

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 年第五期
(总第 162 期)
2008 年 5 月 15 日

-
- ◆.....◆
- 【国际市场】**
- P3 输美纺织配额年底取消 未来设限缺乏法律依据
 - P3 日本推出可染弹性纤维的酸性染料
 - P4 我纺织服装对日出口优势仍然明显
 - P5 美国涂层织物市场发展迅速
 - P5 中国纺织品大量进入越南市场
 - P5 2007 年美国纺织产品进口分析
- 【政策法规】**
- P7 纺织行业出口退税率不会再降
 - P7 32 项纺织行业标准 10 月实施
 - P7 REACH 法规中预注册相关规定
- 【行业动态】**
- P8 中纺协发布一季度纺织行业经济运行情况
 - P9 2008 年第一季度纺织服装进出口简报
 - P11 珠三角纺织出口扭转下滑态势
 - P11 我国非织造布行业发展潜力巨大
 - P12 江苏盛虹建成世界最大超细纤维基地
- 【会员新闻】**
- P13 家纺企业--青岛喜盈门业绩攀新高
 - P13 烟台北方家纺出口创汇业绩斐然
 - P13 山西绿洲开发大麻竹纤维混纺布列入重点新产品开发计划
 - P14 江苏恒力化纤集团--信心源于理性发展
 - P14 河南元通纺织城与浙江德力西集团签订投资协议
- 【展会专题】**
- P15 张延恺副会长率团赴澳门推介“先锋亚洲”时尚活动
 - P15 “先锋亚洲”将在中国澳门拉开序幕
 - P17 从美国经济冷暖看中国纺织品服装贸易展览会（纽约）
 - P19 CTAF 与 TEXWORLD 相得益彰中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）快速成长天时地利
 - P21 ITMA ASIA + CITME 2008 为中国纺机企业与全球纺织行业提供完美互动的交流盛会
 - P22 2008 春夏面料展后续报道：辅料，孕育崛起之势
 - P23 中国国际家用纺织品及辅料博览会组委会通告
 - P24 中国国际家用纺织品设计大赛作出调整

中国纺织服装行业迈向整体进步

在近日举行的中国纺织工业协会新闻发布会上，中国纺织工业协会会长杜钰洲指出，尽管今年纺织行业面临困境，但 1 / 3 优势企业利润保持增长给行业带来了信心，预示着纺织行业的结构优化和产业升级正在取得进展。

近年来，我国纺织行业的企业和劳动者的整体素质正在快速提高，资源配置效率正逐步改善，消费结构也在优化提升。尽管今年一季度全行业利润出现下滑，但 1 / 3 优势企业的绝对利润率提高了，显示出整个行业在进步；而 2 / 3 的亏损企业中有很多是加工型企业，只能通过科技进步来提升竞争力，加快技术创新的服务体系建设，有重点地将成果向中小企业转换，加快产业结构调整；利用创意引导科技创新，营造创新的文化氛围，通过集成创新和价值创新转变增长方式，提高科技贡献率和品牌贡献率。

我国的纺织工业得到迅速发展，已经形成了配套完整的产业体系，国际竞争力不断增强，在世界纺织产业链中担当着重要的角色，并逐渐由纺织大国迈向纺织强国。2007 年，在国内外宏观经济环境的影响下，我国纺织工业保持着平稳较快的发展态势，并呈现出数量增长放缓、质量和效益加速提升的特点。

我国是全球重要的纺织制造基地，近年来我国纺织行业纤维加工量持续增长，一直保持着较快的增长速度。我国的化纤、纱、布、呢绒、丝织品、服装等产量也居于世界第 1 位。分析显示：2007 年我国纺织品服装出口价格指数继续增长达 107.70%，其中纺织品出口价格同比增长 331%，我国纺织品服装出口价格指数的提高和产品竞争力指数的增长，都说明了我国纺织行业正在冲破以往“低价竞争”的增长模式，开始走上自主研发和追求高附加值的发展道路。

5 月 12 日，7.8 级强震突至四川汶川县，不仅造成人民生命财产的直接损失，也对当地的产业和公司造成或大或小的影响，许多公司厂房倒塌、人员伤亡，因断电断水工厂停产。面对灾难，很多纺织服装企业已经积极行动起来，投入到抗灾救灾之中，以求将损失减少到最小程度。尽管今年全球信用危机以及美国、欧洲的经济增长减缓，国际市场对我国纺织品服装的进口需求增长明显受限，但是，这些困难与地震大灾无法相比，我国纺织服装行业经过这些前进征程中的考验将会更加强大，整体进步优势更会明显。这些优势将会对我国纺织服装行业的结构优化和产业升级起到积极作用。四川大地震，震碎了不少生命，却震不碎中国的人心。中国纺织人在灾难中众志成城。我们这个纺织大国，是一个更有耐震力，更被全球尊敬的中国！

放眼未来，我国纺织服装行业必将逐步通过自我转型和产业升级获得更加强大的竞争优势。

本刊编辑部

输美纺织配额年底取消 未来设限缺乏法律依据

输美纺织配额限制将于今年 12 月 31 日结束，虽然目前尚无正式消息配额将按期取消，但美再对我国纺织品实施配额限制无法律依据，新的形势下输美纺织品或将面临市场萎缩和贸易保护主义的威胁。

当前我国约有 21 类输美纺织产品设有配额限制，实施的依据是《中国加入世贸组织工作组报告书》第 242 段(即纺织品特殊限制措施)，该限制由中美双方于 2005 年确定，2006 年 1 月 1 日开始，将于今年的 12 月 31 日结束。

对于美国配额限制结束后，如果美国再采用类似的配额制度来限制我国纺织品出口将缺乏法律依据，也无法得到 WTO 规定体系的支撑；美国如果打算采取新的措施必须找到相关新的法律依据，而且还需双方政府之间的协商和谈判。

输欧纺织品的配额限制已于 2007 年 12 月 31 日结束，当前输欧纺织品采取的是双边监控措施。也即在取消数量限制的前提下，将备忘录项下的 8 个纺织品类别纳入双边监控体系，中方实施出口许可，欧方实行自动进口许可制度，监控时间从 2008 年 1 月 1 日到 2008 年末为止。中方同时实行企业经营资质准入。输欧的双边监控体系的法律依据也是“242 段”，主要是中欧双方经谈判达成的共识，该体系于今年年底结束之后怎么确定新的措施还要看欧盟方会提出什么要求，如果对方不提出新的要求，按照 WTO 现行规则，便会进入自由贸易状态。

据目前得到的数据显示，我国对美的纺织出口已经连续 5 个月出现下降，以后会有什么变化还需观察，但如果美国仍以“数量激增”为理由来请求限制，依据将会不充足。但是，所谓的贸易自由其实并非完全自由，还要受到许多非关税贸易壁垒，比如反倾销、反补贴等的限制，这些限制一定程度上比配额的危害还要大。

在新的形势下，单纯就美国市场来看，次贷危机导致美国市场进入衰退，对其国内产业会有影响，势必会导致贸易保护主义抬头，那么我国输美纺织品便会一方面面临着美市场萎缩的威胁，另一方面也要面临贸易救济措施的威胁。

随着全球环保意识的增强，对产品安全的关注不断提高，美国和欧盟近年来分别启动了“非食品类产品快速预警系统”和“扣动扳机机制”，而且这些快速预警机制的使用频率在逐年增加。

美国对我国纺织品实施召回有以下几个特点：1、儿童/婴儿/少年服装式召回的主要对象（约占 71%）；2、含铅量超标和因产品质量问题给消费者造成烧伤、划伤、窒息等为主要召回原因；3、家用纺织品（睡衣、浴袍、枕套）、帐篷、斗篷等的防火阻燃性达不到标准也是召回的原因之一。

日本推出可染弹性纤维的酸性染料

日本旭化成纤维公司最新推出了一种新的酸性染料 ROICADS，可染弹性纤维。

一般的弹性纤维不能采用酸性染料染色，含弹性纤维的聚酰胺纤维织物经拉伸后，在织物表

面会露出没有染色的弹性纤维，产生“露白”的缺点，从而降低了产品的品质。为此，旭化成采用公司独有的聚合物技术，通过改性，开发了全新的弹性纤维，赋予其良好的酸性染料染色性能。其与聚酰胺纤维混纺时，具有很好的染色同色性。

ROICADS 原丝从 2007 年 11 月开始销售。首先将推出 44dtex，其他品种也将陆续推出。其主要用于内衣(包括辅料)、连裤袜及户外服装等各领域。

我纺织服装对日出口优势仍然明显

据海关统计数据显示，2008 年 1 - 3 月，我国纺织品和服装进出口总值为 426.02 亿美元，与上年同比增长 17.51%，占全国外贸进出口总值的 7.47%。我国纺织品和服装出口 385.11 亿美元，占我国纺织品服装出口总额的 12.4%，与上年同比增长 19.47%，其中对日本出口金额为 47.82 亿美元，与上年同比增长 8.42%，日本仍是我国纺织服装产品出口的重要市场。

2008 年一季度，中国纺织服装产品对日出口达 8.42% 的增幅，这是自 2005 年度以来的 4 个年度里一季度增长幅度次高的年份(2006 年一季度增长 12.2%)。日本市场是个高度开放的成熟市场。中国出口企业在适应欧美配额取消、人民币汇率变化、中国周边国家竞争对手日渐强大的压力后，通过优化产品结构、转变经营运作模式、调整业务操作方式，正由过去单一价格优势，向着多元优势演变。中日纺织服装贸易依然具有良好前景和潜力。

