

联合
资助

中国地质大学(武汉)学术著作出版基金
中国地质大学(武汉)管理学科建设基金
中央高校基本科研专项资金(CUGW090204)

中国服装产业 国际竞争力研究

——全球价值链的视角

马海燕 著

ZHONGGUO FUZHUANG CHANYE
GUOJI JINGZHENG LI YANJIU



中国地质大学出版社

ZHONGGUO DIZHI DAXUE CHUBANSHE

中国地质大学(武汉)学术著作出版基金

中国地质大学(武汉)管理学科建设基金

中央高校基本科研专项资金(CUGW090204)

联合资助

中国地质大学管理学科丛书

中国服装产业国际竞争力研究



中国地质大学出版社
ZHONGGUO DIZHI DAXUE CHUBANSHE

图书在版编目(CIP)数据

中国服装产业国际竞争力研究——全球价值链的视角/马海燕
著. —武汉:中国地质大学出版社, 2010. 9

ISBN 978 - 7 - 5625 - 2506 - 6

I. ①中…

II. ①马…

III. ①服装工业-国际市场-市场竞争-研究-中国

IV. ①F426. 86

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 108128 号

中国服装产业国际竞争力研究

——全球价值链的视角

马海燕 著

责任编辑:徐润英

组织稿件:方 菊 张晓红

责任校对:戴 莹

出版发行:中国地质大学出版社(武汉市洪山区鲁磨路 388 号)

邮政编码:430074

电 话:(027)67883511

传真:67883580

E-mail: cbb @ cug. edu. cn

经 销:全国新华书店

<http://www.cugp.cn>

开本:850 毫米×1168 毫米 1/32

字数:250 千字 印张:9.5

版次:2010 年 9 月第 1 版

印次:2010 年 9 月第 1 次印刷

印刷:武汉市教文印刷厂

印数:1—500 册

ISBN 978 - 7 - 5625 - 2506 - 6

定价:28.00 元

如有印装质量问题请与印刷厂联系调换

《中国地质大学管理学科丛书》

编委会

顾问:李必强 张锦高 杨昌明

主任:严 良

委员:(按姓氏笔划为序)

龙朝双	毕重荣	严 良	陈安民
宋化民	宋 斌	辛建荣	余 敬
赵 晶	郭凤鸣	诸克军	黄德林

《中国地质大学管理学科丛书》

总 序

管理科学研究管理活动的现象,并透过现象揭示管理活动的本质。管理科学是研究管理活动机制、方式和发展规律的一门科学。

理论来源于实践。管理科学,一方面对管理实践进行总结和理论概括;另一方面探索管理活动发展与完善的新途径,提出管理的新学说、新方法,给管理活动以理论指导和积极影响。管理科学的发展水平,反映了一个社会的管理实践所达到的广度和深度,同时反映了人们对管理活动的机制、方式和发展规律的认识水平。

半个世纪以来,管理科学有了很大的发展,综观其发展过程,有如下一些发展趋势。

1. 管理科学的分化和综合

随着管理实践领域的不断扩展与延伸、管理研究工作的不断深化、管理科学的内容日益丰富,管理学科的分类也越来越细。仅就属于微观经济管理的企业管理学来说,现在细分为许多更专门化的学科,如企业经营战略学、企业生产与运作管理学、企业质量管理学、企业设备管理学、企业人力资源开发与利用管理学、企业物资管理学等等。管理科学的分化,形成了一个越来越庞大的管理学科群。学科分类的细化,有助于对不同的管理领域和不同的管理问题进行更深入细致的专门的研究,但是在一定程度上也限制了人们全面、系统地认识管理问题和把握管理活动的全局。因此,在管理学科分类细化的同时,管理科学的综合也受到了人们的重视,例如,过去人们对经济、科技、社会的发展战略与规划往往分别地进行研究,现在则是用

系统的观点和系统的分析方法,对经济、科技、社会三者协调发展的战略与规划进行综合的研究,出现了经济、科技、社会协调发展规划学。除此之外,许多人还撇开具体的领域、部门、行业和专业,对管理思想、管理组织、管理方法、管理者,或者管理发展史、管理的未来等进行综合的研究,并发展了相应的管理学科。

