



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

本期目录

内部刊物 准印刊号：CTN2012-011

新年寄语

02 深化改革 稳中求进

——中国纺织工业联合会会长王天凯寄语行业

● 新年寄语 |

- 03 高勇：理性判断未来趋势
- 03 孙瑞哲：新浪潮带来新红利
- 04 陈树津：再塑集群经济新优势
- 04 张延恺：为纺企走向国际化助力
- 05 徐文英：在改革中寻求创新
- 05 张莉：合力推进纺织品牌强国建设
- 06 杨纪朝：创新思想文化建设
- 06 夏令敏：全面推进专业市场转型升级
- 07 陈伟康：凝聚和传递中纺联的正能量
- 07 王久新：聚人心 搭平台
- 08 徐迎新：以市场为基础服务行业
- 08 杨世滨：把服务做到极致
- 09 陈大鹏：务实求真 开启价值服务之门

● 行业展望 |

- 10 纺织行业，2014充满新希望

● 行业动态 |

- 14 纺织贸促会2013年工作总结会圆满结束
- 14 2013年我国纺服出口增长11.41%

- 14 纺机企业：2014紧跟市场 不断创新
- 16 棉纺企业：2014守住不变 方能应对多变
- 17 2014年棉花市场充满变数却值得期待

● 政策法规 |

- 18 纺织品纤维含量标识5月1日起将有新标准
- 18 跨境电子商务零售出口税收政策明确
- 18 国务院推出深化行政审批制度改革三项措施

● 国际市场 |

- 09 WTO：2012年全球纺织品出口下降3.14%
- 19 越南：人工成本低 政策风险大
- 20 东南亚用工成本上升 或推服装企业涨价
- 21 墨西哥各地涌现“纺织中心”

● 展会报道 |

- 22 第二十届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会3月沪上开幕
- 23 我会纽约展获“2013年度全国会展业金五星奖”
- 24 2014年中国纺织品服装贸易展览会（纽约）春季展如期而至

深化改革 稳中求进

——中国纺织工业联合会会长王天凯寄语行业

在纺织全行业认真学习贯彻十八届三中全会精神的形势下，我们迎来了2014年。在此辞旧迎新之际，我代表中国纺织工业联合会向纺织行业的全体干部职工致以新年的问候和美好的祝福。

在过去的一年里，面对极为错综复杂的国际、国内经济形势，纺织行业认真贯彻落实党的十八大精神，坚持以科学发展观为指导，围绕科学发展这个主题和加快转变经济发展方式这条主线，统筹国内国际两个市场，坚持稳中求进工作总基调，扎实做好各方面工作，纺织经济实现了全年平稳健康发展。需要特别指出的是，纺织工业“十二五”规划中期目标完成良好，重点任务和重点领域积极推进和突破，实施成效明显。行业在产业规模、结构调整、自主创新、品牌建设、节能减排等指标上稳步推进，取得了较好的成绩。

在行业形势稳中有进、稳中向好的同时，我们也要清醒认识到，纺织经济还面临许多不利因素。受国内消费趋缓、国际市场需求不足、国内外棉价差持续拉大、各种要素成本不断上升等因素影响，去年行业主要经济指标增速出现明显回落。未来纺织行业发展仍然面临较大压力，特别是一些深层次矛盾亟待破解。

2014年，世界经济仍将延续缓慢复苏态势，国际金融危机影响具有长期性，不稳定、不确定因素依然较多。纺织行业必须顺势而为、转变思路，无论外部世界如何风云变幻，都要冷静扎实办好自己的事，大力推进行业改革创新，充分释放改革创新的红利。

目前，行业发展中面临着体制、机制的弊端和阻力，只有深化改革才是纺织业转型升级的关键之路，深化改革将是新一年行业发展的主基调。

2014年是全面深化改革的开局之年，是全面完成纺织“十二五”规划的关键一年，做好新一年工作，意义重大。我们要继续认真学习贯彻党的十八大届三中全会和中央经济工作会议精神，把全行业的思想和行动统一到全会精神

中央要求上来。要保持清醒的头脑，认清风险和挑战。随着改革的深入和中央城镇化工作的部署，纺织经济发展潜力巨大，但同时也注意解决行业运行中出现的一些新情况和新问题。从国际上看，世界经济仍存在大量不确定因素，国际市场竞争变得更加激烈。要延续稳中向好之势，我们必须牢牢把握住新一年工作的核心要求，既要稳中求进、又要改革创新。

做好新一年的工作，应当突出重点，扎实推进。目前，行业要特别关注影响行业发展所面临的原料风险、自主创新、节能减排以及资源优化配置等方面的问题。按照“市场在资源配置中起决定性作用”的原则逐步解决原料瓶颈难题；同时，“发挥市场对技术研发方向、路线选择、要素价格、各类创新要素配置的导向作用”，激发自主创新活力；加大行业节能减排推进力度；注重发挥市场在区域结构调整中的导向作用。

现在离2020年建成纺织强国和全面实现小康社会目标已经不远，最后几年将更加关键。2014年我们还将着手进行纺织“十三五”规划的前期调研，并将结合十八届三中全会精神对《建设纺织强国纲要》进行必要的调整和修订。

在我国经济社会新一轮全面深化改革的浪潮中，中国纺织工业联合会也是改革的主体，肩负着改革创新的紧迫任务，同时也面临新的发展机遇。中国纺织工业联合会将坚持稳中求进的工作总基调，把改革创新贯穿于纺织业发展的各个领域、各个环节，明确方向，团结一心，扎实工作，奋力开创全面深化改革的新局面，推动纺织经济持续健康发展。

理性判断未来趋势

——中国纺织工业联合会副会长兼秘书长 高勇

2013年，是中国纺织行业“十二五”规划实施的重要一年，中国纺织行业进入深度调整的重要时期。这一年，行业仍面临着众多挑战，然而，行业发展却好于我们的预期，主要经济指标保持了稳定增长，实现了行业的平稳发展。

从国家统计局最新数据来看，2013年前三季度，行业主营业务收入45585.74亿元，同比增长11.70%，累计实现利润2152.49亿元，同比增长17.41%，出口总额2153.11亿美元，同比增长11.74%。尽管行业内需增速不足13%，但在国内外两大市场的互补下，行业实现了平稳发展，同41类工业比较，纺织行业利润增速及主营业务收入增速均在平均水平以上，且此两项指标排位均靠前。

2013年，“高棉价差”问题并未通过市场调节得到有效缓解，棉纺企业所面临的市场竞争及盈利压力依然很大，但从行业企业的表现看，两年来，行业企业在积极寻求出口，多渠

道、多手段平衡企业收支，总体而言他们应对得当。

2014年，对于行业而言可能还将是一个平稳年。棉花政策在新的一年里会有所变化，棉纺企业的压力会有所缓和，但仍不足以让产业格局在一年内发生翻天覆地的变化。而出口、内需市场的形势，也要从国家经济政策情况进行判断，若刺激不足，内需市场也不会有更乐观的表现。

对于未来的发展，行业企业需要理性看待：行业的规模的扩张将明显放慢；以少人化、自动化、智能化为标志的产业升级进度在加快；产业结构调整向产业用纺织品倾斜；原料仍将是纺织业发展的瓶颈；节能减排问题仍会是纺织行业发展中的难点、焦点问题；新兴销售方式正在逐步改变纺织服装市场的格局。行业企业应积极从这些产业发展趋势中寻找新方向和新出路。

新浪潮带来新红利

——中国纺织工业联合会副会长、中国纺织工程学会理事长 孙瑞哲

受宏观形势的影响，中国纺织工业正面临以“增长、责任、电商、延伸、融合”为主要内容和特征的新浪潮，这也是中国纺织工业下一步发展所面临的新红利。

首先是需求增长。人口增长仍是纤维需求增长的决定性因素，产业用纺织品则是中国纤维需求快速增长的新领域。随着城镇化进程的加快，内需市场进一步释放，以电商为主的新销售渠道也将进一步扩展。

另一个机遇来自技术突破。基于过去30年发展所积累的技术基础和研发能力，当前的中国纺织工业比以往任何时候更接近世界先进水平。尤其近年来中国制造业发展迅猛，新的制造系统和生产设备产业的发展为行业带来了新一轮技术革命。

在科技持续演进的大背景下，行业对科技创新的运用也呈现出多种新趋势。一是建立在互联网和新材料、新能源相结合基础上，以“两化融合”为核心的科技革命；二是以新资

源开发利用、节能环保技术为鲜明符号的循环经济；三是行业正借助与IT产业、战略性新兴产业、时尚产业的边界融合，开拓新的应用领域，引发新的、更高层次的消费欲求。

未来，行业企业的发展机遇和核心竞争力将主要取决于企业的可持续发展战略和能力，因此，如何以创新行动履行对员工、客户、环境和消费者等利益相关方的责任至关重要，将从根本上决定企业的生产效率、市场准入、品牌内涵和商业绩效。

面对新红利，纺织工业要实现建设纺织强国的战略目标，离不开“四种力”的支撑与推动作用，即以材料和智能化为重点的“创新力”推动科技强国建设；以时尚导向为目标的“消费力”推动品牌强国建设；以环境倒逼为动力的“责任力”推动可持续发展强国建设；以增加社会青睐为核心的“凝聚力”推动人才强国建设。

再塑集群经济新优势

——中国纺织工业联合会副会长、纺织之光科技教育基金会理事长 陈树津

2013年令人难忘，特别是年底连续召开的十八届三中全会、中央经济工作会议以及中央城镇化工作会议，全面部署深化改革任务，这对经济发展将是极大的促进，具有里程碑式的意义，同时也给正在努力建设纺织强国的我们以极大鼓舞。

经过产业集群试点地区整体复评后，2014年将有197个集群与中纺联继续履行《“十二五”期间试点共建协议》。过去，纺织集群依靠自己的聪明才智，埋头苦干，创造了强大的比较优势，赢得了快速发展。如今，一些比较优势已经不复存在。再塑优势就要巩固已经创造出来的老优势，并且以创新内容巩固老优势；还要以十八大精神为指导思想创造出新的集群优

