

纺织贸易通讯

中国国际贸易促进委员会 纺织行业分会
中国 国 际 商 会 纺织行业商会 主办
内部刊物 准印刊号：FZ2005-08

2005 年第九期
(总第 131 期)
2005 年 8 月 25 日

-
- 【经贸动态】**
- P2 意大利纺织业正在做重大重组
 - P2 美限制中国纺织品损害其国内大公司利益
 - P2 为提高出口竞争力 印度拟建 25 个纺织园
 - P3 美国同意尼日利亚利用 AGOA 向美出口纺织品
 - P3 今年全球棉花供需缺口将进一步扩大
 - P3 捷克人青睐亚洲低价服装和纺织品
 - P3 欧盟同意对受配额限制的中国套衫放行
 - P4 美国收集对华纺织品协议意见 试图克隆中欧模式
 - P4 欧盟允许进口部分超出配额的中国纺织品
- 【国际市场】**
- P5 冰岛服装价格居欧洲国家首位
 - P5 亚洲市场“四高”化纤快速发展
 - P5 阿联酋簇绒地毯业发展势头极为迅猛
 - P5 比利时邀请中国企业前往投资纺织业
 - P6 德国成功开发抗菌纺织品
 - P6 欧盟海关公布中欧协议类别清关率(截至 2005 年 8 月 9 日)
- 【政策法规】**
- P7 缅甸出台进出口贸易新规定
 - P7 克罗地亚进口纺织品的标识规定
 - P7 国际羽绒羽毛局修订检测新方法
 - P8 中科院谷源洋教授谈汇率变动对纺织工业的影响
- 【行业动态】**
- P9 中国纺织业正面临着大规模洗牌的变革和阵痛
 - P9 20 家浙企获欧盟承认市场经济地位
 - P9 行业竞争加剧 产业升级迫在眉睫
 - P10 2004 年中国依然是纺织机械最大买家
 - P11 国内纺织品商品市场需求减弱
 - P11 人民币升值 各类企业反应不一
 - P12 国家发改委出台我国纺织工业研究报告
 - P12 展会知识产权管理办法将出台
 - P13 “中国制造”在升级
 - P13 中国纺织工业协会举行“2005 中国纺织服装行业竞争力发布会”

【分会动态】

『 家纺展专题 』

P15 《中国国际家用纺织品及辅料博览会关于知识产权保护的上海宣言》

P15 加强知识产权保护是中国家用纺织品行业发展的必然要求

P16 充分利用展览会加强知识产权的宣传、教育和普及

P18 “设计大赛”彰显品牌效应

P18 我会富荣沛副会长率团访问亚非三国

P19 杨秘书长就第十一届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会接受采访

P20 第十一届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会法律讲座演讲人及题目(暂定)

【贸易与合作】

P20

【主编随笔】

我们需要加强点战略层面的研究

中国经济发展正越来越受到世界的瞩目。

中国国民生产总值持续数年以超过年均 8% 以上的速度在高速增长；中国人均国民生产总值已突破 1000 亿美元，并阔步向 3000 亿美元的目标迈进；全球企业 500 强最新排名中 18 家中国公司入选（包括中国台湾公司 2 家，香港公司 1 家）；世界各类报刊、电台、网络媒体对中国经济的关注达到了空前。这些骄人的数字和令人高兴的消息佐证了中国经济已成为全球经济的引擎和火车头。

然而，最近发生在中国纺织行业的一系列事情却更加清楚地告诉我们：中国经济发展已到了一瓶颈阶段。如何更好地融入全球一体化经济？如何实现经济转型：从量的增长到质的飞跃？如何掌控全球的话语权而不是一厢情愿？这似乎更需要政府、中介组织，特别是企业的关心与思考。

2005 年随着配额的取消，人类进入纺织品自由贸易的新时代。然而，这种“新政”才开始三个月，来自欧美发达国家对我国纺织品服装出口贸易实行的“特保”大棒就铺天盖地而来。按照经济学原理，只要占有世界市场 11% 以上份额就拥有定价权，2004 年中国纺织品服装的出口贸易已占全球的 23% 略强，然而中国的纺织行业依然徘徊在世界纺织品贸易链条上最末端的加工工厂环节，中国在世界纺织品贸易中没有定价权。中国纺织工业物质生产份额巨大，但价值实现份额偏小，行业平均利润率不到 2%。

只有成为世界纺织品服装定价中心，才能在世界贸易乃至商业谈判中拥有话语权。这是一个需要战略层面思考的问题。

中国经济正全面处于转型期。浏览身边的媒体，发生在纺织行业领域的事情，在汽车领域、IT 领域、医药领域等各个行业，多少个由于战略层面考虑不足而引发的问题都在发生或正要发生。如何面对经济转型中所面临的问题？我们的方方面面似乎困惑而经验不足，在战略层面思考的意识还不够强。

事例为证。从入世前后针对纺织品贸易谈判，WTO 协议中 242 段的写入到取消配额与欧盟、美国关于设限纺织品的被动谈判磋商，笔者关注到事后有媒体发出这样的声音：“应该说，中方关于纺织品贸易做出了很大的让步和牺牲。这有全局的考虑，但也存在我们战略层面思考不深、准备不足的问题。”笔者赞同。

如果说，通常战略层面的问题是政府和中介组织更应着力考虑的。那么，在今天作为生产和商业活动最基本主体的企业则更应考虑。因为在和世界知名公司的较量中，我们大多数企业领导更娴熟于攻城拔寨和一城一池的争夺，还缺乏战略思考的习惯与战略团队的培养。

企业战略层面研究的内容包括很多，长远规划的战略决策与部署和未雨绸缪是最主要的部分。国外的优秀公司通常都设有战略咨询部或类似机构，并且社会上有大量的智库、智囊机构、咨询公关公司提供支持，而在我国这样的机构却乏善可陈，这与国内信息咨询业还不发达有密切联系，一方面很多企业的领导知道信息的重要，但却没有引起足够的重视；另一方面，中国还缺乏有知名度的咨询机构，各级各类中介服务组织还缺乏做好信息工作和信息咨询的运作经验。而战略层面研究的缺失却在一定程度上成为今后相当长时间内桎梏中国行业经济取得质的突破的软肋。

如上，也许这就是要加强点战略层面研究的意义所在。

主 编

意大利纺织业正在做重大重组

虽然自 2001 年以来意大利纺织和服装工业的就业及出口不断下降，但意大利 58 个高档产品制造商协会 (Altagamma) 相信，意大利市场越来越受到中档服装制造商的青睐，在损失低档产品市场份额的同时，为高档服装创造了发展空间。

他们的目标是促进许多意大利名牌产品的发展，尤其是针织服装这一领域，希望在以低档产品为主的国际市场上维持意大利工艺

的价值和展示意大利手工整理的完美。他们建议，意大利制造商应该集中力量扩大在中国、东欧、俄罗斯以及中东市场的销售，“意大利制造”品牌在这些市场依然很受欢迎。

事实上，当一些意大利制造商转向生产更具生存空间的高档服装产品时，其他制造商，如 Zagna，则开始迈出更大胆的步子，尤其是他们在亚洲市场销售在中国制造的新的中档价格的品牌服装。

美限制中国纺织品损害其国内大公司利益

全球纺织品配额从 2005 年 1 月 1 日结束之后，VF 公司计划将旗下的 Lee 牛仔裤生产转入低成本的中国。但美国重新限制中国纺织品进口导致该公司将在中国的生产计划推迟到 2006 年。负责亚洲地区外包业务的 VF 香港公司执行董事 Tom Glaser 说：“如果没有配额限制，我们将把牛仔裤生产从香港和澳门转入中国。”香港纺织工人的工资是大陆工人的 10 倍，由于美国限制中国纺织品进口，在北卡罗莱纳州的 VF 公司和纽约的 Liz Claiborne 公司将蒙受损失。

8 月中国对美出口的棉质裤子、棉质针织衬衣和内衣额度将用完，迫使服装公司转向香港、澳门和菲律宾采购高价商品。

设在华盛顿的美国纺织品和服装进出口协会律师 Brenda Jacobs 说：“到目前为止，中国是世界最具竞争力的纺织品和服装制造国，该协会会员每年进口价值 600 亿美元的服装。”她说：“美国限制中国产品不能帮助国内工业，相反却损害了国内大公司的利益。美国零售商希望买到物美价廉的商品。”

为提高出口竞争力 印度拟建 25 个纺织园

2005 年 7 月 25 日，印度内阁经济事务委员会 (CCEA) 批准创建 25 个综合纺织园计划，以期提高印度纺织业在后配额时期的出口竞争力。

委员会还批准印度政府在 2005 - 06 年和 2006 - 07 年为该计划提供的 62.5 亿卢比的预算分配。计划将创建 25 个国际化设备的纺织园，安置大约 1,250 个一流纺织工厂，旨在大大提高纺织品的出口规模。该计划将为 1850 亿卢比的个体企业投资提供方便，同时将创造 50 万个新的工作机会。

