

# 国内市场是我国服装企业发展的首要方向

李天恒 王 飞

(青岛大学)

**【摘要】** 国内服装工业机会费用损失的原因之一在于目标市场决策不当。文中分析并提出了中国服装工业目标市场的选择应该先国内后国外的合理途径。

## 一、服装消费与市场

当前世界进入了高科技时代。快节奏的生活,高效率的工作,繁重的社会负担使人们对衣、食、住、行产生了返朴归真的依恋。服装开始进入“时尚化”“艺术化”和“个性化”的时代。穿着上的随意性和实惠性把人类的品质、创新有机的揉进舒适、实惠的“良性时装”中。因此,90年代是一个表现穿着个性的时代,又是一个有利于服装业发展的时代。

现在,国际服装消费居前三名的是美国,西欧和日本。这些地区的人口占全世界13%,而服装消费量却达世界消费总量的36%,且近十年来这些地区的“服装贸易的发展速度大大超过纺织品”<sup>[1]</sup>。因此,服装出口创汇遇上了有利时机。同时,国内服装消费也进入高潮。到2000年,我国人均GNP800美元,结合国内资源可供量预计人均纺织品消费可达6~7kg/年,基本接近世界平均水平。国家统计局对城镇、农村服装消费调查表明,人们对服装的面料款式及色彩要求越来越高(表1),给服装业的产品结构,品种档次提出了新要求。

表1 全国人均纤维数量与构成的变化趋势(kg)

年 份	1978	1980	1990	1991
人均纤维量	2.88	3.49	5.54	5.70
其 化 纤	0.43	0.73	1.69	1.73
纯 棉	2.33	2.63	3.52	3.56
中 羊 毛	0.08	0.10	0.19	0.23
丝 绸	0.03	0.036	0.05	0.07
麻	—	—	0.09	0.11

资料来源:1992年《中国纺织工业年鉴》

服装档次高低通常用价格衡量。服装交易的成功与否取决于供销双方的接轨程度。由于市场是生产者与消费者的活动空间,因此市场选择就成为它们的内在联系。

中国服装业要想在市场选择中取胜,必须发挥自己的比较优势<sup>[2]</sup>,使发展服装成为有利可图,逐步提高

和吸引中国服装的机会费用,在国内外服装市场中形成自己的特色。最近几年,我国服装出口量在增加,可是效益和换汇在减少。造成市场机会费用损失很大,市场份额多被抢占。1986年纺织服装净创汇率为69.30%,1990年为60.30%,而1992年下降到43.70%。目前不少企业满足于做出口来料加工,忘记了自己的目标市场。

服装市场是由人口、购买力(即国民收入)和购买欲望组成。其中人口因素是前提。没有人口就没有市场。占世界人口1/5的中国多数人不可能大量使用进口服装,所以国内巨大的服装市场为中国服装工业提供了巨大机会。只有市场选择了你,你的价值才能体现。因此,国内服装市场是我国服装企业首选目标。

## 二、理论依据与发展方向

国民收入分配一般为两大类。一类是作为消费部分的资金,一类是用于扩大再生产的投资。如果以 $\Delta Y$ 表示服装行业几个工业部门国民收入增长向量, $\Delta C$ 表示各工业部门消费资金向量, $\Delta I_0$ 表示初始投资向量, $C_y$ 表示消费倾向矩阵,可以写成如下形式:

$$\Delta Y = \begin{pmatrix} \Delta y_1 \\ \Delta y_2 \\ \vdots \\ \Delta y_n \end{pmatrix} \quad \Delta C = \begin{pmatrix} \Delta C_1 \\ \Delta C_2 \\ \vdots \\ \Delta C_n \end{pmatrix} \quad \Delta I_0 = \begin{pmatrix} \Delta I_1 \\ \Delta I_2 \\ \vdots \\ \Delta I_n \end{pmatrix}$$

$$C_y = \begin{pmatrix} C_{y1} & & 0 \\ & C_{y2} & \\ & & \ddots \\ & & & C_{yn} \end{pmatrix}$$

$$\text{则: } \Delta Y = \Delta C + \Delta I_0 \tag{1}$$

$$\text{由于 } \Delta C = \Delta C_y \cdot \Delta Y^{[3]}$$

$$\text{从(1)式得: } \Delta Y = C_y \cdot \Delta Y + \Delta I_0$$

$$\text{则: } \Delta Y = (I_n - C_y)^{-1} \cdot \Delta I_0 \tag{2}$$

其中, $I_n$ 表示n阶单位矩阵。

注意到矩阵  $C_y$  的特征根为

$$C_{y_i} \quad i=1, 2, 3, \dots, n$$

且  $0 < C_{y_i} < 1$  故  $(I_n - C_y)^{-1}$  可展开为一收敛的矩阵幂级数:

$$(I_n - C_y)^{-1} = I_n + C_y + C_y^2 + \dots \quad (3)$$

$\Delta Y$  可表示为:

$$\Delta Y = (I_n + C_y + C_y^2 + \dots) \Delta I_0$$

(4)

