

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸促

4

2016

总第253期

月刊

2016年4月20日



中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 主办
中国国际商会纺织行业商会

特别报道

2016中纺联春季联展展商回声：市场比预想的好

行业动态

- ★王天凯: 发力供给侧结构性改革 破解印染环保难题
- ★加快转型升级 再造印染新优势
- ★当前中国纺织服装行业发展正面临的六大变化
- ★新形势下寻找纺织行业发展新动能
- ★针织“十三五”: 继续完善行业可持续发展生态
- ★棉花产业: 去库存、补短板任重道远
- ★3月份我国纺织品服装出口同比“猛增”34%
- ★麻纺织各分行业发展分析
- ★山东: 服装产业升级呼唤“工匠精神”
- ★国储棉5月3日开始轮出 市场反应如何?

走出去

- ★商务部: “一带一路”战略一周年取得丰硕成果
- ★“一带一路”有望构建新的全球经济大循环
- ★中国纺织产业“走出去”概况

国际市场

- ★尼日利亚将加快振兴棉纺织工业
- ★土耳其向美国棉花征收反倾销关税
- ★美国宣布成立纤维与织物制造创新机构
- ★2016年非洲经济预览

政策法规

- ★国务院发力“中国制造” 颁布婴幼儿服装等质量提升计划
- ★用先进标准倒逼“中国制造”升级

展会专题

- ★2016年中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会“分区布置图”确定
- ★2016年秋季纽约展报名情况超过预期
- ★目前是进入巴西的良机——巴西GOTEX展邀您来
- ★2016年南非中国纺织精品展11月举办



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目 录

行业动态	05	王天凯：发力供给侧结构性改革 破解印染环保难题
	05	加快转型升级 再造印染新优势
	06	当前中国纺织服装行业发展正面临的六大变化
	06	新形势下寻找纺织行业发展新动能
	08	针织“十三五”：继续完善行业可持续发展生态
	08	棉花产业：去库存、补短板任重道远
	09	3月份我国纺织品服装出口同比“猛增”34%
	10	麻纺织各分行业发展分析
	11	山东：服装产业升级呼唤“工匠精神”
	12	国储棉5月3日开始轮出 市场反应如何？
走出去	13	商务部：“一带一路”战略一周年取得丰硕成果
	13	“一带一路”有望构建新的全球经济大循环
	15	中国纺织产业“走出去”概况
国际市场	17	尼日利亚将加快振兴棉纺织工业
	18	土耳其向美国棉花征收反倾销关税
	18	美国宣布成立纤维与织物制造创新机构
	18	2016年非洲经济预览
政策法规	19	国务院发力“中国制造” 颁布婴幼儿服装等质量提升计划
	19	用先进标准倒逼“中国制造”升级
展会专题	21	2016年中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会“分区布置图”确定
	21	2016年秋季纽约展报名情况超过预期
	22	目前是进入巴西的良机——巴西GOTEX展邀你来
	24	2016年南非中国纺织精品展11月举办

纺织贸促

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国国际贸易促进委员会纺织行业分会
中国国际贸易商会纺织行业商会
内部刊物 准印刊号：CTN2012-011

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

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

2016中纺联春季联展展商回声：市场比预想的好

3月16-18日，包括第22届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会、第24届中国国际服装服饰博览会（春季）、2016中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会、2016 PH Value 中国国际针织（春夏）博览会和第13届中国国际纺织纱线（春夏）展览会在内的“2016中纺联春季联展”在国家会展中心（上海）隆重举办。联展展出面积超过30万平方米，展商近5000家（其中：面辅料展商近3200家、服装服饰展商1177家，纱线展商近300家，家纺展商182家，针织展商近100家），堪称集纺织产业上下游之大成的行业盛会。联展在国内外行业及市场上的影响力自不待言，因而其行业风向标的作用亦更加显著。特别是在当前国际环境中新不稳定不确定因素还在增加，国内实体经济发展面临多重困难的形势下，业内企业在展会现场的亲身感受更能客观反映出纺织行业的真实现状。令人欣慰的是，展会期间更多听到的是“市场比预想的好！”的积极声音。

得益于纺织行业市场化改革的先发优势，2015年纺织行业经济指标表现好于全国工业平均水平。今年一季度纺织行业规模以上企业工业增加值和出口值依然好于全国平均水平。但是，粗放型的发展模式积累下来的结构性矛盾和问题同样透支了纺织行业的未来增长，行业内出现了“冰火两重天”的分化现象。有持续保持两位数利润增长的优秀企业，同时也有许多企业面临生存危机。

诚然，来现场参展的企业当属业内效益不错的企业，也正因为如此，他们的感受在更大程度上反映了行业发展的趋势，验证了纺织产业转型升级的成果。本报道将记者在展会现场对展商的部分采访予以分享，希望能对业内企业在转变观念和企业经营方面发挥作用。

【春夏面辅料展展商】

杭州集美印染有限公司

本届展会客户对天然纤维类、混纺交织类的品种，比较感兴趣，寻样量非常大，这也反映出今年面料主要的流行方向。今年人气远远超出我们的预期，这两天我们接待了七百多个取样客户，这些全部都是在记录内的，只交换名片的不算。其中第一天就接待了近四百个。

浙江圣棉纺织品有限公司

本届展会公司带来近60个面料新品，这个展会上全是顶级的面辅料企业，如果不把硬货和最新的产品拿出来，是没办法和其他展商媲美的。三天下来，我们大约接待了三百多个意向客户。

吴江三丰户外纺织面料有限公司

本届展会公司带来的最新户外面料产品展出十分成功，开展第一天人气好到根本没时间吃午饭。

宁波北纬纬一长毛绒有限公司

我们一半的业务做出口，本届展会期间我们推出的产品不少国际客户都专门过来看，这在其他展会是比较少接触到的。

【春夏家纺展展商】

罗莱家纺

产品品类不再单一 开始整体空间打造。

本届展会上罗莱家纺儿童家居类产品不光启用了新LOGO,在产品种类上也有所拓展。将儿童睡眠、学习、玩耍的一些列产品都纳入了销售范围。将来罗莱将更倾向于儿童卧室的整

体空间打造。不仅如此，本届展会上罗莱还展出了一系列智能产品。其实生活家居概念它已经不再局限于床上用品，而是着眼于让人们更舒适、更便利地生活。这也是罗莱做智能产品的初衷。

水星家纺

婚庆产品吸人眼球 创意无限的婚房布置

本届家纺展，水星的展位着实吸人眼球，一片喜庆的中国红吸引无数观众驻足拍照。本次水星家纺婚庆馆的展会主题是“东家有喜”，因为展会在开年之初有新年之喜，二胎政策开放有新生之喜，春季也是结婚的好时候更有新婚之喜。婚庆馆很好地表达了水星家纺婚庆产品的品牌定位。

平实美学

平实美学是梦洁专门针对女性消费者开发的子品牌。一般来说，好的床品就像奢侈品包，特别的、美丽的总是非常昂贵的。而平实美学则是高颜值，但大众群体都能买得起的品牌。展位上，鲜花的芬芳、清新的田园风格布置，以及精美的产品吸引了许多观众的驻足。展位中还有贴心的小卡座，精美的小点心，有一种生活之美。

宜庭家纺 (ESTEEM)

三大风格 打造美式轻奢风。

本届展会最文艺的展馆要数宜庭家纺的展位了。ESTEEM是美国蓝岭公司的一个在大陆运营的品牌，在美国市场上是羽绒类制品中最大的一个家纺品牌。ESTEEM2007年进驻国内市场，品牌定位非常清晰——美式轻奢风。产品风格细分有三个主力方向：美式经典、基础纹样系列和花卉系列。其中，基础纹样系列是由一种几何图形和纹理做成的一种很轻松的具有美式生活情调的产品，主要满足一些高端消费客群的需求；花卉系列则稍稍偏向于美式田园风格，春夏类产品比较小清新，秋冬类产品比较美式休闲和怀旧。这个三大系列产品构成了ESTEEM产品的完整结构。

悦达家纺

开始转型 做自己的品牌。

悦达过去是一个知名的成品面料供应商，目前开始打造自己的品牌。悦达正处在转型过程中——从成品面料供应商转型到品牌运营商。悦达从2014年开始做ODM，2015年底开始做OBM。之所以能快速转型，第一是市场的需要，需要你做品牌；第二是悦达注重研发团队的培育。悦达目前已有六十多人的研发团队，今年成立了纺织应用研究院，就是为了使转型更能够有产品的支撑。相信，一步一个脚印，未来悦达可以走得更稳更快。

【春夏纱线展展商】

新疆利泰丝路投资有限公司

目前，市场上进口纱和新疆纱之间的竞争越来越激烈。作为生产纯棉纱的企业，虽然利润微薄，但公司订单情况比较好，不会出现减产、限产、停工等现象。今年市场应该会比去年好，从目前情况来看较为乐观。

江苏金天马纱业有限公司

色纺纱的魅力在于产品的色彩千变万化，在色纺纱市场竞争日益激烈的情况下，只有研发出更多的色彩组合，才能满足客户的“胃口”。企业将继续把色纺纱产品颜色的开发作为产品研发的重要内容，用色彩抓住客户、抓住订单。

福建省长乐市长源纺织有限公司

目前，市场形势不太乐观，竞争压力不断加大，国内外纱线市场将继续维持低迷和缓慢恢复的状态。国内大部分纱线产品市场利润空间缩小，形势严峻成为新常态，企业必须在产品创新上取得突破。