在诸多影响中国纺织品服装出口的因素中，目前企业认为首当其冲的是人民币汇率升值因素。但对日本市场而言，这种客观压力却稍有减缓。由于日元对美元在一季度特别是 3 月份同样出现了升值，一度接近 1:95，从而使中日纺织品贸易双方相互冲抵减缓了一部分压力。日本纺织业界普遍认为，对于以进口中国产纺织服装为主要业务的纺织服装企业而言，日元升值能够在一定程度上降低因人民币升值和人工成本上升带来的消极影响。由于人民币汇率的持续走高，日本一些大型贸易公司的进口服装成本已经上涨了 5%~7%，日元升值基本上可以抵消人民币升值的消极影响。

目前日本国内消费者消费活动仍然谨慎，日本国内服装消费市场仍较低迷，零售业由于竞争激烈，难以传导纺织服装上中游环节价格上涨压力，零售下游仍有降低价格的市场要求。有关资料显示，许多零售企业要求降低服装批发价格，降幅与日元升值幅度相当。日元升值也冲抵了零售环节降价带来的压力。

据海关统计，2008 年一季度，中国对日纺织品服装出口一般贸易部分增长了 15.9%，而加工贸易仅增长了 0.22%。这表明今年一季度中国对日纺织品服装出口增长主要是由一般贸易增长带来的。

在近年日本国内消费需求低迷的情况下，中日纺织服装企业在有限的市场中，为了生存展开了激烈的竞争。中国对日出口企业能够积极调整贸易方式，尤其在面辅料的自主市场供应能力方面有了新的提升，相应压低了进料、来料加工的贸易比重。同时，中国对日出口企业大都专注于对日贸易业务，与日本同业有着渊源深厚的合作关系，因此能够依据市场变化，及时沟通和调整产品结构，积极延伸产业供应链，提升出口产品及相关的诸如企划设计、面辅料组织、交货期、批量等等环节的供应能力，从而提升产品附加值。

尽管在日本业界认为由于中国产品成本上升使中日纺织品服装贸易进入“拐点”，战略转移的动向十分明显，但是从实际操作看，无论是转移南亚、东南亚还是其他地区，目前尚难有在庞大产能和产业链等方面优势与中国相提并论。至于生产成本，其他地区也没有提供出比中国现有生产成本更为有竞争力的综合成本优势，因此日本和中国供应的需求依然是稳定的和有增长的。

日本业界相关人士表示，日本订单向中国以外的其他市场转移受到品种限制。就目前来讲，纺织业上中游产业不会向其他国家和地区转移。服装领域也只有像工作服、衬衫这样的时尚性要求不高的产品会转移。中国在纺织服装领域拥有诸多技术条件，是中国周边国家不具备的。

中日纺织服装贸易依然具有前景和潜力，但是在运作模式和经营方式方面需要企业适应日本市场新的需求，其关键就是要根据自身条件加快调整。

美国涂层织物市场发展迅速

在全球工业织物市场，涂层织物是一个快速发展的行业。全球工业分析公司预计，到 2012 年美国涂层织物市场将达到 28 亿美元。

全球工业分析公司表示，2008 年美国非橡胶涂层织物市场大约 20 亿美元，其中，防毒衣的市场增长最快。2001~2010 年期间，由于军队需要，以及电器和化学行业的需求逐步扩大，美国主要用于保护个人免受职业危险的涂层织物的年均增长率为 8.24%。此外，汽车用安全气囊的产量扩大也增加了对涂层织物的需求。

中国纺织品大量进入越南市场

据越南贸易信息中心网报道，由于美国经济衰退，中国对美纺织品大量进入邻国如越南等市场。现在的价格仅相当于去年年底的 50%，被越南认为是以最低价进口中国纺织品的时机。

据西贡 WEC 公司总经理叶成杰介绍，目前通过正常贸易渠道进入越南的中国纺织品十分便宜，原因是其生产原料多为库存或生产剩余物资，生产成本早已经打进其他高端市场出口订单的成品中。叶成杰说，对小额贸易，政府应该制定具体的两国间纺织品贸易规定，限制那些国内能够生产的大宗纺织品进入越南。同时，相关部门应该加强对口岸走私商品的打击。

2007 年美国纺织产品进口分析

据美商务部纺织品服装贸易办公室（OTEXA）发布的统计，2007 年美国进口各类纺织产品共计 531 亿美元，同比增长 1.8%；进口金额为 964 亿美元，同比增长 3.4%；纺织产品平均价格同比上升 1.5%。与 2005 年全年进口数量 8.3%、金额 7.1%、2006 年全年进口数量 2.8%、金额 4.6% 的增幅相比，2007 年纺织产品进口增幅进一步放缓，显示 2005 年纺织品贸易一体化的效应已经基本释放完毕。

统计显示：2007 年美国进口服装 233 亿美元，金额 739 亿美元，分别同比上升 3.5% 和 3.2%；

进口纺织品 298 亿平方米，金额 225 亿美元，分别同比增长 0.6% 和 3.9%。在纺织品中，制成品进口继续了去年的增长势头，进口数量及金额分别同比增长 4.5% 及 6.4%；纱线进口数量及金额分别同比下降了 9.8% 及 9.5%；面料进口数量下降了 2.9%，金额上升了 1.1%。

2007 年，美纺织品进口市场格局继续发生重大变化。按金额计算，2007 年美国纺织产品进口前十大来源地依次为：中国、墨西哥、印度、越南、印尼、孟加拉国、巴基斯坦、洪都拉斯、柬埔寨、意大利，这十大来源地合计占美全部纺织产品进口数量的 64%。多年来占重要地位的加拿大和香港已经退出了前十名。来自周边及传统供应国的进口继续了 2006 年以来下降的颓势。2007 年最为值得注意的是来自越南进口的增长，越南于 2007 年 1 月正式加入世贸组织，美国相应取消了对越南纺织品的进口配额限制，全年越南纺织产品进口数量增长 31.3%，金额增长 34.2%，按金额计算一跃成为美国第四大进口来源地，势头十分迅猛。

2007 年，美国从中国进口各类纺织产品共计 214 亿平方米，同比增长 14.8%；进口金额 323 亿美元，同比增长 19.4%，首次突破 300 亿美元大关；进口平均单价提高了 4.0%。按数量计算，中国占美国纺织产品进口市场份额从 2006 年的 35.7% 上升至 2007 年的 40.2%，按金额计算的市场份额从 2006 年的 29.0% 上升至 2007 年的 33.5%。2007 年美国从中国进口服装 80 亿平方米，金额 227 亿美元，同比分别增长 23.5% 和 22.8%，中国占美国服装进口市场份额按数量计算从 2006 年的 28.9% 增至 2007 年的 34.4%，按金额计算从 2006 年的 25.9% 增至 2007 年的 30.8%；2007 年美国从中国进口纺织品 133 亿平方米，金额 96 亿美元，同比分别增长 10.2% 和 12%，增速较 2006 年有所放缓。中国占美国纺织品进口市场份额按数量计算从 2006 年的 40.9% 增至 2007 年的 44.8%，按金额计算从 2007 年的 39.5% 增至 2007 年的 42.6%。

美对我进口设限的 21 个品种，2007 年从中国进口数量合计为 22.9 亿平方米，比 2006 年增长 3.5 亿平方米，增幅为 18.2%；金额合计为 82.4 亿美元，比 2006 年增长 18.7 亿美元，增幅为 29.3%。其中 16 种产品进口金额增长，5 种产品进口金额下降。

2008 年，是中美纺织品贸易备忘录执行的最后一年，我对美纺织产品出口既面临有利因素，也面临不利因素。中美双边协议年底即将到期，美国纺织业界已经在紧锣密鼓地研究对策，企图推动出台新的贸易保护措施。目前美主要纺织团体已经提出了包括反补贴调查、反倾销调查、政府基于监控计划自主启动反倾销、针对具体产品的保障措施（421 条款）等多种方案；美国大选结果将在一定程度上主导未来纺织品贸易政策的走向，一旦民主党总统候选人上台，纺织品将有可能再次成为美国政府对华贸易政策做出严厉姿态的牺牲品，而如果共和党候选人获胜，美纺织业界大范围设限的企图将可能面临更多困难。

据美国商务部纺织品处统计，2008 年 1 - 3 月，美国主要成衣类别项目的进口普遍呈现衰退情形，几乎所有中国输美成衣类别项目在美国成衣进口市占率均呈下滑局面，而同时自越南的进口正急剧上升。孟加拉国输美梭织衬衫产品减少，惟裤子项目则大幅增升。中美洲内衣产品输美衰退，但在人纤类别项目则有较佳的成长；据我国海关统计，2008 年一季度，我国对美国出口纺织品服装 47.19 亿美元，同比仅增长 0.73%；其中前两个月累计增幅出现 -7.79% 负增长。这是自配额取消后，我国对美国市场出口首次出现负增长，而三月份增速虽然回升至 29.50%，首季累计增长仍不到 1%。我国对美出口增速的下降主要表现在出口服装增速下降，纺织品出口则呈现持续平稳状态。2007 年 2 月开始到年末，我国累计出口到美国的服装产品增速从 76.62% 下跌到 16.81%，进入到 2008 年后增速一直呈现负增长，前 3 个月累计增幅分别为 -8.26%、-14.73% 和 -6.86%。

