

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸促

2

2018

总第275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

践行科技、时尚、绿色行业新定位 发力纺织高质量发展新征程

——2018中纺联春季五联展即将启幕

行业动态

- ★ 春节前夕顾秀莲勉励纺织人对行业发展充满信心
- ★ 中纺联党委召开2017年度基层党组书记抓党建述职评议考核会
- ★ 15家纺织企业、7种产品入选绿色制造名单
- ★ 中纺联春季大调研即将开启
- ★ 2018年纺织“两会”代表委员座谈会在北京举行

走出去

- ★ 诚邀出访“走出去”战略优先实施地区——东南亚
- ★ 领略以约独特的创新体系和文化内涵

国际市场

- ★ 2017美国服装市场解析

政策法规

- ★ 南非海关制定严格的纺织品进出口程序
- ★ 纺织品出口日本拟实施新规

展会报道

- ★ 2018中纺联秋季联展日期公布
- ★ 2018中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会日期调整说明
- ★ 2018深圳国际面辅料展参展报名进行中
- ★ 2018南非中国纺织精品展开始报名
- ★ 中国纺织人 灼灼行业精神 践行行业使命——2018年中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)圆满结束
- ★ 2018“孟加拉展”“巴黎展”参展报名启动
- ★ 2018yarnexpo秋冬纱线展官网在线报名启动



中国纺织贸促网
www.ccpitex.com

目 录

行业动态	07	春节前夕顾秀莲勉励纺织人对行业发展充满信心
	07	中纺联党委召开2017年度基层党组织书记抓党建述职评议考核会
	09	15家纺织企业、7种产品入选绿色制造名单
	09	中纺联春季大调研即将开启
	11	2018年纺织"两会"代表委员座谈会在北京举行
<hr/>		
走出去	14	诚邀出访“走出去”战略优先实施地区——东南亚
	15	领略以约独特的创新体系和文化内涵
<hr/>		
国际市场	16	2017美国服装市场解析
<hr/>		
政策法规	19	南非海关制定严格的纺织品进出口程序
	20	纺织品出口日本拟实施新规
<hr/>		
展会报道	20	2018中纺联秋季联展日期公布
	20	2018中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会日期调整说明
	21	2018深圳国际面辅料展参展报名进行中
	21	2018南非中国纺织精品展开始报名
	22	中国纺织人 灼灼行业精神 践行行业使命——2018年中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）圆满结束
	24	2018“孟加拉展”“巴黎展”参展报名启动
	24	2018yarnexpo秋冬纱线展官网在线报名启动

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: 北京市朝阳区朝阳门北大街18号

邮编: 100020

电话: (010) 85229397

E-mail: sunling@ccpitex.com

网 址: www.ccpitex.com

践行科技、时尚、绿色行业新定位 发力纺织高质量发展新征程 ——2018中纺联春季五联展即将启幕

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，也是开启全面建设社会主义现代化国家新征程的开局年。2018年，中国经济进入由高速增长转向高质量发展阶段，我国社会的主要矛盾已转化为“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”。

40年来，作为传统的劳动密集型纺织产业，不仅依靠劳动力比较优势和市场化改革先发优势，实现了跨越式发展，成为全球第一纺织大国，在国民经济中发挥了重要的作用，为人民生活的改善作出了巨大的贡献，更在应对外部复杂环境，国内劳动力等基本生产要素成本的增加及调结构、转方式、产业升级等挑战中，发展为与满足人民美好生活需要息息相关的时尚、绿色产业，以及涵盖战略新材料、环境保护、医疗健康、应急和公共安全、基础设施建设配套和“军民融合”六大相关产业用纺织品重点领域的科技产业。

2017年，我国纺织行业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。纺织品服装出口总额达2745.1亿美元，同比增长1.6%，较上年同期回升8.8个百分点。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%，全国网上穿着类商品零售额同比增长20.3%。

新时期，被赋予科技、时尚、绿色新内涵的纺织产业新定位，契合了中国经济高质量发展的总体要求，必将发力于纺织工业高质量发展新征程，加快纺织强国建设步伐。

展会作为行业发展的晴雨表和风向标，不仅展示行业发展的最新成果，还能引领行业发展趋势，成为行业发展的助推器；展会的平台功能，不仅是企业和采购商之间的贸易平台，还是企业对外展示的窗口平台，联展更是上下游产业链间的互动平台。

每年分春秋两季，由中国纺织工业联合会“舰队”倾力打造的集“商贸、品牌、科技、趋势和时尚”于一体，涵盖纺织行业产业链，包括“纱线、面辅料、家纺、服装服饰、针织产品”在内的2018春季五联展：第24届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会、第26届中国国际服装服饰博览会（春季）、2018年中国国际家用纺织品（春夏）博览会、第15届中国国际纺织纱线（春夏）展览会、2018年中国国际针织（春夏）博览会，将于3月14-16日在国家会展中心（上海）盛装启幕。

最是一年春好处。

承载了新内涵的中纺联2018开春首展，将有哪些不一样呈现？让我们拭目以待。

2018intertextile春夏面辅料展——

展会使用国家会展中心（上海）共计7个展馆，展出面积超187000平方米，来自22个国家和地区的近3400家面辅料企业，将带来最新产品、最新工艺、最新设计，一展新时代、新纺织之勃勃生机。

6.1号馆：正装面料、衬衫面料以及男装流行趋势

6.2号馆：跃动牛仔展区、休闲装面料

7.1号馆：人造毛皮毛绒、皮革、皮草、丝绸、印花、数码印花、提花、花样设计、休闲麻面料等时尚女装面料，以及流行趋势时尚概念区

7.2号馆：女装流行趋势以及针织、化纤两大时尚女装面料精品

8.1号馆：内衣/泳装面料及辅料产品

8.2号馆：棉、绣花蕾丝等时尚女装面料，以及功能/运动装面料

5.2号馆：国际馆展示区及时尚女装面料展示区

七馆看尽面辅料最新潮流，一站领略全球风采。

专业论坛：从流行趋势发布到尖端技术讲解，从相关标准出台解析到市场销售技巧，更有可持续发展议题与境外投资分析指南，数十场专业论坛干货十足。如下：

主题：PANTONEVIEW 2019 春夏流行色展望 爱·珍惜色彩在设计里的生命力

主题：Doneger Creative Services 2019春夏颜色与设计概念 修道·着色·享乐·民族波普

主题：2019-2020秋冬面料及色彩趋势

主题：WGSN 19/20 秋冬色彩未来趋势

主题：2019春夏女装趋势

主题：I love Viscose - 2019春夏viscose面料流行趋势发布

主题：2019S/S辅料流行趋势

主题：国际服装品牌如何改善设计及色彩应用流程

主题：巴黎娜丽罗获2019春夏流行趋势解析

主题：2019春夏PROMOSTYL灵感及色彩趋势报告

展会同期还将发布2018春夏面料流行趋势，同时，跃动牛仔展示区、众创互动空间体验区、研讨会、发布会等同期活动将传递最新的时尚潮流和市场资讯。

本届展会，主办方依然提供商贸洽谈预约服务。采购商可在展前访问展会官微及官网，点击商贸预约，并填写资料提交即可，主办方将在展前对买卖双方进行匹配，并在展会现场商贸洽谈区安排自由接洽。

为进一步提高广大展商及观众的参展、观展体验，主办方对电子会刊进行全面升级：

1.新增展会地图、路径规划功能，帮助采购商便捷到达目标企业展位；

2.展商信息查询、信息分享、流行趋势了解、论坛日程查看等功能一应俱全；

3.微信预登记助力观众便捷入场；

4.展商专属客户请柬，方便向客户发出专属邀请。

2018中国国际服装服饰博览会（春季）——

以时尚男装、最美女装、烂漫童装、环球风尚、匠心皮羽、设计力量、流行配饰、ODM智造、链接未来、时尚箱包十个专业品类展区及两大展中展——CHIC-潮流品牌展、PH value 2018中国国际针织（春夏）博览会共同亮相，在担当多功能复合型商贸平台的同时，也将与中国服装产业一起进入“新时代”，展现“科技、时尚、绿色”的行业转型升级大势，并以“年轻态”为主题开启青春呐喊，淬炼不羁新声。

科技新势力——

新一轮科技革命和产业变革蓄势待发，以信息技术、新能源、新材料、生物技术为特征的新引擎引发全球产业竞争格局的调整，他们为时尚产业的创新转型，赋予了新能量。

时尚男装展区，聚集了以报喜鸟、隆生、海思堡为代表的优质定制企业，依托数字化、信息化、智能化带来的新动能，展示个性化定制的活力，满足消费者日益个性化、年轻化的消费新需求。

“链接未来”展区，汇集众多优质的信息化、科技化、智能化等服装相关企业，展现服装产业上下游最前端信息。通过新科技发展和配套设施的升级，更好地服务于服装企业。

文化新调性——

从中国传统文化中吸收时尚养分，融合以世界潮流趋势元素及品牌自身的独特调性，越来越多的品牌服装企业正在以服装文化为出发点，通过提升设计、创意营销等方式为品牌内涵注入更多的创意元素。

