

内 容 提 要

本书以 2001 年中国加入 WTO 至 2005 年《ATC 协议》终止为研究阶段,以中国纺织服装行业和纺织品服装进出口贸易现状为切入点,对 WTO 多边贸易体制下,国际纺织品服装贸易规则、贸易壁垒以及纺织品服装主要进出口国家和地区进行分析,重点阐述了后配额时代,我国纺织服装产业的发展政策和纺织品服装出口贸易的发展战略。

本书对国际商务领域的研究人员、大专院校本科生、研究生及纺织服装行业人士了解我国及国际纺织品服装贸易问题,具有参考价值和指导意义。

图书在版编目(CIP)数据

后配额时代的中国纺织服装业 / 郭燕编著. —北京:中国纺织出版社, 2007. 1

ISBN 978 - 7 - 5064 - 4060 - 8

I. 后... II. 郭... III. ①世界贸易组织 - 规则 - 影响 - 纺织工业 - 研究 - 中国 ②世界贸易组织 - 规则 - 影响 - 服装工业 - 研究 - 中国 IV. ① F743 ② F426. 81

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 113232 号

责任编辑:李秀英

责任印制:刘 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

http //www. c - textilep. com

E - mail faxing @c - textilep. com

北京云浩印刷有限责任公司印刷 各地新华书店经销

2007 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:21.5

字数:326 千字 定价:42.80 元

ISBN 978 - 7 - 5064 - 4060 - 8 / F · 0734

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

「序」

呈现在读者面前的这本《后配额时代的中国纺织服装业》的专著，是北京服装学院郭燕教授的一部力作。它并非是学院派的纯学术探讨，而完全是针对我国纺织服装业在后配额时代面临的国际贸易体制、产业竞争格局、政策与战略选择等重大实际与理论问题进行全面深入研究得出的成果。

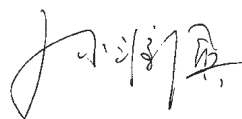
由于工作的缘故，我一直关注我国入世以来纺织服装业在全球经济一体化进程中出现的各类新的变化。特别是 2005 年配额体制退出历史舞台之后，研究和探索产业的贸易环境、出口增长方式、未来政策取向等一系列问题显得越来越迫切。但这些均需要大量的基础性工作才能展开，如相关数据的收集、整理和分析，基本情况和过程的描述，各种案例研究以及为研究提供可靠的事实基础和逻辑框架。郭燕教授的这本专著不仅启动了这项有意义的工作，而且以实证性分析方法对上述问题作了很多有价值的结论，着实令我兴奋，于是欣然答应为郭燕教授的这本书作序。

郭燕教授在她的这本著作中，用开阔的思维、详实的数据和细腻的描述，为全行业展示了一幅后配额时代中国纺织服装业发展的“全景图”。其中，最闪烁的亮点是：竞争对手分析、行业政策透视、发展战略抉择等领域的探索，此内容集思想性、逻辑性和资料性为一体，把“后配额时代背景下的中国纺织服装业”这个重大课题用实证的手法作了独特的思考，这在目前行业内是不多见的，可见这本书所包含的实用和学术价值。



当然，任何实证性分析都不是就事论事，而是要寻求普遍性和规律性。我相信，郭燕教授不会满足在这本书中实证性方面所达到的学术水准，下一步的研究目标应该是：以全球化产业实践为基础，开发出更具规范性、指导性的纺织服装经济理论成果。

书是写给人看的，有心之人会从书中获益，这或许就是一部好书的价值。我希望，与本书相关的政府部门、行业、企业 and 研究人士在工作之余，静心地读一下这本书，必将有所启发和收获。



2006 年 5 月 15 日
于北京东长安街 12 号

「前言」

2005 年 1 月 1 日，世界贸易组织废止了《纺织品与服装协议》ATC，束缚全球纺织品服装贸易 30 多年的配额措施不复存在。这意味着 2005 年后，国际纺织品服装贸易在零配额环境下的“后配额时代”的到来。作为传统产业，纺织品服装一直是国际贸易中较为敏感的大类商品，也是贸易摩擦最多、限制最苛刻的商品之一。如技术壁垒、绿色壁垒、社会责任、保障措施、反倾销措施、原产地规则、配额和许可证制度等，都与纺织品服装有关。

本书研究的目的在于探求全球一体化背景下，国际纺织品服装生产和贸易格局将发生的改变。随着原有主要出口国家和地区的国际竞争力逐渐衰退，一批新兴的纺织品服装出口国家和地区日益凸现。中国作为全球纺织品服装第一大生产国、出口国和消费国，如何继续保持原有的国际市场份额以及在后配额时代如何及时产业升级，寻找新的增长点和竞争优势，关系到我国的经济稳定、对外贸易的发展和剩余劳动力的就业等一系列问题。

本书共分七章。第一章概述了我国纺织服装业发展现状，包括产业现状和进出口贸易现状。书中收集的是从 2001 年中国入世至 2005 年《ATC 协议》终止期间的统计数据。通过大量数据表格，分析和说明了五年间我国纺织服装业的发展现状和发展走势。第二章主要是对中国纺织服装业的国际竞争力进行分析，其中包括我国纺织品服装在国际市场上所占份额、产业竞争力状况、产业竞争优势与劣势的分析，并提出提升我国纺织服装业国际竞争力的有效途径及应注意的问题。第三章介绍了《加入议定书》和《中国工作组报告》中的“242 段”、15 条和 16 条对中国纺织品服装出口的制约及中欧和中美《谅解备忘录》的影响。第四章主要是针对新贸易环境下纺织品服装国际贸易壁垒的介绍，其中



包括技术性贸易壁垒、生态标准与绿色壁垒、社会责任标准、原产地规则对国际纺织品服装贸易的影响。第五章是对我国纺织品服装出口面临的主要竞争国家和地区进行分析,包括美国、日本、欧盟、印度、墨西哥、土耳其和越南等直接竞争者以及巴基斯坦、斯里兰卡、柬埔寨和埃及等潜在竞争者基本情况的介绍。第六章主要阐述了目前国内实施的,与纺织服装产业发展相关的政策,包括出口政策、“十一五”期间纺织行业产业结构调整政策、生态纺织品标准及认证、中国纺织服装企业社会责任管理系统 CSC9000T、中国知识产权法律保护体系等内容。在第七章中,根据中国对外贸易发展战略,提出后配额时代中国纺织服装业出口贸易发展战略,主要包括:科技兴贸战略、名牌战略和走出去战略,着重介绍了三大战略中与纺织服装行业相关的措施,特别是收集整理了与纺织服装行业相关的各部委名牌评选活动及标准以及走出去的具体政策等。

本书特点: 1 数据详实而丰富。在收集大量数据资料的基础上,对数据进行了整理、归纳和分析,力求为读者提供更为丰富的参考资料; 2 全书重点介绍了目前中国正在实施的,与纺织服装行业相关的政策措施,目的是便于读者较全面地了解这些政策和措施; 3 时效性强。书中数据主要以 2001 年入世后,中国纺织品服装进出口统计数据、主要出口国家的统计数据及 WTO 的相关数据为依据,因此,对国内纺织服装界人士有较高的参考价值; 4 本书体例具有独创性。作者根据多年的研究经验对本书体例进行了独创性的设置。内容系统,所涵盖的章节之间有较强的内在逻辑关系,所涉及内容有一定的深度,并以“链接”方式介绍背景资料,使读者无需再次查找,便可以从书中直接获得所需要信息; 5 社会效益显著。《纺织品与服装协议》废止后,中国纺织品服装出口贸易摩擦不断,政府部门、行业协会和企业对此都十分关注,但同类研究书籍较少,因此,本书的出版能够满足社会各界人士的需求。

本书定位于国际纺织品服装贸易问题的研究和中国纺织服装产业政策措施的研究。书中内容可为国际商务领域的研究人员、大专院校的本

本书获得了北京市委组织部 2005 年“北京市优秀人才培养资助”出版专项经费的支持。在编写过程中,得到了北京服装学院组织部、科研处及作者所在商学院多位领导的大力支持,在中国纺织出版社的鼎力支持下,本书得以顺利出版。在此,由衷地感谢北京服装学院组织部王丽华部长、中国纺织出版社李秀英编辑对本书出版给予的帮助。还要特别感谢中国纺织工业协会孙淮滨主任对本书撰写所给予的重要建议,并给本书作序。

作者

2006 年 4 月 30 日于北京

「目 录」

第一章 中国纺织服装业发展现状

第一节 中国纺织服装产业发展现状 —————▶ 1

一、入世后中国纺织服装产业发展状况 —————▶ 2

二、中国纺织服装业在国民经济中的地位 —————▶ 9

第二节 中国纺织品服装进出口贸易现状 —————▶ 13

一、进出口贸易现状 —————▶ 13

二、进出口商品结构分析 —————▶ 21

三、进出口贸易方式分析 —————▶ 27

四、进出口企业性质分析 —————▶ 30

五、出口省市分布情况 —————▶ 33

第二章 中国纺织服装业的国际竞争力

第一节 国际纺织品服装贸易格局 —————▶ 37

一、国际纺织品服装进出口贸易格局的变化 —————▶ 37

二、国际纺织品服装出口的贸易格局 —————▶ 40

三、国际纺织品服装进口贸易格局 —————▶ 43

第二节 中国纺织服装产业竞争力状况 —————▶ 47

一、中国纺织服装业的国际市场竞争地位 —————▶ 47

二、近年来，中国纺织品服装进出口平均单价水平分析 —————▶ 58

三、中国纺织品服装出口竞争力系数分析 —————▶ 62



第三节 中国纺织服装业国际竞争优势与劣势分析——▶65

一、国际竞争优势分析——▶65

二、国际竞争劣势分析——▶67

第四节 提升中国纺织服装业国际竞争力的有效途径——▶71

一、提升国际竞争力的要素构成——▶72

二、提升国际竞争力的有效途径——▶78

三、中国纺织服装产业升级中应注意的问题——▶82

第三章 入世后，中国纺织品服装出口的贸易环境

第一节 “第 242 段条款”对中国纺织品服装出口的制约——▶90

一、“242 段” 纺织品特保条款 的特点——▶92

二、“242 段” 的纺织品过渡期保障措施的实施情况——▶93

第二节 “第 16 条” 特别保障措施对中国纺织品服装出口的制约——▶100

一、《加入议定书》第 16 条的特点——▶102

二、《加入议定书》第 16 条对“市场扰乱”或“市场扰乱威胁”的认定——▶103

第三节 “第 15 条” 对中国纺织品出口遭遇反倾销时的不利影响——▶104

第四节 中国与欧盟、中国与美国签署的《谅解备忘录》——▶111

一、中欧《谅解备忘录》及《磋商纪要》——▶111

二、中国与美国《谅解备忘录》——▶115

第一节 美国、日本、欧盟与纺织品服装相关的技

► 127

- | | |
|---------------------------|-------|
| 一、美国实施的与纺织品服装进口有关的技术性贸易措施 | ► 128 |
| 二、日本实施的与纺织品服装进口有关的技术性贸易措施 | ► 132 |
| 三、欧盟实施的与纺织品服装进口有关的技术性贸易措施 | ► 137 |
| 四、羊毛标记认证检验 | ► 138 |

壁壘

- | | |
|-----------------------------|-------|
| 一、国际标准化组织的 ISO 14000 环境管理体系 | ▶ 142 |
| 二、欧盟生态纺织品标准 | ▶ 142 |
| 三、北欧白天鹅环境标志 | ▶ 148 |
| 四、荷兰 Milieukeur 环境标签 | ▶ 149 |

▶ 149

- | | |
|-------------------|-----|
| 一、SA8000 社会责任标准认证 | 150 |
| 二、其他社会标准 | 153 |

▶ 153

- | | |
|------------------------------|-----|
| 一、美国纺织品服装新原产地规则 | 155 |
| 二、北美自由贸易协定中的纺织品服装原产地标准 | 157 |
| 三、欧盟纺织品服装的原产地规则 | 158 |
| 四、韩国新颁布的纺织品原产地规则 | 159 |
| 五、CEPA 附件 2 对货物贸易中非完全在香港生产产品 | |

► 159

影响

- 160

- 一、美国与其他发展中国家的纺织品服装有关优惠贸易安排 —————▶ 162
- 二、欧盟与其他发展中国家主要优惠贸易安排 —————▶ 170
- 三、其他国家之间的优惠贸易安排 —————▶ 173

第五章 中国纺织品服装出口的主要竞争国家和地区

- 第一节 发达纺织品服装进口国家和地区 —————▶ 175
 - 一、美国 —————▶ 175
 - 二、日本 —————▶ 184
 - 三、欧盟 —————▶ 188
- 第二节 主要发展中纺织品服装出口国家 —————▶ 194
 - 一、印度 —————▶ 194
 - 二、墨西哥 —————▶ 199
 - 三、土耳其 —————▶ 203
 - 四、越南 —————▶ 212
- 第三节 中国纺织品服装出口的潜在竞争者 —————▶ 219
 - 一、巴基斯坦 —————▶ 219
 - 二、斯里兰卡 —————▶ 220
 - 三、埃及 —————▶ 221
 - 四、柬埔寨 —————▶ 222

第六章 中国纺织服装业的发展政策

- 第一节 纺织品服装出口的相关政策 —————▶ 223
 - 一、2005 年中国纺织品服装出口的相关政策 —————▶ 223
 - 二、2006 年后中国纺织品服装出口的相关政策 —————▶ 234

第二节 “十一五”期间中国纺织行业产业结构调整政策	239
一、“十一五”期间中国产业结构调整方向	239
二、“十一五”期间中国纺织行业产业结构调整方向	242
第三节 中国生态纺织品相关标准及认证	246
一、中国《生态纺织品》标准	246
二、中国环境标志生态纺织品认证	249
三、CQC 生态纺织品类产品认证	251
四、《国家纺织产品基本安全技术规范》	254
第四节 中国纺织服装企业社会责任管理系统	
CSC9000T	260
一、CSC9000T 的适用范围	261
二、CSC9000T 参照的法律法规、国际条约及标准体系	262
三、CSC9000T 相关定义与术语	263
四、中国纺织服装企业社会责任行为准则	264
五、中国纺织服装行业率先实施企业社会责任的重要意义	265
第五节 中国知识产权法律保护体系中与纺织服装相关的法律法规	267
一、与纺织服装企业及产品相关的中国知识产权法律保护体系	267
二、《专利法》及其《实施细则》	268
三、《商标法》及其《实施条例》	272
四、《著作权法》及其《实施条例》	274
五、三法中与纺织服装企业及产品相关保护内容的比较	276



第七章 中国纺织服装业出口贸易发展战略

第一节 科技兴贸战略 —————▶ 279

一、“科技兴贸”战略是中国对外贸易重要发展战略之一 —————▶ 279

二、中国纺织服装业从“科技兴贸”战略到“科技兴纺”战略 —————▶ 284

三、历次科技革命对纺织服装业的影响 —————▶ 287

四、中国纺织服装业如何利用高新技术实现产业升级 —————▶ 291

第二节 名牌战略 —————▶ 293

一、中国纺织服装业名牌战略实施状况 —————▶ 293

二、中国名牌商品战略的理论依据及评价指标 —————▶ 312

第三节 走出去战略 —————▶ 316

一、中国纺织服装行业“走出去”概况 —————▶ 317

二、中国商务部推出的与纺织服装行业“走出去”相关的政策 —————▶ 321

三、中国纺织服装企业“走出去”的理论依据及客观条件 —————▶ 325

参考文献 —————▶ 329

第一章

中国纺织服装业发展现状

第一节 中国纺织服装产业发展现状

纺织服装业^❶，作为中国的传统产业之一，有着悠久的发展历史。2001年，中国加入世界贸易组织为纺织服装业的发展带来了新契机。特别是在吸纳就业人口、解决“三农”问题、保持贸易顺差等方面发挥了积极的作用。2001~2005年，中国纺织服装业无论是总产值还是出口总额，都有了大幅度增长。

链接 1

中国纺织工业发展历程

1949年以前，中国纺织工业的发展十分缓慢。1949年，全国仅有棉纺500万锭，织机6.6万台，毛纺13万锭，缫丝机9万绪，而且开工率严重不足，棉纱产量仅180万件。

新中国成立后，纺织工业有了长足的发展。因为出口换汇和改善人民生活的需要，中国政府曾鼓励纺织业急剧扩张生产能力，使其一度成为国民经济主要的支柱产业之一。

1986年，国务院决定将服装行业归纺织系统管理，形成从纺织原料到最终成品一条龙的生产和开发体系的大纺织格局。由此，在“成衣工业化”的产业政策指引支持下，现代服装企业如雨后春笋，快速

❶ 广义上的“纺织行业”可分为纤维、面料、服装三类企业。纤维与面料企业构成了狭义上的“纺织行业”。本书中所指的纺织服装业与目前常用的“纺织工业”都是指广义的“纺织行业”。



成长。

20 世纪 90 年代末，根据市场发展的规律和要求，国有纺织企业淘汰了近 1000 万落后棉纺锭，约 120 万工人下岗，一批国有困难企业被兼并、破产或重组，这一举措，极大地增强了企业的竞争能力。

同时，配置资源的市场化，充分调动了社会投资和外商投资的积极性，使得产业结构也发生了巨大变化。中国最早的外资企业就是诞生在纺织行业中。

改革开放以来，经过 27 年的发展，纺织工业在生产、贸易和消费领域中已形成以纺织原料、纤维、面料、服装等产业相衔接，棉、毛、丝、麻、化学纤维、纺机等工业相配套，门类齐全的、完善上下游产业链和较为完整的产业体系。

在市场资源配置的拉动下，纺织工业的区域布局逐步向东部沿海地区聚集，在浙江、广东、江苏、山东、福建、上海等地形成了产业集群带。自 2002 年，中国纺织工业协会先后公布了四批产业集群地，包括全国的县、市、区、城镇共 117 个。这些产业集群的经济总量占全国的 25%，就业人口占 25%，出口额占 20%，产业集群的发展成为新世纪中国纺织工业发展的亮点。

纺织业不仅能够满足国内人们的消费需要，而且还是中国净创汇的主要行业，在全球纺织品服装贸易中占有举足轻重的地位。

资料来源：近年《中国纺织工业发展报告》资料整理

一、入世后中国纺织服装产业发展状况

一 纺织服装业总产值持续稳定地增长

入世后，中国纺织服装业整体发展势头良好。工业总产值持续增长，2001~2005 年年均增长率超过 20% 表 1-1。中国纺织工业长期坚持市场化改革，紧紧抓住国内外市场机遇，在积极扩大出口的同时，通过提高纺织服装产品的设计品位、档次和质量，丰富了国内市场供给，较好地满足了日

表 1- 1 2001 ~ 2005 年中国纺织工业工业总产值(全行业) 单位 :亿元

指标名称	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
纺织工业总产值(现行价)	9326.43	10709.08	12877.84	16107.70	20470.59

资料来源 相关年度《中国纺织工业发展报告》数据整理

益多样化的国内市场需求。

二 纺织纤维产量保持平稳增长

2001 年加入 WTO 后，中国纺织纤维生产量保持平稳增长，纱、布和化学纤维的产量均有所提高 表 1- 2 。主要原因是 随着中国纺织业生产能力的提高和国内外市场销售量的增长，特别是服装出口量的迅速增长，加大了对纺织纤维的需求，这在一定程度上拉动了国内纺织纤维的生产，使中国纺织企业的生产潜能得以释放。

表 1- 2 近年来 ,中国规模以上企业累计完成纺织纤维产量

产 量	1995 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
纱产量(万吨)	542	657	760	850	983	1095	1412
布产量(亿米)	260	277	290	322	353	388	378
化学纤维产量(万吨)	320	694	825	991	1181	1425	1629

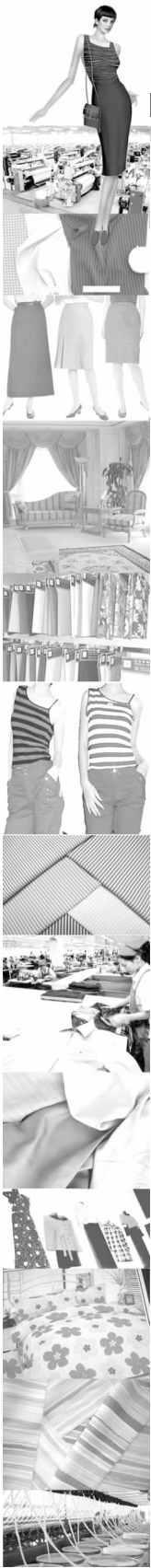
资料来源 相关年度《中国纺织工业发展报告》数据整理

链接 2

规模以上企业定义

规模以上企业是指全部独立核算的国有企业及年产品销售收入在 500 万元以上的非国有工业企业。因此 ,在服装行业中 ,非国有的规模以上企业应属于中型企业。有关统计资料显示 ,2004 年服装行业规模以上企业为 14645 家 ,比 2003 年增加了 1758 家。在这些企业的实收资本中 ,非国有资本已占 93. 55%。





三 服装产量持续增长

入世后，中国服装产量增幅较大。国家统计局数据显示，2004 年中国服装行业规模以上企业累计完成服装产量 118.33 亿件，2005 年服装产量又创新高，为 147.98 亿件 表 1 - 3 。但根据中国服装协会估算，2005 年中国服装实际总产量达到 465 亿件，其中梭织服装 170 亿件，针织服装 295 亿件。总体上讲，服装业的生产发展势头强劲，主要受出口增长和内需拉动两方面的影响。

表 1 - 3 2001 ~ 2005 年中国规模以上企业累计完成服装生产量 单位 :亿件

指标名称	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
服装总产量	77.76	87.72	98.42	118.33	147.98
梭织服装	38.50	45.91	49.39	55.71	70.98
针织服装	36.32	40.91	47.81	61.11	76.64

资料来源 相关年度《中国纺织工业发展报告》数据整理

四 中国纺织服装行业经济效益呈下降趋势

虽然纺织服装行业的销售收入和利润总额连年增长，但行业利润空间在缩小，利润总额增幅低于销售额的增幅。总体上讲，2001 ~ 2005 年中国纺织服装行业规模以上企业的经济效益呈下降趋势 表 1 - 4 。亏损企业数量呈快

表 1 - 4 2001 ~ 2005 年中国纺织服装行业规模以上企业经济效益

指标名称	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
企业单位数(户)	21412	23600	25803	29831	35978
亏损企业数(户)	4846	4652	4764	5584	6088
亏损面(%)	22.63	19.71	18.46	18.72	16.92
产品销售收入(亿元)	8946.47	10024.28	12342.46	15481.32	19793.76
产品销售成本(亿元)	7874.33	8838.83	10941.87	13818.86	17696.50
利润总额(亿元)	269.00	336.61	443.98	513.48	689.72
利润率	2.98%	3.36%	3.60%	3.32%	3.48%

续表

指标名称	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
亏损企业亏损金额(亿元)	95.47	89.96	86.04	102.65	117.84
应交增值税(亿元)	265.75	270.89	313.25	356.18	459.84

资料来源 相关年度《中国纺织工业发展报告》数据整理

速增长趋势，同时亏损金额也在大幅上升，与中国工业效益总体水平大幅度提高的情况形成鲜明的对比。

五 中国纺织服装行业固定资产投资增长速度呈下降趋势

近年来，中国纺织服装全行业固定资产投资增长速度呈下降趋势 表 1 - 5 。这与中国严格控制土地审批、提高贷款准备金比率、严格金融政策准备金制度等宏观政策调控有关。

表 1 - 5 1980 ~ 2005 年中国纺织业固定资产投资

指标名称	1980 年	1985 年	1990 年	1995 年	2000 年	2005 年
纺织工业全行业固定资产投资额(亿元)	38.52	77.93	129.50	309.99	309.31	1597.00
占全社会固定资产投资额(%)	4.22	3.06	2.91	1.55	0.95	1.80

资料来源 相关年度《中国纺织工业发展报告》数据整理

2004 年，纺织服装工业固定资产投资额为 1179.16 亿元，呈回落性增长，表明中国的宏观调控政策使纺织工业的过快增长有了理性回归，其中上游行业中的纺织业固定资产投资额占 63%，为整个行业的固定资产投资主体，而服装行业占 21% 表 1 - 6 。

从固定资产的来源看，2004 年纺织服装行业固定资产投资总额中以内资为主，占总投资规模的 73.2%。从所有制构成看，非国有资本在纺织工业固定资产投资中比重日益扩大，其中包括民营企业 and 外资企业。

由于 2003 年、2004 年中国纺织业投资增长过快，国家将纺织业列为了限制类投资行业，并在信贷方面采取了紧缩货币的政策。2005 年后，纺织行业固定资产投资与前两年相比明显回落，但总体仍保持了较快的增长态势。



单位:亿元

指 标 名 称	2004 年	2005 年
纺织工业固定资产投资额	1179.2	1597.0
其中：内资	836.1	1205.0
外资	166.2	392.0

资料来源 相关年度《中国纺织工业发展报告》数据整理

六 中国纺织工业利用外资情况

中国纺织工业外商投资发展阶段的划分与全国外商投资发展阶段的划分基本一致，大致可分为四个发展阶段。

第一阶段：1979~1991 年为初始发展阶段。这一阶段纺织工业外商投资以小项目小企业为主，协议外资项目数和协议外资金额呈渐进式增长。

第二阶段：1992~1995 年为高速增长阶段。从 1992 年开始，中国加快改革开放的步伐，纺织工业外商投资呈跳跃式发展，项目数和外商投资金额大幅度增长，独资越来越多，投资项目也越来越大。

第三阶段：1996~2000 年为调整提高阶段。从 1996 年开始，纺织工业外商投资进入调整提高阶段，协议项目数和协议外商投资金额均出现下降趋势，但纺织工业外商投资在全国外资投资领域中仍占有重要地位。

第四阶段：2001 年入世后至今为新一轮投资增长阶段。这一阶段，外商来华投资无论在投资额还是在投资项目数量上，较入世前有了大幅度的增长，但 2004 年和 2005 年外商投资数量略有下降，而实际利用外资金额仍然较高 表 1 - 7 。

目前中国纺织工业利用外资的主要特点是 外商投资状况一直呈稳步发展, 现已进入调整提高阶段。纺织工业利用外资以中外合资方式为主, 但近年来外商独资企业呈明显上升趋势。投资者的国别和地区趋于多元化, 以中国香港、中国台湾及日本、美国、澳门、韩国等国家和地区为主。外商投资企业规模也呈扩大态势, 大项目、大企业明显增多。大型跨国公司纷纷进入, 并开始大规模投资, 外商在化学纤维领域的独资项目以大型项目为主。纺织工业外商投资企业的总体技术水平较高, 其行业结构以纺织、服装业为主, 化学纤维业也占一定比重。投资区域集中在东部沿海地区, 现开始向中西部地区转

表 1-7 2001~2005 年中国纺织工业利用外资

单位:亿美元

年 份	项目个数		合同外资金额		实际利用外资金额	
	当年	同比 ± %	当年	同比 ± %	当年	同比 ± %
2001 年	3014	26.11	45.10	34.39	31.67	42.85
2002 年	4672	55.01	74.91	66.10	45.78	44.55
2003 年	5707	22.15	103.75	38.50	48.67	6.31
2004 年	5577	- 2.28	129.39	24.71	53.16	9.23
2005 年	4627	- 17.03	145.80	12.69	49.33	- 7.20
总 计	23597		498.95		228.61	

移。近几年，中国纺织外商投资企业出口创汇呈现高增长势头。

七 纺织服装行业技术水平不断提高

近年来，中国纺织工业经历了大规模的技术改造。2001~2005 年，仅进口国际先进技术装备的投入多达 188 亿美元，约占全行业设备投资总额的 50%，国产新型设备投入也有所增加。全行业的技术水平也有了较大提高，棉纺设备中 20 世纪 90 年代水平和国际先进水平的比重已从 2000 年的 30% 上升到 50%，无梭化率达到 25%，无梭织布比重达到 44% 左右，无结头纱比重达 50%，同时，染整工艺和技术也稳步提升。

目前，也有部分有实力的出口加工型服装生产企业，通过引进服装加工设备大大提高了服装加工环节技术含量，减少了人力的投入，实现了服装加工部分工序的自动化，如：从日本和德国进口的衬衫订袋机、自动袖叉机、袖里缝压机、袖笼压机和打褶机等，上述设备的投入，推动了中国服装加工工艺由劳动密集型正在向技术密集型的转变。

八 纺织服装产业的地区分布情况

中国纺织服装业区域结构向沿海集中。以长江三角洲、珠江三角洲为主，在东南沿海集聚形成产业集群带，生产规模占全国 80%，其中沿海 37 个县和 42 个镇纺织服装产业集群的生产规模已占全行业的 1/3。

2002 年，中国纺织工业协会在全国首先批准了 38 个产业集群，包括县级



续表

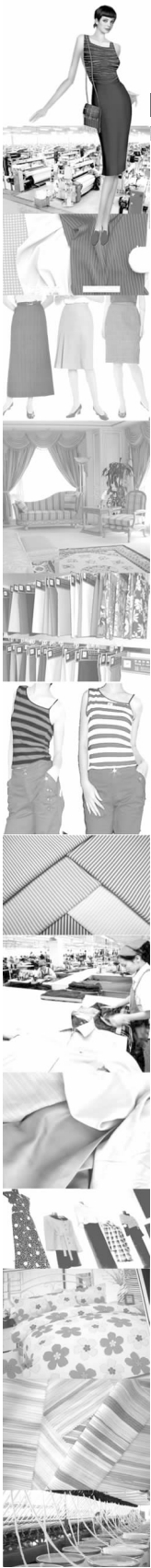
项 目	维持阶段	起飞阶段	快速成长阶段	发散整合阶段
出口量	无	少	开始大量出口	成衣出口到达 顶峰
进口量	较多	少	化学纤维进口 增加	化学纤维进口 稳定,设计和技术 进口快速增加
产业策略	维持生存振兴 民族产业	满足国内需求,扩展成衣	多元化发展成 外向型经济	提高产品等级
生产能力	手工和简单机械	生产能力单一	代工生产大宗 货	代工生产中 等品
产业结构	传统家庭加工 和初级工厂	水平组织,区域集中	区域集中,垂直合并	垂直及水平合并
国内经济	小农经济	初步工业化	工业化、都市化,加速国际依存度	工业化程度较高,都市人口增多
国内市场	平均购买力低	非市场形式,能基本满足需求	规模较大,需求仍单一	规模大、多元化需求
本国产业竞争优势	民族特色的纺织品	不参与国际竞争	大宗成衣和纺织制品	各类基本型大宗品

二、中国纺织服装业在国民经济中的地位

一 纺织品服装丰富了国内市场供给，满足了大众消费需求

2003 年，中国人均 GDP 首次超过 1000 美元。2004 年，全年城镇居民人均可支配收入达到 9422 元，2005 年达到 10493 元，是自 1997 年以来增长最快的一年。随着人们生活水平的提高和城乡居民可支配收入的增加，服装作为最终消费商品也随之增长。

从对发达国家 GDP 的变化规律研究发现，人均 GDP 在 1000 ~ 3000 美元，这一时期对该国纺织工业发展来说是一个重要的战略发展机遇期，纤维消费将进入快速增长的阶段。纤维消费量增长有利于拉动纺织服装行业的生



后配额时代的中国纺织服装业

产规模，随着纺织服装工业的迅速发展，也为扩大国内服装市场的消费需求提供了重要保障。

1980~2005年，中国人口数量由9.87亿增加到13.08亿，纤维消费总量由355万吨增加到1500万吨。从1980~2000年，每年人均纤维消费量从4.1千克上升到8千克，2003年已超过11千克，2005年人均纤维消费达到14千克，远高于世界8.6千克的平均水平。

衣着消费市场的持续增长为纺织服装业发展提供了原动力。2004年全年社会消费品零售总额为53950亿元，其中衣着类消费约为5400亿元，占整个社会零售总额的10%左右。2005年，中国衣着类消费金额达6826亿元 表1-9。

表1-9 1980~2002年中国城镇居民家庭人均消费性支出与衣着支出所占比重

指 标	1980 年	1985 年	1990 年	1995 年	2000 年	2002 年
城镇居民家庭平均每人全年消费性支出(元)	412.44	732.20	1279.00	3538.00	4998.00	6030.00
其中:衣着支出所占比重(%)	14.79	14.56	13.36	13.55	10.01	9.80

资料来源 相关年度《中国纺织工业发展报告》数据整理

二 纺织服装行业从业人员占国内就业人口总数比重较大

作为劳动密集型产业，纺织服装业吸纳了大量的就业人数。中国纺织工业从业人数从1980年的613万人达到2005年的2000万人 表1-10。

表1-10 1980~2005年中国纺织服装业从业人数变动状况

年 份	1980 年	1985 年	1990 年	1995 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
从业人数(万)	613	916	1173	1471	1500	1800	1900	2000

其中，在规模以上工业企业中，2004年纺织服装行业从业人数为894.59万人，占全国就业总人数的14.48%。2005年规模以上的纺织服装行业从业人数为919.86万人 表1-11。

据统计数据显示，中国纺织服装全行业从业人员总数仍表现为不断上升

指 标	1980 年	1985 年	1990 年	1995 年	2000 年	2004 年	2005 年
纺织工业年平均 人数(万人)	502.00	946.00	1243.00	1243.00	738.46	894.59	919.86
占全国职工人数 (%)	4.80	7.65	8.84	8.34	13.28	14.48	—

的趋势。这与近年来中国东部沿海地区一大批服装产业集群地的形成，以及服装出口的持续增长有着直接关系。从业人数不断增长也表明，服装业在未来中国国民经济中仍具活力，特别是在解决国内就业问题方面，发挥着极大作用。据统计，2002 年每 1 亿元固定资产容纳就业人数为：纺织业 1876 人；服装业 4464 人。因此，中国纺织业为社会提供了大量的就业机会。

纺织服装业是与“三农”关系非常密切的产业。2004 年中国纺织服装业使用国产天然纤维 棉、毛、丝、麻 达 720 万吨，这些纤维的种植关系到一亿农民的生计。此外，中国纺织服装领域从业人口中，大约 1400 万人是农民，还有相当多的农民从事与纺织、服装有关的第三产业 如批发、零售 。每年可以获得 1000 亿元以上的现金收益。纺织服装业的快速发展对大批农民转为产业工人、农村城镇化、促进解决二元经济、工业反哺农业等众多问题的解决，承担着重要的历史责任。因此，纺织服装业的加工体系形成了从农业到最终产品的产业链，有效地解决了中国的“三农”问题。

自 20 世纪 80 年代末，中国纺织品服装出口始终保持贸易顺差。特别是 1986~1994 年间，纺织品服装一直是中国第一大类出口商品。虽然从 1995 年起，纺织品服装已居机电产品之后列第二位，2002 年高新技术产品出口额又超过纺织品服装出口额。但是，目前纺织品服装在中国外贸出口中居第三位，始终保持中国最大类别贸易顺差产品的地位，纺织服装业仍是中国主要的净创汇行业。

11

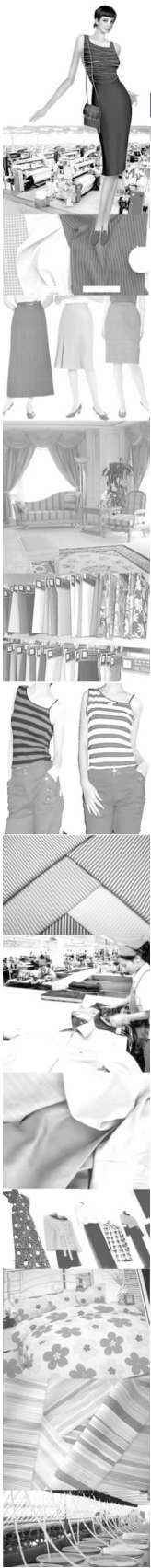
一、进出口贸易现状

入世后，随着纺织品服装出口配额的取消，中国纺织品服装出口增长迅速，国内克制已久的生产能力终于迸发出来。

中国纺织品服装进出口贸易的地位及结构变化

20 世纪 80 年代以来，借助世界经济形势有利于发展中国家纺织品出口的契机，中国的纺织行业成为出口创汇的生力军。1986~1995 年，纺织品一直是中国第一大类出口商品。虽然从 1995 年起，纺织品已位居机电产品之后列第二位，2002 年高新技术产品出口额超过纺织品服装，目前中国纺织品服装出口在中国外贸出口中居第三位，但仍然是最大类别的贸易顺差商品，纺织业仍是主要的净创汇行业。

从 1994 年开始中国纺织品服装出口已经连续多年居世界第一位。现在，中国纺织工业的主要产品产量都居世界前列，出口额占全球纺织品服装贸易额的 24% 左右。



从出口产品的结构看，新中国成立后前 30 多年，中国主要以棉布、生丝、真丝绸出口为主，且出口量占世界首位。但到 1988 年，服装出口比例大大超过了纺织品的出口比例。而棉布、生丝、真丝绸仍居世界首位。

据资料显示，在 20 世纪 60 ~ 70 年代，纺织品和服装出口的比例大致为 2: 1。1980 年，服装出口额占纺织品服装出口额的比重为 39%。到了 1988 年，这一比例提高到 50%，并且超过了纺织品的出口。目前服装出口额占纺织品服装出口总额的 65% 左右 表 1 - 13 。

表 1 - 13 1981 ~ 2000 年中国纺织品服装出口额及占全国出口总额的比重

年 份	纺织品服装 出口额 (亿美元)	占全国出口 的比重(%)	年 份	纺织品服装 出口额 (亿美元)	占全国出口 的比重(%)
“六五”			“七五”		
1981 年	38.0	17.7	1986 年	71.3	23.0
1982 年	39.4	17.7	1987 年	95.4	24.2
1983 年	45.5	20.4	1988 年	113.3	23.8
1984 年	53.0	20.3	1989 年	131.2	25.0
1985 年	55.3	20.2	1990 年	138.5	22.3
“八五”			“九五”		
1991 年	167.3	23.3	1996 年	370.9	24.6
1992 年	252.8	29.8	1997 年	455.5	24.9
1993 年	271.3	30.0	1998 年	428.5	23.3
1994 年	355.5	29.4	1999 年	430.6	22.1
1995 年	379.7	25.5	2000 年	520.8	20.9

中国的纺织产业是最早开放的产业，也是各产业发展中，成长最好，增长最快的产业。从规模来看，改革开放初期，1980 年中国纺织品服装出口额仅为 26.1 亿美元，并主要以纺织品出口为主，其中纺织原料所占比重较大，1980 年中国纺织成品和原料出口 19.4 亿美元，服装只有 6.7 亿美元。



一 2001 ~ 2005 年中国纺织品服装进出口总额

入世后，中国纺织品服装进出口贸易得到了迅速发展，这与出口配额的取消和国内市场的开放直接相关。2001 ~ 2005 年，虽然国际市场环境更加严峻，但从总体上讲，中国纺织品服装进出口总额仍呈增长趋势，2004 年中国纺织品服装累计进出口总额首次超过 1000 亿美元，是 2000 年的 1.7 倍。2005 年纺织品服装出口额达到 1175.35 亿美元，创历史最高水平 表 1 - 14 。

表 1 - 14 2001 ~ 2005 年中国纺织品服装进出口总额 单位 :亿美元

年 份	进出口总额	出口额	进口额	贸易差额
2001 年	670.00	532.80	137.20	395.60
2002 年	761.31	617.69	143.62	474.07
2003 年	960.70	804.84	155.86	648.98
2004 年	1141.89	973.85	168.04	805.81
2005 年	1346.34	1175.35	170.99	1004.36

资料来源 相关年度《中国纺织工业发展报告》

二 2001 ~ 2005 年中国纺织品进出口总额

入世后，中国纺织品进出口额都有所增长，在进口方面增幅小，出口额增幅大，一改中国服装出口，纺织品进口的局面，表明中国纺织业整体出口竞争力在不断增强。近年来，中国纺织品贸易顺差额也在大幅度提高，这一变化显示出“十五”期间纺织行业的产业结构调整已初见成效。

2004 年中国纺织品进出口总额为 510.42 亿美元，比 2003 年增长 19.40%，占全国外贸进出口总额的 4.42%，实现贸易顺差 204.96 亿美元。2005 年纺织品出口达 439.69 美元，进口额为 154.9 亿美元，纺织品进出口顺差额为 284.79 亿美元，再创历史新高 表 1 - 15 。

1. 中国面料进出口额和进出口量

表 1 - 16 中数据显示：入世后，随着中国面料出口竞争力不断增强，2002 ~ 2005 年，中国面料出口持续增长，出口增长速度远远高于进口增长速度，面料进出口顺差额也在逐年成倍增加，这表明了越来越多的国内服装企

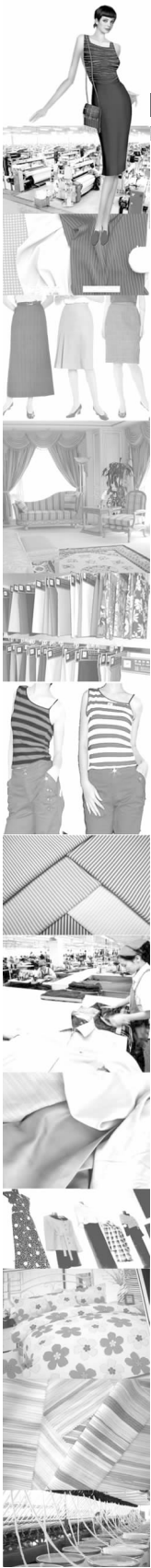


表 1- 15 2001 ~ 2005 年中国纺织品进出口总额 单位 :亿美元

年 份	进出口总额	出口额	进口额	贸易差额
2001 年	292.00	167.42	124.58	42.84
2002 年	330.05	205.79	130.26	75.53
2003 年	427.50	285.67	141.83	143.84
2004 年	510.42	357.69	152.73	204.96
2005 年	594.59	439.69	154.90	284.79

资料来源 中国海关统计资料整理

表 1- 16 2002 ~ 2005 年中国面料进出口情况

年 份	进口额 (亿美元)	进口量 (亿米)	出口额 (亿美元)	出口量 (亿米)	贸易差额 (亿美元)
2002 年	63.5	46.5	89	107	25.5
2003 年	58.7	50.8	108	130	49.3
2004 年	62.5	50.5	135	148	72.6
2005 年	86.9	45.3	210	160	123.1

资料来源 据中国海关统计资料整理

业使用国产面料进行服装加工。

2. 中国主要纺织面料进口结构及其依存度

纺织服装产业价值链主要环节包括：原料纤维—纱线—面料—服装—批发—零售等环节。中国纺织业已形成较为完整的产业链体系，具有各类纤维资源、纤维种植及加工能力。但纺织面料进口依存度较高，突出地表现为：国内中低档面料生产能力强，供大于求；高档面料生产和研发能力弱，进口规模较大。

1 国内服装业对进口面料依存度

中国是纺织面料的产销大国，但不是强国。一方面，中国面料产量居世界第一，纺织纤维的加工量占世界纤维加工总量的 30%。2004 年中国面料生产 294.75 亿米，其中棉布产量为 152.98 亿米，纯化学纤维布产量 74.2 亿米，国内消费占总量的 80% 表 1- 17 。

服装用面料	国内产量(亿米)	进口量(亿米)	占面料进口总量比重(%)
毛呢绒	2.74	0.77	1.52
棉 布	152.98	16.12	31.86
纯化学纤维布	74.20	32.00	63.37
当年总量	294.75	50.60	86.75

另一方面，高档面料进口数量大，进口依赖程度高，其中，服装加工所需的高档化学纤维、棉和毛面料进口量较大。2004 年中国服装用面料进口量中，化学纤维面料所占比重最大，为 63.37%；其次为棉布进口量占 31.86%；而毛呢绒进口数量较小，但对中国服装行业作用大。化学纤维面料主要从日本、韩国进口，棉布进口主要来自亚洲国家，进口毛料主要来自欧盟。

服装用面料	国内产量(亿米)	进口量(亿米)	占面料进口总量比重(%)
毛呢绒	3.30	0.70	1.54
棉 布	196.58	15.64	34.50
纯化学纤维布	110.45	28.52	62.92
当年总量	388.07	45.33	98.96

入世后，中国加强了对面料行业的技术改造和技术引进。对染整、织造、纺纱、纤维和设计开发领域进行系统和配套的技术改造，不仅提高了企业技术水平、新产品开发和创新的能力，同时带动和引导了整个行业的产品升级换代，使纺织行业先进设备的比重达 40% 以上，实现产业全面升级。涌现

出一批接近国际先进水平的面料企业和产品，使国产面料的质量、生产水平及国内配套能力大大提高。

2 国内服装业对高档面料进口依赖的原因分析

① 市场上的讨价还价能力，决定了国内面料企业所处竞争地位

国内面料企业受到来自于上游原料成本涨价和下游服装企业采购压价两方面的压力，因此，面料供应商处于较为被动的地位。相对而言，服装企业在面料采购时处于主动的地位，服装企业及设计师可以在进口面料与国产面料之间进行对比，选择对企业更有利的交易条件。

由于高档服装离不开高档面料的支持，男装西服毛料主要被欧洲国家所垄断，女装化学纤维面料主要来自于日本、中国台湾和韩国。特别是目前中国服装加工能力强，当国产面料一时无法满足高档服装的生产需求时，进口面料恰恰缓解了这一供求矛盾。

② 生产设备的高投入和高技术含量导致行业进入壁垒较高

纺织产业链各环节生产要素投入比例不同。纤维制造业，包括化学纤维、纺纱，处于产业的上游，与服装业相比具有资本及技术密集型特点，行业进入壁垒较高，对原料价格波动较为敏感。例如：在中国化学纤维企业成本中，人工成本不足 1%，故一般工人工资对价格及化学纤维成本的影响并不大，但原料价格占生产成本比重高达 80% 以上，因此，使化学纤维行业对原料价格波动非常敏感，原料价格的变化直接影响产品成本的高低。

面料生产包括织造、印染及后处理，处于产业链中游，资金和技术密集型特点明显。企业间主要依靠设备、技术竞争，行业进入壁垒较高。

而服装业处于产业链下游，属于典型的劳动密集型行业。利润率略高于纤维和面料行业。由于服装行业进入壁垒低，价格竞争成为主要手段。

由于纺织业和服装业的行业进入壁垒的差异，使得改革开放后，国内民营企业投资于服装业的数量要大大多于投资于纺织业的数量。而起步阶段的民营企业欲进入纺织业，往往选择设备投入资金较少，资本和技术密集程度不高的领域，这就使得国内面料生产企业生产能力有限，技术水平相对落后。

③ 中国纺织服装业在国际分工中的地位决定了高档面料的进口

在国际市场上，中国纺织服装业分工格局表现为：原料和设备进口依存

度高，服装产品大量出口。纺织原料中的棉花、羊毛、化学纤维原料进口量较大，而丝、麻原料基本上自给自足。随着近年来中国纺织服装业的迅速发展，对纺织面料的需求量逐步增长。但是，多年来中国面料行业投资不足，现有企业技术改造不及时，产品开发滞后，导致高档服装面料供应不足，因此，国内服装企业所需高档面料主要依赖于进口。

④行业整体利润率较低，影响产业升级

从利润空间看，目前国内纺织企业利润率一般在 10% 左右 表 1 - 19 ，2005 年国内纺织业毛利率为 10.59%。企业受到来自多方面压力：一是生产原料的进口原价格上涨；二是欲进行设备更新，昂贵的设备进口价格，使纺织企业难以靠自有资金实现技术改造；三是面料企业陷入价格战中，不愿投入更多的资金和时间进行产品开发，处于恶性循环的不利地位。

表 1 - 19 2004 年纺织业各行业利润水平情况

行 业	产品前道所有原料 进口额(亿美元)	产品出口额 (亿美元)	行业毛利率(%)	出口所占比重(%)
纺织业	107.14	224.73	10	30
棉纺织	32.76	69.04	10	30
毛纺织	12.61	13.72	11	30
丝、麻纺织	2.78	13.71	10	30
化学纤维	92.15	17.15	10	2
服 装	88.63	557.84	14	60

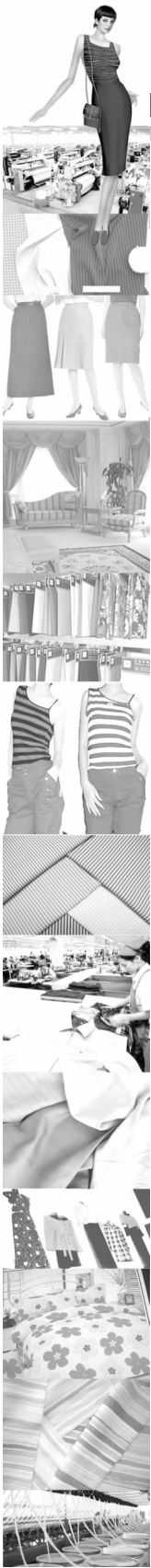
资料来源 中国纺织品进出口商会和联合证券研究所

基于上述种种原因，使纺织企业的利润空间越来越小，难以有更多的积累资金用于技术设备更新和新产品的研发，行业整体研发投入只占其产值的 0.3%，远远低于国内其他行业。

⑤面料企业经营方式不够灵活

面料供应商不愿提供小批量的定织定染的服务，这与目前的服装个性化消费不相适应，所以服装企业和设计师更愿意把目光投向那些经营方式灵活的进口面料。同时，面料生产企业与服装企业之间的合作与交流不够，供需之间信息不畅，导致纺织企业难以适销对路。





3 逐渐降低高档面料进口依存度的途径

服装面料的生产涉及多个环节，代表着纺织工业的总体水平。中高档服装面料市场前景好、需求量大、附加值高，也是棉纺、毛纺行业的代表性产品。中国面料进口以化学纤维和棉面料为主，毛纺面料进口金额小，但主要用于高档男西装。

降低进口面料依存度的途径，首先是加快进行纺织企业设备更新，加强产品升级工作，从生产中低档面料转向生产中高档面料；二是，加大纺织业技术引进的政策支持；三是积极利用国内现有技术，开发具有自主知识产权的纺织机械和新产品。

三 2001 ~ 2005 年中国服装进出口总额

多年来，中国主要以服装出口为主，服装进口量较小。入世后中国服装业增长迅猛，2005 年比 2001 年出口额增长了一倍。

2004 年中国服装进出口占纺织品服装进出口总额的 56.4%。由于服装出口规模大，形成了巨大的贸易顺差，2004 年中国服装贸易顺差额占当年纺织品服装贸易顺差额的 76.8%，2005 年服装出口达 735.66 亿美元，再创历史新高 表 1 - 20 。因此，中国服装出口具有较强的国际竞争力。

表 1 - 20 2001 ~ 2005 年中国服装进出口总额 单位 :亿美元

年 份	进出口总额	出口额	进口额	贸易差额
2001 年	378.00	365.38	12.62	352.76
2002 年	425.27	411.90	13.37	398.53
2003 年	533.20	519.16	14.04	505.12
2004 年	631.47	616.16	15.31	600.85
2005 年	751.75	735.66	16.09	719.90

资料来源 中国海关统计



链接 5

“九五”和“十五”期间中国服装出口增长情况

在过去的“九五”和“十五”期间，虽然中国服装业经历了中国入世、WTO《纺织品与服装贸易协定》ATC 的终止、出口退税政策调整和人民币升值等国内外贸易环境的变化，仍保持高速增长势头。1996 年中国服装出口额为 249.77 亿美元，2005 年达到 738.80 亿美元，增长了 2.96 倍 表 1 - 21 ，为中国出口创汇、扩大就业、丰富国内市场供给作出了积极的贡献。

表 1 - 21 十年间中国服装出口额增长情况

年 份	出口额(亿美元)	年 份	出口额(亿美元)
1996 年	249.77	2001 年	365.38
1997 年	317.54	2002 年	411.90
1998 年	300.57	2003 年	519.16
1999 年	300.58	2004 年	616.16
2000 年	360.20	2005 年	735.66

资料来源 中国纺织工业协会公布的统计数据

二、进出口商品结构分析

一 入世后，中国纺织品进出口商品结构分析

1. 2003 ~ 2005 年中国纺织品进出口商品结构

自 2003 年以来，在中国纺织品出口结构中，面料出口增长较快，纱线出口增幅较小；在纺织品进口中，纱线及面料进口保持原有规模，反映了中国纺织品生产能力增强，国内纺织服装业对进口原料和面料的依赖程度逐步降低 表 1 - 22 。

表 1-22 2003~2005 年中国纺织品进出口商品结构

单位:亿美元

项 目	2003 年		2004 年		2005 年	
	出口额	进口额	出口额	进口额	出口额	进口额
纺织品	285.68	141.83	357.69	152.73	439.69	154.90
其中 纱线 面料	38.28	39.34	44.15	40.65	52.10	41.92
	145.91	81.84	180.58	88.63	209.54	86.89

资料来源 中国海关统计

2004 年在中国纺织品进出口额中，纱线和面料出口额都大于进口额，实现贸易顺差，这反映了中国纺织业的技术改造和设备更新初见成效。

1 中国纺织品进出口贸易按原料加工统计

据中国海关统计数据显示,2004 年中国纺织品在棉、毛、麻、丝和化学纤维进出口额 表 1 - 23 中,棉制品和化学纤维制品出口和进口额在总额中的比重高达 70% ~ 80%,成为中国主要纺织进出口产品。同时中国棉、毛、麻、丝和化学纤维等各类纺织品均为贸易顺差,其中棉制产品顺差额最大。

表 1-23 2004 年中国纺织品进出口(按原料加工统计)

项 目	出口额 (亿美元)	占总额(%)	进口额 (亿美元)	占总额(%)	贸易差额 (亿美元)
总 额	357.69	100	152.73	100	204.96
棉制产品	118.07	33.01	44.08	28.86	73.99
毛制产品	16.11	4.50	9.26	6.06	6.85
麻制产品	6.33	1.77	2.10	1.37	4.23
丝制产品	8.84	2.47	1.26	0.82	7.61
化学纤维制产品	150.18	41.99	78.23	51.22	71.95
未列名其他材料	58.16	16.26	17.79	11.65	40.37

资料来源 中国海关统计

虽然中国是全球丝、麻纺织品的主要原料产地、制造国和出口国，但丝、麻纺织品贸易量较小，麻类纺织品进出口额在中国纺织品进出口总额中所占比重仅为 1.57% 左右，丝类占 1.65%，这与丝、麻产品的消费量小有关。

2 中国纱线进出口情况

自 2001 年以来，中国纱线进出口虽然保持持续增长，但 2001 ~ 2003 年连续三年纱线进出口贸易为逆差。从 2004 年开始，纱线贸易出现顺差，当年顺差额为 3.5 亿美元 表 1 - 24 。2005 年顺差额超过 10 亿美元，这反映了中国纱线行业发展势头良好，出口竞争力逐年提高。

表 1 - 24 2001 ~ 2005 年中国纱线进出口额 单位 :亿美元

年 份	出口额	进口额	差 额
2001 年	27.16	30.36	- 3.2
2002 年	30.68	34.63	- 3.95
2003 年	38.28	39.34	- 1.06
2004 年	44.15	40.64	3.51
2005 年	52.10	41.92	10.18

资料来源 中国海关统计

2005 年中国纱线产品出口数量为 169.69 万吨，进口数量为 174.43 万吨。其中，棉纱和化学纤维纱线是纱线出口的主要品种，2005 年中国出口棉纱和化学纤维纱线分别为 46.96 万吨和 80.78 万吨，出口金额分别为 14 亿美元和 22.28 亿美元，占纱线出口总金额比重分别为 26.88% 和 42.77% 表 1 - 25 。

表 1 - 25 2005 年中国纱线进出口结构

纱 线	出口额 (亿美元)	占纱线出口 (%)	进口额 (亿美元)	占纱线进口 (%)	差额 (亿美元)
总 计	52.10	100	41.92	100	10.18
棉纱线	14.00	26.88	16.97	40.48	- 2.97
丝 线	3.39	6.51	0.11	0.26	3.28
羊毛、动物毛纱线	7.97	15.30	2.16	5.15	5.81
麻纤维纱线	1.43	2.74	0.31	7.40	1.12
化学纤维纱线	22.28	42.76	20.88	49.81	1.40
玻璃纤维纱线	3.03	5.81	1.49	3.55	1.54

资料来源 中国海关统计



从进口纱线种类来看，2005 年中国进口棉纱 79.37 万吨，进口金额 16.97 亿美元，全年贸易逆差为 2.97 亿美元。2005 年中国化学纤维纱线的出口数量和金额都有所增长，而进口数量和金额则继续下降，全年进口 81.93 万吨，进口金额为 20.88 亿美元。化学纤维纱线进出口贸易由 2004 年逆差 4.23 亿美元转为 2005 年的顺差 1.4 亿美元。

3 中国面料进出口情况分析

随着中国面料产业的技术改造和设备更新，服装加工业对进口面料的依存度也有所降低。面料出口呈现快速增长的同时，面料进口仍保持原有水平，面料贸易顺差额在逐年增加。

2005 年面料进出口额为 296.43 亿美元，其中，出口金额 209.54 亿美元，进口金额 86.89 亿美元，进出口贸易顺差为 122.65 亿美元。在中国 2005 年棉、毛、丝、麻和化学纤维等不同服装用面料进出口贸易中，化学纤维织物所占比重大，其次是棉织物 表 1-26。

表 1-26 2005 年中国面料进出口情况分析

商品名称	出口量(亿米)	进口量(亿米)	出口额(亿美元)	进口额(亿美元)
棉 布	54.96	15.64	60.31	21.59
丝机织物	2.88	0.46	7.21	1.17
羊毛、动物毛机织物	0.99	0.70	5.26	5.36
化学纤维机织物	104.17	28.52	76.98	30.45
其他面料	—	—	59.78	28.31
合 计	163.00	45.32	209.54	86.89

资料来源 中国海关统计

4 中国家用纺织品进出口贸易分析

2004 年和 2005 年,中国家用纺织品进出口贸易总额持续增长,出口总额大于进口总额,贸易顺差额较大 表 1 - 27 ,中国家用纺织品出口优势明显,竞争力较强。

2004 年中国家用纺织品出口中,五类产品所占比重大,分别是:厨房用纺织品、毯子、床上用纺织品、毛巾制品和窗帘制品 表 1 - 28 。家用纺织品市场前景良好,出口优势明显。

表 1- 27 中国家用纺织品进出口情况 单位 :亿美元

年 份	出口额	进口额	差 额
2004 年	55.04	0.28	54.76
2005 年	75.02	0.39	74.63

资料来源 中国海关统计

表 1- 28 2004 年全国五类家用纺织品出口情况

商 品 名 称	出口量(万件 /条)	出口额(亿美元)
合 计	636097	55.04
床上用纺织品	100231	9.60
厨房用纺织品	182602	19.48
毯 子	24504	11.66
毛巾制品	298214	9.12
窗帘制品	30546	5.18

资料来源 2004 /2005《中国纺织品服装对外贸易发展报告》

2. 入世后，中国纺织品进出口商品结构分析

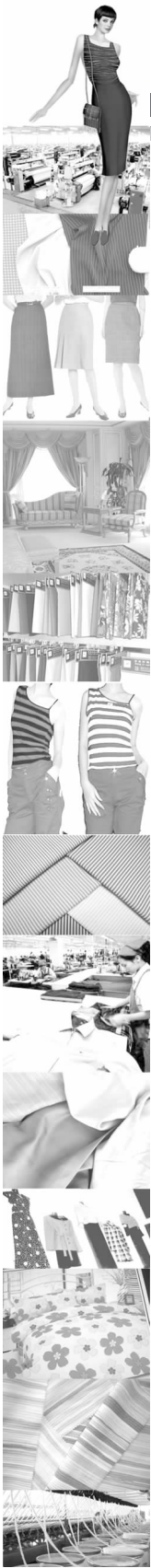
1 出口商品结构代表了中国纺织产业的国际竞争力

从理论上讲，出口商品能够反映该国某一产业的发展水平及国际市场对该产品的依赖度。目前从中国五大类纺织品出口额情况看，棉和化学纤维类产品出口额 量 较大。这一方面反映了中国该产业生产能力强、生产规模大、产量高，价格有竞争力；另一方面说明了这两类纺织品是各国主要消费品种，市场前景较好。

2 进口商品构成反映了中国纺织服装行业对国际市场的依赖程度

伴随着服装生产能力的迅速提高和消费需求的快速增长，国内纺织服装业对纱线及面料进口量在迅速增长，进口依存度逐步提高。这一现象的出现，一方面及时弥补了国内市场的供应量不足；另一方面，有利于缓和与其他纺织品出口国之间的贸易摩擦，缓解贸易差额矛盾；第三，有利于企业了解市场需求，有针对性地利用外资和引进技术，实现进口替代。





二 2001 ~ 2005 年中国服装出口结构分析

多年来，中国服装出口按金额统计是以梭织服装为主，占服装出口总额的 45% 以上，2005 年梭织服装出口额占服装出口总额的 45.77% 表 1 - 29。

表 1 - 29 2001 ~ 2005 年中国服装出口商品结构(按金额统计) 单位 :亿美元

年 份 商品名称	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
服 装	365.38	413.06	519.16	616.20	735.66
针织服装	134.57	159.85	188.66	234.26	278.79
梭织服装	189.56	205.85	241.60	278.31	336.68

资料来源 中国海关统计

中国服装出口按数量统计，表现为针织服装出口数量较大，占出口总量的 60% 以上。2005 年梭织服装出口数量增长较快，达到 92.64 亿美元 表 1 - 30。

表 1 - 30 2001 ~ 2005 年中国服装出口商品结构(按数量统计) 单位 :亿件

年 份 商品名称	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
服 装	124.94	146.55	177.44	203.23	239.69
针织服装	78.08	93.52	114.88	136.97	147.05
梭织服装	46.86	53.03	62.57	66.26	92.64

资料来源 中国海关统计

近几年中国各原料制服装出口绝对数不断增长。其中，化学纤维制服装所占比重最大，棉制服装出口居第二位，两类服装出口额合计占服装出口总额的 70%。2004 年棉制和化学纤维制服装占出口总额的比重为 61.81%，2005 年达到 65.05%。因此，中国服装出口受棉花和化学纤维原料产量和价格的影响较大，棉花产量减少，棉花价格就会上涨，则服装用化学纤维数量就增加。反之，则服装用棉花数量就会增加。

2004 ~ 2005 年，随着国际市场原棉价格不断波动，中国服装出口企业多

表 1-31 2004~2005 年中国服装出口商品结构 单位:亿美元

单位:亿美元

年 份 商 品 名 称	2004 年	2005 年
服装	616.20	735.66
针织服装	234.26	278.79
棉制针织服装	92.27	126.98
丝制针织服装	7.77	8.11
毛制针织服装	10.62	11.78
化学纤维制针织服装	90.62	105.87
梭织服装	278.31	336.68
棉制梭织服装	95.29	124.15
丝制梭织服装	10.12	11.00
毛制梭织服装	13.07	15.60
化学纤维制梭织服装	102.70	121.53

三、进出口贸易方式分析

中国纺织服装出口一般贸易方式所占比重不断上升, 2005 年达到 70%, 而进料加工贸易方式比重不断下降, 2005 年降到 9%。从长远看, 中国纺织服装出口一般贸易比重的增加能够最大限度地拉动国内经济的增长, 一般贸易方式的发展有利于中国国民经济的持续、稳定、协调发展。但在中短期内, 也将推动贸易顺差的增长, 从而使中国面临更多的贸易摩擦和人民币升值压力。

1. 纺织品出口以一般贸易为主，进口以加工贸易为主

中国纺织品进出口贸易方式主要包括：一般贸易、进料加工、来料加工三

种方式。2001~2005年,中国纺织品出口中,以一般贸易为主,其次是进料加工;在纺织品进口中,以进料加工和来料加工为主。这种先加工后出口的形式反映了中国纺织纤维和高档面料对国际市场的依赖程度较高 表 1-32。

表 1-32 2001~2005 年中国纺织品进出口情况(按贸易方式统计) 单位:亿美元

纺织品出口				
年 份	总 额	一般贸易	进料加工	来料加工
2001 年	167.42	105.33	50.00	9.75
2002 年	205.79	140.16	53.03	10.43
2003 年	285.67	203.50	66.95	11.02
2004 年	357.69	256.82	83.72	11.73
2005 年	439.69	318.44	96.49	12.40

纺织品进口				
年 份	总 额	一般贸易	进料加工	来料加工
2001 年	124.58	5.21	57.05	60.00
2002 年	130.26	7.88	60.43	59.13
2003 年	141.83	11.39	68.00	59.48
2004 年	152.73	14.17	71.75	63.37
2005 年	154.90	16.49	73.79	61.26

资料来源 中国海关统计

2. 纺织面料进出口贸易方式构成

2004 年，中国纺织面料出口中，一般贸易所占比重不断增长，已经占到 80.53%，而加工贸易所占比重呈下降趋势，进料加工和来料加工合计只占 18% 表 1-33。因为随着中国面料生产能力的提高，许多国际服装品牌大举在华采购面料，以降低成本，这使中国面料出口贸易方式以一般贸易为主，而来料加工所占比重下降。

但 2004 年中国面料进口贸易却以加工贸易方式为主，占进口总额的 96.13%。这反映中国面料进口以服装来料加工和进料加工为主，中高档服装面料进口所占比重较大。

表 1- 33 2004 年中国纺织面料进出口贸易方式

贸易方式	面料出口(亿美元)	占出口比重(%)	面料进口(亿美元)	占进口比重(%)
总 额	135.28	100	62.53	100
一般贸易	108.94	80.53	1.82	2.91
进料加工	21.95	16.23	26.04	41.64
来料加工	2.87	2.12	34.07	54.49

资料来源 中国海关统计

2005 年，一般贸易仍然是中国面料主要出口方式，其出口额占面料出口总额的 75.05% 表 1 - 34 。

表 1- 34 2005 年中国纺织面料出口贸易方式

贸易方式	面料出口(亿美元)	占出口比重(%)
总 额	209.54	100
一般贸易	157.26	75.05
进料加工	44.21	21.10
来料加工	4.93	2.35

资料来源 中国海关统计

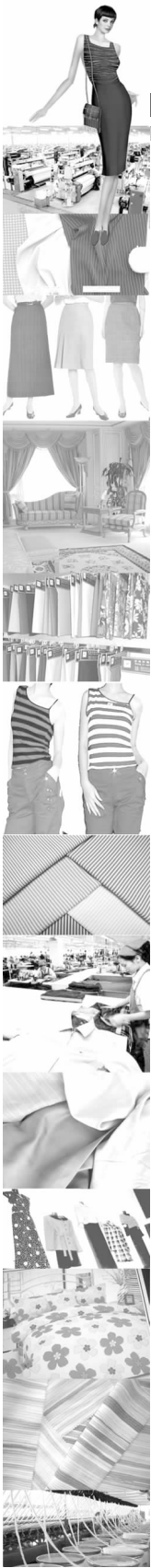
二 2002 ~ 2005 年中国服装出口贸易方式分析

从中国服装出口贸易方式看，服装出口主要是以一般贸易方式和加工贸易方式为主。从出口金额看，2001 年，一般贸易方式占中国服装出口的比重为 54.03%，2004 年的比重为 65.30%，2005 年所占比重上升到 68.06% 表 1 - 35 。

表 1- 35 2001 ~ 2005 年中国服装出口情况(按贸易方式统计) 单位 :亿美元

年 份	总 额	一般贸易	进料加工	来料加工
2001 年	365.38	197.75	71.65	90.43
2002 年	411.90	245.84	70.49	86.58





续表

年 份	总 额	一般贸易	进料加工	来料加工
2003 年	519.16	331.44	81.73	87.63
2004 年	616.16	402.38	93.44	93.99
2005 年	735.66	500.69	103.09	94.70

资料来源 中国海关统计

从数量看，2004 年，中国一般贸易出口服装数量为 142.61 亿件，出口金额为 402.28 亿美元，这说明中国服装在质量、档次上进一步提高，替代了一定数量的进口产品，促进了一般贸易出口的发展。2004 年中国服装来料加工贸易方式出口数量为 28.85 亿件，出口创汇为 93.44 亿美元。2004 年中国服装进料加工贸易方式出口数量为 26.12 亿件，出口创汇为 93.99 亿美元 表 1 - 36 。

表 1 - 36 2001 ~ 2005 年中国服装出口不同贸易方式所占比重 单位 : %

年 份	一般贸易		来料加工		进料加工	
	占数量比重	占金额比重	占数量比重	占金额比重	占数量比重	占金额比重
2001 年	59.03	54.04	23.25	25.24	16.64	19.08
2002 年	64.01	59.35	19.64	21.81	14.36	16.49
2003 年	68.17	63.25	15.78	17.95	13.48	15.17
2004 年	70.17	65.30	14.19	15.25	12.85	15.16
2005 年	—	68.06	—	14.01	—	12.87

资料来源 中国海关统计

四、进出口企业性质分析

一 2001 ~ 2005 年中国纺织品进出口企业性质分析

1. 纺织品进出口企业类型

2001 ~ 2005 年，中国纺织品进出口企业中以三资企业为主。改革开放以

来，三资企业纷纷来华投资，三资纺织企业发展迅速，生产能力强，成为我国纺织业的主力军。

近几年，我国民营纺织企业发展较快，进出口增长速度高于集体企业，特别是从 2004 年以来，我国进出口经营权由审批制改为注册登记制，这一政策为获得进出口经营权的民营企业提供了公平的竞争机会。2005 年，民营企业纺织品出口额 118.22 亿美元，进口额 12.60 亿美元，大大超过集体企业，是我国纺织业的一支新生力量。由于他们经营灵活、成本低廉，其竞争优势日益明显。但国有企业在纺织品出口中仍占较大比重，并呈现持续增长势头