纺织行业出口退税率不会再降

中国纺织行业协会会长杜钰洲近日在中国纺织行业协会召集国内家纺行业龙头企业座谈会上明确表示，纺织业出口退税率肯定不会再降。

据杜钰洲介绍，现在行业内三分之二的企业处在亏损或微利状态。因为销售利润率大于 3.97% 的规模以上纺织品企业利润总额占到了全行业利润总额的 100.4%，而达到此销售利润率的企业占到全部企业的三分之一左右。

参会的龙头企业普遍将目前行业面临困难的主要原因归结为人民币升值、劳动力成本上升、出口退税率下降等因素。他们都希望国家对该行业出口退税率不再下调，而应逐步提高。

关于人民币升值带来的不利影响，杜钰洲表示，现在人民币升值速度实际上已放慢。今年 1~3 月份汇率升值超过 1%，而 4 月份为 0.24%。这给纺织行业调整提供了机会。加快产业结构升级是行业最为迫切的问题。

杜钰洲表示，在国内许多产品价格上涨的情况下，纺织品行业是唯一一个价格下降的行业。“现在纺织品物价指数是-1.4%。”

32 项纺织行业标准 10 月实施

国家发改委近日发布公告，批准了 206 项行业标准，其中纺织行业标准 32 项，将于今年 10 月 1 日起实施。这些纺织行业标准涉及涂层织物、机织物、针织品、布艺、服装、纺织器材等领域，其中针织吸湿牛仔布、针织经编花边、布艺类产品（包括帷幔、餐用纺织品、家具用纺织品、室内装饰物）、纱罗色织布、婴幼儿服装、婚纱和礼服等 12 项标准为首次制订发布的新标准，其余 20 项标准为替代旧标准的修订后标准。

REACH 法规中预注册相关规定

在正式注册之前，所有分阶段物质都需要进行预先注册以便更好地收集物质的数据和信息；非分阶段物质不需要预注册；参加了预注册的涉及分阶段物质的企业都可以按照不同吨位可以分别相应的享受到 3 年半(1000 吨以上：截止到 2010 年 12 月 1 日)、6 年(100 吨~1000 吨：截止到 2013 年 6 月 1 日)、11 年(1 吨~100 吨：截止到 2018 年 6 月 1 日)的过渡准备期。

预注册时间：2008 年 6 月 1 号~2008 年 11 月 30 日。

参加预注册的好处：1.可以享受过渡期。2.维持正常的生产、进口。3.争取时间准备正式注册。

企业错过预注册的两种情况：1、正式注册需要购买或共享已注册企业的数据，共享数据涉及的金额应该以申请企业生产或出口的化学品吨位数核算。2、如果该物质仍未被注册，就将被当作新物质注册，并按照新物质注册的程序进行。

不参加或错过预注册就意味着不能享受按照不同吨位的 3 个相应过渡期的待遇，而必须在 2008 年 6 月 1 日以后按照要求进行严格的正式注册，否则就不能继续生产或进口，除了一种特例：

在预注册截止日期 2008 年 12 月 1 日以后，即使没参加预注册，但是如果生产商、进口商在“首次”制造、进口大于等于 1 吨该物质的 6 个月内，且不晚于 3 个分阶段过渡期的 12 个月内提交预注册所需的信息，则仍可享受 3 个分阶段过渡期的待遇，继续生产、进口该物质。

两类特殊的分阶段物质，即使所涉及的企业参加了预注册，也必须在 2010 年 12 月 1 日后就需要进行正式注册，否则就不能继续生产或出口。此外，欧盟《关于限制全氟辛烷磺酸（PFOS）销售及使用的指令》（简称 PFOS 指令），将于 6 月 27 日正式生效。根据指令规定，欧盟市场上销售的制成品中 PFOS 含量不能超过总质量的 0.005%。我国纺织、皮革产品的出口企业将受影响。

中纺协发布一季度纺织行业经济运行情况

强调：面对严峻形势 坚持升级调整

2008年4月28日，中国纺织工业协会新闻中心召开新闻发布会，发布了一季度纺织行业经济运行情况，呼吁全行业企业面对严峻形势，坚持升级调整，力争行业经济稳定持续发展。全文如下：

从主要经济指标可以看出，2008年开局以来，全国纺织行业经济增长步伐呈现全面放缓态势，经济依靠内需拉动日趋走强，企业受各种压力影响优劣明显、分化加剧，预示全年行业经济可能面临比较复杂严峻的形势。

在国际经济疲软、国内宏观政策、生产要素价格上涨及南方雪灾等诸因素影响下，今年开局纺织行业生产、出口、投资、效益增长速度均有减慢。

据国家统计局数字，1-2月，规模以上纺织企业工业总产值4523.34亿元，同比增长16.55%，增幅回落8.05个百分点；纱产量增长7.83%，增速降12.23个百分点，化纤增长4.97%，增速减11个百分点，服装增长11.47%，增幅少6.5个百分点，布增长11.59%，略高于上年同期0.28个百分点。

按海关统计，1-2月纺织品服装出口263.45亿美元，同比增长9.59%，增幅回落30.28个百分点，其中纺织品增长16.64%，回落15.05个百分点，服装增长5.64%，回落39个百分点。在出口市场中，受次债危机和汇率变化影响，1-2月对美出口同比下降7.48%。由于配额限制结束，对欧盟出口同比增长26.69%，其中原设限类产品增幅达到63.87%。此外，对东盟、俄罗斯、非洲等新兴经济体出口分别增长28.56%、43.66%和13.90%，而对传统转口市场香港、土耳其的出口却分别下降14.70%、35.89%。

受国内外经济与政策环境的综合影响，行业投资增速大幅下降。1-2月纺织行业固定资产投资196.67亿元，同比仅增长8.95%，比上年同期下降38.11个百分点，低于全国城镇固定资产投资增速15.35个百分点，低于第二产业投资增速17.15个百分点。纺织行业投资增速减缓将对产业技术进步形成不利影响。

数据显示，1~2月因技术和用工影响全行业劳动生产率同比增长25.95%，增速加快3.08个百分点，但由于利率提高企业财务成本增加，三费比率较上年同期提高0.07个百分点。规模以上企业实现主营业务收入4265.6亿元，同比增长17.44%，增速下降约7个百分点；利润总额135.8亿元，同比增长13.48%，增速下降25.97个百分点；平均利润率为3.18%，比上年同期下降0.11个百分点。

内销市场持续旺盛成为今年开局行业经济运行中的亮点。据国家统计局数据，2008年1-2月，全国纺织、衣着类消费品零售总额同比增长24.0%，增速高于社会消费品零售增速3.8个百分点；国内重点大型零售企业针纺织品销售增长21.61%，服装销售增长20.80%，纺织品服装的内需市场保持旺盛势头。1-2月规模以上纺织企业内销产值达3376.28亿元，同比增长20.16%，占销售产值的76.74%，占比较上年同期又提高了1.58个百分点。行业经济依靠内需拉动日趋走强，但国内衣着消费价格指数呈现下降趋势。

面对国内外经济与政策环境的各种压力,企业承受消化能力差异导致分化加剧,优势企业进一步提升,困难企业形势严峻。根据统计数据,今年1-2月占规模以上纺织企业1/3优势企业经济效益继续提升,平均利润率达8.73%,比上年同期提高1.44个百分点,而占全行业2/3企业经营困难加大,已由上年盈利16.41亿元变成亏损16.85亿元,平均利润率为-0.67%,其中净亏损企业达到11,072户,比去年11月底增加47.51%,亏损面扩大到24.46%,亏损额达48.66亿元,比去年同期增亏37.2%,亏损企业从业人数达273万人,去年底增加81万人。困难企业更加艰难将使民生和就业问题突出,但为优势企业市场与资本重组带来良机。

从全局观察,2008年纺织行业受到国际市场需求明显疲软、国内宏观调控政策效应集中释放以及各项生产要素价格全面上涨等内外因素的影响,行业发展面临的内外压力将明显加大。从国际层面看,随着次债危机后续效果释放、国际油价、粮价持续走高,美、欧等发达国家居民在纺织品服装方面的消费支出增速大幅减缓,国际市场需求明显疲软,再考虑贸易保护主义和国际竞争激烈等因素,2008年我国纺织品服装出口会受到减速影响,对国内就业和市场销售都会增加新的压力。从国内政策层面看,人民币升值加快、货币政策趋紧和出口退税下调,不仅会减少企业利润空间,也将迫使企业在阵痛中面临结构调整的严峻考验。此外,主要原料、能源动力价格增长均超出产品出厂与零售价格涨幅,新《劳动合同法》正式生效将带来纺织行业人均劳动报酬大幅增长。如果外部政策不做调整,这些新增成本相当一部分要由企业自己消化。

可以预计,2008年纺织行业正在面临着比较复杂严峻的局面。在这样的形势下,中国纺织工业协会经过调查研究积极建议国家政策进行适应性调整的同时,期望全行业主动挖掘自身存在的不足,坚持不懈地推进以科技和品牌为支点的产业调整升级进程,充分发挥优势企业的骨干龙头作用,依托国内外两个市场资源,加强产业链整合和资源配置,不断提高纺织行业开放型经济水平,加强行业自律和提高行业公共服务能力,力争今年行业经济在克服困难中有一个稳定持续发展。

(来源:中国纺织工业协会新闻中心)

2008年第一季度纺织服装进出口简报

据中国海关统计,2008年1-3月,我国纺织品和服装进出口总值为426.02亿美元,与上年同比增长17.51%,占全国外贸进出口总值的7.47%。我国纺织品和服装出口385.11亿美元,与上年同比增长19.47%,占全国外贸出口总值的12.59%,其中,纺织品出口金额是153.10亿美元,同比增长27.49%;服装出口金额是232.01亿美元,同比增长14.71%。纺织品和服装进口总值为40.91亿美元,同比增长1.77%,占全国外贸进口总值的1.55%。其中纺织品进口金额为35.64亿美元,同比下降1.57%;服装进口金额为5.28亿美元,同比增长32.11%。2008年1-03月纺织品服装实现贸易顺差344.20亿美元,占全国贸易顺差总值的83.10%。

