

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸促

7

2017

总第268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
2017年7月20日

特别报道

感受居家新体验 引领新消费 创造新生活

——2017中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会8月开幕

行业动态

- ★2017中国纺织创新年会·产品峰会在福州召开
- ★中纺联副会长孙淮滨接见美棉代表
- ★“濮院杯”针织设计大赛，用设计为产业提档升级
- ★2017床上用品专业委员会年会在吴江召开
- ★上半年纺织品服装出口稳中向好

走出去

- ★中纺联副会长、纺织贸促会常务副会长徐迎新带队赴美国阿肯色州进行纺织行业投资调研
- ★中意服装企业深度对接代表团赴意大利考察

国际市场

- ★联合国《2017年世界投资报告》：全球投资前景与趋势

- ★埃及升级棉花种植和纺织行业发展
- ★英国维持48个“最不发达国家”现行的商品免税准入

政策法规

- ★环保部：紧急禁止24种高污染物入境
- ★无法升级改造达标排放的厂9月底前一律关闭

展会报道

- ★2017深圳国际纺织面料及辅料博览会圆满落幕
- ★2017纽约展：“中国制造”抢滩海外高端市场
- ★借中国纺织精品展(南非)平台开拓南非纺织品服装市场



中国纺织贸促网
www.ccpitex.com

目 录

- 行业动态 08 | 2017中国纺织创新年会·产品峰会在福州召开
09 | 中纺联副会长孙准滨会见美棉代表
10 | "濮院杯"针织设计大赛,用设计为产业提档升级
11 | 2017床上用品专业委员会年会在吴江召开
12 | 上半年纺织品服装出口稳中向好
-
- 走出去 14 | 中纺联副会长、纺织贸促会常务副会长徐迎新
带队赴美国阿肯色州进行纺织行业投资调研
16 | 中意服装企业深度对接代表团赴意大利考察
-
- 国际市场 17 | 联合国《2017年世界投资报告》:全球投资前景与趋势
19 | 埃及升级棉花种植和纺织行业发展
19 | 英国维持48个"最不发达国家"现行的商品免税准入
-
- 政策法规 19 | 环保部:紧急禁止24种高污染物入境
20 | 无法升级改造达标排放的厂9月底前一律关闭
-
- 展会报道 22 | 2017深圳国际纺织面料及辅料博览会圆满落幕
22 | 2017纽约展:"中国制造"抢滩海外高端市场
24 | 借中国纺织精品展(南非)平台开拓南非纺织品服装市场

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) 57392132

E-mail: sunling@ccpitex.com

网 址: www.ccpitex.com

感受居家新体验 引领新消费 创造新生活

2017中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会8月开幕

孟秋沪上，依约桂花香。由中国纺织工业联合会指导，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国家用纺织品行业协会和德国法兰克福展览（香港）有限公司共同主办，北京优尚博展国际家纺展览有限公司承办的第23届中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会将于8月23日~26日如期在国家会展中心（上海）举办。

随着国内家纺企业转型升级步伐的加快，将产品设计、生产转向到以满足有效供给为主的经营理念的加深，以及国内外家纺市场回暖向好趋势的加强，本届展会吸引了来自中国、亚洲及欧洲等30个国家和地区的近1200家企业带来各自最新设计的时尚家用纺织品及辅料产品。在这里，观众可以感受居家新体验；采购商可以“随心所欲”地采购只有想不到没有找不到的家纺产品……作为与百姓生活品质密切相关的家用纺织品，展会带来的不仅仅是满足消费者居家需求，更可以引导消费者追求更舒适、时尚和智能的新消费，带来新的生活享受。

展馆布局---创新、科技和艺术元素有机结合

本届展会使用国家会展中心(上海) 的6个展馆，总面积为16万平方米，展馆布局充分体现出融“创新、科技和艺术元素”为一体的大家纺格局。具体分为：

3号馆--软装设计馆

本馆包括：成品窗帘区、臻美地毯区、窗帘辅料区、墙壁艺术秀展区以及英国室内设计大奖安德鲁马丁论坛等众多精彩展区与活动。其中，遮阳窗饰潮流秀板块中，主要体现智能、节能、隔热、静音降噪等特点；创新技术、时尚设计的展示，代表了建筑节能、家居遮阳和智能化领域的发展趋势。

本馆也是“大家居”特点最明显的一个馆，这里突出产品与设计的完美结合，还有设计大咖精心筹备的软装主题，诠释新一季软装潮流。

4.1号馆--环球生活馆

本馆集结了国际实力展商，将有比利时、印度、摩洛哥、巴基斯坦、中国台湾和土耳其

众多展团亮相。

世界知名品牌如德国的JAB雅柏、Yada & Euroart将在品牌布艺区；Enzo Degli Angiuoni, D Dé cor和Culp在装饰布面料区。

其他海外展商包括英国Prestigious、德国聚酯纤维供应商Advansa Marketing、英国床品名牌Common Living、Harlequin、Morris & Co.、Sanderson及Scion的亚洲唯一经销商青岛莫特斯代理等。

超过20家海外纺织品花样设计工作室将在设计师沙龙亮相；Digitex等龙头公司将在数码印花区内展示最先进的数码印花技术。

5.1号馆--家居潮流馆

本馆可谓产品高端，品牌云集，是观展者的必经之地。这里会将最前沿的家居风尚集中展示，众多实力品牌竞相“绽放”。华尔泰国际纺织（杭州）有限公司、杭州奥坦斯布艺有限公司、广州市源志诚家纺有限公司、大连东立工艺纺织品有限公司等众多实力品牌将集中亮相，尽显品牌风采。

5.2号馆--多彩海宁馆

经过数十年的发展，海宁已成为全球知名提花面料生产基地，当地的家纺营销队伍遍及全国，产品远销东南亚、南非、中东及欧美等40多个国家和地区。

本馆有浙江欧可丽实业有限公司、浙江凯迪雅布业有限公司、海宁市天屹织造有限公司等众多品牌演绎出海宁布艺的多彩灵动。

6.1号馆--时尚余杭馆

本馆汇聚了许多余杭优秀布艺企业。余杭家纺产业致力于上下游联动并进、培育设计、发展电商等上下游产业的融合，进行跨界合作，实现布艺软装家居一体化。

6.2号馆--家具布艺馆

本馆以家具沙发面料产品为主，突出产品的专业性，也让买家采购更有针对性。企业主要是来自中国沙发布艺名镇--浙江桐乡大麻镇。

为了方便选购，同时更好的突出不同沙发面料企业，本馆按产品质地将企业进行细化分区：立体感强、颜色鲜艳的植绒布区；割绒绒面均匀、光泽度好的割绒布区；色彩绚丽鲜艳的印花布区；手感丰满、质地厚实的提花区；透气性、透汗性好的棉麻区；结实耐用、易打理的化纤区；悬垂性好、质地轻薄的仿皮革、麂皮绒区。

杨兆华：展会三大亮点直指家纺行业发展路径

20多年来，中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会（以下简称上海秋冬家纺展）作为行业全貌的缩影，从产品到服务，无不在诉说行业的创新、突破与变革。不仅为业界提供了展示、交易的有效平台，同时也凝聚了行业发展的精髓与重要节点。本届展会的三大亮点诠释了家纺行业发展的成果和方向。

亮点一：量变到质变，小家纺到大家居

上海秋冬家纺展通过近几年的努力，可以说实现了从量变到质变的过程。2015年上海秋冬家纺展就已有16万平方米的展出面积，但其中包括成品展区。自2016年开始，成品企业便从上海秋冬家纺展中剥离，独立形成上海春夏家纺展。至此，春夏家纺展以床上用品、毛巾、成品帘等成品为主，秋冬家纺展则以窗帘、沙发布艺等装饰布为主的格局正式形成。上海秋冬家纺展总展出面积已连续两年保持在16万平方米，且利用率逐年升高。由此证明，展会从“量”上实现了突破。

而“质变”则体现在，企业从过去单纯展示布料的角色，演变为整体软装方案的提供者、解决者。企业不仅仅是在卖布，而是在演绎风格、演绎卖布的方式，让沙发企业以及客户充分了解这块布的内涵，用布料通过不同表现方式来提升沙发的价值，进而提高布本身的价值。场景化展示可谓展会发展中的一大亮点，现已逐渐细化为客厅空间、卧室空间、书房空间，企业纷纷利用窗帘、地毯、沙发、墙纸、墙布等来做整体搭配，这便是展会由量变到质变的全新演绎。杨会长表示，从参展情况来看，家居情景化展示去年已初见成效，相信今年5.1号馆内的代表性企业会将其演绎的更加充分！

亮点二：商业模式创新助力布艺产业品牌打造

除产品研发与服务升级外，渠道创新也是布艺行业近年的一大亮点。在本届展会参展商中，就有很多企业在渠道创新方面有所建树。具体表现为，新的商业模式不断涌现，一方面以互联网技术为依托，充分发挥线上、线下的优势，开拓O2O、B2B及C2M等渠道创新。另一方面加快传统渠道转型升级，注重消费体验和服务，紧密进行跨界合作，提供家居陈设整体设计和生活方式解决方案。同时对于布艺行业来说，线上线下融合发展，打造真正意义上的成品帘也是渠道创新非常重要的探索方向。另外也有不少布艺企业实行个性化需求的大规模定制，在标准化、模块化基础上，实现个性

化、定制化。值得一提的是，这些途径不仅让企业在渠道创新方面有所突破，也促使企业提高了品牌意识，无论是终端品牌亦或制造品牌。

亮点三：“安德马丁”奖让布艺跨界更落地

杨会长谈到，在以往的家纺展中，我们曾与中国家居协会、饭店采购协会、室内设计师协会等有广泛的合作，去年已经初见成效。今年，“2017安德马丁国际室内设计峰会暨2017‘无界之合’跨界家居艺术展”在2017秋冬家纺展的盛装亮相则象征着家纺行业跨界合作的进一步落实。“马丁”活动的引入将会带来众多设计师资源，包括家具设计师、室内设计师等，这必然会使跨界合作的概念更为夯实。

产品、渠道、软实力——三大利器赋能布艺升级

为更好的促进企业转型升级、加强市场开拓，走上品牌之路，杨会长对企业未来发展给出三点建议：首先，企业若想长足发展，必须要做强产品，产品才是基础，是企业真正的“根”。其次，企业若想脱颖而出，还需提高自身服务能力，加强软实力的打造。要做到能够为客户提供解决方案，加强对环境的艺术化整合能力，进而提升家具及布艺产品的内在价值。第三，企业要积极探索新的商业模式，走线上线下融合之路，开拓O2O、B2B及C2M等渠道创新。