CCEA 批准创建综合纺织园计划的用心是将出口服装园方案 (APE) 与纺织中心基础设施发展 (ICID) 方案合二为一，形成一个

综合纺织园计划，以期尽快受益于 2005 年之后国际纺织品市场的开放。

为了利用 2005 年取消配额的优点，以及建设国际水平的出口设施，CCEA 于 2002 年 3 月 23 日一致通过出口服装园方案 (APE)，于 2002 年 3 月 8 日通过纺织中心基础设施发展 (TCID) 方案，随后，在 2002 年 11 月 25 日，CCE 通过了 TCID 方案中的规模和基金模式修正提议。APE 方案将造就高档服装制造业出口专区，ICID 方案将更新设备，缩小现有主要纺织中心基础设施之间的差距，排除生产障碍。两个方案的宗旨均在提高印度纺织工业的全球竞争力。

该综合计划提议在 2007 - 08 年之前，基

于有发展潜力的中心，创建 25 个国际标准的纺织园(包括梭织、针织、后整理和服装缝制)。每个纺织园将至少安置 50 家一流设备的纺织

工厂。在这些纺织园中，预期建造大约 1,250 家现代纺织厂，创造 50 万个新的就业机会，同时提高纺织品出口规模。

美国同意尼日利亚利用 AGOA 向美出口纺织品

近日在塞内加尔首都达卡尔闭幕的第四届非洲增长与机会法案 (AGOA) 论坛上，美国负责非洲事务的贸易代表 Flori Liza 先生表示，尼日利亚很快将获得批准利用 AGOA 向美出口机织民族布料。

尼日利亚是第一批获得美国批准的非洲国家，也是第一个无须协商便可获得服饰准入的非洲国家之一。这意味着非洲蜡染布等尼日利亚民族布料，一经收到批准证书，便可向美国出口。2004 年 7 月尼议会通过防止转口立法

后，尼就已收到了美国服饰准入批准证书。尼政府正在积极地吸引投资者建立示范工厂，以利用美国服饰准入政策。来自泰国，尤其是中国投资者对此十分感兴趣。

尼日利亚石油业已从非洲增长与机会法案 (AGOA) 中获益，要实现经济多样性，首先必须实现非石油经济快速发展。非洲增长与机会法案在服装业方面已取得很大成效。例如，毛里求斯、马达加斯加、莱索托等国自实施 AGOA 以来出口额有了较大增长。

今年全球棉花供需缺口将进一步扩大

新疆维吾尔自治区发展改革委提供的一份国际棉花咨询委员会的最新分析报告认为，2005/2006 年度全球棉花产量预计较上年度减少 9.3%，而消费量却增加 2% 左右，今年国际棉花产需缺口可能进一步扩大。

国际棉花咨询委员会总部设在华盛顿，共有 40 多个成员国，但我国目前尚未加入。这份报告说，今年全球棉花面积缩减，产量将由上年的 2521 万吨下降到 2286 万吨；而期末库存由上年的 1034 万吨下降到 1011 万吨。

新疆发展改革委同时预测，我国今年也将

面临巨大的产需矛盾。除了新疆棉区面积略有增加外，黄河流域和长江流域两大棉花产区面积今年都减少了 15% 以上，预计今年国内棉花产量为 632 万吨，加上期初库存 165 万吨，总资源量为 797 万吨。

从今年起，虽然取消了纺织品出口配额，纺织品贸易争端当前也无明确结果，但国内棉纺行业投资增速显著，加上石油涨价的影响，纺织用化纤价格上扬，今年全国棉花消费量将达到 867 万吨左右，同时还要保持 130 万吨的库存，棉花缺口可能在 200 万吨以上。

捷克人青睐亚洲低价服装和纺织品

捷克人每年采购的纺织品中有 20% 来自亚裔人开设的商店。

2005 年时装市场调查显示，亚裔商场老板每年从服装和纺织品销售中赚取 100 亿捷克克

朗 (CZK)，去年包括鞋履在内的零售额达到 420 亿捷克克朗。这些商店的老板大多是越南移民，他们销售的多是物美价廉的亚洲服装，尤其是中国服装。

欧盟同意对受配额限制的中国套衫放行

由于配额限制而在运输途中被搁置的中国服装使一些欧洲零售商处境艰难，为了帮助

这些零售商摆脱困境，尽管中国已用完了 2005 年的配额，欧盟已同意进口更多的中国套衫。

一些成员国企图阻止欧委会关于给予中国纺织品进口更多灵活性的要求，法国和意大利强烈要求严格适用中欧双方同意的从现在起到2008年10类纺织品进口上限。上述决定使欧盟内部欧委会和成员国之间的争执告一段落。

然而，欧委会称并未接到北京对其建议的解决方案的官方回应。欧盟贸易专员曼德尔森的一位发言人说，“成员国目前已就此事达成一致，这是一件好事，但如果中方不同意，就没有任何意义。”

美国收集对华纺织品协议意见 试图克隆中欧模式

平静之下，中美纺织品争端破题可能迎来新的变局。从美国国务院国际信息局发布的公开信息获悉，布什政府已经宣布，就美国进口中国纺织品与服装的问题征求国内有关方面的意见，以确定是否寻求与中国签署一项更全面的协议。

商务部国际贸易经济合作研究院国际市场研究部主任表示，种种迹象表明，由于美国国内接连不断的纺织品“特保”申请干扰了中美双边经贸关系，美政府正日益认识到如果仍在纺织品上斤斤计较，将因此疲于奔命并付出巨大成本。这极有可能促使美国政府决心把中美纺织品问题纳入一个类似于中欧协议的全面安排下。

中国纺织品进出口商会副会长则表示，由于信息有限，美方的意图目前难以确定。但是，

欧委会同时强调对运输途中货物的这一短期解决方案不应被看作是对双边协议的修改，因为这意味着今年使用2006年10%的套衫配额。根据与中方达成的协议，允许中国从6月11日起到2005年年底出口6900万件套衫，2006年出口2亿件套衫。

一些德国零售商对提议的解决方案是否足以涵盖目前正等待在欧盟清关并出售的2200万件套衫表示担忧。德国一家在华生产套衫的公司Gelco表示，如果不能拿到从中国订购的货物，公司准备采取法律行动。

低调显然不等于“不谈”，围绕纺织品，中美新一轮激烈的交锋可能来临。

事实上，在过去的一段时间里，美国在对我国纺织品问题上出现的“两面性”已经引起了业界专家的注意。一方面，美国纺织品协议执行委员会近日又对包括棉布与合成纤维女式梭织衬衫、睡衣、泳装及棉布、毛料和合成纤维袜子等五类从中国进口的纺织品和服装扰乱美国市场的申诉予以审理。

另一方面，美方则同时向中国纺织品传达出“善意”。美国商务部主持的跨部门机构——纺织品协议执行委员会日前决定，有关六类进口纺织品扰乱市场的申诉案将推迟到8月31日再行裁定。

不过，双方都拒绝对各方期待的第三轮中美纺织品磋商的安排透露任何消息。

欧盟允许进口部分超出配额的中国纺织品

欧盟委员会8月9日表示，为避免给欧盟进口商和零售商造成损失，欧盟将允许部分超出配额的中国产套衫和长裤这两类纺织品进入欧盟市场。

欧盟贸易委员曼德尔森在一份声明中表示，在今年7月11日前启运的中国套衫和长裤不管是否超出配额，都将被允许进口。但欧盟委员会希望在9月初能够与中国方面就明年的相关配额安排达成协议。

中欧于6月10日达成新的纺织品配额协议。据报道，欧洲的进口商为了逃避配额限制，大幅增加从中国的进口，导致大量纺织品因得不到进口配额而积压在欧洲各港口，欧盟委员会正在对此情况进行调查。

市场分析人士指出，欧盟违反其纺织品贸易自由化的承诺，匆忙对中国纺织品实施进口限制，将使欧洲的纺织服装进口商和零售商蒙受重大的经济损失。

冰岛服装价格居欧洲国家首位

据欧盟统计委员会做的一项调查显示，冰岛的服装价格居欧洲首位，比欧盟国家平均高出 49%。冰岛也许是世界上服装价格最高的国家。这一结论是对欧洲 31 个国家妇女儿童和男士服装及鞋类 285 种产品价格的调查而得出的。列第二位的是挪威，服装价格比欧盟国家平均高出 34%。

