



# 纺织贸促

目录 2009年第二期 总第171期 2009年2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  
中国国际贸易商会纺织行业商会

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 孙凌

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

## 特别报道

P3 ■ 振兴纺织产业春季市场大行动拉开序幕  
-- 中国纺织工业协会贯彻落实纺织调整振兴计划

P3 ■ 我会领导参观法兰克福家用及商用纺织品展览会,并与欧洲合作方商谈

### 【经贸动态】

P5 ■ 中国经济将会领先于世界经济开始好转

P5 ■ 全球经济增速今年将降至0.5%

MORE

### 【政策法规】

P6 ■ 国务院常务会议审议并通过纺织工业振兴计划

P6 ■ 提高出口退税率的商品清单

MORE

### 【国际市场】

P9 ■ 国际纺织品服装市场:2008年急风骤雨 2009年重排座次

P11 ■ 2008年1-11月美国从中国进口的部分纺织品同比下降

MORE

### 【行业动态】

P13 ■ 中国纺织行业确定2009年四大发展目标

P13 ■ 2009年内需市场将成为我国纺织行业主要支撑

P14 ■ 纺织服装企业采取多种措施应对金融危机

P15 ■ 广东纺织品服装出口额下降18.7%

P16 ■ 中国纺织品出口不会威胁其他国家和地区

### 【展会专题】

P17 ■ 品牌展会平台助力企业度“严冬”

P17 ■ 中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会吹响春季联展号角

P18 ■ 中国国际纺织纱线展览会力助企业逆境突围

P19 ■ 中国国际纺织纱线(春夏)展览会亮点

P20 ■ 第十七届中国国际服装服饰博览会(CHIC2009)

---- 中国服装品牌发展前进的助推动力

P20 ■ 第十四届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会回顾

P23 ■ 中国企业踊跃参加纽约展 越是贸易环境动荡时越需要权威

展会平台

## 振兴纺织产业 2009 春季市场大行动

当前我国经济正在面临一场历史罕见的金融危机之严重影响,纺织工业作为中国国民经济传统支柱、重要的民生产业和国际竞争优势明显的产业,在国际金融危机的阴影下,目前也在经历着一个艰难时期。2009年2月4日,国务院审议并原则通过《纺织产业振兴规划》,既要缓解金融危机下纺织工业的困难和矛盾,又为纺织产业调整升级起到引导和助推作用。

中国纺织工业协会自觉坚持科学发展观为工作方针,紧密围绕科技、品牌两大创新主线,在金融危机造成行业形势严峻的困境中,抓住国家出台调整振兴产业的政策机遇,强化以创新为推动力的国内外市场开拓,于3月下旬举办以"2009中国国际纺织纱线展、中国国际纺织面料及辅料展、中国国际服装服饰博览会及春季时装周"为主体的行业展览活动(简称"三展一周"),这既是中国纺织行业2009年应对金融危机的首次战役,更是贯彻落实国务院专项规划而开展的"振兴纺织产业春季市场大行动"。

根据产业发展规律和目前的市场需求,适应行业展览资源整合与产业链结构协调,这次市场大行动的统一定位是:充分发挥行业展览经济的贸易平台作用,拓展产业资源跨国配置的纽带作用,促进产业创新思维和进取的窗口作用。整个活动突出以创造力开拓市场的主题,紧密围绕新产品、新技术、新工艺、新趋势四大主线,向全世界、全社会、全行业展示调整振兴纺织产业的主要方向和具体途径。

- - **纺织纱线展**将引进国内外知名企业,推出行业普遍关注的新型纤维、纱线,如阻燃纤维、竹纤维、玉米纤维、莫代尔、天丝、包芯纱、牛奶丝、花式纱线等,重点打造"高档纱线"、"色纺纱"、"新型混纺纤维"三大重点展品及相关技术工艺,并发布纱线流行趋势。

- - **纺织面料展**在首次以功能用途布展的框架中,展出国内外面料供应商开发的各种新产品,如新型环保TPE面料、金属纤维记忆面料、XLA纤维色织牛仔布、毛丝棉混纺织物、羊绒棉面料、超柔仿羊绒维罗呢等,FABRICS CHINA将在展会期间发布2010春夏面料流行趋势。本届纺织面料展参展产品体现三个特点:一、新产品价格更为市场接受,产品开发更加贴近市场;二、注重多种原料应用,加强科技与时尚的结合;三、注重生态环保和功能性面料的开发。

- - **服装展**将集合国内外800余个品牌服装全新竞相亮相,分男装、女装、童装、休闲装、皮革皮草、羽绒服、服饰品等专区展示,期间将举办中国高级成衣品牌发布、2009-2010秋冬中国服装流行趋势发布,还将继续举办一年一度的中国服装品牌大奖及高端论坛活动。

为进一步推进产业服务业发展,中国纺织工业协会及其成员机构将利用这次市场大行动,全方位展示丰富多彩并具有实际操作意义的行业服务体系,采取设立服务专区、产品技术交流、商贸对接、出版物展示、趋势专场发布、法律知识讲座、检测与色彩咨询、系列培训、新闻发布等形式,为参展商和专业观众组织相关活动或会议,提供各种有价值的中介服务;在展会现场还将继续提供或增设休息区、咖啡区、餐饮区、网络服务区、查询互动区、循环交通车等多项人性化服务措施。

中国纺织工业协会期望通过这次"振兴纺织产业春季市场大行动",以创新的力量向全世界、全社会展示中国纺织产业的活力和生命力;同时推动国内外两个市场资源整合,推动企业间、行业间和国内外广泛合作,增强应对金融危机的实力,提高产业振兴与调整升级的信心和能力,努力争取全年行业的良好开局。

## 振兴纺织产业春季市场大行动拉开序幕

### -- 中国纺织工业协会贯彻落实纺织调整振兴计划

中国纺织报记者王冰 2 月 11 日报道:2 月 10 日,中国纺织工业协会举行新闻发布会,宣布"振兴纺织产业春季市场大行动"将于 3 月下旬集中展开。以"三展一周"活动为主体的本次市场大行动,将成为中国纺织行业 2009 年应对金融危机和贯彻落实《纺织工业调整振兴规划》、积极开拓内外需市场的首次战役。中国纺织工业协会会长杜钰洲,副会长张延恺、孙瑞哲及各项活动相关负责人出席了发布会。

由中国纺织工业协会主办的振兴纺织春季市场大行动主体包括以下展览活动:2009 中国国际纺织纱线展、中国国际纺织面料及辅料展、中国国际服装服饰博览会及春季时装周(简称"三展一周")。据了解,这次市场大行动的统一定位是:充分发挥行业展览经济的贸易平台作用,拓展产业资源跨国配置的纽带作用,促进产业创新思维和进取的窗口作用。整个活动将突出"以创造力开拓市场"的主题,紧密围绕新产品、新技术、新工艺、新趋势四大主线,向全世界、全社会、全行业展示纺织产业调整振兴的主要方向和具体途径。

在具体操作中,活动主办者将继续强化"三展联动"的运作模式和功能,以便更好地为展会客户服务。本届纱线展主办者一方面广泛调查参展商需求,对口邀请其目标客户进场参观;一方面热情邀请 VIP 客户参观,其中包括一批服装服饰和面料企业。此外,主办者还将组织上游产品推介会等活动以促进产业链联动。服装服饰展则与中国商业联合会合作,发展年销售亿元以上的商场经理 300 多人、年销售 8000 万元以上的经销商 200 多人作为 VIP 客户参与现场交流洽谈。

虽然受金融危机影响,国际同类展会人气萧条,但本届面料展却招展红火,其中海外参展商数量增加了 7%。

为进一步推进产业服务业发展,中国纺织工业协会及其成员机构将利用这次市场大行动,全方位展示丰富多彩并具有实际操作意义的行业服务体系。据了解,届时主办方将采取设立服务专区、产品技术交流、商贸对接、出版物展示、趋势专场发布、法律知识讲座、检测与色彩咨询、系列培训、新闻发布等形式,为参展商和专业观众提供各种有价值的中介服务。

杜钰洲表示,国务院审议并原则通过的《纺织产业振兴规划》,为纺织行业紧密围绕科技、品牌两大创新主线,强化以创新为推动力的国内外市场开拓增强了信心与干劲。中国纺织工业协会期望通过这次"振兴纺织产业春季市场大行动",以创新的力量向全世界、全社会展示中国纺织产业的活力和生命力;同时推动国内外两个市场资源整合,推动企业间、行业间和国内外的广泛合作,增强纺织业应对金融危机的实力,提高产业振兴与调整升级的信心和能力,努力争取今年行业的良好开局。

## 我会领导参观法兰克福家用及商用纺织品展览会,并与欧洲合作方商谈

2009 年新年伊始,我会常务副会长张延恺、副会长徐迎新和杨兆华赴欧参观了德国法兰克福国际家用及商用纺织品展览会。访欧期间,我会领导与有关国家的相关协会负责人进行了多次会谈,并和欧洲合作方就 2009 年相关合作展会发展进行了深入沟通与商谈。

1 月 15 日,中国纺织工业协会副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨东辉和中国国际贸易促进委员会纺织分会副会长、中国家用纺织品行业协会副会长杨兆华分别会见了德国家纺协会会长

