东华大学《纺织经济概论》课程建设探索与实践

肖 岚

（东华大学 纺织学院，上海 201620）

摘 要：在介绍《纺织经济概论》课程开设背景的基础上，从教学理念、教学目标、教学内容以及教学体会等方面论述了课程建设的具体探索和实施，以期为提升工程类学生的经济素养和构建应用型经济类课程提供参考。

关键词：全球化；纺织工程；纺织经济概论；东华大学

中图分类号：G420 **文献标识码**：A **文章编号**：1673－0356(2020)04－0056－03

从 1978 年 12 月以来，在中国实施改革开放政策的影响下，中国开始出口初级纺织原料，并逐渐扩大到各类纺织制成品和服装的出口，带动了相关企业的快速成长和经济的飞速增长。1994 年，中国开始成为全球最大的纺织品服装生产国和出口国；2001 年，中国加入世界贸易组织（简称 WTO）；随着 2005 年《纺织品与服装协定》（ATC）开始生效，取消纺织品服装出口配额的限制，随后几年的纺织品服装开始爆发式增长，部分年份的增长率甚至超过 20%。目前中国纺织服装产业规模庞大、产业链完整，占据了全球纺织品服装出口的 1/3 以上，成为全球具有绝对优势的服装生产供应国，可以说目前中国是受益于纺织服装产业发展最大的国家[1]。同时，纺织服装业也是中国最早、最充分融入全球产业链的产业，是最早走出国门，开展海外投资的行业之一。

东华大学是教育部直属的国家“211 工程”重点建设的全国重点大学，纺织学院是具有雄厚学科基础并体现东华大学传统特色的工科学院，是学校最早拥有博士、硕士、学士三级学位授予权的学院，为我国的纺织产业的发展培养了众多从事纺织品工艺设计、生产质量控制、生产技术改造，以及具有经营管理初步能力的高级工程技术人才。从 2003 年秋季学期开始，东华大学纺织学院开始针对全学院本科生，开设《纺织经济概论》课程，至今已有 16 年，超过 4 000 名本科生选修过此门课程，年年评教优秀，学生反响良好。教材建设也从无到有，分别于 2008 年和 2018 年出版了作为“十一五”和“十三五”普通高等教育本科部委级规划教材《现代纺织经济与纺织品贸易》的第一版和第二版，并正式投入到教学中。该教材除了在东华大学使用之外，还在浙江理工大学等一些其他纺织类的高校使用。2016 年《纺织经济概论》这门课程被列入上海市高校示范性全英语课程建设项目。

1 课程教学理念、目标与主要内容

1.1 教学理念

经济素养（Economic Literacy）一词是指人们对经济的理解及现实运用的程度和水平，主要包括经济观念素养、经济知识素养、经济道德素养和经济能力素养四个部分。2003 年，美国国家经济教育委员会（National Council on Economic Education）指出，公民作为消费者、生产者、工作者和投资者的多重角色，需要凭借经济素养去更好地理解世界和对未来做出正确的决策[2]。

麦肯锡全球研究院曾经发布的《中国创新的全球效应》（The China Effect on Global Innovation）报告中指出，通过大量采取传统意义上的西方理念——精益和模块化设计、机器学习、敏捷制造和智能自动化，许多中国企业正以低成本的方式积极创新。受益于中国制造业的生态规模，如中国供应商数量是日本的 5 倍，有 1.5 亿产业工人和便利的现代交通系统，中国已经不再是“世界工厂”，正成为主要的效率导向的创新者；也不再是简单的低成本劳动力的来源国，中国制造企业正在转型为知识密集型生产商。同时中国也有区别于其他国家的优势，即具有独特活力的巨大消费者市场，无以伦比的制造生态系统，以及政府愿意投资的大规模工程项目。

设立《纺织经济概论》这一课程的主旨是希望拓展纺织类工科学生的知识面，特别是在全球化发展和市场化运作的背景下，培养学生对纺织产业经济形势的理解力，对纺织品市场变化的洞察力，以及对纺织企业基本生产运营方面的了解。

收稿日期：2019-08-15；**修回日期**：2019-08-21

基金项目：2016 年上海高校示范性全英语课程建设项目（X11011603）；2018 年东华大学留学生英语授课课程建设项目

作者简介：肖 岚（1974-），女，江苏南京人，讲师，博士，主要研究方向为纺织产业经济与纺织国际贸易，E-mail：xiaolan@dhu.edu.cn。

1.2 教学目标

虽然从2010年中国超过日本成为全球第二大经济体，但中国未来的制造业的转型和升级仍然需要大量的工程师。工程师红利也是未来中国纺织企业实现自动化、智能化所需要依靠的力量。不仅传统的纺织服装生产型企业需要大量工程师，而且新兴的消费品企业、零售企业也需要大量的产品开发和设计人员。

