

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸促

3

2017

总第264期

月刊

2017年3月20日



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

主办

特别报道

创新、植根传统制造业 收获两个市场话语权 ——2017中国纺织工业联合会春季“五联展”圆满落幕

行业动态

- ★中国纺织工业联合会第四届二次理事会在上海召开
- ★“中国纺织国际产能合作企业联盟”正式启动
- ★中国纺织工业联合会春季大调研活动正式启动
- ★中国国际时装周隆重开幕

国际市场

- ★现代化设备影响孟加拉服装业就业创造能力
- ★日本布匹面料将进军越南市场
- ★意大利纺机拓展埃塞俄比亚市场
- ★柬埔寨服装厂用工环境调查

政策法规

- ★纺织品新标准4月实施, 纺企需重视生态安全认证
- ★新疆棉花目标价格改革政策解读

展会报道

- ★2017中国国际非织造材料展览会暨高端论坛报名开始
- ★2017yarnexpo秋冬纱线展报名启动
- ★纺企参展归来话出口之2017春季巴黎展、纽约展
- ★纽约展: 借纽约纺织周与国际纺织服装采购商和零售终端联动
- ★秋季巴黎展: 与你在时尚之都有个约会
- ★第二届中国纺织精品展(南非): 带你走进非洲市场
- ★巴西——全球纺织产业布局中不可或缺的市场



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目 录

- 行业动态 06 | 中国纺织工业联合会第四届二次理事会在上海召开
07 | "中国纺织国际产能合作企业联盟"正式启动
08 | 中国纺织工业联合会春季大调研活动正式启动
15 | 中国国际时装周隆重开幕
-
- 国际市场 16 | 现代化设备影响孟加拉服装业就业创造能力
16 | 日本布匹面料将进军越南市场
16 | 意大利纺机拓展埃塞俄比亚市场
16 | 柬埔寨服装厂用工环境调查
-
- 政策法规 17 | 纺织品新标准4月实施, 纺企需重视生态安全认证
18 | 新疆棉花目标价格改革政策解读
-
- 展会报道 18 | 2017中国国际非织造材料展览会暨高端论坛报名开始
19 | 2017yarnexpo秋冬纱线展报名启动
19 | 纺企参展归来话出口之2017春季巴黎展、纽约展
21 | 纽约展: 借纽约纺织周与国际纺织服装采购商和零售终端联动
22 | 秋季巴黎展: 与你在时尚之都有个约会
23 | 第二届中国纺织精品展(南非): 带你走进非洲市场
24 | 巴西——全球纺织产业布局中不可或缺的市场

纺织贸促

主管: 中国纺织工业联合会
主办: 中国国际贸易促进委员会纺织行业分会
中国国际商会纺织行业商会
内部刊物 准印刊号: CTN2012-011

刊头题字: 杜钰洲

顾问: 王天凯 许坤元 张延恺
陈伟康 徐晋昶 富荣沛

编辑委员会: 徐迎新 杨兆华 林云峰
梁鹏程

主 编: 梁鹏程

执行主编: 林学森

副 主 编: 孙 凌

地址: 北京市朝阳区东三环中路55号
富力双子座B座12层

邮编: 100022

电话: (010) 85229397

E-mail: sunling@ccpittex.com

网 址: www.ccpittex.com

创新、植根传统制造业 收获两个市场话语 —— 2017中国纺织工业联合会春季“五联展”圆满落幕

最是一年春好处。

沪上三月十七日，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，在国家会展中心（上海）圆满落幕。

三天的展会时间，在国家会展中心（上海）近35万平方米的展示空间里，汇集了5400多家来自26个国家和地区的纱线、面辅料、家纺、服装服饰和针织展商，吸引了超过十万的国内外专业观众到场参观下单，现场商务氛围异常浓厚。

年前召开的中央经济工作会议提出，2017年要继续深化供给侧结构性改革，着力振兴实体经济。在刚刚结束的全国“两会”上，振兴实体经济成为代表委员们热议的话题。近期，随着《中国制造2025》“1+X”规划体系的全部发布，制造强国战略也已全面转入实施阶段。纺织行业作为中国实体经济最具代表性的领域之一在制造业中表现不俗。

作为纺织行业年度开春盛事的五联展已举办三届，不仅以宏大的阵容吹响振兴行业实体经济的号角，更充分展示了拥有世界上最大体量和最全产业链的中国纺织业界执着于传统制造业，努力通过创新驱动焕发产业发展新活力的坚定信念和成果。

十几年来，特别是近几年，作为展会主办单位工作人员，在每届展会现场都会看到许多新的产品、技术、营销模式等出现。每每看到展商带来的新产品和新工艺，推出的新技术和新营销模式，吸引了众多观众前来洽谈，都禁不住感慨：作为国内最早步入市场化改革的国民经济传统支柱产业和劳动密集型产业，历经市场化改革、政策调整、亚洲金融危机和全球金融危机等磨炼，面对劳动力等基本生产要素成本的增加以及当前来自国内外复杂环境的各种挑战，虽然行业增速趋缓，但整体运行质量稳步提升。特别是近两年，纺织行业的平稳运行对全国工业起到了支撑作用。

纺织行业企业通过创新和市场化运作培育了竞争新优势，提升了国际竞争力。所以，尽管宏观环境有多变、多不确定，依然有规模超前的春季纺织五联展的第三次盛开，来自世界各地的展商和采购商来到这里进行商贸洽谈。展会上的创新和活力透过展会现场的各路记者的报道可窥见一斑，本专题予以分享。

2017intertextile春夏面辅料展： 实力展商和精彩活动

展示新技术、推广新产品、打造企业形象是展商们的参展要义，本届展会现场，众多优

质企业凭借他们的最新产品及尖端技术，竞相怒放、百家争鸣，共同演绎出纺织面辅料行业今春的蓬勃生机。

实力展商：

天一纺织：海宁市天一纺织有限公司本届展会除展示大提花面料外，还带来了“SILKBOX”品牌系列的“新丝绸”产品。天一纺织总经理鲁建平介绍，“SILKBOX”是在传统丝绸面料的基础上改良而成，研发过程减少了硅油等助剂的使用，使得产品透气性和光泽都有改进，消费者穿着会更舒适，也更安心。

吉麻良丝：绍兴吉玛良斯服饰设计有限公司旗下品牌吉麻良丝集中展示了服装、家居、家纺三大系列汉麻产品，并以汉麻美学生活馆的概念进行了呈现。展位中，随处可见的汉麻元素，时尚、简洁、自然风格的陈列布局，优雅极致的汉麻文化，结合舒适、抑菌、吸湿排汗等多种功能性汉麻产品，吸引了大量客商驻足参观。

宁波纬一：该公司董事长余万军表示，纬一的人造皮草基于绿色环保理念，并赋予其更多超越常规皮草的表现力，不论在色彩还是款式设计上都更加优秀，具有极大的发展空间。买家还可通过AR与VR相结合，以科技手段体验现实与虚拟的融合，进一步领略人造皮草的魅力。

如意牛仔：本届展会如意牛仔主要推广了舒适高弹系列产品，纬纱使用英威达dualFX专利技术，兼具弹性大、回弹好的特点。此外，超柔系列产品在原料方面使用新型纤维、特殊工艺纺制纱线，通过特殊织造、整理工艺进行加工，使其效果更加明显。三天时间，如意牛仔展位中专业买家络绎不绝。

集美印染：集美印染的展位中间以样衣形式来展示面料，带给服装设计师直观灵感。董事长助理徐祥介绍，展会3天中，前来参观的新客户大多是服装设计师，专业程度非常高，“他们看中的是集美的设计与品质”。

前进牛仔：前进牛仔凭借跨界找市场，其开发生产的针织牛仔面料质地柔软，运动时穿着也十分舒适。此外，由其首创的高弹力低缩水工艺在市场上受到广泛好评，本次展会期间，前进牛仔所展示的产品得到不错的市场反

响。

东帝纺织：东帝纺织主推产品之一为抗皱麻面料，在保持麻类面料休闲时尚风格的基础上，赋予麻面料更加柔和的光泽，良好的垂悬性和抗皱效果。二是功能系列，从提升服用舒适性入手，推出了长效抗菌消臭面料，凉感面料，吸湿快干面料，展会期间颇受关注。

印德数码：

印德运用数码印花中的直喷涂料印花技术，产品色牢度可达3.5-4级，擅长渐变、3D效果。其设备与墨水均为自主研发，环保、便捷。展位上，印德用此技术打印制作出的牛仔服装引人注目。

吉田拉链：本次展会吉田拉链主要推广了轻量系列产品VISLON Light，该产品针对市场中运动户外企业的需求特别研发，兼具轻量性能、柔软的特点，每米比普通VISLON产品轻约22%，轻柔优势更为突出，更适合时下市场中流行的轻薄款服装，三天展示效果喜人。

韦文双钮扣：本次韦文双钮扣主推产品款式的设计来自国际一线品牌，产品的工艺要求全线环保，每一个款式将产品的功能性发挥的淋漓尽致。例如：胸针，配饰，流苏，装饰绳子，功能性钮扣，D字扣，合金圈等，这些是目前服装界中最流行的元素，三天时间获得众多专业买家青睐。

精彩活动：

2017intertextile春夏面辅料展为展商及观众奉献20余场论坛，走进“行业心脏”，就时下热点进行深入探讨。

聚焦2018春夏纱线、面料和针织品流行趋势研讨会——

由Elementi Moda S.r.l的创作总监Ornella Bignami主导，对于2018年纱线、面料流行趋势等前沿话题展开预测，通过解析市场产品和消费动向的密切联系，帮助企业洞察流行风尚。Ornella Bignami将面料的舒适和幸福感结