Hans Joachim Chlgen 先生;Texproci I (印度棉纺织品出口促进署)副主席 Amit 先生和国际纺联副主席、巴基斯坦 Gul Ahmed 公司董事长 Bashir 先生,就应对当前经济危机,及如何更好地展开双方协会的未来合作进行了深入交谈。

当天, 我会有关领导还会见了合作方法兰克福展览公司相关高层, 回顾并总结了 08 年双方合作的多个展会, 并就 09 年及未来的合作进行了讨论。下午, 中国纺织工业协会副秘书长、我会副会长徐迎新和中国纺织工业协会副秘书长、中国服装协会副会长陈大鹏还同法兰克福展览公司的相关高层就 " 中国纺织品服装贸易展览会 ( 巴黎 )" 的进一步合作进行了会谈。

展览会期间, 领导们分别参观了欧洲床上用品精品馆和国际流行趋势展馆。对比产品设计和展台搭建较为时尚、协调的欧洲展区, 领导们认为中国企业在展览布局和设计方面仍应多学习、观摩, 应该多

到国际知名展会参观。

今年法兰克福展会主办方邀请了来自荷兰、法国、德国、意大利、英国和日本的 6 家知名设计室的设计师共同预测发布了 09 年的家纺流行趋势。趋势的总设计师, 来自荷兰 STIJLINSTITUUT AMSTERDAM 公司的 Anne Marie Commandeur 女士全程陪同参观并就趋势六大主题进行了详细讲解。随后, 领导们分别参观了三个馆的中国展区, 在和中国展商的交流中, 领导们仔细询问了参展企业在经济危机中受到的影响, 听取了展商对企业情况的介绍, 并鼓励大家齐心协力, 开拓思路, 变危机为契机, 平稳度过困难阶段。

### 国际求购: 信息

**1、欧盟 Antalis 国际集团: 目前正在中国寻找可进口的纺织品服装产品。感兴趣的企业请依照如下方式联系:**

该公司网站: [www.antalispromotion.es](http://www.antalispromotion.es) (集团网站: [www.antalis.com](http://www.antalis.com))

联系人: Sonia Alonso, 职务: Product Manager

Email: [sonia.alonso@antalispromotion.es](mailto:sonia.alonso@antalispromotion.es)

电话: 34 93396 5953 传真: 34 3396 5905

### 2、香港求购内衣

求购: 内衣

种类: 胸罩、内裤、硅胶垫等

公司: Mass Joy Trading Ltd

联系人: Miss Lau

电话: 852-24268746

传真: 852-24268746

信箱: [anna@millionrise.com.hk](mailto:anna@millionrise.com.hk)

地址: Rm 709, 71F, Tsui Sha Tsui, Hong Kong

### 中国经济将会领先于世界经济开始好转

中国科学院预测科学研究中心 2009 年 2 月 3 日发布《2009 年中国经济预测与展望报告》，预测 2009 年中国国内生产总值增长率将在 8.3% 左右。

报告认为，受国际金融危机影响，中国经济在 2009 年上半年仍将出现下滑势头，但在强有力的宏

观调控政策的作用下，中国经济将会领先于世界经济开始好转，有可能在 2009 年第三季度止跌回升。报告预测，2009 年中国消费者信心指数将持续低迷，消费总量增速放缓并呈一定下降趋势，但每个季度都将保持 10% 以上的增长速度，全年社会消费品零售总额约增长 13%。

### 全球经济增速今年将降至 0.5%

据国际货币基金组织 (IMF) 近日公布的最新预测显示，2009 年全球经济增速将大幅放缓至 0.5%，为第二次世界大战以来的最低水平，明年有望回升至 3.0%。

### 2008 年美国第四季度国内生产总值 (GDP) 骤降 3.8%

据美国商务部 1 月 30 日公布的初步数据，美国去年第四季度国内生产总值 (GDP) 按年率计算骤降 3.8%，创 1982 年第一季度以来最大单季降幅。去年第四季度美国经济降幅远大于第三季度的 0.5%。去年全年，美国经济仅增长 1.3%，增幅小于 2007 年的 2.0%，为 2001 年以来的最低水平。

### 2008 年我国工业经济增速回落

据工业和信息化部发布的统计：2008 年，全国规模以上工业增加值比上年增长 12.9%，增速同比回落 5.6 个百分点，其中，一季度增长 16.2%，二季度增长 15.9%，三季度增长 13%，四季度增长 6.4%。12 月份，规模以上工业增加值同比增长 5.7%，增速比 11 月份回升 0.3 个百分点，同比回落 11.7 个百分点。

轻工业增速回落慢于重工业，年底重工业增速有所回升。全年轻、重工业增加值分别增长 12.3% 和 13.2%，增速比上年回落 4 个和 6.4 个百分点。12 月份，轻工业增长 8.1%，比上月减缓 2 个百分点；重工业增长 4.7%，回升 1.3 个百分点。

工业产品出口下滑。全年规模以上工业完成出口交货值 80844 亿元，比上年增长 10.8%，增幅同比回落 10.7 个百分点。

进入四季度，工业产品出口下滑趋势更加明显，11、12 月份出口交货值分别下降 5.2% 和 8.8%。

多数地区生产增势减缓。全国 27 个省份生产增速比上年有不同程度回落，山东、广东、江苏、浙江等工业大省增速同比分别减缓 7 个、5.5 个、4.7 个和 7.8 个百分点。全年东、中、西部地区工业增加值平均增长 11.6%、15.8% 和 15%，增速比上年分别回落 6.2 个、5 个和 4.6 个百分点。

效益水平下滑，亏损面扩大。2008 年前 11 个月，规模以上工业企业实现利润 24066 亿元，同比增长 4.9%，分时间段看，1-2 月增长 16.5%，3-5 月增长 23.1%，6-8 月增长 17.3%，9-11 月下降 26.2%。亏损企业亏损额 4879 亿元，同比增长 1.8 倍；企业亏损面达到 18%，同比扩大 3.6 个百分点。

## 国务院常务会议审议并通过纺织工业振兴规划

国务院总理温家宝于 2009 年 2 月 4 日主持召开国务院常务会议，审议并原则通过纺织工业和装备制造业调整振兴规划。

加快振兴纺织工业，必须以自主创新、技术改造、淘汰落后、优化布局为重点，推进结构调整和产业升级，巩固和加强对就业和惠农的支撑地位，推进我国纺织工业由大到强的转变。

会议认为，纺织工业是我国国民经济传统支柱产业和重要的民生产业，也是国际竞争优势明显的产业，在繁荣市场、扩大出口、吸纳就业、增加农民收入、促进城镇化发展等方面发挥着重要作用。

2 月 5 日，财政部、国家税务总局发出通知，自 2 月 1 日起执行纺织品服装出口退税率由 14% 提高至 15%。以下是涉及到的产品清单：

### 提高出口退税率的商品清单

章	商品代码	商品名称
50 章	5004000000-5007909099	丝纱线等
51 章	5106100000-5108101100	毛纱线及其机织物
	5108101990	供零售用粗梳其他动物细毛纱线(按重量计其他动物细毛含量≥85%)
	5108109090	非供零售用粗梳其他动物细毛纱线(按重量计其他粗梳动物细毛含量<85%)
	5108201100	非供零售用精梳山羊绒纱线(按重量计山羊绒含量≥85%)
	5108201990	非供零售用精梳其他动物细毛纱线(按重量计其他动物细毛含量≥85%)
	5108209090	非供零售用精梳其他动物细毛纱线(按重量计其他精梳动物细毛含量<85%)
	5109101100—5109909000	羊毛纱线等
	5110000090-5113000000	毛纱线及其机织物
52 章	5204110000—5212250090	棉纱、棉机织物
53 章	5306100000—5311009099	其他植物纺织品
54 章	全部税号	化纤长丝
55 章	全部税号	化纤短纤
56 章	全部税号	絮胎及无纺织物等
57 章	全部税号	地毯及纺织材料的其他铺地制品
58 章	全部税号	特种机织物等
59 章	全部税号	涂布等工业用纺织制品
60 章	全部税号	针织物及钩编织物
61 章	全部税号	针织物及钩编的服装等
62 章	全部税号	非针织物或非钩编的服装等
63 章	6301100000—6308000090	其他纺织制成品等
	6310100010—6310900090	其他纺织制成品等
	9404290000	其他材料制褥垫
	9404301090	其他羽毛或羽绒填充的睡袋
	9404309000	其他睡
	9404901090	其他羽绒和羽毛填充的其他寝具(含类似品)
	9404902090-9404909000	其他寝具

### 纺织工业振兴规划政策解读

国家在纺织业遭受严重影响的情况下出台了调整振兴规划,非常及时准确,将对我国纺织行业摆脱困难、培育持续发展能力有十分积极的作用。

#### 我国将向纺织强国大步迈进

中国纺织工业协会会长杜钰洲认为:“规划强调了纺织业的重要作用和国际竞争优势,说明纺织业不是限制性产业、夕阳产业”。规划始终贯彻着一条红线,即纺织大国如何在危机中克服困难,通过推进结构调整和产业升级,最终成为纺织强国。

