

---

# 浙江外贸型服装企业转型升级研究

龚辉平 胡秋鸿

(浙江万里学院商学院, 浙江宁波 315100)

**【摘要】**经过多年发展,浙江外贸型服装企业积累了充足的资本和生产经验,但由于外贸型服装企业品牌意识差、处于价值链低端,在国内外不利生产因素增加时,此类企业生存堪忧。因此,应从多方入手,按照全球价值链理论思路,升级浙江的外贸型服装企业。

**【关键词】**浙江; 外贸型; 服装企业; 转型升级

**【中图分类号】** F426. 86

**【文献标识码】** A

**【文章编号】** 1672- 6847(2010)04- 0047- 02

改革开放以来,浙江服装产业在党和政府的阳光政策引导,迅速发展为国际重要的服装生产基地。但是,长期以来,浙江外贸型服装企业的生产仅限于以高密度、低成本的劳动力投入为扩张前提的生产和发展方式,所从事的活动也多为国外品牌贴牌生产。在资源能源、劳动力价格、国际市场环境稳定的情况下,浙江的外贸企业还可以凭强大的生产能力和大规模的出货,在低利润的条件下获得一些微薄的加工费。但是,随着近年来劳动力成本上升、生态环境恶化等一系列不利因素的出现,浙江外贸类服装企业生存状况堪忧。在此状况下,转型升级便成为此类企业求得生存和发展的不二法门。

## 一、浙江外贸型服装企业发展的现状和问题

自古以来,由于地理位置优越、桑蚕丝织业发达,浙江一直都是中国服装业的重要生产基地。自党的十一届三中全会以来,凭借着优良的生产基础、有力的政策东风,加之纺织服装产业自身低投入、生产周期短、见效快的特点,纺织业迅速成为浙江的支柱产业之一。由于毗邻大海,良港颇多,浙江的服装产业从发展初期就已经瞄准了国际市场,适逢国际产业转移,纺织业从日本、韩国和我国台湾地区向次发展中国家和地区转移,浙江便顺利地成为国际服装产业转移的重要承接地之一。此后,浙江的服装业为国家创造了大量的外汇结余,为浙江乃至中国的经济发展都产生了重要的推动作用。

当前,浙江是全国第二大服装生产大省,服装产业为浙江解决了至少 58 万人的就业问题,其关联产业为全国解决了数以百万计的就业问题。浙江拥有服装加工制造企业 8000 余家,占到全国服装生产企业总数的两成。2005 年浙江生产各类服装 27.7 亿件,国内销售收入 923.53 亿元,出口创汇达 133.3 亿美元,服装出口值大大超过国内销售值。2007 浙江的服装生产形成了以杭州、绍兴、宁波、温州等城市为代表的专业特色的产业基地。2008 年浙江服装以及附着件出口额达到 215.8 亿美元,居同年浙江出口产品总值排行第二位。但是,由于生产企业大多数处于全球价值链的低端环节,多以加工制造见长,现存的的一系列不利因素时时都在勒紧服装生产企业的脖颈,稍有不慎,就有可能破产倒闭。具体而言,浙江外贸型服装企业面临如下困难:

### (一) 利润单薄,抗风险能力差

---

**作者简介:** 龚辉平(1988-),男,浙江义乌人,浙江万里学院商学院本科生,研究方向:国际经济与贸易。

胡秋鸿(1986-),男,浙江宁波人,浙江万里学院商学院本科生,研究方向:国际经济与贸易。

据浙江省温州市服装商会的调研显示,温州服装企业 85%以上还是以加工制作为主业,处在产业链的最低端。温州的情况只是浙江整个服装生产企业的缩影。在全球经济一体化的时代,处于产业链的最低端也就意味着企业所生产产品价值的低下,从生产活动中所获得的利润也就难以提高,著名的二八定律,在浙江外贸型服装企业也是可以印证的。较低的利润率水平使得企业在面对不确定因素时难以强有力地与之抗衡。所以,2008 年次贷危机发生时,浙江的服装生产企业便发生大规模的倒闭现象。

### (二)人力成本上升

由于起步层次低,浙江的服装企业在生产过程中都采用劳动密集型的生产方式。新劳动合同法规定,用人单位必须为劳动者购买社会保险,提供更完善的福利保障等一系列对生产厂商不利的条款。从浙江省经贸委对 820 家企业的问卷调查显示,新劳动合同法实施以来,73.9%的企业用工成本增幅在 10%~ 15%左右。这样大幅度的成本上升对于利润率单薄的服装企业来说,无疑是极大消极因素。<sup>[1]</sup>

### (三)受汇率变动影响,实际销售增幅逐年降低

从 2005 年开始,我国允许人民币汇率在适当的范围内调整。由于多年以来我国重商主义的外贸思路,为我国积累了大量的外汇,这就迫使人民币从 2005 年以来在震荡中升值。虽然,从 2005 年到 2008 年浙江服装出口在逐年增加,但我们也可以看出,从 2005 年开始,浙江服装业的出口增速是在逐年降低的。(详见表 1)

表 1 浙江服装企业出口状况

年份	出口值 (万美元)	当年平均汇率	出口值 (亿元人民币)	同比增幅
2005	1331815	8.1917	10909828.94	—
2006	1592516	7.9718	12695219.05	16.36%
2007	1859328	7.604	14138330.11	11.37%
2008	2157999	6.9451	14987518.85	6%

资料来源:浙江省统计年鉴 2009.

