

中国纺织企业海外直接投资空间格局

范毓婷^{1,2,3}, 刘卫东^{1,2*}

(1. 中国科学院地理科学与资源研究所, 北京 100101; 2. 中国科学院区域可持续发展分析与模拟重点实验室, 北京 100101; 3. 中国科学院大学, 北京 100049)

摘要:经过几十年的发展,中国纺织工业已经成为对就业和出口创汇具有重要影响的行业之一。近10年来,受全球贸易环境震荡和自身生产成本上升的影响,中国国内生产的纺织产品在国际市场的竞争力逐步下降,大量企业开始向海外投资,进行产业转移。如何优化海外投资布局、创造新的发展优势,事关中国纺织工业可持续发展能力的提升。本文基于政府部门的统计数据以及企业访谈数据,在回顾中国纺织企业对外直接投资趋势的基础上,分析了其海外直接投资的空间分布格局和产业活动类型选择,而后剖析了该行业海外投资面临的困难和挑战,并提出了差异化对外投资策略。

关键词:纺织企业; 对外直接投资; 区位选择; 空间差异化战略; 中国

1 引言

改革开放以来,特别是2001年加入世界贸易组织后,凭借国内丰富且廉价的劳动力和原材料资源,中国纺织工业的制造能力和出口能力获得了飞速发展。纤维加工量占世界纤维加工总量的比重从1980年的10.7%跃升至2014年的50%以上。与此同时,纺织服装出口额占世界的比重也实现历史性的飞跃,从2000年的14.8%上升到2008年的30.3%,再到2014年的37.4%(姜延书等, 2016)。但近年来受全球金融危机的影响以及国内劳动力、能源和资源成本上升的影响,其发展进入瓶颈期和转型期。在后金融危机时代,如何实现中国纺织工业转型升级、更深入地融入全球纺织生产网络、占领价值链的高端环节,已经成为学术界乃至政府决策关注的热点问题之一。

作为中国的传统优势行业,纺织工业得到了学术界广泛的关注。一些学者分析了中国纺织工业的空间集聚和区际迁移(吴爱芝等, 2013),以及纺织工业区际迁移的粘性问题(耿文才, 2015),但局限于

国内的产业空间转移。也有学者评估了中国纺织企业海外直接投资的进展和机遇与挑战(谭畅, 2015; 徐迎新等, 2015),探讨了中国与南亚、东南亚等地区就纺织工业的合作问题(毛蕴诗等, 2012; 茅蓓蓓, 2012),以及如何提升中国纺织企业的海外竞争力(丁文恒等, 2014)。但是,这些研究受限于数据可获得性,未能揭示中国纺织工业海外直接投资的空间格局及其价值链布局,也没有充分考虑如何统筹利用国际国内两个市场和两种资源来提升中国纺织生产网络的整体竞争力。

伴随“一带一路”建设以及国内产业转型升级压力的不断加大,中国纺织企业必须思考如何“走出去”,特别是如何通过海外投资来发展自己的全球生产网络,实现可持续发展。针对这一问题,本文在商务部统计数据和企业访谈数据的基础上,重点分析中国纺织企业海外直接投资的空间格局,试图从生产网络的视角探讨其价值链布局,总结中国纺织企业的海外投资策略。本文的研究力求为中国纺织企业今后的海外投资决策提供科学帮助,也为更好地推进“一带一路”建设提供一个行业案例。

收稿日期:2017-03-17;修订日期:2018-03-01。

基金项目:国家自然科学基金项目(42530751) [Foundation: National Natural Science Foundation of China, No.42530751]。

作者简介:范毓婷(1986-),女,江苏淮安人,博士研究生,主要从事经济地理及区域发展研究, E-mail: fanyt.13b@igsnrr.ac.cn。

通讯作者:刘卫东(1967-),男,河北隆化人,研究员,主要从事经济地理与区域发展研究, E-mail: liuwd@igsnrr.ac.cn。

引用格式:范毓婷, 刘卫东. 2018. 中国纺织企业海外直接投资空间格局[J]. 地理科学进展, 37(3): 418-426. [Fan Y T, Liu W D. 2018. Spatial pattern of foreign direct investment of China's textile enterprises[J]. Progress in Geography, 37(3): 418-426.]. DOI: 10.18306/dlkxjz.2018.03.012

2 研究视角与数据基础

2.1 理论视角

20世纪中叶以来,跨国公司在欧美等发达国家迅速发展起来并成为全球对外直接投资的主导力量。基于这些西方跨国公司经验的对外直接投资动因和区位选择理论成为当前国际上主流的对外直接投资理论,主要包括Knickerbocker(1973)的生产周期理论、Hymer(1976)的垄断优势论、Dunning(1977)的国际生产折中理论、Johanson等(1977)的企业海外直接投资(OFDI)过程论、Casson(1976)和Rugman(1981)的内部化理论。针对发展中国家跨国公司对外投资行为,Lall(1983)、Gereffi(1999)和Mathews(2002)分别提出小规模经济理论、技术地方化理论和技术升级理论。随着中国对外直接投资的增加,越来越多的学者认识到,中国企业的海外投资具有不同的特征和路径。例如,中国企业既到欧美发达国家投资,同时又到发展中国家投资。这样的特殊性决定了中国企业海外投资很难直接套用西方现有的理论。