奢侈范 色彩牌 素朴风齐上阵--布艺展商风采预览

奥坦斯：升级新时尚

本届展会奥坦斯参展面积1000平方米，展示5000多种高性价比的特色面料产品。

在注重产品现代时尚化的同时，助力于整体软装配套，让消费者体验艺术化的生活场景。其倾力打造的FBC家居物联网生态系统，汇聚软装八大模块，将跨界的产品资源整合，

打破行业界限，实行跨界整合，实现一站式销售。

同时现场还将推出O2O线上销售线下体验的模式，为消费者提供一站式、一体化家居服务。

小轩窗：1+1版本构建时尚家居新空间

大家居的出现其本身就是从“卖产品”到“卖生活方式”的转变。本届展会上，小轩窗展位面积共计306平米。产品包括窗帘、窗纱、沙发布、壁布、壁纸等。分为大家居和外贸两个展区，大家居的最新全线产品与2017年最新的家装流行元素进行结合，以“现代、轻奢、生活化”为展会主题，构建全新的窗帘+壁纸（布）的1+1商业空间与家居空间的展示。外贸的产品部分，仍以窗纱为主，窗帘布为辅的格局，在产品工艺部份，坚持以刺绣印花工艺为主，提花工艺为辅的产品布局。

圣菲丹：营造独一无二的生态家园

本届展会圣菲丹参展面积达到154平方米，产品将以棉、麻、丝、木浆纤维和棉浆纤维为主要原材料，以自然、纯朴为设计灵魂，组合出独一无二的生态家园。此次展品的开发主要针对国内外中高端市场，推崇自然休闲的家居生活方式，面向国内及港澳台地区的高端零售商、高档家私厂、软装设计公司与设计工作室。

美布美：用色彩感染世界

本届展会美布美会用357平方米的空间，将色彩玩味得更加淋漓尽致。以奢侈品概念风格元素为主题，延续之前的优势产品，如今年3月份新推出的新亚洲风尚系列，爱马仕元素系列等；还会推出更适合市场的新工艺纯色绒布系列。现场根据整体空间陈列概念展示，以布艺展示和陈列为主，销售的重心也是布艺面料为主。

开启智能新生活---展商亮眼新品

本届展会，专攻智能家居、功能性家居等领域的企业不胜枚举，他们提供的家居方案各不相同，却都将令人眼前一亮。

广东创明遮阳科技有限公司的电动窗饰、智能控制产品操作简便、智能控制，可创造出高效、舒适、安全、便捷的个性化家居生活，满足用户对智能家居生活的更高追求。

上海博开遮阳技术有限公司是目前国内最优秀的电动窗饰、智能遮阳产品集成方案供应商，是行业内最具有影响力的品牌公司之一，同时还是智能领域的节能代表。

本届展会将带来最新的“电动百叶帘”，窗帘运用直流电机驱动叶片升降替代传统百叶帘手拉的传动方法，使其在操作过程中愈加简洁。此外，由铝材、木材或PVC等材料制造而成的帘片具有主动翻转功用，能够愈加准确地调整室内的天然采光程度，依据室内用户的需要来调理光线的取入，完结最佳的视觉舒适度。

专注功能性及智能领域的**绍兴乐加信息科技有限公司（万家帘品）**也已整装待发。本届展会公司将主推除甲醛系列窗帘和银盾抗菌系列窗帘。并将引入更多高科技、多功能的定制窗帘，全屋套餐窗帘，尤其是在健康环保材料的窗帘研发上下足功夫，研制开发并已获得专利的光触媒除甲醛窗帘、银盾抗菌窗帘，石墨烯窗帘等高科技环保窗帘等产品，将带来气象万千的效果。

大家居新体验

本届展会可满足一站式购物需求的“大家居”理念将在展会中得以进一步体现。

浙江巴贝纺织有限公司对于大家居概念，巴贝集团早有布局。集团下不仅有做面料的巴贝纺织，还有做整体木作的图森木业。公司不仅仅提供面料，同时还提供家具面料搭配设计，窗帘、床品的款式设计和生产，公司做到了从材料到成品，从设计到整体软装的一站式打包服务。

绍兴奇阁家纺有限公司本次参展的主要目的是推广新产品、维护客户关系，为了本次参展，公司也下了很大工夫，本次展会将呈现如下新看点：1.窗帘成品，定制规格；2.遮光绣花，环保（主推）；3.割绒系列采用的是针织方面的新技术——特宽幅新技术

谁说辅料只能当窗帘“配角”

在家居生活中，人们往往惊艳于窗帘的美，而忽略了其中点睛之笔的辅料。本届展会一直做配角的辅料将与窗帘同台登场。

时尚色彩、流动的波纹元素、新中式的东方风韵、满满的花香，浪漫的情怀将绽放迷人风采。场景式营销体验、多元而独特的设计、多渠道商业模式、跨界合作会让人们对辅料企业刮目相看！

大连东立：卖产品到现在的卖生活

本届展会东立精心准备了新品的实用场景，多套新品在窗帘、抱枕及家具中的应用，让设计师们现场亲身体验流苏、花边在软装中的价值，探寻新的设计灵感。

展位搭建风格更偏向于建立高端与国际化的品牌形象，参考了国际奢侈品的展厅设计理念，通过环境、色彩与展品的组合，营造一种时尚空间。通过搭建场景向消费者推荐一种生活方式，为产品营造一种使用氛围，能更有效的推荐产品设计，提升品牌价值。

展会现场东立将推出多套新品，其中有时尚色彩与流动的波纹元素，新中式的东方风韵，还有集成经典图案与流行色彩的刺绣带子。东立将高性价比的产品展示出来，让来访客户直观的认识高品质的流苏产品并非价格高高在上，而是时尚设计、丰富色彩与优良客户服务组成的高附加值产品。

鼎尚·虞美人：遇见花开 尽情绽放

本次展会鼎尚·虞美人在推广形式、门店形象、主题营造三方面做得更加深入、极致。

以“遇见花开”为主题，满满的花香，浪漫的情怀，一针一线创造出具象百花在纱帘上尽情绽放，以绿色为基调，环保为理念，浪漫而精彩。将带来绿野仙踪、情系虞美人、普罗旺斯三大系列产品：绿野仙踪系列是迎合时下时尚环保绿色的主题，以纱的轻柔艳丽配以布艺的内敛，绝对耳目一新。情系虞美人是定位于中式的系列，特色是休闲、时尚。普罗旺斯是法式小清新风格，特色是轻奢浪漫。

绍兴纺特：个性化服务带来一站式购物体验

绍兴纺特是一家专业生产，销售窗帘花边及各种窗帘辅料的大型企业，拥有顶尖的销售团队，拥有齐全的产品阵容，拥有强大的产品库存，拥有完善的售后服务系统，一直专注窗帘花边，以实力为自己在行业内加冕。

为了不断提升产品的满意度和客户体验，绍兴纺特在生产企业行业内率先推出了一站式购物体验，整合资源，为客户节省传统花边、辅料采购的不便。本届展会上该公司将带来欧式风格、中式风格、田园风格、美式风格，及各种拼接，及成品帘头上千余产品供客户选择，让消费者和终端客户了解花边辅料的最新流行趋势。

最权威的中国家纺流行趋势在这里

由中国家用纺织品行业协会组织发布的“2018/19中国家用纺织品流行趋势”将继续于展会现场举办发布展。

主题一：回归本真

这一趋势的灵感源于对自然界和与之相关事物的关注。数字屏幕的日益普及和它匮乏的内涵所产生的紧迫感，引发了我们对自然界的根源和经验与地球之间关联性的研究。

人们对材料产地、生产方法及资源利用的兴趣日趋增长，尤其是对具有乡土根源典型特征的兴趣的复燃。可利用元素回收及天然材料的废物再生产为此提供不寻常的解决途径。废

弃产品、工业产品与手工制作齐头并进。材质的表现方式在人造和纯天然的混合体中产生了变化。通过与自然界和谐共生关系的研究，使得面料在质感触觉和表面上得到了优化提升，更加柔软，同时加入了现代的设计感。

色彩的运用表现了对自然世界的特别关注。反映了人们试图与周围环境重新连接，从再生材料创造产品价值的意愿。

此主题的色彩传达着平和与宁静，并表现出原始环境的能量与活力。

主题二：联系感知

数字革命开始于通过数字实体功能转化和换位越来越多的“现实生活”活动。如今，相反的趋势越来越明显：虚拟在物质世界中逐渐显露出来。

为了应对体验经济，数字化将会越来越多地融入物理世界，所谓的“现实数字”，使其更加具象和人性化。

这种技术的变化改变了我们的互动方式，改变了我们对世界的感知，改变了有形与无形、物质与非物质的关系。这种变化导致了一种新的数字的异国情调的诞生。

这一趋势检测了高度数字化的性质，一种新的迷幻意象，现实与超现实共生交融。

主题的色彩由清晰的、唤起数字景观的冷色调构成。全息色在于增强与黑色或深红色、紫色的对比关系。

主题三：不设边界

多维的城市竞争和网络正在改变我们感知环境，身份和如何传递一种文化物质的方式。

就整体而言，文化及其衍生项目所体现出的持续杂食性和复合性已使其具有跨越国界的特质。当面临情感和不同遗产文化差异的风险时，也意味着新的创造奇迹的机遇的到来，特定的根源与额外的激励和影响，表达了城市环境

的多层复杂性。

用一种不寻常的现代创新手段改写传统的、富有历史性的特定遗产，产生了民族和城市之间的传统工艺品和当代设计的折衷和混合修改。

红色和橙色，这些非常温暖的传统色彩，融入到新的城市环境中，与受城市环境影响的较冷色调，航空蓝色和凋零的玫瑰色，共同组成了这一主题的色彩。

主题四：再度思考

我们正处于一个转变的时期，我们摒弃了多余的存在，发现了永恒的经典，重塑未来的价值。我们已存的记忆与未来休戚与共。我们掌控客观历史，选取有价值的历史内涵，并使其更具生命力与珍贵。

