# 福建纺织服装材料

来源：网络 作者：清幽竹影 更新时间：2024-09-06

*第一篇：福建纺织服装材料福建省沿海产业密集带以沿海交通干道为主轴，连接贯穿宁德、福州、平潭、莆田、泉州、厦门、漳州等沿海一线，改造提升船舶及海洋工程装备、轻工、纺织等传统产业，通过闽台产业对接等方式构建东部沿海临港产业发展带。福建省：智能...*

**第一篇：福建纺织服装材料**

福建省沿海产业密集带以沿海交通干道为主轴，连接贯穿宁德、福州、平潭、莆田、泉州、厦门、漳州等沿海一线，改造提升船舶及海洋工程装备、轻工、纺织等传统产业，通过闽台产业对接等方式构建东部沿海临港产业发展带。

福建省：智能纺织、制鞋、服装、包装等专用机械，休闲运动鞋、运动鞋辅料及配件，高档纺织面料，品牌服装、家用纺织品，高档复合非织造布、建筑/交通/环保/医疗/农业等产业用纺织品，生物质纤维。

福州轻工纺织机械三个产业去年产值率先破千亿元

福建纺织业十二五规划:将建世界级纺织服装产业基地

据了解，2024年我省纺织工业规模以上企业2691家，实现工业总产值2655亿元，“十一五”年均增长20.1%，占全省工业总产值12%，纺织经济总量多年保持全国第五位。一批化纤、棉纺、织造、染整、产业用纺织品、服装等行业的龙头企业不断做大做强，全行业已出现产值超“百亿”的企业集团1个，超50亿的企业10个。

我省规模以上纺织企业主要产品产量在全国也排名靠前，其中化纤206.15万吨，在全国排第三位；纱184.18万吨，排第五位；布31.2亿米，排第七位；印染布39.12亿米，排第五位；非织造布10.56万吨，排第五位；服装29.23亿件，排第五位。

省经贸委表示，目前我省纺织产业集群效应明显增强，全省被授予中国纺织服装产业集群试点地区的有晋江、长乐、永安等3个“中国纺织基地市”；石狮“休闲服装名城”、石狮丰泽“童装名城”、尤溪“革基布名城”；以西裤、运动服装、内衣、休闲装、童装、织造、经编、花边、辅料等的12个“特色名镇”。全行业60%的企业装备达到国内先进水平，其中30%化纤装备和15%棉纺装备处于国内领先或国际先进水平。

福州市拥有规模以上企业471家，2024年实现工业总产值627亿元。主要包括：以金纶高纤、力恒锦纶、锦江科技等企业为代表的化纤产业；以金鹤毛绒、恒益纺织、福荣针织等企业为代表的经编产业；以经纬集团、金源纺织、正隆纺织等企业为代表的棉纺产业；以洪良染织、华冠针纺、联丰染整等企业为代表的印染产业；以源盛纺织、福田制衣、汇邦制衣等企业为代表的服装产业。福州的经编面料、涤纶混纺纱产量居于全国前列。

据福州市对外贸易经济合作局发布的信息，截至今年上半年，福州市累计引进台资企业3078家（含第三地），台资企业总产值超过700亿美元，形成三大百亿产业集群。

福州市对外贸易经济合作局介绍说，福州与台湾一水之隔，从上世纪80年代开始便不断有台商前来投资。台商数十年间的根植创业大大推动了福州经济发展，目前台资企业

（包括含台资成分的企业）约占外商投资企业总数的40％，台资项目平均规模超过200万美元，打造出电子信息、机械冶金、纺织等三大产业集群。

据介绍，冠捷科技、中华映管、福顺微电子、英冠达电子等台湾电子信息企业在福州投资办厂，规模均超过百亿；福州机械冶金产业集群有100多家台资企业，其中，东南汽车是大陆批准成立的最大的海峡两岸合资汽车企业；福州纺织产业集群则以福华、大同引领染整织造业，以贺泰发、美全、三富等企业引领服装业。

除了这三大规模达百亿产业的集群外，台商在福州还形成以顶益食品、统一食品为龙头，中富包装、紫江包装为配套的食品集群。台湾水泥、裕隆集团、清禄集团等台湾大企业也在福州落户。

