
浙江纺织服装产业集群竞争力及发展研究

丛海彬

(浙江万里学院, 宁波 315100)

【摘要】浙江省的产业集群及其创造的经济价值已经成为浙江经济发展的鲜明特色。为进一步提升浙江纺织服装产业集群竞争力,文章对浙江纺织服装产业集群发展中的产业结构和增长方式不合理、技术创新的动力不足、品牌建设薄弱等制约瓶颈进行了分析,并从产业集群的核心能力培育、完善其支持体系、打造虚拟企业等方面提出了相应的对策。

【关键词】产业集群; 纺织服装; 竞争优势

【中图分类号】F542

【文献标识码】A

【文章编号】1671-2250(2008)06-0044-04

一、浙江纺织服装产业集群的总体发展状况

产业集群一直以来与专业市场一起被视为浙江民营经济的两大“引擎”。全省共有年产值亿元以上的工业区块 601 个,块状经济工业总产值 15826 亿元,占全省工业总产值的比重约为 64%;有企业 30.84 万家,其中年销售收入 500 万以上的规模企业 19065 家,从业人员约 800 多万人。2005 年仅浙江省纺织业实现的销售收入和利润总额均占全国纺织业产品销售收入和利润收入的第二位,比重分别达到 23.19%和 26.19%。2004 年,浙江纺织服装产品出口总额首次超过广东省,雄居全国第一。浙江省的纺织行业年利润总额已连续四年居全国第一位,经济总量、出口额、利润三项指标均居全国第一位。可以说,产业集群占据了浙江经济的半壁江山,使浙江从一个无资源优势、无国家扶持、无政策优惠的“三无小省”发展到经济社会发展水平跃居全国前列的“经济大省”和“市场大省”。

而在长期的发展过程中,浙江的纺织工业逐步形成以大城市为中心的纺织大企业大集团和以中小企业为主体的市(县)镇纺织产业集群相结合的产业组织格局。在 2002 年中国纺织工业协会确定的全国 10 个纺织基地市(县)和 29 个纺织特色城(镇)中,浙江省以 3 个纺织基地市(县)和 13 个特色城镇居于领先地位。

近年来,全省纺织产业坚持市场取向改革,着力推进产业结构调整,实现了持续快速发展。浙江省经贸委提供的统计数据 displays, 2004 年,全省规模以上纺织企业 6768 家,实现销售收 3659.7 亿元,占全省规模以上工业企业的 21.9%,占全国纺织总量的 23.6%;实现利润 156.5 亿元,占全国纺织利润总额的 30.5%;出口创汇 223.5 亿美元,比上年同期增长 40.5%,占全省外贸出口总额的 38.4%,占全国纺织品出口总额的 23%。海关的数据显示,截止 2005 年 1 月底,浙江拥有纺织服装出口企业 2400 家,比 2004 年净增 555 家,增幅 30.1%。其中,国有企业仅 268 家,其余绝大部分为民营企业(少数为外商投资)。2006 年 1 至 11 月,全省纺织品服装出口 270.93 亿美元,占全国同期的 20.74%。浙江省纺织工业的快速增长正是得益于省内多种经济成分的充分发展所形成的产业集群,其中尤以中小型和规模以下企业的作用不可忽视。这些规模以下小企业基本为私人、民营企业,他们采取市场配置资源、生产要素自由组合,实行优胜劣汰,因而具有运行机制灵活、对市场变化反应迅速、合作紧密的特点,为浙江纺织工业的发展增添了活力和效率,为浙江纺织产业集群的形成与发展做出了较大的贡献。

