

# “中国制造”对蒙古国羊绒产业的影响

郭艺华

**【内容提要】** 中国羊绒产业、中蒙双边贸易给蒙古国羊绒产业带来的影响具有复杂性,有必要在全球产业分工的背景下开展分析。一方面,快速发展的中国羊绒产业以明显的比较优势整合周边产绒国的羊绒资源,蒙古国则成为初加工羊绒原料出口大国,中国出口的羊绒纺织中间产品对蒙古国产品产生了明显的替代作用;另一方面,由于中国羊绒产业的主要竞争力在于中间产品加工环节,客观上为蒙古国羊绒产业升级留下空间。中蒙羊绒产业存在多层次的互动与竞争,也存在合作共赢的机会。

**【关键词】** 中国 蒙古国 羊绒产业 国际贸易

**【基金项目】** 北京大学亚太研究院 2020~2021 年博士生课题研究项目《亚太研究:“一带一路”与亚太命运共同体》。

**【作者简介】** 郭艺华,北京大学外国语学院博士研究生。

## 引言

以畜牧业为传统产业的蒙古国是世界上仅次于中国的第二大羊绒原产国。2019 年,蒙古国羊绒产量达到近万吨,占世界羊绒产量的 40%<sup>①</sup>。出售羊绒是蒙古国许多牧民的主要收入来源,此外,羊绒加工业还为蒙古国提供了超过 1 万个就业岗位<sup>②</sup>。对于蒙古国政府来说,羊绒产业不仅关乎民生,而且是改善经济增长过度依赖矿产品出口而推行的多元化经济政策的主要

① 蒙古国食品农牧业和轻工业部网站, <https://mofa.gov.mn/exp/blog/11/175>

② 同①。

组成部分<sup>①</sup>。

2019年8月,蒙古国总统巴特图勒嘎(Kh. Battulga)访问美国期间,在经贸合作方面略过拉动经济增长的第一引擎矿产业,而致力于推动美国国会通过针对蒙古国羊绒产品进行关税减让的《第三邻国贸易法案》。此举显示了羊绒产业在蒙古国国民经济中的独特地位。

羊绒服饰产业是兴起于欧洲发达国家的奢侈品产业,随着中国加入世界贸易组织(WTO)和纺织品配额时代的终结,中国凭借背靠羊绒产地、劳动力成本低廉和政策扶持方面的优势,承接了全球羊绒纺织业的主要产能。面对中国羊绒产业的快速发展,比起掌握羊绒服饰品牌和关键技术优势的西方国家,同样进行劳动密集型生产的蒙古国羊绒产业受到更加直接的冲击。蒙古国政府2018年颁布的《羊绒计划(2018~2021)》<sup>②</sup>称:“每年3、4月羊绒收获季,在我国羊绒加工企业尚缺乏收购羊绒原绒的资金时,外国收购商使用现金在我国收购优质羊绒,他们只需缴纳少量税金,无须缴纳出口税。就这样,80%的羊绒几乎无附加值地以未分梳绒形式(即未分梳的洗净绒)出口,导致我国羊绒企业缺乏原料,产能利用率只能达到40%~60%,不仅影响企业职工的收入,也导致该部门从业技术人员数量不断下降。”<sup>③</sup>

从蒙古国海关统计数据可以看出,这些以未分梳绒形式出口的羊绒几乎全部运往中国<sup>④</sup>。中蒙羊绒贸易近年来的增长势头给蒙古国带来了可观的外汇收入,也在蒙古国引发了诸如上述“羊绒出口中国制约本国羊绒产业发展”的担忧。如何看待中蒙羊绒贸易对蒙古国的影响?为应对这些影响,蒙古国实行了怎样的羊绒产业政策?执行效果如何?厘清这些问题,有助于理解蒙古国与中国开展经贸往来时的顾虑与关切,探寻拓展经贸合作空间的可能性。

学界已经对蒙古国羊绒产业和国际贸易的基本特征进行了一些研究。中国羊绒纺织业的快速发展带来对羊绒原料的旺盛需求,羊绒加工企业将目

---

① 蒙古国政府2019年发布的《远景2050:蒙古国的长期发展构想》提出,“在未来30年,为完善经济结构、发展制造业和其他新经济部门、实现经济多元化创造条件”,其中特别提出要“支持羊绒产业发展,增加分梳羊绒和羊绒最终制成品的出口量”。

② 蒙古国政府法律信息网站, <https://www.legalinfo.mn/annex/details/8271?lawid=13204>

③ 同①。

④ 2019年,蒙古国出口未分梳绒5688吨,全部出口中国;出口分梳绒507吨,主要销往意大利、英国和韩国。

光投向蒙古国等出产山羊绒的周边国家,有些学者亦关注蒙古国羊绒原料品质特征及与中国产羊绒的品征比较<sup>①</sup>。另一些学者则聚焦蒙古国羊绒加工产业,侧重分析蒙古国羊绒产业发展的限制条件,如产品线单一、缺乏品牌和销售渠道、国内市场狭小、生产成本较高等,提出弥补这些短板将有利于蒙古国羊绒产业发展<sup>②</sup>。可以看出,以往的研究中,学者们均将中蒙羊绒产业作为独立的研究对象或比较对象,较少讨论中国与蒙古国之间业已存在的、通过产业内贸易共同参与全球产业分工的互动关系。这正是本研究选题的出发点。此外,以往的研究多关注蒙古国羊绒服装业的不足之处,本研究则发现,蒙古国羊绒服装业的发展模式颇具特色,对求解中国羊绒产业多年来面临的如何改变贴牌生产“为人作嫁衣”现状和打造自有国际品牌难题来说,亦具有借鉴意义。

## 一 蒙古国的羊绒产业与羊绒贸易基本情况

### (一) 贸易保护阶段

历史上,游牧的蒙古民族有使用羊毛羊绒制作衣帽的传统,然而工业化的羊绒制品生产源于西方市场的需求。国家经济转轨之前,蒙古人民共和国的国际贸易主要面向社会主义阵营国家,羊绒产业是当时该国为数不多直接与西方公司开展贸易的产业<sup>③</sup>。1991年经济体制私有化转轨后,一部分劳动力回归家庭畜牧业。由于出售羊绒能够获得可观的收入,牧民牧养的山羊数量不断上升。1990~2019年的近30年间,蒙古国<sup>④</sup>牧民蓄养的山羊数量从510万只增至约2900万只;牧民传统的五种牲畜中,山羊所占的比重从20%增至40%<sup>⑤</sup>。