以服装为龙头完善产业链

福建省纺织工业经过20多年产能规模的快速拓展，纺织产业集聚、企业集群区域特色已明显突出，呈现出蓬勃发展趋势。一批以市、县、镇区域经济为特色，以大型企业为骨干，以中小企业为主的纺织产业集群开始形成并显示出较强的竞争力。到目前为止，福建被中国纺织工业协会授予纺织服装产业集群试点地区的共有17个市、县、区、镇，占全国纺织产业集群特色城镇数量的10％。

产业体系完备上下游联动

至2024年，全行业职工突破120万人，已形成了化纤、棉纺、织造、印染、非织造布、产业用纺织品、家用纺织品、服装服饰、纺机纺器等行业结构体系。

首先，以发展化纤、纱线、经编面料等纺织原料产业而形成的产业集群已初具规模。福州地区的长乐市2024年被授予“中国纺织产业基地市”，长乐的金峰镇和松下镇分别为“中国经编名镇”和“中国花边名镇”。从长乐市的产业集群来看，长乐市纺织业以加快纺织原料开发生产为己任，不断满足国内纺织业发展的化纤、纱线、经编面料等的需求，从而成为国内纺织产业集聚发展最快的地区之一。目前，该地区化纤短纤、长丝年产70万吨；棉纺420万锭，化纤纱、混纺纱80万吨；经纬编面料、经编花边产品占据全国市场份额的1／5。

其次，福建还形成了由专业市场带动，上下游产业协调发展的产业集群。从泉州地区的晋江纺织产业集群和石狮服装产业集群来看，泉州服装发展源于石狮服装集散市场，由于服装专业市场和服装加工产业链不断延伸，在石狮、晋江周边城镇以及泉州地区逐渐形成了以服装产品为龙头，化纤、棉纺织、针织、印染、服装辅料、非织造布、纺机等相互配套的比较完整的产业链。2024年，泉州全市工业总产值达到1174亿元，其中规模以上999亿元。泉州的晋江市已被中国纺织工业协会授予“中国纺织产业基地市”，石狮市为“中国休闲服装

名城”。产业集群品牌带动效应凸显，“九牧王”西裤、“七匹狼”夹克、“柒牌”男装、浔兴SBS拉链等一大批品牌在省内外享有较高声誉。

最后，与产业用纺织品产业链相关联的企业也形成了产业集群。革基布等产业用纺织品是福建内陆南平、三明地区的特色产品，具有较长的发展历史。尤溪县、永安市等市县经过加大行业技术改造提升，形成了以革基布织造为龙头的纺纱、织造、染整、制革、后加工的产业用纺织品产业集群。

**第二篇：2024纺织服装展**

2024年（春季）上海纺织服装展览会

2024年4月18日至20日上海世贸商城展览馆

主办单位:上海世贸商城

协办单位:日本伊藤忠集团 艾服思(上海)日本DAISEN株式会社 韩国纤维产业联合会 韩国纺织品中心 美国达拉斯市场管理中心 上海服装行业协会

展会背景：

上海纺织服装展览会联系电话\*\*\*，自2024年至今已成功举办了8届展会，展商及买家规模逐年上升，2024展会规模提升逾30%，并吸引日韩企业组团参展、欧美买家组团采购，国内主流百货全程参与，成为行业内最具影响力的时尚纺织服装展会之一。全球经济增长放缓，国际市场需求低迷，人民币升值带来劳动力成本上涨，内需市场受到OEM企业的更多关注。如何保持出口，拓展内销成为摆在OEM企业面前的共同课题。●展会特点

20000买家 携“商机无限”

＊百货商场—300家国内大中城市中高档百货公司

＊渠道买家—3000家品牌经销代理商、服装专业市场、中高档专营店＊品牌服装—2024家国内品牌服装企业

＊海外买家—1000家来自欧洲、美国、日本、韩国的海外直接采购商商务活动 促“交流发展”

＊商贸配对—海外买家采购专场、品牌渠道对接专场，实现采供绿色通道＊品牌发布—中外时尚品牌及设计师品牌发布，创意潮流交相辉映＊商务交流—交流酒会、定货会、集群发布会，搭建多元合作平台宣传推广 引“全程瞩目”

