

株洲市服装产业竞争力提升对策研究

刘运材¹, 杨洁², 李文波

(1. 湖南工业大学科技学院, 湖南 株洲 412008; 2. 湖南工业大学 商学院, 湖南 株洲 412007)

[摘要] 株洲是长株潭“两型社会”建设综合配套改革试验区的重要组成部分, 服装产业在株洲国民经济发展中具有重要意义, 株洲要想发展的更好更快就必须把服装产业做大做强。本文基于产业竞争力的相关理论, 采用SWOT法分析株洲服装产业竞争力的现状, 指出了株洲市服装产业发展存在的问题, 提出了一些促进株洲市服装产业发展的对策。

[关键词] 株洲; 服装产业; 竞争力

[中图分类号] F121.3

[文献标识码] A

[文章编号] 1674-117X(2012)06-0041-05

Research on the Countermeasures of Competitiveness Promotion of Zhuzhou's Clothing Industry

LIU Yuncai¹, YANG Jie², LI Wenbo¹

(1. School of Science and Technology, Hunan University of Technology, Zhuzhou, Hunan 412008, China;

2. School of Business, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

Abstract: Zhuzhou clothing industry have both advantages and disadvantages. In order to enhance the competitiveness of Zhuzhou clothing industry, the following countermeasure should be taken, such as: improving the industrial chain, processing clothing deeply; integrating middle and small clothing processing enterprises, remediating clothing business market surrounding environment; increasing the support of policy and funds as well as the support to local clothing processing industry; guiding the clothing business households and processing enterprises to take the road of brand autonomous; seizing the opportunity, taking the road of industry cluster and aggregating the production factors; implementing the talent Project, abandoning the family management, implementing modern enterprise system.

Key words: Zhuzhou; clothing industry; competitiveness; SWOT analysis

产业竞争力,指某国或某一地区的某个特定产业相对于他国或地区同一产业在生产效率、满足市场需求、持续获利等方面所体现的竞争能力。产业竞争力的实质是产业的比较生产力。所谓比较生产力,是指企业或产业能够以比其他竞争对手更有效的方式持续生产出消费者愿意接受的产品,并由

此获得满意的经济收益的综合能力。

一 产业竞争力相关理论综述

(一) 产业竞争力的理论基础

1. 比较优势原理。古典经济学家大卫·李嘉图的比较优势原理指出:商品的相对价格差异即比

收稿日期: 2012-06-10

基金项目: 2011年湖南省大学生研究性学习和创新性实验计划项目“株洲市服装产业竞争力提升的研究”;教育部人文社科基金项目“基于低碳产业链的”两型“试验区产业结构升级对策研究:以长株潭为例”(12YJC790229)

作者简介: 刘运材(1974-),男,湖南宁远人,湖南工业大学科技学院副教授,主要从事产业经济与包装经济研究;
杨洁(1974-),女,湖南邵东人,湖南工业大学副教授,主要从事区域经济与创新管理研究。

较优势是国际贸易的基础,特定国家应专注于生产率相对较高的领域的生产,以交换低生产率领域的商品。后来,赫克歇尔-俄林理论对传统比较优势理论进行了补充,指出国家之间要素禀赋的差异决定着贸易的流动方向。^[1]

2. 竞争优势原理。传统经济理论如比较优势理论、规模经济理论都不能说明产业竞争力的来源。因为,“在产业竞争中生产要素非但不再扮演决定性的角色,其价值也在快速消退中”,“规模经济理论有它的重要性,但该理论并没有回答我们关心的竞争优势问题”。因此,必须采用竞争优势理论来解释产业竞争力问题。竞争优势有别于比较优势,它是指各国或各地区相同产业在同一竞争环境下所表现出来的不同的市场竞争能力。^[2]

我们认为,尽管比较优势和竞争优势是存在区别的一组概念,但两者都是产业竞争力形成的基础。两者的区别是,比较优势强调同一国家不同产业间的比较关系,而竞争优势强调不同区域同一产业间的比较关系。比较优势是产业竞争力的基础性决定因素,而竞争优势是直接作用因素。比较优势是产业国际分工的基础,也是竞争优势形成的基础,但比较优势原理却不能直接用来解释产业竞争力水平的高低,而竞争优势原理作为一种研究思路和分析方法可直接用于解释产业竞争力的形成机理。

