

中国纺织服装业上市公司 发展研究

ZhongGuo FangZhiFuZhuangYe ShangShiGongSi
FaZhan YanJiu

胡星辉 编著

发展研究

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

武汉纺织大学学术著作出版基金资助出版

中国纺织服装业上市公司 发展研究

胡星辉 编著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国纺织服装业上市公司发展研究 / 胡星辉编著. —北京:
经济科学出版社, 2016. 9
ISBN 978 - 7 - 5141 - 7187 - 7

I. ①中… II. ①胡… III. ①纺织工业企业 - 上市公司 -
研究报告 - 中国②服装企业 - 上市公司 - 研究报告 - 中国
IV. ①F426. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 204935 号

责任编辑: 王 丹
责任校对: 王肖楠
责任印制: 邱 天

中国纺织服装业上市公司发展研究

胡星辉 编著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxbs. tmall. com](http://jjkxbs.tmall.com)

北京财经印刷厂印装

710 × 1000 16 开 16. 5 印张 300000 字

2016 年 9 月第 1 版 2016 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 7187 - 7 定价: 36. 00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn)



作者简介

胡星辉，男，1969年11月出生，湖北黄冈罗田人，教授，管理学博士。武汉纺织大学中国纺织业绩效评价与风险预警研究中心主任，武汉纺织大学会计学院硕士生导师，华中科技大学中国乡村治理研究中心研究员、湖北省纺织产业发展研究会秘书长。受聘担任5家上市公司的会计顾问、财务决策顾问，担任1家会计师事务所的合伙人。先后就读于中南财经政法大学会计学专业、武汉大学理财学专业、华中科技大学西方经济专业、武汉理工大学工商管理专业、华中农业大学农业经济管理专业，获得经济学硕士学位和管理学博士学位。

主要研究领域为绩效评价与风险预警、内部控制、上市公司财务分析、财务成本管理理论与实务、纺织产业经济与城镇化、农业经济理论与实务。在各种刊物上发表中英文学术论文100多篇，其中，《中国人民大学报刊复印资料》收录4篇。出版专著3部，主（参）编教材6部、主持或参与课题共25项，获湖北省人民政府社会科学优秀成果三等奖一项和武汉市人民政府社会科学优秀成果三等奖一项，获中国纺织工业联合会经济研究成果一等奖。



自我国股票资本市场建立至 2015 年，已经有 278 家纺织上市公司在全球主要资本市场上市，其中在我国国内沪深主板、中小企业板、创业板和新三板上市的有 139 家，在香港上市的有 103 家，在国外上市的有 36 家。这些企业的成功上市，有力地促进了我国纺织服装业快速和健康的发展。

纺织服装业上市公司是我国纺织业的优质资产，也是我国证券市场的重点板块之一。跟踪研究我国纺织服装业上市公司的成长历程，系统探索我国纺织服装业上市企业的运营规律，对于推动我国纺织服装业上市企业进一步做优做强，为其他纺织服装业实现资本化经营提供借鉴，都具有重要的理论和实践意义，同时也为相关投资机构提供决策参考。

为此，笔者于 2012 年开始进行全国纺织服装业上市公司的课题研究、企业调研、收集资料、编写了相关研究报告和发表了系列文章，取得了良好的效果和市场反响。在此基础上，为了更好地服务社会、服务企业和政府，笔者决定 2015 年著书《中国纺织服装业上市公司发展研究》。

《中国纺织服装业上市公司发展研究》内容主要侧重于纺织服装业的基本面、优势劣势、机会和威胁、环境分析、兼并重组、财务绩效评价分析。通过客观地分析比较上市公司近年来的经营动态指标，从而为纺织服装业上市公司不断总结提升企业的经营

管理水平提供参照借鉴，为政府相关部门提供决策咨询参考，为高校教学科研人员的经济管理学科建设开创了一个交叉跨界融合的领域，同时也为关心纺织服装业上市公司的机构和个人了解纺织服装企业状况提供依据。

