

DOI: 10.19333/j.mfkj.2017070030506

基于恒定市场份额模型的中国服装产品出口贸易分析

李 厦,单红忠

(北京服装学院 商学院,北京 100029)

摘 要:为定量分析影响我国服装产品出口的因素,有效地对我国服装企业的出口提出建议,从贸易规模、产品结构和市场分布 3 个方面对我国 2001—2016 年的服装产品出口贸易状况进行分析,运用恒定市场份额(CMS)模型分 4 个阶段对影响我国服装产品出口变化的因素进行研究。结果表明:竞争力是影响我国服装产品出口变化的主导因素,国际市场需求的变化对服装产品的出口影响较大,我国出口产品结构对服装出口贸易的影响微乎其微。建议我国服装企业提高服装品牌意识,从单纯的服装制造基地向服装设计、品牌经营转变,从而提高我国服装产品出口竞争力。

关键词:服装产品;出口贸易;CMS 模型;影响因素;竞争力

中图分类号:TS 10 文献标志码:A

Analysis of Chinese' garment product export trade based on Constant Market Share model

LI Sha, SHAN Hongzhong

(College of Business, Beijing Institute of Fashion Technology, Beijing 100029, China)

Abstract: In order to quantitatively investigate the factors that affect the export of China's garment products and offer a proposal, the export trade of garment products in China from 2001 to 2016 in terms of trade scale, product structure and market distribution were analyzed. Moreover, the factors influencing China's garment export were analyzed using Constant Market Share Model (CMS) model in four stages. The results show that the competitiveness is the dominant factor and then the changes in international market demand influencing the changes of garment export trade, while the influence of China's product structure is not obvious. Hence, China's garment enterprises were suggested to strength brand awareness, transfer from garment production to design and brand management to enhance competitiveness.

Keywords: garment product; export trade; CMS model; influencing factors; competitiveness

我国是世界上最大的服装生产国和出口国。国内服装行业的激烈竞争,使得服装出口成为服装企业的一个重要赢利点。利用恒定市场份额(CMS)模型,前人研究得出竞争力效应是决定我国 1992—2009 年对美国纺织品服装出口增长的最主要因素^[1],也是影响 1992—2007 年中国纺织品服装出口增长的主要因素^[2],但利用 CMS 模型只能分析出国际市场需求、竞争力和产品结构对出口的影响,不能

分析出具体的因素。本文在前人研究的基础上,运用 Jepma(1986)改进后的二阶因素分解的 CMS 模型对 2001—2016 年中国服装产品的出口变化影响因素进行了定量分析,对我国服装企业进一步提高产品竞争力、增加出口、提高业绩具有一定的参考意义。

1 我国服装产品出口贸易分析

1.1 服装出口贸易壁垒

2001 年中国加入 WTO 后,各国逐步取消对我国纺织服装产品的出口关税及配额,如 2002 年美国 and 欧盟分别对纺织服装业项下 55 个和 30 个类别全部或部分取消配额限制,2005 年全球纺织服装配额

收稿日期:2017-07-10

基金项目:北京市社会科学基金项目(SZ20161001208)

第一作者简介:李厦,硕士生,主要研究方向为服装电子商务。通信作者:单红忠,E-mail:shz0306@sina.com。

制度被取消,但以技术性贸易壁垒为核心的新型贸易壁垒成为阻碍我国纺织服装产品出口的最大障碍^[3]。2008年金融危机之后情况愈加严重,因绿色贸易壁垒造成的损失增幅在50%以上^[4]。2017年,国际环保纺织协会发布了最新版Oeko-Tex Standard 100生态纺织品检测标准和限量值要求,对纺织品中有害化学残留监管达到了史上最严程度。目前各国对纺织服装的绿色贸易壁垒不断加强,也影响了我国纺织服装产品的出口。

