

纺织贸易

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

2008 年第四期
(总第 161 期)
2008 年 4 月 15 日

-
- ◆.....◆
- 【关 注】 P2 化解危机 挑战未来
- 【国际市场】 P4 日本染色协会谋求与上下游企业合作
P4 美日合作研发循环再生面料
P4 2008 年我纺织品出口美、欧、日前景值得期待
- 【政策法规】 P5 中国纺织企业社会责任管理体系 CSC9000T: "2008 计划"
目标确定
P5 2008 年 4 月 1 日起海关实施新的企业分类管理办法
P5 2008 年 3 月 1 日起实行印染业准入条件
P6 欧盟制定纺织品名称与标记新规
P6 南美五国发布纺织品标签新法案
- 【行业动态】 P7 用工问题影响纺织企业发展
P7 2008 年 1-2 月我国纺织行业运行特点
P8 我国纺织品服装 2 月出口下降 3 月出口升五成
- 【会员新闻】 P9 维科吸湿排汗面料新产品通过省级鉴定
P9 政府领导关切如意科技集团毛纺织股份有限公司
- 【展会专题】 ❖ 三月北京 五大展会联袂登场
P10 徐迎新：行业升级 展会责任重大
➤ 2008 中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会
P12 时尚与科技同行

- P13 **参展商畅谈 08 北京春夏面料展参展效果好**
- P15 **新品云集 创新成果闪亮**
- P15 **08 春夏面料展：功能性纺织品 改善生活质量**
- P17 **08 春夏面料展：绒感面料 温暖的流行**
- P18 **“丝路经纬大讲坛 (intertextile · 2008)” 面料展上放异彩**
- P19 **中国面辅料行业注重环保**
- 2008intertextile **春夏面料展展示行业发展风貌 前瞻
行业发展方向**
- **第五届中国国际纺织纱线展览会**
- P20 **纱线展显示新型纤维及纱线旺盛需求**
- P21 **专业气氛浓郁的中国国际纺织纱线展**
- P22 **纱线展汇聚众多科技含量高的产品**
- **中国国际服装服饰博览会**
- P23 **国展“开馆第一展”——CHIC 点燃激情与梦想**
- P24 **2008 中国国际服装服饰博览会完美谢幕**
- **中国国际纺织新技术展览会**
- P24 **以创新技术引领产业发展**
- 第二届中国国际纺织新技术展览会印象**
- P25 **新技术展让观众提前约会未来**
- P26 **壳牌公司组织产业链上下游企业参展中国国际纺织新技术展览会**
- **2008 北京国际缝制设备展览会**
- P26 **北京国际缝制设备展亮点频闪**
- P27 **第九届中国纺织品服装贸易展览会 (纽约) 6 月如约开幕**
- P28 **2008 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展会
(ITMA ASIA + CITME 2008) 7 月上海开幕**

化解危机 挑战未来

据国家统计局 3 月下旬公布的数据，2008 年 1~2 月我国纺织行业实现利润 133 亿元，同比增长 14.2%。远低于去年同期的 39.5%，也低于去年 1-11 月份 36.9% 的增幅水平。行业亏损面为 24.46%，较去年上升了 7.49 个百分点。数据显示，我国纺织服装的行业投资、出口和内需“三驾马车”的并驾齐驱创造的纺织业长达八年的“黄金”时代开始了已经“急刹车”，行业经济运行已经进入了高成本减缓利润增长的阶段。随着新一轮宏观调控和政策调整，企业生产成本持续升高，人民币升值、环保标准日趋严格和越来越高的薪酬水平也都成为企业生产成本高企的助推力，此外出口增速下降也导致企业利润增速下降。在国内经济发展放缓，物价高涨、汇率上扬、出口回落的大环境下，我国纺织经济各项主要指标增长明显乏力，出现衰退的可能性正在加大，随着行业两极分化现象的愈演愈烈，大批中小企业的生存前景堪忧。众多企业面临着生存危机。如何化解危机，挑战未来，成为目前关注的焦点。

危机正在走来，我们只能昂首应对，别无他途。如何化解危机，我们认为应该采取如下措施：

1、化解心里压力 摆正心态

危机既然要来，我们只能以积极的心态，以百倍的信心迎接挑战。出口企业应该理性、积极应对，摆正心态，规避风险，减小完全靠低价格出口的产品比例。企业应该认识到人民币升值在短期内会对出口业务增长有所影响，但从长期看对医治我国纺织出口产品结构失衡的病根是有益的，出口企业应该解决客户的后顾之忧，保证通路渠道的顺畅，和产品的海外市场份额。

2、化解人民币升值 提高产品档次

人民币升值，最直接的反映就是出口价格的相对提高，原本 1 美元能买的货物，现在需要 1.2 甚至 1.5 美元来买了。而价格优势，正是 Made in China 的真正生命力。所以，人民币升值所带来的所谓成本上升，将严重影响那些完全以低价格取胜的产品的出口。据有关研究，人民币每升值 1%，纺织服装业的销售利润率会下降 2-6%，如果人民币每升值 5-10%，利润率会下降 10-60%，其中出口依存度较高的服装业的影响会更大。但另一方面，纺织行业的主要原料-棉花和化纤的进口比重达 20%，主要纺织设备的进口比重接近 60%，原材料和设备折旧合计占总成本的 85% 以上。因此，人民币一旦升值，将使纺织服装业的成本进一步降低。综合看来，人民币对这类行业的影响的利大于弊还是弊大于利，主要取决于这两方面的贡献构成及人民币升值的幅度。如果汇率抬高能够换来一些配额的取消，那么反而有利于出口的增加。

具体到各家公司，如果汇率抬高后企业提高了出口产品的档次，那么出口创汇反而可能更高；此外，在具体的支付货币方面，企业应该尽可能使用外币直接进行。例如，可以美元购进原料，同时以美元接受支付，或者使用进出口往来国家和地区的货币，或者使用企业认为合适的货币交易。由于人民币改变了本外币对换比例，对于那些使用了国外贷款来进行技术改造的企业来说在一定程度上减少了外债还款付息的压力；但是对于使用信用证进行结汇的企业来说，由于银行审单和承兑时间等手续较烦琐，从开证到受益人收到款后会由于汇率的浮动，货款已经或将会有所损失。这时，出口企业可采取两种方法，一是降低风险，使用 T/T, D/D 等方式进行结算，二是对于企业来说，可以从国外进口原材料，这时，是用美元购得相应的物料，影响非常小。为避汇率损失，目前，一起出口纺企纷纷采取非美元结算方式或人民币议价和结算。即便以美元议价，有效期也由过去的 1-2 个月缩短为现在的一星期，甚至有企业在签三个月以内的订单时，把人民币

对美元的汇率相对确定在一定范围。

目前,我国纺织服装行业的很多产品中高附加值和高科技含量的产品仍然较少,企业应该逐步进行产品结构调整和资源整合,大力开拓国际市场,实施出口的多元化战略,实现由产品输出到资本输出、品牌输出,调整产品结构,提高产品质量和档次,提高产品的附加值。只有这样才能避免国外频繁以反倾销、特保等措施来给中国企业施压。当你弱小的时候,你只能适应环境;当你壮大的时候,你就会影响环境;当你强大的时候,你就会改变环境。企业的免疫力就等于发展力。

3、化解薪酬增加压力 严格实行劳动法

提高劳动者的薪酬水平,是我国建设和谐社会的必然。只有向劳动者支付同社会消费发展要求的薪金,才能稳步提高人民生活。企业只能严格遵守劳动法,足额、按时、合法发放工资就是对社会的回报。如果企业未经劳动保障部门批准,擅自实行不定时工作制或综合计算工时工作制,或者随意扩大实行的范围,严重侵犯了劳动者的合法权益,影响了企业和社会的稳定,都将收到法律制裁。

化解薪酬增加压力,企业必须采取多种措施。如提升设备自动化,增加工人培训水平,减少用工人数量。虽然纺织服装行业是劳动密集型的产业,但是,雇佣高水平、留得住的熟练工人才能从长远降低成本。

4、化解低水平产业升级 增强抗风险能力

改革开放 30 年来,我国纺织工业始终保持着快速增长,但长期形成的粗放发展模式,以及与宏观经济相联系的、长期积累的突出矛盾和问题还没有得到根本解决,这必然对行业下一步的健康发展造成阻碍。据统计,截至 2007 年底,我国棉纺行业的产能规模已达到 1 亿锭,棉纱的年产量提前达到行业规划的 2010 年的数字。在产能迅速增长的同时,市场并不景气,中低档产品供过于求,利润率下降,企业之间的竞争更加激烈。统计显示,2007 年,我国国有棉纺织企业亏损面达到 40%以上,全行业 60%以上企业的利润率在 3%以下。现在国家提倡科学发展,提倡节能降耗,我们应该积极响应,用更少的资源生产出更多更好的产品,防止重蹈恶性竞争的覆辙。

对于纺织行业来说,当前的形势是挑战与机遇并存,每一个企业都处在相同的发展环境当中。企业要发展,唯一的出路就是依靠持之以恒的改革创新,真正提高企业的竞争力。例如,即发集团近年来能够一直保持健康的生长,根本原因就是摒弃了以量取胜、以价取胜的初级发展方式,走上了依靠技术创新和品牌创新的发展道路。目前即发集团每年产值的 38%以上都来源于技术创新,出口产品中新产品产值率在 30%以上。

化解危机,转变发展方式,对于加快我国从纺织大国向纺织强国的转变具有重要的战略意义和紧迫的现实意义。企业造只有通过加快科技进步与创新来降低成本,提高产品附加值,增强竞争力,是现阶段国内纺织走出困境所必须直面的课题。

日本染色协会谋求与上下游企业合作

鉴于日本国内对化学试剂的使用限制越来越严格，日本染色协会希望上游的原丝生产企业能够积极合作，探索应对之策。在染色企业成品库存等问题上，染色协会也将谋求与上下游企业的合作。染色协会认为：如果能够加强与上下游企业的合作与沟通，染整业有望实现复兴。

近年来，染整企业面临的经营环境可以用“苦不堪言”来形容，原料、燃料、染料等染整企业需要使用的材料全面涨价，来自环境保护方面的压力进一步加大，而上调加工费的诉求又迟迟得不到积极的回应。三田村将染整业的现状比喻成“耗子急了要咬猫”，决心向上下游行业说明染整业面临的紧迫局面，促进纺织业的结构调整。目前，日本染色协会已经确定3月底之前与服装产业协会、日本化纤协会就上调染整加工费问题再度举行磋商。

此外，日本染色协会还计划与内装饰企业进行接触，探讨打破困局的方法。

美日合作研发循环再生面料

近日，世界著名户外服装厂商美国 Patagonia 公司与日本帝人纤维公司以及东丽公司合作，研制成功了利用化学回收再生技术制作的面料。

Patagonia 公司与帝人纤维合作开发的滑雪夹克面料与使用石油生产的新聚酯面料相比，耗能及二氧化碳排量约减少 80%，与东丽合作开发的登山服面料与来源于石油的尼龙 6 相比，其耗能及二氧化碳排量约减少 70%。据悉，Patagonia 公司将在 2010 年前，力争实现产品全部可回收再生利用以及利用回收再生材料生产的目标。

2008 年我纺织品出口美、欧、日前景值得期待

2008 年，我们所面临的国际经济环境出现了一些新的、甚至是不确定的因素变化，包括次贷危机的影响全球经济减速等，这些因素均会影响到我国纺织品对美、欧、日的出口贸易。

1、美国市场虽不乐观，尚可从容应对

尽管美国经济面临可能衰退的局面，加上大选年的政治形势，今年底中美纺织品贸易协定即将到期。海关统计显示：2008 年 2 月我对美纺织服装出口 13.86 亿美元，出现了-17.60%的负增长，所今年我国纺织品对美出口形势不容乐观。但是，从美国经济发展趋势预计，美国市场仍然对我国纺织品的优势价格情有独钟，进口需求不会快速减慢。

2、欧盟对我纺织品进口恢复性增长

2008 年前两个月，我国对欧盟出口纺织品服装呈现恢复性增长，出口额分别为 33.17 亿美元和 22.71 亿美元，比上年同期增长 29.52%和 8.09%。但中国欧盟双方共同实行“双重许可监督制度”，今年还是中欧纺织品协定到期后一年的双边监控过渡期，能否实现平稳过渡还要看实际的出口变化情况，对此我们将给予密切关注。

