

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸促

11

2014

总第237期



中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 主办
中国国际贸易商会纺织行业商会

月刊
2014年11月20日

特别报道

中国纺织工业的现实与未来

——王天凯在2014国际纺织制造商联合会中国年会上的讲话

行业动态

- ★ 1-10月我国纺织行业运行数据
- ★ 中国家纺行业将进入第一个结构性调整阶段
- ★ 35亿元支持新疆纺织服装产业发展
- ★ 印染业淘汰落后产能为纺机业带来机遇挑战
- ★ 三部委力促新材料做大做强

政策法规

- ★ 中国内地棉花补贴政策出台
- ★ 新疆棉花专业监管仓库最高收费标准出台
- ★ 我国将取消和下放内贸流通领域审批备案
- ★ 中韩自贸区结束实质性谈判
- ★ 发改委: 境外投资项目取消核准

国际市场

- ★ 2014年1-9月美国纺织品服装进口市场统计
- ★ 印度2014年1-7月纺织品服装出口增长11.3%
- ★ 土耳其2014年1-8月纺织品服装出口增长8.59%

- ★ 墨西哥2014年1-7月纺织品服装出口小幅增长
- ★ 菲律宾2014年1-7月纺织品服装出口增长27.8%
- ★ 斯里兰卡2014年1-8月纺织品服装出口增长17.6%
- ★ 美国农业部: 全球棉花库存创历史新高
- ★ 土耳其对美国棉花展开反倾销调查
- ★ 世界贸易组织: 全球贸易发展呈现5大特点
- ★ 印度布兰迪克服服装工业园(BIAC)优势多
- ★ 越南服装生产向ODM模式转变

展会专题

- ★ 2015年“四大展会”全部移师上海
- ★ 第二届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会圆满闭幕
- ★ 2014PH Value时尚第一汇暨中国国际针织博览会胜利闭幕
- ★ 纱线展: 企业出路在差异化
- ★ 巴黎展: 提升设计释放创新驱动动力
- ★ GO TEX展: 中巴合作激发纺织服装业双赢潜力
- ★ 首届土耳其(秋季)国际面料展览会成功举办



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

本期目录

内部刊物 准印刊号: CTN2012-011

特别报道

02

中国纺织工业的现实与未来

——王天凯在2014国际纺织制造商联合会中国年会上的讲话

● 行业动态

- 06 1-10月我国纺织行业运行数据
- 07 中国家纺行业将进入第一个结构性调整阶段
- 08 35亿元支持新疆纺织服装产业发展
- 09 印染业淘汰落后产能为纺机业带来机遇挑战
- 10 三部委力促新材料做大做强

● 政策法规

- 11 中国内地棉花补贴政策出台
- 11 新疆棉花专业监管仓库最高收费标准出台
- 12 我国将取消和下放内贸流通领域审批备案
- 12 中韩自贸区结束实质性谈判
- 12 发改委: 境外投资项目取消核准

● 国际市场

- 13 2014年1-9月美国纺织品服装进口市场统计
- 14 印度2014年1-7月纺织品服装出口增长11.3%
- 14 土耳其2014年1-8月纺织品服装出口增长8.59%
- 14 墨西哥2014年1-7月纺织品服装出口小幅增长
- 14 菲律宾2014年1-7月纺织品服装出口增长 27.8%

- 14 斯里兰卡2014年1-8月纺织品服装出口增长 17.6%

- 15 美国农业部: 全球棉花库存创历史新高
- 15 土耳其对美国棉花展开反倾销调查
- 15 世界贸易组织: 全球贸易发展呈现5大特点
- 16 印度布兰迪克服装工业园 (BIAC) 优势多
- 16 越南服装生产向ODM模式转变

● 展会报道

- 17 2015年“四大展会”全部移师上海
- 17 第二十届中国国际纺织面料及辅料 (秋冬) 博览会圆满闭幕
- 19 2014PH Value时尚第一汇暨中国国际针织博览会胜利闭幕
- 20 纱线展: 企业出路在差异化
- 21 巴黎展: 提升设计释放创新驱动动力
- 23 GO TEX展: 中巴合作激发纺织服装业双赢潜力
- 24 首届土耳其(秋季)国际面料展览会成功举办

中国纺织工业的现实与未来

——王天凯在2014国际纺织制造商联合会中国年会上的讲话

2014年10月16-18日，国际纺织制造商联合会（ITMF）2014年会在北京隆重举行。今年，正值国际纺织制造商联合会成立110周年，本次年会上，经国际纺联管理委员会审议决定，中国纺织工业联合会会长王天凯正式接替约书亚·戈麦斯，出任新一届国际纺联主席。这是中国纺织界人士首次在国际纺联中担任主席，体现出国际纺联组织及世界各国对中国纺织产业所做贡献的充分肯定和高度信任。王天凯表示，中国纺织工业将一如既往，为进一步推动世界纺织产业合作共赢，发挥更加积极和重要的作用。

年会上，中国纺织工业联合会会长王天凯关于“共同的机遇，共同的责任--中国纺织工业的现实与未来”的主旨发言引起了来自世界各国纺织代表的共鸣。本文将他的发言予以转载，旨在加深业界对中国纺织产业发展步入深度转型升级新常态的认识，了解各国间加强融合共进是全球纺织产业发展的重要趋势，明确合作共赢才是世界纺织产业更加健康、可持续发展的根本之道。

各位来宾，各位朋友，女士们、先生们：

今天，我非常荣幸代表中国纺织工业联合会，围绕国际纺联本届年会主题“共同的机遇共同的责任”就全球纺织产业发展中的热点问题与大家进行交流探讨。首先，请允许我向国际纺织界各位新、老朋友的到来表示热烈的欢迎。同时，衷心感谢来自经济、贸易、流通、信息等领域的各位专家、企业家对本届国际纺联年会的关心和支持，特别感谢顾秀莲副会长、世界贸易组织副总干事易小准先生和国务院发展研究中心副主任刘世锦先生拨冗莅临本次会议，并发表重要演讲。

自国际金融危机以来，世界经济形势发生深刻变化，促使国际贸易格局、产业分工体系、先进制造模式、生产组织形式等发生重要变化，为全球纺织产业谋求新突破、实现新发展提供重要契机。与此同时，努力改善全球气候与环境的重大国际责任，也成为激励全球纺织业加快自我调整的外部动力。加强融合发展，实现互补、互助、互利，是国际金融危机以来全球纺织产业有效把握新机遇、担当新责任的重要途径。

当前，中国纺织产业正处于重要的发展转折时期，作为全球纺织产业体系的一员，在面对当前世界经济不稳定、不确定因素依然较多的同时，面临着中国经济增速换挡、结构

调整、政策转型的重大宏观形势变化，产业一些长期积累的内在结构性矛盾由此更加凸显。进一步深化产业结构调整，加快转型升级，努力适应世界和中国经济“新常态”，成为中国纺织工业发展的根本任务。与全球产业实现协调、融合发展，寻求和落实发展中的共同机遇和责任，并以此推进转型升级，也是中国纺织产业发展的必然要求。

在这里，我想借国际纺联年会平台，就中国纺织产业的当前发展特征以及未来与全球纺织产业加强融合发展的主要方向，与大家做一些交流，希望能为业界各位同仁深入了解中国纺织产业并寻找相互合作机遇提供有益参考。主要交流三方面内容：

一、中国纺织行业发展步入深度转型升级的新常态

近年来，伴随着外部形势变化，中国纺织行业的发展方式在发生转变。行业总量规模有所扩大，但与本世纪第一个十年相比较，增长势头显著减弱。行业正致力于逐步改善产业结构与发展质量，为化解复杂的外部风险提供有效支撑。中国纺织行业当前发展主要呈现出四方面新特征：

（一）总量增速明显放缓

近年来，中国纺织行业的总量规模增速总

体呈现逐步放缓的走势。2013年,中国纤维加工总量达到4850万吨,与2010年相比较增长17.4%,年均增长5.5%,而本世纪第一个十年,即2001-2010年,年均增速达到11.7%。增速下降6.2个百分点。2013年纺织品服装出口总额为2921亿美元,较2010年增长37.8%,年均增长11.3%,较此前十年15.1%的年均增速放缓3.8个百分点。2011~2013年,全国规模以上纺织企业主营业务收入年均增长12%,较此前十年下降6.8个百分点;资产总额年均增长9%,较此前十年下降3.1个百分点。

从2011年到2014年前8个月,规模以上纺织企业工业增加值按不变价同比分别增长10.7%、10.8%、8.3%和7.4%,2014年的前8个月,规模以上纺织企业主要指标已全面进入个位数的增长,其中主营业务收入增长8.2%,出口增长5.7%。数据变化表明,中国纺织行业已经进入由高速增长向中速增长变化的周期,开始了深度调整结构、加快转型升级的历史新阶段。

(二) 结构调整逐步深化

中国纺织行业的产业结构调整逐步走向深化,其中:

纺织产品结构进一步优化。2013年,中国产业用纺织品产量达到1130万吨,较2010年增加37.5%,服装、家用、产业用三大类终端产品纤维加工比例由2010年51:29:20调整为2013年48:29:23。作为产业链新的增长点,产业用纺织品有效带动了新型纤维材料和专业装备制造等环节发展,促进了产业体系的结构升级。

原料供给结构加快改善。2013年,化学纤维占中国纤维加工总量比重达到80%,较2010年提高10个百分点,国产化纤维差别化率超过50%,在延续多年存在国内外较高棉花差价的情况下,有效保障了纺织原料的稳定供给。纺织再生纤维2013年产量超过600万吨,占纤维加工总量比重由2010年9.6%提高到12.4%,纺织循环经济在加强原料保障方面的作用逐步显现。

产业布局结构调整稳步推进。2013年中西部地区规模以上纺织企业主营业务收入占全行业比重为21%,较2010年提高4.2个百分

点,国内区域结构调整继续推进。2011、2012年,中国纺织行业对外直接投资同比分别增加56.4%和107%,企业利用国际资源优化全球布局的能力有所提升。

(三) 运行质效稳中趋好

中国纺织行业运行质量稳中趋好。与2010年相比较,2013年全国规模以上纺织企业总资产周转率提高6.7%,产成品周转率提高3.6%,管理、销售、财务三项费用占主营业务收入的比下降0.3个百分点,资产负债率55.8%,下降0.2个百分点。反映出企业的综合管理与风险控制能力逐步提升。

盈利水平较为稳定。2011-2013年,规模以上纺织企业利润总额年均增长16.1%;平均销售利润率2013年达到5.5%,较2010年提高0.6个百分点。其中,约占规模以上企业户数三分之一的1.2万户优势企业平均利润率达10.2%,利润总额占全行业比重达81.7%。

