



纺织高等教育“十一五”部委级规划教材
纺织服装经济与管理系列高等教材

现代纺织经济与 纺织品贸易

↗ **X** IAN DAI FANG ZHI
JING JI YU FANG ZHI PIN
MAO YI

高长春 ◎主 编
肖 岚 陈慰来 ◎副主编

策划编辑：崔俊芳

责任编辑：宋蕊

封面设计： 周周设计局

纺织服装经济与管理系列高等教材

《纺织服装贸易概论》

《纺织品服装消费科学》

《纺织品服装市场调研与预测》

■ 《现代纺织经济与纺织品贸易》

《纺织服装外贸跟单》

《纺织服装外贸单证》

《纺织服装电子商务》

《纺织服装外贸英语函电》

《纺织服装外贸案例分析》

《纺织服装进出口操作指南》

《纺织服装企业物流管理》

《纺织服装质量控制与管理》

《现代纺织企业管理（第2版）》

《技术经济分析》

王建坤

戴晓群

刘国联

高长春

倪武帆

倪武帆

汤兵勇

刘嵩 曲丽君

吴雄英

钱竞芳

杨卫丰 王亚超

王亚超

孙明贵

郑建国

上架建议：轻工/纺织

ISBN 978-7-5064-5297-7



9 787506 452977 >

定价：33.00元



纺织高等教育“十一五”部委级规划教材
纺织服装经济与管理系列高等教材

现代纺织经济与纺织品贸易

高长春 主编

肖 岚 陈慰来 副主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书从现代纺织的概念出发,将主要经济理论与纺织产业相结合,将理论教学与具体案例分析相结合,以不同的视角来解析中国纺织业的发展、特点与国际贸易情况。本书各章后均附有相关案例和思考题,以帮助学生理解相关知识点并检查学习效果。

本书既可作为高等院校纺织、服装和经济管理类专业学生的教材,也可作为从事纺织品服装生产和贸易人员的自学参考书。

图书在版编目(CIP)数据

现代纺织经济与纺织品贸易/高长春主编. —北京:中国纺织出版社,2008. 10

纺织高等教育“十一五”部委级规划教材
(纺织服装经济与管理系列高等教材)

ISBN 978 - 7 - 5064 - 5297 - 7

I. 现… II. 高… III. ①纺织工业-经济发展-中国-高等学校-教材 ②纺织品-国际贸易-高等学校-教材

IV. TS101 F426. 81 F746. 81

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 139320 号

策划编辑:崔俊芳 责任编辑:宋蕊 责任校对:陈红
责任设计:李然 责任印制:何艳

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

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

E-mail:faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社印刷厂印刷 三河市永成装订厂装订

各地新华书店经销

2008年10月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:13

字数:261千字 定价:33.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

全面推进素质教育,着力培养基础扎实、知识面宽、能力强、素质高的人才,已成为当今本科教育的主题。教材建设作为教学的重要组成部分,如何适应新形势下我国教学改革要求,与时俱进,编写出高质量的教材,在人才培养中发挥作用,成为院校和出版人共同努力的目标。2005年1月,教育部颁发了教高[2005]1号文件“教育部关于印发《关于进一步加强高等学校本科教学工作的若干意见》”(以下简称《意见》),明确指出我国本科教学工作要着眼于国家现代化建设和人的全面发展需要,着力提高大学生的学习能力、实践能力和创新能力。《意见》提出要推进课程改革,不断优化学科专业结构,加强新设置专业建设和管理,把拓宽专业口径与灵活设置专业方向有机结合。要继续推进课程体系、教学内容、教学方法和手段的改革,构建新的课程结构,加大选修课程开设比例,积极推进弹性学习制度建设。要切实改变课堂讲授所占学时过多的状况,为学生提供更多的自主学习的时间和空间。大力加强实践教学,切实提高大学生的实践能力。区别不同学科对实践教学的要求,合理制定实践教学方案,完善实践教学体系。《意见》强调要加强教材建设,大力锤炼精品教材,并把精品教材作为教材选用的主要目标。对发展迅速和应用性强的课程,要不断更新教材内容,积极开发新教材,并使高质量的新版教材成为教材选用的主体。

随着《意见》出台,教育部组织制订了普通高等教育“十一五”国家级教材规划,并于2006年8月10日正式下发了教材规划,确定了9716种“十一五”国家级教材规划选题,我社共有103种教材被纳入国家教材规划。在此基础上,中国纺织服装教育学会与我社共同组织各院校制订出“十一五”部委级教材规划。为在“十一五”期间切实做好国家级及部委级本科教材的出版工作,我社主动进行了教材创新型模式的深入策划,力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应,充分体现教材的适用性、科学性、系统性和新颖性,使教材内容具有以下三个特点:

