# 毕业论文纺织业集群竞争力分析文献综述模版

来源：网络 作者：落花无言 更新时间：2024-10-17

*第一篇：毕业论文纺织业集群竞争力分析文献综述模版文献综述摘要：在经济全球化和经济区域化的两大趋势背景下，产业集群作为一种普遍存在的经济现象已受到理论界和实践界的关注。国际经验表明，产业集群是激烈的全球产业竞争的产物，是国家和地区回应全球化...*

**第一篇：毕业论文纺织业集群竞争力分析文献综述模版**

文献综述

摘要：在经济全球化和经济区域化的两大趋势背景下，产业集群作为一种普遍存在的经济现象已受到理论界和实践界的关注。国际经验表明，产业集群是激烈的全球产业竞争的产物，是国家和地区回应全球化挑战的必由之路。美国有些机构与媒体甚至认为：“中国制造”的成功秘诀就是产业集群。经过改革开放的20多年发展，浙江省已形成了一定规模的以传统产业为基础的产业集群，并成为浙江经济发展的新增长点。但随着国际间茧丝绸产业的快速转移和国内“东桑西移”战略的实施，历来素有“丝绸之府”美名的浙江省湖州市，作为传统支柱产业的丝绸却没有成为浙江产业集群中的明星集群，行业中突出的问题制约了湖州纺织业集群集聚效应的充分发挥，也使集群内企业难以健康成长。在新的形势下，如何规避湖州纺织业集群发展中“盛极而衰”的致命弱点，保持和提升湖州纺织产业集群的竞争力成为学者和政府关注的焦点。因而，通过GEM模型构建一个产业集群竞争力评价指标体系，从而对湖州纺织业集群竞争力状况进行研究分析具有较强的理论价值和现实意义。关键词：纺织产业，产业集群竞争力，GEM模型

前言

丝绸作为湖州的传统支柱产业，长期以来一直在湖州经济社会发展中起着举足轻重的作用，也是农民增收、居民就业、出口创汇的重要途径。近年来，随着国际间茧丝绸产业的快速转移和国内“东桑西移”战略的实施，湖州丝绸行业发展面临新的严峻挑战。2024年浙江省湖州市把特色纺织业纳入湖州重点培育发展的六大特色产业之一，对纺织业的诸多细分产业进行了有针对性的“取舍”——重点培育发展真丝、羊绒、产业用化纤产品、家纺四大细分产业，以此带动纺织业的整体转型升级,取得了令人瞩目的成效。但随着国际间茧丝绸产业的快速转移和国内“东桑西移”战略的实施，行业中突出的问题制约了湖州市纺织业集群集聚效应的充分发挥，也使集群内企业难以健康成长，湖州纺织产业集群品牌的竞争优势难以发挥。因而，科学地分析与评价湖州丝绸产业集群的竞争力, 对增强集群的规模效应和聚集效应, 提升湖州丝绸业集群的整体竞争优势, 实现集群内企业持续健康发展, 具有重要的现实意义。

主题

产业集群是在特定技术、资源、市场条件下历史演变的产物, 是企业竞争优势和创新优势的重要组织保证和区域经济发展的动力源泉。国际经验表明，产业集群是激烈的全球产业竞争的产物，是国家和地区回应全球化挑战的必由之路。美国有些机构与媒体甚至认为：“中

国制造”的成功秘诀就是产业集群。“浙江制造”就是“中国制造”的一个缩影：绍兴轻纺、海宁皮革、温州皮鞋、永康五金、柳市的低压电器、嵊州领带、诸暨袜业，星罗期布，各具特色。但在提及浙江的产业集群时，鲜少有人提及“湖州丝绸”。国内外发展经验已证明“纺织服装业的产业集群是纺织服装行业的突出特征。所以，走产业集群发展道路，创建集群品牌，打造丝绸特色名城已是湖州丝绸业迫在眉睫的问题。

一、国外对产业集群竞争力的研究

迈克尔·波特（1998）的“钻石模型”，从定性的角度，以国家为研究对象评价产业集群竞争力。认为如果将一个集群看作一个整体其竞争力取决于相互关联的六个因素：1.要素条件，产业集群必备的竞争要素；2.需求条件，即市场对该产业所提供的产品或服务的需求如何；3.相关产业和支持产业，判断产业是否具备国际竞争力；4.企业战略、结构和竞争，指支配企业如何创建、组织与管理的国内条件，以及该国的国内竞争性质；5.机遇作用，偶然性事件和机会也会对地区竞争优势产生影响；6.政府作用，政府可以通过政策调节来创造竞争优势。这六个因素相互作用形成了产业集群竞争力。

加拿大学者Padmore 和Gibson（1998）对钻石模型进行了改进，提出了GEM 模型。GEM 模型确定了影响区域产业集群竞争力的6 大因素，包括“资源”、“设施”、“供应商和相关辅助产业”、“企业的结构战略和竞争”、“本地市场”、“外部市场”。该模型从定量的角度，以企业集群为研究视角分析区域产业竞争力。优点在于把握产业集群的关键症状，并提供解决这些症状的分析框架。

二、国内对产业集群竞争力的评价

（一）对产业集群竞争力来源的研究

魏守华(2024)构造了产业集群竞争力的来源机制，把企业集群的竞争优势区分为两大类，一类是基于直接经济要素的竞争优势，另一类是基于集群创新系统的优势，并通过实例进行了论证:低成本优势和区位品牌优势来源于外部经济机制的作用，价值链分工和市场议价优势来源于合作机制的作用，技术垄断和产品技术差异化优势来源于技术创新和扩散机制的作用。

金祥荣（2024）从企业内部分工的外部化和社会化来解释企业集群优势形成的原因。认为企业集群导致专业化“块状经济”的形成，在块状经济中，由于中间产品的转移成本很低，分工的精细化以及资产专用性的提高带来机会主义难以实现等原因，生产同类产品的各种可分割性操作功能不断从企业内部剥离出去并达到最佳生产规模，并且由于企业之间空间距离小、各种联系网络密集，所以块状经济能够实现知识与技术的有效外溢。

蔡宁（2024）从资源的结构性整合角度探讨了企业集群的竞争优势。单个企业控制和占有资源的能力是及其有限的，通过企业集群这种中间组织实现对资源的占有和企业能力的完善，是企业发展、提升竞争优势的有效途径。

张辉（2024）认为产业集群是一种介于市场和等级制之间的一种新的空间经济组织形式，而产业集群竞争力就是经济规避能力。产业集群竞争力的经济机理在于:一方面因具有学习效用和利用区域资源而获取正面市场竞争力;另一方面是规避柠檬问题和负外部性，从而获取规避负面效应而产生的竞争力。

