# 开放经济条件下中国纺织服装产业的升级问题

来源：网络 作者：雨雪飘飘 更新时间：2025-01-19

*摘要：开放 经济 条件下 中国 纺织服装产业面临劳动力成本和地价上升的内部压力及人民币升值与贸易摩擦的外部压力和世界纺织服装产业转移的趋势，产业升级是必然的选择。根据产业组织 理论 和产品内贸易理论，并借鉴已完成升级的亚洲国家的经验，中国纺...*

摘要：开放 经济 条件下 中国 纺织服装产业面临劳动力成本和地价上升的内部压力及人民币升值与贸易摩擦的外部压力和世界纺织服装产业转移的趋势，产业升级是必然的选择。根据产业组织 理论 和产品内贸易理论，并借鉴已完成升级的亚洲国家的经验，中国纺织服装产业升级可按照OEM-外包或制造三角-OBM模式进行，升级的关键在于纺织服装 企业 是否具有创造产品差异的能力；同时在升级过程中，对相关人才的需求将增加。

关键词:纺织服装产业;升级;OEM；OBM

Abstract: The paper analyzes the Chinese textile and apparel industry upgrading under open economy. Faced with the domestic pressure, the rise of labor cost and rent,the outer pressure of appreciation of RMB and trade friction, it is a good choice for Chinese textile and apparel industry to upgrade itself. According to industrial organization theory, it is suggested product development and marketing be two upgrading and differentiation creation paths for Chinese enterprises. Feenstra mode implies OEM-offshore sourcing and triangle manufacturing-OBM are 3 upgrading steps with the increased relative demand for skilled workers.

Key words:textiles & apparel industry; upgrading;OEM;OBM

一、引言

二、中国纺织品服装产业升级的必要性

（一）纺织服装产业的国际转移趋势

（二）国内供给约束和外部压力促使中国纺织企业升级

三、中国纺织服装产业升级的路径选择

（一）中国纺织服装企业升级路径

从产业组织理论看，由于处在垄断竞争市场的企业只能在短期获得经济利润，长期由于进入容易不能获得经济利润，所以企业获得经济利润的 方法 是不断创新，即创造产品差别以不断创造垄断。创造产品差别包括创造产品的实际差别和产品感觉上的差别，这正是微观曲线的两端产品创新（产品的实际差别）和品牌运营（产品的感觉上的差别）。前者是通过产品开发，如设计和技术创新，后者通过广告和营销。这也是从价值链低端向价值链高端的两条升级路径。

（二）开放经济条件下纺织服装产业升级的可能性

中国纺织服装产业的发展必须定位于全球化生产背景下，因产业升级是在开放经济条件下，与封闭的条件下不同，参与全球价值链是产业升级的必要步骤，因为它把企业和经济放在潜在的动态 学习 曲线上，中国纺织服装产业的发展在全球价值链中谋求升级更易缩短与价值链高端国家纺织服装产业的差距，更现实可行；另外，随着产业技术进步和信息技术、物流、 金融 、保险等生产性服业产业的发展使产品的全球化生产和管理的成本下降，交易成本的降低为更细的专业化分工成为可能。专业化分工由产品间到产品内，即产品的不同工序，效率提高。专业化程度的提高使产业的竞争力表现为产业链中的核心竞争力[ 8]，即微笑曲线的两端，产业动态（创新）效率更为重要，而非仅仅降低成本的静态效率。笔者运用Feenstra的连续投入品的模型[ 9]来分析开放经济条件下中国纺织服装产业的升级可能性。

本国单位成本函数：

C(w, q, r, z) 表示本国生产每一单位x(z)的成本，非熟练劳动的工资为w, 熟练劳动的工资为q，资本的价格为r，中间投入品可以在任何国家生产，用来生产最终产品。一般来说， 企业 希望从成本最低的地方购买投入品，为此，将做出如下假设：假设本国是一个熟练劳动力和资本丰裕的国家，外国是一个熟练劳动力的资本相对不丰裕的国家。则:

假设允许资本在国家之间流动，尤其是，当前面的假设

（2） r

四、结论及政策建议

根据产业组织 理论 ， 中国 纺织服装企业升级路径选择是通过产品开发和市场营销创造产品特色，即不断向高附加值产业链转移。作为产品内贸易理论的Feenstra 模型是把生产过程按熟练劳动力/非熟练劳动力的递增顺序排序，得出结论是在国际垂直分工体系下，随着本国相对外国生产成本增加，本国从事的生产工序将转向熟练劳动力/非熟练劳动力比值更高的阶段，这一z值更高阶段表明了本国产业向对劳动者素质要求更高的的设计、技术创新、营销等生产环节转移。这在一定程度上解释了东亚新兴 经济 实体（中国香港、中国 台湾 、韩国）纺织服装产业的升级路径，即通过加工贸易参与产品国际分工，从简单的组装活动开始，利用不同工序间的横向与纵向联系，可以向上游溯升到复杂工序与零部件的贴牌（OEM）、设计代工（ODM）生产，再延伸到自有品牌的市场销售的生产方式产业升级过程。这对中国在国际垂直分工体系下，选择升级路径提供重要借鉴。其对中国纺织服装产业 发展 的启示如下：

（一） 开放经济条件下中国纺织服装产业升级路径的选择

中国纺织服装产业升级方式：一是嵌入全球生产体系，如从事OEM生产并加强组织能力与 学习 能力。OEM的优点是可以了解国外购买者的偏好，了解更多纺织服装产业上游和下游的知识。二是随着生产成本的提高和人民币升值及贸易摩擦的存在，中国成熟的纺织服装企业可以把产业链中的某一部分外包，具体为从事相对技术密集型的活动，劳动密集型的活动外包给低工资的国家或地区。Feenstra模型的外国是纺织产业的发展水平低于中国的地区，所以中国纺织服装产业的升级可以以两种方式进行，一种方式是生产和出口的对象为劳动力成本更低的国家或地区，并与这些国家或地区进行贸易，另一种“制造三角”，即拿到发达国家的订单，然后部分或全部外包给其他低工资国家或地区。三是成为品牌营运商即OBM。

（二） 纺织服装产业的劳动力素质的提高非常重要

（三） 资源在地区间优化配置

中国国土辽阔，地区差距不平衡，国内市场容量大，可以在国内进行地区间资源配置。这也意味着中国纺织服装产业的调整将是一个长期过程。沿海发达地区产业的升级可以参照这种模式向中西部转移，但产业转移过程中中西部的 交通 、能源、商业基础设施的建设及相关管理人才的素质能否适合产业转移的需要。另外，国内地区间产业转移过程中对中西部的生态环境是否造成破坏等是需要进一步 研究 的课题。

参考 文献 ： ［2］ 卜国琴,刘德学.中国服装加工贸易升级研究——基于全球服装生产的 网络 视角［J］．国际贸易,2025

(1

1):27-31.

［3］ 黄永明,何伟,聂鸣.全球价值链视角下中国纺织服装企业的升级路径选择［J］．中国工业经济,2025,

(5):56-63.

［4］ Gary Gereffi, International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain, Journal of International Economics ,1999,

(4

8):37-70.

［5］ 黄兴年.中国纺织服装出口企业贫困增长源于对比较优势战略的过分依赖［J］．国际贸易 问题 ,2025,

(3):40-45.

［6］ Peter Minor, Changes in global trade rules for textiles and apparel: implications for Developing Countries, research report, November 20,2025, Nathan Associates Inc. TCB Project. Page No.12.

［7］ 冯伟. Challenges Faced by Textile Enterprises: Post Quota［D］.上海交通大学网络学院学位论文（ 英文 ）,2025-08. ［9］ Robert C. Feenstra (200

1), advanced international trade, theory and evidence, MIT press, 110116. ［11］刘志彪.中国沿海地区制造业发展：国际代工模式与创新［J］．南开经济研究，2025

(5):37-44.

本文档由范文网【dddot.com】收集整理，更多优质范文文档请移步dddot.com站内查找