① 宝音都仍、伊达木、甘南:《蒙古国山羊绒、羊毛生产及中蒙贸易》,《产业透视》2015年第18期;于芳莹、李昊、高树新:《蒙古国绒山羊产业概况》,《现代经济信息》2017年第2期;勿都巴拉、刘斌等:《中蒙山羊绒主要生产性能比较分析》,《畜牧与饲料科学》2016年第2期;王路、李文洁、张洁:《浅析中蒙山羊绒标准指标比对》,《中国标准化》2019年第17期。

② 陈雪霏、李存霞、管飞:《蒙古国羊绒产业的发展建议》,《现代商业》2015年第19期;恩和扎雅、王桂霞:《蒙古国羊绒生产发展存在的问题及对策研究》,《农村经济与科技》2018年第13期。

③ The World Bank Report No. 26240 - MOG, From Goats to Coats: Institutional Reform in Mongolia's Cashmere Sector, 2003, p3.

④ 1992年2月,原蒙古人民共和国更名为蒙古国。

⑤ 蒙古国国家统计局网站, <https://1212.mn>

1994年,为提升高附加值羊绒制品的出口比重,蒙古国政府颁布了羊绒原绒与未分梳绒出口禁令,禁令推动了蒙古国羊绒产业的第一次升级。在加入WTO之后,为满足自由贸易原则,蒙古国在1997年将出口禁令改为向出口的每千克未加工原绒征收4 000图格里克的关税,该税额约为当时羊绒原绒出口价格的1/3。高关税政策对限制原绒出口起到了较为明显的作用,2001~2004年,蒙古国海关统计的原绒与未分梳绒出口量都几乎降至零。不过,该政策带来一系列其他的问题,如催生大量缺乏竞争力的低端加工工厂,造成国内羊绒价格低于国际市场而导致牧民收入减少,以及屡禁不止的走私贸易。2007年,为期10年的原绒出口关税到期。在国际金融危机的冲击下,迫于尽快恢复低迷的出口贸易的压力,蒙古国政府废止了原绒出口关税政策,未再延长执行期限<sup>①</sup>。

### (二) 产业补贴阶段

取消每千克原绒4 000图格里克的出口关税使得羊绒产品出口结构发生变化,从2009年开始,出口羊绒中分梳绒占比减少,未分梳绒占比增加。不过,各种形态羊绒总出口额在2009年出现短暂减少之后逐步增长,未分梳绒出口额的增长弥补了分梳绒出口减少带来的损失。数据显示,羊绒出口关税取消后,羊绒产业整体的对外贸易收入并未减少,只是出现了从中等程度加工部门向初加工部门的收入转移。

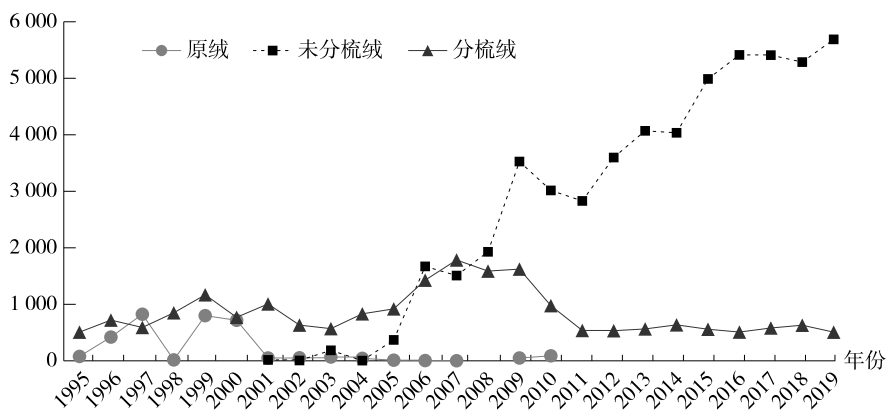


图1 1995~2019年蒙古国羊绒出口量趋势 (单位:吨)

资料来源:蒙古国海关总署网站, <https://customs.gov.mn/statistics/index.php?module=users&cmd=info&pid=0&id=142>

<sup>①</sup> 《蒙古国议会关于向特定商品征收关税税额的决议及修改记录》, <https://www.legalinfo.mn/law/details/260?lawid=260>

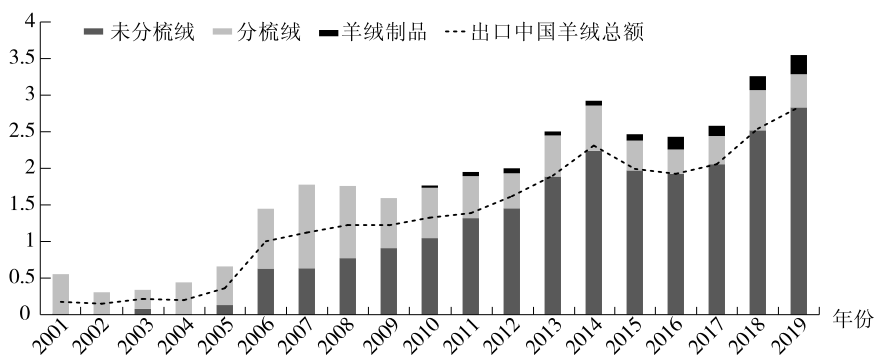


图2 2001~2019年蒙古国羊绒出口额 (单位:亿美元)

资料来源:同图1。

在国际贸易与国际援助组织的贸易自由化压力下,蒙古国政府转而通过产业补贴政策推动羊绒产业升级。不过,由于政府并不掌握全面的市场信息,如何选择合适的补贴条件和补贴金额存在实际困难。2020年春季羊绒收购季遭受全球新冠肺炎疫情冲击,中蒙羊绒纺织企业收到的订单量均急剧减少。羊绒价格延续2019年的下跌态势,2020年年初蒙古国羊绒市场价格约为每千克两万图格里克(约合人民币50元),相比2019年年初降幅超过50%。蒙古国政府乐观估计,随着新绒逐渐上市,羊绒价格将恢复至2019年年初的高位,因此出台政策,向羊绒加工企业提供年息为3%的优惠贷款。获得该优惠贷款的前提是,羊绒收购价格不得低于每千克10万图格里克,该价格甚至高于2019年年初的市场价格。蒙古国政府声称,此举是为了维护牧民的利益。然而由于疫情的持续,羊绒加工企业面临低迷的市场需求,无力以高价购买羊绒。蒙古国学者测算,如果以10万图格里克的价格购买政府计划内的3000万吨羊绒,即便享受低息贷款,羊绒加工企业依然将承受数亿图格里克的损失<sup>①</sup>。因此,该政策实施后只象征性地进行了几笔交易就不了了之,据媒体报道,对于这几笔交易,羊绒企业也只是先向牧民支付了接近市场价的预付款,而尾款迟迟没有支付<sup>②</sup>。

