



中国纺织经济论文集 (2016)

Selected Papers on China Textile Economy

中国纺织工业联合会 | 中国纺织经济研究中心 编



中国纺织出版社



中国纺织经济论文集 (2016)

Selected Papers on China Textile Economy

中国纺织工业联合会 | 中国纺织经济研究中心 编

 中国纺织出版社

图书在版编目 (C I P) 数据

中国纺织经济论文集. 2016 / 中国纺织工业联合会,
中国纺织经济研究中心编. — 北京 : 中国纺织出版社,
2016. 12

ISBN 978-7-5180-3122-1

I. ①中… II. ①中… ②中… III. ①纺织工业—经
济发展—中国—文集 IV. ①F426.81-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 288186 号

策划编辑: 秦丹红

责任印制: 何 建

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京市朝阳区百子湾东里 A407 号楼 邮政编码: 100124

销售电话: 010-67004422 传真: 010-87155801

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

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

廊坊市精彩印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2016 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 787×1092 1/16 印张: 21.75

字数: 710 千字 定价: 300.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社图书营销中心调换

前 言

2016年是“十三五”的开局之年，我国纺织工业也进入由大国向强国转变的冲刺阶段。在国家全面推进供给侧结构性改革的战略背景下，为更好满足消费升级需求、增强消费拉动经济的基础性作用，全面贯彻党中央、国务院提出消费品工业增品种、提品质、创品牌的“三品”战略，增强纺织工业有效供给能力，实现纺织工业提质增效和转型升级，中国纺织工业联合会在全行业开展了“2016年中国纺织经济研究成果”的征集评审工作，并将主题确定为“推进‘三品’战略的路径选择”。

根据中国纺织工业联合会经济研究成果评审的有关规定，经中国纺织工业联合会经济研究成果评审委员会的初评和终评，评选出“2016年度中国纺织工业联合会经济研究成果奖”共计40项，其中《服务型制造推进纺织服装“三品”战略的研究》等5项研究成果为一等奖、《对“一带一路”国家家纺出口市场分析和建议》等9项研究成果为二等奖、《“互联网+”下服装业价值链的重构研究》等12项研究成果为三等奖、《纺织类非遗经济价值量化方法初探》等14项研究成果为优秀奖。

中国纺织工业联合会倡导学者、专家级研究工作者积极关注行业发展面临的新形势，针对新问题加强行业经济研究，坚持创新发展、协调发展、绿色发展、开放发展和共享发展的新理念，促进纺织行业的结构调整和质效提升。

《中国纺织经济论文集(2016)》的编辑出版工作，感谢中国纺织经济研究中心、中国纺织出版社、成都纺织高等专科学校等单位的大力支持。

中国纺织工业联合会

2016年11月

编辑委员会

特约顾问：王天凯

主 任：高 勇

副 主 任：孙淮滨

委 员：（以姓氏笔画为序）

华 珊 杨东辉 吴 迪 姜宁川 贾路桥
夏 平 顾庆良 徐文英 郭 伟

撰 稿 人：（按论文先后顺序）

何 涛 姜宁川 胡星辉 张克英 吴晓曼 杨瑶盼
李 蕊 庞 凯 姜 弘 赵 宏 陈俊君 王海洋
郭 燕 陈遊芳 郝淑丽 姚 蕾 索 珊 陈丽华
王 洁 杨楠楠 尹艳冰 牛爽欣 张 芳 杨晓锋
王 罗 沈 滨 刘晓刚 邵景峰 马创涛 林晓文
陆少锋 肖 渊 王瑞超 刘 晟 周荣虎 李桂付
瞿才新 施建华 韩成吉 张雪花 余敦涌 张宏伟
胡颖梅 韩亚东 李笑言 马大力 张童莲 赵君丽
陈亚男 李云霄 周兴建 郑智颖 沈 蕾 张旭兰
姜 黎 廖江波 于小桐 吴妍妍 张家胜 叶茂升
和 征 邹彩芬 余 茜 葛 戎 李玉娟 曹林峰
汪雅雯 刘 洋 孙立东 彭紫燕 鲁 晴 孙雨童
李乾坤 郑 健 吴昌敏 张绍楠 喻 佩 王逸靓
王 斌 林芝燕 袁艺艺 王 利

目 录

三品战略篇

服务型制造推进纺织服装“三品”战略的研究

Research on Service Oriented Manufacturing to Promote "Variety-Quality-Brand" Strategy of Textile and Garment Industry

.....何涛 姜宁川 (3)

供给侧改革下纺织服装业“三品战略”研究

In the Textile and Garment Industry "Three Strategy" Research of Supply Side Reform

