

第 1 章

全球化：时尚市场和 时尚市场开拓的介绍



这个绪论性的章节给我们提供了一个全球化对时尚市场和时尚市场开拓的影响的概况。在调查一些对政策制造者、经理、咨询员、研究员来说是费时费力的主要课题和热点问题之前，理解这个重要的国际性行业的竞争背景是相当必要的。本章在探讨商业环境改变之前，首先讨论了时尚市场和时尚市场开拓的概念。在结合对支撑时尚市场的两个主要工业——纺织业和服装业研究的同时，本章探索了全球化的内容。本章首先研究了导致全球化现象的条件和基础，而后探讨了对纺织业和服装业的影响情况，最后探索了时尚市场及如何开拓时尚市场。

时尚市场和时尚市场开拓

纺织业、服饰业和鞋业通常被许多人认为是构成时尚产品行业的基本要素。一些家庭用的纺织品、布料、窗帘、各种装潢用品、墙纸和地毯等也被许多人认为同服饰业和鞋业一样，属于时尚产品。其实 时尚这个术语包含了更大范围的商品 综观当今的任何一本时尚杂志 我们都可以得出这样的一个结论 许多我们通常认为是时尚行业的组成部分，并在开拓时尚市场时产生的课题同样也适用于食品、音乐、汽车、香水和美容行业。事实上 现代生活方式和商品的消费、销售性服务在很大程度上依赖于广义的时尚趋势 并深受其影响。但不管怎样 这本书在产品 and 市场方面的探讨仍然停留于纺织和服饰业。

商业环境的变化

据预测 全球的资本市场将从 2000 年的 20 万亿美元增加到 2010 年的 200 万亿美元。20 世纪的最后 20 年 我们亲眼目睹了资本市场从 1998 年的 2 万亿美元增至 2000 年的 20 万亿美元。21 世纪的第一个十年，我们正目睹着世界经济和商业条件的飞速变化。电子革命改变了交易的方法，目前主要采用企业到企业的交易 (B2B) 方法。电子商业革命正面对着我们每一个人。导致长期市场变化的原因不仅仅是单纯的技术问题，20 世纪最后几十年发

生的一系列变化也是其原因。影响条件变化的因素有：第一，全球化、机构重组和信息交流技术 第二“，差异化战略和非单纯成本基础的战略将被保存下来，并将在 21 世纪发展兴旺”的观点被越来越认同；第三，伴随着越来越反复无常的消费行为兴起的用户至上主义。更多明智的消费者在本世纪初向电子商务、数字化购物、电话生意、电子零售和电子财务等领域转移。他们拥有了更多的选择，少了专一性，不准备接受稍差一等的东西，他们的品位和购买商品、服务的方法变得更老道了。在许多发达国家，消费者渐渐变得拥有很多现金却缺少时间，这就创造了用新的方式做生意的机会，也给传统的零售商带来了新的和不同的挑战。

竞争市场是由一些跨国公司促成的，它们通过推广其强有力的品牌的方式占领当地的国内市场。这些公司需要通过更好地理解消费者的需求来满足他们。他们开发了强有力的信息系统，利用巨大的数据资料向股东们证明他们能够探测到市场的方向并与其保持一致，然后据此开展相应的促销活动。新产品的创新和革新能力对已有品牌和这些国际知名品牌持有者在处理问题时所掌握的大量信息资料所起的杠杆作用，促使他们用一种新的方式去思考他们的生意和面临的挑战。拥有资产已不再和拥有客户群一样重要了。这个观念被最近机构重组的趋势以及一些功能性的、传统性的工作被外包出去而得到了证实。而在以前，具备这些职能都被当作是一个健康的公司的基本要素。具备处理顾客需求和品牌经营的能力是对有效率和有效果的供应链的要求。客户关系管理由电子商务进行支持，后方办公室的工作则更侧重于满足消费者的需求，完成市场承诺也成为决定一个公司未来的关键。公司更关注于价值的创造，而不仅仅是短期的利润。当在全球进行的市场、市场活动、供应商网络和经营等通过电子链接在一条链路上，可以实现在网络内部转移部件、产品和信息以满足客户的需求时，创造价值转移就变得重要了。随着时间和空间距离的不断缩

