

入世的中国纺织业

纺织行业名录大全 (联系册)

《纺织行业联系册》编辑部 编

[上册]



中国纺织出版社

入世的中国纺织业

纺织行业名录大全(联系册)

(上册)

《纺织行业联系册》编辑部 编



中国纺织出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

入世的中国纺织业：纺织服装行业名录大全/《纺织行业联系册》编辑部编：-北京：中国纺织出版社，2002.9

ISBN 7-5064-2380-4/TS·1608

I. 入… II. 纺… III. ① 纺织工业-工业企业-中国-名录② 服装工业-工业企业-中国-名录
IV. F426.8-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 072055 号

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 电话：010-64168226

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

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

2002 年 10 月第一版第一次印刷

开本：787×1092 1/16 印张：121.9375 彩插：9

字数：5000 千字 定价：(上、下册) 350.00 元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

加入世贸组织与中国纺织工业竞争力

中国纺织工业协会会长 杜钰洲

加入世贸组织是中国现代化建设进程中的一件大事，是中国面对新的科技革命和经济全球化趋势的重大决策之一，是中国以市场经济为目标模式的改革开放进入到一个新的历史阶段的里程碑。我国加入世贸组织不论是对中国经济社会还是对国际社会都将产生不可估量的影响。

中国加入世贸组织之后，纺织工业作为中国国际依存度较高的传统产业，如何应对新的机遇和挑战，不仅事关行业自身的发展战略，而且关系着中国加快现代化建设的大局。

加入世贸组织，给中国纺织工业带来最大的环境变化，是我们可以以世贸组织成员的身份享受世界纺织品服装贸易回归过程的好处，并以世贸规则维护自己的权益；同时，使我国纺织品服装有可能在原来的设限市场争取更大的贸易空间。然而，现存国际经济秩序的种种矛盾告诉我们，纺织品服装制造业作为劳动密集型产业，它在国家之间按价值规律进行转移，不可能仅仅因为取消配额制度就变得一帆风顺。世界买方市场的竞争不仅在发展中国家间变得更加激烈，而且发达国家在发展先进纺织生产力的同时，设置新的贸易保护门槛，也为我国纺织品服装的大举进入增添新的难度。因此，提高竞争力成为中国纺织工业应对入世最重要的对策。

中国纺织工业在入世后面临的市场形势要求我们 把工作重点转向提高国际竞争力上来

中国纺织工业的纤维加工总量已占世界 1/4，2000 年纤维制品的出口额占世界纺织品服装出口总额的 14.7%，进口额占世界纺织品服装进口总额的 3.7%，其中向设限地区出口占出口总额的 22.8%，向非设限地区出口占 77.2%。根据世贸组织统计数据，以 1998 年为例，全世界纺织品服装进口总额中，设限地区进口总额约占 65.67%（其中欧盟占 42.53%，北美占 23.14%），非设限地区约占 34.33%。如果设限地区的进口额加上日本、澳大利亚等发达的非设限国的进口额，则发达国家进口占世界进口总额约 80%，也就是说生产基本上在发展中国家，市场基本在发达国家。在这种格局下我国发展成为生产和出口大国，是我国改革开放抓住机遇的结果。根据我国海关统计数据，1998 年中国向设限区出口 97 亿美元，占设限地区进口总额的 4.48%，占我国出口总额的 22.6%；中国向非配额地区出口 331.5 亿美元，占非设限地区进口总量的 29.20%，占我国出口总额的 77.4%，这既反映出我国纺织工业竞争力的提高，也反映出对设限区的出口受贸易保护的影响。

那么, 是否可以说在配额取消后我国的纺织品出口在设限地区就会迅速实现成倍的增长呢? 回答是绝不能过分乐观。我国纺织品服装产品现在在国际上的形象是物美价廉。以美国进口纺织品为例, 2001 年美国统计进口纺织品服装数据中, 中国出口到美国的纺织品服装折算成每平方米的单价是 4.72 美元, 超出各国平均值的 38.32%, 那为什么美国还进口中国的产品呢? 产品质量好, 物美价廉是主要原因。入世后, 中国对非设限区出口则不会有突变式增长, 根据中国海关 2000 年统计向日本出口纺织品服装已占日本进口总额 (WTO 数据) 的 53.86%。取消配额有可能较快增长的市场还是在设限地区。我们在设限地区的竞争对手有三类:

一是发达国家和后起工业化国家、地区。它们出口的高附加值产品, 我们一时还赶不上, 如 2001 年欧盟对美国出口服装 12.37 美元/m², 日本是 6.33 美元/m², 中国为 4.72 美元/m²; 面料方面的情况有两种, 一是高质量、高附加值产品, 像意大利的呢绒面料, 价格是我们的一倍以上; 另一方面是技术含量高、劳动生产率高、资本密集、价格低的产品, 我们也竞争不过, 如日本、韩国的化纤纺织品。

