

纺织贸易通讯

中国国际贸易促进委员会 纺织行业分会
中国 国际 商会 纺织行业商会 主办
内部刊物 准印刊号：FZ2005-08

2005 年第八期
(总第 130 期)
2005 年 7 月 25 日

本期导览

『经贸动态』

六种输美纺织品遇红灯
中美洲自由贸易协定恶化美国纺织业形势
菲日将实现服装纺织品进口零关税
摩洛哥纺织成衣协会提出措施应对行业新挑战
法国舆论报道纺织工业企业对中欧协定的反应
日本纺织服装业注重实施海外战略
以平常心看待中美谈判僵局
印度尼西亚将取消旧纺织机销售税以提升纺织工业竞争力
MFA 之后巴基斯坦纺织工业高速发展

『国际市场』

小国家 大贸易---丹麦纺织服装业

『政策法规』

欧盟海关公布中欧协议类别清关率(截至 2005 年 7 月 18 日)
欧委会公布中欧纺织品谅解备忘录
解读中美纺织品贸易

『行业动态』

[走出去专题]

- 政府支持企业走出去 看好纺织品出口前景
- 巴基斯坦欢迎中国纺企到巴投资
- 大型纺企告诉你走出国门战略
- 江苏省纺织企业“破壁”见成效

日本纺织纤维企业要加强与中国的优势互补
浙纺企联姻高校“破壁求生”
直面“整编期”，长三角纺企在反思中求变
纺企应对贸易摩擦四条路
江苏梦兰获得走向国际市场的绿色通行证
企业莫短视
美国最大纺织集团中国设厂
中国出口纺织品有望执行国家强制性标准

『分会动态』

我会陈伟康副会长随贸促总会代表团出访南美国家
我会赴意大利、法国观展商务团日前返京
亚洲最大家纺博览会即将开幕

『贸易与合作』

【主编随笔】

经济领导力和“中国来了”

中国来了！

中国正在世界各地，特别是在发达的欧美国家掀起了一股收购热。

之前有上汽收购韩国双龙汽车、联想收购 IBM PC 业务、TCL 并购汤姆逊这些先例，最近海尔并购美泰克的同时，中国第三大石油集团中海油正出价 185 亿美元以全现金方式收购美国能源公司优尼科。不管最终的收购是否成功，中国企业扬帆出海，在国际市场掀起并购狂潮，实现跨国企业梦想的时代已经到来！

前段在宁波参加“APEC 纺织贸易研讨会”期间，欣闻中国家纺巨擘维科控股集团也通过资本运作收购了日本和美国的两家企业。其中一家涉及到流通领域的合作，一家涉及到研发、生产和品牌的合作。

针对纺织品配额取消和后配额时代的到来，中国纺织工业协会在 2004、2005 年春的北京遍邀世界各纺织生产和商贸同行，连续举办了两届《全球纺织经济论坛》。2004 年主题是：后配额时代——共赢的未来；2005 年主题是：后配额时代——纺织服装跨国采购在中国。

一出一进，不管是企业的跨国收购行为，还是行业主管的论坛举办行为，都是在寻求中国产业和中国产品在全球市场更多的话语权。

由此，我想到了时下谈论较多的“经济领导力”话题。

经济领导力我通俗地理解为在经济发展过程中，在全球范围内控制市场和游戏规则的能力。大到可以是一个国家的综合国力体现，小到一个行业、一个企业在全中国较量中的控制力。它可以是技术层面的，体现在标准的制定；它可以是规则层面的，体现在规定、限制措施的颁布，更多表现在市场层面的，价格和市场占有的垄断。

关于经济领导力，“走出单位”文章的作者栗陆莎的两段话值得思索。

“就在中国经济总量已经开始对世界经济产生影响的时候，中国并未产生相应的经济领导力，其中最显著的缺失是参与制定市场规则的能力，而中国的购买力至少已经足够让我们制定新的产品和技术标准。我们仍然停留在被动购买，满足于使用他人提供的商品，仿效他人的经济行为。我们经常看到的是自甘于受到发达国家领导者的肯定和赞扬，并不断追求得到更多这样的肯定和赞扬，方才安心。”

“经济领导力的缺失表明政治和文化领导力的建设还远没有开始。我们什么时候才能真正领导自己呢？我相信，那一天到来的时候就是中国开始在世界范围内产生领导性影响的时候。这不是民族主义的野心，而是中国经济崛起后中国人应当承担的义务。”

“中国来了”的路还很漫长，也许前面布满了荆棘，但“走出去”战略已经成为国家外向型经济发展战略的重要一环。

寻求经济领导对我们不再是遥不可及的一个梦。

你呢？又能做些什么？

主 编



编辑部地址：北京东长安街 12 号 436 室

邮编：100742

电话：(010) 85229397/85229645

传真：(010) 85229196

主编：刘彦威

编辑：孙凌 李薇

网址：www.ccpittex.com 或 <http://textile.ccpit.org>

邮箱：sl_tex@ccpittex.org

六种输美纺织品遇红灯

根据中国海关最新的设限纺织品出口监测数据，至 7 月 12 日，棉制针织衬衫、棉制裤子、棉及化纤制内衣、化纤制针织衬衫的出运数量已分别占设限总量的 132.6%、132.28%、109.36% 和 140.08%。

自 7 月 5 日美国对进口自中国的棉制针织衬衫、棉及化纤制内衣封关，7 月 8 日对棉制裤子封关后，截至 7 月 14 日，化纤制针织衬衫的清关率已经达到 98%，预计一两天之内也必将封关。

另外两种产品包括人造纤维制裤子和棉制及人造纤维制男式梭织衬衫，截至 7 月 12 日的出运数量已分别占设限总量的 87.38% 和 84.56%，出运风险极大。

六种受限纺织品对美出口再亮红灯，呼吁

国内企业暂停对美国出口这 6 种受限纺织品。

在不到 7 个月的时间里，出口企业几乎使用了全年的出口配额的原因，主要是目前中美政府关于纺织品的谈判还没有达成协议，企业对下半年形势也不敢确定，因此就昼夜加班希望抢在美国封关之前将产品出运至美。目前已经有企业反馈，产品到达美国口岸不能清关，只能放置在美国的保税仓库等到明年再说，因此被收取高额的费用；还有的只能运回，给企业造成了不可估量的损失。

一些企业确实意识到出口美国没有希望了，所以准备把出口目标转向日本和澳大利亚等不设限国家，但大多数中小企业将因为美国订单的消失而陷入困境。

中美洲自由贸易协定恶化美国纺织业形势

新华社消息，布什总统飞往北卡罗莱纳州吹捧中美洲自由贸易协定的优越之处，寻求北卡罗莱纳州对中美洲自由贸易协定（CAFTA）的支持。

中美洲自由贸易协定是以北美自由贸易协定为基础的，自北美自由贸易协定开始实施以来，北卡罗莱纳州失去了 23.56 万个制造工作，16.37 万个纺织和服装工作。2001 年以来，北卡罗莱纳州大约有 400 个服装和纺织工厂倒闭。

中美洲自由贸易协定使这种形势更加恶化。目前，美国从中美洲自由贸易协定国进口

的纺织品和服装必须含有美国的成分才能够得到无关税的待遇。如果中美洲自由贸易协定能够通过，那么这种形势将发生改变。

一旦中美洲自由贸易协定通过，那么对利用美国的纱线或者面料不会做任何要求，这是因为在中美洲自由贸易协定国制造的全部服装将得到无关税的待遇。中美洲自由贸易协定有众多的漏洞，这将使如中国和墨西哥等国的生产商从中获益，这将损害美国生产商的利益。这些漏洞将危及到北卡罗莱纳州数千个工作岗位。

菲日将实现服装纺织品进口零关税

菲律宾服装和纺织品出口商协会称，菲律宾和日本已经原则上同意实现双方服装和纺织品进口零关税。

根据协议，菲律宾还将与其它和日本签有自由贸易协定的国家实行服装和纺织品进口零关税政策。

该协会称，日本是菲律宾最有潜力的服装

和纺织品出口市场，也是该行业的主要投资来源地。2004 年，菲律宾服装和纺织品出口额达到 1 亿美元，比上年增长 3% 至 5%。取消关税之后，预计日本在菲律宾的生产活动将大幅增加。

目前，菲律宾和日本正在谈判签订经济伙伴协议，但在汽车、人员和投资流动三个问题

上依然存在争议。菲律宾贸工部认为，双方有

望在今年年底之前签订这项协议。

摩洛哥纺织成衣协会提出措施应对行业新挑战

2005年7月14日摩洛哥纺织成衣协会在摩洛哥纺织成衣高等学校举行了全会，会议特别主题是，在纺织行业面临新的挑战条件下该行业协会与摩洛哥政府达成了何种协议和将提出何种应对措施。

摩洛哥纺织成衣业共有企业 1752 家，实际雇佣 20 万就业人员，2004 年营业额为 350 亿迪拉姆。其出口占摩洛哥工业出口的 43%，但近年来出现疲软态势，特别是今年以来，随着主要针对欧美市场出口配额的取消，无论在摩洛哥国内市场还是其出口产品在传统的欧洲市场都遇到了强有力的竞争。