合在一起，并认为所有的衣服都是代表了这种倾向。提到当下运动休闲风作为流行趋势，也可以做得很优雅。

2018春夏流行色彩趋势——

Pantone服装和家居部销售及市场推广总监黄美华为大家带来了一场集视觉和听觉享受的时尚盛宴。在这次主题演讲上，黄美华以“2018春夏流行色彩趋势”为主题为现场听众打开时尚及流行导向的窗口。

色彩针织牛仔的市场前景——

来自江阴市恒亮纺织有限公司的染整工程师张梦熊就“彩色针织牛仔平幅连续化生产研究和市场应用前景”为论题，为在场观众深入浅出地解析了当前彩色牛仔的行业标准和织造核心。同时指出风险和机遇挑战并行，只要彩牛企业稳扎稳打，改善经济结构并合理经营，一定可以谋求更多渠道的升级和出路。

CHIC2017春季展：“十宗最”

本届CHIC2017春季展处处洋溢着行业引领新消费风潮的自信，以及不断突围的创新活力。当新零售、新消费、新技术不断升级发酵，男装品牌开始解放天性走向百变，女装品牌生力军继续涌现，设计师品牌迎来买手“黄金档”，ODM企业布局全方位智造体系，科技类配套资源企业持续增加时，各展区、各品类都在书写着不同的行业“新意”，纷纷在设计元素、视觉呈现、产品技术、品类细分、商业模式方面推陈出新。请看展会十宗“最”：

最热门——儿童经济一直都会热下去，因为“只有女人和孩子的钱好挣”。

最手绘——展位怎么设计最创意？回归初始，用一笔一划的手绘，让设计师的创意得到共鸣，这，才是好的设计。

最网红——直播无处不在，网红随时会被取代，但行业的热度从来不会减少。

最人气——位于北登陆厅的CHIC SHOWS，每一场秀都是人头攒动。

最极致——极致的潮绣工艺体现了珍贵的传承，民族的才是世界的，每个人都会喜欢！

最科技萌——人类已经不能阻止它们了，为了带来科技感体验，有参展商请来了萌萌的小小机器人，煞费苦心。

最炫酷——为了把自己“主题街区”的特色凸显，银基广场把“大黄蜂”搬到了现场。

最北极——羽绒服的展位，一头“北极熊”让你不再寒冷。

最奢美——皮草的高贵配合现场的灯光完美呈现。

最繁忙——CHIC的平台上，商贸交流已然成为一道风景。

2017春夏家纺展：新零售和场景化体验只为满足您！

今年家纺展展商非常投入，通过场景呈现模式给观众带来了不一般的体验。在现场，我们看到企业场景化展示风格非常明显，让观众有很强的体验感，他们已经不再是仅仅展示一个产品，更多地是体现一种生活模式，思索如何能跟大家产生互赢，将商品销售给最终消费者。

罗莱：场景化展示 体验“大家纺、小家居”的绽放

本次展会，罗莱生活科技股份有限公司用中西合璧的创意场景打造出了极具风格化的时尚家纺产品——主题为“一瞬绽放”。展示了罗莱主销的寝具系列产品以及相关连带品类，如家居服、家居鞋、毛浴巾、花艺、硬床垫及相关装饰用品。展品设计强调舒展的生活氛围，呈现软装家居的精致优雅风格，整体营造出高品质生活方式。传递出罗莱业务由传统家纺向“大家纺、小家居”转型（即产品品牌向

生活方式品牌转型) 的讯息。

恒好百年：体验满满的幸福

“恒爱呈欢红罗罩，繁花似锦玉满堂……”两位笑容可亲的阿姨，一边说着吉祥话，一边井井有序的将婚床铺好。在中国国际家纺展恒好百年馆内，一场别开生面的铺婚床仪式吸引了不少观众。恒公司专门推出的全新福娘铺床服务，不仅为消费者提供完整的售后服务，更重要的是通过服务的形式，为新人带去隆重的仪式感以及满满的幸福感，让新人在购买完产品之后，体验到的是恒好百年作为婚庆床品专家所带来的文化和祝福。

恒好百年作为恒源祥旗下的全新品牌首次亮相，将文化与产品相结合，在展示产品的同时，通过对传统婚俗的再现展示，传播中华婚俗文化，推动婚俗文化的传承与发扬。

新零售怎么做？家纺展上体验不一般

“今后的发展趋势不是像过去说的线上打败线下，或者线上和线下怎么抗衡，今后发展方向一定是线上线下的融合，”在家纺展会现场，杨兆华谈到了对未来家纺行业发展趋势的看法。融和才是未来趋势，新零售时代已经到来，除非你产品非常有个性，否则必须走线上线下融合，此次展会跟天猫的合作是一种尝试，也是一种非常好的起步，希望我们能将这一次成功的范例加以延续，为行业在新零售时代转型升级起到很好的推动作用。

天猫直播 点赞过百万

这次展会现场在场馆里与天猫合作开展了直播，场馆的场景和话题可以通过直播平台传出去，在短短两个小时直播时间里，互动点赞超过百万，现场观众反响也特别热烈，这是线下展会光靠自己所做不到的地方，体现了线上线下融合新零售的巨大魅力。

总的来说，新零售包括两点内容：

一是从消费者角度出发，让消费者实现无

边界的购买和服务体验全方位线上线下的融合，新零售希望能在满足消费者需求时做到“随时随地随意”；

二是从卖家的角度出发，天猫是一个服务型商城。所有的企业品牌都可以到天猫店中去测试他的新款或者其他各种设计，线上的测试数据则可以反向指导企业投产，实现按需定产，这将为供给侧改革提供有力的支持。

万家帘品：成品窗帘探索新零售模式

现在消费者的需求越来越多样化，一场线上线下融合的模式正在如火如荼的席卷整个中国的零售业。万家帘品在展会展示了窗帘行业的O2O模式，并和天猫达成在窗帘领域的独家合作伙伴。万家帘品正在把线上的流量、辐射面广泛的优势和线消费者体验感好结合起来，打造窗帘行业的全新的销售模式，降低成本、提高效率。

2017yarnexpo春夏纱线展:人气旺展位的秘诀

本届纱线展上，很多企业的展位呈现出“客满”运转的状态，他们有何独到之处？靠什么吸引众多观众的眼球？或许从下面这些企业中，能够找到答案~

恒丰纺织集团——

展位大，公司产品丰富，展位被各路客商围的水泄不通，交流洽谈的场景随处可见，甚是热闹。

河南永安纺织有限公司——

公司的细绒棉纺80支高支纯棉纱，绝对可以让棉纺织行业的所有业内人士伸出大拇指。

山东豪盛集团——

集团主打竹纤维产品，竹纤维一直有“会呼吸的生态纤维”的美誉，琳琅满目的竹纤维产品，使得公司的展位看起来仿佛也会呼吸一般。

江苏新金兰纺织制衣有限公司——

公司是色纺纱的佼佼者，目前，公司的色纺纱产品颜色多达2000多种，名副其实成为纱线展色彩最丰富的展位。

新疆利泰丝路投资公司——

本届展会新疆展团人气旺，作为展团的代表性企业，新疆利泰丝路投资公司的观众更是络绎不绝。

嘉兴市天之华喷织有限公司——

公司是纱线展的常客，但在本届展会以前，公司是观众，而本次展会，却成为展商。表面角色的转变，背后是公司规模的不断扩大。

2017PH Value春夏针织展：特色企业大放光彩

在2017 PH Value春夏针织展上，濮院、洪合、海阳、清河和大朗五大针织集群，以区域集群品牌形象精彩亮相。在“三品战略”的指导下，集群积极结合自身产业特色，鼓励自

主品牌成长，培育优秀的品牌企业和细分市场，形成差异化竞争优势。特色企业也不甘示弱。

恒军制衣：以设计和品质见长

浙江恒军制衣有限公司负责人：近期，在海外市场不少公司业务都在萎缩，但我们还在增长。公司的十几名设计师会紧紧把握流行趋势和设计元素，并根据当地的消费需求进行款式创作，每年自主开发近千款羊绒产品服饰，70%的产品热销海外。客户遍及美国、法国、英国、意大利、墨西哥、日本等，与AMC、LI&FUNG、ASHCITY等国际知名品牌也有很好的合作。以设计和品质见长的恒军制衣的展位吸引了不少人气。

鸿企纺织：新产品+现货模式

鸿企纺织是一家以纤维染色、纺纱、服装为主体的企业。公司以往的参展收获都很大，这让企业对于新产品的开发更加有了底气。公司带来了最新开发的三种纱线，除了成分比例的调整，也根据市场需求开发了新成分的纱线。色彩丰富多样，针法追求新异，图案精致复古。

中国纺织工业联合会第四届二次理事会在上海召开

3月16日，中国纺织工业联合会第四届二次理事会暨第四届一次常务理事扩大会在上海举行。会议审议并通过了孙瑞哲代表中纺联所作的工作报告，通过了中纺联有关部门负责人变动及中纺联第四届理事会特邀副会长、常务理事、理事变更等事项。

国资委行业协会商会工作局局长张涛首先致辞，他说，近年来，中国纺织工业联合会为促进行业平稳发展起到了重要作用，特别是为十三五良好开局，以及从纺织大国向强国迈进做出了很大贡献。他特别对中纺联顺利完成搬迁工作表示肯定，他说，搬迁工作的顺利完成体现了中纺联讲大局、甘于奉献的情怀，并得到了中央领导的高度肯定。