中国纺织企业海外投资的迅速增长引起了国内外学者的关注,并由此开展了一系列研究。学者们或基于面板数据对影响中国纺织企业对外直接投资的因素进行了分析和探讨,包括东道国的经济发展水平、资源禀赋、市场状况、生产成本等(王缉慈, 2001; 刘生刚等, 2008; Anwar et al, 2012; Zhao, 2016);或通过大量具体案例研究国家经济贸易政策、战略资源需求等要素对中国纺织企业海外投资的影响(Poon, 2004; 俞秀宝等, 2008; 白树强等, 2015; 章林等, 2015)。纵观已有研究成果,当前研究或者集中在经济要素、地缘安全、地区冲突等因素对于中国纺织企业海外投资影响的一般性讨论(Eneji et al, 2012; 张月友等, 2013; Xu, 2015; 刘卫东, 2015),或者集中在对历史数据分析、动因等的解释,以及对空间差异和区位选择的探讨(王丽君, 2010; Witkowska, 2011; 杜群阳等, 2015)。

在全球化时代,企业对外直接投资并非是一个个独立事件,也不是生产功能简单的跨国异地搬迁,而往往是企业生产网络扩张的结果。而且,企业在海外不同地区投资的动机往往不同,在生产网络中承担的功能也不同,与企业本部之间的关系也不相同。因此,只有从全球生产网络的视角才能更

好地从宏观和整体层面透视企业的对外直接投资。全球生产网络是近10多年来发展起来的一个理论视角,得到了广泛的应用,是理解全球化以及在更广阔的地域空间上分析不同价值链之间联系的有力工具(Henderson, 2002; Diken, 2015)。全球生产网络也是一种新型的经济组织形式,它以跨国公司为中心,将厂商和国家在价值链方面的分工合作结合起来(Emst, 2002; 陈衍泰, 2011)。因此,本文主要采取全球生产网络的视角来分析中国纺织企业对外直接投资的空间格局,揭示其在不同国家和地区投资的产业活动特征。这样的研究可以更好地帮助中国纺织企业思考如何“走出去”,特别是思考如何通过适当的海外直接投资战略,融入全球生产网络,获得国际竞争与合作的机会。

2.2 数据基础

本文所使用的中国纺织企业海外投资数量、境外设立机构(企业)等数据来源于中国商务部数据库,数据期限为2003-2014年,但其中一些数据并非所有年份都有。此外,本文作者于2014年9月-2015年4月期间,设计了企业访谈大纲,在相关部门支持下调研了30多家纺织企业和多家行业机构,比较详细地了解了中国纺织企业海外投资的重点领域和重点地区,以及遇到的问题和风险等。受访企业主要来自山东省、江苏省、浙江省和广东省,均为中国纺织行业协会的会员。由于该协会会员大多为规模较大、实力较强的企业,本文的访谈结果不能代表小企业的情况。但是,考虑到进行海外投资的主要是大企业,访谈的局限性对揭示中国纺织企业海外直接投资的格局和趋势影响不大。

3 中国纺织企业海外投资格局特征

3.1 海外投资步伐加快,但投资金额年际波动较大

根据商务部统计,2003-2012年间,中国纺织企业对外直接投资年均增速为11.89%,远低于制造业平均水平(34.03%)。2012年,纺织企业对外直接投资额25552万美元,仅占制造业对外直接投资总额的9.9%。但是,其中的纺织服装服饰业对外直接投资增长非常快,2003-2012年的年均增速为41.32%,高于制造业同期水平。受2008年全球金融危机的影响,2009-2010年中国纺织工业对外直接投资出现大幅度下滑,2009年的增速为-30.9%,2010年为

-21.2%。2011年,在国家利好政策的影响下,中国纺织工业对外直接投资大幅增长,增速达到56.4%;2012年增速更高达107.0%,当年对外投资总额达到54459万美元(表1)。

自2005年“多纤维协定”取消后,欧美等发达国家实施了更为苛刻的纺织品保护措施,大幅减少了中国纺织品出口配额,迫使中国纺织企业不得不寻求到海外设厂,降低配额减少带来的影响。2005年之前,中国纺织企业对外直接投资额高于100万美元的情况不多见。近年来,不仅对外投资额高于100万美元的企业越来越多,还陆续出现了投资额超过千万美元的建设项目。例如,2008年浙江天龙数码印染有限公司在越南的项目投资额达到了8000万美元,并同时建立了天龙(越南)股份有限公司;2011年浙江富丽达股份有限公司投资2.53亿美元收购拿大纽西尔特种纤维素有限公司。

从进行海外直接投资的纺织企业数量来看,中国纺织工业全球布局与产业转移的总体趋势也呈加速状态(图1)。根据商务部境外投资企业(机构)名录中的企业数据,2004-2010年境外中国纺织企业数量增长迅速,由12家增加到93家。但2011年和2012年有所回落(分别为77家和74家),2013年则回升到90家。

