

# 纺织贸易

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 主办  
内部刊物 准印刊号：FZ2005-08

2006 年第三期  
(总第 136 期)  
2006 年 2 月 25 日

- 
- 【经贸动态】**
- P3 中日纺织产业谁也离不开谁
  - P3 美国加洲时装界准备进入中国市场
  - P4 美国 2005 年的纺织工业经济和贸易统计
  - P4 美国 2005 年纺织经济和贸易年终回顾
  - P5 美国 2006 年纺织经济展望
- 【国际市场】**
- P6 越南将成为世界第十大服装出口国
  - P6 泰国的纺织品出口出现增长
  - P6 委内瑞拉 2005 年纺织品进口额增加 74%
  - P6 澳大利亚帮助孟加拉生产羊毛和黄麻混纺面料
- 【政策法规】**
- P7 关于输美窗帘、针织衫和化纤裤产品海关编码有关问题的通知
  - P7 美国：中国须按 WTO 规则行事
  - P8 2005 全球反倾销态势
- 【行业动态】**
- P10 2006 年纺织行业经济运行分析
  - P10 2006 年纺织行业的五项工作重点
  - P13 失去低人工优势 跨国企业撤离上海
  - P14 2005 年我国纺织品服装进出口统计
  - P15 珠三角纺织业遭遇严冬
- 【特别报道】**
- P16 **“中国国际贸易促进委员会调解中心纺织专业委员会”成立**
- 【展会专题】**
- P22 科技创新未来  
首届中国国际纺织新技术及化学品展览会举办在即
  - P23 2006 深圳国际纺织面料及辅料博览会火热招展中
  - P24 引领时尚趋势 竞现科技魅力  
第十二届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会开幕在即

【主编随笔】

## 知识产权保护：中国会展业不可忽视的一个问题

众所周知，展览业作为促进中外经贸技术交流与合作、扩大对外开放的有效途径，在中国改革开放 20 多年来，获得了巨大发展。但与发达国家相比，中国会展业仍处于起步阶段，管理体制尚不够完善，在规范化、市场化、专业化以及展会知识产权保护等方面有着一定差距。如何加强对展览会知识产权的保护已经成为中国会展业界不可忽视的一个重要问题。

2005 年首届中国会展经济国际合作论坛上吴仪副总理明确提出中国会展业要走“市场化、法制化、产业化、国际化”的发展道路，2006 年 1 月 10 日，商务部又联合国家工商总局、国家版权局、国家知识产权局共同颁布了 2006 年第 1 号令《展会知识产权保护办法》（以下简称《办法》），这些都表明了中国政府对保护展会知识产权的高度重视。《展会知识产权保护办法》共包括七章：总则、投诉处理、展会期间专利保护、展会期间商标保护、展会期间著作权保护、法律责任和附则。在《办法》中，明确规定了展会主办方和展商为保护知识产权而必须承担和履行的权利与义务，明确规定了展会期间对侵犯知识产权的投诉机构和部门，以及处理机构和部门，展商侵犯知识产权的法律责任等。具体而言，《办法》的出台明确了展会管理部门应加强对展会期间知识产权保护的协调、监督、检查，维护展会的正常交易秩序。展会主办方应当依法维护知识产权权利人的合法权益。展会主办方在招商招展时，应加强对参展方有关知识产权的保护和对参展项目（包括展品、展板及相关宣传资料等）的知识产权状况的审查。在展会期间，展会主办方应当积极配合知识产权行政管理部门的知识产权保护工作。展会主办方可通过与参展方签订参展期间知识产权保护条款或合同的形式，加强展会知识产权保护工作。参展方应当合法参展，不得侵犯他人知识产权，并应对知识产权行政管理部门或司法部门的调查予以配合。