(二) 纺织服装产业竞争力的研究现状

国内外学者研究有关纺织产业国际竞争力的文献,大都运用产业竞争力理论的基本原理和分析范式,来研究国内外纺织产业的发展现状。其中,利用钻石模型分析产业竞争力的文献较多,美国经济学家 Michael E. Porter 在分析形成某一产业国际竞争力的原因中,提出了著名的“钻石模型”(Diamond Model)。根据钻石模型,产业竞争力由生产要素、国内市场需求、相关与支持性产业、企业战略、企业结构和同业竞争等四个主要因素,以及政府行为、机遇等两个辅助因素共同作用而形成的(如图1所示)。其中,前四个因素是影响产业竞争力的主要因素,构成“钻石模型”的主体框架。四个因素之间彼此相互影响,形成一个整体,共同决定产业竞争力水平的高低。“钻石模型”^[3]构筑了全新的竞争力研究体系,提出的竞争优势理论包含了

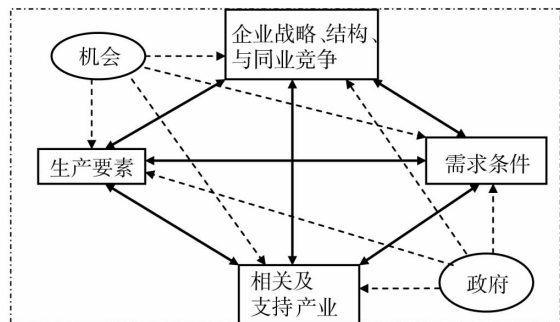


图1 完整的钻石模型

(资料来源: Michael E. Porter, Competitive Strategy, the Free Press, 2004.)

比较优势原理,并大大超出了后者的解释范围。余为丽,王治(2006)在钻石模型中引入了贸易竞争力指数和出口产业质量指数,对中国服装产业国际竞争力进行实证分析。任若恩(2005)则主要从劳动力成本和人民币汇率两个主要因素分析,提出为了保持我国纺织品产业的国际竞争力,唯一的途径只能是提高劳动生产率。张宏性(2005)通过显性优势指数进行定量分析并结合企业调查,提出要保持和提高我国纺织服装业的竞争力需要从提高劳动生产率、改进管理质量和有效配置资源等方面入手。此外,一些学者从集群化角度研究纺织产业竞争力,主要研究对象集中在浙江、江苏、上海、广东、福建、天津等纺织产业比较发达的省市,如王志明,徐剑明(2000)等。相对于前一类研究,这些研究在分析纺织产业集聚优势转化为国际竞争力方面又给出了新的研究思路和视角。

本文的研究主要借鉴钻石模型理论,运用SWOT法,根据产业竞争力的评价因素,从市场占有率、产品成本、全国知名品牌数量、土地成本、劳动力成本、交通运输成本等方面分析株洲服装产业竞争力的现状,针对株洲服装产业竞争力的不足提出一些应对措施。

二 株洲市服装产业竞争力现状

株洲服装批发市场是我国十大服装批发市场之一。芦淞区是中南地区最大的服饰集散地和重要的生产加工基地。在不足2平方公里的土地上,分布着八十多个各类专业市场。年成交额逾200亿元,被评为“中国服饰名城”、“中国服装品牌孵化基地”。以下是株洲服装产业竞争力现状的

SWOT 分析。

(一)株洲服装产业竞争力优势

1. 市场占有率优势。株洲芦淞市场在全国服装市场中占有一定的优势。株洲市芦淞服装市场与北京的百荣世贸商城、山东的即墨服装批发市场、沈阳的五爱市场服装城、东莞的虎门富民时装城、江苏的常熟招商城、福建的石狮服装城、杭州的四季青服装市场、武汉的汉正街服装批发市场、广州的白马商贸大厦服装市场一起成为当今中国的十大服装市场,其中株洲的芦淞市场处于第四位。如图 2 所示,株洲市服装产业在全国服装产业的比例中约占 13%,仅次于广东、山东、江苏三省服装产业的市场占有率。