3.2 投资输出地主要集中在东部沿海省份,投资目的地比较多样化

从中国纺织企业对外投资的主要输出地来看,集中在浙江、江苏、山东、广东等东部沿海省份。这些地区是中国纺织工业最集中和最发达的地区,其

对外投资占全国的比重很高(图2)。上述四省对外投资的企业数占全国总数的78%,其中浙江、江苏两省合计就占57.6%。中国纺织企业99%以上都是私营企业。与很多其他行业不同,这些私营企业是中国纺织工业海外投资的主体。

根据商务部境外投资企业(机构)名录中的企业数据,2014年4月底经商务部核准的境外投资纺织企业有689家,主要的投资领域为生产、研发设计和贸易销售这三类。从地理分布来看,在亚洲国家投资的企业最多,占到总量的55.78%,到欧洲的占14.58%,到北美洲的占13.95%,到非洲的占9.67%,到南美洲的占3.80%,到大洋洲的占2.22%(图3)。从这些数据可以看到,中国纺织企业海外投资的目的地呈现多样化的趋势。

3.3 企业差异化投资策略明显,正在形成地域分工明确的生产网络

中国纺织企业对外生产类投资项目主要投向发展中国家或者欠发达国家。2003-2014年,共有153家生产类企业向海外转移产能,其中93家转移到亚洲,占总数的60.78%。国别目的地主要为柬埔寨、越南、孟加拉国等东南亚国家。向非洲国家转移生产环节的企业也较多,占总数的26.43%,国别目的地主要是埃及、尼日利亚、埃塞俄比亚等。纺织企业将生产环节转移到这些发展中国家,主要是利用当地廉价的劳动力资源、有效降低生产成本,有时也是为了利用当地纺织品出口配额。

研发设计类企业大多在欧美等发达地区设立分支机构。2003-2014年,到境外进行研发设计类

表1 2003-2012中国纺织业对外直接投资额^①

Tab.1 Amount of overseas direct investment of Chinese textile industry, 2003-2012

| 年份 | 纺织工业投资额/百万美元 | | | | 纺织工业占制造业比重/% | 纺织工业对外投资同比增长/% |
|------|--------------|---------|---------|-------|--------------|----------------|
| | 纺织业 | 纺织服装服饰业 | 化学纤维制造业 | 合计 | | |
| 2003 | 9294 | 983 | 193 | 10470 | 16.8 | — |
| 2004 | 7961 | 2300 | 1204 | 11465 | 15.2 | 11.6 |
| 2005 | 3583 | 1986 | 306 | 5875 | 2.6 | -48.8 |
| 2006 | 4942 | 1857 | 2019 | 8818 | 9.7 | 50.1 |
| 2007 | 3184 | 5202 | 1634 | 8386 | 3.9 | -4.9 |
| 2008 | 9327 | 20378 | 1184 | 30889 | 17.5 | 268.3 |
| 2009 | 16288 | 4624 | 438 | 21350 | 9.5 | -30.9 |
| 2010 | 12868 | 1680 | 2274 | 16822 | 3.6 | -21.2 |
| 2011 | 11284 | 13357 | 1674 | 26315 | 3.7 | 56.4 |
| 2012 | 25552 | 22106 | 6801 | 54459 | 6.3 | 107.0 |

①数据来源:中国商务部。

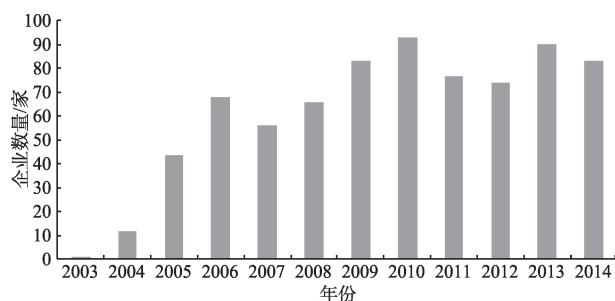
图1 2003-2014年中国境外投资纺织企业数^①

Fig.1 The number of Chinese textile enterprises involved in overseas direct investment (ODI), 2003-2014

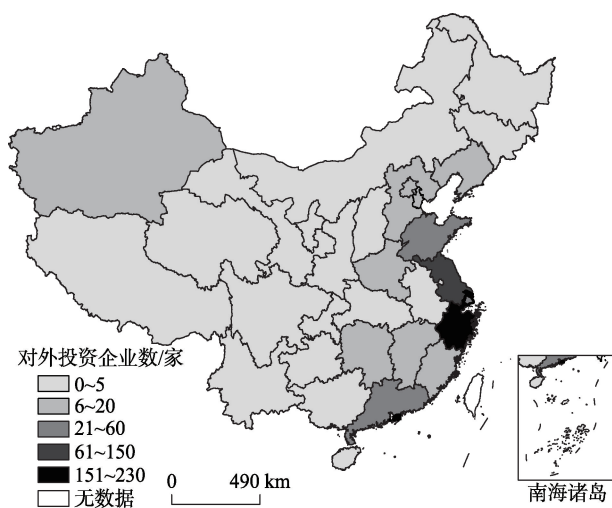
图2 中国分省区市对外投资纺织企业数量分布图
(截至2014年)^①

Fig.2 Provincial distribution of the number of textile enterprises involved in overseas direct investments in China (by 2014)