二是自由贸易区内的国家和地区。它们受区内贸易壁垒保护, 目前欧盟自由贸易区内有 52% 是内部贸易, 北美自由贸易区内有 38% 是内部贸易。由于配额和关税保护措施、原产地原则, 2001 年墨西哥向美国出口纺织品数量比中国高出 62%, 价格却比中国低 64%, 出口服装按平方米计算的总数量比中国高出 1.35 倍, 价格却比中国低 54%。最近, 北美自由贸易区扩大到加勒比地区, 又扩大到撒哈拉沙漠以南的所有非洲国家, 欧盟自由贸易区扩大到东欧, 也扩大到非洲上述地区。我们入世后, 尽管取消了配额, 减少配额成本 (约占销售价 10%~15%), 但与自由贸易区内国家和地区仍有关税和原产地保护的区别, 我们出口到美国的产品在三年过渡期后还有 11.5% 的关税。此外, WTO 成员可以以更加严格的技术壁垒和“磋商”办法限制中国产品进口的增长增量。这些说明, 在设限国家继续以新的保护措施限制中国技术含量低的纺织品服装向其出口。

三是其它发展中国家, 特别是我们的周边国家、地区。它们与我国在纺织品服装贸易中的竞争日益激烈。目前他们的一些粗加工产品竞争优势有的已超过我们, 如棉纱线, 因为受棉花的价格和周边国家技术装备更新快的影响, 使我国在 2001 年进口棉纱 53 万吨, 出口只有 24.5 万吨。

此外, 中国入世后国内竞争更加激烈。中国的现实市场之大已经引起世界纺织品服装产业的瞩目, 国际品牌已进入很多, 入世后中国城市中高档消费的吸引力更大, 还会通过货物贸易、服务贸易多种形式扩大进入中国市场。而短期内国内市场的扩大还不足以弥补由于外国产品进入所占去的份额。因为国内消费结构的变化趋势, 使衣着消费并不能与 GDP 年均 7% 的速度同步增长。如城市居民人均用于衣着消费的支出 1996 年是 528 元, 2000 年是 501 元, 考虑 4 年价格指数是 508 元; 农村 1996 年是 113.77 元, 2000 年是 95.95 元, 考虑 4 年价格指数是 97.79 元。在 20 年前有人预测我国人均国民生产总值达到 1000 美元时, 纤维消费量会大幅增长, 现在全国人均 GDP 已经达到 908 美元了, 2003 年就会超过人均 1000 美元, 而现在城市消费热点并未体现在衣着上, 而是住房、耐用消费品、汽车等。上海 2000 年人均 GDP 为 3284 美元, 平均衣着支出是 567.37 元; 1997 年人均 2782 美元, 平均衣着支出是 551.58 元, 经过三年人均 GDP 增长 18%, 衣着消费增长不到 3%, 并未出现大幅增长。而

2000 年上海城市人均支出 11324 元, 高出全国 84.21%, 它的城市恩格尔系数仍高达 44.15%, 高出全国城市恩格尔系数平均 5 个百分点。鉴于入世后国际国内市场的新形势, 都要求我们必须把工作重心放在全面提高行业竞争力上来。

全面提高中国纺织服装产品的市场竞争力

中国纺织工业的国际竞争力, 在现阶段主要体现在货物贸易中, 在服务贸易和知识产权领域, 目前还不是我国的强项。因此, 当前提高中国纺织品服装产品的市场竞争力, 是首当其冲的工作出发点。

一、劳动力资源优势仍是中国纺织服装产品竞争优势的基础。要继续提高活劳动对产品附加值的贡献率

(一) 劳动力资源丰富, 基本素质高、成本低, 将在相当长一个时期是维系中国纺织品和服装在价格上的竞争优势的关键因素。据《世界经济论坛》刊载资料, 1999 年国际货币基金组织对亚洲一些国家和地区制造业 (1998 年) 每周工资报酬测算表明, 中国制造业工资成本处于最有利的地位。根据我国统计数字, 2000 年规模以上纺织企业职工的平均每周工资是 19.7 美元, 劳动力成本优势很明显。

中国大陆与亚洲国家和地区制造业工资比较

	中国	印度尼西亚	菲律宾	泰国	马来西亚	韩国	台湾	香港
工资 \$	30	31.40	44.40	58.30	77.9	243.00	328.90	436.6
比值	1	1.07	1.58	1.94	2.6	8.12	10.96	14.6

资料来源:《世界经济论坛》

在中国工业化进程中, 纺织工业作为劳动密集型产业始终是社会就业的重要领域。中国城市与农村大量的富余劳动力, 成为中国纺织产品成本绝对优势和比较优势最重要的基础。2001 年中国城市居民人均可支配收入 6860 元, 而农村家庭居民平均纯收入 2366 元, 中西部农村人均收入只是东部地区的 1/2 左右。中国劳动力成本保持整体优势, 是由中国工业化进程的国情决定的, 劳动力供给过剩的局面将延续相当长一个时期, 即使东部沿海地区工资水平不断上升, 但仍然可从农村和中西部获得廉价劳动力。因此, 纺织工业要充分用好劳动力资源的有利因素。

