

提供经贸信息 开拓两个市场

# 纺织贸促

4

2019

总第288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

## 特别报道

# 目标：冲刺世界纺织强国 ——中国纺织工业联合会会长孙瑞哲

### 行业动态

- ★中纺联领导在京会见巴基斯坦总理等来宾共商产业合作发展大事
- ★中纺联副会长徐迎新率团出访澜湄流域柬老缅三国
- ★2019全球纺织服装供应链大会·胡志明峰会成功举办
- ★2019年春季调研汇报交流会在京举行
- ★第12届亚洲化纤会议：化纤供需平衡及可持续路在何方
- ★中国服装论坛在京举办
- ★第十八届全国印染行业“四新会”在沪召开
- ★2018年中国消费品市场运行及2019年发展趋势

### 一带一路

- ★中纺联党委书记兼秘书长高勇率团访问拉美三国

### 国际市场

- ★美国家纺零售市场介绍
- ★非洲开发银行发布2019年《非洲经济展望》

### 展会报道

- ★2019中国国际非织造材料展览会暨高端论坛即将开幕
- ★7月，三个理由来深圳国际面辅料展
- ★纺织源头企业一站进入华南市场——深圳国际面辅料展【精品纱线区】
- ★2019intertextile秋冬家纺展：一场不出国门的跨国之旅
- ★中国(南非)纺织精品展助力纺企拓展南非市场
- ★了解南美纺织市场 来2019巴西GOTEX展



中国纺织贸促网  
www.ccpittex.com

## 目 录

- 行业动态 05 | 中纺联领导在京会见巴基斯坦总理等来宾共商产业合作发展大事  
06 | 中纺联副会长徐迎新率团出访澜湄流域柬老缅三国  
07 | 2019全球纺织服装供应链大会·胡志明峰会成功举行  
09 | 2019年春季调研汇报交流会在京举行  
10 | 第12届亚洲化纤会议：化纤供需平衡及可持续路在何方  
12 | 中国服装论坛在京举办  
12 | 第十八届全国印染行业“四新会”在沪召开  
13 | 2018年中国消费品市场运行及2019年发展趋势
- 
- 一带一路 16 | 中纺联党委书记兼秘书长高勇率团访问拉美三国
- 
- 国际市场 18 | 美国家纺零售市场介绍  
19 | 非洲开发银行发布2019年《非洲经济展望》
- 
- 展会报道 20 | 2019中国国际非织造材料展览会暨高端论坛即将开幕  
21 | 7月，三个理由来深圳国际面辅料展  
22 | 纺织源头企业一站进入华南市场  
—深圳国际面辅料展【精品纱线区】  
22 | 2019intertextile秋冬家纺展：一场不出国门的跨国之旅  
23 | 中国（南非）纺织精品展助力纺企拓展南非市场  
24 | 了解南美纺织市场 来2019巴西GOTEX展

### 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 梁鹏程 林云峰  
常 清

主 编：常 清

执行主编：林学森

副 主 编：孙 凌

地址：北京市朝阳区朝阳门北大街18号

邮编：100020

电话：(010) 85229397

E-mail: sunling@ccpittex.com

网 址: www.ccpittex.com

## 目标:冲刺世界纺织强国 ——中国纺织工业联合会会长孙瑞哲

4月5日,《人民日报》记者专访了中国纺织工业联合会,并于《人民日报海外版》刊发“中国纺织服装工业前景可期”专题。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲发表“目标:冲刺世界纺织强国(品牌论)”署名文章。全文如下:

今年是新中国成立70年,中华民族实现了从站起来、富起来到强起来的历史性飞跃。在这场伟大变革中,纺织工业实现了全方位、深层次的发展,在服务国家战略大局中发挥着日渐重要的作用。

纺织工业是中国最有潜力率先跨入世界制造强国行列的工业部门之一。2018年,中国纤维加工总量约5460万吨,占世界一半以上;中国纺织品服装出口额2767.3亿美元,占全球36%以上。从原料供应、设计研发,到纺织染加工、服装制造、运营零售,中国纺织工业形成了全球体量最大、最完备的产业体系,是具有全产业链自主创新能力的工业部门,在高性能高功能性纤维、装备制造等领域不断赶超先进,2011年以来行业共有23项成果获国家级科学技术奖,包括两项国家科技进步一等奖。

纺织工业是国民经济中稳增长、促就业、惠民生、防风险的重要产业力量。中国纺织工业的支柱产业地位始终没有动摇。2018年,规模以上纺织企业主营业务收入达到53703.5亿元,占全国规模以上工业的5.3%;净创汇2501.9亿美元,占全国71.1%。行业创汇在维持币值稳定,平衡国际收支,保障经济金融安全,服务国家发展战略等方面发挥着建设性作用。在衣食住行等民生领域,穿衣问题解决得最彻底。全行业就业人口超过2000万,每年为农村进城务工人员提供1000多万个岗位。民生产业地位日渐突出。

纺织工业是树立文化自信和推进人类命运共同体建设的重要产业平台。纺织品服装作为文化载体,蕴含着一个国家的文化传统和价值理念。提升时尚话语权是树立文化自信的重要途径。近年来,李宁、波司登、安踏等中国服装品牌国际影响力显著提升;中国设计师开始走向世界舞台中央,中国元素和设计正得到越来越多的认可。纺织行业是“一带一路”上国际优质产能合作的重点领域,有力推动了东道国工业化进程和相关产业发展。作为中国第一个推动社会责任工作制度化建设的行业,纺织在推动全球产业链上多维责任共治中发挥着重要作用。

面向未来,产业要保持战略定力,落实“科技、时尚、绿色”的产业定位。“创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业”要成为纺织行业推进高质量发展的战略重心。纠正社会对行业的认知偏差,新经济中有传统经济内容,成熟产业中有新兴生产力。要加快提升行业自主创新能力与创新质量,攻关材料、装备、工艺等领域的核心技术。以“大师、大牌、大事”为抓手,构建时尚生态,强化趋势研究、时尚设计和品牌建设,树立文化自信,培养消费市场。以人本责任、环境责任、市场责任为内容,深化行业社会责任建设,打造绿色供应链。

面向未来,产业要蓄积发展动力,做好“育人、用人、树人”的队伍建设。创新驱动实质是人才驱动,创新发展关键是人才发展。要以人为中心,凝聚和培养包括产业工人、企业家、科学家、设计师在内的行业发展所需的各类人才。

面向未来，产业要激发资源活力，完善“集群、集约、跨界”的生产力布局。一方面提升产业集中度，培育一批具有国际竞争力的世界级纺织服装企业，培育行业细分领域的单项冠军；另一方面培育平台型经济，促进大中小企业融通发展。跨界式发展要着力推动先进制造业和现代服务业融合发展，深化两化融合、产融合作和军民融合，兼容并蓄，整合资源推动技术、产品、应用和模式创新。

## 中国纺织服装工业前景可期——

《人民日报海外版》2019年04月05日 第10版

自1994年起，中国纺织品服装出口总额便稳居世界第一。中国人有句老话：三十年河东，三十年河西。当了20多年的“带头大哥”，在中国国内生产的成本也不可避免地上涨。此时越南、印度等国家的成本优势开始逐渐显露。于是，就像30多年前中国承接来自“亚洲四小龙”的产业转移一样，如今全球纺织产业又开启了新一轮向南亚、东南亚地区的转移。作为曾经对外开放的排头兵，中国纺织产业会如何评估自己遇到的新变化，中国纺织产业又该如何找到新的发展路径？本报记者就此专访了中国纺织工业联合会（下称“中纺联”）。

### 后有追兵但追兵尚远

东南亚纺织工业的崛起，曾让许多人感到焦虑：中国纺织产业会不会受到威胁？

对此，中国纺织工业联合会产业经济研究院副院长华珊表示，当前，中国纺织纤维加工总量占世界一半以上，纺织品服装出口占全球1/3以上，有着全世界最完备的现代纺织制造和服务体系。“现阶段，中国纺织工业在发展规模、供应链体系和国际竞争力等方面仍具有明显优势，尚未受到来自任何国家和地区的全方位威胁。”

华珊同时指出，我们仍需正视东南亚、南亚等国纺织工业正在快速发展的现实和趋势。

“以越南为例，他们的纺织服装工人每月工资约2000元人民币，是中国同业工人的1/3左右；工业电价、水价平均仅为国内的一半；增值税税率仅为10%，且当地雇员达到一定数量后，

所得税还能享受免征或减半优惠。”华珊表示，东南亚和南亚一些国家依托人工、原料、电价、税率等成本优势，在棉纺织、针织服装加工等领域具有较好的国际竞争力，尽管其产品主要集中在中低端，但仍与国内一些纺织企业形成了直接的竞争关系。

根据WTO数据，中国纺织品服装国际市场出口份额虽然仍稳居世界第一，但从2016年开始有所下降，2017年的34.8%较2015年的37.9%下降了3.1个百分点。相比之下，印度、越南和孟加拉等国的纺织品服装出口份额均有所上升。其中越南提升较快，2017年越南出口份额为4.6%，较2015年提高0.9个百分点；2010年—2017年间，越南出口纺织品服装年均增速达17.4%，而同期中国年均增速仅为4.4%。

华珊认为，“虽然这些国家与中国在国际出口市场中处于竞争关系，但同时产业链发展上也形成了紧密的合作关系。”一方面，受到中国资源环境承载力有限、生产成本上升以及国内企业加快国际化发展需求等因素影响，近年来，一些中国企业在东南亚、南亚等地投资建设了一批纺纱、服装加工生产基地，与国内上下游企业形成了产业链配套合作关系，

“中国+东南亚”逐渐成中国纺织制造业的新国际布局模式。另一方面，这些国家产业体系尚不完善，特别是化纤、染整、装备等环节薄弱，需要从中国大量进口化纤、面辅料和纺织装备，是拉动中国纺织品和纺机出口的重要增长力量。

整体上看，南亚、东南亚等国在国际市场所占份额虽然增长较快，但与中国仍存在较大差距，即便作为世界纺织品服装第二大出口国的印度，其2017年的出口份额也仅为4.7%，连中国34.8%的零头都不到。而且，虽然东南亚和南亚地区纺织生产中劳动密集环节发展较快，

但技术和资金密集的高附加值环节仍然主要依靠中国，现阶段对中国尚不能形成威胁。但现状不等于趋势，对于中国纺织工业来说，仍需正视日益严峻的国际竞争形势。

### 科技+品牌两手都要硬

更多发展中国家的涌入，让中国企业想在纺织服装制造加工环节获取利润变得更难。中国企业只有离开舒适区，向产业链上游和下游延伸，一面开发高新技术原料、高端装备，一面打造时尚品牌、拓展销售渠道。但很显然这两个附加值更高的领域都被发达国家把持着，刚刚跳出中低端“红海”的中国纺织业，一上岸就发现自己又要与发达国家“短兵相接”了。