＊50家平面媒体、10家电视频道、5家电台全方位宣传推广

＊20家网站全方位实时报道

＊5万直邮邀请买家、5万电邮、短信发布展会动态

＊电话中心30万名录邀请专业买家

＊户外广告、移动媒体覆盖全上海

展品范围

中外品牌服装馆：男装、女装、童装、运动服装、设计师品牌、其他

服装贴牌加工馆：时装、休闲装、毛衫、内衣、牛仔、T恤、运动服装、皮革服装、羽绒服装

服装配饰馆：围巾、披肩、帽子、腰带、包袋、袜子、饰品

面料辅料馆：棉纺面料、毛纺面料、丝绸面料、麻纺面料、化纤面料;花边、拉链、纽扣、织带、商标吊牌、衬布

价格

一.标摊10000元/个9平方米（3m\*3m）二.豪标25000元/个18平方米（3m\*6m）三.特装1000元/平米

联系单位： 上海世贸展城

联系地址： 上海市延安西路2299号

邮政编码： 200336

联系人：周阳先生

电话： \*\*\*QQ 1327582585

邮箱：zhou1023yang@163.com传真：021-51714598

**第三篇：2024纺织服装产业链**

中国纺织工业协会

中纺协函[2024] 39 号关于举办2024纺织服装产业链创新大会 暨纺织技术创新成果展示交易会的通知

各有关单位：

中国纺织工业协会连续两届召开的全球纺织服装供应链大会，有力地推动和加强了我国纺织服装企业，认真研究全球纺织服装供应链中的技术和管理问题，对企业提高供应链管理效率，增强快速反应能力，发挥了重要作用。

借助第八届中国〃海峡项目成果交易会的平台，工业和信息化部、福建省人民政府和中国纺织工业协会将于2024年6月17日至18日，在福建省福州市共同举办“2024纺织服装产业链创新大会暨纺织技术创新成果展示交易会”。会议以“优化纺织产业链、技术创新促发展”为主题，围绕产业链中的创新和管理问题，深入研究产业链各环节技术创新关键技术，推广科技创新成果，旨在提升我国纺织服装产业链的整合能力和国际竞争力。

一、活动主承办单位主办单位：工业和信息化部、福建省人民政府、中国纺织工业协会

承办单位：中国纺织信息中心、福建省经贸委、6〃18组委会办公室

协办单位：中国服装协会、中国纺织服装教育学会、中国纺织工程学会、福建省纺织行业协会、福建省服装服饰行业协会、四川省彭州市人民政府

支持单位：教育部高等学校高职高专轻化类专业教学指导委员会

二、会议议题

（一）纺织产业链共性、关键技术成果交流与对接;

（二）电子商务、物流与信息技术开发和应用;

（三）产业链管理技术与产业链合作。

三、会议时间、地点

（一）会议报到

时间：2024年6月16日（星期三）

（二）2024纺织服装产业链创新大会 时间：2024年6月17日（星期四）

地点：福建省福州西湖宾馆（福州市鼓楼区华林路11号）电话：0591-87857008

（三）第八届中国〃海峡项目成果交易会及参观纺织产业馆 时间：2024年6月18日（星期五）地点：福州海峡国际会展中心

四、邀请对象

（一）工业和信息化部、福建省人民政府、中国纺织工业协会等部门相关领导；

（二）国内相关纺织产业集群所在地政府领导，国内主要纺织专业市场所在地领导；

（三）国内外相关高校、科研单位纺织领域专家；

（四）省内外纺织、印染、服装企业主要负责人及代表；

（五）服装辅料企业、纺织服装设备仪器生产企业的代表；

（六）纺织产业服务机构代表，零售通路企业代表。

五、项目征集、参会方式及收费标准

（一）主办单位将为参展的纺织院校及科研院所免费提供标准展台（如需特装展台，费用自理）；

（二）特向有关单位征集技术成熟且推广前景良好的新技术成果项目，经大会组委会审定后，相关内容将在研讨会上发布、刊登在会议资料中或在展览会上进行展示和推广；

（三）住宿费自理，会务费600元/人；

（四）参加活动的代表请认真填写《回执表》并按规定时间报名，大会组委会将按《回执表》发送正式通知，以确保住宿

六、联系方式

（一）中国纺织信息中心

地址：北京市东长安街12号邮编：100742 联系人：王秀荣 陈立

电话：010-85229654 85229273 85229772传真：010-85229273 85229771 电子邮箱：fcq@fabricschina.com.cn

（二）福建省经贸委

地址：福建省福州市省府路1号11号楼邮编：350001 联系人：李剑超 毛祚康

电话：0591-87554956-806 87554956-805传真：0591-87554956-808 87547287 电子邮箱：fjhx\_fta@163.com