2. 管理科学和其他科学的交叉发展

各门学科的交叉发展是 20 世纪后期科学发展的重要特征之一,管理科学也不例外。管理科学和经济学的交叉,出现了管理经济学,如企业管理经济学、教育管理经济学、科技管理经济学等等;管理科学和心理学的交叉,出现了管理心理学、组织行为学;管理科学和数学的交叉,出现了运筹学;管理科学和信息科学、计算机科学的交叉,出现了管理信息学和信息管理学;管理科学和哲学的交叉出现了管理哲学。交叉科学的产生,大大推动了管理科学的发展,给管理科学带来了革命性的变化。

管理科学同其他科学的交叉、融合和渗透,并不是人们主观的随意的捏合,而是管理这种事物和其他事物客观上存在着固有的联系,当科学技术发展到一定水平,人们认识客观事物的能力增强,发现了这种固有联系,“拆除”了阻隔两个(或三个)学科相通的“围墙”,于是交叉学科便应运而生。

交叉的管理学科有着旺盛的生命力和广泛的发展前景,但是它们一般还不成熟、不完善,需要从理论上和实践上大力开展研究工作,逐步充实和完善。

3. 管理科学的数量化

管理科学的数量化是 20 世纪下半叶管理科学发展的另一个重要特征。管理科学的数量化,一方面是管理实践,特别是管理决策科学化化的需要;另一方面,应用数学、运筹学、电子计算机技术、模拟技术的发展为管理科学的数量化创造了必要条件。线性代数用于任务和资源利用优化的规划,产生了线性规划;概率论与数理统计用于不

确定性决策,发展了风险决策方法;模糊数学用于不确定性决策,产生了模糊决策方法;质量控制的统计方法、设备的可靠性工程以及各种服务的排队论方法是建立在概率论与数理统计的数学基础之上的。

在管理科学研究中,定性的方法和定量的方法相结合已成为必须遵循的原则,数学模型和模拟技术得到愈来愈广泛的应用,大量数据的收集和处理成为必不可少的工作。

管理涉及的因素较多、比较复杂,建立和应用数学模型有较大的难度和一定的局限性,但是人数众多的管理研究工作者在这方面进行不断的努力,必将把管理科学数量化提高到一个新的水平。

4. 管理科学的理论化和实用化

当代管理科学向着理论化和实用化两极发展。大量的管理实践为管理科学理论的建立和发展提供了丰富的“原料”。应用数学、运筹学的发展为管理科学的理论化提供了有力的工具。系统论、信息论和控制论的产生和发展,为管理科学的理论化提供了方法论基础。随着管理科学研究工作的开展,管理科学的内容中,经验的成分在减少,理论的成分在增加;粗放的内容在减少,精确的内容在增加。

管理科学实用化是社会实践的需要,同时应用数学、运筹学、模拟技术、电子计算机、系统工程的发展为管理科学实用化提供了有利条件。管理科学实用化突出地表现在大量现代化管理方法、管理技术的发明和广泛应用,管理科学实用化还表现在大量管理案例的总结和研究,以及经验管理学派、权变管理学派的产生和发展。

5. 管理科学理论的多样化和相互沟通与渗透

随着科学技术、经济和社会发展节奏的加快、社会组织管理范围广泛性、变化复杂性的大大增强、管理实践经验的大量积累以及以管理教育、管理研究、管理咨询为职业的一批专家队伍的形成和壮大,促使现代管理理论迅速发展,呈现出百家争鸣、学派林立的局面,其中,比较重要的学派有:行为科学学派、管理科学学派、社会系统学

派、决策理论学派、权变理论学派、经验学派、管理过程学派、系统管理学派等等。管理学家孔茨称之为管理理论的丛林。

为什么会出现众多的管理理论呢？那是因为管理本身是复杂的，管理包含着多种的管理要素、管理职能，具有多种特性，人们从不同的角度或者将不同的管理要素、管理职能、管理特性作为侧重点来认识管理和解释管理的本质，就必然会形成不同的管理思想和理论，从而形成不同的学派。

