

南通家纺产业升级研究

□黄亚南

(中共南通市通州区委党校,江苏 南通 226300)

摘要:南通传统家纺产业升级对南通经济提升竞争力和可持续发展具有重要意义,分析南通家纺产业现状和升级中存在的问题,探索产业升级的对策:着力提升家纺文化软实力,促进家纺产业服务化,推进家纺产业“两化融合”,实施家纺产业转移,加快家纺名牌园区建设。

关键词:传统产业 家纺 升级

南通家纺产业在其发展历史上,对繁荣市场、扩大出口、吸纳就业、富裕群众、促进城镇化发挥了重要作用。但随着土地、能源、原材料等要素价格的上升,以及老龄化社会的到来,南通传统产业所依赖的低成本比较优势将逐渐减弱,加之后金融危机时期国内外经济格局发生较大变化,市场竞争更趋激烈,家纺产业未来发展乃至生存面临着严峻挑战,企业技术进步投入不够,技术创新能力薄弱,技术装备水平偏低,增长和发展后劲不足,以高能耗高物耗和低价格竞争为主的粗放式发展路子难以为继,加快改造升级、实现转型发展已刻不容缓。本文以南通家纺集

聚地通州、海门进行调查和实地走访,以期通过产业升级分析,为家纺产业增强竞争力和可持续发展提供参考。

1. 南通家纺产业升级发展现状

南通家用纺织品(以下简称家纺)工业在全国首屈一指,成为保持全市经济稳定增长、吸纳社会就业、带动外贸出口的主要力量之一。南通家纺作为中国家纺产业发展的生力军,占据了全国家纺市场的1/3以上,2003年,全市家纺产业实现销售收入150亿元,到2010年,南通家纺产业实现销售收入达到694.49亿元,占全市规模工业11.5%,是南通市名副其实的支柱产业。

3.2 优化政府公众形象,开展民意调查,开发形象资源

良好的政府形象是政府取之不竭、用之不竭的“无形资源”,能够极大地提高政府的影响力。而政府的影响力也体现着政府与公众之间的心理互动,是处理政府公共关系危机最好的“解药”。

由于政府的民意上传渠道并不是很通畅,经常会受到各方面的阻碍,公众的意见很难直接传达给政府,而政府又掌握着大量的信息,容易产生“自我感觉良好”的情况。政府可以通过不同的形式积极开展民意调查。首先,政府官员应该定期了解公众的真实需求,并尽量满足公众的需求,虚心接受批评和建议。其次,政府应该充分发挥人大、政协、民主党派、社群团体的纽带作用,他们是政府与公众协商对话的一个很好的正规渠道。最后,政府在对一些与公众利益相关的问题进行决策时,可以广泛采取听证会、公示反馈等形式。

无论采取哪种民意调查形式,都会不断拉近政府与公众的距离,增进政府与公众之间的交流和理解,在公众心目当中树立起良好的政府形象。

总之,随着社会的快速发展,人民生活水平的不断提高,政府机构所面临的挑战和风险也越来越多,任重而道远,政府公关必将发挥更重要的作用。政府只有时刻坚持公众利益至上,不断强化行政责任意识,树立良好的政府形象,才能真正从根本上消除政府公共关系危机出现的根源,在政府与公众之间形成一种良性的互动机制,才能逐步实现和谐社会的美好蓝图。◆

作者简介:

吕志锋(1989.7-),男,汉族,内蒙古包头市人,现就读于西华师范大学管理学院公共事业管理专业(大四),大学本科学历,管理学学士,担任院学生会主席。

南通家纺产业产业链完整,市场龙头带动作用强,制造企业众多,加之政府、商会、企业的共同努力,产业价值链整体攀升。已经由“自发性”初始发展转向“自为的”中高级发展阶段。以南通家纺城所在的通州区为例,随着苏通大桥通车,通州撤市设区,南通家纺城被规划为南通东部新城的重要组成部分,为南通家纺产业升级提供了良好的发展机遇,产业升级优势进一步显现。

