

中国纺织服装业国际竞争力的实证研究

彭 羽

内容提要 本文应用多因素法、进出口数据法和利润率法,从要素竞争力、市场竞争力和可持续竞争力三个层面对中国纺织服装业的国际竞争力进行实证分析。结果表明,纺织原料、劳动力成本和产业链等竞争优势要素,决定了中国纺织服装业具备强大的市场竞争力;同时,技术和品牌等竞争劣势要素,使得中国纺织服装业的可持续竞争力不强。

关键词 纺织服装业 国际竞争力 进出口数据法

作者单位 上海社会科学院世界经济研究所

中图分类号: F 426 **文献标识码:** A **文章编号:** 1007-6964[2009]11-090908-0688

一、引言

目前关于产业国际竞争力的实证分析方法主要有四种,包括多因素法、进出口数据评价法、生产率法和利润率法(陈立敏、谭力文,2004)^[1]。多因素法实质上是从产业发展环境的角度出发,分析和总结影响产业国际竞争力现状和变化的诸多因素;进出口数据法则较大程度上反映了一国产业的市场竞争力,是产业竞争力的直接体现;生产率法从效率和质量的角度决定了产业的国际竞争力,是决定产业国际竞争力的关键因素;利润率法则更多强调一国产业国际竞争力是否可持续,毕竟长期的低利润或亏损不足以支持一国产业一直保持强大的国际竞争力。

综合目前已有产业国际竞争力的评价方法,本文根据纺织服装业的行业特点,将中国纺织服装业的国际竞争力分为三个层次,即要素竞争力、市场竞争力和可持续竞争力。如图1所示,三个层次间用箭头标识,意味着要素竞争力决定了市场竞争力和可持续竞争力。市场竞争力是可持续竞争力的基础,但有市场竞争力不代表竞争力一定是可持续的,因此二者间用虚线箭头标识;可持续竞争力反过来又对要素竞争力产生影响,三者之间存在相互影响、环环相扣的关系。

考虑到纺织服装业的产业特征,本文选择了原料、

劳动力成本、产业链、技术和品牌等五个指标对要素竞争力进行评价,此处适用于多因素法。市场竞争力是产业国际竞争力的直接体现,进出口数据评价法能较好地反映产业的市场竞争力,鉴于客观、可操作性和国际可比性原则,本文选用“净出口显性比较优势指数(NXR-CA)”、“可比净出口指数(NTB)”和“特定市场渗透率(MPR)”三个指标进行评价。可持续竞争力则反映了产业能否长期保持国际竞争力,利润率法是衡量可持续竞争力的一个较好的方法,因为利润是决定企业生存和稳定发展的根本因素,相对稳定和较高的利润率是保持产业国际竞争力的先决条件¹。考虑到数据收集的可行性,本文采用“营业盈余占总产值比重(percentage of operating surplus in output POSO)”和“销售利润率(profit ratio of sales, PRS)”指标进行国内外比较。

二、要素竞争力分析——基于多因素法

要素竞争力反映了影响国际竞争力各个要素的竞争状况,是市场竞争力的基础和必要条件。由于纺织服装业属于典型的劳动密集型和原料依赖性强的行业,原料、劳动力成本和产业链成为影响该产业国际竞争力的

¹ 由于利润率法本身隐含了生产率指标的含义,即较高的生产率是产业获得较多利润的一个必要但非充分条件,因此,为避免重复,本文不再采用生产率法进行分析。

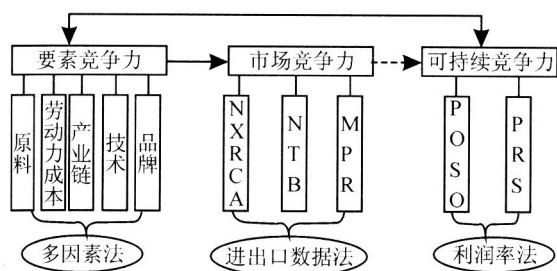


图1 本文的实证分析框架图

重要因素,而技术和品牌则从产品质量、档次和盈利空间的角度决定了该产业的国际竞争力。

1 原料

纺织工业的稳步快速发展离不开纺织原料的同步供应,纺织原料的供给状况对于一国纺织业的国际竞争力产生重要影响。中国拥有丰富的自然资源和原材料,在三大纺织原料中,棉花和化纤产量居世界首位,羊毛产量仅次于澳大利亚,居世界第二位。2000~2006年中国棉花、羊毛、化纤年均产量占全球比重分别为25.0%、15.4%和34.0%(见表1)。而且从趋势上看,主要纺织原料产量占全球比重保持上升的趋势,2006年中国棉花、羊毛和化纤产量占全球比重分别达到27.5%、18.4%和46.1%^[2]。

