# 当前我国纺织品出口贸易的现状、问题及对策(1)论文

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-08-09

*【论文摘要】 在全球纺织品配额制度取消以后，我国的纺织品出口特别是服装出口行业得到迅速发展，然而我国的纺织品出口贸易也面临巨大的挑战。本文主要从我国纺织品出口贸易摩擦和自身存在的不足以及应对措施上阐述自己的看法。【论文关键词】 纺织品贸易 ...*

【论文摘要】 在全球纺织品配额制度取消以后，我国的纺织品出口特别是服装出口行业得到迅速发展，然而我国的纺织品出口贸易也面临巨大的挑战。本文主要从我国纺织品出口贸易摩擦和自身存在的不足以及应对措施上阐述自己的看法。

【论文关键词】 纺织品贸易 贸易壁垒 行业协会 自主品牌 纺织业是我国最早开放进入国际市场的产业，也是我国在国际市场上成长最好、增长最快、发展最完善的产业。然而，我国的纺织品在取得骄人成绩的同时，也存在很多诸如国际贸易环境适应度不高及出口企业自身不足等方面的问题，这些问题都严重制约着我国纺织品由贸易大国向贸易强国发展的步伐。

一、我国纺织品出口贸易的现状 1.近年来我国纺织品出口贸易规模上的新突破 我国加入WTO后，纺织品出口从2001年的534.4亿美元猛增到2006年约1651.4亿美元。五年中，出口增长了近3倍。

据最新统计数据，2006年我国纺织品服装进出口总值为1651.36亿美元，同比增长22.66%，占全国外贸进出口总值的9.38%，贸易顺差达1290.34亿美元。纺织品服装出口总值是1470.85亿美元。

其中，纺织品出口金额是522.54亿美元，同比增长18.84%；服装出口金额是948.30亿美元，同比增长28.91%。 中欧、中美纺织品协议的签署，为我国纺织品出口提供了稳定的贸易环境，确保了我国纺织品出口持续有序的发展。

以2006年为例，纺织品出口保持稳定增长，出口价格提高，出口效益得以提升，结构调整取得明显成效。2006年前9个月，我国纺织服装出口增长24.2%，对美纺织服装出口价格增长42%，对欧盟服装出口价格也增长了17%。

尽管2006年我国的纺织品出口在贸易摩擦频多、人民币汇率升值、出口退税下调等诸多不利因素的影响下，在出口整体规模和效益上仍取得较大发展。 2.我国纺织品出口贸易地区结构 我国纺织品出口市场主要集中于美国、欧盟和日本。

在中美纺织经贸关系上，中美经贸合作关系是互利双赢的。中美两国经济具有很强的互补性，长期以来，我国向美国出口诸如纺织品之类的低附加值的产品，同时也从美国进口大量的高科技含量的产品。

我国纺织品出口对美国市场的依存度高。我国从1994年成为世界上最大的纺织品出口国以来，纺织品出口额约占世界纺织品出口总量的五分之一。

据统计，我国出口纺织品到达美国市场的比率达20.14%。在未来很长一段时间内我国出口仍将以劳动密集型等轻工业产品为主，其中纺织品出口仍将是对美国出口的重要组成部分。

但同时中美贸易摩擦将继续升温。随着中美贸易顺差逐渐加大，中美之间的贸易摩擦和分歧在纺织品贸易中也愈来愈激烈。

美国方面认为我国纺织品在花色、图案设计等方面有侵犯知识产权的行为，担心我国纺织品会在全球范围内形成垄断地位，因此美国采取协议招标等方式提高我国出口纺织品门槛，而且从2006年10月起，美国修改了原产地规则，对来自计划经济国家的进口原料成分超过33%的产品确定为市场经济，可对其出口企业进行反倾销，同时对出口国采取反补贴调整，这些措施对限制我国向美国出口纺织品都有一定的针对性。 在中欧纺织经贸关系上目前存在着贸易壁垒和反倾销障碍。

2011年6月欧盟24家纺织类企业对原产于我国的35类涤纶布实施反倾销调查，涉及企业1000多家，总金额达5.8亿美元；在技术性贸易壁垒方面，我国纺织服装受到欧盟TBT限制；在绿色贸易壁垒方面，欧盟人民生活水平普遍较高，因此高技术含量的绿色纺织品产品倍受青睐，由于欧盟纺织产业在技术水平等方面占有优势，所以就以保护生态环境和消费者人身健康为由，对本国产品和进口产品规定了严格的标准，其目的是为了保护欧盟自身的纺织产业。同时配额价格整体呈上升趋势。

