



纺织服装高等教育“十一五”部委级规划教材

服装进出口贸易

陈雁 李莉 编著

FUZHUANG
JINCHUKOU
MAOYI

东华大学 出版社



纺织服装高等教育“十一五”部委级规划教材

服装进出口贸易

陈雁 李莉 编著

东华大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

服装进出口贸易/陈雁, 李莉编著. —上海: 东华大学出版社, 2008. 8

ISBN 978-7-81111-475-1

I. 服... II. 陈... III. 服装—进出口贸易
IV. F746.83

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 136119 号

责任编辑 杜亚玲 谭 英
封面设计 敏 子

服装进出口贸易

陈雁 李莉 编著

东华大学出版社出版

(上海市延安西路 1882 号 邮政编码:200051)

新华书店上海发行所发行 上海市崇明县裕安印刷厂印刷

开本:787×1092 1/16 印张:13.5 字数:340 千字

2008 年 10 月第 1 版 2008 年 10 月第 1 次印刷

印数:0 001~5 000

ISBN 978-7-81111-475-1/TS·093

定价:29.00 元

前 言

.....

随着国际贸易组织的成立,全球贸易自由化得到极大的发展。贸易自由化顺应了全球经济一体化、金融一体化和信息技术革命的潮流,极大地促进了全球经济的高涨。改革开放以来,我国积极创造条件加入世贸组织,国家进行了一系列对外贸易经营权的改革,更多的企业和个人可以在政策规定的框架内,从事对外贸易业务。正因为创造了这些条件,我国的对外贸易得到了迅速的发展,当国际市场全面向我国开放以后,我们又有了进一步发展的机会和空间。

纺织服装产品一直是我国出口贸易的主打产品之一,经过多年的发展,我国不仅成为世界第一大纺织服装生产国,也是世界第一大纺织服装出口国。连续多年纺织服装产品的贸易顺差每年都在 200 亿美元以上,在我国国民经济中占有极其重要的地位。

随着服装出口业务量的逐年增加,对服装出口贸易从业人员的需求量也在逐年增加。掌握服装专业知识、了解国际贸易程序、具备实际操作能力的高层次人才已经成为相关企业紧缺的资源。高等院校服装设计与工程专业为社会培养了大批高层次的专业人员,其中相当一部分参与到服装出口贸易的工作中去。具有比较全面的专业知识成为高等教育服装专业学生从事服装出口贸易的核心竞争能力,但是国际贸易知识的缺乏也阻碍了他们的事业迅速发展和提升。

为了适应社会对人才的需求,高等院校服装相关专业纷纷开设有关国际贸易的课程。本教材为了顺应我国服装出口发展的趋势,结合服装国际贸易的特点,系统反映服装出口贸易工作的特点,结合国际贸易的一般操作实务和服装出口贸易的具体特点进行了编写。

本教材具有以下特点:

1. 系统地介绍国际贸易的基本特点、程序和实务基础知识,保持国际贸易实务的知识主线。
2. 结合出口服装产品的特点,介绍从事服装国际贸易实际工作的特殊点,能

够将国际贸易实务与服装产品结合起来,可以为服装专业从事进出口贸易的人员和国际贸易专业从事服装出口贸易的人员提供参考。

编者多年来分别从事高等院校服装设计与工程专业相关课程的教学和服装出口贸易工作,积累了丰富的教学经验和服装出口贸易实践经验,此次合作编写本书,希望能够对服装专业的课程教学、服装贸易公司业务实践起到一定的借鉴作用。

本书的编写得到了东华大学出版社、苏州大学、有关进出口贸易公司的大力支持,在此表示感谢!

编者

2008年8月

目录

前言

第一章 绪论

- 第一节 服装进出口贸易的发展和现状 1
- 第二节 服装进出口贸易的特点 3
- 第三节 服装出口贸易的壁垒与障碍 4
- 第四节 服装国际贸易的形式 9
- 第五节 电子商务在服装出口贸易中的应用 13