表1 2000~2006年中国主要纺织原料
年均产量及占全球比重

主要原料	中国年均产量	全球年均产量	中国/全球之比	世界排名
棉花	565	2260	25.0%	1
羊毛	237	1539	15.4%	2
化纤	9126	26841	34.0%	1

数据来源:中国纺织工业发展报告 2006/2007、2007/2008。

2 劳动力成本

劳动力成本是纺织品服装生产成本的重要组成部分,劳动力成本的高低会直接影响到产品的市场价格,并最终影响到产业的竞争力。全球权威纺织服装专业研究机构 Wemer International 2007年公布的世界纺织工业劳动力成本比较报告显示,2006年中国沿海地区纺织企业工人每小时工资为0.85美元,比印度高0.16美元,分别是美国、意大利、日本的5.0%、4.2%和3.7%。中国内地劳动力成本为0.55美元/小时,略高出越南、巴基斯坦0.09、0.13美元。另外,通过2002~2006年数据的比较发现,中国纺织业劳动力成本在全球的相对位置并未发生改变,与发达国家相比,中国劳动力成本的比较优势仍然十分明显,但由于近年来印

度、巴基斯坦等周边国家劳动力成本的增长速度大大低于中国,因此,未来一段时间内,中国纺织服装业将面临这些国家更为激烈的竞争。

3 产业链

产业链是一种企业合作的体现,供应链各节点通过可靠的合作伙伴,逐步建立稳定的合作关系,可以避免恶性竞争,提高沟通效率,淘汰落后产能,降低经营风险,提高产业链整体效益水平。作为全球最大的纺织服装生产国,中国的纺织产业链齐全,涵盖了纤维、纺、织、染整、辅助材料、服装加工等多个环节,行业规模和生产能力突出,供应能力、服务水准、反应速度、配套规模和基础设施等综合竞争力在世界上位于前列。显然,产业链对于纺织服装业的意义不言而喻,如果说中国劳动力的成本优势相对印度等周边国家已经丧失,那么中国纺织服装业的相对竞争优势就体现在产业链上。而印度、越南等南亚和东南亚国家普遍缺少完整的产业链,存在物流链条过长,产业链配合不协调等问题,这严重影响了这些国家纺织服装业的国际竞争力。

4 技术

纺织产业技术水平的高低是纺织品服装价格的一个重要决定因素,高技术水平意味着产品的高附加值。目前,我国纺织行业的整体技术装备水平与世界先进水平相比仍有较大差距,高端纺织机械中的50%以上需要从国外进口。从2007年统计数据看,中国是全球最大的纺织机械进口国和净进口国,出口和进口金额分别为15.28亿美元和48.63亿美元,净进口达33.35亿美元,出口额与进口额之比为0.31,大大低于德国(5.01)、意大利(3.54)、日本(4.71)等纺织技术发达国家^[3]。中国是世界上最大的纺织品服装出口大国,同时又是全球最大的纺织机械净进口国,这本身说明中国纺织产业技术仍然处于较低的水平。

5 品牌

如今,企业间的竞争已由最初的产品价格竞争升级为品牌竞争,品牌不仅是一个企业经济实力和信誉的重要标志,同时也关系到整个产业的国际竞争力。目前,中国纺织服装业的品牌建设还相当薄弱。据统计,2007年中国纺织品服装出口额达到1712.1亿美元,占全球纺织品服装贸易额的29.3%,但自主品牌在其中所占比重不足10%,其余90%均为无牌、贴牌和定牌出口,基本上没有世界级的纺织服装品牌。缺乏有国际影响力品牌的直接后果是,企业利润微薄,利润中的绝大多数被持有品牌的国外厂商拿走,同时产品的出口单价也大大低于德国、日本等发达国家,这种价差的背后就

