

提供经贸信息 开拓两个市场

# 纺织贸促

6

2017

总第267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  
2017年6月20日

## 特别报道

### 巨大的市场潜力和创造力带动非织造产业快速发展 ——2017中国国际非织造材料展览会暨高端论坛(2017CINE)圆满落幕

#### 行业动态

- ★首届“中国服装定制高峰论坛暨浙江省时尚产业联合会成立大会”在浙江柯桥举办
- ★《东南亚地区纺织发展环境与投资机会研究》专家评审会顺利召开
- ★中纺联代表团访问埃塞俄比亚
- ★5月宏观经济及纺织行业经济数据
- ★1~5月我国纺织品服装出口近千亿美元
- ★2017年1~4月印染行业经济运行总体平稳
- ★1-4月我国家纺产品出口稳定呈回温态势
- ★商务部: 2017年1-5月我国对外贸易情况

#### 走出去

- ★探访非洲顶级纺织工业园 感受非洲新速度
- ★走出去实地了解摩洛哥纺织服装业

#### 国际市场

- ★孟加拉国将保持全球最大棉花进口国
- ★近五年印度纺织服装业发展迅速
- ★东非共同体免除纺织服装制造商三年关税

#### 政策法规

- ★新疆全面取消棉花加工资格认定行政许可
- ★7月1日起印度正式进入全国统一税制时代
- ★内地与香港《CEPA投资协议》和《CEPA经济技术合作协议》在香港签署

#### 展会报道

- ★2017上海秋冬家纺展: 想到的、想不到的都到了
- ★百亿集群与百亿企业情定PH Value
- ★2017纽约展: 瞄准美国市场, 个性设计与差异化定位两手抓
- ★2018中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会参展报名启动



中国纺织贸促网  
www.ccpitex.com

## 目 录

行业动态	05	首届“中国服装定制高峰论坛暨浙江省时尚产业联合会成立大会”在浙江柯桥举办
	07	《东南亚地区纺织发展环境与投资机会研究》专家评审会顺利召开
	08	中纺联代表团访问埃塞俄比亚
	09	5月宏观经济及纺织行业经济数据
	09	1~5月我国纺织品服装出口近千亿美元
	11	2017年1~4月印染行业经济运行总体平稳
	11	1-4月我国家纺产品出口稳定呈回温态势
	12	商务部：2017年1-5月我国对外贸易情况
<hr/>		
走出去	13	探访非洲顶级纺织工业园 感受非洲新速度
	14	走出去实地了解摩洛哥纺织服装业
<hr/>		
国际市场	16	孟加拉国将保持全球最大棉花进口国
	16	近五年印度纺织服装业发展迅速
	17	东非共同体免除纺织服装制造商三年关税
<hr/>		
政策法规	17	新疆全面取消棉花加工资格认定行政许可
	17	7月1日起印度正式进入全国统一税制时代
	18	内地与香港《CEPA投资协议》和《CEPA经济技术合作协议》在香港签署
<hr/>		
展会报道	19	2017上海秋冬家纺展：想到的、想不到的都到了
	21	百亿集群与百亿企业情定PH Value
	23	2017纽约展：瞄准美国市场，个性设计与差异化定位两手抓
	24	2018中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会参展报名启动

### 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：北京市朝阳区东三环中路55号  
富力双子座B座12层

邮编：100022

电话：(010) 57392132

E-mail: sunling@ccpitex.com

网 址: www.ccpitex.com

## 巨大的市场潜力和创造力带动非织造产业快速发展 2017中国国际非织造材料展览会暨高端论坛圆满落幕

在国内外市场特别是国内巨大的潜力市场需求和业内企业致力于产品技术创新双重作用下，作为技术含量高、应用范围广的产业用纺织品领域重要组成部分的非织造产业，得到快速发展。这在日前于上海结束的“2017中国国际非织造材料展览会暨高端论坛”（2017CINE）上得到充分验证。

由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、美国非织造布协会、法兰克福展览（香港）有限公司共同主办的“2017中国国际非织造材料展览会暨高端论坛”（2017CINE），于6月21日至23日在上海世贸商城隆重举办。共有来自国内外百余家行业知名企业参加展会，展品范围涉及专用原料及化学品，非织造材料及制品，专用设备及配件，研发、咨询、相关媒体及相关领域，展出面积超过6000平方米。

中国纺织工业联合会原会长王天凯在参观展会接受记者采访时用两句话概括感受：一是非织造布产品在医疗卫生、滤布等领域的应用档次很高；二是装备企业未来潜力很大。非织造领域是产业用最为重要的环节，企业脱颖而出的关键是要做精、做好、做出特色。

中国纺织工业联合会副会长、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参观展览时表示，当前，国内非织造材料产业作为产业用纺织品行业的重要分支，发展迅速，产品应用更广泛，下游市场拓展更深入，这些都离不开国产设备技术升级的带动。下一个发展阶段，非织造设备企业应向国际先进水平看齐，在提升运行速度的同时，提高稳定性。

中国纺织工业联合会副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申在展会现场接受记者采访时表示，从本届展会的情况来看，国内非织造产品发展呈现出3大趋势：一是国产制品原始创新有重大突破，产品高端化趋势越发明显，随着应用技术的改进，企业效益不断增加，不少企业的产品已经填补国内外空白，产品高端化也降低了国内市场对于国际产品的依赖；二是环境友好型产品越来越受关注，生物质纤维、再生纤维素纤维需求越来越多，医疗卫生、车用纺织品加速向环保、循环利用方面

发展；三是长丝类功能性纺织品逐渐起步，特别是涤纶长丝防水土工材料取得很大进展，产品更加细分、差别化。

中国国际贸易促进会纺织行业分会副会长梁鹏程表示，产业用纺织品领域具有广阔的前景和发展空间，CINE的举办，体现了专业展会更加细分的特点。2015首届CINE得到了国内外企业的热情参与。本届展会与上届展会相比，专业化水平更高，企业带来的展品更加具有高技术含量，行业间的互动也更加密切。此外，主办方也在展会服务方面与时俱进，例如，本届展会参展企业的展位安装了电子芯片，可通过蓝牙与参展商与观众证件中的芯片相连。主办方可随时了解观众的参观路线，进而总结出观众的关注热点，为下次办展、企业下次参展提供更多的详实数据。

近年来，面对国内非织造布消费市场扩张加速，相关产品及行业迎来利好，国内众多非织造企业通过技术升级、研发攻坚等方式，综合竞争能力逐步加强。在本届CINE的现场，不少企业的展品都体现了高端化、国际化的发展趋势，进一步力证了我国非织造行业的巨大发展潜力。

### 三天展会尽展非织造风采

本届展会备受各方关注，全球优势企业的相聚吸引了各方专业观众到场采购，商贸接洽情景随处可见。更有不少专业人士表示，现场展品体现了目前非织造行业高、精、尖的产品特点，亮点纷呈。

在必得福公司的展台，最新的医疗、卫生、工业用非织造布纷纷呈现，引得不少专业观众驻足了解。工作人员邓经理介绍，本届展会，公司带来了“新鲜”的产品，比如说模特身着的BVB手术衣和加强型手术衣等，在展会期间最受关注。

在天鼎丰公司展位中，能看到其最新产品--聚丙烯长丝产品。高强粗旦聚丙烯纺粘针刺土工布重量轻、耐碱性好、耐化学性好。陈志宏经理介绍说聚丙烯长丝产品今年4月刚刚投产，产品性能质量均赶超国际水平。目前国际上，只有荷兰一家公司可以生产同品种的产品。

在杭州路先展位，重点展示了高密度、高强度和高定量的“三高”水刺非织造合成革基布和屏蔽型拒水、拒油、可降解的环保型水刺非织造医疗材料。据公司负责人介绍，得知路先参加非织造布展，很多客户前来展台参观，一方面了解路先的新产品，另一方面也希望和业界同行交流学习，以期了解行业先进技术，以指导企业在研发生产中可以做到差异化。

在中国妇婴卫生用纺织品示范集体--广东省南海区西樵卫生用品产业集群的展位上，九家企业联合展示。本届参展是西樵卫生用品产业集群的首次集体亮相，九家企业中有一家企业是下游成品企业（广东昱升个人护理用品有限公司、佛山市啟盛卫生用品有限公司、佛山市惠婴乐卫生用品有限公司），余下的六家为上游无纺布供应企业。

展会现场，来自中国环保滤料产业名镇江苏阜宁县的六家参展企业以集群形式展出，人气高涨。环保滤料产业是阜宁县重点打造的新兴特色产业，通过多年的积极发展，该集群环保滤料产业链已逐步从基础滤布向高性能纤维材料、基布生产及环保装备设计、研发、生产

转型，产品基本覆盖全国各大省市。集群负责人希望通过展会呈现出近年来集群的积极变化和取得的成绩，让更多优秀企业家选择阜城、投资阜城，进一步做大做强环保滤料产业园区，打造全国最大全产业链环保滤料制造研发基地。

在展会中，仔细观察不难发现，热风产品出现在多家展商的展位中。近些年热风产品有回暖的趋势，其主要原因是热风产品受到我国最大的出口国日本的喜爱。在昌隆、金三发等企业的展位，都可以发现热风产品的身影。据金三发的工作人员介绍说：热风材料相比比无纺布更加细腻，做尿布、卫生巾的表层时手感更加柔软、更有弹性。

展会现场，人们很容易就被江南高纤的展位上的几个透明球吸引。展位工作人员介绍，球中的六种产品是市场上的拳头产品，此次展会将它们“撕碎放进透明球中”展示，美观整洁，而且可以节省出更多的洽谈空间。

金三发生产的非织造布产品广泛应用于婴儿卫生用品、妇女卫生用品、医疗卫生用品等领域，展会期间现场人气较高。据公司负责人介绍，展会期间，有很多企业前来了解纸尿裤、湿巾等卫生用品，计划寻找适应市场需求新产品的客户很多，也有一些企业拿着成品前来咨询相关原料的。

衡量一个展会专业和成熟的标志之一是参展商和专业观众的数量，从本届展会情况来看，国内外非织造布骨干企业和代表集群悉数到场，参与程度之高超过往届。展会还吸引了众多专业观众前来进行商贸洽谈，参展商、客户和观众热烈的交流场面随处可见，有些企业当场达成订单。

从展会效应来看，参展企业普遍表示出对2017 CINE专业性的高度肯定，在这个平台上，他们可以最先了解行业前沿技术和设备，以指导研发和生产；能更好地展示企业形象，扩大品牌效应；在这个平台上，并且了解消费者需求，开发切合市场需求的产品，减少经营成本。