表 1-37 2001~2005 年中国纺织品进出口情况(按企业类型统计) 单位:亿美元

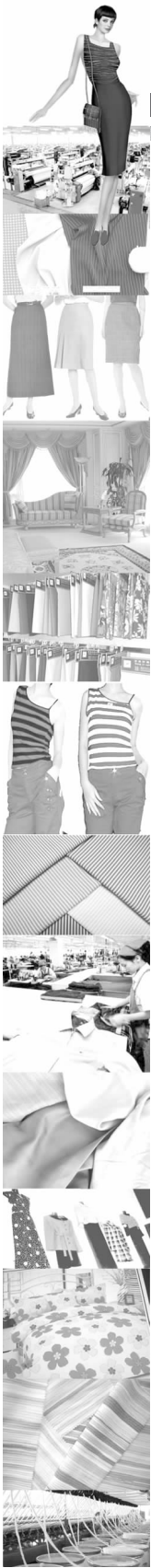
纺织品出口				
年 份	总 额	国有企业	集体企业	三资企业
2001 年	167.42	90.52	16.29	55.10
2002 年	205.79	97.17	24.83	69.79
2003 年	285.67	115.93	38.72	93.84
2004 年	357.69	117.92	46.80	120.74
2005 年	439.69	123.66	50.49	147.33
纺织品进口				
年 份	总 额	国有企业	集体企业	三资企业
2001 年	124.58	36.29	4.66	82.74
2002 年	130.26	34.78	5.22	88.43
2003 年	141.83	32.00	5.36	99.44
2004 年	152.73	29.26	5.79	108.38
2005 年	154.90	24.48	5.52	112.30

资料来源 中国海关统计

2. 中国纺织面料出口企业类型

2004 年和 2005 年中国面料出口企业中，三资企业、国有企业及民营企业增长较快，所占比重较大，而集体企业增长缓慢，所占比重大幅度下降。民





营企业的迅猛发展，将成为中国面料出口的一支新生力量 表 1 - 38 。

表 1 - 38 2004 ~ 2005 年中国纺织面料出口情况(按企业类型统计)

企业类型	2004 年		2005 年	
	面料出口 (亿美元)	占出口比重 (%)	面料出口 (亿美元)	占出口比重 (%)
总 额	135.28	100	209.54	100
国有企业	47.83	35.36	57.56	27.47
民营企业	31.08	22.97	59.85	28.56
集体企业	23.71	17.53	25.89	12.36
三资企业	32.66	24.14	66.20	31.59

资料来源 中国海关统计

二 2001 ~ 2005 年中国服装进出口按企业性质分析

2001 ~ 2005 年中国服装进出口按企业性质统计变化趋势为，三资企业和国有企业服装出口所占比重逐渐增加，而国有企业所占比重呈下降趋势。在企业结构和所有制结构上，形成了国有、集体、三资和民营企业多种经济成分共同发展的局面，大量的非国有企业正在成为服装行业增长的重要力量 表 1 - 39 。

表 1 - 39 2001 ~ 2005 年中国服装出口情况(按企业类型统计) 单位 :亿美元

服装出口企业性质				
年 份	总 额	国有企业	集体企业	三资企业
2001 年	365.38	189.95	28.15	139.75
2002 年	411.90	202.59	34.93	150.97
2003 年	519.16	225.95	45.97	183.96
2004 年	616.16	223.34	51.47	214.27
2005 年	736.66	225.00	52.58	255.92

资料来源 中国海关统计

入世后，服装民营企业出口额成倍增长。1999 年中国国有企业服装出口创汇占 62%，到 2005 年只占到 30.54%；1999 年中国民营企业出口服装 0.28 亿件，创汇 0.62 亿美元，到 2004 年民营企业出口服装增加到 53.17 亿件，创汇 95.78 亿美元，2005 年民营企业服装出口额达 202.16 亿美元，占全国服装出口创汇总额的 27.44%，是 1999 年的近二百倍。

五、出口省市分布情况

2005 年中国纺织品服装出口创汇超过百亿美元的是浙江、广东、江苏、上海、山东五省市，出口创汇占整个纺织品服装出口创汇额的 76%。从近几年情况看，浙江省的出口比重不断增加，2005 年已占到全国服装出口总额的 21%，广东省所占比重为 19%。

一 2001～2005 年中国纺织品出口主要省市统计

在地区分布上，沿海及中心城市的一些纺织企业，结合产业结构调整，压缩纺织初加工能力，发展了一批高起点、外向型的纺织企业；同时，相对经济发展较为落后的中西部和少数民族地区，也形成了一批有地方特色的纺织企业。

2005 年，浙江省、江苏省和广东省全年纺织品出口总额占全国纺织品出口总额的 56.78% 表 1-40。

表 1-40 2001～2005 年全国纺织品出口总额(按省市统计) 单位:亿美元

前 10 位省市	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
浙 江	28.56	40.89	68.94	96.19	111.13
江 苏	28.03	35.60	51.11	66.27	78.53
广 东	34.35	42.11	48.44	54.56	60.01
山 东	21.72	26.37	36.38	43.43	51.82
上 海	17.03	19.97	28.72	36.48	36.90
福 建	3.78	4.24	5.47	7.06	9.07
河 北	3.49	3.76	4.70	6.22	6.76



续表

前 10 位省市	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
天 津	3.78	4.16	5.15	5.60	5.16
北 京	3.57	3.09	3.59	4.22	5.11
辽 宁	3.06	3.24	3.66	4.54	4.98

资料来源 中国海关统计

从近几年面料出口创汇情况看，沿海省市仍是中国出口面料的主要地区，2005 年面料出口创汇前五位都是沿海省市，出口创汇占整个面料出口的 85%。

二 2001~2005 年中国纺织品出口主要省市分布特征

自改革开放以来，东部沿海一直是中国纺织服装业较为发达的地区，是中国纺织品出口的主力军。中国沿海各省市已形成极具活力的纺织集群经济带。以长江三角洲、珠江三角洲、环渤海三角洲这三大经济圈为辐射中心，全国规模以上纺织工业中，76.38%的纺织企业，60.97%的从业人员，86.04%的出口交货值都集中在这里。产业集群地定位清晰，区内形成了从原材料 棉纺、化学纤维 ——织造业、印染业——服装服饰业的产业链，纺织产业成为当地的支柱产业。

以纺织大省江苏省为例，2004 年全省规模以上纺织企业为 3665 家，实现销售收入 2230 亿元，在江苏省工业行业中位居第二。2004 年全省纺织原料及纺织制品出口额为 145 亿美元，占全省出口总额的 16.6%。占全国纺织品出口总额的 15.7%，仅次于浙江省、广东省。

三 2001~2005 年全国服装出口额分省市统计

总体来看，中国沿海地区是服装出口的主要省市，其中广东省、浙江省、江苏省、上海市及山东省继续保持出口前五位的地位 表 1 - 41 。2005 年五大省市出口服装共计 547.14 亿美元，占全国服装出口的 74.37%。这与中国近来沿海地区服装产业集群地的迅速崛起，产业竞争力的日益凸现直接相关。

2005 年全国已有服装产业集群 49 个。其中，由中国纺织工业协会和中国

表 1- 41 2001 ~ 2005 年全国服装出口额(按省市统计) 单位 :亿美元

前 10 位省市	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
广 东	86.88	100.61	117.77	125.50	158.09
浙 江	58.56	67.22	91.41	107.64	133.22
江 苏	53.42	58.48	71.19	86.87	109.66
上 海	55.51	60.27	74.02	84.40	91.79
山 东	29.87	31.76	39.89	47.76	54.38
福 建	14.49	20.70	24.18	37.59	37.92
河 北	6.60	8.30	14.37	24.66	25.25
辽 宁	13.81	14.46	16.30	18.36	22.16
北 京	11.19	10.68	12.35	14.39	19.38
天 津	8.26	7.63	8.56	9.47	14.09

资料来源 中国海关统计

服装协会命名的基地 市 县、特色城 镇 39 个。中国服装产业有近 77% 的生产能力集中在产业集群内。产业集群的主导产品市场占有率高、供应链完善，是服装工业化发展到一定阶段的必然趋势。

广东省近年来始终保持服装出口第一大省的地位，这与其服装产业外加工为主的外向型贸易模式相关。浙江、江苏两个服装大省发展迅速，是国内大型服装企业集团集中地，服装以内外销兼顾，并拥有一大批国内知名服装品牌，如衫衫、雅戈尔、波司登等企业。这些大中型骨干企业推动了当地服装出口的增长。



第二章

中国纺织服装业的国际竞争力

第一节 国际纺织品服装贸易格局

一、国际纺织品服装进出口贸易格局的变化

从世界范围看，纺织品服装贸易格局已形成三大消费市场、三大制造中心和三大贸易圈。三大消费市场是：以美国、加拿大为中心的北美市场；以欧盟为中心的欧洲市场；以日本为中心的东亚市场。三大制造中心分别为：中国、印度、巴基斯坦、东盟等亚洲国家；墨西哥和加勒比盆地国家；土耳其、中东欧和北非诸国。三大贸易圈是：欧盟及其周边国家，如土耳其、地中海沿岸国家以及中东欧国家和北非诸国组成的泛欧洲贸易圈；美国、加拿大、墨西哥及加勒比盆地国家组成的美洲贸易圈；中国、印度、巴基斯坦及东盟国家与日本、欧盟、美国、加拿大组成的亚洲—欧盟—北美贸易圈。

链接 1

全球纺织品服装主要出口国家和地区的变化

世界纺织品服装出口一直在起伏中增长。2003 年出口总额达 3954 亿美元，创历史最高水平。该年度出口额虽然比贸易一体化前的 1994 年增加了 1268 亿美元，但是年均 4.36% 的增速较 1994 年前明显减缓。1985~1994 年的十年与 1990~1994 年的五年间，世界纺织品服装出口额年增长率分别为 11.26% 和 6.18%。

从图 2-1 可以看出，一体化的第一年 1995 年，世界纺织品服装出口的增长幅度较大，达 15.3%。其后，在第一阶段 1995~1997 年



呈逐年平稳增长之势；进入第二阶段 1998~2001 年后，出现大起大落的趋势，年出口额在 3400 亿美元上下徘徊，直至第三阶段 2002~2003 年前两年才开始保持连续增长。

据图 2-1 显示，世界纺织品服装出口从 1000 亿美元升到 2000 亿美元，用了 6 年时间，从 2000 亿美元升到 3000 亿美元，用了 5 年时间，而从 3000 亿美元升到 4000 亿美元，则用了 9 年时间。这也从一个侧面说明，十年贸易一体化，世界纺织品服装出口增速明显减缓，同时各阶段世界纺织品服装出口占同期世界制成品出口总额的比重越来越小。

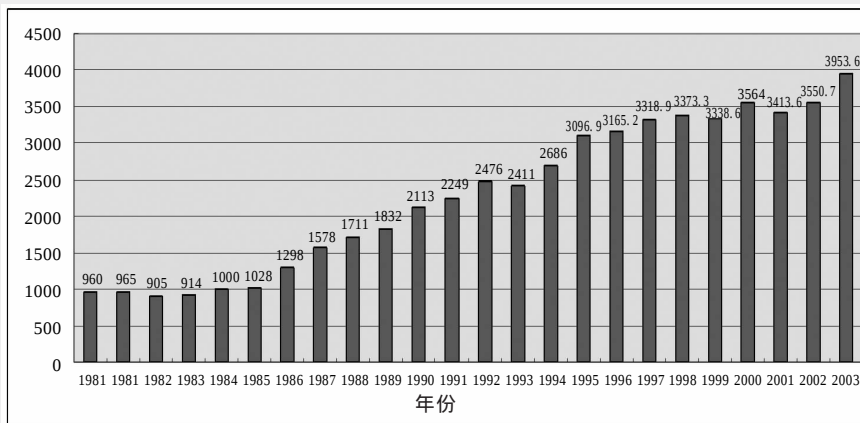


图 2-1 世界纺织品服装出口金额变化示意图^①

第二次世界大战后，世界纺织品服装出口贸易发展，经历了从以发达国家出口为主到以新兴工业化国家和地区出口为主，后转向以中国出口为主的格局变化。

20 世纪 70 年代以来，日本、德国、意大利和中国香港地区先后成为世界第一大纺织品服装出口国或地区。1971 年以前，日本是世界第一大纺织品服装出口国，1972 年被德国取代，中国香港在 1984 年和 1987~1993 年间取代意大利成为世界第一大纺织品服装出口地区。1994 年至今，中国一直保持全

^① 世界贸易组织及原来的关贸总协定，对《国际贸易统计》的统计口径做了两次大的调整。第一次是 1992 年开始，对中国香港计算其本岛生产的商品出口额和用于本岛消费的进口额，不包括供复出口的进出口部分；第二次是从 2001 年起对欧盟各国的进出口额不再单独列出，而只列欧盟 15 国的进出口总额 包括对区内和区外的出口。

从世界纺织品服装出口排位看 表 2 - 1 , 全球 13 个主要出口国家和地区, 在 1994 ~ 2003 年, 都保持全球纺织品服装前 13 位的地位。

年 份	1994 年	1995 年	1996 年	1997 年	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年
欧 盟	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
中 国	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
美 国	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3
土耳其	9	7	8	7	7	9	9	7	5	4
韩 国	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5
印 度	7	8	7	8	8	7	6	6	6	6
中国台湾	4	4	5	5	5	5	5	5	7	7
墨西哥	13	13	13	9	9	8	7	9	8	9
中国香港	6	6	6	6	6	6	8	8	9	9
巴基斯坦	12	12	10	11	10	12	12	11	10	10
印度尼西亚	11	11	11	13	13	10	10	10	11	11
日 本	8	9	9	10	11	11	11	12	12	12
泰 国	10	10	12	12	12	13	13	13	13	13
占世界(%)	83	81	81	80	79	79	78	78	79	79

从近几年出口走势看，三大阵营非常明显。欧盟为第一阵营，中国为第二阵营，其他 11 个国家地区为第三阵营。

39

二、国际纺织品服装出口的贸易格局

一 全球纺织品主要出口国家和地区

表 2-2 世界纺织品出口前 10 位国家和地区统计 单位:亿美元

国家(地区)	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年
全 球	1541.8	1469.8	1521.5	1694.2
欧盟(15 国)	529.6	516.4	520.5	589.4
中 国	161.4	168.3	205.6	269.0
中国香港	134.4	122.1	123.7	130.8
其中:本地出口	11.8	10.5	9.8	7.6
其中:转口	122.7	111.6	114.0	123.3
美 国	109.6	104.9	107.1	109.2
韩 国	127.1	109.4	105.9	101.2
中国台湾	116.9	99.0	95.3	93.2



续表

国家(地区)	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年
印 度	50.9	53.8	60.3	65.1
日 本	70.2	61.9	60.3	64.3
巴基斯坦	45.3	45.3	47.9	58.1
土耳其	36.7	39.4	42.4	52.4

资料来源 WTO 统计数据

2004 年全球纺织品出口主要集中在亚洲和欧洲地区。欧盟 25 国 纺织品出口额为 712.9 亿美元，占全球出口总额的 36.6%，列第一位。其中成员国间出口 469.8 亿美元，占欧盟出口总额的 65.9%；欧盟对外出口 243.1 亿美元，占出口总额的 34.1%。

2004 年中国纺织品出口 334.3 亿美元，同比增长 24%，占全球出口额的 17.2%，列第二位，同时也是全球纺织品出口第一大单一国家，在全球纺织品出口前 15 位国家和地区中增长幅度最大。

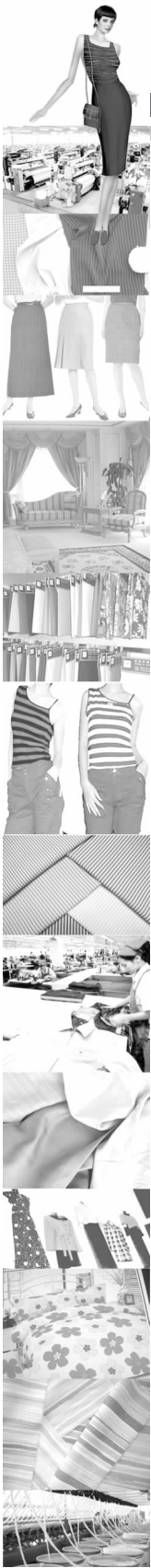
中国香港排名第三，出口额为 143.0 亿美元，其中转口 136.1 亿美元，增长 19.4% 表 2-3。其他列在第 4~10 位的国家和地区分别是：美国、韩国、中国台湾、日本、印度、土耳其、巴基斯坦。

表 2-3 2004 年全球纺织品主要出口国家和地区

国家和地区	2004 年纺织品出口	
	金额(亿美元)	占世界比重(%)
欧盟 ^① (25 国)对外出口	243.1	12.4
内外总计	712.9	36.6
中 国	334.3	17.2
中国香港	143.0	7.3
其中 转口	136.1	

资料来源 WTO 统计数据

① 2004 年 5 月 1 日东欧十国加入欧盟后，欧盟成员国达 25 国，因此，2004 年前的世界纺织品服装贸易额统计，欧盟成员国为 15 国，2004 年后欧盟成员国按 25 国统计。



二 全球服装主要出口国家和地区

自 2000 ~ 2003 年，全球服装出口前 10 位的国家中，韩国为负增长，并在 2003 年被罗马尼亚和泰国替代，居第 12 位，2003 年罗马尼亚服装出口额达 40.7 亿美元，居全球服装出口总额的第 10 位，泰国服装出口额为 36.2 亿美元，居第 11 位。其他各国均保持世界前十大服装出口国地位。其中，欧盟、中国、土耳其、印度呈快速增长趋势，美国和墨西哥呈逐年下降的负增长趋势。因此，中国服装出口仍具有较强的竞争力 表 2 - 4 。

表 2 - 4 世界前 10 位国家和地区服装出口统计 单位 :亿美元

国家 /地区	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年
全 球	1989.4	1950.3	2008.5	2259.4
欧盟(15 国)	475.1	470.9	504.5	599.5
中 国	360.7	366.5	413.0	520.6
中国香港	242.1	234.5	223.4	231.5
其中本地出口	99.4	92.6	83.1	82.0
其中转口	142.8	141.8	140.4	149.5
土耳其	65.3	66.3	80.6	99.4
墨西哥	86.5	80.1	77.5	73.4
美 国	86.3	70.1	60.3	55.4
印 度	51.5	54.8	60.3	64.6
孟加拉国	41.7	42.6	41.3	43.3
印度尼西亚	47.3	45.3	39.5	41.1
韩 国	50.3	43.1	36.9	36.1

资料来源 WTO 统计数据

2004 年全球服装按出口国家和地区统计，欧盟是全球第一大服装出口地区，出口额达 749.2 亿美元，占全球总额的 29.0%。其中，盟外出口 191.3 亿美元，占欧盟服装出口总额的 25.5%。

中国名列第二位，同时也是全球服装出口第一大单一国家，出口额为

618.6 亿美元，同比增长 19%，是排名前 10 位的国家和地区中增幅最大的，服装出口占全球出口总额的 24%。第三位是中国香港，出口额为 251.0 亿美元，其中转口 169.6 亿美元 表 2 - 5 。

表 2 - 5 2004 年全球服装主要出口国家和地区

国家和地区	2004 年服装出口	
	金额(亿美元)	占世界比重(%)
欧盟(25 国)对外出口	191.3	7.4
内外总计	749.2	29.0
中 国	618.6	23.9
中国香港	251.0	9.7
其中 转口	169.6	

资料来源 WTO 统计数据

土耳其、墨西哥、印度、美国、罗马尼亚、印度尼西亚和孟加拉国名列第 4~10 位。前 10 位的国家和地区中，除美国和墨西哥同比下降 9% 和 2%，孟加拉国与 2003 年持平外，其余国家和地区均呈增长趋势，增幅均在 10% 左右。

三、国际纺织品服装进口贸易格局

一 全球纺织品主要进口国家和地区

1990~2002 年，全球纺织品进口的主要地区以欧盟、美国和日本等发达国家地区为主 表 2 - 6 。随着中国服装业的发展，纺织纤维及原料进口额也有较大幅度的增长。墨西哥纺织品进口增长较快，而欧盟、美国、中国香港和加拿大呈负增长趋势。

表 2 - 6 1990~2002 年世界纺织品主要进口国家和地区 单位 :亿美元

年 份	1990 年	1995 年	2000 年	2001 年	2002 年
全 球	1162.1	1360.2	1671.3	1564.7	1603.2
欧 盟	503.7	563.7	487.1	456.2	462.1





链接 2

四大市场的进口需求拉动世界纺织品服装出口的强劲增长

欧盟、美国、日本和中国是世界纺织品服装的四大进口国家和地区。2003 年，其纺织品服装的进口额分别达 1538 亿美元、896 亿美元、245 亿美元和 156 亿美元，合计占当年世界纺织品服装出口总额的 71.8%。其他年份的比例大致相似 表 2 - 8 。全世界数十个国家每年纺织品服装出口的 3 / 4 被这四大市场所吸纳。正是由于这四大市场进口需求的增长，拉动了世界纺织品服装出口的持续增长。

表 2 - 8 四大市场进口额占世界出口总额的比例 单位 : %

年 份	1994 年	1997 年	2001 年	2003 年
欧 盟	43.5	42.4	37.4	38.9
美 国	17.9	18.5	24.0	22.7
日 本	7.6	6.6	7.0	6.2
中 国	3.7	3.6	4.1	4.0
合 计	72.7	71.1	72.5	71.8

未来相当长的时间内，欧盟和美国将一直是世界纺织品服装最大进口国家和地区，是各主要纺织品服装出口国家的主要销售市场。

二 全球服装主要进口国家和地区

1990 ~ 2002 年全球服装进口主要集中在欧盟、美国、日本、中国香港等发达市场。由于发达国家和地区逐渐将服装加工业对外转移，国内服装产业逐渐萎缩，因此，对服装进口的依赖程度越来越高 表 2 - 9 。

2003 年和 2004 年，全球服装主要进口市场仍集中在欧盟、美国和日本三大国家和地区。2004 年欧盟服装进口位居全球第一位，进口额为 1216.6 亿美元，占全球总额的 45.0%。其中，盟外进口占 54.1%，为 658.6 亿美

单位:亿美元

年 份	1990 年	1995 年	2000 年	2001 年	2002 年
全 球	1185.5	1632.5	2101.0	2051.0	2103.7
欧 盟	568.4	762.4	859.1	792.6	848.8
美 国	269.8	413.7	663.9	663.9	667.3
日 本	87.4	187.6	197.1	191.5	176.0
中国香港	69.1	126.5	160.1	161.0	156.4
加拿大	23.9	26.9	36.9	39.2	40.1
墨西哥	5.7	19.1	34.1	38.4	40.6

元 表 2 - 10 。

国家和地区	2004 年进口服装		国家和地区	2003 年进口服装	
	金额(亿美元)	占世界比重(%)		金额(亿美元)	占世界比重(%)
欧盟(25 国)	1216.6	45.0	欧盟(15 国)	1013	42.9
美 国	757.3	28.0	美 国	713	30.2
日 本	216.9	8.0	日 本	195	8.3

2004 年美国服装进口居世界第二位，是全球服装第一大单一进口国家。进口额为 757.3 亿美元，占全球总额的 28.0%。日本位居第三，进口额为 216.9 亿美元，占全球总额的 8.0%。

中国香港、俄罗斯、加拿大、瑞士、韩国、澳大利亚、墨西哥分列第 4 ~ 10 位。其中，墨西哥是唯一一个进口额下降的国家和地区，降幅为 15%。增幅最大的是澳大利亚，为 22%。中国在全球服装进口市场列第 14 位，进口额为 15.4 亿美元，同比增长 8%。



第二节 中国纺织服装产业竞争力状况

中国纺织品及服装的国际竞争力是中国纺织服装企业、产业乃至整个国家竞争力的基础。产业竞争力表现为企业的竞争能力，企业竞争力又主要通过产品的国际竞争力来显示。在国际市场上占据尽可能多的市场份额，是企业竞争力与产业竞争力的重要标志之一。当一国某类产品占有较大的国际市场份额时，将会有助于该国增加外汇收入、经济增长、推动产业升级、增加就业机会等多项经济目标的实现。

一个国家的出口商品结构受制于该国的产业结构。目前中国纺织服装商品出口竞争力现状是基于中国纺织服装产业状况。虽然，中国自 1994 年以来是全球纺织品服装第一大出口国，但中国纺织服装业大而不强，国际竞争主要表现为低成本、低附加值、低科技含量的劳动密集型特点，主要靠量大占据国际市场份额。因此，中国纺织服装产业升级是纺织服装产品更新换代的必要前提，也是提高中国纺织服装业国际竞争力的重要途径。

一、中国纺织服装业的国际市场竞争地位

一 在国际市场上，中国纺织品服装出口的地位分析

改革开放以来，中国纺织品服装出口贸易发展迅速，在世界纺织品服装贸易中所占比重越来越大，出口地位有了大幅度上升。出口份额从 1980 年的第 10 位到 1994 年以后的第一位，至今一直保持十余年的首位 表 2 - 11 。1980 年在世界市场所占份额为 4.59%，到 2004 年达到 21%，其中纺织品出口占世界纺织品贸易的 17.2%，服装出口占世界服装贸易的 24%。

表 2- 11 中国纺织品服装占世界纺织品服装的比重

年 份	世界纺织品服装出口额 (不含纤维)(亿美元)	中国纺织品服装出口额 (亿美元)	占世界比重 (%)
1970 年	188	4.95	2.63

第三阶段是调整发展阶段 1998 ~ 2009 年

2002 年后的几年内，中国纺织品工业对外贸易面临了全球经济一体化、贸易自由化和网络信息化的冲击，并经受了加入 WTO 后带来的一系列影响。这几年是调整适应阶段，其特点是：中国纺织产业逐步与世界接轨，融入全球纺织发展行列，并为产业升级做准备。这一阶段的调整至关重要，如果调整到位，中国将最终成为世界服装第一纺织强国。

1980~2004 年中国纺织品服装出口在全球中的比重见表 2-12。

年 份	纺织品服装出口额合计				纺织品出口				服装出口			
	全球	中国	所占比 重(%)	排行	全球	中国	所占比 重(%)	排行	全球	中国	所占比 重(%)	排行
1980 年	960	41.7	4.3	10	561	25.4	4.5	9	399	16.3	4.1	6
1985 年	1028	52.9	5.2	8	557	32.4	5.8	4	471	20.5	4.3	6
1990 年	2123	169	8.0	4	1043	72.2	6.9	4	1080	96.7	9.0	3
1995 年	3079	380	12.3	1	1504	139	9.3	2	1575	241	15.3	1
2000 年	3560	522	14.7	1	1570	161	10.2	1	1990	361	18.1	1
2001 年	3414	535	15.7	1	1469	168	11.5	1	1945	367	18.8	1
2002 年	3551	619	17.4	1	1528	206	13.5	1	2023	413	20.4	1
2003 年	3954	804	20.0	1	1694	269	15.9	1	2259	521	23.0	1
2004 年	4528	953	21.0	1	1947	334	17.2	2	2581	619	24.0	1

49

第四阶段是成熟发展阶段 2010 年以后

其特点：

1. 纺织产业链更加稳固和国际化。从投资、原料、生产、流通到消费的各个环节都融入全球纺织业的发展之中，基本消除行业瓶颈。
2. 纺织品服装贸易额的全球比重进一步稳定和提高，进出口结构进一步优化，纺织品服装进口有一定幅度的增长，中国将是世界纺织品服装消费的主要市场之一。
3. 产品设计创新能力大幅度提高，涌现出一批具有世界影响力的品牌和企业，产品附加值大大提高。

同时，中国纺织品服装出口增长速度高于全球增长速度。全球年均增长率在 10% 左右，而中国纺织品服装的年均增长率在 20% 左右。

二 中国纺织品服装主要进出口国别和地区分布

2005 年，中国纺织品和服装出口总值是 1175.35 亿美元，其中，纺织品出口金额是 439.69 亿美元；服装出口金额是 735.66 亿美元。

2005 年中国纺织品和服装进口总值为 170.99 亿美元，其中纺织品进口金额为 154.90 亿美元；服装进口金额为 16.09 亿美元。

中国纺织品服装的主要出口国家和地区中，美国排名第一，欧盟第二位，日本和中国香港地区名列第三和第四位。在主要进口国家和地区中，排在前三位的是日本、中国台湾和韩国 表 2 - 13 。

1. 中国纺织品进出口地区分布

1 中国纺织品进出口按国家和地区统计

多年来中国纺织品主要出口市场始终集中在美国、日本、欧盟三大发达国家和地区。其中，对美国纺织品出口额最大，占中国纺织品出口总额的 11.4%，占美国纺织品进口额的 20% 左右。中国对日本纺织品出口金额约 20 多亿美元，占日本纺织品进口额的比重高达 40% 以上。由于欧盟是全球最大的纺织品进出口地区，其成员国之间的贸易量要大于与非成员国之间的纺织品贸易量，因此，中国纺织品只占欧盟纺织品进口总额的 10% 左右 表 2 - 14 。

表 2- 13 2005 年中国纺织品服装进出口国家和地区 单位 :亿美元

出口国家 /地区	出口金额	进口国家 /地区	进口金额
美 国	195.76	日 本	33.62
欧 盟	188.63	中国台湾	32.12
日 本	181.03	韩 国	26.31
中国香港	148.43	中国香港	18.57
合 计	713.85	合 计	110.62
总 额	1175.35	总 额	170.99
占总额比重(%)	60.74	占总额比重(%)	64.69

资料来源 中国海关统计

表 2- 14 我国纺织品占美国、欧盟、日本进口比重 单位 :亿美元

项 目	年 份	总进口额	自中国进口额	中国占该市场比重(%)
美 国	2001 年	154.3	19.3	12.5
	2002 年	170.0	26.8	15.8
	2003 年	182.9	36.3	19.8
	2004 年	195.8	42.7	21.8
欧 盟	2001 年	170.7	18.3	10.7
	2002 年	172.7	21.1	12.2
	2003 年	199.7	27.6	13.8
	2004 年	157.1	27.7	12.0
日 本	2001 年	47.5	21.3	44.8
	2002 年	45.4	21.6	47.6
	2003 年	50.4	24.3	48.2
	2004 年	57.0	27.9	48.9

资料来源 WTO 统计数据

按各大洲统计，中国纺织品进口和出口市场主要集中在亚洲，2004 年分别占中国纺织品出口总额的 92.73% 和进口总额的 57.07%，其次是欧洲和北



在 2004 年中国纺织品出口前 20 位的国家和地区中，亚洲有 10 个国家和地区，分别为中国香港、日本、韩国、阿拉伯联合酋长国、孟加拉、印度、越南、印度尼西亚、伊朗、马来西亚 表 2 - 17 ，出口总额为 166.58 亿美元，占到 2004 年中国纺织品出口总额的 46.57%， 占对亚洲市场纺织品出口额的 78.85%。

表 2 - 17 2004 年中国纺织品出口市场(按国家和地区统计) 单位 :亿美元

序 号	国家和地区	出口金额	序 号	国家和地区	出口金额
1	中国香港	76.08	11	英 国	5.65
2	美 国	32.19	12	越 南	5.12
3	日 本	25.45	13	印度尼西亚	5.01
4	韩 国	13.60	14	伊 朗	4.86
5	阿拉伯联合酋长国	11.62	15	墨西哥	4.81
6	孟加拉	9.45	16	澳大利亚	4.46
7	印 度	8.09	17	泰 国	3.82
8	德 国	6.71	18	加拿大	3.80
9	意大利	6.39	19	土耳其	3.60
10	俄罗斯	5.73	20	马来西亚	3.48

资料来源 中国海关统计

2004 年中国纺织品进口排名前 15 位的国家和地区中，有 10 个是亚洲国家和地区。中国从日本、中国台湾、韩国、中国香港、巴基斯坦、泰国、印度尼西亚、印度、马来西亚和新加坡进口的纺织品总额为 116.17 亿美元，占 2004 年中国纺织品进口额的 76.06%， 占从亚洲进口额的 82.02% 表 2 - 18 。

2 中国纺织品按大类商品划分进出口国家和地区

① 2004 年中国纱线进出口市场格局

2004 年，中国纱线出口主要集中在亚洲。亚洲又以中国香港、韩国、日本、印度、孟加拉五个国家和地区的市场为主，加上第六位德国，纱线出口额为 32.04 亿美元，占中国纱线出口额的 72.58%， 出口市场较为集中 表 2 - 19 。



单位:亿美元

序 号	国家和地区	进口金额	序 号	国家和地区	进口金额
1	日本	33.21	9	印度尼西亚	1.99
2	中国台湾	32.85	10	印度	1.87
3	韩国	25.21	11	德国	1.33
4	中国香港	12.91	12	马来西亚	0.92
5	巴基斯坦	4.50	13	英国	0.57
6	美国	3.11	14	新加坡	0.52
7	意大利	2.91	15	法国	0.46
8	泰国	2.19			

资料来源 中国海关统计

单位:亿美元

序 号	地区	出口金额	序 号	国家和地区	出口金额
1	亚洲	37.03	1	中国香港	21.54
2	欧洲	3.38	2	韩国	3.56
3	非洲	1.46	3	日本	3.01
4	北美洲	1.04	4	印度	1.68
5	拉丁美洲	0.87	5	孟加拉	1.34
6	大洋洲	0.34	6	德国	0.91
	合计	44.15		合计	32.04

资料来源 2004/2005《中国纺织品服装对外贸易发展报告》

2004 年，中国纱线进口前五位的来源国是亚洲国家和地区，其中有中国台湾、韩国、巴基斯坦、日本和印度。从这五个市场进口纱线占中国纱线进口总额的 50%，因此，中国纱线进口来源地也集中在亚洲。

②中国面料进出口市场格局

2004 年, 中国面料出口额 135.28 亿美元。出口前四大市场分别是中国香港、阿拉伯联合酋长国、韩国和孟加拉 表 2-20, 出口创汇占 2004 年中国面料出

口总额的 34. 11%。多年来中国香港一直占据中国面料出口市场的第一位，同时也居中国丝织物、毛织物和化学纤维织物出口的第二位，麻织物出口占第一位。

表 2 - 20 2004 年中国纺织面料主要出口国家和地区

出口市场	出口量(亿米)	出口额(亿美元)
中国香港	23.37	26.34
阿拉伯联合酋长国	9.86	7.43
韩 国	8.17	6.40
孟加拉	5.57	5.97

资料来源 中国海关统计

2004 年中国丝织物出口中，坯绸的主要出口市场有：印度、韩国、意大利、中国香港和日本。印染绸的主要出口市场为：中国香港、美国、韩国、阿拉伯联合酋长国、印度、法国和意大利七个国家和地区。坯绸和印染绸的出口量为 21185 万米，占中国真丝绸缎出口量的 83. 96%，出口金额为 4. 81 亿美元，占中国真丝绸缎出口额的 82. 50% 表 2 - 21 。

表 2 - 21 2004 年中国服装用丝织物出口国分布

纺织面料	出口国	出口量(亿米)	出口额(亿美元)
真丝绸缎		25233	5.83
坯 绸	印 度	9287	1.54
	韩 国	2570	0.62
	意大利	2310	0.59
	中国香港	1566	0.45
	日 本	1541	0.29
印染绸	中国香港	1548	0.59
	美 国	634	0.30
	韩 国	632	0.10
	阿拉伯联合酋长国	545	0.10
	印 度	227	0.09
	法 国	218	0.08
	意大利	107	0.06
合 计		21185	4.81

资料来源 2004 /2005《中国纺织工业发展报告》



表 2-22 2004 年中国纺织面料主要进口国家或地区

表 2-22 2004 年中国纺织面料主要进口国家或地区

进口市场	主要面料品种	进口量(亿米)	进口额(亿美元)
日 本	面料	6.20	21.34
	其中 化学纤维织物	4.04	10.50
	棉织物	1.73	6.83
中国台湾	面料	15.88	10.78
	其中 化学纤维织物	14.25	8.86
	棉织物	1.54	1.77
韩 国	面料	7.05	9.39
	其中 化学纤维织物	4.25	6.65
	棉织物	0.89	1.83
合 计		29.13	41.51

资料来源 中国海关统计

③中国家用纺织品主要出口国家和地区

表 2-23 2004 年中国家用纺织品主要出口市场 单位:亿美元

表 2-23 2004 年中国家用纺织品主要出口市场 单位:亿美元

出口市场	出口额	占市场总额比重(%)
美国	14.65	26.61
日本	11.49	20.87
欧盟	7.87	14.30
俄罗斯	2.68	4.87
中国香港	2.50	4.55
合 计	39.19	71.20

资料来源 中国海关统计

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a light belt, a light-colored tank top, a pair of light-colored sneakers, and a handbag with a geometric pattern.

行业利润空间较小，但其他纱线出口平均单价均有较大的提高 表 2 - 25 。

表 2 - 25 2004 ~ 2005 年中国纱线出口平均单价 单位 美元 / 千克

商品名称	2004 年出口平均单价	2005 年出口平均单价
纱 线	3.14	3.07
棉纱线	3.09	2.98
丝 线	17.73	20.24
羊毛、动物毛纱线	13.74	14.80
化学纤维纱线	2.67	2.76

资料来源 中国海关统计

2. 中国面料进出口平均单价水平

总体上讲，中国面料出口平均单价水平低于进口平均单价。2004 年面料出口平均单价为 0.91 美元 / 米，进口平均单价为 1.24 美元 / 米，进口平均单价高于出口平均单价 0.34 美元 / 米。但 2005 年，中国各类面料出口单价都有所提高，这与中国纺织品出口征税和原料价格上涨有着直接的关系 表 2 - 26 。

表 2 - 26 2004 ~ 2005 年中国面料出口平均单价 单位 美元 / 米

商品名称	2004 年出口平均单价	2005 年出口平均单价
面 料	0.91	1.13
丝机织物	2.32	2.5
羊毛、动物毛机织物	5.27	5.3
棉 布	1.09	1.1
化学纤维机织物	0.72	0.74

资料来源 中国海关统计

2004 年，中国在主要进出口国家之间面料进出口平均单价有所差异。以韩国为例，表现为从韩国进口面料平均单价要大大高于中国向韩国出口面料的平均单价 表 2 - 27 。

二 中国服装出口平均单价水平

中国服装出口平均单价从 1997 ~ 2002 年连续六年下降，这一局面在 2003



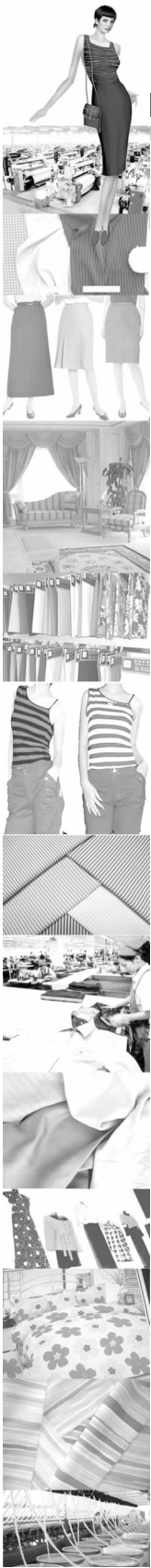


表 2 - 27 2004 年中国面料进出口平均单价 单位 :美元 /米

面料出口市场	出口平均单价	面料进口市场	进口平均单价
中国香港	1.13	日 本	3.44
阿拉伯联合酋长国	0.75	中国台湾	0.68
韩 国	0.78	韩 国	1.33

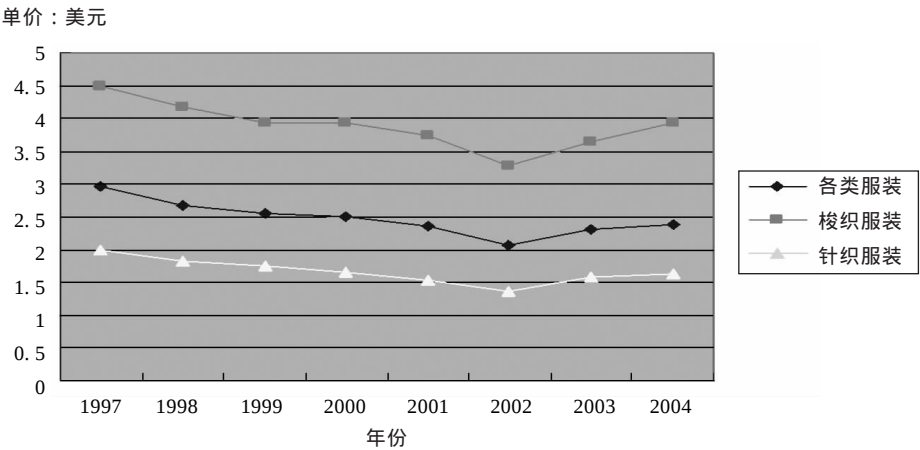
资料来源 中国海关统计

年有所改变。2004 年中国服装出口平均单价在 2003 年提高的基础上，又有所增长，这使中国服装出口平均单价基本恢复到 2000 年的水平。2005 年服装平均出口单价为 2.65 美元，比 2004 年提高了 0.27 美元 表 2 - 28、图 2 - 2 。

表 2 - 28 1997 ~ 2005 年中国服装出口平均单价变化情况一览表 单位 :美元 /件

年 份	1997 年	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
各类服装	2.95	2.67	2.55	2.51	2.36	2.06	2.30	2.38	2.65
梭织服装	4.50	4.17	3.92	3.92	3.73	3.28	3.65	3.94	4.27
针织服装	1.99	1.81	1.75	1.66	1.53	1.36	1.57	1.62	1.82

资料来源 中国海关统计



整体上讲，中国梭织服装出口平均单价要远远高于针织服装的出口平均单价，并一直保持上升趋势。2005 年中国梭织服装平均出口单价为 4.27 美元，比 2004 年提高了 0.33 美元；针织服装平均出口单价 1.82 美元，比 2004 年提高了 0.2 美元。

按照服装大类划分，2004 年我国梭织服装中，女装品种的出口平均单价为 11.96 美元 / 件，其附加值较高，如女式裙子的出口平均价格在 23.08 美元 / 件。

因此，要想改变中国服装“量增价跌”的局面，调整中国出口服装的产品结构是一个有效的尝试和战略选择。

按中国服装主要出口市场划分，2004 年中国服装出口创汇前五大市场分别为日本、中国香港、美国、韩国和俄罗斯。出口创汇占中国整个服装创汇的 60%。其中日本占 25%，中国香港占 18%，美国占 9%，韩国占 5%，俄罗斯占 3%。从价格看，入世前，中国服装出口平均单价一路下滑，入世后，中国服装出口平均单价呈现缓慢增长，2004 年前五大市场平均价格都有所上升，其中 2004 年在中国服装出口价格中美国增长较高 表 2 - 29、图 2 - 3 。

表 2 - 29 2004 年中国服装出口前五大市场平均单价水平

项 目	日 本	中国香港	美 国	韩 国	俄罗斯
平均价格(美元 / 件)	3.95	1.47	4.63	3.09	3.04
比上年同期增长(%)	6.18	1.38	14.04	1.64	8.19

资料来源 中国海关统计

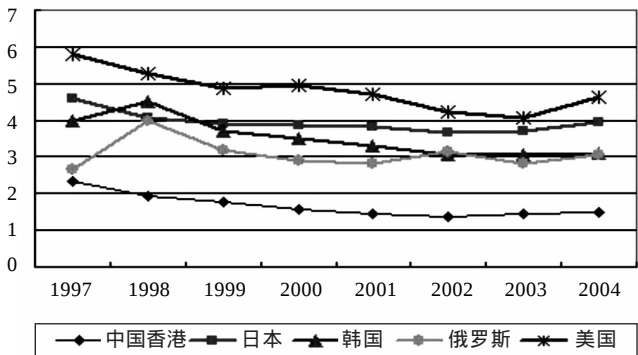
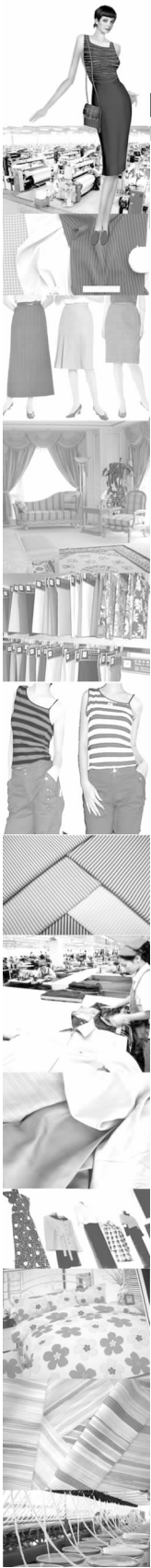


图 2 - 3 近年来中国服装出口前五大市场平均价格对比 单位：美元 / 件





以美国为例，2000 年，美国从中国进口纺织品服装金额为 65.3 亿美元，2004 年为 145.6 亿美元，是 2000 年的 2.2 倍。但是，同期美国从中国进口纺织品服装的平均单价却大幅下跌，从 2000 年的 2.94 美元 / 平方米，到 2004 年的 1.25 美元 / 平方米，下降了 2.4 倍 表 2 - 30 。价格下跌的原因与美国同期从全球进口纺织品服装平均单价下降密切相关。2001 年以来，中国对美国纺织品服装出口的平均单价一直低于美国从全球进口纺织品服装的价格水平，中国对美国纺织品服装出口金额大幅度增长的同时，出口平均单价明显下降。这种纺织品服装在美国市场“量增价跌”的状况，不利于中国纺织服装业出口效益的增加。

表 2 - 30 2000 ~ 2005 年美国从全球及从中国进口纺织品服装的平均单价
单位 美元 / 平方米

年 份	美国从全球进口平均单价	美国从中国进口平均单价
2000 年	2.18	2.94
2001 年	2.14	2.96
2002 年	1.89	1.76
2003 年	1.83	1.40
2004 年	1.78	1.25
2005 年	1.75	1.34

资料来源 美国海关统计数据

三、中国纺织品服装出口竞争力系数分析

竞争力系数 TC 是衡量某个产业国际竞争力强弱的重要指标。竞争力系数的含义是某产业贸易顺差 或逆差 占该产业进出口总额的比重，是衡量某个产业国际竞争力的重要指标。竞争力系数 = 某产品的出口额 - 进口额 / 该类产品的出口额 + 进口额 。

竞争力系数大于零，表明该产业贸易顺差，具有一定的国际比较优势；小于零，表明贸易逆差，国际竞争能力较差。竞争力系数愈接近 1，表明竞争力愈强；愈接近 - 1，竞争力愈弱 表 2 - 31 。

表 2- 31 竞争力系数与比较优势的关系

竞争力愈强	有比较优势	竞争力较差	竞争力愈弱
TC 接近 1	$TC > 0$	$TC < 0$	TC 接近 - 1

一般来说，若 $TC \geq 0.8$ ，则该产品具有强竞争能力或高比较优势；若 $0.5 \leq TC \leq 0.8$ ，则该产品具有较高比较优势；若 $0 \leq TC < 0.5$ ，则该产品具有低比较优势；若 $-0.5 \leq TC < 0$ ，则说明该产品具有低比较劣势；若 $-0.8 < TC < -0.5$ ，则说明该产品具有较高比较劣势；若 $TC \leq -0.8$ ，则说明该产品具有高比较劣势。

从 2001~2004 年中国纺织服装业的竞争力系数显示 表 2- 32，在 $0.5 \leq TC \leq 0.8$ 具有较高比较优势。但纺织品与服装产品相比，纺织品竞争力系数为 $0 \leq TC < 0.5$ ，具有低比较优势，而服装的竞争力系数为 $TC \geq 0.8$ ，达到 0.95 左右，表现出具有强竞争能力或高比较优势。

表 2- 32 2001~2004 年中国纺织品服装竞争力系数

年 份	纺织品服装	纺织品	服 装
2001 年	0.59	0.15	0.93
2002 年	0.62	0.22	0.94
2003 年	0.68	0.34	0.95
2004 年	0.71	0.40	0.95

资料来源 中国纺织工业协会统计中心

将中国纺织品服装竞争力系数与世界主要纺织贸易国的纺织品 面料、纱布 竞争力系数比较，如表 2- 33 所示，1999 年韩国纺织业竞争力较强，在 $0.5 \leq TC \leq 0.8$ ，具有较高比较优势，而中国纺织品竞争力系数在 $0 \leq TC < 0.5$ ，具有低比较优势。

总体上讲，入世后，中国纺织产品出口竞争力较入世前有了明显的提高 表 2- 34。纺织品的竞争力指数由 2002 年的 0.22，2003 年的 0.34，提高到了 2004 年的 0.40。

但纱线竞争力不够乐观，2003 年前在 $-0.5 \leq TC < 0$ ，具有低比较劣势；



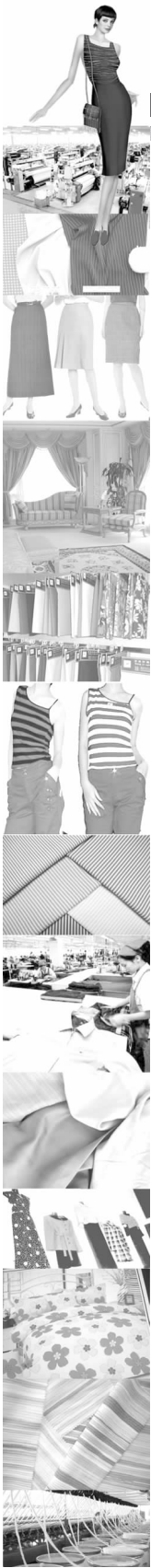


表 2- 33 世界主要纺织贸易国家和地区纺织品竞争力系数

国家和地区	1990 年	1995 年	1997 年	1999 年
法 国	- 1.1125	- 0.0016	0.017	0.007
德 国	0.0835	0.071	0.113	0.092
意大利	0.215	0.334	0.336	0.338
中国香港	- 0.107	- 0.099	- 0.052	- 0.012
日 本	0.175	0.091	0.075	0.183
韩 国	0.514	0.513	0.578	0.589
中 国	0.154	0.1209	0.059	0.084

资料来源 GATT/WTO 统计资料整理

2004 年在 $0 \leq TC < 0.5$ ，具有低比较优势 表 2- 34。

从中国面料出口竞争力系数看，面料出口竞争力正迅速增强。2001 ~ 2004 年中国面料出口竞争力系数逐年上升 表 2- 34。为 $0 \leq TC < 0.5$ ，具有低比较优势。中国面料竞争力系数的提高与中国面料顺差额越来越大，面料进口逐年下降密切相关。面料出口竞争力增强，是中国纺织业的一个良好发展趋势。纺织业经过前几年的战略调整和大规模技术改造，纺织企业技术水平有了长足进步，这使得国产面料的质量、生产水平及国内配套能力大大提高。

表 2- 34 中国纺织品竞争力系数变化情况

年 份	纺织品	纺织纱线	纺织面料
2001 年	0.15	- 0.06	0.08
2002 年	0.22	- 0.06	0.19
2003 年	0.34	- 0.02	0.30
2004 年	0.40	0.04	0.37

资料来源 GATT/WTO 统计资料整理

纺织服装业一直被视为中国的传统产业，但又是中国主导产业之一，具有巨大的发展前景，市场需求也在呈增长趋势。

一 中国已建立起较为完整的纺织工业生产体系

中国已成为世界最大的纺织品服装生产国、消费国和出口国。化学纤维、棉纱、丝绸、服装等主要产品产量均为世界第一，在当今世界纺织工业中的地位举足轻重。一方面中国生产的纺织品“物美价廉”，赢得了全球消费者的青睐，其产品遍布全球，显示出强劲的竞争能力，并由此也引发了配额取消后全球纺织品贸易格局的剧烈变化。一些发达和发展中国家为保护其产业，纷纷树起了贸易保护和贸易壁垒的大旗。而另一方面，中国纺织服装业的单位盈利水平却随着规模的扩大，呈现下降趋势。

从纺织服装业对国民经济发展的影响看，中国纺织服装业对国民经济的拉动作用十分突出。国内庞大的消费市场使中国纺织品服装的产量和消费量逐年增长，中国人均衣着消费支出增长速度超过 10%。

65

纺织服装业的直接从业人数达 2000 万人，间接就业者超过 1 亿人。出口企业 3.5 万家，就业者约 630 万人。而且，纺织服装业在解决剩余劳动力就业问题和“三农”问题方面，同样发挥着重要的作用。纺织业使用的农业纤维数量达 700 多万吨，涉及 1 亿农民的生计问题，同时，中国纺织服装业从业者来自农村的职工约 1350 多万人。因此中国纺织业在吸纳农村剩余劳动力、推进城镇化发展以及国际收支平衡等方面，具有其他产业难以替代的优势。

三 中国纺织服装业具有一定的资源优势

中国具有世界上独一无二的天然纤维资源和迅速发展的化学纤维资源优势。棉花产量一直位于世界首位，2004 年中国棉花产量达 631.93 吨，占世界棉花产量的 1/4 左右。2004 年中国羊毛产量 37.4 万吨居世界第二位。苧麻纤维只占中国纤维总量的 1%，而在世界上占到 99%，亚麻也是中国的特色资源之一。中国是世界上最大的茧丝生产国，蚕茧和厂丝产量要占世界总产量的 70% 以上。另外，中国还有兔毛、大麻等天然纤维资源。中国化学纤维原料尽管国内产量有限，但种类齐全，国内生产量逐步上升，进口依赖度已下降到 20% 左右。中国纤维加工量约占世界生产能力的 38%。

四 中国纺织服装业拥有丰富的劳动力资源优势

在劳动密集型产业的国际竞争中，很大程度上还取决于劳动力的工资成本和劳动力素质。中国拥有丰富的劳动力资源，而且与亚洲、南美洲、非洲的多数发展中国家相比，中国劳动力素质具有明显的比较优势。

中国人均工资成本处于较低水平，拥有相对廉价劳动力。从 2000 年世界贸易组织公布的世界纺织工人小时工资来看，中国纺织工人小时工资为 0.69 美元，仅为美国的 4.85%，英国的 5.42%，墨西哥的 31.36%，土耳其的 25.65% 表 2 - 35。低廉的劳动力成本使中国纺织品出口价格优势明显。

1998 年，美国整个制造业工人的小时平均工资 包括津贴 为 20.32 美元 / 小时，而在中国制造业，工人平均工资为 0.75 美元 / 小时，食宿费用通常包括在内。两国的纺织业相比，美国纺织业小时平均工资为 12.97 美元 / 小时，中国为 0.62 美元 / 小时。

表 2 - 35 国际纺织业劳务工资水平比较 单位 美元 /小时

序 号	国家 /地区	2000 年秋	1998 年春	1996 年春
1	日 本	26.10	20.70	24.31
12	美 国	14.24	12.97	12.26
15	英 国	12.72	13.58	11.71
22	中国台湾	7.23	5.85	6.38
24	中国香港	6.10	5.65	4.90
26	韩 国	5.32	3.63	5.65
29	巴 西	3.20	4.05	3.84
31	土耳其	2.69	2.48	2.02
35	墨西哥	2.20	2.23	1.52
39	南 非	1.82	2.05	1.86
40	秘 鲁	1.74	2.09	1.98
48	中 国	0.69	0.62	0.58
50	印 度	0.58	0.60	0.56
52	巴基斯坦	0.39	0.40	0.43

资料来源 《2001 /2002 年中国纺织工业发展报告》

中国纺织服装业的竞争优势不仅是低廉的劳动力成本，还拥有大规模的纺织服装生产能力。另外，还拥有比大多数发展中国家更好的基础设施，以及高质量的纺织服装产品。最重要的优势是劳动生产率水平较高，生产一件纯棉衬衫，中国南方工厂的一名工人需要 12.5 分钟，而在孟加拉国或印度，需要 22.2 分钟才能做出同样一件衬衫。墨西哥的工人则需要半个小时。

二、国际竞争劣势分析

一 全行业平均利润率较低

中国是纺织品出口大国，由于量大值低，中国纺织企业并未获得令人满



2000 ~ 2005 年，中国纺织服装业固定资产投资总额呈增长趋势，但在全社会固定资产投资总额的比重仅为 1% ~ 1.8% 表 2 - 38 。

表 2 - 38 中国纺织业固定资产投资及占全国的比重

年 份	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
纺织工业全行业固定资产投资额(亿元)	429.96	554.96	894.66	1179.16	1597.12
占全社会固定资产投资额 (%)	1.16	1.28	1.62	1.68	1.80

资料来源 各年度《中国纺织工业发展报告》整理

在固定资产投资方面，2004 年和 2005 年纺织行业固定资产投资有所上升，保持了较快的增长势头。2005 年纺织行业固定资产投资 1597.12 亿元，比 2004 年增长 35.44%。在投资上的表现特征是：资金筹集渠道以自筹资金为主，约占全部投资的 70% 以上，而且呈上升趋势；国内贷款比重较小，不足 15%，而且呈现不断下降趋势 表 2 - 39 。这反映出中国纺织服装行业高度市场化的产业发展特征，宏观调控对行业的影响力进一步减弱。

表 2 - 39 2004 ~ 2005 年纺织行业固定资产来源比重分析 单位 : %

行 业	国内贷款比重		利用外资		自筹资金	
	2004 年	2005 年	2004 年	2005 年	2004 年	2005 年
大纺织	15.20	9.32	13.38	13.89	65.35	72.05
纺织业	14.84	10.10	10.99	11.11	68.03	74.52
服装业	8.65	5.30	221.40	20.13	65.15	70.97
化学纤维业	25.66	13.85	13.18	17.14	52.97	58.86
纺织机械	13.50	5.70	5.81	10.72	79.59	81.08

资料来源 中国纺织工业协会统计中心

2005 年中国纺织行业各主要子行业的固定资产投资额及占全行业固定资产投资总额的比重见表 2 - 40。从纺织行业固定资产投资额分布情况看，麻纺、化学纤维等行业投资明显下降，棉纺、针织等投资快速增长，而棉纺和服装行业投资比重较大。



行 业	2005 年投资额 (亿元)	与 2004 年投资相比 增减情况(%)	各子行业投资额占全 行业投资额比重(%)
棉 纺	590.94	50.99	37.38
毛 纺	101.76	45.54	6.37
麻 纺	17.34	- 13.99	1.08
制成品	163.45	22.80	10.23
针 织	123.27	41.70	7.71
服装业	360.42	45.94	22.56
化学纤维业	174.04	1.86	10.89
纺织机械	38.96	53.61	2.43

资料来源 中国纺织工业协会统计中心

长期以来,纺织业雇佣的劳动力整体文化素质不高。由于利润水平低,企业自身难以承受聘用高学历技术人员和管理人员的高工资,这严重影响了纺织企业管理水平的提高,致使低工资的优势往往被企业高的经营管理成本所抵消。

由于中国纺织服装业劳动密集型的特点，原料在总成本中的比重较大。员工工资一般占生产成本的 10% 左右。所以，在最终产品价格难以提高时，纺织服装业受国内外市场原料价格的波动影响很大，对原料价格敏感度高。如棉纺织业中原料占成本的 65%。棉纺织行业以棉纱、坯布等初级产品为主，因原料需要进口，对国际市场价格敏感程度高，所以棉纺织业的附加值较低，利润空间小 表 2 - 41 。

中国纺织服装生产企业用于新产品开发和研制的投入占销售总额的

表 2 - 41 我国纺织业主要子行业成本构成^①情况 单位 :%

子行业	原料占成本	原料进口比例	原料中可贸易品	平均毛利率	销售成本占销售收入	出口依存度
棉纺织	65	棉花 65 化学纤维 35	80	10	90	20
毛纺织	60	羊毛 80 化学纤维 20	90	11	88	27
服装	55	—	30	14	86	60

资料来源 中国纺织品进出口商会

①成本构成包括原材料、燃料动力、工资、折旧等要素。具体区分为可贸易品 原材料、成品 和非贸易品 工资、燃料动力等费用 。

0.5%。如此低利润率使企业缺乏新产品开发所需资金，而低工资待遇又难以留住人才和吸引人才，造成纺织服装企业研发人员的缺乏。

第四节 提升中国纺织服装业国际竞争力的有效途径

任何生产活动都离不开生产要素的投入，纺织业也是如此。但在纺织品生产过程中，所投入的生产要素或各种生产要素构成比例不同时，纺织业则表现为不同要素的密集型特征。特别是伴随着新技术的出现和管理水平的提高，纺织业发生了巨大变化，从资源密集型、劳动密集型向资本、技术和知识密集型不断升级，并改变了纺织业生产要素投入的比例关系。

当代纺织业国际分工的基本格局是：发达国家拥有先进的纺织生产设备，掌握先进的生产力，纺织业在这些国家表现为资本、技术密集型特征；而在包括中国在内的许多发展中国家，主要承担纺织品生产及加工环节，纺织业在发展中国家表现为劳动密集型特点。但是，传统的纺织业中也有高新技术，也存在资本、技术密集型环节。



一、提升国际竞争力的要素构成

中国纺织服装业的国际竞争力是产业竞争力的体现，而产业竞争力的基础是企业竞争力，企业的竞争力又表现在企业所生产的产品和品牌的国内外市场的竞争能力上。因此，中国纺织服装业国际竞争力取决于中国纺织服装产品和品牌的国际竞争能力。如图 2 - 4 所示。

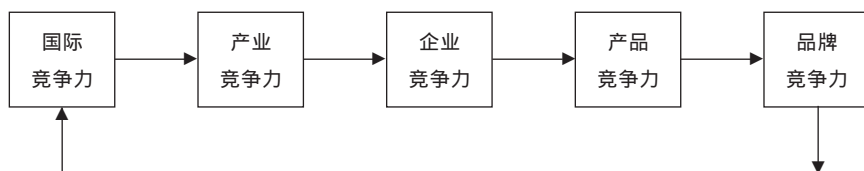


图 2 - 4 国际与品牌竞争力

当人们提起世界级名牌商品，无一例外都与品牌背后的国家联系在一起。如提到皮尔·卡丹、夏奈尔，人们自然会联想到法国巴黎；提起 CK、保罗自然会联想到美国；而范思哲、古奇、阿玛尼永远是同意大利米兰联系在一起。因此，品牌竞争力是国家竞争力的基础，当某一产品的品牌名称可以使人们联想到某一个国家的名称时，该产品所代表的某行业的国际竞争力就会大大提高。如人们一提起东芝就会想到日本，而提起日本就会联想到东芝、索尼、丰田等一系列品牌。

纺织和服装工业通常被视为低技术、劳动密集型工业。尽管自第一次工业革命以来出现了许多技术创新，但是，服装工业仍是现在许多发展中国家进入工业化阶段的先导产业之一。第一次工业时期的英国、第二次工业革命时期的法国、德国和美国，以及第二次世界大战后的日本、韩国等国家的工业化进程都说明了这一点。因此，欲提高中国纺织服装业国际竞争力，首先需要了解构成纺织服装行业国际竞争力的相关要素。

一 纺织服装产业在不同国家间的要素密集型特征

国际纺织服装业正处于新一轮的产业结构调整和产业转移阶段。产业升级的一般规律如图 2 - 5 所示。

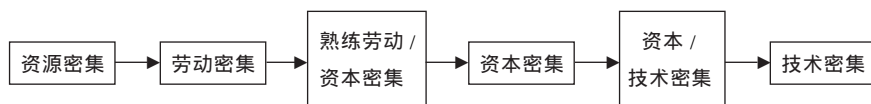


图 2 - 5 产业升级的一般规律

在当今的世界纺织服装行业中，发达国家以高薪专业人员和先进技术为主的熟练劳动 / 资本密集型、资本密集、资本 / 技术密集的纺织服装业仍然存在，与发展中国家的低技能、低收入为主的资源密集型和劳动密集型纺织服装业并存。

1. 纺织业在发达国家表现为技术密集型，在发展中国家表现为资源密集型

长期以来，发达国家十分注重纺织纤维的开发和新型面料的研究。如 1938 年美国杜邦公司研制出尼龙纤维、20 世纪 60 年代研制出莱卡弹性纤维材料等，这不仅丰富了纺织纤维的品种，还大大缓解了人类对天然纤维的依赖，并有效地改变了天然纤维的功能。因此，第一次科技革命以来，发达国家为了寻找新的竞争优势和生存空间，以缓解原料涨价和劳动力成本上升等问题，加大了对纺织产品开发的投入。第二次世界大战后，新型纺织纤维大都由发达国家的跨国公司率先发明创造，这使发达国家始终保持技术领先地位。因此，纺织业在发达国家表现为技术密集型特征。

由于发展中国家低廉的劳动力成本，加之昂贵的技术引进成本，大多数发展中国家的纺织业更多地依赖于天然纤维的种植和初级加工，保持着较为原始的生产方式，在国际竞争中处于被动地位。

2. 纺织业在发达国家表现为资本密集型特征，在发展中国家表现为劳动密集型

发达国家利用其雄厚的资金实力，大力发展纺织机械设备制造。特别是 20 世纪化学纤维工业的发展，使纺织化学纤维生产在发达国家表现为资本密集型特征。自动化的纺织设备不仅技术先进，还大大减少了生产操作人员的数量，较好地解决了发达国家劳动成本上升和劳动力不足等问题。例如，同等规模的纺织企业，发展中国家更多的是采用劳动力密集型的“人海”战术，而发达国家直接生产人员仅为发展中国家的 $1/10 \sim 1/20$ ，甚至更少。

3. 纺织业在发达国家表现为知识密集型

发达国家重视纺织面料的设计与开发。通过创意性设计、面料再造、功



能性开发等，赋予纺织面料知识含量和附加值。因此，传统的纺织业在发达国家表现为知识密集型。

因此，现代纺织业的上述现象可归结为：生产要素密集型的反向特征。即在同一产业内，因各国生产要素禀赋的差异，在不同国家则表现不同的要素密集型特点。这就是为什么传统的纺织业在发达国家和发展中国家的生产要素禀赋存在较大的差异。

值得借鉴的是，20 世纪 70 年代后，随着韩国、中国台湾纺织生产成本和劳动力成本的不断提高，韩国和中国台湾都及时对纺织业进行结构调整，加大资本、技术和知识要素的投入，并取得显著成绩。目前，韩国和中国台湾的化学纤维面料始终保持亚洲领先地位，这不仅改变了纺织行业的生产要素禀赋构成比例，而且通过减少劳动力的投入、减低对天然纤维进口的依赖，以及大力发展纺织化学纤维业，有效地解决了纺织业发展遇到的问题。

二 提升中国纺织服装业国际竞争力的要素构成

衡量一个产业或产品的国际竞争力，主要是依据该产业所出口的产品占国际市场份额的大小，而某一产业技术水平的不断提升，又是产品竞争力和市场份额扩大的根本保证。一个国家的产业国际竞争力，是由比较优势和竞争优势两方面因素决定的。比较优势归结为价格优势，竞争优势强调非价格竞争和创新竞争。

对于中国纺织服装业而言，比较优势包括生产资源和市场资源两方面，竞争优势包括管理水平、研发能力等。中国纺织品服装具有一定的比较优势，但竞争优势不足。

目前，中国纺织品服装的国际竞争力表现为低成本优势。在国际市场上，长期以来中国纺织品服装以“物美价廉”的产品形象参与竞争，以“以量取胜”获得第一大出口国地位，在一定时期内，对出口创汇和拉动就业都发挥了重要的作用。但是，中国纺织品服装出口属于一般性大宗产品，而进口却是高附加值产品和“紧缺”产品。产品开发能力不强，因此竞争优势不足。

提升中国纺织服装业国际竞争力的基本要素构成，除了传统的生产“三要素”，即土地、资本、劳动力外，需加强新生产要素的投入，如技术、知识、管理、人力资源、信息和制度创新等。

任何产业和企业在其发展历程中，都需要不断改善要素构成的比例关

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a light-colored belt, a light-colored tank top with a small logo, a pair of light-colored sneakers, and a handbag with a bold, abstract geometric pattern.

