

创新驱动下浙江纺织服装业出口竞争新优势培育研究

王瑞荣 吴刚

- (1. 绍兴职业技术学院 经贸管理学院, 浙江 绍兴 312000;
2. 浙江科技学院 科研处, 杭州 310023)

【摘要】制造业是浙江省经济发展的基石, 制造业出口对浙江经济发展拉动作用凸显。然而, 在传统的低成本要素驱动优势难以为继的背景下, 创新驱动成为保持和提升浙江省制造业出口竞争新优势的必然选择。文章以浙江省纺织服装产业为例, 在对其现状分析的基础上, 采用回归分析的方法探讨了创新驱动对浙江省纺织服装产业出口竞争新优势的影响。结果显示: 浙江省纺织服装产业出口具有一定的竞争优势, 但产业竞争优势和品牌竞争优势与广东、江苏、山东、福建相比还具有一定的差距; 创新驱动与浙江纺织服装产业出口竞争新优势具有单项因果关系。就新产品出口额来说, R &D 经费内部支出的拉动作用显著大于 R &D 人员, 而出口交货值正好相反, R &D 经费内部支出的拉动作用小于 R &D 人员。这说明, 在新产品研发促进出口方面, 创新驱动的优势更加显著。最后探讨构建了“技术创新—管理创新—制度创新—金融创新—商业模式创新”五维创新驱动路径, 以培育浙江纺织服装产业的出口竞争新优势。

【关键词】纺织服装产业; 出口; 创新驱动; 培育路径; 浙江

【中图分类号】F426. 81; F752. 8

【文献标志码】B

【文章编号】1001-7003(2016) 03-0069-07

1 文献综述

关于出口竞争新优势的研究是近三年国内学者比较关注的热点问题之一。如王涛生^①在分析出口产品质量对出口竞争新优势的影响机理的基础上, 构建了衡量出口产品质量、品牌、技术和服务的测度模型, 实证测度了中国出口商品的出口竞争新优势。许德友^②基于市场规模的视角, 提出以内需市场培育出口竞争新优势。然而, 聚焦纺织产业研究培育其出口竞争新优势的文献相对较少, 相关文献只是就出口竞争新优势中的品牌、技术方面进行了研究。如周伟等^③提出通过培育品牌、技术等“非价格竞争优势”, 实现纺织品附加值的提升, 进而提升中国纺织品出口的整体竞争力。肖文等^④认为过度竞争导致中国纺织品比较优势大体下降, 究其原因“企业技术创新激励不足、品牌培育力度不够”是主导因素。通过梳理文献发现, 国内学者对浙江省纺织服装业竞争新优势的培育主要集中在以下两方面: 一是从技术创新视角分析浙江纺织服装业提升出口竞争优势的路径^{⑤⑥}; 二是结合当前浙江经济发展的实际, 实施创新驱动战略, 推动浙江纺织服装业发展^{⑦⑧}。

2 浙江省纺织服装业出口竞争力的比较分析

收稿日期: 2015-09-28;

修回日期: 2016-01-15

基金项目: 浙江省哲学社科规划项目(15NDJC273YBM, 16NDJC123YB); 浙江省软科学研究项目(2014C35027, 2015C25008); 浙江省自然科学基金项目(LY15G030031, LY13G030023); 浙江省社科联项目(2016N31Y)

作者简介: 王瑞荣(1978), 女, 副教授, 主要从事产业经济的研究。

浙江省纺织服装产业是典型的劳动密集型产业，也是长期“锁定”价值链低端的产业。当前，中国经济增长速度减缓，国际贸易环境持续恶化，创新驱动成为促进出口、提升产品附加值的主要推动力。在浙江省推进创新驱动发展战略、建设创新省份的背景下，本文对《中国行业贸易数据库》31个省、直辖市进行筛选后，以纺织服装产业出口额为指标进行排序，最终选取排名靠前的浙江、广东、江苏、山东、福建五省。通过对2012、2013年浙江省纺织服装产业主要出口产品的出口额、产业竞争力、品牌竞争力等，与其他四省进行横向对比。

