

我国纺织装饰品生产历史悠久。上溯秦汉,旌幔套垫;中有丝绸之路时期壁挂地毯;下至明清寝具绣件。它不仅棉、毛、丝、麻,取材各异,且南风北调,镶、滚、嵌、缕、盘、穗、染、绣、包边、割绒、衍缝、装潢,十二法相辉生映,在我国纺织史上留下了光辉的一页。一九八四年,纺织工业科技进步会议明确把纺织装饰列入纺织工业三大领域以后,伴随着城市经济体制改革的深入,我国纺织装饰领域呈现出百舸争流、百鸟争鸣、百花争艳的新气象。但是,从整体上看,我国纺织装饰工贸地区发展不平衡,整体配套水平远远落后于工业发达国家。

一、我国纺织装饰工贸的现状

当前,国内外重视居室空间装饰乃至意境的追求,已很普遍。但是,我们的产品基本还是彼此孤立的传统单件,几乎没有根据不同地位、不同居室风格的系列纺织装饰配套产品可供人们选择。又由于我们的企业运行机制无法适应小批量、多品种、新款式、快交货的要求,就连国内高级宾馆的纺织装饰配套产品也大多被“洋货”所取代。出口的纺织装饰品至今主要还是中低档产品。其同类产品配套出口仅占10%,各类产品配套出口至今仍为零,市场占有率低,显然很不适应海外市场的需求。(表一)

我国纺织装饰大类产品出口市场占有率

国别、地区	品 种	出口占有率
美国	毛浴巾、床单	1.1%
英国	毛浴巾、床单	3.29%
日本	毛浴巾	10%
联邦德国	地巾、浴巾、毛浴巾	10%
澳大利亚	床单	13%
海湾地区	床单	17%

纺织装饰产品在市场上苍白无力的原因在于:

1. 纺织工业三大领域发展不平衡 即使是在纺织基

础工业水平较高的沿海工业城市，纺织装饰行业的技术进步远远落后于服装、产业用布行业。发展缺乏后劲。

2. 我国纺织装饰行业从东面沿海向西北内陆急剧衰减的布局未得到根本改善，产品低水平的延伸多 沿海与内地纺织装饰企业的产品，在质与量上，都存在差距。反映在劳动生产率上，平均差距3~5倍，有的竟差距16倍之多。

3. 我国纺织装饰生产装备落后于工业发达国家 新型织机不到0.1%，一些深加工工艺尚不成熟，一些纤维原料还不能投入批量生产，因此，无法满足海外市场不同消费层次对“质”的需求。

4. 我国的纺织装饰产品加工深度低，组合配套能力差 以全国纺织装饰主要生产和出口基地的上海为例，出口深加工的毛巾只占该类产品的12.3%，而其中螺旋型毛巾、浴巾配套的仅占该部分的4.86%。出口深加工的西式床单仅占该类产品的2.28%，而拉绒配套的仅占该部分的4.33%。由此可见，出口产品结构中，中低档的传统单件多，品种跟不上国际市场的变化。反映在吨棉纱创汇水平上，与日本、西欧、台湾、南朝鲜差距不小。（表二）

吨棉纱创汇水平对比

国别、地区	吨棉纱创汇水平(美元)
上海市	4,686
台湾省	6,600
南朝鲜	8,000
日 本	8,000
西 欧	10,000

5. 产品结构与产业结构不合理的状况日趋严重 这些年，追求“小而全”的产业结构思路以及产品几十年一贯制严重地制约了我国纺织装饰工业的发展。一些内陆与乡镇企业盲目地一哄而起，使纺织原料与复制加工工业发展失衡。低水平的产品扩散已无出路，产品结构与产业结构的调整已成了当务之急。

6. 纺织装饰企业，尤其是沿海地区原材料、能源供应短缺，生产受到严重影响 同时，流通领域中的一些极不正常现象，加剧了企业的困难，导致生产成本不断上升，产品换汇能力下降。

7. 纺织装饰人才培养困难 至今，我们还没有一个完整的纺织装饰配套设计专业。我们的教学安排基本上还是承袭单纯图案与工艺的设计。纵观全国纺织装饰产品的专业设计队伍，能够在系列配套设计中引入建筑空间设计理论，并参与室内空间意境创造，能够体现“情随景迁”，使心理与生理节律相吻合者，为数不多。同时，应当指出，尽管改革开放使我们的产品设计者在生产过程中的作用已为人们有所重视，但是他们的地位还没有真正被确立。他们中大多很少有直接对

外交流的机会,加上缺乏有效的信息网络,对当今世界纺织装饰艺术思潮、学术动态、设计手段等等,知之甚少。在强烈的时代节奏面前,整个设计队伍显得力不从心。

8. 纺织装饰工贸的发展受到现有经济体制的束缚 纺织装饰产品系列配套涉及棉、毛、丝、麻、化纤、印染、制线、针织、巾被各行业,但是,受行政隶属、所有制、财政上缴渠道“三不变”的束缚,企业间的横向经济联合无法有质的突破。由此,即使千辛万苦形成一个较为理想的整体配套设计方案,但由于组织生产者和产品销售者都要受原料、产品,以及地区、部门计划对口的制约,无法适应纺织装饰需要定纺原料及小批量、多品种、快交货的要求。在人为的行业界限、地区界限等等“计划”对口面前,我们面临的是一个各自为政,力量分散,重复投资,重复开发的局面。

二、展望纺织装饰市场前景

在全面治理经济环境,整顿经济秩序中,尤其需要强调市场是企业生产和销售的出发点与归宿。我国纺织装饰行业面临的既是一种挑战,也是一种机遇。我们高兴地看到,党的十三届四中全会坚持深化经济体制改革,已经采取了各项具体政策措施来解决企业面临的原料、能源、资金困难,市场趋于稳定,纺织装饰行业正常生产的大气候已经形成。