2006 年 1 月 11 - 13 日，第二届中国会展经济国际合作论坛在中国的广州举行，论坛由中国贸促会、国际展览联盟、国际展览业协会、国际独立组展商协会共同举办。来自全球 21 个国家和地区的 500 多名国内外展览业界精英和巨头齐聚广州，围绕着“开放、合作、共赢”这一主题共同探讨经济全球化下快速发展的中国会展业面临的诸多问题，其中关于展会知识产权保护更是各方讨论和关注的热点话题。论坛开幕前夕，中国贸促会联合全国 943 家会展从业单位共同发起了中国会展业保护知识产权联合行动宣言，在论坛开幕式上，中国国际贸易促进委员会和国际展览管理协会签署《会展业知识产权保护的共同声明》。在随后的分会场会议上，关于展会知识产权保护作为重要议题之一进行了专门讨论。来自国际展览管理协会、中外知名展览公司和主办机构的代表，以及国际知名的处理知识产权纠纷有丰富经验的律师代表先后发表了重要演讲。

以上不难看出，中国政府和中国的展览管理机构及方方面面已对展会知识产权保护的关注提高空前的高度。

在我国会展业的当前发展阶段，展览会的知识产权保护已成为展览会的组织者和参与者为维护自身权益而密切关注的一个问题。当前展览会的知识产权保护主要集中在对展会内参展产品的知识产权保护。尤其在消费品展览会中，侵犯知识产权的现象比较多；同时对展览会名称的知识产权保护也很重要，特别是成功展览会的品牌保护。在我国，每年举办的纺织品服装类贸易展览会据不完全统计，多达 200 多个，作为消费品类展览会，展会期间，侵犯参展展品知识产权，借展会之机盗取企业专利和设计，剽窃科研成果，甚至假借知识产权纠纷扰乱展会秩序，打击竞争对手的现象经常发生。如何保护参展商的知识产权已经成为展会主办者必须面对和研究的一个课题。

在 2005 年 8 月，上海举办的中国国际家用纺织品及辅料博览会期间，主办方中国贸促会纺织行业分会联合中国家纺协会和参会的 600 多家国内参展商共同签署了《家纺展关于加强知识产权保护的上海宣言》；在 10 月份上海举办的中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会上，主办方中国贸促会纺织行业分会专门制定了《中国国际贸易促进委员会纺织行业分会展览会知识产权规则》及其配套措施。据悉，中国贸促会纺织行业分会从 1999 年开始，就尝试在自己举办的品牌展览会现场联合国家有关部门设立展会现场法律咨询办公室，多年来从展前通告预防到展会现场纠纷协调，在维护展会知识产权保护做了大量的探索，并积累了丰富的经验。正是这种不断的积累使中国贸促会纺织行业分会所举办的品牌展会在面积不断扩大的同时，国内外展商关于展会期间的知识产权投诉却越来越少。在德国举办的法兰克福家纺展上，对于中国企业侵犯知识产权的投诉不断的情况下，由该会和中国家纺协会联合组织的中国最大的参展团却没有发生一起纠纷和投诉。

主 编

## 中日纺织产业谁也离不开谁

据中国海关统计,2005年中国对日纺织品服装进出口总额共计208.1亿美元,比去年增长3.69%。其中中国对日本出口170.6亿美元,比上年度增长5.2%。

今年,国际纺织品服装贸易进入后配额时代的第二年,国际供求关系和贸易秩序处于全面调整阶段,中国纺织服装业也面临着能源、劳动力的诸多制约,中国东部沿海产业基地酝酿着产业转移的课题,但总体上没有影响到中日纺织服装双边业务的继续发展。在05年欧美对中国纺织品设限,造成中国纺织企业经营的无序及混乱、国际纺织品市场动荡加剧的贸易背景下,开放而稳定的日本市场,对中国纺织企业来说有着非凡的意义。

中国一些开拓日本市场的企业的体会是,日本市场很早就是完全竞争的市场,而且日本市场不是铁板一块,蕴含着许多新的变数。无论是过去以日本市场为主的企业,还是想进入日本市场的企业,仍然有很多机会。中国企业如果能不断调整产品结构,提高档次、附加值,提高产品的科技含量,提供现在日本市场上没有的差别化产品,还能开发出新的市场空间。

