

# 长三角纺织服装产业对外贸易现状、问题及对策

钱 婧

江苏大学财经学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年5月13日; 录用日期: 2024年5月29日; 发布日期: 2024年8月5日

## 摘 要

本文对长三角纺织服装国际贸易的比较优势、发展现状以及现存问题进行深入分析, 并提出政策建议。研究发现: 长三角纺织服装产业在地理区位、基础设施、生产要素以及政策制度方面的比较优势为其开展对外贸易创造了优越的条件。在产业链下游, 由于经济发展阶段和纺织工业基础存在差异, 江苏和浙江对外贸易呈现稳中有升的趋势, 而上海和安徽在对外贸易和品牌建设方面与以上两省均差距明显。随着人民币汇率逐步上升、高质量劳动力供给不足、环境规制日趋收紧, 长三角纺织服装产业市场开拓难度增加, 企业出口竞争力受到影响。因此本文建议, 应当发挥上海龙头带动作用, 共建统一市场, 强化区域分工, 寻求市场开拓机遇。与此同时, 加快企业信息化升级, 推动跨境电子商务发展, 并利用地区协调机制统一执法标准, 共抓环境保护。

## 关键词

国际贸易, 纺织服装产业, 长三角, 企业信息化, 电子商务

# Current Situation, Problems and Countermeasures of Foreign Trade in the Textile and Garment Industry in the Yangtze River Delta

Jing Qian

School of Finance and Economics, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: May 13<sup>th</sup>, 2024; accepted: May 29<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 5<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

This paper provides an in-depth analysis of the comparative advantages, development status and existing problems of international trade in textiles and garments in the Yangtze River Delta, and puts forward policy recommendations. The study finds that the comparative advantages of the textile and garment industry in the Yangtze River Delta in terms of geographic location, infrastructure, production factors and policies and systems have created superior conditions for its foreign trade. In the downstream of the industrial chain, due to the differences in the stage of economic development and the foundation of the textile industry, the foreign trade of Jiangsu and Zhejiang has shown a steady upward trend, while Shanghai and Anhui have obvious gaps with the above two provinces in terms of foreign trade and brand building. With the gradual rise of the RMB exchange rate, insufficient supply of high-quality labour, and tightening environmental regulations, the Yangtze River Delta textile and garment industry is experiencing increased difficulties in market development, and the export competitiveness of enterprises has been affected. Therefore, this paper suggests that Shanghai should play a leading role in building a unified market, strengthening the regional division of labor, and seeking opportunities for market development. At the same time, it should accelerate the upgrading of enterprise information technology, promote the development of cross-border e-commerce, and make use of the regional coordination mechanism to unify the law enforcement standards and grasp the environmental protection together.

## Keywords

International Trade, Textile and Garment Industry, Yangtze River Delta, Enterprise Informatisation, E-Commerce

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 研究背景

党的二十大报告指出，当前中国经济已经进入新发展阶段，高质量发展是全面建设社会主义现代化国家的首要任务，全面贯彻创新、协调、绿色、开放、共享的新发展理念是实现中国式现代化的必然要求。传统产业体量庞大，在我国制造业中所占比重超过 80%<sup>1</sup>，作为实体经济的重要组成部分，其发展直接关乎我国现代化产业体系建设的全局。对此，习近平总书记在参加全国人大二次会议江苏代表团审议时明确强调，发展新质生产力并不是忽视、放弃传统产业，而是要坚持从实际出发，先立后破、因地制宜、分类指导，根据本地资源禀赋、产业基础等，用新技术改造提升传统产业。

纺织服装产业作为我国国民经济支柱产业之一，不仅对地区的经济增长、社会稳定、民生就业贡献巨大，还通过提供原材料和配套设施，对中高端制造业、现代服务业以及新材料等战略性新兴产业的发展起到了重要的保障和推动作用。中国自古便是纺织大国，目前不仅拥有世界上最大的纺织服装生产、消费和出口规模，同时也是纺织产业链最完整、门类最齐全的国家。而长三角是我国经济发展最活跃、创新能力最显著的区域，同时也是国内纺织服装产业最为发达的区域之一。根据统计，截至 2018 年，长三角地区化学纤维和印染布产量在全国同行业中占比超过 70%，规上纺织服装企业数量约为 16,376 家，

<sup>1</sup>数据来源：中华人民共和国工业和信息化部。

在全国所占比重达到 45.8%，实现利润总额 1105.8 亿元，占全国总量的 41.5%<sup>2</sup>，“一镇一品”、“一县一品”特色突出。2019 年 12 月，《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》出台，标志着长三角一体化正式上升为国家战略，与此同时，纺织服装产业也被列入建设世界级制造业集群的十大领域。现阶段，全球正在经历前所未有之大变局，我国纺织服装产业面临劳动力成本不断上升、环境规制日趋收紧、发达国家制裁日益频发等多重困境。基于以上背景，本文对长三角纺织服装产业对外贸易现状及问题进行系统分析，并在此基础上提出相应的对策建议。