小 我们就需要有新的战略来应对。互联网战略给集成‘从商品概念设计、仓库到最后消费者’的复杂供应链提供了机会。市场和市场的机会可能是区域性的，也可能是全球性的。公司将会运用网络对品牌的价格保持平衡 而只要运用全球的通讯系统 无论在世界的哪一个角落 这个目的是不难达到的。



历史上，纺织和服装工业在经济发展进程中担任着一个重要的角色。十八世纪 纺织和时装工业领导了欧洲的工业革命 在当今神奇的东亚出口主导型新工业经济 (OECD,1995 第 11 页) 中也起着决定性的作用。从全球来看，纺织和服装业一直是劳工的大雇主 纺织业有 1300 万直接雇工 服装业有 1000 万雇工。不仅如此 据迪肯所述 这些数据极有可能低估了那些没有被官方统计或估计进去的相关从业人员。1998 年 单单服装业的雇工 估计就有 1070 万 比先前的估计 (OETH,2000 第 10 页) 有了大幅度的提高。这个增长来自于中华人民共和国更精确的统计数据。1995 至 1999 年之间 欧盟服装业的雇佣率下降了 9.1% 全球纺织和服装业的雇佣率下降了 14.2% 欧盟相应的数据为 7.5%。1998 年 世界纺织品产值是 4850 亿美元 服装的产值是 3350 亿美元。表 1.1 给出了世界纺织品和服装进出口的数据。有必要指出的是，纺织品的进出口是由西欧和亚洲控制的。亚洲是服装业最大的出口地 欧洲是最大的进口地。

表 1.1 1998 年世界纺织和服装进出口百分比

	出口		进口	
	纺织品	服装	纺织品	服装
西欧	44.0	33.7	40.3	45.2
亚洲	40.2	42.9	25.1	13.0
北美	7.4	5.8	11.7	28.5
拉丁美洲	2.8	7.1	5.8	5.4
其他	5.6	10.5	16.1	7.9

来源 :OETH(2000)

表 1.2 1998 年世界用工百分比

	纺织品	服装
欧洲	16.6	22.3
亚洲	72.5	60.4
大洋洲	0.4	0.0
非洲	2.9	5.3
美洲	7.6	12.0

来源 :OETH(2000)

表 1.2 显示了世界纺织和服装业的用工比例，亚洲是最大的雇主。

据迪肯的观点，纺织和服装业是全球第一的制造业，也是发达国家和发展中国家分布最广的行业。

事实上，纺织和服装业全球性的变化对当今世界经

济面临的许多复杂的问题起到了一个例示的作用，尤其是发达经济和发展中经济之间的贸易紧张等。这些变化又导致了政治冲突的加剧。

迪肯(1998 第 283 页)

全球化定义

戈塞尔和巴特利特在文章中提到跨国公司、国际公司和全球公司开发关键战略的能力。跨国公司建立了强大的地方代表机构灵敏地感受民族差异并做出回应。国际公司通过在世界范围内普及和利用修改后的其母公司的知识和能力来获得优势；而全球公司则通过集中全球范围的经营来获得成本优势。在 70 年代和 80 年代混乱的经济环境下，出笼的许多轻率的研究报告、论文和建议为经理们就如何在新的全球经济下更有效地经营其生意开出了处方。正如戈塞尔和巴特利特(1994 第 21 页)提到，全球化已成为一个需要寻求解释的术语。这个术语可用多种方式解释，并给予新的意义。《新闻周刊》上的一篇文章给经理们提出了一个据说曾在日本运用了数年的建议，即提供标准化的国际产品和通过一个起中央协调作用的国内总部进行运营管理，从而对其企业进行重组并采取流水作业的方式。然而，很多的经理和学者对这个标准化、合理化和集权化的模式却不置可否。对一些日本公司，这个模式是可行的，但对其他公司却不见得适用。戈塞尔和巴特利特举出了许多例子，证明使用这个模式的一些日本公司，如 NEC 和 Kao 等都失败了，而在欧美的一些没有使用这些模式的公司却成功了(Unilever, Ericsson 和 Procter & Gamble)。追求全球化统一的模式正被追求恰当的模式所取代。企业主要的战略需求以及适应这种需求的战略能力的开发都被认为是非常重要的。不管怎样，全球化促成的变异能力在不同行业表现各不相同，任何对全球化战略和组织分析必须首先要明白这个行业的定位。

