年中企业观察·出口篇

纺织服装出口价格大涨

中国纺织品今年 1 至 5 月出口产品价格增长 21%,出口结构调整趋势显现

本报记者 **张龙**/文

从香港到广东，再转移到天津,马莉(化名)的工厂在这5年中一路北迁。

“我原先在广东建了一个服装厂,以做OEM为主，但金融危机来临之后,能接的订单中,利润很可怜,只有2%左右,甚至一件毛衣只能挣1元,很多大单都不能接,一年到头算下来是亏本的。”马莉7月26日告诉《中国企业报》记者。

这种情况让马莉萌生退意,经朋友推荐,马莉选择了和一家拥有新型服装生产技术的企业合作。在转让了位于广东的服装厂之后,2009年,马莉拿着300万元来到天津,和那家企业联合建厂。

“运用了新型技术之后，服装的染色更为漂亮,也更透气,国外的客户对此非常感兴趣,尽管公司刚起步,但去年仍然接到了上千万元的订单,利润率在10%以上。”马莉表示。

中国纺织工业协会副会长王天凯表示,自国际金融危机爆发以来,中国纺织服装行业除面临出口订单减少,还面对着原材料、劳动力和能源等生产要素成本的大幅上升,加上人民币汇率升高以及环保方面的约束,生产加工型企业已没有出路，必须通过提高技术含量、质量和原创品牌附加值,才能保持发展和拥有市场。

山东省文登经济开发区众华家纺今年从意大利、瑞士引进设备,生产应用于高档时装布料的差异化纤维。在复杂的国际贸易环境中,中国企业正在尝试通过转型升级,实现高附加值产品的出口。 刘建虎/摄

发力中高端市场:出口产品价格增长两成

据中国纺织工业协会统计中心测算,1至5月，我国纺织品服装出口价格指数同比提高了21.49个点，其中纺织品出口价格指数提高24.91个点，服装出口价格指数提高18.91个点。

具有一定规模的纺织服装类企业,都认识到了提高产品科技含量对于出口的重要性。

和马莉一样,江苏某大型纺织类上市公司同样依靠加强产品科技含量,在出口上保持着稳定的业绩。

该公司一位内部人士告诉《中国企业报》记者:“公司历经2年研发成功的一种环保面料,在生产流程中无添加剂和燃料堆积,完全符合国际市场对环保的苛刻要求，而且产品质量控制得好,无色差,可使下游企业平均节约10%至15%的着色成本。一向挑剔的日本客户,现在把订单都给了我们。”

据了解,该公司的这条面料生产线只有8万吨产能，今年内通过扩产将达到13万吨。

“即便是在金融危机最严重的2008年，我们的利润率一直在10%以上,而且订单量没有减少。”上述该公司内部人士表示。

马莉告诉《中国企业报》记者,2009年刚到天津时,确实没想到技术革新能给自己的企业带来这么大的改变,从低端的OEM到有自己知识产权的产品,让自己对这个行业有了新的认识。

马莉所在的企业已经和一所高校合作,进行新面料的研发,“只有用新技术才能换来高价订单。”

据记者了解,原本以棉纺织品为主要产品的泉州宏远公司，加快了竹纤维、混合棉纺品的研发力度,大幅降低中低端产品的生产占比,使出口产品单价上升超过25%。

据中国纺织工业协会统计中心测算,1至5月，我国纺织品服装出口价格指数同比提高了21.49个点，其中纺织品出口价格指数提高24.91个点，服装出口价格指数提高18.91个点。

中国纺织工业协会副会长高勇表示,今后5至10年,中国纺织品出口增长率将放缓,在稳定和扩大国际市场占有率的同时,着力提高产品附加值,将出口产品由中低档向中高档转变才是关键。