### (四)资源环境压力增大

近年来,随着化纤、棉料棉料和能源等原材料价格的上涨,浙江省服装企业的生产成本日益增加。由于,国际国内对企业生产过程中环境友好性关注度的提高,浙江的服装生产企业在生产过程中不得不增加在环保、节能方面的投入。

### (五)缺乏品牌意识

中国作为世界第一大服装出口国,浙江省作为中国第二大服装出口区,在出口产品中拥有自主品牌的却连 1%都占不到。缺乏品牌或者缺乏品牌意识,使浙江的大多数服装生产企业只能使用世界优良的服装生产设备为国外品牌打工,赚取些许的加工费,往往还要受国际采购商的压价考验。

---

另外,浙江部分服装出口企业时常还会贪图眼前利益,在服装生产过程中不严格管理或者故意减少投入来降低生产成本,获取额外收益,导致部分出口产品质量低下,达不到国外消费者的消费需求,极大地伤害国外消费者对“浙江生产”的认可度。

## 二、外贸型服装企业转型升级的思路研究

在原料价格上涨、人民币升值、劳动力使用成本上涨和国外非关税壁垒的打压下,浙江服装生产企业的唯一生路就是改变之前的生产方式,通过转型升级来实现企业的重生。

### (一)关于转型和升级

在经济全球化和全球经济一体化的态势下,企业的经营环境时刻发生着变化,因此“转型”或许就成为众多企业求得生存的选择之一。我们从韦伯词典中可以查到,转型系指事物在形态、结构及本质上的改变。无疑,“时间”是韦伯词典中考虑的主要问题,其深层次的意义在于,转型是存在于过去、当前和未来三种状态的一种革新抑或变革。由于转型涉及管理、技术、和行业环境方面的探讨,所以国内学者关于转型的概念并没有一个统一认可的表述。我们所讨论的转型,主要是基于外贸型服装企业的转型,是在外贸型服装企业面临国际金融危机、外部需求减弱和发达国际贸易限制的条件所讲的,目的是为服装企业的生产提供一个改变现状和未来的经营思维、策略和发展战略的指导。<sup>[2]</sup>

关于升级,有很多层面的思考。具体而言包括整个国家层面的经济增长方式的升级,中观层面的某个产业的升级(例如纺织业),微观层面的某个企业的升级。关于升级本身,我们认为应该代表一种更高形态的生产方式、组织方式和利润获取方式,这种全新的方式可以是对以往方式的改进,也可以是对以往方式的革命性颠覆。

### (二)目前学术界关于转型升级的核心思路

虽然国内外关于转型升级的研究浩如烟海、多如牛毛,从不同的方向研究的都有,也产生了一系列的转轮和著作,但是,真正为全球专家和学者所认可的升级理论还属 Gereffi 在 1999 年所提出的基于全球价值链的升级理论。他以价值获取多寡为评判标准,提出镶嵌于全球价值链中的企业应当根据价值的获取多少,由价值获得低的部分向价值获得高的部分迈进,最终实现企业的转型升级。依靠全球价值链理论进行升级的思路主要是两种:

一种是被业界通常提起的从 OEM 到 ODM 再到 OBM 的升级路径。OEM 指的是企业拥有生产设备,主要靠承接外部厂商的生产订单和产品设计图纸等现成的生产要素进行生产,这类企业实际上扮演的是一个跨国企业海外加工组装中心的角色。ODM 指的是企业有一定的设计能力,可以按照客户需求设计产品并实施生产。OBM 是指企业通过自我设计、研发和自有设备生产出的产品贴上自有品牌,进行的经营活动。拥有自有品牌的企业所获利润往往会高于前两种,所以企业会选择从 OEM 到 ODM 再到 OBM 的升级道路。

另一种是从工艺升级到产品升级再到功能升级,最后发展到链条升级的一种系统系升级思路。所谓工艺流程升级,实际上指的是应用更为先进的生产方式,提高同等产品生产的效率,追求的是在最短的时间里生产最多的产品。引进新的产品生产线或者改进原有的生产方式和技术水平,提高产品自身的品质或者生产更为新颖的产品,提高产品的竞争力,获取更多收益。功能的升级是指根据生产者在价值链中所处的位置,向价值链的两端升级,包括标准设计、产品设计、品牌和营销渠道构建与控制,通过向这些高附加值环节的升级获取更多的价值增值。由于不同的产业链有不同的利润水平和价值增值水平,所以当企业有足够的生产能力时往往会选择从价值增值小的产业转向价值增值高的行业,这就是链条升级。