势，比如深掘人口红利的优势、集群间合作协同发展的优势、公共服务的优势、区域品牌的优势、区域管理的优势等。

2013年，纺织之光科技教育基金会首次实现累计捐款和净资产都超过亿元，当年用在科技教育公益事业上近800万元，在全国纺织行业的影响力进一步加大。2014年基金会要做好四项工作，一是推动第一批资助的纺织应用基础研究项目进行结题，科技推广项目要总结成效；二是要搞好科技教育奖励工作；三是要加强基金理财工作，做好投资项目，争取较好收益；四是要继续宣传基金会，促进更多优秀企业捐资，壮大基金会力量，为纺织行业科技教育事业作出更大贡献。

为纺企走向国际化助力

——中国纺织工业联合会副会长 张延恺

2013年，面对着复杂的国际经济环境，中国纺织工业联合会带领企业积极开拓国内外市场，在促进贸易发展方面取得了可喜成绩。全年共主办来华纺织专业展会10个，展出面积54.57万平方米，境内外参展商9300多家，贸易观众超过35万人；自办或组团参展境外展11个，展出净面积2.24万平方米，参展商1800多家，标准展位2079个。

特别是在出国自办展中，巴西圣保罗GTS国际纺织服装采购展的成功首办为我国纺织服装企业开拓拉美新兴市场开辟了新的桥梁渠道。国内来华展中，作为全球规模最大的中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会较上届展出面积增长了15%，展会整体形象上更国际化，管理和服务细节上更人性化，充分体现行业上下游产业链间的衔接与互动，体现科技创新、低碳环保和循环利用。

2013年，我们还组织召开了中国纺织产业实施“走出去”战略交流大会，会议的成功举办为全面总结及深入研究我国纺织产业如何更好实施“走出去”开了好头，为下一步工作深入开

展启迪思路，明确方向。

2014年，首先是要以全面深化改革的精神来审视和开展更有效的行业服务工作，党的十八届三中全会的胜利召开为我国纺织工业深化改革，进一步加大行业结构调整和产业升级指明了方向，特别是《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》中明确了市场起决定性作用，这将使中纺联这一全国性的纺织行业组织在结合社团组织改革，加强自身建设的同时，进一步按照市场化规律在服务全行业的过程中发挥更重要的作用。

其次，在市场开拓方面，要继续做好以展会为主的各项经贸活动的例行举办，重在提升展会服务质量和品牌影响力，重在加大境外新兴市场办展的研究和组织实施。

另外，我们将重点围绕促进纺织产业实施“走出去”战略，为企业走出国门，境外投资或洽谈合作提供高质量服务。在做好市场开拓和“走出去”工作的同时，也将在缓解行业贸易危机、做好行业外交等方面继续发挥作用。

在改革中寻求创新

——中国纺织工业联合会副会长、中国长丝织造协会会长 徐文英

2013年以来，我国纺织行业整体运行的态势严峻，企业的经营压力增大，行业的发展受到了来自外部环境的影响和制约。同时，行业也面临着经历了近30年高速增长之后所隐藏的一些自身问题，如沿海地区土地减少，人工工资快速增长，节能减排压力增大，技术进步投入不足、产品研发速度滞后等问题都在制约着行业的可持续发展。

可以说，现如今我国纺织行业增长的脚步已经放缓，处于从依靠规模数量增长阶段到深度转型调整阶段，与之相一致的是我国长丝织造行业的发展态势。2013年，在大环境并不理想的情况下，我国的长丝织造行业却丝毫没有松懈，而是积极主动地进行着各项工作。2013年的行业理事扩大会议指明了行业方向、长丝织造行业评优活动促进了整个行业的产品竞争力、技术创新成为行业发展的主基调、行业首

次举办的贸易洽谈会也很好促进了上下游之间的协作发展。

党的十八大提出到2020年要全面建成小康社会的目标，其中人均收入要与经济增长同步、加快城镇化进程等都将为纺织行业创造内需潜力。基础设施建设、医疗、卫生、建筑、交通等产业稳步发展，航空航天、环境保护等战略性新兴产业兴起，大幅拓展了长丝织造产业在家居、医学、产业用、科技等领域的应用。因此，应该看到我国纺织业仍将持续拥有巨大的内需市场潜力。

2014年已经拉开帷幕，在激烈的市场竞争下，希望企业也要不断进行调整，掌握企业在发展中的主动权。未来总是为有准备的人所准备的，希望每个企业家都可以享受这个过程，积极面对，并获得更好的发展。

合力推进纺织品牌强国建设

——中国纺织工业联合会副会长 张莉

2013年，在国家宏观政策导向及市场机制的推动下，我国纺织行业品牌建设取得了明显成效。企业的品牌意识全面提升，全社会品牌共建格局也正在逐步形成，品牌价值体系也得到充分体现。可以说，目前中国的品牌建设已经步入了转型升级的重要阶段。同时，在差异化竞争、品牌文化、营销业态、资源融合等方面涌现出一系列新特点、新趋势，而这些新变化、新特点、新局面也正是品牌工作办公室的关注焦点。

2013年，品牌工作办公室主要开展了五个方面的工作，一是标准制订工作，组织制订了《纺织行业品牌培育管理体系》行业标准和《品牌价值评价——服装、鞋、帽制造业》国家标准。二是梳理并汇编了行业品牌建设的有关政策信息。三是编制并发布了《2013年中国纺织行业品牌发展报告》，其中包括羊绒、丝绸两份分报告。四是从工商对接、品牌宣传、

政策协调、人才培养等方面开展了重点品牌企业的服务。五是扎实推进品牌数据库、中国纺织服装品牌网、专家库、《品牌通讯》等基础工作。这些工作对于推动纺织品牌强国建设、提升企业品牌培育能力、形成中纺联品牌建设合力发挥了积极作用。

2014年，品牌工作办公室将以全面落实《纺织工业“十二五”发展规划》和《建设纺织强国纲要（2011-2020年）》为方向，以巩固并深化2012年、2013年工作成果为基础，以打造一批具有国际竞争优势的品牌企业为目标，以培育提升企业品牌创建能力为重点，会同中纺联各部门、各相关协会，努力构建品牌培育长效机制，开展品牌培育、跨界合作、价值评价、区域品牌、网站建设、年度报告、国际交流等工作，大力推进国内外资源的整合、产业链上下游的协同创新以及相关行业的跨界合作，合力推进纺织品牌强国建设。

创新思想文化建设

——中国纺织工业联合会副会长、中国纺织职工思想政治工作研究会常务副会长
杨纪朝

小龙辞岁，骏马迎春。2014年的新年脚步向我们走来了，值此新年之际，代表中国纺织职工思想政治工作研究会（中国纺织企业文化建设协会）恭祝全国纺织企业和《纺织服装周刊》的广大读者们在新的一年里策马奔腾、马年好运。

刚刚过去的2013年，对于中纺政研会来说是具有重要意义的一年。中纺政研会领导班子和全体员工以建会30周年为契机，在全行业组织开展了创建全国纺织行业党建先进示范企业活动，首次开展了创建郝建秀小组式全国纺织先进班组活动，继续开展了中国纺织十大品牌文化等一系列思想文化建设活动等。

2014年，是深入贯彻落实党的十八届三中全会精神的开局之年，也是纺织行业实现“十二五”规划的重要之年。创新和加强新形势下行业思想

文化建设，要求我们要紧密围绕纺织工业中心工作，进一步发挥思想文化建设的优势，把全行业广大干部职工的智慧和力量凝聚到纺织强国建设上来，发挥思想文化建设的优势和作用，做到因事而谋、应势而谋、顺势而为。中国纺织职工思想政治工作研究会将进一步发挥指导、协调和服务行业思想文化建设的作用，大力推进思想文化建设内容、方法、手段和途径的创新，调动各部门、各方面特别是基层班组开展思想文化建设的积极性和创造性，形成上下联动的思想文化建设格局；进一步大力推进纺织行业党建工作；继续开展郝建秀小组式先进班组创建活动等。

2014年，中纺政研会将在纺织强国建设中，不断总结新经验、探索新路子，努力在改革创新中实现新发展。

全面推进专业市场转型升级

——中国纺织工业联合会副会长、流通分会会长 夏令敏

目前，纺织全行业正深入学习贯彻党的十八届三中全会和中央经济工作会议精神，认真总结过去一年来的经验与收获，谋求新一年的稳定发展。

在错综复杂的经济形势下，近年来纺织服装专业市场转型升级步伐不断加速，尤其去年以来，专业市场间加强交流学习与合作，不断完善产业链的配套延伸及公共服务平台建设，在品牌孵化、电子商务应用、管理服务水平提升等方面取得了显著成绩。

迈入新年之际，我们应充分意识到当前仍处于较为严峻的发展环境，在2014年的工作中，还需要继续加大转型升级力度，在稳步发展的同时，通过改革创新，实现更大的突破。

其一，深化品牌内涵发展。专业市场作为品牌孵化基地，在推动品牌化进程中，需从设计、文化等方面加大孵化基地的导向性作用，引导企业向产业链中高端转型，构建核心竞争力。

其二，加快信息技术应用。以电子商务为代表的信息化技术，已逐渐渗透到产业发展的各个

环节中。专业市场在电子商务应用过程中日渐成熟，成为纺织服装电子商务应用的主要力量，未来仍有极大的潜力和发展空间，有待继续深入探索新的应用突破，以实现实体市场与虚拟市场的有效融合、相互促进、共同发展。

其三，健全管理服务体系。在激烈的市场竞争下，专业市场应根据内外在需求对自身的管理服务体系加以调整完善，优化资源配置，通过高效而系统的管理服务体系，提升创新效率，实现更大发展。

其四，完善人才培养机制。专业市场在改革创新推进产业发展过程中，人才已是阻碍发展的瓶颈之一，人才的吸引培育体系亟待健全完善。市场要以自身的提升带动人才的成长，通过充分发挥人才的力量来加速市场的转型升级。