行为科学学派认为管理本质上是人的一种行为，而人的行为是有动机、受激励的；管理科学学派强调管理是科学而不是经验，应当运用现代科学技术成果定量地解决管理优化问题；社会系统学派认为一切组织都是社会系统，应当重视组织的协作和平衡，决策理论学派认为管理就是决策，决策贯穿于管理的全过程；权变理论学派认为，管理所面临的环境条件复杂多变，管理只能随机应变，没有一成不变、普遍使用的最好的管理理论和方法；管理过程学派把管理看成是组织中人群工作的过程，应当通过分析过程确定管理的职能、原理和原则；经验学派十分看重管理经验，以总结经验为研究对象，以向大企业的经理提供成功的经验和科学方法为目标；系统管理学派是把一切社会组织均看成是一个系统，并依据系统理论认识组织，用系统分析、系统设计的方法构建和管理组织。

管理科学的理论一方面走向多样化，另一方面又相互沟通、相互渗透、相互补充。后起的学派抨击前期学派的片面性，同时又吸取前期学派的成果，发展出新的理论；同期的理论也相互吸收他派的成果，使自己的理论逐步完善。管理科学理论正是在这种学派之间相互竞争又相互借鉴的情况下不断地发展，走向成熟。

6. 管理科学的人文化

管理科学的人文化，就是管理科学的研究越来越重视人的因素的作用和企业文化的作用。管理学家把人本原理（或人本管理原理）作为最重要的管理原理。因为从事管理活动的主体是人，被管理者

也是人,对财、物的管理必须通过人去完成,在管理对象的全部要素和管理的整个过程都需要人去掌握和推动,这正是人本管理原理指导管理实践的基本思路。所谓人本管理就是以人为本的管理、以人为中心的管理。人本管理原理的主要观点是:职工是企业的主体;职工参与是有效管理的关键;使人性得到充分发展和人的价值得到充分的实现是现代管理的核心;服务于人是管理的根本目的。换言之,尊重人、依靠人、发展人、完善人,为了人,是人本管理思想的基本特点。

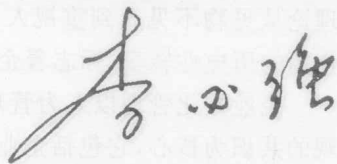
企业文化是一个包含企业群体的信念、价值观、道德规范、企业经营哲学以及企业管理模式等内涵的复合体。现代企业文化理论最早是由美国学者于 20 世纪 80 年代初提出,在日、美企业经营管理的比较研究中,他们发现在日本许多经营最成功的企业中,居第一位的并不是严格的规章制度,更不是计算机或任何一种管理工具、方法和手段,甚至也不是科学技术,而是过去所忽视的那些与人的创造、革新潜力所密切相关的“文化”因素。这一重大发现,标志着西方管理理论从见物不见人到重视人、从忽视人到发挥人在生产经营中主体作用的历史性转变,标志着企业文化理论的诞生。

企业文化管理以人为管理的出发点和落脚点,以企业群体价值观的共识为核心,它包括企业精神文化、制度文化和物质文化三个层次的内容,企业文化理论体现了人们对企业管理规律认识不断深化的轨迹。

人类社会进入 21 世纪,经济全球化和科学技术的飞速发展,以及知识化、信息化、网络化、数字化的新形势,对管理提出了新的任务、新的课题,这不仅会推动管理实践的进一步发展,而且给管理理论研究提供了广阔的空间,管理理论工作者有责任对 21 世纪管理实践中产生的经验进行总结和理论概括,对出现的新问题进行探索性研究。通过总结和研究,实现管理理论和管理实践的紧密结合和相互促进,加快我国的管理现代化进程。

本套丛书正是探索新世纪管理理论与方法的著作丛林,丛书的选题首先是针对管理研究和教学的需要,尽可能切合当前或未来管理实践中所提出的课题;其次,尽可能充分利用作者的专长和已有的教学和科研积累。对于丛书的体系和内容,我们力求做到系统、正确、科学、先进和新颖。本丛书由于作者能力的限制,我们未必能圆满地实现上述要求。