本届展会在服务上也与时俱进，引入行为轨迹采集技术。通过“蓝牙网关+蓝牙胸牌”，可以实时了解各展馆、展区、各时段的人流量数据，并可追溯每个观众个体的观展行为轨迹数据，包括所到访的展台和停留时长。

## 高谈论技 第六届中国国际非织造布会议引人关注

展会第二天，第六届中国国际非织造会议如期举行。中国纺织工业联合会原会长王天凯，中纺联副会长、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，中纺联副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申，中国化学纤维工业协会副会长贺燕丽，中产协副会长李桂梅，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长梁鹏程，美国非织造布协会主席David Rouse等行业领导出席会议。中国产业用纺织品行业协会秘书长张传雄主持会议。

本次会议以“构造行业持久发展动力”为主题，分为上午主论坛与下午“医疗卫生用纺织品技术与市场”、“耐久性非织造布技术及市场”两场平行论坛。会议吸引了来自全球行业组织领导、跨国公司和国内知名企业专家、高校和研究机构的学者以及下游客户的代表300余人与会。

美国非织造布协会主席David Rouse在上午主论坛的致辞中表示，非织造材料行业既是全球纺织业中成长最为迅速、创新最为活跃的产业之一，又是一个伟大的高性能技术产业，一次性卫生用品、环境清洁用品、工业用功能性纺织品的应用，多次刷新消费者对所用产品的观念。全球非织造布行业应加强产业协同合作，不断地推陈出新，提高产品品质，以满足更多来自市场的需求。此次非织造布国际会议，将聚焦全球非织造布行业的现状与发展趋势，总结行业取得的成果、分析行业面临的难题，旨在加强全球非织造行业间交流，帮助业内企业了解更多行业运行数据，提高企业的决策能力。

会上，李陵申介绍了国内非织造布工业的发展情况。他表示，当前，中国已经具有完整

的非织造布产业链条和全球最大的生产能力，庞大的国内市场在支持国内产业快速发展的同时，也不断满足全球市场的需求。产业规模方面，2016年，我国非织造布产量达到535.4万吨，同比增长10.4%。山东、浙江、江苏、湖北和福建是国内非织造布的主要产地，其中山东省和湖北省增速较快。应用领域方面，医疗卫生是国内非织造布最大的应用领域，也是推动国内纺粘和水刺非织造布增长的主要动力；土工建筑是非织造材料第二大应用领域，国家不断投资的基础设施建设及“一带一路”战略的持续推进，加快了土工建材的创新与应用；过滤分离是非织造材料另一重要应用领域，国内高温过滤非织造布技术创新基本达到国际领先水平，中常温空气过滤、液体过滤技术和市场也得到快速发展。行业投资方面，国内非织造布的投资呈现较强的周期性，2017、2018年处于投资上升期。技术创新方面，高强粗旦聚丙烯纺粘针刺土工布、薄型聚酯纺粘非织造布、双组分纺粘水刺超细纤维非织造布、恒天重工宽幅高效数字化水刺生产线等达到国际领先水平。但李陵申也坦言，尽管国内非织造布产业发展成效明显，但主要高端装备仍需进口、部分产品工艺处于研究阶段、有国际影响力企业较少、跨国经营不足等方面的短板依旧应当引起重视。

李陵申表示，国内非织造布未来的发展重点应集中在4个方面。一是加强技术创新。加强复合型非织造布及基础理论、产品应用评价体系和功能检测技术研究；加强产品结构和功能设计、纤维织物界面处理、功能性后整理关键共性技术研究等。二是加快智能制造。智能制造具有缩短产品研制周期、提高生产管理效率的重要意义。非织造材料智能制造的关键技术包括高度自动化生产线装备覆盖全业务范围的信息系统、高性能传感器和工业大数据、物联网与云计算平台等。三是加强责任制造。行业的进一步发展，使国内非织造布产业社会影响力大幅提升，应该承担的社会责任愈加重大。非织造布行业责任制造主要体现在向用户提供安全和健康的产品，降低生产过程和废弃物对环境的影响，守法经营和诚信有序的行业环境，员工权益的保证和参与社会公益，从而实现可持续发展。四是深度实施“走出去”战

略。中国非织造布产业将通过“走出去”实现产业链的跨国整合和价值链的全球突破，业内骨干企业应先行作出一些有益的尝试。

《全球纤维年鉴》总经理Andreas W. Engelhardt介绍了全球纤维、织物、非织造的现状与展望。他表示，近年来，全球纤维的加工量保持上升姿态，2016年全球短纤维产量略高于5500万吨，其中，天然纤维产量未发生明显变化，但受农田数量的限制、价格、性能和规模经济等方面的影响，人造纤维需求量大幅增长。中国、印度和美国成为世界三大短纤维生产国，占全球市场份额的60%。非织造布市场以短纤维为主，他表示，尽管面临市场不稳定、零售需求疲软、投资放缓等全球性行业难题，但全球纤维市场将持续增长预计增加2500万吨，人均需求提高约2公斤。此外，机织物的产量将基本处于停滞状态，针织物会低速增长，而非织造布，特别是纺熔非织造布将会有

很强的增长动力。

安德里兹集团销售总监Andre Michalon介绍了公司非织造布设备的创新与发展。他表示，非织造布属于增值型产品，市场也会不断增长。完整非织造布生产线技术、整体解决方案一定会成为发展热门，企业应当及时设定具有创新意识的研发计划与生产计划。

论坛上的高端对话环节，来自国内外的多位专家就全球非织造布市场的现状与创新趋势进行了交流。

随着非织造产业的快速发展，国内纺机企业也在向产业用领域发力。中纺机、青岛纺机等知名纺机企业都出现在展会中。企业认为，这几年，汽车装饰、医疗卫生、过滤等领域发展很快，无纺布企业都在扩大产能，增加生产线，为纺机企业提供了机遇。

## 首届“中国服装定制高峰论坛暨浙江省时尚产业联合会成立大会”在浙江柯桥举办

6月15~16日，“中国服装定制高峰论坛暨浙江省时尚产业联合会成立大会”在浙江柯桥举办。中国纺织工业联合会会长、中国服装协会会长孙瑞哲致辞。主要内容如下：

首届中国服装定制高峰论坛的顺利召开，是新经济条件下，中国服装行业变“资源导向”为“需求导向”，建立快速反应的柔性制造模式，匹配个性化、多元化、立体化需求升级的策略性思考与实践。

数字化时代，正在推动传统的生产方式、传统的交换方式、传统的生活方式发生革命性的变化。响应这些变化，在深化供给侧结构性改革与推动产业转型升级的进程中，我们的目标，就是要将中国纺织服装产业建设成为创新驱动的科技产业、责任发展的绿色产业和文化引领的时尚产业。

当前，国家对实体经济发展给予极大关注，作为在所有行业中市场化程度较高的行业，服装产业的转型升级，必须洞悉数字化时代对服装产业科技创新、时尚表达、服务再造的深刻影响，着眼于新经济时代服装产业发展的新趋势，创造互联网时代产业发展新优势，落实增品种、提品质、创品牌的“三品”战略，满足并创造消费新需求，这是行业发展必然的路径选择。

2017年以来，纺织行业产销增长相对平稳，质量效益稳步改善。1-4月纺织行业规模以上企业工业增加值继续放缓，同比增长5.0%；投资增速有所放缓，500万元以上项目投资完成额3335.3亿元，同比增长8.4%；出口增速回稳，1-5月累计出口纺织品服装998.8亿美元，同比增长2.1%；内需增速稳中趋缓，1-4月全国限额以上服装鞋帽针纺织品零售额同比增长7.1%，网上零售增速有所加快，1-4月全国网上穿着类商

品零售额同比增长18.4%；企业效益有所改善，1-4月规模以上纺织企业实现主营业务收入22967亿元，同比增长9.2%，利润总额为1173.3亿元，同比增长11.5%。

今年是国务院正式印发《中国制造2025》的第三个年头，在实现由制造大国向制造强国转变的伟大进程中，中国纺织工业具有率先实现世界纺织强国的基础和优势。作为世界最大的纺织品服装生产国、消费国和出口国，新常态下中国纺织工业有责任去积极探索新模式，寻求新突破。借此机会，围绕“定制融汇智能制造”的主题，与大家分享三个观点：

### 一、加速落地服装产业大规模定制的创新重点和关键环节

服装大规模定制，是企业运用信息技术、现代设计方法、标准技术、敏捷制造及柔性制造技术等一系列高新技术，通过组织结构和制造过程再造，以大规模生产的成本和速度，为单个顾客或小批量、多品种市场定制任意数量产品的生产模式。

《纺织工业发展规划（2016—2020年）》将培育大规模个性化定制定位为重点发展方向之一。大规模定制未来发展趋势体现为：定制流程模块化、定制场景虚拟化、全品类定制平台化、互联网+和智能制造一体化。其创新重点和关键环节包括：制定服装测量方法标准，推动人体数据库建设和服装号型标准制定，提高三维人体测量、服装3D可视化及模拟技术的精准性和实用化。建设消费者与生产企业信息交互平台、产业链协同供应平台，在服装、家纺行业推广个性化定制和批量定制，直接对接消费需求，用工业化手段生产个性化产品。

大规模个性化定制是最能表征供给侧与需求侧、技术与时尚无缝对接的前沿领域。未来，应动态跟踪消费需求变化，厘清并加速落地服装产业大规模定制的创新重点和关键环节，从生产与消费环节实现双向驱动，在规模化定制与个性化审美之间寻求有效平衡。

### 二、深度融合智能型产业链上下游的协同

### 创新

未来的服装产业，时尚智能产品研发与零售终端智能消费体验，将成为两个既酷又炫的行业亮点。与此同时，服装产业还应协同产业链上下游创新，依托自动化、数字化、智能化装备开发，智能工厂建设，实现产品的智能化、生产设备的智能化以及运营过程的智能化。

一方面，要提高产业链上游装备的生产效率、功能性及自动化、数字化、智能化水平，推进具有自动感知、智慧决策、自动执行功能的高端智能装备的产业化开发和应用。推进吊挂系统、智能物流包装、智能机器人、网络化信息管理系统等开发应用。

另一方面，应加快研究制定纺织智能制造体系架构、数字工厂参考模型、通用技术条件、评价验证等智能制造标准。开展以自动化和智能化生产、在线工艺和质量监控、自动输送包装、智能仓储、智能管理为主要特征的数字化、智能化工厂试点示范。

### 三、系统打造中国服装产业智能制造的生态环境

智能，是单个环节的效率提升与障碍突破，更是关联生态的效益传导与和谐匹配。因此，应以集成创新的系统观念，打造服装产业智能制造的良性生态环境，加速智能制造意识与技能的双重落地。