在未来发展过程中，专业市场还需要充分结合地方经济发展、新型城镇化等战略部署，加大结构调整，探索模式与服务创新，把发展的原动力和潜力充分释放出来，从而推动纺织服装产业的流通模式改革与创新。

凝聚和传递中纺联的正能量

——中国纺织工业联合会党委副书记、常务副秘书长 陈伟康

2013年，有几件事一直在我们心中激荡：党的十八届三中全会的胜利召开，提出了60项改革项目，绘制了改革新蓝图；中央经济工作会议提出六大任务；嫦娥三号成功登月，振奋了全国人民的信心；12月份行业接连召开了创新年会、品牌工作会议、集群工作会议3个重要会议。中华强国梦、纺织强国梦，似乎是如此铿锵有声地一步步走来，看着想着就让人感到兴奋。

2013年是中纺联成立的第13个年头，这13年，是中国纺织服装业飞速发展的13年，同时，中纺联的自身建设也在为行业服务的不断深化中成长进步、发展壮大。比如：首先是建立健全了适合行业工作需要的比较完整的中纺联组织机构框架，这包括了中纺联的10个部门、39个成员单位、13个专门工作机构的组织框架；同时建立了由2个基层党委、3个党总支、12个联合党支部组成的党组织框架。其次是十多年中，中纺联基本摸索出了一套符合纺织行业特点的协会工作内容和方式方法，普遍得到了行业、企业的认可。第三是十多年自

身建设中形成并归纳总结出了中纺联的文化理念，这是中纺联自身发展一个非常好的成果。

新的一年，第一感觉是要做的工作很多，务必要鼓勇气、提热情、促信心、高标准。我们要深入学习贯彻党的十八届三中全会精神，深化改革。

内部建设工作中，我们要始终紧盯建设纺织强国的大目标、大任务，坚定地在中纺联内抓党建，抓人才队伍建设，抓中纺联文化理念的学习宣传贯彻，抓制度建设，抓科学工作机制的完善，抓教育实践活动整改措施的落实，抓群众关心的事情；特别是结合社团组织改革工作，进一步完善中纺联自身建设，提升服务水平。求真务实，希望通过我们切实的工作，凝聚和传递中纺联的正能量。

祝愿明年更美好！这句话包含了大家很多的期许。希望在新的一年里，“责任、快乐”四个字是我们中纺人共同的感受。

聚人心 搭平台

——中国纺织工业联合会纪委书记、人事部主任 王久新

2013年，中国纺织工业联合会党委教育实践活动扎实有序推进。7月17日，中国纺织工业联合会隆重召开了“深入开展党的群众路线教育实践活动动员大会”。会上，王天凯会长对中纺联开展党的群众路线教育实践活动作了总体部署，并对如何搞好“学习教育、听取意见”，“查摆问题、开展批评”和“整改落实、建章立制”这三个环节的工作，提出了明确要求。目前，中纺联正在进行整改落实，各单位的整改方案陆续上报。

人事部、党委办公室主要的作用在于聚人心，搭平台。为推动中纺联文化建设，我们加强了中纺联文化的宣传，并进行了一次答卷形

式的宣贯，目的是为调动各单位青年员工的积极性，让大家都来参与中纺联文化建设。2013年12月份刚刚举办了宣传中纺联文化的演讲初赛评选，决赛将在2014年1月份的年终总结上举行，目的是展示年轻人的新风采，在中纺联的集体当中，健康愉快地工作与成长。

2014年，我们的重要任务是对十八届三中全会宣传贯彻。按照十八届三中全会提出的目标，提高中纺联党的建设科学化水平，加强中纺联党风廉政建设，为人才成长创造更好的环境，推动中纺联各项工作有序发展。

以市场为基础服务行业

——中国纺织工业联合会会长助理、中国国际贸促会纺织行业分会常务副会长 徐迎新

2014年将是中国国际贸促会纺织行业分会办展的大年，随着欧美国家经济的逐渐复苏，预期在国内及国外举办的一系列展会在规模上呈稳中有增的良好态势，将在6月中旬举办的两年一届的纺机展报名参展面积再创新高就体现了这点。此外，第20届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会将移至上海举办，成为行业展会的一大亮点。

移至上海的决定建立在中国市场需求的基础上。首先，历届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会对于促进展商贸易达成效果比较理想，但是北京的展馆不能充分满足展商的参展需求。同时，在上海举办展会的场馆设施和综合环境比较成熟，在一个城市举办春、秋两季展会也符合国际惯例。

出于原料问题、生产要素成本的考虑，2013年我国纺织企业“走出去”的步伐也在加快。纺织贸促会在美国、欧洲、巴西拥有很多

的品牌展会，很多企业“走出去”，第一步都是先通过展会去认识国外的市场，然后再在国外开办事处、分公司直至考察投资海外企业。

2014年，我们将加大对国内纺织服装行业企业“走出去”的调研力度，进一步建立目前“走出去”热点国家和地区的信息库。此外，还要组织出国投资考察团，服务企业“走出去”的实际需求。此外，加强与政府相关部门间的沟通联络，积极发挥协会职能，争取政策支持，也是我们的工作内容之一。党的十八届三中全会提出鼓励我国企业“走出去”，相信未来我国企业的“走出去”步伐会呈加速的态势。

把服务做到极致

——中国纺织工业联合会会长助理、中国针织工业协会会长 杨世滨

在当前行业发展背景下，针织企业面临着创新之变、领导人变以及制造业群体之变等变化。2013年，针织行业是在多变的环境中走过的，变化在于政府之变、市场之变、行业之变以及企业之变。

尤其是近两年国际市场低迷，尽管如此，中国纺织服装产业发展表现依旧良好，这也充分说明了纺织服装产业对“变化”的适应能力是非常强的。一系列数据对比表明，市场在变化，但全球市场份额并没有下降。在全球化布局的大背景下，针织行业由单一产品出口变为资本出口，企业一方面在国内生产出口，另一方面将产能转移到东南亚等国家生产再出口。但总体而言，我国针织业在全球市场的份额没有下降。

对于2014年，十八届三中全会提出，适合由社会组织提供的公共服务和解决的事项，交由社会组织承担。所以，第一，我们要进一步完善行业公共服务职能，进一步深化提升对针织产业集群的个性化服务，为针织行业发展贡献更大力量。第二，由于企业成本压力很大，很多针织企业都在海外投资建厂，协会将加强国内企业与海外互动的服务工作。第三，将筹备与办好2014PH value第一汇活动。第四，继续加强电商的服务工作。

务实求真 开启价值服务之门

——中国纺织工业联合会会长助理、中国服装协会常务副会长 陈大鹏

2013年是落实“十二五”规划各项工作目标的关键一年，行业确立了服装强国建设的目标，全面推进产业转型升级，产业发展观、价值观日益清晰，整体素质明显提高，品牌优势地位进一步增强，中国服装业取得了内涵式发展的新成绩。

当前，世界经济复苏和发展依然充满不确定性、不稳定性，各种矛盾依然突出。发达国家在控制优质资源和优质市场的同时，加强了生产制造环节的回流，发展中国家在新格局之中迎来了新的国际分工和资源配置模式。

但同时，中国经济的持续稳定发展给中国服装业带来了新的机会。国家对产业结构、分配结构、消费结构进行的调整，以及城镇化带来的投资结构的变化，将给中国经济带来新的动力。依据未来中国GDP增长7.5%来推算，未

来中国服装业年增长速度在10%以上。

复杂多变的未来环境，既是前进中的挑战，又是需要不断努力攀登的台阶，更是实现强国之梦的机遇。不断进取的中国服装业必将伴随着民族复兴、文化复兴的新征程，迎来更加灿烂的未来。我们需要坚定信念，锐意进取，通过重点的努力与突破，向服装强国迈进。

未来，中国服装协会的自身建设也将以服务产业发展为中心，全面提升服务水平，不断扩大中国服装协会的行业影响力、社会影响力和国际影响力，在全国性行业服务机构中成为领先者。

WTO：2012年全球纺织品出口下降3.14%

据WTO公布最新数据显示，2012年全球纺织品出口2856.7亿美元，下降3.14%，进口2732.1亿美元，下降5.36%。

全球纺织品出口前十个国家和地区中，中国出口954.5亿美元继续保持第一，出口份额由2011年的32%升至2012年的33.4%，欧盟、印度、美国和韩国分列第二至第五位，份额分别为24.3%、5.4%、4.7%和4.2%。除中国、土耳其出口保持小幅增长外（中国增长1.1%、土耳其增长2.6%），其余8个国家和地区都呈现下降趋势，欧盟下降幅度最大，为9.87%，其次是中国台湾下降6.57%、中国香港下降6.53%。从各国和地区纺织品出口占本国制造业出口比重来看，多数国家比重在5%以内，但巴基斯坦所占比重达到35.4%（比2011年下降近10个百分点），土耳其为7.3%，印度为5.2%，占比均比上年有所减少。

全球纺织品进口前十个国家和地区中，欧盟依然以27.1%的份额稳居第一，进口额741.2亿美元，下降12.4%，美国、中国、中国香港位居进口第二至第五，其中美国进口259.6亿美元，增长2.4%，中国进口198.1亿美元，增长4.8%，已连续三年保持进口第三位。此外，进口增长还有越南（进口92亿美元，增长5.7%）、墨西哥（进口60亿美元，增长2.5%）、孟加拉国（进口58.4亿美元，增长5%），进口下降有中国香港（进口103.6亿美元，下降6.2%）、日本（进口90.1亿美元，下降2%）、土耳其（进口64.4亿美元，下降14.8%）、印度尼西亚（进口55.7亿美元，下降1.5%）。

纺织行业，2014充满新希望

2013年中央经济工作会议强调，2014年是全面贯彻落实党的十八届三中全会精神、全面深化改革的第一年，改革任务重大而艰巨。2014年也是“十二五”规划第四年，对全面完成“十二五”规划至关重要。被称为“改革年”的2014年，承载了纺织行业更多的期许，一系列市场化改革政策将为纺织行业带来更多红利和希望。在新的一年里，伴随着改革春风，中国纺织工业联合会下属行业协会的会长们给出了行业新年祝福和展望。我们相信，市场竞争一定不会辜负拼搏者与奋进者。