是品牌的增值,也是企业的巨大利润空间。

三、市场竞争力分析——基于 进出口数据法

市场竞争力是指,在国际间贸易相对自由的情况下,一国特定产业的产出品所拥有的开拓市场和占据市场的能力。由于简单、直观和国际可比等优点,进出口数据法在评价产业国际竞争力时被广为应用。进出口数据法的评价指标较多,考虑到各指标的适用性和纺织服装业的行业特性,本文选取 NXRC A 指数、NTB 指数和特定市场渗透率等三个指标进行评价。

1 “NXRC A 指数”的国际比较

由于纺织品服装出口经常受进口国限制,关税及配额等非关税措施的进出口限制在不同时期、不同国家不太一样,这便使得被广泛应用的显性比较优势指数 (revealed comparative advantage index, RCA) 在不同国家、不同时期之间存在一定的不可比性。为此,本文选用了巴拉萨 (Balassa, 1989)^[4]改进后的净出口显性比较优势指数 (net export revealed comparative advantage index, NXRC A),其计算公式为:

$$NXRC A_{it} = [(X_{it} / \sum_j X_{it}) - (M_{it} / \sum_j X_{it})] \times 100$$

上式中, i 表示产业或产品, \sum_j 表示 j 国产业或产业内产品的合计数, $NXRC A_{it}$ 表示 i 产业在 t 时期的贸易竞争优势。该指数大于 0 表示存在竞争优势,小于 0 表示存在竞争劣势,等于 0 表示贸易达到自我平衡。指标数值越高,相对竞争力越强;反之,相对竞争力越弱。

经整理计算,2003~2007年中国的 NXRC A 指数均值为 12.90 仅次于土耳其 (21.30) 和印度 (15.45),大大高于意大利 (3.85)、韩国 (2.29) 和美国 (-4.13)。从趋势上看,中国的 NXRC A 指数上升较快,与印度的差距越来越小,2007年更是超过印度,排在第二位 (见表 2)。

2 “NTB 指数”的国际比较

可比净出口指数 (normalized trade balance index, NTB) 又被称为贸易竞争力指数,是对国际竞争力分析时比较常用的测度指标之一,它表示一国某产品或产业进出口贸易的差额占进出口贸易总额的比重,即:

$$NTB_{ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / (M_{ij} + X_{ij})$$

其中 X_{ij} 代表 i 国第 j 种产业或产品的出口值, M_{ij} 代表 i 国第 j 种产业或产品的进口值。NTB 指数主要从产品进出口的数量来分析某类产品在国际市场上的表现,具有简单、直观、明了等特点,能够快速反应产品在某一

表 2 中国与世界主要纺织品服装出口国的 NXRC A 指数比较

年份	中国	印度	意大利	韩国	土耳其	美国
2003	14.23	18.79	4.69	4.26	26.65	-4.60
2004	13.06	17.06	4.23	2.87	22.95	-4.24
2005	12.52	15.51	3.88	2.09	21.26	-4.00
2006	12.58	13.92	3.44	1.30	18.81	-3.86
2007	12.10	11.95	3.03	0.94	16.81	-3.96
2003~2007 平均	12.90	15.45	3.85	2.29	21.30	-4.13

数据来源:根据 WTO Statistics Database 计算。

时点或连续某一阶段产品竞争力的变化。同时,该指标剔除了通货膨胀等宏观因素方面波动的影响,即无论进出口的绝对量是多少,该指标均在 -1 和 1 之间。其值越接近于 -1 表示竞争力越薄弱,越接近于 1 表示竞争力越强^{[5][6]}。

从表 3 来看,2003~2007年中国的 NTB 指数均值为 0.74 高于土耳其 (0.56),仅次于印度 (0.81),大大高于韩国 (0.32)、意大利 (0.26) 和美国 (-0.71)。从趋势上看,中国的 NTB 指数上升较快,与印度的差距越来越小,2007年更是超过印度,排在第一位。