2. 1 主要纺织品出口额分析

根据中国海关及浙江、广东、江苏、山东、福建五省统计年鉴和相关海关的统计，全国及五省2012、2013年主要纺织服装产品的出口情况如表1所示。由表1可以发现，就服装及衣着附件而言，2012、2013年浙江出口占比分别为17.94%、18.01%，低于广东的19.74%和18.70%，位居第二，江苏、福建和山东分别位居第三、第四、第五。从纺织纱线、织物及制品看，浙江2012、2013年出口占比分别为32.66%、33.08%，远远高于其他四省，位居第一，而江苏则以18.33%和17.78%位居第二，广东、山东和福建位居其后。从鞋类出口看，浙江2012、2013年出口占比分别为16.14%和17.50%，远远小于广东的28.27%和27.42%，低于福建的21.88%和22.79%，位居第三，江苏和山东位居第四和第五。由此可见，浙江省服装及衣着附件出口略微低于广东省，在纺织纱线、织物及制品出口方面具有较大的优势，而福建省在鞋类出口方面具有优势。

表1 全国及五省2012、2013年主要纺织服装产品出口情况

Tab.1 Export situation of main textile and clothing products from the state and five provinces in 2012 and 2013

主要产品	年份	全国出口总额/ 万美元	浙江占比/ %	广东占比/ %	江苏占比/ %	山东占比/ %	福建占比/ %
服装及衣着附件	2012	15 913 578.8	17.94	19.74	14.85	6.65	8.67
	2013	17 704 648.7	18.01	18.70	13.95	6.42	9.30
纺织纱线、织物及制品	2012	9 576 060.1	32.66	11.73	18.33	9.57	5.20
	2013	10 694 389.3	33.08	11.03	17.78	9.57	6.07
鞋类	2012	4 681 110.5	16.14	28.27	5.41	2.95	21.88
	2013	5 076 378.7	17.50	27.42	4.60	2.82	22.79

2. 2 产业竞争力分析

根据中国纺织工业联合会2012—2013年度和2013—2014年度《中国纺织服装企业竞争力500强》发布的数据显示(表2)，2012—2013年度浙江有112家企业入选，占到500强的22.40%，2013—2014年度增加1家，占比为22.60%，分别低于江苏的22.80%和23.20%，位居第二，山东、福建和广东位居其后。在2013—2014年度全国各个行业的竞争力排名中，入选前20名的浙江省企业仅3家，分别是雅戈尔集团股份有限公司(3)、宁波申洲针织有限公司(6)和杉杉控股有限公司(11)。而江苏有7家企业入选，分别是江苏阳光集团有限公司(4)、红豆集团有限公司(7)、恒力集团有限公司(8)、海澜集团有限公司(9)、波司登股份有限公司(10)、江苏东渡纺织集团有限公司(14)和华芳集团有限公司(19)。山东也有6家企业入选，分别是山东魏桥创业集团有限公司(1)、山东如意科技集团有限公司(2)、青岛即发集团控股有限公司(13)、山东南山纺织服饰有限公司(15)、鲁泰集团(17)和孚日集团股份有限公司(18)。由此可以看出，在企业竞争力方面，浙江省纺织服装企业的竞争优势要低于江苏和山东，产业竞争力还有待提升。

表 2 2012—2014 年度五省入选《中国纺织服装企业竞争力 500 强》企业数
 Tab.2 Five provinces selected in *China's textile and garment enterprises competitiveness 500*
 enterprises in terms of the number of enterprises in 2012 - 2014

年度	浙江		广东		江苏		山东		福建	
	企业数/家	占比/%	企业数/家	占比/%	企业数/家	占比/%	企业数/家	占比/%	企业数/家	占比/%
2012—2013	112	22.40	26	5.20	114	22.80	71	14.20	35	7.00
2013—2014	113	22.60	32	6.40	116	23.20	77	15.40	31	6.20