傅京燕(2024)认为产业集群竞争力来源于国家，集群，企业三个层面因素作用的结果。认为产业集群组成要素的整体运作往往会表现出集群的涌现性。这种涌现性是由产业集群的自组织系统的规模效应和结构效应共同产生的，其结果表现为产业集群的整体价值大于集群内各个企业价值的简单加总。

(二）对产业集群竞争力创新机理的研究

王缉慈（2024）系统地概括了产业集聚理论与新产业区域理论,并结合中国集群发展的实际情况,提出以营造区域创新环境为核心的产业集群战略思想。并指出培养具有地方特色的产业集群，营造区域竞争环境，强化区域竞争优势是增强国力的关键。只有当本地区形成真正的产业文化，即全社会具有创新的共识，才能促进科技、教育的快速进步，以及科研成果产业化和区域经济结构的成功升级。

王郡（2024）认为，自发形成的中小企业集群的衰退不仅因为构成集群的大多数中小企业资本规模小，创新能力弱，更重要的是，传统企业内的中小企业的模仿动机远远超过创新动机，企业集群的技术创新陷入“囚徒困境”。主张由政府出面引入创新源，并提出了三套具体方案：一.政府重点扶持创新性大企业；二.由政府主导建立技术创新与推广的公共机构，提供新产品设计与开发实验等方面的技术服务;三.由政府主导建立股份制或政府全资的技术开发公司，专门经营与开发引入的创新资源。

胡太山（2024）对高新技术企业集群的创新网络和创新机理作了专门研究。认为众多创新型中小企业聚集在一起，可以强化创新氛围，使群聚的厂商更愿意共同去追求具有风险的创新目标。集群有利于创新的更重要的原因在于知识的外溢。

（三）对产业集群竞争力构建的研究

盛世豪（2024）运用产业集群及相关理论，对浙江纺织产业集群发展进入了深入分析，剖析了产业集群与浙江区域经济的相关性，揭示了浙江区域经济发展的模式及内在机制，为产业集群研究提供了大量生动的实证资料。认为浙江纺织工业逐已步形成了以大城市为中心的纺织大企业大集团和以中小企业为主体的市（县）镇纺织产业集群相结合的产业组织格局。集群式发展成为浙江纺织工业的一个重要特征。产业集群是“浙江活力”的核心，也是“浙江现象”的标志。

常亚平（2024）运用迈克尔波特的“钻石模型”对中国丝绸业竞争力进行综合衡量，认为丝绸大国的国际地位稳固，丝绸产品具有较强的国际竞争力，但丝绸业存在部分薄弱环节将影响竞争力的提高，政府政策是丝绸业竞争潜力释放的关键因素。提出了以服装为龙头、以丝绸为特色、以化纤为基础的产业结构战略设想；产业集聚、集团化和虚拟化的产业组织战略方案以及品牌化、信息化和技术进步的产业升级战略规划。

张国权等（2024）从环杭州湾地区纺织产业的现状作为研究出发点，提出环杭州湾纺织产业集群的三大问题，并提出集群发展的四大目标，最后提出以大中型骨干企业为依托、推广电子商务、构筑创新平台、和构建区域特色文化体系四个对策，促进环杭州湾纺织产业集群进一步发展，保持持续的国际竞争力。

查志强（2024）认为杭州丝绸产业的发展实质上就是一个产业集群发育和演进的过程。在分析杭州丝绸产业集群组织构架的基础上,对国际竞争力的影响因素进行评估,提出通过区域整合、产业整合、产品差异化战略、自主创新战略、市场互动战略、区域品牌战略、人才强业战略进一步提升杭州丝绸产业集群国际竞争力。

周颖、金婧（2024）从提升中小企业竞争力的角度，借鉴波特的国家竞争优势理论框架,构建产业集群竞争力“新钻石模型”,对具典型意义的浙江省纺织产业集群竞争力进行了实证分析,对于深入了解我国产业集群竞争力现状以及中小企业国际化发展战略提供了新的视角。

龚世文（2024）认为中国纺织品在国际竞争中具有低劳动成本的比较优势，但出口产品附加值低、缺乏品牌知名度，以量取胜，其绝对竞争优势与发达国家有较大差距。要改变这种情况，仅依靠单个企业自身的努力，或政府产业政策扶持，都是不现实的。产业集群这种产业空间组织形式，从本质上讲就是为了创造竞争优势而产生。利用产业集群重新构造中国纺织行业产业空间结构已成为现阶段我国纺织工业组织结构的重要形式，利用产业集群战略进行产业空间结构再造已成为提升中国纺织产业核心竞争力的有效途径。

赵广华等（2024）以营销和品牌管理理论为主线，分析了中国产业集群品牌发展的演进机理和集群品牌发展的三个阶段，集群品牌建设中的主要问题，提出“政府主导，企业主为，高校、科研院所和中介机构通力服务配合，三方以市场需求为纽带而联结，形成相互影响、相互作用的三螺旋发展路径”，创建了集群企业快速、低成本构建强势品牌的“PIEE”钻石模型，搭建了一个产业集群品牌提升的框架体系，为中国产业集群品牌的发展提供了新的思路。

潘百翔（2024）结合产业集聚特征明显、纺织产业发展较具代表性的浙江省五地市（杭州、湖州、嘉兴、绍兴、宁波）进行实证分析,了解纺织产业集群发挥独特“集群效能”的内在机理以及提升产业国际竞争力的作用机制，认为浙江纺织业应通过自主创新能力、品牌建设、专业市场建设推动浙江省纺织集群的产业升级；把浙江纺织服装产业集群有效融进全球纺织服装产业链；发挥协会、商会等中介组织的服务作用；政府为纺织产业集群的发展提供各类平台支持；提升纺织企业产品认证和体系认证的有效性五个方面提高纺织产业国际竞争力。

冯芳等（2024）对我国丝绸外贸出口所面临的严峻的国际形势进行了分析，结合浙江丝绸产业的现状，从提升附加值、拓展新领域、培育自主品牌、提高应变能力四个角度，探究了现有经济形势下浙江丝绸业进一步发展的方向。

范作冰,于威,顾国达(2024)在丝绸贸易“后配额时代”的特殊时代背景下，运用态势(SWOT)分析法对中国的丝绸产业进行了全面分析，对产业的竞争优势、自身存在问题以及当前所面临国际环境中的机遇和挑战等进行了分析，根据分析结论提出了要尽快完善中西部地区的产业链、推进行业技术改造、实施品牌战略、扩大丝绸最终产品出口等战略选择。