(二) 在行业内部要高度重视职工队伍的素质教育和对劳动资源的优化配置, 减少对活劳动的浪费。根据 1997 年国家统计局投入产出流量分析, 中国纺织品服装业劳动者报酬只相当于中间投入的 19.46%, 而纺织服装业增加值中的劳动者报酬是固定资产折旧的 3.25 倍。这一方面说明劳动力报酬在制造成本中的突出地位, 另一方面说明它对降低产品成本的重要作用。加入世贸组织后, 提高竞争力的目标是提高活劳动对增加值的贡献率, 即提高营业盈余占工业增加值中的比重 (在 1997 年投入产出流量表中营业盈余占工业增加值的 22%)。因此, 必须高度重视对劳动力资源素质教育和优化配置, 提高中国纺织工业的劳动生产率。

(三) 在入世条件下, 充分运用中国劳动力资源的环境优势, 进一步提高“中国制造”(Made in China) 在世界纺织品服装市场的占有率。中国低成本劳动力资源发挥积极作用拥有

良好环境。在当今经济全球化条件下各种资源都可以全球性流动,唯独劳动力资源不可以跨国流动,因此资本与劳动相结合必然以国际性产业结构转移的方式来实现。而中国纺织服装业的完整工业体系,熟练工人队伍和科技人员队伍的发展进步,不断提高的产业技术和企业机制,良好的外部配套能力、基础设施,充足的原材料、能源供应等,为发挥中国劳动力成本优势提供了有利条件;中国社会稳定,市场经济体制基本建立,劳动力市场正在趋向成熟,社会保障体系、培训体系不断完善,为提高劳动力资源的效率提供有利的条件;中国入世后,外资外国的品牌使用中国劳动力参与国际竞争的条件更成熟了,为我国劳动力资源开辟了更大的国际市场。使中国有可能成为世界纺织服装业加工厂。

二、提高质量和创新价值是提高中国纺织服装产品竞争力的关键,要加大品牌战略的推进

中国2001年纺织品服装出口532.80亿美元,其中服装出口365.38亿美元,占68.58%,纺织品出口167.42亿美元,占31.42%。服装竞争力系数为93.32%(贸易顺差/进出口总额),纺织品竞争力系数为14.67%,这两大产品的竞争力系数这样悬殊,说明中国服装加工比纺织品加工更多地依赖劳动力低成本的优势,而纺织品加工业资本有机构成高于服装加工业,劳动力低成本优势的作用相对下降。产品品质、质量、品种、花色等成为中国纺织品竞争力的薄弱环节,进口的纺织品基本上用于加工服装出口,使服装出口中加工贸易比重高达46%。而无论是服装还是纺织品,以国际著名品牌的声誉出口并获取较高附加值的产品极少。这说明不能孤立地、静止地看待劳动力成本低的优势,产品进入市场首先是质的比较,也就是使用价值的比较,然后在同样质地的前提下才比较价格优势,当然也存在价格因素制约对使用价值选择的问题,但这都说明低成本优势是相对于不同复杂程度的劳动和不同质的产品而存在的。

由于当代高新技术向传统产业的渗透,极大地改变着人们物质生活资料的生产方式和生活方式,这使人们对纺织品服装使用价值创新的要求日益强烈。追求纺织品服装功能创新、高品质和个性审美表现成为现代时尚主流。在纺织工业世界性买方市场形势下,只有高品质和高创新才能开辟卖方市场。我国纺织品服装质量和创新水平虽然经过20多年的奋斗已有很大提高,但与世界强手相比,还有较大差距,特别是原创名牌占有率差距更大。这是我国纺织工业在入世后面临严峻挑战的突出表现。我们必须以只争朝夕的精神,扭转这一不利的局面。

提高各类产品的质量和创新水平,这是一项系统工程,要以面料为突破口,带动从上游到下游产品系统的质量和创新能力,包括纤维材料的创新,应用高新技术实现化学纤维、纤维素纤维、蛋白纤维等材料功能及应用领域的创新;加工技术创新,重点在面料开发,突破印染后整理、化纤仿真以及纺纱、织造等关键技术;将数字化加工技术与信息化结合,融开发设计、生产过程、营销过程、管理过程为一体,提高产品对市场需求变化的快速反应能力。

近几年全行业抓以面料为突破口的调整是有成效的。2001年我国纺织品服装出口总额增长2.31%,其中纺织品增长4.26%,而纺织品一般贸易出口增长9.46%,一般贸易占纺织品出口总额的62.91%,比1997年的51.45%增长11.46个百分点。国产面料竞争力提高,使服装出口一般贸易比重从1997年51.61%上升到54.11%。但从建设世界纺织强国的目标来看,产品结构调整还有相当长的路程。面料竞争力低仍是提高行业竞争力的瓶颈,在各行业中,新产

品在销售收入中比例只有 5% 左右;从横向大结构来看,衣着/装饰/产业比重从目前的 63/22/15 要调整到各占 1/3,以及化纤差别化率从 15% 提高到 1/3 都需要付出更艰苦努力。

全面提高企业竞争力

企业是中国纺织工业的市场竞争主体。改革开放 20 多年,中国成为世界纺织品服装生产大国、出口大国,这是与中国纺织服装企业的进步分不开的,而在加入世贸组织条件下建设现代化纺织强国,必须继续把着力点放在全面提高中国纺织服装企业的国际竞争力上。

