

随着国内经济体制改革的深化,世界经济形势的发展,我国纺织品出口正面临着严峻的挑战与机会共存的局面,中国纺织品出口何去何从,这是值得探讨和研究的课题。

一、纺织品出口的地位

1. 纺织品出口在国民经济中的比重

纺织品历来是我国主要出口商品之一,尤其近十年来,我国纺织工业迅猛发展,成为第一大创汇行业。1987年全国纺织品出口总额为87亿美元,占全国出口总额的25.1%。在国际市场上,我国纺织品出口排名第五,占世界纺织品出口总额的6.4%。再看上海的情况,1988年出口总额为46亿美元,其中纺织品为17.6亿美元,占出口总额的38.2%,是上海目前最大的创汇商品。

纺织品出口对我国纺织工业的生存和发展同样具有举足轻重的作用。举例说,1987年全国纺织工业的总产值为1,521亿元(人民币),出口总额为87亿美元,其对出口的依存度为21%。1988年上海纺织工业总产值(不包括乡镇企业)为150亿元(人民币),其中出口金额为44亿元人民币以上,依存度为29%。再以上海毛巾床单工业公司为例,1988年该公司的工业产值为5.5亿元,其中出口货源金额为2.5亿元,出口依存度达46%。

由此可见,无论在过去、现在,还是在将来的一定时期内,纺织品出口在国民经济和对外贸易中均占有重要的战略地位。

2. 产业结构调整与纺织品出口

人大七届二次会议提出了“要合理地调整产业结构”的任务。对出口贸易来说,要把目前出口的劳动密集型商品逐步转向技术密集型。那么,作为劳动密集型的纺织品在产业结构调整中的地位如何?是加强,还是削弱?是否意味着纺织品就此逐步退出对外贸易这个历史舞台?答案当然是否定的。

国外的成功经验表明,一个国家产业结构的调整不可能在短期内完成,南朝鲜化了十年的时间(1972~1981年),才初步完成了产业结构调整的任务,发展起十大战略工业。在产业结构调整的高级阶段,其主要任务就是要积累资金,引进技术,探索市场,明确方向。而纺织业恰恰是个投入少、产出多、见效快的行业,所以不少国家和地区,如英国、日本、南朝鲜、台湾等都是率先大力发展纺织工业,积累资金,为大规模的产业结构调整打下雄厚的基础,从而带动整个经济的起飞。我国产业结构的调整刚刚起步,机电产品的出口量尽管每年在递增,然而,由于受到生产技术、品种、市场、价格等条件的制约,即使国家给予政策上的优惠,在一段时期内也不可能达到象纺织品出口那样大的规模和数量,因而,经济起飞、积累资金的重任非轻纺工业而莫属。据海关统计,1987年全国纺织品出口(包括来料加工)达110亿美元,除去30亿美元的原料进口,净创汇80亿美元,是我国净创汇最高的行业之一。

产业结构调整必须从中国实际出发。我国人口众多,社会经济受到越来越明显的就业率的

我国纺织品面临的挑战和机会

陈成尧

压力。纺织业是劳动密集型的工业,大量吸收劳动力资源,仅以上海纺织工业局为例,其下属工人就达55万人之多,占上海产业工人总数的23.8%,如加上乡镇企业从事纺织品生产的人员,其数目更为可观。这部分劳动力资源不仅丰富而且低廉,这是我们的优势。利用这一优势,引进国外的资金、技术和原料,首先在纺织工业内进行产品结构的调整,把原料性出口转变为成品型出口,将粗加工产品的出口转变为深加工产品的出口,从而使纺织品出口登上一个新的台阶,并带动起整个经济的腾飞。这对我国来说不仅需要,而且有可能。

