

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸促

9

2017

总第270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

凝聚共识 行稳致远

——2017中国纺织业“走出去”大会成功举办

行业动态

- ★2017国际纺联年会在印尼巴厘岛召开
- ★2017上半年化纤行业运行继续保持向好态势
- ★8月纺织品服装出口稍降,整体依然向好
- ★2017年8月棉纺织企业经营状况

国际市场

- ★日本服装制造业现回归中国趋势
- ★印尼劳动力成本低廉 政策环境转好
- ★乌兹别克斯坦计划新建130个棉纺企业
- ★美联储10月启动缩表 我国纺织行业出口有望改善
- ★越南国内将建纺织服装商业中心

政策法规

- ★工信部出台两部新规规范印染行业管理

展会报道

- ★2017intertextile秋冬面辅料展精彩大不同
- ★2017yarnexpo秋冬纱线展:三大国际展团强势入驻
- ★2017PHValue针织展:平台商机 有你最美
- ★2017中国纺织品服装贸易展(巴黎)圆满落幕
- ★坚持就是胜利-2017巴西圣保罗GOTEX展成功落幕



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目 录

行业动态	05	2017国际纺联年会在印尼巴厘岛召开
	06	2017上半年化纤行业运行继续保持向好态势
	08	8月纺织品服装出口稍降，整体依然向好
	09	2017年8月棉纺织企业经营状况
国际市场	09	日本服装制造业现回归中国趋势
	10	印尼劳动力成本低廉 政策环境转好
	11	乌兹别克斯坦计划新建130个棉纺企业
	11	美联储10月启动缩表 我国纺织行业出口有望改善
	12	越南国内将建纺织服装商业中心
政策法规	12	工信部出台两部新规规范印染行业管理
展会报道	15	2017intertextile秋冬面辅料展精彩大不同
	19	2017yarnexpo秋冬纱线展：三大国际展团强势入驻
	20	2017PHValue针织展：平台商机 有你最美
	21	2017中国纺织品服装贸易展（巴黎）圆满落幕
	22	坚持就是胜利—2017巴西圣保罗GOTEX展成功落幕

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

凝聚共识 行稳致远 ——2017中国纺织业“走出去”大会成功举办

9月7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、中国纺织国际产能合作企业联盟、江苏省经济和信息化委员会、江苏省纺织工业协会承办的2017中国纺织业“走出去”大会，在全行业的瞩目下于江苏南京隆重举行。本届大会以“根植本土、丝路全球”为主题，集行业之智，聚产业之力。

大会现场，嘉宾云集，座无虚席。来自中国纺织工业联合会的领导有：中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、原会长王天凯、原副会长许坤元，副会长徐迎新，以及各专业协会和事业单位领导同志。来自江苏省的领导有：江苏省人民政府副秘书长王志忠，江苏省经济和信息化委员会副主任祁彪，江苏省纺织工业协会谢明会长。

来自政府相关部门的领导嘉宾有：国家工业和信息化部消费品工业司司长高延敏、纺织品处处长曹庭瑞，国家商务部对外投资和经济合作司处长陈忠。

来自海外部分国家的嘉宾有：埃塞俄比亚国务部长、总理特别顾问Tadesse Haile，埃塞俄比亚工业部国务部长Bogale Feleke，埃塞俄比亚投资委员会总干事Fitsum Arega，美国阿肯色州经济发展委员会国际业务发展总监Mark Hamer。

此外，大会还迎来了柬埔寨、孟加拉、斯里兰卡、埃塞俄比亚驻华大使馆或驻沪领馆的总领事和商务参赞，以及全球纺织产业链骨干企业、海外投资机构、行业组织的代表。大家共同就新形势下纺织行业国内转型升级与“一带一路”全球布局的良性互动进行深入探讨和交流。大会由徐迎新、谢明主持。

权威解读 内外布局如何联动发展？

随着中国经济发展进入“新常态”，机遇与挑战并存，中国纺织产业如何通过内外布局进行联动式发展？中国纺织业的“走出去”如何并轨纺织工业“十三五”强国建设？

江苏省人民政府副秘书长王志忠在致辞中表示，近年来，江苏纺织企业加快“走出去”，对外投资总量位居全国各省市前列，并从“小碎步”转为“大踏步”，从“产品出口”转为“投资引领”，从“贴牌输出”转为“品牌输出”，在全球范围内积累了一定的实战经验。

在新的发展阶段，纺织业新一轮“走出去”，不仅仅是简单的产能转移，更重要的是

增量“走出去”，无论是装备、技术还是市场都要有新的提升，需要政府、企业、行业组织三方携手，实现产业的有效“走出去”。

作为本届大会的重磅单元，工信部消费品工业司司长高延敏、商务部对外投资和经济合作司处长陈忠，分别就“纺织工业国内外联动布局的考虑”、“我国对外投资合作情况与近期热点”等提议进行权威解读。

工业和信息化部消费品工业司司长高延敏指出，国际化对纺织行业至关重要，行业境外投资布局的实践经验非常宝贵。下一步，工信部将着力于把握好纺织业国内外联动布局的顶层设计，适时出台指导性意见；加大资源投入，加强“走出去”基础性研究，提高行业公共服务水平。

借助“一带一路”国家发展战略，利用好两个市场、两种资源，积极引导优势企业整合全球资源，加强国际合作，形成有竞争优势的跨国企业集团。同时鼓励行业龙头骨干企业跨国布局原料生产加工，建设棉花、羊毛、化纤等境外原料基地，稳定原料供应，支持品牌优势企业通过并购和股权资本合作等方式，提高目标市场属地销售品牌和市场渠道开拓能力。

商务部对外投资和经济合作司处长陈忠在发言中表示，当前我国业务规模快速增长；投资方式日益多样；所涉及的行业领域也在不断拓宽；地域发布日趋多元；地方企业不断壮大；但总体实力还存在差距。

针对纺织业参与“一带一路”建设，陈忠表示，纺织企业可制定切合实际的目标，建立国际化管理机制，加强企业文化建设，加速与当地社会融合，积极考虑抱团出海，切实做好风险防范，以便更好地参与“一带一路”建设，开展纺织业国际产能合作。

在随后的“主旨发言”环节，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇围绕“中国纺织工业的国际布局与强国建设”展开发言。

高勇表示，中国纺织业国内发展的动能依然充沛，近期中国纺织业国际布局进展呈现以下特点：

一是整体上行业境外投资加速进行；

二是企业进行国际布局的主动性明显增强；

三是行业国际布局的广度和深度都有所拓展。

高勇指出，纺织业下一步国际布局的原则与重点在于：一是坚持既积极又稳妥的国际布局原则，二是充分释放国际布局支撑纺织强国建设的积极动能。纺织业国际布局能对强国建设发挥强有力的支撑作用，并与产业在国内的转型升级产生良性互动。我国纺织产业可通过国际布局实现产业链的跨国整合，实现产业全

球价值链的地位提升，实现以全球资源对接全球市场，培育一批以中国本土为根基的跨国制造企业和时尚集团，同时带动一批发展中国家实现共赢发展，是实现我产业在品牌、科技、人才与可持续等维度跻身强国的应有之义。

作为中国纺织产业集体利益的代表，中国纺织工业联合会将一如既往积极鼓励和全力支持中国纺织骨干企业进行全球布局，助力一批中国纺织跨国企业的涌现和成长。

中国纺企如何探寻来路与远方？

本届“走出去”大会的“洞见与趋势分享”分上、下两个篇章，山东如意、江苏华瑞、江苏天源等一批“先行者”带来了与全球产业链共享发展的成果。此外，埃塞俄比亚政府、美国阿肯色州经济发展委员会相关负责人在现场向中国纺织企业抛出橄榄枝，中国石油和化学工业联合会还带来了石化行业“走出去”的经验分享与联动建议。

埃塞俄比亚国务部长兼总理特别顾问泰德塞·海里的发言将埃方邀请中国纺织企业投资建厂的诚挚热情展露无遗，他从政策、政治、经济、土地、资源、人力、税收、贸易多角度展示了埃塞俄比亚优越的投资环境和堪称纺织蓝海的行业空间，为在场的中国纺织企业开辟了海外市场的新思路。

美国阿肯色州经济发展委员会国际业务发展总监韩马克为现场嘉宾详细介绍了阿肯色州的地理优势以及投资环境，列举了近年来与中国企业的典型合作案例，以及在推动当地经济增长、创造就业机会方面所采取的成效，并就其他关心问题进行深入探讨，希望让有意愿到美国拓展业务、投资办厂的中国企业更好的了解阿肯色州。

中国石油和化学工业联合会副秘书长庞广廉就“化工行业国际产能合作及国际合作创新”作了分享发言。对于中国企业“走出去”，他给出了“借力政策，争取国家支持；技术攻关，提升智造水平；多元融合，实施本地化战略；严控风险，减少损失；公益行动，

文化影响；善于借助‘走出去联盟’等服务平台”等实操建议。

江苏天源服装有限公司董事长唐信宏分享了“服装智能化生产之路.天源走入美国”的经验。天源的高度智能化生产线结合中国智慧，实现美国制造，不仅与顶尖研究机构Softwear合作，实现关键突破，还以不同的制造组合打造不同的产品，确保竞争优势。

江苏华瑞国际集团董事长康宜华带来了“华瑞集团的国际化战略.来路与前方”的分享。他表示，“走出去”一方面规避了贸易壁垒、降低了生产成本，另一方面将企业的营销网络、物流渠道与研发中心建到了产品销售的国际市场，通过对生产、研发、物流、配送、营销各个环节的资源优化配置，有效地整合了国际国内两个市场。

山东如意控股集团执行总裁兼科技集团CEO王强在发言中介绍，如意这三年，是企业围绕“科技化、高端化、品牌化、国际化”，积聚发展能量的三年，是围绕“一带一路”实施转型升级、打造全产业链智能制造的三年。三年来，如意布局“一带一路”&加速国际产能合作，并实施全产业链智能制造转型升级发展、实施全产业链绿色发展、加速推进品牌战略和国际化进程。

产能合作如何迈入新阶段？

在中方企业通过优势互补获益良多的同时，作为民生产业的纺织业，也为“一带一路”沿线国家和地区也迎来的经济发展和社会稳定，更带去了产业规划发展的先进经验和经济发展的信心。中国纺织业的“走出去”如何构筑成为连心之路、共赢之路？又该如何在“一带一路”建设中迈入新阶段？