女装展区，全新升级，在文化引领之下打造女性服饰风潮。在当下品牌发展模式改变、多品牌发展、线上线下融合、品牌集合店涌现等趋势的引领下，届时将有少女装、轻奢女装、电商女装、中华服饰、新锐势力等几大板块共同演绎女装文化的独特风采。

设计力量展区，引入涵盖“衣、食、住、行”多领域的海内外原创设计产品，突出展现更具科技感和设计感的设计师品牌。打造更多“黑科技”和交流活动，在帮助时尚买手提升精准订货的同时，带来更多时尚体验和综合收获。

环球风尚展区，以展团的形式展示不同国家的时尚文化与风格。意大利展团将展示男装、女装、童装、配饰的全品类时尚，“永远的巴黎展团”则会展出侧重女装和配饰的法式风情，德国展团则主推德国制造的严谨和技艺。更有土耳其展团带来的皮革皮草，“Preview in China”韩国展团带来的亚洲前沿时尚，神秘的秘鲁展团展示的以羊驼绒为原材料的独具匠心，另有中国香港、中国澳门和中国台湾的荟萃列席。

时尚箱包展区，以细分化展现中国箱包设计能力。以品类划分，男包、女包、旅行包，各类箱包展现中国品质，等待着与服饰品牌强强联合，直切生活化消费热点；以风格划分，狂野派、精致派、可爱派、多面派品牌，深入时尚新升级，更有私人定制品牌满足个性所需。

CHIC-潮流品牌展（CYB），作为潮人汇聚的热力地盘，融汇各种潮流文化元素，宣扬激情、时尚、个性的潮流精神，致力于弘扬和发掘属于当代年轻人的潮流文化。

产品新优势——

面对着新消费导向的市场，服装企业更关注服装、服饰的品质、设计等产品本源，优质企业回归本质、脚踏实地的做好产品，持续提升产品研发设计能力和创新力，甚至要在产品上赋予情感和能量。

烂漫童装展区，涌现多家整合“服装+玩乐”的儿童生活方式品牌，开启全新的店铺体验；与此同时国内外动漫IP集合亮相，精彩纷呈的授权品牌满足时尚消费新主张；专注美学灌输与文化传承的校园产品致力于打造优质、优设计的制式学生装，装点孩子们的校园

生活。

ODM智造展区，聚集大量优质ODM供应商，提供快速反应、微供应、柔性生产等多种服务体系，为中国服装产品品质保驾护航。

匠心皮羽展区，汇聚国内外优质的皮革皮草/羽绒企业，联合专业机构共同发布皮草色彩及趋势活动。

流行配饰展区，因其搭配性与多变性，日益受到重视，汇集首饰、帽子、围巾、眼镜、家居生活等众多知名配饰品牌，组合成年轻化的系列产品一条龙，契合当下消费新趋势。

商贸新体验，全面升级信息化服务体系，提升展会平台价值，从线下人工配对升级为双向的信息化精准对接，实现效率飞升。升级已于CHIC2017（秋季）正式上线的商贸对接APP，丰富了加盟、代理、采购、招商等各类信息发布，增加了海外展商的大量信息，使国内的专业观众不用走出国门就能寻求到海外资源。

25年来，CHIC始终是集商贸洽谈、渠道拓展、资源整合、国际合作、市场检验、潮流发布、跨界合作、资本对接等多种功能为一体的优质综合资源平台，如今，身处大变革时代，更多地互动、交流、启发给了CHIC以及中国服装产业也无畏前行的新向往。

2018上海春季家纺展——

如果说，秋冬家纺展是软装布艺的海洋，那么，春季家纺展就是家纺成品的盛宴。本届家纺展呈现出如下特点。

精准定向：根据展商产品特点定向邀请客户。包括：百货商超、代理商、加盟商、海外驻华机构、进出口商、大宗采购、批发商、商贸公司、网络电商、室内家居设计师、酒店采购、精品楼盘开发商等。并借联展契机多渠道推广家纺品牌。

人性化分区：按产品分区重点推出几大主

题板块。其中：

内销区包括：智能家居、整体家居、婚庆系列产品、婴幼儿产品、夏凉用品、品牌毛巾等；

外销区包括：蚕丝被、丝绵被、羽绒被、绗缝被、毛毯、绒毯、珊瑚绒、法兰绒等原材料产品；

内外销综合区涵盖：靠垫、抱枕、毛巾浴巾、床品面料、四件套等；

配套设备则包括：吊挂生产线、缝纫设备、数码印花设备等。

多元组合：继续推出“非物质文化遗产展区”、“震泽丝绸杯·中国丝绸家用纺织品创意设计大赛获奖作品展”。突破性地联动京东，走近C端，为展商带来更多惊喜。溯源健康家纺，把握时尚脉搏，开启家居新生活。

丰富多彩的特色展区和相关活动将带给您不一样的体验。

特色区域——微供市场: 4.2 S20

微供市场是面向微商供货的市场。传统网供电商的营销，是基于流量思维的营销，而微供市场商户的营销模式是基于粉丝思维。微商对微供商户是基于共同兴趣和爱好的主动式订阅，而微供商户则真正找到了自己的代理，做到了个性化推送，信息的分享将不再是暴力刷屏，而是完全根植于代理的需求。

线上直供区（京东）：4.2 S10

消费升级，提升品质生活。将“互联网+”的销售模式与传统家纺行业有效结合，利用京东的技术与平台将家纺渠道建设的更好，利用互联网的优势，优化家纺产业链，提升效率。

现场活动：“震泽丝绸杯”家纺创意设计大赛作品展示

大赛集合了国内外的家纺企业、艺术设计院校师生、设计师个人和家纺行业爱好者的丝绸家纺创意设计作品。其中的获奖作品将在展会现场展出。

非遗展区: 4.2 E08

截止至2017年底,我国分四批公布了1372项国家级非物质文化遗产项目,其中纺织类非物质文化遗产达百余项,主要包括纺、染、织、绣、印等传统工艺及各类民族服装服饰。

此次以“蜀风·蜀韵”为主题的2018非遗展,主要包含有蜀锦、蜀绣、臧绣、彝绣、羌绣、扎染6类非遗技艺,均是勤劳智慧的四川先民为我们留下的宝贵文化遗产。

商贸对接区: 4.2 G39

品牌企业(加盟代理): 雅芳婷、梦兰、魏桥嘉嘉家纺、清红工贸、棉田、无印良品、安徽三宝、恩达、亚光、悦达、紫罗兰、大唐、华纺、如意。

2018yarnexpo春夏纱线展——

展览面积为26000平方米,占据整个5.1号馆。来自中国、中国香港、韩国、新加坡、泰国、印度、印度尼西亚、巴基斯坦、乌兹别克斯坦、越南的10个国家和地区的海外内参展商总计435家,其中国内参展商约352家,海外参展商83家。

八大展团震撼亮相, 集聚效应展实力

本届纱线展参展展团数量及规模均达到史上之最,国内共有新疆、大朗纺织网、赛得利、石墨烯联盟、化纤产业技术创新战略联盟、恒天集团、上海纺织集团7大展团重拳出击。海外有博拉纤维展团。

全品类聚焦“三品” 高质量贯穿全场

本届展会展品涵盖棉毛丝麻及化纤、花式纱等众多上游纤维纱线产品,分为国内展区和

海外展区,其中国内展区包括:创意花式纱区、功能化纤区、自然棉纱区、品质毛纱区、绿色麻纱区和电子商务区。本届各个展区的展品均体现了近年来制造业主抓的“三品”战略,每个企业都拿出最体现“品种、品质、品牌”的产品和形象进行展示。

活动继续升级, 上下游沟通更多元

本届展会同期活动有“盛虹·中国纤维流行趋势2018/2019”发布会及企业产品发布会共14场,“纤维新视界--纺织材料创新论坛”共16场,“新新纱线”推广活动及棉纺行业推介论坛共8场。

2018 PH Value春夏针织展——

本届展会与CHIC展“URBAN VIEW时尚男装”、潮流品牌“CHIC Young Blood”两个展区共用3号馆,展览面积10000平方米,展商数120余家,国内知名针织品牌企业悉数到场,其中针织衫展商已经达到90%以上,展团包括浙江濮院、广东大朗毛织网、广东大朗设计师、河北清河、山东海阳、嘉兴洪合濮院、大朗、清河、海阳、洪合。除此之外,展会期间将举办流行趋势论坛、针织品牌发布秀等十余场专业活动,全面聚焦针织衫行业发展新动向。

相关活动日程:

第三届“濮院杯”PH Value中国针织设计师大赛: 3月15日下午;

品牌发布秀、濮院开馆仪式: 3月14日-15日;

专业论坛(WGSN“2019春夏针织三大主流趋势解析”): 3月14日下午;

濮院指数发布: 3月14日下午;