表 3 中国与世界主要纺织品服装出口国的 NTB 指数比较

年份	中国	印度	意大利	韩国	土耳其	美国
2003	0.67	0.83	0.30	0.43	0.60	-0.69
2004	0.70	0.83	0.28	0.40	0.57	-0.70
2005	0.74	0.78	0.26	0.34	0.57	-0.71
2006	0.78	0.80	0.23	0.23	0.54	-0.72
2007	0.80	0.79	0.22	0.18	0.51	-0.73
2003~2007 平均	0.74	0.81	0.26	0.32	0.56	-0.71

数据来源:同上。

3 特定市场渗透率的国际比较

目前,欧、美、日等发达国家是全球纺织品服装出口的主要目标市场,三大经济体纺织品服装进口总额占全球进口总额的比重约 70%,同时这也是纺织品服装出口竞争最为激烈的区域。因此,选择对这三特定市场的渗透率进行国际比较,比使用国际市场占有率 (international market share, MS) 指标要好。市场渗透率 (market penetration rate, MPR) 即指出口国对目标市场的出口额占其总进口额的比重。

从 2005~2007年对欧盟、美国、日本三大纺织品服装进口市场的渗透率来看,中国的渗透率分别为

18.80%、29.79%和75.83%，对各目标市场渗透率排名均居首位，且大大高于其他国家（见表4）。

表4 2005~2007年全球三大进口市场渗透率前五位国家比较

欧盟 (%)		美国 (%)		日本 (%)	
1. 中国	18.80	1 中国	29.79	1 中国	75.83
2. 土耳其	7.72	2 墨西哥	6.92	2 意大利	4.67
3. 印度	4.29	3 印度	5.36	3 越南	2.69
4. 孟加拉	3.12	4 印度尼西亚	3.86	4 韩国	2.27
5. 罗马尼亚	2.45	5 越南	3.53	5 印度尼西亚	1.70

数据来源：同上。

四、可持续竞争力分析——基于利润率法

显然，进出口数据法在评价市场竞争力时显得游刃有余，然而这种评价方法并不能完全真实地反映产业的国际竞争力，这主要是因为它过度强调产品进出口的数量和规模，而忽略了进出口的质量和效率。因此，在采用进出口数据法评价中国纺织服装业国际竞争力时，总能得出其竞争力非常强大的结论，如蓝庆新、王述英（2003）^[7]；李菲、秦升（2007）^[8]；范净文（2008）^[9]等。由此带来的一个最直接的后果就是，不能对产业能否保持长久的国际竞争力作出判断。因此，要客观、全面地评价产业的国际竞争力，就必须对产业的可持续竞争力进行考察。

从国家角度看，可持续竞争力是指，在高新技术蓬勃发展、国际竞争愈演愈烈的背景下，一个国家可以长期保持下去并可以提升的、以经济平衡发展为表现形式的综合经济实力与由此导致的国际竞争能力（邱询旻，2001）^[10]。从产业角度看，可持续竞争力强调一国产业的盈利水平、技术进步及生产效率等是否能保持持续增长，在国际竞争中是否能长期保持相对优势。利润率法是衡量一国产业是否具备可持续竞争力的重要方法，因为企业拥有更多的利润，才有资本投入到扩大生产规模、技术进步和品牌建设上来。

1 “营业盈余占总产值比重”的比较

营业盈余是准确地反映生产单位盈利水平的一个理想指标。目前通用的国际统计口径是采用“营业盈余占总产值比重（percentage of operating surplus in output POSO）”指标作为反映企业或产业盈利水平变化的主要指标¹。

表5反映了主要国家纺织服装业的盈利水平，由于营业盈余包含了折旧和生产税净额，因此其占总产值比

重的绝对数额在各国间没有可比性。但是，从变化趋势上看，可以反映各国纺织服装业的盈利能力的变化。2005年中国纺织服装业营业盈余占总产值比重为18.16%，与2000年相比，仅增加了0.39个百分点，低于日本（0.65）、美国（2.52）和韩国（0.63），仅高于印度（-0.84）和意大利（-3.34）。

表5 各国纺织服装业营业盈余占总产值比重变化的比较

国家	2000年 (%)	2005年 (%)	2005/2000变动 (%)
意大利	17.42	14.08	-3.34
日本	32.66	33.31	0.65
美国	25.80	28.32	2.52
印度	12.53	11.69	-0.84
韩国	29.78	30.41	0.63
中国	17.77	18.16	0.39

