

# 第4章 制造业

## 1. 纺织及服装

2021年对于中国纺织服装行业是跌宕起伏的一年，既有欧美服装市场从新冠肺炎疫情中实现复苏以及一度转至东盟地区的生产线重返中国等利好因素，又有原材料价格和海运成本飙升、人民币升值、电力供应限制、国内市场增速放缓等不利因素。

由于欧美市场复苏、生产线重返中国的利好影响大大超出了口罩、防护服等防疫物资订单下降带来的不利影响，中国纺织制品出口自2014年以来时隔七年再创历史新高。但另一方面，也有不少企业业绩出现下滑。

从2021年中期开始，受到新冠肺炎疫情冲击的越南等地的生产订单开始重返中国，制衣厂与面料工厂开工率大幅提高。设备投资也越发活跃，设备工厂及零部件工厂的业绩实现增长。但是，9月份因煤炭紧缺、政府收紧环保政策等原因，各地纷纷采取限电措施，导致江苏省苏州市吴江以及浙江省绍兴市纺织产地工厂陷入“有订单却无法生产”的局面。虽然从10月中下旬开始限电情况有所缓解，但受电影响，蒸汽能源等能源价格上涨，对本已因原材料价格高涨而陷入困境的工厂的利润构成了压力。

国内服装市场在受新冠肺炎疫情爆发后的2020年2、3月份封城、限行影响而走低后，2021年上半年出现了强劲反弹。1-6月，服装类的社会消费品零售总额同比增长了33.7%。引人注目的是，专注于线上销售的品牌也取得了不错的业绩。上半年储蓄带动服装类社会消费零售总额增长12.7%，但8月以来服装市场因经济放缓而下滑，8-12月连续五个月为负增长。

### 中国纺织及服装产业的动向

#### 2021年的生产动向

国家统计局数据显示，2021年1-11月主要纺织品的产量为：纱产量2,605万吨（同比增长10.1%），布产量357亿米（同比增长8.5%），均超上一年同期的业绩。服装市场复苏等新冠肺炎疫情后的反弹已经显现。

另一方面，上一年，无纺布因防疫物资等特殊需求而增加14.4%，今年则减少1.5%，为561万吨。

化纤6,139万吨，增长10.3%。北京冬奥会和冬残奥会推动了国内体育市场的增长，同时全球对弹性家居服等产品的需求不断扩大。在此背景下，材料巨头企业积极开展中流投资。

受新冠肺炎疫情影响而在上一年陷入困境的服装类产量增长8.5%，达到213亿件。

表1：2021年1-11月纺织品产量

| 商品     | 单位 | 产量    | 同比(%) |
|--------|----|-------|-------|
| 纱      | 万吨 | 2,605 | 10.1  |
| 布      | 亿米 | 357   | 8.5   |
| 无纺布    | 万吨 | 561   | △1.5  |
| 帘子布    | 吨  | 75    | 24.7  |
| 化学纤维   | 万吨 | 6,139 | 10.3  |
| 其中合成纤维 | 万吨 | 5,623 | 10.5  |
| 服装     | 亿件 | 213   | 8.5   |

资料来源：国家统计局等

对象企业：主营业务年收入2,000万元以上

#### 2021年国内消费形势

2021年社会消费品零售总额440,823亿元（资料来源：中国国家统计局），同比增长12.5%。其主要原因是2020年上半年受到新冠肺炎疫情强烈影响后，2021年开始出现消费回落。另一方面，单月同比增幅自4月份以来持续收窄，12月份仅为1.7%。

其中，2021年服装类（服装、鞋帽、针织品）社会消费品零售总额13,842亿元，增长12.7%（图1）。12月份为1,487亿元，同比下降2.3%，8月份以来连续五个月负增长。

