

内部刊物 准印刊号: CTN2012-011

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸易

1

2018

总第274期



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

月刊

特别报道

立足科技、时尚、绿色产业新定位 迈上纺织工业高质量发展新台阶

——中国纺织工业联合会2017年工作总结大会召开

行业动态

- ★中纺圆桌论坛第十三届年会在北京召开
- ★转型升级投入持续增加 今年纺织行业将保持平稳发展
- ★2018年中国纺机行业仍将稳步发展
- ★产业用纺织品行业: 以科技进步支撑纺织强国建设
- ★2017中国纺织服装品牌建设这一年
- ★消费升级 毛纺行业迎来大机遇

走出去

- ★中纺联与乌兹别克斯坦纺织业代表举行双边会谈

国际市场

- ★2017美国服装市场解析
- ★预计2017/18年度全球棉花产量增长13%

政策法规

- ★财政部、质检总局印发《国家棉花公证检验经费管理办法》
- ★新版国际生态纺织品标准五大变化

展会报道

- ★2018春季纽约展: 品牌、创新、科技已成为新竞争优势
- ★看中国纺企如何开拓孟加拉市场——第二届孟加拉达卡国际面料及纱线展览会圆满结束
- ★2018中纺联春季联展欢迎您!



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目 录

行业动态	05	中纺圆桌论坛第十三届年会在北京召开
	11	转型升级投入持续增加 今年纺织行业将保持平稳发展
	12	2018年中国纺机行业仍将稳步发展
	13	产业用纺织品行业：以科技进步支撑纺织强国建设
	15	2017中国纺织服装品牌建设这一年
	17	消费升级 毛纺行业迎来大机遇

走出去	18	中纺联与乌兹别克斯坦纺织业代表举行双边会谈
-----	----	-----------------------

国际市场	19	2017美国服装市场解析
	21	预计2017/18年度全球棉花产量增长13%

政策法规	21	财政部、质检总局印发《国家棉花公证检验经费管理办法》
	21	新版国际生态纺织品标准五大变化

展会报道	23	2018春季纽约展：品牌、创新、科技已成为新竞争优势
	24	看中国纺企如何开拓孟加拉市场—— 第二届孟加拉达卡国际面料及纱线展览会圆满结束
	24	2018中纺联春季联展欢迎您！

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：北京市朝阳区东三环中路55号
富力双子座B座12层

邮编：100022

电话：(010) 57392132

E-mail: sunling@ccpittex.com

网 址：www.ccpittex.com

立足科技、时尚、绿色产业新定位 迈上纺织工业高质量发展新台阶 ——中国纺织工业联合会2017年工作总结大会召开

2018年是全面贯彻中共十九大精神的开局之年，是改革开放40周年，是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键一年。中国经济进入由高速增长阶段转向高质量发展阶段，作为中国经济重要组成部分的纺织工业，以科技、绿色、时尚为内涵的产业新定位越来越清晰，契合了高质量发展的总体要求。

1月22日-23日，为期两天的中国纺织工业联合会2017年工作总结大会在中国人保寿险大厦29层会议厅举办。此次会议是中纺联自2017年12月28日起正式迁址于此，各部门及各成员单位经过十一个多月努力，终于“重新团聚”后的第一次会议。因此，此次会议的召开，意义更加深远。

中纺联会长孙瑞哲，原会长王天凯、杜钰洲，副会长杨纪朝、夏令敏，党委副书记兼常务副秘书长陈伟康，纪委书记王久新，副会长陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨，专家咨询委员会委员陈树津、张延恺、徐文英等领导，各部门和各成员单位负责人，以及各基层党组织领导，2017年度中纺联先进单位、优秀集体、先进个人代表约300人参加了会议。陈伟康主持会议。

陈伟康说，过去的一年，是中纺联经受考验的一年。这一年，中纺联经历了两次搬家，在办公条件分散、困难的条件下，做到了队伍不散，思想不乱，积极推进各方面工作，平稳地走到了今天，又一次取得了成绩和进步。回首2017年，我们深深感受到了中纺联每一位成员攻坚克难的努力，展示了中纺联员工是一支坚强的队伍。今天中纺联实现了“在一起，向前进”的目标，今后将继续发扬东长安街12号的精神，做好我们光荣而伟大的工作。

会议对2017年行业经济运行进行了分析总结，并对2018年行业发展作预测。中纺联各部门和各成员单位分别就2017年总体工作和2018年计划进行了介绍。

2017年，纺织行业运行呈现五大特点：

一是增长速度平稳。2017年1~11月，我国工业增加值增速为6.6%，制造业增速为7.2%，纺织工业增速为4.9%。我国纺织工业增加值增速2016年从2月的6.7%逐步放缓至12月的4.9%，进入2017年后，增速逐渐趋稳，2017年全年达到4.8%。我国纺织工业发展基本从换挡期过渡到平滑期。

二是内需平稳增长。2017年，我国服装鞋帽、针纺织品零售达14557亿元，同比增长

7.8%，增速较上年提高0.8个百分点，7年以来首次增速提高。

三是外需市场回暖。2017年，我国纺织品服装出口2669.5亿美元，同比增长1.53%，扭转两年的负增长。在出口纺织品服装的量价关系中，总体呈现量增价减，主要依靠数量拉动。2017年1~11月，我国纺织品服装出口数量同比增长6.63%，扭转两年数量负增长；出口价格降幅收窄至6.3%。在我国纺织品服装出口市场结构中，对“一带一路”沿线国家地区的纺织品服装出口占比达33.36%，欧美日分别

为18.09%、17.43%及7.8%。

四是东部投资积极。2017年1~11月，我国纺织行业固定资产投资12309.3亿元，同比增长6.29%。从地区结构看，东部地区投资增速为8.7%，较上年同期加快4.5个百分点，占全国投资增量的80.1%，由于东部新增产能较少，其较高的增速表明企业转型升级投入积极性高。

五是质效平稳提升。2017年1~11月，我国纺织行业利润率为5.26%，较上年同比增加0.13个百分点，盈利能力有所增强；百元主营收入成本88.49元，同比下降0.1%，在成本控制方面小幅提升；资产负债率51.8%，较上年同期下降0.22个百分点，去杠杆取得一定成效。总体来看，行业内部产业链不同环节差异化较大，化纤、长丝织造、纺机行业利润率提升明显，利润率分别为5.3%、4.94%和6.9%。行业整体管理压力较上年同期略有提升，2017年1~11月，我国纺织行业三费比例较上年同期提升0.03个百分点。

总体来看，2017年我国纺织行业实现了高质量发展，体现在增长效益升、产能利用率高、消费支出涨、新旧动能换。

当今，全球投资、制造业活动及贸易反弹，全球经济正在经历周期性复苏，这种周期性复苏势头将在2018年持续，预计2018年全球经济增长率小幅升至3.7%。但政策不确定性及地缘政治风险、贸易限制增加预期，2018年全球贸易增速将小幅放缓至4.0%。

总体来看，预计2018年我国纺织行业国际需求有望平稳增长，但增速并不会显著提升；内需消费将平稳增长，增速与2017年基本相当；棉价走势相对平稳；国际原油价格有所上涨。具体来看，工业增加值增速预计为5%，出口增速预计为2%，主营业务收入增速预计为7%，利润总额增速预计为7%。

从“我”到“我们” 构筑行业命运共同体——

“这是一个伟大的年代，我的心情无法平

静。”中纺联会长孙瑞哲首先用企业家邱亚夫的一句话作开场白。他说，2017年是中纺联面临挑战的一年，但挑战也催生了中纺联向前走的信心。过去的一年，中纺联各部门和各单位不忘初心，牢记使命，乘风破浪，收获满满。

当前，在世界经济呈现深度调整、国内经济正由高速增长阶段转向高质量发展阶段的背景下，2017年我国纺织行业实现了稳中向好、质效领跑、结构优化。从“我”到“我们”，以及“我们”构筑行业命运共同体具有重要意义。怎么做？

首先要凝聚智慧。行业智慧，不仅是对“元素”的识别，更是对“矛盾”的解决与“关系”的理顺。对外部，要解决好供需结构不平衡、区域发展不平衡、产业收益不平衡、产融结合不充分、环境建设不充分、创新应用不充分的矛盾，促进产业提升；对内部，要理顺人与事的关系、事与事的关系、人与人的关系，完善机构建设。

其次要构建平台。平台战略，不仅要关注“规模效应”的广大，更是对“服务生态”的深耕：一是要传承与创新，在工作基础与价值探索上，围绕行业“新定位”，思考如何将传统业务“品牌化”，如何将创新业务“务实化”。二是细分与开放，即细分领域，开放合作，既要夯实自身根基，提升专业能力的不可替代性，又要依托平台势能，从“单边”到“多边”的价值联动。

对平台战略要重点思考四个“是什么”，即真正的平台战略是什么？联合会作为行业公共服务平台的魅力特质是什么？我们各自处在这个平台上的“站点”与核心竞争力是什么？有效保障平台战略高效运行的动力机制是什么？

第三要跨界融合。跨界融合，立足于行业新定位，深化应用领域，延伸价值边界。行业竞争基础从单一产品功能转向产品系统性能；纺织的魅力所在，在于开启一个更加崭新、无限可能的世界；将会有更多新物种加入到“我们”中来，未来的“我们”会更加壮大；明日

“大纺织”的生命力延展与价值再造：“往广处走，往深处去”。

总体来看，2017年中纺联开展的工作整体呈现两大特点：

一是触角多元，立体多维的行业公共服务平台得以构建；

二是专业优先，专业导向的行业公共服务意识得以增强。中纺联正在成为国家战略及各项产业政策出台的共同决策者。

2018年，中纺联的工作对外要突出专业、深化服务、构建平台、打造品牌；对内要突出专业、合作协同、管理扁平、提升效率。

中央经济工作会议提出的几项工作与纺织行业密切相关，2018年，中纺联要围绕稳中求进工作总基调，推动行业高质量发展。

一是巡视整改工作的进一步落实；

二是中纺联党委换届及工会换届，基层党组织的进一步完善；

三是联合会各工作委员会协调沟通机制完善，各委员会人员构成梳理；

四是改革开放四十周年，纺织工业成就梳理与传播；

五是《强国纲要》完成修订并发布；

六是纺织“十三五规划”中期评估工作；

七是以精准扶贫为抓手，促进产业转移有序推进；

八是形成行业“一带一路”服务体系；

九是重点行业成本测算工作系统化推进；

十是CNTAC团体标准的协调推进，智能制造标准初步形成；

十一是协调有关部门，逐步提升产业用纺织品在国民经济统计体系中的重要性；

十二是促进产融结合，探索资本化运作。

在党的工作总思路和要求方面，要坚决落实党中央决策部署，深入学习贯彻党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，紧紧围绕坚持和加强党的全面领导，紧紧围绕维护习近平总书记为核心的党中央的集中统一领导，全面落实新时代党的建设总要求，坚持全面从严治党，坚持党的政治建设，坚持党的纪律建设，发挥好中纺联党委的政治核心作用，为做好各项工作提供坚强保证。