一、要迅速提高企业开发研究能力

在充分竞争的市场中,企业的核心竞争优势在于其内部长期成长过程所积累的核心知识和能力。它的形成并非是企业市场交易中获得,而是通过自身的内部积累产生的,很难通过市场定价和配置,因此是企业的无价之宝,即核心竞争力。在持续变化的现实经济环境中,企业获得竞争优势的途径是知识创新和制度创新的积累。

企业开发研究能力弱,是中国纺织服装企业长期普遍存在的问题,它的直接后果是产品质量品种趋同,创新不多,企业效益不高,发展后劲不足,抗风险能力差。在经济全球化时代,企业开发创新出现以下一些新的特点:研究开发的全球化趋势;寻求技术和人才无形要素组合优势,降低研究开发成本,成为企业跨国兼并或强强联合的重要目的;人才争夺更加激烈,跨国公司进入发展中国家,不仅看中了低成本劳动力优势,更看中其受过良好教育具有开发研究能力的技术人才;与此同时,发展中国家不再是简单的组装加工,伴随水平分工的兴起,为发展中国家提升技术格局提供了机遇;研发投入强度大小成为企业竞争潜力的重要标志。如果说我国纺织工业技术改造任务繁重,那么追赶研发能力增强的任务更繁重。目前,虽然已产生一批有研发能力的企业,有的企业在人才聘用上已打破省界、国界,加大研发投入力度,逐步形成知名品牌,但相当多的企业还没有开展研发,更谈不上为了研发而实现企业重组。它们重硬件轻软件,重生产和广告轻研发,重仿制轻独创,我国规模以上纺织企业研发投入占销售收入的比重平均还不到 0.5%。这就是造成我国纺织服装企业在整体上既明显缺乏内部技术来源,同时由于受过去体制上科研与经济“两张皮”的影响,又缺乏外部技术来源,因此提高企业研发能力非常重要。

二、要继续深化企业制度和经营方式的改革

当代技术改变了传统产业优胜劣汰的基础,现代科技和全球化经济极大地提高了现代企业专业化、社会化、集约化程度,这一变化不仅使那些拥有全球价值链集成的跨国公司加强了它的垄断地位,而且使那些虽然规模不大但却在某一产业链环节具有特殊地位的中小企业,同样拥有很强的竞争力。唯独那些停滞于粗放经营方式,在技术创新领域被边缘化的企业,无论是大还是小,都处于极其不利的竞争地位。新时期改变了企业间传统的优胜劣汰规律。现在企业间重组可以小吃大,快吃慢,新吃旧。掌握新技术的小企业可以吃掉技术老化的大企业,转型快的企业吃掉转型慢的企业,新企业吃老企业。

我国企业制度改革和经营机制转变,是中国纺织工业发展成生产大国和出口大国的重要原因。多种经济成分的纺织企业共同发展,产生了巨大的发展积极性。从 2000 年全国国有及

年销售收入 500 万以上的非国有纺织企业的资本构成可以看出改革的变化（见下表）。

全国纺织企业资本所有制构成

构成 金额与比例	规模以上企业 业总资本	国家资本	集体资本	法人资本	私人资本	港澳台资本	外商资本
资本额（亿元）	2571.27	634.43	380.93	486.28	312.36	448.72	308.56
分类结构（%）	100	24.67	14.81	18.91	12.15	17.45	12.00

资料来源：国家统计局

伴随着入世后国内国际新的复杂竞争形势，中国纺织服装企业将经受新的优胜劣汰形势的考验。从纺织工业企业制度上来说，法人主导型的企业治理结构主要存在于大集团公司、上市公司、合资企业中，由于发挥了法人股东的内部治理和约束作用，企业竞争力较强，但占行业总量比重不大；国有独资企业和控股企业由于现代企业制度不完善，政府主导色彩较重，传统机制加上历史包袱的压力，竞争力还没有充分释放出来；大量的个体私营企业（规模以下绝大部分企业）尚处在家族主导型治理阶段，小生产色彩较浓。这样一种企业群体，从总体上粗放经营的比重大，专业化社会化程度低，还远未从依靠低水平、低价格过度竞争的状态中转变过来，劳动力低成本优势掩盖了企业核心竞争力的不足。

目前，我国纺织服装某些大企业不仅资本规模、产业规模、占有市场规模还不够大，而且劳动生产率水平也不高；一些企业固定资产规模增加了很多，但没有开发能力，没有名牌产品；上市募集了很多资金，但因为缺乏核心知识和能力的积累，找不到主业投向，最后只好买能力、盲目铺摊子或依赖投资房地产；传统体制、传统机制没有大的改革，这种大企业是靠不住的。因此，只有真正确立全球竞争观念和集约化的经营方式，才有可能培育一批具有跨国优化配置资源能力和具有核心竞争力的大企业大集团，成为行业骨干。