国际市场份额基本保持平稳。在成本提升及人民币升值的冲击下,中国纺织行业参与国际竞争的压力明显加大。但随着出口产品附加值提升,以及企业对外投资及贸易活动打开新兴市场通道,行业的国际市场份额总体保持稳定,2013年占全球纺织品服装贸易总额的比重为37.1%。

(四) 转型升级依然紧迫

中国纺织行业在结构调整与运行质效方面取得了一些进展,但当前所面临的各种外部压力仍然突出,其中成本上升以及资源环境约束日益加剧所带来的挑战尤为严峻。

近年来,中国纺织行业生产要素成本持续提升,人均工资以年均超过10%的速度增长,工资水平远高于发展中邻国,棉花价格近三年持续高于国际市场30%以上,行业在国际竞争中的成本优势基本不复存在。

中国政府在面对资源环境矛盾突出的情况下,作为负责任大国应尽的义务和自身发展的迫切需要,在低碳、环保方面的监管标准及任务要求更趋严格。依托附加值提升,纺织行业在2012年实现了单位增加值能耗和二氧化碳排放强度较2010年分别下降25%,2011年单

位增加值用水量较2010年下降30%，但能源、资源消耗的绝对水平与发达国家相比仍有一定差距。行业主要污染物减排的进展相对缓慢，与政府对排放的要求还存在一定差距，完成到2015年比2010年总量减排10%的约束性任务压力很大。

加快产业转型升级，提升全要素生产率与可持续发展能力，有效破解资源环境瓶颈制约，更好参与国际市场竞争和全球产业分工，是中国纺织行业发展所面临的紧迫任务。

二、各国间加强融合共进是全球纺织产业发展的主要趋势

近年来，世界经济复苏总体缓慢、曲折，发展形势错综复杂，但各国经济关联度大为增强，经济全球化仍是重要发展趋势。世界在经济发展格局、工业技术革新、气候生态环境、产业分工体系等方面呈现新的发展特征，为纺织产业加强创新发展方式、提升发展高度、有效突破世界经济低增长制约提供更多机遇空间，同时也提出了更高的责任要求。各国产业间结合各自资源优势，加深相互融合，实现高效分工协作，把握共同机遇，担当共同责任，成为全球纺织产业在新时期的必然发展趋势。作为世界产业体系的一员，深度参与全球化进程，与各国纺织产业协同共进、互利共赢，也是中国纺织工业加快转型升级的必然要求。当前，全球纺织产业发展趋势以及中国纺织行业融入全球发展主要呈现以下四方面特点：

（一）国际市场新格局为全球纺织产业开拓市场创造机遇

自国际金融危机以来，世界经济的多元化格局更为突出，经济重心总体向新兴经济体逐步转移，发达经济体自去年以来也呈现较好的复苏势头。国际纺织品服装市场同步呈现多元发展特征，发达市场的长期稳定性和新兴市场的快速成长性，为各国开拓多元市场、优化贸易结构提供有利条件。全球纤维消费需求将随人口增长、经济发展及纤维应用领域拓展继续增加，到2020年将突破1亿吨，其中新兴市场将成为全球1000多万吨纤维消费增量的主要来源。新型城镇化及人均十年收入倍增的远景计划，将支撑中国成为全球最具活力的消费市

场，到2020年中国内需市场新增纤维消费将占到全球纤维增量的一半左右。

新的国际市场格局，将促使全球纺织产业进一步加强产业链、供应链合作，在产业链配套、物流系统、零售渠道、市场信息等方面加深融合互动，积极打通全球市场，特别是通过新兴市场扩大贸易往来。深化新型纤维材料及产业用纺织品的开发合作，使之更广泛替代传统材料，不断扩大纤维的应用领域和需求，也是全球纺织产业的共同责任。就自由贸易和市场开放建立更广泛共识，不断优化贸易环境，扩大贸易交往，成为全球纺织产业的共同要求和责任。

中国纺织行业将着力进一步提升产品制造与市场运营能力，积极参与国际贸易合作，为各国纺织产业体系及终端市场输送更为优质的产品。同时，积极与世界各国特别是广大新兴市场，开展专业会展、贸易洽谈、市场信息等方面的合作，以产业链互补结构为基础，促进相互开拓市场。我们期待与各国业界同仁深化供应链与品牌合作，共同开拓中国内需市场，共享中国经济发展成果。

（二）技术变革新趋势为纺织产业深化国际合作增加动力

近年来，世界工业发展变革的新趋势日渐明显，信息网络技术与传统制造业深度融合，实现制造设备、生产管理系统的智能化以及商业链条的重构，促进纺织产业在制造模式、生产组织形式、营销模式等方面发生重要改变。全球生产要素、加工制造、配套服务等产业资源通过信息技术实现高度共享，为全球纺织产业链与供应链加强资源整合，提高运行效率创造重要机遇。电子商务平台及大数据技术发展，为纺织产业更好开拓全球市场提供信息化技术支撑。在这一新趋势下，各国纺织产业亟待加强信息平台体系建设与合作，实现全球产业资源及市场信息的有效汇集和共享，使工业技术革新真正发挥提升纺织产业的效果。

全球纺织产业技术创新的步伐从未停止，伴随着化工、机械、电子、现代材料、生命科学等相关产业的发展，新型纤维材料、高技术纺织品、高端装备等领域的先进技术不断涌

现，大大丰富了全球纺织产业的发展资源。由于产业分工不同，为加快科技创新成果转化为市场价值，各国间深入开展技术开发、成果转移等国际产业合作，一方面促进技术原创国开拓国际市场，另一方面也借助技术外溢效应带动全球产业提升。

中国纺织行业一直将科技进步作为转型升级的首要着力点。在新形势下，将以前瞻性基础研究、科技创新体系建设以及创新人才培养为重点，进一步提升自主创新能力，在共性、关键技术研发应用方面取得更多积极进展。同时，行业真诚期待在技术成果转移、产品协同开发、人才引进与培养等方面深化国际交流与合作，为提升全球产业发展水平做出努力。

（三）全球气候环境责任对纺织产业加强共同行动提出要求

应对全球气候变暖，保护生态环境，是全人类的共同使命，加强低碳、绿色、循环发展成为全球纺织产业的共同责任。不断提升染整、化纤浆粕、浆料、助剂等关键技术环节，加快专用装备及通用设施创新，实现全流程低碳、清洁加工制造；提升发展理念，从设计、生产、消费到废旧处理，实现全生命周期的低碳、绿色发展，是全球纺织产业的共同任务。

共同的责任增强全球纺织产业在低碳、绿色、循环领域的协作发展动力。除技术、装备方面的交流与合作以外，围绕低碳、清洁的各种企业管理、技术诊断、技术应用咨询等生产性服务，将形成新的市场需求，促进各国纺织产业加强合作。废旧纤维制品回收利用则需要全球加强渠道与研发合作，促进废旧资源作为纺织原料顺畅流通和再利用。同时，全球产业将在低碳、技术标准及检测、认证方面加强交流与合作，避免形成市场壁垒，积极维护自由贸易环境。

中国作为负责任的大国，在二氧化碳减排及生态环境保护方面对全世界做出了郑重承诺。实现清洁安全的新型工业化发展，是中国纺织行业的必然责任。行业将着力加强低碳、环保技术、装备的开发与应用，扩大先进技术与专业管理人才的引进，积极引导企业园区化布局、集中进行设施配备和监管，全面提升可

持续发展水平。同时，借鉴国外先进经验，建立废旧纤维制品社会回收和分检系统，开展旧衣回收公益活动，构建生态环保的生产、生活方式。

（四）国际分工布局新体系促进全球纺织产业加强协同发展

国际金融危机以来，全球纺织产业的分工布局体系发生重要调整。发达国家重振实体经济，对制造产业链高端和高附加值环节加强再造。新兴经济体加速崛起，东南亚、南亚等国家依托要素成本及资源优势，加速承接纺织制造领域产业转移，在国际分工布局体系中的作用不断增强。区域性自由贸易关系快速发展，发达国家给予区域自贸伙伴的市场准入优惠，对纺织产业的投资流向产生重要影响，促进国际分工布局呈现调整新趋向。

在国际分工布局体系调整过程中，产业结构相近的国家地区之间、产业链局部环节之间的国际竞争将更趋激烈。在全球化更趋深入的背景下，整合资源、合作分工、协同发展仍是主流趋势。各国纺织产业相互加强投资需求以及投资政策、环境方面的信息互通，促进资本有序流动，结合各自资源条件建立优势互补、合理分工、高效协作的国际布局体系，是全球产业长久保持发展活力的关键。

中国纺织行业尽管面临国际分工调整所带来的较大竞争压力，但仍将始终坚持深度融入国际产业调整进程。行业将大力推动中国企业“走出去”，到海外投资建设纺织原料基地、加工基地以及研发中心、营销渠道等，努力构建与国内相互补充的产业布局，有效弥补国内产业体系的薄弱环节，同时通过扩大跨国资源配置，促进全球产业分工布局优化，在推动全球纺织产业协同发展中发挥积极作用。行业始终秉持高度开放态度，愿到有条件国家开展投资活动，也欢迎各国纺织产业资本充分利用中国优化投资政策环境的有利机遇，深度参与到中国纺织产业转型升级进程中来。

三、中国纺织工业联合会将努力在国际纺织联中更好发挥作用

国际纺织制造商联合会是纺织产业历史悠久的重要全球性组织。中国纺织工业联合会自

2008年正式加入以来，借助国际纺联丰富的信息资源和良好的沟通平台作用，与诸多国家和地区的纺织产业建立了友好交流与合作关系。中国纺织工业联合会将进一步充分利用中国丰富的纺织产业资源，为国际纺联各位成员创造更多沟通交流与务实合作机会，更好推进全球产业体系协同发展。中国纺织工业联合会将努力做好以下四方面工作：

（一）搭建更多交流平台

组织中国纺织企业、纺织行业组织更多参与国际纺联主办的年会和各种国际活动，积极邀请国际纺联成员及成员国企业参加中纺联主办的各种专业展会、国际交流会议等，努力提升国际纺联的影响力，为成员及企业间建立合作关系搭建更多有效平台。

（二）加强信息汇集和沟通

定期向国际纺联通报中国纺织行业发展有关重大信息，组织成员进行产业发展方面的信息交换，加强对各国纺织产业统计资料、发展规划、重大问题研究成果等方面的信息收集和资源共享，进一步强化国际纺联的信息汇集和沟通功能，促进成员之间加深了解，增强互信。

