

提供经贸信息 开拓两个市场

# 纺织贸易

11  
2015

总第248期



中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 主办  
中国 国际 商会 纺织 行业 商会

月刊  
2015年11月20日

## 特别报道

### "五个主动变"、"四个没有变"和"三个不会变" ——习主席关于"十三五"时期中国经济形势的精辟论述

#### 行业动态

- ★ 第五届中韩日纤维产业合作会议关注三大议题
- ★ 1-10月纺织行业运行数据
- ★ 前三季度我纺服对美出口增速高出全国13.1个百分点
- ★ 国内纺企：加快转型 创新中找到新优势
- ★ 严峻形势下 优势纺企如何保持市场竞争力？

#### 走出去

- ★ 中国纺企"去"越南应关注哪些问题
- ★ TPP和中国纺织产业的因应之策

#### 国际市场

- ★ 全球纺织制造布局再分析
- ★ 德银：全球贸易萎靡仍将持续多年
- ★ 越南与TPP伙伴国进出口贸易情况

#### 政策法规

- ★ 商务部：支持中企投资化工纺织等领域
- ★ 国家出台政策将促进轻工、纺织等传统产业的发展

#### 展会专题

- ★ 2015秋冬面料展圆满收官"十二五"期待2016春夏面料展带来"十三五"元年开门红
- ★ 2016春季家纺展：重整旗鼓焕新颜 "十三五"开局年再出发



中国纺织贸促网  
www.ccpittex.com

## 目 录

行业动态	06	第五届中韩日纤维产业合作会议关注三大议题6
	09	1—10月纺织行业运行数据
	09	前三季度我纺服对美出口增速高出全国13.1个百分点
	10	国内纺企：加快转型 创新中找到新优势
	11	严峻形势下 优势纺企如何保持市场竞争力？
走出去	12	中国纺企“去”越南应关注哪些问题
	14	TPP和中国纺织产业的因应之策
国际市场	15	全球纺织制造布局再分析
	18	德银：全球贸易萎靡仍将持续多年
	18	越南与TPP伙伴国进出口贸易情况
政策法规	19	商务部：支持中企投资化工纺织等领域
	19	国家出台政策将促进轻工、纺织等传统产业的发展
展会专题	20	2015秋冬面料展圆满收官“十二五”期待2016春夏面料展带来“十三五”元年开门红
	23	2016春季家纺展：重整旗鼓焕新颜 “十三五”开局年再出发

纺织贸易

主管: 中国纺织工业联合会  
主办: 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  
内部刊物 准印刊号: CTN2012-011

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

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@ccpitex.com

网址: www.ccpittex.com

## “五个主动变”、“四个没有变”和“三个不会变”

### —习主席关于“十三五”时期中国经济形势的精辟论述

中共十八届五中全会于2015年10月26日至29日在北京举行，会议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》（简称“十三五”规划建议）。习近平主席不仅是“十三五”规划建议草案起草组的组长，而且还是五中全会后第一个走出国门在国际上宣讲“十三五”的“宣讲员”。同时他还创造了宣讲“十三五”时期中国经济形势的“一字法”，他围绕一个“变”字精辟论述了“十三五”时期的中国经济形势，描绘了中国经济未来发展的宏伟蓝图。

**五个主动变** “大时代需要大格局，大格局需要大智慧。”十八大以来，以习近平同志为总书记的党中央毫不动摇坚持和发展中国特色社会主义，勇于实践、善于创新，深化对共产党执政规律、社会主义建设规律、人类社会发展规律的认识，形成一系列治国理政新理念新思想新战略，为“十三五”时期中国社会经济发展提供了科学理论指导和行动指南。

“十三五”时期，面对错综复杂的国际环境和艰巨繁重的国内改革发展任务，新一届中央领导集体主动求变，引领中国经济进入新常态，为顺利完成“十三五”时期的发展目标，中国政府主动引领经济社会发展五大变化。

**一变发展理念。**“十三五”时期，国内将面对艰巨繁重的改革发展任务；国际上将面对世界多极化、经济全球化、文化多样化，国际金融危机深层次影响仍在延续，全球经济贸易增长乏力，保护主义抬头，地缘政治关系复杂变化，传统安全威胁和非传统安全威胁交织，外部环境不稳定不确定因素增多等多变的国际环境。为适应和引领经济新常态，破解发展难题，实现中国和世界永续发展，以习近平为总书记的党中央首先创新了发展理念。

习近平在关于“十三五”规划建议的说明中指出：“面对经济社会发展新趋势新机遇和新矛盾新挑战，谋划‘十三五’时期经济社会发展，必须确立新的发展理念，用新的发展理念引领发展行动。古人说：‘理者，物之固然，事之所以然也。’发展理念是发展行动的先导，是管全局、管根本、管方向、管长远的

东西，是发展思路、发展方向、发展着力点的集中体现。发展理念搞对了，目标任务就好定了，政策举措也就跟着好定了。为此，建议稿提出了创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，并以这五大发展理念为主线对建议稿进行谋篇布局。这五大发展理念，是‘十三五’乃至更长时期我国发展思路、发展方向、发展着力点的集中体现，也是改革开放30多年来我国发展经验的集中体现，反映出我们党对我国发展规律的新认识。”

11月18日，在亚太经合组织工商领导人峰会上习近平指出：“‘十三五’时期是中国全面建成小康社会的决胜阶段。我们将加快改革创新，加快转方式、调结构，着力解决发展进程中的难题，培育发展新动力，打造发展新优势，创造发展新机遇。”

**二变发展速度。**中国改革开放已经37年，从1979年至2012年我国的经济年平均增长9.8%，并在大多数时间内都保持着高速增长，据统计，GDP增速只有4次连续2—3年低于8%：第一次是1979—1981年，第二次是1989—1990年，第三次是1998—1999年。目前出现的是第四次增速下调：2012年GDP增长7.7%、2013年GDP增长7.7%，2014年GDP增速为7.3%，今年前三季度，中国经济增长6.9%。在国际金融危机爆发后的2009年至2011年间，中国对世界经济增长的贡献率达到50%以上。习近平指出：“新常态下，增长速度要从高速转向中高速。”

习近平在本次G20峰会上指出：“经过30多年快速发展，中国经济已经到了转方式、调结构的关键阶段。”对于我们主动下调经济增速做法，在本次G20峰会上，习近平总书记也做了精彩解读，他说：“面对下行压力，我们可以出台大规模刺激措施，短期内完全能够实现更高速度的增长，我们有这个能力。之所以没有这样做，是因为高消耗、高投入的模式对中国而言难以持续，也会给世界经济带来风险。因此，我们强调坚持进行结构性改革，着力解决经济中的深层次和中长期问题，让中国经济走得更好更稳更远。”

**三变发展方式。**我们要主动将经济从规模速度型转向质量效率型，这既是绿色发展的要求，也是可持续发展的要求，既是中国人民的要求，也是世界人民的要求。习近平在关于“十三五”规划建议的说明中指出：“‘十三五’时期我国发展，既要看速度，也要看增量，更要看质量，要着力实现有质量、有效益、没水分、可持续的增长，着力在转变经济发展方式、优化经济结构、改善生态环境、提高发展质量和效益中实现经济增长。”

在此次APEC会议上习近平指出：“我们将更加注重效益质量。我们将着力转变经济发展方式，推动经济从规模扩张转向结构优化，从要素驱动转向创新驱动，从主要依靠投资、出口拉动转向依靠消费、投资、出口协调拉动，推动信息化和工业化深度融合，工业化和城镇化良性互动，城镇化和农业现代化互促互进。可以肯定，所有这些都将创造出新的发展动力和增长空间。”

**四变发展结构。**我们要主动优化经济发展结构，使经济结构适应经济发展新常态并向中高端发展。习近平指出：“经济结构调整要从增量扩能为主转向调整存量、做优增量并举”。

习近平在江苏调研时强调：“把经济发展抓好，关键还是转方式、调结构，推动产业结构加快由中低端向中高端迈进。”

我们过去依靠政策刺激、基建投资、劳动

密集型产品出口等政策措施取得了经济的高速增长，但这是不可持续的，也超出了中国经济的潜在增长率，并导致产能过剩和库存大量增加，必须逐步消化产能和去库存，这可能需要数年时间调整。同时，今后5年是中国经济结构调整的阵痛期，包括结构性改革的主要任务也要在2020年前完成。在此过程中，中国经济将由主要依靠投资、出口拉动转向更多依靠消费拉动，这将是一个比较艰难的调整过程。

习近平指出：“转方式、调结构不会一帆风顺，不可能一蹴而就，必然会遇到困难和阻力，但中国推进结构性改革的决心是坚定的，扩大开放的方针是明确的，不会有丝毫动摇。”

**五变发展动力。**我们主动转变拉动中国经济增长的动力。习近平指出：“发展动力要从主要依靠资源和低成本劳动力等要素投入转向创新驱动”。

随着劳动力、资源、土地等价格上扬，过去依靠低要素成本驱动的经济发展方式已难以维继，必须把发展动力转换到创新驱动上来。

“十三五”规划建议中提出：“深入实施创新驱动发展战略。”“在国际发展竞争日趋激烈和我国发展动力转换的形势下，必须把发展基点放在创新上，形成促进创新的体制架构，塑造更多依靠创新驱动、更多发挥先发优势的引领型发展。”

改革开放以来，中国经济增长突飞猛进。然而，如今人口红利等优势日趋消失，人口、土地、资源、环境的矛盾日益凸显。必须转变依托人口等要素驱动经济发展的方式，走以科技驱动创新发展的新路。

2013年9月30日，习近平主持中共中央政治局第九次集体学习时指出：“当前，从全球范围看，创新驱动是大势所趋。机会稍纵即逝，抓住了就是机遇，抓不住就是挑战。从国内看，创新驱动是形势所迫。我国经济总量已跃居世界第二位，同时，我国人口、资源、环境压力越来越大。我们要推动新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展，必须

及早转入创新驱动发展轨道，把科技创新潜力更好释放出来，充分发挥科技进步和创新的作用。”

在《发挥亚太引领作用应对世界经济挑战》的主旨演讲中习近平指出：“我们将更加注重创新驱动。我们将大力实施创新驱动发展战略，把发展着力点更多放在创新上，发挥创新激励经济增长的乘数效应，破除体制机制障碍，让市场真正成为配置创新资源的决定性力量，让企业真正成为技术创新主体。”