具有独特风格和质量特征的产品，会随着时间的推移变得更好。可以持续使用，也可以在循环经济中重新焕发光彩。

经典产品通过创新的外在处理和功能材料的引用：可持续性变得非常复杂。大众产品引入手工制作的细节，被消费者逐渐关注。

这一趋势的色彩清晰而细腻。从淡粉色到奶油色、水绿色，和一些深色，如深紫红葡萄色，海军蓝和森林绿。

为了让趋势能更加紧密的结合中国家纺行业发展现状，紧贴市场，更好的推动流行趋势对家纺行业的引导作用，中国家纺协会流行趋势研究与推广工作室面向全行业开展"2018/19中国家用纺织品流行趋势产品"的征集工作，欢迎各家纺产业集群、企业和设计师积极参与，最终入选产品将在趋势发布展上面向行业展出。发布展后，"2018/19中国家用纺织品流行趋势"也将在"中国家纺流行趋势推广基地"——江苏海门叠石桥国际家纺城进行长期的展示推广。

家纺设计从“跨界”到“无界”！

时代的变革思潮倍道而进，“家文化”作为设计领域的重要着陆点，在迭代中更加凸显设计的无界魅力。设计作为独特的传播媒介和语言，在聚变的社会环境里被赋予了更多的“链接”作用。于“家”而言，设计是无声的宣扬，更是有形眷恋！

"2017 安德马丁国际室内设计峰会暨2017'无界之合'跨界家居艺术展"将与"2017中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会"同期举办。这是一次设计领域的朝圣之旅，更是一次家纺行业的跨界之旅。

2017安德马丁国际室内设计峰会惊艳在何处？

安德马丁国际室内设计峰会自创办以来以其前瞻性、专业性、实用性备受业界瞩目。

2017安德马丁国际室内设计峰会，将汇集国内外设计行业顶级设计师，构建国际设计界交流沟通平台；以国际化视角，融合不同艺术领域、不同文化地域的设计思潮，探讨多元化设计理念，将中国设计多角度诠释出来！

2017峰会主题：设计再变革

分论题1：转型与变革：社会转型下的设计变革之道

时间：2017.8.23 下午

分论题2：传承与创新：传统在当代语境下的演变与发展

时间：2017.8.24 上午

分论题3：无界与互联：设计思维的无界与互联

时间：2017.8.24 下午

届时，将迎来9位业内重量级演讲嘉宾。

2017 "无界之合" 跨界家居艺术展让家居变身艺术品

"无"有之非有，"界"行之所分。思想汇聚、百家争鸣，"合"融合之能。设计凭空造物从无至有，千般趋同却造出万般存异。"界"区划不同设计门类，着眼点左右设计所得，思产品者、思空间者、思时装者，同在创造，各有精彩。当各式思维之于家具设计，"界"的魅力创造新样思考，设计所求在于完善生活，设计产品呈现技法与意境，从"界"出发，"合"于初心，集聚各方对生活美学的颂扬。

本次艺术展将汇集来自室内设计、建筑设计、服装设计、艺术设计等行业近40位行业精英，以"无界之合"的概念，通过具象的家具、艺术陈设展示，表达对新家居生活方式的品位和理解。

展会服务提升

1、加大观众邀请力度。经过20多年积累，主办单位掌握了庞大的观众数据库，通过邮寄

请柬、群发短信、群发邮件、Callcenter电话邀请、在专业市场派发请柬等多种手段邀请观众，取得了良好的成效。同时，借助大数据功能，对邀约观众进行人群画像，利用新媒体的传播力度，实施定向邀约，并通过webtrack轨迹追踪，分阶段了解观众邀约情况，并适时进行调整，确保观众邀约成果最大化。

2、展会现场增加预登记入口，缓解进馆排队压力；同时，预登记观众也可以凭预登记条码直接扫描进馆。

3、现场引入直播（录播），对展会各馆的特色、亮点以及现场活动内容进行媒体展示，并在现场南厅、西厅的入口LED屏进行同步展示。

不见不散！
8月23日-26日，
国家会议中心（上海）

2017中国纺织创新年会 · 产品峰会在福州召开

7月29日，由中国纺织工业联合会主办，中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心承办，福建恒申集团协办的2017中国纺织创新年会·产品峰会在福建福州召开。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国工程院院士俞建勇，中国纺织工业联合会副会长陈大鹏，工业和信息化部消费品工业司纺织处处长曹庭瑞，中国纺织工业联合会生产促进部主任、中国纺织信息中心主任乔艳津，国家纺织产品开发中心主任李斌红，中国服装协会副会长杨金纯，中国纺织工业联合会生产促进部副主任、中国纺织信息中心副主任张玮、董奎勇、李波，中共长乐市委副书记、长乐市人民政府市长蔡劲松，长乐市人民政府副市长林建华，福建恒申集团董事长陈建龙出席本次峰会。来自行业协会、专业机构和大型知名企业的资深专家、纺织服装先锋企业精英、国家纺织产品开发基地企业、中国流行面料入围企业、中国纺织工业联合会产品开发贡献奖获奖

企业、国内主要纺织服装产业集群等优秀企业家代表和新闻媒体代表近400人参加了本次活动。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在峰会上做了《竞合生态下中国纺织工业的协同创新与价值再造》主旨演讲。孙瑞哲指出，纺织工业是中国实体经济的重要组成部分，是我国工业化进程中的先行行业和基础行业，在全面建成小康社会、实现中华民族伟大复兴的进程中发挥着积极作用、扮演着重要角色。目前，中国纺织工业正处于由大而强的关键转型期。近年来，中国纺织工业主要经济指标的增长速度有所趋缓，但行业质效有了显著提升，结构调整不断深化，创新能力不断增强。2017年中国纺织工业保持了稳中向好的总态势。经历了24个月的出口负增长后，从今年5月开始，出口实现了正增长。

中国纺织工业的体系化竞争优势正在形

成，完备的基础设施与产业配套已经形成，使得行业价值链上一个环节的创新可以在另一个环节得到应用转化，发挥创新的叠加效应、聚合效应与倍增效应。产业链上协同、产业间协作有良好基础与巨大空间。

孙会长强调，竞合是当前世界纺织工业总的格局。行业发展已不是零和游戏，合作成为竞争优势的重要来源。面对当前市场的新变

化：消费需求多元、创新迭代加快、智能深度融入，协同创新将成为企业的必然选择。而开放式创新、体系化创新、可持续创新是协同创新的三个有机组成部分。

以产品开发与科技创新为重点，塑造中国纺织工业的“新定位”。通过技术传导、智能增效、文化赋能、责任内化四个路径打造中国纺织工业的创新协同与价值再造。

中纺联副会长孙淮滨接见美棉代表

7月18日，美国国际棉花协会主席艾迪先生一行到访中国纺织工业联合会，旨在进一步了解中国纺织业发展现状、美棉质量状况，探讨未来改进的方向。中国纺织工业联合会副会长孙淮滨、中国棉纺织行业协会副会长叶戡春等参加了接待工作。

会上，孙会长首先向美国棉花代表团介绍了中国纺织业发展现状。他指出，2017年以来，中国纺织行业运行总体向好，行业主要指标均有改善。1-5月，全国纱、布、服装产量保持个位数增长速度；累计出口纺织品服装998.8亿美元，同比增长2.1%；内销方面，全国限额以上服装鞋帽针纺织品零售额同比增长7.2%，全国网上穿着类商品零售额同比增长20.6%；投资方面，纺织行业500万元以上项目投资完成额同比增长9.1%，其中针织、产业用纺织品行业投资增速明显，新疆依旧是投资热土；运行效益方面，规模以上纺织企业实现主营业务收入同比增长9.4%，规模以上纺织企业销售利润率为5.1%。

在谈及纺织行业质量管理工作时，孙会长表示，中国纺织行业主要从以下几方面做好质量管理工作：一是全面推动质量管理小组，让企业在生产、节能减排、财务、营销、管理等多个环节以科学小组的方式进行质量的全面提升；二是贯彻国家卓越绩效评价准则；三是设立“全国纺织行业质量奖”，通过聘请行业认证的权威专家在宣贯、培训、评审的过程中，为企业提供诊断、咨询服务。

孙会长指出，中国年纤维加工总量为5420万吨，其中化纤占84%，近两年国内棉花生产格局发生变化，新疆棉花产量占全国80%，但仍不能满足中国纺企的用棉需求，仍需要通过进口棉花来进行调节。中纺联和中棉行协一直在向国家发改委呼吁增加配额、放开滑准税，以增加棉花进口，提高纺织企业竞争力。

中棉协副会长叶戡春指出，近年来中国棉花检测标准逐步向国际棉花标准靠拢，美棉无三丝、无异纤，长度、马值等物理指标均好于国内棉花，因此得到越来越多中国纺企的青睐。2017年1-5月中国美棉进口量较2016年增加两倍，但美棉也存在一些问题：一是美棉为机采棉，其短绒、棉结较中国新疆手摘棉高；二是批与批之间差异大；三是皮马棉含糖量较高，给纺纱生产带来很大影响；四是有纺企反映部分批次棉花有异味。此外，叶会长强调，为防止混入异纤，中国棉花打包实行强制棉布外包标准，而美棉仍采用塑料袋包装，建议美方予以改进。美国棉花代表对中方提出的问题和意见建议表示感谢，表示今后将深入研究以上问题存在的原因，并做好相关改进措施。

据悉，2017年美国棉花产量预计增长200万包，即从2016年1720万包增长到2017年1920万包。美国作为全球优质的棉纤维供应商，一直高度重视中国市场发展。7月20日，美国国际棉花协会将于山东青岛举办“COTTON USA”质量大会，届时将对相关问题进行探讨。

“濮院杯” 针织设计大赛，用设计为产业提档升级

7月15日，第三届“濮院杯”PH Value中国针织设计师大赛新闻发布会暨全国针织服装设计专业师资建设培训班结业仪式在桐乡濮院创新园举行。

中国针织设计师大赛举办两届来，得到了业界广泛认可，并取得了丰硕的成果。大赛的举办，为针织行业培养储备设计师人才发挥了重要作用，同时，也让更多设计人才关注到针织领域，可以说设计大赛的开展，不仅为针织行业吸引设计人才打开新的局面，同时也让行业自身意识到，针织设计要吸纳和融入更多设计理念和元素，逐步打造出独树一帜的、针织的时尚。

本届大赛以“初”为主题，意即万物起源之始，百般美好之时。大赛由中国纺织工业联合会、中国针织工业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国服装设计师协会、桐乡市濮院羊毛衫市场管理委员会共同主办，桐乡市文化广电新闻出版局、桐乡市经济和信息化局为协办单位，中国国际针织博览会组委会为承办单位。

本届培训班由中国纺织工业联合会人力资源部、纺织人才交流培训中心，中国针织工业协会共同主办，濮院羊毛衫市场管委会、浙江华新实业集团有限公司协办的，为期一周的培训班，来自全国纺织服装类近20所高校的针织专业教师参加了本次培训班。