利维(1995 第 353 页)对全球化的现象给出了一个如下的经济学定义:

对经济学家来说,全球化是指商品和服务的生产、配售和市场日益增加的国际化。

戈文德和格普塔(1998 第 3 页)提供了许多不同的方法去定义全球化 但在一些特殊的国家 他们是指:

一个国家的经济和世界其他地方的经济关联的范围和程度。

他们指出,定义一个行业全球化的关键指标是:

- 1、该行业跨境贸易的程度占全球总产值的比例;
- 2、该行业跨境投资的程度占总的资本投资的比例;
- 3、在各主要地区竞争的公司占该行业总收入的比例。

从这个角度来看 根据上述的标准 纺织和服装业无疑会得分较高。随着本章的逐步展开,我们会看得更加清楚。迪肯(1998, 第 5 页)将全球化看作是一个相互关联的综合过程,而非一个最终结果 正是基于这种“过程”的观点 他对国际化进程和全球化的概念做了一个重要的区分:

国际化进程是跨国界经济行为的简单扩张。从本质上说 它是一种数量的扩张 是一种占领更大地理范围的经济活动……从性质上来看,全球化进程不同于国际化进程。它不仅仅是经济行为在地域上跨国界的扩张,同时,更重要的是这些在国际上分散的工作的功能性的集

成。

从本质上说，纺织和服装业既是国际化的又是全球化的。该行业明显地符合时下的任何一种定义。

市场的定义

英国贸易工业部用标准工业分类码(简称 SIC) 对一个行业的不同范畴下定义。这是根据产品的特性来分类的。SIC 码在 1992 年被重新定义。由于一些码用不同的方式合并和集合，使得一些统计比起早期时候，问题更多。SIC(92)18 涵盖了组成英国服饰业的各个部分。组成该行业的一些公司都试图专攻于某一部分：如男式毛衣、女士毛衣、儿童毛衣、针织品、女士内衣、大众服饰、定制精品、装饰品(围巾、领带、帽子和手套)等。像英国政府使用的其他方式一样，SIC 码无疑是重要的，它提供了一种手段以便收集并提供一个行业组的统计信息。只要准确的统计数据是可获得的，那么对组成行业组的公司的类型进行定义就是重要的。在其他国家，同样也用相似的方式收集有关这些行业的统计数据。贸易委员会也收集该行业的数据，并使用政府部门提供的数据。如英国服装工业委员会(BCIA)、国家纺织中心(美国)、美国服饰生产协会和韩国联邦纺织行业会等组织。统计数据在比较组成一个行业的不同竞争国家时是很有用的，尽管人们在做一对比结论时必须非常小心地使用这些数据。已经有人说过，当分类码改变时，对来自不同时间阶段的数据进行比较可能会很困难。与此相同，当对组成这个行业组的公司的定义不同时，对跨世界不同国家或地区的统计数据进行比较也是有很大难度的。更值得考虑的是，当统计数据的收集方法有差异的时候，在其基础上做出的估计也就不是很准确了。不管怎样，后面的文章段落将带着这些问题试图做一些深入的比较。