二、我国纺织品出口面临的挑战

1. 来自国际上的挑战

由于各国经济和贸易发展不平衡的加剧,国际市场竞争的日趋激烈,贸易保护主义的蔓延,我国纺织品出口首当其冲地受到了猛烈的冲击。欧美是我国纺织品出口的主要市场,近几年来,他们对我们纺织品的进口实行了更为严格的限制政策。美国把我国对其纺织品出口的年增长率限制在1.5%左右,同时限制的类别也从原来的一个扩大到八个。仅以上海家纺进出口公司对美出口为例,第三大类纺织品前几年尚未实行配额限制,因此,1988年该公司出口达6,400万平方码(折合数),而1989年因实施了配额限制,不仅只分配到配额3,800万平方码,损失创汇金额1,500~2,000万美元,而且,造成有些专用机器设备开工不足而闲置,受到沉重的损失。可以预见,在相当长的一段时期内,贸易保护主义将是我国纺织品出口的主要障碍。

在我们的欧美市场不断受到限制的同时,我们的竞争对手也在不断崛起。亚洲“四小龙”并未因产业结构的调整而降低纺织品出口的地位。1985年同1980年相比,纺织品出口增长率,香港为231.9%(包括转口贸易),南朝鲜为15.5%,台湾为61.4%,而我国则仅增长了21.9%,只略高于南朝鲜。况且,“四小龙”的纺织品与我国基本上处在同一消费层次上,因而是我国目前的主要竞争对手。另外,一些原来纺织工业不发达的国家,如泰国、印尼、印度、巴基斯坦、马来西亚、孟加拉、菲律宾、斯里兰卡等,由于其政府采取了一系列鼓励和扶植政策,大量投资,积极引进外资和技术,加上劳动力低廉(印尼每小时人均工资为二十三美分,我国则为二十美分左右),和欧美国家对他们的出口限制较松,其竞争势头迅猛异常。印尼纺织品出口连续几年递增40%,印度、泰国的出口值直达20亿美元,其它几国一般约在10亿美元左右,最少的也有5亿美元。由于国外先进技术和机器设备的大量涌入,这些国家出口纺织品的品种、档次和质量在不断更新和提高,目前已在局部地区对我国构成了一定的威胁,预计在今后二、三年内,将会形成与我国纺织品在国际市场上全面抗争的局势。

2. 国内面临的困境

面对国际上日趋严峻的局势,我国纺织品的竞争地位不是在加强,而是在人为地削弱之中。具体表现为:宏观失控,管理混乱,多头经营,非法竞争。

现象之一,多渠道 近年来,全国各地一下子冒出了不计其数经营纺织品出口的公司,如某省,仅经省批准具有纺织品出口经营权的公司就有三十四家,还有近千家企业、公司的业务范围涉及纺织品,其范围之广,连学校、码头,机关、宾馆、部队都留有纺织品的足迹。这种一轰而上、多头经营的做法造成了极为严重的后果。对内,抢购原料,争夺货源,盲目投资,浪费资源,加剧了国内原材料、资金和货源的紧张;对外,或者竞相削价,乱签合同,以次充好,脱期交货,影响了我们靠几十年

时间建立起来的中国纺织品的信誉;或者商情不明,客户不清,经验不足,上当受骗,给国家造成了重大的经济损失。

现象之二, 冒名牌 ×公司经销的“333”麻雀印花床单,具有独特的中国式样和风格,主要销往中近东、东南亚、非洲和南美,销量十分可观。1979年销往中近东的价格为每条4.3美元。近年来,大量低质低价冒牌货的涌现,严重破坏了麻雀牌商标的信誉,使许多老客户丧失了信心,从而转向南朝鲜和台湾,1988年,同样的床单在中东降到每条2.25美元,也无人问津,市场严重萎缩。类似事例不胜枚举。

现象之三, 多“水货” 据香港当局统计,1986年我国出口香港的纺织品为38亿美元,其中“水货”金额竟达22亿美元,占我对港出口总额的75.9%。国内的经营单位和香港的客户在“水货”的泛滥中得到了好处,但给国家却造成了巨大损失。