附件1：会议日程表

附件2：“2024纺织服装产业链创新大会暨纺织技术创新成果展示交易会”回执表

二○一○年三月十五日

主题词：纺织产业链技术创新会议通知抄送：工业和信息化部福建省人民政府

中国纺织工业协会办公室2024年3月15日印发

附件

1会议日程表

第一阶段：大会开幕式

2024年6月17日（星期四）上午08:30-09:00

1．国家工信部领导致辞； 2．中国纺织工业协会领导致辞； 3．福建省人民政府领导致辞。第二阶段：大会主题演讲及论坛

2024年6月17日（星期四）上午09:00-12:30 自助午餐：(13:00-14:00)

演讲嘉宾：政府相关部门、产业集群与行业协会领导、著名产业经济学者、国内外知名品牌战略家和企业管理专家等。第三阶段:专场研讨与接会活动

2024年6月17日（星期四）下午14:00-18:00

（设三个分会场，国内外纺织院校和企业专场项目成果对接会。）

1．纺织及纺织原材料项目成果对接活动； 2．印染及印染后整理项目成果对接活动； 3．产业用纺织品项目成果对接活动。第四阶段：欢迎晚宴

时间：2024年6月17日（星期四）18:30-20:00地点：福建省福州西湖宾馆

第五阶段：第八届中国〃海峡项目成果交易会及参观纺织产业馆 时间：2024年6月18日（星期五）上午 09:00-12:30地点：福州海峡国际会展中心

第六阶段：考察相关企业活动（具体待定）

附件2

2024纺织服装产业链创新大会暨纺织技术创新成果展示交易会

回 执 表

注：1.此表格复印有效；

2.展示会报名截止日期：2024年4月10日，研讨会报名截止日期：2024年5月20日。

**第四篇：纺织服装营销学**

纺织服装市场营销现状与策略

纺织服装业是历史最悠久的行业之一，在我国乃至世界贸易中都占据着重要地位。它和人民的生活密切相关，无论哪个国家都离不开纺织服装的生产和贸易。从工业化和经济发展的规律看，纺织服装业往往是一个国家或地区工业化初期的主导产业，同时也是对外贸易的最主要产品。随着经济全球一体化和现代工业的发展以及信息产业的兴起，纺织服装行业也从劳动密集型逐渐向劳动密集与技术密集相结合型转变，而营销在整个行业中占据了越来越重要的地位。

2024年1月1日，世界各国取消了对纺织品的配额限制，我国的纺织品贸易得到了空前的发展，纺织服装贸易额占到世界纺织品贸易额的38%。这样一个正在兴起、经济持续高速发展的大市场，使国际上许多著名的企业纷纷进军中国市场，来分享这块大蛋糕。纺织服装在这方面表现的更加突出。我们可以看到一些著名的甚至是奢侈服装品牌纷纷落户在我国，大量的国外和我国港澳台地区的纺织生产企业也开始转移到中国内地。外商的到来，一方面丰富了我国的市场，带来了新的理念、管理模式和营销模式；另一方面也加剧了我国纺织服装市场的竞争。但从国际竞争目标来看，我国的现在最具有竞争能力的行业还是制造业，而不是高新技术产业。我们最大的相对优势是劳动力充足，长期的价格竞争力成本较低。从国内政策的目标来说，就业问题始终是一切政策的首选目标，继续引进外资、发展制造业是完全必要的。

我国纺织服装业在国际竞争中面临着各种问题。虽然我国是世界上最大的服装生产国和出口国，但出口企业主要是出口加工型企业，从某种意义上讲，我国服装出口企业只是外国服装经销商的加工厂，仅能从中赚取到一点微薄的加工费，企业盈利率远远低于国际平均水平；现今纺织服装业国际竟争的焦点，已从劳动力成本的较量转向品牌的较量，而我国70%的出口服装是以定牌生产为主，没有或缺乏自己的品牌，更无国际知名品牌，短期内以自己的品牌出口服装还有一定的困难。品牌竞争力弱，名牌产品少，缺乏国际竞争力；我国纺织品的出口主要集中在中国特别行政区和日本、美国、欧盟、韩国和地区，纺织出口企业往往为争夺客户多头对外，低价经销；纺织服装业具有进入壁垒小、竞争性强、消费需求弹性大的特点，我国面临众多发展中国家的竞争；由于我国正处于经济结构调整期，国内纺织品需求衰退，生产相对过剩，出口乏力。另外，我国纺织品出口困境也越来越明显，国内原材料涨价，加工费提高，出口竞争力削弱，而且我国出口产品品种单一，再加上国际上新的对华限制，使我国纺织服装产业面临来自国内外的重重困难。