纺织服装业的结构和规模

1996 年, 欧盟服装生产产业的雇工超过 100 万人。到 1999 年, 这个数字估计下降到了 923,500 人, 并且这个趋势一直持续到 2000 年。据估计, 1996 年欧盟服装业的企业有 57,000 个, 到 1999 年 12 月就跌至 52,500 个。1996 年和 1999 年, 80% 企业的员工少于 20 人。这些小企业占总雇工人数的 30% 和总营业收入的 25%。1999 年, 欧盟时装业的贸易逆差达到 279 亿欧元, 欧盟 (EU15) 进口为 405 亿欧元, 出口为 127 亿欧元。行业总收入累计数达 689 亿欧元 (OETH, 2000)。最近, 欧盟和世界其他国家的贸易逆差正在不断地扩大。1996 年, 英国的贸易逆差是 25 亿英镑, 到 1999 年增长到 40 亿英镑。英国该行业按零售价计算的收入有 265 亿英镑, 按出厂价计算大约为 80 亿英镑 (EMAP, 1997)。据英国经济部门合法登记 (有很多地下工厂的雇工人数并未在官方统计资料上显示) 的数据统计表明, 1996 年英国服装业雇佣了 21 万人 (ONS, 1997)。但在 1998 和 1999 年, 英国单单服装业的雇员就减少了 6.8% (OETH, 2000)。据不同的估计, 到 2000 年, 只有 15 万的雇员还会留在服装加工业, 而那些失业者就是服装行业全球竞争加剧的结果。

从全球来看, 最大的服装用工集中地是中国, 约 1600 万人, 接下来是美国, 约 77 万, 俄罗斯联邦 63 万, 日本 45 万 (Dicken, 1998, 第 289 页)。其他主要的服装用工集中地是印度尼西亚、泰国、菲律宾、南韩和香港。尽管西欧服装业的用工数在下降, 但对英国、德国、法国和意大利来说, 服装生产业仍然是重要的。表 1.3 给出了欧盟纺织服装业雇佣人数的官方统计数。表 1.4 给出了 1996 年欧盟各成员国服装业用工人数的分析。

表 1.3 欧盟纺织服装业雇佣人数统计

	1995	1996	1996 比 1995 年 的变化(%)	1999	1999 比 1996 年 的变化(%)
纺织品	1,278,000	1,230,300	3.73	1,159,300	5.77
服装	1,068,000	1,017,700	4.71	923,500	9.26
纺织品 和服装	2,346,000	2,248,000	4.18	2,082,800	7.35

来源 : OETH(1997,2000)

表 1.4 欧盟服装部门雇佣人数 (1996)

国家	占欧盟雇工的 %	雇佣人数
澳大利亚	1.2	12,212.40
比利时	1.6	16,283.20
丹麦	0.7	7,123.90
芬兰	0.8	8,141.60
法国	12.5	127,212.50
德国	11.7	119,070.90
希腊	2.6	26,460.20
爱尔兰	0.8	8,141.60
意大利	21.3	216,770.10
荷兰	0.8	8,141.60
葡萄牙	13.6	138,407.20
西班牙	11.5	117,035.50
瑞士	0.3	3,053.10
英国	20.6	209,646.20
	100.0	1,017,700.00

来源 : 根据 OETH(1997) 和 OETH(2000) 改编

欧盟的纺织和服装业占制造业增值额的 4.2% 占欧盟内雇员总额的 7.6%(OETH,1997)。 纺织产量下降 4.9% 服装产量下降 3.7%。这些部门的雇员在 1996 年也下降了 4.2% 而相对应地在 1995 年仅下降 2.8%。根据 OETH(1997) 的数据 这个部门的雇佣率在制造业中的下降幅度是最大的。在 1995 和 1996 年期间 进口在数量上增加了 3.4% 在价值上增加了 4.9% 出口在数量上增加了 2.5% 在价值上增加了 8.5%。对外贸易促进委员会(OPT) 声称 在所有的欧盟成员中,20% 的服装是进口的,并且在 1996 年又增长了 7%。在 1996 年 除意大利之外欧盟主要成员国汇率的下降,以及我们上面谈到的用增值的概念来统计生产率提高的数据,这两大因素促成了这个行业竞争的加剧。对比 1995 年 6.1% 的增长率来说,1996 年服装业的生产率仅提高了 1.4%。自 1995 年以来,重要的生产率改进措施主要归功于合同外包和行业内信息技术的运用(Hines,1997) 信息交流技术使得主要的采购集团可以从总部以外的地方购物,并仍能对其供应链保持相当程度的控制 这一点已得到广泛的认同。