（四）对湖州纺织业集群竞争力的研究

于敏捷（2024）通过将湖州丝绸产业集群构架与一个完整的产业集群构架进行比较,以拓展产业链和提升产业架构为手段,探讨如何发展湖州丝绸产业,并切实规避产业集群发展中“盛极而衰”的致命弱点。认为只有政府合理地招商引资、用文化服务经济,企业积极地融入环杭州湾纺织产业集群以及自主创新、建立品牌，才能真正建立一个完善的湖州丝绸产业构架，切实可行地发展湖州丝绸产业。

尹晨沣等（2024）从产业集群角度，通过对湖州丝绸发展现状的了解，深入剖析湖州丝绸衰退的原因，分析湖州丝绸产业集群发展的效应，并提出通过整合块状经济，形成有层次的产业集群和整合品牌从而振兴湖州丝绸产业。

结语

经过阅读文献，产业集群作为当代区域经济发展中的一个普遍现象，引起了国内外学者的广大关注。产业集群给湖州的纺织业带来了机遇和挑战。如何利用产业集群重新构造湖州纺织业，如何利用产业集群战略进行产业空间结构再造已成为提升湖州丝绸业核心竞争力的有效途径。因此，应当充分认识产业集群在湖州丝绸业发展中的重要意义，科学地分析与评价湖州丝绸产业集群的竞争力, 有效制定和实施区域集群发展政策, 增强集群的规模效应和聚集效应, 提升湖州纺织业集群的整体竞争优势, 实现集群内企业持续健康发展, 促进湖州纺织业健康可持续发展。

**第二篇：纺织业出口的竞争力分析**

纺织业出口的竞争力分析

管理科学系 物流管理B班杨红云 郭丽萍 庄月芳 洪艺婷 雷佳 徐曼莎

【摘要】纺织业是我国的传统产业，也是我国出口量最多的行业。近年来，在国内外各种因素的影响下，我国纺织业的出口贸易面临着更激烈的市场竞争。本文立足于纺织业的出口，分析其优劣势。

【关键字】纺织业、出口、优势、劣势、竞争力

【正文】

一、纺织业的概念

纺织业在我国是一个劳动密集程度高和对外依存度较大的产业。我国是世界上最大的纺织品服装生产和出口国，纺织品服装出口的持续稳定增长对保证我国外汇储备、国际收支平衡、人民币汇率稳定、解决社会就业及纺织业可持续发展至关重要。

纺织品的原料主要有棉花、羊绒、羊毛、蚕茧丝、化学纤维、羽毛羽绒等。纺织业的下游产业主要有服装业、家用纺织品、产业用纺织品等。

纺织业细分下来包括棉纺织、化纤、麻纺织、毛纺织、丝绸、纺织品针织行业、印染业等。

纺织业同时也是一个高污染行业。2024年5月，国务院下发了《第一次全国污染源普查方案》，纺织业被列为重点污染行业。

二、我国纺织业的发展现状以及发展趋势

（一）现状

1、出口增速明显下降

2024年至2024年前10月中国纺织服装出口增速明显下降。2024年为25.08%，2024年是18.77%，2024年前10月下降到5.89%。2024年1-10月，中国纺织服装出口总额为1537.17美元，同比上涨5.89%，较去年同期回落13.84个百分点，为近6年来的最低。纺织服装出口放缓已对行业就业及经营带来很大影响。据统计，2024年1月-5月，全国纺织业实际就业人数减少4.6万人，而去年同期是新增20万人。按工业和贸易统计计算，纺织品全年出口每下降10%，行业的销售收入将下降6.3%，就业岗位相应减少60万个左右。

2、纺织品内销比重逐年上升

2024-2024年中国纺织品的内销比重呈逐年上升趋势，纺织品批发零售总额也在稳步提升。2024年，中国纺织品内销比重大约66%。2024年基本与此无关002

年持平，从2024年开始，内销比重不断扩大，2024年内销比重高达斡尔5%。近几年纺织品内销比重的逐年商社也说明了中国纺织品出口越来越大越困难，使得大量以出口为主的企业转向以内销为主，同时也反映出中国纺织品内销市场的竞争在加剧。

3..大量企业面临亏损和倒闭

今年来，中国纺织行业受到国际、国内各方面因素的影响，其生存和发展已受到了严峻的考验。特别是2024年，国内众多纺织企业纷纷陷入关车、停产、倒闭的困境，大批纺织工人的基本生活失去了保障。纺织行业已经到了“‘10年以来最为艰难”的关口。如：2024年1-2月在浙江省7792家纺织企业中，有2368家发生亏损；2024年4月，山东樱花集团因资不抵债，被如意集团收购；2024年6月，郑州国棉因资金链断裂，不得不卖地求生；2024年9月，郑州三大国有纺织企业因经营困难而集体转让。

（二）趋势

1、我国纺织行业发展趋势

参与纺织产品的全球竞争，将是我国纺织行业提高竞争力的主要动力。随着中国加入世界贸易组织(WTO),标志着我国的进一步开放，与世界经济接轨。中国的纺织品大类将近有1/3产品进入国际市场，并且这一趋势在不断扩大。同时，国外名牌产品纷纷涌入中国市场，发展中国家纺织业中低档产品低成本的竞争进一步加剧，这会深刻影响中国纺织品服装市场和中国纺织业结构的巨大调整。随着我国经济增长，人民生活水平的提高，我国衣着类、家用纺织品和产业用纺织品都有很大的发展空间和潜力，在未来10年中，我国衣着类增长速度为3%-4%，而家用纺织品增长6%-7%，产业用纺织品增长速度将在10%左右。

2、国际纺织行业发展趋势

（一）世界对各种纤维的需求将呈现持续增长的趋势，全球纺织纤维需求在过去的20年以每年3的速度增长。2024年世界人口60亿，人均纤维年消费量为

8.7公斤，其中北美36.1公斤、非洲3.2公斤、中国6.6公斤。可以预见未来，世界纤维消费年增长率为3，这就意味着每年还要增加200万吨，相当于要建15到20个世界规模的新厂。

三、我国纺织业出口的竞争力分析

纺织业是我国国民经济的支柱产业,纺织服装产品的出口对保证我国外汇储备、国际收支平衡、人民币汇率稳定、解决社会就业及纺织业可持续发展至关重要。实施了40多年的纺织品配额制度被废除,配额取消意味着我国的纺织品可以自由进入任何国家,国际纺织资源将得以更加有序地进行市场化配置,一个更加公平、自由的贸易竞争时代就要到来。

