

中国纺织服装工业前景可期

本报记者 韩维正

自1994年起，中国纺织品服装出口总额便稳居世界第一。中国人有句老话：三十年河东，三十年河西。当了20多年的“带头大哥”，在中国国内生产的成本也不可避免地上涨。此时越南、印度等国家的成本优势开始逐渐显露。于是，就像30多年前中国承接来自“亚洲四小龙”的产业转移一样，如今全球纺织业又开启了新一轮向东南亚、南亚地区的转移。作为曾经对外开放的排头兵，中国纺织产业会如何评估自己遇到的新变化，中国纺织产业又该如何找到新的发展路径？本报记者就此专访了中国纺织工业联合会（下称“中纺联”）。

后有追兵但追兵尚远

东南亚纺织工业的崛起，曾让许多人感到焦虑：中国纺织业会不会受到威胁？

对此，中国纺织工业联合会产业经济研究院副院长华珊表示，当前，中国纺织纤维加工总量占世界一半以上，纺织品服装出口占全球1/3以上，有着全世界最完备的现代纺织制造和服务体系。“现阶段，中国纺织工业在发展规模、供应链体系和国际竞争力等方面仍具有明显优势，尚未受到来自任何国家和地区的全方位威胁。”

华珊同时指出，我们仍需正视东南亚、南亚等国纺织工业正在快速发展的现实和趋势。

“以越南为例，他们的纺织服装工人每月工资约2000元人民币，是中国同业工人的1/3左右；工业电价、水价平均仅为国内的一半；增值税率仅为10%，且当地雇员达到一定数量后，所得税还能享受免征或减半优惠。”华珊表示，东南亚和南亚一些国家依托人工、原料、电价、税率等成本优势，在棉纺织、针织服装加工等领域具有较好的国际竞争力，尽管其产品主要集中在中低端，但仍与国内一些纺织企业形成了直接的竞争关系。

根据WTO数据，中国纺织品服装国际市场出口份额虽然仍稳居世界第一，但从2016年开始有所下降，2017年的34.8%较2015年的37.9%下降了3.1个百分点。相比之下，印度、越南和孟加拉等国的纺织品服装出口份额均有所上升。其中越南提升较快，2017年越南出口份额为4.6%，较2015年提高0.9个百分点；2010年—2017年间，越南出口纺织品服装年均增速达17.4%，而同期中国年均增速仅为4.4%。

华珊认为，“虽然这些国家与中国在国际出口市场中处于竞争关系，但同时在产业链发展上也形成了紧密的合作关系。”一方面，受到中国资源环境承载力有限、生产成本上升以及国内企业加快国际化发展需求等因素影响，近年来，一些中国企业在东南亚、南亚等地投资建设了一批纺纱、服装加工生产基地，与国内上下游企业形成了产业链配套合作关系，“中国+东南亚”逐渐成为中国纺织制造业的新国际布局模式。另一方面，这些国家产业体系尚不完善，特别是化纤、染整、装备等环节薄弱，需要从中国大量进口化纤、面料和纺织装备，是拉动中国纺织品和纺机出口的重要增长力量。

整体上看，南亚、东南亚等国在国际市场所占份额虽然增长较快，但与中国仍存在较大差距，即便作为世界纺织品服装第二大出口国的印度，其2017年的出口份额也仅为4.7%，连中国34.8%的零头都不到。而且，虽然东南亚和南亚地区纺织生产中劳动密集型环节发展较快，但技术和资金密集的高附加值环节仍然主要依靠中国，现阶段对中国尚不能形成威胁。但现状不等于趋势，对于中国纺织工业来说，仍需正视日益严峻的国际竞争形势。

科技+品牌两手都要硬

更多发展中国家的涌入，让中国企业想在纺织服装制造加工环节获取利润变得更难。中国企业只有离开舒适区，向产业链上游和下游延伸，一面开发高新技术原料、高端装备，一面打造时尚品牌、拓展销售渠道。但很显然这两个附加值更高的领域都被发达国家把持着，刚刚跳出中低端“红海”的中国纺织业，一上岸就发现自己又要与发达国家“短兵相接”了。