## 2. 文献回顾

关于纺织服装产业，国外研究主要从全球价值链视角出发，探讨的是产业分工布局以及企业转型升级问题。例如 Bair and Geriffi (2003) [1]认为，北美自由贸易协定能够在一定程度上推动服装业从低附加值的出口导向型模式转向全包生产，并强调了区域制度环境在塑造企业间网络及其发展影响方面的重要性。Palpacuer *et al.* (2005) [2]通过对英国、法国和斯堪的纳维亚半岛主要服装零售商的服装进口模式和采购实践进行分析，揭示了欧洲服装市场的全球价值链(GVC)之间的显著差异，发现全球价值链的成熟对传统的产业升级范式以及服装业在发展中国家工业化的基础性作用提出了挑战。Zhu and Pickles (2014) [3]分析了服装行业经济活动组织和地理区域的重大变化，展示了中央和地方、国内和国际资本以及中国和其他亚洲工人塑造中国服装行业组织环境和地理环境的过程，并探讨了应对工人工资、原材料、能源成本上涨以及来自亚洲其他低成本生产商竞争压力的企业战略和国家政策。Smith *et al.* (2014) [4]通过对东欧服装业变化轨迹的观察，发现对企业升级和降级的理解需要关注劳动力在“相对竞争力”收紧格局中的作用。

相较于国外，国内学术界对纺织服装产业相关研究在过去十年间大大减少，成果目前依然集中在上世纪末至本世纪初，形式上也以区域研究和案例研究居多。黎继子等(2005) [5]结合苏浙粤三地纺织服装产业集群的实践，探讨了纺织服装产业如何将全球价值链和集群供应链有机结合，最终推动产业的升级。王珺和岳芳敏(2009) [6]以南海西樵纺织专业镇的技术创新过程为例，考察了技术创新如何从技术服务组织向企业内部转化的过程，建议将基于集群的中小企业由模仿走向创新的过程分解为从模仿到新产品的“购买”再到“自制”行为。熊兴等(2022) [7]对我国经济新形势下纺织服装产业升级面临的问题进行了探讨，提出要深化供给侧结构性改革，巩固在全球供应链中的地位，形成以文化为引领的发展新模式。刘众(2023) [8]以纺织服装产业为例，发现工业互联网的软件集成云架构、大数据分析能力、全覆盖智能感知功能、要素互联互通优势，可促进纺织服装产业补齐信息化短板、走向定制化模式、提高劳动生产率和开展融通创新。

通过对这部分文献进行梳理，可以发现纺织服装产业对外贸易相关问题仍然存在大量空间可供挖掘与讨论，但这部分内容学界却鲜少有人涉及。另外从分析方法来看，在探讨区域一体化和产业升级问题时，现有文献常常更关注地区或者产业存在的“共性”因素，却很少将地区的发展阶段的差异性和不同地区禀赋结构的独特性考虑在内。基于以上分析，本文从长三角整体以及三省一市的发展阶段出发，对纺织服装产业对外贸易方面所具有的比较优势、对外贸易发展现状以及现阶段面临的主要问题进行分析，并提出具有针对性的政策建议。

## 3. 长三角纺织服装产业对外贸易发展现状分析

### 3.1. 长三角纺织服装产业开展对外贸易的比较优势

#### 1、地理区位比较优势

从地理区位来看，长三角虽然未与任何国家接壤，但是广泛分布于上海、连云港、宁波等城市的港

<sup>2</sup>数据来源：<https://www.pursun.net/h-nd-92.html>。

口群将多条国际航线囊括在内，因而得以联通亚欧、中东以及非洲地区。强大的经济实力、雄厚的科创资源以及沿海区位优势也使长三角地区成为了我国推进实施“一带一路”战略的桥头堡。《中华人民共和国国民经济与社会发展统计公报》显示，2022年我国对“一带一路”沿线国家进出口总额为13.83万亿元，而根据各省市海关公开发布的最新统计数据，仅江苏、浙江、安徽三省对共建国家和地区的进出口贸易额全国累计占比就达到了24.8%。长三角地区这一优越的区位条件不仅有助于扩大纺织服装新兴市场，同时也为纺织服装转移过剩产能提供了行之有效的路径。