在本届大会设置的“特别发布”单元，埃塞俄比亚投资委员会（EIC）与中国纺织工业联合会首次在中国境内发布《埃塞俄比亚纺织业投资机遇白皮书》。

工信部消费品工业司与中国纺织工业联合

会联合发布《东南亚纺织业发展环境与贸易投资前瞻》。

中纺联社会责任办公室发布《“一带一路”纺企海外投资社会责任管理指南》。

总结发言 凝聚共识 行稳致远

中国纺织工业联合会副会长徐迎新对本次大会进行了总结发言，他指出：“本届大会是汇聚智慧的大会，是凝聚共识的大会！我们充分领会了国家对行业国际布局既积极又稳妥的大政方针，我们高度认同中国本土是全行业必须坚守的根基所在，同时看到对‘一带一路’机遇的研究把握，对全球优质产业资源的主动对接与合作，是行业进一步转型升级和建设纺织强国的重要支撑。行稳致远，‘根植本土 丝路全球’是我们推动纺织业国际贸易投资更加繁荣的初心与愿景。”

今时今日，随着海外地区特别是“一带一路”沿线国家和地区相关经济发展、政策法规、基础设施日趋健全完善，以及早期“走出去”的纺织企业海外布局业已规模初成，中国纺织业的“走出去”之行愈发顺畅，各方均报以最大的热诚共促中国纺织业迈向国际、布局全球。

在此之际举办的第三届“走出去”大会，必将进一步激发实力纺织企业“走出去”的信心决心，乃至进一步推动中国纺织产业迈向国际市场，进入布局全球的新阶段。



**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**

2017国际纺联年会在印尼巴厘岛召开

2017年9月14-16日，2017国际纺织制造商联合会（ITMF）年会在印度尼西亚巴厘岛召开。来自全球20多个纺织产业发达国家和地区的近300位行业人士和企业代表参会，就“技术、贸易、气候——大变革时代的发展方向”主题进行探讨和深入的交流。

国际纺织制造商联合会（ITMF），简称“国际纺联”，成立于1904年，是世界上历史最为悠久的非政府组织之一，总部设在瑞士苏黎世，宗旨为关注、保护和促进会员的共同利益。经过一百多年的发展，ITMF已经成为代表世界纺织品主要生产国的权威组织，成员来自世界上主要国家和地区的行业组织以及全球知名纺织和服装制造企业，所涉及领域覆盖整个纺织产业链。

国际纺联副主席、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲率中国纺织代表团参加。中国纺织工业联合会副会长杨纪朝、徐迎新、李陵申、端小平、杨兆华，中纺联副秘书长、外事办主任袁红萍，中纺联副秘书长、科技部主任彭燕丽，中国棉纺织行业协会会长朱北娜，中国纺织机械协会会长王树田，中国纺织建设规划院院长冯德虎，中国纺织工业联合会社会责任办公室主任阎岩，及中纺联各业务部门代表，国际纺联会员企业代表、国家纺织产品开发基地企业的部分代表，共约60人随团参会。

国际纺联主席，来自肯尼亚的Jas Bedi做年会开幕致辞。他回顾了纺织从棉花开始，给世界带来的影响，并表示当前时代，纺织行业在社会中依然起到重要的作用。纺织行业的创新与发展也会为全球带来更多的机遇。

这是一个扰动的时代，充满了各种不确定性。目前纺织业的迅速进步不仅表现在新产品的出现，也在其他领域提升了发展。从纤维的不断开发影响了新的行业市场（太空领域、医疗领域），流通环节支付手段的创新也引发了消费者购买渠道的创新，再到物联网的出现和发展，将给行业带来的发展是无边界的。

作为现任国际纺联主席，Bedi请与会者认真考虑全球纺织发展区域不平衡的问题，他也高兴地看到通过各国家推行政策、区域性贸易协定的建立，全球纺织业将向着更加良好的态势前进。

印度尼西亚纺织联合会会长Ade Sudrajat在致辞中表示，印尼目前有2.5亿人口，其中劳动力人口为1.27亿。印尼纺织业上下游产业链结构较完整，但行业增长落后于全球纺织业增速。期待此次年会给印尼带来新的机遇。

印尼工业部部长Airlangga Hartarto专程到会并和与会代表进行了交流。纺织服装行业是印尼的第二大产业，仅次于旅游业。印尼政府支持纺织行业的发展，也欢迎来印尼投资。

印尼的纺织行业是国家经济的重要支柱。印尼纺织业产业链完整，劳动力成本较低，原材料充足，正进一步拓展双边贸易。Hartarto部长衷心希望与会代表可以在印尼多停留几天，好好感受这个国家。

为期三天的时间里，与会代表们围绕“纺织工业在印尼”、“纺织供应链”、“零售/电子商务”、“产业用纺织品”等议题进行了多方面的交流。多位发言人共同提到当前世界政局的更替、局部地区的动荡、经济发展的新常态、科学技术的飞速发展等多种不确定因素，并纷纷给出了自己的理解和设想。

在“纺织供应链”议题环节，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲做《中国纺织工业：创新与发展》的专题报告，介绍了当前全球纺织品服装贸易格局，并就中国纺织业的现状和未来做了详细阐述，引发了与会成员的深度思考。

今年中国纺织服装行业的相关统计数据显示，2017年1-6月行业规上企业工业增加值增长5.3%；1-7月，主营业务收入43193.8亿元，增长9.1%；利润总额2222.9亿元，增长11.93%。累计出口纺织品服装1240.5亿美元，增长2.1%；全国

限额以上服装鞋帽针纺织品零售额7171.7亿元，增长7.3%。规模以上纺织企业销售利润率为5.1%。中国纺织工业保持稳中向好态势，市场回暖、质效领跑。

孙瑞哲指出，中国纺织工业的生产力系统正经历全面升级。劳动者方面，随着行业工作复杂程度提升，劳动力竞争优势正从数量向质量转变。生产工具上，物联网技术、传感器、智能制造技术飞速发展。劳动对象方面，数据成为重要资源，纺织材料价值含量不断提升，性能、功能、性价比、可获得性、经济型、环保性持续改善。创新发展已成为行业共识。

孙瑞哲强调，新格局下中国纺织工业创新发展必须要做到：多层次需求带来多元化创新，可持续发展带来可持续创新，开放式经济带来协同化创新。通过研究新材料（纤维开发、材料应用）、新工具（智能制造、社会责任）、新内涵，树立产业文化自信，提升产品附加值与时尚话语权，来打造“创新驱动的科技产业、责任导向的绿色产业、文化引领的时尚产业”的中国纺织工业“新定位”。

随后的提问交流环节中，孙瑞哲还回答了有关纺织产业向新疆地区转移的话题，我国棉纺织厂利用新技术、新设备减少用工人员情况

等问题。他再次强调了中国纺织产业在快速增长的同时，也在加强完善环境保护等社会责任问题。作为纺织强国，中国目前正在进行的“一带一路”战略，更是希望加强与各个国家和地区的交流，共同发展、实现共赢。

国际纺联家纺委员会主席、中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品协会会长杨兆华主持了“国际纺联验厂审核倡议”环节。该议题是国际纺联为企业发声，对于频繁进行的各项审计工作进行整合规划，预计3年内实现。

北约前秘书长、荷兰前外交大臣Jaap de Hoop Scheffer在16日的主旨发言《技术、贸易、气候:重塑地缘政治》中表示:当前世界面临几大趋势:一是地缘政治、民粹主义再次抬头;二是军事干预解决政治问题往往难以奏效;三是自由贸易面临着很大压力,区域贸易协定逐渐增多。

会议期间，国际纺联旗下棉花、纺纱、纤维及纤维应用等专设机构分别召开了专业委员会会议。中国纺织代表团相关行业从业人员出席并与同行进行了深入的交流。

最后，大会发出邀请，2018年国际纺联年会将于2018年9月7-9日在肯尼亚内罗毕召开。

2017上半年化纤行业运行继续保持向好态势

上半年，化纤行业运行继续保持向好态势。随着纺织市场回暖，对化纤的需求有所好转，行业整体开工率较去年同期有所提高，化纤市场淡季不淡。另受原油价格上涨的传导，化纤主要产品平均价格高于去年同期。行业运行质量改善，盈利能力提升。投资有反弹趋势，需密切关注。

一、行业运行基本情况

生产：据国家统计局统计，1~6月化纤产量2559.27万吨，同比增长4.82%，增速比去年同期下降3.57个百分点，显示化纤行业结构调

整、控制总量取得一定效果。其中，涤纶产量2035.76万吨，同比增长3.59%；锦纶产量179.62万吨，同比增长11.41%；人造纤维产量224.91万吨，同比增长10.53%。

市场：受大宗商品价格上涨的传导，上半年主要化纤产品平均价格较去年同期上涨20%~40%。涤纶产品受原油价格波动、PTA期货多空博弈、供需关系变化等的影响，呈现两波明显的涨跌行情；锦纶价格大起大落，走势与原料CPL几乎完全一致，上半年平均价格较去年同期高出40%；粘胶短纤价格受化纤整体走势和原料的影响，也呈先涨后跌的走势，

6~7月份，随着刚需回复、环保压力导致实际开工产能下降，供需反转。

库存：2016年化纤行业是一个去库存的过程，主要产品库存在四季度末降至低位，但随着库存降低和效益好转，行业开工率提升，化纤库存自进入2017年后持续增加，下游春节减产导致需求下降，加快了化纤库存累积，多数产品的库存在3月末达到高峰。库存增加加大了化纤市场压力，当原料价格下降时，化纤产品失去成本支撑，价格快速回落。随着下游需求的回暖，又展开一轮去库存的行情，7月份化纤主要产品的库存均回落到较低水平。

进出口：1~6月，共进口化纤43.78万吨，同比增加6.56%，显示国内对进口产品保持一定的刚性需求。腈纶和氨纶的进口量微跌，其他产品进口量有不同程度的增加。粘胶短纤仍是最大进口品种，进口产品主要是莫代尔纤维；涤纶长丝进口增幅最大，达10.36%。

从外需来看，全球经济加快增长，制造业回暖，经济和贸易增速创近6年新高。同时，随着全球纺织产业布局调整加快，对化纤产品的需求增加。上半年，我国化纤直接出口209万吨，同比增长5.49%，全年出口量有望突破400万吨。前五位出口市场是土耳其、美国、巴基斯坦、越南、埃及。其中，对埃及出口涤纶长丝增长较快。