在工信部支持和推动下，2016年5月9日，由中国服装协会发起，联合相关产业协会、科研院校和龙头企业在北京成立了“中国服装智能制造技术创新战略联盟”。未来，依托联盟的协同，应聚焦服装产业的整个智能生态，打造信息资源平台、研究开发平台和成果推广平台，加速服装规模定制产业创新生态及柔性供应链的系统形成。

此外，推动服装产业智能制造的生态营造，应当关注三个问题。

一是促进品牌与文化创意产业、高新技术产业融合发展，精准定位各层次差异化需求，开发多元化产品，不断提升企业实力。

二是提升产品质量和加快品牌建设。通过科技进步、设计创新、工艺可靠、标准严格、控制严谨、装备先进等手段提升产品质量，推动服装行业知名产品品牌、企业品牌、区域品牌和国际品牌的成长。

三是责任发展保障价值可持续。即：承担

对员工、消费者的人本责任，节能减排、环境治理的环保责任，以及保障市场公平性的市场责任。

制造业是国民经济发展的基础，纺织服装行业要坚决落实“中国制造2025”的战略举措，探索实施路径，主动适应经济发展新常态，形成创新驱动发展、质量效益提升、品牌效应明显、国际合作加强的发展格局，创造国际竞争新优势，为强国建设做出新的历史贡献。

## 《东南亚地区纺织发展环境与投资机会研究》

### 专家评审会顺利召开

6月14日上午，由中国纺织工业联合会市场部承接的工信部课题《东南亚地区纺织发展环境与投资机会研究》专家评审会在纺织贸促会会议室举行。课题委托方工信部消费品工业司曹学军副司长、曹庭瑞处长、纵瑞龙，行业专家中国棉纺织行业协会朱北娜会长、中国服装协会秘书长焦培参加此次评审会，就报告文稿进行审议并提出修改意见及建议。课题承接方中纺联副会长徐迎新，中纺联国贸办主任、纺织贸促会副会长林云峰，中纺联市场部主任、纺织贸促会副会长梁鹏程，以及课题组成员共同出席，就此次课题研究成果向专家评审进行汇报。

"近年来，世界纺织格局不断发生变化，从全球纺织制造供应链的角度看，中国与越南、孟加拉为代表的东南亚、南亚国家在要素禀赋、产业层次、出口市场和商品结构等方面存在相似性，在国际市场上的竞争也日趋激烈。国际订单开始转移，一方面体现在过去几年我国服装（特别是针织服装）的出口数据持续下降，另一方面则体现为海外新增投资导致的海外产能不断增长，我国纺织服装企业不可避免地投身于东南亚绿地投资的热潮。此消彼长之势，不可不察。"纺织贸促会贸投部刘耀中副主任首先向与会专家介绍了课题的研究背景、思路及内容。

报告分为五个章节，从中国纺织工业"走出去"的基本情况入手，重点剖析东南亚和南亚地区纺织服装业的发展，并挑选竞争力最为突出的越南和孟加拉国作为具体研究对象，由点及面，较为充分的分析其纺织业发展现状、进一步发展的潜力以及存在的问题。同时，课题研究了我国纺织产业资本对其投资的机会和风险，最后从行业协会的角度，以《纺织工业发展规划(2016-2020年)》中的相关目标为锚，分别向纺织服装企业和作为纺织业主管部门的工信部提出相应政策建议。

两位行业专家在听取了课题汇报后，对课题的研究成果给予充分肯定。朱北娜会长表示，本研究报告数据收集齐全、条理性强，对产业链的投资分析十分明确，同时对政府及企业的发展建议符合实际，具有借鉴意义。建议协会持续跟进了解纺织服装企业在"一带一路"沿线国家的发展动向；同时希望政府加大对"走出去"企业在导向政策及资金等方面的支持力度，加强与被投资地政府和金融等方面的联系。

焦培秘书长则给予报告"客观、详实、专业、中青"的高度评价，认为本课题对于中国纺织服装业走出去的总体态势、内外动因、布局特点介绍得十分清晰，对东南亚、南亚四国，特别是对孟加拉和越南的纺织服装业的整体情

况、发展现状和投资环境和趋势分析得比较透彻，对于我国纺织服装企业到东南亚投资具有很高的参考价值，同时也给出了行业预警。

之后，课题委托方消费品工业司曹学军副司长和曹庭瑞处长分别对课题进行验收点评。在充分肯定了课题研究成果的同时，提出希望协会进一步加强行业研究的方向和建议。

## 中纺联代表团访问埃塞俄比亚

2017年6月5日，中国纺织工业联合会代表团赴埃塞俄比亚进行投资调研，这是继2015和2016年之后，中纺联领导第三次率领企业代表团前往埃塞进行投资调研。代表团由中国印染行业协会会长陈志华，工信部消费品司处长曹庭瑞，中国纺织国际产能合作企业联盟秘书长、纺织贸促会副会长林云峰，中国纺织工业联合会社会责任办公室主任阎岩，东渡集团董事长徐卫民以及来自纺纱、印染、针织、服装行业的企业家17人组成。

代表团与埃塞俄比亚总理顾问阿尔卡贝博士在总理府举行了见面会，阿尔卡贝博士对代表团一行的来访表示欢迎，并对过去几年中纺联为推动中国纺织服装企业前往埃塞投资所做的贡献表示衷心感谢。

中纺联国际贸易办公室主任、联盟秘书长、纺织贸促会副会长林云峰表示，中纺联自2015年开始与埃塞政府机构着手两国间的纺织国际产能合作工作，在双方的共同努力下，中纺联与埃塞政府机构间的合作取得显著成果，目前中纺联已将埃塞俄比亚列为纺织国际产能合作的重点国别。双方共同回顾了以往工作进展中的几个重要历史时刻：

▼2016年3月，中纺联与埃塞俄比亚投资委员会签订合作备忘录，双方通过建立磋商和协调机制，加强信息交流，分享投资红利。

▼2016年10月，中纺联与埃塞俄比亚投资委员会在上海共同举办“埃塞俄比亚投资交流会”，阿尔卡贝博士亲自介绍埃塞的投资环境

评审会的最后，徐迎新会长对工信部在中纺联工作中给予的支持和帮助表示感谢。我国纺织业在“十三五”期间担负着基本建成纺织强国的重要任务，希望工信部作为纺织行业主管部门，在资金融通方面给予“走出去”企业以支持，同时支持纺织联合会做好行业境外投资布局的统计工作，支持行业协会充分发挥国际产能合作和“走出去”企业联盟的平台支撑和服务功能。

和潜力，会议受到了200多名来自行业重点企业的关注。

2017年5月12日，在“一带一路”高峰论坛举办前夕，中纺联与埃塞驻华大使馆共同组织“埃塞俄比亚总理与中国纺织企业家见面会”在京成功举办，以江苏阳光集团等企业为代表共12家企业30余人参加了见面会。

阿尔卡贝博士会见时强调，埃塞政府把发展纺织服装产业作为国家工业化的优先发展领域，并一直致力于加强基础设施建设，重点发展工业园建设。继阿瓦萨工业园一期完成招商后，阿瓦萨工业园一期半工程也将于6月20日正式竣工，位于埃塞东部的德雷达瓦工业园已于今年3月动工，工业园区目前正在进行的项目包括：厂房、建筑单位和道路外线等，其中15座厂房的建设将于6月30日竣工。埃塞政府致力于在2025年达到出口纺织服装300亿美元的目标。

调研期间，中纺联代表团一行还与埃塞俄比亚投资委员会举行了双边工作会议，就双方下一步合作，以及中国纺织企业重点关注的优惠政策落地、外汇等问题与投资局展开进一步的探讨和交流。此外，代表团还实地考察了阿瓦萨工业园区和德雷达瓦工业园。

**了解更多行业、展会和走出去信息  
请关注纺织贸促会官方网站和微信**

**网站：[www.ccpitex.com](http://www.ccpitex.com)  
微信号：ccpit\_tex**

## 5月宏观经济及纺织行业经济数据

### 宏观数据

根据国家统计局初步核算，2017年一季度，全国国内生产总值180683亿元，按可比价格计算，比上年增长6.9%。分产业看，第一产业增加值8654亿元，比上年增长3%；第二产业增加值70005亿元，增长6.4%；第三产业增加值102024亿元，增长7.7%。（注：GDP数据为季度发布）

中国物流与采购联合会、国家统计局服务业调查中心发布的2017年5月中国制造业采购经理指数（PMI）为51.2%，与上月持平，持续高于临界点，制造业稳定增长。

分企业规模看，大型企业PMI为51.2%，虽低于上月0.8个百分点，但仍高于临界点；中、小型企业PMI为51.3%和51.0%，分别比上月上升1.1和1.0个百分点，其中，小型企业PMI连续3个月上升，年内首次升至扩张区间。

从分类指数看，在构成制造业PMI的5个分类指数中，生产指数、新订单指数和供应商配送时间指数高于临界点，原材料库存指数和从业人员指数低于临界点。

2017年5月，全国居民消费价格总水平比去年同月上涨1.5%，衣着价格上涨1.3%；1-5月，全国居民消费价格总水平比去年同期上涨1.4%，衣着价格上涨1.2%。

2017年5月，全国工业生产者出厂价格同比增长5.5%，其中衣着类增长1.5%；1-5月，全国工业生产者出厂价格同比增长6.8%，其中衣着类增长1.3%。

### 纺织行业数据

据国家统计局数据，2017年5月，纺织业工业增加值增长5%；服装服饰业增长7.5%。1-5月纺织业工业增加值累计增长4.4%，服装服饰业增长6.5%。

2017年5月，纱产量357.8万吨，增长3.9%；布产量62.9万米，增长4.8%。1-5月，纱产量1657.7万吨，增长4.7%，布产量280亿米，增长4.2%。

2017年1-4月，纺织业主营业务收入12780.9亿元，增长9.1%；利润总额606.8亿元，增长5.3%；亏损企业亏损额37.8亿元，下降12.1%。服装服饰业主营业务收入7237.8亿元，增长7.5%；利润总额412.2亿元，增长9%；亏损企业亏损额26.2亿元，下降5.1%。

2017年5月，限额以上企业社会消费品零售总额12937.1亿元，增长9.2%；其中服装类808.9亿元，增长8%。1-5月，限额以上企业社会消费品零售总额累计62689.3亿元，增长8.4%；其中服装类4228.3亿元，增长6.9%。