2. 3 品牌竞争力分析

品牌是衡量和评价出口竞争新优势的核心要素之一。根据“世界品牌实验室”公布的 2012、2013 年《中国 500 最具品牌价值排行榜》，上述五省纺织服装行业数据变化情况分析见表 3。由表 3 可以发现，浙江纺织服装行业 2012 年有 14 个品牌入选，占品牌总数的 2.80%，2013 年减少 1 个，为 13 个。福建 2012、2013 年分别有 7、6 个入选，位居第二，江苏、山东和广东位居其后。浙江省纺织服装品牌价值排行最靠前的是雅戈尔集团股份有限公司，2012 年进入 100 强，位居 93 位，2013 年有所下降，位居 117 位。而 2012 年入选 100 强品牌中，内蒙古的鄂尔多斯集团位居第一，排名为 36 位；福建有两家企业入选，分别是劲霸男装（上海）有限公司（50）和福建七匹狼实业股份有限公司（99）；江苏也有 1 家入选，是江苏梦兰集团有限公司（86）。2013 年雅戈尔集团股份有限公司的品牌价值为 153.78 亿元人民币，远远低于鄂尔多斯集团的品牌价值（505.36 亿元人民币），劲霸男装（上海）有限公司品牌价值为 269.58 亿元人民币。由此可以看出，浙江纺织服装入选品牌数要优于其他四省，但是从 100 强的排名看，明显不如内蒙古、福建、江苏等省份，这与纺织服装大省的地位不适应，浙江省纺织服装品牌建设任重道远。

表 3 2012—2013 年度五省纺织服装行业入选《中国 500 最具品牌价值排行榜》品牌数

Tab.3 Five provinces selected in *Ranking of China's 500 most valuable brand enterprises* in terms of brand number in 2012 - 2013

年度	浙江		广东		江苏		山东		福建	
	品牌数/个	占比/%								
2012	14	2.80	3	0.60	6	1.20	4	0.80	7	1.40
2013	13	2.60	2	0.40	5	1.00	4	0.80	6	1.20

3 创新驱动与浙江省纺织服装出口竞争力的关系分析

国内外学者对创新驱动的研究往往是和产业的研究结合起来。如 Keeper^①发现技术创新成果推动产品创新、过程创新，从而推动产业规模的扩张，进而促进新产业的发展，因此得出结论：创新驱动产业发展是一个动态的、复杂的系统。Mansury^②将创新驱动的研究向服务业拓展，认为服务创新能够显著促进企业成长，但对提升服务生产率作用不大。洪银兴^③对创新驱动的内涵进行了深入的分析，吴敬琏^④从转变经济发展方式的角度探索了实现创新驱动的原因，庄志彬等^⑤深入分析了创新驱动对制造业发展的作用，但是关于创新驱动与纺织服装出口竞争力方面的研究较少。因此，本文利用格兰杰因果检验分析和回归分析的方法，深入探究创新驱动与浙江省纺织服装出口竞争力的关系。

3. 1 变量选取和数据来源

选择纺织服装产业的新产品出口额 Y_1 (万元人民币)、出口交货值 Y_2 (万元人民币) 来反映出口竞争新优势的程度。在投入方面, 选取 R&D 人员 X_1 (人)、R&D 经费内部支出 X_2 (万元人民币) 来反映创新驱动的强度。考虑数据的可获得性和指标的一致性, 选取规模以上企业为研究对象, 相关数据皆来自于 2010—2014 年《浙江统计年鉴》和《浙江科技统计年鉴》。

3. 2 格兰杰因果检验分析

为了更好地了解上述指标之间是否存在因果关系, 运用 E views 8. 0 对其进行格兰杰因果检验。由表 4 可以发现, 在滞后 1 期的条件下, 创新驱动是推动浙江省纺织服装产业出口增加, 提升出口竞争新优势的因。具体而言, R&D 人员 X_1 、R&D 经费内部支出 X_2 是新产品出口额 Y_1 单项变动的因, 也是出口交货值 Y_2 单项变动的因。