（一）出口竞争力优势分析

1、国际竞争力依然雄厚

虽然我国纺织服装出口产品的档次还不是很高，主要还是以量取胜，但是近年来已经有了长足的进步。纺织企业已经从价格竞争、质量竞争、服务竞争向品牌竞争的阶段发展。开拓国际市场相当重要的是解决品牌问题，而不仅仅是产品问题，品牌已经成为进入国际市场的最有价值的入场券。

随着纺织企业在自主创新和品牌发展上有长足的进步，从纱线、面料和服装出口情况看，国际竞争力正不断提高。

从我国纱线、面料和服装出口情况看，加入WTO后，纱线、面料和服装出口连续几年都呈现高速增长趋势。

由近几年出口增长情况看，出口增幅不断下降，但面料、服装出口平均价格不断提升。经过几年努力，我国面料、服装企业在技术创新、产品设计水平、企业品牌开发上都有大幅度提高，一批具有自主知识产权的原创性技术得到推广应用，极大地促进了纺织面料的发展，服装企业也正在创建自主品牌上不断努力。

2、国家政策的支持

纺织服装是我国传统出口优势产业，对保障就业和拉动消费具有重要意义。为保障纺织行业健康发展，国家继2024年8月、11月两次上调部分纺织品服装出口退税率。之后，又于11月19日出台促进轻纺工业健康发展的6项政策措施，助推产业升级；2024年1月1日起实施增值税改革方案，将有效降低纺织企业购进设备成本，增加可抵扣增值税规模；近日国务院原则上通过纺织业振兴规划并进一步将纺织服装出口退税率提高至15%。一系列新政出台，给纺织服装行业走出困境带来希望。

有国家政策的支持，纺织工业、企业现在要做的是苦练内功，以自主创新、技术改造、淘汰落后、优化布局为重点，推进结构调整和产业升级，在眼睛向内求生存的同时，不放弃已形成的国际贸易优势，国际市场还有很大发展空间。

3、国际需求有刚性的一面

随着发达国家将劳动密集型行业向发展中国家转移，美国和欧洲的纺织服装业呈现不断升级和缩小趋势。基于全球产业分工，美欧不可能在一夜间恢复劳动密集型企业生产，如果说中国的外向型企业目前依赖美国和欧洲市场，那么从另一个意义上来说，美国和其他发达国家的消费市场也依赖中国和其他发展中国家的劳动密集型产品的出口。吃、穿、用具有一定的刚性需求，不可能因为金融危机而让消费者不穿衣服，更多的是减少奢侈品的消费，选择价廉物美的产品。

4、出口市场多元化趋势明显

2024年我国纺织品服装出口到226个国家和地区。其中，出口金额超过10亿美元的市场就达到38家。出口市场多元化趋势明显，纺织服装行业正在建立合理的外销市场布局，通过降低市场集中度和分散市场风险，将有力地促使出口贸易持续健康发展。我国纱线、面料和服装出口市场都表现出了多元化趋势。

5、地方产业集群化

我国纺织业经过几十年稳定的发展,已经形成了许多具有一定区域优势的地方产业集群。据统计,目前中国纺织服装地方产业集群已有200多个。以我国的化纤面料为例,化纤产业链目前形成了三个集中的区域:一是浙江绍兴、萧山地区;二是苏州、嘉兴地区;三是中山、佛山地区。这三个集群区域的纺织产值都超过了1000亿,占全国纺织工业总值的20%以上。在地区产业集群内部,以核心企业为中心,形成了一整套的生产供应链,在横向、纵向方面均有延伸。以我国现有的纺织服装产业群来看,区域集群内一般以中小企业居多,而且大多是进行低附加值的生产加工活动,真正掌握核心技术,拥有自主品牌的企业很少。针对这种情况,区域内地方产业应该利用已有的区域优势,进一步整合区域内供应链,优化供应链各环节效益,提供供应链整体实力,并通过各企业资金、人力、设备、技术的整合和优化,提高整体竞争实力,进行技术创新,创建自有品牌,提高纺织企业国际竞争力。

（二）出口竞争力劣势分析

虽然我国纺织业出口竞争力优势明显，但是与国际水平仍有一定距离，主要表现在以下几方面：

1.设备不良影响企业生产

中国产制的设备运转不稳定，产品质量控制不够严格，为生产企业带来困扰，由于设备不良的状况很多，有的生产企业甚至不敢与客户确认交货日期。

2.原料使用的范围不够大

目前使用天然纤维比例过高，而且天然纤维中还以棉、毛为主，这是一个非常大的局限。最近几年化纤，如聚酯、尼龙也有使用，不过预料产业用纺织品的发展，主要还是会落在可回收再生，属于天然纤维的麻，另外则是高性能的纤维。目前发展的高性能纤维几乎90%都为产业用纺织品所使用。以飞机为例，一架飞机所用的大部分材料都是纺织复合材料或纺织品，尤其是碳纤维。一架777客机要使用2吨半的碳纤维；一架787飞机则可能使用到12吨半的碳纤维，所以在产业用纺织品方面，高性能纤维还有很大的发展空间。

3.产业纺织品加工方式单一

中国产业用纺织品产业之发展一直以来，均以不织布为主。最近30年产业用纺织品加工方式除了不织布，还包括机织、针织，甚至还有多层复合纺织材料。

如果产业用纺织品产业仅用不织布来定义似嫌狭隘，它应该是多种加工方式均存在的行业。

4.产业用纺织品应用领域不够宽广

不织布使用的范围广泛，有军事用的、国防的、民生用的等多方面，但中国尚未了解这些应用领域。

5.产品水平和技术有待提升

产业用纺织品产业人士普遍了解，只有依靠科技进步和自主创新，不断增加产品开发，产业才会发展。目前中国仍缺少在国际市场上具竞争力的产品。加速技术提升与产品创新是中国产业用纺织品日后的重要课题，需持续进行，设备水平亦待提升。

6.产业规模仍需扩大

目前世界平均水平是产业用纺织品占纤维制品加工总量的30%，不织布材料占产业用纺织品的40%。目前中国产业用纺织品占纤维制品加工总量的比例则尚不及20%。

四、总结

随着国际贸易市场的竞争加剧，我国纺织企业要积极面对各种不利因素的影响，主动调整产品结构、市场结构、企业结构，使出口产品由传统的低附加值转为高科技、高附加值，由传统的比较优势转化为综合竞争优势，借市场的力量培育企业的国际竞争力，为企业的可持续发展奠定坚实的基础。