欧洲 31 个国家中，服装最便宜的国家是

罗马尼亚，比欧盟均价低 45%，列第二位的是保加利亚，比欧盟均价低 42%。

欧盟国家中，服装价格最高的是瑞典，比均价高出 14%，丹麦、芬兰、意大利紧随其后。东欧国家中，服装价格便宜的还有波兰和土耳其，比均价低 32%。

冰岛服装价格之所以高的原因是由于税多和市场小所致。

亚洲市场"四高"化纤快速发展

在亚洲地区，中国大陆及台湾地区、日本和韩国是 4 个最大的化纤生产市场，由于化纤技术的发展和进步，高档、高附加值、高新技术含量和高功能被称作为"四高"。化纤新一代产品不断开发出来，开始投入商业化批量生产。在纺织品贸易配额制取消后，传统化纤市场竞争更加白热化，发展中国家显示出其低成本的价格竞争优势；而化纤工业历史较长的发达国家和新兴发展中国家的化纤企业，面临新的市场竞争局面，已开始向"四高"产品转轨，以避免与发展中国家产品"重叠"竞争受损

失。因此，有关国家和地区的企业都在大力对"四高"化纤产品进行开发生产，推动化纤产品进入一个升级换代的新时期。

韩国三星证券公司纤维制品调研部的资料说，在亚洲市场上，中国大陆及台湾地区、日本和韩国的企业都在扩大"四高"化纤的产量，这类化纤产品在它们化纤总产量中所占有的比重分别为：日本占 80%，韩国占 40%，中国台湾地区占 20%，中国大陆占 10%，其他亚洲国家和地区有的刚刚起步；整个亚洲市场"四高"化纤产量比重将迅速提高。

阿联酋簇绒地毯业发展势头极为迅猛

阿联酋簇绒地毯业近十年来发展迅速，仍有极大的发展潜力，前景广阔，将成为阿工业化及多元化经济中重要的环节。

阿联酋于十年前就开始了簇绒地毯生产。目前，阿地毯生厂主要在阿治曼、迪拜及阿布扎比，其产量占阿国内市场份额的 15%。除在国内市场取得了很大进展外，自 2000 年起其产品已出口东南亚、中东和西方国家，马来西亚成为阿联酋地毯的主要进口国，其它重要进口国包括日本、美国、英国、印度和伊朗。阿联酋已成为世界上簇绒地毯主要的生产国。

当地及中东地毯市场潜力巨大，随着伊拉

克重建的深入，市场需求将进一步拓展。阿国内市场对各类地毯的年需求量为 26000 吨。以合成材料制造的地毯占需求的一半，大部份为簇绒地毯。虽然对传统的手织地毯及羊毛地毯的需求也很多，但仍低于对簇绒地毯的需求。簇绒地毯以合成纤维为原料，根据其质量、设计及材料来源，价格不等，通常每平方米在 12-100 迪拉姆之间。就转口贸易来说，同样是簇绒地毯占的比例较大，然后是手工地毯。

随着阿石化工业的发展，丰富的原材料使阿簇绒地毯颇具竞争力，阿地毯业有望凭其竞争优势继续快速发展。

比利时邀请中国企业前往投资纺织业

比利时纺织品和服装的出口一般占比利时纺织服装业总营业额的 70%，纺织品出口额大于服装出口额约 1 倍，家用纺织品是比利时纺织产品主要的外销产品。2003 年，比利时家用纺织品的出口额约为 43 亿欧元，约占纺织品出口总额的 58%，充分显示了比利时家用纺织品在世界高档家用纺织品市场的霸主地位。比利时纺织服装产品大约 80% 输往欧盟市场。

比利时位于欧洲商业繁荣的中心地带，交通便利，基础设施健全，经济发达，劳动力受

教育水平高，具有完善的商业法规，政府还制定了一系列吸引外资的优惠政策，投资环境非常优越，目前纺织业是比利时较发达的行业，是比利时吸引外资的重点行业之一。

欢迎中国企业前往投资纺织业。

对此有兴趣的企业可直接与比利时驻华使馆商务处联系。

电 话：010-65324964

传 真：010-65326833

联系人：张雯

德国成功开发抗菌纺织品

德国耶拿大学研究人员用一种含有金属银的新型纤维和纳米复合抗菌材料织成的面料，给面料赋予抗真菌和细菌的医药作用。

据悉，用这种方法制成的米色 T 恤呈现银色的色调。经测试表明，这种纤维能够抵抗引起脚部真菌或是引发强烈瘙痒的酵母菌感染，

在纺织品中加入这种纤维的含量越高，抗真菌效力越强；同时，该纤维也能抗金黄色葡萄球菌、大肠杆菌、枯草杆菌等细菌。

该纤维可应用于日常生活用品，如适用于有神经性皮炎患者的床上用品、T 恤衫、衬衫、袜子、男女内衣等。

欧盟海关公布中欧协议类别清关率

(截至 2005 年 8 月 9 日)

据欧盟海关统计，截至 8 月 08 日，5 类(毛衫)清关率已达 177.72%，6 类(梭织裤子)清关率也已达 101.31%，7 类(女式衬衫)和 115 类(亚麻或苧麻纱)的清关率超过 79%，其他类别清关率相对较低。详见下表：

类别	商品名称	数量单位	6 月 11 日~12 月 31 日	6 月 11 日~8 月 09 日	清关率%
			设限数量	清关数量	
2 类	梭织棉布	公斤	26,217,000	8,311,615	31.70
4 类	T 恤衫	件	150,985,000	114,418,397	75.78
5 类	毛衫	件	68,974,000	122,538,510	177.72
6 类	梭织裤子	条	104,045,000	105,412,974	101.31
7 类	女式衬衫	件	24,761,000	19,758,339	79.89
20 类	床单	公斤	6,451,000	4,256,653	65.98
26 类	连衣裙	条	7,959,000	4,773,819	59.98
31 类	胸衣	件	96,086,000	72,197,059	75.14
39 类	桌布	公斤	5,521,000	3,059,101	55.41
115 类	亚麻或苧麻纱	公斤	1,911,000	1,515,331	79.30

数据来源：欧盟海关

缅甸出台进出口贸易新规定

为便利进出口贸易的健康发展，缅甸官方公布自 2005 年 7 月 7 日开始实行新的贸易规定。按照新规定，允许缅甸的出口收入外汇转账，同时取消过去实行的 80% 优先商品和 20% 自选商品的进口规定。

新规定可望在促进缅甸的进出口贸易方面发挥作用。按照旧的进口规定，出口收入的 10% 必须交税，进口商品的 80% 必须是国家规定的优先进口商品，自选商品额仅为 20%，同时，不允许将出口收入外汇转入进口账户上。

克罗地亚进口纺织品的标识规定

克罗地亚相关部门规定，在克罗地亚销售的进口纺织品必须带有以下标识：

1、缝制标签。必须包含布料成分（百分比）、保养方式、商标尺寸号。采用亮面丝绸材料（ATLAS 绸料）作为标签布，将标识内容用绣机绣制或用抗化学剂和热水的颜料印制在标签布上，缝在侧面显眼处。

2、悬挂标签。需包含上述缝制标签的所有内容，印制在卡片上用绳带悬挂。除了前面所述内容，还必须包含商品原产地、生产商和

进口商。

3、尺寸号。可以挂在缝制标签和悬挂标签上，也可以专门缝在显眼的地方。用绣机绣制或用抗褪色颜料印制，永久性地制在服装上。美国尺寸号或者欧洲尺寸号（字母）都必须用数字标明，例如 M-50。

我国相关出口企业应对克罗地亚有关纺织品标识规定有所了解，并且注意在从国内进货和在克罗地亚市场销售时遵照执行，保证对克罗地亚纺织贸易的顺利进行。

国际羽绒羽毛局修订检测新方法

近日，国际羽绒羽毛局（IDFB）2005 年年会在日本京都召开，来自 20 多个国家和地区的 160 多位业界人士参加会议。会议修改了旧的羽绒检测新方法，讨论通过了新的 IDFB 检测方法，并拟于今年年底正式实施。新方法的主要变化为：

增加检测样品的重量。原有的羽毛预分类成分分析检测时最多取 6 克样品进行成分测定（如 IDFB 试验规则第三部分所要求），这对于用来做羽毛原料或者水洗纯毛片的测试显然不够。新增加的羽毛预分类检测方法将检测的样品增加到 30 克进行预分类，分别拣出管状羽毛、长毛片、折断/损伤毛、陆禽毛、杂质、毛片等，该方法可以作为一个单独的测试（如纯毛片）使用或者与 IDFB 测试规则第三部分成分分析相结合。

增加平均毛片长度的检测。该测试方法规定了测量毛片长度的方法和毛片平均长度的结果计算方法，并将毛片平均长度的结果报告

标准化。

增加了蒸汽法的蓬松度前处理方法。此方法与滚动烘干处理方法可选择使用。蒸汽处理方法可以使经过压缩、长途运输、较长时间贮存等因素引起的羽绒蓬松度的下降基本恢复到它的原有蓬松度。该处理方法推荐在夹克和睡袋中使用。如果买卖双方能够达成一致，那么这个方法可以适用于任何羽绒制品。如果使用了这个处理方法，蓬松度测试报告必须标明“蒸汽法处理”。