在纺织品服装的主要出口国家和地区中,美国排名第一,日本和我国香港分别位列第二和第三位。2008年1-03月我国对其出口情况为:对美国出口金额53.26亿美元,与上年同比增长2.05%;对日本出口金额为47.82亿美元,与上年同比增长8.42%;对香港地区出口金额33.67亿美元,与上年同比下降9.65%。对美国、香港地区和日本出口金额共计134.74亿美元,占纺织品服装出口总额的34.99%。2008年1-3月,对欧盟出口共计83.73亿美元,与上年同比增长39.23%。据统计,2008年1-03月,我国纺织品服装对欧盟、美国的出口金额共计136.99亿美元,与上年同比

增长 21.96%，占纺织品服装出口总额的 35.57%；对非欧盟、美国的出口金额为 247.87 亿美元，与上年同比增长 18.18%，占纺织品服装出口总额的 64.36%。

2008 年 1 - 3 月纺织品服装主要进口国家和地区中，排在前三位的是日本、台湾和韩国，对其进口的纺织品服装金额分别是 7.47 亿美元、6.75 亿美元和 5.13 亿美元，与上年同比分别增长 2.50%、下降 2.96%和 4.82%。

另据中国海关最新统计，2008 年 1 - 4 月，我国纺织品服装进出口总额达 444.71 亿美元，与去年同期相比增长 26.6%其中，纺织品出口额达 159.7 亿美元，与去年同期相比增长 26.63%，服装出口额达 282.01 亿美元，与去年同期相比增长 11.67%。

☞ 对欧盟出口大幅增长

统计显示：今年一季度中欧双边监控的 8 个类别纺织品总体贸易比较正常，没有出现异常增长。其中 4 个类别（5 类毛衫、7 类女式衬衫、20 类床单、26 类连衣裙）与去年同期相比出口增长较快，增速均超过 100%。其中 5 类毛衫、7 类女式衬衫、20 类床单、26 类连衣裙在一季度增幅分别达到 159.25%、104.63%、128.99%和 141.25%。其他类别的监控纺织品出口增速较为正常。欧盟占我国纺织品服装对外出口市场的第一位，且出口大幅增长。今年一季度我国对欧盟 27 国出口纺织服装 75.23 亿美元，增长幅度为 31.82%，占纺织服装出口总额的 20.65%；3 月当月对欧出口 19.36 亿美元，大幅增长 85.44%，其中纺织品和服装分别增长 74.82%和 92.34%。

☞ 对美出口负增长

统计显示：今年一季度，我国对美国出口纺织品服装 47.19 亿美元，同比仅增长 0.73%；其中前两个月累计增幅出现-7.79%负增长。这是自配额取消后，我国对美国市场出口首次出现负增长，而三月份增速虽然回升至 29.50%，首季累计增长仍不到 1%；对出口排名第二位的美国市场出口受美国经济不景气影响，前三月累计出口额为 47.19 亿美元，仅增 0.73%，占出口总额的 12.95%；

☞ 出口日、韩稳步增长

日本和韩国仍是我国纺织服装产品出口的两大重要市场，一季度出口额分别为 44.13 亿美元和 12.05 亿美元，增长 8.32%和 10.25%。

☞ 五省一市出口简况

浙、粤、苏、鲁、沪和闽的纺织品服装出口依然占首要位置，一季度五省一市出口纺织品服装共计 297.84 亿美元，同比增长 13.38%，占全国纺织品服装总出口的 81.74%。除了江苏和浙江出口增速高于全国 17.70%平均水平外，其余四个省市均低于全国水平，广东省甚至出现 0.21%的负增长，致使其出现增速下降的主要产品是服装出口，与去年同比减少 6.09%。尽管广东省服装产品出现增幅下降，但服装的出口金额仍占全国第一位，达到 47.99 亿美元，比仅次于其后的浙江省高出 8.02 亿美元。另外，新疆和黑龙江两地近年来纺织品服装出口仅次于五省一市，且分别以 199.53%和 97.21%的幅度快速增长，分别占全国纺织服装出口总额的 3.51%和 2.71%。该两省是东北地区与西北地区的典型代表，其发展力度不可小觑。一季度新疆出口纺织品和服装产品的增幅分别高达 148.67%和 219.17%；黑龙江以服装为出口重点，纺织品增长 4.04%，服装增长 120.15%。

今年一季度,浙江省出口纺织品服装出口金额为 85.78 亿美元,占全国总出口 23.54%,位居第一,增速达到 26.50%;其中纺织品和服装分别出口 45.81 亿美元和 39.97 亿美元,增长 35.98% 和 17.15%,出要出口地为欧美和日本;广东也是纺织服装出口大省,近几年出口金额仅次于浙江,但出口增速逐月下跌。今年一季度,广东省共出口纺织品服装 67.67 亿美元,同比下降 0.21%,占全国总出口的 18.57%;其中,纺织品出口 19.68 亿美元,增长 17.77%;服装出口 47.99 亿美元,同比下降 6.09%。在 2 月出口 16.51 亿美元,同比下降 23.81%的情况下,3 月份纺织品和服装出口回升至 21.65 亿美元,同比增长 13.59%。广东省主要出口地为香港地区和欧美。

珠三角纺织出口扭转下滑态势

目前,我国以长江三角洲、珠江三角洲、环渤海三角洲这三大经济圈为辐射中心,已形成的纺织集群经济带,全国规模以上纺织工业中,76.38%的纺织企业、60.97%的从业人员、86.04%的出口交货值、超过全国纺织经济总量的 40%。

今年以来,珠三角地区做为制造业及加工贸易重地,受人民币升值、石油和原材料不断攀高以及欧美市场持续恶化等因素影响,纺织企业的出口订单大大减少,正处于纺织产业转型升级的关键时期。据统计,珠三角九地市纺织出口总量约占全省纺织出口总量的 85%。

广东是全国纺织生产大省,优势在于出口能力强。2007 年广东纺织品服装出口出口额占我国纺织品服装出口额的 23.26%,达 390.67 亿美元,同比增长 14.52%,其中重点集群区主要集中在珠三角的佛山、中山、东莞、江门等地。但自 2005 年以来,珠三角的纺织服装地位却处于下降之中。最新海关数据显示,2008 年前两个月,纺织品出口大省广东省纺织服装出口额同比减少了 11.3%。珠三角地区一些纺织服装企业反映,2008 年将是纺织行业最艰难的一年,行业洗牌在所难免。据黄埔海关统计,与今年前两月出口额出现 11.3%降幅相比,3 月份广东省纺织服装出口 22.2 亿美元,增长 15.3%,扭转了下滑态势。统计数据显示,广东纺服对欧盟出口大幅增长。由于今年 1 月 1 日,欧盟取消 10 类自我国进口纺织品的配额限制,受此影响,今年 1 季度,广东省对欧盟出口纺织服装 13.7 亿美元,大幅增长 59.2%,占 19.8%。与此同时,而对美出口则受美国经济不景气影响,出口额为 7.7 亿美元,下降 20.7%。

我国非织造布行业发展潜力巨大

我国非织造布行业走过了十几年的发展历程,到今天,产能已经跃居世界前列。据中国产业用纺织品行业协会提供的数据显示,2007 年我国各类非织造布生产能力有所增加,产量稳步提高,各类非织造布总产量预计将超过 160 万吨,比去年的 140 万吨又有新的增长。我国产业用纺织品 2000-2006 年耗用量平均增长率达到 17.34%,预计在 2010 年中国产业用纺织品及非织造布的消耗将达 500-600 万吨。各类非织造布 2000-2006 年耗用量平均增长率达到 23.69%以上,预计 2010 年将超过 200 万吨。随着我国国民经济的蓬勃发展和人民生活水平的迅速提高,“环保,健康,可持续发展”,已经成为社会共识,将会给我国的产业用纺织品及非织造布行业的发展带来新契机。中国的非织造布仍具有巨大的发展潜力和良好的发展前景。

2008 年 10 月 20 日 - 22 日在上海新国际博览中心举办第八届中国国际产业用纺织品及非织造布展览会,展会规模为亚洲最大,是国际产业用纺织品及非织造布专业采购商在亚洲地区进行采购的重要平台。2006 年展会的海外参展商比例达 54%,海外观众比例为 17%。展会由中国国

际贸易促进委员会纺织行业分会、中国产业用纺织品行业协会和法兰克福展览（香港）有限公司共同主办。本届展览会将与 2008 中国国际纺织面料（秋冬）博览会同期举办，展会的总展出面积将超过 10 万平方米，预计展会专业观众将创记录的达到 6 万，海外专业观众超过 1 万。

