

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织外贸促

5

2019

总第289期



中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 主办
中国国际商会纺织行业商会

月刊

特别报道

做好自己的事 共同发展是我们的社会责任 ——中国纺织工业联合会会长孙瑞哲谈中美贸易摩擦

行业动态

- ★ 纺织业澜湄合作正式启程
——徐迎新执行理事长率工作组出访柬老缅(一)
- ★ 构筑双边合作桥梁 中罗达成纺织合作协议
- ★ 引领时尚生活新消费
——中国品牌日纺织服装行业系列活动
- ★ 5月我国纺织品服装出口恢复正增长
- ★ 推动中部地区崛起再上新台阶

一带一路

- ★ "协和万邦"2019年上半年中纺联"行业外交"盘点
- ★ 中纺联代表团走访乌克兰带来合作契机

政策法规

- ★ 纺织印染要淘汰及限制类项目

国际市场

- ★ 美国取消印度普遍性优惠关税待遇(GSP)
- ★ 孟加拉国有90家服装厂获能源环境设计证书
- ★ 中国成为欧盟第二大货物出口国

展会报道

- ★ 2019intertextile深圳国际面辅料展新形象、新主题
- ★ 我和intertextile家纺展有个约会
- ★ 2019CINE上的那些优秀参展企业
- ★ 2019纽约展 可持续发展年 相信你已准备好
- ★ 链接欧盟时尚供应链, 巴黎展时尚特质突显
- ★ 搭上巴西GOTEX展这班"贸易快车"去巴西



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目 录

行业动态	03	纺织业澜湄合作正式启程 ——徐迎新执行理事长率工作组出访柬老缅（一）
	04	构筑双边合作桥梁 中罗达成纺织合作协议
	06	引领时尚生活新消费 ——中国品牌日纺织服装行业系列活动
	09	5月我国纺织品服装出口恢复正增长
	10	推动中部地区崛起再上新台阶

一带一路	11	"协和万邦"2019年上半年中纺联"行业外交"盘点
	12	中纺联代表团走访乌克兰带来合作契机

国际市场	13	美国取消印度普遍性优惠关税待遇(GSP)
	14	孟加拉国有90家服装厂获能源环境设计证书
	14	中国成为欧盟第二大货物出口国

政策法规	14	纺织印染要淘汰及限制类项目
------	----	---------------

展会报道	16	2019intertextile深圳国际面辅料展新形象、新主题
	19	我和intertextile家纺展有个约会
	20	2019CINE上的那些优秀参展企业
	21	2019纽约展 可持续发展年 相信你已准备好
	22	链接欧盟时尚供应链，巴黎展时尚特质突显
	24	搭上巴西GOTEX展这班"贸易快车"去巴西

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 梁鹏程 林云峰
常 清

主 编: 常 清

执行主编: 林学森

副 主 编: 孙 凌

地址: 北京市朝阳区朝阳门北大街18号

邮编: 100020

电话: (010) 85229397

E-mail: sunling@ccpittex.com

网 址: www.ccpittex.com

做好自己的事 共同发展是我们的社会责任 ——中国纺织工业联合会会长孙瑞哲谈中美贸易摩擦

2019年5月9日美国政府宣布，自2019年5月10日起，对从中国进口的2000亿美元清单商品加征的关税税率由10%提高到25%。美方上述措施导致中美经贸摩擦升级，违背中美双方通过磋商解决贸易分歧的共识，损害双方利益，不符合国际社会的普遍期待。为捍卫多边贸易体制，捍卫自身合法权益，中方不得不对原产于美国的部分进口商品调整加征关税措施。

根据《中华人民共和国对外贸易法》《中华人民共和国进出口关税条例》等法律法规和国际法基本原则，经党中央、国务院批准，国务院关税税则委员会决定，自2019年6月1日0时起，对已实施加征关税的600亿美元清单美国商品中的部分，提高加征关税税率，分别实施25%、20%或10%加征关税。对之前加征5%关税的税目商品，仍继续加征5%关税。

在此期间，国际纺联2019纺织机械研讨会在意大利米兰举行，与会的各国纺织界人士对美国的加征关税措施表示了担忧。欧瑞康巴马格的代表承认，当前的市场环境确实影响到了日常业务。马佐里的代表说，接连的贸易冲突令人失望，我们希望市场不要再遭受政治影响了。意达的代表表示，美国的措施是政治在影响经济，市场正在遭受一些负面影响。格罗茨的代表直言不讳地说，美国贸易保护问题可能成为一种不得不面对的问题，纺织服装行业已经受到威胁。桑德森力玛的代表希望贸易争端能够和平解决，避免争端，造福行业。

在这样的场合，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲代表中国纺织工业发声，引起了与会者广泛关注。孙瑞哲表示，共同发展是我们的社会责任，中国纺织业的发展促进了全球纺织产业的合作共赢。过去几年，我们做到了合作发展，与缅甸、柬埔寨、巴基斯坦、东盟等邻国和地区合作，同时也和埃及、埃塞俄比亚积极对话，把中国的经验介绍给他们以供借鉴，助力其提高经济增长水平与生活发展水平。同时，发布了《中国纺织服装行业负责任海外投资指引》，促进区域间产业协作持续发展。孙瑞哲强调，中国纺织业目前面临的主要挑战就是由于负面政治因素带来的贸易不稳定性，如中美贸易摩擦等，另外现在全球范围内越来越多的区域间的贸易保护协议产生，贸易保护主义的升温使经济全球化遭到了破坏。

加征关税已经成为事实，从国内反映看，一致的看法是将更加从容地应对，更加有信心、有能力经受住风浪的考验。办好自己的事，以更大力度的改革、更高水平的开放来推动经济高质量发展，中国将给世界创造更多的发展机遇。

作为中国经济的先驱产业，纺织业如何应对中美贸易摩擦呢？同样是要做好自己的事。孙瑞哲指出，中国纺织工业转型升级新发展表现在制造智能化、渠道多元化、责任全球化三大方面。中国纺织工业将会继续围绕科技创新发力，关注新兴纤维、高端装备等基础研究，同时跨界合作，将创新成果转换到医疗卫生、安全防护、生态环保、交通环保、航天基建等其他领域。同时还将发挥时尚和文化的引领作用，加强品牌建设；以责任为导向，绿色发展，兼顾人本责任、环境责任、市场责任；此外还要整合资源，形成产业协同优势，建设世界级的先进产业集群。

对于今年的纺织出口形势，中纺联产业经济研究院预测，国际贸易环境风险上升，中美贸易摩擦对于国际采购订单和全球供应链布局的潜在影响将逐步显现，纺织行业出口压力仍将持续。尽管外部环境复杂多变，但纺织业仍将深度推进供给侧结构性改革，大力推动高质量发展，积极激发内需潜力，努力稳定国际市场份额，继续保持平稳、健康发展态势。

《新闻联播》国际锐评：中方调整加征关税措施，是对美方单边主义、贸易保护主义的回应。中方希望，美方回到双边经贸磋商的正确轨道，和中方共同努力，相向而行，争取在相互尊重的基础上达成一个互利双赢的协议。

5月10日美国对价值2000亿美元的中国商品加征25%关税的加税清单中，涉及纺织业的种类有纺织纱线、织物、产业用制成品以及部分家用纺织品等，涉及产品年出口额40亿美元。

对于年出口2700多亿美元的中国纺织业来说，40亿美元占比不到2%，从整体来说，对中国纺织业出口的影响并没有那么大。相反中国出口的纺织品服装占美国进口的约为37%，如此高的市场依存度，美国很难找到同等体量的替代来源，最终会由美国消费者买单。

特朗普这一举措已经招致来自消费者与企业界的多个团体的反对。美国全国零售商联合会高级副会长戴维·弗伦奇在声明中说，加征关税是对美国企业和消费者的征税，美国政府在通知不到一周的时间内突然上调关税将严重伤害美国企业。

纺织业澜湄合作正式启程-- 徐迎新执行理事长率工作组出访柬老缅（一）

澜沧江—湄公河合作（以下简称“澜湄合作”）是我国与湄公河五国（越南、缅甸、老挝、泰国、柬埔寨）共同发起和建设的新型次区域合作平台，澜湄合作与“一带一路”倡议有着密切的互动关系，也是“一带一路”建设的重要平台。

2018年，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会（以下简称“纺织贸促会”）获批澜湄合作专项基金项目“推动澜湄六国纺织服装业产能合作系列项目”，计划联合澜湄其他五国纺织服装商协会，通过一系列活动安排与工作举措，促进和加深澜湄流域纺织服装业产能合作，努力建成区域内高效协同的纺织服装全产业链。

为了落实外交部委托的澜湄合作专项基金项目—“推动澜湄六国纺织服装业产能合作系

列项目”，建立澜湄流域纺织服装业产能合作长效工作机制，推动和加深澜湄六国纺织服装业产能合作，2019年4月24日至5月3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、中国纺织国际产能合作企业联盟执行理事长徐迎新带领的纺织业10人专业工作组出访柬埔寨、老挝、缅甸三国，就共同推动澜湄六国纺织服装业产能合作事宜与三国纺织服装商协会、政府主管部门及我驻当地使馆经商处进行沟通协商。与此同时，工作组还就三国纺织服装业发展最新情况、中国纺织服装企业在上述国家的投资合作情况进行了深入调研。

此次出访涉及3个国家、4座城市，共完成各类公务活动14场，丰硕的出访成果与业界分享。

第一篇：东南亚投资热土--柬埔寨

大多数人对柬埔寨的印象来自于其著名的国宝级旅游胜地“吴哥窟”，而对于所有纺织人来说，柬埔寨不仅仅有世界级的旅游胜地，更有适合纺织服装业的“世界级投资合作环境”。作为我国纺织产业澜湄流域重要的合作伙伴国之一，此次工作组出访的第一站设在了柬埔寨首都金边市。

4月25日上午，工作组与柬埔寨制衣协会（GMAC）副会长及秘书长举行了工作会谈。会上，徐会长向柬方介绍了《推动澜湄六国纺织服装业产能合作系列项目》的背景、意义、具体活动计划以及未来工作方向，同时邀请GMAC作为柬方商协会代表加入澜湄流域纺织服装业产能合作对话机制中来，共同推动澜湄区域纺织产能合作。GMAC何恩佳副会长代表柬方表达了对上述对话机制建立的浓厚兴趣，并承诺将全力支持和配合中纺联工作，积极参与相关活动，同时也希望GMAC与中纺联在未来进一步加深工作联系，共同为增强中柬双边纺织服装业合作服务。

GMAC是柬服装加工领域最重要的行业协会之一，对柬埔寨的纺织服装业发展有着较大影响。目前在GMAC注册的本土和外商投资企业共509家，其中包括485家服装加工企业。上述企业来自全球21个国家和地区，主要包括中国、韩国、日本、泰国等，其中中国投资的服