3、日本市场需求平稳

日本市场一直是比较平稳的，对日出口情况主要取决于日本国内的消费需求。现在中日纺织品贸易，中间环节变得越来越少，供、采双方无疑都有更大利润空间可以寻求。针对人民币汇率不断升值的情况，一些企业已经开始采取以日元结算的方式，客户也愿意，毕竟对买家卖家来说，都希望有个平稳的贸易环境。目前中日本都面临两极化的趋势，但凭借两国熟悉、互信的贸易环境，相信我对日出口当会稳中求升。

中国纺织企业社会责任管理体系 CSC9000T: "2008 计划"目标确定

中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会发布中国纺织企业社会责任管理体系 CSC9000T: "2008 计划"目标：

- 1) 力争 CSC9000T 的执行企业、建制企业及参评企业达到 200 家；
- 2) 完善 CSC9000T 体系发展；
- 3) 建立和深化社会责任服务增值机制。

2008 年 4 月 1 日起海关实施新的企业分类管理办法

海关总署公布，自 2008 年 4 月 1 日起，对在海关注册登记的进出口货物收发货人和报关企业实施新的分类管理办法。新办法将企业分为 AA、A、B、C、D 五个管理类别，AA 类和 A 类企业适用通关便利措施，B 类企业适用常规管理措施，C 类和 D 类企业适用严密监管措施。符合各类企业适用条件的企业可以通过注册地海关向直属海关提出申请。

2008 年 3 月 1 日起实行印染业准入条件

不久前，国家发改委发布了《印染行业准入条件》（下称《准入条件》）。《准入条件》对现有印染企业提出了环保处理意见，对新建或改扩建印染项目提出了环保要求，有助于规范印染行业建设，促进结构调整、保护环境，减少污染，实现印染行业的可持续发展。该准入条件自 2008 年 3 月 1 日起实行。

《准入条件》要求，在国务院、国家有关部门和省人民政府规定的风景名胜区、自然保护区、饮用水保护区和主要河流两岸边界外规定范围内不得新建印染项目，已在上述区域内投产运营的印染生产企业要根据该区域规划，通过搬迁、转产等方式逐步退出；缺水或水质较差地区要严格控制印染项目建设；水源相对充足地区建设印染项目，地方政府应相对集中建设，实行集中供热和污染物的集中处理。

对于新建或改扩建印染项目，《准入条件》规定应采用先进的工艺技术，采用节能环保的设备，主要设备参数应实现在线检测和自动控制，禁止采用列入《产业结构调整指导目录》限制类、淘汰类的落后生产工艺和设备，限制采用使用年限超过 5 年的二手前处理、染色设备。

新建印染企业应具有一定的经济规模，棉、麻、化纤、丝绸机织物印染设计年生产能力应 2000 万米/年；毛织物印染设计年生产能力应 200 万米/年；针织或纱线印染设计年生产能力应 2000 吨/年。此外，印染企业应开发生产低消耗、低污染、高附加值的纺织产品，建立良好的产品质量保障体系，产品质量要符合国家或行业标准要求，产品综合成品率达到 95% 以上。印染企业应实行三级能源、用水计量管理，设置专门机构或人员对能源、取水、排污情况进行监督，并建立管理考核制度和数据统计系统。

在环境保护与资源综合利用上，《准入条件》规定新建或改扩建印染项目环保设施要按照《纺织工业企业环保设计规范》的要求进行设计和建设，执行环保设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投产的“三同时”制度。所在地区有集中污水处理设施或允许排放到城市污水收集系统的企业，需配置适当的处理设施或预留足够的处理场地，排放污染物指标达到有关规定的要求。污染物排放必须符合污染物排放总量控制指标，并达到国家和地方环保部门规定的排放标准。

《准入条件》要求印染企业要大力推行清洁生产，鼓励企业进行清洁生产审核评估和能源审

计，改进生产技术和装备，从生产的源头控制污染物产生量，降低生产和末端治理成本。

《准入条件》提出，新建或改扩建印染项目应在省级及以上投资管理部门备案，项目建设必须符合本准入条件。对不符合准入条件的印染项目，投资管理部门不得备案；土地管理部门不得办理土地审批手续；环保部门不得办理环保审批手续；建设部门不得办理建设开工手续；安全监管管理部门不得办理安全许可；融资部门不得提供任何形式的授信支持。

《准入条件》明确，各省（自治区、直辖市）要科学规划印染行业发展，新建或改扩建印染项目必须符合国家产业规划和产业政策，符合本地生态环境规划和土地利用总体规划要求。各级纺织行业管理部门应加强对印染企业执行准入条件情况的监督检查，督促现有企业尽早达到准入条件要求。

欧盟制定纺织品名称与标记新规

2008年3月，欧盟执委会制定了有关管理纺织品名称与标记的欧洲统一标准，制造商开始采用并遵守该法规。

该标准将有关纺织纤维名称与卷标、符号或图形标记以及文件的标示规定予以整合，但由于欧盟法律条文众多、技术的发展与其他问题，导致一连串越来越复杂的建议修正案提出，使得新的欧洲标准很难让人理解。

欧盟执委会官员们表示，应竭力制定法规的内容，使欧盟法规条文清楚并容易让人理解。欧盟已要求各会员国部长批准并入原指令的合成指令以及若干修正案。

南美五国发布纺织品标签新法案

2008年3月，由阿根廷、巴西、巴拉圭、乌拉圭和委内瑞拉组成的南美南方共同市场签发《关于纺织品、服装产品的标签技术法规草案》，该草案拟对各成员国国内生产或进口到各成员国的该类产品标签制定要求。

该法案规定，在各成员国国内生产或销售的纺织品及服装产品，其标签、印记、贴花、印刷或其他类似手段上，必须包括下列信息：名称或注册商标，国内生产商或进口商的税号；原产国；纤维含量（纤维含量在整个织物中少于10%，可用“其他纤维”表示），保养须知标签，适用的尺寸或尺码。这些信息须为永久性的、不易磨损、容易辨认及清晰易见的，须用消费国使用的语言来表示，但也可用另一（些）种语言来表示。

这一标签条例草案允许有包装的纺织品及服装将所要求的信息印在包装上或包装里而不必印在产品本身上，但需确保该信息可以从包装外看到。这些产品包括织物尿布、手帕、餐巾、幼儿围嘴、袜类和短袜、手套、机织服装、钩编床罩、蚊帐及无缝服装。如果单个包装里含有一件以上的商品，则必须明确给出商品件数及这些商品不能拆开单独销售的说明。由加精梳薄纱的紧凑型织物制成的纺织品可将所要求的信息印在包装上。标示完善的纺织品及以包装盒（袋）出售的服装，无需在它们的包装上印有所要求的信息。然而，如果包装是密封的、且标签信息从包装外无法看到的话，则包装上至少应显示商品纤维成分、原产国及尺寸尺码等信息。对于以包装盒（袋）出售的窗帘、床上用品、餐桌及浴室纺织用品，所要求的信息需显示在包装上或包装里，确保该信息可以从包装外看到。对于这类产品，其尺寸不需要标示在产品本身上。

为保证输往该地区纺织品的正常出口，建议相关企业尽早做好准备，及时收集资料进行解读，深入了解该地区相关产品的标签法规要求并及时申请，以避免发生出口受阻。

用工问题影响纺织企业发展

近期，中国纺织工业协会组织产业集群调研组，深入河北、山东、江苏、浙江、广东、福建等产业集群地区了解情况。在调研过程中，企业反映较为突出的问题之一就是用工问题。

具体主要体为：

- 1、劳动力成本提高，企业承担压力大；
- 2、劳工队伍不稳定，企业发展无保障；
- 3、新《劳动合同法》部分规定，使企业陷入两难境地。

为此，中国纺织工业协会提出以下几点建议，希望引起国家重视：

- 1、尽快建立操作便捷、覆盖范围广泛的社会保险资金移户制度，调动员工上保、交保的积极性；
- 2、建立劳动力市场的档案制度和信用管理体系，减少劳动力恶性流动，保障劳动力市场秩序，以缓解劳工队伍不稳定问题；
- 3、根据劳动密集型产业特性制订《劳动合同法》实施细则或过渡实施办法，增强可实施性。

2008年1-2月我国纺织行业运行特点

据国家统计局公布3月下旬公布的数据显示，1-2月全国纺织行业实现利润133亿元，同比增长14.2%。远低于去年同期的39.5%，也低于去年1-11月份36.9%的增幅水平。行业亏损面为24.46%，较去年上升了7.49个百分点。

显然，随着新一轮宏观调控和政策调整，企业生产成本在持续升高，而人民币升值、环保标准日趋严格和越来越高的薪酬水平也都成为企业生产成本高企的助推动力，此外出口增速下降也会导致企业利润增速下降。

另外，今年1-2月我国纺织业的固定资产投资增速分别较07年下降了7.49个百分点，创近五年来低点。目前，我国处于高端的优势企业仅有约1万多家企业，中间的约2~3万家企业利润大多微薄，基本处于亏损边缘，两极分化的趋势十分明显；最下层的中小型约36万家企业，在全行业所占比重超过90%，的居多，这也是企业关停或倒闭现象发生比较集中的重灾区。在国内经济发展放缓，物价高涨、汇率上扬、出口回落的大环境下，中国纺织经济各项主要指标增长明显乏力，出现衰退的可能性正在加大，为此第一纺织网将今年纺织行业利润增长的预期目标下调至15%左右。随着行业两极分化现象的愈演愈烈，大批中小企业的生存前景堪忧。

据国家统计局统计，1-2月纺织工业实际完成固定资产投资金额排名前三的省份分别是江苏、山东、浙江。其中江苏纺织工业固定资产投资59.3亿元，较上年同期减少12.97%，山东37.0亿元，微增0.95%，浙江27.2亿元，增长26.80%。三省累计固定资产投资占纺织工业固定资产投资总额的六成多，约62.77%，中西部省份远超过全国平均水平和主营省市的增长水平。特别是纺织基础较好的中部省份如河北、湖南、河南、重庆等增幅都超过了50%，说明了纺织服装行业由沿海向内陆尤其是中西部梯度转移的顺利进行，将会对我国纺织业的结构调整产生巨大影响。

我国纺织品服装出口保持了8年的数量增长趋势在2008年发生了改变，1-2月份出口数量竟然出现了-1.78%的负增长。受美国消费减速及国内控制出口政策效果显现等因素影响，今年纺织

出口会比较严峻。数据显示,1-2月,我国纺织品服装出口总额达256.23亿美元,与去年同期相比仅仅增加了9.7%,出口增速不仅远远低于往年20%以上的水平,较去年全年18.77%的增速水平相比也大幅回落了9.07个百分点。

纺织行业主要为劳动密集型企业,依赖大量的劳动力投入,企业利润对工资成本极为敏感,大量中小企业在这方面更是如此。调查显示,有50%以上的规模以下纺织企业用工不规范,随着新劳动法的正式施行,其中关于合同签订、合同解除、保险、加班等问题的规定直接造成劳动力成本大幅上升。

因此,我国纺织行业的“大洗牌”已经势在必行,仅仅只是“洗牌”的程度、进程和形式问题。

我国纺织品服装2月出口下降 3月出口升五成

据海关最新数据显示,2月份我国纺织品服装出口额出现大幅度下降。当月出口纺织品服装共计99.97亿美元,同比下降10.13%,环比下降33.28%。其中出口纺织品33.88亿美元,服装61.09亿美元,与去年同期相比降幅分别达到2.43%和14.43%。

受2月份出口额下降的影响,中国纺织品服装累计出口增长缓慢,贸易顺差大幅缩小。今年1-2月中国纺织品服装出口249.81亿美元,同比增长8.19%。其中纺织品共出口94.63亿美元,同期相比增长16.01%;服装产品共出口155.17亿美元,同比增长3.91%,累计贸易顺差226.48亿美元,2月份贸易顺差90.13亿美元。

2008年2月我对美纺织服装出口13.86亿美元,出现了-17.60%的负增长。其中纺织品和服装各出口5.24亿美元和8.62亿美元,与去年同期相比幅度分别下降了8.23%和22.41%。

2008年,欧盟对中国纺织品的配额限制宣布中止,取而代之的是中欧双方采用监控制度。受此影响,2008年前两个月,我国对欧盟出口纺织品服装呈现恢复性增长,出口额分别为33.17亿美元和22.71美元,比上年同期增长29.52%和8.09%。