实现我国管理的现代化,建设有中国特色的管理理论,使中国的管理科学步入世界先进行列,是每一个中国管理理论研究者与管理实践工作者的使命。我们中国地质大学管理学院的教师也是中国管理理论大军的一个分支,编写和出版这套管理丛书,其用意在于为推动我国管理科学的研究和教育发挥积极作用,作出更大贡献。涓涓细流,汇成大海。我们相信,通过全国管理理论研究者和管理实践工作者的奋发图强与努力工作,我国管理现代化事业必将会有一个美好的未来。



于中国地质大学管理学院

2003年4月6日

前 言

近年来,产业竞争力研究领域受到的挑战集中在:全球化带来的新产业特点动摇了传统产业竞争力理论的前提假设。传统评价方法的理论基础决定了原有文献大多选择以国家为主体来作为研究的设定前提。在全球价值链背景下,随着产业内分工和产业内贸易的发展、跨国投资和生产国际化带来产品的多国性和产品“国籍”的模糊性,对以国家为主体的产业国际竞争力的分析和评价产生了困难。该问题在现实中得以凸显:作为中国国民经济的先导产业和支柱产业,近年来,服装出口数据的表面繁荣与企业遭遇困境、纷纷倒闭的现实两者并存,支柱产业的优势地位和形势严峻下才得到政府支持的弱势地位并存。本书力图结合全球价值链理论、比较优势和竞争优势理论,系统地构建产业国际竞争力研究理论框架,并据此层层解开服装产业国际竞争力的迷雾。

全书共分为七章,可以概括为五个部分:问题聚焦、理论演绎、实证研究、对策建议、总结与展望。第一部分问题聚焦,阐述了研究问题的缘起、意义、框架以及主要创新点,同时对研究对象进行了界定和说明;第二部分理论演绎,在理论综述的基础上,根据新的产业组织范式,系统构建了产业竞争力评价和升级的理论框架;第三部分实证研究,从历

史的角度理解世界和中国服装产业的发展演进,考察中国服装产业的全球位阶;围绕评价理论框架,多角度和多层次地对服装产业国际竞争力的评价进行实证研究;第四部分对策建议,则是围绕治理理论框架展开,构建服装产业升级框架和升级策略,并选择实地调研的案例进行深入剖析;第五部分对全文作了总结,并对未来的研究进行了相应的展望。

本书系统地分析了服装产业国际竞争力的评价和升级问题,相对于已有的同类书籍,本书形成了两个一脉相承的创新:一个是系统构建了全球价值链下产业竞争力研究的理论平台,这是一种理论推演的思辨研究,体现为:补充了全球价值链的不足,深化了它在产业国际竞争力研究上的运用;重新界定了产业竞争力的概念、内涵,同时将全球价值链理论引入到产业竞争力的研究,构建了基于全球价值链理论的产业竞争力研究框架。另一个是深化了中国服装产业国际竞争力的实证研究。本书介入了企业性质,将数据进行了以企业为单位的分解和以国家为单位的整合,融合案例研究、实地调研和修正后的传统产业国际竞争力评价指标对产业国际竞争力进行了多层次的剖析。

著者

2010年6月6日

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 现象:夕阳产业? 支柱产业?	(2)
第二节 研究问题及研究对象	(8)
一、问题聚焦	(8)
二、研究对象:服装产业的界定	(10)
第三节 研究方法与资料来源	(17)
一、研究逻辑图	(17)
二、资料归集与研究方法	(18)
第四节 研究内容与创新点	(20)
一、研究内容	(20)
二、创新点	(22)
第二章 相关研究文献综述	(23)
第一节 产业国际竞争力	(23)
一、产业国际竞争力的概念	(24)
二、产业国际竞争力理论基础及分析范式	(32)
三、产业国际竞争力的评价指标	(42)
第二节 全球价值链	(53)
一、全球价值链的几个基本问题	(54)
二、全球价值链理论的演进及研究内容	(58)
第三节 服装产业国际竞争力	(82)
一、国外研究文献综述	(82)
二、国内研究文献综述	(86)
第四节 本章小结	(90)

