

后配额时代的 中国纺织品贸易

王 珏

摘 要: 2005年1月1日, 纺织品配额在全球范围内的取消引来世界纺织品与服装行业进入“后配额时代”。中国虽然是纺织品服装的主要出口国, 但面对扑面而来的包括SA8000和生态标准在内的各种绿色贸易壁垒, 以及国内出口退税率的下调, 中国的纺织企业不能盲目乐观, 必须要在改进技术、增强社会责任、降低成本以及拓宽贸易方式等方面作出艰苦的努力。

关键词: 配额; 后配额时代; SA8000; 纺织品

中图分类号: F 752 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894(2004)06-0025-04

按照既定的时间表, 2005年1月1日, WTO 纺织品与服装协议(ATC)将正式终止, 世界纺织品贸易将永远告别配额时代而全面回归自由化, 世界纺织品服装贸易将进入“后配额时代”。普遍认为, 中国将成为这一体化进程中最大的受益者, 中国纺织品将增加其在世界市场上的份额。然而, 作为世界纺织品出口大国, 暂且不论中国纺织品发展中存在的粗放型增长、目标市场较为集中、缺乏品牌知名度等内部因素, 仅就针对中国纺织品而层出不穷的纺织品绿色壁垒而言, 面对这样严峻的全球纺织品与服装贸易宏观发展趋势和环境, 就不容中国的纺织品企业过于乐观。中国的纺织品企业必须冷静、理性、客观地看待世界纺织品服装贸易“后配额时代”的到来。

一、特保与反倾销: 直指中国

1. 美国对中国部分纺织品产品设限 2002年1月1日, 世界纺织品贸易自由化进入第三阶段之时, 美国取消了52个类别的配额, 欧盟取消了35个类别的配额。同期, 我国对美国和欧盟一体化类别产品的出口数量分别显著增加了400%和200%。在中美双边贸易中, 美国长期以来呈逆差, 且这种逆差有不断扩大的趋势。而在中国对美国出口的商品中, 纺织品与服装是最主要的产品之一, 中国输美纺织品服装的迅速增加使美国对中国的贸易逆差进一步扩大。为了抑制逆差的继续扩大, 2004年起, 美国利用我国在加入WTO时的承诺议定书第16条和工作组报告第242段, 分别动用特保措施(特别产品保障措施)和纺织品保障措施, 对我国的针织布、胸衣、袍服3类纺织品开始重新设限, 这是美国对相关产品取消配额引发我国对美国出口激增的单边数量限制。在全球纺织品配额即将取消的前夕, 这完全是对中国纺织业的一次警告, 是对2005年后中国纺织品产品出口的威慑, 并且, 欧盟、韩国、日本、加拿大、印度等国家也纷纷根据第242段进行国内立法, 以削弱来自中

国纺织品的竞争力。

2. 中欧纺织品贸易道路坎坷 欧盟委员会于近日宣布:对中国出口到欧盟的部分化纤布发起反倾销调查,这些化纤布包括欧盟海关税则号 54075200、54075400、54076130、54076190 和 54076990 5 大类商品,涉案金额高达 4.87 亿美元,涉及中国企业 900 多家,这将是历年来我国反倾销领域涉案金额最大的一起案件。中国一直是欧盟化纤布产品的最大供应国,此次反倾销调查是在欧盟拒不承认中国的市场经济地位的前提下提出的。而实际上,市场经济地位与倾销无关,市场经济地位是有关行业和企业的问题,而非对国家的整体评判。纺织品行业是中国开放最早、自由化程度最高的行业,它并无外资和外国商品进入的限制,但欧盟仍以“中国仍属于非市场经济国家”为由,用墨西哥这一与我国的发展水平相距甚远的国家作为替代国。其用意不无与美国类似的可能。更有甚者,印度、土耳其、秘鲁、南非等发展中国家也已开始对我国的纺织品进行反倾销和反倾销调查。

一直以来,位于日本和美国之后而作为我国第三大贸易伙伴的欧盟,2003 年与中国的贸易额增幅超过了美国和日本,首次突破 1 252 亿美元,并因为东扩而被 2004 年前 5 月的贸易统计数据显示为中国的第一大贸易伙伴,并超过美国成为我国纺织品的第三大出口市场。特别是鞋类产品,在英国、德国等欧盟国家具有十分庞大的市场,出口呈不断上升趋势。东扩虽然使中国鞋类、服装等纺织品的市场更大了,但更应该看到的是,东扩同时也使得我国曾与新入盟的东欧国家签定的双边协定成为“一纸空文”,原来技术标准相对较低的东欧新成员国将废弃原有标准而按照欧盟的统一标准生产和进口产品,我国纺织企业必须为应对更为严格、更为苛刻的安全、环保和卫生等标准而付出更高的成本和更大的努力。

