



纺织贸易

目录 2008年第十二期 总第169期 2008年12月出版

刊名题字:



主办单位:

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

顾问: 许坤元 徐晋昶 富荣沛

编辑委员会: 张延恺 陈伟康 徐迎新
杨兆华 林云峰 梁鹏程

主编: 陈伟康

执行主编: 刘彦威

编辑: 韩佳昇 李薇

通讯地址:

北京东长安街12号436室

邮政编码: 100742

电话: 010-85229096

010-85229645

传真: 010-85229196

电子邮箱:

han@ccpittex.com

lw@ccpittex.com

【经贸动态】

- P3 ■ 我国布局经济结构调整
- P3 ■ 亚洲、欧元区2009年经济将急剧放缓
- P3 ■ 人民币贬值刺激纺织服装企业业绩增长

【政策法规】

- P4 ■ 促进轻纺工业健康发展的6项政策
- P4 ■ 解读增值税改革
- P6 ■ 国务院出台轻纺工业新政旨在减轻企业资金的压力
- P6 ■ 12月1日起实施新《桑蚕捻线丝》国家标准
- P6 ■ 海外拓展的中小企业可获得资金补助
- P7 ■ 海关总署出台10项措施助外贸企业过冬
- P7 ■ 国家确定9项金融促进经济发展政策措施
- P7 ■ 中央经济工作会议: "保增长、扩内需、调结构"

【国际市场】

- P8 ■ 金融危机下的美国纺织服装消费低迷
- P8 ■ 警惕外商拖欠货款
- P9 ■ 各国纺织服装企业应对金融危机的措施
- P10 ■ 越南加大原材料采购力度
- P10 ■ 哥斯达黎加服装贸易免税

【行业动态】

- P11 ■ 纺织行业采用多项措施积极应对金融危机
- P15 ■ 68家企业获得REACH产品预注册号
- P16 ■ 1-11月我纺织服装出口增速放缓
- P17 ■ 2008年1-10月我纺织服装主要出口市场统计

【展会专题】

- P18 ■ 三大展会全力助纺织服装企业"过冬"
- P20 ■ 第15届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会整装待发
- P21 ■ 中国纺织品服装贸易展览会(纽约)明年迎来十周年
- P22 ■ 第十七届中国国际服装服饰博览会(CHIC2009)
反映中国服装产业升级、品牌发展和企业提升的积极态势
- P22 ■ 第14届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会回顾
- P23 ■ 第七届中国国际产业用纺织品及非织造布展览会印象
- P24 ■ 《ITMA ASIA+CITME2008 展品评估报告》出版

中国纺织工业协会会长杜钰洲：中国纺织行业有信心度过难关

"作为支柱产业和民生产业，纺织行业的健康有序发展与国民经济和人民生活水平息息相关。虽然受世界经济大环境影响，目前纺织行业正处于相对困难时期，但中央的有力决策和及时有效政策的出台，加之纺织行业自身水平的不断提升，都使我们有信心克服暂时的困难，迎来更好更快的发展。"近日，中国纺织工业协会会长杜钰洲在对当前经济形势、行业走势的分析和对政策的解读时，满怀信心地鼓舞全国纺织服装行业要树立信心，内外结合搞好结构调整和产业升级，中国纺织工业一定能克服困难，更快更好发展！

杜钰洲会长分析了当前行业的困难形势，认为："此次金融危机是上世纪经济大萧条之后最严重的，波及面广，对世界各国经济都产生了巨大的影响。因为现在是全球化时代，各国经济的相互依存度越来越紧密，发达国家的经济衰退对发展中国家必然产生深远的影响。"在此大背景下，世界纺织经济当然无法幸免。而作为最大的纺织品生产加工大国，中国的纺织经济受到的冲击也十分巨大。据企业反映，往年到圣诞节前，明年上半年的订单基本都满了，而现在很多企业的订单都还没有着落；而从国内市场虽然整体形势还算健康，但也受到了很大影响。10月份，全社会商品零售价格指数为4%，而衣着类仅为-1.4%。10月份服装零售总额增长20%，低于全社会零售总额。同时，企业也必须承受如汇率变化、劳动力成本的提高、原材料能源价格上涨等多重因素，使整个行业处于较为困难时期。

杜钰洲会长对纺织行业走出困境仍充满信心："纺织是重要的民生产业，也是主要的就业行业，是落实科学发展观的重要产业。纺织行业现有2000多万职工，其中80%是农民工；纺织每减少1亿美元的出口，就会影响3680人的就业，所以一定要引起重视。温家宝总理前不久在讲话中提到纺织是支柱产业，国家要出台政策予以支持，这对全行业树立信心走出困境十分有利。"他认为，面对当前形势，全行业完全没有必要失去信心，更没必要恐慌，困难之中反而孕育着巨大的机遇，中国纺织业有着继续快速健康发展的巨大潜力。

30年改革开放尤其是新世纪以来纺织行业的飞跃发展使我们的风险能力大大加强，拥有了克服困难的实力。杜钰洲介绍，目前中国纺织行业的技术水平已不是1998年金融危机时的状态，无论是装备水平、工艺技术水平还是产品水平都上了一个大台阶，生产力水平大幅提升。"目前，中国纺织工业的生产水平至少在亚洲是最先进的、实力最强的。应该看到，虽然多数企业遇到了困难，但我们仍有1/3的企业保持了较好的发展。今年1-8月，行业1/3的企业销售增长24%，利润增长33%，平均利润率为8.3%；7%的企业（3198户）销售增长27%，利润增长52%，平均利润率达到15.4%。"杜钰洲说。他认为，拥有坚实的产业基础、巨大的市场，现在又有了及时有力的政策支持，中国纺织工业一定能够度过难关。

杜钰洲会长强调：作为行业协会，要以企业为主体，不断提高服务意识，对中小企业雪中送炭，帮助他们度过难关。近期中国纺织工业协会已计划和产业集群的地方政府合作，为企业信贷提供担保，帮助企业解决融资问题。"纺织行业是中国的支柱产业，这是由中国的国情所决定的；纺织行业顺利度过难关，保持健康发展，这对中国经济和社会也是巨大的贡献。只要我们树立信心，内外结合搞好结构调整和产业升级，中国纺织工业一定能克服困难，更快更好发展！"

我国布局经济结构调整

在我国政府的刺激经济方案中,4万亿资金的投向透露出政府布局经济结构调整,产业结构升级的良苦用心。除加快铁路、公路和机场等重大基础设施建设的同时,医疗卫生、文化教育事业,生态环境建设,自主创新和结构调整,农村基础设施建设等均成为未来财政投资的重点方向。这些措施不是为了保短期增长,也不是为了保高速增长,主要是保我国经济长期可持续发展的能力,促进我国经济竞争力的提高。因此,这次调整更多的是机遇。

亚洲、欧元区 2009 年经济将急剧放缓

据国际货币基金组织(IMF)在 11 月 24 日所发表的《亚太经济展望》报告显示:世界金融危机将会持续到 2009 年年末。在这一大背景下,亚洲增长可能急剧放缓,脆弱性将会增加。国际货币基金组织《亚太经济展望》报告指出,在 2009 年年末之前,亚洲的经济增长将大幅度减速。

IMF 预测,受出口需求减少、信贷紧缩等不利因素影响,2008 年亚洲经济增长率预计为 6%,低于 2007 年的 7.5%。而 2009 年这一数字将大幅降至 4.9%。报告预计,2009 年中国经济增长率将由今年的 9.7%降至 8.5%,日本经济将负增长 0.2%,印度和韩国的经济增长率将分别降至 6.3%和 2%。

另据欧洲宏观经济预测研究会 11 月 24 日公布的报告显示,受国际金融危机影响,2009 年欧元区经济将下滑 0.4%,低于欧盟委员会本月初的预期。伴随经济下滑,欧元区失业率将会大幅上升,欧元区成员国的财政状况也将恶化,但一直居高不下的通货膨胀将由目前超过 3%的水平逐步降到 2010 年的 1.4%,保持在欧洲中央银行为维持物价稳定所设定的 2%的警戒线以下。通胀压力的缓解为欧洲中央银行进一步降息以刺激经济增长提供了更多空间。据欧洲宏观经济预测研究会预计,欧洲央行很可能会在未来半年内将欧元区主导利率由现在的 3.25%逐步降至 2%。

据国家统计局近日发布的数据显示,10 月份,我国宏观经济景气指数为 94.7,比上月回落 10.6%,但仍然处于稳定的“绿灯区”。消费者信心指数为 92.4,比上月下降 1%。我国宏观经济景气指数从今年 6 月份开始持续回落。以 100 为理想水平的宏观经济景气指数 5 月份为 117.3,6 月份为 112.0,8 月份为 105.3,10 月份进回落到 94.7。10 月份社会消费品零售总额处于偏热区间,工业生产处于偏冷区间,财政收入处于冷区间。其余各项指标,包括进出口、工业企业利润、居民消费价格、金融机构各项贷款、货币供应 M2 等,都处于稳定区间。

人民币贬值刺激纺织服装企业业绩增长

最近,人民币结束长达三年的升值趋势,走向贬值,这将极大的刺激不断萎缩的纺织品服装出口,可谓久旱逢甘露,结合近期国家相继出台 4 万亿投资拉动内需、大幅降低利率等一系列刺激经济增长的调控政策的背景,市场更乐于相信人民币贬值是政府促进出口保经济增长的长期政策,这对恢复出口企业特别是纺织企业的信心具有重要的意义。

促进轻纺工业健康发展的 6 项政策

国务院总理温家宝 11 月 19 日主持召开国务院常务会议，研究部署促进轻纺工业健康发展的政策措施，会议研究确定了促进轻纺工业健康发展的 6 项政策：

(一) 扩大国内需求，在全国推广“家电下乡”，对农民购买家电实行财政补贴，加大对地震灾区和边疆少数民族地区的支持力度，拉动消费带动生产。

(二) 增加各级财政扶持中小企业发展专项资金规模，支持市场前景好、带动就业明显、经济社会效益显著的轻纺项目，加大对信用担保体系和服务体系建设的投入。

(三) 进一步减轻企业税费负担，缓解成本压力。继续适当提高纺织品、服装和部分轻工产品出口退税率，清理和取消涉及轻纺企业的各种不合理收费。

(四) 积极扩大出口，巩固和开拓国际市场。暂停轻纺加工贸易台账保证金“实转”政策，充分利用中央外贸发展基金扶持轻纺企业开展营销、研发和并购活动。

(五) 鼓励和引导金融机构加大金融支持力度。积极支持金融机构扩大信贷资金投放，简化审批流程，开辟信贷“绿色通道”，推进融资产品创新，推广和发展出口信用保险等业务，鼓励和支持信用担保机构发展，切实解决轻纺中小企业融资难问题。