.....胡星辉 (12)

“三品”背景下盛锡福帽业发展战略研究

Based on the "Improve the Variety, Quality and Brand" of Sheng Xifu's Development and Strategy Research

.....陈俊君 尹艳冰 (20)

纺织行业实施“三品”战略的背景、路径及保障机制

The Background, Path and Safeguard Mechanism of "Increasing varieties, Improving Quality and Building the Brand" Strategy in Textile Industry

.....牛爽欣 (28)

试论当前大环境下服装企业“创品牌”的路径选择

Study on the Brand Construction of Clothing Enterprise's Path Choice under Present Circumstances

.....李笑言 马大力 (37)

新型城镇化背景下我国服装品牌竞争力分析

On Garment Brand Competition under the New Urbanization

.....邹彩芬 余 茜 葛 戎 (44)

供给侧改革背景下纺织行业实施“三品”战略探讨

Discussion on the Implementation of the "Increase Variety, Improve Quality, Create Brand" Strategy of the Textile Industry under the Background of Supply-Side Reform

.....李桂付 李玉娟 曹林峰 (55)

我国纺织工业“三品”战略转型研究及建议

Research and Suggestions on The Strategic Transformation of China's Textile Industry

汪雅雯 (63)

一带一路与“走出去”篇

对“一带一路”国家家纺出口市场分析和建议

Analysis and Suggestion of Home Textile Export Market to "The Belt and Road" Countries

郭燕 张芳 (73)

我国纺织工业“走出去”面临的现实困境与推进策略

The Dilemma and Propulsion Strategy of the "Going Out" of China's Textile Industry

杨晓锋 (88)

构建纺织业“一带一路”新格局

On Building a New Pattern of Textile Industry "The Belt and the Road Initiative"

刘洋 孙立东 (96)

我国纺织产业境外投资的外来者劣势分析：以东南亚为例

Analysis on Liability of Foreignness in Outward FDI of China's Textile Industry: Southeast Asia

Case张童莲 赵君丽 (105)

“一带一路”倡议下中国纺织业产业链升级

Upgrading of Industrial Chain of China's Textile Industry Based on "One Belt One Road" Initiative

彭紫燕 (114)

互联网+篇

互联网+纺织供应链知识整合、共享与创新研究

Knowledge Integration, Sharing and Innovation in the Textile Supply Chains with Internet Plus

王罗 沈滨 刘晓刚 (123)

“互联网+”下服装业价值链的重构研究

Study on Reconstruction of Value Chain for Garment Industry Based on Internet +

陈亚男 李云霄 周兴建 (134)

社会化电商情境下，视觉刺激与服装网络消费行为反应的关系研究
Study on The Relationship between VMD Stimulus and Consumer Reactions in Social
Commerce Context

.....郑智颖 沈 蕾 (142)

“互联网+”背景下我国纺织产业转型的研究
Under the Background of “Internet +” Research of Our Country's Textile Industry
Transformation

.....鲁 晴 (152)

基于数据驱动的棉纺过程质量智能控制
A Intelligent Control Method for Cotton Quality Based on Data-driven
.....邵景峰 马创涛 林晓文 陆少锋 肖 渊 王瑞超 刘 晟 (158)

产业研究篇

我国服装产品贸易流量现状与影响因素——基于引力模型的实证研究
Present Situation and the Affecting Factors of Clothing Products Trade Flows in Our
Country——Based on the Empirical Research of Gravity Model

.....张旭兰 姚 蕾 (175)

基于因子分析的纺织服装企业创新协同度研究
Innovation Synergistic Degree within the Textile and Garment Enterprise Based on the Factor
Analysis

.....张克英 吴晓曼 杨瑶盼 李 蕊 庞 凯 (186)

纺织企业资源与经济效益分析——以 HX 公司为例
Analysis on Resources and Economic Benefit of Textile Enterprises——Take HX as an Example
.....孙雨童 李乾坤 郑 健 吴昌敏 (197)

基于 Z-score 模型对陕西纺织企业的财务分析和研究——以 CR、DR 公司为例
Financial Analysis and Research of Shaanxi Textile Enterprises Based on Z-score
Model——Taking CR, DR Company as an Example

.....李乾坤 孙雨童 郑 健 吴昌敏 (206)

新常态下纺织产业集聚和结构转型对县域经济产业竞争力影响研究——基于江浙两省纺织产业集聚的县域面板数据

Study on the Influence of Textile Industry Agglomeration and Structure Transformation on the County Economy Industrial Competitiveness under the New Normal——The Panel Data of Jiangsu and Zhejiang Two Textile Based on Industrial Agglomeration