一是市场向规范发展。通州家纺业从80年代开始兴起,经历了从家庭作坊到规模大生产、手工操作到现代化作业,个体买卖到超级大市场的发展过程。目前,已形成规模化大市场。以南通家纺城为代表的通州家纺市场,随着版权管理规范和南通?通州家纺指数的发布,逐步从无序走向有序,已经成为全国最大的家用纺织品市场。1997年3月,南通家纺城成立了全国第一家村级版权管理组织——志浩市场版权管理办公室,随之整套完善的版权管理保护和登记机制应运而生。2008年10月27日,在北京举办的“国际版权论坛”上,南通家纺市场因在版权保护方面的显著成绩,被世界知识产权组织授予版权创意金奖。2009年3月,联合国世界知识产权组织(WIPO)和中国国家版权局签约,把南通列入WIPO版权保护优秀案例示范点,并启动版权保护促进南通家纺业繁荣发展调研项目。这是WIPO首次针对一个国家的特定地区和一个行业进行专项调研。通州家纺市场版权保护机制,有效地规范了市场,促使市场主体转变理念,催生了一批以创意为重点的新兴产业,为实现家纺产业升级发挥了重要作用。

二是产业向集群发展。通州家纺产业链上有上千个中小企业,已形成了集纺纱、织布、印染、绗缝、包装、设计于一体的家纺产业体系。总投资20多亿元的南通家纺城已成为集家用纺织品的研发、生产、展示、信息、采购、销售、物流以及居住办公、餐饮娱乐、观光休闲等多项功能于一体的中国家纺航母。家纺城内设面料、坯布、辅料、成品、小商品、仓储物流、行政商务七大功能区,已建成继美国纽约第五大道、德国法兰克福之后的世界第三大家纺中心。家纺市场产业链日趋完整,家纺产能占全国的20%左右。通州家纺遵循“产业推动市场,市场带动产业”的发展规律,已拥有76家超亿元的企业。

三是企业向创新发展。2009年,通州

家纺企业申请专利 1000 多件, 授权专利 500 多件, 其中发明专利 37 件, 推出新型花型 3 万多款。目前, 在中国南通家纺城内有研发设计单位 110 家, 从事研发设计人员 3000 多人。金太阳、嘉宇斯、蓝丝羽、宝缦等重点家纺企业都有设计研发机构, 开展自主设计、研发创新。以家纺面料生产为主的金太阳集团公司, 仅设计研发人员就近 200 人, 且大多具有本科以上学历。政府和商会因势利导, 积极促进企业加强与高校和科研院所的产学研合作, 成立了家纺产业研发中心、产品质量检测中心, 构建产业技术创新平台。家纺城每年推出上万种新花型, 国内外的客商通过“花型电脑资料库”可以选购市场上上万种拥有版权的花型款式。2008 年至 2011 年, 南通家纺城举办了四届画稿交易会, 吸引了包括来自美、英、法等国家和地区的 100 多家家纺研发设计机构的参与。

四是产品向品牌发展。通州家纺产业正在实现从量的扩张到质的提高的转变阶段, 注重品牌经营。在政策层面上, 通州区制订了《打造通州家纺区域品牌的实施方案》, 从扩大宣传、资金支持、吸纳人才、技术政策等方面给予大力支持; 在行业层面上, 以家纺商会为主体, 组建家纺品牌联盟, 集中打造家纺区域性品牌; 在政府层面上, 重点支持和鼓励规模大、效益好、市场竞争力强的核心企业, 积极实施品牌战略。近年来, 已经涌现出金太阳、紫罗兰、好心情等品牌企业, 拥有中国驰名商标 1 个, 省著名商标 7 个, 市知名商标 12 个; 省著名名牌 15 个。

2. 南通家纺产业升级中存在的问题

一是创新投入不足。据南通家纺商会抽样调查, 只有 21% 的家纺企业研发支出占销售收入超过 2%。且研发投入中, 企业主要把资金投入技术要求不高的图案花形设计等方面, 对新工艺、新技术、新材料等研发投入极少。虽然多数规模企业设有技术研发中心, 但研发中心只是一般的实验室、打样室。由于创新研发不足, 致使南通家纺产业同质化现象严重, 成品的样式、花色大同小异, 在面料生产中企业相互模仿、复制较普遍。