国内学者查志强教授 2008 年在其博士论文《嵌入全球价值链的浙江产业集群升级研究——基于原产地多元化视角的分析》一文中指出,外向型企业在转型升级过程中,可以考虑在以全球价值链理论为指导的前提下,通过将外贸企业的非核心业务向全

---

球低成本地区转移的方法实现另类升级。

浙江外贸型服装企业生产的突出问题是无品牌、OEM 或 ODM, 产品质量难以保证, 缺乏营销渠道。所以浙江外贸型服装企业的转型升级思路应该是沿着全球价值链理论的导向, 根据企业自身的生产特点, 向着价值附加更多的环节爬升。

### 三、浙江外贸型服装企业成功转型案例分析和经验借鉴

根据前文的分析, 企业的转型升级可以是沿着全球价值链, 在其每一个环节实现价值获取的更大化, 并在可能的条件下, 实现从一个环节向另一个环节的跃升。

#### (一) 工艺流程升级的案例

以前, 浙江伴宇所生产的服装与同行无异, 为国外品牌大量代工生产获取微薄利润。为了改善企业经营, 在企业老总黄德荣的带领下, 实施了一系列技术革新和改造, 实现了服装生产的高科技化, 最为特殊的是企业已经能够生产不用缝纫机而是用专用设备粘合衣服, 而且此方法生产的服装防水防风, 轻便耐用。2008 年当同行企业都为金融为所困扰的时候, 该企业成功地从美国客户手中拿到了一份此类订单, 所加工的便是这种不用缝纫机的服装。以前, 加工一件休闲服装, 公司只能毛赚 5 美元, 但是加工一件这样的衣服企业至少能赚 30 多美元, 是普通服装获利的 6 倍还多。这说明通过提高企业生产中的技术含量, 改变以往的生产模式和流程就能实现企业的升级。

#### (二) 功能升级案例

温州服装企业的 85% 都是以加工制作为主的, 这就决定了他们较低的风险抵御能力。温州企业所要做的升级就是要像美特斯邦威和森马一样, 创立自己的品牌, 实现特有的贸易流通方式, 只有拥有自己的品牌, 温州服装企业才有可生产环节获得更多价值。以森马为例, 它将服装生产、销售外包给其他企业, 自己专精于服装设计、品牌经营等活动环节。2005 年, 森马的销售额只有 17 亿元, 到 2008 年已超过 58 亿元。<sup>[3]</sup>

除了这些案例外, 浙江还有一些链条升级的案例, 比如以前做服装贸易的企业, 在看到造船业的光明前景后, 投身造船业, 从而获得大量的收益。

### 四、对浙江外贸型服装企业转型升级的策略建议

为了获取更多的收益, 求得在全球市场激烈竞争环境下的长久生存, 我们建议外贸服装企业通过以下途径实现基于全球价值链的转型升级。

#### (一) 加大技术改造和引进投入, 进一步提高企业的生产能力

近年来, 虽然浙江服装生产企业的生产能力有大幅提高, 但是与发达国家的生产能力相比, 我们在技术和管理上还是有相当的差距, 为了使浙江的产品拥有更强大的竞争力, 投入资金进行技术改造和引进是必然选择。

#### (二) 树立品牌意识, 打造世界名牌

我们知道, 当今的商场竞争是不同品牌的竞争, 对于那些没有自主品牌的企业, 其产品只能成为低端消费品, 其生产能力只能为有品牌的企业所利用, 其获利永远低于有品牌的企业。为了获得更多的收益, 浙江的外贸服装企业应当树立品牌意识, 将自己的

---

品牌打造为世界著名的品牌,从而使产品在全球市场的行销顺风顺水。

(三)提高核心竞争力,实现原产地多元化

浙江外贸企业应该将工作重心放到产品的设计、品牌的管理和营销方面,将获利较少的生产环节分散到其他生产成本更低的国家或地区。以此来提高企业的核心竞争力,使企业在国际竞争中始终保存竞争优势。

**参考文献:**

[1]朱志胜. 浙江纺织产业升级路径选择:从比较优势到竞争优势的转变[J]. 绍兴文理学院学报, 2009, (1) :68-71.

[2]查志强. 嵌入全球价值链的浙江产业集群升级研究——基于原产地多元化视角的分析[D]. 华东师范大学, 2008.

[3]宋永高. 浙江服装企业的品牌战略[J]. 纺织学报, 2004, (5) :133- 134.