



纺织高职高专教育教材
FANGZHIGAOZHIGAOZHUANJIAOYUJIAOCAI

纺织品 经营与贸易

FANGZHIPINJINGYINGYUMAOWI

闫志俊◎主编 沈瑞山 陈蓉芳◎副主编



中国纺织出版社

 纺织高职高专教育教材

纺织品经营与贸易

闫志俊 主编

沈瑞山 陈蓉芳 副主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书在对大量纺织企业调研的基础上,结合纺织行业的现状与人才需求特征,精要地介绍了纺织品经营业务与贸易的实用技术与技能。内容共分为三篇,第一篇为纺织商品基础知识部分,重点介绍纺织商品的分类与编码、纺织商品标准及质量管理;第二篇为纺织品经营战略与策略部分,重点介绍纺织企业经营战略与纺织品营销策略组合;第三篇为纺织品贸易实务部分,重点介绍纺织品国际贸易的操作程序。

本书既可以作为纺织与经贸双专业学生的教材用书,也可以作为纺织企业相关人员、外贸从业人员的培训教材或自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

纺织品经营与贸易/闫志俊主编. —北京:中国纺织出版社, 2007. 10

纺织高职高专教育教材

ISBN 978 - 7 - 5064 - 4584 - 9

I. 纺… II. 闫… III. 纺织品—商业经营—高等学校:技术学校—教材 IV. F724. 781

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 137235 号

策划编辑:崔俊芳	责任编辑:孙 玲	特约编辑:赵盈盈
责任校对:楼旭红	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 三河永成装订厂装订

各地新华书店经销

2007 年 10 月第 1 版第 1 次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:14.75

字数:304 千字 定价:30.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

FOREWORD

前 言

教育部《面向 21 世纪教育振兴行动计划》明确提出,职业教育课程改革和教材建设规划必须注重培养学生的职业技能,使之成为生产、流通领域第一线工作的劳动者和高级职业技术人才。国家鼓励院校培养复合型人才,特别是在当前市场经济条件下,用人单位除了要求毕业生掌握行业专业知识外,还要求学生理解并掌握经营贸易方面的专业知识。对企业来说,用人的领域比较广;对学生来说,就业领域广,个人发展的空间更大。

我国是纺织经济大国,纺织业既有悠久历史,又有广阔的发展前景。纺织业的发展状况,事关国计民生,影响国民经济全局。江苏、浙江、上海等纺织业发达地区的院校开设了相应的纺织与经贸结合专业,目的是培养既懂纺织,又懂经贸的复合型人才。

本书在对大量纺织企业调研的基础上,结合高职教育的特点,联系纺织行业的现状与人才需求特征,精要地介绍纺织品经营业务与贸易的实用技术与技能,力图使学生掌握实际经营业务和贸易的操作方法,具有较强的实用性和实践性。

该教材共分为三篇,第一篇为纺织商品基础知识部分,第二篇为纺织品经营战略与策略部分,第三篇为纺织品贸易实务部分。通过三部分的有机结合形成一个整体,能够让学生通过 70 学时左右的学习掌握纺织品经营、贸易业务的基本技能。

本书由南通纺织职业技术学院组织编写,间志俊担任主编,沈瑞山、陈蓉芳任副主编。编写的具体分工如下:间志俊编写第一章~第五章、第十四章、第十六章;陈蓉芳编写第十一章~第十三章、第十五章、第十七章;沈瑞山编写第九章、第十章;裴昌永编写第六章、第七章;张晓冬编写第八章;康传娟参与部分章节的编写工作;广州纺织职业技术学院陈宇对第十一章、第十六章进行了补充与修改;济南金冠纺织服装公司贸易部高原提供本书部分案例并进行了部分修改工作。间志俊负责全书的统稿和校对工作。

本书的编写工作得到了南通纺织职业技术学院张震老师的大力帮助和支持,在此表示真诚的谢意!

