

后配额时期我国体育用品的发展

白 震

(河南大学 学生体质健康研究所,河南 开封 475001)

摘 要:对后配额时期我国体育用品制造业的现状和存在的问题进行探讨,并针对贸易自由化给体育用品企业带来的机遇和挑战进行阐述,提出采取理性的出口策略,努力优化产品结构,加大科技投入,增加产品附加值,建立体育用品贸易摩擦预警机制,加大集约化力度,组建大型企业集团,借鉴发达国家经验、营造国际品牌形象的应对策略,进而促使我国体育用品业在新的形势下继续保持健康的发展态势。

关 键 词:贸易自由化;体育用品业;纺织品配额;中国

中图分类号:G80-05 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2006)02-0051-03

Development of Chinese sports goods in the post quota period

BAI Zhen

(Institute of Students Physique Health, Henan University, Kaifeng 475001, China)

Abstract: The author probed into the current situation of and problems existing in Chinese sports goods in the "post quota period", expatiated on the opportunities and challenges brought by trade liberalization to sports goods manufacturers, and put forward responding strategies, such as adopting rational export strategy, striving to optimize product structure, making more investments in technology, increasing product's added value, establishing early warning mechanism for conflicts in sports goods trade, strengthening production intensification, establishing large sized enterprise groups, referring to the experience of developed countries, and building up an international brand image, so as to boost the sustainable and healthy development of Chinese sports goods under the new situation.

Key words: trade liberalization; sports goods industry; textile quota; China

自2005年1月1日起,全球纺织品市场配额限制的取消,世界纺织品贸易已彻底自由化,真正进入后配额时期。舆论普遍认为,纺织品配额被取消,中国成为最大的受惠国。我国体育用品业中的运动服装、运动鞋等将在出口数量、出口渠道、境外分销方式方面获益。然而,配额取消给中国体育用品业带来的利好绝非想象的那么大,以美国为首的新贸易保护主义将会利用中国人世的不利承诺,利用各种非关税壁垒,利用区域化贸易集团和双边贸易自由化安排,对中国体育用品出口实施限制,使未来中国体育用品出口面临严峻挑战。如何把握机遇,应对挑战,事关中国体育用品业的发展前景。

1 理性对待后配额时期体育用品贸易的特点

1.1 后配额时期为体育用品业带来重大发展机遇

体育用品出口配额的全面取消,是我国加入世界贸易组织以后体育用品行业又一次重要的发展机遇^[1]。一方面,体育用品企业不再遭受《多种纤维协定》所规定的出口配额的

阻碍,迎来真正意义上的自由贸易和公平竞争。另一方面,占体育用品出口成本10%~30%的购买配额费用不复存在,明显降低了体育用品企业的交易成本,有利于提高出口效益。作为出口配额取消的应对措施,国家对148个税号、6大类纺织品计量征收出口关税。2005年1~2月,全国征税纺织品出口费用增长48.7%,占纺织品出口总额的37.2%;出口商品价格上升2.3%。所征关税占征税纺织品出口总额的0.8%(即每美元出口价格中的关税成本不到1美分),远低于部分企业原用于购买纺织品配额的成本^[2]。

2005年以来,我国纺织品出口增势强劲,显现跨进后配额时期的即期效应。据海关统计,2005年1~2月我国纺织品服装出口107.1亿美元,比去年同期增长40.6%,其中纺织品出口34.3亿美元,比去年同期的26.3亿美元增长30.6%;服装出口72.8亿美元,比去年同期的49.9亿美元增长45.9%。一季度纺织出口额创下历史同期新高,净创汇77.8亿美元。其中,体育用品出口也创历史新高;体育用品出口企业增加38.2%,净增300家。对原主要设限国美国和

欧盟的出口分别增长 81.5% 和 75.3%，同比上升 50.4 和 50 个百分点。出口交货值增长率从去年同期的 3.5% 骤增到 32.4%^[3]。综上所述，体育用品出口快速增长，是出口配额取消、生产能力和体育用品在国际市场上的成本和质量优势充分释放的结果。

