

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸促

3

2014

总第229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
2014年3月20日

特别报道

纺织“两会”代表议改革 联合会领导抓落实 —2014年中纺联“春季调研”活动和纺织行业“两会”代表座谈会纪实

春季调研纪实

- ★调研主题一：区域结构调整与跨国资源配置
- ★调研主题二：中小企业生存发展及产业集群转型升级
- ★调研主题三：棉花问题
- ★调研主题四：科技
- ★调研主题五：节能减排
- ★调研主题六：电子商务
- ★调研主题七：自主品牌建设
- ★调研主题八：产能调整

两会代表声音

- ★王超：建设生态循环经济势在必行
- ★邱亚夫：制造业需国家政策支持
- ★高德康：为实体企业创造盈利空间
- ★王丽梅：创建品牌服装产业集成中心
- ★邱光和：鼓励商业模式创新

展会报道

- ★关注春夏面料展新启航 期待秋冬面料展20周年大发展
- ★2014intertextile纱线展区：艺术和时尚 化纤也可以
- ★PH Value & Pure Shanghai将于金秋十月在上海举办
- ★中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会（ITMA ASIA + CITME）6月启幕
- ★2014中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会招展工作紧锣密鼓

对外贸易

- ★2013年中国土耳其纺织贸易概况



中国纺织贸促网
www.ccpitex.com

本期目录

内部刊物 准印刊号：CTN2012-011

特别报道

20 纺织“两会”代表议改革 联合会领导抓落实

——2014年中纺联“春季调研”活动和纺织行业“两会”代表座谈会纪实

● 春季调研纪实

- 02 调研主题一：区域结构调整与跨国资源配置
- 05 调研主题二：中小企业生存发展及产业集群转型升级
- 06 调研主题三：棉花问题
- 08 调研主题四：科技
- 09 调研主题五：节能减排
- 11 调研主题六：电子商务
- 12 调研主题七：自主品牌建设
- 14 调研主题八：产能调整

- 19 2014intertextile纱线展区：艺术和时尚 化纤也可以
- 20 PH Value & Pure Shanghai将于金秋十月在上海举办
- 21 中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会（ITMA ASIA + CITME）6月启幕
- 22 2014中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会招展工作紧锣密鼓

● 对外贸易

- 24 2013年中国土耳其纺织贸易概况

● 两会代表声音

- 15 王超：建设生态循环经济势在必行
- 16 邱亚夫：制造业需国家政策支持
- 16 高德康：为实体企业创造盈利空间
- 17 王丽梅：创建品牌服装产业集成中心
- 17 邱光和：鼓励商业模式创新

● 展会报道

- 18 关注春夏面料展新启航 期待秋冬面料展20周年大发展

纺织“两会”代表议改革 联合会领导抓落实

——2014年中纺联“春季调研”活动和纺织行业“两会”代表座谈会纪实

一年一度的全国“两会”，既是两会代表代表人民参政议政的盛典，也是纺织人分享往年经验、抒发未来呼声的智慧之约。

今年两会政府工作报告突出两个关键词：改革和落实。2014年作为践行全面深化改革目标元年，注定被载入中国史册。

中国向市场化迈进的步伐不可阻挡。这对早在1997年就开始步入市场化进程的纺织行业来说，无疑会是一个重大利好。它让行业看到了新的机遇和希望，也让行业在2014年迎来一个重要的发展时期。

围绕行业新元年的改革和落实，3月4日下午，来自纺织服装行业的人大代表、政协委员聚首中国纺织工业联合会，与联合会领导以及各专业协会相关负责人座谈行业发展形势，代表们各抒己见，诉说企业面临的困难和期盼，共商纺织人的强国愿景。

初春时节，乍暖还寒。2月26日，中纺联延续多年的传统——春季行业调研拉开序幕，并于3月6日完成既定任务。全面深化改革开局之年的本次调研活动，根据整个宏观形势和行业自身发展现状，确立8个主题，分8个组由中纺联领导带队，奔赴浙江、广东、江苏、山东、河南、河北、福建、陕西、四川、新疆等地，就棉花、节能减排、产能、中小企业现状、科技、品牌、区域结构调整、电子商务等方面存在的重点问题进行调研。旨在对影响行业科学发展的重大问题，在深入调查研究的基础上，找出结症，提出可行建议，促进各项改革措施的落实。

●春季调研纪实

调研主题一：区域结构调整与跨国资源配置

时间：2月24日-3月6日

领队：中纺联会长王天凯、副会长张延恺

调研地区：陕西西安，四川成都、彭州，重庆江津、合川，江苏张家港，浙江杭州、慈溪

产业转移新动态：承接地热情不减 投资趋于理性 关注承接地综合优势

2月24日-3月6日，中国纺织工业联合会会长王天凯、副会长张延恺率调研组，先后赴陕西、四川、重庆等地，对当地产业园区和纺织企业进行考察，并召开多次座谈会，了解当地纺织产业发展和产业转移情况。

“相比过去，今天的产业转移具有全新的要求，无论是东部沿海转出地区，还是中西部承接地，都要加强研究，综合考虑，实现有效转移。”王天凯强调。

中西部地区投资热度不减

轰鸣的推土机、高耸的塔吊、来来往往的运输车辆……调研队伍每到一处，都能看到这种热火朝天的建设场面。这也可以从一个侧面反映出西部地区承接产业转移的热情与力度。

而动辄数千亩的土地、几十亿甚至上百亿的投资、信心满满的中远期目标……既让人感到振奋，也难免对其未来能否良性发展，实现预期目标产生些担心。

咸阳市新兴纺织工业园自2011年启动建设以来，目前园区规模已基本形成。

四川彭州的目标是到2020年，在当地集聚生产型企业5000家，其中规模以上企业3000家，纺织服装行业形成千亿产值的规模。实现这一目标的载体，就是已经建成和正在建设中的华茂国际服装产业园、龙洋·成都家纺城、中国（成都）国际时尚中心等产业园区项目。

重庆江津的金考拉国际服装产业城、合川西部服饰科技创意产业园等都在积极做好基础设施建设与配套服务，出台各种优惠政策吸引投资，敞开怀抱迎接产业转移。

产业转移呈现全新特点

有热情，并不意味着就能吸引来投资。在调研过程中，感受到了当地政府和园区的种种困惑，在发展纺织服装产业的过程中，仍存在许多需要解决的问题。

相比前几年的高速发展，当前产业转移增速已经大幅回落，可以说遇到了一些瓶颈，也可以说在转型升级新形势下，进入理性发展时期。

目前纺织产业转移呈现新的趋势：

一、中西部特别是中部承接产业转移稳中趋缓，投资趋于理性；

二、成本压力倒逼东部企业转型升级，投资热度回升；

三、东南亚等境外地区成本政策优势导向明显，成为国内产业转移的主要方向之一。

四、金融危机后，东部地区纺织产业转移已更加注重承接地的综合优势，而不再一味寻找成本洼地。

目前，大多产业转移的实质是产业升级。纺织产业转移要由产能转移转向市场转移，注重综合配套。承接地政府应加强国家政策、产

业政策、就业政策以及产业转移关键项目、关键环节的政策支持，从而解决产业转移中的瓶颈问题。

从现实情况看，在劳动力、原材料等要素成本上，中西部的优势已不明显。但重庆及周边省份有巨大的市场潜力。

在新趋势引导下，承接地园区规划和建设都与地方经济发展战略相结合，坚持产城一体化生态发展。在发展战略和吸引投资上，弱化成本、劳动力等描述，而是更多从政策支持、人才培养、配套服务上做文章。

值得一提的是，目前纺织产业转移过程中，产业链整体转移的特征越来越明显，产业链协作配套要求更加突出，针织、面料、家纺成为热点，产业用纺织品和化纤新材料也备受青睐。在调研过程中，很多承接地都对上述行业表示了极大兴趣，并且在发展规划上有所侧重。

以创新思维推进产业理性转移

新的特点，新的趋势，需要新的理念，新的做法。

当前的产业转移已经走到更高的阶段。政府和产业园区应摆脱一切围绕招商的理念，要更多地着眼于真正专业平台的搭建。未来的产业园区不能只考虑占多少地，建多少厂房，不能只注重要素的聚集，更重要的是要素的匹配，生产、营销、市场、服务缺一不可。

中国纺织工业联合会会长王天凯指出，在新形势下，纺织产业转移已经不能只讲劳动力、土地等成本要素，而要与转型升级紧密结合；也不能仅就园区建设谈产业发展，而要把其纳入城市的整体规划。城镇化发展、需求的增长为西部地区承接产业转移创造了新的优势，但一定要做好规划，依靠创新驱动，在产业转移中实现纺织业的转型升级。

“走出去”原因：国内政策壁垒 企业成本压力

江苏企业在“走出去”方面一直做得很好，3月1日，区域结构调整与跨国资源配置调研组组织江苏企业召开了一场“走出去”座谈

会。众多江苏纺织骨干企业畅所欲言，剖析了各企业“走出去”的思路，同时提出了对“走出去”的新解。企业家们都谈得务实、诚恳。

为什么走出去？

作为第一个发言嘉宾，华芳集团副总经理肖景尧开门见山：我们企业为什么要走出去？因为日子太难过。说得好听点叫“走出去”，难听点叫“逃出去”。

肖景尧认为，中国纺织行业在当前国内严峻的形势下简直“无法呼吸”，以前是要打破国际贸易壁垒，现在则要打破国内政策壁垒；以前是国外给我们限定棉花配额，现在是自己给自己限定棉花配额，仿佛又回到了过去的“布票时代”，企业发展非常受束缚！

东渡纺织集团是江苏“走出去”较早的企业，董事长徐为民介绍，东渡在2003年就将贸易中心放到新加坡，现在又把财务中心放到了新加坡，这样在不违法的前提下，企业可以合理避税、保证利润，同时便于境外投资。

几乎在座的每一位企业家，都提到了“高棉价差”的压力，他们一致认为，“走出去”可以享受至少3000元的棉价差，这个是看得见的利益，此外还有劳动力、低电价、融资成本低等因素。