二是要素瓶颈制约。家纺产业属于传统的劳动密集型产业, 在规模扩张的过程中对劳动力、土地资源的需求日趋增多。由于土地资源稀缺、本地劳动力数量短缺的现象已产生并将扩大, 过去依靠上述资源投入实现规模扩展的方式难以维持, 众多的企业在发展中面临要素限制。如何解

决土地资源约束、本地低成本劳动力供给已成为家纺产业转型升级的突出问题。同时, 受人民币对美元升值、劳动力和原材料成本上升等因素影响, 南通家纺产业发展面临的要素制约将更加突出。

三是产业链有短板。南通家纺产业链的中高端发展不足, 企业单体规模偏小, 贴牌产品多而拥有自主知识产权的产品和高端产品少。中低档产品生产量大, 低档次原材料生产能力强, 而上游产品中的新材料、印染整理等新工艺、新技术严重短缺, 产业内部配套能力不强, 下游的市场占有, 特别是国际市场上的自主品牌目前还是空白。整个产业链呈现“纺锤”型。

四是公共服务不完善。目前, 与南通家纺产业集聚发展紧密联系的公共服务体系比较薄弱, 除知识产权管理办公室、家纺指数在国内外有一定影响外, 其他公共服务平台, 特别是支撑中小企业发展的公共技术服务和公共信息服务平台建设相对滞后。

3. 加快南通家纺产业升级的对策

3.1 着力提升家纺文化软实力

家纺产业要增强产业内生动力、实现可持续发展, 必须提升家纺文化软实力。家纺文化, 就是贯穿于物质产品生产过程中的文化创意以及物质产品消费过程的审美价值、生活理念、生活方式等综合体现, 它既包括了实物生产, 又是人们表达某种生活方式的对象。因此, 提高家纺产业文化生产力已成为产业升级的重要任务。

一是提升家纺产业科技含量。当今时代, 人们追求高品质的生活方式, 家纺文化发挥引领生活方式的作用, 这就需要不断提高产业科技贡献率。要加强功能性家纺产品的研发力度, 引导企业大胆运用新材料、新工艺, 生产出能够满足消费者需求的环保、智能、防火阻燃、抗菌、抗紫外线、隔音、远红外保健等高新技术广泛应用的功能性家用纺织品。要运用新技术、新工艺、新设备, 引导企业降低单位产值能耗, 减少污水排放, 依靠科技实现行业节能减排。

二是加强家纺品牌文化建设。品牌文化是家纺文化的重要组成部分, 它不仅能满足消费者的物质需求, 还能让消费者得到精神上的满足。优秀的品牌, 必然有其独特的品牌文化。要鼓励企业推动行业标准化制定, 创新家纺文化建设, 提高行业品牌贡献率, 不断丰富品牌文化的内涵, 提升产品品牌的文化价值。通过建立质量、创新、快速反应和社会责任四位一体的市场诚信体系, 调整在生产、消费和

流通过程创造出品牌附加价值, 提升产业国际竞争力。

三是实现家纺产业可持续发展。后危机时代, 如何引导企业实现可持续发展已经成为家纺文化的一种支撑。家纺产业可持续发展, 必须向循环、绿色、低碳发展, 推动行业转变增长方式, 实现产业升级, 提高国际竞争力。要维护产业链整体价值。倡导绿色竞争, 切实抓好企业的市场定位、品牌定位和功能定位, 实施差异化经营。加强产业保护, 建立规范的生产、经营秩序, 实现产业外部环境再造。

3.2 着力促进家纺产业服务化

根据工业结构演变理论, 工业化中后期, 第三产业比重加速上升, 产业走向高级化。南通家纺产业要顺应世界服务业发展趋势, 适应转变发展方式和提升产业结构的需要, 促进家纺产业向服务化迈进, 在更高层次上推动生产性服务业发展, 加快家纺制造业向高附加值形态升级, 使家纺制造业与服务业相互渗透融合发展。随着家纺产业专业化分工不断加强, 产业发展开始向“微笑曲线”的两端攀升, 发展生产性服务业成为家纺产业升级的重要突破口。