（三）创造更好合作机会

充分利用中国纺织行业加快转型升级的重要时机，邀请国外业界专家、企业参与中国产

业转型升级重大问题研究，如国际产业技术进步趋势、中国内需市场开拓等，积极参与技术标准化工作，寻求更多具体项目合作。面向中国纺织企业，组织国际先进技术装备的推介活动，帮助供应商拓展中国市场。组织纺织企业有针对性地进行互访考察，创造投资合作机会。

（四）认真做好服务工作

扩展中纺联的公共服务功能，为国际纺联成员及成员国企业提供市场信息、项目咨询、

宣传推介以及沟通中国有关政府部门等服务，帮助大家在中国获取更好的发展机会。加强与国际纺联及各成员沟通，及时反映成员对国际纺联工作的需求，促进国际纺联和谐发展。

各位来宾，朋友们，在发展中互融、互助，共享、共进，全球纺织产业将会不断创造更加美好的未来。中国纺织行业一直把全球纺织产业的健康发展作为自身成长的重要土壤，我们将不断努力融入全球产业的调整、发展进程，也真诚地欢迎大家参与到中国纺织行业的转型升级中来，愿与各国和地区业界的朋友坦诚交流，互利合作，携手共赢。

最后，再次感谢各位长期以来对中国纺织行业和纺织工业联合会的关心与支持，祝各位身体健康，生活愉快，事业成功！

1-10月我国纺织行业运行数据

一、10月出口再创两位数增长

据海关总署发布的数据，10月纺织品服装出口继续保持增长，且增幅再次达到两位数。当月出口265.4亿美元，同比增长10.2%；其中纺织品出口97.5亿美元，同比增长13.8%，服装出口167.9亿美元，同比增长8.2%。

1-10月，纺织品服装累计出口2484.2亿美元，增幅扩大至6.3%，其中纺织品出口928.5亿美元，增长5.8%，服装出口1555.7

亿美元，增长6.7%。

二、10月纺织业增加值增长6.3%

据国家统计局数据显示，10月，我国规模以上企业工业增加值同比实际增长7.7%，比9月回落0.3个百分点。41个大类行业中有39个行业增加值保持同比增长。其中，纺织业同比增长6.3%（东部地区增加值同比增长6.8%，中部地区增长8.0%，西部地区增长10.4%。），纺织服装、服饰业同比增长4.6%，化学纤维制造业同比增长8.9%。

1-10月，规模以上企业工业增加值同比增长8.4%。其中，纺织业同比增长6.5%，纺织服装、服饰业同比增长7.5%，化学纤维制造业同比增长8%。

三、10月服装鞋帽、针纺织品零售总额增长10.9%

据国家统计局数据显示，10月，社会消费品零售总额23967亿元，同比增长11.5%。限额以上单位消费品零售额11745亿元，同比增长8.3%。其中，服装鞋帽、针纺织品零售总额1136亿元，同比增长10.9%。

1-10月，社会消费品零售总额213118亿元，同比增长12.0%。其中，服装鞋帽、针纺织品零售总额9835亿元，同比增长10.6%。

四、生产增速趋缓

据国家统计局数据显示，1-9月，全国规模以上纺织企业主要大类产量增速呈现趋缓势头。其中：纱产量2837.8万吨、同比增长8.00%，布产量514.3亿米、同比增长2.68%，服装产量217亿件、同比增长2.65%，化纤产量3274.7万吨、同比增长7.26%。总体来看，纱产量增速较上半年回落0.7个百分点、布产量

回落0.34个百分点、服装产量回落1.17个百分点、化纤产量回落0.26个百分点。

五、投资速度回落

据国家统计局数据显示，1-9月，纺织行业500万元以上项目固定资产投资完成额为7458.31亿元，同比增长12.93%，增速低于上半年增速3.13个百分点。

分行业来看，主要受到市场需求不足等因素影响，丝绸行业和化纤长丝制造行业投资下滑较快，1-9月，实际完成投资额分别为101.28亿元和340.49亿元，同比下降13.13%和8.01%，两个行业的新开工项目降幅较深，同比分别下降21.53%和28.27%。

从分地区来看，东北地区投资增速下滑严重。1-9月，东北三省实际完成投资额315.4亿元，同比下降11.65%，新开工项目348项，同比下降20.55%。西部地区投资增速较快，西部12省区实际完成投资额711亿元，同比增长21.5%，增速高于全行业平均增速8.57个百分点。

综合分析，今年前三季度我国纺织行业运行总体平稳，多数经济运行指标实现正增长。

中国家纺行业将进入第一个结构性调整阶段

日前，中国家用纺织品行业协会发布家纺行业运行报告，1-9月，国家统计局统计的1807家规模以上家纺企业实现主营业务收入1885亿元，同比增长6.5%，增速较上年同期下降0.2个百分点；累计实现利润总额97.3亿元，同比增长11.9%，较上年增加3.3个百分点；利润率为5.16%，较上年同期增加0.25个百分点，行业效益和产业质量进一步好转，利润总额增长高于主营收入增长，企业利润率提高显著。

同期，国家统计局统计的1807家规模以上家纺企业实际完成投资474.5亿元，同比增长35.2%。其中，床品企业完成实际投资最好，共完成投资235.2亿元，同比增长42.9%；窗帘布艺企业次之，同比增长26.9%；毛巾类企业实际完成投资增长最慢，同比增长25.6%。

新开工项目数731个，同比增长14.6%，其中窗帘布艺企业新开工项目增长最快，同比增长42.3%；床品类企业和毛巾类企业新开工项目同比增长较慢。

另一方面数据显示，小微企业主营收入增速放缓。中国家纺协会认为，“新常态”下，家纺行业调整产业结构取得实效，更加注重质量和效益的提高。

实际上，对中国家纺行业是否采用“先富带后富”的发展思路，一直争论不休。一方面主张行业要加大洗牌力度，鼓励一批大型集团企业脱颖而出；另一方面，中国家纺行业的基石构造大多为中小企业，只有“全面开花”才会迎来行业整体繁荣。所以“领先发展，兼顾后进”成为许多营销专家推崇的观点。

从前三季度整体业绩来看，一批大中型企业或上市公司更能佐证行业的整体发展态势。1-9月，上市品牌富安娜公司继续以“艺术家纺”为核心，坚持多品牌的发展战略，走“小宜家”模式的大家居发展路线，在2014年秋冬订货会上实现订单额逾9.5亿元，同比增长达到15%。

罗莱家纺作为上市巨头，前三季度针对市场的嬗变也采取重磅措施，持续加大在研发设计方面的投入，将文化内涵注入产品品牌；引进先进的生产设备，实现工业管理的现代化；以大数据为基础，发挥新媒体作用，开展数据化营销，加强数据信息的分析和应用，积极应对市场变化，保持稳健持续发展，不断拓展市场空间、提高核心竞争力和品牌影响力。刚刚落幕的“双11”电商促

销活动，罗莱再度力拔头筹，业绩盘踞第一，再次佐证了罗莱“双线融合”的巨大成效。

在家纺产业集群南通、海宁等地，市场行情整体向好，但部分家纺企业持续亏损，行业两极分化加重。随着外部消费环境的变化和行业内部竞争态势的变动，我国家纺业将进入第一个结构性调整阶段，在前期行业跑马圈地式的外延渠道扩张模式将让位于新时期下的精耕细作式发展。

下一步，家纺企业唯有加强研发，加快产品升级换代，在提升研发和设计能力的同时，大力挖掘潜力巨大的内销市场，加强电子商务和线下实体店的融合发展，积极拓展O2O模式，拓宽消费渠道，才能赢得新的发展机遇。

35亿元支持新疆纺织服装产业发展

日前，从工信部落实第二次中央新疆工作座谈会上获悉：今年中央及新疆维吾尔自治区拿出35亿元支持新疆纺织服装产业发展。

据了解，新疆第一批纺织服装项目已得到专项资金支持，第二批111个项目也已启动，预计带动2万人就业。

目前，国家发改委、财政部已明确表态，2014年-2018年，连续5年，每年分别拿出10亿元支持新疆纺织服装产业发展。今年，中央财政资金10亿元已到位，自治区财政拿出25亿元，共计35亿元资金用于支持新疆纺织服装产业发展。

据悉，支持新疆发展纺织服装产业带动就业，是第二次中央新疆工作座谈会作出的重要决策部署。目前，工信部正和国家发改委共同起草《关于支持新疆纺织服装产业发展促进就业的指导意见》，初步明确，到2020

年，新疆棉纺业规模和技术水平居国家前列，服装服饰、家纺、针织行业初具规模，民族服装服饰、手工地毯等特色产业培育成效显著，织造、印染等产业链中间环节部分配套，粘胶清洁生产和污染治理水平全面达到行业准入要求。基本建成国家重要棉纺产业基地、西北地区和丝绸之路经济带核心区服装服饰生产基地和向西出口集散中心。

工信部消费品工业司副巡视员高伏说，新疆发展纺织服装产业要合理布局，重点支持阿克苏纺织工业城、石河子经济开发区、库尔勒经济开发区及阿拉尔经济开发区等园区打造综合性纺织服装产业基地；着力扶持喀什、和田等南疆地区发展服装服饰、针织、地毯等劳动密集型产业；建设乌鲁木齐、石河子、兵团第十二师等新疆国际纺织品服装服饰商贸中心、纺织机械及零配件和服饰辅料交易中心，以及喀什服装服饰、和田地毯专业市场、霍尔果斯纺织品边贸市场。同

时，将构建多元化市场渠道，着力开拓本地、周边省份市场。充分发挥地缘优势及文化优势，由近及远、由易到难拓展中亚、西亚、俄罗斯和欧洲市场。

高伏表示，今年7月，新疆出台发展纺织服装产业10年规划。工信部将加强统筹新疆与全国纺织服装行业发展，与《“十三五”纺织工业发展规划》做好衔接，在新疆纺织服装产业发展规划、产业政策、行业管理、经济运行、产业转移等方面主动开展工作，将研究建立上下联动机制，由消费品司牵头，各援疆省市及新疆和兵团工业主管部门参与的消费品领域援疆联络机制，为新疆纺织产业发展和对内对外合作搭建更好的平台。

台。

据新疆维吾尔自治区经信委介绍，财政部已出台新疆纺织服装企业增值税返回政策措施，自治区层面也出台了纺织服装深加工产品运费补贴、棉纺织企业利用新疆棉花补贴、提高出疆棉纱运费补贴标准等一系列具体政策措施。在国家和新疆维吾尔自治区出台的政策支持下，新疆纺织服装产业快速发展。