收稿日期: 2008-06-17

作者简介: 丛海彬,浙江万里学院商学院讲师,经济学硕士,研究方向:国际贸易。

二、浙江纺织服装产业集群发展中的制约瓶颈

1. 产业结构和增长方式不合理

按照国际经济发展趋势，当一个地区人均 GDP 达到 1000 美元时，贸易进入快速发展阶段；人均 GDP 达到 2000 美元时，是吸引外资的黄金时期；达到 3000 美元时，企业就开始大规模向外扩张。国际经验表明，制造业发展到一定阶段后，其附加值和市场竞争力的提升，更多地要靠服务业来支撑。在人均 GDP 从 2000 美元向 3000 美元发展的重要转型期，产业结构将趋向高级化，明显呈现出一产比重持续下降，二产比重稳中趋降，三产即服务业比重持续上升的趋势。浙江省的人均 GDP 接近 3000 美元，已进入“转型期”的指标区间，这意味着浙江已进入经济结构战略性调整的重要时期，推进经济结构的调整，促进经济增长方式转变和增强综合实力越来越依赖服务业的发展。后配额时代初期，浙江纺织服装业对外贸易出现了明显的“量增价跌”的形势，出口遇困的关键在于我省纺织行业的产业结构和增长方式不合理。

从产业结构看，浙江省纺织出口产品基本处在国际分工和价值链的低端，在科技和资本投入要求高的新型纤维和面料、染整、产业用纺织品、环保型产品和纺织机械等领域，与发达国家的差距很大。浙江省虽是面料生产大省，但面料质量、品种不能满足服装业发展的要求。如出口服装使用的面料相当部分需要进口，面料自给率只有 55%。目前中国纺织品出口中，衣着用、装饰用、产业用的比例为 7:2:1，与国际上各占 1/3 相比，有相当的差距。调整三者的比例是扩大纺织品出口规模的关键。浙江省三者的比例为 60:15:25，比全国的稍微合理，但仍需改善。发展产业用纺织品有利于扩大我省纺织品出口规模，其产品重点是开发室内装饰面料、汽车装饰面料、非织造布、无纺布、卫生用纺织品、深层篷盖布、包装用布等。

从增长方式看，纺织服装产品的贸易增长以“跑量”为主，过多依靠价格竞争。如出口的化纤染色布和印花布，每米平均售价为 0.8-0.9 美元，袜子平均价格每双 0.21 美元，领带平均价格每条 1.6 美元，接近成本，出口效益低微。浙江省纺织服装出口不但面临激烈的国际竞争，而且也要应对来自国内的竞争压力。在配额时代，全国从事纺织服装出口的企业有 3 万多家，拥有配额的仅 3000 家，配额的使用从某种意义上讲对浙江省纺织服装出口起到一定的保护作用。在新的形势下，要靠调整出口产品结构，发展特色产品构筑新的竞争优势。

2. 集群内企业缺乏技术创新的动力

本来产业集群的竞争优势就是由于知识易于在集群内企业间传播，但这也形成了产业集群的最大负面影响，即遏制了企业的研发、创品牌的冲动和自主知识产权的获取，如在浙江的产业集群里，立志于搞研发的企业很少，创品牌的也不多，拥有自主知识产权的更少。

适度的竞争可形成竞争压力促进企业技术创新。但在低成本、低价格的恶性竞争情况下，一方面导致企业利润下降甚至出现巨额亏损，企业没有资金投入新产品、新技术的研制中去；另一方面进入者的技术模仿使技术研发企业的技术竞争优势迅速丧失，技术研发投资难以收回，导致企业失去技术研发的动力，而且浙江企业的信息化和科技开发创新能力有明显差距。

浙江的纺织机械与国际先进纺机比，主要反映在工艺性能差，产品软件开发能力弱，机器的精度和稳定性不够高。浙江省的棉纺织设备、化纤设备这几年尽管进步比较大，但仍有差距，在印染、毛纺、丝绸、针织、产业用设备等多方面的差距更远，如国外印花机的对花精度达到±0.05 毫米，在优质、高效、高产、环保、节能、人性化方面我们都有着明显的差距。印染行业的溢流式染色机、匹染机质量稳定性差。如色差 3-4 级以上我国一般印染企业合格率在 50%左右，好的企业也只有 80%，国外先进水平达 90%。而浙江省的印染生产万米布耗煤 3 吨、耗电 450 度、用水 300-400 吨，能耗指标是国外先进水平的 3-5 倍，用水量是 2-3 倍。