濮院作为中国纺织工业联合会命名的首批中国羊毛衫名镇，也是全国最大的羊毛衫生产销售基地，每年从濮院销往全国的羊毛衫服装达7亿件，产销量占全国总量60%以上。濮院毛衫产业正向时尚化、品牌化、个性化发展，已连续多年参加PH Value展会及相关活动，并联合举办了多届“濮院杯”PH Value中国针织设计师大赛，为新锐针织设计师提供了一个高规格、高起点的展示平台。

第三届“濮院杯”PH Value中国针织设计

师大赛旨在进一步培养和孵化优秀设计师团队，我们希望通过一届又一届的设计师大赛，有更多的优秀设计人才脱颖而出，更多的设计新锐投身濮院时尚产业。

中国纺织工业联合会纺织人才交流培训中心和中国针织工业协会将在濮院毛衫创新园建设“国家毛针织培训中心”，在针织人才培养、实习就业、创业、创新等方面进行全面合作，共同致力将濮院建设成为毛针织人才培养孵化的摇篮。

纺织贸促会副会长林云峰在总结发言时指出，将首届全国针织服装设计专业师资建设培训班结业仪式与第三届“濮院杯”PH Value中国针织设计师大赛新闻发布会两个活动放到一起，实际上是因为它们有着共同的目标，那就是始终依托设计提升来引导针织产业的再升级。服务产业集群、企业、专业院校，提升行业综合竞争力是行业协会一切工作的出发点和归宿。但仅凭协会的力量远远不够。产业集群、企业、院校组成了我们的行业，整个行业的进步需要行业每一份子共同的努力奋斗。

林会长表示，我们仍然要客观的认识到目前阶段中国针织行业设计能力的相对薄弱的现状，尤其在现阶段整个纺织产业增速趋缓的情况下，以设计铸就品牌、品牌引领行业显得尤为重要。然而提升设计不是一句空话，需要踏实做事。我们要用实际行动，从行业的最基础处强化针织设计的概念，从产业的最末端打造创新的风气。

**了解更多行业、展会和走出去信息
请关注纺织贸促会官方网站和微信**

**网站：www.ccpitex.com
微信号：[ccpitex](https://www.ccpitex.com)**

2017床上用品专业委员会年会在吴江召开

7月14日，2017床上用品专业委员会年会在苏州吴江召开。会议探讨和总结了床品行业的未来发展，而这正契合了“如何抓机遇、拓市场、谋发展”的会议议题。本次会议由中国家用纺织品行业协会主办，中国家纺协会床上用品专业委员会、吴江丝绸文化创意产业园承办，吴江震泽镇人民政府支持。会议还获得了中国缝制机械协会及ETON、富怡、琼派瑞特、百联、华阳、盛名、艺博达等相关设备企业的大力支持。

会议观点分享：迎接挑战，转型新家纺

吴江区震泽镇党委书记陈琦首先致欢迎词，她指出，吴江以“丝绸之乡”闻名于世，今天的震泽，聚集了上百家丝绸企业，形成了“金花领衔、小花紧跟、百花齐放”的发展格局，目前已经拥有了中国驰名商标2件、江苏省著名商标4件，江苏名牌4个，苏州名牌200多个，仅蚕丝被年产量就达300万条。形成了一条全国罕见的从种桑养蚕、缫丝煮茧到织服成被的丝绸产业链。伴随国家“一带一路”和“互联网+”建设，震泽把丝绸小镇名片发向全世界。本次会议在吴江震泽举办，对震泽意义非凡，必将催生出一系列行业发展的新模式、新路径、新方向。

吴江区委副区长张炳高以“上有天堂下有苏杭，中间便是吴江；日出万里、衣被天下。”概括出吴江丝绸产业的发展优势及特点，同时对本次会议的举行与企业的参与表示欢迎，他强调，本次会议将为震泽丝绸家纺下一步的经营理念创新、流动模式创新及产业创新带来新的机遇与启发。

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以“落实十三五，转型新家纺”为主题，进行了主题演讲。他表示，家纺行业发展面临诸多挑战与机遇。在国家提倡供给侧结构性改革的形势下，行业企业应如何应对？对此，杨兆华表示，首先需要做强产品，引导消费。通过引导消费，提高人

民的生活质量。第二，进行技术革新，提高效率。如通过高速缝制、自动化吊挂线、自动化生产线、智能仓储等设备进行技术升级。第三，渠道升级，探讨“新零售”。当前消费者对电商渠道依赖已然形成，这就是对零售的一种引领，我们要适应新形势，积极提升消费体验、产品质量、服务等，适应消费形式，引领消费理念。

中国工程院院士俞建勇表示，在十三五关键时期，作为纺织三大终端产业之一，家纺行业是传统民生产业，是科技与艺术融合的创意产业，是创造美好生活的时尚产业。未来抓住新机遇，推动产业发展的关键是改变传统发展方式，实现有效升级。

中国家用纺织品行业协会总经济师魏启雄从运行效益、投资、出口、内销、展望五个方面进行了详细分析：

今年上半年，行业运行平稳回升，企业经营状况稳定。根据国家统计局数据显示，2017年1-5月，家纺行业1869家规模以上企业实现主营业务收入1088.13亿元，同比增长5.94%，实现利润总额59.59亿元，同比增长0.40%。

协会跟踪统计的200家企业，实现主营业务收入319.46亿元，同比增长3.38%。利润总额20.47亿元，同比增长9.09%；协会跟踪统计的4个产业集群，实现主营业务收入1073.89亿元，同比增长7.35%，利润总额64.81亿元，同比增长6.04%。投资持续负增长，但投资降幅有所收窄；出口稳中向好；内销稳定增长。

湖南梦洁家纺股份有限公司董事副总裁李军以“新市场、新格局”为题，分享了“床品行业发展现状及趋势”，他指出，随着生活质量的提高，消费者的需求不断提升，以功能性商品、智能商品为主的健康消费获得消费者的青睐，此外，以大家居和DIY家居的整体家居形式迎来了发展机遇。同时随着生活节奏的加快，立体渠道、专业渠道等正逐渐拉近与消费者的

距离，满足其个性化消费需求。而专业的服务系统和服务团队进一步增强了消费粘度与消费体验。

对于未来的产品趋势，他指出，生活用品的发展趋势正在从单品消费向场景消费转变，向生活方式领域延伸，而包含卧室及卫浴相关产品的集成家居和婚庆、婴童等主题家居正迎来机遇。外观装饰类商品正逐渐向健康功能方向拓展，如提高套件、芯类产品的替换频率及专属定制。

最后他分享了梦洁的经营哲学：“对待他

人好一点，不求回报，对待客人好一点，不一定都是为了做生意。”、“我们为顾客的每一次服务，都要有母亲的温暖、太阳的味道。”

北京爱慕内衣有限公司副总裁张礼强谈以“新零售下的渠道融合与快速反应”为话题发表观点表示，20多年来，爱慕坚持只做一件事：做内衣、创造美、传递爱。即使很多公司和品牌都在做跨界，爱慕不为所动，我们追求更好的品质、更高的品味。随后张礼强从品牌建设、全渠道营销分享了爱慕的成长经历与经营哲学。

上半年纺织品服装出口稳中向好

2017年6月，全国货物贸易进出口总值3504.2亿美元，同比增长13.8%。其中出口1965.9亿美元，增长11.3%；进口1538.3亿美元，增长17.2%，当月贸易顺差427.6亿美元。1-6月，进出口总值19094.8亿美元，同比增长13%。其中出口10472.7亿美元，增长8.5%；进口8622.1亿美元，增长18.9%，累计贸易顺差1850.6亿美元。

6月，纺织品服装贸易额264.9亿美元，同比增长2%，其中出口243.5亿美元，增长1.4%，进口21.3亿美元，增长9.2%，当月贸易顺差222.2亿美元，增长0.7%。1-6月纺织品服装贸易额1357.8亿美元，增长0.4%，其中出口1242.7亿美元，与去年同期持平，进口115.1亿美元，增长3.9%，累计贸易顺差1127.6亿美元，基本持平。

出口恢复增长 呈现稳中向好

上半年纺织品服装出口主要特点：

一是二季度恢复增长，出口稳中向好。纺织品服装出口逐步企稳，形势趋向好转。去年三季度至今年一季度的出口降幅持续缩小，今年二季度累计出口693.7亿美元，恢复1.4%的增长，上半年中有4个月单月出口实现增长，推动上半年整体出口回升。

二是新兴贸易业态发展迅猛，传统贸易方式出口下降。上半年，一般贸易和加工贸易出口仍未恢复增长，分别下降3.6%和7.2%。以旅游贸易、市场采购贸易为主的“其他”贸易方式增长68.5%，成为拉动增长的主力，该贸易方式出口主要面向非洲、中东、东南亚等地。其中尼日利亚成为最大的出口市场，占到近10%的出口份额。出口商品以棉、毛、丝制服装为主。广东是旅游贸易出口的主要省份，旅游贸易项下出口值达到该省出口总额的三分之一。

进口方面，一般贸易增长11.2%，加工贸易下降3.9%。

三是传统市场缓慢回稳，对“一带一路”国家出口延续良好势头。

出口——对主要市场出口恢复增长

对欧盟出口降幅逐季缩小，服装出口量保持增长。

2016年四季度对欧盟出口遭遇低点，降幅超过一成，今年以来逐步回升，一、二季度降幅逐步缩小为3.2%和0.3%。上半年对欧盟累计出口222.5亿美元，下降1.6%，其中纺织品增长2.3%，服装下降3%。大类商品针织服装合计

出口量增长1.2%，出口平均单价下跌4.6%。

根据欧盟海关统计，1-5月，欧盟自全球进口纺织品服装498.7亿美元，下降2%，自中国进口占31%，较去年同期下跌0.5个百分点。自东盟增长2.1%，自孟加拉增长0.4%。孟加拉是近年对欧盟出口增长最快的国家，其在欧盟市场中份额占到14.6%，其中服装已占到近20%。

对美国出口保持增长，零售市场暗淡扩大出口不确定性。

传统市场中，美国表现相对较好，上半年对美累计出口202.5亿美元，增长1%，其中纺织品增长5.6%，服装下降0.7%。针梭织服装合计出口量保持4.5%的增长，出口平均单价下跌5.7%。

当前对美出口面临新的不利局面：今年以来，由于电商超快发展，原有美国零售业大客户如Target、Cosco、Walmart等销量出现加速下滑，加上百货店关店潮的到来，企业深感美国零售市场从二季度开始进入“小冰期”，需要伴随商业模式的变化及时调整生产和出口策略。