浙江省纺织服装产业的创新投入在不断增加, R&D 人员和 R&D 经费内部支出都呈现不断上升趋势。其中 R&D 人员由 2009 年的 17 379 人上升到 2013 年的 27 357 人, 年均增长率为 9. 50%, R&D 经费内部支出也由 2009 年的 336 762 万元人民币增加到 2013 年的 583 556 万元人民币, 年均增长率为 11. 62%, 高于 R&D 人员的年均增长率, 可见创新投入的经费在逐年增加且大于人员的投入。新产品的出口额 2009—2011 年逐年增加, 但是到 2012 年新产品出口额却下降, 增长率为 - 4. 19%。到 2013 年有显著上升, 达到 4 903 977 万元人民币, 同比增长率了 44. 48%。出口交货值演进趋势与新产品出口额类似, 也是先快速上升, 到 2011 年达到最高点, 而后有缓慢上升。由此可见, 在中国经济发展增速放缓的背景下, 浙江纺织服装产品的出口增速也进入了新常态, 但是由于 2013 年浙江省省委省政府出台并落实了《全面实施创新驱动发展战略加快建设创新型省份的决定》, 相关政策的出台和有效实施对纺织服装产业的出口具有一定的拉动作用。

表 4 格兰杰因果检验结果

Tab.4 Granger causality test results

原假设	F -统计量	P 值	结论
Y_1 does not Granger Cause X_1	3. 61078	0. 3084*	拒绝
X_1 does not Granger Cause Y_1	53. 2196	0. 0867	接受
Y_1 does not Granger Cause X_2	0. 00024	0. 9902*	拒绝
X_2 does not Granger Cause Y_1	5562. 72	0. 0085	接受
Y_2 does not Granger Cause X_1	5. 68828	0. 2528*	拒绝
X_1 does not Granger Cause Y_2	2. 43387	0. 0629	接受
Y_2 does not Granger Cause X_2	1. 26210	0. 4630*	拒绝
X_2 does not Granger Cause Y_2	4. 66748	0. 0760	接受

注:* 表示在 10% 显著水平以上, 因此拒绝原假设。

3. 3 回归分析

由表 4 所示，R &D 人员、R &D 经费内部支出是新产品出口额和出口交货值变动的原因，为了进一步分析创新驱动对出口竞争新优势的影响，以 Y1、Y2 为因变量，X1、X2 为自变量进行回归分析。为了消除或减少数据存在的异方差，本文对相关变量取对数，建立回归模型：

$$\ln Y_i = a_1 \ln X_1 + a_2 \ln X_2 \quad (i = 1, 2) \quad (1)$$

利用 E views 8. 0 软件研究浙江省 2009—2013 年创新驱动对纺织服装产业出口竞争新优势的影响，回归结果如下：

$$\ln Y_1 = 0.204 + 0.202 \ln X_1 + 1.324 \ln X_2 \quad (2)$$

$$R^2 = 0.88 \quad S.E. = 3.755624 \quad 3.157901$$

$$\ln Y_2 = 11.559 + 0.440 \ln X_1 + 0.069 \ln X_2 \quad (3)$$

$$R^2 = 0.87 \quad S.E. = 4.066875 \quad 3.419615$$

由式(2)和(3)两个回归模型中可以看出，R²皆在 0.86 以上，说明两个模型的拟合结果较好。根据该回归结果可以发现，R &D 人员、R &D 经费内部支出对新产品出口额和出口交货值的影响都为正数，说明总体上来看，R &D 人员、R &D 经费内部支出对浙江纺织服装产业的出口有一定的拉动作用，在一定程度上提升了纺织服装产品的出口竞争力。具体来说，R &D 人员每 1 n X1 增加 1 个百分点，可以促进新产品出口额 1 n Y1 增长 0.202 个百分点、促进出口交货值 1 n Y2 增长 0.440 个百分点；R &D 经费内部支出 1 n X2 每上升 1%，可以促进新产品出口额 1 n Y1 相应增加 1.324%、促进出口交货值 1 n Y2 相应增加 0.069%。可以发现，就新产品出口额来说，R &D 经费内部支出的拉动作用显著大于 R &D 人员，而出口交货值正好相反，R &D 经费内部支出的拉动作用小于 R &D 人员。这说明，在新产品研发，促进出口方面，创新驱动的优势更加显著。因此，创新驱动是浙江省纺织服装产业提升出口竞争新优势的主动力量。