走到哪里去？

“投资不是投机，而是长期行为，如果投资不好会成为长期包袱。”无锡长江精密纺织有限公司副董事长李光明提醒说。

柬埔寨是目前国内纺织企业最热衷的海外投资目的地，在本次座谈会上，几乎80%的企业在柬埔寨有工厂。据江苏联发纺织股份有限公司棉纺公司总经理吴琦萍介绍，目前联发在柬埔寨有一个服装工厂，以生产衬衫为主，去年基本盈利。对到印尼投资也在考察。

江苏华瑞国际集团1999年进入柬埔寨，据供应链事业部总裁孙家军介绍，华瑞是当年金边华人投资工厂中硕果仅存的一家。当时公司在柬埔寨开工厂其实并不赚钱，只是为了拿配额；现在把它作为境外加工的一个支点，可以平衡风险。华瑞现在更看好越南，越南是土地私有制，这是本质区别。

江苏AB集团在柬埔寨有两个工厂，目前正在考虑在越南投资。

黑牡丹公司也在去年成立了一个战略规划

部，专门调研“走出去”课题。

江苏新盐纺集团有限公司董事长朱鹏出了个招：去越南柬埔寨边境办厂，吸收两边的优势资源。

走出去“新解”

对于“走出去”这个话题，很多企业家都进行了理性、辩证的思考，提出了很多好建议。

“走出去”不一定非去国外。东渡董事长徐卫民认为：“走出去”也可以是走出本地，转移到国内其他地方建厂。我不赞成“走出去”是腾笼换鸟的说法，优胜劣汰才符合市场规律。

有企业家认为，境外办厂能够赚钱的少之又少，大都赔钱，风险很大。就拿柬埔寨来说，目前的罢工事件无一个厂可以幸免，有的工厂1个月就损失200多万。

“走出去”先要自身硬。无锡长江精密纺织副董事长李光明认为：我们要先把自己做大做强，不强大走哪都不成功。纺织产业还没有到必须转移的时候，日本企业在国内外成本相差20倍时才考虑转移，而中国与东南亚的成本相差仅3~4倍。我们现在转移得早了些。长江精密在无锡投资了3家工厂，李光明认为还是在家乡投资好。

“走出去”最好能抱团。江苏新盐纺集团有限公司董事长朱鹏说：走出去一定要政府主导，中国企业还不具备单打独斗的实力，要抱团走出去。他的观点得到了华瑞国际集团供应链事业部总裁孙家军的佐证：我们越南工厂都采购东盟的面料，如果国内面料企业能够一起抱团走出去，我们就更有产业链衔接优势。

中纺联副会长张延恺总结说：“走出去”要算一笔整体的账，不能以赌博的心理走出去，其前提必须是寻求更好的资源配置，外部资源要适合企业的健康、长远发展。发展有多条路，要选择适合自己的路。

江苏省纺织工业协会会长谢明说得对：企业家要认识到，企业不论走到哪里，资本都应是中国的。

调研主题二：中小企业生存发展及产业集群转型升级

时间：2月17~20日，2月24~27日

领队：中纺联副会长陈树津、杨纪朝

调研地区：山东夏津、临清，河北清河、南宫，浙江濮院、洪合，广东小榄、大涌

中小企业：困难重重 挑战多重 应对积极

2月17~20日，2月24~27日，由中国纺织工业联合会副会长陈树津、杨纪朝带队的“中小企业生存状况及产业集群转型升级”调研组，深入9个产业集群地区，召开了共有60多家企业参加的9场座谈会，并参观了一些企业和公共服务平台。

大环境困难重重

从调研的情况看，企业普遍认为2013年是行业最困难的一年，比2008年金融危机时还困难。这种困难体现在国际竞争加剧、内需拉动乏力、原料价格上涨、能源价格高、融资困难、税收政策不合理、国家的宏观政策对实体经济支持力度不够等许多方面，这些困难对中小企业的发展很不利。

从9个集群的情况来看，不同行业的集群经营状况不同，显示出各自的特点。以棉纺为主的临清和夏津两县，主要是受困于棉花原料问题，临清陷入亏损境地的企业占25%，夏津停产企业26家，约30万锭。

与临清和夏津相比，与毛纺相关的集群地如清河、濮院、洪合、南宫等经营状况相对好一些，清河电子商务发展迅速，全县有7000多家开通电商。

化纤集群经营也十分困难。桐昆集团总裁汪建根说，全国化纤产业产能存在结构性、区域性、阶段性过剩，造成低价竞争。桐乡市规模以上企业化纤产量2013年同比增长14.9%，但效益明显下滑。

产能过剩还表现在皮革行业，目前全国光皮革城就有200多个，由市场带动的产能过剩在2013年已经显现出来，全行业的销售率只有60%。浙江中辉皮草有限公司总经理平建国表示。虽然，企业家们普遍反映产值有所增加，但利润率普遍在2%~3%。

2014年春节后，订单慢、迟，开工不足现象比较普遍，多数在正月十五左右开工，少数在初三左右开工，劳动力回流情况大企业明显好于小企业。

企业面临多种挑战

从普遍意义上讲，地方经济形势的优劣，对中小企业的生存状况影响较大，经济形势好的地方，中小企业生存环境普遍较好，反之亦然。

以原料为例，许多中小企业反映进口棉花比国产棉便宜，但需要配额，无形之中增加了企业的成本，而劳动力成本问题也是让中小企业最为头疼的事。

众多企业反映用工成本在逐年增高，基本上增长在10%左右。桐乡市凤鸣街道镇长姚国忠介绍说，工人工资55800元/年，含“五险一金”（企业6000，个人2000），合4650元/月。而人才短缺，也是困扰企业发展的因素。另外，中小企业大多缺少技术改造基金，技术装备水平相对落后，都致使企业转型升级遇到困难。

企业融资也面临很多挑战，大银行不愿放贷给中小企业，民间贷款机构利率高，企业难以承受。大企业融资成本3%~3.5%，而中小企业要达到7%。浙江省桐乡市经济和信息化局书记罗永良表示。

虽然国家对月销售收入不到2万元的小微企业免征增值税（3%），并开给税票，但是对发给他们单子的中小企业却不能抵扣，实际上是把优惠的负担转嫁给这些中小企业。以外销为主的浙江秋维特时装有限公司董事长姚明良表示。

除中小企业反映的问题之外，还有企业与道德问题、加工贸易海关监管问题、行业标准问题和检验检测问题。

典型经验引发探讨

参与本次调研座谈会的每一位企业家，内心都在思索：2014年，企业该如何找到最有效、最便捷的方式来解决这个问题。“华新集聚成长模式”更能符合中小企业发展。浙江华新实业集团有限公司董事长沈建华表示，该集团分别在桐乡濮院、洪合，河北清河、南宫投资建立的项目，形成了独具特色的“华新集聚成长模式”，为中小企业的成长提供了良性发展空间。

在河北清河地区，清河县电子商务自2008年开始，得到快速发展。据了解，清河羊绒经营业户通过自建平台和第三方平台开设的店铺达到7000余个，从业人员5万余人，年销售额达到15亿元以上。

积极应对促发展

在本次调研中，针对税负问题、取消棉花

进口配额、毛条行业标准、调整羊绒原料进口等问题上，众多企业都献计献策。

以税负问题为例，河北、山东等地中小企业希望尽快解决棉花高征低扣问题。

海运费营改增后，增加的6个点，有企业建议可以抵扣。取消棉花进口配额，使企业公平竞争。对来料加工出口的企业，试行宽进严出，加强监管。

浙江红太阳毛纺织有限公司总经理助理施菊平表示，应加快毛条行业标准的制定，调整羊绒原料进口标准，进口蒙古等国家的原绒，满足加工企业需求。

杨纪朝指出，今年深化改革是重点内容，纺织服装行业的主要构成是中小企业，企业在发展过程中遇到很多实际困难，深度结构调整势在必行。陈树津也指出，中纺联还将继续关注中小企业的生存发展，不断改善中小企业的发展环境，从企业融资难入手，帮助企业提高自身研发水平，帮助更多中小企业合理调整产品及产业结构，不断发展壮大。

调研主题三：棉花问题

时间：2月中旬~3月初

领队：中纺联副会长兼秘书长高勇、副会长徐文英

调研地区：山东枣庄、滕州、济宁、邹平，江苏无锡、常州，河南新乡、鹤壁、安阳、开封、尉氏

棉花：问题结症依旧 渴望政策改革

实行近三年的棉花政策，依旧制约着行业的发展，并呈现出愈演愈烈之势。在今年的中纺联春季调研中，棉花问题被列为其中一项。棉花问题调研组先后赴山东、河南、河北、湖北等地区，了解企业生产情况，并围绕着棉花现行政策、“高征低扣”政策等展开深入调研。

在调研中，大部分企业反映，受棉花政策引起的国内外巨大的棉花价差以及棉花质量的影响，企业运行异常艰难。此外，企业普遍反映国储棉质量差、等级不分，且存在亏重等问题。

运行一直处于“雾霾”中

“我们多年辛辛苦苦建立起来的优势，现在已经消失殆尽。”位于江苏张家港市的一家纺织企业是我国纺织行业的龙头企业，但是受棉花政策引起的国内外棉价差巨大的影响，目前该公司在纺织业务上运行异常艰难。“虽然去年比前年好一点，但还是亏损。”该公司副总裁介绍说，目前企业运行就跟雾霾一样，难以呼吸。

来自江苏盐城的一家纺织企业情况也是如此。“除了纺纱外，都是盈利的。”该公司总

经理介绍说，企业的口号是要实现规模化，但是在目前的形势下，实现规模化都不敢去想。

不仅仅是江苏，河北的纺织企业也是如此。一家河北的纺织企业董事长介绍，现在纯棉产品，几乎不挣钱。

事实上，棉花政策除了造成了巨大的棉花价差外，还使棉花质量下滑严重。

“国储棉的棉花高档棉太少了，等级不高，造成了产品质量下降。”在行业内首屈一指的一家山东纺织企业董事长对此表示说。

同样，主要生产棉制产品的无锡一家棉纺企业也陷入到这种尴尬的地步。据该公司总经理助理表示，国储棉的质量与公司所需要的不一样，国储棉存在着等级差、三丝多等问题。

中国纺织工业联合会会长助理、棉花小组办公室主任杨世滨表示，正是基于目前严峻的形势，此次春季调研将棉花问题作为重中之重，希望国家给予棉花更多关注。

企业的“逃跑路线”