根据美国海关统计，1-5月，美国自全球进口纺织品服装453亿美元，其中中国占33.5%的份额，与去年相比变化不大。自全球进口持平，自中国进口下降0.7%，东盟、印度、墨西哥保持对美出口增长。

对东盟市场逐步企稳，纱线面料出口保持增长。

在经历了多年的高增长后，2015年起我对东盟出口开始回落，2016年下降速度加快，降幅达到7%。2017年有所好转，上半年对东盟累计出口162.5亿美元，降幅缩小到1.9%，出现企稳迹象。其中重点商品面料出口量增长8.7%，纱线增长4.9%。服装出口下降迅速，出口量、价分别下跌5%和7.9%。

对日本出口降幅缩小，市场份额下滑趋势有所缓和。

对日本出口仍为负增长，但降幅较前几年明显缩小。上半年累计出口92亿美元，仅下降0.5%。其中纺织品增长1.8%，服装下降1.1%，大类商品针梭织服装合计出口量增长4.4%，出口单价下降5%。

根据日本海关统计，1-5月，日本纺织品服装进口144亿美元，增长0.2%，其中自中国进口下降1.5%，自东盟增长6.6%。

从数据上看，今年以来，中国在日本市场所占份额持续下降的趋势仍然没有改变，但产业转移的速度较前几年明显放缓。1-5月，中国产品在日本市场上的份额为60.4%，比去年同期下降1个百分点，下降的速度明显趋缓。企业对此也有相同感受，据出口日本的主营企业反映，当前日本相对其他市场进一步好转，尤其中高档产品在日本的销量能够实现稳定增长。

对“一带一路”国家出口恢复持平。

上半年，我纺织品服装对“一带一路”沿线64个国家（地区）累计出口424.7亿美元，占我整体出口的比重达到34.2%，占比较去年全年提升1个百分点。出口增长迅速的市场在东南亚、南亚、东欧、西亚北非均有分布，其中规模较大的主要有俄罗斯（增长12.8%）、沙特阿拉伯（增长15%）、印度（增长11.1%）、柬埔寨（增长12.5%）等。

由于全球经济恢复缓慢，近年我对“一带一路”国家整体出口均为负增长，但降幅逐年减小，从2015年的下降7.9%到2016年下降4.8%，今年上半年则恢复持平。

大类商品出口量保持增长 价格全面下跌。

上半年，纺织品和服装分别出口531.5亿美元和711.2亿美元，纺织品增长1.7%，服装下降1.2%。大类商品的出口量均保持增长：纱线、面料分别增长5.2%和7.9%，针梭织服装合计增长3.9%。要素成本的普遍上涨并没有传导到出口，大类商品的出口价格不升反降：纱线、面料分别下跌0.9%和6.4%，针梭织服装下跌5.4%。

东部地区仍是拉动出口的主力 中西部地区发展不平衡。

全国重点省市上半年出口表现各异：广东和江苏保持较快增长，山东小幅增长，浙江、上海基本持平，福建降势明显。东部地区整体出口增长2%，超过平均增幅；中、西部分别下降3.15和22.2%，中西部地区省份发展不平衡：“一带一路”重点省份新疆增长30.4%，增幅居全国前列，重庆、黑龙江、贵州等地则出现大幅度下降。

纺织品进口价格普遍上升 服装进口价格下跌。

上半年，纺织品和服装分别进口83.6亿美元和31.5亿美元，分别增长3.2%和5.7%。服装进口增长主要由数量带动，针梭织服装累计进口量增长11.3%，出口单价下跌6.5%。纺织品中，纱线、面料的进口量普遍下跌或实现小幅增长，进口价格则全部提升，纱线提升5.5%，面料提升11%。

棉花进口量跌价增趋势明显 内外棉价差扩大。

6月，棉花进口量继续回落，当月仅进口7.2

万吨，下降0.5%，年内首次出现下降。进口单价持续攀升，当月进口平均单价1943美元/吨，提升16.3%。上半年，棉花累计进口63.7万吨，增长47.8%，进口均价提升10.3%。

根据中国棉花协会发布的月度报告显示，6月份，储备棉投放进入第四个月，由于对储备棉资源性价比的认可及对年度末期可供资源紧张的预期，企业竞拍依旧积极，全月共成交41.4万吨，较5月增加0.3万吨。由于为传统纺织淡季，棉纱市场整体偏弱运行，纺织成品库存增加，企业经营效益下滑，对原料价格的承受能力趋弱，棉花现货价格稳中趋降，郑棉期货继续震荡下跌。中国棉花价格指数(CCI Index 3128B)月末为15939元/吨，较上月底跌138元/吨。月均成交价16018元/吨，环比跌15元/吨，同比涨3324元/吨。

国际方面，受多种因素影响，期现货行情弱势震荡，跌幅大于国内，国内外棉花现货差价扩大。中国进口棉价格指数FCI Index M月均为85.18美分/磅，环比下跌2.48美分，月末最后交易日为84.51美分/磅，较上月底跌2.43美分/磅，1%关税下折人民币为14794元/吨，低于同期中国棉花价格指数1145元/吨，较上月同期价差扩大288元。（来源：中国纺织品进出口商会）

中纺联副会长、纺织贸促会常务副会长徐迎新带队赴美国阿肯色州进行纺织行业投资调研

中美作为世界上最大的发展中国家和最大的发达国家两个经济体，由于发展阶段、经济结构和资源禀赋方面的不同，使两国在经贸合作中各自拥有的比较优势具有高度的互补性。

美国作为世界第一大经济体和最大发达国家，对工业品和服务有超强的消费力，“消费型”经济特点突出；中国有世界上规模最大的制造业，是全世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家，也是全球最大的纺织生产和贸易大国。

中美纺织经贸合作优势互补契合度颇高，两国纺织产业间的合作如果再有当地政府的强力支持，那么项目落地成功就只是时间问题了。正所谓：天时、地利、人和。

7月18日至21日，由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率队的中国纺织工业联合会代表团，赴美国阿肯色州进行行业投资调研活动。

美国当地时间7月19日，中纺联副会长徐迎新、江苏省纺织工业协会会长谢明、中纺联副秘书长袁红萍、江苏东渡纺织集团有限公司董事长徐卫民等代表团一行如约到达阿肯色州，并与阿肯色州经济发展委员会高层进行座谈。这是继去年10月，阿肯色州州长Hutchinson到访中国与中纺联领导会见后，双方高层的第二次会晤。

随后代表团一行奔赴小石城工业园，在天源董事长唐信宏陪同下，参观了天源服装公司美国厂区，并出席了天源服装公司与乔治亚理工大学签约仪式（历时13个月谈判，双方终于签署了战略合作协议、优惠服务条约、保密协议等四个法律文件）。

中纺联副会长、纺织贸促会常务副会长徐迎新在签约仪式上发表了热情洋溢的致辞。徐会长表示，苏州天源（Suzhou Tianyuan）与机器人自动化缝纫公司(SoftWear Automation Inc)的合作是“天时、地利、人和”的完美结合。

签约仪式结束后，代表团马不停蹄前往森林市参观如意集团森林市厂区。

中国纺织信息中心主任乔艳津、中国针织工业协会副会长瞿静、江苏省服装协会会长郁冰、苏州市纺织工业协会会长薛霞云陪同出访。

当地时间7月21日上午，中纺联副会长徐迎新、中国贸促会驻美国代表处总代表赵振格、江苏省纺织工业协会会长谢明、中纺联副秘书长袁红萍、江苏东渡纺织集团有限公司董事长徐卫民等中纺联代表团一行，应邀前往位于小石城的阿肯色州府大厦拜会州长韩旗胜（Asa Hutchinson）。

在州府工作人员带领团员参观州府大厦，韩州长接受随团中国日报记者采访之后，韩州长与代表团成员正式会面。

韩州长首先对中纺联代表团来到阿肯色州表示热烈欢迎。随后，中纺联副会长徐迎新对韩州长表示感谢，并介绍了随团的各协会领导

和企业家。徐会长表示，苏州天源和如意集团在阿肯色州的投资落地是双方纺织产业间优势互补和“天时、地利、人和”的完美结合。

韩州长表示，苏州天源和如意集团是他的好朋友，非常感谢他们选择阿肯色州投资，他和团队将尽全力帮助他们协调解决在本州的一切事宜。阿肯色州是美国的一个资源丰富的州，中美之间牛肉、大米相关协议的先后签署对阿州是一个极大的机遇，阿州大米产量占到全美总产量的50%。希望进一步发展双方经贸合作，欢迎更多的中国企业来阿肯色州投资。韩州长透露，为了更好地提供服务，州政府专门配备了在中国生活过，熟悉中国国情的人员负责双方之间的经贸合作事宜。

当江苏省纺织工业协会会长谢明提到，当地中国投资企业在经营中会遇到文化冲突、劳资关系等方面的问题时，韩州长表示，如果遇到这方面的具体问题，他们会全力帮助协调解决并提供法律支持。对代表团其他成员提出的一些问题，韩州长也都一一作答。

会面在友好欢乐的气氛中结束。代表团成员纷纷表示不虚此行。

Suzhou Tianyuan与Software Automation合作项目简介

该合作项目是一套“端到端”的全自动T恤生产线，这条线上每个工作站非常清晰，简化和高效，平均只需要22秒就可生产一件完整的T恤，这样一条生产线一名工人便可独立操作完成。由于操作人员的减少，制造成本也会大幅下降。使用这条生产线一天可以生产约80万件T恤，成本约为33美分。有了它，未来天源公司的T恤生产将会实现完全自动化。

SoftWear Automation公司介绍

机器人自动化缝纫公司(SoftWear Automation Inc)是一家位于亚特兰大的高科技公司，主要由乔治亚理工学院的学者组成，开发拥有自主知识产权的全自动机器人缝纫生产线和其它缝纫产品。通过机器人服装制作，帮助

客户重构供应链，更贴近客户，以更低的成本创造更高质量的产品。公司曾获得美国国防部

高级研究计划署（DARPA）的研究资助，并和沃尔玛基金会有长期合作。

中意服装企业深度对接代表团赴意大利考察

中意服装企业深度对接代表团继意大利维琴察活动之后，于2017年6月28日晚来到意大利知名纺织服装产业集群比埃拉（BIELLA）。

比埃拉坐落在阿尔卑斯山脚下，群山环绕，泉水流淌，这样一座风景旖旎的小镇书写了太多的传奇。它不仅是闻名世界的毛纺面料产业集群，也是意大利手工艺制作的源头；众多世界知名时尚品牌诞生于比埃拉，如Ermenegildo Zenga、Cerruti 1881、Loro Piana、FILA等。悠久的传统使这些品牌充满了浓厚的意式文化内涵，款式经典，做工精良，成为了全世界各地追求生活品质成功人士的最佳选择。比埃拉纺织服装业发展至今，产业链不断向下游延伸，涌现了一批优秀的服装服饰及家纺成品企业。如今的比埃拉不只象征“经典”，同时也“时尚”。