## 1~5月我国纺织品服装出口近千亿美元

据海关总署快报数据统计，2017年1-5月，我国纺织品服装累计出口998.80亿美元，同比增长2.12%。其中，纺织品出口434.85亿美元，同比增长2.35%，服装及其附件出口563.95亿美元，同比增长1.94%。连续三个月出口呈现稳步回暖的积极态势。全年纺织品服装出口有望扭转连续两年负增长而首现增长格局。

从环比数据看，5月纺织品服装出口额为234.06亿美元，较上月环比增长8.30%，单月出口额为仅次于1月份的今年次高水平。其中，纺织品出口104.06亿美元，环比增长6.03%；而服装及其附件出口130.0美元，环比增长10.20%。

另外，2017年1-5月我国鞋类产品累计出口193.47亿美元，同比增长7.5%，数量同比增长

10.0%。

近年来我国纺织品服装出口增速放缓，2015年首现同比下滑，2016年降幅进一步扩大。2017年1月纺织品及服装出口双双恢复正向增长，外需回暖初露端倪；2月出口数据受到春节等因素影响大幅低于预期导致1-2月纺织品、服装累计出口增速分别下降7.00%、10.50%；3月纺织品服装出口强劲增长，从累计出口增速来看，纺织品服装出口企稳。本轮纺织品服装出口回暖主要得益于外需回暖、企业新竞争优势初显、去年低基数效应、人民币汇率贬值等多重因素。

据有关专家分析，欧洲和新兴市场经济相对走强支撑出口。观察来看，5月全国货物出口同比增长（以美元计价）为8.7%，好于6.7%的市场预期，较上月回升0.7个百分点。综合4、5月份的情况看，二季度出口增速还在继续走强，比一季度6.5%的增速继续提升，虽然近期美国经济有些走弱，但欧洲经济以及主要新兴市场国家经济都有所好转，外需仍显强劲，对中国出口形成支撑。欧元区一季度GDP环比增长0.5%，保持相对较好的增长势头；日本一季度GDP环比增长0.3%，连续五个季度正增长。巴西一季度GDP环比增长1%，告别了过去八个季度的负增长，印度经济也保持了6%以上的增速；分国别的情况看，5月对美国出口增速为11.7%，与上月持平；对日本的出口增速为3.7%，比上月下降9.6个百分点；对欧盟的出口增速为9.7%，比上月上升5.6个百分点。

#### 一季度对主要市场出口分析:

##### 欧盟--

对欧盟出口仍未恢复增长而服装继续下降。4月对欧纺织品服装出口31亿美元，同比下降4.4%，对整体出口形成负拉动，其中纺织品和服装分别下降3.5%和4.9%。1月~4月，对欧盟累计出口126.8亿美元，同比下降3.5%，其中纺织品下降0.3%，服装下降4.9%。大类商品针梭织服装合计出口量同比下降0.9%，出口平均单价下跌4.4%。

##### 美国--

对美国出口显示回暖趋势且纱线出口量攀升。4月对美纺织品服装出口32.7亿美元，同比增长8.9%，增幅超过平均值5个百分点，成为拉动整体出口保持增长的主要市场。1月~4月，对美国累计出口123.6亿美元，同比增长1.6%。其中纺织品和服装分别增长5.6%和0.1%。2014年起，我国对美国纱线出口一直保持增长，2016年出口量比2013年增长了近30%，但出口价格连年下跌。今年前4个月，出口量继续攀升，增长8.3%，出口单价仍处于低位。针梭织服装合计出口量同比增长3.7%，出口单价下跌4.1%。

##### 东盟--

东盟市场缺乏动力仍未见明显好转。4月对东盟纺织品服装出口额同比仅增长1.6%，仍处于下滑边缘。1月~4月对东盟累计出口101.9亿美元，同比下降3.8%，其中纺织品下降1.2%，服装下降11%。针梭织服装合计出口量和出口价格分别下跌4.1%和9%。

目前东盟10国缺少“领头羊”，前几年增长迅速的越南和菲律宾近来表现平平，对越南出口连续下降，对菲律宾出口增幅也逐渐回落。

##### 日本--

对日本出口有起色且进一步显现回升迹象。4月对日本纺织品服装出口17.5亿美元，同比增长11.8%，增幅超过平均值，且连续放大，纺织品和服装分别增长15.3%和11%。1月~4月，对日本累计出口65亿美元，同比增长1.9%。纺织品和服装出口额同比分别增长5.1%和1.1%，大类商品针梭织服装合计出口量同比增长7.1%，出口单价下降5.3%。

1月~4月，重点出口市场中，只有对日本和美国出口额实现增长。

## 2017年1~4月印染行业经济运行总体平稳

2017年1~4月份，印染行业经济运行总体平稳，规模以上企业主要运行指标保持增长。具体数据如下：

规模以上印染企业印染布产量166.27亿米，同比增加6.14%，较去年同期增长7.63个百分点。

印染企业500万元以上项目固定资产投资100.68亿元，同比增加10.90%，增速较2016年同期提高18.04个百分点，企业投资积极性较高。

规模以上印染企业三费比例5.96%，同比减少0.01个百分点，其中，棉印染企业为5.85%、化纤印染企业为7.56%。成本费用利润率4.77%，同比减少0.02个百分点；销售利润率4.55%，同比减少0.01个百分点；产成品周转率9.19次/年，同比增加5.16%；应收账款周转率3.72次/年，同比增加7.21%；总资产周转率0.46次/年，同比增加4.33%。

规模以上印染企业实现主营业务收入1239.13亿元，同比增加7.11%，增速较2016年同期提高3.66个百分点；实现利润总额56.33亿

元，同比增长6.81%，增速较2016年同期回落4.69个百分点，行业盈利能力基本保持平稳。

规模以上印染企业亏损企业户数324家，亏损面18.91%，较2015年同期缩小0.58个百分点。亏损企业亏损总额6.21亿元，较2016年同期增加18.43%。

印染八大类进出口总额76.05亿美元，同比减少3.82%，增速较2016年同期回落2.12个百分点；贸易顺差64.31亿美元，同比减少3.34%，增速较2016年同期下降4.33个百分点。

印染八大类产品进口量价齐跌，进口数量3.25亿米，同比减少2.99%，增速较2016年同期提高7.18个百分点；进口金额5.87亿美元，同比减少6.35%，增速较2016年同期提高7.51个百分点；进口单价1.81美元/米，同比减少3.46%，增速较2016年同期回升0.65个百分点。

印染八大类出口数量68.75亿米，同比增加5.37%，增速较2016年同期回落1.82个百分点；出口金额70.18亿美元，同比减少3.6%，增速较2016年同期回落3.12个百分点；出口平均单价1.02美元/米，同比减少8.51%，增速较2016年同期下降1.35个百分点。

## 1-4月我国家纺产品出口稳定呈回温态势

2017年1-4月，我国家纺产品累计完成出口114.63亿美元，同比下降1.42%，降幅较去年同期水平收窄了2.32个百分点；累计完成进口4.47亿美元，同比下降9.64%，较去年同期水平降幅进一步扩大了4.54个百分点。贸易顺差110.16亿美元，基本与去年持平。

### 一、出口有所回升

2017年1-4月，我国家纺产品出口总体情况稳定，并伴有回温趋势。其中4月当月，出口额33.20亿美元，同比增长0.23%。虽然1-4月出口额同比仍是负值（-1.42%），但是自2016年年初

至今，出口情况有明显回温趋势。前四个月，出口数量同比增长8.81%，较去年同期增长了6.75个百分点，出口规模进一步扩大；出口单价同比下降9.4%，量增价减趋势仍然明显。

### （一）发达经济体回升明显，出口呈复苏迹象

前四个月，我国家纺产品对美欧日市场出口59.58亿美元，同比增长2.77%，增速较去年同期水平增长5.92个百分点，高出世界平均水平4.19个百分点；占比达52%，较去年同期体量扩大了2.13%，出口占比稳步提升。

其中，美国市场的高增长极大程度带动了美欧日市场的整体回升；日本市场稳中上扬，经历了2016年的波动下跌后基本保持平稳向上发展；欧盟市场稍有回落，受英国脱欧、希腊时局动荡等影响，相较美国与日本市场稍显回落。

## (二) 其他市场降幅明显

1-4月，我国家纺产品对除美欧日以外的其他市场出口55.05亿美元，同比下降5.59%，低于美欧日市场出口额同比8.36个百分点，虽然较去年同期降幅收窄了1.26个百分点，但表现明显逊色于发达经济体。其中，对“一带一路”沿线市场完成出口41.90亿美元，同比下降5.37%。

“丝绸之路经济带”较为乐观，出口额增幅

高于世界平均水平5.53个百分点，且高于美欧日市场1.34个百分点；“海上丝绸之路经济带”略有下降，其中，已经成为我国家纺产品出口的第三大市场--东盟市场从去年年末到今年年初开始出现回落势态，前四个月，出口额同比下降7.38%，较去年同期降幅扩大5.23个百分点。

## 二、进口呈现回落趋势

1-4月，我国家纺产品进口数量同比下降10.34%，较去年同期进一步扩大8.84个百分点；进口单价同比上升0.78%，较去年同期增长了4.43个百分点，进口数量减少而单价越来越贵。由于我国家纺产品及服务不断升级创新，越来越得到消费者的认可，减少了对进口的依赖，一定程度上影响了进口产品市场。

# 商务部：2017年1-5月我国对外贸易情况

根据海关统计，2017年1-5月，我国进出口总额10.76万亿元人民币，同比（下同）增长19.8%；其中出口5.88万亿元，增长14.8%；进口4.88万亿元，增长26.5%；顺差9939.7亿元，收窄21.1%，进出口实现较快增长，结构进一步优化，动力转换加快，回稳向好势头进一步巩固。商务部外贸司负责人指出：

### 1-5月我国对外贸易主要呈现以下特点：

从商品结构看，机电产品出口3.37万亿元，增长14.2%，占比57.3%，与去年同期基本持平，其中汽车、船舶、手机和计算机及其部件等分别增长32.1%、27.2%、16.0%和14.6%。纺织服装等7大类传统劳动密集型行业出口也保持较快增长，增幅达到12.8%（出口额1.20万亿元）。

从经营主体看，民营企业出口2.75万亿元，增长18.1%，占比46.7%，较去年同期提高1.3个百分点，继续保持出口第一大经营主体地位。

从贸易方式看，一般贸易进出口6.11万亿元，增长21.0%，占全国外贸总值的56.8%，较

去年同期提高0.6个百分点。跨境电商、市场采购贸易等新业态继续保持较快增长。

从国际市场看，我与欧盟、美国、东盟等前十大贸易伙伴进出口增长18.9%。对美国、欧盟、日本等传统市场出口分别增长18.3%、14.6%、12.8%；对俄罗斯、印度、新加坡、印度尼西亚等“一带一路”沿线国家出口快速增长，增幅分别达到29.5%、24.7%、15.8%和16.9%。