中国针织工业协会花式纱色纱分会成立及毛织网花式纱趋势发布: 3月15日上午

针织设计师人才交流会: 3月16日上午

春节前夕顾秀莲勉励纺织人对行业发展充满信心

2月11日春节前夕，第十届全国人民代表大会常务委员副委员长顾秀莲到中纺联走访慰问，让中纺联办公大楼充满了浓浓年味。

顾秀莲在中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，会长孙瑞哲，原会长王天凯，副会长杨纪朝，党委副书记兼副秘书长陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、孙淮滨等领导的陪同下，参观了中纺联新近搬迁的办公楼。在走访各专业协会及职能工作办公室时，顾秀莲向中纺联职工祝贺乔迁之喜，并向大家拜年。

参观过后，顾秀莲同中纺联相关领导进行了座谈。孙瑞哲首先介绍了纺织产业的发展情况，他表示，从2016年12月从东长安街12号开始搬离，中纺联用了整整一年时间完成了搬迁工作，如今，办公环境得到了很大改善，特别是，从一个机关办公环境到商业化办公环境的转换，让中纺联在工作作风上得到很大转变，同时，通过搬迁，中纺联队伍更具凝聚力，行业协同性更强，为行业服务的质量得以进一步提升。

他同时介绍称，2017年，纺织行业运行基本平稳，并扭转了前两年的出口负增长情况。他说，中国经济从高速增长步入了高质量发展阶段，在新的历史方位下，中国纺织也有了新

的定位：科技、时尚、绿色。“如今的纺织品不仅仅能够改善人们的生活质量，在科技方面，纺织品还能够用于航天领域，同时，用纺织做的人造血管等还能够改善我们的生命质量。可以说，科技、时尚、绿色纺织品已经成为了外部认识纺织行业的新标签。”孙瑞哲表示，未来，纺织人也将心怀产业报国初心，富民强国使命，继续砥砺前行。

顾秀莲在发言时表示，看到中纺联搬迁后的新环境感到非常欣慰。她说，中纺联在搬迁过程中虽然遇到了很多的问题，但都能够想办法解决，这不仅增强了团队的凝聚力，同时也锻炼了队伍，要对产业未来发展充满信心。

听完孙瑞哲对产业发展的情况汇报后，顾秀莲谈到，中国纺织产业能够实现稳中有进，不是依靠数量增长，而是依靠质量的提升，这非常鼓舞人心。特别是十九大后，中国迈入新时代、新征程，纺织产业也要有新的发展模式。如今，市场竞争激烈，国际市场竞争也表现得很突出，因此一定要把实体经济做好。

她最后谈到，行业要认真学习党的方针政策，同时在改革开放40周年的大背景下，系统地回顾纺织产业在每个历史阶段的成果，要积极地宣传自己，因为每个历史阶段纺织人的义务和责任不同，在回顾总结的基础上鼓舞纺织人的士气。

中纺联党委召开2017年度基层党组织书记抓党建述职评议考核会

2018年2月5日，中纺联党委召开2017年度基层党组织书记抓党建述职评议考核会，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲等全体领导班子成员、中纺联党委委员、纪委委员、各基层党组织书记及班子成员、部门和单位的主要领导、各基层党组织党建工作联络员近80人参会，国资委协会党建局党建处处长龚治刚到会指导工

作。会议上午由党委副书记陈伟康主持，下午由纪委书记王久新主持。本次会议是2017年度的党建述职会，中纺联党委19个基层党组织的书记全部进行了党建述职。

陈伟康在会前简要地回顾了中纺联党委2017年的党建工作，其中讲到：2017年是中纺联攻坚克难的一年，我们经历了办公地两次搬迁

的重大考验，充分展现了中纺联党委的坚强领导和各基层党组织的政治核心作用。

2017年中，我们认真组织学习贯彻党的十九大精神，在多层次学习基础上，党委举办了两期党的十九大精神学习班，197名党员领导干部参加；党委接受了国资委第四巡视组的政治巡视，组织了“七一”主题党日活动，进行了党团两年一次的评优表彰活动，组织了其他各种党建活动等等。这些工作都是紧紧依靠各基层党组织开展的，所以，基层党组织书记的党建述职，要实事求是总结成绩，梳理经验，肯定成绩，查摆问题，分析原因，提出改进工作的思路和措施；要突出问题导向，展现中纺联广大党员干部新时代新气象的精神面貌。

19个基层党组织书记依照《中纺联党委关于开展2017年度党组织书记抓党建述职评议考核工作的通知》的要求，认真学习领会党的十九大精神和习近平新时代中国特色社会主义思想，听取了各方面的意见建议，会前深入仔细汇总了本基层党组织开展党建工作的情况，实事求是分析了本人抓党建的履职情况，根据要求认真撰写述职报告，经多次修改补充符合要求后会上述职。

述职会现场严肃又活跃，19个基层党组织书记重点围绕学习宣传贯彻党的十九大精神，贯彻党中央关于基层党建工作部署要求、落实基层党建重点任务、推动全面从严治党向基层延伸，并以履职及开展党建工作的情况、存在问题及原因分析、改进的思想和措施四个方面进行述职。其中履职及开展党建工作情况，主要以学习宣传发扬党的十九大精神情况、履行基层党建和全面从严治党主体责任情况、推进“两学一做”学习教育常态化以及制度化情况、基层党建工作情况四点进行介绍。

高勇、陈伟康在每位书记述职后当场进行点评，既肯定大家在认真履行主体责任、“一岗双责”中的责任担当，抓党建促领导班子建设、业务工作建设、队伍建设中的成绩，以及党建工作融合行业工作等方面的思考和探索等等，在既肯定成绩同时，也实事求是指出大家工作中的不足和问题。

龚治刚在讲话中，首先肯定中纺联党委重视落实书记抓党建述职评议考核工作的一系列措施，各基层书记认真做了许多工作，实事求是总结工作，清理自己的问题，每个基层党组织各有特色。他指出，述职会本身就是一个大家相互交流、相互促进的良好平台，强调党建述职是各基层党组织书记贯彻党的十九大精神、履行党建工作责任制的重要举措。

龚治刚对基层党组织抓党建“抓什么”指出了要求，重点强调了要贯彻落实党的十九大精神，特别是党的建设总要求，把政治建设放在首位，从而提高行业工作的领导力，以领导力产生引领力指导实践，推动行业协会的发展，更好地建设一流行业协会；基层党建工作要创新，要着力探索发挥作用的有效途径，特别要求基层党组织具体工作中，一是要抓责任落实，二是要抓“关键少数”，三是要抓考核评价。

高勇在总结讲话中强调：

一是同志们要排除可能存在的思想涣散，要充分认识、理解书记抓党建述职，是落实全面从严治党、加强党的建设的重要环节，在今后的党建工作中，书记抓党建述职评议考核是基本的制度之一。

二是党建述职会也是中纺联党员干部一次很好的党内政治生活的锻炼，是落实党的政治建设的具体举措，也是党员干部一次严肃的党性锻炼，中纺联的党员干部不要掉以轻心，在党章党规党纪面前，中纺联干部都只有一个身份即共产党员，只能以共产党员的标准要求自己。

三是坚持中纺联党的组织建设。会上，高勇对一些具体工作进行了布置。

**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：ccpit_tex**

15家纺织企业、7种产品入选绿色制造名单

近日，工业和信息化部公布第二批绿色制造名单，包括绿色工厂208家、绿色设计产品53种、绿色园区22家、绿色供应链管理示范企业4家。在208家绿色工厂名单中，有15家纺织行业企业入选绿色工厂名单，7种产品入选绿色产品设计名单，具体名单如下：

绿色工厂名单（纺织类）：

内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司

常州旭荣针织印染有限公司

无锡百和织造股份有限公司

亚东（常州）科技有限公司

浙江日发纺机技术有限公司

浙江美欣达纺织印染科技有限公司

安徽三宝棉纺针织投资有限公司

孚日集团股份有限公司

洛阳白马集团有限责任公司

湖南瑞亚高科集团有限公司

广东溢达纺织有限公司

宁夏荣昌绒业集团有限公司

阿克苏华孚色纺有限公司

精河县力达纺织有限公司

大连瑞光非织造布集团有限公司

绿色设计产品名单（纺织类）：

万事利集团有限公司 丝绸围巾 90cm*90cm
等常规规格尺寸

安徽联丰制丝有限公司 20/22白厂丝

鄂尔多斯羊绒针织制品、鄂尔多斯羊绒针织
织纱线（精纺/粗纺）

内蒙古鹿王羊绒有限公司 羊绒针织品

宁夏荣昌绒业集团有限公司 羊绒针织制品

宁波康赛妮毛绒制品有限公司 C系列羊绒
粗纺针织纱线

宁波康赛妮毛绒制品有限公司 J系列羊绒精
纺针织纱线

中纺联春季大调研即将开启

春季大调研是中国纺织工业联合会数年坚持的传统，通过开年调研实地了解行业发展和企业经营状况，针对调研中发现的共性问题，及时提供支持和服务。

2018年春季大调研活动即将启动。今年调研活动的总基调是为贯彻党的十九大“高质量发展”经济工作总方针，落实中央经济工作会议确定的八项重点工作和三大攻坚战，结合新时代纺织行业新定位，探索新时代主要矛盾在