#### 4个“调整”

规划提出重在调整,即调整市场结构、产品结构、产业结构和区域布局结构,而且把结构调整放在突出的地位,这是我国纺织业发展的主流和方向;规划对东中西部产业布局进行了优化调整。中国在比较优势梯度转移上,拥有其他国家无可比拟的巨大空间,将劳动密集加工环节向国内欠发达地区转移,形成跨地区产业链,既保持国际竞争力提升,又拉动了欠发达地区的发展,更能有效地在金融危机中保持价格竞争优势。

#### 出口退税率提高一个百分点

规划明确,纺织品服装出口退税率由14%提高至15%,将为我国纺织服装企业增利90亿元,对出口企业是明显利好,也可以巩固我国纺织业的国际份额。这已经是半年内我国第3次调整纺织品服装的出口退税率。

#### 专项资金提高技术贡献率

规划指出,要在新增中央投资中设立专项,重点

支持纺纱织造、印染、化纤等行业技术进步,推进高新技术纤维产业化,提高纺织装备自主化水平,培育具有国际影响力的自主知名品牌。这是金融危机发生后,中央首次明确提出将对纺织业下拨专项资金。

#### 优助弱弃劣,不搞“一刀切”

规划表明了国家对科技企业、品牌企业这类优秀企业的鼓励和认可,体现了“扶优扶强”的明确态度,但规划坚持扶优助弱弃劣,不搞一刀切。规划明确表示,将对优势骨干企业兼并重组困难企业给予优惠支持,对基本面较好但暂时出现经营和财务困难的企业给予信贷支持,而对能耗高、污染重等落后生产工艺和设备要加快淘汰,表明对纺织业的振兴不会搞“一刀切”,优势企业和潜力企业可以借力成长,而落后产能必须淘汰。

#### 产业用纺织品是今后纺织业新的经济增长点

规划特别明确了促进产业用纺织品的应用,该领域将是今后纺织业新的经济增长点。产业用纺织品是指农业、建筑、汽车、医药卫生、国防、航天等领域所需要的纺织品,近期,4万亿元国家投资催生的大规模基础设施建设,将明显带动对产业用纺织品的巨大需求。产业用纺织品技术含量高、利润附加值高、产业链长,加快发展不光可以拉动整个纺织,也可以加大纺织经济对于国民经济的贡献。

### 埃及降低纺织生产设备进口关税

埃及总统1月29日发布总统令,宣布降低或免除250种商品的进口关税。这250种商品主要包括生产设备、原材料和节能及环境友好型商品。其中纺织行业所需生产设备的关税降至零,部分埃及本地没有的原材料进口关税也有不同程度的下降。

## 欧美对纺织服装产品出口实施新规定

自 2009 年 2 月起,美国对进口纺织服装产品实行新规定,对不符合安全条例的产品将直接彻底销毁,企业违规将被重罚。同时,新西兰则针对儿童睡衣的标签出台新法规,于 09 年 4 月 1 日起实施,新法规对儿童睡衣的标签提出更为苛刻的要求。

自 2009 年 1 月 1 日起,国家质检总局对法检目录进行了调整,日常生活用品、婴幼儿及儿童服装、衬衣睡衣泳衣等商品新增纳入《法检目录》。其中婴幼儿及儿童服装、衬衣睡衣泳衣是较大宗出口产品。上述新规的实施,将给国内纺织服装出口企业带来较大影响。检验检疫部门认为应该积极采取以下措施:

一是在宣传 HS 编码调整的同时也积极宣传各国针对新增产品的各项新规定,提醒地方政府和企业高度关注并做好应对新法规的准备。

二是加大对服装类产品的检测力度,尤其要开展新规定所要求和涉及项目的检测,力争所有纺织服装出口产品均能满足国外法规要求,避免出口国外后遭受严重损失。

三是企业应积极关注相关法规要求,加强原料检测,做到所有使用的原料在生产前均能达到各进口国法规要求,减少成品检测不合格情况发生,避免不必要的损失。

### 国际求购信息

#### 1、美国求购粘胶色纱

求购:粘胶色纱

规格:1 00% Viscose, 30s / 2, dyed, solid dark color

数量:1st order 60000 Lb

总采购量:200000Lb

目标价格:FOB Shanghai 28 / RMB

注意:客户喜欢最好是江苏、天津、山东的供应商

付款条款:We prefer 120 / 90days L/C

公司:Euro Bangla Group

联系人:Mr Mbstafa Al Mamun(Marketing)

电话:880-2-8840634

传真:880-2-8835704

地址:House 492 / 4(2nd Floor) Road# 9(West) Baridhara D. O. H. S. , Dhaka, Bangladesh

#### 2、孟加拉求购纯棉纱

求购:纯棉纱

公司:Nurjahan Trade International

联系人:Giash Uddin Manik

传真:880-2 8923394

信箱:[mtex3012@gmail.com](mailto:mtex3012@gmail.com)

地址:Road#12, House#16, 2nd floor, Uttara, Dhaka-Bangladesh



### 国际纺织品服装市场:2008年急风骤雨 2009年重排座次

2008年,美国次贷危机演变成全球金融风暴,纺织业也未能幸免。2008年国际纺织服装市场风云变幻,若干重大事项对我国在新的一年中的纺织品服装贸易将造成何种影响值得观察和警惕。经过了2008年的急风骤雨,中国纺织企业终于迎来了无配额限制的“自由贸易”时代。根据世界贸易组织《纺织品与服装协定》的规定,全球纺织品贸易于2009年1月1日起实现一体化,纺织品配额全部取消。这对于中国纺织出口企业来说本该是一件好事,但是一场不期而遇的金融危机却让这份喜悦蒙上了阴影。同时,以美国为代表对我国产品频频发起反倾销和反补贴合并调查已成为贸易摩擦的热点。

据中国纺织工业协会最完成的《2008年纺织业运行情况回顾及2009年形势展望》,对我国2009年纺织品服装出口市场做出权威分析。报告认为,2009年我国纺织品服装对发展中经济体的增速将明显高于发达国家,对欧盟、日本市场的出口将呈微弱增长,对美国出口可能出现负增长,2009年我国纺织品服装对这些主要出口市场的同比增速预测分别为:美国市场:-4%--1%;欧盟市场:0%-6%;日本市场:1%-5%;俄罗斯、印度、巴西及非洲等新兴市场:5%-10%。

尽管2008年我国纺织品服装出口增速在回落,但要正确认识当前中国纺织产业的真实基本面,把握国内外纺织产业发展趋势及消费需求变化,树立信心、针对有效需求建立发展模式。二十世纪九十年代以来,中国对美国、欧盟市场一直保持增长,没有出现特别大波动。占世界纺织品服装进口六成以上的欧美日市场,已对中国纺织品服装建立了一种依赖性,这种依赖性不会由于这种经济危机轻易改变,但从另一角度可看到,廉价产品供应商在销售额增长方面会成为赢家,分得更大市场份额,这对质优、价廉、物美的中国产品应该是好机会。

金融危机使国际纺织品市场需求大幅回落,即便进入了“自由贸易”时代,预计也很难刺激出口。无配额限制的“自由贸易”并不意味着中国的纺织品可以一帆风顺地进入欧美市场,接踵而至的贸易保护措施很可能使我国纺织服装企业面临更大的挑战。2009年以后的纺织服装国际市场格局将会重新形成,2008年以前国际纺织服装市场的一些操作方式将对今后造成深刻影响,因此,回顾2008年的国际纺织服装市场我们会留下一份财富。

**2009年,我国纺织品服装出口企业值得注意的问题不少,例如:2009年度,我国商务部不再签发输美纺织品各类证件,只签发输欧纺织品产地证、OPT产地证、丝麻产地证、手工制品证,以及输土耳其产地证和丝麻产地证,不再签发输欧英文出口许可证和中文证;2009年纺织品签发与2008年类别一致的输欧产地证和丝麻产地证,原实行监控的8个类别(4、5、6、7、20、26、31、115)需要英文出口许可证的也只签发产地证,原签发的手工制品证和OPT产地证的类别仍继续签发,手工制品证也将配套签发产地证。**

#### 1、美欧对中国纺织品配额限制结束

2008年12月31日,《中国加入WTO工作小组报告》第242段纺织品防卫措施,以及中美、中欧纺织品备忘录到期。WTO成员将不能再引用第242段对中国纺织品实施限制。中国商务部自2009年1月1日起将不再执行输美纺织品出口数量及许可证管理和输欧纺织品出口许可证管理。中美纺织品协议业已终结,配额不再存在,双方亦没有达成新的共识以作监控,我国内地纺织品输美已真正进入没有限制的阶段。

#### 2、WTO发布2008年上半年全球反倾销调查报告

2008年10月20日,世界贸易组织发表了2008年上半年全球反倾销调查报告。2008年上半年全球共

展开 85 项新的反倾销调查,较 2007 年同期激增 39%,其中针对纺织品计有 20 项;共实施了 54 项新的反倾销措施,较前一年度同期增加了 6%。中国仍然是其它世贸组织成员展开反倾销调查的主要对象。2008 年上半年展开的 85 项新的反倾销调查中有 37 项是针对中国出口产品,较前一年度同期激增 76%。

