



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

本期目录

内部刊物 准印刊号：CTN2012-011

特别报道

02 “新改革元年”纺织产业的发展

● 特别报道 |

- 02 纺织产业将保持平稳发展态势
- 03 破解原料顽疾将有实质性进展
- 04 机器人时代来临
- 04 生物产业夺取高新技术制高点
- 05 产业用纺织品创造行业经济新增长点
- 06 纤维品牌从源头提升产业链价值
- 06 资源综合利用是长久之计
- 07 电子商务打通线上与线下渠道

● 行业动态 |

- 08 “纺织强国指标体系”研究取得阶段成果
- 08 2014年纺织行业六大关注点
- 09 2014年国产纺机创新特点
- 10 增福利、本地化呈河南纺织用工新趋势
- 11 1月纺织对外贸易开局良好

● 政策法规 |

- 11 哥伦比亚政府将服装进口税延长两年
- 12 中国纺织报：纺织行业“高征低扣”难题将改变
- 12 商务部拟订落实措施为中国境外投资松绑
- 13 新版生态环保纺织品标准发布
- 14 TPP协议原产地规则或削弱美国纺织业利润

● 国际市场 |

- 15 尼加拉瓜加大自贸区纺织投资
- 15 非洲国家盼延长AGOA法案促进纺织品输美
- 15 斯里兰卡2013年纺织出口快速增长
- 16 美国新农业法案结束对棉农直接补贴
- 16 巴基斯坦纺织机械进口大幅增长
- 17 越南发展纺织业四面出击
- 18 印度取消棉纱出口激励政策
- 18 孟加拉国服装出口同比攀升20%
- 18 2014年春季法兰克福家纺展进口商与批发商观众数量明显增长

● 展会报道 |

- 19 2014春季纽约展风雪中首迎开门红
- 20 2014 intertextile春夏面料展3月开幕
- 21 2014 intertextile春夏面料展展商整装待发
- 23 2014 intertextile春夏面料展纱线展区带您领略纺织材料新世界
- 24 2014年中国纺织品服装贸易展（巴黎）春季展隆重开幕

“新改革元年” 纺织产业的发展

2014年，由于是十八届三中全会“全面深化改革决定”公布后的第一年，故也被称为中国经济“新改革元年”。随后召开的中央经济工作会议为中国新一轮改革的元年定下了“稳中求进，改革创新”的总基调，突出了改革，并在宏观层面和具体领域都做出了细致部署。

那么，在新改革元年，作为我国“国民经济的支柱产业、重要的民生产业、国际竞争优势明显的产业”的纺织产业的整体发展形势如何？多名业内专家和优秀企业掌门人给出了各自的观点。希望能对业内企业的战略发展有一定的参考作用。

纺织产业将保持平稳发展态势

——中国纺织工业联合会会长 王天凯

十八届三中全会审议通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》，让纺织行业看到了新的希望。《决定》中，“市场在资源配置中起决定性作用”、“鼓励非公有制企业参与国有企业改革，鼓励发展非公有资本控股的混合所有制企业”、“建立产学研协同创新机制”以及“推动对内对外开放相互促进、引进来和走出去更好结合，促进国际国内要素有序自由流动、资源高效配置、市场深度融合，加快培育参与和引领国际经济合作竞争新优势，以开放促改革”等一系列措施，对纺织业是一个重大利好，让行业看到了机遇和希望，也让行业在2014年迎来一个大的发展时期。

《决定》深刻剖析了我国改革发展中的面临的重要理论和实践问题，实现了改革理论和实践中一系列问题的重大突破，为解决纺织业结构调整产业升级所面临的深层次矛盾指明了方向，纺织业发展将迎来新一轮难得的发展机遇。

2014年，随着各项以稳增长、调结构为主要目标的调控政策的效果显现，国内经济保持平稳增长以及内需市场消费能力逐步提高的条件存在，特别是十八届三中全会提出的各项改革措施的逐步推进，也将对市场环境与信心产生正面影响。但同时也要看到，我国经济处于增长速度换挡期、结构调整阵痛期、前期刺激消化期三期叠加的状况，在经济增长中稳中有忧，也有险，经济运行依然存在较大下行压力。

中国纺织工业联合会副会长兼秘书长 高勇：

2014年还会是一个平稳的年份。尽管2014年棉花政策会有所变化，国家收放储政策也会调整，开始实行棉农直补政策，这个政策可能会使棉价有所降低，但是不会在一年内使纺织产业的产业格局发生翻天覆地的变化。因为还有很多棉花库存，这些仍旧会对棉价产生影响。此外，出口、内需等情况跟去年差不多，不会有太大变化，总体来看，2014年纺织行业仍将保持平稳发展。

桐昆集团总裁 汪建根：

十八届三中全会出台的改革大计，对我国纺织行业和企业有着非同寻常的意义，将为行业发展提供一个更加舒适、公平的市场环境，并为企业在市场中的定位与发展，提供更为广阔的空间，企业发展将大有作为。

波司登国际控股有限公司董事长 高德康：

十八届三中全会的新思想、新论断、新举措必将进一步激发非公有制经济的活力和创造力，有核心竞争力的民营企业将迎来新一轮发展的春天。中央经济工作会议的召开，为2014年的经济发展定下了总基调——“稳中求进，改革创新”，进一步突出了改革，并在深化改革方面做出了细致部署。

与此同时，中央经济工作会议提出的“实施积极的财政政策和稳健的货币政策”和“大力调整产业结构”以及“释放有效需求，充分发挥消费的基础作用、投资的关键作用、出口的支撑

作用，把拉动增长的消费、投资、外需这三驾马车掌控好”等关键性表述对2014年的纺织行业的发展具有重要的指导意义。

山东颜春纺织有限公司副总经理 马晓峰：

在新的一年纺织企业所面临的严峻形势不会有太大改善。因为国内外经济形势还存在一些不确定因素，因此行业未来的走势不会太乐观。与此同时，现在纺织企业两极分化现象比较严重，80%的利润向20%的企业集中。企业要

稳步发展需要在高端产品上下功夫，调整企业营销模式。

南通双弘纺织有限公司总经理 吉宜军：

2014年上半年的形势可能与2013年差不多，下半年会比上半年要好。因为，在下半年棉花问题可能会得到有效的解决。现在很多企业都在观望棉花政策的调整，如果下半年这个政策明朗了，那么行业形势也就自然就好起来了。

破解原料顽疾将有实质性进展

——中国棉纺织行业协会会长 朱北娜

对于饱受原料之苦的纺织行业来说，2014年无疑将是一个充满新期望的一年。虽然目前官方尚未正式公布实施棉花直补政策，但从各方情况来看，实行三年的棉花临时收储政策将在2014年有所调整，并实行棉农直补，新疆作为试点区域正在制定具体的试点方案。

于2011年实行的棉花临时收储政策所造成的巨大国内外棉价之差，可谓让中国纺织行业，特别是棉纺企业受到重创。

2013年，国内外棉花价格差达到了近5000元/吨，这导致我国纱线产品失去了应有的市场。在国内纺织企业纱线产品失去市场的同时，国外进口纱大量进入中国，抢占中国的纱线市场，这也让中国纺织品逐渐失去竞争力。

在棉花临时收储政策下，纺织企业发展异常艰难，尤其是一些中小型企业出现了限产或关停的现象。小微企业关停现象较为严重，也有部分小企业为留住工人、不停车和分摊成本，不得不无利经营。

棉花临时收储政策的调整在一定程度上将缓解上述问题。有分析人士认为，实施棉农直补是可行的方法，同时辅助抛储、配额等政策，有利于改变目前纺织服装整体低迷的状态。取消棉花临时收储后，棉价下降有利于企业降低成本，不但可促出口，还有助于内销纺织服装走出困境。

影响纺织行业发展的原料问题还不仅仅是

棉花问题，涤纶也将成为制约行业发展的新瓶颈。

涤纶的问题主要是出现在其重要的原料PX上。由于某些社会关系，以及人们对PX的认识存在一些误区，这些年PX项目开工不顺，无论是在哪个地区上PX项目，都受到了当地居民的强烈反对。

十八届三中全会提出的“市场在资源配置中起决定性作用”、“鼓励非公有制企业参与国有企业改革，鼓励发展非公有资本控股的混合所有制企业”等各种改革“因子”或许能为这一顽疾的解决注入一味良药。

机器人时代来临

——中国纺织机械器材工业协会副理事长 祝宪民

纺织企业智能化革新时代迎来了机器人的加入，成为纺织行业转型升级的革命性标志。

信息技术时代人才虽是企业关键，但智能化纺织机器人的加入给纺织产业这样的劳动密集型产业带来革命性变化。近年来，一些企业投入信息化高新技术，开发纺织企业智能化生产机器人，在代替人工作业的同时迎来机器人用工的新时代。

很多国内机械生产制造商从网络自动化研发出智能纺织机械，促进了纺织行业智能化迅速发展。数字化、网络化、智能化的时代已经到来，中国纺织装备的自动化、智能化技术正向更高水平发展。

在设备研发方面，许多研究中心已开发出现代“机器人”。目前，北京机械工业自动化研究所自动控制与物流技术工程研究中心的全自动络筒机已应用于化纤生产企业，实现了自动化管理控制生产流程。

赛特环球机械（青岛）有限公司的粗细联合智能全自动粗纱机系统以全自动落纱粗纱机为中心或出发点，可以实现粗纱纺织和输送的自动化、连续化、数字化控制，满足纺纱厂多品种生产的自动化需求。

以纺纱工艺为例，未来可以继续实现设备

的连接，以减少人为的干预。在细纱设备方面，通过先进技术与控制系统，电锭技术可以实现无需传感器的单锭断头自停和粗纱停止喂入，企业可以控制千锭时断头率，从而实现夜班无人值守。

