



摘要: 文章通过对和田市吉亚乡进行实地考察,对农户、经营者等进行访谈,结合相关文献的搜集和整理,梳理出艾德莱斯绸的历史起源和发展。再从艾德莱斯绸的历史文化背景入手,结合对和田市吉亚乡艾德莱斯绸产地的田野考察,使用一定的分析方法对其出口现状进行梳理、分析和论述,最后总结出和田市吉亚乡艾德莱斯绸的出口优势及效益提升策略,希望为和田市其他特色产品的出口提供一定的参照和借鉴。

关键词: 和田市吉亚乡;艾德莱斯绸;出口竞争力

和田市吉亚乡艾德莱斯绸出口竞争力分析

穆斯塔法·阿迪力,赵霞(通信作者)

一、艾德莱斯绸研究综述

艾德莱斯绸是我国新疆地区的传统工艺,通过对国外文献的查阅,发现国外对我国丝绸行业,尤其是新疆艾德莱斯绸的生产、加工、销售、进出口方面的研究基本处于空白状态,只有少量研究中国丝绸文化以及丝绸产业发展的文献资料。

国内文献中,徐红等^[1]重点介绍了艾德莱斯绸的历史和传说、各类艾德莱斯绸的特点及典型的艾德莱斯绸图案。曹立中等^[2]阐述了少数民族艾德莱斯绸的由来、发展,也论述了艾德莱斯绸在丝绸之路中的作用及其对社会主义核心价值观和现代文化的引领作用。毛雅坤等^[3]分析了艾德莱斯绸的手工艺、图案纹饰和色彩布局等方面,具体论述了吉亚乡艾德莱斯绸手工艺的传承及推广策略。赵刚^[4]指出在新疆大力发展纺织服装产业带动就业战略的实施下,艾德莱斯绸产业面临着新的发展机遇。李楠等^[5]对新疆艾德莱斯绸的纹样题材与维吾尔族民族文化之间的联系进行了归纳和总结。

综上所述,在我国丝绸行业出口贸易方面,因丝绸之路文化的传播和深入,中国丝绸业在国际贸易出口方面呈现上升趋势,并具备一定的优势。为了提升当地经济发展水平,需要加大丝绸产业在供给侧方面的改革力度,注重丝绸质量的提升,并且要增强危机防范意识,不断提高我国丝绸产品的国际市场竞争能力。

笔者通过对和田市吉亚乡进行实地调研,考察当地艾德莱斯绸产业的发展现状,以期对吉亚乡艾德莱斯绸出口竞争力的提升提出相应对策,对当地脱贫攻坚、巩固脱贫成效、推动乡村振兴发展贡献力量。

二、和田市吉亚乡艾德莱斯绸的出口竞争力

(一) 访谈样本与数据说明

笔者采用扎根理论的研究方法,通过对访谈资料的归纳总结,得到能够反映艾德莱斯绸出口竞争力的核心概念,然后通过核心概念之间的相关关系,构建出艾德莱斯绸出口竞争力模型。笔者从2021年3月1日开始,对吉亚乡艾德莱斯绸出口业务的利益相关者进行了为期5天的访谈,访谈对象共14人,其中工厂员工3人,工厂股东2人,工厂经理3人,企业会计1人,顾客5人。

(二) 资料分析

对一手资料完成基础性整理后,通过扎根理论对初步处理过的资料进行开放式编码、主轴编码和选择性编码,从而构建出科学的艾德莱斯绸出口竞争力模型。

竞争力开放式编码

开放式编码就是对访谈资料进行逐句编译,在剔除无意义的资料文字后,对编译过的资料进行逐层概念化和范畴化的处理,从而提取出访谈资料里的核心概念与

范畴。具体实施步骤如下。首先，对访谈资料的每一句话进行编号，在句末记为 a_x ，其中 x 表示编号数。接下来，对编号资料进行概念化，每一个概念记作 b_y ，其中 y 代表概念编号。最后对各概念进行范畴归类并赋名，每一个范畴记作 c_z ，其中 z 代表范畴编号。艾德莱斯绸出口竞争力的开放式编码如表1所示。