1.2 贸易规模变化

我国是劳动力资源丰富的国家,纺织服装业属于劳动密集型产业,一直是我国传统出口贸易行业^[5],占据我国出口总额的7%以上。入市前几年,中国服装产品年出口额基本在200亿美元左右,2001年加入WTO以来,全球纺织服装贸易一体化的规则促使我国服装产品出口快速增长,2001—2007年一直保持20%左右的增速,到2007年出口额增长至1 088.81亿美元,期间由于2002年欧盟和美国对纺织服装类全部或部分配额限制的取消,2003年增速高达25%;2005年全球纺织服装配额制度的取消,使得2006年出口额增速高达34%。之后,由于全球经济不景气,即2008年爆发的全球金融危机,出口增速呈下滑趋势,2009年业绩同比下降11.37%。为应对金融危机带来的负面影响,中国政府部门将部分纺织品、服装的出口退税税率由11%提高到13%,2010年我国服装产品出口额出现大幅增长。从2012到2014年,受到发达

国家经济低迷的影响,我国服装产品出口额虽稳步增长至1 734.38亿美元,但增速仅是金融危机前的二分之一甚至以下。在生产成本不断提升、英国脱欧、人民币升值、国际贸易摩擦加剧等因素综合影响下,我国的纺织服装行业利润空间不断被压缩,加上海外市场需求增长的放缓,2015—2016年我国服装产品出口额连续下滑,2016年较2014年下降了256.44亿美元。2001—2016年中国服装产品出口情况^[6]见图1。

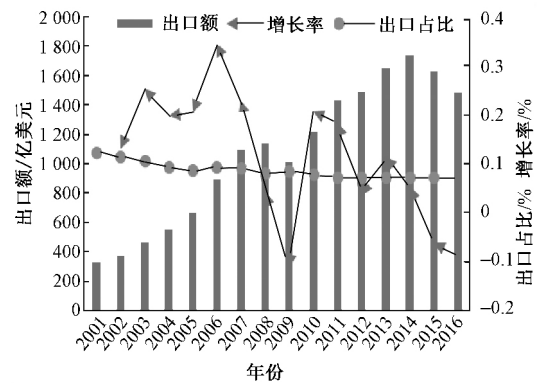


图1 2001—2016年中国服装产品出口情况

1.3 产品结构分析

本文按照联合国标准将服装产品分为两大类:一是针织或钩编的服装和服装配件(61类目);二是非针织或钩编的服装和服装配件(62类目)。按照服装款式分类观察其变化特征,2001—2016年我国服装产品出口呈现出稳定态势,主要出口服装产品结构见表1^[6]。

表1 中国主要出口服装产品结构及其金额

年份	项目	服装配饰	女式套装	男式套装	针织衫类	女式内衣、睡衣等	女式外套	女式衬衫	男式外套	男式衬衫	其他服装配件
2001	金额/亿美元	17.80	65.60	53.16	48.13	13.91	11.35	11.19	14.28	17.36	4.83
	份额/%	5.49	20.24	16.40	14.85	4.29	3.50	3.45	4.41	5.36	1.49
2006	金额/亿美元	68.59	191.14	121.86	128.59	39.20	40.29	26.84	33.99	36.34	8.84
	份额/%	7.74	21.57	13.75	14.51	4.42	4.55	3.03	3.84	4.10	1.00
2011	金额/亿美元	126.59	353.97	195.07	201.39	51.43	79.53	28.05	61.91	58.15	17.03
	份额/%	8.48	24.71	13.62	14.06	3.59	5.55	1.96	4.32	4.06	1.19
2016	金额/亿美元	147.58	414.35	189.53	176.96	64.97	77.24	25.41	57.95	43.66	21.04
	份额/%	9.99	28.04	12.82	11.97	4.40	5.23	1.72	3.92	2.95	1.42

注:份额为占我国纺织品服装出口总额的比例。

由于女性是服装最大的消费群体,我国女式套装出口额始终位列第一,且占服装产品总出口额的比例越来越高,从2001年的1/5上升到2016年的近1/3。随着经济的发展,消费者对于品牌的追求不断提升,而我国服装企业品牌意识淡薄,作为男性地位的象征,男式套装和男式衬衫的出口份额均有明显的下降,而品牌性弱的产品,包括手套、领带等服装配饰出口额2016年比2001年增