### 3、美国监测中国纺织品成衣进口

美国国际贸易委员会(ITC)宣布从 2008 年 12 月 1 日起每两周发布一次中国纺织品成衣进口的统计报告,开始对中国产品的进口进行监测。美国国际贸易委员会表示,该委员会的报告将涵盖 2005 年中美两国纺织品贸易备忘录涉及的全部产品类别的进口数量、进口金额、单价以及市场占有率报告。

### 4、美国公布实施消费品进口合格认证规定

美国消费品安全委员会(Consumer Product Safety Commission, CPSC)公布,在 2008 年 11 月 12 日或之后制造的进口产品,其进口商必须提交书面证明,保证用于仓储或消费的进口产品符合美国消费品安全委员会的规章、禁令、规定或管理标准。该项规定适用于几乎全部类别的消费品,包括布料、成衣、地毯及褥垫等。

### 5、美国海关公布海运货柜新规定

美国海关于 2008 年 11 月 24 日公布 " 进口商安全申报及运输业者额外要求暂行规定 " 即原名 [10-plus-2] 规定),要求承载海运货柜之运输业者须提交船运装载计划(vessel stow plan)及货柜状态(container status messages)2 项信息,进口商(或代理人)须于货柜运抵美前 24 小时,提交 10 项信息。本修正暂行规定已于 11 月 25 日刊载联邦公报,将于公告后 60 天正式生效,惟 1 年内对善意违规案件得将采弹性方式处理。

### 6、欧盟监控中国纺织品进口

2008 年 1 月 1 日起,欧盟对中国 8 个类别纺织品开始监控,该 8 个类别分别为 T 恤、毛衣、男裤、女用衬衫、胸罩、西服、床单以及麻纱。这项制度于 2008 年 1 月 1 日到期后生效,有效期一年,2008 年 12 月 31 日结束。" 双重许可监督制度 " 只属于统计、预警系统的范畴,监控进口量会成为欧盟发起各种贸易救济措施的预警,若出现中国出口量激增,如何应对,采取什么措施,这才是中欧面临问题的关键。而且,我国输欧盟纺织品出口经营者要根据进口方要求,自 2009 年 1 月 1 日起出口到欧盟的部分纺织品类别仍需申领产地证书,相关纺织品类别出口经营者继续向商务部授权的签证机构申领《输欧盟纺织品产地证》。

2008 年,我国内地输欧 5 类毛衫及 26 类连衣裙的出口数量,较 2007 年急升逾三倍;其它受监控类别都分别有三成多至两倍的升幅。进入 2009 年,欧盟方面至今仍未采取任何反倾销的行动,今后如何需要我们观察和警觉。

### 7、欧盟 PFOS 指令实施

2008 年 6 月 27 日,欧盟《关于限制全氟辛烷磺酸销售及使用的指令》(即 PFOS 指令)正式实施。该指令是 2006 年 12 月 27 日正式公布的。指令规定,以 PFOS(全氟辛烷磺酸)为构成物质或要素的,若浓度或质量

等于或超过 0.005%的将不得销售；而在成品和半成品中使用 PFOS 浓度或质量等于或超过 0.1%的，则成品、半成品及零件也将被列入禁售范围。这意味着欧盟正式全面禁止 PFOS 在商品中的使用，首先受到影响的将是纺织、皮革产品的出口企业。

### 8、美消费品安全委员会修订纺织品易燃标准

美国消费品安全委员会(CPCS)对美国《易燃性织物法令》(FFA)进行了修订,该法规从 2008 年 9 月 22 日起生效。CPCS 称,于 1953 年发布的纺织品易燃标准在某些方面已经过时,而新颁布的法规将对其进行修改以适切地反映当前的消费习惯与技术。该标准适用于所有成衣及其布料。

### 9、土耳其对中国纺织品设限

2008 年 1 月 2 日,土耳其政府宣布继续对中国进口的 44 个类别纺织品实施配额限制,实施期间为 2008 年 1 月 1 日-12 月 31 日。土国规定,每个类别商品进口配额总量的 75%将专供传统进口商使用,其余 25%则采取自由发放的方式。

### 10、韩国对中国及中国台湾聚酯丝进行反倾销调查

2008 年 2 月 15 日,韩国贸易委员会公告对原产自中国及台湾的聚酯丝(海关编码:5402.46.0000)进行反倾销立案调查。根据统计,本案涉案金额为 442 万美元,涉案企业 12 家。

### 11、南方共同市场国家实行纺织品及成衣新标示规定

包括阿根廷、巴西、巴拉圭及乌拉圭的南方共同市场的会员国家,自 2008 年 7 月 1 日起,就于当地产制或进口至该地区公开贩卖之纺织与成衣产品实行新的商品标示规定。该新商品标示规定要求多数纺织与成衣产品应行标示之事项包含:当地制造商或进口商之名称或注册商标与税籍信息、原产国别、纤维成分、洗烫处理方式及尺寸或尺码。上述商品标示信息应以销售国家语文为主,不得辅以其它语文。

### 12、国际环保纺织协会确定 2009 版 Oeko-Tex Standard 100 标准的修订架构

2008 年 10 月 27 日至 28 日,Oeko-Tex 国际环保纺织协会的 2008 年会在南非开普敦召开。会议强调,Oeko-Tex 国际环保纺织协会将持续地向纺织品生产企业、零售商和消费者提供高水平的产品生态安全性能保证。Oeko-Tex 国际环保纺织协会在年会期间确定了 2009 版 Oeko-Tex Standard 100 标准的修订架构。

## 2008 年 1~11 月美国从中国进口的部分纺织品同比下降

据美国商务部统计,2008 年 1~11 月,美国从中国进口纺织品服装总额 304.33 亿美元,同比增长 0.62%,占美从全球进口纺织品服装总额的 35.12%。统计显示,我国纺织品服装占美进口市场份额比上年同期有所提升,但部分产品进口额及所占市场份额

额同比下降。其中 237 类(棉制或人纤游戏装)、300 类(棉制普梳棉纱)、613 类(人纤平纹布)、645 类(人纤男毛衫)、733 类(丝织男西装式外套)、850 类(丝绸及植物纤维制裙子)等六类产品进口额同比下降 50%以上,其中 5 类产品市场份额下降超过 10 个百分点。

统计如下表:

产品类别	累计进口额(百万美元)	金额同比(%)	市场占比(%)	占比增减(%)
<b>237</b>	<b>12.336</b>	<b>- 61.37%</b>	<b>21.91%</b>	<b>- 16.10</b>
<b>300</b>	<b>2.473</b>	<b>- 52.11%</b>	<b>5.66%</b>	<b>- 2.24</b>
<b>613</b>	<b>2.741</b>	<b>- 66.17%</b>	<b>24.38%</b>	<b>- 14.10</b>
<b>645</b>	<b>6.678</b>	<b>- 54.91%</b>	<b>28.44%</b>	<b>- 10.30</b>
<b>733</b>	<b>3.31</b>	<b>- 71.94%</b>	<b>32.05%</b>	<b>- 30.80</b>
<b>850</b>	<b>0.434</b>	<b>- 68.84%</b>	<b>47.43%</b>	<b>- 30.57</b>

以上六类产品同比大幅下降的主要原因有两点:

1) 美国纺织品服装市场需求萎缩。受经济下滑影响,美国对全球纺织品服装进口需求整体疲软。2008年1~11月,美国从全球进口纺织品服装 866.56 亿美元,同比下降 3.27%,多数品类产品进口呈现负增长态势。而上述六类产品从全球进口无一例外均呈现较为严重的萎缩态势。其中,237类从全球进口同比下降 32.98%,300类下降 33.15%,613类下降 46.59%,645类下降 38.58%,733类下降 44.98%,850类下降 48.77%。

2) 其他国家部分产品替代我市场份额。受要素成本持续上升、人民币升值、国际贸易摩擦、周边国家纺织产业兴起等多重压力影响,我国纺织服装业的国际市场竞争压力日益加剧,出现了订单流失或转移,从而造成我对美出口的部分产品市场份额缩水严重。

其中竞争最为激烈的是 237类和 645类,2008年1~11月,美国从我国进口 237类产品所占市场份额较上年同期下降了 16.10个百分点,而从危地马拉进口的同类产品的市场份额较上年同期提高了 6.96个百分点,从印度、菲律宾进口的同类产品市场份额也分别提升了 2.61个和 2.51个百分点;同期,美国从我国进口 645类产品所占市场份额下降了 10.30个百分点,而从约旦进口的同类产品市场份额提高了 9.26个百分点,从墨西哥、印度尼西亚进口的该类产品市场份额分别提高了 4.15和 5.8个百分点。

这份统计反映出我国纺织品服装已经有部分产品对美出口已不具有竞争优势,如果这种势头继续延续,可能会有更多产品面临丧失保持多年国际市场份额的危险。因此,我国纺织品服装业一方面要积极提高产品附加值,适应国际市场需求,另一方面要广泛开拓其他市场渠道以分散经营风险。

### 2008年世界纤维总产量 6509.3万吨

日本化纤协会于 2009年1月发表了“2008年国内外化学纤维生产动向”。初步统计显示,2008年世界纤维总产量比上年减少 5%,为 6509.3万吨。其中,化学纤维比上年减少 3.3%为 3960.7万吨,化学纤维中,合成纤维比上年减少 3.0%,为 3681.8万吨(不含聚烯烃纤维和醋酸丝束)、纤维素纤维比上年减少 7.5%,为 278.9万吨。