根据(2)式分析如下:

(1) 服装消费水平很大程度上反映了整体的生活水平,“衣食住行”衣为首。中国服装市场最新调查表明,服装消费正在我国成为仅次于存款和投资的第三位消费。1993年全国人均购

衣4.7件,所以在中国服装工业发展中忘记了国内市场是不明智的。(2)式清楚表明,如果服装消费倾向  $C_y$  较大,则  $(I_n - C_y)^{-1}$  较大,在同样的  $\Delta I_0$  情况下,会形成较高的国民收入增量  $\Delta Y$ 。表2至表5表示了发达国家的服装消费变化(边际消费 MPC 即  $C_y$ ),均不如中国变化大。国内服装市场的巨大潜力说明中国服装工业对经济发展仍有举足轻重的作用。

表2 法国家庭的边际消费倾向

年份	1950	1959	1970	1979	1988
MPC	0.108	0.087	0.086	0.068	0.068

资料来源:1990年世界经济年鉴。

表3 日本国衣着边际消费倾向

年份	1965	1967	1970	1975	1980
消费支出(万元)	4.84	5.71	7.95	15.80	23.06
衣着消费	0.55	0.63	0.86	1.66	1.82
MPC	0.114	0.110	0.108	0.105	0.079

资料来源:日本总理府统计局《家庭调查年报》

(2) 表4数据表明,我国城镇服装边际消费维持在0.15的水平,高于发达国家。中国城镇服装市场正出现繁荣,城镇消费者着装观念逐渐走向理智、成熟。

但是,服装是一项系统工程的终端产品。其整体水平的提高还有赖于相关产业的发展,归根结底是高新技术的渗透程度。目前国有大中型企业产品积压与城镇服装消费水平产生断层,面对较高的  $C_y$  却大量失掉机会费用,市场份额让外资产品抢占。自己却只能做初

表4 中国城镇家庭服装边际消费倾向

年份	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989
商品消费(元)	464.04	514.32	621.48	734.64	809.27	1013.94	1099.89
衣着消费(元)	73.56	86.88	98.04	113.04	127.09	153.21	149.29
MPC	0.1585	0.1689	0.1578	0.1539	0.1496	0.1511	0.1357

资料来源:《1990年中国经济年鉴》

表5 中国农村家庭服装边际消费倾向

年份	1978	1980	1985	1988	1989
商品消费(元)	112.9	157.95	308.35	449.61	500.08
衣着消费(元)	14.74	19.99	31.34	41.18	44.38
MPC	0.131	0.1266	0.1016	0.0916	0.0887

资料来源:《1990年中国经济年鉴》

级产品创汇,成了外商的初级加工厂。亚太区域经济发展史已经证明:一个行业要参加国际经济循环,参与竞争应经过下面三个阶段:①初级产品出口战略;②进口替代战略;③出口导向战略。

应该看到,中国的服装尚处于第一战略位置。在服装设计和面(辅)料上均不占优势。可以采取为国内服装市场服务,优化设计力量,辅以进口面料的方针,占领国内市场,逐步减少单纯来料加工。努力建立自己的服装文化。

(3) 在中国农村,  $C_y$  呈下降趋势。说明农村服装市场尚处于引导消费的初级阶段。但是,随着农民生活的迅速提高,新一轮农村服装消费高潮必将来到。这是服装企业要密切关心的目标市场。我国80%的人口在农村,而占世界服装产量首位的中国服装,剔除城市服装占有和出口因素外,适合农村消费的服装就很少了。

综上所述,要使中国服装工业成为世界竞争强手,首先应该优先发展国内所需的服装产品,不断积累经验,才能在国际竞争中取得较好的经济效益。

参 考 资 料

[1] Apparel Fibre Offtake up for First Time in a Decade (G. B. R) Knitting International Jnly 1990, 61.  
 [2] [美]贝拉·巴拉萨:《被揭示出的比较优势 (Revealed Comparative Advantage)》, 1976年3月。  
 [3] [美]劳埃德·雷诺兹:《宏观经济学(分析和政策)》,北京商务印书馆,1987,147。