增加了 Lorch 蓬松度测量仪的手动使用方法。现有的 Lorch 自动蓬松度仪存在价格高、维修难等问题，为此，IDFB 设计了一种手动测量装置，用于对自动仪器的校准和自动仪器损坏时应急用。这种方法使用现有 Lorch 圆桶，加装一个盖子和一个校准的标尺和活塞套件，此仪器与美国圆桶性能相同。

此外，本次年会还通过了 IDFB 试验规则的第一部分样品处理的条件，即实验室应保持

的温度为 20 ± 2 , 相对湿度范围由 $65\%\pm 2\%$ 调整为 $65\%\pm 4\%$ 。

中科院谷源洋教授谈汇率变动对纺织工业的影响

改革开放 20 多年来, 每一次的汇率变动都没有引起如此震动。就汇率变动究竟将对我国纺织品的出口以及今后纺织工业产生何种影响的问题, 中国社会科学院世界政治经济研究所谷源洋教授对此深入解说。

谷教授认为, 此次的汇率变动是在我国对外开放程度的不断深入以及我国加入 WTO 后对外贸易额逐年增长的背景下实行的。从 1978 年至 2004 年, 我国进出口总额增长 55.9 倍, 年均增长 20.72%, 远超过同期 GDP 年均增长幅度, 在世界贸易中所处地位不断上升, 已成为仅次于美国和日本的世界第三大贸易国。而在所有的贸易中, 纺织品成为我国创汇的主要产品, 且是我国实现贸易顺差的主要产品。这次汇率上调对纺织品的影响主要有: 第一, 将促使我国纺织品价值提高, 有助于扭转国际市场对我国纺织品的印象。长期以来, 我国纺织品以低价在国际市场上竞争, 即使是高质量的产品, 国内企业为了短期利益也不上调价格, 这是违背市场规律的。而汇率的上调将促使有竞争力的企业提高利润率, 逐步向高档市场发展。第二, 产品出口的卖价上升, 促使我国纺织工业必须要研究今后市场空间的开发。虽然我国企业有着良好的市场沃土, 但相对封闭, 不利于企业的发展。用技术、资金换取利润、资源、市场是发达国家长期运作的市场模式, 这对于我国纺织企业来说, 是今后开发国际市场所要走的路, 在这一点上, 日本就是一个例证。第三, 有助于理顺市场竞争机制。长期以来, 我国纺织业在参与国际市场竞争中, 良莠不齐的企业以竞相压价等为主要竞争手段, 而汇率的调整, 势必使竞争力差的企业淘汰出局, 从而理顺竞争机制, 改变企业的市场形象。

因此, 汇率的上调无疑会使有技术、有实力的纺织企业得到巨大的实惠, 更有助于提高他们的市场知名度。

谷源洋教授说, 我国对外纺织品贸易的发展, 主要是靠加工贸易带动的。改革开放以来我国加工贸易逐年发展, 到 2004 年进出口加工贸易占对外贸易总额的比重达到了 47.6%, 其中加工贸易出口额占出口总额的 55.28%, 在这中间, 尤其是以纺织品加工贸易的比例最为突出。

谷教授说, 加工贸易飞速发展的背后也留下了隐忧。首先是加工贸易的发展并没能带动国内其他产业同步发展。必须改变加工贸易的现状, 提升加工贸易的技术水平, 改变加工贸易在国内生产链条短、增加值幅度低的问题。

改革开放以来是我国的外贸依存度迅速上升的时期, 而且可以预见, 随着我国加入 WTO 以及融入经济全球化进程的日渐深入, 对外贸易依存度必将进一步提高, 甚至可能会遇到对外贸易依存度过高的问题。但是, 对于外贸依存度的认识, 不能仅从“对外贸易进出口总额的同时期 GDP”公式中得出结论, 因为对于外贸依存度的认识应该综合考虑我国的实际情况, 它要受到国内各种因素诸如经济总量、GDP 的构成、贸易商品结构、贸易方式等的影响。如果采用世界银行通用的公式, 再以购买力平价加以修正, 那么我国对外贸易依存度指标实际上仅为 20%, 远低于德国、美国、日本等发达国家。所以说对于我国出口大户纺织工业来说, 汇率调整对从事加工贸易的企业产生的影响将在日后进一步显现, 如不尽早改变这一格局, 那么纺织工业将步入低潮期。

■ 启示:

- 1、为扩大我会为企业服务的范围, 欢迎业内企业浏览我会网站 (www.ccpittex.com);
- 2、如有意成为我会会员, 请点击我会网站首页“会员工作”栏目, 了解相关内容。或直接与信息部联系 (电话: 010-85229397/85229645 传真: 010-85229196)。

中国纺织业正面临着大规模洗牌的变革和阵痛

中国的纺织工业经过 20 多年的快速发展，使中国成为了名符其实的纺织生产、纺织服装出口和纺织进口大国；市场在资源配置中起到了基础性作用，资本结构、地区布局发生了根本性变化；纺织科技的进步带动了行业结构、产品结构的调整，行业竞争力得到了提升。但随着后配额时代的到来，世界纺织服装贸易竞争更加激烈，而具有成本比较优势的中国纺织工业更是备受世界“关注”。

面对频繁的国际贸易摩擦和人民币汇率改革，中国纺织业的大规模洗牌已难以避免，中国纺织业正面临着大规模洗牌的变革和阵痛。

中国纺织业一方面要尽快适应以市场供求为基础、参考一篮子货币进行调节、有管理的浮动汇率制度。另一方面，要加快更新换代，向高精尖发展，逐渐抛弃高能耗的粗放经营模

式的服装企业，走增加附加值、高效益的道路。

币值预期对中国纺织业关系重大。对中国纺织品出口企业而言，央行 7 月 22 日晚间宣布人民币升值，意味着一个 300 万美元的出口信用证，一下被砍去 50 万人民币的净利润。在新的汇率机制下，进出口企业必须根据自己的合同需要锁定未来的汇率风险。进出口纺织品企业，必须尽快学会在外贸合同中增设附加条款以及采用套汇保值等金融工具来回避和降低汇率风险。对平均利润率仅为 3% 至 5% 的中国纺织业而言，对人民币汇率走势的任何判断失误都将会导致灾难性的后果。

目前中国一些有竞争力的大型企业正力图通过产品结构升级来消化因升值所带来的成本上升影响。但更多的中小企业将不得面临停工甚至被淘汰的命运。变革和阵痛必须正视。

20 家浙企获欧盟承认市场经济地位

中国纺织企业遭遇的最大一起国外反倾销案终于“尘埃落定”。浙江省外经贸厅公平贸易局有关负责人日前透露：欧盟已于近日向中方披露了 35 类化纤布反倾销案的终裁结果，浙江省 47 家应诉企业中，绍兴天源纺织印染有限公司等 20 家企业取得市场经济地位，绍兴华翔纺织有限公司等 18 家企业获得单独税率。

去年 6 月 17 日，欧盟对中国出口的 35 类化纤布提起反倾销调查，调查期内全国涉案金额高达 4.87 亿美元，涉案企业 942 家，是目前为止中国纺织业遭遇的最大一起反倾销案件。浙江省是主要涉案地区，涉案金额占全国的 2/3 强，涉案企业占全国的一半以上。

今年 3 月 15 日，欧盟公布初裁结果，浙江省 19 家企业获市场经济地位，18 家企业获单独税率。在初裁结果公布后，欧盟给出 30

天的评议期。在此期间，中国政府、行业协会、企业又积极争取，终于争得更为有利的终裁结果。

首先是税率进一步降低。此次浙江省应诉企业大都拿到了比初裁更为有利的税率，其中获得市场经济地位的企业税率由初裁时的 20% 降为 14.1%；获得单独税率的企业的终裁税率从 26.7% 到 46.4% 不等，也都有所降低。相比之下，9 家败诉企业和更多的不应诉企业则面临高达 85.3% 的反倾销税率。经过在评议期的积极争取，绍兴正大集团有限公司由初裁的败诉方变为市场经济地位的获得者。

此次浙江省共有 20 家企业获得市场经济地位。迄今为止，欧盟承认市场经济地位的中国企业还不到 40 家。这是浙江企业应对国际贸易壁垒的一次重大突破。

行业竞争加剧 产业升级迫在眉睫

商务部日前发布的一份调查报告显示，在

其调查的 84 种纺织品服装中 86.9% 的商品供

过于求。这个数字印证：在国内纺织品服装市场继续保持良好发展态势的同时，受欧美等国对我纺织品设限和贸易摩擦加深的影响，我国纺织业国内市场竞争进一步加剧，价格将进一步下降。