据介绍，今年前三季度，新疆纺织行业完成投资69.4亿元，同比增长一倍。下一步，自治区将加大招商引资力度，积极吸引沿海地区纺织服装企业向新疆转移。

印染业淘汰落后产能为纺机业带来机遇挑战

近日，工信部下发通知，就做好2015年及“十三五”期间淘汰目标计划制订工作提出要求，要着力创新工作思路方法。

一是继续淘汰现有目录界定的落后产能；

二是淘汰环保、能耗等不达标的落后产能；

三是推进结构调整加快过剩产能退出。

工信部要求对照“十二五”淘汰落后产能任务，制订制革、造纸、印染等15个重点行业2015年目标计划。另外，要结合环保、能耗等标准实施及结构调整推进情况，制定重点行业，尤其是化解产能过剩矛盾和大气污染防治涉及的制革、造纸、印染等行业“十三五”淘汰目标，以及到2017年阶段性目标。

印染是纺织行业中污染排放高，耗能、耗水量大的生产环节，并且印染企业多集中在人口密集的东部沿海地区，为了提高纺织行业整体水平，同时改善、减少由于采用落后设备对城市环境造成的污染，我国的印染企业亟需淘

汰落后的产能。淘汰落后产能即淘汰落后的印染设备，在这个过程中，将给我国的纺机行业带来机遇和挑战。

淘汰落后促进高端化进程

中国纺织机械器材工业协会副会长李毅说：“淘汰印染行业落后产能将给先进装备制造更大的市场空间，促使国内众多的中低端设备生产企业对产品结构进行调整，并最终加速了整个印染行业的发展。”此外，使用先进的印染设备也促使企业更加注重生产环节和工艺的改进，企业更要从整个生产过程的角度看待节能环保特性，实现整个产业链的绿色生产。

江苏赛格纺织机械有限公司总经理包德全认为，淘汰印染落后产能是对我国印染行业的利好政策，他说：“对于很多企业来说，淘汰落后产能可以避免市场中‘拼价格’的恶性竞争，有效解决了现在企业订单量不足的问题，保护了优质企业的利益、提高了赢利能力。同时，还可以改变之前我国在全球印染行业中一直以价格低、走量为主的中低端形象，促使企

业快速地转型升级、推陈出新，重视研发创新能力，增加适应市场需求的多种产品，走上绿色产业的发展道路。”

是挑战也是发展所需

淘汰落后产能为印染设备生产企业带来高端、绿色发展机遇的同时，必然会给许多中低端的中小企业带来很多挑战。有实力的大型企业将会继续开发先进、环保节能的新型产品，中低端产业向东南亚国家和地区转移，许多走低端路线的中小企业也必须面临经营不下去而关闭的情况。

不过，与其说是淘汰落后产能带来企业的被动转型，倒不如说提高装备水平是企业持续发展的必然途径。行业用工紧张的状况使得纺织企业不得不多用电脑操作减少人工劳动，从而降低生产成本。这也促使设备生产企业的产品必须更新换代，实现自动化、节能化，否则，即使没有因为落后产能而被淘汰，他们在未来发展也面临着被淘汰的命运。长远之计必然需要企业提高产品竞争力，自觉走高端化的发展道路。

中小企业多途径应对竞争

从市场竞争来看，实力雄厚的大型企业似乎能够发展得更好，同时由于产品的成本优势甚至能够垄断市场，而中小企业则相对比较困难。不过，在目前的市场环境下，中小企业“船小好掉头”，或许反而能够取得更好的发展。拼产能、拼技术显然不是有利的途径，中小企业可以通过开发一些市场需求的新型产品，再与大企业进行合作，例如连续式印染设备的数字化监控技术等。

要社会责任感也要加强监管

最后，在国家落后产能淘汰的政策下，企业能否确实落实淘汰落后产能，对于产业发展和环境保护都显得至关重要。

淘汰落后的过程中有些现象一定要避免发生，比如个别企业不是淘汰，而是将落后产能转移到相关政策不太严格的地区继续生产。企业只有打消侥幸心理、提高自身社会责任感，才能真正杜绝这种现象的发生。企业在树立绿色生产理念的同时，政府部门也要加强监管力度，杜绝企业“打游击”、“偷排放”等行为，真正加强和规范淘汰落后产能的决心。

三部委力促新材料做大做强

日前，国家发展改革委、财政部、工业和信息化部会同科技部、中国科学院、中国工程院、国家知识产权局等部门和单位联合制定了《关键材料升级换代工程实施方案》。《方案》指出，按照“需求牵引、创新驱动、企业主体、政府引导”的发展思路，紧紧围绕支撑我国新一代信息技术、节能环保、海洋工程、先进轨道交通等战略性新兴产业发展和国民经济重大工程建设需求，明确工程目标，突出支持重点，选择一批产业发展急需、市场潜力巨大且前期基础较好的关键新材料，支持产业链上下游优势互补与协同合作，加快新材料技术创新成果产业化和规模应用，提升我国新材料产业化和规模应用能力与效率，促进一批新材料企业形成持续创新发展能力，推动我国新材

料产业做大做强。

《方案》提出，到2016年，推动PM2.5过滤材料等20种左右重点新材料实现批量稳定生产和规模应用。促进材料生产企业与重大示范应用企业建立优势互补、紧密合作、利益共享机制清晰的新型关系。培育30家左右具有较强持续创新能力和市场影响力的新材料企业。到2020年，继续围绕新一代信息技术、航空航天、先进轨道交通、海洋工程、新能源、新能源汽车等战略性新兴产业和国民经济重大工程建设需要，突出重点，促进50种以上重点新材料实现规模稳定生产与应用。新材料产业创新能力和关键材料自给率显著提升，形成多个具有较强持续创新能力和市场影响力的新材料企业。

中国内地棉花补贴政策出台

中国内地棉花补贴政策已出台，内地补贴范围为山东、湖北、湖南、河北、江苏、安徽、河南、江西和甘肃9个省份。2014年度补贴标准为2000元/吨，以后年度的补贴标准以新疆补贴额的60%为依据，上限不超过2000元/吨。

中央财政给主产棉省的补贴依据为国家统

计局确定的棉花产量，补贴方式由各省自主决定，可选择按面积或按产量补贴；补贴资金要求专户管理、封闭运行、专款专用，不得预留、挤占和挪用，确保补贴落实到棉农手中。

相关部门提醒棉农，售棉时一定要把棉花交给有资质的棉花收购加工企业，并保留好种植、交售的相关票据，以免影响补贴领取。

新疆棉花专业监管仓库最高收费标准出台

为确保棉花专业仓储和在库公检的顺利的进行，规范棉花专业监管仓库收费行为，近日，新疆发改委根据《新疆棉花目标价格改革试点工作实施方案》及相关配套办法的规定，特制订《新疆棉花专业监管仓库收费标准（试行）》。

据悉，收费标准实行政府指导价管理，为最高限价，各棉花专业监管仓库可根据自身实际，向下浮动，幅度不限。收费标准发布之日起执行，试行一年。

收费标准中明确，棉花专业监管仓库收费项目包括出入库费、保管费、配合公检搬倒费、混批棉花的整理费、炸包散包棉花的复包费以及露白棉包的缝包费等。其中，以铁路发运出库的棉花，按入库时间分段包干计算，包括入库、码垛、倒短、装车、保险、监管信息服务费等费用。1个月以内出库的按133元/吨标准执行，2个月以内出库的按143元/吨标准执行，2个月以上时间出库的按173元/吨标准执行。其中，监管信息服务费8元/吨，农业发展银行贷款范围按与农业发展银行协议执行。

以汽车发运出库的棉花，按入库时间分段包干计算，包括入库、码垛、汽车装车等费用。3天以内出库的按48元/吨标准执行，1个月以内出库的按88元/吨标准执行，2个月以内出库的按98元标准执行，2个月以上时间出库的按128元/吨标准执行。其中，监管信息服务费8元/吨，农业发展银行贷款范围按与农业发展银行

协议执行。

收费标准还对可能发生的偶然费用作了明确规定，混批整理费20元/吨，散包复包费80元/包，露白棉包的缝包粘包费3元/包，铁路发运装车辅助费800元/车。

相关人士表示，包干费用中均已包含所需各项材料费和棉花在库期间的保险费。各地发展改革等有关部门应加强棉花专业仓库收费执行情况的监督检查，如发现自立项目、超标准、超范围或未提供服务收费的情况，应按有关法律、法规从严查处。另外，今年上市的新棉，已入库的监管棉花按本规定结算。

我国将取消和下放内贸流通领域审批备案

国务院办公厅近日印发《关于促进内贸流通健康发展的若干意见》指出，我国将减少行政审批，减轻企业税费负担。最大限度取消和下放涉及内贸流通领域审批、备案等行政事项，实行涉企收费目录清单管理。

意见强调，要进一步推进工商用电同价。要创造公平竞争的市场环境。着力消除地区封锁打破行业垄断，落实跨地区经营企业总分机构汇总纳税政策，完善零售商、供应商公平交易行为规范及相关制度。

同时，我国还将建立和完善国内贸易企业

信用信息记录和披露制度，依法发布失信企业“黑名单”，推动建立健全覆盖线上网络和线下实体店消费的信用评价机制。

意见指出，要加大市场整治力度，集中开展重点商品、重点领域专项整治行动，依法惩治侵权假冒违法行为。

意见加快生活性服务业营改增改革步伐，加大小微企业增值税和营业税的政策支持力度，进一步促进生活服务业小微企业的发展。

中韩自贸区结束实质性谈判

11月10日，中国与韩国领导人在京举行会晤，双方共同确认中韩自贸区结束实质性谈判。会晤后，在两国领导人共同见证下，中国商务部部长高虎城和韩国通商产业资源部部长尹相直，分别代表两国政府签署了结束中韩自贸区实质性谈判的会议纪要。

中韩自贸区谈判于2012年5月启动，是我国迄今为止对外商谈的覆盖领域最广、涉及国别贸易额最大的自贸区。根据谈判成果，在开

放水平方面，双方货物贸易自由化比例均超过“税目90%、贸易额85%”。协定范围涵盖货物贸易、服务贸易、投资和规则共17个领域，包含了电子商务、竞争政策、政府采购、环境等“21世纪经贸议题”。同时，双方承诺在协定签署后将以负面清单模式继续开展服务贸易谈判，并基于准入前国民待遇和负面清单模式开展投资谈判。中韩自贸区谈判实现了“利益大体平衡、全面、高水平”的目标。

发改委：境外投资项目取消核准

11月18日，国家发展改革委员会召开“政府核准的投资项目目录（2014年本）（以下简称《目录》）”新闻发布会。此次目录修订通过缩减核准范围、下放核准权限、完善监管，鼓励企业自主投资，更好地释放社会投资潜力。