B2B：认识崭新的BIELLA

虽然代表团在比埃拉仅29日短短的一天，但比埃拉手工业协会高层高度重视代表团的来访，把BIELLA纺织服装业的精华毫无保留的展示给代表团企业。当天上午的中意服装企业对口洽谈会在景色优美的Relais Santo Stefano酒店宴会厅举行。首先，比埃拉商会经济战略部负责人Rocco Casella先生介绍了BIELLA整体经济、工业发展状况，以及纺织服装产业的现状，使代表团成员对比埃拉有了较为全面的了解。之后，19家比埃拉面料、服装、服饰、相关研究机构等企业与企业进行了一对一的对口洽谈。从这19家比埃拉企业的产品类别和风格，真实体现了当今比埃拉的新面貌，不仅有意式经典，更多的是个性化、时尚的设计师品牌、高级定制的礼服与婚纱、精致饰品以及已与中国开展合作面料企业及研究机构。洽谈中，一家拥有现代感的设计师服装品牌，以其时尚的设计风格与灵活的合作模式吸引了多家中国服装品牌企业，就各种合作模式进行

详细的询问、商榷。该企业既可直接购买其现有产品，也可以品牌授权的模式进行合作，最吸引代表团企业关注的合作模式的是该企业可提供中国服装品牌单系列的设计与开发，在市场销售后结算。通过对口洽谈，使代表团企业的对比埃拉有了全新、客观的认识，总体上，该地区的纺织服装业还是以高端产品为主，注重品质与设计，产品品类不断完善。

新闻发布：中国纺织行业声音

对口洽谈结束后，举行了新闻发布会，比埃拉主流媒体悉数到场。中国贸促会纺织分会副会长林云峰向在场媒体与企业介绍了中国纺织服装业的现状、中国纺织服装企业进行跨国资源配置的最新动向以及中意纺织服装业的广阔前景。林会长表示：近年来，已有不少中意纺织服装企业开展了不同形式的合作，如品牌合作、资本合作、设计与研发合作等。随着中国国民的消费升级，使中国纺织服装产业转型升级势在必行；以及中国庞大和强劲的消费潜力，都将成为中意纺织服装企业开启更为广阔、美好的合作空间的引擎。另外，意大利企业对目前中国网络消费的飞速发展感到震惊，也希望与优质的网络平台合作，拓展中国市场。林会长表示，纺织贸促会将一如既往的服务于中意企业合作，做好意大利企业与中国优质网络平台合作的桥梁。当天，中意服装企业洽谈会的相关信息在多家当地媒体进行了大篇幅的报道。

与企业面对面

29日下午代表团参观当地两家纺织企业。第一家企业就是享誉世界的CERRUTTI。我们的车缓缓驶入了一座古老的建筑前，只见一位慈祥的老人独自撑着雨伞在雨中迎接代表团的到来，待每位代表团成员下车，一一握手后，陪同代表团来到公司会议室，这位低

调慈祥的八旬老人就是CERRUTI家族的传承人之一，也是集团掌舵人的ATTILIO CERRUTI先生。ATTILIO CERRUTI先生向代表团介绍：CERRUTI集团于1881年由他的爷爷和叔叔共同创立，创立时就在这座建筑中，目前基本保持着原来的格局与风貌。集团以高端毛纺面料起家，后发展成为集纺纱、织布、染整到成衣的全产业链的全球知名企业。现有员工400人，年产面料250万米，出口为主，出口占85%，其中80%面料供男装，20%为女装面料。遗憾的是，目前CERRUTI家族后继无人，大家熟知的CERRUTI1881的成衣板块早已被香港利丰收购。简短介绍后，CERRUTI先生亲自带大家走进各个工艺环节的车间，毫无保留的热情讲解、介绍。走进厂区，可以感受到传统与现代工艺完美结合，纺、织、染、水洗基本都采用较为先进的设备，面料的检验分为三个阶段：人眼检验、跳针抽检、残次手工调整以及再次核实检验。每个细节都能体现专业和认真。仓库为全自动调货，从CERRUTI先生口中了解到，虽然中国也有不少企业使用自动调货设备，但不及他们30年前的效率和速度。代表团成员通过与这位业界大咖的零距离接触，感到尤为敬佩。这样经历一个多世纪洗礼的企业，不仅创造的企业的繁荣与奇迹，也丰富了随之成长的每位亲历者的内心。CERRUTI仅仅是

BIELLA众多百年知名家族企业的一个小小的缩影。

代表团最后一站公务活动，来到了TINOTREVISAN公司。完全不同于CERRUTI，这是一家小型的手工艺企业，产品主要是高端羊绒、羊毛围巾以及毛纺服装面料。这家企业的车间只有两台古老的织机，可就在如此古老的织机上，却生产出了供一线奢侈品牌的围巾和面料，令人难以想象。目前公司也只能承接小批量的高端产品订单。一家三口不仅一起参加上午的B2B洽谈，下午参观工厂时，一起陪同始终。最有意思的是，这位英俊男孩，相貌颇似电影“西西里美丽传说”中的情窦初开的少年，得知父母要参加与中国企业的洽谈，主动申请陪同参加，希望用自己学习的英文能帮父母沟通、达成合作。

在比埃拉期间，代表团受到了比埃拉手工业协会热情及高规格的接待。代表团入住在阿尔卑斯山脚下的精品乡村酒店。酒店周边环境优美，空气中弥漫着青草的味道。酒店内部犹如比埃拉的纺织服装产品，低调内敛、高品质。代表团抵达酒店，比埃拉手工业协会举办了欢迎仪式，每人一束精美的鲜花，使大家脱去旅途的辛苦，笑容如鲜花。

联合国《2017年世界投资报告》： 全球投资前景与趋势

近日，联合国贸易和发展会议（UNCTAD）发布了《2017年世界投资报告——投资和数字经济》。报告显示，2016年中国对外投资飙升44%，达1830亿美元，首次成为全球第二大对外投资国。在吸引外资方面，2016年中国全球外国直接投资（FDI）流入量达1340亿美元，是全球第三大外资流入国。

全球投资前景与趋势——

2016年，全球外国直接投资（FDI）下降了2%，达1.75万亿美元。发达经济体在全球FDI

所占份额不断扩大，2016年达1.03万亿美元，占比59%；流入发展中国家的资金2016年同比减少了14%，为6460亿美元。

报告预测全球外国直接投资（FDI）将呈现温和复苏的势头，2017年前景审慎乐观。各主要区域经济实现增长、贸易增长回升以及跨国公司利润率提升，将推动全球FDI流动小幅增长。

预计全球FDI流量在2017年将增长5%，达1.8万亿美元。2018年将进一步增加到1.85万亿

美元，但仍低于2007年1.9万亿美元的历史峰值。

2016年，流向欧洲的资金减少6%，跌至5330亿美元。亚洲发展中国家的外国直接投资流入量下降15%至4430亿美元，这是自2012年以来首次下降。

三个亚洲次区域（东亚、东南亚和西亚）受到影响，只有南亚幸免（FDI增加了6%，至540亿美元）。2016年，流入东南亚11个经济体的FDI下降了20%，至1010亿美元。其中，流入缅甸的FDI减少至22亿美元，其制造业领域的FDI项目主要针对的是服装、鞋类和电子装配等劳动密集型产业。而作为受益于贸易自由化、生产成本低、监管环境相对稳定以及税收优惠的国家，2016年流入越南的FDI增加了7%，达到130亿美元的新纪录。

2016年，北美FDI增加6%，达4250亿美元，流向拉丁美洲和加勒比海地区的资金进一步下跌14%至1420亿美元，转型经济体资金增长至680亿美元，非洲占全球FDI份额由3.5%跌至3.4%，达590亿美元。

资本输入——

美国仍然是外国直接投资的最大接收国，2016年吸引3910亿美元资金流入（同比增长了12.3%）。其次为英国，吸引资金流入2538亿美元，得益于大型跨境并购交易，英国从2015年的第十四位飙升至2016年的第二位。

中国吸引外资在高水平基础上平稳发展，2016年中国是全球第三大外资流入国，流入量为1337亿美元，较上年微降1.4%。同时，中国吸引外资的结构和质量不断优化。非金融服务行业的FDI流入量持续增长，制造业FDI进一步转向高端，FDI成为中国产业升级的重要推动力量。

资本输出——

中国的对外直接投资飙升44%，达1830亿美元，创历史新高，使中国首次成为全球第

二大投资国。相比之下，亚洲次区域的发展中国家和主要对外投资经济体的流出量却大幅下降。整体而言，在中国企业跨境并购交易的驱动下，亚洲发展中国家的外国直接投资流出量增加了7%，达到3630亿美元。

资本进入模式——

从进入模式看，全球FDI的增长主要受跨境并购的推动。2016年，全球跨境并购增长18%，达8690亿美元。但绿地投资增长乏力，表明跨国公司全球生产经营活动扩张有限。尤其令人关注的是，制造业绿地投资下降了9%，表明全球生产性投资依然不足。

纺织服装及皮革行业——

2016年，发达国家吸引纺织服装及皮革行业进行绿地投资的金额为180.16亿美元，较去年同比下降了10.21%，占发达国家制造业吸引绿地投资总额的18.72%；发达国家对外进行的纺织服装及皮革行业绿地投资金额为224.4亿美元，同比下降7.48%，占制造业对外绿地投资总额的11.5%。

外国投资者对最不发达国家的制造业发展潜力感到乐观，纺织服装及皮革行业作为其中之一，在近年来的绿地投资项目中展现出诸多投资机会。2016年，非洲吸引纺织服装及皮革行业绿地投资金额为10.77亿美元，占非洲制造业吸引绿地投资总额的5.56%，较2015年的4.01亿美元激增了168.6%。

近期政策发展与关键议题——

为了促进国际投资交流，各国投资政策制订十分活跃。近年来，各国新出台的投资政策每年达100项左右。同时，各国还在积极商签新的国际投资协定。但全球跨国企业海外分公司的国际生产活动近年来放慢了速度，这导致全球贸易增长乏力。

值得注意的一个现象是，国别投资政策总体上继续走向投资自由化和便利化，但同时对外资加强监管和进行限制的措施也在增多。

2016年，约有58个国家和经济体采取了至少124项投资政策措施，大部分的措施都以投资促进和自由化为目标，但1/5的措施引入了新的投资限制。这表明全球投资政策总体走向自由化的同时，政府也加强了对外资的监管和限制。2016年，各国共签署了37个新的国际投资协定，同时，至少有19个国际投资协定被终止。

报告中，为了减少不确定性和改善投资关系的稳定性，UNCTAD提出了一个基于规则的投资制度。这一改革框架和路线图已融入130多个国家和地区的新一代投资政策实践之中。

投资和数字经济——

2017世界投资报告主题为“投资和数字经济”，探讨了数字化对全球投资模式的影响，提出投资政策应纳入数字化发展战略。报告包含了新的数字跨国企业百强榜单以及它们的全球业务布局，一些数字跨国公司在短短几年内就实现了大规模运营。

报告提出了加强数字发展战略的投资政策。这意味着需要创建和维持一个有利于数字公司的监管框架以及积极的支持措施，包括建立技术或创新中心、建设或改善电子政务服务以及支持风险资本融资等创新融资手段等。

埃及升级棉花种植和纺织行业发展

据埃《埃及邮报》7月11日报道：在近期与埃及内阁成员举行的会议上，塞西总统审议埃及棉花种植和纺织业发展计划，强调棉花种植及纺织业升级发展对发展国民经济、满足国内需求和增加出口的重要意义。塞西强调要在新经济区加快纺企综合体建设，政府企业和私营企业要共同参与相应项目建设。埃及贸

工部长卡比勒称，纺企占埃及工业生产总值的26.4%，埃及目前有纺企7000家，总投资500亿埃镑，该行业劳动力人数占总劳动力的25%，棉花及相关产品的出口约为70亿埃镑。埃及正与欧盟合作制定棉花加工业升级发展战略，提升棉花产品的附加值。

英国维持48个“最不发达国家”现行的商品免税准入

英国首相办公室近日在其网站上发表声明，承诺不论脱欧进展如何，英国将维持包括乌干达、埃塞俄比亚、坦桑尼亚和卢旺达等在内的48个“最不发达国家”（LDC）现行的

商品免税准入。对于包括肯尼亚在内的未达到“最不发达国家”标准的发展中国家，也将采取优惠措施，扩大其对英出口。

环保部：紧急禁止24种高污染物入境

近日，中国环保部向世界贸易组织（WTO）提交文件，要求紧急调整进口固体废物清单，拟于2017年底前，禁止进口4类24种固体废物，包括生活来源废塑料、钒渣、未经分拣的废纸和废纺织原料等高污染固体废物。

“发现大量的高污染垃圾与危险性废物，混合在可回收的固体垃圾中，这严重污染了中国的环境。为保护中国的环境和人民群众的健康，我们要紧急调整进口固体废物清单，禁止高污染固体废物的进口。”

中国环保部在送交WTO的文件中指出，

2017年4月18日，中央全面深化改革领导

小组第34次会议审议通过了《关于禁止洋垃圾入境推进固体废物进口管理制度改革实施方案》，要求以维护国家生态环境安全和人民群众身体健康为核心，完善固体废物进口管理制度。

环保部从今年7月1号开始启动打击进口废物非法环境行为的专项行动，环保部的官方微博、微信号，基本每天都会对外发布查处的相关案件违法企业和行为情况。

无法升级改造达标排放的厂9月底前一律关闭

环保部近日通报，要将从严治理“散乱污”企业作为强化督查的重点内容之一，对无法升级改造达标排放的企业，今年9月底前一律关闭。下半年环保部将从严整治环保问题，在史上最严“环保法”发威的同时，确保督查风暴“五步法”见效，使企业守法逐步成为常态。

1、京津冀及周边：无法升级改造达标排放的企业9月底前全关停，将断电、断水、清场地。

环保部7月14日通报，截止6月底，京津冀及周边地区28个城市已经核查出“散乱污”企业17.6万家，对无法升级改造达标排放的企业，今年9月底前将一律关闭。到了冬季如果依然发现同类问题，不但要严格处理企业，也要追责地方政府。通过强化督查，希望能解决大气污染治理中的顽疾。环保部执行非常严格的销账制度，以“散乱污”企业整治为例，对要关停的企业必须实现“两断三清”，即断水、断电、清原料、清设备、清场地。

2、新环保部长：史上最严“环保法”发威的同时，要使督查风暴“五步法”见效。

今年是环保部第三年开展《环境保护法》实施年活动。但部分地区对环境违法查处力度仍显不足，京津冀地区查处案件数量低于全国平均水平。河北、吉林等八个省区市超过50%的区县没有适用《环境保护法》四个配套办法。

过去，环保执法只有罚款一种手段，现在，四个配套办法赋予了环保部门更多强制的权力，要继续加大力度，促使基层执法取得实效。

在“环保法”紧锣密鼓落实的同时，督查风暴也在遵循新环保部长李干杰的“五步法”而有序推进。

所谓的“五步法”，即督查、交办、巡查、约谈、专项督察的一套“组合拳”。具体而言：

第一步：督查，即督查人员到现场发现问题。

第二步：交办，涉及环境质量改善的重要问题，由环保部将给当地政府发文件正式交办，即“记上了账、挂上了单”。

第三步：巡查，环保部各司局派人巡查各地政府“挂的单”是否完成，进度如何？

第四步：约谈，若巡查中发现治理进度缓慢、整改不力，环保部将约谈地方政府有关领导。约谈后，环保部还将再派人“回头看”。

第五步：专项督察，对于仍然“无动于衷”的地方，还将启动“机动式”“点穴式”的中央专项督察，追责到人，以保证问题得到全面解决。

3、环保督查时间表

7-8月督查重点：督查各地是否于6月底前完成排污许可证发放工作；“高架源”自动监测设备安装、联网及运行情况；工业污染源达标排放情况。

9月督查重点：9月底前，城市行政区域内所有燃煤锅炉排放的二氧化硫、氮氧化物和颗粒物大气污染物执行特别排放限值。依法查

处超标排放行为。督查各地是否完成错峰生产方案及名单制定工作，重点行业中不执行错峰生产的企业，要根据承担任务核定最大允许生产负荷，并按《工作方案》要求进行审批或备案。

10月之后督查重点：

(1)“小散乱污”企业10月底前取缔任务完成情况；

(2)10蒸吨及以下燃煤锅炉，以及茶炉大灶、经营性小煤炉10月底前淘汰工作完成情况；

(3)燃煤锅炉排放的二氧化硫、氮氧化物和颗粒物大气污染物执行特别排放限值情况；

(4)钢铁、水泥等行业排污许可证发放工作情况；

(5)工业污染源达标排放情况。

4、各省市环保督查时间安排

京津冀地区——

督查时间：第四批督查从7月14日开始，今年每个城市要督查25轮次。

督查范围：“2+26”城市。具体为北京、天津市，河北省：石家庄、唐山、保定、廊坊、沧州、衡水、邯郸、邢台市，山西省：太原、阳泉、长治、晋城市，山东省：济南、淄博、聊城、德州、滨州、济宁、菏泽市，河南省：郑州、新乡、鹤壁、安阳、焦作、濮阳、开封市。

督查内容：大气污染防治专项督查。

广东省——

督查时间：2017年6月-2018年2月，为期9个月。

督查范围：广州、深圳、佛山、东莞、中山、江门、肇庆、清远、云浮9市。

督查力度：全省调动约2000名环境执法人

员，对9市开展为期9个月、18轮次的大气和水污染防治专项督查。

督查内容：包括各地落实省“气十条”、“水十条”、大气强化措施工作进展情况，“散乱污”、“十小”企业、饮用水水源保护区内违法建设项目的取缔情况，重点信访案件处理情况，重点行业污染整治情况，重点流域污染整治情况，重点区域环境综合整治情况，以及交办的其他督查任务。

山东省——

督查时间：2017年6月28日-2018年3月31日，为期9个月。

督查范围：7个传输通道城市，即：济南、淄博、济宁、德州、聊城、滨州、菏泽市。

督查内容：一是重点行业企业环保设施运行及达标排放情况。二是“小散乱污”企业排查、取缔情况。

江苏省——

督查时间：7月7日-8月5日

督查范围：徐州、南通和扬州市

督查内容：重点了解市级党委和政府环境保护重大决策部署贯彻落实情况、环境保护重点任务推进情况、区域环境质量改善情况、生态文明制度改革推进情况、突出环境问题及处理情况和环境保护责任落实情况等内容，重点督察地方党委和政府及其有关部门环保不作为、乱作为的情况，重点督办中央环境保护督察反馈问题整改和“263”专项行动进展情况。

四川省——

督查时间：2017年5月-2018年2月(2017年11月-2018年2月为重点督查时间)，为期10个月。

督查范围：以成都、德阳、绵阳、遂宁、乐山、雅安、眉山、资阳8市为重点。

督查内容：大气污染防治专项督查。

2017深圳国际纺织面料及辅料博览会圆满落幕

7月8日，为期三天的2017深圳国际纺织面料及辅料博览会圆满落幕。本届展会展出面积超30,000平方米，汇聚来自中国、中国香港、中国台湾、葡萄牙、日本、韩国等国家及地区的超700家参展商。各类化纤、针织、丝绸、棉、麻、毛、功能、蕾丝绣花面料、纱线纤维以及辅料等优质展商集结于此，联袂呈现最新时尚产品，带来东南亚纺织市场的前端季风。展会由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、法兰克福展览（香港）有限公司、中国纺织信息中心共同主办。

三天内，展会现场掀起了一轮又一轮采购热潮，俨然一个专业面辅料客商的采购天堂。700余家展商以各自最新产品为各大服装品牌提供动力支撑。花园毛纺、金玺布行、万事利丝绸、金点子纺织、东宇纺织、震围纺织、鼎记印染、红绿蓝纺织、北江纺织、南通宏丰、江苏众恒、江阴恒亮、山东岱银、信迪牛仔、深圳睿冠、东龙针纺、乌石拉链、依角服饰、邑欣数码、浙江数伊……众多优势企业联袂呈现精美面辅料产品，吸引海内外采购商的目光。