新时期中纺联工作的“四个着力”：

发展的方式：创新驱动——“活力”

要把着力转变业务模式和行业工作方式为实现中纺联又好又快发展的关键，不断提高中纺联及各成员单位的工作质量和经济效益。

发展的关键：内涵式发展——“内力”

要把着力推进机构改革和干部队伍建设作为实现中纺联又好又快发展的动力，持续为行业转型升级和强国建设培育有生力量。

发展的目标：和谐发展——“合力”

要把着力促进和谐氛围与团结协作风气作为推动中纺联发展的内在需要，切实解决好干部职工最关心、最直接、最现实的利益问题。

发展的保证：党建促发展——“定力”

要把着力加强党的领导和依纪依规管理作为推动中纺联发展的根本保证，毫不放松地抓好思想建设、组织建设、作风建设和制度建设！

“有时自由无需翅膀，需要的是扎根”。未来中纺联要合作高效、专业务实地开展工作。

中纺圆桌论坛第十三届年会在北京召开

1月21日，由中国纺织工业联合会主办，中国纺织工业联合会新闻中心承办，北京时尚控股有限责任公司协办的中纺圆桌论坛第十三届年会在北京召开，本次年会的主题为“推进新时代纺织工业高质量发展”。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国外贸轻纺烟草工会副主席杨冬旭，中纺联副会长杨纪朝，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新，副会长端小平、孙淮滨，副秘书长杨峻、彭燕丽，办公室主任段红，中国印染行业协会会长陈志华，中国服装设计师协会主席张庆辉，中国纺织服装教育学会会长倪阳生，中国纺织建设规划院院长冯德虎，中国长丝织造协会会长王加毅，中国纺织信息中心主任乔艳津等领导出席会议。

北京时尚控股有限责任公司党委书记、董事长吴立，党委副书记顾伟达，副总经理刘常峰、赵宏晔、负天祥；江苏省沭阳县委书记、县长彭伟，沭县委常委、经开区党工委副书记、管委会副主任石敬峰，沭阳县政府办公室主任、外事侨务办主任朱少建，沭阳经济技术开发区投资促进局局长、智能针织产业园管委会主任魏伟等来自论坛和新闻奖支持单位的领导出席会议。

此外，本次会议的特邀演讲嘉宾有：国家发改委宏观经济研究院原副院长、博士马晓河，国家统计局新闻发言人、综合司副司长毛盛勇，国家信息中心经济预测部副主任王远鸿，中国社会科学院工经所企管研究室主任、博士王钦等人。

中纺联副会长孙淮滨主持会议。

杨纪朝代表主办方首先致辞，他表示，2017年，从行业运行来看，有两个积极表现：一是出口情况比预期要好，全年估计有接近2%的增长；二是运行效益提升明显，1-11月规上企业实现利润3424亿元，同比增长7.4%，比上年增加2.6个百分点。行业全年发展呈现产能、

产量、效益继续向优势企业的集中，体现了行业向高质量发展的基本走势。

2018年，纺织工业需要直面充满变数的国内外环境和新时代基本矛盾即人民美好生活需要与发展不平衡、不充分之间的矛盾在行业的具体体现，积极主动向创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业转变。

杨纪朝在会上重点强调了两点：一是适应新时代纺织工业要有新定位，要把科技、时尚、绿色作为纺织工业进入新时代的重要标志，这是行业高质量发展的基础和根本；二是要用行业高质量发展的成就，说明中国纺织工业已经完全告别了“产业链中低端”发展阶段，已经具备了向产业链中高端进步的基础和实力，以增强我们实现高质量发展、建成世界纺织强国的信心。

吴立代表协办方致辞，新时代纺织工业高质量发展成为今年论坛的议题，从这一议题中，我们看到纺织工业的发展遇上两个关键词：一是新时代，二是高质量。

习近平总书记在十九大报告中指出，经过长期努力，中国特色社会主义进入新时代。身处纺织行业，我们能够切身地感受到行业发展新时代的到来。新时代带来新市场，带来新的发展动力。

十九大后，首次中央经济工作会议上明确指出，我国已经由高速增长阶段转向高质量发展阶段。对于纺织行业来说，应以理念创新为先导，科技创新为支撑，产业创新为重点，机制创新为保障，继续实施重点突破，把时尚产业的基础不断夯实，持续提高发展的质量。

未来，北京时尚控股集团将推动时尚产业与文化科技相融合，以建设彰显中华文化魅力的全国文化中心和具有全球影响力的科技创新中心为引领，在组织策划、资源统筹、专业运

作上下大力气探索实践。

马晓河作了关于“十九大后经济走势与宏观政策变化”的主题发言。他表示，2017年，中国经济运行正处在新旧交替的时期，总体看来稳中向好，十九大以后，中国经济运行将向新周期转化。

2018年，我国经济拥有社会信心提振、需求拉动有力等几大高质量发展因素，但还要看到，在国际形势日益复杂化的外部环境下，扩大内需变得至关重要，我们需要通过供给侧结构性改革拉动内需，从而拉动我国经济向好发展。

他预测，2018年，外需全球延续复苏，外需持续回暖但速度低于2017年；内需投资下降的势头会放慢，政府基础设施投资依然保持较快增长，装备制造业、新兴产业投资也会较快增长，消费仍呈平稳增长态势；供给方面，产能过剩局面不会根本扭转，但新产业、新业态、新产品、新设企业会增多。

毛盛勇作题为“从宏观经济形势看高质量发展”主题演讲，我国供给侧结构性改革深入推进，动能在加快转换。第一个方面，从宏观经济常用的四大指标来看，经济运行确实比较好。经济增速回升，就业比较充分，消费价格稳定，货物贸易进出口保持两位数的增长。

第二个方面，从民生领域来看，人民群众的获得感在增强。

第三方面，从结构效益来看，发展质量在继续提升。从产出结构来看，协同发力比较明显；从需求来看，内需、外需都在共同发力；从效率来看，规模以上服务业增长更快。

2018年，外部尽管世界经济还是有很多的不确定性或者风险点，但复苏态势明显；国内有利的因素较多，政策环境包括改革效益的持续释放。

孙瑞哲作题为“纺织工业推进高质量发展—科技、时尚、绿色”主题讲话时表示，本次论

坛以“推进新时代纺织工业高质量发展”为主题，抓住了当前行业的核心。孙瑞哲在会上重点提出了四个观点：

一是，推进行业高质量发展是适应当前形势和产业实际的现实选择。

二是，推进行业高质量发展是满足时代要求、服务发展大局的战略需要。

三是，推进行业高质量发展是应对主要矛盾转变、突破发展瓶颈的迫切要求。

四是，推进行业高质量发展是落实行业新定位、开启价值新纪元的关键所在。

王远鸿作“高质量发展的政策解读”演讲，中国特色社会主义进入了新时代，我国经济发展也进入了新时代。下一阶段推动经济实现高质量发展，是适应我国发展新变化的必然要求。

他表示，针对如何理解经济的高质量发展？从发展的战略目标看，高质量的发展能够满足人民日益增长的美好生活的需要；从发展理念来说，对高质量发创新是第一动力；从发展机制来看，高质量发展是发展方式转变、经济结构优化与增长动力转换有成效的发展。针对如何理解经济高质量发展？从产业体制上看，要实现生产组织方式网络化、智能化，打在造核心竞争力；从需求端看，要不断满足个性化、多样化，需求引领供给。

王钦作题为“高质量发展的企业之道”主题演讲，他表示，高质量发展背后的含义是我国的经济效率、劳动生产率。

其中，微观企业效率提高，要解决的是库存高、效率低等问题。首先要提高用户的体验价值，开启“从M2C到C2M”的二次曲线，消除高库存“用户之间、上下级之间、部门之间、同供应链之间”的四重距离。

因此，企业要从“人”切入，做到人、单的一。要重塑企业世界观；要重塑战略，从一体化到商业生态圈；要重塑组织结构，从金字塔

走向平台；重塑流程，从串联到并联，只有这样才能从微观上提高企业效率。

彭伟结合沭阳的实际发展作“产业园区高质量发展路径”演讲，如今，沭阳纺织企业已经走出了一条具有沭阳特色的发展之路，沭阳经济开发区经过十多年发展，各类发展要素优势明显，被评为“中国最具发展潜力开发区”。针对高质量发展要求，沭阳正在加大招商引资、特色园区建设、科技创新；让高质量发展体现在高品质项目上，展开质量提升行动，让高质量发展体现在高品位平台上，加强硬件配套，强化要素供给，加大环保容量、提高集中供热，确保人力资源，优化政府服务，加大政策扶持。

未来，沭阳将围绕高质量发展要求继续巩固自身优势。

随后，大会颁发了“沭阳杯”第六届全国纺织行业新闻奖、首批全国纺织行业质量奖、2017年全国工人先锋号等三项大奖。中纺联产业经济研究院常务副院长华珊主持颁奖典礼。

孙瑞哲：推进纺织工业高质量发展——科技、时尚、绿色

2018年1月21日，中纺圆桌论坛第十三届年会在北京召开。中纺联会长孙瑞哲与会分享了关于纺织行业高质量发展内涵的四个观点：

一、推进行业高质量发展是适应当前形势和产业实际的现实选择

从外部环境看，世界经济进入了新的上升周期，经济增速提升明显，劳动力市场持续改善，国际贸易稳定增长。IMF预测2018年世界GDP增长率为3.8%；世界银行预测值为3.7%，比2017年提高0.2个百分点。世界经济的趋势性回暖，为行业高质量发展提供了良好环境和重要窗口期。但也要看到，世界经济回暖的基础并不稳固，未来发展仍有不确定性。全球范围内逆全球化趋势和贸易投资保护主义倾向加强，阻碍了国家间经济交流和贸易合作的正常发展。美国税改方案的实施将吸引资本回流和企业投资，同时可能触发全球竞争性减税浪