## 2、基础设施比较优势

从基础设施条件来看，长三角交通网络分布密集、体系建设较为完善。航空运输方面，以上海市为核心，长三角目前共拥有23座运输机场，货运吞吐量占全国34.5%<sup>3</sup>，有利于进一步推动对外贸易，提升当地纺织服装品牌的国际影响力。公路和铁路运输方面，江苏、浙江、安徽高速公路里程均突破4900千米，上海高速公路里程即将达到1000千米。另外，三省一市共拥有22条高铁线路，覆盖40个地级市，截至2019年底区域内铁路营业里程合计超过11,500千米<sup>4</sup>。自从2013年首次开通以来，直至今日长三角中欧班列已经突破10,000列，线路总数达到12条<sup>5</sup>，为实施“一带一路”战略、推动国内国际双循环提供了必要的支撑。

## 3、生产要素比较优势

纺织服装产业发展依赖于原材料的充裕程度、低技能劳动力的稳定供给，同时还与消费市场的广阔性以及消费需求的多样性密切相关<sup>[9]</sup>。本文使用人均GDP等三大指标评估地区的发展阶段和消费潜力。根据2022年各省市统计年鉴数据，长三角市场整体消费能力突出、开拓潜力巨大，但依然存在区域发展不平衡的情况。其中，上海市人均可支配收入和人均消费支出位居全国第一，分别达到79,610元和46,045元，大幅领先长三角其他省份。江苏虽然GDP总量和人均GDP高于浙江，但居民人均可支配收入更低，城镇和农村均与浙江存在10,000元左右的差距。与长三角其他省市相比，安徽居民生活水平和消费能力明显落后，其人均GDP显著低于国内平均水平(8.57万元)，而当地居民人均可支配收入与全国平均(36,883元)存在4000元左右的落差。

从以上数据可以看出，上海市场前景广阔、消费者需求层次多样，适合发展现代制造业和高端服务业，有助于纺织服装产业开展高端面料研发、品牌建设等重要环节。但与此同时，也意味着企业需要付出更加高昂的市场进入成本和开拓成本。江苏和浙江是我国纺织服装产品的主要终端市场，同样具备市场规模和需求方面的潜在比较优势，其上下游供应链条进一步缩短，降低了当地纺织服装企业运输成本，使其原有竞争优势得到强化。安徽各项指标全部低于全国平均，经济发展水平和消费能力与长三角其他省市存在较大差距，因此当地企业市场开拓难度较大，目前更应主动扩大生产规模、夯实纺织工业基础。

新形势下，数据要素正逐渐成为推动经济发展和产业升级的重要因子。根据国家以及各省市“十四五”规划纲要，数字化转型已经成为纺织服装产业的重要发展目标之一。目前，长三角拥有先进的信息技术产业体系，集成电路、新型显示、电子元器件等领域高速发展。更具体地，三省一市产业数字化规模占比超过60%，承担的国内重点项目数量高达1/3，数字经济规模占当地经济总量的比重为41%，略低于珠三角(44%)，与京津冀基本持平<sup>6</sup>。这一方面能够加快推动纺织服装产业原料、工艺以及流程创新，从而提升产品附加值；另一方面，随着跨境电商、直播带货等新业态和新模式的兴起，数字经济有助于打通中下游发展堵点，进一步开拓纺织服装国内外市场，提高品牌竞争力和影响力。

<sup>3</sup>数据来源：中华航运网。

<sup>4</sup>数据来源：中国交通新闻网。

<sup>5</sup>数据来源：[https://news.cnr.cn/native/gd/20230222/t20230222\\_526161393.shtml](https://news.cnr.cn/native/gd/20230222/t20230222_526161393.shtml)。

<sup>6</sup>资料来源：中国信息通信研究院和浙江清华长三角研究院联合发布的《2021长三角数字经济发展报告》。

#### 4、政策制度比较优势

在长三角，纺织服装产业属于规划发展的重点领域。《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》提出，要围绕电子信息、高端装备、纺织服装等十大领域，打造世界级制造业集群。具体到三省一市层面，通过对各地相关政策进行梳理，可以发现不同地区对纺织服装产业对外贸易的重视程度和定位目标存在差异。如表 1 所示，江苏和浙江均针对纺织服装产业升级出台了专项政策，其中浙江由于沿海区位优势明显、优质电商资源丰富，因此相较于江苏更强调对国内主力市场和海外市场的开拓。安徽由于经济发展阶段和纺织服装工业基础相对落后，在其产业规划中，明确强调要利用与东部纺织强省相邻的地理优势，基于当地纺织服装产业链完整、劳动力资源丰富等比较优势，积极承接纺织产业转移。

与以上三省不同，上海早在上世纪末就开始将纺织服装产业生产制造环节批量转出，因此当前更聚焦于产业链下游的发展，主要以技术攻关、时尚设计和品牌打造为导向，强调利用其作为国际大都市的重要地位和科创资源，打造国际时尚潮流聚集地，并通过高端定制、个性化定制等手段进一步提高当地企业的竞争力和影响力，推动纺织服装产业对外贸易发展。