### 1-5月我国进出口较快增长主要原因：

**一是政策效应逐步显现。**近年来，党中央、国务院出台了一系列促进外贸发展的政策文件。商务部会同各部门、各地方以空前力度狠抓政策落实，营商环境不断改善，企业减负助力取得实效，市场主体活力得到有效激发，政策效应进一步显现。

**二是国际市场缓慢复苏。**国际货币基金组织（IMF）4月公布的《世界经济展望》将2017年全球经济增速预测值由1月份的3.4%提高至3.5%，其中发达经济体增速将由2016年的1.7%加快至2.0%，较上次预测值提高0.1个百分点，

发展和新兴经济体增速由2016年的4.1%加快至4.5%。

**三是企业结构调整和动力转换加快。**一大批企业从供给侧发力，加快结构调整和转型升级，着力培育以技术、品牌、质量、服务、标准为核心的外贸竞争新优势，企业创新能力增

强，动力转换加快。

**四是大宗商品进口量价齐升拉动我国进口较快增长。**我国原油、铁矿砂、天然气、钢材、铜精矿等10类大宗商品（占我同期进口总额的24.3%）进口价格上涨7.7%-90.8%，进口数量增长2.4%-29.6%。

## 探访非洲顶级纺织工业园 感受非洲新速度

“9个月建成”“零排放承诺”，埃塞俄比亚（以下简称“埃塞”）的国家级纺织服装工业园--阿瓦萨工业园（Hawassa Industrial Park）从建设速度，建成规模到园区标准，都体现了非洲纺织服装工业园的最高水准。除此之外，埃塞政府还有10多个国家级工业园正在开发和建设中。请跟随访埃代表团一起探究埃塞的“工业园发展”蓝图。

埃塞俄比亚，非洲发展最快的国家之一，近年来频频在中国纺织服装行业领域里被提及。众多国内纺织服装行业巨头来此考察、调研、投资、建厂。2017年6月，中国纺织工业联合会第三次组团访问埃塞，重点考察了阿瓦萨工业园和德雷达瓦工业园（Dire Dawa Industrial Park）两个工业园区。

### 非洲工业园“样板工程”--阿瓦萨工业园

阿瓦萨工业园区是目前非洲最大的纺织服装工业园，由中国土木工程集团有限公司（CCECC）承建（以下简称“中土集团”），园区第一期于2015年开始建设，九个月建成2.3平方公里、总建筑面积23万平方米、37栋标准厂房及生活休闲等配套设施，创造了非洲新速度。

埃塞政府力争将该园区打造成非洲首个零排放的纺织工业园区。园区集中污水处理厂向全球招标，印度企业（Arvind Envisol Private Limited）中标入驻并承诺实现零排放的建设目标，将非洲纺织工业园建设水平推向新高度。

目前，该园区第一期所有厂房已全部租

出，美国PVH集团、江苏无锡金茂公司、斯里兰卡ISABELLA公司，以及来自印度、西班牙，中国台湾、中国香港等国家和地区共计16家企业已成功入驻。

近期，园区的一期半也将正式竣工，之后园区还将继续建设项目二期，中国华芳集团计划入驻园区二期，开始在埃塞的投资项目。截至到3月底，园区解决周边就业人数近三万人，全部建成后最终可解决约六万人的就业问题。

代表团成员在考察过程中，参观了园区内的两家企业：**江苏无锡金茂的色织布厂以及斯里兰卡ISABELLA公司。**

江苏无锡金茂的色织布厂，目前已在设备调试安装阶段，本月底将投入生产。低廉的电力成本（每度电3美分至5美分）、劳动力成本（员工月平均工资约75美元）是吸引该公司在埃塞投资主要的原因。

斯里兰卡ISABELLA公司由斯里兰卡资方投资，采用中国制造的袜机，进口中国纱线，斯里兰卡师傅培训埃塞工人生产，公司生产的袜子出口欧洲。该公司充分利用了各要素的优势进行国际化整合。

阿瓦萨工业园区周边劳动力充足，且所在城市拥有埃塞著名的学府阿瓦萨大学，这为纺织企业提供了充足的优秀人材储备。另外，工业园区优美的环境，办公楼、消防站、生活区、医务室、银行、一站式服务大厅等配套设施完善的综合服务，都给代表团留了深刻印象。

### 地缘优势突出的德雷达瓦工业园

德雷达瓦工业园位于埃塞俄比亚第二大直辖市德雷达瓦市，距离市区12公里，紧挨亚吉铁路的德雷达瓦站，是埃塞境内距离铁路、港口最近的工业园，距离吉布提港仅380公里。

德雷达瓦工业园同样由中土集团承建，园区一期工程已于2017年2月16日动工，计划于本月底竣工，9月交付使用。埃塞政府是该园区业主，计划将园区建成总规模42平方公里的产融合新区。

除了承建埃塞政府的工业园项目，中土集团还将在德雷达瓦园区附近建设10平方公里的德雷达瓦中土工业园区，距离亚吉铁路德雷达瓦火车站仅4公里。

中土工业园区将分三期建设，预计提供4.2万个就业岗位，园区主要吸收的企业类别包括：出口导向类（纺织服装、食品加工等）、建设导向类（建筑、建材制造等）、生产服务

类（现代物流、金融等）、生活服务类（商业服务等），目前已在园区签署投资意向的纺织企业有：联发纺织、江苏AB集团等。

近年来，埃塞政府学习中国发展经验，大力发展工业园区，并对入驻的出口型企业提供了土地、多种税收（企业所得税、消费税、物业税、营业税等）、机器和原料进口免税、“一站式”服务等多项优惠激励政策。

2014年以来埃塞重点推进联邦国家级工业园建设，取得了一定成效。在埃塞政府的第二个“经济增长与转型五年计划”中，计划在2015至2019年建设14个工业园区。截至到2016年底，埃塞已经开发和正在建设中的国家级工业园区有11个。

中国纺织工业联合会已将埃塞俄比亚列为纺织国际产能合作的重点国别。未来，中国纺织国际产能合作企业联盟将继续高度关注埃塞的工业园区建设发展，为联盟成员和国内纺织行业带来最新最全面的一手咨询。

## 走出去实地了解摩洛哥纺织服装业

2017年5月22日，由中国纺织工业联合会副会长杨纪朝率队的中国纺织服装企业家代表团对摩洛哥纺织服装业投资环境进行实地调研，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长林云峰、中国针织工业协会副会长瞿静陪同调研。

代表团一行拜会了摩洛哥纺织服装工业协会（AMITH），与Karim TAZI主席举行会谈。主席详细介绍了当地纺织服装业情况及相关贸易和投资信息，并表达了希望中国的纺织上游企业到摩洛哥投资的强烈愿望。绝佳的地缘优势及欧洲快时尚行业的蓬勃发展，使摩洛哥的服装业有更多的发展机会和竞争优势。与东南亚、南亚、东非市场不同，摩洛哥本国消费市场有着巨大的发展潜力。

杨纪朝会长向摩方简要介绍了中国行业的基本情况，中国国际贸易促进委员会纺织行业

分会副会长林云峰则就中国纺织产业的国际布局情况向摩方作了简要介绍。

会中，Karim TAZI主席先生计划今年十月intertextile中国纺织面料及辅料（秋冬）展期间召开摩洛哥投资说明会，以吸引中国纺织上游企业到摩洛哥进行投资，并拟邀请摩洛哥商业及工业部部长在投资说明会上做相关演讲。同时纺织贸促会将为两国企业家安排贸易对接，以促进各种合作。

代表团访问期间，随团企业与当地服装品牌签订了面料合同订单。

摩洛哥位于非洲大陆西北端，地理位置优越，交通便利，扼守直布罗陀海峡，与西班牙相望，海岸线1700多公里，是连接欧洲、中东和非洲的枢纽，港口、高速公路、铁路、航空等基础设施良好，有较好的工业基础。拥有56

个自贸协定，辐射10亿人口市场。

纺织服装业是其支柱型产业，截止到2015年，摩有纺织服装企业约1600家，从业人口超17.5万，是摩洛哥工业中第一大就业产业。2016年出口额为31亿美元，全国服装年产量10亿件，最大市场为欧洲，包括西班牙、法国、英国、德国等。为了促进摩洛哥纺织服装业的发展，2013年摩洛哥工业贸易技术部公布了2020年纺织产业规划，主要内容为增加生产规模、提高和更新生产技术及提升地区和国际竞争力，通过对六大领域（快时尚、牛仔、针织、技术纺织品、家纺、国内品牌的经销商）的发展，希望到2020年新增就业人口10万和新增出口额5亿美元。

#### 投资优势---

**政局稳定。**政治开明，民主化改革逐步推进；

**经济发展前景良好。**近几年来GDP年均增速达4.9%，通胀率在2%以下，吸引外资稳步上升；

**发展规划目标明确。**除磷酸盐等极少数战略产业外，所有行业均对外开放；

**基础设施建设不断加强。**港口、高速公路、铁路、航空等基础设施良好；

**地理位置优势明显。**距欧洲仅14公里，是连接欧盟、阿拉伯世界（中东）和非洲三大市场的枢纽，与欧洲32个城市、非洲34个城市和中东6个城市直航；

**市场辐射广。**摩洛哥与欧盟、美国、土耳其均签有双边自贸协定；与突尼斯、埃及、约旦成立四国自贸区（阿拉伯-地中海自贸协议）；并正与西非国家经济共同体、中部非洲经济和货币共同体、加拿大和俄罗斯商谈自贸协定签署事宜；

**劳动力资源比较丰富。**劳动人口达1200万，素质相对较高，非农业就业人员工资水平

为220欧元/月；

**投资环境不断改善。**在摩洛哥外企均享有国民待遇，通过法制框架改革，简化行政办事程序等举措来保护投资者利益，同时成立一些基金来鼓励和吸引投资。

#### 摩洛哥纺织服装工业协会（AMITH）——

摩洛哥纺织服装工业协会成立57年来，促进了摩国整个纺织服装业的繁荣发展，代表并捍卫其行业最基本利益。协会成员的数量、年产量、出口额及员工数量分别占摩洛哥整个纺织服装行业的三分之一、80%、90%和76%。

