

# 数字化促纺织服装业蝶变

本报记者 刘瑾

## 下半年产业新趋势

今年以来,受疫情多点散发、原料成本上涨、需求低迷以及行业自身特点影响,纺织服装行业发展面临巨大压力。整体来看,凭借高效稳定的国际竞争优势,在2021年出口创新高的基础上,出口增长势头延续;但国内市场出现旺季不旺、淡季更淡景象,多数企业业绩受到明显影响。

下半年,纺织服装行业面临的成本、需求以及订单转移、国际形势等方面的压力仍将存在,行业企业要抓住数字化转型新机遇,争取实现科技、时尚、绿色的高质量发展。

### 出口增长下有隐忧

今年以来,外需整体向好。虽然国内部分省市因疫情封控导致出口暂时下滑,但在解封后迅速复工复产,物流恢复畅通,体现了我国强大的供应链韧性。海关总署发布的数据显示,2022年上半年,纺织服装累计出口1564.9亿美元,同比增长11.7%。其中,服装出口增长尤为迅速。

对外经济贸易大学国家对外开放研究院副教授卢福永分析说,2022年上半年我国纺织服装出口保持较快增长主要有三个方面原因。一是国际市场对我国纺织服装的需求相对平稳,来自欧盟、美国、东盟等主要市场的订单波动不大。二是我国纺织服装产品供应能力较好,出口产品结构能随国际市场需求快速调整,比如今年由于国外疫情管控普遍放松,我国防疫类纺织服装产品出口下滑,但通勤、户外类服装产品出口增长较快。三是出口单价增加,受全球能源、原材料价格上涨等多重因素影响,我国纺织服装产品的出口价格保持一定增长幅度。

然而,下半年纺织服装行业的出口形势不容乐观。今年二季度以来,不少纺织服装厂都遇到了出口订单下降的问题,尤其以中小企业为主。现阶段企业接不到订单,将直接影响下半年的出口数据。

订单量减少,从长期趋势来看,业内普遍认为这是海外订单向东南亚国家转移的表现。根据中国纺织品进出口商会的最新估算,上半年,我国纺织服装订单转移规模为60亿美元左右。下半年,我国纺织服装订单转移还可能呈加速态势。

卢福永分析,国际市场需求情况是支撑出口增长最主要的因素。此外疫情、地缘政治、贸易环境、汇率波动等不确定因素增加,势必会使得国际贸易风险增大。当然,还要看中国纺织服装出口企业的供给能力和营销能力,以及相关产业政策的有效性。

可喜的是,今年以来,我国在稳外贸政策和措施上持续发力。在商务部近日召开的专

题新闻发布会上,商务部外贸司副司长张斌表示,当前,外贸发展面临的风险高、困难大、不确定因素多。相关负责人表示,下半年在稳外贸方面,商务部将突出扩增量、稳存量、强保障三大着力点,积极促进出口、扩大进口。与此同时,各地也在积极出台相应的稳外贸政策和措施。

### 内销暗淡中有亮点

与外贸板块相比,纺织服装内销板块表现相对暗淡。从近日多家服饰上市公司公布的上半年业绩预警来看,不少企业业绩明显下跌。

“大家都知道业绩会不好看,但是这样的降幅依旧出乎意料。”业内资深人士雷女士告诉记者。

女装企业受影响尤其明显,歌力思预计2022年上半年业绩减少约75%;日播时尚预计上半年净利润为358万元,同比减少87.14%。休闲服饰企业日子也不好过,太平鸟预计上半年净利润同比减少68%;美邦服饰上半年预计净亏损高达6.2亿元至6.8亿元。

“纺织服装内销形势不乐观,主要是受国内整体消费相对疲软的影响。”卢福永分析说,近三年来新冠肺炎疫情对我国经济和居民收入的影响是全方位的,居民消费能力和消费水平有明显下滑,女装、休闲服等类别刚性需求较小,因此销量下滑更加显著。

尽管整体低迷,纺织服装行业仍不乏亮点。从微观层面来看,部分企业业绩良好。以波司登为例,不久前其发布了2021/2022财年的年度财务报告。报告显示,公司于报告期内实现收入162.14亿元,同比增长19.95%;公司权益股东应占溢利同比上升20.6%至20.62亿元;毛利率同比上升了1.5%,达到60.1%。

从宏观层面来说,零售消费已有触底反弹之势。国家统计局数据显示,今年1月份至6月份,服装、鞋帽、针织纺织品类社会消费品零售总额达6282亿元,同比下降6.5%。但6月份,绝对消费总额为1198亿元,同比增长1.2%。

国信证券发布研究报告称,看好业绩出色的纺织服装制造企业和率先复苏的品牌服饰龙头。6月份以来,随着疫情好转带动内需恢复,国内消费呈现较好反弹趋势,头部运动品牌保持良好增长。看好业绩向好和中期成长出色的优质制造企业投资机遇。纺织服装行业投融资情况也反映了资本市场对行业的信心。据天眼查不完全统计,1月份至7月份,纺织服装融资事件合计6起,融资金额超7亿元。