潮；美联储的加息和缩表行为会引导资本流入美国，从而影响其他国家的金融稳定与经济发展。要应对这些外部环境变化，客观上需要我们行业实现高质量发展。

从内部环境看，中国经济发展进入新常态。受土地等要素成本上升、人口老龄化加快、环保压力加大等因素影响，传统经济动能正在持续减弱，新旧动能转换进程加快。新动能虽有较快发展但体量上仍不足以替代旧动能，这使得中短期经济增速承压。新变化对行业发展质量提出了新要求。以环保为例，最近有两个标志性事件值得关注：一是1月1日起《中华人民共和国环境保护税法》正式施行，环保成本由费改税，确立了“治污减排受益、超标排污受损”的市场规则；二是全国碳排放交易体系正式启动、排污许可制度开始全国推广，环保要素价格开始全面纳入生产体系，责任资产化进入快车道。所以，行业必须转变原有发展模式，在节能减排方面实现更高质量发展。

从产业自身看，行业实现高质量发展的现实条件已经具备。从2011年开始，中国纤维加工总量持续占到世界总量的一半以上。2017年1-11月，行业规模以上企业工业增加值同比增长4.9%，低于2016年同期增速0.3个百分点；规模以上企业实现利润总额3424.1亿元，同比增长7.4%。2017年1-12月，纺织品服装出口总额2669.50亿美元，同比增长1.5%。巨大的产业规模和持续优化的供给结构构筑了高质量发展的坚实基础。完备的基础设施与产业配套形成了行业协同创新的良好生态，价值链上一个环节的创新可以在另一个环节得到应用转化，创新的叠加效应、聚合效应与倍增效应得以充分发挥。在刚结束的国家科技奖励大会上，行业有3项成果获得奖励，其中“干喷湿纺千吨级高强/百吨级中模碳纤维产业化关键技术及应用”项目荣获国家科技进步一等奖。业态创新蓬勃发展，场景经济、平台经济、共享经济广泛渗透，行业新模式、新服务不断涌现。

二、推进行业高质量发展是满足时代要求、服务发展大局的战略需要

党的十九大确定了决胜全面建成小康社会、建设社会主义现代化国家的宏伟蓝图。现阶段重点任务是要打好三大攻坚战，推进人类命运共同体建设。这些战略部署的实现，要求行业实现更高质量的发展。

打好防范化解重大风险攻坚战，需要行业实现更加平稳的发展。纺织工业是中国第一大净出口创汇产业。2001年到2017年10月，中国纺织工业净创汇28668.39亿美元，是全国货物贸易净创汇的75.56%。行业创汇在维持币值稳定，实现国际收支平衡，保障经济金融安全，服务国家发展战略等方面发挥着支柱作用。金融危机以来，中国纺织行业资产负债率保持平缓下降趋势。在较低杠杆率的条件下，行业实现了较好发展。作为国民经济发展中最为平稳的部门之一，行业在稳增长、防风险中发挥着积极作用。当前，国内外形势正在发生深刻调整，面对世界经济复苏基础薄弱、逆全球化趋势抬头的外部环境，面对我国经济发展进入新常态、经济社会改革进入攻坚期等一系列深刻变化，迫切需要纺织工业提升发展质量，在转方式、调结构、增动力进程中发挥好稳定器的作用。

打好精准脱贫攻坚战，需要行业实现更加普惠的发展。纺织工业是国民经济支柱产业和重要民生部门，在承担就业上发挥着重要作用。纺织全行业从业人员约2000万人。随着信息化、服务化、绿色化、创意化在行业的深度推进，行业对人才的需求更加多元，产业生态对劳动力的吸纳能力日渐增强。作为产业梯度转移的先行行业，纺织工业是产业扶贫的重要抓手。行业区域分布特征使得产业转移能有效促进沿海与内地资源对接，激活老少边穷地区的发展潜力，通过发展特色产业实现地区脱贫。以新疆为例，2014年至2017年6月底，全区行业固定资产投资达1137.4亿元，新增就业28.4万人，其中南疆四地州新增就业15.3万人。截至2017年6月底，新疆棉纺纱锭达到1740万锭，粘胶纤维85万吨，地毯180万平方米。推进脱贫攻坚工作，需要行业形成更大承载能力。

打好污染防治攻坚战，需要行业实现更加绿色的发展。纺织工业具有产品品类多、产业链长的特征，从原料供应、生产加工、

到消费回收各环节与生态环境关系紧密。2016年中国纤维加工总量5420万吨，占全球比重的53.47%。巨大的体量使得行业的绿色发展对于实现污染防治意义重大。中国纺织工业在绿色发展方面做出了卓有成效的努力。作为全球第一个在行业层面推行社会责任工作的实体部门，行业积极调整产业结构、淘汰落后产能、深化技术创新，污染物排放总量大幅减少，发展质效大幅提升。以印染行业为例，2010-2015年，印染单位产品水耗下降28%，单位产品综合能耗下降18%，水重复利用率由15%提高到30%。建设生态文明是中华民族永续发展的千年大计；绿水青山、蓝天碧海需要行业深化绿色发展。

践行人类命运共同体建设，需要行业实现更加开放的发展。纺织工业是目前全球化程度最高的行业之一。2016年中国纺织品服装出口2670.9亿美元，约占世界的36.68%；行业对外直接投资同比增长89.3%，达到26.6亿美元；规模以上企业服装产量314.52亿件，如果按规上产量占全国比重55%估计，相当于为世界人口每人提供7.73件衣服。纺织服装民生产品和文化载体的属性以及中国作为世界第一大纺织经济体的地位，使得中国纺织工业正日渐成为推进经济文化合作和全球治理的重要产业平台。2017年1-8月，中国对非洲出口纺织品服装125.84亿美元，比对日本出口比重仅低0.47个百分点；对一带一路相关国家地区出口纺织品服装599.31亿美元。行业的高质量发展，有助于将更多优质产品、优势产能、成功经验输出给有需求的国家和地区，促进当地经济社会发展。

三、推进行业高质量发展是应对主要矛盾转变、突破发展瓶颈的迫切要求

当前，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。这是关系行业发展全局的历史性变化。

“人民日益增长的美好生活需要”是推进行业高质量发展的核心动力。当前，人民美好生活需要日益广泛，居民消费内涵日渐丰富、消费结构更加多元。新型城镇化的推进和居民

收入的增长，使得我国形成了世界上最大规模的中等收入群体。消费升级不断深化，行业需求呈现出从注重量的满足向追求质的提升转变、从关注有形产品向关注服务体验转变、从模仿型排浪式消费向个性化多样化消费转变等特征。市场的规模效应与梯度效应对行业供给体系提出了新要求。纺织产品应以更多形态、更高质量融入到居民消费中、融入到价值创造中。

“不平衡不充分的发展”在中国纺织工业的体现，是当前行业发展需要突破的瓶颈，决定着行业高质量发展的努力方向。

供需结构不平衡，是质量瓶颈。这种不平衡体现在，要素供给结构性矛盾突出，不能满足生产需要；产品供给同质化倾向较重，不能满足消费需求。部分行业存在阶段性、结构性产能过剩，供需匹配存在错位，规模巨大而有效供给不足、制造能力较强而创新能力不足。

区域发展不平衡，是结构瓶颈。资源要素分布、竞争优势变化与多年发展形成的产业区域格局存在不匹配问题。产业转移工作的推进，使得区域发展差距有所缩小，但是发展不平衡、不协调的总体格局尚未根本转变。这种区域上的不平衡阻碍了资源的高效流动与应用，限制了区域比较优势的发挥，制约了行业的可持续发展。

产业收益不平衡，是价值瓶颈。与其他行业相比，纺织从业人员工资收入一直处于较低水平；在资本市场，纺织、服装、化纤三大板块的资产回报率也处于偏低状态。这折射出行业盈利能力与经济贡献的错位。行业在社会利润分配中的相对劣势地位，使得优质资源不能在行业有效聚集，从而制约了行业的转型升级与长远发展。

创新应用不充分，是技术瓶颈。行业科技创新要素投入不断加大，创新产出连年递增。但总体看，行业专利的含金量不高，在核心技术、重大关键共性技术和前沿引领技术方面创新仍显不足，科技创新对行业发展的战略支撑作用有待进一步加强。同时，科技成果转化率

低，专利价值存在一定的异化，大多数专利处于“闲置”状态，形成了行业资源的极大浪费。

产融结合不充分，是资本瓶颈。“融资难、融资贵”是困扰行业发展的老问题。不论是债券发行金额还是沪深两市企业的总市值，纺织服装行业均处于相对落后的位置。行业产融结合不充分有政策执行不到位、社会认知有偏差、金融市场不完善的原因，也有行业企业对资本运作不熟悉、对金融工具使用不充分、对金融创新参与不及时的因素。

环境建设不充分，是生态瓶颈。在文化方面，行业对文化资源的重视与开发程度、应用与推广程度不高，对消费市场培养力度不够。在市场方面，行业社会责任建设和信用体系建设有待加强。公平竞争、知识产权保护面临挑战，假冒伪劣的个别现象对行业消费环境形成了破坏，赊销行为对供应链诚信与产业协同造成了影响。

行业是在矛盾运动中前进的。行业要实现高质量发展需要突破这些瓶颈。

四、推进行业高质量发展是落实行业新定位、开启价值新纪元的关键所在

创新驱动的科技产业、责任导向的绿色产业和文化引领的时尚产业，这是新时代下中国纺织工业的新定位。行业要实现高质量发展，就要紧紧围绕行业定位，不断深化质量变革、效率变革、动力变革。

深化质量变革，要在“破”与“立”上做文章。以供给侧结构性改革为主线，坚持质量第一，效益优先，将质量作为产业发展的生命线。推进产品结构、产能结构、产业结构调整，提高行业产品和服务的供给能力。破除无效供给、减少同质竞争、化解过剩产能、淘汰落后产能；提升品种丰富度、品质满意度、品牌认可度。

深化效率变革，要在“效”与“速”上下功夫。以资源有效配置与高效转化为核心，在

生产运营上，深化技术创新和管理创新，促进数字化、网络化、智能化技术与纺织价值链各环节深度融合；在市场建设上，强化行业社会责任和信用体系建设，推动行业形成全面开放的市场新格局，实现资源广泛链接、有序流动、高度协同。

深化动力变革，要在“稳”和“进”上找平衡。坚持稳中求进，推动发展动力从要素驱动转向创新驱动。稳的关键在强基固本，要立足基本国情与行业实际；进的核心是开拓创新，要注重系统性、差异性与协同性。一方面推进传统动能的改造升级，另一方不断激发新动能，形成新技术、新产品、新模式。

2018年是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划承上启下的关键一年。做好今年行业工作，我们要深刻理解行业的阶段性特征，全面贯彻党的十九大精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，按照高质量发展的要求开展工作。