在“前堵后追”的格局下，中国纺织企业是如何突围的？华珊向记者分享了山东如意集团的故事。

如意集团目前已跃居中国纺织服装500强企业榜首，跻身全球100大奢侈品牌公司，拥有全球规模最大的棉纺、毛纺直至服装品牌的完整的纺织服装产业链。而如意发展的根基，就是坚持科技创新与海外并购。

如意集团旗下拥有18个国家的研发人员，每年在科技上的投入达到销售额的5%，研发经费不低于每年3亿元人民币。在山东总部，如意又投资7亿元建立7万平方米的全球科技研发中心。据悉，这是目前全球纺织服装领域最先进的研发中心。

通过加大研发投入，如意的产品附加值提升了35%，并成功研发出被纺织界命名为“如意纺”的高效纺纱技术，在西方发达国家申报了30多项专利。如今，“如意纺”的价格已达每平方米1万元人民币。如意生产的高级西装，也已经达到了每套7万元人民币。凭借核心技术及高科技产品，如意避开了国内中低档产品的无序竞争，成功进入国际高档面料俱乐部。

与此同时，如意也在积极实施海外品牌并购战略。“其时尚版图的构建思路是从以科技

支撑的原料业务，向收购具备国际认知度的时尚品牌扩张，形成全产业链的生态串联。”华珊说。

如意先后斥资约40亿美元，将法国、英国、日本等地20多个奢侈时尚品牌收入囊中。其中尤以2017年收购美国著名面料制造商莱卡、2018年收购瑞士著名奢侈品牌BALLY轰动世界。

如意的历程是中国纺织服装产业的一个缩影。近年来，中国自主纺织服装品牌的市场认可度稳步提升：李宁在巴黎时装周、纽约时装周大放异彩，成为潮牌的代名词；波司登走出国门，老牌焕新颜；安踏，中国设计中国造，同样成为国产运动时尚的领头羊……在2018年中国纺织服装品牌价值50强榜单中，有9家企业品牌价值超过100亿元。

在人力成本优势减弱的情况下，中国纺织服装品牌还能获得较强的市场溢价能力，是多年来坚持科技创新的回报。中纺联的调查数据显示，中国规模以上纺织服装企业研发经费投入强度已超1%，高新技术化纤企业研发投入强度达到6%。大幅度科技投入，既缓解了生产上的成本压力，也实现了设备上的进口替代。当前国产纺机产品国内市场占有率达到80%，部分产品已经可与国际先进水平同台竞争。

### 共和国“老兵”续写传奇

3月25日，工业和信息化部部长苗圩在2019年中国发展高层论坛上提出，中国未来将全面放开一般制造业。作为“一般制造业”中的重要子类，中国纺织服装行业面对开放更多展现出的是自信。据中纺联相关负责人介绍，中国纺织行业市场化程度较高，民营企业数量占比达全行业的95%以上，经过多年转型升级，已具有相当的环境适应能力和风险抵御能力。

但自信的同时也要保持清醒，中纺联产业经济研究院告诉记者，中国纺织产业的未来发展仍有可优化空间。

纺织行业中小企业居多，正处于冲刺建设

纺织强国的关键时期，在经济下行压力增加的今天，希望国家可以通过财税措施精准支持科技创新、智能制造等重点领域。比如进一步提高研发试验、广告宣传等费用的加计扣除比例，将技改投资、产品开发费用等纳入抵扣范围等。

同时，纺织产业是民生产业，全产业链可容纳2000万就业，中纺联产业经济研究院建议国家进一步出台措施，适当降低劳动密集型产业的税收或社保负担。比如对于在就业及纳税方面贡献大的企业，可以根据企业实缴社保情况按比例进行税收返还。

社会各界对纺织服装业的印象长期锁定在“低端产业”上，这也是纺织产业挥之不去的一大困扰。有些商业银行仍然将纺织产业列为“限制发展类”，还款期限非常短，投资类长贷基本无从获取，很多纺织企业依然面临融资难、融资贵的问题。

改革开放40年，中国纺织产业也旧貌换新颜。昨天的劳动密集型产业，在今天有了“科技、时尚、绿色”的新标签。未来，在成长与“成长的烦恼”之间，在“大”与“强”的新旧动能转换之间，中国纺织服装工业这位共和国的“老兵”还有很多新的故事可以书写。

## 中纺联领导在京会见巴基斯坦总理等来宾 共商产业合作发展大事

4月27日，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长、中国纺织国际产能合作企业联盟理事长高勇在北京会见了前来参加第二届“一带一路”国际合作高峰论坛的巴基斯坦总理顾问阿卜杜勒·拉扎克·达乌德（Abdul Razzak Dawood）一行。中纺联副会长、中国家用纺织品协会会长杨兆华，中纺联副秘书长袁红萍，中国纺织国际产能合作企业联盟秘书长林云峰，上海嘉麟杰股份公司董事长黄伟国、北京棉田集团董事长马涛、魏桥进出口公司总经理孙敬营等中国企业家，与国际纺联前主席巴萨尔·阿里·默罕默德，以及来访的巴基斯坦纺织企业家一同参加了会见。

高勇在会见中指出，随着中国纺织服装行业国际化的深入，有着各种资源禀赋和政策优势的巴基斯坦受到中国纺织企业的日益关注。我们相信，在两国政府的支持下，在两国行业协会和企业的共同努力下，在两国全天候伙伴关系持续稳固和中巴经济走廊建设取得重要进展的背景下，在“一带一路”倡议的有力推动下，会有越来越多的中国纺织服装企业赴巴基斯坦投资。

阿卜杜勒·拉扎克·达乌德指出，巴基斯

坦在劳动力成本、吸引投资政策、与欧盟的自贸协定、经济开发区等方面具有独特优势。近年来，随着巴基斯坦政府的重视和努力，国内安全状况得到持续改善，能源供应能力也得到显著提高，人民币结算方式也开始实行。本届“一带一路”国际合作论坛期间签署的中巴新的“自由贸易协定”，对加强中巴两国纺织行业合作、吸引中国纺织服装企业对巴基斯坦投资，必将起到非常重要的推动作用。

上海嘉麟杰股份公司董事长黄伟国介绍了嘉麟杰公司和巴基斯坦马苏德公司合资经营的经验及该公司在巴基斯坦的进一步投资的规划。

会见后，两国纺织服装业界企业家进行了热烈交流。

4月28日，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲受邀出席巴基斯坦商务部在中国大饭店举办的“巴基斯坦中国贸易与投资论坛”，并与巴基斯坦总理伊姆兰·汗，以及总理顾问阿卜杜勒·达乌德，巴基斯坦外交部长马赫杜姆·库雷西，财政部长阿卜杜勒·沙依肯，巴基斯坦驻华大使马苏德·哈利德，巴基斯坦古尔梅纺织集团董事长、国际纺联前任主席穆罕默德·

巴萨尔一行进行了友好交流。中纺联副秘书长袁红萍陪同出席。

据达乌德介绍，伊姆兰·汗此次访华，除参加在京举办的第二届“一带一路”国际合作高峰论坛，还有一项重要任务即签署中国巴基斯坦自由贸易协定。这将成为中巴两国经贸合作的转折点，也将开启中巴纺织贸易与投资合作新的篇章。

近年来，“中巴经济走廊”作为中国“一带一路”倡议的旗舰项目已经取得阶段性成果：瓜达尔港的建设、能源合作、经济特区的规划。特别是中巴自贸协定签署后，结合巴基斯坦的劳动力成本优势、交通运输优势、电力供应改善、系列关税优惠条件，巴基斯坦真诚欢迎中国纺织企业在巴投资建厂，实现两国纺织业的互补共赢。

孙瑞哲强调，随着“一带一路”建设的不断推进，中国纺织产业加快了全球布局步伐，特别是在“一带一路”沿线国家和地区的投资项目逐渐增多。当下，正是加强两国纺织业合

作的有利时机。

对于如何吸引中国纺织企业在巴投资，孙瑞哲提出三点建议：

首先，两国政府要加强共识，加大对中国纺织企业在巴投资的支持力度；

其次，成立中巴投资联委会，建立常态对话机制，共同探讨可行的合作项目；

再次，双方应加强商务互访，增进了解和互信。

中纺联将考虑率企业家代表团赴巴进行实地参观、考察，也欢迎巴基斯坦企业来华进行对接交流。

伊姆兰·汗认真听取了孙瑞哲的建议，表示巴基斯坦政府将为在巴投资的中国企业提供便利条件和全力支持，希望越来越多的中国纺织企业能够在巴落地生根。

## 中纺联副会长徐迎新率团出访澜湄流域柬老缅三国

为了落实外交部、工信部委托的澜湄合作专项基金项目——“推动澜湄六国纺织服装业产能合作系列项目”，建立澜湄流域纺织服装业产能合作长效工作机制，2019年4月24日至5月3日，由中国纺织工业联合会副会长徐迎新带队，中纺联所属相关部门负责人以及辽宁省纺织服装协会有关领导等组成的专业工作组出访柬埔寨、老挝、缅甸三国，调研中国纺织服装企业在上述国家的投资合作情况，并就共同推动澜湄六国纺织服装业产能合作事宜与三国纺织服装商协会、政府主管部门及我驻当地使馆经商处进行沟通协商。

在柬埔寨期间，工作组与柬埔寨制衣协会举行会谈，详细了解柬埔寨纺织产业发展情况及中国纺织服装企业在柬投资现状，并就加强澜湄流域纺织产能合作并建立纺织服装产能合

作对话机制等问题与柬方进行深入沟通。徐会长表示，纺织服装业产能合作是澜湄合作的重要组成部分，受到了中国政府的鼓励与支持。目前中纺联承接的澜湄专项基金项目“推动澜湄六国纺织服装业产能合作系列项目”已经正式启动，希望柬方能够配合中纺联工作，积极参与到上述项目中来。柬埔寨制衣协会副会长何恩佳对工作组的到访表示热烈欢迎，并对参与推动澜湄流域纺织产能合作表示大力支持。在柬期间，工作组一行还拜会了中国驻柬商务参赞李岸，并走访调研了内蒙古鹿王羊绒柬埔寨公司、东渡纺织（柬埔寨）有限公司以及西哈努克港经济特区。