纺织工程类学生除了学习传统的技术类课程之外，通过学习《纺织经济概论》课程，可以使学生在了解转轨经济、二元经济结构、全球化经济、互联网经济的基本概念的基础上，来理解全球纺织业的国际转移和区域经济一体化的背景下中国纺织业的发展。可以一方面从生产者的视角学习纺织品成本与利润管理，掌握纺织企业的生产管理手段；另一方面从消费者的视角学习主要纺织品市场需求理论及特点。并在掌握产业国际竞争力理论的基础上，了解世界主要发达与发展中国家的纺织产业国际竞争力，以及我国纺织业在国际竞争中的比较优势和不足之处。

1.3 教学内容

《纺织经济概论》课程在系统介绍了相关经济学和国际贸易理论等基础上，首先结合外部环境的变化和纺织产业的特点对我国纺织产业发展的背景、环境和存在问题进行了分析，其次从供给和需求两个方面对纺织企业的管理和纺织品市场需求进行了探讨，并通过纺织产业国际竞争力的比较介绍了世界上主要发达国家和发展中国家的纺织产业发展和主要特点，最后介绍了主要的国际贸易理论以便今后进一步开展国际贸易实务等相关课程的学习。

本课程设置2个学分32学时，结合教材《现代纺织经济与纺织品贸易》(第二版))一书，主要讲解前八章的内容。教学内容丰富，知识点多，条理清楚。从国际分析到国内，由二战后的发展分析到最新动态，层次分明[3]。

第一章是导论，主要分四节。在介绍现代纺织的概念和应用前景的基础上，分别从转轨经济和二元经济结构分析中国纺织业的发展；对全球化经济和互联网经济中的中国纺织业发展进行了阐述。其中与第一版不同的是，在第二版中加入了互联网经济的影响，特别是中国纺织服装电子商务发展的内容。

第二章是全球化和区域经济一体化中的中国纺织业，主要分四节。首先介绍中国纺织业在国际经济中的地位，是一个民生行业、净创汇行业，并呈现出“西进”的趋势；其次在介绍主要国际产业转移理论的基础上，探讨了纺织服装业的国际转移历史；再次在介绍区域经济一体化的概念和发展的基础上，探讨了区域经济一体化对我国纺织业的影响；最后介绍了我国纺织业发展的“走出去”趋势，以及目前我国纺织服装企业在境外的投资情况。

第三章是纺织品成本与利润管理，主要分五节。前三节主要介绍成本的基本知识，如概念、分类与主要核算方法；第四节主要在前三节知识的基础上，以家用纺织品面料的核算为例，进行展开分析；第五节则探讨了我国纺织产业的经营现状和纺织品盈利模式。

第四章是纺织企业生产与管理，主要分三节。分别在介绍核心竞争力理论、企业的战略定位、生产管理方法和主要质量控制手段等管理知识的基础上，具体分析了纺织企业的生产经营战略、纺织企业生产管理和质量控制，以及纺织新产品开发及其市场等内容。

第五章是纺织品市场需求，主要分四节。第一节是介绍经济学基础理论中的市场需求理论，使纺织专业的学生能够掌握需求、需求定理、影响需求的主要因素，以及需求弹性等基本概念；后三节则具体探讨纺织品市场需求及其主要影响要素，纺织品市场需求变化及纺织品生命周期等具体内容。

第六章是纺织产业国际竞争力比较，主要分四节。第一节是介绍产业国际竞争力理论，概述了纺织产业国际竞争力和主要产业国际竞争力指标；第二节介绍了美国、欧盟和日本三大发达国家和地区的纺织产业国际竞争力；第三节介绍了印度、越南、墨西哥和土耳其四大有代表性的发展中国家的纺织产业国际竞争力；第四节则介绍了中国纺织产业国际竞争力，具体介绍了主要优势、劣势与面临的挑战。

第七章是互联网经济与纺织品创新，主要分四节。与第一版的教材相比，这部分内容是新增加的内容，这主要与过去十年互联网经济的快速发展密不可分。第一节主要介绍互联网经济的现状、主要特征与主要作用；第二节介绍了“互联网＋”与创新，指出“互联网＋”的核心是资源匹配，是互联网对其他行业的提升激活和创新赋能；第三节介绍了五大创新理论；第四节则介绍了纺织品创新现状与展望。