服装市场仍然有巨大空间,但前提是先



江西省赣州市于都县鼓励纺织服装企业加速科技创新,推动工业数字化改造,“老区智造”产品畅销国内以及世界多个国家和地区。  
朱海鹏摄(中经视觉)

能活下去。卢福永认为,对于大部分非刚性需求的纺织服装产品,企业很难逆转消费市场需求。部分企业通过供给端改革,例如增加专业性、功能性、场景性设计,提升产品的针对性,进而提高消费需求;线上销售模式的场景化改革,也让服装企业的销售渠道得以有保障。

### 数字化带来新机遇

6月份主要经济体消费市场下滑,世界银行、世界贸易组织等机构下调了世界经济和贸易增长预期。下半年,纺织服装行业可能会面临国际国内市场需求均相对疲软的状况,且面临的各种不确定性有可能增加。

全球经济复苏情况不容乐观,中小企业要加强自救,降本增收。卢福永建议,出口企业需要在供给端和销售端同时发力。在供给端,不仅要优化产品供给结构和质量,还要合理安排好供给节奏,高度重视国际物流动向,优化供应链调整能力,降低生产成本。在市场端,要充分挖掘新兴市场,比如今年上半年拉美市场出口增长就很显著,可以利用RCEP等贸易协定新优势,积极开拓新市场。

对于国内市场,卢福永表示,纺织服装企业转型主要向专业化、场景化、品牌化等转变,供给端的设计、品控等更加受到重视,突出产品的辨识度,进而提升消费者的品牌忠诚度和认可度。同时,企业的集团化发展趋

势也较为明显,综合性纺织服装企业集团更能融合各品类产销优势,形成较强的综合竞争力。

面对新形势,工业和信息化部等部门近日印发了《数字化助力消费品工业“三品”行动方案(2022—2025年)》(以下简称《行动方案》),旨在通过促进消费品工业增强数字技术融合应用能力,进一步推动“十四五”时期“三品”战略迈上新台阶。

对此,中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示,《行动方案》的出台为纺织行业在新时期更好践行新发展理念、融入新发展格局,实现科技、时尚、绿色的高质量发展带来新机遇。落实好《行动方案》,纺织行业应着重做好三方面工作:一是完善产业生态,将数字化打造成行业协同发展、协同创新的新支点;二是提升基础能力,将数字化打造成行业平稳健康发展的新支点;三是拓宽应用场景,将数字化打造成撬动国内大市场、畅通双循环的新支点。

数字技术应用的全场景化、专业化成为纺织服装行业的必然趋势,也为行业开启了新的细分赛道。近日,专注提供智能缝纫方案的深圳速英科技有限公司完成超千万元天使轮融资,本轮投资方为创新工场前沿科技基金,融资将用于产品研发及客户验证。创新工场执行董事兼前沿科技基金总经理任博冰表示,在人力成本抬升和“用工荒”等压力下,工业自动化成为我国继续保持“世界工厂”地位的一剂特效药。



### 数据要素市场仍处在

培育期,各项基础性制度建设任重道远。要加快构建数据要素市场规则,培育规范的数据交易平台和市场主体,坚持用技术手段堵住安全漏洞。

在数字经济时代,数据已经成为重要战略资源和关键生产要素,深刻改变着人类的生产方式、生活方式和社会治理方式。前不久发布的《中国数字经济发展报告2022》认为,基于数据采集、标注、分析、存储等全生命周期价值管理链的数据资源化进程不断深化;数据确权在顶层规划中有序推进,数据定价、交易流通等重启探索,迎来新一轮建设热潮。

李芃达

具体而言,数据由人工采集向自动采集进一步转化,各类传感器被广泛应用在生产、生活及科学研究中,并产生大量数据,这些数据经过人工智能及相应算法提取处理后,在各行各业中共享流通复用,从而真正产生价值。中央财经委员会第九次会议要求,加强数据产权制度建设。“十四五”数字经济发展规划也提出,到2025年数据确权要有序开展。数据确权重要性在国家顶层规划中得到了进一步体现。

但不可否认的是,数据要素市场仍处在培育期,数据产权、交易流通、收益分配以及安全治理等各项基础性制度建设任重道远。例如,作为新一代商品,数据具有非标准化特性,在交易过程中如何计量、定价,尚未形成明确模式;数据平台具有虹吸效应,个人、企业甚至是政府都是数据贡献者,而数据产生价值后的收益分配比例、时序都有待规范。

因此,要加快构建数据要素市场规则,培育规范的数据交易平台和市场主体,探索场内与场外相结合的数据交易模式,建立数据资本资产定价机制,推动数据资源交易流通。

此外,数据安全一直以来都是其流通交易中最受关注的话题。从泄露个人信息到窃取企业关键数据,再到日益频发的网络攻击,数据安全防护墙不筑牢,发挥数据价值永远都只是空中楼阁。要强化数据安全治理,落实数据安全法、个人信息保护法等,严厉打击数据黑市交易,加大数据篡改、破坏、泄露等犯罪行为的违法成本。营造安全有序的市场环境,鼓励行业、地方和企业推进数据分类分级管理,构建更加精准的针对性保护机制,探索可信的数据流通架构,如可信数据空间建设,防范数据安全风险。