行业的具体表现和解决途径，中纺联2018年春季调研将按照上述思路，围绕2017年工作总结大会提出的2018年十二项工作任务进行，旨在把握行业发展走势、问题和预期，以科学务实地引导2018年行业服务工作。

核心主题：在平稳协调融合发展条件下，以科技、时尚、绿色推进行业高质量发展。

调研内容：调研包括基本内容和专题内容

| 行业动态 |

两部分，每个调研组在完成基本内容的基础上，选择2-3个方面的专题内容作为本组的调研重点。

基本内容包括：

- 1) 2017年行业运行情况，2018年开局情况及运行基本态势研判；
- 2) 行业运行中存在的潜在风险和应对措施；
- 3) 针对高质量发展，行业转型升级的举措和政策支持的方向。

专题内容：

- 1) 行业关键共性技术的研发和应用；
- 2) 各种类型科技创新体系的建设情况；
- 3) 信息化技术在行业的应用情况，智能制造的新进展；
- 4) 行业标准体系、检测认证和质量管理情况；
- 5) 消费升级新趋势，品牌发展新特点；
- 6) 业态和渠道变化新趋势；
- 7) 时尚、科技、传统文化等融入行业创新的典型案例；
- 8) 节能环保、绿色制造技术与园区建设；
- 9) 社会责任在绿色领域的履行情况；
- 10) 要素成本变化趋势研究；
- 11) 产融结合多元化模式探讨；
- 12) 国内产业转移与布局变化趋势；
- 13) “一带一路”的产业布局与行业的国

际化投资特点；

14) 实施产业精准扶贫的方向、对象、路径与策略；

15) 推进棉花体制改革相关情况；

16) 化纤企业炼化一体化发展情况；

17) 行业各类人才供求情况；

18) 高等院校与职业培训情况。

调研分组：

本次调研以综合性内容为主，中纺联领导按区域划分担任各调研组组长，根据国资委要求每个调研组人员3-5人，各调研组组长选择调研专题内容和调研组参加人员。

湖南湖北调研组 组长：高勇

广东福建调研组 组长：孙瑞哲

江西河北调研组 组长：杨纪朝

江西安徽新疆宁夏调研组 组长：夏令敏

天津陕西调研组 组长：王久新

上海江苏山东调研组 组长：徐迎新

山东调研组 组长：陈大鹏

上海浙江湖南湖北调研组 组长：李陵申

浙江河南调研组 组长：端小平

江苏浙江调研组 组长：杨兆华

广东调研组 组长：孙淮滨

时间安排：

调研时间计划安排在3月初到中下旬。

2018年纺织“两会”代表委员座谈会在北京举行

3月4日下午，2018年纺织行业“两会”代表委员座谈会在北京举行。会上，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲以《凝心聚力创新作为实现高质量发展》为题发表讲话，与纺织两会代表委员分享行业热点问题，希望代表委员把行业诉求利用两会平台为行业发声。包括：“一组数据”、“两个发展关键词”以及关乎行业发展的“十个热点问题”。

一、“一组数据”

2017年，中国纺织工业发展呈现稳中有进、稳中向好的态势。

生产增速有所放缓。2017年规模以上纺织企业工业增加值同比增长4.8%，增速低于2016年0.1个百分点。

出口态势企稳回升。2017年，中国纺织品服装出口总额达2745.05亿美元，同比增长1.62%，较上年同期回升8.84个百分点。

内需市场增长平稳。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。

运行质效平稳向好。2017年规模以上纺织企业累计实现主营业务收入68935.65亿元，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3768.81亿元，同比增长6.9%，增速较上年提高2.42个百分点。规模以上企业销售利润率为5.26%，高于上年同期0.13个百分点；总资产周转率为1.5次/年，三费比例为6.21%，与上年同期基本持平。

今年是改革开放四十周年，中国纺织工业发生的发展举世瞩目。纺织工业在新中国建立时就确立了支柱产业地位，改革开放40年来，纺织行业一直保持平稳、健康发展，在大的经济波动中发挥稳定剂作用，支柱产业地位始终

没有动摇。1978年，纺织工业实现工业总产值（不变价）473.2亿元，占全国工业的11.2%；利税总额为109.6亿元，占全国工业的12%；出口额为21.54亿美元，占全国22.1%；当年，全国货物贸易逆差11.3亿美元，纺织行业扣除进口后净创汇10.3亿美元。2017年，规模以上纺织企业主营业务收入达到68935.65亿元，是1978年的145.67倍，占全国规模以上工业的5.9%；2017年中国纺织品服装出口2745.1亿美元，是1978年的127.4倍，占全国出口总额比重12.13%，占全球纺织品服装贸易总额比重36.8%，全行业净创汇2419亿美元，占全国的57.3%。2017年中国纺织工业限额以上固定资产投资总额为12309.3亿元，是1978年787.54倍。

中国纺织产业建立起了全世界最为完善的现代制造体系，产业链各环节制造能力与水平均位居世界前列，不仅有效满足了占全世界五分之一人口的国内纤维消费需求，还为其他国家提供了2000多万吨的优质纤维制品。

2016年，中国纤维加工量为5420万吨；规模以上企业纱、布、化纤产量分别为3732.6万吨、906.8亿米和4943.7万吨；其中，棉花占比为13.2%，化纤占比达到84.2%；服装、家用纺织品、产业用纺织品三大终端行业纤维消费比重为45.5:27.7:26.8，产品门类齐全、品种丰富、品质优良、结构优化的现代纺织产业体系优势全面显现。

二、“两个发展关键词”

关键词一：社会主要矛盾的转换

当前，中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。

关键词二：高质量发展

十九大报告指出，中国经济已由高速增长

阶段转向高质量发展阶段。“高质量发展”的核心要义，是满足人民日益增长的美好生活需要的发展，是体现新发展理念的发展，是创新成为第一动力、协调成为内生特点、绿色成为普遍形态、开放成为必由之路、共享成为根本目的的发展，讲求的是质量第一、效益优先。

三、十个行业发展热点问题

(一)重启行业认知

纺织服装产业基于传统行业与低附加值、劳动力密集型行业的印象锁定，在融资、吸引人才、品牌建设、商业渠道建设、以及其他政策扶持等方面都面临了被价值低估的不公平待遇。

然而，作为中国国民经济的传统支柱产业、重要民生产业和创造国际化新优势的产业，中国纺织工业在满足人民日益增长的美好物质文化需要、带动相关产业发展、推动国家经济社会发展等方面作出了巨大贡献，纺织行业的转型、发展与提升，需要政策予以更持续、更有力的进一步扶持。

建议：

1、建议政府对纺织服装行业在整个国民经济体系中的发展贡献与行业定位进行再定义，加强行业品牌形象的积极塑造与重点宣传。

2、建议政府部门对纺织服装行业取得的高质量发展，加强、鼓励相关基础研究与动态监测。

(二)“一带一路”倡议与“走出去”

目前中国纺织产业已进入全球布局阶段，根据商务部统计，2003至2017年，中国纺织产业对外直接投资累计88.1亿美元，年均增速为18.91%，占制造业对外直接投资累计总额的7.61%。其中，纺织业对外直接投资存量55.7亿美元；纺织服装、服饰业对外直接投资存量23.2亿美元；化学纤维制造业对外直接投资存量9.2亿美元。

建议：

1、建议支持纺织业在“一带一路”重点国别打造标志性项目。

2、在行业努力提高境外投资风险识别和管理能力的同时，呼吁国家相关部门重视纺织业海外利益保护。

3、建议国家做好境外投资相关统计分析和政策建言工作。

(三)成本减负

目前，纺织行业成本过高问题依然突出。纺织行业综合制造成本在国际比较中处于明显劣势，特别是国内电价偏高，是越南、美国等地的近2倍。在装备自动化、数字化、智能化水不断提升，用电大量替代用工的情况下，高电价问题更加凸显。近年来，纺织行业受成本高企影响，参与国际竞争压力加大，出现了国际市场份额流失、投资向境外转移等趋向。纺织企业努力通过生产效率提升，化解工资持续上涨、棉价长期高于国际市场等成本压力，电价过高问题仍亟待解决。

建议：

1、呼吁政府持续推进能源体制改革。

2、呼吁政府持续推进税费体制改革。

3、呼吁政府持续推进金融体制改革。

4、呼吁政府加大对行业成本结构分析、构建成本风险预警体系的基础研究支持。

(四)环保与可持续发展

新变化对行业发展质量提出了新要求。纺织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的发展。生态环境保护是当前中国经济社会发展的重要攻坚任务，也是纺织行业转型升级的重要着力点，建成责任发展的绿色产业是纺织行业的全新发展定位。