3. 品牌建设薄弱

从总体来看，浙江省纺织品服装出口尚处于以量取胜、以中低档产品为主，来料、来样、来牌仍然是我国纺织品服装企业出口的主要方式。据统计，浙江省纺织品、服装出口中用自己的品牌进入国际市场的产品不足，这种状况基本上还无法适应国际纺织品服装市场日益个性化、时装化和高档化的发展趋势。浙江省纺织服装业产品开发和品牌运作比较薄弱。在品牌建设与品牌运作方面，浙江企业与世界水平还有相当的差距。企业为追求短期利益，进行大规模的来料、来样加工和贴牌生产，或简单模仿、复制国外的产品，致使纺织服装业的发展长期处于低水平扩张状态。“一流企业卖标准，二流企业卖品牌，三流企业卖产品，四流企业卖苦力”，国际上流行的这一经营理念，使自主知识产权、创新能力等“核心竞争力”愈益显示出非凡的意义。开发具有自主知识产权的名牌，是推进纺织服装工业化进程的重要一环。在国际市场上，有品牌的纺织品和无品牌的纺织品之间的价格差距很大。浙江省纺织服装业要提高国际竞争力，必须高度重视发展纺织品牌，加快从低层次的价格竞争向高层次的质量和品牌竞争转变，尤其是要发展国际知名品牌。品牌建设应成为浙江省纺织服装行业增强浙江纺织品和服装在国际市场的竞争力、大幅度提高附加值的一条重要途径。

4. 不正当的竞争导致“柠檬市场”的出现

浙江省产业集群内的中小企业大多数是由农村家庭产业发展而来，产品技术要求低，对劳动力素质要求不高，因而企业进入门槛低，衍生速度快。并且其中一些农民通过模仿和学习以家庭工厂的形式进行生产，导致生产规模可在短期内迅速膨胀极易形成市场拥挤，导致恶性竞争。

在这样的产业集群里，同质的成品企业之间要相互竞争，同质的配套企业间也要相互竞争。这样在产业链的构成及不断延伸过程中，同类企业的恶性竞争难以避免相互压价、低价竞争必然越演越烈。最后的结果是低价优势成了产业集群在与国内外市场竞争中唯一的核心竞争力。而一旦低价优势成为主要或唯一的竞争武器，它在市场上能够冲锋陷阵一段时间的同时必然遭遇两大阻力：一是外部市场。低价竞争对外部市场来说，在某种程度上是一种不公平竞争，于是反倾销开始了，欧美对中国纺织品采取“特保”、“设限”措施，其表面原因就在这里。二是集群内部逐渐滋生的阻力。在恶性竞争状况下，企业极力压低生产成本，在生产过程中偷工减料，使产品质下降，而优质产品因为生产成本低、市场价格高因而在竞争中失去优势，导致低质产品驱赶高质产品的“柠檬市场”出现，企业道德风险的存在，市场的逆向选择使产业集群迅速崩溃。

三、浙江纺织服装产业集群竞争力的培育和提升

1. 注重浙江纺织服装产业集群的核心能力的提高

浙江省应该鼓励产业的区域性集聚，以建设特色工业园区、乡镇工业专业区及培育龙头骨干企业为主要手段，加快产业集聚，优化产业布局，推进区域特色经济向更高层次发展。浙江省以杭州、绍兴、宁波、湖州、温州和台州为各个相应行业的区域发展中心，并根据行业先进性及未来市场的成长性分成不同层次，优先扶持和发展最具潜力的区域中心或行业部门。

纺织服装业重点布局两个核心区块：一是以绍兴县纺织产业群为核心带动环杭州湾地区纺织产业发展；二是以鄞县服装产业群为核心带动环杭州湾服装产业发展。重点培育发展绍兴与萧山化纤织造业，宁波男装，温州休闲装，杭州女装，诸暨大唐、绍兴与义乌的织袜业，海宁的皮革服装与经编业，余杭与海宁的装饰布业，象山的针织业，嵊州的领带业等产业生产基地。努力将特殊产业基地建成全国乃至国际上知名的生产中心、贸易中心和技术信息中心。