**Table 1.** Policies and regulations of the Yangtze River Delta to promote the trade of textile and garment industry

**表 1.** 长三角各省市推动纺织服装产业贸易的政策法规

地区	政策法规名称	年份	主要内容
江苏	《省政府办公厅关于加快发展外贸新业态新模式若干措施的通知》	2022	培育市场化专业服务平台，在机械设备、纺织服装等优势行业培育一批服务全球供应链的垂直类跨境电商平台
浙江	《关于促进浙江省现代纺织产业高质量发展的实施意见》	2023	加强品牌培育推广；精准主力市场开拓；系统推进绿色转型
	《关于支持纺织行业高质量发展的若干举措》	2023	提出优化产业布局、大力开拓市场、加强创新驱动、深化强企培育等八项具体举措
安徽	《安徽省“十四五”纺织工业发展规划》	2022	实施创意设计提升工程，推动设计时尚化；实施自主品牌培育工程，推进品牌知名化；实施数字赋能升级工程，推动生产智能化；实施绿色发展战略工程，推进产品高端化
上海	《上海市先进制造业发展“十四五”规划》	2021	以原创设计、时尚发展为重点，鼓励高端定制和个性化定制；将上海时装周打造成为具有国际影响力的中外时尚设计师集聚平台
	《上海市时尚消费品产业高质量发展行动计划(2022~2025 年)》	2022	围绕时装穿搭、艺术饰品等大力推进产品功能、服务模式等升级；鼓励私人形象定制、节日穿搭定制等服务模式创新，促进扩展现实(XR)、远程试穿等应用发展

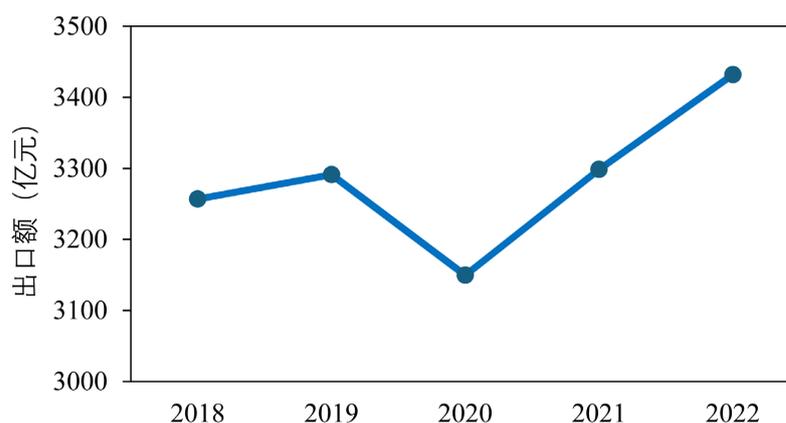
### 3.2. 长三角纺织服装产业国际贸易与品牌建设

纺织服装产业链下游以销售环节为主，包含线下百货、电子商务等渠道。根据统计，长三角地区拥有 32 个跨境电子商务综合试验区，占全国的五分之一，其中又以浙江省最为发达。本部分将对长三角三省一市纺织服装产业对外贸易情况进行梳理，数据主要来自南京海关、浙江省商务局、合肥海关和上海海关。由于各地对纺织服装出口的统计类目、方式存在差异，例如南京海关将相关产业统一归类于“纺织原料及纺织制品”类章，浙江商务局将其细分为纺织服装和纺织纱线、织物及其制品两大类，上海海关主要对纺织纱线、织物及其制品和服装及衣着附件两类商品的出口情况进行了统计，而合肥海关在 2022 年之前并未公布主要出口商品贸易额相关数据，因此在官方口径上难以完整知悉整个长三角地区纺织服装产品的贸易情况，仅能通过地区内部和跨区域相同类目之间的比较进行说明。

在长三角内部，浙江地理位置沿海、跨境电商资源丰富，加之产业规模优势和集聚优势突出，因此

纺织服装贸易最为发达。如图 1 所示, 2018~2022 年浙江纺织服装对外贸易以制成品为主, 原材料、初级产品出口相对较少, 贸易额虽于 2020 年存在轻微波动, 但总体呈稳步上升趋势。2022 年, 当地纺织服装出口额达到 5957.6 亿元, 纺织纱线、织物及其制品出口额则突破 3500 亿元。江苏纺织服装产业出口额基本稳定在 3100 亿元左右, 且其变化趋势与浙江相似, 2020 年对外贸易都因受到新冠疫情影响而产生下降(见图 2)。上海外向型经济虽然极为发达, 但由于受到当地纺织服装产业自身规模的影响, 相关产品出口额不如江浙两省, 基本维持在 600 亿元左右(见图 3)。安徽位于我国内陆, 从地理区位来看也并非边疆省份, 跨国贸易条件较之江浙沪略有不足, 加之纺织工业基础、产业规模、品牌建设等方面的原因, 纺织服装相关产品出口额与其他省市差距较大。根据合肥海关统计数据, 2022 年安徽省服装及衣着附件出口额为 199.1 亿元, 纺织纱线、织物及其制品出口额共计 144.2 亿元, 不到上海同类目的三分之一。