第二章 服装进出口贸易的基础

- 第一节 服装材料 19
- 第二节 服装规格和结构 33
- 第三节 服装生产加工 41
- 第四节 出口服装的质量控制与评判 49

第三章 服装出口贸易的前期工作

- 第一节 服装出口市场的开发与研究 67
- 第二节 出口服装产品分析与开发 70
- 第三节 贸易磋商 74
- 第四节 服装出口合同的签订 79

第四章 服装进出口贸易商务函电

- 第一节 商务信函的格式和主要内容 85

第二节	商务信函的种类及要点	87
第五章	出口服装的名称、数量与品质	
第一节	服装名称与规格	95
第二节	出口服装的数量	98
第三节	服装品质	101
第四节	出口服装的包装	107
第六章	出口服装的价格	
第一节	国际贸易的价格术语	112
第二节	出口服装价格术语的运用	116
第三节	出口服装的价格构成	118
第四节	出口服装的报价	122
第七章	出口服装的货款结算	
第一节	货款支付时间	128
第二节	货款支付工具	129
第三节	货款支付方式	132
第八章	出口服装的运输和保险	
第一节	国际贸易的货物运输方式	146
第二节	国际贸易的货物交付	151
第三节	货物的运输保险	154
第九章	国际贸易争议的预防与处理	
第一节	商品检验	161
第二节	索赔与理赔	168
第三节	不可抗力与仲裁	170
第十章	服装出口合同的履行	
第一节	备货	173
第二节	催证、审证、改证	177
第三节	托运、保险、报检和报关	180
第四节	制单结汇	189
参考文献		210

第一章 绪 论

第一节 服装进出口贸易的发展和现状

长期以来,世界贸易一直处于相对稳定的发展阶段,世界服装贸易总量在逐年稳步增加。而在这段时期内,中国脱颖而出成为世界上发展速度最快的纺织服装出口国。

纺织服装是国际贸易中重要商品之一,我国纺织服装出口在全球的地位逐年上升,在世界纺织品出口的排名由 1980 年的第 10 位跃居 1995 年的第 1 位后,一直保持着世界第一纺织服装出口大国的地位,确立了我国在世界经济格局中的地位。纺织服装产品的出口是我国外汇收入的主要来源。纺织服装产品出口的持续稳定增长对保证我国的外汇储备、国际收支平衡及人民币稳定至关重要。

另外,纺织服装产品的出口也解决了我国劳动力就业的问题。资源丰富而平均受教育水平低是我国劳动力的特点,纺织服装产业作为劳动密集型产业消化了大量的这种劳动力。据不完全统计,目前我国纺织服装产业总产值和销售收入约占全国工业的 10% 左右,而从业人员约占 14%,间接就业者超过 1 亿。

总体而言,我国的纺织服装行业仍然属于低技术的劳动力密集型行业,但是改革开放以来获得快速的发展。到目前为止,已经形成了纺纱(丝)、织造、印染、整理、服装生产的完整产业链。随着引进国外的先进设备和技术,产业的技术水平也逐渐提高。这样,不仅产品的品种和质量都有了很大的提高,并且多年来一直保持了相对稳定的水平。纺织服装还得益于产业集群的形成,可以缩短供货周期、降低生产成本、提高产品的技术含量,有利于出口服装走品牌路线和高附加值路线,以抵消国内劳动力成本逐年上升的影响。另外,产业链大多以地区划分,形成了有特色的产业带。在江苏、浙江、广东、山东和辽宁等省都形成了服装生产和交易的产业中心。在这些地方集中了一大批有特色的企业,集中生产某一类服装产品,在产

品开发、加工技术、成本控制、市场营销等方面都具有相当的竞争力。在这些主要的加工区内各种配套服务也很齐全,包括了机械零部件配套、服装生产原料供应、服装技术咨询服务等等。这些区域的纺织服装产品不仅在国内市场,而且在国际市场都占有很大的市场份额,成为纺织服装的主要出口基地。

随着我国纺织服装外贸出口额的年年激增,已经形成了一整套简便便利的纺织服装出口程序。政府、商检部门、银行、海关、船运公司都可以提供比较好的配套服务,各种程序也比较固定和简单,为我国出口创造有利条件。出口服装企业可以在很短的时间内组织好货源,形成了快速反应机制。

改革开放 30 年来,我国的服装产业从无到有,从小到大发展起来,已经颇具规模,成为我国在该时期内发展最快的产业之一。服装业的发展不仅从根本上解决了十几亿人口的穿衣问题,服装产品还在国际市场占据了重要的地位,中国的服装业也逐渐融入全球化的竞争环境,服装出口贸易多年来一直是我国国民经济的重要组成。由于服装产业的劳动力密集型特征,我国丰富的劳动力资源使得服装出口贸易在我国具有相当大的优势。随着我国服装面料开发能力和服装设计能力的不断提升,随着不发达地区的开发和崛起,我国服装出口的优势还将进一步得以扩大。