.....周荣虎 李桂付 瞿才新 施建华 (217)

新常态下我国棉纺织产业集群转型升级研究

Study of Transformation and Upgrading of Chinese Cotton Spinning Cluster under New Normal

.....姜 黎 郝淑丽 (229)

纺织行业竞争力评价方法研究

Evaluation Method Research of Textile Industry Competitiveness

.....张雪花 张绍楠 余敦涌 (236)

中部省会城市发展服装创意产业的困境与对策——以南昌市为例

The Dilemma and Countermeasures of the Development Garment Creative Industries in the Central Province——Taking Nanchang City as an Example

.....廖江波 (247)

我国纺织服装企业环境会计信息披露

Study on Our Country Textile Clothing Enterprise Environment Accounting Information Disclosure

.....喻 佩 王逸靓 (254)

生态文明篇

纺织业用水技术效率的随机前沿分析——基于超越对数生产函数

Stochastic Frontier Analysis on Technical Efficiency of Water Use in Textile Industry——Based on a Trans-Log Production Function

.....韩成吉 张雪花 余敦涌 张宏伟 (263)

时装的循环再利用模式分析

The Pattern Analysis of Recycling in Fashion

.....张旭兰 姚 蕾 (271)

同心互惠回收旧衣研究

Research on Used Clothes Recycling Activities by Tongxinhuhui Charity Shop

.....陈遒芳 (283)

基于低碳竞争力培育的纺织服装企业碳资产界定研究

Research on Textile and Garment Enterprise's Carbon Assets Definition Structure Based on Low-Carbon Competitiveness Cultivation

.....胡颖梅 韩亚东 (292)

非遗文化篇

纺织类非遗经济价值开发适宜性评价方法研究

Evaluation Method of Suitability on Develop the Economic Value from Textile Intangible Culture Heritage

.....姜 弘 赵 宏 陈俊君 王海洋 (301)

纺织类非遗元素与纺织业融合发展新趋势的研究

Research on the New Trend of the Integration in the Textile And Elements of Textile Intangible Cultural Heritage

.....尹艳冰 于小桐 (311)

纺织类非遗经济价值量化方法初探

Exploration the Quantitative Economic Value of Textile Intangible Culture Heritage

.....王 斌 林芝燕 袁艺艺 姜 弘 (322)

浅谈欧洲丝织品纹样的发展与演变

Development and Evolution of European Patterns of Silk

.....吴妍妍 (329)

回归到纹样之初

Return to the Beginning of the Pattern

.....王 利 (337)

三品战略篇

服务型制造推进纺织服装“三品”战略的研究

何 涛, 姜宁川

(成都纺织高等专科学校经济管理学院, 四川成都 611731)

摘 要: 探讨中国纺织服装行业转型升级及应对“供给侧改革”的路径, 对服务型制造推进纺织服装“三品”战略进行研究。认为: 服务型制造是服务导向制造, 能够有效丰富品种、提升品质、创立品牌, 达成客户满意, 增强产业竞争力。供需交互与上下游协同是关键, 应建设开放共赢的产业信息化生态系统, 推动企业、集群协同创新迈向服务型制造。服务型制造要分析与践行 SOM-M 型、SOM-Q 型或 SOM-B 型价值链(微笑曲线), 因势利导推动产业转型升级。提出了强化品种、品质、品牌(三品)的耦合关系与协同提升, 达成基于需求的服务(制造)的对策。

关键词: 服务型制造; 纺织服装; 三品; 价值链; 信息化生态

Research on Service-Oriented Manufacturing to Promote "Variety-Quality-Brand" Strategy of Textile and Garment Industry

He Tao, Jiang Ningchuan

(School of Economics and Management of Chengdu Textile College, Chengdu, Sichuan 611731)

Abstract: The study had a further discussion about the path to upgrade of China's textile and garment industry and deal with reform of the supply front, and researched on service-oriented manufacturing to promote "Variety-Quality-Brand"(VQB) strategy of textile and garment industry. Studies suggest that: Service-Oriented Manufacturing(SOM) is to serve

支撑项目: 商务部中国对外贸易经济合作企业协会委托课题(S-A-14007): 中国纺织服装品牌提升与竞争战略研究; 国家民委人文社科重点研究基地—西南少数民族研究中心项目(XNYJY1601): 乌蒙山区绿色产业扶贫模式; 四川省教育厅社科重点项目(15SA0144): 基于大数据的成都纺织服装产业信息生态模式研究