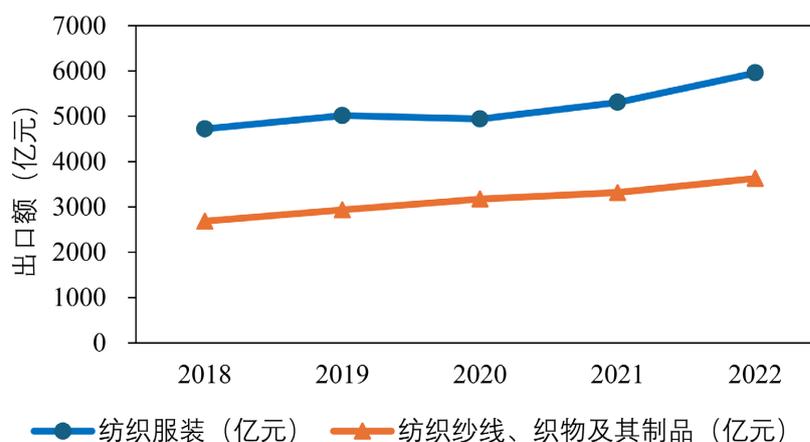
除各类细分产品对外贸易额之外, 对于长三角纺织服装产品出口情况的分析还需要考虑各省市纺织服装品牌的建设情况。在产品质量得到保障的前提下, 如若拥有在国内外影响力较强、传播度较广的纺织服装品牌, 那么无疑能够对纺织服装产业国际贸易形成极大助力。在品牌打造方面, 长三角在全国整



数据来源: 南京海关。

Figure 1. Exports of textile raw materials and textile products in Jiangsu Province from 2018 to 2022

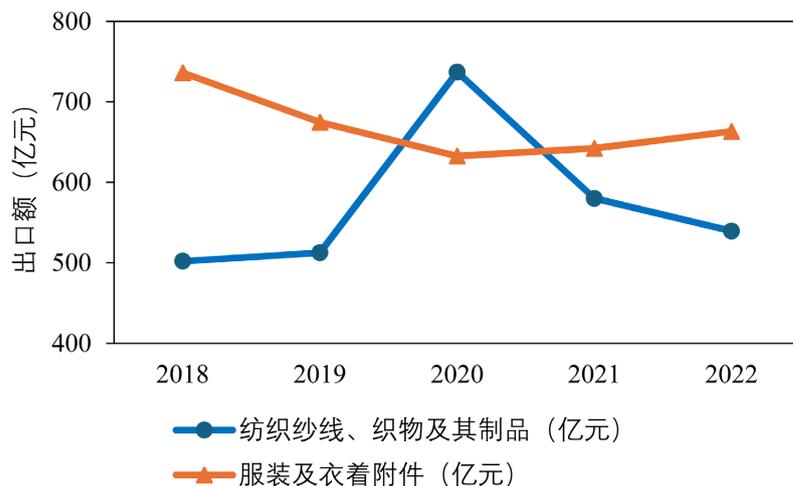
图 1. 江苏省 2018~2022 年纺织原料及纺织制品出口额



数据来源: 浙江省商务厅。

Figure 2. Export value of textile related products in Zhejiang Province from 2018 to 2022

图 2. 浙江省 2018~2022 年纺织相关产品出口额



数据来源：上海海关。

Figure 3. Export value of textile related products in Shanghai from 2018 to 2022

图 3. 上海市 2018~2022 年纺织相关产品出口额

体处于领先地位，但是区域内各省市发展却并不均衡。从国内竞争力和影响力来看，根据 2023 年中国纺织工业联合会发布的中国纺织服装品牌竞争力优势名单，全国品牌价值达到 50 亿以上的 80 家企业中，长三角共有 43 家，占比达到 53.7%。其中，浙江共有 20 家企业入榜，在长三角占比接近 50%。江苏和浙江经济发达程度、纺织服装产业发展水平相近，因此上榜企业数量差距并不大，最终以 14 家入榜企业位居第二。与以上两省相比，上海和安徽纺织服装品牌建设情况相对落后。上海仅有 6 家企业入围，而安徽上榜企业数量甚至不足 5 家，这说明上海作为长三角地区时尚中心的资源整合与本地品牌培育能力有待加强，而安徽则需要筑牢纺织服装产业基础、持续扩大产业规模的基础上，加强纺织服装品牌的培育工作。