与此同时必须看到,虽然我国的服装产业在 20 年前就走上工业化生产的道路,并且在国际上占有一定的市场份额,但是现代科学技术发展成果在该产业的渗透和推广还非常有限,出口服装主要针对的是低端市场。从我国出口服装的构成来看,除了内衣、制服等一些长线产品外,“来样制作”仍然占了很大的比例。虽然各种时装在经济发达国家和地区市场具有巨大的市场需求,蕴含着较大的商机,但由于中国出口服装的款式、品质、名牌等方面不足,在这样的市场中还没有很大的突破。

分析其原因,主要由以下几个方面:

(1)我国的出口服装设计能力比较薄弱,对国际市场的分析和研究不够重视,国际市场的开发能力不够,因此还要依靠“来样加工”作为主要出口贸易形式,还没有形成高附加值产品的优势;

(2)随着世界经济趋于一体化和知识化,服装产业的结构和性质也在同步发生变化。虽然服装业仍属劳动力密集型的产业,但是生产过程的科技含量是在逐步提高。我国的出口服装在充分利用现代科学技术,追求成本最低、周期最短、质量最高的目标方面还有一定的差距;

(3)服装出口贸易的发展要素之间还不平衡,如供货能力与产品开发、质量保障、市场反应能力之间发展不平衡,出口贸易的业务需要与人员数量和素质的配置不平衡,生产能力与设计能力不平衡等都限制了我国的服装产品在全球化市场上的竞争优势。

总之,我国的服装出口贸易正处于一个发展的阶段。从发展空间来看,全球经济的迅速发展、加入世界贸易组织都为服装产品打开了通向全球的大门。是否能

够进入这样的市场、是否能够不断扩大市场的份额,就取决于服装产业的设计、生产和贸易各个环节的共同努力。

第二节 服装进出口贸易的特点

服装出口贸易有两种情况,一种是由出口方自行设计打样,供进口方选择和定货。这样就可以自行确定所生产的服装品种、规格、款式、材料、工艺等。在这种生产形式下,企业可以根据现有的资源组织生产或货源,主动去争取适合自己的目标市场,但是也会直接面对由此带来的市场风险。从理论上分析,在这种生产模式前提下,企业可以根据自身的情况来决定生产,可以根据市场的情况来确定各项生产要素和进行生产组织。但是,在总体是“供大于求”的服装国际市场中,这种情况只适合于具有较强的市场分析和预测能力,同时还具有较强的设计能力和经营决策能力,对国际市场非常熟悉的企业。另外一种是由进口方提供服装来样,甚至是服装材料,出口方根据来样组织生产。这种情况下,出口服装是由客户根据所掌握的市场信息加以分析判断后而确定的,并通过合同的形式加以认定,服装出口企业基本上没有来自市场的直接压力。但是,由于每一批出口服装都有可能是不同的,这种不同不仅可能体现在服装生产的规模和数量上,更多的可能是体现在服装的品种、规格、材料、款式、工艺和质量标准等诸多方面,在生产或货源组织时需要具有较强的市场反应能力和生产能力,以保证能够按质、按量、按时完成客户指定的生产任务。

根据服装面料来源不同,服装出口贸易又可分为由出口方自行采购国产面料的出口贸易;进口方指定,出口方从国外进口面料生产的出口贸易;以及进口方提供面料,出口方加工的出口贸易。国产面料的采购比较方便、周期较短、价格也比较低。国外进口面料生产的服装出口,就会遇到采购周期长、价格高、容易受到汇率影响等问题。来料加工的服装出口比较简单,但是利润较低,生产期安排也会受到一定的制约。

在我国的对外服装出口贸易中,除了一些长线服装产品以外,那些受国外市场变化需求影响较大的服装,一般采用来样制作的模式。随着我国服装设计力量的逐步增强,我国的服装知名品牌有望越来越多地占领国际市场。

目前,我国出口的服装产品本身的价值并不高,但是服装出口贸易过程中所涉及的工作却是比较复杂烦琐的。从原材料到服装成品,涉及的面将非常广,再加上服装的款式和服装材料的不断变化,以及服装市场所特有的小批量多品种要求,使得从事服装出口贸易工作具有以下几个方面的特点:

首先,服装产品是最具变化性的产品之一,服装的流行性和季节性对出口服装交货期提出了非常高的要求。如果货源组织过程中,生产计划不周、交货期计划不周或交货期延误,都将有可能使服装不能如期投入市场,错过销售季节。此时,只有采取降价销售或是压仓待售的方法来解决。这样不仅会导致收入降低、资金积

压、仓储成本增加,还可能造成无法销售的严重后果。无论责任在哪一方,这样的结果对买卖双方来说都是不愿意出现的。

服装小批量多款式的市场需求对服装出口的一方提出了很大的难题,一份合同涉及多个款式、每个款式有多种尺寸/颜色的配比要求、同一款衣服采用不同的材料和颜色进行镶拼已经是经常会遇到的情况。这些都给用料计算、投料生产和出货带来麻烦。有时,客户下单后还会不断提出种种更改要求,为了满足客户的要求就会使贸易合同的履行工作变得更加复杂。

服装面料的质量对出口服装的质量起着重要的影响作用,从纤维到服装面料要经过许多工序,面料所用纤维种类、纱线质量、织造工艺与水平和后整理的工艺与水平等都要影响面料的质量。在服装出口贸易中,有时就会遇到国产面料质量不稳定而影响出口合同顺利履行的情况。对于从事服装出口贸易的人员来说,在跟单工作中,对面料质量的把关和监控与对服装加工质量的把关和监控同样重要,需要跟踪从坯布加工开始到服装加工完成的每一个环节,一旦发现问题,需要及时提醒有关方面注意,并可以提出适当的改进和补救措施。从这个角度来看,从事服装出口贸易的人员就需要具备相当的纺织服装专业知识。

如果采用买方指定或提供的面料,则可以减轻出口服装贸易中对服装面料的质量控制责任。随着我国加入了国际贸易组织,越来越多的国外面料进入中国市场,一些国外的服装进口商青睐韩国和中国台湾等地价格低廉、质量稳定的面料,就直接对这些国家和地区面料供应商的生产进行质量监控,然后采购面料到劳动力成本相对较低的中国大陆进行加工贸易。对于服装出口方来说,这样的贸易方法在人民币大幅度升值的背景下是有利的,但是在出口贸易合同履行时增加了对面料的到货日期进行监控的工作,以保证在合同规定的交货期内完成任务。

第三节 服装出口贸易的壁垒与障碍.....

1. 国际贸易壁垒

国际贸易壁垒是一个国家为了限制他国商品进入自己国家而设置的贸易障碍。20 世纪 90 年代以来,随着国际市场竞争的日益剧烈,国际贸易壁垒的形式也逐渐多样化、隐蔽化、复杂化和政治化。以环境保护、技术标准、人权、劳工标准、反倾销等名义来设置阻挡国外商品进口的障碍已经成为贸易保护的重要而有效的手段。纺织服装产品一直是国际贸易中受到限制最多的产品,而中国是世界上纺织服装的最大出口国,因此纺织服装出口也成为了各种贸易壁垒的限制重点。

国际贸易壁垒可以分为关税和非关税两种形式。

1.1 关税贸易壁垒

以关税的形式为商品进入国际市场制造障碍是传统的、也是最常用的一种方式,调节关税水平可以非常有效地调节商品在国际市场的价格,从而调节供求

关系。

进口税(Import Duties)是在外国商品进口时,对本国的进口商所征收的关税。对于签订有最惠国待遇原则的双边或多边的贸易协定国家和地区进口的商品、国家鼓励进口的商品,进口关税的税率较低。进口附加税(Import Taxes)是在正常进口税之外额外征收的关税,只有在出现国际收支危机、进出口严重失衡、国外商品低价倾销、其他国家的报复或歧视行为等情况时采取的一种临时性措施。

出口税(Export Duties)是出口国家的海关对本国产品输往国外时所征收的关税,征收出口税不利于本国商品的出口竞争,因此只有对限制出口的商品,国家才会征收出口关税。

反倾销税(Anti-Dumping Duties)是针对某种产品通过正常的贸易方式,以低于正常价值的价格进行销售,对进口国的工业造成损害或损害威胁时,对进口货物所征收的一种进口附加税。

特惠税(Peferential Duties)是指对某一国家或地区进口的全部或部分商品,给予特别的低关税或免税的优惠税率,对实行优惠税的进口产品,出口国需要出示“原产地证明书”。