建议：

1、改进环保监管措施。

2、鼓励提高绿色制造水平。

3、建立废旧纺织品回收再利用体系，完善废旧纺织品回收和再利用相关基础统计工作，开放二手市场，同时加强废旧再利用产品的开发，以设计研发带动回收、生产加工整条产业链发展。

4、现阶段，着力解决以下两个突出问题：

1) 缓解染料价格大幅波动对纺织工业健康稳定运行的不利影响。

2) 在控制总量的条件下，不宜过分提高排放标准的浓度限值。

(五) “智能制造”

结合《中国制造2025》提出的目标和任务，纺织工业正全力加速“智能制造”的进程。《中国制造2025》提出智能制造是两化深度融合的主攻方向，纺织工业智能制造包括智能化装备、智能化运营和智能化产品三方面内容。

建议：

1、对工业体系内各行业公平对待，鼓励传统产业走智能制造创新之路。

2、建议政府加强对纺织服装智能制造相关共性技术和关键技术研发的支持。

3、建议政府结合地方政府配套，针对基于产业集群的纺织服装智能制造公共服务平台加大支持力度。

4、国家政策鼓励和资金支持行业协会开展的针对纺织服装智能制造领域紧缺人才的第三方培养培训工作。

(六) “精准扶贫” 与发展均衡

现阶段，中国实施精准扶贫方略，找到“贫根”，对症下药，靶向治疗，坚持中国制度的优势，构建省市县乡村五级一起抓扶贫，层层落实责任制的治理格局。在此过程中，行业也应当响应中央“抓六个精准”的基本原则，即扶持对象精准、项目安排精准、资金使用精准、措施。

建议：

1、建议政府在重点产业集群推动精准扶贫的过程中，把解决就业、发展纺织服装产业的科学规划、贫困人口的职业技能培训有机结合起来。

2、建议在精准扶贫的过程中，大力推广“农户+卫星工厂模式”。

3、倡导均衡发展，还包括积极构建以产业集群为载体的区域生态。

(七) “产融结合”

纺织服装企业融资难问题长期存在。推进高质量发展需要企业增加技术、装备、人才等多方面的投入和资金支持。但纺织行业融资难、融资贵问题长期无法解决，国家支持实体经济、中小企业融资的政策未能有效落实，银行惜贷、利息大幅上浮、收取贷款服务费、要求定期转贷等问题始终存在。

建议：

1、建议政府加强对金融机构监督指导，落实好国家对实体经济的融资扶持政策，增强高质量发展的资金保障。

2、建议政府支持纺织企业多途径拓宽融资渠道。

(八)棉花管理体制

中国棉花市场受进口配额限制，内外棉价

存在价差，东南亚、印巴等国依靠原料优势和较低的生产成本大力发展棉纺产业，抢占了中低支纱线市场份额，中国棉纺产业的发展受到巨大冲击。国内产能向国际市场转移趋势明显，导致中国纱线尤其是中低支纱线进口量较大，尤其在棉花内外价差加大时增加明显。

建议：

- 1、继续在新疆实行棉花目标价格补贴政策并实行量与质协同，实行优质优价。
- 2、国家有关部门调整棉花政策，放开对进口配额管理。
- 3、内外棉价差控制在1500元/吨以内，一旦临近，以市场化手段，立即启动保护国内棉纺企业棉花原料供应机制。
- 4、支持与中国棉花协会积极沟通，建立上下游可接受的国内棉价质量升贴水机制。

(九)纺织行业贸易救济

根据商务部贸易救济预警系统数据，从2000年至今，在WTO规则下针对中国纺织工业产品发起的两反一保（反倾销、反补贴和保障措施）案件共65起，其中反倾销58起，保障措施6起，反补贴1起。相比之下，中国主动发起的纺织服装贸易救济调查案件少之又少。

建议：

- 1、重视中美贸易摩擦升温的不利因素。
- 2、重视来自印度纺织领域的不公平竞争，积极应对不合理的贸易救济调查，必要时采取

相应的反制措施。

(十)品牌建设“文化自信”

在品牌建设与渠道建立方面，本土服装品牌在传统商业渠道依然面临较高的渠道成本。

在品牌建设与文化自信方面，纺织服装作为文化载体和时尚表达，离建立中华民族文化自信的目标要求依然有差距，行业内文化资源的应用与推广程度不高，消费市场培养力度不够，中国时尚话语权与品牌影响力亟待提升。在责任建设方面，行业对社会责任建设和信用体系建设的认识深度、重视程度需要加强。市场公平竞争、知识产权保护依然面临挑战。

纺织服装传统工艺作为中国传统工艺的重要组织部分，资源丰富，国家级非遗项目中纺织非遗多达百余项，倍受国家及行业关注与重视，但是在保护与传承的过程中还缺乏产业化、市场化的有效机制。

建议：

- 1、提议政府规范商业渠道环节乱收费的现象，降低渠道环节成本压力。
- 2、提议政府进一步规范市场竞争环境。
- 3、提议政府对中国国产品牌进行大力宣传。加大传播中国本土文化价值精髓的力度，在消费层面培育审美自信与文化自信。
- 4、提议政府加强纺织非遗保护传承创新。
- 5、提议政府有效防范网络寡头形成渠道垄断，促进纺织品服装销售中的反不正当竞争。

诚邀出访“走出去”战略优先实施地区——东南亚

在世界经济全球化、区域一体化快速发展的背景下，以及2013年中国“一带一路”倡议的提出，更加鼓励了企业前往东南亚投资发展，并积极推动企业以东南亚为“走出去”战

略优先实施地区。

为鼓励企业积极参与国家“一带一路”和国际产能合作建设，深化纺织服装全产业链国

际化布局，纺织贸促会携同中纺联合国贸办、中国纺织国际产能合作企业联盟秘书处拟组织中国纺织服装企业家代表团赴东南亚国家调研当地纺织服装企业及投资环境。

时间：2018年5月中旬，境外7天

国别：印度尼西亚+马来西亚+新加坡

调研活动：

1. 参观印尼中爪哇省肯德尔工业园
2. 参观印尼当地知名纺织服装企业
3. 参观马来西亚及新加坡已投产运营中资企业

参团咨询：

金俊 电话：010-57392103，15810601583

邮箱：jinjun@ccpittex.com

单夏青 电话：010-57392101

邮箱：shelleyshan@ccpittex.com

报名截止时间：2018年3月20日

印度尼西亚——

印度尼西亚位于亚洲东南部，政局稳定、经济发展迅速、市场化程度较高、其地理位置控制着关键的国际海洋交通线，并拥有丰富的自然资源及廉价的劳动力，这些都使其成为东盟10国中最具吸引力的投资目的国之一。纺织服装业是印尼的支柱产业，2017年从业人员273万，出口额120.9亿美元，行业企业数达到3000余家。

马来西亚——

马来西亚位于东南亚核心地带，人力资源素质较高，基础设施完善，经济基础稳固，增长前景较好。近年来，马政府一直致力于改善投资环境、完善投资法律、加强投资激励，出台各种补贴及优惠措施，以吸引外资进入马相关行业，马在2017世界银行营商环境中排名第23，截止目前已有一大波国内纺织服装企业以绿地投资建厂等方式投资马来西亚。

领略以约独特的创新体系和文化内涵

应企业需求，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国产业用纺织品行业协会、中国针织工业协会、中国纺织国际产能合作企业联盟拟联合组团赴以色列、约旦进行投资调研及行业交流活动。探索以约多种文化下纺织业与中国企业的合作前景。

时间：2018年5月21-28日，共计8天

国别：以色列+约旦

调研活动：

1. 拜会我驻外使馆经商处
2. 拜访两国投资促进机构，调研投资环境

及政策

3. 参观当地著名纺织服装企业（背景资料附后）

4. 拜访当地高校并聆听知名学者讲座，探讨以色列的国家创造力溯源

参团咨询：

马宁燕 电话：010-57392102

邮箱：maningyan@ccpittex.com

金俊 电话：010-57392103

邮箱: jinjun@ccpittex.com

报名截止时间: 2018.3.25

以色列地处地中海东南沿岸,在科学技术领域贡献杰出,在高科技高附加值类纺织品制造方面独树一帜,吸引了众多中国企业的关注,2017年山东如意集团以1650万美元收购以色列男装集团Bagir的54%股份,成为后者的控股股东。以色列文化有其独特的特点,其控制的耶路撒冷是犹太教、伊斯兰教、基督教三教合一的圣地。

约旦,位于阿拉伯半岛的西北,西邻以色列,约旦政治经济稳定,人民生活富裕,国家开放。纺织服装业在约旦占有重要地位,目前约旦劳动力人口近180万,纺织服装业的从业人员约6万。约旦目前已经和美国、欧盟、阿拉伯自由贸易区、摩洛哥、土耳其、新加坡、加拿大等签署了自由贸易协定。其中,美国是约旦出口的最重要目的地,合作客户主要有Gap、Levi Strauss&Co.、Calvin Klein、Walmart、Columbia、Victoria's Secret等众多品牌和零售商。