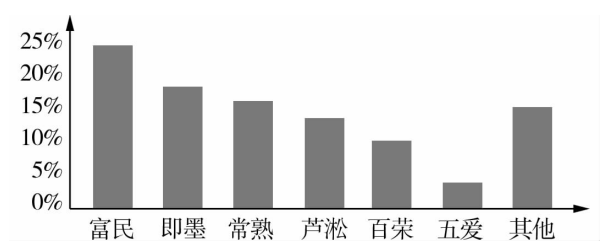


图 2 全国各服装市场产品占有率

2. 品牌优势。“芦淞”品牌逐步建立,其商品

辐射全国十多个省,同时市场培育了“光奇”、“一鸣”、“金盛”、“美德妮”等二十多个品牌。株洲芦淞服饰市场发展至今,汇集了国内四千多个服装品牌总代理,拥有“中国品牌市场”的美誉。截至目前,芦淞服饰产业集群区内拥有注册服饰品牌一千多个,成功培育了青藏绒、开畅、宇奴、帅欧等十多个国内知名品牌。而作为芦淞服饰支柱产业的女裤产业更是发展迅速,年销量占到全国四分之一,并远销俄罗斯、越南等地。

3. 技术、劳动力成本优势。全市共有两千余家服装加工企业及个体户,一万二千台左右的加工机组,有近 2 万人的服装技工队伍,为发展服装加工业提供了技术和劳动力。由于株洲地区工资水平与沿海城市相比较低,因此劳动力成本具有一定优势。同时据统计部门调查,截止到目前为止,株洲市已经注册登记的服装加工企业(户)有 5 千多家,加工场地 31.4 万平方米。2010 年共生产各类服装 4 544 万件,年销售额 23 亿元(见表 1)。由表 1 可以看出,株洲市服装企业从业人员多,它的发展为当地人民提供了大量的就业岗位,一定程度上解决了就业问题。

表 1 2010 年株洲市服装加工企业(户)基本情况表

单位	企业(户)	加工场地(万平方米)	设备台数(台)	从业人员(人)	生产量(万件)	年销售额(万元)	销售收入(万元)
规模以上服装加工企业	18	7.49	3 640	2 794	222	22 835	17 356
规模以下服装加工企业	381	16.80	11 430	14 009	1 777	88 870	26 661
服装加工个体户	1 704	7.11	18 988	17 413	2 545	115 792	13 158
合计	2 103	31.40	34 058	34 216	4 544	227 497	57 175

(资料来源:株洲市政府办公室)

4. 交通运输成本优势。株洲作为我国南方最大的交通枢纽,京广、浙赣、湘黔三条铁路和 106 国道、320 国道以及京珠高速公路与上瑞高速公路交汇于市区,是联系西南、华南、华东的经济纽带。同时,株洲服装批发市场在火车站附近,具有得天独厚的交通优势。历经十多年的发展,芦淞服饰市场群已成为我国中南地区最大的服饰物流中心。处于交通枢纽的株洲市,在发展服装产业方面,交通运输成本占有绝对优势。

5. 行业配套优势。围绕服装加工业,株洲市在洗水、电脑绣花、原材料、设备经销、物流等配套行业近年来都有较大的发展。比如,在芦淞区龙泉

村集中建立了洗水加工车间,拥有洗水企业 16 家,从业人员 1 200 余人,年洗水能力达 3 千万件,年产值 5 千万元左右。株洲市目前还形成了 3 个为服装加工配套的服装主、辅料市场,主要经营布匹、拉链、纽扣、衬垫、商标、塑料袋等辅料,共有经营铺面 480 个,年成交额 10 亿元左右。合泰大街布匹市场和辅料贸易初具规模。合泰地区从事物流业的企业约有 60 家,是株洲地区服装加工原料汽车运输的集散地;服装加工配套的印染绣花压棉发展迅速,仅合泰地区就有 93 家,形成楼上服装加工,楼下印染绣花的局面。以上配套企业有力地推动了株洲服装产业的发展。各种企业年生产销售额及