由于香港市场是中国纺织服装输美的重要中转站,受美国市场衰退影响,今年2月出口金额9.48亿美元,同比也下降29.31%。其中纺织品出口4.18亿美元,服装出口5.30亿美元,分别下降10.11%和39.50%。对土耳其的出口变化异常明显,2008年2月出口到土耳其的纺织品服装0.88亿美元,增幅与去年相比由326.83%下降到-49.71%。其中纺织品出口0.76亿美元,服装产品出口0.12亿美元,同比上升1.33%和下降88.00%。

据中国海关总署发布的最新统计显示,2008年1~3月,我国纺织品服装出口总额达374.44亿美元,同比增长19.44%。其中,纺织品出口额达142.43亿美元,同比增长28.08%;服装出口额达232.01亿美元,同比增长14.69%。

2008年3月,我国纺织服装出口118.27亿美元,同比增长49.19%,其中,纺织品出口50.61亿美元,同比增长53.36%;服装出口67.66亿美元,同比增长44.99%。

2008年1月,我国纺织品服装出口额149.84亿美元,同比增长25.21%,其中,纺织品出口55.75亿美元,服装出口94.09亿美元,分别增长33.63%和20.71%;

2月,由于雪灾天气影响,纺织服装出口额102.88亿美元,同比下降8.5%;其中纺织品出口37.94亿美元,同比下降0.71%;服装出口64.94亿美元,同比下降12.5%。

海关统计显示,今年1季度,我国进出口总值5703.8亿美元,比去年同期(下同)增长24.6%,其中出口3059亿美元,增长21.4%,低于去年同期6.4个百分点;进口2644.8亿美元,增长28.6%,高出去年同期9.4个百分点。累计贸易顺差414.2亿美元,比去年同期下降10.6%,净减少50.2亿美元。

◇ 维科吸湿排汗面料新产品通过省级鉴定

2008年3月16日，淮北维科印染有限公司研制开发的“吸湿排汗面料”通过安徽省经济委员会在合肥市召开的新产品鉴定会。鉴定委员会一致同意淮北维科印染有限公司“吸湿排汗面料”产品通过新产品鉴定。

该面料产品经安徽省纺织产品质量监督检验测试中心检测，各项物理技术指标符合吸湿排汗印染布企业标准 Q/HWK004-2008 一等品要求，其中功能性指标（透气性、吸水性、垂直芯吸性）达到美国英威达公司 DuPontCoolmaxeveryday 质量标准要求。

专家认为，该面料产品针对 Coolmax 纤维性能特点，设计采用了低碱冷轧堆前处理、低碱丝光、低温定型、分散/活性浸染、亲水柔软整理等新技术，具有吸湿、排汗和透气功能，耐磨抗皱，水洗尺寸稳定，穿着舒适干爽，是高档的运动休闲服装面料。产品品质和性能达到了开发计划书要求，填补了省内空白，工艺技术居国内领先水平。

淮北维科企业的生产设备、检测手段、质量保证体系能够满足批量生产要求。该面料产品经用户使用反映良好，市场前景广阔，具有较好的经济效益和社会效益。与会专家同时建议要加大国内外市场推广力度，进一步扩大生产规模。

◇ 政府领导关切如意科技集团毛纺织股份有限公司

在 2008 中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会开幕的当天，原全国人大常委会副委员长顾秀莲莅临展馆，并参观了山东如意、福建众和等多家企业的展台。在山东如意集团的展位前，顾秀莲仔细听取了有关企业新产品的介绍，并对企业的科技创新表示满意。如意得到领导人如此厚爱，其实绝非偶然。据了解，作为行业内的领军企业，如意集团一直致力于高端定位、精品战略，全力打造全球优质纺织品供应链，以创意的设计，在流行面料领域不断取得佳绩。

如意科技集团毛纺织股份有限公司首席设计师王少华告诉记者，如意集团为参加此次展览确定了三个主题，一个是本源，一个是亲惠，一个是升华。依据这三个主题，选择了最有特色的产品参展。像达呢产品，纱线为 300 支，在精纺中是最高支数。目前这种产品在全国是最领先的。升华部分主要展示的是功能性的产品。随着人们生活水平的提高，穿着比较注重舒适性，易护理。如意的产品较好地体现了这个特色。

如意一直重视科技创新和产品研发，不断推出生态、环保的原料，很受客户欢迎。从参展的经验来看，代表着行业发展趋势和消费潮流的创新产品始终都是市场追捧的热点。因此，今年在参展之前，企业特意对市场上的如意产品进行了调查，有针对性地推出创新展品，以提高产品竞争力。

❖ 三月北京 五大展会联袂登场

徐迎新：行业升级 展会责任重大



2008年3月底，北京又将迎来行业国际展会的一次汇集。为了促进上下游产业与市场的沟通与融合，2008中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会、中国国际服装服饰博览会、中国国际纺织新技术展览会、中国国际纺织纱线展览会和2008北京国际缝制设备展览会于3月联袂在北京各展馆登场。中国纺织工业协会副秘书长、市场部主任、中国贸促会纺织行业分会副会长徐迎新就有关问题向记者进行了解说。

➤ 展会促进产业升级

“众所周知，每年都有大大小小的服装、纺织类展会在京举办。无论是作为服装行业旗帜的中国国际服装服饰博览会，还是引领面料流行趋势的中国国际纺织面料及辅料博览会，都为我国纺织服装行业的发展发挥着重要的作用。”徐迎新说，各大展会发展壮大，全球效应越来越明显，逐渐吸引了更多的国外买家、参展商、设计师参与，这样既可以使我们的企业获得大量的订单，向国外企业寻求合作机会，还可以通过沟通，学习他们在企业经营管理、推广宣传方面的经验，使我们的品牌可以快速地提升。

➤ 五展联办 服务细化

徐迎新认为，今年北京春季行业国际展会的最大亮点就是五展联办。五大展会联合举办，汇集了纺织产业链上下游数千家中外参展商和10余万名海内外专业观众。展会的同期举办，可以使服装纺织行业形成互动，真正肩负起中国纺织工业协会多年来一直倡导的连通产业链，促进纺织行业上下游协同发展的重任。

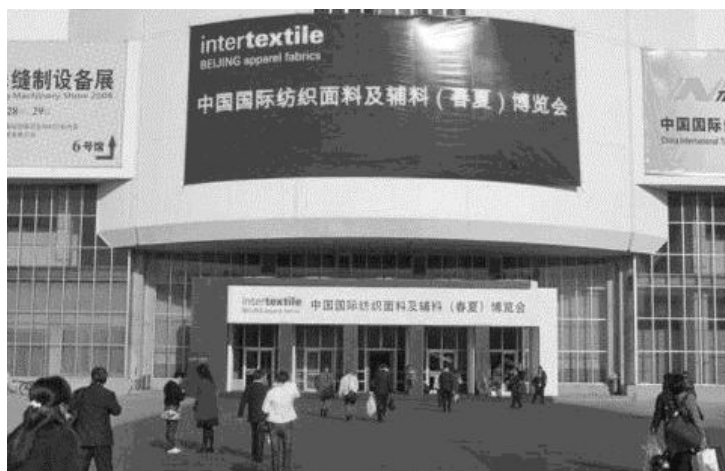
徐迎新说，专业展会的发展趋势是越来越强调服务——一定要充分考虑到服务的重要性，将以人为本的服务理念发挥得淋漓尽致。作为行业办展机构，建立一个完整的服务体系非常重要。譬如展会期间将增设引导标志，安排免费穿梭巴士往返于中国国际展览中心、中国国际贸易中心和中国国际展览中心（新馆）三个展场，为展商和观众创造尽可能舒适、便捷的参观条件。在展馆的分布方面也更加细化，将参展商按照功能来分，区域划分明显。这样做可以节省专业观众的时间，使他们的需求一目了然。为了使展会的内容更加丰富，我们还将进行更多的配套服务，例如举办论坛、研讨会和流行趋势发布等，以静态展示配合动态表演，两者相辅相成。

➤ 坚决“走出去”

中国纺织工业协会一直在倡导企业主动融入全球产业链的分工，在观念、人才上为国际化做好准备，建立自己的国际营销网络，培育跨国企业。徐迎新说，我们要进一步构筑境外自办展会或组织国内优秀企业参加国外优秀展会这一“走出去”渠道。一方面推动中国优秀纺织服装企业与国际接轨，让中国品牌走向世界，提升中国纺织服装产业的国际形象和品牌竞争力，把中国纺织行业整体形象展现给世界；另一方面给中国企业和全球的买家提供良好的接洽环境，除了尽可能建立业务联系外，参展企业通过多听取买家的意见，了解全球市场需求，可以更好地调整产品结构，为我国纺织服装企业持续发展打下基础。今年，中国纺织工业协会和中国贸促会纺织行业分会将继续在美国纽约和法国巴黎举办中国纺织品服装贸易展览会，并于7月份在澳门举办“亚洲先锋”系列活动，吸引全亚洲的优秀时尚面料和品牌服装企业参与。

（原载《中国纺织报》等媒体）

➤ 2008 中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会



第十四届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会在北京中国国际展览中心开幕



全国人大常委会副委员长顾秀莲（左三）
在中国纺织工业协会副会长许坤元（左一）和副会长张延恺（左二）陪同下参观面料展



中国纺织工业协会会长杜钰洲参观第14届中国国际面料及辅料(春夏)博览会

时尚与科技同行

3月27日,为期3天的第14届中国国际面料及辅料(春夏)博览会在北京中国国际展览中心如约而至。作为全球纺织面辅料业展会的一面旗帜,本届展会展出面积达48000平方米,比去年增长23%。展会吸引了来自14个国家和地区的1129家展商参展,展品涵盖棉、麻、丝、毛、化纤、功能面料、针织、绣花蕾丝、辅料、计算机辅助设计和媒体等。意大利、韩国、德国、日本、巴基斯坦和中国台湾等国家和地区以展团形式参展。国内展商来自20个省、自治区、直辖市。江苏盛泽、浙江萧山和中国麻纺协会等地区 and 协会均以展团形式亮相展会。



27日上午,全国妇联主席顾秀莲在中国纺织工业协会副会长许坤元、张延恺、孙瑞哲及其相关领导陪同下参观了面料展览。28日下午,中国纺织工业协会会长杜钰洲、副会长孙瑞哲参观面料展,并与展商进行深入交流。顾秀莲对许多自主研发的高科技、个性化、时尚的面料产品表示赞许。参观南山展台时,顾秀莲对南山集团的一系列功能性面料表示赞赏,她特别仔细询问了一款以海藻纤维为原料、具有抗菌功能的面料,认为此产品将大有前景。

如意集团本次展览推出利用天然纤维如毛/绢丝、毛/麻/丝交织的面料,体现绿色生态环保的概念,其中一款麻/丝/毛起皱加花饰纱线,利用不同的纱线结构做出凹凸效果的面料时尚感强,受到客户青睐。另一款利用300支超细羊毛织造的面料,每米重量仅为100多克,用手触摸,仿佛丝绸般顺滑。又如超级精细棉质面料般舒适、柔软,技术难度非常大,显示了如意在精品面料开发方面的优势。

在湖北迈亚公司展台上,迈亚公司负责人着重介绍了三款2009年流行面料,毛+蚕丝品种,滑腻的蚕丝手感与超细羊毛结合再加上天然光泽,使产品更显高贵、精细、超薄的品质。轻垂绒品种系列,是迈亚独家精心打造的创新产品,绒面效果,微微轻垂,手感风格细腻无比,呢绒光泽清新自然,质地轻薄。毛棉休闲品种,此系列产品经过特殊现代后整理工艺,花型清爽、简约,舒展自如,许坤元对该产品表示出浓厚的兴趣。认为产品兼具毛的弹性与棉的舒适,拓展了休闲西服面料全新内涵,更加适应现代人新的生活方式的需求。佛山东亚公司在本届面料展上展示了多系列同一类面料不同风格的时尚纯棉面料,如凉爽风格、丝绸般轻柔风格等,不少产品通过物理方法及少量的国产助剂呈现出恰到好处的好处。杜钰洲认为,东亚公司强调风格、走差别化发展路线的产品开发策略非常好,用风格面料占领市场,带动企业的发展。是国内中小纺织企业的发展之路。

