



江西科技师范大学2015年出版资助基金项目

The Funded Projects of Jiangxi Science & Technology Normal University Published in 2015

改革开放以来 中国服装产业发展研究

——以服装市场为核心

高月梅 著



Research on the Development of China's Clothing Industry
Since the Reform and Open
——Taking Clothing Market as Core

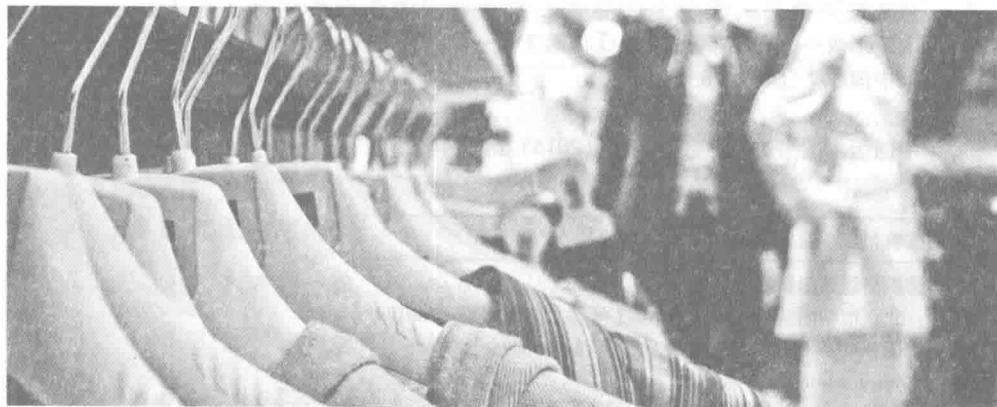
 中国纺织出版社

感谢江西科技师范大学对本专著的资金助

改革开放以来 中国服装产业发展研究

——以服装市场为核心

高月梅 著



Research on the Development of China's Clothing Industry
Since the Reform and Open
——Takeing Clothing Market as Core

 中国纺织出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

改革开放以来中国服装产业发展研究：以服装市场
为核心/高月梅著. —北京：中国纺织出版社，2016.5
ISBN 978-7-5180-2448-3

I. ①改… II. ①高… III. ①服装工业—产业发展—
研究—中国 IV. ①F426.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 054412 号

策划编辑：魏 萌

中国纺织出版社出版发行

地址：北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码：100124

销售电话：010-67004422 传真：010-87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京振兴源印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2016年5月第1版第1次印刷

开本：710×1000 1/16 印张：13

字数：156千字 定价：40.00元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社图书营销中心调换

目 录

第1章 绪论	1
1.1 选题背景	1
1.1.1 服装产业是中国国际化程度最高、最具竞争力的产业 ...	1
1.1.2 服装产业的发展机遇与挑战并存,市场发展问题突出 ...	2
1.1.3 转型升级是中国服装产业发展的主旋律,任重而道远 ...	3
1.2 研究目的与意义	4
1.2.1 研究目的	4
1.2.2 研究意义	5
1.3 研究思路与内容	7
1.3.1 研究思路	7
1.3.2 研究内容	8
1.4 研究方法与创新点	9
1.4.1 研究方法	9
1.4.2 可能的创新点	10
第2章 相关理论及研究综述	11
2.1 概念界定	11
2.2.1 产业	11

2.2.2 服装产业	13
2.2 理论基础	14
2.2.1 新古典经济学理论	14
2.2.2 哈佛学派的产业组织理论	15
2.2.3 芝加哥学派的产业组织理论	17
2.2.4 新产业组织理论	20
2.3 研究现状	25
2.3.1 国外研究现状	26
2.3.2 国内研究现状	28
2.3.3 文献述评	32
第3章 改革开放以来中国服装产业发展的历程	34
3.1 中国服装产业发展的起步阶段（1978～1984年）	35
3.2 中国服装产业的平稳增长阶段（1985～1991年）	37
3.3 中国服装产业的快速膨胀阶段（1992～1996年）	39
3.4 中国服装产业发展的滞缓阶段（1997～1998年）	41
3.5 中国服装产业结构调整的转轨升级阶段（1999～2000年）	43
3.5.1 区域结构调整	44
3.5.2 产品结构调整	44
3.5.3 企业结构调整	45
3.6 中国服装产业趋于成熟并融入世界阶段（2001年至今）	46
3.7 中国服装产业发展历程述评	48
3.7.1 中国服装产业发展历程的总结	48
3.7.2 中国服装产业发展的问题简述	49
第4章 改革开放以来中国服装产业的市场结构研究	51
4.1 市场供需分析	51