来自商务部的数据显示，2005年上半年，衣着类商品消费价格指数为97.9，比2004年同期下降2.1个百分点，而2004年同期衣着消费价格指数下降幅度都在2个百分点以内，说明衣着类商品价格下跌速度有加快的趋势。

由于征收出口税、转口贸易减少和中欧、中美纺织品贸易争端等因素，国内企业出口积极性受到影响，上半年纺织服装出口503.5亿美元，同比增长21%，低于2004年同期2.4个百分点。

商务部认为，下半年纺织出口市场不确定的因素依然很多，中欧纺织品贸易争端刚刚得到解决，中美纺织品贸易问题至今仍在磋商中，欧盟新近又宣布对中国鞋类商品采取限制措施，将迫使一些出口企业从内销市场寻找出路，因此国内市场压力增大，尤其是中低档市场。

不可否认，我国纺织业在快速发展的背

后，也存在一些不容忽视的问题，如：我国纺织品增长方式仍以粗放型为主，研发、技术投入不足；出口产品以定牌、贴牌为主，自有品牌少，企业只赚取少量加工费；随着近年来纺织出口企业数量大幅增长，出口产品价格竞争日趋激烈；部分企业出现低值报关等不规范行为。

中国作为世界最大的纺织品出口国，应对后配额时代必然出现的全球加工能力过剩，利润空间缩小，技术竞争激烈，以及国内改革和可持续发展的种种矛盾和困难，中国纺织业将走上科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、劳动力资源优势得到充分发挥的新型工业化道路。

越来越多的人意识到，在经济全球化的今天，简单的数量增长已不是中国纺织品出口追求的目标；抓住一体化机遇、实现纺织品出口的可持续发展才是正确的发展方向。

84种纺织品近9成商品供过于求，无疑再次为我们敲响警钟。提升产业结构，立足国内市场，优化出口产品结构，加强自律，创造良好的贸易环境，中国纺织才能在国际舞台上坦然迎接挑战。

2004年中国依然是纺织机械最大买家

根据全球70家最主要的纺织机械制造商提供的信息，国际纺织机械制造联合会(Imf)统计年报称，2004年全球纺织机械的销售量有很大发展，但是各种机型间销售不平衡，中国依然是最大买家。

棉纺机和其它短纤维纺机的销售量与2003年相比没有变化，约820万锭。总量的92%销往亚洲，而2003年亚洲只占总量的88%。其中销往中国的占一半以上，约450万锭；其次为巴基斯坦，140万锭，但是比2003年增加2倍多；第三位是印度，74.5万锭；土耳其44.8万锭；孟加拉43万锭。

毛纺机和其它长纤维纺机的销售量减少19%，共计19.6万锭。但是，中国和伊朗对这种纺机的投资却在增长，中国购买了9.7万锭，增长18%；伊朗4.1万锭，增长64%，分别成

为全世界购买这种纺机的前一、二名。而2003年购买量最多的土耳其，却在2004年减少了73%。总量上，亚洲从占销售量的51%增长至占72%。

对聚酰胺纤维和聚酯纤维进行变形工艺处理的纺织机械，在2003年达到销售高峰后，2004年全球需求量减少。但是，中国仍然是最大的买家，占全球购买量的70%。

织机的销售量比2003年好，无梭织机的销售量增长5%，达6.55万台，其中约88%销往亚洲，仅中国就买了4.8万台，占总量的74%。与2003年相比，中国在这方面的投资增长9%；印度增长240%，但是在很低的基数上（只有2100台）；意大利购买了1650台，比2003年增长28%。相反土耳其和巴基斯坦的购买量明显减少，分别减少44%和20%。

国内纺织品商品市场需求减弱

商务部日前发布的《600种主要消费品和300种主要生产资料商品供求状况调查报告》称国内600种消费品市场中，纺织品、家电、鞋等商品市场需求减弱，供大于求趋势明显。

近期以来，以住房、轿车为代表的消费升级商品市场销售放慢，产销大幅回落，影响到了家电、纺织品、家具、五金电料等商品的供求关系。

资料显示，今年上半年我国商品房市场增幅同比大幅度回落，住宅施工、竣工和销售面积前5月同比分别下降9.9、2.3和16.1个百分点。住房成交面积增幅明显小于去年同期水平。

专家预测，下半年，受持币观望等因素影

响，商品房销售短期内难有大的改观，而国内家电、五金、纺织企业前段时间由于盲目建设，产能严重超过目前的市场需求，考虑到企业对市场变化的反应还有一个滞后效应，预计对家电、五金、纺织市场销售的影响会进一步显现。

此外，由于受征收出口税、转口贸易减少和中欧、中美纺织品贸易争端等因素影响，一些出口企业将不得不从内销市场寻找出路。

商品市场供求关系的变化将直接影响到企业的生产效益和生产模式的调整。部分纺织消费品的供大于求，将带来企业或行业的亏损和产能闲置，并将影响就业。这促使企业将改变产品结构，生产具有更高附加值、更具市场竞争力的产品。

人民币升值 各类企业反应不一

今年7月21日起，人民币对美元升值2%，同时不再盯住单一美元，形成更富弹性的人民币汇率机制。各类企业和专家对此次人民币升值反应不一。

人民银行南京分行有关人士 此次央行汇率调整，虽然幅度小，却是一个很大的政策变动。调整人民币汇率的主要目的，是为了提高金融调控的主动性和有效性，加快转变外贸增长方式，提高企业的国际竞争力和抗风险能力。人民币升值会使企业成本提高，产品的国际竞争力下降。这将迫使企业加强内部管理、提高效益、调整产品进出口结构，努力增加产品的附加值，走集约化发展的路子。

中国纺织工业协会 人民币升值是一个不可阻挡的趋势，但我们也希望政府能够把这种以市场供求为基础的有管理的浮动汇率制度的功能充分体现出来，使汇率浮动在企业能够承受的范围之内。

面对人民币升值所带来的压力，企业没有必要只是怨天尤人，也并不意味着行业会无法生存；小幅度的升值长期而言也有利于保持进出口基本平衡，并以此为契机，促使企业转变经营机制，加快转变外贸增长方式，提高国际竞争力和抗风险能力。对纺织企业来说，关键

在于自身的调整，最根本的还是要在产品附加值上下功夫，提高产品卖价水平，同时在合理降低相关成本的条件下，降低换汇成本，把换汇成本控制在升值以后汇率水平的范围之内。只有这样，企业才能承受更大的压力。

山东樱花集团总经理 樱花集团95%的产品都是直接或间接出口，人民币升值肯定会给企业带来利润损失。虽然企业事先做了一些风险防范措施，如在接单上尽量不接数量太大和周期太长的单子；在产品价格方面适当上调增加一些利润，还有就是尽量在原料进口上实行短周期的规模加大等，但保守估计企业也要损失几十万元，这还不包括对企业将来的影响。

江苏省纺织集团总工程师 人民币升值后，企业在签订出口合同时，自然会把增长的成本加入价格中。价格的上升会导致竞争能力的下降，出口增幅的减小和企业利润的降低。因为此次升值的幅度很小，影响并不大。从纺织企业经营的角度看，与产品成本相关的因素是多方面的，棉花价格上涨可能对企业成本影响更大。

人民币升值后产生的传导作用，具体到纺织产业链中的出口企业，所受影响会因为出口产品的不同而不同。如果生产的产品在国际市

场上没有替代品，这类企业的市场竞争力不会降低。比如说，我国的纺织行业工人心灵手巧，生产的服装品质高，在国际市场具有很强的竞争力。同时，服装成衣类出口企业又是劳动密集型企业，我国的劳动资源与其他国家相比，也具有明显的优势。由此看来，服装出口企业受到的影响并不大。而对于纱、布出口企业来说，自动化生产减少了工人数量，且这类产品在印度、巴基斯坦等国都有大量替代品，人民币升值就会受到较大的影响。总体来说，我国主动调整人民币汇率，对于企业来说，比被动受国外制裁产生影响小得多。

中纺总公司棉花进出口公司工程师 人民币升值肯定会降低棉花进口价格。但棉花进口价格主要取决于市场供求关系，而不单单受汇率的变动影响。近几年我国的棉花进口量都很大，今年也存在比较大的供求缺口。因此，进口棉价受人民币汇率变动的的影响微乎其微。

江苏晨风集团总经理 人民币升值对企业出口短期内不会有影响。三个月之后，当企业手头已签订的合同基本完成后，汇率调整的影响肯定会产生。他说，由于企业从各种渠道企业获取的信息有很大差异，企业最关心的是人民币是否会持续升值。

舜天国际集团副总裁 因为目前还没有

结汇的贸易，每个美元的交易额损失 0.16 美元。预计今年后 5 个月出口额在 4 亿多美元，我们将跟客户协商，提高产品出口价格。但总体而言，企业成本上升，因为 75% 的业务是出口。舜天国际集团在春节的时候就对人民币升值做了思想准备，一方面提高卖价，另一方面对于未结汇的贸易，我们与银行商定，采取锁定汇率，或者与客户商定共担风险或收益。因此受人民币升值影响不算太大。