虽然本书的编者们都参加过多门相关教材的编写工作,但限于编者水平,疏漏谬误难免,欢迎使用本书的教师、同学及其他读者提出宝贵意见,以便修订时改正。

编 者

2007 年 6 月

CONTENTS

目 录

第一篇 纺织商品基础知识

第一章 纺织品经营与贸易概述	1
1.1 纺织品经营与贸易的学习背景 / 1	
1.2 我国纺织企业概况 / 1	
1.2.1 纺织业的产生与发展 / 1	
1.2.2 我国纺织行业在国民经济中的地位 / 2	
1.2.3 纺织行业发展趋势 / 3	
1.3 纺织品经营与贸易的学习内容 / 6	
1.3.1 纺织商品基础知识 / 6	
1.3.2 纺织品经营战略与策略 / 6	
1.3.3 纺织品贸易实务 / 6	
第二章 纺织商品的分类与编码	7
2.1 纺织商品概述 / 7	
2.1.1 商品的一般概念 / 7	
2.1.2 纺织商品的概念与使用价值 / 7	
2.2 纺织商品的分类 / 7	
2.2.1 商品分类概述 / 7	
2.2.2 纺织商品的分类 / 9	
2.3 纺织商品的编码 / 9	
2.3.1 商品编码概述 / 9	
2.3.2 纺织品国际贸易常用的编码表——HS / 11	
2.3.3 纺织商品目录和分类体系 / 11	
第三章 纺织商品的质量及质量管理	12
3.1 纺织商品的质量及质量指标 / 12	
3.1.1 商品质量概述 / 12	

- 3.1.2 纺织品质量特性分析 / 13
- 3.2 纺织商品质量管理 / 14
 - 3.2.1 商品质量管理概述 / 14
 - 3.2.2 纺织商品质量管理 / 15
 - 3.2.3 纺织商品质量管理的相关法规 / 15
- 3.3 纺织企业质量管理体系认证 / 16
 - 3.3.1 ISO 9000 质量体系认证概述 / 16
 - 3.3.2 纺织企业开展 ISO 9000 质量体系认证的基本程序 / 17

第四章 纺织商品标准、检验及质量监督 18

- 4.1 纺织商品的标准及标准化工作 / 18
 - 4.1.1 商品标准概述 / 18
 - 4.1.2 我国纺织品有关标准 / 21
- 4.2 纺织商品的质量检验 / 22
 - 4.2.1 纺织商品检验概述 / 22
 - 4.2.2 纺织品的质量检验 / 23
- 4.3 纺织商品质量监督与质量认证 / 24
 - 4.3.1 纺织商品质量监督 / 24
 - 4.3.2 纺织商品质量认证 / 28

第二篇 纺织品经营战略与策略

第五章 纺织品市场营销概述 30

- 5.1 纺织品市场 / 30
 - 5.1.1 纺织品市场的概念 / 30
 - 5.1.2 纺织品市场竞争模式 / 31
 - 5.1.3 纺织品市场的主体 / 31
 - 5.1.4 纺织品市场的划分 / 33
 - 5.1.5 纺织品市场的需求特征 / 33
- 5.2 纺织品市场营销 / 34
 - 5.2.1 纺织品营销的内容 / 34
 - 5.2.2 纺织企业营销观念 / 35

