

基于产业驱动力的我国纺织工业国际竞争力提升模式研究

陆立军, 郑小碧

(浙江师范大学 经济与管理学院, 浙江 金华 321004)

摘要:在澄清相关重要概念和分析制约我国纺织工业国际竞争力提升因素的基础上,提出了基于技术、市场、技术与市场联合驱动的3种纺织工业国际竞争力提升模式。最后,在上述理论框架下,对嵊州领带和达利的国际竞争力提升实践进行了案例研究,并得出了一些有益的结论。

关键词:纺织工业;子产业;产业驱动力;国际竞争力

DOI:10.3969/j.issn.1001-7348.2011.05.016

中图分类号:F426.81

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2011)05-0072-05

0 引言

基于丰富的劳动力,我国纺织工业主要以低成本在国际市场上取得竞争优势。然而,在经济全球化背景下,我国纺织工业面临着新的重大挑战:一方面,我国纺织工业的自主创新能力不及发达国家,关键核心技术主要掌握在发达国家手中,尤其是具有国际影响力的自主知名品牌缺乏,致使纺织工业仍处于价值链低端,只能获取较少的价值增值份额;另一方面,印度等东南亚低劳动力成本国家迫使我国纺织工业面临更为严峻的竞争,原有的低成本优势逐渐丧失,利润空间进一步缩小。因此,面对这种产业国际竞争形势,我国纺织工业的国际竞争力提升已迫在眉睫。

基于以上背景,国内学者^[1-7]从不同角度对我国纺织工业国际竞争力提升问题进行了研究。这些研究通过借鉴国内外产业国际竞争力分析模型,构建我国纺织工业国际竞争力评价模型,进而提出纺织工业国际竞争力评价指标体系与提升对策。另外,也有学者^[8-10]运用自主创新理论和方法,对纺织工业自主创新能力进行了专门研究。

然而,纺织工业包括化纤、棉纺织、毛纺织、丝绸、麻纺织、印染、针织、服装、家用纺织品、产业用纺织品、纺织机械等11个子产业,它们各自的国际竞争力无疑有很大差异;同时,子产业的成长、发展主要是靠技术驱动,还是市场驱动,抑或两者联合驱动,这对纺织工

业不同的子产业也有很大差异。所以,多数研究成果以纺织工业全行业为研究对象,忽视对其内部不同子产业国际竞争力的研究,在方法上存在较大缺陷,这也直接导致了实践中不同子产业或企业在考虑国际竞争力提升策略时显得十分盲目,许多措施非但没有起到应有的作用,反而削弱了企业或相关产业的国际竞争力。鉴于此,本文在澄清有关重要概念的基础上,考察基于产业驱动力的纺织工业各子产业的国际竞争力提升模式,并对典型企业的成功实践进行讨论,以期给出更为清晰和更具可行性的我国纺织工业国际竞争力提升路径。

1 相关概念澄清与产业驱动力

1.1 纺织工业及其国际竞争力

纺织工业包括了化纤、棉纺织、毛纺织、丝绸、麻纺织、印染、针织、服装、家用纺织品、产业用纺织品、纺织机械等11个子产业,甚至从更宽泛的意义上来看,还包括纺织物流业、纺织科技创新、纺织工业协会等服务型产业,它们构成了一个完整意义上的纺织工业产业链。所以,纺织工业是一个关联产业的综合概念。进行这样的区分,目的就是能够获得一个更加清晰、有差异的关于纺织工业、纺织工业国际竞争力的概念,从而提出更有针对性和更强可操作性的纺织工业国际竞争力提升策略。相应地,纺织工业国际竞争力是一国纺织工业的综合国际竞争力,它的提升是对纺织工业各

收稿日期:2010-07-13

基金项目:国家自然科学基金项目(70973115)

作者简介:陆立军(1944—),男,甘肃兰州人,经济学硕士,浙江师范大学特聘教授,浙江省特级专家,研究方向为区域发展战略与规划研究;郑小碧(1982—),男,浙江兰溪人,经济学硕士,浙江师范大学经济与管理学院讲师,研究方向为产业组织理论与创新。