(1) 围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点,从提高学生分析问题、解决问题的能力入手,教材附有课程设置指导,并于章首介绍本章知识点、重点、难点,及专业技能,增加相关学科的最新研究理

论、研究热点或历史背景,章后附形式多样的思考题等,提高教材的可读性,增加学生学习兴趣和自学能力,提升学生科技素养和人文素养。

(2) 突出一个环节——实践环节。教材出版突出应用性学科的特点,注重理论与生产实践的结合,针对性地设置教材内容,增加实践、实验内容。

(3) 实现一个立体——多媒体教材资源包。充分利用现代教育技术手段,将授课知识点制作成教学课件,以直观的形式、丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分,为出版高质量的教材,出版社严格甄选作者,组织专家评审,并对出版全过程进行过程跟踪,及时了解教材编写进度、编写质量,力求做到作者权威,编辑专业,审读严格,精品出版。我们愿与院校一起,共同探讨、完善教材出版,不断推出精品教材,以适应我国高等教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

纺织服装经济与管理系列高等教材

编写委员会

(按姓氏笔画排序)

主 任 陈田初

副主任 王 璐 宁 俊 孙明贵 常亚平

委 员 于永玲 王亚超 王建坤 王 瑞 刘 嵩 刘国联

向新柱 汤兵勇 吴中元 吴湘济 吴雄英 张一风

李长龙 李雄诒 杨卫丰 狄剑锋 陈国强 武志云

郑建国 祝成炎 胡丹婷 倪武帆 奚柏君 徐山青

徐 进 郭 伟 郭建生 郭 嫣 钱竞芳 高长春

谢春萍 潘福奎 薛 元 戴晓群

随着我国市场经济体制的逐步完善,2001年加入世界贸易组织和2005年纺织品配额的取消,纺织品国内市场与国际市场逐步接轨,中国已成为全球纺织品生产和出口领域中最引人注目的国家之一。根据相关数据显示,2006年中国纺织品服装出口已占世界贸易额的26.4%(其中服装出口高达30.6%),但是我国纺织业在迅速发展的同时,由于主要以劳动密集型产品为主,过度依赖劳动力优势,也存在着技术密集型产品发展缓慢,企业规模不大,产品附加值低,缺少国际知名品牌等一些问题。

面对不断增加的劳动力、原材料成本和国际贸易摩擦,我国纺织企业如何合理配置各种资源,使得资源利用更加经济合理;如何在经营中降低成本,提高利润,根据市场的需求安排生产;如何在国际贸易中获得更多的收益等,需要我们从经济学、管理学和国际贸易的角度去把握。

目前国内关于经济学、管理学和纺织品国际贸易实物操作方面的著作不胜枚举,但是系统地融合经济学相关理论和我国纺织服装产业特点的书籍却很少。作为纺织高等教育“十一五”部委级规划教材,我们意在借鉴经济学、管理学和国际贸易的相关理论,结合纺织服装产业发展等内容,在介绍一些基本理论和知识点的基础上,使读者既能够从宏观上了解世界纺织行业发展的轨迹和中国纺织行业经济发展的特点,又能够从微观上掌握纺织企业和纺织品市场的特点。

本书主要由东华大学、浙江理工大学和哈尔滨工业大学几位从事经济学、纺织经济与贸易教学和研究的教师在总结实践经验的基础上编写而成,其主要特点是从现代纺织基本理论出发,以纺织经济资源的合理配置为目标,将经济学理论与纺织产业相结合,并结合理论教学与具体案例分析的内容,从不同的视角来解析中国纺织业和纺织企业的特点。本书较全面地分析了纺织经济和纺织品国际贸易问题,既可用于纺织、服装、经济管理类和其他相关专业学生的教材,也适用于从事纺织品服装行业的工作人员,作为其学习资料。

全书共分十章。第一章至第七章侧重于介绍转轨经济和二元经济结构以及纺织业国际产业转移背景下中国纺织企业的发展,纺织企业的生产管理与新产品开发,成本与利润管理,纺织品市场需求与影响市场需求的主要因素,纺织产业国际竞争力比较,技术进步与纺织经济的发展等内容;第

八章至第十章主要从国际贸易主要理论、我国纺织品对外贸易发展现状和发展战略,以及纺织品对外贸易实务三个方面来介绍纺织品国际贸易的内容。

在本书编写过程中,参阅了大量专家同行的著作和文献资料,并从中吸取了一些符合本教材编写要求的内容,相关参考书目附于每章后的参考文献中。在此,特对这些参考文献的作者表示敬意和感谢!