第六章 纺织品经营环境分析 40

- 6.1 纺织品经营环境概述 / 40
 - 6.1.1 纺织品经营环境的概念 / 40

6.1.2	纺织品经营环境的特点	/ 41
6.2	纺织品经营微观环境分析	/ 41
6.2.1	纺织企业的内部环境	/ 41
6.2.2	纺织企业供应商	/ 42
6.2.3	纺织品中介机构	/ 42
6.2.4	纺织品购买者——顾客	/ 42
6.2.5	纺织企业竞争者	/ 43
6.2.6	社会公众	/ 44
6.3	纺织品经营宏观环境分析	/ 45
6.3.1	政治与法律环境	/ 46
6.3.2	经济环境	/ 46
6.3.3	社会文化环境	/ 47
6.3.4	科技环境	/ 48
6.4	纺织行业环境分析	/ 48
6.4.1	纺织行业发展前景	/ 48
6.4.2	我国纺织行业特性分析	/ 50
6.4.3	我国纺织行业发展分析	/ 50
6.5	纺织企业综合环境分析	/ 52
6.5.1	纺织品经营环境威胁与机会分析	/ 52
6.5.2	SWOT 分析	/ 54

第七章 纺织品市场营销战略 56

7.1	纺织品市场细分	/ 56
7.1.1	纺织品市场细分的概念	/ 56
7.1.2	纺织消费品市场细分变量	/ 56
7.1.3	纺织工业品市场细分的标准	/ 58
7.1.4	纺织品细分市场评估	/ 58
7.2	纺织品目标市场战略	/ 58
7.2.1	纺织企业目标市场选择	/ 58
7.2.2	目标市场战略的选择	/ 60
7.3	纺织品市场定位战略	/ 60
7.3.1	纺织品市场定位的概念	/ 60
7.3.2	纺织企业市场定位的方式	/ 60
7.3.3	纺织品市场定位的步骤	/ 61
7.3.4	市场定位战略	/ 61

- 7.4 纺织品市场竞争战略 / 63
 - 7.4.1 市场竞争和竞争战略的含义 / 63
 - 7.4.2 纺织品市场竞争的主体地位及战略 / 63
 - 7.4.3 纺织品市场竞争的内容 / 64
- 7.5 纺织企业市场发展战略 / 65
 - 7.5.1 密集发展战略 / 65
 - 7.5.2 一体化发展战略 / 66
 - 7.5.3 多样化发展战略 / 66

第八章 纺织品经营策略 68

- 8.1 纺织产品策略 / 68
 - 8.1.1 纺织产品组合概述 / 68
 - 8.1.2 纺织产品组合决策 / 69
 - 8.1.3 纺织产品生命周期及营销策略 / 70
- 8.2 纺织品定价策略 / 72
 - 8.2.1 影响纺织品定价的因素 / 72
 - 8.2.2 纺织品定价的一般方法 / 73
 - 8.2.3 纺织品定价基本策略 / 74
 - 8.2.4 纺织品价格的调整 / 75
- 8.3 纺织品营销渠道决策 / 76
 - 8.3.1 纺织品营销渠道概述 / 76
 - 8.3.2 影响纺织品渠道选择的因素 / 77
- 8.4 纺织品促销决策 / 79
 - 8.4.1 促销组合概述 / 79
 - 8.4.2 纺织品广告促销 / 80
 - 8.4.3 纺织品销售促进 / 81
 - 8.4.4 纺织企业公共关系 / 82

第九章 纺织品经营决策 86

- 9.1 纺织品经营决策概述 / 86
 - 9.1.1 纺织品经营决策的概念与作用 / 86
 - 9.1.2 纺织品经营决策的分类 / 87
 - 9.1.3 纺织品经营决策的程序 / 88
- 9.2 纺织品经营决策的方法 / 89
 - 9.2.1 定性决策法 / 89

9.2.2 定量决策法 / 89

第十章 纺织品销售技能 98

- 10.1 纺织品客户开拓技能 / 98
 - 10.1.1 纺织品客户开拓的渠道 / 98
 - 10.1.2 纺织品客户开拓的方法 / 98
- 10.2 纺织品客户分析与管理 / 100
 - 10.2.1 客户管理的对象及其分类 / 100
 - 10.2.2 建立客户档案 / 100
 - 10.2.3 客户管理分析 / 101
- 10.3 纺织品业务谈判 / 104
 - 10.3.1 谈判过程的驾驭 / 104
 - 10.3.2 纺织品对外贸易谈判技巧 / 106
- 10.4 纺织品买卖合同的签订和法律事项 / 109
 - 10.4.1 纺织品买卖合同概述 / 109
 - 10.4.2 纺织品买卖合同订立前当事人的权利义务及责任 / 110
 - 10.4.3 纺织品买卖合同订立过程中当事人的注意事项 / 111
 - 10.4.4 纺织品买卖合同订立之后当事人的注意事项 / 111
 - 10.4.5 纺织品买卖违约责任 / 112