目前，国内纺纱的发展趋势是小批量、多品种，有的纺纱企业负责人认为粗细联在生产多品种、小批量产品上优势不明显。中国纺织业自动化、智能化技术的水平仍然较低，但工业智能化发展势不可挡，企业应该提前认识主动出击，迎来智能化全新时代的来临。

山东康平纳集团有限公司的筒子纱染色生产车间实现了全自动化生产。整个生产车间仅有先进的机械设备高速运转，这让很多企业心生羡慕。然而，不断学习引进新设备才是企业创新发展可持续的关键。企业在大数据时代，要学会利用网络智能化发展企业。

纺织“机器人”是传统纺织业现代化生产革新的创新动力，“机器人”的加入给纺织企业带来技术革新。目前，国内纺织装备新型自动化、智能化技术的发展已经步入快车道。纺织企业如何保持稳步高速发展，需要企业转变思想主动出击，以实现产业智能化升级发展。

生物产业夺取高新技术制高点

——中国纺织工业联合会副会长兼秘书长 高勇

——中国化学纤维工业协会会长 端小平

2013年5月30日，国务院通过《“十二五”国家战略性新兴产业发展规划》，提出了七大战略性新兴产业的重点发展方向和主要任务，明确生物产业是七大战略性新兴产业之一。为了更好地促进这种具有重要战略地位新兴产业的发展，6月21日，“中国化学纤维工业协会生物基化学纤维及原料专业委员会”正式成立。

从这两个阶段性的事件中不难看出，生物基产业的重要性以及它对于我国整个纺织行业的重要意义。

放眼全球，现在化学纤维从生物基途径所取得原料的趋势在全球都在日益凸显，世界各国，尤其是发达国家，在金融危机之后，都把发展生物产业作为走出困境、夺取高新技术制

高点、走上繁荣的国家战略。

目前，我国生物基化学纤维及原料的发展已经取得了比较喜人的成就，拥有诸如壳聚糖纤维、PDT纤维、竹浆纤维等自主知识产权和国际水平、产品、市场都相对成熟的品种，一些纤维的应用市场也相对成熟。我国高性能纤维的发展一直都在追随着国外发展的脚步，而唯有生物基化学纤维同国外差别不大。

在接下来的日子里，生物基产业仍将是国家和纺织产业发展的重点。“任何时候都不应该放松技术的发展，国内的生物基化学纤维从业者，应该要发挥出原创的精神，开发出自主知识产权的技术和装备，并引领世界。”中国纺织工业联合会副会长兼秘书长高勇对生物基产业提出了殷切希望。

当前，我国生物基化学纤维面临着“三个替代”、“三个结合”、“三个重点”的主要任务。为了切实推动我国生物基纤维及原料的发展，中国化纤协会还组织编撰了《中国生物基化学纤维及原料科技与产业发展（30年）路线图》。路线图首次明确了中国生物基纤维及生化原料的产品目录，并分三个十年分别列出各个品种的技术与工程攻关、产业化目标。

2014年，生物基原料及纤维产业，仍将是整个纺织产业的重点。对于整个行业来说，面对着新的形势变化，把生物基产业当成一项任重道远的任务来抓，不失为一个很好的选择。毕竟，这是一个既绿色又关系着国计民生的重要战略产业。

产业用纺织品创造行业经济新增长点

——中国产业用纺织品行业协会会长 李陵申

在发达国家，产业用纺织品早与服装纺织品、家用纺织品并驾齐驱，三分天下。

近年来，随着产品结构调整的推进，我国产业用纺织品纤维加工量比重逐年提高，截止到2012年，服装、家纺、产业用比例为48.5:29.3:22.2，与发达国家还有一定的差距。参照国际市场发展规律，未来我国产业用纺织品赶超服装和家纺消费是趋势，这也预示着我国产业用纺织品市场有较大的发展潜力。

当前，正处在“十二五”规划实施中期，产业用纺织品行业表现出迅猛的发展势头，全面实现了产业用行业“十二五”中期任务。2012年，产业用纺织品纤维加工总量为1010万吨，占纺织纤维加工总量的比例超过22%，企业研发费用占比提高0.5个百分点，全行业现有15家省级企业技术中心，六大重点领域比翼齐飞，标准管理体系日渐完善，标准建设得以加强，全行业制修订35项标准弥补发展滞后，产业用纺织品专用纤维快速发展，纤维国产化产业化取得明显突破。

山东陵县成为行业首个超百亿产业集群，

湖北彭场和福建尤溪产值将超百亿元。相信到2015年，产业用纺织品行业将超额完成“十二五”规划任务。

这个效果在规划制定之初始料未及，因为当时增速超过产业用纺织品的行业有很多，而现在看来，产业用纺织品在行业利润率、劳动生产率等指标方面已超额完成“十二五”规划中期目标，在纺织全行业处于绝对优势地位。

未来产业用纺织品企业唯有加强研发，加快产品升级换代，唯快不破。在提升研发和设计能力的同时，大力挖掘庞大的国内消费市场，同时加强线上电子商务和线下实体店的融合发展，积极发展O2O模式，拓宽消费渠道，真正赢得新的发展机遇点。

纤维品牌从源头提升产业链价值

——中国化学纤维工业协会会长 端小平

——上海联博安防器材有限公司董事长 蔡明德

——江苏大生集团有限公司的高级工程师 赵瑞芝

——四川省纺织科学研究院高技术纤维研究所所长 王桦

我国化纤行业经过30多年的发展，已经成为世界上生产规模最大、产业链最完整、具有较强竞争力的纺织化纤制造业大国，但离化纤强国的目标却还有一定距离。

“在由大到强的道路上，行业必须要加快转变发展方式，培育和形成以创新、质量、品牌、服务为核心的新竞争优势，实现产业链、价值链由低向高的跃升。在这种情况下，中国化学纤维工业协会联合国家工业和信息化部消费品工业司、东华大学、国家纺织化纤产品开发中心在2012年向全行业发布了第一届中国纤维流行趋势，开始了从原料开始提升中国纺织产业链价值的一项重要工作。”中国化学纤维工业协会会长端小平如此说道。

作为纤维品牌推广的重要活动之一，中国纤维流行趋势的发布已成功举办了两届，不仅为化纤行业拓展了市场，而且为下游企业带来了新机遇。2012-2013年，纤维流行趋势发布拉动了100多万吨相关纤维的销售，增加了160多亿元销售收入，同比增幅30%以上。

对于纤维流行趋势的举办，业内所给予的评价也非常高。上海联博安防器材有限公司董事长蔡明德就指出，纤维流行趋势的发布让企业更加了解目前国内最为关注的纤维是什么，同时还把纤维企业的新产品传递给了下游的客户，让产品离消费者更进一步。

来自江苏大生集团有限公司的高级工程师赵瑞芝也表示，活动的举办帮助企业获得了行业发展及动态方面的相关信息，有着非常重要的指导作用。

“从整个行业的发展情况来看，纤维流行趋势活动的举办，很好地引导了我国的纤维企业加大对于新型纤维产品的开发力度，在应用方面也扩大了纺织产品的新领域。”四川省纺织科学研究院高技术纤维研究所所长王桦这样表示。

资源综合利用是长久之计

——华纺股份有限公司董事长兼总经理 王力民

——中国人民解放军总后勤部军需装备研究所实验中心主任 唐世君

节能减排是中国转型发展的必经之路，作为当前我国产业体系中市场化程度最高、竞争最激烈、产业链最完整的制造行业，纺织产业在节能减排方面也是成效显著，通过采用先进工艺和设备，推广应用纺织印染废水治理技术等手段，废水治理率和达标率得到大幅提高，能源消费总量占全国工业能源消费总量的比例以及单位国内生产总值能源消耗也在逐年下

降。

节能减排从源头做起，就是要清洁生产。华纺股份有限公司董事长兼总经理王力民介绍，纺织企业做到清洁生产，技术和设备是关键，华纺股份就是从设备改造和工艺改进方面入手，应用绿色染整工艺，引进热管式废热锅炉，在节能减排方面取得了一些进展。

中国人民解放军总后勤部军需装备研究所实验中心主任唐世君谈到，未来一段时间内纺织行业转变发展方式的主攻方向之一应是节能减排与资源综合利用，这就是要求我们既要重视节能减排问题，也要重视纺织品的回收问题。

唐世君表示，我国是纺织服装大国，纺织原材料的消耗量占世界总消耗量的一半以上。同时，每年产生数量巨大的废旧纺织品，不但占据大量空间，还造成环境污染和资源浪费。因此，纺织企业在清洁生产的同时，还要注重资源综合利用，只有这样才能实现真正的节能减排。

从中国共产党十八大报告把生态文明建设提到前所未有的高度，到十八届三中全会再次强调，紧紧围绕建设美丽中国深化生态文明体制改革，加快建立生态文明制度，健全国土空间开发、资源节约利用、生态环境保护的体制机制，推动形成人与自然和谐发展现代化建设新格局。因此，作为制造业中坚力量的纺织企业，注重节能减排和资源综合利用，加强生态文明建设，建设美丽中国，实现中华民族的伟大发展是我们行业人士不可忘却的责任和义务。

电子商务打通线上与线下渠道

——上海罗莱家用纺织品有限公司电子商务直营渠道部总监 范萍萍

——四川上官家纺集团、四川缦歌家纺有限公司董事长 上官志贺

今年，电子商务将继续更改我国纺织产业的格局。一方面，以床品、毛巾为主的家纺企业过去所开展的电子商务今年将继续红红火火；另一方面，这些家纺企业的品牌上线以后，如何与线下加盟商进行利益分配也成为了迫切需要解决的问题，为此电子商务O2O模式的探索势在必行。

