# 后配额时代我国服装业出口面临的挑战及对策建议(1)论文

来源：网络 作者：独坐青楼 更新时间：2024-06-06

*【论文摘要】 本文通过测算我国服装业的贸易竞争优势指数、显示性比较优势指数得出结论：我国服装业仍具有强烈比较优势，但与部分发展中国家相比有弱化趋势。在后配额时代，我国服装业出口同时面临来自发达国家和发展中国家的挑战，本文就此提出了服装业出口...*

【论文摘要】 本文通过测算我国服装业的贸易竞争优势指数、显示性比较优势指数得出结论：我国服装业仍具有强烈比较优势，但与部分发展中国家相比有弱化趋势。在后配额时代，我国服装业出口同时面临来自发达国家和发展中国家的挑战，本文就此提出了服装业出口发展的对策建议。

【论文关键词】 后配额时代 服装业 贸易竞争 优势指数 显示性比较优势指数 对策 根据《纺织品与服装协议》，自202\_年1月1日起WTO各成员国之间全部解除对纺织品服装进口的配额限制，实现纺织品贸易一体化。这意味着实施了长达几十年的国际纺织品贸易配额制度的终结，标志着国际纺织品贸易进入了一体化的新时代——后配额时代。

中国是世界上最重要的服装生产和出口大国，目前服装出口占世界服装出口总额的26%。服装业是中国加入WTO后主要受益的产业部门，因其资源禀赋和劳动力成本而具有明显的比较优势。

后配额时代来临，为中国服装业又提供了一个大好的发展机遇。据海关统计，配额取消的当年，我国服装出口738.8 亿美元，比202\_ 年增长19.9%；202\_年，我国服装仍然保持了强劲的出口增长势头，出口总额达到1439.9亿美元。

这些数据似乎足以说明，后配额时代能够给我国服装出口带来更多的机会，更大的增长空间，从此我国服装业的发展前景一片光明。但我们应清醒地认识到，随着国际纺织品贸易步入后配额时代，竞争格局必将出现剧烈调整和变动，机遇成为现实的道路仍旧曲折。

202\_年我国纺织品服装出口经历的出口征税、“特保预警”、出口征税取消、中欧中美纺织品谈判、配额竞标等一系列波折，202\_年上半年纺织品服装设限产品和非设限产品双陷困境的局面，都预示着中国服装大比例提高出口额将会日益困难。在新形势下，我国服装业面临怎样的挑战？又该如何选择发展路径？这些问题值得探讨。

一、我国服装业的国际竞争力指标分析 我国服装业外贸依存度已经超过50%，其在国际市场上的竞争已经成为这个产业生存和发展的基本态势。一体化为服装业的国际竞争提供了新的平等竞争条件，具有产业比较优势和国际竞争力的国家将从中受益。

我国服装业的国际竞争力究竟如何呢？本文拟采用贸易竞争优势指数、显示性比较优势指数两个指标进行分析。 1.贸易竞争优势指数分析 贸易竞争优势指数是一国某一产业或产品的净出口与其进出口总额之比，国外大多数学者将其称为“可比净出口指数”（Normalized Trade Balance，NTB）。

NTB强调贸易流量的结构特征，特别是通过国内市场对外部市场的依赖程度来判断国内相关产业的国际竞争力水平。它剔出了各国通货膨胀等宏观总量方面波动因素的影响，且排除了因国家大小不同而使得国际间数据难以比较的不便，因此，在不同时期、不同国家之间，NTB具有相当的可比性。

其计算公式为：。 其中，Xij为i国第j种产品的出口总额，Mij为i国第j种产品的进口总额。

通常NTB的取值范围为[-1，1]，当NTB接近0时，说明比较优势接近平均水平；当NTB取值大于0时，说明比较优势大，且越接近1越大，产业竞争力也越强；反之，则说明比较优势小，产业竞争力弱。如果NTB等于-1，意味着该国j产品只有进口，如果NTB等于1，意味着该国j产品只有出口。

用进出口数据计算NTB，结果如表1所示。 表1 世界部分国家和地区服装贸易竞争优势指数比较 资料来源：根据WTO官方网站DATABSASE数据库有关数据计算得出(注：202\_年以前为欧盟15国数据) 从计算出的NTB可以看出，发达国家已基本丧失了服装业的国际竞争优势。