需求：随着终端需求回暖，化纤主要下游行业加弹、织机、经编等开机率较今年上半年有不同程度的提升，特别是加弹机保持较高开机率，圆机表现稍弱。据了解，近年来，下游织造生产面料DTY用量达65%左右，尤其是针织经编、纬编上生产绒类产品的DTY用量比例达75%以上。

投资：上半年，化纤行业实际完成固定资产投资630.64亿元，同比增长20.3%，增速有反弹的趋势。其中，涤纶行业增长45.11%，人造纤维行业增长27.7%，锦纶行业增速较前几年有所回落。

化纤行业自2012年进入调整期，固定资产

投资增速也持续回落，但今年上半年20.3%的增速较前几年明显反弹，虽然在智能制造、绿色制造和纤维新材料方面的投资有所增加，但也应密切跟踪，防止控制总量任务前功尽弃。

国家统计局数据显示：1~6月份，化纤行业主营业务收入4154亿元，同比增长15%；实现利润总额200亿元，同比大幅增长53%，是纺织子行业中增长最快的行业。行业亏损面17.02%，同比减少5.5个点；亏损企业亏损额同比大幅减少42%。

行业利润主要来自人纤、涤纶和锦纶三大行业，其中涤纶行业利润总额82.14亿元，同比增加82.35%；其次是人纤行业，利润总额65.03亿元，同比增长35.17%；锦纶行业利润总额22.73亿元，同比增长22.5%；氨纶行业利润总额同比大幅增长62.53%。

从化纤行业运行质量来看：行业盈利能力明显增强，主营业务利润率4.81%，同比提高1.2个百分点；平均负债水平有所下降，偿债能力有所提高；资金使用效率略有好转；三费比例有所下降，其中财务费用同比下降明显。

上半年，化纤整体价格明显高于去年同期，主要产品的加工区间扩大，这也是行业利润大幅增长的原因。从图17和图18可以直观看出行业利润的增长。

二、重点关注

原油：原油价格经过2016年一年的波动攀升之后，年底达到50美元/桶上方。今年上半年，原油价格延续保持在50美元上下波动，OPEC虽然为提升油价一直在做着减产的努力，但美国页岩油产量不断增加，双方博弈剧烈，油价整体走势偏弱。

美国页岩油成本不断降低，已经完全适应了50美元/桶左右的油价区间，所以预期其产量将会继续增加。而OPEC产油国成本远高于美国页岩油，财政压力巨大。OPEC减产虽对油价有一定的支撑作用，但在50美元上下博弈剧烈。多家机构预测，2017年油价仍将在50美元/桶左

右的区间运行。

原料：

PTA：近两年，PTA装置大规模停产改变了PTA行业原本产能过剩的局面，也使PTA市场保持了弱平衡状态。但2017年，行业要密切关注部分PTA停产装置重启的问题，蓬威石化90万吨产能已于2月重启，另有翔鹭450万吨和远东140万吨产能有重启计划。此外，良好加工费下厂家不会轻易停产检修，因此预计PTA市场供应量将增加。

MEG：部分聚酯企业开始逐渐接受煤制乙二醇产品，掺用比例也有一定提升。2017年煤制乙二醇开工负荷明显提升，装置运行稳定，产量较去年有明显增加，这在一定程度上缓解了聚酯行业乙二醇短缺问题。

CPL：2017年是CPL扩能高峰，新增产能可能将达100万吨，超过现有产能的1/3，预计CPL价格将下降。

新增产能：2017年，化纤新增产能压力依然存在，初步统计，2017年聚酯计划新增产能380万吨，以瓶片和涤纶长丝为主；粘胶纤维计划新增30~50万吨，不过大多预计年底投产，对今年的行情影响不大，对明年的行业运行将产生较大影响；锦纶行业新增产能放缓，行业运行态势估计会有所好转。

另外还需关注长期停产装置的重启，随着行业并购重组步伐加快，产业集中度进一步提高。据不完全统计，近三年被收购重组的聚酯

产能达238万吨，随着行情好转，这些产能正在加速重启，将对市场形成一定压力。

环保问题：2017年环保进行时，国家相关法律法规不断完善落实，各地政府也纷纷重拳出击，纺织行业正遭受重重考验。但这是行业高速发展之后应付出的代价，也是行业转型升级必经的阵痛。环保整治敦促纺织印染行业重视环保生产问题，也倒逼企业转型升级，提高生产技术，朝绿色方向发展。

今年，对于再生纤维行业来说，靴子终于落地，那就是禁废令。4月18日，中央审议通过了《关于禁止洋垃圾入境推进固体废物进口管理制度改革实施方案》。7月19日，中国环保部向WTO提交文件，拟于2017年年底开始将不再接收外来垃圾，涉及4类24种（包括废弃塑胶、纸类、废弃炉渣与纺织品）。该禁令将对再生纤维行业影响巨大。

三、全年化纤行业运行预测

综上所述，下半年，化纤行业运行影响要素的形势为：原油将在50美元低位振荡；PTA、EG、CPL等主要原料供应量预期增加；新增产能及重启产能将对市场造成较大压力；环保整顿影响下游开工；已发布的7月经济数据全面不及预期。纺织内需仍将平稳增长，外需也将继续回暖，特别是一带一路和非洲市场。

预计下半年化纤市场较上半年平稳，但主要产品价格区间和盈利水平低于上半年；化纤行业全年运行质效总体好于去年；随着去年基数的提高，效益增幅会明显回落。

8月纺织品服装出口稍降，整体依然向好

纺织品服装单月出口在经历了连续5个月的增长后，8月再现负增长，但降幅不大，且出口额仍保持扩张态势，环比实现增长，出口整体形势依然向好。

据海关总署发布的数据，按人民币计，8月纺织品服装出口1776亿元，同比下降4.7%，

其中纺织品出口655.2亿元，下降4.2%，服装出口1120.8亿元，下降5%。当月出口环比7月增长2.1%。

1-8月纺织品服装累计出口12035.4亿元，同比增长5.8%，其中纺织品出口4947亿元，增长7.1%，服装出口7088.4亿元，增长4.9%。

另据国家统计局统计，2017年8月份，社会消费品零售总额30330亿元，同比名义增长10.1%(扣除价格因素实际增长8.9%，以下除特殊说明外均为名义增长)。

1-8月社会消费品零售总额232308亿元，同比增长10.4%，与1-7月份持平。其中，服装鞋帽、针纺织品累计零售9313亿元，同比增长7.3%。

2017年8月棉纺织企业经营状况

8月，纺织行业运行整体稳中向好，纺织企业配棉比基本稳定，月用棉量小幅增加，原料采购略有增加。从用棉结构来看，新疆棉、进口棉使用比重均下滑。中旬过后，坯布市场去库存进度加快，织造企业纱线原料采购积极性高，市场活跃度提升，后市预期较为乐观。据中国棉花预警信息系统对全国90家定点纺织企业调查结果显示：8月纱线产量同比减少0.3%，其中，纯棉纱占比增加0.42个百分点，混纺纱占比增加1.05个百分点；布产量同比增加1.25%，纯棉布占比增加1.72个百分点，混纺布占比减少0.80个百分点。

一、纺织品产销波幅不大，库存相对稳定

8月，棉纺织市场产销平稳。按照全国被调查纺织企业数据显示：当月纱线产量环比增加0.06%，其中，纯棉纱占比为71.08%，较上月减少0.05个百分点，混纺纱占比为23.05%，较上月增加0.04个百分点；布产量环比减少0.07%，其中，纯棉布占比增加1.5个百分点。当月，纱线销售率为95.11%，较上月降低1.13个百分点。月底，纱线库存约19天，较上月增加1天；坯布库存约24天，较上月减少4天。

二、国内棉纱价格止跌企稳

优衣库姐妹品牌GU将在今年秋天开始在中国，而不是东南亚地区生产季节性服装的后续订单。GU希望在中国建立30天生产投入周期，生产那些需要赶潮流的增产服装。

另一日本服装企业STRIPE INTERNATIONAL也将部分生产转移回

月底，标准级皮棉价格约15916元/吨，较7月底上涨28元/吨，涨幅约0.18%。国产32支纯棉纱月均价为23016元/吨，较7月减少90元，减幅约0.39%；进口纱现货32支纯棉纱月均价为23288元/吨，较上月下跌31元，跌幅0.13%。月底，进口纱现货价格高于国产纱331元/吨，两者价差较7月底扩大149元/吨。

三、企业原料库存维稳，用棉结构微调

8月，纺织企业棉花库存基本与上月持平。根据被调查企业棉花库存量和用棉量计算，截止8月31日，全国纺织企业棉花工业库存数量为70.99吨左右，较7月底减少0.04万吨。其中，30%减少在库棉花库存，25%增加在库棉花库存，45%的纺企库存保持基本稳定。

当月，企业用棉结构发生微调。新疆棉使用占比略有下降。据调查，纺织企业新疆棉占总用棉量的73.78%，较上月减少7.61个百分点。被调查企业中，24%增加新疆棉使用比重，22%的企业减少新疆棉使用比重，54%的企业维持稳定。纺织企业进口棉花使用比重较上月有所下降。据调查，纺织企业使用进口棉比重为12.67%，较上月减少0.14个百分点。被调查企业中，4%的企业增加进口棉使用比重，15%减少进口棉使用比重，81%的企业使用比重持平。

日本服装制造业现回归中国趋势

中国。据日经亚洲评论9月报道，STRIPE INTERNATIONAL在中国的生产比例曾一度下降到70%左右，但现在考虑到中国在物流上的优势，生产比例再次超过了80%。

去年12月，日本贸易振兴机构(JETRO)发布了一份针对进驻亚太20个国家和地区的637

家日资企业的问卷调查结果，显示这些日企在中国扩大业务的意愿达到40.1%，比上一年提高2个百分点。日本的制造业等似乎出现了“回归中国”的趋势。

近年来，由于人工的持续上涨，各大跨国企业都纷纷减少了对中国制造的青睐，转向人工更为低廉的东南亚地区。H&M、Clarks、K-Swiss、优衣库等企业都减少或关闭在华的生产线，转向印度、越南等地生产。日本贸易振兴机构之前的调查显示，2013年以来日资企业对扩大中国业务的意愿曾经持续下降，至2015年仅有38.1%的日企愿意扩大中国业务。