目前，罗莱家纺的线上商城的商品范围已经拓宽至罗莱家纺旗下的各个子品牌。与此同时，其主品牌罗莱开始探索线上线下同款同价的策略，O2O模式正式进入了公司的视野。

上海罗莱家用纺织品有限公司电子商务直营渠道部总监范萍萍表示：“从去年开始，我们在一些直营店做O2O模式的探索，但线上电子商务和线下加盟商之间的关系还有待改善。”

范萍萍认为，线下的实体店走向线上并不容易。这些实体店不可能一下就能打响线上商城的知名度，同时，线上商城有它独立的注册域名，推广费用也在不断提高，做电子商务的门槛较过去已经大大提高了。

如何平衡好线上与线下争夺消费者这一现象，是今年家纺行业不得不面对和解决的问题。

正如一位资深行业人士所言，如果不将线上销售与线下经销商的关系理顺，那么“线上卖得越好，和加盟商之间的矛盾就越大”。

从经销商起家的四川上官家纺集团，经过多年发展，销售网络已经遍布四川省各地、市，拥有过百家水星家纺、明超家纺等专卖店。过去，四川上官家纺集团每年以30%的速度完成增长，但是2013年受到电子商务的冲击，公司业务的增长下降了很多。

“目前来说，一些大的家纺品牌的电子商务做得很好，但他们这部分业务似乎并没有分给经销商来参与。小一些的家纺品牌也在做电子商务，做的效果却不太理想。”四川上官家纺集团、四川缦歌家纺有限公司董事长上官志贺说。

O2O模式的核心是将线上线下两种渠道打通，消费者可以在线上下单，通过线下的实体店体验、拿货。此外，在O2O推广的过程中，除了利益相关方的均衡难以协调、信息化系统对线上大数据的分析、订单处理分解、线下网店体验、物流配送和售后服务等都是有待解决的问题。

“纺织强国指标体系”研究取得阶段成果

据中国纺织工业联合会消息，目前，纺织强国指标体系的研究已取得阶段性进展，包括4项一级指标和18项二级指标的设计和权重研究工作已完成。一级指标包括规模发展、质量效益、结构优化、持续发展；二级指标包括纺织行业出口额占全球纺织行业出口总额比重、我国纤维加工量占世界纤维加工量的比重、工业增加值率、劳动生产率、贸易竞争优势指数、销售利润率、标志性产业的产业集中度（化纤、纺机）、产业用纺织品纤维消费量比重、规模以上企业出口交货值占销售产值的比重、中西部地区纺织工业总产值占全国的比重（规上）、化纤差别率、高端技术装备自给率、研发投入强度（R&D投入占主营业务收入的比重）、研发人员占从业人员比重、单位工业增加值能耗、单位工业增加值用水量、再利用纺织纤维量占纤维加工总量的比重、污染物排放及处理情况。

据介绍，纺织强国指标体系建设启动于

2013年年初，是中国工程院“制造强国战略研究”重大咨询项目的一部分。建立纺织强国指标体系的过程，是寻找与传统纺织强国差距的过程，更是行业理清思路、探寻实现纺织强国路径的过程，其必要性和重要性不言而喻。同时，指标体系还将为行业“十二五”后半期的发展以及制定纺织工业“十三五”发展规划提供更加科学的依据。

下一步中国纺织工业联合会将针对纺织强国指标体系开展调研工作，根据调研情况对现阶段研究成果进行更新，搜集相关数据进行综合测算，进一步确定我国纺织强国指标，并与世界上纺织产业发达的国家和地区进行横向对比，综合、客观、详细地评价我国纺织产业的现状，有利于全行业统一思想、聚焦强国目标，推进纺织强国建设各项重点任务的实施。

2014年纺织行业六大关注点

2013年，是中国纺织行业“十二五”规划实施的重要一年，更是行业转型升级的关键期。虽然面临着国内外众多挑战，但行业发展好于预期，主要经济指标保持了稳定增长，实现了行业平稳发展。

2014年虽有全面深化改革政策带来的利好因素，但行业面临的形势依然复杂多变，企业在运营中的承压负重感不会骤然消退，中小企业生存压力依然凸显。因此需要全行业作好思想准备，继续克难奋进。2014年，行业有一些重点问题值得特别关注：

一、棉花质量与进口棉配额管理衍生出的新问题；

二、部分产业存在结构性过剩，同质化竞争严重的现象须解决；

三、节能减排压力较大，企业尤其是中小企业面临生存考验；

四、区域结构调整工作艰巨复杂；

五、纺织强国指标体系建设提上未来两年重要议事日程；

六、新疆促进百万人纺织就业的相关规划为纺织行业带来发展机遇，在密切关注新疆这一产业热土的同时也须强调科学规划与发展。

2014年国产纺机创新特点

仅靠仿造难以为继 创新之箭已在弦上

随着原材料成本以及劳动力成本上涨等问题的日益凸显，纺织行业整体赢利水平普遍出现了下降。与此同时，纺织企业对纺机设备个性化要求却越来越高，纺机企业正在经历由卖方市场向买方市场的转变。

在2013年整体行业销售不佳的情况下，一些具有自主知识产权的、性价比较高、自动化和智能化水平较高的设备销售却没有受到太大影响。同时，能够满足企业技术革新要求的老式设备改造业务也呈现出迅速增长的态势。随着市场需求的变化，纺机生产企业逐渐认识到，只有提高产品附加值，才能牢牢把握产品的市场定价权。而要提高产品附加值就势必要增强纺机企业乃至整个行业的创新能力。

进入“十二五”以来，纺织机械行业的主要企业也加快了科技创新机制的建立。继经纬纺机和恒天重工两大纺织机械集团之后，2012年纺织机械行业又新增加国家级技术中心3家，使纺织机械行业国家级技术中心达到5家。这些都使行业创新步伐明显加快。纺机生产企业意识到，今后再仅仅依靠过去消化吸收、仿造纺机产品的模式已经难以持续了，创新之箭已在弦上。

创新需要解放思想 三大瓶颈仍待突破

尽管目前纺机行业自主创新的力度有所加强，但行业的整体创新能力仍不能让人完全满意。不少纺机企业负责人认为，当前企业自主创新的巨大阻力仍然在于思想守旧，要想真正实现创新首先要解放思想。

在研发纺机产品的过程中，国内企业存在一个通病，那就是热衷于跟风。国外有什么新技术了，我们就先跟着仿制，然后在这个基础上进行改装，总是被动跟在别人后面跑，真正意义上的自主创新少之又少。即使有些企业申请了创新专利，其含金量也不高。甚至有些企业创新的目的仅仅为了名气。这些企业为了达

到专利申请成功的目的，绞尽脑汁将原有零部件位置和形状变动一下，专利便申请成功了。有的企业老总还自嘲道，我只要拿到了专利，就证明我是自主创新。

实际上，创新是一个艰苦的过程。一个新产品如果不走弯路、一切进展顺利的话，从产品立项到产品研制成功、上市，得到客户认可，至少需要3~5年时间。如果哪个环节出了问题，需要进行修正的话，那么产品的创新周期会更长。创新需要耐得住寂寞，想真正创新，企业负责人一定要在解放思想的同时，摒弃投机思想。

不少业内专家指出，创新除了要摆脱思想束缚之外，还有三大瓶颈有待解决。

一是创新人才不足。不少纺机企业反映，目前，纺机发展已经进入智能化自动化时代，这就需要产品开发人员不仅要懂机械、懂工艺，而且还要懂自动化控制技术。但目前纺织院校专业培养出来的学生一般还达不到这个水平。

二是创新需要完善企业创新机制。虽然划时代的技术革命是创新，但这种创新需要很长的周期。相比之下，企业的小革新和技术小改造就是另一种创新，而这种创新是企业全体员工集体智慧的结晶。因此如何完善企业创新制度，激励全员参与企业创新也是摆在企业创新面前的一个问题。只有好的创新制度激励，才能使创新人才脱颖而出。

第三就是法律规范仍须加强。目前行业内部存在相互抄袭创新成果的现象，而且由于仿造的违法成本太低，以至于不少企业热衷于剽窃其他企业的专利成果。因为自己并没有投入经费进行研发，因此仿造出产品后就可以大打价格战。这对于投入大量研发资金、花费大量时间和精力进行研究的企业来说，是极大的不公平。有些纺机企业也反映，即使有时候真下决心要和侵权企业打官司了，也面临要耗费很长的时间、精力和费用等问题，即使胜诉了，赔偿金还没有打官司花费多。这些因素都极大阻碍或挫伤了企业自主创新的积极性。

紧跟市场需求创新 用户认可才是真谛

创新产品一般具有市场定价权，因此，越来越多的企业对产品创新表现出巨大兴趣。但创新产品有没有前途，主要看它能不能和市场需求吻合。如果创新产品不能给企业带来效益，那么就不可能被市场和用户企业认可，这样的创新也没有什么意义。

所以，立项之前的市场调研非常重要。创新工作是否符合市场需求不仅是衡量企业自主创新成果有无意义的主要标准，同时还是关系企业能否获得丰厚市场回报的主要因素。

不少业内人士认为，今后纺机的发展趋势是自动化和智能化，但这也并不是说，中低档的产品就完全没有市场了。在相当长的一段时间内，市场仍将呈现出高中低产品并存的情况。这一点从2013年的纺机市场表现也可以看出。虽然这一年，细络联、粗细联等自动化水平较高的设备销售总体情况不错，但一些短车自动落纱改造、旧式清花、梳棉设备改造清梳联的市场热度超乎了人们的预期。重庆金猫器材有限公司董事长杨崇明认为，这些设备之所以热销，能够得到用户的认可，就是因为它们迎合了用户企业对于减少用工成本、降低工人劳动强度设备的需求。