面对当前困境，上述江苏张家港市的纺织企业副总裁则认为，“现在纺织行业如履薄冰，我们打算走出去，到国外设厂谋求发展。”

实际上，营运总部位于上海的一家纺织企业早就在国外布局了多年，并呈现出良好的发展态势。“我们2006年就开始在越南设厂，目前在越南有80万锭的纺纱能力。而在2013年，公司又在土耳其开始设厂。”该公司棉花业务部总经理表示，公司还没有停止在国外的布局，下一步还将继续加大对越南等地的投资建厂。

与上述两家纺织企业相比，上述的山东、江苏无锡和江苏盐城这三家企业则更想扎根国内，并通过转变发展方式和模式，提升自身内功，谋求企业平稳发展。

去年山东的这家纺织企业通过加大科技研发投入，转变市场营销策略，加强内部管理，努力降低生产成本，保持了产销平衡，实现了企业平稳发展。

“去年我们研发了4000多个新的产品，支数也由平均32支提升到了42支，实现了产品由

量向质的转变。与此同时，我们还加大了高支纱生产，最高的纯棉纱支能够达到300支。”该公司董事长指出，目前公司正在努力向高端市场进军，避免在国际上同印度和巴基斯坦的低支纱竞争。

上述江苏无锡纺织企业总经理助理也表示，继续提高纤维附加值，加大开发混纺产品，从内部挖掘潜力，将是公司应对当前形势的主要举措。

而上述江苏盐城纺织企业则继续将在差别化、品牌化、国际化、信息化上下工夫，并继续完善产业链。“我们在产品上会继续加大差别化生产，完善产业链，布局国际市场。同时我们还将建立起服装零售产业。”该公司总经理说。

中国纺织工业联合会副会长夏令敏则指出，当前电商对于行业的带动有目共睹，希望各个企业可以关注下电商的发展，并在一些产品上做一些调整。

呼吁尽快改革棉花政策

但实际上，虽然官方还没有正式宣布调整棉花政策，但是目前已在新疆进行了试点，具体如何实施还需要一段很长的时间。这对于已经坚守好几年的纺织企业来说，时间代表着生存。在调研中，企业迫切希望国家能够对当前的棉花政策尽快进行改革，放开棉花配额，并使棉花价格保持稳定。

“我希望国家能够尽快改革棉花政策，放开棉花配额。”山东一家纺织企业董事长迫切希望国家能够给棉花松绑，实现自由买卖，并进一步放开配额。

尽快改革棉花政策对于营运总部位于深圳的一家纺织企业来说，也显得尤为迫切。“作为企业来说，我希望国内棉价能够与国际棉价保持一个价格。”该公司采购与物流系统总监说。

中国棉纺织行业协会会长朱北娜也呼吁，希望国家尽快调整当前棉花政策，放开棉花配额，并进一步缩小棉花差价。

事实上，目前的棉花政策是与十八届三中全会的精神相违背的，既没有使纺织企业受

益，同时也没有保护农民的利益，棉农的种植积极性没有得到提高。

“棉花政策的好处在哪？”中国纺织工业联合会副会长徐文英反问说。

中国纺织工业联合会副会长兼秘书长高勇指出，目前棉花政策到底如何变，还在协调中。“即便棉花政策会调整，但带给我们的影响至少还有3年。”

棉花政策的松动，对纺织行业来说无疑是一个喜事，但同时或许将面临另一个严峻的问题：如果国家停止收放储，数量达到1200多万的国储棉如何去库存？会不会再一次引起棉价的波动？国家又将用什么手段来稳定棉价？

棉花问题对于纺织企业的考验还远远没有终止。

调研主题四：科技

时间：2月24~27日

领队：中纺联副会长孙瑞哲

调研地区：江苏盐城、常州、无锡、张家港、太仓

科技创新喜忧并存 须加强知识产权保护和行业自律

2月24~27日，由中国纺织工业联合会副会长孙瑞哲带队的科技调研组一行赴江苏，对该省盐城阜城镇、常州、无锡、张家港、太仓等产业集群及多家企业走访调研。此次调研针对集群、企业科技研发形势和面临的问题，围绕产业用、化纤、纺机等行业全面展开。

喜——因科技自强

调研组首站到达江苏省盐城阜城镇，作为“中国环保滤料产业名镇”，该镇在近几年发展迅速，企业规模不断扩大，在空气过滤材料产品技术研发创新方面也不断提高。

江苏氟美斯环保节能新材料有限公司是该镇领军型企业之一，企业所拥有生产工艺技术，可兼顾针刺与水刺，并能进行化纤长丝和短纤原料的加工。中国产业用纺织品行业协会会长李陵申表示，该企业的工艺技术极具行业代表性，是当地技术水平最高的企业。在该公司车间里，调研组观摩了整条极具规模的复杂生产线，很难想象这样的工艺技术积累了多少创新点。也正是依靠这样的技术，氟美斯的产品也更具特色，性能超过常规产品，为自己赢得了更多市场机会。

江苏金实业股份有限公司是近两年行业的焦点企业，凭借大规模的海外并购，该集

团的纺机业务能力跃居行业前列。座谈会上，该集团常务副总裁管焯表示，金集团作为一个国际化企业，正逐步发挥跨国资源配置的最佳效用。目前，该公司正持续稳固并加强欧洲部分的研发能力，以持续保持企业的技术优势。管焯介绍，企业将贴近市场需求、倾听用户声音，作为企业研发、创新和服务的重点，全面提升企业与合作伙伴的对接能力。

行业高校是众多行业技术诞生的摇篮，在与江南大学纺织服装学院的座谈中了解到，该校每年都有大量的新技术诞生，并在不断提升产学研合作效率。据江南大学副校长高卫东介绍，近两年企业委托项目逐年上升，无论是在全国近300家企业应用的“全数字式智能竹节纱生产技术”，还是针织数字化经编装备技术的大规模行业推广，这些很接地气的研究项目为产业的技术进步作出了重要贡献。

中纺联科技部主任李金宝在听取江南大学的科技创新成果介绍后表示，江南大学当前在研究的很多技术都极具产业化推广意义，这些技术将从不同层面提升行业和企业的竞争能力。

重科技也同样成就了常州市武进五洋纺织机械有限公司从纺机到服装的产业链延伸。依靠企业百余项专利技术，五洋不仅创造出了

“国际领先”水平的产品，将“3D”展现在织物上，更无限放大了自己的发展空间。

苏州金辉纤维新材料有限公司差异化做化纤产品的发展模式，则同样显示出了这家企业的技术功底，关注终端面料产品趋势，则让这个原本仅有3万吨产能的化纤企业显得颇有生机。

忧——因创新迷茫

“技术创新说起来容易，做起来难。我们公司一直在差异化做经编机，并一直在以一个科技型企业的状态积极进行产品研发创新，在行业里率先推出了三面提花产品等，也获得了不少专利技术，然而，在经营过程中，我发现我们无法保证自己的利益。”常州市叶迈源纺织机械有限公司总经理孙嘉良在座谈会上说。在他的经历中有技术被剽窃让企业投入产出难成正比的郁闷，也有企业生产能力难以迎合市场爆发性需求增长的无奈，而今，企业手里握着六七项新技术，但出于对市场的恐惧，把这些技术直接转让成了他唯一的想法。

张家港欣欣高纤股份有限公司是化纤行业的老牌企业，主要生产涤纶长丝产品。该公司30年来一直专注在化纤行业上。从专注化纤业，到积极技改，以及环保生产，凡事能够让企业再上一个台阶的方法公司都愿意做。

但目前，在内外环境的倒逼下，这家企业则是负重前行。原因是，行业竞争集中在价格

上，一个同类企业的进入，便会让相应的产品价格下降不少，企业利润不断被挤压，但却很难通过行业自律来实现调节。就连行业大力倡导差别化发展，对于这家熔体直纺企业来说也很难实现，走老路，有价格战，转型又较难，企业似乎已经陷入两难境地。

于志华经营的江苏华隆环保科技有限公司是阜城镇的滤料生产企业，虽然产业用行业近几年一直保持良好的发展态势，但他也感受到因滤料行业的产品价格竞争非常激烈，很多企业的产品利润并不高。而靠科技研发，则同样让企业面对一把双刃剑，方向对了，且能够抓住机遇，才可能有所收获，否则，可能血本无归。

调研中，企业在创新发展道路上遇到了不少障碍，虽然秉承着科技引导发展的思路，然而，如何靠科技为企业带来机会则需要更加深刻的思考和行动。

在整个深入行业企业的调研过程中，让人感到很欣慰的是所有企业都在力争将科技创新做实，不论是融合多种技术的集成创新，还是贴近客户需求的改造创新，已经懂得了如何融合自身优势深挖创新渠道，当然，也并非所有企业都有这样的能力，但不论因科技给企业带来的是喜是忧，科技在产业发展中的地位都不能动摇。正如孙瑞哲所言，行业的可持续发展，必然要以科技为支撑。我们的纺织强国梦，无科技，难实现。

调研主题五：节能减排

时间：2月25~27日

领队：中纺联副会长兼秘书长高勇

调研地区：浙江萧山、绍兴

节能减排：企业意识增强 需政策扶持 转向源头控制

2月25~27日，由中国纺织工业联合会副会长兼秘书长高勇带队的调研组，就纺织行业节能减排情况进行深入调研，实地考察了浙江杭州萧山和绍兴滨海工业区纺织服装企业，并同当地政府及近20家企业召开座谈会。

节能减排成效显著

节能减排一直是纺织行业转变发展方式的主攻方向之一，是纺织行业生态文明建设的重要内容，也是政府和企业的重点工作。所到之处，政府、行业和企业都在认真有效地执行，积极推进节能减排、清洁生产。

萧山纺织产业是全国最活跃、最发达的地

区之一。2013年，萧山区化纤行业综合能源消费167.7万吨标煤，比上年减少0.28%，单位工业增加值能耗下降17.6%。全区印染企业63家，根据市场需求、结构调整、节能减排达标情况，2013年关停12家落后企业，其余51家企业仍然纳入政府管理，如果不达标，仍会对其进行整治。同时，萧山纺织行业项目推进实施力度也远高于其他行业。

