合个性化要求、流行周期短、季节性强、交货期短且服饰配套完整的服装厂为乙类服装厂。鉴于服装业无公害，服装的时令性强、着重交货期等情况，建议注意以下问题。

一、基本布局

1．在若干对外贸易发达的大城市区域内，建立以中、小型规模乙类服装厂为点的网络，以这些网络为中心发展我国的大规模工业化外销服装生产。

2．在其它大、中城市内，建立以中、小型规模乙类服装厂为点的网络，并以这些网络为中心发展我国内销服装生产。

3．在此以外的广大地区内，则主要发展工艺美术、手工类的非时令性服装生产。

二、网络、服装企业和国家主管部门的工作

1．网络：在若干对外贸易发达的大城市区域中，建立以中、小型规模乙类服装企业为点的网络。企业都应能独立经营。它既可单独直接参与国际市场竞争，也易联合一致对外贸易。根据前文，世界服装市场将以个性化、小批量、短周期服装需求为长期潮流，故企业必然取经济效益较高的中、小型规模适于生存、竞争。但国内、外市场上还将存在不少的大宗贸易，需要具有大批量生产能力的企业。有了上述网络就较易克服这一矛盾。若网络中某一服装厂通过自己独立的贸易——销售网从市场获得了小宗贸易，则它可独立完成；而一旦获得了大宗贸易，由于它跟网络中其它服装厂靠得近，便于调度，故可由它担任中间商，通过网络的协作来完成。这样就不但有千万条伸向市场的贸易“触手”，便于得到贸易机会，而且企业也乐于联合，一致对外。另一方面，国际市场上我国的工艺美术、手工类服装亦很受欢迎。它们的欣赏价值大大超过时令价值，故宜在上述中心大城市区域外的广大地区发展。而以其它内地大、中城市为中心的内销服装生产网络则可作为外销网络的补充调剂力量。

网络内宜建立下述四个中心为整个网络服务，它们的功能分别如下：

（1）协调中心：

1）指导并协助建立纺织服装生产链各环节间的稳定供应机制。协助有关配额管理部门运用好配额管理手段。

2）代表网络协调服装业与外界各业的供应关系及网络之间的关系。处理牵涉网络总体的内、外事务。

3）协助服装企业通过网络来组织完成大宗贸易的生产任务。理顺和加强链内各环节的关系。尽快在预报、生产、贸易、销售等方面建立“快速反应系统”

以适应发展潮流。

4）兼服装检测中心。监督、促进我国服装质量的提高。

（2）信息—宣传—贸易中心：

1）代表网络作总体性市场趋势调研。预报纤维、色彩、面料、服装、服饰的流行趋势。收集标准及总体的市场信息等，以满足企业对难以收集的总体市场信息需要。

2）汇总网络总体情况上报国家。

3）宣传和贸易：

① 树名牌：在世界各主要服装消费城市设立"窗口"，一则可推出我国服装特色，树名牌；二则可及时采集服装流行信息和各国服装特点。派出服装表演队可加速创名牌。

② 在我国服装工业发达的城市，经常举办国际衣料、时装博览会和交易会。一则能吸引各国服装贸易、设计界注意，推出我国的名牌、特色和服装设计师，促进贸易。二则可收集各国的时装新信息。

（3）技术培训中心：

1）培训服装企业领导人，管理、设计、工艺技术、外贸、销售、设备管理等各种技术人员和工人。

2）组织网络内部及对外的技术交流。

（4）电脑设计、裁剪中心：由于目前的电脑设计和裁剪设备都极昂贵，且企业添置后利用率不高，但很多来料加工或补偿贸易，为了能最大限度地利用面料、降低成本、提高裁剪质量，而不允许使用电剪刀手工裁剪；另外由于建立中心不但符合服装业发展的长期潮流，而且能大大提高这些设备的利用率，因此应尽快成立该中心，开展业务。

2．网络中的服装企业：由于它需要独立生存于国际市场中，所以必须逐步实现下述目标。

（1）建立起可靠的情报——贸易销售网，以便做到"兵马未动、情报先行"，逐步发展对市场行情灵敏的"快速反应系统"，达到超前预报流行色21个月，纤维18个月，织物15个月，服装6个月。在现阶段贸易销售方面，至少应尽量灵活销售方法，如减少起订量（香港为20打，并可随时补色码）。缩短交货期（香港服装厂接单后35—45天即可交货，最快者为15天）。提高交货期准确率（外商反映由于运输、管理等原因使交货脱期，会大大影响季节、时令性极强的服装销售）。加强服装厂与网络的联系，有利生产、销售。

（2）革新经营管理：现今各国具有竞争优势的企业都采用战略性经营、管理，其主要内容为：

1）能预测将来的环境变化，由此探索市场新机会。

2）为捕捉市场机会，而设定正确目标。

3）为实现其目标，而选准对象，规划适当销售路线，策定妥当战略。

4）为实现战略目标而改革企业组织、业务系统及体制。

5）缩短纤维——纺织——服装——销售66周长的周期至21周。可减少1/4以上的流通资金损失。

（3）采用先进的工艺和技术。学习日本服装业大力运用西德先进的基本动作时间法（MTM）。该法对服装生产的每一工位，工步所需的时间都作了准确、科学的测定。为制定可靠的生产工艺和快速、准确地贸易核价奠定了基础。尽快发展先进的服装快速生产技术，如日本采用的"快速缝制反应系统"，以适应多款式、小批量工业化服装生产的转款需要和市场瞬息万变的态势。