增福利、本地化呈河南纺织用工新趋势

春节过后，河南省纺织企业职工按时返厂、马上到岗，成为今年节后反攻的特点。究其原因，增福利、本地化成为当地纺织用工新趋势。

企业付出 员工回报

南阳纺织集团是业内认为改制最成功的企业。改制成为民营企业7年来，集团坚持“关爱员工，公正公平，多劳多得，和谐共生”的理念，尤其是在近几年行业遭遇诸多困难的情况下，集团却做到了逆势增长，员工收入大幅提高，队伍稳定。

春节前夕，企业为员工人均发放慰问金2400元，并向员工承诺，慰问金在上年的基础上每年递增100元。

企业关爱员工一分，员工回报企业十分。2月9日，节后上班第一天。早上5点就有不少员工赶到厂里做准备。到8点时，各车间各工序，车已开齐，实现马年“开门红”。节后上班第一天，除50多名山区员工因大雪封山未赶到外，3540多名员工按时返厂，集团返厂到岗率达98.5%。同时，这一天还有80名新工进厂。

招得进 留得住

许昌裕丰纺织有限公司的福利待遇在周边企业中是最高的。逢年过节发礼物；对员工实

行工龄补贴；请假不扣工资，允许当月补班，不影响评选先进；每月为员工集体过生日；组织劳模旅游；企业建造了4栋住宅楼，按成本价卖给员工，让员工安居乐业，这些都是企业给员工的福利。

2月8日是公司节后上班第一天，员工100%按时到岗，45万锭全部开齐。

尉氏纺织有限公司不仅注重保障员工权益，不断提高薪资待遇，还特别注重员工的培养和发展成长。如今，企业70%的中层干部均从生产一线员工中提拔上来。这让员工感到有干头、有盼头。

2月9日，尉氏纺织有限公司节后上班第一天。员工返厂到岗率达90%以上，创近几年历史新高。并且，经老员工介绍有30多名新工进厂，为企业增添了新生力量与活力。

提前部署 准时开工

平棉集团节前召开专题会议进行安排部署。各车间设立节后全勤奖，确保职工出勤率；关心职工生活，对困难职工、大病住院职工和家庭发生意外的职工进行帮扶救助和慰问，对骨干员工进行家访谈心，让职工感受到平棉大家庭的温暖和组织的关怀。

2月9日，平棉集团节后上班第一天，纺织

主业职工返岗率100%，宝棉公司返岗率99%。车全部开齐，机台很快进入正常运行，质量稳定，且产品都有订单。

“输出”已过时 “内转”成趋势

2月12日（农历正月十三），由河南杞县人社局为福建长泰县举办的专场招聘会在杞县举办。原定于9：30分开始的招聘会，不到9：00，现场就挤满了前来择业的农民兄弟。农民工的择业热情和寒冷的天气形成了鲜明对比。

这场招聘会，福建长泰县精心筛选出当地23家用人单位，带着诚意，这些企业一早就来

布置展位，希望招到更多更好的杞县农民工。为了让这些应聘者来自己的企业打工，缴纳“五金”、正常假期休息、伙食免费，一些招工单位提供了优厚的待遇和有吸引力的条件。这样的条件吸引了不少应聘者报名，但是还远远没有达到计划招收60名的目标。

杞县农民工务工流向呈现出由“输出”转向“内转”的趋势。这说明河南的产业支撑和吸引力明显增强，农民本地就业已经成新趋势。

1月纺织对外贸易开局良好

据日前海关总署发布的数据，2014年1月，我国货物贸易进出口开局良好，贸易总值3824亿美元，比去年同期(下同)增长10.3%。其中，出口2071.3亿美元，增长10.6%；进口1752.7亿美元，增长10%；贸易顺差318.6亿美元，扩大14%。

1月，纺织品服装出口286.2亿美元，再创历史新高，增长16%；其中纺织品出口105.4亿美元，增长14.8%，服装出口180.8亿美元，增长16.6%。

哥伦比亚政府将服装进口税延长两年

为保护哥伦比亚的服装工业免受不公平的竞争，哥伦比亚政府宣布将服装进口税法延长两年。

哥总统曼纽埃尔·桑托斯总统宣布，根据074号法令执行的进口税措施将继续。关税法074号法令自2013年3月1日开始执行，对进口到国内的全部纺织品和服装征用5美元/千克的统一关税，将进口税从15%削减到10%。

桑托斯总统说，新关税在一年前实行，保护了国内的服装工业免受不公平竞争。这种关税对服装生产带来了积极的影响。政府希望继续这项措施，这不会影响到那些实际价格的进口，但是将伤害到那些人为低价或者通过走私的进口。

哥伦比亚企业发展部副部长介绍了延长进口税措施保护当地服装工业的范围。服装的限值将是10美元/千克，低于价值的所有服装将继续支付目前10%的混合关税加5美元/千克。那些价格高于10美元的服装将缴纳10%的关税加5美元/千克。在以前，所有的服装征收统一的税收，不允许进口在哥伦比亚不生产的部分产品，因为这些产品消费者不能够以竞争性的价格得到。

哥伦比亚的这项新措施将允许进口那些符合世界贸易组织正式贸易关税水平的产品，例如有效关税不应当超过40%。

中国纺织报：纺织行业“高征低扣”难题将改变

长期困扰纺织行业的“高征低扣”问题将有所改变。据记者了解，安徽省率先把皮棉、棉纱纳入农产品增值税进项税额核定扣除试点范围，此举意味着13%的进项税额将被打破。由于计算方法复杂，企业要等到3月交税后才能知道进项税额调整的准确数字。

据《安徽省国家税务局 安徽省财政厅关于扩大农产品增值税进项税额核定扣除试点有关问题的公告》（以下简称《公告》）（2013年第11号文件）：自2014年2月1日起，以购进农产品为原料生产销售皮棉、棉纱、精制茶、瓜子的一般纳税人，纳入农产品增值税进项税额核定扣除试点范围，其购进农产品无论是否用于生产上述产品，增值税进项税额均按照《财政部国家税务总局关于在部分行业试行农产品增值税进项税额核定扣除办法的通知》（财税〔2012〕38号）的有关规定核定农产品增值税进项税额。具体分类如下：农产品初加工（代码：A0513，选取“棉花去籽加工”部分）、棉纱加工（代码：C1711）。核定扣除方法：试点纳税人购进农产品生产销售皮棉、棉纱、精制茶、瓜子，按照《财政部 国家税务总局关于在部分行业试行农产品增值税进项税额核定扣除办法的通知》（财税〔2012〕38号）附件1《农产品增值税进项税额核定扣除试点实施办法》第四条中“投入产出法”的有关规定核定农产品

增值税进项税额，不再凭增值税扣税凭证抵扣增值税进项税额；购进除农产品以外的货物、应税劳务和应税服务，增值税进项税额仍按现行有关规定抵扣。试点纳税人购进农产品生产销售上述产品，按照主产品当期销售情况，计算允许抵扣的增值税进项税额。

《公告》中对扣除标准（农产品单耗数量）作了明确规定：其中皮棉（每吨）按2.7吨籽棉单耗数量计算；精梳棉纱（每吨）按1.4吨籽棉单耗数量计算；普梳棉纱（每吨）按1.1吨籽棉单耗数量计算。

另外，据《河北省国家税务局 河北省财政厅关于扩大农产品增值税进项税额核定扣除试点行业有关问题的公告》（2014年第1号）也将“籽棉加工”、“羽绒生产”纳入核定扣除试点行业，规定：从事“籽棉加工”、“淀粉加工”（以玉米、薯类为原料）、“皮革鞣制加工”、“生物质发电”、“羽绒生产”5个行业的增值税一般纳税人实行核定扣除，农产品核定扣除采用投入产出法，并实行全省统一的核定扣除标准。

编后：长期以来，对纺织行业实行的“高征低扣”（棉花进项税按13%抵扣，棉纱销项税按17%征收）政策，令本已处于微利中的企业生存更加艰难。

商务部拟订落实措施为中国境外投资松绑

为推动中国企业走出去及个人对外投资，我国在对外投资方面又将有新措施出台。商务部新闻发言人沈丹阳近日表示，商务部正在同有关部门抓紧修订《境外投资管理办法》，除对敏感国别和敏感行业的境外投资保留核准外，拟一律实行备案制。这无疑将进一步激发国内企业的投资热情与积极性，有望推进境外投资再攀新高。

沈丹阳表示，扩大企业及个人对外投资，改革涉外投资审批体制，涉及到多个部门的职责，商务部作为其中一个重要部门，将积极而坚决地落实党的十八届三中全会的有关决定和

要求。目前，商务部正会同有关部门研究拟订具体落实措施，近期重点推动三项工作：

一是研究深化对外投资管理体制改革的实施方案，推动对外投资合作便利化，逐步实现对境外投资实行以备案制为主的管理方式。

二是正在抓紧修订《境外投资管理办法》，除对敏感国别和敏感行业的境外投资保留核准外，拟一律实行备案制。

三是加强业务统计监测，完善规划引导和信息服务，既引导企业及个人了解国外投资环境和商机，扩大对外投资，也帮助其加强风险防范和应对。

新版生态环保纺织品标准发布

近日，国际环保纺织协会（OEKO-TEX）公布了2014版OEKO-TEX Standard 100生态环保纺织品检测标准及限量值。与往年相同，最新标准和限量值在年初公布后仍然会有3个月的过渡期，将于2014年4月1日起正式生效。新版标准对全氟辛酸（PFOA）的监管将更加严格，同时，4种长链全氟化合物将被加入新标准的考察目录中，限量值与全氟辛酸相同。新标准的发布，表明国际环保纺织协会全力支持欧洲倡导的“有害化学物质零排放（ZDHC）”行动，积极支持并协助全球品牌商和零售商到2020年实现在整个生产环节中彻底消除有害化学物质。