在“前堵后追”的格局下，中国纺织企业是如何突围的？华珊向记者分享了山东如意集团的故事。

如意集团目前已跃居中国纺织服装500强企业榜首，跻身全球100大奢侈品牌公司，拥有全球规模最大的棉纺、毛纺直至服装品牌的完整的纺织服装产业链。而如意发展的根基，就是坚持科技创新与海外并购。

如意集团旗下拥有18个国家的研发人员，每年在科



2018年7月23日，第十九届中国纺织品服装贸易展览会在纽约开幕，共有来自19个国家和地区的近千家公司参展。

图为7月23日，美国客商在一家中国浙江家纺展台询问价格。新华社记者王迎摄



因为恒力集团仿生、高差别化聚酯化纤无轨智能生产车间。郑高峰摄



近年来，江苏海安引导传统纺织产业提档升级，鼓励企业在产业集聚中培育新动能，催生海安纺织业由传统产业、特色产业逐步发展成为优势产业、强势产业。图为2019年3月20日，江苏省海安高新区一丝绸企业车间内忙碌的工作场景。霍慧勇摄（人民视觉）

技上的投入达到销售额的5%，研发经费不低于每年3亿元人民币。在山东总部，如意又投资7亿元建立7万平方米的全球科技研发中心。据悉，这是目前全球纺织服装领域最先进的研发中心。

通过加大研发投入，如意的产品附加值提升了35%，并成功研发出被纺织界命名为“如意纺”的高效纺纱技术，在西方发达国家申报了30多项专利。如今，“如意纺”的价格已达每平方米1万元人民币。如意生产的高级西装，也已经达到了每套7万元人民币。凭借核心技术及高科技产品，如意避开了国内中低端产品的无序竞争，成功进入国际高档面料俱乐部。

与此同时，如意也在积极实施海外品牌并购战略。“其时尚版图的构建思路是从以科技支撑的原料业务，向收购具备国际知名度的时尚品牌扩张，形成全产业链的生态串联。”华珊说。

如意先后斥资约40亿美元，将法国、英国、日本等地20多个奢侈时尚品牌收入囊中。其中尤以2017年收购美国著名面料制造商莱卡、2018年收购瑞士著名奢侈品牌BALLY轰动世界。

如意的发展历程是中国纺织服装产业的一个缩影。近年来，中国自主纺织服装品牌的市场认可度稳步提升：李宁在巴黎时装周、纽约时装周大放异彩，成为潮牌的代名词；波司登走出国门，老牌焕新颜；安踏，中国设计中国造，同样成为国产运动时尚的领头羊……在2018年中国纺织服装品牌价值50强榜单中，有9家企业品牌价值超过100亿元。

在人力成本优势减弱弱弱的情况下，中国纺织服装品牌还能获得较强的市场溢价能力，是多年来坚持科技创新的回报。中纺联的调研数据显示，中国规模以上纺织服装企业研发投入强度已超1%，高新技术化纤企业研发投入强度达到6%。大幅度科技投入，既缓解了生产上的成本压力，也实现了设备上的进口替代。当前国产纺机产品国内市场占有率达到80%，部分产品已经可与国际先进水平同台竞争。

共和国“老兵”续写传奇

3月25日，工业和信息化部副部长苗圩在2019年中国发展高层论坛上提出，中国未来将全面放开一般制造业。作为“一般制造业”中的重要子类，中国纺织服装行业面对开放更多展现的是自信。据中纺联相关负责人介绍，中国纺织行业市场化程度较高，民营企业数量占比达全行业的95%以上，经过多年转型升级，已具有相当的环境适应能力和风险抵御能力。

但自信的同时也要保持清醒，中纺联产业经济研究院告诉记者，中国纺织业的未来发展仍有可优化空间。

纺织行业中小企业居多，正处于冲刺建设纺织强国的关键时期，在经济下行压力增加的今天，希望国家可以通过财税措施精准支持科技创新、智能制造等重点领域。比如进一步提高研发试验、广告宣传等费用的加计扣除比例，将技改投资、产品开发费用等纳入抵扣范围等。

同时，纺织行业是民生行业，全产业链可容纳2000万就业，中纺联产业经济研究院建议国家进一步出台措施，适当降低劳动密集型产业的税收或社保负担。比如对于在就业及纳税方面贡献大的企业，可以根据企业实缴社保情况按比例进行税收返还。