美国、欧盟的服装NTB全部为负数；韩国服装NTB持续下降，且下降幅度最大，从1990年的0.96降为202\_年的-0.06，发展中国家服装业的国际竞争优势不断加强，且其竞争优势明显，如印度、巴基斯坦、印度尼西亚的NTB高达0.99，土耳其、中国、泰国、孟加拉国NTB也超过0.90。 2.显示性比较优势指数分析 显示性比较优势指数（Revealed Comparative Advantages，RCA）是一国某种产品的出口额占其出口总额的份额与世界该类产品占世界出口份额的比率。

RCA反映了一国某一产业的出口与世界平均出口水平比较来看的相对优势，剔除了国家总量波动和世界总量波动的影响，较好地反映了该产业的相对优势。

(2)社会责任标准成为在短期内中国服装出口难以逾越的障碍 社会责任标准（Social Accoutability8000，简称SA8000）是1997年8月制定的全球第一个社会责任认证标准，该标准的制定宗旨是通过有道德的采购活动改善全球工人的工作条件，确保生产商和供应商所提供的产品符合社会道德责任的要求。SA8000以一致的标准规定了下列9个领域内企业的社会责任最低要求：童工；强迫性劳动；组织工会的自由与集体谈判的权利；歧视；惩戒性措施；工作时间；工资；健康与安全；管理系统。

作为全球统一的标准，SA8000更多地着眼于发达国家状况，而对经济发展水平相对落后的发展中国家较少关注。虽然 SA8000仅仅是以鼓励劳动保护和改善生产条件为目的的公共资源体系，但进入后配额时代，随着SA8000的推广，劳工问题一旦与贸易联系起来，必将削弱中国服装产品的竞争力。

对照 SA8000体系，我国许多纺织服装企业尚存在较大的差距。近年来，民营纺织服装企业发展较快，已超过国有企业成为行业发展的主力军。

这些企业在为行业发展做出巨大贡献的同时，也普遍存在着在用工制度、作息时间、工资收入、社会保障、劳动权益等方面与SA8000相悖的问题。截至202\_年5月，约有85%的中国生产制造企业遭受由实施 SA8000 标准带来的直接或间接影响，而我国获得 SA8000认证的纺织品服装企业只有11家，绝大多数企业还需要努力获得进入国际市场的通行证。

这必然增加我国纺织服装企业的成本投入，导致产品成本的增加，无疑会冲击我国服装企业的成本优势，使我国的服装出口受阻。

(3)知识产权保护成为阻碍中国服装出口的屏障 过去几年，中国出口服装遭遇知识产权纠纷较少，主要原因在于配额制度，配额取消后，主要纺织品服装进口国必然会寻求新的途径保护本国产业，知识产权将是一个冠冕堂皇的借口。我国服装的生产大多处于产业的低端链，主要以廉价劳动力取胜，企业自主创新意识和知识产权保护意识缺失，服装生产销售中的假冒伪劣现象的确存在，但要一下子限制住，也相当困难，因此出口服装由于遭遇外国知识产权保护而被迫退出市场的情况仍会持续存在。

2.来自发展中国家的挑战 目前，虽然我国是服装第一出口大国，但是印度、墨西哥、土耳其、巴基斯坦、孟加拉国、泰国、印度尼西亚、越南等发展中国家也对服装出口有重要依赖，并且其部分出口市场与我国重叠。因此，随着众多后起的发展中国家，尤其是亚洲周边国家的纺织服装业竞争力不断提高，我国的成本优势不断下滑，未来服装出口境况更加复杂。

据Werner International国际纺织权威统计，202\_年中国沿海地区劳动力成本为0.76美元/小时（尚未考虑汇率上涨因素），而同期印度为0.67美元/小时，孟加拉为0.28美元/小时，印尼为0.55美元/小时，巴基斯坦为0.37美元/小时，斯里兰卡为0.46美元/小时，越南为0.28美元/小时，与中国相比均有较大的竞争优势。这些国家的政府也正在采取很多鼓励性措施，促进其纺织服装业竞争力的提高。

