

中国面料行业跨境电商发展机遇及挑战

■ 魏文姬

商丘师范学院

摘要:伴随跨境电子商务及贸易自由化发展向好,国内面料出口贸易呈现蓝海态势。加之,顶层设计加持、海外市场潜力以及产业集聚效应,为我国面料跨境电商崛起并成为国际面料市场中坚力量带来了历史机遇。然而,高低端面料外贸流向失衡与面料制品同质化问题也为面料跨境电商进一步发展带来挑战。为深入推进面料行业跨境电商健康发展,可从“保低扩高”并举维持面料出口平衡,借助数字化面料打印技术推进产品创新,积极与世界工厂网建立合作方面着手进行。

关键词:面料行业;跨境电商;健康发展

近几年,在跨境电商政策扶持、社会经济形势向好背景下,我国面料行业发展进入快速增长阶段。据阿里巴巴国际站发布的《面料行业跨境电商发展报告》显示,伴随我国纺织品外贸增长趋势良好,面料贸易也得到长足发展。2019年,我国面料出口高达217亿米,占世界面料出口额的25%;全国面料进出口贸易额为923.7亿美元,其中90%以上均为出口贸易。可以说,我国面料出口的贸易顺差逐渐成为外汇重要来源。另就国际需求来看,虽然印尼、越南、柬埔寨等成衣加工厂发展迅速,但面料自给率严重不足的问题,导致其需要大量依赖于进口。我国面料生产不仅质量属于世界先进水平,且生产规模全球第一。这也成为欧洲、东南亚、南亚等面料进口国家的首选因素。所以,进一步分析国际方面对于面料的巨大市场需求,无疑会为我国面料企业通过跨境电商拓展国际业务带来发展机遇。

一、中国面料行业出口现状

(一) 出口规模方面

2001-2019年间,我国面料制品出口增长迅速,涨幅达179%;2019年累计出口金额923.7亿美元,其中通过跨境电商出口金额高达646.59亿

美元,占比逾70%(见表1)。国际可持续贸易项目负责人提到,中国入世以来面料产品出口以倍数增长,一跃成为世界最大面料出口国家,预计这一优势将保持到2030年。适逢“一带一路”策略红利,我国面料企业利用现有跨境电商便利,大力与沿线国家开展面料贸易。国际面料主要贸易国迅速从美国、欧盟等国转移到中国,并以年均面料出口10%的增幅在持续增长。即使在2020年初新冠疫情影响下,我国面料企业出口贸易额也在逆境中成功突围。2020年第一季度仅通过跨境电商成交的面料制品额交易额为54.3亿美元,同比增长2%。

(二) 市场份额方面

随着国内纺织技术水平的提升,我国面料日益受到国际市场欢迎,国际市场份额也得以稳步增长。2001-2019年间,我国面料国际市场份额年均增长率为9.6%。尤其从2016年,面料出口成功突破200亿米,2017年、2018年、2019年也分别达到201亿米、210亿米、217亿米。并且,世界成衣加工场如孟加拉、印尼等国面料自给率严重偏低。我国因面料规模产量、面料产品质量占据绝对优势,吸引这些国家持续进口相关制品。据统计,2019年中国面料已经占据越南、孟加拉、印度等国

[作者简介]魏文姬(1988—),女,商丘师范学院讲师;研究方向:电子商务。

表1 2001-2019年我国面料行业出口情况

年份	出口情况		年份	出口情况	
	出口数量 (米数)	出口金额 (美元)		出口数量 (米数)	出口金额 (美元)
2001	76 亿米	138.502 亿	2011	160 亿米	399.27 亿
2002	88 亿米	153.89 亿	2012	163 亿米	443.63 亿
2003	97 亿米	170.99 亿	2013	172 亿米	492.92 亿
2004	105 亿米	191.73 亿	2014	184 亿米	546.99 亿
2005	112 亿米	213.03 亿	2015	195 亿米	607.77 亿
2006	120 亿米	236.71 亿	2016	200 亿米	675.30 亿
2007	134 亿米	263.00 亿	2017	206 亿米	750.33 亿
2008	138 亿米	292.85 亿	2018	210 亿米	833.71 亿
2009	145 亿米	325.39 亿	2019	217 亿米	831.33 亿
2010	154 亿米	361.54 亿			