加快纺织业经济发展方式转变是我国经济领域的一场深刻变革，涉及调整经济结构、优化产业布局、促进自主创新等各个领域，需要有相应的高效率的产业资本金融体系做支撑。纺织业上市公司在资本市场中可以推动经济发展方式转变：加强基础性制度建设，着力提升市场效率；多渠道拓宽融资渠道，着力改善融资结构；发挥市场并购重组功能，着力推动纺织业优化升级；完善市场体系结构，着力促进科技自主创新。

本书资料来源于对中国纺织服装业上市公司的实地调研、各纺织上市公司公开的资料，中国纺织工业联合会历年编写的有关报告、上海证券交易所网站、深圳证券交易所网站、中国纺织经济信息网站、纺织研究网、中国证券监督管理委员会历年的年报等。

作者

2016年8月

目 录

第一章 中国纺织业发展综述 / 1

- 第一节 中国纺织业经济形势发展分析 / 1
- 第二节 中国纺织业结构调整和转移升级发展情况 / 5
- 第三节 中国纺织业科技发展分析 / 6
- 第四节 中国纺织业信息化互联网的发展 / 8
- 第五节 中国纺织业低碳绿色循环发展 / 11

第二章 中国纺织业上市公司发展状况 / 13

- 第一节 中国纺织业上市公司总体状况描述 / 13
- 第二节 中国纺织业上市公司退市转型分析 / 21
- 第三节 中国纺织业上市公司绩效状况分析 / 24
- 第四节 中国纺织业上市公司发展模式分析 / 29

第三章 服装、鞋帽、家纺、产业用纺织品 行业上市公司分析 / 32

- 第一节 服装、鞋帽行业上市公司分析 / 32
- 第二节 家纺行业上市公司分析 / 68
- 第三节 产业用纺织品行业上市公司分析 / 92

第四章 化纤、棉纺、毛纺、麻纺行业上市公司分析 / 112

第一节 化纤行业上市公司分析 / 113

第二节 棉纺行业上市公司分析 / 139

第三节 毛纺行业上市公司分析 / 157

第四节 麻纺行业上市公司分析 / 175

第五章 丝绸、印染、针织、纺织、机械、纺织综合商贸行业上市公司分析 / 185

第一节 丝绸及长丝行业上市公司分析 / 185

第二节 印染行业上市公司分析 / 199

第三节 针织行业上市公司分析 / 209

第四节 纺织机械行业上市公司分析 / 224

第五节 纺织综合商贸行业上市公司分析 / 234

第六章 中国纺织业的回顾与展望 / 245

第一节 中国纺织业的回顾 / 245

第二节 中国纺织业的展望 / 249

参考文献 / 256

第一章

中国纺织业发展综述

第一节

中国纺织业经济形势发展分析

一、新时期下纺织业格局的变化

全球纺织业要素面临新格局，中国纺织业经济发展从要素驱动转变到创新驱动，纺织业将从以往高速规模扩张的发展模式转为以创新为动力的中高速增长模式，全球产业要素资源进一步调整布局，中国纺织业面临着更大的双重竞争压力。一方面，发达国家实行“再工业化”战略，其在价值链高端领域仍占据强势和主导地位；另一方面，以东南亚、南亚国家和地区为主的发展中国家，正在成为中国纺织业传统优势的有力竞争者。

（一）纺织业格局变化的主要表现

（1）消费结构升级加快。国内外市场需求总体保持稳定增长，但消费结构、消费方式正在发生深刻的变化。国际纺织品服装贸易增速有所放缓，但总体还保持一定的增长，特别是

产业用纺织品发展势头强劲。内需扩大和消费升级将是纺织行业发展的最大动力。随着我国城市居民消费水平的提高,在纺织服装作为生活必需品已经得到基本满足的条件下,个性化、多元化取代数量扩张,日益成为新的消费趋势特征。更好地满足消费者对衣着产品时尚性、功能性、生态安全性等方面高品质的要求,成为纺织工业在新时期的重要使命。

