

# 入世与我国纺织工业 综合竞争力探讨

谭梅慧\*

(广东商学院, 广东 广州 510320)

**摘要:** 目前我国的纺织业是属于劳动密集型行业, 我国纺织工业的竞争力现状既具有一定的比较优势, 但又缺乏竞争优势和核心优势。本文应用因子分析对我国纺织业竞争力进行探讨和分析。

**关键词:** 纺织工业; 竞争力; 贡献率; 因子分析

## 一、我国纺织工业现状

我国的纺织业是属于劳动密集型行业, 一直以来, 是我国具有比较优势的传统支柱产业之一, 又是我国 50 年代以来传统出口拳头商品之一, 为国民经济做出了重要的贡献。1999 年在国民经济流量表中, 纺织工业的总产出占 13.3%, 每增加一个单位的总产出, 关联到国民经济各行业 1.93 个单位的直接投入和间接投入, 其中农业投出系数是 0.24 个单位, 第二产业的投出系数是 1.43 个单位, 第三产业的投出系数是 0.26 个单位。另外, 据官方统计, 1978—2000 年, 我国纺织品的出口额占出口商品总额的 1/4。从 1994 年开始, 我国内地已经开始超过香港地区成为世界上最大的纺织品出口国。从 1994~1998 年 5 年间的贸易顺差平均每年在 2000 亿元以上, 是我国贸易顺差最大的出口商品, 而在 2000 年底, 我国国有及规模非国有纺织业职工人数达到 327 万人, 企业单位数有 10968 个, 总资产 5917.01 亿元, 销售收入 4810.45 亿元, 工业增加值 1272.91 亿元, 实现利润总额 136.88 亿元, 工业总产值 5149.3 亿元, 纺织原料及纺织制品净出口为 328.15 亿美元。2001 年我国纺织工业生产和销售保持了稳定增长, 纺织品服装出口继续保持增长, 创历史最高水平。诚然, 成绩是喜人的, 但是, 纺织业在取得成绩的同时也暴露了许多不容忽视的缺陷: 2001 年全行业实现利润 267.7 亿元, 同比下降 5.4%, 减少 22 亿元。其中国有企业实现利润 9.5 亿元, 下降 83.4%, 全行业销售率 96.43%, 同比下降 0.46 个百分点, 全行业产成品资金 960 亿元, 同比增长 10.4%, 新产品产值率为 3.7%, 比全国工业水平低 6.3 个百分点。这些都表明: 我国纺织工业的经济效益和综合竞争力都在明显下降。如何迅速有效提高其竞争力, 使之更好地迎接入世后挑战, 已成为当务之急。为了对我国的纺织工业的发展现状有一个全面的了解, 本文运用 SPSS 统计

软件对 1995~2000 年我国国有及规模以上非国有纺织工业有关经济指标做了因子(主成分)分析。

## 二、建立国有及规模以上非国有 纺织工业竞争力指标体系

- X1: 职工人数(万人)
- X2: 企业单位数(个)
- X3: 工业生产总产值(亿元)
- X4: 产品销售收入(亿元)
- X5: 产品销售成本(亿元)
- X6: 产品销售利润(亿元)
- X7: 利润总额(亿元)
- X8: 工业成本费用利润率(%)
- X9: 流动资产周转次数(次/年)
- X10: 全员劳动生产率(%)
- X11: 总资产贡献率(%)
- X12: 产品销售率(%)
- X13: 纺织原料及纺织制品净出口(亿美元)

根据 1996 年~2001 年《中国统计年鉴》的数据, 并为了消除个变量之间的数量上和刚量上的差异影响, 先对原始数据作了标准化处理, 然后再用 SPSS 作因子分析。分析结果如下:

各主成分的特征值分别为: 5.495、4.273、2.947, 方差贡献率分别为: 0.4227、0.3287、0.2267, 总的累计方差贡献率为 0.9781, 说明提取的三个主成分的信息量基本上代表了原来 13 个变量的信息, 信息覆盖率达到 97.810%, 因此我们可以提取这三个因子来分析纺织业的综合竞争力(见表 1)。

首先, 由旋转后的因子负荷矩阵可以看出: 第一因子对企业单位数、职工人数、全员劳动生产率、总资产贡献

\* 作者简介: 谭梅慧(1978—), 女, 广东省新兴县人, 广东商学院统计系 99 级(1)班学生。  
指导老师: 王曼华

率、纺织原料及纺织制品净出口、工业成本费用利润率有绝对值较大的负荷系数,命名为“生产规模及经济发展水平”因子;第二因子对产品销售利润、产品销售收入、产品销售成本、产品销售率有绝对值较大的负荷系数,命名为“销售情况”因子;第三因子对流动资产周转次数、工业生产总产值、利润总额有绝对值较大的负荷系数,命名为“经济效益”因子。