2021年网上零售额为130,884亿元，同比增长14.1%。线上商品零售额108,042亿元，增长12%。其中，服装类增长8.3%。

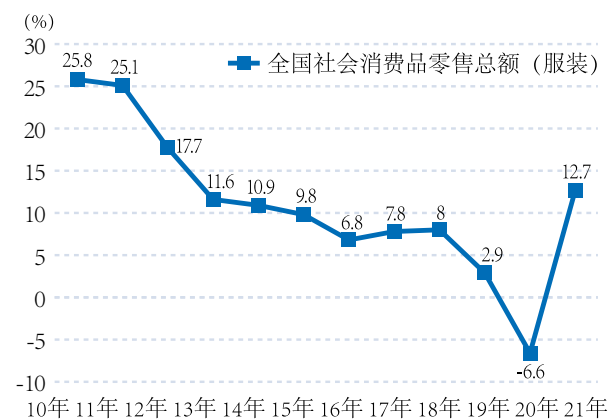
新冠肺炎疫情爆发后，国内服装市场销售渠道迅速向线上转移。因而2021年上半年，专注于线上销售的品牌以及线上线下双管齐下的实体店品牌的销售额均有所增长。

下半年，受服装市场行情走低以及短视频平台“抖音”直播带货形式的服装直销增加的影响，部分此前一直表现强劲的专注线上销售的品牌增速开始减退。

从品类来看，时尚奢侈品牌和运动品牌总体表现良好。奢侈品牌表现突出的原因在于此前消费者一直在海外进行奢侈品消费，但由于新冠肺炎疫情无法出国旅游，导致这些消费回归了国内。运动品牌表现良好是因为在北京冬奥会和冬残奥会的影响下，体育锻炼人口增加，以及商业风格休闲化的影响结果。

此外，消费者中Z世代（1995年以后出生）的存在感增加，他们更为支持国内设计师品牌，售卖这些品牌的精选商店在商区中出现得越来越多。在新冠肺炎疫情后的户外热潮的拉动下，户外品牌的业绩逐渐提升。

图：中国服装类销售额同比变化情况



资料来源：国家统计局（全国社会消费品零售总额）

## 2021年贸易趋势

中国海关总署数据显示，包括纺织品（纱、布、制成品）和服装（含衣着附件和帽类）在内的2021年纤维制品出口额达3,155亿美元，同比增长8.4%。这不仅比新冠肺炎疫情前2019年高出16.2%，而且也是2014年以来时隔7年首创新高。口罩等出现反弹下滑的纺织品下降5.6%，为1,452亿美元。而欧美市场回暖、生产线回归中国的服装类增长24%，为1,703亿美元。

服装进口增长近30%，达到123亿美元。消费者受新冠肺炎疫情无法出国旅行，海外高价商品消费回归国内的现象，在数据中得到了反映。

表2：2021年中国纺织品进出口统计（单位：亿美元）

| 出口  |       |        |             |
|-----|-------|--------|-------------|
|     | 2021年 | 同比 (%) | 对比2019年 (%) |
| 纺织品 | 1,452 | △5.6   | 21          |
| 服装  | 1,703 | 24     | 12          |
| 合计  | 3,155 | 8      | 16          |

| 进口  |       |        |             |
|-----|-------|--------|-------------|
|     | 2021年 | 同比 (%) | 对比2019年 (%) |
| 纺织品 | 162   | 15     | 3           |
| 服装  | 123   | 30     | 38          |
| 合计  | 285   | 21     | 16          |

注：纺织品为丝、布、制成品。服装包括衣着附件和帽类  
资料来源：中国海关总署

中国纺织品进出口商会按出口地统计的纤维制品出口数据显示，出口到日本、德国和英国的纤维制品因上一年新冠肺炎疫情中口罩需求激增，2021年回落，出口远低于上一年。而对美国、韩国的出口量则因服装市场回暖而呈增加趋势。受新冠肺炎疫情影响，制衣厂开工率一度下滑的孟加拉和越南从下半年开始恢复运转，因而中国对其原材料出口开始增加。