对于行业组织面临的形势，他说，随着社会组织管理体制的改革，联合会要加强自身市场化转型，由行政主导型向行业自助型转变，探索市场化管理新模式。联合会要加强新体制下党建工作。要积极适应经济社会转型要求，在转型中更好地发挥行业组织作用，把握好供给与需求的作用和反作用，支持行业发展度过难关。他希望中纺联不辜负政府、会员的期望，继续为行业平稳发展做贡献。

会议听取了孙瑞哲所作的工作报告。他说，“既要总结过往，有合乎潮流的传承；也要面向未来，有顺应时势的突破”。在他看来，如果说，“变”是新常态下一曲跌宕起伏、扣人心弦的主旋律，那么，“传承与突

破”，则是对“变”的一种从容应对。

对于中国纺织人而言，2016年，也许都曾经历“复杂与成长”交织的内在洗礼与悄然蜕变——这也是这个行业的迷人之处：大与小，速度与质量，快与慢，规模与效率，新与旧，确定性与不确定性……它们似乎处于永恒的动态博弈之间。实则，却在不断实现能量更新与自我迭代。

如同孙瑞哲所言：“这一年，有‘轻舟已过万重山’的欣喜，在低迷的市场环境下行业保持了平稳发展；有‘乱花渐欲迷人眼’的困惑，美国新政、英国脱欧等一批黑天鹅事件的发生让行业发展变数丛生；有‘无限风光在险峰’的激动，中国纺织强国建设稳步推进、吸引着国内外的关注；也有‘流光容易把人抛’的感慨，世界竞争格局深度调整、比较优势快速消长”。

孙瑞哲从“精准研判、全面梳理、凝聚共识、务实联盟”四个关键词入手，提出中国纺织工业联合会将以更务实、更稳健、更活力以及更开放的思路，慎知笃行，成就中国纺织工业的强国路线图。

会议还对2016中国纺织行业年度创新人物进行了表彰，举行了中国纺织国际产能合作企业联盟启动仪式，天虹、鲁泰、华孚向纺织之光科技教育基金会捐赠签约仪式等。

王久新向大会报告中中纺联有关部门负责人变动及中纺联第四届理事会特邀副会长、常务理事、理事变更等情况。

高勇对理事会进行了总结，他说，理事会的内容很丰富，国资委张涛同志对中纺联探索协会运作模式提出了新要求。中纺联工作报告总结了纺织工业的成就，提出了新定位，特别强调要提高行业自信。

2016年度创新人物颁奖，就是要不断为行业发展树立标杆，推动行业发展。中国纺织国际产能合作企业联盟成立，显示出行业已经从被动“走出去”，发展成为了主动布局全球的行动。

高勇表示，尽管行业增速放缓，但中国纺织业竞争力没有下降，纺织人要有自己的定位，不能妄自菲薄。纺织强国建设目标要加快，而且可能提前实现纺织强国目标。

“中国纺织国际产能合作企业联盟”正式启动

春满沪上。在百鸟争鸣的阳春三月，在国际大都市上海，全球纺织人齐聚一城，为整合纺织全产业链优势而来，也为进一步开拓全球市场，加快纺织行业国际布局进程而来。

3月16日，中国纺织国际产能合作企业联盟（以下简称联盟）在上海虹桥宾馆隆重举行启动仪式并正式揭牌。国家发展改革委外资司副司长吴红亮、中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇、中国纺织工业联合会会长孙瑞哲等行业领导，以及山东如意、上海纺织、天虹、阳光、恒天、鲁泰、金昇、东渡、富丽达、岱银、华孚等88家联盟发起成员代表共同参加了本次启动仪式，共同见证中国纺织业“走出去”大家庭的诞生。

国家发展改革委外资司副司长吴红亮首先进行了致辞，他对联盟工作提出了关于构筑政企合作桥梁，搭建综合服务平台，以及帮助企业规范行为、加强跨行业合作，提高我国纺织行业话语权的意见建议。同时指出联盟成员企业要兼顾国际国内两个市场，发挥竞争优势，扬长补短，整合上下游资源，“以大带小”，共同发展。

联盟是经国家发展改革委批准，由中国纺织工业联合会牵头发起，纺织服装全产业链相关企业、团体和服务机构自愿参加的服务平台。联盟的成立和开展服务协调工作得到国家发改委的指导与大力支持，并纳入国家发改委统筹推进国际产能合作协同工作及项目对接机

制中。吴红亮副司长表示，国家发改委将和各部门一起，支持联盟工作，为纺织企业走出去提供更好服务。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在致辞中表示，联盟的成立是中国的战略布局问题，同时也是产业同仁的共鸣。目前，中国纺织工业产出超过世界半壁江山，出口达到三千亿美元，“共商、共建、共享”的“一带一路”已经上升为国家战略，“走出去”成为行业再创国际竞争新优势的必然之举。孙瑞哲提出，联盟秘书处要勇于担当，通过平台体系放大支撑功能，为联盟成员的全球利益拓展竭诚服务，为行业健康、可持续的国际合作布局贡献力量。

中国纺织工业联合会副会长徐迎新主持会议并介绍联盟成立背景和服务体系。本次成立仪式通过《中国纺织国际产能合作企业联盟章程》，并产生副理事长23名。联盟成员大会推选中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇任中国纺织国际产能合作企业联盟理事长，中国纺织工业联合会副会长徐迎新任联盟执行理事长，中国纺织工业联合会国际贸易办公室主任、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长林云峰任联盟秘书长。之后中纺联高勇书记、孙瑞哲会长、国家发改委吴红亮副司长，以及所有副理事长为联盟启动揭牌。

山东如意集团总裁苏晓和上海纺织（集团）有限公司党委书记、董事长童继生代表联

盟企业进行发言。苏晓表示，目前如意集团已形成了以山东为中心，辐射全球的国际产业布局，形成了从羊毛到纱线、面料、服装的完整毛纺产业链。近几年，如意一直坚定不移的走科技化、高端化路线，自主培育高端面料品牌皇家如意；打造品牌化、国际化如意，建立了品牌集群，目前在日本运营多个品牌，收购了法国轻奢集团。她说，未来，如意将会以互联网为工具，以大数据为支撑，与行业同行者一起，砥砺前行，共同奋斗。

上海纺织集团对“走出去”进行了深入的探索和实践，包括提高站位，高起点布局国际化发展；围绕核心优势，两条腿走路，扎实推进产业国际化。童继生表示，全球化是一种历史的必然和趋势，“走出去”是中国纺织业持续发展的必经之路，联盟合作、抱团出海是中国纺织产业国际化、产能合作的成功捷径。

中国纺织国际产能合作企业联盟理事长高勇最后表示，联盟是中国纺织工业联合会牵头构建的行业“一带一路”国际合作的非营利性服务平台，旨在打造我纺织行业全球利益共同体。联盟成立后将服务于联盟成员更好、更健康地“走出去”，担当起引导市场化企业投资与“一带一路”国家战略推进相契合的基本责任，构建国内优惠金融资源与企业海外融资需求间的畅通渠道，让联盟成员与真正的海外优质资源进行对接，努力对成员海外利益进行可靠的保护。

中国纺织工业联合会春季大调研活动正式启动

中国纺织工业联合会每年组织的春季调研活动是深入行业服务的一项重要举措。

2017年是实施“十三五”规划的重要一年，为推动纺织工业深化供给侧结构性改革，落实“三品”战略，增强创新动能，促进行业实现平稳增长，改善运行质量，中纺联今年春季调研拟从纺织行业走势判断、品牌与责任发展、结构调整、科技与可持续等四个方面展

开，旨在把握行业的开局走势、面临的主要问题，以及下一步发展预期，以指导2017年行业工作。

本次调研活动分10路调研组，在中国纺织工业联合会主要领导的带领下，分赴上海、浙江、江西、广东、福建等地的纺织产业重点地区和企业进行调研。

分组概况：

党委书记兼秘书长高勇——上海、浙江
会长孙瑞哲——广东
副会长杨纪朝——江苏
副会长夏令敏——新疆、四川、广西
副会长徐迎新——广东、江苏、山东
副会长陈大鹏——江苏、上海
副会长李陵申——江苏、山东
副会长端小平——福建
副会长杨兆华——广东
副会长孙淮滨——江西

来自前方的调研报道：

中纺联调研首站抵宁波！高勇称赞太平鸟、博洋抓住了转型升级机会

来源：纺织服装周刊

3月的宁波，春雨绵绵，中国纺织工业联合会春季调研开启了行程，由中纺联党委书记兼秘书长高勇带队的行业走势研判组赴浙江省调研，首站选择了宁波。

调研组抵达宁波后首先来到太平鸟，听取企业发展情况介绍。

调研的目的一是了解行业企业的现状，总结转型升级的经验，二是听取企业的意见建议。在太平鸟，调研组首先听取了董事长张江平有关公司发展的汇报。作为服装行业近年来涌现的黑马，太平鸟已经走过了20年的发展历程。张江平说，“虽然过程艰辛，但对服装行业有太深的感情。”