专业活动背景资料——

以色列Avgol集团:全球领先的纺熔无纺布产品开发商及供应商,主要为全球婴儿、女

性卫生用品、成人纸尿裤行业提供纺熔无纺布产品,主要客户包括宝洁、金佰利、尤妮佳、SCA及Covidien等。2016年非织造布销售额达到3.39亿美元,在以色列、中国、北美和俄罗斯都有生产加工基地。

2004年,Avgol与湖北金龙王投资有限公司合资组成湖北金龙非织造布有限公司,年产纺粘非织造布约4万吨。

以色列Delta Galil公司:创建于1975年,是一家位于以色列历史名城凯撒里亚的知名纺织品及服装设计企业,在全球拥有超过1万名员工。公司生产女用内衣,胸衣、裁剪缝制以及无缝技术的塑身衣、女用睡衣,以及男用内衣、睡衣、休闲服、T恤及袜子等产品。在美国、欧洲、亚洲和非洲均设有设计、开发和生产基地,为全球如WalMart、Victoria's Secret、M&S、Calvin Klein、Hugo Boss、Nike等多个知名品牌提供定制服装。

特拉维夫大学张平教授专题演讲:“以色列的国家创造力溯源”张平,毕业于北京大学,特拉维夫大学东亚学系终身教授,犹太与中国传统对话学者。第一个在以色列完成人文类博士学位的中国人;第一个在以色列获得终身教授职位的中国人;第一批以杰出人才身份获得以色列国永久定居权的10名外国人之一。

2017美国服装市场解析

一、美国时装产业的商业环境

2017排行靠前的商业挑战——

为了评估美国时装产业的整体商业环境,该项调研请求受访者选出5个潜在的对2017年业务构成最大挑战的问题,并按照重要性排序。

首先,“美国保护主义贸易政策议程”是2017年美国时装公司最关注的问题。

近70%的受访者认为这是今年五大商业挑

战之一,远远超过了对其他问题的关注。值得注意的是,自2014年开始基准调研以来,美国的贸易保护主义一直是处于排名中位的商业挑战(排名8到11位)。

今年的“反常”结果表明人们对特朗普政府的美国贸易政策有着前所未有的担忧。这些担忧是可以理解的——从退出《跨太平洋伙伴关系协定》,到威胁要对美国主要贸易伙伴收取进口商品惩罚性关税,特朗普的贸易政策已经被证明对贸易和进口是不友好的,最好的情况是保护主义,而最坏的情况则是排外主

义。鉴于当前时装业的全球性，贸易保护主义的破坏影响不容低估。

其次，“美国电子商务市场竞争”和“美国实体店和其他传统竞争对手的市场竞争”是今年接下来的两个主要关注点。

在2016年的调研中也有着相似的排名。有57%和40%的受访者分别表示这是2017年五大商业挑战中的两个，以及多达三分之一的人认为市场竞争是第二重要的挑战。这一结果与亚马逊等大型网络商家给传统时装品牌和零售商日益增长的财务压力趋势相关。

第三，受访者今年对“生产或采购成本的增加”这一项的压力降低了。

同时此项也从2016年的第二大挑战滑落至今年的第七位。只有34%的受访者将这一问题列为2017年五大挑战之一，远低于2016年的50%和2015年的76%。与此相关，“寻找中国以外的采购基地”也从2016年的第八大挑战跌落到了第十三位。对此有两种可能的解释：受访者认为可能相比于“生产和采购成本”，“贸易保护主义政策和市场竞争”会对他们的业务产生更广泛的战略影响，并且由于美元兑换其他货币的强势表现以及近年油价的历史新低，企业可能会在生产和采购成本方面节省资金。

此外，2016年基准调研中发现的一些商业挑战仍旧是2017年受访者的主要担忧对象。其中包括：投资和更新技术、供应链风险管理、满足消费者需求和发达经济体前景等。

未来5年的产业展望——

尽管大多数受访者对美国时装产业的未来5年前景仍旧充满信心，但“乐观”和“些许乐观”的受访者比例从2016年的92.3%滑落至今年的71.0%，这是从2014年开始此项调研以来的最低记录。相比之下，12.9%的受访者对接下来5年“有些悲观”，其中大部分是拥有3000名以上员工的大型零售商。这一结果与日益激烈的市场竞争有关，市场竞争也被认为是最大的商业挑战之一。此外，考虑到美国时装公司拥

有越来越多的全球业务以及全球经济的不确定性，包括中国经济增长放缓，英国脱欧和欧元区经济复苏疲弱，也会使的受访者对今年的前景展望相对不再乐观。

未来5年对人才的需求——

尽管企业面临着日益严峻的挑战，但对人才的需求仍然强劲。今年约80%的受访者表示，他们计划在未来5年中雇佣更多员工，而在2016年这一比例位83%，2015年约为85%。然而，在招聘计划中每个职位兵不平等，四种类型的职位——供应链专员、数据专家、采购专员和市场分析人员将是未来5年内公司最大的需求；同时公司在这一时段内不太可能雇佣缝纫机操作人员 and 一般管理人员。

非制造业和制造业的人才需求对比，反映了未来几年的商业重点，以及美国时装产业持续的结构调整。值得注意的是，时装公司越来越多地寻找不同教育背景的人才，比如工程、物理治疗及商业分析等方面。此外，这一结果提醒人们，尽管美国时装公司可能不再专注于物理缝纫技巧和其他时装产品，但他们仍旧在美国提供了高薪酬和高质量的工作。

二、美国时装产业的采购实践

多元化的采购基础——

随着时装产业正在快速发展和全球化，对公司来说在采购成本、速度、可靠性和灵活性之间取得平衡显得越来越重要。我们发现一些趋势是与公司规模和业务类型息息相关的。

首先，大多数受访者将继续保持一个相对多元化的采购基础，目前有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%。

其次，总体而言，规模较大的公司相较于规模较小的公司拥有更多元化的采购基础。如图4a和4b所示，拥有1000名以上员工的公司普遍从10个以上的国家和地区进行采购，而拥有1000名以下员工的公司则普遍从6-10个国家或地

区进行采购。公司规模会影响到公司的采购决策，更大规模的公司可能会接触到更多的市场并进行更广泛的产品组合，这是需要更多样化的采购基础所支持的。

第三，结果表明零售商整体比品牌自身、进口商/批发商和制造商拥有更多元化的采购基础。如图5所示，超过70%的自助零售商在2017年从10个以上不同的国家和地区进行采购，远远高于总体受访者中的57%。此外，大约29%的自助零售商从20个以上不同的国家或地区进行采购，相比之下总体受访者中仅有21%。

采购组合——

美国时装产业遍布全球，受访者从51个不同的国家和地区进行采购，与2016年的56个不同的国家和地区相近。与官方贸易统计数据一致，中国（91%的受访者）和越南（99%的受访者）是两个被使用最多的采购地，其次是印度（76%的受访者），印度尼西亚（73%的受访者），美国（70%的受访者），柬埔寨（64%的受访者）和孟加拉国（61%的受访者）。至于受访者选择采购地这一问题，今年有两个新兴趋势值得关注。

首先，自该项调研开始以来，中国作为采购地的使用率首次下降，从之前的100%跌落到了今年的91%。尽管只有不到5家公司表明他们不再从中国进行采购，但这一变化表明，中国作为纺织品和服装采购地的整体吸引力正在下降，这表明美国时装公司的采购战略发生了转变。

其次，尽管整个亚洲现在仍旧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逐渐上升。在今年全球十大被使用最多的采购地中，除美国和墨西哥之外，其余8个都位于亚洲。与此同时，来自美国、危地马拉、萨尔瓦多和海地的采购也在增加。此外，分别有50%和21%的受访者从墨西哥和加拿大进行采购，这证明北美自由贸易协定区也是美国时装公司的一个重要采购地。

今年，该调研再次请求受访者们不单单列

出他们采购的国家，同时请他们描述采购组合的构成。结果显示，美国时装公司不再将“所有鸡蛋放入同一个篮子里”，而最常见的采购模式也从“中国承担大部分”转变为“中国和越南共同承担大部分”。

中国通常占受访者总采购价值或交易量的30%-50%，今年更少的采访者表示他们会从中国采购总价值的50%以上。

越南通常占公司总采购价值或交易量的11%-30%。值得注意的是，在所有受访者中除了一名之外，其余所有受访者都从中国和越南进行采购。

除中国和越南之外，其余剩余的每个国家通常只承担总采购价值或交易量的10%甚至更少。

评价采购地——

今年，该调研请求受访者根据三个标准对主要采购地进行评估，并选出其中哪个标准对公司采购决策的影响最大。

上市速度：美国，墨西哥和多米尼加共和国——中美洲自由贸易协定的成员因其地理位置的优势，比所有亚洲供应商都要出色。另一方面，受访者也表示，与其他亚洲供应商相比，中国和越南的采购时间通常较短。

采购成本：据受访者表示，孟加拉国提供了最具竞争力的价格，紧随其后的是非洲增长与机遇法案成员和其他几家亚洲供应商。相比之下，来自美国，墨西哥和中美洲自由贸易区的采购成本将会更高。