关于行业形势，该协会主席 Tazi 先生指出，欧盟与中国在最后时刻签署了协议，但摩洛哥业界对此不应过分乐观：一是设限品种有限，二是时间设定很短，三是仅中国一家主动或被动设限，孟加拉国、巴基斯坦、印度等纺织品后起之秀也不是摩洛哥纺织行业目前的竞争实力所能抗衡的。

关于应对措施，政府方面概括起来分为三

个方面，一是信贷方面放宽条件，贷款时企业自有资金比例从 20% 降为 10%，贷款额度最高到 7 千万迪拉姆；二是海关简化手续；三是降低运输环节费用(据称能降低 30% 左右)。但最受期待的是政府将每年从哈桑二世基金列支 2 千万迪拉姆用以支持该行业的振兴和发展。

但协会也意识到，应对挑战，提高行业竞争力，最终还得靠企业自身。协会提出的主要举措是加强与外国同行的合作和加强传统市场和新市场的开发，共分为三个层次，一是同传统合作对象，主要是欧盟的法国、西班牙、葡萄牙(也是传统的失常)纺织同行的合作，改变摩洛哥纺织成衣业来料加工为主的短处，加强设计、制造和营销的参与程度，以此提升摩洛哥纺织成衣业的竞争水平；二是加强同美国、南美等地的同行的合作，同时也是开发对摩洛哥而言新的市场；三是加强同中国、巴基斯坦等亚洲纺织成衣竞争强国同行的合作，最终使摩洛哥纺织成衣业融于世界纺织成衣业之中。

法国舆论报道纺织工业企业对中欧协定的反应

对中欧达成的纺织品协议，法国纺织工业企业因为处于产品的上游和下游位置不同，反应也不尽相同。法国《纺织报》为此专门走访了企业家。

法国织造集团 Deveaux：“不是完全满意”，因为对中国纺织品进口“限制的计算将建立在庞大的基数上。同时，如果按交货期计算，执行的时间也太短，不足两年。”但对设限的 10 种产品的选择还满意，“只限制亚麻线和 T 恤衫就更好了，都限制了经销商就活不下去了。”另外，“协议达成得晚了，执行的时间又短，在 2007 年前还不能调整，而特保条款可以每年重谈。”

法国加来省 Saily-sur-la-Lys 的亚麻纺织企业 Safilin：是欧盟第一大干麻和第二大

大湿麻纺织企业，也是去年 5 月 12 日再次获得法国经财部授予的欧盟出口业绩奖中唯一的纺织品出口中小企业。总经理表示：对亚麻线实行配额无疑是必须的，遗憾的是没有对亚麻面料采取任何限制，中国会倾销这种产品，出口很容易快速增长。虽然企业还在赢利，但是越来越困难了。

法国著名袜子生产企业 Kindy：已经将其 20% 的生产，即约 6 百万双袜子转移至亚洲(其中一半在印度尼西亚)。预计到 2007 年，在亚洲的生产将占到 50%。该企业总经理的看法与其它人不同，他说：对一个已经没有竞争力的行业，我不认为恢复配额还会出现什么变化。10 年前我们就知道配额取消后会发生什么事。如果在 10 年中那些企业没有进行重新调

整，我看不出到 2008 年他们还能干什么。至少，这个暂缓使得他们不至于马上发生休克。

专门为大型超市提供质量中等，价格便宜的套头衫企业 Spilan：已经在 20 年前就开始在中国、孟加拉国和泰国生产了。总经理表示：不要只考虑欧洲国家，也应该考虑其它由于纺织品而开放和发展起来的国家。谈判设立限制的办法是巧妙的，可以避免危机，可以缓和地调节市场，可以在此延续期间保持稳定。

生产新生儿和女用内衣的企业 Gsa：已经将全部生产转移至中国和摩洛哥，该企业领导担心重新设立配额会妨碍希望在中国设

厂企业的前途。“象我们这样的企业，如果不赢利就无法生存（2004 年该企业营业额增长 7%，超过 5250 万欧元）。我们 80% 的产品供应大型超市，没有中国我们就无法活下去。幸亏全球化生产，我们的法国工人将在 2005 年额外地拿到两个多月的净工资。我们计划在中国开设专卖店，我们获准按照 2004 年 12 月出台的新法规，创建自己的贸易公司直接与客户联系。这是中国加入 WTO 的直接结果。但是，在现实的环境中，我们感觉到中国人对法国采取限制纺织品的态度很反感，也反对法国另设的管理障碍。

日本纺织服装业注重实施海外战略

由于日本国内高昂的生产成本，加上劳动力工资水平位于世界前列，日本纺织服装产业近年来注重实施海外战略。

日本的工业基础设施优良，国际投资环境较好，其纺织品市场规模仅次于美国和中国，名列世界第三。但是日本的劳动基准法明确规定了劳动者的最低工资标准和劳动时间。该法规定，每周工作时间为 40 小时，实行每周休 2 日制。2002 年日本纺织服装行业的劳动力平均成本约 27 美元 / 小时。

目前日本中小型成衣厂商纷纷进入中国

及其它亚洲国家设厂，日本著名的峻阜地区成衣厂几乎都先后将其国内部分或全部转移到中国的上海、江苏南通以及苏州等地，中低档面料在中国采购，高档面料及辅料则采取来料加工复出口的方式进行，在当地雇用的员工已达 2 万人。

据了解，许多日本大型服装生产企业都计划进一步扩大海外生产线，实行从生产到零售的一条龙经营方式，避开日本国内复杂的流通环节，自行组织新产品的开发和设计。

以平常心看待中美谈判僵局

商务部研究院梅新育博士日前撰文指出，中美此次纺织品谈判未能取得实质性成果并不奇怪，因为中美谈判的难度绝非中欧谈判可比，其中原因有四：

首先，美国和欧盟对中国定位不同。欧盟把中国视为战略合作伙伴，这应当是中欧谈判达成合理协议的决定性因素；相反，美国某些势力将中国视为最大潜在对手，任何一个可以掣肘中国的机会他们都不会轻易放过。

其次，美国明确奉行国内法高于国际法的原则。实事求是地说，欧盟属于贸易壁垒较高的地区，素有“欧洲堡垒”之称，但欧盟毕竟

比较认同国际规则，而不是单方面强加于人，这是中欧能够就纺织品贸易争端达成协议的重要原因；相反，虽然美国贸易自由化程度总体而言高于欧盟，但美国明确奉行国内法高于国际法的原则，成为谈判难于达成的重要障碍。

第三，美国在贸易争端中一贯单方面强加于人，此次纺织品特保争端也不例外。欧盟仅仅是对我国部分纺织品发起特保调查，并且按照程序与我国进行磋商，尚未实施限制措施；美国则是在法定调查结果尚未出炉，更没有向中国提请磋商的情况下就单方面对中国纺织

品实施特别保障措施。显然，中止调查比中止已经开始的限制措施要容易得多。

第四，有关决策者、执行者个人利害关系妨碍中美达成合理协议。曼德尔森在欧盟贸易委员职位上已经坐了一段时间，中止对华纺织品特保调查对他的领导权威负面影响不大；相反，古铁雷斯宣布对中国纺织品发起特保调查时上任不足两个月，作为商务部长，第一炮就拿中国纺织品开刀，他必然担心，如果中止对

中国纺织品的限制措施，可能会导致自己沦为跛脚鸭。

作为一个对外贸易迅速增长的大国，发生贸易争端是正常的，而对待中美经贸谈判，我们最好以平常心待之，不必形成“中国一定要赢得与中欧《备忘录》同样的条件”的舆论氛围，那样只会增强美方的谈判地位，对中方并无裨益。

印度尼西亚将取消旧纺织机销售税 以提升纺织工业竞争力

印度尼西亚工业部长近日提议，撤销纺织工业老旧机器资产重新估价税，以提升纺织工业的竞争力。

目前，工业部和央行已成立小组，正在讨论撤销重新估价税的建议。依计划，上述方案在这个月内就可呈财经统筹部长。据称，为纺织新机器筹措资金，十分有赖于银行业机构，

因此要出售旧机器，银行业方面仍参与作出决定。

工业部长说，印度尼西亚国内纺织业拥有老旧的机器，以致无论在价格，生产或质量方面都无力竞争。政府也在致力于利用中国的低息贷款更新旧纺织机器。

MFA 之后巴基斯坦纺织工业高速发展

多种纤维协议（MFA）结束之后的六个月里，巴基斯坦纺织品出口将国家经济的增长速度推上 20 年顶峰。巴基斯坦纺织品和服装工业的发展令人吃惊。

巴基斯坦部分地区政局动荡，但在拉合尔和卡拉奇全球工业中心以及费萨拉巴德纺织城的纺织工厂和缝纫厂生产正常进行。在卡拉奇证券交易所所有 200 家纺织和服装公司上市。

纺织品和服装占巴基斯坦出口的 60%，雇佣人数占产业工人的 50%。2003 年，巴基斯坦是世界第八大纺织品和服装出口国家，排在印度、日本、欧盟和美国之后。

多种纤维协议结束之后，巴基斯坦纺织工业在全球性的过渡期表现很好。商家投资于新技术，与买家建立长期的供求关系，了解最新的时装和面料发展情况。

有些公司一直在更新纺织制造业的机器，如 Masood 公司，使用的是最新的从日本和瑞士进口的纺纱和染色工艺。

劳动密集型的缝制企业要求所生产的优质床上用品、窗帘和服装符合国际与西方市场标准。原料要用 Punjab 和 Sindh 省种植的棉花，以及优质美国皮马棉。巴基斯坦是美国皮马棉的最大进口国。