长期停留在全球的“加工车间”和“制造大国”的阶段。要成为一个真正的“制造强国”，关键在于是否具备产品自主开发创新能力。中国为提高纺织服装产业竞争力的过程中，企业要加大研发投入力度。

2. 知识要素的投入

知识要素表现为依赖于人脑的想象力来创造价值。1998年英国首次对创意产业进行了定义，将创意产业界定为“源自个人创意、技巧及才华，通过知识产权的开发和运用，具有创造财富和就业潜力的行业”。根据这个定义，英国将广告、建筑、艺术和文物交易、工艺品、设计、时装设计、电影、互动休闲软件、音乐、表演艺术、出版、软件、电视广播等13个行业确定为创意产业。

目前服装设计产业化趋势日益凸现。国际著名时装品牌通过设计大师们富有创意的概念，表达着对艺术、时尚、文化的理解，引领着世界时尚流行趋势；同时将设计师们的创意、思想和灵感转化为财富，从而掌握整个时装产业链的高增值环节，把时装的生产、加工等低附加值环节外包，以获得高额的利润。

知识密集型产品是指在最终产品的价值中，知识所占的比例相对较大。创意性时装设计的人力资本是时装设计师，时装设计师以其独创的想象力引领时尚潮流的同时，创造财富，提供高附加值的智力成果。时装创意设计包含了从面料织物结构和图案的创新设计、成衣款式和版型的创新设计、成衣色彩和风格的创新设计等多方面，是一项复杂、系统和极富艺术性的创作工作，最终通过时装加以体现和表达。

在追求个性化的时代，消费者更青睐设计的时尚化、风格化和差异化等特性。因而，设计师的创造力和想象力，可以增加产品的知识、文化含量，最终达到增加附加值的目的。

3. 人力资本要素

由于各国间劳动力素质存在较大的差异，往往发达国家的劳动力素质较高，这在很大程度上促进了发达国家劳动生产率水平的提高；而发展中国家劳动力素质较低，这也极大地影响了发展中国家的劳动生产率水平的提高。因此，劳动力分为熟练劳动与简单劳动，两者的差别就在于教育和培训的投资，只有熟练劳动才能成为“人力资本”。

人力资本是一种具有较高素质的劳动力。他是人们过去对教育和培训进

行投资的结果，同有形资本投资一样，是一种长期投资，在未来产生回报。因而，人力资本可以像其他资本一样在较长时间内，为企业发挥作用，并促进劳动生产率的提高。应该把人力资本作为无形资本看待，与有形资本共同发挥作用。同时把熟练劳动的收入中高出简单劳动的部分算作资本并同有形资本相加。

根据人力资本的不同层次，可分为四种：一般型人力资本、技能型人力资本、组织管理型人力资本和企业家型人力资本。企业中的企业家、技术人员、管理人员等都是企业的人力资源，这些人员往往受过良好的教育，文化程度高，工资待遇虽然要高于普通工人的几倍，但这些人力资本可以为企业创造附加值，是产业升级的重要要素。

人力资本对于产业升级起着关键性作用。无论是人力资本还是劳动力都是通过某种形式与其他生产要素相结合才能促进产业结构升级。人力资本与产业结构升级之间的关系：一是人力资本对产业创新的作用。人力资本比一般劳动力具有较高素质，企业创新主要来自于人力资本，特别是技术型和企业家型人力资本；二是产业结构的变动是基于劳动力结构的变动，如果企业减少低素质劳动力的投入，增加高素质人力资本的投入，纺织业必然从劳动密集型向人力资本密集型提升。

目前，中国纺织企业往往是以低成本的普通劳动力投入为主，短期内价格优势明显，因而不愿雇佣受过高等教育的大学生，不重视技能型和管理型人力资本的使用，从而导致整个行业普遍存在人员的低文化程度、低工资，以及企业高学历人员较少，没有资金投入研发和技术改造的恶性循环。因此，中国纺织业劳动力结构调整是产业升级的一项主要内容和重要指标，是一项不可忽视的新生产要素。

4. 信息要素的作用

以信息技术为代表的第四次科技革命，对纺织业也产生了巨大的影响。同时，信息化的推进必须以传统产业为依托，即信息化需要从传统产业改造中开拓市场。信息技术对促进企业内部管理、产品设计以及技术开发、生产、营销等诸多方面都产生了积极的推动作用。虽然企业对信息设备一次性投入大，但在日后的管理中，可使工作人员省时、省力，效率大大提高。例如纺织企业 CAD 的应用，开发出了提花纹织、织物组织、印花图案设计和分色描稿、电子绣花、服装设计和排料、电子测色、配色等多种技术，效益显



著。另外，企业管理 ERP 信息系统的应用，使国内的棉纺、毛纺、针织、化学纤维、纺机等众多企业实现了经营管理模式再造和业务流程重构，建立了有效的，集管理与监测系统为一体的综合信息系统。

因特网技术的飞速发展，推动了纺织行业信息化建设。目前中国已有纺织生产企业网站 6000 多家，提供行业信息服务的网站 100 多家。电子商务的运用为广大纺织出口企业，尤其是中小企业带来新的机遇。因特网技术也为企业管理信息系统提供了全新的平台和开发工具，形成完整的企业内部网、企业外部网和互联网络体系，实现了企业管理信息系统网络化。

二、提升国际竞争力的有效途径

中国纺织服装业目前处于从劳动密集型向熟练劳动—资本密集型转化的时期，并在较短的时间内，同时进入资本密集和资本—技术密集的产业阶段。

2006 年，中国经济发展迈入“第十一个五年规划”时期。2006 年也正逢入世第五年，根据《加入议定书》的承诺，中国将进入到对外全面开放的发展阶段。2005 年《ATC 协议》的终止，使得国际纺织产业进入新一轮的结构调整阶段，国际分工新格局正在形成。面对上述国内外环境的变化，未来中国纺织业将迎来一个新的发展阶段，如何继续保持和提高中国纺织产业和纺织产品的国际竞争力，可以通过宏观、中观及微观三个层面制定战略。

一 宏观层面

1. 明确纺织服装产业未来发展定位

中国纺织服装产业“第十一个五年规划”中指出，要在宏观层面上明确产业发展方向和产业定位。这一目标意义深远，其主要作用：一是有利于引导企业今后的投资方向；二是有利于从行业整体角度全面考虑，制定战略目标；三是有利于行业的长远发展，避免采取短期行为。

未来中国纺织服装业的发展方向定位于产业升级和产品结构调整，提高纺织业整体的资本和技术含量，逐渐减少劳动密集型产品的生产和出口，以继续保持中国纺织服装业的国际竞争地位。

2. 制定配套的宏观政策以支持企业技术改造

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a belt, a light-colored tank top, a pair of sneakers, and a handbag with a geometric pattern.

三 微观层面

1. 转变竞争方式

中国纺织服装企业由于人员素质和财力所限，一直以价格竞争方式赢得订单，陷入“低价格陷阱”，导致企业缺少可持续发展的资金投入和人力资源的储备。转变竞争方式要从以低价、低利润率、低附加值、低科技含量向高价、高利润率、高附加值、高科技含量转变，走出“低价格陷阱”。

由于劳动密集型产品的出口增长主要依赖低价格和数量推动，产品加工程度低，附加价值低。如果转变竞争方式，中国纺织业从一般劳动密集型升级到熟练劳动—资本密集，最终到技术密集，仍然可以继续发挥中国劳动力资源丰富的比较优势。通过提高劳动力素质，使中国一般劳动力成为熟练劳动力，熟练劳动与资本结合，就能发展成为熟练劳动—资本密集型产业。

2. 加强高层次管理人才和技术人才的培养

以往纺织企业不愿雇用高层次管理人才和技术人才，因此，影响到企业管理和技术水平的提高。纺织企业要加强对管理人才和技术人才的培养、引进和使用，充分认识到高素质人才的工作效率要高于普通员工，是企业高附加价值的创造者。

另一方面，改善劳动力状况是中国纺织服装产业竞争力提升的关键。目前纺织企业最重要的是提高生产者的技能，增加高级技术工人的比重，利用熟练劳动生产高技术含量、高附加值的纺织品，以促使企业加快产品升级。

3. 增加产品的研发投入

由于长期不重视人力资本投入，企业缺乏研发型人才和高素质管理人才。企业年均研究与开发费用的多少是反映一个企业创新能力的重要指标。中国纺织生产企业用于新品开发的投入占销售总额的 0.5%，而在国际上一般为 7%~10%。大型国际企业产品研发战略是：销售一代、试制一代、研究一代，实行“三代并进”的开发节奏，通过一代代新产品问世，使企业长期处于有利的竞争地位。因此，增加研发投入、培育企业自主创新能力是中国纺织企业竞争力提升的重要途径。

4. 引进国外先进设备，提高纺织品技术含量

长期以来，中国纺织机械制造水平与发达国家存在较大的差距，最终导致纺织品档次上不去，科技含量低。由于纺织生产设备与服装加工设备相

比，单价差异较大，也使得纺织企业固定资产投资规模要远远高于服装加工企业。处在微利竞争阶段的中国纺织企业难以投入大量资金进行研发，企业主要依赖于进口设备进行技术改造，而进口纺织机械平均价格又大都在几万美元一台，加之国家财政政策的调整和银行借贷资金的紧缩，在一定程度上影响到中国纺织企业设备更新和技术改造的速度。因此，目前纺织机械的进口成为整个纺织行业投资的晴雨表。

尽管中国也是纺织机械出口国，但高端的先进纺织设备仍需从发达国家引进，因此，中国纺织品科技含量提升的有效途径是企业加快设备更新和重视新产品的开发。应加大研发的资金投入和加强产品的创新能力，实现纺织机械的更新换代，以高科技、高附加值的纺织品参与国际竞争。

1997年，中国纺织设备进口额仅为18.37亿美元，1998年受“压锭、减员、增效”的影响，下降到11.66亿美元，直到2001年纺织设备进口规模开始扩大，用汇25.14亿美元。入世后，随着纺织行业的快速发展，中国纺织设备的进口也快速增加，三年平均增幅为16.24% 图2-6。中国进口纺织设备的增加与其纺织工业的迅速发展成正比。

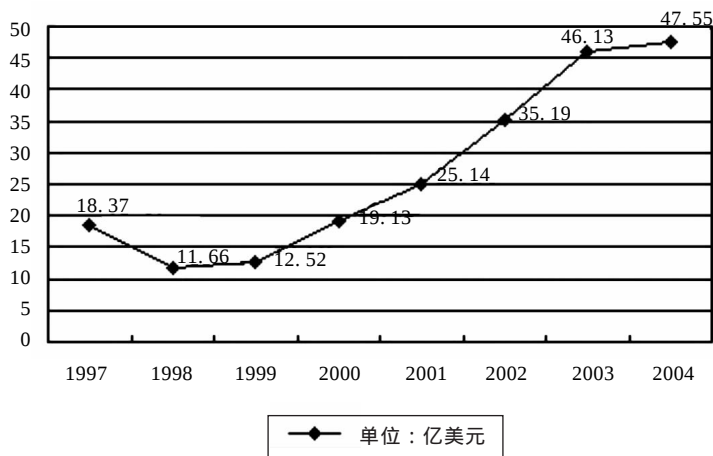


图2-6 1997~2004年中国纺织设备进口额状况曲线图

多年来，中国纺织设备进口主要以整机进口为主，2004年中国纺织机械进出口总额为54.37亿美元，其中，纺织机械进口金额为47.55亿美元，出口金额为6.82亿美元，逆差40.73亿美元。中国纺织机械进口额要远远大于



出口额，说明中国是纺织服装生产大国、出口大国，但并不是纺织设备出口国和先进的制造国，而是纺织机械的进口国和消费国。

从近几年中国进口纺织设备来源看，主要是从日本、德国、意大利、韩国、瑞士等纺织机械强国进口。2004 年中国进口纺织设备主要来自 56 个国家和地区。其中超过 1 亿美元的有八家，分别为日本、德国、意大利、韩国、瑞士、中国台湾、法国、比利时。从这八个国家和地区引进的纺织机械产品占全部进口额的 93%。

因此，目前中国纺织机械正处于高端设备依赖于进口，普通纺织机械以国内生产国内销售为主的阶段。虽然部分国产纺织机械有少量出口，但技术水平不高，大都出口到发展中国家，而原因主要是因为价格低，能迎合发展中国家小规模纺织企业投资的需要。

5. 转变增长方式

虽然中国纺织服装业经历了从数量增长到质量提高，再到效益增加的三个发展阶段。而大多数纺织企业仍采取“以量取胜”的增长方式，因此，利润空间越来越小。转变增长方式首先是观念的转变。以增加企业经济效益为目的的经营方式可以使企业提高利润率，积累资金进行技术改造，进行产品研发，培养和引进人才，因此，转变增长方式是中国纺织企业走出“低价格陷阱”的有效途径，这样既可以继续保持国际市场份额又可以减少贸易摩擦。

6. 企业应制定长远发展战略

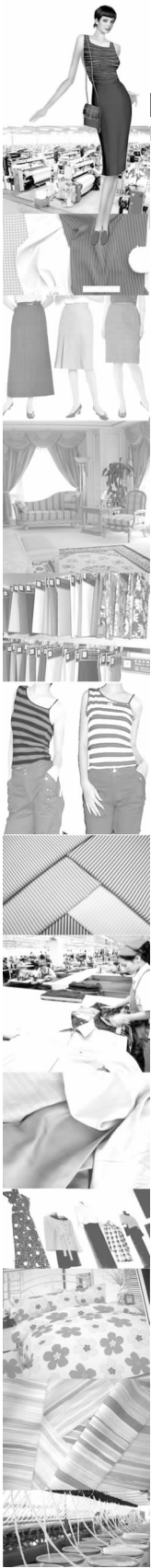
中国纺织企业对企业发展目标、发展战略的制定重视不够。企业管理人员忙于日常事务的处理，很少有时间去顾及企业的长远发展问题。企业管理者缺乏对政策和市场环境变化的了解和把握，短期决策多于长期决策。因此，企业经营行为缺乏既定的方针、目标和战略，不利于企业生存和长远发展。

三、中国纺织服装产业升级中应注意的问题

一 将提高中国纺织服装业的科技含量视为一项长期任务来抓

目前，纺织领域的技术创新大都是由发达国家的跨国公司完成，跨国公

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a light belt, a light-colored tank top, a pair of light-colored sneakers, and a handbag with a geometric pattern.



链接 4

改革开放以来，中国外贸发展基本情况

改革开放以来，中国外贸发展可划分为五个阶段，而中国出口商品结构的变化经历了三次转折，具体如表 2 - 42，表 2 - 43 所示。

表 2 - 42 中国外贸发展的五个阶段

外贸五个阶段	时 间	特 点
第一阶段	1979 ~ 1981	完成从出口初级产品向工业品的转变
第二阶段	1982 ~ 1986	初级产品、工业制成品比例变化均不大
第三阶段	1987 ~ 1991	以出口轻纺产品为主的劳动资源密集型产品 ,其增长较为迅速 ,所占份额较大
第四阶段	1992 ~ 2003	以出口机电、高新技术产品等重化工制成品为主 ,其增长迅速 ,所占份额迅速上升
第五阶段	2004 ~	资本技术密集型产品超过劳动资源密集型产品的出口

表 2 - 43 中国出口商品结构变化的三次转折

三次转折	时 间	标 志
第一次转折	1981	出口的工业制成品比例达到 53.3% ,首次超过初级产品
第二次转折	1991	出口的轻纺为主的劳动资源密集型产品比例达到 62.2% 的最高水平
第三次转折	2004	出口的机电、高新技术产品等重化工制成品首次超过劳动资源密集型产品 ,达 49.4%

出口商品结构的历史变化轨迹是与中国工业化、现代化的进程密切相关的，同时这也是一个不断演变、升级的进程。

从 1990 年，外经贸主管部门陆续制定和实施的“以质取胜”战略、市场多元化战略、科技兴贸战略和中央提出并实施的“走出去”战略对外贸增长方式的三次转变起到了重大的指导作用。同时相关的财政、金融、税收、保险等政策的鼓励与扶持，也促进了服务体系的不断完善，此外，利用外资政策及加工贸易政策的不断完善也起到了一定的推动作用。

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a belt, a light-colored tank top, a pair of sneakers, and a handbag with a geometric pattern.

从表 2 - 44 还可以发现, 2000 年之前, 前五位行业所占工业增加值的比重差距较大。例如, 1986 年第一位的纺织业与第五位的食品制造业相比, 两者的比重差有 5.78 个百分点。而 2003 年最大与最小的比重差仅为 2.61 个百分点。这就意味着在当前的新一轮高增长周期中, 已经形成了一批主导产业和高增长产业群, 而且高增长产业之间的关联关系增强 例如汽车、造船等产业对钢铁工业形成较大的需求, 主导产业的群聚效应明显, 不同于以往主导产业相对单一的情况。

伴随着中国产业结构调整和产业升级，走新型工业化道路是中国纺织工业可持续发展的必然选择。为应对后配额时代必然出现的全球加工能力过剩、利润空间缩小、技术竞争激烈，以及国内改革和发展的种种矛盾和困难，中国纺织服装业应坚持以信息化带动工业化，以工业化促进信息化，走出一条科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少，使劳动力资源优势得到充分发挥的新型工业化道路。

87

第三章 入世后，中国纺织品 服装出口的贸易环境

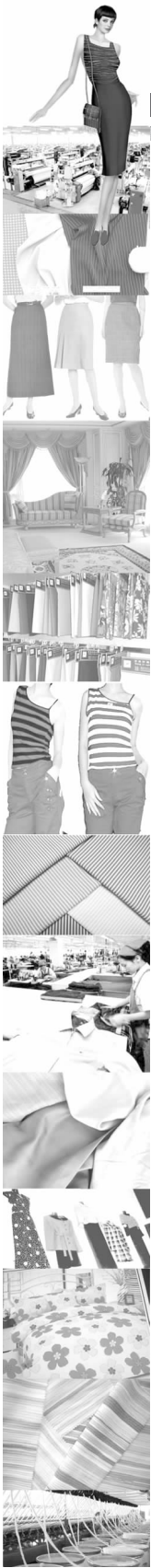
伴随着 WTO《纺织品与服装协议》的终止，国际纺织品服装贸易制度回归到贸易自由化的历程中，世界纺织品服装贸易开始了新的纪元。

根据 WTO 法律规则，《中华人民共和国加入议定书》以下简称《加入议定书》和《中国加入 WTO 组织工作组报告书》以下简称《工作组报告书》是中国加入 WTO 法律文件的有机组成部分。由于中国入世承诺的客观存在，一直到 2016 年底，中国纺织服装业的发展都将受到三个条款的制约：一是于 2008 年底结束的纺织品特别限制措施条款《工作组报告书》第 242 段，即所谓“纺织品特保条款”；二是到 2013 年底的特定产品过渡性保障机制条款《加入议定书》第 16 条，即所谓“特保条款”；三是到 2016 年底的“确定补贴和倾销时的价格可比性”条款《加入议定书》第 15 条，对中国“非市场经济地位”的规定，即所谓“非市场经济条款”。“三个条款”使中国纺织品服装出口，在国际贸易一体化环境下，不能完全享受到零配额时代纺织品服装贸易自由化的好处 表 3 - 1 。

表 3 - 1 保障措施、特别保障措施、纺织品特殊保障措施异同比较

比较内容	保障措施	特定产品过渡性保障机制(特别保障措施)	纺织品特别保障措施
法律依据	WTO《保障措施协定》	中国《加入议定书》第 16 条	中国《工作组报告书》第 242 段
对 象	所有成员方进口产品	针对中国的进口产品	针对中国纺织品
启动的原因	进口数量激增	进口数量激增	进口数量激增
造成后果	严重损害或者严重损害威胁	市场扰乱	市场扰乱
因果关系	不要求进口增长是损害的唯一或者主要原因	进口增长必须是造成国内市场扰乱的重要原因	市场扰乱是基于原产于中国纺织品产品进口激增导致





续表

比较内容	保障措施	特定产品过渡性保障机制(特别保障措施)	纺织品特别保障措施
评估因素	影响产业状况的相关因素:进口绝对、相对增长率和数量,进口所占国内市场份额、销售、生产、生产力、生产能力利用、利润、亏损和就业	进口量、进口产品对国内产品的价格影响以及进口产品对国内产业的影响	市场扰乱的存在或威胁;及在该市场扰乱中原产于中国产品的作用
措施种类	撤销减让或者数量限制(一般关税配额)	撤销减让或者数量限制(一般关税配额)	实施自动限制性质的绝对配额
实施期限	标准期限四年,最长不超过八年	不得超过一年	一年
对实施措施的限制	进口产品限制不能低于最近三年平均水平 间隔限制:保障措施实施后,在实施保障措施相等的期限内不能重复实施 实施满一年,逐步放宽相对增长		不超过高于磋商请求当月前的最近 14 个月中前 12 个月的进入该成员方数量的 7.5%(羊毛产品类别为 6%)的水平
措施时效		2001 年 12 月 11 日至 2013 年 12 月 10 日	2001 年 12 月 11 日至 2008 年 12 月 31 日止

“三个条款”从法律上讲,它们是特殊的,在一定程度上背离 WTO 一般原则,但是这种背离由于得到了某种形式的同意,因此在法律上是允许的,但目前已被一些成员方恶意滥用。但是,他们具有在时间上的“过渡性”或“暂时性”,“纺织品特保条款”于 2008 年年底到期、“特保条款”于 2013 年年底到期、“非市场经济条款”于 2016 年底止。此后,中国才终将获得与其他 WTO 成员相同的权利。

第一节 “第 242 段条款”对中国 纺织品服装出口的制约

2005 年,美国和欧盟分别以签署《谅解备忘录》的方式,开始对中国纺织品服装出口进行新的设限,其援引的是《工作组报告书》中的第 242 段条款即所谓“纺织品特保条款”。这是中国加入 WTO 的“条件”。中国在加入 WTO

链接 1

第 242 段内容如下：中国代表同意下列规定将适用于纺织品和服务产品贸易，直至 2008 年 12 月 31 日，并成为中国加入条款和条件的一部分：

- 1 市场扰乱的存在或威胁；
- 2 在该市场扰乱中原产于中国产品的作用。

3. 在收到磋商请求后，中国同意将对这些磋商所涉及的提出磋商请求成员的一个或多个类别的纺织品或纺织制成品的装运货物，控制在不超过提出磋商请求的当月前的最近 14 个月中前 12 个月进入该成员数量的 7.5% 羊毛产品类别为 6% 的水平。

5. 根据第 4 项设立的任何限制的条件将自提出磋商请求之日起至提出磋商请求当年的 12 月 31 日止的期限有效, 或如果提出请求时该年只余 3 个月或更少的时间, 则对提出磋商请求后 12 个月结束的期限有效。

7. 不得根据本规定和议定书 草案 第 16 条的规定对同一产品同时适用措施。

一、“242 段” 纺织品特保条款 的特点

一 从时间效力上来看，“242 段”的法律效力是从中国加入 WTO 到 2008 年 12 月 31 日，进口方可在认定中国出口的纺织品产生“市场扰乱”的情况下，对中国已经取消配额限制的产品重新进行数量限制。

二 “242 段”涉及的产品为原产于中国的《ATC 协定》所涵盖的纺织品和服装产品。

三 “242 段”是中国加入 WTO 时对其他 WTO 成员做的单独承诺，是单向的。第 242 段规定其他 WTO 成员可以在一定期限内针对中国的纺织品和服装产品单独采取特别保障措施。截至目前，美国、欧盟、韩国、日本、加拿大、印度等国纷纷根据此条款进行了国内立法。

四 “242 段”规定的只是数量限制。并可以对来自中国的相关纺织品服装的出口增长率控制在 7.5% 羊毛类产品为 6% 的幅度以内。因此，直接限制了中国纺织品服装的出口规模。

五 对何种情况下为“市场扰乱”并没有具体规定，对认定“市场扰乱”也缺乏一个客观标准，这为一些滥用该条款的 WTO 成员提供了借口。与《工作组报告书》同为 WTO 协定有机组成部分的《加入议定书》第 16 条规定了“市场扰乱”的定义。那么，第 16 条的定义可否适用于“第 242 段”需要进一步法律解释，且解释的结果对中国纺织品和服装产品的出口影响巨大。

由于该项规定既清晰又严厉，而且操作简便，在 2009 年 1 月 1 日该规定失效之前，包括美国在内的世贸组织成员，一旦与中国在纺织品领域发生纠纷，可能首先会采取纺织品特保方式对中国进行制裁，而不是进行反倾销调查。

六 磋商提起国可以自主采取“设限”措施。“242 段”第 4 项规定：如在 90 天磋商期内，未能达成双方满意的解决条件，提出磋商请求的成员可根据提出磋商请求的当月前的最近 14 个月中前 12 个月进入该成员数量的 7.5% 羊毛产品类别为 6% 的水平对磋商涉及的一个或多个类别的纺织品或纺织制成品实行限制。

七 对同一种产品不得重复实施“设限”，这一点在《工作组报告书》

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a belt, a light-colored tank top, a pair of sneakers, and a handbag with a geometric pattern.

4. 特保措施的实施

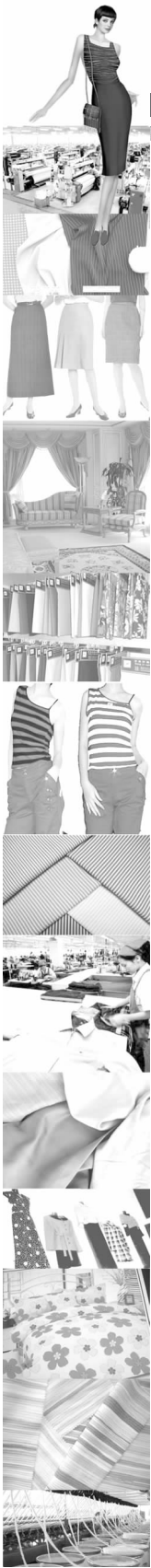
如果未能达成双方满意的解决办法，对中国纺织品与服装的特保措施将从要求磋商之日起生效，并在提出磋商要求当年的 12 月 31 日终止，除非提出要求时该年只余三个月或更少时间。如果提出要求时该年只余三个月或更少时间，特保措施将在提出磋商要求之日起一年终止。对中国纺织品与服装采取的数量限制，应是提出磋商要求的当月前的最近 14 个月中前 12 个月在磋商要求下的中国纺织品与服装产品进入美国的数量的 7.5% 羊毛产品为 6% 。

对中国纺织品和服装产品的特殊保障措施最长不能超过一年。但如果 CITA 对中国纺织品与服装由于市场扰乱威胁阻碍这些产品贸易的有序发展而做出新的肯定裁定，可以对涉案产品重新实施保障措施。

可以由以下两类之一的代表性实体提出，这些实体可以是行业协会、公司，或是注册或公认的工会或工人团体；也可以是与涉及的中国纺织或服装产品同类或直接竞争的产品的国内生产者，或者生产与涉及的中国纺织品服装产品同类或直接竞争的产品所用部件的国内生产者。

信息包括：产品描述、进口数据、生产数据、市场份额数据及额外信息。美国纺织品协议执行委员会受理此类申请后，会有 30 天的公众评论期。该委员会将在公众评论期结束后的 60 天内就是否请求与中国磋商做出决定。

95



别 350 / 650 重新实施保障措施调查的申请。之后，2004 年 12 月 22 日，美国商务部纺织品协议执行委员会 CITA 决定受理上述美国纺织组织的，于 2005 年 12 月 1 日提出的，基于损害威胁对中国胸衣和束腹产品 纺织品类别 349 / 649 重新实施保障措施调查的申请 表 3 - 2、表 3 - 3 。

表 3 - 2 2004 年美国对中国 12 类纺织品提起特别保障措施的情况

类 别	产品名称	提交申请时间	立案时间
第 347 / 348 类	棉制裤子	2004 年 10 月 8 日	2004 年 10 月 30 日
第 647 / 648 类	人造纤维裤子	2004 年 10 月 13 日	2004 年 11 月 3 日
第 638 / 639 类	人造纤维针织衬衫及裤子	2004 年 10 月 13 日	2004 年 11 月 3 日
第 340 / 640 类	人造纤维衬衫(非针织类)	2004 年 10 月 13 日	2004 年 11 月 3 日
第 338 / 339 类	棉质针织衬衫及裤子	2004 年 10 月 13 日	2004 年 11 月 3 日
第 352 / 652 类	棉制及人造纤维内衣裤	2004 年 10 月 15 日	2004 年 11 月 3 日
第 301 类	精梳纯棉纱	2004 年 10 月 27 日	2004 年 11 月 18 日
第 620 类	其他人造纤维织物	2004 年 11 月 8 日	2004 年 12 月 1 日
第 447 类	毛制裤子	2004 年 11 月 12 日	2004 年 12 月 6 日
第 222 类	针织布	2004 年 11 月 19 日	2004 年 12 月 13 日
第 350 / 650 类	袍服	2004 年 11 月 24 日	2004 年 12 月 16 日
第 349 / 649 类	胸衣	2004 年 12 月 1 日	2004 年 12 月 22 日

表 3 - 3 2005 年美国对中国纺织品提起特别保障措施的情况

涉 及 产 品	申请特保时间	案件结果
精梳纯棉纱(301 类) 棉制 / 人造纤维衬衫(非针织类 340 / 640 类) 人造纤维针织衬衫(638 / 639 类) 人造纤维裤子(647 / 648 类)	2005 年 5 月 5 日	肯定性裁决
棉制、毛制及人造纤维短袜 (332 / 432 类和部分 632 类产品)	2005 年 8 月 1 日	再次实施特别保障 措施
棉制和人造纤维女式梭织衬衫(341 / 641 类) 棉制和人造纤维裙子(342 / 642 类) 棉制和人造纤维睡衣(351 / 651 类) 棉制和人造纤维泳衣(359—S / 659—S 类)	2005 年 7 月 11 日	特保裁决时间延至 2005 年 11 月 8 日
棉制毛圈及其他起绒毛巾(363 类)	2005 年 10 月 11 日	

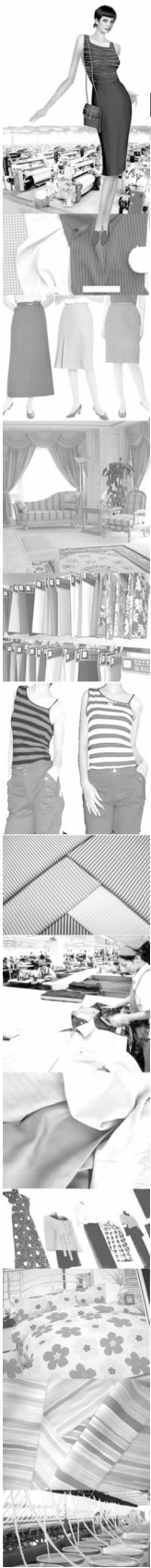
欧盟委员会于 2005 年 4 月 6 日通过了《对出口至欧盟的中国纺织品的保障措施行动指南》，即《行动指南》。《行动指南》是欧盟使用特别保障措施的一般性文件。欧盟 2003 年以前的法律并不适用于对中国使用特别保障措施，为此，欧盟 2003 年做了立法调整，关于针对中国的特保问题被加入欧盟法律文件“欧共体规章第 3030/93 号第 10 a 条 Council Regulation 3030/93 ” 中。

欧盟提出采取特别保障措施的目的：一是像孟加拉这样的小国会因中国强大的出口能力而受害；二是欧盟周边的贸易伙伴，如突尼斯、土耳其等国害怕中国，因为他们针对欧盟的 95% 出口将被中国产品取代；三是欧洲内部同类产业感到了中国竞争的压力。

2005 年 5 月 27 日，欧盟正式提出对中国亚麻衬衫等两个类型的纺织品设限，同时对中国套头衫等七种产品进行特保调查。

欧盟 《针对中国纺织品特别限制措施的行动指南》 主要内容

欧盟委员会 欧委会 根据成员国海关提交的实际进口数据进行计算。



计算主要依据产品的单位价格和一年的平均进口结构，或者是原则上不少于三个月的一段时期的进口数量为基期的按比例摊派数据 Pro - rata 。

2. 预警区

欧盟委员会公布的《行动指南》设定了预警区作为对中国纺织品是否造成市场扰乱的预先警告系统 表 3 - 4、表 3 - 5 。若进口产品数量出现快速的激增，或者任何一类产品的单位价格出现突然的下降，该类产品将有可能列入预警区。

表 3 - 4 启动磋商程序的计算公式 单位 :%

2004 年中国纺织品占欧盟纺织品进口总量的百分比 (作为 2005 ~ 2008 年警戒线适用的基数)	7.5% 以下	7.5% (不含 7.5%) ~ 20%	20% (不含 20%) ~ 35%	35% 以上
2005 年中国纺织品进口量比 2004 年进口的增长量占 2004 年进口量的百分比	100	50	30	10
2006 年中国纺织品进口量比 2005 年进口的增长量占 2004 年进口量的百分比	50	50	30	10
2007 年中国纺织品进口量比 2006 年进口的增长量占 2004 年进口量的百分比	50	50	30	10
2008 年中国纺织品进口量比 2007 年进口的增长量占 2004 年进口量的百分比	50	50	30	10

表 3 - 5 低于以下增幅水平特保措施原则上免于适用 单位 :%

2005 年配额取消的所有产品	7.5% 以下	7.5% (不含 7.5%) ~ 20%	20% (不含 20%) ~ 35%	35% 以上
2005 年中国纺织品进口量比 2004 年进口的增长量占 2004 年进口量的百分比	25	20	15	10
2006 年中国纺织品进口量比 2005 年进口的增长量占 2004 年进口量的百分比	25	20	15	10
2007 年中国纺织品进口量比 2006 年进口的增长量占 2004 年进口量的百分比	25	20	15	10
2008 年中国纺织品进口量比 2007 年进口的增长量占 2004 年进口量的百分比	25	20	15	10

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a belt, a light-colored tank top, a pair of sneakers, and a handbag with a geometric pattern.

6. 紧急程序

《行动指南》规定，在中国纺织品进口出现大量激增，以致即将对欧盟同类产业造成严重实质威胁时，紧急程序将被启动。在与中方进行正式磋商前，不进行前置调查即可实施紧急程序。

第二节 “第 16 条” 特别保障措施对中国 纺织品服装出口的制约

2009 年 1 月 1 日至 2013 年 12 月 10 日，《加入议定书》第 16 条将成为制约中国纺织品服装出口的主要因素。

《加入议定书》第 16 条又称为“特定产品过渡性保障机制”，其规定：如原产于中国的产品在进口至任何 WTO 成员领土时，其增长的数量或所依据的条件对生产同类产品或直接竞争产品的国内生产者造成威胁或造成市场扰乱，则受此影响的 WTO 成员可请求与中国进行磋商；如磋商未能使中国与有关 WTO 成员在收到磋商请求后 60 天内达成协议，则受影响的 WTO 成员有权在防止或补救此种市场扰乱所必需的限度内，对此类产品撤销减让或限制进口；或者，如果某一 WTO 成员认为其他 WTO 成员针对中国产品采取的特保措施 或中国主动采取的措施、临时保障措施，造成或威胁造成进入其市场的重大贸易转移，该成员可在防止或补救此类贸易转移所必需的限度内，针对该产品撤销减让或限制进口。该条款的适用期为中国正式加入后的 12 年，即 2001 年 12 月 11 日至 2013 年 12 月 10 日止。但在 2008 年 12 月 31 日前，中国出口纺织品服装，进口国欲提起特别保障措施时，可能以“242 段”为主，而 2009 年 1 月 1 日后，则主要以“第 16 条”为主。



链接 4

《中华人民共和国加入协定书》第 16 条
特定产品过渡性保障机制

1. 如原产于中国的产品在进口至任何 WTO 成员领土时，其增长的数量或所依据的条件对生产同类产品或直接竞争产品的国内生产者造成威胁或造成市场扰乱，则受此影响的 WTO 成员可请求与中国进行磋商，以期寻求双方满意的解决办法，包括受影响的成员是否应根据《保障措施协定》采取措施。任何此种请求应立即通知保障措施委员会。

2. 如在上述双边磋商过程中，双方同意原产于中国的进口产品是造成此种情况的原因并有必要采取行动，则中国应采取行动以防止或补救此种市场扰乱。任何此类行动应立即通知保障措施委员会。

3. 如磋商未能使中国与有关 WTO 成员在收到磋商请求后 60 天内达成协议, 则受影响的 WTO 成员有权在防止或补救此种市场扰乱所必需的限度内, 对此类产品撤销减让或限制进口。任何此类行动应立即通知保障措施委员会。

4. 市场扰乱应在下列情况下存在：一项产品的进口快速增长，无论是绝对增长还是相对增长，从而构成对生产同类产品或直接竞争产品的国内产业造成实质损害或实质损害威胁的一个重要原因。在认定是否存在市场扰乱时，受影响的 WTO 成员应考虑客观因素，包括进口量、进口产品对同类产品或直接竞争产品价格的影响以及此类进口产品对生产同类产品或直接竞争产品的国内产业的影响。

5. 在根据第 3 款采取措施之前，采取此项行动的 WTO 成员应向所有利害关系方提供合理的公告，并应向进口商、出口商及其他利害关系方提供充分机会，就拟议措施的适当性及是否符合公众利益提出意见和证据。该 WTO 成员应提供关于采取措施决定的书面通知，包括采取该措施的理由及其范围和期限。

6. 一 WTO 成员只能在防止和补救市场扰乱所必需的时限内根据本条采取措施。如一措施是由于进口水平的相对增长而采取的, 而且如该

项措施持续有效的期限超过两年，则中国有权针对实施该措施的 WTO 成员的贸易暂停实施 GATT1994 1994 年关税与贸易总协定 项下实质相当的减让或义务。但是，如一措施是由于进口的绝对增长而采取的，而且如该措施持续有效的期限超过三年，则中国有权针对实施该措施的 WTO 成员的贸易暂停实施 GATT1994 项下实质相当的减让或义务。中国采取的任何此种行动应立即通知保障措施委员会。

7. 在迟延会造成难以补救的损害的紧急情况下，受影响的 WTO 成员可根据一项有关进口产品已经造成或威胁造成市场扰乱的初步认定，采取临时保障措施。在此种情况下，应在采取措施后立即向保障措施委员会作出有关所采取措施的通知，并提出进行双边磋商的请求。临时措施的期限不得超过 200 天，在此期间，应符合第 1 款、第 2 款和第 5 款的有关要求。任何临时措施的期限均应计入第 6 款下规定的期限。

8. 如一 WTO 成员认为根据第 2 款、第 3 款或第 7 款采取的行动造成或威胁造成进入其市场的重大贸易转移，则该成员可请求与中国或有关 WTO 成员进行磋商。此类磋商应在向保障措施委员会作出通知后 30 天内举行。如此类磋商未能在作出通知后 60 天内使中国与一个或多个有关 WTO 成员达成协议，则请求进行磋商的 WTO 成员在防止或补救此类贸易转移所必需的限度内，有权针对该产品撤销减让或限制自中国的进口。此种行动应立即通知保障措施委员会。

9. 本条的适用应在加入之日后 12 年终止。

一、《加入议定书》第 16 条的特点

- 一 只针对中国产品实施的歧视条款。
- 二 只是对“市场扰乱”规定的更明确些，但具体实施时仍有很大的自由度和分歧；实施的目标更加广泛，包括所有原产于中国的产品。
- 三 实施的期限为中国加入世贸组织时起至 2013 年 12 月 10 日止。
- 四 规定了任何相关行动应立即通知保障措施委员会，相对于“242 段”

条款要更规范。

《加入议定书》第 16 条的上述特点决定了此类特保的发起同样也很容易被滥用。特别是在 2008 年 12 月 31 日“242 段”条款终止后，《加入议定书》第 16 条将成为阻碍中国包括纺织品服装在内所有出口产品的一个障碍。

二、《加入议定书》第 16 条对“市场扰乱”或“市场扰乱威胁”的认定

尽管“242 段”未对“市场扰乱”或“市场扰乱威胁”进行明确界定，但是依据中国《加入议定书》第 16 条第 4 款的规定，“市场扰乱”应在下列情况下存在：一项产品的进口快速增长，无论是绝对增长还是相对增长，构成对生产同类产品或直接竞争产品的国内产业造成实质损害或实质损害威胁的一个重要原因，包括进口量、进口产品对同类产品或直接竞争产品价格的影响，以及此类进口产品对生产同类产品或直接竞争产品的国内产业的影响。

因此，“市场扰乱”或“市场扰乱威胁”的认定，至少应该考虑以下四个因素：

1. 中国的纺织品短期内是否存在快速增长；
2. 如果是快速增长的话，它对于美欧市场的价格是不是有明显的影响；
3. 在这种情况下，进口国国内的产业有没有实质性的损害；
4. 中国纺织品快速增长与进口国国内产业的实质性损害存在因果关系。

但是，在这些实质审核标准问题上，欧美成员国往往不仅没有向中方提供详尽的数据，而且和中国对此具体事实的分析有很大的差距。

例如，欧盟在其《对中国纺织品特别限制行动指南》中预先明确设定了中国纺织品分年度的出口增长率，并作为自行启动纺织品特别限制措施调查的标准，结果造成只要欧盟成员国主观认定来自中国进口的增长超过一定幅度即可对中国产品进行调查。

表 3 - 6 为 2005 年成员方对中国纺织品出口提起采取“第 16 条”特保障措施案件。



表 3-6 2005 年成员方对中国纺织品出口提起采取“第 16 条”特保措施案件

涉及产品	国家/地区	申请特保时间	涉案金额	案件进展
毛 巾	中国台北	2005 年 9 月 26 日	2600 万美元	初步裁定不采取措施
85 个税则项下 纺织产品	哥伦比亚	2005 年 7 月 26 日、8 月 1 日、11 月 29 日	5000 万美元	部分产品于 2005 年 8 月 17 日实施 200 天临时措施
8 个税则项下的 袜子	哥伦比亚	2005 年 8 月 16 日	208 万美元	正在进行特保调查
271 种纺织品	厄瓜多尔	2005 年 6 月		实施特保措施调查

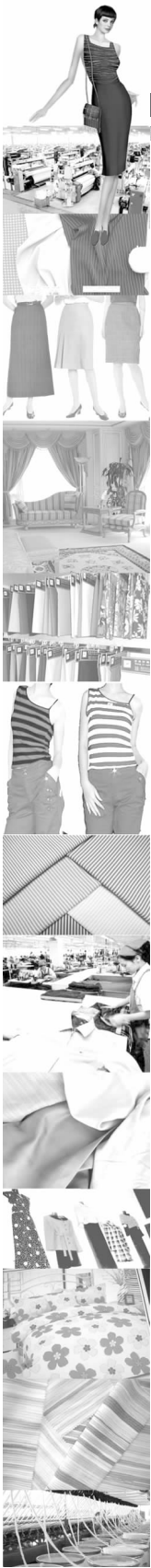
第三节 “第 15 条”对中国纺织品出口遭遇反倾销时的不利影响

《加入议定书》第 15 条规定，中国企业在入世后 15 年之内 2001 年 12 月 11 日至 2016 年 12 月 10 日止，在遭遇反倾销时将被看作具备市场经济地位，除非其能够自身证明。如果中国企业不能证明自己的市场经济地位，在 2016 年底前，世贸组织成员方可以不采用中国国内价格或成本，而是选用第三国价格 即替代国价格，计算中国反倾销涉案企业的倾销幅度。这就是所谓的“非市场经济条款”。

《加入议定书》第 15 条中关于反倾销的规定：如受调查的生产者不能明确证明生产该同类产品的产业在制造、生产和销售该产品方面具备市场经济条件，则该 WTO 进口成员国可使用不依据与中国国内价格或成本进行严格比较的方法，该规定在加入之日后 15 年终止。以上规定的通俗解释是：中国企业 包括纺织品企业 在入世之后 15 年内，即到 2016 年 12 月 10 日，将不会被看作具备市场经济地位，除非自身能够证明。也就是说，一旦遇到反倾销，中国企业将因为非市场经济地位而受到制约，这种制约要到 2016 年才能缓解。因此，那些没有被认定市场经济地位的中国企业应诉国外反倾销，将非常不利。

《中华人民共和国加入协定书》第 15 条 确定补贴和倾销时的价格可比性

4. 一旦中国根据该 WTO 进口成员的国内法证实其是一个市场经济体，则 1 项的规定即应终止，但截至加入之日，WTO 进口成员的国内法中须包含有关市场经济的标准。无论如何，1 项 2 目的规定应在加入之日后 15 年终止。此外，如中国根据该 WTO 进口成员的国内法证实



一特定产业或部门具备市场经济条件，则 1 项中的非市场经济条款不得再对该产业或部门适用。

由于中国不被视为市场经济国家，中国企业产品的国内价格就不能作为可比价格，因此，只有选择其他国家作为替代国，作为正常价格的可比价格。基于中国的“非市场经济”地位，任何成员都可以以“倾销”起诉中国企业，却不必承担举证责任，这导致“反倾销”已成为外国企业随意对中国产品设限的工具。非市场经济待遇是中国纺织企业应对国外反倾销调查时遭遇的最大障碍。

然而，即便中国企业或行业获得了“市场经济地位”，也随时面临反补贴起诉的威胁。反补贴法不适用于非市场经济国家，但可以适用于市场经济导向的行业，其后果对中国的影响范围广泛。

表 3 - 7 为 2005 年中国纺织品出口遭遇的反倾销新立案及裁决案。

表 3 - 7 2005 年中国纺织品出口遭遇的反倾销新立案及裁决案

反倾销案	国家	起诉时间	进展情况	涉案金额
艺术画布案	美国	2005 年 4 月	裁定倾销幅度从 55.78% ~ 264.09%不等	600 万美元
粘胶长丝案件	印度	2005 年 4 月	正在进行中	1689 万美元
绸 缎	印度	2005 年 1 月	正在进行中	1.81 亿美元
尼龙长丝	印度	2005 年 7 月	正在进行中	1000 万美元
粗斜纹棉布	秘鲁	2005 年 8 月	正在进行中	270 万美元
弹力丝	韩国	2005 年 11 月	正在进行中	1276 万美元
定向聚酯纱线	印度	2005 年 12 月	正在进行中	4000 万美元
化学纤维布	欧盟	2004 年 6 月	2005 年 8 月做出终裁 ,有 26 家企业获得市场经济地位并获得 14.1%的税率	4.87 亿美元
聚酯短纤	欧盟	2003 年 12 月	其中一家获得市场经济地位 ,税率为 4.9%	2900 万美元
棉机织物	秘鲁	2004 年 11 月		200 万美元

美国正在寻求修改反补贴法来对中国纺织品贸易进行制约。美国国内纺织品生产商多次指责中国纺织品享有政府补贴，并向美国政府提起对中国纺织品反补贴调查的申请。2005年7月27日，美国国会众议院以255：168票通过了经修正的美国众议院筹款委员会共和党议员英格利希提出的《美国贸易权利执行法案》，该法案里就包含着修改美国现有反补贴法，加入适用于中国的条文。美国这次修改反补贴法最终通过的可能性极大，该法案一旦通过对中国纺织品贸易的打击也是很大的。

具体到纺织品，至少在2008年年底之前，美国对中国的纺织品一般不会采取反倾销调查，因为特别保障措施更简单易行。但目前欧盟、印度、秘鲁、墨西哥等国家，已开始频繁地对来自中国的纺织品服装进行反倾销起诉。到2008年年底，甚至2016年之后，反倾销可能会越来越多。2005年国外针对中国纺织品服装的反倾销案件，其数量之多、涉案国家之广也说明了这一点。

链接 6

欧盟对原产于中国的聚酯长纤面料征收临时反倾销税

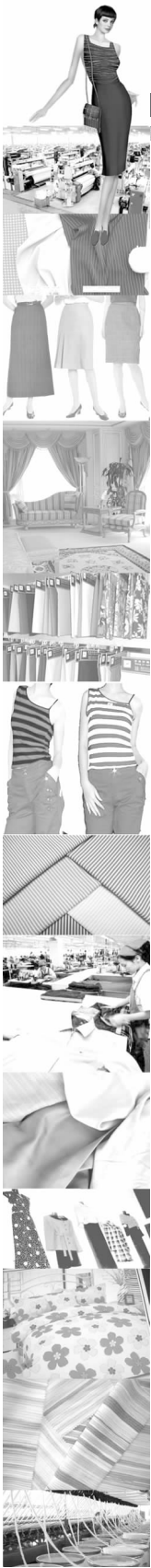
2004年6月17日，应欧盟国际使用人造和合成纤维及天然丝联合会的申诉，欧盟委员会对原产于中国的聚酯长纤面料进行反倾销调查。申诉方认为，原产于中国的上述产品以低于正常价值的价格在欧盟市场倾销并对欧盟相关产业造成了实质性损害。

在立案公告中，欧盟委员会拟选定墨西哥作为替代国以测算中国涉案产品的正常价值。但许多中国出口商对此持反对意见，认为墨西哥的生产量及生产商数量与中国相比非常有限，不应被选为替代国。同时，由于向墨西哥出口商发放的调查问卷没有得到回应，欧盟委员会决定不再以墨西哥作为替代国。欧盟委员会认为，土耳其符合作为替代国的标准，具有竞争性的市场，并从第三国进口不同规格的产品，同时，以类似的生产方式生产与中国类似的产品类型，因而，选定土耳其作为中国的替代国。

1. 市场经济待遇

在调查过程中，49家中国企业申请市场经济待遇。欧盟委员会对





49 家企业中的 8 家进行了调查，其中，3 家符合市场经济待遇的条件，其他 5 家的市场经济待遇要求被拒绝。对于其他 41 家企业，欧盟委员会对每家企业进行了单独分析，认为其中 19 家企业不符合市场经济待遇的标准。在这 19 家企业中，欧盟委员会认为 10 家在调查期内没有提交所需的必要信息，另外 9 家不符合标准。其他 22 家企业获得市场经济待遇。因而共有 25 家企业获得市场经济待遇。这些企业如表 3 - 8 所示。

表 3 - 8 获得市场经济待遇的企业

1.福州福华纺织印染有限公司	14.绍兴安城布业有限公司
2.福州 Ta Tung 纺织品有限公司	15.绍兴县嘉德纺织印染有限公司
3.杭州得力纺织有限公司	16.绍兴县鹏越纺织有限公司
4.上海远东工业有限公司	17.绍兴县兴鑫纺织有限公司
5.杭州宏峰纺织有限公司	18.绍兴 Yinuo 印染有限公司
6.杭州 Jieenda 纺织有限公司	19.吴江龙盛纺织有限公司
7.杭州 Mingyuan 纺织有限公司	20.吴江祥盛纺织染整有限公司
8.杭州申达化纤有限公司	21.浙江天源纺织印染有限公司
9.杭州 Yililong 纺织有限公司	22.浙江绍兴永利印染有限公司
10.杭州永盛纺织有限公司	23.浙江翔盛集团有限公司
11.杭州振亚纺织有限公司	24.浙江永隆实业股份有限公司
12.湖州丝得莉京诚纺织有限公司	25.诸暨博览布业发展有限公司
13.南通帝人有限公司	

2. 单独税率

调查过程中，7 家企业向欧盟委员会申请单独税率，另外 2 家由于未提供所需的必要信息而被拒绝，其中有 1 家为国有企业。欧盟委员会认为，5 家企业符合单独税率的要求。在申请市场经济待遇失败的 24 家企业中，欧盟委员会认为 13 家企业符合单独税率的要求，其他 10 家提供的数据不足，另外 1 家由于没有充分说明出口价格、数量和销售条件是否由企业自身决定而无法获得单独税率。因而共有 18 家企业获得



表 3-10 欧盟进口中国聚酯长纤面料情况

年 份	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	调查期
进口量	134554007	185488587	221465186	268129534	287748753
所占市场份额(%)	18.2	24.6	29.6	36.4	39.3
价格(欧元/延米)	1.41	1.44	1.33	1.15	1.08

注 調査期 2003 年 4 月 1 日 ~ 2004 年 3 月 31 日

表 3-11 获得单独税率的 18 家企业

1. 杭州彩虹纺织有限公司	10. 绍兴南池纺织印染有限公司
2. 杭州福恩纺织有限公司	11. 绍兴荣浩纺织有限公司 (及其相关公司 绍兴镇轻纺城纺织品进出口有限公司)
3. 杭州金胜纺织有限公司	12. 绍兴兴会纺织有限公司
4. 杭州 Xiaonshan Phoenix 工业有限公司	13. 绍兴勇大纺织有限公司
5. 杭州正大纺织有限公司	14. 绍兴天龙进出口有限公司
6. 吴江蚕花进出口有限公司	15. 浙江华港染织有限公司
7. 绍兴中国轻纺城 Somer 纺织有限公司	16. 浙江金时针织印染有限公司
8. 绍兴县凤仪纺织印染有限公司	17. 浙江 Golden tree SLK 印染和 Sandwshing 有限公司
9. 绍兴县华翔纺织有限公司	18. 浙江绍肖印染有限公司

2005 年 3 月 15 日，欧盟委员会发布公告，决定对原产于中国的聚酯长纤面料征收临时反倾销税。涉案产品为含弹力或非弹力聚酯长纤不低于 85% 的印染面料，其主要用于服装衬里、夹克、运动服、滑雪服、内衣和时尚用品等产品的生产。

2005 年，共有 18 个国家 地区 对中国发起 92 起“两反两保”调查，涉案金额 21 亿美元。其中，反倾销 49 起，涉案金额 17.9 亿美元；特别保障措施 36 起，涉案金额 2.2 亿美元；保障措施 7 起，涉案金额 0.9 亿美元。

在 2005 年频发的贸易摩擦中，中国受损害最严重的是鞋类和纺织品。欧盟对中国亚麻纱和 T 恤衫正式提出磋商请求，对胸衣等 8 种产品展开设限调查，并对另外 10 种产品实施进口监控。美国也对中国棉制裤子等 10 种纺织品实施设限，涉案产品范围扩大到 24 种，表 3-7，金额达 63 亿美元。

经过艰苦谈判，2005 年 6 月 11 日和 11 月 8 日，中国分别与欧盟、美国就中国部分纺织品和服装输往欧盟和美国达成了《谅解备忘录》，其目的是对中国部分纺织品和服装出口数量进行限制，期限至 2008 年 12 月 31 日，这次双边协定主要是针对《工作组报告书》第 242 段的“纺织品特别保障措施”的实施而达成的。

一、中欧《谅解备忘录》及《磋商纪要》

2005 年 4 月 6 日，欧盟贸易委员会公布了《对中国纺织服装类产品实施特别限制措施行动指南》，明确了欧盟启动纺织品“特保”措施的必要条件、相关程序和相应措施。

2005 年 4 月 25 日欧委会启动针对九种中国纺织品的特别限制措施调查，涉及中国 T 恤衫、毛衫、梭织裤子、女式衬衫、袜子、女式上衣、胸衣、亚麻苧麻纱和亚麻苧麻织物等纺织服装产品。

2005 年 5 月 17 日欧委会宣布即将对来自中国的 T 恤和亚麻纱启动“紧急特保”程序,并要求与中国政府立即进行磋商。2005 年 5 月 23 日,欧盟同意对由中国进口的 T 恤和麻纱启动“紧急特保”程序,要求与中国方面就这两类纺织品的进口问题进行正式磋商。中国与欧盟的磋商期为 15 天。2005 年 5 月 25 日欧盟委员会宣布,将对中国 T 恤和麻纱两类纺织品启动“紧急特保”

程序的日期推迟到 5 月 31 日，但如果在 5 月 31 日之前中欧双方就此问题达成协议，欧盟将不会启动对两类中国纺织品的“紧急特保”程序。

经过谈判，中欧于 2005 年 6 月 11 日在上海达成了《中国部分输欧纺织品和服装谅解备忘录》。在欧盟纺织品委员会 2005 年 6 月 21 日审议后，2005 年 6 月 23 日欧委会在官方网站公布了《中欧纺织品谅解备忘录》。这是双方依据中国加入世贸组织《工作组报告书》第 242 段磋商的结果。

链接 7

中欧《谅解备忘录》实施办法

2005 年 6 月 23 日

为实施欧盟委员会与中国商务部达成的《谅解备忘录》，欧盟委员会将于近日对理事会 3030/93 号法规附件进行修订。修订后的法规将于 2005 年 6 月底公布，且公布在三日后生效。根据与中方的协议，双方将采取“双边核查”的办法，即进口商需先提交中国政府签发的出口许可证，欧盟方在核实所需数量后，发放相应进口许可证。

自中国进口的纺织品服装将遵从以下规定：

1. 《谅解备忘录》未涵盖的产品进口 即已达成数量限制的十类纺织品以外的产品：管理体制没有变化，即对原先实施进口监测的产品继续发放进口监测文件，直至 或除非 欧盟委员会作出终止进口监测的决定。

2. 在 3030/93 号法规修订版生效之前的进口：维持目前的管理体制 即进口监测 不变。

3. 在 3030/93 号法规修订版生效之后，达成数量限制的十类纺织品的进口将遵从以下规定：

1 2005 年 6 月 11 日以前出运的货物：此类货物将不受《谅解备忘录》的约束，不实施任何限制，对上述进口货物将自动发放进口许可证。如果此类货物在此之前已获发进口监测文件，也可进入欧盟自由流通。

2 在 2005 年 6 月 11 日之后、3030/93 号法规修订版生效日之前出运的货物：此类货物需申领进口许可证，进口许可证将自动发放，不



受限制。但此类货物的进口数量应从双边达成的 2005 年总数量限制中扣除。

3 在 3030 /93 号法规修订版生效日之后、中国出口许可证系统启动日 2005 年 7 月 20 日 之前出运的货物：此类货物需申领进口许可证，进口数量应从双边达成的总数量限制中扣除。在此期间，如果进口数量超出了协议限制数量，将拒绝发放进口许可证。

4 2005 年 7 月 20 日 中国出口许可证系统实施日 及以后出运的货物：只有在提交了有效出口许可证、并核实仍有数量之后，才能发放进口许可证。

欧盟海关将根据在货物提单等文件上正确列明的货物出运日期，要求出示进口监测文件或进口许可证。欧盟各成员国发证机关将根据以上规定发放相应进口许可证。

3030 号法规的一般性规定 如：1.8 条款中关于样品豁免的规定，以及第 3 条中关于民间制品的规定 仍将适用。

2005 年 7 月，欧盟委员会在与中国政府就实施《谅解备忘录》和行政合作方面进行讨论之后，将考虑采取其他必要措施，为进口管理提供便利和更多灵活性。

中欧《谅解备忘录》中覆盖的十类纺织品，具体范围包括：毛衫、男裤、女衬衫、T 恤、连衣裙、胸衣、亚麻纱、棉布、床单、桌布。

中欧《谅解备忘录》中对所覆盖的十种纺织品设限时间从 2005 年 6 月 11 日至 2007 年 12 月 31 日，并明确规定了在此期间中国对欧盟十类纺织品的出口增长率和出口量，具体安排如表 3 - 12 所示。

表 3 - 12 中国输欧十类纺织品出口增长率及数量安排表

产品	单位	2005 年 6 月 11 日至年底			2005 年 可出口 总量	2006 年 增长率 (%)	2006 年 可出口 总量	2007 年 增长率 (%)	2007 年 可出口 总量
		计算基期	增长率 (%)	可出 口量					
棉布	吨	2004 年 4 月 ~ 2005 年 3 月	12.5	26217	55065	12.5	61948	12.5	69692

续表

产品	单位	2005 年 6 月 11 日至年底			2005 年 可出口 总量	2006 年 增长率 (%)	2006 年 可出口 总量	2007 年 增长率 (%)	2007 年 可出口 总量
		计算基期	增长率 (%)	可出口量					
T 恤衫	千件	2004 年 3 月 ~ 2005 年 2 月	10	150985	491095	10	540204	10	594225
套头衫	千件	2004 年 4 月 ~ 2005 年 3 月	8	68974	181549	10	199704	10	219674
裤子	千件	2004 年 4 月 ~ 2005 年 3 月	8	104045	316430	10	348072	10	382880
女式 衬衫	千件	2004 年 4 月 ~ 2005 年 3 月	8	24761	73176	10	80493	10	88543
床单	吨	2004 年 4 月 ~ 2005 年 3 月	12.5	6451	14040	12.5	15795	12.5	17770
女连 衣裙	千件	2004 年 4 月 ~ 2005 年 3 月	10	7959	24547	10	27001	10	29701
胸衣	千件	2004 年 4 月 ~ 2005 年 3 月	10	96086	205174	10	225692	10	248261
桌布	吨	2004 年 4 月 ~ 2005 年 3 月	12.5	5521	10977	12.5	12349	12.5	13892
亚麻纱	吨	2004 年 3 月 ~ 2005 年 2 月	10	1911	4309	10	4740	10	5214

为了维护中国纺织品对欧盟的出口经营秩序，合理控制出口数量，商务部于 2005 年 7 月 21 日发布公告实施对欧盟十类《纺织品出口许可证临时管理办法》。

在中国与欧盟《谅解备忘录》中，对十类产品开始设限及实施进出口许可证的时间是从 2005 年 7 月 20 日起。因此，在 2005 年 6 月 23 日协议生效之后至进出口许可证实施时，有一个月法律空档期。许多中国企业为了多出口，而导致了 2005 年 7 月 20 日中国输往欧盟十类纺织品清关，其中的五类套头衫等产品清关率已达 100%。最终引发了欧盟在 2005 年 8 月 22 日宣布对女士衬衫、T 恤衫、胸衣以及亚麻纱实施封关。

2005 年 8 月 25 日中国与欧盟在北京举行压港问题谈判。经过谈判，双方于 2005 年 9 月 5 日在北京签署了《磋商纪要》，就解决中国输往欧盟纺织品滞港问题达成一致。

链接 8

《砵商纪要》

2005 年 9 月 5 日

在《磋商纪要》中欧盟委员会详细说明了借用明年配额以及产品调剂的数量。共有 3 大类产品借用明年配额，其中毛衫 5 类 借用 9985 千件，裤子 6 类 借用 9149 千件，胸衣 31 类 借用 5810 千件。

棉布 2 类 由于使用量最少, 分别调节给 T 恤衫 4 类 4270148 件, 毛衫 5 类 13824000 件, 女士衬衫 7 类 636809 件, 连衣裙 26 类 68097 件, 亚麻纱 115 类 84740 千克。

2005 年 9 月 12 日欧委会完成了与中国滞港纺织品解决办法相关法规的制订程序，并于 2005 年 9 月 14 日生效。法规生效后，欧盟成员国可继续签发相关产品的进口许可证。2005 年 9 月 13 日欧委会正式公布解决中国滞港纺织品的相关法律规定。2005 年 9 月 14 日滞留在欧盟各个港口轮船之中的 8750 万件中国纺织品得以放行。

中国与欧盟纺织品贸易争端通过《谅解备忘录》及《磋商纪要》两个文件才最终得以妥善解决。

二、 中国与美国 《谅解备忘录》

2002 ~ 2005 年底,美国不仅完善了其国内申请及受理特别保障措施的申诉程序,还先后对来自中国的纺织品服装提出了多达 30 多起采取特别保障措施申请 表 3- 13 。虽然,最终被动用特别保障措施的仅有十余种,但为了避免更大范围地动用特别保障措施的可能性,中美之间最终在 2005 年 11 月 8 日达成并签署了《谅解备忘录》。

2005 年 4 月 4 日，美国纺织品协定执行委员会 CITA 宣布启动针对三类中国纺织品进口的保障程序后，又于 2005 年 5 月 18 日，以“市场扰乱威胁”为由，做出了对来自中国的化学纤维制针织衬衫、化学纤维制裤子、棉及化学纤维制梭织男衬衫和精梳棉纱采取纺织品特别限制措施的决定。由

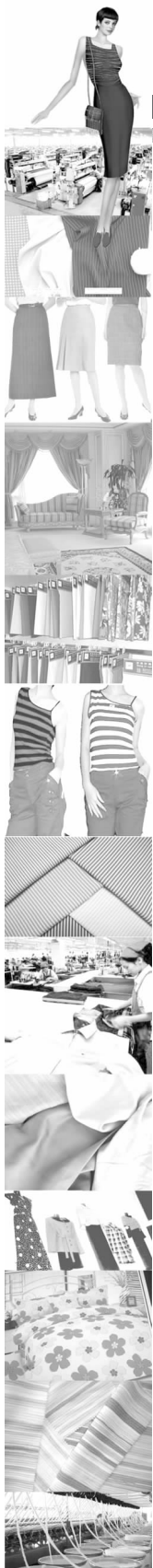


第三章 入世后，中国纺织品服装出口的贸易环境

续表

日 期	内 容
7月14日	美国纺织品协议执行委员会(CITA)同意受理由四家美国纺织业组织和工会组织于6月22日提交的针对中国产棉制及化学纤维制窗帘制品(369类部分和666类部分)的特保申请。这是今年1月1日纺织品贸易一体化以来美国政府受理的第14项针对中国纺织品的特保申请。据美方统计,2004年,中国向美国出口窗帘制品4.76亿美元
7月18日	美国纺织品协议执行委员会(CITA)宣布将决定是否对中国产620类(其他合成纤维长丝织物)进行特保限制的最终期限推迟至7月31日。同时,正式开始就中国窗帘制品的特保申请征求公众意见。公众评论期到8月18日结束
7月22日	美国纺织品协议执行委员会(CITA)宣布将决定是否对中国产447类(羊毛制男裤)进行特保限制的最终期限推迟至7月31日
8月1日	美国纺织品协议执行委员会(CITA)宣布将是否对中国产六项纺织品采取特别限制措施的最终决定期限推迟至8月31日,涉及产品包括:其他合成纤维长丝织物(620类)、毛制男裤(447类)、针织布(222类)、棉及化学纤维制袍服(350/650类)、棉及化学纤维制胸衣(349/649类)、棉及化学纤维制毛衫(345/645/646类) 同日,CITA宣布受理美国纺织业界提交的针对中国产五项纺织品的特限申请,包括:棉、毛制及部分人造纤维制袜子(332/432/632类部分)、棉及化学纤维制梭织女衬衫(341/641类)、棉及化学纤维制裙子(342/642类)、棉及化学纤维制睡衣(351/651类)、棉及化学纤维制泳衣(359-S/659-S类)。至此,今年美国政府受理了19项针对中国纺织品的特保申请
8月16~17日	中美纺织品贸易问题第三轮磋商在旧金山举行,未能达成协议
8月30日~9月1日	中国与美国纺织品贸易问题第四轮磋商在北京举行。中方代表团团长、中国商务部副部长兼国际贸易谈判代表高虎城主持并参加会谈,美方派出了以贸易代表办公室(USTR)纺织品谈判代表大卫·斯伯纳(David Spooner)为首的代表团。中方希望,双方以积极的态度寻求解决办法,为中美纺织品贸易创造稳定的贸易环境。经过三天的谈判,双方没有达成协议。美方表示,对中国两种纺织品(棉及化学纤维制胸衣、其他合成纤维长丝织物)设限,其余四种推迟到10月1日作决定
9月2日	中国商务部新闻发言人表示,中国政府坚决反对美方对两种纺织品设限的决定,同时保留在世贸组织框架下采取进一步行动的权利
9月26~28日	中国与美国纺织品贸易问题第五轮磋商在华盛顿举行。中国商务部的消息称:此轮磋商取得积极进展,但双方仍存在一些分歧。双方同意尽快举行下一轮磋商,并将通过外交途径商定磋商时间和地点
10月12~13日	中国与美国纺织品贸易问题第六轮磋商在北京举行。双方谈判代表为中国商务部外贸司司长鲁建华和美国贸易代表办公室(USTR)纺织品谈判代表斯伯纳。但双方未达成任何协议。美国纺织品协议委员会(CITA)当地时间17日宣布,对中国输往美国窗帘布的设限决定推迟到11月30日
10月31日	美国商务部对原产于中国的艺术画布作出反倾销稳定性初裁。裁定原产于中国的艺术画布以低于正常价值的价格在美国市场销售,倾销额度为55.78%~264.09%。根据初裁结果,美国商务部通知美国海关与边境保护局对涉案产品中止清关,根据初裁税率征收现金保证金





续表

日 期	内 容
10月30日~ 11月2日	中国与美国纺织品贸易问题第七轮磋商在美国华盛顿进行。美国贸易代表办公室(USTR)发布官方消息,磋商在一系列问题上取得了“实质性进展”,年底前中国输往美国袜子配额被限制在1000万打双。美方宣布,美国贸易代表办公室和中国商务部就中国袜子输美问题签署协议,将袜子的特保裁决日前由11月1日推迟到12月底,以便双方能够继续努力达成一个至2008年前就纺织品贸易的更广泛协议。 美国纺织品协议执行委员会(CITA)于11月2日决定,延期一周至11月8日裁决是否对中国产上衣、衬衫、睡衣、泳衣四类产品实施配额限制,同时考虑将对中国的毛巾设限。 此前,CITA裁定来自中国的滑雪裤不存在市场扰乱行为,并要求美国海关从今年11月1日起,取消限制措施。 美国对毛制男裤、针织布、棉及人造纤维制男女毛衫、袍服、窗帘布等五类产品的设限决定将在11月30日做出。
11月8日	中国商务部部长薄熙来和美国贸易代表波特曼在伦敦会晤,签署了《中华人民共和国政府与美利坚合众国政府关于纺织品和服装贸易的谅解备忘录》。至此,中美双方经过七轮磋商最终就纺织品问题达成协议。《备忘录》的签署将为双方企业创造稳定和可预见的贸易环境。

此，从 2005 年 6 月 17 日中美举行了第一轮正式磋商，至 2005 年 11 月 1 日止，中美之间就纺织品贸易共举行了七轮谈判。

2005 年 11 月 8 日，美国贸易谈判代表波特曼与中国商务部部长薄熙来在伦敦签署了《中华人民共和国政府与美利坚合众国政府关于纺织品和服装贸易的谅解备忘录》。协议为特保案涉及的绝大部分产品的双方企业创造了稳定和可预见的贸易环境，达到了在《工作组报告书》第 242 段下通过磋商解决贸易问题的目的。为了履行《谅解备忘录》，美国纺织品协议执行委员会对 2005 年 11 月 8 日之前未裁决的特保申请终止进行进一步考虑。

链接 9

《中华人民共和国政府与美利坚合众国政府 关于纺织品和服装贸易的谅解备忘录》

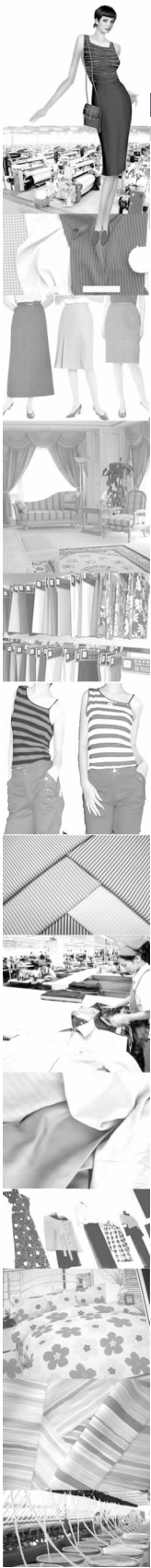
2005 年 11 月 8 日，商务部长薄熙来和美国贸易代表波特曼在伦敦签署了《中华人民共和国政府与美利坚合众国政府关于纺织品和服装贸易的谅解备忘录》。至此，中美双方经过七轮磋商最终就纺织品问题达成协议。《备忘录》的签署将为双方企业创造稳定和可预见的贸易环境。

中美双方同意在协议期内 2006 年 1 月 1 日至 2008 年 12 月 31 日，对中国向美国出口的棉制裤子等 21 个类别产品实施配额限制，包括 11 个类别的服装产品和 10 个类别的纺织产品，其中 16 个类别为 2005 年一体化产品，5 个类别为 2002 年以前一体化产品 表 3 - 14。