随着中蒙两国疫情的缓和,中国企业开始通过滞留蒙古国的中国商人和中间商以市场价格向当地牧民收购羊绒。从蒙古国海关总署数据来看,截至2020

<sup>①</sup> Эрх баригчдын шийдвэр ноолуурын үнийг "бууруулж" байна, <https://news.mn/r/2290810/>

<sup>②</sup> Сүхбаатарын малчид 30000 тонн ноолуурынхаа мөнгийг нэхэв, <https://news.mn/r/2302987/>

年 9 月,蒙古国共向中国出口未分梳绒 5 200 吨,已接近 2019 年全年的出口量 5 688 吨。

仅靠贸易保护政策,今天的蒙古国羊绒加工企业难以与发展健全且已形成产业集群的中国企业竞争。除了劳动力价格、运输便利条件与消费市场等要素禀赋方面的差异之外,蒙古国羊绒加工企业还面临比中国企业更高的经营成本。

首先,蒙古国政府缺乏收入来源,企业需要向政府缴纳高额税收,一般企业所得税率达到 30% 左右<sup>①</sup>,作为对比,中国内蒙古地区羊绒企业缴纳的企业所得税率为 16%<sup>②</sup>。

其次,银行系统自身风险与企业经营风险两方面因素导致蒙古国银行商业贷款利率偏高,其国内最大的羊绒服装企业“GOBI”获得的贷款年利率为 15% ~ 20%,同期中国羊绒企业贷款利率为 6.6%<sup>③</sup>。

最后,受到多变的政治环境影响,蒙古国外国投资法律制度缺乏稳定性,不利于新的投资进入。

针对上述问题,蒙古国 2018 年颁布《羊绒计划(2018 ~ 2021)》提出一系列措施,包括:修订海关法和增值税法,支持国内企业合作,减少原料出口;提升羊绒加工水平,增加最终产品生产与出口量;提供投资、贷款方面的支持等。该计划将于 2021 年到期,目前执行进展有限,如规划中的“羊绒发展基金”至今未成立<sup>④</sup>。

应当看到,限制羊绒产业发展的因素并非可以通过行政命令一朝一夕加以改善,因此一定时期内,维持原料出口国地位似乎是蒙古国寄希望于羊绒产业拉动经济增长的唯一选择。那么,以目前的产业结构,羊绒产业对蒙古国国民经济贡献如何?这种产业结构是否会加深蒙古国对中国的经济依赖?

---

① 中国畜产品流通协会:《2019 年中国畜产品行业发展报告》(内部报告),2020 年版,第 64 页。

② 《听纳税人讲讲税收营商环境那些事儿》, [https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_2148546](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_2148546)

③ From Goats to Coats: Institutional Reform in Mongolia's Cashmere Sector, <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/14431?show=full&locale=attribute=es>; Жижиг дунд үйлдвэрлэлийн хөгжил санхүүжилтын байдал, <https://www.mongolbank.mn/documents/tovhimol/group6/6-01.pdf>

④ 根据蒙古国食品农牧业和轻工业部 2020 年羊绒计划实施情况审计与评估报告,已完成部分包括修订增值税法中的国家重点保护产业免征税相关条款,并将向 2 ~ 3 家羊绒企业提供利率为 7% 的优惠贷款。

下面将针对这些问题展开分析。

## 二 资源整合、产品替代与依赖程度： “中国制造”对蒙古国羊绒产业的影响

### （一）中国取代发达工业化国家成为蒙古国羊绒原料的主要进口国

20世纪90年代以来,世界主要羊绒制品生产国中,美国、英国、日本从蒙古国进口的羊绒原料数量不断减少,其中美国和日本近年来已基本不直接从蒙古国进口羊绒原料,这不仅是由于美国和日本的羊绒产业有所萎缩,更主要的原因是随着国内加工业成本提升,这些国家选择将羊绒加工厂转移至中国等具有劳动密集型产业潜力的国家。以日本为例,1989~2002年,日本进口分梳绒数量从1000吨降至不到400吨。在所有工业化国家中,唯有意大利从蒙古国进口的羊绒原料数量维持在较高水平,这是因为:意大利企业在蒙古国投资开设羊绒分梳工厂,将羊绒分梳后运回本国进一步加工以获得可追踪的羊绒供应链,可应对羊绒奢侈品消费者对羊绒原料和加工生态可持续性越来越高的要求。

与此同时,中国对羊绒的进口需求则不断扩大。20世纪80年代以来,中国由产绒大国迅速发展成为世界第一羊绒加工大国和制品出口大国。加入WTO之后,中国羊绒产业加速扩张,21世纪第二个10年,中国羊绒加工产能足以应对世界市场需求,羊绒制品出口额趋于稳定。2019年,中国除加工本国出产的1.54万吨羊绒外,还从周边国家进口原料。例如,从蒙古国进口5688吨未分梳绒和54吨分梳绒,从阿富汗进口3.8吨未分梳绒。中国羊绒加工业整合了周边羊绒产地的主要资源,羊绒加工量占世界羊绒总产量的80%以上。

20世纪90年代以来,中国从蒙古国进口的羊绒原绒量呈上升趋势。1995年,中国是蒙古国羊绒原料的第三大进口国,进口额占比(14.96%)位于日本(31.55%)、意大利(22.74%)之后,略高于英国(11.37%)。自1999年开始,中国跃居为蒙古国羊绒原料的第一大进口国,并保持至今。2010~2019年,中国平均每年从蒙古国进口价值1.98亿美元的羊绒原料,占蒙古国羊绒原料出口额的81%,不仅如此,中国对蒙古国羊绒原料的需求还在逐年上升,近10年的进口额平均增速达到9%。近10年来,蒙古国羊绒原料的第二大进口国意大利每年从蒙古国进口的羊绒数量稳定在400~500吨。可见,蒙古国快速增长的羊绒产量几乎全部被中国羊绒产业的需求吸收。