（4）提高服装设计能力：我国服装设计应大力发扬民族特色，结合现代世界服装潮流，创立名牌。美国、民主德国、葡萄牙等国服装专家在评论我国服装时说："对于国际化和中国民族特色兼有的中国服装款式、西方人完全可以接受"。从目前世界潮流看，各国都努力吸取其它民族服装的"营养"。因此这也是提高我国服装设计能力的有效途径。

（5）促进服装质量的提高：可借鉴日本服装企业非常重视的质量（QC）小组活动的经验，消灭我国服装上普遍存在的质量四害"线头、污渍、缝制不良、熨烫不平"，这也是我国服装走向世界的必要条件。

（6）更新设备：国外有远见的服装企业家认为生产高度机械化后，可让更多的人去从事开发、研究工作。企业不但能增加产量、提高质量，更可开发出许多新产品，如此不但提高了职工素质，而且能使企业立于不败之地。因此加快更新设备不仅是市场变化的需要，更是企业发展需要。

3．国家主管部门宜采取的措施：由于目前的服装企业具有较大的独立性，所以采用宏观调节的可行性较大。

（1）行政手段：划定优先发展的大规模工业化服装生产中心城市区域。以轻、纺工业基础是否雄厚；交通运输是否便捷；对外贸易状况是否良好；有否发展余地等为条件。以对域内服装企业优惠扶植发展；

域外企业自生自灭的原则来宏观调节。

(2) 通过信贷、投资、外贸奖励和税收手段来予以调节：如对名、优、缺门产品和服装生产链中的薄弱环节(色织、染整、辅料业等)从优贷款或投资等。对创汇率高的企业，在价格、资金、信贷上给予优惠。用税收为杠杆(如减轻营业税、所得税、电费、调整进出口关税等)抑制不景气工厂，扶植经济效益高、有发展前途的域内乙类服装企业，形成服装业新布局。

(3) 以原料与初级产品的分配为调节手段：88年由纺织部吴文英部长率领的考察团报告中指出：我国一方面要利用天然纤维资源优势促进发达国家向我国转让先进技术，另一方面要利用它产生我国的服装优势，从而进军国际市场。建议通过前述网络中的协调中心控制原料、半制品的生产、产量、质量、分配；统筹检验、调拨工作，从而优先扶植有关服装企业，发展服装业的精、深加工。

(4) 以配额为调节手段：须随国际市场及我国出口情况，不断调整配额分配政策如：

1) 以出口实绩，创汇高低，品种新颖性，适销情况等为核定依据。2) 按上期配额使用情况、利用率、是否提高平均单价调整。3) 鼓励发展新企业等。

调整产品结构，为开拓非配额品种提供优惠条件，以适当发展海外投资等来对付国际贸易保护主义，抗衡配限制。自然也将促进上述新布局形成。

三、关于“八五”及 2000 年服装业目标任务及重点方面

1. 目前我国服装业与国际水平的差距仍较大。

2. 由服装变化 12 年周期说可知：从1990年起服装将从优雅期末向混乱期转变。在混乱期内，世界服装市场易于接受富于变化，具有异国情调和民族特色的服装。面料、纱、纤维也从柔和、光泽、组织结构严密朝粗糙、稀松、组织结构变化、不规则的方向发展。1997年起将回复到优雅期。

3. 按目前化纤工业发展的势头看，未来十年内，很难完全取代天然纤维。尤其在服用性能上更难超过。

4. 我国服装出口的主要市场可能会发生变化。

我国服装业宜在 1990—1992 年逐步形成前述服装业新布局(采用上述四种手段宏观调节)。采取发挥服装网络总体协调和服装企业独立扩展相结合的方法，通过发展自主贸易、来料加工、补偿贸易、合资经营等途径，来重点改善我国服装企业的经营管理、生产、贸易素质。建立、健全我国服装企业在国内外市场上的宣传、销售网络、着重研究各国流行服装的风格、趋势，积累资料。可通过借名牌等手段、逐步实现定牌生产，建立我国的名牌。形成我国服装业的外向型结构。

从 1993 年起至 1996 年，即进入服装周期中的混乱期后，由于此时世界市场上流行异国情调、民族风格的服装，故我国宜在 90—92 年改善我国服装业技术、服装质量的基础上，通过已建成的宣传销售网，向世界推出具有中国民族风格又符合世界流行趋势的服装和名设计师、名牌、为我国服装走向世界中、高档服装市场打下基础。

经过上述 7 年时间的技术、设备改造，积累和发展，无论从人员素质、产品质量、贸易销售能力上，我国服装业都将会有很大提高。因此从 1997 年起我国已可直接开拓包括欧、美在内的全方位服装市场，真正实现我国服装业全面进入世界中高档服装市场。