

马格里布地区的服装产业

◎王群

北非的阿拉伯国家成立了马格里布国家同盟，成员国纷纷想在纺织服装行业中寻求发展的机会。

平等纺织协议带来的机会

现在，如果扫描一下缝在羊毛衫里面的条形码标签，你就可以知道这件衣服的品牌、货号、尺寸、长度，有的条形码上还标注了适合使用的清洗剂。如今，每件带有条码的衣服都可以查找到生产它的那家纺织厂，标签背面还有常规的洗涤注意事项等。如果你身在欧洲，那么你手中这件衣服的原产地很可能就是摩洛哥。

去年8月，西班牙的Inditex服装集团与摩洛哥纺织和服装工业协会（Amith）签署了平等纺织协议，人们把这个协议通俗地称为“惠及老百姓的标签”，因为协议规定，产品一旦贴上了“平等纺织标签”，就说明它是在平等的劳动环境下生产制造的。协议还规定，质检标签必须保证这件产品符合安全标准，其生产过程不涉及童工和环境问题，并且工人的社会保险也都按时交纳。这个协议是摩洛哥纺织和服装工业发展的一个里程碑，它将可能使摩洛哥的服装生产商比那些缺乏监管的市场更具竞争力。

8月，摩洛哥纺织和服装工业协会的一位发言人在卡萨布兰卡发表声明说，“我们已经意识到了，对于整个纺织和服装业来说，急需建立健全的劳动力保障制度和社会保障制度。”然而，在欧洲和美国的时尚大卖场里，常常有人因未给发展中国家的工人提供合理的工作条件而被解雇。像平等纺织协议这样的标准也只有Inditex这种实力雄厚的大公司才能实行，它2006年的净利



地中海周边主要服装生产国，突尼斯和摩洛哥是马格里布地区最主要的纺织强国。

润是10亿欧元（13.6亿美元）。到这个夏季为止，摩洛哥纺织厂在纺织和服装工业协会的资助下，已用了近一年时间改善生产条件。

从法国到西班牙

上世纪70年代，摩洛哥的纺织工厂把目标定位在欧洲市场，并决心用十年的时间打入欧洲的服装市场。水洗牛仔裤是摩洛哥的拳头产品，在家乐福和乐购等大型连锁店进行销售。面对全球市场的激烈竞争，纺织企业家将他们的贸易战略转移到那些需要永远对产品推陈出新的行业上。摩洛哥因其地理位置接近欧洲，而成为了Zara、Massimo Dutti以及Bershka（这三家都隶属于Inditex集团）这些品牌的第二大服装加工商。

摩洛哥纺织和服装协会的官员塔兹（Tazi）先生说：“现在，摩洛哥的制造商们依然直接把产品出口到法国或者是由法籍的分销商进行销售。摩洛哥纺织和服装行业协会坚信，在政府支持下，他们将打开西班牙这个新市场，并抓住时机推出‘Inditex公司快速时尚’战略，在这种策略下，每种服装的设计、加工、交货时间都会根据各门店的需求而有所不同，甚至会根据每个客户的需求来进行设计、制作。”摩洛哥制造商们抓住时机进行转型的同时，中国的厂商却难以做到这一点，因为毕竟北非国家在地理上更靠近欧洲。此外，塔兹还强调，摩洛哥的时尚风格要与欧洲的风格相配合。他说：“虽然我们暂时不涉及于高档女装领域，但是已经做足了为

西方年轻女士们量体裁衣的准备。”

2004年,美国和摩洛哥签署了免税协定。现在,摩洛哥的企业家们正筹划着去美国买棉花然后在本国生产针织衫和T恤。此外,巴基斯坦和印度也向摩洛哥供应纤维丝线,但这些原料产地都太遥远了。塔兹说:“在不久的将来,摩洛哥商人代表团很可能到美国考察新原料供应链的可行性!”

