

丝绸是我国的传统出口商品。近年来,丝绸成品在丝绸类商品出口中所占比重日益增大。1991年,我国丝绸成品出口创汇已约占丝绸类商品出口创汇总额的一半。日本是世界上丝绸消费量最多的国家,也是我国丝绸的主销市场,扩大我国丝绸成品在日本市场的销售,对促进我国丝绸业的发展关系重大。为此,必须分析日本消费者对丝绸成品的需求情况,制定我国丝绸成品在日本市场的定位策略。

一、日本消费者对丝绸成品的需求

1. 不同消费层次的需求 在日本,“超高层”的消费阶层约占消费者总数的2%,约为50万户,200万人左右。作为“超高层”消费者,他们能承受价格为每套500~1000万日元的和服,并是专购世界名牌服装的主要消费者。这一阶层,不管世界经济和国内经济盛衰如何,无论丝绸市场疲软与否,都有相对稳定的消费量。因此,高档丝绸成品较适应该层次消费者的消费心理。年收入在400~800万日元的家庭则是日本的主要消费阶层。他们除食、住、教育等主要开支外,余钱不太多,服装消费虽以物美价廉的合成纤维面料为主,但对购买每件套在12~13万日元的丝绸服装还是有承受力的。因此,中低档丝绸成品在该消费层中仍具有相当大的需求。

2. 不同年龄层次的需求 日本消费者对丝绸成品的需求主要是和服与洋装及其服饰配件两个大类。和服是日本妇女的传统服装。日本妇女身材普遍矮小灵巧,穿着和服既可掩饰身材的不足,又能显示日本妇女优雅的特征,所以日本60%的绸缎用于制作和服。近几年,由于日本职业妇女增加,加之快节奏的工作,使一些职业妇女对于穿着复杂繁琐的和服感到不便,从而对和服的需求有所下降,此外,随着生活方式的变化,年轻人的衣着爱好逐渐转向西式服装。

据日本蚕丝砂糖价格安定事业团日前对2万个日本家庭的调查统计表明,约有5.5%的家庭购买和服;对5000个家庭主妇的调查统计,1988年~1990年,54%的家庭主妇购买西式丝绸服装,与1987年相比增加了21%。西式丝绸服装及服饰配件各占比例为:女外套占30%,男式衬衫、儿童服装等占6~7%,服饰配件占30%。目前,日本销售看好的丝绸产品,男用的是领带、衬衫、茄克衫和睡衣,对妇女来说,最受欢迎的是头巾。该调查还表明:购买丝绸和服和西式丝绸服装的年龄层次大部分在50~59岁,其次是40~49岁,而年轻的一代则对丝绸衬衣、短裤和外衣更有兴趣。

3. 对品种、档次的需求 日本消费者在总体上具有较强的名牌意识。他们对高档名牌丝绸产品的购买往往不惜高价。在东京主要的百货商店里,大量的各式各样的由世界各地著名设计师设计的丝绸服装备受日本消费者的青睐。英国最大的领带经销商之一的奥斯汀瑞德公司生产的领带在日本消费者中名声赫赫,而Burberry成为女头巾的主要牌号。

二、对日出口丝绸成品应采取的策略

根据上述分析,今后一个时期,对日出口丝绸成品应采取定位策略,并应把握以下几方面。

1. 对日出口丝绸成品仍以日本中年及中年以上妇女为主要目标市场,以和服为主要品种,并着眼于正规和服,充分发挥我国苏绣和扎染的技艺优势;同时,从日本劳动力价格较高这一情况出发,尽可能把出口绣片变为出口成衣,通过深加工,提高产品附加值。

2. 鉴于丝绸服装及其服饰配件已出现畅销于百货商店和邮购商行的趋势,(下转第70页)

关贸总协定思考题(之六)

1. 为什么说《贴补与反贴补协议》是有积极作用的?
2. 什么是“被禁止的贴补”(Prohibited Subsidies)? 对其有哪些补救措施?
3. 什么是“可指控的贴补”(Actionable Subsidies)? 如何确定其是否具有专向性?
4. 什么是“不可指控的贴补”(Non-Actionable Subsidies)? 其特别“保障”程序主要有哪些?
5. 如何确定因贴补而造成损害?
6. 进行反贴补调查有哪些重要程序?
7. 如何征收反贴补税?
8. 反贴补临时措施主要有哪些?
9. 反贴补有效追溯是怎么一回事?
10. 何谓对反贴补措施的补救承诺?

关贸总协定上海研究中心

~~~~~  
(上接第 68 页)

日本青年一代已是西式丝绸服装及其服饰配件的现实消费者,而且还是潜力巨大的未来大市场,因此,应将西式丝绸服装及其服饰配件的开发作为重点。这些产品应包括女衬衫、连衣裙、男装、睡衣、领带、披巾、头巾以及一些家庭装饰品,如窗帘、床罩、家具装饰织物等。特别要努力改进产品质量、提高档次、不断开发适销对路的新品种,争创名牌,以满足日本消费者趋于高级化的消费要求。

3. 真丝针织服装有良好的伸缩性,穿着舒适,便于洗涤处理,既可制成内衣、长统袜、又可作为时装和运动装,老少皆宜、颇受欢迎,应作为对日本市场的重点发展产品。