数据来源：中国海关、《阿里巴巴国际站面料行业跨境电商发展报告》相关数据整理

多达 95% 的进口份额。

二、当前我国面料行业跨境电商发展机遇

(一) 国家扶持政策持续强化顶层设计

我国面料行业跨境电商的发展，离不开国家政策的扶持。《纺织工业“十三五”发展规划》指明，我国面料产业应当紧随世界需求潮流，以开发功能化、时尚化、差异化、健康化制品为主方向，坚持把绿色发展、质量效益与跨境电商有机结合，深入拓展国际高端面料市场。2020年3月，国家税务总局联合财政部发布《关于提高部分产品出口退税率的公告》，表明面料产业出口退税率分别由6%、10%提高到9%、13%。此出口退税率公告发出仅1个月，以江苏省、浙江省为中心的多家面料跨境电商企业，获得近1亿美元政策红利。随后，财政部、海关总署、国家税务总局发布通知，决定从2020年4月15日起，暂免征收加工贸易内销税款缓税利息，此决定对于综合保税区内

企业均具有积极作用。政策红利的驱动，极大提振了面料跨境电商产业持续发展信心。

(二) 海外市场潜力凸显

阿里巴巴国际站运营专家王明舟表明，目前平台上关于面料产品表现良好，国际市场需求高速增长，面料呈现出逆势增长的态势。国际买家复购需求普遍，但平台供应数量不足，给很多面料跨境电商开拓国际市场带来全新机遇。尤其是2019年3月新贸节引入海外流量后，面料行业客均询盘量、客均买家数均持续上涨。例如，绍兴晶点纺织品有限公司的提花、梭织等服装面料，通过跨境电商仅在2020年3月上旬便成交120万美元，几乎没有受到新冠疫情影响。从国际需求市场来看，欧美等发达国家对面料制品多以进口为主，这无疑使我国面料跨境电商拥有巨大的海外市场需求。而由于大多欧美一、二线面料制品类品牌不会入驻Amazon或eBay跨境电商平台，国际面料电商市场缺少专业的提供者，这也为我国从事面料跨境电商企业提供了较为优质的竞争环境。

(三) 面料产业集聚溢出效应显著

我国面料产业提供企业多集中于东南沿海地区，初步产业集聚现已形成。其中，东南地区的浙江、江苏、福建三省的面料产量就分别占到58.95%、12.66%、11.46%。如此大规模的面料企业集聚，极易发挥出溢出效应，深入推动我国面料产业跨境电商发展。一方面，面料产业集聚能够极大推动企业创新与高质量生产。另一方面，面料产业集聚能提升信息流通速率，及时反馈外贸电商订单。并且，面料产业集聚会进一步凸显地产品牌效应，带动周边中小面料供应企业协同发展。例如，无锡林德纺织有限公司便联动整个浙江上下游半成品或原材料面料商，开拓出直到2020年7月的外贸面料电商订单。

三、我国面料行业跨境电商发展面临的挑战

虽然我国面料行业跨境电商发展具有一系列发展机遇，使面料行业跨境电商的突破式发展成为可能，但是也必须看到相应的挑战。

(一) 高低端面料外贸流向失衡

我国面料跨境电商出口国家主要以越南、孟加拉等低品质面料需求为主，西欧、美国等需求附加值较高的高档面料为辅。2019年我国面料仅出口越南就占总出口量9%，出口金额占比超10%，其中绝大多数都为麻、纯棉等低档面料；而出口到西欧、美国等多个国家的高端面料却仅为总出口量的8.9%。同时，2019年受中美贸易摩擦影响，欧美高端面料市场限制我国面料

制品流入,多数面料跨境电商不得不转向低档面料出口生意。例如,苏州好麦尔纺织有限公司受此影响,便在2019年将从事的高档真丝贸易转为涤纶仿真丝贸易。一方面,真丝成本从16万元/每吨上涨到41万元/每吨,加上欧美高端面料的限制,企业难以回笼资金;另一方面,“一带一路”政策红利,有助于中小型企业走入中低端面料市场。长期来看,高端市场的限制逐渐会使国内面料产品出口失衡加剧,国际话语权降低。