目前纱线市场上受欢迎的产品类型一是质量符合用户需求，价格低廉的传统纱线产品；二是质量好，适合高端服装家纺使用的中高支

纱产品；三是满足特殊需求的功能性、差别化纱线产品。所以，未来企业产品研发的方向将由中低支纱向中高支纱升级，由单组分纤维纯纺与双组分纤维混纺向单组分纤维纯纺与双组分纤维混纺及多组分纤维混纺相结合升级，由普通纤维纱线向功能性、差别化纱线升级。

德州恒丰集团恒祥纺织品公司

作为我国新型纤维研发、创新、生产的领军企业，恒丰集团在打造行业“尖儿货”的步伐上从未停歇。集团一直与东华大学、中纺科学院、江南大学、奥地利兰精公司、上海德福伦化纤有限公司、天竹纤维产业联盟等单位保持长期稳定的合作关系，在新产品、新技术的开发及研究方面取得较好、较快进展，企业创新能力不断提升。

青岛百草纤维科技股份有限公司

公司本着天然、绿色、健康的理念，不断推出新型抗菌性纤维、吸湿发热纤维、运动呼吸纤维等。这些天然材料与纳米技术、微胶囊技术结合，在健康、绿色服装材料上，特别是在内衣上的应用，最大程度发挥了新型材料的技术优势。中国未来的纱线市场将以新型纤维来引导，公司将以全新的纺织材料来应对竞争激烈的市场。因此，公司的发展思路依然会是以专业生产新型弹性纤维为主。

南通双弘纺织有限公司

目前国内纱线市场在各领域都快速发展，特别是化纤行业发展迅速，已经在常规纤维生产领域取得领先地位，尤其是高性能纤维更是吸引眼球。天然纤维产品会有更好的竞争力，将会越来越受欢迎，公司产品的研发将继续朝此方向发展。

【春夏针织展展商】

浅秋

为观众带来的不论是以动态发布秀形式呈现的主题为“江南印象”的2016春夏季产品，

还是静态展示的以“伦敦风情”为主题的秋冬季产品，其产品原料均主打羊毛、桑蚕、丝绸、棉麻的天然材质。充分演绎folklore(民族的、传承的)流行趋势，以柔软的材质让人感受到流动感的设计。

圣地欧

以“摩登部落”为产品发布秀主题的圣地欧此次带来“古朴民族”和“艺术水墨”两个系列，其服装色彩与设计灵感均来自于大自然的启发——原始森林中自然而新鲜的空气、树叶、岩石、野果等。感受乐于追求自由的生活方式，运用做旧工艺、磨损工艺、水墨晕染等元素，传达出环保、舒适与健康的设计理念。

慕丽

发布秀以“爱女人·爱美丽”为主题的慕丽善于突破传统，将“五花大绑”的女装推向自然舒适，设计简约却不简单。从生活周围获取灵感，在自由、任意和轻松的设计心态下，摒弃紧身束腰、鲸骨裙箍与长发，提倡肩背式皮包与织品套装等，从实用细节处发力，完美实现女性对于高雅、简洁、精美风格的着装要求，造就一种简约舒适的奢华新哲学。

江苏金龙科技股份有限公司

公司带来了包含“静谧空寂”、“深海探险”、“低调奢华”、“数唯脉冲”四个主题方向的“2017春夏中国针织电脑横机花型趋势”。

同常规的针织流行趋势一样，金龙的产品设计研发部门的花型开发都是自充分掌握当季的流行资讯和流行元素的前提下分四个主题进行企划，每个主题风格不同，开发的关键点也不同。每个主题分别以关键词的形式，从灵感源、纱线材质特点、编织针法和表面效果等多方面对每个关键词一一做出解析，从而实现多角度地综合阐释主题内容。

王天凯：发力供给侧结构性改革 破解印染环保难题

4月12日，中国印染行业协会五届五次理事扩大会议暨五届六次常务理事会议在上海召开。

中国纺织工业联合会会长王天凯出席会议并讲话。他用16个字概括了行业的整体情况：总体平稳、走势有优、分化明显、前景可期。他表示，去年纺织行业投资规模持续扩大、运行质效表现良好，其中印染行业运行质效的各项指标平均好于行业水平。

需要注意的是，市场需求在减弱，同时企业面临的环保压力在不断增大。尤其是新的排放标准让印染企业肩负巨大压力。印染问题是行业发展的瓶颈，关系到我国三品战略，是政府、行业、企业应该共同关注并努力的问题。

王天凯指出，目前，行业供给侧结构性改革

存在五个问题：一是化纤、棉纺行业的阶段性产能过剩问题；二是棉花的质量问题；三是印染环保问题；四是成本问题；五是如何实现对市场、客户的有效供给。其中，印染环保的排放问题不止涉及印染一个环节，还包含产业链前端。企业要抓住供给侧结构性改革机遇，加强技术研究，同时，要通过合理模式解决资金问题。

王天凯对纺织行业的发展前景充满信心：原因在于已有许多咨询报告显示未来消费潜力市场在中国；中国纺织行业仍有完整产业链的优势；近年来，企业家的思想发生了很大变化，转型意识不断增强，企业和企业家是转型升级的巨大推动力。同时，我国的技术工艺仍有待提高，仅靠个别企业的力量是不够的，行业应集合资源、共享利益，将上下游联合起来共同发展。

加快转型升级 再造印染新优势

日前，第十五届全国印染行业新材料、新技术、新工艺、新产品技术交流会在上海召开。

会上，中国印染行业协会会长陈志华指出，目前我国经济正处在减速换挡的非常时期，印染行业受市场需求减少、生产成本上涨和环保压力不断加剧等诸多因素的影响，“十二五”以来全国印染布产量持续负增长，2015年仅为509.53亿米。但行业主营业务收入和利润稳中有升，固定资产投资继续保持较高的增幅，出口量升价跌、基本稳定，行业转型升级初见成效。

特别是在全行业的努力下，“十二五”期间，印染布生产新鲜水取水量由2.5吨/百米下降到1.8吨/百米，下降28%；印染布生产水回用率由15%提高到30%，提高了15个百分点；印染布生产综合能耗由50公斤标煤/百米下降到41公

斤标煤/百米，下降18%；出口纺织品服装的禁用偶氮染料检测总体不合格率下降至1.5%以内，处于国际领先水平。经过一系列的创新升级，印染行业在节能环保和产品的生态安全方面取得了不俗业绩。

节能环保和生态安全是行业、企业发展的前提条件和基本保障，也是核心竞争力的重要体现，企业必须要高度重视。就印染行业如何转型升级，陈志华从节能环保和产品生态安全、技术和管理水平提升以及产品和市场等3个方面进行了阐述。

首先，技术和管理的提高是实现降成本的重要方面，今后企业一方面应采用先进工艺技术装备、精细化管理智能化管理等手段，通过实现低消耗、低消费来降低企业的直接生产成本，如采用低温染色、小浴比染色、助剂自动配置输送、三级计量等技术管理。另一方面还

要通过技术创新、加强产品的设计研发，进而提高产品的附加值来降低产品成本占比，提升产品竞争力。特别是企业要以市场需求为导向，市场开发要以产品研发为依靠，加强对市

场的把握和掌控，改变来料加工的生产经营模式，开发和掌控终端市场将成为行业未来发展新方向。”

当前中国纺织服装行业发展正面临的六大变化

日前从中国纺织工业联合会获悉，当前中国纺织服装行业的发展正面临六大变化。

关注产品向关注体验过渡，由城市市场向城镇市场下沉。

首先是竞争激烈，市场低迷。在全球需求低迷的大背景下，欧美发达国家的传统优势与印度、越南等新兴国家的快速发展，使得纺织行业的国际竞争更加激烈。

五是网络经济快速崛起。中国庞大的网络经济规模为纺织行业提供了市场潜力和创新平台，分享经济等行业新模式、新业态正在不断涌现。

其次是采购格局渐趋分散。近几年，中国在美、日、欧三大市场的占比有所下降，国际采购分散化趋势开始显现。

六是市场潜力不断提升。居民收入的普遍提升、城镇化进程的不断深入以及中高收入阶层的快速崛起，给中国纺织行业的发展带来巨大潜力。

三是全球化红利有所消减。全球化红利正在随着区域贸易协定的快速增多而稀释。

未来应把创新作为引领整个行业发展的第一动力，全面致力实现结构调整、科技创新、绿色发展以及行业增长。

四是国内市场发生转变。市场需求开始由

新形势下寻找纺织行业发展新动能

如何有效整合资源、创新商业模式、链接上下游，抓住消费趋势，引领消费潮流，实现转型升级，对于专业市场以及产业集聚地，显得尤为重要和迫切。

在市场需求方面，个性化消费需求亟待得到满足，农村与贫困人口消费的短板亟待补齐。在城镇化与新型工业化进程中，“十三五”期间一亿农村居民将转变为城镇居民，从2015年城镇居民衣着消费(1705元/人)是农村居民(574元/人)三倍的差距来考量，仅此一项将形成1600亿元的衣着消费增量;2015年人均衣着消费支出1164元，按照6.5%的年均增长率，2020年人民生活水平的提升将带来整体衣着消费增量6600亿元。

在宏观政策层面，中央提出“四个全面”战略部署，坚持发展是第一要务，贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享新发展理念。国家“十三五”发展规划提出，坚持需求引领、供给创新，提高供给质量和效率，激活和释放有效需求，形成消费与投资良性互动、需求升级与供给升级协调共进的高效循环，增强发展新动能。当前，稳增长、促升级是行业工作重点。《中国制造2025战略》和“互联网+”行动计划，也对行业发展提出了更高要求。