长了近130亿美元,是我国第四大出口服装产品。受到全球经济低迷的影响,出口份额保持在14%以上的针织衫等品类服装出口额在近几年有所下降。另外由于国际知名运动品牌的市场占领,靠低价格竞争的我国运动类产品似乎不占优势,出口份额一直处于下降趋势,到2016年仅占我国服装出口总额的3.7%。整体看,女性服装出口额上升了10%,男性占比稳定,手套、领带等服装配饰

出口金额和份额均呈上升趋势,其他服装产品份额有所下降,因此我国女性服装及手套、领带等服装配饰具有发展潜力,其他服装产品需要提高自身的竞争力。

1.4 市场分布分析

随着贸易壁垒的取消,2001—2016 年我国服装产品出口市场新增 21 个国家或地区,到 2016 年共有 200 多个国家或地区,中国服装产品主要出口市场见表 2^[6]。可以看出出口市场主要集中在美国、日本和欧盟地区。在 2002 年美国未取消对纺织服装项下的配额限制之前,日本作为我国服装产品最大的出口国是美国的 3 倍多,之后对美国的出口额一直上升成为出口第一大国,占比高达 20% 多,日本退居第 2 位;对英国出口额不断上升,占比从 1.28% 增长至 6.46%,成为我国服装产品第 3 大出口国;中国香港和德国在服装产品出口中始终占据很大的份额;2009 年左右韩国进口额减少未进入前十,2015 年,中韩自贸协定正式签署后,韩国对我国服装产品的进口额快速增长到 2016 年占比 3.3%;作为邻国,俄罗斯一直位居前十,份额占比在 3% 左右;2010 年中国—东盟自由贸易区正式全面启动后,我国对东盟的服装出口额增加了 2 倍,近几年保持在 150 亿美元左右。

2 模型建立及数据选取

2.1 CMS 模型的建立

恒定市场份额模型 (Constant Market Share Model, 简称 CMS) 是用来反映影响一国或地区出口增长诸因素作用方向和作用程度的模型, Tyszynski 于 1951 年首次提出,此后经过多位学者的完善和扩展, CMS 模型成为研究国际贸易和产业竞争力因素的重要模型。模型假设:假如某国出口产品竞争力不变,且在进口国所占市场份额也不变,那么出口额将随另一国进口额的增长同比例增长;如果二者存在差额,则是出口结构或出口竞争力的变化导致的^[7]。

CMS 模型将影响一国出口规模的因素分为 3 个效应:竞争力效应、市场规模效应和分布结构效应^[8],因本文研究的是中国一种产品出口到多国的贸易情况,故应用简化模型:一种产品出口到多国的 CMS 模型。基于 CMS 经典模型,汲取 Jepma 模型的优点,列出 CMS 模型基本公式如下:

$$\Delta V = \sum r_i^0 \Delta V_i + \sum \Delta r_i V_i^0 + \sum \Delta r_i \Delta V_i$$

式中: ΔV 为末期和基期间一国产品出口总额的变动量; r_i^0 为基期出口国在全球 i 种类产品进口额中所

表 2 中国服装产品主要出口市场

年份	国家/地区	金额/亿美元	份额/%
2001	日本	114.59	35.36
	中国香港	55.44	17.11
	美国	33.74	10.41
	韩国	15.52	4.79
	澳大利亚	8.50	2.62
	德国	6.48	2.00
	俄罗斯	6.28	1.94
	加拿大	4.62	1.43
	英国	4.49	1.28
	巴拿马	4.36	1.35
合计		254.02	78.29
2006	日本	151.70	17.12
	美国	141.87	16.01
	中国香港	86.63	9.78
	罗马尼亚	49.63	5.60
	德国	32.61	3.68
	俄罗斯	32.32	3.65
	韩国	31.26	3.53
	英国	25.66	2.90
	加拿大	23.61	2.66
	意大利	20.74	2.34
合计		596.03	67.27
2011	美国	254.75	17.78
	日本	212.21	14.81
	德国	97.66	6.82
	中国香港	68.79	4.80
	英国	59.76	4.17
	法国	46.03	3.21
	俄罗斯	41.27	2.88
	意大利	38.76	2.71
	西班牙	37.21	2.60
	荷兰	34.01	2.37
合计		890.45	62.15
2016	美国	305.35	20.66
	日本	153.88	10.41
	英国	95.47	6.46
	中国香港	83.64	5.66
	德国	59.64	4.04
	韩国	48.76	3.30
	阿拉伯	40.55	2.74
	俄罗斯	38.35	2.60
	法国	37.69	2.55
	西班牙	35.29	2.39
合计		898.62	60.81