**摩洛哥卡萨布兰卡地区三具有代表性的知名服装出口企业：**

#### Crossing公司——

一家位于摩洛哥卡萨布兰卡的服装企业，公司年产量420万件服装，完全自主生产，具有灵活的生产模式。主要产品为牛仔、棉及混纺面料制成的休闲装，包括女装50%，男装40%，童装10%。产品类别丰富，包含裤子、裙子、夹克及休闲裙装等，品牌客户有INDITEX、NEXT、SUPERDRY、CELIO、DESIGUAL和AMERICAN EAGLES等。

#### New Wash集团——

成立于1990年，目前是一个生产服装的全球性合作伙伴，主要从事缝制、水洗及服装印染，产品为牛仔和运动装，完全自主生产，年产量420万件。集团总面积25000平方米，员工约700人，平均年龄30岁。缝制车间日产量10000件，水洗车间日产量25000件，印染车间日产量12000件。品牌客户包括CAROLL、DIESEL、LEVIS、TEDDY SMITH、REDOUTE、OTTO、MISS SIXTY JULE、PIMKIE、FIRE TRAP和COLINS等。

集团创新环保解决方案，利用G2环保技术达到牛仔服做旧效果。G2工业生态洗剂不用水或者化学试剂，而是利用活性氧和类似于臭氧的气体混合物，这些技术完成了后整理的工序，使服装看上去像复古的感觉，既环保又节水。

### Sinmatex公司——

成立于1985年，生产出口针织服装以及面料。包括汗布、平纹布、交织针织里布、罗纹、摇粒绒等。服装年产量360万件，拥有针织、染色（印染及后整理）、裁剪、刺绣（打印、刺绣和热转印）、缝制和包装车间。该公司是摩国为数不多的全产业链垂直整合的

企业。品牌客户为Otto、Klingel、Okaidi、Decathlon、MGB、Blanche Porte等。

通过实地调研了解到，摩国原材料短缺，绝大部分纺织原料需要从其他国家进口。适合在摩国投资上游产业。

## 孟加拉国将保持全球最大棉花进口国

《金融快报》报道，据美国农业部（USDA）最新预测，孟加拉国将保持全球最大棉花进口国地位，预计2017/18销售年度将进口棉花152吨。

2015/16年度孟加拉国进口棉花135吨，预计本年度进口棉花约136吨。USDA预测，全球棉花生产将增长约7%，棉花消费将大于生产，

其中孟加拉国、越南、中国、印度棉花消费增长最强劲。

另据报道，英国政府已承诺维持对包括孟加拉国在内的全球48个最不发达国家出口商品零关税待遇。英国贸易部长Liam Fox表示，上述声明显示英国希望通过贸易增长帮助发展中国家发展经济、减少贫困的承诺。

## 近五年印度纺织服装业发展迅速

印度纺织服装行业近五年快速发展。首先，印度自身的条件有利于纺织服装业的发展。印度是世界第三大棉花生产大国，为纺织服装业提供有力的原料支撑。其次，印度是悠久的文明古国，其服装业和地毯业已经有几百年的历史，在传统与现代结合的过程中，发挥了他们在设计方面的特点和优势。再次，印度有着大量廉价的劳动力，可以支撑纺织服装劳动密集型产业的发展。

由于印度纺织服装业具有很大的就业和出口潜力，印度政府把它作为软件业后又一个重要的突破点来培育，大力支持该产业的发展。

早在1999年，印度政府就启动了对纺织服装产业的扶持政策：对所有要更新旧设备的纺织服装企业，银行提供低于普通商业贷款7个百分点的贷款。这个政策在这几年确实发挥了明显的作用，整个纺织服装产业发生了惊人的变化，特别是配额制度取消以后，纺织服装业的发展更是令人瞩目。

在此之前，印度的纺织服装业一度处于高度分散状态，机器设备比较陈旧，而且印度的原棉和人造纤维主要依赖进口，都面临着高额关税，因此成本较高。

配额取消后，不仅原材料进口的税率下调了，纺织服装机械产品的税率也有所下调。

一方面是装备过时的纺织服装企业更新设备，正迅速现代化；

一方面是先进的、资本密集型的新型纺织服装产业正迅速扩张。加强技术升级成为这个阶段印度纺织服装产业发展的核心，企业的大量投资和正在进行中的现代化进程已经帮助印度纺织业增强了国际竞争力。

丰富的原料资源、长期积累的技术实力、有竞争力的熟练工人和营销专业队伍将印度纺织业推上了新的发展方向。

## 东非共同体免除纺织服装制造商三年关税

东非共同体(EAC)合作伙伴国家已同意免除体内纺织服装制造商三年的关税和增值税,该税务豁免涉及的产品为当地无法生产的设备、面料和辅料。此举是为了促进本地生产并减少生产成本。这是促进纺织皮革业发展以及放缓从该区域外进口二手服装、鞋类和其他皮革制品的策略之一。

东非共同体合作伙伴国现在将采纳一个三年战略(2017年-2019年),以逐步淘汰二手服装和鞋类进口。为实现这一目标,他们将增加

这些产品的税收、要求进口商获得符合EAC标准的进口许可证并实现每捆包装的分类进口。一份关于促进纺织和皮革业发展方法的建议指出,未来三年内,EAC应该在现有20%的基础上增加所有出口加工区企业的国内供应配额。在卸货的部分,企业应该支付必要的共同对外关税(common external tariffs, CET),且必须严格遵守EAC的原产地规则。此外,该政策还指出,伙伴国将建立以乌干达棉花缓冲库存为模型的棉绒银行,以保障纺纱厂和下游增值业的棉绒需求。

## 新疆全面取消棉花加工资格认定行政许可

日前从自治区发改委获悉:《新疆维吾尔自治区关于取消棉花加工资格认定行政许可后加强棉花质量事中事后监管的意见》(以下简称《意见》)日前印发。新疆全面取消棉花加工资格认定行政许可,此前颁发的《棉花加工资格认定证书》停止使用,各地州市不得另行设立棉花加工行政许可事项。

棉花加工资格认定许可取消后,发改委、质检、工商等部门将按照职责分工,将日常监管和重点检查相结合。加强棉花质量管理,严格执行棉花加工标准及技术规范,鼓励企业生产大包型棉花,帮扶企业升级加工设备,推动大包型棉花加工企业发展和继续完善棉花公证检验制度。加强事中事后监管,建立完善的常态化日常监督检查机制,加大对棉花质量问题的追溯和违法行为的责任追究力度,建立棉花质量监测和预警机制。加强棉花加工企业诚信体系建设,建立分类监管机制,完善棉花加工企业公示制度,建立“黑灰名单”,建立健全失信惩戒机制,推动企业信用与政府补贴、银行贷款、品牌创建等挂钩,加大对企业的示范引领和失信惩戒作用。

自治区纤维检验局局长李岩说:“取消棉花加工资格认定行政许可,是以推进棉花产业

供给侧结构性改革为主线,以全面提高棉花质量、促进棉花加工业合理布局、提升棉花产业竞争力为目标,转变市场监管理念,取消棉花加工资格认定审批事项,强化棉花收购、加工与流通环节事中事后监管,维护棉花市场秩序,提升棉花质量水平,建立与棉花现代化产业发展相适应的棉花流通体制,促进我区棉花产业提质增效。”

据介绍,国务院深入推进“简政放权、放管结合、优化服务”改革,特别是适应推行棉花质量体制改革和棉花目标价格改革需要,明确了加强棉花质量事中事后监管。《意见》印发对于搞活我区棉花流通,引导棉花加工企业提升棉花加工质量,提高企业竞争力、开拓市场空间以及进一步深化棉花质量体制改革起到了重要作用。

目前,自治区共有899家(其中地方694家,兵团205家)棉花加工企业,1200条(其中地方818条,兵团382条)生产线。我区大包型棉花加工能力达到600万吨(其中地方409万吨,兵团191万吨)。棉花质量公证检验在全区棉花加工企业实现全覆盖,实现了与国际棉花同行质量标准接轨,保证了棉花目标价格改革试点工作顺利进行。

## 7月1日起印度正式进入全国统一税制时代

外媒消息，当地时间6月3日印度GST委员会会议上，印度各邦已同意于7月1日起推行GST法案，其中与棉纺行业相关的GST税率调整为：棉花及棉纱(5%)、纺织品(5%)、成衣(12%)、丝麻(0%)。

据了解，早在今年5月份GST委员会就已对1200种商品及500项服务具体税率作出规定，不同商品及服务税率在5%、12%、18%、28%不等。该法案的敲定意味着印度现有的混乱的邦内和邦际销售税将被统一的商品服务税(GST)所取代，印度从此进入全国统一税制时代。

印度棉纺织品出口促进委员会(Texprocil)主席拉合提表示，5%的GST(商品和服务税)将为企业降低成本，鼓励棉农种植更多的棉花，使印度纺织业在国际市场上重新获得竞争力，促进整个产业链的发展，对印度棉纺织业的长期发展具有积极的作用。

### 什么是GST?

GST全名为商品和服务税务法案(The Good and Services Tax)，可以被理解为消费税。因为它只针对消费环节征税，只有商品被消费时，才会征收税款，并且在印度全国实行统一的税率。目前，大多数发达国家因此都采用这种税制。

### 为什么要推行GST税法改革?

据了解，印度复杂的税收体系一直是困扰

着外国投资者的一大难题。印度有27个邦，各邦都有各自的政府和议会，各邦也都有权力对自己所管辖的商品、服务实施不同的税率和税法。其中，有很多税是被中央和地方重复征收的，印度纳税人过去需要缴纳的税种有：国家增值税、中央消费税、服务税、过境税、入市税等各种繁杂的间接税种。这对市场交易产生了很多不利影响，这也是莫迪政府掌权以来极力推行GST税法改革的重要原因。

### GST法案的通过带来的好处：

- 1、提高了国家及政府部门的工作效率。
- 2、重复收税现象被消除。
- 3、统一的税制将使印度成为统一的市场。
- 4、商品和服务的税率得到统一，很多税务争议得以解决。
- 5、GST减少了制造业税务负担，有助于提高印度制造业的国内和国际竞争力。
- 6、全国税务信息将会联网，可有效降低逃税行为。
- 7、避免了各邦之间利用税率搞恶性竞争。
- 8、简化了税务流程和运营成本。

## 内地与香港《CEPA投资协议》和《CEPA经济技术合作协议》在香港签署

经国务院批准，2017年6月28日，内地与香港《CEPA投资协议》和《CEPA经济技术合作协议》在香港签署。两个协议自签署之日起

生效，其中《CEPA投资协议》将于2018年1月1日起正式实施。

《CEPA投资协议》和《CEPA经济技术合作协议》是CEPA升级的重要组成部分，是内地与香港在“一国两制”框架下按照世贸组织规则作出的特殊经贸安排，充分体现了中央对香港经济发展和长期繁荣稳定的支持。