今年1至5月份,中国纺织品出口数量增长26%,出口产品价格增长21%,这正是中国纺织品出口结构调整趋势的显现。

然而,不得不正视的现实是,在纺织服装行业,绝大部分企业都是中小企业，受困于成本上涨和自身实力不足,缺少资金进行技术研发。

记者7月29日联系到的一家年营业额只有300万元的出口企业负责人表示:“现在,没有新产品就没有订单。”

在不断加重的出口压力下,国内纺织服装企业的两极分化进一步加剧。目前，纺织服装行业规模以上的企业约5万家,其中10%的规模以上企业贡献了整体利润的90%。

海关统计资讯网的分析报告指出,面对重重困境,大型企业有较强的抗压能力，不少规模较大的出口企业反映,2011年年初订单情况良好,已做好扩产准备。而中小企业由于利润率低、议价能力差,在行业中处于弱势,无力应对各种冲击。目前我国纺织行业里中小企业数量占主体,95%以上的企业生产中低端的贴牌产品,在产业结构调整背景下，产业资源将加速向大企业流动,行业洗牌在所难免。

摆脱贴牌命运:自主品牌价值将超万亿元

根据中国纺织工业协会的统计,现有的纺织企业中,多以定牌、贴牌为主,自有品牌只占10%左右。按照中国纺织工业协会的想法,未来5到10年,中国纺织服装行业将培育千家全国知名品牌企业,品牌价值将超万亿元。

从CBA球员刘玉栋到NBA球星巴蒂尔,从亚运会到奥运会,匹克用体育营销猛打品牌,并将产品顺利带出了国门。

匹克公司体育公关部经理侯立东7月29日告诉《中国企业报》记者,匹克集团是国内较早启动品牌国际化战略的企业之一,这一战略始于2005年陆续赞助美国NBA休斯敦火箭队、雄鹿队主场以及欧洲全明星赛、澳大利亚国家男女篮球队等多项国际赛事和运动队，还与NBA官方市场结成合作伙伴,成功树立起了中国体育品牌的国际形象。

“之所以会制定国际化战略,是因为国内众多运动品牌兴起，国内市场已经近乎饱和，而国际市场还存在着巨大的需求。”公司总经理许志华说。

通过重大赛事传递企业品牌的影响力,匹克屡试不爽。

“现在已经是国外的经销商主动找上门来，要求销售我们的产品。这就是品牌的力量,国外经销商认为你可以赞助奥运会这样的赛事,一定是好的品牌。”

据了解,目前匹克公司已经在意大利、塞浦路斯、哥伦比亚、塞尔维亚等多个国家开设专卖店。今年匹克的出口业绩会增长到10%以上。

以自有品牌开拓国际市场成为不少企业的发展目标。近年来,Lily、Vigoss、李宁等品牌在欧美市场开店,拉开了中国企业进军国际市场的帷幕。

“据说世界上70%的服装都是‘mande in china’,但中国的品牌却很少,而恰恰产品的议价能力就是来源于品牌。2008年以后，很多OEM的服装厂都倒闭了，这给我们很大的警示。”侯立东告诉《中国企业报》记者。

在今年出口价格普遍提升的情况下，拥有自主品牌的纺织服装出口企业议价能力更强。今年石狮蒙获秋公司将自主品牌的休闲裤成功打入美国市场,产品报价达到每条25美元,超出行业中内销订单出厂均价的1倍多。

而雷马(中国)有限公司今年经营的两个自主品牌和ODM产品，提价20%左右，新报价亦被大多数欧洲客商所接受。

根据中国纺织工业协会的统计,现有的纺织企业中,多以定牌、贴牌为主,自主品牌只占10%左右。按照中国纺织工业协会的想法，未来5到10年,中国纺织服装行业将培育千家全国知名品牌企业,品牌价值将超万亿元。

中投顾问轻工业研究员熊晓坤告诉《中国企业报》记者,从国外纺织企业发展历史来看,由于经济转型催生的这部分纺织服装企业将在短期内（5至10年)完成品牌塑造、占据国内高端服装市场、品牌出口三个步骤。