同样,日本纺织服装市场对中国产品也有着极大的依赖性。根据日本财务省的贸易统计,2004年日本服装进口数量超过34.67亿件,其中从中国进口的服装数量首次突破了30亿件,占日本服装进口总量的92%。

长期以来,日本从海外特别是从中国大量进口纺织服装等制成品,使得日本传统的劳动密集型产业无法维持下去,在中低档产品领域日本根本无法与进口产品竞争。近10年来,纺织制造企业就业人数大约减少了40%至50%。但是另一方面,日本纺织业长期积累下来的技术开发和产品策划能力,使得日本纺织业在高端纺织品领域占据越来越重要的位置。

日本的产业构造审议会的纤维产业分会

曾对日本纺织服装产品在本国市场的定位作了分析,得出的结论是,产品定位基本分为三个区域:批量生产中心型(VOLUME ZONE)的低价格带,产品绝大多数来自于进口产品;顶级名牌的极高价格极少量带(TOP ZONE),产品是从欧美引进的世界级名牌产品;处于中高价位小批量的相当部分的品牌产品(BETTER ZONE),日本的产品正处于这一区域。

日本的纺织业优势,具体地表现在新纤维材料的研究开发及应用。日本在应用技术方面的能力在世界上是一流的。一种新材料被开发研制后,很快转化为划时代的新产品,这是日本的强项。同样纤维方面也是如此。现在无论在新纤维的开发还是将纤维纺成面料用于服装或其他制成品方面,日本在世界上都是独一无二的。

如果将日本的这种独一无二的技术和商品开发能力,与中国的独一无二的加工水平和加工能力完美地结合起来,将增强两国纺织企业的竞争力。基于上述情况,日本纺织业界认清了形势,转变了看法,放弃了过去死守本国市场的做法,大胆地以自己的技术优势与亚洲纺织大国特别是中国进行战略性合作。

在新的竞争格局下,日本纤维企业提出了“选择和集中”的发展战略。所谓“选择”,就是专门挑选中国纤维企业不生产、产量小或不能生产的品种作为研发生产的重点,在纤维开发生产部门与中国企业展开“错位”竞争。

日本近几年对中国纺织业的投资活动仍很活跃。如果说中国入世前的日本对华纺织业投资主要是在中国建立加工基地的话,中国入世后的投资开始转向在中国建立加工、销售据点甚至研发中心。东丽、帝人集团等日本企业都在中国设立了研发机构。

## 美国加洲时装界准备进入中国市场

美国商务部驻洛杉矶办事处、加洲时装协

会和 ASAP 展览集团公司于1月24日召开记

者会称，一批美国名牌服装及设计商家将于今年6月在杭州举办国际时装展，希望以连锁经营、品牌代理和销售许可等方式，使美国名牌时装品牌进入中国市场。美国商务部官员表示，加洲时装界进入中国市场与以往在中国投资设厂制作服装，再将产品运回美国不同，而

是使中国制造的美国品牌服装销售到中国市场，通过与中国业界的合作谋取利益。

今年6月的展览预计有近百家美国和欧洲名牌服装商一起展示最新的设计理念和品牌背景。

### 美国 2005 年的纺织工业经济和贸易统计

美国全国纺织组织委员会(NCTO)在2005年纺织贸易和经济年终回顾中指出，继年初很多工厂关闭、失业率猛增以及2005年5月对中国实施特保之后，美国纺织生产和雇佣率很快开始稳定下来。纺织企业的生产小幅增长，美国纺织品出口总额达到751亿美元，较2004年的数字仅减少2%。而且，纺织业利润回升，2005年前三个季度达到13亿美元，较2004年数字增长78%。最终的年底纺织工作机会损失统计显示，2005年减少11,300个，相比之下，2004年工作机会损失25,000个。

纺织品和服装出口连续第二年增长，增幅

2.7%，至165亿美元。据WTO的2005年统计报告，现在美国纺织工业在全球的纺织品出口中位居前三甲，超过了中国台湾和韩国。纺织工业出口国家超过50个。虽然中国货币受到人为操纵，而且出口还得到补贴，但2005年美国纺织品对中国出口(包括香港)增长10%，总额为6.34亿美元。