现象之四, 缺管理 配额是纺织品出口的生命线,配额管理上的混乱势必会使纺织品出口严重受损。以1988年我对美出口配额CAT 363和CAT 3690为例,其使用率分别为80%和50%左右。这两类配额商品在美市场十分旺销,但由于配额管理不善,使有的公司因无配额虽然有货也不能出运,有的公司虽有配额因无货而把宝贵的配额白白浪费掉。由于配额调节手段不力,许多公司竞相突出使用配额,抢出配额商品,出现了有些类别的配额早在一季度就遭对方卡关;有的公司为了抢出配额商品,防止卡关,改用空运,增加了成本,受损的最终还是国家。

当然,在纺织品出口中,确实也存在着资源性的困难和政策上的缺陷。原材料的严重匮乏和资金的严重短缺,造成外贸货源不足,质量下降,导致索赔增多,市场份额减少。另外,鉴于目前我国出口的纺织品中,以原料性的粗加工的初级产品居多,出口平均单价较低(普遍低于香港、台湾和南朝鲜)的现状,迫切需提高产品档次,发展深加工的产品。有人曾经这样分析,“只要出口商品的档次提高,我国就可在出口数量不变的情况下多创造46%左右的外汇。”然而,由于政府对原料性产品、粗加工产品和深加工产品在税收上采取一视同仁的政策,不利于调动企业发展深加工产品的积极性。对生产企业和外贸公司考核方法上的缺陷,使企业和公司利益不一致,各自偏重自己的利益,双方不能完全同心同德,共同奋斗,从而影响了优化出口产品的进程。

三、我国纺织品出口的新机会

1. 大气候带来的新机会

当前国际形势趋于缓和,西方发达的工业国家的经济长势稳定,世界纺织品市场对成品的需求持续增加,这都为我国扩大纺织品出口创造了有利的环境。亚洲“四小龙”货币被迫升值,劳动力成本提高,输美商品普惠制待遇从今年起取消,从而逼迫他们调整出口商品的结构和出口地区战略,导致纺织品出口优势的削弱。而我国的人民币随美元的贬值而下浮,加强了我们在价格上的竞争力,这一上一下,一强一弱,无疑是扩大我纺织品出口的良机。

中苏最高级会谈,实现了两国关系的正常化,为进一步扩大两国间的经济和贸易合作铺平了道路。苏联人民喜爱中国的纺织品,我国纺织品在苏联亦有一定的市场基础,目前该公司与苏联的记帐贸易每年约1,500万美元左右。今后,我纺织制成品与苏原材料的交换可望逐步扩大,同时,随着两国经济体制改革的深化和贸易关系的发展,现汇贸易也可望开展起来。

2. 新的经济结构带来新的竞争机会

根据比较利益说原理,各国都会以自己的相对优势来调整产业结构,西方发达国家以其高技

术、高价劳动力的特点来推动产业结构向高技术、少劳力的方向发展；而发展中国家以其廉价劳动力的优势调整经济政策，以适应世界经济潮流的变化，因而，作为劳动密集型产业的纺织品工业的东移是大势所趋。在东移的进程中，存在着时间差和数量差。据国际纺织联盟估计，在一段时期内国际市场上有1千万枚纱锭的缺口。因此，谁能抓住这个时机，谁就能赶上世界潮流。中国纱锭多、织机多、劳动力多，有着强有力的竞争条件。

3. 经济良性循环带来新希望

从1988年下半年起，我国开始治理经济环境，整顿经济秩序，清理各类公司，特别是全国纺织品出口(包括经济特区)实行倒2:8比例外汇分成的政策，为纺织品出口创造了健康、公平竞争的条件，一定程度上抑制了“水货”的冲击，使纺织品出口重新走上正常发展的轨道。

4. 新体制带来新格局

从1989年起，上海的外贸体制从“双线承包”跨入了代理制的阶段。外贸代理制意味着工贸双方共同承担出口风险，分享出口利益，其优越性不能低估。

优点之一，双方共同面向市场 由于工厂直接参与对外谈判，他们就能得到第一手的市场信息，及时了解市场的变化和客户的需求及对产品的反映，真正做到以需定产。

优点之二，双方共同承担风险 这样，工贸双方风险一致，利益一致，迫使企业为了得到最佳的经济效益而不断提高产品质量，开发新品种，力求多花色、小批量，同时促使双方加强内部管理，努力降低成本，保持价格竞争力。