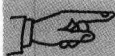
本书由高长春担任主编。具体编写分工为:高长春编写第一章;肖岚编写第二章、第三章;陈慰来编写第四章、第十章;赵君丽、徐丽编写第五章;赵君丽编写第八章;钱竞芳、刘蕴莹编写第六章、第九章;岳甚先编写第七章。

本书的编撰、出版工作得到了东华大学各级领导的大力支持,在此一并致谢。

尽管我们做出了许多努力,但由于学识有限,若有错误和不当之处,敬请专家和读者给予批评、指正,在本书再版时我们将予以更正。

编者

2008年6月



课程设置指导

本课程设置意义 “现代纺织经济与纺织品贸易”课程采用理论结合实际、定性和定量分析方法相结合,系统地介绍了相关经济学和国际贸易理论,同时还结合了外部环境的变化和纺织产业的特点对现代纺织经济与纺织品贸易进行了全面分析。本课程有利于学生在掌握基本经济学和国际贸易理论知识的基础上,从宏观角度整体把握纺织经济的特点和分析纺织品国际贸易的现状与发展。

本课程教学建议 “现代纺织经济与纺织品贸易”课程作为培养纺织行业综合性人才的主干课程,本书可用于现代纺织技术专业“纺织品检测与经贸”、“纺织品检测/国际贸易实务”、“服装贸易”方向的主干课程教材;也可用于经济管理类专业的选修课程教材。

本教材可供3或4学分的课程使用一学期,建议学时为48或72课时,建议每课时讲授字数控制在4000字以内,教学内容包括本书全部内容。对于只有2学分的课程,可以压缩相关内容。就专业而言,如果是纺织专业类学生,建议使用全书;如果是经济管理类专业的学生,建议在修完相关经济理论基础课后,选修本门课程。其他专业可以选择与专业有关的内容进行教学。

本课程教学目的 通过本课程的学习,可以使学生在掌握基本经济理论和分析方法的同时,了解在全球和区域经济一体化环境下,纺织经济在我国国民经济不同阶段的地位及其变化的原因,认识到我国纺织业在国际竞争中的比较优势和不足之处,学会客观地分析纺织业的特点和中国纺织业的发展。

第一章 导 论	1
第一节 现代纺织的概念和应用前景	1
一、现代纺织的概念	1
二、现代纺织品的构成和应用	1
第二节 转轨经济和二元经济结构中中国纺织业的发展	2
一、转轨经济中中国纺织业的发展	2
二、二元经济结构中中国纺织业的增长	4
第三节 全球化经济中的中国纺织业发展	5
一、第二次世界大战后全球纺织业发展的历史与现状	5
二、中国纺织业对外经济贸易的发展	5
三、中国纺织业的国际竞争力	7
第四节 中国纺织业面临的压力和挑战	7
一、中国纺织业内部面临的压力和挑战	7
二、中国纺织业外部面临的压力和挑战	8
思考题	9
参考文献	10
第二章 全球化和区域经济一体化中的中国纺织业	11
第一节 中国纺织业在国民经济中的地位	11
一、纺织服装业是一个民生行业	11
二、纺织服装业是一个净创汇行业	11
三、纺织服装业促进相关产业的发展	12
第二节 全球化经济与纺织业的国际产业转移	13
一、主要国际产业转移理论	13
二、纺织服装业的国际转移历史	16
第三节 区域经济一体化与纺织服装业的发展	18
一、区域经济一体化概念	18

二、区域经济一体化的发展	19
三、区域经济一体化对我国纺织业的影响	20
思考题	21
参考文献	22
第三章 纺织品成本与利润管理	23
第一节 成本的概念与分类	23
一、成本的概念	23
二、成本的分类	23
第二节 成本计算方法、销售收入和利润的核算	25
一、成本计算方法	25
二、销售收入的核算	28
三、利润的核算	28
第三节 成本管理、目标成本和目标利润	29
一、成本管理	29
二、目标成本和目标利润	30
第四节 纺织品成本与利润管理	30
一、纺织原料成本	30
二、劳动力成本	31
三、销售费用与财务费用	32
四、纺织品利润	32
思考题	34
参考文献	34
第四章 纺织企业生产与管理	35
第一节 纺织企业的生产经营战略	35
一、纺织企业的核心竞争力	35

二、纺织企业的战略定位	36
三、纺织企业的战略措施	37
第二节 纺织企业生产管理和质量控制	40
一、纺织企业的生产管理	40
二、纺织企业的质量控制	43
第三节 纺织新产品开发及其市场	48
一、纺织新产品开发概述	48
二、纺织新产品开发的程序及其市场化过程	51
思考题	56
参考文献	56
第五章 纺织品市场需求	57
第一节 市场需求理论介绍	57
一、需求与需求定理	57
二、影响需求的因素	58
三、需求量的变动与需求变动	59
四、需求弹性	59
第二节 纺织品市场需求及其影响要素分析	61
一、纺织品的市场需求	61
二、影响纺织品需求的要素分析	62
第三节 纺织品市场需求变化及纺织品的生命周期	63
一、纺织品市场需求的变化	63
二、纺织品的生命周期	66
第四节 拓展我国纺织品市场发展的对策	67
一、加大研发投入,促进产业升级	68
二、实施品牌战略,拓展营销渠道	68
三、开拓多元化市场,扩大出口空间	68