从调研中获悉，为使企业在激烈竞争中，更好地集聚资源，降低成本，顺利开展节能减排，萧山成立了化纤纺织产业创新联盟，推动了标准检测体系的建立，加快实现低能耗、高品质的产业化生产的步伐。首批联盟成员单位中，共有涉及项目企业16家，签约项目6个，很多项目都是围绕节能减排展开的。

绍兴柯桥区是印染企业集聚地区，节能减排工作一直受到各方关注。近年来节能减排成效显著，每年工业增加值消耗下降超过7%，GDP能耗下降幅度超过4.4%。

推动行业节能技改，是走生态发展之路的必要手段。2013年柯桥共有194台定型机完成天然气改造，10余台定型机完成蒸汽改造，合计节约用能约3.1万吨标准煤。同时，在印染集聚区，已经全面完成中压蒸汽管网的铺设，将全面实施“煤改气（汽）”工程。

同时，纺织企业也纷纷在节能减排方面做出努力。浙江富丽达集团使用先进生物处理技术进行污水处理，粘胶纤维生产中废气回收与综合利用项目领先行业水平，是行业节能减排标杆企业。

浙江华欣新材料股份有限公司是全球最大涤纶绣花线企业，污水处理方面以数字化立体仓储和现代物流为保障的多色系环保新材料创新体系，实现节能减排突破。

浙江汇丽印染在印染后处理方面投资2000多万进行污水处理，效果显著。

各方呼吁政策因地制宜

虽然企业在自身行动中理解并支持节能减排，但在实际操作中企业还有不少困难和需求，他们希望有关部门能够因地制宜地根据企业自身发展、区域发展现状制定政策，从而使企业能够在节能减排、清洁生产的道路上越

走越远。

浙江红绿蓝纺织印染有限公司董事长陈宇鸣介绍，我们企业从2005年建厂到至今，已经累计投入3000多万用于污水处理的新工艺、新设备。现在国家对于排放要求越来越高，我们也在不断努力达到符合国家的排放标准。但对于企业来说压力还是巨大的，希望政府能够给予更多的政策和资金上的支持。

“COD的排放标准从原来的500提高到200，我们企业为了达标，目前资金投入2000万，引进日本技术对污水进行专业处理，这也是推动我们企业节能减排的一项举措。”杭州嘉濠印花染整有限公司总经理许仁水表示，到底能不能成功现在还是未知，但是我们还是觉得标准一下子提高到200，这不仅是对企业的治理，企业家的心也被“治理”了，信心会大减。所以，希望联合会和相关政府机构能够给予更多的支持。

绍兴县江滨水处理有限公司董事长王兴亮表示，现行的政策标准给我们带来困惑，我们江滨水处理有限公司集中污水处理的模式应有更为针对性的政策标准。我们是集中处理污水，既降低了企业成本，又治理了环境，但集中处理和个别企业的情况不同，希望相关部门酌情制定配套标准。

同时，陈秋芹也谈到，国家对纺织行业发展应建立更加合理的产业布局，不能一刀切。建议国家在调整政策时，联合会要向政府相关部门积极建议，针对区域发展具体情况，制定更有针对性的政策法规。

源头是节能减排之根

节能减排不仅是纺织行业的问题，也是全社会的问题，除工业污染外，还有农业污染等其他行业的问题。对纺织行业来说，企业在发挥主观能动性的同时，全行业各部门也要全力配合，力争生产经营和节能减排两手抓两手都要硬。

“当前，节能减排已经上升到国家战略，五位一体发展尤为重要，节能减排这个口会越来越紧。”高勇表示。节能减排不仅仅是简单的、暂时的“节”和“减”的问题，它是涉及经济结构调整和技术进步等基本问题。如果不

从源头上抓起，不从提高环保门槛上限制一些高能耗、高污染的企业入门，不能通过市场竞争实现企业做大做强，很难达到长效治本之功。因此，行业企业要认真重视，要加快技术进步、设备改造、工艺创新、集聚整合等各项工作，为行业发展创造更加良好的环境。

调研主题六：电子商务

时间：2月24~27日；3月4~5日

领队：中纺联副会长夏令敏

调研地区：江苏南通、海门、常熟、无锡、盛泽，浙江濮院

电子商务：发展迅速 人才缺乏 需要规范和升级

2月24~27日、3月4~5日，中国纺织工业联合会副会长夏令敏一行前往江苏南通通州区、海门市叠石桥、常熟、无锡、盛泽，浙江濮院就纺织服装行业电子商务应用情况展开详细调研。

电商带来甜头

电子商务不仅能带动企业的销售，也会是产业转型升级过程中的一个重要的助推器。调研中，无论是政府、专业市场、企业，大家对电子商务的态度是一致的：马上做电商，刻不容缓。

家纺产品标准化明显，非常适宜发展电子商务。而且在众多第三方电子商务平台，家纺产品的增速尤为突出。在南通市通州区，2013年全区家纺电子商务销售额超50亿元，其中，宝缦家纺线上销售超6000万元，蓝丝羽、紫罗兰等企业线上销售超千万。

叠石桥自2008年开始电商应用以来，电商销售额也是增势迅猛。2012年叠石桥家纺网总销售额为48亿元，2013年达到80亿元，约占当年叠石桥家纺销售总额的16%。

电子商务带动的不仅是市场销售，更是产业升级的重要推手。

2013年常熟服装电商已达3.4万家，线上交易额已达到120亿~130亿元。常熟市范围内80%的电子商务服务商聚集在服装城周围。服

高勇对实地调研的6家纺织企业节能减排工作给予高度评价。他认为，在行业推进节能减排的过程中，一定要发挥大企业、优势企业的带头作用，在全行业大力推广，加强示范，带动全行业企业认识到节能减排的重要意义，不仅需要投入，同时也能产生效益，从而提高企业参与的积极性。

装城3万多家的入驻商户中开通电商比例已达60%。2013年常熟服装城电子商务交易额达到20亿元，带动线下交易额增长近百亿。

价格、成本、人才成发展瓶颈

调研中发现，大多数企业的电商仍依托于天猫等第三方电商平台，而且以零售为主。在近一两年里，电商带给企业的增长率逐渐放缓。当企业线上交易额达到3000万~4000万元，或是超亿元以后，基本就都遇到了发展瓶颈，很难再突破。

2012年，南通通州区的电商销售主体就达5000余家，但其中小型电商企业居多，大多数优秀的实体家纺企业的电商应用还没有真正做起来。

小型电商在销售上会存在一些不规范的地方，尤其是低价销售十分明显。持续性的价格战，让各个品牌企业深感无奈。比如，家纺四件套，去年网上到处卖99元/套，甚至49元/套，这样对品牌企业来说就没法运行。

除了价格战，高额的电商运营成本也让众多企业难以承受。其中，流量和电商平台宣传推广，这两项支出便是不小的一笔。做电商平台，流量是关键。每天投几千块钱进去，但转化率很低。一般情况下，流量成本占到销售额的10%，多的甚至占到20%。企业要更专业更有创意的人才。

电商人才缺乏，是又一个令企业非常头疼的问题。电子商务的人才可分为两种：电子方面的人才和电子加商务的人才。对企业来说，它真正缺的是电子加商务的人才，即能够把电子和商务连接起来的人才。

创新模式应对挑战

在电商应用过程中，与过去的短期追利相比，企业开始“放长线钓大鱼”，大家不再冒进地跟风网上开店做零售，O2O、网货供应商、“小而美”等新模式正逐渐受到青睐。

针对单独的中小企业缺少运营经验和资金，南通尔创科技有限公司采取了一种虚拟股东合作制。目前，公司联合了17家本土企业，组成了一个合作社，代理这些企业的网络运营。

红豆集团提出了要加大力度打造O2O体验式的样本门店，还将建立全网会员营销中心，客户数字化。无锡红豆网络科技有限公司经理冯超介绍，红豆商城将调整为基于B2B2C的对外平台业务模式，在服饰行业针对性的招商，补充并扩大商品种类，做大销售规模。

苏州科灵电子商务有限公司在阿里巴巴平台上成立的“常熟服装批发商圈”频道则受到

了业内的广泛认可。据总经理郑涛介绍，公司项目上线的五个月时间里，入驻企业已达1000家，在阿里的分平台上的成交额已经超过一亿元。

江苏省纺织工业协会会长谢明认为，目前以下三种电商模式常能取得不错的成绩：

一是网络销售库存产品；

二是利用原有品牌的影响力，针对于80后、90后消费者，进行线上产品网络销售；

三是“小而美”模式，即专注于某个特定领域的特定产品，将它们做得专业而精致。

这三个模式共同的特点就是线上线下不交叉。

中国纺织工业联合会副会长夏令敏表示，电子商务应用终究应回归商业本质，它是一种商业渠道，要通过它做强我们的产业。在这个过程中，要多学习了解国内外一些优秀的电商应用模范，善于结合并发挥产业的优势因素，加强与外界合作，从而进一步优化资源配置。就地方政府而言，制定合理的发展规划，加大公共服务平台建设，规范电商应用环境尤为重要，尽量为企业营造一个宽松的发展环境。

调研主题七：自主品牌建设

时间：2月24~28日

领队：中纺联副会长 张莉，中纺联品牌办公室副主任 苏葆燕

调研地区：浙江杭州、湖州、海宁、温州，福建厦门

转型 细分 深耕 差异化

2月24~28日，品牌工作联合调研组兵分两路，一路由中国纺织工业联合会副会长张莉带队深入浙江等地展开调研，一路由中国纺织工业联合会品牌办公室副主任苏葆燕带队对厦门及温州两地进行摸底调查

品牌建设 探索新模式

2月24日，调研组一行在杭州调研。据杭州市统计局数据显示，2013年杭州市纺织行业规模以上企业共有1241家，其中亏损企业共有

181家，同比下降5.75%。杭州的女装企业有相当一部分以内销市场为主，在各项运行成本上升的趋势下，企业的利润也下降了。除此以外，内需市场的消费力下降也是导致服装企业出现上述结果的一大原因。