在行业发展层面，当前纺织行业面临着两大直接挑战，一方面来自市场环境的变化和国际市场需求乏力，一方面来自经营成本的上漲。更深层次的挑战则是：中国纺织工业在经历多年高速发展后，以比较优势和后发优势为

主的投资拉动型和出口导向型发展模式难以为继，纺织行业必须进入市场导向、结构调整、创新驱动和绿色发展的新阶段，需要找到行业发展的新动能。

围绕中央经济工作会议提出的“三去一降一补”任务，纺织行业稳增长、调结构、转型升级、降本增效成为重点工作，《改善消费品供给专项行动计划(2016-2018)》已起草完成，提出创新驱动、市场导向、分类指导、协调发展四个方面的基本原则，实施增品种、提品质、创品牌“三品”战略——一是增品种满足多样化需求;二是提品质适应消费升级;三是创品牌实现“中国创造”。

创新发展应是纺织行业实现转型升级的根本动力，通过科技创新、文化创意、管理创新、商业模式创新与供应链协同创新来满足消费需求、优化成本结构和促进行业可持续发展。更具体一些就是:成本控制和质量管理是基础，产品设计和商业模式是保障，消费安全和环境友好是责任，消费导向和生活方式是目标。

纺织服装专业市场是中国特色市场经济的生力军，是集社会公益与产业价值高度合二为一的特殊经济载体，在地方经济和行业发展中具有举足轻重和不可替代的作用。市场兴、百业兴，专业市场的兴起与发展，往往会带动当地的制造业、商业、交通运输业、饮食服务业、金融保险业等产业的迅速崛起。

需要重视四个重要发展趋势：社会发展带来消费方式的改变，科技发展带来生产方式的改变，互联网时代带来营销方式的改变，资本力量带来发展速度的改变。作为服务于社会、经济、消费的纺织服装专业市场应该在这一大趋势下有新的作为：融入消费潮流去引导潮流、依托科技创新去引领创新、拓宽营销界面去提升营销、撬动资本去拥有发展的资本。

对于专业市场而言，传统模式与现代模式较量的本质，不应该是“做的多与卖的多”的较量，也不仅仅是“做的好与卖的好”的较量，成功的现代专业市场模式，是在引爆消费

量的同时，按照社会公益与产业价值高度合二为一的功能设置去完成价值实现，这样的新商业模式，必须懂得“借势”与“造势”。

如何“借势”？“十三五”发展规划提出，把大众创业万众创新融入发展各领域各环节，鼓励各类主体开发新技术、新产品、新业态、新模式，打造发展新引擎;建设创业创新公共服务平台，鼓励发展面向大众、服务中小微企业的低成本、便利化、开放式服务平台，打造一批“双创”示范基地和城市;全面推进众创、众包、众扶、众筹，依托互联网拓宽市场资源、社会需求和创业创新对接通道;加快推进基于互联网的商业模式、服务模式、管理模式及供应链、物流链等各类创新，培育“互联网+”生态体系，形成网络化协同分工新格局。

如何“造势”？专业市场作为纺织产业链的延伸，应该响应行业发展需求和政策导向，打造自己的核心软实力。近年来，融集群采购、商品展示、电子商务、智能物流于一体的全业态营销模式的第五代专业市场开始崭露头角，它是以专业市场为基础的产业综合性服务平台，中纺联合国际商贸城就是其中的代表。

中纺联合国际商贸城一方面最大化地整合资源，另一方面又将创新的规划融入经营理念，探索商贸全业态营销模式、全业态管理模式、全业态创业模式。这种“智贸区、智贸网”的“第五代专业市场”模式，让市场主体从单一的“开发商、运营商”模式，升级成为“商户服务商、市场合伙人”，这是根本上的转型升级，是对传统批发模式的颠覆，是专业市场发展与转型进程中的有益实践。



针织“十三五”：继续完善行业可持续发展生态

日前，中国针织工业协会第六届第二次常务理事扩大会议暨第六届“申州杯”全国针织科技大会在上海举办。

会上，中纺联副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝作报告指出：2015年整个纺织行业生产继续增长，运行质量稳定。但与此同时，也出现了自2009年全球性金融危机6年来的首次进口、出口双降。“十二五”时期，纺织行业面临的内外部环境比较复杂，在棉花价格差距比较大，国际原油价格波动较大，综合成本逐步上升等一系列因素影响下，行业运行压力较大，中小企业感受得更为明显。但在复杂经济环境下，针织行业规模以上企业经济运行依然保持了稳定增长态势。

谈及针织行业的运行情况时，他以调研台湾针织产业状况作为切入点谈到，台湾的针织服装服饰占纺织服装比例超60%，尤以针织面料为主。功能性针织面料是台湾针织业近年来迅速发展的支柱。我国针织产业在功能性产品开发方面更有巨大的市场潜力，这需要全行业乃至纺织业界的共同努力。

国际市场方面，出口形势严峻，发达国家

增速放缓。特别是在2015年，美国、日本等12个国家正式签署了TPP协议，这12个国家加起来占全球经济的比重达到40%，超过欧盟。2015年针织服装累计出口额984.4亿美元，同比下降7.2%。其原因主要为针织服装的重点出口市场，除美国外均有下降，对东盟的针织服装数量、单价均呈现两位数下降。

国内市场方面，我国限额以上服装鞋帽、针纺织品类零售额均有增长，但国内消费领域也呈现出较为明显的供需错配：国内消费增速减缓，但中国居民在海外疯狂扫货。当下的消费市场不再是你生产什么消费者就买什么，而是消费者需要什么生产者就生产什么。最终的评价标准，就是产品是否安全优质。

针织“十三五”是行业承上启下，整体提升的关键期。面临复杂多变的市场环境，为充分满足国内外消费需求，行业必须从源头上解决内部存在的问题，通过加强供给侧结构改革主动加大创新力度，丰富产品品种，提升产品品质，以品牌引领市场潮流，完善行业可持续发展生态。

棉花产业：去库存、补短板任重道远

4月8日，嘉兴南湖畔，中储棉主办的2016年棉花期货论坛如约而至，棉花产业链知名专家和上下游代表出席本次会议，在此传统革命胜地共商棉花产业供给侧改革之路。

通过主题演讲和座谈交流，与会代表在以下几个方面进行了交流。

一、全球宏观经济环境不佳，当前处于各类经济周期的尴尬节点，纺织产业高速增长黄金期转为经济新常态。纺织产品是生活必需品，有巨大的刚性需求。二胎政策的推动、快

时尚的流行，以及“互联网+”的拉动，使纺织产业仍有相当长的白银发展期，棉纺企业对未来仍有信心。

二、2015年棉花品质堪忧，除天气因素外，政策导向也是左右其品质的重要因素之一。

三、棉花虽高为国家重要物资，但其可持续发展离不开市场化运作，让国内棉花参与足够的市场竞争将有效提升自身竞争力。当前需求端缺口主要在于高品质棉花，增加棉花有效供给是供给侧改革的核心任务。

四、三年收储政策很大程度上推动了非棉纤维的快速发展，非棉纤维的替代率逐年增高，未来国储棉的出路主要看性价比。

会上，中储棉信息中心发布了2016年植棉意向预测报告，当前国内棉花库存仍处高位，整体供大于求。2016年植棉意向仍在减少，调查预测显示，2016年全国植棉意向4463万亩，

同比减少12.8%。

对于产业链高度关注的2016年棉花政策调控趋势，国家发改委有关领导表示，将充分听取行业声音，继续以价、补分离作为补贴政策的核心目标，平衡产业链上下游健康发展，并在近期加快对去年目标价补贴政策进行总结评估。

3月份我国纺织品服装出口同比“猛增”34%

据海关统计，按美元计，3月我国纺织品服装出口168.5亿美元，同比增长34%。按人民币计，3月纺织品服装出口1100.1亿元，同比恢复增长，且增幅高达42.7%。

一季度，我国纺织品服装累计出口566.3亿美元，同比下降5.2%，较1-2月纺织品服装累计出口降幅明显收窄。

3月，我国纺织品纱线、织物及制品出口额为79.23亿美元，同比增长34.7%；服装及衣着附件89.3亿美元，同比增长33.5%。

一季度纺织品纱线、织物及制品累计出口额为234.5亿美元，服装及衣着附件累计出口331.8亿美元，累计分别同比下降2.2%和7.3%。

以人民币计，3月纺织品出口517.3亿元，同比增长43.5%，服装出口582.8亿元，同比增长42%。

一季度，纺织品服装累计出口3675.7亿元，同比增长0.4%，其中纺织品出口1522.5亿元，增长3.7%，服装出口2153.2亿元，下降1.7%。

业内人士分析认为，出口增长的主要原因：

一是去年同期受春节靠后因素影响，同比基数低；

二是当前外贸环境有所改善，人民币汇率趋于稳定，稳外贸出口的政策红利逐步释放；

三是行业转型升级效果初显。

得益于纺织行业市场化改革的先发优势，2015年纺织行业经济指标表现好于全国工业平均水平。今年一季度纺织行业规模以上企业工业增加值和出口依然好于全国平均水平。

另据国家统计局统计，3月我国服装鞋帽针纺织品零售额同比增长4.4%。

2016年3月份，社会消费品零售总额2.51万亿元，同比名义增长10.5%(扣除价格因素实际增长9.7%，以下除特殊说明外均为名义增长)。其中，限额以上单位消费品零售额1.17万亿元，增长8.6%。其中服装鞋帽、针纺织品零售额1058亿元，同比增加4.4%。

2016年1-3月份，社会消费品零售总额7.80万亿元，同比名义增长10.3%。其中，限额以上单位消费品零售额3.46万亿元，增长8.0%。其中服装鞋帽、针纺织品零售额3482亿元，同比增加7.2%。

