

# 从长三角纺织品出口高速增长引起的思考

黄伯和

在无配额时代的第一春，长三角地区纺织品出口，如人们所预料的那样，短期内出现高速增长态势。纺织品出口大省江苏今年以来，纺织服装出口达 13.2 亿美元，各类产品出口数量增幅均在 100%以上，纤维织物和内衣更是惊人，增幅高达 12.7 倍和 11.53 倍。另一纺织品出口大省浙江也是高歌猛进。1 月份纺织品出口额达 8.7 亿美元，服装出口 10.1 亿美元，分别比去年同期增长 16.5%和 32.1%。被誉为国际市场“晴雨表”的第 15 届华交会更是“捷报频传”，纺织服装类商品出口成交达 17.78 亿美元，比去年增长 2.2%，应当说，这是纺织品配额取消后出口潜力的进一步释放，确实令人兴奋。

但是，兴奋中须冷静，透视整个纺织品出口市场喜中有忧，在兴旺中包含着内忧外患，有些问题值得关注。

一是量增价跌端倪出口的高速增长往往带来出口价格的急剧下跌和低价竞争。今年以来，江苏纺织服装产品单价普遍下跌，跌幅最大的如内衣下降 16%。浙江纺织品出口数量上升 20%，但价格指数仅上升 2%，虽然价格没有出现明显的下跌趋势，但低价竞争的趋势已经抬头。华交会在出口成交额快速上升的同时，包括纺织服装在内的不少商品，其出口价格普遍下跌一成甚至更多。

二是千军万马挤独木桥配额取消后，使国际贸易的门槛降低，许多原先无法出口的纺织企业纷纷加入出口大军，导致出口企业迅速增多。浙江省有出口实绩的纺织企业一下子增加到 2100 家，同比增加 555 家。参加华交会的企业更是多达 3300 家，为历史之最，但仍有 1000 多家企业因摊位不够而被拒之门外。大批新企业涌入纺织品出口领域，势必竞相扩大出口，抢占国际市场份额，低价竞争和自相残杀也就在所难免。难怪华交会上不少外商拿着其他小公司的报价压大公司，往往一笔生意单价差几美分就会泡汤。有的利润摊薄已到尽头，但企业为了生存，只能硬挺。

三是多国打起“特保牌”纺织服装出口数量的高速增长引起欧美发达国家的高度关注，冲着这一点，纷纷打起“特保牌”，给纺织出口增添众多不确定因素。以美国为例，2001 年美国纺织品形势好转，并将此归因于对中国纺织品实行“特保”的结果，借此要求美国政府对中国的纺织品实行进一步的限制。美国已受理 12 家纺织团体提出的“特保”申请，对中国纺织品采取紧急限制措施。再拿欧盟来说，欧 25 个成员国自元旦起，对来自中国的纺织品采取了进口监视措施，其能在第一时间获取来自中国纺织品出口情况。欧盟还将原定 7 月 1 日启动的新惠制提前到 1 月 1 日实施，我国 16 大类 50 单产品将全部“毕业”，其中纺织品受影响最大。取消普惠制后，我国纺织服装出口欧盟缴纳的平均关税税率将由 9%上升到 12%，仅江苏纺织业将为此多缴纳关税达 1518 万美元，而日本、埃及、法国、意大利等国也于近期相继采取针对中国纺织品的贸易行动。这些“特保”措施一旦成立，将给我国纺织服装出口带来不可估量的损失。

“人无近忧，必有远虑”。纺织业是长三角地区第一创汇大户，纺织品又是敏感商品。如何在扩大出口的同时，避免低价竞争，提高产品附加值，寻求无配额时代商机的“软着陆”，是值得我们深思的问题。

从政府及行业协会层面来看，一是要定“家法”。“与其被人管不如自己管。”各地政府和行业协会要加强对纺织品出口的管理，加大对相关企业的生产资源，出口资质，社会责任，产品质量标准、生态环保认证等方面的监督，限制盲目扩张，维护公平竞争，要对敏感纺织品的出口制定最低限价，提高行业竞争档次，避免“量增价跌”，免受国外设限和反倾销的“伤害”。还要尽快出台行业自律措施，通过产品质量和贸易信誉上加强自律，有程序地进入，控制适度增长，制止以价格换市场现象，树立长三角纺织业整体形象。二是要发预警。“知己知彼”，才能“白一不殆”，政府应会同有关部门、行业协会建立纺织品出口预警机制，对纺织品出口的价格、国别、数量进行跟踪监控，特别当纺织服装对欧盟出口将要接近其所能承受的限度时，就要赶紧发出警示信号，提醒企业及早应对，避免一哄而上无序竞争，以规避壁垒。二是要搞扶持。政府应制定优惠政策，支持和鼓励企业生产具有自主知识产权的外贸出口产品，提高其附加值；要为出口企业提供国际市场行情和咨询服务；帮助企业走出

去加盟有影响的国际展览会接触买家，扩大对外影响力；还要支持有出日实力的企业走出去投资办厂，开拓国队、市场新天地。

从企业层面来看：一是加强自律，不拼价格。出日企业要增强自律意识和社会责任感，以发展大局为重，为整个市场和行业考虑，为自身的生存考虑，处理好短期利益与长期利益的关系，企业利益与行业利益的关系，摒弃“追逐近利”的短期行为，自我约束贸易行为，承诺不拚数量，不打价格仗，要打自主品牌，以新的姿态参与国际竞争。二是转变方式，以质取胜。外贸出日以量取胜已走到尽头，转变外贸增长方式势在必行。要改变以往一味压低价格赢得竞争优势的贸易方式，在优化结构上下功夫，通过提高质量，拓展功能，大力发展高附加值产品如新型化纤面料，纺织时尚面料，高差异化产品等，让客户接受卖价的提高。还要改变满足于以定牌、贴牌加工为主，无核心技术的格局，下大力掌握外贸出日产品的核心技术，打出自主品牌走出去，分享无配额时代利润“大蛋糕”。三是遵守规则，谋取主动。在国际贸易中，纺织服装产品讲究时效性、季节性，客户不仅要有好的质量，还要对交货期有明确的规定。“快吃慢”已是当代的游戏规则，企业要掌握并运用国际贸易游戏规则，加强信息化建设，建立内部快速反应机制，适应客户“小批量、多品种、短周期、快交货”的要求，以快制快，以信誉获得客户的信任，谋取主动。

(作者中一位：无锡水安集团)