鉴于中国纺织服装业企业集中度很低，以中小企业为主，我们在培育扶植大企业的同时，还必须以更大的精力关注中小企业的健康发展。通过加强引导、服务和推动中小企业社会化、专业化，摆脱小生产经营方式，提高其竞争力。在新技术时代，中小企业在经济社会中的作用越来越大，据美国的研究表明，在一些重要领域，中小企业是技术进步的重要源泉。它创造的创新成果和新技术数量占全国 55% 以上，据欧盟统计，中小企业 R&D 的单位投入所产出的新产品是大企业的 3.5 倍；在我国实践也证明，在纺织中小企业发展最快、最集中的工业地区，由于产业集群效应，也是纺织业增长最快、新产品最多、出口发展势头最好的地区。中国的纺织工业 1997 年投入产出系数是 29%，高于食品制造业、煤气及石油加工业、化学工业、金属产品制造业、机械设备制造业、建筑业等其它产业。纺织工业出口创汇贸易顺差是全国贸易整体顺差的 1.75 倍，证明纺织服装企业正处在非常有利的发展时期。只要把增长方式转向集约化、专业化的方向上来，加速现代化企业制度建设，那么全行业将会获得更大的增长。

三、加快信息化是建立现代企业制度和提高企业创新能力的推动力

现代企业制度没有固定模式，不同产业、不同生产要素结构、不同的规模、不同所有制都会产生不同的企业制度，但无论哪种企业，要适应全球化竞争，就要实现管理过程、生产过程、营销过程的科学化，并且以先进高效的企业制度作为根本保证。在知识经济时代能把

这三个过程科学地融为一体，既有内部高效、统一、扁平运作，调动各层积极性，又有对外部快速反应能力的最好办法，就是加快信息化步伐。黑龙江龙涤集团在 2000 年一期投资 650 万元建设企业信息网络系统，仅从内部科学化管理当年就节约 2500 万元，第二年节约 4500 万元。该公司总裁说信息网络在管理上最大的权威是管理透明、格式化、高效。而一个企业一旦运用信息网络推进全面资源优化配置，即引入 ERP 系统，它将给企业以全新的活力和创造力。从某种意义上说，互联网将成为 21 世纪各国企业角逐的平台，看中国纺织服装企业的国际竞争力，很重要的标志是能否在这个平台上立足。信息化必将为中国纺织企业带来更多的后发优势。必须不失时机地按各企业实际情况把信息化工程开展起来。

四、关于继续深化国有企业改革问题

首先要充分肯定纺织国有企业三年改革脱困突破口战役成就的历史意义。特别是在 2001 年遇到比亚洲金融危机更为严峻的国际形势下，能取得当前这样的成绩，在很大程度上归功于前三年的改革脱困。试想如果不是淘汰近 1000 万落后锭，执行近 120 万人的分流政策，消除大批扭亏无望的企业，核销 400 多亿元的历史债务，同时为一批优势企业创造上市融资股份制改革的条件，那么 2001 年的行业运行结果将难以想象。

2001 年受国际市场低迷的影响，出口创汇增幅从上年 20% 下降到 2.31%，纺织工业生产仍然实现 9.43% 的增长，主要是在中央积极财政政策和拉动内需的政策影响下，纺织工业调整改革仍在深化。全国纺织工业贸易出口顺差 395.6 亿美元，占出口额比重从上年 73.33% 提高到 74.25%，增加一个百分点，纺织工业贸易顺差额是全国贸易顺差额的 1.75 倍。全国规模以上纺织企业利润总额仍实现 269 亿元，只比上年减少 24.3 亿元，主要因素是国际形势影响使国际棉价降到 1972 年以来最低点，而国内棉价相当长时期比国际市场高很多，按用棉量统计棉纺行业因棉价高出国际市场提高成本达 60 亿元。产品出厂的价格普遍随国际市场下降，化纤受棉花的影响价格大幅下跌，平均达 10%，这两个行业减少利润 52.5 亿元。在全国规模以上企业统计中，国有企业销售额占全国 25%，实现利润比上年下降 57 亿元；非国有企业销售额占全国 75%，实现利润比上年提高 32.7 亿元，对这两类企业的运行反差要作具体分析。从运行的素质分析，仍然可以看出国有企业的改革和调整，以及企业管理都在加强。首先从全行业分析，棉纺行业减利 21.6 亿元，化纤业减利 34.4 亿元，这两个行业减利额 56 亿元是全行业减利额 29 亿元的 2.3 倍。而这两个行业在国有企业中的比重达 60%，在非国有企业的比重仅占 16%；另外国有企业财务费用和管理费用占销售收入 9.28% 以上，而非国有企业两费仅占销售收入的 5.33%，如按非国有企业两费的水平，这两个行业的国有企业不仅不会减利，反而是增加利润 7 亿元；再看毛利率情况，国有棉纺与化纤综合毛利率平均为 9.01%，非国有企业毛利率平均为 8.16%，这两个行业中国有企业平均毛利率高于非国有企业 1 个百分点，表明生产管理好于非国有企业，但国有企业两费占销售收入的比重几乎是非国有企业的 1.8 倍，最后出现一些国有企业亏损是难以避免的，而非国有企业只是由于两费低和销售量增长近 13%，最后形成实现利润总额增长。

这一形势告诉我们，纺织国有企业虽然总体上脱困，但还很脆弱。尤其在中西部地区，国有企业占行业比重高达 70.8%，多种经济成分发展迟缓，必须继续按“有所为有所不为”的原则，加快国有经济的战略调整，促进多种经济成分共同发展，加大改革力度和加快建立现代化企业制度。特别要真正减轻大批内地国有企业的社会负担，改善其改革和运行的环境。