南京大学商学院教授 本轮人民币升值产生的连带效应可能导致出口企业效益下降，也会影响某些产业的就业，宏观上可能带来不景气。另一方面，我国的经济增长这两年越来越依赖于境外的原材料进口，如石油、矿产等能源和资源，人民币升值使进口成本下降，有利于提高企业单位资本的效益和附加值的增值率，有利于我国转换经济增长方式。对海外并购、投资也有利。此外，目前最危险情形是市场形成强烈的升值预期。由于境外对人民币的升值预期仍然很大，如果大量热钱继续涌入国内市场从事投机炒做，会对商业地产、旅游业等多个行业的发展造成不良影响。他建议相关部门对国际热钱的投机性行为加大监管力度。

国家发改委出台我国纺织工业研究报告

国家发展和改革委员会近日出台了我国纺织工业研究报告，就我国纺织工业布局 and 结构现状、存在问题进行了分析，并提出了政策措施建议。

报告列举了四大问题：

科技开发能力不强，缺乏发展后劲；
国际原料资源依存度高，制约行业发展；
产业的社会化服务水平较低，行业自律有待加强；
中西部纺织发展滞后，产业比重逐步下降。

针对纺织工业存在的问题，报告明确提出

了纺织工业发展政策建议：

- 1、做好《“十一五”纺织工业发展指导意见》编制工作
- 2、积极促进纺织工业技术创新能力的提高
- 3、稳定纺织纤维原料供应
- 4、加强公共服务体系建设，促进产业升级
- 5、积极推动中西部地区纺织产业的发展
- 6、发挥中介作用，规范企业行为

据了解，此报告日前已经上报国务院供政府决策参考。

展会知识产权管理办法将出台

最近商务部、国家知识产权局、国家商标局、国家版权局等四部门专业人士对《展会知

知识产权保护管理办法》草案的框架及其条文进行了充分而热烈的讨论，最终达成了一致意见。该《办法》不久将在网上进行公布，供社会公众讨论，并于年底前以部门规章的形式联合下发。

该《办法》分六个部分，包括总则、投诉机构、展会期间专利保护、展会期间商标保护、展会期间著作权保护和法律责任。适用于我国境内举办的各类经济技术贸易展览会、展销会、博览会、交易会、展示会等。主要规定了

展会参展单位或个人侵犯他人知识产权纠纷的处理便捷程序以及相关法律责任，特别是对展会主办方明确提出了注意义务，要求在展会期间设立知识产权投诉机构，以便于进一步加强展会期间专利、商标、版权管理部门的执法效率。

该《办法》的出台，将对加强展会期间知识产权保护，规范会展业秩序，进一步推动会展业的健康发展有着重要意义。

“中国制造”在升级

中国纺织业的竞争力不仅来自其廉价的劳动力，而且越来越得益于先进的技术与管理。

拥有 6000 名员工、40 万平方米厂房、1600 台针织机和自己的发电机，广东东莞的福安纺织印染有限公司正是凭借先进的技术与管理，成为中国纺织业的巨头。福安纺织印染有限公司有数百名实验室技术员，他们通过电脑测试纤维，在数十种不同的洗衣机上试验新型布料。他们的客户包括著名内衣制造商“维多利

亚的秘密”、连锁店巨头沃尔玛等。

著名时装公司利兹·克莱伯恩的副总裁鲍勃·齐内说：“服装界的人都知道，你能用最少的钱从中国买到最好的、最可靠的产品。他们会变得越来越先进，越来越有竞争力。”

在激烈的竞争中，中国纺织充分认识到先进的技术与管理是提高竞争力的根本途径。“中国制造”纺织品在升级。可以预见，在不远的将来，中国将成为为高档制衣提供合成面料的主要出口商。

中国纺织工业协会举行 “2005 中国纺织服装行业竞争力发布会”

8 月 9 日，由中国纺织工业协会主办的“2005 中国纺织服装行业竞争力发布会”在人民大会堂举行。杜钰洲会长在发布会上发表了以“成长力、竞争力”为主题的讲话，商务部官员、行业领导、清华大学的学者及企业代表就当前行业热点发表了讲话。

杜会长指出“我国纺织行业已经进入历史最好的发展时期，中国纺织行业的综合竞争力正呈现全面提高的势头，纺织品竞争优势已经不完全体现在低廉的价格上，其本身所包含的文化、科技含量以及营销手段都比从前有较大进步。”

杜钰洲会长在发布会上还批驳了外界认定中国纺织业发展很大程度依赖出口国际市场的说法。他说，拥有 13 亿消费者的国内市场是拉动中国纺织行业实现高增长的第一动力，内需的强劲拉动远大于出口。中国纺织品企业针对欧盟、美国的频繁设限，可以谋求“西方不亮东方亮”，在国内市场寻得发展空间。

杜会长同时指出，产业升级和产品结构调整仍然是中国纺织行业要接着做下去的事情，因为在当下国际贸易摩擦和人民币升值的双重压力下，这是突破重围的一剂良方。

● 家纺展专题

《中国国际家用纺织品及辅料博览会 关于知识产权保护的上海宣言》

2005年8月23日至25日,在第十一届中国国际家用纺织品及辅料博览会(interTEXTILE-home)在上海举行之际,我国首次由行业协会发起、由我国企业踊跃参与的知识产权宣言——《中国国际家用纺织品及辅料博览会关于知识产权保护的上海宣言》将在展览会期间发布,并发起中国家用纺织品企业踊跃签署。

《上海宣言》的主要内容:中国家用纺织品企业将充分尊重并维护知识产权、反对任何侵犯知识产权行为、遵守中国与知识产权有关的法律、法规、规章及有关国际公约,并遵守展览会上有关知识产权的规则,杜绝在展览会

期间侵犯他人知识产权的行为;中国家用纺织品企业之间加强行业自律,鼓励原创设计;在中国家用纺织品企业中加强有关知识产权的宣传教育工作,加强国际合作,促进正常的贸易发展。

通过对本次宣言的签署及发表,将大大促进中国纺织行业知识产权意识的提高,树立中国纺织企业在知识产权保护方面的良好形象,向国内外充分展示interTEXTILE-home在知识产权保护方面所做出的不懈努力,同时也将有力地配合中国纺织工业协会在行业加强知识产权自律以及我国政府加强知识产权保护的工作。

● 家纺展专题

加强知识产权保护 是中国家用纺织品行业发展的必然要求

中国纺织工业协会副会长、中国家纺协会理事长杨东辉关于家纺展《知识产权宣言》接受记者采访时指出加强知识产权保护是中国家用纺织品行业发展的必然要求。

中国家用纺织品的生产已经有几百年的历史。近几十年以来,特别是进入二十一世纪以来,随着我国人民生活水平的不断提高和人们对美好家居生活的不断追求,家用纺织品日益成为我国居民的消费热点,更是实用性与艺术性完美结合的生活消费品。人们不但使用家用纺织品家用功能,还要追求它的时尚和品味,它凝聚了创作者智慧、灵感、以及辛勤的劳动。创作者为创造出更美、更精致、更符合人们家居需要的家用纺织品所付出的劳动,理应得到法律的适当保护。知识产权正是这样一种能够充分保护家用纺织品创作者创作成果的法律制度。我们对知识产权的充分保护,就是对家用纺织品创造者劳动成果的充分尊重,

是对家用纺织品创造者智力劳动的充分鼓励,也是对广大消费者能够享受到更加丰富多样的家用纺织品、使我们的家居更加美好的有力保证。

同时,在纺织品配额取消后的今天,中国纺织品出口还面临着一些国家实施贸易保护主义的威胁。2005年以来,包括欧美在内的多个国家、地区,利用保障措施等手段频繁地对我国纺织品出口实施限制措施,阻碍了我国纺织品的出口,损害了我国纺织服装企业的切身利益。面对某些国家对我国纺织品实施的贸易保护主义措施,我们一方面要积极应对、在国际贸易的舞台上据理力争,更重要的还是要加快我国纺织工业的产业升级,提高我国纺织产品的产品档次,从而真正提升纺织企业的竞争力,使中国的纺织企业在国际竞争中立于不败之地。要做到这一点,加强知识产权保护、鼓励企业提高自主创新能力、培育企业的自主设

计能力和自有品牌，就成为促进我国纺织工业产业升级的重要举措。家用纺织品行业是纺织工业的重要行业之一。原创设计的水平直接关系到家用纺织品行业的发展层次，知识产权与家用纺织品行业的发展息息相关。在国际贸易大环境对我国纺织品存在诸多不利的今天，面对家用纺织品日益激烈的市场竞争，中国的家用纺织品行业已经充分认识到只有提高企业的原创能力，才能促使企业生产出更多具有高附加值的产品，从而使中国企业真正走上以“质”取胜的道路；而只有切实加强知识产权保护，才能促进企业原创能力的提高。中国家用纺织品行业知识产权水平的提高，将不仅仅促进家用纺织品一个行业的升级，还将大大推