扎实推进行业健康发展

——中国家用纺织品行业协会会长 杨兆华

2013年，中国家用纺织品行业协会完成了7个方面、32项工作。首先，调研工作更细致、方法更多样。在充分调研的基础上，中国家用纺织品行业协会相继发布了每月的《家纺行业分析报告》、《家纺白皮书》和《家纺“十二五”规划中期报告》。

其次，中国家用纺织品行业协会有效推进各专业委员会工作，着眼于解决行业发展中遇到的具体问题。中国家用纺织品行业协会鼓励企业从保护消费者权益的角度出发，建立高于国家标准的企业标准，引导行业企业严格按照标准组织生产，力促市场有序竞争。

第三，“一展一会”已经成为中国家用纺织品行业协会的品牌活动。“一展”，第十九届中

国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会，取得了较好的效果，增强了全行业可持续发展的信心。此外，展会首次推出了展会APP移动客户端，成为展会的创新亮点。“一会”，今年的中国家纺大会突出“务实”的工作作风，大会主题“蝶变 新家纺 新生活”及时反映了行业关注的热点，强化巩固了“中国家纺大会”的品牌口碑。

2014年，中国家用纺织品行业协会将积极引导消费理念、规范生产秩序。协会的全体员工将参与行业调研活动，同时，协会将继续扎实推进“一展一会”工作，树立活动的权威性，紧抓行业热点，从不同层面服务行业。

信心在改革进程中更可贵

——中国化学纤维工业协会会长 端小平

2013年依然是全球经济处于调整和恢复的一年。这一年，中国化纤行业走得不轻松。受大环境的影响，内外市场需求疲软、产能惯性增长、能源价格和人员成本不断上升等诸多因素，使得低成本发展模式越来越不适合当前形势的需要。我国化纤行业推动以质取胜、打通产业链等工作迫在眉睫。围绕技术和市场，中国化纤工业协会和企业一道做了大量卓有成效的工作，效果开始显现。

2013年，中国化纤工业协会与恒逸集团携手启动了“中国化学纤维工业协会·恒逸基金”，用于对行业创新成果和优秀论文的奖励，以鼓励行业切实有效地开展学术研究，推动行业技

术进步。

2013年，中国化纤工业协会成功举办了“第十九届中国国际化纤会议”，将国内外行业高端人士汇集在一起，共同商讨行业当前和未来发展面临的难点、热点问题。

此外，中国化纤工业协会还携手有关单位成功发布了2013/2014中国纤维流行趋势报告，并同期在北京中国国际纱线展上携手百家优质企业打造了主题为“纤动世界 美丽中国”的中国纤维馆。

2013年，党的十八届三中全会胜利召开，开启了我国全面深入改革的新征程。全球经济

和中国经济的暂时困难，为中国经济模式的转型提供了一个充分认识、主动升级的机会。在过去的经济改革浪潮中，化纤企业获得了改革所带来的产能规模、市场和效益，使得中国成为世界化纤大国。2014年，我们只有密切贴

合国家和行业所制定的新的战略，才能再次享受到改革所带来的红利。转型和升级将是个痛苦和艰难的过程，需要耐心，更需要坚定和勇气。

新起点 新驱动 新拓展

——中国产业用纺织品行业协会会长 李陵申

2013年，我们盘点了《产业用纺织品“十二五发展规划”》中期业绩，为所有产业用纺织品行业的从业者提振了信心和动力。行业的利润率、劳动生产率等指标已经完成“十二五”规划目标，行业增速更是引领纺织全产业链发展，充分扮演了“新增长极”之角色。

行业之兴，协会之幸。这个起步较晚、发展较快的新兴产业，越来越满足社会经济的需求，远到航空航天，近到日常生活，改变了世界，也反之促进了自身“被优化”的进程。而协会的姿态，一直以“4+6”模式发挥积极作用，实现服务模式转换、链条延伸、价值体现、能力提升的“创新”，努力在引导行业健康有序发展、促进产业转型升级、加快培育行业技术创新、创建公共服务平台建设、利用国家相关政策促进大中小企业协调发展、完善行

业标准化工作及应用领域的深度融合中“有所作为”。

拓展升级，双轮驱动。十八届三中全会提出“加强顶层设计和摸着石头过河相结合”，为中国未来发展指明了新目标和新路径。“激发社会组织活力”，协会将在新精神指引下，推动行业升级发展，开启中国产业用纺织品行业2.0升级版。

新的一年，新的开始。行业将继续“十二五”规划后半程的步伐，优化产业结构，推进产业升级，拓展应用领域，强化跨部门协调，完善标准化体系建设。用我们的双手，连接政府和企业，连接上游和应用，也连接中国和世界，继续以优质的“定制服务”为行业的未来提供良性平台。

克服挑战一路成长

——中国纺织机械器材工业协会理事长 王树田

2013年，中国纺机业受市场需求不振、要素成本上涨、原料及融资等方面问题的影响，面对了较为严峻的市场环境，但行业仍在产业升级和产品创新等方面取得了不小成绩。

行业转型升级逐步深入。纺织企业这一年在用工、提效、差异化发展等方面的需求，使得自动化、连续化、高速、高效设备需求增加，也使得纺机行业的产品结构发生了不小变化，高端设备比重增加，低端产品淡出市场。

2013年在纺机行业还表现出了另一个较为突出的特点，即出口的增长。因国内纺织企业产业受原料、劳动力成本等方面问题的影响，

纺织企业加快了“走出去”的步伐，纷纷在海外建厂，由此也带动了国产纺机产品出口的增长，特别是纺纱机械出口前三季度出口总额呈现出同比增长61.84%的好成绩。

第三，资本市场变化推动产业结构调整。2013年，包括企业重组、企业联合以及海外并购等，带来行业格局的变化，更让人们领略到了中国纺机企业的实力和活力。

对于即将到来的2014年，中国纺织机械器材工业协会将以当前纺机行业发展的的问题入手，加强创新体系建设，提升行业竞争力；引导企业正确、理性对待海外市场；实现协会自

身结构调整，以更为有效的方式深入、精准服务于行业企业。此外，在2014年还将迎来新一届的中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展

会，我们将持续打造展会品牌，提升展会服务效率和效果，为企业服务。

继续发挥桥梁作用 扩大行业影响力

——中国棉纺织行业协会会长 朱北娜

过去的2013年，国际贸易呈现复苏迹象，困难和机遇并存，棉纺织企业又挺过了一年；纺纱新技术、新工艺日益普及；非棉纤维应用日益普及；绿色节能和可持续发展得到更多关注……作为我国纺织工业的基础性行业，棉纺人肩负重任。在困难面前，我们的棉纺企业同舟共济，自强不息，锐意进取，为整个纺织工业的平稳发展做出了应有的贡献。

2014年，我们仍将同心同德，继往开来，让企业有棉花用、有合适的棉花用是我们共同的愿望；让企业扩大非棉应用、掌握非棉生产

技术和市场是我们的责任；十八届三中全会提出将通过推进市场化改革提高要素配置效率，并进而释放增长红利。尽管道路曲折，我们对棉纺织产业的发展依然充满信心！新的一年，我们将继续发挥桥梁作用，做好服务；促进产业升级，培育明星产品，培养优秀人才；增进对外交流，扩大行业的影响力。我们坚信，在新的一年里，在国家的支持下，行业的引导和企业的不断努力下，我国的棉纺织行业必将会健康发展！

期待“改革年”政策红利

——中国毛纺行业协会会长 彭燕丽

2013年，毛纺行业开局平稳，但二季度行业运行压力加大，特别是出口市场规模出现较大萎缩，下半年运行有所回暖，全年实现了稳中有进、稳中向好的局面。

展望2014年，虽然宏观经济回升的基础还不牢固，毛纺企业面临的羊毛价格高位运行，综合成本上升，环保压力增大，资金紧张等问题短期内难以缓解，然而宏观层面支持经济平

稳增长有利因素正在增加。

2014年是落实党的十八届三中全会精神的第一年，多项改革有望全面推进，“改革年”值得期待。此外海外需求有望保持温和复苏，为外需平稳增长提供有利条件。毛纺企业只要树立信心，积极应对，勇于创新，精于管理，承担责任，绿色发展，就可以保持持续的竞争力。

抓紧政策机遇持续调整升级

——中国丝绸协会会长 杨永元

在过去的2013年里，中国茧丝绸行业紧紧抓住内需市场政策机遇，通过加快技术创新、品牌建设等有力措施，促进了产业结构的调整和升级，有效地化解了外贸出口增长乏力、国内经济增长放缓、生产要素成本上升、人民币

升值等各种不利因素，确保了行业经济稳定运行，为引领和推动世界丝绸业健康发展作出了积极的贡献。

2014年是中国经济转型升级的一个新起

点。近期，国家8部委联合下发《关于进一步促进茧丝绸行业健康发展的意见》的文件，明确了行业未来的发展方向，增强了全行业上下发展茧丝绸的信心。党和国家的各项改革举措，对行业协会今后的工作提出了新的任务，赋予了新的使命。

2014年，是我国茧丝绸行业深化改革、创新发展之年，中国丝绸协会将认真贯彻党的十八届三中全会精神，紧紧围绕8部委文件提出的行业发展重点任务开展工作，突出以“坚持

服务宗旨、坚持改革发展、坚持调查研究、坚持不断创新”为抓手，着力提升协会服务质量和水平；以科技创新驱动为先导，促进产业结构调整与升级；加强高档丝绸标志宣传与推广，推动实施行业品牌发展战略；传承和弘扬中国丝绸文化，不断增强传统产业的文化竞争力；继续以生丝电子检测国际标准研制为契机，积极开展国际交流与合作，促进世界丝绸业健康稳定发展。