据业内人士预计，我国输往欧盟市场的大部分类别的纺织品配额价格将呈上涨趋势。配额价格吞噬了纺织企业的部分利润。

随着中欧纺织品协议在2007年的到期，输往欧盟的纺织品配额价格总体来看会有一定幅度的变化，尤其是在年中期间将更为明显。

二、当前我国纺织品出口贸易中存在的问题 1.贸易摩擦、贸易壁垒不断 我国加入WTO以后，纺织业的快速发展打破了全球纺织业原有市场和利益格局，因此对于我国纺织产品的出口就有了所谓“挤占了他人的市场份额”的大量反倾销等各种障碍。法国纺织工业联盟主席吕西安德沃日曾表示，应延长对中国纺织品进口配额限制至2008年底，“以便向中美之间签署的此类协议看齐”。

一些国家和地区尤其是发达国家至今拒不承认中国的市场经济地位，甚至干预中国的金融政策。从纺织层面上来说，他们这样认为是由于我国纺织品出口的快速增长且在进口国零售市场上的份额增长较快，已对进口国的制造业造成了一定的冲击，甚至使一些发展中国家的出口下降，我国纺织业将成为全球贸易摩擦的焦点。

继技术壁垒、绿色壁垒之后，以SA8000社会责任认证为代表的“劳动壁垒”，正成为中国出口纺织品的又一大障碍，因为虽然我国的纺织品出口在价格方面具有很大的优势，但是我国的劳动力很多是在不被提供任何社会保障的情况下工作的。面对进口国实行越来越严格的“劳动壁垒”措施，纺织行业虽然也开始积极推行企业社会责任体系，也按照中国相关法律法规和有关国际公约开始实施了符合国际惯例以及我国国情的行业自律性的社会责任管理体系，但在推行社会责任管理体系的初期，肯定会受到各方面因素的阻挠。

2.纺织企业自身存在的问题 纺织企业自主生产性不强。我国的纺织行业生产以大量的加工为主，缺乏自主创新。

由于我国纺织品的加工能力和加工规模只在中低档产品市场有优势，所以纺织品出口企业的利润率比较低，赚取的只是制造加工环节微薄的利润，出口多以定牌、贴牌为主，50%以上的服装出口是来料加工，30%以上是进口国提供商标、款式、纸样稿来进行加工，自主品牌服装仅占10%左右，而且设计开发水平不高，不能自主设计、生产适合销路的产品。 出口成本增大，且品牌竞争力不强。

人民币汇率上升、出口退税率下调等因素成了中国纺织品出口企业的最大利空因素，一般一票出口订单的周期是三个月，而人民币汇率又不趋于稳定，几乎一个月内就会有较大的变化。由于纺织品附加值较低，人民币升值使企业的出口成本增加，更是削减了企业的出口利润。

上海著名经济学家石士均教授在宁波举行的2007年出口形势报告会上指出从去年中期开始，人民币就不断向上攀升，到现在累计升值近3%，加上去年12月起部分纺织品退税率下调2百分点，这大大加剧了纺织企业的困难。

三、当前我国纺织品出口贸易中的行业协会及企业应对措施 1.纺织行业协会及商会的应对之策 纺织商业行会协会应该努力营造健康有序的发展环境，根据纺织服装产业发展的要求，开展积极有效的信息服务，制定行业标准加强行业自律性，引导纺织服装专业市场的快速稳定发展。

(1)深入开展国际纺织方面的公共信息服务。由于生产企业自己搜集信息方面的渠道比较狭窄，所以纺织商会要帮助他们拓展信息渠道，挖掘信息资源，保证纺织企业及时了解纺织动态。

针对国际市场业务的要求，建立定向的信息采集，为纺织服装行业提供更加丰富的原料、产品、技术装备、价格等行情信息。

(2)制定行业标准，加强行业自律。行业协会及商会应该充分发挥协调小组及企业专家队伍的作用，对于一些不正当的竞争行为，应该采取价格协调和增强行业自律性等措施，监督进出口企业的守法经营情况，以保证纺织品进出口企业内的公平有序竞争;同时，建立并推广《纺织服装专业市场的建设及管理、服务标准》，提高专业市场的经营管理和服务水平，建立纺织服装专业市场的行业自律机制，要求企业注重知识产权保护，并进行相关指导，提高企业对社会责任体系的认识，提高行业整体素质，维护行业在国际市场上的整体利益和形象。