占份额; ΔV_i 为末期和基期间全球 i 种类产品进口总额的变动量; V_i^0 为基期全球 i 种类产品进口总额; Δr_i 为末期和基期间出口国在全球 i 种类产品进口额中所占份额的变动量。

公式右端的 3 项分别表示影响出口国某种商品出口增长的市场需求效应(世界市场产品进口变化)、竞争力效应(出口国出口产品结构变化)和结构交叉效应(出口国出口结构与世界进口的交互变化而导致出口国的出口额变动)^[9]。对其进行第 2 次分解,得到:

$$\Delta V = r^0 \Delta V + \left(\sum_i r_i^0 \Delta V_i - r^0 \Delta V \right) + V^0 \Delta r + \sum_i \Delta r_i V_i^0 - V^0 \Delta r + (V^t / V^0 - 1) \sum_i \Delta r_i \Delta V_i^0 + \sum_i \Delta r_i \Delta V_i - (V^t / V^0 - 1) \sum_i \Delta r_i \Delta V_i^0$$

式中: V^0 为基期全球进口总额; r^0 为基期出口国在全球进口总额中所占份额; V^t 为末期全球的进口总额; Δr 为出口国在全球进口市场所占份额的变动量。

由此,市场需求效应被分解成需求结构效应和需求规模效应,分别表示由于结构变动和全球市场进口规模变动而导致出口国出口额的变化;竞争效应被分解为产品竞争力效应和综合竞争力效应,分别表示由于特定产品出口额在全球市场进口总额中的份额变动和出口国产品出口总额变动而导致的出口额的变化;结构交叉效应被分解为动态交叉效应和净交叉效应,分别表示由于全球进口规模变动与出口国出口结构变动的交互作用而导致的出口国

出口额的变化(正值表明出口国出口结构的变动能够适应世界进口规模的变动),和全球进口结构变动与出口国出口结构变动的交互作用导致的出口额的变化(正值表示出口国在进口需求增长较快的市场上的份额增长较快)^[10]。

2.2 数据选取

鉴于本文数据的获取渠道,按照联合国商品贸易数据库(UN Comtrade)的数据分类,并根据服装的款式,本文将服装产品分为 15 类。研究时间为 2001—2016 年,根据期间贸易壁垒及世界经济环境的变化分为 4 个阶段(2001—2007 年、2008—2009 年、2010—2013 年、2014—2016 年)进行研究。

3 影响因素分析

2001—2016 年中国服装产品出口额增长了 1 153.86 亿美元,其中,第 1 阶段(2001—2007)处于快速增长期,增长了 764.73 亿美元;第 2 阶段(2008—2009)是经济衰退回落期,减少了 128.89 亿美元;第 3 阶段(2010—2013)属于经济恢复增长期,增长了 439.73 亿美元;第 4 阶段(2014—2016)是经济低迷期,减少了 256.44 亿美元。对 4 个阶段进行 CMS 模型分析,从测算的结果来看,竞争力是不断推动我国服装产品出口变动的主导因素,其次是国际市场需求的变动对我国出口增长起到了一定的作用,但产品结构对我国的出口交易额变动的作用微乎其微。中国服装产品出口 CMS 模型测算结果见表 3。

