

# 改革开放 40 年国内政治经济环境对丝绸外销的影响

温 润, 仇 润, 张明俊  
(东华大学 纺织学院, 上海 201620)

**摘 要:**改革开放以来,国际贸易环境发生改变,特别是国内政治经济政策对丝绸外销产生了较大影响。通过梳理改革开放 40 年来国家政策、经济战略以及与丝绸产业相关的几件大事,阐述丝绸外销因环境改变发生的起伏和发展,并采用 SWOT 分析法对中国丝绸贸易的优势和劣势进行评价,以期寻找中国丝绸外销未来的发展方向。结果表明,稳定的发展形势和国家政策的有效支持是丝绸外销发展的重要内因;无论是在计划经济时代对丝绸贸易的直接调控,还是市场经济时代对丝绸产业调整的间接引导,根据国情稳步发展高附加值丝绸产品,优化出口产品结构,提高丝绸外销的能力与水平,是中国丝绸在国际市场持续发展壮大的必要条件。

**关键词:** 改革开放;国家政策;丝绸外销

**中图分类号:** F 752; TS 146 **文献标志码:** A **文章编号:** 2096 - 1928(2019)02 - 0163 - 05

## Impact of Domestic Political and Economic Environment on the Export of Silk in the Past 40 Years of Reform and Opening Up

WEN Run, QIU Run, ZHANG Mingjun  
(College of Textiles, Donghua University, Shanghai 201620, China)

**Abstract:** China is the birthplace of silk and the largest exporter of silk in the world. Silk trade has been ups and downs in the long history. Since the reform and opening up, the international trade environment has changed, especially the domestic political and economic policies have had a greater impact on the export of silk. This paper combs the national policy, economic strategy and several important events related to the silk industry in the past 40 years of reform and opening up, expounds the ups and downs and development of silk export due to environmental changes, and evaluates the advantages and disadvantages of China's silk trade through SWOT analysis, with a view to finding the future development direction of China's silk export. The results show that the stable development situation and the effective support of national policies are the important internal reasons for the development of silk export. Whether it is the direct regulation of the silk trade in the planned economy era or the indirect guidance of the adjustment of the silk industry in the market economy era, the steady development of high value-added silk products in accordance with the national conditions, the optimization of the export product structure and the improvement of the ability and level of China's silk export are the mainstay of China's silk in the international market, are the necessary conditions for further development and expansion.

**Key words:** reform and opening up, national policy, the export of silk

新中国成立之初,中国丝绸产业和丝绸贸易处于低迷状态。为了赚取更多外汇,国家制定了内销服从外销的政策,外销丝绸成为国家丝绸贸易的主体<sup>[1]</sup>。改革开放以后,中国与世界接轨的步伐愈来愈

愈快,国家相关政策的颁布,以及丝绸产业的历史事件均对丝绸外销产生了不同程度的影响,有起伏有发展,现危机亦存机遇。其历程与未来如何,值得探讨。

**收稿日期:** 2018 - 11 - 03; **修订日期:** 2019 - 03 - 12。

**基金项目:** 国家社会科学基金艺术学青年项目(14CG132);国家自然科学基金青年项目(71704021);上海市哲学社会科学规划青年课题项目(2014EWY005)。

**作者简介:** 温 润(1982—),男,副教授,硕士生导师。主要研究方向为纺织品设计与历史文化。Email:rain@dhu.edu.cn

## 1 国家政策的影响

丝绸作为我国传统的外贸品种,在新中国成立后得到了大力发展。出口总额由 1949 年的 19 178 万美元上升至 2012 年的 1 337 047 万美元,出口量占产量的 70%<sup>[2]</sup>。我国丝绸产业和丝绸外销在国家政策的指引下,扩大并丰富了国内外市场,提高了经济效应。但中国的丝绸外销并非一帆风顺,从恢复到发展,始终在曲折的道路上探索前进,其影响因素有多种,国家政策的导向首当其冲,不可忽略。