纺织品服装工业在国民经济中占有比较重要的地位,为了防止过多进口,保护国内相关产业,发达国家对纺织服装设定了的进口关税水平要高于其工业品进口的平均关税水平,形成了较高的关税壁垒。2000年美国对中国纺织服装制定的平均进口税率为24.35%,到2005年为11.64%。另外,对原料、初加工产品制定的进口税率较低,而制成品的进口税率相对较高。欧盟现在对纺织服装征收的关税相对处于较低的水平,纺织服装的总体平均进口关税税率为9%,美国为10.2%,日本为8%,印度尼西亚为14%,泰国为25%,印度为39%。

1.2 非关税贸易壁垒

非关税贸易壁垒(Non-Tariff Barries)为关税以外的所有限制他国商品进口的措施,壁垒的形式多种多样,壁垒的设置程序比较简单。因为这种壁垒的针对性强,具有很好的隐蔽性和灵活性,因此可以有效地达到设置进口障碍的目的。

非关税贸易壁垒的种类非常多,其中最主要的有以下几种:

(1)进口配额

进口配额(Import Quotas)是政府对进口某项商品进口的数量或金额设定的限制。在一定的时期内,在配额数额以内的货物可以进口,超过配额的货物就不能进口,或在征收较高的关税或罚款后才能进口。

进口配额制所规定的配额高,允许进口的商品数量就多,限制作用就小。规定的配额低,允许进口的商品数量就少,限制作用就大。

出口国必须与进口国的进口配额相对应,规定在一定时期内对进口国的出口限制,在限制的配额内自行控制出口,超过配额即禁止出口。

在加入世贸组织以前,我国出口欧盟超过90%的纺织服装产品需要使用配额,我国加入世贸组织以后,针织套头衫、毛衫、夹克和防风上衣、男女梭织长裤、女针

织/梭织衬衫、针织内裤、女梭织长短外套、雨衣、女西装式上衣、女梭织套装和女用胸衣等仍然保留有配额。

(2)进口许可证

进口许可证(Import License)是国家为了控制和限制商品的进口,由外贸管理机关按照进口许可证制度和有关规定,签发的允许进口某种商品的证件。外贸企业的进口订货、海关验放货物、银行办理对外结汇等工作都必须以许可证作为依据。

(3)技术壁垒

技术壁垒(Technical Barrier)是随着国际贸易市场的不断开放,关税、配额和许可证之类的贸易壁垒逐步取消后,发达国家以维护国家安全、保障人类健康、保护生态环境、防止欺诈行为及保证产品质量等为由,通过颁布法律、法令、条例、规定、建立技术标准、认证制度、卫生检验检疫制度等方式,对外国进口商品制定苛刻的技术、卫生检疫、商品包装和标签等标准,提高了对进口产品的技术要求,以达到限制其他国家产品进口的目的所采取的一种保护性措施。

技术壁垒的主要形式有以下几种:

技术标准与技术法规——技术标准是指经公认机构批准的、非强制执行的相关工艺和生产方法的相关文件。技术法规是指必须强制执行的有关产品特性或其相关工艺和生产方法。

合格评定程序——合格评定程序一般由第三方对当事人提交的文件或实物审核后给予的证明,通常被称为“第三方认证”。有关产品符合技术规定或标准的规定的认证为产品认证,产品的安全认证为强制性的,目前主要有欧盟的 CE、美国的 UL、加拿大的 CSA、日本的 JIS 等产品认证标准;对生产或管理体系的认证为体系认证,目前主要有 ISO9000 质量管理体系认证和 ISO14000 环境管理体系认证;标志认证是我国纺织服装出口遇到的技术障碍之一,主要有验针标志、“Q”(质量)标志、麻标志、羊毛标志等。

包装和标签要求——这是对进口货物的包装材料提出的要求,含有害成分、不能再循环的包装材料都会受到限制,许多国家对进口商品提出了生态标签的要求,只有符合《生态纺织品标准 100》的纺织服装产品才允许进入。

产品安全——这是以消费安全为目的的技术,纺织服装产品的阻燃性、有害染化料的残留量都是我国纺织服装出口遇到的新的技术障碍。

(4)“绿色”壁垒

绿色壁垒(Green Barrier)也就是环境壁垒,是发达国家以保护生态环境、自然资源以及人类和动植物的健康为理由而限制进口措施。这项措施要求进口商品除了符合质量标准以外,从设计、制造、包装到处置都不得对生态环境和人类健康造成危害。跨越绿色壁垒的技术要求高,生产成本也必须提高,对环保技术落后、以低成本参与国际市场竞争的发展中国家产品的出口形成一种新的壁垒。