社会各界对纺织服装行业的印象长期锁定在“低端产业”上，这也是纺织行业挥之不去的一大困扰。有些商业银行仍然将纺织行业列为“限制发展类”，还款期限非常短，投资类贷款基本无从获取，很多纺织企业依然面临融资难、融资贵的问题。

改革开放40年，中国纺织工业也旧貌换新颜。昨天的劳动密集型产业，在今天有了“科技、时尚、绿色”的新标签。未来，在成长与“成长的烦恼”之间，在“大”与“强”的新旧动能转换之间，中国纺织工业这位共和国的“老兵”还有很多新的故事可以书写。

目标：冲刺世界纺织强国

孙瑞哲

2018年，规模以上纺织企业主营业务收入达到53703.5亿元，占全国规模以上工业的5.3%；净创汇2501.9亿美元，占全国71.1%。行业创汇在维持币值稳定，平衡国际收支，保障经济金融安全，服务国家发展战略等方面发挥着建设性作用。在衣食住行等民生领域，穿衣问题解决得最彻底。全行业就业人口超过2000万，每年为农村进城务工人员提供1000多个岗位。民生产业地位日渐突出。

纺织工业是树立文化自信和推进人类命运共同体建设的重要产业平台。纺织服装作为文化载体，蕴含着一个国家的文化传统

和价值理念。提升时尚话语权是树立文化自信的重要途径。近年来，李宁、波司登、安踏等中国服装品牌国际影响力显著提升；中国设计师开始走向世界舞台中央，中国元素和设计正得到越来越多的认可。纺织行业是“一带一路”上国际优质产能合作的重点领域，有力推动了东道国工业化进程和相关产业发展。作为中国第一个推动社会责任工作制度化的行业，纺织在推动全球产业链上多维权共治中发挥着重要作用。

面向未来，产业要保持战略定力，落实“科技、时尚、绿色”的产业定位。“创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任

导向的绿色产业”要成为纺织行业推进高质量发展的战略重心。纠正社会对行业的认知偏差，新经济中有传统经济内容，成熟产业中有新兴生产力。要加快提升行业自主创新能力与创新质量，攻关材料、装备、工艺等领域的核心技术。以“大师、大牌、大事”为抓手，构建时尚生态，强化趋势研究、时尚设计和品牌建设，树立文化自信，培养消费市场。以人本责任、环境责任、市场责任为内容，深化行业社会责任建设，打造绿色供应链。

面向未来，产业要蓄积发展动力，做好“育人、用人、树人”的队伍建设。创新驱

动实质是人才驱动，创新发展关键是人才发展。要以人为中心，凝聚和培养包括产业工人、企业家、科学家、设计师在内的行业发展所需的各类人才。

面向未来，产业要激发资源活力，完善“集群、集约、跨界”的生产力布局。一方面提升产业集中度，培育一批具有国际竞争力的世界级纺织服装企业，培育行业细分领域的单项冠军；另一方面培育平台型经济，促进大中小企业融通发展。跨界式发展要着力推动先进制造业和现代服务业融合发展，深化两化融合、产融合作和军民融合，兼容并蓄，整合资源推动技术、产品、应用和模式创新。

（作者为中国纺织工业联合会会长）

品牌论

今年是新中国成立70年，中华民族实现了从站起来、富起来到强起来的历史性飞跃。在这场伟大变革中，纺织工业实现了全方位、深层次的发展，在服务国家战略大局中发挥着日渐重要的作用。

纺织工业是中国最有潜力率先跨入世界制造强国行列的工业部门之一。2018年，中国纤维加工总量约5460万吨，占世界一半以上；中国纺织品服装出口额2767.3亿美元，占全球36%以上。从原料供应、设计研发，到纺织染加工、服装制造、运营零售，中国纺织工业形成了全球体量最大、最完备的产业体系，是具有全产业链自主创新能力的工业部门，在高性能高功能性纤维、装备制造等领域不断赶超先进，2011年以来行业共有23项成果荣获国家级科学技术奖，包括两项国家科技进步一等奖。

纺织工业是国民经济中稳增长、促就业、惠民生、防风险的重要产业力量。中国纺织工业的支柱产业地位始终没有动摇。