### 1.1 “东桑西移”

“东桑西移”工程是商务部于 2006 年推出的一项惠农政策,将东部科技资源优势投入开发,同时释放中西部劳动力,力求实现资源互利互补,以此来应对越南、泰国、印度等国家茧丝绸行业的竞争。其主要内容包括:①蚕丝生产做到以点促面,通过国家政策的补贴和扶持,在中西部地区建立优质高效的茧丝绸生产基地,形成丝绸经济带;②丝绸产品方面做到以东促西,通过技术扶持、科技开发,提升丝绸品质;③丝绸贸易方面以内促外,开拓国内外丝绸消费市场,重点培育本土丝绸品牌,利用品牌效应来提升产品附加值。“东桑西移”通过挖掘丝绸与中华文化的关联,弘扬丝绸文化,加快丝绸品牌的建设和宣传,提高丝绸品牌知名度,拉动国内丝绸消费需求。在巩固现有市场的同时加快占有新兴市场,提高中国丝绸产品国际占有率。

“东桑西移”工程前 3 年打基础,后 2 年成规模并分为两个阶段。第一阶段,完成蚕桑生产的产业转移,东部地区通过优化现有优质蚕丝基地,带动中西部发展;在中西部建立起大型蚕桑生产基地,使蚕桑生产成为该地区的支柱产业。第二阶段,东部地区进一步升级丝绸生产和贸易能力,建立大型丝绸企业和丝绸品牌,带动中西部茧丝绸业稳步发展;中西部地区进一步深化蚕桑生产技术水平,形成一条国家级的蚕桑生产经济带;东西结合全面达到茧丝绸行业“十一五”发展目标<sup>[3]</sup>。

依托“东桑西移”的战略机遇,地处西部的广西以其适合发展桑蚕丝的地理优势,年蚕茧产量由 2005 年 14.85 万吨上升到 2012 年的 21.43 万吨;桑园面积由 2005 年的约 94 000 公顷上升到 2012 年的 140 640 公顷。广西桑蚕丝产量也一跃位居全国前列,2010 年产量达到 1.82 万吨,约占全国总产量的 15.8%<sup>[4]</sup>。这充分展现了以东促西,以点促面的战略优势。在短短的 10 年间,广西先将桑蚕茧

的产量提升到了全国第一,后又将桑蚕丝的产量提升到了全国第一,从一个中西部蚕丝产业小省快速地发展成国内外知名的桑蚕茧生产加工基地,成为我国与其他发展中国家在茧丝绸方面竞争的主力军。同时国内诞生了一批具有代表性的机构与企业,例如广西桂合集团有限公司、广西华虹蚕丝股份有限公司、广西华佳丝绸有限公司、广西嘉联丝绸股份有限公司等知名品牌公司。

### 1.2 “一带一路”

“一带一路”是“丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”的简称。“一带一路”作为国家级战略,充分依托双边贸易协定,遵循古代丝绸之路的轨迹,发展和平共赢的经济合作伙伴关系,积极开发发展中国家贸易市场。在 2008 年金融危机后,世界经济复苏乏力,中国面临产能过剩、外汇储备过剩以及油气矿产资源高度依赖进口等问题,于是在改革开放 30 多年的基础上,“一带一路”应运而生。

“一带一路”涵盖范围很广,包括设施联通、政策沟通、资金融通、贸易畅通、民心相通等内容。对丝绸外销而言,贸易畅通是其受益的核心内容。贸易畅通是指在“一带一路”的构架上,着重实现投资贸易便利化,对于沿线已经签署自贸协定的国家,可以继续提升自由贸易水平,对于尚未建立自贸区的国家可以积极建设自由贸易区,构建区域内各国良好的营商环境,激发释放合作潜力,同时为丝绸贸易消除了贸易壁垒。此外,“一带一路”通过建设国际投资平台和提升各类融资业务为丝绸贸易提供了资金支持,广阔的市场布局为丝绸外销开发了更多资源<sup>[5]</sup>。

分析我国内部丝绸产业形势,活跃在“一带一路”沿线的重点丝绸生产和出口省市包括新疆、陕西、甘肃、宁夏、黑龙江、广西、云南、广东、浙江、海南、重庆,该部分地区均具有一定规模的桑蚕养殖和丝绸产品生产,在 2014 年的蚕茧生产量占全国蚕茧生产量的 67%。其中浙江、广东、上海、青海、广西、福建、重庆 7 个省市的丝绸产品出口量位列全国前十,在 2014 年占全国真丝商品出口额的 66%。这表明超过 2/3 的丝绸生产和出口力量被圈定在“一带一路”重点范围内。