(2) 竞争格局调整重构。跨境和国内电子商务高速发展,信息时代新革命影响深远,互联网经济深刻影响纺织业传统产业模式和消费模式,重构商业链条,催生了纺织服装企业新的生产组织方式,制造模式向需求导向转变,电子商务对传统纺织品服装销售渠道的补充和替代作用不断加强。国际市场长期处于缓慢复苏周期。发达经济体市场需求增长平缓,发达国家重启工业化进程,加强对纺织产业链高端的控制。新兴经济体深入参与国际产业布局调整,纺织制造能力快速提升,逐步加强纺织产业体系建设,国际竞争更加激烈,我国纺织业成本比较优势显著下降,参与国际竞争的压力凸显。

(3) 生产要素比较优势改变。我国劳动人口增长进入拐点,纺织业人力资源结构短缺成为常态,用工成本快速提升,比较优势基本不复存在。国内棉花流通体制市场化改革尚未完成。纤维原料供给的素质、品质、价格等仍是纺织行业面临的重要挑战。

(4) 资源环境的约束不断增强。随着经济发展,与资源环境承载能力之间的矛盾进一步加剧。纺织行业面临的资源环境“瓶颈”制约不断增强,国家对水体、大气污染排放的控制标准日趋严格。行业现在的软硬件实力与强制标准之间的差异,使生态环保成为行业面临的最紧迫的任务。创建生态文明和应对气候变化是纺织工业发展的基本责任。生态环境在我国发展决策中的地位不断提高,环保技术成为国家保持竞争力的重要手段,围绕化学品安全控制、碳排放等技术性壁垒将有所增加。我国加强生态文明建设,节能减排、低碳绿色等行动,对纺织工业可持续发展水平提出更高的要求。

(5) 协同发展和战略转移。实施区域经济新战略,推动更为开放和协同发展的行业布局调整。以“西部开发、东北振兴、中部崛起、东部率先”为驱动,通过实施“一带一路”、京津冀协同发展、长江经济带三个重大战略,协同发展区域经济。新疆发展纺织服装产业促进就业规划的实施也将对

西部产业链的发展产生积极影响。城镇化发展提供新机遇,城镇化对扩大内需的贡献将更为显著,城镇化建设对纺织工业发展有着内在的需求,新型城镇化促进东南沿海纺织工业向中西部地区城镇转移。

(二) 纺织业格局变化的主要特点

(1) 经济增长逐步减速换挡,随着外在市场环境和要素成本改变,纺织工业经济总量增长,已经开始从高速向中速逐步转变,但是不意味着衰退,行业调整深化和行业竞争力提升,仍将在中速水平保持发展。

(2) 结构调整支持行业稳定发展。纺织工业在新原料、终端产品、产业布局、生产能力、企业组织等方面,存在着结构性的矛盾和问题,必须在转型升级过程中进一步优化纺织产业的合理布局,发挥生产性服务业等新增长点对行业的带动作用。同时努力化解阶段性产能过剩、中小企业竞争力不足等问题。产业结构优化带动的效益提升,将有利于对冲行业经济增速下行,成为行业经济稳定增长的根本支撑。

(3) 创新驱动行业的转型升级。纺织工业在科技进步、产品开发、品牌建设、企业管理等重点领域大力加强创新投入,着重加强完善创新体制机制和培育适应创新需要的人才队伍,使自主创新能力真正成为纺织工业核心竞争优势,成为驱动行业转型升级新的引擎。

二、新常态下纺织服装业的新形势

“十三五”时期是我国全面建成小康社会的决胜阶段,要破解发展难题,厚植发展优势,必须牢固树立“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念。这一新的发展理念无不体现着纺织服装产业建设作为国家和产业可持续发展核心战略的重要性和紧迫性。面向一个新的十年,纺织服装行业面临新的经济形势。

(一) 强化供应链生态

随着社会进步,社会和公众对行业和企业承担相应社会责任的要求日渐增强。社会分工的发展也使得绝大多数企业无法实现对产业链的整体经营。

在供应链成为产业发展新生态的同时，加强供应链社会责任是企业必须重视和亟待补上的重要一课。纺织服装行业和企业应提升自身的供应链意识，采取积极进取、前瞻性的策略，强化供应链社会责任，减少风险，建立更加明显的竞争优势，促进行业可持续发展。