投资的中国纺织企业共有43家,其中到美国的有14家,到香港地区的有11家,分别占总数的32.56%和25.58%。到日本、意大利和法国投资研发活动的企业也比较多。这些研发设计投资项目往往也兼具销售功能,表明企业一方面希望利用发达国家的人力资源来设计更符合当地需要的高端产品,另一方面也希望利用区域自由贸易协定来规避贸易障碍,将产品销售到欧美地区。

中国纺织企业在海外的贸易销售类直接投资分布极为广泛。2003-2014年,共有493家企业在海外设立了贸易销售分支,其中在亚洲国家和地区设立的企业最多,有279家,占总数的56.64%。其中,香港地区就有124家,以转口贸易为主要目的。设立在欧洲的有84家,北美洲74家,非洲26家,南美

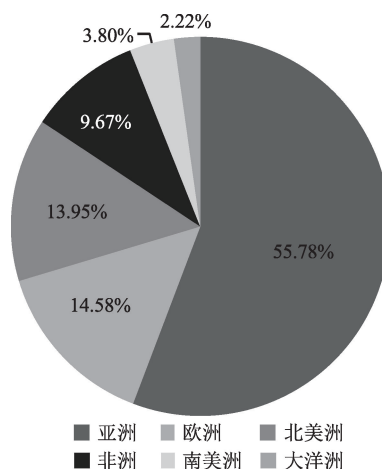
图3 2003-2014年中国纺织企业海外投资的区域分布^①

Fig.3 Regional distribution of Chinese textile enterprises' overseas direct investment (ODI), 2003-2014

洲20家,大洋洲10家(图4)。纺织企业在开始“走出去”的时候,往往首先建立自己的国际营销网络,通常是以建立贸易销售类公司为主。这些境外外贸公司能更快地满足客户需求,加强与客户的关系,准确把握当地市场脉搏,便于接国外的订单,提高了企业的总销量和利润率。

需要说明的是,上述对外投资企业分类中,包含中国企业在不同地区不同功能的投资(分支机构)。这在一定程度上显示出,中国企业正在发展自己的全球生产网络。例如,广东溢达集团通过在全球建厂,已经形成了完善的衬衫生产链,为全球主流市场提供服务。该集团已在新加坡、菲律宾、中国台湾等地区直接投资建设制衣厂,利用当地优质的劳动力资源,并开始拓展产业链上游,从原料开始控制,继而发展了棉花种植、棉纺、染整、色织等产业链环节(表2)。

经济全球化过程的核心就是生产要素的全球流动与配置,产业结构的全球性调整和转移,企业价值链和产业链在世界范围内的布局和重组。纺织业在全球不同国家和地区的转移,源于追求比较优势。一批行业优势企业开始建设海外生产基地,也有企业通过对外直接投资和并购的方式整合国际原料资源、设计研发资源、品牌和营销渠道资源,不断提高自身的跨国资源配置能力和国际化品牌运营能力,逐步掌控纺织产业价值链的高端。通过兼顾国际与国内两种资源,构建跨国生产模式,实现全球化纺织工业布局。

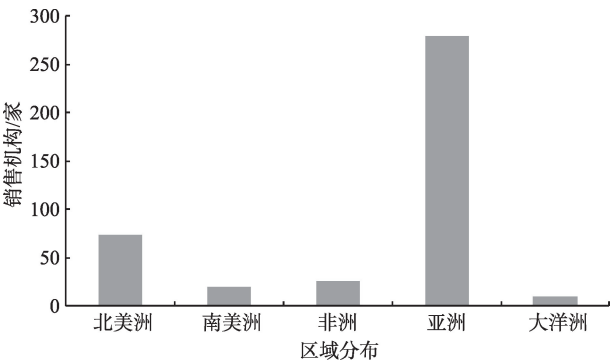


图4 2003-2014年贸易销售类企业区域分布示意图^①
Fig.4 Regional distribution of trade and sale companies, 2003-2014

3.4 企业海外投资涉及的行业门类齐全,新建和并购两种投资形式并重

当前,中国纺织企业对外投资涉及的主要细分行业为棉纺、针织、毛纺、印染、化纤、服装、家纺、纺织机械等。根据2012-2015年中国纺织工业联合会的专项调研^②,投资类型主要为加工基地、原料基地、产业园区、市场渠道、股权收购、高端品牌与技术等,呈现多领域、多地区、多形式的发展态势。表明中国纺织企业正在充分利用两种资源、两个市场,整合资源,延伸产业链,通过新设、并购、参股等形式建设境外生产研发基地、设立境外合作区、建立营销网络等,同时通过境外商标注册、品牌收购和推广等手段推进国际化发展。