据OEKO-TEX国际环保纺织协会在中国的官方代表机构TESTEX特思达（北京）纺织检定有限公司介绍，新规实施后，4个级别的纺织品中全氟辛酸的含量将不得超过以下限量值：第一级别为50羰/kg（即0.05mg/kg，2013版限量值为0.10mg/kg）；第二级别为100羰/kg（即0.1mg/kg，2013版限量值为0.25mg/kg）；第三级别为100羰/kg（即0.1mg/kg，2013版限量值为0.25mg/kg）；第四级别为500羰/kg（即0.5mg/kg，2013版限量值为1.00mg/kg）。

4种长链全氟化合物将被加入新标准的考察目录中，限量值与全氟辛酸相同。这4种化合物分别为全氟十一烷酸（CAS 2058-94-8），全氟十二烷酸（CAS 307-55-1），全氟十三酸（CAS 72629-94-8）和全氟代十四酸（CAS 376-06-7）。由于这4种化合物已经被欧洲化学品管理局（ECHA）列入REACH法规的高度关注物质清单（SVHC），国际环保纺织协会也立即将其列入了有害物质的考察范围。

新标准中，OEKO-TEX考察的全部全氟化合物（PFCs）将被作为一种物质分类单独列出，而不再统一归入“其他残余化学物”。对于烷基酚乙氧基化物（APEOs）的测试将延伸到乙氧基化物链（1-20）。壬基酚（NP）、辛基酚（OP）、壬基酚聚氧乙烯醚（NP(EO))和辛基酚聚氧乙烯醚（OP(EO))在所有产品级别中的含量要求将更严格：壬基酚（NP）与辛基酚（OP）总计小于10mg/kg（2013版限量值为50mg/kg）；壬基酚（NP）、壬基酚聚氧乙

醚（NP(EO) 1-20）、辛基酚（OP）和辛基酚聚氧乙烯醚（OP(EO) 1-20）总计小于250mg/kg（2013版限量值为500mg/kg）。

在去年12月颁布并将于2015年12月27日执行的欧盟REACH法规附件XVII中就已经列入了多环芳烃化合物，而OEKO-TEX Standard 100在2014版标准中即将启动对多环芳烃的监控，体现了OEKO-TEX Standard 100在纺织品及其辅料测试领域的领先地位。

关于增塑剂，化学品CAS编号为84777-06-0的邻苯二甲酸二戊酯将被加入该类考察物质（支链和直链）中，使其考察项目更加完整。

对于现在仅适用于特定产品的残余溶剂考察物质中例外限值3%的规定，将扩延到1-甲基-2-吡咯烷酮（NMP）物质，该例外的扩延仅适用于个人防护产品（PPE）中纺前原液染色纤维。

据悉，在3月27日至28日举行的TESTEX北京企业年会上，公司将特邀国际环保纺织协会秘书长为企业解读新版标准的最新变化及其对企业的影响，帮助企业全面理解新标准，解决认证和生产中的实际问题，并提供企业间的交流平台。

TPP协议原产地规则或削弱美国纺织业利润

跨太平洋伙伴协议(即TPP协议)是近期纺织行业中热议的话题之一,其签署可能对美国纺织行业带来重大影响。该协议包括美国和其十个贸易伙伴澳大利亚、文莱、加拿大、智利、马来西亚、墨西哥、新西兰、秘鲁、新加坡和越南等国家。根据协议,这些国家出口美国的商品将享受免税待遇。

对美国纺织业可能带来最大冲击的一点是由越南新提出的一条原产地规则。如果这一新规得以加入协定,那么美国现有的“从纱线开始”(yarn-forward)的原产地政策就会作废。

根据现行政策,从纱线到面料再到成衣的整个生产制造过程必须在同一国家完成才能认定该国为服装原产国。但根据新规,越南产服装可使用从中国进口的面料,并在其国内加工成服装后免税进入美国市场。这在美国同其他国家签订的所有现行协议中还不被允许。新规或许还会激怒中美洲自由贸易协定的成员国,因为根据现有协议的要求,这些国家必须购买美国产的纱线才符合原产地规则。

据美国《国会山》报报道,近日众议院167名立法者联名表达了对越南政府在纺织行业谈判中所采取立场的担忧,担心这一新规可能给美国本土及其出口伙伴带来巨大负面影响。报道还指出,越南方面预测在新规下,其在美国的市场份额将从现有的7%激增至30%。美国全国纺织团体协会将继续支持“从纱线开始”的原产地政策,近日其代表在众议院委员会作证时就指出新规可能给美国纺织行业带来的负面影响。

从实际情况看,新规则如果实施,美国国内正在复苏的纺织行业将遭到巨大冲击。沃尔玛最近刚刚承诺购买更多美国产纺织品;美国国内纺织工业的投资和设备现代化程度也已明显加大;萨尔瓦多的数家贸易企业也在其国内专门针对以人造纱线为主的高端运动服产品供应链解决方案开展投资,在像萨尔瓦多这样远离美国的小国对如此特殊的产业投资需要很大勇气。然而如果由越南提出的TPP协定新协议一旦通过,可想而知,越南纺织品涌入美国市场后将对这些投资带来巨大的负面影响。

正式参与TPP多边协议的九个环太平洋国家包括有:美国、越南、澳大利亚、文莱、智利、马来西亚、纽西兰、秘鲁及新加坡;而除了此九个国家外,尚有扩大其他国家加入TPP的计划。

TPP不是美国在亚洲地区第一个参与的区域贸易协议,但一旦TPP正式生效将会创建一个全球最重要的贸易集团。

美国纺织产业认为将越南纳入TPP将独具挑战,因为越南是继中国大陆之后,输美第二大纺织与服装产品供应国,全年出口值达63亿美元;近年来,越南更拓展至工业用布与其他高端纺织品领域。

该等议员表示,如同其邻近的中国大陆,越南拥有大型国营及补贴的纺织产业、低估的货币、环保措施薄弱,以及松散的智慧财产权执法依据。另外,越南依赖中国大陆进口大部分的纱线及布料,2009年自中国大陆进口纺织原料达22亿美元,这种情形引发对美国纱线及布料制造商出口机会受限的担忧。

美国纺织产业正运作取得从开始协商TPP内容的参数权利,特别是在原产地规则方面。

截至目前,纺织与服装产业在美国自由贸易协定下,总被视为一个独立章节进行协商。纺织与服装产业占美国与越南双边贸易1/3以上,并且比所有其他产业更具独特的敏感性,使得在美国贸易政策中呈现出复杂的现象。致使纺织与服装产品并不适合与其他产品一体适用的规则。

尼加拉瓜加大自贸区纺织投资

尼加拉瓜投资代表团主席Alvaro Baltodano近期发布了尼加拉瓜2013年度的出口数据情况，包括纺织业在内，该国2013年的出口额达到47亿美元。他们期望在2014年，该国纺织服装业的出口额达到25亿美元。根据目前尼加拉瓜自由贸易区加大投资生产的情况，预计2014年，该国纺织服装业的出口将接近这一目标。

Baltodano表示，尼加拉瓜将对本国纺织业

进行大量投资，以促进产品的出口。2013年，尼加拉瓜吸引的外资呈现不断增长的势头，例如除纺织业外，在其他产业方面，德国的Draexlmaier公司将投资1000万美元，促进其在尼加拉瓜马萨亚地区汽车安全带工厂的发展。

2013年尼加拉瓜的外商直接投资额预计为15亿美元，较2012年增长了17%，达到历史最高水平。

非洲国家盼延长AGOA法案促进纺织品输美

近日，撒哈拉沙漠以南的非洲各国大使举行会议，就如何延长即将于2015年10月15日到期的《非洲增长与机遇法案》（AGOA）交换了意见。

AGOA法案于2000年开始实施，非洲48国享有约6500种产品输往美国免配额、免关税的优惠条件，除原依据普遍性优惠制度(GSP)的4650项产品可享有输美免关税外，并另外再增加1800项产品。在AGOA法案下，受益最显著的是纺织及成衣类产品，其中5类可获得免关税、免配额的双免优惠待遇。

毛里求斯大使在会议中表示，过去几年，AGOA法案的实施推动了该地区的经济发展，非洲与美国之间的贸易更从2000年的294亿美元，增加到现今的950亿美元，非洲国家出口占美国市场的份额从1.5%上升至2.6%，但AGOA

法案的潜力尚未完全发挥。他认为，AGOA法案的实施过程中，非洲各国经济发展中受益最多的行业是纺织及成衣业。

2012年，毛里求斯对美成衣出口额达8.66亿美元，但仍不及美国成衣总进口的1%。AGOA法案中的“第三国布料条款”允许该区域内的不发达国家使用第三国面料缝制的成衣输美时享受免税待遇。如果美国取消AGOA的“第三国布料条款”，那美国给予非洲国家的优惠也将随之消失。

目前，因非洲缺乏足够的基础设施建设降低了AGOA法案的成效。此外，由于非洲企业对美国工业制品的标准了解较少，缺乏足够的市场信息及商业联系，非洲出口商往往在出口美国的过程中受挫。

斯里兰卡2013年纺织出口快速增长

据斯里兰卡中央银行经济研究部的统计，2013年12月，斯里兰卡纺织品和服装出口4.54亿美元，同比增长26.9%。数据显示，出口迅猛增长主要受欧盟和美国市场的带动。2013年12月，斯里兰卡纺织品对欧盟出口增长24.9%，对美国出口增长35.6%。

2013年，斯里兰卡纺织品服装总体出口为

45.08亿美元，较2012年增长13%。在纺织品服装出口呈现快速增长的同时，斯里兰卡纺织服装进口却有所下降，主要是国内服装以及相关产业向高附加值提升等因素。2013年12月，斯里兰卡纺织服装的进口额为1.74亿美元，同比下降10.2%。2013年全年，斯里兰卡纺织品服装进口为20.45亿美元，同比下降9.7%。