子产业国际竞争力的协调综合提升,因而不能忽视不同子产业国际竞争力的差异,而需要针对纺织工业内的各个子产业,确定不同的国际竞争力提升模式与策略。

1.2 产业驱动力

产业链各价值环节在空间上的分离、重组及增值是在何种力量推动下完成的,即产业价值链的驱动模式是什么,这关系到不同的产业价值链是否具有不同的驱动模式,从而也就决定了不同产业竞争力提升模式。Gereffi 等人^[11]认为。价值链的运行有生产者驱动和购买者驱动两种。也有人认为,除了这两种驱动模式外,还有兼具这两种模式部分特点的中间型模式^[12]。

生产者驱动模式由生产者投资推动,形成本地生产垂直分工体系,它一般通过生产领域的技术优势来谋求竞争优势,例如航空、装备制造等技术、资本密集型产业。而购买者驱动模式是指由跨国采购商主导价值链的战略环节,它们拥有强大的品牌和营销优势,并由此控制发展中国家生产制造环节的动力模式,例如鞋业、纺织服装等劳动密集型产业^[13]。此外,中间模式就是兼具以上两种模式特点的产业成长、发展模式。

每个产业都可以形成长度不一的链条,它们有着内在的运行逻辑,每套逻辑都有一条主轴,主轴驱动产业的成长、扩张与发展,而带动主轴按一定产业发展规律有效运行的根本力量可以称之为产业驱动力。例如,从产业组织形态来看,纵向一体化、模块化和需求定制化等都是推动不同产业成长与发展的力量。又如,从产业环境来看,社会责任也可以成为推动产业成长和发展的力量,企业履行节能、环保、公益事业等社会责任的程度越来越成为影响企业兴衰成败的重要因素。

不难发现,上述两个角度的产业驱动力实际上反映了产业或企业对产业组织、市场环境等外部环境的适应能力,反映了企业能否及时地对这些方面的变化作出调整,进而保持和推动产业发展。结合上述产业价值链增值模式,从推动产业成长根本性力量或者产业成长本质上是依靠何种力量推动并实现的角度来看,本文将产业驱动力大致分为3种,即产业成长本质上是技术驱动的技术驱动力,产业成长本质上是市场驱动的市场驱动力,以及两者兼有的技术与市场联合驱动力。

2 基于产业驱动力的纺织工业国际竞争力提升模式

2.1 我国纺织工业国际竞争力的制约因素

我国纺织工业在繁荣市场、扩大出口、吸纳就业、增加农民收入、促进城镇化等方面发挥着重要作用。例如,目前我国纺织工业吸收劳动力达2 000多万人。

基于丰富的劳动力,我国的纺织工业主要依靠低成本获得国际市场竞争优势,国际市场占有率连续十余年位居全球首位。然而,当前也存在诸多阻碍我国纺织工业综合国际竞争力进一步提升的制约因素。

我国纺织工业的自主创新能力不及发达国家,关键核心技术主要掌握在发达国家手中,我国只能在少数几个领域内有所突破,高技术、功能性纤维和复合材料的开发滞后,高性能纺织机械装备主要依靠进口。

印度等东南亚低劳动力成本国家使我国纺织工业面临更为激烈的市场竞争,原有的低成本优势逐渐丧失。

我国纺织工业主要以中小企业为主,这种组织结构不利于长期竞争优势的获得与保持,极易导致部分行业产能过剩,也制约了世界级品牌的培育与建设,直接导致我国纺织工业缺乏具有影响力的世界知名品牌。

2.2 我国纺织工业主要子产业国际竞争力的制约因素

(1) 丝绸产业国际竞争力制约因素。我国是丝绸生产大国。作为劳动密集型产业,人工成本对丝绸产业竞争力有很大影响。基于人工成本优势,我国丝绸产品在国际市场上具有一定的竞争力。但是,与此同时,也存在一些特殊的制约其发展的因素。例如,设备陈旧、技术落后,缺乏技术竞争能力。据统计,在我国丝绸行业中先进设备拥有量较低,自动络筒机仅占30%,而发达国家几乎达百分之百;各种无梭织机仅占15%,不但低于欧美国家40%的水平,而且距25%的世界平均水平还有很大差距。设备和技术水平落后,导致我国丝绸缺乏开发新品的能力,产品的质量和技术含量较低,这十分不利于技术依赖型丝绸产业国际竞争力的提升。