全面提高中国纺织产业的综合竞争力

一个产业能否在全球化竞争中立于优势地位，不仅看它在全球产业链调整进程中是否具有历史机遇，而且还要看它是否具备良好的系统结构。所谓产业的系统结构包括产品结构、技术结构、企业组织结构和区域经济结构。我们必须长期坚持以发展为主题，以结构调整为主线，以改革为动力，以提高人民生活水平为根本目的的指导思想。

从产业结构分析，我国纺织工业最突出的结构特点是集中度非常低，产业组织结构高度分散，呈现“原子型”市场结构，低水平过度竞争严重。世界经济结构调整给发展中国家带来相当长时期的发展机遇，但要看谁最先掌握先进技术、先进材料和信息，谁有较强的竞争力，谁才能拥有商机。过度竞争会降低社会资源配置效率和福利水平，它不仅导致规模经济效益的丧失，而且加剧了生产能力过剩，市场过度竞争状况不利于我国纺织工业竞争力的提高。因此，通过调整产业的产品结构、技术结构、组织结构，争取宏观有利于调整的政策，尽快扭转过度竞争的局面，是提高中国纺织工业产业竞争力的中心问题。

一、坚持制止重复建设和加快技术改造与技术创新

1998年到2000年三年改革脱困突破口使中国纺织工业冲出困境，但要在新时期提高产业竞争力就必须争夺技术进步和产业升级的至高点。重复建设浪费资源、过度竞争贻误时机，使纺织工业吃了很大苦头，但重复建设思想在中国有很深的土壤。中国改革开放20年也正是国际纤维产业结构调整的20年，因此中国纺织工业在90年代初期之前加工总量增长的贡献率远远高于创新增长的作用。而这一粗放型发展惯性延续到当前这种国际竞争日趋剧烈，以及国内买方市场日趋成熟的新时期，它的危害性日益加大。企业制度的影响和中国地区经济不平衡，劳动力就业压力大，企业进入市场水准低，常以低价取胜，以现成技术、大路产品过度竞争，造成一些企业只能在亏损边缘运行，既无力转向以内涵为主的扩大再生产的路子上来，又难以兼并重组或退出市场。有一个怪圈，即不进行技术投入，竞争力不能提高是等死，而进行大规模投入，虽然技术装备改造了，但没有开发研究基础，仍难以在产品和市场上超越竞争对手，技术投入往往得不偿失，俗称找死。这说明要扭转粗放经营方式，确实不是仅仅靠投资结构改善就能一蹴而就的，而是要有一个综合转变的艰苦过程。实践证明，首先是在行业内部解放思想，转变观念，把发展落脚点放在依靠技术进步和提高职工素质上来，要走专业化、社会化的路子，要从实际出发，在社会化群体中寻找自己的机会，确定提高竞争力的出发点。即使一些企业一时无法掌握产品创新的核心技术，还可以在价值链低端先应用非核心技术创造条件逐步进入核心技术，从价值链的低端向上攀登。

目前在宏观政策上需要调整，许多拥有大量落后设备的企业无力改造更新，而有能力投资新技术、新装备的企业又无法与淘汰老设备挂钩，于是与现行控制总量的管理方式有冲突，这就说明技术进步与体制、机制的关系很大，能否通过纵向整合、结构性调整来解决，尚待有关部门研究。

二、在区域结构调整中要积极引导和充分发挥产业集群的竞争力

产业集群经济是我国传统纺织业走集约化、专业化的重要形式。目前主要在东部沿海地

区，特别是长江三角洲、珠江三角洲等地区，集群效果明显。

产业集群是产业发展的一种内在规律，和经济开放程度有很大关系，它是市场配置资源，合理运用产业要素的客观要求。目前纺织产业集群有以下几个特点：一是某种生产的集群围绕一个专业化市场形成和发展，可以充分接纳产业集群区生产的大量产品，充分提供各种原材料、配套设施与服务；集群以市场机制组成，与专业市场互动，形成外部经济规模，使集群产生外部经济效益。二是以某一类产品为主的产业资本在这一区域较快地集中，以及劳动力、原材料、专业服务和产业技术充分自由活动，联动相关产业，并实现生产资料与资本和劳动力的自由组合，高度的竞争性促进专业化分工，形成大小企业间产业纽带，形成较高的产业效率，产生内在规模经济效益。三是当地政府（县、镇、村）为鼓励这种集群，提供在土地（一般设工业园区）、工商管理、引导服务等支持政策，形成社会资本，提高综合效益，促进了集聚区产业链的完善和提升。