《CEPA投资协议》是CEPA的一个内容全新的子协议，由正文4章29条及3个附件组成，全面涵盖投资准入、投资保护和投资促进等内容，对接国际规则，兼具两地特色，开放程度高，保护力度大，将为两地经贸交流与合作提供更加系统性的制度化保障。在投资准入方面，《CEPA投资协议》将进一步提升两地间的投资自由化水平。继《CEPA服务贸易协议》之后，内地在市场准入方面再次对香港采用“负面清单”开放方式，这也是内地首次以“负面清单”方式对外签署的投资协议。

《CEPA经济技术合作协议》既包括对CEPA及其10个补充协议中有关经济技术合作的内容的全面梳理、更新、分类和汇总，也包括根据两地经贸合作实际需要提出的新的合作内容，共设7个章节26个条款。

《CEPA经济技术合作协议的》重点内容包括：

一是针对香港业界十分关心的香港参与“一带一路”建设设置了专章，将通过建立工作联系机制、畅通信息沟通渠道、搭建交流平台，改善合作环境、联合参与项目建设和开拓“一带一路”沿线市场等措施，支持香港参与“一带一路”建设；

二是设立了次区域经贸合作专章。内容包括推进和深化两地在泛珠三角区域及前海、南沙、横琴等重大合作平台的经贸合作，共同推进粤港澳大湾区城市群建设，支持香港参与内地自贸试验区建设等，旨在将香港在金融、投资管理、贸易监管等方面的优势与国家改革开放相结合，既为香港经济发展注入新的动力，也为内地深化改革、扩大开放增添活力；

三是在重点领域合作方面，进一步深化两地在金融、文化、中小企业合作、知识产权合作等十四个重点领域的合作。

## 2017上海秋冬家纺展：想到的、想不到的都到了

8月桂花飘香。亚洲最具规模的中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会将于2017年8月23至26日在国家会展中心(上海)如期举办。展会为业界人士提供优质的家用纺织及辅料采购平台，同时举行多项展会同期活动，其流行趋势展示区和研讨会更为下一季的流行趋势提供设计灵感。

随着国际市场缓慢复苏和业内企业结构调整、转型升级带来的新竞争优势的形成，本届家纺展企业参展积极踊跃，想到的想不到的企业都来了，组委会提供的服务也是应有尽有，只有想不到没有做不到。下面撷取部分经典先睹为快吧！

**奢侈范、色彩牌、素朴风齐上阵，布艺大咖们演绎时尚家纺——**

随着2017秋季家纺展的到来，家纺界的时尚热度似乎也将一路飙升！布艺大咖们早已跃跃欲试，精心布置一幕幕精彩时尚剧目！无论是用色彩玩转奢侈品概念，还是用棉麻丝组合成独一无二的生态家园，又或者提供一种生活方式的新时尚升级和曼妙的现代，轻奢生活空间.....

### 奥坦斯：升级新时尚

本次展会奥坦斯的展区位置，参展面积可达1000平方米，主要展示现代时尚化的生活空间，为消费者提供一种生活方式的新时尚升级。特别是其倾力打造的FBC家居物联网生态系统，汇聚软装八大模块，将跨界的产品资源整合，打破行业界限，实行跨界整合，实现一站式销售。

### 小轩窗：1+1版本构建时尚家居新空间

大家居的出现其本身就是从“卖产品”到“卖生活方式”的转变。本届家纺展小轩窗展位面积共计306平米，将继续以窗帘、壁纸搭配方案为主要的产品方向，在壁纸的基础上加入壁布。产品以现代轻奢、新美式、新中式、北欧风四大风格的1+1版本为主，每一个版本中，小轩窗会整体搭配好6-9款壁纸+窗帘的产品组合，其中包括了180余款窗帘、壁纸、壁布的单品。

### 圣菲丹：营造独一无二的生态家园

本届家纺展圣菲丹参展面积达到154平方米，产品将以棉、麻、丝、木浆纤维和棉浆纤维为主要原材料，以自然、纯朴为设计灵魂，组合出独一无二的生态家园。

### 美布美：用色彩感染世界

本届家纺展美布美将用357平方米的空间把色彩玩味得更加淋漓尽致，以奢侈品概念风格元素为主题，延续之前的优势产品，如今年3月份新推出新亚洲风尚系列，爱马仕元素系列等；还会推出更适合市场的新工艺纯色绒布系列。

### 宝盛华庭：华丽范儿转向休闲轻奢范儿

本届展会宝盛华庭的参展目的是巩固宝盛华庭在市场上的地位，让整体软装能够更上一个台阶，同时希望艾美CASA这一轻奢品牌能做好延续，实现产品风格的跨越，从整体的华丽范儿转向休闲的轻奢范儿。

### 华尔泰：推出别具特色的“客厅系列”

作为较早试水大家居的布艺企业之一，华尔泰在本届展会上将与品牌家具、床品企业合作，推出别具特色的“客厅系列”。打原创设计牌、树品牌形象，一直是华尔泰的主要营销策略。自去年产品进入国内市场以后，华尔泰设计团队就成为了主要的营销力量，这种设计与需求“亲密接触”的营销模式已经取得了良好的市场反应。

### 升丽：用提花重塑生活方式

浙江升丽纺织有限公司拥有世界先进的德国多尼尔大提花织造设备，以及强大的大提花设计团队，开发的产品风格及花色与国际潮流接轨，主要产品为高档色织大提花面料。本届展会，升丽将带来欧式、法式、新中式高经密大提花以及现代感比较强的小提花面料。

### 再次集结众多国家及地区展团为观众呈现异彩纷呈的家纺世界——

在同一时间同一地点看到不同风格的家纺产品。本届家纺展国家及地区展团将集体亮相于4.1号馆。

### 比利时展团：增强面料功能性

来自比利时的面料专家们擅长通过层压、阻燃等技术手段升级面料，增强面料功能性。同时，生产出的面料可以用来编织，制作天鹅绒，皮革以及运用到SNOOZ程序中。这些高质量并且充满设计的面料多用于酒店装潢、装饰靠垫、灯罩等。

### 巴基斯坦展团：自然与生活的完美结合

置身巴基斯坦国家展团，体验不一样的床上舒适度。这里的床品材质大多是100%的精梳棉、粗梳棉以及竹棉。同时，先进的可逆缝合技术的运用减少了清洗次数，从而实现了节能环保的可持续发展目标。

### 韩国展团：相约上海的小清新

本届展会韩国展团将在本届上海家纺展中以采用特殊印染技术（烂花、拔染、活性印花和着色烂花等）的产品向观众诠释其鲜活的家居时尚理念。

### 印度展团：传统工艺的延续

佛教的发源地，古老的印度，这个晚夏带你来看手工织布的传统工艺。您可以在这里挑选100%棉的围巾，以及手工织造的地毯、浴垫

等……

### 摩洛哥展团：异域风情的家居美学

摩洛哥，一个异域情调浓厚的国度，通过对色彩的把控、图形的选取以及提花工艺的运用突出其纺织行业的特点和亮点。其主要生产集中在家具布、室内装饰品、窗帘等。

### 土耳其展团：倍加青睐的行业先锋

土耳其的纺织产品受180多个国家顾客的青睐，其高质量的产品，原创的设计，以及环保的工艺深受买家欢心。其产品类别涵盖毛巾、床品、窗帘、浴袍等。

### 中国台湾展团：“专家般”的生产态度

因为在生产高质量的功能性面料和遮阳面料领域拥有很强的研究与开发基础，同时广受

国际市场认可。来自中国台湾的面料专家们将在本届Intertextile上海家纺展上展出环保型面料和纱线制品，这些产品拥有防污染、遮光、耐火、阻燃、防水等功能。

### 家纺.设计从“跨界”到“无界”——

2017 安德马丁国际室内设计峰会暨

2017“无界之合”跨界家居艺术展将与2017中国国际家用纺织品及辅料博览会（上海）同期举办。

这是一次设计领域的朝圣之旅，更是一次家纺行业的跨界之旅，为家纺行业注入顶尖设计思潮，更为室内设计领域平添几度柔美色调。论坛在家纺展期间的惊艳亮相，将标志着中国家纺设计文化从“跨界”到“无界”的真正崛起！

魅力展会，美丽绽放！

## 百亿集群与百亿企业情定PH Value

10月11日～13日，中国国际针织（秋冬）博览会（以下简称PH Value）将再一次扬帆起航。对于在市场竞争中常备不懈的针织企业来说，这一次，他们又将带来哪些让人耳目一新的产品呢？正所谓工欲善其事必先利其器，为了本届展会，参展企业都做了哪些精心准备，又是为何而来呢？

### 古里：执着坚守，进一步放大集群效应

集群是产业发展中“最大公约数”的体现，也是最能体现产业阶段性发展成果的载体。常熟市古里镇针织商会办公室主任赵向东，向我们介绍了古里镇本届展会的参展情况。他说：“针织产业是古里镇的四大产业之一和重点贡献行业。针织产业经济贡献率占全镇经济的比重达到25%左右。”据悉，目前古里镇拥有针织类企业590家，其中规模以上企业80家，个体工商户2750户。全镇拥有各类圆机5176台、经编机1050台、加弹机122台。与针织产品相配套的后整理生产流水线120多台

（套），全镇从事针织行业约50000人。

赵向东坦言：“像古里这样一个针织名镇，超百亿的产业集群，只有通过对外参展参会，才能不断提升内外知名度，从而放大集群效应。”

为此，在本届针织展期间，古里将组织江苏新东方针织有限公司、常熟市德美针纺织有限公司、苏州华德纺织有限公司、常熟市易美纺织品有限公司等企业组团参展。这些参展企业均各有所长、各有亮点。

常熟市德美针纺织有限公司拥有从德国和意大利引进的单、双面电脑提花机，移圈罗纹提花机等先进设备及进口质量检验设备100多台。

近年来，企业依靠先进的生产体系、专业的技术分析、优质的售后服务，成为了国内外

知名品牌如Urban、Zara、GAP、Only、CK的面料供应商。而本届展会，德美针纺将展出公司的针织面料、提花面料、粗针面料等相关特色产品。

除了硬件方面的优势，近年来古里企业的品牌创新意识和产品自主研发能力也在逐年提高。

**苏州华德纺织有限公司**的品牌创新意识非常强。上届展会，该公司生产的法兰绒、色织提花等面料获得买家青睐。问其缘由，公司副总经理王建元分析认为，这在于华德纺织有多套先进完善的生产设备，设有独立的产品检验室和研发实验室，大大降低了产品次品率。当生产企业大大降低了产品的次品率，在价格方面就更有竞争力。“华德纺织长年与英国最大的跨国商业零售集团玛莎百货公司合作，该公司旗下的睡衣与睡袍等产品，都由我们提供面料。”王建元介绍说，能够与实力雄厚的买家合作，这意味着能达到“连锁效应”，很多同类型的其他百货公司将慕名而来。