近在咫尺的危机

激烈的竞争以及原材料价格上涨已经威胁到摩洛哥纺织业的发展,尽管在2007年,摩洛哥纺织业贸易依然十分繁荣。摩洛哥纺织和服装工业协会已经发出警告:本国提供就业岗位最多的纺织服装业,可能将会陷入一段困难时期。摩洛哥纺织工业品协会会长默罕默德·塔穆尔(Mohamed Tamer)说道,虽然服装工业在今年的第一季度提供了21万多个工作岗位,并显现出强劲的增长势头,但可能不久就将会面临产量下滑的危险趋势。他指出,今年5月末,摩洛哥纺织与服装出口已经下滑了2%。

观察家们则认为,激烈的国际竞争和原材料的价格持续上涨,将会给纺织业带来很大的危机。纺织和服装工业占摩洛哥出口商品总份额的1/3,作为龙头产业,采取措施防止出口下滑是十分必要的。

加法尔(Jaafar)是卡萨布兰卡的一位服装生产商,他说,对于国家来说,反思自己的财政计划,提高摩洛哥纺织服装业在国际市场的竞争力迫在眉睫。他还以埃及为例,由于国家的支持,2007年埃及的纺织品出口量增长了13%。

在卡萨布兰卡拥有一处纺织工厂



摩洛哥是马格里布地区纺织业最发达的国家

的阿尔·库赫尔(El Kouhil)认为,近年来,由于缺乏经过专业训练的熟练工人,摩洛哥纺织服装业的竞争力正在严重下滑。

摩洛哥首都拉巴特纺织学校的一位老师提到,由于摩洛哥纺织服装业在国际市场的竞争力下滑,出口额下降,学生们认为纺织行业将会遭受危机,纷纷离开培训中心,常此下去,就会陷入恶性循环的危机。

突尼斯的外包加工业

摩洛哥是马格里布国家联盟中纺织行业最发达的国家。“马格里布”为阿拉伯语,意为日落的地方或西方,原指埃及以西的整个北非地区,后专指地中海南岸的突尼斯、阿尔及利亚和摩洛哥三国。而广义上的马格里布国家还包括利比亚和毛里塔尼亚,这个地区也被称为“柏柏尔地区”。

阿尔及利亚曾是法国的殖民地,突尼斯和摩洛哥曾是法国的保护国,第二次世界大战后,突尼斯和摩洛哥于1956年取得独立,1962年阿尔及利亚也获得

独立。1989年,在卡扎菲的发起下,摩洛哥、阿尔及利亚、突尼斯和利比亚四国联合成立了阿拉伯马格里布联盟,后来毛里塔尼亚也加入联盟。马格里布国家的传统产业就是纺织业,除了摩洛哥外,突尼斯也是这个地区的纺织大国。

突尼斯的服装加工业从上世纪70年代开始发展。1972年,突尼斯政府鼓励外国投资,为吸引外资打开了国门。从那以后,数百家外国独资或合资公司在突尼斯建立,其中大部分是制衣厂。经过30多年的发展,北非小国突尼斯的服装出口量已经跃居世界前列,成为世界主要服装出口国之一。到2002年底,它的出口额达到32亿美元,虽然不能与中国和土耳其相提并论,但是已经击败了许多颇有竞争力的亚洲出口国。

突尼斯的服装出口之所以能够获得成功,主要是由于它和欧盟建立了外包加工贸易同盟。发展中国家的公司通过外包加工贸易把纤维或者服装的其他原材料运到本国进行加工,然后再把成衣重新出口到原产国。事实上,在突尼斯的服装贸易中,有96%是与欧盟进行的。

多年来，欧盟的外包加工给突尼斯的服装业注入了大量外资，还帮突尼斯培养了一批技术纯熟的工人。但是突尼斯本国并没有把赚到的钱投资发展国内的原材料供应链，也没把钱投入到更新服装款式的设计和市场的营销上，结果导致突尼斯纺织服装业一度疲软，而且突尼斯对除欧盟以外的国家的出口贸易额也很小。