第八章专门介绍了国际贸易相关理论，主要分两节。分别介绍了传统国际贸易理论和现代国际贸易理论，主要为后期继续学习纺织国际贸易或纺织品商务的同学奠定理论基础。

除了上述八章授课内容之外，每章还附有相关企业案例，可以供学生们在课堂上进行讨论，开展启发式

教学。这有助于学生将所学的理论与实践应用结合起来，培养学生的综合分析和判断能力[4]。

2 课程教学体会

从 2003 年开设《纺织经济概论》课程以来，通过 10 多年的教学经历来看，在教学方面的体会主要有以下 3 点：

2.1 教学内容需要不断更新，与时俱进

虽然传统工科专业的转型升级总体上是围绕着传统工科专业这个基本不变的主体进行转型升级，但容易导致学科专业长期形成的观念、边界、内涵等方面的固化。因此，传统工科专业的转型升级更需要改变人们的传统观念、突破学科专业的界限[5]。

伴随着国际形势的变化和中国国力的不断提升，中国和全球纺织产业和经济也发生着激烈的变化。与其他工科类课程不同的是，《纺织经济概论》的授课内容、相关数据等每年都需要不断更新和调整。如 2003 年到 2013 年这 10 年间，中国纺织经济的核心要素是纺织品出口与国际贸易；从 2013 年至今，在国际贸易呈现缓慢增长甚至逐步下滑的背景下，电子商务与纺织品的国内消费开始快速增长，纺织服装企业的海外投资快速增加。虽然这给教材的更新和上课老师的备课带来挑战，但是可以让学生们接触到最新的产业发展和经济动态，这有助于提升学生的学习兴趣，培养学生对相关动态的敏感度，以及评判和分析能力。

2.2 开拓工科学生的经济视野，有助于培养学生的需求与市场意识

与传统的应用经济类的课程相比，《纺织经济概论》不仅介绍各种经济理论，还要结合纺织产业发展的国内外环境与特点，在介绍相关的产业转移理论、需求理论和产业经济力理论的基础上，加深工科学生对于纺织产业发展及特点的理解，其中关键的还是培养学生从市场和需求方的视角来看待和分析问题。

2.3 穿插纺织企业案例分析，有助于培养学生的问题意识和分析能力

经过改革开放四十年的发展，中国涌现出许多成功的本土纺织服装品牌企业，这些企业在产品开发、生产管理和国际化发展等方面都各有自己的特色。通过每章最后的案例分析，既可以让同学们了解行业内的领先企业的发展特点，又可以让学生们自己收集相关资料，采用分组讨论的形式，开展启发式学习，培养学生分析问题和解决问题的能力。

3 结语

与传统的经济学理论课程相比，面向工程类学生开设的《纺织经济概论》课程系统融合了部分经济学、管理学和国际贸易的基础理论，又结合了纺织产业的发展特点和现状，可以开拓工科学生的视野，提升工科学生对所学专业的综合理解和分析能力。伴随着“一带一路”的发展，未来会有更多的纺织服装企业走出国门，到海外去投资与经营，这也给《纺织经济概论》这门课程的建设提出了新的要求。

参考文献：

[1] KUNZ G, KARPOVA E, GARNER M. Going global: The textile and apparel industry[M]. 3rd ed. New York: Bloomsbury Publishing, 2016.

[2] 曹 辉. 经济素养：当代大学素质教育的新课题[J]. 现代教育管理，2009，(5)：5－7.

[3] 高长春，肖 岚. 现代纺织经济与纺织品贸易[M]. 北京：中国纺织出版社，2018.

[4] 宋玲者. 我国纺织产业经济增长的影响因素分析——评《现代纺织经济与纺织品贸易》[J]. 纺织导报，2018，(4)：87.

[5] 林 健. 第四次工业革命浪潮下的传统工科专业转型升级[J].高等工程教育研究.2018，(4)：1－10.

Construction and Practice of Introduction to Textile Economics Course in Donghua University

XIAO Lan

(Textile College, Donghua University, Shanghai 201620, China)

Abstract: On the basis of introducing the background of Introduction to Textile Economics course, the detailed construction and practice of this course were introduced from the aspects of teaching principles, teaching goals, teaching materials and teaching experiences. It aimed to improve the economic literacy of engineering students and construct applied economics course.

Key words: globalization; textile engineering; Introduction to Textile Economics; Donghua University