大集成，以生态涵养资源。引导行业企业从关注竞争转向寻求协同，突破组织边界、共享资源能力。积极构建以智能制造为核心的网络生态。推动互联网、大数据、云计算、物联网、人工智能技术与纺织价值链各环节的深度融合，发展智能化装备、智能化运营、智能化产品和智能化服务，促进资源能力的优化配置、高效协同。积极构建以产业集群为载体的区域生态。将世界级先进纺织集群建设与乡村振兴战略、区域协调发展策略、全面开放新格局结合起来，充分发挥产业集群的资源集聚优势和产业协同优势，有针对性的将行业资源与产业集群进行匹配，为特色小镇建设导入产业基因，推动外向型产业集群建设。积极构建以文化自信为根基的时尚生态。在全球范围整合优秀文化资源，开展纺织服装领域传统文化元素的发掘与研究，开展二次元、网红等亚文化在行业的开发与应用。建立开放性的资源共享平台、市场化的产品孵化平台和原创性的文化创新平台。

大创新，以创新提升质效。充分发挥创新在建设现代化经济体系中的第一动力和战略支

撑作用，面向世界科技前沿、经济主战场和国家重大需求，推进行业技术创新、产品创新和模式创新，提升行业全要素生产率。强化科技创新，突出关键共性技术、前沿引领技术，大力推进高性能、功能性、多元化、生态化纤维材料等技术的研发与产业化应用。强化时尚设计，促进纺织工艺与文化创意的深度融合、时尚潮流与生活方式的深度融合，研究发布流行趋势，不断推进纺织产品开发与创新。强化体系建设，完善以企业为主体、市场为导向、产学研深度融合的技术创新体系，打造高质量的产业技术创新联盟、产品创新联盟与技术推广平台。强化管理创新，探索符合行业实际与时代要求的管理体制、管理理念、管理方法，不断提升企业运营效率。强化人才培养，坚持把人才作为高质量发展的起点，弘扬企业家精神和工匠精神，着力培育企业领军人才和专业技术人才，打造高素质的产业工人队伍。

大担当，以责任拓展空间。将行业发展融入构建人类命运共同体的进程中，以负责任的发展和高质量的供给满足人民美好生活需要。积极践行“一带一路”倡议，促进当地经济和社会发展。深化人本责任、环境责任和市场责任，不断丰富行业社会责任的工具和方法，不断发掘社会责任的价值与内涵。围绕责任透明化和责任资产化两条主线，以企业社会责任信息披露和报告发布，化学品、水、能源足迹溯源，供应链管控系统，社会责任管理体系培训等形式，提升行业企业与产业集群综合能力。积极引导行业构建负责任的研发体系、采购体系、生产体系、物流体系，不断完善行业诚信体系和信任机制，促进社会责任融入到企业的发展战略中，融入到产品和服务的生产与推广过程中，融入到价值链和产业链各环节中，拓展行业可持续发展空间。

实现行业高质量发展，出发点是实现行业由大而强的转变，关键点是实现新旧动能的转换，落脚点是满足人民日益增长的美好生活需求。欲穷千里目，更上一层楼。让我们共同努力，共创行业美好明天！

转型升级投入持续增加 今年纺织行业将保持平稳发展

2月2日，中国纺织工业联合会产业经济研究院发布了《当前纺织行业经济运行与趋势》的报告。报告显示：2017年，我国纺织行业坚持深化供给侧结构性改革，努力化解各种外部风险，总体上保持了稳中有进、稳中提质的发展态势，各项经济运行指标均实现正增长，部分指标增速较上年同期有所加快，运行质效稳步提升，转型升级成效逐步显现。

纺织行业生产增速有所放缓，但国内外两个市场销售情况均有所回暖，表明行业产能与供给结构正在不断优化调整。根据国家统计局数据，2017年规模以上纺织企业工业增加值同比增长4.8%，低于2016年同期增速0.1个百分点。行业出口呈现企稳回升态势，2017年我国纺织品服装出口2669.5亿美元，同比增长1.53%。内需市场继续保持平稳增长，网络消费仍增长较快，2017年全国限额以上服装鞋帽针纺织品零售额同比增长7.8%，增速较上年同期提高0.8个百分点，全国网上穿着类商品零售额同比增长20.3%，较上年同期加快2.2个百分点。

纺织行业运行质效基本良好，转型升级投入持续增加。2017年，规模以上纺织企业累计实现主营业务收入68935.6亿元，同比增长4.2%，增速较上年提高0.1个百分点；实现利润总额3768.8亿元，同比增长6.9%，增速较上年提高2.4个百分点。规模以上企业销售利润率为5.5%，高于上年同期0.2个百分点；产成品周转率为20.8次/年，总资产周转率为1.5次/年，均与上年同期基本持平；三费比例为6.5%，略高于上年同期0.1个百分点。在运行平稳、质效较好的情况下，纺织企业投资信心总体稳定，2017年全行业500万元以上项目固定资产投资完成额达13507.3亿元，同比增长5.2%。其中，东部地区投资额同比增长7.9%，较上年同期加快2.4个百分点，占全国投资增量的87.2%，由于东部新增产能较少，投资增长较快表明企业转型升级投入积极性较高。

2018年，纺织行业有望继续保持平稳发展

的势头，经济增速预计与2017年基本相当。国际方面，全球经济呈现持续复苏迹象，经济增速或将较2017年略微加快，消费者信心将随经济向好有所增强，大宗商品价格稳定也有利于生产恢复，预计纺织行业出口情况有望较2017年进一步改善。国内方面，国民经济将继续保持平稳增长态势，为国内消费提供健康良好的经济环境；“三品战略”持续推动，将促进纺织企业加快调整提升，不断丰富产品品种，改善品质，提高品牌附加值，为纺织品服装国内消费提供更多选择空间，更好挖掘内需潜力。

与此同时，纺织行业发展面临的不确定因素仍然较多，各种风险问题仍需加强关注与应对。成本高企压力并未缓解，国内电、用工等要素价格与越南等国相比仍明显过高，融资难、融资贵问题长期未能有效解决，“营改增”对于纺织企业税收减负影响有限。国际市场竞争更趋激烈，2017年我国纺织行业在传统市场所占份额仍在流失，1~11月在美、日、欧三大纺织品服装进口市场所占份额较上年同期分别下滑0.4、0.9和0.9个百分点，这一趋势在2018年仍可能延续。国内环保监管措施更趋严格，纺织企业环保投入负担较重，部分地区仅以停产为单一监管手段，企业生产、投资活动受限，成为纺织全行业平稳发展的瓶颈制约。

2018年，纺织行业将按照稳中求进的工作总基调，进一步深入推进供给侧结构性改革，加快转型升级，积极化解各种风险矛盾，努力确保行业运行基本平稳，发展质量稳步提升，为促进经济社会持续健康发展做出应有贡献。

**了解更多行业、展会和走出去信息
请关注纺织贸促会官方网站和微信**

**网站：www.ccpitex.com
微信号：[ccpitex](https://www.ccpitex.com)**

2018年中国纺机行业仍将稳步发展

中国纺机协会会长王树田：2017年的纺织机械行业实现稳中有升的发展，一直都在按照一个大方向走，所不同的是每年的市场环境都有所变化。2018年，纺机行业运行仍将处于相对平稳的状态。

凸显市场变化下的研发优势

王树田表示，曾经快速发展的中国纺织产业给纺机行业的发展带来了非常好的市场机遇，但时过境迁，如今的纺织产业不再是延续数量的追求，而是更加强调追求质量和效率，从而对纺织装备提出了完全不同的需求。比如，几年前中国纺织正在彰显全球竞争优势的时候，随着劳动力优势的减弱和价格比较优势的明显下降，低成本竞争优势迅速转变为要依靠技术和创新的优势来进行竞争。为此，不得不出让部分市场给更有成本优势的东南亚等地的纺织行业。如此一来，纺织产业的转型升级首先就对装备制造业提出要求。

降低劳动力成本就需要提高单位时间内的质量与产量，比如，实现工序间的连续化、自动化、数字化，在这些方面纺机肩负着更为重要的使命。这几年，纺机企业也都在这些方面寻求突破，使整个生产过程中减少人的参与，优化整个系统。此外，不少企业也围绕提高单机效率、降低能耗作出了努力；再有就是出于环保需求，寻找绿色制造新途径，减少废水、废气、废物的排放；夯实推进智能制造，呼吁国家政策支持，强化自身优势等等。不管具体表现形式如何，纺机企业都是在跟随市场需求进行研发，从而尽可能实现自身价值，保留产业优势。

三大显著特点塑造国际竞争力

市场环境的变化带来了行业的变化，对于纺机行业而言，2017年第一大比较明显的特点便是结构调整更深入。这主要表现在以下几个方面：

首先是区域结构的调整。尽管我们做出了诸多努力，但是很多优势还是不能保证，还要转移出去，更多地塑造国际市场上的竞争力。国内的产业转移也在同步进行，朝着更适合产业发展、接近原料的地方发展。

第二是产业结构的变化。民营企业发展迅速，国有纺机企业的市场占有率在下降。

第三是产品结构的调整。以往靠规模、数量取胜的企业基本消失，目前大部分企业生产的是效率高、可靠性好、品种适应性强、系统可控性好的设备，并且与互联网深入结合。

围绕以上变化，纺机行业还出现了新的运作模式，比如，成立了纺织行业智能制造系统解决方案供应商联盟，并且与TD联盟、企业供应商联盟展开合作，这证明纺机行业用外部力量打破传统发展思路，寻求经济、技术上的创新共享，更加开放。

2017年纺机行业第二大特点便是技术创新。2017年纺机行业的技术进步得到了方方面面的体现，不再是单纯地追求市场占有率。从创新体制来看，很多企业的产学研用顺利推进，纺机企业都在谈如何更好地利用自己的技术去适应市场，各家产品更讲究个性化、差异化，整个行业的技术含金量也更高了。

同时，纺机行业的智能制造项目将研究机构、用户与装备厂有效组织起来，研发投入更充沛。种种理性发展，让行业竞争处于一种新的良性状态之下。

行业自律能力大幅提高是2017年纺机行业的又一大特点。“如今，像过去那种没法控制的恶性竞争越来越少，即使有竞争，大家也都在试图找到更好的解决途径，这是行业整体素质提高的重要表现。”王树田说，纺机协会在2017年陆续成立了四个纺机行业分会，就是要为企业搭建解决问题的平台。

谈及2017年纺机协会的工作，王树田认为除去常规工作，其中最值得称道的是智能制造项目的推进与落实，据了解，2017年纺机行业在国家工信部获批的项目最多，在推动产业结构调整 and 升级上功不可没。此外，新技术应用拓展到了更多领域，如国防、产业用等等。

