**中国纺织业面临“深水区”测度**

**张磊**

2011年大型纺织行业附加值增长8.3％，但增速下降3.3个百分点，主要纺织产品生产保持稳定增长。但2012年前4个月我国纺织品服装累计出口688.2亿美元，与上年同期的685亿美元比较，几乎没有增长。

　　就目前形势看，纺织产业“经济规模”已有，而“规模经济”尚无。纺织业粗放增长模式、国际贸易壁垒以及人民币汇率风险等因素的存在，给纺织产业的安全发展预设了新的命题，中国纺织产业也因此面临“深水区”的测度。

　　最近几年，纺织品技术性贸易措施日益严格，世界各国不断出台各种新的技术性贸易措施，准入门槛越来越高，对我国纺织品服装出口影响较大。如2010年将要实施的日本版的REACH制度；美国《毛皮贴标法案》以及2010年3月更新的第6版美国服装和鞋类产品协会(AAFA)限用物质表(RSL)；欧盟对2010版Oeko－Tex　100进行修订补遗；2009年7月底欧盟发布关于生态纺织品标准的生态标签Eco－Label第2009/567/EC号法规。这些技术性贸易措施在短期内会削弱我国纺织品服装在国际市场上的竞争力。因为，我国纺织品服装行业为了达到进口国对商品的环境保护标准，获得市场准入的机会，不得不增加有关检验、测试、评估、购买先进仪器设备等间接费用，而且还要支付不菲的认证申请和标志的使用年费等直接费用。另外，调整纺织品的外观包装、出口标签和商业广告，出口纺织品服装的各种中间费用和附加费用相应增加。纺织服装出口增速下降主要由于出口产品价格从去年三季度开始逐渐随原材料价格下降而下降。

　　更不容忽视的是，一些企业原先具有的产品价格优势已经越来越不明显，产业链的优势也日渐消失，一些企业生产经营正陷入困境。订单的部分转移和订单减少对出口型纺织企业来说，意味着断了财路。在今年纺织业开局基本稳定的大形势下，新兴的东南亚国家以价格优势争夺订单，贸易环境不容乐观。同时，“大产业、小企业”的特征明显，小企业数量众多，行业门槛较低，极易造成企业间无序竞争。预计今年上半年，我国纺织服装出口需求不足及竞争压力将更加突出，行业出口数量将呈低位或负增长。2012年随着出口产品价格下降以及低档产品订单的外移，2012年出口不容乐观。订单减少，需求受遏，欧债危机持续升级导致的国际市场需求萎缩是主因。另一个不可忽视的原因则是，目前不但相当比例的国际订单开始向东南亚国家转移，国内不少大型纺织服装企业也出现了到东南亚办厂的趋向。很多人提出疑问，是不是我国纺织服装产业竞争优势正逐步丧失？曾经引以为傲的劳动力优势是否风光不再？中低端纺织品的“饭碗”还有必要端下去吗？我国产业链优势日渐“濒危”。

　　同时，棉纺企业遭遇“高征低扣”和融资难、融资贵等问题，确实是受到了相关体制机制的影响和制约。我国纺织企业均需交纳17％的增值税、25％的所得税，以及土地使用税、城建税、房产税、印花税、地方教育费附加、地方水利建设基金、残疾人基金等地方税费。这些纳税项目与其它工业企业相同。不过，涉及棉花的纺织企业在增值税上承受了“高征低扣”的不合理税赋。一般来说，农作物的深加工产品也都是农产品，比如大豆与豆油，所以进项税与销项税都是13％。然而，棉花加工后的棉纺产品属工业产品，销项税率为17％，因此按目前增值税条例规定，棉纺织企业计算缴纳增值税时适用17％销项税率，而可抵扣的棉花进项税率只能是13％，实际承担了4个百分点的不合理税负。过去，纺织企业的能源、劳动力等成本较低，企业还能承受这种“高征低扣”的税收政策。但是现在纺织业的平均利润率才4％，如果棉花的进项税和销项税能保持一致，全行业将新增利润40多亿元，无疑是为处于困境中的纺织业送来甘霖。

　　从出口下滑到遭遇招工难、融资难，实体经济遇到的难题在纺织业毫无保留地体现，原材料之痛、无品牌之痛，所有这一切，把纺织企业逼到了调整转型的十字路口。随着各种新型贸易保护和发达国家绿色标准门槛的提高，中国服装企业粗放型发展的道路越来越窄。种种迹象表明，单纯依靠廉价赚取眼球的时代已经过去，精细化生产、品牌化发展的产业转型之路势在必行。应加快实现从‘规模导向型’向‘效益导向型’转变，实现两条腿走路。

　　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。