但东南亚人工虽便宜，过长的物流距离又成了麻烦。一个热销产品在东南亚工厂增加订单生产时，由于过长的物流，往往出现服装送到时潮流已过的尴尬局面，而中国生产的服装比东南亚早1-2周到达日本。

与东南亚国家工厂相比，中国工厂有完备的面料、拉链等其他生产所需的辅料市场，以及工人熟练度带来的更高的作业效率和高质量。中国还是跨国品牌的重要销售市场，产销

同地的较小成本也是一大优势。

中国人工成本的上涨速度也正在放缓，据日本经济新闻网报道，2015年度至2016年度中国的加薪率（所有行业平均）为6.1%，在亚太20个国家和地区之中排在第9位。

这些都是促使日本企业对中国制造改变态度的因素，尤其在服装等纺织相关行业，重新评价中国的综合采购成本优势，再次扩大在中国生产的趋势已经出现。

但这并不代表中国制造彻底归来，人工成本依旧阻拦了日企在中国生产的意愿。日本纺织品进口商协会显示，去年中国制造的产品占日本服装进口额的65%。这一数字在五年内下降了16个百分点，而东南亚地区则上涨了10个百分点至23%。

为了留住外企订单，中国服装企业正普及自动化生产等技术升级手段，Muji、优衣库等在中国的服装生产企业纷纷引进了自动化制衣生产线，并通过提升设计和物流等业务，来抵御人工成本上升造成的订单外流。

印尼劳动力成本低廉 政策环境转好

日前，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲率团参加2017年国际纺联年会期间，在印度尼西亚的梭罗参观考察了Pan Brothers 和 Sritex 两家当地著名的纺织服装制造企业。

Pan Brothers 成立于1980年，目前是印尼最大的成衣制造商，主要生产功能性成衣、生活时尚类服装，以及裁剪和缝制的针织服装，如polo衫、运动衫和跑步服等。产品主要出口美国、欧洲，亚洲以及非洲。世界知名品牌优衣库、阿迪达斯、耐克、H&M等都是其重要客户。

据公司负责人介绍，截至2017年，Pan Brothers在印尼的7个城市都建有工厂。2016年全年成衣产量相当于9000万件POLO衫。在企业

管理方面，Pan Brothers 大力提倡企业文化，通过培养员工的“团结、价值、热情、有魅力和国家精神”来管理团队，并在每一个生产车间设置单独的培训中心，持续不断地提高员工水平。

SRITEX集团为印尼最大型的综合性纺织服装企业，由华侨俞其鑫先生创立于1965年。目前集团生产链覆盖纺纱、织造、印花、染色、后整理及服装加工，拥有5万名工人，年产量可达纱线20万吨，坯布1.2亿米，服装1600万件，产品销往欧美亚五十多个国家。集团2016年销售额达5亿美元。Sritex致力于提高生产能力，为客户提供最好的产品。据悉，集团新建的粘胶纤维工厂将于下周正式开业，预计年产粘胶短纤可达8万吨，可减少下游生产工厂对于进口原料的依赖。

SRITEX集团与中国纺织企业有着长期良好的合作关系，即将开业的粘胶生产工厂的机械设备全部来自中国的纺机企业。随着当地新的吸引外资政策的不断实施，他期望与中国纺织企业有着更多的合作机会。

考察中代表团发现，印尼工人的薪资水平普遍不高，导致服装制造企业的成本较低。印尼首都雅加达地区，缝纫工人的月薪为250美元，中部爪哇地区则低至120美元。由此也大大增强了印尼纺织服装产品在全球市场的竞争

力。

孙瑞哲指出，在当前这种逆全球化思潮，民粹主义开始抬头的背景下，中国坚定走与其他国家合作的共赢之路。一直以来，中国纺织企业参与国际合作方式也在不断创新。从过去简单的产品出口，到产能转移，以及现在的海外并购、海外投资。本次代表团成员中，有很多来自企业的代表，希望大家能有更多的沟通交流，本着“共建、共享、共赢”的目标，寻求更多的合作机遇。

乌兹别克斯坦计划新建130个棉纺企业

9月8日-11日，中乌企业家论坛在乌兹别克斯坦首都塔什干举办。论坛内容以中乌共建“一带一路”为重点，紧扣“合作共赢、共同发展”的主题，乌兹别克斯坦国家投资委员会详细介绍了乌方的投资优势，热忱欢迎中方企业到乌投资建厂或开展技术合作。

乌兹别克斯坦国家纺织服装集团公司董事局主席伊尔浩姆·哈伊达洛夫表示，乌计划在2020年前再建130个棉纺企业，届时乌产棉花将全部用于国内市场，不再对外出口。该集团由前全乌轻纺工业协会改制组成，依然兼具乌全国纺织服装协会协调职能，拥有成员企业近500家，贸易额占全乌轻纺业贸易总值80%以上。

乌兹别克斯坦自苏联时代起就是重要的产

棉国，纺织工业基础雄厚，目前年产棉花230余万吨，45%左右用于内销，乌纺织行业发展势头良好，对外出口连续五年保持高速增长。

乌兹别克斯坦劳动力充足，全国劳动人口1850万，30岁以下占63%，平均工资不到200美金；能源价格低廉，工业用电每千瓦/时2.5美分，天然气每立方米3美分；市场前景广阔，乌兹别克斯坦和独联体国家签有自由贸易协定，乌产商品免关税行销各国。

伊尔浩姆·哈伊达洛夫还表示，目前乌对华出口棉纱仍需交5%关税，但自华进口面料却免征关税，希望中国考虑对等关税。伊尔浩姆·哈伊达洛夫代表业界欢迎中方同行来乌投资兴业，促进贸易和产能合作。

美联储10月启动缩表 我国纺织行业出口有望改善

美国联邦储备委员会(美联储)20日宣布，将从今年10月开始缩减总额高达4.5万亿美元的资产负债表(“缩表”)，以逐步收紧货币政策。

同时，美联储宣布维持目前1%至1.25%的联邦基金利率目标区间不变。自2015年12月启动金融危机后首次加息以来，美联储已累计加息4次共100个基点。今年来，美联储分别在3月和6月两次加息。根据美联储当天发布的报告，今

年内美联储很可能还将加息一次，明年还将再加息3次。

所谓“缩表”，是指美联储缩减自身资产负债表规模，这将推升长期利率，提高企业融资成本，从而令美国金融环境收紧。可以说，“缩表”和加息一样，都是收紧货币政策的一种政策工具。

2008年金融危机后，美联储不仅将联邦基金利率降至接近零的超低水平，又先后通过3轮量化宽松货币政策购买大量美国国债和机构抵押贷款支持证券，大幅压低长期利率，以促进企业投资和居民消费，刺激美国经济复苏。美联储资产负债表的规模也从危机前的不到1万亿美元膨胀至目前的约4.5万亿美元。

随着美国经济回到稳步复苏轨道，美联储的超宽松货币政策也将逐步回归常态，除了加息之外，美联储资产负债表也要收缩到相对正常水平。

按照计划，美联储主要通过逐步减少对到期证券本金再投资来被动收缩资产负债表，并不主动出售目前持有的国债和抵押贷款支持证券。因此，分析人士普遍认为，“缩表”步伐相对缓慢和可预期。同时，由于美联储最终仍

将维持高于危机前水平的较大资产负债表规模，预计“缩表”对金融市场的影响将较为温和可控。

影响：金价受挫 纺织行业出口有望改善

美联储出来说，开始逆转量化宽松政策，每月减少约100亿美元债券，仍预计12月升息，明年升息三次，这给黄金带来压力。强势美元或导致资本回流美国，新兴市场国家货币将承压，此前饱受人民币升值压力的外贸出口行业有望迎来转机。

从行业基本面来看，今年以来纺织行业出口稳步回升。8月份由于受汇率因素影响，纺织品服装单月出口出现同比负增长，预计随着美联储缩表计划的逐步实施，纺织行业出口将继续改善。

越南国内将建纺织服装商业中心

2017年1-8月，越南纺织品服装出口同比增长9.9%，美国仍是最大出口市场。

同期，美棉占越南棉花进口的比重达到60%，国内高等级原料短缺给越南纺织品服装出口享受自由贸易协定带来影响。

目前，越南纺织品服装出口到40个国家和地区，主要市场包括美国、日本、韩国、中国和欧盟。据悉，越南胡志明市将建立时尚设计、服装交易、纺织材料和辅料的中心，目标是到2020年满足国内80-90%的纺织品和服装需求。

工信部出台两部新规规范印染行业管理

为促进印染行业产业结构调整 and 转型升级，规范印染行业生产经营和投资行为，推进节能减排清洁生产，引导印染行业向技术密集、资源节约、环境友好型产业发展，根据国家有关法律、法规和产业政策，工信部对《印染行业准入条件（2010年修订版）》（工消费〔2010〕第93号公告）和《印染企业准入公告管理暂行办法》（工信部消费〔2012〕40号）进行了修订，形成《印染行业规范条件（2017版）》和《印染企业规范公告管理暂行办法》。主要内容如下：

印染行业规范条件（2017版）

一、企业布局

（一）印染企业建设地点应当符合国家产业规划和产业政策，符合本地区主体功能区规划、城乡规划、土地利用总体规划和生态环境规划要求。七大重点流域干流沿岸，要严格控制印染项目环境风险，合理布局生产装置。

（二）在国务院、国家有关部门和省（自治区、直辖市）级人民政府规定的风景名胜

区、自然保护区、饮用水保护区和主要河流两岸边界外规定范围内不得新建印染项目。已在上述区域内投产运营的印染生产企业要根据区域规划和保护生态环境的需要，依法通过关闭、搬迁、转产等方式退出。

(三) 缺水或水质较差地区原则上不得新建印染项目。水源相对充足地区新建印染项目，地方政府相关部门要科学规划，合理布局，在工业园区内集中建设，实行集中供热和污染物的集中处理。环境质量不达标区域的建设项目，要在环境质量限期达标规划的基础上，实施水污染物区域削减方案。工业园区外企业要逐步搬迁入园。