但马莉却没有那么乐观:“纺织服装整体水平还是比较低,要想真正依靠品牌实现出口，至少还需要20年到30年。现在首先要做的是加强创新、提升技术含量。”

刘茜制表

(上接第一版)

他说:“我们跟客户谈判的时候,基本上都是考虑 3 个月之后的汇率走势,然而,客户又不认可这种方式,只能按当前的汇率,3 个月时间内汇率变化很大,企业根本承受不了。”

“这无形大大增加了企业压力,我们在这期间提价也提不起来,只能‘赔本赚吆喝’。”他告诉记者,此外由于其所在行业出口退税政策的取消,去年还有 500 多万元的出口退税到现在也没见到踪影。

同样遭受汇率困扰的,还有山东力士德工程机械进出口有限公司副总经理姜迪。她告诉记者,公司今年上半年只出口了 50 多台挖掘机，与去年同期相比降低了 50%。

姜迪说:“下半年人民币升值的压力还很大，而国外市场的需求有限,和其他国家相比,我们的价格优势和竞争优势逐渐消失。同时,我们的主要市场在中东,而伊朗目前由于受到欧盟和美国的制裁,公司费了很多波折,才向伊朗市场出口 10 多台机子。”

据姜迪介绍，由于伊朗受到制裁,当地相关部门给企业出具的信用证手续繁琐,拖的时间长,付款周期长,加大了企业的风险。

汇率和国内劳动力、原材料的双重挤压，使得外贸企业生存压力更加困难。

浙江省紧固件行业协会副秘书长陈冠达告诉《中国企业报》记者,虽然当前紧固件行业回暖,但是汇率不稳使得许多企业不敢接长单,只能接“小、快、灵”的单子。

陈冠达说:“钱荒、电荒、人荒等因素压得企业大气不敢喘。仅以浙江为例，每个县遭遇电荒的情况不一样,有的地方一周停电 2 天,甚至更多,这样企业根本无法完成客户的订单,打乱了企业的所有计划。”

陈冠达认为,其实企业当前最缺的不是订单,而是企业的流通“血液”——资金。

今年 6 月、7 月，东莞定佳针织服装有限公司和广东东莞素艺玩具有限公司相继倒闭,此前这两家企业在当地有一定的名气。

东莞市对外贸易经济合作局副局长蔡康认为,目前,企业的经营困难主要体现在三方面:一是欧美市场消费低迷,订单下降,受访企业订单平均减少 15%左右；二是企业经营成本快速上涨,原材料、工资成本快速上涨,总体成本上涨近 11.4%；三是企业利润下降,今年企业的平均利润率跌到了 2%。

国家发改委专家调研:逆境转型更容易

温州、东莞,作为我国民营企业最为发达的地方之一,相继出现企业倒闭的案例,并不是个别现象。

以管窥豹,我国企业尤其是外贸出口企业遭受的压力可想而知。

国家发改委宏观经济研究院对外经济研究所近期对外贸大省广东和浙江的调研显示,在各种成本大幅上升的情况下，有 20%的外贸小企业举步维艰,有 50%至 60%的中小企业处于中间状况。

该所所长张燕生认为,虽然中国外贸出口 20%左右的增速并不低,但是应该看重的是出口对经济带来质量和效益的贡献,而不是速度和规模的,过高的出口增速容易引发贸易摩擦。

张燕生在调研中,遇到企业家问得最多的问题是:“顺境转型容易” 还是“逆境转型容易”?