在本届面料展中,意大利展团依旧彰显了其在以毛、棉等天然纤维材料为主的精纺面料研发设计上的优势,此次由意大利Ornella Bignami女士指导的意大利流行趋势展台,发布了原始都市、芳草青青、灿烂亮丽、创意无限四个主题,令人惊叹的是,Ornella Bignami女士以各种造型的立体微型成衣挂件的形式,完美地诠释了具有优秀资质的意大利面料企业所展现出来的富有创新能力的产品。让国内外专业人士更加深刻的领略2009年春夏面料流行趋势的内涵。杜钰洲对意大利流行趋势展台创意设计表示由衷的赞赏,他认为这种展示方法很直观,不仅能够节省空间,展现更丰富的产品,也避免设计师对流行趋势的理解产生差异,同时可以在极大的程度上激发设计师的想象力与创意灵感。

2009春夏中国纺织面料流行趋势中心展台分别设置在1号馆和8号馆(其中1号馆发布男装面料风格趋势,8号馆为女装面料风格趋势),这样的细分有助于专业观众更方便、快捷、有针对性地捕获所需的趋势信息,大大提高观展效率。趋势研究团队还精炼趋势内容,以光盘的形式免费赠送给专业观众。这种由点及面的趋势传递方式势必大大提升参观者对流行趋势的认知度和感受度。

此次展会,组委会还特别联手各权威机构组织主题鲜明的论坛活动,面料展开幕当天就聚集

了国内外较为知名的趋势研究机构，他们对国际色彩流行趋势以及男装、女装、休闲装面料的流行趋势进行精彩的分析。中国纺织信息中心 / 国家纺织产品开发中心组织了强大的海内外顾问团队，包括潘东公司的色彩解读和 VIFF STYLE 男、女装设计流行要点。潘东公司服装家居部副总裁 Tod Schulman 的演讲，让与会者看到了一条更加倾向于融合的色彩之路。

参展商畅谈 08 北京春夏面料展参展效果好

第十四届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会从 3 月 27~29 日热火朝天地举行了整整三天。一直到展会的最后一天，大部分展台前的专业观众仍是川流不息，展位里一片热闹忙碌的景象。

今年面料展、CHIC 展和纱线展三大展会同期举行，有些企业同时在每个展会设立三个展位，虽然可能会分散一部分人流，但汇总三个展会总体的参展效果来看，总体效果很不错，现场大部分企业也表示非常认可，觉得这个展会规模比较大，海外观众的质量较高，主办服务有进步，贸易洽谈氛围浓厚，是企业每年必参加的保留展会。

企业们的参展效果如何呢？让我们一起来听听他们对于这次 intertextile 面料及辅料展的感受和评价吧：

1、厦门翔鹭化纤股份有限公司 新产品及行销专员 陈添林先生



intertextile 面料及辅料展给国内外客户提供了一个交流的平台，效果是很好的。基本上每年都会有新客户、新面孔。每年都会有新的惊喜。

翔鹭化纤是 95 年建厂的老牌的化纤企业，因为国内化纤行业竞争越来越激烈，常规产品的利润越来越薄，所以我们在 01 年投资了大概一亿人民币投资了一个研发中心，专门研究新产品。

目前我们主打的新产品，首先是功能性产品。比如吸湿排汗是很常规的产品了，我们就加以功能延伸化，比如说抗菌功能、抗紫外线的吸湿排汗，三合一。

其次是竹炭。目前全球的环保趋势越来越明显，这是顺应环保趋势的产品。环保方面我们做了三款纱线，一款是竹炭天然纤维。竹子经过高温煅烧之后，研磨成纳米级的原料，加入到涤纶里面去，做成纤维。它的功能也是很多方面的，包括环保、远红外、负离子等。还有一款是我们根杜邦公司合作开发了一种 PPT 纤维，又叫索罗那纤维。正常的 PPT 纤维都是从石油里面提炼的，而我们的这个产品 37% 的原料是从生物玉米纤维里提炼的，这本身就是具备环保概念了，可以抑制全球变暖，防止二氧化碳排放了。第三款是鹭格林，鹭丽莎，是用矿泉水瓶子回收的材料做成的。属于再生纤维 locycle。

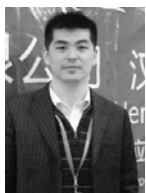
另外还有阻燃纱。目前酒店方面都要求防火，中国新的消防法要正式实行了，所以酒店所有的窗帘、沙发布等都必须重新评估，阻燃。我们也是看到了这一块市场。

这些产品之前已经做了很久，已经推广了二三年了。今年仍然是我们重点推广的产品。

一般客户以国外客户为主。国内一些大品牌的企业也在做这一块。因为国内大企业也要做形象、做品牌的话，也是需要这些功能性的纱线。

intertextile 面料及辅料展给国内外客户提供了一个交流的平台，效果是很好的。基本上每年都会有新客户、新面孔。每年都会有新的惊喜。

2、雅戈尔集团股份有限公司 中心副主任 王嵘



据王嵘副主任介绍，他们这次参展的效果非常好。今天已经是第三天了，基本上客户仍是络绎不绝。就在我们交谈的同时，隔壁一位先生已经跟他们的工作人员谈了 20 多分钟了，表达了对他们产品的极大兴趣。可见他们的产品的确是比较有特色、有吸引力的。

大麻是雅戈尔这两年关注比较大的一个产品。我们投入了大量的精力研究大麻系列产品。

大麻是一个纯绿色的环保纤维，符合整个国际的潮流。很多人了解雅戈尔，认为我们是一个内销企业、是一个品牌；而事实上雅戈尔有 75% 的产品是流向国际的。雅戈尔现在从事大麻行业，一方面是由于对环保、健康类材料的关注，另外一方面，我们是希望培养一个自主研发的高科技产品，培养一个核心竞争力。雅戈尔过去是属于一个传统的纺织服装企业，一般纺织服装企业相对科技比较落后，研发性比较少。在过去的时间内，我们很多中国纺织业经常是追求着欧洲美国的潮流在走。追求他们研发的新的科技、新的设备。如今我们雅戈尔做大麻，就是从纤维产业的目的去做。而且我们这个产品在国际上是一个一流的科学技术。

我们现在操作基本上是这样的：目前北京有一个汉麻产业中心，这是我们雅戈尔集团、尼克科技、总后军需联合成立，联合很多科学家，共同进行研发。研发以后的科技成果，从部队转化成我们纤维业的生产力。我们从事大麻的种植、纤维加工、大麻面料生产、服装生产，最后成品在国内国外销售。一条龙的来做。

● 优势原料 奠基高端产品

大麻有几个比较明显的特点：首先，大麻的整个生产过程中是不用化肥、农药，因此大麻也是属于一种有机纤维。另外大麻的吸湿排汗特别好，它的吸湿排汗大概是棉的三倍。而且大麻的手感特别柔软（大麻的纤维细度是所有麻中最细的）。另外，大麻还有个很出色的特性是它的防紫外线性能。比如我们做的高尔夫球衫的防紫外线系数 UPF 大概可以达到 50。

● 一流技术实力 国家重拳投资

大麻在中国历史上很早就有种植，但一直没得到很好的开发。大麻之前最大的问题是它的纤维太短，可纺性不高。现在我们通过一些新的研发工艺，主要是处理和解决了这些问题。

到目前为止全部的研发已经有五年了。具体的产生成品已经有两年了。

这个项目也是受国家比较重视的一个项目。胡锦涛总书记在 2006 年 5 月 25 日到我们工厂去参观，胡良玉副总理等领导也都去了。

从产业链来讲，从最初的产业种植，一直到最后的成品，符合国家基本上所有的战略，包括可持续发展战略，生物工程战略，国家的支持新农村建设的战略，我们的种植基地是设在云南的西双版纳，帮助边民改善他们的生活条件。

这个项目目前已经投资了 2 个亿进去了。将来计划可能再十倍的投入。

● 高端定位 天价贵族纤维

大麻本身在欧美是属于高端产品，属于贵族才能穿的起的。在日本天皇祭祀的时候必须要穿大麻，在韩国也用得很多。整个是属于一个高端的产品。它在雅戈尔的专卖店销售中它会销售，它的销售是以一个高端的形式。雅戈尔在中国销售的一些产品中都有卖。一件衬衫大概 798 元吧，西服大概三千。

大麻在所有麻里属于比较高端的一个产品，也是最昂贵的，最主要是希望它成为我们一个核心竞争能力。技术能力在所有纤维中间是无人能超越我们的，希望它成为将来的一个发展的重点。

大麻是作为一个新的纺织工业的东西。相对成果比较少，行业内希望有一个大的企业来带动这个。在您来之前，我在跟一个挪威的专家在谈论这个事情，他们在欧洲也是把大麻作为一个天然纤维来推广。在中国也是希望。人类穿着的目的，过去是保暖，现在是时尚，希望将来更健康。这是我们整个生产的目的。

大企业牵头、国家高度重视，打造属于我们自己的自主研发纤维产业，不再跟在别人的后头。这是我们新纺织产业的梦想。让我们一起寄望于此，希望雅戈尔大麻产业早日高高腾飞，为中国纤维新产业带个好头！

3、江苏众恒染整有限公司刘经理



刘经理在展会期间不只一次的提到“要市场创造新的东西，必须去花一些精力、去研发一些新的产品，要不断的做人家没有做的事情”。

他们的针织牛仔也的确在展会上众多梭织牛仔中散发出独特清新的诱人气息，因其独特，众恒牛仔也获得了国际大品牌的认可和肯定，获得一单接一单的大生意。他们再一次用自己的亲身体会告诉我们所有的纺织企业：“创新”二字的真谛。

刘经理认为，参展效果很不错。今年展馆的展出地点发生了变化，但是贸易效果显现更为集中。

新品云集 创新成果闪亮

2008 中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会新品云集展现创新成果。

本届展会的展品涵盖棉、麻、丝、毛、化纤、针织、功能面料，以及绣花蕾丝、辅料、计算机辅助设计等，国内外的展商都奉献了各自的最新产品。意大利展商组成的国家展团依然是本届面料展最大的海外展团。

虽然本届展会是在纺织行业面临巨大挑战的形势下举行的，但是国内企业的参展热情丝毫未减，并对纺织业的发展前景充满了信心。他们在展馆中展示了研发的各种新产品，对市场流行趋势进行着更丰富和更深入的解读。山东如意集团推出了本源、纯粹、升华三大系列的高档毛以及毛丝麻混纺休闲面料，包括高档 300 支毛精纺面料，呈现了毛纺面料的流行时尚趋势。南山集团的 Ar-COIIIO 羊毛与防缩羊毛产品，Sorona 与羊毛、Seacell 与羊毛、竹碳纤维与羊毛、XLA 与羊毛的混纺产品，以及纳米三防、机可洗、易护理香味整理、光触媒多功能品种三大系列产品引人关注。

而中小企业也以体现自身突出风格和特色技术的面料在场馆中独树一帜。广东佛山东亚集团在色织布的开发上独创自然整理风格，用最普通的设备做出了特色产品。以中档优质产品为主攻方向的天圣控股公司则将自己的优势做大，他们放弃其他的化纤面料产品，在时尚女装薄型化纤面料方面有专攻，其产品以优秀的品质以及高性价比吸引了客户。

中国流行面料流行趋势展台针对中国流行产品，以乌托之城、悠游假期、艺术学院、非主流派四大主题对中国纺织品趋势潮流进行了精彩演绎。香港国际成衣及时装材料展潮流导向委员会也在 2 号馆通过清澈简约、亮泽自然、魅影东方三个潮流主题来进行 09 年春夏风格预测。意大利 2009 春夏面料流行趋势则用原始都市、芳草青青、灿烂靓丽、创意无限四个主题表达了对原始天然的原料、高技术含量的织物、现代艺术灵感的体现以及对潮流创意趋势的预测。

08 春夏面料展：功能性纺织品 改善生活质量

伴随现代经济、科技的发展，社会文明的进步，人们越来越关注个人的生活环境、工作环境及自身的健康、寿命。为了适应和改善人们的生活环境和工作环境，提高人们的生活质量和生命质量，扩充人类的活动空间，功能性纺织品在人们的流行生活中占据了越来越大的比重。

功能的类别及获取方式：

按不同功能划分，人们对服装面料的功能性要求包括：轻便使用要求：如可机洗（轻薄、易洗），洗可穿（快干、免烫、外观平整、保型），随便穿；安全保健要求：如舒适（吸湿、透气、无刺痒感、无冰凉感等），无害且有益健康（抗菌、消臭、抗紫外线、有磁疗发热作用等），安全（抗热、抗冷、抗压、抗宇宙射线及抗腐蚀、抗静电、阻燃等），绿色环保（对环境无污染等）。