从一个个体户起步，发展成为令服装圈刮目相看的企业，太平鸟不断寻找出路，制定了“不做服装做时尚”的独特经营理念，前后经历了五次转型。

第一次转型：1996年，正式创建PEACEBIRD太平鸟品牌，成功的进军休闲男装领域，并奠定品牌发展基础。

第二次转型：为应对1997年亚洲金融危机，公司将所有优势集中到产品研发和渠道上，让公司成功的从重资产企业转型为轻资产企业。

第三次转型：2001年，成立了“太平鸟女装”，并凭借之前男装的渠道优势和太平鸟品牌的延伸，使太平鸟女装一跃成为时尚个性女装的代名词。

第四次转型：2008年，大部分品牌对电子商务还没有概念时，太平鸟率先布局电子商务版图，走“品牌+互联网”发展模式。

第五次转型：2011年，开始迈向资本市场，并于2017年1月9日成功在A股上市。

太平鸟一直非常重视渠道建设，公司实施“四轮驱动”的全网全渠道零售战略，百货、购物中心、街店、电商相互协调发展。

特别是电商和购物中心，是太平鸟之后的重点发力渠道。目前已拥有全国31个省、自治区和直辖市的4000多家门店。

2016年的双十一，太平鸟五大品牌销售额达6.15亿元，同比增长61%，一举拿下全平台服饰品牌第一。

谈到企业发展的困惑，张江平说，中国不缺加工能力，但好的供应商不好找，特别是顶级供应商更难找。国内好的供应商多是给国外大牌加工，对中国品牌视而不见。其中重要原因是支付信用问题。他建议能否把出口信用模式复制到内销中。

张江平还认为17%的增值税让中小企业很难承受，而且税之外的费用占到了税费的1/3。希望国家最大的政策支持是减税。他还提到由于国家金融体制问题，中小企业融资难一直没有得到解决。

高勇认为，宁波是中国红帮文化的发源地，也是中国服装的发源地，在大牌林立的宁波，太平鸟能在短时间内迅速崛起非常不容

易，抓住了几次转型的机会。中央多次提出振兴实体经济，但真正落地并惠及纺织行业的政策甚少。希望企业能提出具体建议措施，供政策制定参考。

调研组一行来到博洋家纺调研。

博洋控股集团有限公司是一家集品牌零售、产业投资、资本运营为一体的大型综合性集团，主要涉及家纺、服装两大产业。家纺产业在全国有很高的知名度，其“唐狮”品牌在服装行业有相当的影响力。

董事长戎巨川介绍说，公司较早开展了电商业务，线上销售实现了不俗的业绩。特别是博洋从事无巨细的“大掌柜”变成了“天使投资人”，将一批体量较小却充满活力的新锐家纺服饰品牌在博洋这个“大家庭”中孵化、成长，如“细胞裂变”般爆发出惊人能量。派生出一个个独立运营公司，待品牌盈利后给予管理者相应股份，激励年轻人创业，给他们更多的舞台和机会。2016年集团销售达67亿元。

调研组一行参观了博洋的家纺展厅、各服饰品牌的电商运用管理。高勇表示，博洋从织布厂发展到现在集团公司，特别是从纺织传统运用模式较早地转型，做设计和销售，走在了企业转型升级的前列。特别是网上销售模式给行业电商发展提供了经验。

谈到企业面临的问题，戎巨川说主要是人才短缺，公司创立创客157园区，目的就是吸引更多的优秀人才到宁波发展，并从中发现优秀的项目进行孵化。

21日上午，调研组还召开了由当地政府、协会、企业参加的座谈会，大家既谈到了企业的成就，也提到了发展中的困惑，并提出国家政策建议。

在接下来的调研中，调研组还将深入杭州余杭、嘉兴海宁、嘉兴平湖等地，通过企业现场参观、座谈、发放问卷等方式，更全面地了解行业运行情况。

勇于承担，敢为天下先！孙瑞哲勉励西樵争做中国纺织社会责任建设第一镇

来源：纺织服装周刊

3月的广东，春意盎然，细雨绵绵。21日，由中国纺织工业联合会会长孙瑞哲带队社会责任主题调研组首站奔赴广东省佛山市南海区西樵镇，与当地政府、企业进行座谈，认真听取转型经验和意见建议，并实地考察企业，详细了解行业企业发展现状和存在问题。

由于飞机晚点，调研组到达西樵时已是下午两点，但调研组不顾旅途劳顿，稍做调整，3点钟座谈会就准时开始。

西樵镇党委副书记、镇长关海权介绍西樵纺织情况：

近年来，西樵纺织产业坚持实施产业经济、社会和周边环境的可持续发展，践行循环经济运行模式。目前，全镇共有纺织企业846家，织机3万多台套，其中先进设备比重占到50%以上，从业人员约6万多人，具备年产各种纺织面料26亿米的能力。2016年，实现行业总产值129.8亿元，税收3亿元。

对于西樵纺织产业发展的现状与亮点，关海权总结了四点：

一是新兴产业优势，助力经济快速增长。卫生用纺织品行业作为西樵近年来打造的产业之一，预计未来几年总产值达到40亿元，成为西樵镇新的经济增长极。

二是创新驱动发展，升级产业发展动力。坚持把产业技术创新平台作为产业转型发展的核心，同时积极推动产业、金融和科技的整合，加快技术改造升级。

三是强化品牌建设，促进产业增值。将坚持发挥产业特色，打造企业品牌和区域品牌作为产业集群发展的重要工作，引导西樵纺织产业由传统制造业向时尚创新产业跃升。

四是强化环境保护，打造绿色循环经济。近年来，按照“绿色发展”的总体要求，着力推进循环经济和节能减排工作，产业发展后劲进一步增强，产业竞争力显著提升。

关海权还谈到了西樵纺织业在发展过程中遇到的问题：

- 一是产业结构单一；
- 二是缺乏品牌效应；
- 三是环保压力较大。

与会的企业家代表也针对诸如生产成本、机器换人、电子商务、加工贸易、品牌建设、社会责任等问题，提出了很多意见与建议。

孙瑞哲会长总结发言：

孙瑞哲用四句话总结了西樵纺织发展的四个阶段：市场初长成、制造发展了、延伸产业链、突出特色走。西樵作为纺织中间产品的制造基地，在下一步发展中一定要重视延伸产业链，在终端上花大力气，加强与上下游的对接，走出去请进来，积极参与平台建设。同时要突出特色，全力打造西樵区域品牌，在发展的过程中要积极贯彻可持续的发展理念，引导行业和企业加快融入社会责任。

孙瑞哲指出，行业企业发展到一定程度，除了做好产品之外，还要加强可持续的发展理念，积极推进社会责任，通过经营理念和经营方式的转变，让真正的买家更好地识别你。西樵纺织产业发展多年来一直处于行业行列，在社会责任方面，西樵也是先行，今后可以再深入一些，加快推进责任制造。要在供应链的环节，把可持续的发展理念和社会责任更深的融入。“西樵纺织业社会责任建设有传统，有基础，今后要系统性地发力，把产业提升和社会责任紧密结合，勇于承担责任，赢得行业和社会的尊重，做中国纺织社会责任建设第一镇。”

孙瑞哲强调，目前纺织行业依然面临较大

压力，中纺联希望通过春季调研，能够发现问题，了解行业企业需求，为政府决策提供依据，为行业发展注入动力。

通过一系列数据对比可以看出，纺织行业这么多年在国民经济和工业中的地位一直保持稳定，行业企业要客观看待发展过程中的问题，不需太悲观。只要积极应对，理性规划，坚持创新，加快转型，就一定会化解困难，健康前行。

社会责任主题调研，孙瑞哲对均安、虎门产业发展提出新要求

来源：纺织服装周刊

3月22日，以中国纺织工业联合会会长孙瑞哲为首的社会责任主题调研组行程继续进行。调研组先后赶赴佛山市均安镇、东莞市虎门镇，与当地政府、企业交流座谈，并进行实地参观考察，详细了解行业企业发展现状，掌握企业需求。

均安：打造“新三板”，在产业良性发展基础上提升社会认知

22日上午，调研组一行来到均安，首先与政府和企业代表进行了座谈。均安镇党委书记陈宇莹，党委委员、经济和科技促进局局长陈孔文，向调研组介绍了均安牛仔产业发展现状。

2016年均安牛仔服装产业销售56.44亿元，占全部行业销售额37.55%，纳税总额2.18亿元，占全镇税收收入的25.74%。2017年是供给侧结构性改革的深化之年，出口率达80%的均安牛仔产业亦将在平稳中继续深度调整。

随着企业社会责任内涵的不断深化，当前均安绝大部分企业能够主动承担社会责任，在环境保护、员工权益保障、强化社会责任体系建设等方面都积极推进，收到了很好的成效。

对于均安牛仔产业未来的发展，均安提出了“强基础，补短板”的思路，希望以特色小

镇建设为契机，促产业再上新台阶。所谓强基础，就是把产业链上目前生产制造这个基础环节做强做优，通过鼓励企业重组、技术创新、产品升级、管理改革等途径，让均安制造再发力。补短板方面，将结合均安的特有文化优势，聚焦价值链曲线的两端，抓住特色小镇建设的关键时机，通篇谋划布局高端，努力打造设计和展示推广两大平台。

随后，调研组听取了企业代表的介绍，了解他们的呼声，并对企业今后的发展给出了有针对性的建议。

孙瑞哲在总结发言中表示，通过介绍，感觉均安纺织正处于良性的发展轨道上，成绩值得肯定。但与行业一样，也存在一个困惑，那就是自己本身发展得很好，也做出了很大的贡献，但在社会层面上却经常被误解，这是需要解决的问题。今后纺织行业需要获得社会真正的认知，不仅要从生产层面，还要从消费层面认知。

孙瑞哲指出，近年来，纺织行业工业增加值、利润增长等多项指标都好于其他行业，这说明行业在技术进步、产品开发以及管理等各方面都有优势。但行业当前仍面临很大的挑战，需要解决各种矛盾。在新的时期，纺织行业要处理好与社会、环境和消费的关系，加快由传统产业或劳动密集型产业向科技产业、时尚产业转变、绿色产业转变，形成中国纺织工业“新三板”的产业架构，最终构建创新驱动的科技产业、责任发展的绿色产业和文化引领的时尚产业。而要实现这一目标，就需要行业企业共同努力，做好规划，稳步推进。