近年来，杭州女装企业发展面临诸多的挑战，但其转型升级的步伐却从未停止。杭州政府在鼓励企业探索新的经营模式上下了不少工夫。包括支持企业以文化创意产业为导向进行

内外改造，用信息技术，电子商务等手段探索新的营销模式。

从企业层面看，以杭州蓝色倾情服饰有限公司为代表的杭派女装企业在探索线上线下的融合方面进行了大量的投入。2013年，线上的业绩增长达到了47%，占全公司2013年销售业绩的40%左右。

转型升级 瞄准文化创意产业

除了女装产业以外，丝绸行业在当地的运营状况也是此次赴杭州调研的一大领域。杭州丝绸产业的振兴直接关系到杭州文化的传承、城市品牌的塑造、杭州市民生活品质的提升。

近年来，随着丝绸行业自身的调整，企业对这一产业的认知也有所转变。万事利丝绸集团董事局主席屠红燕对调研组表示，丝绸行业其实是一个新兴产业，一个文化创意产业，企业认识到这一点，就能逐步实现转型升级。万事利做文化创意最让人瞩目的做法是把丝绸做成礼品，跳出丝绸做丝绸。

从面料到文化礼品，再到装潢产品和艺术品的过程就是万事利的转型升级的过程。具体而言可以概括为“传统产业+文化创意+高科技=新兴产业”的转型升级路径。在走这条路的过程中，万事利丝绸不仅进入了文化创意产业的行列，更名符其实地转型进入了新材料领域。

细分品牌 深耕海外市场

在对余杭家纺产业调研中，发现余杭家纺企业在业内可谓遥遥领先。2013年余杭家纺产值为100.6亿，同比增长2%。其中，附加值较高的新产品贡献了2.1亿。2013年度，家纺企业销售额为98.05亿，同比增长2%；出口方面，家纺产品出口金额为11.66亿美元，比重占余杭全区的25.02%。

余杭家纺产品里沙发布是最好的，但也存在一定的问题，目前整个余杭缺乏知名的品牌。从调研中了解到，奥坦斯布艺在当地投资兴建了一个专门针对余杭布艺品牌陈列销售的专业市场。目前，这一市场以优惠的租金政策引入了一大批优秀的余杭布艺企业。不仅有效降低了企业单独开设展厅销售的成本，而且还提升了余杭的布艺陈列水平。

众望纺织董事长杨林山透露，众望已把客户区域分为了欧洲和美国市场，并聘请专门的设计师单独为他们做产品，进一步使走出去之路落地。中国家纺行业协会会长杨兆华表示，如果每个企业都找到细分化的方向坚定地走下去，就能形成良性的竞争、实现可持续发展。

羊绒企业 欲走品牌差异化道路

近年来，织里镇羊绒产业迅速发展，已成为中国羊绒服装品牌的集聚地。中国毛纺织行业协会会长彭燕丽在调研过程中指出，希望织里羊绒巩固现有优势的同时，做大做强产业，进一步提升产品档次和质量。

事实上，织里羊绒产业之所以发展迅速，与其始终注重开发和提高产品的质量分不开。珍贝羊绒就是最好的案例。珍贝集团组建了以清华大学、北京大学、浙江大学等高等院校为技术依托的新产品研发创新中心，重点研发具有自主知识产权的高科技含量产品，特别是可机洗羊绒系列产品填补了国内羊绒衫的空白。

在品牌的推广建设方面，织里镇近年来打破了羊绒行业一贯相对保守和封闭的被动传播，呈现出与消费者互动沟通、进行体验营销等新的推广方式。例如“米皇”曾花重金邀请演艺明星关之琳做形象代言人，这一做法为“米皇”的知名度提升打下了坚实的基础。

随着织里的三大羊绒品牌发展速度加快，目前，织里镇在引进优秀的设计、技术和管理人才方面还有较大的需求。

调研主题八：产能调整

时间：2月24~27日

领队：中纺联副会长 徐文英

调研地区：浙江萧山、长兴，江苏盛泽

用市场化手段破解产能失衡难题

在市场经济条件下，供给适度大于需求是市场竞争机制发挥作用的前提，有利于调节供需，促进技术进步与管理创新。但产品生产能力严重超过有效需求时，将会造成社会资源巨大浪费，降低资源配置效率，阻碍产业结构升级。在《国务院关于化解产能严重过剩矛盾的指导意见》中，钢铁等5大行业被列入产能过剩行业。纺织并没有位列其中，作为市场化竞争较为完善的行业，纺织行业整体上依靠市场化调节、优胜劣汰，适应了市场需求。然而，在纺织细分领域，在某些产品上也存在产能结构性过剩矛盾。

客观认识产能结构性失衡

由中国纺织工业联合会副会长徐文英带队的春季调研组深入浙江萧山、长兴和江苏盛泽等地，了解化纤、织造企业生产经营情况，就客观认识产能结构性过剩与同质化竞争、化解库存风险等问题进行调研。

统计数据显示，2013年纺织行业平均利润率为5.4%，而化纤和长丝织造仅为3.7%和4.5%，落后于纺织行业。数据的背后，是产能的结构性失衡，在市场萎缩，产品同质化的背景下，企业库存存在增加，化纤原料PTA价格一路下滑，企业春节后的开工率不足。在这样的形势下，今年还有1000多万吨PTA产能得到释放。

据华瑞信息资讯股份有限公司总经理赖天明介绍，2013年国内PTA产量2590万吨左右，2014年预计又将有1500余万吨的新装置投产，而国内PTA需求绝对增量仅200万吨。产能的失衡令PTA市场压力倍增，近两年PTA市场竞争异常惨烈，化纤产业链上下游的日子都不好过。

桐昆化纤集团副总经理沈培兴坦言，从去年下半年开始，企业很痛苦。目前的形势比2008年金融危机的时候还不好过，那时的不景

气是短期的，现在看来不景气的周期要拉长。面对新的产能，如果PTA不减产，亏损还将延续，要度过这个周期需要时间。

有企业认为，行业的问题关键是消费需求没有跟上，产业链每一个环节的产能扩充，都会给行业带来压力。这家企业还提醒说，未来一旦PX出现过剩，价格下跌更是无法避免。

化纤龙头企业盛虹集团今年也有新的PTA项目投产，公司人士笑称不会对5月期货合约产生压力。公司认为，历史上有过多次PTA的产能过剩的担忧，实际上并没有那么严重，只是在心理上给市场造成了下行压力。原料价格下跌更多的原因是国家释放流动性向实体经济传导太慢。

在徐文英看来，纺织工业市场化较为完善，它的发展往往更需要市场来调节。目前化纤正面临着一种相对的、周期性、结构性产能过剩的形势。这种结构性的过剩反映的是产业发展上升期到平稳期再到下降期这样一个规律。

中国化学纤维工业协会会长端小平分析说，2002年PTA产能只有六七百万吨时，人们说过剩；到2008年发展到2000多万吨时，又说过剩；如今5000万吨产能又提过剩。判断不准往往会错过发展机遇期。他认为，化纤产能的惯性增长与需求萎缩的矛盾还将持续，由于化纤建设周期长，预计2016年前后才有可能达到平衡。因此要做好长时间过冬的准备。

让市场选择优胜劣汰

尽管大环境不利，企业生产经营困难，但企业大多没有失去信心，而是千方百计地寻求解困之道。一方面延伸产业链，提高技术装备水平，降低生产成本；另一方面回避大路货产品，走差异化道路。同时，不少企业也在呼吁加强行业自律，减少政府干预，让市场在资源

配置中发挥决定性作用。

据了解，春节过后，确实有些企业停止了部分产能。萧山一家化纤企业2年前刚进入这个行业，目前具有40万吨产能，公司负责人坦言，在整个经济从高速到中高速换挡期的时候，政府和企业还不完全适应。有的企业扩大产能是想打压竞争对手，实际上是不可能的。企业和政府都要静下心来，平和地面对发展速度换挡。企业也要自律，主动进行减产限产。

翔鹭石化呼吁，行业要加强数据统计，及时公布PTA、聚酯的产量信息，同时要引导企业进行产业合作、兼并重组，并建立退出机制。

对此，荣盛化纤认为，产能相对过剩的时代，竞争很残酷，只有自己强大才能生存下去。此外，政府干预导致缺乏公平透明优胜劣汰机制，那些低水平的企业还在拖行业后腿。因此，要减少政府干预，把落后的产能淘汰掉，让不具竞争力的企业尽早出局。

杭州宏峰纺织集团是一家生产化纤面料的企业，他们在激烈的市场竞争中，避开大路货

产品，先人一步开发新产品，订单情况保持良好。公司董秘夏勇介绍说，韩国面料开发花型多，受市场欢迎。公司加强与韩国客户的联络，率先推出韩国流行的菠萝纹面料等新产品，在柯桥市场销路颇佳。公司还与东丽公司合作，学习日本的产品开发。虽然销售在柯桥，但公司董事长从不去柯桥，经常跑日本和韩国。

端小平认为深化体制改革是破解行业矛盾的关键，产能失衡的矛盾与金融体制有关。银行贷款往往不挑企业，而是看行业，形势好的时候，贷款都没有问题，形势不好的时候，贷款就很困难。在端小平看来，什么产品都热销本身就不正常，这也是行业总是在坐过山车的原因。此外，互相担保的金融体制也让企业兼并重组困难重重。

调研中，不少企业都表示要通过市场化手段建立优胜劣汰机制，让企业自由竞争。通过市场竞争，有效率的企业不断壮大，而缺乏效率的企业则退出市场，为有效率企业腾出更大发展空间，从而实现产业的升级和发展。

围绕行业新元年的改革和落实，3月4日下午，来自纺织服装行业的人大代表、政协委员聚首中国纺织工业联合会，与联合会领导以及各专业协会相关负责人座谈行业发展形势，就企业在发展中遇到的问题和意见建议各抒己见，诉说企业面临的困难和期盼，畅想改革红利，共商纺织人的强国愿景。