（二）推进纺织服装产业绿色发展

绿色发展是永续发展的必要条件和人民对美好生活追求的重要体现。纺织服装行业实现绿色发展，应着重加强纺织服装行业绿色清洁生产，推进传统生产领域绿色改造，推动建立绿色低碳循环发展产业体系。在全行业加强资源环境国情和生态价值观教育，增强每一位企业公民的环境意识，推动全行业形成绿色生产和绿色消费自觉。要加强废旧纺织品服装的分类回收与再生资源回收的衔接，推进生产系统和生活系统循环链接。

（三）促进可持续科技创新

创新是引领发展的第一动力。纺织服装行业转型升级和可持续发展越来越注重生态文明体系的建设，要全面强化绿色科技支撑，加快构建科技含量高、资源消耗低、环境污染少的产业结构和生产方式。纺织行业社会责任工作应着重研究科技创新与社会责任的耦合关系，探索社会责任驱动企业科技创新，科学技术实现企业可持续发展和社会责任建设的理论基础和实现路径。

（四）营造和谐劳动关系

当前我国人口红利逐渐消失，招工难、用工难问题日益突出。严峻形势下更需要坚持以人为本，建立和谐的劳动关系，促进和谐社会建设。纺织服装行业要加快完善人才培养机制，提升人力资源素质，造就结构优化、实力雄厚的高素质专业队伍和规模宏大的高技能人才队伍。同时，加强和谐劳动关系建设，规范履行劳动用工社会责任，改善工作环境和基本生活条件，加强企业文化建设，提高人力资源队伍稳定性及和谐性。

（五）共享社会责任成果

提高行业社会责任透明度，形成纺织服装企业“责任资产”推动可持

续发展价值的重组与共享。

（六）完善国际合作中的社会责任

随着中国纺织企业“走出去”，全球资源优化配置步伐的加快，纺织企业海外投资和运营的社会责任问题也成为国内外利益相关方关注的热点，企业面临着“走出去”所在国或地区的法律规则、商业环境、社会文化的巨大差异。同时，随着各种区域多边贸易规则的明朗化，履行和担当社会责任成为国际贸易规则的强制性要求。对此，应制定中国纺织服装企业海外投资的社会责任方面引导规范，帮助企业提升海外社会责任风险管控能力，从而强化中国纺织服装企业在当地的责任竞争力和可持续发展力，提升行业发展的软实力和国际贸易话语权。

过去 10 年，纺织服装产业在不断探索符合市场规律和行业特点的发展道路上，取得了丰硕成果和宝贵经验。未来 10 年，纺织服装工业将继续积极应对行业风险和可持续发展领域的各种挑战，破除传统发展模式，开放合作、绿色发展、共享成果、维护市场公平竞争、维护消费者权益，使纺织服装行业在实现中国两个百年目标的进程中担当更多责任，做出更大贡献。

第二节

中国纺织业结构调整和转移升级发展情况

我国纺织业坚持深入推进产业结构调整，积极适应国内宏观经济发展新常态，基本保持了平稳发展态势，运行质效稳中趋好，但是增速比 2013 年普遍回落。全年规模以上纺织企业工业增加值同比增长 7.0%，增速较上年同期下降 1.3 个百分点；出口总额达 2 984 亿美元，同比增长 5.1%，增速下降 6.1 个百分点；实现利润总额 3 663 亿元，同比增长 6.1%，增速下降 9.7 个百分点。目前，纺织行业面临的发展形势仍较为复杂，棉价走势不确定性增强、市场需求增长放缓、综合成本持续上升等因素的影响突出，行业继续保持平稳运行面临较大的压力。

纺织业转移已经经历了一个高峰期，但是纺织业转移仍将是趋势且将

不断加强。纺织业转移调整要结合国家的相关战略,把国家战略、地区发展规划以及行业区域调整紧密进行衔接,协同发展好。同时还要根据纺织行业不同发展特征和区域经济发展过程中的不同情况,对相关规划进行动态调整,并在京津冀协同发展的大背景下,有针对性地搭建平台,加强相关的对接工作。