进口方面，来自意大利和法国的服装进口同比增长超过60%，可以看出中国奢侈品消费的增长态势。在生产线由东盟地区回流中国、欧美品牌抵制新疆棉的背景下，来自印度和乌兹别克斯坦的纺织品进口也大幅增加。

表3、表4:2021年中国纺织品进出口情况（排名前十的国家和地区）

| 出口 |        |         |        |        |
|----|--------|---------|--------|--------|
| 排名 | 目的地    | 亿美元     | 同比 (%) | 占比 (%) |
|    | 全球     | 3,227.1 | 9.0    | 100.0  |
|    | 东盟     | 496.6   | 25.0   | 15.4   |
|    | 欧盟(EU) | 485.1   | △10.0  | 15.0   |
| ①  | 美国     | 580.9   | 5.0    | 18.0   |
| ②  | 日本     | 203.9   | △6.9   | 6.3    |
| ③  | 越南     | 177.4   | 18.4   | 5.5    |
| ④  | 韩国     | 104.0   | 11.2   | 3.2    |
| ⑤  | 德国     | 97.5    | △17.9  | 3.0    |
| ⑥  | 英国     | 92.2    | △28.0  | 2.9    |
| ⑦  | 孟加拉国   | 85.8    | 57.7   | 2.7    |
| ⑧  | 俄罗斯    | 72.6    | △5.0   | 2.3    |
| ⑨  | 澳大利亚   | 70.0    | 13.8   | 2.2    |
| ⑩  | 马来西亚   | 66.0    | 59.9   | 2.0    |

| 进口 |        |       |        |        |
|----|--------|-------|--------|--------|
| 排名 | 目的地    | 亿美元   | 同比 (%) | 占比 (%) |
|    | 全球     | 284.7 | 20.5   | 100.0  |
|    | 东盟     | 82.8  | 21.2   | 29.1   |
|    | 欧盟(EU) | 64.3  | 40.5   | 22.6   |
| ①  | 越南     | 53.6  | 28.3   | 18.8   |
| ②  | 意大利    | 38.4  | 55.4   | 13.5   |
| ③  | 日本     | 23.0  | 8.9    | 8.1    |
| ④  | 中国     | 20.6  | 3.6    | 7.2    |
| ⑤  | 台湾     | 18.6  | 19.3   | 6.5    |
| ⑥  | 韩国     | 14.0  | △1.89  | 4.9    |
| ⑦  | 印度     | 12.4  | 53.8   | 4.4    |
| ⑧  | 巴基斯坦   | 9.5   | 31.7   | 3.3    |
| ⑨  | 印度尼西亚  | 8.0   | 8.4    | 2.8    |
| ⑩  | 马来西亚   | 7.2   | 10.4   | 2.5    |

资料来源：中国纺织品进出口商会

## 2021年投资趋势

2021年，全国固定资产投资额（不含农户）544,547亿元，受制造业投资拉动，同比增长4.9%。其中，国内纺织业整体增长11.9%。服装服饰增长4.1%，化纤增长31.8%。可以看出，因订单回归中国，中上游企业进行了积极投资。但是，下游缝纫行业（服装服饰）受劳动力成本飙升和劳动力短缺的影响停滞不前。

## 2022年展望

随着全球新冠肺炎疫情逐渐平息，服装需求有望继续恢复。但随着东盟地区工厂复工，制衣业等生产线或将再次由中国向东盟地区转移。因此，预计2022年中国纤维制品出口无法像2021年一样实现显著增长。

同时，由于经济增速放缓，国内服装市场自去年下半年以来一直持续萧条。今年也缺少利好消息，不太可能有大的转变。但是，奢侈品牌和运动领域仍有机会继续增长，户外等新市场也将不断壮大。Z世代消费者极有可能发挥带头作用，创生新的时尚产业。