**四个没有变** 因我们主动调整经济发展增速、经济发展方式和经济结构，引起了世界上一些国家和一些人对中国经济前景的担心和忧虑，也有极少数人是出于有意唱衰中国目的抛出所谓的“中国崩溃论”。

为此，习近平主席用“四个没有变”讲明中国经济形势和运行态势总体是好的，向上向好的发展趋势没有变。在此次APEC会议上习近平指出：“总的看，中国经济发展长期向好的基本面没有变，经济韧性好、潜力足、回旋余地大的基本特征没有变，经济持续增长的良好支撑基础和条件没有变，经济结构调整优化的前进态势没有变。”

**一是中国经济长期向好的基本面没有变。**中国经济转型正扬帆起航，基本面依然强劲，中国经济仍具备保持平稳较快发展的潜力和条件。新常态将给中国带来新的发展机遇。新常态只是意味着中国经济进入到一个新的发展阶段。新常态下，中国经济增速虽然放缓，实际增量依然可观。

经过30多年高速增长，中国经济体量已今非昔比。2013年一年经济的增量近5万亿元，相当于1994年全年经济总量，可以在全世界排到第十七位。因此，即使是7%左右的中高速增长，无论是速度还是体量，在全球仍是名列前茅。习近平指出：“我们看中国经济，不能只看增长率，中国经济体量不断增大，现在增长7%左右的经济增量已相当可观，集聚的动能是过去两位数的增长都达不到的。”

在此次G20峰会上，习近平指出：“近段时间，大家都很关心中国经济。这完全可以理解，因为中国已经成为全球第二大经济体，同各国经济紧密相连。在这里，我想强调的是，中国有信心、有能力保持经济中高速增长，继续为各国发展创造机遇。中国在世界经济最困难的时刻，承担了拉动增长的重任。2009年到2011年间，中国对世界经济增长的贡献率达到50%以上。目前，中国经济增速虽有所放缓，对世界经济增长的贡献率仍在30%以上，仍是世界经济重要动力源。”

**二是经济韧性好、潜力足、回旋余地大的基本特征没有变。**在2014年12月5日中共中央政治局召开的会议上习近平指出：“我国进入经济发展新常态，经济韧性好、潜力足、回旋空间大，为明年和今后经济持续健康发展提供了有利条件。”

习近平在出席博鳌亚洲论坛2015年年会开幕式时指出：“中国经济体量大、韧性好、潜力足、回旋空间大、政策工具多。”

在此次APEC会议上，习近平指出：“我们将更加注重效益质量。我们将着力转变经济发展方式，推动经济从规模扩张转向结构优化，从要素驱动转向创新驱动，从主要依靠投资、出口拉动转向依靠消费、投资、出口协调拉动，推动信息化和工业化深度融合，工业化和城镇化良性互动，城镇化和农业现代化互促互进。可以肯定，所有这些都将创造出新的发展动力和增长空间。”

**三是经济持续增长的良好支撑基础和条件没有变。**2014年7月习近平在主持召开经济形势专家座谈会时强调：“我国具备持续健康发展的有利条件，我们牢牢把握着我国发展主动权。”

在接受《华尔街日报》采访时习近平指出：“我们将统筹稳增长、促改革、调结构、惠民生、防风险，加强和创新宏观调控，促进经济平稳较快发展。中国新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化持续推进，居民储蓄率高，消费潜力巨大，人民工作勤奋，中等收

入者比重在提高，服务业发展势头强劲，市场空间和潜力都很大，今后一个时期保持经济中高速增长有基础也有条件。”

“十三五”规划建议提出：“发挥消费对增长的基础作用，着力扩大居民消费，引导消费朝着智能、绿色、健康、安全方向转变，以扩大服务消费为重点带动消费结构升级。”

“发挥投资对增长的关键作用，深化投融资体制改革，优化投资结构，增加有效投资。”

“发挥出口对增长的促进作用，增强对外投资和扩大出口结合度，培育以技术、标准、品牌、质量、服务为核心的对外经济新优势。”

**四是经济结构调整优化的前进态势没有变。**新常态下，经济结构优化升级是非常重要的变化。增速放慢但结构在不断优化，是中国经济新常态的典型特征。我们不再一味地追求高增长，而是追求在经济增长速度合理下的结构优化，经济结构优化了，经济的平衡性、协调性和可持续性才能增强，经济质量和效益才能提高，才能实现“稳中有进”。

习近平在西雅图出席中美企业家座谈会时强调：“中国经济长期向好的趋势不会改变。结合正在制定的国民经济和社会发展第十三个五年规划，我们将大力推动产业结构优化升级，实施创新驱动发展战略，加快农业现代化步伐，走绿色循环低碳发展之路，更加注重发展质量和效益。我们加大简政放权力度，加强和创新宏观调控，促进经济持续健康发展。”在此次APEC会议上，习近平指出：“我们将更加注重创新驱动。我们将大力实施创新驱动发展战略，把发展着力点更多放在创新上，发挥创新激励经济增长的乘数效应，破除体制机制障碍，让市场真正成为配置创新资源的决定性力量，让企业真正成为技术创新主体。”

**三个不变** 中国30多年高速发展，最根本原因是改革开放，中国改革开放的大门永远不会关上，并且还正在进行着更高层次、更高

水平的改革开放。习近平指出：“改革开放只有进行时没有完成时。没有改革开放，就没有中国的今天，也就没有中国的明天。”在此次APEC会议上习近平指出：“我愿重申，中国利用外资的政策不会变，对外商投资企业合法权益的保护不会变，为各国企业在华投资兴业提供更好服务的方向不会变。”

**一是中国利用外资的政策不会变。**改革开放三十多年来，为合作共赢，我国利用外资的政策不断调整，利用外资额度不断提升、水平不断提高，外资在中国的获利也越来越多。

2015年9月22日习近平在访美前夕接受美国《华尔街日报》书面采访时指出：“利用外资是我们的长期方针。”

习近平主席在博鳌亚洲论坛2015年年会上指出：“中国将坚持对外开放的基本国策，不断完善国内投资环境，保护投资者合法权益，同大家一起，共同驱动亚洲发展的列车，不断驶向更加光明的未来。”

习近平29日在同出席博鳌亚洲论坛2015年年会的中外企业家代表座谈时强调：“随着中国经济发展步入新常态，中外经济合作也在同步提升，意味着给世界各国及各家企业提供新的合作契机。中国将越来越开放，中国利用外资的政策不会变，对外商投资企业合法权益的保障不会变，为各国企业在华投资兴业提供更好服务的方向不会变。”“十三五”规划建议指出：“完善投资布局，扩大开放领域，放宽准入限制，积极有效引进境外资金和先进技术。”

**二是对外商投资企业合法权益的保护不会变。**中国一向致力于为投资者提供公平、稳定、透明的投资环境，依法保护外商投资企业的合法权益，对来自于不同国家和地区的投资者一视同仁、平等对待。

在2015年亚太经合组织工商领导人峰会上习近平指出：“我们将继续推进外商投资管理体制改革，大幅减少外资准入限制，加强知识产权保护，营造公开透明、高效平等的市场环

境。”

习近平在与参加博鳌亚洲论坛2013年年会的企业家代表座谈时说：“中国市场环境是公平的。所有在中国内地注册企业，都是中国经济重要组成部分。我们将坚持社会主义市场经济方向不动摇，继续加强法治建设，积极改善投资环境，努力实现各类企业依法平等使用生产要素、公平参与市场竞争、同等受到法律保护，把中国市场环境建设得更加公平、更富有吸引力。我们利用外资政策不会变，依法保障外商投资企业合法权益。”

2015年9月22日习近平在接受美国《华尔街日报》书面采访时指出：“中国尊重非歧视性规则的国际营商惯例，遵守国民待遇等入世承诺，公平公正对待包括外商投资企业在内的所有市场主体，欢迎跨国公司同中国企业开展各种形式合作。近年来，中国采取了一系列措施，推进投资便利化，大幅度取消限制类项目，推动以准入前国民待遇加负面清单的管理模式，及时解决外国投资者合理关切，保护他们的合法权益，努力营造公开透明的法律政策环境、高效的行政环境、平等竞争的市场环境。”

三是为各国企业在华投资兴业提供更好服

务的方向不会变。习近平在接受美国《华尔街日报》书面采访时指出：“联合国贸易和发展会议等国际权威机构调查表明，中国依然是当前全球最具吸引力的投资东道国。有关中国投资环境发生变化、外资对中国失去信心的说法很不符合实际。2014年，中国吸引外资规模居世界第一，达到1200亿美元，连续23年保持发展中国家首位。今年头8个月，中国实际利用外资853亿美元，同比增长9%。中国将进一步放宽对外商投资的市场准入，同时也要健全外商投资监管体系，修订外商投资相关法律，依法保障外商投资企业合法权益。”

习近平在同出席博鳌亚洲论坛2013年年会的中外企业家代表座谈时指出：“我们将不断提高服务能力和水平，为各国企业家在中国投资兴业提供更好环境和条件。希望各国企业家更好把握中国机遇，实现企业更大发展。”

习近平主席的“五个主动变”、“四个没有变”和“三个不会变”将“十三五”时期中国的经济发展蓝图描绘得惟妙惟肖，并做精辟论述。让世界各国在极短的时间内读懂中国经济的现在和未来，也为我们宣讲五中全会精神、讲述中国故事做出了光辉典范。

## 第五届中韩日纤维产业合作会议关注三大议题

11月5日，第五届“中韩日纤维产业合作会议”（下称“会议”）在深圳召开。会议作为中韩日三方纺织业加强对话与合作的桥梁纽带，今年延续了三方先前确定的主题，相互通报本国纺织行业现状与展望，围绕自由贸易协定、环境和产品安全，以及时尚产业合作项目三个重要议题展开互动交流。

中方代表团由中国纺织工业联合会会长王天凯带队，中国纺织工业联合会副会长兼秘书长高勇，中国纺织工业联合会副会长夏令敏，中国纺织工业联合会会长助理徐迎新、杨世滨、陈大鹏，中国纺织工业联合会副秘书长兼

产业部主任孙淮滨，中国纺织工业联合会副秘书长兼外事办主任袁红萍，中国服装设计师协会副主席张庆辉等参加会议。韩、日代表分别由韩国纤维产业联合会会长成耆鹤、日本纤维产业联盟会长下村彬一率领，三国与会代表逾百人。