然而，长三角纺织服装品牌(尤其是江浙地区)虽然在国内的竞争优势十分突出，但其国际影响力稍显不足。根据世界品牌实验室(World Brand Lab)发布的 2023 年《世界品牌 500 强排行榜》，中国纺织服装产业共有四家企业上榜，其中 3 家属于长三角地区，分别是恒力、盛虹以及波司登。然而，恒力和盛虹集团均以产业链上游的化学纤维生产作为主营业务，并非专门从事纺织服装生产和销售的企业。这说明长三角发达地区在中高端品牌建设以及国外市场开拓方面依旧任重道远。

## 4. 长三角纺织服装产业对外贸易面临的主要问题

### 4.1. 人民币汇率上升，市场开拓难度增大

从国际市场环境来看，逆全球化趋势下贸易保护主义盛行，西方针对我国纺织产品的贸易制裁不断发生[10]，欧美发达国家对纺织服装产品的需求也在逐步收缩，尤其对于浙江等民营经济发达、外贸依存度较高的地区而言，纺织服装产业发展更容易受到对外贸易政策和国际经济形势的影响。由于纺织品行业属于劳动密集型产业，出口顺差大、平均利润低，因此大部分企业对浮动汇率制适应能力和抵御汇率风险能力较弱。相关研究表明，人民币每升值 1%，纺织行业销售利润率下降 2%~6%。如果人民币升值幅度达到 5%~10%，行业利润率将下降 10%~60%。这将给长三角纺织服装产业对外贸易带来两大不利影响：第一，需求紧缩带来的利润下滑使长三角纺织服装外贸企业需要更加严格地控制其生产成本，抗风险能力随之减弱，难以再将大量资金投入自主研发及设备升级，产品附加值和生产效率无法快速提升，在国际市场上原先所拥有的价格比较优势也会有所消减，企业出口竞争力由此下降，纺织服装产业对外

贸易的稳定性和可持续性也会大大降低。第二，长三角虽然不乏在国内具有竞争力的纺织服装品牌，但其国际地位一直难以提升，这也对产业国际贸易的发展和扩张形成了约束。在国际化品牌的打造方面，由于产品出口关税和人民币对美元汇率持续上升，企业出海成本增加。若要扩大品牌在国际市场的影响力，长三角纺织服装企业需要在相当长的周期内，在欧美等发达国家通过开店、分销、大规模推广等方式提升品牌知名度，并寻求与国外知名企业的合作，这一过程带来的流通成本较高，无疑增加了开拓国际市场的难度。

#### 4.2. 高质量劳动力紧缺，企业市场竞争力不强

纺织服装产业属于传统劳动密集型产业，用工需求大，对劳动力技能熟练度和专业性的要求较高[11]。长三角地区经济发达，人均消费能力和消费水平均在国内居于上游。但这也意味着当地土地、劳动力、能源等要素成本同样偏高，纺织服装企业生产和出口成本随之增加。尽管可以通过智改数转降低对人力的依赖，但对纺织服装全产业链进行改造所需的时间较长，并且部分生产环节的精细程度无法完全由机器代替。

人力资本对长三角纺织服装产业对外贸易带来的约束体现在以下两方面：

第一，数量约束。目前长三角部分地区纺织服装产业仍然存在劳动力供给缺口，可能会导致企业在进行对外贸易和投资活动时，产品质量和数量的稳定性受到影响。这一方面与不合理的用工结构有关。在岗员工年龄普遍较高，纺织服装产业对年轻人的吸引力较弱。另一方面，这也是由薪资待遇和地区消费水平的不匹配所致。长三角生活成本高，但是纺织工人工作时间长，福利待遇也相对较低。根据江苏省财贸轻纺工会和江苏省纺织工业协会的统计数据，2018年江苏纺织行业职工全年平均应发工资52,699.6元，实发工资45,496.2元，月平均工资为3,791.4元，仅有31.4%的工人对其薪资持满意态度。另外，在参与调查的纺织服装企业中，有七成仅以最低标准为工人缴纳“五险一金”，员工住房、养老等方面的福利无法得到保障。在纺织服装熟练工人稀缺的背景下，这无疑增加了人员的流动性，工人倾向于选择工资福利待遇更好的地区或企业，部分经济欠发达地区以及大量中小企业的招工用工困境进一步加剧。