二、工艺与装备

(一) 印染企业要采用技术先进、节能环保的设备，主要工艺参数实现在线检测和自动控制。新建或改扩建印染生产线总体水平要达到或接近国际先进水平。鼓励采用染化料自动配液输送系统。禁止使用国家明确规定的淘汰类落后生产工艺和设备，禁止使用达不到节能环保要求的二手设备。棉、化纤及混纺机织物印染项目设计建设要执行《印染工厂设计规范》(GB50426)。

(二) 连续式水洗装置要密封性好，并配有逆流、高效漂洗及热能回收装置。间歇式染色设备浴比应满足1:8以下工艺要求。热定型、涂层等工序挥发性有机物(VOCs)废气应收集处理，鼓励采用溶剂回收和余热回收装置。

三、质量与管理

(一) 印染企业要开发生产低消耗、低污染绿色产品，鼓励采用新技术、新工艺、新设备、新材料开发具有知识产权、高附加值的纺织产品。产品质量要符合国家或行业标准要求，产品合格率达到95%以上。

(二) 印染企业应实行三级用能、用水计量管理，设置专门机构或人员对能源、取水、排污情况进行监督，并建立管理考核制度和数

据统计系统。

(三) 印染企业要健全企业管理制度，鼓励企业进行质量、环境以及职业健康等管理体系认证，支持企业采用信息化管理手段提高企业管理效率和水平。企业要加强生产现场管理，车间要求干净整洁。

(四) 印染企业要规范化学品存储和使用，危险化学品应严格遵循《危险化学品安全管理条例》要求，加强对从业人员化学品使用的岗位技能培训。企业应建立化学品绿色供应链管控体系，避免使用对消费者、环境等有害的化学物质。

四、资源消耗

(一) 印染企业单位产品能耗和新鲜水取水量要达到规定要求。

五、环境保护与资源综合利用

(一) 印染企业环保设施要按照《纺织工业企业环保设计规范》(GB50425)的要求进行设计和建设，执行环保设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投产的“三同时”制度。印染废水应自行处理或接入集中废水处理设施，并加强废水处理及运行中的水质分析和监控，废水排放实行在线监控，实现稳定达标排放。采用高效节能的固体废弃物处理工艺，实现固体废弃物资源化和无害化处置。依法办理排污许可证，并严格按证排放污染物。

(二) 印染企业要按照环境友好和资源综合利用的原则，选择采用可生物降解(或易回收)浆料的坯布。使用生态环保型、高上染率染料和高性能助剂。完善冷却水、冷凝水及余热回收装置。丝光工艺配备淡碱回收装置。企业水重复利用率达到40%以上。

(三) 印染企业要采用清洁生产技术，提高资源利用效率，从生产的源头控制污染物产生量。印染企业要依法定期实施清洁生产审核，按照有关规定开展能源审计，不断提高企业清洁生产水平。

六、安全生产与社会责任

(一) 印染企业要按照《纺织工业企业安全管理规范》(AQ7002)和《纺织工业企业职业安全卫生设计规范》(GB50477)要求,建设安全生产设施,并按照国家有关规定和要求,确保安全设施与主体工程同时设计、同时施工、同时投入生产和使用。

(二) 鼓励印染企业按照《纺织企业社会责任管理体系》(CSC9000-T)的要求,履行社会责任。鼓励企业开展化学品和环境信息公开。企业在生产运营过程中严格按照《纺织工业企业安全管理规范》要求,规范安全生产工作。

七、监督管理

(一) 工业和信息化部、国土资源、环境保护、住房和城乡建设、安全监管等部门,要依法加强对印染企业的监督检查,对于违反规定的,有关部门要责令其及时改正,并依法严肃处理。

(二) 各级工业和信息化主管部门要加强对印染行业的管理,督促企业按照规范条件要求,加快技术改造,加快淘汰落后产能,规范企业各项管理。经企业自愿申请,省级工业和信息化主管部门核实推荐,工业和信息化部对符合规范条件的企业进行公告。

(三) 有关行业协会要宣传国家产业政策,加强行业指导和行业自律,推进印染行业技术进步,协助政府有关部门做好行业监督、管理工作。

八、附则

(一) 本规范条件适用于中华人民共和国境内(港澳台地区除外)各类印染企业,具有印染能力的棉纺织、化纤织造、毛纺织、麻纺织、丝绸、色织、针织、服装等企业。

(二) 本规范条件采用的标准或数据如有修订,从其规定。

(三) 本规范条件自2017年10月1日起实施。2010年4月11日公布的《印染行业准入条件(2010年修订版)》(工消费〔2010〕第93号)同时废止。

印染企业规范公告管理暂行办法

为推进印染企业规范化运营,提高印染产品质量,减少能耗水耗以及污染物排放总量,根据《印染行业规范条件(2017版)》(以下简称《规范条件》)有关规定,制定《印染企业规范公告管理暂行办法》。主要内容:

各省、自治区、直辖市及计划单列市、新疆生产建设兵团工业和信息化主管部门(以下统称省级工业主管部门)负责本地区印染企业规范公告申请的受理、审核、推荐以及日常监督检查工作。相关行业协会协助工业和信息化部做好申请材料的核查及现场查验等工作。工业和信息化部对符合《规范条件》印染企业的名单进行公告。

未进入公告名单印染企业的公告申请工作每年开展1次,公告名单实行动态管理。

申请企业应当具备以下基本条件:

(一) 具有独立法人资格。

(二) 符合《规范条件》有关规定要求。满足基本条件要求的印染企业可向本地区省级工业主管部门提出公告申请,并如实填报相关申请材料。申请材料应对本企业建设地点、工艺装备、质量与管理、能源消耗、资源消耗及综合利用、环评审批和“三同时”验收、排污许可证、主要污染物排放、污泥处置、清洁生产审核、安全生产等方面进行说明并提供必要证明材料。

各省级工业主管部门按照《规范条件》要求,对申请公告企业的相关情况进行核实,并将符合《规范条件》要求的企业申请材料及审核意见报工业和信息化部。

工业和信息化部收到各地上报材料后,组

织相关行业协会、专家开展申请材料核查及现场查验等工作，对符合《规范条件》印染企业的名单进行公示（5个工作日），对公示无异议企业名单，以公告形式予以发布。

进入公告名单的印染企业要严格按照《规范条件》的要求组织生产经营活动。各省级工业主管部门负责日常监督检查工作。

已公告企业有下列情况之一，省级工业主管部门应责令其限期整改，拒不整改或整改不

合格者，报请工业和信息化部撤销其公告。工业和信息化部撤销企业公告前，听取有关企业陈述和申辩。

本办法适用于中华人民共和国境内（港澳台地区除外）所有类型的印染企业。

本办法自2017年10月1日起实施。2012年1月19日公布的《印染企业准入公告管理暂行办法》（工信部消费〔2012〕40号）同时废止。

2017intertextile秋冬面辅料展精彩大不同

近年来，产业结构调整进入攻坚阶段，意图观瞻风向、商贸接洽的行业企业越发不约而同地选择了intertextile秋冬面辅料展，而这个平台也以其行业展会第一交椅的地位，在各个展区内将细分行业市场信号及发展趋势展露无遗，更让这场相聚成为各行业企业探寻产业走向的指路明灯。

10月11日~13日，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织信息中心和法兰克福展览(香港)有限公司共同主办的2017中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会（以下简称intertextile秋冬面辅料展）将在国家会展中心（上海）举行。届时，intertextile秋冬面辅料展将以**近5000家参展商、超276000平方米**的佼佼之姿，携来自**30个国家及地区**的优势企业，占据**1、4.1、4.2、5.2、6.1、6.2、7.1、7.2、8.1、8.2、W馆**，为全球行业同仁提供专业广袤的商贸平台，引领产业链资源共享纺织盛会，尽显国际展会风范。

对于纺织行业而言，intertextile秋冬面辅料展不论是整体展品水平、买家专业程度、还是展会规模，都处在纵览全球纺织面辅料市场的领先地位，在这个平台上，时下热议的“高定·品位·匠心”就在intertextile秋冬面辅料展的点滴细节上得到了很好的体现。

作为平台自身而言，了解展商对买家、宣传的需求，根据展商的属性提供专属商贸

配对和宣传资源，让更多展商通过“高定”服务与优质买家建立联系，才是真正的服务“高定”，intertextile秋冬面辅料展就做到了这一点。

在前期对展商及买家进行详细的需求了解，在展会现场实现市场双方的精准对接，本届更是开启了线上商贸预约，在展会官网及官方微信公众号中都可实现。主办方还邀请实力特约买家到场选购，莅临各展商展位，促成商贸。

每届展会现场所举办的论坛围绕当下行业重难点技术与解决方案、市场信息与营销策略、可持续发展及境外投资等热点议题，更是在为企业提供“高定”的讯息及指导。换言之，每一届intertextile秋冬面辅料展都是主办群体的匠心凝聚。

除了来自展商展品的设计潮流，展会现场还有潮流趋势区在更加显著地发挥着时尚指南针的作用，在行业内外都享有较高的声誉，成为展商及专业观众不可不看的节目。

本届intertextile秋冬面辅料展现场，潮流趋势区将继续分门别类为行业同仁指点时尚迷津。海外趋势区、时尚概念区、男装区、女装区、休闲区、辅料区等等，2018/19秋冬国际、中国纺织面料流行趋势发布应有尽有，只在intertextile秋冬面辅料展。

几乎每年，展会的标准摊位配置、展馆展位分区分布、相关功能区的服务升级都在不断完善。充电区、按摩区、休息区、餐饮区、摆渡车、展馆指引，展馆中的每一个角落，都是主办方的精心制作。从场馆周边的路线引导、广场外的intertextile形象、观众登录处的背景板、到不同产品分区不同的吊旗及地毯提示色，乃至问讯处精致的宣传页，更不用说跃动牛仔展区别具一格的展位设计，展馆内的点滴细节都充斥着设计与潮流。

其实从到达国家会展中心（上海）开始，intertextile秋冬面辅料展所要表达的设计与潮流就已呈现在每一个人的身边。正如设计师们所认为的那样，intertextile秋冬面辅料展本身，就是一个偌大的趋势发布秀场，承载着纺织面辅料企业逐浪时尚潮汐！