小国家 大贸易

---丹麦纺织服装业

一、丹麦的纺织服装贸易情况

丹麦虽然是北欧的一个小国家，但它却是北欧纺织品和服装的贸易大国。根据丹麦纺织服装联合会的统计数字，2003年，丹麦纺织服装的总营业额为38.74亿欧元，出口额为29.77亿欧元，进口额为33.08亿欧元，贸易逆差为3.3亿欧元。丹麦纺织服装出口额占总营业额的比例为77%，是丹麦的第四大出口产品。丹麦纺织服装的进口数量约是本国消费总量的3倍。2003年丹麦纺织服装的从业人员为17,247人，比上年减少了2.5%，其中纺织品的从业人员为7,744人，比上年下降了5.7%；服装的从业人员为9,503人，比上年略微增加了0.2%。

丹麦进口的主要纺织品是：亚麻床单、厨房用亚麻布、羊毛毯、装饰布等；丹麦进口的服装主要是T恤衫、棉内衣、针织衫、女士运动衫、合成纤维裤、女士化纤开衫、套衫、男式棉衬衫等。

中国是丹麦的第一大纺织品服装进口国，2003年丹麦从我国进口纺织服装4.94亿欧元，占丹麦整个纺织服装产品进口额的15%，比上年增长12.9%。其次是德国、土耳其、意大利、瑞典和印度，分别占丹麦纺织服装进口总额的12.7%、8.9%、7.2%、5.7%和4.1%。

丹麦纺织服装的主要出口市场是德国，2003年的出口额为6.14亿欧元，占丹麦整个出口额的20.6%。其次是瑞典、挪威、荷兰、芬兰和英国，分别占丹麦出口份额的15.6%、10.6%、7.2%、5.7%和5.3%。丹麦纺织服装前三大市场的出口额占总出口额的46.8%，市场集中度较高。

我国向丹麦出口的纺织品包括：亚麻床单、合成纤维毛毯、亚麻餐巾、毛巾等；我国向丹麦出口的主要服装为：男士棉衬衫、女士/男士羊毛开衫、套衫、男士棉制裤子、化纤裙子等。

近年来丹麦从波兰等东欧国家进口的纺

织品服装的数量下降幅度较大，在1998年之前，波兰是丹麦除中国外最大的纺织服装进口国，市场份额一直保持在10%左右，而到2003年波兰的市场份额只有4%，当年下降幅度高达31.3%。取而代之的是土耳其、印度等劳动力成本更加有优势的亚洲国家，增长幅度都在20%左右。丹麦纺织品市场的主要产品来自德国、意大利、英国、荷兰和瑞典等欧洲国家或是经由这些国家的转口产品。

二、丹麦的纺织服装业特点

1、纺织品和服装生产大量外移，本土纺织服装企业以设计和营销为主。

上世纪90年代开始，丹麦服装生产格局发生了很大的变化，丹麦纺织服装加工部分，如剪裁、缝制、整熨和包装等环节大量地转移到国外，而原先传统的纺织服装生产企业大多转型为以品牌设计、市场营销为主的新型服装公司。

波兰、拉脱维亚、葡萄牙等东欧和南欧国家是丹麦最早的纺织服装加工地，近年来又逐渐转移到中国、泰国和土耳其等劳动力成本更低的国家。根据统计，中国沿海地区纺织工人平均小时工资为0.69美元，而丹麦同等工人的工资水平至少是中国的30倍。目前在丹麦从事纺织服装加工的人员不足1,000人，丹麦已经没有真正意义上的服装生产企业，因此丹麦业界对纺织品一体化的态度是非常积极的，丹麦本土的纺织加工业已经没有什么可以保护的了的。

目前丹麦纺织服装海外生产的主要方式有：(1)复杂的带料加工(CMT)：加工制作环节全部移到了国外低成本的国家，包括面料的印染后整理和质检等的环节在内。但仍由丹麦企业负责向服装生产方提供面料，这主要是为保证面料的质量和及时供货。(2)带样加工(SOD)：丹麦方面提供全套的设计和产品质量要求，生产方负责从购买纺织原料到最终产品检验的全套生产过程。大型贸易公司、设计

公司、批发商、连锁店十分青睐这种方式，是目前最广泛使用、产值最高的方式。

近年来基于对环境和成本的考虑，丹麦企业将原先具有技术工艺优势的针织面料印染后整理等加工业也纷纷外移，只有部分不造成污染的转移印花等工序还在丹麦本土进行。因此，由丹麦生产面料，在国外进行缝制和包装的简单带料加工方式(OPT)已很少被丹麦企业所采用了。

2、符合流行趋势的品牌连锁经营服装公司迅速发展，产品制造和销售市场相互融合。

丹麦设计的服装不同于意大利、法国等国高级时装风格，多以休闲装为主，更加注重服装的时装价值和流行喜好，而非质地。随着近年来世界经济的全球化发展，纺织服装行业生产、采购和销售越来越没有国界，丹麦凭借其独特的设计风格和科学的管理营销手段，许多跨国经营的符合流行趋势的品牌连锁经营服装公司迅速发展。目前丹麦营业额最大的服装企业 Bestseller 就是其中的佼佼者。

Bestseller 是于 1975 年成立的家族企业，自成立以来，公司成长迅速，目前在全世界拥有 12,000 多名员工，分别从事品牌的研发及市场的推广销售工作，在全球 27 个国家拥有 1,600 多直营店，业务还在不断增长。迄今为止，Bestseller 已经拥有 VERO MODA, ONLY, OBJECT, VILA, PH Industries, Pink Industries, Name It/Newborn, Selected, JACK&JONES, Tdk 和 Pieces 共 11 个品牌。Bestseller 从 1996 年进入中国，在中国主要经营 ONLY、Jack & Jones 和 Vero Moda 三个品牌，目前已拥有近 400 家直营店和 300 多家代理店。

符合流行趋势的上述丹麦服装品牌产品在我国内的销售额呈快速增长趋势。由于 Bestseller 采取全球统一定价管理，因此服装的生产加工地同时又成为了其产品的重要消费市场。服装在生产、贴牌后不仅出口到其他国家，还直接在加工国市场上销售，大大节约了运输和管理成本，利润率要远高于同等产品在欧洲市场的销售。

3、大型采购商的全球采购简化了纺织服装的流通环节。

近年来，大型采购商和供应链管理服务公司出现，使纺织服装流通过程中的中间成本大大降低，面向大众的价格适中的纺织服装得以流行。采购商的服务的对象通常是大型零售连锁店、著名品牌商、百货公司等，部分采购商也逐渐开始经营自己的品牌或经营邮购、网上购物等业务，使纺织服装的进口商、批发商和零售商的概念越来越模糊。目前丹麦的批发商只有 5-10 家，批发营业额不足总营业额的 2%。欧洲主要的纺织服装采购商包括：西班牙的 ZARA、英国的 TOPSHOP、NEWLOOK、瑞典的 H&M、法国的 NAF 和丹麦的 BILKA 等。

4、重视纺织服装质量和生态环保要求。

包括丹麦在内的欧盟国家对进口的纺织品质量和是否达到环保要求非常重视，这已经成为欧盟纺织品进口首先考虑的因素。欧盟国家对进口纺织品的质检要求，正出现两大趋势：第一，从传统的重视外观质量检验趋向注重内在质量的检测，部分外商已将纺织品内在质量列入了信用条款；第二，对纺织品的质量要求更严格。许多客户会在合同中对纺织品的环保指标提出明确的要求；对纺织品的质量要求由传统的实用性、美观性、耐用性，趋向更重视安全性、卫生性。这种趋势使得纺织品贸易中出现了两种形式的“绿色壁垒”：一类是针对纺织品服装从设计生产到报废回收的全过程中对环境的影响所设置的壁垒；另一类则是由于产品本身对消费者的安全和健康的影响所引发的，即要求纺织品服装在使用和穿着过程中不能对消费者的健康和环境产生不利的影 响。根据联合国统计署公布的数据显示，84% 的荷兰人、89% 的美国人、90% 的德国人和 93% 的丹麦人在购买商品时，都会考虑生态要求。

欧盟主要的环保标志有：

1) Eco-label 标志：丹麦作为欧盟的成员国，使用欧盟的统一的环保标志，即 Eco-label (生态标签)。

2) White Swan 标志：White Swan 标志，即白天鹅标志，是由北欧几个国家，丹麦、芬兰、冰岛、挪威、瑞典于 1989 年实施的统一的北欧标志。

3) 其它较有影响力的环境标志有：

oeko-Texloo、ToxProof；EcoTex、Milieukeur 标志等。

丹麦纺织服装行业组织：

1) 丹麦纺织服装联合会 (Federation of Danish Textile and Clothing), 成立于 1895 年, 至今有 100 多年的历史。该组织成员包括丹麦纺织品和服装行业的零售、生产和供应商, 现有会员企业 300 家。主要职能是: 为会员企业及时提供进出口贸易的相关信息, 帮助会员企业找准自己的定位和开拓国际市场。2003 年初, 丹麦纺织服装联合会在北京设立了办事处, 是欧盟国家中第一个在中国设立办事处的行业协会。