数据来源：中国数据根据国务院发展研究中心信息网重点行业数据库、中国纺织工业发展报告2005/2006、2000/2001整理计算而得；其他国家数据来源于2008联合国国际工业统计年鉴，根据国际标准产业分类ISIC171、172、1730、1810四大类纺织服装产品加权计算而得，其中韩国的最新数据统计到2005年，其他国家最新数据统计到2004年。

2 销售利润率的比较

销售利润率（PRS）是指，企业或产业一定时期内的销售利润总额与销售收入总额的比率，它表明单位销售收入获得的利润，是反映企业或产业盈利水平的一个重要指标。

2006年中国纺织服装业和全国工业的销售利润率分别为3.54%和6.09%，纺织服装业的销售利润率大大低于全国工业的平均水平。从趋势上看，二者之间的差距逐年拉大，2001~2006年全国工业平均销售利润率年均增长0.17个百分点，而同期纺织服装业的年均增长率仅为0.09个百分点，约为全国平均水平的一半（见表6）。由此可见，中国纺织服装业在保持产能和出口高速增长的同时并没有带来利润的快速增长。

五、结论

1 中国纺织服装业的要素竞争力

在影响中国纺织服装业国际竞争力的众要素中，原

¹ 联合国统计口径的营业盈余计算公式为：营业盈余 = 工业总产值 - 工业中间投入 - 劳动者报酬，这里的营业盈余包含了折旧和生产税净额。中国官方一般不对产业的营业盈余进行直接统计，以下本文按照上面公式计算中国纺织服装业的营业盈余。

表 6

纺织服装业与全国工业销售利润率的比较

全国 行业	2001	2002	2003	2004	2005	2006	年均增长
纺织服装业	3.03%	3.40%	3.49%	3.26%	3.48%	3.54%	+0.09%
全国所有工业	5.03%	5.28%	5.82%	6.03%	5.82%	6.09%	+0.17%

数据来源:根据中国工业经济年鉴(2002~2007)、中国纺织工业发展报告(2002~2007)相关数据计算。

料、劳动力和产业链是其中的优势要素,尤其是产业链,相对于印度等纺织服装生产大国,中国已无劳动力成本优势可言,但由于相对完整的产业链使中国仍能保持竞争优势。技术和品牌则是中国纺织服装业发展的劣势要素,这也就直接影响了其可持续竞争力,即技术水平的相对低下和薄弱的品牌建设,导致企业盈利水平不强(见图2)。

竞争优势要素,建立起自身强大的市场竞争力,这种过度依靠出口数量增长的发展方式最终导致该产业盈利水平低下,利润的微薄反过来又恶化了技术和品牌等竞争劣势要素,即企业没有足够的资金投入和技术进步和品牌建设,由此进入一个恶性循环。因此,要走出恶性循环,最终要从改变竞争劣势要素入手,即提高产品的技术含量和附加值,加强品牌建设,避免恶性价格竞争,坚持自主创新和促进产业结构升级。

参考文献

- [1] 陈立敏,谭力文.评价中国制造业国际竞争力的实证方法研究——兼与波特指标及产业分类法比较[J].中国工业经济,2004(5).
- [2] 中国纺织工业协会.中国纺织工业发展报告(2006/2007)[M].北京:中国纺织出版社,2007.
- [3] 中国纺织工业协会.中国纺织工业发展报告(2007/2008)[M].北京:中国纺织出版社,2008.
- [4] Bela A. Balassa. Comparative advantage, trade policy and economic development. New York: New York University Press, 1989.
- [5] 张金昌.国际竞争力评价的理论和方法[M].北京:经济科学出版社,2002.
- [6] 张金昌.用出口数据评价国际竞争力的方法研究[J].经济管理,2001(20).
- [7] 蓝庆新,王述英.论中国产业国际竞争力的现状与提高对策[J].经济评论,2003(1).
- [8] 李菲,秦升.中国制造业国际竞争力的显示性指标分析[J].统计与决策(理论版),2007(3).
- [9] 范净文.中国纺织产业国际竞争力的实证研究[J].市场周刊(理论研究),2008(11).
- [10] 邱询旻.美国可持续竞争力及其宏观制度创新机制[J].税务与经济,2001(5).