纺织业转移在发展过程中要建立区域现代化发展新思维,打造区域转移发展空间新格局,要让技术升级和人才智力为产业转移保驾护航,同时还要使产业配套和政府引导相辅相成,充分发掘市场机制在资源配置中的决定性作用。

纺织业转移工作要围绕五个方面:一是优化产业调整,做好“十三五”产业规划;二是规划发展产业园区,促进工业化与城镇化相融合;三是发挥重点地区带头作用,促进产业集聚发展;四是创新园区管理模式和运行机制,实现联动发展;五是加强区域互动合作,搭建产业转移促进平台,更好地推动纺织产业转移一体化发展。

近年来,我国纺织业结构调整步伐加快,伴随着“一带一路”等中长期国家发展战略的出台,纺织产业转移已具有了全新的特点。中国纺织企业家联合会副会长杨峻在2015年中国纺织创新大会上指出,我国东部、中西部和部分海外地区作为纺织产业转移的三个发展极,关联互动更加紧密,也更加凸显了纺织产业转移的多元化趋势。目前我国纺织产业转移呈现出五个特点:一是转移升级成为纺织转移主旋律;二是特色经济呈现园区转型新趋势;三是地方经济发展战略是产业园区发展的驱动力;四是人力资源成为转移升级关键;五是政策导向仍是产业转移的重要因素。

未来我国纺织业转移将呈现三方面趋势,首先是以东部提升为主,向西部转移延伸,实现全产业链建设;其次是承接产业转移将与当地区域发展战略相结合,走产城一体化的道路;最后是纺织企业在产业转移中转型升级将成为结构调整的主旋律。

第三节

中国纺织业科技发展分析

纺织业保持平稳增长需要科技新动力。全球新一轮科技革命、产业革

命、能源革命蓄势待发，经济贸易的相互联系日益紧密，传统行业转型升级的必要性和迫切性更加凸显。新常态下纺织行业要保持平稳增长，保持国际竞争力，产业结构调整势在必行，创新驱动是新的动力。首先，纺织企业在进行结构调整的过程中，更加着力于加强自身的管理，降低成本，提高效率，苦练内功，显然是信息化建设的契机；其次，在技术创新的潮流中，新一代信息技术广泛应用于各个领域，发挥着越来越重要的支撑作用；最后，在传统纺织业向现代服务业转型的进程中，信息化建设相关的产业是一个新的增长点，具有明显的引领作用。

开发适合新需求的智能化技术装备，要以自主创新为动力。鼓励企业加大技术创新和产品创新人力、物力的投入，加强前沿技术、基础理论技术和共性关键技术的研究，重视技术储备。敦促企业加强对自身知识产权的保护并尊重他人的研究成果，使技术发展形成良性循环。鼓励企业建立人才激励和培养机制，为技术发展储备人才。敦促大专院校创新教学模式，培养符合纺织科技发展的高水平、多层次的人才。

以结构调整为主线，继续加强高端纺织智造的研发，优先发展满足纺织产业链核心需求的先进成套装备，应用先进数控技术提高装备的智能化水平；加大技术改造力度，发展高质量专用基础件，努力提高装备的制造质量和可靠性。

以质量为基础。产品质量是企业的生命，是企业获得良好经济效益的基础，是建立优质品牌的后盾，也是产品进入国际市场的通行证。企业建立良好的质量保证体系、提高质量管理水平是中国纺织科技技术产品走向世界的保证。

以市场需求为导向。加强国内、国际技术经济发展趋势分析和市场引导，紧跟世界先进技术发展的潮流和市场需求，继续发展高端纺织产品，以及受市场欢迎的具有良好制造水平的实用产品。

加强行业自律。引导企业进行技术创新，树立尊重知识产权的意识，敦促企业提高产品质量，逐步减少产品同质化引起的市场恶性竞争，减少高消耗低收益产品的生产。行业要完善质量监督检验体系，为企业提供检测、咨询和认证全面服务。

第四节

中国纺织业信息化互联网的发展

中国纺织业由低成本竞争优势向质量效益竞争优势转变、由粗放制造向绿色制造转变、由生产型制造向服务型制造转变的工业革命中,纺织业当仁不让地要搭上这趟将信息技术与互联网技术深度交织融合的快车。