会议由高勇主持，作为三国纺织业与会成员代表，王天凯、成耆鹤、下村彬一首先分别发表了致辞。

由于本次会议紧接11月1日在首尔召开的韩中日首脑峰会举办；上月5日泛太平洋战略经

济伙伴关系协定（TPP）又取得实质性突破，美国、日本和其他10个泛太平洋国家就TPP达成一致；上周，中共十八届五中全会又一致通过了“十三五”规划建议。这一连串重要事件，都令本届会议充满看点。

#### **中国纺织工业联合会会长 王天凯：**

今年是中国第十二个五年规划周期的最后一年，回顾过去五年，纺织行业经济增长从中高速向中速逐步减缓换挡，产业结构优化与发展质量提升的支撑作用凸显，加快建立跨国产业链与价值链的国际化发展趋势已现端倪。

近年来，中日韩之间的经贸合作关系日益深化，中韩自贸协定今年6月正式签署，两国共同扩大市场与投资开放，将为纺织行业带来更为充沛的发展活力。中韩日自贸协定谈判期间，中国纺织工业联合会多次向中国政府部门表达了全面开放市场、与韩国纺织业共同发展的愿望。

今年以来，中日韩自贸区谈判进度也有所加快，三国政府间的经济往来合作更趋紧密，将为纺织行业创造更有利的发展环境与合作契机，三方纺织业也应当抓住这一机遇，进一步深化交流，力求合作，共同发展。

对于三方纺织业未来合作，建议重点关注深化产业创新与生态发展合作，推进技术应用、生态标准、时尚创意、创新人才等方面交流；加强贸易经济合作，共同挖掘中国内需潜力，建立更具有协作发展空间的跨国产业布局体系；建立更加常态化的沟通机制，三方协会在现有专题小组及联络人机制基础上，适当增加沟通频率，定期交换重要信息，适时就自贸区、技术标准等重要事项开展专项沟通。

#### **韩国纤维产业联合会会长 成耆鹤：**

今年韩国经济受到中东呼吸综合症及出口降低的影响面临了诸多困难。在国内外环境艰难的情况下，韩国纺织产业持续探索与国内外产业链之间的合作、新材料的研发、相关产业的融合发展等方式，积极寻求新成长动力的转型模式。

今年，三国的经贸环境发生了重大变化。日本参与的TPP谈判于10月5日达成了基本协议、韩中两国于6月1日正式签署自贸协定，预计今年底或明年初生效。不仅如此，包括韩中日三国在内的16个国家共同参与的区域全面经济伙伴关系（RCEP）谈判也进入了实质性阶段。在此如的贸易环境转型过程中，三国的纺织产业将发挥至关紧要的作用。

韩中日三国的合作对半岛的和平与国际关系发展甚为重要。期望三国在推动自贸协定的过程中，超越经济利益，将开城工业园区视为整合三国产业链的有效资源。而在今天的会议上，期望汲取各方对区域贸易自由化、原产地规则等敏感议题的意见，进而探讨适时的应对方案。同时，期待三国的纺织服装业，对全球经济疲软、贸易环境变化视为新的机会而不是瓶颈，应作为探索新成长动力的踏脚石。

#### **日本纤维产业联盟会长 下村彬一：**

综观世界经济形势，在扮演世界经济增长的发动机角色的新兴国家的经济增长放缓中，虽然美国经济持续走高，欧洲经济趋于恢复，但是前景不容乐观。

日本自2012年末政权更迭后，虽因安倍政权推出的安倍经济学效应有复苏迹象，但去年4月实施的增加消费税，导致经济增长逐步减速，生产复苏疲软。另一方面，纤维产业环境不容乐观，生产领域局部出现恢复迹象，不过远没达到雷曼冲击前的水平。随着日元加速贬值导致能源等成本上升，又面临着盈利的糟糕局面。

不过，日本政府推出了多项解决通缩的政策，对纤维产业是千载难逢的大好机会。此外，上月初TPP基本达成协议，期待对其他谈判起良好的影响。另外，出口持续扩大，通过有效运用进口、促进贸易及投资，进一步扩大面向全球市场的商流，我认为这是创造需求的绝好机会。

世界各地快速推动区域经济合作，世界无边化也在快速推进。而新兴国家正在抬头，中日韩三国的市场更加成熟，消费者的需求多样

化，而且供应链快速实现全球化。在全世界关注快速成长的亚洲市场之际，中韩日三方必须强烈意识到我们是亚洲乃至世界纤维、时装产业发达国家，强化亚洲时装推向世界的活动。从中长期看，亚洲地区具备了能够高速增长的潜力，希望就中日韩三国鼎力合作的事业模式积极交流，强化相互间的信赖关系，携手共进。

### 期待与忧虑：深化共识加强合作

三个议题探讨之前，中国纺织工业联合会副会长夏令敏，韩国纤维产业联合会副会长尹秀荣，日本化学纤维协会会长铃木纯分别介绍了本国纺织产业发展现状。受内外部经济环境复杂，综合成本提升，资源环境约束加剧等因素影响，中韩日三方纺织产业都遇到了困难与挑战，都在积极寻求转型之路。三方代表肯定了多年来会议在深化合作方面的重要作用，也表达了未来对加强合作、凝聚共识的合作意愿。

夏令敏表示，“十二五”期间，中国纺织行业规模效益基本平稳增长，但随着外部形势与内在发展方式的改变，增长速度已由

“十一五”时期的中高速逐步换挡至中速。尽管产业结构得到进一步优化，综合实力稳步提升，中国纺织行业在纤维原料供需，节能环保，创新能力，产业布局调整方面仍存在诸多问题。因此，在即将开始的“十三五”阶段，科技创新，品牌建设，生态文明，产业布局，调整企业结构，人才培养将成为行业发展的主要方向。

进入第一议题“自由贸易协定”。由韩国纤维产业联合会常务副会长金南荣，日本纤维产业联盟执行秘书兼会长助理田村敦彦，中国纺织工业联合会副秘书长兼产业部主任孙淮滨分别发表报告。面对FTA这个炙手可热的问题，三方就其带来的全球供应链及贸易变化、投资调动发表了各自见解。

孙淮滨表示，中韩日纺织产业结构互补，并由此发展形成密切的贸易关系，是三方自贸

区的最重要基础。投资带动的产业布局调整，将对自贸协议达成后的实施效果有长期影响，着眼三方本国经济发展需求，应尽快达成自贸区协议，更充分共享自由红利。

**第二议题“环境和产品安全”。**由日本纤维产业联盟环境和安全问题委员会负责人长保幸，中国印染行业协会副会长李瑞萍，韩国化纤协会专务理事李昌郁汇报了各自领域的最新成果，集中表现为纺织工业的污水处理问题。

李瑞萍表示，此次会议锁定三方印染废水相关法律法规及标准的交流及对其的控制和治理等方面，为三方纺织产业环境生态安全、节能减排，印染技术水平的整体提升作出了应有贡献。

**第三议题“时尚产业合作项目”。**由中国服装协会常务副会长陈大鹏，韩国时装协会常务副理事朱相浩，日本服装时尚产业协会副会长、日本时装周组织董事长三宅正彦回顾了三方今年来在时尚产业的合作，又分享了下一步三方的深化互动计划，并一致认为培养年轻设计师资源是奠定亚洲时尚力量必不可缺的环节。

陈大鹏表示，在全球经济一体化的时代下，虽三国服装产业发展水平不同、阶段不同，但都站在了一个全新交叉点。面对时代、消费和产业的变革，三方应深入合作层面，合作重点仍将围绕服装的设计、文化创意、产品和消费等领域展开。比如，三方明年将首度在三地推出亚洲数码时尚设计赛事，培养熟练运用数码设计技术的年轻时装设计师。

会议结束前，王天凯、成耆鹤、下村彬一代表三方纺织产业组织签署合作协议，约定在现有基础上，继续就中韩日纺织业自由贸易和纺织业安全与环保议题深化共识，并为扩大中韩日三国时尚影响力采取更多的具体合作措施。

## 1-10月纺织行业运行数据

据国家统计局统计，今年10月，我国规模以上工业增加值同比实际增长5.6%（以下增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），比9月份回落0.1个百分点。从环比看，10月份，规模以上工业增加值比上月增长0.46%。1~10月，规模以上工业增加值同比增长6.1%。

分行业看，10月份，41个大类行业中有37个行业增加值保持同比增长。其中，纺织业工业增加值增长5.6%。1~10月，纺织业工业增加值同比增长7%。

分产品看，10月份，565种产品中有262种产品的工业增加值保持了同比增长。其中，布为63亿米，同比增长1.5%；1~10月累计579亿米，同比增长3%。

另据国家统计局统计，今年10月，社会消费品零售总额28279亿元，同比名义增长11%（扣除价格因素实际增长11%）。1~10月，社会消费品零售总额244359亿元，累计同比增长10.6%。

其中，服装鞋帽、针纺织品10月零售总额

为1221亿元，同比增长9.8%；1~10月累计零售总额为10596亿元，同比增长10.2%。

今年1~10月份，全国网上零售额29484亿元，同比增长34.6%。其中，实物商品网上零售额24454亿元，增长33.0%，占社会消费品零售总额的比重为10%。其中，穿着类商品增长24.4%。

据海关数据统计，10月当月中国纺织品服装出口236.6亿美元，同比下降10.9%，其中纺织品出口92.1亿美元，下降5.5%，服装出口144.5亿美元，下降13.9%。

1-10月，纺织品服装累计出口2349.8亿美元，同比下降5.4%，其中纺织品出口910.6亿美元，同比下降1.9%，服装出口1439.2亿美元，同比下降7.5%。

出口下降的原因在于国内外经济环境不佳。受汇率波动及产业转移的影响，除美国外主要出口市场需求均未恢复，新兴市场也出现下滑。国内方面，企业面临的问题如融资难等依然未得到有效解决，影响企业出口积极性。

## 前三季度我纺服对美出口增速高出全国13.1个百分点

2015年前三季度美国经济整体温和复苏，由此带动中国纺织品服装对美出口。据中国海关统计，1~9月，我国纺织服装对美出口364亿美元，同比增长8.34%，较全国纺织服装出口增速高13.09个百分点。其中，纺织品出口91.73亿美元，同比增长10.4%；服装出口272.27亿美元，同比增长7.67%。呈如下特点：