随着企业价值链的分解, 管理与研发、生产分离。企业由单一中心、独立行为、地方观念向多个中心、相互依存、全球化观念转变。生产性服务业作为产业集群的重要组成部分, 承担着技术供给、人力资源供给、专业信息供给、产品价值实现等基础作用, 是集群降低交易成本、实现产品增值、保持创新活力的有力支撑。随着家纺市场的发展, 行业利润率趋于稳定, 要提高企业效益, 只有降低成本, 减少中间消耗, 就必须扶植中介、物流运输、法律、会计、研发设计等行业的发展来减少企业外围业务对企业发展的影响, 使企业能专心做好核心产业。

发展生产性服务业, 必须加大政策引导、规划配套、商会协调。一是加大对家纺企业的引导。通过政策激励, 积极推进家纺企业内部活动外部化, 降低运营成本, 引导和推动家纺企业通过管理创新和业务流程改造, 逐步将发展重点集中于技术研发、市场拓展和品牌运作, 将一些非核心的生产性服务环节剥离, 外包给社会化的专业服务机构运作, 以核心竞争优势整合配套企业的服务供给能力, 大力发展产业内部专业化分工, 通过相互协作, 提高二、三产业的国际竞争力。二是规划要强化协调配套。加强海门和通州两地家纺市

场的协调,实现共建共享。将生产性服务业和制造企业的互动发展理念及产业供应链思想融入新城的建设中,同时,规范服务行业的合理配置,为生产性服务业发展创造良好的竞争环境,降低家纺企业服务外包的合作风险,调动家纺企业服务外包积极性,鼓励规模大、信誉高、服务质量好的企业向外发展,通过跨地区、跨行业的兼并重组,促进生产性服务业向大型化、专业化发展。吸引外资服务业进入家纺市场,借助外资企业的先进管理经验和专业化服务为本地家纺企业服务,变单纯的制造业集聚为集成制造与服务功能的产业链集聚。三是联合商会,打造公共服务平台。要整合产业链。重点搭建产学研交流平台、公共科技平台、信息服务平台、营销集散平台和人才集聚平台,实现产业链上下游互动,促进行业创新。要利用展会平台,开拓市场。充分利用上海世博会馆的拆迁转移的机会,将联合国馆迁入家纺城,打造集旅游、家纺博览和会展于一体的家纺展示平台。重点加强与中国家纺协会的联系,组织全国以及国际性家纺会展,整合产业资源,提升区域品牌知名度。要加强行业交流,提升行业影响力。加强与行业协会、企业之间的交流与合作,实现家纺行业间合作共赢,通过“走出去”和“引进来”,拓展对外开放广度和深度。

3.3 着力推进家纺产业“两化融合”

两化融合是信息化和工业化的高层次的深度结合,是指以信息化带动工业化、以工业化促进信息化,走新型工业化道路;两化融合的核心就是信息化支撑,追求可持续发展模式。南通家纺产业提高生产效率、降低流通成本,实现产业融合,要以信息化带动家纺产业链的每个环节,促进产业整体攀升。

推进信息技术与制造技术紧密结合,要充分应用信息技术提升家纺产业研发设计、生产、管理和营销、服务等环节的信息化水平。在生产上重点实现装备的数字化、智能化,提高产品附加值。在供应链管理上,重点加快家纺产业与物流业对接,实现互动发展,当前,基于物流园区管理系统的开发与应用,已直接影响到产业运营成本 and 效率。要加快信息技术推广应用。家纺企业在研发设计方面进一步推广应用计算机辅助设计、个性化定制等技术;生产过程方面重点推广计算机辅助制造、计算机辅助工程、计算机辅助工艺、计算机集成制造系统、柔性制造系统等生产控制技术;管理上推广应用企业资源计

划、产品数据管理、客户关系管理、决策支持等信息系统,促进企业流程再造和管理创新。同时加快第三方信息化服务平台建设,为家纺企业提供精细化管理、软件、信息、专业咨询、网络营销等服务,目前,充分利用家纺指数发布这一平台的影响,积极开发和引进 B2B、B2C 电子商务平台,畅通家纺信息流,在提升南通家纺知名度的同时,创新销售渠道,降低中间成本上,将发挥重要作用。

3.4 着力实施家纺产业转移

南通家纺产业定位为“全球家纺产品供应商”,规划建成国内外知名的研发制造基地、产品贸易和展览中心,建成全国最大、功能完善的超大型家纺产品交易市场、物流集散配送中心。围绕这一目标,必须全面提升价值链,形成名企、名标、名牌、名区集聚,实现家纺产品高档化。这就需要淘汰和转移部分中低产能,实施产业转移,促进南通家纺产业高端化。