表 3 中国服装产品出口 CMS 模型测算结果

影响因素	2001—2007 年		2008—2009 年		2010—2013 年		2014—2016 年	
	金额/亿美元	贡献率/%	金额/亿美元	贡献率/%	金额/亿美元	贡献率/%	金额/亿美元	贡献率/%
出口额变化	745.4	100.0	-128.9	100.0	424.2	100.0	-239.7	100.0
市场需求效应	197.9	26.5	-118.4	-91.9	185.5	43.7	-51.2	-21.4
需求规模效应	199.2	26.7	-118.8	-92.2	182.9	43.1	-60.4	-25.2
需求结构效应	-1.3	-0.2	0.4	0.3	2.6	0.6	9.2	3.8
竞争力效应	335.6	45.0	-11.8	-9.2	205.3	48.4	-192.5	-80.3
综合竞争力效应	333.4	44.7	-11.3	-8.8	208.6	49.2	-186.1	-77.6
产品竞争力效应	2.2	0.3	-0.5	-0.4	-3.3	-0.8	-6.4	-2.7
结构交叉效应	211.9	28.4	1.3	1.0	33.4	7.9	4.0	1.7
净交叉效应	214.1	28.7	1.3	1.0	32.2	7.6	6.9	2.9
动态交叉效应	-2.2	-0.3	0	0	1.2	0.3	-2.9	-1.2

第 1 阶段(2001—2007):影响我国服装产品出口变动的主导因素是竞争力,贡献率为 45.0%,其主要得益于综合竞争力的积极作用,产品竞争力产

生的促进作用微乎其微;产品结构和国际市场的需求因素的贡献率相差不多,分别为 28.4% 和 26.5%,其中需求规模效应明显,因为全球进口需求

规模快速增长,需求结构的变动对我国出口起到了抑制作用;净交叉效应为正值且显著,说明我国服装产品出口结构能对全球进口规模变化做出较快的调整,动态交叉效应为负值,说明在世界进口需求增长快的服装产品中只占很小的份额。

我国加入WTO后,服装产品的贸易自由度提升,加上美国和欧盟及全球纺织服装产品配额的取消^[11],需求市场的扩大对我国服装产品的出口起到了较大的推动作用;由于当时我国属于低劳动力成本地区,对于劳动密集型的服装行业来说,我国竞争力相当强大,所以在此阶段,竞争力是我国服装产品出口增长的主导因素。

第2阶段(2008—2009):全球市场服装产品需求下降是导致我国服装产品的出口下降的主要原因,其贡献率高达91.9%,主要是需求规模产生的效应;虽然竞争力也对出口的下降产生了影响,但贡献率仅为9.2%,其中综合竞争力效应较显著,产品竞争力的积极作用还是比较弱;产品结构效应为正值,其中净交叉效应和动态交叉效应分别为正值和0,说明我国服装出口结构变化与世界市场一致,且在有潜力的服装产品中不占优势。

受到全球金融危机的影响,各国经济受到了不同程度的冲击,纷纷出台政策以促进本国企业经济的发展,对我国服装产品的出口起到了不利影响。为应对金融危机带来的负面影响,我国政府出台政策将部分纺织品、服装的出口退税率由11%提高到13%,在一定程度上抑制了我国服装产品出口的下滑^[12]。

第3阶段(2010—2013):竞争力和国际市场需求因素都对我国服装产品出口的增长起到了很大的促进作用,贡献率分别为48.4%和43.7%,最主要的是需求规模和综合竞争力产生的促进效应,需求结构的作用非常有限,而产品竞争力对出口增长产生了负面影响;结构交叉效应不太明显,从均为正值的净交叉效应和动态交叉效应来看,我国服装产品结构对全球进口市场产品结构的变化有一定的适应能力。和金融危机之前相比,我国服装产品出口情况恢复的比较理想。竞争力的作用基本持平,但我国产品结构的优势逐渐弱化,对世界市场需求的依赖度逐渐增强。

第4阶段(2014—2016):竞争能力的下降是导致我国服装产品出口减少的最主要原因,贡献率高达80.3%,其中综合竞争力的抑制作用显著,特定产品竞争能力也对出口造成了负面影响;全球市场需求的下降也是我国服装产品出口减少的重要原因,是需求规模缩减的结果,需求结构抵消了一部分