## 具体问题及改善建议

中国是日本纺织业最大的贸易对象国，在日本企业对华投资和供应链形成中发挥着举足轻重的作用。同时，日本也是中国的主要出口国，近年来，日本更是成为中国重要的投资对象国。在充分认识到互为重要贸易伙伴的大前提下，日

本纤维产业联盟（日本纤产联）和中国纺织工业联合会（中纺联）自2004年起开始召开行业发展国际会议“中日纺织业发展与合作会议”，两国产业界启动了信息共享和意见交流机制。

随后，亚洲纺织发达国家的韩国也加入进来。2010年，中日韩发展性地启动了三国坦诚对话平台——“中日韩纺织产业合作会议”。通过该机制，梳理总结三国共同主题，交付专家委员会讨论交流，进一步深化合作关系，今后有望开展更有深度的活动。

### 为实现经济合作协定（EPA/FTA）等协议采取的措施

如上所述，在中日间纺织贸易及投资、供应链的推动下，目前已形成了巨大的经济规模，经济伙伴关系协定将有望产生巨大的效应。在此背景下，2022年1月1日，巨型FTA——RCEP在包括中日两国在内的10个国家生效。之后，该协定还自2月1日起对韩国生效，自3月18日起对马来西亚生效。在纺织产业中，RCEP成员国在全球也占有极其重要的地位。

从RCEP协定纺织领域的协议内容来看，首先规定原产地规则原则上适用一站式规则，降低了享受关税优惠的门槛。在取消关税方面，特别是与中日韩相关的领域，仍有许多商品品类需要“分阶段取消关税”或者属于“特定情形”，我们本希望通过运用RCEP协定来推动全球纺织贸易的进一步发展，目前来看，需要花费更长的时间来实现这一目标。

日本纺织及服装行业期待，作为亚洲发达国家的中日韩三国能够推动实现比RCEP更深层次的自由化。我们密切关注中国2021年9月申请加入CPTPP一事的进展，同时也担忧这一工作会导致以高水平自由化为目的的工作停滞不前，例如导致目前正在谈判的中日韩自由贸易协定被推迟等。中国拥有强大的上游生产能力，希望在构建高水平自由贸易与投资体制的同时，能够着眼于加强中下游高级加工技术的研发，在保护知识产权、统一产品安全标准等问题上，积极提供支持，推动与日本政府以及行业之间的信息共享及合作研究。

### 纺织产业可持续性发展的举措

2015年通过了《2030联合国可持续发展目标（SDGs）》、2017年公布了经合组织（OECD）制定的《服装和鞋类行业负责任供应链尽职调查指南》（以下简称《DD指南》），以此为契机，对围绕全球纺织产业环境、全球变暖问题、安全问题的可持续性发展的关注度有了很大的提升。

在环境问题上，需要指出以下两点：第一，中国政府对染色等制造业中的纺织产业施加了严格的环保监管，并贯彻执行削减有害化学物质、防治空气污染、水质污染等的措施，同时，也在积极致力于节能与循环再利用、全球变暖问题、可再生纤维产品的开发。对华投资的日资企业对此给予高度评价，并全力给予配合。但是，希望能够在运行环节，留出合理的准备时间，实施时对业务运营的实际状况作出相应考量。第二，在环境治理方面，日本的纺织行业在全球率先拥有解决具体问题的实践经验，多年积累的技术与特殊功能产品为保护和净化空气与水环境做出了巨大贡献。希望政府进一步完善相关制度，积极引进和应用切实有效的可以改善环境的纤维技术和产品。

OECD的《DD指南》要求应对服装和鞋类领域的12项风险，虽然应对这些风险主要停留在企业层面，但日本纺织产

业界希望就环境问题以及产品安全相关行业标准与实施开展交流，共享信息，研究共同关心的课题。

关于纺织产业的可持续性发展，2018年1月，中纺联与OECD签署了谅解备忘录，在国内设立中国纺织供应链化学品环境委员会等，足见中国在稳步落实应对措施。在这一点上，希望两国纺织行业共享信息，在“中日韩纺织产业合作会议”上提出主题，寻找可共同合作的领域。