一是实施产业梯度转移。从 2008 年起,长三角和珠三角地区部分企业就开始掀起一阵迁厂潮,把工厂搬到国外或中西部,虽然有些国家和地区劳动力、土地成本相对低廉,但是由于缺少熟练的产业工人、完善的产业链条,加之语言、宗教及生活习惯的障碍,许多已实现转移的企业并没有获得想像中的效益。劳动密集型的家纺产业是不折不扣的民生产业,促进企业从劳动密集型向技术密集型转型是个趋势。要鼓励产业梯度转移,鼓励重点家纺企业进一步强化研发和营销意识,转移普通产能,充分利用本地周边地区和苏北的劳动力、原材料、土地等资源,引导和推动家纺加工产业向其转移。在转移过程中把企业总部、品牌、技术研发等部门留在本地,从产品经营向品牌经营转变,从生产基地向区域集散基地转变。

二是实施市场开发带动产业转移。今年,中西部劳动力回乡就业的发展趋势明显,南通家纺应充分发挥专业市场带动的产业发展模式,通过商会牵头,企业联盟出击,以引导消费,扩大内需为切入点,复制和开发国内家纺专业市场,进而带动家纺加工产业转移。实施“南通家纺百城百街”计划,减少产业发展中的渠道费用过高问题,给南通家纺企业提供高品质的终端销售平台。目前,南通家纺商会组织投资 10 亿元,打造占地 230 亩,建筑面积 42 万平方米的“重庆国际家纺城”,为南通家纺产业通过市场开发,带动产业向中西部转移,实现产业升级迈出坚实的第一步。

3.5 着力加快家纺名牌园区建设

南通家纺产业因其在发展中的“草根性”,中下游产业链体系完整,家纺的品种款式由少到多,生产企业由弱到强,经营规模由小到大,生产设备由落后到先进,辐射面由狭到宽,形成了生产规模化、分工社会化、设备智能化、产品系列化和营销国际化的格局。随着“中国纺都城”、“中国家纺名城”地位的确立,“南通州家纺”区域品牌的影响,版权核心价值的推动,在布局上,要不断完善产业链,培养和引进高端品牌企业。充分利用南通家纺产业的正外部性,规划家纺名牌产业园区,推动家纺板块向高档化集群发展,为产业升级提供载体。

要坚持产业立城,建设家纺名牌园区。以大桥新城规划为立足点,重点支持高档、名牌家纺企业入驻,提升产业整体层次。要考虑产业关联度,推进产业链招商。通过补链招商,拉长加粗、完善提升产业链,增强发展支撑力。通过产业链上的品牌企业布局,相互协作,相互渗透,真正将“大家纺”概念在品牌园区得以实现,在更高层次促进家纺产业的良性发展。在集群发展上要做好梯度建设。规划好不同规模企业的服务模式,利用梯度布局、梯度服务和梯度发展,来优化产业结构,促进产业升级。要实施腾笼换凤。为产业配套的中小企业发展留足空间,在一定范围内建立一般生产加工区,建设高层次的标准厂房,提供给一般家纺生产企业,为品牌企业的入驻腾出空间。使南通家纺真正成为名牌主导、主业突出、分工协作、配套完整的家纺产业集群。◆

参考文献:

- [1] 谢勇,柳华.产业经济学[M].华中科技大学出版社.2008
- [2] 张广传.浅论我国家纺行业的发展现状[J].山东纺织经济.2010(5)
- [3] 赵鹏飞,杜义飞.基于价值创造的产业升级理论综述[J].中国集体经济.2011(1)
- [4] 赵东.江苏纺织产业集群综述:以点带面谋求新发展[J].
www.cbismb.com/articlehtml/20160232.htm
2010-11-1
- [5] 姜长云.面向产业集群发展生产性服务业[J].新理财.2010(08)
- [6] 陈阳,孔双建,金峰.虚拟经营在家纺产业中的应用研究[J].市场论坛.2010(2)

作者简介:

黄亚南(1973-),男,江苏南通人,讲师,从事区域经济、产业经济研究。