其纺织服装业整体实力的迅速发展，为欧美大型进口商实施全球采购战略、快速转移订单提供了便利和可能。中欧、中美纺织品协议实施以来，亚洲周边国家受益最大。

可以想见，一旦中国面临的外部贸易环境发生突变，这些国家将有能力迅速填补中国留下的市场空间。

三、我国服装业出口发展的对策建议 由于世界范围内服装生产过剩，行业利润空间很小，以及世界经济增长的乏力，使纺织品配额取消后国际服装市场竞争将更为激烈。在后配额时代，我国服装业的发展思路应是立足比较优势，增强竞争优势，提高服装出口的国际竞争力。

中国服装业最大的比较优势就是丰富价廉而优质的劳动力，现阶段，我们仍应坚持中低档、相对高度劳动密集产品的价格优势，不放弃大批量、短时间供应的竞争优势，以保证国际市场份额。在此基础上循序渐进，转变单纯依靠数量扩张的增长模式，向高附加值产品转型升级。

1.促使出口市场多元化，开拓新兴市场 目前，我国服装出口主要集中在欧、美、日等发达国家和地区，反映出我国服装出口贸易中较强的地区依赖性，也说明了该行业潜在的不稳定性。市场的集中一方面使我国服装大量集中向这些市场出口，容易造成某个市场供应量集中扩大，招致该地区或国家服装行业对我国产品的抵触，采取对本国市场的保护措施；另一方面也失去了开辟其他市场的可能，而一旦主要的出口市场对我国服装采取限制措施时，我国出口企业将面临退出该市场从而积压产品的风险。

后配额时代，我国服装出口贸易应该进一步实施出口市场多元化战略，在巩固和加强对原传统国家和地区出口的同时，还应积极加大对其他国际市场开发和拓展的力度，尤其要重视那些拥有巨大潜在利润的市场，如非洲、拉美等新兴市场，减少对欧美市场的依赖程度。 2.构建国际营销网络 我国服装企业缺乏自主的国际营销网络，与最终客户的直接联系往往被一些国外的贸易中间商所割断，大部分贸易利益被中间商拿走。

当前全球服装采购模式的一个趋势就是以大型零售商为核心，配额取消后，大型零售商采购的市场集中度将更高。沃尔玛、家乐福已经占到全球服装采购市场50%，其整体的销售能力和对供应链的谈判能力都在提高。

鉴于目前的趋势及限制条件，服装企业主要是巩固供应商地位，而一旦条件具备、时机成熟，可通过投资、参股、收购等方式建立自主的国际营销网络。 3.打造拥有自主知识产权的国际品牌，建立新的比较优势 我国服装出口额占世界服装出口总额的四分之一，但我国的服装出口方式主要以贴牌（OEM）为主，服装自有品牌出口不足1%。

世界著名服装品牌绝大部分在国内加工，但到目前为止，中国尚无一个具有自主知识产权的世界级服装品牌。很多从事出口服装业务的企业只不过是国外品牌的加工厂，商品的附加值都被国外企业拿走，严重影响了服装业国际竞争力的提升。

如我国对日本出口的服装虽已占到了日本进口量的约70%，却几乎没有我国自己的知名品牌，附加价值较高的服装基本上都是外国或日本厂家自己的品牌。自主品牌在国际市场上至多能卖到3美元～5美元，而贴牌生产，则可卖到30美元～50美元，在这样利润前多数企业往往选择贴牌生产。

我们应认识到，OEM这种生产方式只是我国服装业升级过程中必经的一个阶段，服装企业的最终目标仍是创建自己的品牌。如果继续过分仰仗廉价劳动，沿袭以前的仿制和低价竞销老路，只能永远受制于国外企业，使我们的优势和利益无法得到真正体现。

服装企业应切实从提高企业研发能力和专利保护意识着手，研制、开发、拥有自主知识产权的核心，大力开发自有品牌，集中资本和精力树立品牌，把成本优势与品牌完美结合起来，建立起新的比较优势。 4.走整合之路，扩大企业规模 提高创新设计和开发能力、创建品牌、建立适合自身产品的营销网络，都需要有资金的支持。

但我国服装业仍以中小企业为主，产业结构、产品结构趋同，实力和规模有限，在出口竞争中只能以不断压低价格取胜。服装业要改变成千上万大大小小的企业一起涌向国际市场的局面，首先国家在政策上应支持服装产业的调整，加大调整和改组的力度，对负债累累、扭亏无望的企业，坚决实施破产，使有效国有资产向优势企业和名牌产品集中，形成一批经济规模合理、竞争能力较强，能改变行业效益概况的大企业；其次，企业自身也要借助市场力量实现外贸企业的规模经营，通过进行跨行业、跨地区的资产重组、兼并，推动外贸企业和生产企业互相参股，形成若干个大企业为龙头、工贸结合、具有较强国际竞争能力的多元化、集团化、国际化经营的大型跨国公司。