我国非织造布行业的整体技术水平、质量水平和竞争能力与国际发达国家相比存在较大差距，主要有以下几方面的表现：一是市场生产能力的重复扩展。近年来，非织造布同类产品生产能力的重复扩展较严重，导致了传统的已确定市场的竞争加剧，进而导致了企业的利润下降。二是行业缺乏明确的市场细分。我国非织造布已应用到产业、服装和装饰等各个领域，不仅已确定市场在不断扩大，而且也开发了一些新的市场。然而，我国非织造布生产能力绝大多数还是集中在少数传统的大路货产品上，如喷胶棉、服装衬、土工布、个人卫生用品、包装材料、鞋衬、常规过滤材料等。企业没有明确的市场分工，常常挤在同一产品领域，造成了产能集中和竞争加剧。三是市场和产品开发力度不够。如簇绒地毯底布，我国拥有约 1.5 亿平方米的市场，目前已有约 30% 开始采用 PET 纺粘法底布，其需求量至少在 4000 万平方米以上，目前主要依赖于从我国台湾科德宝公司进口，售价在 3000 美元/吨以上。国内有些企业已做过不少尝试欲开发这一产品和市场，但至今尚未有产品面市。如果开发出这种产品，不仅节省大量外汇，而且也扩大了市场应用范围。四是企业规模偏小，缺乏国际竞争力。如纺粘法企业的平均生产能力到 2006 年虽然达到 4500 吨/年，但单条生产线的生产能力仍偏小，新增纺粘生产线多半为 1.6 米幅宽、产能仅为 1200~1500 吨/年的设备。五是产品档次相对较低。很多目前国际市场需要的产品还不能提供，国内一些特殊需求尚靠进口。六是缺乏国际知名品牌。

我国非织造布具有很大的发展潜力，我国的内需市场发展并广泛扩张到国际市场后，非织造布的产量还会有成倍的增长。我国目前在能力和产量上虽可谓是一个非织造布的大国，但就技术水平、质量水平、产品档次、研发能力、创新能力和市场竞争力而言还远远不是一个强国。因此，走集团化的道路，增强国际竞争力，成为行业发展的当务之急。

江苏盛虹建成世界最大超细纤维基地

最近，江苏的民营企业 江苏盛虹集团，建成了世界上最大的超细纤维生产基地。使用这种超细纤维进行纺织生产，能够使产品利润率提高两倍以上。超细纤维诞生并大批量生产后，就会使中国出口的高档服装产品比例增大，对我们纺织行业的转型升级起重要的作用。

超细纤维的直径只相当于人的头发丝直径的 250 到 500 分之一，采用超细纤维纺织的衣物，有细软薄的特点，透气性和舒适性都非常好。目前，世界上只有少数几个国家的超细纤维年产量能达到万吨以上，而最近在江苏建成的这个超细纤维生产基地年产量达到了 60 万吨，居世界首位。和一般的化纤比起来，超细纤维的利润能提高 50%；而采用超细纤维的纺织制品，虽然生产成本稍有提高，但产品的附加值高了，利润率也能提高 20% 到 30%。

盛虹集团花了 2000 多万成立了专门的检测中心，从产品质量以及环保方面都确保达到世界上最严格的标准。在盛虹集团的检测中心，配备有美国、欧洲、日本三个检测仪器，符合欧洲、美国、日本的标准。

◇ 家纺企业 - - 青岛喜盈门业绩攀新高

以家纺产业为主体的喜盈门集团克服银根紧缩、原材料价格上涨、用工成本提高、人民币升值、出口退税率下调等不利因素，取得了可喜的业绩。去年公司完成销售收入 34.5 亿元、上缴利税 1.5 亿元，同比分别增长 13%、11%。

喜盈门集团在科技创新方面也取得了突破，同青岛大学合作开发的海藻类海洋纤维通过省级鉴定；公司技术中心被国家发改委、科技部等认定为第十四批国家级企业技术中心；公司还被科技部认定为全国第二批创新型试点企业。

◇ 烟台北方家纺出口创汇业绩斐然

纺织贸促会会员企业，烟台北方家用纺织品有限公司，已成为国际家纺市场上的知名企业，是烟台市福山区出口创汇大户和纳税大户，公司所生产的阳春牌什色布和床品被评为“山东省名牌产品”，董事长兼总经理张剑波曾荣获全国纺织行业劳动模范等称号。

2007 年北方家用纺织品公司完成销售收入 10.89 亿元，自营出口创汇 10522 万美元，实现利税 4375 万元。

为拓宽销售渠道，北方家纺在稳定老客户的基础上，突破传统思维，开发终端客户，加大研发力度，其家纺的产品已远销美国、加拿大、英国、澳大利亚等十几个国家和地区。近年来，北方家纺进行了内部结构调整，改变了过去把织布作为生产重点的格局，较大面积地压缩了织布生产规模，扩大了印染和成品加工能力，平稳地对 500 多名员工进行了转岗。与此同时张剑波带领企业不断调整产品结构，开发生产出高支、高密等高附加值的产品。

为提高产品质量，北方家纺先后对印染整理线进行了填平补齐和技术改造等工作。近年来，公司斥资 1000 多万元引进了热熔染色机、巨型卷染机、预缩机和新拉幅机等设备，进一步扩大了生产能力，增加了花色品种，提高了产品附加值，满足了客户的特殊整理要求。张剑波还主持开发了缎纹/缎条/提花和丝棉等高支高密织物，主持试验了竹纤维织物，赢得了业内专家的一致好评。在政府采购招标中，烟台北方家纺公司还被定为国务院定点采购单位。

北方家纺多次积极参展中国国际家用纺织品博览会，在自营出口中业绩斐然。

◇ 山西绿洲开发大麻竹纤维混纺布列入重点新产品开发计划

近日，山西绿洲纺织有限责任公司开发的大麻竹纤维混纺布被国家科技部列入国家重点新产品计划，截至目前，该公司已经获得 8 个国家重点新产品。

据介绍，大麻竹纤维混纺布是利用先进的纺织 CAD 设计系统，采用经纱和纬纱均为 55% 大麻和 45% 竹纤维开发生产的多种组织规格的面料。该面料从产品的设计思想、原材料的选用、加工工艺技术的优化及织物后整理技术等方面，充分体现了创新意识和环保意识，具有天然抑菌、清凉爽身、柔软舒适等特殊性能，悬垂性、防皱性、亲肤性、染色性能好，经多次洗涤、日晒后，

仍能保其固有优势，适用于制作高档服装、T恤、衬衣、内衣及床上用品，被业内专家称为“会呼吸”的生态产品和“21世纪最具有发展前景的健康面料”。该产品在2007年10月投放市场后，受到了客户和消费者青睐，目前产品已销售美国、韩国等国家，具有良好的开发前景。

◇ 江苏恒力化纤集团 - - 信心源于理性发展

江苏恒力化纤有限公司为知名纺织企业恒力集团下属核心子公司，坐落于素有“日出万匹、衣被天下”美誉的世界级纺织品交易中心——苏州盛泽。完美的产品品质使恒力化纤跃升至化纤业前列，并在国际上享有盛誉。

在严峻的形势下，如何对纺织产业重新定位，寻求突破口？恒力集团董事长陈建华说，现在是高档产品企业有点利润，中档产品企业持平，低档产品企业已经是寸步难行，差别化、专业化、功能化、高档化是唯一出路。恒力集团前不久专门放假15天，进行全面的技术改造，对一些档次较低的机械进行淘汰，也适当地减少用工，富余人员充实到新的公司。他表示，在新劳动合同法实施后，势必要求企业减少用工，提高生产率。以一个车间为例，从750人减少到650人后还可以正常生产，员工工资则可以适当提高。企业只有提高产品档次和科技含量，提升附加值，加强品牌建设，才能增强市场竞争力。

“在目前较为严峻的纺织出口形势下，恒力集团的出口情况却比较乐观。”江苏恒力集团副总经理丁建中表示，“2007年，恒力出口额为1亿美元，出口产品以高端差别化、功能性纤维为主。2008年，恒力的出口额将继续增长。”

◇ 河南元通纺织城与浙江德力西集团签订投资协议

4月15日，浙江德力西集团董事局主席胡成中分别与郑州纺织产业园管委会主任陈宏伟、河南元通纺织城有限公司董事长姜克生签订了入驻郑州纺织产业园和投资合作项目的有关协议。合作项目的签约标志着浙江德力西集团与河南元通纺织城正式结成战略合作伙伴关系，双方合作投资的“中国元通纺织城”项目正式启动。

此次浙江德力西集团与河南元通纺织城有限公司签订战略重组协议后，将成立河南德美元通纺织城有限公司，并由新公司负责“中国元通纺织城”项目的具体运作和建设经营。

“中国元通纺织城”项目位于郑州纺织产业园产品展示销售物流区，总投资约为35.5亿元。项目一期占地412亩，投资15.7亿元，计划用1~2年建成；二期占地400亩，计划投资19.8亿元，计划用3~5年建成。作为郑州纺织产业园产品研发、展示、交易、物流、商务的配套项目，该项目将努力建成中西部地区大规模、高标准、现代化的纺织服装销售和物流配送中心体系。

浙江德力西集团是中国企业500强之一。该集团注册资本10亿元，拥有员工1.4万多人，以生产高中低压电器、输配电气和工业自动化控制电器为主，同时涉足综合物流、交通运输、能源矿业、环保工程、再生资源和金融服务等产业。此次德力西集团在河南投资建设“中国元通纺织城”项目，旨在尽快形成当地的纺织商贸物流优势，实现浙江柯桥、广东中山、河南元通“三足鼎立”的宏大战略目标，同时这也将对郑州纺织产业园产业链的完善和建设目标的实现起到巨大的推动作用。

张延恺副会长率团赴澳门推介“先锋亚洲”时尚活动

4月15日~16日,由中国纺织工业协会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长张延恺带队的“先锋亚洲”时尚活动工作组到澳门进行了活动推介。