装加工企业共计330家（大陆地区207家，台湾省75家，香港地区47家，澳门地区1家），数量位列第一。

4月25日下午，工作组赶赴我驻柬使馆经商参处拜会了李岸商务参赞。徐会长向李参介绍了纺织产业澜湄合作的基本情况以及中纺联澜湄项目的工作进展和计划，并就上午与GMAC会谈的情况与李参进行了沟通交流。李参对工作组的到访表示欢迎。李参表示，目前中柬政治经济关系正在稳步向上发展，中纺联牵头的推动澜湄流域纺织业产能发展项目对中柬纺织服装领域合作具有十分重要的意义。会上，李参还向工作组介绍了中柬两国双边经贸合作情况和“一带一路”倡议及澜湄合作框架下两国纺织服装业合作需要重点关注的领域。

在柬期间，工作组分别走访了内蒙古鹿王羊绒在柬公司、江苏东渡在柬公司及红豆集团投资运营的西哈努克港经济特区。

工作组在柬出访期间，除了与柬方在建立澜湄纺织服装产能合作对话机制工作上达成共识外，还就欧盟取消柬埔寨EBA待遇问题进行了深入交流。

目前柬政府、商协会及在柬投资企业对EBA问题持谨慎乐观态度，联盟秘书处也将持续关注事件进展，及时与各成员共享讯息。

构筑双边合作桥梁 中罗达成纺织合作协议

5月13日，由中国纺织工业联合会会长孙瑞哲率领的中纺联代表团在罗马尼亚首都布加勒斯特与罗马尼亚纺织行业代表进行座谈，并签署中国纺织工业联合会和罗马尼亚纺织服装鞋帽皮革制品行业协会合作协议。中纺联副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝，中纺联副会长、中国贸促会纺织行业分会常务副会长徐迎新，中纺联副会长、产业部主任孙淮滨，中纺联副秘书长、外事办主任袁红萍，中国纺织建设规划院院长冯德虎，中国棉纺织行业协会会长朱北娜，中国印染行业协会会长陈志华，

中纺联人力资源部主任孙晓音，中纺联社责办主任阎岩，中国纺织机械协会副会长刘松，中纺联信息化部主任翟燕驹，中纺联生产力促进部副主任董奎勇等协会领导及企业家出席了此次会议。会上，双方代表通过各自纺织产业发展情况的介绍，积极探寻双方合作机会。

罗马尼亚纺织行业

据介绍，近20年来，由于原材料缺乏，罗马尼亚纺织发展欠佳，其中超过80%的纺织原

材料和配件都是通过进口满足，产品90%出口到欧盟以内的国家，主要国家是德国、英国、法国和意大利，出口额达到60亿欧元。目前，罗马尼亚约有20万人从事纺织行业，行业中大部分为中小企业。

罗马尼亚有着优越的气候和土地资源，对于亚麻的种植条件极为有利，这将是其日后发展方向之一，作为产业链的向上延伸。

罗马尼亚正在积极举办展会积极对接中国企业，以寻求原材料供应商的合作，据透露，其将建设免税仓储物流区及纺织产业园区，吸引企业前来投资。

从投资环境来看，罗马尼亚贯穿欧盟东西方，消费者辐射潜力可达5亿，同时是东南欧最大的商贸发展地区。去年在罗马尼亚投资的外商投资金额已经达到了50亿欧元，而罗马尼亚在中东欧属于面积第二、人口第七的国家，同时也可以辐射到欧盟、前苏联国家和中东等国家和地区。

罗马尼亚近年来GDP增长匀速，2018年增长达到4.19%，外商投资达到了高值，通货膨胀率在2018年达到了4.6%，但预计2019年可以降低到2.5%左右。2018年失业率为4.2%，从今年开始，罗马尼亚对海外劳工的吸收率增长，可以达到2万人，大部分劳工来自越南、印度、孟加拉等国家。目前法律允许的最低净工资为446欧元。

中国纺织行业

中纺联副会长、产业部主任孙淮滨向罗方代表介绍了中国纺织行业的基本情况和未来发展方向。他提到，中国纺织工业是我国国民经济的支柱产业，且具有国际竞争力，纺织产品出口量位居世界首位，主要传统出口市场为美国、欧盟和日本，占比40%；随着“一带一路”倡议的实施，其沿线国家已经成为新的热点，占中国全部纺织服装出口的三分之一。

改革开放后，中国纺织产业规模扩大、科技进步成果涌现，出口规模扩大，产品的市场

化发展活力也越来越充沛。特别是进入21世纪以后，中国加入WTO使国际竞争力得到了充分释放，另外中国国民经济始终保持了高速增长，为产业提供了内需发展动力。

谈到中国纺织工业区域分布特点，孙淮滨指出，从生产力空间布局来看，江苏、浙江、山东、福建、广东等沿海五省纺织业占到了全国的70%，近年，新疆也成为了纺织投资热点，产业规模进入高速发展轨道。按照大类产品生产布局，化纤集中在浙江、江苏和福建；纱主要集中在山东；服装集中在广东。

从2011年以后，由于国际经济危机后期发酵、自身内部结构性矛盾，加之中国国民经济进入减速换挡时期，纺织行业也进入中低速增长新常态。体量大且面临的复杂多变的国际环境，如中美贸易关系的胶着，中国纺织产业需要进行方向性调整，同时，为了践行中国政府提出的高质量发展任务，实现中国人民美好生活的期待，中国纺织行业正沿着科技、时尚、绿色的新定位发展，其中智能制造、自主品牌建设、可持续发展等方面尤其值得关注。

中罗合作机会探索

中纺联副会长、中国贸促会纺织行业分会常务副会长徐迎新在发言中主要介绍了中国纺织业海外投资进展，并对中国—中欧合作进行了展望。他指出，“一带一路”倡议和国际产能合作的坚定推进给纺织产业布局创造了有利的宏观经济环境，贸易规模持续扩大，对沿线国家的直接投资平稳增长。

如今，中国已经建成了世界领先的自主、完善的全产业链现代制造体系，也是世界纤维制品生产、出口和消费第一大国，中国纺织产业有实力、有动力进入跨国布局新阶段。

纺织企业需求是中国纺织国际化布局的内因所在，对外投资呈现了多区域、多行业和多形式的加速推进态势，投资形势包括股权并购、资产收购和合资等形式，协调国内市场，链接国际资源，中国纺织产业走出去的广度和深度在不断扩大，2003至2018年，我国纺织产业

对外直接投资累计97.96亿元，年均增速15.6%。

当前中国纺织产业对外投资合作特点主要表现为生产力的跨国布局、优质资源的全球合作两条主线。从投资区域分布来看，产能的跨国绿地投资主要是以东南亚国家为主，品牌的并购则以欧美国家居多；另外，非洲新兴市场及“一带一路”沿线国家和地区的投资项目在逐渐增多。从细分领域来看，棉纺和针织成为行业境外绿地投资的先行领域，织造、印染、梭织服装、产业用纺织品领域的投资项目开始逐渐增多。

徐迎新建议，中国与中东欧纺织行业加强国际交流建立长效沟通机制，同时会鼓励更多中国纺织企业赴中东欧国家投资合作，中国正在不断扩大对外开放，欢迎利用贸易平台进入中国市场。

中罗经验分享

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在总结发言中表示，罗马尼亚对于我们是一种真实、遥远、亲切、向往的存在。

中国刚刚召开了“一带一路”的峰会，“一带一路”沿线国家都把纺织服装产业的发展作为促进经济发展和就业的首选产业，各个国家的政府和产业同仁，愿意与中国加强纺织服装合作的期望，应该有组织、有步骤、有目

的地进行合作。罗马尼亚也具有比较优势与良好的合作潜力：首先，地缘优势，处在欧亚大陆交汇处；第二，历史上具有较好的纺织产业基础，目前是东欧最大的服装生产地；第三，人力资源基础较好，人员素质较高。

同时，孙瑞哲就中国纺织行业发展中积累的经验同罗方进行了分享：首先，要创造良好的外部环境建立起外向型的发展模式，发展外向型经济需要人才、资金、渠道的支撑，可通过中罗双方的合作共同解决。第二，集群式发展，产业的集聚发展可以把同类型的企业产生集聚，通过当地政府甚至国家力量集中发展。第三，产业链的配套，中国完善的产业链让其即使面对贸易摩擦也能够迎接新挑战，罗马尼亚也可以根据细分领域建立的产业配套，比如在中高端正装等领域可以从服装加工向毛纺、麻纺生产线延伸。

此外，关于中罗双方合作发展建议，孙瑞哲也进行了补充：首先，希望罗马尼亚纺织服装协会等机构可以列出清单，方便中国产业同仁对罗方需求有更深入的了解，为下一步商贸对接和投资对接打下基础。第二，希望双方建立长效沟通与合作机制，通过互访及一些重点项目的共同参与和组织实现。第三，在罗方需求的基础之上，我们对罗所需要的重点投资领域对中国产业同仁宣传推广，对下一步吸引投资打下基础。第四，政策环境的营造也需要双方政府上升到国家层面推进。

引领时尚生活新消费—— 中国品牌日纺织服装行业系列活动

为了展示中国纺织服装行业建设新成果、新面貌，引领着当代时尚生活方式新消费，开创着中国人民美好生活新篇章、新时代，5月10日至12日，在国家品牌日期间，由中国纺织工业联合会牵头策划、承办了2019年中国品牌日纺织服装行业系列活动。

该活动由国家发展改革委、中宣部、工业和信息化部、农业农村部、商务部、国家市场监督管理总局、国家知识产权局、上海市人民

政府主办，中国纺织工业联合会品牌工作办公室、中国服装协会、中国家用纺织品行业协会、中国化学纤维工业协会、中国纺织建设规划院协办。系列活动期间，中国品牌发展国际论坛纺织服装行业分论坛、纺织服装行业自主品牌消费品体验区及主要体验活动，三大重头板块同期上演。

为期三日的系列活动，凭借着干货满满的论坛、丰富的展示内容、贴心的服务体验，人

机交互的交流展示，沉浸式的全新观展氛围，吸引来自全国的50余家媒体争相报道，在线直播点击量更是超过9979.7万人次。

本次中国品牌日纺织服装行业系列活动不仅充分展现了行业领军品牌面对机遇，深入推进产品结构、产能结构调整，不断提高产品和服务的供给能力与创新能力，还展现出中国纺织行业发展新面貌、自主品牌发展新成就，诠释着纺织服装品牌新内涵，彰显着中华传统文化新活力，向着引领当代时尚生活新消费的远大目标，怀着满足人民美好生活新需求的愿景，向人民群众彰显了中国纺织服装品牌的“神”与“形”。