跟随市场需求理性迎接新挑战

2018年，对于纺机协会而言，第一大事就是2018年中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会。目前，协会各产业部招展工作已经全面展开，除了提醒企业及时报名外，还会从全局考虑市场需求的重点，给企业以专业性建议。

2018年的又一个重点工作就是提升行业创

新能力。在这一思路指导下，纺机协会也会有一些具体的操作，比如，在2018年纺机展上就知识产权做一些国际范围内的活动，借鉴国外先进理念，并为之展开合作；再如，在纺机展上开辟研究创新专区，并对参展单位进行补贴等等。

另外，进出口数据上的变化也值得我国纺机企业好好推敲，2015年我国纺机出口曾一度超过了进口，但在2017年又被反超。这也足以证明，中国对“好东西”的消化能力在提高，对高技术设备的追求是必然趋势，但如何把握本土市场仍需下足功夫。在看到这些积极变化和优势的同时，纺机企业还需要注意到我们面临的基本问题并没有完全解决，2018年所有领域不可能都呈现良好状态，有的领域可能面临较大起伏，企业要做好准备。

产业用纺织品行业：以科技进步支撑纺织强国建设

2017年，我国产业用纺织品行业以技术创新和结构升级为核心，加大产品开发和工艺技术设备创新的力度，加强企业管理，降低成本提高效率，克服了种种不利因素，保持了平稳增长。但行业创新发展与转型升级之间的矛盾、产能结构与有效需求之间的矛盾、环境约束与经济发展之间的矛盾依然影响行业发展。

“十三五”期间，产业用纺织品行业应加强纺织基础科学研究、实质推进行业重大关键共性技术研发、加快先进适用技术应用推广、优化完善纺织科技协同创新体系、加强标准支撑体系建设。

科技创新是行业永恒主题

2017年年初，国家工信部和发改委联合发布的《产业用纺织品行业“十三五”发展指导意见》指出，“十三五”期间，我国产业用纺织品行业发展的总体目标，是行业保持快速平稳增长，产业结构进一步优化，质量效益显著提高，部分领域应用技术达到国际先进水平，在推进纺织强国建设中发挥重要支撑作用。

近年来，我国纺织行业在纤维材料、纺织、染整、产业用纺织品、纺织装备、信息化各领域取得了一系列创新成果，实现了全行业关键、共性技术的突破，行业自主创新能力、技术装备水平和产品开发能力整体提升。特别是产业用纺织品行业加工技术和装备取得重大突破：原料多样化、非织造复合加工技术、高端编织成型技术、后整理技术应用与推广取得新的成效。此外，产业用纺织品的研发，也助推医疗卫生、环境保护、土工建筑、交通工具、国防军工、安全防护等应用领域快速发展。

2017年，由中国石油化工集团公司劳动防护用品检测中心、烟台泰和新材料股份有限公司和宜禾股份有限公司共同承担的“新型防静电阻燃防护服的研发”项目，开发出了导电间位芳纶和多色系、高色牢度间位芳纶纤维，建成年产20吨间位芳纶基导电纤维生产线，为新型防静电阻燃防护服的研发提供了技术和产品基础。

海斯摩尔在壳聚糖纤维医卫护理技术应用

论坛上，发布医卫新品。据悉，海斯摩尔新上医卫制品产业化项目涉及女性护理、婴儿护理、老年护理、医疗美容、过滤防护5大类产品，其中一期项目已投产运行。

技术创新是行业永恒的主题，是产业转型升级、缩小与发达国家差距，培育核心竞争力的重要工作。新的一年，我国产业用纺织品将继续围绕战略新材料产业用纺织品、环境保护产业用纺织品、医疗健康产业用纺织品、应急和公共安全产业用纺织品、基础设施建设配套产业用纺织品、“军民融合”相关产业用纺织品六大重点领域，围绕国家相关重大战略部署，培育新的增长点，开发高端产品，形成行业经济发展的新动能。

与国际接轨越来越紧密

2017年，中国产业用纺织品行业协会举办了首届亚欧土工用纺织材料会议（EAGS·2017），该会议围绕发展机遇、市场分析、工程案例解析、检测标准与方法等方面，通过报告交流和桌面展示的形式，从工程设计、原料供应、产品生产、工程应用和服务等角度，对土工/建筑用纺织品领域全产业链进行立体解析，并为行业学术交流和商务会谈搭建平台，加强亚欧土工行业技术、信息和市场资源交流。

可以说，本次会议是“一带一路”的组成部分，又不只是“一带一路”，中国与东盟就自由贸易协定推进达成越来越多的共识，并且非常重视全球责任。会议为各国合作提供了公平互利包容的新的广阔平台。依托这一平台，全球的相关资源和要素可以得到更加优化的配置、更加有效的利用，从而为全球土工材料行业的经济发展增添新的动力。

亚欧土工领域产业链合作对推动各方的资源优化、结构调整和转型升级至关重要。亚洲和欧洲各国的土工材料行业处于不同的发展阶段，拥有不同的要素禀赋，也面临不同产业结构升级的瓶颈。加强产业的交流对接，深化合作与发展是行业未来发展的必然趋势。首届亚欧土工用纺织材料会议正是通过深度技术交流

和产品实体展览展示，深化了双方的互利合作，共同开拓了彼此新的市场空间和行业发展空间。

这不仅是引导国内产业的发展，也是向国际业界传递积极信号，以全球最大的产业用纺织品生产国、消费国和贸易国的名义，抛出中欧土工行业“融合、协同、共享”发展的“橄榄枝”。

以标准化战略推动发展迈上新台阶

标准化是企业实现科学管理、提高经济效益的基础，是企业在生产经营活动中组织生产的重要手段和必要条件，是企业所有工作的龙头。随着经济全球化的迅猛发展，标准化在企业管理中占据日益重要的地位，已然成为企业发展的强力支撑并支撑着社会的经济发展。协会2017年在标准体系建设方面取得了不俗的成绩。

2017年，多个标准逐项落地。4月，审定了《印染机织粘合衬》、《服装衬布氯损强力试验方法》等6项标准。

同月，全国纺织品标准化技术委员会第四届产业用纺织品分技术委员会成立大会暨第一次委员会议召开，会议审定通过了《气体净化用纤维层滤料》等3项国家标准以及《手撕胶带用缝编非织造基布》1项行业标准。6月，发布了《高铁列车用植绒面料》等3项中国产业用纺织品行业协会标准。

协会标准是对国家标准、行业标准、企业标准的有益补充，对完善产业用纺织品行业市场标准体系、行业提质增效升级起到了积极的推动作用。

值得一提的是，为贯彻落实国务院《中华人民共和国标准化法》的要求，大力培育团体标准、支持团体标准的应用，经社会团体自愿申报、地方或行业推荐、专家审查和社会公示等环节，工业和信息化部遴选出106项“2017年团体标准应用示范项目”，协会发布的团体标准《染色机织黏合衬》入选了工信部“2017年

团体标准应用示范项目”。

据了解，2018年1月1日起实施的新标准化法正式确立了团体标准的法律地位，今后，中

产协将与行业内的生产企业、科研院所、检测机构、下游企业等加强合作，继续努力，在工信部、国标委等部门的指导下，进一步规范团体标准的管理，推动团体标准发展。

2017中国纺织服装品牌建设这一年

当前，纺织服装品牌建设日益受到国家、行业、企业和社会各界重视，品牌建设的氛围逐渐浓厚，也得到前所未有的历史机遇。1月28-29日，2017中国纺织服装品牌年度工作会议在杭州余杭举行，会议集结多维思想，探索品牌价值新发展。

本次会议主题为“创新引领发展 品牌成就价值”，由工信部指导，中国纺织工业联合会、杭州市余杭区人民政府主办，中国纺织工业联合会品牌工作办公室、余杭区时尚联合会承办。

品牌建设是推进供给侧结构性改革、促进传统产业转型升级、加快强国建设的重点任务，也是落实十九大精神、中央经济工作会议精神、实现经济高质量发展的重点，品牌建设日益受到国家、行业、企业和社会各界重视，品牌建设的氛围逐渐浓厚，品牌研发设计和协同能力在不断能提高，纺织服装品牌建设成效显现。

2018年，工信部消费品司在推进三品战略方面，将关注和支持以下四个方面：一是推动产业链的协同创新，增强品牌产品对消费的捕捉和引导能力，继续加强创新与流行产品的推介；二是推动创意设计集聚，提升创意设计对三品战略的提升能力，继续开展第三批试点园区工作；三是推动诚信供应链建设，继续支持中纺联社会责任建设工作；四是推动两化深度融合，提高行业网络化、数字化、智能化的制造能力，继续开展智能制造试点示范工作。

中纺联会长孙瑞哲表示，社会主要矛盾的变化是行业开展品牌工作的大背景，“不平衡不充分的发展”在品牌工作中的体现，是需要突破四个瓶颈：一是供给瓶颈，产品供给同质

化倾向较重，供需匹配存在错位，规模巨大而有效供给不足；二是创新瓶颈，行业创新成果转化率低，没能很好形成现实能力以满足消费需求；三是文化瓶颈，行业企业对文化资源的开发、应用与推广程度不高，对消费市场培养力度不够，在提升消费体验、建立情感共鸣等方面有待加强；四是生态瓶颈，知识产权侵权、假冒伪劣、赊销赖账等个别现象对产业生态、市场环境、产业链协同造成了一定破坏，行业社会责任建设和信用体系建设尚需强化。

品牌建设的核心关切是品牌价值，对于品牌价值提升，孙瑞哲带来了四点分享：优化产品品质是提升品牌价值的基石，推进模式创新是提升品牌价值的端口，树立文化自信是提升品牌价值的源泉，深化社会责任是提升品牌价值的根基。

中纺联副会长、中纺联品牌工作办公室主任杨兆华在本次会议上发布了《2017年中国纺织服装品牌发展报告》。

杨兆华介绍说，2017年中国纺织服装品牌建设呈现六大特点：整体内核不断增强，市场表现稳定向好，自主品牌创新变革，新生品牌力量崛起，文化品牌崭露风采，区域品牌提升发展。新特点表现为国家战略护航产业升级，消费升级催生市场机遇，资本力量加速品牌增值；新趋势则是虚实复合化、智能普及化、体验交互化、责任透明化。

面对问题与挑战，杨兆华表示，中国纺织服装品牌建设的未来，要注重：一是以消费需求为导向实现有效供给，二是以科技创新为引擎提升品牌价值，三是以人才培育为核心塑造品牌势能，四是以中华文化为支撑强化品牌内涵，五是以模式创新为手段重塑消费链接，六