张燕生给出的答案是“逆境”。

“上个月起，再次接到美国人的订单,每月至少要 1 万套‘二合一’耐磨省油大车胎。并且这些订单是自动找上门来的。”近日,双星集团总裁汪海向记者透露了这一最新消息。

此时,让中国轮胎出口遭遇重创的“中美轮胎特保案” 已过去了一年零九个月。面对特保案,汪海说:“不能在一棵树上吊死,双星人要绝地反击。”

在不少国内轮胎企业消沉时,双星迅速把市场转移到欧洲、非洲、中东、南美等区域。特别在欧洲市场,避开“特保案”范围内的低端轮胎及技术壁垒等限制,依靠双星独有的核心技术走高端路线,挺进了德国、英国、意大利、荷兰等发达国家市场。

在轮胎市场形势极其恶劣情况下,双星轮胎的高档宽端面轮胎出口份额不仅没受影响,反而占到总销量 40%以上。

而陈冠达则告诉记者,浙江紧固件企业放弃了贸易摩擦较多的市场,纷纷发力高端市场,例如航空航天、高铁等行业,这些产品附加值高,对于企业转型升级更加有利。

陈冠达说:“当前环境下,企业在接单中也非常聪明，例如一份 1000 吨的订单,考虑到汇率的因素,企业一般把订单分割成 10 分,每份 100 吨,这样风险大大降低了。”

羊凤丹同样认为,紧固件生产企业还应加快产品结构的调整,致力于提高产品的科技含量,包括开发高强度紧固件使产品的档次和附加值不断升级,改变现有的出口增长方式,以增强国际竞争力,使中国的紧固件行业真正处于国际领先地位。

而姜迪则告诉记者,原来公司出口产品都是整机装运出口,随着贸易壁垒的加剧和汇率不稳,企业目前考虑采取散装出口,然后在当地装机。

姜迪还表示，由于厂区在县城,各方面都不方便,所以近期销售公司将整体搬迁至青岛,同时在青岛成立研发中心,招聘高科技人才,来加强企业的核心竞争力。

对外经济贸易大学专家张军生表示，我国出口转型升级的现实路径是,由大中型企业做技术研发和营销为主,中小企业负责标准化产品生产,支付技术使用费。

张军生说:“如果有两到三家龙头企业带动，这些产业将形成全球产业链,有助于我国外贸出口转型升级。”

专家观点

专访国家发展和改革委员会对外经济研究所所长张燕生

重点帮扶中间状态企业转型

张燕生

本报记者 **郭玉志** 实习生 **沈光先**/文

7月10日,海关总署发布数据,上半年我国外贸进出口总额17036.7亿美元,贸易顺差449.3亿美元,收窄18.2%。就中国出口形势下半年将面临哪些不确定因素、代工外贸企业应该如何转型升级等问题,《中国企业报》记者专访了国家发展和改革委员会对外经济研究所所长、研究员张燕生。

预计下半年出口增速继续下降,20%的企业举步维艰

《中国企业报》:长期以来出口位居中国经济三驾马车之首,但是海关总署之前发布的数据显示,2011年上半年我国出口规模虽然一再刷新纪录,出口增速却持续下滑。你怎样看上半年的出口数据?今年全年出口形势将是怎样的?

张燕生:综合今年上半年的经济发展形势来看,出口增速的下降幅度在正常范围之内。

首先,随着我国劳动力成本、原材料等生产要素价格上涨,大大削弱了劳动密集型企业出口产品的竞争优势。与竞争对手相比,“中国制造”的成本将会越来越高,中国的生产要素不再便宜,既有的处于国际分工链条的底端、为全世界代工组装工序和生产环节的发展模式必须改变。

其次,今年下半年全球经济复苏缓慢且仍充满不确定性。一方面,主要发达国家私人消费和私人投资的复苏速度明显放缓,使有效需求不足和无就业复苏的困境日趋严重;另一方面,刺激复苏的财政和货币政策已经达到极限，美国两党关于放宽债务上限的争论、欧洲主权债务危机、日本的财政困境已经迫使这些国家的财政政策由扩张转向紧缩，低利率加量化宽松的货币政策并没有带来复苏,而是加剧了全球通胀和金融货币动荡,这些因素都加剧了中国外贸进出口增长的不确定性。预计今年下半年的出口增速还会下降。

《中国企业报》:你一直从事对外经济的研究工作,根据你的调研,目前我国外贸型企业的生存状态如何?