鉴于这些情况，我国纺织服装企业必须进行产业转型升级。目前，我国纺织

企业转型升级的主要方向是加强创新研发，打造真正属于自己的品牌。比如，在材料方面可以研发具有新功能新用途的材料；创意上可以采用本土的传统设计，而不一定全部向国外购买；电子商务的发展也给纺织服装的转型提供了一个更加广阔的平台。转型升级过程中必然会出现一些问题，在我国纺织服装发展过程中，形成了一些制约企业转型升级的因素，比如，路径依赖制约自主创新，长期的招商引资、用市场换技术使企业忽略了能力创新培育，原始创新能力不强，核心竞争力不足；创新投入与发达国家和先进地区存在较大差距，无论是研发投入还是企业自主创新能力都不够；创新环境建设仍有较大改善空间，由于成本提高限制了致力于创新的企业的发展和人才的集聚，一些缺乏核心技术的企业不惜以降低产品质量为代价，大打价格战，破坏了市场的竞争环境；部分制度不适应企业转型升级的需要，宏观调控政策与创新扶持政策协调不够等问题都制约了企业快速转型升级。

面临这些问题，企业在转型升级过程中要进行适当的营销调整。我们要抢抓机遇，充分利用宏观政策、微观发展形成的“倒逼”机制，在调整中提升，推动中小企业转型升级。自主创新，不断提高企业竞争力。充分发挥企业创新的主体作用，积极引导和支持创新要素向企业集聚，促进科技成果向现实生产力转化。一是科技创新，高度重视传统产业的科技创新与改造，适时考虑在区内建立生产力促进中心；二是供应链创新，在当前高成本形势下，要特别重视和加强配套协作过程中的产业供应链管理，积极寻求供应链变革与再造，减少经营成本；三是营销创新，积极运用网络等新型的销售渠道，通过网上下单、就近配送、，努力缩短销售渠道，降低营销费用，增强竞争能力。由政府支持、企业自愿，建立完善各种行业协会，加强行业协会的协调自律功能，努力形成政府、协会、企业三位一体的良性互动局面。通过企业间的联合，整合资源，优势互补，引导发展重点突破的产业和领域。对具有产业优势的企业，实行兼并联合，组建集团，实现其产业优势的快速扩张。由优势企业兼并劣势企业，或者以名优产品为龙头，以骨干企业为核心，以产权联合为纽带组建跨行业、跨地域的企业集团，依靠集团带动调整企业组织结构，促进纺织服装企业的快速转型升级。

对中国纺织企业来说，“绿色环保技术壁垒”既是机遇又是挑战。我们一是要加大新品开发力度，不断创新产品质量和降低生产成本。二是要创新市场营销理念，提高营销效益。企业积极应对，通过加大自主创新力度，着力开拓国内市场，推进自主品牌建设最新研制的电子商务平台的建设也为企业国内市场的开拓提供了新的途径。

首先，要确立科学规范的市场营销理念，调整优化营销策略，将企业自身相对优势组合成市场竞争优势。市场营销的根本任务不是卖得掉，而是卖得俏、卖得好，追求利润最大化并实现企业的经营目标。后配额时代中国企业要抛弃为

了争取出口创汇而牺牲价格及利润的传统观念，要重新确立以质量、品种、品牌、信用为根本，以活、新、奇、快、优、廉为制胜准则的适应现代商业规范的市场营销理念，变企业本位为顾客本位。注意提升企业及其产品的知名度与美誉度以及市场集中度，调整优化营销策略。除了广交会、哈交会、产品展等形式把客商请进来外，还可以走出去，在人家的家门口摆摊设店；除了进行产品销售外，还要“推销”自己的企业文化，以商业利益和文化融洽吸纳客商，增强商业交流与情感沟通。要创新市场营销理念，提高营销效益。企业积极应对，通过加大自主创新力度，着力开拓国内市场，推进自主品牌建设最新研制的电子商务平台的建设也为企业国内市场的开拓提供了新的途径 首先，要确立科学规范的市场营销理念，调整优化营销策略，将企业自身相对优势组合成市场竞争优势。市场营销的根本任务不是卖得掉，而是卖得俏、卖得好，追求利润最大化并实现企业的经营目标。后配额时代中国企业要抛弃为了争取出口创汇而牺牲价格及利润的传统观念，要重新确立以质量、品种、品牌、信用为根本，以活、新、奇、快、优、廉为制胜准则的适应现代商业规范的市场营销理念，变企业本位为顾客本位。注意提升企业及其产品的知名度与美誉度以及市场集中度，调整优化营销策略。除了广交会、哈交会、产品展等形式把客商请进来外，还可以走出去，在人家的家门口摆摊设店；除了进行产品销售外，还要“推销”自己的企业文化，以商业利益和文化融洽吸纳客商，增强商业交流与情感沟通。