中国纺织企业海外投资主要采用两种形式。第一,绿地投资。主要是在发展中国家和欠发达地区设厂,或者利用劳动力费用相对较低的优势进行生产,或者利用自由贸易协定获得市场进入,或者两者兼而有之。例如,由于国内纺织行业生产能力过剩,1999年华源纺织集团选择国家发展稳定且投资氛围良好、劳动力价格较低的墨西哥作为生产基

地,将加拿大及美国的原材料运往墨西哥进行生产,随后成品再运输到美国进行销售。由于墨西哥是北美自由贸易区的一员,可取得美国棉花费用补贴并无配额限制。第二是并购,主要是为了获取发达国家已有的研发能力和营销网络。中国纺织企业倾向于与美国、英国、意大利等知名机构合作,以提高产品附加值,增加产品市场竞争力(傅超等, 2015)。例如,上海纺织集团采取与发达国家的合作方式,例如与英国、意大利等国家的企业进行品牌合作,利用后者更先进的技术能力,发展国外销售业务并把商品推至高端市场,进一步提高了其国际竞争力并提升了国内纺织品牌价值。

4 中国纺织企业海外投资面临的挑战

开展国际经营、积极参与国际竞争,已成为经济全球化时代纺织企业壮大发展的必然选择。中国纺织企业大多规模较小,尚不具备与跨国巨头进行全面竞争的实力。因此,充分评估中国纺织企业“走出去”所面临的挑战,对于提升纺织企业的竞争力、维持纺织企业的稳健经营、促进纺织企业做强、做大、做久具有重要的意义。

(1) 中国纺织企业的产业核心竞争力尚不强,处在全球纺织业价值链中端地带。在等级结构的顶端是数量相对较少的跨国服装零售商及品牌营销商,这些企业自己并不拥有任何制造工厂,依靠对品牌设计、营销环节的控制,能在整个生产网络中处于领导地位,协调着整个服装生产网络的运行。通过对品牌及营销网络的控制,这些跨国公司获得巨大的增加值。而中国的纺织企业主要从事生产网络的加工制造环节,获取微薄的加工费,处于不利和被动地位。

表2 溢达集团发展历程主要事件^③

Tab.2 Major events in the development history of the Yida Group

| 时间 | 20世纪70年代末 | 20世纪80年代初 | 20世纪80年代-90年代 | 20世纪90年代中后期 | 20世纪90年代末 | 2000年开始 |
|------|------------|-------------------------|---------------|--------------------|-----------|----------------|
| 地点 | 江苏、湖北、北京等地 | 毛里求斯、牙买加、新加坡、中国台湾、菲律宾等地 | 广东、浙江、江苏 | 新疆 | 内地沿海城市 | 越南阳、边和、以及良山工业区 |
| 主要事件 | 补偿贸易 | 去国外投资,建制衣厂 | 投资转回内地,建制衣厂 | 购置棉田,种植棉花,建染整厂和色织厂 | 建棉纺厂 | 建制衣厂 |

②数据来源:中国纺织工业联合会内部资料。

③资料来源:作者根据资料总结。

(2) 中国纺织企业所拥有的核心能力和战略资源欠缺,影响了企业国际扩张的内部动力。从目前中国纺织企业总体情况看,海外投资经验和规模实力不足,整体素质偏低,融资能力弱,经营理念差,缺乏开拓国际市场的人才。与资源类或基础设施类投资企业相比,纺织企业的规模实力偏小、抗风险能力差,在海外投资规模上不能盲目求大。应摸着石头过河,初始投资额少一些;如果运作成功,再追加投资。另外,对于实力和经验不足的纺织企业,需灵活选择多种“走出去”形式,促进企业国际化运营。

(3) 中国纺织企业“走出去”面临的安全形势严峻。不少低成本国家和地区的地缘关系复杂,宗教民族冲突严重,政局不稳定,特别是中亚、南亚和非洲一些地区,无形中提高了投资的风险与成本。中国纺织企业在“走出去”之前,应对东道国进行全面的政治风险评估,关注东道国的政策导向。另外,海外投资也会遇到社会动乱、罢工等经营风险事件,企业需要有预案。此外,由于可能存在的双重外汇管制,即中国资本项下的外汇管制和东道国的外汇管制,对外投资企业将面临额外的外汇财务风险。

(4) 中国纺织企业“走出去”也面临着较为恶劣的国际市场环境。发达经济体为保护自身的纺织工业,频繁使用关税、反倾销、特别保障措施、技术性贸易壁垒和社会责任壁垒等手段对其他国家的纺织产品出口设限,利用一切可以利用的贸易制度框架,制造各种贸易争端和摩擦。能否在保持现有的市场份额的基础上开拓有价值的投资贸易领域,是推动纺织工业国际化程度的关键。欧盟和美国是世界最大的纺织服装进口市场,同时也是贸易争端和摩擦的高发地区,中国纺织企业“走出去”需要国家有关机构及时提供法律援助。