●两会代表声音

建设生态循环经济势在必行

——全国人大代表、宏润新型面料有限公司董事长 王超

王超代表针对纺织服装行业污水处理、节能减排等问题提出了三点建议：

首先，建议政府在“环保部于2013年1月1日开始执行的关于纺织企业污水必须达到一定排放标准才能进入污水处理厂”这个政策上不要“一刀切”，对一些园区的同类纺织印染污

水可以集中处理，这样可以大大降低成本和支出。

第二，希望政府能够鼓励“加盖污水处理厂”的建设。不加盖的污水处理厂对城市的污染非常严重，而“加盖污水处理厂”只要把排水口设计好，不会对城市造成严重污染。同时建议将污水处理厂建设成新生水厂，实现再生循环利用。

第三，建设生态循环经济。当前很多印染污水都是简单处理。如果把这些污水用来发电，用煤量就可以降低一倍之多，对污染治理效果显著，还可以减低电力成本，据统计，这些措施可以降低纺织企业三分之一以上的成本。

制造业需国家政策支持

——全国人大代表、山东如意科技集团有限公司董事长 邱亚夫

中国纺织服装行业作为基础性制造业在国民经济中所处的重要位置自不待言。但随着国家制造业的转型升级，制造业存在着创新乏力、人才流失诸多问题。

邱亚夫表示，从纺织车间主任到跨国集团当家人，几十年来，一直对于制造业有着很深的感情，去年一年，山东如意集团在制造技术研发、产业链构建、人才队伍建设所取得的成就可以说是让人欣慰。但他呼吁，制造业需要国家在战略上的重视，需要国家政策上的支持。

邱亚夫希望中央可以成立专门的机构，用来研究中国制造业的生存环境及发展前景，并针对不同行业的制造业现状制定相对的政策措施。未来中国的制造业发展还需要在科研创新、产业链构建、品牌经营、人才队伍管理等多方面提升。伴随着中国制造升级，还有很多悬而未决的课题。

不少企业家都提到了中小企业的融资问题，对于如何拓展中小企业融资渠道、解决中小企业资本瓶颈这一问题，邱亚夫认为，中小企业的发展具有一定的特殊性，在目前的商业环境下这些特殊性牵绊了中小企业在融资道路上的脚步，让四大行也爱莫能助。

他建议，国家成立一些专门支持中小企业、创新型发展的银行，这些银行通过研究中小企业的发展模式，建立适合中小企业的信贷模式，支持中小企业的发展，解决创新型企业的融资。

去年两会期间，邱亚夫代表高度关注纺织行业市场公平环境的构建，在今年，这依然是他重点关注的话题。构建一个公平的市场，政府干预是必不可少的，但公平市场的构建还是

要靠市场。政府要强化法制建设，加重对市场的违规行为的处罚力度。

为实体企业创造盈利空间

——全国人大代表、波司登股份有限公司董事长 高德康

今年两会，做强实业、壮大实体经济依然是代表委员们关注的话题。

高德康代表认为，由于成本上涨、人民币升值等因素，近年以制造业为代表的实体经济遭受前所未有的冲击，实体企业特别是小微企业的利润空间微乎其微。即使是上规模的大企业，由于长期倚重低成本竞争，往往也是产能过剩、创新乏力。加上人民币汇率持续大幅攀升，出口企业出现了大面积亏损倒闭，很多企业把投资重点转移到了房地产业、银行理财与信托投资上。发展实体经济是经济社会稳定的基础保障，对提供就业岗位、提高人民生活水平、实现经济发展“稳中求进”目标具有重要意义。

他建议政府要有更加有力的政策措施引导实体经济发展，通过放开市场准入、拓宽投资空间、减轻实体经济负担等方式，为实体经济创造良好的运营环境，让人们在做实业更有信心。

同时，实体经济的持续健康发展，离不开金融支持。要继续深化金融体制改革，提高金融监管水平，鼓励投资，打击投机，使金融更好地服务于实体经济发展。实体企业本身也要改变原有的粗放型发展模式，通过积极开展自主创新和技改打造核心竞争力，加快转型升级步伐。企业经营者要发挥创业、创新、创优的企业家精神，把才智和精力集中到经营上来。

在整体经济增速下滑的大背景下，电商行业在2013年连连创造骄人业绩，成为产业经济领域闪亮的明星。然而，在电商市场蓬勃发展的同时，也伴生了一些不和谐现象，知识产权侵权猖獗使权利人、消费者甚至平台商的利益都受到了极大损害。

为此，他今年还提交了一份关于加强电商平台知识产权保护的建议，并对已经启动的《电子商务法》的立法工作提出了多点建议：

首先，行政机关应加强电子商务行业监管力度，应指定专门的行政机关或成立专门组织统一协调部署工作，各行政机关之间互相配合，形成联动协调机制。

其次，加大电子商务平台对相关知识产权内容事前审查的义务。

再次，执法部门应加大对知识产权侵权行为的处罚力度，建立电子商务平台积极配合知识产权侵权调查机制。

最后，最高人民法院应出台《侵权责任法》司法解释，法院应统一电子商务知识产权侵权纠纷案件的审理标准。

创建品牌服装产业集成中心

——全国人大代表、哈尔滨红博商业总经理 王丽梅

王丽梅代表建议用创新、研发、自主品牌的概念代替传统印象。在调整过程中，企业要关注文化的变化，渠道的搭建，以及国内外资源配置整合的能力。对中小企业而言，尤其要把目光集中在创新能力的提升上面。如何做好设计研发、人才聚集、物流和渠道搭建等方面的工作，她建议抓住有利时机，创建品牌服装产业集成中心。

中国纺织服装行业拥有庞大的生产加工能力，但整合、聚合效应不够，造势能力缺失，无法在世界舞台彰显民族品牌的声音。整合全球服装产业链的优势资源，通过创新产生聚合效应，在国家、行业协会带领下扩大品牌声势，彰显中国品牌服装的力量，在国内外获得应有的关注。

此外，王丽梅认为应呼唤电商理性时代的到来。在日本，品牌在线上线下开发不同的产品品类，保持相同产品的价格统一。在中国情况正相反，线上线下款式相同价不同。这不仅对于品牌形象是一种破坏，还会出现秩序上的混乱。事实上，无论电商如何火爆，真正有自主品牌、有形象的企业始终离不开实体店，电商则是拓展渠道、树立品牌的一大路径，这充分体现了线上线下的区别优势。

鼓励商业模式创新

——全国人大代表、浙江森马服饰股份有

限公司董事长 邱光和

邱光和代表提到，中央两次重要会议把商业模式创新和科技创新提到同等重要的位置，足以说明商业模式创新对于促进实体经济转型升级具有重要作用。

随着“数字经济”、“知识经济”的发展，一批基于互联网的商业模式创新产业、企业不断涌现，虚拟经营、电子商务、网络金融、服务外包等正在突飞猛进地发展，显示出商业模式创新的强大生命力与竞争力。商业模式创新，不仅带动了传统制造业的转型升级，也促进了工业化和信息化的加速融合，对创业者、企业家产生了强有力的示范和激励效应。

如何鼓励商业模式创新，是行业及国家应当思考的课题。邱光和的建议：

第一，由商务主管部门牵头，有关部委配合，选择若干个省份开展“商业模式创新试点城市”。建立商业模式创新试点企业的标准和评估办法，建立商业模式创新试点和评估体系；

第二，通过工业化和信息化的深度融合，加强信息网络技术创新，大力发展协同设计、协同制造、协同服务，打造产业链上下游企业、制造企业、服务企业、内容提供商和应用开发商的共赢生态体系，从而打造一个商业模式创新的支撑平台；

第三，加大对商业模式创新的政策支持力度。把商业模式创新提升到与知识创新、技术创新同等重要地位，对重大、关键、示范性的商业模式创新提供适当的财税、资金等政策支持；

第四，完善符合商业模式创新特点的知识产权保护制度。

除此之外，邱光和认为民营企业的腐败问题也同样值得关注。据了解，在目前中国经济结构中，民营企业在GDP的比重已经超过了60%。与此同时，民营企业的商业腐败问题也呈现扩大蔓延的态势。针对这个问题，他建议将民营企业的反腐工作法律化，将廉洁的阳光照射到社会的每个角落，让民企反腐也有法可依。

关注春夏面料展新启航 期待秋冬面料展20周年大发展

——第二十届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会圆满落幕

3月5日，春日暖阳。第二十届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会（2014intertextile春夏面料展）“上海首秀”在上海世博展览馆圆满落幕。本届展会以观众数量两创新高的佳绩得到展商的首肯，展会现场浓郁的商贸氛围再一次展示出intertextile面料展作为全球规模最大的纺织展会的巨大魅力。同时，证明了已经在市场经济大潮中摸爬滚打了十几年的中国纺织产业，正在以旺盛的生命力步入一个新的发展阶段。

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（简称intertextile春夏面料展）自本届起将举办地由北京移师上海。来自23个国家和地区的1400多家参展商在上海世博展览馆50,000平方米的场地上展示了丰富多彩的面料、辅料及纱线纤维产品。不论“土豪”、“小清新”还是“高大上”面辅料产品，应有尽有。

开展首日，上海世博展览馆的1、2和4号馆，人气爆棚，到场观众逾18000人，较上届春夏面料展同期增加近7000人，增幅达到60%。其中，海外观众超过2500人。首日观众数量创历史新高。

开展第二天，更多的专业观众莅临现场参观。当日，新增到场观众16708人，较上届春夏面料展同期增长8824人。其中，海外观众达1106人。当日观众数量再创新高。

本届展会到场观众总数超过40000人，较上届春夏面料展增长18000多人，再创展会观众数量新高。

展会主办单位更高的服务水平和更完善的服务举措，让春夏面料展的展商和观众在早春上海满载而归。

为了适应市场竞争的需要，也为了确保今后展会蓬勃的发展，从明年起即2015年，中国国际纺织面料及辅料博览会将全面移师到中国博览会会展综合体，该会展综合体位于上海市虹桥商务区，全部落成后，将成为目前世界上面积最大的建筑单体和会展综合体。交通便利、配套完善，能够提供高效便捷的展会服务。