其次，要建立健全市场信息系统和销售渠道网络，以市场营销为中心强化对市场的快速反应机制和应变能力。在上次非典冲击中，我国一些纺织企业陷入了束手无策的被动局面，主要原因是抗风险能力太差。中国纺织企业可利用现代市场学理论和先进的信息技术，以点、片、面、网交织的立体化系统性市场信息网络和销售渠道网络，发挥信息资源引导作用，促进企业的物资流、资金流、信息流的有效整合，避免盲人摸象，要有的放矢，快人一步。中国纺织企业可以与国内外有实力的经销商家进行深层次的合作，拉上商家一起闯市场打天下，形成产、销、研一体化的利益共同体，专业优势互补。

第三，要引进、培养高级专业营销人才，组建一支精干高效的营销队伍。千军易得，一将难求。中国纺织企业要创造优惠条件招龙引凤吸纳专业营销人才，加大内部培训力度，完善人才的选拔、激励、约束机制，不拘一格用人才，尽快组建一支懂经济、懂市场、懂法律，熟悉国际商务规则的高素质营销队伍，完成东西方营销理念的整合，步入国际平台参与国际市场的竞争，充分利用国际、国内两个市场资源，迎接后配额时代的机遇和挑战。

中国纺织服装行业要根据市场形势的变化，及时地转变经营思路，调整经营战略，实现产业转型和升级。就目前的形势来看，中国的纺织服装企业应该把发展的重心放在提升科技贡献率、品牌知名度和管理水平上来，摆脱过去靠低成本

低价格来赢得市场的做法。只有这样，中国的纺织服装产业才能真正地走上国际，拥有自己的一席之地。

**第五篇：中国纺织服装企业**

中国纺织服装企业“走出去”战略分析

——以江苏省常州市为例

姓名：芦琳

学号：2006162031

年级：2024级

专业：国际经济与贸易

课程名称：专业学年论文写作 代课教师：柳青艳

中国纺织服装企业“走出去”战略分析

——以江苏省常州市为例

[关键词]“走出去”；纺织服装企业；战略

[摘要]“走出去”战略是我国当前经济发展中的一项重要战略。对江苏的纺织服装企业来说．实施“走出去”战略可以规避国际贸易壁垒和贸易摩擦．获得有利的市场竞争条件．掌握市场销售渠道，从而提高企业的国际竞争力。当前国内、国际形势使我国纺织服装出口面临严峻的挑战，“走出去”是企业寻求新的发展空间的必然趋势。因此企业应根据自身的发展状况，选择不同的“走出去”发展模式，同时政府也应通过加大财政金融支持、积极构建境外投资担保制度、加强企业海外投资知识的培训、筹划集群式投资，建立境外纺织工业园、继续改革对外投资审批制度等政策来支持企业“走出去”。

纺织服装业是常州的传统产业之一，经过多年的发展，现已形成了较为完整的产业体系。2024年全市纺织服装行业规模以上企业共有729家，完成销售收入400亿元，其中出口18.37亿美元。常州的牛仔布、灯芯绒、彩棉服饰等产品在国内具有较高的知名度，其中牛仔布的产量约占全国产量的20%，灯芯绒的产量约占全国产量的28%，服装产量5亿套，纺织面料后整理能力和服装加工能力名列全国前茅，常州的纺织服装业拥有“黑牡丹”“月夜”“顶呱呱”“蓝豹”等国内外知名品牌。随着我国加入世界贸易组织以及纺织品配额的取消，常州市纺织服装企业迎来了新的发展机遇，近几年来出口额持续攀升，但由于纺织服装行业仍处于粗放式发展模式，低水平产品生产能力明显过剩，造成中低档产品国内供过于求的局面。近来我国纺织服装出口贸易摩擦不断，欧美国家又恢复对我国部分纺织品设限，人民币升值不断加快，原材料涨价，使得出口风险加剧和企业利润空间降低。如何化解目前的贸易纠纷，解决国内产能过剩的问题，以及加快纺织服装业的产业结构调整，“走出去”无论从开拓市场空间，优化产业结构，获取经济资源，争取技术来源，还是突破贸易保护壁垒，都是一种必然选择。