美国和欧洲对突尼斯的投资

有趣的是，突尼斯的许多纺织品投资商是美国公司，比如以经营粗斜

纹棉布服装闻名的雨燕（Swift）公司。另外，生产缝纫线的英国考茨公司（Coats），意大利纺织品生产商玛卓托（Marzotto），还有一些主要生产牛仔

休闲服装的知名公司，如里库泊（Lee Cooper）、李维斯（Levi's）等都在突尼斯投资开办服装厂。

生产商在突尼斯投资设厂，一个重要原因是它的地理位置邻近欧洲主要的零售市场。一件衣服如果星期三在突尼斯出厂，下星期三左右就会在西欧的许多大商场上架销售。

精明的商人把服装加工厂选在突尼斯，因为那里是一个拥有“阳光、大海和沙滩”的度假胜地，而且许多当地人都会说法语。宜人的气候、琳琅的美食和突尼斯文化深深地吸引了那些说法语的投资人，法兰西人浪漫的基因使他们不愿意把加工厂搬到成本低廉但环境不够舒适的东欧或亚洲。

与其他许多欧洲—地中海国家（欧洲和地中海地区共有47个国家，拥有约7.55亿名消费者，纺织及服装业销售额在2840亿美元左右）相比，突尼斯的劳动力成本很有竞争力。

欧洲的管理咨询公司沃纳（Werner）国际公司，在2002年时将突尼斯的劳动力价格和其他国家进行了对比，当时突尼斯纺织业工人每小时的平均工资标准是1.77美元，而摩洛哥是1.89美元，土耳其则为2.13美元。事实上，从沃纳公司的这项对比统计结果来看，突尼斯的工人工资已经接近东欧国家的最低劳动力标准了，保加利亚是每人每小时1.01美元，而波兰的工人工资最高，约为每小时2.90美元。SECO咨询公司进行了一项关于外包加工每分钟所需费用的市场调查，结果显示突尼斯为0.15美元，这在欧洲—地中海地区主要从事服装出口加工的国家中算是中等价位。此外，许多突尼斯的生产商目前仍然按照每分钟0.1美元的价格收费，因此，他们的收费标准基本与罗马尼亚的同行们持平。

突尼斯拥有顶级的市场组合

目前，欧盟的裤子（尤其是牛仔褲）、女士内衣和工作服主要都是从突



上：摩洛哥的小型私人印染厂
下：皮革业也是马格里布地区的传统产业

尼斯进口的。同时，它也是衬衫、夹克和粗尼大衣的主要输出国。近年来，突尼斯的针织品出口业发展迅速，已经超越了纺织服装业出口的发展速度。现在，突尼斯针织品出口创汇额占全国总出口额的20%。

突尼斯的主要服装生产商有专营牛仔业务的骑士公司（Cavalier）、主营时装裤的Pantalia和Sotuco，生产工作服的龙头企业CTS和Mamo；专营女士内衣的Playtex和CIS等。

上世纪60年代，突尼斯政府积极引导国民发展国内的纺织工业，到了70年代，政府又吸引了许多外国服装公司前来投资设厂，尽管私营的纺织业并没能因为政府的这些支持而发展成具有竞争力的现代纺织企业。