绿色壁垒是一种技术性贸易壁垒,通过绿色关税、绿色市场准入、环境贸易制裁、强制性绿色标志、ISO14000 认证、押金制度等形式表现出来。

绿色关税和市场准入——对一些污染环境、影响生态平衡的进口产品征收进口附加税,或者限制、禁止其进口,甚至实行贸易制裁。

绿色技术标准——订立一些严格的、强制性的环保技术标准,尤其是针对发展中国家的进口商品。由于这些标准都是根据发达国家的技术水平制定的,对于发展中国家来说则是很难达到的,或者需要提高生产成本才能够达到。

绿色环境标志——这是在产品或其包装上的图形,表明该产品不但质量符合标准,而且符合环保要求,对人体和环境没有损害作用。

纺织服装与人们的日常生活密切相关,因此纺织服装产品的出口非常容易受到绿色壁垒的限制。目前在国际纺织品服装贸易中,绿色壁垒主要有两大类:一类是针对纺织品服装从设计、生产到报废、回收的全过程中,对环境影响所设置的壁垒,主要是要求企业建立实施“环境管理体系”、通过 ISO14000 环境管理体系认证;另一类是针对产品本身对消费者的安全 and 健康影响的化学物质含量指标的检测,克服这个障碍必须控制纺织服装原料种植和生产、织物加工制造和后整理、服装后整理过程中各种化学剂的使用,服装的附件避免使用可能含有重金属的材料。

(5) 社会责任壁垒

这是以保护劳动者工作环境和生存权利为理由而设立的贸易保护措施,也是发达国家继生态环境标准之后对发展中国家实施贸易壁垒的新举措。这是基于出口产品的价格优势是工人福利水平低、工作环境恶劣、安全保障程度低、使用童工和劳改犯等违反人权行为的结果这样的认识基础上提出的。这个壁垒对我国的纺织服装出口已经造成很大的影响。一些国外客户通过“看厂”对供应商的生产质量进行评估、对员工的工作条件、待遇、安全等进行严格审定,如不达标就被取消供应商供货的资格,有的还将带有政治色彩的“人权标准”做为进口贸易的门槛条件。

不同国家的社会标准有较大的差异,美国、欧盟推出了以劳工标准和人权保障为中心的社会标准,目前相关的国际公约也多达 100 多个,其中最公认的为在 ISO9000 系统上建立起来的 SA8000 标准。

SA8000 标准为社会责任管理体系认证标准,出口企业可以通过该标准的认证,证明其具有良好的社会责任表现,在获取利润的同时承担了对环境和社会的责任。我国的纺织服装是劳动力密集型的消费品制造业,是受到 SA8000 标准限制的主要出口产品之一,没有合格的人权环境、生产环境和管理体系就可能失去接单的机会。

2. 我国与欧美国家的贸易摩擦

近年来,欧美等国与我国之间的贸易摩擦日益频繁,纺织服装的出口一直是贸易争端的主要对象。国际上针对我国服装出口而采用的配额、特保、反倾销等措施层出不穷,我国商务部等相关部门联合出口企业有针对性地采取了相应的对策,取得了一定的成效,不但保护了纺织服装产品的出口,还提升了我国在国际市场和政治舞台的形象。

在 2005 年 1 月中国正式加入世贸组织以前,我国的纺织服装的出口就面临着来自各个方面的对抗和阻碍。欧盟国家 1979 年对中国进行第一次反倾销指控以来,短短 20 多年中针对中国的反倾销调查已经超过 100 起,影响到中欧贸易总量的 10%以上,其中纺织服装就是主要的反倾销对象。2004 年 3 月,50 多个国家的有关组织在土耳其发表的《伊斯坦布尔宣言》将矛头直指中国的纺织服装出口,要求世贸组织延长纺织服装产品配额体制。同年,欧盟公布了普惠制改革方案,取消了给予中国纺织品服装的普惠制待遇,美国纺织品协议执行委员会也决定对中国的一些纺织服装商品实施特别限制。