据估计 英国劳工总数中 70% 是妇女 且总的雇工中有 25% 是在针织部门工作。可是 到 2000 年,这个行业也成为愈演愈烈的竞争的牺牲品。面对变幻莫测的消费者的需求,许多主要的英国零售商在寻求低成本和高利润的时候不断地搬迁,从而导致工厂关闭、许多人失去了工作。据进一步估计 大量的服装产品是由小型的或中型的 规模小于 200 人的厂家生产的 这部分产量占这个行业总产量的 50%。比较之下 英国由 SMEs 生产的产品占总的制造业产值的 33%(EMAP,1997 第 192 页) 在欧盟 英国雇工的比例为第二位 仅次于意大利(表 1.4)。而且雇员不均匀地分布于英国的一些特殊的行政区域 如苏格兰 中东部地区、东伦敦地区、东北部地区和东南部地区。2004 年底 多纤维协定(MFA) 的到期以及世界贸易组织(WTO) 纺织服装协定(ATC) 的启用 促进

了贸易自由化进程的加大 这意味着将降低纺织服装业的关税 从而降低了发展中国家出口商品到欧盟的贸易壁垒。于是,对欧盟国家来说,商业政策就变成了一个重要的保护机制。非世界贸易组织成员国往往会和欧盟签有双边协议。如 1996 年 欧盟和土耳其签订了最惠国关系协议,以消除土耳其和欧盟之间的贸易壁垒。因此 实际上 土耳其已成为欧盟成员国之一 只是形式上还不是。自 1998 年 1 月以来,中东欧洲国家 (CEEC) 也是如此。

关贸总协定 纺织服装协议

这个协定也就是官方称作的《多纤维协定》(MFA)。这是 1974 年在关贸总协定的基础上签订的以对付不公平贸易事务的协议。它的目的是通过双边谈判的配额来限制从低劳动力成本国家进口。这是由大多数发达国家和 30 个发展中国家共同签订的保护伞协议。在欧盟,该协议采用了与许多纺织品供应国签订一系列双边协议的方式,通过一系列数量上的限制如配额等对供应国出口纺织服装到欧盟进行控制。这是以自由贸易为原则的世界贸易组织的一个例外。MFA 的两个主要目的是:

- 1 给发达国家时间,对纺织服装业进行重组和改革。
- 2 确保发展中国家拥有发达国家市场的一部份份额。

至今为止,这只不过是一个初步的做法。1995 年 1 月生效的世界贸易组织纺织品和服装协议预示了 MFA 最终会被淘汰 然后 纺织和服装部门会回到世界贸易组织自由贸易的原则上来。

《多纤维协定》的淘汰

淘汰 MFA 有四个特殊的步骤要走。首先,1995 年 1 月 将相当于欧盟 1990 年纺织服装进口量 16% 的交易额纳入世界贸易组织的系统。符合条件的产品包括纱线制品、纤维制品、包装制品和

服装成品等商品中本不属于配额管制范畴的部分。第二步，到 1998 年 要求增加 17.8% 的交易额纳入世界贸易组织的系统。同样 符合条件的产品有这四大类商品 都包含在 MFA 受配额限制的 24 类产品的范畴内 其中 19 类都是相当重要的配额控制产品。因为将有相当于欧盟 1990 年纺织服装进口总量 1/3 的商品将不再受配额和许可证的限制，对欧盟的生产来说是关系重大的。自 1995 年起，欧盟对纺织服装行业的关税每年下降 10% 并持续到 2004 年 12 月 31 日。欧盟的市场是世界上最开放的市场之一，土耳其及中东欧等国家都占了很大的便宜。相反，欧盟的生产商要将产品出口到某些国家却相当困难 尤其是美国 因为他们采用原产地规则。毫无疑问，日益加剧的全球化竞争更会促使欧盟在生产、雇员和投资等方面的进一步下降。带来的结果便是 随着进口的不断增加 出口的不断减少 欧盟在这个产业的贸易逆差将会进一步恶化。