张燕生:政策研究需要调研的支持,我最近一期的调研工作是在5、6月份,分别走访了浙江宁波、广东东莞、佛山等地的外贸企业,我的粗略估计,中国现在的出口企业中有20%的企业,主要是小企业举步维艰,有50%--60%的企业处于中间状况。

《中国企业报》:继温州三家有一定名气的民营企业倒闭后,东莞也有两家企业倒闭。你认为这是个别现象还是反映了企业发展的整体环境在恶化?主要原因是什么?

张燕生:毫无疑问,这不是个别现象。从主要原因来看,首先是企业生存成本的上涨起到了推波助澜的作用。仅以劳动力成本为例,去年以来,全国各地都上调了最低工资,这给企业带来了很大的压力。工人工资的上涨是一个长期、必然的趋势,以后肯定还会上涨。

再者,采取低价竞争和低端代工的发展模式已经行不通,不足以让出口企业在激烈的竞争中求得生存。中小企业由于处于产业链的分工末端,自身实力不够,谈判能力弱,生存发展处于微利时代,依赖政策性的因素较强,对于成本的上升感触非常明显,承载能力弱,面临的冲击大。

同时,在可预见的周期内,人民币升值的压力可以想象,大宗商品价格的上涨也是必然趋势，这些因素都大大压缩了出口中小企业的利润空间。

“贵”成本时代企业应积极转型,重点帮助50%—60%中间状态的企业

《中国企业报》:7月21日,工信部召开新闻发布会表示,国务院促进中小企业发展领导小组会议正在筹备之中，会议将研究进一步扶持中小企业发展的政策措施,其中包括融资方面。中小型企业的融资环境与此前相比有何变化？对于改善中小企业融资环境你有哪些建议?

张燕生:此前,多方都在讨论中小企业融资环境恶化问题,究竟是结构性的还是短期性的,我的回答是结构性的。在稳定物价、紧缩银根时期,中小企业的民间融资成本更高。

目前来看,国家实施了紧缩性的货币政策,我国连续提高存贷款利率和存款准备金率,但是我认为,对于中小型企业应该实施结构性的金融政策。原因是,当前我国输入性通胀因素很大,全球过于宽松的货币环境引致大量热钱进入，进而导致我国外储增加过快、外汇占款增加过多。因此,国家在制定政策的同时,应该考虑到国际因素。

《中国企业报》:为了应对这些困难,出口企业可以从哪些方面进行突破?

对于出口企业来说,要想求生存就必须转型升级,包括实现从代工向自主生产模式转换，从低价格竞争向差异化竞争战略转换,从模仿向创新转变,从低端向中高端生产转换,从末道工序向制造环节转换。

根据实际调研来看，目前企业转型升级有一个很大的不同就是,在“贵”成本背景下,企业如何实现逆境转型,变压力为机遇。原来企业提高效率、降低成本、更新设备、创新产品、开辟新市场、改进管理的动力不大,现在的环境逼迫企业不得不做这些工作。实际来看,有许多企业做的比较优秀,抓住机遇,马太效应已经开始显现，勇于创新的企业与不思进取的企业之间已经开始拉大距离。

《中国企业报》:在企业转型升级的过程中,相关政府部门应该做好哪些工作?

张燕生:政府部门可以在政策上、机制上帮助出口中小企业更好地“过冬”。

从目前来看,实现平稳过渡才是关键,20%的中小企业很难过这个冬天,应该重点做好50%—60%中间状态的企业,能够帮助他们转型升级。尤其应切实从体制机制上帮助他们解决缺信息、缺技术、缺人才、缺资金等问题。其中也包括加快推进“走出去”。

30多年的改革开放，值得总结的重要经验之一就是建立经济特区。在鼓励企业“走出去”的同时,政府部门应该帮助企业建立境外自由贸易区的平台,例如境外经贸合作区,为小企业提供进入国际化的机会和平台。同时,政府还应该考虑如何为出口企业“走出去”提供更好的金融环境。