麻纺织各分行业发展分析

我国麻纺织行业分为亚麻、苧麻、黄麻和大麻几个分行业，近年来出现了发展不平衡的现象：亚麻纺织行业快速发展壮大，苧麻纺织行业快速萎缩，黄麻纺织行业举步维艰，大麻纺织行业平稳蓄势。各细分行业发展的不均衡直接影响到我国麻纺织行业的整体发展。

亚麻纺织行业发展最快

亚麻纺织生产加工量和贸易出口量已经超越苧麻纺织行业跃居麻纺织行业的首位。亚麻长麻纺由2010年的35万锭发展到2015年的65万锭。亚麻混纺行业更是快速发展，许多棉、毛和化纤纺织企业也在纷纷尝试与亚麻混纺。亚麻纺织行业的加工技术和装备水平也逐年更新，达到世界先进水平。

据测算，2015年我国亚麻种植面积不到10万亩，主要分布在黑龙江和新疆等地，与2009年相比减少了50%。由于缺少优良种籽和先进种植收割设备，适宜雨露的气候区域也不多，国产亚麻纤维的产量和品质一直上不去。2015年全国亚麻纺织行业消耗亚麻纤维约21万吨，其中进口亚麻原料18.4万吨，占比达87.62%。进口原料价格也在逐年上涨，对企业形成了很大的压力。

近几年，亚麻纺织行业努力研发面向消费者的终端产品，积极开拓内需市场，初见成效。但是仍有部分亚麻纺织企业停留在纱、布等初级产品加工和出口上，“两头在外”，容易因不对称的市场信息而盲目生产或扩能。

苧麻纺织行业快速萎缩

主要原因有三个：

一是优质原料的快速萎缩。由于缺少专业的苧麻种植收割设备，几乎全靠手工剥麻或简单的机械剥麻，劳动强度大，种植效益低，出现农民毁麻、弃麻现象。据测算，2010年我国苧麻种植面积尚有50万亩，到2015年减少到约

10万亩，纤维产量不足2万吨，已经远远不够苧麻企业的纤维消耗量。

二是苧麻设备水平落后。苧麻企业普遍利润不高，缺少资金进行设备更新和技术改造，这是苧麻行业的硬伤。

三是苧麻产品的种类较单一，附加值不高，替代品较多，缺乏竞争力，国际市场需求下降。由于上述因素的制约，2015年我国苧麻纺织行业萎缩到约10万锭，与2009年的65万锭相比减少了84.62%，尚在开工的规上苧麻企业10家左右，库存原料仅够两年使用。

黄麻纺织行业举步维艰

曾经和苧麻纺织行业一样，黄麻纺织行业是我国纺织行业大家庭中举足轻重的一员。近10年来却快速萧条，2015年已到了举步维艰的地步。

目前全国规上黄麻纺织企业已不足10家，且有随时关停或转产的迹象。

最主要的原因是我国黄麻原料全靠从孟加拉国进口(国产原料几近于无)，且经常受其原料控制。我国生产出来的黄麻纱线成本也高于直接进口孟加拉国黄麻纱线的成本，这也是我国近年来黄麻原料进口量快速下降，而黄麻纱线进口量快速增长的主要原因。此外，我国黄麻纺织行业的设备水平陈旧落后，无力更新，而印度和孟加拉国这些竞争对手企业得到了政府支持快速发展。

大麻纺织行业平稳蓄势

从2010年至今，我国大麻纺织行业一直处于平稳蓄势的发展阶段。在有关部门的合力宣传下，纤维用大麻的种植在法律上取得了合理的地位，在种植技术上也取得了很多突破，有逐步蓄势发展的趋势。

目前我国纤维用大麻原料种植面积约有20万亩，产量约2万吨，主要分布在黑龙江、云南、安徽等地。由于大麻产品在军服系统中的广泛使用，其吸湿透气、抗菌除臭、耐热防潮的特性逐步被老百姓所知，很多大麻纺织企业在探索民用大麻产品上也取得了很好的成绩，在国际市场上也占据了一席之地，有逐年快速发展的迹象。

影响因素

目前影响我国麻纺织行业运行的几个主要因素仍然是：

原料问题困扰行业发展，亚麻、黄麻等优质原料的进口依存度大且受限制，国内苧麻种植面积萎缩；

内需市场开拓不足。主要麻纺织企业终端产品比重低，产业链延伸不够，自主创新能力不足，行业整体技术装备水平有待进一步提高；

节能减排任务重，环保压力大。融资难、税负重、用工成本高等问题的加剧影响中小麻纺织企业正常运营。

2016年，麻纺织行业的发展仍然面临着用工、税负等综合成本不断上升，投资拉动减弱，环保压力不断加剧，出口增速下滑和人民币汇率波动等诸多挑战，将进一步延续增速放缓、调整巩固的“新常态”。

应对措施

针对上述问题，2016年麻纺织行业应做好以下几项工作：

首先要加大市场开发力度，特别是内需市场的开发力度，以缓解外销市场下滑带来的压力。

重点以终端产品，特别是女装面料和麻制床上用品为突破口，注重研发高附加值的含麻混纺、交织面料和含麻服装服饰，在巩固和提高麻类产品出口的同时，加大力度开拓麻类产品内需市场。

其次要细分市场，错位经营，避免产品过度同质化。

麻纺织企业要做好产品定位和市场定位，重视文化内涵，增加创意元素，丰富产品种类，开拓市场空间，避免同质竞争。

最后，生产能力要从量的增长转变到质的提升。

要根据市场需求调整策略，不要盲目扩大产能，谨防库存积压。以减少用工、提高自动化水平为目标，加快技术装备创新步伐；以引进或创建品牌为依托，加快品牌建设；以节能减排环保政策为基准，提高清洁生产、综合利用水平。

山东：服装产业升级呼唤“工匠精神”

呼唤工匠精神

作为山东规模过万亿元的传统支柱产业，山东纺织服装企业以工匠精神精研产品设计制造，打造产业发展新格局。

日前在烟台举行的“舒朗服装大秀”T型台上，上百位设计师展示了舒朗公司今年秋冬新

品。烟台服装企业不多，但这场发布会却吸引了国内外上千名时尚界人士、销售商、供应商等。

曾任爱马仕设计总监的英国设计师卡塔吉娜，是这次时装秀的艺术指导。她说：“我想把更具创意的思考方式带到团队中，带到中国市场来，让我们的设计拥有更前瞻性的思考方

式。”

时装是服装产业的明珠，山东服装业并不缺代工“挣快钱”的企业，但十几年坚持做时装的企业少之又少，除了设计人才的缺乏，创新创意的巨大成本和风险也是企业不愿面对的，舒朗公司样衣库封存的设计样衣单品，最多时超过了两亿元。

为了提高产品品质，舒朗公司的检测室要对进厂面料进行近20种专业检测，并首创了服装业产品召回制度，推向市场的产品稍有瑕疵立即召回。用这样的“笨功夫”专注一个产业，让舒朗公司在竞争激烈的服装市场中，交出了年增长35%的成绩单。

山东舒朗服装服饰股份有限公司董事长吴健民说：“服装就是细到极致的一个行业，如果心一粗，动作一粗，或者对自己要求标准一松，那么你就不可能在这种充分竞争的市场环境中取胜。”

不仅是舒朗，在纺织服装市场增长乏力的

当下，鲁泰纺织、如意集团等山东服装企业，同样是靠着专心、专业、专注，迸发出强大的增长后劲。山东提出，到“十三五”末，要打造全国乃至全球的高端服装制造基地，规划的发展路径就是从规模化扩张向精耕市场、精制产品转型。

对于品牌的一种坚持，特别是原创品牌的设计、自主开发，一直坚持下来，把每一件产品当做一件艺术品而不是商品去打造，这就是服装业的工匠精神。

制造业转型需要“笨功夫”

专业，专注；精心，精制。工匠精神的本质，就是耐得住寂寞、肯下“笨功夫”。其实，包括服装业在内的山东制造业不缺高端设备，也不缺熟练技师，缺的是产品背后的“笨功夫”。赢回消费者，要靠精雕细琢的工匠精神；推进制造业供给侧改革，也需要真下这样的“笨功夫”。

国储棉5月3日开始轮出 市场反应如何？

日前，《关于组织国家储备棉轮出销售的公告》发布，5月3日储备棉轮出将正式开始。

轮出各项事宜相继落实之后，人们的关注点都放在了轮出成交量，那目前棉花市场行情是否利于储备棉轮出呢？

棉花加工企业、贸易商

3、4月份，疆内棉企成本和售价倒挂幅度从200-300元/吨扩大到1200-1500元/吨，而且持续时间比较长。按4月22日市场价格来算，新疆皮棉3128级12270-12300元/吨，较3月回升800元/吨左右，走货情况好于前期，局部出现好棉难求的局面。

棉纺织厂

3、4月份常规纱、低支纱的销售旺季如约到来，气流纺、C21S-C40S以及JC21S、JC32S纱的产销形势不断好转，同时国内C21S、C32S、C40S中档棉纱的市场成交价有呈上扬趋势，纺纱利润不仅完全“转正”且普遍在1000元/吨以上。

随着各项政策、商业银行信贷支持力度加大，大中型棉纺织企业现金流状况不断好转，原料采购赊欠、账期或承兑汇票结算的现象减少，棉纺企业对棉花需求呈现快速反弹。

本年度储备棉出库总量暂按200万吨安排，储备棉结构和库点安排按照“先进先出”的原则，考虑纺织企业实际需求情况，同时兼顾储备棉安全管理需要。本次储备棉轮出考虑到了纺织企业的具体情况，相信成交量比较可观。