美国新农业法案结束对棉农直接补贴

为期5年的新农业法案有益于美国当地棉花和羊毛成衣制造商与纺织品生产商，但结束了对棉农的直接补贴。

美国众议院已于1月29日批准2014年新农业法案，而美国国会于2月4日通过该法案，待美国总统奥巴马签署后即可生效。

法案中将取消对农业的直接补贴，而棉花补贴长期以来备受巴西所争议，之前世界贸易组织(WTO)也已裁定美国补贴棉农实属违规。

然而，由于棉织物的关税高于特定棉制成衣，为了降低对当地厂商的伤害，新法案提供为期5年、1,600万美元的「Pima 农业棉花信托基金」。自2014年至2018年止，每年提供补助，其中25%的基金将提供给全国的协会，以提高pima棉花在纺织品与成衣中的运用。另25%将补助在美国生产环锭纺纱的pima棉花纺纱厂；剩下的50%则提供在美国剪裁与缝制棉质衬衫且在2013年内都是使用进口棉花的制造商们。

国家棉花总会(NCC)表示，这是很大的让步且背离了先前的方案，同时也相信，这是达成巴西将美国棉花补贴问题诉诸WTO最终解决方案的重要一步。

自2009年WTO裁定美国棉花补贴违法后，巴西便有资格对美国货品征收8.3亿美元的报复性关税。但是巴西并未采取该措施，部分原因在于美国每年支付1.473亿美元给巴西农夫(至2013年止)，同时也期望美国新的农业法能移除长期以来的棉花补贴。

新的农业法能否解除巴西所顾虑的，仍有待观察。

羊毛成衣与纺织品制造商也因为这项新农业法而获益，由于羊毛布料的关税比特定羊毛成衣关税来的高，为了降低对当地制造商的伤害，高达3,000万美元新的「农业羊毛成衣制造商信托基金」应运而生。另一项补助则为每年提供225万美元(至2019年)，做为羊毛研究与推广用。

巴基斯坦纺织机械进口大幅增长

2013年12月，巴基斯坦进口纺织机械5665.1万美元，同比增长80%。2013年7-12月，巴进口纺织机械2.56亿美元，同比增长31.22%；进口建筑和采矿机械1.42亿美元，同比增长73%；进口电力机械与设备5.35亿美元，同比增长33%。

另据巴基斯坦统计局的数据，2013~2014财年上半年（2013年7月1日起），巴基斯坦纺织服装出口增长8.36%。

2013年7~12月，巴基斯坦出口纺织品服装69.44亿美元，而2012年同期为64.08亿美元。出口产品中，多种纺织品包括棉纱线、粗梳棉、精梳棉、毛巾、帆布制品及篷布的出口都有所增长。其中，棉花出口约7.8万吨，出口额1.39亿美元，而上年同期棉花出口4.6万吨，出口额仅为7820万美元。

从出口品种看，2013年7~12月，巴基斯坦棉布出口14.06亿美元，针织成衣出口11.2亿美元，棉纱出口10.72亿美元，床上用品出口10.68亿美元，非针织类成衣出口9.36亿美元。同期，纺织品进口11.09亿美元，同比下降0.3%。棉花进口急速下降，进口额为1.70亿美元，同比下降39.06%。合成纤维进口约9.9万吨，进口金额1.96亿美元；进口合成及人造丝10.6万吨，进口额为2.73亿美元。2013年12月，巴基斯坦出口纺织品服装12.61亿美元，进口纺织品服装2.26亿美元。

越南发展纺织业四面出击

近年来，越南纺织服装业的发展势头愈加强劲，根据中国商务部发布的信息，2013年，越南纺织行业的出口额约204亿美元，同比增长18%。

越南纺织业突破性的发展一方面得益于国内的积极筹划，另一方面，也是由于不断加强和亚洲邻国如印度、中国、韩国等国纺织业的合作，在发挥自身加工优势的同时，加快吸引外资，促进本国纺织服装的出口。

“携手”印度：挖掘合作潜力

服装产业是越南出口的支柱产业，但是80%的原料依赖进口，2013年，越南与印度举行了投资圆桌会议，希望通过加强与印度的产业合作，弥补国内纺织原材料不足的问题。印度拥有丰富的纺织原材料，两国纺织业在产业互补上有广阔的合作空间，如果进一步加强贸易合作，两国都将从中获益。过去12年中，印度和越南的双边贸易额增长了20倍，且自2009年开始双边贸易总额翻倍增长，达到40亿美元，预计到2015年，双边贸易额将达到70亿美元。

目前，越南和印度两国之间的贸易合作远远低于双方的合作潜力。此次洽谈会中，对于未来加强越南与印度企业，尤其是在纺织领域的牵手合作，印度代表也表示出了积极的态度。据了解，目前，越南有150家印度公司，投资金额达约8亿美元。

“联姻”中国：吸引企业投资

中国是越南纱线和面料的主要进口来源地，根据中国进出口商会的数据统计，2013年，我国对越南出口面料55.7亿美元，同比大幅增长47.9%；出口服装56.5亿美元，同比增长45.6%。中国继续保持了越南面料的最大进口来源地，对越南服装业的发展起着至关重要的作用。为促进本国纺织服装业的发展，越南除不断加强和亚洲各国的合作，逐渐降低原料依赖外，还通过该国廉价的劳动力优势吸引越来越多的国际企业投资越南，据统计，到2013年8

月，中国企业共在越南不同省市和地区投资915个工程项目，共计48亿美元，其中包括多家中国纺织服装企业。

根据越通社的报道，如果越南《跨太平洋伙伴关系协议》签署，该国服装纺织品出口各成员国市场，关税税率将得到大幅减让，中国部分企业考虑将生产厂转移到越南以及时争取《跨太平洋伙伴关系协议》的利益，如天虹纺织集团有限公司，在越南同奈省仁泽工业园区投资2亿多美元建厂，目前在越南广宁省投资3亿美元新建的纺织厂刚竣工投入运营；中国香港TAL服装集团计划在越南投资2亿美元以扩大在越南的生产规模；中国Sunrise有限责任公司等集团也积极寻找在越南的投资机会。

“搭伴”韩国：推进贸易交流

2013年，越南与韩国的纺织服装协会签订了一份合作协议，以期从东盟—韩国自由贸易区（AKFTA）协定中获益。此次协议由越南纺织服装协会与韩国大邱庆北纺织工业协会共同签订。根据协议，越南纺织服装协会与韩国大邱庆北纺织工业协会将促进两地区之间贸易展会信息的发布与交流，并促进其他贸易促销活动的举办，且将会对两国的纺织服装企业进入对方的市场开拓营销渠道。

此后不久，韩国的两家纺织企业就于越南建立了纺织工厂。韩国 KyungBang 纱线及面料制造有限公司，是韩国纱线及面料制造的领先企业，在越南投资4000万美元建立了一家纺纱厂。该工厂占地16公顷，纱线年产能达到6600吨。这家工厂将为当地的纺织服装企业提供纱线原料，此外KyungBang还与越南的10家企业也签订了供货合同。虽然曾受到金融危机的影响，但他认为越南市场比其他地区市场都更具有发展潜力。另外，韩国 JungWoo Vina 公司耗资1400万美元在越南建立了一家纺织厂。

印度取消棉纱出口激励政策

印度财政部日前作出决定，棉花、棉纱将不再享受出口激励政策。在出口激励政策的支持下，这些产品的出口量已明显激增，不应再享受出口激励政策。据统计，2013年4月~11月，印度棉纱出口量从上年同期的65.9万吨增长到93.7万吨，增幅高达42%，主要原因是中国棉纱进口需求不断加大，印度棉纱已占中国进口总量的25%。

印度联合工商会认为，取消出口激励计划将导致印度棉纱出口受挫，削弱企业成本优势。此外，印度的棉纱出口市场过于单一化。考虑到印度棉花产量较大，且全国纺纱能力过剩，印度棉纺企业应积极开拓新市场，实现出口持续增长，以此维持纺纱业的竞争能力。

孟加拉国服装出口同比攀升20%

尽管政治存在不确定性，劳资纠纷和工厂安全问题余波未了，但孟加拉国服装出口增长势头还在延续。据孟加拉国出口统计局的数据，当前财年的上半年（2013年7月~12月），孟加拉国服装出口额攀升至119亿美元，高于去年同期的99.5亿美元，同时也超过了预期目标的112.8亿美元。

在此期间，孟加拉国梭织服装出口59.8亿美元，同比增长了20.4%。针织服装出口59.5亿美元，同比增长了19.6%。孟加拉国针织品制

造商及出口商协会副主席表示，由于这一时期的出口订单大多是在2013年5月~7月签订的，所以这样的数据并没有反映出行业目前的真实情况，“孟加拉国的较低的劳动成本使其获得了盖璞、沃尔玛、H&M等国际服装品牌和零售商的青睐。但近几个月的政治波动因素导致了服装工厂频繁关闭，生产不能维持正常运转。现在的行业形势会在3个月后的出口数据上有所显现。”

2014年春季法兰克福家纺展进口商与批发商观众数量明显增长

2014年法兰克福国际家用及商用纺织品展览会（Heimtextil Frankfurt）1月11日在德国法兰克福展览中心圆满落幕。本届展会上，2718家展商带来了他们最新的产品和创新技术，吸引了来自133个国家的近67000名专业观众。其中，66%的专业观众以及88%的参展商来自德国以外的国家。

作为该领域规模最大、国际性最强的展会，Heimtextil是设计、创意、制造领域的高质量展商梦寐以求的展会，是纺织行业发布家居布艺和室内装潢新品、最新潮流和设计的理想平台。