虎门：“德智体美”全面发展，在融合创新中树立行业新形象

22日中午，调研组一行马不停蹄，从均安驱车前往虎门，继续春季调研之旅。到达虎门后，调研组一下车就开始现场参观，先后走访虎门会展中心、卡蔓服装有限公司、欧点服饰有限公司等企业。

在走访过程中，孙瑞哲不时询问企业生产

用工、门店数量、产品开发和利润情况，了解企业在社会责任建设方面的相关举措。他对虎门服装企业在品牌建议方面取得成绩表示肯定，并提出了新的要求与建议。

参观过后，座谈会随即召开。虎门镇党委副书记、镇长曲洪淇，虎门镇副镇长黄沛民，首先介绍了虎门服装行业的相关情况。2016年，受宏观经济环境疲软等因素影响，虎门服装服饰业也面临困境，运行较为艰难，工业产值、销售额、出口额和利润总额都呈现下降态势。在今年初对全镇60家代表性企业的走访调研中，发现多数企业都在谋新谋变，大力推动转型升级。企业普遍反映年初订单量等情况好于去年，对今年的市场信心较足。

近年来，越来越多的虎门服装服饰企业开始重视社会责任建设，履行社会责任已成为企业的共识和自觉行动。行业企业与区域在员工权益、环境管理、知识产权、供应链管理等方面积极推进，取得了不错的成效。但虎门的服装服饰企业多为中小型企业，在当前的经济环境下，企业往往将更的精力投入到如何维持日常运营、如何破解经营困难等方面，在社会责任的建设方面，投入的精力、财力、人力仍较为有限。

他们提出了两点建议：

一是完善奖励激励机制，出台相关奖励政策，对社会责任建设工作表现突出的区域、行业、企业进行表彰和奖励，激发其工作热情，同时树立标杆形象，发挥示范带动作用；

二是强化培训机制，培养一批社会责任建设工作的骨干力量，为社会责任建设工作储备优秀人才。

随后，与会企业家踊跃发言，介绍了各自企业的发展现状，并在原料采购、标准体系、电子商务、品牌建设等方面提出了各自的需求与建议。

孙瑞哲对虎门服装业的发展给予肯定，并提出了新的要求。他表示，纺织行业在新时代

的发展要注入新的要素，树立新的目标，做到“德、智、体、美”全面发展。德育即社会责任，产业对人、环境和社会承担重要责任。智育即科技，科技依然是行业发展的第一生产力，纺织行业是新技术应用、新模式推进的重要领域。体育即制造，制造是支撑产业发展的基础，虽然互联网发展迅速，但一定离不开制造的支撑。美育就是时尚，要让纺织业摘去传统的帽子，提升产业附加值，让时尚成为行业新的标签。

对于虎门服装产业下一步的发展，孙瑞哲也给出了建议：

一是加快融合创新，包括供应链上下游、线上与线下、科技与时尚、制造与服务的融合创新。要把供应链管理中的“人治”变为“法治”，虎门作为产业集群的代表地区，要引导企业加以研究，积极推进。

二是在电子商务方面，除了和阿里巴巴、京东等国内平台的合作，也要考虑与亚马逊等外部平台的合作，把中国的优秀制造向世界的消费者推介。在此过程中，要把社会责任作为一面旗帜树立，在社会层面提升自己的识别度。

**徐迎新副会长带队赴广东调研表示：
行业出口要保持信心，迎难而上，努力
创造国际竞争新优势**

3月20日-22日，由中国纺织工业联合会徐迎新副会长带队的外贸出口及“走出去”调研组首站赴广东省进行调研，分别走访大朗、沙溪两地，就当地纺织服装行业运行情况、企业生产经营的成本构成情况、企业外贸出口形势和环境预判等重点内容与政府、协会和企业代表进行了深入的交流。

大朗

3月20日下午，调研组首站到达大朗镇，与镇政府领导及行业相关部门、机构负责人召开座谈会。

会上，调研组认真听取了镇政府领导对大朗毛织行业2016年整体运行情况和2017年开春形势的详细介绍。与会行业、企业代表也就毛织产业在经营成本、设计创新、结构调整等方面面临的困难和未来发展方向与调研组进行了热烈的探讨交流。

毛织业是大朗镇民营经济的主体，也是大朗镇的支柱产业和特色产业。经过30多年的发展，目前，在以大朗为中心的产业集群内，有近万家毛织企业，形成了较为完善的产业配套。近年来，随着电子商务的发展，尤其是“互联网+毛织”的崛起，大朗镇大力发展毛织电子商务。2016年，全镇电商企业年交易额达114.63亿元，同比增长12.4%，其中毛织类电商年交易额67.64亿元，同比增长10.3%。截至到2017年2月，全镇电商企业及个体户达5892家，其中毛织电商企业多达3512家，占比59.6%。

徐会长代表中纺联和调研组对当地政府对纺织行业的大力支持表示感谢，他高度肯定了大朗毛织行业的发展，表示多年来大朗毛织在全国的毛针织产业集群中是一面旗帜。同时他强调，大朗毛织未来的发展，要继续在科技创新和创意设计上下功夫，要把科技创新和创意设计转化为生产力，提高产品附加值。此外，徐会长还对大朗毛织如何“走出去”给予了指导意见，鼓励企业勇于面对不利的内外部形势，提高自身竞争力，再创大朗纺织的新篇章。

沙溪

21日下午，调研组马不停蹄地赶往广东调研的下一站中国休闲服装名镇-中山市沙溪镇，在镇政府和经信局有关领导的陪同下，调研组首先走访了金鹰皇制衣有限公司。金鹰皇制衣负责人表示，由于电商浪潮对线下品牌传统营销模式的冲击，使得企业必须不断探索，寻找新出路，力求将产品保质保量地直接销往世界各地。

22日上午调研组一行与沙溪镇政府、地方服装行业协会及外贸企业代表举行了企业座谈会，肖亦宁副镇长主持会议并介绍当前沙溪纺

织服装产业发展及外贸出口情况。

服装业一直是沙溪镇的支柱产业，全镇休闲服装产业集群效应强大，产业链条完善，目前拥有4700多家服装及上下游配套企业，全镇服装业产值161亿元。

近年来，沙溪镇政府致力于打造“服装质造看沙溪”的产业战略定位，推动服装产业向时尚产业升级转型。2017年，沙溪服装产业开局好于预期，具体表现来看，企业普遍反映订单情况好于往年，增幅在20%-30%之间。个别外贸出口情况较好的企业，春节假期后的工人返工率高达90%。

与此同时，沙溪在智能质造领域，以巨邦科技为代表的一批重点企业不断加大科技创新和研发力度，积极研制和使用新型面料和技术，提高产品技术含量，增加产品附加值。

另外，一些企业通过探索“快反加工”模式，不断缩短生产周期，提高生产效率，降低产品库存风险。

座谈会上，到会企业代表都结合自身经营情况，与调研组就企业关心的生产成本、环保问题、棉纱价格、海关退税等进行了热烈交流。

企业普遍认为中国服装产业仍然保持着产业链中高端优势，优质订单不会单纯因为人工成本因素随便转移至其他国家。但从经营的成本费用来看，企业希望政府能够合理降低企业税费负担、出台支持自主创新的扶持政策。

徐会长在听取了企业代表们的发言后表示，中纺联作为行业协会愿意同企业一起面对困难，坚持创新，加快转型，希望沙溪服装企业在镇政府和协会的大力支持下，不断开拓新兴市场，主动“走出去”寻找商机，直接接触更多海外买家。

外贸出口及“走出去”调研小组：感受纺织大省江苏的盎然生机

三月下旬的江苏，细雨微寒，湿冷的天气却难挡江苏纺织人对事业的满腔热忱，对创新发展的孜孜追求。

3月23日，由中国纺织工业联合会徐迎新副会长带队的外贸出口及“走出去”调研小组一行八人在江苏常州华利达服装集团有限公司与江苏近二十家企业代表举行了外贸出口及“走出去”形势专题座谈会。江苏省纺织工业协会会长谢明、江苏省服装协会会长郁冰、天宁区政府副区长周登蓉，以及常州服装协会、纺织服装技术学院和设计研究院的有关领导也共同参加座谈。

中纺联国际贸易办公室主任兼中国国际贸促会纺织行业分会副会长林云峰主持座谈会。江苏省实力骨干企业，如华利达服装集团、阳光集团、黑牡丹、东渡纺织、乐祺纺织、无锡一棉、旭荣针织、祥泰针车、裕纶针织、金辰针纺织、虎豹集团、耀春格瑞，以及上海嘉麟杰等众多企业的负责人分别介绍了企业2016年的外贸出口形势和国际布局情况，共同分享和交流企业管理创新宝贵经验及对行业未来发展的独特思考，并探讨企业在生产经营和“走出去”进程中遇到的困难、问题。

华利达集团董事长、党委书记张文昌在发言中表示，企业“走出去”是一个趋势，华利达集团在探索“走出去”时，选择了在越南广宁省与天虹集团抱团发展、强强联合，利用天虹在纱线端产业优势，对接华利达下游的设计、制造，共同打造一体化产业链。

黑牡丹集团赵文骏副总裁在谈到国际布局时则表示，企业“走出去”要结合自身发展情况，进行全面、综合的考量，特别要注重尽职调查，透彻研判政治、法律和金融等方面风险。

调研组认真听取了企业代表关于生产成本、国内外市场变化、人才培养、环保要求等问题的阐述和意见建议后，江苏省纺织工业协会谢明会长向大家介绍了2016年江苏省纺织服装产业发展的整体情况。2016年，江苏省纺织业总产值超过1.5万亿元，同比增长5.8%，发展较为平稳；纺织品服装出口总额454.39亿美