第二，质量约束。长三角地区并不缺乏开设纺织相关专业的高等院校，但是服装设计、运营管理、技术研发等方面的专业人才较为稀缺，将会对企业出口产品附加值造成影响，使其国际竞争力难以得到全方位提升，国际市场份额和出口贸易额自然无法快速增长。这可能是由于相关高校在课程设置、培养机制、成果转化等方面未能较好地适应长三角纺织服装产业的升级的需求。另一方面，也可能是由地区间隐形制度壁垒所致。纺织服装专利及其他技术成果主要在城市内部转让，创新资源无法充分整合，因此科创资源和人才资源最终仍然集中于小部分发达地区或者大型企业，而对于纺织服装产业发展势头良好的经济欠发达地区以及大量中小型企业而言，由于无法实现中高端人才和创新研发成果的跨区域共享，产业升级在迈向更高阶段时将受到阻滞。

#### 4.3. 环保合规成本增加，发达国家市场份额回落

作为我国工业化程度最高的地区之一，近年国家和长三角各省市对纺织服装企业的环境规制愈发严格。2021年，国家生态环境部为推动纺织工业废水、废气、固体废弃物和噪声污染物治理，专门制定《纺织工业污染防治可行技术指南》。同年，纺织工业联合会也出台了相关制度性规章，明确提出要加强污染消减力度，保障产业生态安全。劳动力成本上升，加之国内环保政策不再宽松，短期内将导致中国对国外纺织服装企业投资吸引力出现下降。与此同时，伴随越南、柬埔寨等新兴纺织强国的快速崛起，长三角地区在产业链中游生产和加工环节的可替代性逐步增强，纱、布等初级产品在国际市场(尤其是欧美、

日韩等发达国家)所占份额遭到进一步分割。

印染作为纺织行业中增值最大、技术含量最高的中间环节，是联系产业链上下游的重要纽带，但却具有高能耗、高污染的特点。环保政策约束之下，长三角纺织服装中游企业和地方政府面临以下几种选择：第一种是就地升级。但全面更新设备和产业链需要资金、技术和人才支撑，高昂的合规成本使大批纺织服装中小型企业望而却步，升级动力不足。另外对于政府而言，由于纺织服装企业数量多，且较为分散，同样面临管理难度较高带来的一系列问题。第二种策略是跨区搬迁，即政府通过协调，对相关纺织服装企业进行整合，鼓励其搬迁至专门的产业园区内，实现集中管理、共同升级。这种做法目前已经在浙江绍兴得到实践，但尚未在整个长三角地区进行推广。其一方面同样需要解决企业搬迁意愿不强、成本过高的问题，另一方面则面临地区之间政策规定不一致等制度性因素带来的挑战。不论以上哪一种策略，最终都会使长三角纺织服装出口企业经历阵痛，生存压力和内外部风险增加。

## 5. 政策建议

### 5.1. 共建统一市场，寻求开拓机遇

目前，长三角上中下游同时面临的市场需求紧缩的情况，由此导致企业市场开拓成本增加，出口竞争力不足。对此，政府可以从以下几方面着手解决：

首先，利用区域一体化机遇，加快推进统一大市场建设。当今世界逆全球化思潮抬头，贸易保护主义盛行，国内消费市场的重要性日益凸显。构建统一大市场有助于进一步打破地域行政壁垒，优化要素配置，促进纺织服装产业“走出去”，同时推动国内国际双循环发展。长三角在一体化进程中已经形成了较为完善的协调合作机制，为构建统一大市场创造了良好的条件。因此中央政府应当加强与地方的协调，而地方政府也需要在此基础上，进一步统一执法标准和市场准入门槛，使劳动力、资本、数据等要素自由流通。

其次，找准市场定位，寻求开拓机遇。不同地区由于纺织服装发展阶段和结构布局不同，市场定位自然有所差异。在欧美市场紧缩的情况下，作为纺织服装具有显著比较优势的出口大省，江苏和浙江可以利用自身区位条件以及中欧班列、自由贸易区、产业合作园区等政策优势，在中央、地方政府以及行业协会的组织和推动之下，将纱、布、服装等产品大量出口至中亚、西亚和东南亚市场，或者其他“一带一路”沿线国家，从而最大程度降低欧美市场份额收缩带来的损失。

### 5.2. 加快企业信息化升级，推动电子商务发展

市场需求的不稳定有可能会造成企业库存积压，从而对其国际贸易造成不利影响。因此地方政府有必要加快企业数字化、信息化升级的步伐，并进一步推动跨境电子商务发展。

一方面，可以打造纺织服装“柔性供应链”，实现地区间数据互联互通。与传统供应链不同，柔性供应链运用数字化技术，使上游原材料供应商和中游生产厂家能够对下游服装销售品牌的需求做出快速反应，从而可以在一定程度上降低供求不稳定带来的风险。长三角地区原本就拥有丰富的科创资源、人才储备和金融资本支持，处于我国数字化建设的高地。通过“柔性供应链”，长三角纺织服装外贸企业能够更好地针对不同国家市场需求的变化情况，对企业生产规模、产品设计等进行调控，从而提高产品出口的规模、效率和效益。