(责任编辑:王丽娟)

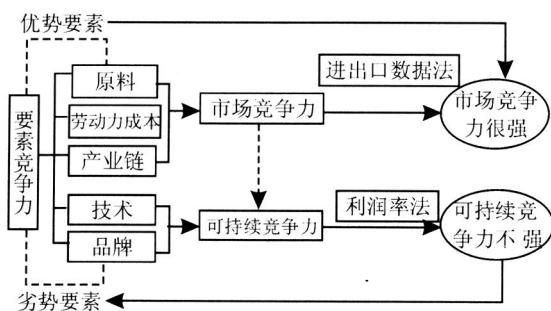


图 2 中国纺织服装业国际竞争力实证分析结果

2 中国纺织服装业的市场竞争力

与预想中一致,通过NXRCA指数、NTB指数和特定市场渗透率的国际比较发现,中国纺织服装业具备很强的市场竞争力,而且从趋势上看,与主要纺织服装生产和出口国家相比,近年来中国纺织服装业的市场竞争力在相对提升。但由于进出口数据法本身的缺陷,使得这种竞争力只能反映在进出口数量和规模上。

3 中国纺织服装业的可持续竞争力

利润率法很好地弥补了进出口数据法的不足。近年来,中国纺织服装业的营业盈余占总产出比重增长较慢,增速低于日本、美国和韩国,仅高于印度和意大利。同时,中国纺织服装业的销售利润率也增长缓慢,大大低于全国工业销售利润率的平均增长水平。这表明,中国纺织服装业的可持续竞争力不强,纺织服装业产能和出口的持续快速扩张并没有带来利润的同步增长。

4 中国纺织服装业发展存在恶性循环

中国纺织服装业依靠原料、劳动力成本和产业链等

Technical Barriers and Technical Innovation: International Differences of Institutional Arrangements*Du Kai Cai Yinyin Zhou Qin* (57)

This paper finds that domestic enterprises manifest prominent innovation intention when facing trade barriers, and it is prominent foreign demand oriented. Market share affects innovation intensity of domestic enterprises, and the industry structure among bilateral countries will engender different prompting degree. Furthermore we find that monopolization and control of technology will restrain domestic innovation intention. Finally, technology innovation effect under trade barriers manifests prominent diversity among different countries.

An Empirical Research on International Competitiveness of Chinese Textile & Clothing Industry*Peng Yu* (64)

By using the method of multi-factor import-export data and profit margin, we empirically analyze international competitiveness of Chinese textile & clothing industry from three dimensions, including factor competitiveness, market competitiveness and sustainable competitiveness. As a result, the advantageous competitiveness factors, such as textile raw materials, labor costs and industry chain determine the strong market competitiveness in Chinese textile & clothing industry. At the same time, the disadvantageous competitiveness factors, such as technology and brand weaken the sustainable competitiveness in Chinese textile & clothing industry.

The Outward FDI, Human Capital and Technology Progress in China*Xie Shenxiang Wang Xiusong Zhang Yu* (69)

Based upon the data after 1980s, we just calculate the TFP of China by the way of Data Envelope Analysis (DEA), and then set up a dynamic regression model to discuss the effect brought by the OFDI and human capital on the TFP. Comparing with human capital, we consider that the effect brought by OFDI to TFP is positive and smaller. At the same time, the effect is diminishing with the human capital accumulation. So along with the increasing human capital, the strategy of OFDI in China should be adjusted to make more technology progress.

Vertical Technology Transfer, Generation of Backward Linkage and Industrial Development of Host Country*Wang Wenzhi* (75)

Two important channels through which the entry of multinational firms can affect a host country are technology transfer and the generation of backward linkages. While these two channels have been studied in isolation, seldom model allow them to operate simultaneously. In this paper, we try to set up a Cournot competitive model between upward and downward industries of host country in order to analyze the relationship between vertical technology transfer and backward linkage, and also the condition that determine the style of VTT, as well as the influences on the industrial development of host country.

FDI and Gravity Model*Gao Guowei* (82)

Like the gravity model of international trade, there also exists a gravity model in FDI. The volume of FDI between two countries is positively related with the economic size of the two countries and negatively related with the distance between the two countries because of the needs of transportation of intermediates from home country, which is costly as the longer distance. So the distance is a limitation in FDI.