在“一带一路”沿线上,有将近 65 个国家和地区,拥有世界人口的六成,占世界经济总量的 1/3,而在这些国家中,仅有印度,荷兰等 10 个左右的国家与我国有丝绸贸易。由此可见,在“一带一路”背景下,大量新兴市场有待开发。与此同时,基于“一带一路”合作伙伴间的紧密关系,可将丝绸的产业

链转移,将低端产业转移到其他发展中国家,充分利用其劳动力成本优势,国内往高附加值产业转移,打造品牌,利用品牌效应,提高中国丝绸产业综合竞争力。

## 2 重大历史事件的影响

丝绸外销在中国出口贸易中具有其他商品不可比拟的地位。改革开放后丝绸外销得到了极大的发展,中国成为世界上最大的丝绸生产和出口国。根据浙江省丝绸公司的调查,丝绸外销每减少1亿美元,就会减少国民生产总值约1.7亿元人民币;而每减少茧丝绸外销的1%,就会有1家大约2000人规模的丝绸厂倒闭<sup>[6]</sup>。可见,丝绸外销与国家经济发展紧密相关,其重要性不言而喻。改革开放40年来,除了国家政策对丝绸外销的主导影响外,曾发生的一些重大历史事件对丝绸外销也产生了冲击。例如,改革开放第1个10年里发生的“蚕茧大战”及“砂洗绸盛宴”,2001年中国加入WTO以及2008年金融危机的爆发,每个事件均对丝绸外销业产生了不同程度的震荡与波动。

### 2.1 “蚕茧大战”与“砂洗绸盛宴”

在计划经济体制下,种桑养蚕是由地、县政府实施生产计划、组织技术服务、制定政策扶持。在市场需求旺盛,蚕茧供不应求时,蚕茧价格不断攀升,地方政府把蚕茧视为本土资源,采取措施防止其流失。这样一来,每到蚕茧收购季节,在某些省经营单位就会有抬价收购、高价诱购、争抢收购蚕茧资源等事件发生。这种“蚕茧大战”,表面上看是蚕茧收购者之间的竞争,而实际上是地方政府实力的抗衡。“蚕茧大战”导致蚕茧价格暴涨,每吨丝成本高达8万多元(比之前高出2万多元),诱导了种桑养蚕业的盲目扩张,严重降低了蚕茧和生丝的质量,次茧、毛脚茧大量增加,仅浙江嘉兴一期春茧要损失100多万元。由此造成国营丝厂无茧,绸厂无丝,上海等地工厂停工,出口货源减少等局面<sup>[7]</sup>,最终导致有高技术的工厂没有原料而停工,有丰富推销能力的出口公司无货源而停止交易。

而此时,由于丝绸服装的开放经营,砂洗绸这种低附加值服装得以充分发展。根据资料记载<sup>[7]</sup>,1993年与1988年相比,深圳丝绸服装企业从85家发展到379家,年均递增34.85%;丝绸服装产量从1168万件发展到9130万件,年均递增50.87%;丝绸服装产值从3.86亿元发展到44.98亿元,年均递增63.44%;丝绸服装出口量从1133万件发展到8360万件,年均递增63.44%。深圳服装业如此迅

猛的发展与“砂洗绸盛宴”密不可分。然而这种看似发展型的“盛宴”却给丝绸业带来了沉重的打击。1991年出口服装69.5万件,每件出口均价为10.38美元,占丝绸外销总额的26%;到1994年出口服装上升至32864件,每件出口价却下降为5.7美元,占丝绸外销总额的50%。通过打价格战竞销,使服装价格低于绸缎,绸缎低于生丝,导致中国丝绸经营者和加工者困难重重<sup>[8]</sup>。究其原因,一些丝绸服装企业不顾市场需求,技术含量缺失,冲动盲目发展砂洗绸这种低附加值产品,为了获取竞争优势而不断压缩利润空间,只能依靠当时中国劳动力成本较低勉强维持,极大地打击了丝绸产业链的积极性,导致丝绸外销陷入了长达6年的低迷期。