2) 丹麦商会下属纺织品服装代理联合会 (Garments Section of Association) 和丹麦商会下属纺织品服装代理联合会 (Garments Section of Association)

3) 丹麦零售商联盟 (Association of Clothing Retailers)

丹麦展会：

1) 哥本哈根国际时装展 (Copenhagen International Fashion Fair), 是北欧最大的服装订货展览会, 每年二次, 分别在二月和八月举行。

2) 韦勒服装展 (Vejle Textile & Garment Fair), 每年两次, 分别在三月份和九月份举行。

应注意的法规：

1) 纺织品的共同进口贸易立法

目前欧盟专门适用于纺织品的共同进口贸易法规, 主要是 1993 年制定的《关于对某些纺织品进口实施共同规则的 (EC) 3030/93 号法规》(经 2003 年 1 月 138/2003 号法规最后修改) 和 1994 年制定的《关于对某些第三国纺织品实施共同进口规则的 (EC) 517/94 号法规》(经 2003 年 8 月 1484/2003 号法规最后修改)。其中后者专门适用于与欧盟没有签订双边纺织品协定、议定书或者其他协议, 或不适用欧盟其他专门规则的第三国的纺织品进口。

2) 针对中国纺织品的特殊保障措施：

根据我国加入 WTO 时达成的《工作组报告书》第 242 段关于针对中国纺织品特殊限制的内容, 欧盟于 2003 年 1 月 21 日公布了理事会第 138/2003 号法规 (纺织品特保法规), 修改了《关于从第三国进口纺织品共同规则的欧洲经济共同体 3030/93 号法规》, 加入题为“针对中国的特殊保障措施规定”的 10(a) 条款的方式, 把我《工作组报告书》中第 242 段内容纳入了欧盟的法律体系。

3) 关税升级

欧盟在纺织品关税的制定上存在关税升级现象, 如成衣的关税远高于纺织原料的关税。欧盟海关税则规定, 非优惠的供应方在向欧盟出口时需要按以下的最惠国税率交税: 原料平均税率为 0.7%、纤维和纱线平均税率为 5.3%、织物和成品平均税率为 6.3%、服装平均税率为 11.9%。

欧盟海关公布中欧协议类别清关率

(截至 2005 年 7 月 18 日)

根据中欧纺织品协议，欧盟自 2005 年 6 月 11 日起对我 10 个类别纺织品实施数量限制。根据中欧纺织品协议，欧盟自 2005 年 6 月 11 日起对我 10 个类别纺织品实施数量限制。衫)清关率已达 79.26%，6 类(梭织裤子)和 7 类(女式衬衫)的清关率超过 34%，其他类别清关率相对较低。详见下表：

据欧盟海关统计，截至 7 月 18 日，5 类(毛

中欧协议类别清关情况统计表

类别	商品名称	数量单位	6 月 11 日~12 月 31 日	6 月 11 日~7 月 18 日	清关率%
			设限数量	清关数量	
2 类	梭织棉布	公斤	26,217,000	3,126,784	11.93
4 类	T 恤衫	件	150,985,000	39,707,921	26.30
5 类	毛衫	件	68,974,000	54,666,377	79.26
6 类	梭织裤子	条	104,045,000	38,444,967	36.95
7 类	女式衬衫	件	24,761,000	8,603,309	34.75
20 类	床单	公斤	6,451,000	1,594,031	24.71
26 类	连衣裙	条	7,959,000	1,796,845	22.58
31 类	胸衣	件	96,086,000	24,497,607	25.50
39 类	桌布	公斤	5,521,000	867,622	15.71
115 类	亚麻或苧麻纱	公斤	1,911,000	588,758	30.81

数据来源：欧盟海关

欧委会公布中欧纺织品谅解备忘录

根据中欧签署的《中华人民共和国商务部与欧盟委员会关于中国部分输欧纺织品和服装的谅解备忘录》，6 月 23 日欧委会在官方网站公布了内部管理的通知——《对进口商和贸易的通知：执行与中方达成的纺织品谅解备忘录》。根据该通知，设限产品在 6 月 11 日后、

7 月 20 日前装船出运到欧盟成员国的，欧方将自动签发进口许可证；在 7 月 20 日后装船出运到欧盟成员国的，欧方将凭中国政府签发的有效的出口许可证签发进口许可证。欧海关将依据装船单 (bill of lading) 判定货物的装船日期。

解读中美纺织品贸易

没有像中欧一样在最后关头“握手言和”，再度搁浅的中美纺织品贸易谈判让人们切实感到了这场博弈的艰难。

事实上，此次谈判已是中美纺织品贸易争端发生后，双方进行的第四次对话与谈判，此前中美间已进行了一次电话磋商和两次面对面商谈，但均无果而终。此次中美商贸联会尽管在几方面达成了共识，但在最棘手的纺织品

问题上未能取得突破性进展，中美纺织品谈判之路仍“任重道远”。

➤ 冰冻三尺非一日之寒

中美纺织品贸易争端由来已久，今年再度成为焦点，源自世界纺织品贸易配额取消后，美国以国内冲击严重为由而迫不及待地挥舞的“特保”大棒。

先是 2005 年 4 月 4 日，美国纺织品协

定执行委员会 CITA 宣布对中国棉质裤子、棉织衬衫和内衣裤三类产品展开调查；接下来的 5 月 13 日，美国商务部宣布对这三个类别的中国服装重新实行配额限制，并规定今年进入美国市场的数量最多只能增长 7.5%；5 月 18 日，美国又追加对男童衬衫等 4 个类别设限，由此，对中国纺织品的限制多达 7 类。

为缓解纺织品贸易争端，中国政府曾于 5 月下旬宣布提高本国纺织品出口关税，涉及产品多达 74 种，其中多数纺织品的税率高至原来的 5 倍。然而，中国的善意并未得到美国的合理回应。6 月 1 日，国务院税则委宣布免除中国 81 种纺织品的出口关税，中美纺织品贸易摩擦由此走向白热化。

冰冻三尺非一日之寒。事实上早在配额时代，中美在纺织品贸易中就存在着巨大分歧。

在中国加入 WTO 后，纺织品贸易问题并未得到解决。根据中国加入 WTO 议定书等文件规定，在《WTO 协定》生效之日至 2008 年 12 月 31 日期间，如果某 WTO 成员认为由于原产于中国的纺织品与服装进口增加造成该国市场混乱，该成员可以要求与中国进行磋商，以减轻或避免市场扰乱。与此同时，进口成员可以对中国相关产品实施为期不超过一年的配额或数量限制。这就是所谓的纺织品“特保”条款；2002 年初，美国将《中国加入 WTO 议定书》的 16 条补充写入其 1974 年贸易法，称“421 条款”，从而为美国重新实行对华纺织品和服装产品设限铺垫了道路。

2002 年 9 月，美国纺织品生产商协会 ATMI 向美国纺织品协议执行委员会提出申请，要求对当年 1 月 1 日才取消配额限制的从中国进口的针织布等 5 种产品重新设限；同年 10 月，美国国际贸易委员会应美国贸易代表的要求，展开了新一轮“332 条款”调查，准备针对可能“激增”的纺织品进口采取措施。调查结束后，美国政府于 2003 年 5 月 21 日公布了对原产于中国的纺织品和服装产品实施特殊保障措施的申诉程序，拉开了中国入世后中美纺织品贸易战的序幕。在这个基础上，当年 11 月 17 日美国决定对我国针织

布、袍服、胸衣三种纺织品出口设限。2005 年 5 月，美国又在一周之内先后两次宣布对我国主要纺织品实施特殊保护措施。

► 中美经贸博弈的重要砝码

中美纺织品贸易争端，事实上已成为两国经贸博弈的重要砝码。

在美国，纺织业已是“夕阳”产业；而在中国，由于发展阶段及劳动力优势等原因，纺织业仍是我国国民经济的重要产业，在国际上也具有较强的竞争力。一个是“夕阳西下”，一个是“如日中天”，这样的力量对比下，世界纺织品贸易配额的取消自然会带来频繁的利益冲突，再加上贸易逆差、人民币汇率、知识产权保护，以及相关政治人物利益乃至大国战略等诸多问题，纺织品贸易争端便不再只是纺织品问题，而成为美国对华经贸博弈的重要砝码。

比如美国人念念不忘的贸易逆差问题。随着双边经贸迅速发展，美对华贸易逆差持续扩大，2004 年中方统计达 802.7 亿美元（美方统计为 1620 亿美元左右）。由此导致中美贸易摩擦加剧，美国国内贸易保护主义升温，美国在探讨中美贸易问题时常常离不开“贸易不平衡”和“贸易逆差”这两个关键词。

也有人认为是中国大量低价纺织品的进口造成了美国制造业大批失业，其原因是人民币汇率被低估。4 月 7 日美国参议院启动的要求人民币 6 个月内升值，否则对中国产品征税 27.5% 的法律程序，就是一个极端的信号。美国实际上将纺织品贸易与贸易逆差、人民币汇率捆绑在一起，从而使问题更加复杂化。因此，美国总有一些议员、协会或工会以此为依据，从三方面指责和发起行动：一是启动“两反两保”指控和调查，特别是对纺织品和服装；二是指责美国制造业因此在 3 年内减少了 260 多万个就业机会；三是指责人民币汇率低估。这些指责因为反复讲，似乎在美国形成了一种舆论。中国的纺织品已经对美国构成了巨大的“威胁”，于是“中国威胁论”再度在美国甚嚣尘上。