优点之三，双方共同承担指标 生产企业承担出口指标，外贸公司承担代理指标，双方都有压力，这样，就能有效地制止货源外流，稳定出口货源，同时对外交货期可以得到一定的保证，提高履约率，从而稳定客户队伍。

外贸代理制还刚刚起步，许多问题有待进一步探讨和解决，只要我们把责、权、利确实落到实处，那其优越性一定会得到充分的发挥。

四、纺织品出口专业公司的发展方向

综上所述，我们既面临着严峻的挑战，又存在着潜伏的良机。在这关键时刻，纺织品出口专业公司该充当什么角色？外贸专业公司发展的方向在那里？值得我们每个同行深思。

1. 出口专业公司的地位和优势

不论是在统购统销、计划经济体制下的昨天，还是在由外贸承包经营责任制向代理制过渡的今天，外贸专业公司在纺织品出口中都起着挑大梁，唱主角的作用。据统计，1988年上海纺织品出口“五兄弟”公司(纺织品、服装、丝绸、针织、家用纺织)共出口16.9亿美元，占上海纺织品出口总额17.6亿美元的95.8%。

专业出口公司主力军的地位是由其独具的历史渊源和优势所决定的。

优势之一，信誉卓著，影响广泛 在长期的业务活动中，专业公司在国际市场上建立起了良好的商业信誉和广泛的业务关系。在对外贸易中，客户对一个公司的信任度是建立在对该公司所经营的商品、经营方式和作风、业务人员的素质和熟悉的程度上。这就需要双方长期的合作，相互信赖和相互依存。专业公司长达四十年的经营历史也就是建立信誉、发展关系的历史。

优势之二，网络遍布，信息及时 众所周知，客户和信息是销售中的主要环节。没有客户，就没有交易；没有信息就没有方向。在多年的经营活动中，专业公司对遍布世界各地的客户不断进行梳理和整顿、淘汰、培养、发展、巩固，形成了一支生命力旺盛的客户队伍，并根据当地市场分布，销售形式，流通构架和经营特色，分别建立起专销、包销、代理、独家代理等不同分工形式。这种不同形式和不同销售层次的有机结合形成了一个切实有效的销售网络和信息渠道，这是把我国商品推向世界的可靠保证。

优势之三，队伍庞大，经验丰富 长期的实践培养出一支懂外语、精业务的外贸骨干队伍，这是专业公司最宝贵的财富。

优势之四，体系完整，管理先进。 通过长期的摸索和实践，专业公司逐步建立和完善其管理体系，形成一整套管理方法，包括市场管理、客户管理、价格管理、配额管理、单证管理、地区策略管理、仓储管理等等。它与生产企业的管理截然不同，保证了专业出口公司高效率、有秩序地运转。

2. 专业出口公司的新出路

尽管专业出口公司具有以上种种优势，但是，在新的严峻的经济形势下，它必须有所发展，甚至较大规模上的变革，寻求新的出路，唯有这样，才能迎接挑战，把握良机，求得地位的加强，否则，因循守旧，固守老模式、老路子，就会丧失生存的权利，原来的优势也会丧失殆尽。

出路之一，加强宏观决策，调整经营机制 纺织品专业出口公司当务之急，就是要重新规划发展方向，将对外贸易转为国际贸易，把收购贸易变为自有贸易。

许多专业公司正在或将在国外主要市场上建立起子公司或办事处。这些子公司必须加强三个联系：与母公司的联系，子公司之间的联系，与当地客户网络的联系，形成一个国际化、多功能的综合性跨国公司式的格局。这些子公司可独资、合资或与外商联合建厂，独立经营，自负盈亏，经营范围可不局限纺织品，经营地区可扩展到第三国（即三角贸易），积极参与国际竞争，以商养商。

国内的母公司是海外子公司的坚实后盾和有力依托，因而，它也必须要有个实业，有个稳定、充足的货源基地。这就需要专业出口公司运用自己的人才、信息、资金、原材料等优势来吸引众多的纺织品生产企业，用联营、投资参股、信息咨询等方式建立起工贸联合体。