展会期间，法兰克福（北京）展览公司对中国展商在展会期间所接触到的观众类型进行调查，结果表明：进口商和批发商依然是展商最大的客户群，与去年相比，今年现场观众中的进口商与批发商数量明显增多。由此可以看出，欧洲经济的进一步回暖确实带来了需求的增长以及市场的复苏。

中国展商可以把握市场复苏的契机，扩大市场占有率。

2014春季纽约展风雪中共迎开门红

纽约当地时间1月21日，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与法兰克福展览（美国）公司承办的2014年中国纺织品服装贸易展览会（纽约）春季展暨美国Texworld服装面料展+纽约国际服装采购展（APP）在纽约贾维茨会展中心北馆盛大开幕。中国纺织工业联合会副会长张延恺，中国家纺协会会长、中国国际贸促会纺织行业分会副会长杨兆华，中国国际贸促会纺织行业分会副会长林云峰与法兰克福展览公司董事布朗，总经理施密特，法兰克福展览（美国）公司CEO史密斯等共同参观了展览会。

展会开幕当天正值暴风雪席卷纽约，突如其来的大雪没有阻挡住专业观众的脚步，“早上出门看到这么大的雪确实比较担心，怕展出效果不好。”来自黑龙江圆宝纺织股份有限公司的总经理赵禹这样表示。圆宝纺织是一家做亚麻薄织物的企业，产品主要是针对欧美市场，此次来美参加纽约展，是为了寻求中高档客户。“没想到今天下这么大的雪还能有这么高质量的客户，有来自美国的，也有来自欧洲的，好多都是大的品牌商。我对明后两天的展出更加期待。”

本届春季纽约展展出规模8000平方米，共有来自18个国家和地区的246家参展商参展，其

中中国展团规模最大，共有117家面料及成衣展商。此外土耳其、中国台湾和兰精展团也是本届展会的亮点。

在美国市场需求回暖的背景下，本届展会得到江苏、浙江、广东、山东、上海、福建、河北、湖北等地的纺织服装企业的积极反馈，展会总面积较去年有15%的增长，其中连续两届参展企业超过一半。由于展览场地有限，此次报名参展的企业再次出现了排队候补的情况，展位供不应求。这一方面说明企业对展会品牌价值的肯定，另一方面说明新年伊始，行业和企业对美国市场的乐观预测。

本届展会的面料企业有超过三成来自绍兴地区，其中以针织类、棉类、化纤类、印染类四个类别参展企业最多；服装企业中主要来自宁波、上海、无锡和杭州，生产女装的企业最多，其次是男装和童装，其中针织类服装企业占比最高。

通过三天的展出接洽，展商对展出效果普遍感到满意，本届展会作为行业开年赴美第一展取得了良好的商贸效果。

——上接第20页

料展从展会规模上来看相对较小，但在展商们看来，这样的展会展品更显精致、效果更加集中。主办方也正是在相对较小的展会规模上，不忽视每一个细节的打造，由小及大，精益求精。

众多海外展团也看到了这一优势，汇集了德国展团、葡萄牙展团，以及备受关注的意大利Milano Unica展团的时尚欧洲馆将继续成为买家青睐的参观区域。亚洲多个国家和地区展团也将在本次intertextile春夏面辅料展中亮相，参展阵容强大，韩国展团、中国台湾展团、日本

展团、印度展团、巴基斯坦展团……将全面展示独具特色和设计感的最新面辅料产品。

对于专业展会来讲，20不仅仅是一个数字，更成就了一个品牌。20年来，中国国际纺织面料及辅料博览会始终以行业发展为己任，与企业一起经历了每一个发展中的春天和危机下的寒冬，引领参展企业每一次的前进步伐。在20周年的今天，中国国际纺织面料及辅料博览会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，为所有参与者许下一个更早的春天。

2014 intertextile春夏面料展3月开幕

2014年，对于即将渡过20岁生日的中国国际纺织面料及辅料博览会（intertextile面料展）来讲，注定是不平凡的一年。作为目前世界规模最大的专业面料展会之一，intertextile面料展蓬勃发展的20年，不仅体现了国内外展商对展会的高度认可，也见证了中国纺织服装行业的高速发展期。20年意味着一种收获，也预示着新的起点。2014年，展会的主承办方：中国纺织工业联合会，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织信息中心和法兰克福展览（香港）有限公司不仅把牵动着国内外纺织面料经济脉搏的intertextile春夏面料展由北京移师上海，更将时间提前到3月3-5日，从时间和空间上都有全新改变的展会将在上海世博展览馆盛大开幕。

空间优势 移师上海更具凝聚力

3月的春夏面料展和10月的秋冬面料展早已成为intertextile面料展每年两次的固定贸易平台。在展会步入第20年之际，展会主办方将春夏面料展移师上海，对常年参与展会的中外展商和专业观众来讲，无疑是一重大利好。很多老展商都表示，移师上海后，intertextile春夏面料展更具空间优势，所有展会参与者的凝聚力将得到空前集中，贸易效果更强，行业影响更大。

展商的观点也正是主办方的意图所在，多年的合作已经让主办方和展商之间形成了默契。今年起，春、秋两季的intertextile面辅料展均在上海举办，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。

时间优势 3月高峰推新更及时

除了空间上的转变，今年的intertextile春夏面料展在时间上也由3月底提前到了3月初，看似变化不大，但正是20天的提前量让展商们的新品推出更及时。对此，展商们纷纷表示，春夏面料展是展示企业新品的好时机，时间上的提前让展会更具优势。正因为这样，展会以其独有的号召力汇聚了多家国际参展商和国内

特装展位参展商，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。同时，国内展团的参与也非常踊跃，来自江苏盛泽、福建石狮、浙江绍兴及中国麻纺协会的展团热情不减，国内外辅料及各类纱线纤维产品展商也不甘落后……他们纷纷要抓住新年的第一个时机，扩张企业及其产品在中国乃至全球市场的影响力。

经历了前几年的成本上涨、国际形势不明朗等挑战，中国的面辅料生产企业都积累了一套适合自身发展的研发策略和营销理念，在已经到来的2014年，这些企业正在摩拳擦掌，准备迎接新一轮的发展机遇。

对于intertextile春夏面料展的提前到来，企业纷纷表示，3月初恰逢国内的春季采购高峰期，必然吸引了众多观众到场参观，展会将让专业买家更快目睹展商发布的最新产品，以便及时进行洽谈与合作。海外展商有着同样的认知，“3月初的时机十分理想，我们每年2月在意大利推介新产品，然后两周后，客户就能在春夏面料展看到这些产品，时间上非常契合。”来自意大利的展商说。

细节优势 由小及大精益求精

对步入第20年的intertextile面辅料展来说，细节上的不断完善已经成为展会主办方每年的重点工作之一，也成为展商们津津乐道的“贴心”特色。近几年，为突出对特色产品的推广，intertextile面辅料展组委会不断改进展会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，避免相对小众品类的特色展品被淹没在庞大规模的面辅料海洋中。今年是春夏展在上海的首次亮相，展会主办方将更着重在细节方面的打造，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，同时立足于面辅料产业的制高点，给参展商和专业观众带来更加良好舒适的体验。

虽然与intertextile秋冬面料展相比，春夏面

—下接第19页

“新改革元年” 纺织产业的发展

——2014 intertextile春夏面料展展商整装待发

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3月3日 - 5日在上海世博展览馆盛大开幕。届时参展商将在50000平方米的场地展示更加丰富多彩的面料、辅料及纱线纤维产品。

随着产业发展阶段的升级，市场这只无形的手推动面辅料企业在加大自主研发力度、争做市场导向的道路上愈走愈快，愈来愈有感觉。在中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会移师上海的首秀即将到来之际，参展商们也已秣马厉兵，整装待发，准备在具有更大的空间、更早的时间和更具商贸氛围的第20届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会上一展风采。

快节奏重细节

春节前夕，即将参展的面辅料企业已经开始了筹备工作。对于时下市场的变化，企业了然于心，加快开发节奏，将小批量多品种贯彻更好并更加注重细节成为市场共识。

恒力集团长丝销售经理分析，近两年服装品牌呈现出明显的两极分化现象，一线国际品牌如优衣库、耐克、阿迪达斯市场不降反增，而大多数服装企业却库存大量积压。恒力集团与国际知名运动、时尚、男装品牌均有定期的沟通，了解他们订单的流向，以做好销售维护和开发工作；了解服装的流行趋势，交流创新的思路和想法，以开发适应潮流、具有前瞻性、高利润的新产品。恒力集团面料销售经理也表示，“2013年服装企业的需求减少，共性产品减少，个性化产品增加。2014年，这一现象将持续”。

杭州新生印染有限公司市场总监沈雪峰认为，时下服装品牌的需求就是小批量多品种。产品是企业的核心竞争力，提升质量和服务是根本。“对于2014年的市场，我们的对策是持续淘汰落后的产品线，在增加产品附加值上做更多的选项。”沈雪峰说。

江苏宏圣达花边有限公司应对市场变化的主要措施包括：增强开发新品的能力；加大品检力度，符合品牌服装高品质的要求等。宏圣达负责销售的周经理分析，2014年服装行业将继续向电商倾斜，以品牌、潮流搭配、特殊服饰、个性细节为主流。因此，对服装行业发展

必不可少的面辅料商来说，针对品牌服装进行个性化市场开拓十分重要。

2013年整个纺织行业处于低迷发展期，行业、企业自发进行着内部的大调整。江苏瓯堡纺织染整有限公司自2012年开始开发国内市场，尽管目前还是外销多于内销，但是依据目前国内客户对产品的接受程度来看，预计不久内外销将平分秋色。自2014年开始，瓯堡在营销上做了较大的调整，初步确立了代理和自销结合的营销模式，在部分区域设置区域代理，负责客户信息的收集以及区域市场的开拓，销售团队则负责代理区域以外客户的维护和开发。