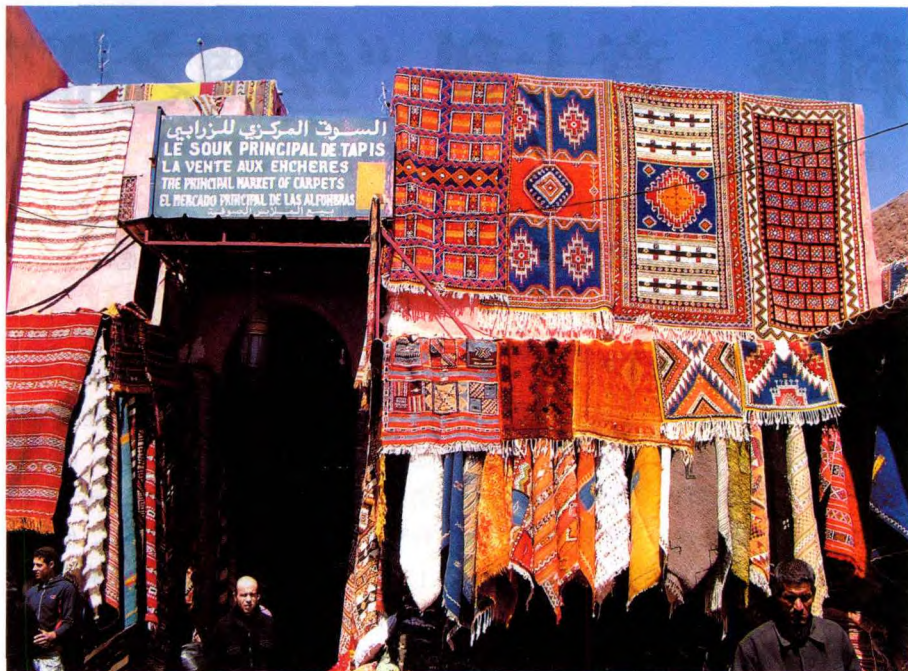
目前突尼斯大约有25万人在从事与纺织和服装业有关的工作，占突尼斯所有工作岗位的一半左右，其中大部分人的工作都和服装加工有关，其中服装出口额占全国总出口额的46%。

外国服装公司盛赞突尼斯政府采用了“红地毯”式的接待欢迎外国投资者。政府的支持和优惠的关税政策吸引了大批投资者，大部分出口公司都有驻厂的海关工作人员，准备随时解决各种问题。突尼斯服装业的最大弱点就是过分依赖外包加工服装的出口所带来的商机，而国内缺乏发达的纺织业做后盾。

优势与挑战

在原材料涨价的背景下，突尼斯的服装生产商还需要替买家采购布料。突尼斯的服装出口商中懂得服装款式设计和营销的屈指可数，只有几家男式西装生产商拥有自己的品牌。

每年，突尼斯要从海外进口3.8亿米布料（其中约7000万米是粗尼斜纹布），欧盟是它的主要进口国，它也会从中国、土耳其、印度、韩国和巴基斯坦进口布料。因此，突尼斯纺织和服装业的进出口贸易差额不大就不足为奇。



上：这些具有北非阿拉伯风情的纺织品虽然很受外国游客的欢迎，但却不是主要出口产品。

下：突尼斯是欧洲市场上销售的牛仔裤的主要出口国。

制约突尼斯服装业发展的另一个弱点是出口的产品过于集中地销往法国和意大利。2002年，这两个国家分别吸纳了突尼斯39%及25%的服装出口。德国是欧盟最大的消费市场，它进口的服装数量仅占突尼斯出口量的13%；英国占4%；靠近突尼斯的西班牙并没有因为近水楼台而具有优势，也只有2%；而美国仅仅拿到了可怜的1%。

外国技术员和质量检验员把亚洲和突尼斯的工人做了对比，他们指出，突尼斯工人缺乏敬业精神和职业道德，旷工率达20%，工厂的纪律形同虚设。

一年一度的突尼斯纺织品和服装研讨会是在哈马马特（Hammamet）召开，

在会上，欧洲服装及纺织品协会主席菲利普·里波特（Filiep Libeert）敦促突尼斯政府和纺织服装界领袖立即想办法对其国内的现状进行整改。他指出，常此以往突尼斯将会逐渐丧失竞争优势。里波特主席提到，2004年有几个在此领域颇有竞争力的东欧国家加入欧盟，2005年亚洲的出口商也开始不受到配额的限制。

突尼斯政府注意到了这些问题，并采取了相应的政策调整，根据最近一次世界各国竞争力调查报告提供的数据，在128个参与评比的国家当中，突尼斯位列第29位，在非洲和阿拉伯国家中都排名第一。■