在老挝期间，工作组与老挝工商部内阁办公室、计划合作司、工业与手工业司、老挝中国合作委员会、老挝全国工商会、老挝服装工

业协会等部门举行了联合会谈。会谈中，老方各部门代表介绍了老挝当前纺织服装产业的发展情况及面临问题，并向工作组表达了加强中老纺织服装业合作的强烈愿望。徐会长向老方介绍了中国纺织产业的发展历程及现状，并与老方就加强澜湄流域纺织产能合作深入交换了意见。老挝工商部及服装工业协会均表示将积极配合并参与到中纺联推动澜湄流域纺织产能合作的工作中来。在老期间，工作组一行拜会了中国驻老挝商务参赞王其辉，并走访调研了泰国老挝合资服装企业Hi-Tech Apparel及中国台湾省投资服装企业Great Laos Garments。

在出访缅甸期间，工作组与缅甸制衣协会秘书长Rosaline及多家缅甸服装企业高层举行了工作会谈。Rosaline对澜湄流域纺织产能合作表

示了支持，并希望与中纺联加强工作联系，共同为在缅投资的中国纺织服装企业提供支持与服务。在缅期间，工作组调研走访了鲁泰（缅甸）有限公司，恒田（仰光）制衣有限公司以及大连隆生缅甸工厂，并拜会了中国驻缅甸大使洪亮。

工作组通过与三国纺织服装商协会、相关政府主管部门以及我驻外使馆经商处的沟通交流，对柬老缅等国的纺织服装业发展以及双边纺服业投资合作有了更深层次了解。与此同时，三国纺织服装商协会均对中纺联提出的建立澜湄流域纺织服装产能合作对话机制表示了支持，承诺将组织专人对接相关工作并派员参加2019年10月在中国举办的相关工作机制的启动仪式。

## 2019全球纺织服装供应链大会·胡志明峰会成功举行

4月10-11日，2019全球纺织服装供应链大会·胡志明峰会在越南胡志明市盛大举行，来自中国、德国、美国、越南等国的纺织服装企业家200余人齐聚一堂，通过主旨演讲、参观交流等丰富的活动，共话全球纺织服装供应链协同发展大事。

自上世纪90年代以来越南纺织服装行业一直发展迅猛，随着申洲、雅戈尔、华孚、鲁泰、旭荣、远东、即发等一批优秀中国企业在越南投资建厂，中越纺织服装行业的融合程度越来越高。构建可持续的纺织服装供应链合作关系对促进全球服装产业发展，和保持中越两国纺织服装行业竞争能力无疑具有重大意义。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，副会长杨纪朝、陈大鹏，副秘书长袁红萍，中国纺织信息中心主任乔艳津，越南纺织服装协会主席武德江，越南工商部工业署副主任Bui Hoang Yen、中华人民共和国驻胡志明市总领事馆领事李建良、国际纺织制造商联合会秘书长Christian P.Schindler、东南亚纺织联合会副会长Nawasmittawong Jumnon，越南国营纺织服装集团首席执行官Le Tien Truong，越南中国商会

会长顾朝庆，华孚控股、华孚时尚董事长孙伟挺，瑞士纺织检定有限公司亚太区总经理陈德谦、世界自然基金会（德国）水资源管理经理Angela Ortigara等领导嘉宾和众多中越两国纺织服装企业家出席了本次峰会。

本次峰会由中国纺织工业联合会、越南纺织服装协会联合主办，中国纺织信息中心、越南中国商会承办，中国纺织工业联合会社会责任办公室、中国纺织国际交流中心、中国·东盟纺织服装生产力促进联盟协办。

中国纺织工业联合会副会长陈大鹏、越南纺织服装协会主席武德江、越南工商部工业署副主任Ms. Bui Hoang Yen、中华人民共和国驻胡志明市总领事馆领事李建良先后为本次峰会致辞！

峰会现场进行了颁奖和发布仪式，授予华孚时尚股份有限公司、TESTEXAG、WWF Vietnam、H&KInvestment四家企业和机构“中国·东盟纺织服装产业协同发展促进奖”。

《中国纺织服装行业负责任海外投资指



引》也正式在本次峰会上发布，中国纺织工业联合会长期致力于中国纺织服装企业社会责任的推广工作，近年来，通过与德国GIZ机构的合作，分别在中国南通、柬埔寨金边、缅甸仰光三地召开了五场的面向中资企业、国际非政府组织和海外中资企业商（协）会的意见征询会，并在充分听取相关方意见的基础上完善并形成。

作为中国首个基于海外投资生命周期的负责任投资指引，《中国纺织服装行业负责任海外投资指引》强调了中国纺织服装行业在海外投资评估、投资实施和投资退出阶段的负责任企业行为，可以帮助行业企业更好地融入全球价值链和投资目的地，并最终贡献于人类命运共同体构建以及联合国2030可持续发展目标在全球范围的实现。

### 高屋建瓴——区域合作应对挑战

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲以“纺织服装产业可持续融合发展——区域合作应对全球挑战”为主题进行了主旨演讲。

他表示，中国纺织服装产业已经成为带动区域产业发展的重要引擎，是推进全球责任治理的重要产业平台，是中国国民经济发展的重要贡献者。当前，纺织服装产业所处的环境在发生结构性变化，世界经济不稳定性、不确定性增强，全球创新深入发展，数字贸易快速发展，供应链区域化布局成为重要趋势，责任发展成为全球共识。新形势下，中国纺织服装供应链也有新变化，供应链向消费者驱动型转变、制造环节成为价值中枢、渠道向融合化、社交化方向发展、绿色与环保要素全面纳入供应链各环节、国际合作走向深化。

如今，巨大的消费市场、开放的市场空间、完善的创新生态，让纺织服装产业在中国拥有非常大的发展潜力与机遇。新形势下中越纺织服装产业的合作共赢之路，要以协同为重点，开放发展；以科技为核心，创新发展；以责任为导向，绿色发展。

越南纺织服装协会主席武德江以“越南纺

织服装产业的可持续发展之路”为主题介绍了越南纺织服装产业的发展情况。他表示，目前越南服装企业有着劳动力结构优、成本低、出口政策优惠等优势，同时也存在着发展不足、原材料基本靠进口、技术水平低、劳动力文化水平低等挑战。

随后，越南国营纺织服装集团首席执行官Le Tien Truong，在演讲中阐述了国家协会在连接全球纺织品供应链过程中的作用。他说，中国是越南纺织品最大的贸易伙伴，要打造可持续供应链需要产业链上下游每一个环节的企业形成战略性互惠合作，达成共赢。

“在越南，语言差异、文化障碍和较差的基础设施条件是企业投资越南纺织服装行业面临的主要挑战。中国纺织信息中心副总经济师、中国纺织工业联合会社会责任办公室首席研究员梁晓晖在演讲中举了个例子，以“一带一路倡议下中国纺织服装行业的负责任海外投资”进行了分享。

梁晓晖表示，通过调研发现，企业海外投资存在着诸多挑战，主要有法律合规问题，如加班与加班费、性别平等与女工保护、童工等，跨文化管理问题，以及当地工会组织（罢工）等问题。“因此海外投资要遵循六个基本投资原则全球运营原则、可持续发展原则、义利并举原则、包容发展原则、治理融入原则、开放透明原则。”

### 博采众长——协同共建产业生态

打造可持续发展的全球纺织服装供应链，需要国家与国家、区域与区域之间的协同配合，而供应链的健康稳定发展是助力整个产业链可持续发展的关键。企业上下游、企业内部、消费者，组成一个生态系统，只有每一方都健康，才能保证生态系统的健康。

“竞争让品牌之间打折成为一种常态，也让品牌不断进行技术革新。”国际纺织制造商联合会秘书长Christian Schindler在演讲中阐述了国际纺织工业的地理演变与趋势。

世界自然基金会（德国）水资源管理经理Angela Ortigara、世界自然基金会（越南）项目经理Hoang Viet则联合分享了在全球经验和国家层面上，纺织服装业如何打造绿色可持续的供应链。

除此以外，产业链的相关企业也就当下经济、市场、消费环境发生变化的前提下，如何打造健康可持续的供应链表达了自己的看法。

瑞士纺织检定有限公司亚太区总经理陈德谦结合公司的业务和发展，阐明如何打造绿色透明的可持续纺织供应链。TESTEX能够实现从面料、印染等原材料输入端，生产过程，产品和标签的输出端，以及供应链管理的全链条检测和认证。“随着消费升级和消费群体发生变化，千禧一代以及家长群体对产品绿色环保的要求越来越高，他们不只追求产品的创新和与众不同，更青睐对环境友好的服装，他们对企业的信任和透明度有着迫切需求，因此，需要企业在这一方面做出努力，通过相关机构和认证对其进行可信赖的背书。”陈德谦说。

“行业需要一个新的，通用的，简单的，逻辑清晰的体系来处理 and 解决这些挑战并实现工作流程和数据标准化：从市场和消费者趋势到设计，生产，零售商和消费者的全面的色彩体系和解决方案。”中国纺织信息中心COLORO色彩解决方案负责人Detlev Pross在演讲中也表示，当前消费者行为和期望的转变，正在深刻而复杂地影响着整个时尚产业。

作为中国在越投资的纺织服装企业，华孚网链投资有限公司副总经理何建利也分享了建设浙商绿尚小镇的目的与规划。

何建利说，面对消费升级带来的交期急、库存风险的产业痛点，柔性、数字、平台、生态化供应链成为常态，可通过产业互联网去实现柔性生产，达到要多则多、要少则少，按需定制，高效协同，多品类快速响应的供应链布局理想化状态。“越南具备国别、资源、模式、政策、组织等多个方面的优势。”

“打造面向未来、最具竞争力的越南纺织

服装产业小镇。”何建利说，这是浙商绿尚小镇的总体定位。小镇以纺织服装产业为主导，以时尚元素为核心，贯通纱线、面料、印染、服装、家纺等纺织服装全产业链。核心内容包括：以印染为产业支撑，提供全产业链共享服务；以中央智能仓储为基础，打造智能化创新产业基地；以产业互联网打造柔性供应链，协同生产释放高效率；完善业态功能需求，打造生产、生活、生态一体的绿色时尚小镇。项目计划三年建园，五年建镇，即2022年完成工业板块建设，2023年完成小镇建设。

东盟纺织联合会副主席、泰国纺织工业联合会副主席Jumnong Nawasmitawong也分享了如何加强东盟纺织工业供应链的打造与合作。他首先介绍了东盟纺织联合会成立的具体情况、主要业务及作用，Jumnong表示，只有携手合作才能更好地推动东盟纺织工业的发展。