3. 来自全球的压力 2004 年 3 月,土耳其、墨西哥和美国等国家的纺织品行业,组织发起签署了一个“伊斯坦布尔宣言”,要求 WTO 于 2004 年 7 月接受他们的提案,继续对中国纺织品实行配额管理直到 2007 年底。“宣言”同时要求 WTO 对中国的纺织品出口竞争力进行重新评估。“宣言”的发表得到了 10 多个国家纺织品行业组织的支持。参与和支持该“宣言”的国家基本都是纺织品“一体化”的签字国,他们对这种倒退的认可反映出主观上对中国纺织品出口竞争力的恐惧和担忧。不管最终结果如何,这股力量和思潮的存在总是会对中国纺织品出口产生不利的消极影响。

二、绿色壁垒:难以逾越的鸿沟

国际纺织品与服装贸易领域的非关税壁垒主要是环境壁垒,或者称绿色壁垒。具体包括两个方面:一方面以保护消费者安全与健康为目的,如规定产品的穿着和使用不对消费者的健康造成不利影响;另一方面是对环境的直接影响,即对产品从设计、生产到报废、回收的整个过程制定严格的规定。由于国外对纺织品生产过程中的印花、染色以及后整理等工艺中使用化学物质的要求日趋严格,使中国的纺织品出口受到很大的影响。欧盟国家是对环境保护较为重视的地区之一,其有关国家通过的 OKO—Tex100 纺织品环保标准对进口服装的偶氮游离甲醛等 100 多种有害物质含量做出了严格的规定,德国等国家从 1994 年起就陆续立法,禁止 118 种用偶氮染料染色的纺织品进口,否则将扣留或销毁全部商品,这使得我国 104 种含偶氮染料的纺织品出口中断,造成了巨大的损失。西方国家还对许多日用消费品进行检验,一旦检测出含有致癌芳香胺,就要对全部产品进行销毁并向生产厂家

索赔。据统计,仅是中国出口到德国的纺织品,因未通过其“生态”检验而无法出口的就占约15%。除了欧盟,日本和美国对进口羽绒制品的残脂率也做出必须控制在0.3%~0.5%的范围内的规定。

更为重要和值得引起重视的是SA8000社会道德责任标准。SA8000标准是由社会责任国际(SAI)创办和制定的,是全球第一个针对企业的社会责任的认证标准,其宗旨是“赋予市场经济以人道主义”,核心是保护劳工权益,如不得雇佣童工,必须为劳动者提供达到一定标准的劳动和生产条件,要求对工人的劳动条件和劳动福利进行明确规定等社会行为进行检验等。SA8000标准的提出非常容易被普遍接受和认可。但这一标准的提出也不乏极端保护主义色彩,在纺织品与服装领域,订单与企业社会责任挂钩的现象越来越突出。最近几年,在劳动密集型的加工工业比较集中的珠江三角洲一带,由于企业劳动条件太差而被跨国公司停单的企业已不在少数。据估计,中国有85%的企业将受到SA8000标准的影响。SA8000所规定的企业社会责任包括:不应使用童工;不得使用强迫领导,不得要求员工在受雇起始时交纳“押金”或寄存身份证;应为员工提供安全健康的工作环境,尽量防止意外或健康伤害的发生;不得歧视;无论如何都不能经常要求员工一周工作超过48小时;支付给员工的工资不应低于法律或行业的最低标准;等等。事实上,这些条款并未超出中国劳动法律的范围,有些甚至还低于中国的法律要求和规定,但问题在于,中国普遍存在执行乏力,而丧失订单对企业的威胁却更大。而且目前,关于企业社会责任并没有一个国际公认的具体标准,这些标准都是依据国际劳工标准制定的,而国际劳工标准与中国的《劳动法》之间尚有距离,法律适用或标准适用问题因而势必存在。

三、出口退税新政:内忧外困

2004年和2005年,可谓中国纺织品行业的波澜之年。在2005年全球纺织品配额取消以及因之而导致的更加严峻的国际环境下,在中国出口退税率普遍下调的压力下,2004年1月1日,中国的纺织服装产品的出口退税率从17%和15%下降到13%,包括服装和棉纺织品在内的绝大部分产品的退税率均下调了4个百分点。2004年前5个月,我国纺织品出口增幅为22%,比去年同期低6.2个百分点,出口增速有所放缓。中国的纺织企业正面临着双重的挑战:一方面国内出口退税水平下降要求企业降低成本;另一方面国际纺织品标准提高,绿色壁垒日益严重迫使企业成本提高。中国的纺织企业必须认清现实,迅速实现战略调整,积极采取对策,将不利影响尽量减少到最小。