(六) 加大轻纺工业技术改造力度，推动产业升级。企业要加强技术研发及成果产业化应用和品牌建设，提高市场竞争力和抗风险能力。安排中央预算内资金，支持轻纺等重点行业开展专项技术改造。

其中有 2 条是直接针对纺织行业的，一是进一步减轻企业税费负担，缓解成本压力。继续适当提高纺织品、服装和部分轻工产品出口退税率。二是加大轻纺工业技术改造力度，推动产业升级；安排中央预算内资金，支持轻纺等重点行业开展专项技术改造。

解读增值税改革

国务院常务会议批准了财政部、国家税务总局提交的增值税转型改革方案，决定自 2009 年 1 月 1 日起，在全国范围内实施增值税转型改革。

1、增值税转型的概念和意义

所谓增值税转型，是将我国现行的生产型增值税转为消费型增值税。转型后，企业新购进（包括捐赠和实物投资）的固定资产、用于自制固定资产的购进货物或应税劳务、融资租赁获得固定资产及为固定资产所支付的运输费用的增值税进项税额可予以抵扣。企业购进固定资产所支付的增值税税款将不再计入固定资产成本。因增值税转型涉及到“固定资产”、“应交税金”等科目的变更，该政策的实施对企业资产负债表、损益表和现金流量表均会产生相应影响，具体表现为：1、固定资产项和累计折旧减少；2、增值税负担减轻；3、营业税金及附加的节约；4、调整企业现金流变化。进而增厚企业净利润、充裕现金流、优化资产结构和增强偿债能力。

2. 增值税转型改革方案的主要内容

此次增值税转型改革方案的主要内容是：自 2009 年 1 月 1 日起，在维持现行增值税税率不变的前提下，允许全国范围内（不分地区和行业）的所有增值税一般纳税人抵扣其新购进设备所含的进项税额，未抵扣完的进项税额结转下期继续抵扣。为预防出现税收漏洞，将与企业技术更新无关，且容易混为个人消费的应征消费税的小汽车、摩托车和游艇排除在上述设备范围之外。同时，作为转型改革的配套措施，将相应取消进口设备增值税免税政策和外商投资企业采购国产设备增值税退税政策，将小规模纳税人征收率统一调低至 3%，将矿产品增值税税率恢复到 17%。此次全国增值税转型改革方案在三个方面作了调整：

一是企业新购进设备所含进项税额不再采用退税办法，而是采取规范的抵扣办法，企业购进设备和原材料一样，按正常办法直接抵扣其进项税额；

二是转型改革在全国所有地区推开，取消了地区和行业限制；

三是为了保证增值税转型改革对扩大内需的积极效用，转型改革后企业抵扣设备进项税额时不再受其是否有应交增值税增量的限制。

此次增值税转型中，适用转型改革的对象是增值税一般纳税人，而规模小、财务核算不健全的小规模纳税人（包括个体工商户）增值税负担不会因转型改革而降低。为了平衡小规模纳税人与一般纳税人之间的税负水平，促进中小企业的发展和扩大就业，对小规模纳税人不再区分工业和商业设置两档征收率，将小规模纳税人的征收率统一降低至 3%。

3. 推出增值税转型改革的重大意义

增值税转型对于行业更重要的意义还在于：可以鼓励企业增加固定资产投资、调动其进行技术改造和产业升级的积极性、减轻企业负担。这对于正处在产业结构调整 and 转型中的纺织服装行业来说意义重大。

增值税转型改革，允许企业抵扣其购进设备所含的增值税，将消除我国当前生产型增值税制产生的重复征税因素，降低企业设备投资的税收负担，在维持现行税率不变的前提下，是一项重大的减税政策。由于它可避免企业设备购置的重复征税，有利于鼓励投资和扩大内需，促进企业技术进步、产业结构调整和经济增长方式的转变。

增值税制的一大优点是能够避免生产专业化过程中的重复征税问题。根据对外购固定资产所含税金扣除方式的不同，增值税制分为生产型、收入型和消费型三种类型。生产型不允许扣除外购固定资产所含的已征增值税，税基相当于国民生产总值，税基最大，但重复征税也最严重。收入型允许扣除固定资产当期折旧所含的增值税，税基相当于国民收入，税基其次。消费型允许一次性扣除外购固定资产所含的增值税，税基相当于最终消费，税基最小，但消除重复征税也最彻底。在目前世界上 140 多个实行增值税的国家中，绝大多数国家实行的是消费型增值税。

提醒现在还不是增值税一般纳税人企业，若在 2009 年有扩大生产、购买设备的计划，现在就要抓紧时间，想尽一切办法，争取转为增值税一般纳税人，享受相关政策。

国务院出台轻纺工业新政旨在减轻企业资金的压力

2008年11月19日,温家宝总理主持召开的国务院常务会议上确定了“促进轻纺工业健康发展的六项政策措施”,明确提出了国家将主要通过增加财政补贴、减轻税费负担、提高出口退税率、暂停加工贸易保证金“实转”政策、加大信贷支持、支持技术改造等措施全面减轻轻纺工业的资金压力。

暂停保证金“实转”有效改善加工贸易企业现金流状况:暂停保证金“实转”政策主要针对占我国纺织服装出口总额30%左右的加工贸易,将前期交纳至海关的加工贸易保证金释放出来,有效缓解了加工贸易企业的资金压力,提高企业的资金流转速度,对加工贸易企业的扶持正面而直接。

12月1日起实施新《桑蚕捻线丝》国家标准

国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会在2008年5月23日以2008年第9号(总第122号)公告批准GB/T 14033-2008《桑蚕捻线丝》国家标准,该标准将于12月1日起实施。

该标准规定了桑蚕捻线丝的术语和定义、标示、要求、检验方法、检验规则和包装、标志,适用于1500捻/m以下,2根~9根所用原料生丝名义纤度在49D(54.4dtex)及以下的绞装桑蚕捻线丝的品质评定。该标准,与GB/T14033-1992《桑蚕捻线丝》标准相比,发生了很多变化,如捻度范围扩大至适用于1500捻/m以下的绞装桑蚕捻线丝;纤度范围扩大至适用于49D(54.4 dtex)及以下的绞装桑蚕捻线丝;增加了800捻/m及以上桑蚕捻线的捻度变异系数、偏差率;指标调整了双特级引用的原料生丝清洁分数;强伸力的试验方法由采用等速牵引试验仪(CRT)改为采用等速伸长试验仪(CRE)试验方法等。

海外拓展的中小企业可获得资金补助

从去年开始,我国服装行业的平均利润从3%下降到0.8%,很多企业受到不同程度的影响。每年很多企业都从商务部外贸事务发展局申请小企业国际市场开拓资金,帮助企业进行在国外拓展市场、寻找创业的机会。今年《中小企业国际市场开拓资金管理(试行)办法》的新变化是,每个企业可以最多申报10个项目,扶助资金的上限增加到70万元。

据北京市中小企业办公室称,只要是出口额不超过1500万美元的中小企业,都可以申请这项资金,一般能获得的无偿资助达海外活动所需资金的50%。北京市中小企业局官员介绍,据悉,“中小企业资金”全称中小企业国际市场开拓资金,用于支持中小企业参加境外展会、认证、国际市场宣传推介、开拓新兴国际市场等活动。在我国凡是具有企业法人资格,拥有进出口经营权或对外经济合作经营资格,上年度海关统计出口额在1500万美元以下;近两年在外经贸业务管理、财务管理、税收管理等方面无违法行为;具有从事国际市场开拓的专业人员,对开拓国际市场有明确的工作安排和市场开拓计划的中小企业都可以提出申请这笔资金。目前有8万家中小企业已经受到支持并从中收益了。

去国外创业的第一步是参加一些行业的展会,了解更多的信息。今年的“中小企业资金”,贯彻市场多元化战略,对于欧美等部分热点展览会,优先安排在拉美、非洲、中东、东欧和东南亚等地区举办的展览会。

据北京市中小企业局官员介绍,今年扶助资金增加至70万元,针对的中小企业,只要近两年公司外贸上没有违法记录、具有开拓国际市场的专业人员和进出口权的法人企业都可申请。

海关总署出台 10 项措施助外贸企业过冬

海关总署近日出台 10 项鼓励措施,助进出口企业过冬。这 10 项措施主要包括:最大限度地提供海关通关便利、实行担保通关、提供个性化政策法律支持、推进海关特殊监管区域发展、促进加工贸易转型升级、加强统计监测预警以及加大对国内企业自主知识产权的海关保护力度等。

海关将对拥有自主品牌、核心技术的产品和大型机械设备以及农轻纺等有竞争力的劳动密集型产品出口,以及国内需要的先进技术、设备、关键零部件和能源原材料进口,实行更加便捷的通关措施。海关还将进一步简化加工贸易成品内销审批业务手续,提高通关效率,方便加工贸易企业办理内销征税手续,并加强对加工贸易内销的管理,实现出口、内销“两条腿”走路。同时,鼓励和方便企业发挥保税仓库操作灵活、成本低廉的优势,利用国际市场价格走低的机会,以保税仓储的方式进口物资。

国家确定 9 项金融促进经济发展政策措施

国务院总理温家宝近日主持召开国务院常务会议,研究部署当前金融促进经济发展的政策措施。会议指出,应对国际金融危机,保持经济平稳较快发展,必须认真实行积极的财政政策和适度宽松的货币政策,进一步加大金融对经济发展的支持力度。要通过完善配套政策措施和创新体制机制,调动商业银行增加信贷投放的积极性,增强金融机构抵御风险能力,形成银行、证券、保险等多方面扩大融资、分散风险的合力,更好地发挥金融支持经济增长和促进结构调整的作用。会议研究确定了金融促进经济发展的政策措施:

