

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸促

12

2015

总第249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
2015年12月20日

特别报道

中国纺织行业：五年之交 动力之变 ——中国纺织工业联合会会长王天凯谈纺织“十三五”规划

行业动态

- ★中纺联旗下四展会入选2015年商务部引导支持展会
- ★2015中国纺织创新年会在京召开
- ★多因素致11月纺织品服装出口继续下跌
- ★江苏纺织行业运行家纺好于服装
- ★2015年倒计时 看一年纺织行业四大特点

走出去

- ★百闻不如一见
——中意高端服装制造业深度对接活动圆满结束
- ★龙象共舞 棉纺先行
——赴印度中印棉纺织企业对接调研活动圆满结束

国际市场

- ★2015年1-10月中国对非洲纺织品服装出口简况
- ★2015年1-10月中国对欧盟纺织品服装出口简况
- ★全球棉花库存可做千亿T恤
- ★浅析亚洲主要服装生产国工资

政策法规

- ★2016年1月1日起我国调整进出口关税
- ★中韩中澳自贸协定实施 部分商品零关税
- ★企业减负打出“组合拳” 制造业增值税税率或降

展会专题

- ★2016年国内展览计划
- ★2016年境外展览计划



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目 录

行业动态	08	中纺联旗下四展会入选2015年商务部引导支持展会
	08	2015中国纺织创新年会在京召开
	10	多因素致11月纺织品服装出口继续下跌
	10	江苏纺织行业运行家纺好于服装
	11	2015年倒计时 看一年纺织行业四大特点

走出去	13	百闻不如一见
		——中意高端服装制造业深度对接活动圆满结束
	14	龙象共舞 棉纺先行
		——赴印度中印棉纺织企业对接调研活动圆满结束

国际市场	16	2015年1—10月中国对非洲纺织品服装出口简况
	17	2015年1—10月中国对欧盟纺织品服装出口简况
	17	全球棉花库存可做千亿T恤
	18	浅析亚洲主要服装生产国工资

政策法规	19	2016年1月1日起我国调整进出口关税
	20	中韩中澳自贸协定实施 部分商品零关税
	20	企业减负打出“组合拳” 制造业增值税税率或降

展会专题	21	2016年国内展览计划
	24	2016年境外展览计划

纺织贸促

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
中国国际贸易商会纺织行业商会

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@ccpittex.com

网 址: www.ccpittex.com

中国纺织行业：五年之交 动力之变

—中国纺织工业联合会会长王天凯谈纺织“十三五”规划

2015年是“十二五”收官之年，五年来，经历过转型升级“洗礼”的纺织行业已呈现出“强健”抗压“体魄”，基本保持了平稳和可持续发展。对于即将到来的“十三五”，十八届五中全会通过的国民经济和社会发展的“十三五”规划建议提出了以创新为首的新发展理念，明确了新方向，其中不乏对制造业转型升级的宏观引导和要求。那么，“十三五”期间，纺织人该如何把握新发展理念，实现由纺织大国向强国的转变？《中国纺织报》记者对中国纺织工业联合会会长王天凯进行了专访。下面是王天凯会长的主要谈话内容：

纺织“十二五”蕴蓄深层质变

1.新常态下行业转型迈出四大步

回顾“十二五”以来的发展，纺织工业最主要的变化是行业发展进入新常态，其特点是发展压力加大、增长动力转换、调整持续深入、运行基本平稳。

具体地说，行业经济增长由中高速向中速逐步减速换挡，多数经济指标由两位数降至个位数，下行趋势与压力明显；与此同时，行业的结构调整、质量效益提升和创新驱动对产业的支撑作用进一步加强，建立跨国产业链的国际化发展趋势已经显现，体现出行业对新常态的适应能力得到增强，在转型升级中基本保持了平稳健康和可持续发展。

“十二五”时期，纺织行业在党和国家一系列方针政策引导下，持续推进结构调整和产业升级，从经济运行到结构调整、科技进步、品牌建设、生态文明等方面都取得了良好成绩。

规模效益平稳增长。“十二五”期间，规模以上纺织企业实现工业增加值、主营业务收入年均增长预计在9%左右，实现利润总额年均增长预计为12.0%。主要经济指标在全国工业系统中均处于较好水平。2015年，全国纺织品服装出口额预计为2920亿美元，“十二五”期

间年均增长6.6%，与“十二五”规划目标3000亿美元略有差距。我国纺织品服装出口额占世界的比重由2010年的34.1%增长到2014年的37.4%，增长3.3个百分点。

结构调整成效明显。“十二五”以来，产业结构进一步优化，产业用纺织品作为行业发展的新增长点作用进一步发挥，服装、家纺、产业用纤维加工量比重由2010年的51：29：20变为46.8：28.6：24.6，产业用纺织品行业纤维加工量年均增长10.6%。化纤在全国纤维加工量中占比提高12个百分点，化纤产量占世界的比重提高7.7个百分点；生物基纤维、高性能芳纶等新兴材料的研发和工艺水平取得了新突破，代表了我国化纤制造业和纺织科技的较高水平。纺织行业向中西部转移继续推进，中西部地区规上企业主营业务收入占全行业比重由2010年的16.8%上升到2015年1~9月的22.2%，其中新疆是新的投资热点。纺织企业“走出去”的步伐也进一步加快，骨干企业加大投入、加快建设在周边国家的制造基地，逐步开始向发达国家产业链高端领域发展；国产纺机装备出口增长和全球布局加快，说明我国纺织业的全球化影响力正在提升。

创新驱动得到体现。科技创新能力大幅提升，多项行业关键技术取得进步并得到推广，数字化、网络化技术在产业链各环节广泛应用。企业重视并不断加大科技投入取得成效，全行业有17项成果获得国家科学技术奖，其中

“筒子纱数字化自动染色成套技术与装备”获国家科技进步一等奖，650项成果获中国纺织工业联合会科学技术奖，规模以上企业有效发明专利数是“十一五”末的3.4倍。品牌创建工作有效推进，全行业品牌意识大幅提高，全产业链品牌体系正在形成，行业性品牌培育管理体系与品牌价值评价制度初步建立，高速增长的纺织服装电子商务扩大了品牌产品的市场影响力。

绿色发展取得进展。“十二五”时期，大量节能降耗和减排新技术获得广泛应用，棉纺、化纤、印染等各行业都有一批先进技术，在节能节水和减少污染排放等方面发挥了积极作用。百米印染布新鲜水需水量由2.5吨下降到1.8吨以下，水回用率由15%提高到30%以上。再利用纤维年产量达到600万吨，占纤维加工总量比重由2010年的9.6%提高到12%以上。

“旧衣零抛弃”活动在社会上产生了广泛影响，促进了废旧纺织品回收、分检和综合利用产业链的建设和发展。

2. “数字”与“感觉”差异体现调整升级

“十二五”以来，纺织工业发展取得了一定成绩，但也存在不少困扰行业发展和需要持续关注的问题。主要包括：

国内外棉花差价依然较大，国内棉花质量下降，超千万吨的国储棉和进口棉配额管制阻碍棉花体制市场化改革进程；

部分行业存在产能结构性过剩，设备利用率低，产品库存高，资金周转困难；用工成本持续上升，纺织企业人均工资是越南的2~3倍，孟加拉的5倍以上；

科技资源分散尚未形成集成创新能力，研发投入相对不足，创新型人才仍然缺乏；

纺织企业在适应日趋严格的环境治理要求下面临技术、管理和资金压力。

破解这些问题，一方面需要企业自身找寻差距，适应市场，转型升级，一方面也需要政

府各方面提供更为良性的市场环境。

五年来，纺织企业承受着来自多方面的压力和困难，企业一天天在过“紧日子”。而统计数据表明，行业整体规模和效益仍处于平稳增长区间。这种“数字”与“感觉”的差异说明纺织行业正在经历着转型升级，企业优胜劣汰，洗牌加剧。

对于这一点，总有人在问：这是最好的年代，还是最坏的年代？我的回答是：对于产业提升来讲，偏紧的年代是好的年代。

在偏紧的环境下，差的企业固然洗牌出局，好的企业也要努努力、使使劲，才能取得好的业绩。市场这只无形的手正在倒逼企业调整产品结构，加快技术创新，提高管理水平，努力转型升级。

从统计数据可以看到，“十二五”期间，虽然增速趋缓，但纺织工业整体运行质量得到提升。特别是今年以来，企业虽然普遍感受压力较大，但纺织行业多项运行指标增长平稳，增速在全国工业行业中行居前列。1~9月，全国3.8万户规模以上纺织企业工业增加值同比增长6.6%，高于同期全国规模以上工业企业增加值增速0.4个百分点；主营业务收入同比增长5.2%，利润总额增长9.4%，分别高于全国工业增速4个和11个百分点。这说明纺织工业经过优胜劣汰、调整升级，资源配置效率和行业运行质量在提高。