是以社会责任为着力点实现可持续发展。

品牌发展的8个视野分享

行业的发展主体是企业，当前纺织服装品牌又有了哪些新工具、新模式？在主题分享环节，晨风、红纺、天源、汇美等七家纺织服装品牌企业及杭州临平新城开发建管委的代表从各自的产业环节、商业模式等角度开展了主题分享与交流。

主题：“晨风集团社会责任助力行业可持续发展”

晨风集团企业管理部部长杨宏伟表示，不只关注眼前利益，还要逐更大的利、更长远的利，实现自我提升的需求，满足员工需求，客户、顾客需求、社会需求。

主题：“IP品牌化 VS 跨界”

红纺文化董事长郑波表示，中国“大”授权市场潜力巨大，2017年全球授权商品零售额高达3163亿美元。中国被授权消费品整体零售额仅占全球市场的3.3%。红纺除了丰富的IP资源外，还拥有丰富的品牌化能力，为客户更好地规划整合最合适的合作方案及模式，同时强大的商品转化能力也为合作注入源动力。

主题：“智能制造之路——天源服装的探索”

苏州天源服装有限公司董事长兼总经理唐信宏认为，智能制造的本质在于：将计算机的分析、判断和决策功能与智能机器相结合，应用于生产制造流程的各个环节，部分或全部取代人工脑力和体力方面的劳动，实现制造活动的高度柔性化、集成化和系统化，并自动收集、分析、存储并学习数据和信息等知识，从而大幅度提升生产效率的先进制造技术。

主题：“消费升级下的新零售”

汇美集团副总裁、集团政府公共事务负责人曲晶分享说，2017年，新零售出现了，2018年将是新零售井喷、白热化和火拼的一年。新零售的本质是数据，有了数据才能知道你的消费者在哪里，画像是怎么样，才能更好的服务消费者。

主题：“快时尚模式下的生活方式集合店”

上海笕尚实业股份有限公司全国渠道拓展总监杜树珍介绍说，公司在国内开设了712家店铺，其中MY Style 297家、Topfeeling 409家，预计将在2018年分别于6月和8月在日本东京、美国洛杉矶、菲律宾马尼拉开设新店。保持高速扩张的秘诀在于，不仅做快消而是“综合性零售业”。在2018年的第四季度，将推出另一个1万-3万平方米的FISHOP品牌，定位于新型颠覆性零售业态。

主题：“AI+服装设计，从图开始”

杭州知衣科技有限公司联合创始人&CEO 郑泽宇认为，人工智能成为新“电力”，而知衣科技可以通过通过浏览时尚图片收集素材，提供更加高效的素材搜索工具。比如，在与如涵的合作案例中，知衣科技提供了AI辅助设计，从Instagram、秀场等渠道发现好款，通过素材挖掘工具，辅助设计师更好更快地完成设计，打造爆款。

主题：“科技改变睡眠：新时代的家纺王道”

上海水星家用纺织品股份有限公司技术中心总监、党支部书记沈守兵分享说，家纺行业发展进入品牌化、集中化、差异化的发展阶段，品牌经营的核心在于“君子务本，本立而道生”。品牌的基础在于产品，产品的落脚点则在于价值。新时代的消费升级需要企业从“品牌营销为王”转向“顾客价值为王”。家纺企业要做科技家纺的开拓者，健康睡眠的创造者，舒适生活的引领者。

主题：“文化引领价值创造”

杭州临平新城开发建设管理委员会副主任陈联宏介绍说，艺尚小镇凭借出色的时尚基因，正全力描绘着“中国时尚新地标”，其价值在于以人为本，以价值创造者为贵，以品牌为核心。

目前，艺尚小镇正在积极打造全产业链，设计师创意设计方面包括设计师创业中心、年轻设计师平台、文创群体承载空间，柔性定制方面融合了科创面料研发、柔性生产企

业集聚区、专业的供应链管理公司，创新模式方面囊括电商、网红公司、集合店、买手店，时尚趋势分析方面涵盖时尚活动、时尚媒体、时尚教育、时尚大数据。

2018年，中国纺织服装品牌将在新的起点上，以创新引领发展，以品牌成就价值，满足人民日益增长的美好生活需要。

消费升级 毛纺行业迎来大机遇

在经济大环境向好和消费升级的带动下，2017年，我国毛纺行业保持了稳中向好的发展态势，特别是在产业结构调整、区域结构调整、企业组织结构调整，以及智能制造、绿色制造、品牌提升、文化创意等方面都取得了亮眼成效。

行业实现平稳运行

2017年以来，毛纺行业的生产与市场结构调整继续推进，行业发展在新动能、新趋势与新机遇带动下呈现平稳发展态势，企业发展由规模发展型向质量效益型转变。

2017年1~11月，毛纺行业总体运行情况稳中向好，规模以上毛纺企业的主营业务收入同比增长0.47%；利润总额同比增长6.9%，明显高于收入增速；利润率5.18%，较上年提高0.31个百分点。彭燕丽分析，受益于国内外经济大环境回暖及消费升级，消费者对毛纺高端产品的青睐度增加，带动了毛纺行业的发展。“毛纺产品的应用领域也有所拓展，在以往主要用于正装的基础上，现在很多运动装、女装品牌都加大了对毛纺面料的应用。”

2017年以来，毛纺织产品出口扭亏为盈，开始进入正增长。1~11月毛纺原料及制品出口总额121亿美元，同比增长9.8%。此外，毛纺产品出口市场也有不少新亮点。2017年1~11月，出口非洲国家的毛纺原料与制品规模为8.1亿元，同比增幅达105.6%，其中，毛梭织服装的出口金额增长达1334.6%；出口“一带一路”沿线国家的毛纺原料与制品规模也同比增长16%。

这些成就的取得也离不开一些毛纺龙头企业的带动，他们在品牌建设、质量提升等方面

为行业做出了榜样。比如鄂尔多斯对4个品牌进行了清晰定位，更精准和差异化地服务于不同的市场，新品销售及占比大幅度提升；江苏阳光集团先后获得了“中国质量奖”、全球卓越绩效奖（亚太质量奖）等，发挥了一个龙头企业应有的作用；浙江新澳的服务意识越来越高，企业虽然主要生产纱线，但是每年都会邀请世界顶尖设计师，利用公司最新的纱线产品设计成成衣举办流行趋势发布会，在色彩、款式等方面引导下游，取得的成效令业界瞩目。

2018年，中国将迎来改革开放40周年，十九大更指出改革开放的脚步不会停滞，纺织行业也将迎来利好机遇，特别是毛纺行业作为其中的重要组成部分，面临的机遇也是前所未有的。对于2018年，彭燕丽预测毛纺行业将平稳发展，但随着行业消费升级、创新与资源整合力度扩大，订单继续向优势企业转移，品牌企业与优质产品竞争优势扩大，竞争力差的企业压力可能继续加大。

继续创新服务模式

2017年，中毛协重点加强了产业集群对口服务工作，携手浙江华新实业集团有限公司联合主办了中国毛纺织产品交易会，协助中小企业拓展市场，促进了专业市场与集群、园区对接。交易会汇聚了来自10余个省、自治区的毛纺原料、纱线、面料企业参加，河北省清河县、南宫市、内蒙古鄂尔多斯市东胜区、山东省新泰市西张庄镇等毛纺织特色产业集群组团参加，打造区域品牌形象。

“此次交易会是中毛协专门为中小微企业搭建的产业链有效对接的交易平台，也是中毛协服务产业集群的一种新模式。”彭燕丽介绍，交易会获得了各地产业集群的积极响应，

也取得了不错的效果。2018年，根据企业采购需求，中国毛纺织产品交易会将于4月举办。

此外，中毛协还与清河、大朗等产业集群合作举办了多个交易会。这些交易会各有特色，有的侧重电商，有的侧重智能制造，可以说，这些产业集群系列活动都在积极向智能型、创新创意型方向转变，旨在为毛纺产业集群打造特色新引擎。

做绿色发展的先行者

2017年以来，毛纺行业在绿色制造方面取得了实质性进展。由中毛协组织牵头，内蒙古

鄂尔多斯羊绒集团有限责任公司起草的《绿色设计产品评价技术规范 羊绒针织品》标准，于10月由全国工业绿色产品推进联盟和中国产学研合作促进会作为团体标准联合发布，成为工信部开展的绿色制造体系建设工作中纺织类绿色设计产品标准中的试点示范（目前纺织类绿色产品标准只有两个，另一个产品是丝绸制品）。

毛纺织行业可以说成为了全纺织行业开展实施绿色产品评价体系的先行者和倡导者。为继续推动羊绒行业绿色发展，2018年行业将开展绿色企业树标达标和羊绒绿色产品专项评审等相关工作。

中纺联与乌兹别克斯坦纺织业代表举行双边会谈

1月30日，中国纺织工业联合会与乌兹别克斯坦纺织工业（服装总公司）管理协会在北京朝阳门北大街18号（中国纺织工业联合会办公新址）进行了会谈。

中纺联副会长、中国贸促会纺织行业分会常务副会长徐迎新，中纺联副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华，中纺联副秘书长、外事办主任袁红萍，中纺联国贸办主任、中国贸促会纺织行业分会副会长、中国纺织国际产能合作企业联盟秘书长林云峰，中国麻纺协会会长董春兴，中国丝绸协会常务副会长钱有清一同参加了会见。

自去年4月27日中纺联与乌兹别克斯坦轻工国家股份有限公司在北京举行双边会谈并签署谅解备忘录，乌方此次访问旨在进一步深化中乌两国纺织行业交流与合作。会上，双方签署了中乌纺织业《2018联合行动计划》，旨在加强和提升中国和乌兹别克斯坦在纺织领域的战略伙伴关系，友谊和互利合作。

中纺联副会长、中国贸促会纺织行业分会常务副会长徐迎新首先介绍了中国纺织行业现状。他说，中国纺织行业从机械设备制造到纤维纱线生产，再到印染、织布和服装制造，拥

有完整产业链；行业规模和产量、出口都处于世界领先地位。新时代，中国纺织进入全新转型调整阶段，着力打造创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业，同时追求高质量的行业发展目标。近年来，随着国内外行业形势发生变化，中国纺织企业纷纷“走出去”，开展国际化布局。主要体现为两个模式，一是到国外进行绿地投资，建立生产工厂，其中也包括乌兹别克斯坦；二是进行资本运作，通过并购、收购，实现企业资源全球化配置和“做大做强”。