（参考文献：中国纺织经济信息网、百度百科）

**第三篇：棉价牵制纺织业竞争力走低**

棉价牵制纺织业竞争力走低

在经历了2024和2024的起起落落之后，中国棉价在2024上半年趋势相对平稳。然而在国内收储政策的支撑之下，国内外棉价差创下历史新高，这 会给纺织企业带来极大困扰。在全球棉花消费形势不尽如人意、全球经济环境堪忧的情形下，过高的用棉成本大大减弱了企业的国际竞争力。

展望下半年，棉花供给压力仍将延续，庞大的库存将对中长期棉价造成较大压制，纺织业需求复苏迟缓，国家收储政策可能暂时提振新棉价格，但国储轮库及抛储仍对棉价构成潜在压制，棉价仍将“上下两难”。

收储托市

内外价差历史最高

2024年以来，国内外棉花价格整体呈现弱势下跌格局。1~2月，受欧美经济数据好于预期等因素影响，国际市场棉价止跌回升，ICE棉花期 货合约逼近100美分关口；受国内收储及美棉走势提振，郑棉指数一度站上22000元/吨关口；3月开始，受评级机构相继下调欧元区部分国家信用评级、美 国农业部调增全球棉花期末库存等因素影响，国内外棉花价格逐步回落。5月份，受国内增发100万吨进口配额及纺织业需求不振等因素影响，国内棉花市场跌破 前期整理平台，呈现深幅调整走势，郑棉指数下破20000关口，回落至18000关口。在欧债危机形势严峻及USDA持续上调全球库存预估的影响下，国际 棉花市场呈现持续下跌走势，ICE期棉合约一度下探至65美分/磅关口，创出年内新低。

6月份，受国际市场棉花价格大幅下跌、国外低价棉花进口数量大幅增加、纺织品服装销售增速下滑等因素影响，下游纺织企业采购国产棉积极性不 高，国内市场棉花价格继续小幅下降。6月国内市场标准三级棉花平均销售价格为每吨18562元，比上月下降3.4%，比价格水平较高的上年同期下降 24.1%。国际方面，市场对美联储推出第三轮量化宽松货币政策的预期落空，美元升值带动大宗商品价格下跌，德国、法国等欧洲国家经济景气指数下降，世界 经济复苏形势不确定性增强。受上述因素影响，国际市场棉花价格承接上月下降走势继续大幅下降。6月份纽约交易所最近交割的棉花期货价格为每吨1637美 元，比上月下降6.1%，比上年同期下降52.3%。此外，由于国际市场棉花价格降幅高于国内，棉花进口成本继续低于国内棉价，差距有所扩大。

2024/2024以来的收储政策和下的收储政策对国内棉花价格形成支持，而外棉价格在全球经济环境堪忧、全球棉花消费形势不尽如 人意、全球棉花期末库存大幅增加的情况下大幅下跌。由于国内棉花价格下跌幅度小于国际棉价下跌幅度，导致国内棉花价格由低于国外棉花价格逐渐转变为高于国 外棉花价格，且价差呈扩大趋势。2024年5月31日，中国棉花价格指数328为18731元/吨，进口棉花价格指数M级棉花1%关税和滑准税下折价分别 为13441元/吨

和13954元/吨，外棉较国内棉低出的价差分别为5290元/吨和4777元/吨。相比往年，本国内外棉价差已创下历史新高。

结构转变

用棉需求出现萎缩

由于国际棉价大大低于国内棉价，不少纺织企业转向使用低价进口棉。海关数据显示，2024年前6个月共进口棉花305.5万吨，同比增长 130.2%。2024/2024前10个月(2024年9月~2024年6月)中国累计进口棉花473万吨，同比增长113.8%，达到历史同期最 高水平。根据历史数据统计，本棉花总进口量毫无悬念地将超过往年。从进口棉国别看，美棉进口比例相比印度棉缩减严重，澳棉进口比重增加。

由于国内外棉市价差较大，国内棉花消费企业更愿意选择进口棉花，国产棉除了进入国储库以外，市场实际销售情况并不乐观。不过，受进口配额调 控限制，很多棉纺企业采购不到进口棉，部分企业主要以国产棉为原料，这就造成了原料价格高、产品售价低的现象，并导致当前很多国内棉纺织企业亏损，最终使 棉市下游需求更加萎缩。据了解，目前滑准税进口配额“僧多粥少”，江苏、山东、河南等地一些中小棉纺厂、织布厂因无法拿到进口配额而无法使用低价的外棉，再加上纱布库存造成现金流非常紧张，不得不减产或停产来应对。

另外值得注意的是，纯棉产品需求由棉混纺及非棉产品替代的趋势明显。根据中国棉纺织行业协会监测的数据以及对部分企业调查采访的情况，企业 在调整产品结构的过程中，因国内棉价不具竞争力而降低纯棉类产品比重的现象比比皆是，非棉纤维替代棉纤维已形成一种趋势。高价棉催生可替代产品的涌现，非 棉纤维的应用将成为未来纺织产品的发展趋势，而棉型产品比重将有所下调。

供大于求

短期趋势难改

业内人士认为，国内棉市基本面仍然比较槽糕，尤其是下游纺织企业需求依然疲弱，中小型纺织企业停产或限产，加之纺织品服装出口下降，棉市需 求面并不支持棉价上涨。目前，国内棉市最大的支撑因素是新国储棉收购价定为20400元/吨，但如果后期基本面没有好转的配合，棉价仍会呈现振荡局 面。在有关部门加强调控进口棉的背景下，国内棉市需更多关注国储棉的收购与抛售，政策的引导作用将决定棉价的涨跌。

2024/2024棉花收储工作共累计成交313.032万吨，收储工作稳定了国内棉花价格，保障了棉农的利益。由于国内棉花市场表现 疲弱及内外价差处于高位，若新一20400元/吨的收储价格得到执行，预计交储仍将成为棉花销售的主要渠道；但随着储备棉库存的巨幅增加，未来国储棉 的抛售和处理将给全球棉花市场带来较大不确定性，总体上对新一棉花价格构成较大压力。

在近日召开的储备棉业务工作会议上，有关部门预测2024/2024我国棉花总产量为686万吨，同比减少9.1%，预测市场可供棉花 总量为1292.93万吨，排除收储等因素市场可供棉花总量约为900万吨。有关部门负责人表示，从目前棉花消费形势看，可能出现新棉花上市即满足临 时收储预案启动条件的情况，且收储量有可能超过上个。