在 2005 年 1 月中国正式加入世贸组织以后,纺织服装产品的出口遇到了来自各方面的更大阻力。当年 4 月,美国商务部就宣布对中国生产的棉织衬衫及上衣、棉质长裤、棉质和人造纤维内衣三大类出口纺织品发起特保调查;美国上诉法院推翻了联邦巡回法院做出的禁止对中国纺织品实施特别保障措施的临时禁令;美国商务部宣布,美国政府已经同意考虑提高 7 种中国产服装和纺织品进口关税税率的新请求,涉及到的商品有衬衣、针织 T 恤、上衣、裤子、毛衣、乳罩、睡衣等。最终的结果是美国以中国纺织服装出口美国的数量剧增、扰乱美国市场为由,先后对中国棉制裤子、棉制针织衬衫、内衣、化纤制裤子、化纤制针织衬衫、男式梭织衬衫和精梳棉纱等多种纺织服装产品实施限制,对中国的合成纤维布、套衫、毛制裤子、针织布、胸衣和晨浴衣 6 种产品进行设限调查。后来又决定对来自中国的棉制裤子、棉制针织衬衣、棉及化纤制内衣实施特别保障措施,规定当年中国这三类服装产品对美出口量增幅不得超过 7.5%。

与此同时,欧盟也决定对从中国进口的多种纺织服装产品进行密切关注,并启动特别限制措施。欧盟纺织品委员会在 2005 年 5 月 23 日通过了欧盟贸易委员曼德尔森的提议,同意对由中国进口的 T 恤衫和麻纱启动“紧急特保”程序,要求与中国方面就这两类纺织品的进口问题进行正式磋商。

中国政府针对以欧美为首的国家制造的种种贸易障碍,发起了有理有节的回击。在入关以前,中国政府就承诺,在全球纺织品贸易配额取消以后对部分纺织品采取从量计征方法加征出口关税。2005 年 5 月,中国政府宣布对已经征收出口税的 148 项纺织服装品种的 39 项税目产品下的 74 种纺织服装产品提高出口关税税率,其中多数纺织服装产品的税率增加到原来的 5 倍,同时对亚麻单纱开征出口税。针对美国政府单方面宣布对中国出口美国的纺织服装产品的限制措施,中国政府也作出了强硬的回应,其中包括停止批准自美国进口棉花、大豆、化纤的新合同,并削减从美国进口小麦、大豆等主要农产品。

中国政府与国际贸易保护主义的种种行为进行的博弈取得了一定的效果,直至 2005 年 11 月中美双方高层次的贸易代表签署了《纺织品和服装贸易的谅解备忘录》。这样,双方经过七轮磋商最终达成了协议,使得中国入世以来中美之间逐渐升级的贸易摩擦的解决画上了句号,也为中欧之间、中国与其他国家之间贸易摩擦的解决提供了借鉴。

尽管如此,纺织服装出口企业受到的冲击还是很大的。首先,纺织服装配额取消后带来的出口增长大部分是以低价出口为代价的,薄利多销的竞争策略和出口国设立的纺织品服装特保障碍,使得企业的出口利润下降,甚至是无利可图。其次,入世前盲目的扩张,使得整个行业在遭遇了欧美的特保设限后,产能过剩的弊病充分显露出来。另外,纺织服装属于劳动力密集型的行业,欧美对中国出口纺织服装产品的实施设限和特保政策以后,对我国的劳动力就业产生了较大的影响。

由此可见,中国纺织品服装目前面临的出口贸易壁垒问题已经成为中国纺织品服装对外出口中一个不可回避、亟待解决的问题。如果解决得不好,不仅会对中国纺织品服装的出口贸易造成巨大的损失,而且对于中国经济的持续健康发展将带来不可估量的负面影响。通过对中国纺织品服装贸易壁垒问题产生的症结所在的分析,可以相应地提出应对这种贸易壁垒的对策措施,最大程度上减少纺织服装出口企业因贸易壁垒问题带来的损失,促进中国出口贸易的快速健康发展。

3. 人民币汇率升值和出口退税下调对服装出口的影响

从 2005 年 7 月人民币开始升值,到 2008 年 7 月人民币对美元的汇率已突破 6.9 的关口,升值的幅度之大、速度之快,对服装出口造成很大的冲击。人民币升值时,出口导向型行业将会遭受出口收入转化成人民币时的汇兑损失,以及美元报价提高出口量减少造成的双重损失。我国的纺织品在国际上有着较强的竞争力,主要是凭借低成本获得稳定的市场份额。但是,当人民币升值时,这些行业的出口额都会受到不同程度的影响,其盈利也必然会因此而出现下降,这种不利影响对服装业尤其显著。