### 关于知识产权保护

关于知识产权保护，2008年底，日本纤维产业联盟与中国纺织工业协会（现中纺联）签署了备忘录。纺织产业知识产权侵权方面依然较为严重的问题有两点：一是商标抢注；二是假冒品横行网络销售平台。抢注是指，例如日本著名品牌服装的商标在中国境内被中国的第三方注册，从而影响该品牌服装在当地销售的一种行为。假冒品是指通过擅自抄袭日本品牌服装的品牌或设计而生产的商品，会对正品的品牌价值及企业形象造成破坏。日本服装产业协会表示，受电子商务快速增长的影响，假冒品牌在网上的销售呈增加趋势。希望在去年的基础上，继续严格商标注册审查，加强对假冒品的查处。

### 关于妨碍投资及业务运营的各种问题的改善

- 对于以外币结算的中国原产地三角贸易，目前已放宽了对供应商结算时点的限制。在此我们感谢相关监管部门所做出的改善努力。
- 关于出口增值税退税手续，在面料交易行业中存在将已经进货成为库存的商品做出口处理的情况，现行规定未将这一情况纳入退税范围，希望放宽现行规定。希望缩短申办进出口手册所需时间（目前为1个月），对于常规性出现损耗的面料进出口交易，希望有关部门考虑为单个合同设置一定的允许数量。
- 关于服装的产品质量标识，商品标签上标识的质量标准依然不明确，各省仍执行不同的规则。而且质量标识中，对混合比例、组成以及商品质量分类的填写要求过于细致。希望制定全国统一的标准，同时简化质量标识等，采用更加合理的规则。
- 关于质量管理标准，希望继续修改相关规则，不仅让生产型企业可以把本公司标准注册为企业标准，也要让非生产型企业享受同样待遇。此外，关于国内销售商品的质量检查，目前必须获得中国合格评定国家认可委员会（CNAS）和中国内销试验检查机构（CMA）两家机构的认定和认证，这就导致企业必须接受两次内容基本相同的检查。希望将质量检查机构的认定和认证，改为由上述两家中的一家负责实施。
- 关于2020年12月开始施行的《出口管制法》，正如本“白皮书”在共同部分中所提到的，日本纺织服装行业希望能够继续与中纺联开展密切的交流，共享信息。

## <建议>

- ①在经济伙伴关系协定方面，RCEP已于2022年正式生效，纺织及服装行业对此予以积极评价。然而，中国（包括韩国）在取消进口关税方面也存在一些的问题，例如在决定取消关税的项目中，有许多需要长期分阶段来取消。在未来即将展开

的中日韩FTA谈判以及中方申请加入的《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP、即所谓TPP11)谈判中,希望中国政府能够从更高的层面,对谈判予以积极的支持。

- ②包括联合国与经合组织(OECD)在内,全球越来越关注纺织行业的可持续发展。基于这一观点,希望继续在环保、产品安全领域开展合作,共享信息。我们全面支持针对制造业的环保措施与污染物排放管控,但在政策执行层面,也希望能够照顾到企业经营的实际情况。希望继续积极引进有助于环保的纺织品和技术,共享产品安全相关信息,并公开制度信息。
- ③在知识产权保护方面,希望加强对商标假冒登记及网络销售仿冒品行为的查处力度。
- ④关于出口增值税相关事务的处理,希望基于实际的交易情况加以改进。
- ⑤关于服装类产品的质量标识法,希望制定全国统一且简单易行的规则,使其成为切实可行的制度。
- ⑥关于质量管理标准,希望非生产型企业也能运用自身的企业标准,并将质量检验机构的认定和认证交由CNAS或CMA其中的一家进行。