另外，国家棉花市场监测系统调查结果显示，2024年全国棉花实播面积7178.7万亩，同比减少763.1万亩，降幅9.6%，预计新年 度棉花产量将出现下降。但USDA供需报告预计2024/2024全球棉花结转库存将达到创纪录的1622.3万吨，较上高10%以上，库存消费 比攀升至68.3%；其中中国棉花结转库存为681.55万吨，库存消费比攀升至78.25%。

有企业负责人表示，由于国储棉收购与抛售数量的大小可以左右国内棉市的供求格局，当前市场特别关注这方面的消息。但港口进口棉仍然大量积压，进口棉价格仍大幅低于国产棉价格，加上我国棉纺织品出口不畅，国内棉价短期内难以大幅上涨。

综合分析，2024/2024棉花供给压力将延续至2024/2024，庞大的库存将对中长期棉价构成较大压制。由于下半年的出口形势难以迅速回 升，以及棉花价格的国内外差价对于企业利润的吞噬，纺织行业整体仍不太乐观。国内外棉花价差处于高位，棉花进口维持增势，港口棉花库存高企将对国内现货棉 价走势形成打压。下半年国内将实行新棉花收储预案，收储价格进一步提高至20400元/吨，这将对新棉构成政策支持，收储成为新棉销售的主要渠道。由 于上收储量较大，国储棉的抛储处理和轮库将会给棉花市场带来极大的冲击，下半年棉花趋势在很大程度上将取决于国储政策的导向。

本文摘自

**第四篇：纺织业风险分析**

纺织业风险分析

我国目前是世界上最大的纺织品及服装出口国，纺织品及服装成为我国最有代表性的出口商品之一，使我国的纺织业在国民经济发展中占有重要地位。我国纺织品及服装的出口量多年来一直雄居世界首位，无论哪个国家也不如中国制造在世界市场上的份额大。中欧、中美纺织品协议的签署，为我国纺织品出口带来稳定的贸易环境，确保了我国纺织品贸易的有序发展，促使我国由纺织大国向纺织强国发展，但是我国纺织业的生产经营仍然存在机遇与风险的把握。

一、我国纺织业快速发展需要把握以下存在的问题：

1、纺织产品标准低。目前中国的纺织企业还处于低端生产阶段。大约有80%的企业生产中低档产品、6%的企业生产中低档产品，4%的企业生产品质低价格低产品，仅有10%的企业生产高品质产品。

2、纺织业高素质人力资源缺乏。行业缺乏品牌运作、资本运筹、国际交往的人才，缺乏国际化经营经验和适应国际竞争的复合型人才。

3、纺织企业信息化程度不高。行业性软件开发力量薄弱，软件产品少，企业管理软件应用比例低，信息化普及率低，电子商务起步慢，多数企业管理方式落后，难以真正建立起“小批量、多品种、高品质、快交货”的市场快速反应机制。14、纺织企业缺乏品牌经营理念。传统家纺多，规模小，产品单一，加工贸易比重仍然很大，应对国际竞争手段不足，处在整合阶段。

二、为使我国由纺织大国向纺织强国的转变，需要我国纺织行业从以下方面进行整改：

1、开发核心技术，提升产品附加值。在市场经济活动中，中国纺织业应进一步推进产业结构调整，以提高竞争能力的优化升级。加大机电一体化的先进纺织机械和高性能、高功能性纤维的开发应用，通过对市场的调查研究和分析，努力做好发现和预测潜在需求的工作，即要从纤维等纺织产品的面料新技术的研发和服装设计入手，着力做好开发、生产、销售、管理工作，提高产品档次，建立起从原材料到产品的一系列整体的开发体系，又要加强与国内外知名企业在资金尤其是技术方面的合作，学习和借鉴其在产品研发设计、质量管理及品牌推广等方面的经验，形成自有知识产权技术品牌，提升产品的附加值，从而适应国际化竞争的需要。

2、创新品牌，调整产品结构，提高产品开发和设计能力，加快实施“品牌战略”。21世纪的经济是以人才优势和技术优势支撑起来的具有特色文化内涵的品牌经济，中国纺织服务应建立起产品设计、打样、制版、测试、生产、物流和销售于一体的出口产业链，积极与国际采购商、国际知名厂商合作，积累技术与资金、吸取经验，并尽快创建自有品牌

体系。采用与国际接轨的形式，最大限度地减少因地域差异而产生的信息差异、技术差异，使品牌产品在最初级的研发阶段能够与国际品牌同步，使品牌产品能够形成自我的个性特点及时尚前瞻性。

3、走新型工业化道路，完善纺织服务产业链，努力降低成本。首先，新一轮竞争的主要内容是国际市场的重新分割，竞争的产品层面上将由中低档纺织产品向中高档纺织产品转变，竞争的关键是价格高低。因此，中国纺织业要以信息化主导市场，坚持内外信息结合，分析并建立健全全球采购和供应信息系统，以寻求大规模的生产定制。其次，要想在国际化竞争中快速发展，必须采取“强强联合”的办法，以形成“航母”，使很多企业互相依托、取长补短、共同发展，在生产中做到不同品种、不同规格的产品快速转换，实现弹性专精生产模式。企业所参与的群体规模越强大，运行效率越高，运行成本就越低，企业的竞争力才会越强，实力才会越大，从而提高企业的生产及经营能力，全面提高纺织产业综合竞争力。第三，必须建立起先进、高效、稳定的行业信息网络，用信息技术改造传统纺织业。在经济全球化的大环境中，现代流通体系犹如一座桥梁和纽带，随着信息技术的发展、计算机网络及电子商务的广泛应用，信息资源成为企业赖以生存发展的“生命线”，信息化已经成为提升企业竞争力的重要手段，构建结构合理、内容完善、查询便捷的行业住

处数据库和注重实效的信息服务体系以及人才的培训制度，开发纺织ERP软件、CIMS软件和多种专业化电子商务平台及交易规则。适应电子商务的发展形势，充分利用现有的互联网技术，设计网页，构建网站，全面做好企业信息系统的建设，依靠信息技术抢占国际市场。