开启麻纺织绿色时尚文化年

——中国麻纺行业协会会长 许吉祥

2013年，中国麻纺行业坚持巩固扩大出口，拓展内需市场，创建品牌文化，做强终端产品，有力地促进了中国麻纺织行业的健康发展，取得了良好的经济效益和社会效益。

2013年，我们坚持以提高麻纺织产品质量和经济效益为中心，巩固加强出口，扩大内需市场，抓紧做好中国麻纺织行业稳增长、调结构、保民生、促稳定工作；抓紧做好麻纺织产品标准修订和制定工作；抓紧做好优质麻纺织原料和产品价格体系建立工作；抓紧做好与法国、比利时、荷兰、日本、印度、孟加拉等国家的相关机构合作开发我国内需市场和品牌建

设的工作；抓紧做好麻纺织企业技术设备更新改造和转型升级工作。

2014年是发展中国麻纺织行业重要的一年，中国麻纺行业协会已决定将2014年定为中国麻纺织绿色时尚产品文化年。

中国麻纺织行业将按照中国纺织工业联合会总体工作的部署再接再厉，与全体会员单位一起携手共建“中国麻纺织绿色时尚产品文化年”。这必将快速提高我国麻纺织产品的知名度，扩大麻纺织产品的内需市场，促进我国麻纺织企业转型升级和健康发展。

为产业发展注入智慧和力量

——中国印染行业协会会长 陈志华

印染行业是纺织工业的重要组成部分，是提升产品质量、提高产品附加值的关键行业，是体现纺织工业核心竞争力的重要行业。十八大首次提出“美丽中国”的宏伟目标，印染行业将为纺织品服装的舒适性、功能性、时尚性做出自己的贡献，并积极推进可持续发展战略。

在刚刚过去的2013年，国际形势错综复杂，国内原材料、劳动力成本上涨，环保压力进一步加大等都给印染行业的发展带来影响。在社会各界的帮助下，在行业同仁的共同努力下，激流勇进、共克时艰，印染行业在科技进

步、管理创新、节能减排、淘汰落后产能等方面都取得可喜的进步。

2014年，国际国内经济形势仍充满变数，实现印染行业的转型升级是必须面对的挑战，同时也是行业发展的新机遇。印染行业将大力发展高附加值差别化产品开发技术，功能性后整理技术，节能少水工艺装备技术，智能化印染工厂管理技术和高效低成本废水处理技术，加强上下游产业链的合作，加强企业市场营销能力建设，为我国纺织工业的发展做出应有的贡献。

纺织贸促会2013年工作总结会圆满结束

2013年12月27日，纺织贸促会2013年工作总结大会在中纺联六楼多功能厅举行。本次大会响应中央“八项规定”精神，一切从简，并将两天的日程压缩到了一天，开得热烈紧凑。

会上，首先由各部门对2013年的工作进行总结，分析工作中的亮点和存在的问题，并提出了明年的工作设想，然后由部门分管会长助理和副秘书长进行点评。

徐迎新常务副会长做全会2013年度工作总结，他肯定了各部门所取得的成绩，并按部门认真分析了2014年面临的形势与各项工作任务，提出要在工作中深化服务理念，树立品牌意识，开动脑筋，创新发展，使会内各项工作稳步前进。结合十八届三中全会提出的全面深化改革的决定精神，徐会长指出，要密切关注办展大环境的变化，关注上海在展会审批上的变化，科学布局我会承办的各项展会。

会上还表彰了2013年度会内先进个人和荣获全勤奖的员工。

中国纺织工业联合会会长，纺织贸促会会

长王天凯、联合会党委副书记陈伟康出席了本次年终总结大会，并分别讲话。

陈伟康书记对我会2013年取得的成绩表示欣慰，提出要树立身为“纺织人”的自豪感，发扬成绩，与时俱进。在工作中要注意分析、归纳和总结，提升工作水平；要树立中纺联的大局观，与专业协会协调配合，为纺织行业的转型升级服务。

王天凯会长做最后总结。他介绍了2013年纺织行业的整体情况，并对我会提出了三点要求：首先中纺联作为社会中介组织，目前本身也面临改革，但不管怎么改，联合会联合舰队的作用不能削弱，纺织贸促会作为其中的重要一员，要充分发挥对企业开拓市场的服务作用；其次要认真研究当前营销模式的变化，集思广益，制定顺应市场变革的办展策略；最后要进一步拓展业务范围，为行业转型升级做出贡献。比如，今年举办的巴西展和中国纺织产业实施“走出去”战略交流大会就是很成功的尝试。

2013年我国纺服出口增长11.41%

据海关统计，2013年1-12月我国纺织品服装累计出口2839.90亿美元，同比增长11.41%，增速较2012年的2.84%大幅提升了8.57个百分点，为2008年以来的次高点。其中，纺织品出口1069.44亿美元，同比增长了11.68%，首次突破千亿大关。服装及其附件出口1770.46亿美元，同比增长11.25%。而2012年我国纺织品、服装

出口增速分别为1.15%和3.87%。

从环比数据看，12月纺织品服装出口259.97亿美元，较11月份环比回升6.29%。其中，纺织品出口97.37亿美元，环比上升2.90%，服装及其附件出口162.60亿美元，环比上升8.42%。

纺机企业：2014紧跟市场 不断创新

常德纺织机械有限公司：打破传统超越自我

2013年，公司经编机产销量、销售收入较同期略有下降。由于整体经济运行环境不佳，一些高速经编机用户开机率明显下降，公司主

导产品——高速经编机出现一定程度滞销，其它类经编机总销量明显增加，公司主要经济指标较同期有所回落。

随着宏观环境的逐步好转，使用经编机的一些下游企业正在逐步摆脱困境，挺过经济寒

冬，这些企业的生产经营正在逐步恢复正常，信心得到提振，需求意向正在变得活跃起来。

2014年，公司将紧随市场需求变化，努力开拓新的市场。今后三年公司资金投入将集中在新产品开发上。继续开发高端市场和差异化市场，把品种做全，与经编机专业厂家、高校合作，逐步建立起引进合作开发技术的创新平台。

为实现转型升级，首先要突破传统思维模式，思想上要进行“头脑风暴”，实现自我超越。其次，要有一个正确的选择和决策，要符合国家结构调整、产业政策的远景目标和规划；再次是培养一批优秀的项目带头人和职业经理人，按照现代企业制度的标准调整企业的管理模式、赢利模式等经营机制。

无锡精业丝普兰科技股份有限公司：坚持走中高端路线

2014年以及之后的若干年内，以信息化带动工业化，实现核心技术、工艺技术、控制技术的突破，建立适应国际与国内新形态的自主创新体系是纺织机械行业的当务之急。

无论是从统计数据，还是从企业的实际销售情况来看，公司2013年的销售情况相对于前两年来说还是处于旺销的态势。进入去年四季度以来，纺机企业订单的逐渐减少使得业内人士普遍对2014年纺机市场走势不甚乐观。事实上，判断市场的好与不好、冷与热，需要看对标的坐标是什么。如果一定要与供不应求的某个年份相比，那么恐怕企业自身的感觉都不会太好。

纺织产业拥有一个很长的产业链，在这个产业链上的各个行业都有不同的变化情况。棉纺行业的调整、化纤行业的复苏、针织行业的波动、产业用纺织品行业的发展，这些都有可能给纺机行业带来前所未有的机遇。

中国纺织市场和国际纺织市场一样，任何产品都有高、中、低端市场之分。无锡丝普兰始终坚定地走中、高端产品的路线，坚持推广高品质的喷气织机，也坚守以中、高端用户为主的市场。公司目标是要做强，这是一个民营企业必须坚持的方向。

绍兴市水富纺织器材有限公司：提升自主创新能力

就当前的国内外形势看，纺织行业2014年的发展前景仍不乐观，尤其是纺机行业，可能还会更差一些。就纺织器材企业来讲，必须紧盯纺机的发展趋势，研发出适应主机发展的新器材产品。

伴随着纺织行业的产业升级，纺机行业的结构调整是必然趋势。纺织器材企业只有根据主机的发展来定位发展方向和目标。在产品性能方面，应优先考虑节能、环保型产品的应用与研究。走出困境的关键还是在于企业自身要做强。面对困难，企业首先要做好本职工作，将产品做精、做细，培养自主创新的意识和能力，不能总是模仿别人。

陕西恒鑫精密纺织机械有限公司：潜心研发智能产品

中国是全球最大的纺织品生产国和出口国，纺机行业每年有几千亿元的市场需求。只要纺机企业加大科研投入，尽快摆脱同质化问题、大力推进管理和体制创新、推行先进管理方法、加强员工培养力度、提高员工队伍素质，就会有较好的空间。

2014年，陕西恒鑫精密纺织机械有限公司将继续保持自己在梳理领域的领先地位。同时推出人工智能精梳系统，完全实现条并联到精梳机的棉卷运输以及自动搭接头等功能，摆脱人工辅助操作，实现精梳设备的智能化。公司还将推出细纱落纱改造设备，使纺织企业的用工继续减少，设备自动化程度进一步提高。

山西鸿基科技股份有限公司：拓展市场进军海外

纺机行业2013年的市场情况较为平淡。2014年，行业在整体上仍会延续这种较为平淡的情况。下游的纺织企业的需求直接影响纺机企业的生产经营情况。目前，企业采购设备的意愿不强，很少有企业有扩展生产规模、增加纺纱锭数的计划。大多数企业将精力放在对现有设备进行升级改造、提高现有设备的使用效率、提高产品质量方面。

2014年，山西鸿基将继续推进产品研发工作。对客户进行走访，了解市场动向、产品信息，同时对2014年下半年的订单进行落实。近年来，国内的一些大型纺纱企业在海外投资建厂，山西鸿基也将纺纱设备的出口作为重点工作来抓。公司目前正在积极备战2014中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会，届时，可能会有一些全新设备亮相。

