

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸促

8

2019

总第292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

中国纺织业的投资新“绿洲” ——中国纺织工业联合会副会长 徐迎新

行业动态

- ★70年翻天覆地 大事记见证纺织工业辉煌
- ★中国纺织工业发展现状
- ★2019时尚·气候创新大会在京举办

一带一路

- ★孙瑞哲会长会见乌兹别克斯坦纺织服装协会主席
- ★2019中国纺织业“一带一路”大会10月启幕
- ★走出去: 越南纺织业发展黄金期

政策法规

- ★国务院要求加快发展流通促进商业消费
- ★欧盟发布纺织品环保标签新规

统计数据

- ★上半年我国面料出口五大市场情况
- ★2019年1-6月我国家用纺织品进出口情况
- ★2019年1-6月我国服装进出口情况

展会报道

- ★中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会9月启幕
- ★中国国际服装服饰博览会2019(秋季)盛装将至
- ★2019秋冬纱线展: 重新定义“纱纤之奥妙”零距离接触市场
- ★PH Value针织展: 到现场, 寻找秋冬暖心搭配公式
- ★2019中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会落幕
- ★中美贸易形势迷离中“纽约展”现场传递出什么信息



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目 录

行业动态	05	70年翻天覆地 大事记见证纺织工业辉煌
	11	中国纺织工业发展现状
	13	2019时尚·气候创新大会在京举办
<hr/>		
一带一路	13	孙瑞哲会长会见乌兹别克斯坦纺织服装协会主席
	14	2019中国纺织业"一带一路"大会10月启幕!
	14	走出去: 越南纺织业发展黄金期
<hr/>		
政策法规	15	国务院要求加快发展流通促进商业消费
	16	欧盟发布纺织品环保标签新规
<hr/>		
统计数据	16	上半年我国面料出口五大市场情况
	17	2019年1-6月我国家用纺织品进出口情况
	18	2019年1-6月我国服装进出口情况
<hr/>		
展会报道	19	中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会9月启幕
	20	中国国际服装服饰博览会2019(秋季)盛装将至
	21	2019秋冬纱线展: 重新定义"纱纤之奥妙" 零距离接触市场
	22	PH Value针织展: 到现场, 寻找秋冬暖心搭配公式
	23	2019中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会落幕
	24	中美贸易形势迷离中 "纽约展"现场传递出什么信息

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

顾问: 杜钰洲 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 梁鹏程 林云峰
常 清 张 涛

主 编: 常 清

执行主编: 林学森 蒲 靖

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@ccpittex.com

网 址: www.ccpittex.com

中国纺织业的投资新“绿洲” ---中国纺织工业联合会副会长 徐迎新

非洲本土的纺织服装整体生产能力在下降，但是消费市场却在缓慢增长。中国纺织产业对非投资保持持续增长趋势。

- 非洲纺织服装产业:巨大发展空间
- 纺织产业投资非洲的机遇
- 纺织产业投资非洲的挑战
- 部分具备纺织业投资优势的非洲国家
- 中非纺织业投资合作展望

改革开放四十多年来，经过艰苦卓绝的努力，中国纺织业从“小”到“大”，由“弱”到“强”，产业发展呈现出翻天覆地的变化。目前，中国纺织业产业水平和规模均处于世界领先地位，是全球纺织品服装最大的生产国、出口国和消费国。近十年来，随着“一带一路”建设的深入，中国纺织业全球布局的步伐在加快，机遇与挑战并存的非洲新兴市场开始步入中国纺织业的视线。如果说，东南亚、南亚等地是中国纺织企业过去十数年来对外投资的首选，非洲大陆在未来则有望成为中国纺织产业国际投资的新绿洲。

非洲纺织服装产业:巨大发展空间

与全球纺织服装产业平均发展水平相比，非洲本土的纺织服装产业整体发展是滞后的，从上游的原材料生产、中游的纺纱印染织造再到下游的服装家纺等终端品制造销售都有很大的进步空间。

非洲拥有多个优质棉产区，但棉花单产能力不高。棉花是非洲重要经济作物之一，以贝宁、马里、乍得、布基纳法索等棉花四国为代表的撒哈拉以南、赤道以北的西非地区是非洲优质棉花原料的重要产区，棉花产量约占整个非洲的三分之二。非洲籽棉产量约占全球的6%，目前棉花年产量约140万吨左右，随着非洲棉花种植面积的持续扩大，产量还将有望进一步增加。

然而，虽然非洲棉花的种植面积在增加，但产量增长速度却相对较慢，主要原因在于非

洲整体棉花单产能力较弱。与美国、印度、中国等产棉大国相比，非洲棉花的单产水平很低。根据美国农业部（USDA）相关数据显示，2018至2019种植季，非洲各重要产棉国的棉花平均单产能力仅为25公斤每亩左右，而全球棉花平均单产能力在53公斤每亩左右，美国的单产能力超过62公斤每亩，中国则已经超过110公斤每亩的水平。

非洲纺织产业价值链高度分散，整体产能呈下降趋势，产业发展主要靠FDI驱动。非洲大部分国家目前尚未形成完整的纺织产业链，近年来纺织整体产能也在呈下降趋势。根据ITMF统计数据显示，2010年至2017年，非洲环锭纺纱产能逐年下降，纱锭数从2010年520万减少至350万。转杯纺纱产能也在下降，从2012年的16.9万头减少至15.1万头。无梭织机产能有所增长，装机数量从2011年的1.4万台增加到2017年的1.9万台。因此，尽管部分非洲国家盛产棉花，但仍需大量进口纺织面料及辅料从而进行服装等成

品的生产加工，产品制造周期较长，产品附加值较低，产业技术能力也十分薄弱。终端产品与来自亚洲的进口产品比，品质和价格上均处于劣势地位。近年来，跨国二手服装在非洲多国的畅销进一步对非洲本土纺织产业发展造成了巨大压力。

目前非洲的纺织产业发展主要依靠外国投资驱动。随着埃塞俄比亚等国家开始大力吸引外商投资纺织业并取得阶段性进展后，非洲多国政府纷纷开始效仿并推出相应鼓励政策，希望借助外商的资金、技术等力量发展本国纺织业，并提高就业率。

非洲纺织品服装贸易逆差明显，逆差额增长迅速。根据联合国贸易商品统计数据库（Comtrade）的相关数据显示，2010年非洲的纺织品服装出口总额为148亿美元，进口额为181亿美元，2016年非洲纺织品服装出口额降至136亿美元，进口额则增长为215亿美元。2010至2016年的贸易逆差从33亿美元扩大到了79亿美元，增长率为139%，年复合增长率为5.7%。由此可见，非洲本土的纺织服装整体生产能力在下降，但是消费市场却在缓慢增长，需求增强的趋势比较明显。

纺织产业投资非洲的机遇

纺织业投资非洲的比较优势，具体来说有以下五点：

首先，非洲拥有大量的年轻劳动力（平均年龄20岁左右），并将在未来很长一段时间保持充沛的劳动力供给水平，且劳动力价格极具竞争力。

其次，部分非洲国家拥有石油等能源优势以及棉花供应等原料优势。

第三，非洲大部分国家享受美国和欧洲的特惠贸易政策，比如美国的“非洲增长与机遇法案”（AGOA）允许撒哈拉以南非洲的近40个国家对美无配额免关税的出口纺织服装产品。欧盟与非洲之间的“除武器外全部免税（EBA）”协议相关优惠条件，也允许非洲国

家无配额免关税的出口纺织服装产品至欧盟各成员国。

第四，非洲各国近年出台了多项优惠激励政策，如出口激励措施、外汇管制宽松、投资免税政策、出口退税待遇等，为外商投资创造有利营商环境。

第五，非洲目前人均纤维消费量（2.6公斤）远低于全球平均水平（12公斤），具有很大增长空间，随着非洲中产阶级的快速增长以及凭借年轻人占主导地位的人口结构优势，非洲自身的巨大消费市场潜力不容小觑。

纺织产业投资非洲的挑战

然而从现实角度看，纺织业投资非洲也面临着较大挑战。主要原因有以下几点：

政局稳定性、政策持续性和环境安全性风险是对非投资企业共同面临的考验。政局的稳定、投资相关政策的可持续以及社会环境安全等是纺织企业对非洲国家进行资本投资和产能合作面临的首要问题。如埃及此前的持续政局动荡严重制约了在埃及纺织企业的发展。2018年3月埃塞时任总理突然辞职也对在埃塞投资的纺织企业信心产生了影响。政府更迭造成的投资政策变化以及社会治安、恐袭威胁等安全隐患都是影响纺织企业选择非洲作为投资目的地的干扰因素。

部分非洲国家基础设施配套薄弱，纺织产业链尚未形成。纺织产业发展需要配套相对成熟的基础设施，如充足稳定的水电供应、通畅便捷的陆路交通等，而基础设施相对落后是部分非洲国家存在的困难，以埃塞为例，虽政府正在竭力完善配套，但实际情况仍不尽如人意，目前其物流运输、仓储等效率低下且价格高企。同时，纺织产业上下游流程较多，产业链衔接紧密，非洲部分国家纺织产业链不健全，生产原料供应、辅料配备依赖进口，导致制造周期延长，无法满足要求严格的快速反应订单，同时生产成本也相应有所增加。

非洲国家纺织产业一线工人的操作技能有

待提高，部分国家高级管理人才缺失。因本国纺织服装业发展缓慢，很多非洲国家纺织企业一线工人操作技能偏弱，专业技能培训师匮乏。纺纱、服装制造等劳动密集型生产工厂需要的高级管理人才缺失，投资企业前期需要付出的人力资源培养成本较高。

部分非洲国家金融体系羸弱，外汇管制严格，企业在投资所在国当地融资困难、利润汇出也面临阻碍。非洲部分国家自身金融体系羸弱，无法提供金融贷款，或申请贷款手续繁杂，短时间无法获批。纺织产业海外投资前期需要大量资金进行厂房建设，设备采购和原材料筹备等，如所在国无法提供贷款服务，部分企业仅靠国内自筹资金实现项目建设困难较大。同时，很多非洲国家因金融体系脆弱，对海外投资企业的利润汇出要求十分严格。

部分具备纺织业投资优势的非洲国家

非洲是世界第二大洲，也是人口第二大洲。非洲陆地总面积3020万平方公里，是中国国土面积的3倍多，人口12亿左右，平均年龄20岁，与其他大洲相比，人口结构最为年轻。非洲共有54个国家，按照地理位置分为北非、东非、西非、中非和南非五个地区，虽然大多数国家的农业、能源及矿产等自然资源均较为丰富，但具体到纺织产业投资选择上来看，各地区的比较优势却有较大的不同。

位于东非的埃塞俄比亚因其稳定的宏观政经形势、政府对纺织行业的鼓励措施和专业园区建设、廉价和较大规模的人口红利、廉价电力以及对欧美出口零关税等综合优势，近年来成为纺织企业对外投资的新热点。江苏阳光集团与埃塞俄比亚签署了9.8亿美元毛纺项目协议，正在分步实施；无锡一棉的埃塞30万锭棉纺项目开始开工建设并即将投产；无锡金茂在埃塞投资4000万美元创办色织面料与服装工厂；广东慧达2016年与埃塞投资委员会签订合作协议，21万平方米的纺织服装工业园也进入施工阶段。

非洲北部的埃及拥有历史悠久的纺织业发展史和质优价廉的棉花原材料，其亚欧非连接

处的优越地理位置、国内相对完善的基础设施建设、充沛的人力资源和较低的生产成本均具备非洲领先优势。埃及国内政局稳定后，政府积极调整经济结构、重新修订投资法、推出多项鼓励措施并将纺织服装业作为重点吸引外资产业，也成为纺织企业全球布局的新选择。目前，中埃泰达苏伊士经贸合作区是中国纺织服装企业在埃及投资的主要区域之一。绍兴柯桥雷楚针纺有限公司总投资3000万美元的纺织项目正式签约，项目建成投产后，预计实现年产值4000万美元，解决当地就业500人以上。中国纺织业领军企业山东如意也有计划在该区投资。

非洲东南部岛国马达加斯加近年开始将发展纺织服装产业作为其国家重点目标之一，在积极吸引外资的同时也在筹划建造国内专业纺织服装产业园。马达加斯加气候宜人，劳动力充足，且拥有对美对欧出口纺织品服装免税优势。内蒙古鹿王羊绒有限公司在马达加斯加深耕20年，并计划进一步完善在马达加斯加的产业链。

中非纺织业投资合作展望

优势互补是推动中非纺织业合作的重要因素之一。根据商务部统计数据显示，2015至2018年，纺织产业对非净投资额为2.53亿美元（含部分回撤资金）。其中2015年仅为1902万美元，2017年达到近年新高，超过1.1亿美元。2018年纺织产业对非投资额虽回落至6380万美元，但从近年整体数据来看，纺织产业对非投资还是保持了持续增长趋势。从投资类别来看，纺织产业链上游的棉纺行业、化纤行业到下游的服装加工行业均有涉及。从投资区域来看，涵盖区域较广，其中北部、东部和南部非洲国家是纺织产业重点投资目的地。从具体投资国别来看，埃塞俄比亚和埃及是纺织产业最主要投资国别。

风险往往与机遇并存，对中国纺织企业来说，投资非洲，尤为如此。但是，我们必须承认，在当前的国内外政经环境下，投资非洲的时机较好，对很多纺织企业具有极大吸引力。从政府层面看，中非合作论坛为中非关系未来

发展指明了方向，同时在政治、经济合作，促进人文交流、保障和平安全等多方面为中国企业开展对非产能合作奠定了良好基础。从协会支持来看，以中纺联为代表的众多纺织业相关协会，都在积极为企业“走出去”进行产能合作，尤其是对非开展投资合作服务，在数据整理研究、投资政策分析、落地项目支持、投资

调研考察、政企桥梁搭建等方面发挥作用。

中国与非洲有着深厚的传统友谊，中非之间在全球新形势下的紧密友好合作，不仅能够有利于共同应对经济全球化挑战，更能谋求共同发展，实现“双赢”。在此大背景下，中国纺织企业投资非洲，未来可期。

70年翻天覆地 大事记见证纺织工业辉煌

今年是新中国成立70周年。70年来，在中国共产党的坚强领导下，中国纺织工业取得了辉煌成就。本文梳理了70年间中国纺织工业发生的大事件并划分为三个阶段，在这一特别的历史节点，回望70年风雨征程，愿业内同仁倍添豪情与信心。

复信郝建秀，勉励她继续提高生产。

第一阶段(1949~1978年):

基本建成比较完整的工业体系，奠定纺织工业长远发展的基础

1949年11月1日，中央人民政府纺织工业部正式办公，这是新中国成立后中央人民政府第一批设立的五个工业部之一（其他四个部是重工业部、轻工业部、燃料工业部和食品工业部）。当时全国有500万棉纺锭的规模，1949年生产棉纱180万件（32.4万吨），棉布18.9亿米，呢绒544万米，丝绸0.5亿米。由于开工严重不足，各项指标都低于历史最高数值。

1952年5月以来，中国新建了西北国棉一厂、新疆七一棉纺织厂、邯郸棉纺织厂、哈尔滨亚麻纺织厂和郑州棉纺织厂等现代化纺织厂。1952年棉纱、棉布产量分别超过历史最高年产量47.8%和37.8%。

1953年10月8日，党中央做出对《纺织工业部党组关于目前纺织工业基本情况及今后工作部署的报告》的批示，明确在集中力量建设重工业与继续努力发展现有企业的生产潜力的方针下，应适当地发展纺织工业的问题，认为纺织工业系统在第一个五年计划期间应考虑至少争取增加300万左右纱锭（包括50万锭扩建在内）。

1950年3月，纺织工业部召开全国国营纺织机械厂会议，确定了自主发展纺织机械工业的工作方针和基本任务，并逐步形成了“统筹规划，合理分工，专业生产，全国成套，统一分配”的方针，成为计划经济时期纺织机械工业生产建设的一条成功经验。1951年4月，山西经纬纺织机械厂动工建设。

1955年7月，中国无偿援助越南建设南定纺织厂，规模为织机1108台；9月，以贸易方式帮助缅甸建设直迈棉纺织厂，规模为纺锭2.16万枚，织机196台。在1959年以前，又援建了蒙古、柬埔寨、朝鲜、也门、斯里兰卡等亚洲国家的纺织厂。

1951年8月，全国纺织企业研究推广“郝建秀工作法”，学习青岛第六棉纺织厂细纱挡车工郝建秀创造出的“少出白花”先进工作法。10月，中共中央办公厅秘书室代表毛泽东主席

1956年2月6日，纺织工业部制订的《1956年至1967年科学研究规划》指出，我国纺织工业要研究采用新设备以缩短棉毛麻的纺纱工艺过程，提高织造各工序的机械速度，增加染整的机械化自动化程度，充分使用麻丝等可纺纤维，改进纱布成品尤其是染整成品的品质和染色牢度，并尽量增加新品种，以适应广大人民生活日益增长的生活需要。

1956年8月，杭州丝绸印染联合厂动工建设，缫丝、织绸车间于1958年5月试车生产，印染车间于1959年国庆节投产，这是我国第一座现代化的丝绸印染联合厂。12月，株洲苧麻纺织厂动工建设，1958年3月建成投产，这是我国第一座现代化的苧麻纺织厂。

1958年1月，相关报告总结：第一个五年计划期间，我国纺织工业在五年之内总共新建棉纺织厂68个，总规模240万锭（包括在建工程，建设规模超过300万锭），棉织机6.1万台；还有5个印染厂，生产能力为3.5亿米。并初步建成了北京、石家庄、邯郸、郑州和西安五大棉纺织工业新基地。

1960年8月，为了解决农业原料严重不足的问题，纺织工业部向中央建议实行发展天然纤维与化学纤维同时并举的方针，把基本建设计划调整后腾出的资金和材料用于发展人造纤维。从1961年开始，陆续在南京、新乡、杭州、吉林等地兴建了一批中等规模的粘胶纤维厂，并对丹东化纤厂、保定化纤厂进行了扩建。

1961年3月20~28日，纺织工业部在北京召开了会议，落实贯彻调整时期中央关于统一调拨、合理使用轻工业和纺织工业原料、材料的指示和“三统一优先”（统一规划生产、统一调拨原料材料、统一分配产品，把极为有限的原料，集中在设备好、技术水平高、用料省、成品质量好的企业，优先开工）的方针。

1963年3月25日，国务院批转纺织工业部《1962年的主要工作情况和1963年的主要工作安排报告》。报告中强调要贯彻执行“调整、巩固、充实、提高”的八字方针，调整生产战线，精简职工；扩大外销产品的生产；贯彻“工业七十条”，加强企业管理。

1964年1月2日，《人民日报》报道：我国新建、扩建10个毛纺织厂，工程全部自己设计，设备大部分自己制造，总共6万锭，每年生产1100万米毛纺织品。

1965年7月，在内地开展“三线”建设的6

个纺机厂项目全面开始，包括：黄石纺织机械厂、白银钢丝针布厂、常德纺织机械厂、邵阳纺织机械厂、渭南纺织机械厂和湖北宜昌纺织机械厂。

1966年5月1日~6月30日，全国纺织工业技术革命展览会在上海中苏友好大厦正式展出。这次展览是新中国成立以来第一次举办的大规模技术展览会，共收集1.1万多项重大的技术革命项目，正式展出3100多项。

1968年4月8~22日，纺织工业部在北京召开全国性会议，分析了国内外形势，讨论了纺织工业面临的任务，重点是保持纺织工业平稳生产，以及加强纺织机械、纺织机配件、纺织器材生产。

1971年1月15日，周恩来总理在接见美国友人斯诺时首次宣布：中国棉纱产量1131万件（203.6万吨）、棉布产量91.5亿米，已居世界第一位。这是1959年以来国家对外公布的第一项重要工业产品的产量统计数字。

1972年1月16日，国家计委与轻工业部（1970年，纺织工业部与一轻部、二轻部合并为轻工业部）等部门向国务院报告：为利用国内石油（天然气）资源，迅速发展化学纤维和化肥，申请进口化纤、化肥技术和设备。毛泽东主席和周恩来总理批示同意了这个报告。轻工业部经过认真论证，提出了建设方案。1973年国务院、国家计委批准了从国外引进建设4个大型联合企业（简称“四大化纤”）的方案，即：上海石油化工厂、辽阳石油化纤厂、天津石油化纤厂、四川维尼纶厂，这是新中国最早从国外引进大型成套设备的项目。

1973年5月16~29日，轻工业部在长沙市召开全国纺织工业生产经验交流会议，会上传达了周恩来总理“要研究国际市场纺织品的需要，应当多出口成品，多搞花色品种，不要老出口坯布”的指示，明确了适应扩大出口的需要，整顿和加强企业管理，提高出口产品质量和档次等工作方向。

1975年6月21日~7月15日，轻工业部组成

革新、改造、挖潜工作组，对西北国棉一厂、三厂，郑州国棉四厂，邯郸国棉一厂，石家庄国棉五厂等5个棉纺织革新、改造、挖潜的试点厂，进行一次全面了解。后又在陕西、河北、河南3个省5个棉纺织厂开展试点工作。

1976年7月15日，上海石油化工总厂乙烯装置第一次投料试车，纺出涤纶丝。至此，该厂乙烯、丙烯、芳烃3条生产线都已打通，18套装置全部开车试生产，成为“四大化纤”最早投产的项目。

1977年7月21~31日，轻工业部在太原召开全国纺织、化纤科技规划座谈会，着重对纺织、化纤科技规划进行了深入研究讨论，制订了棉、毛、麻、丝、化纤、印染、针织行业1978~1985年的科技规划和2000年的设想。

1978年12月统计称：1978年我国生产棉纱238万吨、棉布110亿米、呢绒8885万米、丝织品6.11亿米、化纤28.5万吨，纺织工业总产值约占全国工业总产值的11%，上缴利润、税收约占国家财政收入的10%。纺织工业包括了棉纺织、毛纺织、麻纺织、丝绸、印染、针织、化学纤维、纺织机械等行业，基本建成了一个比较完整的工业体系。

第二阶段(1979~1999年):

改革开放开创现代化建设新局面，战略调整实现历史性变革

1979年2月26日~3月8日，纺织工业部（纺织工业部、轻工业部于1978年1月分开办公）在北京召开全国纺织工业局长会议，贯彻中央十一届三中全会精神，研究纺织工业如何搞好工作重点转移、加快发展步伐的问题。

1979年3月，法国著名服装设计大师皮尔·卡丹来到中国，在北京民族文化宫举办了第一场服装表演会，这在改革开放之初的中国形成了很大的影响。此后很长一段时间里，“皮尔·卡丹”成了中国消费者心目中的知名国际服装品牌。

1979年11月7日，中国香港企业家曹光彪在珠海建立的香洲毛纺厂正式开工。这是纺织工业最早引进的港资企业，在“三来一补”（来料加工、来样加工、来件装配和补偿贸易）这种形式上进行了大胆的实践。

1980年1月8日，新华社报道：国家决定对轻纺工业实行“六个优先”的原则，确保轻纺工业加快发展的步伐。六个优先是：原材料、燃料、电力供应优先；挖潜、革新、改造的措施优先；基本建设优先；银行贷款优先；外汇和引进新技术优先；交通运输优先。

1981年12月19日，仪征化纤工业联合公司举行第一次董事会，宣布公司正式成立，由纺织工业部和中信公司联合投资，以中信公司名义在日本发行日元私募债券100亿日元，于1982年1月获得成功。这种融资方式开创了我国国营企业以发行债券方式利用外资建厂的先河，被称为“仪征模式”。仪征化纤工程1982年1月动工，1990年11月全面投产，形成年产50万吨聚酯的生产能力，成为特大型化纤骨干企业。

1983年11月16日，《人民日报》发表《一个独创精神的厂长》的报道，介绍了浙江海盐衬衫厂300多名职工在厂长步鑫生的带领下，学习农村联产承包责任制，采取了一系列改革措施，用了两年时间，跻身全国著名衬衫厂行列，实现利税164万元，在全国形成很大影响。

1983年12月1日，商业部发出通告，从即日起全国临时免收布票、絮棉票，对棉布、絮棉敞开供应，1984年不发布票和絮棉票。实行了29年的棉布限量供应办法成为历史。

1984年6月11~18日，全国纺织工业技术进步会议在上海召开，提出了重点开发服装、装饰用纺织品、产业用纺织品“三大支柱”产品。这是在解决了供应短缺问题后，以面向市场的终端产品为重点，调整产品结构，大力开发新产品的重要举措。

1985年1月，《国务院关于纺织品进出口若干问题的规定》肯定了青岛纺织品联合进出口公司（青纺联）推进工贸结合的经验，指出纺

织品扩大出口要积极搞工贸结合，由此打开了工业直接面向国际市场、纺织企业自营出口的大门。

1986年11月28日，按照国务院关于服装行业划归纺织工业部统一管理的决定，中国服装工业总公司正式移交给纺织工业部。整个服装行业，包括轻工系统的中国服装工业总公司和其他系统的服装企业，全部由纺织工业部归口统一管理，在国家管理层面形成了完整的纺织工业产业链，构建了“大纺织”格局。

1988年7月8~14日，第一届中国国际纺机展览会在北京举行，来自世界20多个国家和地区的520家厂商、510多台先进纺织机械和仪器参加了展出。

1989年12月2日，中国首届最佳时装模特表演艺术大赛在广州落下帷幕。这是国内第一次具有权威性的大规模时装模特比赛，10位时装模特荣获首届中国时装模特表演艺术大赛10大名模桂冠。

1990年10月20日，国家质量奖授奖大会在北京人民大会堂隆重召开。纺织行业的苏州振亚丝织厂、石家庄第二棉纺织厂和经纬纺织机械厂获得国家质量管理奖。

1992年4月，“自动络筒机和无梭织机引进技术与国产化”（简称“两机”专项）开始实施。该项目批准的总投资为14.86亿元和国拨外汇1.56亿美元，总共从德、英、丹麦、日、瑞士、法、意等7个国家的17家公司引进19种纺机产品和相关专用基础件、配套件的设计制造技术。

1993年5月14~19日，中国国际服装服饰博览会在京举行，法、意、英、美、德、日、韩、奥地利等国家和200多家港台地区企业、300多家内地企业参加了展出。服装设计大师——意大利的瓦伦蒂诺、费雷和法国的皮尔·卡丹应邀举行了专场时装表演，时任总书记的江泽民在博览会期间会见了三位设计大师。

1994年8月6日，时任国务院副总理的朱镕基在北戴河主持会议，专题听取中国纺织总会（1993年3月纺织工业部撤销，组建中国纺织总会）关于纺织工业情况的汇报。随后国务院于8月23~25日在北京召开全国纺织工作会议，研究纺织工业限产压库促销、压锭改造、结构调整、企业破产试点和妥善安置停产、部分停产企业职工生活等问题的措施。这是建国以来第一次以国务院名义召开的纺织方面的工作会议。

1994年12月，我国全年纺织品服装出口突破300亿美元，达到355.5亿美元，占全球纺织品服装出口总额的13.2%，中国成为世界纺织品服装第一大出口国。

1996年10月5日，钱之光科技教育基金在上海宣布设立，一期基金筹集860万元，用于奖励在纺织科研教学中做出突出贡献的科技工作者、教师和教育管理干部、品学兼优的学生，以及在振兴纺织工业中做出特殊贡献的先进工作者。后于2008年在民政部注册为“纺织之光科技教育基金”。

1996年12月统计称：1996年国有大中型亏损企业近6000户，亏损额达555亿元。从1992年国有纺织企业出现了全行业亏损开始，到1996年已经连续亏损5年，数额达106亿元。就在同一时期，全国工业国有企业也处在困难时期，国有企业改革已经进入攻坚阶段。

1997年12月9~11日，中央经济工作会议在北京召开，提出用三年左右的时间，通过改革、改组、改造和加强管理，使大多数国有大中型亏损企业摆脱困境，力争到本世纪末大多数国有大中型骨干企业初步建立现代企业制度，确定把纺织行业作为国有企业改革和摆脱困境的突破口。

1998年2月，国务院发出《关于纺织工业深化改革调整结构解困扭亏工作有关问题的通知》，明确提出了纺织工业压锭调整的任务目标和政策措施，目标是从1998年起，用三年左右时间压缩落后棉纺锭1000万锭，分流安置下岗职工120万人，到2000年实现全行业扭亏为盈。

1999年11月19日，国家纺织工业局（1998年4月中国纺织总会撤销，组建国家纺织工业局）召开大会，要求抓紧年底前关键40天，确保当年基本完成突破口三大任务。到1999年底，纺织行业两年来累计完成压缩落后棉纺锭906万锭，分流安置下岗职工116万人，系统内国有纺织企业实现扭亏为盈，利润达9亿元，提前一年基本完成了任务，实现了战略调整的目标。

第三阶段 (2000~2019年):

新世纪迎来最好的发展时期，高质量发展迈向纺织强国

2000年12月23日，国务院办公厅印发文件，宣布撤销9个国家工业局，组建10个行业协会。2001年2月23日，新一届中国纺织工业协会理事会成立，成为全国性的纺织行业组织，以行业服务为宗旨，积极引导和指导行业在新时期的发展。

2001年12月11日，我国正式加入世界贸易组织（WTO），这促使一直受到配额限制的纺织品服装出口大大受益。先是赶上“分阶段取消配额”的最后三年释放出出口能量，出口增长83%，2004年达到974亿美元。2005年全面取消配额后（虽然对美国、欧盟仍有过渡期和一些贸易摩擦），纺织工业又得到新一轮大发展。

2002年5月，中国纺织工业协会向浙江省提交了一份长达20万字的研究报告——《浙江纺织工业国际竞争力研究》，得到浙江省委、省政府的高度评价，在行业内引起强烈反响。2003年又对广东省纺织工业的竞争力展开调研、咨询。

2002年12月24日，中国纺织工业协会首批选取19个市（县）、19个镇作为全国纺织产业集群化发展的试点，分别授予其中国纺织产业基地市（县）和特色城（镇）称号。

2003年4月，“非典”疫情开始在全国蔓延，对纺织行业造成了影响，内需不旺，产品销售不畅，许多购货商不敢出门。而电子商务在这一时期发挥了作用，各大纺织商务网站纷

纷推出自己的网上商务中心，以保证纺织企业与企业之间的联系。

2004年10月13日，中国纺织工业协会首次召开全国纺织科学技术大会，颁发2004年纺织科技进步奖73项，并提出了《纺织行业科学技术进步发展纲要》，包括需要重点攻关的28项关键技术和十大新型成套设备技术。在此之前，经科学技术部国家科学技术奖励工作办公室批准，中国纺织工业协会设立了“中国纺织工业协会科学技术奖”。

2005年5月31日，中国纺织工业协会社会责任建设推广委员会成立大会在北京举行，160余家纺织服装企业、全国和地方协会组织成为首批成员，共同推动中国纺织企业社会责任管理体系CSC9000T。

2006年12月6日，全国纺织工业劳动模范、先进工作者和先进集体表彰大会在北京人民大会堂召开，表彰了500名全国纺织劳模、先进工作者，100个先进集体。这是进入新世纪以来在我国纺织工业首次召开的劳模表彰大会。

2007年2月27日，国家科学技术奖励大会在北京隆重举行。纺织行业“年产45000吨粘胶短纤维工程系统集成化研究”项目获国家科技进步一等奖。以后又有“高效短流程嵌入式复合纺纱技术”、“筒子纱数字化自动染色成套技术与装备”、“千吨级干喷湿纺高强/中模碳纤维产业化关键技术”等三个项目获同一奖项。

2008年5月12日，四川省汶川县发生8.0级地震后，时任总书记的胡锦涛赶赴浙江省湖州市，实地考察救灾帐篷生产情况时指出，救灾任务依然艰巨，特别是安置受灾群众急需大量帐篷，努力生产出更多高质量的帐篷，就是对抗震救灾的最大支持。相关纺织企业努力生产，出色完成任务。

2009年4月24日，国务院公布《纺织工业调整和振兴规划》，充分肯定了纺织工业的地位和重要作用，鼓舞了纺织行业战胜国际金融危机所带来困难的信心。随后中央不断对纺织工业出台一系列扶持政策。到了2009年12月出口

增速转负为正，相比其他行业较快出现了企稳回升态势，产业结构调整取得成效。

2010年10月1日，我国研制的嫦娥二号卫星和运载火箭顺利升空，嫦娥二号卫星的发动机支架采用高性能纤维复合材料制作而成，并使用了树脂固化及一系列复杂技术。由于这种支架在神舟七号飞船应用过程中性能良好，成为这次绕月探测工程的首选。

2012年5月，中国纺织工业联合会（2011年11月中国纺织工业协会更名为中国纺织工业联合会）发布《建设纺织强国纲要（2011-2020年）》（简称《强国纲要》），成为中国纺织工业首个10年中长期发展规划纲要。《强国纲要》明确提出了到2020年建成纺织强国的宏伟目标，明确了科学技术进步、品牌建设、可持续发展和人才队伍建设四大核心任务。

2013年6月28日，中国纺织产业实施“走出去”战略交流大会在北京召开。会议提出了加快实施国家“十二五”规划提出的“走出去”战略。国家“一带一路”倡议提出以后，更是为企业“走出去”提供了有力的政策和制度保障。

2013年11月11日，“双11”天猫商城全网销售额突破350亿元，服装、家纺类品牌成了除智能手机外的最大赢家，罗莱家纺、富安娜两个知名家纺品牌跻身榜单前十。

2014年2月1日，安徽省率先宣布将皮棉、棉纱纳入农产品增值税进项税额核定扣除试点范围，成为全国范围内首个打破“高征低扣”政策的省份。随后，河北、河南、浙江、湖南、山东、陕西、江西、江苏省陆续加入“高征低扣”试点。随着简政放权日益深入，纺织企业呼吁多年的棉纺业“高征低扣”不合理税赋现象得以逐步松绑。

2015年5月19日，国务院印发《中国制造2025》，纺织工业开展了多方面的工作贯彻落实，重点是加快纺织业智能制造的进程，积极推进智能化装备、智能化运营和智能化产品的开发应用。在后来的几年中，有近20家纺织企

业获批国家工信部智能制造试点示范企业。

2016年1月，新疆维吾尔自治区在2014年出台的促进新疆纺织服装业十大优惠政策基础上，又推出新的八大政策措施，为新疆纺织业发展保驾护航。并在全区范围内布局棉纺织、化纤、织造（含棉织、针织）、服装等11个纺织服装产业集群，以促进产业集聚发展和特色化、差异化发展。

2017年8月15日，中国机械工业集团有限公司与中国恒天集团有限公司重组大会召开，会议宣布两家公司实施重组，恒天集团无偿划转入国机集团。在此之前，一些纺织相关的央企进行了重组，中国中纺集团公司整体并入中粮集团有限公司，中国储备棉管理总公司整体并入中国储备粮管理总公司。

2017年11月28~30日，首届中国纺织非物质文化遗产大会在浙江杭州召开，期间发布了《中国纺织非遗可持续发展千岛湖宣言》。

2018年11月2日，在第三届中国质量奖颁奖会上，江苏阳光集团有限公司凭借“经纬编织法质量管理模式”斩获中国质量奖。

2018年12月9日，在第五届中国工业大奖颁奖会上，山东康平纳集团有限公司的“筒子纱智能染色工业示范项目”荣膺中国工业大奖。

2019年6月，《中国纺织工业发展报告》刊文指出，2018年我国纤维加工量已经达到5460万吨，纱、布、化纤产量分别达到2958.9万吨、657.3亿米和5011.1万吨，不仅满足了我国占全世界五分之一人口、约占全世界近三分之一的纤维消费需求，还为其他国家提供了2000多万吨的优质纤维制品；产业链不断延伸发展，逐步建立起了全世界最为完善的现代纺织制造产业体系，门类齐全、品种丰富、品质优良、结构优化的优势全面显现。（作者：中国纺织工业联合会产业部原副主任 吴迪）

中国纺织工业发展现状

中国纺织服装产业在满足世界消费需求、促进全球发展方面做出积极贡献，对世界纺织服装产业体系的平稳运行具有重要作用。2018年中国纤维加工总量5460万吨，占世界比重超过50%（纤维加工量不含玻璃纤维）；2018年中国纺织品服装出口额2767.3亿美元，占全球比重33.7%。

中国纺织工业发展现状

纺织工业是我国经济发展的重要贡献者，在稳就业、稳金融、稳投资预期等方面发挥了重要作用。近些年来，我国纺织工业以供给侧结构性改革为主线，自创新能力、技术装备水平和产品开发大幅提升，已经进入高质量发展新时期。

中国纤维加工总量占全球纤维加工总量的51.28%，是1978年的近20倍；化学纤维产量占全球化纤产量的2/3以上；产业用纺织品在纤维消费中的占比27%；占全球60支以上纱线生产量的80%，全球色纺纱生产量的90%，全球高档衬衫色织面料生产量的60%，全球高档牛仔面料生产量的30%；中国拥有高支密织物的生产技术。

2018年我国纺织行业主要经济运指标均实现正增长：

出口：纺织品服装出口总额达到2767.3亿美元，同比增长3.5%。

就业：目前，全行业就人口超过2000万，每年为农村进城务工人员提供1000多万个就业岗位和数千亿元现金收入。

投资：全行业规模以上固定资产投资完成额同比增长5%，略放缓。

内销：限额以上服装鞋帽、针纺织品零售额同比增长8%；全国网上穿着类商品零售额同比增长22%。

生产：规上企业主营业务收入53703.5亿元，同比增长2.9%，占工业比重为5.3%；利润总额2766.1亿元，同比增长8%。

纺织行业供给侧改革持续推进，成效逐步显现

内需市场继续发挥首要支撑作用。2018年我国纺织服装内需市场呈较快增长态势，线上线下增速均处近两年较高水平。

产业用、家纺、服装三大终端产业全年运行态势保持平稳，全年利润增速较上年分别提高7.8、17和9.4个百分点。

产能利用保持较高水平。化纤业和纺织（不含服装、纺机）产能利用率分别达到81.8%和79.8%，均高于全国工业76.5%的平均水。

企业盈利能力有所改善。规模以上纺织企业销售利润率为5.2%，同比提高0.3个百分点。

2019年纺织行业面临的外部环境更趋复杂严峻

国内外市场需求增长仍有一定支撑基础。我国总体平稳的宏观经济环境与持续升级的内需市场仍将为纺织行业创新发展提供基本动力；全球经济持续增长的动力依然存在，“一带一路”将促进纺织行业一步开拓多元国际市场。

各种不确定因素明显增多。美元流动性收缩及国际贸易保护主义加剧，增加了全球经济的下行风险，我国宏观经济也因国际环境风险上升面临较大压力。贸易摩擦引起的纺织行业国际环境不确定性，也将对国际采购格局以及我国纺织行业的国际分工位置、投资布局结构等产生潜在影响。

纤维新材料技术实现重大突破：

2017年，我国化纤产量4919万吨，占世界总量的70%，占我国纺织纤维加工总量的84%。我国已成为高新技术纤维生产品种覆盖面最广的国家；高性能纤维潜在消费量世界第一；部分高新技术纤维的生产及应用达到国际领先水平；高新纤维已基本满足国防军工、航空航天的需要；常规纤维的多功能化、高性能化和低成本处于领先国家行列。

差别化、功能化纤维加工及产品开发技术取得突破，差别化率不断提高，2017年化纤差别化率比2011年提高了10个百分点以上；高性能纤维材料加工技术进一步提以上；高性能纤维材料加工技术进一步提以上；高性能纤维材料加工技术进一步提升，一批纤维产业化技术取得重大突破。

生物基化学纤维及原料核心技术取得新进展，初步形成产业规模。新溶剂法纤维素、生物基聚酰胺纤维、壳聚糖纤维、海藻酸盐纤维的纺丝、后整理产业化关键原创性技术取得重大突破。生物基化学纤维总产能达到35万吨/年，其中生物基再生纤维19.65万吨，生物基合成纤维15万吨，海洋生物基纤维0.35万吨。

纺织产品加工技术新提升：

纺纱织造注重新原料的应用和生产加工工艺创新，品种不断丰富附加值提高。2016年新产品值率达35%。技术升级成绩显著，装备水平大幅提升。

纺织加工设备向连续化、自动信息、智能化方向发展，特别是加快了对自动络筒、紧密纺细纱带集体落联、喷气涡流纺转杯等适用新技术的使用，满足了国内外市场需求。纺织工艺技术及装备进步为高品质面料开发奠定了基础。

印染节能减排与资源循环利用取得新成效

随着印染技术进步和管理水平提升，水耗、能、污染物排放明显下降，废水处理能力、重复利用率逐年提高。纺织工业废水排放量在全国工业废中的占比继续下降，由2012年的

11.7%下降2015年的10.1%。一批清洁生产技术的突破，从源头上减少了污染物的产生。

“十二五”期间，印染行业单位产品水耗由2.5吨/百米下降到1.8吨/百米，减少了28%；综合能耗由50公斤标煤/百米下降到41公斤标煤/百米，减少了18%；水重复利用率由15%提高到30%。2015年纺织工业废水、化学需氧量氨氮排放分别减5.3亿吨、7.1万吨和0.4万吨；2016年每百米印染布新鲜水取量1.6吨，比2010年下降36%，高档面料基本实现自给。

印染行业在少水无盐染色、非水介质、废水染色零排放等技术上取得突破并实现产业化应用。以数码喷墨印花和分色印花为代表的数字化技术得到产业应用。

印染行业清洁生产、自动化控制水平大提升，工艺参数在线采集与学品称量输送等技术实现重大突破，部分企业实现了全流程数字化加工生产。

产业用纺织品快速发展扩大了外延

当下一股全新的纺织科技创力量正在悄然升起，这股力量正在颠覆人们对传统纺织行业的认识。全球范围内技术纺织品的崛起，让人们有理由相信产业用纺织品将成为新一轮工业革命中的重要组成部分，引领全球的纺织工业升级。

产业用纺织品具有全面拉动众多行的显著特征，产业带动度强：一方面，纺织与高性能材料、电子技术等紧密融合，形成了全新的纺织载体，成为天然的能量、信息和材料的三元交汇点，是人类连接万物的全新“第二皮肤”；另一方面与下游产业联系紧密，广泛应用于国防军工、航空航天、医疗健康、交通工具、能源、农业等领域，形成了全新产业链互相促进共同推动的决定性力量。

产业用纺织品在我国已成为国家战略性新兴产业的重要组成部分，是超越传统纺织、横跨诸多领域的多元化高科技产业。

纺织两化深度融合成为行业新亮点

随着“中国制造2025”、“互联网+”、“互联网+”全面推进，信息技术在纺织行业

设计、生产营销物流等环节逐步深入应用。”

信息技术改造传统产业方面取得重大进展
(摘自：中纺联副会长李陵申近期讲话)

2019时尚·气候创新大会在京举办

8月27日，中国纺织工业联合会与CABA中国企业气候行动联盟共同发起的2019时尚·气候创新大会在北京举办。本次大会聚焦推进绿色生态、高质持续发展，携手全球纺织产业链共同倡导绿色、低碳、循环、可持续的发展方式，共同构建新型世界纺织产业命运共同体。

大会是中国首个制造与消费类产业气候行动峰会，也将首次发出中国时尚产业的最强声音，以支持UNFCCC联合国气候变化框架公约《时尚产业气候行动宪章》在中国商业的实践和进展，为全球气候变化贡献来自中国时尚产业的气候领导力。

过去的50年间，地球气温不断攀升引起了包括海平面上升、物种灭绝、极端灾害天气频发等现象，自然生态环境和人类生活环境受到了很大影响。人们开始逐渐重视全球气候变暖导致的一系列问题，联合国气候变化框架公约(UNFCCC)、《巴黎协定》、《时尚业气候行动宪章》等有关气候的约定不断出台。随着应

对气候变化的措施进一步细化，全球对于碳排放量控制和气温上升之间的关联有更为清晰的认知，无论政府还是个人，都已开始有意识地合理应对。

在这种能源调整的大格局下，中国时尚产业面临的机遇与挑战需要时尚类企业担负起更多的应对气候变化的环境保护责任。这就需要不断调整企业发展模式，积极寻找新能源，开发节能减排技术，降低用能成本，加速低碳化转型，从而应对在气候治理条件下的新模式，寻找企业未来发展的空间和主动权，成为低碳化行动的重要响应者，从而提高中国时尚产业在全球低碳化供应链中的国际化竞争力。

本次大会邀请了400余位来自环境保护、纺织行业、时尚产业等行业的嘉宾，分享中国气候与能源政策趋势、中国气候变化与绿色制造政策、低碳减排创新路径等一系列话题。大会同时举办时尚产业绿色创新技术竞赛20强巡礼，参会人员可一睹创新技术前沿风采。

孙瑞哲会长会见乌兹别克斯坦纺织服装协会主席

8月29日，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲与随同乌兹别克斯坦总理阿里波夫访华的乌兹别克斯坦纺织服装协会主席伊尔霍姆·海达洛夫主席举行会见，中国纺织工业联合会副会长、中国纺织国际产能合作企业联盟理事长徐迎新，中纺联副秘书长兼外办主任袁红萍，棉纺协会副会长叶戩春，服装协会秘书长焦培，乌兹别克斯坦纺织服装协会主席特别顾问王宏图等陪同会见。

会上，海达洛夫主席向孙会长介绍了乌兹

别克斯坦纺织服装工业的最新情况，并指出农业及纺织工业将成为乌中两国合作的重点领域，棉花种植企业从2018年的15家增长至目前的75家，其棉纺织行业也发展迅速，今后，乌国的纺织工业将加大棉纱出口，并逐步完善纺织产业链及相关配套产业。此外乌国政府希望更广泛的吸引中国企业在乌的投资，进一步加强与国际服装品牌的合作，目前就纺织服装领域来说，已有14个来自中国的投资项目，总投资额超2.4亿美元。

孙会长对海达洛夫主席的来访表示热烈欢迎，向乌方介绍了今年中国纺织服装行业的三大指标-投资、出口及利润情况，同时分享了近年来中国企业海外布局的历程，并建议乌政府能够对中国在乌的投资给予更大的政策支持。

徐会长表示，中纺联愿意通过官方平台、展会、会议等各种渠道，在国内扩大对乌兹别

克斯坦投资的宣传，并就今年10月17日即将在江苏盛泽召开的中国纺织业“一带一路”大会对海达洛夫主席做出了邀请，海达洛夫主席很高兴的接受邀请并表示很荣幸能够参与其中。

双方最后表示，今后要更进一步加强行业信息互通，促进两国行业合作及共同发展。

2019中国纺织业“一带一路”大会10月启幕！

2013-2019年，中国纺织业积极投身“一带一路”建设，率先响应，主动作为；硕果累累，成就斐然。

未来在望，中国纺织业如何整合国际产业链、供应链，连接“一带一路”伙伴，实现产业共赢发展？

承前三届“走出去”大会余声，2019中国纺织业“一带一路”大会以前瞻视角，权威亮相。集结全球产业力量，“明势·融链·择域”，启“澜湄纺织服装产业对话”，共叙新时代深

度合作心声，共绘沿线可持续发展工笔。

2019.10.17

中国·江苏·盛泽

2019中国纺织业“一带一路”大会

精彩将至，盛会开启

共建全球纺织命运共同体

走出去：越南纺织业发展黄金期

澜沧江-湄公河合作机制是我国与越南、缅甸、老挝、泰国、柬埔寨共同发起和建设的新型次区域合作平台，它与“一带一路”倡议有着密切的互动关系，也是“一带一路”建设的重要区域平台。

越南是“一带一路”的重要节点，也是澜沧江-湄公河合作机制的重要成员，在深化合作、优势互补等方面均有广阔的发展前景。为了持续推动澜湄地区纺织服装业产能合作工作，中国纺织国际产能合作企业联盟联合中国产业用纺织品行业协会和中国国际贸易促进委员会纺织行业分会，于8月15-17日由中国产业用纺织品行业协会郑俊林副会长带队，赴越南进行投资调研活动，产业用协会线带分会的骨干

企业：浙江三鼎、福建荣树、东莞永亨、沪江线业、浙江澳亚、开平启帆、东莞嘉怡、厦门姚明、厦门鹭得、中山永利来等一同出访。

越南从1986年开始改革开放，1991年建成第一个出口加工区，2008年成立第一家百分百由外企投资的园区，到目前，越南的工业园区已经达到321个，16个沿海经济区和3个高科技工业园。主要的工业园围绕在河内市辐射的红河三角洲和胡志明市辐射的东南地区。相比于中国由政府主导的园区模式，越南人更多地将园区交到了企业手中。其中既有越南本土企业，也有来自新加坡、日本、中国台湾和中国大陆的外企投资者。越南的工业园，按照所处区域的贫困程度分成1-4类，越贫困地区，享受到的

各项优惠条件越多。

此次调研以工业园区为视角，深度了解目前越南的投资环境。代表团走访了河内附近的南定、北宁、海阳三地的工业园及园内企业。

南定宝明工业园

宝明工业园设施投资公司成立于2007年，是私人企业以纺织起家，公司主要业务是工业园开发、住宅房地产和纺织服装。工业园一期是2010年开始兴建，雅戈尔、江苏裕纶分别于2013年和2014年进驻该园区。其中雅戈尔是最早进驻园区的中国纺织企业，也是园区规模最大的纺织企业。公司正在兴建工业园二期，位于泰平省的经济特区内，面积共400公顷，1/3面积给纺织服装企业投资。园区离海防港口50公里，交通便利。其吸引力在于：

- ※优越的地理位置，便捷的对外交通
- ※基础设施完备的工业用地
- ※园区提供全方位服务
- ※可以给工人、专家、管理人员提供住宿
- ※周边有大学、技校和专业培训机构等院校网络
- ※提供税收优惠：企业所得税4年全免，9年减免50%。（企业所得税是10%）
- ※发电可用功率1800兆瓦，供水量50000立方米/天，园区内设有废水处理厂

北宁新加坡工业园

自1996年起，胜科就跟越南政府合作打造兼具工作—生活—娱乐环境的综合性城镇及工业园。如今越南南部、北部及中央经济区一共有7个越南新加坡工业园。这些项目整合了工业、商业及住宅方案以满足越南快速城镇化及工业化的需求。越南新加坡工业园连续获得英国《欧洲货币》颁发的“最佳工业开发商”奖项。

北宁新加坡工业园的特点：

- ※具有地理位置优势，离河内仅20公里，通过友谊新城关卡到中国仅140公里。
- ※设有保税及非保税仓储设备的园内物流中心。

根据越南计划投资部国外投资局公布的最新数据显示，2019年一季度越南吸引外资额达108亿美元，同比大幅增长86.2%，创3年来同期新高。而在2018年度越南外商直接投资总额为354亿美元，达到了自1987年越南投资法颁布以来的历史最高水平，同比增幅9.1%，也创下增幅最大的历史纪录。枯燥的数字背后，是惊人的投资热度。除了陆续不断的新设企业之外，现有越南投资企业也在不断增加产能规模，特别是纺织行业最为突出，越南更被普遍认为将迎来“纺织产业的黄金十年”。

国务院要求加快发展流通促进商业消费

日前，国务院办公厅印发《关于加快发展流通促进商业消费的意见》(以下简称《意见》)。为推动流通创新发展，优化消费环境，促进商业繁荣，激发国内消费潜力，更好满足人民群众消费需求，促进国民经济持续健康发展，《意见》提出了20条稳定消费预期、提振消费信心的政策措施。主要包括：

一是创新流通发展。推动传统流通企业转型升级。落实允许综合保税区内加工制造

企业承接境内区外委托加工业务的政策。抓紧调整扩大跨境电商零售进口商品清单。

二是培育消费热点。支持绿色智能商品以旧换新。活跃夜间商业和假日消费市场。搭建品牌商品营销平台，保护和发 展中华老字号品牌。

三是深化“放管服”改革。加快连锁便利店发展，放宽发行书报刊的审批要求。

四是强化财税金融支持。降低流通企业成本费用，推动工商用电同价、总分机构汇总纳税政策进一步落实。

五是优化市场流通环境。强化消费信用体

系建设，严厉打击线上线下销售侵权假冒商品、发布虚假广告等违法行为，积极倡导企业实行无理由退货制度。

欧盟发布纺织品环保标签新规

近日，欧盟《官方公报》刊登第2014/350/EU号决议，正式发布纺织品环保标签新规。

据介绍，新版内容做出了两大方面更新。首先，扩大了限定产品的范畴：纺织服装及配件，室内使用的纺织品、产品包含的非纤维部件(例如拉链及纽扣)，以及用来清洁或抹干表面的织物产品等，均纳入涵盖范围中，但一次性产品、铺地用品、含电气装置的服装、织物及纤维排除在外。其次，规定有害化学物质的限制使用：重点列出了候选物质清单中高度关注物的限量，并明确纺织品生产加工过程中各个流程应遵守的环保准则。

据了解，环保标签是欧盟规定的一种自愿

性产品标志，满足环保标签要求的产品将获颁花形标志，有着无可比拟的附加优势，调查显示75%的欧盟消费者更愿意购买带有环保标签的“贴花产品”。

业界人士提醒：

企业一方面要树立生态安全观念及环保意识，推行“绿色运营”，以生产“绿色产品”为主导目标；

另一方面要积极跟踪欧盟生态标签法规的更新，及时了解最新资料，积极申请绿色标签，提升产品层次，促进纺织品出口的可持续增长。

上半年我国面料出口五大市场情况

据中国海关统计，2019年1~6月，我国面料进出口额为317.5亿美元，同比增长0.74%。其中，我国面料出口金额为293.5亿美元，同比增长3%，进口金额为24亿美元，同比下降12.3%。数据显示，我国面料贸易以出口为主，占比接近90%。进口占比约为10%，且逐年下降。随着我国面料自主研发能力的不断增强，一些过去由欧美日垄断的高端面料在我国已实现自主生产，进口需求降低是导致进口下降的一个重要原因。

2019年1~6月，化纤机织物拉动面料出口整体增长。期间，我国面料出口额为293.5亿美元，同比增长2%。化纤机织物出口额为112.1亿美元，同比增长7.1%，占比38.2%，带动面

料出口整体增长。其余各类别中，棉布出口额为63.5亿美元，同比下降7.4%；丝机织物出口额为2.3亿美元，同比下降29.5%；羊毛动物毛机织物出口额为2.3亿美元，同比增长1%。

2019年1~6月，我国面料出口五大市场涨跌互现。期间，亚洲仍是我面料出口的主要市场，占我国面料出口额的65.4%。我国面料对亚洲出口额为191.9亿美元，同比增长1.5%。排名前两位的越南、孟加拉国均出现下降。其中，越南是我国面料出口最大的单一市场，占我国面料对全球出口的14.8%，出口额为43.5亿美元，同比下降1.3%。排在第二位的孟加拉国出口额为23.3亿美元，同比下降5%。

排名三、四位的柬埔寨和印度尼西亚则呈增长态势，出口额分别为13.4亿美元和13.5亿美元，同比增速分别为2.1%和8%。

排名第五位的中国香港降幅较大，出口额为13.2亿美元，同比下降24.4%，从1~5月排名第二跌至第五位。受中美贸易摩擦影响，我国面料对美国出口额为7.9亿美元，同比下降16.8%，降幅逐月增大。

2019年1~6月，东南沿海是我国面料出

口的主要地区，浙江、江苏、广东、福建、山东前五大出口省份合计占比82.2%，集中度较高。其中，福建面料出口保持高速增长。江苏、广东、山东面料出口下降，其余各省份均有不同程度的增长。五省面料出口额分别为109.6亿美元、55.4亿美元、31.3亿美元、27.6亿美元和20亿美元。其中，广东、山东三省同比分别下降7.9%和1.3%，浙江、江苏和福建则分别同比增长4.9%、1.3%、28.5%。（来源：中国纺织报）

2019年1-6月我国家用纺织品进出口情况

据中国海关统计，2019年1-6月，我国家用纺织品出口125.7亿美元，比去年同期微降0.38%，降幅呈现逐月收窄趋势。同期，出口量微降0.04%，出口均价微降0.34%。总体来看，上半年家纺出口保持稳定，出口额降幅比纺织品服装总体出口降幅低2.1个百分点。主要呈现以下特点：

床上用品、窗帘、厨用纺织品保持增长，毛巾出口大幅下降。

家纺主要出口商品为床上用品，占总出口的44%左右，其次为地毯、毯子、毛巾、窗帘等，分别占家纺出口的10%左右。

1-6月，我国床上用品、窗帘、厨房用纺织品出口分别增长2.1%、4.2%和7.4%，地毯和毯子出口分别下降5.8%和0.7%。毛巾出口降幅高达12.2%，为近年来少有，主要原因是部分主营企业一季度用棉需求缺口较大、用棉成本上升所致。

出口市场较为集中，对主要市场出口保持稳定。

美国、欧盟、日本和东盟是我国家纺出口前四大市场，合计占总出口的2/3以上，仅美国市场即占总出口的31%。

1-6月，我国家纺对美国和欧盟出口同比分别增长4.2%和1.1%，对日本和东盟出口同比分别下降2.1%和0.2%。其他主要市场中，对中东和非洲出口分别增长11.5%和1.1%，对拉美下降6.2%。另外，对“一带一路”国家出口下降，降幅为4.1%，其中主要对中亚五国出口大幅下滑，降幅为43.4%。

浙江、江苏和广东出口增长，山东和上海下降。

我国家纺前五大出口省市分别为浙江、江苏、山东、上海和广东，五省市合计占我国家纺出口总额的83%，省市分布较为集中。1-6月，浙江、江苏和广东出口分别增长3.6%、0.7%和10%，山东和上海分别下降6.9%和4.7%。其他省市中，河南、湖北、湖南、四川等省市出口增长较快，增幅在20%-55%之间。

民营企业所占比重进一步提高

当前，我国家纺出口主要以民营企业为主。上半年，民营企业出口增长1.06%，占我国家纺出口总额的74.6%，所占比重比去年同期提高了4.5个百分点。另外，国有企业和三资企业出口分别下降10.6%和1.3%，分别占我国家纺出口总额的8.1%和17.1%。

家纺进口增速逐步放缓，转升为降。1-6月，我国家纺进口2.2亿美元，同比下降1.2%，

较去年同期13.5%的增速出现了较大下滑。
(来源：中国纺织品进出口商会)

2019年1-6月我国服装进出口情况

根据中国海关总署发布的快报，1-7月，我国纺织品服装累计出口1517.4亿美元，同比下降1.5%，其中纺织品出口693.8亿美元，增长1.5%，服装出口823.6亿美元，下降3.9%。7月当月，我国纺织品服装出口275.2亿美元，同比增长2.5%，其中纺织品出口107.7亿美元，增长6.2%，服装出口167.5亿美元，增长0.3%。虽然7月份服装出口有微弱增长，但总体趋势仍维持下降走向。由于美国拟于9月1日起对几乎所有中国服装产品征收10%的关税，未来中国服装出口的下行压力将更大。

出口：

梭织服装出口降幅大于针织服装。

1-6月，我国梭织服装和针织服装出口分别下降8.2%和3.4%，塑料和橡胶服装等其他类服装出口下降16.3%，毛皮革服装出口增长7.1%。

对主要市场出口普遍下降。

1-6月，我国服装对美国、欧盟、日本和中国香港等传统市场出口同比分别下降0.3%、7.1%、6.2%和27.1%，对东盟、拉美、非洲、俄罗斯等新兴市场出口分别下降8.6%、11.6%、2.3%、16.1%。对“一带一路”沿线国家出口下降10.3%。主要市场中，对中东、韩国和澳大利亚出口有所增长，分别增长6.7%、4.4%和0.2%。

2000亿美元涉税服装产品对美出口大幅下降。

受美国对中国2000亿美元产品征税影响，1-6月，涉税产品中的服装产品对美国出口11亿

美元，同比下降18.7%，其中涉税皮革服装和衣着附件降幅较大，降幅均在20%左右，帽类出口降幅较小，下降4.6%。6月15日执行25%的关税后，预计下半年降幅将继续扩大。随着中美贸易的不确定性增大，美国若再对另外的3000亿产品加征关税，则会包含更多纺织服装类产品，届时服装对美国出口将面临更大的下行压力。

广东省出口服装降幅较大。

1-6月服装出口前五大省市排名为浙江、广东、江苏、福建和山东，除山东出口增长3.1%，其他四省市出口均下降，广东出口下降降幅最大，下降11.9%。山东出口逆势增长，除对欧美日传统市场出口稳中有增外，对新兴市场如东盟、中东也有大幅增长，对中东出口增长26.8%，对东盟出口增长16.8%。广东服装出口除对中东增长14.2%，对其他主要市场出口均下降10%左右。此外，湖南、安徽、河南、四川等中西部省市服装出口有较快增长。

服装进口继续保持平稳增长。

1-6月，我国服装进口40亿美元，同比增长8.1%。服装占纺织品服装进口比重达33.1%，同比增加3.7个百分点。意大利和越南是主要的服装进口来源，两国进口占比35%。自意大利进口奢侈品服装为主，进口平均单价高达194美元，自越南进口快时尚服装为主，进口平均单价6美元。随着产业转移的加速，自孟加拉、柬埔寨、缅甸等国家进口服装也在不断增长。

进口：

美国采购价格上涨超10%。2019年前5个月美国从全球进口服装单价上涨10.7%，越

南出口到美国服装单价上涨23.4%、印度上涨21.2%、中国仅上涨3.3%。美国由原先从中国进口服装转向从孟加拉国、越南、印度进口服装，由于没有足够的服装加工产能，进口价格今年前5个月上涨20%以上。

我国占国际市场份额持续下降。

1-6月，我服装产品在美国和日本进口市场份额分别为29.2%和55.6%，比上年同期分别减少1.8和3个百分点。1-5月，我服装产品在欧盟

进口市场份额为26.8%，比上年同期减少1.1个百分点。

美欧日自越南、孟加拉进口增长迅速。

越南是美国和日本的第二大服装供应国，1-6月同比增速分别为11.5%和6.5%。越南服装在美国和日本份额均已接近15%。孟加拉是欧盟第二大服装供应国，1-5月同比增幅7.4%，所占欧盟市场份额为21.1%，仅比中国份额低5.7个百分点。

2019intertextile中国国际纺织面及辅料秋冬博览9月启幕

25年时光走过，全球纺织人一道见证了中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会的诞生、成长，直到如今的磅礴之势，共同见证了纺织行业的每一段重大历程。

如今，intertextile秋冬面辅料展，已然成为纺织人共同的年度盛会，相遇、相聚，共商、共荣。今年，intertextile秋冬面辅料展更将与你相伴，从预登记的点滴开始，用心再铸商贸盛事！

9月25~27日来intertextile面辅料展尽享全球面辅料名优精品。

Givenchy、红人、波司登、Tom Tailor、Mango、Ralph Lauren、Gap、HugoBoss、H&M、asics、E.LAND、Vero moda、乔治白、九牧王、LaLaBoBo、热·风、C&A、umbro、播、ZARA、雅戈尔、水中花、雅鹿、Columbia、森马、迪卡侬、迪尚、Marisfrolg、顶呱呱、icicle、、红英、自由马、梅西百货、雪中飞、海澜之家、利郎、好孩子、卜蜂莲花、Next、例外、童泰、依文、美尔雅、哥哥、七匹狼、FivePlus、Coach、Schiesser、鄂尔多斯等众多明星大牌买家已率先完成预登记，即将到场采购！

1.展品云集

展品品类涵盖时尚女装、正装、休闲装、功能/运动装、衬衫、内衣/泳装等多种面料、更有跃动牛仔、辅料视界、国际馆、花样设计、可持续发展等专题展示区。

2.纵览市场

本届展会展出面积达236000平方米，来自美国、英国、法国、德国、意大利、比利时、西班牙、瑞士、日本等33个国家和地区的近4000家优质展商，纵览市场态势。约950家海外参展商将集中在国际馆进行展示，国际知名企业荟聚，海外展团云集。众多国内展团也将纷纷携优质企业入驻，抱团寻觅“出海”良机。

3.权威论坛

展会现场还将举办众多围绕流行趋势发布、可持续发展、技术、市场热点等行业话题焦点展开的数十场论坛、研讨会及小组会议等活动，与纺织同仁共话前沿。

4.触碰时尚

最新的产品，最潮的花色，最权威的趋势发布，静态展示+深度讲解，每届展会都吸引大批业内人士围观！

划重点：

中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会

9月25~27日 国家会展中心（上海）

4.1、4.2、5.1、5.2、6.1、6.2、7.1、

7.2、8.1号馆

面积23.6万平方米，近4000家海内外参展商

官网预登记网址：<http://vis.eastfair.com/ltsaAtucn/Index/Index>

中国国际服装服饰博览会2019（秋季）盛装将至

在奋进中兴盛，在变革中新生。中华人民共和国建国70周年之际，CHIC肩负使命，前行而来。

9月25日-27日，中国国际服装服饰博览会2019（秋季）如约而至，将迎来意大利、韩国、比利时、印度、波兰、加拿大、日本、俄罗斯、厄瓜多尔、中国大陆、中国香港在内的11个国家和地区的675家展商及718个品牌，以62,000平方米的规模携手时尚男装、最美女装、匠心皮羽、设计力量、环球风尚、ODM智造、流行配饰、箱包鞋履、链接未来九个专业品类展区和四个展中展——CHIC潮流品牌展、上海国际儿童时尚展览会、中国服装定制展览会以及韩国Preview in China，绽放国家会展中心（上海）的T1-T4馆、3馆及北馆。

1. 细分，直面消费变革

“时尚男装”展区携手时尚休闲、商务休闲、时尚运动等多个版块以及男士领带、围巾、腰带等配饰资源，致力为业界打造男士生活方式的一站式平台，助力参展企业拓展市场、提升品牌形象及整合行业资源。

“环球风尚”展区绽放多国时尚，其中意大利展团以匠心独运的制鞋工艺展示其在世界制鞋业中无可比拟的地位；韩国展团带来代表亚洲流行时尚的前沿设计；中国香港展团将以皮革皮草为主题，带来十个品牌的集中展示。

上海国际儿童时尚展览会根据消费者需求及市场现状，实现更多品类的汇聚、更潮流的

童装设计、更环保的品质呈现，推动时尚穿搭、潮流设计、科技面料的创新升级。

中国服装定制展览会集中定制相关的品牌企业、加工企业、配饰、解决方案、供应链上下游资源，为国内外的定制企业提供展示、交流与达成合作的平台。

2. 碰撞，文化承载创新

“最美女装”展区呈现多样风格、锦绣争鸣的时尚世界。

“设计力量”展区也将持续为海内外设计师品牌打造精准高效的商贸平台，将时尚创意转化为商业价值。

“流行配饰”展区在展现配饰潮流前沿的同时，也将成为配饰企业渠道拓展、品牌合作、商业推广的最优平台。

CHIC潮流品牌展汇聚丰富的全品类潮品、最前卫的潮流设计，满足个性时尚的买手店、设计师、C店的一站式组货需求。

3. 回归，品质致敬永恒

“匠心皮羽”展区再次汇集海内外高端皮革、皮草、羽绒企业及行业权威机构。

“ODM智造”齐集众多拥有精良制造工艺、领先智造技术、丰富创意设计、智能高效产业链资源的ODM企业。

“箱包鞋履”将展示时下最流行的包袋、鞋履产品，汇聚众多箱包鞋履品牌及企业。

“链接未来”纵览最前端的服装配套相关产业，为服装企业提供可用、实用、好用的产业链解决方案。

4. 商贸与活动，精彩集结

CHIC2019（秋季）精彩活动也将纷繁上映，现场为您呈现多场精彩主题演讲和论坛活动。9月，注定激情飞扬。

2019秋冬纱线展：重新定义“纱纤之奥妙” 零距离接触市场

2019.9.25-27，国家会展中心（上海）8.2馆，542家展商：国内410家，海外132家。

花式纱线--集功能性和时尚、优雅、华丽之美于一体；

毛麻丝纱线--灵粹自然，奢华、精致、时尚

棉纺纱线--更耐久、更环保、自然可降解

抗菌系列纤维--通过欧、美专业认证

化学纤维--可以上天入地，也不乏时尚绿色

自2018年下半年以来，受成本增加、中美贸易摩擦等因素影响，整个纺织产业链产销增速放级，形势严峻。不少纺企疑惑，市场低迷，订单减少，企业该何去何从？对纺织企业而言，找准定位，摸清市场发展方向至关重要。

纤维纱线产业作为纺织产业上游技术密集型产业段，是纺织终端产品功能性、时尚性、可持续性（绿色性）的源头。纺织上游产业释放出的新意与趋势，正在引导市场并对未来美好生活提供无限可能。

一年只有两次（春季、秋季）的纺织上下游产业链“展会联动”机会难得。届时，yarnexpo纱线展与intertextile面辅料展、CHIC服装服饰展和PH value针织展四展联办带来的一站式互动，更将成为纱线展平台的独特商贸优势。

来2019秋冬纱线展现场，打破常规，重新定义“纱纤之奥妙”，零距离接触下游纺织市场。

各路新品凸显创新力量

面对复杂多变的市场环境，企业经营无外乎两种方式：一种是以创新产品赢得市场先机；另一种是以满足客户需求巩固市场。纱线展正是这些企业推广新品，展示自我品牌的最佳平台。

辽宁采逸野蚕丝制品有限公司：第二次参加展会，上次参展效果良好。再次参展希望扩大市场占有率。

温州天成纺织有限公司：第7次参展，获得订单情况可以。本展会人气旺，访问客人较多，有利于公司的产品宣传和推广。公司是一家专业的纺纱工厂，定位“全球最优秀品牌再生棉纱研发、供应商”。

江阴宝丽毛纺有限公司：首次参展，看上展会综合性比较强，影响力越来越大。希望在展会上多认识客户和同行。

苍南惠高纺织品有限公司：第8次参展，现场观众众多，希望通过展会获得更多成单客户。

云集专业买家深度合作

纱线展的突出优势之一，就是拥有许多全国乃至世界各地的专业买家前来采购，其中不乏国际知名采购商。比如2019春夏纱线展到场的斐乐、Guess、拉夫劳伦、杰克琼斯和Vero Moda，以及Adastria、Itochu、李宁、Maracaibo、

s.Oliver，以及来自韩国的买家团。这得益于展会主办单位多年办展积累的庞大买家资源；招商力度的不断加强；商贸对接服务的不断升级；独有的“四展联办”带来的一站式商贸优势。

五环（集团）股份有限公司：第10次参加展会，历届参展收获都可以。希望本次参展可以稳固老客户、做好品种衔接、推广新产品，并能开拓新的市场，包括新品订单和新客户，同时，通过参展了解行业发展新趋势。

厦门漳龙进出口有限公司：从2007年起，每年2次参加纱线展。最初几年展会的订单情况较好，客户在展会上的成交订单多，近几年有所放量。本届展会仍以与老客户面谈为主。

13亿多人口的消费市场，存在着很多机遇和潜在客户。以合适的价格销售适合的产品是一个巨大的商机。过去几十年，美国和欧洲市场是关注重点，现在期待进军中国市场。Yarn Expo是我们寻找新客户的良好平台。

PH Value针织展：到现场，寻找秋冬暖心搭配公式

什么衣服可以一直从春穿到冬？针织衫。众所周知，针织衫因具有良好的保暖性、透气性、弹性而深得人们的喜爱，特别是其不仅可以与牛仔裤、连衣裙等搭配，更是在各个年龄段均有着较高的拥簇者。

近年来，针织设计在行业内愈发得到重视，各产业集群争相恐后地尝试各种设计大赛、成立设计中心等模式将针织设计推向更高阶层。其实，这些年来，不断更迭的针织衫不仅在外观上更加时尚靓丽，其在选材、工艺甚至是装备的使用上，都让我们的服装更显“品味与高级”。

PH Value 2019中国国际针织（秋冬）博览会针织衫展区，集合了濮院展团、清河展团、永泰、金龙、信诺、恒源等一些列国内毛针织优秀企业，特邀您前来看展：

上海信诺服饰有限公司：设计+研发+市场系列化呈现

是近年来多次参与PH Value的老展商，也是针织行业的后起之秀。在本届PH Value期间，信诺将带来新一季研发推出的纱线以及系列成衣款式，主要涵盖最新研发的弹力纱及其混纺纱线和成衣，最新研发的包覆纱及其混纺纱线和成衣以及最新研发的起毛纱及其混纺纱线和成衣。

中国针织电脑横机应用技术研发中心：趋势+原料+技术+工艺 加速研发落地

也是多次参加PH Value的老展商，目前中心配合国内外众多一二线品牌、贸易公司和独立设计师品牌进行合作开发，为其提供大量的趋势花型素材和相关的技术支持，使其能够快速、高效的完成开发与生产，并能顺利的进行销售，大大提高其开发效率。

在本届PH Value期间，中心将会发布20/21秋冬针织新流行趋势，带你解读潮流新风尚，带来800余款针织趋势花型素材实物、500余款服装款式，本届所有展品均是使用由金龙自主研发的带有填充功能的衬纬电脑横机和电脑刺花机生产而成，目前属于行业内的尖端水准。

PH Value 2019 中国国际针织秋冬博览会即将暖心启航。国家会展中心（上海）3号馆内，近300家展商重点展示羊毛、羊绒、内衣、家居服、袜子、泳装等针织服装服饰，聚焦设计、态度、趋势三大发力点，将创意、技术和功能性完美融入针织，给你有态度又有范儿的look。濮院、大朗、清河、张槎、古里、大唐、青山湖、盐步、税郭、绍兴展团也集结而来，为行业发声，为平台聚力。

2019中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会落幕

8月28-31日，2019中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会于国家会展中心（上海）成功举办。数十家主流家居、设计媒体主编及代表构成的媒体团来到展会现场，在媒体眼中，2019秋冬家纺展又有哪些亮点呢？

整体搭配一站式消费成为主流

在魅力品牌馆内，95%的参展商都做了整体配套场景展示，为观众献上一场视觉盛宴。

4.1号馆历来是纺织潮流的设计风向标，各大参展商都带来了最新的产品和技术，丰富、精致的展示手段，也给人带来目不暇接之感。

美国室内设计中文网提到在徜徉展会期间，设计灵感不时蹦发，尤其整体搭配成为今年展会和重要亮点。展会现场，面料的整体定制和亚麻是今年的大趋势，越来越多的品牌都在发力。

太平洋家居认为，随着大众审美的不断提升，消费者对软装搭配方面越来越重视。无论是家装改造栏目，还是日渐兴起的搭配KOL，都展现出软装整体搭配的市场前景广阔。

在8.1号馆举办的“2019中国国际纤维艺术展”吸引了腾讯家居的关注，这场纤维艺术大秀通过编织、环结、缝缀、粘贴等多种制作方法，呈现出了纤维材料温暖、柔和的特质，也体现了纤维艺术和家纺艺术两者的紧密联系。

在福布斯中国看来，中国软装走向世界，西方设计思潮与东方设计思潮的碰撞，给设计更多想像。流行趋势每年都在变化，设计界自然也不例外。而软装设计又是其中最为活跃的因子。从流行元素到居家配饰，一个小小细节的改动变会为整体空间带来完全不同的视觉体验。

前沿技术-功能性家纺备受关注

每年家纺产品的技术创新，防水、防霉、遮阳、减噪、阻燃等功能性的呈现，同样成为主流媒体热议的重点。

Trends Plus提到新的品牌和技术，为展会增添了一抹亮色。TEMPRAKON作为被美国宇航局NASA权威认证的羽绒品牌，产品独特，可调节睡眠时的体温，同时获得国际权威认证的清洁技术，可以机洗去除细菌和尘螨。

以做皮质沙发家具起家的HALO品牌，用植物染料的亚麻布的沙发套来替代皮质，并已研发了16种植物染色，为整个行业向更为环保的生产制作方向发展带来一些启发和助力。

无独有偶，时尚家居也强调了亚麻、超仿真的皮草等环保面料成为今年的流行。

跨界合作--新动能助推产业发展

家纺展不仅仅局限于纺织面料的展出，其中软装、家具、设计等更多跨界的融合被今日头条所关注。今年参展企业很多积极与海内外设计师进行跨界合作，推出了许多设计师合作款、联名款系列产品。

建E室内设计网指出，今年展会增加了商用/工装定制360°展示区。高矮不同的墙面交纵排列，不同布料、色彩、肌理在不同角度产生不同的组合。整体设计如同一个色彩丰富的迷宫，让人忍不住一探究竟。

家纺展连续多年牵手安德马丁国际室内设计论坛等室内设计大IP活动，也成为网易家居关注的亮点。在网易家居看来，设计师如何把脉软装搭配，如何将流行趋势运用中家居环境中，已经成为家纺行业新的增长点。

是材质，亦是品质；是色彩，亦是潮流；是慵懒，亦是进取；是艺术，亦是生活……

精彩，还远不止如此！

中美贸易形势迷离中 “纽约展” 现场传递出什么信息

过去一年半以来，中美贸易摩擦跌宕起伏。刚刚从第二十届“中国纺织品服装贸易展览会（纽约）”归来的纺织出口企业表示，此次纽约之行，企业真正了解了当下美国市场的需求和美国采购商的想法，对下半年的贸易前景也有了更清晰的认识和预判。

“中国制造” 仍难取代

虽然自中美贸易摩擦以来，中国纺织品在美国市场的占有率的确有所下滑，但仍不能否认中国纺织品在美国市场占有重要地位，无论是美国相关协会还是当地采购企业都透露出“中国制造”仍难以替代的讯息。

来自绍兴的一家企业负责人表示，美国客户在精简来自中国的供应商，同时缩减每个供应商的业务量。来自金华的一位家纺企业负责人也表示，从今年5月开始美国市场订单量有所减少。小客户持观望态度，大客户在量上有所减少且价格也大幅度压缩。来自嘉兴某企业负责人表示，客户要求转移至柬埔寨和越南生产。而我们的产品相对高端，单批产量较小，并不适合在柬埔寨、越南大批量生产。

美国家纺协会法律顾问Robert Leo在家纺主题论坛中提到，美国有85%的羽绒产品来自中国，只有5%来自美国，除非继续从中国进口，否则美国本土产能或其他国家都无法满足美国对羽绒产品的需求。

原Lacoste、Under Armor运营高管表示，中美贸易关系不会脱钩，无论发生什么，两国纺织业界彼此合作意愿强烈，纺织贸易也将继续进行，不会停止。

尽管占有率有所下降，但美国市场、采购商仍然肯定中国企业是最好的供应商。Vice常务副总裁在发言中表示，对Vice来说离开中国在其他国家进行采购困难很多，特别是考虑到供应链和生产技术因素。中国制造品质优，性价比很高。他从成本、基础设置、产业配套、

政策法规、商业规则、信用问题等方面对东南亚几个国家做了比较，认为中国仍是最佳选择。

转移订单并不容易，除了买家看重的生产技术、设计研发、质量价格外，中国完备的产业链，基础设施，物流交通，政策环境等都为“中国制造”加足了分。

美国时尚产业协会会长 Julia Hughes在展会期间也表示，尽管一些美国企业已经或正准备在越南、孟加拉、印尼、印度等国家寻找新的供货渠道，但从整体数据上来看，由于这些国家供应能力有限，大量买家涌入带来的供不应求也会间接导致采购成本的增加。目前，中国仍是美国市场的主要供应国。

苦练内功--出口企业的机会

现场，不少美国本土采购商还表示，贸易摩擦虽然增加了买卖双方的支出成本、时间成本和沟通成本，但他们也看到中国企业在这其中快速调整应变对策，加速产业结构和产品的转型升级，提高了研发水平和生产效率，同时通过技术服务升级加强了自身在国际竞争中的优势。

风云变幻，平台始终值得信赖

由于中美经贸关系走向无法预知，因此在风云变化莫测的当下今年纽约展的如期举办更显得意义非凡。

今年恰逢纽约展办展二十周年。二十年来，纽约展始终坚守依托产业、服务行业的使命，立足中美产业界贸易对接与交流，不断聚焦全产业链、汇聚上下游资源，真正成长为展商与专业观众信赖和依靠的平台。努力汇聚平台资源、协同各方力量，帮助展商与更多业界同行进行交流，共寻解决办法。

顾 问：杜钰洲 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 梁鹏程 林云峰
常 清 张 涛
主 编：常 清
执 行 主 编：林学森 蒲 靖
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