表 3 - 14 《谅解备忘录》中 21 个类别产品

序 号	产 品	类 别
1	棉纱、缝纫线及精梳棉纱	第 200 /301 类
2	针织布	第 222 类
3	特殊用途布	第 229 类
4	袜子(及婴儿袜)母类别 T	第 332 /432 /632 类
5	袜子(及婴儿袜)子类别 B	第 332 /432 /632 类
6	棉制针织衬衫	第 338 /339 类
7	男式及男童棉制和人造纤维非针织衬衫	第 340 /640 类
8	棉制和人造纤维套衫	第 345 /645 /646 类
9	棉制裤子	第 347 /348 类
10	棉制及人造纤维内衣	第 352 /652 类
11	棉制和人造纤维泳衣	第 359 - S /659 - S 类
12	棉制毛圈及其他起绒毛巾	第 363 类
13	纺织制百叶窗及窗幔	第 666 类
14	毛制西装套装	第 443 类
15	毛制裤子	第 447 类
16	聚酯长纤布	第 619 类
17	其他人造长纤维物	第 620 类
18	玻璃纤维织物	第 622 类
19	棉制人造纤维针织衬衫	第 638 /639 类
20	人造纤维针织裤子	第 647 /648 类
21	植物纤维裤子	第 847 类





协议产品 2006 年的基数基本上是 2005 年有关产品美国从中国的实际进口量，2007 年和 2008 年基数均为上一年度全年协议量。

协议产品 2006 年增长率为 10% ~ 15%，2007 年增长率为 12.5% ~ 16%，2008 年增长率在 15% ~ 17%。

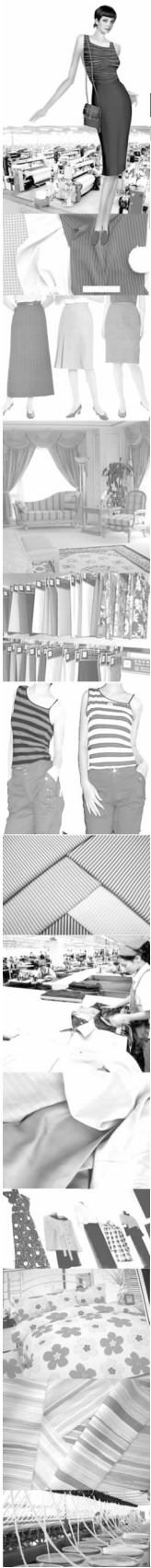
对协议外产品，美方将克制使用《中国加入 WTO 工作组报告书》中第 242 段条款。美国对协议签署日之前因“242 段”设限个案造成的卡关货物立即放行，不计入协议量。

中美纺织品协议将于 2006 年 1 月 1 日正式生效，于 2008 年 12 月 31 日终止。

《备忘录》中对协议外产品，美方承诺将克制使用《工作组报告书》的第 242 段条款。美国对协议签署日之前因“242 段”设限个案造成的卡关货物立即放行，不计入协议量。基于以上考虑，2005 年 11 月 8 日美国宣布，CITA 已终止对所有未裁决的纺织品特保申请的评估进程，取消特保申请裁决的 24 个类别的纺织品 表 3 - 15 。其中，350 / 650 类 袍服 、 351 / 651 类 睡衣 不属于中美纺织品协议涵盖产品。

表 3 - 15 取消特保申请裁决的 24 个类别的纺织品

类 别	产品描述	类 别	产品描述
222	针织布	351 / 651	棉及人造纤维制睡衣
226	计司布	352 / 652	棉及人造纤维制内衣
301	精梳棉纱	359 - S / 659 - S	棉及人造纤维制泳衣
332 / 432 / 632pt	棉、毛及人造纤维制袜子	363	棉制毛巾
338 / 339	棉制针织衬衫	369pt / 666pt	窗帘及帷幔
340 / 640	棉及人造纤维制男梭织衬衫	443	男式毛制西服
341 / 641	棉及人造纤维制女梭织衬衫	447	男式毛制裤子
342 / 642	棉及人造纤维制裙子	619	聚酯长丝织物
345 / 645 / 646	棉及人造纤维制毛衫	620	其他合成长丝织物



续表

时 间	国 家	涉及产品	涉案金额 (万美元)	结 果
2002 年 12 月	土耳其	中国产的化纤毯和 膝毯		征收 4 美元 / 千克的反倾销税
2003 年 4 月	欧盟	聚酯切片		
2003 年 5 月	南非	丙烯酸织物	400	2004 年 11 月裁决零税率
2003 年 7 月	秘鲁	混纺棉丝绸布		
2003 年 10 月	印度	帘子布	1800	2004 年 8 月初裁 征收 41% 的反 倾销税
2003 年 12 月	欧盟	聚酯短纤	2500	2004 年 12 月初裁 , 1 家企业获市 场经济地位 税率为 4.9%
2004 年 2 月	土耳其	含金属纱线	113	征收反倾销税
2004 年 6 月	土耳其	聚亚氨酯	600	征收 1.2 ~ 2.2 美元 / 千克的反 倾销税
2004 年 6 月	印度	窄织布	30	初裁征收 355% 的反倾销税
2004 年 6 月	欧盟	化学纤维布	48700	初裁 26 家企业获市场经 济地位 征收 14.1% 的税率
2004 年 6 月	欧盟	聚酯长纤机织物		
2004 年 10 月	印度	丝绸织品		
2004 年 11 月	秘鲁	棉机织物	200	2005 年初裁
2004 年 10 月	墨西哥	棉纱制品涉及 403 个税号		继续征收反倾销税
2004 年 11 月	墨西哥	婴儿服装和衣着附 件	390	反倾销复审
2004 年 10 月	巴西	棉机织物		
2004 年 12 月	土耳其	起绒机织物和绳绒 织物	6800	2005 年初裁
2004 年 12 月	土耳其	聚酯切片		
2005 年 1 月	印度	绸缎	18100	
2005 年 4 月	印度	粘胶纤维纱线	1689	
2005 年 4 月	美国	艺术画布	600	裁定倾销幅度从 55.78% ~ 264.09% 不等

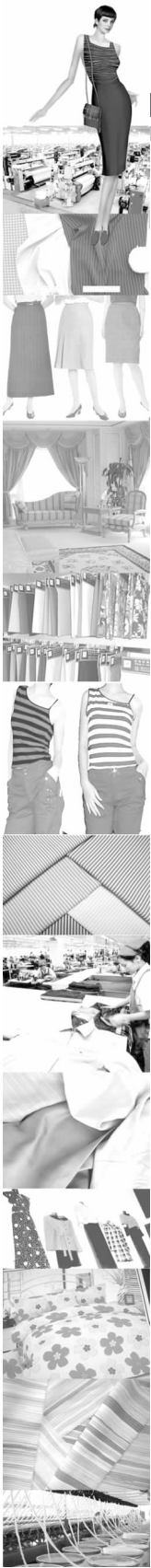


续表

时 间	国 家	涉及产品	涉案金额 (万美元)	结 果
2005 年 5 月	美国	涤棉印花布		继续征收反倾销税
2005 年 7 月	印度	尼龙长丝	1000	
2005 年 8 月	秘鲁	粗斜纹棉布	270	
2005 年 12 月	韩国	弹力丝	1276	

表 3 - 17 2002 ~ 2006 年主要进口国提起的针对中国纺织品服装特别保障措施案

时 间	国 家	涉及产品	涉案金额 (万美元)	限制类型
2002 年 9 月	委内瑞拉	对包括中国在内的 16 个国家和地区进口的服装进行保障措施立案调查		2003 年 4 月委内瑞拉当局取消了保障措施
2003 年 10 月	秘鲁	106 个税目下的纺织品服装		实施 200 天的临时性特保措施
2003 年 11 月	美国	针织布(类别 222)、胸罩(类别 349/649)、袍服(类别 350/650)		
2004 年 7 月	美国	棉制、毛制、化学纤维制袜子	0.91	采取特保措施
2004 年 10 月	美国	棉制裤子	2.8	
2004 年 11 月	美国	化学纤维制裤子、棉制针织衬衫、化学纤维制针织衬衫、棉及化学纤维制男式梭织衬衫	8.19	
2004 年 11 月	美国	棉及化学纤维制内衣	1.2	
2004 年 11 月	美国	精梳棉纱	0.0451	
2004 年 11 月	美国	针织布		延长特保措施
2004 年 12 月	美国	其他合成纤维长丝织物	0.0657	
2004 年 12 月	美国	毛制男裤		
2004 年 12 月	土耳其	42 种产品 ,其中包括纺织品		实施特保措施
2005 年 4 月	欧盟	9 类纺织品		



后配额时代的中国纺织服装业

续表

时 间	国 家	涉及产品	涉案金额 (万美元)	限制类型
2005 年 5 月	美国	精梳棉纱		
2005 年 5 月	欧盟	亚麻或苧麻纱		
2005 年 5 月	美国	棉制和人造纤维窗帘		
2005 年 7 月	土耳其	8 种纺织品为 :棉梭织布、再生纤维长纤梭织布、梭织桌巾和浴巾、羊毛梭织布、梭织围巾、无纺布涂层布、亚麻和苧麻织物		
2005 年 7 月	厄瓜多尔	对中国 271 种纺织品		
2005 年 7 月 26 日、8 月 1 日、11 月 29 日	哥伦比亚	共 85 个税号的纺织品	5000	部分产品于 2005 年 8 月 17 日实施 200 天临时特保措施
2005 年 8 月	哥伦比亚	8 个税则项下的袜子	208	
2005 年 9 月	中国台北	毛巾	2600	初步裁定不采取措施
2005 年 11 月	哥伦比亚	套头衫、内裤和胸衣		
2005 年 11 月	土耳其	42 个类别的纺织品		重新开始实施临时配额数量限制
2006 年 1 月	哥伦比亚	针织或钩编 T 恤衫(汗衫和其他背心)		展开特保调查

第四章

纺织品服装的国际贸易壁垒

2005 年 1 月 1 日，世界贸易组织《ATC 协议》的终止，标志着全球纺织品服装贸易进入到一个新的历史发展阶段。长达 40 年之久的纺织品服装出口数量限制最终不复存在，纺织品服装国际贸易环境正在改变。在传统的关税和非关税壁垒不断消除的同时，纺织品服装主要进口国家从本国的利益出发，为了限制进口，纷纷采取隐蔽性更强、透明度更低、更不易监督和预测的保护性措施，以阻止大量的发展中国家的纺织品服装的涌入。

链接 1

纺织品服装配额历史

纺织品贸易设限溯自 1936 年，当时日本出口至美国的棉纺织品激增，双方商定“君子协定”，由日本自行限制纺织品的出口。第二次世界大战后，《关税与贸易总协定》GATT 于 1947 年成立，标榜扩大全球贸易，最终目标为贸易自由化。但纺织品适用例外规定，允许歧视性配额制度的存在。所谓歧视性配额制度，系指按个别出口国实施配额管制，这一方式背离了《关税与贸易总协定》禁止数量限制及最惠国待遇两项重要原则。

在纺织品贸易设限史上，最具设限效果的，应首推《多种纤维协议》MFA。《多种纤维协议》是在主要进口国的努力下，于 1974 年生效，并历经五次展延至 1994 年，期间长达 21 年，接替《多种纤维协议》的是《ATC 协议》。

1986 年，关贸总协定将纺织品回归自由贸易的议题纳入乌拉圭回合谈判，此后决定成立世界贸易组织取代《关税与贸易总协定》。1995





年，世贸组织成立，根据世贸组织《ATC 协议》规定，2005 年 1 月 1 日全面取消纺织品配额。

在《多种纤维协议》一再延展的先例下，引发了 WTO 成员对《ATC 协议》是否可以延长的置疑，但《ATC 协议》第九条规定，此协议生效十年后终止，不得延长。《ATC 协议》最终还是于 2005 年 1 月 1 日被终止，至此，全球纺织品服装贸易进入到一体化时期。

由于纺织品服装较为敏感，许多进口国以各种各样的方式加以限制，常见的贸易壁垒有：技术壁垒、绿色壁垒。近年来又掀起了针对劳动密集型产品的社会责任标准。为了区分来自不同国家的产品，发达国家对纺织品服装进口规定了严格的原产地规则。随着地区经济一体化的盛行，美国和欧盟广泛地签署与纺织品服装有关的区域性优惠贸易安排。这些都将对中国未来纺织品服装的出口造成影响。

美国、欧盟、日本是全球纺织品服装的最大进口国家和地区，并建立起较为完善和严格的贸易制度体系。三大进口市场的各种限制措施，对包括中国在内的广大的纺织品服装出口的发展中国家来说，已构成了阻碍纺织品服装出口的技术性贸易壁垒和绿色壁垒。

技术性贸易壁垒属于非关税壁垒。随着卫生与安全标准、生态环境标准和检验检疫制度日益盛行，绿色壁垒已从技术性贸易壁垒中分离出来，成为一种新型的非关税壁垒。

发达国家的技术标准主要分三大类：一是物理要求。包括结构分析、尺寸稳定性、色牢度、强度、缩水率等；二是化学要求。指 pH 值、重金属含量、甲醛含量、偶氮类染料分析、酸碱度、五氯苯酚、杀虫剂残留量等；三是标准认证。包括 ISO 国际标准、欧盟以及美国各自的标准等。

在本书中，对于纺织品服装的技术性贸易壁垒的界定，主要指纺织服装产品的技术标准、认证制度、包装和标签要求、安全要求等法律法规；而纺织品服装的绿色壁垒则侧重于产品的生态环境标准、消费安全、绿色认证制度等规定；社会责任标准关注的重点，是产品的生产者及其生产劳动条件 表 4 - 1 。

目前，日本对纺织服装进口主要是对产品本身质量检验、消费安全等技

比较内容	技术性贸易壁垒	绿色壁垒	社会责任标准
侧重点	对最终产品的技术要求	对产品以外生态环境和消费者自身的影响	对产品生产者和劳动条件的要求
实质性内容	安全标准、卫生标准、包装意识、信息技术标准	环境技术标准、多边环境协议、环境标志、环境管理体系标准、绿色补贴	劳动标准、劳工权利、劳动者待遇、社会保障
主 体	产品	环境	生产者
保护的對象	最终产品	产品生命周期,包括原料、加工、消费、消亡全过程	生产加工过程中对生产者的保障

无论是技术性贸易壁垒，还是绿色壁垒已成为国际纺织品服装贸易中最隐蔽和难以对付的非关税壁垒，也是各国采取的主要贸易保护手段，具有广泛性、系统性、合法性、双重性、隐蔽性、灵活性和争议性等特点，在一定程度上影响了中国纺织品服装的出口。

技术性贸易壁垒 Technical Barrier to Trade - TBT，是指进口国或地区采取强制性和非强制性的技术法规、标准和合格评定程序，以及旨在检验进口货物是否符合这些技术法规、标准和认证，这些措施或法规主观或客观地成为外国商品自由进入本国市场的障碍。

127

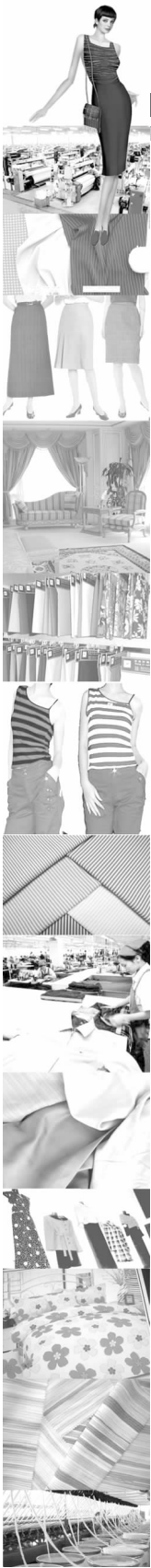


表 4-2 美国、日本、欧盟与纺织品相关的技术性贸易措施

美 国	日 本	欧 盟
《易燃织物法》 《纺织纤维规格及标签法》 《成衣洗涤标签法》 《羊毛产品标签法》 《毛皮产品标签法》	《纺织品质量标签法》 《纺织品护理标识符号及其他标识方法》 《有害物质管制法》 《消费品安全法》 《产品责任法》 《家庭用品品质标签法》	《92/59/EEC》(产品通用安全要求) 《76/74/EC》(纺织品标识法规)

如果出口国的商品未能达到进口国相关规定，就无法进入该进口市场。由此，这些技术法规、技术标准、合格评定程序成为技术性贸易壁垒，阻碍了一些国家的出口，最终达到限制产品进口的目的。

美国、日本、欧盟三大进口市场都对纺织品服装进口制定了严格的技术性贸易措施，涉及的范围广泛，要求严格，对于违反上述产品技术性法规的生产者、进口商、经销商都予以严厉的处罚，并由此使对方承担法律责任和民事罚款。如美国对违规行为处以不高于 2000 美元的罚款，对违法行为的罚款金额高达上百万美元。

一、美国实施的与纺织品服装进口有关的技术性贸易措施

一 对纺织品标签的要求

美国纺织品涉及标签的规定与法案有：毛纺织品标签法案、纺织纤维规格及标签法案、包装标签法案和成衣水洗标签法案等。美国联邦贸易委员会 FTC 规定，纺织品服装标签必须提供纤维成分含量、原产国标识 如 Made in China 、制造商、进口商和经销商等内容。

布匹标签必须提供产品日常护理说明。FTC 还规定，成衣护理标签必须提供其洗涤、烘干、熨烫、漂白过程所适用的方法和注意事项，并明确要求该标签不能单独使用符号，要运用清楚明了的语言来警示和说明等。

纤维含量标签和产品标签

1. 美国联邦贸易委员会 FTC 对纤维含量标签的要求
 - 1 需注明一种或多种纤维的构成或组成；
 - 2 需注明其中不同纤维的重量百分比；
 - 3 需注明制造商姓名或 FTC 的识别号码。
2. 美国联邦贸易委员会对产品标签的要求
 - 1 羊毛产品标签：羊毛类型、重量百分比；
 - 2 纤维纺织品规格及标签：产品中纤维的名称、所占比例、原产地；
 - 3 包装标签：纺织品尺寸、成分、原产地；
 - 4 服装水洗标签：洗涤、晾干、干洗、漂洗、熨烫方法。

美国联邦贸易委员会对水洗标签的顺序及钉缝位置规定了较详细的要求。

- 129

4 标明产品在一般情况下的基本水洗方法，其顺序为：洗涤、漂洗、晾干、熨烫、干洗。

二 纺织品的阻燃性标准

美国的阻燃性相关法规有：加利福尼亚州州法、波士顿消防法、纽约市消防法、联邦航空局飞机消防规定及美国联邦危险物品法等。1953 年美国国会颁布的《易燃纺织品法案》，1967 年进行了修订。该法包括五种纺织品易燃性标准：

- 1 服装用纺织品易燃性标准；
- 2 儿童睡衣易燃性标准；
- 3 地毯与毡毯表面易燃性标准；
- 4 小块地毯与毡毯表面易燃性标准；
- 5 床垫与床褥易燃性标准。

纺织品的易燃程度规定以保证家庭、住户人身生命安全为目的。如床单易燃程度低于 1/10 秒。美国对进口服装的阻燃测试中,动植物纤维服装必须进行测试,燃烧时间超过 7 秒为一级,不足 7 秒为不安全产品,作退货处理。

链接 3

消费者产品安全委员会 CPSC 对部分纺织品阻燃的要求

1. CPSC 对平布和起毛布的阻燃性要求分为三级
 - 1 一级为正常阻燃性：平布 3.5 秒或超过 3.5 秒火焰蔓延时间；起毛布超过 7 秒火焰蔓延时间。
 - 2 二级为中等阻燃性：主要对起毛布而言，火焰蔓延时间在 4~7 秒之间。
 - 3 三级为燃烧速度快而猛烈：平布火焰蔓延低于 3.5 秒；起毛布火焰蔓延低于 4 秒。

三级原料美国禁止进口。

上述标准也适用于帽子、手套、袜子及里布。其中里布作为服装衬



里时，不用检验；作其他使用时，必须和其他纤维一样进行检测，然后定级。

2. 儿童睡衣阻燃性新修订

1995 年 9 月 9 日，CPSC 发布了儿童睡衣阻燃性标准修正案，对儿童睡衣市场影响较大。主要内容为对于小于九个月婴儿的睡衣阻燃性没有要求；所有紧袖口的睡衣，包括九个月以上婴儿睡衣的阻燃性没有特别要求。修正案 1997 年 1 月 1 日开始生效。

上述 CPSC 关于阻燃的修订适用于普通服装、儿童睡衣、地毯、床垫及其垫料，不适用于帽子、手套和里子布。

三 纺织品服装养护标签要求

养护标签对消费者选购商品时十分必要。如洗涤方式说明，包括手洗、干洗和机洗等；警示标签，如“不可熨烫”、“单独洗涤”、“仅可干洗”等；水温范围标示，如“≤147°F 36 ”等。

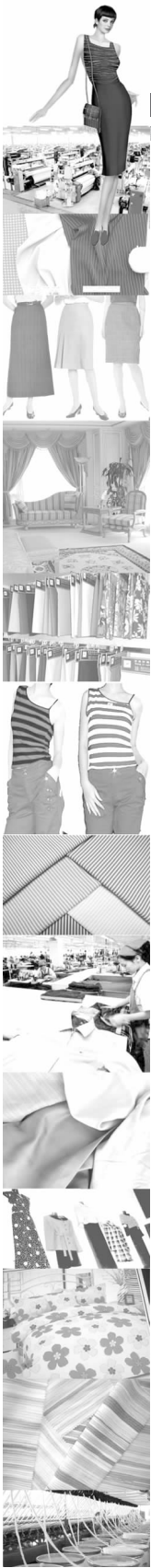
四 纺织品布匹外观疵点评分

美国纺织品布匹外观疵点评分标准通常为“四分”制和“十分”制两种。而针织面料多采用“四分”制，其方法是用肉眼在特定的光源下评价布面的质量，按疵点尺寸大小危害程度定分，制定依据以百码评分不超过指定分为合格。美标“四分制”见表 4 - 3。

表 4- 3 美标“四分”制评分依据

评 分 数	1	2	3	4
疵点尺寸大小[英寸]	3 及以下	3 以上~6 以下	6 以上~9 以下	9 以上

1. 对于严重疵点，每码疵点评 4 分。例如，无论直径大小，所有破洞评 4 分；
2. 对于连续出现的疵点，如色差、窄幅或折痕、棉点，每码评 4 分；
3. 每码疵点评分不得超过 4 分。



原则上每卷布经检查后，便可将所得的分数加起来。然后按客户可接受水平来评定合格与否。如按下面公式计算出每卷布的百平方码的分数：疵点总分数 × 36 × 100 / 总重量 / 码重 × 可裁剪的布匹宽度 = 每 100 平方码的分数

与中国国家标准不同的是，美国国家标准规定“所有看得见的疵点都要计分，不分直向横向按长度计分”。而中国国家标准规定按疵点严重程度计分，如同样长度的疵点，明显的计分多于不明显的。

五 美国服装商业规格尺寸公差

美国根据针织结构特点以及长度的不同计量单位，对服装的规格尺寸公差提出的要求如表 4 - 4 所示。

表 4- 4 美国服装商业规格尺寸公差

服装分类	英 寸		厘 米	
	尺 寸	公 差	尺 寸	公 差
针 织	5 以下	± 1/4	15 以下	± 1/2
	5 ~ 25	± 1/2	15 ~ 65	± 1
	25 ~ 50	+ 1 , - 3/4	65 ~ 130	+ 5/2 , - 2
	50 以上	+ 3/2 , - 1	130 以上	+ 3 , - 2

二、日本实施的与纺织品服装进口有关的技术性贸易措施

日本的消费者对于服装品质已经到了近乎苛求的程度，因而日本贸易商对于服饰品的品质要求亦非常苛刻。日本市场的纺织品质量标准与欧盟、美国相似，但多数指标稍高于欧盟、美国。日本几乎不允许商品有缺陷，不接受质量低劣的商品。因此，出口日本的商品由于质量不符合要求，而退货及索赔的情况时有发生。

日本纺织品的质量检测工作由各级检测机构质监部门按有关法令、法规、标准、标记监督控制执行。日本纺织品通过设置不同的质检机构，构成

纵横交错的纺织品质量监督网络 and 比较完整的质量保证系统。日本纺织品检验实行工贸一体，主要由日本经济产业省检查所和近 20 个纺织行业检查协会组织承担。

链接 4

日本纺织品质检机构介绍

1. 经济产业省检查所

经济产业省 原通商产业省 检查所是政府办的综合性质检机构，它主要承担真丝、粘胶长丝、醋酯纤维、铜氨纤维和刺绣品等五种纺织品的出口检验。同时还承担消费者投诉、市场商品质量监督检验及纺织品标准起草、制 修 订工作，并对财团法人的检查协会在业务技术上进行指导。

2. 财团法人的检查协会

日本目前有近 20 个纺织品财团法人的检查协会，分别是化学纤维、染色、针织、毛织品、缝纫、麻织品、铺垫织物、毛巾和缝纫线等。财团法人的检查协会经济独立，是不追求利润的民间组织，由经济产业省认证并监督指导。这些检测机构承担纺织品的生产厂和进出口商的委托检验，同时也参加纺织品标准的起草、制 修 订，以及试验方法和部分试验仪器的开发研究工作。财团法人检查协会主要按专业划分，但非常注重在竞争中树立信誉，以技术取胜。

3. 工业企业质检部门

工业企业 公司、生产厂 质检部门的主要任务是新产品的开发和评价，其设立较完备的试验室，对纺织原料、面料、服装和装饰用品进行检验评价。日本有些公司还专门建立了考核化学纤维产品服用性能的试验室，可模拟人穿着服装，由此进行对风、雨、雪条件下纺织品服用性能的检验。日本纺织行业各生产厂都有自己的质检部门和检验人员，检查员由厂长推荐，检查协会认可。质量控制指标一般都高于 JIS 标准要求。

4. 销售部门质检机构



销售部门质检机构的宗旨和任务是保证消费者利益、监督经销商品的质量、提高和树立自身的信誉和形象，由此起到消费者对纺织品质量要求的信息反馈作用，以促进纺织品质量不断提高。销售部门的质量标准要求也高于 JIS 标准。

一 纺织品服装的残断针检验

出口日本的纺织品服装一律要求进行残断针检验，其后再粘贴验针标志认证检验方可进口。由于生产过程中管理不善，服装等缝制品中往往会有残断针 包括缝针、大头针等 存在。20 世纪 80 年代，因服装中残断针所造成的消费者伤害事件频频发生，这促使日本政府以立法形式颁布消费者权益保护法规，以加强对残断针的控制。根据日本法规，生产、经销的产品如有残断针存在，其生产者、销售者都将受到重罚，如给消费者造成伤害还要进行赔偿。日本服装进口商为避免因残断针造成的经济损失，不仅要求生产商在产品出厂前进行检针，还专门设立检品工厂从事检针工作。对经检针合格的产品，悬挂或加贴检针标志。

链接 5

日本纺织品的检验模式

1. 流通领域质量抽查

日本非常重视流通领域的产品质量，如日本经济产业省经常定期对企业、流通领域进行质量抽查，然后公布检查结果。日本纺织品的高质量除了得益于严格和系统的质量保证体系外，其相关的法令、法规、标准、标记要求也很完善，对产品质量也起到了重要的监督和保证作用。

2. 内在质量检验

日本纺织品的内在质量检验项目通常有：染色牢度 如耐日光、耐洗、耐摩擦、耐汗渍等；织物强力、尺寸变化率；抗起球性；防水性及纺织品游离甲醛含量等。日本比较重视纺织品的安全性能考核。

对服用性能的考核，日本标准有一定灵活性，即视产品加工工艺不同分别制定。日本对织物强力指标的考核则根据产品的使用要求而定。例如，对旅馆用每天换洗的床单等产品，只规定是否经得起若干次机械洗涤。

日本纺织品的外观质量检验标准比较侧重于产品的实用性能，要求从整体效应考核。如生协联制定的家用纺织品质量标准，对外观质量标准的规定为“无异常情况”而没有各种疵点的规定条文。所谓“异常情况”，就是当观察检验产品时，对不明显的色点和花位差异等疵点不作考核，只对明显影响外观的色渍、黄斑、油污、严重色差和折皱等方面进行考核与评分。

“Q” Quality 标记是日本的优质产品标志，实施于 1920 年。是由对纤维制品检查具有丰富经验的、公正的第三者代替消费者对制品进行综合检查，对品质达到一定标准以上的产品施加“Q”标记。该标记的管理按“Q”标记管理委员会的有关规则进行，对产品的检查由有关纤维制品的检验机构进行。其检查内容主要有：

- 135

否合适。

打有“Q”标志的商品如果发生质量问题，可以直接向“Q”标志管理委员会反映。打有 JIS 标志的产品，其加工质量则受到政府保证。在日本，标准和标志是衡量产品质量的一把尺子，其法令、法规和标准不是一成不变的，它随着新产品的开发及科技的发展，在不断补充、完善和修改，以保证其 JIS 标准的先进性、科学性和权威性。

三 “麻标记” 认证检验

“麻标记”是按日本麻纺织协会规定的协会标准，其目的是为推荐使消费者放心的麻制品而施加的品质保证标记，一般用“麻 100%”或“麻混纺”等字样标记。麻的品种很多，目前在服装上施加标记的仅有“苧麻”和“亚麻”两种，该标记的认证检验也规定了混用比例的标准。

四 SIF 标志认证检验

SIF 标志是对优秀制品予以认可和推荐的标志。SIF 标志是由经日本通商产业省认可的，负责服装测试和检查的综合性检查机构——缝制品检查协会，对符合协会标准的产品予以认可的标志，制定于 1972 年 1 月。SIF 标志是取自“财团法人缝制品检查协会”的英文名称 Japan Sewing Goods Inspection Foundation 的字头 S. I. F 设计的。

SIF 派遣拥有专业知识的检验人员定期赴工厂综合检查成品的裁剪、缝制、整理、质量等达标情况，同时按家庭用品品质标记法检查标记，并根据检查结果对缝制各工序等有关品质管理的各项进行各种巡回指导后，仅对优质制品予以认可和推荐。SIF 有自己的品质标准和检验标准，认证检验的主要内容有：

- 1 外观检验：包括标记、外观；
- 2 耐洗涤性：包括实用洗涤性能、洗涤后的外观、起皱、洗涤缩水率；
- 3 耐干洗性：染色牢度试验；
- 4 物理性能试验：包括断裂强力、撕裂强度、胀破强度、缩水率、起球性、脱绒、甲醛残留量、缝纫强力、缝纫抗滑脱试验等；
- 5 辅料的性能：检验标准主要是针对成衣缝制各工序的检验。检验内容则有外观、性能、材料、缝线、裁剪、花型、锁眼、钉制、加固、拉链、缝

头、拆边、肩衬、褶裥加工、袖缝、褶裥、装饰、缝线密度、缝制、整理、尺寸及标识等。

五 对服装强制性标签要求

在日本《纺织品质量标签法》中，对纺织品的标识内容及方法进行了强制性的要求。法规规定在日本销售的服装的标签上必须标识以下内容：纤维成分、家庭洗涤方法、产地、生产者、经销商的名称。

三、欧盟实施的与纺织品服装进口有关的技术性贸易措施

欧盟的纺织品和服装标准、法规主要有：条例 regulations、指令 directives、决议 decisions、建议和意见 recommendations and opinions 四种形式，其中建议和意见虽不具有约束力，但影响很大。

一 欧盟对纺织品纤维成分标签的规定

为了便于消费者识别和了解纺织品的纤维成分，保护消费者不受不真实的标识的欺骗，欧盟于 1996 年制定了严格的有关纺织品标识的法规 96 / 74 / EC，其中规定了各个纺织纤维的标准名称以及在服装中的标识方法。该法规在欧盟实行统一的纺织品纤维名称，只有符合本指令规定的纺织品，才允许在欧盟市场销售。

法规对纺织纤维名称统一规定，以规范欧盟市场上纺织品服装的纤维成分的名称。如：只含一种纤维的纺织品，才能用“100%”、“pure”的字样；

对羊毛名称及羊毛混纺产品的标识规定，如羊毛混纺中羊毛含量不少于 25%。但欧盟各国又有其各自的标签规定。比如法国规定服装含毛率只需达到 85% 以上就可以算作纯毛服装了；而比利时规定含毛率必须达到 97%；联邦德国则要求更高，含毛率必须达到 99% 时，才能称为纯毛服装。

二 易燃性标签法规

欧盟没有统一的易燃性标签法规，各国自由规定。“延迟燃烧”是欧盟



国家对睡衣提出的新要求，产品出口时必须贴有“延迟燃烧”或“远离火源”字样的标签。

三 公制标记

关于公制标记，1999 年 12 月 17 日欧盟部长会议达成一致，公制法令推迟执行“公制唯一”至 2010 年 1 月 1 日，欧洲销售公司可继续使用公制和英制。对于不符合产品标记规定的产品，欧盟成员规定不尽相同。如瑞典规定，到达前未标记的商品必须在到达后 30 天内正确标记，未正确标记的产品，可重新出口 在海关监督下，货到后 30 天内，如果未正确标记，也未重新出口，货物将被没收。

四、羊毛标记认证检验

纯羊毛标记的拥有者，国际羊毛局成立于 1937 年，目前已发展成为一个国际性组织。国际羊毛局目前拥有的羊毛产品标记有“纯羊毛标记”、“高比例混纺标记”、“羊毛混纺标记”三种。上述三种标志的产品除了羊毛含量，其产品的标准是一样的，只有质量完全达到国际羊毛局品质要求的产品才能使用国际羊毛局羊毛产品标记。各种羊毛标记的毛纤维含量是：使用纯羊毛标记要求纯羊毛不少于 93%；使用高比例混纺标记，羊毛含量不得少于 50%；使用羊毛混纺标记要求羊毛含量介于 30%~50% 之间。

第二节 纺织品服装国际贸易中的生态标准与绿色壁垒

“生态纺织品”的概念是由 1991 年国际纺织品生态学研究检测协会颁布的“Oeko - Tex Standard 100”中首次引入的。生态纺织品是指那些采用对周围环境无害或少害的原料制成的，并对人体健康无害的纺织产品。



链接 6

生态纺织品的含义

1. 生态纺织品有三层含义

1 使用后的废弃物处理。包括两个方面：一是对使用后纺织品回收利用、再循环使用，以及废弃处理中，采用对环境影响尽可能小的方式；二是采用有利生态环境的新纤维做纺织原料。

2 生产过程中的处理。指在纤维的生产中尽量减少对环境的影响，如天然纤维的种植过程中减少或取消肥料、生长调节剂、落叶剂等的使用；化学纤维的清洁生产；同时在纺织品加工过程中，减少染料、助剂以及能源、水资源的耗用等。

3 产品对使用者无害。即污染物的残留对消费者健康和安全的影
响较小。

2. 生态纺织品应符合以下技术要求

- 1 产品不得经过有氯漂白处理；
- 2 产品不得进行防霉蛀整理和阻燃整理；
- 3 产品不得添加五氯苯酚和四氯苯酚；
- 4 产品不得有霉味、汽油味及有毒的芳香气味；
- 5 产品不得使用分解为有毒的芳香胺染料、可致癌的染料和可能引起过敏的染料；

6 产品中甲醛含量、可提取重金属含量、浸出液 pH 值、色牢度及杀虫剂留量均应符合要求。

绿色壁垒是绿色贸易壁垒 Green Trade Barrier 的简称，又称环境壁垒 Environment Barrier，是指在国际贸易活动中，一国以保护环境为由而制定的一系列环境贸易措施，使得外国产品无法进口或进口时受到一定限制，从而达到保护本国产品和市场的目的。是进口国 主要指发达国家 以保护生态环境、自然资源以及人类和动植物的健康为由而限制进口的非关税壁垒措施。它依据有关的环保标准和法规，要求进口商品不但要符合质量标准，而且从设计、制造、包装到消费处置都要符合环境保护的要求，不得对生态环

绿色贸易壁垒正在迅速成为一种新的非关税壁垒，也是一种技术贸易壁垒。绿色壁垒的种类很多，常见的有绿色关税和市场准入、绿色技术标准、绿色环境标志、绿色卫生检疫制度等。

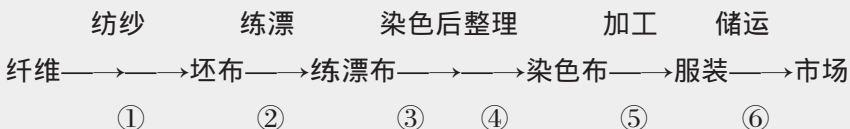
由于纺织品服装与人们的日常生活密切相关，纺织品及服装的贸易易受到绿色壁垒的限制。纺织品贸易中的绿色壁垒有两种形式：一类是针对纺织品服装从设计生产到报废回收的全过程中对环境的影响所设置的壁垒；另一类则是由于产品本身对消费者的安全和健康的影响所引发的，即要求纺织品服装在使用和穿着过程中不能对消费者的健康和环境产生不利的影响。

纺织品服装的污染源

2. 服装加工过程中使用氧化剂、催化剂、阻燃剂、增白荧光剂等多种化学物质，这些有害物质残留在纺织品上，将使服装再度受到污染；成衣的后期整形步骤还会用到含甲醛的树脂，对甲醛有抗体的人会产生反应性皮炎。

如内衣、袜子都要用有机汞或其他化合物进行卫生整理，这会对皮肤产生刺激或接触反应。为了防腐，有些服装会使用一种毒性很大的五氯苯酚。此外，在有些服装附件中，拉链会含有铅等重金属。

这类污染来源是生产加工中可能产生影响的环节 以常规工艺为例：



- ①纺纱过程：化学助剂、整理剂、油剂、增重剂 钨化合物 等。
- ②练漂过程：漂白剂 有机卤化物等 、氧化剂、退浆、丝光等。
- ③染色过程：染料、染色载体 有机卤化物等 、分散剂、缓染剂等。
- ④后整理过程：固色剂、整理剂、软化剂、阻燃剂、抗静电剂 多氯联苯 等。
- ⑤加工过程：镍、铅等重金属。
- ⑥储运过程：防腐剂 五氯苯酚 、整理剂 有机汞、含甲醛树脂 等 。

随着人们的消费观念的变化，有不少的消费者不惜高价购买挂有“绿色标签” 亦称生态标签 的安全服装或纺织品。绿色纺织品消费已经成为一种社会消费导向。

目前，在世界范围内出现了多达十多种生态纺织品标志 表 4 - 5 在 北欧、西欧、日本、美国已广泛使用。“绿色消费” 带动了生态纺织业的蓬勃发展。

表 4- 5 各种生态纺织品标准及涉及的产品种类

时 间	标 准 名 称	国家(地区)	产 品 种 类
1993 年	Eco - label(生态标签)	欧 盟	棉 T 恤 床上用品
1992 年	Milieukeur(环境标签)	荷 兰	衣着 窗帘用纺织品
1992 年	Oeko - Tex Standard 100(生态纺织品标准 100 认证)	奥地利	婴儿用品 直接接触皮肤用品 不直接接触皮肤用品 装饰用品
1989 年	White Swan(白天鹅环境标志)	北欧五国	婴儿服装 衣服 外衣 窗帘 装饰用纺织品 床用织物 除服装外的其他用织物



一、国际标准化组织的 ISO 14000 环境管理体系

ISO 14000 环境管理体系标准，由国际标准化组织 1996 年正式颁布实施，目前全球有 100 多个国家采用。它包括六个子系统，即企业清洁生产、产品生命周期评价、环境标志、企业环境管理体系、环境审核与监控，以及产品标准中的环境指标。并通过经常的检查和评审，使得环境质量有持续的改善，目的在于激发企业自觉采取预防措施及持续性改善措施来达到改善环境的目的。

ISO 14000 是一种自愿性的标准。通过 ISO 14000 认证是符合环境管理要求的重要标志，成为企业进入国际市场的绿色壁垒。如通过了 ISO 14000 认证，则可以作为进入国际市场的绿色通行证。

二、欧盟生态纺织品标准

目前，全球的主要生态纺织品标准大都是由欧洲国家的相关机构颁布的。如 2003 年国际市场上连续四次发出的禁止和限制使用纺织化学品的新规定，都出自欧盟，而欧盟又是中国服装、皮革制品以及纺织化学品出口最多的市场之一。近年来，欧盟先后颁布的生态纺织品标准如下

1. 1997 年欧盟颁布的《关于禁止使用偶氮染料指令》草案。已于 2003 年 9 月 11 日正式实施 2002/61/EC—关于禁用偶氮染料。

2. 2003 年 1 月 6 日，欧盟委员会发出 2003 年第三号指令 2003/3/EC 关于禁止使用和销售“蓝色素”，规定在欧盟的纺织品、服装和皮革制品市场上，禁止使用和销售蓝色含铬偶氮染料 Index No. 611—070—00—2，并从 2004 年 6 月 30 日起在欧盟的 15 个成员国开始执行。

3. 2003 年 2 月 19 日，国际纺织品生态研究和检验协会对 2002 年 2 月版的禁用规定加了一些新的禁用染料，并发布了 2003 年版本。



链接 8

国际生态 环保 纺织协会

国际环保纺织协会由 12 家知名的纺织检定机构以及他们的代表处组成，分布在中国、奥地利、比利时、丹麦、法国、德国、匈牙利、意大利、日本、韩国、波兰、葡萄牙、斯洛文尼亚、南非、西班牙、瑞典、瑞士、土耳其、英国和美国。

各成员机构都兼备纺织测试领域和化学分析领域的经验，同时都掌握人类生态学、服装生理学以及相关领域的知识，除了承担 Oeko - Tex Standard 100 的测试和认证工作，他们还担当着进一步研究、发展和完善 Oeko - Tex Standard 100 的任务。

国际环保纺织协会的各成员机构，都采取统一的测试方法和测试标准，来保证在世界范围内测试结果的统一性。并且，这些测试方法和标准往往比他们所在国家的有关方面的规定更严格。此外，协会成员间还定期举行合作测试与经验交流，不断优化测试方法，以保证测试结果的统一性。

2003 年 3 月，欧盟公布了修改后的《未来化学品政策》白皮书。2003 年 5 月 7 日公布了《化学品政策咨询文件》，又称为《未来化学品政策战略》。根据这个新政策，欧盟将建立统一的化学品监控管理体系，包括化学品注册、评估、许可三个系统，对进口的化工产品及其下游产品进行严格监控。

2003 年 10 月 29 日，就《未来化学品政策战略》白皮书向全社会发布征求意见函之后，欧盟提出了法规草案第二稿，尽管在纳入管理的化学品销售量界限以及检测费用等方面做了一些调整，但关于注册企业资格和检测机构等限定仍具有明显的不公平性。

表 4 - 6 列出了生态纺织品标准的七项理性指标。

目前欧盟在纺织品服装领域主要有两种“绿色”技术标准认证，即欧盟“生态标签 Eco - label ”和“生态纺织品标准 100 认证 Oeko - Tex Standard 100 ”。前者是欧盟制定的，后者是国际纺织环保协会制定的。

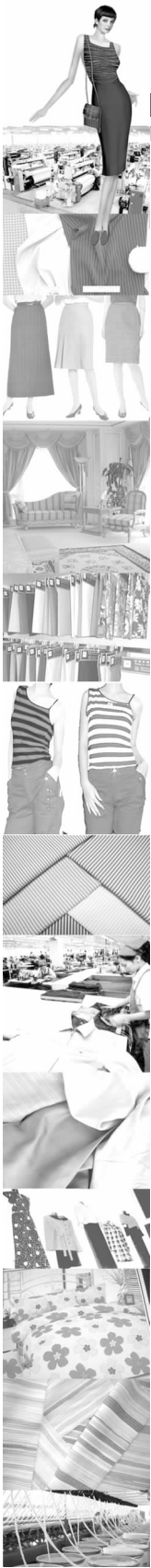


表 4- 6 生态纺织品标准的七项理性指标

指 标	对 人 体 危 害
酸碱度	危害 纺织品呈碱性影响皮肤酸碱度 ,致使皮肤自身抗菌能力下降 ,易引发疾病。 标准要求 pH 值在 4.8~7.5 之间 ,羊毛和丝织物则要求 pH 值在 4.0~7.5 之间。这主要是因为人类皮肤有一微酸性的表层 ,其可抑制许多疾病的发生 ,pH 值为中性(pH 值为 7)或微酸性(pH 值略低于 7)的纺织品对人体是有利的 ,在极端 pH 值情况下 ,纺织纤维将遭到破坏。
甲 醛	危害 剧烈刺激眼睛、皮肤和黏膜 ,是过敏症的显著诱发物 ,容易引起呼吸道炎症、皮肤炎 ,严重的还可诱发癌症。 一般纺织品在整理工序中会加入包含有甲醛的人造树脂交链剂、印染颜料或活性染料的色牢度促进剂等成分 ,其目的是阻止织物收缩 ,并使产品抗皱、平整干燥和抗静电等。但由于高温或氧化物和 pH 值变化的影响 ,甲醛会从织物中释放出来。甲醛对黏膜有强烈的刺激作用 ,可引起人体呼吸道发炎 ,使皮肤产生炎症 ,是一种最典型的引起过敏的作用物 ,很可能会导致癌症。
重金属	危害 重金属是染料的一部分。它们也存在于天然纤维中 ,因为植物可从土壤或空气中吸收它们。重金属一旦被人体吸收 ,会在人的肝脏、肾、骨骼、心脏和大脑中累积。当累积到一定程度时 ,会对人的健康产生极大的影响。例如 ,汞(水银)会影响人的神经系统。对儿童来讲 ,这种情况更容易发生 ,因为他们对重金属有着比成人更高的吸收力。
杀虫剂	危害 引起皮肤过敏 ,呼吸道疾病或其他中毒反应 ,甚至诱发癌症。 棉花在种植过程中使用杀虫剂来对付有害昆虫 ,杀虫剂也用在储存过程中 ,来防止蛀虫。除草剂为使杂草落叶并连根拔除的化学物质。这些毒性物质在棉花收获后会残留在纤维中 ,它们很容易通过皮肤被人吸收 ,从而可能导致对人的健康的损害。
五氯苯酚	危害 自然降解过程缓慢 ,穿着时会通过皮肤在人体内产生毒物积累 ,造成畸形和致癌。 五氯苯酚用作棉花、羊毛和皮革在储存和运输过程中的防腐剂。它是一种毒性很强的化合物 ,具有致畸和致癌性。
偶氮染料	危害 在与人体的长期接触中 ,少量染料可被皮肤吸收 ,引起人体病变和诱发癌症。 它与人体接触后 ,会穿透人体的细胞膜 ,进入细胞核心与细胞中的脱氧核糖核酸发生化学反应 ,使正常的 DNA 遗传密码发生变异而形成癌细胞 ,严重危害人类的健康。
颜色牢固度	危害 与人类的汗液、唾液中的酶的作用 ,能促使染料分解而导致对人体健康的损害。 规定了针对水、摩擦、汗液和唾液的色牢度指标。唾液色牢度主要用于婴儿衣物 ,因为婴儿不太出汗 ,但可以经常吮吸他们的衣物 ,染料色素会被婴儿吸入而引起伤害。

“生态标签”的标准涉及纺织品原料、生产、产品本身和耐用性等多方面，“生态纺织品标准 100 认证”主要关注纺织品本身。这些标准已成为鉴定环保纺织品的重要国际标准。虽然是否加贴“生态标签”属生产厂家的自愿行为，进口国有关机构对进口商的进口产品检验也非强制执行，但自 Oeko - Tex Standard 100 等认证问世以来，得到了欧洲消费者的广泛响应，企业获得了 Oeko - Tex Standard 100 认证，就意味着有了更多进入欧美市场的贸易机会。

一 欧盟纺织品“生态标签” Eco - label

欧盟纺织品“生态标签”体系，由欧盟委员会根据第 880 / 92 号法令在 1992 年建立。该标签呈一朵小花的图案，通过该“生态标签”认证的产品称贴花产品。“生态标签”是一种贴在产品和包装上的图形。它表明该产品不但质量符合标准，而且生产、使用、消费、处理过程中均符合环保要求，对生态环境和人类健康均无害 图 4 - 1 。

欧盟环境标志标准的制定原则是，对产品从“摇篮”到“坟墓”进行终生环保评估 LCA，即对其原材料、生产过程、产品流通、消费，直到最后废弃物处理各个阶段进行评价。

该体系涉及纺织品服装等共 19 类产品，经过十年的发展已逐步被欧盟消费者所认可。纺织品服装的“生态标准”包括：

1 关于纺织品原料的标准。如棉花中的杀虫剂含量；

2 关于纺织品生产过程及产品本身的标准。如运输、贮存过程中不得用氯酚和有机烯化合物、产品中甲醛含量的限制；

3 关于产品耐用性的标准。如产品洗涤或干燥后尺寸变化标准、产品褪色的标准。

该体系建立的主要目的，是把各类产品中在生态保护领域的佼佼者挑选出来，给予肯定和鼓励，从而逐渐推动欧盟各类产品的生产厂家进一步提高自己的生态保护意识，使其生产过程和最终产品都能符合一定的生态标准。目前，申请加贴该标签是生产厂家的自愿行为。有的厂家希望借此提高公众的环保意识从而培育自己的市场，有的希望借此体现自己产品的优越性，还有的是为了增加自己产品的知名度。



图 4 - 1 生态标签



链接 9

有关纺织品中的甲醛

在纺织生产中，为了改善织物的性能提升附加值，在后整理时常加入一些助剂，人造树脂就是其中的一种起改善抗皱性能的常用助剂。这种树脂中就含有甲醛，树脂整理还可以提高纺织品的防水性能、耐压性能以及提高色牢度、改善防火性能。甲醛在后整理完成后还会有残余，后整理使用的树脂种类和方法都将影响残余量。纺织品含有的甲醛包括游离甲醛和释放甲醛。

甲醛是一种有害物质，即使是短时间的接触，甲醛气体也是危险的，它会刺激黏膜导致呼吸道发炎。如果皮肤接触到甲醛，它会导致过敏反应，使人发痒。如果直接刺激眼睛，则可能导致炎症、流泪。长时间呼吸含有甲醛的空气还可能导致以下症状：咽喉炎症、失眠、头晕、丧失记忆等。经科学研究，甲醛有致癌的危害，它可能导致鼻咽癌和肺癌以及脑癌等。另外，不同的人对甲醛的敏感度不同，儿童和老人的抵抗力是最弱的。

任何样式的纺织品、纺织附件都可以按照公布的标准进行甲醛含量测定。一般来说，带有装饰和涂料的纺织品甲醛含量会较高。但是，测试样品在测试前如果经过处理，那么甲醛含量测试的结果可能会改变。同样，因为甲醛的挥发性，试样经过任何预处理如先烘干都会影响其测试结果。另外无论游离甲醛还是释放甲醛，经过洗涤后均会减少。当纺织品长时间的暴露在空气中时，由于甲醛具有挥发性，因此它的含量也会减少，这就是在测试甲醛含量时需要将样品放在聚乙烯包中或包在铝箔中的原因。纺织及服装生产商应该随时关注有关法规标准，并在生产中尽量使用无甲醛树脂。

在欧美发达国家，早在 20 世纪 80 年代就开始制订相关的纺织品甲醛含量的法规、条例和测试方法。中国在加入 WTO 之前也开始积极制订相关的纺织品甲醛含量的标准，其中由国家环保总局于 2000 年发布的《生态纺织品》标准是中国第一本有关纺织品甲醛含量限定的标准，

而由纺织工业标准化研究所负责起草的推荐性国家标准《生态纺织品技术要求》，其考核项目和限量值与 Oeko - Tex 100 2002 一致，达到了国际同类标准的水平。

二 欧盟生态纺织品标准 100 认证 Oeko - Tex Standard 100

始于 1986 年的奥地利 AST100 标签，1992 年总部设在苏黎世的国际纺织品生态研究检测协会 Oeko - Tex 成立，该协会在奥地利 AST100 标签的基础上创建了“Oeko - Tex Standard 100”生态纺织品标准 100 认证。Oeko - Tex Standard 100 是国际生态纺织协会于 1992 年制定并颁布的，用以检测纺织成衣制品在影响人体健康方面的指标 图 4 - 2。



图 4 - 2 生态纺织品标准 100 认证标签

欧洲是生态纺织品标准 100 Oeko - Tex Standard 100 认证的发源地。工业界对进行生态纺织品认证的动力是自发的。欧洲的消费者、零售商、百货业对生态纺织品的关注与支持，对 Oeko - Tex Standard 100 认证的发展起到了相当重要的推动作用。欧洲买家在世界范围内对其进行了普及。Oeko - Tex Standard 100 认证在欧洲，尤其是德语地区，已经由最初的市场竞争中的优势条件，逐渐变为一个基本条件。

Oeko - Tex Standard 100 后经过多次修改和完善。目前使用的是 2004 年 4 月 1 日生效的 2004 年版新标准。

Oeko - Tex Standard 100 在欧盟大多数成员中普遍实施，该标志保证纺织品中不含对人体及环境有害的物质，或有害物质含量在允许范围内，生产厂商为获得此证必须保证其全部产品都符合标准，颁证机构可随时在生产或销



售中对产品进行随机抽样检查，不合格者将被吊销资格和证书。

目前，该标准成为全球使用最广泛的国际性纺织品认证标志，产品分为：婴儿用；直接与皮肤接触；不直接与皮肤接触；装饰用等四类。

在欧洲市场上，德国、奥地利和瑞士等国的进口商对该标签非常青睐，德国的大多进口商甚至要求出口商提供的产品必须加贴该标签。这是因为，近些年来在欧盟各级政府机构、欧盟内的各种消费者保护和环保协会以及已获得 Oeko - Tex Standard 100 标签加贴许可的欧盟企业等大力宣传下，欧盟消费者对纺织品服装的生态要求不断提高，也更倾向于购买带有“绿色”标签的“绿色”纺织品。

三、北欧白天鹅环境标志



图 4 - 3 白天鹅环境标志

白天鹅环境标志在芬兰、冰岛、挪威、瑞典等北欧国家实施。纺织品为该环境标志所涉及的许多产品之一，其纺织品环境标志针对：A 类——婴儿服装；B 类——一般服装；C 类——外衣；D 类——布帘；E 类——家具；F 类——床单及枕套；H 类——除服装外的其他纺织品 图 4 - 3 。

链接 10

因未达到环境认证而导致出口中断的案例

1 1994 年 4 月 1 日起，德国正式禁止含偶氮染料的纺织品进口，凡违反此规定就视同犯罪，产品将会被销毁。这是导致中国正在使用偶氮染料的 104 种纺织品出口中断的原因。

2 2000 年 7 月份，中国苏南一家服装厂出口到欧盟的服装由于没有进行有关环保认证，进口商以拉链用材含铅过高为由提出退货，从而

3 2001 年, 30 万件出口欧盟的中国夹克被迫回销, 原因是夹克拉链中的重金属含量超标; 江苏申澄集团出口德国的一批针织服装, 因没有达到合同上约定的生态纺织品标准, 被中间商处以 16 万美元罚款。

Milieukeur 是 1992 年由荷兰 Housing, Physical Planning and Environment 部和经济事务部共同创立的自愿环境标志计划。它的中文意思是环境评论基金会。该组织是一家独立机构,由来自政府、消费者、环境组织、制造商、零售商组织等各方代表组成。主要是强调生产过程中纺织品的生态要求 图 4-4。



企业社会责任 Corporate Social Responsibility，简称 CSR，是指企业赚取利润的同时，主动承担对环境、社会和利益相关者的责任。利益相关者包括：股东、职工、消费者、公众等。它是一个企业对现存社会环境应当承担的义务，主要包括社会义务和道德义务两大类，前者指企业的经济责任和法律责任，是企业责任的基本要求，而后者指企业在公益、文化、教育、环境等方面的责任。

149

动、消费者运动、环保运动的高涨为背景，由西方社会的民间团体推动的。20 世纪 90 年代初，美国服装制造商 Levi - Strauss 在类似监狱一般的工作条件下雇佣年轻女工的事实被曝光。为了挽救公司的公众形象，该公司草拟了第一份公司社会责任守则 也称生产守则 。随后，耐克、沃尔玛、迪斯尼等大型跨国公司纷纷制定了自己的生产守则。欧洲、美国和澳大利亚也先后出现了一些关于“社会责任”的多边组织，特别是西方发达国家的一些非政府组织的参与，使企业社会责任运动逐渐形成，并随着经济全球化而逐渐波及全球，尤其是处于全球生产链上的发展中国家。

企业社会责任运动推动了企业社会责任标准的形成。最有影响力的是 SA8000，其要求主要集中于工人基本权利 废除强迫劳动、禁止使用童工、集体谈判等 和工作环境 劳动安全、卫生等 方面。企业社会责任运动可能会在事实上造成贸易保护的结果，但其本身并非贸易壁垒。SA8000 目前也被称为“粉色贸易壁垒”。旨在从人权、人文关怀的角度，压缩相关成本的不合理性，使成本更趋公平，促进公平竞争。

一、SA8000 社会责任标准认证

20 世纪末期，欧洲、美国和澳大利亚都先后出现了一些关于“社会责任”的多边组织，并逐步形成了一些评价体系和认证制度。SA8000 是最著名的标准之一。1997 年，总部设在美国的 SAI Social Accountability International 。社会责任国际咨询委员会负责起草社会责任国际标准，它由来自 11 个国家的 20 个大型商业机构、非政府组织、工会、人权及儿童组织、学术团体、会计师事务所及认证机构组成。SAI 在纽约召开的第一次会议上提出了标准草案，最初名为 SA2000，最终定名为 SA8000 社会责任国际标准，建立了 SA8000 社会责任管理体系认证制度，并在 1997 年 10 月公开发布。2001 年 12 月 12 日，经过 18 个月的公开咨询和深入研究，SAI 发表了 SA8000 标准第一个修订版，即 SA8000：2001，受到欧美国家工商界和消费者的欢迎和支持。

SA8000 社会责任标准认证制度同 ISO9000 质量管理体系 标准一样是国际采购商要求供应商的标准。SA8000 标准成为全球第一个可用于第三方认证的社会责任国际标准，旨在通过有道德的采购活动改善全球工人的工作条



A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a light belt, a light-colored tank top, a pair of light-colored sneakers, and a handbag with a bold black and white geometric pattern.

100

五 歧视

公司禁止基于人种、社会阶层、出身、宗教、残疾、性别、同性恋或异性恋倾向、社团或政治身份及年龄方面的歧视；禁止性骚扰。

六 惩戒性措施

公司不可从事或支持肉体上的惩罚、精神或肉体胁迫以及言语凌辱。

七 工作时间

在任何情况下每星期工作时间不得超过 48 小时，并且每七天至少有一天休息时间；自愿加班应得到额外薪酬且正常情况下每星期不得超过 12 小时。

八 薪酬

员工一个标准工作周所得工资必须达到法律或行业规定的标准，并且必须满足员工及其家庭基本的生活需要；不得因纪律惩罚而被削减工资；公司不可采用纯劳务性质的合约安排或设立虚假见习期 学徒工制度 的办法，来逃避劳动法和社会安全法规中规定的公司对员工应尽的义务。

九 管理系统

满足 SA8000 认证的公司须制定一个对外开放的政策，承诺遵守相关法律和其他规定；保证进行管理的总结回顾，选定公司代表监督实行计划和实施控制，选择同样满足 SA8000 的供应商，确定表达意见的途径并采取纠正措施，公开与审查员的联系，提供应用的检验方法，并出示支持的证明文件和记录。

SA8000 认证的过程如下：

首先，证明申请公司或工厂符合国家和地方的法律法则，并对照 SA8000 规定自测公司或工厂的情况；

然后，提交申请书。一旦论证评估机构接受了申请，申请企业就成为了 SA8000 申请者。当申请方对 SA8000 的要求做好准备之后，可安排一次评估前的预测。如需采取改进措施，评估机构会给申请者以充分时间按 SA8000 标准改善人力资源、安全和管理措施。如有必要可延长申请人状态至两年。

A collection of clothing items including a pair of jeans, a belt, a tank top, a handbag, and a pair of sneakers.



原产地标准是指一国或地区用来衡量某种产品由本国或地区生产或制造的标准或尺度，是签发原产地证明的依据。凡符合原产地标准的产品即被视为本国或地区的产品。

通常情况下，在国际贸易中买卖的商品不需要界定其原产地，大部分的商品可以较自由地在国家间流通。但在某些情况下，一些国家和地区要求对货物的原产地进行确定，如反倾销、反补贴、进口配额、外汇管制、优惠关税待遇、区域优惠政策等，以便实施差别待遇。这时必须能够准确地判断货物的原产地，才能加以区别对待。因此，国际贸易中的原产地是各国实施差别待遇的前提，也是贯彻某些歧视性政策的保证。

原产地规则分为优惠性原产地规则和非优惠性原产地规则。优惠性原产地规则是为使出口货物获得进口国的优惠关税待遇，如关税同盟、自由贸易区成员国之间的减免税待遇而制定原产地规则。非优惠性原产地规则包括所有用于非优惠性商业政策、措施的原产地规则，适用于反倾销、反补贴税、进口配额等。例如在采取反倾销措施时，判断有关产品的“经济国籍”，以便有针对性地实施。下表以美国为例，表明了其优惠性和非优惠性原产地规则的适用范围 表 4 - 7 。

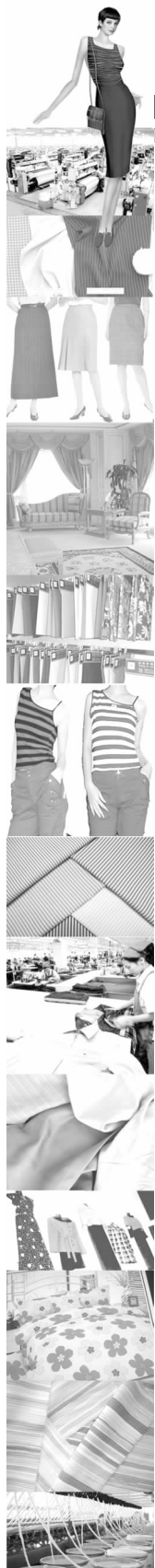
表 4 - 7 美国原产地规则的适用

优惠性原产地规则	非优惠性原产地规则
北美自由贸易协定 加勒比地区经济复兴法案 美国—以色列自由贸易协定 安第斯条约	反倾销 纺织品服装 国别配额 原产地标记

目前，原产地规则有两大标准：完全原产地和实质性改变标准 部分原产地规则。随着国际贸易的发展和国际分工的扩大，一个产品的生产、制造经常需要经过几个国家或地区，确定原产地采用实质性改变标准较为普遍。实质性改变标准有三种，包括税目改变标准、加工工序标准和百分比标准。在各国制定纺织品服装原产地标准时，常以加工工序标准为主，辅之以税目改变标准来进行界定。

WTO 成立以后，欧盟、美国对其原产地标准进行了修订，纷纷修改了纺织品服装的原产地标准，以便于纺织品服装的进口配额管理、海关管理、优

-
- A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a belt, a light-colored tank top, a pair of sneakers, and a handbag with a geometric pattern.



口到美国的服装；或运到其他国家、地区经染色和印花加工后，再出口到美国的中国布匹；或运到其他国家和地区被用来制成饰物或其他制成品，再出口到美国的中国面料均将视中国为原产地，并挤占中国的配额。

在新原产地规则中规定：完全取得生产或加工纺织品或衣着产品的国家将是原产国。但是用纱线、扁条、细绳、粗绳、绳索、缆绳制成的物品的原产地不是生产该物品的国家，而是生产纱线等的国家。

美国新的原产地规则对纺织品服装出口国产生了不利影响。对成员国而言，许多这类产品，诸如染色和印花的织品、加软衬料缝制产品、床上亚麻织品、手帕、领带、清洁用布、托布、枕套和被套，都是限制性物品。一些发展中国家进口灰色织品染色或印花后再出口，根据新的规则，这些出口产品的原产地将是灰色织物的生产国。同样，许多国家为制作家用亚麻织品、帷幕或刺绣而进口织品，这些产品的原产地将仍然是出口织品的那个国家。

在新的原产地规则下，美国政府还加强了对世界各地工厂的检查。调查官员通过检查产品制造过程来核实商品的真实渠道。检查涉及厂家的基本情况，包括商业记录、员工数量、员工技能水平、生产设备、库存情况。同时，调查官员要求厂家提供完整的文件和生产记录，列明生产步骤、生产设备、员工数量及厂外加工的情况。调查结束后，美国政府在国内公布黑名单，提示美国进口商谨慎与这些企业进行贸易。并且，美国海关通过核查诸如此类繁杂的产品证明文件，来达到管制纺织品服装进口的目的。

二 2000 年 5 月修订后的原产地标准

2000 年 5 月 18 日生效的《贸易发展法案》第 405 款，对《乌拉圭回合协定法案》URAA 有关纺织品服装原产地规则的第 334 款 b 2 段进行修改。405 款所做修改将适用于对 2000 年 5 月 18 日之后 含该日 用于消费目的的货物。并对 1996 年 7 月 1 日执行的原产地标准作了如下修正：

1. 将部分纺织品和纺织制品的原产地改为：织物经过染色和印花的地点，并经过两道或两道以上后整理工序 漂白、缩水、缩绒、起绒、蒸呢、永久硬化、重量整理、压花、压波纹等。也就是说，其原产地是以面料的“染色地”、“印花地”以及另外两道或两道以上工序的“加工地”构成面料的原产地。这一标准相当于恢复到 1984 年颁布的原产地规则。

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a light-colored belt, a light-colored tank top with a small logo, a pair of light-colored sneakers, and a handbag with a bold, abstract geometric pattern.

三、欧盟纺织品服装的原产地规则

欧盟的原产地规则较为复杂。欧盟原产地规则分为：优惠性和非优惠性原产地规则；欧盟贸易分为成员国之间的贸易和成员国与非成员国之间的贸易；欧盟统一市场内部实行自由流通的商品被称为“欧盟产品”，既包括完全在欧盟生产的产品和合法进入任一成员国贸易的第三国产品，也包括欧盟企业从第三国进口的部件在欧盟内组装生产的产品。

欧盟成员国之间的商品贸易中有相当大的部分是加工贸易，欧盟对加工贸易的非优惠原产地标准是按进行最后一道加工工序的国家来确定的。欧盟在“共同海关税则”中对纺织原料及其制品的原产地认定标准为：对使用非本国的纺织原材料在本国加工时，必须使加工产品在“共同海关税则”中获得新的税则分类 税则号变化，即视为“完全加工”和“实质性改变”。对“实质性改变”标准规定为：“经过一个以上国家生产的产品，应以最后一道工序在经济上证明是合理的视为实质性加工或操作的国家作为产品的原产地 加工工序。”

具体来说，欧盟对纺织品服装的原产地认定标准为：

- 1 布类产品是以纱织地为布匹原产地；
- 2 针织和梭织服装都是以缝合地为原产地。

由此可见，欧盟非优惠原产地标准的实质是以税则号变化来确认纺织品原产地，辅之以“实质性改变”加工工序的判定标准。欧盟内纺织品出口加工后复进口，其原产地认定为加工国。但当具体产品的加工发生地不是一个国家时，判定标准则采用纺纱前原产地或织布前原产地，而不以上述基本原则作为根本依据。

例如由纱制造成衣片，或者由纱制成的多个衣片缝制成成衣的原产地，其基本依据是“完全加工”，包括所有梭织、针织面料定型以后的加工工序，如锁扣眼、钉纽扣等。如果完全加工发生在不止一个国家，判定标准则以纱的产地为依据。

欧盟优惠原产地以区域排他性为基本特征。其优惠性原产地规则对国际纺织品贸易产生了较大的影响：一是纺织品服装加工地与贸易的联系更为密切，打击了以来料加工为主的包括中国在内的纺织品服装出口；二是不利于

投资国到欧盟投资设厂，并利用该投资国的原材料加工后就地销售；三是使从事来料加工的国家更易遭到欧盟反倾销等贸易保护措施。

四、韩国新颁布的纺织品原产地规则

2002 年底，韩国新颁布的纺织品服装原产地规则将过去以“完成裁剪和最后工序”的国家改成由“完成产品主要工序的国家”为原产地。其理由是韩国服装界认为服装加工流程中裁剪只占 5% 的比重，95% 的工序为缝制，因此主张同美国等国家一样以缝制地为最终判定原产地的标准。而 WTO《原产地规则》是以“税则号的变化”来确定实质性改变的原产地标准，因此，韩国的新原产地规则与 WTO 的《原产地规则》存在着明显的冲突，出口国如不符合新原产地规则将难以出口，这将影响到中国企业从韩国来料加工缝制的服装再返销到韩国的贸易。

按照现行标准，在韩国面料裁剪、海外缝纫加工的服装重新进口韩国时，其原产地可视为“韩国制造”。韩国产业资源部拟于 2004 年 11 月 27 日举行听证会，欲将服装原产地标准由现行的“裁剪地”改为“缝纫地”。

五、CEPA 附件 2 对货物贸易中非完全在香港生产产品原产地的确定

CEPA 是中国内地与香港签定的《内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排》协议的简称。CEPA 是中国在对 WTO 所做承诺的基础上的一种技术性外推，或在开放时间上早于承诺，或在内容上多于承诺，或在准入限制上低于承诺。

CEPA 附件 2 原产地规则中对非完全在中国香港生产产品的原产地确定，是依据是否在中国香港进行了“实质性加工”[附件 2 第二条第二款]，作为认定标准的。

其中与纺织品服装产品相关的“实质性加工”标准是主要采用以“制造或加工工序”为认定标准。“制造或加工工序”是指在一方境内进行赋予加工后所得货物基本特征的主要制造或加工工序[附件 2 第五条第二款]。并规定了 CEPA 实行零关税的原产货物，应从一方直接运输至另一方口岸。



CEPA 附件 2 表 1, 是以 2001 年《中华人民共和国海关进出口税则》的八位数级税目为基础, 按照附件 2 所规定的标准, 制订《享受货物贸易优惠措施的中国香港货物原产地标准表》。表 1 是附件 2 的组成部分。在 CEPA 下, 满足附件 2 表 1 规定的原产地标准的货物方可视作已在中国香港进行了“实质性加工”, 并把产品分为三类: 纺织品、成衣及附件。

综上所述, 原产地规则作为非关税壁垒中的一项重要措施, 长期以来往往被许多中国企业所忽视, 原产地规则与其他非关税壁垒措施的最显著的区别是具有很强的针对性和指向性。原产地规则已经成为一种新贸易壁垒。由于优惠性原产地规则是为了给特定贸易伙伴国家提供特别优惠待遇而设置的, 从而确保了指定国家的受益。例如, NAFTA 中的纺织品服装贸易的“北美纱线规则”要求纺织品服装的生产投入的纱线需 100% 来自北美三国才能享受 NAFTA 的零关税优惠待遇, 加强了三国间的纺织品服装的供给与需求关系见第五章第一节。

第五节 地区经济一体化对国际纺织品服装贸易的影响

经济一体化表现在两个方面: 一是经济全球化; 二是经济区域化。近年来, 它已成为世界经济发展的重要趋势。经济全球化与经济区域化以其各自独特的方式成为经济一体化进程的两个轮子, 推动着世界经济的发展。

1995 年 1 月 1 日世界贸易组织 WTO 正式成立, 大大促进了国际贸易的发展。但由于各个国家政治制度和经济发展水平的差异性使各国对一体化难以形成共识, 无法实现生产要素在全世界范围内的自由流动。区域化以其多样性有效地推动了经济一体化在局部地区的发展。区域经济一体化是当前世界经济发展的主要趋势, 它是以投资、贸易、金融、技术、人才自由流动与合理配置为本质, 推动了生产力的快速发展。

区域贸易安排 Regional Trading Arrangements, RTA 是一些国家或实体间的优惠贸易安排。RTA 的发展始于 20 世纪 80 年代。现在, 几乎所有的国家都参加了一个或更多的 RTA 组织。例如, 欧洲经济共同体加快了建立单一市场的步伐, 最终成立了欧洲联盟 EU; 美国在《美加自由贸易协定》的基础

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a light-colored belt, a light-colored tank top with a small logo, a pair of light-colored sneakers, and a handbag with a bold, abstract geometric pattern.