### 2.2 2001年WTO的加入

1995年1月1日,在“GATT”的框架下,WTO正式成立。2001年12月11日,中国正式加入WTO,标志着中国的对外开放又向前迈出了一大步。成员国之间的多边贸易自由化,为正值瓶颈期的丝绸外销带来了新的机遇和挑战。

中国丝绸外销迎来3方面机遇。首先,中国的丝绸行业属于劳动密集型和资源型产业,国际市场需求在短期内不会变化,面对增多的贸易伙伴,丝绸出口量将会呈现较大的提升;其次,WTO中的普惠制可降低丝绸外销的关税,使中国丝绸产品更具竞争力;最后,可以利用非歧视贸易原则和市场开放原则,开发更多新兴的市场,同时通过WTO来解决贸易摩擦,减少丝绸外销在摩擦中的损失。

机遇与挑战并存,在加入WTO前,中国丝类及绸缎类商品采取统一对外,统一报价的出口模式,需要商务部颁发许可证,属于计划经济体制。这种配额方式虽束缚了中国丝绸外销总量,但客观上稳定了市场,对丝绸产业具有保护作用<sup>[9]</sup>。加入WTO后,配额限制被取消,解放了出口总量,但国际市场容量有限,这将意味着更加激烈的竞争。

对此,中国丝绸外销业积极应对:①开放观念,大胆地面对市场,鼓励并培养外贸人才;②发挥劳动力成本和资源优势,抢占国际市场;③加快技术发展,打造知名品牌,提高产品附加值。WTO的加入为中国丝绸外销开了另一扇“窗”,使丝绸外销业重新燃起了信心。

### 2.3 2008年世界金融危机

随着2008年世界金融危机爆发,国际市场大幅萎缩,中国贸易出口量也随之下降,丝绸作为传统出口类商品受到严重冲击。据统计,2008年1—9月丝绸服装出口量比2007年下降18.63%<sup>[10]</sup>,2009

年丝绸出口额比 2008 年下降 17.49%<sup>[11]</sup>。在 2012 年金融危机基本结束时,中国的真丝商品出口额所占比例仅有 0.17% 左右。如此形势一方面迫使中国丝绸产业结构发生转型,另一方面也预示着中国丝绸外销在危机形势下破茧成蝶。

在金融危机大背景下,各国政府都将重点转移到国内的就业问题以及对本国产业的保护策略上,由此贸易保护主义开始显现,贸易摩擦逐渐增多,美国和欧盟开始通过绿色壁垒限制纺织品贸易。这种充满摩擦和挤压的经贸环境,严重制约了丝绸外销,从而形成恶性循环。此外,市场需求低迷,在高失业率和 high 储蓄率的背景下,市场消费信心不足,加之之前丝绸价格不稳定、不合理,导致丝绸产业复苏缓慢。

对此,中国丝绸业进行了调整与应对。提升丝绸科技水平,而此次危机也为丝绸产业的转型提供了机遇与研发空间。调整产业发展策略,放弃过去只重规模效益的发展方式,转而追求高精尖的丝绸产品;加强蚕桑资源综合开发,从而降低市场风险。历经 5 年修整,借助国家“一带一路”的战略契机,丝绸产业可将自身的产能优势、技术与资金优势转化为贸易与合作优势,通过“一带一路”建设与沿线国家共同分享改革发展红利,有望再次成为中国外贸出口的主力军。

### 3 基于 SWOT 的丝绸贸易战略的分析

所谓 SWOT 分析法,即通过优势 S(strengths)、劣势 W(weaknesses)、机会 O(opportunities)及威胁 T(threats)4 点来分析丝绸贸易的战略规划。