落实适度宽松的货币政策,促进货币信贷稳定增长;加强和改进信贷服务,满足资金合理需求;加快建设多层次资本市场体系,发挥市场的资源配置功能;发挥保险的保障和融资功能,促进经济社会稳定运行。积极发展“三农”、住房和汽车消费、健康、养老等保险业务,引导保险公司以债权等方式投资交通、通信、能源等基础设施和农村基础设施项目;创新融资方式,通过并购贷款、房地产信托投资基金、股权投资基金和规范发展民间融资等多种形式,拓宽企业融资渠道;改进外汇管理,大力推动贸易投资便利化;加快金融服务现代化,全面提高金融服务水平;加大财税政策支持力度,发挥财政资金的杠杆作用,增强金融业化解不良资产和促进经济增长的能力;深化金融改革,完善金融监管体系,强化风险监测和管理,切实维护金融安全稳定。

中央经济工作会议:“保增长、扩内需、调结构”

一年一度的中央经济工作会议近期召开,为 2009 年的经济工作定调。2009 年中国“保增长、扩内需、调结构”的经济总基调已经敲定。

进入今年三季度以来,国际经济金融形势急剧恶化,金融危机越演越烈,并加速向实体经济蔓延,中国经济也受到严重冲击。

此次中央经济工作会议上,“调结构”更受关注。通过对分配格局和经济结构的重新调整,建立起真正以内需为龙头的经济增长模式,才是中国保证经济发展的长久之计。中国作为大国亟待提升和巩固内需在经济增长中的主导作用,逐步形成内需主导型经济。在发展外贸的同时,注重国内市场的繁荣,中国经济的前景将无可限量。当前,需抓住扩大内需的契机,促进经济结构和重大比例关系的调整,加快经济结构调整和发展方式转变;要把保增长、扩内需、调结构更好地结合起来,加快产业结构调整,加大对重点产业的支持力度;有效调整内外需比例关系,逐步降低对外贸易依存度。

金融危机下的美国纺织服装消费低迷

由于美国金融危机恶化,美国消费者担心银行业缩水,退休金减少,都在削减非必需品开支。美国10月服装专卖店销售年比减少12.2%。女性服装销售减少18.2%,男性服装销售减少8.3%。鞋子销售减少9.7%。创下了38.0的消费者信心指数历史最低点。金融市场不稳定自然迫使人们减少自身消费。政府数据显示,美国消费者减少了信用卡的使用次数。虽然近期美国政府通过7000亿美元的金融救援计划,但未能消除投资者的忧虑,他们依然担心金融体制和经济市场运行的健康。目前,美国纺织品零售市场已经出现了滞销、库存积压,消费者大幅缩减在纺织服装等商品上的开支和预算,各大商场开始折价倾销,但是乏人问津。这也使得很多国外客商不敢大量下订单。这是导致我国纺织服装出口市场低迷的直接原因。

据美商务部纺织品服装办公室统计,今年前三季度美国从全球进口服装171.40亿平方米,同比下降了3.26%,其中从中国进口57.92亿平方米,占全球进口总量的33.79%,同比减少5.1%。按金额计算,今年1-9月美国从全球进口服装542.77亿美元,同比下降3.26%,其中从中国进口169.04亿美元,同比减少2.21%,占进口总量的31.14%;中国海关统计显示今年前十月出口到美国的纺织品服装共计203.62亿美元,与去年同期相比仅增长0.13%,增速下降23.44个百分点。其中,服装产品出口135.56亿美元,增速下降3.78%。

自2009年1月1日起,我国将停止实行输美纺织品出口数量及许可证管理,届时美国将会采取密切监控的措施,可能比中欧纺织品贸易的双边监控措施要严厉得多。配额限制的取消,对我国纺织品出口企业而言,机遇与挑战并存。配额限制放开并不意味着纺织品贸易就完全自由化,还将受一些特保条款的约束。除了特保条款外,其它贸易保护手段也不容忽视。比如反倾销措施、反补贴措施和保障措施等,我国政府粗了为纺织品企业出口创造良好的外部环境外,企业自身还要积极转变观念,尽快适应明年新形势,有序安排2009年的出口计划,着力提高产品的质量和附加值。

1-10月我纺织服装出口欧盟稳步仍然增长

据中国海关统计,今年1-10月,我国出口欧盟27国的纺织服装产品303.63亿美元,增长33.44%。其中,纺织品和服装出口78亿美元和225.63亿美元,增长分别为25.26%和36.52%,增速比去年同期加快2.91%和41.43%。尽管欧元贬值和欧洲国家购买力正在不断减弱,但我国对欧盟27国的出口丝毫未感受到其影响,主要是由于先前实施配额限制的纺织品与成衣类别项目的数量持续激增。以输欧针织衫(5类)为例,今年前10个月欧盟自我国进口该类产品的数量较去年同月激增247.65%,另自我国进口床单(20类)和连衣裙(26类)产品的数量较去年同期增长分别达到175.31%和275.16%。

自从中欧纺织品协议到期,欧盟密切关注我国的纺织品出口,一旦出现“井喷”式增长,便会为欧盟利用16条特保、反倾销措施等手段对我国实施贸易限制提供口实。企业一定要控制好出口节奏,特别是输欧数量,否则极易引发欧盟设置贸易壁垒,并引起连锁反应。由于美国将在2009年1月1日取消对华纺织品输美配额限制,一旦欧盟启动特保或反倾销,将很容易被美国仿效。

警惕外商拖欠货款

受国际金融危机影响,国内不少纺织服装出口企业的很多欧美客户的支付能力和信用都发生了很大变化。在经济景气时,企业先发货外商后付款是可行的,但现在国际经济形势严峻,再这样做就有很大的风险,甚至会亏本。外商拖欠债务的主要原因是:由于金融危机的原因,欧美外商已经很难在本国的银行贷到款,因此他们开始大量采用赊账的方式与中国企业做生意,拖欠一年半载的时间,而有些外商在拿到中国厂商的货物后就立即宣布破产。在随后的清算过程中,这些货物反而成为买家的资产,而中国的生产商又不是优先债权人,从而掉入了外方的陷阱,造成货款难以收回。

各国纺织服装企业应对金融危机的措施

世界各国不同程度受到金融危机的冲击,各国的纺织服装业也不可避免受到影响。面对金融风暴的冲击,各国纺织企业纷纷采取积极措施应对危机。综合一些纺织服装主要出口国采取的主要措施,基本希望开拓东盟、俄罗斯、巴西等新兴市场。如果都向新兴市场集中出口,未来的竞争局面将更加惨烈。

综合国内外各大机构预测,美欧日三大经济体已经陷入衰退的边缘,美国第四季度 GDP 可能继续负增长,欧日第三、四季度 GDP 也将出现负增长。目前,对美欧日三大经济体直接和间接出口占中国出口总额的近 60%。而且,发展中国家以及新兴经济体增长也开始放慢,对新兴市场出口保持快速增长的难度增加。

巴基斯坦为纺企提供扶持基金

美国经济衰退对巴基斯坦纺织品出口造成严重冲击,今年巴基斯坦纺织品对美国的出口可能下降 30%。出口衰退的主要纺织产品包括家用纺织品、浴巾产品、成衣和针织成衣。为抱住美国市场份额,巴基斯坦已经采取一些提高产品质量、加快交货的措施。巴基斯坦政府已经向国际货币基金组织(IMF)要求提供贷款以应对金融危机,其中部分资金将向巴的纺织出口企业提供援助。此外,巴基斯坦计划委员会鼓励纺织企业相互合并和收购,允许盈利公司享受 15%的税额减免,允许盈利公司宣布有较小的亏损,或者其帐目中有亏损单位。巴政府已经制定一个计划,为小型附加值纺织企业提供 7%的研助(RandD)扶持基金,为大型企业提供 3%的研助扶持基金,以度过金融危机。

孟加拉

为化解金融危机,孟加拉国纺织服装企业同样将开拓新市场放在重要位置。孟加拉国把向日本出口针织品作为重要目标,扩大日本针织市场的份额,已被提上了孟加拉国纺织企业的议事日程。

法国纺织业制订战略计划纲要

法国《纺织报》11月25日刊登了法国业内人士与政府,共同为法国纺织服装业的前景所制订的战略计划纲要,分三大部分:1)革新和创新;2)预见、发展、适应工作和技能;3)开展国内、横向和国际层面的工作,创建纺织服装业战略委员会,在纺织服装业内发展欧洲-地中海的合作等。

泰国加大对日本和东盟出口

泰国成衣出口增长放慢。由于占泰国成衣出口市场约 85%比重的美国、欧盟和日本面临经济危机,今年前 8 个月,泰国的成衣出口额为 22.9 亿美元,比去年同期仅增加 2%。预计全年出口额增长将小于 2%,约为 29.87 亿—30.5 亿美元。泰国服装协会会长 Dej Pathanasetpong 近日对外界表示,泰国纺织服装工业能够抵御美国经济危机和全球经济衰退,明年至少增长 2~3%。泰国服装工业将保持出口增长态势,虽然世界经济远景低迷,但出口预期达到 80 亿美元。他认为,泰国纺织服装工业对东盟和日本出口增长预期将弥补美欧等大市场出口减少。据泰国海关统计,亚洲国家,如越南和中国已经开始进口泰国织物,这对泰国纺织行业是个值得鼓舞的信息。

印度瞄准在南美洲和亚洲开发新市场

作为印度第二大外汇来源的纺织业,受到全球金融危机的打击,未来几个月纺织业的失业人数将达 50 万。由于世界经济危机加剧,印度纺织业出现订单短缺的严重问题,印度 65%的成衣出口到美国和欧洲国家。印度 2007—08 年度纺织品出口 220 亿美元,没有完成政府定的 250.6 亿美元目标。纺织品出口对国家总体出口的贡献率从 2006—07 年度的 15.16% 降至 13.5%。为此,印度瞄正在积极开发南美市场,如巴西、阿根廷等国,日本、中国等亚洲国家也成为印度着力开发的新出口市场。为了拓展日本针织市场,印度服装出口促进委员会专门前往日本宣传,并在日本举办大型展销会,介绍印度服装工业的实力。此外,他们还邀请日本设计师前往印度工作,从而加强与日本进口商的合作。