徐迎新表示，在中国“一带一路”倡议引领下，越来越多纺织企业加快了国际化布局，中亚各国是中国纺织未来国际合作的重要方向。乌兹别克斯坦是丝绸之路沿线重要节点，纺织业具有独特优势，棉花产量排名世界第三，出台了吸引外资的优惠政策，同时本国纺织服装产业也在不断发展。今后，中乌两国纺织业将有更多合作空间，希望双方能在比较开放的合作态度下，在多领域进行深度合作，让古老的丝绸之路焕发新的青春。

乌兹别克斯坦纺织工业（服装总公司）管理协会副会长法赫尔丁表示，很高兴这次能跟中纺联相关领导见面。从去年开始，乌兹别

克斯坦纺织工业有了很大转变，特别是针对外国投资商出台了一系列优惠政策，乌方非常欢迎来自中国的投资者。近期，乌兹别克斯坦出台了从棉花种植到纺纱一体化支持政策，不仅为企业在生产前道节省了很多成本，而且棉花籽、废棉等都可以由企业自行支配，此项政策目前试运行效果良好。他补充道，2019年年底开始，乌兹别克斯坦政府将不再鼓励棉纱出口，推动将当地棉花、棉纱产量投入到本地工厂，因此，非常欢迎中国纺织企业到乌投资，搭建一体化产业链。

乌兹别克斯坦苏尔汉河州副州长图拉介绍，苏尔汉河州地处乌兹别克斯坦最南端，日照时间充足，自然条件好，可实现三季种植，能够生产出乌兹别克斯坦质量最好的棉花。目前，苏尔汉河州针对外商投资支持力度加大，真诚邀请中国纺织行业来考察投资，我们会提供最大力度的支持。

乌兹别克斯坦纺织工业（服装总公司）管理协会对外经济关系部首席官员乌米德在发言中，从税收、人工、物流和关税四个方面简要

介绍了乌兹别克斯坦的投资机遇。他表示：税收方面，乌兹别克斯坦现有的14个工业特区内的所有企业在十年内免缴政府税收；人工成本方面更是有很大优势，乌兹别克斯坦的人工成本是中国的十分之一到八分之一；物流方面，在“一带一路”倡议下，乌兹别克斯坦正在加大铁路建设，其中中国-吉尔吉斯斯坦-乌兹别克斯坦之间以及阿富汗到巴基斯坦的铁路都会大大降低物流成本；关税方面，从2017年开始，乌兹别克斯坦与欧盟签署的一项协议将乌兹别克斯坦的纺织品进口税从12%降低到6%，目前乌兹别克斯坦正在努力使其变为零关税。

之后，中乌双方针对棉、麻、丝绸等具体领域进行了深入探讨，乌方表示，目前有意在棉纺的基础上，发展麻纺产业，希望中纺联能够组织相关专家和企业到乌兹别克斯坦进行深入考察，帮助乌方建立起麻纺产业链。

对此，徐迎新表示，今年计划组织纺织企业到乌兹别克斯坦考察。今后中纺联还将与乌兹别克斯坦相关部门加强联系，展开深入合作。

2017美国服装市场解析

美国时装工业协会和德拉威尔大学时尚与成衣研究中心共同完成的时装工业基准研究报告显示，2017年美国时尚产业从市场和采购层面呈现出很多耐人寻味的变化。下面就请小编来跟您一起对几点值得关注的问题进行逐一解析。

从报告所反映的数据可见大多数受访者对于美国时装产业的五年前景仍然充满信心，但“乐观”和“些许乐观”的受访者比例却跌落到了2014年开始调研以来的新低。这一变化可能是出于对“美国贸易保护政策议程”和“美国电子商务市场竞争”的担忧，同时这也是近年来最令人担忧的两大问题。

“乐观”和“些许乐观”的受访者比例从2016年的92.3%跌落到了2017年的71.0%，自2014年开始调研来这一数字创下新低。多达12.9%的

受访者表示对未来5年“有些悲观”，这些受访者大多来自于拥有3000名以上员工的大型零售商。

尽管存在种种挑战，整个行业对于人才的需求依旧强劲。今年，大约有80%的受访者计划在未来5年内雇佣更多员工。尤其是供应链专员，数据专家，采购专员及市场分析人员。

成本不再是最令人关注的问题之一。受访者对于“生产或采购成本的增加”这项的压力降低，这也使其从2016年的第二大挑战跌落至2017年的第七大挑战。在今年的五大挑战中，仅有34%的人认为这一问题是最严重的。这一数字相比于2016年和2015年分别显著降低了50%和76%。在2017年，人力成本仍是推动采购成本上升的主要因素。

尽管美国时装公司仍在继续寻找“中国制造”的替代方案，但中国作为首选采购地的地位仍旧不可动摇。与此同时，从越南和孟加拉国两国的采购量可能会在未来两年持续增长，但只会处于一个相对缓慢的位置。

91%的受访者表示将会从中国进行采购；尽管这一数字相比于过去三年调研中的100%有所下降，但中国今年仍旧是排行第一的采购地。而那些希望从中国减少采购的受访者比例从2016年的60%下降到了今年的46%——这表明有许多受访者愿意在未来两年中保持目前的采购价值或采购量。

因美国退出跨太平洋伙伴关系协定以及劳动力成本的预期上升。只有36%的受访者预计在未来两年从越南增加采购，这一数字远低于2016年的53%。

受访者对于在未来两年加大从孟加拉国采购的力度这一计划持谨慎态度，只有32%的受访者表示或许会增加采购。虽然与其他亚洲供应商相比，“孟加拉国制造”的价格优势明显，但受访者认为其拥有极高的合规风险。

美国时装公司将继续保持全球供应链。2017年受访者从全球51个国家或地区进行采购，与去年调研中的56个国家或地区相近。

2017年有57.6%的受访者从10个以上的国家或地区进行采购，高于去年的51.8%。一般来说，大公司比小公司拥有更多样化的采购基础。此外，零售商也拥有比品牌、进口商/批发商和制造商更多元化的采购基础。

约有54%的受访者预计在未来两年他们的采购基础将会更多元化，这一数字高于2016年的44%。在这些受访者中，超过60%的人从10个以上的国家或地区进行采购。

最常见的采购模式正在从“中国承担大部分”转变为“中国和越南共同承担大部分”。现在典型的采购组合是30%-50%来自中国，11%-30%来自越南，其余来自其他国家。

尽管亚洲整体仍然是美国时装公司的主要采购区域，但西半球的受欢迎程度也在悄然上升。今年，我们看到来自美国、北美、南美和美洲中部地区的采购数量显著增加(70%，高于2016年的52%)，原因是他们拥有较短的交货时间和相对较低的合规风险。

如今，在美国时装公司的采购决策中，道德采购和可持续性的权重增加了。受访者还认为最大的供应链风险是合规标准（工厂、社会或是环境）的不达标。

87.5%的受访者表示，与5年前相比，2017年公司的采购决策中，道德采购和可持续性两点变得更为重要。

所有受访者现在都会审查他们的供应商，这包含供应商如何对待工人、消防安全以及建筑安全。绝大多数（93%）的受访者会运用第三方认证程序去审查，其中混合了既定和突击的审查。

多达90%的受访者表示会规划自己的供应链，也就是记下供应商的名称、定位及作用。超过半数的公司不仅与一级供应商，同时也会与二级供应商（也就是供应商的供应商）签订合同。不过，美国时装公司对于三级和四级供应商的规划并不常见，这可能是因为在全球化和高度分散的背景下难以获得相关供应链信息。

自由贸易协定和贸易优惠计划并未获得充分利用，包含中美洲自由贸易协定以内的几项自由贸易协定比往年应用的更少。

在调查的19项自由贸易协定和贸易优惠计划中，只有北美自由贸易协定被超过50%的受访者用于进口目的。

更令人担忧的是，一些美国时装公司通过自由贸易协议和贸易优惠计划的采购中，出于一些原因并没有从中获益。例如，多达38%和6%的受访者并没有分别采用中美洲自由贸易协定和北美自由贸易协定来从以上两个地区进行采购。

受访者对于美国边境调节税的提议一致反对，并呼吁进一步消除贸易壁垒，包括原产地限制规则和高关税。

所有受访者都反对边境调节税；其中更有84%持强烈反对态度。

受访者支持各类对于消除贸易壁垒的提

议。从高关税，过于复杂的文件要求，到北美自由贸易协定中的纺织品纱线原产地规则和未来自由贸易协定的限制性条款。

受访者表示“标记和测试的复杂标准”，“海关货物估值的复杂规则”以及“边境管理和官僚程序的拖延”是如今在采购时所主要面对的非关税壁垒。

预计2017/18年度全球棉花产量增长13%

由于棉花种植面积出现反弹及主要生产国对棉花产量预期乐观，美国农业部(Department of Agriculture, USDA)公布去(2017)年12月份棉花产量预测指出，全球棉花产量将上调至1.2亿包，比上一季高出近13%。

预计2017/18年度主要棉花生产国的棉花产量皆将提高。印度是全球最大棉花生产国，预估本季该地棉花产量将达到2950万包，比2016/17年度成长9%。而中国大陆的棉花产量预计为2500万包，是三年来最高的。

同期，巴基斯坦的产量预计为820万包，比上一季高出50万包，产量比前两季反弹回升。巴西和澳洲棉花产量预计分别上涨11%和16%。

同时，2017/18年度全球棉花贸易预计将比上一季成长3%，达到4年来的新高，这要归功于在这段期间全球棉纺厂的用量高于平均水平。相较于上一季120万包，估计2017/18年度为3850万包。然而，2017/18年度全球棉花贸易量仍低于2012/13年度4650万包的纪录，相比之下减少17%左右。

财政部、质检总局印发《国家棉花公证检验经费管理办法》

根据国家有关规定，近日，财政部、国家质量监督检验检疫总局对《国家棉花公证检验专项经费管理暂行办法》进行修订，制定了《国家棉花公证检验经费管理办法》（以下简称《办法》）。

《办法》指出，国家棉花公证检验经费实行据实结算，由中央财政根据各地专业纤维检验机构承担的棉花公证检验任务量，按年度据实下达地方财政。中国纤维检验局负责组织实施棉花公证检验工作，统一受理报验、分配检验任务、制作检验证书、开展质量考核。

《办法》确定，棉检经费使用范围包括：人工费、耗材费、水电供暖费、劳保费、电信邮资费、实验室及检验仪器设备配置及运维费、信息网络建设及运维费、仪器设备检定费、差旅费、培训费、标准校准样品费、样品运输费、业务管理费以及其他直接用于公证检验方面的开支。棉检经费核定的主要依据是棉花质量检验和数量检验的成本标准及专业纤维检验机构承担的棉花公证检验任务量。中纤局根据棉检成本标准、工作质量考核系数及完成的检验任务量，于每年1月15日前提出上年棉检经费申请数额。