第三篇 纺织品贸易实务

第十一章 纺织品贸易概述 117

- 11.1 世界纺织品贸易的现状与发展趋势 / 117
- 11.2 《纺织品与服装协议》 / 118
 - 11.2.1 《纺织品与服装协议》的历史背景 / 118
 - 11.2.2 《纺织品与服装协议》的主要内容 / 119
- 11.3 中国纺织品贸易摩擦与纺织品政策的调整 / 121
- 11.4 纺织品贸易的一般程序 / 123
 - 11.4.1 初步报价 / 124
 - 11.4.2 制作样品供客户确认 / 124
 - 11.4.3 计算装箱数据,确认成交价格 / 124
 - 11.4.4 订合同 / 124
 - 11.4.5 进口商开信用证 / 124
 - 11.4.6 出口商备货 / 125
 - 11.4.7 包装 / 125

- 11.4.8 通关手续 / 125
- 11.4.9 装船与运输保险 / 126
- 11.4.10 结汇 / 126

第十二章 纺织品贸易标的..... 127

- 12.1 纺织品质量的规定 / 127
 - 12.1.1 纺织商品质量的表示方法 / 127
 - 12.1.2 国际纺织品买卖合同的质量条款 / 129
- 12.2 纺织品数量条款的规定 / 131
 - 12.2.1 计量单位 / 132
 - 12.2.2 计量方法 / 133
 - 12.2.3 国际纺织品买卖合同的数量条款 / 134
- 12.3 纺织品包装的规定 / 135
 - 12.3.1 纺织品包装的种类 / 135
 - 12.3.2 中性包装和定牌生产 / 136
 - 12.3.3 包装的选用及其与运输的配合 / 137
 - 12.3.4 纺织品包装条款的规定 / 137

第十三章 国际贸易中的纺织品价格 141

- 13.1 贸易术语 / 141
 - 13.1.1 贸易术语的含义及作用 / 141
 - 13.1.2 国际贸易术语的国际贸易惯例 / 142
 - 13.1.3 六种主要国际贸易术语解释 / 142
 - 13.1.4 六种主要贸易术语的异同 / 146
 - 13.1.5 贸易术语的选用 / 147
- 13.2 进出口纺织品的作价 / 148
 - 13.2.1 进出口纺织品价格概述 / 148
 - 13.2.2 买卖合同的价格条款 / 150
 - 13.2.3 出口纺织品成本核算 / 150

第十四章 国际纺织品贸易运输与保险 156

- 14.1 国际纺织品贸易运输 / 156
 - 14.1.1 国际纺织品贸易运输方式 / 156
 - 14.1.2 国际纺织品贸易海洋运输实务 / 157
 - 14.1.3 国际纺织品贸易海运单据 / 160