4.1.1 中国服装产业的市场需求	51
4.1.2 中国服装产业的市场供给	58
4.2 市场集中度分析	61
4.2.1 绝对集中度	62
4.2.2 相对集中度	70
4.3 进入与退出壁垒分析	72
4.3.1 进入壁垒分析	72
4.3.2 退出壁垒分析	81
第5章 改革开放以来中国服装产业的市场行为研究	85
5.1 价格行为分析	85
5.1.1 价格行为产生的原因	86
5.1.2 中国服装产业的价格行为	88
5.2 非价格行为分析	93
5.2.1 广告行为分析	94
5.2.2 融资行为分析	99
5.2.3 兼并行为分析	110
第6章 改革开放以来中国服装产业的市场绩效研究	116
6.1 经营指标分析	116
6.1.1 产业经济运行情况	116
6.1.2 产业经济效益情况	119
6.2 国际竞争力分析	131
6.2.1 国际市场占有率	131
6.2.2 贸易竞争力指数	138
6.2.3 出口产品质量升级指数	141
6.3 技术创新行为分析	143

6.3.1 服装技术的创新	144
6.3.2 服装产品的创新	151
第7章 改革开放以来中国服装产业发展的问题与出路研究	155
7.1 改革开放以来中国服装产业发展的问题探析	155
7.1.1 供需失衡, 产能过剩问题日趋严重	155
7.1.2 产业集中度低, 产业链整合度不高	158
7.1.3 同质化竞争加剧, 品牌重叠率较高	162
7.1.4 技术水平落后, 劳动生产率偏低	164
7.1.5 广告设计创意缺乏, 投放渠道单一	166
7.1.6 融资渠道不畅, 资金短缺问题突出	168
7.2 新常态下中国服装产业转型升级的对策探讨	170
7.2.1 建立化解产能过剩的长效机制	170
7.2.2 加快行业重组, 促进产业链整合	172
7.2.3 培育核心品牌, 转变发展模式	174
7.2.4 重视研发设计, 推动技术创新	176
7.2.5 丰富设计创意, 拓展投放渠道	177
7.2.6 多方举措, 破解企业融资难题	180
第8章 研究结论与展望	181
8.1 中国服装产业已进入结构调整的关键阶段	182
8.2 我国服装产业的市场行为日趋理性、成熟	183
8.3 中国服装产业的市场绩效显著改善、提高	185
8.4 中国服装产业发展机遇与挑战并存, 任重道远	187
参考文献	189

第 1 章 绪论

1.1 选题背景

1.1.1 服装产业是中国国际化程度最高、最具竞争力的产业

服装产业是最传统也是最时尚的产业。改革开放以来，中国服装产业取得了长足的发展，实现了从传统手工业到现代产业的转变，构建了现代产业体系，当前产业正在以品牌战略为核心推动产业结构调整 and 产业升级，中国服装产业迎来了快速发展的黄金时期。特别是在“十一五”、“十二五”期间，我国政府提出了要加快建设服装工业强国的战略目标，行业发展环境不断优化，中国服装产业进入到发展最好的阶段，产业发展步伐不断加快，转型升级加速，科技水平大幅提高，品牌优势地位显著增强，在全球服装产业价值链中的地位不断提升，中国服装产业取得了内涵式发展的新成绩，整个产业呈现出创新发展的新态势。^① 服装产业是中国建国以来经济建设中的支柱产业，对加快经济增长、吸纳大量劳动力起到了不可替

①王丽丽. 中国服装产业现状及发展趋势分析 [J]. 科技创新导报, 2013, (23): 182.

代的作用，也是中国出口创汇的重要来源。自1994年起，中国服装生产、出口就位居世界第一，年产服装百亿件，是名副其实的服装大国。根据国家统计局和中国海关数据，2014年中国服装产业全年累计出口1863.1亿美元，同比增长5.2%，服装产业仍是我国最成熟且最具国际竞争力的产业。

1.1.2 服装产业的发展机遇与挑战并存，市场发展问题突出

作为基础性消费品产业，服装产业具有发展的相对平稳性。随着工业化智能化水平不断的提升，科技进步的推动，多元化需求趋势的日益凸显，以及服装消费个性化的推动，为服装产业转型升级和增长动力的转换提供了机遇与空间。