另一方面，可以通过园区建设等途径，推动电子商务发展，从而提高长三角纺织服装产业的品牌传播度以及对外贸易额。从现状分析中可以看出，长三角拥有 32 个跨境电子商务综合试验区，在全国所占份额高达五分之一，其中又以浙江省最为发达。为了进一步推动跨境电子商务的发展，政府可以从设施建设、平台打造和人才培养三大维度出发，在完善海外仓储、物流等设施的基础上，通过专业化平台，

加强对跨境电子商务知识产权保护、法律法规科普等工作,降低企业学习成本和进入风险。与此同时,加大对电子商务专业人才的培养力度,助力外贸企业管理与运营,从而最大程度发挥跨境电子商务平台的作用,提高外贸企业经济效益。

### 5.3. 强化地区分工,发挥上海龙头作用

上海作为长三角核心城市,拥有丰富的科创、人才和金融资源,可以充分发挥其在时尚潮流引领、中高端品牌建设、服务模式创新等方面的龙头带动作用,吸引国内外知名纺织服装品牌和设计团队入驻,并定期通过平台建设、合作论坛、企业对接等方式与长三角其他省市开展学习交流,实现数据共享,推动纺织服装企业“出海”。江苏和浙江作为我国纺织服装大省,外向型经济较为发达,目前应当加快过剩产能向安徽等地转移以及由“制造”向“智造”的步伐,打造世界级纺织服装产业集群,推动产品向“微笑曲线”两端延伸。而安徽则需要把握长三角一体化带来的重大机遇,做好产业承接,进一步扩大规模优势。

### 5.4. 统一执法标准,共抓环境保护

目前长三角地区正面临日趋严格的环境规制,但不论是就地升级还是异地搬迁,对于部分欠发达地区以及大批中小型纺织服装企业而言,都会面临生产成本上升等一系列问题,从而对纺织服装对外贸易造成影响,这就需要政府在此过程中发挥协调作用。为了最大程度降低跨区协调成本,提高污染防治效率,从而加快相关企业升级改造的步伐,长三角各省市应当站在一体化角度,共建环境保护基础设施,健全区域生态环境保护协作机制,在标准定立、执法裁量等方面形成统一,实现环境协同治理。

## 参考文献

- [1] Bair, J. and Gereffi, G. (2003) Upgrading, Uneven Development, and Jobs in the North American Apparel Industry. *Global Networks*, **3**, 143-169. <https://doi.org/10.1111/1471-0374.00054>
- [2] Palpacuer, F., Gibbon, P. and Thomsen, L. (2005) New Challenges for Developing Country Suppliers in Global Clothing Chains: A Comparative European Perspective. *World Development*, **33**, 409-430. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2004.09.007>
- [3] Zhu, S. and Pickles, J. (2013) Bring In, Go Up, Go West, Go Out: Upgrading, Regionalisation and Delocalisation in China's Apparel Production Networks. *Journal of Contemporary Asia*, **44**, 36-63. <https://doi.org/10.1080/00472336.2013.801166>
- [4] Smith, A., Pickles, J., Buček, M., Pastor, R. and Begg, B. (2014) The Political Economy of Global Production Networks: Regional Industrial Change and Differential Upgrading in the East European Clothing Industry. *Journal of Economic Geography*, **14**, 1023-1051. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbt039>
- [5] 黎继子, 刘春玲, 蔡根女. 全球价值链与中国地方产业集群的供应链式整合——以苏浙粤纺织服装产业集群为例[J]. 中国工业经济, 2005(2): 118-125.
- [6] 王珺, 岳芳敏. 技术服务组织与集群企业技术创新能力的形成——以南海西樵纺织产业集群为例[J]. 管理世界, 2009(6): 72-81.
- [7] 熊兴, 王婧倩, 陈文晖. 新形势下我国纺织服装产业转型升级研究[J]. 理论探索, 2020(6): 97-101.
- [8] 刘众. 工业互联网赋能传统产业数字化转型的市场化逻辑与实现路径——以纺织服装产业为例[J]. 科技管理研究, 2023, 43(8): 144-150.
- [9] 苏贝, 杨水利. 基于扎根理论的制造企业智能化转型升级影响因素研究[J]. 科技管理研究, 2018, 38(8): 115-123.
- [10] 林涛. 中美贸易摩擦升级背景下中国纺织服装贸易发展对策[J]. 亚太经济, 2019(1): 56-60.
- [11] 张宏性. 中国纺织服装业国际竞争力研究[J]. 统计研究, 2005(1): 30-34.