14.1.4	国际纺织品买卖合同的装运条款的订立	/ 162
14.2	国际纺织品运输保险	/ 164
14.2.1	国际货物运输保险的基本原则	/ 164
14.2.2	国际纺织品贸易海洋运输保险承保的范围	/ 164
14.2.3	我国海洋货物运输保险的险别	/ 166
14.2.4	伦敦保险业协会海运货物保险条款简介	/ 167
14.2.5	国际纺织品贸易运输保险实务	/ 167
14.2.6	国际纺织品买卖合同的保险条款	/ 169
第十五章	国际纺织品贸易结算	171
15.1	结算票据	/ 171
15.1.1	票据的含义及作用	/ 171
15.1.2	汇票	/ 171
15.1.3	本票	/ 174
15.1.4	支票	/ 174
15.2	汇付和托收	/ 175
15.2.1	汇付	/ 175
15.2.2	托收	/ 177
15.3	信用证	/ 179
15.3.1	信用证的概念与性质	/ 179
15.3.2	信用证的特点	/ 179
15.3.3	信用证的当事人	/ 180
15.3.4	信用证的内容	/ 180
15.3.5	信用证的结算程序	/ 181
15.3.6	信用证的种类	/ 182
15.4	国际结算条款	/ 184
15.4.1	结算风险与防范	/ 184
15.4.2	买卖合同的支付条款	/ 185
第十六章	国际纺织品贸易合同的一般条款	187
16.1	进出口纺织品检验	/ 187
16.1.1	进出口纺织品检验概述	/ 187
16.1.2	我国纺织品进出口检验实务	/ 189
16.1.3	国际纺织品贸易合同的检验条款	/ 191
16.2	国际纺织品贸易争议与索赔	/ 193

16.2.1	违约责任	/	193
16.2.2	索赔与理赔	/	194
16.2.3	买卖合同的索赔条款	/	196
16.3	不可抗力	/	197
16.3.1	不可抗力事件	/	197
16.3.2	不可抗力事件的处理	/	198
16.3.3	贸易合同的不可抗力条款	/	198
16.4	仲裁	/	199
16.4.1	仲裁及仲裁机构	/	199
16.4.2	仲裁协议	/	200
16.4.3	买卖合同的仲裁条款	/	201

第十七章 国际纺织品贸易综合实训 203

17.1	运保费的计算	/	203
17.2	案例分析题	/	203
17.3	单据的填制	/	204
17.3.1	训练材料(一)	/	204
17.3.2	训练材料(二)	/	208
17.3.3	训练材料(三)	/	213

参考文献 215

第一篇

纺织商品基础知识

第一章

纺织品经营与贸易概述

1.1 纺织品经营与贸易的学习背景

“十五”期间,中国纺织工业创造了多项发展之最。这五年是我国纺织行业发展最快、步子最大的五年,是中国纺织行业技术进步最大的五年,是中国纺织行业质量效益提升最快的五年,是纺织行业市场活力发挥最充分的五年,是中国纺织行业融入全球化备受国际关注的五年。五年来,中国纺织行业实现了持续快速健康的发展,为开创“十一五”新局面打下基础,并且成为未来 20 年持续快速增长的“钻石”行业。

目前,许多高职院校在洞悉当今纺织行业迫切需要的基础上,根据中国和世界服装产业与市场经济发展对人才的需求,以市场为导向,跟踪行业发展趋势,通过“产、学、研”结合,全面培养学生的动手能力,灵活地实施多层次、多渠道、多元化的人才培养模式,走出了一条既符合中国国情又能快速与世界经济接轨的教育发展之路。

我国的纺织企业正处于发展提升阶段,对行业经营、管理、贸易类专门人才有大量的需求。纺织企业已认识到除聘请各路精英外,当务之急是先培养好自己的人才。据权威统计数字表明,中国的民营企业平均寿命只有七岁多,这让许多民营企业老板有些黯然神伤。确实,在现今社会不学习,肯定难以在行业中立于不败之地。因此,培养新一代高素质的复合型人才成为纺织企业的当务之急。