越南加大原材料采购力度

越南虽然加入世贸组织后进行了自由贸易,但这也意味着竞争性更大,对产品的质量、价格要求更高,所以寻找货源稳定、价格合理的原材料很重要。但如果原材料一直需要进口,会使越南纺织企业一直处于被动的局面。越南是传统的农业国家,因此在纺织工业、技术方面仍不够,越南决心在中国等国家找到稳定可靠的纺织原材料供应源来加快本国的产业链全面升级。

近日,美国国商务部正式宣布,在第三次审查六个月的越南服装进口监视数据之后,美国没有发现足够的授权自动展开反倾销调查的证据。这项监视计划是从越南在 2007 年 1 月加入世贸组织之后开始实施的。根据越南加入世贸组织的协定内容,美国商务部结束了第三次对部分越南纺织品和服装产品实施的进口监视计划的审查。负责进口管理的副部长 David Spooner 说,最后一次调查显示,越南服装价格都复合要求。美国商务部审查了第三个六个月期间(2008 年 2 月—6 月)从越南进口的 5 种服装产品(长裤、衬衣、内衣、泳衣和毛衣)的数据。审查确定,在此期间,越南产品未对美国倾销。为此,越南希望利用中国稳定的原材料供应地来发展更大的出口,包括对美国以外的地区出口来度过金融危机。

同时,越南成衣及鞋类最大的原材料及配件供应中心已于 2008 年启用,主要目的是降低越南国内成衣制造商依赖进口原料的程度。越南 Li enAnh 公司投资约 1200 万美元用于中心第一阶段建设,该供应中心已于越南南部的平阳省新平工业区建设,占地 16 公顷,预计将建设成具有国际水准的国内及国际供应中枢。该中心可容纳 1250 间小型商店,而办公室、展示区及保税仓库等区域共可库存约 2 万吨的商品。Li enAnh 公司相关人员表示,该计划的第一阶段已完成,并将步入营运阶段,Li enAnh 公司计划再投入 800 万美元,以建设包括贸易中心、饭店、餐厅及运动区等设施。该供应中心除了建设本国的纺织原材料的供应网,也会参与国际采购以完善越南整体的原材料供应机制,增强出口竞争力。

哥斯达黎加服装贸易免税

2007 年 6 月 7 日,中国和哥斯达黎加正式建交。

中国和哥斯达黎加建交使中国纺织业有机会投资哥斯达黎加并分享哥国签署的各种贸易协定带来的好处。这些贸易协定使哥斯达黎加在中美洲这一战略位置上获得了对许多重要市场的优先准入。

哥斯达黎加和中美洲各国、墨西哥、智利、加拿大、多米尼加共和国签署了贸易协定。《加勒比地区共同市场协议》(CARICOM)和《中美洲自由贸易协定》(CAFTA)于 2008 年 10 月 1 日开始执行。

哥斯达黎加有非常合格的劳动力,因此能够和中国一起在哥斯达黎加的纺织领域建立资本密集型投资企业,分享这一独特的机遇。

从哥斯达黎加获得原材料可以降低制造商的运输成本和存货成本,并节约时间,从而达到高效竞争的要求。哥斯达黎加运输成本低廉,为投资纺织厂提供了很好的机会。哥斯达黎加从美国进口棉花,加工成纱后作为原料或成品出口到不同国家。这一过程要比从亚洲进口原材料更有优势,因为棉花是从美国进口的,加工后又作为原材料或成品出口到美国。现在亚洲产品要经过检验和一个新的监督程序才能进入美国市场。在哥斯达黎加进行加工则减少运输成本和节约时间。哥斯达黎加不需要经过亚洲国家产品所需接受的检验和监督程序。最重要的是服装贸易是免税的。

纺织行业采用多项措施积极应对金融危机

以纺织行业为代表的出口型终端消费品制造行业都是高度市场化、高度开放的产业，金融危机对国际经济造成的负面影响都将通过市场逐步渗透进来，纺织产业正在面临着比其他行业更多的风险。对于纺织行业来说，首要的是重视和正视金融危机对纺织行业的影响。一方面要认清风险，采取措施及时化解，一方面也必须看到，金融危机虽然引发了市场不确定因素增多、风险加大，但服装、家纺产品毕竟是生活必需品，相对于绝大多数生活消费品来说需求弹性还是相对更低的，国际市场需求总量并不会出现非常大规模的萎缩。同时，有 13 亿人口的庞大内销市场作为支撑，国际市场略有萎缩并不能对中国纺织工业毁灭性的打击。而且，经过多年坚持不懈的调整升级，中国纺织工业在生产规模、技术水平、创新能力、产业链配套、劳动者素质等方面仍然有着东南亚邻国不能比拟的竞争优势，仅仅一个源自发达国家金融业的危机还没有资格宣告中国纺织工业已经成为夕阳产业。全行业企业和行业协会都应当从全局角度看清行业发展的前景，坚定发展信心，从长远规划行业发展。

纺织企业可以从多方面进行风险防范

(1) 提高技术、管理水平，提高劳动生产率，降低成本和费用。在发达国家居民购买能力下的情况下，物美价廉必然是消费者和采购商共同的首要要求，出口企业议价将面临更大的压力。提高出口产品附加值固然是产业升级的首选出路，但对于出口中占最大比重的面向大众的产品来说，降低单位成本和费用来赢得更多的利润空间显然是最直接和有效的选择；

(2) 提高应用金融产品、保险产品的能力和水平，充分运用现代的、成熟的金融衍生工具、出口信用保险等，合理规避汇率风险和出口结算风险；

(3) 有效控制企业的投机心理，在现阶段汇率波动大、市场不确定的情况下，减少在原料采购等方面的投资性投入；

(4) 规范交易，按照正常程序获取资信较好的银行开具的信用证以及进口商预付款等，降低交易风险；

(5) 根据企业的生产能力接单，避免因订另单交期过长招致汇兑损失；

(6) 主动跟踪相关信息，增加对国内外经定性因降济环境的了解，提高企业决策的预见性等。对于行业协会来说，也应在面向企业的信息提供、国际咨询服务以及面向政府的行业调研、政策咨询等方面积极有效发挥作用，将市场风险对行业冲击降低最低。

企业应对金融危机 八仙过海各显奇能

目前，金融危机的负面影响正在向我国工业制造业蔓延。作为出口型消费品制造产业，纺织服装行业将比其它行业面临更多的风险，生产经营遭遇到了前所未有的困难，特别是由于我国纺织服装出口占的比较大，在这场金融危机中受到的打击更大。到今年年底，中国出口到美国的纺织品和服装将不再受到进出口配额限制，至此，延续多年的以配额制为标志的贸易壁垒被瓦解。但是，随着国际金融风暴的降临，明年中国纺织品服装出口前景不明朗，中国企业不但要继续面对全球经济放缓引起的消费减弱，及与亚洲其他国家纺织业之间的激烈竞争，还将可能面临发达国家如美国、欧盟国家、日本等设置的以绿色环保和新的技术标准作为限制条件的绿色壁垒和技术壁垒。

在目前的金融危机中,有的纺织服装企业倒闭破产,有的纺织服装企业生产陷入困境,但是也有不少纺织服装企业却生产火红,产品供不应求。据《中国纺织报》载,在2008年中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会上,浙江绍兴市润峰麻棉纺织有限公司参展的180多个新产品,就成了会上的“香饽饽”,使客户们趋之若鹜,纷纷抢着订货;山东凌云公司也是这样,充分依靠科技进步,大力开发市场潜力较大的高档色织布用纱、丝光棉用纱、绣花线用纱3类新型纱线,获得了市场的青睐,销售火爆。这说明,只要创新产品,就能开拓广阔市场,就能在金融危机中大放异彩,站稳脚跟。在如何应对这场罕见的金融风暴中,很多纺织服装企业沉着应对,大显身手。

江苏梦兰集团:以求变和创新立业

荣获2008中国纺织品牌文化创新奖的梦兰坚定不移地走自主创新之路,以采用体现世界领先水平的新技术、新工艺、新面料、新产品设计为主攻点,增加对技术改造和自主创新的有效投入,开发的粒状棉保健室内装饰用品被列入国家重点新产品发展计划,纯天然竹纤维丝竹纱家用纺织品被列入江苏省科技攻关项目,公司还应用最新纳米超细纤维多层技术开发的新一代床上用品,进一步提升产品档次和附加值。

目前,梦兰龙芯产业化基地正积极争取国家相关部门支持,推进国家科技部与教育部等部门启动的“百万台试点工程”以及国务院“核高基”重点专项申报。梦兰正投身自主创新,采取综合方式应对金融风暴。

江苏鑫泰植绒:以创新应对金融危机

江苏鑫泰植绒有限公司是纺织大市常熟市的面料龙头企业,面对当前全球性金融危机,鑫泰植绒将坚持以创新促市场,保持企业健康快速发展。

鑫泰植绒始终顺应产业发展的内在规律在三个方面入手开展产品的创新:一是外观上创新,包括绒面手感、花色图案、绒面风格等;二是内在质量上创新,包括植绒牢度、透气程度及环保性、功能性;三是在静电植绒技术工艺上创新,发展出了多套色植绒面料、植绒印花一体的多色植绒面料、特宽幅植绒装饰面料、花形直径两米以上的大花形家纺植绒面料等。公司特别注意收集欧美市场的流行趋势和市场动态,保证公司的产品研发和产品种类能贴近世界植绒行业的前沿,同时花大力气拓展俄罗斯和独联体市场,确保外销不能亏损。随着国内市场消费者购买实力的增长、消费水平的提高、消费观念的转变,中高档次的静电植绒沙发一定会畅销市场。公司很看好国内市场的巨大潜力,将围绕产品开发,以产品的多样化和高品质进行竞争。