(2) 服装产业国际竞争力制约因素。与其它子产业类似,我国服装业在国际市场上具有比较优势。但是,比较优势并不等于竞争优势。所以,虽然我国的服装产业已经得到了长足的发展,国际竞争力逐步增强,但同时也存在一些制约因素:一是缺乏世界知名品牌,服装业只能在全球价值链中获取较低的增值份额;二是上游产品部门发展缓慢。我国服装出口企业主要是出口加工型企业,服装上游产品部门的面料、辅料生产与服装生产脱节,使得我国每年有60%的高档面料不得不依赖进口,而这又不利于降低生产成本,从而加大了角逐国际市场的难度;三是营销水平不高,难以适应激烈的国内外市场竞争。服装产品出口环节多、速度慢,不能适应产品国际市场日益凸显的小批量、多品种、高质量、快交货的竞争趋势,从而丧失了很多营销机会。另外,我国服装生产企业整体营销水平不高,市场分析、产品开发、品牌建立、渠道选择等尚处在粗放阶段,整体营销能力薄弱,难以真正适应激烈的市场竞争环境。

(3)纺织机械工业国际竞争力制约因素。经过多年发展,我国纺织机械行业的技术水平不断提高,中低档的国产纺机已具备一定的竞争优势,但也存在着一些问题:一是开发创新能力不强。尤其是高档纺机如自动络筒机、无梭织机的开发创新跟不上国际技术的发展,先进国家普遍采用的计算机辅助设计、可靠性设计、优化设计等现代设计方法在我国还远未普及;二是纺机产品机电一体化水平不高。机电一体化不仅总体设计水平低,而且基础材料及配件质量也未过关;三是面临外资企业强大的技术竞争。一些国外纺机企业以独资方式在国内设厂,利用我国的低成本劳动力资源,生产有竞争力的纺机,以抢占我国纺织企业因更新改造而迫切需要高档设备所造成的市场空间,这对于国内生产高档纺机的企业而言是一个巨大的挑战。

2.3 基于产业驱动力的纺织工业国际竞争力提升模式

由上可见,不论是我国纺织工业全行业,还是纺织工业内各个子产业,都具备了有一定的国际市场竞争能力,但是也都存在着制约其竞争力进一步提升的因素。这些因素,有共性方面的,也有个性方面的。通过综合分析,由本文对产业驱动力模式的界定可知,制约纺织工业及其子产业国际竞争力提升的因素主要来自技术和市场两个方面,而其中的一个关键,就是各个子产业到底主要是依靠技术驱动,还是市场驱动,抑或是两者联合驱动的。驱动力的不同直接决定着子产业国际竞争力及其提升策略的重大差异。所以,提升我国纺织工业国际竞争力,必须首先研究基于产业驱动力的纺织工业国际竞争力提升模式。

根据产业成长、发展的主要驱动力,可以大致将纺织工业内的 11 个子产业分为三类,如图 1 所示,并据此定性归纳出纺织工业国际竞争力提升的 3 种模式(如表 1 所示)。

(1)基于技术驱动力的纺织工业国际竞争力提升模式(图 1 象限 III)。技术驱动型产业是指在产业的成长、发展以及竞争力提升过程中,着重依赖技术研究开发,尤其是产品质量、技术含量的提升。依据产业要素密集度及产业驱动力,纺织机械、印染、纺织行业(棉、麻、丝、毛)以及化纤 7 个子产业是技术或资本密集型的,是一种技术驱动型的产业,因而其竞争力的提升对技术创新,尤其是新技术、新工艺及新设备的开发和应用依赖性更强,而对品牌、市场营销等市场驱动力的依赖性相对较弱。例如,对于印染产业来说,可以通过提高产品的开发和创新能力来提高产品档次、花型设计能力,提升竞争力。