中国是世界上最大的运动服装鞋帽类产品的生产国。以前，运动服装鞋帽类产品的配额是制约中国产品出口的主要因素，受限的产品数量占到其总量的 1/3 以上。除日本等亚洲国家之外，美国、加拿大、土耳其、欧盟等均对中国产品进行配额限制。而从受限产品的范围来看，配额几乎涉及到了纱、布、服装等所有产品。然而，进入后配额时期，中国体育用品业将在出口数量、出口渠道、境外分销方式上获益。根据服务贸易总协议中的准入方式，我国体育用品企业可以进行跨境交付和到其它国家开办商业网点及提供产品的售后服务。也就是说，中国体育用品企业可以利用电子商务等手段直接对境外消费者进行网上销售，伴随产品的出口，可以直接到境外去提供售后服务。同时，我们可以享受“工业品关税削减、工业部门非关税壁垒逐步取消、分阶段取消纺织品和服装出口的多纤维协议配额”等规则赋予的权利，取消我国纺织类体育用品的出口配额，从而让我国的运动服装、鞋帽企业获得更多的出口空间^[4]。另外，由于我国的劳动力价格优势，体育用品的价格普遍低于同类国外产品，具有显著优势，服装鞋帽类产品的优势更甚。虽然属于纺织品的运动服装、鞋帽企业只占我国体育企业的 14.66%，但其出口额却不可小视。据 2000 年中国部分体育用品出口量统计，在约 70 亿的出口额中，各种运动服装、鞋帽的出口额近 22 亿，占到 30% 左右，以上种种都有利于我国体育用品业的扩大出口和跨国企业的形成。

2.2 后配额时期体育用品业面临严峻挑战

体育用品出口配额取消既给体育用品行业带来发展良机，也带来诸多挑战，对此必须理性对待，高度关注并重视解决后配额时期出现的问题。

(1) 无序竞争在加剧。长期以来，以同质化的中低档产品为基础、以价格战为主要手段的无序竞争比较突出，这是制约我国出口贸易持续健康发展的主要问题。其后果，不仅干扰了出口秩序，影响了出口效益，还危及国际市场的饱和程度。面对取消配额限制的国际体育用品市场，更多的企业特别是中小企业将大量涌出，无序竞争问题可能进一步暴露。2005 年头两个月，部分体育用品出口出现数量与价格增长明显不同步的现象，值得引起重视。

(2) 国际贸易摩擦正在加剧。由于我国体育用品在价格上的绝对优势，使国际贸易中摩擦不断，主要体现在反倾销^[5]。以运动鞋为例，我国是世界上运动鞋制造大国，由于国内市场容量有限，绝大部分靠出口，2003 年，出口约 32 亿双。耐克鞋全球销售 60% 为中国生产，美津浓鞋全球销售 90% 为中国制造。世界制鞋大国西班牙每双普通运动鞋价格在 20 多欧元。而中国制造的同等质量运动鞋售价仅约 3 欧元。在 OEM 业务中，我国加工一双较好的运动鞋利润约在 3 美元，加工一支羽毛球拍 1~2 美元，制造一支有 70 多个

零件组成的气枪利润在 10 美元左右，加工一套高档的运动服在 7~8 美元左右。然而这些中国制造的产品一旦贴上世界名牌的标识，就会身价十至几十倍。中国同时还是世界上纺织大国，保护期结束后，全球纺织品服装配额取消，我国的运动服装将在国际市场赢得更大的发展空间。大量的物美价廉的“中国制造”进入国际市场，给各国商人带来丰厚的利润，也极大的刺激了本国的消费市场，同时也引起了进口国的恐慌和不安，他们视“中国制造”为洪水猛兽，认为抢占了他们的市场，于是索赔案、侵权案、反倾销调查、烧鞋事件等带有严重歧视色彩的限制事件频频发生，保护期结束后，此类事件还将继续发生。由于国际贸易保护势力增强，加之国内出口增长方式不合理，我国已成为纺织品出口国中受国际贸易壁垒限制最多的国家。目前世界主要进口国都对我国的纺织品出口高度关注。如果短期内出口过快增长，势必打破原有的市场平衡，引起市场波动，加大市场压力，加剧贸易摩擦。