华孚控股公司苦练内功 加快调整

浙江省华孚控股有限公司董事长孙伟挺认为:国家此次出台扶持纺织行业走出困境的6条措施,对行业来说是件大好事,这表明了国家对纺织行业在整体经济中的地位和作用的重视,也增加了企业摆脱困境的信心。6项措施都很实际,也很具操作性。其中继续提高出口退税率和暂停纺织加工贸易台账保证金“实转”政策两项措施十分及时和有利,可以马上见效,具有实际的意义。而其他像拉动国内需求、扶持中小企业发展专项资金、加大金融支持力度等政策还需继续细化,以便落到实处。企业要摆脱困境,还是要考虑自身的调整,练好内功,要强迫自己调整产品结构,依靠管理出效益。在形势好的时候很难统一思想,现在反而能促进改变。这种改变对能活的下去的企业是好事,会使企业的肌体更健康。纺织行业这么多年虽然经历了风风雨雨,但整体的发展势头很好,外部的压力会促使企业变压力为动力,加快调整。

"精细化"是华纺成功的秘诀

华纺能够在目前的状况下保持发展,是'精细化'理论带来了成功。华纺所追求的是在细分的市场里做到最好。现在华纺订单量饱和,很多客户订单是跟着我们走的,他们抱怨说,'王力民,你这是不讲理,说调价就调价',可是,他们仍旧把订单留在了华纺,说明华纺的产品报价是合理的。华纺能有这样的市场,不是他们有多么高超的营销手段,而是他们对于产品质量的严格把关,并得到客户的极大认可,以产品质量作为基础来发展企业永远都不可能是错误的选择。

华纺就是这样一直坚持着自己的理念,并通过日益完善和提升的技术水平在细分的市场里做强自己,为了保持住这个强势,企业设立了专门的技术中心和中试车间,这些都为华纺提供了很好的技术支撑。如今在工装的制造领域,华纺的地位已经确立并将长期以此为根基保持企业的平稳发展。

富润控股集团在新一轮经济发展中有所作为

富润控股集团董事局主席赵林中认为:全球金融危机已对我国的实体经济产生冲击,而外贸依存度高、劳动力密集的纺织服装业更是首当其冲,成为此次经济危机的"重灾区"。面对危机,他提出:把纺织产业提升到民生高度,从根本上改变国家对纺织业的行业定位;转变不合理的产业政策导向,加大对纺织行业的金融扶持力度;在危机面前纺织行业要抢抓机遇,强身健体,迎接新一轮挑战。因此纺织企业,心要热,头要冷,充分利用国家的政策,从自身的实际出发,做可以做、应该做、能做好的事。在当前宏观环境困难的情况下,要推进制度改革、加强内部管理、开展员工培训、推进节能减排,由低技术水平、低附加值状态向高技术、高附加值状态演变,在产品层次上优化创新,提升设计、生产和营销能力,提高参与市场的竞争能力。同时纺织企业要抱团取暖,加强企业之间信息交流和沟通,构建产业集群,降低生产、研发等成本。当前,纺织企业要尽快适应明年的新形势,有序安排2009年的生产和营销计划,避免盲目扩张产能,努力开拓新市场,出口、内销两条腿走路,在新一轮经济发展中有所作为。

舒兰布艺成品深加工应对危机

布艺深加工,做成品是杭州舒兰布艺应当前金融危机的转变之策,虽然才实施了2个多月,但订单已经排到了明年3月。

杭州舒兰布艺位于中国布艺名城杭州余杭,是一家布艺企业专注于外贸出口。舒兰布艺共有织机80多台,年生产能力达到100万米,"舒士兰"注册商标的纺织产品已获得广大消费者和客商认可、好评。08年国际金融危机的爆发对舒兰布艺也造成了很大的影响,订单下降,客户流失。面对危机,舒兰布艺利用自身优势,对原有产品进行深加工,把布做成成品,通过对外贸市场的了解,既有的传统销售渠道,提供低价位,高品质的布艺成品,取得显著成效。

山东艺达外销平稳 内销拉动

山东艺达集团公司的新目标是立足文登,面向山东,放眼全国。艺达集团在2008年基本上能做到不赔也不赚。集团党委副书记张鹏超认为:应对金融风暴最好的办法就是开拓国内市场,启动内需,扩大内销,同时开拓新的外销市场。

艺达正在努力去做一些实际的工作以应对这场金融危机。保守估计,艺达一年的国内销售额可达20亿至30亿元。以前,企业的口号是把产品销售到世界各地。现在,公司的新目标是立足文登,面向山东,放眼全国。在今后3至5年内,艺达集团力争在全国设立更多的专卖店和加盟店,提高市场的覆盖率,使国内市场的销售额占到销售总额的60%以上。

兰州三毛三条腿走路避风险

目前,兰州三毛的业务由三大块支撑,即欧美市场、日本市场以及亚洲市场。“三条腿”战略较之“两条腿”要稳健得多,任何一方出现问题,企业及时调整另外两方就可以迅速的化解这一方带来的损失。

目前,兰州三毛受到的总体影响不是很大,原因有二:一是产能是 600 万米 / 年,能抵抗外部风险的;二是因为业务由采用欧美市场、日本市场以及亚洲市场 “三条腿” 战略,任何一方出现问题,都可以及时调整另外两方就可以迅速的化解这一方带来的损失。目前,欧美的订单下滑了 20%-30%左右,由于们调整及时,这一块损失已经通过日本市场弥补。现在,亚洲特别是中国市场将是三毛的重点,内贸份额上将会加大。09 年外贸订单全面下滑之际,三毛也会调整与客户的战略,主要保留长期的合作的客户;同时积极开发新产品,颜色上会更加丰富,根据客户的需要来定做,寻找新的利益增长点作为化解风险和危机的突破口。

无锡纺织企业多渠道规避收汇风险

今年,受美国次贷危机影响,尤其是受下半年全球金融风暴的冲击,纺企面临进口商拖欠货款、出口坏账增加、违约率上升等问题增多。目前,无锡纺企开始把防范风险放在首要位置,更加小心面对潜在出口收汇风险,多渠道确保出口收汇安全。其中,投保出口信用保险是应对出口收汇风险的重要渠道。

无锡纺织企业已经启动出口保险业务,加强出口收汇风险防范意识,,跟踪海外客户资信动态,积极利用各类风险转移和控制工具,对于存在风险的订单可选择信用保险,减少收汇风险。同时,企业加强管理,健全出口收汇风险防范工作机制,提高防范出口收汇风险能力。

达利丝绸从容应对金融危机

达利丝绸(浙江)有限公司今年达利丝绸内销市场增加了 50%,目前在北京、上海、深圳等地设立了办事处,希望能够进一步开辟内地市场。其次,在产品研发方面加大投入和力度,期待新品救市。在成本控制方面达利丝绸也采取了一些措施,例如:电费,之前 100 万 / 月的支出,现在我们采用太阳能,不仅环保还大大节约了成本,除此之外,在人工成本上我们也得到了很好的优化。

协新集团,谋划“退城进园”

始终致力于清洁生产的无锡协新集团,正在以“退城进园”为契机,围绕“生产生态纺织品和绿色制造技术”的发展趋势,加快技术改造,投入 2000 多万元淘汰落后生产设备和工艺,优先选用国内外先进的、高效节能的纺织染整生产设备与技术,同步配合采用成熟先进的节能技术和设备,对生产过程中产生的冷凝水、冷却水、废水余热进行回收利用,进一步降低企业的能源、水资源的消耗,减少污水排放。该厂提标改造工程已全部完成,改造后每年可增加 COD 削减量 1277.5 吨。

好梦来集团重组团队“越冬”

浙江好梦来集团有限公司较早意识到金融风暴可能会给自身带影响。好梦来集团董事长葛国强在今年年初就提出“越冬”的看法,并进行了一系列的人事调整和业务重组。好梦来集团从产品研发,到团队建设、招商方式、服务流程,通过外脑的配合推动,企业终端数量增加了近 160 家,签约率 50%以上,产品出现卖断货,生产跟不上的热销局面,同时外贸也保持了 20%左右的增幅。

鸿润家纺力争出口订单向品牌企业集中

安徽鸿润家纺公司董事长夏吉国认为：全球性的金融危机对鸿润家纺产品的出口并未产生实质性的影响。鸿润家纺凭借产品的高技术含量，已形成自己过硬的核心竞争力，国外客户也与我们建立了比较牢固的信誉纽带，不会因为一时的风吹草动使订单大批流失。”鸿润家纺让很多国内企业感到羡慕，尤其是那些正面临“生死劫”的企业们。由此传递出一个强烈的信号：欧美发生的通货膨胀以及金融危机，不仅会延缓中国家纺企业的转移，也已使很多订单发生了回流并向品牌企业集中。

家纺企业加快收购步伐抵御危机

目前，我国许多家纺企业开始加强上下游产业的整合以更强的优势加强抵御金融危机的能力，如宁波维科集团收购淮北印染有限责任公司；上宁波博洋集团控股新江厦股份公司，收购了安徽宿州华源纺织有限公司；海红富士 6300 万元收购了上海幸福纺织印染有限公司，虽然资产负债率影响较大，但是通过整合后，该公司对废水处理设施进行技改并通过调试，已实现达标排放。而经过技术改造后，幸福公司生产能力由原年产 1500 万米特宽幅布迅速提升至 6000 万米，为红富士向中高端市场转移打下基础；浪莎集团采取的是多元化、多品牌的横向扩张模式，从袜业延展到内衣、家纺、日化等行业，以浪莎、浪仕威、森态和蓝色枫叶等多个品牌分线运作，目的就是迅速扩大市场占有率，采取以国际品牌集群代理为主的“品牌联合国”终端集成模式，这样的产品结构和品牌结构决定了其在终端结构上只能求质，而不能求量，如此，企业本身抵御金融风险的能力就会大幅度提高。

无锡纺织企业多渠道规避汇率风险

由于受下半年全球金融风暴的冲击，我国纺企面临进口商拖欠货款、出口坏账增加、违约率上升等问题增多，为此，无锡很多纺织企业开始加强出口收汇风险防范意识，加强与海外客户的联系，充分利用资信调查、行业内部信息交流、参加展会、拜访客户等方式跟踪海外客户资信动态，并积极利用各类风险转移和控制工具，对于存在风险的订单可选择信用保险，减少收汇风险。更加小心面对潜在出口收汇风险，多渠道确保出口收汇安全。