工作组在澳门会见了澳门特别行政区政府经济财政司司长谭伯源,并与澳门贸易投资局、澳门旅游局、澳门生产力暨科技转移中心等有关部门代表进行了工作会谈。双方就“亚洲先锋”时尚活动的有关事宜进行了深入沟通,并达成了一致意见。

张延恺重点介绍了即将在澳门举办的“先锋亚洲”时尚活动。谭伯源表示,会展业是澳门多元化发展战略中的重要部分,这次“先锋亚洲”时尚活动能在澳门举办有利于澳门时尚产业的发展,也是推动澳门时尚产业和会展业共同发展的一次绝好机会。澳门特区政府将全力支持,并将澳门贸易投资促进局、澳门旅游局、澳门生产力暨科技转移中心确定为此次活动的特别支持单位。



据悉,“先锋亚洲”时尚系列活动将于今年7月7日~9日在澳门威尼斯会展中心举行,包括亚洲时装展、亚洲时装面料展、亚洲时装周、亚洲时尚论坛、亚洲模特颁奖盛典五个主题部分。这是中国纺织工业协会为推动亚洲区域纺织服装经济合作,利用澳门特殊的地缘优势和政策条件全力打造的亚洲纺织时尚推广新平台。

赴澳门进行推介活动的还有中国纺织工业协会副秘书长、中国国际贸易促进会纺织行业分会副会长徐迎新,北京时尚博展公司副总经理周一奇等行业及会展业代表。

“先锋亚洲”将在中国澳门拉开序幕

2008年7月7日—9日,一场由中国纺织工业协会主办,中国服装协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、澳门亚联会议展览公司、北京时尚博展国际展览有限公司、新丝路模特机构、北京盛世嘉年华国际文化发展有限公司共同承办的“先锋亚洲”活动即将在中国澳门拉开序幕。

这次中国纺织工业协会联合中国几大时尚行业组织联合举办“先锋亚洲”活动,旨在集中呈现全亚洲最优秀的时装品牌,时装设计师以及时装文化、创意、科技和观念,张扬亚洲个性,突显亚洲时尚,反映亚洲文化,体现亚洲价值,关注亚洲成长。

“先锋亚洲”作为亚洲时尚的顶级盛会,定位于亚洲时装界的最高端,着眼于亚洲品牌的文化价值与商业价值,服务于当下,而瞻予未来。“先锋亚洲”将坚持以市场为导向,以包容性、综合性为特点,以创新性、先锋性为核心理念,以持续发展为行动纲领,吸引和聚焦国际的关注。

这一切让“先锋亚洲”活动肩负着不断前行的使命,要做亚洲时尚的“组织者”、“传播者”、“推动者”。

作为亚洲时尚界的“组织者”，“先锋亚洲”将打造亚洲时装的公共综合平台，推动亚洲时尚产业的发展，整合亚洲区域产业资源，促进亚洲各国时装产业的合作与发展；

作为亚洲时尚界的“传播者”，更是搭建亚洲时尚的全景展现平台，集中呈现全亚洲最优秀的时装品牌，时装设计师以及时尚理念，提升亚洲品牌成衣价值，成为地域品牌走向世界的跳板；

作为亚洲时尚界的“推动者”，以开辟亚洲品牌的消费市场为手段从而实现对亚洲品牌价值的提升与再创造，以开创生活方式新概念的方式引领消费者，为消费者创造美好的生活。

对于这次活动地点的选择，活动主办方认为，“‘先锋亚洲’活动落户澳门是最合适的。”他表示，澳门具有得天独厚的地理优势；开放的人文环境为时尚界的流光溢彩铺平了道路；高度开放的经济氛围、密集的国际经贸网络、独特的自由港地位以及独有的独立关税区政策，这些无法比拟的商业环境使其为亚太地区极具活动及发展前景的一员。

在政府扶持方面，国家中央政府“十一五规划”中明确指出大力发展、扶持澳门服务业的相关政策让澳门逐步成为亚洲经济的一个焦点。

同时，澳门完善的会展基础设施，优质齐全的会展配套服务设施为“落户”澳门提供了坚实的基础。

❖ 五大时尚活动搭建立体平台

据介绍，本次“先锋亚洲”包括“亚洲时装展”、“亚洲时装面料展”、“亚洲时装周”、“亚洲时尚论坛”、“亚洲模特颁奖盛典”等五大主题活动。届时将云集亚洲时尚界的各路精英，为时尚精英们提供个性展示和广泛交流的舞台和空间。

其中，亚洲时装展将呈现亚洲品牌。据悉，首届展出规模达到13000平方米，参展品牌达100家以上。来自中国、中国台湾、中国香港、中国澳门及日本、韩国、新加坡、印度、泰国、菲律宾、巴基斯坦、越南、印尼、马来西亚等国家和地区的优秀时装品牌同台竞技，向世界展现亚洲时尚风貌。

主办单位将构筑助推亚洲高级时装品牌成长的平台，吸引亚洲最具影响力和商业价值的时装品牌以及东亚、东南亚地区和国际市场买家的参与。缔造集品牌、设计、商贸、文化于一身的亚洲时装盛会，推动亚洲时装全面发展，提高亚洲时装品牌的国际竞争力。

面料是时尚的灵魂，无论原料或是图案，均承载了无数亚洲设计人的梦想和可能。

“亚洲时装面料展”将盛纳亚洲底蕴，汇聚亚洲地区中高档时装面料品牌，尽情彰显时装面料的无穷魅力与神奇，一同编织五彩斑斓的时尚盛典，助推亚洲时装面料品牌与亚洲时装产业的共同成长与繁荣，引领亚洲时装面料的趋势，使“亚洲时装面料展”成为亚洲时装面料品牌与世界时装面料品牌接轨的绚丽舞台。

作为具有开创意义的新起点，“亚洲时装面料展”随“亚洲时装展”首度共同展出规模将达到13000平米，主办单位通过筛选逾百家在全亚洲具代表性品牌时装和时尚面料参展企业，旨在

打造一个引领亚洲先锋时尚的高级品牌旗帜展。

“亚洲时装周”则突显亚洲时尚，将在亚洲时装业界选择最具影响力和商业价值的亚洲设计师或设计团队品牌，进行以“设计的力量”为主题的亚洲品牌成衣发布。

据介绍，“亚洲时装周”致力构造一个“设计与品牌、设计与商业、设计与生活”的国际化时装设计交流平台，届时将有来自中国、中国台湾、中国香港、中国澳门、日本、韩国、新加坡、马来西亚、印度、泰国等国家和地区的杰出设计师参与进来。

“亚洲时装周”将代表亚洲成衣设计与创意的最高水平，代表亚洲服饰文化的最新发展方向。届时主办单位将邀请亚洲各国重要商界买家，主流媒体代表组成强大的观摩阵容。推动亚洲时装设计和品牌的成长，展现并提升亚洲时装价值，体现不同亚洲国家的文化，亚洲时装周必将成为亚洲各国时装品牌提升国际知名度的最佳途径，也将成为亚洲时装品牌进军国际时尚舞台的必经之路。

“亚洲时尚论坛”将体现亚洲智慧，主办单位将特邀亚洲地区著名时尚专家、资深时尚人士、各领域著名时尚企业总裁、行业领导、商业领导、行业专家以及亚洲地区主流媒体等以“时尚—亚洲经济发展新动力”为主题解读“亚洲时尚、亚洲文化、亚洲价值、亚洲成长。”

“亚洲时尚论坛”是“时尚文化”与“时尚经济产业链”共同发展的推动者，将架构起国际时尚界之间的高峰对话平台。将在亚洲地区范围内产生巨大的社会影响，并逐步树立时尚应用和创新典范，促进时尚产业在亚洲地区市场的快速成长和发展，扩大时尚产业在各领域的影响力。

“亚洲时尚论坛”将结合主题论述性发言与广泛而深入的圆桌讨论两种主要方式，冀望以跨越国界的穿透力，来揭开时尚多维的内涵和真实。探讨亚洲市场与时尚文化精髓、亚洲市场与消费趋势分析，在“时尚经济产业链”的理论与时尚战略实践两个方面实现突破，结合亚洲时尚市场与消费的现状，通过亚洲价值与功能的分析，最终寻找一条适合亚洲特色的“时尚经济产业”发展之路。

“亚洲模特颁奖盛典”将关注亚洲面孔，集合亚洲优秀模特，寻找东方面孔，亚洲时尚风采由她们传递。

如果你要了解亚洲时装界的先锋时尚和潮流，如果你的时装品牌要走出国门，抢滩亚洲市场，如果你的品牌足以吸引整个亚洲乃至世界的目光，请你参与“亚洲先锋”活动中来，这里是你要表演的舞台。

“先锋亚洲”活动，是亚洲时尚的一个全新起点，也是一个承接世界的跳台。

从美国经济冷暖 看中国纺织品服装贸易展览会（纽约）



进入 2008 年，世界经济增长陷入低谷，美国经济在次贷危机影响下持续走低，并正影响着

全球经济发展的走势。在这种境况下，今年6月将在美国纽约举办的一年一度中国纺织品服装贸易展对企业还会有多大吸引力？企业对美国市场需求的判断如何？

从2007年总体来看，美国纺织产业货运和出口量持平，而销售和就业急剧下降，但整个产业仍然保持赢利。为了挽救市场的颓势，美国又向中国施压，要求中国减少纺织品服装的出口量。在这种形势下，记者最近从中国纺织品服装贸易展览会主办方得到的答案是：企业参展热情依然不减，展出的新品将会更加适合美国消费者的需求。