织品服装优惠贸易安排的专门协定，有些是综合性商品的优惠贸易安排协定。无论是哪一类协定，纺织服装商品都是主要受惠产品，是最大类别受益产品。

一、美国与其他发展中国家的纺织品服装有关优惠贸易安排

2002 年 8 月，美国国会通过美国总统“快速审批”贸易谈判权，授权总统在全球贸易谈判中，拥有更大的处置权。此后，美国的双边贸易谈判进程加快，先后与新加坡、智利、澳大利亚签署了自由贸易协议。加上此前的加拿大、墨西哥、以色列和埃及，美国已经和多个国家签署了双边自由贸易协议。美国现正把注意力集中在拉美和东亚等地区，并同中国、美洲国家、南部非洲国家、东盟以及新西兰、日本和韩国开始了双边贸易谈判。一个以美国为中心的放射型格局正在形成。

2002 年 8 月 6 日，美国总统布什签署了《2002 年贸易法》。该法案的第 3108 节在原《非洲增长与机遇法案》中增加了许多新规定，并扩大了从撒哈拉沙漠以南的非洲地区受惠国进口的服装数量。《2002 年贸易法》的第 31 章，即《安第斯根除毒品和贸易推广法案》，第一次使在安第斯共同体国家生产的服装享有免税待遇。《2002 年贸易法》的第 3107 节修正了《加勒比经济复兴法案》，即修改了符合优惠关税待遇的国家的纺织品和服装种类和数量。在《非洲增长与机遇法案》、《安第斯根除毒品和贸易推广法案》以及《加勒比经济复兴法案》中，都具体规定了纺织品和服装优惠贸易安排。

一 北美自由贸易区 NAFTA

1994 年 1 月 1 日生效的北美自由贸易协定 NAFTA，至今已实施十二年，这十二年间，美国和加拿大、墨西哥的外贸额由 1420 亿美元上升到了 2630 亿美元，几乎翻了一倍。NAFTA 使得美国、加拿大、墨西哥三国生产的纺织品服装可在区内自由流动，与 1993 年 60 亿美元相比，1998 年三国间纺织品服装的贸易额已达到 184 亿美元。北美自由贸易区也使美国纺织品服装企业获得了更大的市场，大批纺织品可以销售给墨西哥的服装生产企业，相当部分的纺织品与服装贸易能够实现区内循环。

二 《加勒比国家贸易伙伴法案》

美国参议院第 1389 号议案和众议院 H. R. 984 号议案，是有关原产于加勒比盆地国家纺织品服装的优惠贸易安排，即《加勒比经济复兴法案》。从 1999 年 10 月 1 日起到 2004 年 12 月 31 日结束，凡符合议案所规定优惠条款的成衣、织物，均享受“零关税”和“无配额限制”的特别优惠。

在从 2000 年 10 月 1 日到 2008 年 9 月 8 日，或者到美洲自由贸易区正式生效，或者到美国与《加勒比国家贸易伙伴法案》受益国之间的自由贸易协定正式生效期间，美国《加勒比国家贸易伙伴法案》为来自《加勒比经济复兴法案》受益国的合格纺织品和服装提供优惠待遇。如果指定的 24 个《加勒比国家贸易伙伴法案》受益国都满足此法案有关海关的要求，那么他们就能享有这个优惠待遇。截至 2003 年 5 月 1 日，已有 14 个国家达到了这些要求，而且有资格享有新的贸易优惠待遇 这些国家包括多米尼加、萨尔瓦多、哥斯达黎加、危地马拉、海地、洪都拉斯、牙买加、巴巴多斯、伯利兹、圭亚那、尼加拉瓜、巴拿马、圣卢西亚、特立尼达和多巴哥。

《加勒比国家贸易伙伴法案》中规定，用美国产的布料 这些布料是用美国产的纱线生产 生产的服装 这些服装是在《加勒比国家贸易伙伴法案》受益国生产的 享有免税和免配额待遇，而且对用当地针织布 这些针织布由美国纱线制成的 生产的服装实行定量限制。《2002 年贸易法》的第 3107 节修正了《加勒比国家贸易伙伴法案》。为了使服装符合《加勒比国家贸易伙伴法案》免税待遇，修正后的法案要求《加勒比经济复兴法案》受益国生产的服装所使用的美国针织布或机织布的印染及缝合整理必须在美国完成。该条令对在 2002 年 9 月 1 日或其后进口的服装生效。美国海关同意给在《加勒比经济复兴法案》受益国缝合且使用美国生产的针织布或机织布制成的服装以优惠待遇，不论布料是在美国还是在《加勒比经济复兴法案》受益国印染及缝合整理。

2002 年，美国从《加勒比经济复兴法案》受益国进口的纺织品和服装比 2001 年增长了 3%，达到了 38 亿平方米当量，价值 95 亿美元。进口产品几乎包括了所有的服装种类。从 2001 年 10 月 1 日开始，美国从《加勒比经济复兴法案》受益国每年进口的耐用 T 恤最大量可达到 99%，其他针织服装最大进口量可达到 52%。2002 年，美国从加勒比海地区国家进口的纺织品和服装超过

三 《安第斯根除毒品和贸易推广法案》

从 2002 年 10 月 1 日开始，美国自安第斯地区进口的服装 这些服装由当地针织布或机织布生产 的上限为美国服装一年总进口量的 2%。而且从 2006 年 10 月 1 日开始，美国每 4 年增加一次，每次增加的比例是一样的，一直达到 5%。2002 年，美国从安第斯地区进口的纺织品和服装只占美国该领域总进口量的 0.5%。生产的服装中当地布料的含量对于安第斯地区的国家是很重要的，因为这些国家，尤其是哥伦比亚和秘鲁，已经建立了纺织工业。

虽然《安第斯贸易优惠法案》为来自安第斯国家的服装打开了市场大门，但却规定这些服装必须用美国布料缝制，才能免税出口至美国。因此，较受美国业者欢迎。

《安第斯根除毒品和贸易推广法案》中主要的纺织品和服装规定

1. 用美国布、布原料或美国产针织原料而且在一个或多个《安第斯根除毒品和贸易推广法案》受益国生产的服装；美国或安第斯纱线，

2. 用安第斯产的布料或在安第斯制成的服装，或用骆驼毛、羊驼毛、小羊驼毛为原料制成的服装：来自《安第斯贸易优惠法案》受益国的纱线，这些组件必须主要是由骆驼毛、羊驼毛或小羊驼毛为原料制成。

4. 用被认为是不能批量得到的布或纱线并在《安第斯根除毒品和贸易推广法案》受益国制成的服装。基于咨询委员会和美国国际贸易委员会的建议，在企业提出要求 60 天后，国内产业不能及时批量地供应这些布或纱线。

6. 当地服装的配额：最大为美国上一年 12 个月的服装进口量的 2%，从 2006 年 10 月 1 日开始，以后每年都按同样的比例增长，一直达到 5%。

8. 在美国、或一个或多个《安第斯根除毒品和贸易推广法案》受益国裁剪和缝制，或者制成的胸衣：美国一年内用于生产胸衣的布料的总成本至少为这一阶段所有用于生产胸衣的布 除去制造服装用的附件和裁剪后用于修理的布 的总海关估价的 75%。

165

10. 在安第斯国家制成的服装，其中包含用国外的附件制作或裁剪服装：如果这些内衬、服装附件、服饰没有超过服装制作成本的 25%。

11. 在安第斯国家缝制完成的服装，这其中包括非美国产纱线制成的服装或者在一个或多个《安第斯根除毒品和贸易推广法案》受益国生产的服装：如果这些纱线的总重量并没有超过制成品中总量的 7%。

12. 用美国产纱线并在安第斯国家制成的纺织面料行李箱：必须用美国产纱线。

四 美国对巴拿马纺织品服装给予优惠贸易安排

美国 2000 年贸易振兴法案 H. R. 3673 议案，同意对原产于巴拿马的纺织品服装给予北美自由贸易区的关税待遇，对从巴拿马进口的纺织品服装给予特殊的优惠，即取消配额限制和实行进口零关税。

五 美国与越南双边贸易协定

2000 年 7 月，美国与越南签订了双边贸易协定，今后越南纺织品服装向美国出口将享受免税、免配额待遇。2001 年 12 月 10 日，《美越双边贸易协定》正式生效。根据《美越双边贸易协定》，越南享受有条件的最惠国待遇由总统决定一年一次的“Jackson - Vanik”豁免，这意味着越南出口到美国的商品享有更低的关税。例如，按价格计算，越南享受最惠国待遇后，2002 年棉布衬衫和上衣的正常贸易关税是 20%，而在没有享受最惠国待遇之前棉布衬衫和上衣的关税是 45%。

2003 年 4 月 25 日，美国和越南草签了《双边纺织品协议》，该协议规定了 24 种越南出口到美国的纺织品和服装配额，这 24 种配额涵盖了从 2003 年 4 月 1 日到 2003 年 12 月 31 日期间的 38 个品种，该协议中的配额占了越南全年配额量的 80%。

六 《非洲增长与机遇法案》

众议院 H. R. 424 号议案，对撒哈拉沙漠以南的非洲国家实行新的贸易和

链接 12

《非洲增长与机遇法案》 AGOA 中的服装条款

1. 法案取消了对非洲纺织品和服装的进口配额。

2. AGOA 的合格国家不一定能享受服装条款优惠待遇。它的标准是：必须能建立起有效的出口签证体制；调查和杜绝非法转口和假造文件；建立符合要求的服装条款实施和认证程序，或正在此方面取得重大进展；同意与美国海关合作，全力协助美国海关确认产品原产地。对具体国家的签证体制及认证程序的要求，由美国驻这些国家的使馆根据情况提出。目前已有 18 个 AGOA 合格国家成为服装条款受益国。

3. 用美国不产的纱线和织物等原料加工制作的服装；用美国产的纱线和织物等原料加工制作的服装；以美利奴羊毛和开司米为原料的毛衫；以丝绸、绒、亚麻等其他美国没有商业产量的原料制成的服装等，进入美国市场免关税、免配额。

4. 由非洲当地出产的纱线和织物为原料加工制作的服装可有条件享受免税免配额待遇。即免关税、免配额进入美国市场的数量不得超过美国全部服装进口的 1.5%，并且在八年内可逐步增至 3.5%，数量以平方米计量。这个限量之外仍然使用最惠国关税。

而 AGOA 第二期将上述比例大幅提高，即 2008 年黑非洲国家按免关税、免配额出口到美国的服装占美国服装总进口的比例上限由第一期的 3.5% 提高至 7%，将其对美国服装出口的年增长率上限由 1.5% 提高至 3%。

5. 对欠发达受益国的特殊政策 对于 1998 年人均国民收入低于 1500 美元的欠发达国家，其生产的服装无论原料产地，即使用任何第三国原料生产的服装出口到美国，可在 2004 年 9 月 30 日前享受免关税、免配额待遇。共有 32 个黑非洲国家符合这一条件，即在原来的 38 国中除去 6 国：博茨瓦纳、加蓬、毛里求斯、纳米比亚、塞舌尔、南非。如果这 32 国能达到服装条款的其他要求，即可享受该项“特殊政策”。但实际上，博茨瓦纳和纳米比亚两国可以例外，不受该条

款限制。

6. 美商务部长每月监督服装进口，防止失控。如果进口严重影响或威胁到美国服装工业，总统可下令中止某种产品的优惠市场准入。

7. 美国政府负责处理有关国家签证和实施系统的申请，并为一些黑非洲国家提供此方面的技术培训。

《非洲增长和机遇法案》已历时六年，其允许美国进口商和零售商从撒哈拉沙漠非洲地区进口的服装税和配额全免。自法案实施以来，美国从法案成员国家进口的服装明显增长。

2002 年，美国从撒哈拉沙漠以南非洲地区进口的纺织品和服装比 2001 年增长了 30%，达到了 3.04 亿平方米当量，价值 11 亿美元。

七 美国与智利自由贸易协议的实施

智利与美国签署的自由贸易协议是 2004 年 1 月 1 日生效，两国 85% 以上的出口产品以零关税进入对方市场。其余的产品关税将在未来 12 年中全部取消。预计在协议生效后的几年内，智利对美国的年出口额将由目前的 30 多亿美元增至 50 亿美元。智利国内生产总值将因此多增长 1% ~ 2%，其中纺织品服装受益最大。

八 美国与巴林签署自由贸易协议

2004 年 9 月，美国与巴林签署了美国—巴林自由贸易协议。这是一个综合的协议，在协议生效的第一天，所有的消费和工业产品以及 81% 的美国农业出口是免税的。与纺织服装相关的具体条款如下：

美国与巴林自由贸易协议包含行业支持的原产地规定。

与其他自由贸易协议一样 包括摩洛哥、北美自由贸易区、新加坡和智利，协议规定限制使用来自关税特惠区 Tariff Preference Level 的纱线和面料。在自由贸易协议的前十年，不应超过 6500 万平方米。

从关税特惠区的进口量相当于所有美国纺织品和服装进口的 0.1%。关税特惠期满后，巴林自由贸易协议应该遵守纱线的原产地规定。美国出口商在巴林市场享有同样的关税特惠，允许美国面料和服装出口商使用一定的非原



自由贸易协议向美国生产商提供完全的互惠市场准入。纺织品服装贸易的关税立行取消，为美国和巴林的纤维、纱线、面料和服装生产提供了新的机会。

欧盟在世界纺织品服装贸易中扮演着非常重要的角色。欧盟委员会通过双边和多边贸易谈判来扩大出口市场的能力。因此，欧盟委员会在 WTO 多边场合加强了要求其他成员开放其纺织品服装市场的力度，还通过双边自由贸易协定的纺织品服装领域的规定，或者专门的双边纺织品服装自由贸易协定来打开其他国家或地区的纺织品服装市场。

根据欧盟 20 世纪 90 年代初与中东欧十个候选国签订的《联系国协定》，欧盟从 1998 年起取消对波兰、罗马尼亚、保加利亚、匈牙利、捷克、斯洛伐克的纺织品服装配额，并在 1997 ~ 1999 年这三年分批取消了对中东欧候选国纺织品服装的进口关税；作为回报，中东欧候选国也分阶段逐步降低对欧盟纺织品服装的进口关税税率，并在 1999 ~ 2002 年期间分别取消了对欧盟所有纺织品服装的进口关税。

170

欧盟于 1995 年开始了旨在加强欧盟与巴尔干半岛国家联系并促进该地区稳定的“联系与稳定进程”，并先后与马其顿和克罗地亚两个国家签订了具有自由贸易协定性质的《联系与稳定协定》。根据这两个协定，从 2001 年 6 月起，马其顿的纺织服装产品向欧盟出口享受零税率，而欧盟的纺织服装产品中的原料部分向马其顿出口，从 2001 年 6 月起享受零税率。部分纺织服装产品向马其顿出口的税率逐步降低并于 2006 年降为零，另有部分产品对马其顿出口的税率将分十年逐步降低，并于 2010 年降为零；从 2002 年起，克罗地亚的纺织服装产品向欧盟出口享受零税率，而欧盟的纺织服装产品中的原料部分向克罗地亚出口从 2002 年起享受零税率，部分纺织服装产品向马其顿出口的税率逐步降低并于 2004 年降为零，另有部分产品对马其顿出口的税率逐步降低并于 2006 年降为零。欧盟希望在将来也能与巴尔干半岛上的前南斯拉夫、波黑和阿尔巴尼亚三国达成类似的《联系与稳定协定》。

根据欧盟与墨西哥之间的协定，从 2000 年 7 月 1 日《欧墨自由贸易协定》生效后，墨西哥的绝大多数纺织原料、纤维和纱线向欧盟出口享受零税率。织物和服装向欧盟出口的税率将分阶段降低，并从 2003 年起全部免除。而墨西哥将根据欧盟纺织品敏感程度的不同，或从 2000 年 7 月 1 日起免除关税，或逐步取消，并于 2005 年 1 月 1 日起免除关税。个别纺织品原材料要到 2008 年才免除关税；而对欧盟服装将逐步取消关税，并于 2007 年 1 月 1 日免除关税。

根据欧盟与南非之间的协定，南非的纺织原料从 2000 年 1 月 1 日《欧南自由贸易协定》生效后向欧盟出口享受零税率，纤维和纱线及部分织物和服装对欧盟出口税率逐年递减，按协定 2000 年只需交纳最惠国税率的 50%，并将于 2003 年起享受免税；另有部分织物和服装对欧盟出口关税也是逐年递减，按协定 2005 年只需交纳欧盟最惠国税率的 72%，并将于 2006 年起享受免税。而南非将于 2003 年 1 月 1 日、2005 年 1 月 1 日和 2012 年 1 月 1 日分

三批免除少数欧盟纺织品服装的关税，对欧盟大部分的纺织品服装将采取逐步减少关税的方式，到 2008 年降至服装税率的 20%、织物税率的 10% 和纱线税率的 5%，并在 2008 ~ 2012 年期间对欧盟这部分纺织品服装征收届时南非对外最惠国关税的 60%。

五 欧盟与第三国签订的《纺织品服装自由贸易协定》

2000 年 11 月，欧盟理事会授权欧盟委员会与第三国进行纺织品服装贸易双边互惠协议的谈判，以进一步相互开放纺织品市场。根据这一授权，欧盟委员会先后与克罗地亚、斯里兰卡和巴基斯坦这三个 WTO 成员国达成了相互开放纺织品服装市场的协议。与乌克兰、波黑等非 WTO 成员国也达成了此类协议。同时，与菲律宾、泰国、巴西和秘鲁等国家就商签此类纺织品自由贸易协定进行接触。欧盟产业界大力支持欧盟委员会通过各种方法来进一步打开第三国的纺织品服装市场。通过这些协定的签署，欧盟在第三国获得的纺织品服装市场准入的机会大大地增加。

例如，根据《欧盟—克罗地亚的纺织品服装贸易互惠协定》，欧盟从 2001 年 1 月 1 日起取消对克罗地亚的配额限制，而克罗地亚不再增加对欧盟纺织品服装的关税税率，并与欧盟的技术法规和标准相协调；根据《欧盟—乌克兰的纺织品服装贸易互惠协定》，欧盟用取消对乌克兰所有的配额限制换取了乌克兰不增加对欧盟的纺织品服装关税税率，并在 2001 ~ 2004 年间，欧盟将随着在世贸组织中纺织品服装约束关税的减让时间表，而降低其纺织品服装关税；根据《欧盟—斯里兰卡的纺织品服装贸易互惠协定》，欧盟用取消对斯里兰卡所有配额限制换取了斯里兰卡对欧盟的纺织原料不再征税，对欧盟纤维纱线、织物和服装分别征收 5%、10% 和 17.5% 的关税，并承诺对纺织品进口不设非关税壁垒；根据《欧盟—波黑的纺织品服装贸易互惠协定》，欧盟用取消对波黑的所有配额限制，换取了波黑不提高从欧盟进口纺织品的关税税率；根据《欧盟—巴基斯坦的纺织品服装贸易互惠协定》，欧盟以从 2002 年 1 月 1 日起取消从巴基斯坦进口服装的关税，并把巴基斯坦 2001 年纺织品服装配额增加 15% 为代价，换取了巴基斯坦从 2002 年起对欧盟纺织品服装的进口关税约束到 5%、15% 以及 25% 这三类水平，并将于 2002 年 7 月 1 日以前在 WTO 中按照上述的三种关税水平约束巴基斯坦纺织品服装进口的最高税率。

欧盟与智利政府 2002 年 5 月 17 日正式签署了双边自由贸易协定，这是欧盟两年前与墨西哥签署双边自由贸易协定以后与拉美国家签署的第二个自由贸易协定。该协定于 2003 年 2 月 1 日开始生效。从此，智利出口到欧盟国家的 7784 种产品可享受零关税。根据条款，双方在此后十年内把相互间的进口关税逐步降到零。在自由贸易协定生效的第一年，智利 85.1% 出口到欧盟的产品可享受零关税，而在协定生效的第四年，免税进入欧盟市场的智利出口产品比例可达 96.2%。

一 土耳其与摩洛哥签定自由贸易协定

二 南亚区域合作联盟筹划“纺织品联盟”

南亚区域合作联盟 SAARC [由印度服装出口商联邦 CIAE 筹资建立一个“南亚区域合作联盟纺织品联盟”的概念]各成员国筹划建立一个纺织品和服装行业联盟,从而在 2005 年配额制废除后有效地对抗来自中国纺织行业的竞争。

第五章 中国纺织品服装出口的主要竞争国家和地区

美国、日本和欧盟是纺织品服装的最大进口国家和地区，也是中国纺织品服装最主要的出口市场。在这三大市场上，中国面临着来自当地纺织服装企业和众多发展中纺织品服装国家和地区的竞争。在这些竞争者中，有的目前已对中国纺织品服装出口构成威胁，另外一些是未来中国纺织品服装出口的潜在竞争者。如在美国市场上，中国的主要竞争者是墨西哥、加勒比地区成员、印度；潜在竞争者有越南、巴基斯坦等。在欧盟市场上，中国的主要竞争对手是土耳其、印度、东欧国家；潜在竞争者有巴基斯坦等。在日本市场上，中国目前的直接竞争威胁不明显，但潜在竞争压力来自于越南、印度、巴基斯坦等。

第一节 发达纺织品服装进口国家和地区

一、美国

一 美国纺织服装业概况

美国面积为 937.2615 万平方公里，总人口约为 3 亿人。美国的工业技术先进、门类齐全、劳动生产率较高，为世界上最大的工业国家。20 世纪 80 年代以来，一方面美国传统工业如纺织服装工业，面临着国际上新兴工业国家的激烈竞争，正呈衰落状态；另一方面，以高技术工业为核心的新兴工业部门则呈现出蓬勃的发展趋势。美国工业虽面临来自多方面的挑战，但其在世界工业中所占的份额一直保持在 25% ~ 26% 的水平。



纺织服装工业是美国国民经济的重要组成部分之一，但近年来，美国纺织服装业工业总产值呈逐年下降的趋势 表 5 - 1 。2003 年美国纺织服装业总产值为 1221.6 亿美元，比上年同期下降了 1.5%。对美国国内生产总值 GDP 的贡献为 0.42% 同期，美国制造业对国内生产总值的贡献为 12.47% 。

表 5-1 2000~2003 年美国纺织服装工业产值 单位:亿美元

年 份	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年
纺织服装业产值	1418.1	1245.1	1240.5	1221.6

资料来源 美国商务部统计资料

2000~2004年,美国纺织服装业从业人员逐年减少,失业人数连年增加。2004年美国纺织服装行业从业人员约70.1万人,占制造业总就业人数的4.9%。其中,纺织业就业人数为41.6万人,服装业就业人数为28.5万人,为30年来最低水平表5-2。2004年纺织服装业失业人口为5.2万人。近年来,美国纺织及成衣就业率持续下降,显示出纺织及成衣业的萎缩。

表 5-2 2000~2004 年美国纺织服装业就业人数 单位:万人

年 份	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
纺织服装业	109.1	95.6	84.5	75.3	70.1
纺织业	59.5	53.9	48.6	44.0	41.6
服装业	49.7	42.7	36.0	31.3	28.5

资料来源 美国商务部统计资料

美国纺织工业中心集中在美国的南部诸州，北卡罗来纳州和佐治亚州是美国最大的纺织工业基地，服装加工则集中在加利福尼亚州和纽约等地。

在美国纺织服装业从业人员逐年减少的同时,纺织服装业人员的平均小时工资水平呈逐年上升趋势 表 5 - 3 。在这种情况下,企业只能削减员工人数,以维持获利能力。2004 年美国纺织业员工每周平均工资为 464.85 美元,服装业为 351.28 美元,分别比制造业的平均工资低 29.4% 和 46.7%,而服装业工人的工资水平又比纺织业低 24.4%。因此,美国国内纺织服装业已转向高端市场,如以高档次、高技术水平和高附加值的自主品牌服装为



二 美国纺织品服装消费市场概况

美国是全球纺织品和服装消费大国，仅次于欧盟的纺织品服装消费市场。2001 年美国仅服装零售总额就达 2747 亿美元，2003 年美国服装零售总额约 3000 亿美元，人均消费约 1020 美元。

2000 ~ 2004 年，美国国内服装及鞋类个人消费支出呈增长趋势。2004 年服装及鞋类个人消费支出达到 3365 亿美元。最近几年，美国人在纺织品和服装上的消费增长快于总体消费增长，说明美国国内市场对纺织品服装的消费需求旺盛 表 5 - 5 。美国人口的老龄化使纺织品的消费趋向系列化、功能化、环保化；服装消费则趋向舒适型及实用型。美国消费者对家用纺织品的需求持续增长，家用纺织品的消费占美国家庭中纺织品服装总消费的 1 / 3 左右。此外，美国对无纺布产品的消费量是全世界最高的，约占全世界无纺布消费总量的 50%。

表 5 - 5 2000 ~ 2004 年美国服装及鞋类消费支出总额 单位 :亿美元

2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年
2863	2977	3021	3072	3265

资料来源 美国商务部统计资料

三 美国纺织服装业国际竞争力

纺织服装业在美国是夕阳产业。随着世界纺织服装行业格局的转变，美国劳动力成本过高，逐渐将相当的生产能力转移到廉价劳动力的墨西哥等发展中国家。

目前，美国依靠一流的资本市场，丰富的棉花资源和发达的综合工业环境，仍是世界纺织生产强国之一。美国是全球第四大纺织品服装出口国家，占全球纺织品服装出口比重的 4% 左右。

美国纺织品服装具有较强的国际竞争能力，占全球纺织品服装出口总额的 6% ~ 7% ，居第四位。这与纺织服装业在美国表现为资本、技术密集型相关，还与美国与墨西哥、加勒比海地区、非洲国家签定的优惠贸易协定有关 第四章第五节 ，协定规定只有从美国进口的纺织纤维和面料，在当地加工

后，返销到美国的，才可以享受零关税优惠待遇。在全球服装出口中，美国居第七位，占 2% ~ 3%。因此，美国不仅是纺织品服装进口大国，也是出口强国 表 5 - 6 。

表 5 - 6 美国纺织品和服装出口额及占全球的比重 单位 :亿美元

年 份	纺织品出口			服装出口		
	全球	美国	所占比重(%)	全球	美国	所占比重(%)
2000 年	1574.6	109.6	7.0	1989.4	86.5	4.3
2001 年	1469.8	104.9	7.1	1950.3	70.1	3.6
2002 年	1521.5	107.0	7.0	2008.5	60.3	3.0
2003 年	1694.2	109.2	6.4	2259.4	55.4	2.5

资料来源 WTO 统计资料

四 中国与美国的纺织品服装贸易

中国与美国在资源结构、产业结构和消费水平等方面的巨大差异决定了两国经济具有很强的互利互补性。目前，美国是中国的第二大贸易伙伴，美国是中国第一大出口市场，中国则是美国的第四大贸易伙伴。

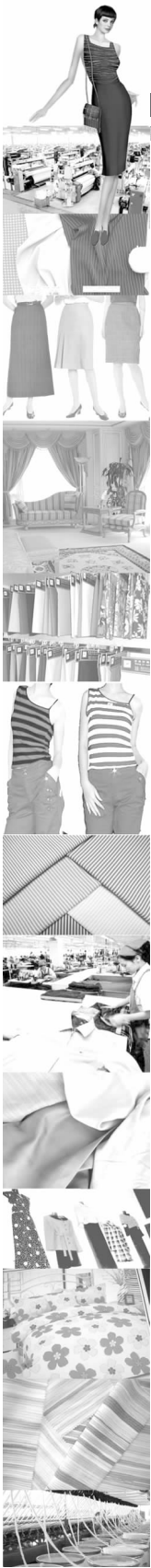
中国与美国贸易中，纺织品服装贸易量较大。从 2001 年入世后，中国对美国纺织品服装出口增长速度较快，中国取代墨西哥成为美国服装进口第一大供应国，2002 年以后，中国又取代欧盟成为美国纺织品进口第一大来源国 表 5 - 7 。

表 5 - 7 2001 ~ 2005 年美国从中国进口服装贸易额及所占比重 单位 :亿美元

年 份	美国进口总额	从中国进口额	从中国进口占总额的比重(%)
2001 年	663.9	92.8	14.0
2002 年	667.2	100.8	15.1
2003 年	712.8	120.1	16.9
2004 年	724.6	136.5	18.8
2005 年	719.4	175.0	24.3

资料来源 美国海关统计





2002 ~ 2005 年，中国纺织品服装对美国出口增长迅速，所占比重大幅提高。虽然由此引发了许多贸易摩擦，但可以反映出中国纺织品服装在美国市场竞争力较强，产品适销对路，中国服装深受美国消费者青睐 表5 - 8 。

表 5 - 8 2001 ~ 2005 年美国从中国进口纺织品贸易额及所占比重 单位 :亿美元

年 份	美国进口总额	从中国进口额	从中国进口占总额的比重(%)
2001 年	154.3	19.3	12.5
2002 年	170.0	26.8	15.8
2003 年	182.9	36.3	19.8
2004 年	195.8	42.7	21.8
2005 年	237.9	82.4	34.6

资料来源 美国海关统计

入世后，中国对美国纺织品服装的出口在中国纺织品服装出口总额中的地位也在不断上升。据中国海关统计，2001 ~ 2005 年，中国对美国纺织品服装贸易出口总额呈较大幅度的增长，2005 年占中国纺织品服装出口总额的 16%，美国成为中国纺织品服装出口第一大市场 表 5 - 9 。

表 5 - 9 2001 ~ 2005 年中国对美国纺织品服装出口额及所占比重 单位 :亿美元

年 份	中国纺织品服装出口总额	对美国纺织品服装出口额	所占比重(%)
2001 年	532.80	61.25	11.5
2002 年	617.69	70.70	11.4
2003 年	804.84	96.96	12.0
2004 年	973.85	117.86	12.1
2005 年	1150.33	186.38	16.2

资料来源 中国海关统计

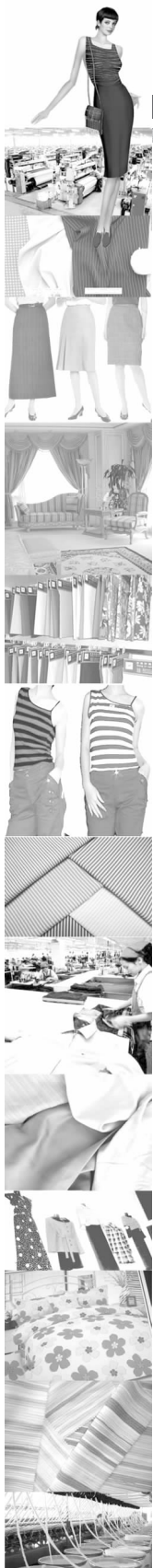
2001 ~ 2005 年，中国从美国进口纺织品服装数量也有所增长，占中国纺织品服装进口总额的比重从 2% 上升到 3.92% 表 5 - 10 。

年 份	中国纺织品服装进口总额	从美国进口纺织品服装额
2001 年	137.20	1.75
2002 年	143.62	2.12
2003 年	155.86	2.76
2004 年	168.04	3.26
2005 年	171.36	3.92

五 美国纺织品服装主要贸易伙伴

由于美国对外政策的调整和纺织品服装出口国家和地区竞争优势的改变,使美国纺织品服装进口贸易格局在不断变化。近年来,美国纺织品服装进口主要来自拉美和亚洲两大板块。1994 年北美自由贸易区建立后,墨西哥在 1998 年超过中国,成为美国最大供应国。2002 年中国入世后,中国超过墨西哥,重新跃居首位。伴随着一批昔日的纺织品服装出口强国和地区的逐渐淡出,又一批新兴的纺织品服装出口国家和地区正在崛起 表 5 - 11、表 5 - 12。

2000 年			2001 年			2002 年			2003 年		
来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)
全球	663.9	100	全球	663.9	100	全球	667.2	100	全球	712.8	100
墨西哥	90.2	13.6	中国	92.8	14.0	中国	100.8	15.1	中国	120.1	16.9
中国	87.6	13.2	墨西哥	82.0	12.3	墨西哥	78.0	11.7	墨西哥	72.6	10.2



续表

2000 年			2001 年			2002 年			2003 年		
来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)
中国香港	47.4	7.1	中国香港	45.0	6.8	中国香港	41.6	6.2	中国香港	39.7	5.6
欧盟	26.4	4.0	欧盟	26.8	4.0	欧盟	25.7	3.8	欧盟	26.6	3.7
韩国	25.4	3.8	洪都拉斯	24.9	3.7	洪都拉斯	25.6	3.8	洪都拉斯	26.2	3.7
合计	277.0	41.7	合计	271.4	40.9	合计	271.6	40.7	合计	285.2	40.0

资料来源 美国海关统计

表 5-12 美国纺织品进口市场前五名供应国和地区

单位:亿美元

2000 年			2001 年			2002 年			2003 年		
来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)
全球	157.1	100	全球	154.3	100	全球	170.0	100	全球	182.9	100
欧盟	27.29	17.4	欧盟	25.8	16.7	中国	26.8	15.8	中国	36.3	19.8
加拿大	19.41	12.5	加拿大	19.8	12.9	欧盟	26.6	15.6	欧盟	28.1	15.4
中国	18.9	12.0	中国	19.3	12.5	加拿大	19.6	11.5	加拿大	19.5	10.7
墨西哥	16.04	10.2	墨西哥	15.2	9.8	墨西哥	16.4	9.7	墨西哥	15.8	8.6
印度	11.55	7.4	印度	11.3	7.3	印度	13.6	8.0	印度	15.3	8.4
合计	93.49	59.5	合计	91.4	59.2	合计	102.9	60.6	合计	115	62.9

资料来源 美国海关统计

美国纺织品服装进口的来源国，主要是亚洲的中国、中国香港和印度地区，拉美的墨西哥和洪都拉斯，发达国家中的欧盟和加拿大。前五位进口来源地集中度较高，纺织品占美国进口总额的 40%、服装占 60%。

从美国纺织品服装出口主要市场分布情况看，也主要集中在与美国签定优惠贸易协定的国家，如墨西哥、加勒比地区国家等 表 5 - 13 。

美国服装进口主要控制在大型零售商手中，沃尔玛、杰西潘尼、联邦百

表 5-13 美国纺织品服装主要出口国家和地区出口额统计

单位:亿美元

国家(地区)	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年
全 球	169.60	167.09	173.60	166.16
墨西哥	50.74	48.04	48.31	46.93
加拿大	32.79	32.51	34.85	36.69
洪都拉斯	15.15	14.98	15.29	14.27
多米加尔	12.65	12.41	12.46	10.70
萨尔瓦多	7.15	7.12	6.53	6.12
日 本	5.61	5.43	5.83	5.74
危地马拉	3.49	3.48	3.98	3.09
哥斯达黎加	4.32	3.51	3.43	2.86
英 国	3.56	3.39	3.39	3.34
中 国	2.14	2.71	3.22	3.64
中国香港	3.05	2.90	3.14	2.89
比利时	2.69	2.73	3.00	2.54
德 国	2.29	2.23	2.32	2.21
海 地	1.64	1.92	1.90	2.22
韩 国	1.60	1.80	1.87	1.65

注 按 2004 年出口金额前 15 位排序

货、GAP、塔吉特、有限、五月百货、西尔斯和凯马特九家合计零售额，就占美国整个服装市场零售额的 47.5%。

除以上零售集团外，美国一大批世界知名品牌集团如 Liz Claiborne、Lord & Taylor 等控制了市场。他们中很多是设计和生产公司，有自己的专卖店，或在零售集团中有专卖柜台。他们手里拿着几乎所有品牌，设计好后委托发展中国家贴牌加工，然后再由他们经销。海外供应商包括中国，基本上是给他们打工，拿点加工费而已。这些零售集团和品牌集团往往还掌握着面料来源。来料加工侧重在加勒比地区。美国各类纺织品和服装领域都有逆差，唯有面料是顺差。由于拥有强大技术优势，美对纺织品服装进口的技术标准特



别是环保标准要求越来越高。

二、日本

一 日本纺织服装业概况

日本地处东亚，位于亚洲的太平洋上端，由四个大岛及约 4000 个小岛组成，面积为 377835 平方公里，人口约为 1.2731 亿人。日本是世界第二大经济体，其国内生产总值 GDP 仅次于美国，人均 GDP 为 3.6 万美元。日本是一个资源稀缺的国家。

纺织服装产业是战后日本的主要产业，在日本恢复经济中做出了很大的贡献。20 世纪 60 年代至 80 年代，日本纺织产业具有很强的国际竞争优势，其产业链的完整性，以及上游、中游、下游环节“先水平分工，后垂直联动”的生产体系是强大竞争力的核心。但是从 20 世纪 70 年代开始，日本纺织服装业逐渐向韩国、中国香港和中国台湾等地转移。

到目前为止，日本纺织企业和从业人口数量均下跌到 80 年代早期的一半以下水平。由于 1985 年“广场协定”的执行，日元大幅度增值，从而导致过去 20 年内日本纺织品服装出口的快速下滑及进口的大量增加，加速了纺织服装业的空洞化。使日本纺织服装产业开始出现了生产车间外移、转向高质量或差异化产品、生产非服装类产品、调整生产能力、破产、倒闭、撤销中小规模企业和优化分销系统等不利状况。

尽管如此，日本纺织服装产业在整个经济中还占有很大比重，2003 年产值达 44882 亿日元，占日本整个制造业的 1.7%。2003 年纺织服装业从业人口 37.1 万人，占整个制造业的 5%，经营纺织服装企业数量从 2002 年的 13053 家，下降到 2003 年的 11988 家，企业总数减少了 8.1%。此外日本纺织业已在世界许多国家建立了工厂。

二 日本纺织品服装消费市场概况

日本是亚洲最大的纺织品服装消费市场。日本人均收入水平高，消费水平也居世界前列。从家庭消费看，2003 年日本家庭纺织品服装消费支出为每月 17919 日元，衣着类支出占全部支出的 4.48%。

三 中日纺织品服装贸易情况

纺织品服装是中国对日本出口的传统大宗商品。2005 年中国对日本纺织品服装出口额为 175. 21 亿美元。近两年，中国对日本纺织品服装出口总额增长缓慢，相对额呈下降趋势，2000 年占中国纺织品服装出口总额的 25. 49%，2005 年下降到占 15. 23% 表 5 - 14。

表 5 - 14 2001 ~ 2005 年中国对日本纺织品服装出口额及所占比重

单位 :亿美元

年 份	中国纺织品服装 出口总额	对日本纺织品服装 出口额	所占比重(%)
2001 年	532.80	137.20	25.75
2002 年	617.69	131.18	21.24
2003 年	804.84	152.22	18.91
2004 年	973.85	171.53	17.61
2005 年	1150.33	175.21	15.23

资料来源 中国海关统计

中国纺织品服装产品在日本纺织品服装进口中居第一位，2004 年日本纺织品服装进口总额为 274 亿美元，从中国进口额为 203. 4 亿美元，所占比重高达 74. 23% 表 5 - 15。

表 5 - 15 2001 ~ 2004 年日本从中国进口纺织品服装额及所占比重

单位 :亿美元

年 份	日本纺织品服 装进口总额	从中国进口纺 织品服装额	所占比重(%)	从中国进口 服装额	所占比重(%)
2001 年	239.0	168.9	70.67	147.6	61.76
2002 年	221.4	159.1	71.86	137.5	62.10
2003 年	245.2	180.1	73.45	155.8	63.54
2004 年	274.0	203.4	74.23	175.5	64.05

资料来源 日本海关统计数据



1. 进口数量和进口金额双居榜首

2. 中国服装价格低廉，远未摆脱低价竞争模式

3. 尚未树立品牌形象，整体处于“有品无牌，为人作嫁衣”的状态

当前中国输往日本的高档产品全部为日本在华投资企业的“贴牌”产品，无品牌的中低档产品只能大量投放超市。日本消费者虽认同中国产品质量，却未对“中国制造”确立认同感。“中国制造”无论作为国家品牌还是企业、产品品牌均尚未确立。

多年来,日本纺织品出口具有较强的国际竞争力,居全球纺织品出口第八位 表 5 - 16 。2003 年,日本纺织品服装出口额为 64.3 亿美元,占全球纺织品服装出口总额的 3.8%。特别是在化学纤维面料领域,日本的国际竞争力优势显著,同时中国也是日本化学纤维面料最大的进口国,2004 年日本向中

单位:亿美元

年 份	全球出口额	日本出口额	所占比重(%)
2000 年	1574.6	70.2	4.5
2001 年	1469.8	61.9	4.2
2002 年	1521.5	60.3	4.0
2003 年	1694.2	64.3	3.8

186

国出口面料 24.43 亿美元，约占日本面料出口总额的 76.11%。

五 日本纺织品服装进出口情况

日本纺织品服装市场规模仅次于美国和欧盟，是世界第三大消费市场。由于日本纺织服装业已经将大部分生产基地转移到中国和东南亚地区，国内的生产能力较小，而且生产成本很高，所以日本服装消费市场严重依赖进口。日本纺织品所需天然原材料的 80%，服装等成品的 50% 依赖从国外进口。

日本服装进口主要五大来源国家和地区，除中国外，还有欧盟、韩国、美国和越南，进口总额占日本服装进口总额的 90% 以上，集中度较高。其中又以从中国进口服装为主。这与两国相邻、运输便利、交货及时有关。多年来，日本许多纺织服装企业来华投资，或将服装加工订单转移到中国 表 5 - 17 。同时，日本还从中国进口大量天然纤维原料和织物。2003 年日本从中国进口纺织品占日本纺织品进口总额的 48.3% 表 5 - 18 。

表 5 - 17 日本服装进口前五位供应国家(地区) 单位 :亿美元

项 目	2000 年		2001 年		2002 年		2003 年	
	金额	所占比重(%)	金额	所占比重(%)	金额	所占比重(%)	金额	所占比重(%)
全 球	197.1	100	191.5	100	176.0	100	194.8	100
中 国	147.1	74.7	147.6	77.1	137.5	78.1	155.8	80.0
欧 盟	14.8	7.5	14.8	7.7	14.8	8.4	15.9	8.2
韩 国	9.5	4.8	6.8	3.6	4.3	2.4	3.4	1.8
美 国	4.7	2.4	3.5	1.8	2.6	1.5	泰国 2.6	泰国 1.3
越 南	5.9	3.0	5.4	2.8	4.7	2.7	5.0	2.6
合 计	182.0	92.3	178.1	93.0	163.9	93.1	182.7	93.7

资料来源 日本海关统计数据





表 5- 18 日本纺织品进口前五位供应国家(地区) 单位 :亿美元

项 目	2000 年		2001 年		2002 年		2003 年	
	金额	所占比 重(%)	金额	所占比 重(%)	金额	所占比 重(%)	金额	所占比 重(%)
全 球	49.39	100	47.5	100	45.4	100	50.4	100
中 国	20.37	41.2	21.3	44.9	21.6	47.5	24.3	48.3
欧 盟	6.88	13.9	6.7	14.1	6.1	13.5	6.8	13.5
韩 国	4.02	8.1	3.1	6.6	2.8	6.3	3.1	6.1
美 国	3.46	7.0	3.0	6.2	2.7	6.0	2.5	5.1
印度尼西亚	3.23	6.5	3.0	6.4	2.8	6.2	3.5	6.9
合 计	37.96	76.9	37.1	78.2	36.1	79.5	40.2	79.8

资料来源 日本海关统计数据

三、 欧盟

一 欧盟纺织服装业概况

欧洲联盟由法国、联邦德国、意大利、荷兰、比利时、卢森堡、丹麦、爱尔兰、英国、希腊、西班牙、葡萄牙、奥地利、芬兰、瑞典、波兰、匈牙利、捷克、斯洛伐克、斯洛文尼亚、爱沙尼亚、拉脱维亚、立陶宛、塞浦路斯和马耳他 25 国结盟而成。总面积约 400 万平方公里，人口约为 5 亿人。

欧盟工业发达、科技先进、资本雄厚，它同美国一样，是纺织品服装消费、进出口大市场，纺织服装生产和贸易在其经济中占有重要地位。纺织服装行业是劳动密集型产业，全球格局的趋势是逐渐转到发展中国家，因此欧盟的纺织服装业呈下降态势，企业数量也进一步减少，一些企业倒闭破产，另一部分企业的生产向国外转移。2004 年欧盟拥有纺织品和服装企业约为 16.49 万家，比 2003 年减少了 5.4%。2004 年，欧盟纺织服装行业从业人数达 238.18 万人，比 2003 年减少了 16.4594 万人，降幅为 6.5%。2004 年，欧盟的纺织业有 7.2 万人失业，服装业有 9.2 万人失业。

欧盟国家大多是纺织工业的发达国家，不但生产高品质的纺织品和很多世界著名品牌的服装，还能够生产精密的纺织服装机械，世界上纺织机械制造强国的 75% 都在欧盟。但是，欧盟纺织品服装工业过去 20 年来，也处于持续下滑态势。1991~2001 年，欧盟纺织品服装增加值基本没有变化，产量只增长 5%，而同期整个制造业产量却增长 51%。

欧盟曾是世界纺织品和服装中心，今天仍是世界重要纺织品服装生产地区，也是世界高档时装的大本营。意大利是欧盟最大的纺织品服装生产国，2001 年总产值 698.62 亿欧元，占整个欧盟的 43.8%。德国、法国、英国三国各占 12% 左右。意大利纺织品服装含皮革加工就业人数占该国制造业就业总人数的 17%，产值占 12%。比例最高的是葡萄牙，就业占 33%，产值占 18%。

欧盟的纺织服装代表性权威机构是欧盟纺织协会，下设欧洲服装协会、欧洲纺织环保协会、欧洲棉纺协会、丝纺协会、化纤协会、针织协会、欧洲纺织机械协会等诸多专业协会，负责对欧盟各国总体的行业生产、贸易进行协调，并提供各种业内咨询和服务。

链接 1

欧洲纺织服装协会 Euratex 简介

欧洲纺织服装协会 The European Apparel and Textile Organization，简称 Euratex，总部设在布鲁塞尔。其现有会员是欧盟 15 国以及挪威、瑞士、捷克、波罗的海三国、斯洛文尼亚、斯洛伐克以及土耳其等共 26 个欧洲国家中的 30 多个纺织服装业协会，代表欧洲纺织服装生产方利益。目前，该组织代表的欧洲 141000 多家纺织生产企业共雇用 460 万纺织工人。该组织代表其会员协会统一与欧盟机构交涉，进行游说，维护欧洲纺织服装产业的利益并提供有关信息，同时负责对外宣传欧洲纺织服装产业的先进技术、新颖设计和环保意识，提升欧洲纺织业在世界舞台上的形象。

欧洲纺织地区协会 ACTE 简介

欧洲纺织地区协会 Association des Collectivites Textiles Europeennes，



简称 ACTE 创立于 1991 年 4 月，总部设在葡萄牙的 Guimaraes。其现有会员主要是欧盟六个国家 西班牙、葡萄牙、法国、意大利、英国和比利时 和纺织服装业比较集中的 50 多个地区的相关政府部门，其唯一一个欧盟以外的会员是克罗地亚 Varazdin 市政府。目前，该组织不断加强 与即将加入欧盟的新成员国的纺织地区政府的联系，希望在这些新欧盟 成员国吸纳一些新的会员。该协会的宗旨是维护纺织服装业集中地区的 利益，促进这些地区的经济发展和就业，提高企业竞争力，尊重环保、 社会和道德标准。

国际纺织服装皮革工人联盟 ITGLWF 简介

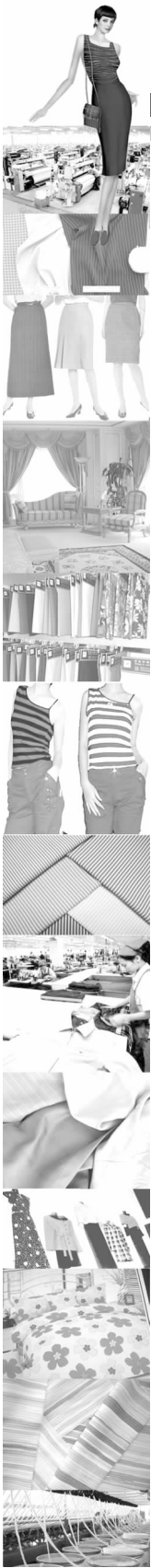
国际纺织服装皮革工人联盟 International Textile, Garment and Leather Workers Federation, 简称 ITGLWF 总部设在布鲁塞尔，但其执行机构 主要设在四个地区：欧洲 布鲁塞尔、亚洲 东京、非洲 南非德班 以及美洲 委内瑞拉马拉凯。其会员是全球 110 多个国家和地区 200 多个 工会组织，代表着 1000 多万纺织服装皮革业工人的利益。该组织宗旨 是捍卫纺织服装皮革业工人的利益，目前对中国纺织服装产品大幅降价 对其他国家纺织服装业工人劳工权利的负面影响非常关注。

欧洲外贸协会 FTA 简介

欧洲外贸协会 Foreign Trade Association, 简称 FTA 总部设在布鲁塞 尔，其会员是欧洲各国从事进出口贸易的企业及协会。由于历史原因， 其会员以依靠进口的大型零售企业为主，因此该协会主要是代表欧洲进 口方的利益。该组织主要活动是向其会员提供有关欧盟立法的动向及分 析，帮助会员解决贸易纠纷，并游说欧盟机构以维护其会员的利益。

二 欧盟纺织品服装消费市场概况

欧盟是世界上纺织品服装第一大市场。2004 年，欧盟服装、鞋类和辅 料消费总计约 3921 亿欧元。目前欧盟的服装零售商直接向国外生产商下 单已极为盛行。欧洲服装销售也掌握在跨国零售集团和品牌集团手中。其



四 欧盟纺织品服装在全球中的地位

目前欧盟是全球纺织品服装的最大出口地区和进口地区。2003 年，欧盟纺织品服装出口额为 1188.9 亿美元，占全球纺织品服装出口总额的 30.1%，具有较强的竞争力。欧盟内部 15 国之间的贸易额大于欧盟与非成员国之间的纺织品服装出口额，对非成员国出口纺织品服装占欧盟总出口创汇率的 38.2%。

欧盟无论是在纺织品还是服装出口中，都具有较强的国际竞争力，均占世界第一位，并呈增长趋势 表 5 - 20 。

表 5 - 20 欧盟纺织品和服装出口额及占全球的比重 单位 :亿美元

年 份	纺织品出口			服装出口		
	全球	欧盟	所占比重(%)	全球	欧盟	所占比重(%)
2001 年	1469.8	505.4	34.4	1950.3	470.9	24.0
2002 年	1521.5	520.5	34.2	2008.5	504.5	25.1
2003 年	1694.2	589.4	34.8	2259.4	599.5	26.5

资料来源 WTO 统计数据

欧盟是世界上第一大纺织品服装进口市场，每年进口的纺织品服装占全球总进口额的 37%。2003 年，欧盟 15 国的纺织品服装进口额为 1438.2 亿美元，其中，欧盟从非成员国的纺织品服装进口额为 1003.7 亿美元，占欧盟进口总量的 65.3%，从成员国进口只占 34.7% 表 5 - 21 。

表 5 - 21 欧盟纺织品服装进口额及占全球的比重 单位 :亿美元

项 目	2001 年		2002 年		2003 年	
	进口额	所占比重 (%)	进口额	所占比重 (%)	进口额	所占比重 (%)
全 球	3615.7	100	3706.9	100	4145.2	100
欧盟(15 国)	1248.8	34.5	1310.6	35.4	1538.2	37.1
欧盟(15 国)对外	650.0	18.0	682.9	18.4	1003.7	24.2

资料来源 WTO 统计数据

五 欧盟纺织品服装主要进出口国家和地区

2000 ~ 2003 年，在欧盟的服装进口来源国家和地区中，以欧盟 15 国内部进口为主，占到 40%。其次，2003 年欧盟从中国进口服装额为 123 亿美元，之后是土耳其、罗马尼亚和孟加拉，以上国家合计占据欧盟进口的半壁江山。土耳其、罗马尼亚和孟加拉对欧盟出口的地理优势突出，便于贸易，交货及时。特别值得注意的是，2003 年孟加拉已取代突尼斯成为欧盟第五大服装进口来源国 表 5 - 22 。

表 5 - 22 欧盟(15 国)服装进口前五位供应国和地区 单位 :亿美元

2000 年			2001 年			2002 年			2003 年		
来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)
全球	859.1	100	全球	792.6	100	全球	848.8	100	全球	1012.9	100
欧盟(内)	334.6	38.9	欧盟(内)	313.4	39.5	欧盟(内)	338.6	39.9	欧盟(内)	409.0	40.4
中国	81.0	9.4	中国	84.3	10.6	中国	97.6	11.5	中国	123.6	12.2
土耳其	55.0	6.4	土耳其	54.1	6.8	土耳其	66.0	7.8	土耳其	83.2	8.2
中国香港	47.5	5.5	罗马尼亚	29.5	3.7	罗马尼亚	34.6	4.1	罗马尼亚	41.6	4.1
突尼斯	26.4	3.1	突尼斯	25.7	3.2	突尼斯	27.4	3.2	孟加拉	34.5	3.4
合计	544.4	63.4	合计	507	64	合计	564.2	66.5	合计	692.1	68.3

资料来源 欧盟海关统计数据

从欧盟纺织品进口主要来源地看，也是以欧盟内部贸易为主，其次是中国、土耳其、印度和巴基斯坦 表 5 - 23 。欧盟对土耳其、印度和巴基斯坦的棉纺产品进口依赖程度较高。虽然目前中国纺织品服装在欧盟市场所占比重较高，但来自土耳其、印度和巴基斯坦的竞争压力也越来越大。特别是《中欧备忘录》的签署，在约束中国对欧盟纺织品服装出口规模增长的同时，也使土耳其、印度和巴基斯坦成为最大的受益者。



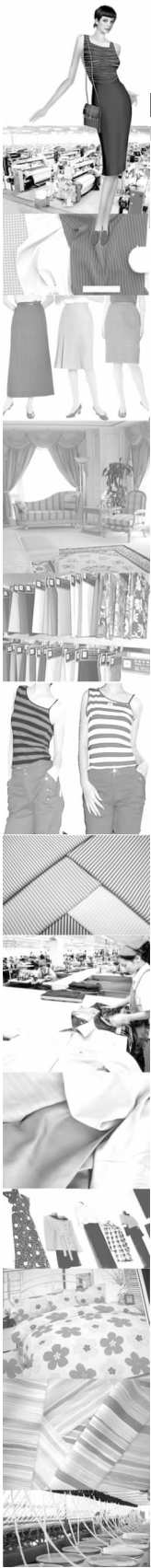


表 5- 23 欧盟(15 国)纺织品进口前五位供应国和地区 单位 :亿美元

2000 年			2001 年			2002 年			2003 年		
来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)	来源	金额	所占比重(%)
全球	497.7	100	全球	456.2	100	全球	462.1	100	全球	525.3	100
欧盟(内)	313.7	63.1	欧盟(内)	285.5	62.6	欧盟(内)	289.4	62.6	欧盟(内)	325.7	62
土耳其	19.2	3.9	土耳其	20.1	4.4	中国	21.1	4.6	中国	27.6	5.3
中国	18.8	3.8	中国	18.3	4	土耳其	20.2	4.4	土耳其	25.1	4.8
印度	18.5	3.7	印度	17.6	3.9	印度	16.2	3.5	印度	18.9	3.6
美国	15.2	3.0	美国	12.1	2.7	巴基斯坦	11.1	2.4	巴基斯坦	13.6	2.6
合计	385.4	77.4	合计	353.6	77.6	合计	358	77.5	合计	410.9	78.2

资料来源 欧盟海关统计数据

第二节 主要发展中纺织品服装出口国家

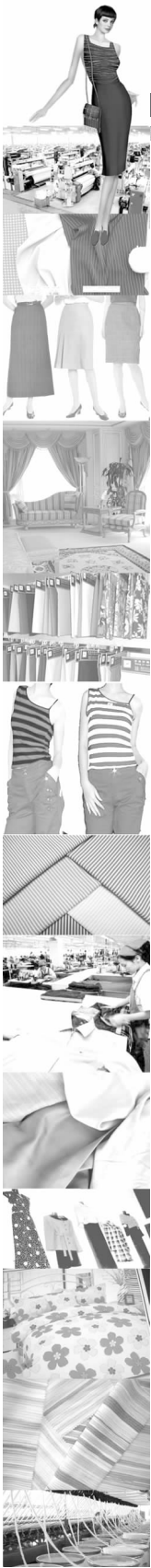
从 20 世纪 80 年代末期起，发展中国家的纺织品服装出口开始超过了发达国家。目前，发展中国家占全球纺织品出口总额的 50% 以上，服装出口总额的 70% 以上。这也反映了在劳动力密集型特征更加显著的服装制造业中，发展中国家由于劳动力成本低廉，更加具有比较优势。中国作为最大的发展中国家和纺织服装大国，也承受着来自一些发展中国家的竞争压力。

一、印度

一 印度纺织服装业概况

印度位于亚洲南部，面积为 3287590 平方公里，人口约为 10.2 亿人。印

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a light-colored belt, a light-colored tank top, a pair of light-colored sneakers, and a handbag with a bold, abstract geometric pattern in shades of grey and white.



纺织工业的主体行业，印度是仅次于中国和美国的世界第三大产棉国、第二大棉纱及纺织品生产国。印度是世界最大的棉花消费国之一，在棉纱和织物生产方面仅次于中国。棉纺产品的年产值占印度全部纺织工业总产值的75%以上。印度也是全球重要的化学纤维生产国和消费国，在全球化学纤维生产中位居第五。

尽管印度拥有全球面积最大的棉花耕地，印度的棉花种植面积远远超过其他国家，占全球棉花种植面积的25%，但平均单产在全球十大棉花生产国中排在最低水平，每公顷产量只有300千克，而中国每公顷产量为1000千克。

从印度的棉花年产量看，1990~2003年间保持稳定的规模，所占世界棉花总产量的比重，也一直保持在11%~12%左右 表5-24。

表5-24 印度棉花产量及占世界总产量的比重 单位:万吨

年 份	全 球	印 度	所占比重(%)
1980 年	1425.4	132.8	9.3
1985 年	1754.0	157.9	9.0
1990 年	1871.4	226.4	12.1
1995 年	2024.8	275.4	13.6
2000 年	1904.1	235.0	12.3
2001 年	2070.5	258.4	12.5
2002 年	1915.7	230.7	12.0
2003 年	2060.7	230.7	11.2

资料来源 WTO 统计数据

印度纺织业历史悠久，是世界重要的纺织品服装出口国之一，纺织服装业是目前印度国民经济中最大的工业行业，是印度的支柱产业，其产值约占整个工业总产值的1/5。纺织服装业也是其最重要的外汇来源产业，纺织服装出口占出口总额的比重为25%。2003年，印度纺织服装出口达129.7亿美元，其中纺织品出口65.1亿美元，服装出口65.6亿美元。

2001~2003年，印度无论是纺织品出口，还是服装出口增长都缓慢，增

幅小。在全球纺织品服装出口总额中所占地位也在第八位。印度纺织品服装出口占全球市场份额大约在 3.5% 表 5 - 25 。

表 5- 25 印度纺织品和服装出口额及占全球的比重 单位 :亿美元

年 份	纺织品出口额				服装出口额			
	全球	印度	排位	所占比重(%)	全球	印度	排位	所占比重(%)
2001 年	1469.8	59.0	8	3.8	1950.3	60.3	7	3.1
2002 年	1521.5	53.8	8	3.7	2008.5	54.8	7	2.8
2003 年	1694.2	65.1	7	3.8	2259.4	64.6	6	2.9

资料来源 WTO 统计数据

但是，预计到 2010 年，印度纺织品服装出口额可能从目前的 130 亿美元增加到 500 亿美元。印度政府与美国、欧盟、日本以及澳大利亚等世界纺织品进口大国，就纺织品的出口达成了有利于其纺织品出口的政府协议。印度 25% 的纺织品直接向美国出口，且出口给其他国家的大量纱线加工为成衣后，也向美国出口。同时，印度的棉纱出口还主要集中在欧盟市场。

印度纺织品服装主要出口市场为欧盟和美国，在欧盟市场列第三位，在美国市场列第四位，但对日本出口量较小 表 5 - 26 。

表 5- 26 美国、日本从印度进口纺织品服装贸易额及所占比重 单位 :亿美元

项 目	2002 年		2003 年		2004 年	
	进口额	所占比重(%)	进口额	所占比重(%)	进口额	所占比重(%)
美 国	33.27	4.15	35.76	4.18	40.41	4.39
日 本	2.62	1.18	2.69	1.09	2.78	1.02

资料来源 WTO 统计数据

印度纺织品服装出口产品，以棉花为原料的棉纱、棉织物、棉服装及家用纺织品为主。服装出口约占印度纺织品服装全部出口额的 60% 以上。



三 印度纺织服装业的优势及劣势

1. 印度纺织服装业的优势

- 1 印度纺织服装劳动力价格很低；平均工资水平大约是 40 ~ 80 美元 / 月；
- 2 印度纺织原料，特别是棉花数量充足，种类多，价格低廉；
- 3 印度政府高度重视纺织服装业。印度政府已开始对纺织服装业出口实行免税措施，并对小型企业实施优惠利率等激励政策。如：纺织品出厂时所征收的消费税被削减，人造纤维进口关税下调；

4 由于 20 世纪 80 年代中期印度开始纺织业改革 包括 1991 年的工业政策、1992 年的纺织命令及 1996 年的税务政策 取消了国内外投资限制，放宽了行业准入，缩小了全棉与化学纤维及纱线之间的税差，并解除了管制，纺纱企业的合并非常普遍。1999 年，印度启动“纺织技术升级基金”计划，重点发展高附加值领域，如织布、印染和服装制造业；

5 目前，印度两项政府计划鼓励专业纺织公司到服装出口区落户，即出口服装园 APE 和纺织中心基础发展计划 TCIDS。专业纺织公司集中到这些地区可以形成经济规模。为了鼓励出口园的发展，政府为搬迁公司免除部分劳动管理限制，并为其提供土地、信用以及纳税方面的优惠政策。此外，印度政府还在建立纺织园、EOU 出口型企业 和 EPZ 出口加工区 等方面作出了极大的努力；

6 为了使印度成为与其能力相符的世界纺织大国，织布、针织、印染、服装被确定为印度纺织工业“十五”计划 2002 ~ 2007 年 的推进部门；

7 外国品牌如沃尔玛、利维斯、GAP、JC Penny、马莎百货快速扩展，增加从印度的服装和布料的购买。仅沃尔玛在 2003 年就从印度购买了 2 亿美元的产品。2004 年末，沃尔玛从印度的购买达到 3 亿美元。此外，欧洲的零售巨人 GAP 公司同样从印度购买服装，而新加坡的鳄鱼国际公司宣布，计划在印度投资。

2. 印度纺织服装业的劣势

1 印度纺织服装企业大部分规模很小，纺纱、织布、后处理和服装环节相对独立，许多企业技术落后。由于过去印度劳动政策规定了最低工资要求，并且不允许员工超过 100 人的企业解雇工人。这些政策有利于规模较小的劳动密集型企业，不利于规模较大的资本密集型企业。使得许多大公司分

解成小公司，以回避劳动管理制度。

2 另一个潜在障碍是印度落后的基础设施建设。印度基础设施不足使交易成本非常高。例如，改进公路、电力、通信等需要大量投资。而且，印度的电费通常要比中国同行业高 30%。

3 在印度南部，一些最大的纺织品和服装生产商无法享用足够的港口设施，许多运往美国的货物不得不到附近的斯里兰卡或新加坡转运。

4 印度的劳动生产率大大低于巴基斯坦、中国和日本。1997 年，中国工人的人均生产率增加值为 2.53，而印度为 1.91。印度一个工人每天生产 6~7 件衬衫，其他国家每人每天平均生产 25~30 件衬衫。低下的生产率使印度劳动成本上升。

二、墨西哥

一 墨西哥纺织服装业概况

墨西哥是拉丁美洲国家，北临美国，东临墨西哥湾和加勒比海，西临太平洋和美国加利福尼亚。面积为 197 万平方公里，总人口约为 9724 万人。墨西哥是第三世界中经济比较发达的国家之一，经济发展水平在拉丁美洲居第二位，仅次于巴西，在全球居第十三位，被认为是具有发展前途的新兴工业国家。

纺织服装行业是墨西哥经济发展的支柱产业，墨西哥纺织服装业具有从纤维到服装的纺织产业链。墨西哥纺织服装业约有 1.4 万家、91 万名工人，占其制造业就业人数的 18%，是仅次于电子及原料行业的第二大就业行业。墨西哥纺织工业产值占国内生产总值的 6.5%，人造纤维年生产能力为 70 万吨，但其纺织业所需的棉花、纱线和面料 80% 从美国进口。服装出口所占比例较大，约占纺织服装总出口额的 80% 以上。

墨西哥纺织服装行业的产品比较齐全，包括各类纱线、面料、家用纺织品、无纺布及各类服装。窄幅混纺布、平纹布和针织布是墨西哥传统的纺织产品。主要面料产品为斜纹布，主要服装产品为中低档大路产品，如棉布裤子和 T 恤衫等。墨西哥的面料主要出口到美国和周边没有面料生产能力的中美洲国家，服装主要出口市场为美国。



墨西哥劳动力成本相对其他发展中国家较高，服装业平均工资为 2.45 美元/小时。墨西哥纺织服装业大约有 2800 家公司，其中前 100 家大公司的产量占全国总产量的一半。

尽管近年来墨西哥纺织服装业面临来自中国和中南美洲国家的激烈竞争，但是得益于墨西哥邻近美国的地理位置优势，能够迅速掌握美国市场的流行趋势。同时，墨西哥从业者能向消费者提供完整快捷的服务，有利于美国进口商及时进货，从而使墨西哥纺织服装业一直维持着较强的竞争力。自从1994年与美国、加拿大签订《北美自由贸易协定》后，墨西哥出口到美国的纺织品服装一直排在美国进口来源国的前列。

二 墨西哥纺织服装业在世界贸易中的地位

墨西哥纺织品服装出口居全球第九位，在全球中的比重为 2% ~ 3%。
2000 ~ 2003 年间，墨西哥纺织品服装出口呈连年下降的趋势 表 5 - 27。

表 5-27 墨西哥纺织品服装出口额及占全球的比重 单位:亿美元

年 份	2000 年		2001 年		2002 年		2003 年	
	出口额	所占比 重(%)	出口额	所占比 重(%)	出口额	所占比 重(%)	出口额	所占比 重(%)
全球	3564.0	100	3420.1	100	3530.0	100	3953.4	100
墨西哥	112.5	3.2	101.0	3.0	99.6	2.8	94.4	2.4

资料来源 WTO 统计数据

墨西哥是世界第五大服装出口地，仅次于欧盟、中国、中国香港和土耳其，占全球服装出口比重的 3% ~ 4%，出口创汇额呈下降趋势。同时，它也是世界上第五大服装进口地，占全球服装进口的 1% ~ 2% 表 5 - 28。

由于墨西哥服装业所需纱线和面料不能自给，需要大量进口，其纺织上游产品的进口金额很大。2003 年，墨西哥进口纺织品 54.6 亿美元，其中 76.4% 从美国进口，墨西哥为全球纺织品第五大进口地。为了阻止来自中国的进口，墨西哥政府对中国服装征收高达 533% 的从价关税。墨西哥的纺织品出口量小，2003 年墨西哥纺织品出口额为 21 亿美元，占全球的 1.2%，在世界排在第十四位 表 5 - 29 。

表 5-28 墨西哥服装进出口额及占全球的比重

单位:亿美元

年 份	服装出口额			服装进口额		
	全球	墨西哥	所占比重 (%)	全球	墨西哥	所占比重 (%)
2000 年	1989.4	87.0	4.4	2101.0	34.1	1.6
2001 年	1950.3	80.1	4.1	2051.0	38.4	1.9
2002 年	2008.5	77.5	3.9	2103.7	40.6	1.9
2003 年	2259.4	73.4	3.2	2359.4	30.3	1.3

资料来源 WTO 统计数据

表 5-29 墨西哥纺织品进出口额及占全球的比重

单位:亿美元

年 份	纺织品出口额			纺织品进口额		
	全球	墨西哥	所占比重 (%)	全球	墨西哥	所占比重 (%)
2000 年	1574.6	25.5	1.6	1671.3	61.0	3.6
2001 年	1469.8	20.9	1.4	1564.7	60.2	3.9
2002 年	1521.5	22.1	1.5	1603.2	63.7	4.0
2003 年	1694.2	21.0	1.2	1785.8	54.6	3.1

资料来源 WTO 统计数据

墨西哥进口的纺织品服装主要是成衣、布料和少量棉纱、纤维等,进口来源地主要是美国,其次是加拿大和欧洲。墨西哥每年从美国进口的纺织品服装占美国对全球纺织品服装出口的 27%~30%,居第一位,所占比例很高。墨西哥纺织品服装出口主要是各类成衣,主要出口市场是美国 表 5-30。

1994 年,美国、加拿大、墨西哥签订《北美自由贸易协定》等区域优惠贸易措施以后,在配额、关税方面大大放开,美国纺织业大量在墨西哥投资,墨西哥对美国的纺织服装出口持续增长,从 1996 年起连续六年成为美国纺织服装第一大进口来源国,现在墨西哥是美国的第二大进口来源国 中国居第一位。因此,美国与墨西哥之间,在纺织品服装进出口贸易中互为伙伴关



表 5-30 墨西哥对美国纺织品服装进出口额及所占比重 单位:亿美元

项 目	2002 年		2003 年	
	进口额	所占比重(%)	进口额	所占比重(%)
墨西哥从全球	104.3	100	84.9	100
墨西哥从美国	50.7	48.6	48.0	56.5

项 目	2002 年		2003 年	
	出口额	所占比重(%)	出口额	所占比重(%)
墨西哥对全球	99.6	100	94.4	100
墨西哥对美国	93.6	94.0	87.7	92.9

资料来源 网上数据整理

系，墨西哥对美国纺织品服装出口占墨西哥对全球出口的 90% 以上。墨西哥从美国进口的纺织品服装占墨西哥进口总额的 50%，集中度非常高 表 5-31。虽然墨西哥纺织服装业平均工资水平高于中国和亚洲一些国家，但由于它与美国的地缘优势，使墨西哥的纺织品从工厂出来后三天，就可摆到美国的货架上，而中国至少需要十天。

表 5-31 美国从墨西哥进口纺织品服装贸易额及所占比重 单位:亿美元

项 目	2002 年		2003 年		2004 年		2005 年	
	进口额	所占比重(%)	进口额	所占比重(%)	进口额	所占比重(%)	进口额	所占比重(%)
美国从全球	800.89	100	856.23	100	920.40	100	957.38	100
美国从墨西哥	93.62	11.69	87.71	9.38	86.35	10.24	79.30	8.28

资料来源 美国海关统计数据

1994 年，北美自由贸易协定签署后，其独特的原产地规则直接庇护了区域内纺织品服装贸易。墨西哥对美国纺织品出口没有关税，而中国纺织品对美国出口有 17% 的关税。在美国、加拿大和墨西哥之间，逐渐形成了美国生产棉纱，在墨西哥和加拿大织成布，并制成服装，最后再回流美国的区内循环趋势。1997 年，墨西哥曾一度取代中国成为美国第一大纺织品和服装供应

A collection of clothing items including a pair of jeans, a belt, a tank top, a pair of sneakers, and a handbag.