当然,对于技术驱动型的各子产业来说,它们对技术驱动的依赖程度不一样,同时虽然对市场的依赖相对较弱,但也不是完全可以忽视的,而且不同的产业依赖程度也不一样。在图 1 象限 III 中,纺织机械对技术

研发的依赖程度最高,其次是印染业,接下来分别是纺织行业和化纤产业。另外,从品牌建设、市场营销等市场驱动力角度来看,这些产业尽管依赖程度相对较低,但不可完全忽视,且它们之间存在差异。例如,印染以及纺织行业对市场的依赖程度比纺织机械和化纤高。因此,提升我国纺织工业的国际竞争力,重点是通过加强技术研发,应用新技术、新工艺和新设备提高这类子产业的工艺水平、产品质量、技术含量及竞争力,而不是盲目地去开拓市场,得不偿失地去建设自有品牌。当然,也不能完全放弃市场手段,而必须根据自身的发展阶段,有选择地培育适合自己产品的市场,通过有效的营销渠道进入市场,并最终通过过硬的产品质量和技术含量巩固市场,在技术、产品不断创新的基础上开拓新的有价值的市场。

(2)基于市场驱动力的纺织工业国际竞争力提升模式(图 1 象限 II)。对于纺织工业来说,市场驱动型的子产业主要是服装和家用纺织品产业,这两个产业距离终端消费者更近,因而更容易受市场的影响。所以,对于这两个子产业来说,它们的成长、发展和竞争力提升更重要的是关注消费者的需求,对品牌建设以及对各种营销渠道、售后服务提供持续性的投入。虽然如此,如图 1 所示,这两个子产业也是有较高的技术驱动力依赖度的。例如,对于服装业来说,款式的设计、面料的材质等也是不可忽视的内容,设计能力的提高以及环保、舒适、安全面料的开发,是提升服装产业竞争力的重要方面。但是,面料的开发在很大程度上依赖于前述纺织行业(棉纺织、麻纺织、毛纺织、丝纺织)和化纤产业的发展,所以,它在本质上属于服装业的上游产业。至于提高服装产业的设计能力、发展创意产业,在本质上也是由于对消费者偏好的关注而实现的,因而也是市场驱动的结果。所以,对于这类产业来说,更为重要的是加强品牌、市场营销、设计等服务环节的建设,积极发展与上游环节的战略合作,不断提高经济的服务化程度。

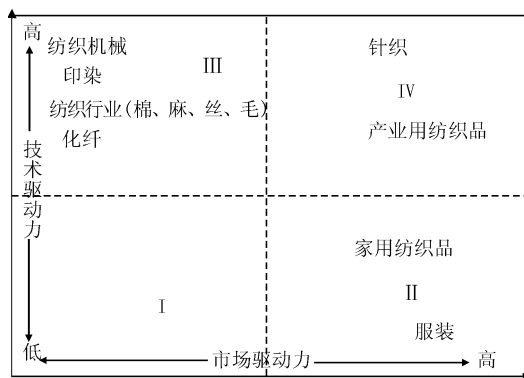


图 1 纺织工业各子产业的驱动力

表1 基于产业驱动力的纺织工业国际竞争力提升模式

驱动模式	产业	提升模式
技术驱动	纺织机械、印染、纺织行业(棉纺织、麻纺织、毛纺织、丝纺织)以及化纤	技术推动,加强技术研发和创新,应用新技术、新工艺和新设备;有选择地培育适合自己产品的市场,在技术、产品不断创新的基础上开拓新的有价值的市场。
市场驱动	服装和家用纺织品	加强品牌、市场营销、设计等服务环节建设,积极发展与上游环节的战略合作,不断提高经济的服务化程度。
技术与市场联合驱动	针织、产业用纺织品	协调推动技术研发、新设备的使用以及设计能力的提升与市场品牌建设、营销