杭州宏华数码科技股份有限公司：数码印花创造价值

近年来，数码印花产品的下游市场情况良好。良好的市场情况使一些数码印花企业正在

积极扩张产能。

目前，下游服装企业正在面临严重的库存压力。传统印染企业的加工规模大，面料只能批量化生产也在客观上造成了服装企业的库存问题。而数码印花企业可以实现小批量、多品种、个性化生产。

2014年，公司将继续降低原料价格、提高设备产量、拓宽设备色域，以适应加工更高端产品的需要，但设备的整体价格保持不变，希望能使客户享受更高的性价比。

棉纺企业：2014守住不变 方能应对多变

2013年，对棉纺织行业来说依然是困难的一年，延续2012年国内外宏观经济不景气、国际国内市场需求不旺、内外棉花价差高企等一系列影响因素，棉纺企业整体运行压力依然较大。

但压力带来动力，困境逼迫棉纺行业转型升级。在淘汰落后产能、提升产品质量，大力研发非棉纤维新产品以提高产业竞争力、实施产业升级等方面取得明显进展。

南通双弘：提升质量和挖潜增效是第一要务

2013年公司发展遇到了前所未有的困难，但在困难面前，双弘公司始终坚持“创标杆、做精品”的企业发展战略，围绕生产高档针织、色织纱线的主业目标，继续深入开展管理创新、技术创新、产品创新等活动，始终坚持质量提升和挖潜增效双管齐下，寻求多点突破。最终实现主营业收入8.01亿元，利润1896万元，创税收3550万元，产销率近100%，货款回笼率100%。

双弘是一个专注、专业的纺纱企业，无论2014年的市场形势怎么变化，这一点是永远不变的。

2014年，双弘纺织公司将借十八届三中全会的东风，创新管理体制，实行承包管理，强化责任意识，突出精细化管理。坚持提升质量和挖潜增效为第一要务，保持行业的领先优势。在科技创新方面，加大科研投入和技术改造，抢抓机遇，开发功能性、差别化高附加值

产品，积极应对各种风险。市场营销方面，针对黄金客户实施个性化报务，力求多点满足客户需求。同时加强员工培训力度，最大限度的释放员工潜能与装备效率。

浙江宏扬：产品结构和能源管理不断突破

公司拥有环锭纺、涡流纺、气流纺3大类型生产线，年产各类纱线4万余吨。2013年公司运行整体运行情况良好，超额完成在2013年年初制订的销售额和利润目标。

这得益于内部管理创新。公司持续深入质量目标量化考核和增强顾客满意率工作。紧抓质量、产量、能耗、劳动生产力等7项具体量化指标考核，做到分工精细化，管理流程化等，以详实的数据反映管理的成果及存在的问题。在产品创新上，公司进一步提升研发中心在实体企业中的核心竞争力，提高新产品研发成果转化率，做到了产品供不应求，以产定销。

2014年，宏扬公司将在两方面重点突破。一是积极调整产品结构，通过项目技改和产品

研发，调整现有产品结构，减少常规品种生产，提高新产品贡献率。二是在能源管理上持续深入，在引入相关的能源管理体系的同时，加大节能技改项目的投入，降低单位能耗，做足节能减排的文章。同时，进一步做精做优工业实体，持续增加企业技术投入与管理创新，掌握技术研发与市场营销两端，确保企业的核心竞争力。

山东魏桥：八个“稳桩”扎实应对市场压力

山东魏桥集团是世界上最大的棉纺织企业，连续4年入选世界著名品牌500强，企业拥

有8个生产基地。相比2012年，魏桥集团2013年销售收入突飞猛进。

成绩的取得得益于一：生产经营高效运行；二：项目建设快速推进；三：财务融资成绩显著；四：技术创新成果丰硕；五：节能减排扎实有力；六：企业管理有效提升；七：安全生产保持稳定；八：职工生活持续改善。”

2014年，公司提出了新的工作任务和目标，确保实现销售收入2800亿元、利税170亿元、利润130亿元、自营进出口额30亿美元。相信，有八个“稳桩”做后盾，目标一定能实现。

2014年棉花市场充满变数却值得期待

2013年，对于棉纺织企业来说是刻骨铭心的一年，进口棉与国储棉每吨的差价高达5000元左右，许多企业甚至已经把家底掏空。2014年，是企业寄予希望的一年，党中央十八届三中全会已明确提出“让市场在资源配置中起决定性作用”，棉花问题有望破冰。多方消息称，2014年3月国家发改委将出台棉农直补政策，不再实行棉花收储政策。企业盼望已久的地位相对平等或将实现。

届时，棉花将失去行政价格托底，我国国内的棉花价格将向国际棉价靠拢，对棉纺织行业、棉花市场影响巨大，可能带来至今仍高位的棉价下跌，最直接影响是造成企业库存纱线贬值。同时，受下游企业订单价格下行的压力，明年企业将迎接新一轮经营震荡调整期。

此外，2014年配额外进口一定数量的棉花将继续征收滑准税，并适当调整税率，以保证国内棉花市场供需基本稳定。但新政下完税价的基准价上调了1000元/吨，并且滑准税的公式也进行了微调，起征点由14元/公斤调整到15元/公斤。滑准税的调整，保护了国内棉花市场价格不受冲击，2014年进口棉与国储棉价格有逐步缩小趋势，更有利于市场公平竞争。

可以预见，2014年新棉上市棉价跌破18000元/吨（标准棉）至少在地产棉价格上是没有太大悬念，受进口棉价压力，跌破17000元/吨也许时间不会太长。据了解，目前棉农手上仍有约40%新棉，这是因为棉农对政策不明造成

的。到3月发改委收储棉改革方案正式出台后，棉花应该有一个较大的放量。

棉纺织行业属于低门槛行业，目前市场已基本处于饱和状态，市场竞争十分激烈，企业的收益普遍处于低水平。那么在2014年市场存在变数的情况下，企业该如何应对？

结构调整迫在眉睫。差别化、非棉纤维的使用已经成为不少企业的首选，做纯棉纱产品的企业开始策划做高支纱，开始考虑进行紧密纺、赛络纺技术改造，以生产当前市场热销的粘胶、莫代尔、天丝、竹纤维等产品。

2013年能够生存下来的企业是经历摔打的企业，是具有活力的企业。尽管棉价较国际市场高出30%以上，但在江苏江阴纱线市场，来自中国台湾、韩国、美国等地的订单情况依然较好，这是因为他们掌控了差别化纤维生产、加工秘诀，掌握了纺织产业链高端的市场资源。与之相反的是那些靠政策吃饭的企业，应早些开始“断奶”，与其等待政策不如靠自己摆脱困境。

2013年的困难形势，在享受国家贷款贴息优惠政策、出疆棉移库费用补贴、出疆棉运费补贴等的政策下，确实有一些企业没有受到影响，反而有较大赢利，说穿了就是因为有政府的支撑。但从企业长远发展战略上来看这是不可取的，只有真正进入市场去磨练真功夫，才能经受市场风浪考验，实现长久的繁荣发展。

纺织品纤维含量标识5月1日起将有新标准

据悉，一项对纺织领域有着重要意义的国家标准GB/T29862—2013《纺织品纤维含量的标识》已于日前发布，并将于今年5月1日起实施。根据相关规定，新的国家标准实施后，现行的纺织行业标准FZ/T01053-2007《纺织品纤维含量的标识》即行废止。

据了解，该国家标准规定了纺织品纤维含量的标注要求、标注原则、表示方法、允许偏差及标识符合性判定等方面的要求。所有在国内销售的纺织品，其纤维含量的标注都必须符合该标准的相关要求。

“纺织品纤维含量的标准在纺织品领域是一项重要的标准，目前不少纺织企业已开始关注新标准对于纤维含量表示的规定。”据业内人士介绍，从全国的纺织品检测结果来看，纺织品标识项目及纤维含量项目不合格量约占所有纺织不合格品中的70%，其中绝大部分是因为纤维含量标识不规范而导致的不合格。因此，此项标准的实施，将对我市纺织服装产业产生较大的影响。

跨境电子商务零售出口税收政策明确

近日，财政部发布《关于跨境电子商务零售出口税收政策的通知》，明确跨境电子商务零售出口的相关税收政策。

《通知》规定，电子商务出口企业出口货物（财政部、国家税务总局明确不予出口退（免）税或免税的货物除外，下同），同时符合下列条件的，适用增值税、消费税退（免）税政策：

电子商务出口企业属于增值税一般纳税人并已向主管税务机关办理出口退（免）税资格认定；

出口货物取得海关出口货物报关单（出口退税专用），且与海关出口货物报关单电子信息一致；

出口货物在退（免）税申报期截止之日内收汇；

电子商务出口企业属于外贸企业的，购进出口货物取得相应的增值税专用发票、消费税专用缴款书（分割单）或海关进口增值税、消费税专用缴款书，且上述凭证有关内容与出口货物报关单（出口退税专用）有关内容相匹配。

《通知》规定，电子商务出口企业出口货物，不符合以上规定条件，但同时符合下列条件的，适用增值税、消费税免税政策：

电子商务出口企业已办理税务登记；

出口货物取得海关签发的出口货物报关单；购进出口货物取得合法有效的进货凭证。

国务院推出深化行政审批制度改革三项措施

1月8日，国务院召开常务会议，决定推出进一步深化行政审批制度改革三项措施。

一是公开国务院各部门全部行政审批事项清单，推进进一步取消和下放，促进规范管理，接受社会监督，切实防止边减边增、明减暗增。除公开的事项外，各部门不得擅自新设

行政审批事项。逐步向审批事项的“负面清单”管理迈进，做到审批清单之外的事项，均由市场主体依法自主决定。

二是清理并逐步取消各部门非行政许可审批事项。对面向公民、法人或其他组织的非行政许可审批事项原则上予以取消，确需保留的

—下接第19页

越南：人工成本低 政策风险大

2009年，中国-东盟自贸区的建立让滕先生看到了机会。2010年经过一番考察之后，他把自己的部分生产线转移到了越南。

人力成本约为中国的2/3

近邻中国、发展模式类似于中国、发展程度落后于中国却又在高速发展的越南，成了不少中国商人海外征战的第一站。统计显示，在过去5年中，越南海外资本投资平均每年有22.16%的增长。