精彩一 高端之作非同凡响

近几年，国产面辅料产品发展迅速，尤其是高端市场产品的发展越发成熟，设计品位出众、制作工艺精良的匠心产品已引起海内外买家的广泛瞩目，非同凡响。

在每届intertextile秋冬面辅料展的现场，众多行业弄潮儿每年都推出各自的最新产品，引航最新趋势。不少买家表示，中国企业展出的产品与欧美、日韩的展品相比并不逊色，甚至更为出彩，他们早已将中国展商作为采购重点。这一市场特点，在4.1、7.1、7.2、8.1、8.2馆分布的时尚女装区、6.1、7.1馆分布的正装面料区、位于4.2及W馆的辅料视界展示区中颇为明显。

精彩关键词：高定·品位·匠心

高端市场面辅料产品更为突出穿着感受和材质的甄选，近些年众多展商的新展品中十分注重相关元素……

阳光集团在上届intertextile秋冬面辅料展上以羊毛面料为基点，演绎了正装面料的差异化与多元化，款款面料兼具品质与工艺，令人眼前一亮。

天一纺织瞄准消费者穿着舒适、天然及环保的消费理念，近几年从欧洲引进技术和设备，投资设立了自己的创意实验基地，对工艺不断改进，使得产品透气性和光泽都有提升，大受欢迎。

江苏金秋绳带有限公司推出了以新型环保夜光材料生产的夜光材质绳带，以及各类花式绳带，运动类织带研发及新材料的应用提高了辅料产品的舒适感和使用度，用料考究，颇为畅销。

除了对于材质、用料的高标准，设计品位突出、提供定制化服务也已成为时下高端产品市场绕不开的两个热点，对此，很多intertextile秋冬面辅料展的展商们都颇有心得。

富丽达集团每季根据最新面料流行趋势，设计研发数百款产品，花色别致，符合高端消费者的审美，既可广泛应用于正装品类，也能满足正装适用人群对时尚的追求。

山木新材料科技有限公司则在为全球近千个品牌提供标签服务的过程中，根据国际最新潮流趋势，打造服装行业最舒适的热转印无感烫唛烫画标签品牌，从服装、箱包到鞋类等多个领域，轻松匹配相应风格，舒适贴合。

上海天堂鸟纺织品有限公司选择对羊毛面料进行深加工，包含针刺、绣花以及复合等工艺创新，广泛应用于市场中的高档男女装外套夹克，满足高端面辅料市场的定制化需求。

与之不同的是，达利丝绸则将私人定制的重心放在了传统元素升级上。企业负责人介绍，通过对多年展会客户分析后发现，新增客户中私人定制类客户和高端服装品牌越来越多。“故而，开拓高端市场，进行定制化服务，引领时尚潮流，这是品牌发展的趋势之一，也是达利丝绸以后的发展方向之一。”

全球高端市场对中国纺织面辅料行业的关注与认可不是一蹴而就的，而是通过一届届intertextile秋冬面辅料展的平台，逐渐接触、了解、认可到了中国纺织企业的产品品质与制作

水平，更在这个顶级的专业舞台上，尽窥全球纺织面辅料行业的风姿。

精彩二 塑时尚 争朝夕

精彩关键词：颜值·设计·潮流

时尚不仅在米兰秀场的镁光灯下，不仅在奢华私享的工作室中，更在每一件单品的生命中，而单品的时尚律动则是从面辅料产品中凝结而来，对于整个行业来说更是如此。每届intertextile秋冬面辅料展的现场，都有众多服装品牌设计师、独立设计师、服装企业采购到场，“对我们而言，这里是给予我们灵感的‘风水宝地’。关于流行，有时我们更多的只是顺势而为的角色，进行的是制作工艺和剪裁的再创作。在intertextile秋冬面辅料展的现场走一走，你就会对下一季的流行有了最真实的感知。”一位设计师在参观完展会后表示。

的确，越来越多的面辅料企业在这个平台上适应了“颜值当道”的市场，认识到了潮流和设计的力量，并且在时尚的洪流中，化被动为主动。近些年，不少面辅料企业借助intertextile秋冬面辅料展的平台，刷新了面辅料产品的颜值巅峰，更展示出了纺织面辅料企业的设计实力，已有众多企业成为时尚的弄潮儿，在intertextile秋冬面辅料展的平台上，挑动下一季时尚大潮，这样的企业，在7.2馆跃动牛仔展区、6.1馆衬衫面料展区内比比皆是。

北江纺织有限公司根据最新国际流行趋势设计研发了2018秋冬牛仔和色布色织等新品面料，还开发了一站式成衣设计和制造服务，可见其设计力量已涵盖产业链上下游。“近几次的展会，我们都展示很多的新品，希望可以呈现北江富有创新追求的精神面貌，更希望来我们展位的人都可以有耳目一新的感觉，感受我们的设计力量。”企业销售负责人介绍。

牛仔面料加工颜色偏暗是以往国内牛仔面料的普遍现象，而目前国际上更流行一种色彩饱和度更高的牛仔蓝，不少实力企业在这方面进行了尝试。江阴市恒亮纺织有限公司就采用公司自主研发的专利技术，研发出了可水洗的

彩色针织牛仔，打破了牛仔非蓝即黑的颜色局限，填补了行业空白，成为一脉时尚的领航员。

望春花集团十分重视intertextile秋冬面辅料展的平台影响力，表示企业携带最新设计及产品到场，总是能取得不错的收获，企业负责人表示：“本届intertextile秋冬面辅料展上，望春花集团将主推平绒牛仔，柔软保暖美观，主要用作冬季服装。此外公司的冷转移印花是目前国内生产最稳定，技术最成熟的，具有行业领先优势，很受服装企业和设计师的青睐，我们很有信心。”佛山市顺德区西布朗纺织实业有限公司则推出多款时尚牛仔新品面料，天丝牛仔面料，四面弹、超弹以及超柔面料、环保牛仔面料等产品，精准覆盖时下市场潮流热点。

衬衫历来被消费者认为难以时尚，而如今，许多衬衫面料企业从个性化入手，在细节上创新，让衬衫越发时尚。江苏占姆士纺织有限公司则引进了敏捷备货系统，可以做到及时捕捉设计元素，预测流行趋势，提前备货，“一键锁定”流行前沿。德泓国际绒业股份有限公司通过原料创新，将衬衫面料做出了高颜值、高价值，该企业负责人介绍，一款羊绒和桑蚕丝质地的精纺超薄面料做成的衬衫价格较高，但颜值很好，十分新潮，在intertextile秋冬面辅料展的平台上很受欢迎。南通新高印染有限公司则专门针对各类服装梭织布料染色、印花和特种后整理深做设计研发，轻松实现设计定制服务。

精彩三 强技术 重服务

精彩关键词：工艺·功能·体验

高档、定制、颜值、设计无不是实力的升华体现，而工艺、功能、体验则是重归产品本质的追求。近些年不仅在其他行业领域大有“返璞归真”的趋势，在纺织面辅料行业也是如此。在外行人眼中看似相同的两块面料，制成衣物后的穿着体验却大相径庭，其玄妙之处就在于工艺。如今“低调奢华有内涵”成了市场大众的首选，而采用特殊工艺或含有功能性的面辅料产品则在这个类别中当仁不让。在本届intertextile

秋冬面辅料展的现场，领略工艺的神奇，一定不要错过位于1号馆内的功能性/运动面料区企业、8.1馆的内衣泳装区企业以及分布在1号馆、4.1馆的休闲装面料企业，在这里，面辅料产品所带来的惊喜，远比你看到的要多。

当夜跑成为都市白领的时尚，极限运动成为发烧友的日常，在intertextile秋冬面辅料展现场，众多功能性面料总是能让专业买家爱不释手，更不用说终端消费者会如何追捧了。

绵阳佳联印染有限责任公司已参加了近20年intertextile秋冬面辅料展，不少专业买家都会与佳联到场一约，销售负责人介绍，本次佳联将在现场展出减少疲劳感的弹力工装系列、高水洗、多水洗工装系列、防红外军用迷彩系列等最新产品，相信定能吸引大批专业买家。

同样作为intertextile秋冬面辅料展的老朋友，泉州海天材料科技股份有限公司相关负责人表示海天材料本次将主要展出新型保暖高蓬松绒类、高密针距单双面类、新型功能类等面料产品，值得期待。

上海兴诺康纶纤维科技股份有限公司多年主打健康纺织产品，从纤维科技的角度，切入健康产业，主要推广康纶纤维抗菌和绿盾健康呼吸两大系列高科技产品。企业负责人表示：“前几年刚刚出现的吸湿快干、抗菌防异味等已成为目前功能性市场中的基础线，发展十分迅速。”

内衣泳装区的代表企业广东汉帛纺织品有限公司，将主推最新自主研发的3大系列产品：定位蕾丝、花型蕾丝、水溶蕾丝。从设计到工艺，从触感到体验，从制造到创造，越来越多的纺织企业踏上了对极致工艺的追求之路。

伴随社会各界环保呼声的日趋强烈，在将各项功能发挥得淋漓尽致的同时，功能性面料企业除了将重心放在了防护品、健康纺织品上，还有将一部分重心放在了环保特性上。

三丰户外研发团队推出了利用ECO防水工艺和可回收再生纤维为原料的功能性面料，

受到下游的青睐。同时，在intertextile秋冬面辅料展的平台上，不难发现市场买家对集防水透湿、速干、防紫外线、防蚊虫等功能性和轻量、包覆、亲肤、自由弹力舒适度于一体的面料极为青睐，而这也成为三丰户外着力开发方向。东丽集团围绕舒适性、时尚性、功能性的综合理念，重点推出了功能性弹力系列面料，以及一款超高密度系列面料，也同样受到消费者密切关注。

对休闲装而言，天然类棉麻、麻混纺面料仍然是其应用首选，包括腈纶、粘胶纤维、聚酯纤维混纺面料等有如亚麻和棉布般的天然手感和外观的产品也是休闲男装的核心面料，众多休闲装面料企业也都在朝准这个方向研发自己的新品。

深圳睿冠实业有限公司负责人介绍，本届intertextile秋冬面辅料展现场，他们将展出天丝人丝铜氨、肌理感提花、多纤维组分、砂洗绒感后整工艺等面料产品，通过工艺来迎合全球消费者对穿着体验的高要求高期待。

澜弘纺织实业有限公司将在现场主推蕾丝绒、轻薄平布、中国绒等产品，通过对经编服装面料的设计开发、品质管控，澜弘纺织凭借工艺及研发创新，扎根欧美及日韩市场。

功能性/运动面料产品的体验在实践与一次次的运动中产生，而休闲装不同，很多青睐休闲装的都市白领更看重的是文化体验“套路”，不过在intertextile秋冬面辅料展的平台上有不少企业已对此驾轻就熟。