(3)技术与市场联合驱动的纺织工业国际竞争力提升模式(图1象限IV)。如图1所示,针织和产业用纺织品对技术与市场都具有较高的依赖程度,因而它们是一种技术与市场联合驱动型产业。这类产业既对技术研发、新产品开发、新设备应用有很强的依赖,同时,对产品市场渠道、品牌营销等也有较强的依赖性,但其依赖程度明显低于服装业和家用纺织品。例如,对于产业用纺织品来说,它可以被看作是一种中间产品,不仅技术含量要求较高,而且对产品市场培育、销售渠道建设的要求也很高。但由于它不直接面对终端消费者,因此市场驱动力对其影响相对于服装业来说较小。所以,对于技术与市场联合驱动的纺织工业各子产业来说,技术研发、新设备使用以及设计能力的提升与市场品牌建设、营销是相辅相成的,忽视任何一方都不利于竞争力的维持和提升。

3 纺织工业国际竞争力提升实践:以嵊州领带和达利为例^[14-15]

我国纺织工业众多子产业及其企业,根据各自产业的驱动力模式,通过选择相应的国际竞争力提升模式,并确定合适的国际竞争力提升策略,取得了显著的成绩。本文以浙江嵊州领带和我国丝绸行业龙头企业——达利(中国)有限公司为例,剖析它们的成功实践和经验。

3.1 基于市场驱动力的国际竞争力提升模式:组建上游物流公司,赢得原材料话语权

领带属于服装产业的亚产业,因此其产业驱动力模式是基于市场驱动的,因此通过加强品牌、营销等服务环节的建设,积极发展与上游环节的合作,可以有效提升其国际竞争力。

嵊州市有领带企业1300多家,年产量占国内总量的90%与全球的40%。然而,嵊州领带用丝量在5000t以上,本地桑蚕丝却只有250t,原材料对外依存度大。为此,嵊州市通过设立外拓蚕桑基地专项基金,鼓励领带企业联合起来,把原料采购、打线等上游项目集中在一起,组建物流公司或控股蚕桑基地,从源头上掌控原材料的“话语权”。例如,2009年,由巴贝集团牵

头成立了物流公司,与云南普洱市达成合作开发蚕桑基地的协议,通过3~5年的努力,建成面积达50km²的生产基地。上游物流公司的成立,将众多领带企业“小而全”的原材料采购、打线、印染等业务剥离,由一家公司集中“团购”,大大减轻了领带企业的库存压力。据测算,该物流公司实现“上游”整合后,可以累计盘活资金7502万元,“团购”将节约500元/t的白丝采购成本。此外,向上游延伸后,众多领带企业可专心致志地做好领带面料的研发、市场营销渠道建设等,有效提升自身的国际竞争力。

3.2 基于技术与市场联合驱动力的国际竞争力提升模式:研发与创牌并举

达利有限公司是我国丝绸行业的龙头企业,主要从事真丝面料印花及染色加工、真丝针织服装生产及出口。因此,根据产业特点,达利的国际竞争力提升模式是基于技术和市场联合驱动的。真丝面料印花及染整对技术研发的依赖性较强,而真丝针织服装对品牌、市场营销具有较强的依赖性。因此,协调推动技术研发、新设备使用以及设计能力的提升与市场品牌建设、营销,是该产业提升竞争力的适宜策略。

达利拥有5000名员工,其开发部员工达500余人,2008年下半年,公司新产品研发资金达3000万元。以往达利自主品牌销量仅占15%,其余皆为贴牌加工,订单也大多外包给配套企业。2008年以来,在依靠新产品拓展市场的同时,“达利”主推自主品牌—August Silk,增强品牌影响力。据统计,仅美国市场,2008年前4个月的自主品牌订单就增长了5.31%。

正是通过上述双重措施,达利的产品研发设计能力得以显著提高,自主品牌得以快速成长,从而有力地提升了国际竞争力。据统计,正当众多纺织服装企业因外需下降而愁眉不展之际,2009年1—4月,达利实现利润2658万元,同比增长298.82%,创历史同期最高纪录。

4 结语

基于上述分析,本文得出以下两点结论:

(1)纺织工业国际竞争力提升是一项系统工程,是一个提升整个纺织工业产业链综合竞争力的过程。纺织工业至少包括11个子产业,它们的发展阶段、要素条件等显著不同,因而产业国际竞争力内涵存在很大差异,国际竞争力提升模式及策略也有所不同。如果简单地从纺织工业整体出发,而忽视行业内各个子产业的差异,就有可能引起纺织工业产业链的非均衡发展,从而限制其整体竞争力的持续提升。所以,纺织工业国际竞争力的提升需要综合考虑不同子产业的特点,有针对性地协调推动整个产业链国际竞争力的不断提升。