明年春季，春夏面料展将率先启用新展馆，预计展出面积将达10万平方米，这将创下春夏面料展历史之最。以往受到展馆面积的限制，春夏面料展的展出面积一直是50000平方米，不能满足企业的参展需求，大批企业无法参展而排队候补，而明年新展馆的启用，将吸纳更多企业的加入，展出的产品类别更加丰富，商贸功能将更加突显。我们十分期待展会在新落成的中国博览会会展综合体的全新亮相！

同时，为了有效地衔接行业上下游的产业链，明年，春夏家纺展及纱线展也将与春夏面料展同期同地举办，相信三展联动将聚焦更多行业的目光。

在庆祝春夏面料展新启航首战告捷的同时，我们更期待秋冬面料展20周年带来的新发展。

20年意味着一种收获，也预示着新的起点。

“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。2013年在全行业的努力下，中国纺织服装行业的发展整体好于预期，主要经济指标都保持了稳定增长，实现了行业的平稳发展。相信在2014年，随着美国、欧盟市场的持续回暖，中国纺织服装市场的形势将好于去年。

作为中国纺织工业联合会旗下的专业展会，我们希望intertextile面料展能更好地为展

商服务、为行业服务、为市场服务，能帮助企业积极地应对未来发展中遇到的各种可能性，并从这些发展趋势中找到适合自己的方向。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，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。

2014intertextile纱线展区：艺术和时尚 化纤也可以

3月3日，2014/2015中国纤维流行趋势在上海隆重发布，四大篇章10大纤维品种揭晓的同时，盛虹·中国纤维（逸绵）创意时尚汇也以触动人心的方式，展现了纤维之美与艺术之美、生活之美的有机融合。

对面临转型升级重任的化纤行业来说，以人性化、艺术化的形式传递纤维在生产与应用中的绿色、循环、低碳理念，并将其传播至人们的生活，以不断创新创造新的需求是化解产能相对过剩矛盾的重要方式。而要建设化纤强国，品牌建设是不可缺失的一环。

以流行融入生活

2012年，当中国纤维流行趋势首次发布时，“纤维流行趋势”这一全新的理念还曾受到质疑。但随着不断创新，发布的内容和形式越来越丰富，“纤维流行趋势”的定位和概念越来越清晰，其内涵也越来越丰富。当全球时装周研究流行趋势的模式发展到从“流行色”到“面料”到“成衣”时，中国纤维流行趋势的发布带来了新的改变。从此刻开始，这个流程图上还加上“纤维”这一项。

纤维作为纺织品的源头，一直以来扮演的角色都比较质朴，按照普通大众的消费习惯很难将纤维这一原材料和当下的“品牌”、“流行”、“时尚”等热词联系起来。但是事实证明，纤维不但有品牌，更能引领整个时装圈的流行趋势，“莱卡”、“莫代尔”等成功的纤维品牌就是最好的证明。

“纤维流行趋势”这一理念的提出，对中国化纤行业打造品牌起到了积极的推动作用。2014/2015中国纤维流行趋势发布活动紧扣十八大“建设生态文明”精神，重点推动化纤纺织行业生态文明建设，打造美丽行业。活动以“和谐与品质”为主题，推出纤之盾——

健康防护篇、纤之韵——精致生活篇、纤之源——绿色低碳篇、纤之魅——绚丽色彩篇四大篇章，包括PM2.5工业防护纤维、阻燃纤维、仿棉纤维、仿毛纤维、保暖纤维、凉感纤维、生物基纤维、循环再生纤维、无染纤维、易染纤维10个纤维品种。

新一代聚酯仿棉纤维及其产品“逸绵”是这些流行纤维品种的代表。盛虹·中国纤维（逸绵）创意时尚汇就是以逸绵为主角，邀请国内著名设计师武学凯、武学伟，以艺术而时尚的形式突出展现了逸绵轻逸、绵柔的特性，真正将纤维和时尚划上等号，让科技融入到时尚生活。

中国纺织工业联合会会长王天凯在发布会上表示：“当今世界经济的竞争越来越体现为品牌和文化的竞争，经济强国离不开品牌强国，做强品牌和打造中国纺织文化是经济转型的重要选择。品牌不仅关乎企业的生存与发展，更是一个国家实力的象征。近几年，纺织产业链终端产品越来越注重品牌建设，产生了不少有影响的自主品牌。然而和国际知名品牌相比，我们品牌的影响力和竞争力还有很长的路要走。”

本届春夏面料展纱线区，以“纤动世界 美丽中国”的中国纤维馆，分九大主题展区来共同展示中国化纤的整体实力，打造中国纤维品牌。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品牌和文化的竞争。最终带动纺织产业链向新产品开发、创新拉动需求的方向转变，促进价值链的整体提升，提高产业链整体竞争能力，增加纤维品牌对纺织化纤产业发展的贡献率。

强强联合打造时尚会展平台

——PH Value & Pure Shanghai将于金秋十月在上海举办

- 优质品牌服装贸易平台
- 70余个欧洲品牌参加PH Value & Pure Shanghai
- 超过150家国际与国内品牌参与此展会
- 与英国i2i会展集团合作办展
- 与WGSN就趋势和研讨会事宜紧密合作

一个全新的、专注于品牌服装服饰贸易的国际展会平台——P&P将于2014年10月20-22日登陆上海新国际博览中心。

2014年3月4日，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会（简称“纺织贸促会”）、中国针织工业协会（CKIA）和英国i2i会展集团三方共同签署合作办展协议，联合其旗下“PH Value时尚第一汇”和“Pure Shanghai”两个展会，共同打造一个全新时尚会展平台“PH Value & Pure Shanghai”（简称P&P），主要以品牌服装、鞋、手包和其它服饰类为主。

P&P并不是简单的1+1模式，而是发挥双方各自的优势，将新的展会理念和操作模式注入到该平台。P&P将专注于展会商贸功能的实现，在帮助品牌与渠道对接的领域深耕细作。

i2i会展集团的董事总经理Mark Shashoua表示，据研究，有40%的服装是根据现在的流行趋势来购买的，P&P将会把注意力集中在引导中国消费者的时尚流行趋势上。我们非常高兴与纺织贸促会和中国针织工业协会合作，双方机构的力量联合起来将会在上海把P&P打造成亚太区最大的时尚贸易展。

届时Little White Lies, Ariella, Louche London, Paul Boutique、Gina Bacconi等70余家欧洲品牌将华丽亮相。对于这些品牌来讲，P&P是进入中国时尚产业值得信赖的途径，更是他们与中国渠道商和消费者沟通的桥梁。

欧美的时尚渠道与中国的时尚渠道构成比例不同，欧美目前是以专业百货公司、购物中心和独立零售店为主，中国目前的时尚渠道正经历着基于互联网技术的商业变革与传统的商业流通领域猛烈碰撞的阶段。虽然近几年愈演愈烈的电子商务给传统百货带来越来越大的压力，但电子商务无法完全取代传统百货业，将只是作为时尚渠道的一种存在方式。对传统百货商场而言，未来也将朝欧美的方向，一方面

将通过专业化的集成转变成为购物中心，另一方面进行深度专业化后向专业百货发展。渠道变革本质上是伴随着消费者需求变化，在80后开始逐步成为消费主流群体后，消费者对品牌的自身更加重视，开始进入商品品牌自身的价值决定品牌的价值阶段。无论是对电商还是变革后的百货业，如何寻找满足消费者需求的产品或品牌将成为其存亡的关键。

基于这样的判断，纺织贸促会常务副会长徐迎新认为，展会将在品牌和渠道之间起到桥梁作用，为双方的相互选择提供平台。中方主办方在纺织服装展览领域二十五年的经验和英国i2i集团在欧洲服装零售领域的专业背景将帮助P&P以优质的、专业的、精细的服务成为品牌商和渠道商的首选。

中方主办方将充分发挥其专业优势，利用多年积累的60万买家数据库为参展品牌做好服务，而i2i集团也将与其在上海、香港、新加坡、台北、首尔和东京的办事处合作，利用这些合作伙伴的15万当地数据库资源，邀请包括零售商、代理商和经销商来展会对接洽谈。买家主要来自大型百货商场、购物中心、国际连锁零售商、电商以及加盟代理商。

与此同时，国际著名趋势研究机构WGSN将在现场为展商与观众带来精彩纷呈的趋势发布以及与时尚行业相关的研讨会等活动。

P & P 同时得到中国纺织工业联合会 (CNTAC)、英国贸易投资署 (UKTI)、英中贸易协会 (CBBC) 等政府组织和行业协会的支持。CBBC 总监 Fenella Barber 表示, P & P 将把英国的大众时尚流行趋势带给中国消费者, 这将与那些寻找多元西方时尚的中国消费者产生共鸣。CBBC 对其作为 P & P 的参与方感到非常兴奋。

更多展会详情请登录展会官网:
<http://www.phvalue.org/>

扩展信息:

PH Value 时尚第一汇是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和中国针织工业协会承办的服装服饰展览会, 展会分为品牌区和加工区, 流行趋势, 论坛和时装秀。展会每年 10 月在上海新国际展览中心举办。

Pure 展是英国 i2i 会展集团于每年的 2 月和 8 月在伦敦主办的具有领先地位的时尚贸易展, 展品类别为女装、鞋、配饰及年轻时尚服装。超过 1000 个品牌在 Pure 发布下季的流行产品, 买家来自于欧洲和国际零售商、连锁店、百货公司、电商和邮购商家。

i2i 集团致力于在全球打造世界级展会和大型商业活动, 涉及家居、礼品、时装、零售、健康、能源、环境、教育、技术以及传

媒等领域, 相关活动包括世界零售大会 World Retail Congress、国际绕线设备与技术展览会 (CWIEME)、英国教育技术展 (Bett)、英国国际固废处理及再生技术展览会 (RWM), 以及英国伦敦服装服饰展览会 (Pure), 其引进与发布计划正有条不紊地进行。

i2i 期望能给中国的客户群提供更为优质的服务, 并已设定高目标以扩大对外销售, 从而助力全球业务发展。i2i 隶属于 Top Right Group。Top Right Group 是一家 B2B 跨平台媒体集团, 旨在为全球客户提供客观分析、即时新闻、创意概念以及相关职业契机。Top Right Group 旗下拥有多个业务单元, 其中包括: i2i, 主营会展与大型活动业务的公司; Lions Festivals, 全球创意产业国际节庆主办机构等, 详情请登录 www.i2ieventsgroup.com