最后，OBS电子商务中心总监Mr Huynh Thai Hoa分享了阿里巴巴在纺织品出口中的作用。他表示，通过阿里巴巴庞大的电子商务体系，能够帮助企业在全世界范围内找到最为优质和精准的买家，能够打破线上线下，实现最大效率的连接。

### 通力合作——携手共推中越发展

在此次峰会期间，主办方还对越南当地纺织服装龙头企业Nhabe Corporation进行了参观和交流。Nhabe Corporation，从1973年成立至今，已经发展成为拥有包括37个业务部门、超过25000名员工的现代化服装加工制造和品牌企业。

而作为承接国内纺织服装产业转移的主要基地，华孚无疑是布局较早的企业。2013年华孚在隆安省设立子公司，成为隆安当地单体投资规模最大的外商企业，公司也拥有了首个海外生产基地。去年12月15日，越南华孚工业园正式开园，此次与会代表也走进工业园，一睹这一“全能型快反工厂”的速度与能力。

“截至目前，华孚在越南投资5年，总投资3亿美元，建设纱锭28万锭，色纤染色2万吨，

研发中心2000平方米，配套生产生活设施11万平方米，已经成为华孚在东南亚的快速反应基地。”据华孚控股、华孚时尚董事长孙伟挺介绍，随着全球服装供应链逐步向越南及东南亚集聚，越南华孚的投产可以提升越南、孟加拉国，以及中国香港和华南地区的交期能力。相比国内，越南本地订单交期缩短12天，孟加拉、香港与华南订单预计缩短2-4天，可以通过质量差异化、产品差异化、成本差异化取得竞争优势。

“中国企业在海外区域投资不仅仅要具有商业全球整合发展的理念，还要有秉持可持续发展的理念，这不仅能更好地帮助企业在当地发展，更深远的意义是引领其他行业海外责任发展，让中国文化和价值能够更好地传递。”

## 第12届亚洲化纤会议： 化纤供需平衡及可持续路在何方

当前，全球经济正处于多重因素相互影响的过程中，全球化纤产业格局正处于变化调整期，亚洲各个化纤主要生产国家和地区均面临着进一步转型与升级的挑战。在此背景下，信息和发展思路的交流更为重要，全球化纤界的合作更为必要。

4月11~12日，第12届亚洲化纤会议在印度尼西亚巴厘岛召开，会议主题为“化纤的可持续发展”，来自中国大陆、印度、印度尼西亚、日本、韩国、马来西亚、巴基斯坦、中国台湾和泰国共9个国家和地区的化纤协会的代表参加会议。

会上，来自9个国家和地区的化纤行业代表就各自纺织及化纤产业的发展现状、结构调整及面临的挑战等做了重点介绍，并就各自产业未来发展等进行预测和探讨。据了解，第13届亚洲化纤会议将于2021年4~5月在日本举办。

### 中国：未来瞄准四大新路径

中纺联社会责任办公室主任阎岩表示，通过本次峰会系列活动将带动越来越多中国纺织服装企业在“一带一路”国家进行布局，未来中国纺织工业联合会将继续加大社会责任和可持续发展协同发展的工作，并帮助企业在当地做更多意识提升和能力建设的培训，帮助企业加大与所有利益相关方的合作，更好地把责任意识和可持续发展意识融入企业在当地的管理和运营中。

此次峰会仅有短短的两天，对于参会的代表来说，收获不止一点；而对于已经连续举办11届的全球纺织服装供应链大会来说，这一平台产生的价值绝不止于此，峰会落幕，但在中国企业在全全球纺织服装产业的链接，刚刚拉开帷幕！

作为全球最大的化纤生产国和消费国，中国化纤行业在2018年整体运行质量良好，生产保持较好增长，效益增速稳定在较高区间，但各子行业运行有所分化，涤纶和锦纶行业总体表现良好，粘胶纤维、腈纶和氨纶行业运行较为困难；企业间也出现分化，资源进一步向优势企业集中。

中国化纤工业过去40年的发展经验：一是让市场在资源配置中占主导作用，在竞争性行业，鼓励国退民进，鼓励民营经济发展；二是加入WTO引进先进技术装备和管理理念；三是不断淘汰落后产能，为先进产能腾出市场空间。

中国化纤工业在近20年取得超常发展原因：一是中国化纤工业增速与中国GDP增长一致，与其他工业产品基本同步，这取决于中国经济发展的大环境；二是从行政审批、管控制度（汇率、项目、生产、民营、进出口等管控）向市场自主决策转变的过程中，彻底激发了民间投资热情。

中国化纤工业发展的四大新路径：炼化一体、新产品开发、绿色制造、机器换人。

中国化纤工业的发展不会再走盲目扩充产能的老路，未来我们将更加注重产业链上下游的协同发展。绿色发展、差异化发展，也将更加注重机器换人、智能化发展。中国化纤将与中国经济一样，更加注重高质量，更加注重以开放、包容的心态与亚洲地区同仁广泛交流与合作。

### 印度：外商投资的优选地之一

2017~2018年间，印度GDP增长率为7.2%，是南亚地区持续成长最快的经济体，未来一段时间内，印度经济成长预计将更稳固并持续高于全球平均水平。印度人口的平均年龄相对年轻，并将在很长时间内享有人口优势的独特地位，这是推动投资和消费的强有力的因素，这使印度市场极具潜力。

印度涉足原料、纱线、面料、服装服饰等纺织品制造和营销的所有环节，有助其成为可靠的采购中心；不断提升的创新能力、智能制造的实施、更好技术的应用等，有助于纺织产业的稳健发展；而政府持续的政策支持和利于经商的友善投资环境使印度成为外商投资的优选地之一。

### 日本：未来要强化高性能及高功能纤维

日本在20世纪50年代开始生产化纤制品，经历了从追求量的扩充到追求质的提升的过程，在2008年全球经济危机之后，日本化纤生产规模有所下降，在这段时间进行了结构性改革，每个企业都选择了自己优势的领域，并把重点集中到了高附加值产品的生产上。2015年开始，行业再度预警，2017年会计年度(从上年4月至当年3月)化纤消费量为94.9万吨，应用于非服饰所占的比重增加至82%，显示出行业从低谷走出的迹象。

虽然中国是日本最大进口国及出口国，但其所占比重已逐年减少。从2007年到2018年，出口比重从39%下降到30%，进口从75%下降到57%。东盟各国占日本纺织品比重已持续增

加。

日本化纤未来致力于强化高性能及高功能纤维等技术开发，开发新的市场；进一步促进标准化(JIS/ISO)；研发终端客户应用领域的多样性；强化与潜在的应用产业之跨业合作等。

自20世纪之初以来，全球纤维消费史上出现了3次增长阶段。第1次增长（1900~1937年），增长主要依靠棉花产量的增加，全球纤维消费量从400万吨增加到了1000万吨；人均消费纤维从1千克增加到4千克。第2次增长（1945~1995年），棉花和化纤共同支撑其增长，但以化学纤维为主导，全球纤维消费量从1000万吨增长到4000万吨；人均消费纤维从4千克增加到8千克。第3次增长（1995~2030年），“1996”是一个具有划时代意义的年份，这一年的化学纤维消费量超过了棉花的消费量（同年在东京成立了亚洲化纤产业联盟），未来的纤维需求量将由化纤支撑其发展，预计至2030年，全球纤维消费量将达到1.37亿吨；人均消费纤维从8千克增加到16千克。

截至2022年，预计纤维需求将达到1.097亿吨；化学纤维消费量将达到7590万吨，年增长4.4%，产能预计将达到9920万吨，年增长2.6%；产能与消费之间的缺口预计将达到2330万吨。2022年的产能过剩率将从2017年的28.5%缩小至23.4%。

据预测，2050年全球人口预计将增至98亿，2030年全球汽车销售量预计将增长至1.2亿辆，今后全球纤维需求将稳步增长。由于亚洲在全球化纤产量中占了几乎90%的份额，因此亚洲肩负着重大责任，同时面临着行业稳定供求平衡、标准化、微型塑料颗粒、可持续性、联合国可持续发展目标等多种挑战。

### 马来西亚：重点提升产品质量

2018年，马来西亚纺织及成衣业出口为29.21亿美元，年均复合增长率为3.86%，美国是其产品的最大出口市场，每年占纺织品和服饰出口总量超过18%；进口为33.27亿美元，年均复合增长率为-3.35%。

马来西亚纺织及成衣产业面临着诸多挑战：约40%劳动力为外籍劳工，而化纤及纺织品行业的工资和其他行业相比相对较低，因此工人短缺成为阻碍纺织及成衣产业发展的主要问题；企业经营成本上升并持续增加、自由贸易协定中的反向关税、难以获得支持和经济援助等都对产业发展不利。为了推动纺织及成衣

产业的发展，马来西亚将其列入工业总体规划3(MP3)中的重点产业，通过人工智能、大数据等推动工业4.0的发展，同时促进产业转型升级，重点是生产高质量的产品，如工业和家用纺织品、功能性面料、高科技纺织品和智能服饰等，从而提升产业链价值。

## 中国服装论坛在京举办

4月1日，第23届中国服装论坛“CHIC·2019中国服装论坛”在北京中国大饭店盛大开幕。来自零售、商业、品牌、织造、艺术、媒体等多个领域的千名专业人士汇聚一堂，共同探讨“创新跃进：迈向下一个十年”。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲发表主旨演讲。

孙瑞哲在演讲中说：“世界面临百年未有之大变局，智者应顺时而谋。2019年是中华人民共和国建国70周年，也是决胜全面建成小康社会，实现第一个百年奋斗目标的关键之年。七十年来，我国发展成为全球最大的纺织品服装生产国、消费国和出口国，成为支撑世界纺织工业体系平稳运行的核心力量和推进全球经济文化协调合作的重要产业平台。随着党的十九大的召开，在以习近平同志为核心的党中央带领下，中国纺织服装行业进入“新时

代”，把握“新方位”，正加速成为创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业和责任导向的绿色产业——“科技、时尚、绿色”，正成为新时代中国纺织服装行业的工作新定位、行业新标签、社会新认知。

综合分析国内外形势，我国发展仍处于重要战略机遇期，拥有足够的韧性、巨大的潜力和不断迸发的创新活力，人民群众追求美好生活的愿望十分强烈。消费、技术、文化，成为驱动中国纺织服装行业“实现高质量发展、迈向下一个十年”的重要支撑。消费升级是创新跃迁的“发动机”；技术进步是创新跃迁的“加速器”；文化自信是创新跃迁的“能量源”。未来，让我们继续在一起，凝聚共识，密切协作，更好、更快地奋进在纺织强国建设的新征程上！

## 第十八届全国印染行业“四新会”在沪召开

推动制造业高质量发展是2019年中央经济工作会议提出的重点工作之一，印染行业作为技术密集型行业，科技创新成为推动行业高质量发展的重要引擎，着力提高印染行业科技创新能力，成为行业经济持续增长的战略支撑。

4月9日，由中国印染行业协会主办，立信染整机械（深圳）有限公司协办的第十八届全国印染行业新材料、新技术、新工艺、新产品技术交流会上海召开。

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表示，当下，中国印染行业应该认清以下几个发展目标：一是真正实现新旧动能的转化，实现高质量发展；二是拓展新材料的应用，围绕新材料着力创新；三是提升染整技术的创新能力；四是实现智能制造；五是顺应消费需求，以消费引领发展，只有实现这五个目标，印染行业才能真正实现健康稳定的发展。

国家工业和信息化部消费品司副司长曹学军表示，新形势下，创新的地位越发凸显，国家对于创新的激励机制也越加完善，对关键技

术和知识产权的重视也达到了空前的程度。在这样的大环境下，中国纺织行业、印染行业迫切需要通过科技创新，将自身国际优势从比较优势转向核心优势；同时，我国纺织行业成本普遍较高，究其原因质量效益不够高，印染行业需要着力提升自身质量效益；此外，印染行业还需要通过创新，提高绿色可持续发展的

能力，真正实现可持续发展。

随后，印染及相关行业先进企业的高层管理者、技术主管等专业人士，分别针对企业各自尖端创新技术进行了详细的发布与讲解，会议还进行了创新交流、头脑风暴环节。

## 2018年中国消费品市场运行及2019年发展趋势

4月9日，中国商业联合会和中华全国商业信息中心共同主办2019中国市场商品销售统计新闻发布会，介绍了2018年我国消费品市场的运行情况和运行特点，并对未来消费品市场的发展趋势作出预测。

2018年，我国消费连续五年成为经济增长的第一驱动力。从消费品市场的结构变化上来看，依然延续着五个基本趋势：网购消费增速快于实体店，乡村消费增速快于城镇，餐饮收入增速快于商品零售，小微型、创新型商业发展活跃，大型零售企业销售增速放缓。

2018年我国消费升级特征显著，服务性消费占比持续提升。具体分析如下：

### 一.居民消费支出加快增长

2018年，尽管我国经济增速和居民收入增速放缓，但居民消费支出增速逆势加快增长。全国居民人均消费支出19853元，比上年名义增长8.4%，增速比上年加快1.3个百分点；扣除价格因素实际增长6.2%，比上年加快0.8个百分点。其中，城镇居民人均消费支出26112元，名义增长6.8%，比上年加快0.9个百分点；扣除价格因素实际增长4.6%，增速较上年加快0.5个百分点。农村居民人均消费支出12124元，名义增长10.7%，比上年加快2.6个百分点；扣除价格因素实际增长8.4%，增速较上年加快1.6个百分点。

### 二.服务性消费支出占比持续提升

2018年，我国居民消费观念进一步从“占有商品”到“享受服务”转变，医疗、餐饮、家政、旅游等服务供给水平持续提升，带动我

国服务性消费支出快速增长。全国居民人均服务性消费支出8781元，占居民消费支出的比重为44.2%，比上年提升1.6个百分点。其中，人均餐饮服务支出增长21.7%，家庭服务支出增长32.1%，医疗服务支出增长20.5%，包含旅馆住宿等在内的其他服务支出增长14.9%。

### 三.消费者个性化品牌意识增强

2018年，在服装、食品、家电等商品消费，以及旅游、教育、文化等服务消费上，我们都可以发现消费者“大牌意识”向“个性品牌意识”过渡的特征。人们对市场上新品类、流行商品的追求热情依然强烈，但具体到选择品牌的时候，购买行为则更加理性、更加个性。不同地区的消费结构日渐趋同，但品牌圈层消费特征更加明显，市场竞争更加激烈。

### 四.消费者更加注重高品质与性价比的平衡

过去，大部分消费者是在低价的基础上，选择具有一定性价比的商品。现在，以一、二线城市为主的部分地区消费者更加注重品种、品质、品牌，在高品质与性价比之间做出平衡。人们吃得更健康，有机食品、绿色蔬菜、散养鲜肉、低脂零食等市场热度较高；穿得更时尚，服装品质消费、品牌消费增多，服装商品的专业感、科技感、时尚感更加丰富，大型零售企业服装均价稳定上涨；用得更智能，数码产品、智能家电、多功能、便捷式的生活小家电进入千家万户；行得更品位，运动型、新能源、中高端汽车销售占比持续提升。

### 五.新品和进口商品消费明显增多

2018年，新产品、新品牌、新包装、新市场成为刺激人们消费欲望的关键。开拓细分领域，争做行业龙头成为商家获得高溢价、高销量的重要途径。随着我国进一步加大对外开放力度，越来越多的国外商品进入市场，让我国居民生活更加丰富、更有品质。2018年，我国消费品进口比上年增长10.9%，保持较快增长。

## 六.新兴业态与传统业态融合发展

2018年，大数据、人工智能、移动互联网等新技术进一步向传统产业渗透，人们的购物习惯也随之呈现出碎片化、全渠道、全天候等特点。在日益完善的物流配送体系支撑下，传统实体零售业态与电商平台走向深度融合发展，不断涌现出既注重消费体验，又满足便捷需求，集多种消费场景于一体的新零售业态。2018年，限额以上单位通过互联网实现的商品零售额占限额以上单位消费品零售额的比重为10.2%，比上年提升2.3个百分点。

2019消费品市场及零售业发展趋势如何？

### 一.固定资产投资预计增长6%左右

我国现阶段投资需求潜力仍然巨大，稳定经济增长、实现高质量发展、进一步推动供给侧结构性改革都需要稳定投资需求、合理扩大有效投资。

一是国家将加大城际交通、物流、市政、灾害防治、民用和通用航空等基础设施投资力度，加强新一代信息基础设施建设；二是制造业将继续向高质量发展，关键技术、高端装备以及核心零部件和元器件领域投资，尤其重视集成电路、发动机、人工智能减速器等高技术产业项目投资将快速增长；三是资源、环境、人力资本等生产要素领域投资力度将进一步加大，经济可持续发展的动力将得到增强；四是社保、教育、医疗、健康养老、文化等社会短板领域的投资项目将稳步落实，提高经济发展的协调性和稳定性。

预计2019年我国固定资产投资增长6%左右，投资将为促进经济健康发展和民生改善继

续发挥重要作用。

### 二.消费品市场预计增长8.5%左右

2019年，消费在稳增长、转结构、换动能、提质量、防风险中的地位、作用和意义更加重大，我国将促进形成强大国内市场，为经济平稳运行提供有力支撑。

一是多管齐下优先稳定和扩大就业，多措并举促进居民收入稳定增长，增强消费能力；二是基本民生投入只增不减，教育、医疗、养老等社会保障制度和政策持续完善，将更加有效地化解居民消费的后顾之忧；三是丰富服务消费、健全农村流通网络、促进消费新业态新模式发展，积极扩大进口等政策措施将刺激消费需求，带动新品消费持续增长；四是新能源汽车购置优惠政策、绿色智能家电补贴政策等产业政策将有利于相关市场稳定运行；五是消费市场环境不断优化，消费基础设施水平、质量标准以及消费者保护力度都在持续提升，有利于增强居民消费信心。

预计2019年消费增速在8.5%左右，与上年基本持平。

### 三.外贸将进一步平衡发展

出口将实现稳定增长。一是随着中非合作论坛的成功召开，“一带一路”沿线国家经贸合作将更加深入，我国出口市场更加多元，更加平衡；二是高端制造业、现代服务业、战略性新兴产业得到快速发展，部分产品已具备国际竞争力，出口贸易稳中提质；三是出口退税政策不断完善，贸易便利化水平持续提高，有利于我国出口实现平稳增长。

进口将实现较快增长。一是我国对部分原材料实施零关税，并将进一步降低信息技术产品最惠国税率，有利于进口增长；二是我国部分农产品对外依存度较高，随着“一带一路”沿线国家农业合作加强，我国将主动扩大国内紧缺农产品进口；三是我国消费品进口比重持续提升，第二届国际进口博览会的召开也将带动零售业加大进口商品占比，满足消费升级需

求。

#### 四.CPI涨幅预计在2.5%左右

2019年，推动我国物价上涨的因素包括：一是教育、信息、娱乐等服务类消费需求持续旺盛，服务类价格将依然保持较快增长；二是价格涨幅基数低、供给量下降等因素将推动猪肉价格上涨；三是现代化都市圈建设将带动产业聚集、人才聚集和资金聚集，从而推动当地收入水平和生活成本上升。

总体来看，2019年输入型通胀影响较小，市场供求平稳有序，货币政策持续稳健，我国物价将保持温和上涨态势，预计涨幅在2.5%左右。

#### 2019零售业发展趋势预测

##### 一.零售业回归“诚信经营”宗旨

诚信是中华民族优秀传统文化，是企业经营生存的根本之“道”，也是一个社会和谐有序的根本因素，改革开放以来，我国零售业取得巨大的变化和成就，但“诚信”建设上存在不足。“信不足焉，有不信焉”。无论是从自身经营生存方面，还是从社会责任方面，零售商、供应商将把“诚信经营”放在首要突出位置，一是品质诚信，严禁制售假冒伪劣产品，客观、真实地反映供应链信息；二是价格诚信，不为短期利益欺瞒消费者，合理定价，可持续发展市场；三是服务诚信，提高服务人员专业素养，及时有效地解决售后问题；四是商业诚信，恪守契约精神，尊重市场规律，传递社会正能量。

##### 二.零售业将着力提升经营效益

2019年，零售企业竞争依然会十分激烈，但竞争的焦点将从模式创新回归到商品经营，从跑马圈地回归到提质增效。商家将通过提升供应链管理、企业运营、市场调研等综合能力，为消费者提供优质的商品和服务。在这一阶段的市场竞争中，大型零售企业一是聚焦发展增势较好的品类、品牌和商品，减少企业库

存，优化财务结构，降低经营风险；二是充分利用渠道优势，掌握商品的选择权和定价权，培养具有专业商业素养的买手队伍；三是向生产端发展，为市场提供高质量自营商品；四是积极应用现代信息技术，了解顾客需求，增强顾客体验。

