



中国纺织出口额下降 外贸企业如何“捱过”调整期？



素有“新春第一展”之称的“第 27 届中国华东进出口商品交易会”（简称“华交会”）近日在上海开幕。一月份中国外贸数据“开门红”的背景，让参展企业对今年中国外贸形势多了几分期待。记者采访发现，在中国轻工纺织出口额下降的背景下，外贸企业提质增效的任务艰巨，转型升级的路径也各不相同。

来自华交会主办方的信息显示，本届华交会预登记的海外专业采购商人数比去年同期增长约一成。采购商增加，就意味着中国商品出口成交机会增加，这是一个利好指标。

据上海海关统计，与全国外贸表现类似，今年一月份，主要服务长三角及华东地区的上海海关关区实现进出口总值 4926.9 亿元人民币，同比增长 18.1%，连续 3 个月呈现同比增长态势。今年一月份外贸数据的“开门红”，一定程度上显示出中国外贸出现“回稳向好”趋势。

然而，就纺织行业来看，2016 年中国纺织品服装出口额同比继续下降，出现连续两年下降且降幅放大的局面。中国纺织品进出口商会副会长张新民认为，中国轻工纺织出口已步入拐点，主要表现在主要出口市场疲软、国内产品传统优势弱化、产品订单向外转移、出口商品价格承压等方面。同时，国际市场上“黑天鹅”不断，让中国出口企业面临更多挑战。

记者在华交会现场走访发现，一些中国的外贸企业正在供给侧“自我加压”进行改革，通过走出去、强化服务、重视设计、提升科技、打造品牌等途径，寻找转型动力。

江苏汇鸿国际集团是长三角一家大型外贸企业，集团总裁助理丁海告诉记者，企业向设计和技术创新要发展动力，不仅举办上千作品参赛的创意设计大赛，以实现设计升级，还配置了 VR 全景展示系统，让国外客户能实时了解订单产品打样和生产过程。

“去年，南美洲一家大型航空公司将员工制服的大单子交给我们合作，客户最终决定选择制服样式时，就是通过 VR 全景展示系统进行的，哪件款式好看、哪件需要做什么样的细节修改，都可以实时交流。”丁海说。

梦百合家居科技股份有限公司的主打产品之一是非温感记忆棉与独立弹簧相结合的智能床垫，不仅能够护脊，还能从智能云服务器传输数据，让消费者及时掌握睡眠信息。公司业务员张海霞告诉记者，公司在海外有自己的品牌，主打中高端市场，产品在欧美、印度等市场非常受欢迎。

在上海纺织集团(拉美)有限公司总经理张世军看来，外贸企业近年来的确比较“难捱”，但随着中国经济稳中有升，今年中国外贸企稳回暖可期。“传统外贸企业不等于做的就一定是传统生意。”张世军说，该公司打算通过在宾馆纺织品上加载无线射频识别方式实现“智慧纺织品”的构想，加载之后，宾馆纺织品在清洗、折叠后是否已经全数返回、是否到了需要更换补充等信息都将实现可追踪。

上海市商务委员会副主任申卫华分析，当前中国传统制造商与贸易商的出口模式不断融合，已出现的转型升级模式大概有以下几种：一是转型升级的经典模式，其特征是控制成本以获得价格竞争力，或是以加大投入扩

大目标市场份额为导向，这是轻纺企业最常见的转型升级方式;二是多元化发展模式，其特征是向产业链两端延伸;三是专业型服务平台模式，其特征是整合资源，将全产业链企业整合在同一平台上，打造平台商业模式;四是隐形冠军发展模式，其特征是单一产品门类中长期提供高价值、高质量的产品，凭借与国际买手建立的信任关系，深嵌入到跨国企业产业链之中，成为较难替换的供应商;五是全球布局模式，其特征是在海外低成本国家地区设立加工基地，或者通过并购采购商和新设海外销售渠道，扩大一手订单，逐步向跨国企业发展。(新华社记者有之炘、周蕊)

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_32549