表1 艾德莱斯绸出口竞争力的开放性编码分析（部分）

访谈资料	概念	范畴
产业园产品由人工制成，全部为手工制品(a_1)	工艺 b_1	c_1 生产技术(b_1 、 b_9)
人工一天最大的生产量为3~4m的艾德莱斯绸(a_2)	产量 b_2	c_2 生产能力(b_2 、 b_3 、 b_8)
一般情况下一匹丝绸从生产加工到成品所需要的时间为1个月(a_3)	生产周期 b_3	c_3 产品质量(b_5 、 b_6)
手工制成的艾德莱斯绸线条一般较为粗糙，纺织密度较为稀疏、不镇密，但舒适感较好，透气清爽(a_5)	使用感受 b_5	
机器制成的艾德莱斯绸线条镇密，丝绸滑柔、滑度高，透气性不强，相比手工制成品舒适感较低(a_6)	b_6	
现产业园内有艾德莱斯绸制成品：艾德莱斯绸、艾德莱斯围巾、艾德莱斯领带、艾德莱斯领结、艾德莱斯发卡、艾德莱斯花帽、艾德莱斯遮阳帽、艾德莱斯手提包、艾德莱斯腰包、艾德莱斯高跟鞋(a_7)	产品种类 b_7	
现有制作艾德莱斯绸手工艺人30~40人，全是吉亚乡现有的农户，每天投入生产的人员不固定(a_8)	生产劳动力 b_8	
艾德莱斯绸的手工艺流程共有抽丝、纺丝、扎经、绘样、染色、整经、纺织七个步骤，其中抽丝需要1周时间，染色需要1周时间，纺织需要3~4d时间(a_9)	工序 b_9	

注：表1只展示了访谈资料前9句有意义语句开放性编码的具体步骤，最终本研究提取了22个概念，10个范畴。

竞争力主轴编码

将通过开放性编码获得的艾德莱斯绸出口竞争力范畴，按照性质、维度等潜在逻辑关系建立起相互关系类别（记为 d_m ），然后对关系类别进行合并，最终得到艾德莱斯绸出口竞争力的主轴编码（记为 e_n ），具体过程如表2所示。

由表2可知，艾德莱斯绸出口竞争力的主范畴主要包括四个方面。第一，产品可替代性（ e_1 ）。产品可替代性主要表示艾德莱斯绸在出口市场中的可替代程度大小，其由产品生产水平（ d_1 ）和产品品质（ d_2 ）两个出口竞争力关系类别决定，前者表示企业的艾德莱斯绸生产技术高

表2 主轴编码过程表

主范畴 (e_n)	关系类别 (d_m)	范畴 c_z
产品可替代性 e_1	产品生产水平 d_1	生产技术 c_1
		生产能力 c_2
	产品品质 d_2	产品质量 c_3
		产品荣誉 c_4
市场竞争能力 e_2	市场竞争保证 d_3	市场接受度 c_5
		市场供给能力 c_6
	市场竞争基础 d_4	成本控制能力 c_7
		原材料获得能力 c_8
外部机遇 e_3	政策环境 d_5	政策支持 c_9
内部实力 e_4	公司能力 d_6	公司资本 c_{10}

低与生产能力大小，后者表示艾德莱斯绸的产品质量与获得的世界性荣誉认证。第二，市场竞争能力（ e_2 ）。市场竞争能力主要指艾德莱斯绸在出口国市场上应对同类产品竞争或替代的能力，主要由市场竞争保证 d_3 和市场竞争基础 d_4 决定，前者是指艾德莱斯绸在国际市场上的接受程度和满足需求数量与类型的能力，后者是指艾德莱斯绸企业在生产出口产品时控制产品成本和获得优质、足量原材料的能力。第三，外部机遇（ e_3 ）。外部机遇主要是指艾德莱斯绸在国际化过程中遇到的一些环境支持因素，本文中主要是指国家和地方政府的一些支持性政策，比如，国家丝绸之路经济带建设战略的实施就对艾德莱斯绸的出口业务提供了积极而显著的政策环境支持。第四，内部实力（ e_4 ）。艾德莱斯绸企业要想进入国际市场，最基本的条件是企业自身的内部实力，在本文中主要是指公司的经济实力。

竞争力选择性编码

选择性编码就是在主轴编码的基础上，对研究的概念进行补充完善，确定一个核心概念，解释核心概念与主轴编码之间的内在逻辑关系。本文的核心议题是和田市吉亚乡艾德莱斯绸出口竞争力分析，基于文章科学性与研究的需要，本文选择“艾德莱斯绸出口竞争力”作为核心概念。

根据第一手资料可知，企业的内部实力（ e_4 ）直接对产品的可替代性（ e_1 ）和市场竞争能力（ e_2 ）产生促进作用。

产业园负责人A：“当时注册和田市吉亚乡艾特莱斯丝绸有限责任公司的总注册资本为人民币640万元……”



公司现有制作艾德莱斯绸手工艺人 30 ~ 40 人, 人工一天最大生产量为 3 ~ 4m 的艾德莱斯绸, 机器一天的最大生产量为 20 ~ 25m。”