(3)推进纺织服装专业市场与国外同行的合作交流。我国的纺织企业与发达国家比较在技术水平等方面都有很大差距，所以多开展纺织企业特别是进出口纺织企业与国外同行之间的交流活动，扩大纺织服装专业市场的交易渠道，提高国际竞争意识。

(4)开展行业培训、品牌推广等服务工作。开展纺织服装专业市场管理业务培训、行业知识培训、从业人员素质培训；为纺织服装专业市场的建设规划、经营管理、改造升级提供咨询服务，为提高专业市场的企业品牌形象开展相关服务。

(5)建立纺织业检测机制。针对国外越来越多的贸易壁垒，我国纺织商会及行业协会应积极采取措施，面对欧、美、日等主要贸易伙伴的产业政策、反倾销政策等对中国纺织品出口带来的种种不利，逐步建立起纺织服装的监测系统，对一些重点产品的出口数量、出口价格、出口国别和地区及时发布，帮助我国纺织企业正确认识市场前景，确定发展方向。

(6)制定纺织品进出口市场准入标准和认证体系。外贸经营权由审批制改为登记制以后，国家采取行政手段限制和规范企业贸易行为越来越少，纺织商会要根据国际纺织品市场需求情况和外贸敏感度对纺织服装行业及企业在经营过程中的原材料和能源消耗、生产安全、产品质量、环保、劳动保障等情况，在商务部支持下，联合有关部门和专家制定国际上认可的行业标准，规范企业行为，促进行业的可持续发展。

2.纺织企业自身的应对之策

(1)走创新之路。企业的发展强大必须以科学发展观统领全局，必须大力增强自身的自主创新能力。

当前国际经济正处在产业结构的调整时期，朝着技术、知识、服务密集方向新的发展，面对国际经济新形势，我国纺织业如何从“模仿”到“创新”，对于长期以来给外国跨国公司打工的我国纺织服装业来讲，无疑是一种巨大的挑战。 任何企业若没有创新是很难持续发展的，仅靠低技术、低附加值的产品出口是不能占领国际市场的。

(2)推行“品牌战略”。中国纺织业就必然长期处于国际分工的低端状态，加强品牌建设是中国纺织服装业转变增长方式的必然选择。

为打破“有规模、缺品牌”的困局，许多企业开始尝试以自主品牌出口。在2007年华交会上，宁波市许多企业打出了自主品牌；爱伊美的成交订单中，有近20%属于自主品牌出口。

“广博”在美国、中东、欧洲等十多个国家和地区注册了品牌，并从日本韩国引进了专业设计师，在2007年华交会上推出了三大类新产品56款新设计，“广博”牌相册颇受东南亚客户的欢迎。

(3)推进产品的多元化，提升产品档次和推进产业升级，完善产业体系。目前，中国的纺织服装产品技术含量低，贸易依然局限于低附加值的中低档产品。

对此，我国纺织服装企业既要积极学习、吸收国外的先进技术成果，更要加强自主研发力度，采取新技术新工艺，推动纺织业向深加工和精加工方向发展，增加产品的科技含量和附加值，争取向中高端产品市场进军。例如，要注重“生态产品”的生产，并争取获得绿色标志及国际认证，开发潜在市场，满足消费者的需求，同时也有效地应对绿色贸易壁垒。

(4)推行贸易方式多元化。现在我国纺织品出口贸易摩擦和贸易壁垒比较多，我们的企业可以采取多元化的贸易方式，例如在一些欠发达的发展中国家投资设厂，从靠出口产品发展到以出口产品、投资设厂和技术输出并存的多元化“走出去”的发展战略，这样不仅可以利用东道国的廉价的原材料及劳动力优势来降低成本，还可以打造全球供应链，增强品牌战略同时还可以避开贸易壁垒。

参考文献: 郭燕:纺织服装走出去战略[J].科学决策，2002.

(1

1) 严春瑜:从中美贸易摩擦看中国外贸战略的转变[J].法制与经济，2006.2 孙雪梅:后配额时代我国纺织品的出口形势及其战略调整[J].商场现代化，2006.1 肖夏:纺织2006岁末盘点.亦喜亦忧[J].中国经贸，2007.(1

2

1) 金旭:共享中国纺织业优势[J].中国经贸，2007.(1

20)

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn