

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织外贸促

7

2019

总第291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

砥砺20载 夯实中美纺织经贸优质平台 ——中国纺织品服装贸易展览会(纽约)20周年

行业动态

- ★高勇：纺织强国目标已基本实现
- ★垃圾分类攻坚战打响 纺织循环经济大有可为
- ★2019年上半年纺织行业经济运行稳中承压
- ★7月全国纺织品服装出口恢复增长

一带一路

- ★《“一带一路”重点国家纺织行业发展经验及有关政策研究》课题评审会在京顺利举行
- ★探访文明古国土耳其、希腊的纺织服装业

国际市场

- ★2019年1-6月美欧日服装进口简报
- ★2019年1-5月美欧日家用纺织品进口简报

政策法规

- ★商务部外贸司负责人解读稳外贸政策措施
- ★工信部：30项纺织行业标准报批公示

展会报道

- ★2019秋冬家纺展：汇生活·展未来
—intertextile中国国际家用纺织品及辅料博览会成立25周年
- ★25载集纺织之大成者
—2019intertextile中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会9月启幕
- ★CHIC·深度：审美C位 不一样的“限定款”
- ★展商供给充足，下游需求有刚性、平台有力量
—2019yarnexpo中国国际纺织纱线(秋冬)展览会9月启幕
- ★第五届“濮院杯”PH Value中国针织设计师大赛启动



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目 录

行业动态	07	高勇：纺织强国目标已基本实现
	10	垃圾分类攻坚战打响 纺织循环经济大有可为
	12	2019年上半年纺织行业经济运行稳中承压
	13	7月全国纺织品服装出口恢复增长
<hr/>		
一带一路	14	《"一带一路"重点国家纺织行业发展经验及有关政策研究》课题评审会在京顺利举行
	15	探访文明古国土耳其、希腊的纺织服装业
<hr/>		
国际市场	16	2019年1-6月美欧日服装进口简报
	17	2019年1-5月美欧日家用纺织品进口简报
<hr/>		
政策法规	18	商务部外贸司负责人解读稳外贸政策措施
	19	工信部：30项纺织行业标准报批公示
<hr/>		
展会报道	19	2019秋冬家纺展：汇生活·展未来
		--intertextile中国国际家用纺织品及辅料博览会成立25周年
	21	25载集纺织之大成者
		--2019intertextile中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会9月启幕
	22	CHIC·深度：审美C位 不一样的"限定款"
	23	展商供给充足，下游需求有刚性、平台有力量
		--2019yarnexpo中国国际纺织纱线(秋冬)展览会9月启幕
	24	第五届"濮院杯"PH Value中国针织设计师大赛启动

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
中国国际贸易商会纺织行业商会
内部刊物 准印刊号：CTN2012-011

顾 问：杜钰洲 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 张 涛

主 编：常 清

执行主编：林学森 蒲 靖

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

砥砺20载 夯实中美纺织经贸优质平台 ---中国纺织品服装贸易展览会(纽约)20周年

当地时间2019年7月22日，由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与法兰克福展览（美国）公司共同承办的第二十届“中国纺织品服装贸易展览会（纽约）”暨美国TEXWORLD USA服装面料展、纽约国际服装采购展（APP）、纽约国际家纺采购展（HTSE）（统称“纽约展”）在纽约贾维茨会展中心盛大开幕……

20年前，当500人组成的超大规模参展团队落地美国纽约，恐怕他们当中极少有人会想到，自己正见证并参与了这样一件极富里程碑意义的事件。

2000年6月5日，在美国纽约靠近哈德逊河的一个码头展馆里，由192家来自中国22个省、市的优秀纺织服装企业参加的“千禧年中国纺织品、服装贸易展览会”在5000平方米的场地上开幕。

20年，弹指一挥间。2019年7月22日，纽约展将在纽约贾维茨会展中心迎来第20周年的生日。20年来，纽约展不仅为行业搭建起了一座沟通跨越太平洋的沟通的桥梁，也见证了我国纺织业的快速发展与成长、深耕国际市场的不平凡历程。

成长--满载希望，“码头展会”升级专业平台

历史的车轮方向掌握在我们每个人手中，20年前，新世纪的元年，我国纺织业正迎来新的发展机遇，一件对中国纺织业走向世界具有里程碑意义的事件，随之发生。

2000年6月5日，由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承办的首届中国纺织品服装贸易展览会（纽约），（以下简称“纽约展”），在美国纽约Show-pier92展馆举行。随着中国2001年即将加入世贸组织的临近，初登场的纽约展被赋予了别样的意义，不仅使当时受限的纺织品贸易有望回归一体化，而且也给纺织行业带来了新的希望。

回忆起当时的情景，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会长徐迎新至今仍记忆犹新。“首次展会由500人组成的超大规模团队飘洋过海来到美国纽约，当时我们的美国合作伙伴从未有过接待如此大规模团队的经验，对方也根本没想到这个

展团真能成行。当时，大部分参展人员也都是第一次走出国门，在展会上与采购商有了充分的面对面交流，有的还当场拿到订单，大家的兴奋和激动之情溢于言表。”据主办方统计，首届展会3天的展期内，共有1114家美国纺织品服装采购商近2000位观众到会参观洽谈业务。

从那以后，年复一年，纽约展承载着希望，肩负起使命——在国内纺织行业发展形势良好和国际贸易自由化的预期下，把中国纺织企业带到美国采购商家门口做生意，搭建起一座跨太平洋中美纺织业界沟通的桥梁。

际华三五四二纺织有限公司总经理助理、家纺事业部总经理马家强接受采访时表示，近年来公司连续5年参加纽约展，通过展会与老客户相约见面，一方面给客户带来新款的设计和 Innovation 产品，另一方面也巩固与老客户的关系。特别是在当前中美贸易关系不确定性较大的情况下，这种面对面的信息交流就更为重要。

多年来，纽约展不仅务实助力一大批行业优势企业在美国建立起了销售网络，众多中小企业也依托这一平台开拓了美国业务，走上良

性发展的轨道。越来越多的中国优秀纺织服装企业开拓了视野，熟悉了美国市场，了解了国际贸易规则，收获了客户与渠道，也找到了企业转型升级的目标。

“纽约展不仅是传统意义上的参展平台，同时也是了解新的潮流趋势的平台。”参展商杭州久诚吕强表示，以前与大多数外贸面料出口企业一样，杭州久诚以来样生产为主，按样品制样。近两年来，开始加强面料产品的自主设计研发，通过纽约展，了解和关注到了国际市场上的最新产品和品类。今年上半年，公司的总体订单比较平稳。

随着参展企业对国际贸易规则和美国纺织品服装消费市场的了解，纽约展现场展品质量和设计水平有明显提高，多样化的产品满足了美国消费者不同的需求。“纽约展”不仅在当地的展览市场立住脚跟，还渐渐成为美国东海岸知名的纺织专业展会。

转型--聚焦优势，覆盖全产业链

20年摸索与完善，20年坚守与创新，一任策展人铺路架桥、追求不懈。在完成规模增长的同时，纽约展乘势而上，成功转型成为全产业链展会。

2010年，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会和法兰克福展览（美国）公司深入合作，借助双方深厚的全球办展经验和丰富的全球招展资源，联手在纽约打造三个分别面向服装、面料和家用纺织品的国际专业贸易展，即纽约国际服装采购展（APP）、美国服装面料展（TEXWORLD USA）以及纽约国际家纺采购展（HTSE），将“纽约展”以中国展团的形式按照展品类别分别嵌入到上述三个专业展览会中。至此，“纽约展”实现了从面料到家用纺织品、服装覆盖全产业链的一次转型升级。

转型后的“纽约展”作为美国东部的专业采购展览会，汇聚纽约时尚设计、依靠得天独厚的采购资源和分销渠道优势，成为美东地区唯一纺织服装产业链采购平台，贸易观众以美国本土为主辐射北美地区及中南美洲。多领域

的采购商与专业观众都将纽约展作为重要日程之一，无限资源共生共享。

此外，展会不仅整体形象也有了很大改善，服务也更加关注企业的需求。主办方通过展前买卖配对、现场设计创意交易平台、品牌嫁接合作论坛、专题讲座等形式多样的服务，为包括中国参展商在内的全球纺织服装生产企业提供从OEM、ODM、乃至OBM的全方位服务，得到了展商和观众的肯定。

烟台北方家纺总经理李建国在谈到展会转型给企业外贸发展带来的提升作用时说：“纽约展贯穿产业链上下游的特征突出，非常有助于企业了解一线市场信息、国际市场的贸易政策、当地消费趋势习惯、产品技术标准等信息，而且通过展会平台，还可以帮助我们拓展北美或其他海外市场，这也是吸引我们持续参展的最大吸引力”。

作为“中国羊毛衫名镇”，大朗在致力于促进传统毛织产业升级发展的同时，一直注重引导和鼓励大朗毛织企业开拓国内外销售市场，“纽约展”也恰恰成为纺织产业集群拓展国际市场最适宜的平台。2014年和2016年，大朗分别组织10多家毛织企业抱团参加中国纺织品服装贸易展览会（纽约），以大朗毛织的统一标识对大朗展区进行整体包装，设立“大朗毛织产业集群”展示专区。根据企业展后的反馈，纽约展的针对性强，现场人气足、洽谈气氛浓厚，采购商和客商的素质较高，交易成果也较为丰硕。通过参加纽约展，企业不仅进一步巩固拓展美国市场，增进了与世界各地专业客商交流，同时也更加坚定了创建品牌、开拓国内外市场的决心和信心。

依托产业、服务行业、坚守使命，使得纽约展的功能和作用得以不断强化，真正成为了展商与专业观众信赖和依靠的平台，纽约展的华丽转身也实现了展会自身的可持续发展。

拓路--新时代，新使命，踏上新征程

当前，我国正在由纺织大国朝着“科技、时尚、绿色”的纺织强国方向迈进，科技创新

能力不断加强，时尚创意发展不断提升，绿色生产体系不断推进，社会责任建设不断深化。从原料供应、设计研发，到纺织染加工、三大终端制造、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，是全球纺织产业链中不可或缺的重要组成部分。

新时代，新使命。立足于美国纽约的地缘优势和产业要素优势，纽约展通过展会平台有效引导参展企业升级发展，将最新、最优、最快的产品和服务呈现于展会、反馈于市场，并深深影响着市场。以展会为核心的内循环实现了产业链的外循环，为产业发展注入源源不断的新活力。伴随着中国纺织产业转型升级步伐加快，环保、小批量生产、快速交货能力明显提升，纽约展又有了新的使命：推动中国纺织产业新形象——创新、时尚、绿色，通过平台优势以及深度服务为中国纺企定位国际市场进行赋能。为此，纽约展也将平台的资源和宣传效应无偿开放，用以支持国内产业集群与区域品牌建设。

作为纽约展的海外合作方，法兰克福展览（美国）公司总裁康斯坦丁对展会给予了很高的评价：“过去的十年间，全球纺织服装行业经历了巨大变革。尽管数字网络高速发展，但行业对展会的需求仍旧旺盛，亲身体验纺织与面料产品依旧是目前最好的感知方式。中国国际贸易促进委员会纺织行业分会的专业组织和中国纺企的热情参与伴随着纽约展成长，成熟。对于双方的合作，我们倍感珍惜。如今，中国纺织品服装贸易展（纽约）暨纽约国际服装采购展（APP）、美国服装面料展（TEXWORLD USA）以及纽约国际家纺采购展（HTSE）已成长为美国东海岸采购商首选的纺织服装采购类展会。”

特别是近年来完成转型升级后，纽约展立足中美纺织贸易对接的同时，更日益成为全球纺织服装业互利互惠、共同发展的合作平台。展会规模和量级成倍增长，展出面积由原来的5000平方米扩大到30000平方米；展商与专业观众的构成不断丰富，全球化吸引力大幅提升，由原来的100家中国展商变为来自十多个国家和地区的千家左右展商，其中中国展商超过一

半，到场专业采购商近万名，国际化的集聚效应今非昔比。

20年，时差一天，行程万里，历经一次次难忘的“第一次”，完成一次次转变与提升；20年风雨兼程、砥砺前行，铸就了中国纺织行业巩固、开拓美国市场的优质平台。

当前，中美经贸关系复杂多变，但第20届纽约展如期开幕。众多参展企业和观众如约而至，充分体现了出中美之间你中有我我中有你，合则两利的经贸关系，也充分表明了我国纺织服装企业对美国市场长期以来充满信心，对双边自由贸易的殷殷期盼。

开幕当日上午，中国驻纽约总领事馆商务参赞顾春芳，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会长徐迎新，中国纺织工业联合会专家咨询委员会委员张延恺，中国纺织工业联合会副秘书长兼外事办公室主任袁红萍，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长常清，中国针织工业协会副会长瞿静，纽约市议员顾雅明，中国国际贸易促进委员会驻美国代表处总代表赵振格，法兰克福展览公司董事Detlef Braun、法兰克福展览（美国）公司总裁Konstantin von Vieregge，法兰克福展览（香港）有限公司高级总经理温婷等出席了当天的开幕式并剪彩。开幕式由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会秘书长张涛主持。

中国驻纽约总领事馆商务参赞顾春芳表示，“中国纺织品服装贸易展览会连续20年在纽约成功举办，已成为融通中国纺织行业上下游，并与美国市场形成互惠共赢的产业发展格局，促进双边边界交流和贸易发展的重要平台”。

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会长徐迎新在致辞中表示，“纽约展在中国纺织产业走出去配置全球资源的过程中举足轻重，众多中国纺织服装企业借助纽约展这一平台拓展了国际化视野，并以美国市场为支点，布局全球，为中国纺织产业“走出去”与转型升级提供了有力支

撑。中美均是纺织生产大国和消费大国，双方拥有重要的共同利益和合作空间，希望纽约展以20周年为新的起点，进一步通过纺织服装领域的贸易合作为中美产业之间健康发展注入更多正能量”。

法兰克福展览公司董事Detlef Braun表示：今年是法兰克福展览公司与中国国际贸易促进委员会纺织行业分合作的第25个年头，同时也是纽约展合作的第十年。在这个过程中，双方一直坚守初心，始终将“创办国际一流纺织产业展览会”作为共同目标，期待未来继续携手前行，创造更辉煌的成绩。

品质展会 三大展区聚力发声

二十年来，纽约展依托产业、服务行业、坚守使命，不断聚焦全产业链、汇聚上下游资源，真正成长为展商与专业观众信赖和依靠的平台。同时，纽约展立足中美产业界贸易对接与交流，更为全球纺织服装业互利互惠、共同发展做出了巨大的贡献。这种“互惠合作，可持续发展”的模式一方面向世界传递了中国纺织服装行业的行业自信和行业发展理念，也反过来印证了纽约展二十年来与行业步调一致，同呼吸共命运的使命与担当。

第二十届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）现场共有来自中国、美国、印度、巴基斯坦、土耳其、哥伦比亚、葡萄牙等17个国家和地区的800余家纺织服装企业，在贾维茨会展中心三层3A和3B展馆再次集结，展出面积30000平方米。

本届纽约展得到了浙江、江苏、福建、上海、广东、山东、河北、湖北、安徽、江西等19个省市自治区的纺织服装企业的积极参与，共有600余家中国企业赴美参展。

际华三五四二、达利丝绸、烟台北方、江苏国泰国华、国泰华盛、梦迪集团、浙江东方、江苏苏豪、江苏苏美达纺织等知名纺织龙头企业到现场都得到了较高的关注度。

连续多年的引导使得本届展会绿色环保、

可持续理念更加深入人心，服装展区中64%的展商具备Oko-Tex Standard 100、Oko-Tex Standard 1000等各类国际环保资格认证。

此外，小额订单企业有明显上涨，能提供100件及以下订货量的服装展商企业占比40%，也侧面反映出参展企业在持续参展过程中，在面对国际市场复杂多变的情况下，快速应变能力有了明显提升。

面料展区作为纽约展的重要组成部分，集中展示了工艺精细、花色繁多的各类针织、功能性、蕾丝、牛仔、印花以及棉麻毛丝等面料产品。相较于去年，本次中高端产品参展份额有所增长，企业对美国市场充满信心。

家纺展区展品涵盖蚕丝被、丝绵被、羽绒被、绗缝被、毛毯、绒毯、珊瑚绒、法兰绒、靠垫、抱枕、毛巾浴巾、床品面料、四件套等产品。特别值得一提的是，本次纽约展家纺展区首次迎来波兰、土库曼斯坦的企业参展，在保证展会进一步国际化的同时，也提升了展品多样性，为到访采购商提供更多选择。

高效展会 商贸对接再发力

纽约展依靠得天独厚的采购资源和分销渠道优势，成为北美地区唯一纺织服装产业链采购平台，贸易观众以美国本土为主辐射北美地区及中南美洲。多领域的采购商与专业观众都将纽约展作为重要日程之一，开幕当天，众多观众就来到展馆，登录现场排起了长龙。

以家纺部分为例，展前预登记观众人数已经近2000，其中不乏T.J.MAXX、TARGET、MACYS、WAL-MART等重量级客户。多样化的参展企业也吸引了更多的买家，纽约展预登记观众比去年增加13%。

自2010年与法兰克福展览（美国）公司强强联手后，展会从综合性的中国展升级为三个专业展会品牌同期举办。美国TEXWORLD USA服装面料展、纽约国际服装采购展（APP）、纽约国际家纺采购展（HTSE）一展变三展，内部展览相互联动，资源共享，外部充分调动纽

约时尚、设计、市场、媒体各方资源。如此内有链接，外有循环的模式使得纽约展实现了从面料到家用纺织品、服装覆盖全产业链的一次转型升级。

权威展会 精彩活动连场上演

二十年来，纽约展在推动创新、引导趋势潮流以及促进商贸等方面都受到了参展商、采购商以及专业人士的广泛赞誉。本届纽约展通过一系列流行趋势发布、热点问题讲座、特色产品发布等形式，促进产业链协同创新。

主办方精心安排了二十余场专业论坛。来自纺织业界的专家将就“可持续发展在时尚产业的未来”、“大品牌的透明化管理和信息追踪”、“如何改变纺织原材料”、“家用纺织品行业现状”、“如何与非洲做生意”、“2020-2021秋冬的色彩和趋势”、“时尚品牌的运营”、“美国贸易政策”等当前纺织服装行业的热点话题进行深入的探讨和分析。

本届纽约展现场，专业高端的T台布置与缤纷绚烂的服装服饰相得益彰。在给观众与品牌带来极佳体验的同时，“纽约展品牌发布秀”也发挥了其独特的商贸优势，以8场大秀呈现动态T台下纽约展时尚维度，助力品牌与企业不断进阶。

继2018年深圳内衣协会服装专场走秀在纽约展上大放异彩后，本次深圳内衣协会再次来袭，带领安莉芳、都市丽人、ishow媛秀、Gourami歌娜美、QUEEND淳度、酷动优品、BODY STYLE（布迪设计）、六月玫瑰等近20家国内知名内衣品牌夺目亮相，集中展示属于中国内衣的核心竞争力。2019“纽约展品牌发布秀”上，我们不仅可以看到知名内衣品牌安莉芳的专场发布，也可以欣赏到来自深圳内衣协会的内衣品牌联袂演绎。

秀场值得关注的还有曼斯菲尔品牌专场、优质展商专场、福建专场、江苏专场、浙江专场发布活动，今年有24家企业携带产品亮相，新老品牌同台绽放，更广泛地谋求与当地市场多元合作，并打造纽约时尚新标签，这也必将

成为本届纽约展的点睛之笔。

现场座谈 共谋行业发展未来

为了更好地发挥行业协会的作用，帮助企业在生产经营过程中解决实际诉求和问题，开展当天下午，中国纺织工业联合会市场部、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与部分行业企业开展座谈，就当前大家关注的重点问题进行交流与探讨。

中国驻纽约总领事馆商务参赞顾春芳，中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进会纺织行业分会会长徐迎新，中国纺织工业联合会副秘书长兼外事办公室主任袁红萍，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长常清、秘书长张涛，中国针织工业协会副会长瞿静，中国国际贸易促进委员会驻美国代表处总代表赵振格以及法兰克福展览（香港）有限公司副总经理余诗慧等出席了座谈会。

来自江苏苏豪、江苏国泰华盛、宁波狮丹奴、宁波铭朗、深圳臻媛雅致、浙江嘉欣、吴江思科等19家行业及展商代表参加了本次座谈会。大家就美国市场特点、产业升级、交期运输、设计研发、海外建厂、环保及可持续生产等问题，结合各自企业的发展模式和经营特点先后发表了见解。

在认真听取大家的发言后，徐迎新会长表示，改革开放40年来，中国纺织服装产业建立了完整的产业链。当前，“科技、时尚、绿色”已成为中国纺织服装产业新目标、新定位，如何充分保证产业的平稳高质量发展，关乎每一位纺织人的自身利益，也值得我们深思。新的历史时期更需要有与时俱进，不断变革的勇气。他建议企业及时转变思想，不断提高配套服务及服务意识。其次要苦练内功，不断提高产品质量和产品附加值，增强自主研发水平，努力走智能化生产道路，提高生产效率。同时，企业要对行业充满信心，积极调整自身节奏，提升快速反应能力，以市场需求为出发点，巩固在国际舞台上的竞争优势。中国纺织工业联合会也将继续协同各方力量，助力企业行稳致远。

行业展会 定位纽约拥抱世界

历经二十年的磨砺，纽约展从一个只服务于中国企业的展会，成长为在美国乃至全球都获得业界肯定和认同的行业盛会。通过纽约展这个平台，中国纺织业已经深度融入全球纺织服装供应链和价值链，中国纺织也更加深度拥抱世界，向全球展示创新、时尚、绿色的“中

国制造”形象。二十年来，中美纺织产业合作已经达到前所未有的深度和广度，形成高度互补、利益交融的互利共赢局面，不仅两国产业界受益，而且惠及全球。

二十年春华秋实，二十载砥砺前行。未来，纽约展将继续栉沐风雨，奋发有为！

高勇：纺织强国目标已基本实现

6月28日，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇在2019年全国化纤长丝织物产品开发年会暨技术创新研讨会上，就行业发展新趋势作了主题发言，在与会者中引起强烈反响。发言内容分享如下：

一、纺织强国目标已基本实现

中国纺织工业已连续3-4年处于低增长阶段，2018年全行业主营业务收入为53710亿元，同比增长略高于5%。与处在6%左右中高速增长阶段的国民经济相比，纺织业的主营业务收入、增加值、出口均处于低增长水平。近40年来，世界纤维消费量年均增长率约为3%，略高于人口增长率。近20年来，中国纤维消费量年均增长率为9%左右。

尽管纺织工业进入低速增长阶段，但纺织行业的所有从业人员已充分认识到低速增长将是一种常态，并据此加快产业调整步伐。党的十九大报告指出，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，正处在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期。这也正是中国纺织行业所处的发展阶段。根据党中央“不忘初心、牢记使命”主题教育活动的有关要求，我们对纺织工业的发展趋势做了一些新的判断：“纺织强国纲要”和“十三五规划”中计划到2020年基本建成纺织强国。从具体指标来看，除个别指标稍落后于世界先进水平外，绝大多数指标已接近甚至领先于世界先进水平，“纺织强国”目标已基本实现。面对即将到来的“十四五”，如何在新的历史条件、新的时代、新的发展阶段充分实现纺织工

业的高质量发展，是全行业要深入思考的问题。

从今年4月份开始，企业的订单量减少、产品价格下降、库存增长。我认为，中美贸易摩擦引起的市场观望，国际采购商不下单是上述现象的主要原因。一般来说，企业在当年的4-5月份就能接到全年的订单，但今年国际采购商并没有如期下单，到目前为止，很多企业的订单只到8、9月份，后期的订单都还没有确定，这使得企业产生了恐慌情绪。面料积压，原料积压，原料价格下降等等，都只是暂时的现象，是市场处在观望阶段的表现。

二、持续推进“两个调整”

中美贸易摩擦带来的影响是暂时的、短期的，但从长期来看，必须改变以出口为主的产业发展方式，实现纺织行业的高质量发展。这就需要我们持续推进“两个调整”。

1、区域结构调整

首先是国际间结构调整，也就是劳动密集型的、以出口为主的产能向低成本国家、低成本地区转移。这部分转移在过去几年发展得很快，尤其是服装产业——服装出口已经由原来的快速增长变成零增长，甚至是负增长。服装与纺织品的出口比例已经接近50:50，预计在今年之内，这一比例就能够达到1:1。2018年纺织服装全年出口额为2767亿美元，如果加上纺织品服装进出口统计中第94章（褥垫、睡袋及其他寝具）内容，出口额将超过2800亿美元，同

比增长3.69%。这3.69%的增长主要由纺织品出口带动。到今年4月份，纺织服装出口的总增长率为-3%左右，其中服装的出口约为-8%。可以看出，一方面是我国服装产能已基本完成向东南亚、南亚等地区的产业转移；另一方面是我国纺织品对东南亚、非洲等地区出口快速增长。

国际间产能的转移有两个原因：一是经济趋势，劳动密集型产业总是向低成本地区流动，就像20年前由美国、日本、韩国、中国台湾向中国大陆转移。国际采购商以订单为筹码，要求企业到南亚、东南亚、非洲设厂，加快了这部分转移。二是国内一带一路政策的推动，加快了产能向外转移的速度。目前区域结构调整正在由服装产业向纺织品产业快速延伸。

其次是国内结构调整。过去我国纺织服装工业86%以上的产能都集中在沿海的广东、福建、浙江、江苏和山东五省。中国纺织工业联合会很早就致力于国内产业结构调整，从“十一五”规划期间开始推动纺织产能向西转移，到“十三五”期间，我们按照党中央加快纺织服装工业向新疆地区转移的要求推进纺织产能进新疆——几年内新疆的棉纺纱锭增涨了1800万锭，取得了成效。

近几年，随着我国经济水平的快速提升，内销成为支撑纺织经济的主要力量并带动我国纺织工业持续发展。在这一背景下，中部地区纺织产能开始增长，如河南、湖南、安徽；长三角地区转移速度加快，如苏南产能向苏北的转移。值得注意的是，近期党中央批准了长三角地区的发展规划。在新的发展规划里，纺织服装产业仍然是长三角地区重点发展的产业，并列入“长三角地区优势产业在地区内加快转移”的政策。

今天我们在泗阳召开产品年会，也是努力促进长丝织造产业向泗阳、宿迁等地区转移，优化产业结构。产业转移是趋势，也是大家在探讨、参与的工作，只有逐渐把区域结构调整好，才能使纺织服装产业发展得更好。

2、产业结构和产品结构的调整

除了区域结构的调整，产业结构和产品结构的调整也在持续推进。比如，针对我国产业用纺织品在整个行业中占比低的情况，“十一五规划”提出：要大力发展产业用纺织品，争取到“十一五”末能达到17%，并指出了产业用纺织品要重点发展的任务和门类。“十三五”规划指出，到2020年，产业用纺织品纤维加工量占全行业比重达到33%。从2018年产业用纺织品的比重已经占到了28%的情况来看，到2020年，33%的目标基本是可以实现的，产业用纺织品的结构和产业升级已经取得一定成效。过去，除服装和家用纺织品以外，其他都归到产业用纺织品中。因此，产业用纺织品包括的门类非常广，我们重点发展了8类，也都发展得比较好，具体的发展内容就不一一详述。

三、长丝产品在纺织品中已占据主导地位

长丝类纺织品在中国有着悠久的历史。历史上中国人喜欢蚕丝类纺织品，欧洲人则青睐于亚麻制纺织品。当棉纤维崛起后，全世界纺织品都转变为以棉花为主。然而，在过去的几十年里，天然纤维没有太大的增长。目前，全世界棉花产量约2500万吨，羊毛产量约110-120万吨，预计今后很长一段时间，棉花和羊毛的产量将维持现状。根据现在的情况判断，今后天然纤维也不会有太大的增长。

目前全世界的纤维总产量约为9000多万吨，预计到2020年，将达到1亿吨。9000多万吨纤维产量中的70%为化学纤维，约6500万吨，其中化纤长丝约为4000多万吨。可以看出，化学纤维是以长丝为主导的。全世界4000多万吨化纤长丝绝大部分产自中国。根据中国纺织工业联合会统计，2018年中国化纤长丝加工量已达到3000多万吨。

化纤长丝相较短纤维具有工艺路线短、价格便宜等优势，广泛用于机织物、针织物、无纺布。近两年发展很快的一次成型鞋面、一次成型内衣，纺熔法、熔喷法织造的无纺布，原

料都是化纤长丝；美国几乎所有的地毯原料都是BCF长丝；很多家纺产品，如窗帘，基本都是化纤长丝产品。以上例子表明，化纤长丝产品已在纺织品中占据主导地位并将发挥更加重要的作用；全世界纺织行业的发展也将依托化纤长丝织造产业。

我们对化纤长丝的研究经历了漫长的发展过程。最初致力于纤维直径的改进，实现了由粗旦、细旦到超细旦的改变；然后致力于形状的改进，如为提高吸水性增加表面积，为提高保暖性做中空、细孔等，如今，这些都已经是常规产品了。现在我们致力于对长丝进行改性、杂化，使其性能越来越接近天然纤维。面对化纤长丝的不断演化和发展，企业也十分重视长丝织物的开发设计和后加工。我们通过对化纤长丝进行加捻、退捻、加弹等工艺改善织物风格，并对长丝织物进行独特的结构设计、特殊染色和后整理加工等，使得化纤长丝产品不断被创新。

四、长丝织造产业的发展趋势

1、喷气织机在长丝织造产业的应用

在刚刚结束的欧洲国际纺机展上，我们看到很多新的装备、新的技术都是面向化纤长丝织造产业的。国际先进设备制造企业纷纷把目光集中到化纤长丝织造产业，说明这的确是一个具有良好发展前景的产业。

目前长丝织造产业的主要生产设备为喷水织机，这是因为喷水织机速度快，价格低，使得每米布的成本很低。但面对绿色、环保、节水的要求，整个行业对喷气织机还是有需求的。如果喷气织机整体价格和生产成本能够降低一些，甚至可以与喷水织机相近，那么喷气织机有可能在长丝织造产业大有作为，并成为产业发展不可忽视的一个趋势。

2、织造过程自动化是纺织智能化的重要课题

织造系统的智能化已经成为纺机制造的主流。过去我们追求的单机自动化、智能化已经

基本实现：整经、浆纱等纺织工序的单机自动化基本可以实现；如棉纺的粗细联、细络联一体化、智能化纺纱示范线等，生产效率可以达到万锭用工10人；有一些企业正在尝试使用细纱机自动接头。现在，最难的是织造过程的自动化、智能化，即如何将整经、浆纱，以及整经之后的自动穿经、穿扣、自动上机几个工序自动串联是织造自动化的难点，也是未来智能化必须要解决的问题。

目前，史陶比尔的自动穿经机、结经机，津田驹的浆纱机、浆丝机，卡尔迈耶的整经机都是世界上做得最好的先进纺织设备。我们有必要联合国内领先的纺机企业和国际纺机先进企业，专门探讨织机自动化、智能化，力争做出一些实际成果。

在“十三五”期间，中国纺织工业联合会推出了纺织工业六条智能化生产示范线，包括纺纱智能化生产线、针织智能化生产线、印染智能化生产线、无纺布智能化生产线、涤纶长丝智能生产线及服装缝制自动生产线，其中纺纱、涤纶长丝、无纺布和服装缝制智能化生产线，已经基本成熟，能够小批量推广，但针织和印染比较复杂，有些还处在布线中，没有完全实现自动化。“十四五”期间，我们会对智能生产提出更高要求：首先要积极推广已经成熟的生产线；其次，除了“十三五”期间推出并已经小批量生产的这六条线以外，再推出一些新的内容，比如织造过程的智能化。这是需要企业家、专家共同思考的问题，相信长丝织造协会在编制“十四五规划”的时候也会征求相关意见。

在“十四五”期间，纺织行业很可能还会持续低速发展，希望整个行业能在低速发展中取得增长，这种增长不是每个企业都增长，每个行业都增长，也不是每个地区都增长，而是一个不断调整的增长——有些地区会减下来，有些地区会涨上去，有些企业会关门，有些企业会做大。在这个低速调整的过程中，技术水平的提升，生产效率的提升，是我们的最终目标。纺织行业的人均增加值能达到世界先进水平，我们“纺织强国”的地位就稳了，就能够保持下去了。

垃圾分类攻坚战打响 纺织循环经济大有可为

7月1日，上海打响了垃圾分类的第一枪，自此，在中国垃圾分类的帷幕被缓缓拉开。

垃圾分类的目的是提高垃圾的资源价值和经济价值，力争物尽其用，事关群众生活环境改善和绿色可持续发展大局，看似小事情，实则大文明。

如今，上海已率先将垃圾分类纳进了法治框架，那么北京、广州、深圳……中国其他城市垃圾分类的步伐不会遥远。根据住建部发布的消息，到2020年，全国将有46个重点城市基本建成生活垃圾分类处理系统。到2025年，全国地级及以上城市要基本建成垃圾分类处理系统。

对于纺织行业来说，垃圾分类后的机遇与挑战又是什么？

废旧纺织品作为一种可回收利用的资源，如果得到有效的利用可以节省大量的纺织原材料，从而缓解石油消耗、耕地紧张的问题；同时也减少了纺织类垃圾焚烧时产生的有害气体排放量、被填埋而造成对土地的污染。因此，旧衣回收对自然环境和社会具有极大的意义。

游离于“价值”与“价格”的取舍

记者在上海垃圾分类明细中看到，旧衣物属于可回收物，值得注意的是，旧的内衣裤和毛巾则属于垃圾（其他垃圾）；此外，餐巾纸、尿不湿等产业用纺织品同属于干垃圾，卫生巾、面膜虽然在图中未标出，但这两类基本是棉和无纺布材质，由于是一次性使用，所以没有可回收价值，同样属于干垃圾（其他垃圾）。至于可降解材质，如莱赛尔这类环保纤维制作的面膜，同污损纸张一样处理。

除此之外，还有体积相对较大的大件垃圾，如家纺领域的床、床垫、沙发等，都要指定回收地点，不能投放在生活垃圾内。也就是说，可回收纺织品主要集中在旧衣物。

据报道，上海市每年每个家庭要新增10件以上的新衣，按照上海市统计局2017年人口2418万，我国人均纺织品消费量21公斤计算，上海每年产生废旧衣物约52万吨，但根据目前在上海调研得到数据显示，上海能够进入回收体系的规模仅在每人每年1.2公斤左右，这其中，会有部分旧织物被转赠、捐赠或存放在家里。如此庞大的废旧纺织品规模，以往都是怎么处理的？

据了解，目前我国对废旧纺织品的处理方式，除了小部分回收再利用外，大部分仍然是以焚烧以及填埋为主。同时，也有一部分通过剪切可以被重新加工成各种制品的碎布料，或通过二次设计制作再生产品；约15%再生利用，即通过物理方法或者化学方法，将废旧纺织品制成再生纤维。

前不久，佟丽娅身着H&M的一袭长裙广受关注，这条拥有精良剪裁、素雅花纹与丝滑垂感的裙子，居然是用海岸冲刷上来的塑料瓶、大量的废料加工制作而成。

在纺织领域，我国已有不少企业成功量产再生纤维。比如浙江佳人新材料有限公司首创且领先的化学循环再生技术，将回收来的旧衣服通过化学处理还原成分子级别，完全去除颜色和细微杂质，重新生成与原生纤维相同的高质量的新的涤纶纤维，用于新的服装和纺织品制造；唐山三友利用50%原料来自消费后回收的棉织品生产的一种新的粘胶短纤维……不难预料，垃圾分类的推进将促进废旧纺织品成为新兴行业。

尽管如此，废旧纺织品再利用还是没有被充分挖掘。在“废”方面，我国基本能做到纺织产品的再利用，并有完备的产业链条，但在“旧”的方面，我国目前还缺乏完整的回收体系、分拣以及集散等产业链条与之相匹配，尚没有形成良性循环。

废旧纺织品回收再利用的难点在哪？废旧

纺织品的回收成本包括收集、运输、消毒、分解等环节，会产生很大成本，其处理成本偏高也是业内共识，在“价值”与“价格”取舍方面仍是许多企业考虑的问题，材料的“阳光化”也是产业发展面临的问题。实际上，除了处理成本外，纤维的再利用也是需要行业攻克的难点，比如一些纯棉织物，可以很容易地被再利用，但涤纶织物由于存在混纺，所以要根据其混纺比例来确定其再利用的领域。那么如何辨别其混纺比例，有哪些材质混纺，能否被碳化以及能否被压合使用都是亟待破解的难题。

相关专家表示，纺织品再利用企业均是小型个体企业，且各自为战，没有大型龙头企业从事大规模、高值化、资源化的再生利用。目前最新的几种回收利用方法，如针对涤纶类服装的脱气熔融及再聚合技术；针对涤纶类服装的醇解、分离及再聚合技术；针对多组分混纺服装的溶剂法回收及分离技术。目前国内企业还未达到先进回收再利用的技术水平，作为新兴行业，废旧纺织品行业未来可期，却任重道远。

近年来，尽管国家重视资源节约和发展循环经济，但是我国还处于初级阶段未形成规模化、产业化，也缺乏相关政策支撑。

在废旧纺织品回收利用方面，英国、美国、德国、日本等国家在20世纪初已经开始着手，并通过相关法律和政策来支持、鼓励废旧纺织品的回收利用。

在一战期间，英国政府就颁布了允许慈善机构从事废旧物品回收和再利用工作的法规，并陆续制定和完善相关法律法规。目前，英国已有多家慈善机构获得经营许可权，大都从事旧衣物回收工作，把旧衣物以低价卖给需要的人，把所筹善款用于为弱势群体提供帮助；2000年，日本公布了《循环型社会形成推进基本法案》，旨在建立“循环型社会”。简单来说就是指自然资源消耗、环境负荷最小化的社会。经过日本政府、废旧纤维屑出口工会和全国废品工会联合多年的努力，日本消费者已经不排斥购买或者接受旧衣物。到2014年，日本

废旧纺织品的回收率超过20%。

目前，由于仍存在许多安全隐患，我国并不允许废旧纺织品的交易，而由政府主导的纺织品回收企业又很少。众所周知，在纺织品回收利用环节，都需要标准和相关法律法规来约束和指导。鉴于目前废旧纺织品回收尚处于灰色地带，部分业内人士也呼吁国家在政策上予以大力扶持，同时，尽快对废旧纺织品回收设定标准。

据介绍，之前，废旧纺织品回收多依据《废塑料分类及代码》《废塑料再生利用技术规范》等相关标准，但由于纺织品多为混纺，所以仍缺乏适用性。

鉴于目前上海试点的垃圾分类，废旧纺织品将能够更加集中地进行分类、集散，这将开启由政府主导的，废旧纺织品交易的新纪元。在废旧纺织品即将被产业化与规模化的前夜，政府应给予如上海相关负责机构一定的税收政策和负担相关成本，带动产业在再利用方面的积极性，同时，政府可以在产品绿色认定、绿色采购等多方面给予支持。

时尚走得很快，“再利用”却要慢下脚步

2018年，中纺联环资委就提出了废旧纺织品羽绒专项行动，目前正在实施中。此专项行动，从解决相关设备研发、产业链对接、标准制定、产品认证等方面进行了专项的设计和研发。目前已安装到位，预计会在今年10-11月投产，此项行动的展开，在羽绒领域将打造出可复制的循环经济样板。

下一阶段，中纺联环资委还将在上海试点废旧纺织品回收方面的更多理念，同时，还将从校服、品牌绿色设计等方面入手，倡导绿色生活方式和绿色消费理念，促进城市废旧纺织品的资源化利用，推动纺织产业绿色循环经济发展。

2018年我国纺织原材料的消耗量达5850万吨，占全世界的55%以上。我国纺织原材料的进

口量达65%以上，而废旧纺织品产生量达2600万吨/年。随着石油减少，人口膨胀，棉粮争地的矛盾愈加突出，我国纺织行业即将面临的重大挑战就是原材料短缺。

以棉花为例，一件T恤平均使用大约60克棉花，棉花种植要占用土地，使用农药。如果旧衣物循环再利用，或生产再生纤维，有利于减少棉花的消费，缓解国内原料资源不足的问题。

中国纺织工业联合会副会长孙淮滨指出，

2019年上半年纺织行业经济运行稳中承压

2019年，我国纺织行业面临的国内外宏观形势更趋复杂严峻，各种不稳定、不确定性因素交织，为行业推动高质量发展带来多重考验。上半年，在内外市场压力有所加大的背景下，纺织行业产销、效益、投资等运行指标有所波动，行业坚持深化供给侧结构性改革，加快推动转型升级，景气度保持在扩张区间，经济运行态势大体正常，与宏观形势和发展预期基本相符合。

内销市场增速放缓，出口压力有所加大

2019年以来，我国纺织服装产品内销市场稳中趋缓，但网上零售增势良好。根据国家统计局数据，上半年，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额为6560亿元，同比增长3%，增速较上年同期和今年一季度分别放缓6.2和0.3个百分点；全国网上穿着类商品零售额同比增长21.4%，增速较上年同期放缓2.7个百分点，但较今年一季度加快2.3个百分点，自4月起回归20%以上的较高增长水平。

受国际经济复苏减弱以及贸易环境风险上升等因素影响，纺织行业出口压力较上年同期明显增加，产品结构、市场结构加快调整。根据中国海关数据，上半年，我国纺织品服装出口金额为1284亿美元，同比减少2%，增速较上年同期和今年一季度分别放缓4.8和0.4个百分点。从产品结构来看，上游化纤、纱线、织物等产品成为行业出口增长的主要动力，上半

要明确废旧纺织品的资源属性，目前中国末端再生资源产业化利用与城市垃圾分类回收模式没有实现有效的对接。中国作为世界第一大纺织大国，拥有最完整的生产体系和技术支撑研发机构，如果与城市废旧纺织品回收资源化利用进行产业对接，建立合理布局和基于工业化利用的分拣中心，有助于提升废纺资源的高值化利用，我们鼓励任何有需求、有产品、有市场的综合利用行为，最终形成完整的废旧纺织品资源回收利用产业链，推动形成绿色发展方式有重要意义。

年，我国纺织品出口额同比增长1%，占全行业出口总额的比重达到48.2%，较2018年提升4.1个百分点；同期，服装出口额同比下降4.7%。出口市场结构看，对新兴市场出口好于传统市场，上半年，我国对美国、欧盟和日本出口纺织品服装金额同比分别减少0.7%、4.2%和4.7%，对东盟、墨西哥、非洲出口额同比分别增长0.8%、3.9%和5.2%。

景气情况总体平稳，生产实现平稳增长

2019年以来，纺织行业景气度持续处于扩张区间。根据中国纺织工业联合会调查数据，一季度和上半年，纺织行业景气指数分别为55和52，均处于50荣枯线之上，表明行业总体仍处于增长周期。

行业生产总体实现平稳增长。上半年，纺织行业规模以上企业工业增加值同比增长3.6%，增速高于上年同期0.8个百分点，但较今年一季度放缓1.8个百分点。产业链各环节中，化纤行业工业增加值保持13%的两位数较高高速增长水平，增速高于上年同期6.4个百分点；产业用纺织品行业工业增加值增长较为平稳，上半年同比增速为7.6%。

运行质效压力有所加大，投资规模小幅下降

2019年以来，在内外市场承压的情况下，

纺织企业盈利压力有所增加，运行质量提升难度加大，营业收入利润率正在逐月提升。上半年，全国3.4万户规模以上纺织企业实现营业收入24715.5亿元，同比增长3.2%，增速较上年同期放缓0.9个百分点；实现利润总额1031.6亿元，同比减少4%，增速较上年同期放缓6.4个百分点，但仍好于同期全国制造业利润增速。各子行业中，长丝、印染行业效益增长领跑全行业，利润总额同比分别增长12.9%和9.9%。上半年，规模以上纺织企业营业收入利润率为4.2%，略低于上年同期0.3个百分点，但今年以来实现逐月提升，上半年利润率高于一季度0.5个百分点。上半年，规模以上纺织企业产成品周转率为15.1次/年，同比放缓5.9%；总资产周转率为1.3次/年，三费比例为6.9%，资产负债率为56.3%，与上年同期大体持平。行业运行质量指标变化情况表明，纺织企业生存发展压力增加，但企业仍积极加快转型升级，努力提升综合管理能力，力图化解外部风险，保持平稳发展。

固定资产投资规模小幅缩减，体现出企业投资信心略显不足。上半年，纺织行业固定资产投资完成额同比减少1.3%，增速较上年同期和今年一季度分别放缓2.6和7.8个百分点。各子行业中，服装业投资额同比增长0.8%，增速高于上年同期6.5个百分点，投资规模连续5个月实现正增长；纺织业和化纤业投资额同比分别下降0.3%和10.6%。分地区看，我国中部地区部分省份投资步伐加快，安徽、河南、湖北、湖南四省纺织行业投资额均实现较好增长，增速显著高于全国平均水平。

全年发展压力仍然突出，国内市场支撑作用凸显

展望全年，我国纺织行业面临的国内外宏观环境复杂性、不确定性仍然不会减弱。下半年，受贸易环境不确定性上升、美国经济增长动力减弱等因素影响，全球经济及市场需求增长预期将有所放缓。中美贸易关系难以彻底缓解，贸易战不排除有进一步升级的可能，虽然仅涉及对美国单一市场的商品出口，但贸易环境恶化冲击市场信心，将使纺织行业出口形势更为严峻，出口总额在下半年恢复正增长的难度加大。

受国际经济、贸易形势影响，我国宏观经济运行压力也有所提升，虽然经济运行仍将保持在合理区间，但居民收入增长和消费信心提振面临着一定程度的制约性影响。在外部形势更趋严峻的情况下，国家将更加注重通过政策调控稳定消费与投资需求，促进形成强大国内市场；同时，也将进一步落实落细减税降费政策，更好保持流动性合理充裕，为实体经济发展创造更好市场空间与营商环境，从而有利于形成企业盈利提升、投资信心增加、消费需求扩大的良性循环。

总体上看，2019年下半年，纺织行业面临的外部环境更趋复杂，但我国宏观经济环境及内需消费市场仍将为行业提供首要发展支撑。纺织行业将继续全面贯彻落实党的十九大和中央经济工作会议精神，坚持推进供给侧结构性改革，深入挖掘内需潜力，大力推动高质量发展，进一步提升抗风险能力和发展韧性，尽最大努力确保运行态势平稳。同时，纺织行业也要正确、充分地认识全球经济、贸易环境的复杂性和风险因素的长期性，做好妥善应对准备，推动行业实现持续、健康发展，为国民经济发展和决胜全面建成小康社会目标实现做出应有贡献，向建国70周年献礼！

7月全国纺织品服装出口恢复增长

据海关总署统计快讯，今年1-7月，全国纺织品服装累计出口总额1517.4亿美元，同比下降1.52%（以人民币计同比增长4.54%），增速较上半年回升0.85个百分点。其中，纺织品累计出口额693.8亿美元，同比增长1.47%（以人民

币计同比增长7.69%），服装累计出口额823.6亿美元，同比下降3.91%（以人民币计同比增长2.03%）。今年前7个月我国纺织品、服装出口额同比增速均较上半年有所增长，分别提高了0.81和1.02个百分点。

今年7月份，全国纺织品服装当月出口额275.1亿美元，同比增长2.52%（以人民币计同比增长9.41%）。其中，纺织品当月出口107.7亿美元，同比增长6.19%（以人民币计同比增长13.34%）；服装当月出口167.5亿美元，同比增长0.3%（以人民币计同比增长7.03%）。

尽管今年5月份以来中美贸易摩擦局势有所升级，但从上半年行业出口表现看，我国纺织品服装最主要的出口市场仍是美国。1-6月份，我纺织品服装对美累计出口额为226.2亿美元，同比下降0.66%，受加征关税影响，我国对美出口纺织品72.9亿美元，同比下降2.24%，由于服装产品暂未被列入现行的加税清单中，上半年出口金额为153.3亿美元，微增0.11%。

此外，上半年我纺织品服装对日本出口下降较为明显，同比下降4.65%，服装对日出口增速较上年下降则达到6.11%。目前我国占日本进口纺织品服装的比重已由2015年的65%下降到今年上半年的55%。

另一方面，我行业对非洲出口增长较快，实现同比增长5.24%，尤其是纺织品出口增长10.06%；对一带一路沿线国家出口纺织品服装金额为447.99亿美元，其中出口纺织品303.34亿美元，同比增长3.23%，我行业出口市场的多元化正在显现。

另据中国商务部网站消息，今年以来，我国外贸发展面临的外部环境发生深刻变化。党中央、国务院高度重视外贸工作，7月10日，国务院常务会议确定了进一步稳外贸措施，以扩大开放助力稳增长稳就业。商务部会同各地区各部门狠抓政策落实，优化国际市场布局，大力培育外贸新业态，营造良好市场环境。广大企业迎难而上，内生动力不断增强。1-7月，外贸发展保持稳中提质态势。

7月进出口值创今年单月新高，推动规模稳步扩大。7月当月，进出口2.74万亿元，出口1.53万亿元，均为今年以来单月最高水平。1-7月，进出口17.41万亿元，增长4.2%。其中，出口9.48万亿元，增长6.7%；进口7.93万亿元，增长1.3%；贸易顺差1.55万亿元，扩大47.4%。

结构持续优化。一是国际市场布局更加优化。与“一带一路”沿线国家贸易便利化水平不断提高，进出口增长10.2%，拉动整体进出口增长2.8个百分点。与传统贸易伙伴欧盟、东盟进出口分别增长10.8%、11.3%。上半年，我与25个签订自贸协定的贸易伙伴进出口增长3.8%。二是国内区域布局更加均衡。中西部地区出口增长13.8%，高于整体增速7.1个百分点，占比提高1.1个百分点至17.5%。三是民营企业出口主力军地位更加巩固。上半年，有进出口实绩的民营企业达到33.6万家，增长8.5%，占比近80%。1-7月，民营企业出口增长14.2%，占比达到50.9%，拉动出口增长6.8个百分点。四是出口商品结构不断升级。机电产品出口增长6.1%，较1-6月加快0.8个百分点。其中，集成电路、金属加工机床、挖掘机、医疗器械等高技术、高质量、高附加值产品出口均保持两位数增长。纺织服装等7大类劳动密集型产品出口保持竞争优势，增长7.8%，高于整体增速1.1个百分点，拉动出口增长1.5个百分点。五是 general trade 对出口拉动作用更加显著。一般贸易出口增长10.1%，拉动整体出口增长5.8个百分点。

动能转换加快。今年以来，各部门各地方加大政策支持，积极培育贸易新业态新模式。第三批22个跨境电商综试区加快建设，上半年，跨境电商零售进出口快速增长。首批二手车7月顺利实现出口，下半年出口规模有望快速扩大。下一步，加工贸易保税维修项目还将持续落地，进一步吸引更高技术水平、更大增值含量的加工制造和生产服务环节向我国转移。

《“一带一路”重点国家纺织行业发展经验及有关政策研究》课题评审会在京顺利举行

2013年以来，随着“一带一路”建设的不断深入，我国纺织业对外直接投资蓬勃发展，国内纺织服装企业持续加快国际化进程，积极建立和加深与全球纺织业的合作关系，同时涌现出一批具有国际化视野和水平的跨国企业集团。

日前，工信部产业政策司委托中国纺织工业联合会研究的《“一带一路”重点国家纺织行业发展经验及有关政策研究》课题，在京举办了课题评审会。旨在研究“一带一路”沿线重点国家纺织业发展情况，借鉴沿线国家纺织业发展过程中的经验与优势，促进我国纺织产业的蓬勃发展。

工信部产业政策司李敏、课题评审会专家小组成员：华珊（中国纺织经济研究中心主任）、陈志华（中国印染行业协会会长）、叶骞春（中国棉纺织行业协会副会长）、郭宏钧（中国纺织建设研究院总工程师）、赵明霞（中国纺织经济研究中心主任助理）等行业专家共同参与了上述课题的评审工作。

课题评审会由课题组副组长、纺织贸促会常务副会长梁鹏程主持。梁会长首先对工信部李敏同志以及评审会专家小组各位行业专家的到会表示了欢迎，并向所有参会人员简要介绍了评审会议程。课题组组长、中纺联副会长徐迎新就课题的研究背景、研究方向及研究成果等做了简单介绍。

徐会长指出，近年来，中国纺织产业“走出去”参与国际产能合作的步伐正在加快，“一带一路”沿线是纺织企业的重点投资合作

区域，很多重点纺织项目在“一带一路”国家和地区落地，并且取得了令人瞩目的成绩。当今全球政治经济形势纷繁复杂，“一带一路”沿线各国发展纺织服装产业的政策经验各有不同，深入研究“带路”国家的纺织服装产业发展经验及相关政策，对更好的引导我国纺织服装企业进一步深度参与“一带一路”建设，具有较强的现实意义。

随后，课题组成员、中纺联国际贸易办公室副主任刘耀中简明扼要的从中国纺织行业“走出去”的基本情况与特点、东盟重点国家纺织行业发展概况及相关政策、非洲重点国家纺织行业发展概况及相关政策、中国重点企业的国际化成功路径探析和针对纺织行业的相关政策建议等五个方面，向与会专家介绍课题研究情况。

评审组专家在前期研读报告并在评审会现场听取课题组的课题汇报后，充分肯定了课题研究小组的工作成果，对课题组的专业与认真表示了赞许。课题报告顺利通过验收。评审组专家针对如何帮助企业更好的“走出去”，在海外扩大产能；如何细化投资区域产业导向等方面向课题组提出了宝贵的意见与建议。

最后，工信部产业政策司李敏同志高度认可了课题组对《“一带一路”重点国家纺织行业发展经验及有关政策研究》课题的研究成果，同时赞许了课题组认真的工作态度与专业的工作素养。她表示，未来希望纺织工业联合会可以继续支持和参与工信部的各项委托工作，助力纺织产业更好的进行高质量发展，更深入的参与“一带一路”建设。

探访文明古国土耳其、希腊的纺织服装业

出访日期：2019年11月上中旬，共8天

出访国别：土耳其、希腊

出访内容：拜会两国主要行业协会，了解最新行业信息；对接、参观当地知名纺织服装

企业，共创合作机遇。

组织单位：

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会
中国纺织国际产能合作企业联盟

中国纺织工业联合会国际贸易办公室

联系人: 单夏青 金俊

电话: 010-85229024 85229346

手机: 13910895819

电子邮件: shelleyshan@ccpittex.com

土耳其--

土耳其处于亚洲、欧洲两大洲交汇处，区位优势日渐凸显。土耳其是世界上为数不多拥有完整产业链的纺织和服装业制造大国，纺织服装业的技术水平居世界领先地位，其纺织品出口排名全球第五位，服装出口排名全球第七位。2017年土耳其出口纺织品服装268.5亿美元，同比增长2.5%，占全年土耳其出口总额的17.1%。纺织品服装是中土贸易中最重要的进出口产品之一。2017年，土耳其自中国进口纺织品服装23.57亿美元，是土耳其自中国进口的第二大类产品，占土耳其自中国进口产品总额的

10.1%。土耳其进口中国纺织服装产品主要有：合成纤维长丝纱线、人造纤维短纤、针织面料、棉织物以及服装等。

希腊--

希腊地理条件独特，处于陆海相连、欧亚非相通的重要地点，是“一带一路”建设、打造亚欧海陆联运新通道的关键节点，也是进入欧盟及东南欧市场的良好门户。希腊是巴尔干地区最为发达的经济体，区域辐射能力较强。希腊是世界上重要产棉国之一，也是出口中国的主要产品之一，其品质高于美棉，2017年该国皮棉产量27万吨。希腊深厚的历史文化底蕴也培育了众多的优秀设计师，并使该国的服装品牌具有一定生命力，该国一年两届的服装节推动服装产业的不断发展。2018年，希腊从中国进口纺织服装金额为3.69亿欧元，占其从全球进口纺织服装的15.9%，进口产品主要是：服装、服装面料、人造短纤等。

2019年1-6月美欧日服装进口简报

美国: 1-6月，美国进口服装442.6亿美元，同比增长4.8%，自中国进口服装129.2亿美元，同比下降1.4%，中国占美国进口服装份额为29.2%，居第一，同比减少1.8个百分点。

美国服装进口第二至五大供应国为：

越南: 64.8亿美元，同比增长11.5%，份额为14.7%，同比增加0.9个百分点；

孟加拉: 30.9亿美元，同比增长14.2%，份额为7%，同比增加0.6个百分点；

印度尼西亚: 24.1亿美元，同比增长2.2%，份额为5.4%，同比减少0.1个百分点；

印度: 23.6亿美元，同比增长9.1%，份额为5.3%，同比增加0.2个百分点。

欧盟: 1-5月，欧盟进口服装419.3亿美元，同比增长0.5%，自中国进口服装112.2亿美元，同比下降3.6%，中国占欧盟进口服装份额为26.8%，居第一，同比减少1.1个百分点。

欧盟服装进口第二至五大供应国为：

孟加拉: 88.6亿美元，同比增长7.4%，份额为21.1%，同比增加1.3个百分点；

土耳其: 48.5亿美元，同比下降2.3%，份额为11.6%，同比减少0.3个百分点；

印度: 29.7亿美元，同比下降4.7%，份额为7.1%，同比减少0.4个百分点；

柬埔寨: 17.5亿美元，同比增长2.6%，份额为4.2%，同比增加0.1个百分点。

日本：1-6月，日本进口服装134.9亿美元，同比下降2.1%，自中国进口服装75亿美元，同比下降7.3%，中国占日本进口服装份额为55.6%，居第一，同比减少3个百分点。

日本服装进口第二至五大供应国为：

越南：19.6亿美元，同比增长6.5%，份额为14.5%，同比增加1.2个百分点；

孟加拉：6.1亿美元，同比增长9.5%，份额为4.5%，同比增加0.5个百分点；

柬埔寨：5.1亿美元，同比增长10.7%，份额为3.8%，同比增加0.4个百分点；

印度尼西亚：5亿美元，同比下降5.5%，份额为3.7%，同比减少0.1个百分点。（来源：中国纺织品进出口商会）

2019年1-5月美欧日家用纺织品进口简报

美国：1-5月，美国进口家用纺织品38.4亿美元，同比增长4.7%，自中国进口家用纺织品同比增长10%，中国占美国进口家用纺织品份额为46.3%，居第一，同比增加2.2个百分点。

美国家用纺织品进口第二至五大供应国为：

印度：9.1亿美元，同比下降0.2%，份额为23.6%，同比减少1.2个百分点；

巴基斯坦：5.6亿美元，同比增长2.8%，份额为14.5%，同比减少0.3个百分点；

墨西哥：1.7亿美元，同比增长1.3%，份额为4.5%，同比减少0.2个百分点；

土耳其：0.8亿美元，同比增长6.4%，份额为2.2%，同比增加0.03个百分点。

欧盟：1-5月，欧盟进口家用纺织品29.7亿美元，同比下降2.3%，自中国进口家用纺织品同比增长3.5%，中国占欧盟进口家用纺织品份额为33.3%，居第一，同比增加1.9个百分点。

欧盟家用纺织品进口第二至五大供应国为：

巴基斯坦：8.2亿美元，同比增长1.4%，份额为27.6%，同比增加1.4个百分点；

土耳其：3.9亿美元，同比下降10.8%，份

额为13.1%，同比减少1.2个百分点；

印度：3.1亿美元，同比下降6%，份额为10.5%，同比减少0.4个百分点；

孟加拉：1.1亿美元，同比下降11.6%，份额为3.8%，同比减少0.4个百分点。

日本：1-5月，日本进口家用纺织品7.1亿美元，同比增长1.7%，自中国进口家用纺织品同比下降2.8%，中国占日本进口家用纺织品份额为69.8%，居第一，同比减少3.2个百分点。

日本家用纺织品进口第二至五大供应国为：

越南：1.2亿美元，同比增长14.9%，份额为17.4%，同比增加2个百分点；

印度：0.2亿美元，同比增长21.8%，份额为3%，同比增加0.5个百分点；

孟加拉：0.15亿美元，同比下降0.7%，份额为2.1%，同比减少0.1个百分点；

印度尼西亚：0.1亿美元，同比下降9%，份额为1.5%，同比增加1个百分点。

（来源：中国纺织品进出口商会）

商务部外贸司负责人解读稳外贸政策措施

国务院总理李克强7月10日主持召开国务院常务会议，确定进一步稳外贸措施，以扩大开放助力稳增长、稳就业。会议指出，落实稳外贸要求，关键是要进一步扩大对外开放，更加注重以市场化改革和运用经济手段增强企业内生动力。商务部外贸司负责人就政策措施的出台背景、主要内容进行了解读。

一、出台背景

去年以来，外贸发展的外部环境发生深刻变化。按照党中央、国务院“六稳”工作部署，商务部会同各部门及时出台多项政策，各地方也积极出台配套措施，形成政策合力，起到了稳信心、稳预期的良好效果。第125届广交会参展企业问卷调查显示，77.6%的企业对政策措施落实情况总体满意。

党中央、国务院高度重视外贸工作，要求进一步扩大对外开放，为外贸企业创造更加良好的政策环境，扩大进出口贸易，推动外贸稳中提质，增强出口竞争力。商务部高度重视，在全国范围开展了“稳外贸稳外资促消费”大调研，企业反映了一些困难和诉求，市场竞争激烈、贸易摩擦增多、综合成本上涨较快、融资难融资贵仍未解决、营商环境需进一步改善等。同时，一些地方稳外贸的好经验好做法效果良好，值得全国推广。在大量调研基础上，我们会同有关部门和单位，研究提出了进一步稳外贸措施建议，并经国务院第56次常务会议审议通过。

二、主要内容

此轮政策措施坚持问题导向、精准施策，力求有效解决外贸企业反映的突出问题和诉求。既有过去行之有效政策的深耕细作，也吸收了一些地方出台的政策措施和好经验好做法。主要包括：

一是完善财税政策，帮助企业减负增效。继续降低进口关税总水平，扩大对外开放。提

高部分产品出口退税率，确保2019年底正常退税平均办理时间在10个工作日内。建立预警体系和法律服务机制。适时修订鼓励进口技术和产品目录，鼓励企业积极拓展关键零部件和先进技术设备多元化进口渠道。

二是强化金融支持，降低企业融资成本。保持人民币汇率在合理均衡水平上的基本稳定，提高人民币结算便利程度。鼓励金融机构结合外贸企业实际需求，进一步扩大出口信用保险保单融资规模，不断提升外贸金融服务质效。扩大外贸信贷投放，引导各类金融机构加大对中小企业外贸融资及保险支持。充分发挥出口信用保险作用，扩大覆盖面，合理降低保费，开发新产品新模式，研究提出符合企业需要的专项险种。

三是创新政策支持措施，支持企业发展新业态。出台适应跨境电商零售出口特点的所得税核定征收办法，且明确不溯既往。适时扩大跨境电商综合试验区试点范围。完善跨境电商统计方式。统筹考虑综合保税区内和区外，加快推动符合规定的再制造和全球维修项目在区内落地，同时推动一批“两头在外”加工贸易保税维修项目在区外先行先试。培育第三批进出口贸易示范区。

四是提升贸易便利化，释放企业内生活力。落实口岸收费目录清单公示制度，防止口岸收费反弹。巩固压缩整体通关时间成效。进一步简化进出口环节监管证件。

三、下一步工作

当前外贸工作的重中之重，就是要抓好政策落实，做好稳外贸工作。商务部正会同各地方、各部门，加强横向协作，纵向联动，确保政策措施早细化、快落地、真见效。同时问计于企、问计于地方，储备更加精准有力的政策举措并适时推出。商务部将继续推动更高水平对外开放，着力激发市场主体活力，提振外贸企业信心，努力促进外贸稳中提质。

工信部：30项纺织行业标准报批公示

根据国家标准和行业标准制修订计划，相关标准化技术组织已完成《纺织品 防风透湿性能的评定》等30项纺织行业标准的制修订工作。在以上标准批准发布之前，为进一步听取社会各界意见，现予以公示，截止日期2019年8月26日。

以上标准报批稿请登录《标准网》(www.bzw.com.cn)“行业标准报批公示”栏目阅览，并反馈意见。

公示时间：2019年7月29日—2019年8月29日

2019秋冬家纺展：汇生活·展未来 --intertextile中国国际家用纺织品及辅料博览会成立25周年

从1995年到2019年，intertextile中国国际家用纺织品及辅料博览会（简称“intertextile家纺展”）走过了它光辉的25年。在这25年的岁月里，家纺展不仅为众多企业搭建起了产品展示、市场营销、贸易拓展的平台，更见证了我国家纺行业自改革开放以来蓬勃发展的历程，以及家纺经济变革突破的进程。经过25年的风华洗礼，intertextile家纺展已经形成大家居资源的全新跨界融合的平台，勾绘出整体家居大定制时代的全新面貌。可以说，如今的intertextile家纺展已成为国内外企业展现实力的最佳舞台和最具口碑的行业盛会。

25年来，intertextile家纺展见证了业内企业的成长，也实现了自身的跨越发展，它既是行业的风向标也是信息的策源地。25年来，从趋势到大赛，从艺术展到跨界融合，从产品展示到场景展示，从成品交付到成品销售……intertextile家纺展一直在理想的路上不断前行。25年来，intertextile家纺展每一年都会展示家纺产品之突破、工艺之创新，凭借其规模与服务让业界为之震撼！

25年，更大的舞台承载更多的梦想

历经25年的发展，intertextile家纺展已经从最初的4000平方米扩大到了170000平方米。

作为亚太地区首屈一指的家纺展会，成熟丰富的内外销采购渠道，是多年来让国内外展

商蜂拥而至的重要原因。

25年，从需求出发把脉行业方向

25年来，intertextile家纺展见证了行业变革的每一个重要时刻，并且始终走在家纺行业前沿，其倡导的终端创新、产品创新等理念一直引领家纺企业前行。作为亚洲最大的家纺专业平台之一，主办方一直致力于与企业一起营造向上的力量。

在25年前展会成立初期，intertextile家纺展向行业引入了“家用纺织品”的概念，启发并推动了中国家纺行业的长足发展，也改变了几乎全国都在使用“国民床单”的面貌，开启了家居生活时代。

25年后的今天，intertextile家纺展已在“家纺”的基础上实现了“大家纺”、“大家居”，参展企业和展品种类呈现出多元化的样貌。于行业及企业而言，intertextile家纺展如今已不仅仅是单纯的提供交易、交流的平台，而是一个可提供一站式服务及消费方案的资源整合平台。

25年，广阔资源链动产业上下

25年来，intertextile家纺展一直利用多变的现场活动形式来配合行业发展趋势，体现展会不变的宗旨：更好地服务于参展商、服务于行业。

25年来，intertextile家纺展每年都会根据当下的行业趋势和热点话题举办各种论坛与现场活动，链动产业上下，集结各方资源，为家纺行业及企业指点迷津、寻找方向、促进合作。

今年，2019intertextile秋冬家纺展依旧占据国家会展中心（上海）七大展馆，分别为：北厅（成品窗帘展示区）、3号馆（海宁展团）、4.1号馆（海外馆）、5.1号馆（品牌馆）、6.1号馆（余杭展团）、7.1号馆（沙发布+窗帘布）、8.1号馆（家居生活馆）。

此外，海外国家和地区也将一如既往的以展团形式重装出击，以国际化产品及趋势助力家纺产业转型升级。为了更好地满足中国当今消费者日益变化的消费需求和方式，海外展商们将带来多种材质，不同类别的高品质产品。例如，整体软装、床品/卫浴/厨房及餐桌用品、海外品牌布艺、窗帘、面料及墙纸，以及设计师沙龙等。

今年，2019intertextile秋冬家纺展将继续与家具行业深化合作，共邀请了6家来自“名家具”的企业参展，通过两家专业设计机构的打造，将整个展区设计成家居生活馆的形式，让展区成为生活方式的潮流发布之地。同时，软体家装行业前五十名的企业也将悉数到场，届时，索菲亚、尚品宅配、欧派等知名全屋定制品牌将与家纺企业一起，做整体家居方案提供商。

今年，展会的另一大亮点是位于北厅的“成品帘展区”。成品帘话题今年在行业内受关注度日渐攀升，对于这一新物种，大家存在许多发展困惑为帮助企业了解成品帘、助推行业发展成品帘，“成品帘展区”的设立将成为成品窗帘行业发展势头强劲的“信号”，一批专业生产成品窗帘的企业在中国国际家纺展上聚集，势必会成为带动成品窗帘市场发展的重要推力。另外，展会今年还将扩大“OEM成品展区”的展示面积，这一区域的扩大将有助于巩固intertextile秋冬家纺展作为全线家纺类别展会的地位。

今年，2019intertextile秋冬家纺展还将延续整体软装、海外品牌布艺以及商用/工装定制纺织品这三大主题区域。整体软装这一类别的设立，将有助于消费者快速找到居家体验一站式解决方案，满足现代青年群体对于快节奏、品质高的追求；海外品牌布艺区则能满足中国新中产阶级群体对于品牌产品的高品质需求，在这一展区将展出拥有悠久历史并享誉全球的品牌布艺。商用/工装定制纺织品将为您解读纺织品家用装饰以外的其他功能，例如防水、防霉、遮阳、减噪、阻燃等。这类纺织品经常用于酒店、高档餐厅、剧院等人群密集的公共场合。这一产品类别的展出将更好地向展商和专业观众普及商用/工装定制纺织品这一理念。

今年，2019intertextile秋冬家纺展结合了当下行业发展需要、特点及趋势，整合国内外资源，带来了四大板块活动。

一是“设计风向标”。该活动板块将视野聚焦在“设计”领域。

二是“渠道放大镜”。该活动板块聚焦在“制造大国要转变成制造强国”的引领下，探讨家纺企业是出口还是内销？加盟还是经销？贴牌还是创牌？批量还是零售？

三是“技术最前线”。科技、时尚、绿色是中国纺织行业的新定位，科技为先，本次intertextile家纺展将聚焦家纺业科技热点，通过数码印花论坛、数码印花微工厂以及行业领先的家纺技术等活动，分享最前沿的家纺技术。

四是“跨产业赋能”。“家居跨界”早已是业界经常提及的话题，而且愈演愈烈。

展会现场，许多重量级的大咖嘉宾将一同探索在新时代、新家纺引领下的新生活消费方式。

不论5年、15年，还是25年甚至更久，intertextile家纺展会一直坚守初心，从观众和展商的需求出发，汇聚当下生活方式，展示未来家居趋势，助推整个行业实现高质量发展。

25载集纺织之大成者 --2019intertextile中国国际纺织面料及辅料秋冬博览9月启幕

从1995年到2019年，intertextile秋冬面辅料展已经与行业同仁携手共度二十五年。一路走来，展会的规模不断扩大，影响力不断提升，展览内容也从多元化到全覆盖，intertextile秋冬面辅料展早已成为了国际纺织业首屈一指的重量平台。

让我们共同期待即将到来的第25次相遇！

2019年中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会，将于9月25-27日国家会展中心（上海）隆重举办。展会启用9大展馆，超236000平方米展览面积，吸引来自全球近4000家参展商联袂展出，展品品类涵盖时尚女装、正装、休闲装、功能/运动装、衬衫、内衣/泳装等多种面料、更有跃动牛仔、辅料视界、国际馆、花样设计、可持续发展等专题展示区。全品类覆盖展示，国际精英云集、优质商贸服务，电子化展会周边，再显纺织大者风采。

行业盛宴--

2019intertextile秋冬面辅料展将汇聚三十余个国家和地区的近4000家全球优势企业，以逾236000平方米、9馆之姿联袂展出，展品品类涵盖时尚女装、正装、休闲装、功能/运动装、衬衫、内衣/泳装等多种面料、更有跃动牛仔、辅料视界、国际馆、花样设计、可持续发展等专题展示区，彰显纺织大者风采，更将吸引来自超100个国家及地区的近100000名专业买家到场采购，吹响金秋丰收号角。

商贸高速--

在行业同仁看来，intertextile秋冬面辅料展不仅仅是一场新品展，更不仅仅是一场采购会，借助于展会的资源优势，这里已经成为了多方寻求合作机会的大平台，为了中外企业打开国际市场的直通车，更是业界不可多得的重要商贸高速。

往届展会现场人头攒动的情形仍历历在目，在intertextile秋冬面辅料展期间，来自国内外诸多买家都将涌向这里，届时，不同肤色、不同穿着的全球买家将到访各个展位，更将有诸多参展企业享受商贸硕果，收获意向订单，在这里你将再次感受到纺织业的勃勃生机。

融会全球--

在时代发展的潮流中，不少国内企业寻求带领产品“走出去”的平台，也有海外企业希望产品能被“引进来”，intertextile秋冬面辅料展则为加强创新能力开放合作，充分整合利用全球资源实现协同发展发挥着重要作用。来自全球众多国家及地区的海外参展商将集中展示，国际知名企业也将齐聚在此，一馆购全球，精彩可见一斑。国内众多集群展团也将携优质企业入驻，在intertextile秋冬面辅料展的大船上抱团寻觅“出海”良机。

在消费升级转型的市场环境下，一件件内精工于心、外秀于形的展品，将立于创新浪潮之上，以科技引领，匠心制造，不断突破工艺巅峰，引领全球各行业前沿，在各个品类展示区将上演百花齐放的场面。

把脉市场--

intertextile秋冬面辅料展将“大而全”和“细而精”完美融合，展馆大、展商全、分类细、产品精。同时，展会期间还将通过一系列活动，为企业打包带来具有前瞻与指导意义的面料设计应用与技术指导，促进产业链协同创新，共走科技时尚绿色发展之路。

intertextile秋冬面辅料展现场将举办多场重量级的交流活动，邀请重量嘉宾到场，直击行业热点，指点布局全球市场。此外讲座和专题小组会议等活动更将围绕流行趋势、技术创新、市场信息与营销、可持续发展、新兴市场

机遇等不同主题开展，众多专家和业内人士对行业的发展进行深层剖析，上演纺织和服装行业的“华山论剑”。

设计师谈面料：

随着市场竞争的加剧，服装设计师所面临的不仅是灵感的比拼，还有表达素材的独特性较量。无论意境、感受，还是形态、色彩、纹样，最后都要落脚到如何通过材料来体现设计构思这个问题上，因此，面辅料的选择在服装设计过程中愈发举足轻重。

庄蕾：对面料近乎偏执的追求

祝愿intertextile秋冬面辅料展25岁生日快乐，希望她越办越好，给我们设计师带来更多有特色的产品和更全面的行业信息！

在intertextile秋冬面辅料展上筛选一批优质的面料供应商，并与之保持长期的深度合作关系是庄蕾最常用的方式。因为每一种材质的手感、粗细、厚薄是不一样的，而想要达成我成衣想要的那种效果，在材质探索上往往需要

反复尝试，花费大量时间成本，但我们都乐此不疲。”如今国内很多面辅料企业已经转变了思路，乐于与设计师合作，开发多品种、小而精的产品。

冯三三：碰撞演绎最美中国风

祝intertextile 青春永驻，不断超前和飞跃！

“外表决定能不能在一起，内在决定能在一起多久。在服装上，款式色彩也许能影响你是否购买它，而面料的品质决定你会穿多久、喜爱多久。”“我在设计中喜欢采用棉、麻、丝类的面料，纯天然的面料无论是从穿着舒适感还是设计的可发挥程度都比较好把握。在intertextile秋冬面辅料展上，棉麻丝类面料就是我最关注和喜爱的品类。intertextile秋冬面辅料展作为全球规模最大，品类最全的专业面辅料展会，聚集了很多这样的企业，能够全方位满足我们对不同面辅料的需求。

9月25-27日，国家会展中心（上海），intertextile秋冬面辅料展现场见

CHIC · 深度：审美C位 不一样的“限定款”

十年前我们不想做饭只能煮泡面，但现在有了外卖，不仅可以点餐，还可以多加一点辣，多放一点醋。既然饮食可以定制，服装定制也可以通过预售的方式，加入你的线上购物车。

打开App，顾客勾选喜欢的款式、色彩和面料，还可以额外地提一些细致要求。比如局部绣花，特殊材质的纽扣，在付款后15天内商家就能把衣服送到家。而服装定制的范围，也不再局限于礼服、婚纱等复用率很低的品牌，商务装、休闲装都可以随着消费者的喜好做出独享款。

也许明天，你的手机里除了“饿了么”App之外，还会多一个“穿了么”。

面料，定制服装的Punchline

“80后”“90后”对定制有自己的理解，可以说一人一想法。

“年轻商务人士穿衣服是自我性格的表现，说白了就是自己的一个标签，来体现他的调性。”

如何在定制服装中体现每个人特立独行的一面呢？让我们先看看定制服装的核心，或者说服装设计的核心——面料。

巧妇难为无米之炊，面料作为服装原材料在定制发展中有巨大作用。人衣集合，做定制的“总导演”

服装定制迎来了新风口，与生活有关的一切都能一对一的定制。对企业来说，定制操作更加灵活，没有库存，能任意发挥设计师的创意；对消费者来说，任何单品都可以是限量款，每个人都站在生活舞台的C位。

9月25-27日，中国服装定制展览会将在CHIC2019（秋季）展会来开帷幕，届时汇聚全国优秀定制品牌云集于此。无论是私人订制还是团体订单，这里有最专业的定制企业，为品牌提供高质量、精细化专业解决方案。

展商供给充足，下游需求有刚性、平台有力量 --2019yarnexpo中国国际纺织纱线（秋冬）展览会9月启幕

有人说，纺织企业仅凭一己之力是做不到可持续发展的，只有通过有意义的合作，才能向消费者证明，一件产品至始至终都是完全可持续的。

的确，纤维纱线产业作为纺织产业链上游技术密集型产业段，是纺织终端产品功能性、时尚性、可持续性（绿色性）的源头。

只有上下游产业链合作，才能更好地践行新发展理念，满足人民美好生活需要。而实现这种合作的最直接、高效的商业平台，当属2019中国国际纺织纱线(秋冬)展览会。

步入第16个年头的2019秋冬纱线展，将于2019年9月25-27日在国家会展中心（上海）8.2馆举办，展览面积达26500平方米，参展商来自14个国家和地区，预计海内外参展商总数超出530家，创历届之最。

六大展区再聚首 争奇斗艳显活力

从纺织上游中走来的中国国际纺织纱线展览会，不仅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，也成为新消费时代的完美缩影，给人们带来新的律动。2019中国国际纺织纱线（秋冬）展览会汇聚各方优势，细分市场定位愈加精准，从展会、展商、到观众的针对性都更进一步凝练，为行业众人打造专业且高效的“纱线盛宴”。

本届纱线盛宴分为国内纱线展区和海外纱线展区，国内纱线区又分为：创意花式纱、品质毛纱以及绿色麻纱区、功能化纤区和自然棉

纱区。

创意花式纱、品质毛纱以及绿色麻纱区主要汇聚了鸿企、力达、中新资源、鹿港、浩业、仰世以及大朗毛织纱线展团等众多知名企业，这些企业将一如既往拿出拳头展品，在展会展现最佳实力。本届花式纱展商的参展热情高涨，预计约有140家展商参展，增幅达30%。

本届功能化纤区具体分为“中国纤维流行趋势2019/2020”、“多元功能”、“绿色环保”、“产业联盟”四大主题区，“科技、绿色、健康、时尚”产品将缤纷亮相，在展会现场“一较高低”。

在自然棉纱区，康平纳、利泰、沛县集群、京奕、无锡一棉、安徽华茂等百余家棉纺企业将纷纷亮相，唱响高质量棉纱之歌，展示各类高支纯棉及混纺纱线、各类高附加值非常规纱线。

本届展会海外纱线展区有来自13个海外国家和地区的120多家纱线供货商，他们将展示各种环保和先进的产品纱线和纤维产品。其中包括：印度展团、巴基斯坦区和博拉卫星展区。

同期活动精彩不断 商贸对接再度升级

当一个展会的功能不再仅限于看展品，下订单，而是成为让业内企业相互交流，看市场趋势的共赢平台，那么参展的意义也就变的与众不同。

本届展会虽仅持续3天，但不拘泥于发挥展

览展示的作用，同期活动精彩不断，还举办多场技术交流会。

中国纤维流行趋势主题区将集中展示入选中国纤维流行趋势2019/2020的新型纤维；纤维新视界—纺织材料创新论坛将邀请高校教授、企业大咖、行业专家学者对智能纺织发展方向、绿色纺织应用需求、纺织产品研发最新趋势等进行近距离解读，更有纤维新产品进行首次发布。

此外，本届展会更是首次设立Fancy Yarn Vision花式纱主题区，从花式纱参展商中征集、展示时尚、高品质创新纱线产品，以丰富多彩的织片、成品呈现花式纱线的功能性和时尚、优雅、华丽之美。创意设计是花式纱的灵魂，Fancy Yarn Vision花式纱主题区可让人直观感受到创意设计与传统纤维的融合而呈现出

的丰富多彩的外观和独特的功能。

除了同期活动以外，为充分发挥展会平台作用，主办单位为展商和观众提供的商贸预约服务也越来越完善。

苏美达国际技术贸易有限公司相关负责人表示：“yarnexpo纱线展提供的商贸配对服务，打通了上下游链接，为采购双方提供了更加精准、高效的采购平台，节省大量时间。

所以说，订单速成少不了商贸对接，本届展会，主办方在原有基础上，在线升级了商贸服务内容，将重点展商的信息上线，供采购商展前浏览、选择，以便到展会现场有的放矢，提高参展效率。

9.25-27国家会展中心（上海）8.2馆见。

第五届“濮院杯”PH Value中国针织设计师大赛启动

7月24日，由中国纺织工业联合会指导，中国针织工业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国服装设计师协会、桐乡濮院针织产业园区管理委员会主办的第五届“濮院杯”PH VALUE中国针织设计师大赛在濮院举行了启动发布会。

第五届“濮院杯”2019PH Value中国针织设计师大赛将以“启”为主题，意即创启未来，唯新而生。

比赛设立一二三等奖及多个单项奖，相较于去年，大赛的奖金设置又有了新的提升。

一等奖选手可以获得奖金10万元，另加创业资源支持10万元。

大赛继续提高对设计作品的工艺要求，以及继续加大大赛的国际推广力度。大赛截稿时间为11月1日，决赛将于明年3月在上海举办的中国国际针织博览会上举行。

大赛的成功举办离不开业内众多优秀企业

的支持，今年的大赛更是如此。

在启动仪式现场，还举办了“合作伙伴”、“战略合作伙伴”以及“全面战略合作伙伴”的授牌仪式。

大赛组委会授予上海信诺服饰有限公司为大赛全面战略合作伙伴；

浙江东企企业为大赛战略合作伙伴；

江苏金龙科技股份有限公司、上海诺仪服饰设计有限公司、浙江嘉兴市蒂维时装有限公司、浙江浅秋针织服饰有限公司、兔皇羊绒有限公司、浙江纯爱服饰有限公司、嘉兴貂帅服饰有限公司、浙江新澳纺织股份有限公司、浙江布谷鸟时装设计有限公司、上海在谷满谷网络信息有限公司、毛织网等为合作伙伴。这些合作伙伴企业，将为入围设计师提供纱线支持、成衣制作及相关宣传推广支持。

秋日大幕即启 我们不见不散！

顾 问：杜钰洲 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 张 涛
主 编：常 清
执 行 主 编：林学森 蒲 靖
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