4 培育出口竞争新优势的路径选择

作为浙江省传统优势产业，纺织服装业要想维持和扩大出口竞争优势，仅仅依靠增加 R &D 经费内部支出和 R &D 人员投入显然不够，需要通过“技术创新—管理创新—制度创新—金融创新—商业模式创新”五维创新驱动框架，搭建和培育浙江纺织服装业的出口竞争新优势。

4. 1 技术创新是基础

通过梳理国外纺织服装产业发达国家的通常做法，可以发现，技术创新起着至关重要的作用。如日本纺织服装产业关注技术含量高、附加值大的产业用纺织品的研究和开发。意大利的纺织服装产业在高端市场的竞争力尤其明显，环保、时尚、技术创新是其取胜的法宝。当前，浙江省产业结构调整已经进入了关键期，迫切需要注入新的活力驱动其发展。2014 年浙江省的 GDP 已经达到 40 153.50 亿元人民币，规模以上工业企业完成出口交货值 12 085 亿元人民币，浙江省完全有实力通过加大创新投入力度培育纺织服装产业的出口竞争新优势。一是要用技术创新引领纺织服装产业发展，以市场为导向，加大对技术含量高、附加值大的产业用纺织品的研发，重点研发创新性的纱线和面料，同时兼顾环保和时尚元素。二是积极引导企业加大 R &D 的

投入力度(包括 R&D 人员, R&D 经费和技术引进、消化、吸收), 增强纺织服装企业的自主创新能力和技术消化吸收能力, 争取实现投入—产出的最优化, 提升纺织服装产业技术创新效率。

4. 2 管理创新是重点

管理创新是培育纺织服装产业出口竞争新优势的重点。本文所说的管理创新重点在于纺织服装企业的管理创新, 主要包括管理理念创新、组织机构创新、业务流程创新三方面。其中, 管理理念创新是核心。浙江省纺织服装企业家、高级工程师及普通的员工都应该树立创新驱动对其产业发展是主要推动力的理念, 不能停留在形式上, 思想上要有深刻的认识。组织机构创新是保障。纺织服装企业要让员工切身体验到企业对于创新驱动战略的重视和支持, 并且能够根据企业的发展战略、定位业务需求而努力工作。业务流程创新是手段。要充分利用信息化技术对相关设施设备进行技术改造, 提高获取、整合信息资源的能力和水平。

4. 3 制度创新是保障

制度创新是培育纺织服装产业出口竞争新优势的保障。就政府而言, 要发挥主导作用, 一是要大力推动信息服务体系建设, 把企业的实际需要与科研机构、高等院校的服务有效对接。二是要推动科技中介服务组织体系的建设与完善, 以互联网为媒介, 创建纺织服装产业科技中介网络服务平台, 鼓励科技中介组织与纺织服装企业强强联合。三是在现有浙江省科技创新云服务平台的基础上, 开设纺织服装产业科技创新服务平台, 推动科研成果转变现实生产力, 在专利申请、科技项目申报等方面, 为纺织服装企业提供高效的、专业化的服务。四是采用多种形式(包括定向、委培等)为纺织服装企业培养高端人才(包括研发人员和一线的技术员工), 与此同时, 要格外强化对纺织服装企业管理层, 尤其是企业家的教育培训, 使其具有战略眼光, 能够在竞争激烈的市场环境中正确做出决策。