更为重要的是,要坚持用技术手段堵住安全漏洞。提升网络数据安全一体化防护能力,着力支持数据安全保障技术研发,加强网络数据安全核心技术攻关,依托科研院所、高校、企业等主体开展差分隐私、同态加密、多方安全计算、联邦学习等前沿数据安全技术研究,为数据交易流通扎紧技术篱笆。

业界点睛

## 市场采购贸易让出口“跑得快又稳”

本报记者 顾阳

在辽宁西柳服装城,一批衬衣、鞋袜等即将启程运往希腊。与常规贸易方式不同,这批来自当地服装城多家商户的服装,将通过组柜拼箱的方式出口。

“以前没有资质,干不了外贸,自己生产的衣服只能贴上人家的商标才能出口,大部分利润都被别人分走了。”西柳服装城商户张萍萍说,如今有了政策支持,个体商户经过备案后就能干上外贸。

张萍萍所说的“备案”,正是近年来各地兴起的市场采购贸易业务。作为一种外贸新业态新模式,市场采购贸易方式是由符合条件的经营者在经国家商务主管部门认定的市场集聚区内采购、单票报关单商品货值15万美元(含15万)以下,并在采购地办理出口商品通关手续的贸易方式。

据大连海关口岸监管处处长张军介绍,自今年3月份在西柳服装城试点市场采购贸易业务以来,在大连海关备案的出口供货商已达6057户,进出口贸易总量达3.14亿美元,出口至德国、韩国等80多个国家和地区,

成为辽宁外贸新的增长点。

“市场采购贸易方式主要面对的就是‘单小、货杂、品种多’的小微企业,给它们提供了对接国际市场的便利通道。”张军说,为降低小微企业参与外贸的门槛,大连海关简化了注册手续与审批流程,建立线上一站式备案窗口,企业无论大小,只要在平台进行备案,其货物都能直接申报出口。

目前,我国拥有超1.6亿市场主体,中小微企业占市场主体总数的九成以上,市场采购贸易方式以其免征增值税、简化通关手续、创新结汇方式等政策优势,极大地满足了中小微企业小单化、小批量、多批次的外贸需求,尤其是在疫情防控期间,更是以通关流程顺畅、物流发展稳定的速度优势,成为不少地方外贸出口的亮点。

“疫情期间,我们第一次通过市场采购

平台出口了2票价值20余万元的毛呢料。”浙江绍兴柯桥中国轻纺城个体工商户吴立特说,出口新通道铺到了家门口,个体工商户也能参与到外贸大军中来,既方便又稳定。类似吴立特这样的新外贸人,在当地还有不少。

杭州海关隶属绍兴海关的统计显示,2022年上半年,浙江绍兴柯桥中国轻纺城市场采购贸易货物出口金额达111.7亿元,同比增长125.1%,出口集聚效应明显,出口业绩居全国同批试点单位前列。据统计,已经有1700多家个体工商户在轻纺城市场采购联网信息平台上进行备案注册。

江苏常熟服装城是全国较早开展市场采购贸易的试点市场之一。南京海关所属常熟海关立足地方特色,指导建立起商品备案、报关申报、组货拼箱、通关出口等一

体的“一站式”市场采购贸易服务平台,解决了服装城内大量商户因单小、货杂、品种多且无增值税发票无法依法退税而带来的贸易难题,有效降低了中小微企业外贸门槛,也缓解了疫情带来的压力。

“我在常熟服装城做了很多年服装外贸生意,以前都是把货卖给外贸公司代理出口,不仅要支付代理费,还要承担各种出口风险。”常熟服装城个体工商户陈劲说,今年5月份接到一笔14.7万美元的服装订单时,心里还有点发愁,生怕受疫情影响没办法正常发货。后来,在当地海关的指导下,选择了以市场采购贸易方式出口。令他没想到的是,采用市场采购贸易方式拼箱出口,不仅申报流程简单了,还节约下3000多元的物流成本。

立足于传统出口贸易基础,南京海关重点打造市场采购贸易“江苏模式”,推动市场采购与外贸综合服务、跨境电商融合发展,优化跨境电商B2B直接出口、出口海外仓监管模式,通过探路外贸新业态新模式,带动产业转型升级,力促江苏外贸“提质增效”。

据统计,截至今年6月底,江苏省已累计培育认定34家省级跨境电商产业园,32家省级公共海外仓。同期,江苏省市场采购贸易累计受理出口报关单18819票、货值110.85亿元,同比分别增长17.44%、13.95%。

南京海关有关负责人表示,将继续落实促进外贸保稳提质各项举措,大力支持市场采购贸易与跨境电商优势叠加融合发展,优化市场采购转关和通关一体化出口通道,积极探索水陆空联运新线路,为江苏中小微企业带来便捷合规出口新渠道,助力外向型经济“跑得快又稳”。

### 外贸新模式 —— 市场采购贸易

主要面对小微企业

采购、单票报关单商品货值15万美元(含15万)以下

免征增值税、简化通关手续、创新结汇方式

满足中小微企业小单化、小批量、多批次的外贸需求