无论做普通服装（包括人们日常穿着装的西服、休闲服、运动服、各式制服及老人和婴幼儿服装等），还是特殊的工作服装（包括航空航天、海洋开发、电子精密制造装配及森林、采矿、

土木建筑等)均有这两方面的要求。

功能性面料可应用功能性纤维和功能性整理获得。

功能性纤维包括:改性纤维,如在原料阶段改性获得抗起球性、抗静电性、亲水性、阻燃性等;在纤维成型阶段改性获得中空纤维、异型复合纤维、超细纤维等。

含新型陶瓷微粉的远红外纤维、蓄热保温纤维(能吸收太阳辐射中的可见光与红外线,并转化成热能,且可反射人体热辐射)、防紫外线纤维(加陶瓷微粉的涤纶)、抗菌防臭纤维、消臭纤维、发热纤维、磁性纤维等。

功能性整理包括:舒适性整理,体现在透气、透湿、轻盈、清爽、防静电、亲水、吸湿、快干、自动调温等方面的整理。卫生性整理,体现其抗菌除臭性。防护性整理,体现在阻燃、抗紫外线、防辐射等。保健性整理,体现在美容亲肤、远红外。易保管性整理,体现在抗皱、防蛀的功能整理。环保性整理,体现在对环境无污染。

众说纷纭:

据国家权威部门不久前对上海、南京、宁波等 12 个城市及江苏、浙江等省的部分面料采购商的调研,采购商在选购面料时,有如下几种情况:

一、服装企业在面料采购时,第一考虑因素是“手感与垂感”、第二考虑的因素是“价格”、第三考虑的因素才是面料的功能性。这说明在一般情况下,功能性还不是首选的因素。

二、使用过功能性纺织品的企业占 53.7%,这说明尽管功能性面料刚刚尝试使用,但是未来前景会很乐观。

三、在问及功能性面料适合哪类服装时,大多数企业选择适合用于“户外产品”、“专业运动服”、和“特殊职业工装”这三大类服装,这种反馈与功能性面料的主要用途相吻合。

四、面料采购中,对功能性因素的考虑,“重视哪些功能性特征”的选项上,选择“抗皱性”、“抗静电性”、和“防水透气性”的企业最多。“抗皱性”提高了服用性能,易打理;“抗静电性”解决了人们在干燥季节遭受静电的困扰;“防水透气性”适应了部分高档休闲装、专业运动装及户外服装在功能性方面的需要;内衣和童装则比较强调织物吸湿透气性带来的舒适感。这些功能面料提高了人们的生活质量。

实地调查:

据记者对不同类型原料的功能性面料的调查,发现按照原料的不同,开发的功能面料也各有侧重,以下着重介绍一下毛纺织、化学纤维以及针织面料的功能性产品。

毛织物功能面料——带有方向性且技术含量较高的产品有拒水防油的易去污面料,经低温等离子处理;抗起毛起球面料,经纳米硅溶胶处理;防护性功能面料,含不锈钢纤维、竹炭纤维的毛织物具有永久性防静电、防辐射功能;含金属包芯纱的毛织物具有特殊的褶皱、纬向形态记忆和抗辐射。

合成纤维功能面料——它往往在一些棉织印染厂或丝绸厂加工生产。它包括采用功能性纤维,如竹炭纤维、竹原纤维、甲壳素纤维、吸湿快干纤维、复合纤维如多种功能纤维,将其进行功能性整理,如柔软、吸湿、透气、蓬松、阻燃、三防等,或进行功能性涂层处理。

典型的面料包括:涤锦织物经纳米三防整理和碳素磨毛,功能显著、手感滑糯,适用于职业装及休闲装系列。涤锦织物经涂层整理,具有仿棉的手感、防水、防潮、透气、透湿,并具有抗紫外线功能。

PTT 运动面料,它具有良好的手感、色牢度、弹性和抗污性能。以及良好的肌肤触感,优异的导湿排汗性能。

针织功能面料——包括保健功能面料:如竹炭纤维面料(吸湿排汗、吸附异味、抗菌),纳米银纤维面料(抗菌,且不改变纤维颜色、耐洗、耐晒、耐高温),负离子芳香面料(清香、抑菌),锆纤维面料(蓄热保温、促进血液循环、抗疲劳),防酶抗菌面料(采用中草药、植物香料

等制成的天然染料与处理剂，处理后的天然针织面料抗菌防臭、防螨防霉），珍珠纤维面料（养颜护肤、清火败毒，且光泽、手感俱佳）。

防护功能面料：如吸湿排汗面料（coolmax、coolplus、cleancool 等），保暖面料（吸光储热的碳化锆、吸湿发热纤维等）、空调纤维面料（调节温度、保持恒温）、防辐射面料（外层为金属混纺纤维，内层为天然纤维），易护理面料（防水、防油、易去污）。

功能性纺织品的研制开发已成为国际潮流和热点，西方国家这类技术纺织品占领了国际高端市场。

以运动纤维面料为例，Dupont（杜邦）公司的 Supplex（棉的柔软、锦纶强度、抗异味、防风、快干、渗水），Nike（耐克）公司的 Driflt（快速排汗的超细纤维）、Reebox（锐步）公司的 Hydromove（会呼吸的排水纤维，调温），瑞士 Schaeeller 公司的 3XDRIY（干爽、瞬时快干），美国 3M 公司的“新雪丽”（欧美市场保暖性最好的薄型面料）等均是著名品牌商品。

与世界发达国家的领先产品相比，我们的功能性纺织品研发水平仍有差距，必须加快研发、创新的步伐。

现场链接：

PTT 运动面料：壳牌（中国）有限公司、浙江绍兴银桥纺织有限公司、浙江宏大经编股份有限公司

PLA 运动面料：华纺股份有限公司、东华大学、上海市合成纤维研究所

保健功能面料：江苏东升艾克科技股份有限公司的特种纺织防护面料，帛方纺织有限公司的差别化导汗透湿纤维功能纺织品。

08 春夏面料展：绒感面料 温暖的流行

绒感面料很特别，色彩让我们感受到的流行是平面的，而绒感面料让我们感受到的流行则是立体的、温暖的。有人说，无论是穿着起来或单就视觉效果而言，绒感服装总给人一种极其温暖的感觉，很适合在北风阵阵的秋冬时节穿着，而且绒布的颜色、触感变化无穷……

主题分析：绒感——立体的流行

织物通过柔软蓬松、拉绒、植绒、磨绒等手法，或选用毛绒感较强的花式纱线来达到无论是从手感还是外观上的绒感效果。绒感织物趋向于细腻、自然，同时起绒织物配合烂花、印花、提花等后整理工艺，使风格更具多元化。按原料不同分为真丝绒、人丝绒和交织绒。按织物后处理加工不同分为素色绒、印花绒、烂花绒、拷花绒、条格绒和彩经绒等。各类绒的地组织都采用平纹、斜纹、缎纹及其变化组织。材料一般以纯棉、纯涤为主，后来延展至羊毛以及多种混纺面料。

众说纷纭：绒感——期待突破

尽管绒感面料的品种比较多，但是在目前看来，还是仍然有需要突破的地方。

上海东华海天纺织科技发展有限公司徐磊认为，从摇粒绒产品来看，主要是受到三个方面的影响，即季节、品牌、流行趋势。从长远发展来看，徐磊认为，摇粒绒应该更多地结合新材料，增加功能性（如阻燃性），添加花型。

济宁如意针织有限责任公司孙茂娟表示，公司生产的磨毛绒布是比较大众化的产品，发展时间已经比较长，而且主要是在秋冬季节销售。但是，进步比较大的是，绒布产品的选材更加多元化了。

北京天彩纺织服装有限公司刘京亭则认为，并不是所有的产品都受到季节的影响，比如真丝天鹅绒，更多的国外客户对此比较感兴趣。但是对于绒感面料的前景，刘京亭还是看好的。她说，“绒感面料的应用领域正在逐渐拓宽，家居、服装等都有绒感面料的应用，这就给产品应用提供了很大的空间。”她建议，国内企业只要做好细节上的加工，就能够生产出更高品质的绒感面料。

现场调查：绒感——不同品种不同流行

绒感面料品种比较多，根据记者的调查，采用不同绒感面料的服装流行情况也不同。

在记者的调查中，绒感面料的服装涵盖了休闲装和运动装。绒感面料休闲装、男装女装均有，多以灯芯绒为主，如 BOSS、TREK&TRAVEL、CANUDILO（卡奴迪路）等；绒感面料运动装以摇粒绒为主，如探路者、KOLON 等。

由于良好的吸湿排汗性，摇粒绒被应用于运动类服装生产。在探路者、KOLON 的品牌店，记者就发现了多种摇粒绒的服装，包括背心和外衣。另外，摇粒绒面料在有些服装上还被作为部分配料采用，比如，帽子、领边。

但是，绒感面料服装的流行也确实受到了季节的影响。尽管在有些服装店能够看到绒感面料服装，但是相对而言，品种却是很少。其中，因为产品多以秋冬装为主，摇粒绒、灯芯绒受到季节的影响比较大。在一家品牌店，销售人员告诉记者，“灯芯绒的裤子现在可以单穿，不会感觉太热”。这恰恰说明，绒感面料仍然需要在产品种类方面、性能方面努力，以拓宽在服装上的应用。

行业技术在不断进步，产品的再创造也应该是多元化的、多方式的，绒感面料也不例外。在面对这温暖的流行时，我们期待更多的感受……

“丝路经纬大讲坛（intertextile·2008）”面料展上放异彩



2008年3月28日，由中国纺织工业协会市场部、新闻中心、传媒中心主办，山西鸿基科技股份有限公司协办的“丝路经纬大讲坛”在北京中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会上再度开讲。这是继2007中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会，“丝路经纬大讲坛”在上海首次举行之后，中国纺织工业协会市场部、新闻中心、传媒中心再度联手之作。本次“丝路经纬大讲坛”，以“面料研发的创意导入”为主题，

邀请了来自知名科研机构专家、面料企业、服装企业、院校专家等多个层面的权威嘉宾。

大讲坛开幕式上，中国纺织工业协会副会长张延恺、山西鸿基科技股份有限公司董事长裘永清分别代表主办方及协办方致辞。之后，国家纺织产品开发中心副主任李斌红作了“我国面料研发的现状、问题与趋势”的主题发言。在这一对主题宏观层面的阐释之后，吉的力（GTL-ASIA）企业发展有限公司董事长、面料设计师王一波，旭荣集团总经理莊芳容，东华大学现代纺织研究院常务副院长俞建勇，北京服装学院教授刘瑞璞、浙江理工大学服装设计系主任、著名服装设计师、迪士尼运动品牌设计总监赵伟国等嘉宾分别从“面料设计中的创意体系”、“面料研发的集创新”、“用案例说明面料研发的创意导入的产学研结合”、“如何搭建面料研发中学院与企业的导入桥梁”、“从设计师的眼中来看面料研发的创意”等方面，深入地探讨了“面料研发的创意导入”这一主题。

中国纺织工业协会副会长、中国贸促会纺织行业分会常务副会长张延恺在开幕辞中说：“经过14年的发展创新，中国国际纺织面料及辅料博览会已经被业界誉为世界上规模最大、交易效果最为理想的专业纺织品展览会之一，为了能够进一步开发行业展会资源和功能，在展会进行贸易产品与技术交流的基础上，我们构造了与专业展会相呼应的论坛，来探讨行业经济、市场发展走势，加强参展企业之间的交流、合作，为参展企业提供这个经验分享、智慧碰撞的平台。”张会长指出，“丝路经纬大讲坛”作为博览会的重要环节，在去年的上海面料展推出了以后取得了非常好的反响，我们知道中国的面料产业这些年有了长足的进步，但如何在面料研发中加强创意与创新，还面临着许多需要探讨的课题。这期大讲堂，我们以面料开发的创意导入为主题，邀请到了许多知名科研机构的专家、面料企业、服装企业还有院校的专家，著名的设计师等等，作为

我们对话交流的嘉宾。论坛将深入地探讨面料的开发与趋势，创意特点及体系，创意导入的方式和渠道，在面料展的现场我们同期举办这样的活动从内容到形式都更为贴近面料展，我相信这次大讲坛的活动不仅成为中国国际纺织面料及辅料的一大特点，而且能够让我们参展商及企业家以及观众能够从中得到更多的收益。