动我国纺织工业全行业的发展，提升整个纺织工业的竞争力。

因此，加强知识产权的保护，是我国家用纺织品行业自身发展的需要，也是我国家用纺织品行业整体产业升级的要求。我国家用纺织品行业要将知识产权保护工作作为全行业的重点工作之一来抓，要为中国整个纺织工业知识产权保护水平的提高起到推动作用。我们在今天与中国国际贸易促进委员会纺织行业分会联手推出的《中国国际家用纺织品及辅料博览会关于知识产权保护上海宣言》正是在我们国家越来越重视知识产权保护、我国纺织工业将要全面升级、我国家用纺织品行业需要长远发展的大背景下出台的。

● 家纺展专题

充分利用展览会加强知识产权的宣传、教育和普及

我国首次由行业协会发起、由我国企业踊跃参与的知识产权宣言——《中国国际家用纺织品及辅料博览会关于知识产权保护上海宣言》将在第十一届中国国际家用纺织品及辅料博览会（interTEXTILE-home）上发布，并发起中国家用纺织品企业踊跃签署。就这一活动，展会主办单位之一的中国国际贸易促进委员会纺织行业分会秘书长杨兆华接受了记者采访，下面是采访摘要。

一、展览会知识产权保护的重要窗口

经过十多年的发展，包括中国家用纺织品及辅料博览会在内的多个展览会已经成为吸引国内外大批参展商、专业观众的国际性展览会。这些展览会是生产商生产的各种产品的集中展示场所，也是生产商和采购商、贸易商之间进行贸易、特别是国际贸易的良好平台。

随着近年来中国纺织服装工业的发展，特别是在全球纺织品配额取消后中国纺织品服装出口出现的较快增长，都使包括家纺展在内的各个展览会成为中外纺织业界、特别是外国纺织业界关注的焦点。外国纺织业界透过展览会，关注的不仅仅是产品，也越来越关注通过展会所显示出来的贸易环境以及在中国可能获得的贸易机遇。因此展览会已经不仅仅具有

向购买者展示商品的功能，在国际贸易高度发达、纺织品服装产品在我国对外贸易发展中占有重要地位的今天，展览会还被赋予了展示中国纺织品贸易环境和提供更多贸易机会的功能。因此，作为主办方我们也不仅仅满足于单纯地为参展商展示商品提供服务，更重要的是还要进一步提升展览会的形象，使我们的展览会真正成为符合国际贸易各种规则与惯例的国际贸易的桥梁，而非简单的商品买卖平台。

知识产权作为一种无形财产，长期以来在国际贸易中就受到高度的关注。家用纺织品作为一种能够将功能性与艺术性相结合的商品，知识产权具有特别重要的意义。随着知识产权对商品买卖过程的影响越来越大，知识产权不仅关系到产品设计者的合法权益，还会影响到贸易过程的顺利进行。不仅产品设计者或者知识产权拥有者不能容忍任意侵犯其知识产权的现象，采购商、特别是国际采购商也会要求购买的产品没有侵犯他人的知识产权。应该说，知识产权和技术标准、社会责任标准等等，已经一道成为采购商是否决定采购某种商品的重要原则。我们作为主办方，要求参展商展示出来的当然是参展商提供的、符合包括知识产权要求等各项标准的产品。因为这样的商品

才是今后国际贸易的主要对象，为这样的商品提供充分的展示机会才能促进健康、有序、公平的国际贸易。

为此，我们深刻地体会到展览会已经成为展示我国知识产权保护状况、加强知识产权保护的重要窗口。随着我国国内企业自主创新能力的提高和知识产权意识的加强，展览会期间的知识产权保护状况不仅受到海外企业、也日益受到国内企业的关注。我们选择在家纺展举行期间发表《中国国际家用纺织品及辅料博览会关于知识产权保护的上海宣言》，就是要向中外参展商以及专业观众，乃至国内外纺织界的同行们，表明我们作为展览会主办方的鲜明态度：我们坚决反对任何侵犯知识产权的行为，在展览会期间我们会努力维护参展商、专业观众的知识产权。我们通过展览会要向国内外纺织业界展示的，不仅仅是设计优美、质量上乘的产品，我们还要展示出中国良好的知识产权保护环境和公平的贸易环境，树立中国纺织业界保护知识产权的良好形象，增强国外同行在中国开拓贸易领域的信心。

二、中国已经建立了比较完善的知识产权制度，能够为中外参展商提供比较全面的知识产权保护

从 20 世纪 80 年代改革开放时期初期，中国有关知识产权的法制建设就已经开始。通过借鉴国际公约、条约以及其他国家在支持产权立法保护方面的先进经验，中国已经不断建立健全了知识产权法律体系，为包括纺织工业在内的各个行业知识产权的发展提供了强有力的法律保证。到目前为止，中国已经颁布的多部法律、行政法规、部门规章、地方规章都涉及到对纺织行业知识产权保护的规定。例如《著作权法》以及《著作权法实施条例》中对于“美术、摄影作品”以及“工程设计、产品设计图纸及其说明”著作权的保护，《专利法》、《专利法实施细则》中对于发明、实用新型和外观设计的保护，《商标法》、《商标法实施条例》、《驰名商标认定和保护规定》、《集体商标、证明商标注册和管理办法》等法律法规对商标的保护，等等。我国《外贸法》及《知识产权海关保护条例》还对国际贸易中涉及的与知识

产权有关的法律问题进行了规定。

在不断完善国内法律体系的同时，中国还相继参加了一些主要的知识产权保护国际公约、条约和协定。与纺织行业知识产权保护密切相关的国际条约及协定就包括：《保护工业产权巴黎公约》、《商标国际注册马德里协定》、《保护文学艺术作品伯尔尼公约》、《世界版权公约》、《国际专利合作公约》等等。特别是在 2001 年中国加入世界贸易组织以后，中国也同时加入了世贸组织《与贸易有关的知识产权协定》，中国的对外贸易应当在尊重知识产权的法律轨道上进行。

在此还要特别指出的是，中国政府目前对展览会期间的知识产权保护也相当重视。中国政府为了加强知识产权保护工作专门成立国家保护知识产权工作组，并将各类展会作为保护知识产权的重点环节之一。作为举办展览会比较密集的地区，上海市还率先颁布了《加强展览会专利保护实施细则》，成为目前为止第一部专门规范展览会期间知识产权保护的地方法规。作为主办方，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会也在加紧制定有关的规则，强化在展览会期间的知识产权保护工作。

从以上的介绍可以看出，在中国对于知识产权保护的法律体系是比较完善的。在此要特别指出的是，在几天来，中国通过司法及行政渠道，加大了对知识产权违法行为的执法力度，有力地维护了知识产权所有人的合法权益。参加家纺展及其他展览会的参展商，特别是海外参展商，应当对中国的知识产权保护工作抱有信心。我们认为，无论是海外参展商、还是国内参展商，都应当由理由相信：他们的知识产权是可以在展览会期间得到充分保护的。

三、家纺展主办方采取有效措施在展览会期间保护知识产权

中国国家用纺织品及辅料展览会的举办已经有了十年的历史。作为家纺展的主办方，一贯高度重视展览会期间的知识产权保护工作，一直把维护参展商合法权益、努力提供公平、健康的贸易环境作为主办方的重要工作来

做，特别是在近几年来，我们作为主办方为加强展览会的知识产权工作也付出了巨大的努力。

首先，我们已经连续几次在家纺展期间聘请国内知名的法律专家举办与知识产权有关的法律讲座，在中国企业中大力普及知识产权知识，宣传知识产权保护的重要性。2004年，中国国际家用纺织品及辅料博览会第一次与中国国际纺织面料及辅料博览会分开举行。在2004年家纺展期间同时举办的中国家纺发展论坛上，知识产权作为其中一个重要的演讲题目，着重向中国家纺企业进行了推广、介绍。

第二，主办方与上海市版权局的执法人员共同在展览会现场组成了知识产权咨询办公室，负责处理在展览会期间出现的与知识产权有关的法律问题。

第三，我们将加大对侵犯知识产权现象的惩处力度。我们在招展的过程中，就要求参展商承诺遵守与知识产权有关的法律法规。如果

我们发现参展商又侵犯知识产权的现象，我们将中止他的参展资格。同时对参展商的知识产权状况进行纪录，不允许在这方面纪录不佳的参展商今后继续参展。

应当说，通过近几年的不懈努力，家纺展的知识产权保护工作已经取得了很大的进展。许多参展商都会在自己的展品前面出示出有关的知识产权证书等法律文件，参展商在遇到知识产权纠纷事业更加理性，更懂得如何利用法律武器维护自生的合法权益。我们现在要在上海家纺展期间发表这样一个与知识产权有关的宣言，就是要把这种良好的发展势头推动下去，进一步凝聚企业保护知识产权的共识，把个别企业维护知识产权的行为扩展为展览会全体参展商的共同行为，从而使我们的展览会更加规范化，为参展商提供更高品质的服务，从而为促进纺织品国际贸易的发展和中外纺织业界进一步的交流与合作做出更大的贡献。