《目录》共取消、下放38项核准权限，中央层面核准的项目数量将进一步减少40%。《外商投资产业指导目录》中有中方控股（含相对控股）要求的总投资（含增资）小于10亿美元的鼓励类项目全部下放地方政府核准，总投资（含增资）小于1亿美元的限制类项目和

全部房地产项目下放省级政府核准。将企业境外投资项目除涉及敏感国家和地区、敏感行业外，全部取消核准改为备案管理。

国家发改委利用外资和境外投资司司长顾大伟将境外投资的改革归纳为“除少数的有特殊规定的项目之外，境外投资项目这次一律取消核准”。即除了针对未与我国建交的国家，受到国际制裁的国家，正在发生战争、内乱的国家 and 地区，以及涉及某些敏感行业的投资，其他投资不论规模大小，不分行业领域，全部取消核准。

2014 年 1-9 月美国纺织品服装进口市场统计

单位：亿美元

国家或地区	2012	2013	2013. 1-9	2014. 1-9	2014. 9	2014. 1-9	
						同比增速%	占比%
全球	1009.32	1047.25	789.62	811.60	102.93	2.78	100.00
中国	405.83	416.75	313.02	314.07	46.00	0.34	38.70
东盟	184.58	196.57	149.21	157.09	18.86	5.28	19.36
_W HEMI	156.17	157.64	118.60	121.47	14.58	2.42	14.97
越南	76.55	87.72	65.53	75.35	9.72	14.97	9.28
中美洲自贸区	78.70	79.44	59.54	61.44	7.45	3.18	7.57
经合组织	69.70	71.47	53.10	56.53	6.32	6.45	6.97
印度	58.96	62.99	47.59	50.86	5.38	6.86	6.27
北美自贸区	60.40	60.16	45.38	46.00	5.46	1.36	5.67
印尼	51.97	52.30	40.47	39.12	3.73	-3.35	4.82
孟加拉	46.22	51.05	39.92	39.23	3.59	-1.72	4.83
墨西哥	46.29	46.50	35.11	35.83	4.12	2.04	4.41
欧盟 28 国	37.92	40.00	29.53	32.65	3.37	10.55	4.02
欧盟 27 国	37.79	39.89	29.45	32.53	3.36	10.47	4.01
巴基斯坦	30.10	30.53	23.10	23.06	2.39	-0.16	2.84
柬埔寨	25.74	25.10	18.80	19.27	2.46	2.51	2.37
洪都拉斯	25.69	25.87	19.50	19.13	2.47	-1.91	2.36
萨尔瓦多	18.74	18.87	14.06	14.47	1.70	2.90	1.78
意大利	17.02	17.83	13.04	14.39	1.43	10.39	1.77
斯里兰卡	14.82	16.53	12.25	13.16	1.45	7.50	1.62
尼加拉瓜	13.49	14.31	10.78	11.35	1.38	5.33	1.40
加拿大	14.12	13.66	10.27	10.17	1.34	-0.95	1.25
危地马拉	12.51	13.24	9.91	10.11	1.15	2.02	1.25
泰国	12.71	12.76	9.82	9.44	1.13	-3.84	1.16
菲律宾	12.27	12.21	9.49	9.52	1.20	0.29	1.17
约旦	10.05	10.70	8.00	8.80	1.21	10.08	1.08
土耳其	10.00	10.48	7.72	8.53	1.04	10.51	1.05
埃及	8.81	9.54	7.06	7.84	1.05	11.05	0.97
亚撒哈拉地区	10.38	9.97	7.62	7.74	0.90	1.60	0.95
韩国	9.25	9.20	6.94	6.91	0.77	-0.30	0.85
中国台湾	8.66	8.36	6.37	6.47	0.78	1.63	0.80
_CBI	7.38	8.09	6.08	6.30	0.86	3.53	0.78
海地	7.30	8.03	6.04	6.26	0.86	3.65	0.77
多米尼加	6.58	6.83	5.13	5.56	0.69	8.20	0.68

说明：1、数据来源：美国商务部

2. 列表仅限于 2013 年进口金额在 1 亿美元之上的国家和地区。

印度2014年1-7月纺织品服装出口增长11.3%

据印度商业部统计，2012年至今的三年中，印度纺织品服装出口以每年10%左右的幅度逐年递增，2014年1-7月出口纺织服装213.65亿美元，比上年同期增长11.3%。

美国虽然是印度纺织品服装出口的第一大

市场，但印度的出口市场相对分散，对美国的依赖性并不是很强。2014年1-7月对美出口41.7亿美元，增长7.1%，在所有出口市场中所占份额为19.5%，同比下降近1个百分点。

土耳其2014年1-8月纺织品服装出口增长8.59%

据土耳其国家统计局统计，土耳其纺织品服装出口连续三年实现增长，2014年1-8月出口纺织品服装196.3亿美元，同比增长8.59%。

由于地缘优势，土耳其主要的纺织品服装出口市场多分布在欧洲国家，在其前十大出口

市场中，欧洲国家占七席。其中，德国是土第一大出口市场，三年来保持平稳增长，2014年1-8月纺织品服装出口额达31.4亿美元，同比增长10.2%，所占份额为15.99%。

墨西哥2014年1-7月纺织品服装出口小幅增长

据墨西哥官方统计，2014年1-7月，墨西哥纺织品服装出口41亿美元，同比小幅增长2.19%，其中，美国是其纺织品服装出口第一大市场，出口额达35.9亿美元，同比增长

2.4%。美国在墨纺织品服装出口中所占份额多年来保持平稳态势，2014年1-7月所占份额为87.7%，处于高度依赖的状态。

菲律宾2014年1-7月纺织品服装出口增长27.8%

菲律宾国家统计办公室数据显示，2014年1-7月菲律宾纺织品服装出口出现反弹，实现了27.8%的快速增长，出口额达12.6亿美元。

在其前十大出口市场中，除对香港出口

小幅增长7.4%外，其他9个市场出口额均迅猛增长，增幅在20%-95%之间。其中，美国以59.4%的份额居其纺织品服装出口市场首位，但趋势成逐年滑落态势。

斯里兰卡2014年1-8月纺织品服装出口增长17.6%

据斯里兰卡海关统计，斯里兰卡纺织品服装出口近两年实现平稳较快增长，2014年1-8月纺织品服装出口达33.97亿美元，同比增长17.6%。

斯里兰卡对其主要市场的出口均获得不

同程度的增长。美国、英国和意大利是其前三大出口市场，合计份额近70%。其中，1-8月对美国出口纺织品服装13.3亿美元，同比增长15.5%。

美国农业部：全球棉花库存创历史新高

近日，美国农业部发布报告称，全球棉花将连续第五季出现供过于求，棉花库存创下历史新高。

美国得克萨斯州是全美国最大的棉花种植区，一家牛仔面料生产商表示，将在明年的1月份永久关闭Littlefield地区的工厂，并裁员340人；RJO期货公司的高级市场策略师认为，眼下的需求尚不足以扭转棉花价格，棉价将继续下行。

美国是全球的最大的棉花出口国，美国农业部在最近的报告当中预计，美国棉花的产量将大增27%到1460万包，与此同时出口将下降5%，至1000万包。美国农业部预计，随着中国的棉花采购放缓，截至到明年的7月31号的12个月里，美国的棉花出口将下滑到2001年以来的最低水平。

土耳其对美国棉花展开反倾销调查

根据《生意社》报道显示，美国国家棉花总会称，土耳其对美国棉花展开反倾销调查，向美国出口商发放调查问卷，并要求其必须完成。

棉花总会10月27日在美国棉花出口商协会网站上发布声明称，该调查于10月18日公布，给出口商提供了37天时间向土耳其提供有关信息。

据美国农业部数据，2013-14年度，土耳其是仅次于中国的全球第二大棉花进口国，进口量高达92.4万吨。美国是头号棉花出口国，该年度出口棉花229万吨。

“此次调查的不寻常之处在于是土耳其政府自发启动的，明显不是土耳其棉花行业要求下的举动。”美国棉花总会称。

棉花总会表示，土耳其的调查针对出口企业，美国政府不涉其中。

根据世贸协议，要想征收反倾销税，土耳其必须先确定美国确实向其倾销棉花，并确定国内行业遭受了损失，还要证明损失是进口美国棉花直接造成的。

若倾销被确认，可以征收长达五年的反倾销税，并可以指定企业。

世界贸易组织：全球贸易发展呈现5大特点

世界贸易组织近日发布的《2014年世界贸易报告》显示，今年全球贸易额增长率预计仅为3.1%，大大低于5.3%的20年（1993年至2013年）平均增长水平。世贸组织认为，这主要因为今年欧洲经济低迷，对国际贸易和全球经济增长都造成拖累。同时，国际贸易增长尚未从国际金融危机中复苏，也限制了全球资源的最佳配置能力。

根据这份年度报告，全球贸易发展正呈现出5大特点：

一、欧洲表现不尽如人意。欧盟贸易额约占全球的三分之一，但其持续的高失业率却使进口增长不断减速。今年以来，尽管德国贸易有所增长，但欧洲整体进口量仍停滞不前。

二、美国经济复苏带动贸易增长。虽然今年年初的极寒天气让美国经济遭遇罕见的收缩，但美国全年的贸易数据还是好于其他发达经济体，特别是其失业率降低对商品及服务贸易的贡献都很大。

三、新兴经济体面临一定贸易风险。报告预测，新兴经济体的贸易增速仍将领先于对手，但风险也依然存在，如中东、亚洲和东欧的地区紧张局势都可能导致能源价格升高，从而对贸易往来造成冲击。

四、中国经济转型升级引人注目。报告说，去年，中国成为全球最大的商品贸易国，同时还超过德国成为全球第二大商业服务进口国，进口价值高达3290亿美元。这些变化得益于中国近年来的转型升级，中国正从依赖出口

的制造业和国内基础设施建设型经济，转向更大程度上的消费型经济。美国对中国的贸易赤字正在缩小，中国也在放松资本管制，这些都将有利于增强中国出口的竞争力。

五、俄罗斯贸易遭受打击。报告认为，即便在乌克兰危机之前，俄罗斯经济已经开始出现下滑，货币也开始走软。乌克兰危机后，这种趋势加速发展。西方国家的制裁和俄罗斯的反制裁行动都危及俄罗斯贸易，尤其是能源部门。