参考文献： 胡昭玲:中国服务业国际竞争力现状与提升对策分析.国际贸易问题，202\_年第7期 程惠芳余杨:“走出去”战略与中国纺织服装业.国际贸易问题，202\_年第5期 肖海霞:浅析我国纺织品贸易中存在的主要问题.齐齐哈尔大学学报，202\_年第9期 赵京霞等:后配额时代的国际纺织品贸易.中国纺织出版社，202\_年 其计算公式为：。 其中，Xij表示i国第j种产品出口额，Yi表示i国全部产品出口额；Xwj表示世界第j种产品出口额，Yw表示全世界产品出口额。

若RCA值大于2.5，则表明该产业具有极强的比较优势；如果介于1.25～2.5之间，表明该产业具有较强的比较优势；若介于0.8～1.25之间，具有中度比较优势；倘若小于0.8，不具比较优势。用各国进出口数据计算RCA，结果如表2所示。

表2 世界部分国家和地区服装显示性比较优势指数比较 根据表2可以看出，发达国家在服装业方面明显处于劣势，RCA都未超过0.8，美国为0.21，韩国为0.35，加拿大为0.20。 中国在服装业仍具有较强的比较优势，其RCA为3.70，但不如土耳其、巴基斯坦等与其生产能力接近、同样具有较强比较优势的国家，而且从时间序列看，中国的RCA呈下降趋势，竞争优势相对削弱。

利用两个指标分析的结果基本相同：发达国家在服装业方面明显处于劣势，而发展中国家普遍在服装业享有比较优势。中国服装业仍具有强烈的比较优势和较突出的国际竞争优势，但与后起的部分发展中国家相比，也出现弱化的趋势。

二、后配额时代我国服装业出口面临的挑战 显而易见，服装业正迅速从发达国家向发展中国家转移，后配额时代纺织品服装贸易的国际市场竞争更为激烈。因为欧美等发达国家和地区出于保护自身利益的需要，绝不会轻易将市场大门完全打开；而众多后起的发展中国家和地区成为服装生产出口主要地区，它们之间的竞争日益加剧。

中国服装业虽具有明显的比较优势，但在后配额时代需要同时应对来自两个方面的挑战：一方面是来自发达国家通过技术创新、区域合作和贸易保护延缓纺织服装业向外转移的挑战;另一方面是来自劳动力成本更加低廉的发展中国家的挑战。 1.来自发达国家和地区的挑战 中国服装出口市场主要是美国、加拿大、欧盟等国家，发达国家为了保护市场，除了运用保障措施、反倾销和技术性贸易壁垒限制快速增长的进口外，还会采取一些如区域贸易安排、社会责任标准、知识产权保护等更为严厉的进口限制措施，这将使我国服装出口面临更大的挑战。

(1)区域贸易协议对中国服装进入形成排挤之势 区域贸易协议是指两个或两个以上的国家（地区）之间，通过谈判达成的相互给予比区域外国家（地区）更为优惠待遇的协议。目前，主要由发达国家建立的区域经济一体化组织有欧盟、欧洲自由贸易联盟和北美自由贸易区等，以美国、欧盟为首的纺织品服装消费大国通过区域贸易协议提供的优惠，占有更多的美国、欧盟纺织品市场，从而对其他国家纺织品服装的进入形成排挤之势。

例如，美国、加拿大、墨西哥三国共同组建的北美自由贸易区（简称NAFTA）规定，只有在北美三国生产并且符合纺织品原产地规则的产品，才能享受 NAFTA给予的优惠待遇，这直接庇护了区域内部的纺织品贸易和纺织服装产业。欧盟与沿地中海国家进行贸易谈判，建立了自由贸易区，与之形成了一个分工协作的产业链。

欧盟将其占有技术优势的纺织面料出口到地中海国家，利用当地便宜的劳动力加工生产，再返销至欧盟。区域内贸易对外部贸易存在排挤作用，区域经济的发展限制了中国的服装出口数量。

因此，中国的服装出口面对主要的进口市场，不具备出口的区位竞争优势

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！