元，同比下降1.4%。其中，纺织下降0.06%，服装下降2.68%。虽然外贸出口压力较大，但江苏纺织业出口表现明显比全国整体更为抗压和有韧劲。今年一月，江苏省整体纺织服装出口形势表现良好，较去年同期增长12.75%。大部分骨干企业开春订单充足，企业对外贸形势普遍持乐观态度。

最后，徐迎新副会长在座谈会总结发言中表示，近年来中国纺织业“走出去”步伐正在加快，江苏省作为纺织第一大省，更需要龙头企业在快速反应、提高劳动生产率、产业链合作、商业模式创新等方面发挥引领作用，树立“出口强省”和“抱团出海”发展的榜样。

徐会长说到，由中国纺织工业联合会牵头

发起的中国纺织国际产能合作企业联盟已正式启动，联盟积极致力于为成员挖掘国内外各层面的优质资源，构筑“桥梁协作平台”、“投资促进平台”和“信息研究平台”，希望更多有志于“走出去”进行国际布局的企业加入联盟，实现资源共享、合作共赢。

中国纺织工业联合会市场部主任，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长梁鹏程，中国纺织建设规划院副院长刘彦威，中国纺织信息中心副主任董奎勇，中国纺织工业联合会国际贸易办公室处长刘耀中，中国纺织产业经济研究院分析师陈小倩和中国纺织工业联合会国际贸易办公室项目经理崔晓凌陪同参观。

中国国际时装周隆重开幕

3月24日至4月1日，梅赛德斯-奔驰中国国际时装周（2017/2018秋冬系列）在北京掀起新一轮时尚浪潮。20岁的中国国际时装周从弱小到强壮，从懵懂到成熟，取得了有目共睹的成就。所谓“二十成人，初加冠”，步入成年之列的时装周本季以全新的姿态给中国时尚添上浓墨重彩的篇章。

本季时装周期间，将举办各类专业活动近80项。其中，来自海内外的83家品牌和机构、68位中外设计师和近70位设计和模特新秀将在751D•PARK、北京饭店等场地举办61场专场发布和1项专业大赛；另有近170个中外设计师品牌参与DHUB设计汇2017/2018AW、10+3SHOWROOM服装服饰交易展，同时，本季时装周还会举办新闻发布、沙龙论坛、专业讲座等专题活动10余项。

3月24日晚，本次开幕酒会在北京华贸中心广场盛大举行。

中国纺织工业联合会副会长杨纪朝、夏令敏，中国服装设计师协会主席张庆辉，专职副

主席杨健，中国服装协会秘书长焦培，中国服装设计师协会副主席张志峰、张华明、谢锋、熊兆飞，北京服装纺织行业协会副会长王文生，广东省服装服饰行业协会会长卜晓强，北京国华置业有限公司董事长旁超、总裁刘军，京东集团CHO隆雨，京东集团高级副总裁徐雷、副总裁丁霞等众多领导和嘉宾亲临现场。此外各驻华使馆、外资机构等国际友人，时装周合作赞助商，时装周发布品牌的设计师及品牌管理人员，国内外知名设计师和新锐设计师们莅临出席。

“多变的是北京春天的天气，不变的是中国时尚人火热的心。”在开幕酒会上，中国服装设计师协会主席张庆辉表示，“雅莹集团新品牌恩派雅的开幕首秀令人耳目一新，开幕酒会则是第二次走进华贸中心广场这一举足轻重的时尚宝地，接下来一周多的时间里，我们将一同见证中国时尚产业的春天，让我们共同携手为中国时尚产业谱写新篇章。”

现代化设备影响孟加拉服装业就业创造能力

据《每日星报》报道，孟加拉服装业就业创造能力正受到现代化机器设备引进的影响，大量中小型服装厂因未达到相关要求被关闭。

据统计，2013-2016年间，孟服装业就业数量一直停留在400万的水平，服装厂从5063

家减至4324家，但每个工人创造的出口价值从2718美元增至7023亿美元。分析人士认为这一问题值得关注，并建议加强培训，培养不同年龄层次的熟练工人，加强幼儿抚育机制，鼓励更多女性加入服装业。

日本布匹面料将进军越南市场

《越南投资报》近日报道，越南MAY NO HASHI公司与日本YUWA SHOTEN 股份公司签订战略合作协议，促进日本布匹面料出口越南市场。此前，MAY NO HASHI公司进口日本KOKKA,UNI,COSMO等三家公司的布匹。

目前越南市场主要进口中国匹布、面料。

中国面料价格低廉，品种丰富，但质量不稳定。

而从韩国、印度和马来西亚进口的布匹面料品种不多且集中在固定领域。从日本进口用于缝制“奥黛”的布匹价格为150万越盾/平米，价格虽不便宜，但质量好，安全性高。

意大利纺机拓展埃塞俄比亚市场

日前，意大利纺机代表团参加了在埃塞俄比亚首都亚的斯亚贝巴举办的亚的斯商会国际贸易博览会。

意大利纺机制造商展团包括F: adis（发达时）公司、Ferraro公司、Itema（意达）集团、Marzoli（马佐里）公司Savio（萨维奥）公司、Sicam公司和Simef公司等。

埃塞俄比亚是全球纺织品和服装业的新兴生产中心。低廉的劳动力成本，与西方主要市场签订的自由贸易协定及不断增长的经济使这个撒哈拉沙漠以南的非洲国家成为业内主要零售商的服装加工基地。随着技术升级的需要，

埃塞俄比亚对纺机的需求在不断增长，当地政府部门为吸引外资出台了众多鼓励政策，使参加亚的斯商会国际贸易博览会的国际纺机企业越来越多。

过去5年，意大利纺机的出口大幅度增长，2016年前9个月，意大利对埃塞俄比亚的纺机出口仅次于中国和土耳其，位居第三。

为了进一步增强意大利纺机在埃塞俄比亚的影响力，意大利纺机协会还与埃塞俄比亚纺织工业发展研究院就成立一家技术中心签署了协议。该技术中心旨在为埃塞俄比亚纺织操作人员提供纺机方面。

柬埔寨服装厂用工环境调查

本次调查由塔夫茨大学发起并进行。是针对提高柬埔寨制衣厂竞争力和工作条件的倡议，而进行的基础调查之一。其初步结果表

明，这一倡议已经帮助企业得到了额外的订单，但过度加班和性骚扰仍待持续关注。

本次问卷调查，对参与“柬埔寨更好工厂”计划的73家工厂进行了独立评估，调查了1500多名工人和50名管理人员。

参加“柬埔寨更好工厂”计划的大多数是服装全流程企业（裁剪，加工，包装），以及成衣样品制作企业。大约70%的工厂总经理表示他们的公司是全球供应链的首选供应商，并向柬埔寨以外的客户销售产品。

此外，40%的管理人员说，加入“柬埔寨更好工厂”计划帮助他们的工厂获得额外的订单或更好的合同条款。20%的受访者表示，自从工厂加入计划以来，客户已停止进行社会责任审查，也就是免检工厂。

然而，他们认为最大的挑战是生产效率低下。例如，工人的技能技术低下和工会活动。而不到一半的管理人员已经实施（或正在实施）针对工人的新的培训计划或更改其薪酬福利计划。大约五分之一的工人表示，他们接受了入职培训或在健康和安全管理程序以及新技

能方面的再培训。

塔夫茨大学的研究还发现，超过四分之一的受访者（28%）表示他们“很少”或“从不”使用安全设备，并且大约16%的受访者表示没有提供过安全设备。

本次调查对工人也提出了一些问题，以试图了解工作环境对他们健康的影响。工人对他们自身健康的评估似乎是积极的，有49%的人认为他们的健康在基线时是“优秀”，“非常好”或“好”。

过度加班是工人（18%）非常担忧的问题。但是，男工与女工之间有一些差异。女工（17%非常或中度担忧）和男工却高达26%。

三分之二的工人说，自从他们加入工厂以来没有发生罢工。对于其他人来说，罢工活动的最常见原因是：工厂过热、工资低、开除工会领导和罢工积极分子。

纺织品新标准4月实施， 纺企需重视生态安全认证

日前从绍兴出入境检验检疫局了解到，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，将于今年4月1日起正式生效。对于大部分出口纺企来说，该标准的调整，将直接影响到其出口产品的市场占有率和出口效率。

今年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。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的严格程度达到了新高度。

与2016版相比，新标准对有害化学物质的监管进一步升级，主要有：产品级别I(3岁及以下婴幼儿产品)中，全氟及多氟化合物的使用受到更加严格的限制；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；对四种紫外线稳定剂的限量要求扩展到了产品级别I至III等。

据了解，Oeko-Tex Standard 100是世界上最权威的、影响最广的生态纺织品标准。目前，欧美地区许多大型采购商都将此标准作为产品采购的技术依据，拥有此标准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高出20%~30%。另外，欧美国家对纺织品中有些物质含量是有严格限量的，通过Oeko-Tex标准认证可以有效规避欧盟和北美各国的技术壁垒，帮助中国制造顺利抢滩欧美高端市场。

出入境检验检疫局相关负责人提醒，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。以中低端纺织产品为主打的纺织企

业，在纺织品生态安全认证方面还需要进一步重视，建议企业通过生态认证来增强产品在国

际上的认可度，提高产品附加值和技术含量，确保纺织产品安全进入国际市场。

新疆棉花目标价格改革政策解读

被业内期盼已久，望眼欲穿的“2017年新疆棉花目标价格改革通知”日前发布，通知主要传达了四个层面的意思，概括为“两稳一限一不变”。

一稳为“稳定政策”。即棉花目标价格水平三年一定。如在三年的定价周期内棉花市场发生重大变化，报请国务院同意后可及时调整目标价格水平，体现政策的稳定性和应对系统性风险的灵活性。

二稳为“稳定价格”。2017-2019年新疆棉花目标价格水平为每吨18600元，给业界整个产业链条吃上了定心丸，对产量和价格有了

基本预期，防止棉花市场大幅波动。

一限为“设置上限”。对新疆享受目标价格补贴的棉花数量进行上限管理，超出上限的不予补贴。补贴数量上限为基期（2012-2014年）全国棉花平均产量的85%，若实际产量要是超过上限，超出部分不补贴。

一不变是指“补贴实施方式不变”。棉花目标价格补贴启动条件、中央财政对新疆维吾尔自治区和新疆生产建设兵团补贴办法等仍按现有规定执行。即按价差补贴方式不变。价差是实际市场价格和目标价格的实际差额。

2017中国国际非织造材料展览会暨高端论坛报名开始

非织造材料既是当前全球纺织业中成长最为迅速、创新最为活跃的领域之一，也是健康、环保、基建、工业、农业等领域内不可或缺的新型材料，深刻地改变着我们的生活和生产方式。中国已经成为全球非织造布第一生产、出口大国和非织造布消费市场，在世界非织造布行业中的影响力不断增强。

为了促进非织造布行业健康平稳的发展、协助业内企业挖掘更多的市场机遇，同时满足市场需求，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国产业用纺织品行业协会、美国非织造协会、法兰克福展览（香港）有限公司共同主办的“2017中国国际非织造材料展览会暨高端论坛”（2017CINE）将于6月21~23日在上海世贸商城举行。

作为目前国内非织造领域最专业的展会，2017CINE将展示国内外非织造布行业全产业链的最新发展状况，包括从原材料、工艺设备、卷材到最终制品的各环节。超过6000平方

米的占地面积、国内外百余家行业骨干企业、5000+专业人士的大聚会，主办方致力打造专业版“饕餮盛宴”绝对让人无法拒绝。

2017CINE的展品范围涉及非织造材料及制品，专用设备及配件，专用原料及化学品，研发、咨询、相关媒体及相关领域4个方面。

当然，展会的同期活动也让人应接不暇。既有国际高端论坛，又有第六届中国国际非织造布会议、展会技术交流会、2016/2017年中国非织造布行业10强企业及优秀供应商发布、中国非织造布价格指数发布等。

※在线报名是展位唯一申请方式

报名网址：<http://www.cine.org.cn/about/?47.html>

详情咨询：010-85229093/9074/9478/9446/9491/9483

2017yarnexpo秋冬纱线展报名启动

第十三届中国国际纺织纱线（秋冬）展览会（yarnexpo）将于2017年10月11-13日在国家会展中心（上海）5.1号馆继续以独立馆形式展出，通过丰富的展品、精彩的活动、多样化的展示等，多角度呈现纺织上游产业链的风采，加速打造全品类纤维纱线一站式采购平台。

展会时间：2017.10.11-13

展会地点：国家会展中心（上海）5.1号馆

展会报名：官网在线报名已启动。请登陆官网：www.yarnexpo.com.cn

点击“我要参展”进行在线报名

咨询电话：010-85229807

展位安排：6月启动

同期展会：

intertextile中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会

CHIC中国国际服装服饰博览会（秋季）

PH Value中国国际针织（秋冬）博览会

纺企参展归来话出口之2017春季巴黎展、纽约展

2017年中国纺织品服装贸易展览会（纽约）春季展暨美国Texworld服装面料展、纽约国际服装采购展（APP）——2017年1月23日-25日（秋季展时间：2017年7月17日-19日）

2017年中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）春季展暨巴黎国际服装服饰采购展——2017年2月6日-9日（秋季展时间：2017年9月18日-21日）

2017年孟加拉国达卡国际面料及纱线展览会（冬季）——2017年2月15日-18日（秋季展时间：2017年8月9日-12日）

——纺织贸促会每年的新年例展，相继圆满结束。

今年年初以来的这三场国际纺织服装贸易展均由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会主办，是每年的例展，更是中国纺织服装外贸企业集体出征的大展。可以说，通过年初三展，可以基本摸清我国对欧洲、美国和东南亚

这三大主要纺织品服装出口市场的全年外贸形势。

因此，在当前充满诸多不确定因素的国际贸易环境下，《中国纺织报》记者主动采访了参加以上三展的代表性纺织服装外贸企业，听他们细说今年出口前景，以期为我国出口纺企提供一定的参考和借鉴。

以适销对路产品顺应各种变化
欧洲市场——巴黎展

中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）（以下简称巴黎展）是欧洲最大的纺织服装专业贸易展。此次纺织品服装同馆同期展出，既完善了产业链上下游，也吸引了更多客流量。本届专业观众突破15000名，展会面积同比增长45%，展商重复参展率达50%。而且，本届展会展出规模创历届春季展之最，与上一年春季展相比增加30%。

另外，本届海外展商增多，国家展团特色更为鲜明。除了孟加拉国、缅甸、斯里兰卡、

土耳其、危地马拉、巴基斯坦、摩洛哥、日本、印度、乌兹别克斯坦等展团外，还新增埃塞俄比亚展团。此外，配饰展商的增量明显。

杭州尤你可服饰有限公司业务经理卓侠风对《中国纺织报》记者说：“杭州女装在中国是一面旗帜，而法国女装世界驰名。此次我们带来了主打产品--针织衫和羊绒衫，在巴黎展上参展效果比较好。在法国这样一个时尚大国，其强大的研发创意能力是最值得学习的。因此在展会上，我们不仅局限于传统意义上的接单生产，而且主动了解上游供应链技术发展，比如数码印花方面的先进工艺，并积极调整产品类型，旨在提高中国产品的议价能力。”

“这次看到埃塞俄比亚首次组团参展，反映了非洲服装加工业的迅速崛起以及其参与国际贸易的积极性。非洲国家在劳动力等生产要素方面具有很强的比较优势，非常有竞争力。可见，中国未来面临的不仅仅是东南亚国家制造业崛起的冲击。”卓侠风信心满满地说道：“中国的中高端优质男装，有自主设计含量的女装品牌和高级定制类服装在此次展会上亮点频出，很受关注，更坚定了我们向中高端市场转型发展的信心。”

宁波江北海之伦服饰有限公司是本次参展的针织企业，公司业务经理盛梓枫向《中国纺织报》记者表达了不同看法：“我不认为非要在欧美发达国家拓展中高端纺织品服装是大势所趋。其实，国际金融危机发生以来，世界经济处在缓慢恢复期中，价格因素在订单洽谈中成为非常敏感的因素。2016年欧洲进入多事之秋，英国公投脱欧、难民危机及恐怖袭击事件频发，使欧洲经济雪上加霜，因而，面对多变的欧洲市场需审慎行事。”

盛梓枫指出，由于欧洲消费购买力相对疲软，因此其中低端纺织品服装主要还是依赖进口。而中国纺织品服装物美价廉，性价比较高，在未来一段时期内会刺激中国纺织品服装出口，进而扩大在欧洲市场份额，提升市场占有率。”盛梓枫进一步表示，“我们公司主要生产中低端针织产品，主要面向欧洲中小型超市、城市档口和批发市场销售，走的是量。凭借适

销对路的产品，薄利多销，可有效防止订单流失。”

CTAF/APP Paris2017——

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和法兰克福展览（法国）公司共同承办的2017年中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）秋季展暨法国巴黎国际服装服饰采购展（CTAF/APP Paris）（以下简称“巴黎展”）将于2017年9月18-21日在巴黎布尔歇展览中心举行。

巴黎展会已经开通在线报名，展位有限，欢迎报名！

报名请登录：www.eurofair.com.cn

更多展会详情，请致电。

联系人：焦佼 戚晓炜 孙培宁

手机：13810663929 13466330886
18601187299

电话：86-10-85229016 85229632
85229376

美国市场倒逼中国纺企转型升级
美国市场——纽约展

据中国纺织品服装贸易展览会（纽约）（以下简称纽约展）参展中国企业反映，虽然此次纽约展临近中国春节，但中国参展商依然踊跃参展，展会客流量大于去年。

北京纺达科技公司总经理张彤对《中国纺织报》记者兴奋地说：“参展首日正值特朗普宣誓就任，尽管特朗普新政对未来出口业务的影响还存在诸多不确定，但展会首日到场专业买家近2000人，据说创下春季展新高，这给我们带来不少信心，整个参展情况好于预期。”

张彤分析道：“此次纽约展专业性强，两个展馆几百家参展商的规模，参展企业产品同质

化现象不多，买卖双方可以高效对接。”

据记者了解，本次展会新增在线查看参展商名单和互动版展位图功能。通过查询参展企业名单可快速锁定展位号和展位位置，并可在现场交换展示产品，实现短平快商洽。可见纽约展不仅专业，而且务实。

张彤说此次是她第一次参加纽约展，此次展会良好的反馈效果是她没有预料到的，特别是此次带去的创意和功能性强的高附加值产品最受采购商青睐。另外，她发现，美国本土纺织品服装加工还是具有相当实力的，美国制造非常抢眼。出乎她意料的是，在美国自有服装加工工厂或有纺织供应链垂直整合能力的中小型企业不在少数。