其次,从公因子在各变量的负荷值来看,第一因子中职工人数和企业单位数的有较大的负值,反映对我国纺织

企业竞争力的负面影响,即经营效益比较差,规模比较小,人员素质也不强,这几个因素严重制约着其竞争力的提高。第二因子中产品销售利润有较大的正值,这反映出竞争力的提高直接与销售状况有关,扩大国内国外两个市场的销售量,可以给企业带来很好的经济效益,增强其竞争力。第三因子的工业生产总产值负荷值较大,说明纺织业对工业的贡献是功不可没的,同时,也说明了提高纺织业竞争力,发展壮大纺织业的必要性。

再次,1995年~2000年综合竞争力的因子得分,见表2。

表 1

变 量	因子 1	因子 2	因子 3
企业单位数(个)	-0.961	-0.239	0.111
职工人数(万人)	-0.957	-0.272	-1.696E-03
全员劳动生产率(元/人*年)	0.849	0.428	0.307
总资产贡献率(%)	0.846	0.324	0.407
纺织原料及纺织制品净出口(亿美元)	0.830	0.325	0.299
工业成本费用利润率(%)	0.777	0.200	0.585
产品销售利润(亿元)	0.307	0.942	0.126
产品销售收入(亿元)	0.375	0.925	-4.119E-02
产品销售成本(亿元)	0.376	0.923	-7.716E-02
产品销售率(%)	0.621	0.763	-0.146
流动资产周转次数(次/年)	0.105	-0.261	0.917
工业生产总产值(亿元)	1.272E-02	0.440	0.889
利润总额(亿元)	0.396	-0.518	0.753

表 2

年份	F1 得分(W1)	F2 得分(W2)	F3 得分(W3)	综合得分(W)
1995	-0.66197	-1.84954	.54851	-0.76
1996	-1.29892	.81925	-.12757	-0.31
1997	-0.69320	.71853	-.18276	-0.10
1998	.71222	-.20366	-1.37769	-0.08
1999	.99749	-.07200	-.45546	0.29
2000	.94437	.58743	1.59498	0.95

根据各因子得分和方差贡献率可加权合成得综合得分:  $W=0.4227 * F1+0.3287 * F2+0.2267 * F3$

1. 1995~2000年的综合得分从小到大分别为: -0.76、-0.31、-0.10、-0.08、0.29、0.95,从近6年来看,纺织业的综合竞争力是每年增强的,其中2000年得分最高,说明2000年的综合竞争力最强,其次是1999年。

2. 1995~1998年的综合得分为负,说明那几年纺织工业的综合竞争力处在1995~2000年的平均水平之下,到1999、2000年才逐步提高。这也可以从其利润总额反映出来,1999年的利润总额为38.58亿元,首次实现了扭亏为盈,到2000年利润总额达到了136.88亿元。

3. 从各个因子得分情况来看,第一因子在前三年都

为负,到1998年才开始为正,这是因为在1997年底我国开始对国有企业改革和人员裁减,所以企业数和职工人数大大减少;F2在1996、1997年得分为正,但到了1998、1999年为负,这是因为在1996、1997年世界经济发展比较好,市场比较活跃,加上我国人力资源和纺织原料资源比较丰富,纺织品生产成本比较低,出口价格较国外的低,所以比较畅销,而到了1998年后,世界经济陷入低迷,出口量大幅度下降,再加上内需不足而导致纺织品滞销,到了2000年,在国家大力启动内需的作用下,销售情况又有所好转;F3是反映经济效益,它在2000年以前几乎都处于亏损状态,到2000年才有所好转,实现136.88亿元的利润总额,同比增长2.5倍,工业生产总产值达5149.3亿元,同比增长13.68%。

### 三、建议与对策

从以上分析可以看出,我国纺织工业的竞争力现状既具有一定的比较优势,但又缺乏竞争优势和核心优势。比较优势体现在人力资源和原料资源上,众所周知,我国是一个有着13亿人口的大国,劳动力工资成本比较低,但人员素质却在不断提高,又是生产棉花和茧丝的大国,据有关资料显示,我国的棉花产量和茧丝产量分别占世界