表1 1995~2019年蒙古国羊绒原料出口额和主要出口目的国占比

年份	1995	2000	2005	2010	2015	2017	2019
出口额(亿美元)	4.94	7.70	6.74	17.37	23.79	24.42	32.86
中国占比(%)	14.96	62.42	53.59	76.34	83.75	84.22	86.28
意大利占比(%)	22.74	17.47	32.35	13.57	13.43	13.83	11.73
英国占比(%)	11.37	13.11	4.92	8.13	2.12	0.89	1.36
日本占比(%)	31.55	5.06	5.07	0.14	0.16	0.03	0.01

资料来源:蒙古国海关总署网站, [https://customs.gov.mn/statistics/index.php?module=users&cmd=info\\_st](https://customs.gov.mn/statistics/index.php?module=users&cmd=info_st)

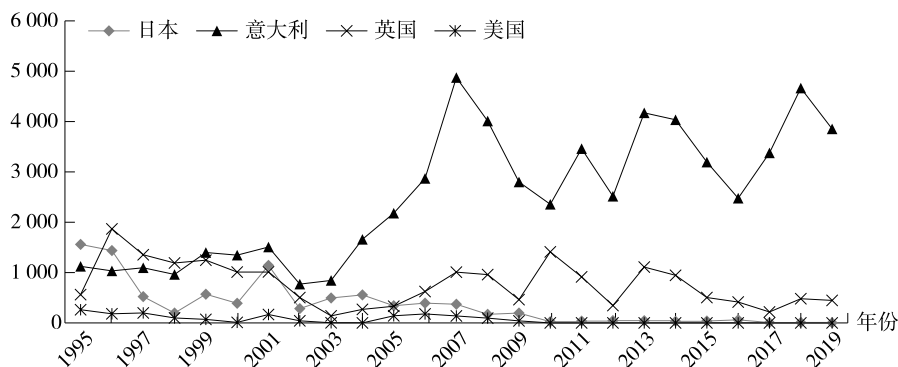


图3 1995~2019年蒙古国向日本、意大利、英国和美国出口羊绒情况 (单位:万美元)

资料来源:同图1。

### (二) 中间产品加工环节的替代效应明显

蒙古国出口羊绒产品的趋势也发生了变化。较深层次加工的分梳绒出口额占比减少,未分梳绒出口额占比增大。1995年,蒙古国分梳绒出口量多于未分梳绒;2007年政府原绒出口关税取消前夕,蒙古国出口的未分梳绒和分梳绒尚能维持基本相同的数量;而到了2019年,蒙古国出口羊绒原料中未分梳绒占比已经达到92%,这些未分梳绒全部出口中国。下面使用显示性比较优势指数测算在羊绒产品价值链的不同环节中国产品对蒙古国羊绒产品的替代效应。

显示性比较优势指数用于衡量一国某产品或产业的国际竞争力,该指数计算公式如下:

$$RCA = (X_i/X_1) / (W_i/W_1)$$

其中  $X_i$  表示某国  $i$  商品的出口值,  $X_1$  表示某国全部商品出口总值,  $W_i$



表示世界  $i$  商品出口总值,  $W_i$  表示世界商品出口总值。当  $RCA > 1$  时, 该国出口  $i$  商品具有比较优势, 当  $RCA < 1$  时, 该国出口  $i$  商品不具有比较优势。计算结果见下表。

表 2 中蒙主要羊绒出口产品的显示性比较优势指数

国别	产品名称	2011 年	2019 年
中国	分梳绒	7.88	6.23
	羊绒纱线	9.66	7.57
	成衣	5.23	2.87
蒙古国	未分梳绒	3 806.90	2 484.64
	分梳绒	700.65	439.93
	成衣	14.81	35.67

资料来源:联合国贸易数据库(UN Comtrade), <https://comtrade.un.org/>; 中国海关统计数据在线查询平台, <http://43.248.49.97/>; 蒙古国海关总署网站, <https://customs.gov.mn>

可以看出, 2019 年与 2011 年相比, 尽管中国与蒙古国在目前出口的大部分羊绒产品方面的比较优势有所减弱, 但优势仍然显著, 其中, 蒙古国在羊绒原料(未分梳绒、分梳绒)出口方面优势明显, 羊绒成衣的比较优势指数也优于中国; 中国的比较优势则显示在羊绒分梳和纱线纺织环节。该数据与中蒙两国目前羊绒产品出口结构一致。

中国羊绒纺织业的核心竞争力在于羊绒分梳和纱线纺织等中间产品加工环节。中国羊绒产业的技术升级始于羊绒分梳技术, 目前, 国产羊绒分梳机的分梳提取率在 70% 以上, 达到国际领先水平。在纺纱方面, 尽管仍需引进国际先进的机械设备, 但在粗梳纺纱技术和梳毛机生产效率领域实现了技术创新<sup>①</sup>。而蒙古国羊绒分梳与纱线纺织方面均不具有技术优势, 分梳和纺纱设备依赖进口。

近年来, 蒙古国羊绒中间产品产能利用率一直不高。蒙古国食品农牧业和轻工业部公布数据显示, 2018 年, 蒙古国具备 1.3 万吨洗绒、4 350 吨分梳绒、1 680 吨纱线纺织、280 万件绒纺织品和 2 000 米绒布的产能, 只有羊绒清

<sup>①</sup> 《雪莲山羊绒分梳技术简介》, <http://www.cwta.org.cn/pdf/W020130606428415092048.pdf>; 《河北清河羊绒产业创新纪实》, 《经济日报》2014 年 10 月 29 日; 中国商务部: 《出口商品技术指南——山羊绒制品(2018)》, <http://www.mofcom.gov.cn/article/ckzn/upload/yangrzp2018.pdf>

洗的产能利用率达到82%，分梳、纺纱、编织、纺布环节产能利用率仅分别为33%、40%、60%和65%。蒙古国政府通过2016年《经济复苏计划》、2018年《羊绒计划(2018~2021)》等多项措施促进羊绒加工产业发展，但成效有限。蒙古国食品农牧业和轻工业部2019年羊绒计划执行情况评估报告显示，当年洗绒量超额完成计划的126.4%，而分梳绒量仅完成了计划的63.4%<sup>①</sup>。