商务部：“一带一路”战略一周年取得丰硕成果

去年3月，商务部与发展改革委、外交部联合发布《推动共建丝绸之路和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》。一年多来，商务部按照中央统一部署，充分利用双边经贸联委会、混委会等机制，发挥驻外经商机构的前沿作用，加强与相关国家沟通交流和经贸合作，取得丰硕成果。

2015年，中国与相关国家双边贸易总额达9955亿美元，占全国贸易总额的25.1%；我国企业对相关国家直接投资148.2亿美元，相关国家对华投资84.6亿美元，同比分别增长18.2%和23.8%。今年1-2月，中国与相关国家双边贸易总额达1341亿美元，占全国贸易总额的26.26%；中国企业对相关国家直接投资达22.3亿美元，相关国家对华投资10.7亿美元，同比分别增长41.1%和5.2%。

与相关国家合作建设了50多个境外经贸合作区。其中中白工业园、泰中罗勇工业园、中印尼综合产业园区等建设取得了相当积极高效的进展，使境外经贸合作区成为推动我国企业集群式走出去、促进与相关国家开展国际产能

和装备制造合作的重要载体。

积极发展与相关国家的自贸关系，中国-东盟自贸区升级谈判顺利完成。

积极推动重大项目建设，土耳其东西高铁、缅甸皎漂经济特区等重点项目得到务实推进。

利用中国-东盟博览会、中国-亚欧博览会、中国-南亚博览会、中国-中东欧博览会等平台，组织举办了一系列贸易投资促进活动，为企业创造了大量的商机。还为相关发展中国家提供了力所能及的援助，帮助他们改善民生，增强了“一带一路”的吸引力和凝聚力。

下一步，将继续与相关各国加强沟通、集思广益，各尽所能、各施所长，共同推动实施一批重大合作项目，深化经贸合作，全面提升各领域合作水平，让合作成果更好地惠及相关各国人民。

“一带一路”有望构建新的全球经济大循环

当前，“一带一路”正在由战略构想步入全面实施阶段。“一带一路”有望构建新的全球经济大循环。

一、“一带一路”将形成全球第三大贸易轴心

“一带一路”地区覆盖总人口约46亿（超过世界人口60%），GDP总量达20万亿美元（约全球1/3）。区域国家经济增长对跨境贸易的依赖程度较高，2000年各国平均外贸依存度为32.6%；2010年提高到33.9%；2012年达到34.5%，远高于同期24.3%的全球平均水平。

根据世界银行数据计算，1990年-2013年全球贸易、跨境直接投资年均增长速度为7.8%和9.7%， “一带一路”相关65个国家同期的年均增长速度分别达到13.1%和16.5%。尤其是国际金融危机后的2010年-2013年期间，“一带一路”对外贸易、外资净流入年均增长速度分别达到13.9%和6.2%，比全球平均水平高出4.6个百分点和3.4个百分点。

2015年，我国同“一带一路”沿线国家进出口贸易总额近1万亿美元，我国在沿线65个国家中的49个国家有投资，共计150亿美元，同比增长18%。

“一带一路”正在形成除大西洋贸易轴心和太平洋贸易轴心之外，新的以亚欧为核心的全球第三大贸易轴心。预计未来十年，“一带一路”出口规模占比有望提升至1/3左右，沿线国家成为中国的主要贸易和投资伙伴。

二、“一带一路”将构筑新的雁阵模式

雁阵模式的核心是产业转移。从20世纪60年代到80年代，从日本到“亚洲四小龙”再到东盟其他国家，东亚国家和地区通过产业的依次梯度转移，大力发展外向型经济，实现了整个地区的经济腾飞，形成“雁阵模式”。

上世纪80年代，亚洲形成以日本为核心的雁阵模式，其中日本以其先进的工业结构占据了雁阵分工体系的顶层，新兴工业化经济体处于第二梯度，我国及东盟诸国为第三梯度。三个梯度分别以技术密集与高附加值产业、资本技术密集产业、劳动密集型产业为特征。

随着我国产业结构升级以及日本经济持续衰退，过去以日本为雁首的亚洲产业分工和产业转移模式逐渐被打破。根据劳动力成本和各国的自然资源禀赋相对比较优势，未来5年，我国劳动力密集型行业和资本密集型行业有望依次转移到“一带一路”周边及沿线国家，带动沿线国家产业升级和工业化水平提升，构筑以我国为雁首的新雁阵模式，充分挖掘“一带一路”区域国家经济互补性，建立和健全供应链、产业链和价值链，促进泛亚和亚欧经济一体化。

加强“一带一路”区域贸易投资合作还须克服诸多难题。

首先，区域整体发展水平和市场规模较低。57个主要国家的统计计算结果显示，2013年人均GDP水平低于1万美元（世界平均水平是10500美元）的国家有35个。这些国家的人口总数达到39.5亿人，占全球的55.33%，但GDP仅占全球的20%；人均GDP为3862美元，仅相当于这一区域平均水平的76.5%和全球平均水平的35.7%。

其次，高水平经济一体化建设明显滞后。虽然丝路地区人口众多、距离相近，具有深化彼此之间经济关系的有利条件，但由于经济发展水平差异巨大、地缘政治复杂等原因，缺乏以本地区成员为主、具有广泛代表性的多边自贸安排和有效合作机制，制约了区域内合作的深度和广度。

再次，区域内贸易占比相对较低。和欧盟、NAFTA以及东盟等在区域一体化方面取得实质性进展的地区相比，“一带一路”相关国家面向区域内国家的出口和进口在全部对外贸易中的比重比较低。过度依赖于外部市场，受到区域外经济波动冲击的风险较大，同时有可能加剧区域内经济体之间的恶性竞争，压低区域整体的贸易收益水平。

最后，贸易往来存在较多壁垒和障碍。当前，“一带一路”区域国家经贸合作还处于初级阶段。如新欧亚大铁路途经多个国家，轨距不同，换轨操作费时耗力，各国口岸合作机制尚未形成，通行便利化程度不够，物流成本偏高，一些国家的港口设施落后，增加了商品和服务流通的困难。

因此，立足于当前现状，“一带一路”以推动实现区域内政策沟通、道路联通、贸易畅通、货币流通、民心相通为重点，促进开放型经济新体制的建立，包括基础设施互联互通、能源资源合作、园区和产业投资合作、贸易及成套设备出口等领域，将依托沿线基础设施的互通互联，对沿线贸易和生产要素进行优化配置。形成以“周边为基础加快实施自由贸易区战略”和“面向全球的高标准自贸区网络”是未来大势所趋。

目前，我国已签署自贸协定13个，涉及21个国家和地区。分别是中国与东盟、新西兰、新加坡、巴基斯坦、智利、秘鲁、哥斯达黎加、冰岛、瑞士和韩国的自贸协定，内地与香港、澳门的更紧密经贸关系安排（CEPA），以及大陆与台湾的海峡两岸经济合作框架协议（ECFA）。

正在谈判的自贸协定8个，涉及23个国家，

分别是中国与海湾合作委员会（GCC）、澳大利亚、斯里兰卡和挪威的自贸协定，以及中日韩自贸协定、《区域全面经济伙伴关系》（RCEP）协定和中国-东盟自贸协定（“10+1”）升级谈判、中国-巴基斯坦自贸协

定第二阶段谈判。未来将逐步形成立足周边、辐射“一带一路”区域、面向全球的高标准自贸区网络，并最终建成“一带一路”自由贸易区（FTA）。（作者：张莱楠 中国国际经济交流中心副研究员）

中国纺织产业"走出去"概况

根据中国纺织工业联合会市场部于2013-2015年连续三年的跨国资源配置专项调研，对纺织产业"走出去"得出一个基本判断：中国纺织产业已进入跨国布局新阶段。

1978年改革开放以来，特别是2001年中国加入WTO后，中国纺织产业取得了巨大的发展成就。目前拥有规模以上企业3.8万家，主营业务收入超过1万亿美元。全产业链的纤维加工量占全球比重约55%，其中化纤产量超过4000万吨，直接就业人口超过2000万人。

一、中国纺织产业优势

1、制造能力和劳动生产率不断提升；

2中国拥有全世界最为完整的纺织全产业链；

3、数百个纺织产业集群和专业市场，通过专业分工和规模效应打造出世界一流的高效供应链体系，能够实现产品高质量下的快速反应；

4、国内消费市场快速增长并不断升级，消费渠道创新层出不穷；

5、产业调整升级和创新的步伐从未停歇，产业用纺织品发展迅速、节能环保技术和自动化的应用水平不断提升，服装和家用纺织品的原创设计水平、品牌影响力明显提升。

二、中国纺织产业"走出去"概况

目前纺织产业海外投资呈现多区域、多行

业和多形式加速推进的态势。

据不完全统计，截止2014年底中国企业在海外设立纺织服装生产、贸易和产品设计企业超过2600家，分布在超过100个国家和地区，涵盖东南亚、北美、欧洲、澳洲、非洲等重点区域，主要投资企业来自浙江、江苏、山东等沿海省份。