“丝路经纬大讲坛”以其结合展会平台，关注最新热点问题，突破论坛传统，注重务实和操作的论坛特点，在去年上海面料展一经推出，便获得了良好的反响。而此次大讲坛将会场设在中国国际展览中心内，更充分地发挥了论坛与展会互动，服务参展企业的目的。

中国面辅料行业注重环保

——2008intertextile 春夏面料展展示行业发展风貌 前瞻行业发展方向

2008 中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会在集中展示全球面辅料行业高端产品的同时，重点展示了中国面辅料行业注重环保，通过提高科技贡献率和品牌贡献率推动产业升级的创新成果。

◇ 辅料“短板”得到加长 向环境友好型发展趋势明显

intertextile 面料展，作为全球纺织面辅料业展会的一面旗帜，每年都会吸引众多海内外优秀企业加盟其中。本届展会展出面积达 48000 平方米，比去年同期增长 23%。为了不断增强品牌展会的含金量，组委会进一步加大对参展企业资质的审查力度，注重对环保、创新和充满活力企业的引入和吸纳。据悉，本届展会业内排名企业参展数量增加，山东如意，南山，杜邦，海天轻纺，湖北迈亚，福建众和等众多有影响力和代表性的品牌企业将会在展会一展风采，展会整体形象逐步提升。

组委会近年来一直在逐步调整展品结构，目前展会展品结构与行业发展情况和市场需求相吻合，基本能反应出行业的发展变化趋势，2008 春季面料展展品结构调整将更加完善。据统计，本届展会棉、麻、丝、毛、针织产品展区面积增长迅速，这与纺织行业倡导大力发展天然纤维，促进纺织业向环境友好型行业转变的发展方向相一致。其中丝绸与针织类展商增长幅度最大，分别比去年同期增长了 136% 和 115%。浙江凯喜雅国际股份有限公司、江苏华佳丝绸有限公司、苏州华龙针织品有限公司等企业都将携代表产品参展。

此外，经过多年展品结构调整和大力宣传，辅料专区规模逐年扩大，参展效果也得到了展商的广泛认同。本届展会组委会依旧优先保证辅料、蕾丝与刺绣产品生产企业的参展需求，并将为此类产品设立专门的展馆，展位面积比以往有了大幅增长。岛田商事，浔兴拉链，泰龙拉链，楚星恒基等诸多知名辅料展商将在展会亮相。组委会所倡导的连通产业链，打造覆盖整个纺织产业链的设想在面料展上日益落到实处，面料展上的辅料“短板”得到加长，为采购商提供一站式采购平台的功能得以完善，同时也为参展商带来了更多的贸易机会。

◇ 海外企业借面料展拓展中国市场

同时国内市场的巨大潜力，也引起海外企业的高度重视，纷纷把 intertextile 面料展作为扩大中国市场份额的重要市场拓展渠道。据悉，各类科技、环保、创新类产品将在本届展会争先亮相。杜邦将携带特色产品参加盛会，并将在展会期间组织主题为“杜邦 TMSorona 生物基吊牌发布和新型纱线开发新动向”的专题交流会；台湾鼎基化学工业股份有限公司也将再度参展，展示 Dintex 防水透气薄膜；德国的 VanDelden 公司将会带来由高科技工厂制成的混棉、聚酯纤维 / 聚酰胺、亚麻混纺、粘胶纤维及微丝等产品。来自德国的 Weyermann 公司将首次利用 intertextile 春夏面料展这一优质展示平台，向业内展示公司旗下的各类衬里产品。丰富新颖的产品将会营造展会活跃的贸易氛围，为展商和与会观众带来双重的收获。

◇ 引导企业创意与市场需求结合 趋势研究从终端消费需求入手

创意是面料开发的核心竞争力，但在实际导入应用中，由于思维方式、体制结构、竞争环境、个体经验等诸多因素的影响，企业的创意与市场需求不能很好结合，从而制约了我国面料品牌的成长和产品开发的提升。本届展会期间，由中国纺织工业协会市场部、新闻中心、传媒中心共同主办的“丝路经纬大讲坛”将再度开坛。以“面料开发的创意导入”为主题，深入探讨面料开发的现状与趋势、创意特点与创意体系、创意导入的方式与渠道。同时，通过嘉宾的实践经验和现身说法，让参展商、企业 and 专业观众能从中得到教益。

历届 intertextile 面料展都会通过趋势发布和丰富多彩的技术交流向业内人士传递最新的潮流资讯，为纺织服装专业人士提供产品开发和采购方面的参考意见。

据中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心趋势研究负责人介绍，今年的趋势研究团队继续趋势研究从终端消费需求入手，以市场调研为基础，通过分析消费行为、生活方式、艺术灵感等时效信息，对面料色彩、织物风格、成衣潮流等各项流行要素作出预测。此外，针对市场对细分化的需求，今年的趋势研究将更加深化生活方式、色彩、面料及成衣风格等各方面的研究，完成了相对独立又彼此关联的系列化研究成果，并在本届 intertextile 春夏面料展会上有所体现。

本届展会趋势发布区的信息枢纽作用以及对观众的引导作用更加凸现。

除了纺织品趋势的发布与解读外，组委会还特别联手各权威机构组织了 13 场主题鲜明的论坛活动，内容包括趋势解析，产品开发推广交流和相关法律法规指导三大板块。

(原载：国际商报 记者：傅莲英)

➤ 第五届中国国际纺织纱线展览会

纱线展显示新型纤维及纱线旺盛需求

3月27日-28日，在北京中国国际贸易中心如期举行的第五届中国国际纺织纱线展，充分显示了新型纤维及纱线旺盛的市场需求，同时体现出北方纺织品市场的蓬勃商机。今年纱线展不仅展览面积同比增加了85%，由去年的3000平方米扩大到5500平方米，而且展出品种更加丰富，新型纤维及纱线展品的队伍不断壮大，科技含量显著提升。一批纤维及纱线“中国名牌”、产品集中起来以专区的形式参展，充分展示了品牌企业领先的纺纱技术、优质的产品品质以及先进的管理理念，成为本届纱线展突出的亮点。

本届纱线展吸引了8个国家和地区的100多家纤维及纱线企业参展，展品涵盖棉、毛、麻、丝等各类天然纤维及纱线，化纤及纱线，特种纤维及纱线，以及各种新型纤维及纱线、弹力纱线、花式纱等。



专业气氛浓郁的中国国际纺织纱线展

看展会，如同读名著，读几遍可能就有几次不同的感受。

比起充满时尚味儿的面料和服装展，纱线展显得沉寂了许多，但却不失品质。

■ 品种丰富——新型纤维及纱线的队伍不断壮大

烟台氨纶股份有限公司的展位面积以及展区设计，特别是“纽士达”间位芳纶标识的处理都十分引人注目，然而，最深入人心的则是烟台氨纶多年来坚持不懈自主创新的精神。据公司参展人员介绍，展会第二天，公司带来的 4000 多套宣传册就已全部发放。记者看到，一些生产特种纺织品的企业对烟台氨纶的产品非常感兴趣，特别是他们生产的芳纶 1313 以及用这种纤维制作的各种特种工作服。

烟台氨纶芳纶 1313 的研制成功并投入产业化生产，填补了国家高科技纤维的空白。本届纱线展，该公司展出了芳纶 1313 白色短纤、纺前着色纤维、长丝以及阻燃服装。参展人员告诉记者，目前公司开发的芳纶系列产品已成功走上了市场，并大量出口到美国、日本、欧洲等发达国家和地区，应用领域遍布耐高温过滤材料、耐高温输送带、音响弹波、汽车耐温部件、消防及军用防护等领域，发展前景十分广阔。

我国化纤工业近年来的快速发展为丰富纺织原料做出了突出贡献，本届纱线展也充分体现了这一点。山东海龙、浙江桐昆和翔盛化纤等国内化纤品牌企业在石油资源紧张、生态与环保日益得到重视的今天，棉、毛、麻、丝等天然纤维及纱线仍然成为业界关注的重点，而且在本届展会上，天然纤维及纱线无论是数量还是品种均形成了绝对优势。

要说本届纱线展最时尚的展位设计，当属中国服装股份有限公司旗下的万织大麻纤维制品的展区。他们的“真人秀”着实吸引了不少的参观者驻足欣赏：一对健美的男女模特展示着万织品牌不同的产品风格。据公司负责人介绍，大麻很容易让人想到毒品，其实大麻是人类所需要的纤维和食品最重要的来源之一，被广泛用于纺织服装、纸张、绳索、食品等生产领域，而且我国大麻资源丰富。大麻纤维及其纺织品具有抗菌防腐、消音、屏蔽紫外线等特殊功能，是一种不可多得的天然环保而又时尚的纺织原料。

棉纱，在天然纤维纱线中扮演着重要角色。本届纱线展上，除了中国棉纺织行业协会组织的中国名牌特区展汇集了国内一批优势棉纺企业的优秀成果之外，国外展商也亮出了自己的高品质棉纱及混纺纱产品。巴基斯坦 Lahore Business International、新加坡 Kaybee Group、比利时 Procotex 等国外企业的参展代表均表示，2008 年，中国市场对棉纱仍然保持较高的需求，他们生产的各色棉纱、混纺纱以及羊毛、蚕丝、亚麻混纺的毛条都将很好地成为中国市场的有效补充。

■ 参展企业——纱线展忠实的追随者

在本届纱线展上一些非常熟悉的面孔：山东魏桥、鲁泰纺织、江苏悦达等棉纺企业，烟台氨纶、山东海龙、浙江翔盛等化纤企业，上海正家牛奶纤维等功能纤维生产企业，上海普利滋、营口佛罗圣诗等针织纱生产企业，他们都曾多次参加过纱线展。这些参展企业是受益于纱线展，成为纱线展忠实的追随者。

上海正家牛奶丝科技有限公司 100% 的牛奶纤维段染纱给人以强烈的时尚感，而且纯正的牛奶纤维手感极其舒适。据正家公司总经理郑宇介绍，正家牛奶纤维非常关注市场需求和消费者心理，因此这种纤维及其制品也越来越受到市场的欢迎和消费者的喜爱。在与市场的磨合中，纱线展提供了一个十分理想的平台。去年，他们参加在上海举办的纱线展时，认识了来自挪威的客商，当时外商对从未见过的牛奶纤维爱不释手。上海纱线展结束后，外商马上与正家公司做了进一步沟通并达成了数量相当可观的供货协议。

上海正家几乎每年都会参加纱线展，但每届纱线展的产品都有所不同。自去年开始，中国国际纺织纱线展分为一年两次，分别在上海和北京举办，半年推出新产品的周期对于企业而言，相当紧张。但就在这半年里，上海正家根据市场和客户需求，成功研制开发了一批新产品，将牛奶纤维的应用从针织内衣拓展到衬衫及梭织面料、家用纺织品等领域。

随着时尚消费的兴起，纺织服装以及家纺产品对纤维、纱线的要求也日趋时尚化，因此，近年来新型纱线及各种花式纱线发展十分迅速并得到了广泛应用。在本届纱线展上，一种超细超柔

金银丝备受关注。烟台新光纺织有限公司这家台资企业生产的这种纤维，由分切好的极细薄膜与锦纶合股而成，可用于内衣、袜子等需要直接接触皮肤的系列产品上。

新光纺织参展人员介绍说，目前新光生产的这种产品品种已达上千种。一位前来咨询的针织企业负责人说：“新光产品正是我们找了很久的产品，新光金属丝的舒适性比国内其他厂家生产的要理想得多。”

■ “中国名牌”特区——本届纱线展的亮丽风景

本届纱线展除了以中国棉纺织行业协会名义集体亮相的棉纺行业中国名牌企业之外，毛、麻、丝、化纤行业的中国名牌产品也格外引人注目。让人们感觉与众不同的其实是“中国名牌”那块牌匾背后不同凡响的创新理念和极其丰富的科技含量。

北京纺织展览月期间，由于展馆分散，分流了相当数量的专业观众和采购商。加上纱线展专业性极强，不具备终端产品那种很强的时尚吸引力，前来观看的多数是针对性很强的专业买家。一些企业的展位之所以门庭冷落，和他们的产品缺乏创新和个性不无关系。如果企业的产品多为常规纤维及纱线，而常规纤维及纱线由于不能为下游客户带来理想的利润空间，因而其需求远不如新型产品的需求旺盛。