与此同时，因全球宏观经济大衰退，人民币升值、劳动力成本提升等因素的影响，行业经济总量增长速度持续放缓，已开始从高速向中速逐步转变，中国服装产业进入自改革开放以来前所未有的“寒冬”期。当前中国服装产量、出口总量虽大，但大多仍以加工贸易的方式进入全球市场。经过30多年的高速发展，长期以低成本参与全球竞争的中国服装产业问题凸显，产业结构不合理，品牌建设薄弱，产品技术含量和附加值低等问题，使得中国服装产业始终“锁定”在全球价值链的低端。中国服装产业目前面临的同质化竞争严重，生成要素成本高企，总体产能过剩，国际市场持续低迷，贸易壁垒日益严重等问题在短时间内难以根除，成为服装产业持续发展的约束因素。^①在种种不利因素的包围之下，中国服装产业陷入前所未见的困境，转型升级迫在眉睫，如果不及时转变发展模式，从全球价值链的低端向中高端

^①李敏. 中国服装产业的现状及创新发展分析 [J]. 现代企业文化 (理论版), 2014 (22): 77, 78.

发展,中国服装产业在失去服装加工的成本优势后,将面临逐步被边缘化的危险,甚至最终丧失在国际贸易中的竞争力。

1.1.3 转型升级是中国服装产业发展的主旋律,任重而道远

中国服装产业的发展前景是广阔的,市场需求仍是巨大的。然而,产业持续发展的后劲不足,亟待转型发展。虽然经济效益的降低是一种正常的回归,但更需要看到从改革开放以来我国服装产业的诸多微妙元素都发生了变化,产品差异化不明显、缺乏技术创新、高端和自主品牌少等问题都严重困扰、制约着服装产业的发展。在未来很长一段时间内,市场的不确定因素依然存在,中国服装产业下行压力仍比较大,发展面临的任務亦显紧迫和艰巨,整个行业也进入新常态。正所谓穷则思变,面对外部形势的新变化,中国服装产业若想继续在全球服装产业竞争中保持优势地位,就需要重新调整发展战略,在清晰认识自身发展规律及在把握全球服装产业发展动态的基础上主动转型升级,提高自身在全球价值链中的地位。其中,产业转型升级是中国服装产业发展关键,依靠劳动力成本优势、投资驱动、规模扩张及出口导向的发展模式已无法适应现代服装产业发展所需,必须发生重大转变,调整深化和提升行业竞争力将成为重点。

中国服装产业要想走出困境,就必须认真审视和反思产业发展现状,把握世界服装发展的规律,了解中国服装产业发展的不足及深层原因,探究要走出目前困境所必须采取的相应措施。本研究拟以中国服装市场为例,采用SCP范式系统分析我国服装产业市场结构、市场行为和市场绩效的现状及问题,在中国服装产业转型升级的大环境中帮助服装产业形成合力的市场结构,规范市场行为,提高产业竞争力及市场绩效,以期对中国服装产业的发展有所裨益。

1.2 研究目的与意义

1.2.1 研究目的

服装产业在中国制造业中占有很重要的地位，当前我国正处于由服装大国向服装强国转变的时期，我国服装产业仍然具有较好的增长潜力，有着广阔的发展空间。特别是随着国家“丝绸之路经济带建设”战略的实施，有助于我国服装产业开拓更加广阔的国际市场。但长期以来，服装产业一直被认为是没有科技含量、低附加值的产业，特别是次贷危机后随着全球经济进入震荡、调整期，我国服装产业国内外市场环境更加严峻，传统竞争优势受到挑战，产业结构不够合理，过度竞争、恶性竞争日益严重，整个产业利润水平急速下降，长期以来的生存发展模式受到严峻挑战，影响了我国服装产业的进一步发展。

整体上看，我国服装产业的发展挑战与机遇并存。服装产业作为我国制造业的领头行业，整个行业处于最困难的时刻，在新常态下如何保证服装产业实现稳步快速发展是十分必要的。在这样的情况下，清晰认识产业发展现状及自身的不足，才能在未来产业结构转型升级及经营方式的变革中做到有针对性的改进，才能不断优化市场结构，规范市场行为，提高市场绩效，这是中国服装产业在产业变革浪潮中保持竞争优势必须要解决的问题。哈佛学派创立的 SCP 范式框架（即市场结构—市场行为—市场绩效）为产业发展现状的实证研究提供了理论支撑，本研究通过对改革开放以来我国服装产

业发展的系统梳理,把握我国服装产业发展的历史与规律,以服装市场为例基于 SCP 范式框架研究我国服装产业的市场结构、市场行为和市场绩效,根据结果分析我国服装产业发展中存在的亟待解决的问题,并就如何推动我国服装产业在新常态下的发展献策,为市场提供一个理性的认识,为产业参与者的偏好选择提供正确决策。