前面已经提到，中美纺织品贸易争端产生后，中国政府已作了很大的努力，但美国仍然

表现出咄咄逼人的态度，除经济利益之外，也与执政者的政治利益以及主管当局所采取的政策有关。美国服装鞋类协会副会长弗恩·埃文森（Fawn Evenson）说，美国纺织品服装公司花了10年时间来准备迎接没有配额的时代，但最近的研究表明，超过1/3的美国纺织品公司在配额时代后期没有做任何准备；2/3的纺织品公司在做希望寻找进一步延长配额的调查，并积极推动美国政府“重新采用配额制”。

出于战略的考虑，也为了满足其国内不同政治集团的要求，美国政府不断将经贸问题“泛政治化”，以换取国会和国内纺织品行业对其大选的支持。

可见，美国在中美纺织品贸易上屡挥制裁大棒，原因是多方面的，是与美国的经济和政治利益密切相关的。俗话说“冰冻三尺非一日之寒”。要化解中美纺织品贸易的冰山还有很长的一段路要走。

➤ 破冰之旅任重道远

美国的这种做法很容易对其他国家产生影响。这些国家中不仅包括其他中国纺织品和服装的主要进口国，而且还包括那些与中国纺织品和服装出口有竞争关系的发展中国家。这些国家只要是WTO成员就可以像美国一样对中国实施特殊保障措施，对中国纺织品和服装的出口设限。更为严重的是，在WTO成员中有部分国家不需要像美国那样将WTO规则转化为国内法，而可以直接适用WTO规则。因此，这类国家可以直接根据中国WTO的承诺，不需要再制定相应的国内法，随时可以对华采取特殊保障措施。这无疑令众多中国纺织企业倍感郁闷，WTO所倡导的“自由贸易”似乎永远也不会在中国纺织业界实现。

也许中国的遭遇是任何国家崛起过程中必然要经历的磨难。战后日本在贸易发展过程中，也不断遭遇与他国的贸易摩擦。上个世纪60年代的纺织品、70年代钢铁、80年代汽车、90年代电子产品先后与美国等国家发生过贸易冲突。

从长远来看，随着融入世界经济脚步的加快，中国的贸易摩擦也将进入一个多发期。现

在，中国企业的当务之急是，要学会应付来自于各方面的贸易压力，适时适度地调整自己的外贸策略。所以在郁闷之余，中国政府和企业应该更多考虑的是如何完成自己的破冰之旅。

在中美纺织品磨擦中，中国有关部门和企业也存在信息不灵、反应较慢的问题，比如在配额取消后对主要出口国市场的趋势研判上。一位美国贸易专家说，全球纺织品配额取消，美方纺织品进口协会预料到中国对美国的纺织品出口会猛烈增加，担心美国企业和政府会采取抵制措施，为此自2004年起曾两次组织美国进口商和相关企业到中国来沟通，协商如何应对“后纺织品配额时代”。遗憾的是没有得到中国有关部门和同行很好的回应。

我国相关部门和企业对世贸组织的规则认识不足，也是导致我国在中美纺织品贸易争端中处于不利地位的主要原因。美国特殊保障措施的申诉程序既不符合WTO的基本宗旨和原则，同时，其申诉程序在某些方面也超出了中国承诺的范围。如特保措施的申诉程序规定，当出现扰乱美国市场时，美国可根据国内厂商请求或自行决定与中国进行磋商。磋商将在中国收到磋商请求后30天内进行。双方将在收到此种请求后的90天内，尽一切努力达成协议，除非双方同意延长该期限。很明显，美国并没有经过上述各项程序，就迫不及待地对中国纺织品实施配额限制。而中国的相关部门和企业并未对此作出及时的反应，也未利用WTO的法条与美国抗辩，甚至向世界贸易组织提出上诉。一位不愿具名的美国专家在接受新华社记者专访时说，在WTO关于“如何提出保护措施”中有一段话，本来的意义应该是“一个国家只能申请提起一次保护措施并执行”，但美国故意将这段话理解为“一个国家只要申请一次，就可以执行一次”，依此不断来对中国提出贸易制裁。

● 走出去专题

政府支持企业走出去 看好纺织品出口前景

自纺织品配额取消后，欧美频频设限，各国针对中国的纺织品反倾销调查频繁，中国纺织产业应采取何种应对措施？6月9日上午在宁波举行的浙洽会“2005年中国纺织品出口发展论坛”上，商务部公平贸易局、中国纺织品进出口商会、商务部对外经济合作司境外加工研发处等官员一致表示虽然目前我国的纺织品出口面临的困难很多，但只要应对得当，前景还是光明的。

反倾销是强大过程中绕不过去的坎

反倾销将是中国纺织业强大过程中绕不过去的坎。现在已有欧盟对中国35类化纤布、美国对中国画布、印度对中国丝绸等发起了反倾销调查。中国已经成为国外反倾销措施重点针对的目标。

所以，我们的企业不仅仅要埋头干活，还要抬头看路。要随时了解国外相关市场的动静，至少要了解行业发展的趋势和形势，对一些国际市场竞争态势要有所了解，并及时作出策略性的调整。走出“卖什么，什么便宜；买什么，什么贵，这是我们一直没有走出去的怪圈。”

对于反倾销，中国企业应该是：不惹事，一旦有事就不要怕事。不应诉必败，如果应诉的话，不保证必赢，但一定有赢的可能性。对于已经诉讼的案件，企业要敢于应诉，并要有完整的财务记录，要注意聘请有经验的专业律师，注意联系所在国的进口商等合作伙伴，同时要敢于申请市场经济地位资格。反倾销的障碍可能会一直伴随着纺织品企业。但只要我们学会如何应对，如何与之和平相处，这个规则也就没有什么可怕的，我们就能在应对反倾销过程中争取到一个好的结果。”

不同规模的企业可以有不同的应对策略

纺织品一体化以后，中国纺织品出口发展主要存在五大矛盾，即与欧美发达国家纺织服装行业发展之间的矛盾，与发展中国家纺织品出口之间的矛盾，与WTO框架内相关文件的

矛盾，与政治、经济方面的诸多矛盾以及与自身的资源、能源、环境等问题存在的矛盾。可以说，当前中国纺织品最大的问题就是第一个矛盾和最后一个矛盾。因此我国纺织品出口企业应该切实转变经营观念，加强对各种国际贸易规则，要做好打持久战的战略准备。

大企业应把重点放在‘品牌自主化、产品多样化、经营国际化’方面；中型企业应该利用自己现有加工能力和经营能力，打造自己新的核心竞争力；小规模企业要发挥灵活快速的特点，多接一些批量小但利润率高的订单。总之，我们的纺织品出口企业如果有自己独特的核心竞争能力，就可以立于不败之地，甚至驾驭这个错综复杂的市场。而完全靠数量、靠低价来竞争的企业，恐怕很难适应当前这种复杂的国际贸易局面，甚至还会随时面临被淘汰出局的风险。

政府支持纺织企业走出去

截止到去年底，我国已在45个国家和地区设立了114家纺织服装企业，中方投资额达7.15亿美元，70%左右的纺织业对外投资都是实物投资。此外，一些纺织品企业还开展了境外并购的有益尝试。

从国家层面来说，在新形势下推动纺织品走出去，有助于减少贸易磨擦。从企业层面来说，走出去有利于纺织企业更好地利用国内外两种资源，优化资源配置，获得国外的经验和技能、管理人才和营销网络，增强企业的国际竞争力，并最大程度地减小由贸易环境的不确定性带来的贸易风险。因此，政府将支持纺织企业走出去。

不过，企业走出去应以市场为导向，以企业为主题，以效益为中心，以互利共赢为前提，既要考虑到发展中国家的利益，也要确保企业的投资收益和投资安全，注意减少对外投资的盲目性。在国别选择上，应重点关注与欧美有优惠贸易安排，治安稳定，对外友好，国内投资政策优惠，且在劳动力、税收、原材料方面

有优势的发展中国家，如非洲，东南亚的柬埔寨、孟加拉国、越南，拉美的哥伦比亚、墨西哥等国。准备投资高科技含量和高附加值纺织品的企业也可考虑美国、日本、德国等发达国家。

从投资方式来说，应该是在发达国家开展收购兼并，在发展中国家开展集聚式投资。这种方式有助于产生互补、协同效益，形成协作配套能力，降低管理成本，形成规模经营。

● 走出去专题

巴基斯坦欢迎中国纺企到巴投资

正当欧美业界纷纷对中国纺织品出口设限的当口，来自中国的友好睦邻——巴基斯坦却对中国的中小型纺织企业伸出橄榄枝，希望他们到巴基斯坦投资建厂。日前，巴基斯坦商务部长胡马云·阿卡特·汉在“巴基斯坦—中国自由贸易协定早期收获计划协议商务研讨会”上表示，未来几年内，巴基斯坦希望在纺织、电子、农业等领域吸收中方企业投资，以发展本国经济。