### 纱线出口量价齐升

1~9月，中国对美出口纱线2.28亿公斤，同比增长2.58%，出口金额3.99亿美元，同比增长0.88%，出口单价同比下降1.65%。其中，棉纱

线出口量124.11万公斤，同比下降15.57%，平均单价同比下降1.48%；化纤纱线出口量1.06亿公斤，增长14.58%，出口金额2.49亿美元，增长4.35%，但平均单价下降8.93%；其他纱线出口量1.21亿公斤，下降5.84%，出口金额1.26亿美元，下降3.67%，平均单价增长2.30%；丝线出口量下降16.10%，平均单价增长30.84%；毛纱线出口量增长5.56%。

### 棉布出口增长显著

1~9月，中国对美出口面料111785万米，同比增长12.77%，出口额15.23亿美元，同比增长11.85%。其中，棉布出口量20027万米，

同比增长38.06%，出口金额2.69亿美元，同比增长46.16%；化纤布出口30402万米，同比增长2.77%，出口金额3.76亿美元，同比增长4.59%；其他面料出口61022万米，同比增长11.66%，出口金额8.48亿美元，同比增长8.38%。

#### 家用纺织品出口仍保持较快增长

1-9月，中国对美出口制成品63.8亿美元，同比增长11.64%。其中，家用纺织品出口36.01亿美元，同比9.76%，出口平均价格同比下降1.20%，出口量同比增长11.09%；无纺织物出口14843万吨，同比增长25.54%，出口额5.11亿美元，同比增长23.06%；其他制成品出口23.55亿美元，增长11.71%，平均单价增长7.33%。

#### 针织服装出口增长快于梭织服装

1-9月，中国对美服装出口额272.27亿美元，同比增长7.67%，出口量同比增长12.39%。其中，针织服装出口29亿件（套），同比增长9.34%，出口额116.94亿美元，同比增长8.77%，平均价格4.03美元/件（套），微降0.52%，其中化纤制针织服装出口量增长18.28%，其他材料制针织服装增长15.52%。梭织服装出口22.07亿件（套），同比增长10.10%，出口额109.81亿美元，同比增长5.73%，平均价格4.97美元/件（套），同比下

降3.97%，其中棉制梭织服装出口额、出口量同比分别增长3.15%、3.48%；化纤制梭织服装出口量同比增长14.52%，出口平均单价同比下降4.05%。

#### 对美出口主要地区均有增长

从出口省市看，江苏仍是对美出口最主要的主要省市，其次是浙江、广东、上海和山东。其中，广东增长较快，同比增长13.37%，而山东增速较低，同比增长4.28%，浙江、江苏和上海增速均在8%左右；其他省份对美出口总体下降省份多于增长省份，最高增幅为吉林，同比增长66.43%，黑龙江创最大跌幅，下降49.63%。

#### 中、高端市场竞争力强劲

今年以来，我国纺织品服装出口面临诸多不利因素，整体呈现负增长。主要出口市场中，只有对美国出口保持增长。“美国市场稳定、好做”成为企业共识，大多数受访企业都表示今年出口形势较为严峻，但对美出口一直保持稳定增长，并对美市场前景普遍乐观。

江苏国泰、红豆集团、孚日家纺的负责人均表示，随着美经济进一步复苏，消费需求会相应扩大，中国纺织产品在美国市场上虽然受到来自东南亚等地的激烈竞争，但在中、高端市场的竞争力依然强劲，不惧挑战。

## 国内纺企：加快转型 创新中找到新优势

党的十八届五中全会审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十三个五年规划的建议》，提出了全面建成小康社会新的目标要求，将创新作为新时期发展理念之首，明确“必须把发展基点放在创新上，培育发展新动力。”

作为与我国全面建成小康社会息息相关的纺织行业，在当前宏观经济“新常态”环境下，经济运行缓中趋稳，下行压力比较大。但是，纺织作为国内市场改革的先行产业，不乏抓住机遇，适时转型，赢得市场先机进而获

得可观利润的优秀企业。这其中，有不少纺织企业就是日前在国家会展中心（上海）结束的第21届中国国际纺织面料及辅料秋冬博览会的展商。他们是如何在转型关键期抓住机遇，取得良好发展的？展会是行业的风向标，透过展会现场记者对他们的采访，可见一斑，有所启发。

#### 功能性新品引掘金之路

联邦三禾（福建）股份有限公司公司展位上，太极石健康能量纺织品吸引了众人眼球。

太极石健康休闲面料保健功能强大，且性价比高。

**宏太控股有限公司** 近些年，集团围绕提升产品附加值、提高创新能力两个中心，不断通过技术改造和加大研发力度等举措，发展原创技术，替代进口面料、开发国际市场，同时高度重视环境保护，企业现已成为专业高中档休闲面料的供应商。

### 舒适体验逐一升级

**祥兴行里布有限公司** 现在消费者理念更加理性，不光紧跟时尚的脚步同时更追求自然、经典的品质生活。所以，我们开发新的产品也是为了迎合市场。这次公司展出的“宾霸”里布，因为没有天然纤维那种粗细不均的现象，与其他各种纤维相比，它的截面成圆形，摩擦系数很小，具有优越的顺滑性，并且与羊毛等外衣的摩擦也会减少，即便穿着厚重的秋冬季服装，也能拥有轻松舒适的穿着感。

### 紧紧抓住流行命脉

有业内人士指出，设计最大的功能是化腐朽为神奇，面料要走向更为广阔的舞台，离不开自主创新，更离不开时尚的演绎。流行的肌理或花样已经不再仅仅是商品形象，更是商品隐性价值的构成部分。

**张家港市金陵纺织有限公司** 公司在本届展会上有两个展位。与往届相比，本次的区域划分更精准地传递了面料视觉信息和产品服饰类型。

“近些年，大环境不景气已成不争的事实，但金陵始终保持增长态势，与此不无关系。”

处在转型升级关键期的纺织企业在技术装备水平、产品适应能力、开发能力方面均在大幅提升，产品多元化程度在提高，创新力度也在加强。

## 严峻形势下优势纺企如何保持市场竞争力？

日前，中棉行协调研组赴河南夏邑县、山东枣庄市展开调研，走访了企业，针对纺企运行状况、新棉使用感受、技术创新等行业热进行了座谈交流。通过调研了解到：

两地纺企突出的特：在当前需求乏力，棉花品质差，外纱强势入侵等不利环境下，纺企经营状况较往年有所下滑，但好于区域内煤炭、农产品加工、装备制造、地产开发等其他地方支柱产业，为当地较为健康的产业，职工流失率低、效益足够维持正常运转。

那么，究竟是什么使其保持活力？主要有以下三方面：

### 1、准确产品定位

在激烈的市场竞争中，根据自身的优势对所生产的产品进行准确定位，是企业平稳发展的基础。永安纺织以高支纱产品、联润纺织以

特殊新型产品、海洋王朝以出口牛仔布产品立足市场，以其专注的精神，不断进行技术创新和产品研发，提升了产品附加值，保持了企业竞争力！

### 2、智能化生产

随着两化融合的推进，许多企业从不同的角度加速智能化的应用。永安纺织正在尝试夜班无值车工的有关技术升级，目前的单锭检控进展顺利，尽管费用较高，企业仍坚定前行，以降低工人劳动强度和提高劳动生产率为奋斗目标。海洋王朝纺织通过对各工序设备的有效联网，以期达到全流程生产的监控，有利于提高产量，保证质量。

### 3、可持续发展

许多地区期望通过上后道印染来延伸产业链，提升产品附加值，提高地区的竞争力。随着国家节能减排及蓝天计划等相关文件出台，

各地排污额度都有严格的指标约束。为此，纺企也认识到产业链是针对全国而言，发展印染不仅要遵守排放要求，更要遵循市场、技术、人才领先原则，切勿单打独斗，一定要引进有实力、有经验的合作伙伴，以保证健康持续发展。

新棉是近期的一大聚焦，最近正值新棉上市，新年度棉花企业反响如何呢？

今年4月，中纺联王天凯会长赴疆调研时反复强调要不遗余力提高新疆棉花质量，新疆棉质量问题得到了各层面空前关注，纺企也看到自治区和兵团在提升棉花品质上下了许多功夫，然而天公不作美，新疆持续的高温天气过早催熟了新棉，所有企业都对新年度棉花马值高、长度短的质量堪忧，这将导致纺企生产高品种纱线难度极大。企业将如何面对呢？

### 1、加大非棉纤维使用

联润纺织立足80%的纤维使用非棉，在品种开发和创新中下功夫，其生产的纱线在业内已经小有名气，目前正在适量扩大产能，联

润纺织表示将会进一步加大对品质价格相对更为稳定的化纤短线的使用比例。

### 2、技术工艺创新

目前受棉花质量影响相对小的是中低支上纱，但受进口纱线的冲击较大，海洋王朝纺织以生产特殊纱线产品扬长避短，不仅保证了牛仔布产品的质量，也保证了出口市场的份额，创造了十几年的盈利的佳绩。

### 3、展望

为减少棉花质量对产品的影响，纺企纷纷表示短时的权宜之计就是尽量少用棉花，在调研中我们看到，许多企业为此付出较多代价，技改费用增大，三项费用上升，市场份额减少等，大家强烈要求进口高质量的棉花，以保持出口市场的竞争力。

对于“十三五”期间的棉花前景，企业表示，应加快棉花体制改革，虽然政府及全产业链对棉花品质需提升的认识普遍提高，但在应对市场方面要快速反应，减少政府干预，纺企对新疆棉花重拾昔日辉煌仍抱有信心。

## 中国纺企“去”越南应关注哪些问题

2015年10月14日中国纺织业“走出去”交流大会在上海召开。在对话环节，与会嘉宾就越南未来5~10年的投资潜力、TPP区域性优惠贸易政策对国内纺织产业越南转移的影响进行了探讨。

### 关于TPP有什么样影响

天虹纺织集团：这与中国加入WTO情形类似。对内地企业而言，如果你是一个能适应市场需求、有核心竞争力的企业，就不一定非要“走出去”，不要认为TPP来了，我们企业就会被淘汰。经验表明，越南虽好，但不是到了越南就什么问题都解决了，企业内功是最核心的，在国内不具竞争力，“走出去”也很难存活。

我认为，TPP框架协议签约的12个国家中

就我们而言唯一具备竞争优势的是越南。无论是墨西哥、加拿大、秘鲁，还是日本、马来西亚、新加坡都不可能跟我们竞争纺织服装业。我赞成有能力的企业在越南开设工厂，越南无论是电费、人工、税收，还是有关劳动法的政策，都比中国有优势。

那我们能不能联合起来，让越南出口美国的服装里有50%是中国投资企业制造的呢？也就是说，不管TPP如何变化，受益的还是中国纺织服装企业。这就要求我们企业加快国际化的步伐。