5 结论与政策启示

改革开放初期,中国纺织工业总体上以代工为主、以廉价取胜,产品技术含金量不高、商品无创新性、无独创优质品牌。近20年来,中国纺织工业经历了不断升级的过程,在加工制造生产阶段具有很大优势,正在向自主研发和自有品牌不断努力。目前,通过进一步融入全球生产网络、进行纺织生产

要素优化配置、进一步学习先进技术及理念,中国纺织企业正在逐步进入国际分工中的高附加值环节,在价值链上的位置在逐步提升。

中国的纺织企业对外直接投资具有两个明显的特征,即在相对较短的时间迅速膨胀,且在相当长的时间内在地理分布上主要集中在美国、加拿大和澳大利亚等发达国家。已有的发展中国家对外投资理论不能解释中国纺织企业海外投资现象。国内一些学者以国外学者的对外直接投资理论为基础,同时借鉴发达国家对外投资的成功经验和一些具有权威性的理论,如邓宁国际生产折衷理论和小岛清的边际扩张理论等,提出促进纺织企业海外投资的措施。但是,中国纺织企业的海外投资有着不同的特征和路径选择。这样的特殊性决定了中国纺织企业海外投资很难借鉴西方的经验,很难套用现有理论。

中国目前还是一个发展中国家,纺织服装工业尚位于价值链的中低端,形势不容乐观。选择合适的策略“走出去”、发展自己的全球生产网络,是中国纺织企业生存和发展的重要途径。根据前述分析,本文提出以下对策和建议。

5.1 需加强跨国资源配置,拓展全球生产网络

中国纺织企业正处于工业化的中期,推动中国剩余生产要素和剩余生产能力在全球范围内流动和配置,并从世界范围内引进稀缺的战略资源和先进的生产技术,对于中国纺织产业发展具有战略意义。中国纺织应重视在全球纺织产业中地位的提升,在具有比较优势的国家和地区,积极布局创新研发基地、资本中心、设计中心、营销渠道网络、品牌运营中心,打造全球生产网络。目前,一些优势企业开始建设海外生产基地,也有企业通过对外直接投资和并购的方式整合国际原料资源、设计研发资源、品牌和营销渠道资源,不断提高自身的跨国资源配置能力和国际化品牌运营能力,逐步掌控纺织产业价值链的高端,开展纺织行业的全球生产布局。

5.2 因地制宜地确定中国纺织生产网络发展策略

(1) 以东南亚的发展中国家和地区为投资重点。东盟国家由于地理上离中国近,存在较强产业互补性,可成为海外投资优先选择地区。

(2) 充分合理利用优惠贸易协议,在拉丁美洲地区进行投资。为减少与拉美国家的贸易摩擦,中

国纺织企业可到拉丁美洲进行海外直接投资。

(3) 利用非洲各国优势资源,促进配套产业发展。不少非洲国家几乎没有种植棉花。中国棉纺企业可利用非洲国家廉价的土地资源和低廉的劳动力成本,投资棉花种植领域,并发展低端纺织和服装加工。

(4) 有侧重地投资发达国家,增强自主创新能力。发达国家创新能力强,中国纺织企业应当学习发达国家的先进经验及品牌设计能力。

5.3 利用好各种双边或者多边国际贸易协定,促进海外投资

要合理利用各类国际贸易协定。中国政府对外签订的避免双重征税协议已超过90个,投资贸易协定超过130个,应发挥好这些协定的作用,确保有效落实海外投资项目。区域贸易协定有利于促进贸易自由化和投资便利化。21世纪以来,全球贸易总额中有60%的贸易额发生在区域贸易协定内部。以自由贸易区中的国家或地区作为连接本地市场和其他海外市场的重要节点,统筹利用好各自由贸易区资源,对促进中国纺织产业“走出去”和跨国资源配置将会产生积极的作用。

5.4 制定可行的本地化管理策略,解决好生产网络“落地”问题

经营理念本土化主要体现在生产制造本土化、研发本土化、营销与品牌本土化以及关系和人才本土化。东道国市场需求是跨国企业产品主要战略吸引点,除进行产品研发推广、营销渠道拓展外,企业还需要对东道国的社会、文化特点及其变化进行研究,注重东道国人才资源的开发以及与当地政府建立良好关系。整合国际资源,建立全球供应链。充分利用跨国资源,进行国际化整合,逐渐成为我国部分具有国际视野的企业的创新之路。比如,雷迪波尔服饰股份有限公司通过启用欧洲设计师,发挥创意策源地的引领作用,同时将生产环节进行全球布局,高端产品委托意大利工厂生产,中端放在国内,低端订单转移到东南亚。

参考文献(References)

白树强,郭明英,邢珺. 2015. TPP对我国纺织服装出口竞争力的潜在影响分析[J]. 当代经济管理, 37(8): 35-39. [Bai S Q, Guo M Y, Xing J. 2015. TPP's potential impact on the export competitiveness of China's textile and clothing[J].

Contemporary Economy & Management, 37(8): 35-39.]