3. 坚定信心积极应对当前困难和形势变化

“十二五”期间受国际金融危机的后续影响，世界经济与贸易增长恢复缓慢，今年行业的出口形势非常严峻。虽然行业整体运行比较稳定，工业增加值、主营业务收入、利润和投资的增长表现比较正常，但行业出口出现了持续负增长的局面，1~10月纺织品服装出口总额同比下降5.4%，增速较上年同期回落11.8个百分点，比今年上半年降幅又扩大2.5个百分点，且量价齐跌。

这是继亚洲金融危机、国际金融危机之后出现的第三次出口负增长。基本成因与国际市场需求不足、欧元和日元大幅贬值、国内产能向外转移带动贸易转移、原料价格走低带动出口产品价格下降等因素有关。未来纺织品服装的出口除以上因素外，还将受到全球区域贸易自由化带来的影响。

对于今年的行业经济运行形势，在行业加快结构调整与产业升级形成的正向对冲下，2015年基本平稳运行的大局不会改变。预计全年规模以上企业工业增加值同比增长约6.5%，主营业务收入增长约5%，利润总额增长8%左右，但出口负增长基本定局，预计同比下降约5%。

但我认为，据此就判断中国纺织出口优势不在，并对中国纺织工业丧失信心，是不客观、不准确的。

举个例子。回想本世纪之初，我国刚刚加入WTO之时，有很多经济学家根据数据测算预言：人民币升值5%，中国纺织业将陷入全面亏损。但事实却不是这样。为什么？因为，静态的数据能够说明一些问题，但行业却是动态发展的。中国纺织行业在市场经济条件下释放出巨大的活力，这一点非常重要。

再举一个例子。日前我在广东某专业市场调研，看到一家面料企业，仅20多人，每年实现三四亿元销售收入，利润率高达10%~20%。我问，为什么能在趋紧的环境下过得这么好？年轻的老板回答说，坚持设计创新。我问，你不怕他人跟风抄袭吗？他说不怕。别人抄我的，总是比我慢半步；我坚持创新，总是走在前面。

我想，这不仅是一种积极的心态，同时也说明一个事实：那就是这些年随着全社会创新意识的提升，企业的观念有了积极的变化。如果说十几年前，很多企业都想着“能抄就抄”，而现在，更多的企业想的是“能不抄就不抄”。从这一点我们也再次看到，我国纺织行业正在调整转型中升级。

说回出口，中国纺织行业拥有完善的产业链优势，资源配置能力逐步提高，部分品牌已走向世界，正在塑造国际竞争的新优势。综合判断，我国纺织品服装保持出口的适度增长还是可能的。此外，随着国家“供给侧”改革的深入，有望营造更加良好的宏观环境，激发和保护企业家的创新热情和勇气，增强企业创新驱动的积极性。

值得强调的是，随着市场全球化的大趋势，国内市场增长之快，已成为“十二五”的亮点和主要拉动力。企业对国内市场要有非常清晰的认识：

不是需求下降，而是变化加快。这种变化体现在国内经济结构的变化和消费者消费理念、文化爱好、年龄结构等情况的快速演变，并已形成多元消费层次，企业应及时适应变化，创新营销模式，找到国际竞争新优势。

纺织“十三五”焕发新思维新动力

1. 五大理念应成纺织“十三五”谋篇主线

“创新、协调、绿色、开放、共享”这五大发展理念，是“十三五”乃至更长时期我国经济社会发展思路、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。

对于纺织工业的“十三五”规划工作来说，要准确把握“十三五”时期我国经济进入新常态后表现出的速度变化、结构变化、动力转换三大特点，坚持问题导向和目标导向的重要原则，必须将五大理念作为纺织工业“十三五”规划谋篇布局的主线和导向。

“十三五”时期是我国全面建成小康社会的决胜阶段，也是我国由纺织大国向纺织强国转变的决胜阶段。面临如此巨大的国家和行业的变革，我的理解是：创新发展应该是纺织行业实现转型升级的根本动力，协调发展、绿色发展是纺织强国建设的重要内容，开放发展和

共享发展是纺织强国建设的基本保障和追求目标。

具体来讲，创新发展最重要体现在促进资源优化配置、培育发展新动力、拓展发展新方向上；协调发展最重要体现在区域结构、企业结构、行业结构的调整，促进区域、产业链上下游行业以及大中小企业的协调发展；绿色发展要体现在全面节约和高效利用资源以及加大环境保护力度上；开放发展要充分利用好国家战略，加快产业链在全球的布局，促进出口贸易的优化升级；共享发展要体现行业从生产型向生产服务型转型，纺织行业继续在促进就业、美化人民生活中发挥重要作用。

2. “十三五”纺织工业将践行新定位

在我国经济发展的不同历史阶段，纺织工业在经济发展、出口创汇、满足消费、解决就业等方面做出了突出贡献，为此，我们一直说纺织工业是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，这个定位在全社会得到广泛认同，在国际金融危机后对提振行业发展信心也发挥了积极作用。

开展“十三五”规划研究和编制工作以来，关于在新时期如何对行业进行新的定位作为一个重要课题，我们进行了广泛的讨论。根据世情和国情，我认为在相当长时期内，纺织工业作为我国经济传统支柱产业和重要民生产业的地位不会变。基于比较成本层面的国际竞争优势正在进一步转换为产业链层面的国际化新优势，体现我国纺织工业结构和布局优化的新特点，面向创造供求和市场化配置资源的决定性作用，纺织工业要突出体现科技和时尚融合、终端消费多元化拉动，还要进一步认识新形势下纺织工业对国民经济与社会发展的重要作用。因此，在纺织“十三五”规划中我们提出了一个与过去有所调整的行业定位表述：

“纺织工业是我国传统支柱产业、重要的民生产业和创造国际化新优势的产业，是科技和时尚融合、衣着消费与产业用并举的产业，在美化人民生活、带动相关产业、拉动内需增长、建设生态文明、增强文化自信、促进社会

和谐等方面发挥着重要作用。”

3.把握“十三五”机遇冲刺纺织强国

纺织工业“十三五”规划已经被工业和信息化部列为消费品工业司负责的四个部级规划之一。中纺联受工信部委托，从去年开始着手相关工作。纺织工业“十三五”的基本发展思路是：

坚持市场导向、创新驱动、结构优化、绿色发展原则，主动适应和引领经济发展新常态，利用纺织工业自身良好的产业基础，加快结构调整和产业升级步伐，着力提高发展质量和效益，创造“互联网+”时代和国际化发展的纺织新优势，成为科技、品牌、可持续发展和人才实力都不断增加的世界纺织强国。

纺织“十三五”是向“建成纺织强国”这一目标的冲刺和决战期，纺织“十三五”规划目标与纺织强国目标之间的衔接非常重要。《建设纺织强国纲要（2011~2020年）》发布后，经济发展形势和行业外部条件发生了很大变化，根据这种动态变化，预计在“十三五”规划中对强国建设的目标将有所调整。

但值得强调的是，衡量强国目标是否实现不是单个指标能够体现的，而是科技、品牌、可持续发展和人才四个方面的综合发展水平进入世界先进国家行列，形成支撑强国发展的产业链与价值链体系，是全面衡量纺织强国是否建成的标志。

近年来，强国建设工作一直在全行业积极推进并取得了明显成效。可以预见的是，“十三五”期间，我国经济社会发展将迎来深刻变革，纺织工业也将面对崭新的机遇和巨大的挑战。逆水行舟，不进则退。只有全行业坚定信心，坚持“创新、协调、绿色、开放、共享”发展，纺织强国才会在我们手上创造出来。

随着十八届五中全会通过的国民经济和社会发展“十三五”规划建议的发布,《纺织工业“十三五”发展规划》(以下简称纺织“十三五”规划)的编制也正紧锣密鼓。关于规划编制工作的进程、基本思路,目标制定以及引导行业谱写加快创新发展,着力提高发展质量和效益的主旋律等问题,《中国纺织报》记者采访了中国纺织工业联合会副会长,规划编制主要负责人孙瑞哲。主要采访内容如下:

规划编制进程

工业和信息化部已将纺织“十三五”规划列为部级规划,并委托中国纺织工业联合会开展编制工作,预计明年上半年发布。

2014年6月,中纺联即开始全面启动纺织“十三五”规划前期研究工作,分设综合、科技、品牌、可持续发展和人才5个专题组,分解了18个重点课题开展研究。今年4月着手编制,6月已形成《纺织工业“十三五”发展规划(第一稿)》。目前还在吸收各方面意见的基础上组织修改工作。

规划基本思路

虽然编制工作仍在进行中,但纺织“十三五”规划的主导思想已明确。用以创新为首的五大“新发展理念”统领国民经济“十三五”规划的编制工作,也是指导规划编制的主轴和灵魂。纺织“十三五”规划将在多方面体现与国家“十三五”规划建议的对接。

规划目标制定

纺织“十三五”规划包括五大目标体系:

◎行业增长

◎结构调整

◎科技创新

◎品牌创建

◎绿色发展

其中:

行业增长目标包括:

◎工业增加值

◎出口总额

◎纤维加工总量

三个指标分别达到:

◎保持合理增长,保持稳定的国际市场份额,保持和世界平均增速基本同步的水平;

◎以继续体现行业对国民经济中高速增长、保出口稳就业的贡献作用,以及重点提升纺织产品质量和效益的规划思路。

结构调整目标包括:

◎服装、家纺、产业用纺织品纤维消费量的比重,其中产业用纺织品纤维消费量占比达到1/3;

◎全员劳动生产率指标体现产业升级的成效;

◎中西部地区纺织工业主营业务收入占全国的比重进一步提高。

科技创新目标:

考虑使用规模以上企业或大中型企业研发投入强度、发明专利授权量年均增速和重点企业两化融合评估指数等指标。

品牌创建目标:

目前并无国家宏观规划以及现有指标体系作为参考,因此计划采用既反映纺织行业品牌发展目标又能得到较广泛认同的指标——初步设定社会责任建设及品牌培育管理体系运用作

为参考目标。

绿色发展目标：

既包括节能减排方面的约束性指标，也包括具有纺织行业特色的再利用纺织纤维总量指标。

以上目标根据行业在国民经济“十三五”规划发展目标框架下的地位和特点而设计，其具体目标还将结合国家“十三五”规划的新要求进行相应调整。

规划主基调

“十三五”时期的新机遇和新动力

“十三五”时期，行业发展将从“三驾马车”中获得新的机遇和动力。其中，内需扩大和消费升级将是纺织行业发展的最大动力。主要体现在：

◎据统计测算，2020年实现城乡居民收入比2010年翻番目标时，衣着消费支出至少有7500亿元的增量空间；

◎城镇化率提高、城乡差距缩小也将带动国内纺织品消费需求扩大。根据“十三五”规划建议的目标，到2020年，有1亿左右农民工和其他常住人口在城镇定居，这部分人口将带动1600亿以上的衣着消费增量；

◎衣着、家用纺织品等消费需求多样化、个性化、时尚化成为主流，有利于推动消费结构升级。随着基础设施建设、环境治理、卫生保健、安全防护、军事国防等方面加大投入，预计“十三五”期间产业用纺织品消费需求将保持年均8%以上增长。

◎出口方面：“十三五”时期纺织工业将面临比较严峻的环境，发达经济市场呈缓慢复苏态势，但新兴经济体消费需求将进一步加快

释放，在全球新增纤维消费中新兴及发展中国家需求占比将超过90%。我国纺织行业要优化调整投资和贸易结构，稳定在美日欧发达经济体的市场份额，进一步开拓新兴和发展中国家市场空间。

◎投资方面：“十二五”以来我国纺织行业投资规模稳定增长。“十三五”时期纺织产业升级和结构调整所带动的固定资产投资仍将进一步增长，新疆仍将是投资的热点和重点区域。

开拓纺织行业发展新空间

“十三五”期间，“一带一路”、京津冀协同发展、长江经济带三大战略实施，企业将着眼于全球化资源优化配置，更主动积极地实施产业转移和“走出去”。

◎进一步拓展纺织区域发展空间。

中西部地区承接产业转移由过去主要依靠成本优势和政策优惠，更多地转向依靠市场配置、优化环境、提升服务和激发创新等方面，依托内陆城市群，满足不断升级的内需消费要求。东部地区重点发展技术研发中心、时尚创意中心和品牌营销中心等价值链高端环节，率先建设数字化、网络化和智能化制造示范基地，发展电子商务交易、纺织服装物流、检验检测认证、节能环保服务等生产性服务业。

◎加快国际化产业布局。

鼓励行业龙头骨干企业“走出去”跨国布局原料加工环节，稳定原料供应保障。引导纺织企业在基础设施、政策和贸易环境方面有优势的国家和地区，直接投资或间接控制实施“中国+1”的跨国产业链布局战略。推进国际产能和装备制造合作，在石油化工及棉花、森林、劳动力资源丰富以及靠近目标市场的国家投资纺织项目，带动纺织装备出口，进而实现产能国际化。引导优势企业整合全球资源提升

价值链水平，掌握目标市场属地销售品牌和市场渠道资源。

◎纺织业与互联网融合创新发展开辟新天地。

进一步提升纺织科技创新水平

“十三五”期间，全行业提升科技创新水平，需要发挥科技创新体系作用，加强关键技术基础研究能力，以纺织新材料和智能制造为重点，促进纺织产业链向价值链高端提升。

◎完善科技创新体系；

◎完善加强科技创新服务平台建设；

◎创新纺织新材料；

◎创新纺织加工技术。

构建纺织产业新体系

“十三五”期间，建设制造强国、实施《中国制造2025》是构建产业新体系的题中应有之义。在实施工业强基工程、支持战略性新兴产业发展、实施智能制造工程、加快发展现代服务业行动等方面，纺织行业将在“十三五”规划中确定开展工作的方向和内容。

中纺联旗下四展会入选2015年商务部引导支持展会

日前，商务部办公厅下发“关于2015年引导支持展会名单”通知，确定了190项展会作为2015年引导支持展会。其中，中国纺织工业联合会旗下有四个展会入选，分别是：中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会、中国国际纺织面料及辅料博览会、中国国际服装服饰博览会和中国国际针织博览会。

这四个展会均为纺织行业知名品牌展会，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与相关专业协会及合作单位联合主办。

此次评选是商务部为了深入贯彻落实《国务院关于进一步促进展览业改革发展的若干意

见》（国发[2015]15号），有效发挥重点展会示范效应，引导展览行业健康发展，对带动效应好、行业影响大、产业特色鲜明、区域特点显著的展会进行鼓励和支持。经各地方、有关部门和行业中介组织推荐，专家委员会评审及网上公示，最终确定了2015年引导支持展会名单。

此次入选，将对发挥中纺联纺织专业展会在拉动消费、调整结构和促进经济合作等方面的带动作用有着积极的意义；同时，也是对我会及合作单位多年来注重办展实效，不懈努力提升展会专业化、品牌化和信息化水平的肯定。

2015中国纺织创新年会在京召开

12月11日上午9时，由中国纺织工业联合会主办的2015中国纺织创新年会在北京首都大酒店顺利召开。

本次创新年会旨在全面总结行业创新成果，探索、研讨中国纺织行业从传统优势产业

向新型制造服务业、时尚产业和战略新兴产业转型升级道路。全面梳理、分析2015年中国纺织行业创新发展情况和形势，探讨未来行业在“十三五”期间所面临的政策环境与资源优势，把握新时期行业转型升级机遇。

中国纺织工业联合会会长王天凯，原会长杜钰洲，副会长孙瑞哲、徐文英、夏令敏，纪委书记王久新，顾问杨东辉、张莉，会长助理陈大鹏，科技部国际交流中心副主任王艳，工业和信息化部消费品工业司纺织处处长陈新伟，国家信息中心信息化研究部主任张新红及中国生产力促进中心、中国纺织工业联合会各职能部门和专业协会领导，国内外纺织服装优秀企业代表共同出席本次年会。会议由中国纺织工业联合会副会长夏令敏主持。

中国纺织工业联合会会长王天凯在致辞中强调：“2015年作为‘十二五’规划的收官之年，我国纺织企业面临着来自各方面的压力，但同时我们应当注意到，创新型纺织服装企业运行状况良好。‘十三五’时期是全面建成小康社会决胜阶段，也是我国纺织行业建成纺织强国的最后冲刺阶段。我们必须把科技创新放在行业发展全局的核心位置，充分发挥创新引领发展第一动力的作用，深入实施创新驱动发展战略，加快推进转型升级。”

王天凯表示，随着“十三五”的到来，我们应该充分认识到纺织工业作为我国支柱型产业地位不会改变。我国纺织企业应着重培育创新发展新动力，拓展创新发展新方向，提升创新发展新空间，推动创新发展新体制。面对新起点、新跨越，“两个百年”目标下的纺织行业发展新蓝图已全面展开，纺织工业将着力破解支撑传统增长方式的要素成本优势减弱的矛盾，着力破解结构性、阶段性产能过剩的矛盾，依靠全面深化改革来创造更为公平和市场化的发展环境，把发展第一动力集中于创新的引领作用，加快产业换挡提质，构筑中国纺织工业面向全球格局的新优势。

中国纺织工业联合会副会长孙瑞哲在随后的主题演讲中提出：我国纺织服装行业在“十三五”规划到来之际迎来了新的发展机遇与挑战。我们应当认识到，纺织工业强国的建设与全面建设小康社会是密不可分的，我国纺织工业的产业属性、产业责任以及产业使命将成为我国“两个百年”任务的强大助力。“十三五”期间，我国纺织工业由大变强的基本路径有以下四方面：市场导向、创新驱动、