四、尝试“走出去”,提高企业竞争力	69
思考题	70
参考文献	70
第六章 纺织产业国际竞争力比较	72
第一节 产业国际竞争力理论	72
一、竞争的基础知识	72
二、产业国际竞争力理论	73
三、纺织产业国际竞争力	74
四、产业国际竞争力评价体系	75
五、产业国际竞争力评价指标	76
第二节 世界主要发达国家纺织产业国际竞争力	78
一、美国纺织产业国际竞争力	78
二、欧盟纺织产业国际竞争力	79
三、日本纺织产业国际竞争力	81
第三节 世界主要发展中国家和地区纺织产业	
国际竞争力	83
一、墨西哥纺织产业国际竞争力	83
二、土耳其纺织产业国际竞争力	84
三、印度纺织产业国际竞争力	85
四、越南纺织产业国际竞争力	86
第四节 中国纺织产业国际竞争力	87
一、我国纺织产业的现状	87
二、我国纺织产业国际竞争力分析	89
三、提升中国纺织产业国际竞争力的战略选择	92
思考题	94
参考文献	95

第七章	技术进步与纺织经济的发展	97
第一节	经济增长理论与技术进步.....	97
一、	索洛—斯旺模型:外生经济增长模型.....	98
二、	新经济增长理论:内生经济增长理论.....	101
三、	经济增长理论对技术进步的认识.....	103
第二节	技术进步与纺织经济发展的关系.....	103
一、	技术进步促进纺织产业生产的进步.....	103
二、	技术进步促进纺织产业结构优化和升级.....	105
三、	技术进步提升纺织产业的国际竞争力.....	107
第三节	世界纺织科技的发展概况与我国的 纺织技术进步.....	108
一、	世界纺织科技的发展概况.....	108
二、	我国纺织技术进步状况.....	110
三、	我国纺织业的自主创新.....	117
思考题	122
参考文献	123
第八章	国际贸易相关理论及其在纺织品贸易中的应用	124
第一节	传统国际贸易理论介绍.....	124
一、	重商主义的贸易学说.....	124
二、	斯密的绝对利益说.....	125
三、	李嘉图的比较利益说.....	126
四、	穆勒的相互需求理论.....	127
五、	赫克歇尔—俄林的要素禀赋说.....	127
第二节	现代国际贸易理论介绍.....	128
一、	赫克歇尔—俄林模型面临的挑战 ——里昂惕夫之谜.....	128

二、规模经济与国际贸易	129
三、基于动态技术差异的国际贸易	130
四、需求决定的贸易模式	131
思考题	134
参考文献	134
第九章 中国纺织品对外贸易及发展战略	135
第一节 国际纺织品贸易发展现状与趋势	135
一、国际纺织品贸易的发展及现状	135
二、国际纺织品贸易的发展趋势	136
第二节 中国纺织品对外贸易的发展与现状	138
一、中国纺织品贸易的发展	138
二、中国纺织品服装主要出口市场	143
第三节 中国纺织品对外贸易的特点与竞争格局	150
一、中国纺织品对外贸易的特点	150
二、中国纺织品服装贸易的竞争格局	152
第四节 中国纺织品对外贸易的应对策略与措施	153
一、政府层面的应对策略与措施	153
二、产业层面的应对策略与措施	154
三、企业层面的应对策略与措施	155
思考题	157
参考文献	157
第十章 纺织品对外贸易实务	158
第一节 出口贸易的流程	158
一、交易前的准备阶段	158
二、交易磋商、订立合同阶段	161

三、组织货源阶段	163
四、履行合同、处理争议阶段	163
五、核算效益、总结得失	164
第二节 常用国际贸易术语	164
一、国际贸易术语的含义和作用	164
二、国际贸易术语相关的国际贸易惯例	165
三、INCOTERMS2000	165
四、常用国际贸易术语解释	166
五、贸易术语的选用	170
第三节 案例分析	170
一、国际贸易实务贸易术语部分	170
二、国际贸易实务合同洽商部分	175
三、国际贸易实务货款收付部分	178
四、国际贸易实务货物运输保险部分	182
五、国际贸易实务违约、索赔、不可抗力和仲裁部分	185
思考题	189
参考文献	189