● 家纺展专题

“设计大赛”彰显品牌效应

作为“中国国际家用纺织品及辅料博览会”重头戏的“中国国际家用纺织品设计大赛”本届已是第三年举办。

仅仅经过两年的培育，大赛已逐渐做出了品牌效应，越来越多的企业、设计师积极参赛。

本届大赛中，组委会收到了来自 1228 名参赛者的 2925 件作品，参赛人数比 2004 年增长了 13%。往年没有参赛的省份如新疆、云南等都给予了极大的参赛热情。这种积极主动性反映了在当前的大背景下，设计和创新已经成为行业提升不可或缺的部分。

主办单位举办“中国国际家用纺织品设计大赛，”旨在鼓励和推动家用纺织品设计的原

创和创新，转变了人们在家纺产品设计、品牌等一系列相关概念上的认识。与以往相比，参赛作品进一步体现了原创精神和创新精神，无论是创意、构图、形态、色彩、表现技法，还是材质、工艺、技术上均有创新，新疆地区的参赛作品以其浓郁的民族风格也给大赛增色不少。

通过设计大赛这一平台，不仅展示了国内设计师的才华，也使中国的家纺设计师在设计手法和设计理念上更进一步与国际接轨，提升我国家纺产品的设计水平，同时也标志着中国家纺行业设计时代的到来。

我会富荣沛副会长率团访问亚非三国

我会副会长富荣沛和中国纺机协会副理事长兼秘书长王树田等一行于7月中下旬先后访问了土耳其、肯尼亚和南非三国。

此次访问期间，代表团拜访了土耳其纺机展、无纺布展组委会的主席 NECIP GUEY 先生和副主席 UMIT VURAL 先生，并现场参观了

正在举办的无纺布和产业用品展，双方友好地交换了纺机市场的相关信息并对相互组团参加对方主办的 2006 年纺机展达成了共识，土耳其方面还表示可以组织土耳其的专业观众到北京参观 CITME2006。

肯尼亚方面为接待代表团的来访做了充分的准备，专门邀请了在当地颇具规模的企业参与会谈。肯尼亚方面希望我们在当地举办纺机展并欢迎中国企业去肯尼亚投资设厂，我方表示可以请肯尼亚方面组织专业观众参观

CITME 及中国企业，并为双方的合作提供方便。

在与南非豪登省经济开发署的会谈中，他们着重介绍了南非的投资环境和优惠政策并表示欢迎中国企业参与投资。我方也表示要加强两国间的信息互通与交流，特别要加强企业间的合作。

第十届中国国际纺织机械展览会将于 2006 年 10 月 17-21 日在北京·中国国际展览中心如期举行。

杨秘书长就第十一届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会接受采访

第十一届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会将于 10 月 26-29 日在上海新国际博览中心举行。我会作为国内展商组织者多方努力，提高博览会服务工作，记者就此采访了我会秘书长杨兆华先生。

◆ 十年风华 做大“分子”

自 1995 年到 2005 年，中国国际纺织面料及辅料博览会已经度过了 10 个春秋。在展商组织、活动策划、专业观众邀请等方面，已经发展的相当成熟，成为亚洲最大、世界知名的纺织面辅料品牌展会。总结 10 年的发展，杨秘书长认为提供优质的服务是组委会最重要的优势，而体现在今年秋冬季面料展主要有以下几方面：

◇ 扩增场馆提供广泛空间

今年秋季的面料展可依然火爆，为此主办方申请增加了两个临时展馆，参展总面积达 6 万平方米，比去年增长了 30%。尽管如此，在压缩部分企业的申请面积情况下，仍有部分企业参展要求无法满足。这得益于我国面料行业的发展，同时也证明了国产面料质量水平的提高。

◇ 增加辅料展商方便买方

本届展会参展类别中辅料产品增长较快，参展面积由去年的 105 平方米增加到今年的 267 平方米，增长了 250%，展商从 3 年前大约只有 10 家发展到现在约 100 家。这既反映

了产业的发展，同时也体现了展会调整的结果。但还远没有达到理想状态，主办机构今后将对此类展商继续倾斜。

◇ 进一步完善“特邀买家日”

作为已经成熟的品牌展会，今年面料展将重点完善“特邀买家日”活动的服务。首先在展前细致做好流程的设计、买家筛选和宣传工作，以期展商和观众都能在参展前做到清楚了；其次在请柬印刷和发送方面有所区别，以前所有的请柬都是相同的，只在邀请函上注明 26 日为特邀买家日，参观者对自己是否应为特邀买家身份辨认不清，因此今年主办方发送给特邀买家的将是 26 日的邀请函，而一般观众的将是自 27 日开始的邀请函，这样从邀请函上可以直接为参展商和买家提供更好的服务；再有就是采取预登记的方式。除了现有的买家数据库以外，主办方还通过发送电子邮件来邀请和筛选特邀买家。

◇ 注重细节体现人性特色

主办方还将从细节处为观众提供更加周到的服务，体现人性化特色。比如在参展平面图上将按不同颜色区分不同展区区域。杨秘书长进一步强调，展会不仅要促进实物贸易，更要促进信息交流。因此展会期间还将继续组织博览会论坛和流行趋势发布，通过现场的产品信息交流，促进对产品的了解和流行趋势的把握，为展商和采购者架起沟通的桥梁。

第十一届中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会 法律讲座演讲人及题目（暂定）

1、黄文 中国国际经济贸易仲裁委员会副秘书长 仲裁员

题目：纺织业国际贸易风险防范与对策

Mr. Huang Wen Deputy Secretary General and Arbitrator of China International Economic & Trade Arbitration Commission, Shanghai Commission

Topic: The Prevention and Resolution for the International Textile Trade Risks

2、程伟 纪凯知识产权代理有限公司高级合伙人 专利商标律师

题目：面料著作权交易中的法律争议及其防范

Mr. David W. Cheng Senior Partner of Jeekai

& Partners and Patent Attorney

Topic: The Legal Disputes Related to the Transaction of Copyrights for the Textile Material Trade and its Prevention

3、黄晓亮 中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

题目：国际纺织品服装贸易争端的新变化与中国外贸政策的新趋向

Mr. Huang Xiaoliang The Sub-Council of Textile Industry, CCPIT

Topic: The Updating Changes of the International Textile and Clothing Trade Disputes and the New Trends of the Chinese Foreign Trade Policy

【贸易与合作】

◇ 罗马诺集团 (Grupo Romano)

合作项目：希望有一家中国纺织品公司利用它们的生产基地参与生产织物结束，完成阶段向美国市场出口。

成立日期：1952年

年度销售额：两千万以上美元

主要国外市场：美国，南美，欧洲

生产基地：Tepetzotlán 市、Toluca 市和 Naucalpan 市（墨西哥州）

主要产品：织物，线，牛仔裤，华大呢大衣，开司米织物等。

电话：(0052-55) 53588344

网址：www.gruporomano.com.mx

日本求购：T 恤衫

联系人：Mr. K Satoh

公司：TRADE CONNECTION

地址：7-20-13-506 Toshima Kita-ku Tokyo 114-0003

Japan

电话：81-3-39141733

传真：81-3-39141736

印度求购：棉针织布头

联系人：Mr. M.thennarasu

公司：Tyner Trendz

地址：20 sakthi nagar tirupur, tn India

电话：91-421-5524-517

传真：91-421-5524-517

美国求购：涤棉弹力布

联系人：Mr. GULVINDER WADHWA

公司：INFASHIONS INC

地址：1407 BROADWAY # 2316, NEW YORK,

United States

电话：1 646 7280360

传真：1 646 7280361

意大利求购：针织布

联系人：Mr. Antonella C.

公司：Itc International Trade International

地址：Cis Nola Isola 6 - Lotto 635, NOLA NAPLES, ITALY

电话：39 081 5109271

传真：39 081 5109439

土耳其求购：棉织物

联系人：Mr. Celil OZTEKIN

公司：Rojemprime

地址：Fidan Sokak4/2 Merter Istanbul, Turkey

电话：90-212-641-2173

罗马尼亚求购：棉布

联系人：Mr. Monica Boulean

公司：Marcotex

地址：Dimbovitei, Arad, Arad, Romania

电话：40 257 273933

传真：40 257 206464