由于国内制造业利润不断被压缩以及产品出口受限等原因，很多劳动密集型的产业正在加快外迁步伐。越南正成为制造业企业迁徙的重要目的地。“相对于中国来说，越南最具竞争优势的是人力成本、厂房租金以及政策优惠等。”这是2010年第一次到越南考察时，最吸引滕先生的地方。他说：“越南的人力成本约为中国的2/3。目前国内的普通工人月薪已达到3000元~4000元，越南还不到2000元人民币。

同时，厂房租金方面也只相当于国内的1/3左右。事实上，越南最具吸引力的是其税收优惠，外资企业在越南前3年免税，第3年~5年税率为5%，其后税率约为10%左右，低于国内的水平。”

被问及为什么在东盟国家中选中越南时，滕先生说，越南靠近中国，可以方便地依托国内的资源。

免签入境 未来潜力巨大

目前中越交通已经走向“海陆空”全方位。河内与北京、广州、昆明，上海与胡志明市已经开通直航，经香港中转的班次更多。南京至

友谊关、河内至凉山的高速公路明年将贯通。从广西北海可以乘船直达越南海防。现在，中国人凭身份证件可以在中越边境直接办理15天的旅游证件，无需签证就可入境越南。

当然，更使人看重的，还是越南经济飞速增长背后巨大的市场潜力。1986年才开始市场经济改革的越南，2004年的经济增长率达到创纪录的7.4%，世行预测2013年越南经济增长率将达5.3%。而越南在高科技、基础设施和服务业方面与中国存在差距，将恰恰是中国商人的市场所在。

法律不完善 有政策变动风险

当然，滕先生说，在越南做生意必须要面临政策变动等风险。“越南目前的经济环境类似于我国上世纪六七十年代，还有很多不确定因素。为了规避风险，很多小企业都在越南和中国同时设厂，在越南只做较为基本的原材料粗加工，然后再进口回国内进行深加工。”

此外，越南的商业法律不太完善，而且经常更改。法律的不健全导致合同的约束力低——中国被广泛讨论的“诚信”问题在越南同样存在。“签订合同时一定要慎之又慎，而且千万不要一次性付清款项。在越南经商的人都知道，海关是一个‘关口’。越南的进出口申报法律语言上常常很模糊，海关官员们的解释和处理会因人而异。初来乍到时由于缺乏报关经验，货物有时卡在海关一个月都提不出来，公司为此交了很多学费。”滕先生说。

此外，员工的“懒散”和迟到习惯也是让人头疼的问题。

——上接第18页

要通过法定程序调整为行政许可，其余一律废止。堵住“偏门”，消除审批管理中的“灰色地带”。今后也不得在法律法规之外设立面向社会公众的审批事项。同时，要改变管理方式，加强事中事后监管，切实做到“放”、“管”结合。

三是在去年分三批取消和下放行政审批事项的基础上，重点围绕生产经营领域，再取消

和下放包括省际普通货物水路运输许可、基础电信和跨地区增值电信业务经营许可证书备案核准、利用网络实施远程高等学历教育的网校审批、保险从业人员资格核准和会计从业资格认定等70项审批事项，使简政放权成为持续的改革行动。

东南亚用工成本上升 或推服装企业涨价

2013年12月31日，在工人大罢工的压力下，柬埔寨劳动部宣布将服装产业每月最低工资提高25%至100美元，但行业工人们仍不满意，要求最低工资能涨至每月160美元。

据了解，近年来，由于中国人口红利的消失，不少鞋服制造企业转向人工成本更低的东南亚国家进行生产，以获取生产成本的优势。但是，随着生活成本的增加，东南亚工人开始争取提高工资，而这对于已转移生产基地的服装企业来说，则意味着用工成本逐年上升。

据悉，东南亚大多数国家人口基数小，一旦人力成本开始上升，速度肯定会超过过去的中国。某业内人士表示，成本上升若形成大的压力，服装企业涨价就会成为趋势。

国内企业赴东南亚设厂

在此之前，柬埔寨服装行业工人每月最低工资仅为80美元，而另一服装生产大国孟加拉国，2013年底才将每月最低工资标准提至67美元。这也吸引了众多国际和国内的鞋服品牌将生产基地向东南亚转移。耐克、阿迪达斯、H&M、ZARA、优衣库等国际大牌，几年前就完成了在东南亚的布局，如今国内的服装纺织上市公司也开始转移订单。

日前，色织布龙头企业鲁泰就宣布拟投资800万美元在柬埔寨新建年产300万件衬衣加工厂。此前，百隆东方、华孚色纺均已在越南投资设厂。另一上市公司中银绒业也通过受让柬埔寨鑫旺针织股份有限公司91%的股权，在柬埔寨设厂。

事实上，现在中国品牌再往东南亚转移已经没有多大意义，因为人力成本上升的时间差已逐渐缩短，再过几年，东南亚或许就将失去这个优势了。一旦人力成本开始上升，速度肯定会超过过去的中国。

中国的人口基数比较大，过去有几十年的时间来消化成本上升的压力，而柬埔寨和越南人口都比较少，人力成本可能会在近几年快速上升。

服装品牌或跟风涨价

人力成本上升，肯定会在商品价格上有所体现。近几年，由于成本上升，全球服饰价格上涨。SocieteGenerale法国兴业银行的一项调查显示，瑞典快时尚品牌H&M服饰产品售价在过去两年上涨一倍。

此前，面对柬埔寨工人大罢工，H&M集团提出2018年前向其相关纺织产业链上的约85万名纺织工人支付公平工资的计划，以保障这些纺织工人能够依靠工资保障基本生活。

去年9月，H&M首席执行官佩尔森在达卡与孟加拉国总理谢赫·哈西娜会见时还表示，H&M希望孟加拉国纺织工业能够提高工人的最低工资标准和进行年度工资审查。

不过，H&M集团此后在接受法新社采访时表示，从长远来看，集团有可能调高零售价格，但近期内将不会涨价。虽然H&M方面否认工人工资上调是导致产品价格上涨的原因，但价格提升似乎已成为集团的策略之一。

人力成本上升对企业的影响肯定存在，但相对于国内服装品牌来讲，国际快时尚品牌因此所受的影响反而要小一些。一方面，像优衣库和ZARA的全球供应链都比较强，去当地大多是收购工厂，即便成本上升，对他们的影响也不会立竿见影；另一方面，快时尚价格优势比较明显，加之他们对于品质的要求要弱一些，因此会到全球去探寻生产成本较低的地方，也许东南亚没有优势就转移到其他地方去了。

墨西哥各地涌现“纺织中心”

纺织服装行业一直都是墨西哥的经济支柱产业之一，由于长期受益于北美自由贸易区协议，墨西哥纺织服装贸易出口在国际市场所占的份额迅速增加。然而在金融危机过后，2012年以来墨西哥纺织业的发展却并不顺畅，尤其是在对美国的纺织服装出口中受到了来自亚洲国家的激烈竞争。

根据墨西哥经济部的统计，2001年~2011年墨西哥制造业出口下降幅度最大的是纺织和服装产业，降幅达28%。

为提高本国纺织业的竞争力，墨西哥2012年启动了“墨西哥——欧盟竞争力和创新计划”（该计划将于2014年5月结束）帮助中小企业发展出口能力。而国内方面，2013年，墨西哥几大州重新布局，陆续启动纺织服装业的“重振模式”，以建立纺织服装中心、加大产业投入的方式，发展本国的纺织业。

伊达尔戈州：打造全球闻名的纺织中心

伊达尔戈州经济发展部秘书长宣布，将在伊达尔戈的文化知识中心帕卡丘市建立一家纺织服装创新中心，以巩固伊达尔戈纺织服装业在墨西哥市场的领头羊地位。中心的建立将使伊达尔戈的纺织业从多个方面受益，例如增加创新型产品的生产、提高纺织品服装的加工技术、创建顶尖级标准实验室、发展国际实施标准、增加纺织品服装产能、实现国际及国内纺织品服装供应链的多元化发展以及提高员工技能。这家纺织创新中心的投资额预计为2.35亿比索（约合1958万美元），墨西哥国家纺织工业、全国服装工业商会、国家企业家研究所、国家科学技术委员会以及国家工学院将一起致力于这家创新中心的建立。目前，中心的第一期工程已经竣工，政府正在着手进行下一步的发展规划。第二期工程项目预计在2014年开始。

锡那罗亚州：新中心扩大纺织品服装产能

锡那罗亚州建立了一家名为“CEDETEX”的现代纺织技术中心，作为锡那罗亚州培训机构

(ICATSIN)的一部分，计划雇用2500名员工。

该中心将开展服装设计、产品印刷、服装裁剪以及面料评估等服务。其服装产能为每天10万件，向锡那罗亚州的小学提供免费的校服以及制造医疗类服装、安全防护性服装和运动类服装等。ICATSIN是锡那罗亚州最大的职业技能培训中心，CEDETEX的建立也将为该州扩大纺织就业机会，使130家纺织企业受益。

阿瓜斯卡连特斯州：建纺织中心拉动经济发展

墨西哥阿瓜斯卡连特斯州将于近期建立一个新的纺织服装技术中心，旨在为纺织企业发展原材料加工、纺织机械、服装织造等提供发展支持，并借此拉动整个国家经济的发展。

尤卡坦州：10家公司投资纺织业发展计划

来自尤卡坦州的10家国内及国际纺织公司计划投资4亿比索（约合3200万美元）用于尤卡坦州纺织、航天、家具等行业的发展，在未来3年内创造5000个新的就业岗位。

该计划将扩大如东南纱线（Southeast Twisted Yarns）、玛雅面料（Fabrics Mayan）等公司的发展。东南纱线公司、玛雅面料公司以及一家大型的墨西哥龙舌兰纤维面料制造商将投资1600万美元计划促使企业员工数量从1200人增加至2000人。目前，这10家公司已经向尤卡坦州政府正式递交了投资申请书。