### 中国纺织行业确定 2009 年四大发展目标

据《新华网》2月1日消息:当前,中国纺织行业正面临全球经济动荡、国内经济增长趋缓和自身困难重重的严峻形势,为应对金融危机确保行业发展和进一步提升,中国纺织行业确定 2009 年四大发展目标。

以提高能力为主转变发展方式。全行业将按照纺织行业科技发展纲要,以企业为主体,促进产学研结合、产业链整合,同时加强对广大企业公共服务,在新材料、新工艺、新装备、信息化以及节能减排、清洁生产、绿色纺织等重点领域加快高新技术研发和利用。

深化改革,进一步调整提升。全行业将以实现更高的劳动生产率为总目标,建立现代企业制度,促进企业结构、区域结构、国际化营销结构调整,用好国际、国内两种资源,开拓国内外两个市场,打造国际品牌和具有国际竞争力的现代产业集团。

增强危机意识,积极防范风险。作为出口比较大的消费品制造产业,纺织行业比其他行业面临更多风险。纺织企业将重视现阶段国际经济形势对行业的冲击,主动跟踪相关信息,积极采取措施应对,将市场环境对行业的冲击降到最低。

加强行业自律,扩大公共服务。纺织行业将建立完善公共服务平台,加强产品质量监督、技术咨询与知识产权保护,落实社会责任,维护国内外公平竞争,加大中小企业和产业集群服务力度。

### 2009 年内需市场将成为我国纺织行业主要支撑

今年,我国纺织行业面临的政策环境比去年好,纺织行业存在进一步依靠内需拉动的良好机遇,国内市场是纺织行业发展的第一驱动力。内需持续稳定扩大为行业发展提供了良好市场条件。

2009 年国际金融危机下外需不足,将会给我国纺织行业出口造成更大压力,但稳定外贸出口依然存在有利条件。中国国内政策区域宽松,内需市场在趋于稳定的同时,将逐步成为确保行业发展主要支撑。我国纺织行业内销比重由 2000 年的六成提高目前的七成,意味着我国纺织品服装内需市场潜力依然巨大,而十三亿人口的庞大消费总量决定内需市场必须依靠本国纺织产业来满足。

据国际货币基金组织(IMF)预测,今年美国、欧盟,日本发达经济体,经济将呈现平均负增长局面,今年金融危机进一步引发市场需求萎缩,新兴市场经济体也会受到较大影响和经济增长明显放缓,加之我国面临贸易保护主义的干扰和倾斜,我国纺织行业出口可能要出现进一步下降的趋势,但从市场基本面和竞争格局看,我国纺织服装产品在国际市场上仍有一定的发展空间。

### 预计 2009 年我国服装内销市场同比增幅为 1.3%-5.3%

据国际统计局统计:我国人均服装消费和家纺消费比例远低于发达国家水平,长期来看,我国内销品牌零售和优势家纺企业仍将保持良好增长。参考过去 40 余年美国、韩国和印度等国家多轮经济周期中居民衣着类消费与宏观经济的关系演变,结合我国 1992-2007 年国内居民衣着消费与宏观经济之历史,结合宏观上对 2009 年 GDP 的判断,预计 2009 年,我国整体服装内销市场同比增幅为 1.3%-5.3%,平均 3.3%。

### 纺织服装企业采取多种措施应对金融危机

进入 2009 年,我国众多纺织服装企业已经采取多种措施积极应对愈演愈烈的金融危机:在产品的适应性上动脑筋,不断改进更新技术设备、研究开发新产品,避免同质化产品恶性竞争;始终保持较强的议价能力,适当提价以抵消成本上涨压力;规范货款结算,增加出口信用保险,降低经营风险;积极寻找新客户,扩大销售新渠道;及时调整经营策略,适当增加产品内销比例等。

1) 加强金融风险控制。对于次贷危机带来的客户风险以及美元、欧元变动所带来的汇率风险等,各类企业应对能力差距较大。等一些规模较大的企业通过汇率锁定、投保出口信用险、对客户进行信用评级、加强国外市场实地调研、出台应收账款管理办法等措施,有效地进行了风险控制。

2) 规范企业管理。一些规模较小的企业,管理水平则有待提高,企业的风险控制能力较低。有实力的公司在管理方面也做的较好。浙江贝克曼服饰股份有限公司是义乌大陈镇的一家衬衫生产企业,该公司负责人认为,在当前困难形势下,企业求稳定,强基础,找机遇是关键。企业一要规范内部管理,优化改造流程,不能靠投机发展;二要抓住机遇,引进人才,特别是引进管理和专业技术人才;

3) 抓技术改造升级,积蓄能量。相信经过两年困难期,企业就会有再发展,有比别人更快发展的条件和基础。例如:雅戈尔日中纺织印染有限公司的面料销售开始由单一研发、生产面料到系统研发“菜单式销售”的新转变。2008 年雅戈尔的面料产品只有蓝、白两个颜色,如今却有十几个不同的花型的产品被列在同一个“菜单”上,这不是客户订单,而是日中纺面料色纱库的一个新色系。雅戈尔日中纺织印染作为面料加工厂商,做到了改善供应链,降低企业的无效库存率,能根据市场的反应调整自身面料的供给、原料的采购,满足不同客户的需求,有能力接手“少批量、多批次”的生产任务,而且保证有一定的效益。雅戈尔日中纺面料生产一直是两条腿走路,对内做好公司的面料供应;对外则放手参与市场竞争,走产品“以我为主”的发展道路,争取市场上的主动权。雅戈尔日中纺面料新品开发的外延还将在 2009 年进一步扩大,进军家纺市场等新的领域。

又如石狮市一些漂染公司坚持向科技要效益,坚持在改良生产工艺上体现高科技的价值。他们通过不断实践,把晾漂等生产流程集中起来做,成功缩短了前处理工艺流程的时间,节水 20%左右,并实现了节煤、节电、节气和节人工的良性连锁反应。为了企业的长远发展,彻底革新工艺,一些漂染企业在国际大环境影响的情况下,打出了一些有前瞻性的“牌”,石狮某公司今年将投资 1.2 亿元,引进 70 台国际最先进的“0”型染缸和相关配套设施;

协盛协丰等公司,近年来投资数千万元,不断引进高科技的生产设备。老板们表示,他们将站在漂染行业发展的前沿去看待问题,以先进的生产设备为依托,加大生产工艺的革新力度,使企业始终处于良好的运行状态,以此应对金融危机带来的风险,不失为长远之计。

4) 注重品牌,创新开发。这是传统产业健康发展的一条可持续发展道路,台州永强户外用品公司和义乌棒杰服饰有限公司提供了很好例证。在品牌建设方面,台州永强户外用品公司耗资 300 多万元进行品牌名称设计、公司形象设计。在职业经理人选择上,聘请德国户外用品的知名专家担任海外公司的高管。在产品质量控制上,永强公司聘请台湾和日本管理者进行车间管理。在研发方面,年投入 5000 多万元,目前已经实现由 OEM 向 ODM 转变。

棒杰服饰有限公司原来是一家衬衫生产企业,随着国内企业竞争加剧,2001 年及时转型,生产高技术含量的无缝内衣。企业追求新技术新工艺,迅速扩大国内市场,进而开拓国际市场。尽管今年形势严峻,但是企业订单已排到四五月份。2008 年出口 900 万美元,今年出口预计增长 20% 以上。

金山区吕巷镇一家名为“茉织华”的服饰公司，其人力资源部门一直忙着张罗为春节后的生产再招收 250 名员工，因为公司今年将增产 50 万套服装，以达到 600 万套的服装年产量。事实上，“茉织华”面临着当前服装出口业的共性难题，盈利空间被挤压得相当狭窄。对此，公司一方面通过节能减耗来降低成本；另一方面抓质量管理，不出废品次品，而这也是最好的降低成本。“只要产品还有利润，我们就把规模做上去。”公司负责人对于未来的发展走向信心满满。

沪郊金山区朱泾镇上的信峰时装厂，一条年产 12 万件上装的流水线在 2008 年年底正式投入生产。这条流水线是工厂以 160 万元人民币，从沪上一家关闭了的日资服装公司收购的，随流水线一起而来的还有原公司一个 30 多人的技术和管理团队。该厂长告诉认为，之前工厂只单一生产西裤外销日本，虽然利润不大，但尚能维持。此次借着金融危机的时机，用极其低廉的价格收购这条流水线，目的就是完善工厂的产品结构，形成套装生产能力，为经济转暖以后的发展打好基础。

5) 转变经营方式，外销转内销。金中正文具用品有限公司则是以内销补外销来应对当前严峻形势。该公司出口主销欧美国家，受金融危机影响大，今年出口将减少 10% 到 15%。但是企业及时调整经营方式，通过开发新款式、新品种来扩大内销市场，确保利润不减，目前企业稳定的国内客户达到 500 多家。

6) 专心专业，做精做强。如上海菲凌纺织品有限公司总经理沈耀华认为：今年年终的纱线市场和往年一样，很火热。我们获得了下游面料厂、服装厂的

很多订单。有一个客户一个订单，就定了我们 1000 吨气流纺 30S, 200 吨, 300 吨的订单也很多。我感觉纺织市场受到的冲击并没有预期那么大，也许我们是个案吧，但只要产品好、新、奇、特，不愁销路。我们的方针是绝不做大路货，不做赔本生意，这需要企业具有足够的实力，需要把自己的产品做精，而且是特别精。