4. 4 金融创新是支撑

金融创新是培育纺织服装产业出口竞争新优势的支撑。由于浙江省纺织服装业主要是由中小民营企业构成, 研发投入不足成为影响纺织服装企业研发顺利开展的重要原因。因此, 浙江省相关政府机构、金融机构要切实发挥应有的作用。一是强化财税政策扶持作用, 制定相关配套政策措施, 使政府的相关优惠便利措施能够真正发挥效应, 落地有声, 惠有所急, 惠有所得。二是充分利用浙江民间大量的闲散资金, 由政府引导、行业协会搭台、民间资本唱主角, 建立风险分担、利益共享机制, 切实解决困扰纺织服装企业科技创新投入缺口问题。三是积极推动金融机构进行金融体系改革创新、金融产品创新和金融制度创新。金融体系改革创新是根本, 主要是通过建立国有金融机构和民营金融机构优势互补的投融资机制, 提升金融机构的服务效率。金融产品创新是关键, 主要是指浙江省的金融机构应该与时俱进, 综合运用各种融资工具(包括出口贴现、打包贷款、履约保函等)及各种最新衍生的金融工具, 并结合纺织服装企业的实际需求和企业信用, 创新金融产品, 为纺织服装企业规避外贸风险。金融制度创新是保障, 浙江省地方政府应该发挥主导作用, 引导金融机构制定创新驱动优先发展的金融政策, 对于科技含量高的纱线、面料及产业用纺织品等项目给予倾斜的借贷便利政策, 建立有效的金融监管机制, 专款专用, 切实保障纺织服装企业的科技投入实效。

4. 5 商业模式创新是手段

商业模式创新是培育纺织服装产业出口竞争新优势的手段。2015 年 7 月, 国务院出台了《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》(国发〔2015〕40号), 该意见提出“互联网+”电子商务行动战略, 强调要大力发展跨境电商, 不断深化跨境电商与其他产业的融合。纺织服装产业要充分利用该契机, 从价值主张创新、价值获取创新、价值实现创新、价值网络创新四方面来实现浙江纺织服装业商业模式的创新。价值主张创新是指浙江纺织服装企业要根据自身的企业发展战略和其核心竞争力, 通过分析客户需求, 找到其价值需求, 进而重新配置资源, 实现利润的最大化。价值获取创新主要是把现代信息技术(如

云技术)应用到整个商业流程中,改善纺织服装企业的运营效率,有效降低库存成本及物流成本,实现供应链的优化。价值实现创新主要是技术创新,纺织服装业由低端向中高端转移,提高产品的附加值(包括提供产品售前、售中和售后的服务化创新),由单项产品出售转向产品+服务,通过产品和服务的双优来实现其商业价值。价值网络创新是利用互联网,建立纺织服装企业上游、中游和下游企业(包括与之对应的龙头企业、中小型企业)和客户所组成的大型价值网络平台。龙头企业为强势企业,中小型企业为弱势企业,可以通过强弱联合、优势互补,为客户提供个性化服务,满足客户的多样性需求,进而提升纺织服装产业的出口竞争力。

5 结论

1) 通过 2012、2013 年五省纺织服装产业主要出口产品的出口额、产业竞争力、品牌竞争力的横向对比,可以发现,浙江省纺织服装产业出口具有一定的竞争优势,纺织纱线、织物及制品的出口额远远高于广东、江苏、山东、福建四省。就产业竞争力来说,产业竞争优势要低于江苏和山东,还有待提升。就品牌优势而言,浙江纺织服装入选品牌数要多于其他四省,但是能够入选 100 强的品牌排名第四,更是无缘世界品牌 500 强,这与浙江省纺织服装产业应有的地位不符。2) 根据分析 2009—2013 年创新驱动对浙江省纺织服装出口竞争新优势的影响,结果显示创新驱动与浙江纺织服装产业出口竞争新优势具有单项因果关系,R&D 人员、R&D 经费内部支出对新产品出口额和出口交货值的影响都为正数。这说明应该继续加大纺织服装产业的创新驱动力度,用创新驱动传统产业升级,提升产品的附加值,进而从价值链低端向中高端迈进,优化出口结构。

参考文献:

- ①艾亚. 建设经济强国需实施品牌战略 [J]. 国际融资, 2014(5): 15-16. AI Ya. The economic powers construction needs brand strategy [J]. International Financing, 2014(5): 15-16.
- ②王涛生. 中国出口产品质量对出口竞争新优势的影响研究 [J]. 经济学动态, 2013(1): 80-87. WANG Tao sheng. The impact of China's export product quality on new superiority of export competition [J]. Economic Perspectives, 2013(1): 80-87.
- ③许德友. 以内需市场培育出口竞争新优势: 基于市场规模的视角 [J]. 学术研究, 2015(5): 92-98. XU De you. Foster export new competitive advantages by domestic demand market: based on the perspective of market scale [J]. Academic Research, 2015(5): 92-98.
- ④周伟, 江宏飞. 培育纺织品出口非价格竞争优势 [J]. 宁波经济: 财经视点, 2007(11): 13-15. ZHOU Wei, JIANG Hong fei. Cultivating non-pricecompetitive advantage of textile export [J]. Ningbo Economy :Financial Viewpoint, 2007(11): 13-15.
- ⑤肖文, 林高榜, 蔡尔津. 过度竞争与比较优势: 以中国纺织品出口市场为例 [J]. 浙江学刊, 2008(2): 163-168. XIAO Wen, LIN Gao bang, CAI Er jin. Excessive competition and comparative advantage: a case study of textile export market in China [J]. Zhejiang Academic Journal, 2008(2): 163-168.
- ⑥于斌斌. 基于产业链与技术链融合的浙江纺织产业升级 [J]. 纺织学报, 2015, 36(6): 148-154. YU Bin bin. Zhejiang textile industry upgrading on industry chain and technology chain integration [J]. Journal of Textile Research, 2015, 36(6): 148-154.
- ⑦陈黛霞. 绍兴纺织服装业的出口现状与转型升级之路 [J]. 对外经济实务, 2013(8): 47-50. CHEN Dai xi a. Export status

and transformation and upgrading of textile and garment industry in Shao xing [J]. Practice in Foreign Economic Relations and Trade, 2013(8) : 47-50.

⑧胡征月, 高丽静, 高凯东. 浙江省纺织业技术创新对产业竞争力的影响研究 [J]. 统计科学与实践, 2014(4) :24-26. HU Zheng yue, GAO Li jing, GAO Kai dong. Study on the influence of technological innovation on industrial competitiveness of textile industry in Zhejiang province [J]. Statistical Theory and Practice, 2014(4) : 24-26.

⑨张汉东, 赵景. 基于创新绩效的杭州市出口优势产业转型升级研究 [J]. 国际贸易问题, 2012(3) : 53-63. ZHANG Han dong, ZHAO Jing. Transformation and upgrading of Hangzhou competitive export industry: a study based on innovation performance [J]. Journal of International Trade, 2012(3) : 53-63.

⑩徐剑锋. 实施创新驱动战略, 推进浙江工业革命 [J]. 浙江学刊, 2013(2) : 207-211. XU Jianfeng. Implementation of innovation driven strategy to promote the industrial revolution in Zhejiang [J]. Zhejiang Academic Journal, 2013(2) : 207-211.

⑪KLEPPER S. Firm survival and the evolution of oligopoly [J]. Rand Journal of Economics, 2002(1) : 37-61.

⑫MANSURY MA, LOVE JH. Innovation, productivity and growth in US business services: a firm-level analysis [J]. Technovation, 2008(28) : 52-62.

⑬洪银兴. 科技创新与创新型经济 [J]. 管理世界, 2011(7) : 1-8. HONG Yinxing. Technological innovation and innovation-based economy [J]. Management World, 2011(7) : 1-8.

⑭吴敬琏. 未来五年, 中国宏观经济态势和展望 [J]. 人民论坛, 2011(30) : 42-45. WU Jing li an. The next five years, China's macroeconomic situation and outlook [J]. People's Tribune, 2011 (30) :42-45.

⑮庄志彬, 林子华. 创新驱动我国制造业转型发展的对策研究 [J]. 福建师范大学学报(哲学社会科学版), 2014(1) : 45-52. ZHUANG Zhi bin, LIN Zi hua. The countermeasure research of transformation of China's manufacturing industry based on innovation-driven perspective [J]. Journal of Fujian Normal University (Philosophy and Social Science Edition), 2014(1) : 45-52.