绍兴纺织服装企业开辟新兴国际市场

应对国际金融危机，绍兴纺织服装企业已做出“早应对，早调整”的决策，加快产品结构调整、转型升级步伐，努力开拓新兴国际市场。目前绍兴全市已有 70 多家企业到泰国、巴西、俄罗斯等国开辟中档纺织品市场。在绍兴市政府的支持下在非洲设立了两个纺织工业园区，为绍兴纺织企业抱团式、产业链式“走出去”提供了平台。在开辟境外新市场的同时，绍兴又有 30% 的纺织出口企业以产品适销对路增加国内市场营销份额。

68 家企业获得 REACH 产品预注册号

目前，我国有 68 家企业已经完成 REACH 预注册工作，江苏亚邦、徐州开达、湖北华丽、德州虹桥、上海捷虹颜料、江苏泰丰、北京染料厂、上海华元、南通争妍、上海染化八厂、浙江秦燕化工、江苏双乐等都陆续得到了产品的预注册号。预注册工作基本结束以后，正式注册工作即将开始。从 2009 年开始，完成预注册的企业可以获得 2~9.5 年的产品继续出口过渡期，而没有预注册的产品要停止向欧盟所属国家出口；申报的公司产品资料可以在欧盟网站得到广泛的宣传，为扩大出口创造了条件，完成预注册的企业及预注册号已经在发挥作用，很多的出口商、进口商和用户向完成预注册的企业索取预注册号号码。

我国纺织业吸收外商直接投资势头活跃

我国自 2005 年 1 月 1 日起,开始实施的《外商投资产业指导目录》,鼓励外商在纺织业(高档纺织面料的染整及后整理加工;工程用特种纺织品);化学纤维(差别化化学纤维及芳纶、氨纶、碳纤维等高新技术化纤生产;粘胶无毒纺等环保型化纤生产;日产 400 吨及以上纤维及非纤维用聚酯生产)。

2006 年我国纺织业外商直接投资的来源地主要有香港、台湾、韩国、美国、英属维尔京群岛等 89 个国家和地区,其中香港投资额占该行业外商投资总额的 52%,其余国家和地区比重较小。2006 年外商对我国纺织行业直接投资主要分布于江苏、浙江、福建、山东、广东、江西等 28 省市,集中分布在江苏、浙江、福建、山东,四省吸引外资占该行业合同外资总额的比例分别 32%、24%、10%、10%。2006 年我国纺织行业吸收外商投资重大外资项目共 13 个,其中外商独资项目 5 个。主要项目投资总额 10.1 亿美元,占整个行业投资总额的 6.24%,主要来源于香港和英属维尔京群岛,集中分布在江苏和浙江。

截至 2006 年底,纺织行业外商投资项目共 16877 个,合同外资金额 422.08 亿美元,实际利用外资金额 244.33 亿美元。2006 年,中国纺织行业新增外商投资项目 3901 个,同比减少 19.45%。其中,外商独资项目 2863 个,合计外方出资额占该行业外方出资总额的 84.16%,大型项目 116 个,并购项目 8 个。新增项目合同外资金额 94.81 亿美元,同比减少 15.04%;实际利用外资金额 46.45 亿美元,同比减少 5.65%。

进入 2008 年以来,尽管受全球金融危机影响,我国纺织行业仍然以其庞大的产业规模、完整的产业链配套能力等竞争优势,吸引了大量的外资进入。通过有效引进国外资金,先进技术和现代化管理,弥补了中国纺织原料短缺等不足,带动了纺织行业装备技术水平的发展,提高了产品开发设计能力,加强了服装品牌开发意识,推动了纺织工业的技术进步和产业结构调整,扩大了行业出口创汇能力。

2008 年 1—11 月我纺织服装出口增速放缓

据中国海关总署近日发布的数据显示,今年 1-11 月,我国纺织品服装累计出口 1691.09 亿美元,同比增长 8%,增幅呈现加速放缓迹象。其中,纺织品累计出口 604.09 亿美元,服装出口 1087 亿美元,增速分别为 18.1%和 3.1%,同比分别加快 2.8 个百分点和回落 19.1 个百分点。

11 月份,我国出口纺织品服装 154.3 亿美元,较上个月减少 13 亿美元,环比下降 7.85%,同比小幅增加 4 亿美元,同比增幅 2.66%。出口增速与前几个月相比仍处于低迷状态。其中纺织纱线单月出口 49.96 亿美元,同比出现近 4 个百分点的负增长;服装单月出口 104.34 亿美元,同比增速 6.14%,与上半年相比回升 21.11 个百分点。

作为全球转口贸易的最大贸易国之一,美国经济的持续走弱也不可避免地拉低全球经济走势;日本政府 10 月 20 日公布的月度经济报告认为,日本经济“正在衰退”;英国首相布朗近日也首次承认,欧美经济将可能陷入“严重衰退”,全球消费市场因此而萎缩。德国、英国等拉动欧盟经济发展的国家,也相继出现经济萎缩状况,造成国际市场纺织品需求不断下降,国外采购订单数量减少对我国纺织品服装出口造成很大影响。我国纺织品服装出口利空因素还将增多,同时预计美国对华经贸政策将会更加强硬,且美经济下滑对欧盟的影响不断加重,导致我国对欧纺织服装出口也亮起红灯。此外,人民币对欧元升值一定程度上也削弱了我国纺织品出口的优势,2009 年我国纺织品出口形势将更趋于严峻。

2008年1-10月我纺织服装主要出口市场统计

(按出口金额排序) 金额单位: 万美元

序号	国别(地区)	进出口金额	出口金额	同比±%	进口金额	同比±%
	合计	16936821	15372175	8.6	1564646	1.6
	亚洲	8176236	6841641	8.5	1334595	-1.6
	东南亚	985912	905563	6.3	80350	20.2
	中东地区	955752	949189	5.8	6563	67.7
	非洲	764329	759861	3.7	4467	78.7
	欧洲	4319772	4158107	16	161665	28.6
	欧盟二十七国	3407976	3251360	39.8	156617	29.2
	欧盟十五国	3194421	3046539	40.9	147881	28
	东扩十二国	213556	204820	24.5	8736	54.6
	拉丁美洲	810258	807446	6.9	2812	-1.1
	北美洲	2535937	2478046	-1.1	57890	19.6
	大洋洲	330175	327073	19.5	3102	-9.4
1	美国	2220119	2165204	2.5	54916	18.7
2	日本	2029064	1750754	7.3	278310	4.9
3	香港	1474637	1350787	-11.3	123851	-15.7
4	德国	693185	669059	34	24126	22.1
5	俄罗斯	539602	539413	-37.8	189	-64.1
6	英国	536517	525789	43.8	10729	25.4
7	韩国	672808	474737	4.9	198071	-5.3
8	加拿大	315403	312429	-20.5	2974	38.5
9	越南	216033	202019	50.4	14014	97.5
10	印度	182548	162347	20.7	20201	18.2

数据来源: 中国海关

三大展会全力助纺织服装企业“过冬”

2009年3月底,第15届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会、2009中国国际纺织纱线(春夏)展览会和第17届中国国际服装服饰博览会三大展会将如约在北京激情上演。

11月27日,2009中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会、2009中国国际纺织纱线(春夏)展览会及第15届中国国际服装服饰博览会三大展会的筹备进展通气会在中国纺织工业协会大楼举行。中国纺织工业协会会长杜钰洲、副会长许坤元、张延恺、孙瑞哲、徐文英出席,纺织贸促会、服装协会、棉纺协会、针织协会、麻纺协会等负责人悉数参加,对三大展会的整体规划、改进措施等进行了热烈讨论。

会议认为:目前,我国纺织服装行业面临国际金融危机影响持续加剧、全球经济增长明显放缓,外部需求显著减少、我国传统竞争优势逐步减弱、国际竞争日趋激烈、投资和贸易保护主义上升、人口资源环境约束不断增强及转变经济发展方式要求等多方面的压力,中国纺织工业协会要与全国纺织服装企业一道牢牢扭住经济建设这个中心,推动经济社会又好又快发展,在寒冷的“严冬”下,举全协会“联合舰队”之力办好三大展会、为明年行业的发展提供最好的平台。

讨论会上,中国纺织工业协会的领导们建言献策,就如何办好明年的三大展会提出了新思路 and 策略。

中国纺织工业协会副会长许坤元认为,办展务必回归展会的功能。展会的最大功能就是开拓市场、促成买卖交易、加大信息发布、招揽合作伙伴,缺一不可;二是要注意上下游联动、个性化服务。需要新纤维、新纱线、新面料互动起来,把机遇提供给下游,有针对性地服务好下游;三是行业内部协同合作,做到更细、更精、更专,达到共同发展的目的。

中国纺织工业协会副会长孙瑞哲认为,展会必须抓住“有效需求”。一方面是产业集群与专业市场的有效需求。产业集群面临着新一轮的挑战,必须提升集群地形象,加快信息化建设,把企业推出去。而中西部专业市场也成长很快,需要引导;另一方面是启动内需的市场需求。比如,现在的一些大型连锁超市像沃尔玛、家乐福等,都是不错的终端渠道。而国外的一些小采购商也很活跃,展会应该多邀请这些国际观众。

中国棉纺织行业协会会长徐文英建议以产品的“品牌”推动专业展会。如在上届纱线展上,棉纺协会开辟了“中国名牌”纱线产品特展区,“中国名牌”纱线产品生产企业在此集体亮相,扩大了中国棉纺织行业中国名牌产品的知名度和社会影响力,提高了下游企业或采购商对中国名牌产品的认知和购买信心;另外,展会组展的思维方式要转变,要有更好的服务,即:1、研究纱线趋势,推出新的纤维;2、研究观众需求,细致产品分类;3、加强技术交流。设立专门的对接会、专题交流,以新产品的推广来提高竞争力。

中国针织工业协会名誉理事长王智认为,近几年来,我国针织产业总体生产、经营运行良好,产能和效益持续快速发展。越来越多的针织服饰由内衣向外衣方向发展,这是一个好现象,因此招展可以多考虑专业性、对口的方向性。如像绍兴以前是梭织的产业集群地,现在也有企业转型做针织,这都说明了针织目前的市场份额越来越大,对此,在招展时我们要越来越细化下游客户,细化后再做专题招展会更有效。

中国贸促会纺织行业分会副会长杨兆华认为:明年的中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会预计展出