不过值得注意的是，尽管在中间产品加工环节中国对蒙古国羊绒产业产生明显替代效应，近10年来与庞大的中国羊绒产业为邻，蒙古国羊绒产业仍然显现积极增长势头。2011~2019年，蒙古国羊绒产品出口额增长率为9.04%，其中原料出口额增长率为8.17%。双边羊绒贸易对蒙古国经济增长起到促进作用。

### (三) 成衣制造环节无明显替代效应

2011~2019年，中国羊绒成衣出口额呈波动下降趋势，蒙古国羊绒成衣出口额稳步上升。在羊绒成衣制造环节，中国产品未对蒙古国产品产生替代效应(见图4)。

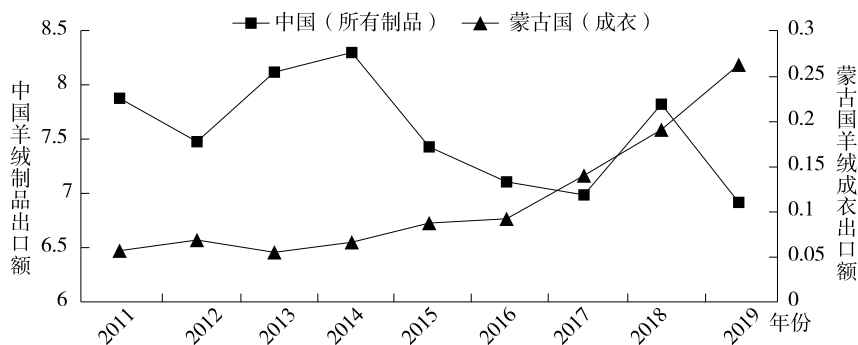


图4 2011~2019年中蒙羊绒制品出口额趋势 (单位:万美元)

资料来源:中国海关统计数据在线查询平台, <http://43.248.49.97/>;中国商务部:《出口商品技术指南——山羊绒制品(2017)》, <http://www.mofcom.gov.cn/article/ckzn/upload/yangrzp2018.pdf>;蒙古国海关总署网站, <https://customs.gov.mn>

在羊绒成衣制造方面,中国的优势并不明显。2019年,中国出口的羊绒纱线单价为每千克102.27美元,羊绒衫单价为每千克128.7美元,使用纱线制衣后出口的利润微薄<sup>②</sup>。近年来,羊绒成衣加工出现向加工成本更低、关

<sup>①</sup> 蒙古国食品农牧业和轻工业部:《羊绒计划实施情况审计评估报告》, <https://mofa.gov.mn/exp/ckfinder/userfiles/files/nooluur2019.pdf>

<sup>②</sup> 中国海关统计数据在线查询平台, <http://43.248.49.97/>

税政策更具优势地区转移的趋势。目前,中国出口东盟国家和马达加斯加的纱线接近出口总量的40%。此外,中国每年出口2500万件羊绒成衣,这些羊绒成衣大多非中国自主品牌,而是通过代工形式完成西方服装企业订单后贴牌出售。

中蒙两国出口的羊绒成衣具有较为明显的差异性。蒙古国出口羊绒成衣主要为自有品牌,羊绒成衣出口平均单价要高于中国产品。2019年,蒙古国一件羊绒衫的平均出口单价为57美元,一件羊绒大衣平均出口单价为78美元;中国海关公布数据中未对羊绒成衣的具体类别加以区分,“羊绒衫”大类的平均出口单价仅为30美元。

#### (四) 蒙古国羊绒产业对中蒙羊绒贸易的依赖程度

##### 1. 出口额变动趋势

中蒙羊绒制品出口额增长率趋势的变动具有高度一致性(见图5),但蒙古国羊绒制品出口额的平均增长率高于中国。2011~2019年,蒙古国羊绒制品出口额增长率为9.04%,其中羊绒原料出口额增长率为8.17%。同期中国羊绒制品出口额平均增长率仅为0.35%。

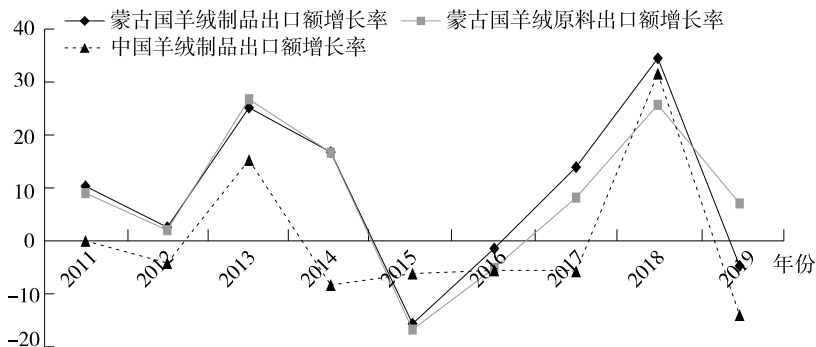


图5 2011~2019年中蒙主要羊绒制品出口增长率(%)

资料来源:同图4。

蒙古国内羊绒制品消费市场很小,羊绒产业是以出口为导向的产业。在蒙古国出口的羊绒制品中,七成以上为出口至中国的初加工未分梳绒,而中国羊绒制品也主要供应国际市场而非国内市场。这是中蒙羊绒制品出口额变化趋势一致的原因。由此还可以看出:一方面,中国羊绒产业对蒙古国羊绒原料的需求取决于国际市场对羊绒制品的需求;另一方面,对于蒙古国羊绒市场来说,中国羊绒产业对国际市场的需求价格变化具有放大效应。

## 2. 出口单价变动趋势

从图6可以看出,中蒙两国主要羊绒产品出口单价的走势也较为一致。中国出口的主要产品为羊绒纱线和羊绒服装,蒙古国出口的主要产品为未分梳绒,二者存在价格差。观察近10年来中国出口羊绒纱线与蒙古国出口未分梳绒的价格差,这一差异存在缩小的趋势。由此看来,近年来蒙古国羊绒原料出口价格对中国羊绒产品价格依赖性有所减弱。