胡马云·阿卡特·汉对中国的纺织服装类中小企业发出了盛情邀请：“我们很欢迎这些企业到巴基斯坦，与当地企业合作或者自行投资建厂，我们在卡拉奇的服装成衣城有较完整的产业链配套服务。”他还特别表示，如果是在巴基斯坦设立以出口为导向的企业，巴基斯坦政府将对这些企业与国内企业一视同仁，予以免除出口关税。

巴基斯坦已经制定了一项“纺织业计划”，将对本国纺织业进行改造，力争使其跻身于亚

洲纺织品出口国五强之列，为了实现这一目标，巴方政府已将纺织业列入增值企业的优先名单，外国投资企业无需政府批准即可 100% 独资。

另据巴基斯坦驻沪总领事馆提供的经济统计数据显示，2004 财政年度（从当年的 7 月 1 日至次年的 6 月 30 日），巴基斯坦的经济增长率为 8.4%。

目前为止，共有 700 多家国外企业在巴基斯坦进行投资，主要投资领域为金融业、石油和天然气勘探、通讯、贸易和纺织等行业。今年 4 月份中国国务院总理温家宝访巴期间签署的双边自由贸易协定“早期收获计划”，在该计划项下，将按照不同的产品类别，逐步减少出口产品关税。

自明年 1 月 1 日起，中巴两国经贸领域多达上百种商品将开始逐步降低关税，至 2008 年 1 月 1 日，税率将降为零。

● 走出去专题

大型纺企告诉你走出国门战略

国家希望纺织企业走出去，从各种政策上予以支持，比如贷款方面、税费、利息等方面，对于前期多征收的税费，采取取之于民用之于民的政策，大力扶持中国纺织企业实行走出去战略——

福建海天轻纺集团(下称“海天轻纺”)

“走出国门要靠研发。”该集团董事长王启明日前正在为一个研发中心项目落户上海而奔忙。该项目原定在上海市青浦区，占地面

积 60 亩，规划建筑面积 3 万平方米，投资 2 个亿，主要从事产品的前期品牌开发，比如高性能化纤的研发。王董事长还进一步强调该研发中心是海天轻纺品牌建设的重要一步，而只有树立品牌，海天轻纺走出国门才有可能。“特保设限这是阶段性的事情，企业发展最终要依靠自己相对的竞争优势(拓展海外市场)，中国纺织企业要走出国门最终要靠研发提升产品附加值，走品牌营销战略之路。”

事实上，海天轻纺在成衣制造方面已经实行“走出去”的战略，在越南、泰国、约旦、孟加拉国成立成衣厂，进行合作生产。这些国家的面料差，所以成品布、辅料布需从国内运过去。海天轻纺现在一年出口 3000 多万美元，主要出口到欧盟、美国、日本，受到贸易壁垒的影响很小。而且企业产业链长而完整，产品在国外有更多的优势。王董介绍说：“产品在走出去途中，甚至可以利用国外特殊的成本优势，比如约旦不征关税等等。”但他也说，对于“走出去”战略，还是要理性对待，“这个要分步走，各家(企业)有各家(企业)的强项，像孟加拉国等国劳工技能差，只能做‘大路’货，附加值高的产品还得在国内生产。现在纺织企业怎么做，每个企业应该有自己的定位，关键是要有自己的竞争优势，大规模走出去也不太现实。”

● 走出去专题

江苏省纺织企业“破壁”见成效

江苏省许多纺织服装类企业纷纷在境外设立加工贸易企业，从而有效突破纺织贸易壁垒。据统计，江苏省目前已累计批准纺织服装类境外加工贸易企业 17 家。抽样统计，其中 8 家企业在境外生产经营，已累计带动国内纺织品出口 9300 多万美元。

今年以来，江苏省外经贸厅已核准了两家纺织服装类境外加工贸易企业，目前仍有一些企业拟设立纺织服装类境外加工贸易企业。这些企业的投资目的已经不仅仅考虑利用东道国的原料和廉价劳动力的转移及拓展国际市场，更多的是为了突破贸易壁垒。

面对当前出口受限的不利形势，江苏省越

山东魏桥创业集团有限公司(下称“魏桥集团”)

这个目前世界上纺织能力最大的棉纺企业，如今也开始虚心“取经”。

日前，魏桥集团到上海向一家纺织企业寻求海外发展之术。该企业在海外有非常成功“创业”经验。该企业的负责人说：“我们还有很多原料布是从魏桥集团买来的，山东是棉花产区，有原料优势，我们有海外优势，我们可以很好合作。”

实际上，欧美“特保”不仅给中国纺织企业上了一课：企业家们开始在疼痛中认识到，应该走出去，到海外去发展。作为行政管理机关的商务部、财政部，也同样认识到支持中国纺织企业的“走出去”的必要性和紧迫性。

来越多的纺织服装企业尝试着“走出去”，选择合适的国家和地区进行投资，设立境外加工贸易企业。

江苏汇丰公司是一家生产羊绒产品的出口企业，为了企业的发展，公司投资 1005 万美元在阿联酋设立了加工贸易企业。目前，该境外企业已累计带动母公司产品出口 4200 万美元。吴仪副总理出访中东期间，曾实地考察了该境外企业，并亲笔题词褒奖。

江苏省的纺织服装企业应该在提高产品档次和技术含量的同时，更要加大“走出去”力度，尝试利用境外投资的方式，有效地突破贸易限制。

日本纺织纤维企业要加强与中国的优势互补

随着日本纺织纤维企业大量进入中国建立生产基地，经过几年的发展，两国纺织纤维业之间共存共荣关系已十分明显。日本纤维产业联盟会长前田胜之助说，中日两国共处东

亚，中国是纤维生产大国，日本是纤维技术大国，双方如果优势互补则会相得益彰。

事实上，中国已经成为越来越多日本纺织服装企业生产投资的重点地区。例如，日新纺

工业有限公司已经在中国建立了合资企业，从事衬衣面料生产。另一家日本主要的牛仔布生产企业 Kurabo 工业有限公司也已在珠海建立了生产基地。此外，日本著名的伊藤忠贸易商社也已与中国著名服装生产企业之一宁波杉杉服装公司合作，共同设立了合资企业 Renoma（宁波）服装公司。

日本纤维产业的龙头企业东丽集团对拥有劳动力竞争优势以及广阔市场的中国也一直比较重视。1973年即向上海石化出口涤纶纤维用原料及聚合大型成套设备。1992年以后在中国上海、陕西、江苏南通以及广东中山市等地成立合资生产企业。目前，在中国设备投资额达到700亿日元（1美元约合111日元），员工人数3200人。

业内人士分析指出，由于中国纺织服装行业的劳动成本远远低于欧、美、日等发达国家

同行业的水平，并且纺织服装行业的基础条件比较好，随着2005年“后配额时代”的到来，越来越多的发达国家的纺织服装企业为了提高竞争力和生存的需要，均把纤维产业生产基地转向中国。

对于有一些公司担心向中国进行技术转移会削弱日本企业的竞争力，前田胜之助认为，中国目前是纺织纤维生产大国，即使没有日本纤维产业的技术转让、转移，中国一样可以成为纺织纤维的生产与技术大国。

前田胜之助还在日本一家纤维杂志上撰文指出，中日纤维产业要优势互补，再次做民间外交的先锋。加强和中国发展友好关系，是日本纤维界甚至是企业界面临的不能不面对的共同课题。前田胜之助认为，中日两国纤维产业共存互荣是十分有必要的。

浙纺企联姻高校“破壁求生”

欧美对我纺织品设限的外在压力，事实上已成为浙江纺企产业升级的动力。调查发现，浙江纺织业目前正涌动着新一轮纺企与相关学校合作搞科研开发的潮流，大量“技术研发中心”、“服装研究所”等实体在近期纷纷诞生。

尽管此前浙江也有过“校企”合作现象，但基本属于先发优势企业的零星行动，主要集中在浙东宁波、浙南温州等服装产业发达地区。而此轮浙江纺企与学校的“联姻”，密集爆发于欧美对我纺织品设限之后，且范围更广，迅速扩展到浙江嘉兴、湖州、杭州余杭等地，其目的都明确指向以技术升级突破欧美“贸易壁垒”这一焦点。

最近杭州天奇印染有限公司纱线印整新技术研发中心、浙江理工大学先进纺织材料与设备技术教育部重点实验室在杭州余杭区正式成立运行；嘉兴市雀屏化工有限责任公司正在与东华大学合作，创办浙江毛衫染整技术科技创新服务中心；嘉兴同心服装有限公司和平湖市职业中专共同建立了平湖市服装研究所

等。

在纺企与高校频频合作的同时，当地政府或专业市场“搭台”、企业“攀亲”的大戏也正在浙江频频上演。嘉兴海宁市与浙江大学合作的“浙大宏纬家纺研发中心”已建成，嘉兴海宁市镇两级政府共投资700万元的“华东家纺检测中心”正在建设中；桐乡市濮院羊毛衫市场先后与东华大学、浙江大学、浙江理工大学以及北京、江西的服装学院等高校合作，组建了技术服务体系和信息化平台，为纺企提供技术、产销研方面的高端咨询与服务。