体验区：领军品牌彰显行业新定位

中国品牌日标识是一枚由篆书“品”字为核心的三足圆鼎形中国印。“品”字体现了中国品牌日的“品牌”核心理念，昭示开启品牌发展新时代；蕴含了“品级、品质、品位”之意，象征品牌引领经济向高质量发展。

作为2019年中国品牌日活动自主品牌消费品体验区的重要组成部分，在800余平方米的纺织服装行业自主品牌消费体验区中，承办方以“中国品牌世界共享”主题，结合纺织工业“科技、时尚、绿色”新定位。通过“有为国牌、匠心风尚、趋势先知”三大板块的划分，主办方精心甄选出一批与之对应的行业头部领军品牌进行展示。而这些优秀纺织服装品牌也以自身的实际行动，展现了中国品牌的实力。

在“有为国牌”展区，太平鸟带来了全矩阵品牌，通过智能化吊挂系统的趣味展示，集中体现了旗下五大品牌联名最新款产品。五大品牌，各异的IP，多元化的货品展示，搭配福袋等年轻化的销售形式，受到众多现场观众的追捧。

在科技感浓郁的羽绒服专家波司登展台上，通过结合“世纪之布”Gore-Tex面料，加上每3厘米高达13针的绗缝锁边，以及高端羽绒分割填充，让中国消费者领略到国货时尚感扑面的同时，亦能感受国货挑战零下30度极寒的

科技力爆棚。

简洁的轮廓、跳跃的色彩，爱慕通过与美国涂鸦文化宗师凯斯·哈林的跨界合作，让整个展位显得活力十足。此外，通过大数据应用、人工智能、物联网等智慧新零售领域不断探索实践，爱慕为消费者提供了更加个性化的新型购物体验和服务。

作为“生活高尔夫”理念的畅导者，本次比音勒芬服饰股份有限公司通过生活系列、时尚系列和高尔夫系列的展示，全方位满足精英阶层多场景的着装需求。

在“匠心风尚”展区，中国植物染（草木染）产业联盟的互动式、可参与的展示方式，展现了中国印染技术的历史魅力，让人观后，增强了中国传统文化的民族自信。作为自然生活方式的推广者，之禾品牌99%通过使用植物染色技术展现了“天人合一”的东方思想。烟台业林、美胜生物作为产业联盟的成员企业，也纷纷展示了各自的技术转化成果。万事利则展示了国粹丝绸如何走出了一条“传统丝绸+移动互联网+文化创意+高科技=丝绸经典产业”的转型升级“新丝路”。愉悦家纺则为观众展现了高品质家纺、智慧睡眠、医养健康的理念。永亮的毛巾产品、天一的大提花面料也让中国消费者感受到中国品牌的品质与时尚。

在“趋势先知”展区，中国纤维流行趋势发布不仅开创了国内原料趋势研究的先河，更为中国纤维企业软实力的提升指明了方向。此外，盛虹、唐山三友、凯赛生物、锦江科技等纤维巨头的成果展现，更让人感受到中国纤维未来的发展趋势。

体验区中，主办方现场采用科技手段，强化观展互动。创新的设计风格、丰富的展示内容、贴心的服务体验，人机交互的交流展示，沉浸式的全新观展氛围，打破外界对于中国纺织自主品牌的固有观念，增强国人对国货精品的消费信心。

分论坛：科技跨界时尚 绿色营造生态

5月11日，中国品牌发展国际论坛纺织服装行业分论坛上，主办方将“科技跨界时尚 绿色营造生态”为主题，通过“跨界互联 寻路科技”、“前卫国风时尚发声”、“绿色时尚 裳享自然”三大议题的架构，突出中国纺织服装行业科技、时尚、绿色发展的新定位，传播服装品牌发展新理念，加深观众对中国纺织服装自主的认识，增强对国货精品的消费信心，引领当代时尚生活新消费。论坛由中国纺织工业联合会品牌工作办公室副主任屈飞主持。

国家发展改革委产业发展司巡视员王东致辞时表示：“在国际竞争愈加激烈，消费需求日新月异的新时代下，中国服装行业需要进一步夯实品牌建设的基础，把握新形势，抓住新机遇，打造新优势。要深化核心竞争力，充分利用前沿技术手段，进行产品创新。并要聚焦美好生活，打造为民所欢迎的时尚品牌，推动供给侧结构品牌升级。同时，还要增强文化自信，打造中国特色品牌。”

中国纺织工业联合会副会长杨兆华致辞时则谈到：本场分论坛的主题是科技跨界时尚，营造绿色生态，这一主题正是对纺织行业、科技、时尚、绿色三大新定位下，全行业品牌建设工作的促进。未来，我们不仅要坚持将科技创新作为品牌创新的保障，还要把时尚创意作为品牌软实力的依托，并坚持时尚创意是品牌软实力的依托。”

在“跨界互联 寻路科技”环节，主办方通过波司登、爱慕两大品牌的案例分享，突出中国纺织服装行业智能化发展，传播服装品牌发展新理念，营造服装品牌跨界科技新氛围，进而推动中国服装品牌建设工作。

其中，波司登国际控股有限公司董事局主席兼总裁高德康以“品牌引领未来”为题分享到，从三个方面分享了企业对于品牌的打造。据其分析，要以品牌引领发展，供应链全方位升级。此外，要促进品牌理念与文化创意的深度融合，流行趋势与生活方式深度融合。近年来，企业不断发力智能制造，强化科技创新。“我常说高度成就梦想，品牌创造引领未来，品牌的价值与力量已经成为波司登最为重要的

战略资源。”高德康总结道。

而爱慕股份有限公司董事长张荣明则通过“文化点亮智慧生活”向观众阐述了品牌的背影。通过爱慕美术馆、昆曲保护、刺绣非遗的推广，以及院校的合作等案例分享，道出了“文化可以滋养品牌，科技可以支撑品牌，所以品牌的打造离不开文化，更离不开科技”的感悟。

在“前卫国风时尚发声”议题的讨论中，主办方特邀太平鸟、劲霸两大国民品牌，从行业发展政策，品牌发展路径、经验等方面进行了深入的对话交流，进一步推动中国纺织行业、服装品牌时尚发展，展现中国时尚的品牌力量。

其中，宁波太平鸟时尚服饰股份有限公司董事长张江平在“前卫国风·太平青年”的主题中表示，正因为拥有自己独特的风格，所以太平鸟能够生生不息，不断前进。在发展过程之中，我们有勇气面对所有的变革，敏锐捕捉消费群体的每一个微小的转变。发展至今，我们还在不断的创新和变革之中，未来太平鸟将在梦想和勇气之中不断前进。此外，张江平还表示，要让年轻的员工管理品牌，做太平青年，做一家朝气蓬勃的好企业。

而身为90后，亦是企业第三代掌门人的劲霸男装（上海）有限公司CEO洪伯明，则以“让39岁的中国品牌更有劲”为题，分享了企业在塑造品牌、保持品牌活力方面的践行感知。“我们不仅希望站在时尚潮流的前沿，同时更希望做一个有风格，有美学高度和价值主张的品牌。”洪伯明如是说。

作为分论坛的最后一个议题——“绿色时尚 裳享自然”中，主办方通过传播中国先进的生态文明思想和绿色发展理念，与现场观众分享了“匠心”传统技艺的绿色发展之路，也展现了未来纺织绿色发展趋势和前沿技术，倡导了“绿色消费绿色生活”的时尚生活新理念。

作为该议题的代表企业，杭州万事利丝绸文化股份有限公司董事长李建华以“中国品牌

如何崛起”为题进行分享。“在新商业时代，中国品牌如何崛起？我觉得中国文化、中国市场、中国高新科技的应用，应该是本土品牌强大的三大法宝。让世界爱上丝绸，是万事利的宗旨，亦是我们的自豪。”

而盛虹控股集团有限公司知识产权工程师田会双则以“生态立企·绿色为先 科技编制新未来”对外阐述了盛虹的环保科技品牌观。

“以创新为举动，开发产品，建设品牌，引领时尚潮流，将公司建设成为国际化、品牌华、形象鲜明的高科技纤维企业，传承纺织文化。”田会双说。

配套活动：引领新零售、新消费模式

在5月10日-12日中，为了突出活动主题，营造时尚生活方式沉浸体验场域，活动承办方在中国纺织行业自主品牌体验区内开展了一系

列丰富多彩的特色活动。活动现场，即看即买秀、尝鲜智能云试衣、品牌快闪秀、邂逅时尚领袖、时尚穿搭直播秀、草木染DIY等丰富多彩的活动轮番上演。

一系列多元、跨界、充满互动的观感体验，也将让走进纺织服装行业自主品牌消费品体验区的观众，切身感知新时代背景下中国纺织服装品牌在顺应新零售、新消费影响下，如何拉动与引领时尚、智能消费的时代新趋势。

面对新常态、新消费、新动力，纺织服装行业要实现高质量发展，科技、时尚、绿色是应有之义，强化品牌建设则是必由之路。中国品牌日纺织服装行业系列活动的举行可谓正当其时。系列活动不仅展现中国纺织行业发展新面貌，更诠释纺织行业品牌新内涵，彰显中华优秀传统文化新活力，更在跨界互联中，营造着中国品牌的新生态，凸显中国纺织服装品牌的“神”与“形”。

5月我国纺织品服装出口恢复正增长

海关总署统计快讯，今年5月份，全国纺织品服装出口额合计238.31亿美元，同比增长2.77%（以人民币计同比增长9.55%）。其中，纺织品当月出口116.4亿美元，同比增长3.92%（以人民币计同比增长10.76%）；服装当月出口121.9亿美元，同比增长1.69%（以人民币计同比增长8.42%）。相比上月（以美元计，纺织品出口同比下降6.8%、服装出口同比下降10.6%），5月纺织品服装出口同比增速均恢复正增长，且出口环比增速分别为18.9%和26.0%。

今年1-5月，全国纺织品服装累计出口995.89亿美元，同比下降2.23%（以人民币计同比增长3.34%），增速较今年前四个月提高1.46个百分点（以人民币计同比提高1.78个百分点）。其中，纺织品累计出口总额483.1亿美元，同比增长1.53%（以人民币计同比增长7.34%）；服装累计出口总额512.8亿美元，同比下降5.52%（以人民币计同比下降0.17%）。

相比于3、4月份纺织品服装出口的大幅增长和明显放缓，5月份全国纺织品服装出口回稳，行业出口表现好于预期。即使面临中美贸易战带来的不确定性，中国纺织产业依然体现了强大的韧性和国际竞争力，行业出口企业于困难处更要看到光明和信心。

同期，我国外贸进出口主要呈现以下特点：一是一般贸易快速增长且比重提升。前5个月，我国一般贸易进出口7.25万亿元，增长6.1%，占我外贸总值的59.9%，比去年同期提升1.1个百分点。加工贸易进出口3.02万亿元，下降2.4%，占24.9%，下滑1.7个百分点。

二是对欧盟、东盟和日本等主要市场进出口增长，对“一带一路”沿线国家进出口增速高于整体。前5个月，欧盟为我国第一大贸易伙伴，中欧贸易总值1.9万亿元，增长11.7%，占我国外贸总值的15.7%。东盟为我国第二大贸易伙伴，与东盟贸易总值为1.63万亿元，增长9.4%，占我国外贸总值的13.5%。美国为我国第三大

贸易伙伴，中美贸易总值为1.42万亿元，下降9.6%，占我国外贸总值的11.7%。日本为我国第四大贸易伙伴，中日贸易总值为8469亿元，增长0.9%，占我国外贸总值的7%。同期，我国对“一带一路”沿线国家合计进出口3.49万亿元，增长9%，高出全国整体增速4.9个百分点，占我国外贸总值的28.8%，比重提升1.3个百分点。

三是民营企业进出口快速增长，所占比重提升。前5个月，民营企业进出口5.02万亿元，增长11.1%，占我外贸总值的41.4%，比去年同

期提升2.6个百分点。

四是机电产品、劳动密集型产品出口均保持增长。前5个月，服装出口3480.6亿元，下降0.2%；纺织品3276.8亿元，增长7.3%；家具1483.3亿元，增长9.6%；鞋类1218.7亿元，增长5.8%；塑料制品1241.3亿元，增长18.6%；箱包709.1亿元，增长7.7%；玩具648亿元，增长30.1%；上述7大类劳动密集型产品合计出口1.21万亿元，增长7.2%，占出口总值的18.6%。

推动中部地区崛起再上新台阶

在江西考察并主持召开推动中部地区崛起工作座谈会时，习近平总书记从党和国家事业发展全局出发，对做好中部地区崛起工作提出了明确要求，作出了重大部署，是做好中部地区崛起工作的基本遵循，对于推动中部地区崛起再上新台阶，推动区域协调发展战略更加深入实施，必将产生重大深远的影响。

中部地区具有承东启西、纵贯南北的区位优势 and 综合资源优势。面对区域经济发展不平衡这一经济社会发展中的突出问题，党中央及时作出推动中部地区崛起的重要决策，有力推动了中部地区经济社会发展取得长足进步。

2018年9月，中央全面深化改革委员会第四次会议审议通过《关于建立更加有效的区域协调发展新机制的意见》，有力指引了中部地区的发展。当前，我国仍处于发展的重要战略机遇期，但面临的国际形势日趋错综复杂。妥善做好应对各种困难局面的准备，最重要的还是做好我们自己的事情。我们要深刻认识到，做好中部地区崛起工作，对实现全面建成小康社会奋斗目标、开启我国社会主义现代化建设新征程具有十分重要的意义，要更加积极主动地紧扣高质量发展要求，乘势而上，扎实工作，奋力开创中部地区崛起新局面，为增强我国经济实力 and 综合国力贡献更多力量。

推动中部地区崛起再上新台阶，就要准确把握习近平总书记重要讲话精神的深刻内涵。

习近平总书记就做好中部地区崛起工作提出了8点意见：推动制造业高质量发展、提高关键领域自主创新能力、优化营商环境、积极承接新兴产业布局和转移、扩大高水平开放、坚持绿色发展、做好民生领域重点工作、完善政策措施和工作机制。这一重大部署，体现了贯彻新发展理念、推动高质量发展的要求。对于中部地区来说，只有在供给侧结构性改革上下更大功夫，在实施创新驱动发展战略、发展战略性新兴产业上下更大功夫，积极主动融入国家战略，才能不断增强中部地区综合实力和竞争力，更好促进区域协调发展，进一步开拓高质量发展的重要动力源。

推动中部地区崛起再上新台阶，就要结合实际把习近平总书记重要讲话精神落到实处。要按照习近平总书记的要求，主动融入新一轮科技和产业革命，推动制造业发展质量变革、效率变革、动力变革；推动科技成果转化和产业化，加快研发具有自主知识产权的核心技术；营造稳定公平透明的营商环境，缓解民营企业和中小微企业融资难题；加强同东部沿海和国际上相关地区的对接，吸引承接一批先进制造业企业；推动优质产能和装备走向世界大舞台、国际大市场，把品牌和技术打出去；强化环境建设和治理，建设绿色发展的美丽中部；加快补齐民生短板，完善社会保障体系；加大对中部地区崛起的支持力度，研究提出促进中部地区高质量发展的政策举措。

实施区域协调发展战略是新时代国家重大战略之一，中部地区崛起是区域协调发展战略的重要组成部分。坚持贯彻新发展理念，推动中部地区崛起再上新台阶，实施好区域协调发

展战略，我们就一定能无惧各种风险挑战，不断向高质量发展阶段迈进，让中国号巨轮劈波斩浪、行稳致远。（来源：人民日报）

“协和万邦” 2019年上半年中纺联“行业外交”盘点

目前，中美贸易摩擦已成为国际社会普遍关心的重大问题。随着中美贸易摩擦的持续发酵与升级，中国纺织行业对外贸易已被贸易摩擦的战火波及。2019年5月期间，美国贸易代表办公室（USTR）先后公布的两份加征关税清单，涉及纺织纱线、织物、产业用制成品以及部分家用纺织品等多类对美出口的纺织服装产品。

然而，对于经历了太多贸易争端和不公平待遇的中国纺织业界来说，开展纺织外交，化解贸易摩擦，争取应得权利，也日益得到了更多业内人士的关注与支持。

作为全国性的纺织行业组织，中国纺织工业联合会积极开展纺织外交，从今年3月中旬至5月中旬期间，先后组织了多支代表团出访巴拿马、智利、阿根廷、美国、柬埔寨、老挝、以色列、约旦、塔吉克斯坦、乌兹别克斯坦、罗马尼亚、乌克兰等国家和地区，进行行业交流和投资环境调研。

※3月19日~21日，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，中纺联副会长、中国家纺行业协会会长杨兆华代表团一行先后与巴拿马、智利和阿根廷三国纺织企业、贸易机构和华商团体进行会见及交流，代表团对拉美地区的纺织工业、市场、税收、投资环境等有了充分了解和认识，为今后中国纺织家纺行业与拉美各国的深入合作打下了基础。

出访期间，高勇介绍了中国纺织品的产能、出口情况和出访团此次“走出去”的目的：“拉美地区的市场很大，但中国纺织品的市场份额相对较小，尤其是中国的纺织制造业在拉美还是空白。现今中国的纺织已经远远不是传统制造业的概念，很多技术已是世界最先

进的水平，完全具备走出去的能力，中国纺织业已向外拓展至非洲、东南亚、甚至在美国建厂。国内的企业家们对开拓拉美市场有兴趣和需求，希望通过这次出访团在拉美的考察，能够和我驻外部门一起，为国内纺织企业进入拉美开辟出道路。”

※3月24日~4月1日，为实地了解美国高校产学研用体系、高端纺织产业前沿发展技术以及行业内知名企业的最新发展情况，由中纺联副会长、中国产业用纺织品行业协会会长李陵申，中纺联副会长、中国化学纤维工业协会会长端小平率领的代表团一行赴美进行了考察、调研。期间，代表团还前往迈阿密参加了2019年美国国际非织造布展览会（IDEA 19）。

李陵申在调研总结中强调，不断技术创新和精益求精的工匠精神是美国产业用纺织品相关企业持续、健康发展的核心动力；美国“全产业链”发展模式及高效的产学研用联动体系，为美国产业用纺织品发展注入了新的生机和活力；大规模的研发投入、高水平的持续创新、差别化的产品开发和系统性的迭代升级是美国产业用纺织品企业获取竞争优势的关键，也是未来国内企业转型升级的立足点和突破口。

※4月24日~5月3日，为了落实外交部委托的澜湄合作专项基金项目-“推动澜湄六国纺织服装业产能合作系列项目”，建立澜湄流域纺织服装业产能合作长效工作机制，推动和加深澜湄六国纺织服装产能合作，由中纺联副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长、中国纺织国际产能合作企业联盟执行理事长徐迎新带队的率队出访柬埔寨、老挝、缅甸三国。此次出访，对老挝有了全新的认识，其政府及行业各界发展纺织服装业的决

心和积极态度给代表团留下了深刻印象。

※4月30日~5月5日，中纺联副会长杨纪朝代表团一行赴以色列、约旦进行行业交流和投资环境调研。此次在以色列参观了两家企业FOX集团、Tefron集团。以Tefron集团为例，其在浙江义乌有10家合作工厂。由于以色列各项成本逐步升高，Tefron集团在约旦已成立合资公司，将来所有位于以色列的生产都将被转移到约旦，但研发总部仍将保留在以色列。代表团在约旦调研期间发现，约旦服装企业的面辅料主要依赖于进口，也为中国面料生产企业提供了合作机遇。

※4月30日~5月6日，中国纺织国际产能合作企业联盟联合中国贸促会纺织行业分会和中国棉纺织行业协会，由端小平率团对塔吉克斯坦、乌兹别克斯坦进行投资调研及行业交流活动。出访期间，端小平阐明了访问塔国的背景及目的：一是为中国企业寻找适合投资的目的地；二是希望具体了解投资政策的最新资讯，实地调研投资环境。在此期间，双方都认为现阶段是投资塔国的最好时期，大家要共同抓住机遇实现共赢。

在对乌兹别克斯坦纺织产业调研后，端小平提出一些建议：一是希望乌方谨慎采取行政性限制措施，如对棉纱出口的限制不应轻易采取，完整产业链发展需要时间培育，轻易限制会扼杀投资，起到反效果；二是希望可以鼓励下游产业所需原辅料的进口，不仅是从关税方面，还应包括减少行政审批环节及相关附加费用，以便推动下游尽快形成产业链；三是由于

语言沟通等原因，中国企业倾向选择中方投资的园区，希望乌方可以加紧相关园区的落地建设。

※5月9日~15日，由中纺联会长孙瑞哲率领的中纺联代表团一行先后出访意大利、罗马尼亚、乌克兰。在出访意大利期间，恰逢国际纺联2019纺织机械研讨会在意大利米兰举行，与会的各国纺织界人士对美国的加征关税措施表示了担忧。在这样的场合，孙瑞哲代表中国纺织工业发声，引起了与会者广泛关注。孙瑞哲表示，共同发展是我们的社会责任，中国纺织业的发展促进了全球纺织产业的合作共赢。中国纺织业目前面临的主要挑战就是由于负面政治因素带来的贸易不稳定性。加征关税已经成为事实，从国内反映看，一致的看法是将更加从容地应对，更加有信心、有能力经受住风浪的考验。办好自己的事，以更大力度的改革、更高水平的开放来推动经济高质量发展，中国将给世界创造更多的发展机遇。

在罗马尼亚期间，与罗马尼亚纺织行业代表进行座谈。孙瑞哲，中纺联副会长杨纪朝、徐迎新、孙淮滨等一行出席会议。会上，双方代表通过各自纺织产业发展情况的介绍，积极探寻双方合作机会。此外，还签署了中纺联和罗马尼亚纺织服装鞋帽皮革制品行业协会的合作协议。

出访乌克兰期间，中纺联代表团一行对乌克兰的地理位置、劳动力成本、基础设施、税费等方面的投资优势有了更深入的了解。这为我国纺织企业更好走出去提供更多可能性。

中纺联代表团走访乌克兰带来合作契机

5月15日，由中国纺织工业联合会会长孙瑞哲率领的中纺联代表团一路从意大利、罗马尼亚到达乌克兰首都基辅，在这里充分感受到了乌克兰迫切发展纺织业的热情。

乌克兰占据超过30%的欧洲耕地，有世界粮仓的美誉，但其实，乌克兰的轻工业其中包括纺织工业非常薄弱。

据了解，原苏联时期，乌克兰拥有320多家纺织企业，其中包括3家国有纺织企业综合体（赫尔松纺织综合体，切尔诺贝利纺织综合体和顿涅茨克纺织综合体）。而现在只剩下20家正在生产的纺织企业，而且由统一的原料供应基地按计划分配原料，主要是布匹及其制品。但乌克兰市场的纺织品主要依靠进口，主要进口国为中国、巴基斯坦、韩国、土耳其、俄罗

斯，以上国家生产者依靠先进的技术设备、廉价的劳动力等有利条件，加之产品通过灰色渠道流入乌克兰市场，具有很强价格优势。灰色清关纺织产品90%以上通过海运（敖德萨港和伊里乔夫斯克港）渠道，因为难以进入正规供货渠道，因此绝大多数产品通过哈尔科夫巴拉巴绍市场和敖德萨七公里等集散批发市场进入销售渠道。

据悉，乌克兰目前大的布料贸易及皮货公司不到几十家，服装生产多为小公司，一般为100人以下，且设备陈旧，主要依靠进口。目前，中国的商品主要在乌克兰的批发及零售市场销售，范围设计广泛，种类繁多。乌克兰处于欧洲东部，连接黑海和亚速海，与波兰、匈牙利、捷克、罗马尼亚、摩尔多瓦等国家接壤，产品进入乌克兰后具有一定辐射能力。

近年来，乌克兰政府重视纺织业的发展，其中招商引资是其扶持产业的主要手段。5月15日，在乌克兰首都基辅中乌纺织行业座谈会上，就探讨了双方在投资、产能合作、贸易等方面的合作。

中纺联会长孙瑞哲、中纺联副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝，中纺联副会长、中国贸促会纺织行业分会常务副会长徐迎新，中纺联副会长、产业部主任孙淮滨，中纺联副秘书长、外事办主任袁红萍，中国纺织建设规划院院长冯德虎，中国棉纺织行业协会会长朱北娜，中国印染行业协会会长陈志华，中纺联人力资源部副主任孙晓音，中纺联社责办主任阎岩，中国纺织机械协会副会长刘松，中纺联信息化部主任翟燕驹，中纺联生产力促进部副主任董奎勇等协会领导及企业家参加座谈。

座谈会上，乌克兰相关机构人员表示乌克兰已经在很多领域与中国企业展开了合作，希

望在纺织行业也能够充分合作利用各自优势资源，壮大乌克兰纺织力量，目前他们正在寻找合适的市场及面料供应商，建立面料辅料基地。同时他们希望中国纺织行业企业到乌克兰投资，并分析了投资环境。

据悉，继2014~2015年的大幅下滑后，乌克兰2016~2018年第三季度外商直接投资净流入达到37亿美元，投资性活动有了系统性复苏。2018年，中乌贸易额达到98亿美元，比2017年增长11亿美元。目前，乌正在进行国家转型，世界银行数据表明，自2010年以来，在改善商务环境方面，乌在欧洲原社会主义国家中业绩最佳。

乌克兰主要的投资优势在于：第一，地理位置优越，乌克兰是欧亚贸易、运输和物流的桥梁，是全球一体化的强大生产地区。首都基辅地理优势强，距离所有欧洲国家首都飞行时间均不超过3小时，使得其成为理想的物流和交通枢纽。第二，劳动力优势。有竞争力的劳动力成本，在2018年末平均工资仅为380欧元/月，在周边国家处于较低水平，但人员素质较高。同时，失业率处于历史最低，乌克兰政府也鼓励国人在国内工作。第三，基础设施。乌克兰的天然气与价格也较周边国家处于较低水平。第四，税费优势。随着乌克兰融欧进程的推进，乌克兰保持着每年数千项欧盟标准并轨的速度。同时乌与欧盟国家自由贸易区符合中国政府制定的“一带一路”倡议，根据欧盟与之之间的深度全面贸易区（DCFTA），大约95%的项目被设定为零，其余的关税也已经降低。

研讨会上，为了让乌克兰相关机构对中国纺织有更深入的了解，孙淮滨还介绍了中国纺织行业发展的现状和特点，徐迎新对中国纺织业海外投资进展进行了分享，并期待中乌双方在纺织行业的深入合作。

美国取消印度普遍性优惠关税待遇(GSP)

美国已于2019年6月5日正式取消印度的普遍性优惠关税待遇(GSP)。印度新任商工部长表示，感到遗憾并优雅地(Graciously)接受美国取

消印度GSP待遇的事实，虽对部分产业或地区有影响，但影响程度有限，印度已不再是必须依赖这些帮助的未开发或低度开发国家。

部长强调，印度整体国家经济的发展过程，可能有部分国家曾提供协助，但如这些援助国采不同的策略，印度必须自我调整并设法提高出口竞争力。

印度出口组织协会(FIEO)表示，虽然GSP免除关税幅度只有3%左右，珠宝、皮革、医药、化学及农产品将面临成本提高及其他国家同类

产品竞争，部分印度出口业者可能难以吸收成本，被迫将市场拱手让给其他低成本国家。

印度是美国GSP待遇最大受益国，去(2018)年双边贸易总额为514亿美元，其中63.5亿美元产品享受GSP免关税优惠待遇出口至美国，免税金额为2.6亿美元(注：印度商工部估计金额为1.9亿美元)。

孟加拉国有90家服装厂获能源环境设计证书

据报道，目前孟加拉国共有90家服装厂获得美国绿色建筑委员会(USGBC)颁发的能源环境设计证书(LEED)，其中24家获得了LEED白金级绿色建筑认证。绿色建筑评选不仅

帮助孟重塑国家形象，绿色科技可减少40%能源使用和30%以上的用水量，绿色建筑意味着降低二氧化碳排放，从而保护环境，并且确保为员工创造安全的工作场所。

中国成为欧盟第二大货物出口国

据欧盟统计局统计，2018年，欧盟向中国货物出口2100亿欧元(占欧盟向欧盟外出口总额的11%)，自中国进口3950亿欧元(占欧盟自欧盟外进口总额的20%)，贸易逆差额约1850亿欧元。中国成为欧盟第二大货物出口对

象国。

另据中国海关统计，2018年中国对欧盟出口纺织品服装495.9亿美元，同比增长1.49%，自欧盟进口42.6亿美元，同比增长19.34%。

纺织印染要淘汰及限制类项目

日前，国家发展改革委会同有关部门对《产业结构调整指导目录(2011年本)(修正)》进行了修订，形成了《产业结构调整指导目录(2019年本，征求意见稿)》。

指导目录分为鼓励类、限制类、淘汰类3个类别。其中，纺织行业鼓励类13项，限制类18项，淘汰类20项。具体项目如下：

鼓励类：

1.差别化、功能性聚酯(PET)的连续共聚改性[阳离子染料可染聚酯(CDP、ECDP)、碱溶性聚酯(COPET)、高收缩聚酯(HSPET)、阻燃聚酯、低熔点聚酯、非结晶聚酯、生物可降解聚酯、采用绿色催化剂生产的聚酯等]。阻燃、抗静电、抗紫外、抗菌、相变储能、光致变色、

原液着色等差别化、功能性化学纤维的高效柔性化制备技术。智能化、超仿真等功能性化学纤维生产。原创性开发高速纺丝加工用绿色高效环保油剂。

2.聚对苯二甲酸丙二醇酯(PTT)、聚萘二甲酸乙二醇酯(PEN)、聚对苯二甲酸丁二醇酯(PBT)、聚丁二酸丁二酯(PBS)、聚对苯二甲酸环己烷二甲醇酯(PCT)、生物基聚酰胺、生物基呋喃环等新型聚酯和纤维的开发、生产与应用。

3.采用绿色、环保工艺与装备生产新溶剂法纤维素纤维(Lyocell)、细菌纤维素纤维、以竹、麻等新型可再生资源为原料的再生纤维素纤维、聚乳酸纤维(PLA)、海藻纤维、壳聚糖纤

维、聚羟基脂肪酸酯纤维(PHA)、动植物蛋白纤维。

4.高性能纤维及制品的开发、生产、应用。[碳纤维(CF)(拉伸强度 $\geq 4,200\text{MPa}$, 弹性模量 $\geq 230\text{GPa}$)、芳纶(AF)、芳砜纶(PASA)、超高分子量聚乙烯纤维(UHMWPE)(纺丝生产装置单线能力 ≥ 300 吨/年)、聚苯硫醚纤维(PPS)、聚酰亚胺纤维(PI)、聚四氟乙烯纤维(PTFE)、聚苯并双噁唑纤维(PBO)、聚芳噁二唑纤维(POD)、玄武岩纤维(BF)、碳化硅纤维(SiCF)、聚醚醚酮纤维(PEEK)、高强型玻璃纤维(HT-AR)等]。

5.符合环保要求的特种动物纤维、麻纤维、桑柞蚕丝、彩色棉花、彩色桑蚕丝类天然纤维的加工技术与产品。

6.建立智能化纺纱工厂,采用智能化、连续化纺纱成套装备(清梳联、粗细联、细络联及数控单机及喷气涡流纺、高速转杯纺等短流程先进纺纱设备),生产高品质纱线。采用高速数控无梭织机、自动穿经机、全成形电脑横机、高速电脑横机、高速经编机等新型数控装备,生产高支、高密、提花等高档机织、针织纺织品。