新申集团通过发布亚麻流行趋势、展示亚麻产品、传播亚麻文化，顺应了时下火热的休闲消费潮，成为了不少消费者心中的首选。永新纺织印染有限公司近年来围绕天然、环保、可持续发展的核心理念，全面系统地开发了棉、亚麻、再生纤维素纤维流行服装面料，受到了更多客户的青睐。

展会时间：2017年10月11日-13日

展会地点：国家会展中心（上海）

展会场馆：1、4.1、4.2、5.2、6.1、6.2、7.1、7.2、8.1、8.2、W馆

展会规模：超276000平方米，汇聚全球近5000家展商

展会内容：展品类别涵盖正装、时尚女装、休闲装、功能/运动装、衬衫、内衣/泳装

以及跃动牛仔、辅料视界和花样设计展区。

展会活动：展会同期将发布2017/2018秋冬面料/辅料流行趋势，同时举办多场专业研讨会，围绕设计与趋势、技术与解决方案、市场信息与营销策略、可持续发展议题及行业政策等行业大势展开。

2017yarnexpo秋冬纱线展：三大国际展团强势入驻

2017yarnexpo秋冬纱线展即将于**10月11-13日**在**国家会展中心（上海）5.1号馆**举办。

展会吸引了大批的海外知名企业参展。来自中国香港、孟加拉、印度、印度尼西亚、韩国、马来西亚、蒙古、巴基斯坦、新加坡、瑞士、泰国、乌兹别克斯坦、越南等14个国家及地区的海外展商共计122家，海外展区面积达3,000平米，展区面积和展商数同比增长分别为15%及16%。海外展团及展区包括印度展团、博拉展团、BCI展团、巴基斯坦区。

印度展团——

印度展团将由多家印度厂商组成。目前印度出产的纱线在中国市场占的分额不少，当地的展商都十分重视yarnexpo纱线展。本届印度展团共带来40家印度的纱线企业，当中不乏著名生产商GTN Group of Companies, Lahoti Spintex And Energy Limited, Premier Mills Pvt Ltd等等。

展团主办方、印度棉纺织品出口促进会TEXPROCIL联席董事先生表示：“中国是供货商和买家相聚的地方。今年，我们察觉到印度产品在全球，尤其中国市场上的需求正在上升。上海纱线展是最佳的平台助我们捕捉这个黄金机遇。”对于去年的展会，他尤其满意遇到的买家，他说：“来的买家都带着清晰目标。我们成功接洽上很多想直接沟通的新客户及终端用户，如针织及编织公司。”

BCI展团——

瑞士良好棉花发展协会上海代表处（BCI）成立于2009年，总部设在瑞士日内瓦。良好棉花发展(简称BCI)是一个拥有过千会员的非牟利会国际组织，其会员遍及纱厂、织布厂及服装制造商等整个棉花行业。

组织致力推广可持续的棉花生产，希望同时惠及工人、消费者以及环境，本届一共有五家纱厂将首次以BCI展团的名义参与上海纱线展，向观众展示由环保棉制成的棉纱产品，藉以寻找合适的买家。

博拉展团---

博拉展团近年亦于展会迅速冒起，在过去的秋冬及春夏yarnexpo纱线展中备受关注。专注发展纤维素纤维50多年的博拉集团一直以提供绿色、纯净及安全产品为目标。自三年前打入中国市场，博拉纤维凭借旗下两大核心产品线 - Birla Modal 和 Birla Spunshades，在业内奠定了名声。

其市场部高级经理董平先生对展会的推广成效予以肯定，他表示：“参加上海yarnexpo纱线展效益在于接触到庞大的客户群。它吸引广泛的买家，由制造商、品牌、服务公司到中型企业一应俱全。展会影响力不限于中国，同时招来世界各地的业界人士。”

本次博拉展团的展示规模比往年都有所增长，这次一共带来了16家企业，当中有来自印度尼西亚的龙头企业PT Elegant Textile Industry。

马来西亚Rubberflex——

不断扩大的yarnexpo纱线展也吸引了来自马来西亚的Rubberflex来参展，他们是一家很有名的制造天然乳胶丝的企业。生产的乳胶丝产品具有耐高温，高弹性及耐持久。这使得他们能在竞争激烈的市场中成为领导者，在行业中享

誉闻名。

蒙古Natural Textile Group LLC——

蒙古的NaturalTextile Group LLC首度在yarnexpo纱线展参展，将会展示纯羊毛纱，以用于针织品，面料和服装等纺织品。

2017PHValue针织展：平台商机 有你最美

2017PH Value中国国际针织博览会（简称：PH Value针织展）将于**10月11-13日在国家会展中心（上海）3号馆**举办。展会是中国纺织工业联合会上海主办的以展示针织服装、服饰产品为主的行业宣传和产业商贸、对接平台。

2017年“PHValue针织展”步入第11年，它见证了中国针织行业的突破和变革，经历了中国针织行业的困难和坚持的各个关键时期，依然肩负着产业所赋予的重任。本届针织展将持续发挥其在行业科技创新、企业品牌建设和促进商贸合作方面等方面的重要作用，本届展会参展商近300家，预计将有来自全球的30000余名专业观众到场参观。本届展商：

集群---

内衣集群：广东深圳、佛山盐步、中山小榄、吉林辽源

袜子集群：诸暨大唐、吉林辽源

针织衫、针织纱线集群：浙江濮院、广东大朗

休闲针织服装集群：江西青山湖、山东税郭

功能性针织产品集群：浙江古里、江苏梅李、广东张槎

展团---

Pop时尚展团、阿里巴巴

电商展区：

阿里巴巴、京东、网易考拉、国美、凡客、如此生活

品牌：

安莉芳、古今、铜牛、即发、三枪、东渡、奥丽依、美思、新怡、标美、标美、枫莲、尊美、欧尚、川之尚、姐妹花、仰慕、ZIM、凯业、尚源、淳度、爱恋伊、遐、酷动、嘉颖、龙之杰、百花鸟、名尚、美麟、享野、艾美丝、金旗、沁悦、友润、海纳、情缘、童袜王国、莎耐特、东方缘、卡拉美拉、美尔棒、强生、华尔、博尼、莎丽、珀鲁、乐林、华翔、恒军、金龙等。

本届PH Value针织秋冬展，主办方将继续举办商贸洽谈活动。根据展商和买家双方的诉求在展会现场提供“一对一”的商贸对接。

商贸对接时间：

10月11日 下午1:30-4:00

10月12日 上午10:00-12:00

10月13日 上午10:00-12:00（功能性产品）

2017中国纺织品服装贸易展（巴黎）圆满落幕

9月21日，为期四天的2017中国纺织品服装贸易展（巴黎）圆满落幕。本届展会规模空前，近500家企业的规模，同比增加20%。四天的展会，得到了展商的好评，一致认为CTAF已成为欧洲最大的纺织服装交易平台，既有规模也有效果，更有来自主办方的贴心服务。

作为商务部“自主品牌出口增长计划”的实施平台之一，展会在延续传统的专业展会贸易功能外，还将部分优势中国品牌出口企业集中到中国品牌展区，吸引了大批欧洲国家买家前来咨询。

围绕“From Workshop to Shop”主题，展示中国服装企业从加工厂、成衣输出到品牌输出的改变，刷新欧洲客户对中国制造，中国品牌的印象。

品牌展区的VR视频和时装表演，让欧洲买家对中国纺织服装行业的新发展，新水平，新动能有了新认识。VR展示区，通过新技术向欧洲买家展示企业发展状况。

品牌走秀，专场推荐，助力推动服装外贸出口转型升级。

主办方重视展商参展效果，不止于大，通过设立牛仔专区集中牛仔成衣企业，用独立的形象形成展会新亮点。

论坛形式多样，既有专家经验传授，也有企业家现身说法。

贴心服务：除展会现场为企业安排一对一商贸对接服务外还有贴心的服装陈列指导服务，免费展商进场服务和air france现场办理托运行李服务、免费班车、免费充电、现场购买地铁票等服务。

十年磨一剑 巴黎展助力国产服装品牌精彩亮相——

自今年起，商务部启动出口品牌增长计

划，将连续3年重点支持3个由中方组织的海外展会，今年巴黎展是其中唯一一个入选的纺织类专业展会。这是对有着十一年发展历程的巴黎展的极大肯定，也是对展会十一年来不改初衷，执着于帮助企业开拓欧洲市场，树立、培育、提升中国服装品牌形象的丰厚回报--十年磨一剑，砺得梅花香。

作为商务部出口品牌增长计划的实施平台之一，巴黎展不仅延续了传统的贸易功能，还组织实施了巴黎展“中国品牌宣传项目”。

包括：展前前往12家企业拍摄VR宣传片，提前在欧洲媒体曝光报道；在展会现场设立中国品牌展区，并通过举办定向媒体宣传、专场走秀、品牌推介、专业论坛等活动，加大中国自主品牌在欧洲市场的宣传力度，树立、提升国产品牌在欧洲的形象。展会现场，媒体采访了部分展商，倾听他们畅谈对展会的感受：

四川省金笛服饰有限公司 黄萍

非常高兴能参加此次巴黎展，这次金笛服饰在设计中加入了蜀锦元素，深受欧洲客户的欢迎。这次设计的羽绒服与成衣也备受欧洲客户喜欢。中国蜀锦元素有三千年的历史，其中的中式旗袍、羽绒服，挂件和香囊，欧洲客户非常喜欢。

此次参展效果非常好。金笛服饰也希望把中国的蜀锦、中国的文化带到欧洲，把中国服装推给欧洲客户，把中国蜀锦推给欧洲客户。同时非常感谢主办方对金笛服饰在各方面的支持和帮助。

爱伊美集团有限公司 周斌

这是集团第10次参加巴黎展，尽管经历了金融危机，展会规模仍然逐年稳步增长，很好地证明了巴黎展的吸引力。本届展会的三大特色也是主办单位的三项增值服务：主办单位展前为企业拍摄VR，在展会现场呈现；为展商品牌

服装提供秀场，集中展示；提供专业论坛，让每个企业根据自身情况进行宣传。目前爱伊美的战略目标是继续扩大品牌影响力。

宁波龙绸时装有限公司 王华

这是集团第三次参加巴黎展，巴黎在高档时装领域占据领先地位，对服装面料和款式细节都十分讲究。一直以来龙绸时装都主打高端品质设计，近几年国际市场包括欧洲市场不算太乐观，企业正处于转型升级阶段，来巴黎展寻求市场和转型方向。