作者简介: 何 涛(1970-), 男, 汉族, 四川射洪, 副教授, 研究方向: 产业经济与市场营销
姜宁川(1957-), 男, 汉族, 陕西西安, 教授, 研究方向: 国际贸易与企业管理

customers as the goal of manufacturing, can effectively enrich the variety, improve quality, create brand, to achieve customer satisfaction, and enhance the industrial competitiveness. The interaction of supply and demand is the key as upstream and downstream synergies. An open and win-win industrial ecosystem of information should be build, promote enterprises and cluster collaborative innovation towards service-oriented manufacturing. Studies suggest that Service-oriented manufacturing may practice the SOM-M type, SOM-Q type or SOM-B type value chain (smile curve), and to play the coupling relationship and the collaborative improvement of VQB. Finally, several strategies that help to achieve a demand based service (Manufacturing) are proposed.

Keywords: Service-oriented manufacturing(SOM), Textile and garment, Variety-Quality-Band(VQB), Alue chain, Informationization ecology

一、引言

应对“供给侧改革”新一轮的经济浪潮,面临“跨太平洋战略经济伙伴协定”(TPP)的出口压力(美国特朗普政府推迟 TPP 改变不了现成态势),顺应后多种纤维协定(MFA)时代纺织产业

全球重构的大趋势,中国纺织服装“增品种、提品质、创品牌”战略开始实施。与此同时,产业上下游的协同化日益加深,企业运营信息化日益显著,资源与环境压力日益沉重,客户需求日趋复杂化与动态化,纺织服装产业迫切需要升级到机变高效的制造模式。

二、关于服务型制造

(一) 服务和制造高度融合的先进制造模式

服务型制造正是在现代信息技术高速发展、经济全球化背景下,由服务和制造高度融合而产生的先进制造模式。服务型制造能力成为决定制造企业竞争力的关键以及利润主要来源,许多传统的制造企业将业务重心从生产型制造向服务型制造转移,全球制造业发展正呈现出制造业服务化,即以生产过程为主向服务型制造转型的趋势。据德勤公司 2010 年的一份研究报告,在其调查的全球 80 家跨国制造业企业中,服务收入占总销售收入的平均值为 26%,服务净利润贡献率平均值则达到 46%。在制造服务化程度最高的美国,制造与服务融合型企业占制造企业总数的 58%。服务型制造在产业观上强调服务与制造的融合发展,从产业布局的角度则强调相关产业的空间协同发展,具有整合、增值和创新等新

特点。从客户满意的角度，则体现为智能制造、柔性制造。

服务型制造是制造与服务融合发展的新型产业形态，是制造业转型升级的重要方向。在这种形态下，制造业企业通过创新优化生产组织形式、运营管理方式和商业发展模式，不断增加服务要素在投入和产出中的比重，从而实现以加工组装为主向“制造+服务”转型，从单纯出售产品向出售“产品+服务”转变，有利于延伸和提升价值链，提高全要素生产率、产品附加值和市场占有率（《发展服务型制造专项行动指南》2016）。

以客户为主导、竞争加剧、产业分工协作深化与信息技术发展推动了制造业向服务化加速转型。

（二）服务导向制造应是服务型制造本义

已有较多研究认为服务型制造即是服务嵌入制造(Service-Embedded Manufacturing, SEM)。此观点强调将服务嵌入制造流程，如此促进了各制造环节价值的提高。服务型制造的路径和方式千差万别，当服务以各种形式融入到制造业研发设计、生产制造、经营管理、销售运营等诸多环节，有价值创造的可能就有服务形态的出现，而且，服务型制造的价值创造存在阶段性演变。究其实质是认为：服务是制造成功的手段。但是简单地嵌入，比较机械，不是系统科学思想，不能促进服务与制造有机融合，不能内生形成产业生态，难以激发服务型制造相对传统制造的巨大潜能与优势。

本研究倾向于认为：服务型制造应是服务导向制造(Service-Oriented Manufacturing, SOM)更贴切。因为服务（于需求、客户满意）是制造的动机、也是目标，应该是为满足需求而制造，不应是仅仅基于效率而以服务为制造的手段。青岛红领集团规模化定制等案例的成功已经证明。换言之，未来恐怕根本不会再有传统意义的纯粹制造（环节）了。所以，导向远胜于嵌入，理念远胜于手段。

制造企业逐步服务化实质上已经成为其提升和保持核心竞争力的重要手段，通过核心技术进行服务衍生是未来企业创新的重要内容，因此，提升制造的投入和产出服务化水平就显得尤为重要。