年上缴税金数额巨大,为株洲经济的发展提供了一定的资金支持,促进了株洲经济又好又快的发展。

(二) 株洲服装产业竞争力劣势

1. 服装生产企业规模普遍较小,产业聚集度不高。株洲市两千多家服装生产企业中,规模以上的企业只有十几家,拥有百台以上缝纫设备的企业只有五十多家,两百台机组的企业不过十来家,而且大部分靠贴牌、套牌和委托加工生产,企业规模普遍较小,难以参与市场竞争,抗风险能力十分弱。企业之间沟通交流少,合作氛围淡,缺乏信任,导致正式的产业合作十分有限,企业如同散兵游勇,无法增强集体效率。^[4]

2. 生产设备技术含量不高,研发能力不强。目前,株洲市服装加工企业的生产设备主要是较为原始的缝纫和裁剪设备,以人工操作为主,生产自动化程度低,缺乏先进的生产设备特别是质量检测设备,产品同质化突出,质量和档次普遍不高。

3. 产品创新能力差,品牌效应低。多数厂家是以进料、来料加工和贴牌、套牌生产为主,不具备自主设计和研发能力,缺乏叫得响的自主品牌,大多采取模仿式手法,“以廉取胜,以量取胜”导致产品档次低,附加值低,大路货居多。

4. 综合管理水平低,周边环境差。由于社会信用和企业诚信在体制上的缺陷,带来行业内部不正当竞争的矛盾比较突出,如竞相压价、假冒伪劣、恶意逃债等,致使株洲本地品牌服装整体形象不佳,影响服装产业健康有序发展,大部分中小企业基础管理薄弱,不建财务账,不反映销售情况,带来税费上交不规范,制约了服装产业质态的提高和可持续发展。企业管理水平和人员素质低,小生产方式和家庭式管理居多。此外,株洲市芦淞市场周边环境比较恶劣,内部交通不便、行车无秩序、空气流通差;严重影响了株洲服装产业的发展。

(三) 株洲服装产业发展的机遇

首先,随着生活水平的提高,人们对服装消费也会相应提高。巨大的服装市场空间为株洲发展壮大服装产业带来了机遇。其次,近年来株洲市委、市政府提出城市提质、旅游升温战略,通过提升芦淞服饰城整体品位,活跃商品市场,打造省内最具档次和形象的服饰名城,让芦淞服饰城成为株洲的新名片,目前,芦淞区已基本完成了芦淞服饰城

提质改造工程。外部环境的改观将给株洲服装产业发展带来良好的机遇。

最后,作为我国主要服装生产基地的东南沿海省市,近年来劳动力成本大幅度提高。株洲市与广东、江浙、福建、上海等服装生产大省的人员、产业、货物联系十分紧密,加上有得天独厚的区位,便捷的交通设施,使株洲服装产业可以通过承接沿海发达地区的资金和技术转移实现转型升级,从而提升其竞争力。

(四) 株洲服装产业发展所面临的挑战

首先,在经济转型、产业升级、建设“两型”社会的大背景下,株洲服装产业的劳动力、原辅料等成本也在不断攀升,从而制约服装产业的发展;其次,全球经济的疲软及人民币对美元的升值,对株洲服装业的发展也带来了巨大的挑战。最后是地理区位的影响。虽然株洲是一个全国交通枢纽,但作为一个中部地区的二线城市,在区域上的劣势还是很明显的。比如:以人才为例,相比发展更快的东部沿海城市,在人才上还是略输一筹。沿海城市的高速发展吸引着应届大学毕业生前往,导致大量人才涌入沿海城市。尽管服装产业是一个以劳动密集型为主的传统产业,但在设计和销售环节仍需要人才注入,而区域发展的不平衡导致人才的流失,从而使得株洲服装产业难以留住一流的人才。

三 提升株洲市服装产业竞争力的对策

根据上述对株洲服装产业竞争力现状的优劣势分析,我们拟提出以下提升其竞争力的相关建议:

1. 补其劣势。首先,完善产业链,进行服装深加工。初加工的生产方式由于利润薄,无异于将蛋糕拱手送给他人,要实现株洲服装产业链各环节的价值增值,提高竞争力,完善产业链是关键。一方面,充分利用本地原材料,完善加工产业的配套体系和服务体系,对产品进行深加工,进行专业协作及深度分工,走专而精的道路,延伸产业链;另一方面,对中小服装加工企业整合,建立具有竞争力的服装生产企业,发展其规模和集约程度;其次,要整治服装市场周边的商业环境。目前,株洲火车站附近至合泰一带整个路段服饰市场群的环境比较乱,垃圾随地堆放,一些小摊小贩占道经营,严重