一、常州市纺织服装企业“走出去”所面临的国内、国际形势

目前我国纺织行业面临较大的国内生产能力过剩问题，在2024年商务部调查分析的84种纺织服装类商品中，87%的商品供过于求，到2024年底，我国纺织综

合加工能力过剩15%—20%，我国化纤行业产能（1650万吨）已接近世界一半。从当前国际环境看，我国纺织业面临的国际贸易形势日益严峻，WTO多哈回合谈判近期宣布无限期中止，这是WTO成立以来遭受的第一次较大失败，预示着全球贸易自由化进程的暂停，北美和欧盟的贸易保护主义正在“抬头”，正针对中国纺织服装出口实行新一轮设限行动；发展中国家加紧对我国施加政治压力，试图削减我国纺织服装产品竞争力和市场机会，使我国纺织服装出口面临双重挤压；日趋紧密的区域性贸易优惠安排也对我国纺织服装出口形成竞争压力。

2024年由于纺织品被动配额全部取消，常州市纺织服装出口增长迅猛，出口额相对于2024年增幅达27%，随着欧美恢复对我纺织品出口设限，该市纺织服装出口增长的势头开始减落，2024年1至10月，出口增幅相对于2024年回落9个百分点，出口增幅甚至低于纺织品被动配额取消前的2024年，“走出去”是企业寻求新的发展空间的必然趋势。到境外投资建厂，实现原产地多元化，可以拓展产品的国际市场空间，减少贸易摩擦，同时可促进我市纺织服装产业的结构调整。

常州市纺织服装企业实施“走出去”战略也将面临重要的发展机遇期。国际政治局势总体继续保持稳定，世界经济继续保持增长态势，世界贸易保持较快增长，跨国投资继续回升。经济全球化和区域经济一体化深入发展，贸易自由化和投资便利化进程不断推进，全球产业转移和结构调整步伐加快。各国政府为吸收外资，提供了更加优惠的政策和更便利的服务。随着全方位对外开放，我国与周边国家经济关系更加密切，相互依存加深，与发达国家经济技术合作不断加强。特别是在加入WTO后，我国获得了相对稳定、透明的国际贸易投资环境，分享国际贸易投资自由化的便利逐步变为可能。企业通过“走出去”，将研发、设计、生产、营销各环节在全球范围内进行优化配置，建立跨国企业的发展模式。

二、常州市纺织服装企业实施“走出去”发展战略的模式

近几年来，常州的纺织服装企业引进了德国、法国、意大利、日本等国家和地区的具有国际先进水平的装备，使纺织服装工业技术装备水平大幅提高；CAD、CAM等先进技术的应用，也使设计开发水平获得提升；一批具有相当规模的企业已建立起了现代企业制度，拥有一批熟悉外贸、懂国际企业运营的复合型人才。企业可以根据自身的发展状况，制定相应的国际化发展战略，选择不同的“走出去”发展模式。

1、直接投资建厂

企业可以在发展中国家选择政局稳定、对纺织关注、与欧美有优惠贸易安排、国内投资政策透明且政策优惠，同时在劳动力、税收、原材料等方面仍有优势的的国家进行直接投资，非洲包括赞比亚、几内亚、毛里求斯、马达加斯加、埃及；拉美以墨西哥、哥伦比亚为主；亚洲以柬埔寨、泰国、孟加拉、越南为重点，充分利用这些国家的人力资源，形成自己的成本优势，而接订单、设计等环节依然留在国内。

2、跨国并购与合资合作

在国际直接投资总额中，跨国并购投资额所占比重正逐年提高，表明传统的投资创建企业的方式正在被取代，跨国并购日益成为国际直接投资的主要形式。一个纺织服装企业到国外建立新企业，首先需要进行详细的前期考察、研究，选择合适的项目和投资地，然后再采购设备建设厂房，招募工人并进行培训，这样就差不多要花上近1年半的时间，而欧盟设限的期限是2年半，这将影响企业“走出去”的积极性。企业到国外选择合适的合作伙伴是目前较为可行的途径，通过选择经营能力不善的，或者是生产能力闲置的国外企业，以常州市企业的资金、技术、订单、以及有知识产权的设计等等作为股权投资并购当地企业，以缩短建设周期，抢占市场先机。或是实行强强合作，优势互补，利用合作伙伴在国际市场的销售网络和营销经验，共同联手开拓国际市场。