欧盟在这个产业的行业政策主要涉及技术开发、技术培训、技术多元化和技术转化以及信息和交流等方面。重点已经被放在开发和有效运用现有的行业网络，以及了解网络怎样运行及相关的技术转化上。

认识到配额及消除配额不会必然消除所有贸易壁垒是非常重要的。现在还有环境的限制。例如，含氮染料的产品在德国和新西兰是被禁止的。在一些欧洲的国家，孩子们的睡衣更是被一些极为严格的条例所限制，例如可燃性的限制等。其他的壁垒以非标准人体测量尺寸 衣服的尺寸 或商标法等形式出现。配额可能会消失 但贸易壁垒却仍然存在。

全球化背景下的政府政策

在全球范围内，政府的干预主要集中在以下两点特殊的目标上：

- 1、在相关国家对纺织服装业进行重组和合理化改革。
- 2、通过离岸组装条款和贸易优惠协议刺激该行业的发展。

对每一个影响以全球产业为目标的政策的情况做一个简短的研究是很有价值的。

自 1945 年以来纺织业的改革

发达国家，最引人注目的如欧洲迪肯，那里的产业被认为是成熟的，有着各种不同的附属公司和联营项目。正如迪肯（1998 第 299 页）所述，在 50 年代，由于面临着来自于低劳力成本国家竞争的沉重的压力，英国政府通过了《棉制品行业法令》，以减少纺织业棉制品一半的生产量并且促使留下的企业更新装备和进行现代化改革。由于公司可以获得对破旧工厂的赔偿和重新装备的许诺，作为回报，公司被鼓励自动停业关门。其他的欧洲国家在致力于重组他们的产业时也给出了类似的国家资助计划作为引导。尽管英国政府通过这些政策手段大致实现了它的目标，但是这个生产能力过剩的问题并没有消失，在以后的几十年还是看到了这些政策延续的合理性。

正如预期的那样，重组的问题不仅仅是欧洲发达国家的问题。60 年代末，为了达到重新调整该行业，使之能在市场上供应更具价值的产品，日本也积极鼓励削减生产量和进行厂房现代化的改

造。新的纺织品生产商如台湾、南韩等国的政府也采取了同样的干预措施。

比如,1998 年韩国的纺织业占整个国家出口总额的 13.5%, 占总的公司总数的 18.5% 占总的雇工人数的 15.2% 和总产值的 8.3%。韩国在全球服装市场的份额占了 4.7%, 在市场份额方面仅次于中国、意大利、德国和美国。韩国和 180 多个国家有贸易往来。韩国的工业大力投资于自动化改造以削减成本和提高生产力。1995 至 2000 年之间, 纺织业的自动化比例从 45% 增加到了 70%。据预测 2005 年可以达到 85%。政府鼓励的变革主要有环境保护、能源保护以及信息技术系统的引进等方面, 如局域网 (LANs), 管理软件和计算机集成控制生产 (CIM) 的运用等等 并且向生产小批量和多样化产品的灵巧的生产系统转变。

离岸组装条款和贸易优惠协议

这种类型的政府干预措施对该行业在全球的配售、开发和位置的选择等方面都有重大的影响。他们成为国家关税和消费税法规定的一部分, 并被美国和德国广泛地用作保护措施。

美国政府在 60 年代建立了“807”计划。美国关税和消费税一览表中的 807 条款鼓励服装生产商在费用低廉的加勒比海和南美国家建立服装生产流水线。于是, 这些服装的税负仅限于离开美国和加工完毕后作为成品再输入的增值部分。事实上, 关税仅对劳动力费用这一部分征税。发展中国家对这种以逃避税负为目的进口已裁剪好的布匹加工后出口的业务相当感兴趣。对这样一个受人欢迎的双边协议, 生产服装的总费用要低于在美国本土生产。