1.2.2 研究意义

产业结构调整及转型升级是我国服装产业发展的大势所趋,近年来诸多学者就这一问题做了研究探讨,但大量文献集中研究如何通过产业问题分析及解决来促进我国服装产业的转型升级,对整个产业状况分析不够透彻,鲜有研究运用产业组织工具和框架来全面解释服装产业发展的具体问题。服装产业的发展受诸多因素的共同制约,市场结构、市场行为(如生产商、销售商的行为)等任何细微方面都会影响产业绩效的大小,以往的研究多从产业利润率等几项指标来分析产业发展状况,显然过于肤浅片面。SCP 范式是产业组织理论中分析市场竞争行为和市场效率的重要工具^①,本研究采用 SCP 范式来系统分析改革开放以来我国服装产业的发展,不局限于肤浅的现象描述,而是站在更加系统全面的角度对我国服装产业的发展进行全方位、多角度的分析,剖析我国服装产业发展中存在的一些问题并加以改善,使服装产业更加健康、有效率的发展。

^①McWilliams A, Smart D L. Efficiency v. structure - conduct - performance: Implications for strategy research and practice [J]. Journal of Management, 1993, 19 (1): 63 - 78.

(1) 有利于丰富服装产业的理论研究体系

当前,国内学者多基于问题导向来研究中国服装产业的发展,从产业组织学角度分析中国服装产业的研究相对较少。即使是对中国服装产业的研究,也轻系统、实证分析,重单一、规范分析,涉及服装产业组织层面的较少。本书结合改革开放以来服装产业发展的实践成果,从产业组织层面运用 SCP(结构—行为—绩效)范式框架对中国服装产业进行较为系统的研究,在一定程度上可以完善服装产业组织理论研究体系的不足,填补这一领域的研究不足,力求形成一个相对科学的中国服装产业发展的理论框架,促进中国服装产业的转型升级。

(2) 有利于推进中国服装产业的健康发展

以现代产业组织理论的 SCP 范式为出发点,在系统梳理改革开放以来中国服装产业发展现状的基础上开展研究,基于 SCP 分析范式这样一个全新的视角,较为系统地分析研究中国服装产业市场结构、市场行为及市场绩效,总结归纳中国服装产业发展的现状和存在的问题,并提出相应的政策建议。本研究有助于我们从产业组织层面更加清晰地认识我国服装产业的发展、运行状况,也为今后我国服装产业结构调整,市场结构的优化,市场行为的规范等提供支持,改善市场竞争环境,帮助中国服装产业摆脱发展中的瓶颈问题,提升中国服装产业的国际竞争力,帮助中国服装企业培育竞争优势,打造更多有竞争力的服装品牌,从而推动中国服装产业真正意义上实现从制造大国向品牌大国的转变。

1.3 研究思路与内容

1.3.1 研究思路

如图 1-1 所示,本研究通过改革开放以来中国服装产业发展概况的梳理,重点阐述服装产业的发展历程及现状;在此基础上,以中国服装市场为例,基于对中国服装市场现实状况的分析,拟合公开的行业数据,采用 SCP 范式对中国服装产业的市场结构、市场行为及市场绩效进行讨论、研究和分析,进而结合 SCP 分析结果剖析改革开放以来中国服装产业发展中存在的亟待解决的问题,并据此提出合理的政策建议,以推动中国服装产业的转型升级和健康发展。

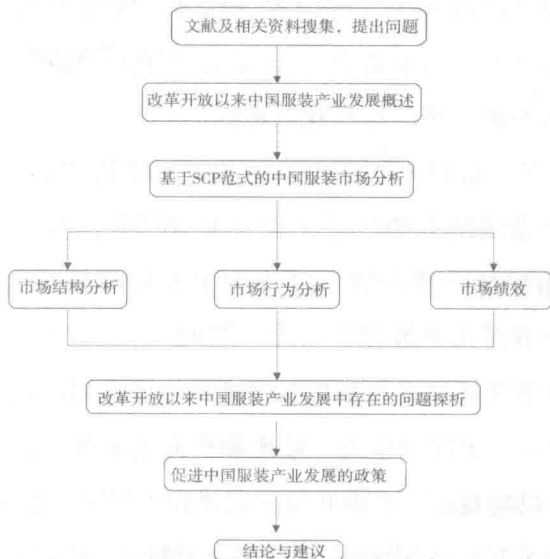


图 1-1 论文研究的技术路线

1.3.2 研究内容

第1章，绪论，系统阐述本书的研究背景，概述研究目的及意义之所在，介绍本书的研究思路、内容与方法，归纳研究的创新点。

第2章，相关理论及研究综述，辨析并界定“服装产业”的定义，继而对SCP范式的起源及主要理论观点进行阐述并进行总结，在此基础上通过对国内外相关研究的梳理，对与本研究相关的国内外研究成果进行整理及综述。