“走出去”企业会面对国际、国内两个市场的开拓问题，也就是既要做到适应TPP市场发展，也要适应国内市场发展。相信未来中国会成为超过美国的最大消费市场。

**百隆东方股份：**所有投资都是市场和客户叫你去才是最正确的。TPP一签，越南土地价上涨，工资也会不断增高，所以企业要多关注各方面因素。雅戈尔上下游纵向一体化的做法非常好，我认为转移就是要产业链整体向越南转移。

**雅戈尔盛泰纺织：**越南现在的贸易自由化程度超越了马来西亚等国。企业做事情一定要未雨绸缪。

### 关于越南对国内"走出去"企业的政策

**天虹纺织集团：**我曾提过一个说法叫产业出口。我们以前一直做的是产品出口，现在我提倡产业出口，尤其在"一带一路"战略下，我相信我们从产业出口甚至可以上升到产业外交的层面。要把越南本地企业培养起来还真不那么简单，发展最快的还是中国投资的企业。

近三五年考虑非洲不太合算，毕竟太远。越南与中国文化相近、距离短、政策优惠，还是先在家门口把事情做好。我认为，目前真正"走出去"最好的首选地，特别是TPP背景下，还是越南。

**百隆东方股份：**越南的税收、优惠政策都非常简单，法律较详细，且对环保要求严格。我们"走出去"要符合当地的法律法规，要实事求是。

我碰到的越南领导还都比较亲民，国家主席到我们厂来，也就带了两辆车、四个随从。当然，他们也有办事作风问题，很多事情办起来不容易，招商引资中他们有时候也会刁难一下。

**雅戈尔盛泰纺织：**从雅戈尔盛泰的发展来看，越南肯定是我们现在、未来"走出去"投资的一个首选地。虽然有些企业或许有到非洲投资的想法，但我认为非洲确实并不适合现在去投资，南亚地区应是下一步的发展方向。

同时，我觉得印度纺织会呈现发展很快的

趋势。我们的棉花政策、价格也确实给了他们一个千载难逢的机会。越南虽有税收优惠，但我认为主要对手还是印度，不是越南。

### 关于越南投资风险

**雅戈尔盛泰纺织：**风险是我们考虑最多的事情，越南有很多的优势，但我们还是会把很多精力放在规避风险方面。我们的做法一是抱团，二是与当地企业、政府全面合作。

我们在当地开了一个最大的面料厂，这是越南地方发展需要的，也是越南政府极力推动的项目。生产面料是我们的共同需要，所以就有了抱团的想法。这样我们就与越南当地企业合资，以规避资金和环境风险。我们是三方合资，另一方是香港著名的成衣企业。我相信，中国企业"走出去"很多都可以抱在一起，增大力量。

确实，投资新疆我们也有过一个30万锭的规划，但棉花政策变化后，最令我们伤心的是我们在新疆没有配额，在棉花差价那么大的情况下，我们那个厂在新疆就是拿不到配额，新疆是真不去了。

**百隆东方股份：**我们在越南投资唯一一次遇到的风险就是上次的打砸抢，好在当时部队来工厂保护了我们。财产保护方面可以买商业保险。

我们2000年去的新疆，六个企业分布较广，六个基地都非常好，我觉得新疆还是好地方。未来布局时还要考虑到相关政策。

**天虹纺织集团：**我们刚刚在新疆做了一个较大投资，共20个亿，我们相信国家政策，目前进展顺利。企业到新疆一定要符合当地产业政策，要有信心。至于越南投资，我还是认为值得去做。

## TPP和中国纺织产业的因应之策

TPP近日引起纺织界热烈讨论，其中比较理性的一种观点是TPP虽然无法改变世界纺织回归贸易自由的大势，也不能干扰中国纺织强国梦的实现，但应引起我国对后MFA（多种纤维协定）时代纺织贸易规则的发展和影响的思考，使这种博弈成为中国维护开放型经济体制、提高中国参与并提升全球治理能力的演练。

### TPP的“修昔底德”困境

尽管当事国宣称TPP并不针对谁，奥巴马明确表示TPP是“亚太再平衡”战略的一部分，称在后MFA继续施展规则制定者和话语权掌控者的策略升级。

回顾2001年中国加入世贸组织（WTO）前后，一些强国及其相关利益集团声称中国的加入会使得本国经济受损，将导致纺织产业部门失业增加。尽管之前经济学家的研究报告认为相关国因为中国入世而总体获益，事实也证明这一点。

2005年MFA废止前后，发达国家一些人或鼓噪或挑拨，在2005年国际劳工组织（ILO）的三方会议上，有人声称中国将是唯一赢家，其他国家都是失败者。而ILO专家的研究报告客观认为回归自由贸易将有利于世界经济（包括发达、发展、欠发达国家）的发展，事实同样证明后MFA时代世界服装贸易快速增长，发达国家的出口也由此获益。

强国政治人物或利益集团的这种鼓吹或是一种“修昔底德”陷阱中的主导者对后来者的焦虑，或是为了在未来秩序制定中讨价还价，或两者都有。因此，才有了那些针对中国入世的限制和保护条款。世界银行的报告《服装产业成功之道——后MFA时代的就业工资和减贫》（杨以雄译）以更详尽的分析论证了自由贸易下的服装产业可能对世界经济特别对欠发达国家在解除贫困、就业和饥饿中的作用。

无论是中国入世还是MFA终止，都是回归贸易自由化的里程碑或重要事件，推倒了过去

基于单边主义的双边协商机制，回归贸易自由化的多边机制。但WTO这种回归并不顺利，除了各国坚守一些产业利益不能调和外，贸易成为冷战思维和政治保价的一种工具。在美国主导下，TPP显然是一个抓手。

### TPP对中国纺织产业的影响

不能否认，习惯于制定国际规则和世界秩序的人，在MFA这么一个不公平的规则解除之后，仍想着重新掌握全球贸易的话语权与控制权，他们也确实具有这方面的能力。经济专业人士陆圣2013年在分析TPP进程阶段中的纺织服装的市场占有率的变化时，发现中国的纺织服装在相关市场占有率达到下降（表1、表2），可以预期，当TPP12国协议正式付诸实施，纺织贸易转移效应会进一步显现，这需要中国的纺织界特别是学术界认真分析并拭目以待。

表1 TPP实施后中国纺织品  
在主要进口国家及地区的市场份额（单位：%）

进口方	纺织品			
	基期（2007年）	TPP9国	TPP11国	TPP12国
世界	24.32	23.96	23.94	23.79
TPP1	42.75	41.53	41.36	40.73
美国	29.58	28.16	28.15	27.90
日本	70.19	70.28	70.27	68.5
越南	29.84	28.89	28.76	17.71
NAFTA1	18.44	18.47	18.07	17.90
CAFTA1	14.32	14.28	14.28	14.28
欧盟	12.36	12.07	12.07	12.36
东亚	48.66	48.70	48.70	48.53
其他	25.73	25.65	25.65	25.72

（TPP1、NAFTA1、CAFTA1表示不包括美国的数据）

表2 TPP实施后中国服装  
在主要进口国家及地区的市场份额（单位：%）

进口方	服装			
	基期（2007年）	TPP9国	TPP11国	TPP12国
世界	36.1	34.9	34.7	34.4
TPP1	65.5	63.5	63.0	62.9
美国	33.8	30.3	30.3	29.4
日本	77.6	77.6	77.6	72.8
越南	34.8	28.2	27.8	13.5
NAFTA1	44.0	43.7	37.5	36.8
CAFTA1	22.2	22.1	22.1	22.1
欧盟	24.5	24.1	24.1	24.4
东亚	73.2	73.1	73.1	72.9
其他	41.1	40.6	40.6	41.1

（TPP1、NAFTA1、CAFTA1表示不包括美国的数据）

平心而论，TPP秉承的是提高贸易标准的思想，符合世界纺织服装贸易可持续增长的条件

和发展趋势，如清洁生产、技术性贸易条件、知识产权保护、企业社会责任等；TPP的“力争上游”思想更是否定“追底杀低”的法则，有利于世界纺织产业健康永续发展。而这些正是我国纺织业的软肋，从这个意义上讲，TPP将倒逼中国纺织升级。

### 中国纺织产业的应对策略与思路

习近平主席近日在中央政治局学习会上指出要旗帜鲜明反对贸易保护主义，要参与全球治理，审时度势，抓住机遇，妥善应对。

在坚持维护开放的世界经济体制和WTO自由贸易原则的前提下，推进全球治理规则和体制格局变革，不能以非此即彼、非敌即友的思路应对TPP，应宽容接受一切符合WTO原则框架的变革，以软实力和巧战略促进中国与世界特别是与发展中国家的合作共赢、包容性增长。“一带一路”就是这种巧战略的典范。以这种新丝绸之路的思想主导，就能颠覆零和博弈和“贸易冷战思维”，构建互补、互信、互利、互助的贸易体系和交流、交融、交易、交互的新秩序新格局。

要建立纺织国际贸易新秩序。提高中国纺织在全球纺织产业网络的国际话语权和全球价值链的治理能力，必须形成各产业部门合力，如贸易部门与制造部门，原料（棉花）和纺织与服装行业，改变各行业各谋己利的状况，要统筹谋划，将中国的产能和需求规模转变为主导力和竞争优势；

要融入国际纺织贸易体系。实践和包容发展，国内的纺织企业首先要改变“追底杀低”模式和丛林法则，树立公平竞争，协同合作的

产业链，提高清洁生产、体面劳动乃至全面提升贸易标准；

要通过创新升级创造中国纺织新的竞争优势。重塑“中国制造”形象，特别是强化非价格优势，才能与其他发展中国家与欠发达国家优势互补，才能引领世界纺织发展；

要实行更均衡的贸易政策。均衡传统与新兴市场的出口，均衡进口与出口，同时，扩大进口，引进全球原材料资源、先进技术设备以促进产业升级，进口世界优质时尚产品以满足多样化需求，并提高纺织和时尚产业的水平；

中国纺织要顺应后MFA时代全球产业重构的大趋势，通过产业升级和转移，建设国内“东西制造业走廊”，布局欧亚纺织产业带，加强与沿路沿带的国家和地区合作，开发沿路带的纺织品服装市场；

中国要进一步开放市场，特别是对发展中国家和欠发达国家，除了进口原料等要素，也包括纺织与服装消费品。研究证明，中国已实行对欠发达国家免进口关税政策，使欠发达国家对华和世界出口同步增长，也促进从中国的进口，实现了包容性增长。