她说：“美国土地、电气、物流、税收、金融等成本明显低于中国。就拿劳动力成本来说，尽管美国劳动力成本是中国劳动力成本的两三倍，但美国自动化程度高，用工少。一家来自北卡罗莱纳州的采购商对我说，该州是纺织产业集聚区，对投资商而言拥有全美最低的税率优惠。相信，特朗普新政将会给予投资者更多颇具吸引力的招商引资计划。”

宁波晟容进出口有限公司业务经理郭科科对记者指出：“宁波是男装出口大省，拥有国内最先进的生产加工能力。虽然宁波男装在中国叫得响亮，但在美国采购商眼中却不起眼。我在纽约附近的一处富人区看到，来自意大利等欧洲发达国家的中高端男装品牌店林立，吸引了不少当地消费者。一位店主导出原委，他说

欧美服饰文化之间相互认同度高契合度好，因而，尽管这里也零星散布着一些日韩服装店，但其客流量远不如法国、意大利的品牌服装店。”

由此可见，中国纺织服装企业要抓住欧美消费者的心，从服饰消费文化层面得到其认同，对此还需要做很多功课。

目前，中低端服装生产加工规模向东南亚转移的势头愈发强劲，这反而倒逼中国纺织服装企业转型升级，向欧美发达国家看齐，积极研发和开拓高端国际市场，以获得更多的产业利润。中国企业亟需通过与欧美高端买家合作，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。

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

电话：010-85229632 13466330886

邮箱：qxw@ccpittex.com

联系人：靳然

电话：010-85229668 13718900885

邮箱：rantheajin@ccpittex.com

网站：www.usfair.com.cn

纽约展：借纽约纺织周与国际纺织品服装采购商和零售终端联动

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和法兰克福展览（美国）公司共同承办的第十八届美国纽约中国纺织品服装贸易展览会暨美国纽约国际服装面料展 (TEXWORLD USA)、纽约国际服装采购

展 (Apparel Sourcing USA)、纽约国际家纺采购展 (HTSE USA)（以下简称“纽约展”）将于2017年7月17-19日在美国纽约贾维茨会展中心举办。

纽约展，作为“纽约纺织周”的重要成员，2017年7月将再次与Project, MRket以及Premiere Vision New York几大国际专业服装服饰展齐聚纽约。为美国客户带来具有技术领先、品质优良、种类丰富的服装服饰、面料配件及家用纺织品。

2017NYC Textile Week——

七月第二周将迎来纽约时装周（男装）(New York Fashion Week)，纽约时装周传达出的时尚流行趋势将会刺激消费者的购买欲望，而接下来的第三周又将迎来一年一度的纽约纺织周(NYC Textile Week)，届时纽约展这个从2000年创办至今的服装、面料、家用纺织品采购的多维展会平台将继续与纽约当地包括Market、Project在内的终端零售订货平台进一步推动美国东部纺织品服装采购与市场零售

的互动，发挥以产品为纽带，以设计为先导，联通美东时尚价值链的作用。

现接受在线报名，额满即止，欲报从速。

报名请登录官方网站：www.usfair.com.cn。

更多详情，请致电：

联系人： 戚晓炜 靳然 孙培宁

手机：13466330886 13718900885
18601187299

电话：86-10-85229632 85229668
85229376

秋季巴黎展：与你在时尚之都有个约会

由中国纺织工业联合会主办，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会和法兰克福展览（法国）公司共同承办的2017年中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）秋季展暨法国巴黎国际服装服饰采购展（CTAF/APP Paris）（以下简称“巴黎展”）将于2017年9月18-21日在巴黎布尔歇展览中心举行。

产业链--巴黎Texworld服装面料展和APP Paris服装服饰采购展同期同馆举办所形成的产业链上下游“一站式”全球化采购的优势，有效促进了产业链上下游资源的链接，从而更充分发挥了专业贸易展览会窗口、平台和纽带的作用。这种立足行业、服务行业的办展理念，使得巴黎展能更好地引导和帮助企业主动适应欧洲市场。目前已发展成为欧洲首屈一指的全全球贸易采购平台。

2017年2月春季巴黎展专业观众突破15000名，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。埃塞俄比亚展团为本届新增。此外，配饰展商的增量明显。展出规模创历届春季展之最，与上一年春季展相比增长30%，展商重复参展率达50%。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。

展会增值服务——

时装秀吸引眼球。近几年的巴黎展，秀场都是特别吸引人眼球的地方。别具匠心的舞台设计，配合模特们美轮美奂的时装表演，让人甚至一度忘记身处巴黎展的展馆，也许是在某个高定服装品牌的秀场。每届巴黎展都会举办“中国走秀专场”。此项服务是主办方提供的增值服务之一，向参展企业提供展品免费走秀机会。

您的专属陈列师。近年来，为了能够让中国企业的展台布置和展品摆更加吸引人，提升展会整体展览展示的视觉效果，主办方每届展会现场都会出资邀请法国专业的陈列师为中国企业布展提供艺术指导。经过陈列师的指导，

中国展商的布展更好地顺应了欧洲买家的习惯，吸引了更多的专业买家驻足。

产业链展现场其他配套服务资源共享。现场服装打样制版workshop, 趋势区App, Texworld Trend, 自由讨论角Agora, 技术纺织品展示Avantex, 当然还有倒时差的休息区 Jet-leg Area, 东航、法航现场值机、现场购买巴黎地铁票等。

巴黎展会已经开通在线报名，展位有限，额满即止，欲报从速。

请登录：www.eurofair.com.cn

更多展会详情，请致电

联系人：焦佼 戚晓炜 孙培宁

手机：13810663929 13466330886
18601187299

电话：86-10-85229016 85229632
85229376

第二届中国纺织精品展（南非）：带你走进非洲市场

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牵头，联合南非LTE展览公司、浙江远大国际会展有限公司、中国国际贸易促进委员会宁波市分会、江苏联亚国际展览有限公司共同承办的“第二届中国纺织精品展（南非）暨南非纺织服饰鞋类展览会”将于2017年11月21-23日在南非开普敦国际会议中心举办。

南非中国纺织精品展（China Premium Textile & Apparel Trade Show-South Africa）与南非当地唯一的、非洲地区最大的纺织品及鞋类展览会——南非开普敦国际鞋类及纺织服装展（ATF）同期同地展出，共享来自非洲、美洲、欧洲等地的千余名专业买家和零售商。该展充分借鉴利用国内三品战略的成果，利用精品展的平台，助力中国企业提升出口非洲产品的品质、增加适销对路产品的品种、在当地市场打造良好品牌形象。

为何选择非洲？

在未来十年，非洲将在世界纺织、服装及鞋品的供销产业链里扮演越来越重要的角色。

非洲增长和机会法案 (AGOA) 延长十年，最高可免除高达35%的关税，国际买家对非洲显现出强烈兴趣。

非洲与欧洲非常接近，并共享同一时区。紧跟欧洲流行趋势。

为何选择开普敦？

开普敦是非洲纺织服装、鞋业的“零售中心”。

开普敦有19家全国性连锁商店，超30家小型和地区性连锁店，以及进口商和独立零售商。

作为非洲的中心之一，西开普敦地区的发展非常迅速，是国际公司开拓非洲市场的门户。

何种产品在非洲受欢迎？

- ⊙产品多样化小订单
- ⊙高消费与大众消费两大模式并存
- ⊙本地服装生产加工不足以满足消费需求
- ⊙潮流趋势与欧洲趋同

更多展会详情，请致电：

联系人：王继欧 王静 孙培宁

手机：13520857690 18601295833
18601187299

电话：86-10-85229550 85229017
85229376

巴西——全球纺织产业布局中不可或缺的市场

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和中国（巴西）投资开发贸易中心等共同承办的第五届巴西圣保罗GOTEX国际纺织服装采购展览会将于2017年9月12-14日在巴西圣保罗北方展览中心（黄馆）举办。

GOTEX展览会始于2013年，是为了配合我国纺织服装行业进入南美新兴市场，按照全球供应链理念，面向全球纺织品服装供应商，打造一个以巴西为中心的与中南美行业和市场进行全方位深度对接的专业贸易采购平台。

巴西纺织品服装市场——

巴西每年进口纺织服装的总金额接近70亿美元；巴西每年从中国进口的纺织服装占其总进口金额的一半以上。

巴西有15.7万家服装销售门店，3.5万家家用纺织品销售门店，服装纺织加工企业2.6万家，纺织行业从业人数达到170万。每年巴西服装消费缺口10亿件左右，这些均需要进口来补足。

巴西圣保罗GOTEX 展会增值活动——

买家配对活动将参展商与有潜在合作可能的采购商撮合在一起，畅谈商业合作。2016年GOTEX展会现场共进行150场会谈。

研讨会议题包括“危机下的出口机遇”、“阿拉伯国家的文化和贸易技巧”、“互联网对小型商业的帮助作用”、“如何更好地了解你的合作市场”

GOTEX 新秀时装大赛——

新秀时装大赛自创办以来，已逐步发展为巴西本土时尚界重点关注的交流盛会，越来越多的巴西业内行家及铁杆粉将之列入每年的重要活动日程。新秀时装大赛旨在增加巴西时尚新秀们对国际纺织产业链的了解，促进设计学生与全球贸易的融合度。

按照惯例，目前该设计师受主办方邀请，在上海及周边地区参观专业院校及相关企业寻找设计灵感，对中国纺织品服装行业进行深入了解。

巴西展会网站现已开通在线报名！

了解展会详细信息请登录：

www.gotexshow.com

联系人：王继欧 王静 孙培宁

手机：13520857690 18601295833
18601187299

电话：86-10-85229550 85229017
85229376



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