有关专家在分析今年形势时认为，美国政府最近实施了一系列组合政策以应对危机，但在中期内是否能够扭转美国经济颓势还存在相当的不确定性。而一旦美国经济真正陷入衰退，中国纺织品出口似乎很难避免一段景气不佳的时光。具体来看，美国经济将有可能从三方面对中国纺织品出口产生影响。

首先，经济衰退导致美国总消费能力下降，对进口商品的需求相应下降，这将从外需方面抑制中国出口的增氏。据统计，中国是输美纺织成衣类产品的最主要国家之一，如果按美国消费增速在未来两年内降至3.2%的水平（2007年为4.2%）测算，到2009年，我国纺织服装对美出口增速将回落至10%左右。

其次，美国经济衰退会导致贸易保护压力增大。“中国制造”将会面临更多的贸易保护壁垒，这将极大削弱中国纺织出口商品的国际竞争力。

最后，全球经济受美国拖累会出现进一步下滑，在外部经济环境严重恶化的大背景下，中国对欧盟等主要贸易伙伴的出口增速也将面临下行风险。

但也有专家认为，不必对今明两年出口形势过于悲观，中国纺织产品在美国乃至全球的增长潜力仍然是巨大的。从以往市场看，在国际形势大体平稳的背景下，预计2008年纺织品服装出口仍将有两位数的增长，但增速可能会有所下降。从出口市场份额看，2007年中国对美国纺织服装出口仅占出口总额的14.3%，对美国市场的依赖性并不很高，不应该把中国对美国纺织品出口的整体影响想像得过于严重。

美国自2006年1月1日起对中国产制的21类纺织品实施数量限制，这些设限类别产品均为输美热门产品，占中国纺织服装输美金额的比重接近三分之一。2009年配额取消后，该类类别产品有可能成为对美纺织出口增长的后续动力。在数量限制下，压力也可能转换成动力，促使纺织品出口企业提高产品含金量，增强竞争力。对于规模较大的出口企业来说，订单的数量或许会下降但金额会上升，部分中小企业应该认清此轮危机中的结果。

已经成功举办了八届的中国纺织品服装贸易展，在美国主流商贸界取得了较高的知名度，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，中国纺织品服装贸易展已拥有了一大批稳定的客户群体。在外部因素不定、美国经济持续走低情况下，该展会将继续对中美纺织品服装贸易交流起到重要推动作用。经过八届的积累，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。

上海新联纺织品进出口公司、天津天纺投资公司、无锡庆丰公司等企业表示，今年不仅参展，还要研究如何制定发展战略。山东樱花家纺制品公司的相关人士表示，中国纺织品出口要进行产业结构调整，千方百计提高质量，把名牌做出来。同时，要搞好差别化经营，企业只有进行差别

化经营，才能创造个性。企业通过一定的途径让自己的声音能被听到，“走出去”多了解国外市场动态。一些国家贸易条件非常不错，目前双边协定越来越多，企业可以利用这些协议探索更大的市场利润空间。

泰州吉泰毛纺织染厂负责人说，大力开拓多元化市场，分散出口风险，在巩固传统市场基础上，逐步拓展非洲、中东、南亚等市场，通过考察与参加展会结识新客户。对欧美市场，通过发展代理商、介入国外营销网络等方式积极化解风险。要实施产品和经营的多元化，加大新产品开发力度，提高产品附加值。增加毛料、西装等中高档产品出口。实施“走出去”战略，拓开销售渠道，拓展赢利空间，规避贸易摩擦和欧美设限带来的风险。

安徽鸿润集团公司有关负责人表示：一是兼顾国内外市场的开拓，加强对日本、韩国、俄罗斯等市场的出口，借助国际销售渠道增加出口。二是加快科技创新步伐，积极开发世界领先的针织面料，加快对新材料、新素材的应用。三是加快产品结构调整，在提高内衣档次基础上，逐步向休闲和运动服装转变，以满足不同客户的需求。

原载：来源：《中国纺织报》 记者 张永法

CTAF 与 TEXWORLD 相得益彰

中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）快速成长天时地利



首届中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）（CTAF）的举办取得意想不到的成功。展会主办认为，CTAF 是找到了合适的时间、合适的地点、合适的合作伙伴。CTAF 的成功招展和成功举办，为 TEXWORLD 成功导入了一个展中展，它使得原本定位于纺织面料的 TEXWORLD 展会，展览范围延至服装领域，其内涵和外延得到有效延伸，为这个知名展会实现跨越式成长找到了有效突破口。

的确，与纺织面料世界知名展会 TEXWORLD 同期同地举办，让 CTAF 获得较高的起点，它实际上是 TEXWORLD 的有效延伸，是随着 TEXWORLD 向成衣领域进军而诞生的展会。这种与生俱来的先天优势，使得 CTAF 一诞生就非同凡响。据展会组织者提供的数据，首届展会共有逾 5000 名专业观众到场参观，远远超过中国在美国、澳大利亚、日本主办了多年的纺织服装类专业展会观众数量。

➤ CTAF 为中国出口企业提供绝佳贸易平台

Texworld 是业界最具影响力的专业贸易展览会之一，2007 年 9 月 TEXWORLD 秋季展会，共有展商 959 家，3/4 来自亚洲；到场观众共计 17741 名。观众主要构成是制造商、贸易商、批发商、零售商、代理商、设计师、采购商和百货商店等。这些专业观众和买家大部分是具有决策

权并定期参观 Texworld 的高质量观众,他们参观展会有明确的目的和针对性,不仅寻求具有最佳性价比的产品,而且偏好具有原创性和独具特色的产品,因此每个展商都能更加深入地了解欧洲的市场和需求,从而更加精准地满足客户的需要。

据展会组委会提供的展会报告显示,观众对于CTAF展区的成衣普遍具有兴趣。借助Texworld的观众优势,中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)不仅是我国出口企业的绝佳贸易平台,也为企业了解欧洲市场提供了良好契机。

参加首届CTAF的展商多有不小的收获。雪莲公司参展人员认为,参展的贸易效果好于预期,而且通过参展更了解欧洲客户的特性:追求品质、注重款式,给的价钱也好。这为其今后开发产品提供了很好的思路。

雅鹿参展人员的收获是,欧洲市场空间很大,而且是个注重品质的市场,展会上接触的客商真正想做生意的不在乎价格。

➤ CTAF 为 TEXWORLD 添上浓墨重彩

CTAF 不仅为中外企业带来了众多贸易机会,而且蕴含着更多中外业界合作前景。作为TEXWORLD的延伸部分,首届CTAF的成功举办,为TEXWORLD添上了浓墨重彩。

TEXWORLD 被誉为开拓欧美市场的金钥匙,其展出规模之大,专业性之强,国际知名度之高,在纺织面料行业首屈一指。2006年9月的TEXWORLD,共有40个国家和地区的678家面料商参展,而2007年秋季的TEXWORLD却有42个国家和地区的975家企业参展,其中来自中国的企业达303家,中国企业占到参展企业的近1/3。TEXWORLD因中国参展企业增加快速扩容。CTAF对TEXWORLD的规模迅速扩大功劳最大。据展会主办方提供的资料,首届CTAF共有近100家来自中国的服装企业或兼做服装的面料企业参展。而这正是中外纺织业界和展览业界合作共赢的结果。

自CTAF成功举办后,TEXWORLD已把向成衣领域拓展作为公司发展的重要策略。据TEXWORLD主办方提供的资料,2008年2月举办的TEXWORLD,展品范围包括纺织品和服装,以使观众的采购之旅更物有所值。除了展出各种面料外,还展出了各种服饰和服装产品,这些服饰和服装产品展商主要来自波兰、巴基斯坦、中国、台湾等国家和地区。

TEXWORLD对CTAF充满了期待,法兰克福展览有限公司有关负责人表示,他们对与中国纺织工业协会开拓的新合作领域表示极大的赞赏。

同时,TEXWORLD对CTAF进行了大力推介,不仅根据CTAF新的展商特点专门组织观众,而且在展馆对CTAF做了明显的参观线路导引,同时在各种宣传资料上在对CTAF做了大篇幅的推介。最具影响力的是在TEXWORLD新闻发布会上,CTAF又成为TEXWORLD对世界各国媒体发布的焦点新闻,各国媒体对CTAF表现出空前的关注。这使得CTAF能在自身快速成长中也为参展的中国品牌带来更多附加价值,CTAF倚靠品牌展会获得的资源优势,给参展企业带来的附加价值是不可估量的。

ITMA ASIA + CITME 2008 为中国纺机企业 与全球纺织行业提供完美互动的交流盛会



2008年7月27日至31日，全球纺机业界将欢聚上海，共同参加中国有史以来最大规模的纺织机械专业展览会——“中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会2008”。届时，举世瞩目的“ITMA展览会”和“中国国际纺织机械展览会”的这两大世界著名的展览会品牌将联合亮相在这全球最大、最重要的纺机及纺织市场，该展会将会为全球纺机和纺织业界提供一场完美互动的交流盛会。

ITMA ASIA + CITME 2008是由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织机械器材工业协会及中国国际展览中心集团公司和欧洲纺织机械制造商委员会联合主办的。此次合作将把欧洲纺织机械制造商委员会成员国、中国等优秀纺织机械生产企业的先进技术和中国乃至亚洲地区纺织品生产企业的技术革新紧密结合在一起，并将进一步推动中国及周边国家和地区纺织工业的快速发展。