WGSN (Worth Global Style Network), 英国在线时尚预测和潮流趋势分析服务提供商。专门为时装及时尚产业提供资讯收集、趋势分析以及新闻服务。从 1998 年成立以来, WGSN 集团是最具活力和最成功的趋势服务供应商。公司旗下有遍及世界各地的资深专题作者、摄影师、研究员、分析员以及潮流观察员, 紧贴追踪新近开幕的时装名店、设计师、时尚品牌、流行趋势及商业创新等动向。2013 年 11 月 22 日, WGSN 集团宣布收购 Stylesight。

商业平台 引领亚洲

——中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会 (ITMA ASIA + CITME) 6 月启幕

中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会 (ITMA ASIA + CITME) 由“中国国际纺织机械展览会”和“ITMA ASIA”联合而成。2014 年中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会将在 6 月 16 日~20 日举办, 展览会的招展、展位布置工作已经接近尾声。本届展会的展出面积将超过 15 万平方米, 规模超过往届水平。

据主办方介绍, 本届展会将使用上海新国际博览中心的 13 个展馆 (W1~W5、E1~E7、N5), 展出面积将达到 150500 平方米。中国纺织机械器材工业协会理事长王树田介绍说, 本届展会的招展情况和行业形势形成了鲜明对

比, 在纺织机械行业整体形势不是特别好的情况下, 展览会的规模仍然超过了历届水平。

王树田说, 出现这种现象有两方面的原因。一方面是近几年来纺织机械行业的市场情况发生了较大变化。原来市场好, 产品供不应求, 纺机产品单一, 企业都忙于市场经营工作。而现在的市场并不需要这些同质化产品, 纺机企业根据市场的变化开发了许多新产品, 他们需要选择一个合适的机会将研发的最新成果进行展示, 本届展会就是一次集中展示的好机会。另一方面就是纺机展的品牌已经深入人心。许多纺机企业认为, 展览会是一个非常好

的展示平台，特别是主办方能更有效的把观众组织起来，如果不好好利用这个平台，可能会丢掉许多商业机会。经过前几届的努力，中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会的品牌影响力已经形成，这从本届展会的招展情况就能够看出。这也提醒我们，想要真正做好一个展会，品牌的生命力最重要。

目前，主办方已经陆续安排了1351家参展商的展位，展馆的剩余面积不足1%，而报名企业对面积的需求量还有3%。王树田说，主办方正在进行筛选，根据条件尽量进行安排。

在展馆布置方面，上海新国际博览中心西侧的W1~W5展馆将展示纺纱、化纤和非织造布设备；东侧的E1、E2和E3展馆的一部分将展示织造设备；东侧的E3展馆的另一部分和E4、E5展馆将展示针织设备；东侧的E6、E7和北侧N5展馆将展示染整设备，其中E4展馆的一部分还将展出一些服装机械。与往届不同的是，主办方将染整工艺进一步细分，将N5作为独立的印花设备展馆。

王树田解释说，在各类纺织设备中，参展最多的还是纺纱、化纤机械，延续了往届的势头。与前几届相比，染整设备和针织设备的增长幅度较大，特别是染整设备。随着各地节能减排政策的相继出台，印染企业对设备升级改造的需求比较明显，与之相关的纺机企业踊跃参展。

接下来，展览会就将进入技术准备阶段。在展位布置工作完成后，主办方将向参展企业

发放参展许可，并提供技术手册。技术手册会对参展企业的用水、用电、压缩空气以及运输要求等方面进行规定。主办方还要准备参展企业的详细资料，制作会刊，同时配合参展企业做好现场广告。

除了继续推进展览会技术准备工作，主办方还要进行专业观众的组织工作。在国内观众方面，主办方将围绕国内纺织产业的重点地区，结合当地特色对展览会上出现的新产品、新工艺进行宣传，希望能组织到更专业、更需要的观众。针对海外，根据往届经验，主办方会选择纺织产业比较发达的地区，在重点城市、重点区域进行路演，同时接触一些海外行业组织、结合一些海外展会，对展览会进行全面推广。

王树田说，纺机展是一个国际化程度较高的展会，不仅是参展商的国际化比例高，国际观众的比例也很高。从往届的经验来看，国际观众占比会接近20%。近年来，中国周边国家和地区纺织工业的竞争力在不断提高，他们越来越关注在中国举办的纺机展，所以主办方也期待本届展会国际观众的比例能够继续提高。

● 本届展会将继续采取购票入场的方式。购票方式：

- 1、展会现场购票
- 2、在展会官方网站（www.citme.com.cn）上注册购票，并可享受6折优惠。

更多展会详情请登陆展会官方网站（www.citme.com.cn）

2014中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会

招展工作紧锣密鼓

亚太地区最大的家纺博览会，第二十届中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会（Intertextile Shanghai Home Textiles）将于8月27-29日在上海新国际博览中心隆重举行。届时，展会将汇聚全球几千家优质家纺展商，为数万买家呈现一场华丽、梦幻，又不失温馨的家纺盛宴。

现展会报名工作正在紧锣密鼓地进行着，欢迎您的加入。

报名请登录网站：www.intertextile-home.com.cn

博览会亮点:

- 全球崭新家品不容错失的行业盛会
- 海内外买家首屈一指的采购平台 创新技术与新产品独一无二的首秀舞台
- 云集新老布艺品牌 尽展整体软装风采
- 智能遮阳企业独有技术为“大家纺”提供完美解决方案
- 室内饰品原创设计独具匠心 个性风格领风骚
- 流苏花边 精美家纺配饰 主推私人定制

时 间: 2014年8月27-29日

地 点: 上海新国际博览中心

主办单位: 中国纺织工业联合会

承办单位: 中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

中国家用纺织品行业协会

法兰克福展览（香港）有限公司

展品范围: 各类家用纺织品及辅料,计算机辅助设计与制造,相关出版物及网络

展览面积: 138,000平方米

联系电话: 010-85229546/85229496/85229505/85229703/85229506/85229504

传 真: 010-85229300

网 址: www.intertextile-home.com.cn

电子邮箱: intertextile_home@ccpittex.com

联系人: 罗洁 王小雷 李玉珏 贺蕊 朱勤 林英华

2013年中国土耳其纺织贸易概况

一、土耳其纺织产业概况

土耳其是仅次于中国、欧盟、美国和韩国的世界第五大纺织品服装出口国，其纺织产业在国民经济中具有举足轻重的地位。土耳其纺织技术水平居世界领先地位，产业配套水平高，尤其是针织、色织、印花和花饰产业。

2012年，土耳其纺织产业生产占土GDP、工业产值、制造业产值及制造业就业人数的比重分别为5.5%、17.5%、19%和20%左右，出口占到土耳其货物出口总额的30%左右。

二、中土纺织双边贸易概况

2013年，中国成为土耳其第十一大出口市场和第二大进口来源地。其中：

矿产品是土耳其对中国出口的主要产品，占土对中国货物出口总额的68.5%；而机电产品、纺织产品、贱金属及制品是土耳其自中国进口的主要产品，占其自中国进口货物总额的69.2%，并且机电产品超过一半占比。

2013年中土双边纺织原料及纺织制品进出口统计

● 出口：

纺织原料及纺织制品（HS大类商品11类）出口金额为2.92亿美元，同比增长29.7%，占土对中国出口商品总额比重为8.1%。

其中：

针织或钩编的服装及衣着附件（61章）出口金额为0.15亿美元，同比增长3.1%，占土对中国出口商品总额比重为0.4%；

非针织或非钩编的服装及衣着附件（62章）出口金额为0.24亿美元，同比增长30%，占土对中国出口商品总额比重为0.7%；

地毯及纺织材料的其他铺地制品（57章）出口金额为0.47亿美元，同比增长54.2%，占土对中国出口商品总额比重为1.3%；

其他纺织制品；成套物品；旧纺织品（63章）出口金额为0.17亿美元，同比增长12.8%，占土对中国出口商品总额比重为0.5%；

棉花（52章）出口金额为0.69亿美元，同比增长67.8%，占土对中国出口商品总额比重为1.9%；

化纤短纤（55章）出口金额为0.64亿美元，同比增长0.8%，占土对中国出口商品总额比重为1.8%；

化纤长丝（54章）出口金额为0.1亿美元，同比增长115.1%，占土对中国出口商品总额比重为0.3%；

羊毛等动物毛；马毛纱线及其机织物（51章）出口金额为0.33亿美元，同比增长32.8%，占土对中国出口商品总额比重为0.9%。

● 进口：

纺织原料及纺织制品（HS大类商品11类）进口金额为26.8亿美元，同比增长3.0%，占土自中国进口商品总额比重为10.9%。

其中：

针织或钩编的服装及衣着附件（61章）进口金额为2.67亿美元，同比增长17.0%，占土自中国进口商品总额比重为1.1%；

非针织或非钩编的服装及衣着附件（62章）进口金额为5.64亿美元，同比增长8.0%，占土自中国进口商品总额比重为2.3%；

棉花（52章）进口金额为2.95亿美元，同比增长42.3%，占土自中国进口商品总额比重为1.2%；

化纤短纤（55章）进口金额为2.3亿美元，同比减少34.3%，占土自中国进口商品总额比重为0.9%；

化纤长丝（54章）进口金额为5.48亿美元，同比减少1.3%，占土自中国进口商品总额比重为2.2%；

针织物及钩编织物（60章）进口金额为2.32亿美元，同比增长26.7%，占土自中国进口商品总额比重为0.9%。

资料来源：商务部《国别贸易报告》

刊 头 题 字：杜钰洲
顾 问：王天凯 许坤元
张延恺 陈伟康
徐晋昶 富荣沛
编辑委员会：徐迎新 杨兆华
林云峰 梁鹏程
主 编：梁鹏程
执 行 主 编：林学森
副 主 编：孙 凌
编 辑：李 薇

以下方式可以联系到我们

编辑部地址：
北京东长安街12号436室
邮 编：100742
电 话：(010) 85229397
传 真：(010) 85229196
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