“纺企与高校合作成立研发中心，这是浙江纺企产业升级、改变粗放贸易方式、突破欧美贸易壁垒的第一步，也是打造浙江纺织品品牌的开始。”东华大学纺织学院教授陈南梁认为，此举有利于企业提高技术水平、增加产品附加值，绕开针对低端产品设置的贸易“壁垒”。

在欧美对我纺织品设限，原料和劳动力涨价等因素影响下，浙江纺织品低价竞争、盲目数量扩张的出口策略已走到了尽头。

直面“整编期”，长三角纺企在反思中求变

“中欧备忘录”并非保护伞，三年缓冲期将成为纺织品企业的“整编期”。在中欧就纺织品贸易争端达成协议之后，作为我国纺织品生产“根据地”的长三角地区，众多纺企如今在反思中求变。

“松口气”更要“鼓足气”

6月11日凌晨，历经10余小时的艰难谈判，我国与欧盟在最后关头化解纺织品贸易争端、就未来三年纺织品贸易达成了协议。这让翘首期盼中的长三角地区纺织品企业，不约而同地感到“松了一口气”。“一场一触即发的贸易战终于得以避免，这让企业松了一口气”，“这个协议化解了中欧贸易双方一直处于‘顶牛’的局面，为我国纺企创造了平稳发展的环境，这让企业‘办事有底，心里踏实’”。

长三角地区是我国纺织品生产的“根据地”。长三角地区注册登记的16万家注册纺织品企业，占有全国三分之一的生产能力和全国四分之一的服装品牌。上海、杭州、苏州、绍兴、太仓等地是我国纺织业的“核心地带”。长三角地区纺织品企业的动态，就自然而然地成为反映我国纺织业业的“晴雨表”。

“中国纺企的生存之道，不能走无序竞争的老路，而是要联合起来，做大做强自身，关键是做出品牌效应。6月13日，一个标志着长三角纺企将走上合作之路的机构——“长三角国际服装加工接单中心与产能展示中心”，目前正在筹备之中，即将在上海组建。这个机构届时将吸纳2000家大型纺企。

我国与欧盟达成协议后，长三角地区的纺织品企业普遍感到高兴，但他们也认识到，“中欧备忘录”并非保护伞，三年缓冲期将成为纺织品企业的“整编期”。所以，松了一口气之后，就要鼓足力气练内功，抓住机遇上台阶，不然的话，就可能面临新的外部挑战。“可以说，在反思中求变，已成为长三角纺企目前的一种整体性状态。”

反思之一：如何减少无序竞争

少数企业的无序竞争，不仅打乱了我国纺织品出口的原有秩序和格局，而且容易授人以

柄，使其设限有了所谓的理由。面对复杂多变的形势，企业应加强自律，外国人怎么做，我们管不了，但不能自乱阵脚。我们把自己的出口秩序管好，别人也奈何我们不得，至少损失可以减轻一些。

反思之二：如何重塑话语权

盲目追求数量扩张，是长三角地区纺织业近年来的一大“景观”。以代表纺织业国际先进水平的无梭织机为例，浙江省的拥有率已从几年前的3%，提高到如今的50%以上，萧山、绍兴等地全社会拥有无梭织机比例高达83%和72%。目前，浙江的化纤生产能力和织机数量位居全国第一。

为了在“后配额时代”大踏步前进，前两年，许多企业不惜重金进口了机器，又不惜成本让生产设备闲置，就等到2005年新年钟声敲响，投入运行。这种投资拉动型的发展，使部分纺织品产能迅速膨胀和过剩，目前浙江化纤、织造、印染生产能力居全国首位，有些常规产品产能已经过剩。

痛定思痛，欧美的“特保”惊醒了“后配额时代”的美梦，促使我国长三角地区众多纺织品企业思考如何走出盲目数量扩张的误区，去重塑真正有份量的话语权。

被称为“纺织业重镇”的浙江绍兴，纺织业已占工业生产总值的50%以上。近日，绍兴市市长张金如公开表示，今后绍兴仍要紧抓纺织产业结构的提升，以抢占更大的全球纺织品提高纺织行业的科技含量和附加值；调整纺织产品结构，进行优化和升级；加强对中国最大的纺织品集散中心——中国轻纺城的升级改造。此前对“后配额时代”全球纺织市场寄予厚望的大部分绍兴纺企，已开始认识到“苦练内功”与“多元化拓展市场”的重要性。

上海纺企更是着力重塑话语权。上海纺织控股集团去年营业收入250亿元，出口约20亿美元，高居全国纺织单个企业榜首。尽管优势依然存在，但这家集团的总裁说，为了应对国际市场的风云变幻，“上海纺控”将致力于发展以高科技、差别化、环保型为特征的新型

化纤及材料，从而在国际市场上争得真正有份量的话语权。

反思之三：如何稳步“走出去”

从贸易争端审视我国企业的全球视野，也成为长三角地区众多纺织品企业共同思考的一道严峻课题。

反思纺织品贸易争端，可以领悟到调整发展思路的必要性。从资源配置角度，要抓紧改变以往热衷于在本国范围内配置资源的状况，改变为从全球范围内配置发展资源，这就需要促进企业稳步走出去。

华源纺织将厂子开到墨西哥，把产品销到美国、加拿大，得益于那里是北美自由贸易区，华源产品不但没遭到“特保”限制，美、加两国政府反而向华源提供棉花补贴和产业保护奖励。华源墨西哥厂的劳动力成本要高于中国内

地，但收益与“付出”相抵，其每吨棉纱的出口利润整整比国内直接出口高出近1万元。

面对充满变数的国际贸易摩擦，华源集团通过海外设厂绕过贸易壁垒的做法，引发长三角地区其他一些纺企的深深思考：“走出去”，是改变增长方式、缓解贸易纠纷、分散经营风险的路径。

“走出去”的力度已经悄然加大。近日，宁波申洲针织集团有限公司将斥资3380万美元在柬埔寨建立日产23万件服装的纺织工厂，产品将从该国直接出口美国市场，从而突破产品“原产地”的限制。

在纺织重镇绍兴，已有多家企业在尼日利亚等国投建纺企，目前绍兴的海外纺织项目最大投资额为600万美元。“走出去到海外办企业，已成为浙江纺企发展战略的焦点。

纺企应对贸易摩擦四条路

针对欧美对我国纺织品设限问题，中国政府采取了积极态度，与欧盟在纺织品问题上已经达成共识，同美国谈判也进行中。但无论事态如何发展，中国纺织企业都必须回答这样的问题：在日益激烈的全球性行业竞争中，怎样才能站稳脚跟？在名目众多的贸易壁垒之间，如何才能从容应对？

优化产业结构 增加产品附加值是根本

“Taibote”是美国职业女性服装品牌，其面料基本上是从中国进口，制成T恤衫在专卖店售价约38美元/件，而从中国进口的半成品价格（包括运费）大约是1.41美元/件。中国纺织企业的利润少得可怜。

在一次次贸易摩擦中，我国纺织企业已清醒地意识到这一点，并且致力于产业的更新换代与生产效率的提高，致力于高附加值产品的研发和制作。

从世界范围看，纺织产品的面料、设计、生产和营销各环节都出现了新的发展态势。对高档次成品的旺盛需求刺激着面料制作方面高科技含量的不断增加。中国纺织企业应该迎合世界潮流，不断增加产品设计、研发等软性技术投入，提高产品附加值，形成以技术为

后盾，以产品为依托，以质量取胜的纺织服装出口新格局。

创立自主品牌 提高品牌竞争力是关键

在中国纺织品出口企业中，有很大一部分做的是贴牌加工，产品加工完成后，贴上欧美某知名品牌商标出口。贴牌后不仅利润翻了几倍，而且没有了中国纺织企业的任何痕迹，也就是说中国纺织企业除了在销售商和原料商的夹缝中获得微薄的利润外，一无所得。产品缺乏品牌优势，利润空间非常小，一旦遇到关税提高、特保设限等政策上的变化，抵御风险的能力便很差。

中国纺织企业要摆脱受制于人的被动局面，除了坚持价格优势外，更要创立自己的品牌，建立品牌优势，实现从贴牌向自有品牌过渡。

到国外建厂 实现市场多元化是有效途径

听到欧美设限的消息，一些在海外设有生产基地的纺织企业并不紧张。

在海外建厂有两种情况，一是把厂建到外国人的家门口。无论欧美设置什么样的贸易障碍都可轻松跨越。二是到原料产地或劳动力低廉的第三国投资。利用一些国家劳动力成本比

我国还低、美欧设置的贸易壁垒也少的优势，发展我国纺织工业。

完善预警机制 加大反倾销人才培养是必要条件

与我国蓬勃发展的纺织工业相比，欧美纺织品不具备竞争力，价格也没有可比性。因此他们以价格为借口对我国产品展开反倾销调查。如果我国的纺织企业不能及时做出反应或

者应对措施不当，就会深受其害。

企业对政府部门发布的相关产业预警信息应该给予足够关注。纺织企业要在国际市场成功打拼，关注相关预警信息是重要的保证之一。只有下大力气培养反倾销人才，完善反倾销预警机制，关注各类预警信息，形成高度敏感的嗅觉，才能在危机中掌握主动。