本届展会，海澜之家、佐丹奴、太平鸟、小猪班纳、阁兰秀、马天奴、影儿、世纪宝姿、安正时尚、欧时力、Miss Sixty、蓝地、兴泰季候风、全棉时代、Sixty Eight、朗姿、依文、odbo、例外、九牧王、Marisfrolg玛丝菲尔、诗篇、粉蓝衣橱、Cabbeen卡宾、Finity菲尼迪、庄子、Lapargay纳帕佳、5th street、安莉芳、忘不了、舒朗、达衣岩、都市丽人、卡尔丹顿、斯凯奇、Trendiano、真维斯、Eachway、淑女屋、西遇、百图、歌力思、Basic House、She's、美特斯邦威、Urban Revivo、初语等海内外知名品牌纷纷到场采购。

无论是参展商还是采购商，他们纷纷认同，经过多年发展，深圳国际面辅料展已成长为立足我国纺织集群，辐射海内外纺织市场的展会平台。在春秋两季上海面辅料展中间档期，深圳国际面辅料展覆盖我国及周边地区纺织服装市场，已成长为每年7月不可缺失的产业盛会。

2017纽约展：“中国制造”抢滩海外高端市场

当地时间7月17日~19日，第十八届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）暨美国纽约TEXWORLD服装面料展、纽约国际服装采购展（Apparel Sourcing USA）和纽约国际家纺采购展（Home Textiles Sourcing）（以下统称“纽约展”）在美国纽约贾维茨会展中心隆重举行。展览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与法兰克福展览（美国）公司承办，中国参展商以国家展团的形式嵌入到同期同馆举办的三大专业展览中，形成产业链系列展览会。

展会期间，贾维茨展览中心成为城中热点，吸引了大批专业买手、设计师、采购商前来“弄潮”。展会现场氛围火热，每个展位就像不停更新的细胞，更多的商贸合作与产业交

流在这里酝酿和发生。

精准对接 中国展品够“高调”

如何提高参展商与采购商的对接效率与精准度，是国际展会平台的一大难点。纽约展主办方针对市场反馈的需求热点变换，积极引导参展企业“按需展示”，根据美国纺织市场风向细化展品种类，突出重点展品特性，匹配买家需求。

展商们纷纷积极响应，面料商企业主打功能性面料、牛仔面料等受美国市场欢迎的产品；服装参展企业则带来了更多的自主研发产品，自主品牌的占比超过20%；家纺企业则带来近年欧美市场热捧的天然风格的床品。千篇一律、附加值含量低的廉价蕾丝等面料被拒之

门外，扛着环保与多功能大旗的时尚印花、科技面料产品纷至沓来，开展后取得了热烈的反响。

在江苏罗曼罗兰集团的展位上，一系列“新鲜出炉”的羽绒服成为了明星产品。董事长徐德荣介绍，企业与来自俄罗斯的“羽绒服专业户”设计师合作，共同开发最新款的百分百充绒的高科技夜光面料。徐德荣透露，这一系列高科技新品样板刚出厂就被带到了纽约展的现场，全部归为“ROMRL(罗曼罗兰)”自主品牌，单品出厂价接近3000元人民币。

“中国制造”抢占低端市场的日子已经成为历史，面料产品的功能性与科技含量大大提升了成衣产品的附加值，家纺产品的自主设计能力突出使得时尚属性越发明显。制作精良、设计前卫、技术先进已经成为中国展商的标签。中国企业大胆地从幕后走到时尚前沿，在纽约展发力国际市场。

在功能性面料研发上有着深厚功力的立新集团，在展会现场主推了为America Eagle贴牌代工的羽绒服产品，轻松成为采购商的重点关注对象。原来，这件看起来“低调”的衣服，科技含量实际上非常“高调”。这款产品运用了发光涂层面料，在日光灯下衣服呈黑灰色，在闪光灯下则变成了银光白。这种特殊的发光面料更打破色样单调的“惯例”，在色彩、图案、纹理上具有更高的创新空间，是名副其实的“时尚性与功能性”兼备的实力产品。

品质突出 海外买家获“丰收”

对于身经百战的专业买家来说，中国参展商在产品品质、设计水平上的显著提升让他们充满惊喜。展会现场不少买家手中都拎着大包的产品小样，脸上满是“丰收”的喜悦。

在一家来自中国江苏、主打毛呢面料的展位上，Sharon Shewards一头扎进“布海”之中。服务于Exquisite Clothings的她，正在为秋冬女装夹克寻觅理想的毛呢面料。Sharon表示，对于毛呢女装来说，面料的色彩、图案和纹理很大程度上决定了成衣的时尚度，因

此对供应商的设计和审美水平要求非常高。她表示，本届纽约展上展出毛呢面料的参展商品品质很高，面料款式数量丰富，并且都有许多成衣样品可以给采购商参考，十分方便。由此可以看出中国制造企业的设计水平相当成熟和自信。她指了指手中的样品袋表示，自己十分有信心能够采购到心仪的产品。

以往海外买家更青睐于寻找中国代工企业，利用生产成本差价服务自身利益，而在本届纽约展现场，可以十分深刻的感受到海外企业在寻找“搭档”、进行合作。他们不仅与展商就样品接洽，还对研发环节表现了浓厚的兴趣，更有不少专业观众表露出了与展商共同研发的意向。

美国原创品牌diomi，尤其擅长裘皮外套等奢华风格高端女装，设计师Rena已经连续两天到场采购。她表示，纽约展在美国的知名度很高，地理位置方便、产品丰富，几乎每年都不会错过。在展会现场，她正带着助手在物色女装提花面料。一家来自绍兴的参展商展位上，一系列花型华丽、立体感强的面料使她驻足。

“因为我们的品牌定位高端女装，主打优雅、大气的时尚形象，采购的面料在设计和质量方面都必须是高端的，这次纽约展的展品品质非常好，十分匹配我们的需求，我们非常期待与这些企业开展更深层次的研究、定制合作。”她笑称，本届参展商的整体水平一致，虽然供应同类产品的商家不少，但是每一家的产品都有自己的优势，精彩太多，一天看不完。

当前，中国纺织服装行业正处于关键的转型期，中国供应商正积极通过技术创新提高自动化和智能化水平，打造自主品牌来提升产品附加值。这种主动求变，以及思变求变之后的长足进步，在纽约展这个影响力巨大的价值平台上，也被来自世界各地的采购商目睹见证。当前，中国企业已经成功向自主研发、为客户提供产品方案的“供应链管理专家”身份转型，并乘着国内中产阶级群体崛起的东风，立足纽约展的平台，以“优质工艺、快速反应、创新技术”的全新形象，全速抢滩海外中高端市场。

借中国纺织精品展(南非)平台开拓南非纺织品服装市场

据商务部有关统计,截至目前,中国连续8年成为南非第一大出口目的地和进口来源地,同时南非也是中国企业对非洲投资第一大目的地。一直以来,南非从中国进口货物以日用消费品为主,纺织品、服装和鞋类是主要产品,纺织服装一度也是南非政府重点支持的行业。

第二届中国纺织精品展(南非)暨南非纺织服饰鞋类展览会(以下简称“南非展”)将于今年11月21日~23日在南非开普敦国际会议中心举行。该展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、江苏联亚国际展览有限公司共同承办。

中国纺服外贸企业借此展会契机,怎样进一步在南非市场展开投资合作?如何理性预估在纺织服装领域中南双边贸易合作前景?

中国驻南非大使馆商务参赞荣延松:南非是非洲第2大经济体。中国投资的纺织服装企业主要分布在南非约翰内斯堡地区和各省的工业园中。南非主要纺织品服装出口市场为非洲、美国和欧盟。

在非洲大陆内部,南非是区域经济一体化合作的领头羊,南非工业制成品可以免税或较低关税进入邻近国家。而且,南非是金砖国家之一,与中国、俄罗斯、印度、巴西等国之间有深入的合作。欧盟对南非95%的进口产品免关税。南非还是美国《非洲增长与机遇法案》的主要受益国之一,绝大部分商品可免关税出口美国市场。

荣延松表示,南非基础设施优良,部分领域研发和创新能力达到世界水准,具备较好的工业化基础。金融、法律、电信等服务业发达,商业配套设施较为完备。技术工人数量充沛,是非洲制造业和服务外包基地。同时,南非经济开放,市场自由度高,鼓励外商投资,并有多项投资优惠政策。南非政府对本地企业和外资企业投资制造业等领域,在税收减免、

补贴、低息贷款等方面给予同等优惠待遇。

不过,荣延松特别提醒企业,虽然投资南非前景广阔,但也需审慎行事,分析利弊,有的放矢。例如,受电力供应不足、劳资关系紧张等影响,近年来南非经济持续低迷。由此,南非对外国直接投资的需求十分迫切。与此同时,他也提醒中国企业,南非政府出台或调整了多项法规,将外商优惠政策与本地化和黑人持股比例挂钩。

借机南非精品展 提质上档立市场

南非展是目前非洲地区最大的纺织品及鞋类专业商务展会,主要为中国企业量身打造一个纺织服装及鞋类专属的精品商贸平台,通过资源整合,优势互补,致力于为供应商和采购商提供长期而高效的平台服务。

南非纺织品服装多样化且数量小,潮流趋势与欧洲趋同,本地产服装不足以满足消费需求。中国纺织服装鞋帽产品在南非一直很受欢迎。然而,在整体出口产品档次、品牌、设计上与当地市场的充分融合方面依然任重道远。

现在南非对进口纺织品服装要求不再仅仅是价廉,还要求物美,对质量和款式的要求逐年提升。因而,此次展会的目的是充分发挥我国产业转型升级的成果,用精品展的思路,助力中国企业提升出口非洲的形象,增加适销对路的产品,在当地市场打造品牌美誉度。

南非中国纺织精品展与南非地区现有唯一、非洲地区最大的纺织品及鞋类展会——南非开普敦国际鞋类及纺织服装展(ATF)合作,同期同馆展出,吸引来自非洲、美国、欧洲等地的5000余名专业买家参展。

南非展举办地开普敦是纺织服装零售中心。开普敦有19家全国连锁商店,30多家小型和地区性连锁店,还有很多进口商和独立零售商。开普敦是国际企业开拓南非市场的门户。

刊头题字：杜钰洲
顾 问：王天凯 许坤元
张延恺 陈伟康
徐晋昶 富荣沛
编辑委员会：徐迎新 杨兆华
林云峰 梁鹏程
主 编：梁鹏程
执行主编：林学森
副 主 编：孙 凌

以下方式可以联系到我们

编辑部地址：

北京市朝阳区东三环中路55号富力双子座B座12层

邮 编：100022

电 话：(010) 57392132

E-mail: sunling@ccpittex.com

网 址：www.ccpittex.com



纺织贸促会开通官方微信了!

添加方法：打开微信->朋友们

->添加朋友->扫一扫