以服务客户为目标的服务型制造业的5种模式见图1。

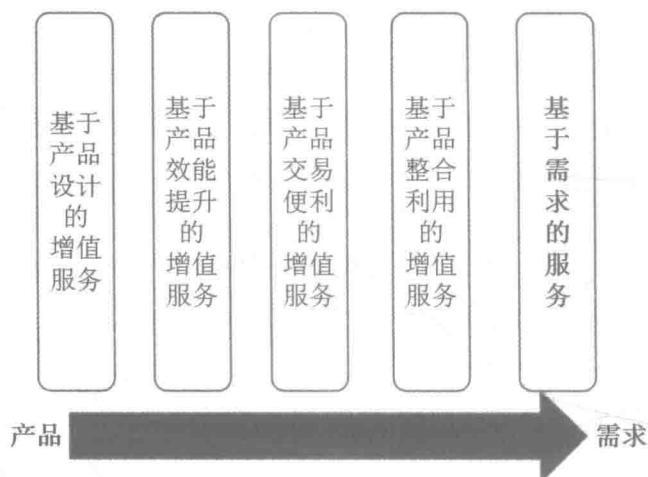


图 1 服务型制造业的 5 种模式

显然，当前及未来，制造企业竞争力的关键和利润主要来源取决于服务型制造能力，因此，新的服务型制造模式还将不断涌现。未来五年将是中国制造的黄金五年。互联网工具、新工匠精神和资本运作，将帮助制造业实现转型，重新出发（吴晓波 2016）。

（三）服务型制造是纺织服装产业转型升级必选项

作为一直稳定增长、门类多样的民生消费品和产业用材料，纺织品服装选择发展服务型制造是适应供给侧结构性改革的重要举措，能够顺应消费升级、更充分地满足客户需求，持续增强国际国内市场的竞争力。

纺织行业十三五规划中产业定位包括：国民经济和社会发展的民生与支柱产业，推动文化创意、引领生活方式的时尚与消费产业，高新技术应用、国际化发展和商业模式创新的先导产业，为实现它，服务型制造将贯穿始终。

中国纺织服装产业已经建成了世界上最完整的产品制造行业（产业链），其全产业链制造环节优质高效，但是，徘徊于中低端、产能过剩、高耗低效、同质化竞争和粗放规模经济等困境，传统的生产方式、管理理念、商业模式和商业组织等亟待突破。《中国产业竞争力报告》指出：快速响应能力、复杂制造能力、定制化生产能力、可持续能力和适应创新变化的能力将成为新的制造业核心竞争力。所以，纺织服装产业要加快生产服务与信息技术的融合，改变产业面貌，重构产业生态，重塑国际竞争新优势。

供需交互与上下游协同是服务型制造的关键。要确立互联网思维（互联网+），构建良好的产业信息生态，建设信息化的纺织服装产业云平台（云资源），把各种要素集中在平台上，无缝、全方位、互联互通和一体化，形成高效的生产性服务体系，构成开放共赢的产业信息化生态系统，推动企业、集群协同创新迈向服务型制造。

三、服务提升“三品”耦合及协同

众所周知，对产业而言，龙头企业及核心品牌是产业竞争力的中流砥柱。对企业而言，品牌是魂，品质是体，品种是足。对顾客来说，选择权、品质第一、品牌消费，已经成为王道。

品种或为一时之选，品质则是信誉基石，品牌成为内在力量。品种、品质、品牌——“三品”协同发展，企业的市场将始终是“蓝海”。始终追求卓越，以服务客户为企业发展的核心导向，把服务理念、服务体系、服务特色融合于制造全程和运营全体系，“三品”的耦合关系将更紧密、其协同提升效应将更显著，分析见图2。



图2 服务提升“三品”耦合关系及协同

四、服务型制造对价值链（微笑曲线）的优化

“微笑曲线”理论（施振荣 1992）提出之后，价值链理论（Michael E. Porter, 1985）找到了最佳表述载体，它们对新兴经济体的产业发展、产业结构调整和产业升级发挥了空前作用。时至今日，依然有效。2012年，施振荣重新解读“微笑曲线”提出：第一，以客户的价值为思维的龙头；第二，“端到端”思考，要从头到尾，每个阶段都提供价值给客户。目标就是“easy、affordable、dependable”，这几点都是提供给消费者的价值，通过端到端思考传递这些价值给消费者。显然，施振荣发现了旧版“微笑曲线”理论的不足并试图完善。

结合服务型制造的目标与要求，本文认为：服务型制造完全能够实现价值链（微笑曲线）优化。其优化情况可以分为三种：SOM-M型价值链（微笑曲线）、SOM-Q型价值