其实，市场选择产品只是一种表象，而本质上，市场选择的是产品的制造者——企业，因为产品是一个企业的理念、文化、战略等综合要素的集中体现。什么样的企业，生产什么样的产品，犹如人们常讲的“字如其人，文如其人”。无论是老的参展商，还是首次参展的企业，有着深厚底蕴的企业所展示的绝不仅仅是产品，而是企业的风范和内涵。因此，这也正是“中国名牌”特区展为什么成为本届纱线展最为亮丽风景的原因所在。

纱线展汇聚众多科技含量高的产品

在第五届中国国际纺织纱线展上，开辟了“中国名牌”纱线产品特区展，获得“中国名牌”称号的一些企业届时将集中展示代表棉纺行业优秀成果的精梳纱产品，众多科技含量高的产品亮相展会。此举对提升棉纺产品的附加值有着重要的意义。

如中国台湾独资企业——山东烟台新光纺织有限公司重点推介超细超柔金银丝产品。这类产品由分切好的极细薄膜与锦纶合股而成，可用于内衣、袜子等需直接接触皮肤的系列产品上。使用超细超柔金银丝产品生产的内衣和袜子，在保有产品的时尚性同时，其舒适性也能和天然纤维产品相媲美。

烟台新光纺织有限公司系，具有几十年生产及销售金银丝线的经验，拥有日本最先进的生产设备与台湾顶尖技术团队。该公司生产的“美光牌”金银丝现已在全球纺织行业享有盛名，成为最受欢迎的金银丝知名品牌之一。其产品品种达上千种，产品通过国际最新信心纺织品认证，通过国际“INTERTEK”指标测试，是目前金银丝行业品种最全、技术最专业，交货速度最快的龙头金银丝厂家之一。这一行业先锋企业加盟纱线展，为专业观众带来了意外收获。

浙江金元亚麻有限公司多次参加中国国际纺织纱线展，并继续参加第五届中国国际纱线展。该公司“紫薇”牌亚麻纱被确认为 2007 年中国名牌产品。由于有较好的品牌影响力，浙江金元亚麻在历届纱线展上都能赢得专业观众的青睐。浙江金元亚麻有自己的技术开发中心和产品检测中心，能为需要高档亚麻纱的专业观众提供众多选择方案。

同样获得名牌产品称号的山东鲁泰纺织股份有限公司也展示了其“鲁泰·格蕾芬”系列产品。以鲁泰 com300 / 3 为例，该型号精梳纱精选新疆、埃及优质长绒棉，采用立达紧密纺技术及鲁泰独创技术生产，纱线光滑饱满，强力高，主要用于生产高档色织布，是纯棉高支纱线中的极品。

此外，乘风、魏桥、TAIFENG、太湖 TALAK、德棉、翠竹、三唻、悦达、福龙、溢达等一批国内知名棉纺品牌企业都展示了精梳纱线产品的独特风采。

在纺织业面临诸多严峻挑战形势的 2008 年，纺织企业要谋求生存，必须从同质化的海洋中

突围出来，走差异化发展之路。而开发复合型、差异化的纤维、纱线来推动产品的更新换代，可从源头上为产品差异化提供厚重根基。

在本届纱线展上，还展示了多种再生、合成纤维纱线；特种纤维和纱线；弹力纱线、花式纱线；新型化学纤维，如玉米纤维、金属丝等，为纺织企业开发差异化产品拓宽思路。

上海正家牛奶丝科技有限公司展出了新一代牛奶蛋白纤维。它用生物工程的方法把牛奶酪蛋白制成合成纤维，具有生物保健功能和天然持久的抑菌功效，使穿着更舒适、更健康、更易打理。

浙江百草园股份金属丝有限公司展出了高精度金属丝产品，产品直径能达到0.018-0.070mm的不锈钢、铜、合金钢超细微丝。这些金属丝可以和棉纱或化纤纱混纺达到抗静电、防辐射等功效。

➤ 中国国际服装服饰博览会

国展“开馆第一展”——CHIC 点燃激情与梦想

2008年3月28日，由中国服装协会、中国国际贸易中心股份有限公司和中国国际贸易促进委员会纺织行业分会共同主办的第十六届中国国际服装服饰博览会（CHIC2008）在北京·中国国际展览中心（新馆）隆重举行。原全国人大常委会副委员长顾秀莲、原全国政协副主席郝建秀等领导出席了开幕庆典，中国贸促会会长万季飞、中国纺织工业协会会长杜钰洲在开幕庆典上致辞。



CHIC 开幕庆典剪彩

本届展会男女装合并为一期展出，以全新升级的面貌示人。CHIC2008 展出面积共为 11 万平方米，划分为八大展馆、十大展区以及 20 余个专业细分区域。

来自意大利、法国、德国、英国、瑞士、波兰、比利时、西班牙、希腊、丹麦、美国、加拿大、澳大利亚、新西兰、日本、韩国、印度、巴基斯坦、泰国和我国内地及港、澳、台的千余个服装、服饰品牌将再度在汇聚北京，共享品牌盛会。

本届 CHIC 主打体验之旅：全新的硬件展馆，商务、办公、物流、广告、会议等功能俱全，领跑新时代专业展会；全新的 8 大展馆商场式布局规划，与市场零距离接触，领先新时期服装流行风潮；全新升级服务，通过观众组织、商贸对接、海外交流、媒体宣传、后勤保障、现场服务等一系列全方位的各项服务措施，领航中国专业服装展会。

在 2008 这个 CHIC 的创新元年中，这一已走过 16 个春秋的风云展会，又将沐浴着奥运的春风，承载着产业的希冀，再次点燃所有的激情与梦想。

2008 中国国际服装服饰博览会完美谢幕

3月31日,为期4天的第十六届中国国际服装服饰博览会(CHIC2008)圆满落幕。由于是北京中国国际展览中心(新馆)落成后的首次亮相,同时也是CHIC本身结束长达4年男女装分期办展后的“处子秀”,让CHIC这个已有16年历史、享有极高知名度的服装盛会,在此次开展前就背负了超出以往的各种预测、关注以及期盼。如今4天时间已过,CHIC顶住了巨大压力,经受住了天气、交通等的重大考验,交出了一份令人满意的答卷。需要特别指出的是,CHIC在开幕当天还举行了隆重庆典并迎来了多位重要领导的共同剪彩。

对此,中国服装协会副会长兼秘书长陈大鹏表示,尽管存在相关展馆周边交通以及展馆硬件设施跟不上等问题,但CHIC2008是非常成功的,参展商满意度非常高,认为取得了很好的参展效果。观众数量超过预期,4天累计实际到场人次10.5万人,数量与过去男女装两期分办时持平,同时专业观众质量更大大超过往届。“可以说,作为‘新馆第一展’,CHIC顺利地完成了自身的重大转折”。

作为主办方,确保展商的参展效果是CHIC非常重要的工作,因此非常重视。一位来自迪拜的客商对CHIC赞不绝口,表示“不能想象水平如此之高”。而作为一个行业重大活动,通过CHIC这个行业发展的窗口,我们看到的,是行业 and 品牌整体的提升,是中国品牌的崛起,是中国市场的繁荣。

3月28日,“装典中国——2006—2007中国服装品牌年度大奖颁奖晚会”在北京展览馆剧场隆重举行。晚会最终揭晓了获得本届中国服装品牌风格、品质、策划、创新、潜力、营销、公众、价值、推动、成就十项大奖及国际品牌中国表现、商业创新特别奖的服装品牌及机构。企业家、社会名流、时尚界、演艺界等各界明星、新闻媒体、社会观众等近3000名各界人士共同见证了这一辉煌时刻。晚会现场,流光溢彩的后现代前卫与传承千年的中国传统文化以及中国服装原创品牌特有的内涵和底蕴通过解构与再造,融符号学表达于长城这一特有中国精神场所之中,尽显中国服装行业的当代风潮。

➤ 中国国际纺织新技术展览会

以创新技术引领产业发展

——第二届中国国际纺织新技术展览会印象

“这里不象服装展那样热闹,也不如面料展那样充满商业气氛,但这个展是纺织系列展中最有看头的。”3月27日,中国国际纺织新技术展览会开幕的第一天,北京纺织控股公司的副总经理顾伟达一早就来到国际展览中心1号馆,坐电梯直奔位于3楼的纺织新技术展览会。顾伟达来到中心展示区,在“十一五”纺织行业推广技术(第一批)项目展版前仔细观看。他想看看近年来,纺织业又取得了哪些创新成就。

从3月27~29日,三天的展会共有来自美国、瑞士、西班牙、韩国、日本,以及中国大陆和台湾的80余家企业带来了近200项创新技术,充分展示了纺织这一传统的劳动密集型产业依靠科技创新取得的成就,同时也为行业未来的发展指明了方向。

来自奥地利的采购商Tony先生在展会上搜集了一大堆资料,他说:“这样集中展示纺织相关技术的展会在这个世界上也不多见。看到这些先进的技术,我明白了中国纺织业竞争力强大的原因。”

在参观的人流中不乏行业的领导,中国纺织工业协会会长杜钰洲,副会长许坤元、陈树津、张延恺、孙瑞哲,中国棉花协会副会长林乃基,以及相关专业协会的领导和在展会期间先后参观了展会现场。领导们在参观国内外展台时,仔细听取了有关人员对新产品的介绍,并不时地询问技术产业化的进展情况和产品的利润情况。他们对我国纺织业近年来依靠科技创新所取得的成绩

赞叹不已，同时也指出，我们的创新产品和水平与日本和韩国等科技强国相比还存在不小差距，希望企业加大科技投入，坚持走科技发展之路。

“生态环保、节能减排、清洁生产”是本届中国国际纺织新技术展览会的主题。无论是新技术、新产品、新工艺的展示，还是技术专题交流均围绕这一主题展开。中国印染协会设专区整体推出了第一批 35 项印染行业节能减排先进技术项目。

日本帝人公司展示了世界独创的“从纤维到纤维”的循环利用技术。据介绍，该技术可以把回收的旧衣服经过粉碎、磨粒、处理等过程，生产出新的纤维。记者在现场看到，用这种循环利用的纤维生产出的非常漂亮的运动服、领带、丝巾等时尚产品。目前，这种技术的成本还比较高，但帝人公司正大力在中国推广这种技术。

刚刚获得“2008 年度纺织技术创新示范企业”的丹东优耐特纺织品公司展示了已经通过“国家 863”计划验收的特色印染面料。据公司总经理严欣宁介绍，这种面料采用了无水印染技术。这一技术克服了纺织品传统印花必须依赖版网的缺点，使印染行业这一传统耗水排污大户在印染环节基本实现了无水化和零排污，而且产品着色均匀、牢度优，可实现丰富的色彩效果，极大地提高了纺织面料的附加值。

南山纺织服饰公司带来了可机洗纯羊毛织物清洁加工技术。公司科技管理部长李世朋介绍说，此项目应用原料优化初选、新型纺纱、单纱织造、特殊整理工艺、组织设计等创新性技术，实现了纯物理、完全无助剂的清洁生产过程，充分发挥了羊毛的纯天然特性，生产出了轻薄高档的可机洗纯毛衬衫面料。

广东新大禹环境公司是一家在全国工业废水处理中排在第三位的环保企业，该公司已经承建了 100 多项印染废水处理项目，在废水集中处理方面有很强的技术实力。公司经理卢林云表示，纺织印染行业正在向国家有关部门推荐 废水处理示范企业，凡经过推荐的印染企业，公司将出资建设和管理污水处理及回用系统，在和约期满后无偿交给企业。

“创新技术产业化”也是本届展会的一大特点。无论是展览还是相关技术交流活动，重在创新的实际应用，重在推广实用新型技术。山东海龙以“年产 45000 吨粘胶短纤维系统集成化”项目获得国家科技进步一等奖而闻名。此次展会，公司带来了自主研发的国内唯一的高湿模量纤维——组代尔纤维，被称为“中国的 Modal 纤维”。公司销售负责人隋明说，这种以天然植物为原料的纤维广泛应用于内衣、运动服、高档时装，目前公司月产量达 1000 吨。

鲁泰纺织此次拿出了最引以为自豪的产品 com300Is 纱线，惹得参观者不时上前去扯几段样品。公司总经理刘子斌自豪地说，我们用纯棉 300 英支纱制成了衬衫面料，这种面料世界上也只有鲁泰能批量生产，它代表了当前纺织技术的最高水平。目前制成的衬衫已出口到英国、意大利及美国，高端的产品自然也获得了不菲的利润，可以说是销路很好。该产品的推出，不仅使我们在高端纺织品领域取得了突破，更重要的是对我国纺织产业升级起到了积极的引领作用，增强了我们向纺织强国迈进的信心。