对外投资领域几乎涵盖了整个纺织产业链，从上游的棉花、浆粕、麻等原材料，到棉纺、毛纺、化纤等中间产品制造，再到终端的服装、家纺产品和纺织机械等都有涉及。

对外投资形式包括：绿地投资、股权并购、资产收购和合资等典型FDI形式。

纺织产业境外投资呈现以下几个特点：

1、棉纺和针织行业成为境外绿地投资热点，同时境外绿地投资普遍计划打造"中国+周边国家"的制造基地布局模式。

天虹、百隆、华孚、新大东、裕纶等企业在越南的棉纺投资合计已超过100万锭；岱银在马来西亚，科尔在美国的棉纺项目也进入投产阶段。

申洲国际、即发集团、东渡集团、AB集团等大型企业已在柬埔寨、越南等劳动力成本较低的国家进行绿地投资。

东渡集团自2003年开始战略布局：在国内苏南张家港本部、苏中（2005）、苏北宿迁泗阳（2013），国外马来西亚（2003）、越南和

柬埔寨（2008）建立了数个生产基地（其中越南为了防控风险采用将订单外包当地工厂的方式进行）。东南亚三国的用工人数近2万人，2014年东渡超过一半的服装产量都已由东南亚国家生产，但对技术、环保要求很高的面料工厂和研发中心仍布局在国内。

江苏华瑞集团表示，国内和东南亚各一半的产能对企业较为理想。公司1998年在柬埔寨设立服装工厂，2002年在越南进行了投资，目前运营状况都比较良好。

除了棉纺、服装环节，国内实力企业对东盟国家急需的织造、染整环节也有加速在其内部布局的趋势。2015年3月，鲁泰决定投资1.5亿美元在越南建设6万锭纺纱及年产3000万米色织面料生产线项目。雅戈尔在越南也有棉纺到成衣的垂直产业链的布局。

2、上游原料、品牌技术的跨国并购日益增多，对国外优质设计资源、市场渠道资源的掌控也多有成功探索。

上游原料资源掌控方面：

2012年如意用约15亿元收购澳大利亚卡比棉田农场和轧棉厂。

2011年前后富丽达总计2.53亿美元并购加拿大纽西尔溶解浆公司。

品牌并购方面：

2007年雅戈尔收购SMART和XINMA股份。

2009年中银绒业收购英国邓肯纱厂。

2010年如意收购日本上市公司瑞纳株式会社且在英国、意大利、德国、印度等国进行了一系列的品牌收购。

2013年万事利收购法国丝绸企业MARCROZIER并邀请原爱马仕丝绸控股集团CEO加盟万事利集团进行品牌运营；

2014年玛丝菲尔收购意大利 Krizia品牌。

2013年，江苏金昇完成收购瑞士欧瑞康天然纤维纺机及纺机专件全部资产和股权，交易金额高达42.3亿元人民币，通过并购在全球获取品牌和技术优质资源。

除了对海外现有品牌进行收购，也有企业自己主动“走出去”获得设计、市场渠道方面的国际优质资源，达到提升企业核心竞争力战略目标。

2013年，鲁泰米兰办事处正式开业，通过与意大利设计师、意大利设计机构合作，把握面料及衬衣流行趋势、提高产品整体设计的能力大大进步，样品选中率大幅提高。同时公司总部与意大利办事处形成良性互动，公司聘请意大利成衣设计团队来公司设计并培训，并外派设计人员赴米兰学习，让公司在面料、服装研发与设计的时尚度和创新度向欧洲靠齐。

2014年，鲁泰在美国纽约州设立子公司，主要从事市场调研、新产品的推广及客户关系维护等工作进一步完善了公司主要市场的国际营销渠道，提升了公司的综合服务能力和竞争力。

云蝠、岱银在美国市场的品牌、设计、渠道建设也都有非常类似的体会。

家纺企业中，亚光、众望、中亚等企业在海外核心市场中对品牌、设计、渠道的自主掌控和努力也非常成功。

2004年，亚光在纽约设立美国公司Loftex USA，聘请原世界第一大毛巾品牌Cannon公司的首席设计师担任首席运营官，在美国曼哈顿第五大道著名的家纺区设立了公司和展厅，12人的销售和研发团队全部为海外人士。他们发挥了多年的市场策划和营销经验，Loftex品牌毛巾在短时间内迅速进入美国大型零售商渠道，多款产品深受美国高端客户青睐，赢得了大量的订单和客户。

短短几年时间，亚光家纺由简单的来样加

工和竞价接单，转变为自主研发，引导市场趋势的主流毛巾生产企业，完成了公司由代工到自主品牌出口直销的质的飞跃。

目前亚光的毛巾产品在美国已进入超市和高档百货商店等主流渠道。同时，亚光在美国还注重实现对客户的全面服务，企业自主品牌形象和知名度大大提高，近几年美国市场的销售额每年都在1亿美元左右。

3、以东渡、天虹和如意等优秀集团为代表的中国纺织企业已经超越了“走出去”的简单概念，而是通过国际化战略朝全球跨国公司奋进。

4、“走出去”与中国市场密切结合。

我国纺织产业“走出去”是以国内业务的健康发展为基础的，两者相互配合和支撑。很多境外投资业务的最终销售地正是正在飞速发展的中国市场。

5、企业跨国布局日趋理性，对境外融资、综合成本、投资安全和全程风险管理非常重视。

境外投资的融资成本问题一直是个热点问题，企业的境外投资并购都在充分利用当前美元融资成本较低的时间窗口。

企业也越来越重视投资并购的专业尽职调查和可行性分析，对劳动力充足程度和成本、劳动生产率、原料供应、产业链配套、基础设施、销售市场、管理人才等诸多因素统筹考虑，计算综合成本，注重发挥投资目的地的真正优势。

此外，投资安全和风险防控是企业最为关注的因素，全面了解投资地的法律制度、政治和工会环境、文化风俗，以及选择恰当的投资交易架构、税务安排和管理团队非常重要。

尼日利亚将加快振兴棉纺织工业

据尼日利亚《抨击报》报道，日前在尼日利亚工业、贸易与投资部召开棉花、纺织与服装（CTG）政策执行情况评审与发展会议。

工贸投部国务部长指出，尼棉纺业曾在1980年达到顶峰期，彼时的棉纺加工厂达175家。

随经济环境的变化，行业逐渐衰落，目前仅存30家企业，有145家企业消亡。

当前国家就业与经济形势，已倒逼棉纺织行业振兴与发展。

为重振棉纺工业，2014年12月17日，尼联邦执行委员会批准CTG振兴政策，随后成立CTG执行委员会落实推进相关工作，政策于2015年1月20日正式开始执行。

根据CTG振兴政策，政府将在2015至2020年投入2550亿奈拉（约合12.8亿美元），重新将行业定位为解决就业难题的第二大劳动密集型产业，业内就业水平由2015年的5万人增加到2017年的10万人，业外间接就业人数由65万人提高到130万人。

如能实现行业振兴，尼国民将见证纺织服装进口的减少，为尼节约近20亿美元的外汇资源。

CTG委员会主席表示，CTG政策执行中面临的问题有资金紧张、走私冲击、电力供应短缺、缺少行业标准化和棉花产量低等问题。

有关走私问题，尼政府正在采取强制措施，并通过外交途径，寻求邻国政府支持尼打击棉纺织品走私行动，力争年内走私案件减少15%。

土耳其向美国棉花征收反倾销关税

日前，土耳其已宣布对美国棉花征收3%的反倾销进口关税，美国棉农称，将向世贸组织和土耳其法院提起抗议。

伊斯坦布尔纺织品出口商协会会长表示，

土耳其向美国棉花征收反倾销关税，将增加土耳其纺织品企业的原料成本，有损于企业出口竞争力。这一做法将令纺织企业的原料成本增加2-3%，或多或少会影响土耳其出口的价格竞争力。”

美国宣布成立纤维与织物制造创新机构

据白宫网站报道，美国国防部长宣布成立美国国家制造创新网络中的第八家制造创新机构——革命性纤维与织物制造创新机构，提供超过3亿美元的公私合作资金，开发面向未来的纤维和织物，助力美国纺织品制造业的加速复苏。该机构由国防部牵头组建，麻省理工学院（MIT）负责管理，包括了89家工业界、学术界和非盈利组织成员。

革命性纤维与织物制造创新机构位于马萨诸塞州剑桥，将获得来自联邦政府超过7500万美元以及近2.5亿美元非联邦投资，支持具有与众不同属性的纤维和织物创新。包括不可思议的轻质和防火性，非凡的强度以及包含电子传

感器。

这些技术纺织品应用范围广泛，可以为消防队员制成不受炽热火焰影响的消防服。将一块智能手表具备的传感能力复制进一片轻质纤维中，或者在一位受伤战士需要使用抗菌包扎带进行处理时轻易去除。

美国纺织产业在十年间首次实现就业人数增加。美国制造业自2010年2月起整体增加了90万个就业岗位。革命性纤维与织物制造创新机构将在此基础上，为美国纺织制造业未来在复杂纤维和织物技术领域生产中的全球领导地位和创新奠定基础。

2016年非洲经济预览

近日，经济学人智库发布《2016年商业概况》，对120个非洲地区公司经理进行调查，分析跨国公司在非洲最盈利国家排名。其中，南非、尼日利亚和肯尼亚位居前三，成为跨国公司吸金最多的国家。报告同时显示，该三国地位在未来六年内将保持。

另据投资银行CITI GLOBAL MARKETS预计，肯尼亚作为非洲四大经济体之一，2016年发展速度将达到5%，排在南非、尼日利亚、安哥拉（该三国预计发展速度低于4%）之前。

报告同时指出，非洲目前吸引的投资仍无

法满足需求，非洲各国也面临着众多不利因素。

国内方面：官僚、腐败、政策环境不利、基础设施落后。

国际方面：大宗商品价格下滑、美元货币政策收紧、恐怖主义威胁和政治动荡。

尽管如此，2016年非洲GDP预计增幅仍为3.2%，仅次于亚洲的4.2%。

国务院发力“中国制造” 颁布婴幼儿服装等质量提升计划

18日下午，国务院办公厅印发《贯彻实施质量发展纲要2016年行动计划》，要求深入开展质量提升行动，以空气净化器、电饭煲、智能马桶盖、智能手机、玩具、儿童及婴幼儿服装、厨具、家具等消费者普遍关注的消费品为重点，开展改善消费品供给专项行动，组织实施消费品质量提升工程，增品种、提品质、创品牌。