产业园股东 A: “非常愿意能将我国国家非物质文化遗产、新疆本土具有民族特色韵味的产品推向周边国家及世界各国。”

产业园会计 A: “2016 年后主要从浙江苏州一带收购丝线蚕茧。2020 年收购总成本为 200 万元, 近五年来每年平均 120 万元。”

同时可以看出, 外部机遇 (e_3) 对于这种促进作用具有调节作用, 即外部机遇 (e_3) 在这个促进效用模型是一个调节变量。

产业园经理 C: “2016 年起, 政府大力发展当地艾德莱斯绸的织造产业, 鼓励本地桑蚕养殖与从外地购买蚕丝, 应对原材短缺的问题。”

(三) 竞争力模型构建

从选择性编码中可以看出, 企业的内部实力 (e_4) 直接对产品的可替代性 (e_1) 和市场竞争能力 (e_2) 产生促进作用, 而产品的可替代性 (e_1) 和市场竞争能力 (e_2) 分别正向影响艾德莱斯绸的出口竞争力, 同时外部机遇 (e_3) 又对这种正向影响效用具有调节作用, 故可以建立如图 1 所示的艾德莱斯绸出口竞争力模型。

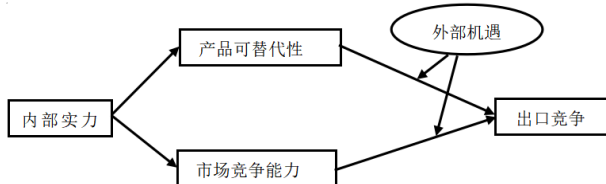


图 1 艾德莱斯绸出口竞争力模型

三、和田市吉亚乡艾德莱斯绸出口竞争力的提升途径

(1) 合理布局, 打造优质蚕桑生产基地, 提升内部出口竞争实力。该地区应坚持桑蚕养殖优化布局、民族特色产业区域发展、丝绸织造集中连片的原则, 重点布局以和田市吉亚乡为主的优质蚕桑生产基地, 形成以吉亚乡为中心, 辐射全乡 20 个村的蚕桑产业发展格局。实现桑蚕养殖业、纺织加工业、国内国际旅游业相结合的

现代蚕桑技术体系与模式, 为和田市吉亚乡艾德莱斯绸提升出口竞争力提供原料保障。

(2) 抓住外部机遇, 提升研发能力, 加快产品结构的调整与优化。艾德莱斯绸这一地方特色产品应紧抓发展机遇, 以传承古老技艺为基础, 以高档丝绸制成品为龙头和突破口, 不断提高产品质量、产品档次和产品的附加值。加强与科研院所的产学研联合, 大力支持研发和采用抗皱、防缩、防霉、抗静电、阻燃、仿真、多种纤维复合染整等特种印染新技术, 提高艾德莱斯绸面料的质量和档次。

(3) 大力推进自主品牌建设, 挖掘产品内涵, 增强产品不可替代性。品牌是企业对外宣传的主阵地, 要使消费者在看到产品品牌或 LOGO、听到独特的广告语时, 能够迅速联想到产品及企业的相关信息。和田市吉亚乡艾德莱斯绸制品, 无论是农合社经营, 还是企业生产制造, 都需要设计品牌、LOGO 和广告语, 注册商标, 申请法律保护, 在真正意义上打造自主品牌。

参考文献

- [1] 徐红, 单小红, 刘红. 丝绸之路多元文化交融的活化石: 艾德莱斯绸 [J]. 新疆大学学报(自然科学版), 2007(3): 365-368.
- [2] 曹立中, 张如蓉. 试析新疆维吾尔族艾德莱斯绸的时代价值 [J]. 喀什大学学报, 2016, 37(4): 56-58.
- [3] 毛雅坤, 胡玉康. 少数民族传统工艺产品的传承与推广策略研究: 以和田吉亚乡艾德莱斯绸为例 [J]. 西北美术, 2017(2): 108-112.
- [4] 赵刚. 浅谈艾德莱斯绸发展现状、问题及对策 [J]. 农村经济与科技, 2020, 31(12): 161-162.
- [5] 李楠, 单筱秋, 张毅. 艾德莱斯绸纹样题材及其与维吾尔族文化映射关系 [J]. 包装工程, 2020, 41(18): 372-377.

作者 / 穆斯塔法·阿迪力

本科, 研究方向为国际商务
单位系新疆工程学院

通信作者 / 赵霞

硕士, 副教授, 研究方向为旅游管理
单位系新疆工程学院

基金项目

2022 年大学生创新创业训练计划项目 (新疆维吾尔自治区) “‘魅力吉亚’乡风文化产业园——为脱贫攻坚助力” (S202010994005X)