第三章 产业国际竞争力评价与升级:全球价值链的分析框架

.....	(93)
第一节 全球价值链背景下的产业组织范式	(93)
一、全球价值链分工的实践逻辑	(93)
二、全球价值链下的产业组织范式	(101)
第二节 全球价值链背景下的产业竞争力二维评价	(108)
一、全球价值链下产业国际竞争力评价模型	(108)
二、产业国际竞争力的二维演化模型	(115)
第三节 全球价值链背景下的二维治理与升级理论	(121)
一、全球价值链与治理赤字	(121)
二、五种治理模式与产业国际竞争力	(129)
第四节 本章小结	(137)

第四章 服装全球价值链的历史考察

第一节 全球化与成衣的历史	(139)
一、服装的起源意义	(139)
二、从服装到成衣	(140)
三、服装如何成为一种全球产业	(141)
第二节 服装全球价值链图景	(144)
一、服装价值链	(144)
二、购买者与服装价值链	(146)
三、服装全球价值链地图	(149)
四、国际纺织品贸易协定的历史演变与服装全球价值链	(160)
第三节 中国服装价值链图景	(163)
一、中国服装产业发展概况	(163)
二、中国服装生产区域结构	(165)

三、中国服装进出口概况	(172)
第四节 本章小结	(178)
第五章 中国服装产业竞争力评价实证	(180)
第一节 研究设计	(180)
一、研究设计阶段	(181)
二、分析单元	(183)
三、数据收集与分析阶段	(183)
第二节 实证评价过程	(186)
一、宏观层次:中国服装全球价值链位阶	(186)
二、中观层次:中国服装国际竞争力境况	(191)
三、微观层次:中国服装国际竞争力分析	(205)
第三节 金融危机冲击下服装产业的脆弱性表现	(214)
一、2007—2008 年 9 月中国服装产业面临的环境	(215)
二、2008 年 9 月—2009 年金融危机全面爆发后的环境	(217)
三、不同性质服装企业的波动差异及 2010 年预测	(220)
第四节 本章小结	(224)
第六章 全球价值链下中国服装产业升级	(227)
第一节 中国服装产业升级框架	(227)
第二节 中国服装产业升级策略	(230)
一、以国家为行动者	(230)
二、以企业为行动者	(241)
第三节 中国服装产业升级案例	(248)
一、案例的选择	(248)
二、红玉公司升级剖析	(249)

第七章 总结与展望.....	(256)
----------------	-------

一、结论与讨论	(256)
---------------	-------

二、创新点及实践价值	(259)
------------------	-------

三、研究展望	(261)
--------------	-------

附录一 质性访谈大纲.....	(263)
-----------------	-------

附录二 Nike 中国供应商名单	(265)
------------------------	-------

参考文献.....	(272)
-----------	-------

后记.....	(287)
---------	-------

第一章 绪 论

当思想与知识的依据在一个很长的时期中被逐渐确立之后,它会被生活在其中的人们忽略不计,成为不言而喻的背景而渐渐淡出,只是遥遥地在背后支持着各种知识和思想的合理性。可是,历史在不断地变动,在那些知识与思想以及使其得以确立的背景都被剧烈地变动摧毁的时候,旧的知识与思想就仿佛是漂浮的无根之舟,很快就会被新知识与新思潮淹没。

—— 葛兆光

纵览文献,讨论国际竞争力的文献可谓汗牛充栋,研究单个产业国际竞争力的文献也是星罗云布。但是,当社会背景发展到“全球化”——国际分工从按产品分工转变为按要素分工,从产业间水平分工转变为价值链分工;产业边界超越国家边界,改变了国家参与国际分工的性质;企业与国家之间也呈现出我中有你、你中有我的局面^①——传统产业国际竞争力理论的假设基础从根本上动摇了。窥一斑而见全豹。服装产业现象及观点矛盾重生。2008年长三角和珠三角以服装为代表的劳动密集型产业遭遇寒冬,出口额下降、外商撤资逃离、万余家企业倒闭或面临倒闭。这一事实折射了服装产业竞争力的脆弱,也挑战了学术界普遍持有的“服装产业是中国最具竞争力产业之一”的乐观论断^②。服装后配额时代的来临、起始于美国

① 刘林青,谭力文.产业国际竞争力的二维评价——基于全球价值链的思考,中国工业经济,2006,(12):37~44.

② 谭力文,马海燕,刘林青.服装产业国际竞争力——基于全球价值链的深层透视,中国工业经济,2008,(10):64~74.