近年来，国内消费者在海外疯狂购物，坐拥“世界第一制造大国”却去国外挥金如土，这一现象刺痛了中国人的神经。日前，国务院发文，开展本国消费品质量提升行动。若日后本土产品能满足消费者要求，将从根本上改善这一现象。

据统计，近4年我国居民境外消费年均增长25%以上，2015年中国游客在境外消费达到1.2万亿元人民币。品牌发展不足很大程度上催生了我国产品市场的怪圈，即企业供给与消费者需求之间形成了“品牌质量差-低质低价形象-

中高端需求转移-供给质量提升动力不足-品牌质量差”的非良性循环。

分析人士认为，人们热衷海外购物，原因不外乎：现在国内供给端提供的商品，并没有完全满足需求。表面上看，中国制造与国际先进水平的差距有两点：一是工艺，二是材料。而深层次是源于三点：一是产品的功能创意水平有差距，关键技术、核心技术掌握得不够。二是产品制造标准滞后其他国家。三是制造诚意缺失，缺少至诚的“匠人精神”、对精致完美的追求。

今年，我国加速进行供给侧改革，两会上更是立下“十三五”时期建设质量强国、制造强国的目标。分析人士认为，寄望成本优势已然不适合中国现今的消费市场，“供给侧改革”就是要通过改革，对“供给过剩”的行业产业去库存，对“供给短缺”的行业产业扩大有效供给，满足人们多样、升级、提质的消费需求。

用先进标准倒逼“中国制造”升级

“我们要打一场制造业的‘攻坚战’，用先进标准倒逼‘中国制造’升级。”李克强总理在4月6日的国务院常务会议上说。

当天会议决定实施《装备制造业标准化和质量提升规划》。李克强说，坚持标准引领，建设制造强国，是结构性改革尤其是供给侧结构性改革的重要内容，有利于改善供给、扩大需求，促进产品产业迈向中高端。

他强调：“要提振消费者对‘中国制造’的信心，支撑制造业提质增效，提升国际竞争力。”

发挥市场倒逼作用，提振消费者对“中国制造”的信心。

当天这一议题原本只聚焦于“提升制造业标准”上。李克强总理明确要求，要在文件标题中加入“质量”二字。

“标准和产品质量紧密相连，我们要制造高质量的产品，建设制造强国，必须有先进的标准作为支撑。反过来，我们推进装备制造业标准化的目的，也是为了提升消费品质量，拓展国内国际市场。”总理阐释二者的关系。

李克强说，中国目前是制造业大国，但不是制造强国。这其中很重要的一个原因是，我们的标准仍然比较落后，很多产品的质量仍然处在中低端。

“现在很多民众出国买东西，跨境电子商

务也是大量进口国外消费品。”总理说，“我们必须瞄准国际先进标准，发挥市场倒逼作用，提振消费者对‘中国制造’的信心，支撑制造业提质增效，提升国际竞争力。”

李克强要求，相关部门要进一步提高标准水平，逐步与国际接轨，加快关键技术标准研制，加快标准更新，促进技术和产品创新。

他强调，我们要继续扩大开放，让消费者有更多选择，进而倒逼“中国制造”升级，最终目的是要激励国内制造业，按照更加符合市场需求的标准发展壮大起来，创造更多就业岗位，助力国家持久发展。

老百姓的需求越来越多样化，层次也越来越高，政府的管理也要同步跟上。

一位部长在讨论中说，有些创新创业企业负责人反映，他们研发了新产品，却因为没有相应的产品标准，导致无法进入市场。李克强明确要求，装备制造业标准和质量提升，首先要改进政府管理方式，要采取新办法，让消费者自主选择。

“别再列什么工业消费品的‘目录’了，这样会提高创新创业产品进入市场的门槛！”李克强说，“要采取负面清单的管理办法，除在危害人身安全、国家安全和生命健康等方面设置强制性标准，需要强制执行、严格管住外，其他方面要更多让市场发挥作用。”

他强调，政府需要创新管理模式，把精力从“设置门槛”更多转移到“提供服务”上来，引导更多企业采用先进标准，适应市场需求，推动整个制造业的升级发展。

解除对创新思维的束缚，培育精益求精的“工匠精神”。

李克强谈起近20年前他在欧洲一家企业

参观的经历：一位技术工人浇筑的镁条粗细均匀，一丝缝隙都没有。

“机器都没他做得好！”谈起当时的场景，总理连连感叹，“更重要的是，这家企业的总经理告诉我，这位工人的收入和他本人的收入一样多。这就是对‘工匠精神’的最大激励！”

李克强进而强调，装备制造业不仅要提升标准和质量，更要从根本上解除对创新思维的束缚，培育精益求精的“工匠精神”。

“政府要明确自己的职责：一方面要把假冒伪劣、坑蒙拐骗‘管死’，营造公平竞争的市场环境；另一方面要弘扬工匠精神，追求精益求精，生产更多有创意、品质优、受群众欢迎的产品，让制造业蓬勃发展。”

要用消费者的选择，倒逼工业消费品提质和“中国制造”的升级。

在讨论提高装备制造业标准质量的同时，李克强也明确要求有关部门，要尽快拿出针对大众消费品的质量标准提高计划。

“过去我们的工业体系是，先把生产设备定下来，然后‘我生产什么你就买什么’。但现在人民群众消费需求越来越多样，对消费品质量、标准的要求也越来越高。制造业正在日益向定制化、个性化方向转型。”总理说。

他说，在计划经济年代，我们和一些国家都曾经经历过“重工业发达、轻工品却买不到”的历史。而在当今互联网时代，不能再走这样的“老路”。

“‘中国制造2025’不能只搞装备制造业，而要用消费者的选择，倒逼工业消费品提质和‘中国制造’的升级。”总理说。

2016年中国国际纺织机械展览会 暨ITMA亚洲展览会“分区布置图”确定

“2016年中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会”(ITMAASIA + CITME)首次报名于2月29日截止后,中国、欧洲各国及日本等全球最重要的纺织机械行业协会根据报名情况经过多轮协商沟通,展区工艺分区图已于日前确定并对外发布。为了保证专业观众参观效果,同往届展会一样,主办单位采取了相对集中的办法将相关展商安排到相应的工艺区。

此次展览会将在全新的展馆--国家会展中心(上海)举办,使用了一至六号的一层展馆,单体展馆面积与以往相比有较大增加。具体分布如下:

一、二号展馆是纺纱机械(包括集中于二号展馆的化纤及非织造机械);

三号展馆是织造机械;

四号展馆是针织机械(包括横机/圆机/经编机);

五号展馆是印花机械,还包括染化料、服装机械、编织/绣花机、纺织仪器及其他相关服务类展商;

六号展馆是染色及整理机械。

2016中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会将于2016年10月21-25日在国家会展中心(上海)举办。

主办单位:

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会
中国纺织机械协会
中国国际展览中心集团公司
欧洲纺织机械制造商委员会

承办单位:

北京泰格斯特国际展览展示有限公司
展品范围: 各类纺织机械、器材及零部件
展览面积: 180,000平方米

2016秋季纽约展报名情况超过预期

2016年中国纺织品服装贸易展览会(纽约)暨美国纽约TEXWORLD服装面料展、纽约国际服装采购展(APP)和纽约国际家纺采购展(HTSE)(简称纽约展)将于2016年7月12-14日在纽约贾维茨会展中心举办。

随着美国市场复苏步伐加快,市场需求明显增强。参展企业报名踊跃,各项工作紧张有序进行,目前招展工作已经进入尾声。海外展团已确认参展的有巴基斯坦、土耳其、印度等。(更多信息请关注展会网站: www.usfair.com.cn)

目前一系列数据表明,美国经济实质性复

苏。从整体来看,美国经济的最大亮点是就业。美国劳工部公布的数据显示,3月美国非农部门新增就业岗位21.5万个,略高于市场预期,失业率为5%。美国总统奥巴马入主白宫以来,在经济上最能拿得出手的成绩是就业形势一直在好转。过去4年,美国的失业率从9%左右降到5%以下。美联储预计到今年底失业率会降至4.7%,到2018年底降至4.5%。

美国是典型的消费社会,个人消费占到国民经济的70%以上,如今消费需求也出现了不错的势头。今年1月的消费者价格指数比去年同期增长1.3%,比去年12月0.7%的增幅大为改观。扣除食品和能源因素,核心消费者价格

指数增长1.7%，创下过去8个月以来的最大增幅。根据美联储官员的最新预测，今年年底前剔除食品和能源的核心通胀率将达到1.6%，在2017年将升至1.8%，到2018年将升至2.0%。个人消费出现比较强的增长势头，是经济向好的积极信号。

自2009年世界金融危机爆发以来，美国经济率先复苏。作为全球最大的经济体和传统消费市场，对全球劳动密集型产业的吸引力依旧

不减。作为全球最大的纺织品服装生产和出口国，自然对美国纺织品服装市场寄予厚望。

下届春季纽约展将于2017年1月24-26日在纽约贾维茨会展中心举办。

联系人：戚晓炜 靳然 王彤

电话：010-85229632 85229668

目前是进入巴西的良机--巴西GOTEX展邀您来

2015年以来，巴西面临政治动荡的局面，使得经济前景令人堪忧。

日前，2016年巴西圣保罗GOTEX国际纺织服装采购展（以下简称GOTEX展）说明会在上海举办。本次说明会旨在为全国各区域合作单位有针对性地进行培训，同时就中巴两国纺织业现状及贸易前景进行分析与交流。