结构优化和绿色发展。

当前，我国纺织服装行业呈现出以下三大趋势：

第一，我国纺织行业规模效益稳步增长，发展速度从高速转向中高速的态势，虽然行业增速有所放缓，但其发展状况要好于国家经济总体形势；

第二，我国纺织行业正处于结构优化的关键时期，结构调整特征明显，全面优化成为行业发展主题；

第三，随着行业转型升级进程的加快，我国纺织行业发展动力从要素驱动逐渐发展为创新驱动。

孙瑞哲表示：虽然目前全球经济增长持续放缓，同时我国纺织服装行业面对着成本扁平化带来世界产业竞争格局的新转变以及人口老龄化带来行业劳动力结构性短缺，但是我们也要充分认识到新时期我国纺织行业将要迎来的新机遇：

首先，供给侧改革的提出全面要求我们着力提高供给体系的质量和效率，以技术创新推动产品创新，更好的满足多样化、个性化、时尚化的消费需求，并且引领、创造新的需求；

其次，行业的智能化也帮助我国纺织行业实现节约能源、节约资源、节省用工、生产高稳定性和高品质产品；

第三，新型城镇化将为行业带来巨大的成长空间；

第四，区域协同化带来产业转移的合作利好。世界的模样在于你凝视它的目光，我国纺织业要以积极乐观的心态面对未来，迎接“两个百年”目标下的新起点、新跨越、新蓝图。

同时，为倡导我国纺织企业高效、合理利用现有资源并且通过科技发展来创新管理，会议现场举行了第四届全国纺织行业管理创新成

果大奖及2015年度中国纺织工业联合会产品开发贡献奖颁奖典礼。

在下午举行的创新论坛上，来自行业专

家、企业负责人及高管围绕科技进步与时尚转型、产品开发与可持续发展等主题进行主题演讲，分享自身观点和创新管理实践，现场气氛热烈。

多因素致11月纺织品服装出口继续下跌

在重点市场需求低迷、人民币实际有效汇率偏高，以及产业加速转移等因素的共同作用下，尽管去年同期基数较低，11月纺织品服装出口仍未能恢复增长，继续下跌，其中纺织品下降速度较前期加快，服装降幅略有收窄。

据海关总署发布的数据，按人民币计，11月纺织品服装出口1396.5亿元，同比下降6.7%，其中纺织品出口550.7亿元，同比下降6.1%，服装出口845.8亿元，同比下降7%。1-11月，纺织品服装累计出口15904.2亿元，下降5.1%，其中纺织品出口6172.3亿元，下降1.8%，服装出口9731.9亿元，下降7%。以美元计价，1-11月我国纺织品服装出口2569.46亿美元，同比下降5.79%。

今年11月，我国外贸进出口总值为3403.82亿美元，与上年同比下降7.6%。其中，出口1972.42亿美元，同比下降6.8%；进口1431.39亿美元，同比下降8.7%。2015年1~11月，我国外贸累计进出口总值为35655.28亿美元，同比下降8.5%。其中，累计出口总值20523.2亿美元，同比下降3%；累计进口15132.08亿美元，同比下降15.1%。

11月，我国纺织品纱线、织物及制品出口总额为86.67亿美元，前11月累计出口总额为997.21亿美元，累计同比下降2.6%。11月，我

国服装及衣着附件出口总额133.14亿美元，前11月累计出口1572.25亿美元，累计同比下降7.7%。

11月，我国纺织品纱线、织物及制品进口总额为14.26亿美元，前11月累计进口174.58亿美元，同比下降5.9%。

据国家统计局数据：

在商品零售中，11月限额以上单位商品零售1.27万亿元，同比增长9.0%。其中服装鞋帽、针纺织品零售额1382亿元，同比增长9.9%。1-11月份，限额以上单位商品零售11.92万亿元，同比增长7.8%。其中服装鞋帽、针纺织品1-10月份零售额1.20万亿元，同比增加10.1%。

规模以上企业工业增加值统计中，1-11月制造业工业增加值增速为7.0%，其中：

纺织行业（不包括纺机部分）工业增加值增速为6.4%；

纺织业工业增加值增速为6.9%

纺织服装、服饰业工业增加值增速为4.5%

化学纤维制造业工业增加值增速为11.2%。

江苏纺织行业运行家纺好于服装

江苏省纺织工业协会近日联合中国绸都网、中国叠石桥市场指数发布中心、常熟服装城管委会等联合发布江苏纺织行业运行指数表

明，行业下行压力仍然较大，但也不乏一些结构性亮点。

中国绸都网依托吴江盛泽地区的丝绸化纤行业发布指数，最近一年来，原材料价格指数同比下跌近2000点，行业进入深度调整，企业优胜劣汰加速。监测表明，今年8月份，PTA等大宗纺织原料价格同比大幅下降，内需乏力、出口下降，导致下游企业的困难传导至上游企业。值得注意的是，由于资金链问题和库存积压等问题，今年以来江浙地区多家纺织企业破产关门。中国绸都网总经理郭其波坦言，除了市场需求等客观因素，一些企业老板在资本市场博弈，股市剧烈震荡后资产严重缩水，负面影响波及到实体经济。

相比之下，家纺行业景气度虽有下行走

势，但比服装行业略好，其中生产景气平均指数同比下降2.83%。上半年家纺出口形势不太乐观，但内销板块培育了新增长点。

目前，叠石桥家纺市场的企业一半设立了网上销售平台，今年7月份的日均快递发出量达到5.3万件，同比增长30%。叠石桥市场指数发布中心主任杨建达分析说，上半年江苏家纺出口额和出口量仍保持全国前三位，与去年同期相比，出口额、出口量分别上涨0.47%、3.08%，但出口单价下跌2.84%，企业利润空间受影响。江苏纺织业下行压力仍大，但家纺好于服装。

2015年倒计时 看一年纺织行业四大特点

据悉，目前我国纺织行业共有企业20多万家，其中90%以上是民营企业。随着中国经济进入新常态，整个制造业增速减缓，纺织行业也受到影响。转眼，2015年仅仅剩下不到10天了，一路走来，纺织企业历经坎坷，感受颇深。总体来说2015这一年纺织行业呈现四大特点：

一、化纤纺织原料降幅大

在过去一年时间里，在国际油价大幅回落背景下，纺织化纤原材料大幅回落，国内大宗纺织原料商品市场一片萎靡、跌多涨少，很多企业老总感叹就像是坐了一趟过山车。

在棉花领域，今年以来，国内棉花价格维持在13000元/吨水平，仅微幅波动，纺织厂用到了梦寐以求的低价棉。进入本年度，新季棉花价格跌至13000元/吨一线，而进口棉成本则在12000元/吨左右(1%关税)，内外棉价差缩小至1000元/吨。能用到低价格原料，正如某些纺织厂所说的“这是沾了目标价格的光”，没有目标价格，就没有纺企原料的低成本。

而在化纤行业，“涨得酸爽，跌得心

慌。”今年国内纺织化纤原料价格出现大幅下挫，让很多纺织企业承受了来自市场的巨大压力。今年上半年不少纺织企业对原材料低价行情普遍看涨，大量采购原料生产，没曾想国际油价的大幅下跌，原料价格继续一泻千里深不可测，如今高库存已经成为问题，很多企业只能亏本生产销售。

二、纺织企业冲击资本市场热情

记得前些年，国内为数不多的服装企业上市时，资本市场对此无视，但是随着政策调控、行业发展等因素，不少资本开始对国内的纺织服装企业伸出“援手”。

今年以来，IPO市场有着从未有过的热闹。从歌力思年初成功上市开始，中国资本市场便一直沸腾不已，如今，“broadcast:播”、“DAZZLE(地素)”、“LaChapelle(拉夏贝尔)”，这些许多女性熟悉的女装品牌，更是已经进入预披露流程。此外，还有太平鸟、安正、玛丝菲尔、欣贺、比音勒芬等品牌正排队于IPO的门前。加上之前已上市的朗姿、维格娜丝等，国内服装行业的几大知名公司都有望齐聚资本市场。另外除了主板，“新三板”市场

亦活跃，据了解，越来越多的织造企业已经开始了上市工作的操作流程。其数量之庞大，创下了历年之最。

三、互联网+纺织趋势

2015年纺织服装实业+互联网趋势势不可挡，对互联网的理解不再仅仅停留在电商和营销层面的互联网1.0时代，而是进入融合实业的互联网2.0时代，目前纺织服装行业转型大致有以下八个方向：

1、互联网金融(包括供应链金融)：报喜鸟(成立小鱼金服，参股温州贷和口袋理财，打造微小版“蚂蚁金服”)、嘉欣丝绸(基于中国茧丝绸交易市场打造供应链金融)、七匹狼(集团参股品尚电商，打造集配套服务+供应链金融为基础的P2P模式)、华斯股份(参股微卖，打造在线拍卖会+供应链金融模式)、海澜之家(已形成包括供应商在内的健康生态圈，具有供应链金融的基础)。