出路之二，搞活贸易方式，冲破地区局限 在交易中，应灵活掌握定价标准，密切注视世界行情的变化，了解商品的国际市场价格的浮动，随行就市，切忌一成不变的价格政策。同时，要正确使用好 D/P、D/A、L/C 远期付款的方式，合理运用折扣、佣金等手段，既要调动客户的积极性，又要保障公司的利益。

在用足、用好配额的基础上，我们要与海外企业和客户密切配合，或采取迂回战术，绕过配额限制，或大力发展非配额品种，做活每一笔生意。

所谓外贸代理制，代理范围应不局限在本地区，内地企业、贸易公司甚至海外企业均可成为我们代理的对象。

出路之三，完善管理体系，提高经济效益 一个公司管理水平的高低直接关系到这个公司经济效益的好坏。有条件的专业出口公司，应逐步建立电脑化的科学管理体系，用现代技术来帮助我们分析和处理信息，以使我们的决策更科学，更合理。

每个公司应视具体情况，建全配额管理制度，防止浪费或卡关现象的产生。对客户、价格、品种等实行三级管理（公司、科、组），各司其职，各负其责，层层落实，有条不紊。

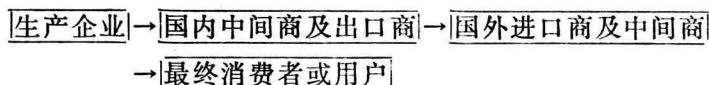
今后的竞争，说到底人才的竞争，所以要注重人才的发现和培养，否则，优秀的人才才会失

一、国际销售渠道的模式与选择

(一) 国际销售渠道的模式

众所周知,国际销售渠道是指商品从一个国家的生产企业流向国外最终消费者或用户的过程,是商品所有权的转移必须经过的途径及相应设置的中间商机构。

在国际销售活动中,出口销售渠道包括出口企业、国内和国外各类中间商、直到最终消费者或用户在内的链条般的结构,见下图。



利用出口销售渠道的中心任务,是要使出口商品通过最有效率、最节省费用的渠道,及时将产品送到消费者或用户手中。

出口销售渠道的基本模式,可以有下列各种不同层次,图示如下:

种类 出口国(国内渠道) 进口国(国外渠道)

- 1.(二层次)生产企业 → 最终用户
- 2.(三层次)生产企业 → 零售商 → 最终用户
- 3.(四层次)生产企业 → 批发商 → 零售商 → 最终用户
- 4.(五层次)生产企业 → 进口商 → 批发商 → 零售商 → 最终用户
- 5.(五层次)生产企业 → 中间商
出口商 → 批发商 → 零售商 → 最终用户
- 6.(六层次)生产企业 → 中间商
出口商 → 进口商 → 批发商 → 零售商 → 最终用户

销售渠道的长短是一个营销决策问题。一般来讲,工业品市场销售渠道较短,消费品市场销售渠道较长。对生产企业来说,销售渠道越长,即层次越多,控制越难。

传统的出口销售渠道一般是较长的。由于国际市场变化无常,如何把适当产品,以适当价格,在适当地点、适当时间,经济方便地提供给顾客,以满足他们的需要,这就迫使生产企业必须认真考虑选择销售渠道。

国际销售渠道的模式和各种组织机构不是一成不变的,随着经济的发展,经济结构的改变,在不断变化发展中,出现着一种明显的交替现象。

之交臂,成为他人的优势,原有的人才也因知识用罄,失去价值。因此,公司内部应经常举办不同形式的训练班、讲座和经验交流会,提高职工的政治素质、文化修养和业务能力,提高工作效率,使公司成为一个兴旺发达、后继有人的企业。

挑战与机会并存,困难和希望同在。纺织品出口专业公司要么一蹶不振,自动或被动地退出历史舞台,要么奋起一搏,在纺织品出口这个舞台上演出有声有色、生气盎然的一幕。