

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸易促进

2

2017

总第263期



中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 主办
中国国际贸易商会纺织行业商会

月刊
2017年2月20日

特别报道

和衷共济 砥砺前行

——中国纺织工业联合会正式迁移

行业动态

- ★ 责任、担当、自放光芒
——中国纺织工业联合会会长办公会议在京召开
- ★ 2016年我国纺织行业运行概况
- ★ 巩固实体经济 引领纺织改革
——2017年纺织行业迎来新机遇与新挑战
- ★ 家纺行业：转型升级迎来发展春天

走出去

- ★ 一起探寻北非纺织产业新机遇
- ★ 深入澳新纺织原料高地 探寻合作新契机
——赴澳大利亚和新西兰原料调研组启动

国际市场

- ★ 2016年中国对欧盟纺织品服装出口简析
- ★ 2016年中国对美纺织品服装出口简析

政策法规

- ★ 国际生态纺织品新标准4月生效
- ★ 越南出台纺织品有害化学成分含量标准
- ★ 《中西部地区外商投资优势产业目录
(2017年修订)》发布

展会专题

- ★ 闻鸡起舞 中纺联2017春季纺织五联展即将沪上启幕
- ★ 2017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开幕
- ★ 2017第十一届孟加拉达卡国际面料和纱线展览会
(冬季展)开幕
- ★ 2017春季纽约展圆满落幕



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目 录

行业动态	04	责任、担当、自放光芒 ——中国纺织工业联合会会长办公会议在京召开
	05	2016年我国纺织行业运行概况
	06	巩固实体经济 引领纺织改革 ——2017年纺织行业迎来新机遇与新挑战
	11	家纺行业：转型升级迎来发展春天
<hr/>		
走出去	12	一起探寻北非纺织产业新机遇
	13	深入澳新纺织原料高地 探寻合作新契机 ——赴澳大利亚和新西兰原料调研组团启动
<hr/>		
国际市场	13	2016年中国对欧盟纺织品服装出口简析
	15	2016年中国对美纺织品服装出口简析
<hr/>		
政策法规	16	国际生态纺织品新标准4月生效
	16	越南出台纺织品有害化学成分含量标准
	17	《中西部地区外商投资优势产业目录（2017年修订）》发布
<hr/>		
展会专题	17	闻鸡起舞 中纺联2017春季纺织五联展即将沪上启幕
	20	2017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开幕
	22	2017第十一届孟加拉达卡国际面料和纱线展览会 （冬季展）开幕
	23	2017春季纽约展圆满落幕

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) 85229397

E-mail: sunling@ccpittex.com

网 址：www.ccpittex.com

和衷共济 砥砺前行 ——中国纺织工业联合会正式迁移

2017年2月16日，这是中国纺织工业历史上值得铭记的一天。

按照中央有关部门的要求和部署，中国纺织工业联合会正式搬离北京东长安街12号，迁往北京东三环中路16号京粮大厦等临时办公地址。

这日的长安街依旧车水马龙，上午十时，中纺联的新老领导以及工作人员聚集在12号办公大楼门前，举行简短的搬迁仪式，大家依依不舍地向这座饱含纺织人情结的大楼告别，纷纷合影留念，不少人留下了热泪。

北京市东长安街12号，是新中国成立以后中国现代工业的重要策源地之一，一直是中国纺织工业发展的中枢机构所在地，在中国纺织工业乃至世界纺织工业发展史上具有浓重的符号意义和精神象征。

中华人民共和国纺织工业部、中国纺织总会、国家纺织工业局、中国纺织工业协会、中国纺织工业联合会，名字的变化也见证了纺织工业从计划经济到改革开放与转型发展的历史变迁。

这座办公楼凝聚着几代中国纺织人自强不息、奋发图强、实业强国的时代精神，承载着无数中国人屹立东方、引领全球、塑造时尚的文化自信，这种时代精神与文化自信是中国全面建成小康社会的重要驱动力，是中国建成富强民主文明和谐的社会主义现代化国家的重要内涵。

办公地点的迁移让在这里工作的所有纺织人难免有些伤感，但同时也有着无数难忘和感动的回忆，更有着一份坚守和坚强，东长安街12号精神将继续传承并突破。不到半个月的时间里，中纺联各单位上下一条心，团结协作，克服重重困难，按时有序地完成了搬迁工作。

在搬迁仪式上，中纺联会长孙瑞哲指出，中国纺织工业联合会是新时期中国纺织工业有序发展和与时俱进的综合协调与服务机构，在纺织工业从大到强的过程中承担着服务政府、服务行业和企业的重要历史使命。从政府工业管理部门转变为行业组织，中国纺织工业联合会已成为中国纺织服装行业产业利益的代言平台、转型发展的创新服务平台、政府决策的专业支撑平台。

孙会长表示，借搬迁之机，中纺联的服务理念和定位要有新的规划，机构建设要向创新型社会组织转变，实现新组合、推动新发展、实现共同利益、达到共同目标。我们有信心将中纺联塑造成为融聚行业情怀与职业精神的理想家园，成为时尚经济与责任未来的驱动平台。

展望未来，中国纺织工业联合会将以本次搬迁作为新的起点，不忘实业报国初心，不变强国富民信仰，为建设纺织强国和振兴中华做出更大贡献。

中纺联及成员单位13处办公地址

地址1：北京市朝阳区东三环中路16号京粮大厦4、8、9层

中国纺织工业联合会办公室、人事部（党委办公室）、财务部、外事办(台港澳事务办公室)、产业部、科技发展部、行业发展部，中国毛纺织行业协会、中国麻纺织行业协会、中国印染行业协会、中国针织工业协会、中国长丝织造协会、中国产业用纺织品协会、中国纺织工业企业管理协会、中国流行色协会、中国纺织服装教育学会、中国纺织思想政治工作研究会、纺织之光科技教育基金会、中国经济研究中心(中纺联产业经济研究院)、中国纺织国际交流中心、纺织工业科学技术发展中心、纺织企业技术进步咨询服务中心、纺织人才交流培训中心、纺织行业职业技能鉴定指导中心，中纺联品牌战略推进委员会、中纺联产业集群工作委员会、中纺联产业转移工作办公室、中纺联环境保护与资源节约促进委员会、中纺联新闻中心、中纺联传媒中心、中国纺织杂志社、中纺资产管理有限公司

地址2：北京市朝阳区霞光里15号霄云中心A座6层

中国纺织建设规划院、中国纺织规划研究会、中国纺织信息中心、纺织产品开发中心、中国纺织工业联合会社会责任办公室

地址3：北京市朝阳区东三环中路55号富力双子座B座12层

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织工业联合会市场部、中国纺织工业联合会国际贸易办公室、纺织国际贸易促进中心

地址4：北京市朝阳区东四环中路39号华业国际中心A、B座

中国服装协会、中国纺织工业联合会流通分会、中国纺织摄影协会、中纺网络信息技术有限公司、纺织服装周刊杂志社

地址5：北京市朝阳区东三环建国路99号中服大厦19层1903室

中国棉纺织行业协会

地址6：北京市朝阳区朝外大街18号丰联广场A座20层2007室

中国家用纺织品行业协会

地址7：北京市海淀区增光路21号中国纺织工业设计院内

中国纺织勘察设计协会

地址8：北京市朝阳区曙光西里甲1号东城大厦A座601室

中国纺织机械协会

地址9：北京市朝阳区建国路93号院万达广场8号楼802室

中国化学纤维工业协会、纺织化纤产品开发中心

地址10：北京市朝阳区酒仙桥路2号751北京时尚设计广场A座

中国服装设计师协会

地址11：北京市西城区西四北八条56号中国丝绸协会

地址12：北京市朝阳区延静里中街3号

中国纺织工程学会、中国纺织工业联合会检测中心

地址13：北京市朝阳区百子湾东里A407号

中国纺织出版社

领导寄语

中国纺织工业联合会
党委书记
高勇

从最早的中华人民共和国纺织工业部到现在中国纺织工业联合会，纺织业的管理体制始终在一步步地脱离行政化，转向市场化。随着改革的推进，未来联合会将进一步与政府脱钩，在这样的背景下，联合会又遇到搬迁任务，这是纺织行业发展历史上的新机遇，这也是政府对协会改革的一次推动。搬离原来有政府痕迹的办公楼，这是联合会彻底去政府化的标志，对联合会未来更好地与行业、企业融合起到了推动作用。

中国纺织工业联合会
会长
孙瑞哲

东长安街12号有着光荣的传统，这些要传承。同时，我们今后也要有所突破，中纺联的服务理念和定位要有新的规划，机构建设要向创新型社会组织转变，实现新组合、推动新发展、实现共同利益、达到共同目标。不忘初心，不忘责任，永远在一起，哪里都是家！

中国纺织工业联合会
原会长
王天凯

在此次搬迁过程中，中纺联联合舰队彰显了团结、高效、协作的团队战斗力，各部门各

单位携手克服困难，保证各项工作得到有序完成。今后，中纺联联合舰队将更加贴近行业，为企业做好服务，为政府当好参谋，为员工创造价值！我相信在新一届领导班子的带领下，中纺联的前景会越来越美好。

中国纺织工业联合会
原会长
杜钰洲

东长安街12号这栋大楼承载着新中国纺织工业开始的记忆，承载着纺织工业对于国民经济的贡献，承载着老一辈纺织人拼搏荣耀的光环。对于这里，我们不舍，我们怀念。中国纺织工业联合会今日的搬迁，是一次契机，让我们更彻底地依循市场机制树立行业影响力、引导力。