2、跨境电商：百圆裤业(打造跨境电商平台联盟)、森马服饰(收购韩国跨境电商平台)、美邦服饰(打造“有范”APP聚集全世界时尚品牌)、朗姿股份(韩国资源具有优势)、七匹狼(有预期)、富安娜(有预期)、美盛文化(有预期)。

3、社交类移动互联：森马服饰(与韩国时尚品牌平台ISE合作将专注移动端)、美邦服饰(“有范”APP)、朗姿股份(参股明星衣橱)、华斯股份(参股“微卖”)、探路者(六只脚APP)、百圆裤业(具有移动端业务)。

4、体育产业：贵人鸟(参股虎扑，成立体育产业基金，布局体育产业)、探路者(成立体育+旅游产业基金)、浔兴股份(有望收购体育资产)。

5、儿童动漫产业：森马服饰(童装品牌集群+参股天才宝贝早教，未来仍有并购预期)、朗姿股份(收购韩国童装第一品牌阿卡邦)、美盛文化(打造包括迪斯尼、独立IP星学院、儿童剧场、手游公司、影视公司的动漫产业生态圈)。

6、智能家居：罗莱家纺(与和而泰合作，成立产业基金)、富安娜(有转型预期)、梦洁家纺(与和而泰合作)。

7、大健康产业：雅戈尔(成立产业基金)、罗莱家纺(有预期)。

8、工业4.0：报喜鸟(大力推广C2B大众化定制业务)、九牧王(定制业务)、雅戈尔(定制业务)、海澜之家(圣凯诺职业服定制)、奥康国际(男鞋定制)、鲁泰(君奕衬衫定制)。

四、纺织企业国内西迁或东南亚建厂

近几年，由于中国劳动力成本不断趋升，东南亚地区劳工成本低的优势显现，加上该地区各国实施的税收及政策优惠，许多纺织服装企业纷纷掘金东南亚，到东南亚投资逐渐成为热潮，尤其是对越南、柬埔寨、缅甸、老挝等国，投资者的兴趣更是浓厚。2015年中国纺织企业也在顺应这个大潮，融入掘金东南亚的大军中，今年以来，包括天虹纺织、香港溢达集团、红豆集团、鲁泰纺织等数十家纺织企业纷纷到此地区拓展建厂。而同时在国内经济发达地区的纺织企业也同样在部署新疆等中西部地区建厂。

据了解，一位在山东某纺织企业负责人说到，目前他们厂分别在新疆、江苏、台湾、越南设有分厂。“打算明年再在印度建一家工厂。”该负责人说。选择在新疆设厂是看中了新疆得天独厚的原料资源。该负责人讲，新疆棉花产量、质量独步天下，尤其新疆对棉花产业支持力度非常大，各种补贴加起来高达2000多元/吨，大大提升了企业竞争力。

选择在台湾设厂，因为台湾进口棉花没有配额限制，企业可以用到低价的、优质的进口棉。今年，综合原料成本较内地低2000-3000元/吨。唯一不足之处在于用工成本较内地高，但企业通过技术创新，已将用工数大幅压缩。

选择在越南设厂，众所周之，其税收、用工、原料、能源等都大幅低于国内，占据成本优势。企业负责人说，目前国内这几个厂基本

都是亏钱的，唯有台湾、越南的分厂是赚钱的。

2016年纺织企业要做什么？

面对严峻的市场环境，适者生存，直接生产在如此恶劣环境下，都能盈利的产品。

对纺织行业来说，劣质或者普通的产品，真的一马路都是，大家都很清楚。但质量优秀的产品，无论是中国市场还是世界市场，还是非常稀缺的，稀缺的产品，自然高价，自然盈利。眼前的问题，就是怎么以一个普通，甚至更低的成本，生产出优秀的产品。

百闻不如一见：中意高端服装制造业深度对接活动圆满结束

2015年11月27日，为期4天的由中国贸促会纺织行业分会和中国服装协会共同组织的“中意高端服装制造业深度对接活动”在意大利维琴察圆满结束。

虽然时间短暂，但由于前期准备充分，双方企业和品牌的交流活动务实高效，代表团成员无不感叹于意大利服装制造的“高、大、上”，直呼：收获满满，此行不虚！

对接活动：真诚、高效、开放、共享

11月24日，中方代表团6家企业16人在中国贸促会纺织行业分会副会长林云峰、中国服装协会副会长王茁带领下如约到达维琴察开始对接活动。

首日，在维琴察Hotel vergilius Atlante meeting room里，中国高端服装品牌“江南布衣”、“雅莹”、“迪尚”、“云裳”“华城时代”、“MEBYWO”与带着样衣而来的9家维琴察高端服装制造企业进行了“一对一”的匹配洽谈。在4.5小时的整体洽谈中，中方企业均在原有安排的基础上，增加洽谈企业数量。

初步建立了基本印象后，代表团在之后的两天中实地参观了7家意大利企业。

因为有了资料互识和简单商谈等前期的沟通，参观中，意大利企业将其工作室或工厂全面向代表团成员开放，毫无保留，随便拍照，并且有问必答，使代表团的参观顺畅尽兴。

学到东西是第一个共同的收获

核心技术

意大利先进的工艺技术和精良的制作水平以及对制作细节等精细化处理，让代表团全员夸赞不已。

在“Confezioni Margaret Snc”公司，其针织面料的梭织处理加工方式，让团内一知名品牌服装企业的董事长到总经理、研发部老总、工业事业部等负责人，迫不及待地到现场就开始了“内部研讨”，渴望找到其技术核心。

专门做针织产品的一家团内企业老总坦诚地说：我们国内的制作工艺和水平做不出这样的产品。

领域再细分 从一而精

制作领域的再细分对应专业化程度至高是代表团全员的另一个共同认可。

参观的意大利企业中，有一家专业制版公司，只做制版这一道工序，因为专一从而精湛。这种方式赢得代表团全员的快速认同，多家中方企业表示希望与该制版公司进行合作。团内一家中方企业高管现场就与国内沟通，要求国内同事与该公司马上email接触相关事宜。

敬业和工匠精神

敬业精神和工匠精神是代表团成员对意大利

利企业的又一种佩服与认同。

参观的7家意大利企业中，有3家的负责人都是年龄在50岁以上的先生或女士，他们的企业都有独到的技艺，并且一直坚持将这种技艺做得更加专业，没有急速扩张。

“恨”相见晚 “即”付诸行动

合作尝试是此次中方代表团交流学习后最想付诸行动的。比如，意向购买样衣，尝试做一季产品某些系列的开发等。

合作尝试不仅是中意双方品牌和企业间的，也包括两国协会间的合作。

活动结束后两天，维琴察手工业协会就给中国贸促会纺织行业分会和中国服装协会写来感谢信，表示他们的9家会员企业对这样的对接活动十分认可，希望今后加强与两协会的合作，为各自的会员提供更多的合作机会。

优势互补 合作共赢

虽然仅是一地的对接与参观，但这种精准高效的交流模式得到了中、意双方企业、品牌的认同，双方都满意。

中方企业全体成员都表示不虚此行，不仅找到了自己品牌在高级制作方面可行的合作渠道，还欣赏学习到了意大利服装制作中的精华。

同样，意大利企业不出家门就能够与中国顶尖的品牌公司见面并尝试合作，这是他们之前从未有过的机遇。

专业与专业的对话，专业与专业的碰撞，双方必然都有务实的收获。此次的“中意高端服装制造业深度对接团”可以说是超预期完成了双方品牌、企业的预期。

龙象共舞 棉纺先行--

赴印度中印棉纺织企业对接调研活动圆满结束

响应国家“一带一路”建设，契合中纺联“走出去”指导精神，应印度棉纺织品出口促进委员会邀请，2015年11月30日，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会秘书长张涛带队的“中印棉纺织企业对接调研代表团”对处于“21世纪海上丝绸之路”战略要位的印度棉纺企业进行深度调研活动，并获圆满成功。

调研首日，印度棉纺织品出口促进委员会在孟买办公中心举办了中印企业推介会暨欢迎招待会。会上，双方企业分享了中印棉纺行业的基本情况，之后，开始一对一对接洽谈。由于双方组织单位做了充分的前期准备工作，使得本次对接洽谈活动专业、高效。在四个多小时的洽谈过程中，生产型的印度企业得到了中方企业的青睐，双方交流积极热烈，成果丰

硕。

之后，在印方安排下，中企代表团参观了几家印度知名棉纺织企业。代表团成员被其先进的生产设备及配套设施、高技术含量的产品和科学先进的管理方式所“震惊”，并隐约有些“小危机”感。同时，也更加明确了企业的发展方向。