##### 三.有温度的零售将更受消费者青睐

我国零售业面临两个问题，一是同质化竞争，二是科技与文化没有深度融合。这样发展的结果是：零售商仅仅成为人们满足消费需求的工具，没有产生消费黏性。因此，为了提高消费者的依赖度，零售企业将打造有温度的零售环境：一是提供有温度的商品，加大功能、质量、种类、设计、包装等多方面的创新力度，保持市场热度；二是打造有温度的环境，营造更具人文关怀、更有传统文化、同时也不乏时代潮流感的店面环境，吸引消费者驻足更长时间；三是增加有温度的体验，优化服务质量、丰富服务内容、提升消费者在知识、见识上的获得感。

##### 四.零售文化向多元化发展

长期以来，我国零售业为了追求规模增速，采取粗放型的经营方式，企业文化较为单一，难以满足人们日益增长的精神文化需求。未来，零售企业将更加重视与传统文化、地域文化、民俗风情等多元文化的融合，针对区域、商圈和客群的特点，为市场提供更具人文气息的业态、更有文化特色的商品、以及更具人文关怀的消费体验。

##### 五.零售业将全面加快科技应用

互联网、大数据等信息技术已经对消费行为、企业经营管理模式以及零售业态产生巨大影响。随着人工智能、5G、VR/AR、区块链等一批新科技日渐成熟，零售业将通过全面加快科技应用，把生产信息、物流信息更清晰、完整地展现在消费者面前，把商品更快、更有效地传递到消费者手中，满足人们全渠道、全天候的消费需求，进一步丰富购物体验。



## 中纺联党委书记兼秘书长高勇率团访问拉美三国

应巴拿马COMFORTEX纺织集团、智利智中贸易促进委员会和阿根廷TECNOGESTION纺织科技有限公司邀请，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇率团于当地时间2019年3月19-29日出访巴拿马、智利和阿根廷，旨在了解中国纺织企业在拉美投资及发展情况，拉美纺织市场的潜力与需求，从而进一步促进中国与拉美地区纺织产业的互利合作。

当地时间3月19日，代表团一行来到巴拿马共和国（以下简称巴拿马）参观访问。巴拿马位于中美地峡的最南端，著名的巴拿马运河纵贯南北，连通大西洋和太平洋，有“世界桥梁”的美称。依托特殊的地理位置和地缘优势，近年来巴拿马经济发展迅速，金融业与转口贸易发达。

高勇一行受到巴拿马科隆自由贸易区华商总会（以下简称华商总会）的热烈欢迎，并与华商总会副会长尹红霞、秘书长高焕祥等5位华商进行了亲切的座谈交流。

“目前巴拿马的华侨华人已经达到30万左右，形成了很大的消费群体。随着中国与巴拿马的建交，华人越来越受到尊重。”高焕祥在介绍中说，巴拿马地缘优势明显，转口贸易覆盖整个拉美地区。尽管近年来遇到了一些拉美国家对巴拿马的贸易壁垒问题，但巴拿马对中国的商品需求在逐渐加大。他强调说，现在巴拿马的电子商务平台空缺，正是一个拓展市场的好时机。

高勇表示：“中国的‘一带一路’倡议得到了世界各国的认可，东南亚和非洲已经成为我们重点投资的地区。中国的纺织品在拉美地区的市场份额相对于美国和欧洲一直较低，巴拿马与中国建交较晚，从官方渠道了解的市场信息也相对较少。但我们希望中国的投资，尤其是制造业可以走进拉美地区。此次通过华商总会的介绍，使我们更了解巴拿马的经济贸易现状和需求，也希望通过这次交流，今后与巴拿马华商总会加强联系与沟通，互帮互助。”

随后，出访团中的企业家与华商总会的代表就巴拿马的经济环境、家纺贸易市场的情况进行了深入的交流，并对华商总会建立电子商务平台的设想提出了关于物流、网络建设方面的意见和建议。

巴拿马科隆自贸区：该区设在巴拿马运河的大西洋入海口处，是中美洲最大的自由贸易区。具有交通便利、进出口货物数量大、交货期短，“免税”政策等多种优势。中国对巴拿马出口的主要商品—纺织品、鞋类、家电等有相当一部分都是经过自贸区转入中美洲和加勒比国家。

高勇表示，巴拿马是中国在拉美重要的贸易伙伴和出口目的国，双边贸易发展势头良好。中国纺织产品在巴拿马有良好的市场基础，希望通过此次对自贸区的考察，为今后更多中资企业到巴拿马投资兴业做准备。

当地时间3月22日，代表团来智利共和国（以下简称智利）首都圣地亚哥。智利位于南美洲的西南部，政治环境稳定，经济环境自由，是OECD成员国之一。圣地亚哥是智利的首都与最大城市，也是智利的工业与金融中心。

在智利江苏总商会副会长郁平等人的陪同下，高勇一行来到华商商业聚集区参观考察。据郁平介绍：此商业区由几千家华商自发聚集而成，经营范围从纺织品到各类百货，经营面积达到几十万平方米，贸易覆盖整个智利并延伸至厄瓜多尔和秘鲁等国。不仅为当地提供了大量的就业岗位，也拉动了当地的经济。据悉，智利政府将在此华商商业聚集区的基础上规划建设唐人街，为在智利的华商华人提供更多的条件和便利。

随后，高勇率团拜会中国驻智利大使馆大使徐步，政务参赞周仪、经商参赞刘如涛等参加了会谈。高勇向徐步介绍了中国纺织产品的产能和出口情况，以及出访团此次目的：拉美

地区的市场很大，但中国纺织产品的市场份额相对较小，尤其是中国的纺织制造业在拉美地区还是空白。现今中国的纺织产业已经远远不是传统制造业的概念，很多技术已是世界最先进的水平，完全具备走出去的能力，中国纺织产业已向向外拓展至非洲、东南亚、甚至在美国建厂。国内的企业家们对开拓拉美市场有兴趣和需求，希望通过这次出访团在拉美的考察，能够和我驻外部门一起，为国内的纺织企业进入拉美开辟道路。

徐步代表使馆全体人员欢迎出访团的到来，徐步谈到：中国的出口不能仅仅依靠欧美日市场，拉美市场同样重要。纺织产品既是传统的产品，又是时尚新兴的产品，在我国对外经贸合作中发挥了非常重要的作用。智利政局长期保持稳定，经济持续上涨，市场需求大。2018年中智自贸协定实施升级版，智利对中国纺织品服装实行零关税，大大提高了中国纺织产品在智利市场的竞争力。近年来中智贸易发展迅速，智利越来越欢迎中国企业到智利投资。同时因为与智利的季节差异，我们的纺织品对智利具备引导消费的能力，中国的纺织产业未来在智利的开拓发展值得好好地研究挖掘。

最后，代表团与智利华商总会会长王何兴及智利江苏总商会的华商们座谈交流。据王何兴介绍，智利的华侨华人已有近6万人，大部分都集中在首都大区。在智利的华商华人，尤其是江苏总商会的南通籍华商们一直诚信守法经营，积极参与智利的各种公益活动，树立了中国人在智利的良好形象。此次高勇书记团组访问智利，让在智利的华商深切感受到了来自祖国的关心和支持，他们也会不辜负祖国的期望，更好的为中智贸易发展贡献自己的力量。

访问团成员、中国家纺协会副会长、南通家纺商会会长、江苏蓝丝羽家用纺织品有限公司董事长俞建辉自豪地说，“在智利的华商很多都是江苏走出去的南通家纺精英，这次会面谈出访团深切感受到了在海外来自家乡人的热情和凝聚力。希望这些在外的兄弟姐妹不忘祖国，要更多的将在海外创业的经验和资金带回来反哺家乡。”

高勇和杨兆华非常感谢智利华商的热情接待，对华商在智利的发展，尤其是南通华商在智利起到的先行军作用给予了高度的肯定。

“你们多年来勤勤恳恳，用自己的辛勤努力和劳动打造出了智中贸易的一片天地，不仅得到了智利政府和人民的认可，也为中智两国的经贸往来做出了很大的贡献。中纺联未来将尽一切努力，为华商和国内的纺织企业牵线搭桥，帮助大家寻求更多对外合作的途径和领域。”

当地时间3月24日，代表团一行来到此次出访的最后一站——阿根廷共和国（以下简称阿根廷）首都布宜诺斯艾利斯。阿根廷位于南美洲南部，是世界上综合国力较强的发展中国家之一，2017年成为亚投行成员。布宜诺斯艾利斯是阿根廷的首都和最大城市，也是阿根廷的政治、经济、科技、文化和交通中心，城市工业总产值占阿根廷的三分之二。

在阿根廷期间，代表团一行前往位于布宜诺斯艾利斯的TECNO GESTION纺织科技公司进行了走访参观，并与公司负责人进行了座谈交流。ECNOGESTION公司在阿根廷已有40余年的历史，一直致力于为纺织企业增强竞争力而提供技术改造和升级的高质量服务。公司积极开拓阿根廷本土及南美市场业务，但近年来受到阿根廷经济危机的影响，市场需求持续降低，公司业绩也有所下降。但同时，因为公司拥有可信赖的技术水平和服务水准，也有信心和愿望走出南美，开拓新的业务领域。

高勇表示，中国纺织产业这些年一直致力于转型升级，“一带一路”倡议提出以来，我们更加愿意与世界各国展开多方贸易与合作。衷心希望中国和阿根廷在将来能有更多好的对话与合作，惠及两国纺织业及企业。

高勇率团对阿根廷纺织市场、分销渠道进行了调研。从最高档的百货商场，到不同层次的分销市场等，代表团对阿根廷纺织家纺市场的环境及发展现状进行了考察研究，探索中国纺织家纺产品进入阿根廷的方式与渠道。

在参观布宜诺斯艾利斯中国产品商业街时，代表团与经营纺织品的华商们进行了沟通

交流。据了解，华商在阿根廷主要从事服装、床品、窗帘等纺织品进口贸易，中国商品在阿根廷具有价格优势，市场需求稳定，很受当地大众消费者的欢迎。

## 美国家纺零售市场介绍

中国纺织品服装贸易展览会（纽约）暨美国纽约Texworld服装面料展、纽约国际服装采购展（Apparel Sourcing）及纽约国际家纺采购展（Hometextiles Sourcing Expo）将于2019年7月22日-24日纽约贾维茨会展中心3A和3B展厅举行。

本届纽约国际家纺采购展将与全球家纺权威刊物Home Textiles Today进行全面战略合作，包括展会宣传，买家邀请和市场调研等方面。

### 2018年美国家纺零售市场特点

据统计，美国家纺市场销量排名前五的零售商2018年家纺零售额287亿美元，2004年零售额226亿美元，2015年零售额277亿美元。可以见得，美国家纺零售市场还是在缓慢而稳定的增长的。