国家出口退税政策也有了多次调整,在总共不到两年的时间,出口退税率从 17% 下降到 11%,还有部分出口产品取消了退税,这给服装出口企业造成了负面的影响。服装出口企业本来已受到人民币升值、原材料上涨、劳动力成本增加、国外限制等多方面压力,出口退税的下调无异雪上加霜,使得企业面临利润严重下降、甚至亏损的局面。服装企业从接单到安排生产、出口至少需要 2~4 个月的时间,许多固定的老客户已将全年的订单计划安排下来。出口退税下调一般没有过渡期,对在手合同影响很大,企业对外提价很难,靠自行消化只能解决很少一部分,其余压力无从化解,甚至一些企业已经开始减产、停工或关闭。受出口退税、人民币升值等多种因素的影响,我国轻纺产品出口竞争优势正在减弱,而周边国家竞争力在提高,许多客户已经或准备将订单转向这些国家。

纺织服装行业本来就属于微利行业,人民币升值和出口退税政策的调整进一步使行业利润缩水。另一方面,对企业来说更大的压力来自于人民币继续升值和退税率继续降低的趋势,这要求企业在解决目前的问题的时候必须要有长远的打算。

第四节 服装国际贸易的形式

在国际贸易中,根据贸易是否在固定的交易场所进行,可以分为商品交易所交

易和非商品交易所交易;根据贸易和生产的关係,可以将国际贸易方式分为单纯的商品购销和复合的商品购销;根据贸易双方交易的次数又可以分为逐笔贸易方式和长期贸易合作方式。国际贸易方式中最基本的方式是贸易双方通过签订进出口合同来实现每一笔交易。使用这种贸易方式时,买卖双方没有长期的权利和义务关系,合作关系也很不稳定。服装出口贸易都是通过一定的贸易方式来进行的。贸易双方主要采取逐笔贸易的方式进行交易,此外,也有使用经销代理、寄售展卖、拍卖、招投标、对等贸易、加工贸易等贸易方式。

1. 经销

服装经销(Distributorship)是服装出口商与国外进口商签订销售协议,规定进口商在协议指定的地区和时间内,进口一定数额的服装商品。服装出口经销方式的贸易双方是长期合作的关系,确定了一定时期内的合作关系,避免了逐笔销售的不稳定因素。此外一旦签订了合同,双方的买卖关系就确定下来,进口商必须预付货款,自行销售,自负盈亏,自担风险。

根据经销商的权限的不同可以将经销分为独家经销和非独家经销两种。独家经销又称包销(Exclusive Distributorship),是指进口商在合同规定的时间和区域内具有独家经销出口商某一种指定产品的权利。出口商在与进口商签订独家经销协议以后,就不能在该地区通过其他的销售商经营这种产品,也不能自行销售这种产品。包销是国际贸易中经常采用的方式之一。非独家经销(Non-exclusive Distributorship)也称一般经销,出口商不但可以在同一时间同一地区授予国外多个经销商经销同一种产品的权利,出口商还可以自行销售。服装出口一般采用后一种形式。

2. 代理

服装的出口代理(Agency)属于销售代理,是国外代理商作为代理人(Agent)根据出口商即委托人(Principal)的授权,在一定期限和地区内代表委托人将指定的服装商品交由销售的一种贸易方式。在这种贸易方式中,出口商可以借助代理商的销售网络、在国外的商业地位、销售渠道和专业知识扩展商品市场,而代理商可以获取佣金。在代理方式中,贸易双方的关系是委托人和受托人的关系,代理商是在委托人授权的范围内以委托人的名义与第三者签订销售合同,在规定的期限和区域内行使委托人授予的权利,在销售过程中不需要垫付资金,不担风险,不负盈亏,只是按照销售比例收取佣金。

根据委托人授权的不同,销售代理商可以分为总代理(General Agent)、独家代理(Exclusive Agent or Sole Agent)和一般代理(Agent)几种。总代理是指代理人在指定的区域内不仅具有独家销售指定商品的权利,还有代表委托人从事商务活动 and 处理其他事务的权利。总代理的区域可以是一个或几个国家,也可以是一个或几个地区,在一个总代理下还可以设几个分代理。独家代理的代理商在指定的