4、坚定实施“走出去战略”。首先重点是开辟多元化市场和分享优惠贸易政策。其一可通过整合国内市场，在采购、生产、运输上获取巨大成本优势进军国际市场；其二可利用股权关系建起国内企业与著名企业的纽带，实现企业的国际化；其三实力较雄厚的企业，可以采用收购和兼并的方式在国外适宜地点投资办厂，这样既可以拓宽销售渠道，又能与当地相关企业形成利益同盟，减少贸易磨擦等。其次，应自觉遵守法制，诚信经营。国际贸易讲究的是效率和信誉，谁违背国际贸易规则，谁将受到规则的否决和制裁。当今社会责任标准和生态环保标准将成为阻碍我国纺织服务出口的主要壁垒之一。为此，中国纺织业在国际贸易中，一要严格执行国家的劳动法规，坚持以人为本，切实维护工人权益。二要建立快速反应机制。三要建立严格的质控机制，增强“绿色”环保意识，在纺织服装产品的原料采用、生产制作、设计包装和产品使用后的处理等方面严格按照环境保护法规来动作，主动推行生态环保认证，坚持国际认可的标准，与国际化接轨。四要建立诚信的服务机制。处处做到讲效率，讲规则，讲信誉，方能赢天下。再次，应积极开展纺织行业外交，提高中国纺织产业的国际竞争力。通过加强与国际同业竞争者、合作者、相关产业、客户和消费者、社会团体、经济与政治组织及个人的沟通、交流与互信，消除和避免因误解而造成的冲突与隔阂，提升国际形象，树立强国地位，打造中国纺织国家品牌，提升我国纺织产业的整体美誉，构造有序的产业体系，保证中国纺织业在经济全球贸易一体化时代能够稳定、健康和快速发展。

袁国贞

二0一0年六月五日

**第五篇：中国纺织业国际贸易竞争力研究综述**

中国纺织业国际贸易竞争力研究综述

李创任荣明王丽萍

（上海交通大学管理学院，上海200030）

摘要：系统总结了我国纺织业国际贸易竞争力的研究现状，指出了相关研究的不足之处，并提出研究纺织业国际贸易竞争力是一项迫切需要解决的问题。

关键词：中国；纺织工业；国际贸易；竞争力

纺织业是我国一个劳动密集程度高和对外依存度较大的产业，我国是世界上最大的纺织品服装生产和出口国，纺织品服装出口的持续稳定增长对保证我国外汇储备、国际收支平衡、人民币汇率稳定、解决社会就业及纺织业可持续发展至关重要。然而面对加入WTO，经济全球化进一步发展，绿色贸易壁垒进一步增强的国际经济环境，我国能否持续稳步地发展纺织品服装进出口贸易，亟待认真研究。为此需要客观而准确地分析我国纺织服装产业及其国际竞争力的现状和变化趋势，建立纺织业国际竞争力的相关评价指标体系及理论模型，研究我国纺织业国际比较竞争优势之所在，以及国际环境变化对我国纺织品服装出口的影响等问题，并提出相应的提升对策。这些对于制定和调整我国产业政策和贸易政策以及纺织行业政策，有着重要的理论和现实意义。

1我国产业国际竞争力研究现状

国内对产业国际竞争力的研究起步于20世纪90年代中期，近些年来取得较大进展，主要集中在对产业国际竞争力的概念界定、经济分析范式研究和评价方法及指标体系构建等方面的研究[1]。首先，国内理论界对于何为“产业国际竞争力”的概念争论颇多，争论的焦点主要集中在两个方面：一是对于产业的界定与分类；二是对于产业层次上的国际竞争力含义的理解。其次，国内对于产业国际竞争力的经济分析范式研究主要存在以下几种理论：产业国际竞争力“国家钻石”理论；工业品国际竞争力分析框架；行业分析、市场类型（结构）和价值链三种方法相结合的产业国际竞争力的经济分析框架。最后，对产业国际竞争力的评价是产业国际竞争力研究的一个重要方面。理论界对于产业国际竞争力评价的研究主要体现在两个方面：一是试图构建产业国际竞争力的评价指标体系；二是对特定产业的国际竞争力进行评价。

总的来说，目前国内对产业国际竞争力的研究仍处于初步阶段，还有很多方面尚待完善。首先，国内现有的研究还没有形成系统的、完善的产业国际竞争力理论体系，无论是对产业国际竞争力的研究对象还是研究方法都存在较大的分歧；其次，现有研究成果多是借鉴国外学者的研究成果进行分析，缺乏本土化的研究，缺乏在现实意义上的理论创新。比如，在产业国际竞争力的经济分析范式研究中，很少有学者注意到中国与发达的市场经济国家有着完全不同的制度背景，中国是处于由计划经济向市场经济转型阶段，市场经济尚未发育成熟，体制因素仍然影响着经济发展的方方面面，因此，将体制因素引入产业国际竞争力分析非常重要。

2.1 纺织外贸企业竞争力研究

近年来，我国许多纺织业相关专家从三个角度对纺织外贸企业竞争力进行了分析，提出了纺织外贸企业竞争力评价多相测度指标体系，并以陕西省15家纺织外贸样本企业为对象进行调查分析，综合运用了因子分析和聚类分析方法，探讨了影响纺织外贸企业国际竞争力的因素，从而提出了提高纺织外贸企业竞争力的建议。认为我国纺织外贸企业近年来在竞争地位和竞争主体上都发生了很大的变化。具体表现为：竞争地位下降，纺织外贸企业由市场竞争的“领头羊”变为“追随者”；竞争主体多元化，往往造成“1+1 ＜ 2”的竞争劣态。但并不意味着纺织外贸公司无竞争力可言，相反，我国纺织行业有雄厚的工业基础和科研力量，纺织外贸企业既有一定的业务能力又有一定的信息处理能力。当然，竞争地位的局限性将使企业对自身竞争能力缺乏有效的分析，从而无法确定企业的优势和劣势，制定出有利的竞争战略。因此，建立企业竞争力评价体系，找出竞争力的决定因素，选择有效战略并加以实施，评价纺织外贸企业竞争力，从而提高纺织外贸企业竞争力势在必行[2]。

(1)对外贸企业竞争力研究必须从多个角度进行分析，从整个竞争进程来考虑。

（2）通过多元统计方法的组合使用能够将竞争力评价定量化，从而增加了评价的可靠性。

（3）从研究中可以看出纺织外贸企业竞争优势的取得来自于“市场因素”和“技术进步”因素。因此，纺织外贸企业必须从提高外贸人员素质入手，培养出既懂管理又懂技术和外贸业务的专业人员。