合规风险（如工厂，社会和环境）：鉴于孟加拉国，柬埔寨和印度在合规风险方面相对较高，受访者表示美国展示出了相比于其他采购地更强的竞争优势。

总的来说，没有一个采购地是完美的。不管怎样，结果揭示了美国时装公司为了取得成本、速度、灵活性和风险控制的平衡而选择了

混合采购地。

采购模式——

报告中的采购模式与2015年和2016年保持一致。在2017年中，有88%的受访者选用了“从供应商和工厂直接采购”这一最受欢迎的采购模式，高于去年的78%。此外，有48%的受访者在2017年也会采用供应商设计方案。相比之下，只有很少的受访者表示会直接参与到裁剪和织物采购中去。这再次表明，越来越多的人期望供应商能够供应纺织原料；美国时装公司在未来选择采购地时，可能会更多地考虑供应链效率和上市速度。

采购成本的压力——

由于越来越少的受访者认为增加采购成本是最大的商业挑战，2017年采购成本的压力比前几年耕地。近60%的受访者预计2017年采购成本会小幅或略微增加，这一数字较2016年的74.1%显著下降。另外31.3%的受访者预计今年的采购成本不会变化，较2016年上升7.4%，而6.3%的受访者预计今年的采购成本将会下降。

更进一步说，2017年劳动力成本仍是推动采购成本上升的首要因素，有73%的受访者预计劳动力成本将会上升。据业内人士称，在亚洲许多国家工资水平上升很快，这些大多都是美国时装公司的采购地，包括中国、越南、柬埔寨、斯里兰卡和孟加拉国。原材料和运输费用是驱使成本上升的第二大和第三大因素，分别有61%和58%的受访者预期这两项成本将略微上升。此外，有三分之一的受访者认为与工厂

合规、顺应社会、环境成本和贸易壁垒有关的成本将会在2017年增加。这提醒人们，必须采取更多措施以消除贸易壁垒，减少边界的繁文缛节，以帮助企业管理和降低成本。

采购风险——

随着供应链风险管理对时装业变得越来越重要，该调研再次请求受访者确定和评估特定采购风险的影响。“合规标准不达标（工厂、社会和环境）”是受访者最关心的问题。高达91%的受访者认为这是2017年三大风险之一。多年来，许多美国时装公司和知名品牌都在努力提升社会责任、劳动和环境标准的顺应性。结果显示了当供应链变得更长更复杂的时候，顺应性和复杂性的重要。

与2016年的调查结果类似，受访者认为“劳动争议”、“政治动荡”、“缺乏管理供应链风险的资源”对2017年的采购风险产生了整体传媒影响，而自然灾害风险则最不受关注。

2018年7月中国纺织品服装贸易展览会（纽约）现已开通网上报名系统，有关展会参展报名事宜请联系：

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

展览六部 戚晓炜先生

电话：010 5739 2096

邮箱：qxw@ccpittex.com

南非海关制定严格的纺织品进出口程序

在一般情况下，南非进口大多数商品不受任何限制，但有些商品进口必须经有关部门的批准，或必须申领进口许可证。要求申请领取许可证的商品主要包括消费品(如食品、服装、纺织品、鞋和书籍)、木材、纸张、发动机、航空燃料、精炼石油产品及各类化工产品。

近日，南非海关发布纺织样品/商品运输的限制：

- 1、含有纺织品的货物更有可能被拦截检查；
- 2、纺织品，服装和扁平物品被南非政府视为“敏感贸易”商品，需要提供特殊的文件和特殊处理；

3、关于货物的具体文件和综合信息是确保有效海关放行的要求；

4、为阻止非法纺织品进入南非，海关制定了严格而实际的程序，旨在为诚实的出口商提供优质服务；

5、纺织品或服装目前是针对性的，南非海关保留拦截任何此类货物进行检验的权利。

一直以来，南非从中国进口货物以日用消费品为主，相对来说，服装是南非进口的最大门类，也曾是南非政府重点支持的行业。

纺织品出口日本拟实施新规

从中国商贸救济调查局获悉，去年WTO技术性贸易壁垒(TBT)信息管理系统发布了一项关于日本拟修订“化学物质评估及其生产规定法案执行令”的通报。修订主要目的是为了降低和防止化学物质的潜在危害，此次修订拟在2018年2月获得采纳。修订内容拟在2018年10月生效。

若此次修订生效，对纺织产品将带来以下影响：

一是含有短链氯化石蜡(链长在C10到C13之间、氯含量大于48%的直链氯化烃)的纺织品阻燃处理用化学品以及皮革加脂剂将被禁止进口到日本；

二是含有十溴二苯醚的阻燃纺织品以及纺织品阻燃处理用化学品也将被禁止进口到日本；

三是任何企业，若进口短链氯化石蜡(链长在C10到C13之间、氯含量大于48%的直链氯化烃)和十溴二苯醚到日本，都需要获得相应关于I类特定化学物质的授权。

对此，建议国内纺织品、皮革企业，尤其是阻燃纺织品生产企业，时刻关注产品中是否使用或者添加了上述短链氯化石蜡和十溴二苯醚，相关产品如出口日本，则需要开始着手产品升级或物质替换，谨防在日本新法规生效后，不合规产品无法进入日本市场。

2018中纺联秋季联展日期公布

2018中纺联秋季联展：中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会、中国国际服装服饰博览会2018（秋季）、中国国际纺织纱线（秋冬）展览会、中国国际针织（秋冬）博览会将于**9月27日至29日举办**，地点为国家会展中心（上海）。

数年来，中纺联联展以同期同地、共振共

赢的创新之举，带动了全产业链的协同发展，中国纺织业最核心与最前沿的企业、品牌、集群以展会的形式，书写中国纺织业科技、时尚、绿色的担当与使命。

2018中纺联秋季联展将诚邀全产业链协同创新，并将以更优质的服务与品质回报各界的支持与关注。

2018中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会日期调整说明

因首届“中国国际进口博览会”将于2018年11月5日至10日在国家会展中心（上海）举办，场馆调整了相近展览会的展出时间，原定

于10月26至30日举办的2018中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会也受此影响。

经多次协商沟通，展览日期最终确认调整至**2018年10月15日至19日**。

“2018中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚

洲展览会”作为业界最为瞩目的行业盛会，全球纺织机械企业为此精心筹备计划，对于展期调整给所有展商带来的不便，展会组委会致以诚挚的歉意。

2018深圳国际面辅料展参展报名进行中

想要接洽大批优质买家？稳步扎根本土尝试拓展海外？渴望获取最新潮流动向？

立足产业源头，享受更广阔的舞台，2018深圳国际面辅料展一站满足你的需求！展商报名火热进行中。

2018深圳国际纺织面料及辅料博览会

时间：7月5日至7日

地点：深圳会展中心6,7,8,9号馆

规模：展出面积预计将达37,500平方米

展品范围：各类化纤、针织、丝绸、棉、麻、毛、牛仔、功能运动、蕾丝绣花、内衣泳装面料，纱线纤维以及辅料、贴牌加工、小型缝纫设备、纺织染料助剂、花样设计等多种产品。

展位申请：

登录intertextile官方网站在线报名（www.intertextile.com.cn）

面料报名：010-57392060/57392058/57392057/57392055

辅料报名:010-57392056

※在线报名是唯一的展位申请方式。

深圳，2000多家服装企业，超1000个服装品牌，服装类销售额达2000多亿人民币，在中国一线城市大商场市场占有率逾60%；这里，直面东南亚服装市场，辐射世界经济的东方口岸，时尚潮流源头之一，立足最in地带，从产业链上游寻找深层动力，助力纺织服装全产业链转型升级，突破关键时期的瓶颈发展！

暮春已远，暑热未起，当上一季订单正在生产交货阶段，当下一年新品研发已提上日程，提早锁定市场走势，接洽储备新一季客户，这时正是众多纺织面辅料企业亟需获取流行风尚，把脉市场动态的最佳时期。

最专业的观众:2017年，有超过15,000名来自36个国家和地区的买家光顾，其中不乏著名国际服饰品牌买家，如海澜之家、佐丹奴、真维斯、安莉芳、影儿、宝姿、欧时力、Miss Sixty、季候风、小猪班纳、全棉时代、朗姿.....