#### 3.1 中国丝绸外销的优势

当前,中国丝绸生产量和销量在国际市场均名列前茅,在茧丝原料、丝绸产品中具有垄断优势。世界大约八成的茧丝类产品由中国生产,中国的茧丝类产品出口约占世界出口总量的 90%,绸缎类丝绸产品也占到世界出口总额的 50%。同时,丝绸市场由 21 世纪初集中在美国、中国香港、日本和欧洲等几大国家和地区,逐步扩展为目前的 130 多个国家和地区。产量大、市场广阔,这两大优势为中国丝绸贸易奠定了坚实的基础,即便是当下角力中的中美贸易战也不会对丝绸贸易产生较大影响。

#### 3.2 中国丝绸外销的劣势

分析近 40 年中国丝绸外销产品结构的变动趋势发现,茧丝类原料商品出口金额持续增加,绸缎类半成品的比重不断上升,而丝绸原料和半成品属

于低附加值和劳动密集型产品,这两者的比重占到中国丝绸外销的 80%~90%,说明目前我国丝绸外销依旧依赖低附加值产品。丝绸服装及制品的出口比例持续下降,说明在丝绸服装等高附加值产品的出口能力还显不足。同时,中国丝绸品牌建设不足,无法与欧美日本等发达国家相竞争。

#### 3.3 中国丝绸外销的机遇

经济改革会对丝绸外贸带来波动与机遇。例如,“东桑西移”和“一带一路”。“东桑西移”建立了有效的茧丝绸生产基地,形成丝绸经济带,并通过东西部资源整合互通,实现了丝绸品质的提升和消费市场的拓展。目前,“一带一路”战略将着力推动沿线国家间的合作与对话,建立更加平等均衡的新型全球贸易发展伙伴关系。丝绸产业可在扩大中西部开放、打造中西部经济升级的过程中成为主引擎,丝绸外销可依托产能、技术与资金优势扩大出口,力争成为对外开放的新增长点。

#### 3.4 中国丝绸外销的威胁

中国丝绸外销目前面临的主要威胁在于丝绸服饰类高附加值产品尚未占领市场,而茧丝类和绸缎类中低附加值产品又面临其他发展中国家的挑战。在中国劳动力成本越来越高的趋势下,印度、巴西等发展中国家已经在低附加值和劳动密集型产品上与中国展开了竞争。如果发展中国家持续加快丝绸产业发展,而我国丝绸产业结构调整停滞不前,则会在两头遭受挤压,导致外销失败。

## 4 结 语

自 1978 年改革开放至今,中国从社会主义计划经济走向社会主义市场经济。相较改革开放前,我国的外销丝绸贸易很好地适应了市场需要,外销丝绸在国际市场具有很强的竞争力,特别是茧丝类和绸缎类。稳定的发展形势和国家政策的有效支持是丝绸外销发展的重要内因。在“东桑西移”和“一带一路”政策推行下,丝绸外销虽经历坎坷,但终以良性发展为导向。因此,无论是在计划经济时代对丝绸贸易的直接调控,还是市场经济时代对丝绸产业调整的间接引导,根据国情有效稳步地不断发展高附加值丝绸产品,优化出口产品结构,提高中国丝绸外销的能力与水平,是中国丝绸在国际市场持续发展壮大的必要条件。

因此,中国丝绸外销的未来发展方向如下:

1) 紧跟国家“一带一路”战略,大力开发“一带一路”沿线市场。继续依托“东桑西移”发展茧丝绸产业;

2)把握机遇,优化升级外销丝绸产品结构,进一步提升高附加值丝绸服装制品比重,将丝绸产业向下游转移,避免出现低价竞销现象;

3)大力培养发展丝绸设计人才,同时在行业内举办丝绸设计评比,激励设计师创制出符合时代潮流与目标市场的丝绸产品。

相信,随着世界经济的逐渐复苏,世界贸易能够再次繁荣。而中国丝绸作为国粹之一,其外销前景是光明的,可期在世界贸易中再放光彩。

参考文献:

[1] 温润,宋宇洁,熊锴毓. 新中国初期丝绸贸易对象的转变与产品风格[J]. 丝绸,2017. 54(4):87-92.  
WEN Run, SONG Yujie, XIONG Kaiyu. The transformation of silk trade object and product style in the early stage of the new China[J]. Journal of Silk, 2017,54(4): 87-92. (in Chinese)