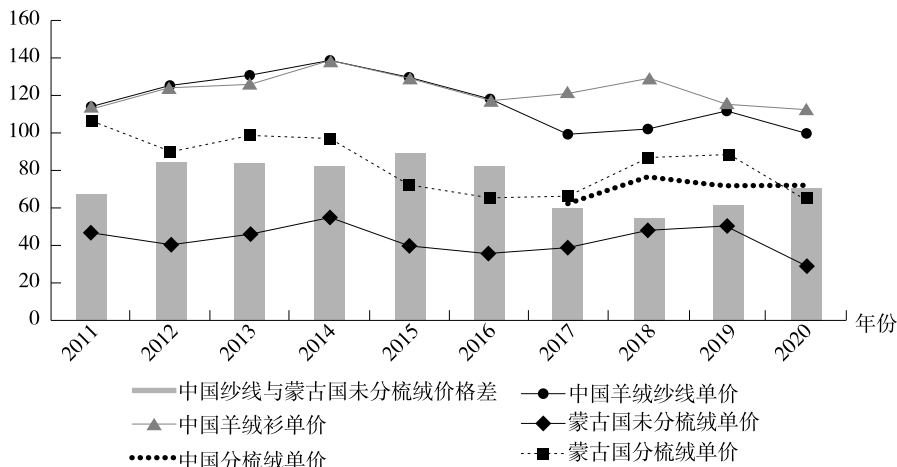


图6 2011~2020年中蒙部分羊绒制品出口单价 (单位:美元/千克)

资料来源:同图4。

注:2020年数据为1~9月。

## 3. 蒙古国对中国的羊绒原料需求

以上论述关注中国羊绒产业对蒙古国羊绒原料的需求,那么蒙古国羊绒产业是否对中国产品有需求?需要从原材料和资本品两方面进行考察。原材料方面,蒙古国主要从中国进口分梳绒和羊绒纱线,但进口量很小,2019年进口量均不足本国分梳绒、羊绒纱线加工量的1%,2018年羊绒纱线进口量较多,为本国羊绒纱线产量的1/10。蒙古国羊绒企业可分为拥有独立整套生产线的大型企业和进行部分环节加工的中小企业。根据亚洲开发银行调查报告,羊绒纱线的进口需求主要来自中小企业<sup>①</sup>,这些企业将原绒初加工后出口中国,或从中国进口纱线以加工羊绒服装。从这个角度来说,尽管羊绒产业整体对中国羊绒产品需求很小,但这些进口产品对蒙古国中小企业却至

<sup>①</sup> Lakshmi Boojoo, Leveraging SME Finance Through Value Chain in the Carec Landlocked Economies: Case of Mongolia, ADBI Working Paper No. 1019, 2019.

关重要。不过近年来,蒙古国大型羊绒企业的纺纱量增长迅速,2010年羊绒纱线产量仅有33吨,2018年,在国家羊绒计划的推动下,羊绒纱线产量已增至492吨,已经有能力满足中小企业的需求。

表3 2017~2019年中国向蒙古国出口羊绒制品情况 (单位:万千克)

年份	2017	2018	2019
分梳绒	0.328 0	0.393 9	0.147 0
羊绒纱线	0.173 7	5.759 4	0.275 6

资料来源:中国海关统计数据在线查询平台, <http://43.248.49.97/>

#### 4. 蒙古国羊绒产业对中国资本品的需求

资本品方面,以蒙古国最大的羊绒生产企业“GOBI”公司和提供蒙古国50%以上分梳绒出口的“Monital”工厂为例。“GOBI”公司成立于1977年,是在联合国工业发展组织(UNIDO)框架内使用日本政府提供以置换战争赔款的无偿援助资金兴建的,最初为国有企业。2007年“GOBI”公司实行私有化后,两家日本企业“Toshisuke”和“HS证券”持有“GOBI”公司40%的股份。因此,“GOBI”公司早期的生产设备主要从日本进口。“GOBI”于2004年从德国进口了纺织设备,又在2009年进行了大规模的技术革新,从意大利进口了纺纱、混纺设备,从日本进口了纺织设备<sup>①</sup>。2018年,“GOBI”公司再次投入大量资金更新设备,这次除了引进意大利、日本机械外,还从中国购置了新型分梳机。这是“GOBI”公司首次采购来自中国的机械设备。“Monital”是意大利羊绒加工企业“Schneider”集团在蒙古国设立的羊绒分梳工厂,年产分梳羊绒220吨左右,该工厂的设施根据欧洲标准建造<sup>②</sup>。不同于意大利和日本企业,中国企业对蒙古国羊绒产业的投资主要在技术含量不高、手工完成的洗绒环节。可见,在原材料和资本品两方面,蒙古国羊绒产业对中国的依赖程度都比较低。

以上分析显示,在关税保护政策取消之后,蒙古国对外出口羊绒产品以羊绒原料为主,但这样的出口结构依然对蒙古国经济发展产生正向影响。在对西方国家羊绒原料出口方面,中国对蒙古国产生替代作用,但在羊绒成衣出口方面,中国对蒙古国没有明显的替代作用。蒙古国在羊绒原料出口需求方面有赖于中国羊绒产业,但在羊绒纺织的生产投入方面对中国羊绒产业依

① 蒙古国公司治理国家委员会网站, <http://governance.mn/company/14/page/5>

② “Schneide”集团网站, <https://www.gschneider.com/cashmere-authentic/>

赖程度很低。加入WTO后取得快速发展的中国羊绒产业一定程度上整合了中间产品加工环节,但羊绒产业全球价值链由大型零售商、营销商和拥有奢侈品品牌的制造商驱动的主要特征没有改变。中蒙羊绒产业利用各自比较优势参与羊绒产业全球价值链并从中获得有限收益。

### 三 蒙古国羊绒服装企业的发展模式

蒙古国羊绒服装产业近年来发展势头良好,出口产品的国际竞争力不断增强。2010年前后,蒙古国宏观经济表现低迷,受此影响,羊绒服装企业也大幅减产。2015年之后,随着经济复苏,羊绒服装出口逐渐恢复到2006年水平。2019年,蒙古国羊绒服饰出口额为1658万美元,相比2010年大幅增长1300万美元,近五年平均增速达到38%,远高于出口总额平均增长率(6.8%)和GDP平均增长率(4.26%)<sup>①</sup>,考虑到国内消费市场扩大,羊绒产业产值的增长还将更为显著。