1. 实现技术进步与创新,提高产品质量,尽快获得生态认证 中国的纺织品和服装业虽然发展时间长,成本低,是出口拳头产品,但从内部结构来看,企业普遍重视的是产品功能开发以及色彩、款式、工艺,却忽略了对环境和安全的影响,尚未真正进入“绿色纺织”时代。中国数百家纺织品生产企业正在使用的染料中有104种都属于德国禁用的,这些国产染料低廉的价格所造就的低成本优势被高筑的“绿色壁垒”完全抵消,而要冲破这道壁垒,唯一的解决方法就是改用合格的染料,要依靠进口,进口染料的价格是国产染料的4~6倍,这严重影响中国纺织品在国际市场上的竞争力。获得生态认证是中国纺织企业最终出路。在欧洲,生态纺织认证已经由一个优势条件逐渐演变为企业所必须具备的一个基本条件,不带绿色标签的产品将无任何市场。获得认证能够为企业带来两大优势:

一是价格优势,二是群体优势。价格优势体现在,带有绿色标签的纺织品服装虽然比同类产品价格高出20%~30%,但欧盟消费者仍倾向于购买有认证的产品。因此,获得认证的企业可以适当提高价格,增加产品附加值从而获得更多利润。通过认证可以扩大客户群体。不具有绿色标签,未获得生态认证不仅是市场将受到限制的问题,更是能否保住原有的市场的问题。因此中国的纺织企业要想利用国际贸易更加宽松的环境和“一体化”机制的利益,成为真正的“最大的赢家”,就必须走生态纺织之路。

2. 增强法律意识,逐步规范和改善劳动条件,应对SA8000标准 在中国的东南沿海地区,出口企业接受跨国公司企业社会责任检查已经十分普遍,在某种程度上,虽然目前看来这是一个挡在中国纺织生产和出口企业面前的绊脚石,但从长远来看,从国家进步和社会文明的角度讲,它具有一定的积极意义,它能够促进企业尽快树立社会责任意识,通过对企业的约束和对公众的渗透而迅速提升国家乃至整个世界的人类生存和工作环境。因此,中国纺织企业的管理者,应该从积极一面来认识和对待SA8000标准,提升自己的社会责任感,要将企业赢利与维护社会的利益相结合,为员工提供应有的劳动条件和环境,爱护员工,这会使员工在舒适的环境下身心愉悦地投入到生产和工作中,员工的主动性和积极性会得到加强,实现企业管理中的“温暖效应”。

3. 尽可能降低成本,减少各环节不必要的浪费 无论是各类新型的生态和绿色标准,SA8000标准,还是出口退税率下调,一个共同点就是会增加企业的成本。在中国,大批以外贸加工出口为主的中小型企业,原本注册资本就不大,利润空间又小,再加之缺乏有效的融资渠道,又要应对各类认证和检查,价格优势就会荡然无存。为了保住市场,企业必须降低成本。降低成本包括两方面的内容:一是降低市场成本;二是降低管理成本。生产成本的下降可以通过技术进步与创新实现,但由于纺织原料价格波动较大,生产成本下降的空间有限,企业更多的努力应该放在提高管理效率、降低管理成本上。

4. 改变贸易方式,减少出口退税率下调的负面影响 出口退税主要针对一般贸易,来料加工和进料加工贸易受出口退税的影响并不大,特别是来料加工,由于采用不征不退的方式,因此与退税率高低并无多大关系。因此,中国的纺织企业完全可以利用大量丰富的劳动力而带来的加工成本低这一优势,替国际著名服装品牌加工生产,以规避退税率下降带来的成本上升。但是必须清醒地看到,中国的纺织品虽然远销世界各地,但却缺乏自有的品牌,没有品牌价值,加之质量问题,导致价格不高。为了提高产品价格,创立国际著名品牌是十分必要的。

5. 深度开发市场,拓宽出口营销渠道 中国纺织品目前主要的出口市场是欧美,而这些国家和地区也正是绿色壁垒最严重和苛刻的。为了绕开贸易壁垒对纺织品出口的影响,进一步开发海外市场,实现出口目标多样化是一种十分有效的措施。中国的纺织品本身就具有世界其他国家难以比拟的优势,在国际市场具有较强的国际竞争力,要尽力发挥这一优势,占领更多的海外市场。

另外,在企业国际化发展的过程中,贸易壁垒对规模化的限制往往会促使企业进行直接投资。中国的纺织企业可以考虑到海外设厂,将产品的生产和销售直接转移到海外,这样不仅可绕过诸多的贸易壁垒,同时还可避免出口退税率下调的影响。

(作者单位:西北大学)