陈衍泰. 2011. 中国企业海外投资态势与布局差异性分析[J]. 技术经济与管理研究, (6): 66-69. [Chen Y T. 2011. Chinese enterprises overseas investment situation and layout difference analysis[J]. Technoeconomics & Management Research, (6): 66-69.]

丁文恒,高志刚. 2014. 中国丝绸之路经济带战略视角下新疆开放型经济发展方向研究[J]. 兰州商学院学报, 30(3): 87-90. [Ding W H, Gao Z G. 2014. Under the perspective of "Silk-road Economic Belt" strategy research the direction of export-oriented economy development in Xinjiang[J]. Journal of Lanzhou Commercial College, 30(3): 87-90.]

杜群阳,郑小碧. 2015. 天生全球化企业跨国创业导向与国际化绩效: 基于网络关系与学习导向动态耦合的视[J]. 科研管理, 36(3): 118-126. [Du Q Y, Zheng X B. 2015. Relationship between international entrepreneurial orientation and international performance of the born global enterprises: A view from the dynamic coupling of network relationship and learning orientation[J]. Science Research Management, 36(3): 118-126.]

傅超,杨曾,傅代国. 2015. “同伴效应”影响了企业的并购商誉吗? 基于我国创业板高溢价并购的经验证据[J]. 中国软科学, (11): 94-108. [Fu C, Yang Z, Fu D G. 2015. Does peer effect affect the good will: Empirical evidence from High-Premium M&A on the GEM[J]. China Soft Science, (11): 94-108.]

耿文才. 2015. 新经济地理学视角下中国纺织业区际转移的粘性分析[J]. 地理研究, 34(2): 259-269. [Geng W C. 2015. The viscous analysis on inter-district transfer of textile industry from the perspective of new economic geography in China[J]. Geographical Research, 34(2): 259-269.]

姜延书,何思浩. 2016. 中国纺织服装业出口贸易增加值核算及影响因素研究[J]. 国际贸易问题, (8): 40-51. [Jiang Y S, He S H. 2016. The added value accounting of Chinese textile clothing export trade and its influencing factors[J]. Journal of International Trade, (8): 40-51.]

刘生刚,陈游芳. 2008. 日本纺织服装产业发展对我国纺织服装产业创新的启示[J]. 山东纺织经济, (5): 24-27. [Liu S G, Chen Y F. 2008. The inspiration of the development of Japan's textile and garment industry to the innovation of China's textile and garment industry[J]. Shandong Textile Economy, (5): 24-27.]

刘卫东. 2015. “一带一路”战略的科学内涵与科学问题[J].