例如，研究结果表明，2000~2011年，中国免去从孟加拉、缅甸的服装进口关税，促进了其对世界出口，同时也提高了从中国进口纱布等服装原料。中国纺织将与更多的国家与地区在WTO原则下，推进自由贸易协定，以更开放的姿态、思想与行动参与国际竞争，实现强国之梦。（本文作者：顾庆良 东华大学纺织经济与管理研究中心主任）

## 全球纺织制造布局再分析

有人将出口下降归于汇率问题、国际采购需求不旺、国内人工成本过高，以及贸易协定引发的关税问题；将矛头直指成本更低的东南亚国家。然而，美国波士顿咨询公司BCG发布的报告《全球制造经济转移》（《The Shifting Economics of Global Manufacturing》）却

提醒着大家，放眼全球，还有更深层的因素影响着“中国制造”在全球市场的份额。

全年负增长是定论吗？

据海关统计，今年1~10月，我国纺织品服装累计出口2349.8亿美元，同比下降5.4%，其中纺织品出口910.6亿美元，下降1.9%，服装出口1439.2亿美元，下降7.5%。

纵观海关总署发布的单月数据，1月，我国纺织品服装出口255.4亿美元，同比下降10.8%；2月，纺织品服装出口216.8亿美元，同比增长99.3%；3月，出口125.6亿美元，下降32.6%；4月，出口198.8亿美元，下降16.3%；5月，出口233.9亿美元，下降6.3%；6月，出口253.5亿美元，下降1.2%；7月，出口272.5亿美元，下降10.2%；8月，出口288.2亿美元，下降5.6%；9月，出口269.1亿美元，下降5.8%；10月，我国纺织品服装出口236.6亿美元，同比下降10.9%。可以看出，只有2月出口为上涨，其他月份均为下降。此外，5月、6月、8月及9月，降幅为个位数，其他月份降幅均达双位数。6月，出口降幅收窄至1.2%，人们本以为随后会有好转，然而事实证明接下来的几个月出口形势依然严峻。

综合前三季数据，美国是我国主要出口市场中唯一实现增长的国家。1~9月，我国纺织品服装对美累计出口364亿美元，增长8.3%，对我国整体出口形成1.3个百分点的正向拉动。

而受汇率影响，欧盟市场及日本市场均持续低迷。前三季度，我国累计对欧盟出口402.3亿美元，下降10.7%。欧盟28个国家中，仅对6个国家出口实现增长。同期，我国对日本累计出口161亿美元，下降11.6%，在四大主要出口市场中下降最快。

再从几家纺织服装上市企业8月发布的半年报数据来看，出口增长的企业寥寥无几。

**浙江富润股份有限公司**上半年主营业务外销营业收入同比下降36.51%；

**山东新华锦国际股份有限公司**所属纺织服装出口企业，上半年纺织品主营业务收入较去年同期下降0.14%；

**浙江美欣达印染集团股份有限公司**在财报

中也表示，由于受日元和欧元贬值及出口环境的变化，公司外销业务受到一定影响，导致国外收入较去年同期有所下降；

**大连泛瑞克制衣有限公司**:60%的业务集中在欧洲市场，今年全年向欧洲市场的出口额将下降10%~20%。该公司总经理初雪梅表示：“欧元贬值，大大削弱了中国产品的竞争力，个别客户今年的下单量直降50%。”

是国际市场购买力萎缩了吗？通过采访，企业纷纷指出，尽管今年全球经济复苏缓慢，对采购需求造成了影响，但是不足以成为中国出口下降的主要原因。各企业纷纷指出订单转移是罪魁祸首。“这不是一时的出口形势变化，而是长期各种因素的积累和爆发。”初雪梅认为，“人民币升值，再加上国内人工成本高，中国产品已经不再有价格优势。”

### 转移走的订单还会回来吗？

实际上，订单转移已经不是一两天的事了，近几年，很多企业都感受到了这一变化。然而，早期说起订单转移的确会引起企业的慌乱，随着时间的推移，很多走了的订单又回归，反而让企业更加坦然地接受这一现实。

**深圳市创伦纺织有限公司**负责人雷胜祖表示：“低档订单必然转移，中国的人工成本太高了；而工艺复杂的订单却依然会留在中国，毕竟中国工人技术还是过硬的。其实，人工贵不贵还得针对具体情况来看，如果企业做大路货，那么肯定觉得人工贵；而企业要做复杂的、高工艺产品，国内技术工人就不算贵。此外，中国工人生产效率高，足以抵消成本损失。”

对于这样“积极”的想法，初雪梅却有不同看法：“2~3年前，订单的确是先转走，发现不成功又陆续回来。但经过几年的寻觅，以及东南亚国家制造业的快速发展，现在很多欧美客商已经成功实现了订单转移。对于一些复杂的产品，他们会让中国企业先做一小部分，做出样子，了解了技术难点，再把大货拿到东南亚及其他地区国家去做，以降低总成本。”

美国波士顿咨询公司BCG发布的报告《全球制造经济转移》曾指出，近30年，工人工资、生产率、能源成本、货币价值和其他因素的细微变化悄悄地但也极大地影响着企业的采购决策。

以工人工资为例。报告指出，尽管从2004~2014年，全球前25位出口国的制造业工资都出现上涨，但中国和俄罗斯的年均工资增长率达到10%~20%，且这一情况已经持续了10年，而其他经济体的年均工资增长率仅为2%~3%。

10年前，根据生产率调整后的制造业平均工资在中国大约是每小时4.35美元，而美国是每小时17.54美元。如今，根据生产率调整后中国的制造业平均工资翻了3倍，达到每小时12.47美元，俄罗斯达到21.90美元，而美国仅上升了27%，达到每小时22.32美元。

广东省纺织品进出口股份有限公司董事长凌方才表示：“人工成本占企业生产成本的30%~40%，因此企业都对人工成本十分敏感。现在，我们的人工成本比东南亚国家高5~6倍，所以这些外国客商才要寻找可替代中国的生产地。”今年，该公司部分欧美客户减少了订单，给公司造成轻微波动。

尽管江苏苏美达轻纺国际贸易有限公司今年的增长势头依然良好，预计全年出口增长20%，但是该公司副总经理徐剑同样认为人工成本是中国纺织服装产业面临的一个重大难题。“经过几番调薪，目前越南的工人月平均工资约为150美元，而中国的工人月工资要达到500美元，甚至更高。”最让中国企业担心的事情正在发生，中国的生产率已经无法抵消劳动力成本猛增带来的影响，转移走的订单不再回归。

徐剑提出，工人人口结构才是他最担心的问题：“比人工成本更为严峻的是，中国正在走向老龄化，还有很多年轻人不愿意从事纺织服装生产，而我们周边的国家却有着大量的年轻劳动力。只要国外的生产效率能达到国内的70%~80%，他们的劳动力优势就将十分明

显。”

### 竞争对手只有东盟吗？

大部分企业在提到订单转移时，都把越南、柬埔寨等东南亚国家看作比较对象。实际上，从《全球制造经济转移》报告中可以看出，我们的假想敌远不止这些。

“全球制造业成本竞争力”版图已经发生了显著变化。

谁能想到，巴西的制造业成本已经高于美国？谁又能想到，英国已经成为西欧制造业成本最低的经济体？俄罗斯和东欧的制造业成本则上升到与美国几乎等同的水平？

根据报告，全球前10位商品出口国中，除了中国和韩国，其他经济体的制造业成本都高于美国。美国和墨西哥现在成为全球制造业的新星。中国的工厂制造业相比美国成本优势已经减弱到5%以下，这一趋势若持续10年，中美成本差距将消失；而按单位成本计算，墨西哥的平均制造成本预计比中国低13%。

近几年，英国和美国都打出制造业回流的口号，很多业内人士对此并不以为然，认为这些发达国家人工成本必然很高。然而，这份成本报告很好地解释了制造业回流的依据。

除中国外，其他几个过去被认为是低制造业成本的经济体，如巴西、捷克共和国、波兰和俄罗斯的竞争优势从2004~2014年也大幅减弱。据该报告统计，巴西的制造业成本急剧上升，到2014年甚至高于美国23%；而波兰和俄罗斯的平均成本大致与美国持平。

从这份报告中，我们不止看到中国人工成本优势正在消失，更重要的是全球的采购版图正在发生变化。全球制造业或将没有核心采购区域一说，而是分散在各个地区。因为全球各个区域都有相对低成本的制造业中心，欧洲和美洲的更多消费商品将在更接近本地的地方制造。届时，中国凭什么让欧美采购商逾越地理位置的优势，不远万里前来采购？

由此，中国企业再不能将竞争视角仅锁定在亚洲地区，而要放眼全球。与其思考竞争对手有什么优势，不如思考面对如此局势，我们

的纺织品服装出口应该如何定位。中国又应打造什么样的竞争新优势，以弥补不可逆转的劳动力成本上升给纺织产业带来的不足。

## 德银：全球贸易萎靡仍将持续多年

德意志银行近日警告称，全球贸易放缓将持续数年，是全球经济疲软的迹象。

经合组织(OECD)近日公布的半年度全球经济展望报告将2015年增长预期下调至2.9%，而9月预期为3.0%。这是2009年以来增长最乏力的预测，也远低于长期平均增速。此外，经合组织还把2016年全球增长预期从3.6%下调到3.3%。

而全球贸易急剧下降，让经合组织深感忧虑。报告称，全球贸易流已危险地降至接近全球衰退时的水平。

德意志银行解释了为什么全球贸易下滑对全球经济增长是一个糟糕的迹象。德意志银行称：

贸易疲软，健康警示接踵而来。经合组织本周指出，全球贸易增速2%，缺乏活力，预示着全球经济衰弱。对经济的忧虑完全合理的。过去20年的时间里，发达经济体以及30个最大新兴经济体经济增长的变化，将近一半是因为

贸易增长的差异。

德意志银行表示，全球贸易下降令人担忧，并指出周期性放缓将持续更长时间。为此，德银强调以下两方面：

首先，相比金融危机前，G20的贸易增速在危机后降幅更大，这暗示着，危机前的贸易扩张出现系统性回滚。

其次，全球贸易与产出之比下降，连续第七年低于2008年52%的峰值。历史告诉我们，这一比例下滑仍将持续。需要16年的时间，贸易与产出之比才能回到1980年的峰值，60年后这一比例才能重回一战前的水平。