1.2 我国纺织企业概况

1.2.1 纺织业的产生与发展

“衣者,依也”。人类的生存和发展离不开纺织。纺织业是国民经济的支柱产业。狭义的

纺织业是指用天然纤维和化学纤维加工成各种纱、丝、绳、织物及其染色制品的工业。广义的纺织业,除了包括狭义的纺织业外,还包括服装工业。

1.2.1.1 传统纺织业的产生与发展

第一阶段为手工纺织阶段。人类很早就开始纺纱织布。早期的纺织是人们借助简单的工具器械进行纺和织,生产多在家庭内进行,纺织技术进步十分缓慢,生产效率非常低下。

第二阶段为近代机制纺织业的建立,起始于英国的第一次工业革命。1733年,约翰·凯发明了飞梭,改进了织布技术。1765年,纺纱工人詹姆斯·哈格里夫斯发明了“珍妮纺纱机”。1779年塞缪尔·康普顿发明了可装400枚纱锭的“骡机”。到1830年,英国在世界上第一个实现了纺织生产的机械化。

第三阶段是传统纺织业内涵的扩大阶段。即缝纫机的发明和应用带来了服装生产方式的革命和劳动生产率的提高,同时带来了服装款式和消费方式的巨大变化。

1.2.1.2 现代纺织工业的产生与发展

随着现代科学技术的进步及其在纺织业中的应用,国民经济的发展和人们收入水平的提高,纺织业的内涵发生了很大的变化,由传统的纺织业向现代纺织业发展。主要表现为:

- (1) 纺织生产方式从手工、机制到机电一体化。
- (2) 纺织原料来源从天然纤维向“天然纤维加化学纤维”的二元结构发展。
- (3) 纺织产品应用领域从衣着用到装饰用和产业用,形成纺织行业的三大支柱产业。

1.2.2 我国纺织行业在国民经济中的地位

1.2.2.1 我国纺织经济概况

纺织业在我国的国民经济发展中一直占据着重要地位,棉纱、棉布、呢绒、丝织品、化纤、服装等产量均居世界第一位,服装出口量多年来始终保持着世界第一位。加入WTO以来,中国已成为全球纺织领域中最引人注目的地区之一,纺织业也一直是中国的强势产业。近几年,我国纺织工业总产值增长保持在6.3%以上,2005年纺织工业的总产值达到了1100亿元,服装成衣的总产值也达到1000亿元左右。

随着纺织品贸易配额的取消,我国纺织工业依据充足的劳动力资源、完整的产业体系等竞争优势,在纺织品质量、档次和附加值不断提高的前提下,积极参与原配额设限国家和地区市场的竞争,具有进一步扩大国际贸易市场份额的潜力。

据专家预测,今后几年,世界纺织品服装贸易额年均增长将超过3%,这为我国纺织品出口带来更多机遇。

1.2.2.2 我国纺织经济的特点

作为人类社会最古老的工业之一,纺织业发展水平的高低,在一定程度上反映了一个国家经济水平所处的阶段。

在我国经济发展初期,作为典型的劳动密集型行业,纺织业在经济中占据着相当重要的地位。行业特点是技术含量低、劳动投入高和产值产出低,企业形态主要以制造为主,缺乏具有自

主知识产权的品牌。

随着经济的发展,纺织业逐渐向技术密集型产业转变。行业特点是技术含量高、劳动投入少和附加值高,企业形态主要以品牌经营为主。从长期来看,中国纺织服装业也必将走上以品牌经营为主的道路。在短期内,中国纺织服装企业需继续积累经验、资金和技术,走上创立品牌、经营品牌的道路。

1.2.2.3 纺织品经营的总体趋势

随着党中央提出的建设小康社会的战略目标渐渐取得成效,随着农村城镇化工作的推进,人民群众在穿和用上追求个性化、差别化、功能化已成为发展趋势。

1.2.3 纺织行业发展趋势

1.2.3.1 国际纺织行业发展趋势

(1)世界对各种纤维的需求将呈现持续增长的趋势。全球纺织纤维需求在过去的20年以每年3%的速度增长。专家预计,未来发展中国家纤维消费量将超过发达国家10%。世界纤维消费年增长率为3%,这意味着每年要建15~20个世界规模的新厂。