ITMA ASIA + CITME 2008是中国纺织机械器材工业协会和欧洲纺织机械制造商委员会在亚洲地区唯一鼎力支持的专业展览会。它将继承和发展前十届在北京举办的“中国国际纺织机械展览会”和2001年、2005年在新加坡举行的“ITMA亚洲展览会”的强劲势头，并与在欧洲举办的每四年一届的“ITMA展览会”遥相呼应，在全球范围内，打造一个科学合理的纺织机械专业展览会的崭新格局。“中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会”将按计划每两年举办一次，2010年的举办细节也正在酝酿中。

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。

在国内各纺机制造企业携带各自最新的纺机技术亮相该展览会的同时，来自欧洲纺织机械制造商委员会各会员国及日本和其他海外地区的纺织机械制造企业也将云集上海。欧洲纺织机械制造商委员会由比利时、法国、德国、意大利、荷兰、西班牙、瑞典、瑞士和英国等九个国家的纺机协会组成。这些国家的纺织机械制造工艺水平基本代表了世界的先进水平和发展方向。

据海关统计，2007年我国纺机进口49.08亿美元，同比增长19.74%，纺机出口15.28亿美元，同比增长23.54%，我国纺机市场当年容量首次超过800亿人民币。

目前我国纺机行业自主创新能力不足，高新技术和高端纺织设备大部分依赖进口。为改善这种局面，国家对纺织机械工业给予了高度的关注和支持，经过几年的发展，《纺织工业“十一五”发展纲要》中“十项新型成套关键装备技术攻关和产业化”已取得了很多成果，不少已经实现产业化，有助于实现国产纺机设备的产品升级，缩小与国际先进水平的差距。

2008 春夏面料展后续报道：辅料，孕育崛起之势



中国国际纺织面料及辅料博览会已经连续举办了十四届，这十四年来，国内面料企业的品牌意识、产品研发、经营理念都得到了长足的发展。而作为展会其中一项内容的辅料，也在这日渐成熟、日趋国际化的平台上孕育了崛起之势。在今年的中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会上，辅料展商所展现出的三大亮点，使这一势头更为明显。

- 创意，无处不在

今年的中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会不但更换了新的展馆，辅料也被独立出来，主办方专门设置的辅料展馆，让辅料展商们有了尽情展示产品和创意的空间。在辅料展馆，观众们看到的不仅是最符合时尚潮流的辅料产品，还有一个个展商花费心思的创意。正如一位企业负责人所说，辅料与面料不同，它胜在小巧精致。因此，利用辅料的小巧精致来做文章，辅料展位上便出现了各种各样表现创意的形式。

在一家展位旁，记者发现了一张蒙娜丽莎的“画像”。停下来仔细一看，原来是北京顺兴商标（服装辅料）公司将自己生产的高纬密织边、切边商标、防伪丝织商标、吊牌、牛仔牌、滴塑章、高频电压标、PVC LOGO、织带、刺绣、标条、码印标等产品做成了一张拼图。拼图利用这些产品颜色的变化，勾勒出了蒙娜丽莎的形象，很有视觉冲击力，为专业观众营造了一个艺术的氛围，让人觉得，小小的商标也能做得高雅、大气。

在记者采访宏大拉链中国有限公司时，工作人员热情地送给记者一个制作精致的“拉头”，当放在手里把玩时，却一不小心被记者掰断了，原来这是制作成拉头形状的巧克力，其相似程度足以乱真。工作人员说，这是公司为本次展会专门制作的糖果，与那些金属拉头和树脂拉头一样，也是展品之一，只不过它所展示的，是宏大公司的细腻心思。

另外，2008年是奥运之年，在辅料展馆的很多地方都能感受到奥运的临近。很多公司在展位布置上充分体现了时尚运动的气息，足球、网球拍等都被拿来与辅料结合展出。一位工作人员说，2008是奥运之年，奥运不仅是全民共同期待的一件盛事，也引领了一股时尚，更为许多企业带来了商机。

- 环保，融入产品

一直以为，对于小小的辅料而言，只要在设计上下功夫，外观跟得上流行趋势就可以了，从没有想过辅料当中也蕴含着高端的科技，也能和现在大行其道的环保趋势契合。

在很多展位上，当记者问到本次有何新产品参展时，工作人员为记者介绍的多为符合环保趋势、对人体无害的新产品，这些产品从原材料到染料等方面都体现了环保理念。昆山大美织造有限公司的工作人员说，公司的很多客户都要求产品与时下的流行趋势相符，其中就包括要符合健康、环保标准。所以公司的原料基本采用天然原料，染色等后整理环节都要保证助剂的合格。

据宏大拉链中国有限公司工作人员介绍，目前公司生产的拉链、拉头主要销往国外。国外客户对产品的一项重要要求就是：保证产品对人体的皮肤无伤害。因此，公司在选用原料和染料时，一部分在国内指定厂家生产，一部分要从国外购买。

河北天马衬布有限公司是一家专做衬布的工厂，据展位负责人介绍，近年来衬布一个大的变化就体现在原料上，从最早的全涤，发展成涤棉混纺，现在根据大趋势和客户要求，全棉衬布也占领了一定的份额，并且越来越柔软、舒适。

- 新材料，流光溢彩

除了层出不穷的创意和环保理念的日渐深入，辅料展商们展现给专业观众的另一亮点是：新兴材料在辅料产品中的应用。

在韩国 cobee 公司的展位上，不同材质的产品被分类摆放。贝壳的、木质的、牛角的、皮质的……在这些类别下面，是形形色色的纽扣、商标、吊牌，你需要哪种材质的产品，只需在一个区域里选择就可以了。

如果这些还不算新鲜，那么请到昆山大美织造有限公司的展位上，相信观众能在这里感受到新材料在辅料领域的应用。遵循环保的原则，像皮革之类的原料昆山大美公司基本已不再使用，取而代之的是棉、麻等天然原料，另外，引人瞩目的是，公司也选用了大豆纤维、牛奶纤维等来制作小小的辅料。工作人员介绍说，大豆纤维、牛奶纤维等原料目前国内已趋于成熟，使用此类原料的面料企业越来越多，而下游服装企业对此类产品的需求也越来越大。作为纺织行业产业链中的一环，辅料企业的产品虽小，却应“五脏俱全”，要针对当前的发展趋势和市场需求，不断尝试新的事物，不断推出新的产品。

中国国际家用纺织品及辅料博览会组委会通告



由中国纺织工业协会主办，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国家用纺织品行业协会、法兰克福展览(香港)有限公司共同承办的 2008 中国国际家用纺织品及辅料博览会组委会日前与中国羽绒工业协会、中国饭店协会和中国家纺静电植绒专业委员会经过共同协商，达成广泛合作共识，将在上海新国际博览中心举办的中国国际家用纺织品及辅料博览会上增设“羽绒及制品专业展区”、“酒店设备用品展区”和“静电植绒展区”。

招展联系方式如下：

羽绒展区（招展）：

联系人：卓宇捷

电话：010-65238258

传真：010-65273201

酒店设备用品展区（招展）：

北京中建华硕展览有限公司

联系人：殷明照

电话：010-62235816 传真：010-62215721

手机：13701143268

联系人栾志宏：

电话：010-62212469 转 205 手机：13161189551

由于参展企业报名踊跃，主办方不得不对一些参展企业的展位面积进行压缩和限制。从目前情况来看，今年海外参展企业将占据上海新国际博览中心 1 个展馆，展出面积超过 10000 平方米；国内参展企业及展团将占据 9 个展馆，展出面积达 103500 平方米，预计家纺展总面积将超过 11 万平方米。

当 2008 年中国国际家纺展的宣传海报第一次出现在全球最大的家纺展——今年 1 月份举行的德国法兰克福家纺展现场时，立即吸引了众多观众的眼球，不少展商对其表示出浓厚的兴趣。在主办单位的大力宣传下，展会的影响力逐年提高，中国国际家用纺织品及辅料博览会已经成为世界知名的国际性大型家纺行业展览会。

中国国际家用纺织品设计大赛作出调整

中国国际家用纺织品设计大赛组委会决定对大赛进行调整。经过五年的发展，设计大赛在行业内外产生了很大的影响力，主办方希望通过调整，将市场化运作引入家用纺织品设计大赛。

本次调整主要表现在三个方面：

第一，保留“中国国际家用纺织品设计大赛”的名称，原中国国际家用纺织品设计大赛包括的五大奖项评比：品牌产品设计风格奖、产品设计奖、创意设计奖、论文奖、网上评比奖”，将分别合并和改组成三个独立的大赛，即“中国国际家用纺织品产品设计大赛”、“中国国际家用纺织品创意设计大赛”和“中国国际家用纺织品网上评比大赛”。组委会将与地方政府及赞助单位紧密合作，增加投资、加大工作力度，进一步扩展大赛的影响力，提高大赛的整体档次和水平，逐步将大赛推向国际；

第二，新推出的三个大赛将合力打造全行业大赛权威品牌，获奖证书统一命名为“中国国际家用纺织品设计大赛金榜奖”；获奖作品统一在 2008 年 8 月 26~28 日的中国国际家用纺织品及辅料博览会上展示、发布。同时，三个大赛分别进行策划和推广，突出品牌特色，在宣传、展示、颁奖等相关活动中进行市场化运作；

第三，经过调整，“中国国际家用纺织品产品设计大赛”的主办单位为中国家用纺织品行业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、法兰克福展览（香港）有限公司和南通市人民政府；“中国国际家用纺织品创意设计大赛”的主办单位为中国家用纺织品行业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、法兰克福展览（香港）有限公司及海宁市人民政府；“中国国际家用纺织品网上评比大赛”的主办单位为中国家用纺织品行业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、法兰克福展览（香港）有限公司，合作单位待定。大赛承办单位为中国家纺网。