印度布兰迪克服装工业园（BIAC）优势多

据了解，印度布兰迪克服装工业园（BIAC）是斯里兰卡知名纺织企业布兰迪克（Brandix）受印度政府邀请，专门为大型纺织企业打造的综合服装工业园。该园区位于印度东部的安德拉邦维萨卡帕特南市，距海港30公里，海运至中国为30天。园区总占地约404万平方米，其中四分之三为工业园区，四分之一为生活配套区。目前，前期专为母公司针织服装加工厂以及面辅料配套企业开发的项目已有50%入驻。安德拉邦也是印度第三大棉花生产地。

BIAC在政策环境、原料供应、土地及劳动力成本等方面具备优势，且与玛莎等国际品牌达成合作。园区内基础设施完备、服务完善，是劳动密集型纺织企业改变贸易环境、降低成本，提高国际市场竞争力的不错选择。

该园区为保税区，目前已与日本签自贸协定，还享有欧盟关税优惠等政策。这里的工人人均月工资为800元人民币，水电由园区统一管理，每度电折合人民币0.8元左右。人工成本低

且劳动力充足是该园区的一大优势。

11月20日，由中国国际贸促会纺织行业分会副会长林云峰带队的赴印度产业转移调研代表团一行来到布兰迪克服装工业园（BIAC），亲自感受了一下这里的整体环境、生产条件、配套设施及相关服务。

来到园区，代表团先参观了园区的水处理厂等配套设施，设备技术先进的水处理厂，以及环境优美的园区幼儿园，让企业家代表们倍感亲切；园区内150辆长龙般的员工班车震惊了随团的企业家们；这里的服装加工厂设1800个岗位，配置3600名员工，实行两班制工作，工作场面实在壮观。团员们亲自种下一棵芒果树，就更有马上落地生根的欲望……已经入住该园区的国内姚明织带公司已有收效。

园区良好的基础设施、充足的劳动力资源和完善的服务，给代表团的企业家们留下了深刻、良好的印象，期待今后有更多的国内纺织服装企业走进BIAC，认识BIAC。

越南服装生产向ODM模式转变

根据越媒近日消息称，越南纺织服装行业正在努力转变生产模式，逐步向ODM模式转变，从而保持世界主要纺织服装生产国的地

位。但越南纺织服装行业在产品研发、市场营销和产业链连接三个方面存在不足，越南企业要发展ODM模式，必须弥补上述不足。

2015年“四大展会”全部移师上海

10月20日，中国纺织工业联合会春季大展暨秋季大展新闻发布会在上海新国际博览中心举行。中国纺织工业联合会顾问、中国针织工业协会名誉会长张延恺，中国国际贸促会纺织行业分会常务副会长徐迎新，中国针织工业协会会长杨世滨，中国服装协会常务副会长陈大鹏，中国国际贸促会纺织行业分会副会长林云峰以及来自行业和相关媒体代表出席发布会。

中纺联春季大展每年3月在北京举办，包括中国国际纺织纱线展览会、中国国际纺织面料及辅料博览会和中国国际服装服饰博览会(CHIC)。秋季大展每年10月在上海举办，包括中国国际纺织纱线展览会、中国国际纺织面料及辅料博览会和中国国际针织博览会(PH Value时尚第一汇)。两季展会都为纱线、面料和服装产业链服务。

在新的形势下，为充分利用上海更加靠近产业集群的地理优势及其商业中心和时尚中心的地位，中纺联统一部署，以整合资源、综合提升为宗旨，将于2015年开始春季大展和秋季大展都将在上海举办，联合打造代表行业最高水平的、具有国际竞争力和影响力的、服务于全产业链的综合平台。

张延恺表示，上海具有非常好的商业环境，所有展会将来进行大联展，对纺织服装整个产业链发展来说，是非常有意义的。从另一方面来说，这种大联展的形式会更加贴近产业，贴近市场，对整个产业发展无疑是最好的。

据悉，2015年中纺联四大展会将分别于3月18-20日，10月13-15日在上海虹桥新展馆--国家会展中心(上海)举行。

耕耘二十载 迈步从头越

——第二十届中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会圆满闭幕

相信每一个参加过中国国际纺织面料及辅料博览会（以下简称intertextile面辅料博览会）的人都有各自不同的收获。2014年，intertextile面辅料博览会迎来了办展20年的历史节点。

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长徐迎新表示：这20年，intertextile面辅料博览会伴随着我国纺织服装行业走过了高速发展期，见证了纺织企业不断成长、壮大的历程。20年来，intertextile面辅料博览会从未停止过创新的办展思路，为行业呈现了国际化视野、为产业链上下游提供了互动对话的机会，同时也成为企业不可或缺的推广阵地。

中国纺织信息中心主任乔艳津表示，20年来，intertextile面辅料博览会为促进中国纺织

工业的发展及纺织品市场的繁荣、增强纺织业国际贸易及经济技术的交流与合作做出了不可磨灭的贡献。

一年两届的中国国际纺织面料及辅料博览会，展出面积屡创新高，参展企业数量不断增长。作为全球规模最大的面辅料展会，也是最具国际水平的优质纺织面辅料的重要贸易平台，其国际地位无可替代。

“新常态”新驱动

近年来，我国面料整体水平取得了长足进步，越来越多的企业认识到创新技术，提高产品附加值的重要性，产业链协同创新能力也越来越强。这些从intertextile面辅料博览会上可见一斑。

在我国经济走入稳步增长的“新常态”时期大背景下，纺织服装行业近年来也正在经历着稳中有升的中速发展期。面辅料产品作为承上启下的重要中间环节，为整个行业的创新发展，转型升级提供了有力支撑。

今年上半年，我国面料出口金额、出口数量以及出口平均单价均呈小幅上升趋势。来自中国纺织品进出口商会的统计数据显示，今年1-6月，我国面料出口呈现逐月稳定增长的态势，面料出口金额为258.51亿美元，同比增长3.77%；出口数量为178.89亿米，同比增长1.46%；出口平均单价为1.45美元/米，同比提高2.27%。

出口金额、数量、平均单价小幅上涨的背后，是我国面料产品创新实力不断加强、面料企业稳步转型升级的结果。在“新常态”环境下，纺织服装企业无不意识到，唯有通过不断的技术创新，提升面料的技术含量与附加值才是实现转型升级、持续发展的必然路径。面料出口集中度的逐年提高也可看出优势企业的竞争实力在不断增强。

融合创新

回首intertextile面辅料博览会的20年，有的人一直都在坚守，有的人转变了其他身份继续参与其中；有的企业一直聚焦于面料研发，而有的企业则不断向产业链上下游延伸。

多年来，秦刚一直以北江纺织营销总经理的身份出现在intertextile面辅料博览会上，路过北江纺织展台时总能看到他向访客介绍企业产品的身影。今年，再来展会时，秦刚的身份已发生了变化。从事牛仔行业多年的他已离开企业，转身成为牛仔创新联盟的创始人。秦刚认为，牛仔的开发与创新，是从一条纤维、一根纱开始的，是从面料、服装剪裁到后整洗水的全过程，需要这条链上的企业一起交流，实现全产业链的合作与发展。

基于去年intertextile面辅料博览会的数据分析，牛仔面料的采购商占到全部采购商数量的15%，因此，本届展会位于W5馆的“跃动牛仔”馆将由去年的3/4馆扩充为整个馆。来自海内外的139家牛仔面料生产企业同馆竞技，一展了这片“蓝色”产业的深度。

创建于2003年12月的浙江鑫兰纺织有限公司，10年来，每年都以30%左右的速度递增，销售额增长近15倍，产品出口北美、西班牙、欧洲等近70多个国家和地区。企业创办之初，就十分注重产业链的延伸，在做牛仔面料的同时，还涉及服装成品的生产。该公司负责人表示，全产业链的打造，不仅是为了提高产品附加值，更是为了提升鑫兰的行业话语权。鑫兰纺织在产业链长度与深度上潜心耕耘，无论是面料，还是印染、服装，均从提升装备水平、增强研发能力入手，稳步实现企业发展。

科研求速

如今，重视研发、提高产品附加值已成为面料企业发展的关键词。

从苏州志向纺织科研股份有限公司的名字中就可看出，这不是一家传统的劳动密集型生产企业，在该公司的平均年产值中，仅有20%的小批量产品是自己生产的。志向科研最主要的工作，就是根据权威的流行趋势信息，不断研发新产品。本着“大研发”的理念，志向科研通过自主策划、研发，走深度差异化发展精品路线，不断推出创新的高科技产品。公司每年的研发投入占销售收入比重达7%，每年研发新品达100多个。

科技创新同样也是新申集团一直关注的焦点。当时尚设计师的设计周期一短再短，一时间，纺织面料企业也被涌入了创新快车道的行列。新申集团通过加快研发、沟通、生产、交付等各环节，提高应对效率。此外，还通过与终端品牌在亚麻生活方式上的创新，构建绿色亚麻生态产业循环。新申亚麻不断坚持创新发展，打通产业链上下游资源（包括法国亚麻种植商、纺纱织造、服装设计、家纺设计等），激活整个产业链上的价值链和品牌链，从而实现资源互补、携手创新。

对于专注于快时尚面料的广东健业纺织集团来说，速度就是最大的卖点。新产品推得快一点，生意就会好一点。

艺术为媒

面料的创新最终通过服装设计师得以呈现，为了更直观地展示面料性能，越来越多的

企业选择与服装设计师或艺术家合作，借助于艺术这一媒介诠释面料产品的可呈现方式。intertextile面辅料博览会也为企业提供了展示的舞台。

2012年秋天，intertextile面辅料博览会上的中国国际面料时尚秀，多维度呈现了面料的品质与时尚魅力。尤记得，华奇环保印花有限公司邀请好莱坞著名电影服装设计师Joseph Porro共同呈现使用企业面料制作的潮流服饰，以及鲁泰的年轻员工们展示的鲁泰成衣秀……新申集团与设计师大林的合作已有两年多，本届intertextile面辅料博览会上，双方将共同发布“2015-2016春夏新申亚麻面料流行趋势”，以此打通整个亚麻产业从原料到面料设计、研发、生产再到终端成衣的产业链。

设计是一种表达，对于面料设计来说同样如此。鼎天时尚从创立之初即与欧洲时装设计

师建立了良好合作，通过提花设计，向世界展示“中国制造”与中国时尚。除了聘请国外顶尖设计师设计提花面料，鼎天时尚还与知名画家合作，开发了具有艺术气息的提花系列产品。展会前夕的一次线下活动活动上，鼎天时尚与画家孟庆楠一起呈现了艺术与面料的精彩融合。

耕耘二十载 迈步从头越

一转眼，intertextile面辅料博览会已经走过二十载。二十周年，是里程碑，也是新征程。从2015年起，intertextile面辅料博览会将联合纱线展以及服装展，分为春季、秋季联合展会，在全新的上海虹桥新展馆——国家会展中心（上海）举行。祝愿intertextile面辅料博览会新的里程，再创辉煌。