**江苏新东方针纺**则是一家专业研发、生产、销售中高档水晶绒、海岛绒、不倒绒、PK毛巾布等针织拉绒面料的现代化生产型企业。近年来依靠先进的科技和良好的服务，真正将“以客户为本，以产品品质为基础，以新产品开发为先导”的经营理念贯彻到生产的每一个细节。

**常熟市易美纺织品有限公司**则将在展会上继续推行他们的主流产品：仿兔毛，粗针绒，及仿羊绒。尤其是仿兔毛是近年来的主打产品，公司拥有韩国进口的仿兔毛后整理全套设备、独立的仿兔毛车间，可以说，是一流的后整理造就了一流的品质。

#### 青岛即发：牵手十一载，是习惯更是承诺

除了集群古里的参展情况，我们还采访到了一家已经连续十一年参加针织展的企业——青岛即发集团股份有限公司。从7个人发展到2万人，年收入从500元发展到逾百亿，这是青岛即发集团60年辉煌发展史最直观的表现。

即发是中国针织行业首家设立国家级企业技术中心和国家级实验室的企业，60年来不断推陈出新，以多项绿色科技为标志的发明专利和实用新型专利，使即发新产品产值率始终保持在50%以上，其自主研发的“海洋生物甲壳质纤维服装”，具有抑菌除臭、保湿护肤的作用，荣获国家科技进步二等奖和发明专利，深受国内外消费者的喜爱，被喻为“会呼吸的衣服”。另外，即发研发的微孔聚四氟乙烯膜及功能型面料具有优良的防水、防风、透湿、透气、微粒阻隔等功能，可广泛应用于医用防护服、军警作战服装、户外运动服装及装备。

即发集团展会负责人在接受采访时表示，多年来，以融合全产业链上下游的整合互动、商贸对接、魅力展示于一体为特色的中国国际针织博览会已经成为了国内针织行业专业性最强、综合水平最高的展会。他说：“该展会为国际和国内针织行业及周边行业的企业提供了一个高效的交流合作平台，积极推动了中国针织行业及参会企业的成长与发展。”谈及当前针织展聚焦大内衣概念，并主打功能性问题时，该负责人坦言，当下的内衣已经越来越趋向于时尚性、功能性，比如运动型内衣、家居型内衣等早已突破了传统小内衣的概念，也代表了未来内衣产品的发展趋势。“即发顺应市场发展趋势，通过几十年的发展，产品序列不断延展与完善，基本涵盖了整个大内衣范畴，可以为更多的顾客提供更多的选择。”

2016年，即发在首届“中国针织功能性产品评选”中一举斩获殊荣，今年，即发在产品开发方面又有了哪些突破？对此，该负责人介绍称，近年来，即发持续加大在功能性产品方面的研发投入，功能化差异化产品比例持续增加，新产品产值率一直保持在50%以上。公司新开发的双向超弹家居休闲产品、双面功能性高弹网眼产品、超保暖透气内衣、温感腈纶保暖内衣等功能性产品也已经得到客户的认可，正在积极投放市场应用。而本届展会，即发将展出公司的高弹棉毛随心裁内衣、圆筒高弹汗布内衣等新产品。

## 2017纽约展：瞄准市场 个性设计与差异化定位两手抓

美国商务部6月2日公布的贸易数据显示，4月，美国对中国的货物出口额增长了2.2%，而来自中国的货物进口额上升了9.6%。其中，4月美国进口纺织品服装77.27亿美元，同比增加0.59%，环比增加2.30%。而从中国进口纺织品服装26.23亿美元，同比增加6.59%，环比增加36.54%，占美国进口总份额33.95%，占比较上月增加约8.5个百分点。

中国纺织服装企业该如何更准确地判断美国市场？又该如何进一步开拓美国市场，提高市场占有率？7月17日中国纺织品服装贸易展（纽约）暨纽约国际服装采购展（Apparel Sourcing USA），纽约家纺采购展（Hometixles Sourcing）和美国Texworld服装面料展（Texworld USA）三大展会将在纽约贾维茨会展中心举办，《中国纺织》杂志社记者采访了参加本次展会的部分展商，且听他们怎么说。

### 走出去主动沟通 精准定位赢市场

“我们要去拜访老客户、开发新客户，通过展会这个平台，直接与采购商或品牌商沟通，了解他们的需求，相对应地开发能够符合他们需求的产品，进一步扩大市场占有率，是我们参加展会最重要的目的。”这是所有受访企业的一致目标。

今年即将首次参加纽约展的浙江中大技术出口有限公司，其纺织服装业务进入美国市场已经20多年了，一直保持70%-80%的市场份额。公司业务员王婕介绍，中大决定去美国参展主要是因为目前大形势不好，“我们集团从前年开始就推出了一些政策鼓励我们出去参展，去寻找更高品质的客户。去年，我们首次去美国参展，今年第一次去纽约，希望能发展新客户，同时我们也会积极进行新产品开发，吸引更多客户。”在现有客户的基础上寻找机会去发掘新的客户，将市场做大，也是参展企业的目标所在。

但是无论维系老客户，还是开发新客户，

靠的都是产品。对于参展企业来说，展品是最直观的产品表达。根据季节、风格、市场等方面的差异选定展品至关重要。

对此，从事该行业20余载的宁波铭朗服装有限公司的盛武斌总经理感触颇多。

“我们此次参加纽约展主要的展品是西装和大衣。去不同的展会，会选择不同种类的产品进行展示，主要是考虑到季节和风格等因素。拿美欧风格差异来讲，首先，视觉上，即服装的样板和廓形上，欧洲的西装相对比较修身，而美国版以舒适为主，会相对宽松；其次，从设计的配置上来看，欧洲会有更多的细节工艺的导入，比如说里布的改变、珠边的一些变化、外形口袋的设计等，但是美国显得更加商务、工整，没有那么时装化；再次，从面料本身讲，美国人更喜欢比较干净的、比较挺括的羊毛面料或者羊毛混纺面料，这是他们对正装的需求，而欧洲人喜欢更加靓丽的颜色、丰富的材质，比如说有丝的成分、有棉和羊毛混纺之后比较舒适手感的成分等等。”

主做泳装和运动类服装的厦门欧瑞祺进出口贸易有限公司总经理张贞洁特别强调了依据季节确定展品的重要性。

“我们会结合客户下单的季节性来选定最终的参展产品，基于多年的参展经验，感觉1、2月份展泳装，效果会更好，7月份也展过，但效果没有年初展示好。7月份客人要配合准备下单的供应商已经选定了，基本上不会在7月份做出改变，而1月份正好是泳装刚刚选好供应商准备开发的时候，而下单季节是在7月份，所以在7月去展泳装就太迟了。所以我们上半年展泳装，7月份就展出运动类的。”

对此有同样感受的是浙江东方集团的部门副总经理杨学峰，“同样是毛衫，我们会根据不同的市场、不同的季节，选择不同的展品。好比说纽约展是7月，而巴黎展是9月，intertextile上海面料展是春秋两季，根据季节的

不同，客户有时下春季单，有时下秋季单，那么我们带去相应展会的产品就会相应不同。大类是一样的，但是细分起来有差异。”浙江东方集团主要做国际市场，业务基本覆盖全球，传统市场多一些，新兴市场相对较少，其美国市场的贸易额大概占到30%-40%。

爱伊美集团有限公司是一家服装工贸型企业，目前国内国际市场基本各占一半。由于前几年成本的上升，这两年在美国的市场份额也逐渐萎缩，现在大概占到10%-15%， “我们

希望今年通过参加纽约展拜访一些老客户，再开拓一些新的客户，而且我们已经约了几家客户，他们很高兴，也很愿意我们去拜访，所以我们觉得合作还是很有希望的，也很有信心。”

鉴于当前的外贸形势，企业要想赢得市场就不能走大众化路线，必须找准差异化定位，同时还要拿出自己的个性设计。有些企业表示，针对此次纽约展，他们会根据市场流行趋势特意开发制作一些样品去展示推销。

## 2018中国国际纺织机械展览会

### 暨ITMA亚洲展览会参展报名启动

2017年对于很多纺机企业来说都有个不错的开始，一季度很多企业订单饱满。分析来看有国内外新增产能的促进，也有纺企设备更新的需求，还有行业转型升级对自动化、智能化设备需求的增长。

未来两年必将是纺织行业“十三五”规划实施的重要时期，行业企业的转型升级也必然持续升温，设备企业，你们准备好了吗？

在业界，中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会早已经成为纺机企业展示新产品、新技术、新理念乃至新工艺的重要窗口，在过去的十多年中举办的历届展会都为纺织和纺机企业的良好交流提供了绝佳平台，逐年递增的展商数量和展出规模验证了全球纺机企业对展会的认可与信任，来自百余个国家的十万余专业观众的到访，也同样说明了该展会的全球地位和价值。

据主办方统计，2016中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会共接待10万余人次观众，来自全球102个国家和地区，其中超过20%的观众来自海外。中国大陆观众人数位列第一，其次为印度、日本、韩国、中国台湾、印度尼西亚和孟加拉。

2016展会第一次迁入国家会展中心（上海），启用了会展中心的6个馆，展出面积超过17万平方米，同比增长12%。共有来自28个国家和地区1673家企业参展。其中中国大陆展商展出面积占全部面积的69.4%，居首位。德国（约占总面积的6.5%）排第二，其次为意大利（5.5%）、日本（4.7%）和瑞士（3.2%）。总体而言，参展企业数量同比增长了7%。

2018中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会将于2018年10月26-30日在国家会展中心（上海）隆重举行。目前已于2017年6月19日正式启动展商网上报名系统，到2018年2月28日结束报名。

本届展会将继续沿用网上报名系统，广大行业企业可关注展会官网[www.citme.com.cn](http://www.citme.com.cn)及[www.itmaasia.com](http://www.itmaasia.com)进行报名，届时展会官网右侧将会进行报名流程的提示。同样，关于2018联合展的展会通则等重要文件，展会主办方也在6月份通过官网进行信息公布，企业可随时关注。

蓄积了两年能量的纺机企业们，全球众多纺织企业都期待着你们更优秀的产品技术展示，相约2018中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会，大胆释放您的能量！

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：

北京市朝阳区东三环中路55号富力双子座B座12层

邮 编：100022

电 话：(010) 57392132

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