别具一格的企业文化--印度知名全产业链纺织企业Alok实业有限公司

始建于1986年，目前已发展成为集纺纱，毛巾织造，印染，针织布，成衣为一体的全产业链公司。生产设备选自特吕茨勒，立达等世界先进纺机公司，标准实验室配置了乌斯特等

仪器设备。

公司每月向中国出口约20柜400吨纱，主要以中低支，普梳纱为主。其生产的中高支纱主要是自用及出口到巴基斯坦和土耳其等国并有意拓展中高支纱的中国市场。

Alok的毛巾生产也配置了世界级的先进机器并采用了现代化管理手段。Alok毛巾厂对中方的滨州亚光公司表现出了极大的合作兴趣，并表示将在2016年的法兰克福展上进行更进一步的洽谈。

团员中来自河北圣源纺织有限公司的雷总经理对Alok的企业文化别有感受-----"work is worship"-----膜拜工作吧，如同膜拜我们的神灵。他认为这种折射了印度民族精神的企业文化别具一格，中方企业可以借鉴学习。

"冲击"与"震撼"--拥有印度最现代化工厂的优质纺织企业Birla Century

位于圣雄甘地和现任印度总理莫迪家乡的Century是印方安排参观的第二个棉纺织企业。这个世界排名前五的棉纺织企业带给了中方代表实实在在的冲击与震撼。

优美开阔的厂区，科学美观的厂房设计，智能整洁超现代的车间，高效有序的操作，完全封闭零排放的污水处理系统...这是Century在视觉上带给中方代表的感官感受。

而数字上，也刷新了中方代表对印度高水平企业的认识。

作为B K Birla集团的纺织板块的子公司，Century投资1.8亿美元，采用全欧洲进口的纺织印染设备建立全产业链的生产基地，含超过10万锭的纺纱和302台织造设备，以及全套印染设备和缝制工厂。

来自浙江巴贝纺织有限公司的王维扬总经理认为，比较国内纺织企业，印度棉纺织企业有几个优势：

一是棉纱成本远低于中国；

二是当地年轻劳动力充裕且劳动力成本低于中国；

三是印度大型纺织企业普遍采用欧洲进口设备建立全产业链且注重环保；

四是印度纺织企业越来越注重产品研发。

这些方面都构成了对中国纺织企业，尤其是棉纺织企业的强劲竞争。

将过程控制做到实处--Arvind有限公司

下午参观Arvind有限公司，中方代表又一次对印度的棉纺织企业刮目相看。

Arvind 1897年建厂，有近120年的历史，28万锭的纺纱产能，整洁有序的车间，从纺纱到成衣的一条龙生产体系，依靠自身的研发能力给赫赫有名的世界知名品牌提供产品。员工身着工作服进行操作。公司车间墙壁上张贴着清洁整理的时间和方法，这个细节很简单，但能够做到如此细致的中国工厂也是凤毛麟角。

细节决定品质，如此细节可以开拓和占领什么样的市场呢？中国的纺织企业应该做出反思和警觉了……

龙象共舞 棉纺先行

四天的行程下来，虽然印度的交通让中方企业有些不适应，印度棉纺织企业也有一些不尽如人意的地方，但中方企业对印度市场的兴趣日益浓厚，除了表示不虚此行之外，更是计划尽快赴印开展更广泛和深入的商业活动。同样的，参与了交流活动的印度企业也表示了对此次活动的赞赏，并期待着这种生动而又有成效的活动能更高频的举行。

随着中印孟缅经济走廊、“丝绸之路”经济带、“21世纪海上丝绸之路”战略的逐渐落地，中印双方棉纺织的合作共赢的前景值得期待。

2015年1-10月中国对非洲纺织品服装出口简况

据中国海关统计，1-10月，我国纺织品服装对非洲出口169亿美元，同比增长5.78%。其中，纺织品出口89.6亿美元，同比增长0.15%；服装出口79.4亿美元，同比增长13%。出口主要特点如下：

一、纱线出口量增价跌

1-10月，中国对非洲出口纱线3.28亿公斤，同比增长9%，出口金额7.3亿美元，同比下降2%，出口平均单价2.23美元/公斤，同比下降10%。其中，棉纱线出口0.14亿公斤，同比增长13.24%，出口金额4763万美元，同比增长13.33%；化纤纱线出口2.79亿公斤，同比增长5.8%，出口金额5.65亿美元，同比下降5.9%，平均单价2.02美元/公斤，同比下降11%；毛纱线出口7910万美元，增长6.65%，平均价格增长10.24%。

二、化纤布出口平均价格跌一成

1-10月，中国对非洲出口面料57亿米，同比增长7.71%，出口额58.14亿美元，同比增长0.41%。其中，棉布出口18.7亿米，同比增长1.43%，出口金额23.65亿美元，同比下降0.79%；化纤布出口30.3亿米，同比增长11.55%，出口金额24.27亿美元，同比增长0.33%，平均单价下降10%。

三、家纺出口跌势持续

1-10月，中国对非洲出口制成品24.16亿美元，同比增长0.17%。其中，家用纺织品出口9.74亿美元，同比下降6.47%，出口平均价格同比下降1.82%，出口量同比下降4.74%；工业用纺织制品出口量增长4.6%，出口额3.8亿美元，同比下降2.55%，平均价格同比下降6.84%。其他制成品出口6.44亿美元，同比增长6.21%，平均价格增长7%。

四、梭织服装出口量增长迅速

1-10月，中国对非洲服装出口额79.4亿美元，同比增长13%。其中，针织服装出口11.4亿件（套），同比下降8.21%，出口额33.26亿美元，同比下降0.77%，平均价格2.92美元/件（套），同比增长8.11%。在针织服装中，化纤制针织服装出口量跌价增，出口量下降16.37%，出口平均单价增长8.25%，出口额5.4亿美元。梭织服装出口9.6亿件（套），同比增长30.49%，出口额37.54亿美元，同比增长28.58%，平均价格3.91美元/件（套），同比下降1.46%。棉制梭织服装平均价格增长7.48%；化纤制梭织服装出口量快速增长达66.63%，平均价格下降10%。

五、广东和重庆对非洲出口增长迅速

从对非洲出口省份看，对非洲出口主要省份是浙江、广东、福建和山东，四省占全国对非洲出口比重74%。其中广东受益于非洲市场采购实现了64%的高速增长，福建增长15%，浙江和山东分别下降3.1%、16.8%，其他省份中，重庆对非洲出口4.5亿美元，同比增长高达117%。

六、对肯尼亚、埃塞俄比亚和苏丹出口快速增长

从对非洲出口国家看，南非、埃及和尼日利亚是我出口主要市场，分别出口23亿美元、22.6亿美元、21亿美元，埃及、尼日利亚增长为3.88%、5.6%，南非下降4.11%，三个国家占比40%；对非洲出口增长较快的国家是肯尼亚、埃塞俄比亚、苏丹、塞内加尔和吉布提，分别出口11.3亿美元、5.26亿美元、4.1亿美元、3.37亿美元和3亿美元，同比增长分别为50.74%、139%、72%、45%和42%。

2015年1-10月中国对欧盟纺织品服装出口简况

据中国海关统计，1-10月，我国纺织品服装对欧盟出口440亿美元，同比下降10.73%。其中，纺织品出口99.2亿美元，同比下降7.5%；服装出口341亿美元，同比下降11.63%。出口主要特点如下：

一、纱线出口量价齐跌

1-10月，中国对欧盟出口纱线3.5亿公斤，同比下降15.91%，出口金额9.3亿美元，同比下降22.61%。其中，棉纱线出口量1017万公斤，下降27.34%，出口金额6.46亿美元，下降35.48%，平均单价下降11.21%；化纤纱线出口量2.5亿公斤，下降5.47%，出口金额6.2亿美元，下降18.5%，平均单价下降13.78%；毛纱线出口量下降13.36%，平均单价下降16.2%。

二、棉布出口量下降幅度大

1-10月，中国对欧盟出口面料21.93亿米，同比下降5.1%，出口额31.5亿美元，同比下降8.45%。其中，棉布出口量2.69亿米，同比下降17.47%，出口金额3.7亿美元，同比下降22%；化纤布出口12.7亿米，同比微增0.14%，出口金额15.3亿美元，同比下降4%；丝机织物出口1943万米，同比下降30.49%，出口金额1.33亿美元，同比下降24.55%，平均单价同比增长8.54%；其他面料出口6.3亿米，同比下降7.84%，出口金额10.9亿美元，同比下降6.25%。

三、家纺商品平均价格稳定

美国农业部称，2015年年底时，全球棉花库存“极高”，他们估计到2016年年中，全球各地的仓库中将有近500亿磅棉花（480磅一包，约1亿400万包）。美国棉花协会指出，这

1-10月，中国对欧盟出口制成品58.3亿美元，同比下降5.45%。其中，家用纺织品出口25.5亿美元，同比下降5.45%，出口平均单价同比基本持平；无纺织物出口1.45亿公斤，同比下降3.57%，出口额5.17亿美元，同比下降3.44%；其他制成品出口18.1亿美元，下降0.48%。