3、承包租赁

企业可以到与欧美有区域性贸易优惠安排的国家租赁设备和厂房进行生产，企业带技术工人过去，并对原有的工人考核培训以后进行生产，这种方式投资少、周期很短、见效快，同时可以饶过欧美的纺织品设限及其他贸易壁垒。

4、在境外建立销售网络与技术研发中心

企业在国外建立贸易公司，直接与销售地市场接轨，聘请当地市场营销人员，点对点、面对面地接触远洋客户，逐步建立起海外市场销售网络；同时设立品牌展示推广中心，定期参加国际知名时装周，提升品牌形象及拓展终端市场的控制力，提高参与国际竞争的能力和水平。企业也应在发达国家设立技术研发中心，加强同世界服装行业的交流与合作，聘请国外专家共同进行纺织新材料、新技术、新工艺的开发，使自己的设计、技术做到国际化。目前常州市的老三集团分别在澳大利亚、日本，东华纺织集团分别在英国、美国设立了贸易公司，通过收集当地的市场信息，跟踪国际服装发展潮流，从而生产出满足市场需求的产品，并逐

步尝试在国外开设专卖店，推广自主品牌，加快实施品牌输出。

三、政府如何推动常州市纺织服装企业实施“走出去”战略

为适应新形势下实施“走出去”战略的需要，政府应不断完善对外经济合作鼓励政策和管理体制，加大财政支持力度，不断完善“走出去”社会服务体系，重点选择年出口额在1000万美元以上以及具有自主品牌的纺织服装生产企业，作为“走出去”的第一方阵加以扶持。

1、加大财政金融支持

常州市涉外部门可以会同财政金融等部门，重点帮助企业用足用好“对外经济技术合作专项资金”、“中小企业市场开拓资金”、“境外加工贸易贷款贴息”等鼓励企业“走出去”的各项优惠政策。积极争取中国进出口银行、国家开发银行、出口信用保险公司等政策性金融机构对常州市“走出去”纺织服装企业的信贷、保险支持。对经营状况良好的境外纺织服装企业由市财政给予奖励。

2、积极构建境外投资担保制度

对企业而言，境外投资的一个很大风险来自于政治风险。过去我国境外投资规模小，数量少，这方面碰到的问题很少，但是随着我国企业境外投资的规模和数量增长，必然要面对境外投资的政治风险问题。建立企业境外投资的担保制度,有助于消除企业海外经营的顾虑，促进常州市企业实施“走出去”战略。

3、加强企业海外投资知识的培训

通过境外投资推荐会、研讨会、培训班、媒体等各种形式，宣传实施“走出去”战略，要使企业家充分认识到“走出去”是贯彻落实科学发展观、转变增长方式、拓展发展空间、缓解贸易磨檫、获取境外资源的有效途径；重点加强企业在海外投资国别的选择，海外企业的运营，风险控制等知识的培训，逐步培育一批精通国际企业管理和国际市场营销的企业家队伍。

4、筹划集群式投资，建立境外纺织工业园

可由政府牵头选择条件好的发展中国家和地区，以产业链为基础，进行集群式投资，在境外设立集中的工业园区，这样既可减少纺织服装企业到海外单兵作战的风险和盲目性，又能增强企业开拓国际市场的整体优势，逐步形成纺、织、染、后整理及服装加工一条龙产业链。

5、继续改革对外投资审批制度

政府应进一步简化境外投资审核准手续，对境外投资产业指导目录中鼓励类

项目逐步过渡到备案制；加强事后监管，尽快完善对用于境外企业流动资金贷款的管理。对境外投资企业的流动资金贷款进出境适当放宽限制，使企业及时获得正常的营运资金。对企业人员出国从事经贸活动提供护照办理及签证的协助。

[参考文献]

[1]李兰．我国服装企业要“走出去”[J]．山东纺织经济，2024，(5)．

[2]谢明．积极应对后配额时代的挑战提升江苏纺织服装业国际竞争力[J]．江苏纺织，2024，（5）

[3]程惠芳，余扬．“走出去”战略与中国纺织服装业[J]．国际贸易问题，2024，(5)．

[4]李明玉.企业实施“走出去”战略应注意的问题[J]．中国集体经济，2024.

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