第3章，改革开放以来中国服装产业的发展历程，在前人研究的基础上，通过回顾中国服装产业改革开放以来的发展历程，厘清其发展脉络，描述中国当代服装产业的简史，为研究的开展提供较为系统的背景参考。

第4章，改革开放以来中国服装产业的市场结构分析，以中国服装市场为例，从SCP范式中的市场结构要素来剖析我国服装市场，主要包括市场供需、市场集中度等内容，此外对服装市场的进出壁垒指标也进行了细致分析。分析改革开放以来，我国服装产业市场结构的变化情况，了解产业市场结构现状及特点。

第5章，改革开放以来中国服装产业的市场行为分析，紧接上一章内容，从SCP范式的市场行为方面（价格行为、非价格行为）来分析中国服装市场现状，其中非价格行为主要从广告行为、融资行为、兼并行为等三个方面来考量。

第6章，改革开放以来中国服装产业的市场绩效分析，重点关注服装企业的经营指标、国际竞争力、技术和产品创新等。通过这些指标的比对分析，便可以直观地认识到我国服装产业市场绩效的现实发展状况。

第7章，改革开放以来中国服装产业发展的问题与出路研究，梳理我国服装产业发展的问题，就如何推动中国服装产业的持续发展提

出针对性的建议。

第8章，结论与展望。

1.4 研究方法与创新点

1.4.1 研究方法

本书使用的研究方法如下：

(1) 理论逻辑与历史逻辑相统一

产业的发展要尊重事实，尊重事物发展的客观规律。中国服装产业根植于我国特殊的政治、经济环境，对服装产业的发展需要从历史的视角，采用逻辑的方法了解产业发展的历程。理论与历史逻辑相统一，总结改革开放以来中国服装产业的过去，立足新常态下服装产业发展的现实，展望产业发展未来。

(2) 实证研究与规范研究相结合

以中国服装市场为例，基于近年来公开发布的数据，采用SCP分析范式开展中国服装产业发展现状的实证研究，主要是回到改革开放以来中国发展产业发展的历程与目前发展现状“是什么”，中国服装产业发展的问题“是什么”。同时，结合规范研究，分析新常态下中国服装产业应该“如何发展”的问题。

(3) 定性分析与定量分析相结合

通过定性分析对本研究涉及的核心概念进行界定，介绍研究的理论基础，分析改革开放以来中国服装产业发展的历程及相关问题；定量分析主要是基于现实数据，采用相关的衡量指标来分析我国服装市

场 SCP 分析范式中的具体内容。将定性分析与定量分析相结合，清晰梳理我国服装产业发展中存在的各类问题。

1.4.2 可能的创新点

(1) 研究思路的创新

任何产业的发展都是承先启后、继往开来的，中国服装产业亦如此。以往的研究片面地将中国服装产业的历史、现在与未来割舍开来，导致产业发展脉络支离破碎，本研究采取“历史—现实—未来”的思路，通过对改革开放以来中国服装产业历程的梳理，分析产业现实，展望产业未来，形成一种“时空交错”的立体式研究思路，更清晰的展示我国服装产业历史、现实与未来的关系。

(2) 研究视角的创新

以往对于服装产业的研究多是针对服装产业的问题或特定的研究视角，如单纯研究服装产业的市场结构或市场行为的某一方面，这样的研究结论要么缺乏普适性，要么研究结论的科学性得不到验证。本书基于 SCP 范式全新的研究视角分析中国服装产业现存的结构以及相关行为、绩效，拓展了研究视角，提高了对中国服装产业研究的系统性，能够更加全面地了解产业现状及存在问题。

(3) 研究方法的创新

以往关于中国服装产业的研究以理论研究居多，实证研究较少，定性研究居多，定量研究较少，特别是对于服装产业内部市场绩效的评估量化研究较少，本书综合运用经济学（财务）、国际贸易学中评价产业绩效的方法，基于现实数据分析中国服装产业的市场绩效，丰富了关于服装产业的研究方法，提高了研究成果的科学性，有助于我们更加清晰的把握中国服装产业市场绩效的变化情况。