海外品牌发声国内市场

——2014PH Value时尚第一汇暨中国国际针织博览会胜利闭幕

2014 PH Value 时尚第一汇的显著特点之一就是英国i2i会展集团的加盟。本届展会，i2i带来了超过60家的欧洲中高端女装品牌参展。

参展品牌需求多样化

“这是我们第二次参加PH Value时尚第一汇了，这次参展的目的很明确，我们希望在展会上寻找到好的代理商，以进一步打开中国市场。”香港潮淳时装有限公司中国分销商市场及销售经理刘晓燕告诉记者。

据刘晓燕介绍，PLAYCPU 是2013年创立于丹麦的新品牌，原料全部采用韩国优质面料，产品款式由丹麦知名设计师倾心打造，颇具欧式时尚典雅风格。而且PLAYCPU 品牌走的是年轻时尚化路线，主要针对18-28岁的年轻消费群体，在欧洲以及香港深受年轻消费者欢迎。

“虽然是第二次参展，但我们代理的

PLAYCPU 尚属第一次登陆中国。”刘晓燕表示，“香港潮淳时装有限公司作为PLAYCPU 品牌的代理分销商，正是看中了这个品牌的巨大发展潜力。而中国同样也是一个很有潜力的消费市场，所以我们希望通过这次展会把PLAYCPU 品牌介绍给中国消费者，更重要的是，要让对这个品牌感兴趣的代理商同我们合作。”

谈及PLAYCPU 品牌未来在中国市场的发展，刘晓燕自信地说：“我相信这么充满青春活力而且又具有欧洲时尚风格的牌子，一定会受到中国内地消费者的喜爱”。

在展馆内，以黑灰色系为主的比利时品牌Sarah Pacini 给记者带来了很大的视觉冲击，让观众领略了异国风情品牌的独特魅力。

Sarah Pacini 品牌出口经理MaiteLigot 表示，这个二十多年前创立于比利时的品牌，产品百分百为意大利制造，目标消费者在28-35

岁之间。品牌以其独特的编织工艺和服饰，逐渐发展成为了一个国际高端品牌。

据悉，Sarah Pacini 品牌在全球拥有五十多家独立专卖店，分布在美国、加拿大、俄罗斯、欧洲、大洋洲、中东及非洲等国家和地区。同时在全球1500多家高级复合品牌商店和多家百货商场中以店中店形式销售。

“我们希望寻找优质的合作伙伴，共同把 Sarah Pacini 品牌推向中国市场。” Maite Ligo 向记者表明了本次参展的目的。

除了成熟品牌商前来试水外，海外独立设计平台也吸引了很多买家。英国So:Mi公司常务董事周蜜告诉记者，该平台以海外新兴原创品牌为主，多数为英国企业，目前有20家品牌，下一步还打算和澳大利亚合作。

“这两天，有很多买家前来咨询。让我比较惊讶的是，除了上海的买手店外，一些二线城市的买手也前来咨询。”周蜜说。对于本次参展的目的，周蜜表示，希望能找到像I.T.品牌集成店这样的合作伙伴，把这些独具个性的设计师品牌推向中国市场。i2i会展集团国际处总监裴恩表示，这些国外品牌前来参展，一方面，是了解中国市场需求，另外一方面，也希望能寻找到合适的合作伙伴。

国际合作加快市场需求

“参加PH Value 时尚第一汇是海外参展品牌踏入中国的重要一步，也是国际合作的新

突破。”中国纺织工业联合会会长助理、中国针织工业协会会长杨世滨在接受记者采访时表示。展会不仅将国际一线大牌以外的国际化服装流行趋势引进了国内，还帮助国内的设计师和寻求突破的服装厂商找到了更好的渠道。此外，展会的参展品类也扩展到了服装、鞋包和配饰等，重点强调品牌形象的展示和塑造。

在N5品牌馆内汇聚了来自中国、英国、法国、意大利、比利时、荷兰、丹麦、西班牙、以色列、爱尔兰、南非、立陶宛、韩国、泰国、中国香港和台湾等国家和地区的86个品牌。

杨世滨表示，在N5品牌馆中，国内与国外品牌各有优势。国外品牌的优势：其一在于产品的系列化和色彩的丰富度。在产品系列上，国外品牌在产品的设计、款型、季度与穿着场合的分类等方面，都比较有优势。而且色彩的饱和度比较高，颜色很正；其二，国外的展位也比较简约，海外品牌侧重产品，而不是展位装修。国内品牌的优势：渠道建设以及对消费者需求的了解，其产品本土化运作更有优势。

对于海外品牌来讲，P&P是进入中国时尚产业值得信赖的途径。而国内企业也可以在自己的展位附近了解到国外企业是如何做生意和做展示的。这种“潮流开放”的呈现方式，除了带来互动性更强的展示外，也是对参展品牌实力的考验。

纱线展：企业出路在差异化

与intertextile 秋冬面辅料展同期同地举行的2014中国国际纺织纱线（秋冬）展览会，现场热烈程度一点不亚于前者，而能让展会气氛如此高涨的原因，毫无疑问是各种差异化纱线。本届秋冬纱线展上，无论是棉纺类型产品还是化纤类型产品，各式各样的纱线产品总是能让人眼前一亮。

含金量显著提升

本届秋冬纱线展有一个显著特点，就是常

规性产品已经难寻踪影，取而代之的是各种类型的差异化、功能性纱线，这不仅反映出国内纱线企业在科技和技术上的进步，同时也反映出纱线行业未来的发展趋势。

恒天海龙股份有限公司重点推出了公司最新研发的产品羊毛蛋白质纤维。该公司市场开发部经理杜双永向记者介绍说，羊毛蛋白质纤维是利用超细粉体技术，将不能直接应用于纺织的羊毛纤维粉碎成粒径适合的蛋白粉体，对其进行了特殊工艺保护处理，然后通过再生纤

纤维素生产工艺制备出的蛋白质复合纤维，具有一定的保健功能。

据了解，该纤维不同于传统的再生蛋白质纤维制备技术，避免了蛋白质溶解，不会破坏蛋白质原有的结构，杜绝了传统工艺在后续交联固化工序造成的环境污染，在微观结构上实现了纤维素材料和蛋白质材料的完美共存。

在差异化、功能性产品方面，江苏文凤化纤集团有限公司也并不逊色。在此次展会上该公司推出了纳米铜抗菌纤维、云母冰凉纤维、黑白竹炭纤维以及远红外纤维和环保无染色丝纤维。该公司展会工作人员张冬冬介绍，纳米铜抗菌纤维是公司的新产品，同时也是在此次展会上重点进行推广的产品。“在使用中，该纤维具有良好的自修复功能，抗菌效果时间长，同时价格便宜。”张冬冬说。

北京光辉纺织有限公司在展会上并不甘示弱，推出了最先研发的无捻纱系列。该公司展会负责人陈赞表示，该系列产品具有柔软、吸水性好等特性，目前市场销售情况十分良好。

差异化是趋势

“未来的出路肯定是走差异化、功能性的道路。”杜双永指出，经过这么多年的发展，纱线产品一定不能再走常规路线，尤其是当前面对来势汹汹的海外企业时，一定要走差异化路线。

这样的想法在展会得到了大多数企业的认同。

浙江兴华利化纤有限公司外贸部经理杜超认为，从参加本届展会的产品可以看出，企业都在生产差异化纱线，这就说明当前市场上，具有竞争力的产品一定是差异化、功能化的产品。

“走差异化道路是一个大的趋势，比如现在在我们公司生产的包覆丝系列产品，具有良好的弹性，所以在市场上一直有不错的销量。”陈赞表示，自己的企业依然会朝着当前的差异化目标继续努力，进一步提升产品的品质和档次，能够使企业继续稳步发展。

海外产品结构也调整

在本届秋冬纱线展上，来自海外的参展企业占了很大一部分。巴基斯坦的GLAMOUR TEXTILEMILLS公司此次在展会上主要是展出了100%的纯棉产品，产品类别主要是普梳类和针织类以及赛络纺类，产品规格在20支以下。

该公司产品尽管支数低，但是在中国的销售情况一直不错。“每年我们销往中国的纱线数量都在逐渐递增，中国市场前景很好。”该公司负责人Athere Elahi告诉记者。

来自瑞士的INTER S.A公司虽然是最近两年才进入中国市场，但是凭借其优良的产品质量迅速在中国进行了扩张。

该公司负责人Moris BA介绍，此次到中国参展主要的产品为梭织普梳纱、气流纺纱、喷气纺纱以及赛络纺纱，产品规格最高能达到40支。据了解，INTER S.A所用的原料主要是来自于土耳其、乌兹别克斯坦等地的棉花，而这些地区的棉花质量相对较高，同时在生产环节，该公司采取了多种有限措施避免产品受到污染，从源头就提升了产品的竞争力。

虽然目前海外企业都在觊觎中国市场，但是一个显著的变化是，今年的中国纱线市场正在向高档领域发展。“感觉目前中国对常规纱线的需求减少了，未来我们需要调整产品结构了。”Athere Elahi说。

巴黎展：提升设计释放创新驱动动力

为探求出口企业对当前国际市场走势的分析判断，了解企业对市场回暖程度的真实感受，中国纺织报记者在近日举行的第十二届中国纺织品服装贸易展（巴黎）（简称CTAF）暨

巴黎国际服装服饰采购展（APP Paris）上走访了多家参展商。几天采访下来，感到展商谈论频率最高的话题之一是中国制造业正在消失的劳动力价格优势，以及如何面对日渐激烈的市

场竞争。这似乎与展会期间专业论坛上的“中国正在消失的人口红利”、“如何释放研发与创新的驱动力”的热点不谋而合，生动而真实的案例，成为企业生存方式的现实版解读。

“拼价格”的时代已经远去

浙江省宁波市摩德纺织品有限公司是一家小出口企业。虽然公司规模堪称“迷你”，但也已经拥有7年的出口美国市场的经验。业务经理郎婕丞说，以前，公司接到美国客户基本款服装的订单，基本上每单的订货量能达到5万-6万件，市场需求量非常大。如果时间再往前推，早几年甚至一单达几百万件的情况也有。而如今，市场变化非常明显。美国订单的最大特点就是量比较大，但是现在市场价格低，供应商为了拿到订单，不仅要应对国内出口商之间的竞争，还与我国周边的越南、柬埔寨、孟加拉国等国家在基本款的产品生产上存在很强的竞争关系。大众、常规类产品的供应商正在淡出中国市场。因此，公司希望借巴黎展的平台敲开欧洲市场的大门，在以“简单、精致、优雅”为特点的欧洲服装市场上有所收获。