纺织业发展布局以绍兴县为重心的，重点扶持滨海工业区和柯桥开发区建设，带动环杭州湾地区纺织产业更快发展。其中产业集群，化纤生产以绍兴、萧山和嘉兴等优势地区为主要集聚地。重点发展高附加值的差别化纤维、新型和特种纤维生产，提高差别化纤维比重(40%)，提高产业用、装饰用纤维比重(40%)。服装业发展布局以宁波鄞州为浙江服装产业发展的核心区块加以扶持。以杭州的江干、萧山二区作为浙江服装产业布局的重点区块之一，规划建设女装产业区块。以湖州织里作为浙江服装产业布局的重点区块之二，扶植建设织里童装精品区块。

2. 完善浙江纺织服装产业集群的支持体系

在全球纺织生产和供应的产业链中,企业自身发展需要快速反应国际产业链的变化。随着时尚流行的周期变得越来越短,纺织服装企业正面临个性化、短周期、小批量、快交货、零库存的敏捷制造时期,如目前世界成衣订单的交货期已短到 60 天之内。对信息的收集、交流、反应和决策速度将成为决定企业竞争能力的关键因素,而信息化建设无疑是制胜法宝。

同时,电子商务正成为国际贸易的重要方式。尽管全球经济下滑,电子商务却迅猛发展。在全球经济一体化的背景下,许多业务都要通过电子方式来开展。据国际数据公司(IDC)预测,2002 年全球 B2B (business to business)电子商务贸易额将增长 78%,达到 9160 亿美元,2005 年,世界各国公司通过因特网购买的。

在发展纺织行业信息化时,首先应加大纺织生产领域中设备、工艺的信息、技术方式开发和利用。在设备方面,要重点围绕各纺织行业(棉纺、毛纺、麻纺、丝绸、针织、印染、服装等)的关键设备,通过科技攻关、自主开发、专项引进、消化吸收、合资合作等方式,提高设备的机电一体化水平,使纺织机械技术与电子、计算机、自动控制、自动检测等技术的紧密结合,并且在实际的生产中发挥作用。在工艺方面,要坚持走传统工艺与高新技术或信息技术相结合的发展道路,做到引进消化与自主开发相结合,并根据市场需要,开发更多技术含量高的产品。同时要推进企业信息化基础建设,根据企业信息网络建设普遍落后的情况,有计划、有步骤推进企业 ERP 系统的开发和应用,最终形成整个行业信息化建设的网络基础。并积极稳妥地推进电子商务,完善纺织行业信息数据库建设,全面提高信息服务水平。要加强信息技术人才的培训,人才培训工作要从普及信息网络基础知识、重点培训企业技术管理人员、开展国际信息技术交流等多方面进行。

纺织服装行业的信息化建设实质上就是不断扩大信息技术在本行业或企业中的应用,提高信息资源在行业范围内的共享程度。推进纺织服装行业的信息化建设,是改造纺织传统产业,加快技术进步和产业升级的重要环节和内容。

3. 利用集群优势,打造虚拟企业

在生产制造领域内,虚拟企业作为适应全球化与生产分散化挑战的代表,已经得到企业界与学术界越来越多的关注。虚拟企业这种新型敏捷生产组织模式正在改变人们对于企业这个概念的认识与理解。对于虚拟企业的定义,根据研究问题的需要而各有不同,一般意义上虚拟企业是指当市场出现新机遇时,具有不同资源与优势的企业为了共同开拓市场,共同对付其他的竞争对手而组织的、建立在信息网络基础之上的、共享技术与信息、分担费用、联合开发的、互利的企业联盟体。

各个企业的单打独斗很难提高企业的竞争力,也很难改变纺织业的现状,只有各企业开发自身系统,与具有优势的上下游企业组成虚拟企业,协同工作,联合创新,相互匹配,并行提高,才能真正提高企业的竞争力和创新能力,提高纺织业的总体水平,才能使纺织业走出困境。

参考文献:

[1]李建立.“产业集群”与“区域经济”—浙江省嵊州市领带产业战略分析[J].中国服装,2002(12):70-74.

[2]顾庆良,寇强.宁波服装产业集群竞争力分析[J].山东纺织经济,2004(5):14-17.

[3]盛世豪,郑燕伟.“浙江现象”产业集群与区域经济发展[M].北京:清华大学出版社,2004.