纺织服装行业的设备配置正在趋向现代化，在国际目标市场上的交流对话和生产效率与中国相比，占有一定优势。

土耳其不仅纺织业和服装业实力强大，还拥有较丰富的纺织原料供给，其棉花产量在世界居第五位。2003 年土耳其棉花产量 89.2 万吨 表 5 - 32 。但是，为了满足生产的原料需求，土耳其每年还需进口棉花 40 万吨。

表 5-32 土耳其棉花产量及占世界的比重

单位:万吨

年 份	全 球	土耳其	所占比重(%)
1980 年	1425.4	48.2	3.4
1985 年	1754.0	56.5	3.2
1990 年	1871.4	62.8	3.4
1995 年	2024.8	85.1	4.2
2000 年	1904.1	75.0	3.9
2001 年	2070.5	90.0	4.3
2003 年	2060.7	89.2	4.3

资料来源 WTO 统计数据

同时，土耳其的羊毛产量也居世界第五位。虽然近年来土耳其羊毛产量逐年下降，但在世界羊毛总量中所占比重保持在 7% 表 5 - 33 。虽然土耳其棉花、羊毛和人造纤维的产量均居世界前列，但每年仍需要从国外进口大量的

表 5-33 全球及土耳其羊毛产量(原毛)

单位:万吨

年 份	全 球	土耳其
1980 年	285.1	5.7
1985 年	294.6	6.1
1990 年	335.8	8.5
1995 年	251.6	7.4
2000 年	233.0	5.0

续表

年 份	全 球	土 耳 其
2001 年	223.8	7.0
2002 年	211.7	7.0
2003 年	218.0	7.0

资料来源 WTO 统计数据

土耳其纺织服装行业的自给能力和技术水平居世界领先地位，其针织、色织、印花以及装饰布的生产较发达。土耳其的纺纱产品中，合成纱年产约 26 万吨，羊毛纱产品 13 万吨，棉纱产品 90 万吨。土耳其的编织品和服装制品产量约 680 万吨。其中服装约 460 万吨，编织品 220 万吨。机织物产品年产量约 160 万吨，其中棉织物 150 万吨，羊毛织物 7.5 万吨，合成织物 2.5 万吨。皮革产品是土耳其经济的支柱行业之一。皮革服装、附件和箱包产品是土耳其皮革行业出口量中居前三位的产品。

同时，土耳其服装生产商协会还制定了 2005 ~ 2010 年土耳其服装工业发展规划。规划反映了土耳其政府对服装业发展的高度重视，及采取的有效措施。发展规划共分生产发展战略和市场开发战略，提出了相应的生产和营销政策，向政府提出了应该采取的政策建议，并就行业组织和机构发展提出了设想。

链接 2

2005 ~ 2010 年土耳其服装工业发展规划

1. 2010 年土耳其服装发展目标

土耳其服装业的发展规划有两个指标：一个称为竞争性发展规划指标。其中对服装的出口贸易制定的指标是，到 2005 年增长率为 5%，出口总额达到 150 亿美元；到 2010 年增长率为 3%，达到 227 亿美元；另一个称为挑战性发展规划指标。其中给出口设定的目标是到 2005 年增长率为 6.1%，达到 180 亿美元；到 2010 年增长率为 7.6%，达到 348 亿美元。



为达到上述基本目标，该协会制定了土耳其 2005 ~ 2010 年服装工业发展规划，其中关于布局的目标是：伊斯坦布尔成为时装中心，安内托利亚成为服装生产中心，东南安内托利亚成为棉花产业中心。

2. 生产发展战略

降低服装加工贸易比例；尽量缩小服装加工贸易中中低档次的产品比例；尽量增加服装加工贸易中中高档次的产品比例；使用土耳其本土商标出口中档时装，并在 2010 年时将这一比例扩大至 50%；使用土耳其地方性商标出口中档时装，选择独特的功能性纺织服装品种，以提高生产和出口的能力。

3. 市场开发战略

以市场营销利润的增长抵消日渐明显的生产利润减少，以产品的品质来确定价格，转换营销战略，变被动为主动，从而使生产适应市场，根据市场发展生产，推出区域性或全球性品牌，建立自己的营销和物流网络。

4. 生产政策

根据出口目标的需要提升生产能力，提升产品档次，特别是扩大中档时装的开发和生产能力，提高生产质量，特别是发展棉花、羊毛制品及后整理；促进灵活的生产方式，确立全球性竞争地位，寻求同档次和不同档次的合作生产；鼓励与国外厂商合作以提高产品质量，降低包括劳动力、能源、信贷和经营费用在内的生产成本。贯彻符合服装工业发展目标的三项独特生产战略：①重新定位服装工业的比较优势；②鼓励土耳其制造和土耳其品牌产品的出口；③组建土耳其服装产业群。

5. 营销政策

积极开展双边和多边贸易磋商，和欧盟、美国以及日本等出口目标市场达成有利的贸易安排，改变对传统出口市场的出口方式，增加全球性和区域性的品牌产品，增加中高档时装产品，在全球市场范围内整合营销网络，建设电子商务基础设施，运用新型的市场组织形式，促进对海外市场的开发。

6. 政府鼓励措施

支持技术改造和研发，鼓励投资，注重生产、品质和营销；政府有待出台有利于服装行业投资和流动资金的信贷政策，扩大进出口银行的便利措施，加强有关信贷体系的建设。

7. 行业合作

整合纺织和服装工业，建立生产营销联动机制，上下游联动整合生产资料市场，改革零售和批发机制，联合营销，共享电子商务窗口，与国外企业就生产与营销进行合作。在服装工业内部组建新型的行业组织和协会。

二 土耳其纺织品服装在国际市场中的地位

纺织服装行业在土耳其的外贸出口中占主导地位，主要市场是英国、意大利、美国和比利时。土耳其纺织服装行业的出口额占该国出口总额的25%。由于土耳其具有丰富的棉花和羊毛原料供给，生产成本低，还有与欧洲国家的地缘上的优势，土耳其的纺织品服装以出口欧盟为主，是欧盟的第二大纺织品供应国。2002 年对欧盟出口纺织品 20.09 亿美元，占其纺织品出口的 51%，居欧盟进口来源国的第二位；出口服装 59.56 亿美元，占其服装总出口的 82%，居欧盟市场第二位。

土耳其纺织服装业竞争力日益凸现，在全球纺织品服装出口总额中的地位不断提高。2000 年为第 11 位，2001 年为第 8 位，2003 年为第 6 位，到 2003 年上升为第 5 位。

2003 年土耳其的纺织品出口居世界第十位，出口额达 52.4 亿美元，占全球的 3.1%，服装出口居世界第四位，仅次于中国内地和中国香港。2003 年，土耳其服装出口额为 99.4 亿美元，占全球比重的 4.4% 表 5-34。近年来，土耳其纺织品服装出口增长速度非常快，特别是在欧盟市场上，土耳其将成为中国的主要竞争者。

三 中国与土耳其纺织品服装贸易

从总体看，中国与土耳其双边贸易额较小，2002 年两国进出口总额为 12 亿美元，其中中国出口 9 亿美元，进口 3 亿美元。



单位:亿美元

年 份	纺织品出口额			服装出口额		
	全球	土耳其	所占比重 (%)	全球	土耳其	所占比重 (%)
2000 年	1574.6	36.7	2.3	1989.4	65.3	3.3
2001 年	1469.8	39.1	2.7	1950.3	66.3	3.4
2002 年	1521.5	42.4	2.8	2008.5	80.6	4.0
2003 年	1694.2	52.4	3.1	2259.4	99.4	4.4

资料来源 WTO 统计数据

多年来，中国与土耳其签有双边纺织品协议。根据协议，中国向土耳其出口纺织品服装受配额限制，称为被动配额，这也是唯一一个对中国纺织品服装设限的发展中国家。发达国家有美国、加拿大、欧盟，受土耳其配额限制的类别共有 72 个。生丝、化学短纤维、化学长纤维、非针织或非钩编是中国向土耳其出口的大类商品，但纺织原料受配额限制，出口额难以大幅度增加，服装是中国与土耳其在欧美市场的竞争商品。

2002 年，中国与土耳其的纺织品服装进出口贸易总额为 1.98 亿美元。中国出口 1.86 亿美元，进口 0.12 亿美元。其中中国出口纺织品 1.56 亿美元，出口服装 0.3 亿美元；从土耳其进口纺织品 0.10 亿美元，进口服装 0.02 亿美元。

随着 2005 年 1 月 1 日 WTO《纺织品与服装协议》的终止，中国与土耳其之间的纺织品贸易摩擦也增多。如土耳其外贸署于 2005 年 12 月 17 日发布第 26026—2005/9 号官方公报，称依据 2004 年 12 月 31 日 25687 官方公报公布的《关于特定纺织品进口监控和保障措施条例》的规定，将于 2006 年对中国出口的 44 类纺织品实施配额限制措施，配额实施期限从 2006 年 1 月 1 日至 2006 年 12 月 31 日。此次限制是在土耳其目前正在设限的共 42 类纺织品的基础上增加了第 40 类 毛料、棉料、合成或人造纤维制成的帘布 和第 67 类 编织类的其他服装饰物、各类家居饰物、帘布、床罩等。

2004 年 3 月，土耳其与墨西哥和美国等国家的纺织品行业组织签署了《伊斯坦布尔宣言》^{见链接 3}。宣言要求世贸组织接受他们的提案，对中国纺织品出口继续实行配额管理，直到 2007 年底。截止到 2004 年 6 月在比利

《伊斯坦布尔宣言》及其主要发起国之一的土耳其，反对 WTO 的《纺织品与服装协议》的终止，其矛头直指中国，认为如果 2005 年配额取消后，中国纺织品服装出口的强势，将对其构成威胁。2004 年，土耳其还对中国 42 种纺织品服装实施了特别保障措施。

《Istanbul Declaration》

《伊斯坦布尔宣言》中声称：中国加入世贸组织改变了世界纺织品贸易格局，由于配额取消和中国采取不公平贸易做法，中国纺织品出口迅速增长，将导致市场份额独占，使其他发展中国家纺织行业 3 千万人失业，这种结果与纺织品一体化的宗旨相违背。因此，要求世贸组织和有关国家政府延长纺织品服装一体化进程，将取消纺织品配额限制的时间推迟至 2007 年 12 月 31 日，以避免各国纺织业遭受中国纺织品的威胁。同时，在过渡期内全面评估全球纺织品生产、出口及市场形势，决定是否在 2008 年 1 月 1 日取消配额或制定替代性的协议。

《伊斯坦布尔宣言》得到了很多发展中国家业界的响应。《伊斯坦布尔宣言》发起时有 16 个国家的 19 个纺织行业组织表示支持。16 个宣言的发起国家中有 13 个来自非洲，这 13 个国家大多数都是政治上同中国友好的发展中国家，如坦桑尼亚、赞比亚等国家。到 2004 年 6 月 15 日在比利时布鲁塞尔举行的《伊斯坦布尔宣言》高峰会为止，已有 45 个

国家的 90 多个专业组织参加了《伊斯坦布尔宣言》的签名。这些国家主要来自欧洲、非洲和美洲，亚洲只有孟加拉和尼泊尔参加了签名。

2004 年 8 月 3 日世贸组织在日内瓦召集部分签字国代表举行了预备会，并决定将《伊斯坦布尔宣言》列入 2004 年 10 月 1 日 WTO 举行的货物贸易理事会会议议程。届时，支持《伊斯坦布尔宣言》的各成员方将就配额取消后中国纺织品的大量出口对有关国家的经济可能造成的威胁问题向世贸组织提交书面报告。2004 年 8 月前，已有 52 个国家的 90 多个组织在该宣言上签字以表支持。值得关注的是，在支持宣言的国家中非洲国家就占了三分之一，发展中国家占了一半以上。

2004 年 10 月 3 日，《伊斯坦布尔宣言》最终被世贸组织否决。2005 年 1 月 1 日将如期取消全球纺织品配额。值得注意的是《伊斯坦布尔宣言》被列入世贸组织议程是民间组织争取的结果。由于要更改纺织品和服装协议，需要取得 WTO 全体成员 147 个国家和地区全部同意。因此，《伊斯坦布尔宣言》未能延长纺织品和服装配额。但是，上述国家和组织的游说造成美国和欧盟对中国纺织品服装出口限制的进一步加剧。

虽然，WTO《纺织品与服装协议》在 2005 年 1 月 1 日如期终止，但土耳其与其他的《伊斯坦布尔宣言》签署国，成立了“全球纺织品公平贸易联盟”见链接 4，主要针对中国纺织品服装出口采取措施。美国纺织品制造商协会 2003 年底推出了一份报告，题目是《中国威胁世界纺织品和服装贸易》。该报告声称，纺织品配额取消是“有史以来发展中国家间最大的一次财富转移”。该报告“充满同情”地指出，“许多发展中国家，从墨西哥到南非，从孟加拉到海地，都将成为中国纺织品的‘牺牲品’”。

链接 4

全球纺织品公平贸易联盟

Global Alliance for Fair Textile Trade, GAFTT

由《伊斯坦布尔宣言》签署者 54 个国家的 96 个行业组织组成的“全球公平纺织品贸易联盟”GAFTT。2004 年 6 月 17 日，由 49 个

国家的 91 家纺织品服装集团组成。截止到 2005 年 10 月 5 日，成员数量已达到 55 个国家的 97 家纺织品服装集团。

“全球纺织品公平贸易联盟” GAFTT 活动频繁，于 2005 年 1 月 26 日在华盛顿召开峰会，26 个国家的行业代表和政府官员参加了会议。会议目的是协调国际立场，应对配额取消后导致的危机。显示出伊斯坦布尔宣言签署国在延长配额的要求落空后，游说重点已转向各国政府。峰会联盟发布了公报，具体如下。

由于 WTO 允许配额如期取消，没有采取充分措施来防止少数国家采取不公平贸易手段迅速垄断市场，导致世界纺织服装贸易受到严重扰乱。如果各国政府不立即采取负责任行动，世界范围内 3 千万个工作将会流向中国，纺织品贸易的公平和可持续发展将被扼杀。

鉴于目前世界纺织服装贸易遭受到极大威胁，“全球公平纺织品贸易联盟”呼吁采取以下八项行动：

1. 各国政府，尤其是美国、欧盟和加拿大政府，应该立即有效地使用对华纺织品特保条款，以防止中国垄断世界纺织服装贸易。

2. WTO 必须对配额取消带来的冲击展开紧急审议，同时应审议一个国家是如何采用扭曲市场的贸易行为来垄断纺织品贸易的。

3. WTO 应在多哈回合框架下采取新的永久性手段 对华纺织品特保条款于 2008 年底到期 以防止纺织服装业在 2008 年底以后被垄断。

4. 为支持 WTO 采取新的永久性手段来防止少数国家垄断纺织服装贸易，“全球公平纺织品贸易联盟”督促其他国家政府支持 WTO 第 496 号和 497 号文件。496 号文件由毛里求斯等一些发展中国家于去年 10 月提交，呼吁 WTO 积极监测和解决配额取消的经济冲击；497 号文件由土耳其政府于去年 10 月提交，呼吁采取全球性、永久性的特保机制。WTO 货物贸易理事会会在 2005 年的正式会议上对这些文件给予公平和广泛的关注。

5. 各纺织服装出口国政府必须表明，他们支持立即采取对华纺织品特保措施。特保措施应在市场扰乱威胁的情况下就启动，而不是等到实际的市场扰乱发生之后。





6. 各国政府必须在 WTO 内部和其各自贸易体制下积极行动，以打击一些国家采取的不公平贸易手段。这些手段不符合 WTO 规则，包括货币操纵、对国有企业进行补贴、“免费”贷款和非法出口退税。

7. 一些配额取消的主要受益国 如印度，应采取积极措施改善市场准入，如降低关税、取消非关税壁垒等。

8. 联盟注意到，越南已申请加入 WTO，作为非市场经济国家，越南将很可能像中国一样，采取不公平贸易手段以垄断世界纺织服装贸易的关键部门。因此，联盟呼吁 WTO 在与越南进行入世谈判时，将特保措施或其他具体条款作为允许越南入世的一部分条件。

之后，2005 年 10 月，GAFTT 及其成员发表声明，希望在多哈回合贸易对话中设立专门的纺织谈判小组 Special Textile Sectoral, STS。GAFTT 称，该举措有利于帮助 WTO 解决当前全球纺织服装行业所面临的核心问题。希望多哈回合谈判国的政府部门能尽快将 STS 列为年底中国香港 WTO 部长级会议必不可少的一部分。STS 的设立旨在促使所有 WTO 成员国共同磋商与纺织品有关的关税与非关税壁垒等问题，引起各国对发展中国家与最不发达国家的纺织品出口的关注。

四、越南

一 越南纺织服装业概况 表 5 - 35

越南为东南亚国家，位于中南半岛东侧，属热带季风气候，面积为 329556 平方公里，总人口约为 7768 万人。越南尚未加入世界贸易组织。

越南纺织服装业的优势是人力资源丰富、劳动力廉价、加工成本低，产品有国际竞争力。越南主要贸易对象为日本、欧盟和东盟国家。

越南的纺织服装业是越南最大的劳动密集产业，约 160 多万员工，占工业就业人数的 25%，产值占越南工业产值的 9% 左右，出口额占全国出口的 15%。截至 2000 年底，越南有纺织服装企业 1165 个，其中国营企业 187 个 纺织企业 70 个、服装企业 117 个；有限责任公司、股份公司、私营企业等

仍需要 96 万名纺织工人，即平均每年需新增 20 万名纺织工人。根据目前平均 600 人/厂计算，越纺织服装业将需要新建 1600 个新厂或车间，需要 1600 名经理、1600 名生产经理、3000 名部门经理、5000 名技师、18000 名主管、18000 名质量控制人员和 80 万名半熟练工人。现有纺织服装工人的年龄结构为 20 岁以下占 23%、21~30 岁占 47%，其余为 30 以上。知识结构为小学文化的占 21%、初中占 16.1%、高中占 14%。从专业要求来看，有 74.8% 的工人技术达不到要求。目前一个熟练工人平均工资水平为每月 70 万~80 万盾 1 美元 = 15700 盾，各纺织服装企业雇员年淘汰率为 19%。

越南成本优势突出，纺织服装业劳动力成本为每月 28~48 美元，远低于中国的每月 73 美元，服装厂工人最低工资仅为 45 美元/月，土地、水、电等能源价格也非常优惠。但是，越南企业劳动生产率仅为中国企业的 60%。

越南的劣势是纺织服装业规模不大、面料依赖进口、接单能力有限、加工品种不够齐全。越南服装加工业至今仍主要依赖外国来料加工生产，本土的原辅料质量偏低、纱丝与布帛品质低劣，无法满足服装原料的需求。许多纺织服装企业设备老化、工艺落后，出口产品附加值很低，棉花、布匹、化工材料、印染原料等大量原辅料均靠国外进口。导致越南的服装产品在国际市场缺乏竞争力。

二 越南纺织品服装主要出口市场

纺织品服装是越南重点出口商品之一，目前全国纺织品服装总产量的 80% 以上供出口。越南于 1993 年开始出口纺织品，1996 年出口额达 11.5 亿美元，为当年出口创汇最大宗商品，1998 年至今出口额排第二，仅次于原油出口。此后出口额连年增长，年均增长 23.8%，2001 年出口额达 20 亿美元，2002 年达 27.1 亿美元，2003 年达 36.3 亿美元。越南纺织品服装市场遍及世界 100 多个国家和地区，主要出口到欧盟、加拿大、土耳其和美国。

1. 欧盟市场

1992 年 12 月 15 日，越南与欧盟双方签订纺织品贸易协定，1993 年 1 月 1 日正式生效。此后，欧盟连续十年成为越南纺织品服装的最大配额出口市场，占配额出口总量的 80% 以上，对欧出口纺织品服装年均增速达 23%。目前，越南纺织品占欧盟市场总额的 0.95%。

2003 年 2 月 15 日越南与欧盟双方换文，对上述协定进行修改，并延期至

2005 年 12 月 31 日。主要内容有：越南对欧盟出口各种敏感纺织品服装的配额将增加 50% ~ 75%，越南输往欧盟纺织品配额每年增加 2 亿欧元。当年未用完的配额可在下一年度继续使用，且可在某些品种之间调剂。作为交换条件，越方承诺大幅削减来自欧盟的纺织品服装进口税率，2005 年将比目前降低一半。越南还承诺将加强对出口企业颁发许可证的管理，并在保险、银行和海运等方面对欧盟企业开放市场。根据欧盟已于 2004 年 5 月初正式增加越南纺织品服装出口配额，增幅为 50% ~ 75%。据越南贸易部统计，2004 年越南对欧盟出口纺织品服装总额比 2003 年增加 3 亿 ~ 4 亿美元，总额达 9 亿 ~ 10 亿美元。

2. 美国市场

2001 年 12 月 10 日,《美越双边贸易协定》正式生效 见第四章第五节。根据《美越双边贸易协定》,越南享受有条件的最惠国待遇,这意味着越南出口到美国的商品享有更低的关税。例如,按价格计算,越南享受最惠国待遇后,2002 年棉布衬衫和上衣的正常贸易关税是 20%,而在没有享受最惠国待遇之前棉布衬衫和上衣的关税是 45%。《美越双边贸易协定》也要求越南减少许多商品的关税,消除非关税壁垒,保护知识产权,对美国投资商开放市场。

在《美越双边贸易协定》实施之后，2002 年，美国从越南进口的纺织品服装大量增加了，从 2001 年的 3.2 亿平方米当量增加到 3.58 亿平方米当量，即 9.52 亿美元。2002 年美国从越南进口服装的前几位分别是棉布衬衫、上衣、裤子和毛线衫。2003 年 4 月 25 日，美国和越南草签了《双边纺织品协议》，该协议规定了 24 种越南出口到美国的纺织品服装配额，这 24 种配额涵盖了从 2003 年 4 月 1 日至 2003 年 12 月 31 日期间的 38 个品种。该协议中的配额占了越南全年配额量的 80%。如果越南把配额全部用于男式和女式针织衬衫和棉布裤子，那么，越南将是美国最大的针织衫和棉布裤子的供应商。双边协议中规定 2004 年将另外增加 7% 的配额 其中 2% 是羊毛产品。然而，如果越南成为世贸组织成员，而且美国将《世贸组织协定》用于越南，那么这些规定将被修改。

自协议签定后，越南对美国纺织品服装出口额迅速增长，从 2000 年的 0.49 亿美元，增长到 2005 年的 28.81 亿美元，成为美国纺织品服装供应国中增长最快的国家，所占比重位居第八位 表 5-36。



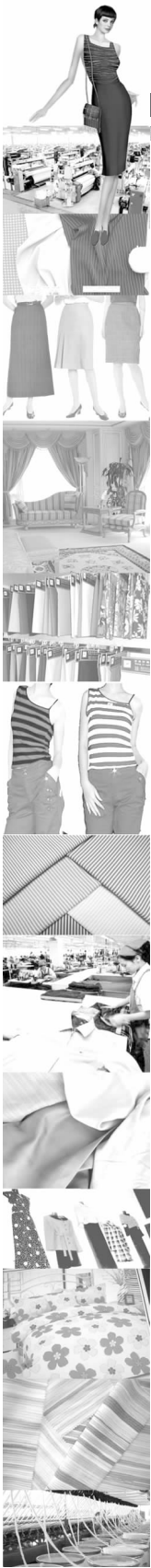


表 5- 36 美国从越南进口纺织品服装贸易额及所占比重 单位 :亿美元

项 目	2002 年		2003 年		2004 年		2005 年	
	进口额	所占比重(%)	进口额	所占比重(%)	进口额	所占比重(%)	进口额	所占比重(%)
美国从全球	800.89	100	856.23	100	920.40	100	957.38	100
美国从越南	9.52	1.32	24.84	3.21	27.12	3.26	28.81	3.23

资料来源 美国海关统计数据

2004 年，越南向美国出口的纺织品服装价格超过中国和孟加拉国，上升到 3.21 美元 /平方米，而 2001 年的出口价格为 1.7 美元 /平方米，2002 年为 2.84 美元 /平方米。

3. 日本市场

日本是越南第三大服装市场。2002 ~ 2004 年越南纺织品服装对日本出口与越南对美国出口相比，增长较慢，所占出口总额的比重较小，仅为 2.5%，见表 5- 37。2004 年，越南对日出口纺织品服装为各国对日出口第四，居中国、意大利、韩国之后，主要包括和服、西裤、衬衫、运动服等。

表 5- 37 2002 ~ 2004 年越南对日本纺织品服装出口情况 单位 :亿美元

项 目	2002 年		2003 年		2004 年	
	出口额	所占比重(%)	出口额	所占比重(%)	出口额	所占比重(%)
越 南	5.59	2.51	5.95	2.42	6.85	2.50

三 越南纺织服装业发展目标

纺织服装业在越南的经济改革与发展中具有十分显著的作用，是发展最快的产业。越南纺织协会第二次代表大会提出了“越南纺织行业抓住机遇，加速发展”的方针，并通过了越南 2010 年纺织行业发展战略。一方面，纺织部门要确保纺织行业的发展速度；另一方面，而且也是更重要的是要提高纺织品的质量，降低成本，在出口产品中要提高国产率，既要为劳动者增加就

-

A collection of clothing items including a pair of jeans with a belt, a light-colored tank top, a pair of sneakers, and a handbag with a geometric pattern.

4 鼓励和发展，特别是外商投资纺织服装机械及零配件生产，逐步实现组装制造纺织服装机械产品。

按照规划,越南政府计划用 10 年的时间,即到 2010 年分别在海防、北宁、新安、太平、清化、岘港、广义、平阳、龙安、同奈、芹苴等 11 个省市建成 11 个纺织服装工业园。目前,新安、平阳、岘港三个园区已在建并初具规模。

1 到 2005 年。

出口额：40 亿 ~ 50 亿美元。

使国产原辅料满足出口纺织品服装需求的比例达到 50% 以上。

2001~2005 年所需投资总额约 35 万亿越南盾 约 23 亿美元。

2 到 2010 年。

出口额：80 亿 ~ 90 亿美元。

使国产原辅料满足出口纺织品服装需求的比例达到 75% 以上。

2006~2010 年阶段纺织服装业所需投资总额约 3 万亿越南盾 约 20 亿美元。到 2010 年棉花种植投资额约 1.5 万亿越南盾 10 亿美元。

资金来源包括国内自筹资金、国际金融组织和各国政府提供的官方发展援助资金 ODA 、外国直接投资 FDI 。

第三节 中国纺织品服装出口的潜在竞争者

一、巴基斯坦

巴基斯坦位于南亚次大陆西北部，东与印度接壤，东北与中国为邻，西北同阿富汗交界，西同伊朗毗邻，南临阿拉伯海，面积为 796095 平方公里，人口约为 14050 万人。

纺织服装业是巴基斯坦的支柱产业，占全国制造业的比重达 46%，就业人数 1500 万人，占制造业就业的 38%，纺织服装出口占出口总额的比重高达 66%。

纺织服装业由从事纺纱、织布、加工和后整理、针织及服装、成衣、毛纺和服装等不同类型业务的企业所组成。巴基斯坦目前有大型纺织服装企业近 450 家，其中大约 50 家是综合型企业 包括纺纱、织布以及生产服装，另有 300 家以上雇员在 100 人以上的“大中型”针织和机织服装生产企业，此外还有数千个小型纺织服装厂，从事各种各样的纺织品服装生产。

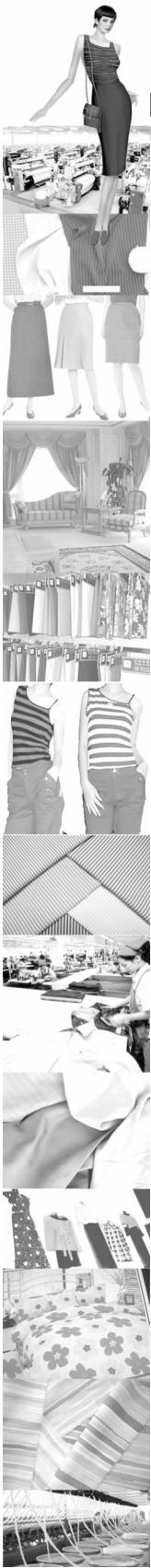
巴基斯坦的优势是劳动成本低，有生产棉花和人造纤维的原料基地，并不断加大对纺织服装业的投资。近三年间，纺织服装业利用外商直接投资约 3 千万美元，而同期对纺织服装业的总投资在 12.5 亿美元左右。

由于棉花是纺织工业最主要的原料来源，巴基斯坦为世界第四大产棉国，其纺织工业实力雄厚，拥有较强的纺纱业和织布能力，出口产品以纱、布等初级纺织制成品为主。在某些领域，例如床单和毛巾，巴基斯坦被认为是中国强有力的竞争者，其棉纱的竞争力大有超越中国之势。

巴基斯坦纺织业具有如下优势和特点：

- 1 巴基斯坦是世界第四大棉花、纱和布生产国；
- 2 纱和布的出口量在世界分别排名第二和第三；





后配额时代的中国纺织服装业

- 3 拥有强大的纺纱业，主要机械设备来自日本和中国；
- 4 拥有强大的织布能力，装备无梭织机 Shuttle - less Looms 23000 台；
- 5 大型的、装备良好的后处理工业，具有宽幅处理能力；
- 6 良好的针织生产能力，拥有现代针织设备；
- 7 有大量的便宜劳动力和广阔的市场前景；
- 8 有良好的优惠投资政策；
- 9 有大量的纺织品配额可用；
- 10 为促进 40 ~ 120 支高支纱的生产，允许自由进口优质棉花。

巴基斯坦 2002 年纺织服装出口 91.24 亿美元，其中纺织品出口 57.95 亿美元，床上用品 9.19 亿美元，服装 8.82 亿美元，针织品出口 8.4 亿美元。其纺织品在美国、欧盟、日本纺织品进口市场上分别列第六、七、八位，服装等制成品所占比重较低。近年来，纺织品服装出口额约占出口总额的 66%。

2002 年 2 月，美国宣布将增加从巴基斯坦进口的服装数量，当年，美国从巴基斯坦进口的纺织品服装金额达到 19.82 亿美元，占美国总进口额的 2.75%。2005 年达 29.04 亿美元，占 3.26%，使巴基斯坦成为美国的第七大纺织品服装来源国，见表 5 - 38。

表 5 - 38 美国从巴基斯坦进口纺织品服装贸易额及所占比重 单位 :亿美元

年 份	2002 年		2003 年		2004 年		2005 年	
项 目	贸易额	所占比重(%)	贸易额	所占比重(%)	贸易额	所占比重(%)	贸易额	所占比重(%)
美国从全球进口额	800.89	100	856.23	100	920.40	100	957.38	100
美国从巴基斯坦进口额	19.82	2.75	22.15	2.86	25.46	3.06	29.04	3.26

资料来源 美国海关统计数据

二、斯里兰卡

斯里兰卡系南亚次大陆南端印度洋上的岛国，西北隔保克海峡与印度半岛相望。面积为 65610 平方公里，总人口大约为 1686 万人。

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a light-colored belt, a light-colored tank top, a pair of light-colored sneakers, and a handbag with a bold, abstract geometric pattern in shades of grey and white.

不等。

2002 年埃及各种纺织品服装出口达 36.2 亿埃镑，占埃及当年出口总额的 17.1%。其中棉花出口 14.9 亿埃镑、棉纱出口 4.9 亿埃镑、服装出口 9.4 亿埃镑。欧盟和美国是埃及纺织品服装的主要进口国。欧盟进口的棉纱、棉线、纤维和纯棉制品等占埃及棉制品出口的 60%，进口服装占埃及服装出口的 30%。美国进口服装占埃及服装出口的 50% 左右。2002 年埃及纺织品服装进口 11.1 亿埃镑，仅占当年进口总额的 2%。

四、柬埔寨

2001 年 12 月 31 日，美国和柬埔寨签订了《谅解备忘录》，这使得两国的双边纺织品协议延长 3 年，即到 2004 年 12 月 31 日。在《谅解备忘录》中，所有符合国际劳工标准的纺织品服装的配额都从 1999 年的 14% 增加至 18%。该《谅解备忘录》也同意将棉针织衬衫的配额在原配额的基础上再增加 7%，并在一定的配额下进口新产品 女式、女童羊毛大衣，使得服装配额增至 13%。美国注意到柬埔寨在 1999 ~ 2001 年在改善纺织品服装的劳工条件方面有所进展，因此，2002 年，根据《谅解备忘录》，美国将柬埔寨大部分配额增至 15%，即在 6% 的基础上又增加了 9%。

柬埔寨自 1996 年享受最惠国待遇之后，对美国的服装出口从 1995 年的不足 100 万美元增至 2002 年的 11 亿美元，2002 年，比 2001 年增长了 22%，达到 474 亿平方米当量，占其全国出口总量的 97%。另据世贸组织提供的数据，2003 年柬埔寨服装出口占全国出口收入的 75.5%。

2005 年 1 月 1 日世界贸易组织对《纺织品与服装协议》的终止，标志着国际纺织品贸易新时期的开始，各国纺织服装业进入到一个新的发展阶段。在新的贸易环境下，中国已成为全球第三大纺织品服装贸易国，居德国和美国之后。2005 年配额取消后，中国纺织服装业的产能得到释放，进出口额迅猛增长并一举超过 1000 亿美元，当年的纺织品服装出口总额就达 1175.35 亿美元。

一、2005 年中国纺织品服装出口的相关政策

根据 WTO《ATC 协定》，自 2005 年 1 月 1 日起，中国原有的对欧盟、美国、加拿大和土耳其纺织品出口被动配额将全部取消，中国出口到原设限国家的纺织服装将不再实施配额许可证管理，出口经营者在向中国海关申报出口时无需出具纺织品出口许可证，进口国海关将不再查验中国主管部门出具的纺织品出口证书。但是，自 2005 年 1 月 1 日后从中国出口到欧盟各成员国和土耳其的纺织服装，出口经营者仍须出具纺织品专用原产地证。

223

一 2005 年中国纺织品服装主要出口政策

二 2005 年中国纺织品服装主要出口政策的特点

2005 年实行的加征出口从量关税、出口自动许可管理、出口临时管理的三项措施均前所未有的。在中国历史上是首次，在世界上也属罕见。新政策的实施，不免会出现种种问题，这对进出境监督管理部门和纺织服装出口企业来说，如何适应政策的变化，是一项考验。

从 2005 年 1 月 1 日起实行从量关税、关税税率和征税目录的调整到 2006 年 1 月 1 日出口关税的取消；从 2005 年 3 月 1 日实行出口自动许可管理、目录的调整到 2005 年 7 月 1 日自动许可管理的取消；从 2005 年 7 月 20 日实行纺织品服装出口临时管理、管理办法的调整、到商品目录的公布和 2005 年 11 月、12 月对中国与美国和中国与欧盟目录的调整，其变化不可谓不快。出口政策的频繁变化正是纺织品服装出口贸易摩擦频繁、贸易形势复杂多变的反映。纺织品服装出口政策变化过快，实施也比较仓促，导致对政策变化的预见性分析和对企业生产的指导性建议不足，由此引发了纺织服装出口企业经营风险的增加。

作为传统的制造业，纺织服装业的特点是细分行业多，纺织服装业下面又可细分十几个行业，相关纺织品服装的种类繁多。2005 年 1 月 1 日开征的出口关税涉及 148 个服装税号，纺织品服装出口自动许可目录涉及 200 余项纺织品，出口临时管理商品目录涉及出口欧盟的 10 大类商品、涉及出口美国

的 21 大类纺织品服装。全年涉及政策调整的商品从纱线到面料、成衣以及纺织制成品，其范围不可谓不广。

4. 政策力度大

自 2005 年 1 月 1 日实行加征出口从量关税，2005 年 3 月 1 日实行出口自动许可，2005 年 7 月 20 日又实行出口临时管理，在半年多的时间内出台三项强有力的措施，其中征收关税直接影响到纺织品服装成本，一些靠数量支撑的低端纺织品服装出口步履艰难，出口临时管理直接控制纺织品服装出口数量，未领到许可证无法报关出口，其力度不可谓不大。

三 出口关税政策

在 2005 年，中国的纺织品服装出口的快速增长，成为全世界纺织品服装主要进出口国家和地区关注的焦点，纺织品服装进口大国担心进口激增对其国内同类产业的冲击，而纺织品服装主要出口国则担心中国在国际市场占有率的提高，必定影响到他们的国际市场份额。

为了防止由于长期受到束缚的国内纺织服装业巨大生产能力的急剧释放、规范企业出口经营秩序、避免贸易摩擦，中国主动对纺织品服装出口数量和出口价格进行有效的宏观调控，如于 2004 年底宣布对出口纺织品服装进行征税，以达到行业自律的目的。就是中国政府为建立纺织品贸易新秩序，缓解贸易摩擦而做出的努力。

1. 实施出口关税的基本原则

1 仅对部分产品征收而不是全部，148 个税号所涉及的服装出口金额占所有纺织品服装出口金额的 83.5%，但其所征关税只占出口纺织品服装总成本的 1.7%。且不论地区和贸易方式，一般贸易和加工贸易企业都包括在内。

2 从量征收关税，不采取从价征收。这是为了限制出口的量，以应对进口国对出口增量的限制。采取从量征税法，出口征税的比例只有单件出口服装价格的 1% ~ 2%。

3 原则上附加值高的按件数征收关税，税率相对较低，附加值稍低的按重量征税，税率相对较高。

2. 2005 年中国纺织品服装出口关税政策特征

1 对纺织品服装出口征税政策进行了多次调整

自 2004 年年底以来，中国国务院关税税则委员会先后四次对中国征收纺



A vertical collage of 15 black and white photographs showing various aspects of the fashion industry. The images include: 1. A sewing machine on a table with fabric and tools. 2. A close-up of a person's legs in a skirt. 3. A white fabric draped over a surface. 4. A striped tank top. 5. Three different styles of skirts displayed on mannequins. 6. A modern living room interior with a sofa, armchair, and large window. 7. A display of various fabric swatches. 8. Two models wearing striped tank tops and jeans. 9. A close-up of a textured, ribbed fabric. 10. A sewing machine in a workshop setting. 11. A person working on a piece of fabric. 12. A close-up of a white garment. 13. A display of various fabric swatches. 14. A close-up of a floral patterned fabric. 15. A close-up of a striped fabric.



A collage of various textile patterns. The top section features several rectangular swatches with different designs: a dark patterned fabric, a light-colored fabric with a small repeating pattern, a dark solid fabric, and a light-colored fabric with a large grid or plaid pattern. The bottom section shows a larger, curved piece of fabric with a prominent floral pattern, featuring large stylized flowers and smaller stars on a light background. To the right of this floral fabric is a vertical strip of fabric with a dark and light striped pattern.

2005 年 12 月 13 日中国国务院关税税则委员会宣布，自 2006 年 1 月 1 日起，中国停止征收纺织品出口关税。

2005 年中国服装出口关税的计征采用从量计征标准，即按照件、套、条为计量单位设定税率，税款计算公式为：出口关税税额 = 货品数量 × 单位税额。

①对以件、套、条为计量单位的商品，价格相对较高的，税率定为0.3元/件、套、条。

③以重量为计量单位的商品只有一种，税率定为 0.5 元 / 千克。

出口关税适用范围为服装成衣，如外衣、裙子、裤子、非针织衬衫、针织衬衫、睡衣、内衣等七大类，不包括纺织纤维和面料。这些产品大多涉及原先的配额制度，曾屡屡遭受美国、欧盟的设限特保。

为保证内外资企业公平竞争，对税制进行简化和对不同贸易方式、不同出口市场适用统一的税收政策。如一般贸易和加工贸易采取同等课税政策，海关对边境小额贸易、易货贸易等 9 种监管方式征收同等的出口关税。

2005 年中国对纺织品服装征收出口关税，是鼓励高附加值服装的出口，推动产品结构和产业升级，实现整个行业出口增长方式的根本转变，改变以往的以数量增长挤占别国市场，打价格战来提高竞争力的出口增长方式。

1 一年内四次调整出口关税

原计划对 148 项纺织品服装实施征收为期三年的出口关税，自 2005 年 1



月 1 日起到 2007 年 12 月 31 日止，税率为 0.2 元 / 件 套、条 和 0.3 元 / 件 套、条 两档，以重量计证的为 0.5 元 / 千克。

但由于 2005 年 5 月 14 日，美国宣布对来自中国的棉质裤子、棉织衬衫和内衣裤 3 类进口服装重新设置配额；2005 年 5 月 18 日，美国再次宣布，将对一系列中国出口美国的 7 种纺织品采取“特保”限制的决定，其中包括男式棉织和化学纤维衬衫、化学纤维长裤、化学纤维针织衬衫、上衣和精梳棉纱等。中国政府从大局出发，为避免更大的贸易冲突发生，于 2005 年 5 月 20 日宣布自 2005 年 6 月 1 日起主动提高 74 种服装产品的出口关税，从最初的 0.2 元/件 套、条 和 0.3 元/件 套、条 提高到 0.5 元/件 套、条 、 0.8 元/件 套、条 、 1 元/件 套、条 、 1.5 元/件 套、条 、 3 元/件 套、条 、 4 元/件 套、条 六档。

另外，对 2 种产品停止征收关税，对 3 种产品的出口关税从原来的 0.2 元/件、套、条降低到 0.05 元/件、套、条，新增 1 种征税产品。多数纺织品的税率为原来的五倍。

但中国政府所采取主动自限的努力并未得到美国和欧盟的认可，美国、欧盟仍坚持延长配额体制，因此，中国政府在 2005 年 5 月 30 日宣布，自 6 月 1 日起，对 2005 年 1 月 1 日开始征收出口关税的 148 项纺织品中的 78 项产品停止征收出口关税，原定于 6 月 1 日提高或降低出口关税的相关产品同时取消。此外，取消对亚麻单纱征收出口关税。

之后，随着《中欧备忘录》的签署，2005年7月21日中国又宣布自2005年8月1日起，对仍在征收出口关税但在2005年7月20日起受到欧盟进口数量限制的17种纺织品停止征收出口关税。此后，还有51种纺织品征收出口关税。

2 出口关税的调整并未收到预期的效果

对纺织品服装出口征收关税是为了控制敏感性纺织品服装的出口增长速度，避免出口竞相降价，达到行业自律，减少贸易摩擦的目的，但收效甚微。

如《中欧备忘录》中受限的 10 种纺织品服装，2005 年第一季度的出口额与 2004 年同期相比，增长速度过快，最终还是引起贸易摩擦，致使《中欧备忘录》的签署，以对这 10 种纺织品服装的出口数量和增长进行限制。对欧盟出口的 10 种纺织品服装中增长最快的是套头衫，增长率高达 534%，其次是男裤，增长率为 413%，见表 6-2。



表 6 - 2 《中欧备忘录》覆盖的 10 种纺织品服装 2005 年 1 ~ 3 月与
2004 年同期相比中国对欧盟的出口增长率

产品种类	增长率(%)	产品种类	增长率(%)
棉 布	60	女式衬衫	186
T 恤	164	床 单	164
套头衫	534	女连衣裙	139
男 裤	413	胸 衣	63
亚麻纱	51	亚麻桌布	61

又如美国在 2005 年 5 月 14 日，宣布对来自中国的棉质裤子、棉织衬衫和内衣裤 3 类进口服装重新设置配额，理由就是 2005 年第一季度中国这三类产品出口增长速度过快，见表 6 - 3 ~ 表 6 - 5。

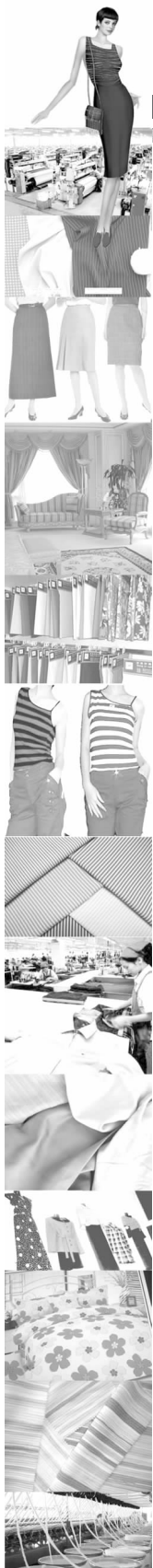
表 6 - 3 338/339 类别棉织衬衣和女士衬衣 单位 :千打

时 间	来自全球的进口量	来自中国的进口量	中国所占比例(%)
2002 年	265158	2848	1.1
2003 年	309038	2602	0.8
2004 年	322212	2816	0.9
2004 年 1 ~ 3 月	83663	518	0.6
2005 年 1 ~ 3 月	98493	7040	7.1
2005 年同期增长率(%)	77	1259	

资料来源 商务部网上数据整理

表 6 - 4 347/348 类别棉制裤子 单位 :千打

时 间	来自全球的进口量	来自中国的进口量	中国所占比例(%)
2002 年	140305	2787	2.0
2003 年	154903	2476	1.6
2004 年	149307	2184	1.5
2004 年 1 ~ 3 月	41032	406	1.0



续表

时 间	来自全球的进口量	来自中国的进口量	中国所占比例(%)
2005 年 1 ~ 3 月	47860	6583	13.8
2005 年同期增长率(%)	66	1521	

资料来源 商务部网上数据整理

表 6-5 352/652 类别棉和人造纤维内衣

单位:千打

时 间	来自全球的进口量	来自中国的进口量	中国所占比例(%)
2002 年	242402	4446	1.8
2003 年	255977	5394	2.1
2004 年	268287	5211	1.9
2004 年 1~3 月	57451	1256	2.2
2005 年 1~3 月	63769	5125	8.0
2005 年同比增长率(%)	10	308	

资料来源 商务部网上数据整理

出口征税是为了应对可能出现的纺织服装贸易冲突而进行自行设置的限制措施，一方面减少因出口速度增幅过快而引起贸易伙伴的不满，另一个方面改变中国纺织服装出口的增长方式，由单纯的数量增长转变为质量增长。但是，相关数据表明加征出口关税并没有使中国纺织品出口增长速度得到有效控制，也未能避免贸易摩擦。

3 政策缺乏连续性和长远性

纺织品服装征收出口关税政策原来预定实施三年，即 2005 年 1 月 1 日至 2007 年 12 月 31 日，这一期限与《加入议定书》中的 242 段纺织品特别保障措施的期限一致。此举是中国政府主动采取宏观调控措施，但由于 2005 年第一季度中国对欧盟和对美国纺织品服装出口数量迅猛增长，最终是以《中欧备忘录》和《中美备忘录》的方式，对未来两到三年的中国对欧盟和美国的纺织品出口实施主动的数量限制，即 2006 年 1 月 1 日至 2008 年 12 月 31 日。

因此，从 2006 年 1 月 1 日起，中国提前停止征收纺织品出口关税，是因



为出口招标费用可以同样达到出口关税的效果，如增加企业的运营成本、提高出口价格和控制出口数量。

四 出口许可证管理

1. 实行出口自动许可管理的目的

为加强对纺织品出口的统计分析和监测，及时向出口经营者发布纺织品出口预警信息，政府有关部门 商务部 公布了纺织品出口自动许可管理办法，并制定了调整《纺织品出口自动许可目录》。

2. 实行出口自动许可管理的特征

2005 年实行的出口自动许可管理前所未有。从实行出口自动许可管理、目录的调整到自动许可管理的取消，这一过程变化速度快。纺织品服装出口自动许可目录包含 200 余项纺织品服装，涉及范围广。2005 年 3 月 1 日实行出口自动许可，直接控制纺织品服装出口数量，未领到许可证无法报关出口，控制力度加大。

3. 实行出口自动许可管理的效果

1 出口自动许可管理政策的多次调整

从 2005 年 2~7 月，商务部先后四次公布了与出口自动许可管理有关的规定 表 6 - 6 ，这与中国与美国、中国与欧盟纺织品服装贸易摩擦及中欧《备忘录》的签署直接相关。

2005 年 2 月 6 日，商务部 2005 年第 3 号令，公布《纺织品出口自动许可

表 6 - 6 2005 年公布的与纺织品出口自动许可管理相关文件

管理文件名称	公布日期	生效日期	文件编号
《纺织品出口自动许可暂行办法》	2005 年 2 月 6 日	2005 年 3 月 1 日	商务部 2005 年第 3 号令
第一批《纺织品出口自动许可目录》	2005 年 2 月 6 日	2005 年 3 月 1 日	商务部、海关总署 2005 年第 7 号公告
对第一批《纺织品出口自动许可目录》做调整	2005 年 2 月 25 日	2005 年 3 月 1 日	商务部、海关总署 2005 年第 11 号公告
海关不再验核《纺织品出口自动许可证》	2005 年 6 月 27 日	2005 年 7 月 1 日	商务部、海关总署 2005 年第 44 号公告

资料来源 商务部网上数据整理

暂行办法》，自 2005 年 3 月 1 日起施行。

2005 年 2 月 6 日，中国商务部、海关总署 2005 年第 7 号公告，公布第一批《纺织品出口自动许可目录》，对目录所列商品自 2005 年 3 月 1 日起向美国、欧盟 25 个成员国、中国香港特别行政区的出口实施纺织品出口自动许可。对 216 种服装产品实施出口自动许可证管理。

2005 年 2 月 25 日，商务部、海关总署 2005 年第 11 号公告，对第一批《纺织品出口自动许可目录》商务部、海关总署 2005 年第 7 号公告做调整，对目录所列商品编号为 6117900032、6117900034、6117900042、6117900044、6217900024、6217900034 六种服装产品不再实施纺织品出口自动许可。

2005 年 6 月 27 日，商务部、海关总署 2005 年第 44 号公告，对于 2005 年 7 月 1 日后向海关申报出口至美国、欧盟 25 个成员国和中国香港特别行政区的纺织品，列入《纺织品出口自动许可目录》，海关不再核验《纺织品出口自动许可证》。

2 出口自动许可管理给企业带来的负担

实行出口自动许可管理规定，企业需交齐所需申请材料，在 3~5 天，最多不超过 10 天内获得出口自动许可证。这增加了企业不少负担，因一张许可证上只能打一个税号，但企业一次往往出口 4、5 个税号项下的产品，这就要申领 4、5 张许可证。由于要求“一批一证”，海关容易误解为货物必须分批出关，要求企业分 4、5 次出货，给企业造成了很多出口程序上的负担和麻烦。

五 实行出口临时管理

为加快中国纺织品出口增长方式的转变、稳定纺织品出口经营秩序，商务部负责全国纺织品出口临时管理工作，制定及调整《纺织品出口临时管理商品目录》，以下简称《管理商品目录》。

1. 实行出口临时管理的目的

自 2004 年以来，因中国纺织品出口增长过快，中国与欧盟、美国的纺织品贸易摩擦越来越多，欧盟、美国相继对我国出口纺织品启动了进口设限或采取特别保障措施。中国与欧盟于 2005 年 6 月 11 日就纺织品达成了双边贸易协议，以规范国内纺织品服装的出口、保证双边贸易协定的有效实施。2005 年 6 月 19 日，中国商务部发布了《纺织品出口临时管理办法 暂行》

以下简称《管理办法》，并于 2005 年 7 月 20 日正式实施。其主要目的是对中国出口到部分国家和地区的部分纺织品服装实行临时出口许可管理，以加快中国纺织品服装出口增长方式的转变，稳定纺织品服装出口经营秩序。

2. 实行出口临时管理的特征

《管理办法》是中国面对纺织品全球贸易的新形势而采取的措施，也是一种行政管理手段，以维护正常的、健康的贸易秩序。纺织品临时出口许可证管理的商品包括《中欧关于中国部分输欧纺织品和服装的谅解备忘录》以下简称《备忘录》涉及的 10 类纺织品服装，包括 699 个 10 位商品编码，涉及面广。之后，2005 年 11 月 8 日中美《备忘录》的达成，又对出口美国的 21 大类纺织品服装实行了出口临时管理。

3. 实行出口临时管理的相关文件

纺织品服装出口临时管理的有关规定，见表 6 - 7。

根据《备忘录》的规定，出口美国和欧盟的纺织品服装需办理纺织品临

表 6 - 7 2005 年公布的与纺织品服装出口临时管理相关的文件

管理文件名称	公布日期	生效日期	文件编号	终止时间
《纺织品出口临时管理办法(暂行)》	2005 年 6 月 19 日	2005 年 7 月 20 日	商务部 2005 年第 13 号令	2005 年 9 月 22 日
《纺织品出口临时管理商品目录》	2005 年 7 月 4 日	2005 年 7 月 20 日	商务部、海关总署、质检总局 2005 年第 45 号公告	2006 年 1 月 1 日
《纺织品临时出口许可证件申领签发工作规范(暂行)》	2005 年 7 月 12 日	2005 年 7 月 20 日	商配发[2005]376 号	2005 年 12 月 28 日
《纺织品出口临时管理办法》	2005 年 9 月 22 日	2005 年 9 月 22 日	商务部 2005 年第 20 号令	
《对美出口纺织品临时管理商品目录》	2005 年 11 月 23 日	2006 年 1 月 1 日	商务部、海关总署、质检总局 2005 年第 87 号公告	2008 年 12 月 31 日
《输欧盟纺织品出口临时管理商品目录》	2005 年 12 月 12 日	2006 年 1 月 1 日	商务部、海关总署、质检总局发布 2005 年第 103 号公告	
《对美出口纺织品临时管理商品目录》调整	2005 年 12 月 13 日	2006 年 1 月 1 日	商务部、海关总署、质检总局 2005 年第 104 号公告	

资料来源 商务部网上资料整理



时出口原产地证明和临时出口许可证。

二、2006 年后中国纺织品服装出口的相关政策

一 出口退税政策

中国现行的出口退税政策是于 2003 年 10 月 13 日公布，自 2004 年 1 月 1 日起实行。该退税政策适当降低了部分商品的出口退税率。调整后的出口退税率为 17%、13%、11%、8%、5% 五档，出口退税率平均水平降低了 3 个百分点。并建立中央和地方财政共同负担出口退税的新机制。具体办法是从 2004 年起，由中央与地方按 75 : 25 的比例分别负担。

与纺织服装行业相关的出口退税率调整情况为原退税率为 17% 的棉纺织品、服装和原退税率为 15% 的服装、化学纤维、旅行用品及箱包等产品，退税率都降到 13%。

2006 年 9 月 15 日起，我国再次调整了出口商品的出口退税率。本次调整后，纺织品 纱线、面料及纺织制成品等 出口退税率由原来的 13% 下调 11%，服装及衣着附件 61 章、62 章 出口退税率不下调，依然维持 13%。

由于纺织服装行业平均利润低，毛利率仅在 10%，退税率下调导致成本相应上升 4 个百分点。政府的初衷之一是使纺织服装企业提高出口价格，避免引起倾销起诉。

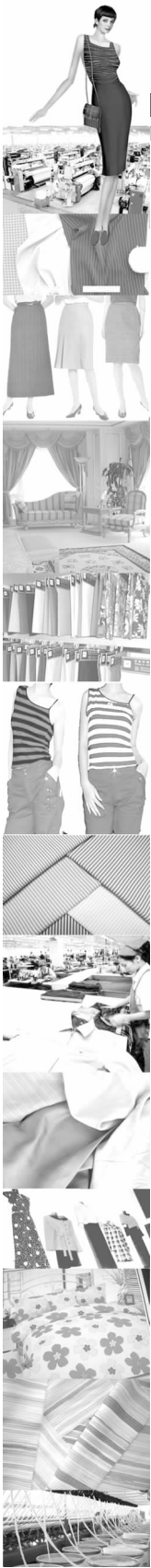
二 输往美国和欧盟纺织品服装的出口许可数量招标

2006 ~ 2008 年期间中国对美国和 2006 ~ 2007 年期间中国对欧盟纺织品服装出口的管理主要依据中美和中欧政府签署的《谅解备忘录》。管理方法主要运用配额招标和出口许可证等行政管理手段。因此可缓解因美国和欧盟不断采取“特保”带来的极大的不确定性，未来三年的贸易环境变得可以预见。

商务部将对 2006 ~ 2008 年的部分纺织品出口许可数量实施招标。具体工作作为商务部纺织品出口许可数量招标委员会审定纺织品出口许可数量招标方案；主持开标及评标工作，并审定中标结果；受理招标办公室上报的企业上交数量以及数量转受让备案；审查中标保证金和中标金的收取及出口数量使用情况。

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a light-colored belt, a light-colored tank top with a small logo, a pair of light-colored sneakers, and a handbag with a bold, abstract geometric pattern.

A black and white photograph showing three models walking side-by-side. The model on the left wears a dark, sleeveless, knee-length dress with a ruffled hem and a high neckline. The model in the center wears a dark, long-sleeved, knee-length dress with a high collar and a belt, paired with a dark jacket and tall boots. The model on the right wears a light-colored, long-sleeved, knee-length dress with a high collar and a belt, paired with a light-colored coat and tall boots.



商务部公布了输往欧盟 10 类纺织品管理目录 表 6 - 8 ，出口欧盟 10 类纺织品的具体税号，共涉及上千个 10 位税号的纺织品。

表 6 - 8 对欧盟出口的 10 类产品名称

2 类	梭织棉布 不包括纱罗、毛圈、窄幅、绒头及雪尼尔织物、绢网和其他网织物的棉布
4 类	针织或钩针织衬衫、T 恤衫、较薄的针织罩衫(卷领、开领、圆翻领)和套衫(非羊毛或非动物细毛)、内衣及类似品
5 类	针织或钩针织运动衫、套头衫、套领衫、无袖夹克、两件套、开襟衫、床上装的短上衣、套领衫(不包括夹克衫、运动上衣)、带风帽厚夹克、防风上衣、到腰部的短上衣及其类似品
6 类	毛、棉、人造纤维为原料的男式(包括男童)梭织马裤、短裤(不包括游泳裤)、裤子(包括方便裤);女式(包括女童)梭织裤子和方便裤 ;非 16 类和 29 类的棉、化纤制田径套装以及带里的裤装
7 类	针织、钩针织、梭织毛、棉、人造纤维为原料的女式(包括女童)衬衫、内衣及短衬衫
20 类	非针织或钩针织床单
26 类	毛、棉、人造纤维为原料的女式(包括女童)连衣裙
31 类	针织、梭织或钩针织胸罩
39 类	非针织或钩针织桌布、浴巾和厨房用巾(不包括棉质毛圈织物或类似毛圈织物)
115 类	亚麻或苎麻纱

资料来源 商务部网上资料整理

3 管理手段

出口欧盟的 10 类纺织品必须备齐有关部门发放的《输欧盟纺织品出口许可证》和《输欧盟纺织品产地证》。除此之外，属法定检验目录的纺织品，海关还应凭检验检疫机构出具的《出境货物通关单》办理验放手续。

4 管理期限

商务部公布的 10 类产品实施纺织品出口临时管理的期限自 2005 年 7 月 20 日起至 2007 年 12 月 31 日。

实施纺织品出口临时管理的 10 类纺织品服装，其中 7 类在 2007 年的年增长率为 10%，其余 3 类为 12.5%。具体出口数量见第三章第四节中《中欧备忘录》部分所示。

2. 对美国纺织品服装出口管理

2005 年 11 月 8 日，中美达成《谅解备忘录》后，商务部、海关总署、质

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a light-colored belt, a light-colored tank top with a circular detail, a pair of light-colored sneakers, and a handbag with a bold geometric pattern and metallic hardware.



表 6-9 2006~2008 年中国对美国 21 类纺织品服装的出口数量

产 品	单位	2006 年	2007 年	2008 年
200/301 棉纱、缝纫线及精梳棉纱	千克	7529582	8659019	10131052
222 针织布	千克	15966487	18361460	21482908
229 特殊用途布	千克	33162019	38467942	45007492
332/432/632 类别—部分(及婴儿袜)母类别 T	打双	64386841	73963859	85058437
332/432/632 类别—部分(及婴儿袜)子类别 B	打双	61146461	70318431	80866195
338/339 类别—部分 棉制针织衬衫	打	20822111	23424875	26938606
340/640 男式梭织衬衫	打	6743644	7586600	8724590
345/645/646 套衫	打	8179211	9201612	10673870
347/348 棉制裤子	打	19666049	22124305	25442951
349/649 胸衣	打	22785906	25634144	29479266
352/652 棉及化纤制内衣	打	18948937	21317554	24515187
359S/659S 泳衣	千克	4590626	5164454	5990767
363 起绒毛巾	条	103316873	116231482	134828519
666 类别—部分 纺织制百叶窗及窗幔	千克	964014	1084516	1268884
443 毛制西装套装	套	1346082	1514342	1756637
447 毛制裤子	打	215004	241880	280581
619 化学纤维织物	平米	55308506	62222069	72177600
620 其他合纤织物	平米	80197248	90221904	103755190
622 玻璃纤维织物	平米	32265013	37104765	43412575
638/639 类别—部分 化学纤维制针织衬衫	打	8060063	9067571	10427707
647/648 类别—部分 化学纤维制裤子	打	7960355	8955399	10298709
847 植物纤维制裤子	打	17647255	19853162	23029668

四 人民币升值的影响

2005 年 7 月 21 日，中国开始实行以市场供求为基础，参考一揽子货币进

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a belt, a light-colored tank top, a pair of sneakers, and a handbag with a geometric pattern.