7.采用数字化智能化印染技术装备、染整清洁生产[酶处理、高效短流程前处理、针织物连续平幅前处理、低温前处理及染色、低盐或无盐染色、低尿素印花、小浴比气流或气液染色、数码喷墨印花、泡沫整理等]、功能性整理技术、新型染色加工技术、复合面料加工技术,生产高档纺织面料。智能化筒子纱染色技术装备开发与应用。

8.采用非织造、机织、针织、编织等工艺及多种工艺复合、长效整理等新技术,生产功能性产业用纺织品。

9.智能化、高效率、低能耗纺织机械,关键专用基础件、计量、检测仪器及试验装备开发与制造。

10.高档地毯、抽纱、刺绣产品生产。

11.数字化、网络化、智能化服装生产技术和装备开发、应用。

12.纺织行业生物脱胶、无聚乙烯醇(PVA)浆料上浆、少水无水节能印染加工、“三废”高效治理与资源回收再利用技术的推广与应用。

13.废旧纺织品回收再利用技术、设备的研发和应用,利用聚酯回收材料生产涤纶工业丝、差别化和功能性涤纶长丝、非织造材料等高附加值产品。

限制类:

1.单线产能小于20万吨/年的常规聚酯(PET)连续聚合生产装置。

2.常规聚酯的对苯二甲酸二甲酯(DMT)法生产工艺。

3.半连续纺粘胶长丝生产线。

4.间歇式氨纶聚合生产装置。

5.常规化纤长丝用锭轴长1200毫米及以下的半自动卷绕设备。

6.粘胶板框式过滤机。

7.单线产能 ≤ 1000 吨/年、幅宽 ≤ 2 米的常规丙纶纺粘法非织造布生产线。

8.25公斤/小时以下梳棉机。

9.200钳次/分钟以下的棉精梳机。

10.5万转/分钟以下自排杂气流纺设备。

11.FA502、FA503细纱机。

12.入纬率小于600米/分钟的剑杆织机,入纬率小于700米/分钟的喷气织机,入纬率小于900米/分钟的喷水织机。

13.采用聚乙烯醇浆料(PVA)上浆工艺及产品(涤棉产品,纯棉的高支高密产品除外)。

14.吨原毛洗毛用水超过20吨的洗毛工艺与设备。

15.双宫丝和柞蚕丝的立式缫丝工艺与设备。

16.绞纱染色工艺。

17.亚氯酸钠漂白设备。

18.普通涤纶载体染色。

纺织产业淘汰类目录:

1.使用时间达到30年的棉纺、毛纺、麻纺设备、机织设备。

2.辊长1000毫米以下的皮辊轧花机,锯片片数在80以下的锯齿轧花机,压力吨位在400吨以下的皮棉打包机(不含160吨、200吨短绒棉花打包机)。

3.ZD647、ZD721型自动缫丝机, D101A型自动缫丝机, ZD681型立缫机, DJ561型绢精纺机, K251、K251A型丝织机等丝绸加工设备。

4.Z114型小提花机。

5.GE186型提花毛圈机。

6.Z261型人造毛皮机。

7.未经改造的74型染整设备。

8.蒸汽加热敞开无密闭的印染平洗槽。

9.R531型酸性粘胶纺丝机。

10.4万吨/年及以下粘胶常规短纤维生产线。

11.湿法氨纶生产工艺。

12.二甲基甲酰胺(DMF)溶剂法氨纶及腈纶生产工艺。

13.硝酸法腈纶常规纤维生产工艺及装置。

14.常规聚酯(PET)间歇法聚合生产工艺及设备。

15.常规涤纶长丝锭轴长900毫米及以下的半自动卷绕设备。

16.使用年限超过15年的国产和使用年限超过20年的进口印染前处理设备、拉幅和定形设备、圆网和平网印花机、连续染色机。

17.使用年限超过15年的浴比大于1:10的棉及化纤间歇式染色设备。

18.使用直流电机驱动的印染生产线。

19.印染用铸铁结构的蒸箱和水洗设备,铸铁墙板无底蒸化机,汽蒸预热区短的L型退煮漂履带汽蒸箱。

20.螺杆挤出机直径小于或等于90mm,2000吨/年以下的涤纶再生纺短纤维生产装置。

2019intertextile深圳国际面辅料展新形象、新主题

2019年深圳国际纺织面料及辅料博览会,来自全球超1000家参展商,集结化纤、针织、丝绸、棉、麻、毛、牛仔、功能运动、蕾丝绣花、内衣泳装面料;纱线纤维以及辅料、花样设计、婚纱礼服、贴牌加工、小型缝纫设备、

纺织染料助剂等品类展示区,迎接全球买家!

在这里邂逅你的精制未来.....

主题解读

在过去的很多年里，2020年都是“未来”的代名词。如今未来已经近在眼前，而在深圳国际面辅料展的平台上，那些对未来的憧憬开始变得清晰：我们将拥有一个精制、重塑和治愈的世界。

主色解读：柔美粉色静静的弥散，随之氤氲开来的是淡雅的女性气息，带来一种经历了时间沉淀后存留下来的精致感。

在深圳国际面辅料展，所有时尚元素都可以和女装相遇，温婉柔美的特性在众多面辅料产品上得到体现，从源于自然的天然棉麻到亲肤零感的绣花蕾丝、再到贴合舒适的拉链纽扣，于细微处见精工之美。

超青色高度饱和，十分夺目，增添数字与高科技元素，可单独使用，亦可以与柔和色调搭配，诠释技术与工艺的交融。

随着科技元素的加入，触感逆袭的化纤、花纹考究的针织、超越自我的功能运动、正反面异花的数码印染……面辅料拥有了更多追赶潮流的打开方式，而在深圳国际面辅料展的现场，你将能真切感受到现代科技的加入为人们所带来的诸多可能。

浓烈粉色从本季超亮色趋势中脱颖而出，在驾驭前卫风格的同时也强调了女性活力灵动的一面，身与心同时启程，开启未来的篇章。

2020的春夏可以用多少种场景描绘？引领下一季潮流的花样设计、纷繁奢华的婚纱礼服面料、权威解读的趋势发布……你脑海中的潮流，在深圳国际面辅料展的现场都能找到答案，最潮地带齐聚最潮展品，“潮”乎你的想象。

辅色解读：温润米色充满治愈力量，面对未来，我们躬身于修复、完善，触及数字力量无法触及的柔软情感。

休闲时代的来临让面辅料产品开始了出得厅堂入得厨房的新模式，在深圳国际面辅料展，棉、麻类面料的天然纤维带来与生俱来的

治愈系体验，并且不止于此，化纤、丝绸、牛仔、运动……这个未来，万物皆可闲。

浪漫浅紫色巧妙地平衡了科技与情感，女性的坚韧与优雅并济，历久弥新。

从一米起订的快速出货，到全部专属的高级定制，一件服装的优雅不单单取决于设计及剪裁，与面辅料的选用也息息相关，当国内外顶尖面辅料产品云集，不用纠结科技与时尚的取舍，深圳国际面辅料展一站就能满足你。

荧光黄色成功的令人眼前一亮，在当代艺术和前卫时装领域占有一席之地，并将在未来继续大放异彩。

当花式纱线、纹理纤维、彩色针织牛仔向时尚共同发力时，就已决定了最终消费市场的前卫程度，在时尚之都上演的深圳国际面辅料展，就是从源头为行业奠定了时尚新潮的基调，也注定了是今夏的潮流盛事。

当快速的生活节奏已经成为日常模式，当快消品仍然需要再快一点，每个消费者都是这场未来式采购革命的推动者：追求个性衣着，让灵活多变的小批量可定制成为时尚新宠，也让大批量现货不再是永恒主题。

本届深圳国际面辅料展就尤以小批量、多品种、快时尚、随意定的展品最为突出——“精制未来”的时代主题从任性开始。

深圳国际面辅料展馆内精巧的、时尚的面辅料展品，大多一米起订，还能随意改变材质和花色，几乎做到了在成本控制上“丰俭由人”，以及风格定位上的任意转换——这在国内外同类型展会中均走在了前列。

深圳市巨联纺织品有限公司经理梁彬彬表示，企业将为深圳国际面辅料展的专业买家带来一系列功能性强的运动服饰面料，并可根据客户要求加入抗紫外线uv50+、顶尖抗菌除臭、凉爽舒适整理、高温压模防黄变、持久防泼水等功能性后整理，满足买家的“任性”选择。

深圳国际面辅料展的采购商中，一些体量不大、要求较高、新消费时代下催生出的新秀品牌及设计师人群占有较高的比例，这些买家对面辅料需求不同、产品差异化明显，其“任性”在这里都能得到很好的满足。

当细分市场定位愈加精准，从展会、展商、到观众的针对性都更进一步凝练，深圳国际面辅料展汇聚各方优势，为行业众人打造一个任性的“精制未来”！

新消费时代完美缩影 最时尚 新浪潮

当前，消费新模式的最大特点就是愈发的倾向于时尚化，深圳国际面辅料展有备而来，进一步强化各方面优势，以“精制未来”展现一个新消费时代的缩影。

纺织面辅料企业将纷纷带来更多时尚功能性面料新品。比如，采用再生纱线织造面料、杜邦生物绒、杜邦舒弹丝、Sorona类面料、PES膜响等材料研发的环保再生类面料；采用石墨烯PU转移膜、远红外涂层覆膜，具有吸光发热、蓄光保暖功能的保健护理类面料；以及感温变色、感光印花、反光涂层等科技创新型面料等等。

海宁三立副总经理戚贤静表示，本届展会上企业将主打使用40针工艺的产品，“新品具有高针数、高密度、高弹性、高耐磨性的特点，是企业针对市场研发的最新产品，希望通过深圳国际面辅料展逐步推广到国外。”

展会上，参展商不仅着重时尚女装面料的推陈出新，而且新概念产品也层出不穷，新科技面料抓人眼球，新设计理念引领潮流……从时尚的摇篮中走来的深圳国际面辅料展，不仅在每个夏季，成为纺织人捕捉上游时尚技术、了解市场需求走向的重要桥梁，也成为新消费时代的完美缩影，给时尚之都的人们带来新的律动。

身居“高地” 朝向全球 享资源 话未来

竞争白热化阶段，成本已是锱铢必较，截

流无望，开源还是大有可为——扩大市场覆盖，提高市场占有率。对于开发新市场而言，大量的资金、时间和人力物力投入对面辅料企业消耗过大，优质的品牌化运营平台则越发必要。

深圳国际面辅料展身处于改革开放的前沿阵地，直面东南亚服装市场，辐射世界经济的东方口岸——这对纺织行业掌握潮流趋势、掌握未来走向起到了关键性的作用，可谓占尽天时地利人和。