四、针织服装价格稳定、梭织服装价格下降

1-10月，中国对欧盟服装出口额341亿美元，同比下降11.63%。其中，针织服装出口35.52亿件（套），同比下降15.02%，出口额136亿美元，同比下降14.38%，平均价格3.84美元/件（套），同比增长0.75%。梭织服装出口23.77亿件（套），同比下降4.91%，出口额160亿美元，同比下降10.12%，平均价格6.73美元/件（套），同比下降5.48%。

五、对芬兰、爱沙尼亚出口快速增长

从对欧盟出口国家看，英国、德国、法国、西班牙、意大利和荷兰是我对欧盟出口的主要市场，占欧盟市场的77.87%，分别出口99.1亿美元、81.6亿美元、42.7亿美元、41亿美元、40亿美元和38.2亿美元，前六名的国家仅对英国出口增长2.92%，其余五个国家分别下降15%、16.39%、5.58%、14%和27.89%。其他22个国家，对芬兰和爱沙尼亚出口增长迅速，分别增长42.38%和44.92%，希腊、斯洛文尼亚和奥地利小幅增长，其他17个国家全部下降，最高降幅47%，大部分降幅在20%左右。

全球棉花库存可做千亿T恤

些棉花库存足够做大约1270亿件T恤，分给这个星球上的每个居民17件。

显而易见，未来十二个月当中，我们不可

能需要这么多的T恤，也不可能需要这么多床单、毛巾、牛仔裤，或者任何其他棉织品。农业部称，眼下的棉花库存相当于全球棉花总消费量的94%，超过1980年到2010年期间平均水平的两倍。

全球棉花库存史上仅见

“仓库里棉花的规模是惊人的。”农业部资深经济学家麦克唐纳（Stephen MacDonald）对Quartz解释说，上一次库存消费比率如此之高，还是第二次世界大战结束时的事情，当时美国政府为棉农提供了重奖鼓励，而和平时期的纺织生产发展尚未开始。

那么，这主要是怎么造成的？

答案很大程度上在中国。2011年和2013年，中国都执行了储备计划，一旦价格跌到最低水平以下，就由国家直接购入。

中国棉花库存是全球库存的大头

为什么中国，或者还有任何其他国家会愿意囤积这么多棉花呢？有若干种可能性。

在中国，这样的计划是一种针对棉农的价格支持机制。它不但确保了棉农的最低收

入，同时也造成了人为的供应紧缩，而这客观上推动了棉花价格在全球层面的上涨。

之后，中国放弃了这样的计划，但是大量库存还在那里。国际棉业咨询委员会（International Cotton AdV）的数据显示，到2014年，中国的棉花库存约占全球的近60%。

棉花价格处于疲软中

多数时候，商品囤积者会耐心等待，到了价格较高的时候再售出。不过就当下的棉花而言，这却是一个昂贵而危险的游戏。存储本身也是要钱的，而且尽管棉花或许不如粮食那样容易坏掉，但是时间长了，品质也是要出问题的。

“棉花存放那么长时间显然不是好事。”麦克唐纳指出，现实中，供应就是超过需求，因此仓库里的棉花就是卖不掉。

人造纤维挤压棉花市场

这在很大程度上也是因为我们越来越青睐涤纶、尼龙、氨纶等等人造纤维——所有这些都在我们的服装，以及我们身边的所有编制品领域中挤压着棉花的空间。

浅析亚洲主要服装生产国工资

眼下，虽然亚洲主要服装出口国面临许多困难，但服装业的最低工资却不断上涨，有些是零售价格上涨，有些是国内政治因素。

土耳其

10月份通胀率仍高达7.6%，执政党获胜后承诺将最低工资上调至少30%，从1000里拉涨到1300里拉。劳动密集型行业和纺织服装业

表示，上调最低工资会给产品出口带来负面影响，可能加速他们在海外开厂的步伐。

不过，工资上调会在一定程度上抵消土耳其里拉贬值。按美元计算，2015年的最低工资实际上是下降的。虽然最低工资会从428美元上涨到454美元，但由于欧元贬值，土耳其的生产成本按欧元计算会大幅上涨。

印度尼西亚

除了零售小幅价格上涨之外，亚洲低成本国家还需要为脱贫做长期的努力，一些国家越来越认可和接受“生活工资”的理念。印度尼西亚推出了一个计算公式，通过将通胀率和GDP增长融合在一起的方式提高工资水平。在较贫困的地区，还有5%的额外最低增长，以缩小最低工资和生活工资之间的差距。

柬埔寨和越南

三个国家的最低工资都有所上涨。柬埔寨的月均工资从128美元上调到140美元，行业呼吁上调到177美元，但近几年最低工资一直在上涨，过度上涨会削弱产品的出口竞争力。

越南政府计划从2016年1月1日起将最低工资上调12%，但由于财政赤字超过预期，实际执行时间可能推后。

印度

印度政府再用一套非常复杂的程序来简化最低工资的调整方法。联邦政府可能会在上调最低工资的问题是取得某种一致性，但恐怕很难产生结果，最终导致工资上涨再度推迟。

孟加拉国、巴基斯坦

行业呼吁上调最低工资，但工资一直没有变化。目前的努力集中在安全标准方面，2013年劳动力成本大增之后长时间保持稳定倒是让出口商获得不少的好处。

巴基斯坦政府宣布，每月工资提高1000卢比，总理吉拉尼宣布每月工资固定在8000卢比。为了在即将举行的大选中获得政治优势，旁遮普邦政府提出将最低工资提高1000卢比，固定在每月9000卢比。见附表：

主要服装生产国最低工资

单位：美元

国家	2014	2015	2016
孟加拉国	68	68	68
柬埔寨	100	128	140
中国	175	134-293	155-321
印度	-	78-136	137-179
印度尼西亚	68-200	92-247	104-266
马来西亚	-	225-253	280
巴基斯坦	95	99-119	116-125
菲律宾	177-226	180-321	180-321
泰国	251	237	281
越南	90-127	101-145	107-156

2016年1月1日起我国调整进出口关税

经国务院关税税则委员会审议，并报国务院批准，自2016年1月1日起，我国将对进出口关税进行部分调整。

为丰富国内消费者购物选择，适应国内消费升级需求，2016年将适度扩大日用消费品降税范围，以暂定税率方式降低进口关税税率相对较高、进口需求弹性较大的箱包、服装、围巾、毯子商品的进口关税。为充分发挥关税对国内产业的保护作用，根据国内生产满足需求

情况，2016年将对自动络筒机等部分商品关税进行相应调整。

为扩大双边、多边经贸合作，以周边为基础加快实施自贸区战略，形成面向全球的高标准自贸区网络，根据我国与其他有关国家或地区签署的贸易或关税优惠协定，2016年将对中国与冰岛、瑞士、哥斯达黎加、秘鲁、新西兰自贸协定以及内地与港澳更紧密经贸关系安排等7个协定实施进一步降税。

为适应科学技术进步、产业结构调整、贸易结构优化、加强进出口管理的需要，2016年

对进出口税则中部分税目进行调整。调整后，税则税目总数将由8285个增加到8294个。

中韩中澳自贸协定实施 部分商品零关税

2015年12月20日，中国-韩国、中国-澳大利亚自由贸易协定正式生效。经过一定过渡期后，两个协定项下绝大多数货物最终将实现零关税。

中韩自贸协定项下，最长20年过渡期后，韩国将对92%税目数的中国原产货物实行零关税，我国将对91%税目数的韩国原产货物实行零关税；

中澳自贸协定项下，澳大利亚将在5年内对全部中国原产货物实行零关税，中国在经过最长15年过渡期后对96.8%税目数的澳大利亚原产货物实行零关税。

商务部新闻发言人沈丹阳日前表示，中韩、中澳自贸协定生效后，将在短期内两次实施降税。根据该协定规定，中韩两国和中澳两国将分别根据中韩、中澳自贸协定的降税安排，在12月20日生效当天实施第一次降税，然后在时隔11天之后，也就是2016年1月1日实施

第二次降税。

第一次降税后，韩方将对50%的产品取消关税，覆盖自我国进口额的52%；中方将对20%的产品取消关税，覆盖自韩国进口额的44%。

海关初步预测，根据2015年上半年双边贸易量静态估算，实施首年，中韩自贸协定项下约有260亿美元中国出口货物、200亿美元韩国出口货物在对方享受关税优惠；中澳自贸协定项下约有200亿美元中国出口货物、150亿美元澳大利亚出口货物在对方享受关税优惠。

中韩自贸协定是我国迄今为止对外签署的覆盖议题范围最广、涉及国别贸易额最大的自贸协定。在货物贸易开放水平方面，双方自由化比例均超过税目90%、贸易额85%，中韩两国之间贸易几乎跨入“零关税时代”。中澳自贸协定是我国首次与经济总量较大的主要发达经济体谈判达成的自贸协定。