(3) 国际贸易保护主义采取的措施^[6]。纺织品贸易配额制度取消之后，国际纺织品贸易纠纷和冲突非但不会消失，而且可能会更加复杂和激烈。以美国为例，随着纺织品配额取消，中国对美国纺织品出口大大增加，美国政府为保护自己的贸易已对部分中国纺织品出口施加限制。从目前来看，美国在后配额时期对中国纺织品采取的限制措施可能有这样几个方面：

1) 力图说服甚至压服中国自行采取限制出口措施，放慢中国输美产品增长速度。据美国报纸报道，美国商务部副部长奥尔多纳斯最近访问中国时曾提出过这一问题作为解决双方贸易纠纷的方法之一。但是根据世界贸易规则，美国的这一做法是不符合世贸原则的。因此，美国不可能公开表明这一态度，只能希望通过双方的磋商来达到目的。

2) 采取贸易保障措施限制中国产品进口增长。据报道，在 2000 年中美关于中国入世的双边协议中，美国方面保留了在纺织品配额取消之后对中国产品采取贸易保障措施的权利的条款^[7]。这些条款规定中国对美纺织品出口在 2008 年之前每年的增长幅度不得超过 7.5%。如果超过这一比例即可视为中国出口对美国纺织品工业构成威胁，美国政府就有权利对中国产品采取贸易保障措施，进而对中国产品设置进口限制。

3) 反倾销措施。美国在配额取消之后将力图对中国产品的进口进行限制，主要是出于保护本国工业的需要。早在贸易配额取消之前，美国纺织品制造商协会、美国纺织品和服装进口商联合会及全美制造贸易行动联盟等利益集团都透过各种方式极力渲染中国纺织品出口对于美国纺织业所造成的伤害，要求采取保护主义措施来确保纺织业的利益。今年以来，美欧已经几次对我国出口纺织品采取设限，美国甚至在短短 10 天内就连续采取了两次行动，美欧的举措具有强大示范效应，陆续还有一些发展中国家也加入了这个行列。最近，中国纺织品已成为全球贸易的“众矢之的”。

随着中国产业的不断调整和技术水平的不断提高，中国的竞争力将会继续提升，笔者预计未来中美在经济领域相互

依赖不断加强的同时,两国之间的贸易摩擦将会趋于激烈。双方如何建立起一个切实有效的协商机制来解决贸易争端问题,急迫地摆在两国政府面前。

3 后配额时期我国体育用品制造业的对策

进入后配额时期的体育用品业,必须坚持科学发展观和走新型工业化道路,以提高国际竞争力为战略导向,在拓展国际市场、推广产业升级、转变增长方式上狠下功夫,实现传统向现代的跨越,真正做到抓住机遇而不错失机遇,在挑战中奋进而不在竞争中落伍。

3.1 采取理性和稳健的出口策略

以实现体育用品出口持续健康发展为目标,把握好进入后配额期的历史机遇。一方面,不失时机地扩大出口,在纺织品贸易自由化的体制下获得更大的市场份额,进一步把体育用品业做大做强。另一方面,加强行业自律,避免无序竞争。

牢固树立没有自律就没有发展的思想,从对国家、对行业和企业的生存与发展负责出发,按照国际规则规范贸易行为,维护全球体育用品市场秩序,营造有利于长期发展的贸易环境。一是在产品质量自律,用质量来保护产品的高品质、以高质量的产品来实现市场的高占有;二是在社会责任制上自律,严格执行有关劳动保障、安全生产、环境保护的法律法规,自觉维护职工合法权益和承担相应的社会责任,有效避免不正当竞争;三是在知识产权上自律,遵守世界贸易组织的有关规则和制度,重视发挥行业协会在加强行业自律中的积极作用。