前中国驻巴西特命全权大使陈笃庆在会上介绍，巴西的困难在资源出口型国家很有代表性，除了本身经济结构性问题外，国际宏观经济的变化对它们影响很大。巴西的国内生产不能满足消费，此时需要进口来补充产能的不足。经济形势不好使很多中小企业减少商务旅行开支，尽量在国内完成国际采购，所以现在反而是国内企业进入巴西的大好时机。他表示，新兴市场需求增速确实在放缓，但是整个进口经销体系还是健全完整的。

产能不足需要进口补充

陈笃庆介绍，去年巴西外贸顺差197亿美元，今年1月至2月，巴西有30多亿美元盈余。2015年外国直接投资巴西净流入较上年有所增长，达到640亿美元。2009年以来，中国是巴西第一大贸易伙伴。中国在巴西投资余额已达200亿美元。尽管巴西的纺织品服装消费总量不会大幅增长，但由于人口基数较大，市场总量会保持稳定。

巴西是拉美最大经济体，自然资源和人力资源丰富，中巴产能合作具备巨大辐射潜力。在经济全球化的大趋势下，中巴可以发挥各自优势，在生产链和供应链上进行良性互动和合作。陈笃庆表示，中巴两国经济互补性强，合作需要升级版。比如，中国不能只出口价格低廉的工业品，巴西也不能局限于出口初级产品。当前两国经济都处于调整转型期，双方企业家要积极努力，寻找合作的新亮点。除了双方在物流、能源、制造业等重点合作领域可大有作为外，在纺织品全产业链中也能取长补短，相互补充，不断找到新的商机。

来自巴西GOTEX展组委会的Karina Almeida女士也认为，现在巴西处于经济谷底，正是中国企业进入的良机。巴西国内纺织生产能力不足，需要通过进口来补充。作为金砖四国之一，巴西是仅次于美国、中国和日本后的第四大经济体。虽然巴西有着完整的纺织生产体系，但仍不满足其国内的需求。2014年，巴西服装生产量达到61.4亿件，国内消费达到70.3亿件，这种需求必须由进口来实现。

据相关统计显示，巴西有中产阶级9500万人，他们注重纺织品的实用性、舒适性，性价比要求高。年轻消费者注重快时尚消费，重视新潮。

比如GOTEX新秀时装大赛自创办以来，已

逐步发展为巴西本土时尚界重点关注的交流盛会，越来越多的巴西业者将该展列入每年的重要活动日程。

去年秀场结束，采购商——巴西Isoidbrasil公司的Maisa Mariottini特意找到GOTEX展组委会协助联系大赛所用面料提供商福建长乐力天针纺有限公司，当场直接下单订购。

陈笃庆指出，中国丝绸类服装、头巾、围巾在上层消费者中很有市场。目前在我国流行的薄、轻和相对贴身的羽绒类服装，在巴西南部的几个州也受欢迎。据巴西纺织服装行业代表表示，现阶段巴西国内对冬装、梭织面料和无弹力织物（比如绸缎、斜纹布、府绸和茧绸）的需求缺口较大，冬装和梭织产品的生产在巴西出现了断档期。巴西纺织品零售商协会执行官Edmundo Lima指出，2017年纺织业复苏的前景预期可能性很大。该协会代表了巴西国内领先的纺织服装零售商。

工业实力居拉美之首

巴西工业实力居拉美各国首位。上世纪70年代即建成比较完整的工业体系，工业基础较雄厚，主要工业部门有纺织、制鞋等。20世纪90年代中期以来，巴西制鞋、服装、皮革、纺织和机械工业等萎缩。与较发达的棉纺织业相比，巴西化纤业相对薄弱，人造纤维贸易逆差不断增加。85%的聚酯纤维进口来自亚洲，中国、印尼是主要供应方。

巴西是世界主要的纺织服装生产国之一。

中国大陆是巴西2014年最大纺织品来源地。巴西纺织品服装业中有一些世界级企业，如Coteminas、Vicunha、Marisol和Guararapeso Coteminas于2005年将其家用纺织品生产与美国的Springs实业成立合资企业，组成全球最大的垂直综合家纺公司Springs Global。Vicunha每月生产粗斜纹棉布大约在1200万米(年产1.44亿米)，可能是世界最大的粗斜纹棉布生产商，在欧洲年销售超过1200万米，占巴西粗斜纹棉布和平布对欧洲出口数量的大约2/3。Guararapes公司是巴西最大的服

装生产商，每天生产19万件衬衣、牛仔裤等。

投资巴西须注意的问题

近年，巴西纺织行业生产规模萎缩加剧。除了产量较低之外，行业还缺乏足够的投资来刺激产量快速增长。零售商担心较低的投资难以满足国内需求，迫使他们不得不继续通过高价进口商品以弥补现时的消费缺口。另外，巴西单一的纺织供应链也将无法满足国内所需。

就针织品而言，巴西国内有一个良好的生产基础，但产业链不完整。整个国家的供应商还是短缺，尤其是男装、衬衫布和定制供应商则更是难上加难。

当前，巴西经济处于下滑低靡期，加之海关贸易结算等重重困难，企业对这个市场也是望而却步。据展会主办方的巴西代表潘发明介绍，为GOTEX展商量身定制的Pro-B国际市场开拓计划，是给展商提供的一项增值服务。此计划囊括了客户资信调查、买家配对、物流清关、成本核算、税费模拟以及小额人民币直接结算等一揽子商务配套解决方案，解决贸易通关环节的诸多难题。

上海纺织集团借GOTEX展平台已开始布局巴西，并辐射南美市场。公司拉美首席代表张世军表示：“目前是进军巴西的良机，有实力的大中型企业可积极把握此机会开拓巴西市场。”

巴西时尚零售商称，由于巴币贬值和进口税率上涨所导致的采购价格攀升，他们将选择巴西本土制造的产品来替代部分进口产品。但现实证明远比预想中困难得多，主因是巴西本土生产力远达不到国内整体消费需求。为保持经济能持续发展，巴西政府采取了一系列减税降息、鼓励投资、加快基建、拉动消费等刺激性措施，但收效甚微，经济增长乏力。这一点要引起注意。

第四届GOTEX展将于2016年9月20日至22日在巴西圣保罗北方展览中心举行。

2016年南非中国纺织精品展11月举办

南非位于南半球，非洲大陆最南部，三面环海，城市道路四通八达，来往的车辆多为欧美品牌。

南非是非洲第一大经济体，也是全球最完善，最多样化，最有前景的金砖五国之一，是一个重要的投资目的地。

南非拥有巨大的发展潜力，是发达经济与新兴市场的有机组合，是非洲最先进、高生产力和工业化程度的经济体。并且，不仅限于在南非境内的商业机会，它还作为一个通道辐射整个非洲——这个拥有10亿人口的市场。选择南非的十大理由：

1. 健全的经济政策。南非拥有严格的财政框架，促进国内竞争优势，经济增长和人员就业，并提高了经济的外向性。

2. 有利的商业和立法环境。按市场总值来算，南非约翰内斯堡的证券交易所，可以被列入世界前20大交易所。

3. 世界一流的基础设施建设。南非拥有世界一流的基础设施建设，包括现代化的交通网络，完善的通讯设施和优质的旅游设施。

4. 市场准入。南非位于非洲大陆南端，便利进入南部非洲发展共同体的14个国家——这个拥有2.5亿人口的市场。

5. 进入非洲的入口。非洲拥有2-3亿接近中等阶层人口，被视为继中国和印度之后又一大快速发展的市场。

6. 贸易改革和全球战略联盟。南非已经与超过200个国家和地区建立贸易关系。

7. 南非的经商成本。南非汇率水平低，拥有世界一流的基础设施和高生活水平。是成本很低的宜居和经商地。

8. 南非宽松的经商环境。在世界银行和国际金融合作组织的2016年贸易报告中，南非在189个国家中排名73位。

9. 工业化容量和前沿技术。在南非的制造业产量中，技术密集型的比重正在提升。

10. 全球竞争力。世界经济论坛的2015-16全球竞争力指数排名中，南非在140个国家中排名49位。

南非中国纺织精品展 (China Premium Textile & Apparel Trade Show-South Africa) 与南非地区现有的唯一、非洲地区最大的纺织品及鞋类展览会--南非开普敦国际鞋类及纺织服装展 (ATF) 合作，同期同馆展出，共享来自非洲、美国、欧洲等地的5000余名专业买家和生产商前来参观、洽谈采购。

展品类型：

① 服装服饰：各类男/女装、童装、休闲/运动装、衬衫、内衣、泳衣、领带、围巾、手套等。

② 服装面辅料：棉、毛、丝、麻、牛仔、针织、印花、混纺、蕾丝/刺绣、功能、垫肩、商标/热转移、拉链/纽扣、纱线等。

③ 家用纺织品：沙发布、窗帘布、厨用纺织品、墙饰用纺织品、靠垫/枕头、地毯/门垫、床上用品、毛巾等。

④ 鞋帽箱包类：各类鞋帽制品、箱包及相关组件等。

展会日期：2016年11月8-10日

展会地点：南非开普敦国际会议中心

联系电话：010-85229376 85229550

展会网站：<http://www.cptfair.com/>

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

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



纺织促进会开通官方微信了!

添加方法：打开微信->朋友们

->添加朋友->扫一扫