一、纺织服装业互联网的状况分析

近3年来,就服装行业而言,运动品牌、男装企业“关店潮”风波不断,市场呈现出一片萧瑟。然而2015年却也是传统服装零售企业改变最大的一年,一系列互联网名词随之而起,如“互联网+”、“互联网4.0”、“上门服务”等。

在2015年,很多传统企业在互联网的“诱惑”下纷纷触网,但是如果是在10年前,中国消费者从不是网民到变成“剁手”一族的时候,企业做电商还能享受到线上销售带来的红利,但是当消费者越来越重视品质消费,越来越重视购物体验的时候,互联网是一个虚拟的购物过程,但这个过程中包含了从数据、服务沟通、物流配送、售后服务甚至IT技术等多个体验环节,看似看不见摸不着,但也正因此,每一个环节的细小差错都会辐射到其他的环节,破坏整个流程的体验。对互联网电商来讲,优化和完善每一个环节的顾客体验,从细节着手,从细节去改善是互联网电商的发展之道。

纺织服装领域信息化互联网技术应用比较好的优秀企业有:山东青岛红领集团,其套版(Made-to-measure, MTM)运营支撑平台应用于男西装个性化定制已经运行多年,取得了喜人的效果。平台运用工业化手段制造个性化产品,将传统服装企业的效益提高了两倍以上,经过升级改造,2014年8月正式上线运营,并开拓了大量国际业务。而在其后台,则有功能强大的信息化制造系统支撑。上海嘉纳公司开发了服装三维测体试穿系统,包括三维测量及人体数据处理、三维服装设计系统、三维虚拟试衣平台和虚拟服装走

秀系统,可以使用移动智能终端,并已作为产品应用到多家服装企业及相关院校。湖南忘不了服饰有限公司开发了包括服装设计、工艺数据库、生产管理的信息化管理系统,建立了自动化的生产流水线,数字化工艺培训系统,较为全面地覆盖了企业设计、生产和经营业务,从整体上提高了企业现代化管理水平。山东岱银集团针对其主要产品竹节纱研制了专用计算机辅助设计(Computer Aided Design, CAD)和计算机辅助制造(Computer Aided Manufacturing, CAM)系统、竹节纱参数检测仪器和工艺参数管理软件,建立了工艺参数在线监测平台,实现了竹节纱的设计、生产与质量检测的自动化,提高了产品质量,取得了明显的经济效益。广东衣邦人是专门提供定制服务的客对厂(Customer-to Manufactory, C2M)平台,以互联网思维和工业4.0切入服装高级定制行业,采用美女着装顾问上门量体+工业4.0工厂+无门店+网络营销的模式,成立仅1年就为大量客户提供了量身定制的服装。衣邦人的创始人、董事长兼首席执行官方琴女士称,客户足不出户,只需实体店的30%~50%的费用就可以拥有一套贴身合体、按个性定制的服装,轻松享受定制所带来的便捷和快乐。

二、纺织服装业互联网的发展分析

传统服装零售企业要做的就是怎样去抓住流量、抓住VIP、抓住大数据和服务,提高用户的体验和黏性。传统零售企业最熟悉的是挑好地段、做好装修、陈列好商品,等待客户上门的坐商模式,这种模式已经受到电商、微商的巨大冲击,不太适应当前形势和未来趋势。而“互联网+”模式恰恰是需要企业在网络上主动出击,最重要的是能够吸引客户的眼球,是经营好客户的“粉丝经济”、“社群经济”,是一种行商模式。因此,需要传统服装零售企业改变思路、立即行动、抓住机会成功转型。

服装零售企业有以下发展趋势:

(1) 传统门店科技化转型,从一屏到多屏。首先是移动端,据数据显示,消费者使用习惯已从PC端向移动端转移。时间的碎片化倒逼着智能设备的发展,手机移动端可以更好地满足用户随时随地购物的需求,展现在用户手机上的可以是品牌APP也可以是品牌微信商城,后者将随着微信用户