如上所述,中国在羊绒中间产品加工环节具有比较优势,因此能够整合周边国家羊绒原料加工中间产品,但这导致蒙古国羊绒企业面临羊绒原料收购困难的局面,企业规模扩展空间有限。不过,在羊绒服装产品方面,中国出口产品对蒙古国出口产品的替代性并不明显。

虽然蒙古国羊绒服装业快速发展,然而,并非所有羊绒企业都表现良好。例如,2017年,蒙古国第二大羊绒集成加工商“Buyan”遭遇严重财政困难,几乎完全停止生产活动<sup>②</sup>。事实上,蒙古国羊绒产品市场上表现最佳的是完成纵向整合的大型加工企业。近年来蒙古国羊绒企业集中度不断提升,目前最大三家羊绒企业“GOBI”、“Goyo”、“Cashmere Holdings”的市场占有率之和呈上升态势,2019年达到80%以上,其中“GOBI”公司市场占有率近70%。2017年,“GOBI”收购了市场占有率居第二位的“Goyo”公司,集团规模进一步扩大。“GOBI”公司能够形成明显的国内竞争优势和一定国际竞争力是以下因素共同作用的结果。

首先,政府对大型羊绒企业的重点扶持。羊绒产业是关系蒙古国一半以

---

<sup>①</sup> 联合国商品贸易数据库(UN Comtrade),<https://comtrade.un.org/>;蒙古国国家统计局网站,<https://1212.mn>

<sup>②</sup> 中国畜产品流通协会:《2019年中国畜产品行业发展报告》(内部报告),2020年版,第64页。

上人口收入的重要行业,扶持羊绒产业是近年来蒙古国政府推行多元化产业政策的主要措施之一。以“GOBI”为首的大型羊绒企业由于具有民族企业的特殊象征意义,不少议员政要是大型羊绒企业的股东,因此它们可以获得比普通企业更多的经济与政治资源。2019年蒙古国总统巴特图勒嘎(Kh. Battulga)访问美国期间,一方面试图推动美国国会通过针对蒙古国羊绒产品进行关税减免的《第三邻国贸易法案》,另一方面则为“GOBI”公司进入美国市场打开通道。据美通社报道,“GOBI”公司将利用政府补贴在美国开设线下直营店,并开通专门面向美国消费者的线上商店<sup>①</sup>。

其次,“GOBI”公司获得日本企业稳定的直接投资。“GOBI”公司是日本政府援助框架内本国企业最早在海外投资设立的羊绒工厂之一,作为战争赔款的一部分,日本企业于1981年投资协助设立该工厂,目标是在原料产地加工羊绒原料并销往国际市场<sup>②</sup>。日本企业向“GOBI”提供贷款和设备,推动“GOBI”公司扩建,同时获得使用“GOBI”公司加工羊绒的优先权<sup>③</sup>。2007年私有化改革之时,两家日本公司与蒙古国“Tavanbogd”集团组成合资公司,共同持有“GOBI”公司75%的股份,这一投资模式得到蒙古国政府的支持和民众的认可。日本企业对“GOBI”公司的投资稳定,这有利于“GOBI”公司进行持续的设备更新换代和专业技术人员培训。日本是最早承接欧美企业羊绒加工产能的亚洲国家之一,拥有成熟的羊绒纺织技术和国际领先的机械设备,来自日本的管理人员也为“GOBI”公司带来国际前沿的经营理念。

再次,关注国际消费市场分化趋势,适时推出针对不同消费者群体的细分品牌。随着快消服装品牌进入羊绒产业,价格更为低廉的混纺羊绒制品开始走近普通消费者,中国羊绒纺织业利用劳动力成本优势和地理优势快速扩张,使得羊绒服饰大众化的趋势得以固化。羊绒服装市场出现分化:高端奢侈品市场更加注重纺织原料和加工过程的生态可持续性,同时,更为庞大的平价羊绒服装消费者群体正在形成。“GOBI”公司从2014年开始进行相关市场调研,于2015年推出针对高端消费者的“GOBI Organic”品牌,该品牌主打未经染色的“原色羊绒衫”,将蒙古国羊绒颜色偏深、传统加工流程需先漂

① The Largest Cashmere Manufacturer of Mongolia Comes to the USA, <https://www.prnswire.com/news-releases/the-largest-cashmere-manufacturer-of-mongolia-comes-to-the-usa-300892972.html>

② Мураи Мүнэюүки, Япон, Монголын Харилцаанд "ГОВЬ" Үйлдвэрийн Гүйцэтгэсэн Үүрэг, Олон Улс Судлал №1 (107), 2017.

③ 那顺:《蒙日关系的演变和发展前景》,《国际共运史研究》1992年第4期。

白再染色的劣势变为优势。“GOBI”延续 100% 纯羊绒衫的品牌特性,相对注重质量标准,面向中等收入水平的消费者,与此同时也购置了混纺设备,开发混纺羊绒服饰生产线。“GOBI”公司实施市场细分战略甚至早于中国羊绒企业的领头羊“鄂尔多斯”。

最后,瞄准非传统国际市场。伴随羊绒产品大众化,更多新兴国家的羊绒制品消费潜力得到开发。在中蒙羊绒制品前十大出口目的国的名单上,除了传统的欧洲和北美国家之外,出现了本区域的新兴工业化国家日本和韩国,其中韩国更成为蒙古国羊绒制品的第一大进口国。两邻国中国和俄罗斯也榜上有名。2019 年韩国总理李洛渊访问蒙古国期间,特意穿上了“GOBI”公司生产的羊绒大衣,该品牌在韩国的接受度可见一斑<sup>①</sup>。

表 4 2019 年中蒙羊绒制品前十大进口国对比 (单位:亿美元)

序号	中国	进口额	蒙古国	进口额
1	美国	2.585 8	韩国	0.093 9
2	法国	0.832 7	英国	0.037 0
3	日本	0.770 8	美国	0.024 6
4	德国	0.464 6	日本	0.024 5
5	英国	0.463 3	中国	0.023 8
6	韩国	0.296 9	德国	0.015 9
7	荷兰	0.273 7	法国	0.010 0
8	意大利	0.190 5	加拿大	0.007 7
9	瑞士	0.111 1	意大利	0.007 5
10	西班牙	0.090 9	俄罗斯	0.005 6