企业减负打出“组合拳” 制造业增值税税率或降

12月21日，中央经济工作会议闭幕，降低企业负担被浓墨重彩地列为明年经济工作五大重点任务之一，提出要开展降低实体经济企业成本行动，打出“组合拳”。这是继12月14日，中央政治局会议提出，要降低制度性交易成本、企业税费负担等之后，中央再次定调为企业减负。

此次中央经济工作会议提出，要降低制度性交易成本，进一步清理规范中介服务。要降低企业税费负担，进一步正税清费，清理各种

不合理收费，营造公平的税负环境，研究降低制造业增值税税率。要降低社会保险费，研究精简归并“五险一金”。

当前中小企业需要缴纳所得税、增值税、营业税、流转税、印花税、契税等二十多种税项。从微观层面讲，中国企业的综合税费负担平均约40%，高于发展中国家平均水平10个百分点左右。

基于此，近来有关结构性减税的政策建议

呼声渐高。

此次会议提出,要降低企业财务成本,金融部门要创造利率正常化的政策环境,为实体

经济让利。要降低电力价格,推进电价市场化改革,完善煤电价格联动机制。要降低物流成本,推进流通体制改革。

2016年国内展览计划

一、中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会

时 间: 2016年3月16—18日

地 点: 国家会展中心(上海)

主办单位:

中国纺织工业联合会

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

法兰克福展览(香港)有限公司

展品范围: 各类服装面料、辅料、计算机CAD/CAM系统, 相关出版物及网络。

展览面积: 120,000平方米

网 址: www.intertextile.com.cn

二、中国国际服装服饰博览会(春季)

时 间: 2016年3月16—18日

地 点: 国家会展中心(上海)

主办单位:

中国服装协会

中国国际贸易中心股份有限公司

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

展品范围: 男装、女装、童装、休闲装、羽绒服装、皮革/皮草服装、时尚饰品、设计师作品、配套资源、时尚科技资讯、加工制造。

展览面积: 100,000平方米

网 址: www.chiconline.com.cn

三、中国国际家用纺织品及辅料(春夏)博览会

时 间: 2016年3月16—18日

地 点: 国家会展中心(上海)

指导单位: 中国纺织工业联合会

主办单位:

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

中国家用纺织品行业协会

法兰克福展览(香港)有限公司

承办单位:

北京优尚博展国际家纺展览有限公司

法兰克福展览(香港)有限公司

展品范围: 各类家用纺织品及辅料、计算机辅助设计与制造、相关出版物及网络。

展览面积: 27,000平方米

网 址: www.intertextile-home.com.cn

四、中国国际针织(春夏)博览会

时 间: 2016年3月16—18日

地 点：国家会展中心(上海)

主办单位：

中国纺织工业联合会

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

中国针织工业协会

展品范围：针织衫、内衣、泳装/沙滩装、运动装、家居服、T恤和袜子。

展览面积：10,000平方米

网 址：www.phvalue.org

五、中国国际纺织纱线(春夏)展览会

时 间：2016年3月16—18日

地 点：国家会展中心(上海)

主办单位：

中国纺织工业联合会

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

法兰克福展览(香港)有限公司

中国棉纺织行业协会

中国毛纺织行业协会

中国化学纤维工业协会

中国麻纺织行业协会

中国纺织信息中心

展品范围：

各类纺织纤维、纱线及相关出版物及网络

展览面积：10,000平方米

网 址：www.yarnexpo.com.cn

六、深圳国际纺织面料及辅料博览会

时 间：2016年7月7-9日

地 点：深圳会展中心

主办单位：

中国纺织工业联合会

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

深圳市服装行业协会

法兰克福展览(香港)有限公司

展品范围：

各类服装面料、辅料、计算机CAD/CAM系统，相关出版物及网络。

展览面积：30,000平方米

联系电话：

010-85229208/85229702/85229596

七、中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会

时 间：2016年8月24—27日

地 点：国家会展中心(上海)

指导单位：中国纺织工业联合会

主办单位：

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

中国家用纺织品行业协会

法兰克福展览(香港)有限公司

承办单位：

北京优尚博展国际家纺展览有限公司

法兰克福展览(香港)有限公司

展品范围：各类家用纺织品及辅料,计算机辅助设计与制造,相关出版物及网络。

展览面积：160,000平方米

网 址：www.intertextile-home.com.cn

八、中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会

时 间：2016年10月

地 点：国家会展中心(上海)

主办单位：

中国纺织工业联合会

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

法兰克福展览(香港)有限公司

展品范围：各类纺织服装面料、辅料、计算机CAD/CAM系统，相关出版物及网络。

展览面积：228000平方米

网 址：www.intertextile.com.cn

九、中国国际服装服饰博览会(秋季)

时 间：2016年10月

地 点：国家会展中心(上海)

主办单位：

中国服装协会

中国国际贸易中心股份有限公司

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

展品范围：男装、女装、童装、休闲装、羽绒服、皮革/皮草服装、时尚饰品、设计师作品、配套资源、时尚科技资讯、加工制造。

展览面积：55,000平方米

网 址：www.chiconline.com.cn

十、中国国际产业用纺织品及非织造布展览会

时 间：2016年10月12-14日

地 点：上海新国际博览中心

主办单位：

中国纺织工业联合会

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

中国产业用纺织品行业协会

法兰克福展览(香港)有限公司

展品范围：产业用纺织品及非织造布专用设备及配件、原料及化学品、非织造布及制品、产业用纺织品卷材及制品(涂层织物、复合材料、各种工业丝及纤维、纱线、绳、带、网、机织物)、功能面料及防护服装、研发、咨询及相关媒体。在交通运输、医疗卫生、建

筑、过滤与分离、土工、安全防护、结构增强等十六个领域应用的其他类产业用纺织品及非织造布。

展览面积：35,000平方米

网 址：www.cinte.com.cn

十一、中国国际针织(秋冬)博览会

时 间：2016年10月

地 点：国家会展中心(上海)

主办单位：

中国纺织工业联合会

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

中国针织工业协会

展品范围：

针织衫、内衣、泳装/沙滩装、运动装、家居服、T恤和袜子。

展览面积：2,0000平方米

网 址：www.phvalue.org

十二、中国国际纺织纱线(秋冬)展览会

时 间：2016年10月

地 点：国家会展中心(上海)

主办单位：

中国纺织工业联合会

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

法兰克福展览(香港)有限公司

中国棉纺织行业协会

中国毛纺织行业协会

中国化学纤维工业协会

中国麻纺行业协会

中国纺织信息中心

展品范围：各类纺织纤维、纱线及相关出版物及网络。

展览面积：10,000平方米

网 址：www.yarnexpo.com.cn

十三、2016中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会

时 间：2016年10月21-25日

地点：国家会展中心(上海)

主办单位：

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

中国纺织机械协会

中国国际展览中心集团公司

欧洲纺织机械制造商委员会

承办单位：北京泰格斯特国际展览展示有限公司

展品范围：各类纺织机械、器材及零部件

展览面积：180,000平方米

联系电话：010-85229372,85229663,

85229153, 85229043,85229662

2016年境外展览计划

1、美国TEXWORLD服装面料展(TEXWORLD USA)暨中国纺织品服装贸易展览会(面料)

时间：2016年1月24-26日

地点：美国·纽约

联系电话：010-85229017

2、纽约国际服装采购展(APP)暨中国纺织品服装贸易展览会(服装)

时间：2016年1月24-26日

地点：美国·纽约

联系电话：010-85229017

3、巴黎国际服装服饰采购展 (APPAREL SOURCING) 暨中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)

时间：2016年2月15-18日

地点：法国·巴黎

联系电话：010-85229016

4、印尼INATEX国际面料及辅料展览会

时间：2016年4月27-30日

地点：印尼·雅加达

联系电话：010-85229482

5、美国TEXWORLD服装面料展(TEXWORLD

USA)暨中国纺织品服装贸易展览会(面料)

时间：2016年7月12-14日

地点：美国·纽约

联系电话：010-85229017

6、纽约国际服装采购展(APP)暨中国纺织品服装贸易展览会(服装)

时间：2016年7月12-14日

地点：美国·纽约

联系电话：010-85229017

7、纽约国际家纺展 (HTSE) 暨中国纺织品服装贸易展览会(家纺)

时间：2016年7月12-14日

地点：美国·纽约

联系电话：010-85229668

8、巴黎国际服装服饰采购展 (APPAREL SOURCING) 暨中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)

时间：2016年9月12-15日

地点：法国·巴黎

主办单位：

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

法兰克福展览(法国)公司

联系电话：010-85229016

9、巴西圣保罗GOTEX国际纺织服装采购展

时间：2016年9月20-22日

地点：巴西·圣保罗

主办单位：

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

中国纺织品进出口商会

联系电话：010-85229376

10、中国纺织精品展

时间：2016年11月8-10日

地点：南非·开普敦

主办单位：

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

江苏联亚国际展览公司 LTE展览公司

联系电话：010-85229376

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

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