张家港澳泰纺织品有限公司业务经理刘霞表示，深圳国际面辅料的其中的突出优势之一，是拥有许多香港的专业买家前来采购。“香港是很多欧美品牌的采购中心，我们希望今年能对接到欧美市场的运动品牌成衣供应商、设计师或者面料开发主管，因此也将重点展出适合欧美市场的运动功能类产品。”

“深圳国际面辅料展上来自珠三角的品牌客户很多，希望通过持续参展加深区域客户印象，与更多知名的专业运动服装生产商建立联系，进一步开拓深度合作。”梁彬彬充满期待。

此外，毗邻香港的深圳像是拥有一条快捷的时尚通道，潮流资讯在此交融，市场信息在此汇聚。经济新常态下，国际市场的瞬息万变，国内市场个性化、多样化的愈加凸显，都让深圳成为一个焦点、一个中转站，国内纺织企业到此获取更前沿的资讯，国外纺织企业借此打开中国市场——“精制未来”，在这里有章可循。

2019年深圳国际纺织面料及辅料博览会上，来自全球超1000家参展商，集结化纤、针织、丝绸、棉、麻、毛、牛仔、功能运动、蕾丝绣花、内衣泳装面料；纱线纤维以及辅料、花样设计、婚纱礼服、贴牌加工、小型缝纫设备、纺织染料助剂等品类展示区，迎接全球买家！

9号馆【精品纱线区】将汇聚多家时尚、绿色纤维、纱线品牌，欢迎莅临！

我和intertextile家纺展有个约会

小红书、抖音等新渠道的迅速兴起，让人们购买欲和表现欲越来越强。

对家纺企业来说，增加产品曝光率、刷出观众缘也十分重要。一年两季的intertextile家纺展，绝对是“刷脸”的最佳平台。因为intertextile家纺展有一支庞大的专业观众粉丝群。

数万个观众，必然会发生数万个故事，那些与家纺展有关的故事。

让我们看看他们与intertextile家纺展之间的因缘际会吧！

"李清玉"的生意经

以窗帘店起家的李清玉，在三四线城市开设了一家家居生活超市。“我大概连续看展5年了吧，每次都感触颇深。最令我感动的是，我在这里认识了很多朋友，他们现在是最信任的合作伙伴。”

五年前在网上浏览信息的时候，李清玉偶然间看到了intertextile家纺展的消息，因此促成了他与intertextile家纺展的第一次约会。李清玉诚恳地表示，“我去看展时，想得很简单，就是看看有哪些东西可以在我的店里卖一卖，丰富一下店面。到了展会才发现，这里不仅产品种类十分丰富，款式十分新颖，价格还十分优惠。”

他说，“传统经营方式关上了我的一扇窗，intertextile家纺展为我打开了一扇门。以前我拿货基本遵循就近原则，局限在京津冀区域，现在则是全国各地、各个产业集群的货都可以订得到，我从一个个体店主，成为了一名有格局的‘社会人’！现在我的店里大到窗帘、布艺、床品、地毯，小到毛巾、拖鞋、灯饰、创意小配饰，应有尽有。”

经过仔细甄选，李清玉与几家生产商建立了合作关系。他表示，不到两年时间，他的门

店就在社区成为明星店铺，生意源源不断，并且还开了两家分店。

“无论到什么时候，人都要与时俱进。”李清玉说，今年他还会去观展，去搜罗更多好玩的商品，让三四线城市的消费者也能买到最潮流的商品。

"朱振国"的不虚此行

40多岁的朱振国，曾在帝格家具作设计师，现在是一家木作公司的股东兼设计师。谈及家具设计，他十分激动。朱振国表示，走市场、看展会、跟潮流是设计师的必修课。

朱振国表示，以前他经常参加全屋定制展，后来在同行的介绍下，知道了intertextile家纺展，抱着学习的心态，朱振国去年第一次参观了intertextile秋冬家纺展。

令朱振国十分心仪的，还有家纺展上举行的设计类活动。“这些活动对我们家具设计师十分具有吸引力，一些国际设计大师的演讲及作品，给我很大震撼！”

今年秋季展会还要来，主要目的有三：

一是抓取信息，展会嘛，一定会有一些趋势发布活动，我是设计师，对流行趋势、产品趋势很感兴趣，现场要看看有哪些好的创意、产品，能在家具设计中借鉴一下；

二是参加活动，去年观展之后，我在做设计时，有好几个设计点，都做了相应优化，客户看了设计图表示很满意！所以今年还是要继续看！继续学习；

三是寻找靠谱的供应商，交一些新朋友，当我们做设计方案涉及壁纸、沙发布等产品时，希望他们能成为我的后援，给我鼎力支持。

"老朋友"的不间断

如果说，来过5次家纺展的李清玉，和去年才第一次来家纺展的朱振国算是展会的新朋友，那么成立25周年的intertextile秋冬家纺展，还有数以万千的老朋友。

当问到“您参观过几次intertextile家纺展？”时，吉林（东樱）美家纺公司董事长李巍带有一丝不确定，“从一开始就没有间断过，好像是这样的。”而新疆好运布艺总经理曹阳，则确定以及肯定的回答到“18次！”

每年8月，如李巍和曹阳一样的家纺展老观众都会不约而同的汇聚在上海……

尽管每位采购商观展的目的各不相同，但在intertextile家纺展都有所收获。

还有如曹阳一般的展会老朋友，不仅会分享观展感受，还会提出建议和期许，“家纺展能满足我的采购需求，产品比较丰富，活动也比较好。特别是去年的家纺展很好，有了更多地毯企业的加入，这也是软装的一个趋势，今后能再加入一些工艺品就更好了。”（“增加工艺品”这一需求，2019年的intertextile秋冬家纺展就会有所体现。）

2019 intertextile 家纺展

8月28-31日，2019intertextile秋冬家纺展将在国家会展中心（上海）启幕。17万平方米的展厅尽显新一季家居潮流趋势。

展品继续以装饰布艺为主，如窗帘布、沙发布等，素色、花色；割绒、亚麻；提花、绣花……从工艺到材质，从细节到整体，满足人们对窗帘、沙发布的所有想象。

遮阳窗饰、墙纸壁布、家纺辅料、地毯、饰品、皮革等多类别为辅。还有智能遮阳、成品窗帘、无缝壁布，激发出人们对新事物的无限好奇。

今年还有一个新亮点---成品区：展示各种家居配套产品，床品，毛巾，装饰陶瓷、工艺品等家居生活用品。

此外，还有丰富的同期活动：多渠道对接系列活动，流行趋势发布，商用/工装360版块系列活动，成品帘、智能化、技术类与绿色家纺主题等热点话题论坛……虽然活动正在筹备中，但很多自带流量的大咖嘉宾已经敲定日程表，之后会一一揭晓。

2019CINE上的那些优秀参展企业

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“2019中国国际非织造材料展览会暨高端论坛”（2019CINE）于6月3~5日在上海跨国采购中心举行。

作为目前国内非织造材料领域最专业、涵盖产品面最广、参展种类最齐全的专业化、国际化、时尚化的商贸展示平台，CINE多年来一直承担着集大成者的重要角色，2019CINE期间，数十家国内领先的非织造材料企业集中亮相，展示最先进的国内非织造技术。

上海申达股份有限公司——

携旗下上海汽车地毯总厂有限公司、傲锐汽车部件（上海）有限公司、上海新纺联汽车内饰有限公司、Auria Solutions Ltd.等多家车用纺织品子公司，亮相2019CINE。

上海汽车地毯总厂有限公司主营业务为汽车内饰件的开发、制造和服务。拥有7个合资公司，国内合计12个生产基地。

傲锐汽车部件（上海）有限公司是由英国傲锐投资有限公司和上海汽车地毯总厂共同出资组建的中外企业，主要生产汽车用化纤簇绒

地毯、中高档轿车商务乘用车内饰地毯以及隔音垫。

上海新纺联汽车内饰有限公司主营业务为汽车内饰针织面料和非织造布的开发和制造，产品应用覆盖汽车顶棚，天窗，立柱，遮阳板，衣帽架，座椅和密封条等表层内饰。

各家公司集中展示汽车内饰，汽车地毯一、二次配套产品，汽车针织内饰顶蓬面料，汽车安全带，尾气过滤系统，以及高新纤维、面料和智能化技术等高科技创新性产品，其中，公司主推的针刺汽车座椅套件，已经与国内外知名汽车品牌达成长期稳定的合作关系。

天鼎丰控股有限公司——

全球领先的聚酯长丝胎基布供应商，中国首家实现聚丙烯长丝针刺土工布产业化生产的企业，非织造布年生产能力15万吨。

2019CINE期间，重点展出核心产品聚酯长丝胎基布、聚丙烯长丝针刺土工布、环保滤材等，同时还展示国产化高强粗旦聚丙烯长丝针刺土工布，及其在公路、机场、水利、铁路等基建方面的最新应用成果。

大连华阳新材料科技股份有限公司——

专注于纺粘法非织造材料的工艺、产品和成套装备技术研发，提供产品、技术方案、工厂设计，成套技术装备设计制造等总体化“交钥匙”工程服务，以及双组份纺粘热风固结多功能新型产业用非织造材料的生产和销售。

2019CINE期间，展示用高强聚酯长丝非织造布生产线生产的胎基布，具有抗拉强度高、延伸率大、稳定性好、耐老化、浸润性好等特性，可大幅提高防水材料的性能及使用寿命，本生产线产品指标已达到国际同类产品先进水平。

大连瑞光非织造布集团有限公司——

公司现有总资产14.5亿元，拥有3家子公司，12条国际先进的非织造布生产线，年生产非织造布8.5万余吨，其中18个品种为自主知识产权产品，产品50%出口。

2019CINE期间，展示各类高性能医疗和防护产品，印花产品以及可冲散产品。公司研发的可冲散产品无论是干态还是湿态都能满足INDA和EDANA可冲散指南的最新要求。

2019纽约展 可持续发展年 相信你已准备好

2019年7月22-24日，中国纺织品服装贸易展览会（纽约）暨纽约服装面料展（Texworld）、纽约国际服装采购展（Apparel Sourcing）及纽约国际家纺采购展（Hometextiles Sourcing Expo）将在美国纽约贾维茨会展中心举行。本届展会的主题是可持续发展，对应着美国当地的消费趋势也算是顺水推舟了。

据组委会最新家纺预登记数据显示，客商登记数量已达到1000人，其中七成左右的登记客商表示对环保主题相关的环保布料及家用纺织品有浓厚的兴趣。

客商中不乏美国本土家喻户晓的大型零售商的采购代表，如T.J.MAXX、TARGET、WAL-

MART等。想在7月纽约展中游刃有余，赢得采购代表的青睐，对于美国可持续性发展趋势，你可能要知道这些。

什么是可持续性发展？

一个可持续企业以三重底线原则（即人类 people、地球 planet、盈利 profit）为运营之本，旨在透过产品、服务及运营，于获利的过程中减少对人类及地球的负面影响。