青岛大学开发的海藻纤维、浙江易纺数码纺织公司展出的数码提花织物、韩国展团带来的纳米织物、台湾展团带来的各种功能性面料、壳牌(中国)有限公司组织产业链上下游 8 家企业集体推广的 PTT 纤维、中纺网络的信息服务平台、中纺达 ERP 管理软件等都吸引了不少参观者的目光。

展会期间，主办方还特意组织了 30 余场技术交流活动。展会开幕当天举行的“《REACH》注册及应对方案”、“新型聚脂 PI_r 的应用技术和产品开发”、“纺织品健康香氛新技术理念”等专题讲座受到了参加者的热烈欢迎。

新技术展让观众提前约会未来

本届中国国际纺织新技术展览会上，来自中国、美国、西班牙、日本、韩国、台湾等国家和

地区的近百家海内外企业带来余项新技术新产品，让观众有机会提前约会纺织业的未来。

本届展会上，来自日本的帝人集团携采用新原料循环再生新技术的高端纤维产品精彩亮相，引起业界关注。帝人展示的这一新技术是一种完全不含镉等重金属、有利于保护地球环境的聚酯聚合催化剂。目前，在业界只有包括帝人在内的两家企业掌握这一领先技术。

21世纪是地球环境的世纪，此前以大量生产、大量消费、大量废弃为前提的社会机制亟待转换。而具有节能、环保概念的产品正越来越受到消费者的青睐。作为一个致力于合成纤维生产的企业集团，帝人的企业理念是“谋求与地球环境和谐发展，珍视自然与生命”。2002年4月，帝人对聚酯产品进行化学循环再生技术的研究取得成功并投入了使用。之后，以使用过的聚酯纤维产品为原料生产纤维产品的“从纤维到纤维”开始投入生产。2003年开始，以使用过的聚酯瓶生产聚酯瓶原料——聚酯聚合物的“从瓶到瓶”开始投入生产。从而使推进环境建设，实现可持续发展的循环型社会理念得以实现。

在人们日常的工作和家居生活中，由各式各样的电气设备释放出的电磁辐射正在不断威胁着人们的健康。目前，电磁辐射的危害已经开始被越来越多的人所认知。面对这些伤害和挑战，身为专门提供电磁辐射防护及服务的国际专业厂商 KING 'S 公司成功地将不锈钢金属纤维化，并利用其独有特性，设计出一系列高品质电磁防护用品，同时将这一系列功能性纺织品称为“EZ-SAFER”。本次展会上，KING'S 公司展出了“EZ-SAFER”产品。这种新技术产品为人们营造健康的消费环境提供了相应的技术保证；智能调温粘胶纤维开发技术是我国“十一五”纺织行业推广技术第一批项目中的一项。这种被称为“SMART COTTON”的智能纤维，是北京巨龙博方科学技术研究院研制的智能调温纺织材料技术品牌，智能粘胶纤维除具有普通粘胶纤维所有优点外，还具有缓冲织物温度变化的独特优势，大大提高了纺织织物的舒适感，为消费者带来价值增值和心理满足感，赋予各种织物新的健康与活力。

壳牌公司组织产业链上下游企业参展中国国际纺织新技术展览会

3月27日~29日，作为PTT的研发及制造商，荷兰皇家壳牌集团公司在中国的分公司壳牌（中国）有限公司上海分公司，组织了产业链上下游的8家企业集体参展中国国际纺织新技术展览会，并举行了交流会进行专题讲座。

这8家企业中，有专业生产PET/PTT双组分长丝的浙江海宁新高化纤有限公司，有从事化纤原料染色、生产色纱的无锡丰谷科技有限公司，有利用PTT原料专业生产机织记忆型面料的绍兴银桥纺织有限公司，专业生产经编弹力面料及经编装饰面料的浙江宏达经编股份有限公司，生产PTT弹力平布、PTT鹿皮绒的浙江海宁路宝经编有限公司，以及专业生产马赛格绒、蚂蚁布、PK毛圈布压花和PK毛圈布的无锡百德福纺织品有限公司，还有海宁艾迪尔进出口有限公司和上海颀珩实业有限公司。

➤ 2008北京国际缝制设备展览会

北京国际缝制设备展亮点频闪

3月27-29日，为期三天的“2008北京国际缝制设备展”在中国国际展览中心隆重举行。包括浙江飞跃、北方天鸟、日本百灵达、重机兄弟等在内的，国内外近百家企业参加了本次展会。

由于本次缝制设备展与中国国际服装服饰博览会、中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会等专业展会同期举行，因此三天时间前来参观和洽谈的专业观众和客户人数较以往有了较大的增加；参展的缝制设备较以往档次也有所提升，像浙江飞跃、日本百灵达、北京鑫乐工等企业携带的新产品受到采购商极大的关注。

本次展出内容涉及 CAD / CAM、各类缝纫机及零部件、缝前、缝后设备、绣花机、服装激光雕刻机等。在浙江飞跃集团的展位上，两位客商驻足在一台新式的缝纫机面前仔细向工作人员询问其独特之处。据浙江飞跃公司一位工作人员介绍，这是飞跃的一款家用缝纫机，其新颖之处就在于，它可以对购买回来的成衣进行个性化再加工。而百灵达在本届展会上首次展出的超大型超高速的 56 头电脑绣花机同样成为了一大亮点。该机可以储存 100 个款式，内存容量达到 200 万针，各项性能和技术得到行业一致认可，但是高昂的费用也让一部分采购商望而却步。此外，加拿大一家服装设备生产商的智能吊挂、服装生产流水线技术，以及北方天鸟依靠自主创新生产的高速电脑刺绣机和电脑混合盘带刺绣机等也成为本次展会的亮点。

第九届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）6 月如约开幕

中国纺织品服装贸易展已在美国成功举办八届，将于 2008 年 6 月 18 日至 6 月 20 日在美国纽约贾维茨会展中心举办第九届展会。经过 9 年的精心运作和不断创新，中国纺织品服装贸易展目前已经拥有了一大批稳定的客户群体，在美国主流商贸界取得了较高的声誉和知名度，成为中国纺织服装企业直接接触美国贸易客户、了解美国市场、进行商贸洽谈的重要平台。

◇ 为中美纺织品贸易搭建互利双赢的桥梁

作为目前中国纺织行业在境外主办的最为成功的专业展会，中国纺织品服装贸易展览会(纽约)在促进中美纺织品服装贸易交流中起到了重要推动作用。中国纺织工业协会会长杜钰洲评价，中国纺织品服装贸易展览会(纽约)作为一个致力于推动中美双边纺织品服装贸易发展的展会，为中美纺织品贸易跨越太平洋搭建了一座通往健康发展、实现互利双赢的桥梁。

中国纺织工业协会副会长许坤元对这个展会的评价是，它是一个非常专业的贸易展会，买家和卖家都清楚自己想要什么。同时，关于市场信号和流行信息的交流和互动让这个展会赋予参展商更大的附加值。

自第一届展会参展之后连续 8 届参展，并表示第九届展会仍将参展的上海飞马进出口有限公司总经理陆龙生对展会的评价是，中国纺织品服装贸易展览会的贸易效果总是超过预期，它比美国本土其他一些专业展会更适合中国贸易企业。

由于中国纺织品服装贸易展览会自创办以来一直秉持展示中国纺织服装行业真正发展水平，向美国业界推介中国纺织行业具代表性企业的宗旨，经过多年举办，中国优秀的纺织服装品牌，质优价优、种类齐全的纺织服装产品，为需求大、且需求多元化的美国纺织服装市场提供了多元化的选择。在近几届中国纺织品服装贸易展览会上，展出的产品品类明显增加，而且出现众多专为适应美国市场而自主研发的产品。中国纺织服装产品在美国市场上已逐渐由质优价廉向质优价优方向转变。已多届连续参展的苏州恒润进出口有限公司办公室主任严凤珍接受记者采访时表示，目前中国出口美国的纺织服装产品，在质量上是东南亚等中国周边国家无法比的。“中国制造”服装在美国市场已具有相当高的含金量。

◇ 贸易观众符合中国参展企业需求

中国纺织品服装贸易展览会已经成功举办了八届，经过八届的积累，展会在美国纺织品服装商贸界中享有了一定的知名度，不少大型采购商和进口商已经将参观此展览会列入年度计划。

据展会组委会介绍，在美国贸易观众组织方面，展会主办方突出“在美国”这个概念，展览会在美组织工作全部按照美国展览业的惯例进行。通过各种方式重点邀请年营业额 50 万美元以上的纺织品服装经销商和进口商。

因为这种专业而细致的观众邀请工作，使得中国纺织品服装贸易展贸易观众质量稳定提高。据展会组委会介绍，2007 年第八届中国纺织品服装贸易展举办期间，前来参观和进行贸易洽谈的

公司近 2000 家，4000 余人次，其中绝大多数为有贸易意向的外籍专业采购人士及公司决策者。2007 年展览会到会贸易观众的 84.2% 是来自于批发进口环节的公司，零售渠道的占 15.8%，符合中国企业批量向美国市场出口的贸易愿望。

因为有非常对口的专业贸易观众，参展企业只要展品对路，善于推销，往往在展会上能获得良好的收益。业界评价，中国纺织品服装贸易展是性价比极高的展会。展会期间，美国及周边地区的面料商、服装商、批发商、经销商和一些诸如沃尔玛等大型超市的国际采购商们慕名而来：该展会虽然不像国内展会那样人头攒动，熙来攘往，但他们却是实实在在揣着大把订单的人。这样的专业观众能为跨越太平洋的中国纺织服装企业带来实实在在的贸易收获。

2008 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展会 (ITMA ASIA + CITME 2008) 7 月上海开幕



将于今年 7 月 27 日至 31 日在上海新国际博览中心举办的“2008 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展会 (ITMA ASIA + CITME 2008)” 将为全球纺织业提供一个纺机设备最新科技进步与发展的展示平台。

该展览会是由“中国国际纺织机械展览会 (CITME)” 和“ITMA 亚洲展览会” 首次联合举办的。“中国国际纺织机械展览会 (CITME)” 作为国内国际纺织机械的旗舰展览会，每两年一届，到 2006 年，已经成功举办了 10 届。“ITMA 亚洲展览会” 作为全球业内最具影响力的展览会--ITMA 旗下的展会，也曾在新加坡成功举办过两届。这两大著名展会的强强联合，不仅为全球纺机制造企业 and 纺机用户搭建了一个相互交流的平台，也必将为全球纺机专业展览业内增添一朵妍丽的奇葩。

此届展览会将使用上海新国际博览中心的全部 11 个展厅，展览面积达 126,500 平方米，所有面积早已被来自全球各地的纺织机械制造企业抢订一空。毫无疑问，此届展览会将成为国内有史以来最大规模的国际纺织机械展览会。

欧洲纺织机械制造商委员会秘书长玛瑞娅表示：“在纺织工艺技术革新和进步方面，欧洲纺织机械制造企业所发挥的推进作用和所做的努力，是业内所公认的。他们在机器设备和最终产品上体现的技术诀窍、研发水平和对质量的关注也是有目共睹的。这也使得他们的展品在历届主要的展览会上成为众人关注的对象。”

在此次展览会上，国内参展企业的总净面积超过了 33,000 平方米。德国企业的参展净面积超过了 9,100 平方米，暂居欧洲各纺机协会的首位。其次是意大利，净面积超过 7,200 平方米；瑞士净面积也超过了 5,100 平方米。另外日本纺机企业的参展净面积也超过了 3,000 平方米。

在展品方面，纺纱设备展示区的净面积约占 30,000 平方米，印染设备约为 18,000 平方米，织造和针织设备约占 11,000 平方米。

为给参展企业和用户提供一个真正的交流平台，此届展览会将谢绝非业内人士参观。所有观众均需购票入场。参观门票将分单日票和通用票，单日票价每张 50 元，仅限当日使用；通用票价格为 100 元，并在 5 日全部有效。

网上观众预登录系统也完全开通，观众可以登录展会的官方网站 www.citme.com.cn 提前登录。通过网上提前登录，不仅可以避免现场排队等候的麻烦，还可以获得票价 6 折的优惠。主办单位根据登录信息，将直接把票证寄到登录者手中。

参展企业也可登录网站为其客户预购参观票，同样可以享受 6 折的优惠。

如有大宗门票的购买意向，也可以直接和主办单位联络。提供有效信息后，主办单位可代为办理预登录手续。