经合组织首席经济学家曼恩在报告中表示，今年全球贸易估计仅增长2%，在过去50年里仅有5次降至这一水平，而且当时分别恰逢1975年、1982至1983年、2001年和2009年的经济低迷时期。曼恩称“这让人深感担忧”，因为“世界贸易往来已成为全球生产的动力”。

## 越南与TPP伙伴国进出口贸易情况

越南《投资报》报道，2014年，越南对TPP其他伙伴国出口584.1亿美元，占越南出口总额的38.9%。进口339.9亿美元，顺差244.2亿美元。

2015年1—8月，越南对TPP其他伙伴国出口413.7亿美元，进口247.2亿美元，顺差166.5亿美元。1—8月，越南出口额超过10亿美元的市场有27个，其中，TPP伙伴国占7个，包括美国（218.5亿美元）、日本（92.4亿美元）、

马来西亚（24.9亿美元）、新加坡（23.1亿美元）、澳大利亚（20.4亿美元）、加拿大（16.3亿美元）、墨西哥（10亿美元）。

2015年，越南从TPP其他伙伴国进口343.4亿美元，占进口总额的20%，同比增长1%。

报道称，TPP生效后将促进越南出口增长，原因是将有90%的商品将为零关税，特别是服装纺织品、鞋和农产品。

TPP减免关税，将对越南出口增长产生三个影响：

一是有利于吸引外商投资于生产领域，加大对TPP伙伴国出口力度；

二是越南对TPP伙伴国出口的利润更高；

三是与非TPP成员国相比，越南对TPP伙伴国出口更具竞争力。

据称，目前越南需调整进口市场结构，平衡贸易，特别是平衡与中国、韩国等亚洲市场的贸易。同时，越南也需加快发展配套产业。

## 商务部：支持中企投资化工纺织等领域

日前，商务部国际贸易谈判代表兼副部长钟山在“中国—塔吉克斯坦政府间经贸合作委员会第七次会议”上表示，中方支持企业以建设工业园等多种方式投资塔矿产开发、化工、纺织、建材和农业等领域。

钟山强调，中塔经济互补性强，合作基础好，发展潜力大。双方应以共建“一带一路”为契机，进一步加大双边贸易规模，加强投资和地方间合作。中方支持企业以建设工业园等多种方式投资塔矿产开发、化工、纺织、建材和农业等领域。希望塔方在税收和产业政策、基础设施保障、人员往来便利化等方面创造良好条件。希望双方继续努力，共同推动落实有关项目，将中塔地方间合作打造成两国经贸合

作的新亮点。

塔吉克斯坦经济发展和贸易部部长希克玛杜罗佐达在会上表示，塔方愿将“一带一路”战略与塔《2030年前社会经济发展规划》全面对接，充分利用中方产能、市场和资金优势，扩大投资合作。他同时表示欢迎中方企业入驻塔经济特区。

中塔经贸合作近年发展迅速，中国已成为塔第二大贸易伙伴和投资来源国。2014年，中塔双边贸易额25.2亿美元，同比增长28.5%。中方企业在塔实施有公路、电力和工业设施等系列项目。

## 国家出台政策将促进轻工、纺织等传统产业的发展

国务院总理李克强11月18日主持召开国务院常务会议，确定改进公共服务措施，以持续简政放权便利群众办事创业；部署加快企业技术升级改造，推动产业迈向中高端；决定统一城乡义务教育经费保障机制，推进教育领域公共服务均等化。

会议指出，大力改进公共服务，是简政放权改革的重要内容，既能方便生产生活，促进大众创业、万众创新，激发市场活力和社会创造力，也是维护群众权益的应有之义。会议对一些部门和地方回应社会关切、推出便民举措给予肯定，要求持续下功夫、力求新成效。

一是全面梳理和公开各地区、各部门及相关中介、国有企事业单位公共服务目录清单，并动态调整。对服务事项逐项编制指南，列明流程、示范文本和时限等。

二是简化办事程序，探索将部门分设的办事窗口整合为综合窗口，变“多头受理”为“一口受理”。

三是加快推进各级政府间、部门间及国有企事业单位间涉及公共服务事项的信息互通共享、校验核对。

依托“互联网+”，促进办事部门相互衔

接，变“群众来回跑”为“部门协同办”，从源头避免“循环证明”，最大限度便利群众。

会议认为，加快企业技术升级改造，使“中国制造”强筋健骨、提质增效，形成竞争新优势，是改善供给和扩大需求的重要举措，既是当务之急，更是长远大计。会议确定，聚焦《中国制造2025》重点领域，发挥企业主体作用，按照有保有压的原则，以市场为导向，以提高质量效益为目标，启动实施一批重大技改升级工程，支持轻工、纺织、钢铁、建材等传统行业有市场的企业提高设计、工艺、装备、能效等水平，有效降低成本，扶持创新型企业和新兴产业成长。为此：

一要发布工业企业技改升级指导目录，编制年度重点技改升级项目导向计划，引导社会

资金等要素投向，激发企业对接市场需求自主升级改造的动力。

二要简化前期手续，推动并联审批，加快项目落地，研究推广对符合条件且不需要新增建设用地的技改升级项目实行承诺备案管理。

三要推进落实财税支持措施，创新中央财政技改资金使用方式，提高资金使用效益，鼓励地方财政加大对技改升级的支持。

完善金融服务，健全融资担保、风险补偿等激励机制，鼓励银行开展贷款重组，加大技改升级信贷投放，支持企业扩大直接融资。鼓励采用众创众筹等融资聚智，突破技改升级难题。

## 2015秋冬面料展圆满收官 期待2016春夏面料展带来

2015年10月13—15日，第21届中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会在国家会展中心（上海）圆满闭幕。228000平米的展览面积，来自29个国家和地区的4638家参展商，以及来自97个国家和地区的66256名专业观众的规模再次刷新了作为全球纺织业规模最大展会的记录。

本届展会不仅是规模增长，展会的国际性、专业水平和贸易效果都有了显著提升，展会作为企业的展示、交易、学习交流平台以及作为行业的风向标作用也越来越大。

特别是当前及即将到来的“十三五”时期，行业正面临着世界经济整体动力不足、需求不振以及国内经济下行压力明显，传统制造业转型、升级关键期带来的各种机遇和挑战，提供一个更广泛、更专业、更权威的国际化行业展会平台更加重要。

### 强大的海内外展商阵容

## “十二五” “十三五”元年开门红

来自29个国家和地区的4638家参展商携带最新产品参展。其中，国内参展商3466家，海外参展商1172家。

国内参展商除了以公司为单位参展的企业之外，还包括：麻纺协会、江苏盛泽、福建长乐、福建石狮，浙江绍兴、浙江湖州、浙江海宁、浙江萧山、广东西樵等展团。这些展团带着他们最新、最具特色的产品进行集中展示，不但为整场展会添加了亮丽的色彩，也为现场的观众、买家们提供了更多更好的选择。

来自中国台湾、意大利、日本、韩国、德国、土耳其、印度尼西亚、印度、泰国、葡萄牙、法国等国家和地区的海外参展商和展团都展示了各自最新、最高档的优质系列产品和先进技术。

### 集大成的产品种类和细分布局

展会按产品最终用途分区，分别为正装面料、时尚女装面料、休闲装面料、功能/运动装

面料、衬衫面料、牛仔面料、内衣面料和辅料产品展区。同时设立特色展区：

**跃动牛仔展区** 首次尝试“面料+服装”的展出形式，近百余家国内外优秀牛仔面料企业，展出的产品包含服装、面料、设备等，几乎涵盖全产业链。跃动牛仔馆中还设置了跃动牛仔潮流主题展示区，展示牛仔面料成衣转化后的独特效果。

**麻纺展示区** 集中向观众们展示了麻纺材质在终端产品的应用。用麻纺材料制作的服装服饰、卫浴用品以及家用纺织品类产品在麻纺展示区进行了集中的分类的展示。不但将麻纺材质在各终端应用中的优点展现出来，更是引发了人们对于未来麻纺制品在于更广泛的终端进行应用的联想与思考。

**内衣泳装面料展区** 展示全品类内衣概念。既有穿着舒适功能性内衣面料，也有精巧别致的内衣泳装成品。参展的企业也是实力雄厚，其客户均为国内外一线品牌。

**皮革、皮草面料区** 参展企业带来了大量市面上难得一见的精品产品，让需求买家们心动不已，成交成果很是喜人。

**技术创新空间** 集新材料、新面料、新技术三大主题于一体。展示面积达470平方米，现场有25家新技术成果企业与纺织业内人士进行了对话交流，整个展会期间共开展技术交流活动18次，并且全面展示了近年获得“纺织之光”中国纺织工业联合会科学技术项目和“纺织之光”公益项目。还为参展商和专业观众提供了专业技术服务。已经成为纺织行业新技术成果推广和交流的一个重要窗口。

**可持续发展专区** 由海外面料供应商、检测认证机构及产品成衣展示区组成。以“可持续发展”为主题，展区为注重环保品质的海外企业提供开拓中国市场的新契机。

**辅料展区** 汇集了国内外约560家辅料企业参展。囊括了几乎所有类别的辅料产品，被买家观众们评价为只有想不到的，没有找不到的

辅料产品馆。

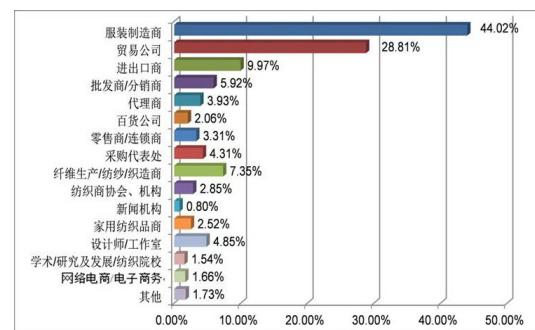
**趋势展区** 本届博览会同期还发布了2016-2017年度中国秋冬面料、色彩及辅料的流行趋势。设立针对休闲装、男装、女装及色彩、辅料的五大中国流行面料趋势发布区及海外流行趋势发布区。