在纺织服装行业中，ECO面料的选择，生产加工过程中污染的控制，节能环保方案的采用和优化，原料产地环境的保护，从业工人福利的保障，对人文道德层面的关注都是可持续

发展考量的一部分。

市场趋势

随着生活水平的不断提高，全球消费者对“健康”、“环保”、“有机”、“绿色”的重视也是水涨船高。纺织市场的采购诉求也从先前的织物密度，每英尺克重，走到了环保这个节点。

据预测，未来十年内，品牌将着重将环保理念融入品牌形象以顺应消费者的购买倾向。在美国市场中，服装、家纺等针织品的主要消费群体已从“X世代”（1965-1980）逐渐过渡到了千禧一代（1981-1996）。在全民关注全球变暖，环境保护，及可持续性发展的社会背景中生长的千禧一代有着前所未有的环保意识。

据联合利华的全球性调查显示，在11,000名消费者中，68%视环保为消费决策中的重要因素。

全球领先的市场调研公司尼尔森（NIELSEN）也在2018年的全球环保消费的调查中表明73%的消费者可能会为绿色环保而改变自己的消费习惯。41%的消费者表示他们愿意为了环保产品付出额外的花销。

而美国的千禧一代更是超过了全球平均水平，83%的千禧一代表示是否环保会影响他们的消费决策，75%表示可能会为了绿色环保而转换品牌。

据悉，美国已经有WAL-MART, H&M, PVH

(旗下包括Tommy Hilfiger, Calvin Klein, Olga等众多品牌)等多家大型连锁企业发声。

其中WAL-MART表示将提高再生聚酯纤维的使用，且在2025年前将其产品中再生原料的使用增加至50%，并100%使用有机棉。WAL-MART同时表示，自己的服装及家纺类产品将在2022年前全部转为使用符合Higg Index标准的工厂生产。

H&M也在2019年推出了使用水果纤维材质设计的环保系列，其系列产品是完全可降解的。同时H&M也表示在2030年前，所有产品将使用更加环保的材料生产。

企业深知，要有长远目光，将可持续发展作为所有贸易模式的基石。相信伴随着品牌效应，越来越多的消费者会意识不仅在食品及生活用品领域可以为环保出一份力，在服装，家纺产品的购买选择上，也可以做出自己的一份贡献。

即将到来的7月中国纺织品服装贸易展览会将就可持续发展的主题深耕。一些参展的成功转型企业将与大家分享经验，让纽约展不仅成为寻找美国商机的最佳途径，更是向行业翘楚学习的难得机会。

为了让7月的展会更加如火如荼，主办方已经向BLOOMINGDALES, MACY'S, COSTCO等连锁百货企业发出邀请函，同时线上品牌如WAYFAIR, OVERSTOCK, KOHL'S也出现在本次展会的邀请名单中。

链接欧盟时尚供应链，巴黎展时尚特质突显

2019年9月16-19日，第二十二届中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）暨巴黎国际服装服饰采购展（秋季）将在巴黎布尔歇展览中心开幕。

届时，巴黎国际服装服饰采购展（APPAREL SOURCING）、巴黎国际面料展（TEXWORLD）、巴黎国际围巾配饰展

(SHAWLS & SCARVES)、巴黎国际高新纺织展（AVANTEX）、巴黎国际牛仔展（TEXWORLD DENIM）、巴黎国际皮革展（LEATHER WORLD）六个国际专业品牌展会同期同馆举办，共享欧洲主流买家以及纺织服装产业链优质资源。

中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）暨巴

黎国际服装服饰采购展由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与法兰克福展览(法国)公司共同主办,是中国纺织服装行业在欧洲举办的国家级大型纺织服装类展览会。

近两年来,作为商务部“自主品牌出口增长行动计划”落地展会项目平台,巴黎展通过严格的展商选择标准,辐射全欧洲的销售终端,同时与知名国际展会同期举办,切实达到资源共享,产业共振。

今年秋季巴黎展,继续强化专业品牌展会形象,吸收优势资源,以欧洲中高端市场和消费需求为引导,针对不同细分市场,提高欧洲买家匹配度,促进企业和市场保持高密度。同时,提供良好的国外研发资源和前沿趋势呈现,为企业全面赋能。

欧洲最大国际服装服饰采购贸易展览平台、时尚特质突显:

- 1.商务部“自主品牌出口增长行动计划”唯一欧洲时尚类展会实施平台
- 2.六展联动&PV同期,产业链展会链接欧盟时尚供应链
- 3.辐射全欧洲销售终端,人流量大
- 4.重复参展率高,展商认可度高
- 5.多附加值展会:动态走秀、陈列指导、买家对接,趋势递送、论坛发布、热点解读

买家数量与质量双保证

2018年9月中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)暨巴黎国际服装服饰采购展(秋季)在巴黎布尔歇展览中心圆满落幕。

从参展商和观众构成比例看,本届展会重复参展商近50%,展会增长稳定上升。此外,伴随着巴黎展全球知名度的提高,本届展会专业观众数量稳步提升,不仅欧洲客户将该展会作为重要的采购平台,其他国家和地区的服装采购商和买手也因为展商信誉度高,展品档次高而被深深吸引,其中北美、南美和非洲的观众数量也逐年提高。

巴黎展能非常有效地帮助我们和欧洲品牌建立联系。展会现场我们接待了不少意大利、西班牙的买家,其中不乏高端小众品牌,非常令我们惊喜。

-- 印日合资企业Vardhman

从2007年开始,我们每年都来参加巴黎展,每次都非常有收获。巴黎展展期固定,效果也十分令人满意。通过每年参展,我们与很多欧洲和美国公司都达成了合作意向。

--大连泛瑞客制衣有限公司

几家欧洲的客户都相继来现场商谈追单细节。昨天从早上十点一直忙到下午闭馆,前来咨询洽谈的客户一直不断,大家意向性都比较强。

--内蒙古圣绒羊绒科技有限公司

去年展会现场结识的客户今年又来到现场,客人对我们新开发产品十分感兴趣。目前要做的还是坚守展会,让大家认识土家织锦,并且形成记忆点;其次是怎么更好地将土家织锦元素与设计相融合,做到既传承东方之美,又容易被欧洲市场接受。

--张家界乖么妹土家织锦开发有限公司

来巴黎展的专业买家大多数都带着采购任务,需要完成任务,成交生意。很少有买家单纯来感受潮流趋势或为项目寻求灵感,所以能阻碍展商和买家达成交易的干扰因素较少。加之巴黎展“一站式”产业链采购的优势,使得展会现场商贸氛围十分浓厚。

坚守服务, 力促中国纺织产业转型升级

中纺联副会长徐迎新表示,这两年巴黎展做出了许多创新和调整,特别是品牌展区的设立,依托民族文化和精神传承的自信,用自主品牌的集中展示推广刷新了欧洲专业买家对中国产品的认知,向欧洲市场传递中国品牌建设和品牌自信的力量。展商们也纷纷表示,巴黎展是深受企业和欧洲主流商贸界认可的平

台，对稳定和保证中国纺织服装产品在欧洲市场的份额，提升中国服装出口产品结构和档次起到了重要作用。

徐迎新进一步强调，巴黎展将坚守服务于

中国纺织产业转型升级的使命，在市场开拓、优质展商组织、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。

搭上巴西GOTEX展这班“贸易快车”去巴西

虽然当前中美贸易摩擦升级，但中国的经贸“朋友圈”却越做越大、越来越红火，新兴市场尤其是新增亮点。比如巴西。

今年8月份，巴西总统博索纳罗将对中国进行正式访问。据透露，此行的目的主要是在投资与贸易领域寻求更多与中国的合作机会，同行的还有约30位巴西企业家组成的访问团。

有专业人士分析，2019年，巴西进入博索纳罗主政新时期。在对华关系上，博索纳罗总统本人和内阁要员均表示出强烈的合作意愿，称中国为“伟大的合作伙伴”，考虑到博索纳罗本人提出的“走出巴西经济衰退”执政承诺，“经济红利”的获取势必将成为巴西外交的重要考量。

去年，中巴贸易额首次突破1000亿美元，中国连续10年成为巴西最大贸易伙伴。中国驻巴西大使杨万明最近在圣保罗对外表示，中巴务实合作已进入速度与质量并重的新阶段。

巴西是南美洲人口最多的国家，也是南美第一大经济体，巴西国土面积850万平方公里，人口约2亿，人均GDP为1万多美元，市场容量巨大。虽然巴西在2015年至2017年连续3年经济下滑并出现负增长，但2018年实现了触底反弹，并且之前巴西经济衰退抑制了部分行业的发展，但巴西本国对纺织品的消费量没有减少。

巴西每年纺织服装市场的销售规模大概为650亿美元，占整个南美洲的1/3强；巴西年人均消费近300美元，是我国纺织服装人均消费的5倍；目前巴西人均消费纺织服装的数量是11.8公斤，国内生产可以满足的量是8.9公斤，不足部

分全部需要进口补足；巴西目前有15.7万家服装销售门店，3.5万家纺织品销售门店，纺织服装加工企业2.6万家，从业人数达到170万。

历史性经贸机遇就在眼前，怎么抓住它？

对于中国纺织服装业者来说，将于2019年9月10日至12日在圣保罗北方展览中心（黄馆）举行的第七届巴西圣保罗GOTEX国际纺织服装采购展（以下简称巴西GOTEX展）无疑是一班直面巴西市场的“特快列车”。

该展由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国（巴西）投资开发贸易中心（以下简称中巴中心）和江苏联亚国际展览有限公司共同承办，这为展会的权威性和专业性作了最好的背书。

吉奥璐纺织品（南通）有限公司是巴西展的老客户，公司总经理对记者说：“巴西市场远比我们想象得更大，也更有挑战性。巴西人热情奔放的性格也体现在对家纺产品的选择上。

今年，上海H&C国际贸易有限公司是第一次参加巴西展，企业看中了展会的根基和平台，对开拓巴西市场非常有信心。

来自南通的天合力贸易发展有限公司今年也是第一次参加巴西GOTEX展，其经理谈道，巴西市场具有极大的开发空间。现在企业在欧美市场感受到了一定订单压力，转向巴西市场可以很好地缓解和释放这一压力。

“贸易快车”已就，欢迎搭乘！

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 梁鹏程
林云峰 常 清
主 编：常 清
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：

北京市朝阳区朝阳门北大街18号

邮 编：100020

电 话：(010) 85229397

E-mail: sunling@ccpittex.com

网 址：www.ccpittex.com



纺织贸促会开通官方微信了!

添加方法：打开微信->朋友们

->添加朋友->扫一扫