中纺联历史沿革

1949年 中华人民共和国纺织工业部成立

1952年 正式入驻北京东长安街12号

1993年 撤部改建中国纺织总会

1998年 撤会 改建国家纺织工业局

同时成立中国纺织工业协会

2001年 撤局 改建中国纺织工业协会

2011年 更名中国纺织工业联合会

责任、担当、自放光芒——

中国纺织工业联合会会长办公会议在京召开

2月10日，中国纺织工业联合会会长办公会议在京召开。中国纺织工业联合会原会长杜钰洲、王天凯，党委书记兼秘书长高勇，党委副

书记、会长孙瑞哲，副会长杨纪朝、夏令敏，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨以及相关协会

直属人员参加了会议。会议由党委副书记陈伟康主持。

中纺联副会长徐迎新通报了2017春季联展的筹备情况。2017年春季联展将于3月15日至17日在上海召开，届时中纺联领导将进行现场巡展。

中纺联副秘书长彭燕丽通报成立中国纺织工业联合会（CNTAC）标准化技术委员会。根据国家标准和国家指南，中国纺织工业联合会标准化技术委员会成为标准化常设机构，主要职责为研究提出纺织领域的标准发展规划，标准体系及标准制修订计划项目的建议，负责中纺联团体标准的起草、技术审查和复审等标准制修订工作，开展中纺联团体标准起草人员培训、标准贯彻及实施，以及与国内外相关团体交流活动。

中纺联副秘书长李进才介绍了行业发展部园区工作重点和园区联盟的筹建。他提到中纺联规划部改为行业发展部后的主要工作是做好服务，希望在以后的工作中有所突破。在以后的创新工作做好实体调研，进一步深入了解园区需求。引领园区落实发展理念，对不同园区，不同类型，不同发展阶段的园区做好引

领。

纺织贸促会林云峰副会长汇报了将要在3月16日中纺联理事会上举办的“中国纺织国际产能合作企业联盟”揭牌仪式筹备情况。在各相关单位的帮助下，目前已经拥有87家企业和组织作为创始成员单位。联盟的性质为非法人组织，不申请社团法人证书，不收取任何入盟费用，只是构建行业“一带一路”国际合作的服务平台和打造行业全球利益共同体。

中纺联党委副书记陈伟康在会上通报中纺联拟召开理事会、两会代表座谈会和协会搬家迁址等情况。他提到，中纺联理事会将在上海召开，人数规模也有所扩大。两会期间也将举行中纺联座谈会，聆听两会代表的声音。协会迁址后，各部门工作也已经正常展开。

孙瑞哲在会议最后为大家朗诵了一首他创作的《一封新年家书》。值“中纺联”大家庭“迁移之时，深切表达了一代中纺人的情怀，更代表了中国纺织工业联合会领导班子对大家新年的希冀和鼓励。在发言最后，孙会长提到我们的目标就是“在一起”，只要在一起哪里都是家。我们应该扭转思想，致力于“为人民服务，为祖国强大贡献力量”！

2016年我国纺织行业运行概况

2016年我国纺织行业保持了缓中趋稳、稳中有进的发展势头，继续呈现L型发展态势。行业盈利能力稳定，依然是支撑整个国民经济的重要力量。

根据国家统计局数据，2016年，在全球经济低迷、市场需求偏弱的复杂形势下，我国纺织行业深入推进转型升级，积极落实供给侧结构改革，纺织行业全年实现平稳增长，行业盈利能力稳定，运行质量持续改善，但企业成本负担依然较重，行业面临较大发展压力。

规模效益平稳趋缓。据国家统计局数据，2016年纺织行业规模以上企业工业增加值同比

增长4.9%，低于上年同期增速1.4个百分点；实现主营业务收入73302.3亿元，同比增长4.1%，增速较上年同期放缓0.9个百分点；实现利润总额4003.6亿元，同比增长4.5%，增速较上年同期放缓0.9个百分点；固定资产投资完成额12838.7亿元，同比增长7.8%，增速较上年同期降低7.2个百分点。

市场压力较为突出。2016年，全国限额以上服装鞋帽针纺织品零售额同比仅增长7%，较上年同期放缓2.8个百分点；全国网上穿着类商品零售额同比增长18.1%，较上年同期下降3.3个百分点。全年累计出口纺织品服装2701.2亿美元，同比下降7.2%，较上年同期降幅加深2.4

个百分点。

行业质效稳中趋好。2016年，规模以上纺织企业销售利润率为5.5%，总资产周转率1.6次/年，均与上年同期持平；产成品周转率为21.98次/年，较上年同期加快1.2%；三费比例为6.1%，较上年同期下降0.1个百分点。

转型升级取得进展。2016年，产业用纺织品行业工业增加值、利润总额同比分别增长9.1%和8.3%，销售利润率为6.2%，均显著高于行业平均水平，继续发挥产业链新增长点作用。服装、家纺行业品质提升与品牌建设工作取得成效，全年销售利润率分别达5.8%和6.2%，好于全行业水平。

2017年，世界经济加快复苏，国际市场需求回暖趋势将支撑我国纺织品服装出口，国内宏观经济稳定增长也为内需市场提供积极支撑，行业原料供给也将在农业供给侧改革推进下预期稳定，为行业平稳运行奠定基础。随着行业不断落实“三品战略”，在纺织服装产品研发、零售模式等方面满足消费升级需求，把握消费升级机遇，提高供给质量和效率，有望实现行业运行稳中向好、稳中提质。

据海关数据统计，按人民币计，2016年我国纺织品服装累计出口17310.7亿元，同比下降1.7%，其中纺织品出口6921.2亿元，同比

增长1.9%，服装出口10389.5亿元，同比下降3.9%。

按美元计（含94章），2016年中国纺织品服装出口金额为2672.45亿美元，同比下降5.87%。其中纺织品出口1062.2亿美元，同比下降3.03%，服装出口1610.25亿美元，同比下降7.65%。

出口下降原因分析：

- 1.主要出口市场经济复苏缓慢，外需疲软，外贸下行压力增大；
- 2.外部环境不稳，影响出口的不确定因素增多；
- 3.企业生产成本增加，传统优势进一步弱化；
- 4.部分产业及产品转移导致我产品在主要市场份额逐步缩小；
- 5.出口商品价格出现较大幅度下跌。

造成这种局面的原因是多方面的。但主要原因在于世界经济复苏缓慢，国际市场需求低迷。事实上，美国、日本等传统消费市场进口纺织品服装规模都不同程度缩减。

巩固实体经济 引领纺织改革---

2017年纺织行业迎来新机遇与新挑战

2016年，中国纺织业在稳中趋缓的经济总形势下，走出了沉淀与谋变的新篇章。以整合产业链应对成本问题，以创新应对同质化，以科技应对国际竞争……中国纺织业的新格局在2016年里孕育，并将在2017年迎来新机遇与新挑战。

展望2017，在“十三五”规划、“纺织强国”建

设纲要等宏观指导下，中国纺织业将打响“走出去”、“三品”战略、智能制造、传承传统、创新发展等一系列“战役”。中国纺织业对于未来的谋篇布局将在这一系列的变化中展现，相信2017年从企业内部、消费市场到整个行业都将展现蓬勃活力。

巩固实体经济，引领纺织改革

2016年中央经济工作会议对2017年的总体要求和布局是“稳中求进、决战改革、守住底线”，以创新推动经济的动力和活力，使中国经济真正从“汗水型”走向“智能型”。

中纺联会长孙瑞哲指出：2017年，我们要强调深化改革、脱虚向实，这是对“去杠杆、降成本”原则的再度强化。近几年，大力振兴实体经济作为一个全新的、之前从未有过的提法，比以往更加利于纺织工业实现升级。

振兴实体经济，纺织业义不容辞，我们不能等待未来，必须选择去创造未来。

展望2017年，在全国范围大力振兴实体经济的相关政策支撑下，中国纺织工业需要注意以下几点：以创新驱动为总纲提升创新能力，推进纺织技术装备、自主创新、产品开发水平和能力的全面提升。

以智能制造为重点提升制造能力，加大纺织数字化、智能化装备开发，推进智能化生产线建设，培育发展大规模个性化定制，以形成纺织经济发展新动力。

以绿色发展为主题提升责任能力，促进纺织行业绿色制造体系的形成。

以“三品”战略为核心提升供给能力，大力实施“三品”战略有助于引导企业形成自身优势。

以知识产权为依托提升创意能力，提升纺织服装产业的文化底蕴和文化自信，增强设计能力、促进时尚发展。

以产融结合为抓手提升发展能力，产融结合政策的实施，有助于行业优化配置资源、快速实现规模扩展、规避市场风险，实现更好发展。

打造中国纺织“新三板”

围绕着“十三五”期间“纺织强国”建设总目

标，未来中国纺织行业需要协调产业与社会、产业与环境、产业与消费三个关系；经历传统产业向科技产业、时尚产业、绿色产业的三个转变；最终构筑制造产业板块、时尚产业板块、科技产业板块三个板块，这就是中国纺织工业的“新三板”产业架构。

针对制造产业板块建设，纺织业需要以成本控制为先，质量提升为要。制造是纺织行业未来可持续发展的立业之本，是夯实支柱地位、促进社会和谐而必须经历的“体育”课。

纺织行业需要提升质量，优化成本，完善产业链条和生产体系，提高产品质量保障能力和制造效率，逐步实现绿色制造、智能制造；同时，还要加强产品形态、产品功能、生产流程及消费体验等各环节的创意设计，开发个性化产品，形成有效供给与消费升级的良性互动局面。

针对时尚产业板块建设，需要提升文化自信，引领消费趋势。时尚是纺织行业未来发展的个性标注，是引领消费趋势、提升文化自信力而必须完成的“美育”课。

行业要发挥文化创意、时尚要素的引领性作用，促进纺织业由单一制造型经济向制造型经济、服务型经济等多元共生形态转型；以服装、家纺等终端产品为重点，以“大师、大牌、大事”为抓手，融合传统文化和现代时尚，加快推进时尚经济建设。

针对科技产业板块建设，需要提升创新能力，满足社会需求。科技是引领纺织行业未来发展的第一动力，是行业转型升级、打造战略制高点而必须经历的“智育”课。

行业需把握全球科技发展趋势，以提高自主创新能力为核心，提升纺织科技整体实力和国际竞争新优势；并与经济发展紧密结合，以高性能纤维、产业用纺织品、高端装备、智能制造为抓手，满足社会新需求。

权威展望行业八大热点：

1. 构建团结向上的纺织行业总面貌

回顾2016年，我国纺织工业在面对国内外市场变化及国际激烈竞争中，表现出较强的韧性和耐力，行业总体发展平稳，但面对新形势，在影响行业发展的多重因素的共同作用下，纺织行业增长动能转换及转型升级仍然存在不畅。2017年，企业谋求进一步发展的路径除提质增效、创新发展外，新形势下的纺织行业职工队伍思想建设，也是不容忽视的要点之一。

中国纺织工业联合会副会长杨纪朝指出：“新时期下，纺织职工队伍、思想、组织结构等都发生了很大变化，纺织企业必须与时俱进，加大统筹管理和行业引导，特别是思想建设、技能培训和职业规划，这样才能增加员工的归属感和凝聚力。”

国内实力雄厚的纺织企业其人文建设往往同样出类拔萃。

以鲁泰纺织股份有限公司为例，其“以人为本，推动文明发展之路”的管理方法已经为企业争相效仿的典型。鲁泰将企业规章制度、企业发展理念印刷成册，人手一份，做到了工作一年以上的员工人人可以倒背如流，以此将发展思路贯穿到每一位员工之中。

与此同时，“相较于基层企业的思想建设、管理改革，2017年，我们也迎来了中国纺织工业联合会新一届的领导班子，今年也正是中纺联体现新思路、实践新做法、展现新风貌、开创新局面的一年。”杨纪朝表示。

2. 新形势下的专业市场需要新思路支持

常熟服装城内的慧慧工厂店是一家集面料、设计、生产、销售于一体的商户，但区别于传统批发档口，该商户将其在原创方面的设计能力作为了核心竞争力。诸如此类的新形势在专业市场内不胜枚举，商户们正在自发调整与变化，不断学习和充实着自身的专业能力。

“2017年，我们对于产业集群、专业园区的

研究也需要不断加强。商户的转型升级也在激励我们不断学习，更好地服务于企业、市场、集群。”中国纺织工业联合会副会长、流通分会会长夏令敏指出。2016年，行业工作稳步推进，不论是专业市场、流通领域，还是信息统计部的各项工作，都得到了落实。2017年，行业处在转型发展的关键时期，仍需关注重点环节、推进行业服务与建设工作的稳步实施。

“对于新一年的工作，我们先要找到自身不足之处，完善我们对于企业、专业市场等领域的工作。在推进行业信息化发展的过程中，以及在与专业市场的对接中，我明显地感觉到，我们的专业服务水平仍有待提升。”夏令敏说，“比如，当我们发现专业市场的问题时，该如何用更为专业和具有引导意义的方式来帮助其发展？这将是未来一段时间，我们工作能力升级的重要课题。”

对于联合会而言，各部门间的服务内容交叉较多，正因如此，每一个部门与专业协会的服务更要做到专业。比如，中国纺织建设规划院就提出要做企业发展“智库”的口号，要为企业提供好点子、好策划、好服务，这值得其他各个部门学习。

3. 国际布局势头不减，优质平台将助力企业拓展

2016年，纺织行业“走出去”和国际产能布局总体上呈现稳中求进态势，且不乏亮点。从生产力布局看，我国纺织行业在以越南为首的东南亚地区产能布局节奏保持平稳，以埃塞俄比亚为代表的非洲地区也吸引了众多企业目光。其中，阳光集团已确定在埃塞大手笔投资建设纺织服装生产基地，此后，江苏联发、华芳集团也纷纷跟进。

同时，苏州天源服装在美国阿肯色州也投资了智能生产线项目，如意集团完成了对SMCP集团的控股收购，展现了我国纺织企业以全球资源对接全球市场的能力在不断提升。

“走出去”总体形势稳定向好。展望2017年，中国纺织工业联合会副会长、中国贸促会

纺织行业分会常务副会长徐迎新预测，中国纺织业“走出去”仍将保持强劲势头。他分析，积极因素主要体现在三个方面，一是中央经济工作会议再次明确实施“一带一路”战略的决心没有变；二是我国纺织产业进行跨国布局的内生动力和内在需求没有变；三是行业积极通过国际产能合作进行全球生产力布局和优势资源配置，并与国内产业转移升级产生良性互动的路径没有变。

与此同时，徐迎新提醒，有些风险需要企业特别警惕。一是2017年海外项目的融资可能会产生一定困难；二是2017年国际政治风险集聚，不确定性不断上升。

2016年行业出口形势严峻。形势越严峻，就越需要优质展会平台，更好发挥经贸促进作用。2017年，中纺联展会将延续春秋“联展”模式，坚持专业化、国际化、品牌化和精品化特质。按照计划，2017年中纺联将举办12个精品展、12个境外展，参加9个海外专业展，尽最大努力为全行业企业提供更有效服务。

行业办展为行业，中纺联旗下展会将坚守服务于中国纺织产业转型升级的使命，在贸易开拓、组织优质展商、创新技术和时尚设计等层面下大力气，为增加国内外市场机遇、提升全产业链协同效应、提高供应链快速反应能力和助力“三品”战略发挥更加有效的平台服务作用。

4. 文化创造力，制造业通往时尚产业的密钥

从行业属性来看，纺织服装制造业从来都是时尚产业的重要支撑，但实际上，制造业并不等同于时尚产业，这其中重要差别，或者说制造业重要的转变方向是什么？

在回答这样一个问题前，不妨参考行业中转型升级的典型范例--以加工制造为根基的汉帛集团向时尚化转型。“西方的流行趋势只是参考，每一个中国人都要有自己的中国心。”在汉帛集团总裁高敏看来，现今服装企业发展中最应重视的问题是文化传承。

“文化、文化创意、文化引领力，这三方面决定着中国纺织服装业究竟是制造业还是时尚产业，决定着传统产业的转型进度。”在近日的行业活动上，中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会常务副会长陈大鹏指出，“实际上，提升文化创造力这一课题不只存在于服装、家纺等终端产业，而应贯穿至整个纺织服装产业链之中，应成为整个行业在经济发展新阶段的先导。”

在上游环节，也同样不乏转型升级典范。如今，研发时尚新型面料在盛泽已成潮流。时尚面料企业越来越多，诞生了桑罗、上久楷、罗曼罗兰、如意屋等数十个丝绸服装和家纺品牌。

在“十三五”时期建设纺织强国的征程中，中国纺织服装业正在奋力从传统产业向科技驱动的创意产业、文化引领的时尚产业、责任发展的绿色产业去转变。这其中的关键点--文化创造力，值得全行业瞩目。

5. 七个领域全面推动智能制造

尽管全球经济在放缓，但科技创新步伐从未停止，伴随着化工、机械、电子、现代材料、生命科学等相关产业的发展，新型纤维材料、高新技术纺织品、高端装备等领域的先进技术不断涌现，大大丰富了全球纺织产业的发展资源。

经过几十年的快速发展，我国制造业规模跃居世界第一位，建立起了门类齐全、独立完整的制造业体系，但与先进国家相比，大而不强的问题突出。由于我国制造业尚处于机械化、电气化、自动化、数字化并存，不同地区、不同行业、不同企业发展不平衡的阶段，发展智能制造面临关键共性技术和核心装备受制于人。

对于纺织行业的智能制造，中国纺织工业联合会副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申表示智能制造车间、数字化智能装备、智能材料等是重点，并着重提到了华兴、康平纳等企业的项目研究呈现出了一些亮点。

李陵申介绍，中国纺织工业联合会制定的“十三五”科技发展纲要提出要在纺纱、长丝、印染、针织、非织造、服装和家纺七个领域全面推动智能制造的进展。他表示，我国纺织行业智能制造需要在离散型智能制造、流程性智能制造、网络协同制造、大规模个性化定制、远程运维服务等路径实现。

6.高精尖必然“有所为”

当今的中国纺织业，已不仅仅是虚拟经济与实体经济、线上与线下的份额之争，也不单单是传统加工制造与现代智能制造的工具之争。透过表象看本质，恰恰是科学发展与路径依赖之争，是有序发展与无序竞争之争，是赢在未来还是活在当下的格局之争。

那么如何实现有序发展？如何利用高科技赢取未来？

中国纺织工业联合会副会长、中国化学纤维工业协会会长端小平认为，要实现有序发展，需要将工作的着力点放到供给侧改革上来。引导企业加强开发新产品，最终把行业和企业的工作重心从简单的追求价值增长转移到追求品种、品质和品牌上来。

对中国经济的发展速度，不少经济学家提出了有所为有所不为的观点，而对于高科技、高性能、高附加值等高精尖产品来说，端小平提出要“有所为”。一是要大力宣传“三高”产品的战略意义和发展前景；二是要争取产业政策的支持；三是要推动产业链的合作、跨领域的合作、产学研的合作、同行业的合作；四是推动产融创新合作；五是推动基础理论研究的突破；六是实时启动反倾销调查，保护国家新型产业；七是为优秀的高精尖企业争取荣誉。

7.“三品”战略的行业实践

2016年，“三品”战略的出台，为纺织业“十三五”期间的实践指明了方向，也为纺织业由大变强增添动力。纵观行业近年来的发展，品种方面，新型纤维不断涌现，仿棉、仿毛、仿丝纤维大量进入市场。品质方面，在纺织国际

标准组织中，中国具有很高的话语权，纺织业已经基本完成国际对标工作。品牌方面，纺织业还有很大差距，为此，完善和实施品牌建设将成为行业2017年的重点课题。

对此，中国纺织工业联合会副会长、中国家用纺织品行业协会会长杨兆华指出：“目前，市场中涌现了一批终端品牌，形成了良性发展状态。我们需要不断观察并总结这些优秀品牌，的发展经验，并给予行业品牌具有指导和建设意义的指引；还要去发现、推荐、做强一批品牌，实现品牌建设工作的可持续发展。”

在推进品牌建设中，创意和文化两方面内容对于提升品牌软实力发挥着重要作用。近些年，面料、服装、家纺等设计大赛的水平与影响力在逐步提升。这些大赛的举办有效地凝聚了行业的优秀人才。从纱线、面料、服装、家纺等多个行业领域进行了深入的趋势研究，每次展会中的趋势研究展区都吸引了很多设计者的关注。

杨兆华表示，在推进行业品牌发展的过程中，应引导品牌输出文化创意，形成独特深厚的文化内涵，并以礼仪服饰为文化载体，培育弘扬民族传统、承接中国元素、代表国家形象的代表性品牌。通过这些方面的内涵呈现对品牌文化进行深刻地开拓与尝试。尤其值得注意的是，优化品牌生态环境。其中，知识产权保护是不可回避的问题，仍需加大力度进行品牌保护。

8.传承过去与开拓未来

中国纺织行业只有在全面了解过去的基础上，才能更好引导未来。回顾2016年，纺织行业在平稳运行中蕴含契机，只有通过全面的经济运行分析，才能发掘根源，促进发展；而更加长远的过去则一直伴随着中国纺织业的发展，那就是传统文化，只有继承与发扬传统文化，才能更好地开拓中国纺织业的未来。

“在总结中发展，在行业经济运行分析方面，我们还有需要完善提高的方面。呈现数据固然重要，但它只是结果，而产生这种结果背

后的原因，还需要我们进一步探索。”中国纺织工业联合会副会长、中国纺织经济研究中心主任孙淮滨说，只有真正掌握行业发展脉络，才能提升中纺联的行业话语权。”

在当今信息化、全球化的时代，中国传统文化面临着新的挑战，经济的快速发展影响着设计的潮流与方向，传统文化与现代设计文化的传承与创新正在相互交织。”在传统文化呈现方面，当代中国纺织企业需要通过非遗传承强化行业自信，开发市场需求。”孙淮滨说。

“在不久前，中国纺织经济研究中心还专门成立了非物质文化遗产办公室，对有关部门、

企业、高校进行调查研究，着手制定纺织非遗规划，并将建立全国性纺织非遗交流平台，将全国各类资源进行整合。”孙淮滨说。

“在助力非遗投产的同时，2017年我们还要加强研究宣传，对非遗纺织工艺进行标准化研究，为现代化的传承提供依据，并对纺织非遗进行数字化保护与宣传，对非遗的市场化、产业化、商业化进行探索，使其符合现代人的生活方式，最终让非遗成为本土设计不可或缺的元素之一。”孙淮滨强调说，“最后，中纺联将与相关院校建立纺织非遗的人才体系，这其中不仅包括设计类人才还包括职业技能人才的培养，这是现阶段行业亟待提升的薄弱环节。

家纺行业：转型升级迎来发展春天

在日前闭幕的山东省十二届人大六次会议上，山东省人大代表、愉悦家纺有限公司党委书记、董事长刘日兴作为一名来自纺织行业的人大代表，把纺织业界的呼声带到会议上，积极建言献策，履行人大代表的神圣使命。

刘日兴认为，转型升级，带给纺织这个传统行业新的活力，供给侧改革让业界迎来一个新的发展春天。在他眼中，当前的家纺行业忧喜参半，一方面随着全球纺织产业格局的进一步调整，中国纺织工业发展正面临发达国家“再工业化”和发展中国家加快推进工业化进程的双重压力；另一方面，当前日益兴起的柔性制造、体验经济、共享经济、娱乐经济等“新经济”形式不断融合演变，为整个行业带来了大量新机遇。

在新的历史机遇期，纺织企业应该更加积极的把握新契机、培育新动能，加快实现由传统产业向科技产业、时尚产业、绿色产业的转变，立足新方位，塑造新架构，发展新经济。

2016年，作为中国家纺行业的标杆企业之一，愉悦家纺有限公司在各种不利的市场情况下，各项业务蓬勃发展。公司与国内外一线品牌客户的合作不断深化，成功实现了制造品牌

和自主品牌同步突破，内销市场和外销市场全面开花。究其原因，科技创新当属致胜关键。

为保障创新，推动创新，公司科研投入逐年增加，各种创新项目加快上马。公司全年累计实施技术创新项目199项，管理变革项目123项，市场拓展项目21项。

多年持续的发力研发，不断结出丰硕的果实，在2016年1月8号召开的国家科学技术奖励大会上，愉悦凭借具有国际先进水平的“高精度圆网印花及清洁生产关键技术研发与产业化项目科技成果”斩获国家科学技术进步奖。这是继2011年“棉冷轧堆染色关键技术研究及其产业化开发”项目成果获奖之后，愉悦在这一国家科技界最高领奖台上的“梅开二度”，体现出超强的自主创新能力。据了解，该项目填补了我国圆网印花领域的多项技术空白，标志着我国在该领域达到世界先进水平。

愉悦家纺的创新转型升级之路赢得了从国家到地方各级政府以及社会各界的高度肯定和赞誉。正如刘日兴所言：家纺行业要想从传统企业基础上实现破茧化蝶，就要不断加快自身转型升级，只有转型升级企业才能持续发展，只有转型升级企业才能致胜未来。

一起探寻北非纺织产业新机遇

北非，位于非洲大陆北端，地理位置优越，是连接欧洲、中东和非洲的枢纽。北非国家纺织资源匮乏，原材料大都依靠进口，而成衣基本出口欧美市场。由于靠近欧洲，纺织服装加工业历史悠久，有着众多欧洲及美国等国际品牌的代工厂，其低廉的成本、优惠的贸易政策及巨大的发展潜力，被称为纺织产业转移的最后黄金区域。

中国的纺织服装业已进入一个全新的转型升级阶段，为了积极推进纺织业国际产能合作，全方位融入全球产业及市场体系，实现共赢，我们将组织代表团赴北非与当地纺织服装企业进行深度对接并对其投资环境进行调研。

时间：2017年5月中旬，共计8天

国别：摩洛哥+突尼斯

精彩活动：

1. 拜访两国纺织服装行业协会，了解两国行业基本情况、市场及发展计划，获取行业投资环境与政策等信息。

2. 参观两国优质纺织服装企业，与他们充分交流，探讨原材料采购及成衣代工，经营成本等您所关心的话题，创造合作新机遇。

参团咨询：

纺织贸促会

联系人：金俊

手机：15810601583

邮箱：jinjun@ccpittex.com

联系人：马宁燕

手机：13611264936

邮箱：maningyan@ccpittex.com

中国针织工业协会

联系人：涂然

手机：18612268010

邮箱：ckia@163.com

报名截止日期：2017.3.31

摩洛哥——

摩洛哥位于非洲大陆西北端，有较好的工业基础。纺织服装工业是其支柱型产业，2015年纺织品及服装出口额为31亿美元，目前有纺织企业约1900家，从业人口超20万。近年来，其服装业呈现良好的复苏趋势，为了促进纺织业的发展，摩洛哥工贸部公布了2025年纺织产业规划，主要对三类产品实施促进计划：1.快时尚服装2.牛仔服和休闲装3.内衣鞋袜。

突尼斯——

突尼斯位于非洲北端，纺织行业出口产品为牛仔、裤子、内衣等，2015年纺织品及服装出口额为25亿美元，目前全国共有纺织服装企业1789家，其中1503家为纯出口企业。作为欧洲著名品牌的加工基地，突尼斯已有40多年历史，目前已有200余品牌在突加工，其代工的国际品牌有Benetton, Hugo Boss, Kookai, Lee, Levi's, Timberland, Valentino, Diesel等。



深入澳新纺织原料高地 探寻合作新契机

——赴澳大利亚和新西兰原料调研组团启动

近年来，中国纺织行业面临着资源环境约束和市场竞争日益加剧的形势，企业“走出去”的动力不断增强，纷纷进行海外布局。大家都在积极寻求全球更优质的资源配置，来建立更高效的跨国供应链，实现价值链的突破。

澳大利亚和新西兰是重要纺织原料的生产国和出口国。澳大利亚棉花具有纤维品质优良、一致性好的特点，竞争优势非常突出，其主要出口目的国是中国、越南、印度尼西亚、泰国、印度、土耳其。新西兰是仅次于澳大利亚的世界第二大羊毛出口国。其羊毛品种丰富，既有质量上乘的美利奴羊毛，也有强度高的各种杂交型羊毛。中国是新西兰羊毛的主要买家之一。

我国棉纺织行业的不断转型升级，对高品质棉花需求加大，澳棉获得企业青睐，成为我国纺织企业纺高支纱、精梳纱配棉的外棉首选。同时，由于受到棉价浮动影响，很多企业都在调整产品结构，逐步提高非棉纤维的比例，开发多种纤维混纺的纱线和面料。根据企业的上述需求，中国棉纺织行业协会和中国国际贸易促进委员会纺织行业分会拟共同组织企业赴澳大利亚和新西兰进行原料为主题的调研活动。

现将各项事项通知如下：

一、出访时间：4月上旬，共8天（具体时间另行通知）

二、计划活动：

- 1、拜会相关政府部门和专业协会
- 2、实地调研当地农场原料情况

三、联系方式

中棉行协联系人：

叶戩春 手机：13661277581

王克莉 手机：13611258873

中国贸促会纺织行业分会联系人：

万坤 电话：010-85229316

邮箱：wankun@ccpittex.com

2016年中国对欧盟纺织品服装出口简析

据我国海关统计数据，2016年，我对欧盟纺织品服装出口495.03亿美元，同比下降6.83%，较15年9.43%的跌幅有所收窄，其中纺织品出口121.10亿美元，同比增长1.13%，服装出口373.93亿美元，下降9.15%。出口主要特点如下：

一、棉纱线、毛纱线出口量值齐增

2016年，中国对欧盟纱线出口量4.74亿公斤，同比增长10.97%，出口金额11.45亿美元，同比增长2.56%。其中，棉纱线出口量1646.11万公斤，同比大增31.39%，出口金额8807.02万美元，增长21.13%；毛纱线出口量增长7.23%，出口额达7997.42万美元，同比增长14.07%，带动纱线整体出口水平；化纤纱线出口量3.44亿公斤，增长11.78%，然而受到单价下滑的影响出口金额微降0.12%。

二、化纤织物、棉布出口表现突出

去年全年，中国对欧盟出口面料29.38亿米，同比增长9.42%，出口额38.98亿美元，同比增长2.33%，恢复增长，表现远好于去年-6.79%的水平。其中，棉布出口量4.07亿米，同比大增21.32%，出口额4.70亿美元，增长3.11%；化纤布出口17.06亿米，同比增长9.35%，出口金额19.48亿美元，增长4.21%；丝机织物出口2208.31万米，同比下降3.64%，出口金额1.44亿美元，同比下降7.98%；其他面料出口7.99亿米，同比增长4.73%，出口金额13.12亿美元，同比微增0.72%。

三、家用纺织品出口量大增

2016年，中国对欧盟出口制成品70.67亿美元，同比略增0.26%，缓慢复苏，但出口单价降幅仍较明显，同比下降13.09%。家用纺织品出口量获得较大回升，同比增长19.09%，远超前两年水平，但受出口单价下降17.21%影响，出口额仍同比下降1.41%，达30.09亿美元；无纺布出口1.95亿公斤，同比增长11.10%，出口额达6.61亿美元，同比增长6.38%；其他制成品出口22.33亿美元，增长0.54%，出口单价下降11.36%。

四、针织、梭织服装出口仍未止跌，价格下跌为诱因

中国对欧盟服装出口额373.93亿美元，同比下降9.15%，降幅较去年略微收窄，共计出口152.49亿件（套），同比增长3.70%，出口单价2.45美元/件（套），同比下降12.39%，达6年来最低水平。

针织服装出口41.84亿件（套），同比下降2.41%，出口额148.03亿美元，同比下降10.28%，平均价格3.54美元/件（套）。毛制针织服装出口6.58亿美元，同比增长4.71%，成唯一增长的商品；化纤制针织服装出口74.43亿美元，同比下降7.09%，出口单价下降7.56%；棉制针织服装出口54.32亿美元，同比下降15.54%，单价下降11.19%。

梭织服装出口29.56亿件（套），同比增长2.62%，出口额175.78亿美元，同比下降9.22%，平均价格5.95美元/件（套），同比下降11.54%。其他服装出口量同比下降2.56%，出口额降9.31%。其中，化纤制梭织服装出口量达19.16亿件（套），同比增长6.11%，出口额91.93亿美元，下降8.59%；棉制梭织服装出口量同比下降4.35%，出口额下降11.99%，为51.99亿美元；丝制梭织服装出口额3.15亿美元，同比微降0.03%。

五、加工贸易持续下滑

去年我对欧盟仍以一般贸易为主，加工贸易为辅。一般贸易全年出口额为428.59亿美元，同比下降6.49%，占我对欧盟纺织服装总出口的86.58%。加工贸易连续第二年下滑，出口额同比下降16.16%，仅37.69亿美元，成2006年以来最低水平，出口量同比下降11.38%，表现不尽人意。

六、民营企业仍占主导地位

去年我国共有41778家企业从事对欧盟的纺织品服装出口贸易，同比增长2.75%。其中，民营企业出口占比继续保持首位，出口额327.27亿美元，占我对欧盟纺服出口的66.11%，比去年增长1.16个百分点，企业户数也增至33887家，同比增长4.80%。三资企业、国有企业出口额分别为95.27亿美元和72.13亿美元，同比降幅11.50%、6.93%。

七、主要省市中江苏出口额下滑最小

从对欧盟出口省份看，对欧盟出口前六名的省市仍为浙江、广东、江苏、福建、上海和山东，但其出口额均有下滑：浙江出口额为147.78亿美元，同比下降5.98%；广东、上海出口降幅较大，同比分别下降10.59%、10.62%，出口额为85.03亿美元和37.18亿美元；江苏降幅最小，同比微降0.59%，出口82.43亿美元。其余省市中，湖南出口涨幅最大，同比增长45.52%，出口额2.88亿美元，跻身前15位。（来源：中纺进出口商会）

2016年中国对美纺织品服装出口简析

据中国海关统计，2016年，我纺织服装对美累计出口450.25亿美元，同比下降5.69%。其中，纺织品出口116.99亿美元，同比下降2.45%，服装出口333.26亿美元，同比下降6.78%。出口主要特点如下：

一、化纤纱线价跌拖累出口表现

2016年，中国对美出口纱线3.06亿公斤，同比增长1.81%，出口金额5.04亿美元，同比下降2.78%，出口单价同比下降4.51%，主要受化纤纱线价格下跌影响。化纤纱线出口量1.47亿公斤，增长6.46%，出口金额3.09亿美元，同比下降4.07%，平均单价下降9.89%为主因；棉纱线出口量211.61万公斤，同比大增33.69%，出口额同比增长27.05%，出口单价下降4.96%；其他纱线出口量1.56亿公斤，下降2.28%，出口金额1.62亿美元，下降3.13%；丝线出口量下降9.71%，但平均单价大增78.64%，带动出口额同比增长61.28%；毛纱线出口量大跌42.57%，单价增长68.77%。

二、棉布出口表现惨淡

2016年，中国对美出口面料13.98亿米，同比下降2.68%，出口额17.89亿美元，同比下降8.87%。其中，棉布出口量2.13亿米，同比降幅达17.23%，出口金额2.51亿美元，同比大降26.88%，表现惨淡；化纤布出口4.24亿米，同比增长8.82%，出口金额4.57亿美元，同比下降5.56%，受单价下降13.21%拖累；其他面料出口7.57亿米，同比下降3.57%，出口金额10.48亿美元，同比下降4.42%。

三、制成品类商品单价均有明显下跌

2016年，中国对美出口制成品94.05亿美元，同比下降1.11%，平均单价下降12.07%。其中，家用纺织品出口46.55亿美元，同比下降1.50%，出口平均价格同比下降10.95%；无纺布出口19956吨，同比增长1.66%，出口额6.23亿美元，同比下降6.14%，平均单价下

跌7.67%；其他制成品出口30.27亿美元，下降1.26%，平均单价下降17.53%。

四、梭织服装出口降幅小于针织服装

2016年，中国对美服装出口额333.26亿美元，同比下降6.78%，出口145.11亿件（套），同比微降0.06%。

针织服装出口37.66亿件（套），同比下降1.28%，出口额142.65亿美元，同比下降7.75%，平均价格3.79美元/件（套）。其中化纤制针织服装是唯一在出口量上获增长的商品，同比增长3.18%，出口额69.83亿美元，同比下降3.55%；棉制针织服装表现不佳，出口额54.08亿美元，同比降幅达13.30%，出口量下降7.50%；其他针织服装也迎来出口量值双降，出口额为14.54亿美元，下降5.23%，出口量微降0.36%。

梭织服装出口28.44亿件（套），同比下降3.33%，出口额138.27亿美元，同比下降4.07%，平均价格4.86美元/件（套）。其中棉制梭织服装出口量同比增长2.15%，出口额56.77亿美元，同比下降1.99%；化纤制梭织服装出口额为61.12亿美元，同比下降4.67%，但出口平均单价同比增长0.88%。

五、加工贸易拖累整体外贸水平

2016年我对美国一般贸易额占总体纺织品服装贸易的80.04%，仍占绝对主导地位，但同比下滑4.36%，出口360.39亿美元，出口量同比增长3.92%。加工贸易表现不佳，出口额74.71亿美元，同比大降13.07%，出口量下跌13.37%，对我对美出口形成负拉动。

六、受民营企业带动，对美出口企业家数仍增长

2016年我国共有33198家企业从事对美纺织服装出口贸易，同比增长2.31%，其中仍以民营

企业为主，共26320家，同比增长4.73%。同时，民营企业出口量也在不断增长，同比增长8.68%，出口额达252.53亿美元，略微下滑1.18个百分点。与此相对的是国有企业、三资企业表现不佳，在出口量值双降的情况下，企业家数也有下滑，其中国有企业出口量值分别下降6.97%、6.63%，企业家数1029家，同比下降7.55%；三资企业出口量值降幅分别为9.50%和12.94%，企业家数也同比下降5.80，仅5730家。

七、主要对美出口省市均有下降

从出口省市看，对美出口前五大市场仍为江苏、浙江、广东、上海、山东，上述5省市出口额均有下降，但江苏、浙江和广东的出口企业家数有所增长，同比增加5.12%、2.57和0.08%。去年江西出口异军突起，出口额同比增长11.96%，企业家数大增24.71%，由去年第8位升至第7，也成为对美出口前十中出口额唯一增长的省市。（来源：中纺进出口商会）

国际生态纺织品新标准4月生效

2017年1月，国际环保纺织协会发布了最新版Oeko-Tex Standard 100生态纺织品检测标准和限量值要求。经过3个月过渡期后，新标准将于2017年4月1日起正式生效。新标准参考了国际上现行的各种法律法规，通过新增考察物质并严格控制限量值，对纺织品中有害化学残留监管达到了史上最严程度。

与2016版相比，新标准对有害化学物质的监管进一步升级，对2种杀虫剂、21种邻苯二甲酸酯和3种有机锡化合物等多种物质加强了管控。“Oeko-Tex”是目前全球纺织行业公认的权威生态纺织标准，通过该项认证的产品素有“信心纺织品”的美誉。由于其正以实际行动全力支持全球品牌商和零售商，共同实验室“有害化学物质零排放缔约品牌组织(ZDHC)”的目标，故欧美地区许多大型采购商都将Oeko-Tex Standard 100标准作为产品采购的

技术依据。拥有Oeko-Tex Standard 100证书的生态纺织品市场优势明显，不仅销路畅通，而且价格比普通纺织品要高出20%-30%，强调产品的生态安全性能已经成为国际纺织品贸易的新趋势。不过，由于我国尚未完全摆脱以中低端纺织产品为主打的局面，在纺织品生态安全认证方面还需要不断加以重视，做好推广挖潜工作。

检验检疫部门建议纺企应及时了解最新版Oeko-Tex Standard 100标准的参数要求，尽快改进生产工艺，加强产品生态安全把关，做到未雨绸缪，紧跟国际步伐。同时，希望我国纺织企业积极通过生态认证以增强产品在国际的认可度，将提高产品附加值和技术含量作为投身国际竞争的前提条件，从而确保我国纺织产品安全进入国际市场。

越南出台纺织品有害化学成分含量标准

越南工贸部透露，已就纺织品中染整药物偶氮转化物甲醛和芳香胺最高含量国家标准草案征求各职能部门意见。该草案对在越南市场销售的纺织品适用标准作出规定。

根据新标准，纺织品分为三类：

一类是36个月以内儿童使用的纺织品，甲

醛含量不得超过每公斤30毫克；

二类是与皮肤直接接触的纺织品，甲醛含量不得超过每公斤75毫克；

三类是非直接与皮肤接触的纺织品，甲醛含量不得超过每公斤300毫克。以上3类纺织品中芳香胺含量均不得超过每公斤30毫克。

《中西部地区外商投资优势产业目录（2017年修订）》发布

经国务院批准，国家发展改革委、商务部近日发布《中西部地区外商投资优势产业目录（2017年修订）》，自2017年3月20日起施行。本次目录修订是贯彻落实党中央、国务院构建开放型经济新体制战略部署，引导外资更多投向中西部地区的重要举措，目录将支持中西部地区承接外资产业转移，提升开放型经济发展水平。

2017年目录涵盖中西部地区、东北地区以及海南省共22个省（区、市）。从目录来看，今年国家将对于中西部纺织服装行业的外资引入给予重要支持，并重要强调了在具有劳动力优势的省份新增了外向型纺织、服装、家具等条目，推进形成新的外向型产业集群。这是否会给我我国中西部地区的纺织服装产业发展再添活力？中西部纺织投资格局将迎来怎样重要变化？

相较于2013年版的《中西部地区外商投资优势产业目录》，2017年版本增加了139条目录，并体现了六点重要变化。

一是推动传统产业转型升级。在具有农

（牧）业优势的省份新增了绿色食品加工、标准化设施蔬菜基地建设等条目，促进农业生产方式转变。

二是支持高新适用技术产业发展。在部分省份新增了6代及6代以下TFT-LCD玻璃基板、集成电路制造、智能手机、平板电脑、生物医药等条目，支持电子、医药等产业集聚发展。

三是鼓励加快发展服务业。根据地方实际，增加了部分生产性服务业和生活性服务业条目。

四是促进劳动密集型产业发展。在具有劳动力优势的省份新增了外向型纺织、服装、家具等条目，推进形成新的外向型产业集群。

五是强化基础设施和产业配套。在部分省份新增了城市公共停车设施、汽车充电设施、公路货运场站设施建设等条目，促进交通物流网络发展。

六是适应新形势调整原有条目。对部分条目进行了调整完善，更好地反映地方招商引资实际情况。

闻鸡起舞 中纺联2017春季纺织五联展即将沪上启幕

2017年2月16日,按照中央有关部门的要求和部署，中国纺织工业联合会正式搬离北京东长安街12号，迁往北京东三环中路16号京粮大厦等临时办公地址。从最早的中华人民共和国纺织工业部到现在中国纺织工业联合会，纺织工业管理体制的市场化步伐不曾停过。此次迁移，是政府对协会改革的一次推动，更是一次彻底依循市场机制树立行业影响力、引导力的契机。迁移甫一结束，中纺联便将迎来年度开春重磅行业活动——春季纺织五联展的隆重召开。

春深万树茵茵绿，江水柔柔绿似油。

沪上三月，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2017年纺织春季五联展——第23届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会、第25届中国国际服装服饰博览会（春季）、2017年中国国际家用纺织品（春夏）博览会、第14届中国国际纺织纱线（春夏）展览会和2017年中国国际针织（春夏）博览会，将以总面积近

35万平方米、展商超5300家的展会规模于3月15日-17日在国家会展中心（上海）隆重召开。

“春季五联展”不仅是全球纺织服装供应商和采购商面对面和上下游产业链互动的专业、高效的商贸平台，还是中国传统纺织制造业依靠创新驱动实现转型的成果展示平台，更是中纺联不忘实业报国初心，努力实现纺织强国目标的见证平台。届时，来自海内外的高水平、优质的面辅料、服装、家纺、针织、纱线企业同台亮相，以全球绝无仅有的创新展会形态，集产业链五展之大成，为全球纺织业者呈现一场行业盛宴。

数字看展：

面料展：面积187000平方米，7个展馆，国内12家展团，海外8家展团和展区，3家联合展团，近3400家参展商。

服装展：面积107200平方米，9个专业品类展区、4个展中展，海内外22个国家和地区1213家展商参展。

家纺展：面积27000平方米，200余家海内外参展商，7大主题区域，8大展团。

纱线展：面积18000平方米，12个国家和地区380余家企业参展，6大展区。

针织展：面积8500平方米，120家展商，11场品牌发布秀，5大针织产业集群集体亮相。

春季联展中规模最大的2017中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会（2017intertextile春夏面辅料展），将以5.2、6.1、6.2、7.1、7.2、8.1、8.2号7个馆位，187000平方米的展出面积，在国家会展中心（上海）与全球纺织人见面。

2017中国国际服装服饰博览会（春季，简称CHIC2017）为了精准呈现市场中服装品牌的品类全貌及发展趋势，满足现场专业观众的多样化商贸需求，精心策划了9大专业展区，在10万多平方米的展览场地呈现“时尚男装”、

“最美女装”、“烂漫童装”、“匠心皮羽”、“设计力量”、“流行配饰”、“ODM智造”、“配套资源”、“环球风尚”的别样风采。

2017中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会按照不同功能分为床品品牌区、毛巾品牌区、成品窗帘区、设备展区、非遗展区、海外展区和论坛区域等多个区域；同时又分别设置了高阳展团、桐乡洲泉展团、沭阳展团、震泽展团、海门展团、通州展团、湖州展团、浦江展团和印度展团等。

在针织行业内最具影响力的中国国际针织博览会（PH Value）上，濮院、清河、海阳、嘉兴洪合、大朗毛织、大朗设计师，均以团体形式征战展会，以预见性的展品，在消费升级的大背景下，为我们揭开全新的消费趋势。

2017年中国国际纺织纱线（春夏）展览会（yarnexpo）将首次以独立馆的形式精彩亮相。展览面积达到18000平方米，比上届同期增长约20%，有来自12个国家和地区超过380家企业参展。

细节看展

* 电子登陆、预登记更便捷。

* 贵宾买家邀请、商贸配对服务、参观路线引导、展商宣传推广、官网官微优化升级，移动端电子会刊上线。

* 突出环保理念，用绿叶环保图案对相关展商特殊标记，方便观众查找。

* 通过不同地毯颜色区分不同主题展区。纱线展首次独立成馆，并根据展商类别和市场需求进一步细分展区。

春季五展在尚未合力之前，对于服务的精雕细琢便已广受称道，五展联合之后，在服务细节上的打造更加深入人心。

首先，从行业企业的反馈来看，春季联展矢志不渝的发挥着窗口、平台、纽带的重要作

用，同时其盛况空前的景象，更加证明了展会仍旧是商贸对接的重要途径，也再度证明了以产业链思维办展带来的联动效应与跨界启发，已深入行业人心。

徜徉在春季五展中的展商和观众，除了商贸拓展的“必修课”外，都会发现更为广阔的价值空间，比如整合全行业资源、体察上下游行情，比如探索跨界合作、开展国际交流，再比如发布潮流趋势、预测产品走向……

此外，春季联展还为所有参与者制定了配得上“全纺织大展”的全套贵宾级服务，在贵宾买家邀请、商贸配对服务、参观路线引导、环保展商标识、展商宣传推广、官网官微优化升级等方面，投入了大量的精力，力求全面提升展览会品质。优选配对，商贸升级，主办方特定买家收集采购意向表，通过汇总和分析买家采购需求，推荐合适的参展商产品，为供需双方提供现场会谈的场所和安排洽谈时间；为了突出环保可持续发展的理念，主办方对此类参展商进行重点推广，在会刊、参观指南以及实体展位上用绿叶环保图案对其进行特殊标记，方便观众查找。

同时，不仅电子登陆、预登记系统更便捷，春季联展还将服务再升级，进一步利用移动智能设备，上线移动端电子会刊。在关注科技、创新之外，面对消费品市场的商业模式之变，春季联展在展示产品的同时，也帮助展商及时了解市场需求，指导企业实现更好地研发创新。对此，在传统的商贸对接区之外，春季联展就展商与上下游的纺织企业举办了多场对接交流会，加强产业链各环节对终端流行趋势和消费者时尚诉求的把控。

延续了五展多年来一直坚持的时尚流行趋势发布，在帮助参与者把脉时尚动向的同时，也给企业提供了一个展示和推广的优秀平台。此外从展区设计来看，环保、科技和功能性产品近年来在展会中一直占据重要地位，这些展区的设置，除了给本土创新企业提供一个自我展示和商业对接的重要平台，也为行业探索下一步转型方向提供了新的启发和参考。

面辅料展上，论坛活动主题鲜明，分类明确。从涉及到面料、色彩、材质的趋势类，到纺织服装企业海外园区投资建厂指南、跨界资源将成为纺织行业新突破口的市场信息及营销策略类，此外还有不可或缺的舒适性功能纺织品的合规之路、全球有机纺织品标准（GOTS）——有机纺织品介绍及其趋势、标识和可持续的设计等可持续发展议题类。

CHIC2017 春季展整合产业链上下游资源。以精彩上演的中国服装论坛、传递趋势的CHIC SHOWS，全面升级的服务体系、务实有效的关联活动、专业优质的展会合作商，为展商和专业观众架起沟通合作的桥梁，营造一个全新的展会氛围和体验。展会同期还将举办多场品牌发布、商业论坛及展区活动，共同形成亚洲最具规模的多功能、复合型服装产业商贸平台。

家纺展则创新引入“天猫家纺奇葩实验室”（春季展天猫直播间），并与天猫合作发布2017/18 中国家用纺织品流行趋势。此外还有针对当前行业热门话题的“新型/功能性面料研发与创新”论坛、“成品窗帘O2O 新零售模式探索”论坛等相关活动，可谓切中行业脉搏、洞悉发展动向。

首次独立成馆的纱线展根据产品特点和市场需求进一步优化了专业展区，丰富了展品结构。在“自然棉纱区”、“多彩化纤区”、“创意花式纱区”、“电子商务区”的基础上，全新塑造“品质毛纱区”和“绿色麻纱区”两大专业展区。可谓为参展商和专业观众量身打造，更便于展示与交流。

针织展主办方将在展期举办流行趋势论坛、针织衫品牌发布秀等十余场专业活动，提振针织行业发展信心，助推针织行业创新变革。包括WGSN 2018春夏针织四大主流趋势解析——心态指南针、让毛织+ 互联网更简单、2018/19秋冬针织毛衫趋势解析3 场专业论坛。

创意看展

蕴含新技术、新性能的纺织新品种比比皆

是。应用大数据的个性化定制、C2B的云制造服务平台、快速反应的微供应模式、精益求精的品质工艺、传承文化的设计新作新品、融汇生活方式的产品集合、智能科技、大数据、物联网等新技术手段随处可见。

各类创意设计大赛纷纷乘上了创意展会的东风。纺织工业不仅是我国传统优势产业、国民经济支柱型产业，更是集成高新技术、推动时尚创意、提升国内消费、引领国际化发展的战略型产业，春季联展上的种种都凸显出纺织工业焕发新生机的巨大潜力。

2017春夏面辅料展展会规模不断增长，其中辅料和牛仔展商和展区面积大幅增长，麻印象展示区、辅料视界展示区将在春季展进行首秀。经过多年发展，intertextile面辅料展不仅能够灵敏地反映市场需求的变化和动态，更能给予企业多角度启发，引导纺织面辅料企业积极响应增品种、提品质、创品牌，促进产业链上下游联动互通，实现统筹全局谋求发展的效果。

CHIC2017春季展千余家参展商涵盖了中国最具实力、活力与潜力的服装品牌、制造企业、产业集群、相关资源企业。他们在9大展区、4大展中展之中，展现了最前沿、最尖端、最新颖的新产品、新创意、新零售、新模式、新技术、新工艺、新制造。昭奈华裕、新大顺、佩卡奴、利步瑞等优质制造企业运用新技术，转换新思维，提升制造效率、柔性化生产及市场应变能力；辛集、平湖、温州等服装产业集群，更加专业、专注，展现集成创新、协同创新等一系列优势。报喜鸟借力体验经济与平台经济，提出私人定制体验店计划，打造婚庆合作项目和智能裁缝创业平台，全面布局

O2O+C2B；罗蒙依靠新技术与大数据积累，依托几十年来累积采集的千万人体身型样本数据，进行专业定制，打造“穿着感最舒适西装”。

本届春夏家纺展不但产品齐全，还有不少大牌企业坐镇，并且分类明确。从床品品牌到毛巾品牌，从智能睡眠产品到羽绒产品，展会期间还将举行震泽丝绸杯·2017年中国丝绸家用纺织品创意设计大赛。

2017yarnexpo春夏纱线展今年首次独立成馆，规模升级。展出面积较上届提高20%，并进一步优化专业展区，丰富展品结构，新增的“品质毛纱区”汇集名优精品，以高附加值和卓越性能著称的毛产品满足消费升级需求；“绿色麻纱区”引领时尚文化，倡导健康舒适生活概念。此外，“创意花式纱区”是2017yarnexpo春夏纱线展重点拓展区域，将全面反映花式纱的最新、最具流行性的产品以及通过各种创意十足的织片及样衣来展示出最新的针织流行趋势。“自然棉纱区”值得关注的重点有涡流纺纱和“新新纱线”推广活动。“多彩化纤区”进一步细分为“中国纤维流行趋势2017/2018展区”、“生态与功能展区”、“时尚与科技展区”、“绿色与环保展区”四个主题展区。

PH Value中国国际针织博览会经过十年发展，已成为行业内最具创新性、时尚性的针织上下游企业的贸易及信息交流平台，全面汇聚了针织行业新老品牌和产业集群。本届展会五大针织产业集群（大朗、洪合、清河和海阳）集体亮相；针织设计师展团首次加入展会；“针织设计”概念贯穿展会，针织设计的时尚元素愈发凸显；针织花式纱首次组团参展。

2017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开幕

闻鸡起舞，撸起袖子加油干！

国内春节假期甫一结束，当地时间2月6日，巴黎布尔歇展览中心就迎来了由中国国际贸易

促进委员会纺织行业分会和法兰克福展览(法国)公司共同主办的2017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")的开幕。

本届春季巴黎展共有300余家各国展商参展,他们分别来自中国、孟加拉、印度、摩洛哥、缅甸、危地马拉、巴基斯坦、埃塞俄比亚、中国香港、土耳其、越南、斯里兰卡、乌兹别克斯坦、日本等14个国家和地区。展出规模创历届春季展之最,与上一年春季展相比增长30%,再次确定了其欧洲第一服装采购类展会的地位。其中来自中国的中、高端优质男装,有自主设计的女装品牌和高级定制类服装依然是展会的人气亮点。

如何让展会的视觉效果与商贸功能完美结合起来,组委会希望能提供给展商和观众一种"自然的氛围"。为此,本次巴黎展在原有的fashion on display展示区的基础上,调整为THE DRESSING区。该展区是由巴黎展艺术总监Louis Gerin& Gregory Lamaud(同时也是巴黎2G2L时尚设计咨询公司所有人和创始人)主导创意,本区域的设置让服装不再仅仅通过静态模特像在橱窗中展示,更让买家有种置身购物店的感觉。

除了带给买家"自然的氛围"以外,本次展会还首次设置了牛仔面料和牛仔服装展示区(Denimotion),用于满足买家对牛仔产品的采购需求。此外,展会期间安排有产业发展系列讲座论坛、产品推介、服装秀开放等内容,满足不同展商和买家的需求。

本届春季巴黎展,埃塞尔比亚服装展团的出现,体现了当地服装加工业的迅速崛起以及参与国际贸易的积极性,并将因其在劳动力等生产要素方面的比较优势保持相当速度的增长。

展会即是市场缩影

伴随着中国纺织行业正处于加速建设纺织强国的进程中,专业展会成为产业与市场的缩

影。

"巴黎展"已经走过了十个年头,无论是参展主题,还是现场的参展商、渠道商,都在积极交流沟通新产品、新的技术,以及探讨新型商业模式,寻求创新发展的新路径。功能性服装产品受到消费者越来越多的追捧。本届展会同期举办的Avantex Paris反应了功能性面料领先的研发水平以及先进理念。进而刺激了春季巴黎展现场功能性服装产品的采购需求。另外,同样是同期举办的Avanprint Paris带来的纺织产业相关的新技术,特别是数码印花方面的先进工艺和技术,同样使得下游参展企业在同一个展会平台能够直接了解前沿的服用技术。服装企业参展的内在价值已经不仅仅局限在传统意义上的接单生产,而是主动了解上游供应链技术发展,调整产品类型,最终提高产品议价能力。

企业加快内生动力

我们正迎来一个前所未有的新时代,新时代也意味着新的动力、新的挑战,这也是纺织服装产业转型升级的重要基础。对于企业而言,充满生机和活力的态势对企业而言,只有回归到事物的本质,寻找企业赖以生存产品之中,企业才能发现更多的商机。

"巴黎展将坚守服务于中国纺织产业转型升级的使命,在贸易开拓、优质展商展品组织、创新技术和时尚设计等层面下大力气,为增加国内外市场机遇、提升全产业链协同效应、提高供应链快速反应能力和助力"三品"战略发挥更加有效的平台服务作用。"中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长徐迎新先生曾如此阐述巴黎展之于行业开拓国际市场的重要意义。

法兰克福展览(法国)有限公司总裁麦尚朋则表示,巴黎展十年间最明显的变化就是中国企业根据不同款式和面料所制作的服装产品,质量有明显的提升。此外,中国纺织服装企业对于买家的采购要求越来越能够灵活应变。

"唯有多研发独具特色的新款式，紧跟国际潮流，才能留住老客户、吸引新客户。"连续参加的浙江东方集团服装服饰进出口有限公司展会负责人郑意盎表示。

总之，对于"春季巴黎展"而言，它从整合产业供应链、品牌设计、终端渠道等方面入手，满足不同类别参与者的不同需求，让参展企业更多的实效收获。"春季巴黎展"它正以全新的姿态，重新定义未来的纺织服装商业生态环境，实现展会价值全新的飞跃。

2017中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)秋季展暨巴黎国际服装服饰采购展 (CTAF/APP Paris) 将于9月18-21日在巴黎布尔歇展览中心举办。

欢迎来电咨询。

联系人：焦佼 戚晓炜 孙培宁

电话：010-85229016 85229632
85229376

2017第十一届孟加拉达卡国际面料和纱线展览会（冬季展）开幕

孟加拉当地时间2017年2月15日，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与CEMS展览集团共同举办的首届孟加拉达卡国际面料和纱线展览会（冬季展）（简称2017 DIFS Winter）在达卡ICCB国际会展中心隆重开幕。

本届展会共有来自中国、印度、斯里兰卡、孟加拉、马来西亚、新加坡在内的6个国家的130余家参展商，其中中国展商占首位。展品包括孟加拉服装产业急需的各种服装面辅料产品及配件。

本展会系孟加拉首个配合春夏采购季的专业品牌展会，旨在服务于孟加拉日益发展壮大的服装出口加工业，同时也是落实习近平主席去年访问孟加拉有关成果的重要市场举措。首届冬季展的举办，极大地方便了众多孟加拉服装加工企业在门口采购优质面、辅料产品。

当天上午，中国驻孟加拉大使马明强，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会秘书长张涛，孟加拉纺织与黄麻部部长Mirza Azam、秘书长Shubhashish Bose，以及孟加拉服装出口加工协会（BGMEA）高级副总裁Faruque Hassan出席了开幕式并致辞。开幕式由CEMS公司董事长Meherun N. Islam主持。

马明强大使在致辞中表示，去年十月习近平主席访问孟加拉时已经将中孟关系提升为战略合作伙伴关系，以推动两国关系在更高层次上持续向前发展，双边经贸领域以及基础设施领域的合作进一步得到深化。中国纺织工业在全球一直处于领先地位。马大使希望通过该展会的持续举办，孟加拉纺织产业的国际供应商地位能够得到进一步提升，服装制造的面辅料供应链得到进一步优化；同时，鼓励中国纺织企业积极主动走出去，通过展会平台深入了解孟加拉市场投资环境、政策法规，寻找合作伙伴。两国业界合作大于竞争。共同努力为全球市场提供更好的产品与服务。这也是国家一带一路战略的需求和导向。

孟加拉纺织与黄麻部部长Mirza Azam M.P在致辞中表示，近几十年来纺织服装产业在孟加拉经济发展中扮演越来越重要的角色，纺织服装产业已经成为拉动国家经济增长，出口增长的主要动力。近年来，全球纺织产业面临的外部环境不断地发生着深刻变化，传统纺织服装产业的国际竞争日趋激烈。因此，孟加拉纺织服装产业急需加强国际交流，增强行业创新和竞争力。首届孟加拉达卡国际面料和纱线展览会（冬季展）汇集了来自全球的制造商，供应商和采购商，为孟加拉纺织服装企业搭建了资源共享，信息交流的平台，从而在人才、技术、资本等方面开展深入的国际合作。

随着经济全球化和区域一体化不断加深，中孟双边各领域合作正面临巨大机遇。孟加拉作为仅次于中国的第二大服装出口国，75%的梭织面料需要进口。中孟经济互补性强，在全球经济低迷，国际市场需求疲弱的严峻形势下，我国近年来服装面料对孟加拉的出口始终保持一定的增长态势。

据孟加拉国官方统计，目前，孟加拉国拥有2000多家纺织厂，6000多家成衣加工厂，就业人数超过480万。2016年中国对孟加拉国纺织品出口51.70亿美元，同比增长4.41%，自孟加拉进口纺织品1.46亿美元，同比增长5.72%。

孟加拉达卡国际面料和纱线展览会（夏季展）（简称DIFS Summer）是孟加拉当地最大的面料纱线专业展会，已成功举办十届，夏季展展会品牌效应移植，冬季展首开成为展商寻找面料供货价值洼地的又一选择。

孟加拉当地有影响力的行业和媒体机构诸如Independent Television, Radio Partner Apparel Views, Textile Focus, Textile Today. 对展会进行了宣传和报道。

孟加拉达卡国际面料和纱线展览会（冬季展）是继美国纽约、法国巴黎、巴西圣保罗和南非开普敦之后，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会为面料加工生产企业提供定向市场服务的又一举措。随着中国劳动力成本提升，原材料成本等上涨，外需不振，新的竞争优势尚未形成等不利因素，引导企业主动打破僵局，突破瓶颈，寻求适合的发展空间和方向。

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会简介

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会成立于1988年，同时使用“中国国际商会纺织行业

当地时间1月25日，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会和法兰克福展览(美国)公司主办的2017年中国纺织品服装贸易展览会

商会”和“纺织国际贸易促进中心”名称，由中国国际贸易促进委员会和中国纺织工业联合会领导。成立近三十年来，致力于促进中国和世界各国（地区）纺织服装业的贸易往来和经济技术合作，立足为纺织行业服务，为企业服务，以我们高质量的工作促进纺织服装行业的不断发展。

1、每年举办（或参与）约20个国际展览会，涵盖整个纺织服装完整产业链，分别在中国上海、深圳和美国、法国、俄罗斯、东南亚、巴西、南非等地举办。

2、与全球近三百家纺织服装、贸易商协会保持联络。

3、业内外会员单位3000多家，以外向型企业为主。

4、创办“纺织贸促”月刊，内容以经贸信息、协助企业开拓市场为主。

5、提供专业、高质量的法律服务

美国CEMS会议展览服务公司简介

CEMS公司自1992年成立以来，经过20年的努力，已经成为颇具影响力的国际展览会主办机构。他们已在7个国家设有分支机构，并且每年组织40多个展览会，涉及所有重要的贸易和经济领域。

更多信息，请登录 www.ccpittex.com

联系人：王静 王继欧 孙培宁

电话：(86)-10-85229017 85229550
85229376

2017春季纽约展圆满落幕

（纽约）（以下简称“纽约展”）春季展暨美国Texworld服装面料展、纽约国际服装采购展（APP）在纽约贾维茨会展中心圆满落幕。

作为2017年春季“纽约纺织周”的重要成员，2017春季纽约展再次与Liberty、MRket以及City Source几大国际专业服装服饰展齐聚纽约。纽约州州长办公室也专门去信给“纽约纺织周”组委会，表达了政府对“纽约纺织周”的支持以及对于这场行业盛会重要性的肯定，特别对来自全球的买手，设计师，专家，商人，采购机构以及相关业界人士的到来表示欢迎。

本届纽约展展出面积共计15000平方米，参展企业近200家。服装方面，男装、女装、童装、正装、休闲装、内衣、牛仔装、针织服装、睡衣及饰品等；面料部分，展出各类服装面料及辅料。首日到场专业买家近2000人，创春季展新高。

在中国参展企业中，大连泛瑞客制衣有限公司是多年参展中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)的企业，此次首次参加纽约展，以MTM高级定制为主。泛瑞客负责人曾表示，在法国，他们要寻找与Lafayette（老佛爷百货）、巴黎春天这样的高端零售商的合作机会，通过与高端买家合作，提升单件产品的利润率，远离中低档产品在市场价格上的恶性竞争。来美国参展也抱有同样期待。江苏国泰国华实业有限公司和黑龙江国宝纺织股份有限公司是纽约展多年的老展商，此次也是积极备战，希望能满载而归。

“Performance Pitch”现场，来自中国的河南天宇、上海虹瑞、南京诗帝戈、深圳宝泽等展商精心准备，为买家带来了精彩的产品推介。“Performance Pitch”环节为本届春季纽约展新增设项目，旨在为提高展商的参展效率，变被动等待为主动出击，直接面对买家观众。在此环节中，报名企业可以在三分钟的时间里，通过与现场专业观众互动来直观地展示并介绍自己的产品。

此外，纽约展现场论坛将近20场，分3天进行。论坛主题围绕纺织服装业可持续发展，品牌特性塑造，增强消费者粘度，快时尚对产业的影响等方面进行解读与分享。其中，“时尚101：让我们的想法回到开创时尚产业链时的基本法则”将提出针对不同市场、品牌运作和管

理风险的建议。由潘东色彩学院副总裁Laurie Pressman主讲的《灵感：色彩激发灵感》将就2018年春夏流行色帮助企业按照客户需求去定制产品。“面料发展趋势--机遇”论坛由巴黎2G2L时尚设计咨询公司（趋势办公室）所有人和创始人，时尚设计师Louis Gerin & Gregory Lamaud主讲，重点介绍色卡、色彩联合运用以及材质选择等方面的内容。另外，“让我们择优选用纤维和相关材料”论坛就大家需要了解的纺织可持续性发展问题进行探讨，并预估使用可持续纤维替换品的商业转型前景。

此次纽约展需要特别关注的是，中国目前是美国的第一大贸易伙伴，中国出口纺织品服装在美国个人消费品中占比较高。分析人士表明，特朗普新政下，希望重振美国制造业，鼓励制造业企业回流，此举主要针对的是高端制造业，如果美国重新发展中低端制造业，并无太大成本优势。以服装业为例，美国已经没有什么服装厂，鼓励服装企业回流应该会有什么效果，中国服装企业仍然会有机会。

2017年全球的总需求依然不容乐观，国内产业面临市场倒逼的供给侧改革。因此，对于出口企业而言，一是要注意汇率的波动性，今年全球主要货币之间的汇率波动可能会放大。在接单时，要考虑怎样锁定汇率带来的风险；二是随着美元回流，很多发展中国家和欠发达地区的美元支付能力会受到一些影响，因此要谨慎对待新的客户，选择安全的支付流程，降低支付方面的风险。

第十八届纽约展将于2017年7月17-19日纽约贾维茨中心举办。

欢迎来电咨询。

联系人：戚晓炜 靳然

电话：010-85229632 85229668

网站：www.usfair.com.cn

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) 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