(二) 中小面料企业国际电商市场开拓能力不足

当前国内面料产业跨境电商仍以中小企业为主,且大多只能依靠“一带一路”红利开展低端面料贸易。远离政策红利的欧洲、美洲高端面料市场很难企及并开拓。

一方面,成本约束较大。目前,我国中小面料企业主要贸易对象为原辅料单一的低端市场。究其原因,我国低端面料生产成本较低且分工已较为成熟。但另一角度来看,低端面料行业已进入中老年时期,全新个性化、定制化面料成本过大,极大限制了中小型面料企业的转型。建行首席经济学家黄志凌也表示,中小企业融资成本高达15%,侧面说明中小面料企业成本约束较大,无力积压价格高昂的高端面料,只能寻求中低端原辅料贸易市场。

另一方面,品牌建设薄弱。高端面料贸易更多需要品牌力量,简单来说需要足够的国际宣传与境外考察。商务部副部长王炳南表示,多数中小面料跨境电商企业无力负担国际市场开拓资金,宣传力度很难比肩国外大型电商平台。并

且,面料细分种类较多,低端面料利润较低,中小面料电商只能通过质低量大的方式迅速回笼资金,极难专注单一面料的品牌建设。

可见,中小面料企业原辅料单一、品牌建设力度薄弱,很难满足欧美高端市场对于羊剪绒、抗菌面料、派克服面料、各类柔性复合时尚面料的需求,国际电商市场开拓能力不足。

(三) 面料产品同质化严重

面料制品生产壁垒较低,极易引发抄袭生产的现象,面料制品同质化问题也就随之产生。

第一,同种产品盲目上架。2019年国际市场PVC透明材质面料销售形势向好,短时间内国内约100余家面料跨境电商上架该材质。但由于生产厂商单一,这些商家上架的PVC面料整体形式单一,没有显著特色。事实上,2019年国际市场高端PVC面料缺口高达350万吨,而我国280万吨产量中仅24.6万吨符合国际外贸需求,过剩产能严重。如此同质化的生产与销售模式,使相当部分PVC透明材质面料商家损失惨重。

第二,同类产品盲目竞争,盲目追求量多优势。第一批获自主进出口权的民营企业,绍兴柯桥区永盛工贸有限公司董事长傅国庆表明,很多面料跨境电商企业认为低价量多便可获得相应竞争优势。但这样盲目以量多追求利润的方式,极易出现产品同质化问题,以致发生降价抛售情况。如2019年前期,国际市场对于10S牛仔布、30S人棉布、40S精梳府绸需求量较大,于是专注面料贸易的链尚网平台超过80%商家选择大量购入此类面料销售。而造成后果就是,平台商家为避

免产品积压大打价格战。据悉,超过一半商家最终均以降价50%的价格抛售这三种面料,造成损失高达百万美元。可见,同类产品盲目追求低价量多优势问题一直存在于面料跨境电商贸易中,这对于国内面料行业健康发展存在着不小挑战。

(四) 跨境电商平台日常运维力度不足

当前国内多数面料跨境电商,多利用各式营销实现快速发展和海外扩张。例如,已达到C轮融资的链尚网、雨果网等涉及面料的跨境电商,均凭借自身营销模式提高效益。然而,因过于重视营销,忽视平台日常运营,导致多数面料跨境电商企业缺乏核心竞争力,为平台长久发展埋下较大风险。

以聚集众多中小电商且专注面料跨境贸易的大型平台链尚网为例,B2B电商契机下,该平台以覆盖国内85%面料零售商的的优势,迅速囊括面料出口市场。此种发展方式迅速使链尚网短期内达到C轮融资。但快速发展所带来弊端也开始展现,因平台缺乏明确完善的日常运营策略,频繁出现面料售后纠纷。据悉,链尚网针对投诉应对的平均处理时间达30天。链尚网这种爆发式增长,日常运营维护不足情况,最终引发2019年5月国家网络部、发展改革委下达整改命令。整改期间,链尚网平台超过20家外贸面料店铺因运维不达标被关闭。以此来看,我国很多面料跨境电商只注重营销依然是常态,日常运维力度不足问题急需改进。

四、推动面料行业跨境电商发展的对策建议

（一）“保低扩高”并举维持面料出口平衡

鉴于当前面料跨境电商出口呈现两极分化，相关部门可通过“保低扩高”方式平衡电商面料出口。国际市场对于低等面料需求已近饱和，因此可在保证低等面料出口基础上，通过政策支持、融资贷款等方式，促进高端面料出口。