南通帝人销售的是以涤纶长丝为原料、服装用面料为产成品的化纤印染编织物。南通帝人在总体销量保持稳定的同时，发现长丝成品市场呈现出热点分散、客户整体品质要求提高、单笔订单数量减少等特点。为了最大程度降低成本，有些成熟的服装品牌会主动缩短自身的产业链，将劳动密集型业务外包，会产生更多的OEM生产模式的合作。服装业很可能在2014年迎来再次彻底洗牌的痛苦过程，作为面料供应商，提高产品和服务的附加值是当务之急，另外不排除介入成品推介、包揽从原纱到服装产成品的业务链。

自主开发做导向

快时尚已经成为很多纺织服装品牌的发展趋势。时尚和新是密不可分的，只有不断进行新品开发才能突破新意，才能形成人无我有、

人有我精的超前优势。一个“快”字能够充分体现企业的速度，现在不是大鱼吃小鱼的时代，而是快鱼吃慢鱼的时代，如何形成一个纺织服装产业链的快速反应机制，需要上下游企业能够结成战略同盟关系。为了和品牌服装结成战略合作关系，保障订单，恒亮纺织结合流行趋势和客户的设计构想，提前一年进行新年度和季节的面料研发。

江苏宏圣达花边有限公司目前正逐步从客户来样订做转为向客户推样。目前企业遇到的市场难题是因为外销市场的疲软，失去了很大一部分外销客户。应对策略将调整为进军内销市场，实现大客户效应。而服装品牌的多品牌运营以及电商化发展方向，迫使宏圣达等辅料企业在提高品质的同时，对流行趋势进行快速反应，加速新品开发。

瓯堡发现，单纯地依据客人的花型打样接单固有的贸易模式已经不能满足客人的需要，必须提供从原料挑选、花型设计到面料生产以及包括售后在内的一条龙服务。目前，瓯堡与意大利多家衬衣面料设计公司合作，开拓了以意大利原创设计为基础的高端现货和适应当季的开发面料销售模式。因为意大利过来的设计比较前沿，元素更趋于时尚，对于欧美的客户群体比较容易接受，但对于国内的客户而言，接触到时会有一个时间的滞后，所以如何把意大利的设计跟国内客户的切实需求统一起来，是公司目前迫切需要改进和提高的。

恒力集团拥有相当的实力，面对长丝市场整体相对过剩的现状，强化产品品质，以过硬

的质量来赢得高档客户、品牌客户的信任和支持；大力开拓新产品，以差异化、多元化来寻找新的利润增长点，分散常规产品的销售压力；加大外贸销售力度，利用企业在国际上的品牌优势，将产品卖向全球，做到增值销售并分散国内市场的压力。

移师上海促贸易

据了解，各面料企业均对展会移师上海表现出期待。上海是贸易中心，intertextile春夏面料展在上海举办，对市场，特别是长三角的市场将有积极促进作用。展会本身是一个难得的与多方客人交流互动的平台，再加上上海国际大都市的形象能吸引来更多的客人参观交流，尤其是海外的客人。恒亮纺织表示，上海商贾云集交通便利，离工厂近，参加上海的展会也比较方便，更有利于把尽量多的产品呈现出来。

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。

期待2014intertextile春夏面料展的上海“首秀”给展商和观众带来丰厚的收获！

——上接第23页

“绿色、循环、低碳”理念，并将其传播至人们的生活之中，为现场观众倾力打造一场美轮美奂的视觉盛宴。

“小纱线、大智慧”，每一届纱线展都有不同的内涵，2014intertextile春夏面料展的纱线展区亦是如此。

相信，开幕之际，纱线展区必将绽放新的风采，彰显中国纤维产品的新实力！

2014 intertextile春夏面料展 纱线展区带您领略纺织材料新世界

为了更好地突出纱线与面料之间千丝万缕的紧密关系，今年纱线展不再单独作为一个展会出现，而是作为2014年中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会中的一个单独展区出现，使得面料与纱线能够更好地融合在一起。

这种上下游产业链的有机融合最大程度地方便了纱线展商和面料展商的“亲密接触”，极大地满足了上下游展商间互为客户关系的需求，充分保证参展效果。

纱线作为纺织产业链上游，对中下游的生产起着重要的基础作用。而众多纱线企业对纱线产品创新的脚步也从未停过。在本届intertextile春夏面料展的纱线展区，就有南通双弘纺织有限公司的身影。这家企业近些年来在新型纤维产品创新上卓有成效，而在此次展会其还将继续推出派斯特、可染性丙纶等系列新型纤维产品。

作为纱线展的常客，山东联润新材料科技有限公司将重点突出使用了赛络紧密纺工艺的高支数和功能性两大主题的纱线产品。此次，他们将推出锗纤维、纳米银纤维、铜氨宾霸纤维、蚕蛹蛋白纤维、薄荷纤维、OUTLAST智能空调纤维、咖啡炭纤维等，突出健康、环保、舒适的主题。

此外，裕鑫集团有限公司、华润纺织（集团）有限公司等一大批优秀纱线企业也将带着他们的新产品继续亮相展会。

棉花价格的内外“倒挂”以及国内市场的巨大需求，带动了印度和巴基斯坦两国棉纱产品的快速发展，越来越多的印巴企业把销售重心放在中国市场。

本届纱线展区海外展商共95家，其中印巴棉纱企业84家。届时，他们将展示来自异域的棉纱产品及相关技术。

纤动世界 美丽中国

本届纱线展区将继续打造“纤动世界 美丽中

国”的中国纤维馆。中国纤维馆分九大主题展示中国化纤的整体实力，打造中国纤维品牌。

九大主题展分别是：

以“和谐与品质”为主题的2014/2015中国纤维流行趋势主题展；

以“源于自然 超越天然”为主题的生物基纤维展；

以“逸绵—打造后时代美好生活”为主题的新一代仿棉聚酯纤维及其产品展；

以“低碳 环保”为主题的化纤再生与循环经济体验馆；

以“多彩生活 时尚锦纶”为主题的锦纶纤维主题展；

以及特种纤维材料展示区、粘胶长丝品牌卫星区、新一代仿真(功能性)纤维展区、技术交流专场及产品推荐活动等。

主办方力图通过九大主题活动，为纤维注入文化内涵，让全纺织行业关注纤维材料发展趋势，引导国内的纺织化纤企业从单纯的商品竞争转变为纤维消费理念及生产理念的竞争，将带动纺织产业链向新产品开发、创新拉动需求的方向转变，增加纤维品牌对纺织化纤产业发展的贡献率，促进价值链的整体提升，提高产业链整体竞争能力，最终实现化纤大国到强国的跨越。

创意时尚汇 视觉盛宴

历届展会中，专业活动都是最受观众欢迎的内容。本届纱线展区，“盛虹·中国纤维（逸绵）创意时尚汇”活动，将通过视频短片以及T台走秀的形式，多方面诠释纤维融入科技走入生活的和谐与品质，全面展示纤维对于服装、时尚的重要作用 and 影响力。将纤维之美、艺术之美、生活之美进行有机结合，充分挖掘纤维材料，尤其是化纤材料的丰富表现力，以人性化、艺术化的形式传递纤维在生产与应用中的

—下接第22页

欧洲经济进一步回暖 中纺企参展正当时

——2014年中国纺织品服装贸易展（巴黎）春季展隆重开幕

巴黎当地时间2月17日，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与法兰克福展览公司（法国）联合承办的2014年中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）春季展暨巴黎国际服装服饰采购展（以下简称“巴黎春季展”）在巴黎布尔歇展览中心开幕。

纺织贸促会副会长林云峰出席开幕式。开幕当天，林云峰同法兰克福展览公司（法国）总裁麦尚朋及贸促会宁波分会副会长李昌荣一起参观调研了宁波展位。

本届展会有来自中国、日本、法国、印度、孟加拉、巴基斯坦、土耳其、越南等10个国家的约120家展商参展。随着展会的发展，展商地域分布更加多元化，展品也更加丰富，涵盖了正装、职业装、制服、晚装、休闲装、运动装、泳装和配饰等多个领域。本届展会，中国展商达66家，是2013年同期的3倍，展出面积约700平方米，除来自江浙地区外，福建和江西的企业也积极参展，都拿出最新产品进行展示。

2014年欧洲经济将进一步回暖，作为中国纺织品服装出口的第一大市场，欧洲市场给众多已经转型升级的中国纺织企业带来了新的机遇。而旨在为纺织产业打造一个跨界、共享的国际商贸平台的“巴黎春季展”，为展商和欧洲观众提供了一个正当时的展示、采购和交流平台。

开幕当天，观众比往届明显增多，展会现场商务氛围浓厚。许多连续参展的老企业表示，他们连续几年都来展会，一方面是来把握欧洲市场的变化，更多的是履行对客户的承诺。因为许多欧洲客户在前一届展会现场就表示，希望下届展会上还能见面。

南通美瑞纺织有限公司此次已经是第四次参加巴黎展。据总经理金峰介绍，春季展会虽然正值中国春节前后，但对欧洲消费者而言，新一年的规划已经开始，此时与买家见面不仅更显诚意，参展效果也超出预期。已经在上届

展会颇有收获的美瑞公司，也为本届春季展做足了功夫，期待着更丰厚的收获。

在展会现场，由20家中国企业组成的围巾披肩区成为展会上的亮点，吸引了众多观众驻足。这些产品结合了2014/2015年流行元素，面料以高档羊绒、羊毛、真丝、纯棉、亚麻和竹纤维原料为主，备受欧洲消费者青睐。

除此之外，本届展会主办单位特别为展商提供的包括流行趋势、面料、流行配饰和流行色等内容的“2015春夏流行趋势手册”也受到了展商的欢迎。