7) 外拓市场，多元投资。绍兴中国越美集团将“三外”结合，其“以外贸带动外经发展、以外经拉动外资发展、以外资联动外贸发展”的模式成功避免了当前我国企业面临的外汇风险管理、反倾销等种种问题。越美集团以“内增实力，外拓市场，多元投资，科学发展”的经营战略，积极开拓国内外市场，以“质优价廉”赢得了客户，在短短的几年里，取得了外贸跨越式的大发展。在壮大外贸出口的同时，越美集团大胆采取“走出去”战略，通过国际贸易、国际投资，在海外建立工厂、工业园区，突破了纺织业发展在国内受到的限制，摆脱原有的困境，找到海外发展的新空间。在尼日利亚(越美)纺织工业园区，越美成功开拓了非洲市场。

8) 企业用好政策和法规，决胜市场，规避风险。在目前困难时期，企业要正确理解和执行《劳动法》。如《劳动合同法》中的养老保险等方面企业反映按照新法企业必须给员工增加养老保险、医疗保险等“五金”的缴费规模，而有些费用职工并不愿意交纳，难以在劳资双方找到平衡点。新劳动法还增加了企业负担。在新法实施后，对于工资、加班、社会保险、聘用制度等方面的硬性规定，企业直接用工成本提高了 10% 到 20%，使企业负担过重，但是，企业要设法消化这些成本因素。

## 2008 年广东纺织品服装出口额下降 18.7%

据中国海关统计显示，广东省 2008 年出口纺织服装 341.3 亿美元，同比下降 18.7%。其中，出口服装及衣着附件 253.5 亿美元，同比下降 25.3%。黄埔海关 2 月 1 日公布的统计数据显示，2008 年广东省

出口纺织服装(包括纺织纱线、织物及制品和服装及衣着附件)341.3 亿美元，比 2007 年下降 18.7%。其中，出口服装及衣着附件 253.5 亿美元，下降 25.3%；出口纺织纱线、织物及制品 87.8 亿美元，增长 8.8%。

### 中国纺织品出口不会威胁其他国家和地区

根据中美、中欧纺织品备忘录,自 2009 年 1 月 1 日起,我国不再对输美、输欧纺织品实行纺织品出口许可证管理。近一段时间以来,广大纺织出口企业对取消许可证管理后的出口政策和宏观环境十分关心。我国商务部外贸司负责人专门就 2009 年纺织品出口指出了一些值得企业关注的事项:

商务部外贸司负责人指出:纺织业是中国重要的劳动密集型产业,直接从业人员 2000 多万,间接涉及上亿人口就业。纺织品问题一直是中国政府和业界的重要关注。

2008 年以来,中国纺织品出口增速出现下滑。根据中国海关统计,2008 年我纺织品服装累计出口 1851.7 亿美元,同比增长 8.2%,增幅较 2007 年下降 10.7 个百分点。从当前经济发展形势看,受劳动力成本上升、人民币升值、主要进口市场消费需求减弱等因素影响,预计 2009 年中国纺织品整体出口增速将继续放缓。经过 2005 年一体化后的过渡,有关产品出口潜能已得到充分释放,中国与有关国家双边纺织品协议产品不会出现“激增”,更不会对其他出口方造成威胁。近几年国际纺织品贸易稳定发展,充分证明了这一点。我们有理由相信,中国纺织业与主要贸易伙伴的纺织业界在发展过程中可以优势互补、相互依存,2008 年后的双边纺织品贸易将会平稳、健康发展。

当前,个别国家业界以担心中国纺织品在 2008 年后会出现“激增”为由,要求其政府与中方续签协议或对中国纺织品采取贸易救济措施。2008 年 20 国集团金融峰会发表宣言明确提出“在金融不稳定时期,更应力戒保护主义,力戒对投资或商品和服务贸易设置新壁垒”。2008 年 11 月 22 日,APEC 领导人也就全球经济发表声明,反对各种形式的保护主义。我们认为,2008 年后的纺织品贸易应遵循自由贸易原则,进口国不应再人为设置贸易障碍。

我纺织品出口要加强行业协调自律,有序出口,避免因个别产品出口数量过快增长引发有关进口国业界对我提起贸易救济诉讼,影响我贸易环境的稳定。

中国政府鼓励中国纺织业界与相关国家产业进行合作,推动业界就促进双边纺织品贸易进行对话。在当前形势下,希望双方业界能进一步拓展合作渠道,丰富合作内容,为双方产业实现长远合作共赢创造良好的条件。

近年来,随着中国经济的不断发展,国民经济相关产业及国内纺织品服装消费市场的需求在拉动中国纺织业发展的同时,也为世界范围内的棉花、家纺、服装产品以及先进的纺织机械提供巨大的市场和广阔发展空间。特别是在中国政府采取了一系列扩大进口措施以来,中国的纺织品市场日趋开放,并蕴藏无限商机。2008 年我国进口平均关税已降至 9.8%,自 2008 年 6 月 1 日起,我国又进一步调低了棉花的进口关税。中国这个全球第一大纺织品生产国和拥有 13 亿人口的纺织品消费国为世界各国和各地区纺织企业扩大对华出口提供了更多机遇;中国国内纺织业发展带动棉花、羊毛、化纤原料、纺织纱线的进口。根据中国海关统计,2008 年中国进口棉花 34.9 亿美元,进口羊毛 17.0 亿美元,进口纺织用合成纤维 7.5 亿美元,进口合成纤维纱线 15.7 亿美元。

中国内需增长为进口服装提供广阔市场。随着中国国民消费能力的提高和服装消费市场的扩大,中国民众对进口服装的需求不断增长。2007 年和 2008 年 1~11 月,中国进口服装分别为 19.7 亿美元和 20.9 亿美元,同比分别增长 14.7%和 16.6%。

我国政府强调:出口退税是对出口货物在国内生产和流转环节征收的增值税和消费税予以抵扣或退还。出口退税符合 WTO 规则,也是国际惯例。2008 年以来,为保持经济平稳较快增长,中国两次提高纺织品服装出口退税率,目前退税率为 14%,征退税差为 3 个百分点。



## 品牌展会平台会助力企业度“严冬”

2月4日，国务院审议通过了纺织工业振兴规划。这项规划将提振中国纺织工业在全球金融危机背景下，继续实现稳定发展。2009年3月底由中国纺织工业协会主办的第15届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会、第17届中国国际服装服饰博览会和2009中国国际纺织纱线(春夏)展览会联袂在北京上演。

作为现代纺织服装产业的重要组成部分，展博会是经贸、科技、文化和品牌交流的桥梁，是宣传的窗口。通过展会，纺织服装行业可以汇聚巨大的信息流、技术流、商品流，对于遏制经济下滑、拉动消费、促进国内外贸易、开展广泛合作、提升品牌形象、树立行业信心等功能等起着积极的促进作用。

2009年北京的纺织服装大展汇聚了中国纺织服装行业的强势专业品牌展会。这些展会的运作及功能已经十分成熟，正如中国纺织工业协会会长杜钰洲所说：“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，展会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；第三，展会是信息发布的“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。

现在，一些企业出于对行业不景气的考虑，都在犹豫今后是否要继续花力气参加纺织服装专业展会。应该指出，目前的经济形势虽然不好，企业更应该在别人“蒙头大睡”的时候提早做准备。北京的纺织业的展会，正是企业捕捉权威信息的绝佳时机，应该借助这些品牌展会的平台会助力企业的发展，度过“严冬”。

## 中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会吹响春季联展号角

**intertextile**  
**BEIJING apparel fabrics**

由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)有限公司及中国纺织信息中心联合主办的中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会将于2009年3月29日至31日于中国国际展览中心举行，为纺织品生产商及买家开启通往国内国际市场的门户。

### 联合多方力量共渡难关

中国纺织工业协会会长杜钰洲近日指出，办好中国国际春夏面料展是中国纺织业渡过难关的首场战役。困难当前，进一步发挥中国国际面料展作为贸易的平台、连接产业链上下游的纽带、国内外业界信息窗口的作用。加强展会的增值服务，体现展会价值，加强产业链串联，促进产业技术进步，提升文化创意，加快品牌发展。杜钰洲还强调要做好舆论引导工作，为行业、企业树立信心。初次参展的企业代表行业的新生力量，要给予扶持。杜钰洲认为，通过中

国纺织工业协会的整体力量办好展会，进一步突出展示中国纺织工业协会的服务体系，把产品开发中心的色彩设计、手稿设计，网络中心的ERP系统、纺织服装专业出版物等都纳入协会服务体系。让客户亲身体验有效服务，用切实的服务为企业雪中送炭。