浙江省纺织工业产业集群式发展十分普遍。海宁市许村的布艺工业和经编工业、绍兴和萧山的大型化纤生产、绍兴的印染和化纤布、嵊州的领带、嘉兴和湖州的丝绸、诸暨大唐的袜子（年产 65 亿条）、宁波的男装、杭州的女装、温州的西服、织里镇的童装、平湖的服装出口加工等等，由于这些产业集聚区的活力，使浙江省纺织工业面貌一新。1996 年浙江的乡及乡以上独立核算的纺织企业销售产值 879.59 亿元，占全国 7.5%；2000 年浙江省规模以上企业销售产值 1431.43 亿元，占全国 16.58%；浙江省 2001 年规模以上纺织企业销售产值 1720 亿元，占全国 18.53%，居全国第二位，仅次于江苏省，实现利润 90 亿元，是全国规模以上企业利润总额的 1/3，居第一位。2001 年浙江省纺织工业出口 87.12 亿美元，同比增长 19.17%，比全国增幅高出 16.86%。浙江省纺织工业 85% 集中在绍兴、宁波、杭州、嘉兴、温州、湖州等地区。这些地区由产业集群效应给浙江经济的增长带来了很大的活力。据浙江省统计局测算，在浙江省纺织工业每增加 1 元钱投入达到拉动全省经济是 4 元。产业集群区大量的中小企业容纳大量就业岗位，浙江省规模以上企业 3576 户，就业职工 94 万人，而规模以下纺织服装化纤企业和家庭户 25 万户，就业人数达 140 万人，明显地推动农村城市化进程。由于产业要素在充分竞争条件下必然流向效率最高和要素回报最高的地区和企业，因此产业集群促进产业专业化进程和技术进步，对提高出口竞争力的作用十分明显。以绍兴县轻纺城为中心的产业集群为例，高技术含量产品和开发投资以及资本密集型产业的发展，都快于其它地区，目前这些集群区正在吸引越来越多的海外投资和海外技术。

根据一些发达的工业化国家的发展经验，产业集群有可能使后起的国家超过原先在该产业上有优势的国家。比如瑞士纺织机械集群形成了世界上纺机最具竞争力的产业之一，美国加州戴维斯附近的葡萄酒业集中了 680 多户葡萄酒厂，产量是美国的全部，超过法国，与此同时形成种植、酿酒、设备、瓶、塞、盖、商标、专业出版等专业化集群区域。

当前，对于我国纺织行业由于市场机制作用产生的产业集群的积极探索和引导，使之健康发展，进一步发挥集群对提高中国纺织产业的集中度、社会化和专业化水平，促进中小企业技术与制度创新，提高全行业综合竞争力具有非常现实的意义。

三、抓住西部大开发时机，发挥东西部地区互补优势

我国东部纺织工业占全国纺织工业总量 85% 以上，在东部经济快速发展的新形势下，要特别发挥东部在两个市场开拓、研究开发、培育名牌和跨地区或走出国门的优势，这与充分

发挥西部地区自然资源和劳动力资源的优势形成较强的互补关系。充分运用国家在西部大开发的有利条件，通过东西企业联手、重组或向西部投资技术和优势品牌，形成西部优势。中西部地区要加大国有企业改革的力度，按有所为有所不为的原则尽快完成对国有经济战略布局的调整，促进多种经济成分共同发展，加大市场开放的力度，创造产业集群条件，吸引东部资金、品牌、企业，改善纺织工业的企业结构和产品结构，提高中西部地区纺织工业的竞争力。

四、努力提高纺织行业中介组织的服务和自律水平，增强中国纺织工业整体素质

中介服务是社会化生产力发展的必然要求，特别是在知识经济条件下，行业协会和其它各类中介组织的产业服务水平、承担国际间产业交流与合作的能力、组织行业内广大企业开拓海外市场的效率，这些都是一个国家产业综合竞争力的重要标志。当前行业协会工作在探索中前进，正在从事大量的调查研究，深入实际，提高对全球化市场形势洞察力和对行业服务效率。当前中国纺织工业协会和他的各主要行业组织成员重点围绕加入 WTO 后提高竞争力问题，正在开展为产业升级服务、为信息化建设服务、为开拓国内外市场服务，并为提高这三大服务水平而努力提高协会工作人员队伍的业务素质。

中央正在为改善对工业经济的行政管理采取一系列重大措施，这些将为纺织工业提高竞争力创造更好的环境。

中国纺织工业将为中华民族在 21 世纪伟大复兴做出新的历史贡献。让我们高举邓小平理论的伟大旗帜，贯彻江泽民同志“三个代表”的重要思想，以优异成绩迎接党的十六大召开。

《入世的中国纺织业》编委名单

名誉主任：陈树津 中国纺织工业协会秘书长

主 任：陈之善 中国纺织出版社社长

副 主 任：李陵申 中国纺织出版社常务副社长

(以下按姓氏笔划排序)

马万才 吉林省纺织行业管理办公室主任

王学鼎 福建省轻纺控股有限责任公司总经理、福建省纺织行业协会会长

王逸时 湖南省纺织行业管理办公室主任

龙超亚 贵州省轻纺行业管理办公室副主任

刘文彦 黑龙江省纺织工业局局长

刘增光 天津纺织集团(控股)有限公司总经理

刘燕宁 新疆纺织工业行主管理办公室副主任、新疆纺织工业协会理事长

张世平 中国麻纺行业协会理事长

时呈山 陕西省纺织工业总公司总经理

吴一微 内蒙古自治区经济贸易委员会副主任

吴惠明 江苏省无锡纺织产业集团有限公司董事长

李庆祥 辽宁省纺织行业管理办公室副主任

陈树彬 广东省南海市西樵轻纺城管委分商会会长

林小懿 福建省厦门市贸易发展委员会

周银标 青海省经济贸易委员会副主任

赵传香 山东省纺织工业办公室主任

赵悦杰 山东省淄博市纺织行业管理办公室主任

贾凤美 山东省济南市纺织工业协会(济南市纺织工业办公室)副会长

候 毅 山东省滨州市纺织工业办公室主任

梁 勇 中国服装集团公司、中国服装股份有限公司总经理

曹绍基 重庆市纺织行业管理办公室主任

崇仰之 河北省纺织工业办公室主任

致读者

承广大读者厚爱,《入世的中国纺织业——纺织行业名录大全(联系册)》(2002年版)终于与诸位见面了。在此我们向热忱支持本书出版的广大读者,有关厂商、单位负责人士,诚致谢意。