新版国际生态纺织品标准五大变化

2018年1月，国际环保纺织协会发布了最新版Oeko-Tex Standard 100生态纺织品检测标准和

限量值要求。经过3个月过渡期后，新标准将于2018年4月1日起正式生效。新标准参考了国际

上现行的各种法律法规，通过新增考察物质并严格控制限量值，对纺织品中有害化学残留监管达到了进一步的加严。

与2017版相比，最新标准对有害化学物质的监管进一步升级，归纳起来发生五大变化：

第一，部分现有限制化学物质限量值进一步收紧。

第二，新限制化学物质有所增加。

第三，同类化学物受限制范围扩大。

第四，纺织色牢度指标与中国接轨。

第五，针对有机棉产品增加转基因生物测试。

“Oeko-Tex”是目前全球纺织行业公认的权威生态纺织标准，通过该项认证的产品素有“信心纺织品”的美誉。

由于其每年持续参考不同国家及组织关于纺织领域的相关最新法律法规及标准要求，并及时修订，故欧美地区许多大型采购商都将Oeko-Tex Standard100标准作为产品采购的技术依据。

拥有Oeko-Tex Standard100证书的生态纺织品市场优势明显，不仅销路畅通，而且价格比普通纺织品要高出20%-30%，强调产品的生态安全性能已经成为国际纺织品贸易的新趋势。不过，由于我国尚未完全摆脱以中低端纺织产品为主打的局面，在纺织品生态安全认证方面还需要不断加以重视，做好推广挖潜工作。

符合国际生态环保标准是纺织企业强化竞争力的重要手段之一。因此建议纺织企业及时了解最新版Oeko-Tex Standard100标准的参数要求，改进生产工艺，加强产品生态安全把关。同时，希望企业通过生态认证以增强产品在国际的认可度，将提高产品附加值和技术含量作为投身国际竞争的前提条件，从而确保我国纺织产品安全进入国际市场。

2018春季纽约展：品牌、创新、科技已成新竞争优势

当地时间1月22日-24日，第十九届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）暨美国纽约国际服装采购展（Apparel Sourcing USA）、纽约Texworld国际服装面料展（以下统称“春季纽约展”）在美国纽约贾维茨会展中心举办。

展览会由中国纺织工业联合会主办，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与法兰克福展览（美国）公司承办，共有来自中国、中国台湾、中国香港、美国、乌兹别克斯坦、英国、秘鲁、埃及、巴基斯坦、危地马拉在内的十多个国家和地区的逾四百家企业参展，展出规模超过一万平米。中国参展商以国家展团的形式嵌入到同期同馆举办的展览会中，形成产业链系列展览会。此外，乌兹别克斯坦首次以国家展团的形式参展。

1月22日上午，中国纺织工业联合会副会长兼中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副

会长徐迎新，法兰克福展览（美国）公司总裁Mr.Dennis Smith一行参观了展会。

在北京纺达科技公司的展位前，总经理张彤介绍说公司拥有自主品牌CTDC、并拥有设计及研发团队，主要做中、高端男装，服装定制也占一定比例。该公司作为法国服装展的老展商，参加了几次美国纽约展，在展示展品方面精挑细选，每件样品都不简单，服装设计感和科技性并重，制作细节和内在品质并举，产品的议价空间大、客户的满意度也非常高。

大连泛瑞客也是纽约展的老朋友了，总经理初雪梅认为作为一个发展了20年的服装公司，是时候直接接触零售商和终端环节，对此Dennis表示作为一个以专业采购平台稳步发展至今的展会，采购商、批发商在买家构成中仍然占主导地位，但是同时也针对市场的多元化

发展，购买方式的改变，在利用社交媒体邀请传统的零售商以及电商、小型新兴零售商。

本届展会，服装主要包含男装、女装、童装、内衣、泳装及家居服；配饰主要有围巾、领带、袜子及帽子等。面料除了传统的棉、毛、丝、麻，化纤及针织面料以外，越来越多的功能性面料受到买家的关注，同时也不乏新材料、新应用，展出的面料整体品质提升明显，在环保和绿色科技方面，涌现出了一批具有代表性的企业。

具有10年生态环保型面料开发经验的绍兴依喜欧纺织品公司，一改以前一直通过阿里巴巴和客户进行线上交易的模式，第一次通过参加该展会展示全系列的有机面料。对可持续发展的重视将为纺织服装及面料企业发展提供不竭动力。

此外展会流行面料趋势区和牛仔展示区吸

引了大批专业买家前来。

现场多场论坛和对话活动也吸引了大批的买家、供应商以及设计师参与。

作为美东地区最大的纺织品服装产业链采购平台，该展会不仅根据当地纺织品服装采购需求一年定期举办两届，而且在北美地区已经形成了一定的知名度，受到专业买家的广泛认可。本届展会展前专业观众预登记人数已经超过六千人。截止发稿时间，开幕当天实际到场的观众人数已经超过两千余人，超过去年同期近25%。

展会与同期举办的PROJECT, MRKET, The Tents形成零售终端和采购资源的优势互补，作为纽约纺织周的重要组成部分，纽约春季展在三天的时间里呈现出明显的品牌、创新、科技新优势。

看中国纺企如何开拓孟加拉市场—— 第二届孟加拉达卡国际面料及纱线展览会圆满结束

当地时间2018年2月3日，第二届孟加拉达卡国际面料、纱线（牛仔、家用纺织品）展览会（DIFS冬季展）在孟加拉达卡国际会议中心（ICCB-International Convention Centre Bashundhara）圆满结束。4天展会，共有来自孟加拉当地的贸易观众逾8500人次到会参观。现场贸易气氛热烈。包括当地主要的英文报刊The Daily Star在内的多家媒体对该展会进行了报道。

展会由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与CEMS GLOBAL USA共同举办，使用了达卡国际会议中心最大的3个室内展馆。共有来自中国、孟加拉、印度等国家的近300家企业参展，展出规模比去年增长近五成，中国展团依然是最大的国家展团。该展会已经成为当地成衣加工业重要的面辅料采购平台。

对未来中孟纺织服装全产业链深度合作表

随着展会影响力的稳步提升，该展已经逐步成为优势龙头企业的市场开拓平台。DIFS冬季展已经成功举办两年，增长率超过50%，外贸数字很清晰地显示出中孟之间纺织品贸易的强劲势头，但是相比数字，展商的真实反馈更有参考价值。我们来听听现场展商怎么说？

江苏亿森供应链：作为上市公司，亿森集团主要专注于供给侧“软供应链”的服务，现阶段战略是紧跟“一带一路”政策，为企业做好沿途发展中国家或者欠发达国家的展会、物流、仓储、金融以及观众数据收集的服务。此次组织的企业在现场均获得了实际效果，表示未来在DIFS冬季展上不仅要加大组展力度，公司还会更多地考察当地市场，为企业带来更多的增值服务。

苏州东方丝绸市场：东方丝绸市场以往90%的产品以内销为主，在国际市场上知名度

不高，通过参加纺织贸促会主办的海外展会，市场内企业实实在在获得了订单。市场对组团参加展会非常重视，挑选不同产品企业去参展，现场不仅增加了企业对东方丝绸市场的向心力，企业之间更会互相帮忙，凝聚力又反过来帮助东方丝绸市场达到平台宣传以及外贸促进的作用。

海宁众翔：展会第一天便接到了孟加拉客户邀请参观工厂，这是我们参展以来效果最快的一次，能够成功的关键在于对自己产品明确的定位。展会到场观众中有一些代理，主要为输欧、输美的生产商接单，有的能够下大单的客户，也有一般询价的客户，因此结合自身产品定位和供货能力做出判断比较容易实现参展目的。

海安联发：一般企业到东南亚做生意，对当地客户习惯压价的方式都有体会。因此孟加拉当地客户也不例外。尽管如此，因为产品过硬，各方面供货要求都能满足，展会前两天，我们公司便接到一张2万码的订单，也是极大的鼓舞了我们销售人员的士气，直到展会结束，大家都积极接待前来参观寻价的观众。我们总结，孟加拉市场，特别是面辅料等原材料还是具有发展潜力的。不仅是中低端市场，伴随着欧美以及中国的中高端的服装加工企业在孟投资建厂，未来几年的市场需求还是值得我们前来寻找贸易机会的。

绍兴久凡：作为贸促会海外展的老客户，“久凡”成立只有三年，但是清晰的产品定

位，常规产品和特殊产品的配置组合，保证了久凡自成立以来每年都有20%—25%的毛利率。与孟加拉的客户做生意，一定要保证足够的利润率之后才能做决定，因为当地的银行信用证机制，资金风险还是要给予一定注意的。通过保证利润率，目标导向，反过来决定产品研发以及帮助筛选客户是久凡能够稳定发展的保证。

杭州星盛：杭州星盛以往生产白坯布为主，虽然量比较大，但是由于产品比较单一，利润率不高。公司通过多年海外参展也意识到了转型升级的必要性，每年参加国内外展会都会携带最新的产品以检验市场风向。一般而言生产坯布的企业，只将自己的产品作为半成品，多数认为不适宜在展会上进行展示，星盛坚持不断在基础产品上做创新，用事实告诉大家孟加拉加工市场的特性决定了上游产品均存在着贸易机会，就看如何去深挖。

中汇集团：中汇集团作为广东省优秀企业，主要经营针织、牛仔布以及针织牛仔类的产品。根据集团战略，参照“一带一路”布局，中汇选择在孟加拉参展，一是为了锻炼团队，扩大销售渠道；二是准备在孟加拉建立工厂，目前已经在孟国成立了办事处，通过参展能够迅速了解客户资源。孟加拉国不仅有着出口欧美的政策优势，随着孟加拉国当地居民收入水平的提高，众多的人口将会转变为强劲的消费力，因此中汇集团对孟加拉国的牛仔布市场前景十分看好。

2018中纺联春季联展欢迎您！

3.14-16，国家会展中心（上海）

2018intertextile春夏面辅料展：
5.2、6.1、6.2、7.1、7.2、8.1、8.2馆

CHIC2018（春季）：1、2、3、4.1馆

2018中国国际家用纺织品及辅料（春

夏）博览会：4.2馆

2018yarnexpo春夏纱线展：5.1馆

2018PH Value中国国际针织（春夏）博览会：3馆

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：

北京市朝阳区东三环中路55号富力双子座B座12层

邮 编：100022

电 话：(010) 57392132

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