一 产业结构调整的目标

“十一五”期间产业结构调整的目标是推进产业结构优化升级，促进第一、二、三产业健康协调发展，逐步形成以农业为基础、高新技术产业为先导、基础产业和制造业为支撑、服务业全面发展的产业格局，坚持节约发展、清洁发展、安全发展，实现可持续发展。

二 产业结构调整坚持的原则

产业结构调整要坚持以下四项原则：一是坚持市场调节和政府引导相结合；二是以自主创新提升产业技术水平；三是坚持走新型工业化道路；四是促进产业协调健康发展。

三 产业结构调整的方向和重点

产业结构调整的方向和重点主要包括八个方面：

- 1 巩固和加强农业基础地位，加快传统农业向现代农业转变；
- 2 加强能源、交通、水利和信息等基础设施建设，增强经济社会发展的保障能力；
- 3 以振兴装备制造业为重点发展先进制造业，发挥其对经济发展的重要支撑作用；
- 4 加快发展高技术产业，进一步增强高技术产业对经济增长的带动作用；
- 5 提高服务业比重，优化服务业结构，促进服务业全面快速发展；
- 6 大力发展循环经济，建设资源节约和环境友好型社会，实现经济增长与人口资源环境相协调；
- 7 优化产业组织结构，调整区域产业布局；
- 8 实施互利共赢的开放战略，提高对外开放水平，促进国内产业结构升级。

四 《指导目录》中的分类原则和配套政策措施

《指导目录》项目分为鼓励、限制和淘汰三类。“十一五”期间中国《促进产业结构调整暂行规定》中包括了 20 多个行业，共 1128 条，其中鼓励类 539 条、限制类 190 条、淘汰类 399 条。并制定了相关配套政策及措施。

鼓励类主要是对经济社会发展有重要促进作用，有利于节约资源、保护环境、产业结构优化升级，需要采取政策措施予以鼓励和支持的关键技术、装备及产品。按照以下原则确定鼓励类产业指导目录。

3 有较高技术含量，有利于促进产业技术进步，提高产业竞争力；

5 有利于发挥中国比较优势，特别是中西部地区和东北地区等老工业基地的能源、矿产资源与劳动力资源等优势；

6 有利于扩大就业，增加就业岗位；

7 法律、行政法规规定的其他情形。

2. 限制类

1 不符合行业准入条件，工艺技术落后，对产业结构没有改善；

2 不利于安全生产；

3 不利于资源和能源节约；

4 不利于环境保护和生态系统的恢复；

5 低水平重复建设比较严重，生产能力明显过剩。

对属于限制类的新建项目，禁止投资，投资管理部门不予审批、核准或备案，各金融机构不得发放贷款，土地管理、城市规划和建设、环境保护、质检、消防、海关、工商等部门不得办理有关手续；对属于限制类的现有生产能力，允许企业在一定期限内采取措施改造升级，金融机构按信贷原则继



续给予支持。

3. 淘汰类

淘汰类主要是不符合有关法律法规规定，严重浪费资源、污染环境、不具备安全生产条件，需要淘汰的落后工艺技术、装备及产品。按照以下原则确定淘汰类产业指导目录。

- 1 危及生产和人身安全，不具备安全生产条件；
- 2 严重污染环境或严重破坏生态环境；
- 3 产品质量低于国家规定或行业规定的最低标准；
- 4 严重浪费资源、能源。

对淘汰类项目，禁止投资，各金融机构应停止各种形式的授信支持，并采取措施收回已发放的贷款，各地区、各部门和有关企业要采取有力措施，按规定限期淘汰，在淘汰期限内国家价格主管部门可提高供电价格，对国家明令淘汰的生产工艺技术、装备和产品，一律不得进口、转移、生产、销售、使用和采用；对不按期淘汰生产工艺技术、装备和产品的企业，地方各级人民政府及有关部门要依据国家有关法律法规责令其停产或予以关闭^①。

二、“十一五”期间中国纺织行业产业结构调整方向

按照《指导目录》规定，纺织行业中，如高档纺织生产、印染和后整理加工等 11 项技术、设备被列为鼓励类项目；74 型染整生产线为限制类项目；1332 系列络筒机等 32 项落后生产工艺装备及产品被列入淘汰类项目。

一 鼓励类项目

《指导目录》的出台使纺织行业明确了“十一五”期间产业结构调整方向。由于纺织纤维和面料是服装产业升级的基础，因此，《指导目录》中的纺织业鼓励类项目主要涉及高档面料加工技术、纺织纤维生产技术、新型功能性纤维材料、高档服装生产自动控制系统等项目，见表 6 - 10。大力推进列入鼓励类产品、设备的产业化进程，以先进替代落后，完成纺织行业的更

^①淘汰类项目后括号内年份为淘汰期限，淘汰期限为 2006 年是指应于 2006 年底前淘汰，其余类推；有淘汰计划的条目，根据计划进行淘汰；未标淘汰期限或淘汰计划的条目为国家产业政策已明令淘汰或立即淘汰。

表 6- 10 《产业结构调整指导目录(2005 年本)》纺织业鼓励类项目

序号	纺 织 业 鼓 励 类 项 目
1	高档纺织品生产、印染和后整理加工
2	采用化学纤维高仿真加工技术生产高档化学纤维面料
3	各种差别化、功能化化学纤维、高技术纤维生产
4	纤维及非纤维用新型聚酯(聚对苯二甲酸丙二醇酯、聚癸二酸乙二醇酯、聚对苯二甲酸丁二醇酯等)生产
5	符合生态、资源综合利用与环保要求的特种天然纤维(包括除羊毛以外的其他动物纤维、麻纤维、竹纤维、桑蚕丝、彩色棉花等)产品加工
6	采用高新技术的产业用特种纺织品生产
7	新型高技术纺织机械及关键零部件制造
8	高档地毯、抽纱、刺绣产品生产
9	采用计算机集成制造系统的高档服装生产
10	利用可再生资源的新型纤维(聚乳酸纤维、溶剂法纤维素纤维、动植物蛋白纤维等)生产
11	纺织、纺机企业生产所需检测、试验仪器开发制造

新升级过程。

对鼓励类投资项目，按照国家有关投资管理规定进行审批、核准或备案；各金融机构应按照信贷原则提供信贷支持；在投资总额内进口的自用设备，除财政部发布的《国内投资项目不予免税的进口商品目录 2000 年修订》所列商品外，继续免征关税和进口环节增值税，在国家出台不予免税的投资项目目录等新规定后，按新规定执行。对鼓励类产业项目的其他优惠政策，按照国家有关规定执行。

二 限制类项目

此次被列入限制类的纺织生产装备只有 1 项，即 74 型染整生产线。多年来，印染后整理一直是中国纺织工业的薄弱环节，是制约中国纺织产品质量、品种及竞争力的重要因素之一。中国印染后整理设备的主体是 74 型，与国际染整设备的最大差距在控制部分和自动化程度上。中国印染年产能已达 200 亿米，年产量约 150 亿米，其中中高档产品的加工能力不足，中低档产品





续表

序号	落后生产工艺装备	序号	落后生产工艺装备
17	K251、K251A 型丝织机	26	ZD647、ZD721 型自动缫丝机
18	Z114 型小提花机	27	DI01A 型自动缫丝机
19	GE186 型提花毛圈机	28	ZD681 型立缫机
20	Z261 型人造毛皮机	29	DJ561 型绢精纺机
21	LMH551 型平网印花机	序号	落后产品
22	LMH571 型圆网印花机	1	H112、H112A 型毛分条整经机
23	LMH303、303B、304、304B—160 型热熔染色机	2	B751 型绒线成球机
24	LMH731—160 型热风布铗拉幅机	3	1332 系列络筒机
25	LMH722M—180、LMH722D—180 型短环烘燥定型机		

从 20 世纪 90 年代开始已经在纺织行业内分三批提出了停产要求，而此次正式列入中国产业调整目录，意味着今后企业不仅要停止生产这些纺织机械，而且纺织企业要陆续淘汰掉正在使用的这些设备，对不按期淘汰的企业，政府及有关部门要依据有关法律法规责令其停产或予以关闭。

淘汰类纺机设备目前在一些老企业和中小企业中使用仍比较普遍，如 1332 系列络筒机和 1511 系列织机。但更多企业是将其改造之后再行使用，其性能与原始装备相比有了很大的改观。目前目录中要求淘汰的纺机设备，除 1332 系列络筒机使用范围较广之外，其他如印染类、毛纺类设备由于环保、节能等问题，目前使用比例已经很小。因此，此次国家公布纺织行业的淘汰类产品、设备，对于整个行业的影响并不大。

四 中国纺织行业产业结构调整方向

中国政府此次推出产业结构调整目录的举措，为“十一五”纺织行业的产业结构调整指明了发展方向，也将产业结构调整的措施具体化，有助于推动纺织产业结构步伐的调整。

“十一五”期间中国纺织行业产业结构调整方向为从绿色纺织的角度出

发，加大对麻纤维、竹纤维等再生纤维和环保纤维的推广利用；提高自主创新能力，提升产业技术水平；把增强自主创新能力作为调整产业结构的中心环节；坚持走新型工业化道路；以信息化带动工业化，以工业化促进信息化，提高科技含量和经济效益，降低资源消耗和环境污染，积极推进出口增长方式的转变。

第三节 中国生态纺织品相关标准及认证

“生态纺织品”概念主要来自 1991 年国际纺织品生态学研究检测协会颁布的“Oeko - Tex Standard 100”。随着全球环保潮流的兴起，欧美各国纷纷制定与纺织品贸易相关的法律法规以及各类标准，限制非生态产品的进入，国际生态纺织品得到迅速发展。

中国也在生态纺织品方面制订了相应的法律措施。生态纺织品既代表了全球消费和生产的新潮流，又集中体现了发达国家利用绿色壁垒限制进口的手段。绿色壁垒在纺织品服装贸易中的地位日渐突出。因此，生态纺织品将是应对绿色壁垒、扩大国际市场份额的最佳途径之一。生态纺织将成为中国纺织服装行业新的增长点。

1998 年中国发布了 GB/T 17592、GB/T 17953、GB/T 2912 纺织品禁用偶氮染料、重金属及甲醛的检测标准。2000 年 6 月，中国颁布了《生态纺织品》环境标志产品技术要求。2005 年 1 月 1 日，纺织品强制性国家标准《国家纺织产品基本安全技术规范》GB 18401—2003 以下简称《规范》颁布实施。

目前中国质量技术监督局已发布了与纺织品安全性有关的国家标准近 90 项，其中纺织品耐色牢度试验方法标准最多，约 70 项；甲醛检测方法标准 2 项；燃烧性能测试方法 9 项；酸性检测方法 4 项；禁用的偶氮染料检测方法 3 项；重金属离子检测方法 1 项。

一、中国《生态纺织品》标准

中国的《生态纺织品》HJBZ 30—2000 标准是中国环境标志产品的技术要求之一，于 2000 年 1 月 27 日批准，2001 年 1 月 27 日起实施。中国的《生态



纺织品》标准 HJBZ 30—2000 与国际 2000 版 Oeko Tex - 100 等同，是第一个与国际接轨的生态纺织品标准。

《生态纺织品》是标签标准，由纺织工业标准化研究所、浙江丝绸研究院起草。本标准修改参考采用了国际生态纺织品研究与检验协会的 Oeko - Tex Standard 100 - 2000 《生态纺织品通用及特殊技术要求》。与 Oeko - Tex100 相比，新增了婴幼儿用品耐唾液色牢度的限量值和产品的判定原则。

一 生态纺织品的定义

生态纺织品是指在《生态纺织品》技术要求中那些采用对周围环境无害或少害的原料以及合理利用原料并对人体健康无害的产品，见表 6 - 12。

《生态纺织品》技术要求适用于除经防蛀整理的毛及其混纺织品外的所有纺织品。

《生态纺织品》中对生态纺织品的基本要求为产品质量应符合相应产品质量标准的要求；企业污染物排放必须符合国家或地方规定的污染物排放标准。

表 6 - 12 我国生态纺织品的技术要求

产品限值		单位	限度	婴儿用品	直接接触 皮肤品	不直接接 触皮肤品	装饰材料
pH 值		—	—	4.0~7.5	4.0~7.5	4.0~9.0	4.0~9.0
甲醛		mg/ kg	≤	20	75	300	300
可提 取的重 金属	As(砷)			0.2	1.0	1.0	1.0
	Pb(铅)			0.2	1.0	1.0	1.0
	Cd(镉)			0.1	0.1	0.1	0.1
	Cr(铬)			1.0	2.0	2.0	2.0
	Cr(六价)			不得检出(检出限为 0.5mg/kg)			
	Co(钴)			1.0	4.0	4.0	4.0
	Cu(铜)			25.0	50.0	50.0	50.0
	Ni(镍)			1.0	1.0	1.0	1.0
	Hg(汞)			0.02	0.02	0.02	0.02
杀虫剂				0.5	1.0	1.0	1.0

9. DB22 / T 142—1997 纺织品中 2, 4, 5 - T 残留量检验方法

10. DB22 / T 143—1997 纺织品中 2, 4 - D 残留量检验方法

11. DB22 / T 144—1997 纺织品中毒杀芬残留量检验方法

上述系列生态纺织品和功能性纺织品国家标准的制订，标志着中国标准的制订工作进入了一个新的历史时期，已与国际标准接轨。对于规范和指导中国纺织品的生产和贸易，保护人民健康和生态环境是极其重要的，同时也关系到中国纺织品的出口创汇水平以及行业的可持续性发展战略。有利于提高中国纺织产品质量，促进纺织行业整体水平的提高和国内市场的公平竞争，引导消费者选购放心满意的产品。

二、中国环境标志生态纺织品认证

中国国家环保总局环境认证中心根据中国颁布的《生态纺织品》标准 HJBZ 30—2000，对经检验符合中国环境标志生态纺织品和 Oeko - Tex Standard 100 标准以及同时满足国标或行标的纺织服装企业授予的认证，企业可在其产品上张贴中国环境标志。中国环境标志生态纺织品标准与 Oeko - Tex Standard 100 标准等同，认证结果可获得普遍认可，可一次认证同时获得上述两张标志证书的使用权。

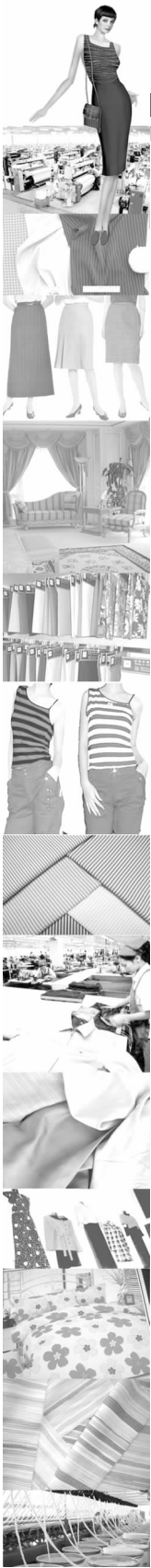
中国国家环保总局环境认证中心是国家授权的唯一授予中国环境标志的机构。环境标志也称绿色标志、生态标签，是一种证明性商标，它表明产品不仅产品质量合格，而且符合特定的环境保护要求，与同类产品相比具有低毒低害、节约资源等环保优势。

中国环境标志是一种官方的产品证明性商标，图形的中心结构表示人类赖以生存的环境，外围的十个环紧密结合，环环紧扣，表示公众参与共同保护环境；同时十个环也代表环境的“环”，其寓意为“全民联合起来，共同保护人类赖以生存的环境”，见图 6 - 1。



图 6 - 1 中国环境标志





案例

“梦兰”生态纺织品通过中国环境标志认证

2002 - 04 - 22

江苏梦兰集团生产的“梦兰”全棉床上用品通过了中国环境标志认证，成为中国家纺行业第一个获得这一“环境标志”的产品。

为提高产品技术含量，2001 年梦兰集团就投下巨资成立了梦兰产品开发中心，与多名中国台湾设计专家联合设计、开发适销国际市场的“绿色产品”。该中心开发的生态新品粒状棉保健室内装饰品已被列入国家重点新产品计划。此外，该中心还与上海纺织装饰用品科技研究所合作，开发了多元化绿色保健居室软装饰产品，成为市场的抢手货。目前，梦兰床上用品作为中国家纺行业第一个驰名商标，产销量、人均创利居国内同行之首，每年梦兰集团出口创汇达数千万美元。

中国环境标志产品认证是中国国家环保总局根据现行的 56 类技术要求授予的中国环境标志，而《生态纺织品》标准是其中之一。现有许多家纺织服装企业的产品获得了中国环境标志 表 6 - 13 ，有数亿个“十环”环境标志标识贴在产品上，进入千家万户。获得认证的企业会被列入中国国家环保总局编制的《中国绿色产品消费指南》中，成为中国政府绿色采购、2008 年奥运工程和广大消费者的首选产品。

表 6 - 13 通过中国环境标志生态纺织品认证的部分企业名录

庄吉集团有限公司	报喜鸟集团有限公司
森马集团有限公司	婷美集团保健科技有限公司
湖南梦洁家纺有限公司	北京纤丝鸟科技发展有限公司
江苏雅鹿实业股份有限公司	杭州喜得宝集团有限公司
孚日家纺股份有限公司	新疆天彩科技股份有限公司
浙江杭州娃哈哈童装有限公司	苏州市啄木鸟服饰有限公司
浙江洁丽雅毛巾有限公司	上海针织九厂

续表

上海海螺(集团)有限公司	中兴投资(中国)有限公司
杉杉集团有限公司	江苏海澜集团公司
北京铜牛针织集团有限责任公司	青岛喜盈门集团公司
江西共青鸭鸭集团有限公司	上海顺时针企业发展有限公司
浪莎针织有限公司	青岛暖倍儿服饰有限公司
江苏梦兰集团公司	江苏波司登股份有限公司
安莉芳(中国)服装有限公司	上海三毛纺织股份有限公司
安莉芳(常州)服装有限公司	福建劲霸时装有限公司
浙江富润股份有限公司	上海恒源祥绒线有限公司

三、CQC 生态纺织品类产品认证

CQC 是中国质量认证中心的英文简称。CQC 生态纺织品类产品认证与《生态纺织品》标准相配套，为在国内和国际推出中国的生态纺织品而制定的专用标志。CQC 生态纺织品类产品认证包括两个认证标志：CQC 生态纺织品产品安全认证标志和 CQC 生态纺织品产品中国质量环保产品认证标志。截至 2005 年 12 月 1 日止，全国共有 43 家企业分别获得了中国质量认证中心颁发的 CQC 生态纺织品质量环保认证及安全认证。

CQC 的生态纺织品产品认证，直接采用 Oeko - Tex 100 标准 国际纺织品协会的专用标准，认证采用测试标准的起点高，且采用国际通行的认证模式，使企业在对外贸易和国内销售中具有很强的证明效力。

通过生态纺织品产品认证的企业，被授权在纺织品上加贴对应的 CQC 生态纺织品标签，是对认证企业质量的肯定，同时有助于消费者的选购。

通过 CQC 生态纺织品产品认证，企业将向社会展示出对人类安全的、可持续发展的、高品位的良好形象。在与客户进行商贸谈判时，能赢取客户足够的信任，将为企业形象的提升带来无形的资产，为企业带来新的商机。因此，CQC 生态纺织品产品认证，受到认证厂商、零售商以及消费者的极大关



注和支持。

通过 CQC 生态纺织品产品认证，可促进企业使用新的绿色纺织原料、新的染料和技术以及高效低能耗的设备，从而不断提高生产水平，以达到低消耗、低污染、高效率的目的，为企业产品冲破“绿色贸易壁垒”，迈入国际市场创造广阔的发展天地。

一 CQC 生态纺织品产品安全认证标志

《生态纺织品类产品安全认证规则》是中国质量认证中心于 2004 年 12 月 31 日颁布，2005 年 1 月 1 日起实施。

1. 适用范围

适用于要求进行“生态纺织品”CQC 标志认证的各种纺织品及其附件，皮革制品。

2. 产品分类

按照产品 包括生产过程各阶段的中间产品 的最终用途分为四类。

- 1 I 类：婴幼儿 3 岁以下 用品；
- 2 II 类：直接接触皮肤用品；
- 3 III 类：不直接接触皮肤用品；
- 4 IV 类：装饰材料用品。

3. 认证模式

对于长期生产的产品和单批生产的产品采用以下不同的认证模式。

- 1 对于长期生产的产品按照“型式试验 + 获证后的监督”模式进行；
- 2 对于单批生产的产品仅做型式试验。

一般情况下认证机构每年至少对生产的产品进行一次获证后现场抽验，对所发出证书的 10% 的企业进行市场监督检查。

4. CQC 生态纺织品产品安全认证标志 图 6 - 2

二 CQC 生态纺织品产品中国质量环保产品认证标志

《生态纺织品质量环保认证实施规则》是中国质量认证中心于 2004 年 12 月 31 日颁布，2005 年 1 月 1 日起实施。CQC 生态纺织品产品中国质量环保产品认证的适用范围、产品分类与 CQC 生态纺织品产品认证标志一样，这里不再赘述。



图 6 - 2 CQC 生态纺织品安全认证标志

1. 认证模式

认证模式包括：产品型式试验、初始工厂检查、获证后监督。

型式试验的样品由 CQC 负责从申请认证的单元中抽取代表性样品，并立即用双层塑料袋密封，不应进行任何处理。并由申请人负责按 CQC 的要求将该样品送至指定检测机构，并对该样品负责。

初始工厂审查的内容为工厂质量环保保证能力检查和产品一致性检查。由 CQC 派审核员对生产工厂按照《工厂质量环保保证能力要求》进行工厂质量环保保证能力的检查。

工厂检查时，在生产现场对申请认证的产品进行一致性检查，若认证涉及多个单元产品，则一致性检查应对每个单元产品至少抽取一个单件产品。

由 CQC 承担该类产品认证工作的部门负责对型式试验结果进行评价，由 CQC 的工厂检查处负责对初始工厂审查结果进行综合评价。评价合格后，由 CQC 主管主任批准，由 CQC 向申请人颁发生态纺织品质量环保认证证书 每个申请单元颁发一张认证证书，授权申请方在认证产品上粘贴 CQC 的中国质量环保认证标志，证书的有效期为 3 年。

获证后监督的方式包括工厂产品质量环保保证能力复查、获证产品一致性检查以及认证产品抽样送检验机构监督检验。一般情况下从获证后的第 12 个月起，每年至少进行一次获证后监督检查。

如果获证企业在监督审查期间继续向认证机构申请新产品的认证，可以将初次工厂审查和监督检查合并进行。

2. CQC 生态纺织品产品中国质量环保产品认证标志 图 6 - 3





图 6 - 3 CQC 生态纺织品产品中国质量环保产品认证标志

四、《国家纺织产品基本安全技术规范》

2005 年 1 月 1 日起，中国纺织品强制性国家标准 GB 18401—2003《国家纺织产品基本安全技术规范》以下简称《规范》由中国国家质检总局颁布实施。技术规范自实施之日起代替 GB 18401—2001《纺织品甲醛含量的限定》。

纺织产品在印染和后整理等过程中要加入各种染料、助剂等整理剂，这些整理剂中或多或少地含有或产生对人体有害的物质。当有害物质残留在纺织品上并达到一定量时，就会对人们的皮肤，乃至人体健康造成危害。因此，有必要对纺织产品提出安全方面的最基本的技术要求，使纺织产品在生产、流通和消费过程中能够保障人体健康和人身安全。

执行新标准后，对纺织产品是否合格的判定依据是纺织产品应同时符合该项强制性标准以及纺织品服装使用说明强制性国家标准和相应的产品标准。不符合相关技术规范要求的产品，将禁止生产、销售和出口。

一 《规范》适用范围

《规范》规定了纺织产品的基本安全技术要求、试验方法、检验规则及实施与监督。纺织产品的其他要求按有关标准执行。

《规范》适用于在中国境内生产、销售和使用的服用和装饰用纺织品。出口产品可依据合同的约定执行。

中国出口纺织品纳入《规范》体系后，出口纺织品的质量将有明显提



升，质量不合格的产品将被禁止出口，有利于规范出口纺织秩序，促使中国出口纺织品由数量增长型向质量增长型转变。

二 《规范》中纺织产品的定义 textile products

《规范》中对纺织产品的定义为以天然纤维和化学纤维为主要原料，经纺、织、染等加工工艺，以及再经缝制、复合等工艺而制成的产品，如纱线、织物及其制成品。

三 《规范》产品分类

《规范》将纺织品分为 A、B、C 三大类，分别是婴儿用品、直接接触皮肤的产品和非直接接触皮肤的产品 表 6 - 14 。所规范的具体产品范围包括婴儿尿布、成人内衣、外衣、帽子、手套、袜子以及床上用品等。

表 6 - 14 《规范》中的纺织品分类

类 型	典 型 示 例
A 类 (婴幼儿用品)	尿布、尿裤、内衣、围嘴、睡衣、手套、袜子、外衣、帽子、床上用品
B 类 (直接接触皮肤的产品)	文胸、腹带、背心、短裤、棉毛衣裤、衬衣、(夏天)裙子、(夏天)裤子、袜子、床单
C 类 (非直接接触皮肤的产品)	毛衣、外衣、裙子、裤子、窗帘、床罩、墙布、填充物、衬布

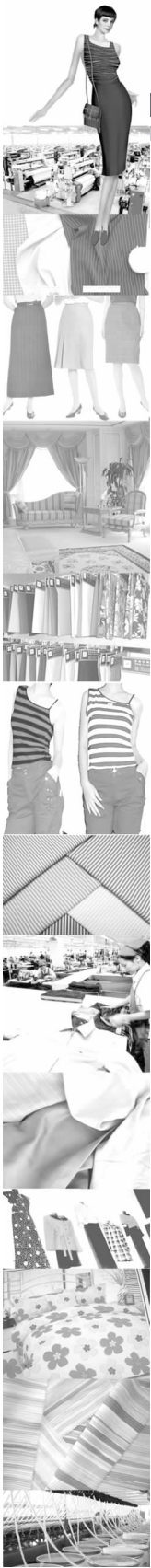
A 类：婴幼儿用品 products for babies 指年龄在 24 个月以内的婴幼儿使用的纺织产品；

B 类：直接接触皮肤的产品 products with direct contact to skin 指在穿着或使用，产品的大部分面积直接与人体皮肤接触的纺织产品。

C 类：非直接接触皮肤的产品 products without direct contact to skin 指在穿着或使用，产品不直接与人体皮肤接触或仅有小部分面积直接与人体皮肤接触的纺织产品。

四 《规范》中的技术要求

《规范》对三大类纺织品提出的基本安全技术要求共有 5 个大项：甲醛



含量、pH 值、色牢度、异味、可还原出致癌芳香胺的偶氮染料。对甲醛含量、pH 值、色牢度等安全及物理特性作出了明确的限制规定，并规定产品中不得有异味和使用可分解芳香胺染料。纺织产品的基本安全技术要求见表 6 - 15。上述五个大项的考核内容作为纺织产品的基本安全技术要求，是符合国际生态标准的。

表 6- 15 《规范》中的技术要求

项 目		A 类	B 类	C 类
甲醛含量(mg/kg)≤		20	75	300
pH 值 ^①		4.0~7.5	4.0~7.5	4.0~9.0
色牢度 ^② (级)≥	耐水(变色、沾色)	3~4	3	3
	耐酸性汗渍(变色、沾色)	3~4	3	3
	耐碱性汗渍(变色、沾色)	3~4	3	3
	耐干摩擦	4	3	3
	耐唾液(变色、沾色)	4	—	—
异 味		无		
可分解芳香胺染料 ^③		禁用		

①后续加工工艺中必须要经过湿处理的产品，pH 值可放宽至 4.0~10.5 之间。
②洗涤褪色型产品不要求。
③在还原条件下染料中不允许分解出的致癌芳香胺清单见表 6 - 16 和表 6 - 17。

婴幼儿用品必须在使用说明上标明“婴幼儿用品”字样，一般适于身高 80cm 及以下婴幼儿使用的产品可作为婴幼儿用品，其他产品应在使用说明上标明所符合的安全技术要求类别。

其中，甲醛含量和可还原出致癌芳香胺的偶氮染料这两项内容，已经成为目前纺织品服装国际贸易中的最基本的安全技术要求，中国现阶段出口欧盟、美国和日本等国的纺织品服装几乎都被要求提供相关的检测报告，而欧盟和日本亦已都有相关的法规来对这两项内容进行严格的管制。还原条件下染料中分解出的芳香胺清单见表 6 - 16 和表 6 - 17。

所列的几项色牢度指标，无论国内、国外，都是染色纺织品所必须检测

英文名称	中文名称	化学文摘编号
4 - aminobiphenyl	4 - 氨基联苯	[92 - 67 - 1]
Benzidine	联苯胺	[92 - 87 - 5]
4 - chloro - o - toluidine	4 - 氯 - 邻甲基苯胺	[95 - 69 - 2]
2 - naphthylamine	2 - 萘胺	[91 - 59 - 8]

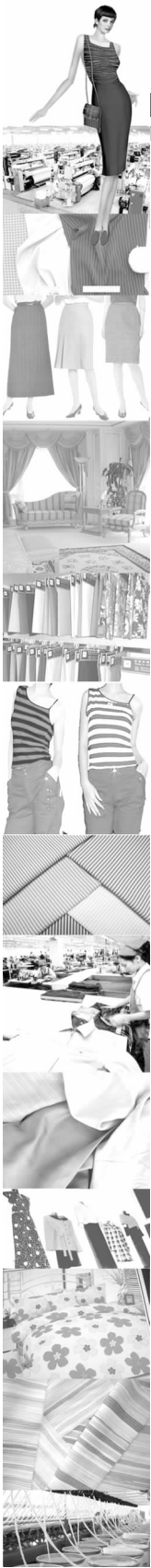
英文名称	中文名称	化学文摘编号
o - amioazotoluene	邻氨基偶氮甲苯	[97 - 56 - 3]
2 - amino - 4 - nitrotoluene	2 - 氨基 - 4 - 硝基甲苯	[99 - 55 - 8]
p - chloroaniline	对氯苯胺	[106 - 47 - 8]
2 ,4 - diaminoanisole	2 ,4 - 二氨基苯甲醚	[615 - 05 - 4]
4 ,4' - diaminobiphenylmethane	4 ,4' - 二氨基二苯甲烷	[101 - 77 - 9]
3 ,3' - dichlorobenzidine	3 ,3' - 二氯联苯胺	[91 - 94 - 1]
3 ,3' - dimethoxybenzidine	3 ,3' - 二甲氧基联苯胺	[119 - 90 - 4]
3 ,3' - dimethylbenzidine	3 ,3' - 二甲基联苯胺	[119 - 93 - 7]
3 ,3' - dimethyl - 4 ,4' - diaminobi - phenylmethane	3 ,3' - 二甲基 - 4 ,4' - 二氨基二苯甲烷	[838 - 88 - 0]
p - cresidine	2 - 甲氧基 - 5 - 甲基苯胺	[120 - 71 - 8]
4 ,4' - methylene - bis - (2 - chloroaniline)	4 ,4' - 亚甲基 - 二 - (2 - 氯苯胺)	[101 - 14 - 4]
4 ,4' - oxydianiline	4 ,4' - 二氨基二苯醚	[101 - 80 - 4]
4 ,4' - thiodianiline	4 ,4' - 二氨基二苯硫醚	[139 - 65 - 1]
o - toluidine	邻甲苯胺	[95 - 53 - 4]
2 ,4 - toluylendiamine	2 ,4 - 二氨基甲苯	[95 - 80 - 7]

获得生态纺织认证的主要上市公司

目前，中国纺织服装化学纤维类上市公司共 87 家，其中获得生态纺织认证的约 11 家 表 6 - 18 ，占全部上市公司的 12.6%。在这 11 家公司中，常山股份、江苏阳光和鄂尔多斯主要从事新型或环保纤维的研究和生产；泰达股份、上海三毛和杉杉股份是第一批获得中国环境标志产品认证的企业；鲁泰 A、南山实业和江苏阳光已获得 ISO 14000 认证，这表示上述三家公司的整个生产过程已获得国际环保认证。

表 6-18 部分获得生态纺织认证的上市公司

简 称	行业	生 态 概 念	出口情况
常山股份	棉纺	研制并生产彩棉产品(产品具备清洁生产、安全保健的双重优势,目前占该公司主营收入的比重虽小,但从世界彩棉业的发展来看,未来有较大增长潜力)	出口占销售 50% 以上(日、美)
丝绸股份	丝绸	研制出丝绸用无甲醛固色剂(对丝绸产品的后整理采用环保技术)	产品主销国外(欧美日、香港)
泰达股份	化纤	生态棉保暖内衣获中国环境标志产品认证(占主营收入 50% 以上),目前又研制出负离子系列服装(国内的环保认证对内销有明显促进作用)	内销为主,目前正积极开拓海外市场
鲁泰 A	棉纺	ISO 14000 认证(清洁生产的国际认证)	出口占销售 90% 以上(欧美日韩)
皖维高新	化纤	高新产品的清洁生产	国际上第二大特种化纤出口企业
南山实业	毛纺	ISO 14000 认证(清洁生产的国际认证)	内销为主,目前正积极开拓海外市场
江苏阳光	毛纺	获 ISO 14000 认证(清洁生产的国际认证)。其产品大豆蛋白纤维和第二代天丝纤维精纺面料属环保纤维(未来增长潜力可观)	出口占主营收入 20%
鄂尔多斯	羊绒	通过瑞士的国际绿色纺织生态产品检测(有利于扩大对欧洲地区的出口)	出口占销售 40% 以上(欧美日、香港)
上海三毛	毛纺	SANDEY 牌全毛、混纺精纺面料获中国环境标志产品认证(促进内销)	精纺呢绒产品 50% 外销(欧美日)



续表

简 称	行业	生 态 概 念	出口情况
益鑫泰	麻纺	苎麻产品具备生态保健概念	出口占销售 85% (欧美、港澳、东南亚)
杉杉股份	服装	服装产品获中国环境标志产品认证(促进内销)	内销为主,出口占 20%(日本为主)

上述 11 家上市公司中,大部分公司的主要销售市场均在欧美日地区。生态纺织品在这些地区既能迎合消费者的偏好,也能不受绿色贸易壁垒的影响。因此,入世后,生态纺织板块将是最大的受益群体,成为纺织行业内新的利润增长点。

第四节 中国纺织服装企业社会责任 管理系统 CSC9000T

为具体贯彻“以人为本,全面协调可持续发展的科学发展观”、“建设和谐社会”的精神,中国纺织工业协会在引导全国纺织行业发展中,十分重视加强行业自律行为,并且把加强企业社会责任建设作为其中的一项重要工作。

2005 年 5 月 31 日,中国纺织工业协会起草和制定的《中国纺织企业社会责任管理体系 CSC9000T 总则及细则 2005 年版》开始实施,这是一项行业自律的重要举措。

企业社会责任的建设工作旨在使中国纺织工业能更好地融入国际产业链和供应链,规范市场秩序,以适应经济全球化的需要。企业社会责任的执行有利于增强企业核心竞争力,促进企业健康持续发展,切实保障所有员工的合法利益,激励员工主人翁精神。

CSC9000T China Social Compliance 9000 for Textile & Apparel Industry 是基于相关中国法律法规和有关国际惯例上的、符合中国国情的中国纺织企业社会责任管理体系。

CSC9000T 中国纺织企业社会责任管理体系旨在为企业规定有效的社会责

A collage of fashion items including a pair of dark jeans with a light-colored belt, a light-colored tank top with a small graphic, a pair of white sneakers, and a black and white patterned handbag with silver hardware.

1. 制定、实施、保持并改进企业社会责任管理体系；
2. 使自己确信能符合所声明的企业社会责任行为准则；
3. 通过下列方式向利益相关者展示对 CSC9000T 的符合。
 - 1 进行自我评价和自我声明；
 - 2 请感兴趣的一方 如顾客 予以确认；



续表

中华人民共和国法律法规	国际公约和标准体系
《关于企业实行不定时工作制和综合计算工时工作制的审批方法》	国际劳工组织公约第 170 号(化学品公约)
国务院关于修改《国务院关于职工工作时间的规定》的决定	国际劳工组织公约第 182 号(最恶劣形式的童工劳动公约)
	ISO 14000 环境管理保证体系
	OHSAS18000 职业健康与安全管理保证体系
	BSCI 管理手册 2004 年

三、CSC9000T 相关定义与术语

以下定义与术语适用于 CSC9000T 管理体系。

企业社会责任指企业除了为股东追求利润外，还应该承担对其他利益相关者的责任。其中，员工是企业社会责任中最主要的利益相关者。

利益相关者指任何可能受到企业决策与活动的影响，同时又可以影响企业决策与活动的各利益群体，包括员工、客户、供应商、社会团体、各下属与分支机构、合资伙伴、投资人、竞争者以及环境因素等。

可持续发展指既满足当代人的需求又不危害后代人满足其需求的发展方式，是一个涉及经济、社会、文化、技术和自然环境的综合的动态的概念。

企业指任何以赢利为目的而生产产品或提供服务的组织。企业的范围包括但不限于国有企业、合资企业、外资企业、合伙企业、集体企业、个人独资企业等。

童工指任何未满 16 周岁，受雇于某企业，为获得报酬而从事劳动或提供服务的人。

未成年工人指任何年满 16 周岁但未满 18 周岁，受雇于某企业，为获得报酬而从事劳动或提供服务的人。

强迫或强制劳动指以任何惩罚相威胁，强迫任何人从事的非本人自愿的一切劳动或服务，但不应包括以下几点。

- 1 根据义务兵役制为纯军事性质的工作从事劳动或服务；

2 作为国家公民应尽的正常义务；

3 在发生战争、火灾、水灾、饥荒、地震、恶性流行病等灾害，可能危及居民生存或安宁的情况下，强制付出的劳动或服务。

个人特性指在本 CSC9000T 中包括年龄、性别、体型、身体状况等客观因素。

工会组织指员工依照国家现行法律自愿结合成的群众组织。中华全国总工会及其各级工会组织代表会员和员工的利益，依法维护员工的合法权益。

四、中国纺织服装企业社会责任行为准则

CSC9000T 是中国纺织服装企业公共的社会责任行为准则。企业应该在显著的位置将此张贴出来，并确保传达到所有的员工。

链接 2

我国 CSC9000T 总则 企业社会责任行为准则

CSC9000T 总则是中国纺织企业公共的社会责任行为准则。企业应该在显著的位置将此张贴出来，并确保传达到所有的员工。

1. 管理体系

企业应当在相关的中国法律法规和国际公约的基础上，按照本CSC9000T的要求制定、实施、保持并改进企业社会责任管理体系，提出具体的企业社会责任目标和指标，形成必要的文件，确定将如何实现这些目标和指标，并审核实施结果，达到持续改进的目的。

2. 劳动合同

企业招用员工时应当订立书面劳动合同。

3. 童工

严格禁止招用童工。

4. 强迫或强制劳动

严格禁止企业使用或支持使用强迫或强制劳动。

5. 工作时间

6. 薪酬与福利

7. 工会组织和集体谈判权

8. 歧视

9. 骚扰与虐待

10. 职业健康与安全

企业应基于 PDCA 的运行模式，建立、实施、保持并改进职业健康与安全管理体系统，为所有员工提供一个健康和安全的工作环境。

自 1995 年以来，中国沿海地区至少已有 8000 多家工厂接受过跨国公司的社会责任审核，到 2000 年以后，几乎所有的欧美企业都对其全球供应商和承包商实施社会责任评估和审核，只有通过审核与评估，才能建立合作伙伴关系。中国纺织服装业国际化程度较高，企业社会责任已经成为国际大型采购商在进行采购时的重要标准。

中国共产党中央委员会在十六届四中全会上提出，要把构建和谐社会放在重要位置，注重激发社会活力，促进社会公平和正义，增强全社会的法律

二 行业自律的重要举措

纺织工业是中国制造业国际化程度最高的行业之一，是与国际零售商和广大国际消费者联系最为紧密的产业，也是引起国际社会广泛关注的产业。企业履行社会责任是一项使国家、企业和职工三方受益的事情，意义重大。

三 首创性

中国纺织服装企业社会责任管理体系 CSC9000T 具有首创性，是国内第一个行业自律性的社会责任管理体系，它是企业主动应对新的国际贸易形势的表现，具有高度的战略意义；CSC9000T 可以帮助企业自卫、自律、自查、自纠，有利于企业在国际竞争中赢得优势；CSC9000T 的内容符合国家法律法规，也符合国际惯例。

2006 年 3 月 28 日，中国纺织工业协会 CSC9000T 试点工作启动，确定十家企业和一家产业集群为中国纺织企业社会责任管理体系试点单位 表 6 - 20 。这标志着中国纺织工业协会在微观层面上切实帮助企业改善自身管理方面又迈出了重要的一步。

四 有利于树立中国纺织服装业良好的国际形象

中国从纺织大国向纺织强国迈进之路，不仅要解决从量的增长向质的提高的转变、从制造向创造的提升，更重要的是以文明的生产方式、自律的行

序 号	企 业 名 称
1	北京爱慕内衣有限公司
2	北京铜牛股份有限公司
3	报喜鸟集团有限公司
4	大杨集团有限公司
5	盖奇(中国)织染服饰有限公司
6	汉帛(中国)有限公司
7	红豆集团有限公司
8	乔顿服饰企业有限公司
9	山东济宁如意毛纺织股份有限公司
10	溢达企业有限公司
	产 业 集 群 地
	广东佛山市禅城区张槎街道委员会

业规范，建立对人、社会、环境负责任的行业可持续发展机制在获得经济效益的同时实现社会效益。因此，具有深刻的社会意义与经济意义。

一、与纺织服装企业及相关产品相关的中国知识产权法律保护体系

267

或《实施条例》，如图 6 - 4 所示。

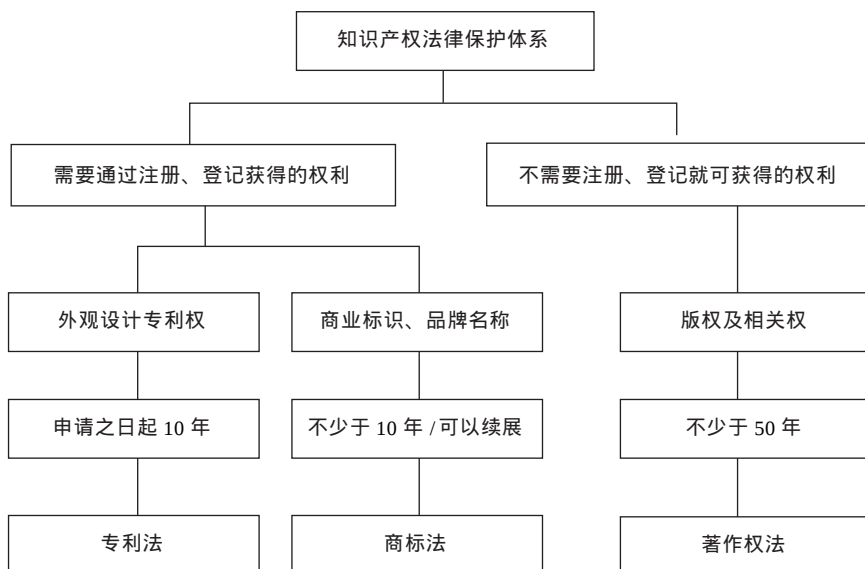


图 6 - 4 中国知识产权法律保护体系

2001 年 12 月 11 日中国入世前，为了使中国知识产权法律保护体系与 WTO 的《与贸易有关的知识产权协议》TRIPS 相一致，中国及时对《专利法》、《商标法》和《著作权法》进行了修改，将三法的《实施细则》或《实施条例》也先后进行了修订。体现了入世后，中国的知识产权法律保护体系日趋完善，国内服装市场秩序逐渐规范，特别是纺织服装产品的特殊性，使得原有的抄袭、仿制、侵权等不正当竞争行为日益受到约束，企业合法权益受到保护。

二、《专利法》及其《实施细则》

《专利法》及其《实施细则》中与纺织品相关保护包括纺织纤维开发研究所取得的发明专利和纺织面料图案设计取得的外观设计专利。本节重点讨论纺织面料图案设计和服装款式设计的外观设计专利的保护问题，而纺织纤维产品开发研究所取得的发明专利不在此加以说明。



一 《专利法》及其《实施细则》中与纺织品服装外观设计保护有关的条款

中国《专利法》把发明、实用新型、外观设计作为保护对象。《专利法》第2条中对保护范围进行了规定：“本法所称的发明创造是指发明、实用新型和外观设计”。其中与纺织面料图案设计和服装设计相关的知识产权保护属于外观设计保护。

《专利法实施细则》第2条中对专利法中所称外观设计加以了解释，是指对产品的形状、图案或者其结合，以及色彩与形状、图案的结合所作出的富有美感并适于工业应用的新设计。

《专利法》第 11 条中规定：外观设计专利权被授予后，任何单位或者个人未经专利权人许可，都不得实施其专利，即不得为生产经营目的制造、销售、进口其外观设计专利产品。

《专利法》第 17 条中所称的设计人，是指对发明创造的实质性特点作出创造性贡献的人员。

《专利法》第 23 条规定：授予专利权的外观设计，应当同申请日以前在国内外出版物上公开发表过或者国内公开使用过的外观设计不相同和不相同近似，并不得与他人在先取得的合法权利相冲突。

《专利法》第 56 条规定：外观设计专利权的保护范围以表示在图片或者照片中的该外观设计专利产品为准。

《专利法》第 31 条规定：一件外观设计专利申请应当限于一种产品所使用的一项外观设计。用于同一类别并且成套出售或者使用的产品的两项以上的外观设计，可以作为一项申请提出。

二 纺织面料和服装产品申请外观设计专利保护需符合的条件

外观设计专利只是一个对产品外观的申请，保护的是具体事物的美学而非技术特征，不需要太多的技术含量。一个好的服装款式设计创意，具有新颖性，能进行工业化生产，就可以提出外观设计专利申请。

按照《专利法》及其《实施细则》中的定义：申请专利的外观设计必须是应用在产品上的，该产品还必须是有一定的形状、图案、色彩三要素的设计，而且该设计应是具有美感及工业实用性的新的设计。符合外观设计定义

的服装产品专利申请应包含以下几方面的内容。

1. 物品性

申请外观设计专利的纺织面料和服装产品，必须是能够具有工业实用性的产品，对于单纯艺术性创作的设计不属于外观设计专利的保护范围，只能申请著作权法的保护。

2. 形状、图案及色彩的设计

纺织面料和服装产品外观设计必须是对服装产品的形状、图案和色彩等的设计。因此，产品的形状、图案、色彩为外观设计的三要素，如果不具备该三要素或者其结合就不能成为外观设计。

3. 富于美感

富于美感是指通过对纺织面料和服装产品的形状、图案、色彩等设计使人的视觉产生美感，使人看到的服装产品具有审美价值。

4. 适于工业上的应用

适于工业上应用，是指纺织面料和服装产品的外观设计可以用工业方法重复再现，批量化生产，是可以重复制作 50 件以上的。这是对授予专利权的外观设计实质性要求。因此，排除了仅可以单件生产的工艺美术品。

5. 新设计指该外观设计是一种新的设计方案。

三 《专利法》中对外观设计专利侵权判断的界定

1. 外观设计专利侵权行为

专利侵权，是指违反《专利法》及其相关规定，在专利权的有效期限内，侵犯专利权人的权利的行为。

专利侵权主要有两种情形：

1 对专有实施权的侵犯，即未经专利权人许可，将与外观设计有关的物品进行制造、销售、转让的行为，其中包括实施制造、销售与专利产品相似的外观设计产品的侵权行为；

2 对专利标记权的侵犯，即以非专利产品冒充专利产品、以非专利方法冒充专利方法的行为。

专利侵权必须具备下列条件：

- 1 必须有侵权事实的存在；
- 2 侵害行为违反法律规定，属违法行为。



2. 判断外观设计侵权的原则

如果在与外观设计专利产品相同或者相似的产品上使用与该外观设计专利的图片或照片所标示的相同或者相似的设计，则侵犯了该外观设计专利权，而且在相似的产品上使用相似的外观设计也属于侵权行为。

四 利用《专利法》解决侵权的途径

《专利法》第 57 条规定，专利侵权纠纷由当事人协商解决；不愿协商解决或者协商不成的，专利权人或者利害关系人可以向人民法院起诉，也可以请求管理专利工作的部门处理。

因此，专利侵权的解决途径主要有三种：

- 1 当事人协商解决；
- 2 专利行政主管部门解决；
- 3 人民法院审理解决。

对三种解决方式效果的对比，见表 6 - 21。

表 6- 21 《专利法》中三种侵权救济方式的比较

侵权解决方式	优 势	弊 端
当事人协商	1. 利于找到双方的平衡点 2. 利于节约行政资源和诉讼资源	1. 只能在双方自愿的基础上 2. 不具有最终的法律效力 ,不易达成最终的解决方案
专利行政主管 部门解决	1. 配备具有专业素质高的行政人员 , 处理纠纷的效率较高 2. 与司法解决方式相比 ,程序相对简单 ,费用较低	1. 不存在诉讼时效 ,可随时起诉 2. 对于跨地区的侵权纠纷容易形成 地方保护 ,导致公正性降低
人民法院审理	1. 更具权威性、公正性 2. 判决将发生最终的保护效力 ,能更有效保护权利人	1. 程序复杂 ,费用较高 2. 起诉的诉讼时效 ,自专利权人或 利害关系人得知侵权行为之日起计算 2 年

当中国纺织服装企业对一款实用性强、设计新颖，适于批量生产的面料和服装设计申请外观设计专利保护后，意味着企业拥有该项设计的专利权。但企业在申请专利之前一定要保密，同时应注意在拿到受理通知书或者最好是收到授权决定通知后，产品再投放市场较为稳妥。

三、《商标法》及其《实施条例》

商标是企业 或个人 将自己的商品或服务与其他企业 或个人 的商品或服务加以区别的可识别的标记。商标法对企业的保护在于，一方面保护企业的注册商标，同时还保护该注册商标下使用的产品，因此商标法的保护功能相对较强。通常商标法保护的并不是某一种或某一件商品，而是一类或几类。

一 《商标法》及其《实施条例》中与纺织服装企业及产品商标保护有关的条款

《商标法》第 4 条对商标专用权的取得进行了规定：自然人、法人或者其他组织对其生产、制造、加工、拣选或者经销的商品，需要取得商标专用权的，应当向商标局申请商品商标注册。

《商标法》第 8 条规定：任何能够将自然人、法人或者其他组织的商品与他人的商品区别开的可视性标志，包括文字、图形、字母、数字、三维标志和颜色组合，以及上述要素的组合，均可以作为商标申请注册。

《商标法》第 9 条规定：申请注册的商标，应当有显著特征，便于识别，并不得与他人在先取得的合法权利相冲突。商标注册人有权标明“注册商标”或者注册标记。

《实施条例》第 37 条规定：使用注册商标，可以在商品、商品包装、说明书或者其他附着物上标明“注册商标”或者注册标记。注册标记包括 注外加○ 和 R 外加○ 。使用注册标记，应当标注在商标的右上角或者右下角。

《商标法》第 40 条规定：商标注册人可以通过签订商标使用许可合同，许可他人使用其注册商标。

《商标法》第 13 条对驰名商标作了特别规定：就相同或者类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人未在中国注册的驰名商标，容易导致混淆的，不予注册并禁止使用。就不相同或者不相类似商品申请注册的商标是复制、摹仿或者翻译他人已经在中国注册的驰名商标，误导公众，致使该驰名商标注册人的利益可能受到损害的，不予注册并禁止使用。

《商标法》第 53 条规定：商标所有人认为他人将其驰名商标作为企业名

称登记，可能欺骗公众或者对公众造成误解的，可以向企业名称登记主管机关申请撤销该企业名称登记。企业名称登记主管机关应当依照《企业名称登记管理规定》处理。

《商标法》第 51 条对注册商标的专用权进行了规定：注册商标的专用权，以核准注册的商标和核定使用的商品为限。

《商标法》第 52 条列举了侵犯注册商标专用权的行为：

1 未经商标注册人的许可，在同一种商品或者类似商品上使用与其注册商标相同或者近似的商标的；

2 销售侵犯注册商标专用权的商品的；

3 伪造、擅自制造他人注册商标标识或者销售伪造、擅自制造的注册商标标识的；

4 未经商标注册人同意，更换其注册商标并将该更换商标的商品又投入市场的；

5 给他人的注册商标专用权造成其他损害的。

《实施条例》第 50 条规定：属于商标法第五十二条第 5 项所称侵犯注册商标专用权的行为：

1 在同一种或者类似商品上，将与他人注册商标相同或者近似的标志作为商品名称或者商品装潢使用，误导公众的；

2 故意为侵犯他人注册商标专用权行为提供仓储、运输、邮寄、隐匿等便利条件的。

二 纺织服装企业欲获得《商标法》保护的条件

中国对商标管理实行的是注册在先的原则，商标法保护的是企业注册商标的专用权，企业若要获得《商标法》的保护，必须对商标进行注册登记。商标的注册登记既可以明确商标权的归属，使企业的权利得到保障；同时也有利于商标注册人加强对商标的培育，通过提高商品质量等措施树立注册商标价值；更为重要的是，一旦发生商标侵权，企业将有法可依，可寻求《商标法》的保护。对谋求长远发展的企业而言，商标注册具有重要的意义。

三 《商标法》中对商标侵权判断的界定

商标侵权行为，是指侵害他人注册商标专用权的行为，具体包括使用



权、禁止权、续展权、转让权和许可使用权等。侵权行为是指《商标法》中规定的四类侵权行为及一些新类型的侵犯商标权行为。

四 利用《商标法》解决侵权的途径

《商标法》第 53 条规定：商标专用权引起的纠纷，由当事人协商解决；不愿协商或者协商不成的，商标注册人或者利害关系人可以向人民法院起诉，也可以请求工商行政管理部门处理。工商行政管理部门处理时，认定侵权行为成立的，责令立即停止侵权行为，没收、销毁侵权商品和专门用于制造侵权商品、伪造注册商标标识的工具，并可处以罚款。调解不成的，当事人可以依照《中华人民共和国民事诉讼法》向人民法院起诉。

2004 年 12 月 22 日正式实施的《关于办理侵犯知识产权刑事案件具体适用法律若干问题的解释》，对侵犯知识产权行为的刑事制裁的门槛大大降低。假冒注册商标罪，销售假冒注册商标的商品罪，非法制造、销售非法制造的注册商标标识罪的起刑标准为非法经营数额在 5 万元以上，或者违法所得数额为 3 万元以上。假冒注册商标，非法经营数额在 25 万元以上的，最高将被判处 7 年有期徒刑。由此可以看出，中国对知识产权的打击力度正逐渐加强，侵犯企业知识产权的行为必将受到严惩。

四、《著作权法》及其《实施条例》

著作权，也称版权，是文学、艺术和科学领域的作者对自己创作的作品依法享有的专有权。对企业和服装设计师个人而言，不具有工业实用性的单纯表现美学创意的服装设计作品，如各种表演服装、时装大赛上的概念性服装等，可以请求著作权保护。

一 《著作权法》及其《实施条例》中与纺织品服装知识产权保护有关的条款

《著作权法实施条例》第 2 条规定：对《著作权法》中所称作品，是指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以某种有形形式复制的智力成果。

第 3 条规定：对《著作权法》所称创作，是指直接产生文学、艺术和科学作品的智力活动。因此，成为著作权客体必须具备两个条件：即独创性和

可复制性。

著作权的保护客体为作品。作品的概念应当包括三层含义：

1 作品是存在于文学、艺术和科学领域内的智力创作成果，工业和商业活动中产生的成果不是作品；

2 作品应当具有独创性，并要求前所未有，它与专利条件中的“新颖性”概念不同，独创性是指作品由作者自己创作，不是抄袭而来；

3 作品应当具有具体的表现形式。

《实施条例》第4条对著作权中作品涵盖的范围进行了解释，其中与服装设计有关的内容属于美术作品的范围。美术作品是指绘画、书法、雕塑等以线条、色彩或者其他方式构成的有审美意义的平面或者立体的造型艺术作品。

《实施条例》第6条规定：著作权自作品创作完成之日起产生。中国公民、法人或者其他组织的作品，不论是否发表，依照著作权法享有著作权。因此，著作权的取得不需要国家专门机构的审查和授予 如专利权 ，也不需要注册获得 如商标法 ，作者的作品一经产生，其著作权自动产生。

二 纺织品服装设计作品欲获得《著作权法》保护的条件

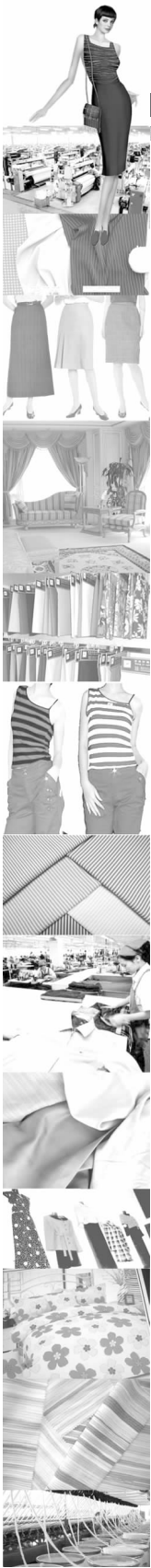
独创性是服装作品获得著作权法保护的首要条件。服装设计草图、服装制版图与美术作品、产品设计图、建筑设计图等客体一样，都属于艺术或科学领域的智力成果；服装设计师的立体成衣作品体现着服装设计师从无形的思想转化为有形服装的创造性智力劳动的过程，也符合著作权法保护条件。并且，只要作品一经完成，著作权自动生效。

三 《著作权法》中对侵权判断的界定

著作权保护包括发表权、署名权、保护作品完整权、使用权和获得报酬权等。著作权保护采用自动保护原则而非注册登记，但著作权人只享有相对的排他权，即通过著作权法的保护以减少他人抄袭或模仿，但不能排斥相同或类似的设计。因此，对著作权侵权的判断主要是未经著作权人的许可复制、出版、改编、署名、剽窃等方式向公众传播其作品的。

中国《著作权法》第46条、第47条列举了共19种侵犯著作权的行为。第46条列举了11种只承担民事责任的侵权行为；47条列举了8种侵权较严





重，除承担民事责任外，还须承担行政责任甚至刑事责任的行为。

四 利用《著作权法》解决侵权的途径

《著作权法》对侵权行为解决途径为：第 46 条中民事责任承担包括停止侵害、消除影响 如公开声明 、赔礼道歉、赔偿损失；第 47 条中行政责任承担包括停止侵权、没收非法所得、没收侵权产品、罚款。对犯有侵犯著作权罪、销售侵权复制品罪的追究刑事责任。

五、三法中与纺织服装企业及产品相关保护内容的比较

《专利法》、《商标法》和《著作权法》及其《实施条例》或《实施细则》构成了中国纺织服装企业及产品知识产权的法律保护体系，对其内容进行比较分析，可以更清晰地认识三者的共性与区别，在运用相关法律、法规进行自我保护时更有针对性，见表 6 - 22。

表 6- 22 《专利法》、《商标法》和《著作权法》的比较

比较内容	《专利法》	《商标法》	《著作权法》
生效时间	2001 年 7 月 1 日	2001 年 12 月 1 日	2001 年 12 月 1 日
实施细则或条例	《实施细则》	《实施条例》	《实施条例》
生效时间	2003 年 2 月 1 日	2002 年 9 月 15 日	2002 年 9 月 15 日
权利名称	外观设计专利权	商标权	版权
保护客体	产品的外观设计 ,即形状、图案、色彩及三要素的结合	注册商标专用权	作品包括平面作品和立体作品
保护范围	以表示在图片或照片中的该外观设计专利产品为准	核准注册的商标和核定使用的商品	文字作品 ;口述作品 美术、建筑作品 ;摄影作品 ;工程设计图、产品设计图、示意图等图形作品和模型作品等
授权条件	新颖性、实用性	显著性、不与他人在先权力冲突	独创性
权利取得方式	申请、授权	登记、注册	自动产生



续表

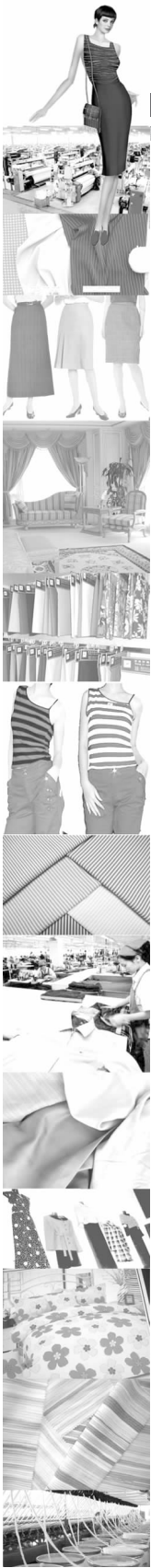
比较内容	《专利法》	《商标法》	《著作权法》
权利内容	独占权、转让权、许可权、标记权、专利进口权、放弃权	使用权、转让权、续展权、许可权、禁止权	署名权、发表权、署名权、保护作品完整权、使用权、获得报酬权
保护期限	10 年	10 年首期 ,10 年续展期	至少 50 年
国家行政管理部门	国家专利局	国家商标局	国家版权局
纺织服装企业的保护内容	具有新颖性、实用性、批量生产的面料和服装	企业的注册商标	面料和服装设计效果图、服装产品的结构设计图

对于一个企业来讲，商标保护是最基本的，申请商标保护的主要作用是对商标持有企业生产或经营产品的整体保护，以及打击假冒该商标产品的销售。

对某种纺织品服装设计申请外观设计专利权保护意味着企业拥有该项设计的专利权。企业申请纺织品服装外观设计专利保护的前提条件应是那些能够进行批量生产，能带来良好的经济收益的纺织品服装设计。

对不具有工业化生产或暂时不准备投放市场的纺织品服装设计草图或样品申请著作权保护，是对企业和设计人员创新性的保护，使权利人获得作品的发表权、署名权、使用权、获得报酬权等方面的保护。

[illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible][illegible]



后配额时代的中国纺织服装业

1. 第一次飞跃 1986 年，中国出口商品结构从以自然密集型产品为主向以劳动密集型产品为主转变

改革开放初期，中国出口商品结构以自然资源密集型产品为主。其中，石油和煤炭出口占当时出口总额的 50% 以上。1986 年，纺织服装产品取代石油成为我国第一大出口产品，标志着中国摆脱了以资源为主的出口结构，进入到以劳动密集型制成品为主导的时期。

2. 第二次飞跃 1995 年，中国出口商品结构从以劳动密集型产品为主向以资本密集型产品为主转变

1995 年，中国外贸出口商品结构出现了第二次结构性变化，机电产品出口首次超过纺织服装产品成为最大类出口产品，1995 年机电产品出口额为 438.6 亿美元，占当年出口总额的 29.5%，同期纺织品服装出口额为 379.7 亿美元，占当年出口总额的 25.5%，而高新技术产品出口额为 100.9 亿美元，占出口总额的 6.8%。机电产品的出口推动了中国外贸出口在 1994 年、2000 年分别迈上了 1000 亿和 2000 亿美元的台阶，见表 7-1。

表 7-1 1981~2005 年中国出口商品结构变化 单位:亿美元

年 份	出口总额	机电产品		纺织品服装		高新技术产品	
		金额	所占比例(%)	金额	所占比例(%)	金额	所占比例(%)
1981 年	220.1	18.0	8.1	38.0	17.3	—	—
1982 年	223.2	19.5	8.7	39.4	17.7	—	—
1983 年	222.2	19.4	8.7	45.4	20.4	—	—
1984 年	261.4	22.0	8.4	53.0	20.3	—	—
1985 年	273.5	16.8	6.1	55.3	20.2	—	—
1986 年	309.4	24.8	8.0	71.3	23.0	—	—
1987 年	394.4	38.5	9.8	95.4	24.2	—	—
1988 年	475.2	61.3	12.9	113.3	23.8	—	—
1989 年	525.4	83.2	15.8	131.2	25	—	—
1990 年	620.9	110.9	17.9	138.5	22.3	—	—
1991 年	718.4	141.2	19.6	167.3	23.3	28.8	4.0



续表

年 份	出口总额	机电产品		纺织品服装		高新技术产品	
		金额	所占比例(%)	金额	所占比例(%)	金额	所占比例(%)
1992 年	849.4	195.5	23.0	252.8	29.8	30.0	4.7
1993 年	917.6	227.0	24.8	271.3	30.0	46.7	5.1
1994 年	1210.4	321.0	26.4	355.5	29.4	63.4	5.1
1995 年	1487.7	438.6	29.5	379.7	25.5	100.9	6.8
1996 年	1510.7	482.0	32.0	370.9	24.6	126.6	8.4
1997 年	1827.0	593.2	32.5	455.5	24.9	163.1	8.9
1998 年	1837.6	666.0	36.3	428.5	23.3	202.3	11.0
1999 年	1949.3	770.0	39.5	430.6	22.1	247.0	12.8
2000 年	2492.0	1053.1	42.3	520.8	20.9	370.0	14.8
2001 年	2661.5	1188.0	44.6	534.0	20.0	464.6	17.5
2002 年	3255.7	1570.8	48.2	617.7	19.0	678.7	20.8
2003 年	4383.7	2274.6	51.9	804.8	18.4	1103.2	25.2
2004 年	5933.6	3234.0	54.5	973.9	16.4	1655.4	27.9
2005 年	7620.0	4267.5	56.0	1150.1	15.1	2182.5	28.6

资料来源 海关统计数据整理

机电产品自 1995 年起一直是中国第一大出口商品，2005 年，机电产品出口额为 4267.5 亿美元，占外贸出口总额的 56%，表明中国制造业参与经济全球化的程度在不断加深。

3. 第三次飞跃 世纪之交，中国出口商品结构从以劳动、资本密集型产品为主向以资本、技术密集型产品为主转变

20 世纪 90 年代末，经济合作与发展组织 OECD 国家的高新技术产品出口占其出口总额的比重平均接近 40%，而中国的这一比重在 1998 年仅为 11%。

世纪之交，由于中国抓住以 IT 产业为代表的高新技术产业制造环节向中国转移的机遇，实现了中国外贸发展的第三次飞跃。在第三次飞跃中，“科



技兴贸”战略发挥了重要作用。

自“科技兴贸”战略实施以来，政府采取一系列扶持和鼓励高新技术产品出口的措施，有力地促进了中国出口商品结构的优化和升级，带动了对外贸易的快速发展，使高新技术产品出口得到迅速增长。从 1999 年的 247.0 亿美元，占外贸出口总额的 11%，到 2005 年达到 2182.5 亿美元，占出口总额的 28.6%，六年间增长了八倍。形成了以高新技术产品拉动机电产品出口增长、以机电产品拉动整体外贸增长的格局，高新技术产品进出口规模的增长，推动中国外贸进出口规模在 2004 年突破了 1 万亿美元。

从中国出口商品构成的总体结构变化看，见表 7-2，1995 年中国出口商品结构中，劳动密集型产品占到 38%。经过 10 年的发展，2004 年中国出口商品结构以中等和高等技术产品为主。尽管劳动密集型产品仍占总出口的 23%，但所占比重已显著下降，高技术产品呈增长趋势，2004 年在出口总额中达 7%，取代劳动密集型产品成为中国目前出口的主导性产品。

表 7-2 中国制成品出口结构构成(%)

项 目	1995 年	2004 年
资源密集型产品	5	5
劳动密集型产品	38	23
低技术产品	10	9
中等技术产品	12	16
高技术产品	19	37

资料来源 中国海关统计

二 “科技兴贸”战略政策体系框架及部门联合机制的形成

自 1999 年中国原外经贸部提出“科技兴贸”战略后，党的十五届五中全会提出要“重视科技兴贸”；2000 年底召开的中央经济工作会议上明确提出要“实施科技兴贸战略”；九届人大四次会议通过的《国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》中把“更好地实施科技兴贸战略”作为经济工作的重要部署，放到了突出位置；2001 年 8 月，四部委联合制定的《科技兴贸“十

五”规划纲要》中,提出:提高企业出口竞争力和自主创新能力,加快出口商品结构的战略性调整,实现中国由贸易大国向贸易强国的跨越;2003年11月八部委联合制定了《关于进一步实施科技兴贸战略的若干意见》;2005年1月,十部门研究起草了《“十一五”期间深入实施科技兴贸战略的意见》,提出:优化出口商品结构、培育出口主体、开拓国际市场、增强自主创新能力。至此,中国科技兴贸战略的政策体系框架已初步形成,见表7-3。

科技兴贸部际联合工作机制,在1999年只有外经贸部和科技部两部门;2001年扩大到信息产业部和国家经贸委,形成了四部门联合工作机制,制定实施了《科技兴贸“十五”规划纲要》;2002年9月财政部、税务总局、海

表7-3 中国“科技兴贸”战略政策体系框架及部门联合机制

时 间	出 台 政 策	联合工作机制部门
1999年初	原外经贸部提出了“科技兴贸”战略	原外经贸部
1999年6月	两部委制定的《科技兴贸行动计划》中提出:科技兴贸是我国外贸工作的基本战略。是科教兴国战略在外经贸领域的具体体现,也是我国由外贸大国向外贸强国转变的必由之路	外经贸部和科技部建立联合工作机制
2000年10月	《关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》中,中央提出“重视科技兴贸”	中国共产党十五届五中全会
2001年3月	《国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》中,中央提出把“更好地实施科技兴贸战略”作为经济工作的重要部署	第九届全国人民代表大会
2001年8月	四部委联合制定的《科技兴贸“十五”规划纲要》中,提出:提高企业出口竞争力和自主创新能力,加快出口商品结构的战略性调整,实现我国由贸易大国向贸易强国的跨越。科技兴贸要率先实现对外贸易领域的信息化	联合工作机制由原外经贸部、科技部、信息产业部、国家经贸委4个部门组成
2003年10月	八部委联合制定的《关于进一步实施科技兴贸战略的若干意见》中提出:把发展高新技术产品出口,特别是电子信息产品出口放在科技兴贸的首位,大力支持和鼓励具有自主知识产权的高新技术产品出口,着力优化出口商品结构,积极运用高新技术改造传统产业,加速实现出口增长方式的根本转变	财政部、税务总局、海关总署、质检总局加入后,联合工作机制部门由8个部门组成
2004年3月	2004年1月6日召开的全国科技兴贸工作会议上,吴仪副总理提出“要把国家知识产权局纳入到联合工作机制中,以加强知识产权的管理和保护”	国家知识产权局加入后联合工作机制由9个部门组成
2005年1月	十部门研究起草了《“十一五”期间深入实施科技兴贸战略的意见》,提出:优化出口商品结构、培育出口主体、开拓国际市场、增强自主创新能力	中国科学院加入后联合工作机制部门由10个部门组成

资料来源 商务部网上资料整理



关总署、质检总局加入，联合工作机制由四部委扩大到了八部门；2003年3月国务院机构调整后，商务部取代了原外经贸部，国家发改委取代了原国家经贸委；2004年1月6日召开的全国科技兴贸工作会议上，吴仪副总理提出“要把国家知识产权局纳入到联合工作机制中，以加强知识产权的管理和保护”，2004年3月国家知识产权局加入；2005年1月中国科学院也加入到科技兴贸部际联合工作机制中。形成了科技兴贸十部门联合工作机制，至此，科技兴贸部际联合工作机制已初步形成。

二、中国纺织服装业从“科技兴贸”战略到“科技兴纺”战略

长期以来，中国对外贸易的发展一直把具有比较优势的劳动密集型产品作为出口支柱产品。世界高技术产业和知识经济的发展使传统的比较优势、国际分工格局和国际贸易结构发生了重大变化，传统产业是中国国民经济的主体，用高新技术和先进适用技术改造传统产业是实现工业化的紧迫任务。中国传统产业结构性矛盾突出，主要生产技术和工艺装备落后，需要广泛应用先进适用技术提高整体素质。在国民经济进行产业结构调整和产业升级中，大力发展高新技术产业，推进企业的技术创新，以提高企业的国际竞争力，是纺织服装业同样面临的问题。

一 中国“科技兴贸”战略实施目标

1. “十五”期间我国“科技兴贸”战略实施目标

1 大力促进高新技术产品出口。高新技术产品出口在2000年占外贸出口15%的基础上，保持15%的年增长速度，到2005年占外贸出口的比重达到20%预计到2010年占外贸出口的比重达到30%。初步完成中国出口商品结构由以低附加值、低技术含量产品为主向以高新技术产品为主的转变。

2 提高传统出口产品的技术含量和附加值。以出口额最大的机电产品、纺织产品作为高新技术改造传统产业重点，到2005年，使其出口商品中技术含量、附加值较高的产品所占比重从目前的20%提高到50%，初步改变中国传统出口产品技术含量不高、附加值较低的局面。

同时确定信息、生物医药、新材料、消费类电子及家用电器等五个领域

为高新技术产业，确定给予五个行业的 166 家高新技术产品出口企业和 92 种高新技术出口产品重点支持，积极推动北京、天津、上海、重庆、武汉、沈阳、深圳、南京、成都、西安、广州、厦门、大连、青岛、苏州 15 个重点城市和 53 个国家级高新技术产业开发区发展高新技术产品出口。

2. “十一五”期间中国“科技兴贸”战略实施目标

中国共产党十六届五中全会提出,“十一五”期间要着力转变外贸增长方式,继续提高出口质量和效益,推动中国从贸易大国向贸易强国转变。为此商务部牵头科技兴贸联合工作机制十部门,共同编制了《科技兴贸“十一五”规划》,明确提出2006~2010年“科技兴贸”战略的指导思想、目标。

从指导思想看，“十一五”期间要进一步推动科技兴贸战略实施，加快外贸增长方式的转变，扩大高新技术产品出口，培育高科技自主品牌，着力引进先进适用技术和关键设备，增强引进技术的消化吸收和再创新能力，使中国外贸增长方式从“规模速度型”向“质量效益型”转变，早日实现从贸易大国向贸易强国的转变。

“十一五”时期，中国“科技兴贸”战略实施目标，主要体现在以下五个方面。

1 扩大高新技术产品出口。到 2010 年将高新技术产品出口占外贸出口比重提高到 35%，年均增长 20% 左右。2020 年占比重 45% 左右，年均增长 10% 左右。

2 发展跨国经营的大型骨干企业。到 2010 年培育 100 家高新技术产品年出口额 10 亿美元以上的大型跨国公司或企业集团，培育 1000 家高新技术产品年出口额 1 亿美元以上的大型企业，同时重点扶持一大批骨干科技型企业。

3 培育自主品牌。到 2010 年将具有自主知识产权、自主品牌的高新技术产品占高新技术产品出口总额的比重提高到 20% 左右，重点培育 100 个高科技自主品牌。

4 加强对引进技术的消化吸收和创新。到 2010 年将专有技术和专利技术许可合同额占技术引进合同总额的比重提高到 50% 左右，引进技术的消化吸收配套资金比例有所提高。

5 提高出口产品国际竞争力。到 2010 年使出口产品采用国际标准和国外先进标准比重大幅提高，重点扶持的出口免验和绿色通道企业达到 2500



家，构建较为完善的高新技术产品国际市场营销和售后服务网络。

二 “十一五”期间中国纺织服装业“科技兴纺”战略

中国纺织服装业实施“科技兴贸”战略，主要是以提高传统出口产品的技术含量和附加值为核心任务。中国“十一五”期间“科技兴贸”战略实施目标中，与纺织服装业相关的实施目标有：提高中国纺织服装产品的科技含量以及高技术含量的纺织服装产品出口额所占比重；培育中国纺织服装业的自主品牌，由以贴牌出口服装为主，向以自主品牌服装出口为主转变；提高中国纺织服装出口产品的国际竞争力，大力发展生态纺织品的出口。

“十一五”期间，中国纺织服装业将以全面提高产业自主创新能力为核心，加快先进生产力建设，转变增长方式，走新型工业化的道路。

1. 自主创新

自主创新是加快采用高新技术改造传统纺织行业，大幅提高研发投入，发展原创技术，培育自主品牌，实现从国际产业链中低端环节向上下游环节的提升。在《纺织行业科学技术进步发展纲要》中确定了“十一五”期间中国纺织工业攻关的 28 项关键技术以及 10 项新型成套设备的目标任务。

包括碳纤维、芳纶纤维开发、年产 60 万吨以上新型 PTA 成套国产技术研发等 28 项技术分属新材料及新材料加工技术，纺纱、织造、染整等传统纺织工艺的高科技改造，生态纺织品和环保、节能加工技术，纺织信息化技术，应用基础科学研究等五大类。

十项新型成套关键装备技术攻关和产业化，包括日产 200 吨及以上涤纶短纤维成套设备，粘胶长丝连续纺丝机，高效现代化棉纺生产线的研制，机电一体化剑杆织机和喷气织机，纺粘法和熔喷法非织造布生产线，电脑提花圆纬机，电脑自动横机，高速特里科经编机，染整设备工艺参数在线检测系统，高质量、高效、节能、环保的染整设备。

28 + 10 将成为 2010 年前纺织工业亟待攻关的项目，这些攻关项目的实现必将大大提高纺织行业的科学技术水平。在此基础上再经过两个五年计划的创新和提高，中国纺织业有望在 2020 年实现产业升级，达到建成现代化纺织强国的大目标。

2. 营销管理创新

目前，一些 OEM 或者完全依赖中间商出口的企业的销售利润率只是同类

A collection of clothing items including a pair of jeans with a belt, a light-colored tank top, a pair of sneakers, and a handbag with a geometric pattern.