影响了株洲的城市形象和市场群品质的提升,政府相关部门必须大力整治。与此同时,要加大对服装市场内偷、扒、抢等违法犯罪行为的惩治力度,尽可能的改善周边治安环境。第三,要加强服装企业品牌建设,注重科技创新和品牌创新,形成多家技术含量高的骨干企业和知名品牌作为产业集群的支柱和核心。服装经营者必须树立品牌意识,注册自己的商标,注明产地(株洲),规范运作。服装加工企业不要一味做粗制滥造的产品,要做精做细,要有市场意识,懂得宣传自己,培养市场。在株洲服装市场上,有大小4千多个品牌在销售,但真正在株洲注册的,只有1/4多一点,自有品牌占有率不到三成,与国内外知名品牌存在一定的差距。温州、广州、虎门、石狮等服装批发市场之所以能做大做强,就是因为它们拥有全国最大的服装产业集群、专业化服装生产基地及其配套体系。最后,要加大人才培养和引进力度。据芦淞区商务局调查,株洲的服装加工企业几乎没有自己的设计师。为此,作为政府部门一方面要创造条件吸引优秀设计人才;另一方面可以利用所在城市的高等学院设置相关专业自己培养服装设计人才。作为服装加工企业,可以通过员工的在职培训与进修提高其整体素质。

2. 取其优势。如前所述,株洲服装产业发展具有市场占有率、品牌、劳动力、技术、交通运输及行业配套等优势,要想保持并加强株洲服装产业发展的各种优势,政府应加大政策、资金的支持,加大对本土服装加工行业的扶植力度,引导服装经营户和加工企业走品牌化自主之路;武汉、杭州等服装市场兴起都晚于株洲,但现在发展较好,远远领先于株洲,也涌现出一大批女装品牌,并形成了自己独特的风格,而株洲自主品牌较少,希望政府加大扶植和宣传的力度。比如,芦淞区董家段高科园的服装工业项目,政府部门可将那些做的比较大的,上规模的服装企业引进园里,鼓励和支持他们自创品牌。

3. 抓住机遇。当前,株洲正在大力建设“两型社会”,作为服装企业要充分利用这一发展机遇加快发展,走产业集群、聚合生产要素之路。所谓产业集群,就是建立若干服装研发、生产基地,发挥规模品牌效应,朝着集团化、国际化的目标迈进。只有这样,才能有效地彰显芦淞服装的品牌实力,扩大芦淞服装市场的影响力,在有限的服装市场里,取得无限发展的资格,最终实现株洲服装产业的二度辉煌。^[5]提升“芦淞服装”整个区域品牌,服装产业链各环节的企业必须拧成一股绳,团结一心,实施整体突破战略。

4. 迎接挑战。与全国其他服装市场相比,株洲服装产业发展还存在一定差距。尤其在当前复杂多变的宏观经济环境下,株洲服装产业的发展面临一系列挑战。为此,作为服装企业,一方面必须实施人才工程,做有技术含量的服装,做高品质的服装。要加大对研发设计的投入,为高水平设计人才施展才华搭建舞台。对于表现出色的新人,公司可以从基层开始培养,让其熟悉公司各个部门的运作,形成全局观念,逐步成长为设计带头人。另一方面,株洲企业要逐步摒弃家族式管理,实行现代企业制度。

参考文献:

- [1] 李春林. 区域产业竞争力——理论与实证[M]. 北京: 冶金工业出版社, 2005: 15-20.
- [2] 余为丽, 王治. 基于动态钻石模型的中国纺织服装业国际竞争力分析[J]. 国际商务, 2006(4).
- [3] Michael E. Porter. Competitive Strategy[M]. American: Free Press, 2004: 78.
- [4] 余向平. 产业集群技术创新能力提升的内在机理剖析[J]. 集团经济研究, 2004(10).
- [5] 张小箭, 彭富国. 湖南产业集群发展路在何方[J]. 湖南经济, 2003(4).

责任编辑:徐蓓