本书已出版六版,目的在于提供最新、最全、最可靠的资料,促进纺织行业各部门、单位之间的联系与信息交流。在修订工作中,我们得到中国纺织工业协会的有关部门、各地纺织总会、公司的大力协助,为我们提供了翔实资料,专此致谢。由于港、澳、台地区纺织企业信息收集难度较大,此次未列入本书。本书与前五版相比有以下几个重要变化:

(一)信息量大。修订后的本书包括8万余家厂商。涉及全纺织行业,包括棉、毛、麻、丝、针织、印染、复制、染料、助剂、化纤、服装、机械等行业;

(二)内容新:此次厂家登载内容包括单位名称、地址、邮编、电话、传真、经济类型、经济规模、主要产品索引;

(三)建立名录数据库:本次在出版图书的同时,使用FOXBASE建立了金蜘蛛企业名录数据库,如书中遗漏、印错或需变更,可及时通知我们,随时更改,以备再版修订补弃之用。同时欢迎您单位加入金蜘蛛企业名录数据库(免费加入,具体请参见表格);

联系地址:邮编100027 北京市东直门南大街6号中国纺织出版社《纺织行业联系册》编辑部收 电话:010-64170742 传真:010-64170742

由于纺织行业调整幅度较大,企业关、停、并、转及新增企业较多,据有关统计报道,每年大约有15%的纺织企业倒闭,大约有15%的纺织企业新增,特别是生产规模较小的企业变化更大。尽管我们尽力收集、核对各项数据,但往往校订赶不上变化,不是企业名称发生变化,就是经营范围有了扩充,更不要说电话升位、局号变动等等外界环境的变动。一经发现,我们立即纠正,但是不可避免仍有很多错误和遗漏之处,欢迎广大读者批评、指出,并提供您的宝贵意见。同时,为了使金蜘蛛企业名录数据库达到动态的相对准确,我们提供了免费加入表,我们将及时更改增补新的信息,更好的为广大读者服务。谢谢!

本书信息仅供参考,望您建立出自己的客户信息资料库。

《纺织行业联系册》编辑部

2002年8月

使用说明

《纺织待业名录大全(联系册)》(2002年版)在省、市(自治区)之下采用二级排序,一级排序为行业,二级排序为地区。亦即相同行业的单位相对集中。地区排序以邮政编码为序排列。行业分类、经济类型分类、经济规模分类按国家统计分类标准进行。

《纺织行业名录大全(联系册)》(2000年版)信息收集截止日期为2002年8月,部分信息收集截止日期为2001年12月。在编撰工作中,我们发现由于我国电信事业的迅猛发展,继电话号码普遍升位后,不少地区又进行局号调整。为了帮助读者获得准确的电话号码,我们与邮电部门联系了解到,读者可拨打(长途区号代码+114)向当地电话查询台询问有关单位的最新电话号码。

本书在前五版的基础上,为了方便读者使用,我们对编排进行了调整,具体情况是:

1. 纺织业 棉纺织业(棉纺业、棉织业、印染业、棉制品业、棉线带制造业、帘子布制造业、复制业、其他棉纺织业)、毛纺织业(毛条加工业、毛纺业、毛织业、毛染整业、工业用呢、工业用毡制造业、其他毛纺织业)、麻纺织业(苧麻纺织业、亚麻纺织业、黄、洋、青麻纺织业、其他麻纺织业)、丝绢纺织业(缫丝业、绢纺业、丝织业、丝印染业、丝制品业、其他丝绢纺织业)、针织业(棉针织业、毛针织业、丝针织业、其他针织业)、其他纺织业、纤维原料初步加工业;

2. 服装业 服装、制帽、皮革服装、毛皮服装、羽绒服装;

3. 化学原料及化学制品业;

4. 化学纤维制造业;

5. 纺织机械制造业 化学纤维专用设备、纺织机械、服装机械;

6. 纺织品服装批发业 纺织品批发、服装批发、纺织品服装零售。

完全免费
欢迎加入金蜘蛛企业名录数据库

单位名称:

英文名称:

单位地址:

邮政编码:

电话:

传真:

电传:

电报挂号:

经济类型:

经济规模:

负责人:

休息日:

主要产品 1:

主要产品 2:

主要产口 3:

网址:

E-MAIL:

注 联系地址: 北京市东直门南大街 6 号中国纺织出版社《纺织行业联系册》编辑部

收 邮政编码: 100027 电话: 010-64170742 64158225—3906 传真: 64170742

网址: www.c-textilep.com.cn EMAIL: Bosheng@c-textilep.com.cn