中国纺织工业协会副会长许坤元始终强调进一步完善产业链上下游服务的重要性，同时强调要针对新产品、新技术、新工艺进行宣传报道。

### 为参展商提供新能量

中国贸促会纺织行业分会常务副会长张延恺认为，从全世界的展览情况看，法兰克福家纺展下降 20%，CPD 展下降 50%，而中国面料春季展规模与去年基本持平。他说：“展会在转型，其规模化发展告一段落。作为国际纺织大展，中国国际面料展水平需要综合提升，为参展商提供新的服务。其实，展览面积的增加还是减少只是一个方面，更为关键的是在困难时期，我们如何与各协会交流、沟通，与各个协会更加紧密地配合，引导更多专业观众关注、参与春季面料展览，同时春季面料展览宣传、服务行动要持续到秋季。”

据中国贸促会纺织分会副会长徐迎新介绍，截

止到目前，以展团形式报名参加今年 3 月份的中国国际面料展的有中国麻纺精品展团、绍兴展团、盛泽展团和台湾地区展团等，来自国外的展团有意大利、德国、韩国、日本等国家展团，韩国展团的参展企业明显增加。徐迎新认为，接下来要对参展观众做更加细致的服务，对于几千家重要的 VIP 客户直接电话邀请并追踪落实，针对不同需求的展团选择契合的下游客户做具体的邀请，此外还根据数据库筛选下游客户发送电子邀请函。

中国贸促会纺织分会副会长杨兆华说：“主办方将竭力帮助企业开拓国内外新兴市场，开拓有效市场是对企业最大、最根本的支持。”

### 春夏面料展再展中国纺织业联合创新舰队风采

据贸促会纺织分会对中国国际面料展参展商的调查，中国面料企业自主品牌出口率达到 29.23%，ODM 占 60%，显示出中国面料企业持续创新的成果。据悉，本届春夏面料展将再展中国纺织业联合创新舰队的风采，一些具有创新实力的面料企业如如意、凯诺、淮北维科等都将亮相。

通过技术手段创新，充分融合各种新纤维的特性，生产各种不同功能、不同特性、不同风格、不同品种的产品是凯诺科技股份有限公司今后面料生产的趋势。本次展览凯诺将带来多款新品，如 Cupra 系列、ZT 竹炭纤维系列等。在 Cupra 系列中，凯诺公司率先利用铜氨毛条、短纤、长丝三大类综合材料，设计开发了不同风格的品种，尤其是毛 / 铜氨混合类的产品组合，既具有羊毛优良的抗皱性、弹性，同时又具有铜氨优良的悬垂性、真丝手感及光感效果。ZT

竹炭纤维系列是专门为打造舒适性裤料而设计的新材料组合面料。该产品以羊毛、竹炭纤维(涤或粘)为原料，其中竹炭纤维含量达 30% 以上。在产品研发过程中，研究解决了竹炭纤维条的深色染色技术及相匹配的后整理工艺，以确保纤维特性在染整过程中不受影响。产品具有优异的耐久抗菌、除臭性能，经测试其除异味率达 80% 以上。

2009 年，淮北维科印染有限公司将依托技术创新优势，针对印染产品的舒适、健康、安全、生态、时尚、功能性，重点开发新型纤维面料、功能性面料、棉及涤棉转移印花面料等。本届春季面料展中，维科将推出一系列新型纤维面料：阻燃、抗菌、Cool max 吸湿排汗功能面料。天丝、木代尔、竹纤维织物，经纬双弹织物，高支高密亮光大提花面料 - 三防(防水、防油、防污)、防紫外线、免烫等功能性整理面料。

### 中国国际纺织纱线展览会力助企业逆境突围



面对行业形势最艰难的历史时期，即将在北京中国国际贸易中心 3 号馆举行的第六届中国国际纺织纱线(春夏)展览会，改变传统贸易型展览会的运作模式，发挥各行业协会的专业优势，引导企业技术升级，帮助企业开拓市场，逆境突围。

本届纱线展将重点打造“高档纱线”、“色纺纱”、“新型纤维混纺纱线”三个重点展示区域,并首次发布纱线流行趋势“FABRICSCHINA-YARNTRENDS”。

当前,我国棉纺行业应对困境的首要任务是减产升级,控制低水平纺纱、织布、染整生产能力的增长,鼓励优势企业开发高附加值产品,增强企业核心竞争能力,开发高附加值产品。因此,今年纱线展的总体思路将以拉动内需市场为目的,着力打造重点企业、重点产品的展示,体现纱线市场开发趋势及动向。为此,主办方将突破原有的展厅布局,细化产品

分类,重点打造市场前景看好的新型纤维混纺纱线、色纺纱等高档纱线的展示平台。此外,展会主办方将邀请产品有特色且具代表性的优势企业在展会现场召开产品推介会,介绍新型纤维的开发方向及其他混纺、多组分纤维的开发趋势。主办方将对产品开发有特色,引领行业技术升级的示范企业颁发“推荐纱线产品证书

展会期间,纺织贸促会将与中国纺织信息中心合作进行纱线流行趋势“FABRICSCHINA-YARNTRENDS”的研究与发布,将创意与产业相结合,打造国内纱线行业的权威趋势发布平台。

## 2009年中国国际纺织纱线(春夏)展览会亮点



2009年中国国际纺织纱线(春夏)展览会将于2009年3月30日-4月1日在北京商务区中心地带--中国国际贸易中心召开,展品范围包括各类纺织纤维、纱线及CAD等。届时与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同期举办,更方便面料、服装企业采购参观。

本届(春夏)纱线展将出现频频亮点:

### 1、招展模式创新

**求新思变,转变招展模式,依靠各协会有针对性进行招展。** 改变传统的贸易型展会运作模式,依靠各行业协会的行业背景,在行业内邀请相关协会行业知名企业参展,将先进技术具体化、形象化。在行业困难之际,更需要这些知名企业积极参与业内活动,展现中国纺织行业面对困难、走出困境的决心。

**细化展示区域。** 引进先进的复合型、功能性纤维知名企业、与其下游企业共同进行展示,引进在全球金融风暴中依旧保持强劲发展的创新型实力企业,实现纱线展与面料展的对接、实现纱线展由单一的展览平台向价值平台的转变,帮助企业提升品牌价值,拓展产品市场。

### 3、在展会同期举办相关行业协会活动

在今年的纱线展中,各相关行业协会将在展会同期组织各种活动,对世界时尚趋势进行分析并提

### 2、观众组织工作创新

**调查重点企业目标观众群有,针对性组织买家。** 我们准备从参展企业中挑选50个左右创新型企业进行跟踪访问,根据这些参展企业的需求,由观众群体所在的协会组织专业观众,更新观众数据库,有的放矢的组织专业买家。

**为重点企业举办产品推介会,加强现场的商贸交流互动。** 在展会现场设立为重点企业服务的产品推介会、为大企业量身定做的洽谈时段、展示新品的时间,为企业提供高效率、高质量的服务,让企业及时把握最新、最真实的市场动态和趋势,从而使企业在激烈的竞争中决胜千里之外。

供最新的流行信息及更专业、更丰富的行业信息,达到推动原料及面料的开发使用,引导服装市场的消费,促进与国际市场接轨的积极作用。

### 4、组委会加大了宣传力度 加大展会品牌的传播力度、提高品牌价值,打造全新时尚性、互动性平台。

在主流专业媒体显著版面加大广告投放力度(单独或连同面料展),以“参与创造可能”、“信任体现行动”为宣传语,制造良好舆论氛围,彰显行业、主办单位、企业共同打造品牌纱线展的信心与决心。

配合项目招展最新举措,在《中国纺织报》、《纺织服装周刊》上开辟参展企业天地专栏,结合各专业行业,对参展企业充分报道。

发挥媒体资源优势,现场进行参展重点展商媒体联合采访,并重点配合产品推介会的宣传报道。

紧密配合各专业行业协会工作,与项目组紧密配合,及时组织媒体采访相关协会领导,为展会招展烘托舆论氛围。

## 第十七届中国国际服装服饰博览会(CHIC2009)

--- 中国服装品牌发展前进的助推动力

2009.3.26-29 北京·中国国际展览中心 [新馆]  
New China International Exhibition Center, Beijing



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、每年一届、已拥有16年历史的中国国际服装服饰博览会(CHIC),在充满新的历史机遇的背景下进入了2009年。今年,各服装企业在金融风暴的影响下拒绝“紧缩银根”,选择强势出击,参展CHIC。这是CHIC的品牌效应和价值体现,是企业家的机智决策和长远谋略,更是品牌竞争力和自信心的显现。

在这样的背景下,CHIC2009的舞台上,将涌现出一批崭新的面孔。金融风暴中,他们选择了第十七届中国国际服装服饰博览会(CHIC2009)这个最具时尚体验感、最具商业价值、最具行业和社会影响力的服装品牌展会和商贸平台。因为CHIC是当今中外服装业界资源整合的平台,是中国服装品牌发展前进的

助推动力。

每一年,CHIC吸引着来自数十个国家和地区的逾千家优秀品牌、十余万专业观众齐聚于此,推动着中外服装产业与时尚关联产业的深层次发展与全方位融合,它已经成为时尚领域最具前瞻性的资讯情报、商业机会、交换与共享的时尚品牌。

## 第十四届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会回顾

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、中国纺织信息中心和法兰克福展览(香港)有限公司联合承办的第十四届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会已于2008年10月20-23日在上海新国际博览中心圆满举行。主办单位对您的支持与参与,表示诚挚的谢意。