布利杰集团 吴雪君

这是集团第八次参加巴黎展，本届展会最大的感受是展会给国内12家知名企业的支持：提前拍摄企业形象在展会期间宣传展示，提供论坛帮助企业介绍各自竞争性产品。展会中除了一些老客户，还接待大批新的意向客户，来自英国、法国等国家，他们对公司产品有浓厚兴趣。参展效果超出预期，感谢组委会给予大力支持。

常熟市波司登进出口有限公司 王成顺

这是波司登第一次参加巴黎展。经过两天的产品展示活动后，感觉巴黎展人流量很大，一方面国内展商数量不容小觑，涵盖了各种品类的成衣市场；另一方面有大量来自欧洲的观众，包括特地从美国、英国飞过来的专业买手，不少观众被波司登展位吸引，感觉效果不

错。其中有一位英国客户当场把设计图稿给我们，并敲定样衣制作计划。

波司登是国内知名品牌，目前以内销为重，大约占比80%。将来波司登会在深耕国内市场的基础上重点开拓欧洲市场，公司看好欧洲服装市场的发展潜力。这次波司登想通过参加巴黎展扩大品牌影响力，同时在欧洲市场寻找发展商机，进一步扩大销售额。

雅派朗迪（北京）科技发展股份有限公司 白璐

很高兴能参加展会，本次参展想要寻求一些高端量体客户，同时发展高端批量生产国际客户。这次参展效果不错，已圈定不少目标客户，展会结束后会继续跟进。

目前集团主打高端量体定制，从今年年初开始的主打新项目是意大利的纯手工工艺，希望能把成衣提升到更精致的层次。目前公司出口约占总公司的60%，未来希望能打开高端量体定制市场，把意大利纯手工工艺推向全世界。

中国自主服装品牌的集中精彩亮相得到欧洲同行的一致赞赏，不仅展现了中国服装生产制作工艺和产品品质的提高，还促进了中西文化的交流与融合。在成熟商贸平台上设立“中国品牌展区”，能够提升中法两国服装业界在品牌交流合作方面的深度和广度。

坚持就是胜利—2017巴西圣保罗GOTEX展成功落幕

当地时间9月14日为期三天的第五届巴西圣保罗GOTEX国际纺织服装采购展在巴西圣保罗北方展馆成功落幕。来自中国、巴西、意大利、秘鲁、印度、巴基斯坦、孟加拉、洪都拉斯等国家和地区的100多家企业携各色产品精彩亮相。

五年来，距离的遥远和巴西国内连续两年的经济衰退以及政坛动荡，确实让不少企业望

展却步。但同时，也不乏“危中寻机”的优秀企业，与展会主办单位“同舟共济”、共克时艰。本届展会，终于迎来了巴西国内经济的复苏，迎来了金砖合作第二个“金色十年”愿景中，中巴全面战略伙伴关系新发展带来的机遇。他们不仅熟悉了巴西等南美国家纺织消费市场，更拥有了立足巴西市场的先发优势。“坚持就是胜利！”

展会现场贸易氛围浓厚，来自巴西、阿根廷、巴拉圭、玻利维亚、智利、秘鲁、美国、印度和巴拿马等国家的买家陆续到场参观、洽谈采购。

国内展商谈感受：

江苏红豆国际制衣有限公司刘经理

量体裁衣 有的放矢---

三年前，红豆就与巴西客户有过合作。之前不太理解南美客户对尺寸版型的要求与国内的行规有明显不同，通过实地参展，直接与客户沟通并考察当地服装市场，才理解了巴西人的穿衣习惯。这次参展，红豆带来了男士商务休闲装系列。

我们看好金砖五国的经济发展，相信通过展会接触到的以巴西和阿根廷为主的南美客户，我们的产品能很快地打开南美市场。红豆在柬埔寨开设的西哈努克工业园，为红豆集团顺利进入国际市场提供了便利条件。

长兴腾跃纺织品有限公司负责人赵平

万事尽头 终将如意---

腾跃主营家居床单四件套。由于产品对路，来巴西参展之前我们已经和当地最大的纺织公司Focus Textile有贸易往来。这次来参展一是为了拜访老客户，二是希望通过这个展会开拓更多的南美市场客户。感谢主办为我们和巴西买家之间搭建巴西GOTEX展会这个优质平台。目前市场情况虽不景气，但是我想，只要我们和展会一起坚持，这个市场一定能够做起来。

上海诺科化工新材料有限公司赵经理

借力展会 发力市场---

诺科化工主要从事面料防水涂料业务，在GOTEX展商中属于原料类。诺科拥有自己的核心研发团队和很强的研发能力，能够满足开

发周期在18个月以内的新产品需求。我们这次来到巴西，主要目的是开拓大圣保罗以及圣卡塔林纳州地区的客户，这两个地区以欧洲移民聚集为主，巴西主要的面料客户都在这两个地区，GOTEX展会是一个很好的了解客户的机会。

福建长乐星辉纺织有限公司王明辉

内展外展 双管齐下---

福建长乐星辉纺织是纺织贸促会展会老朋友，对于参展有自己独到的理解和布局。作为福建长乐地区名列前茅、以及在全国绣花蕾丝生产行列都有着重要影响力的公司，星辉把参加国外展会和国内展会有机结合，在海外广撒网，再通过国内展会收网，并且平衡内销和外销的比例，这样的参展模式已经帮助公司的销售额稳步提升，从2014年的4亿元人民币年销售额发展到现在的将近6亿。

这次参加GOTEX展希望抓住产品真空期，均衡淡旺季，在巴西实现反季节销售，弥补企业生产的空档期，保持一年四季都有订单做，扩大销售门路。由于季节性特点，南美市场的订单正好和欧美大部分订单在时间上错开，互相补充。

王明辉进一步表示，巴西人喜欢追随欧美时尚，和巴西气候和地理位置息息相关，内衣和泳装等针织品在巴西需求量大。

绍兴飞昂纺织有限公司总经理马香

打铁还得自身硬---

不要过于受限于当地经济波动情况。飞昂一直保持垂直产业链整合，从纱线、织布到印染，以及成品加工全部一体化，这样可以防控经济危机造成的风险。因为这些年飞昂对巴西市场已经非常了解，所以完全有能力实现自产自销。

飞昂已经稳扎巴西市场10多年，专门做摇粒绒毯。南美市场做的不错，不仅限于巴西，

还有智利，以及中美洲的巴拿马和乌拉圭市场等。当地市场最喜欢法兰绒和舒棉绒毯子，特别是颗粒粗大的舒棉绒产品已经占到公司年出口量的70%。

苏州朗帆纺织科技有限公司庄美青

品质为王 出奇制胜---

朗帆是一家初创公司，公司规模不大但是已经进入良性循环，成立两年年销售在百万美金左右，主营产品是毛针织产品。负责人庄美青表示，目前国内纺织业面临多重挑战，在严控环保标准，控制出口退税等多种因素的影响下，企业需要也必须做出改变，一是走出来感受市场动态找准自身定位；二是了解国际以及目标市场流行趋势，有针对性地提高设计能力，从而改进产品品质。要实现这两点改变，展会是一个很好也很有效的手段。越是在困难的情况下，企业越要舍得走出来。

本届GOTEX展会，中国展团超过一半的企业拥有环保认证，近三成的企业拥有自主品牌。这也说明更多的企业开始意识到环保认证和自主品牌的重要性，这两项要素也成为让供货商更快被接受认可的“标配”。

GOTEX展观众谈感受；

éxito Group:南美一家跨国公司，2011年在哥伦比亚成立初到现在已经在南美四国哥伦比亚/巴西/阿根廷和乌拉圭都有分公司，仅仅在巴西就在22个州拥有超过2000家门店。这次是闻讯第一次来GOTEX展会，主要寻找夹克类服装成衣。公司负责人介绍说：中国展商带来的夹克外套等产品，无论是质量还是价格都很有竞争优势；现场已经与5家经营此类产品的展商达成初步意向。

Gangster: GOTEX展会的常客，展会从2013年举办至今五届，每次都会派人来到现场。同时，他们对展会的变化也最有发言权：“5年以来参展展商结构发生了变化，带来的产品质量更高，产品的价格也更高”。Gangster是巴西当地非常有名的男装品牌，利用代理和

直营的模式已经在全国各地拥有分店。受邀的Gangster代表这次来主要来采购面料以及辅料（纽扣，胸针以及挂钩等）。

MIXED: 在巴西无人不知的MIXED也受邀来到了GOTEX展会，作为1988年成立于圣保罗，专门从事女装设计的品牌，产品品类从女士休闲类服装到高端女士礼物，门店已经遍布全巴西。他们参观展会主要目的是寻找丝绸类面料，同时对于数码印花面料呈现的效果非常感兴趣。公司负责人Avanya对展会赞赏有加，认为“巴西市场需要来自全球的展商同台竞技”。

Lady Rock: 品牌设计总监Lidia在开展第一天就来到展会，“巴西的市场需要更多的国际趋势和风格的进入，只有这样，我们在本土的企业才会有竞争意识，而品牌的采购才能有更多选择和话语权”。Lady Rock已经和来自中国的两家做牛仔成品及面料的企业达成合作。

Fashion Snoops: Fashion Snoops是巴西时尚行业的风向标，Ms. Camila Toledo (Fashion Snoops总经理)对GOTEX展会上的人造毛皮，尼龙以及双股丝光棉面料产品很感兴趣。这次来展会现场与一家企业签订了2个高柜的订单，货品总价值在24万美金。

千年潮未落 风起再扬帆——

GOTEX展会由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会联合中国（巴西）投资开发贸易中心和联亚国际展览集团共同举办。展会的运营与推广等工作均由巴西专业机构与团队负责，已经发展成为一个根植巴西的国际专业展会，旨在为包括中国纺织服装企业在内的各国纺织服装制造商提供一个与巴西行业和市场深度对话、交流、合作、互利共赢的平台。

从2013年办展之初，GOTEX展会就一直秉承为中国纺织服装企业进入国际市场提供一站式的服务理念。本届展会成功落下帷幕，观众对展商的认可，更加坚定了主办单位的办展初衷。

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