由来自米兰、纽约、巴黎和东京的流行趋势专家组成国际流行趋势的潮流导向委员会给现场观众全面详细介绍下一季的色彩、面料和印花风格。

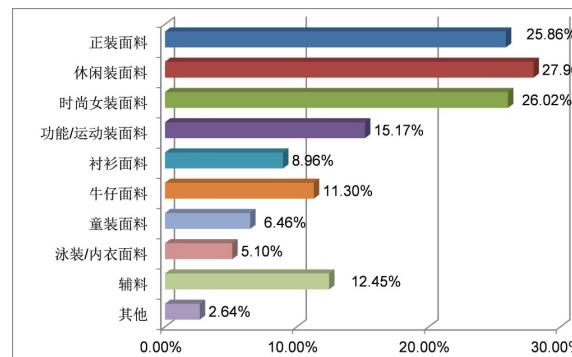
### 覆盖面广的庞大专业观众群

本届展会到场观众66256名，其中国内观众54675人，海外观众11581人（占比17%）。

#### 国内观众按其行业性质分类统计：



#### 海外观众按其行业性质分类统计：



### 越来越完善的服务举措

电子查询系统 为了更好地服务于参展商和

观众，本届博览会在各馆的问询处使用了最新的电子查询系统。为观众和参展商们查询目标信息提供了更迅速、精准、便捷的服务。

**辅料展示柜** 为了国内外展商一同将最新颖、最华丽、最实用的辅料产品呈现给观众，本届博览会上仍然延续了在前几届展会商收效较好的，专门针对辅料展商的一项免费增值活动--辅料展示柜。

经过前期的申请，最终有国内50家、海外25家，共计75家辅料展商的展品入选，放在辅料展示柜中向公众进行展示。经过精心设计和制作的辅料展示柜摆放在展馆的南登录大厅显著位置，不但为展会增加了一道亮丽的风景线，而且展示柜上标注详细的展品提供公司、展位号等信息，更是为辅料展商们提供了非常好的宣传平台。

**贴心举措** 增加馆内外指示牌，让展商和观众随时随地都能找到清楚的路线指示；

馆外增设信号车，力求在人流集中时刻也能保障馆内通讯；

增加馆内餐饮种类，尽量满足观众们的就餐习惯和口味；增加用餐点和便利店数量，尽量让每位观众在走路不超过10分钟的路程内就可用餐。开设东西两厅集中用餐区域，保障观众集中用餐需求；

在交通方面，除了开设各馆之间的循环班车，方便展商和观众的馆内交通之外，增设闭馆疏散班车，缓解闭馆人流疏散压力，让展商和观众可以早些到家。除了疏散班车之外，还与出租车公司签订协议，由主办方支付补贴，引导足量出租车到展馆待客，方便展商和观众不同需求的出行；

在参展的展商当中，不少展商是来自盛行宗教信仰的国度，主办方为此专门设置了祈祷室，方便他们在有需求的时候使用；

专门设置了两个按摩区域，为展商提供免费的按摩服务。为展会上辛苦劳顿的展商送去

一份放松和活力。

### 论坛精彩 活动丰富

本届展会组织了近50场的专业研讨会，内容围绕设计与趋势、技术与解决方案、市场信息与营销策略、可持续发展议题及行业政策等，不仅传递了业内最新资讯，还将纺织新技术与企业的最新品研发成果有效对接。

展会现场还特邀了数十位行业专家进行现场调研，通过博览会的窗口展示平台，深入企业进行调研，为分析行业形势取得了第一手的信息。而在下届博览会上，这些调研的结果将提炼成更精准、有效的资讯在论坛中回馈给展商及观众。

除了各大论坛及研讨会之外，博览会期间还有不少精彩的活动举办。中国国际面料设计大赛的颁奖典礼不但为博览会增添了精彩的视觉享受，更是为企业与买家之间打开了一条快速适配的通道。

### 2016春夏面料展新期待

2016中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会将于3月16-18日在国家会展中心（上海）盛大开幕，展会规模超156000平方米，目前正在火热招展之中。

届时，将与中国国际服装服饰博览会（春季）、中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会、中国国际纺织纱线（春夏）展览会、PHValue 中国国际针织博览会（春季）五展联动，开启中国纺织工业“十三五”规划元年的“春季市场大行动”。

期待通过上下游产业展会联动，给展商和观众带来更大的收获，为企业和行业赢得一个步入“十三五”时期的开门红。

## 2016春季家纺展： 重整旗鼓焕新颜 “十三五”开局年再出发

近几年，成品家居市场需求火爆，销量不断提升，为了适应行业发展新变化，2016中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会（以下简称春季家纺展）将于明年3月重新启航，将展出重点落在成品家居上，并融入中国纺织工业联合会春季联展，形成五展联办的超强阵容。

### 床品市场增容 提振企业信心

据相关统计数据显示，消费市场对成品家居的需求近几年不断提升。自2009年~2014年，全球家纺行业年增长率为1.6%，而中国的销售额占到27%，这意味着在全球家纺行业中，有约1/4的销售额来自中国。同时值得注意的是，在过去的5年里，卫浴、床品等家用纺织品的增长非常明显。据调查研究显示，目前床品市场的总额度约为490亿美元，年增长率是2.7%，高于家用纺织品的平均增长率。相反，厨房、餐厅等家用纺织品在过去5年里均为负增长，这是因为生活节奏的加快让更多的家庭开始使用一次性的纸质餐巾，这已经成为家用纺织品行业里最主要的变化之一。

这一系列的统计数据向家纺企业释放出了一个强烈的信号：床上用品市场空间巨大，发展潜力无限。对于国内的家纺品牌来说，床品未来将成为企业争夺家纺市场最有力的竞争手段。而即将举办的2016春季家纺展，则敏锐地感知到了市场风向，侧重成品家居展示，为床品企业辟出了一条通往成功的捷径，搭建了一个商贸交流的平台，组织了一场全行业大狂欢的盛会。

### 国际地位攀升 实现全球贸易

除了成品家居市场不断增容外，国际话语权和影响力的持续提升，也是中国家纺行业呈现出的新趋势。

作为春秋两季家纺展的主办方之一，中国

家用纺织品行业协会在促进和推动展会蓬勃发展上，起到了至关重要的作用。值得一提的是，在今年9月举办的国际纺织制造商联合会上，中国家用纺织品行业协会会长杨兆华当选为该委员会新任主席。这是中国家纺行业代表首次出任国际纺联家纺委员会主席。

杨兆华当选后表示，将努力发挥中国家纺行业的优势和作用，加强国际家纺行业内各国家与地区间的对话和合作，促进全球家纺行业在生产、零售、技术、品牌等各方面的融合互动，改善中国乃至国际家纺进出口贸易市场环境，减小贸易摩擦所带来的影响，增强与周边国家的区域经济合作，为维护公平贸易环境，推动全球家纺行业的繁荣发展做出贡献。

对于春季家纺展来说，杨兆华会长的当选将增强中国家纺企业的国际话语权，成为展会的有力支撑，提升展会的国际影响力，扩大参展范围，帮助参展企业走出国门，与国际市场无缝对接，快速实现全球贸易。

### 参展效应激增 吸引实力展商

对于2016春季家纺展调整与升级后的再出发，业内人士给予了高度评价，并对展会所引发的行业效应和市场效应充满信心。

首先，五展联办为春季家纺展的重启提供了新的动力。

其次，春季家纺展背后有秋季家纺展做为支撑和依托，在参展商和参观观众上具有一定的基础，能够有效实现资源共享。

此外，今后秋季家纺展将以布艺类产品为主，两个展会都为行业所需，但按采购定位不同各有侧重，如此能够更加有效地发挥展会效应。

对于已经连续举办20多届的秋季家纺展来说，其见证了中国家纺产业的发展，并伴随着中国家纺行业经历了许多具有里程碑意义的行业变革，同时也培养出了一批优秀的家纺产业集群和优质家纺企业。

在每年的秋季家纺展上，南通、海宁、余杭、桐乡、高阳、滨州、大麻、洲泉、盛泽等地方产业集群都抱团参展，并通过秋季家纺展将当地企业推向市场、带出国门。罗莱、梦洁、富安娜、梦兰、孚日、大东、蓝丝羽、紫罗兰、金太阳、巴贝、金号、洁丽雅等一大批家喻户晓的民族品牌，也都是从秋季家纺展走进了千家万户。

对于“品牌培育摇篮”这一盛名，秋季家纺展当之无愧，而春季家纺展在继承这一荣耀的同时，还会借助五展联动的效应，将其光芒无限放大。

面对明年3月重新启幕的春季家纺展，许多家纺企业都表现出了积极支持的态度和急切参与的心情。

行业企业的诉求和心声也是春季家纺展重启的根本依据。主办方多次深入产业热地，登门拜访往届参展企业，历经了详尽的调研和论证。并在全国范围内发起问卷调查，与企业探讨举办春季家纺展的必要性和要求，调查显示，70%的企业表示赞同春季家纺展的举办。

### 招展措施强劲 集结行业大咖

以往，秋季家纺展的主办方在参展商、采购商、观众的邀请上，都十分谨慎认真，以为行业企业负责的态度，细致筛选符合展会定位的优质客户。而对于即将重启的2016春季家纺展，主办方更是本着打造百年展会的目标，甄选优质展商。

据主办方介绍，他们将首先在大数据库中筛选出约8万家家纺成品类贸易商与生产商作为基础，进行大范围的群发邮件、短信、传真邀请；其次，精选出约3万名往届家纺展及今年春季服装展观众库中的相关重点贸易商，邮寄邀

请函。同时，还将在通过高德地图与企业信用查询系统搜集的信息邀请效果分析基础上，扩大补充床品、毛巾相关贸易商信息的搜集邀请范围。

此外，为了吸引服装类加盟商参与到家纺企业的加盟中来，主办方将在展会现场举办一系列的家纺产品零售营销专题讲座论坛活动，使服装类加盟商对床品市场有进一步的了解和认识，继而产生加盟合作的兴趣，帮助家纺企业快速打通服装渠道。

对于重新启幕的春季家纺展来说，融入春季联展，使展会的展出平台不断扩大提升，实现了高标准；

借助秋季家纺展的有力支撑和依托，使展会具备了强劲的贸易平台功能，实现了高效应；

超大规模的展商数据库和多方位、多渠道的招展措施，使展会集聚了众多行业大咖，实现了高质量。

明年早春三月，2016春季家纺展将以“三高”的面貌重新启航，并在新时代、新家纺、新生活的引领下，带着家纺企业走向行业的下一个“黄金时代”。



及时了解行业动态和展会信息  
请关注官方微信：ccpit\_tex

刊头题字：杜钰洲

顾问问：王天凯 许坤元

张延恺 陈伟康

徐晋旭 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

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@ccpitex.com](mailto:sunling@ccpitex.com)

网址：[www.ccpitex.com](http://www.ccpitex.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