## 展会专题

本次展会展出规模达 10 个展馆, 115000 平方米, 比上届增加了 35%。参展商来自 31 个国家和地区, 共计 2,559 家; 其中国内参展商 1826 家, 海外参展商 733 家。本届展会吸引了来自 85 个国家和地区的 49896 名观众到场参观, 其中海外观众 7324 人。备受全球纺织专业人士青睐的中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会已经成为我国纺织面料展中规模最大、层次最高、展品覆盖面最广的国际性专业性展会。

### 海外馆按照国家地区展团划分 兼顾特色产品展团

9 个国家地区展团: 德国、日本、意大利、巴基斯坦、葡萄牙、韩国、土耳其、泰国和我国台湾地区。特色产品展团: 巴斯夫、美国棉花公司、陶氏、韩国晓星、英威达和兰精也组团前来参展。

### 优化调整产品区域 国内馆按产品最终用途划分

- 正装面料区 -- 毛 / 仿毛
- 衬衫面料区 -- 棉
- 时尚女装面料区 -- 棉、针织、毛、化纤、丝绸、绣花
- 休闲装面料区 -- 棉、针织、麻、化纤
- 牛仔面料区 -- 棉
- 功能 / 运动装面料区 -- 功能面料
- 服装辅料区 -- 拉链、钮扣、蕾丝、衬布、垫料、线带、标牌、金属勾件、注塑、包装衣架等

### 高附加值的精彩活动



2009/2010 国际流行面料发布区  
2009/2010 中国流行面料发布区 - 男装  
2009/2010 中国流行面料发布区 - 女装



### 辅料时尚演绎区

激情、前卫、  
环保、流行  
尽情演绎!



### 28场博览会论坛讲座：

其中趋势类 15 场、技术类 10 场、法律类 3 场。围绕当前纺织行业新技术、新产品、新趋势以及相关法律法规、国际贸易等方面的问题进行研讨。从贴近趋势和市场的角度为与会观众提供信息。



### 不断创新完善的现场服务 充分体现人性化办展理念

为了能够提供更加贴心周到的服务,主办方在展位极度紧张的情况下,扩大了休息区的面积。



每个展馆的休息区设计都紧密切合该馆展示产品的主题,营造惬意舒适的环境,不仅为大家在繁忙的贸易洽谈之余的休息提供便利,同时也为展会增加了时尚元素。

主办方力邀全球优质买家,到场进行采购。并为大型买家及采购团体特别设置了集商务、休闲于一体的多功能VIP买家休息室。在这里,VIP买家不但可以享受优雅舒适的洽谈环境,还可以品尝美味的食品饮料,同时还可以免费上网。

为了解决展会期间由于观众众多而造成的通讯信号不足的问题,在繁忙的展览会现场,主办方特联合中国移动设立通讯信号车增加通讯容量,保证了现场每位来宾的畅通信号。



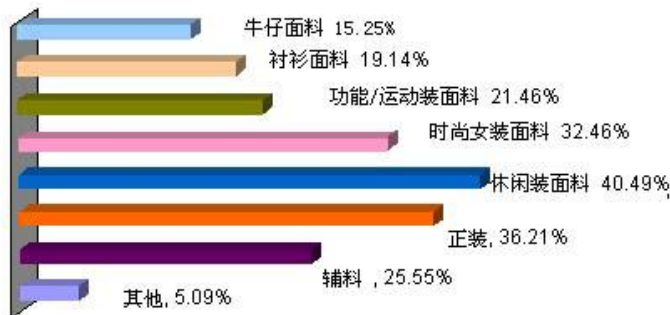
### 观众概况

本届展会吸引了来自 85 个国家和地区的 49896 名观众到场参观,其中海外观众达 7324 人,国内观众 42572 人。海外观众中前来参观人数最多的国家依次为:中国香港、日本、韩国、中国台湾、美国、俄罗斯、意大利、英国、德国、西班牙。

#### 海外观众地区分布比例构成

亚洲 62.32%	欧盟, 15.33%
北美洲 7.45%	欧洲其他国家, 6.36%
中南美洲 2.52%	中东 2.30%
大洋洲 2.12%	非洲 1.59%

#### 全体观众感兴趣产品比例构成



受全球金融危机影响,2009 年的中国纺织业将面临着更多的挑战,同时,也将面临更多的机遇。作为世界最大的、采购全球优质面料的聚集地,中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会的主办方对未来充满了信心,一系列更加精彩的专业活动将隆重推出;主办方将联合海外合作展览公司和相关专业媒体,利用几十年积累的全球买家数据库,推出一站式服务,诚邀著名采购商、大型买家、新兴市场等专业买家前来进行商贸洽谈;现场也将提供更加完善、细致的服务。目前,来自全国各地的 2009 年中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会报名表已经分沓而来,报名服务工作已经全面启动,您可以登录 [www.intertextile.com.cn](http://www.intertextile.com.cn) 下载申请表,填写好,传真至:010-85229296。

## 中国企业踊跃参加纽约展 越是贸易环境动荡时越需要权威展会平台



尽管目前美国市场受美国经济衰退的影响持续低迷,但中国企业依然看好美国市场的前景。不少企业在接受记者采访时表示,美国对于服装纺织类等生活必需品的需求还是比较大,对美贸易机会仍比较多,美国作为我国非常重要的纺织品服装出口市场这一格局不会改变。由于市场低迷,中国对美出口企业不可避免要面临订单减少、利润下降的困难,但中国纺织工业经过多年的发展,产品配套能力和产业技术水平是其他国家无法比拟的。在这个困难时期,中国企业更要坚持参加在纽约举办的中国纺织品服装贸易展,而且更要注重产品创新和贸易方式创新,和美国客商共渡经济难关。



作为纽约展的老展商，佛山同泽贸易有限公司总经理朱泽江仍义无反顾地报名参加今年6月16日至18日在纽约贾维茨会展中心举办的第十届中国纺织品服装贸易展览会。朱泽江认为，通过展会获得贸易机会是件长期的事情，可能这届展会没有什么收获，但下届展会收获又很大。对于供应商来说，坚持参加这个在美国行业具有很高影响力的展会很重要。这一方面表明企业对美国市场的重视和开拓美国市场的信心，一方面也表明企业的实力：在别人风雨飘摇时，企业仍能正常出现在展会上。

朱泽江报名参加2009年的纽约展还有一个目的就是想了解美国市场到底糟成什么样？因为美国消费需求的下降，对佛山同泽贸易有限公司2008年没有产生太大的影响。但今年年初朱泽江开始感到了一些压力。个别美国客人，因为其在终端市场的价格受到挤压，反过来要求佛山同泽贸易有限公司降低价格，以让其保住市场份额。在这种情况下，同泽贸易公司也在不断调整客户结构，对于一些价格实在难达到要求的客人，只好选择放弃。

佛山同泽公司是一家生产出口各类文胸、内衣、内裤及睡衣的专业生产企业，产品主要出口美国市场。公司有10多家连营厂，生产人员超过4000人。每周的文胸产能为40000打并可以在最短时间内提供样品，以及在接单后迅速投入大货准备和生产，具备了高效率的产能及生产过程的控制，可以为客户提供非常有竞争力的价格和令客户满意的质量。朱泽江认为，越是在贸易环境动荡的时候，越需要一个权威的展会平台来了解美国市场。佛山同泽做的是成衣产品，这是生活必需品，美国经济情况再糟，也依旧会有相应的市场。由于自身具备了快速反应和质量控制能力，朱泽江对佛山同泽今后在美国市场的发展依旧充满信心。

苏州恒润进出口有限公司也是纽约展的老展商，该公司办公室主任严凤珍接受记者电话采访时

表示，今年恒润参展更积极。她认为，越是面临困难，越要鼓励业务员走出去积极参展。只有走出去，才有获得更多贸易订单的机会。

苏州恒润主要经营纺织面料、梭织服装、毛针织品、棉针织品和家用纺织装饰用品等商品的进出口业务，并兼营轻工、工艺、五矿、化工、医药保健等类别商品的进出口业务，在国际上形成了较全面的销售网络。上海谷灯实业有限公司自美国展举办以来，一直参展。公司经理林英华表示，上海谷灯参加纽约展的效果一直很好。纽约展是拜访老客户、结识新客户最理想的平台。林英华认为，在当前金融危机的背景下，尽管美国消费市场受到比较大的影响，但纽约展举办时，公司的老客户都会来。因为越是在贸易动荡的环境下，贸易双方越需要沟通、交流，以获得更大程度的理解。

对于这场因金融风暴引起的经济寒流，上海谷灯实业有限公司也感觉到了寒意。从2008年12月份开始，公司对美市场订单减少了很多。而且客户的贸易方式也发生了不小的变化，主要体现在：以前的大订单现在变成了小订单，客户通过小订单在市场试卖，市场反馈好再追加订单。这也导致对产品的交货期要求越来越短。而且对质量要求越来越高，无论是款式、颜色还是工艺，都比以前提出了更高要求，因为客户现在也经不起市场上任何风吹草动。另外，价格比以前更低。林英华认为，这些变化会在相当长一段时间成为中美纺织品服装贸易中的常态，中国对美供应商应适应这种市场变化。

欢迎访问 纺织贸促网

网 址：

[www.ccpittex.com](http://www.ccpittex.com)