- 地理科学进展, 34(5): 538-544. [Liu W D. 2015. Scientific understanding of the Belt and Road Initiative of China and related research themes[J]. Progress in Geography, 34(5): 538-544.]
- 毛蕴诗, 金雨晨, 李杰. 2012. 加工贸易相关产业转型升级研究: 以广东省纺织服装业为例[J]. 当代经济管理, 34(8): 58-63. [Mao Y S, Jin Y C, Li J. 2012. On upgrade of processing trade related industry: Based on Guangdong textile and garment industry[J]. Contemporary Economy & Management, 34(8): 58-63.]
- 茅蓓蓓. 2012. 基于产业转移的中国纺织业对外投资环境评价研究: 以亚洲四国为例[D]. 上海: 东华大学. [Mao B B. 2012. Research on evaluation of outward investment environment of China's textile industry: An industrial transfer perspective: Based on four Asian countries' data[D]. Shanghai, China: Donghua University.]
- 谭畅. 2015. “一带一路”战略下中国企业海外投资风险及对策[J]. 中国流通经济, 29(7): 114-118. [Tan C. 2015. The Overseas investment risk of China's enterprises in the light of "One Belt and One Road" and the countermeasures[J]. China Business and Market, 29(7): 114-118.]
- 王缉慈. 2001. 关于在外向型区域发展本地企业集群的一点思考: 墨西哥和我国台湾外向型加工区域的对比分析[J]. 世界地理研究, 10(3): 15-19. [Wang J C. 2001. An understanding of local clusters of enterprises in the outward-oriented regions: A comparison between Mexico and Taiwan[J]. World Regional Studies, 10(3): 15-19.]
- 王丽君. 2010. 我国纺织业对外直接投资区位选择研究[D]. 上海: 东华大学: 35-56. [Wang L J. 2010. A study on the location choice of foreign direct investment of China's textile industry outward FDI[D]. Shanghai, China: Donghua University: 35-56.]
- 吴爱芝, 孙铁山, 李国平. 2013. 中国纺织服装产业的空间集聚与区域转移[J]. 地理学报, 68(6): 775-790. [Wu A Z, Sun T S, Li G P. 2013. Spatial agglomeration and regional shift of textile and garment industry in China[J]. Acta Geographica Sinica, 68(6): 775-790.]
- 徐迎新, 刘耀中. 2015. 中国纺织工业“走出去”进展与重点关注[J]. 纺织导报, (6): 42-48. [Xu Y X, Liu Y Z. 2015. The Chinese textile industry's "Going Abroad" strategy: Progress and key focus[J]. China Textile Leader, (6): 42, 42-48.]
- 俞秀宝, 李建华, 秦弈欣. 2008. 我国本土制造企业海外投资成功关键要素研究: 华源墨西哥 SINATEX 案例研究[J]. 上海管理科学, 30(1): 6-12. [Yu X B, Li J H, Qin Y X. 2008. Study on the key factors for successful overseas investment of Chinese domestic enterprises: A case study of Mexico Huayuan SINATEX[J]. Shanghai Management Science, 30(1): 6-12.]
- 章林, 曹明福. 2012. 我国纺织服装企业全球运作研究[J]. 天津工业大学学报, 31(6): 76-79. [Zhang L, Cao M F. 2012. Global operations research of Chinese textile and garment enterprises[J]. Journal of Tianjin Polytechnic University, 31(6): 76-79.]
- 张月友, 刘丹鹭. 2013. 逆向外包: 中国经济全球化的一种新战略[J]. 中国工业经济, (5): 70-82. [Zhang Y Y, Liu D L. 2013. Reverse outsourcing: A new strategy for China's economic globalization[J]. China Industrial Economics, (5): 70-82.]
- Anwar S, Sun S Z. 2012. Trade liberalisation, market competition and wage inequality in China's manufacturing sector [J]. Economic Modelling, 29(4): 1268-1277.
- Casson M C. 1976. The multinational corporation and the resource cost of international technology transfer by David J. Teece[J]. Technology & Culture, (5): 144-152.
- Dicken P. 2010. Global shift[M]. 6th ed. London, UK: Sage.
- Dunning J H. 1977. Trade, location of economic activity and the MNE: A Search for an eclectic approach[M]//Ohlin B, Hesselborn P O, Wijkman P M. The international allocation of economic activity. London, UK: Palgrave Macmillan.
- Eneji M A, Onyinye I J, Kennedy D N, et al. 2012. Impact of foreign trade and investment on Nigeria's textile industry: The case of China[J]. Journal of African Studies and Development, 4(5): 130-141.
- Ernst D, Kim L. 2002. Introduction: global production networks, information technology and knowledge diffusion. Industry and Innovation, 9(3) 147-155.
- Gereffi G. 1999. International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chains[J]. Journal of International Economics, 48(1): 37-70.
- Hymer S H. 1976. The international operations of national firms: A study of direct foreign investment[M]. Cambridge, MA: MIT Press.
- Henderson J, Dicken P, Hess M, et al. 2002. Global production networks and the analysis of economic development[J]. Review of International Political Economy, 9(3): 436-464.
- Johanson J, Vahlne J E. 1977. The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments[J]. Journal of Inter-

- national Business Studies, 8(1): 23-32.
- Knickerbocker F T. 1973. Oligopolistic reaction and multinational enterprise[M]. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Lall S. 1983. The new multinationals: The spread of third world enterprises[M]. New York, NY: West Sussex Press.
- Mathews J A. 2002. Dragon multinational: A new model for global growth[M]. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Poon T S C. 2004. Beyond the global production networks: A case of further upgrading of Taiwan's information technology industry[J]. International Journal of Technology & Globalization, 1(1): 130-144.
- Rugman A M. 1981. Inside the multinationals: The economics of internal markets[M]. New York, NY: Columbia University Press.
- Witkowska J. 2011. Globalization and foreign direct investment in the textile, garment, and leather industry[J]. Comparative Economic Research, 14(1): 5-18.
- Xu Y Y. 2015. China textile investment goes global[J]. China Textile, (12): 10-13.
- Zhao F. 2016. Ministry of commerce: Business performance in Q1 of 2016[J]. China Textile, (5): 30-33.

Spatial pattern of foreign direct investment of China's textile enterprises

FAN Yuting^{1,2,3}, LIU Weidong^{1,2*}

(1. Key Laboratory of Regional Sustainable Development Modeling, CAS, Beijing 100101, China;

2. Institute of Geographic Sciences and Natural Resources Research, CAS, Beijing 100101, China;

3. University of Chinese Academy of Sciences, Beijing 100049, China)

Abstract: China's textile industry has gained encouraging achievements and become a primary industry integrating investment, production, consumption, employment opportunity provision, and foreign exchange earning. However, in recent years, influenced by its own developmental dilemma and instabilities in the global economic environment, weaknesses in its development have gradually surfaced. Enhancing its competitiveness and sustainable development capability by optimizing the layout of foreign investment and creating new development advantages will play an important role in the development of China's textile industry. On the basis of reviewing existing studies on foreign direct investment of domestic textile enterprises, supplemented by statistical information, field research, and interviews of senior managers, this article presents an analytical framework of spatial strategies of foreign investment of China's textile enterprises. This article also analyzes the spatial distribution and choice of industry of foreign direct investment of China's textile enterprises. At last, this article analyzes the difficulties and challenges of foreign direct investment and put forward spatially differentiated strategies for foreign investment of China's textile enterprises.

Key words: textile enterprises; foreign direct investment; locational choice; spatially differentiated strategies; China