在此基础上，预计本届观众数量及专业观众比例都将进一步提升。

即刻加入，成为最合适的展商。

2018南非中国纺织精品展开始报名

中国纺织精品展（南非）暨南非纺织服饰鞋类展览会将于2018年11月20日-22日在南非开普敦国际会议中心举办。展览内容包括：纱线、面料、辅料、服装、服饰、鞋类、箱包、CAD以及电子商务。现已开始报名。

展会名称：中国纺织精品展（南非）暨南非纺织服饰鞋类展览会

时间：2018年11月20日 - 22日

地点：南非开普敦国际会议中心

内容：服装服饰，鞋帽箱包，家用纺织品，面料及辅料

规模：5000平米，200家参展企业，5000人次专业观众

服务：主流媒体宣传，投资对接会，行业论坛，欢迎宴会

定价：人民币31000元/9平米标摊

报名截止：2018年8月31日

联系人：中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 吴知真

电话：010 - 85229668

邮箱：wzz@ccpittex.com

2018年南非中国纺织精品展看点：

同为金砖国家；连续8年成为中国在非洲的最大贸易伙伴；非洲第一大经济体，相比周边国家稳定，消费力强劲；开普敦是南非第二大城市，拥有南非最多的品牌零售商铺。

非洲增长与机遇法案（AGOA）延长至

2025年，同时纺织服装行业在非洲加大国际产能合作的力度和步伐也在加快。

南非仍然是纺织、服装和鞋类供应商选择开拓非洲市场的重要市场：

1.南非拥有全世界最年轻的人口平均年龄，人均19岁；

2.南非中产阶级增长率全球最高；

3.南非城市化率全球增长率最快。

南非中国纺织精品展与南非地区唯一的，也是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、欧洲等地的千余名专业买家和生产商前来参观、洽谈采购。

2018年南非开普敦国际鞋类及纺织服装博览会（ATF）将由法兰克福展览公司整体接管。法兰克福展览南非有限公司CEO Konstantin先生表示，作为全球第三大展览公司，非常重视南非这个新兴市场，提前布局在南非是公司的重要战略。相信依靠纺织贸促会与法兰克福在全球各地的合作办展经验，将会为南非市场带来更丰富更精彩的展会呈现。

中国纺织人 灼灼行业精神 践行行业使命—— 2018年中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）圆满结束

当地时间2月11日-14日，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、法兰克福展览（法国）有限公司共同承办的2018年中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）春季展暨巴黎国际服装服饰采购展（CTAF/APP Paris）（以下简称“春季巴黎展”）在巴黎布尔盖展览中心举办。

春季巴黎展与落雪纷飞的巴黎不期而遇，开展首日的雨雪天气，仍然没能阻碍观众前来参观。今年春季巴黎展的主题是时尚仙境(The Fairyland of Fashion)，现场汇聚了具有欧洲主流

服装流行特色的众多产品。目前，该展会与国际市场产业供应链的构成日趋一致，作为欧洲顶级专业服装采购平台多年来蓄积的内在价值不断提高。

本届，共有来自17个国家和地区的近300家服装服饰企业参展，排名前五位的国家展团分别为，中国、印度、孟加拉、中国香港、埃塞俄比亚。中国展商占比超过六成，同时中国展商重复参展率创历史新高，亦达到六成。越来越多的中国参展企业拥有自有品牌，据统计已经占到展商总数的四成。同时，获得环保认证

的参展企业逐年增加。

春季巴黎展参展规模再创春季产业链展新高，巴黎服装展(APP Paris)与同期同馆举办的巴黎面料展(Texworld)，巴黎牛仔展(Texworld Denim)，巴黎科技与时尚展(Avantex)，巴黎围巾配饰展(Shawls&Scarves)，共有超过900家服装、服饰及面辅料企业，该展会已成为欧洲举办的中国参展商数量最多、规模最大的国际性专业展会。

现场共举办十三场走秀活动，其中有来自巴黎著名设计学院ESMOD的走秀，也有Texworld Denim牛仔风、Avantex前卫设计师走秀以及国家展团为代表的埃塞俄比亚、缅甸、孟加拉时装秀，当然也少不了春季巴黎展展商的专场走秀。

展会期间共举办了十九场论坛。其中，由让·弗朗索瓦·里曼杜主持的2017年欧洲以及世界范围纺织品服装贸易回顾主要向听众介绍了去年欧洲整体服装采购的情况，分析比较了不同采购来源地价格和供应量的变化情况，并且提出了今年需要关注的几点趋势，如欧美市场由于美国政策的不确定性带来的进口份额的此消彼长；中国作为欧洲第一大服装采购国拥有东南亚国家所不具备的完善的产业链结构促使产品向高品质、绿色环保、科技为主导方向发展，与东南亚国家形成差异化发展。同时也意味着中低端市场份额越来越少，或者通过异国投资转产产能转移的形式与东南亚国家共同发展。

FashionLab维荷尼卡·阿赫巴·巴赫拉主讲智能零售--与听众探讨了如何将人工智能和V-commerce改善客户体验这一创新应用到实体零售业。另外可持续性作为纺织服装业热议的话题，将有专门围绕服装及面料环保水洗及其商业价值方面的话题，全球能源消耗和资源不可再生引发人们对生产加工过程的环境零污染，健康零负担的重视，同时也促使全球纺织服装工业以此为目标在提升其加工水平的同时，以技术创新为先导，以绿色环保为主要任务。

勤劳、务实具有开拓精神的中国纺服人在利用展会寻觅到了值得为之而来的东西--流行趋势的把握、市场变化的跟踪、商业机会的实现、优质买家和朋友.....

四天展会，展商观众对展会现场浓厚的商务氛围颇为满意，同时，专业周到、细致入微的现场服务也得到称赞。

~观众进场的高峰很早就来到了，存包处排起了近百米的长队，不少来自欧洲的专业观众从机场、火车站直接来到展会现场。

~为了节省等待时间，观众登录采取网上预登记自助打印胸卡，与现场手工登记柜台服务两种方式。

~展会现场，2、4号馆主入口的保安十分仔细地进行安全检查，观众扫描的小哥们非常耐心负责地扫描着观众的条形码。

~展会安排多条接驳线路，有往来于2、4号馆的小火车，有去往戴高乐机场的接驳巴士，有循环穿梭于"春季巴黎展"和Premier Vision的循环巴士。

~今年因为春节的原因，现场特别为中国展商设立了儿童看护中心，在这里，孩子们玩得非常开心，留给大人们更多的时间和精力在做生意上。

~作为主办方长期为参展企业提供的主要增值服务，每届展会都会由设计师团队挑选展商的服装样品，提供免费专场走秀，通过动态展示极大的提高了专业买家对产品的关注和兴趣，现场推广的效果非常明显。

~其实，说起现场的服务来，"春季巴黎展"可谓非常周到服务，展商布展日，提供免费的咖啡供大家饮用。为了确保大家的安全，有配备专门的缉毒犬排查危险物。

~不拿小费免费帮助展商运输参展物品的小哥们非常活跃的穿梭在现场。

~聘请当地有陈列和色彩搭配经验的陈列师在现场帮助展商进行展位布置。

~考虑到展商和观众来自世界各地，每届展会现场都会辟出一块区域作为时差休息区，小憩怡神，方便大家攒足了精神做生意。另外展会现场，配置的咖啡餐饮区休息场所随处可见，方便观众不紧不慢安排自己的参观行程。

~法航值机柜台接受包括法航、荷航、东航、南航、大韩航空在内的展会现场值机及行李交运服务，同时展商可以凭fast pass使用快速通道节省机场等待时间。

~现场可以购买巴黎地铁轻轨通用票

总之，一切可见的轻松舒适的商贸环境和氛围都是为了更好的服务于不远万里前来的参与者。还有更多的不为所见的服务也一直在进行着，主办方一贯以来充分利用市场推广机会着力邀请欧洲买家，增加展会在各大媒体、门户网站的曝光率，积极维护与进口商、买家以及零售商的关系，趋势与设计灵感引领市场需求积极探索纺织服装时尚和高科技结合的未来发展。所有的服务皆是为了参展企业可以全神贯注在提高产品议价能力轻松在现场获得更多生意上。

2018 “孟加拉展” “巴黎展” 参展报名启动

第三届孟加拉达卡国际面料、纱线展览会将于2019年1月23日-26日（日期暂定）在达卡国际会议中心举办。

详情请关注网站：www.ccpittex.com

中国大陆企业报名参展事宜请联系：

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

展览六部 王继欧

电话：010 5739 2093

Email：wjo@ccpittex.com

巴黎国际服装服饰采购展（APP Paris）暨中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）

时间：2018年9月17-20日

有关展会参展报名事宜请联系：

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

展览六部 焦佼 戚晓炜 孙培宁

电话：(86)-10-57392095 57392096 57392090

传真：(86)-10-57392199

2018yarnexpo秋冬纱线展官网在线报名启动

作为亚洲地区颇具影响力的全品类纤维纱线一站式采购平台，第十五届中国国际纺织纱线（秋冬）展览会（yarnexpo）将于2018年9月27-29日在国家会展中心（上海）继续以独立馆形式展出。

2018yarnexpo秋冬纱线展的展览面积预计达26,000平方米，海内外参展商总数近500家，将多角度全景呈现纺织上游产业链的风采。

官网在线报名启动

展位安排6-7月启动

请登陆官网www.yarnexpo.com.cn 点击“我要参展”进行在线报名

*在线报名是唯一的展位申请方式
咨询电话：010-5739 2052 / 8522 9807

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：

北京市朝阳区朝阳门北大街18号

邮 编：100020

电 话：(010) 85229397

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