保低方面：一是稳定低端市场。依托“一带一路”倡议，维持与越南、印度、柬埔寨等国的贸易伙伴关系。二是保证生产质量。我国之所以能够成为低端面料市场主要出口国，是由于低端面料生产量大、质量较好。所以，为继续保持这一优势，海关等部门更需加大低端面料检测力度，保证其生产质量，以此建立优质的面料供需关系。

扩高方面：一是政策支持方面，政府部门可在《关于跨境电子商务综合试验区零售出口货物税收政策的通知》基础上，持续扩大面料税收优惠范围。例如可降低单价高于15美元/米的电商贸易面料税务，吸引面料企业转向高等面料生产。二是融资贷款方面，面料跨境电商企业在经营出售高等面料时，可能存在积压货物、货款延迟等现象，影响其资金运转。为此商务部门可积极构建融资贷款绿色通道，解决面料跨境电商企业资金需求困扰。

（二）积极入驻大型国际电商平台多方位开拓海外市场

针对中小跨境电商企业自身开拓能力不足问题，省级政府商务部可积极帮助其对接阿里巴巴、京东、亚马逊等大型国际电商平台，借助这些平台对接国家数量多、范围广的优势，提升国际市场开发能

力。具体而言，一是从技术方面推动。借助大型跨境电商平台较为完备信息化技术、数字化网链格局，摸索并搭建适合自身发展的跨境贸易全链路。二是从物流方面推动。借助大型跨境电商平台完善的货运体系、海外仓储等，联合海外销售企业形成一站式物流运输体系，实现物流速率与运输稳定性的提升。三是从经营模式方面推动。借助大型跨境电商平台快速出海、货达全球商务模式，完善中小电商发货与售后模式，实现风险共担。

（三）借助数字化面料打印技术推进产品创新

针对面料同质化严重问题，电商平台可积极引进爱普生集团数字化面料打印技术，打造电商平台产品个性化，提升核心竞争力。一方面，借助数字化面料打印技术周转速度较快的优势，全力进行面料创意研发。例如人造丝、聚酯纤维等人工合成材质以及丝、棉、麻等天然材质，均可借助数字化面料打印技术实现提花、贡缎、磨毛印花等概念性3D创作，优化面料库存，实现使用多少、生产多少的研发。另一方面，借助数字化面料打印技术，完成电脑自动生成的配色和设计选择，生产出比传统面料更加优质的面料制品。相关企业也可借助数字化面料打印技术构建面料供需系统，需求者仅告知类型、数量，即可迅速投入自动化生产，降低企业库存成本与积压风险，全面提升跨境电商海外竞争力。

（四）积极与世界工厂网建立合作，完善运维服务

2019年12月，世界工厂网基于数百家企业团队管理与线上生态建设经验，结合科学管理机制，

打造了线上团队管理支持服务。并且，伴随电商时代的不断发展，世界工厂网在跨境电商平台运营方面取得长足发展。

一方面，国内面料跨境电商可积极与世界工厂网积极寻求合作，打造优质电商平台运维团队，保证平台无差错且高效化。例如，建立合作后，世界工厂网将负责打造产品研发、销售转化、客户服务的电商团队，节省面料企业跨境线上生产与推广成本。当然，企业自身也需增加平台运维投入，打造一类优质平台。另一方面，借鉴世界工厂网线上生态建设经验，将类似贵阳国际海关“一站式”监管体系纳入自身运维服务中。面料跨境电商企业需要与国家海关检测、中国检验检疫集团等专业质量查验机构达成统一认定，实现检测高效化、产品高质化的运营系统。同时，将海关、商务、工信三部出台详细面料质量检验标准植入自身检验体系，杜绝不符合面料过检，根源上避免面料质量纠纷。▲

参考文献：

- [1] 刘禹. 我国跨境电商发展的新思考 [J]. 中国流通经济, 2017(7): 39-45.
- [2] 张明勇. 中国母婴跨境电子商务发展面临的挑战及对策 [J]. 对外经贸实务, 2019(1): 34-37.
- [3] 张奇. 跨境电子商务发展对海关监管的挑战 [J]. 国际经济合作, 2016(6): 26-29.
- [4] 姜菁斐. 关于我国与“一带一路”国家发展跨境电商的思考 [J]. 国际贸易, 2018(6): 58-62.