3.2 努力优化出口产品结构

着眼于提高国际竞争力,加快体育用品工业结构调整,推进产业升级,形成一批市场份额大、附加值高的主导产品,实现出口增长由数量扩张型向质量提升型的转变。一是以发展品牌服装为重点,着力提高服装设计创新能力和加工制作水平,适应服装向时尚化、个性化、品牌化发展的趋势。二是以发展高技术含量和高附加值的新型化学纤维为重点,着力提高差别化、功能化纤维的比重,打造国际性的化学纤维产业区。三是加大对具有我国特色优势的蚕丝、羊绒、天然彩色棉、竹纤维、大豆蛋白纤维等原料的应用及产品开发,减少常规纤维制品出口贸易引起的贸易摩擦。四是以发展高档纺织面料为重点,努力实现纤维、纱线、织造及印染后整理的技术进步联动。

3.3 建立体育用品出口贸易摩擦预警机制

进一步做好体育用品出口贸易的监测预警和应对工作^[7]。加强对重点、敏感产品出口数量、价格及同类产品经营情况等重要数据变化的监测,适时发布预警信息和风险提示。对国外可能采取的贸易保护行动提前警示,以利企业快速反应、规避风险。认真执行国家关于纺织品贸易的政策和制度,规范企业出口行为,及时发现和制止不正当竞争。合理运用国际通行规则维护行业正当权利,增强企业参与国际竞争的能力。支持企业积极应对国外反倾销调查和贸易壁

垒,维护产业安全。

3.4 慎重选择投资方向,控制低水平扩张

近年来体育用品业投资增速较高,但由于我国人世承诺的客观存在,一直到2016年底,我国纺织服装业的出口都将受到3个条款的制约。企业在投资时应充分考虑有关的国际政策环境因素,不要在低层次上重复建设。

3.5 延伸产业链,加快实施品牌战略

目前,我国运动服装鞋帽等出口中自有品牌的占有率不超过10%,赚取的只是制造加工环节的微薄利润。因此,我国企业应加强品牌开发和推广能力,尤其是有资金实力的大企业,一方面可在国外适宜地点设厂,打造全球供应链;另一方面,可探索介入国外营销网络,开发自有品牌。

3.6 实施市场多元化战略

虽然欧盟和美国是世界最大的体育用品进口市场,但同时也是贸易争端和摩擦的高发地区,配额取消后,出口企业依然应积极开拓多元化市场,分散市场风险。

2005年是个特殊的年份,因为我国自此将进入“WTO后过渡期”,中国主要产业加入WTO的承诺要依次兑现,以配额取消为信号,权利与义务,机遇与挑战,将会更加交错地摆在眼前。告别配额,适应竞争,这是中国体育用品在2005年必须迈过去的一道关口。我们相信中国体育用品企业通过全行业的努力,提高企业自身的竞争力,加大对产品科研开发的力度,加强知识产权保护和标准体系建设,使体育用品出口向高附加值环节的转变,加速中国由体育用品大国向强国的转变。只有这样,才能把握住后配额时期给予我国体育用品制造业千载难逢的发展契机,实现我国体育产业的跨越式发展。

参考文献:

- [1] 常华. 世界纺织品贸易格局的演变,中国将是最大赢家? [J/OL]. <http://news.xinhuanet.com/world/2004-09/23/content-20111402.htm>.
- [2] 肖嵘. 加入WTO后我国体育用品业发展对策之研究[J]. 体育学刊, 2002, 9(5): 12-15.
- [3] 周征. 我国体育用品业的现状分析和对策[J]. 体育学刊, 2000, 7(2): 8-10.
- [4] 张鲲. 加入WTO与我国体育用品跨国经营的对策研究[J]. 体育文史, 2000(2): 16-18.
- [5] 匡乐华. 关税壁垒消失之后,中国体育用品业,你准备好了吗? [N]. 中国体育报, 2004-12-08.
- [6] 常华. 中美纺织品贸易新摩擦硝烟再起 [J/OL]. <http://news.xinhuanet.com/world/2004-09/23/content-20111221.htm>.
- [7] 在后配额时期如何提升浙江纺织品国际竞争力 [J/OL]. <http://zw.hzgy.gov.cn/html1/ShowDetail.aspx?serial=No-2005415-15321831>.