(2)化学纤维消费比例增加。2000年,化学纤维消费3190万吨,占纤维总消费的60%;化学纤维中涤纶消费1910万吨,占纤维总量的35.9%;棉花消费1980万吨,占纤维总消费的37.3%;羊毛消费140万吨,占纤维总消费的2.6%。预测未来10年的世界纺织纤维,化纤年增长率为4.4%,其中涤纶年平均增长率将达到6%,到2010年将达到3410万吨,化纤在纺织纤维中的比例将进一步提高。

(3)全球产业用纤维市场规模不断扩大。产业用纤维未来将成为制造业重要的原材料。目前产业用纤维已被广泛地用作金属、塑料、纸张和石棉的替代品。随着工业用材料的轻量化、高性能化、多样化以及美观化的发展趋势,产业用纤维的用途日益广泛,市场需求量不断扩大。据联合国有关机构的调查和预测,全球纺织市场贸易额的规模见下表。

全球纺织品市场规模

单位:亿美元

年 度	整个纤维产业贸易额	产业用纺织产品贸易额
1997 年	3901	1661
2000 年	4593	1965
2003 年	5196	2407
2008 年	6383	3537

自1997年后的10年间,全球产业用纺织品及纤维的贸易额在整个纤维产业中所占的比重,将由1997年的1/3上升到2008年的1/2以上,将使市场的需求急速扩大,并促使各国的企业加大产业用纺织品及纤维开发力度,参与激烈的市场竞争。

(4)全球纺织产业结构和地区布局将进一步调整。北美、西欧、日本、非洲、中东、澳大利亚

市场需求和本地生产之间的差距在继续扩大。以北美为例,市场对纤维量最终将以每年 2.1% 的速度递增,而工厂对纤维的加工量将以每年 0.2% 的速度递减,市场空间在增大。其特点是,劳动密集型相对成本高的企业进一步向发展中国家和地区转移,发达国家大力发展高科技纺织产品,以高科技、高附加值和经营垄断进行竞争和占领市场。

(5) 随着全球经济一体化和信息网络化的步伐加快,全球纺织品服装的贸易格局将会发生深刻的变化。

阅读资料

信息技术对世界纺织业的影响

信息网络技术应用可以及时掌握国内国际市场变化趋势,预测市场;可以低成本获取公共新技术、新设备、新材料信息,提升企业生产力和降低成本;通过企业内部资源优化配置,提高质量实现企业快速反应。信息网络技术应用带来的纺织品服装贸易格局变化主要体现在三个方面:

1. 美国、欧盟、日本仍然是全球纺织品服装的主要市场,占全球纺织品服装总进口额的 70%。随着全球产业结构调整,今后相当长的一段时间内,这三个国家和地区,仍然是国际纺织品服装出口的主战场。

2. 随着纺织品服装配额的减少和取消,北美、欧盟区域内贸易将会出现逐步的调整,对我国扩大欧、美两大市场提供了有利的商机。

3. 全球纺织品服装的现代化采购流通模式逐步形成,并迅速替代传统落后的高成本、慢节奏的采购流通方式。大型采购商利用自身快速灵敏的市场信息网络系统,实行集中式采购,产品标准及检测手段直接与生产企业对接,建立靠近产地的物流配送系统,实现无库存、快速、高效的采购物流系统。

(6) 纺织高新技术的竞争今后将是纺织强国的竞争。人类进入了 21 世纪,纺织科技进步日新月异。特别反映在高性能纤维的开发和应用,高性能特种纤维,如超高强、耐高温、耐磨的纤维已成为军工及其他工业、农业、交通、水利、医疗等部门的重要材料,特种功能性纤维成为纺织品服装高附加值的基础;绿色环保纤维成为新世纪的发展方向;新型纺纱、织造、染整和服装设备快速发展,替代原有的设备,大大提高了纺织生产力和纺织产品的水平。