第二十届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会3月沪上开幕

为了更好地适应市场和满足企业需求，中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会自本届起将举办地由北京移师上海，并将于2014年3月3日-5日在上海世博展览馆盛大开幕。参展商将在50,000平方米的场地展示丰富多彩的面辅料及纱线纤维产品。

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、中国纺织信息中心和法兰克福展览（香港）有限公司共同承办的中国国际纺织面料及辅料博览会，凭借其国际性、专业性及贸易性的特点，得到业内人士的广泛赞誉和积极参与，发展至今，已成为全球最具影响力的第一大纺织面辅料展。本届起，春、秋两季的intertextile面料展均在上海举办，上海优越的地理位置以及先进的展会硬件设施和较完善的配套服务，将为中外展商和贸易观众带来更大的便捷和收获。

国内企业重拳出击

本届展会使用上海世博展览馆1号、2号及4号展馆，展出面积达50000平方米。届时将有来自近20个国家和地区的1000多家参展商携带最新产品参展。

1号馆汇聚国际参展商和国内特装展位参展商；2号馆以标准展位为主，展示各类正装面料、衬衫面料、牛仔面料、休闲装面料、女装面料以及内衣泳装面料，国内展团来自江苏盛泽、福建石狮、浙江绍兴及中国麻纺展团；4号馆为国内外辅料及各类纱线纤维产品。intertextile面料展不断推进中国纺织企业与世界先进纺织业的交流与合作，推动着纺织面辅料行业的进步与企业的发展壮大。

为突出对特色产品的推广，intertextile面料展组委会不断改进面料展特色展示区的设计以及搭建。除了在展区的设置、规划、设计、搭建等各方面加强外，还在印刷品及宣传方面重点推荐，以避免相对小种类的特色展品被淹没在庞大规模的面料海洋中。

已经走到第二十个年头的intertextile面料展，将精心挑选出更具科技含量、环保理念的

企业参展，注重展会形象品质的打造与商贸对接的呈现，给参展商和观展观众更加良好舒适的体验，立足于面辅料产业的制高点。

海外展团载誉重临

中国市场对欧洲高端产品需求的势头丝毫没有减退，因此，时尚欧洲馆将继续成为买家青睐的参观区域。本届时尚欧洲馆汇集了德国展团、葡萄牙展团，以及备受关注的意大利Milano Unica展团。德国展团包含了11家参展商，将展示各类蕴含先进技术的面料和辅料；在去年展会取得热烈反响的葡萄牙展团将再度参展，参展商将全面展出优质的衬衫面料；意大利Milano Unica展团，将有超过100家意大利高端纺织品生产商集聚亮相，展出众多高品质的男、女装面料和辅料产品。此外，还有来自捷克共和国、法国、西班牙、瑞士、土耳其和英国等国家和地区的高端服装面料和辅料生产商参展。

亚洲多个国家和地区展团也将在intertextile春夏面料展中亮相，参展阵容强大。本届展会亚洲展团中规模最大的是韩国展团，共50家企业参展，将带来优质的高级时装面料及功能性面料；超过40家参展商云集中国台湾展团，展示优质棉布、牛仔布、提花、针织、蕾丝、涤纶、氨纶、羊毛混纺、绣花、梭织面料及辅料等产品；在日本展区上，近20家参展商为买家们带来了各种优质棉布、针织、人造及真丝面料；由巴基斯坦驻华使馆商务处组织的巴基斯坦展团，将全面展示用于休闲服及牛仔服装的面料。

此外，继上届在intertextile秋冬面料展成功亮相后，印度展团将首次参加intertextile春夏面料展。

特色活动异彩纷呈

intertextile面料展专业性和服务不断升级，细致的分区引导、丰富的展期活动、新鲜的资讯发布，人性化和专业化的服务让展商和观众拥有良好的参展氛围。

本届展会设立了国内、国际两个流行趋势发布区，位于世博馆1、2号馆中间连廊处，展示2015春/夏流行趋势。

花样设计区将于1号馆再度登场，汇聚众多专业纺织品设计师独具匠心的设计，展示充满创意的原创纺织品和服装设计作品，产品主要针对纺织品和服装制造商，以及潮流指南出版商。

博览会同期将继续组织专业论坛活动，内容围绕流行趋势、市场信息及营销策略、纺织技术、认证及检测等权威和最新信息，展会信息平台作用将更加凸显。

展会强大的号召力吸引着海内外知名展商和国际品牌贸易商。为了更好的服务展商及专业买家，主办方在观众组织邀请方面，注重利用信息化手段，通过直邮、群发邮件、群发传真、短信、手机报等手段，同时利用平面、网络和新兴媒体扩大辐射面，保证展会取得预期效果。

3月初恰逢国内的春季采购高峰期，必然吸引众多观众到场参观。展会将有机会让买家目

睹海外发布的最新产品，“3月初的时机十分理想，我们2月份在意大利推介新系列产品，然后两周后，客户就能在上海展看到这些产品，时间非常配合。”来自意大利Loro Piana公司的Alessandra Contessotto说。

除了服装面辅料外，纱线展团将为观众带来众多纱线及纤维产品，逾200家中外参展商将亮相该展团。

今年正值中国国际纺织面料及辅料博览会创办20周年，二十年是里程碑，也是新的起跑线。intertextile面料展将凭借其强有力的专业性，以更高的服务水平和更完善的服务举措，与中外参展商和贸易观众共创纺织行业更加美好的明天。

我会纽约展获“2013年度全国会展业金五星奖”

在2013年第三届中外会展项目合作洽谈会期间，由《中外会展》杂志社举办的2013全国会展业金五星奖颁奖典礼上，我会主办的中国纺织品服装贸易展览会（纽约）被评为中国十大海外自办展优秀项目之一。

纽约展创建于2000年，当时正值中国纺织品输美配额即将取消，为了帮助中国纺织企业进一步开拓美国市场，国家纺织工业局（现中国纺织工业联合会）在纽约举办了“中国纺织品服装贸易展览会”。展会每年一届，迄今已经成功举办十四届，帮助一大批行业优势企业在美国建立起销售网络，并进入美国主流销售市场；依托这个展会平台，众多中小企业有了稳定的客户关系和订单，在美国业务走上了良性发展的轨道。

为适应后金融危机时代美国纺织品服装市

场的变化和 demand，从2010年开始中国纺织工业联合会和法兰克福展览公司深入合作，借助法兰克福公司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）。原有的中国纺织品服装贸易展览会（纽约），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。这种产业链三展联办的模式在美国尚属首次，2010年的展会得到了业界和美国主流商贸渠道的认可与支持。重新构架的纽约展专业化定位更加明晰，产品布局更加完善。覆盖了产业链多个环节的专业展，突出了国际服装采购的办展理念，也使得参展企业享受到更为丰富的高品质买方资源。

2014年中国纺织品服装贸易展览会（纽约）春季展如期而至

岁末年初，美国零售业的年终成绩单尚未出炉，但从各大服装品牌的销售报表中已能洞察到市场的复苏节奏。新年伊始，美国消费市场的回暖趋势受人瞩目，与即将举办的2014年中国纺织品服装贸易展览会（纽约）春季展共同营造出良好的商贸氛围。

由中国纺织工业联合会主办，中国国际贸促会纺织行业分会（以下简称“纺织贸促会”）与法兰克福展览公司（美国）承办的2014年中国纺织品服装贸易展览会（纽约）春季展（以下简称“纽约春季展”）将于2014年1月21日~23日在纽约贾维茨会展中心举行。

目前，展会的招展工作现已结束。在美国经济形势企稳回升的背景下，本届展会得到了江苏、广东、山东、河北等地的纺织服装企业的积极反馈，展位供不应求。确定参展的企业总数是117家，其中，面料展商75家，服装展商42家。重复参展的展示比例达到了43%。展会总面积达1317平方米。据了解，此次报名参展的企业再次出现了排队候补的情况。这一方面说明企业对纽约展品牌价值的肯定，另一方面说明新的一年，中国出口企业对美国市场复苏给予的期望。

消费市场的回暖提振了零售商的信心，这也让服装品牌新一年的采购方案制定提上日程。中国纺织服装企业凭借一贯稳定的生产能力获得美国客商的青睐，与此同时，他们也需要借助专业的采购平台树立企业形象，结识新客商。曾经参与过多届纽约展的上海飞马进出口贸易有限公司表示，纽约展为企业提供了展示创新产品的平台，虽然展会植根于美国本土，但展会的客商覆盖面已经延伸至周边国家，比如智利和加拿大。如今，努力在传统市场精耕细作，借助具备知名度和影响力的展会扩展客商范围，已经成为外向型纺织企业的发展策略。

经过了多年的发展，纽约春季展的办展成果有目共睹。本届春季展更注重提升商业对接效果。主办方将与在线B2B采购社区Tradegood合作，组织对接环节，帮助买家能够更准确、更深入地了解展商情况，进而选择适合自己的

合作伙伴。

展会期间，主办方还将组织业界人士举办多场形式多样、内容丰富的论坛及讲座。比如：Stylesight网站的趋势专家Cassandra Tsakins带来的2015春夏流行趋势讲演，这一环节关注哪些生活方式和文化将引领设计和产品发展；兰精公司的牛仔布项目经理Michanel Kininmonth将带领业内探讨牛仔创新方式以及如何实现可持续发展。2015年春夏色彩的流行趋势将由Pantone色彩机构的咨询师Laurie Pressman展开讲演。展会第二天，美国服装鞋类协会国际贸易部副会长Nate Herman将带领其他几位行业专家，探讨未来全球采购趋势，来自美国本土及亚洲各地的专业观众可从中汲取专业信息。

除了行业趋势外，美国商业代表办公室的代表还将带领与会者前瞻跨太平洋战略经济伙伴关系协定（TPP）、跨大西洋贸易与投资伙伴协议（TTIP）的最新进程以及贸易政策，以期与与会者提供必不可少的行业信息。