其中，Walmart长期占据销量首位，稳定保持17%左右市场份额，大型商超销量占据半壁江山，可以说低价销售占据着零售市场的主导地位。然而市场总体格局稳定的情形下，市场份额的争夺和竞争依然是白热化的，Amazon快速增长，线上线下结合趋势明显，新零售商不断涌入。

### 美国市场趋势预测-- 来自纽约家纺市场周的观察

#### 大型零售商市场份额继续扩大

Walmart取得10年来最佳销售业绩，家纺产品市场份额稳定保持17%。Supercenter数量超过3500家，Discount Stores400家，Neighborhood Market800家店，旗下美国总门店数量5358家。

与此同时，Target去年开始实施门店改进

通过与三国纺织企业、贸易机构和华商团体的会见及交流，代表团对于拉美地区的纺织产业投资环境等有感认识，为今后中国纺织家纺行业与拉美各国的深入合作打下了基础。

计划，改造300家门店，今年及明年继续以每年300家门店的速度进行改造提升，到2020年将有1000家门店完成改造提升。众多零售商均表示线上销售市场份额迅速扩大。

### 大型市场销售旺盛，市场份额争夺激烈

美国迎来19年以来最好经济形势，美国零售商协会(NRF)多次预测零售市场保持增长。面对着良好的市场预期，各大零售商们也纷纷开始以新开门店、重新调整商品分类和实体店布局的措施，抢占市场份额。

譬如JC Penny关闭长期来呈现效益不佳的家电部门，扩大其传统的家居用品部门，重点发展盈利能力强的家纺传统业务。Big Lots依据市场调研，在纽约市场周宣布扩展家纺产品销售，并制定未来三年增长规划，显示其对家纺市场增长充满信心。

### 大型零售商直接采购趋势明显加快

"供应链是使美国零售商2019年脱颖而出的领域。" (Deloitte (德勤) 事务所今年初发表的美国零售研究报告)。愈来愈多的大型零售商开始跳出传统的制造商-经销商-零售商模式，直接采购成为了目前企业控制采购成本、扩大利润空间的主要经营调整方向之一。

其中，JCPenny宣布了关键领导层任命。首席采购官Michelle Wlazlo晋升为执行副总裁兼首席采购官。加快各项战略调整的实施，包括加速供应链向直接采购模式的转变。

### 生产商进入零售市场的速度加快

为迎合上述零售商供应链管理的调整，海

外生产企业也开始加速摆脱中间环节。

同时，还有其他领域生产商进入消费市场，例如酒店用品巨头Standard Textiles宣布进入家纺零售消费市场。

### 经贸摩擦对美国家纺市场的影响 --来自纽约家纺市场周的观察

说到美国市场，一定会谈到经贸摩擦，通过对纽约家纺市场周的现场观察，我们分下面两个角度说起：

采购端。供应链的调整：零售商改进供应链管理，主要方向在采购模式和库存、可追溯、物流管理。面对贸易摩擦的一轮洗牌后，零售商、进口商的当务之急是重新寻求可靠供应商。

产业目前没有出现大规模转移的趋势。虽

然市场采购地逐渐多元化，但是中国、印度、巴基斯坦三国的中心地位不会动摇。并且贸易摩擦其实不仅仅是中美之间简单的双边情况，实则是全球产业链与美国之间相对平等的一个调整过程。中国的企业其实无需过多担心。

市场端。市场情绪趋于稳定。随着美国本土经济形势逐渐好转，其实消费市场是在变好的。这恰恰是家纺产业期待已久的借机“涨价”的契机。

总体来说，美国家纺市场需求在经济发展的形势下，正处于持续增长阶段。美国市场也在进行着关键性的结构调整，但经济发展周期与调整周期时间相对不可持续，一旦调整趋于稳定，新的格局也将长期维持下去。

现在正是中国家纺企业进一步开拓美国家纺零售市场长期以来最好的时机。机不可失失不再来！

## 非洲开发银行发布2019年《非洲经济展望》

日前，非洲开发银行发布2019年《非洲经济展望》提到了非洲发展的几个热点问题，现予以分享，供欲开拓非洲市场的业内企业参考。

### 1.非洲国家2010-2020年GDP

非洲大陆2018年GDP平均增长率3.5%，与2017年持平，比2016年提高1.4%。非洲的GDP增长期望虽然不如中国和印度高，但是在其他新兴和发展经济体中仍保持领先。

### 2.非洲国家未来政策指南（按地域区分）

非洲内陆国家 - 博茨瓦纳、布基纳法索、布隆迪、中非共和国、乍得、埃塞俄比亚、莱索托、马拉维、马里、尼日尔、南苏丹、斯威士兰、卢旺达、乌干达、赞比亚和津巴布韦。

大力发展区域公共物资；将加快内陆地区

铁路、公路、航空和输油管道的物理布局；非洲内陆地区国家出口成本77%来自交通运输成本，将加强区域内交通运输网络合作，降低运输费用；将建立便利非洲国家交易往来的公约和法案。

非洲沿海国家 - 阿尔及利亚、安哥拉、贝宁、佛得角、喀麦隆、科摩罗、刚果、刚果金、科特迪瓦、吉布提、埃及、赤道几内亚、厄立特里亚、加蓬、冈比亚、加纳、几内亚比绍、肯尼亚、利比里亚、利比亚、马达加斯加、毛里求斯、毛里塔尼亚、摩洛哥、莫桑比克、纳米比亚、尼日利亚、圣多美和普林西比、塞内加尔、塞拉利昂、索马里、南非、苏丹、坦桑尼亚、多哥和突尼斯。

深化提高港口便利条件，提高港口仓储能力和海关监管力度，提高集装箱装卸效率，非洲港口集散成本比全球平均水平高出40%，同时70%的货物运输延误都来自于港口装

卸能力低下；减少铁路和公路因检查导致的拥堵，提高路网通行速度；将建立便利非洲国家交易往来的公约和法案。

非洲经济领航国家 - 埃及、摩洛哥、尼日利亚和南非，建立关税联盟。

非洲资源大国 - 博茨瓦纳、刚果、加纳、几内亚、莫桑比克、纳米比亚、尼日尔、南非、坦桑尼亚和赞比亚，建立和使用统一的资源使用战略；协调石油、天然气和矿产资源的使用减少竞争和过度开采。

### 3.非洲各国CPI情况对比

非洲各国的平均通胀率从2017年的12.6%降低到2018年的10.9%，预计在2020年降到8.1%。超过10%的通胀率通常发生在被冲突或者战乱影响的国家，以及非货币联盟国家。比如在南苏丹，通胀率达到188%；而通过表格能看出由于中非经济货币联盟、西非经济货币联盟尤其是CFA联盟与欧元区挂钩，这些成员国的通胀率最低，一般在2%以下。

### 4.案例学习

日趋紧张的贸易形式对非洲GDP的潜在影响：轻微减少同时也是非洲地区贸易深化整合的良机。

近期由于美国和主要贸易伙伴的贸易关系日趋紧张，世贸组织（WTO）预测全球贸易增长率将由2017年的4.4%降至2018年的3.9%，2019年增长率预计在3.7%。

根据相关经济模型显示，世界贸易规模收缩对非洲经济体的影响，取决于各经济体外贸出口的本质和繁荣程度。

短期来看（以一年为周期），贸易争端对非洲国家平均GDP的影响上下幅度在0.07%之内；中期来看（3年），国际贸易规模收缩将对非洲国家GDP带来负面影响。资源密集型国家（石油除外）受影响最大，GDP增长率降幅达到2.5%，石油出口国GDP将降低1.9个百分点，相比之下非资源密集型国家的GDP受影响最小，降低幅度在1.1%；该经济模式与非洲国家的经济规模，以及与美国和中国的贸易紧密度有着重要关系 - 比如非洲国家超过60%的出口对象是美国、中国和欧洲，而整个非洲超过70%的进口也来自这三大经济体。由关税问题带来的全球经济下滑，也将导致对非洲国家的需求下降。

非洲开发银行同时提议这也是非洲国家提升国际贸易竞争力以及深化地区合作的良机，比如替代中国哪怕是很小的一部分的出口美国份额的做法，也将使非洲国家受惠。

## 2019中国国际非织造材料展览会暨高端论坛即将开幕

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、美国非织造协会、法兰克福展览（香港）有限公司共同主办的“2019中国国际非织造材料展览会暨高端论坛”（2019CINE）将于6月3~5日在上海跨国采购中心举行。

作为目前国内非织造领域最专业的展会，2019CINE将展示国内外非织造布行业全产业链的最新发展状况，包括从原材料、工艺设备、卷材到最终制品的各环节。本届展会海内外展商报名踊跃，并带着各自的核心产品莅临展会。先看德国和意大利展商们带来的产品吧。

### Reifenhauser Reicofil GmbH & Co KG德国莱芬豪舍集团

作为世界塑料机械的领航者，莱芬豪舍集团于2003年在苏州吴中工业区建立了其在中国的子公司，莱芬豪舍塑料机械（苏州）有限公司。

#### 展示产品：

RF5 纺粘生产线

RF4 / RF5 熔喷生产线

RF5 复合无纺布生产线

### Enka Tecnica GmbH德国安卡（Enka Tecnica）技术公司

从1924年开始生产喷丝板，有80多年的历史，是世界上最著名的喷丝板专业制造公司。

**展示产品：**无纺布喷丝板 - 水针板、纺粘喷丝板、熔喷喷丝箱是其产品中重要的组成部分。同时提供纺粘喷丝板、熔喷喷丝头的维护和翻新服务。

**CHT Germany GmbH CHT 集团**

中等规模的特殊化学品供应商，总部位于德国图宾根，专注于可持续化学品和工艺解决方案。

**展示产品：**DURON SL 4069 代表最新一代永久亲水性后处理。它通过显著减少背部润湿度来支持现代卫生用品的性能；当体液通过时，表面活性物质的释放可忽略不计；优化整个织物宽度的流变吸收特性。

## 7月，三个理由来深圳国际面辅料展

由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、深圳服装行业协会、法兰克福展览（香港）有限公司共同主办的2019深圳国际纺织面料及辅料博览会（以下简称“intertextile深圳国际面辅料展”）将于7月4日至6日在深圳会展中心6，7，8，9号馆举行。

2018年，intertextile深圳国际面辅料展以37500平方米规模，集结近1000家各品类优质展商，共聚深圳会展中心。海量全球顶级纺织面辅料精品在此争先亮相，共吸引36个国家/地区的12190名专业观众到场采购。