(2)纺织工业各子产业及企业必须根据产业驱动

力模式,选择适合自己的国际竞争力提升模式及策略。对于基于技术驱动的子产业来说,要积极向上游生产环节延伸,在原材料的开发应用、尤其是开发先进适用技术和零配件技术方面有所作为,提高自身的设计能力,在此基础上不断向中高端市场进军;对于基于市场驱动力的子产业来说,更为重要的是向价值链下游的品牌和营销环节延伸,开拓国际市场渠道,通过在重要的出口市场设立营销中心或利用国际营销网络等形式稳固原有市场、开拓新市场,通过打造自有品牌和转移生产环节等向价值链的高端延伸;对于技术与市场联合驱动的子产业来说,要协调推动技术研发、新设备使用以及设计能力、品牌建设、市场营销,使技术与市场能力的扩张成为产业成长的双重动力。为此,所有用来促进纺织工业国际竞争力提升的政策、措施都应考虑到各个子产业国际竞争力提升模式的巨大差异,进而增强各项措施的针对性与有效性。

参考文献:

- [1] 傅纯恒. 浙江纺织服装业的国际竞争力研究[J]. 丝绸, 2004(3):1-4.
- [2] 何兴容. 我国纺织工业竞争力研究[D]. 成都: 四川大学, 2007.
- [3] 史途婷, 陈建勇. 中国纺织业核心竞争力的培育和提升[J]. 纺织学报, 2005(3):162-164.
- [4] 王超. 从比较优势与竞争优势理论分析我国纺织业的竞争战略[J]. 产业与科技论坛, 2008(4):57-58.
- [5] 杜钰洲. 全面提高我国服装行业国际竞争力[J]. 纺织信息周刊, 2002(17):12-15.
- [6] 张道金. 湖北纺织工业竞争力研究[D]. 武汉: 武汉理工大学, 2005.
- [7] 黎继子, 刘春玲, 蔡根女. 全球价值链和中国地方产业集群的供应链式整合[J]. 中国工业经济, 2005(2):118-127.
- [8] 王志明. 我国纺织业国际竞争力分析与提升[J]. 财贸经济, 2000(10):63-68.
- [9] 周维富. 我国纺织工业自主创新的进展、问题及政策建议[J]. 中国经贸导刊, 2006(20):14-15.
- [10] 于洁. 纺织服装产业自主创新能力的分析及对策[J]. 纺织科学研究, 2007(4):25-28.
- [11] GEREFFI G. International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain[J]. Journal of International Economics, 1994;65:74.
- [12] 张辉. 全球价值链下地方产业集群转型与升级[M]. 北京: 经济科学出版社, 2006:48-51.
- [13] GEREFFI G. ARY. International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain [J]. Journal of International Economics, 1999,48:28-36.
- [14] 周智敏, 王洪良. 嵊州领带越做越“长”[N]. 浙江日报, 2009-05-15.
- [15] 应建勇. “达利”利润增长3倍[N]. 浙江日报, 2009-05-19.

(责任编辑:高建平)

Research on the Improvement of Textile Industry's International Competitiveness Based on the Industry Driving Force

Lu Lijun, Zheng Xiaobi

(Economy and Management School, Zhejiang Normal University, Jinhua 321004, China)

Abstract: Most of present researches regard the whole industry as the object when they have a research on the improvement of textile industry international competitiveness. Therefore, they have not taken a look at the differences among the 11 sub-industry. However, it is proved that industry driving force determines the improvement model of textile industry international competitiveness. After the analysis of Chinese textile industry international competitiveness, it gives out three kinds of improvement model to textile industry international competitiveness which is based on the different industry driving force. To the end, this essay takes a deep research on two successful cases and brings about some useful conclusions.

Key Words: Textile Industry; Sub Industry; Industry Driving Force; International Competitiveness