1.2.3.2 我国纺织行业发展趋势

(1) 我国纺织纤维加工总量继续保持高速增长的趋势。改革开放以来,我国纺织纤维加工总量保持了每 10 年翻一番的快速增长,20 世纪 90 年代,年均增长率为 6.1%。1980 年,我国纺织纤维加工总量为 341 万吨。1990 年,我国纺织纤维加工总量为 630 万吨。2000 年,我国纺织纤维加工总量为 1210 万吨。2001 年我国纺织纤维加工总量就实现了“十五”规划指标。中国纤维加工总量占世界总量的 26.4%,预计到 2010 年我国纺织纤维加工总量可能在 2000 年基础上再翻一番。

以上数据充分反映了我国正进入国民生产总值人均 1000 美元的发展时期,人民群众纺织品服装的需求不仅反映在衣着类消费的增长,而且对家用纺织品和产业用纺织品有更大需求的增长,纺织品出口也在稳步增长。同时,这个翻番不是简单地理解为原有数量基础上的延伸,而是新产品、新技术、新设备、新体制和高效的快速增长,包括原有许多落后产品、落后工艺技术、设备的淘汰。

(2) 纺织产品的全球竞争,将是我国纺织行业提高竞争力的主要动力。我国纺织行业是较早进入国际市场的行业,我国纺织产品也是较早进入国际市场的产品。加入世贸组织标志着我国进一步开放,与世界经济接轨。

我国纺织业 1/3 的产品进入国际市场,并且这一趋势在不断扩大,同时国外名牌产品纷纷涌入中国市场,发展中国家和地区中低档纺织产品的竞争进一步加剧,这会深刻影响中国纺织品服装市场和中国纺织产业结构的调整。具体体现在纺织服装产品及品牌的竞争、高新技术的竞争(体现在高附加值产品和优质产品的竞争)和成本的竞争这三个方面。

中国纺织产品和服装,可以简单用三个“1/3”来划分,即:1/3 出口产品,1/3 国内城市中高档产品,1/3 农村产品。在未来 10 年中,我国衣着类增长速度为 3%~4%,而家用纺织品增长 6%~7%,产业用纺织品增长速度将在 10% 左右。随着我国经济增长,人民生活水平的提高,我国衣着类、家用纺织品和产业用纺织品都有很大的发展空间和潜力。

(3) 开发绿色纺织品工程,推动我国纺织工业的可持续发展。随着社会进步,人们越来越重视保护环境,维护生态平衡,为提高人类健康水平,提出了“绿色运动”。绿色运动产生于 20 世纪 60~70 年代西方发达国家,80 年代以后迅速发展,进入 21 世纪,成为世界各国必须遵循的规则。绿色纺织品是绿色运动的重要内容之一。

总之,世界和中国纺织品服装贸易市场充满商机。纺织企业和管理部门要不断研究市场,紧贴市场,从而占领市场。

阅读资料

纺织行业的污染问题

我国纺织生产、贸易、产品使用过程存在着对环境的严重污染和对人体的危害。具体表现为:

1. 纺织行业是我国排放工业废水量较大的部门之一,每年排放废水量达 9 亿多吨,是我国工业废水排放量的第六位,其中印染废水排放量占纺织工业废水排放量的 80%,是我国排放废水和污染物质较大的行业之一。一座印染厂污染一条河已是不争的事实。

2. 有害的染化料与助剂。织物免烫抗皱整理后,织物上的游离甲醛,会导致人体呼吸道发炎、头痛,产生皮炎及过敏等症状。阻燃整理中广泛使用的有机磷化合物,在毛织物防蛀处理中采用狄氏剂,对人体危害极大,会引起神经衰弱、急性中毒等病症;对纺织品进行防静电、阻燃整理时所用的整理剂中,常含有多氯联苯胺等有害物质,容易致癌;一些荧光增白剂也被怀疑有致癌性。漂白剂、染料、浆料、水洗不干净都会引起不良后果,在服装海绵垫肩的生产过程中以氟