去年展会的盛况历历在目，新一届的intertextile深圳国际面辅料展又将热辣上演。来这儿就对了

### 理由一：大牌买家都在这儿

回顾上届盛况，三天的展会时间，现场人流畅旺，商贸氛围浓郁，精英卖家成果丰硕，大牌买家满载而归。

### 理由二：立足东南部，辐射全球

上届展会中，中国大陆买家77.05%来自华南地区，华东及华北地区也是买家主要来源地区；除中国大陆外，专业观众到场人数较多的国家及地区（按占比）还有亚洲、北美洲、欧盟、中南美洲等。其中，50.86%的专业观众为服装制造商，22.77%为贸易公司，13.12%为批发商或分销商；更有逾1000名设计师入场，成

为展会不容忽视的重要买家群体。

作为改革开放的前沿阵地，深圳直面东南亚服装市场，是辐射世界经济的东方口岸，也是中国时尚潮流的源头之一。得天独厚的地理优势，为深圳面辅料展注入勃勃生机。

从时尚的摇篮中走来，intertextile深圳国际面辅料展如今已成为立足我国东南沿岸门户城市，辐射以东南亚纺织服装市场为核心的海外纺织市场的多功能国际时尚商贸平台。

本土精英供应商与全球大牌采购商在此“过招”，intertextile深圳国际面辅料展的国际化优势不言而喻。

### 理由三：休闲装、女装面料必逛

时尚女装面料、休闲装面料、正装面料及辅料向来是intertextile深圳国际面辅料展的优势亮点。数据显示，在2018年intertextile深圳国际面辅料展上，棉纺、毛纺、丝绸、麻纺、针织、蕾丝、功能面料及辅料最受欢迎。

深圳作为全球时尚都会，国际潮流趋势在这里炫丽上演。小单快返、现货、定制花型…更灵活便捷的交易方式也尽显深圳的商贸基因。无论是行业龙头还是设计新秀、是专业观众还是各馆展商，都在这里大有斩获。

每年夏季，这里已成为纺织人捕捉上游时尚技术，了解市场需求走向的重要桥梁。

## 纺织源头企业一站进入华南市场 ——深圳国际面辅料展【精品纱线区】

深圳，改革开放典范，享有“设计之都”、“时尚之城”、“创客之城”等美誉，更赋予纺织服装产业特殊魅力和价值。

深圳拥有2800多家服装企业，95%自主品牌，年销售额超过2400亿元，截至2018年上市服装企业已近10家，深圳服装服饰在全国一二线商场占有率在65%以上。

这些数字所蕴含的商机对纺织上游企业显而易见。如何快捷高效地抓住商机？观众资源丰富、服务专业、产业链展会互动的“一站式”国际化商贸平台是不错的选择。intertextile深圳国际面辅料展【精品纱线区】就是这样一个平台。

2019深圳国际纺织面料及辅料博览会（简称“intertextile深圳面辅料展”）将于7月4日至6日在深圳会展中心6，7，8，9号馆举办。与中国（深圳）国际品牌服装服饰交易会（2018年展会简称更名为“时尚深圳展”）同时同地，共享超过1800家服装服饰展商和13万人/次专业观众资源，联动效果空前。

### 2019intertextile秋冬家纺展： 一场不出国门的跨国之旅

2019intertextile中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会将于8月28-31日在国家会展中心（上海）举办。今天，当你还在为要不要996而苦恼的时候，倒是可以先抽出时间，8月来一趟中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会，体验一下不同风情的家用纺织品设计和技术。

#### 比利时展团

**产品特点：**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

由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、深圳服装行业协会和法兰克福展览（香港）有限公司联合主办的intertextile深圳面辅料展，15年脚踏实地、深耕细作，成为立足华南纺织服装市场，辐射亚洲泛全球纺织市场的专业化、国际化的展示、商贸平台。

本届展会面积37500平方米，海内外展商近1000家，集结纤维纱线、棉毛麻丝化纤面料、针织、牛仔、功能运动、蕾丝绣花、内衣泳装面料，以及辅料、花样设计、婚纱礼服、贴牌加工、小型缝纫设备、纺织染料助剂等多品类展区。其中，自2017年开始设立的“精品纱线区”借助展会联动效应，参展效果越来越好。

欢迎业内企业报名参展。报名方式如下：  
登录官方网站：

[www.intertextile.com.cn](http://www.intertextile.com.cn)

点击深圳国际面辅料展进行报名

※在线报名是唯一的参展报名方式。

店装潢、装饰靠垫、灯罩等。

#### 巴基斯坦展团

**产品特点：**置身巴基斯坦国家展团，这里的家纺产品材质大多都是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。随着“一带一路”国家战略的展开，以及国际产能合作的日益深入，巴国纺织业的投资前景正被各方看好。

#### 印度展团

**产品特点：**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

**产品特点：**在全球文化百家争鸣的今天，不论是商用纺织品或是家用纺织品领域，摩洛哥家纺产品因其兼具浓郁的阿拉伯文化与西方艺术思潮气息，备受大众的偏爱。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。

#### 中国台湾展团

**产品特点：**走进中国台湾展团，这里不仅

能找到具有高品质的功能性面料，整个人仿佛也感受到了来自阿里山那股清风拂面的惬意。中国台湾日照充足，实用性遮阳面料的应用和研发有着得天独厚的基础。从设计到质感兼备科技性与实用性，备受国际市场认可。诸如环保型面料和纱线制品，这些产品拥有防污染、遮光、耐火、阻燃和防水等功能，广泛应用于商务/工装订制等领域。

#### 土耳其展团

**产品特点：**土耳其的纺织产品以其高质量的产品、原创的设计，以及环保的工艺深受买家欢心。其产品类别涵盖窗帘面料、装饰布、提花布、人造皮革等。

## 中国（南非）纺织精品展助力纺企拓展南非市场

2019中国（南非）纺织精品展览会（CPT）将于2019年6月12日-14日与南非国际纺织服装鞋类展览会（ATF）和Source Africa三个展会在南非开普敦国际会议中心同期同地举办。

本届南非展将吸引来自10个国家和地区的超过150家展商集中亮相，展品涵盖整个纺织产业链，正装，休闲装，童装，功能性面料，服装面料、家纺产品、箱包配饰、趋势发布……

在这里，可以感受到纺织产业的创新，信息资源的交汇以及趋势的前沿脉动。

#### 新增产品类别：服装缝制设备

非洲市场由于巨大的消费需求和薄弱的生产能力之间的差距，因此南非展的一大特点是产品品类齐全。

通过了解市场情况，观众需求，确定新兴市场对于缝纫设备的需求，2019南非展产品品类将新增服装缝制设备。届时，观众可以看到从上游纱线、面料、服装辅料到下游成衣，皮革鞋品和家纺产品，再到缝制设备的全产业链展会。这是结合海外市场纺织服装行业发展状况做出的决定。

**商贸对接：**为所有展商搭建与行业买家交流洽谈的平台

展会商贸对接会精准配对、务实高效，在提升参展效果的同时，帮助展商更好地与国际客户建立联系。

此外，从针对大型百货零售的订单型到针对大众消费经销商的小批量型，产品价值链细化延伸。

**时尚发布秀：**展示最新国际零售时尚趋势，推动设计师与买手有效互动，增强展品展示效果。专门配置的超大LED屏幕，配合T台布景，为展示提供多维视角。

**趋势讲座：**展会期间，数场趋势发布、专题讲座将如约而至，权威专家现场根据最新流行趋势、行业热点话题进行详细解读。

**展会新变化：**时间调整。本届展会举办时间由以往的11月份改到6月份，契合南半球采购商订货时间以及中国展商合理分配生产周期的需求，也将满足参展企业在南半球反季销售以及符合生产周期的要求。具体时间为2019年6月12日-14日。



**三展联合。**中国（南非）纺织精品展（CPT）、南非国际纺织服装鞋类展览会（ATF）和Source Africa三个展会将同期同地举办，成为南非大陆唯一纺织服装服饰类展会。整合原本只针对非洲本地企业开放的Source Africa展会，既为专业观众提供了一站式服务，又使得整合后的三展成为了南非唯一的纺织服装服饰类展会，扩大了三展的品牌影响力。

**强强联合。**纺织贸促会与法兰克福展览（南非）公司再次联手，将在非洲大陆继续深耕合作，体现了世界展览行业对于非洲地区布局的重视。

合作双方在美国、法国共同布点之后再次产生交集，双方的成功合作经验和资源都将为展会成功助力。

## 了解南美纺织市场 来2019巴西GOTEX展

巴西，面积850万平方公里，人口约2亿，人均GDP9,821美元，南美洲人口最多的国家，南美第一大经济体，是纺织企业开拓多元化国际市场的重要目标。

**巴西纺织行业：**纺织服装工厂33,000家，直接就业人口150万人。2017年进口纺服50亿美元，出口纺服10亿美元（巴西国内消费需要进口来支撑）。其中：从中国进口纺织品13亿美元，占比同类产品总进口额50.2%；从中国进口服装服饰8.9亿美元，占比同类产品总进口额58.7%；从中国进口家纺纺织品1.5亿美元，占比同类产品总进口额51.7%

### 2019巴西GOTEX展---

第七届巴西圣保罗GOTEX国际服装采购展将于2019年9月10-12日在圣保罗北方展览中心黄馆举行。展会由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会联合中国（巴西）投资开发贸易中心和联亚国际展览集团共同举办。

**展品类别包括：**纱线、面辅料、家用纺织品、服装服饰、箱包等。

展会的运营与推广等工作均由巴西专业机构与团队负责，已经发展成为一个根植巴西的国际专业展会，旨在为包括中国纺织服装企业在内的各国纺织服装制造商提供一个与巴西行业和市场深度对话、交流、合作、互利共赢的平台。

**展前发布会：**巴西GOTEX展前发布会于2019年4月23日在圣保罗保利斯塔墙街酒店

（Hotel Paulista Wall Street）成功举行。发布会特邀专业趋势预测分析机构FashionSnoops做2020年冬季流行趋势分析主题讲座。发布会当天到会纺织企业、行业协会、媒体杂志等机构嘉宾百余人。

### 专业服务：

1. 展会期间提供免费葡语翻译
2. 免费提供巴西营商环境、商贸流程及礼仪等方面咨询
3. 可提供巴西客户一年期基础信用调查报告。
4. PRO-B计划解决小单货物贸易：

根据参展企业提供的详细产品信息，在巴西做免费宣传服务。

开展前提供3家意向客户数据，主办方负责协助沟通。

基于参展企业的产品，主办方展会现场匹配5家采购商。

PRO-B计划促成中国供应商与巴西中小采购商的直接交易。

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 梁鹏程  
林云峰 常 清  
主 编：常 清  
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：

北京市朝阳区朝阳门北大街18号

邮 编：100020

电 话：(010) 85229397

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