“以前，买家都是在国际时装周上看中了流行的趋势和款型后，直接带着选中的款式和设计师的方案找供应商谈价格，随后下单。而现在由于市场环境的因素，买家也在大量缩减成本，将设计上的成本支出转嫁给供应商，希望供应商从单纯的制造加工向上游延伸，提供更多的设计。为了应对这种新的采购趋势变化，我们也在努力推出自己设计的产品，争取得到买家更多的关注。比如，现在欧洲市场上有设计感的花哨型产品比较看好，我们针对圣诞节市场，推出了少女的小礼服，主要想满足圣诞节期间女孩子的聚会着装这个市场的需求。此外，我们还带来了3D涤纶空气层面料材质的秋冬装，以及一些在美国市场销势不错的中厚度面料的保暖产品。首次参展我们抱着了解客户、了解市场的客观心态，一次参展就收获大订单的想法有些不现实，但是希望通过产品的展示，在接触买家的时候，让客户知道我们的主销产品类型，为今后拓展业务打好基础。”郎婕丞说。

用“设计感”赢得更多关注

晨诺纺织品有限公司今年首次参展，而对于如何通过推出新颖的设计来抓住买家的眼球，该公司已经有了自己的一套想法。据了解，公司在设计上不断加大投入，每年都为国外买家提供约70-80款的设计方案，希望争取到更多的订单。但是即便如此，买家选中的款式往往也十分有限，所以在当下的国际市场，产品设计上必须要有自己的特点，才有可能吸引买家。

“现在，我们宁波的工厂人均月工资已经达到3000-4000元的水平，在劳动力成本上我们明显不能和越南、柬埔寨相比，因此参与国际市场竞争时必须是在提高产品档次和风格上下功夫。我们有配套完整的产业链优势，以及良好的客户信誉，这是周边纺织出口国家所不具备的。今后中国纺织业在国际市场上的竞争力要体现在这方面，而不再是以低价格的成本优势留住买家。”李肖峰说。

合理布局关注更多新兴市场

Abi是MATINI公司的总经理，也是本次展会上的参展商绍兴县弗洛丽纺织科技有限公司在海外的经销代理商。展位上，产自绍兴的欧式风格浓郁、装饰华丽、珠片闪烁的女式晚装样品，吸引了不少买家前来询问。

Abi来自叙利亚，据他介绍，中东市场是他业务的核心市场，因为那里富裕人口居多，只要服饰产品的风格对路，当地人很愿意花钱购买这类风格华丽优雅的晚装产品，穿着出席各种聚会和晚宴。但是近一年多来中东政局的动荡，使他的生意受到很大的冲击。比如，拥有9200万人口的埃及市场下滑明显，利比亚、叙利亚、科威特、迪拜、卡塔尔等市场都受到影响。“我在叙利亚原先拥有1800名员工的工厂，客户主要来自埃及，现在由于政局的变化客户迅速减少，所以生产也已经大幅缩减了。目前我打算转向土耳其，因为那里的市场快速成长且富有活力，希望能够以此弥补一部分的市场损失。”他说。

今年以来，“增速减缓、结构调整、创新驱动”成为我国纺织经济在新常态下的主要特征。据统计，今年1-9月，我国纺织品服装出口额为2218.99亿美元，同比增长5.95%，较2013

年同期回落6个百分点左右。美国、欧盟、日本、东盟仍然是我国纺织品服装出口的重点市场，占我国全球出口比重的55.75%。面对复

苏程度不一的国际市场，企业正在结合自身运势，倾注更大的精力，在市场的细微变化中抓住机会。

GO TEX展：中巴合作激发纺织服装业双赢潜力

第二届巴西圣保罗GOTEX国际纺织服装采购展当地时间10月27日在圣保罗北方展览中心开幕。来自中国、巴西、意大利等9个国家和地区的近200家展商参展。

中国是纺织大国，年纺织品服装交易量占世界总量1/3多。中国有好的面料，而巴西在设计方面颇有优势，如果中国和巴西加强合作，1加1大于2，相信一定能打造出好的服装品牌，让中巴共同的服装品牌在世界各大城市的大街小巷闪亮。

“中国的面料质量非常好，可以满足各种缝纫需要，能最大程度地实现我的设计”

巴西女孩杰西卡刚刚参加了这次国际纺织服装采购展期间举办的“巴西新锐设计师服装设计大赛”，用来自中国的布料做了4条美丽的裙子，拿下了时装设计大赛的大奖。

学习时装设计5年，杰西卡用过面料很多，然而手中这些面料仍然令她感到惊艳。

“中国的面料质量非常好，可以满足各种缝纫需要，能最大程度地实现我的设计。”

在一个衬衫展台，葛红刚送走两位巴西零售商。“他们看中了一款蓝色男式衬衫，跟我约好展会后继续跟进。”葛红是上海申达进出口公司经理，这两三年欧洲市场行情不好，公司的欧美订单下降约两成，而用工成本又提高了近两成，“企业要维持发展，就需要开辟拉美这个新市场。

许多巴西企业也渴望接近中国产品。“中国产品质量好，价格有优势。”抱着一堆面料样品的马努埃尔说。巴西以前的进口面料多来自欧美，但那些面料大都是中国生产，为什么不直接找中国企业购买呢？

为了给像申达这样的中国公司提供进入拉美的渠道，也为了给像马努埃尔这样的采购商

提供直接接触中国企业的平台，GOTEX展应运而生。它由中国纺织品进出口商会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会联合中国（巴西）投资开发贸易中心和巴西FCEM国际展览公司共同主办。

纺织原料及纺织制品是中国对巴西出口的第三大类产品，近年来面临的主要问题有两个，一是巴方继续保持对中国部分产品的反倾销力度，二是印度、秘鲁、阿根廷等国同类产品的激烈竞争。

巴西纺织和服装工业协会近日发布的一份声明称，过去12个月，当地纺织服装行业失去1.4万个就业岗位，这是一系列因素共同作用的结果，巴西纺织服装业知名杂志《纺织品》主编薇薇·海杜认为。比如，企业税收负担沉重，丧失国际竞争力。减少企业税已成为巴西总统罗塞夫连任后需立即解决的问题之一。

中巴合作、优势互补是未来提升巴西纺织品服装竞争力的突破点。巴西工业协会会长罗贝托认为，“巴西服装企业欢迎性价比高的中国面料，但对于中国成品服装的进入则心存忧虑。”这从一个侧面表明，中国纺织服装类企业利用面料和技术优势与巴西合作，投资建厂或建立营销网络具有双赢潜力。

2013年，中国对巴西的纺织服装出口总额为41亿美元，其中纺织品出口约为23.7亿美元，服装出口为17亿美元。中国对巴西的出口更多是半成品，这符合巴西的需求，长远来看能帮助其扩大企业规模、促进产业发展。

中纺进出口商会江辉会长就中巴纺织经贸合作给出两个建议：差异化发展和打“文化牌”。要差异化发展，不要同质竞争。巴西应找到自己的优势，比如巴西是体育大国，能否着力打造运动类服装，包括所需要的各种功能

性面料。服装产业注入文化元素，可以使产品增值。

在中国企业将目光投向拉美时，中国市场也在对巴西敞开大门。在此次展会上举办的纺织服装产业讲座上，中国纺织进出口商会承诺设在上海的时装培训基地将免费为部分巴西企业提供展厅。

“巴西是一个自由的市场，自由的市场是

不惧怕竞争的，竞争和合作推进技术变革，才能使一个企业、一个产业良好地发展。而对于消费者来说，中国产品的进入，意味着消费者有了更多的选择，能够用更便宜的价钱买到更好的产品。”从事服装加工业的采购商本杰明说，“开放才能发展。”

首届土耳其(秋季)国际面料展览会成功举办

2014第一届土耳其(秋季)国际面料展览会于11月4日-6日在土耳其伊斯坦布尔Lütfi K.rdar国际会议及展览中心成功举办。该展会是由法兰克福展览有限公司继在法国和美国开办Texworld展会后，移植到土耳其市场的系列展会之一。

本届展会展出产品种类丰富，面料产品按照材质划分展位区域，涵盖棉纺，绣花/蕾丝，针织，毛/仿毛，丝/仿丝，运动功能，亚麻，印花，牛仔等。除展示服装面料外，本届展会也加入了服装辅料，电脑设计制作，纤维和纱线类产品展示，极大满足产业联动，方便买家多元化采购，展会期间，共有5248名专业买家到场参观。

本届展会共有来自10个国家和地区的参展企业115家。中国国际贸易促进委员会纺织行业分会作为该展会的中国独家合作伙伴，共组织中国参展企业45家，这些能代表国内行业水平的优秀企业带来的展品不仅避免了同质化，还具有较高的附加值，受到了国际客商的欢迎。

中国纺织工业联合会会长助理、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长徐迎新出席了开幕式并致辞。他指出，在纺织贸促会与法兰克福展览有限公司多年全球合作的基础上，土耳其面料展这一新的合作，不仅能够进一步为中国企业提供一个新的平台，同时也能为土耳其服装业提供完整和丰富的产业配套采购选择。

本届展会展出产品种类丰富，面料产品按

照材质划分展位区域，涵盖棉纺，绣花/蕾丝，针织，毛/仿毛，丝/仿丝，运动功能，亚麻，印花，牛仔等。除展示服装面料外，本届展会也加入了服装辅料，电脑设计制作，纤维和纱线类产品展示，极大满足产业联动，方便买家多元化采购，展会期间，共有5248名专业买家到场参观。



【新朋友】请点击标题下方蓝色字体关注
【老朋友】请点击右上角转发或分享本文



微博:ccpittex



微信号: ccpittex

热点关注

行业动态

专业展会



联系方式:
010-85229397
官方网站:
www.ccpittex.com

中国贸促会纺织分会

刊 头 题 字：杜钰洲
顾 问：王天凯 许坤元
张延恺 陈伟康
徐晋昶 富荣沛
编辑委员会：徐迎新 杨兆华
林云峰 梁鹏程
主 编：梁鹏程
执 行 主 编：林学森
副 主 编：孙 凌
编 辑：郭益理

以下方式可以联系到我们

编辑部地址：
北京东长安街12号436室
邮 编：100742
电 话：(010) 85229397
传 真：(010) 85229196
E-mail: sunling@ccpittex.com
网 址：www.ccpittex.com



纺织贸促会开通官方微信了!

添加方法：打开微信->朋友们

->添加朋友->扫一扫