江苏梦兰获得走向国际市场的绿色通道

江苏梦兰集团以技术创新为先导，开发的生态纺织品一枝独秀，走俏国内外市场。日前，梦兰产品在国内家纺业中首家通过了中国质量认证中心生态纺织品产品（CQC）认证，获得了走向国际市场的绿色通道。

近年来，梦兰集团作为中国家纺业十大龙

头企业、十大进出口企业，加快技术创新步伐，开发适销国际市场的绿色产品。在国内同行中创出了第一个中国驰名商标、第一个中国环境标志产品，并被认定为中国名牌产品、国家免检产品。

企业莫短视

根据中国海关公布的数据，截至7月9日，输美棉制针织衬衫、棉制裤子、棉及化纤制内衣和化纤制针织衬衫等4类纺织品的出运数量已分别达到设限数量的128.98%、128.93%、106.45%和129.94%，超出限额的部分已无法在美国清关，无论运回国内或是存放在美国海关仓库，企业都将不可避免地遭受损失。在同情企业的同时，不禁要问他们是否关注了有关部门一直在发布的预警信息？

自从5月底起，商务部及中国纺织品进出口商会就在网站上发布输美纺织品清关的即时信息，并多次发出有关产品已接近美方设限额度的预警，提醒企业谨慎接单。可实际中发现，有些企业在此期间仍在接单，结果造成无

法履行合同的严重后果。另有一些企业则是只顾埋头生产，在此敏感时期仍缺乏对市场的敏感度。

在此番纺织品贸易争端解决过程中，政府、商协会和企业花了大力气。企业为了自身发展的需要赶工期、忙出口是无可厚非的，但是企业在急速前行的时候切莫忘了看看行业预警这个“交通灯”，现在已是红灯频闪，该是停车的时候了。

纺企也不可为了为一时接单的痛快，而忘了长远发展的目标。纺织业作为劳动密集型产业竞争越来越激烈，有条件的企业应有步骤地提高产品附加值、增强核心竞争力，并可以在适当的时候考虑转型。

美国最大纺织集团中国设厂

7月13日，ITG宣布正式联手香港永新集团，斥资9500万美元在浙江省嘉兴投资建立康龙纺织有限公司。

据称，这是美国国际纺织集团（International Textile Group 以下简称ITG）CEO

威尔伯·罗斯在北美地区以外最大的一笔纺织行业投资。而ITG便是这位美国不景气行业收购专家在收购美国最大两家纺织企业Cone Denim和Burlington Industries后组成的美国最大纺织集团。

“还没有听说其他美国纺织企业到中国来投资建厂，我们是美国纺织业的先行者，在我们迈出第一步以后会有更多的人来中国合作。”Cone Denim 首席执行官 John L. Bakane 说。

中美纺织品在生产者竞争和销售者合作之外，第三条生产者合作的道路正在展开。

从敌意到合作

在这个中美纺织品贸易的多事之夏，ITG 和香港永新的合作颇不寻常。

今日的投资商威尔伯·罗斯曾是对中国纺织品设限的积极鼓吹者，在去年 9 月他甚至发起一个名为美洲自由贸易联盟的组织，该组织目标是“与损害美国制造商的不公平贸易行为进行抗争”。而今天，他却宣称“这将是我们在中国一系列投资的良好开端。”

“在有客户的地方从事生产，”是为什么在当前国际对中国纺织品设限的情况下开展这个项目的理由。”罗斯说。

模式之变

在 John L. Bakane 看来中国纺织品设限取

消并不会导致美国纺织业消失，而是将面临一场模式之变，而 ITG 此举便是模式之变。

“2005 年、2006 年中美之间还会有很多这样的保护措施，我宁愿把它理解成为是一种协调和调整。而即便是对中国纺织设限到期，美国的纺织产业还是会存在，还是会增强。只不过纺织业的模式会更新，会更多向 ITG 这样的大企业集中。罗斯此前也对媒体声称，他希望成立一家投资数十亿美元的全球性纺织企业，并充分利用“独特的机会窗口”。

“外国投资中国纺织业，除了要看到中国这样一个大市场，同时也要着眼于世界市场，因为中国有良好的生产条件和环境，中国有强大的纺织工业基础，丰富的劳动力资源，同时中国有很多与纺织品配套的完整工业。这都是中国发展纺织业甚至其他工业的一个很重要的基础。”石广生这样看待 ITG 来华的原因。

而在摒弃了竞争之后，中国无疑是国际纺织业巨头的良好投资地。而 ITG 在设厂嘉兴之前曾经在拉美及印度等地多处考察。

中国出口纺织品有望执行国家强制性标准

今年 1 月 1 日，纺织品强制性国家标准 GB18401-2003《国家纺织产品基本安全技术规范》(以下简称《规范》)颁布实施。该标准对各类纺织品的甲醛含量、PH 值、色牢度等安全及物理特性做出了明确的限制规定，并规定产品中不得有异味和使用可分解芳香胺染料，不合格的产品将不允许入市销售。

《规范》规定，该标准的适用范围为在我国境内生产、加工、销售和使用的服用和装饰用纺织品，出口纺织品则不适用于该标准(依据合同执行)。

但近期，我国纺织品出口数量有所增长，

与欧、美发生了一些贸易摩擦，损害了出口企业的利益。为保持出口的有序增长，国家质量监督检验检疫总局正在采取一定的措施，控制出口数量，其中一项措施是将出口纺织品纳入 GB18401-2003《国家纺织产品基本安全技术规范》的适用范围。

中国纺织工业协会称，将出口纺织品也纳入《规范》体系后，出口纺织品的质量将有明显提升，并有利于规范出口纺织秩序。

从中国纺织工业协会获悉，目前，有关该标准的征求意见已进入最后阶段，并有望于近日公布结果。

我会陈伟康副会长随贸促总会代表团出访南美国家

2005年6月16日至7月3日,我会陈伟康副会长和信息部刘丽华同志随贸促总会联络部隋建民部长率领的中国贸促代表团出访古巴、哥斯达黎加和哥伦比亚。

出访期间,代表团先后拜会了古巴经济合作部投资促进中心、哥斯达黎加外贸商会和纺织商会、哥伦比亚出口促进会和哥伦比亚纺织服装业协会,参观了哥伦比亚服装厂、面料厂,实地考察了当地的相关市场和投资环境,并在

哥斯达黎加和哥伦比亚与重点纺织企业代表进行座谈。

会谈中,我会陈伟康副会长介绍了当前中国纺织工业的发展状况、中国纺织工业协会和纺织贸促会的工作内容,回答了各种提问,并带回了许多有关贸易、投资环境和合作意向等信息。陈副会长同时欢迎外国企业参加纺织贸促会主办的各类纺织服装展览会,与中国企业多接触,增进了解、促进合作、寻求共同发展。

我会赴意大利、法国观展商务团日前返京

我会联络部组织的赴意大利、法国参观展览及商贸洽谈代表团一行12人历时9天,于6月28日圆满完成出访任务,顺利返京。

这次,代表团不仅参观了意大利佛罗伦萨男装展览会,还参观了法国巴黎的Peclers

Paris和Cesar Studio Design Lab两个设计室,并和其相关负责人做了洽谈。

团员对此次专业活动的安排表示满意,同时也为我部今后的工作提出了许多中肯的建议。

亚洲最大家纺博览会即将开幕

由我会和家纺协会、法兰克福展览(香港)有限公司共同承办的第十一届中国国际家用纺织品及辅料博览会将于2005年8月23-25日在上海浦东新国际博览中心隆重揭幕。

随着本届展会展品范围的扩大和众多企业的积极参与,“大家纺”概念也在去年“初见端倪”的基础上得以充分延伸,充满时尚、个性的软装饰将使得本届展会更像一场“家纺

秀”。产业集群与更多的优势企业也将成为本届展会的主角。

作为每届博览会期间必备的重头戏之一的家纺设计大赛,今年将以一个全新的形象出现:更倡导原创,提升自主设计能力,突出和谐主题。引导企业为消费者创造出配套时尚的家纺产品,提升我国家纺产品的消费水平。

【贸易与合作】

寻求合资伙伴

TEXTILES TOMANOS LTDA Cra.68D#21-96

波哥大,哥伦比亚

生产醋酸纤维、聚酯衬里、床垫、家具用棉织物、衬衫、裤子织物

联系:Mr.Freddy Romero Ramirez,General Manager

电话:(571)292-2015

传真:(571)292-2371

网址:www.textilesromanos.com

电子邮箱:freromram@yahoo.com

寻求针织厂合资伙伴

圣何塞,哥斯达黎加

电话:506)220-2981/(506)384-1947

传真:(506)220-1424

电子邮箱:josebu@ciatextil.com

寻求面料供应商(100 万平米/年),要求符合国防部标准 DELMYP

Cra.41A No.94-54/Calle 23 A No.69B-42

波哥大,哥伦比亚 生产防护服、军需产品等

电话:57(1)617 0817-57(1)411 3093

传真:57(1)610 4787

网址:www.delmyp.com

电子邮箱:e-market@delmyp.com

寻求面料供应商

RAINCO LTDA

波哥大,哥伦比亚

生产食品、实验室、市政、渔业、工业用围裙、阻燃服和化学防护服等

电话:5712623302 传真:5712624891

网址:www.rainco.com.co

电子邮箱:blrainco@colomsat.net.co