抑制作用;分别为负值和正值的动态交叉效应和净交叉效应说明我国服装产品出口结构变化与全球市场步调一致,但与需求增长快的产品不相适应。

近2年全球经济不景气,全球市场需求有所下降,但造成我国服装产品大幅下降的原因是我国竞争能力的不足^[13]。21世纪初我国靠低价格出口服装产品的贸易额还是很可观的,但随着我国劳动力成本的上升,低劳动力成本优势已转移至越南、菲律宾等国,另一方面全球人民生活水平显著提高,对品质的追求越来越高,但我国服装业整体品牌知名度较低。劳动力成本优势和品牌优势的缺失,是我国服装竞争能力不足的主要原因,也是我国服装产品出口额逐渐下降的主要原因。

4 结 论

①我国服装产品出口变化的主导因素是竞争力。入世后,得益于中国低劳动力成本和全球人民品牌意识淡薄的优势,综合竞争力较强的中国服装出口快速增长。随着经济飞速发展,我国劳动力成本上升加上人们品牌意识的增强,我国竞争力处于劣势,也是造成近几年出口额下降的主要原因。

②从整体来看,我国服装产品出口对国际市场需求依赖度较强,在2008—2009年表现的很明显,一旦国际市场需求缩减,将直接导致我国服装产品出口下降。此后,国际市场需求的推动力比金融危机前更显著,表明我国服装产品出口越来越依赖于国际市场需求。

③我国产品出口结构日益合理,但对服装产品出口的促进作用微乎其微。整体来看,我国服装产品出口结构能够应对世界进口结构的变化,但在国际进口需求增长较快的产品中一直处于很低的市场份额。

④我国服装企业出口应该从规模导向型向品牌导向型转变,提升产品的附加值,增加科技投入以促进产品创新,逐步从单纯的服装制造基地向服装设计、品牌经营转变,进一步提高我国综合竞争力和产品竞争力。

⑤对国际市场需求依赖较强的原因是市场高度集中的结果,为应对国际市场的需求变化,我国服装行业应该分散出口市场分布,在稳定原有出口市场的基础上,积极开拓新兴及其他国家的需求市场,降低对国际市场需求的依赖度。

参考文献:

- [1] 杨楠楠. 中国对美国纺织品服装出口增长及影响因素分析[J]. 天津工业大学学报, 2011(4): 81-84.

- [2] 齐玮. 基于 CMS 模型的中国纺织品服装出口分析[J]. 国际贸易问题, 2009(12): 16-21.
- [3] 陈晓, 王婷婷. 新形势下我国纺织服装出口贸易面临的困境及应对措施[J]. 对外经贸实务, 2017(5): 33-36.
- [4] 张燕. 欧盟绿色贸易壁垒太高 中国纺织品服装出口受阻[EB/OL]. (2016-12-01) [2017-07-06]. <http://www.chinairn.com/news/20161201/10052625.shtml>.
- [5] 耿安逸, 姚蕾, 孟子琦. 欧盟环境规制对我国纺织品出口影响实证研究[J]. 纺织学报, 2015, 36(11): 150-155.
- [6] Trade Map: Trade Competitiveness Map [EB/OL]. [2017-07-06]. <https://comtrade.un.org/>.
- [7] 全颖, 郑策. 基于 CMS 模型的中国毛皮产品出口效应分析[J]. 中国畜牧杂志, 2015(12): 16-20.
- [8] 李慧玲, 马海霞, 陈军. “一带一路”战略下中印、中巴贸易增长因素研究: 基于修正的 CMS 模型分析[J]. 经济问题探索, 2016(3): 127-135.
- [9] 霍尚一. 基于 CMS 模型的中国丝绸出口贸易波动性分析[J]. 蚕业科学, 2015(6): 1094-1101.
- [10] 高道明, 田志宏. 中国农产品出口增长的影响因素研究: 1995—2013 [J]. 经济问题探索, 2015(1): 167-172.
- [11] 刘长城. 全球纺织服装出口格局的变革及我国的影响[J]. 纺织导报, 2014(10): 31-33.
- [12] 耿仲钟, 肖海峰. 国内外毛衫服装贸易格局分析[J]. 毛纺科技, 2016, 44(9): 66-71.
- [13] 杨贵中. 中国纺织服装业出口竞争力的演变及国际比较[J]. 毛纺科技, 2014, 42(6): 52-58.