1986 年 2 月 美国创建的《加勒比海盆地优先权法案》(简称为 CBI) 允许在加勒比海地区生产的服装在特定的条件下进入美国市场(Steele, 1998)。美国关税和消费税一览表的 807.0010 条

款 也就是通常所说的 807a 就是对 807 计划的补充。这两个计划的主要区别对美国的纺织工业来说意义重大。因为 807 允许使用世界任何一个地方进口的纺织品，只要它在出口到低劳动力成本国家前是在美国裁剪的就可以 而 807a 计划则规定只允许在美国生产的纺织品适用上述条款。这个补充条例消除了纺织品供应商早期的主要异议 使之仍与原 807 计划保持一致。从 807a 计划获益的发展中国家主要是多米尼加共和国和墨西哥。在所有参与的发展中国家中，这两个国家的输出量占总量的 50%。值得注意的是，在多米尼加共和国，劳工费用含社会负担费用是 0.82 美元（1992）而在墨西哥是 1.17 美元（1992）而这些数字仅仅相当于美国 10% 的每小时工资，甚至更少。

最近 在美国、加拿大和墨西哥建立的北美自由贸易区协议（NAFTA）是从 1992 年起生效的，有效期 12 年。对墨西哥来说 这个协议有效地取代了 807a 计划。3600 万人被该协议涵盖 使得 NAFTA 成为世界最大的贸易集团。只要涉及到纺织服装业，墨西哥任何来料加工的生产都会以与 807a 计划相同的方式使用美国工厂生产的纤维制品。还有更重要的附加条件，比如那些纤维制品必须用在北美的纱线生产。有了纺织品有必须在美国进行裁剪的要求，协议成员国之间的配额限制就被取消了。作为美国的邻居，NAFTA 协议给墨西哥带来了明显的竞争优势。很显然，墨西哥是美国市场最大的服装出口商。



考察一下欧盟的服装业 我们看到需求来源于两个地方 欧盟

内部总需求和欧盟外部的需求。内部需求可以用多种方法来测量 其中一种方法使用了“表面消费”这样一个奇怪的术语 见表 1.5)。欧盟内部产量占 1990 年表面需求的 75.73% 而 1999 年却跌至 53.82% 同时进口量的比例却在不断增长 从 1990 年的 24.27% 上升到 1999 年的 46.18%。由此可见, 进口渗透加强了。自 1990 年起 欧盟内部需求不断下降 结果 在欧盟内部市场面临来自欧盟外的持续增加的竞争压力下, 生产商将他们的注意力转移到了出口市场。然而 出口的增长幅度还是很小 从 1990 年表面消费的 9.86% 到 1999 年的 14.86%。

有趣的是, 1990 年至 1999 年与表面消费相关的增长在很大程度上取决于进口的大幅度增长, 尤其是 1990 至 1998 年间。用价格的方法来测定, 以当前的产品价格计算, 表面消费在 1990 至 1999 年间增长了 10.9%。产量在 1990 至 1998 年之间稳步下降, 然后在 1998 至 1999 年间快速下降。其中的一个解释是我们在前面讨论过的淘汰 MFA 的影响。

另一种狭义的测量方法是运用最后需求的方法, 最后需求的绝大部分是欧盟国家的家庭消费, 小部分是其他经济部门的消费。表 1.6 给出了欧盟纺织服装业最后需求的结构。纺织品的需求量主要依赖于服装工业。

表 1.5	欧盟表面消费		ECU 十亿(目前价格)
	1990	1998	1999
产量	67.7	64.5	59.9
进口	19.2	38.0	40.5
出口	7.8	13.1	12.7
服饰消费	79.1	89.3	87.7

来源 : OETH(2000)