面积为 48000 平方米,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,组委会将重新优化调整国内参展商的产品区域,展品按最终用途分为正装面料区、时尚女装面料区、休闲装面料区、功能 / 运动装面料区和服装辅料区。这既体现了展会主办方多年倡导的面料开发为最终产品服装服务的宗旨,同时又能方便买家采购。此外,一些相关活动将筹备推出,比如与信息中心合作组织一些流行趋势发布等,以进一步提高面料展的影响力。

杨兆华指出:中国国际纺织纱线展览会纱线展虽然显得 " 小巧 ",但明年的纱线展将有所突破,一方面采取调查问卷形式,了解买家和展商的真正需求,做到更有针对性;另一方面将举办专题对接会,在调查的基础上,挑选出 30-50 家有实力的企业和专业买家进行对接,使双方能快速和有效的交流,达到商贸功能最大化。尽管今年中国纺织业面临来自国内外不利因素的综合影响,展会也必将遇到前所来有的挑战,但 2009 面料展(春夏)和 2009 纱线展(春夏)的各项筹备工作都在有条不紊地进行着。

中国服装协会副会长陈大鹏用 " 蝶变 " 来形容 CHIC2009。这不光是指 CHIC 展会自 1993 年创立以来的一系列蜕变,也是冀望服装企业与 CHIC 展会一起迎接挑战、克服困难,像蝴蝶一样, " 经历了蛹的挣扎,才有翅膀美丽如画 "。陈大鹏介绍到,1993-1997 年,CHIC 展会在北京国贸中心走过了初步发展的阶段;1998-2003 年,CHIC 展馆面积在 3-6 万平方米之间,成功奠定了行业不可替代的商贸平台;2004-2008 年,从男、女装分期举办到重新合并为一期举办,从老展馆移师现代化的新展馆,CHIC2008 获得了成功,展览面积超过 11 万平方米。与行业转型提升同步,CHIC 的规模扩张也暂告一段落,进入更为重要的一个全新的品牌价值提升期。CHIC 组委会采取了多项措施来进行提升其服务:1、全方位服务。从明年开始,做到每个展馆有专人负责,实行 " 一对一 " 服务;2、增强品牌传播力度。积极配合品牌宣传,将品牌的宣传力度最大化;3、增加关联的互动。引进文化创意、时尚资源等,积极配合品牌以及相关活动,做到与观众更好的互动,以新思维、新面孔来烘托时尚品牌。展会是市场的平台,与市场同此凉热、同赴挑战。正如我们的主题 " 蝶变 " 一样,我们要以 " 饱满、热烈 " 的心态去面对一切外在因素。市场属于勇于开拓、永不放弃的人,CHIC2009 就是关键时期开拓新市场的重要 " 高地 "。只有坚定信心,我们才能做得更好,对展会、对企业、对品牌,莫不如此。

中国纺织工业协会会长杜钰洲对讨论会进行了总结,他认为:展会是为行业建立的市场平台,展会的水平也显示了我们市场配置资源的效率,要为企业做成最好的平台;其次,展会是产业升级的高效 " 纽带 ",与产业链直接对话;其三,展会是信息发布交流的 " 窗口 "。现在的经济出现 " 降温 ",外贸市场萎缩,我们需要保持增长,更需要看市场、看同行,找机会;第四,展会更要促进海内外交流。国际上都看好中国市场,我们可以通过展会把骨干企业、代表性产品重点推出,展示给他们看,增强各界的信心。

在全球金融危机的阴影下,会展行业的竞争将日趋激烈,相对而言,客户也期待从展会的组织者获得更多高品质的增值服务,因此,作为行业展会的主办方要以更高的责任感和使命感、以极高的艺术策划水准为企业提供服务,与企业共渡难关。在纺织服装行业转型、面对考验的关键时期,明年的三大展会对行业而言意义非凡,它将肩负起凝聚信心、保持增长、为行业持续 " 升温 " 的作用。与会者表示:将突出 " 科技、品牌 ",并使之成为推动企业及行业进步的重要力量。我们相信,三大展会以及整个行业也将会通过这一轮调整,迎来更大的增长空间。

intertextile 第 15 届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会整装待发

BEIJING apparel fabrics

展会日期: 2009 年 3 月 29 日至 31 日

展出地点: 中国国际展览中心

中国北京朝阳区北三环东路 6 号

展会面积: 48,000 平方米

开放时间: 3 月 29 日—31 日: 09:00 至 17:00 只供业内人士参观

中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会展会(intertextile BEIJING)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、法兰克福展览(香港)有限公司与中国纺织信息中心联合承办。在纺织行业经济运行情况良好的形势下,中国国际纺织面料及辅料博览会也步入了成熟期,成为纺织行业的品牌展会。从已举办的往届“面料展”看,它是我国目前纺织品展规模最大、层次最高、展品覆盖面广、参展商及专业观众最多、交易效果最理想的专业性展会。春夏面料展从创办之初的近万平米到现在的近 5 万平米,观众从几千人到近 3 万人,它伴随着中国纺织业的壮大而发展。面料展汇聚中国纺织行业的领先企业并吸引了众多国外优秀企业,它反映出了中国纺织工业在世界的地位及影响力,并成为我国纺织品市场的晴雨表及风向标。

自 2001 年与每年秋季在上海举办的中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会整合携手之后,在北京举办的中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会在主办方的全力打造下,凸显了商贸合作的宗旨,赢得了业界的广泛赞誉,各项硬性指标逐年递增。以 2006 年为例,共有来自 18 个国家和地区的 689 家参展商与会,展商数比去年同期增长 12%;面积也增至 30000 平方米;共有来自 55 个国家和地区的 17337 名专业观众登录入场,其中海外专业观众超过 2000 人。

第 15 届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会(intertextile BEIJING)将于 2009 年 3 月 29 日至 31 日再度在中国国际展览中心举办。2008 年展会展出面积达 48000 平方米,同期增长 23%,共有来自 14 个国家和地区的 1129 家展商参展(其中国内展商 900 家,海外参展商 229 家)。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。为了不断增强品牌展会的含金量,组委会并没有因为展会规模的增长而一味追求展商在“量”上的扩张,而是进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。本届展会上,行业龙头企业参展数量明显增加,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展风采,展会整体形象逐步提升。

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。为了不断增强品牌展会的含金量,组委会并没有因为展会规模的增长而一味追求展商在“量”上的扩张,而是进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。尽管目前纺织服装行业受到全球金融危机的影响,intertextile 展会依然吸引着众多行业龙头企业报名参展。

每年的三月份,北京便成为时尚及纺织企业的必到之地。除了中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会外,同期亦会举行中国国际服装服饰博览会以及中国国际纺织纱线(春夏)展览会,三大展会均为时尚纺织业生产链的重要活动。

有效的市场推广及销售平台

中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会已成为业内买家不容错过的采购站。回顾往年的面料展,近年来,面料展上高科技含量、高附加值的产品展示明显增多,呈现的国际企业和国内企业的差距在逐渐缩小。不管是直观的展位形象,还是产品及营销推广,国内面料企业都显得毫不逊色,创新使企业产品附加值逐步提高。



中国纺织品服装贸易展览会(纽约)明年迎来十周年

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承办,美国专业贸易展览公司、美国柔诗宝集团协办的"中国纺织品服装贸易展览会"始于2000年,每年六月在纽约举办,展期三天,迄今已经成功举办了九届,2009年,"中国纺织品服装贸易展览会"将迎来十周年。

"中国纺织品服装贸易展览会"的主要功能是:为中国优秀自营进出口纺织服装企业提供一个直接接触美国贸易客户,了解美国市场,进行商贸洽谈的贸易平台;向美国贸易观众集中展示中国纺织品服装,提供优质优价的采购货源。2008年第九届"中国纺织品、服装贸易展览会"已于6月18日至20日在纽约成功落下帷幕。本届展览会参展商的专业水准为历届之最。传统优势产品中高档女装、男装、童装、各类休闲服装、室内用品、服装用、家居用纺织面料仍然是展会的主要亮点。睡衣、内衣类产品的展示,更加丰富了买家的视野。值得一提的是,相当多的参展商向美国买家提供的产品不仅在以往的优质供货的基础上产品种类更加多样化,而且注重高科技、高附加值的产品开发及市场推广,更加紧跟消费市场的需求。

"中国纺织品服装贸易展览会"的优势主要有:突出的国家概念:在参展商选择上,突出"中国"概念,挑选国内能代表行业水平的优秀企业参展,提高展品档次增加附加值,形成系列化,为贸易观众提供多样化的选择;在美国贸易观众组织方面,则突出"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。

在美国业界知名度逐步提升,"中国纺织品服装贸易展览会"已经成功的举办了九届,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。在第五届纽约"中国纺织服装贸易展览会"开幕式上,美国纽约市议员阿伦·杰宁先生代表纽约市议会向中国国际贸易促进会纺织行业分会授予杰出贡献奖奖牌,以表彰并感谢中国纺织服装贸易展览会为促进中美纺织服装业界的交流与合作及促进纽约市旅游经济发展方面做出的杰出贡献。

"中国纺织品服装贸易展览会"的贸易观众更加符合中国参展企业的需求,2008年展览会到会贸易观众的79.7%是来自于批发进口环节的公司,零售渠道的占20.3%,符合中国企业批量向美国市场出口的贸易愿望;2008年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。

"中国纺织品服装贸易展览会"完善的展会及相关配套服务:对参展企业,主办单位提供的服务有:展览会及配套服务;为持因公、因私护照参展人员申请赴美签证提供必要的协助和指导;提供两种随团赴美参展行程。

欢迎企业报名参展或了解更详细信息,请致电:010-85229016 85229017 85229376,或发传真至:010-85229544 65121732,电子邮件:usfair@ccpittex.com



第十七届中国国际服装服饰博览会 (CHIC2009)

反映中国服装产业升级、品牌发展和企业提升的积极态势

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十七届中国国际服装服饰博览会 (CHIC2009) 将于 2009 年 3 月 26 日至 3 月 29 日, 男女装合为一期在北京·中国国际展览中心(新馆) 全新开展。