的25%和70%以上。竞争优势反映在平均规模较小、技术和设备落后、产品开发能力弱、缺乏完善的营销网络以及企业的现代企业制度不健全等。核心优势反映在专利技术和品牌效应等。

鉴于此,要想提高我国纺织业的竞争力可以从以下几个方面来考虑。

(一)利用入世契机加强比较优势,发展竞争优势。加入WTO后,首先,按照ATC协议《纺织品与服装协议》,我国纺织品可以及时获得多边优惠待遇,如:增加出口配额,成员国间取消关税壁垒和非关税壁垒,实现贸易自由化,保证我国出口正常。其次,有利于扩大企业进口自主权,可以更好地利用两种资源和两个市场,提高我国纺织品的竞争力。再次,随着投资领域的逐步开放,将会有更多的外资进入纺织业,这有利于加快技术革新,对我国纺织业的技术和设备改造、产业升级将起到推动作用,而流通领域的外资企业可以帮助我国纺织企业直接进入国外的采购系统,从而促进出口。

(二)注重学习和吸收国外先进技术与管理经验。常言道“他山之石可以攻玉”。随着入世,国外许多资金雄厚、技术先进的大企业进入中国市场,一方面我们要参与竞争,另一方面,要及时学习别人的优点,并结合实际情况来不断改进提高自身的竞争力。有机会还可以考虑与国外大企业合作来促进自身的发展,“借船出海,强强联合”。

(三)注重专利,打响品牌,开拓市场。据有关资料显示:我国上万个大中型企业一年的发明专利申请量还赶不上美国的一家公司,2000年全国电子百强企业中,只有44个企业有专利申请记录,《专利法》实施16年来,企业的专利申请只占国内申请的30%,大批企业还是一片空白,这一状况与发达国家专利以企业为主体,占全部申请量70%~80%的状况相差甚远。全国企业是这样,纺织企业更不用说了。其实,企业申请专利可以保护市场,国际上,许多占据市场份额较多的大企业就是通过知识产权的专利保护战略来实现的。而回顾我国纺织业,真正在国际市场上的专利品牌很少,很多都是靠低成本、低价格来促进出口,但是随着时间的推移,这种低成本低价格的做法是行不通的,因为亚洲、非洲等其他发展中国家的人力资源也很丰富,比我国还要便宜,所以在过渡期完成

后,在成员国之间享受国民待遇,实行自由贸易的情况下,没有自己的专利技术和品牌很可能就被市场淘汰。

(四)以人为本,提高素质。市场的竞争其实就是人的竞争。一个企业如果能留住人才,用好人才,它就成功了一半,人员素质的高低,不仅决定着产品技术水平,而且还关系到决策战略问题。一方面,可以通过竞争上岗机制来招纳贤才,另一方面,要加紧对内部职工进行培训,对文化素质比较低的且没有什么工作经验的职工可让其下岗或提前退休,在提高人员素质的同时,还要注意留住人才,不仅从提高待遇方面吸引人才,更重要的是要给职员创造一个良好的发展空间。

(五)建立完善的市场营销网络。通过市场细分、目标市场定位,选择适当的市场战略,并协调地使用经济的、心理的、政治的和公共关系的等营销组合来扩大市场。

(六)政府方面要加快国有企业改革进程,建立现代企业制度,转变政府职能。小规模纺织企业之间可以互相合并,或“嫁”给实力雄厚的大企业,对经济效益不好的,连续三年以上亏损的,国家应不再扶持,让它们自然破产,或让效益比较好的大企业收购、兼并或重组。总之,我国纺织业的竞争力还处于一个比较弱的阶段,我们要切实抓紧时间,想法设法争取在过渡期内把我国纺织业的竞争力提高到一个比较高的水平,以更强大更好的姿态迎接WTO的挑战。

#### 参考文献:

- [1] 王淑芬.天津纺织工业综合竞争力分析与比较[J].统计与决策,2002(1):35.
- [2] 余良军,于建东.入世后行业走势及命运[M].北京:经济日报出版社,2002.324-338.
- [3] 陈建辉.企业竞争要借互专利利器[N].经济日报,2002-3-25(3).
- [4] 万建民.我们的市场是整个世界[N].人民日报,2002-3-24(3).
- [5] 中国统计局.中国统计年鉴[Z].北京:中国统计出版社,1996-2001.
- [6] 吴健安.市场营销学[M].合肥:安徽人民出版社,1999.