[2] 黄建谟. 后配额时代我国丝绸出口面临的挑战与对策[J]. 丝绸,2005,42(6):7-8.  
HUANG Jianmo. Challenges and countermeasures for China's silk export in the post quota era[J]. Journal of Silk, 2005,42(6): 7-8. (in Chinese)

[3] 弋辉. 中国茧丝绸产业改革发展纪实[M]. 北京:中国纺织出版社,2016: 331

[4] 刘丽. 广西茧丝绸出口发展分析[J]. 现代企业教育, 2013(12):321-323.  
LIU Li. Analysis of Guangxi cocoon silk export develop-

ment[J]. Modern Enterprise Education, 2013(12):321-323. (in Chinese)

[5] 秦兰兰. “一带一路”背景下我国丝绸出口贸易潜力研究[D]. 杭州:浙江理工大学,2016:26-28.

[6] 翁建平. 中国丝绸出口贸易的研究[D]. 杭州:浙江大学,2008:20.

[7] 王庄穆. 新中国丝绸史记[M]. 北京:中国纺织出版社,2004.

[8] 赵丰. 中国丝绸通史[M]. 苏州:苏州大学出版社, 2005:731.

[9] 胡丹婷. 论加入 WTO 对我国丝绸业的影响[J]. 丝绸, 2000,37(2):3- 6.  
HU Danting. Impact of accession to WTO on China's silk sector[J]. Journal of Silk, 2000, 37(2): 3- 6. (in Chinese)

[10] 沈以红,黄先智. 世界性金融危机对中国丝绸产业的影响及对策[J]. 丝绸,2009,46(2):6-8,11.  
SHEN Yihong, HUANG Xianzhi. The influence and countermeasures of global financial crisis on Chinese silk industry[J]. Journal of Silk, 2009,46(2): 6-8,11. (in Chinese)

[11] 陈亦庆. 三谈金融危机下的中国丝绸业(一)[J]. 丝绸,2010,47(4): 70-72.  
CHEN Yiqing. Three talking about China's silk industry under the financial crisis(I)[J]. Journal of Silk, 2010, 47(4): 70-72. (in Chinese)

(责任编辑:张雪,邢宝妹)

(上接第162页)

[12] 姜柯安. 郑州街头有人公开穿着“汉服”,专家质疑“汉服复兴”是商业炒作[N]. 东方早报,2003-12-04.

[13] 华梅. 汉服堪当中国人的国服吗?[N]. 人民日报海外版,2007-06-14(7).

[14] 游海洪. 专访龚鹏程:汉服在当代并未边缘化,反而会越来越主流[EB/OL]. (2017-08-11)[2018-06-09]. [http://culture.ifeng.com/a/20170811/51611908\\_0.shtml?writingModule=1\\_24\\_47](http://culture.ifeng.com/a/20170811/51611908_0.shtml?writingModule=1_24_47).

[15] 张祝平. 中国国服丧失原因浅探——从近代中日服饰变化比较说明[J]. 历史教学,2002(11):28-31.  
ZHANG Zhuping. On the reasons for the loss of China's national service—comparative study on the changes of dress between China and Japan in moderntimes[J].

History Teaching,2002(11):28-31. (in Chinese)

[16] 周星. 本质主义的汉服言说和建构主义的文化实践——汉服运动的诉求、收获及瓶颈[J]. 民俗研究, 2014(3):130-144.  
ZHOU Xing. Essentialism and constructivism's cultural practice—the appeal, harvest and bottleneck of Han suit movement[J]. Folklore Studies,2014(3): 130-144. (in Chinese)

[17] 杨娜. 走向重构民俗服饰的汉服文化[EB/OL]. (2017-10-22)[2018-06-09]. [https://mp.weixin.qq.com/s?\\_\\_biz=MjM5MjY2MDk0MA%3D%3D&idx=1&mid=2654954744&sn=6c25813cde85afaadd427428e43e6762](https://mp.weixin.qq.com/s?__biz=MjM5MjY2MDk0MA%3D%3D&idx=1&mid=2654954744&sn=6c25813cde85afaadd427428e43e6762).

(责任编辑:卢杰,邢宝妹)