表 7-4 历次科技革命对纺织服装业发展的影响

历次科技革命	第一次	第二次	第三次	第四次
具有代表性的技术	蒸汽机	电气化	自动化	信息技术
对纺织服装业的影响	大机器生产方式替代了手工操作	机械化、电力化	实现了自动化，减少了对人的依赖	管理的信息化、网络化
投入的主要生产要素(要素密集型)	土地、资源、劳动	资本	技术	信息、知识

由于任何生产活动都离不开生产要素的投入，纺织服装业也是如此。在纺织品服装生产过程中，投入生产要素的不同或各种生产要素构成比例不同，使纺织服装业表现为不同要素密集型特征。特别是历次科技革命伴随着新技术的出现和管理水平的提高，纺织服装业发生了巨大变化，从资源密集型、劳动密集型向资本、技术和知识密集型不断升级。

一 历次科技革命对纺织服装业生产要素构成的影响

1. 生产方式的改变

第一次科技革命以前，纺织服装业的生产方式以手工操作为主。1764 年英国纺织工人哈格里沃斯发明世界第一台珍妮纺纱机；1765 年瓦特发明了一种能耗低、效率高，有实际价值的蒸汽机；1779 年英国青年克伦普顿发明蒸汽为动力的纺织机，开始运用于棉纺业。这三大发明使纺织工业成为英国工业革命最有代表性的产业。在第一次科技革命中，欧洲的棉纺业、毛纺业向以蒸汽为动力的生产方式转变。机械力取代了人类社会千百年来对人力和畜力的依赖，形成了一大批以蒸汽为动力的新兴制造业。

第二次科技革命是以内燃机和电动机的发明和使用为代表，电能取代蒸汽能。1807 年丹麦物理学家奥斯特发现电磁效应，引导人类走向电气时代，接下来的一系列发明，使欧洲成为最早的世界电力纺织工业中心。因此，在以电气化为动力的第二次科技革命推动下，实现了纺织服装生产设备的电气化，生产效率比原有的以蒸汽为动力的生产方式提高了数十倍。

以集成电路为核心的信息技术革命，是以计算机的发明和使用为起点的，因此，第三次科技革命实现了工业生产的自动化，从而使纺织服装的生

产过程减少了对劳动力的依赖，生产效率得到飞跃发展。

以网络技术和生物工程技术为核心的第四次科技革命，知识产业蓬勃发展，传统产业正处于有史以来最大和最彻底的分化和重组。纺织服装业开始网络化、信息化的管理方式，从而使企业的管理效率得到大大的提高。

2. 主要生产要素投入比例的变化

第一次科技革命是从棉纺业开始，后来扩大到毛纺业，增加了纺织服装业对农牧业的依赖程度，因而当时的纺织服装业不仅表现为土地、资源密集型，也表现为劳动密集型。

在科技革命的推动下，化学工业在第二产业中得到了迅速发展，合成化学对纺织业的影响主要表现为“合成染料”的发明及其推广和应用，改变了人们对天然染料的依赖，纺织业开始减少了对自然资源的依赖。同时机械化的生产方式使纺织服装业开始具有了资本密集型特征。

1922 年法国化学家斯托丁杰提出了巨分子聚合物学说，之后首先使欧洲、美国、日本等成为合成纤维材料纺织中心。合成纤维的研发与推广，使纺织服装业在第三次科技革命中，以合成纤维为主导的新材料得到迅速的发展，化学纤维品种不断增加，产量的大大提高，改变了纺织服装业原料对农牧业的依附，使其由原来的劳动、资本密集型向技术密集型的方向发展，特别是近 20 年来，发达国家纺织服装业已经呈现出向高附加值发展和升级的特征。

进入知识经济新世纪，现代物理技术、化学技术、生物技术、信息技术、纳米技术使西欧、北美、日本等仍然保持着高科技纺织工业的创新和高附加值市场的中心地位，同时产业链的低端加工从发达国家转移到发展中国家。随着第四次科技革命和知识经济的崛起，使得现代纺织服装业具有知识密集型的特征，例如，品牌已成为企业的无形资产与其他有形资产相结合，大大提高了企业的竞争力；产品的设计体现设计师的创造力和想象力，是设计师智慧的结晶，反映了知识要素为纺织服装业带来的新增价值。

二 产业升级的一般规律

产业演进方向有两方面：一是由低级到高级、由简单到复杂的进化；二是由高级到低级、由复杂到简单的退化。产业随时间变化所发生的演变过程，实际上也是生产要素即劳动力、资金、信息、技术等要素在各产业之间





不断流动和消长的过程。科技革命所引导的生产要素投入结构的变化，使产业的升级过程呈现从资源依赖型为主→劳动密集型为主→资本密集型为主→技术、知识密集型为主的演进轨迹和发展顺序，由此形成不同结构类型的产业层次。纺织服装业升级也是按照这一发展顺序依次进行的。

一个国家的产业结构，特别是第二产业内部结构决定了该国出口产品结构。改革开放以来，在中国出口商品结构中，资本技术密集型产品所占比重越来越大，劳动密集型产品所占比重呈逐渐下降的趋势。出口商品结构，表现为高新技术产品出口增速高于机电产品，机电产品出口增速高于轻纺及其他一般制成品，出口产品结构在不断优化和升级。因此，中国外贸出口结构的变化是以国内产业结构调整为基础，是产业结构升级和产业国际竞争力增加的体现。

因此，中国工业制成品占出口总额的比重呈持续上升的态势，而推动这一趋势的动力来自两个方面，一是劳动和资源密集型产品出口的增长，二是资本和技术密集型产品出口的增长。1980～2004年中国劳动和资源密集型产品出口比重经历了由上升到下降的变化，而资本和技术密集型产品则持续上升，见表7-5。

表7-5 中国工业制成品出口商品结构(按国际贸易标准分类)

单位:亿美元

年 份	出口总额	工业制品		资本技术密集型产品		劳动密集型产品	
		出口额	所占比重(%)	出口额	所占比重(%)	出口额	所占比重(%)
1980年	181.2	90.1	49.7	19.6	10.9	70.5	39.0
1985年	273.5	135.4	49.5	21.3	7.8	113.9	41.7
1990年	620.9	461.8	74.4	93.2	15.0	369.0	59.4
1995年	1487.8	1272.8	85.6	404.8	27.2	868.0	58.4
2000年	2492.0	2237.5	89.8	947.0	38.0	1290.5	51.8
2004年	5933.7	5543.2	93.4	2933.9	49.4	2609.1	44.0

资料来源 中国海关统计

如表7-6所示，出口贸易的每一次历史性突破，均伴随着出口商品结

近些年来，中国出现的保暖内衣即是新技术改变传统纺织服装业的成功范例。新型保暖材料的开发及应用改变了传统内衣的功效，使内衣内穿的同时，增加了美体塑身的性能，既提高了内衣的保暖性又达到美观和舒适的效果，价格是传统内衣的 2~4 倍左右。这充分表明，技术创新和新产品的开发，有助于提高产品的技术含量，同时增加产品的附加值。因此，高新技术为传统纺织业提升提供了必要的手段。

以信息技术为代表的第四次科技革命，使世界经济进入到知识经济时代，知识经济是一种创新型经济，创新是知识经济的灵魂。创新包括知识创新、技术创新、制度创新等诸多方面。

2004 年中国工业普查报告，反映出全国规模以上工业企业研发经费只占销售收入 0.56%，大中型企业也才达到 0.71%。纺织业，规模以上企业是 0.3%，服装行业是 0.16%，化学纤维行业是 0.47%。

科技是第一生产力，不重视新产品的研发，原创技术和自主品牌都无从谈起。即便把别人的品牌买来，没有研发投入也消化不了。出现“两头空”的问题，前头技术开发严重不足，后头销售和服务网络很不健全，国内企业担任着中间加工或组装的角色。不少企业重生产，轻研发。而出口产品在批发和零售环节价格大幅提高，利润的大头也在这个环节。中国企业苦于缺少国际营销网络，这些好处也大多让国外经销商拿走了。“十一五”期间，中国纺织服装业应加大科技研发投入。

“十一五”期间中国外贸要实现四个转变。即从增长的方式上,要从数量规模发展向质量效益发展转变;从竞争层面上,要从低成本、低价格优势竞争向综合优势和核心竞争力优势转变;从贸易的结构上,要从过去追求扩大出口向贸易平衡转变;从发展的战略上,要从贸易大国向贸易强国转变。

过去中国对外贸易增长主要依靠劳动力、土地、资金、资源等生产要素投入，核心竞争力不强、经济效益不高、出口产品附加值低、低技术含量和消耗资源较多。采取的是“低成本竞争”模式，强调低劳动力成本、低附加值。

中国纺织品服装虽然出口增长快，却存在“三靠”、“三低”的特点，“三靠”即主要依靠加工贸易、出口和低劳动成本优势；“三低”指有自主知识产权的产品比重低、出口产品附加值低、出口产品利润率低。中国纺织服装业在新时期，应充分运用现代科学技术，在信息技术革命的推动下，以促进纺织服装业由加工型向创新型、由数量型向质量效益型的转变。

第二节 名牌战略

一、中国纺织服装业名牌战略实施状况

名牌战略是中国外贸“以质取胜”战略的组成部分。在“九五”计划中为实现经济增长方式从粗放型向集约型转变，制定了“以质取胜”为核心的出口商品战略，努力实现外贸出口增长从主要依靠数量和速度转向依靠质量和效益。《关于国民经济和社会发展九五计划和 2010 年远景目标纲要》明确提出：中国出口贸易发展要坚持以质取胜战略，要“创立名牌，提高产品附加值”。中国国务院 1996 年颁布的《质量振兴纲要 1996~2010 年》提出实施名牌发展战略，形成一批有国际竞争力的国际名牌产品。

实施名牌战略，就是通过创名牌、保名牌，树立中国优质商品和知名企业在国际贸易中的形象和地位，以提高中国出口商品的国际竞争力和创汇能力。

创名牌是实施名牌战略的首要环节。在创造名牌的过程中，企业生产优质的产品是关键，同时还应加强在国内外市场的广告宣传；保护名牌，是创名牌战略的重要组成部分。企业保名牌，一方面要保护商标不受侵犯，另一方面要通过保证产品的质量和不断的更新换代来争取市场、占领市场。同时，政府也要通过法律、经济、行政等各种宏观管理手段，为企业创立名牌提供良好的外部环境。



出口企业拥有自主品牌，自主品牌出口占全国出口总额的比重超过 20%，培育出一批具有国际影响的自主知名品牌，每个地区、每个行业都有能够发挥龙头带动作用的出口名牌。

围绕以上目标，中国商务部主要抓好六项具体工作。一是树立一批自主品牌的典型；二是为品牌企业提供必要的政策支持。2006 年拿出 7 亿元人民币，专项用于企业开展自主品牌建设，在研发和自主创新方面也将给予相应支持；三是帮助企业进行品牌宣传；四是推动名牌企业“走出去”。从多方面为名牌企业在国外投资建立研发、生产、销售和售后服务体系提供便利；五是开展“品牌万里行”活动。联合主要媒体和有关中介机构在全国范围内开展“品牌万里行”活动，通过系列的舆论宣传和舆论监督，推动中国的自主品牌建设；六是加大自主品牌知识产权保护力度。

在符合世贸规则的前提下，对列入名单的品牌进行重点培育，从研发设计、政府采购、境外投资、出国参展、广告宣传、整体推广、国际营销体系建设、贸易便利、金融保险、知识产权保护、公共信息服务等方面出台综合性的扶持政策。同时，对列为重点培育对象的品牌，坚持动态管理、优胜劣汰的原则。

2. 2005 ~ 2006 年度“中国商务部重点培育和发展的出口名牌”

2005 年 1 月 21 日，按照公平、公开、公正的原则，经企业自愿申报、各地商务主管部门推荐、行业评审，中国商务部公布了 2005 ~ 2006 年度“商务部重点培育和发展的出口名牌”，共六大类 190 个品牌入选，涉及各主要行业和 28 个省、市、自治区，具有广泛的区域和行业代表性。其中纺织服装类有 55 个品牌获得中国“出口名牌”产品称号，占全国总数的 28.9%，见表 7 - 9。

与前四批名牌出口商品相比，2005 ~ 2006 年度“商务部重点培育和发展的出口名牌”入选品牌有以下三个特点。

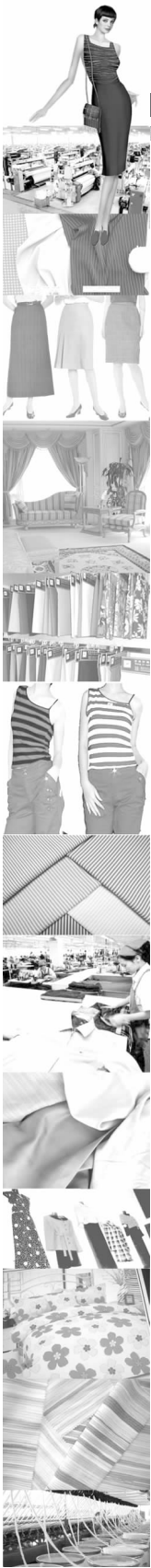
1 行业代表性更为广泛，结构更为合理。入选的 55 个纺织服装名牌中，涵盖了服装、针织、毛纺、家纺、丝绸等多个子行业，基本与中国现阶段的纺织服装业比较优势和发展水平一致。

2 地域代表性更为广泛、结构更为合理。入选品牌数量最多的六个省市依次为浙江省、江苏省、广东省、宁波市、福建省和山东省，基本与各地外向型经济发展优势、纺织产业集群地优势和对出口品牌建设的重视相一致。

表 7-9 2005~2006 年度获“出口名牌”称号的纺织服装业名单

序号	行业类别	品牌商标	企 业 名 称
1	服装	创世	大杨集团有限责任公司
2	服装	野豹	福建野豹儿童用品有限公司
3	服装	红孩儿	红孩儿(福建)儿童用品有限公司
4	服装	宝瑞登丝	福建天成集团有限公司
5	服装	名瑞	广东省名瑞(集团)股份有限公司
6	服装	美尔雅	湖北美尔雅集团有限公司
7	服装	圣凯诺	海澜集团公司
8	服装	苏豪	江苏苏豪国际集团股份有限公司
9	服装	禹天	江苏禹天股份有限公司
10	服装	SHERFFER	云蝠集团公司
11	服装	雅戈尔	雅戈尔集团股份有限公司
12	服装	杉杉	杉杉集团有限公司
13	服装	耶莉娅	山东省耶莉娅服装集团总公司
14	服装	步森	步森集团有限公司
15	服装	恒柏	恒柏集团有限公司
16	服装	红豆	红豆集团有限公司
17	服装	情森	浙江情森制衣有限公司
18	服装	SENDI	浙江中大集团股份有限公司
19	服装(皮)	富可达	浙江富可达皮业集团股份有限公司
20	服装(羽绒)	波司登	波司登股份有限公司
21	服装(羽绒)	北天鹅	中服浙江北天鹅服饰股份有限公司
22	进出口公司	MIDNIGHT SUN	安徽省服装进出口股份有限公司
23	进出口公司	TOPBI	福建财茂纺织进出口公司
24	进出口公司	SUTEX	江苏省纺织工业(集团)进出口有限公司
25	进出口公司	朗诗	南京纺织品进出口股份有限公司





续表

序号	行业类别	品牌商标	企 业 名 称
26	进出口公司	敦煌	宁波敦煌进出口有限公司
27	进出口公司	太平鸟	宁波太平鸟进出口有限公司
28	进出口公司	爱伊美	奉化市爱伊美西服进出口有限公司
29	进出口公司	飞马	上海飞马进出口贸易有限公司
30	进出口公司	龙鳄	浙江省迪达进出口有限公司
31	进出口公司	兽王	浙江兽王进出口有限公司
32	公司	丝丽	广东省丝绸(集团)公司
33	公司	华源	中国华源集团有限公司
34	公司	维科	宁波维科集团股份有限公司
35	毛纺、服装	阳光	江苏阳光集团有限公司
36	毛纺、服装	如意	山东济宁如意毛纺织股份有限公司
37	毛针织服装	鄂尔多斯	内蒙古鄂尔多斯羊绒集团有限公司
38	毛针织服装	鹿王	内蒙古鹿王羊绒(集团)公司
39	毛针织服装	圣雪绒	宁夏圣雪绒股份有限公司
40	针织服装	AB	江苏 AB 集团有限责任公司
41	针织服装	布利杰	宁波布利杰针织集团有限公司
42	针织服装	即发	青岛即发集团股份有限公司
43	针织服装	三枪	上海三枪集团有限公司
44	家纺	梦兰	江苏梦兰集团有限公司
45	家纺	喜盈门	青岛喜盈门集团公司
46	家纺	孚日	孚日家纺股份有限公司
47	棉纺织	鲁泰格蕾芬	鲁泰纺织股份有限公司
48	棉纺织	德棉	山东德棉集团有限公司
49	色织、服装	黑牡丹	黑牡丹(集团)股份有限公司
50	色织、服装	兰雁	兰雁集团股份有限公司

续表

序号	行业类别	品牌商标	企 业 名 称
51	丝绸、服装	凯喜雅	浙江凯喜雅国际股份有限公司
52	丝绸、服装	富润	富润集团有限公司
53	印染	紫荆花	江苏紫荆花纺织科技股份有限公司
54	印染	美欣达	浙江美新达印染集团股份有限公司
55	化纤	丝丽雅	宜宾丝丽雅股份有限公司

资料来源 中国纺织经济信息网

3 发布的品牌以生产企业和工贸企业的品牌为主。目前,中国处于工业化的中期,三大产业中,以制造业的国际竞争力最强,完全不从事生产制造、纯粹进行品牌运营的模式在中国还不成熟,这就决定了现阶段中国的出口名牌主要集中在生产领域。而 55 个纺织服装出口名牌中,绝大部分出口名牌是生产企业自有品牌,少部分是外贸公司拥有的品牌,有 10 个是进出口公司的品牌,占纺织服装出口名牌的 18.2%,而外贸公司品牌产品加工还是由下属生产企业完成,这与目前中国出口品牌发展的历史阶段一致。

2005 ~ 2006 年度 “ 商务部重点培育和发展的出口名牌商品 ” 有效期两年。在有效期内，列入名单的品牌和企业可享受各项扶持政策。商务部将根据培育效果，在有效期满后对列入名单的品牌和企业进行动态调整。原外经贸部 “ 重点支持和发展的名牌出口商品 ” 随即自动终止 失效 。

3. 1999~2001 年原外经贸部“重点支持和发展的名牌出口商品”

为贯彻以质取胜战略，加快培育和创立高质量、高档次、在国际市场有
影响和竞争力的系列化名牌出口商品，提高中国出口商品的国际竞争力；为
解决中国出口商品有品无牌，增长质量不高的问题，原外经贸部和商务部自
1999 年以来先后确定了四批 118 个出口名牌，集中力量进行重点培育。
1999 ~ 2001 年，原外经贸部先后公布了四批九类 118 个“重点支持和发展的
名牌出口商品”中，纺织服装类有 38 个品牌获得名牌出口商品称号，占全国
比重的 32.2%，见表 7-10。

被列为外经贸部“重点支持和发展的名牌出口商品”的条件是：出口经营者和生产者具有在国际市场创名牌的强烈意识，并已制定完善的规划和措





表 7- 10 1999 ~ 2001 年获外经贸部“重点支持和发展的名牌出口商品”称号的纺织服装品牌名单

批 次	全 国	纺织服装	时 间	占全国比重
第一批	33 个品牌	9 个品牌	1999 年 4 月 21 日	23.1%
第二批	25 个品牌	6 个品牌	2000 年 1 月 14 日	24.0%
第三批	21 个品牌	9 个品牌	2001 年 4 月 29 日	42.9%
第四批	39 个品牌	14 个品牌	2001 年 12 月 10 日	35.9%
合 计	118 个品牌	38 个品牌	1999 ~ 2001 年	32.2%

资料来源 商务部网上资料整理

施。包括重视新产品、高技术产品以及系列化产品的研制和开发，设有相应的研究机构，并取得显著成果；设有创名牌的研究和实施机构，配备相应的人员；重视在国际市场中的广告宣传；在主销市场已实质性开展创名牌商品的活动；重视商标、专利等知识产权保护。该品牌商品的年出口额达 3000 万美元以上。产品质量稳定，出口商品检验合格，出口经营者和生产经营者重合同、守信用，无外商对商品质量和履约进行投诉的事件。生产者已获得质量管理体系认证，对实施出口质量许可制度和卫生注册登记制度的出口商品，须获得相应证书。商标在主要出口市场获准注册。

对中国名牌出口商品的国内外市场推广活动中，原外经贸部在境内外开展了一系列培育和推广活动，取得了较好的效果。如在广交会，设立了中国名牌出口商品展区，有效地促进了名牌出口企业的国际影响力，出口成交效果显著。为深度拓展北美、欧洲两大市场，商务部还组织了“中国出口名牌商品欧洲展”、“中国出口名牌商品美国展”及“巴黎时装商务展”向国际采购商整体推介名牌出口商品；印制发放出口名牌宣传画册，免费向境外商家发放。此外，经中国国务院批准，在中央外贸发展基金下设立了出口品牌发展资金，专项用于支持中国自主出口品牌建设，增强中国出口商品的竞争力。经过这几年的努力，广大出口企业的自主品牌意识不断增强，开展境外商标注册、国际营销体系建设的积极性日渐提高，自主品牌出口额和所占比重稳步上升，初步涌现出一批在国际市场上具有一定影响的自主品牌。



二 国家质量监督检验检疫总局推出的“中国名牌产品”评定活动

中国名牌产品是指实物质量达到国际同类产品先进水平、在国内同类产品中处于领先地位、市场占有率和知名度居行业前列、用户满意程度高、具有较强市场竞争力的产品。在为期三年的有效期内，免于各级政府部门的质量监督检查。对符合出口免检有关规定的，依法优先予以免检。

为加快实施品牌战略、推动品牌建设，中国国家质量监督检验检疫总局实施了相应的名牌商品战略措施 表 7 - 11 ，如于 2001 年 12 月 29 日颁布了《中国名牌产品管理办法》。中国名牌战略推进委员会在 2001 ~ 2005 年间，每年组织“中国名牌产品”评选活动。五年来，共有 161 类产品列入评价目录，925 个产品获得中国名牌产品称号。在获得中国名牌产品的企业中，共有 181 个纺织服装企业获得“中国名牌产品”称号，包括衬衫、羽绒服在内的 23 个类别产品 表 7 - 12 。推动了国内一大批优秀纺织服装企业的发展，培育了众多自主品牌的建设，取得了显著成效。

表 7 - 11 中国国家质量监督检验检疫总局名牌商品战略实施措施

名牌商品战略措施	颁布时间	管理机构
《中国名牌产品评价管理办法(试行)》	2001 年 6 月 15 日 2001 年 12 月 29 日废止	国家质量监督检验检疫总局
《中国名牌产品管理办法》	2001 年 12 月 29 日	国家质量监督检验检疫总局
《中国名牌产品标志管理办法》	2002 年 2 月 26 日	国家质量监督检验检疫总局
中国世界名牌产品评价工作方案	2005 年 3 月 24 日	国家质量监督检验检疫总局

资料来源 网上资料整理

中国国家质检总局负责制定中国名牌产品推进工作的目标、原则、计划、任务和范围，对中国名牌战略推进委员会的工作进行监督和管理，并依法对创中国名牌产品成绩突出的生产企业予以表彰。授权中国名牌战略推进委员会统一组织实施中国名牌产品的评价工作，并推进中国名牌产品的宣传、培育工作。中国名牌产品评价工作每年进行一次。

2005 年中国名牌产品评价体现了以下原则：第一，产品关系国计民生，在国民经济发展中具有重要影响，行业整体规模较大；第二，符合国家产业

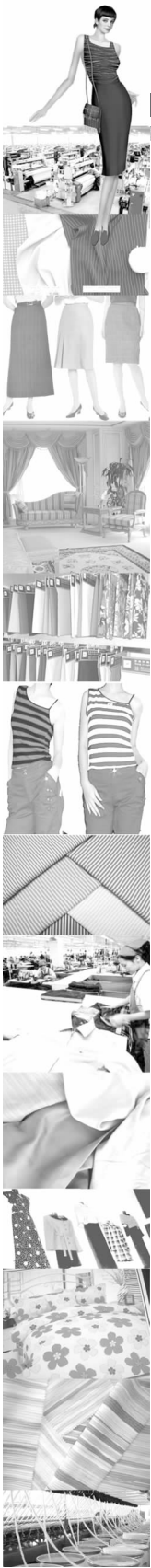


表 7 - 12 2001 ~ 2005 年中国名牌评选纺织服装企业获奖情况

评选年份	项 目	企 业 情 况			
		目录 序号	目录名称	企业数量 (个)	所占全国 比重(%)
2001 年	全国			45	
	服装	1	衬 衫	11	24.44
2002 年	全国			120	
	纺织 服装	1	羽绒服	6	
		2	羊绒衫	7	
		3	床上用品(系列产品配套件)	7	
		合 计		20	16.67
2003 年	全国			138	
	纺织 服装	1	男西服套装	12	
		2	羊毛衫	6	
		3	彩棉纱	1	
		4	精纺呢绒	7	
		5	毛 巾	6	
		合 计		32	23.19
2004 年	全国			254	
	纺织 服装	1	真丝绸	5	
		2	针织品(内衣、袜子)	9	
		3	西裤(不含西服套装西裤)	7	
		4	羊绒大衣	2	
		5	衬衫(新评 + 复评)	20	
		合 计		43	16.93

续表

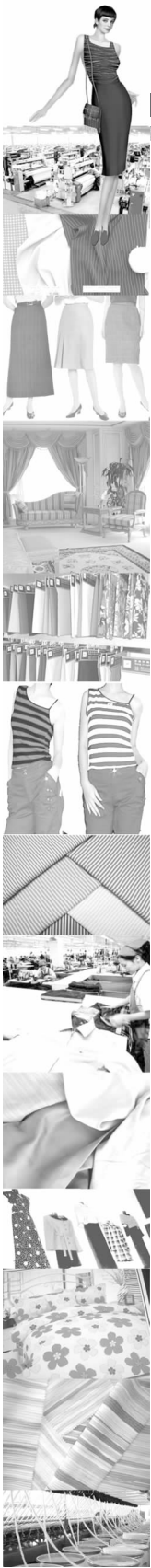
评选年份	项目	企 业 情 况			
		目录序号	目录名称	企业数量(个)	所占全国比重(%)
2005 年	全国			461	
	纺织服装	1	文 胸	4	
		2	领 带	3	
		3	夹克衫	7	
		4	被类(羽绒被、化学纤维被)	9	
		5	色织布及牛仔布	5	
		6	灯芯绒	3	
		7	桑蚕丝	8	
		8	氨纶长丝	3	
		9	羽绒服(新评+复评)	13	
		10	羊绒衫(新评+复评)	10	
		11	床上用品(系列产品配套件) (新评+复评)	10	
		合 计		75	16.27

资料来源 中国纺织经济信息网上资料

政策发展方向，有利于节约资源，保护环境、具有可持续发展的前景；第三，行业集中度较高，主要企业的产品市场占有率较大，具有较高的顾客满意度和品牌知名度；第四，对采用国际标准或国外先进标准、实物质量达到国际同类产品水平、拥有自主知识产权和核心技术、具有较强的国际竞争力的产品优先考虑；第五，鼓励“外向型”发展，对以自主品牌出口创汇和替代进口的产品适当倾斜。

从 2005 年中国名牌产品的分布看,在 87 类产品中,与人民群众生活密切相关的消费类产品 54 类,占全国总数的 62%。共有 461 个品牌获得“中国名牌产品”称号,其中,纺织服装业有 11 类产品的 75 个品牌获得“中国名牌产品”称号,占全国总数的 16.27%,见表 7-13。

A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a light belt, a light-colored tank top, a pair of light-colored sneakers, and a handbag with a bold, abstract pattern.



续表

编号	产品名称	注册商标	生产企业名称
10	羊绒衫	恒源祥	江苏恒源祥羊绒制品有限公司
		圣雪绒	宁夏圣雪绒股份有限公司
		兔 皇	嘉兴市兔皇羊绒有限公司
		春 竹	上海春竹企业发展有限公司
		维 信	维信深喜(临河)绒毛纺织有限公司
		鄂尔多斯	内蒙古鄂尔多斯羊绒制品股份有限公司
		雪 莲	北京雪莲毛纺织服装集团公司
		鹿 王	内蒙古鹿王羊绒有限公司
11	床上用品(系列产品配套件)	红 柳	江苏红柳床单集团公司
		罗 莱	上海罗莱家用纺织品有限公司
		雅芳婷	雅芳婷布艺实业(深圳)有限公司
		佳丽斯	福建佳丽斯家纺有限公司
		堂 皇	江苏堂皇集团有限公司
		梦 兰	江苏梦兰集团有限公司
		梦 洁	湖南梦洁家纺有限公司
		维 科	维科集团控股股份有限公司
		博 洋	宁波市博洋纺织有限公司
		富安娜	深圳富安娜家纺用品有限公司

资料来源 中国纺织经济信息网上资料

三 中国国家工商行政管理局推出的“中国驰名商标”的认定工作

中国从1999 年开始进行“中国驰名商标”企业认定工作，2003 年 4 月 17 日国家工商局发布《驰名商标认定和保护规定》，于 2003 年 6 月 1 日起施行。同时 1996 年 8 月 14 日国家工商行政管理局颁布的《驰名商标认定和管理暂行规定》废止，见表 7 - 14。

认定某一商标是否为“中国驰名商标”，主要标准是该商标在市场上享有较高的声誉并为相关公众熟知。相关公众包括与使用商标所标示的某类商品或者服务有关的消费者，生产前述商品或者提供服务的其他经营者以及经



表 7- 14 国家工商行政管理局名牌商品战略实施措施

名牌商品战略措施	颁布时间	管理机构
《驰名商标认定和管理暂行规定》	1996 年 8 月 14 日 1998 年 12 月 3 日修订 2003 年 6 月 1 日废止	国家工商行政管理局
《驰名商标认定和保护规定》	2003 年 4 月 17 日	国家工商行政管理局

资料来源 商务部网上资料整理

销渠道中所涉及的销售者和相关人员等。

1999 ~ 2005 年期间，国家工商行政管理局在公布的“中国驰名商标”中，纺织服装行业共有 53 家企业 表 7- 15、表 7- 16 通过了“中国驰名商标”认定，占全国同期“中国驰名商标”认定企业总数的 12. 68%。

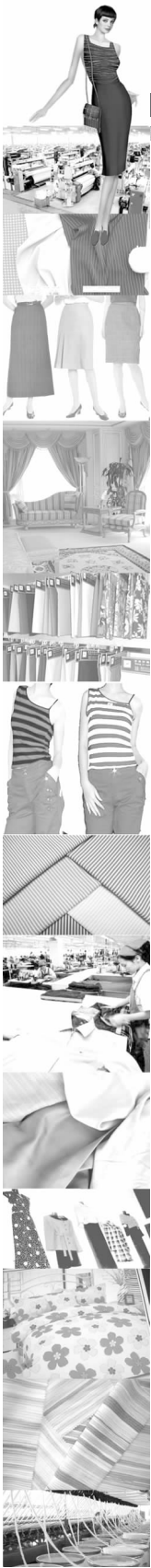
表 7- 15 驰名商标纺织服装企业获奖情况

认定时间	全国总数(个)	纺织品服装(个)	所占比重(%)
2005 年	98	7	7. 14
2004 年	69	9	13. 04
2002 年	97	17	17. 53
2000 年	43	8	18. 60
1999 年	111	12	10. 81
合 计	418	53	12. 68

资料来源 中国纺织经济信息网

表 7- 16 1999 ~ 2005 年度纺织服装企业获得的中国驰名商标

年 份	商标名称	商标注册人	使用商品或服务项目
1999 年	波司登	江苏康博集团公司	羽绒服
	美尔雅	湖北美尔雅服装公司	西服
	仕 奇	内蒙古仕奇集团公司	西服
	虎 豹	江苏虎豹集团公司	衬衫
	海 螺	上海海螺集团有限公司	衬衫
	天 山	新疆天山毛纺织公司	纺织品



后配额时代的中国纺织服装业

续表

年 份	商标名称	商标注册人	使用商品或服务项目
1999 年	鹿 王	内蒙古鹿王羊绒公司	羊绒制品
	衫 衫	宁波衫衫股份有限公司	西服
	万事利	万事利集团公司	丝绸
	三 利	三利集团有限公司	毛线
	鄂尔多斯	鄂尔多斯羊绒制品公司	服装
	三 枪	上海三枪公司	针织服装、内衣
2000 年	兰 雁	兰雁集团股份有限公司	牛仔布、牛仔服
	耶莉娅	耶莉娅集团	服装
	阳 光	江苏阳光集团公司	呢绒
	AB	江苏 AB 集团有限公司	内衣
	步 森	浙江步森集团有限公司	衬衫
	梦 兰	江苏梦兰集团公司	床上用品
	天 鹅	保定天鹅股份有限公司	粘胶人造丝
2002 年	黎 明	沈阳黎明服装集团公司	服装
	即 发	青岛即发集团股份有限公司	针织服装
	如 意	山东如意集团公司	呢绒面料
	雪 驰	邯郸市雪驰集团有限公司	羽绒服
	罗 蒙	罗蒙集团股份有限公司	西服
	报喜鸟	报喜鸟集团有限公司	西服
	雅 鹿	江苏新雅鹿集团有限公司	休闲服
	七匹狼	福建七匹狼制衣实业有限公司	休闲服
	佳丽斯	福建佳丽斯家纺有限公司	床上用品
	庄 吉	庄吉集团有限公司	西服
	浪 莎	浪莎针织有限公司	袜、袜裤
	开 开	上海家化联合股份有限公司	衬衫
	梦 洁	湖南梦洁家纺有限公司	床上用品
	培罗蒙	上海培罗蒙西服公司	西服
	圣雪绒	宁夏圣雪绒国际企业集团有限公司	羊绒服装
	雪 舟	青海雪舟三绒集团	牦牛绒服装

续表

年 份	商标名称	商标注册人	使用商品或服务项目
2002 年	创 世	创世集团	西服
	白 山	吉林化纤集团有限公司	粘胶丝
2004 年	洁丽雅及图	浙江洁丽雅毛巾有限公司	纺织品毛巾、毛巾被
	BOSS	雨果博斯股份公司	服装
	珍 贝	浙江珍贝有限公司	羊毛衫、羊绒衫
	新 郎	山东省诸城市新郎服饰有限责任公司	服装
	美欣达	浙江美欣达集团股份有限公司	布
	LIHUAHAT 及图	河北丽华制帽集团有限公司	帽子
	九牧王	九牧王(福建)服饰发展有限公司	服装
	南极人	上海南极人企业发展有限公司	保暖内衣
	多佳 DUOJIA	湖北多佳(集团)股份有限公司	休闲服
2005 年	启发 QIFA 及图	河北启发纺织集团公司	纯毛毛线、化学纤维绒线
	巴贝 BABEI 及图	浙江巴贝服装服饰有限公司	领带
	金威世家 JIN WEI SHI JIA	金威服装(福建)有限公司	西服制服
	红 领	青岛红领集团有限公司	服装
	维信 VICTION 及图	维信(内蒙古)羊绒股份有限公司	羊绒衫
	天年 TN 及图	天年生物(中国)有限公司	纤维纺织原料
	斯得雅	福建石狮市斯得雅服饰有限公司	服装

资料来源 中国纺织经济信息网

企业在获得“中国驰名商标”后，依据《商标法》第十三条第 2 款规定的对已在中国注册的驰名商标的保护，如果某一商标根据《商标法》第十四条的规定被认定为驰名商标，并且该驰名商标已在中国注册，如果就不相同或者不相类似商品申请注册的商标构成对该驰名商标的复制、模仿或者翻译，并且这种复制、模仿或者翻译已经误导公众，并足以导致该驰名商标注册人的利益受到损害，则国家工商行政管理总局商标局不予注册，若擅自使用该驰名商标，则应予以禁止使用。

如果某一驰名商标没有注册时，其最终获得的保护须限制在“相同”或者“相类似”的商品上，而对于“不相同”或者“不相类似”的商品上使用



该驰名商标的情形，就不能主张权利；如果该驰名商标已经注册，那么其最终获得的保护就可以扩大到“不相同”或者“不相类似”的商品上。

四 中国国家工商行政管理局推出的“中国世界名牌产品”评定活动

2005 年中国国家质检总局授权中国名牌战略推动委员开展“中国世界名牌产品”的评选工作，此项工作尚属首次，这是中国政府管理部门为实施“名牌战略”的又一项重要举措。

申请“中国世界名牌产品”的生产企业必须具备以下特征：长期重视品牌建设和技术创新，拥有高素质的技术队伍，在开拓国际市场、争创世界名牌的过程中具有突出的业绩和出色的表现，对其他企业有良好的借鉴和带动作用。企业有明确的质量战略方针、有效的质量运行体系、先进的质量管理制度，能运用现代质量管理的理论和方法在企业实践中取得良好效果，创造出卓越的绩效。

申报企业必须符合下列全部条件。

1. 符合《中国名牌产品管理办法》中申请中国名牌产品的条件；
2. 该类产品全行业的总产量和出口量居于世界前列；
3. 出口多个国家和地区，在国际同行中具有较高的知名度和影响力，在主要出口国家 地区 均已注册商标；
4. 采用国际标准和国外先进标准，质量达到国际同类产品先进水平，掌握核心技术并拥有自主知识产权；
5. 国内市场占有率居行业前列，其他各项经济指标处于同行业领先地位；
6. 企业年销售额达到 100 亿元人民币以上；
7. 企业出口的同类产品中，申报品牌的出口量占 50% 以上，出口额不低于 5000 万美元，在国际同行中位于前 5 名。

最终海尔、华为获得“中国世界名牌产品”称号。海尔集团公司生产的海尔牌电冰箱 国际同行排名销量第一、海尔牌洗衣机 国际同行排名销量第三；华为技术有限公司生产的华为牌程控交换机 国际同行排名销量第一。

“中国世界名牌产品”称号为年度表彰，评价工作从 2005 年开始，每年进行一次，企业自愿申请，评价工作不向企业收取任何费用。

虽然中国是纺织服装生产、消费和出口大国，但按照“中国世界名牌产

品”评定标准，中国纺织服装行业与评定标准还有较大差距，表现为如下几点。

1. 在国际同行中缺少具有较高的知名度和影响力的品牌，特别是中国服装品牌在主要出口市场知名度较低；

2. 在主要出口国家 地区 注册商标方面存在不足，中国纺织服装企业对海外市场的商标注册意识不强，通常企业应商标注册在先，市场推广活动随后；

3. 自主知识产权方面的欠缺，国内纺织服装企业自主研发意识不强，产品开发能力较弱，企业缺少自主知识产权，体现为专利申请数量、商标注册数量等的不足。

如被评为中国世界名牌的海尔冰箱和华为程控交换机，在国际市场上销量连续多年名列前茅，关键技术也是自主知识产权。海尔在美国、日本、意大利等国家建立了 8 个设计中心，有 618 项发明专利，获得了 20 多项国际认证，有两项标准申请国际 IEC 标准，产品覆盖了全球 100 多个国家和地区；华为公司的产品已经进入美国、英国、法国、日本、俄罗斯等 90 多个国家，拥有 PCT 国际专利和国外专利 944 件，商标在 170 多个巴黎公约成员国和 140 多个 WTO 成员国家受到特别保护。像这类产品在世界市场上的表现和知名度已经基本具备了世界名牌的条件。

因此，中国国家工商行政管理局推出的“中国世界名牌产品”评定的七项标准是充分必要条件，缺一不可，也是国内纺织服装业今后要努力的方向。

五 中国纺织工业协会推出“2005 年纺织十大品牌文化”评选活动

中国纺织工业协会、中国纺织企业文化建设协会于 2005 年 12 月 19 日公布“2005 中国纺织十大品牌文化”。授予波司登股份有限公司、雅戈尔集团股份有限公司、青岛喜盈门集团有限公司、维科控股集团股份有限公司、富润控股集团公司、江苏梦兰集团有限公司、恒源祥 集团 有限公司、上海中大科技发展有限公司、安徽华茂集团有限公司、鲁泰纺织股份有限公司等 10 家企业“2005 中国纺织十大品牌文化”荣誉称号，孚日家纺股份有限公司等 24 家企业“中国纺织品牌文化优秀奖”。

中国纺织十大品牌文化推介活动的目的，主要是在从纺织大国向纺织强国转变的重要阶段，引导中国纺织服装企业在坚持科学发展观、发展物质生



产力的同时，加强文化和品牌建设，把品牌文化、企业文化和产业文化落实到产业升级上，以转变增长方式和加速产业升级。

二、中国名牌商品战略的理论依据及评价指标

在世界名牌的成长史上，美国的品牌成为世界名牌用了约 50 年或更长的时间，欧洲和日本用了约 40 年，即便是最快的韩国三星、LG 也用了约 20 年。世界著名品牌都是在成熟市场经济条件下，经过几十年乃至上百年发展才逐步形成的。

据联合国工业计划署最近统计，世界名牌占全球品牌总数不到 3%，产品却占了全球市场的 40% 以上，销售额更是占到了全球的 50% 左右。从更高层次上说，名牌是一个国家、一个民族实力的重要表征，可以带动整个国家经济的腾飞。可以说，没有世界名牌就没有现代化的经济强国。

以领带为例，目前中国出产的领带，占据着世界市场 30% 的份额，而产值却不到 10%，利润更不到 5%。导致这一后果的一个直接原因，是因为在中国的领带行业，还没有真正属于自己的世界名牌。美国《洛杉矶时报》曾报道，同样一件衣服，孟加拉国加工费用是 1 美元，贴上世界 500 强第一名沃尔玛的品牌就可以卖到 100 美元，世界名牌让其价值增长了 100 倍。

一 中国名牌商品战略的理论依据

名牌就意味着高品质、高价格、高利润，名牌就意味着消费者对产品的热衷程度，愿意花上比同类产品高出几十倍甚至上百倍的价格购买。如下页图所示，可以看出，20 世纪 90 年代以前，世界制造业的利润曲线是中间环节利润高，上下游两端利润低的特点。而 20 世纪 90 年代后，世界制造业的利润曲线呈上下游两端利润高，中间生产加工环节利润低的特点。

因此，在全球纺织服装产业链中，利润呈现出两头大、中间小的特点。上游与下游环节比较短，但是其利润增幅远远高于较长的生产制造环节。目前，全球纺织服装产业链中由于发达国家掌握了纺织服装行业的上、下游，即产品设计、面料开发和品牌、销售渠道，因此控制了整个全球纺织服装行业的关键环节，确保了超额利润的获得。包括中国在内的大多数发展中国家承担了服装加工生产的低利润环节。从表面上看发达国家是服装进口国，发



A collection of clothing items including a pair of jeans with a belt, a white tank top, a pair of white sneakers, and a black and white patterned handbag.

A black and white photograph featuring three models standing side-by-side. The model on the left is wearing a dark, sleeveless, knee-length dress with a ruffled hem. The model in the center is wearing a dark, long-sleeved, knee-length dress with a high collar and a belt, paired with a small handbag and knee-high boots. The model on the right is wearing a light-colored, long-sleeved, knee-length dress with a high collar and a belt, paired with a long, light-colored coat and high heels.

二 名牌商品的评价标准

上述各类名牌评定活动，采取企业自愿申请，地方政府部门推荐，行业相关组织评审及审议通过。评价内容包括：资格条件和评审指标。

资格条件包括在境内外均已注册商标，通过质量管理体系认证等多项指标，缺一不可，完全符合资格条件的，再按照评审条件，如产品科技含量、生产环节达到的标准、经营业绩、市场占有率、发展潜力和国际营销体系建设等指标进行打分。上述评价标准主要是对企业经营状况从市场评价、效益评价、质量评价和发展评价四个方面进行审议。主要名牌产品评选活动的评价标准对比如表 7 - 18 所示。

市场评价包括国内市场占有率、主要出口市场占有率；在主要出口国家地区 商标注册情况；产品的市场影响力等。

效益评价主要是量化指标，包括：产品的出口量、出口额以及出口量、出口额的增长率；产品国内市场的销售量、销售额以及销售量、销售额的增长率；企业总销售额和总资产规模；该类产品全行业出口国际市场的占有率。

质量评价包括企业执行国际技术标准；质量认证情况；企业质量管理体系健全并有效运行，未出现重大质量责任事故；良好的售后服务等。

对企业发展评价主要侧重于企业战略层面评价，逐渐开始重视企业的技术创新、产品开发、企业研发费用占销售收入的比重；核心技术和拥有自主知识产权情况；企业创名牌工作规划及其实施情况等。

企业一般需要提供近三年的相关数据资料。因此，纺织服装企业欲获得“名牌产品”称号，企业不仅要有完善的内部管理制度，还要使企业的经营活动具有透明度，有规范的财务管理制度，并提供真实的经营业务数据。因此，名牌产品评选活动有助于纺织服装企业，特别是中小服装企业规范经营和科学化管理。名牌评选评价标准的广泛实施，可以推动中国纺织服装行业管理水平的全面提高，使企业明确努力方向，引导和鼓励广大出口企业积极进行境外商标注册，进行国际通行的质量管理体系、环境管理体系、安全生产和进口国 地区 要求的认证等出口品牌建设方面的基础性工作，全面提高中国出口品牌建设的整体水平，增强企业竞争能力。

评定标准	中国出口名牌	中国名牌产品	中国驰名商标	中国世界名牌
市场评价	上年度同类产品出口市场占有率	实物质量在同类产品中处于国内领先地位,并达到国际先进水平;市场占有率、出口创汇率、品牌知名度居国内同类产品前列	证明相关公众对该商标知晓程度的有关材料;证明该商标的任何宣传工作的持续时间、程度和地理范围的有关材料,包括广告宣传和促销活动的方式、地域范围、宣传媒体的种类以及广告投放量等有关材料	该类产品全行业出口国际市场的占有率;该类产品全行业的总产量和出口量居于世界前列;出口多个国家和地区;在国际同行中具有较高的知名度和影响力,在主要出口国家(地区)均已注册商标
效益评价	上年度出口额;上年度出口额增长率;上年度销售产值	年销售额、实现利税、工业成本费用利润率、总资产贡献率居本行业前列	使用该商标的主要商品近三年的产量、销售量、销售收入、利税、销售区域等有关材料	产品的出口量、出口额以及出口量、出口额的增长率;产品国内市场的销售量、销售额以及销售量、销售额的增长率;企业总销售额和总资产规模;企业实现利税和利税增长率
质量评价	通过国际通行的质量管理体系、环境管理体系和行业认证情况;海外营销机构和售后服务体系建设情况	产品按照采用国际标准或国外先进标准的我国标准组织生产;企业质量管理体系健全并有效运行,未出现重大质量责任事故;企业具有完善的售后服务体系,顾客满意程度高		产品执行的标准及其标准水平;企业获得国家级质量奖励情况以及有关认证情况;海外营销机构和售后服务体系建设情况;企业质量管理现场评审情况
发展评价	创名牌工作规划;拥有自主知识产权,申请商品的科技含量;海外市场商标注册情况;获得省级以上名牌产品、驰名商标、名牌出口商品、高新技术企业称号或省级以上奖励情况	企业具有先进可靠的生产技术条件和技术装备,技术创新、产品开发能力居行业前列		核心技术拥有自主知识产权的情况和产品的科技含量;企业研发费用占销售收入的比重;企业创名牌工作规划及其实施情况;拥有高素质的技术队伍,在开拓国际市场、争创世界名牌的过程中具有突出的业绩和出色的表现,对其他企业有良好的借鉴和带动作用

315

第三节 走出去战略

早在 1998 年，江泽民在中共十五届二中全会上明确指出“在积极扩大出口的同时，要有领导有步骤地组织和支持一批有实力有优势的企业走出去，到国外，主要是到非洲、中亚、中东、中欧、南美等地投资办厂，从事境外加工贸易，扩大出口，实现成熟产业的国际转移。”

2001 年，实施“走出去”战略被正式写入中国“十五”经济和外贸发展战略中，并得到八届人大四次会议的确认。在此后的 5~10 年间，“走出去”战略在中国经济发展和对外开放中发挥了重要的作用。中国境外投资目标是，将中国有实力的企业引导到国际市场，开展国际化经营，创立中国制造品牌，使中国海外投资的规模从目前每年大约 5 亿美元达到每年 50 亿~100 亿美元的水平，并以此拉动中国产业结构的升级，确立中国跨国公司的实力和形象。

中国共产党十六届三中全会以来，党中央和国务院基于对当前世界范围内生产力发展规律的审时度势，提出“抓住新一轮全球生产要素优化重组和产业转移的重大机遇”。指出了中国国民经济发展的重点，为中国实施“走出去”战略指明了方向——要从全球生产要素重组和产业转移高度实施“走出去”战略，提高中国企业跨国经营的水平和效率。

因此，“十一五”外贸发展战略中，将继续实施“走出去”战略，使“走出去”与中国参与新一轮产业转移结合起来，拉动中国国民经济增长。坚持“引进来”和“走出去”相结合。鼓励具有成熟技术和比较优势的企业发展境外加工贸易，加强国际经济合作，建立稳定的重要战略资源渠道，提高中国企业的国际竞争力。

“走出去”战略指使中国的产品、服务、资本、技术、劳动力、管理以及企业本身走向国际市场，到国外去开展竞争与合作，即企业通过对外直接投资，将各种生产要素输出到国外，到国外投资开办工商企业，将生产能力向国外延伸和布局。

中国商务部解释“走出去”战略的内涵为“包括对外投资及其他跨国经营活动”，具体指海外投资、对外工程承包和劳务合作三项业务。

一 中国对外直接投资总体情况

2004 年对亚洲地区的投资额为 30 亿美元，占对外直接投资额的 54.6%；拉丁美洲为 17.6 亿美元，占 32%，主要流向是开曼群岛、英属维尔京群岛；非洲为 3.17 亿美元，占 5.8%，主要流向苏丹、尼日利亚、南非、马达加斯加、几内亚等国家；欧洲为 1.7 亿美元，占 3.1%。北美洲为 1.26 亿美元，占 2.3%。大洋洲为 1.2 亿美元，占 2.2%。基本形成了“亚洲为主，发展非洲，拓展欧美、拉美和南太平洋”的多元化市场格局。

中国东部及沿海省区“走出去”的优势相对明显，中部、西部和东北地区以及边境省区“走出去”步伐也开始加快。2004年，地方省市区对外投资总额为9.73亿美元，其中，上海、北京、广东三省市投资最为活跃，2004年对外直接投资额均在1亿美元以上。

据中国商务部统计数据显示,截至 2003 年底,中国设立境外加工企业总数为 521 个,其中纺织服装企业总数为 114 个,占总量的 21.9%,纺织服装行业境外中方投资金额为 58290 万美元,见表 7-19。

商务部鼓励有条件的纺织服装企业到境外投资设厂，既分担中国纺织服装出口企业的经营风险，又带动中国纺织劳务人员的输出。目前，通过中国

表 7-19 中国纺织服装企业截至 2003 年底对外投资情况

大 洲	项目数(个)	纺织服装业投资项目数(个)	中方投资总额 (万美元)
亚 洲	220	53	21549
非 洲	122	22	8100
欧 洲	74	15	4613
美 洲	58	13	22065
拉 美	30	5	1180
大洋洲	17	6	783
总 计	521	114	58290

资料来源 商务部网站资料整理

对外劳务合作企业派往境外的纺织劳务人员已超过 4 万人。主要分布在美国、塞班岛、毛里求斯、约旦、莱索托、纳米比亚和中国澳门等国家和地区。受语言限制，中国外派纺织劳务人员主要集中在台资、港资或海外华人投资的纺织服装企业。这些劳务人员踏实勤奋、技术熟练、工作高效，是雇佣企业不可缺少的技术骨干。

案例 1

境外企业带动出口

山东临沂的岱银纺织服装集团是一家集纺织、服装、进出口贸易于一体的综合性企业，早在 2000 年，就开始在斯里兰卡投资设立了“岱银兰卡服饰有限公司”，从事纺织服装的生产。

岱银之所以选择走出去在国外设厂，是企业现实发展的需要。岱银作为一家大型企业，在国内有 1600 人的服装厂，年产 350 万件各类服装。但近年来却常常陷于没有直接的国外客户和订单的困境，很多的时候只是接二手订单做加工，不仅订单量小，而且加工费低。岱银在发展中切实感受到需要有自己的市场、自己的客户。因此，面对国内纺织服装企业竞争激烈的现实，岱银集团决定独辟蹊径，到境外去谋求发展。

2000 年，企业及时调整经营策略，强化对国际市场的开拓力度，果断实施“走出去”战略，开展境外加工贸易。

据介绍，设立在斯里兰卡的岱银兰卡公司总建筑面积 5000 平方米，现有员工 1000 余人，拥有 12 条生产线，具有 1000 余台套生产设备的规模。2004 年，岱银兰卡公司生产各类服装 280 万件套，实现销售收入 2560 万元，利润 260 万元。2005 年 1 至 6 月，生产各类服装 158 万套，实现销售收入 2672 万元，带动国内面料出口 1687 万元，给当地创造了 1000 多个就业机会。目前，岱银兰卡公司的产品不仅在当地销售，也销往美国。

岱银走出去的道路并不平坦。境外企业往往遇到的一个难题就是没有自己的营销渠道。岱银兰卡公司成立伊始，也同样遭遇这样的尴尬。但通过对当地市场观察了解，岱银发现，许多世界知名的服装厂商在斯里兰卡设有办事处，于是，岱银很快和这些机构建立了联系，邀请他们实地参观工厂，向客商介绍公司的生产能力，推介产品、洽谈合作意向。通过坚持不懈的努力，与美国的 WOOMA 公司、JACAPANE 公司等世界知名服装公司建立起稳定的业务合作关系，搭建起自己的营销渠道。在生产经营中，企业从小单开始做起，严格按照客户的要求组织生产，取得了客商的信任。不久就打开了市场，产品销售也一路畅通。

通过境外投资，岱银集团不仅缓解了生产能力过剩的问题，也避免了以往在国内的出口配额限制，有效地带动了企业的出口。服装业是斯里兰卡的主导产业，输往美国、加拿大的服装配额多，品种限制少，输往欧盟全免配额。岱银充分利用这一系列的有利条件，适时扩大境外公司的生产规模、经营品种。到目前，公司的 10 条生产线全部满负荷运转，产品远销到欧盟、美国、非洲等地区。

在市场前景看好的形势下，2005 年，岱银又对岱银兰卡公司增资 1160 万美元，以进一步加大拓展国际市场的力度。岱银的初战告捷也产生了示范效应，目前其他国内纺织服装企业也在积极谋划前往斯里兰卡投资设厂。

对于境外投资给企业所带来的益处，岱银管理层表示，在境外办厂



为企业培养锻炼出一批懂经营、通外语、熟悉国际经贸知识的合格的国际化经营人才，也学习借鉴了国外服装企业的一些先进管理经验，并能够通过广泛地接触客商，搜集外经贸信息，建立起畅通的信息渠道，便于企业随时掌握国外纺织服装市场的供需信息，达到国内服装企业与国外服装企业的优势互补。

国内企业在境外从事纺织服装行业的加工贸易，促进了国内产业结构调整。中国企业“走出去”广泛地与各国和地区开展经济合作，也有利于东道国发展经济、创造就业、增加税收等，实现互利共赢，促进共同发展，受到世界各国特别是广大发展中国家的普遍欢迎。

案例 2

山东雅禾纺织股份有限公司境外投资

山东雅禾纺织股份有限公司是一家有 30 多年历史的集棉花加工、纺纱、织布、服装、商业贸易和餐饮服务等于一体的国家大型企业。2002 年，雅禾纺织投资 586.71 万美元，在几内亚独资设立“山东雅禾几内亚纺织有限公司”，生产蜡染和仿蜡染花布，取得了良好的经济效益和社会效益。

雅禾纺织进入几内亚市场是采取收购当地企业的方式。当时有很多国家的企业都在争夺这个项目，雅禾纺织战胜了美国、意大利企业，用 120 多万美元买下了当地的这家企业。企业在此基础上建立了山东雅禾几内亚纺织有限公司。

开始时只是生产，产量不大，在周边国家就能消化。但也带动了印染纺织项目的一些设备出口，现在连配布也带出去，通过加工，卖给当地和周边国家。目前纺、织的生产都开展起来了，开始向欧盟、美国出口。同时，由于对生活用品的需求很大，也可以做贸易。

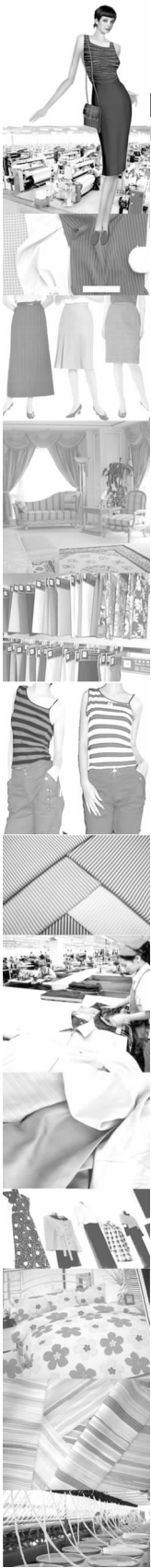
2004 年，雅禾纺织对项目进行增资，扩大生产，目前二期扩建正在进行。由于雅禾纺织发挥的龙头作用，带动了山东临沂地区的 8 家企

现在国内市场竞争激烈，许多企业渴望走出去。但走出去并不是解脱困境的灵丹妙药，也并不意味着就肯定成功，关键在于企业对投资地的市场环境、投资环境有足够的了解和把握。

企业对境外投资的控制很重要，否则资产会很快流失。雅禾纺织非常重视对境外企业的管理，要求企业对于生产报表、资金运用、经营活动情况、产生的利润等，每月都必须向总公司详细报告，对大金额的使用，也要经过总公司的批准。通过一系列的措施，确保总公司对境外企业的有效管理，避免国有资产的流失。

目前，企业走出去在境外创业过程中，也遇到诸如融资难等一些实际问题。以雅禾纺织为例，其原材料运往几内亚，运输时间至少也在 35 天以上，有时会超过 60 天，再加上备货，企业的流动资金压力很大，总体上资金不足，融资也比较困难。

按照实施“走出去”战略的要求，为引导和推动企业开展境外加工贸易，中国原国家经贸委、外经贸部对《国家鼓励开展境外带料加工装配产品目录 第一批》国经贸外经[1999]379号进行了补充和修订，于2002年12月2日印发《国家鼓励开展境外加工贸易产品目录》。目录中第五部分是纺织类，国家鼓励开展纺织类境外加工贸易的产品包括：1 服装、服饰、鞋帽；2 棉纺织、毛纺织、色织；3 印染、针织、家用纺织品；4 纺织机械；5 化学纤维；6 非织造布及其制品。



2003~2004 年期间,中国商务部印发了《在东南非洲地区开展纺织服装加工贸易类投资国别指导目录》、《在拉美地区开展纺织加工贸易类投资国别导向目录》和《在亚洲地区开展纺织服装加工贸易类投资国别指导目录》三个指导目录,积极引导企业开展对外投资活动,为企业境外投资创造了良好的服务环境,便于有效引导国内纺织服装生产企业到海外投资的市场选择及信息的提供。《目录》是指导性的,企业在做出决策前还须根据项目具体情况进行更有针对性的可行性研究,见表 7-20。

表 7-20 中国商务部公布纺织服装行业对外投资的指导目录

时 间	文件名称	推荐投资的国家
2003 年 10 月 23 日	《在东南非洲地区开展纺织服装加工贸易类投资国别指导目录》	肯尼亚、埃塞俄比亚、马达加斯加、莱索托、纳米比亚和博茨瓦纳
2004 年 4 月 30 日	《在拉美地区开展纺织服装加工贸易类投资国别指导目录》	墨西哥、哥伦比亚、特立尼达和多巴哥、牙买加、智利、阿根廷、厄瓜多尔、乌拉圭
2004 年 5 月 19 日	《在亚洲地区开展纺织服装加工贸易类投资国别指导目录》	巴基斯坦、尼泊尔、泰国、越南、柬埔寨、土耳其

资料来源 商务部网上资料整理

一 《在东南非洲地区开展纺织服装加工贸易类投资国别指导目录》

为贯彻落实《国务院办公厅转发外经贸部、国家经贸委、财政部关于鼓励企业开展境外带料加工装配业务意见的通知》 国办发[1999]17 号 精神,引导企业在投资前期进行科学合理的国别地区选择和行业选择,促进中国境外加工贸易的发展,在征求商务部驻外经商机构及企业意见的基础上,制定了《在东南非洲地区开展纺织服装加工贸易类投资国别指导目录》 以下简称《目录》。

东南非洲共有 25 个国家和地区,总人口 2.8 亿,年外贸总额超过 1000 亿美元。由于大规模的私有化进程和经济结构调整,国际社会普遍认为该地区进入了一个相对稳定的发展时期。各国政府在降低关税、减免税收、放松外汇管制等方面采取了一系列有力措施,特别是对工业制成品进口征税较高,对散件进口征税较低的关税政策促进了加工贸易的发展。东南非洲国家

A collection of clothing items including a pair of jeans with a belt, a white tank top, a pair of white sneakers, and a black and white patterned handbag.

A black and white photograph featuring three models standing side-by-side. The model on the left is wearing a dark, sleeveless, knee-length dress with a ruffled hem and a small bow at the waist. The model in the center is wearing a dark, long-sleeved, knee-length dress with a high collar and a small bow at the waist, paired with a dark, knee-high boot. The model on the right is wearing a light-colored, long-sleeved, knee-length dress with a high collar and a small bow at the waist, paired with a light-colored, knee-high boot.



A collection of clothing items including a pair of dark jeans with a belt, a light-colored tank top, a pair of sneakers, and a handbag with a geometric pattern.

地，也将直接投资发展分为四个阶段：第一阶段，处于该阶段的国家没有直接投资流出，这是因为这些国家缺乏所有权优势和内部化优势。直接投资流入也很少是因为它们的区位优势较小；第二阶段，由于实施进口替代政策，基础设施有所改善，区位优势有所增加，造成直接投资流入增加，但该国企业所有权优势增长仍很有限，直接投资流出很少，且集中在周边国家；第三阶段，本国企业所有权优势和内部化能力大大增强，因而对外直接投资流出大幅度增加，该国开始真正成为对外直接投资国。与此同时，外国投资者的所有权优势和该国的区位优势下降，使得外国企业必须更多地利用和增加自身的内部化优势；第四阶段，处于该阶段的国家是国际投资的净流出国。这些国家的企业具有很强的所有权优势和内部化能力，也能很好地利用国外的区位优势。

邓宁经济发展阶段论的启示：在一定的经济发展条件下，一国吸纳的外国直接投资及其对外投资是紧密联系的两个发展过程。根据邓宁的理论，中国处于投资发展的第二阶段，人均 GDP 在 400 ~ 1500 美元之间，外来投资显著扩大。同时中国向海外投资也有显著增长。

“十五”期间中国人均 GDP 从 900 美元进入超过 1000 美元的发展阶段。2001 年达 994 美元，2003 年达 1090 美元，人均 GDP 首次突破 1000 美元，这标志着中国已经进入了一个新的发展阶段，经济增长以及结构调整都将进入新时期。2004 年中国人均 GDP 为 1490 美元，2005 年中国人均 GDP 达 1703 美元，中国开始进入有系统的对外投资时期。因此，中国“十五”期间外贸发展战略重点转向“引进来”和“走出去”并举，是有其理论依据和可借鉴的发达国家成功经验的。

值得注意的是，由于中国地区发展的不平衡，人均 GDP 水平也存在较大的差异，2004 年上海人均 GDP 达 6661 美元，北京达 4454 美元，2005 年广东省人均 GDP 达 2882 美元，因此，上海、北京、广东三省市的对外投资最为活跃，对外直接投资要高于其他地区。

二 有利于企业设备更新和结构调整

日本经济学家小岛清在其《对外贸易论》一书中提出：“一国应从已经或即将处于比较劣势的产业开始对外直接投资，并依次进行。”根据比较优势理论，从货物贸易的角度讲，具有比较优势的产品应当出口，而丧失比较

2003~2004年间,中国商务部公布了中国纺织服装企业走出去,在东南非洲、拉美、亚洲地区开展纺织服装加工贸易类投资国别指导目录。以非洲为例,非洲产棉,原来出口原棉,价格持续低迷,棉花总产量的95%销往国际市场,棉花加工率目前只有5%。西非八国已提出重振棉花业计划,利用美国的AGOA法案即非洲增长与机遇法案提供的单方面贸易优惠,大力发展纺织服装工业。因此,从出口原棉到生产纺织产品,非洲国家需要引进技术和设备,这为中国纺织服装企业到非洲投资提供了良好的机遇。印度、巴基斯坦、越南等国在其未来5~10年国民经济发展计划中,都提出了振兴纺织服装业的计划,以发挥劳动力成本低的竞争优势。

2006年乃至整个“十一五”期间,中国纺织服装业均将进入调整时期。面对欧美的重新设限及新配额体制的种种束缚,“走出去”已成为中国纺织服装业寻求发展突破的必由之路。

参考文献

- [1]宁俊 郭燕等. 国际服装商务[M]. 北京 中国纺织出版社, 2005.
- [2]周汉民. 中国外贸求救与外贸调查制度[M]. 上海 上海交通大学出版社, 2004.
- [3]深圳出入境检验检疫局. 国际纺织服装市场的技术法规与标准解析[M]. 北京 中国标准出版社 2005.
- [4]中国纺织工业协会. 2000 / 2001 中国纺织工业发展报告[M]. 北京 中国纺织出版社, 2001.
- [5]中国纺织工业协会. 2001 / 2002 中国纺织工业发展报告[M]. 北京 中国纺织出版社, 2002.
- [6]中国纺织工业协会. 2002 / 2003 中国纺织工业发展报告[M]. 北京 中国纺织出版社, 2003.
- [7]中国纺织工业协会. 2003 / 2004 中国纺织工业发展报告[M]. 北京 中国纺织出版社, 2004.
- [8]中国纺织工业协会. 2004 / 2005 中国纺织工业发展报告[M]. 北京 中国纺织出版社, 2005.
- [9]中国纺织工业协会. 2005 / 2006 中国纺织工业发展报告[M]. 北京 中国纺织出版社, 2006.
- [10]中国纺织工业协会. 中国行业分析报告纺织工业[M]. 北京 中国经济出版社, 2005.
- [11]中国纺织品进出口商会. 2004 / 2005 中国纺织品服装对外贸易发展报告[M]. 北京 中国轻工业出版社, 2005.
- [12]中国纺织品进出口商会. 2005 / 2006 中国纺织品服装对外贸易年鉴[M]. 北京 中国农业科学技术出版社, 2006.



[13] 纺织品技术规则与国际贸易编写委员会. 纺织品技术规则与国际贸易[M]. 北京 中国纺织出版社, 2004.

[14] 周传铭. 生态轻纺产品检测规则应用[M]. 北京 中国纺织出版社, 2004.

[15] 李钢. “加快转变外贸增长方式”系列研究报告[R]. 商务部网 2005.

[16] 郭燕. 生产要素在我国纺织产业升级中的作用[J]. 纺织导报 2005 11 : 35 - 38.

[17] 郭燕. 《ATC》终止后美国纺织品服装进口贸易格局变化趋势分析[J]. 对外经贸实务 2005 2 : 51 - 53.

[18] 郭燕. 2005 中国纺织产品开发报告服装面料与家用纺织品[J]. 纺织导报, 2005 (增刊) : 287 - 308.

[19] 中华人民共和国商务部网.

[20] 中国纺织品进出口商会网.

[21] 中国纺织经济信息网.

[22] 中国服装协会网.

[23] 中国贸易救济信息网.

[24] 国研网.