资料来源:同表 1。

从“GOBI”公司的竞争力提升实践可以获得以下两点启示。第一,由于中国羊绒产业集中于价值链中部,在将羊绒产业“挤”向更为边缘的原料初加工的同时,也为蒙古国羊绒产业沿价值链升级留下空间。不过,通过纵向整合向价值链下游延伸需要一定的条件,具体到“GOBI”的案例,需要开放外国直接投资和国际合作,同时集聚作为低收入国家的蒙古国的大量国内资源。有研究显示,侧重大型企业的产业战略不利于中小企业。亚洲开发银行的调

<sup>①</sup> НСУ – ын Ерөнхий Сайд Ли Наг Ён ГОВЬ – ийн Ноолууран Пальтогоор Гангарчээ, <http://boxnews.mn/made-in-mongolia/v/526>



研报告显示,蒙古国除首都乌兰巴托和矿产区之外的其他地区获得融资支持的机会更低,而这些地区正是中小羊绒企业的所在地<sup>①</sup>。第二,上述最后两项优势(消费市场细分与非传统国际市场)的形成与中国纺织企业大举进入羊绒制品市场促成的羊绒产品大众化趋势密切相关。斯科特·沃尔德隆的研究表明,中国企业的参与重塑了羊绒产业全球价值链,使得羊绒制品变得更加平价,成为更多消费者的消费选择<sup>②</sup>。蒙古国羊绒产业发展历史较短,产业基础薄弱,难以在奢侈品市场与国际著名品牌竞争,羊绒制品的受众扩展至普通消费者和非传统国际市场,也为蒙古国羊绒产业带来了新的发展机遇。

## 结论与建议

研究表明,中国羊绒产业、中蒙双边贸易给蒙古国羊绒产业带来的影响具有复杂性,有必要在全球产业分工的背景下开展分析。一方面,快速发展的中国羊绒产业以明显的比较优势整合周边产绒国的羊绒资源,蒙古国则成为初加工羊绒原料出口大国。蒙古国政府采取多种方式提升羊绒出口产品的附加值,但都未能取得预期效果。对于发达国家市场,中国出口的羊绒纺织中间产品对蒙古国产品产生了明显的替代作用,存在将蒙古国羊绒产业推向价值链上游的趋势。另一方面,由于中国羊绒产业的主要竞争力在于中间产品加工环节,客观上也为蒙古国羊绒产业升级留下空间。在此空间中脱颖而出的是具有纵向整合能力的大型企业,这些企业具有政治资源与外国投资的双重优势,在中国羊绒产业对全球价值链的重塑效应下推出细分产品,深耕非传统国际市场,在全球羊绒产业中占据一席之地,使近年来蒙古国羊绒服装业的竞争实力逐渐增强。同为发展中国家的中蒙羊绒产业都在更加深入地参与羊绒制品全球产业链,两国间存在多层次的互动与竞争,也存在合作共赢的机会。

---

<sup>①</sup> Lakshmi Boojoo, Leveraging SME Finance Through Value Chain in the Carec Landlocked Economies: Case of Mongolia, ADBI Working Paper No. 1019, 2019, p. 1; 此外,杜鲁宫的《羊毛羊绒中小型企业发展的影响因素研究》(上海海洋大学 2015 年硕士论文)通过对 40 家中小羊绒加工企业的调查发现,仅有 19% 的中小企业有机会获得商业银行的优惠贷款,没有企业获得政府的优惠贷款。

<sup>②</sup> Scott Waldron, The Chinese Cashmere Industry: A Global Value Chain Analysis, Development Policy Review, April 2014.

目前,中国与蒙古国的经贸往来集中于能源和矿产。2020年蔓延全球的新冠肺炎疫情导致全球能源需求疲软,蒙古国倚重矿产品出口的经济增长模式再一次暴露出脆弱性。拓展中蒙在经贸领域的合作空间,羊绒产业是一个十分具有潜力的方向。具体来讲,中国可以与蒙古国在以下层面开展合作。第一,以蒙古国企业开始购买中国羊绒分梳设备为契机,政府支持中国羊绒分梳、纺纱企业“走出去”,到急需技术与设备的蒙古国进行投资,同时消化国内过剩产能,这一举措也可以为蒙古国城市与牧区提供更多的就业机会,有利于提升蒙古国民众心中的中国政府和企业形象。第二,进一步向蒙古国羊绒企业开放中国消费市场,为中国消费者提供更多选择,促进国内羊绒产业的良性竞争,同时为蒙古国羊绒产品向其他国家和地区运输提供交通便利。第三,中国羊绒企业享有国内消费市场,对外则主要根据订单要求被动生产,对国际市场出现的生态保护和可持续发展趋势不够关注。然而,国际趋势最终要影响到国内产业。在这方面,蒙古国羊绒产业由于一直面向国际市场而走在中国前面。蒙古国“可汗纺”行业标准不仅衡量羊绒品质,还对生产环节提出明确的环境保护要求,可资借鉴。第四,与蒙古国共同跟进和调研国内外羊绒消费市场趋势,共同完善被国际市场认可且可执行的行业标准,为行业健康发展和打造具有更高接受度的国际品牌创造条件。第五,关注到中蒙羊绒产业在全球价值链中处于不完全对等的地位,中国政府与企业可以学习日本模式,通过恰当的援助和投资方式与蒙古国羊绒企业建立面向未来的合作共赢关系。

中国制造业发展如何影响周边国家,是中国加入WTO以来学界一直在讨论的问题。当中国融入世界贸易体系对周边工业化国家的积极影响被证实,更多的研究开始聚焦其对周边后发国家的影响<sup>①</sup>。在中国政府大力推进“一带一路”倡议的今天,亚洲是否在以中国为中心进行区域整合的问题再次受到学界关注。纺织服装业是中国重要的出口优势产业,中蒙羊绒贸易对蒙古国羊绒产业的影响具有一定代表性,正因为如此,中蒙羊绒产业的案例为回答上述问题提供了一个分析视角。

(责任编辑:徐向梅)

<sup>①</sup> Elena Ianchovichina, Terrie Walmsley, Impact of China's WTO Accession on East Asia, Contemporary Economic Policy, vol. 23, 2005; Barry Eichengreen, Yeongseop Rhee, Hui Tong, The Impact of China on the Exports of Other Asian Countries, NBER working paper 10768, 2004; Barry Eichengreen, Hui Tong, Is China's FDI Coming at the Expense of Other Countries? Journal of the Japanese and International Economies, 21, 2007.