（4）纺织外贸企业必须培养出自身的核心竞争能力，培养其市场创新能力、技术创新能力，了解市场，挖掘自身潜力，制定合理的竞争战略，提高企业竞争力。

2.2 技术改造对纺织企业竞争力影响的评价指标研究

主要针对纺织企业的实际情况，分析了技术改造对纺织企业竞争力的影响，并提出了技术改造对我国纺织业国际竞争力研究综述

纺织企业竞争力影响的评价指标体系[3]。该指标体系主要包括以下几个方面：一是反映企业竞争力的投入性指标，体现了企业通过技术改造来提升竞争力所投入的人力、物力和财力；二是反映企业竞争力的外显性指标，体现了企业在市场中的竞争能力和发展能力；三是反映企业竞争力的效益性指标，体现了通过技术改造企业在经济效益上的提高；四是反映企业竞争力的内在性指标，体现了企业生存和发展的持久性和保障性。

2.3 从政策方面对我国纺织业国际竞争力的相关研究

这方面的研究主要遵循以下思路：采用理论分析的方法，剖析当前世界纺织工业发展的新特点及纺织品市场竞争的新趋势，并根据我国纺织工业的现有实力与差距，探索在新时期提高中国纺织业国际竞争力及建设纺织强国的有效途径。相关研究在国内较多，但只停留在理论与政策方面，缺乏实证研究与理论模型[

42.4 国内各地区对纺织业国际竞争力的研究

国内针对不同地区的纺织品国际竞争力的研究还很缺乏，主要是一些沿海经济实力较强的、纺织品国际贸易量较大的地区，针对该地区作了一些比较笼统的政策上的分析，而没有深入的理论与实证上的分析[8～11～7 ]。]。

2.4.1福建纺织服装企业入世竞争力分析

价格上的比较优势是福建省纺织服装产品在国际市场竞争力的主要体现，但是弱势也非常明显；企业制度与国际接轨还有明显距离；缺少有影响力的名牌产品，品牌竞争乏力；利用外资格局潜在的变化将使福建省纺织服装出口面临冲击。

2.4.2上海纺织产品国际竞争力分析

在分析了上海纺织业的实际情况后，提出了如下一些政策建议：适应市场需求优化资源配置；依靠科技进步开发纺织新品；建立科技成果转化的有效机制；加速技术开发的国际合作。

2.4.3 天津纺织工业综合竞争力的分析与比较

在市场调研的基础上，运用多元统计分析方法对天津纺织工业的综合竞争力进行了定性和定量的分析。

2.4.4 其他地区的分析研究

其他地区的相关分析也主要集中在一些政策建议的提出，缺乏成熟的理论与评价方法支持，可见这方面还有很多工作有待研究。

2.5 针对不同纺织品国际竞争力的研究

这方面的研究主要集中在以下几方面：贸易企业内部组织结构的设置及管理研究；外销定单的风险决策模型研究；如何建立比较完善的电子商务系统以及纺织品的MIS 系统研究；如何在纺织品生产和非生产国家，配额与非配额国家区分的基础上，建立企业的全球化营销

2.6 现有研究的不足

目前在国内对于纺织品国际竞争力问题的研究还相当缺乏，现有的研究主要集中在政策层面上的分析，缺乏成熟的理论模型与评价指标体系，实证研究也很少看到，同样的问题也存在于国外资料上。现有研究的不足之处主要集中在以下几方面。

（1）缺乏对我国纺织品产业与贸易的历史、现状及变动趋势，特别是我国纺织品国际贸易的区域分布、产品分布及其贸易贡献率等方面的全面系统总结。

（2）对我国纺织业国际竞争力的概念、内涵及外延缺乏研究，对纺织品贸易与国际竞争力的理论和评价方法，缺乏系统分析与评价，具有我国纺织产业特色的国际竞争力评价指标体系及相关模型还没有建立。

（3）缺乏对国内外纺织产业和国际贸易的相关数据分析，例如对世界纺织品主要进出口国的产业现状及结构变化趋势缺乏了解，对我国各地区纺织工业企业经营效率和我国各地纺织企业国际竞争力优势缺乏实证分析。

（4）对我国不同纺织品，如棉、毛、丝、麻，服装及产业与装饰性纺织品等国际竞争力缺乏理论研究与实证分析，对我国不同纺织品国际竞争力真实情况了解不足。

（5）对纺织业国际竞争力出现的新发展缺乏动态研究，例如应用DEA、CGE 模型的动态分析等等。对提升我国纺织企业国际竞争力的若干现代管理方法，如供应链管理（S C M）、快速反应系统（Q R）等认识不足。

（6）对我国纺织业国际竞争力影响因素的系统分析与评估还有待完善，包括入世对我国纺织业及其对纺织品国际竞争力的积极影响和消极影响、加入WTO后我国纺织产业和国际贸易竞争力的影响因素分析等。结语

中国加入WTO以后，对我国影响最大的行业之一就是纺织行业，其面临的机遇与挑战是空前的。而在国内，对于纺织行业国际贸易竞争力的研究还相对比较缺乏，研究的方向也主要是从现实情况推导出一些相关政策建议，缺乏系统的理论与实证分析，难以适应我国纺织品国际贸易的快速发展，对

政府决策也起到了制约作用。因此，研究纺织业国际贸易竞争力是一项迫切需要认真解决的重要课题。

参考文献：

[1] 陈卫平，朱述斌.国内关于产业国际竞争力研究综述[J].教学与研究，2 0 0 2（4）：5 7 ～6 1.[2] 郭伟，胡笑寒.纺织外贸企业竞争力研究[J].郑州纺织工学院学报，2 0 0 0（2）：4 0 ～4 4.[3] 贺金凤.技术改造对纺织企业竞争力影响的评价指标[J].棉纺织技术，2 0 0 2（7）：3 2 ～3 4.[4] 许晖，纪义华.纺织工业国际竞争力浅析[J].科学与科学技术管理，1995（12）：1 9 ～2 1.[5] 韦建华.提升我国纺织工业国际竞争力迎接WTO的挑战[J].上海企业，2 0 0 1（12）：4 0 ～4 1.[6] 李玮华.论提高国际竞争力建设纺织强国的有效途径[J].理论月刊，2024（4）：17～18.[7] 谭梅慧.入世与我国纺织工业综合竞争力探讨[J].广东商学院学报，2024（1）：25～27.[8] 丁家騊.提高上海纺织产品市场竞争力的研讨[J].上海纺织科技，1998（4）：6～9.[9] 王淑珍.加入WTO福建纺织服装业竞争力如何[J].开放潮，2024（11）：37～38.[10] 王淑芬.天津纺织工业综合竞争力的分析与比较[J].统计与决策，2024（1）：35～42.[11] 吴著书.黄石市纺织服装业竞争力研究[J].黄石高等专科学校学报，2024（3）：1～9.[12] 何文力.提高中国纺织面料国际竞争力的建议[J].中山大学学报论丛，2024（4）：171～174.

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找