1. 随着我国旅游业的蓬勃发展,1988年,全国宾馆已达1,300家,客房总计20万间。目前,不少地方政府已制定了宾馆纺织装饰用品进口审核制度,对盲目进口予以限制。因此,如以更新框算,仅客房纺织装饰品替代进口就达1.08亿美元。此外,盥洗室、餐厅、大量辅助设施对纺织装饰品的需求,以及为数不少的计划外在建宾馆预计在1990年投入使用,纺织装饰产品在旅游市场替代进口前景十分可观。

2. 从表一所列纺织装饰产品在海外市场占有率分析,通过深加工,拓展海外市场潜力很大。1989年春季广交会,纺织装饰织物占纺织新产品成交额的98%,这对用好用活配额,扩大出口创汇是一个有益的启示。

此外,在国际市场上,将纺织装饰品作为礼品馈赠已十分普遍。美国列入圣诞礼品的共有15项,其中第8项和第13项就是纺织装饰产品,如床罩、床单、台布、窗帘等。其金额全年约达8,000万至1亿美元。而家庭装饰的多样性、美观性、豪华性,在发达国家已超过大饭店的装饰。据统计,1988年美国用于家庭装饰的纺织装饰品也达1亿美元。这就说明,注重产品深加工,从系列配套上提高产品附加值,注重整体花型、色泽、规格及包装设计,扩大纺织装饰品对西欧、北美市场的出口是有潜力的。

总之,从量与质上,扩大出口创汇,替代进口节汇,满足市场需求,纺织装饰行业大有可为,沿海纺织装饰行业更应责无旁贷。

三、我国纺织装饰工贸努力赶超世界水平的对策

纺织装饰产品是由多种纤维原料,按多种加工工艺制成,所以具有多种功能。随着时代的发展,我们应尽力使这种可以表现精神个性,装饰多维空间的产品趋向系列配套化,功能组合化,方便卫生化,需求感情化。审时度势,我们认为必须以市场为导向,以沿海纺织装饰生产与出口基地为骨干,组建地区性纺织装饰企业集团作为突破口,加快行业装备更新与特种原材料的研制应用,强化产品质量与工艺标准,完善信息网络,最终突破“三不变”,形成我国完整的纺织装饰领域体系。我们把这一具体对策称之为“绿洲对策”(OASIS)。

1. 集团性的组织化对策(Organization) 为了健康地发展我国的纺织装饰工业,第一步要以产业结构与产品结构调整作为前提,以形成规模经济效益作为主要目标,在平等互利的基础上,企业自愿与政府主管部门“行政干预”相结合,组建地区性的纺织装饰企业集团。这一阶段,应以产品和加工设备互补,把替代进口工作搞上去。同时积极引导工贸结合,联合拓展海外市场。第二步则在组织起来的基础上,选择有知名度、有发展潜力的集团,予以重点扶持,帮助突破“三不变”的束缚,从而形成以原料开发与产品开发相结合、产销合一、较为完整的科研、生产、经营一条龙。第三步则在地区性集团成熟发展的基础上,金融加入,为全面进入海外市场,参与海外投资打下基础。同时,形成全国性的纺织装饰配套协调网络。

2. 先进的机械化对策(Automation) 在工业发达国家的纺织装饰企业中,先进的高效阔幅箭杆、喷气织机和阔幅印染后整理流水线应用已十分普遍。产品的阻燃性、拒水性等物理指标以及产品的深加工工艺趋于成熟,各种纤维原料的生产亦同步发展。相对而言,我国纺织装饰企业的生产设备、加工工艺还十分落后,纺织装饰原料品种供应相对贫乏。对此,需要把力量放在引进关键设备和技术的消化与吸收上。同时,要坚定地执行部已下达的有关淘汰机型停止生产、限期更新的通知,以加快整个行业先进的机械化程度,缩短与工业发达国家之间的差距。

3. 统一的产品标准化对策(Standardization) 目前,我国纺织装饰产品标准有部颁、也有地区或企业拟订的,这些标准与先进工业国普遍采用的推荐性标准有一定的差距。为了使我国的纺织装饰产品进入国际市场,应对国际标准草案或建议的研究与国内标准的修订工作相结合,以国际公认的公司及名牌纺织装饰品为目标,制定相应的我国产品标准。例如,对美国大炮牌床单、毛巾等产品进行全性能分析,从原料到工艺参数进行对比测试,确定合理指标,按标准组织生产,以加快我国纺织装饰产品升级换代,提高国际竞争力。

4. 强化信息交流对策(Information) 对于当今国内外纺织装饰领域学术动向、技术情报、设计手段、市场信息需要及时有效地收集、研究、交流。改变各地信息不通,重复引进,重复开发;改变不适时尚的设计思想,及时调整我们的科研、生产、经营策略。因此,需要对纺织院校的专业设置、纺织科研的情报收集机构作一定的调整,使之在全国形成有效的多层次的“教育”与“信息”网络。

5. 目标体系化对策(Systematization) 纺织装饰产品的发展决定了纺织装饰行业与其它行业的交流与渗透是必然的!跨地区、跨行业、跨所有制的企业集团代表了新的生产力。科研、生产、经营一体化将是这个体系完成的重要标志。因此,对全国纺织装饰行业中长期发展规划需要及早研究、论证,从而指导实践。

我们可以预期,只要各方面重视,尽快采取各种切实有效的措施,完全能够迅速发展我国纺织装饰这一“朝阳工业”,使之成为丰富人们生活,满足市场需求的“绿洲”。