今日的 CHIC 是中国乃至亚洲最大的服装展会。作为一个充分国际化的行业展会, CHIC 创造的是一次中国服装行业的盛宴, 是一场中国与国际品牌同场争辉的大典, 是一座架通世界各国时尚精英的桥梁。在全球化的创新时代, CHIC 将伴随服装业的脚步, 迈向更为辉煌、广阔的未来。

在目前全球金融危机严峻的形势下, 大企业参加 CHIC2009, 其意义绝不仅仅局限于企业自身发展需要, 而将会更强烈地表现出一种社会责任感, 对整个行业起到带头作用, 把信心传达给众多同行; 中小企业的参展意在转变观、大力度建设品牌、更加关注创意、文化的作用。

2008 年, CHIC 迁入位于北京顺义天竺空港城商务区的北京中国国际展览中心(新馆), 并作为新馆开馆后的第一个大型展览活动, CHIC2008 充分利用新场馆的各项优势, 在展示效果、展览格局、展会组织等方面达到了长足进步, 使 CHIC 整体水平提升到一个新高度。在展区形式上, CHIC2009 突出了每个服装产品类别, 计划分别设置男正装、男商务装, 高级职业女装、成熟女装、青春女装, 童装、孕妇装, 内衣、婚纱 / 礼服、羊绒, 皮革 / 皮草, 时尚休闲、时尚运动、牛仔装、街头装, 设计廊, 海外展团等 8 大具有鲜明特色的独立展馆。

CHIC2009 把关注目光真正从产业主体转换到产业类别上来。而这并非只是突出类别特点, 更重要的是, 有助于参展企业打造品牌价值的需要。为了更全面反映中国服装业界的态势, CHIC2009 计划吸收更广泛的人群, 如服装设计师融合进 CHIC 平台上来, 设置独立的展馆。

目前, 一些参展企业已经要做着各自有创意的规划: 例如有的希望在展区打造一家酒吧, 还有的企业则计划推出一个以自己品牌命名的艺术展。这些举措, 均是希冀在 CHIC 平台上打造更出色品牌形象与文化气氛。

第 14 届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会回顾

浙江耀华 30 万米订单的展现企业实力

在 10 月 20 日 ~23 日的第 14 届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会期间, 很多参展企业得到的订单数量远比预期要好得多。如浙江天圣控股旗下浙江耀华毛纺织有限公司参加本届面料展的初衷是展示公司形象, 但是就是在这次展会上, 该公司在展会现场就签订了 2 笔出口美国共达 30 万米的维罗呢品牌产品的订单, 而且下单的企业并不是耀华毛纺织公司的老客户。展会第二天现场就获得订单 30 万米。

英威达展示纺织品新突破

英威达公司在 2008 面料博览会上再次展示了其在纤维和面料技术上的创新和突破。“2008 英威达风尚商机面对面”展示了英威达开发的系列新产品 --COOLMAX EcoTech 面料、COOLMAX WOOL 面料和

THERMOLITE MICRO 纤维在技术上的创新。如用于短袜的 COOLMAX EcoTech 面料的创新突破,来源于可循环资源中提炼出的纤维创新,并结合了 COOLMAX 面料品牌中的液态水管理技术。

COOLMAX EcoTech 面料由可循环资源提炼出的纤维制成,而 COOLMAX WOOL 面料则结合了毛料的轻薄性与 COOLMAX 面料的液态水管理性能,具有卓越的快干性、舒适性和易打理性,专供高尔夫运动衫使用。THERMOLITE MICRO 纤维是一种比丝的性能更加卓越的轻薄型纤维,既具有保暖性又不增加体积和重量。佐丹奴品牌已在最新推出的 B-9 Parka 系列产品中采用了这种创新纤维。

此外,英威达展出的还有成衣系列中的 XFIT LYCRA 面料、T400 Black 纤维、Xtra Life LYCRA 纤维、FREEFIT LYCRA 面料和 LYCRA Black 纤维。在运动类成衣中,COOLMAX 面料是突出的代表之一;而在内衣和泳衣类成衣中,LYCRA Xtra Fine Collection 纤维和 Xtra Life LYCRA 纤维都体现了极大的优势

英威达还在 2008 面料博览会上介绍了公司最新的发展规划,其中之一就是将在中国大陆建立第一个纺织品研究中心 -- "英威达中国纺织品研究中心"(CTRC)。中心将落户上海青浦区,预计将于 2009 年 5 月开始运营。该研究中心将进一步提高英威达的预测水平,满足市场需求,进行纤维和布料的应用创新,该研究中心将为中国及亚洲的客户提供服务。

第七届中国国际产业用纺织品及非织造布展览会印象

**cinte
techtex
CHINA**

2008 中国国际产业用纺织品及非织造布展览会于 2008 年 10 月 22 日在上海新国际博览中心落幕。这是亚洲最大的产业用纺织品及非织造布展览活动,逢双数年在上海举办,至今已成功举办了七届。

为了全面展示产业用纺织品的重要技术成果在国民经济各个领域中的应用,主办方借鉴了全球著名的法兰克福产业用纺织品展对展品的分类方法,按照参展商报名展出产品的应用范围,明确划分了 12 个产品最终应用领域展区,包括农业用、建筑用、家用、工业用、医疗用、包装用、环保用、交通用、防护用、运动用纺织品展区。

本届展会,内地参展商的数量比上届增长了 27%,展出净面积比上届增长 45%,参展商数量和展出规模都呈现出明显上升的趋势。可以看出,中国产业用纺织品行业近两年得到了快速的发展。同时,企业研发的新产品也越来越多,比如非织造布的品类越来越多,增加了涤纶工业丝、水过滤、高温材料等新种类。

一些知名参展企业在目前全球经济形势不好且不稳定的情况下,产业用和无纺布行业与服装、面料行业相比受到的影响较小,大型企业的效益仍在稳步增长。如浙江天台县生产的工业用布,对质量控制、色彩运用十分重视,生产的机织布、滤布受到众多买家青睐;康帝雅(上海)纺织有限公司,展示的一件户外服使用了不同的面料,比如服装的前后身用了具有防水、防潮性能的加厚尼龙面料,肘部用了透气耐磨的面料,引起了不少观众的关注;海德恩公司的双层贴合布可用于船底布材料,非常坚固,两层的设计使布料更加坚固耐磨,且更容易固定;山东海龙博莱特化纤有限责任公司是目前国内帘帆布行业规模、品种、设备工艺领先的企业,此次展示了其最早研发生产的高模低缩涤纶帘子布和帆布,被评为"国家级新产品"、"中国专利及新产品博览会金奖"的高模低缩涤纶帘子布,填补了国内空白的芳纶帆布等。

浙江海利得新材料股份有限公司展示的涤纶工业长丝产品强度高、均匀性好,质量稳定,可广泛应用于牵引带、汽车安全带、各类工业帆布、PVC 灯箱广告布基布等;稳德福是目前中国生产纺粘无纺布、无纺布制成品、医用耗材和成人失禁用品的主要生产企业之一。该公司的产品种类很丰富,有水刺基布系列,医用、包装材料等等,出口到欧洲、日本等多个海外市场。国内的大医院使用的优质一次性防护服等用品,多是该公司生产但却由外国公司采购贴牌返内销,该公司的产品进行了很好的细分,如防护服就分为医用、养猪厂用、养鸡场用等多个种类;上海特安纶纤维有限公司是一家以生产和销售耐高温纤维的高科技企业。公司的主要产品芳砜纶纤维是拥有自主知识产权的有机耐高温纤维,可广泛应用于防护制品、过滤材料、电绝缘材料、摩擦材料等。芳砜纶纤维具有优异的高温尺寸稳定性和杰出的阻燃、隔热性,产品主要被壳牌等大公司选用;晋江市兴泰无纺制品有限公司生产的有效幅宽 3.2 米,不同长度、各种颜色规格的卷材,可广泛应用于服装鞋帽、床上用品、沙发、医疗卫生、旅游用品等领域。生产的克重在每平方米 40-200 克、幅宽为 80-2000 毫米的水刺无纺布,有 100 多个品种,可用于医疗卫生、服装、人造革基布等领域,产品具有手感柔软、强力高、均匀度好、纵横向强力一致等特点。生产的三维卷曲中空涤纶短纤维具有良好的蓬松性、保暖性及柔软性,可广泛用于无纺布和玩具、沙发、被服、枕芯、服装等填充料。

近几年产业用纺织品及非织造布广泛应用于各行各业,在我国纺织大产业里所占的比重也相对较高。同时,多项大型活动的举行,也增加了产业用纺织品及非织造布的需求量。而且近两年中国将会大幅改善基础设施建设,包括兴建数千公里的市郊道路,以及改善住房、医疗等生活条件,也刺激了对产业用纺织品及非织造布的需求。同时,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,这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。中国国际产业用纺织品及非织造布展览会无疑是推进我国用纺织品及非织造布快速发展的重要引擎。

《ITMA ASIA+CITME2008 展品评估报告》出版



2008 年 7 月 31 日,全球两大著名纺机专业展览会"中国国际纺织机械展览会"及"ITMA 亚洲展览会"首次联合举办的"中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会 2008"在上海成功落下帷幕。中国国际纺织机械展览会携手 ITMA ASIA,以国际顶级纺机展会的全新面貌在上海新国际博览中心为亚洲地区的纺织企业奉献了一场规模最大、专业性最强、技术水平最高的纺机设备展演。由全国纺织、纺织机械行业及纺织院校、研究单位的 53 位资深专家组成《展品评估报告》编辑组委员会撰写了《中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会展品评估报告》于近日出版。

《中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会展品评估报告》编辑组委员会下设化纤机械、纺纱机械、织造及准备机械、针织机械、印染机械、非织造布机械、纺织仪器、纺织器材、纺织机械自动化及纺织企业信息化和综述等 10 个专业小组。各个专业小组就本届展会展品所体现出的科技创新、技术应用和技术特征方面等进行了现场观摩、了解、交流,并根据纺织工业发展的需要,客观、公正、科学地分析和评估了参展展品的最新发展动态、技术特点和应用性能、范围等,撰写了这本《展品评估报告》。

通过这本《展品评估报告》,业界可以比较全面地了解国内外先进纺织机械技术装备与工艺发展水平,在设备选型和技术改造中有利于工艺、装备、器材等的优选和优化使用、合理配套,有利于促进产品开发、结构调整和技术水平的提高。