然而，全年来纺织纱和布厂的国内交货减少6%，关闭的纺织工厂增至31家，相比之下，2004年关闭24家。工厂关闭增加的主要原因是年初来自中国的进口激增，同时，由于配额取消，全球贸易的竞争加剧。

### 美国 2005 年纺织经济和贸易年终回顾

美国全国纺织组织委员会(NCTO)在纺织贸易和经济年终回顾中指出，2005年1月1日取消配额以及11月8日与中国签署纺织品双边协议是2005年影响美国纺织工业的两个最重要事件。其他重要因素有石油价格飙升以及中美-多米尼加自由贸易协议(DR-CAFTA)。

NCTO会长评说，在NCTO的2004年报告中，我们指出2005年将是美国工业面临巨大风险的一年，因为配额结束以及受到补贴的中国产品大量涌入将对美国工业造成损害。

他说：我很高兴地向大家报告，中国商品大量涌入美国确实形成事实，部分敏感种类的进口增幅大约在1,500%，美国政府因此很快采取措施，即特别保护措施，将损失降低，05年下半年生产甚至出现小幅增长。

2005年许多方面对纺织工业都意义重大，包括一些重要的政治措施。例如，通过支持

CAFTA协议，纺织工业得以与政府及国会议员一起工作，赢得几项有利于美国纺织生产商的协议修正。这种密切的合作关系进一步促使美国以强硬的立场与中国签署了为期三年的双边协议，对产业认为敏感的大多数进口产品实施全面限制。

此外，我们对政府能够在香港多哈回合谈判中击退给予孟加拉和其他纺织品竞争国家美国市场零关税准入的企图感到满意。

如果没有国会主要议员强硬稳定以及经常和热情的支持，这些成功是不可能的。2005年纺织核心小组成员为纺织工业做了艰苦的斗争，有时从政治角度给投票设置困难，目的是保护他们地区纺织工人的工作机会。我们感谢他们再次对我们的支持。

我们的纺织产业也值得庆贺。根据WTO统计的数字，美国现在是世界第三大纺织品出口国，超过韩国和日本。我们现在对50多个

国家出口。我们将继续更新设备和不断创新。数字显示, 纺织工业全年投入新厂建设和设备

更新的总额接近 15 亿美元, 增幅 6%。

## 美国 2006 年纺织经济展望

美国全国纺织组织委员会 (NCTO) 在纺织贸易和经济年终回顾中指出, 2005 年中国对全球纺织服装企业的威胁非常明显。去年中国对美国 and 欧盟出口扩大 90 亿美元, 而来自其他发达国家的出口减少 50 亿美元。在美国服装进口市场中, 中国的非美 - 中双边配额商品的市场份额在仅仅 9 个月就从 12.5% 增至 41%, 预期到 2007 年 1 月 1 日达到 75%。

展望 2006 年, 我们面临巨大的挑战。中国特保于 2008 年底到期, NCTO 成员在 2006 年的首要任务是与全世界许多贸易伙伴合作, 确保多哈回合对话针对中国的威胁制定更长久的政策, 同时, 让现有的贸易优惠计划延续并发扬。这意味着, 我们必须在多哈回合中建立一个纺织部门。

关于美 - 中双边关系, NCTO 也将与海关总署密切合作, 以保证严格执行与中国的双边协议, 并落实贸易优惠项目, 因为中国常常通过转运纺织品和服装从中利用这些项目。NCTO 将继续敦促国会通过立法, 迫使中国人民币升值, 结束其 40% 的出口补贴, 因为中国

的出口补贴正在对美国制造业数百万工作机会构成破坏。

NCTO 将继续与美国政府合作, 最终修正 CAFTA 协议中关于尼加拉瓜的关税优惠标准(TPLs)。此外, NCTO 将继续努力, 促使完成安第斯贸易谈判回合, 确保产业优先权, 包括正在进行的与安第斯国家、泰国、南非关税联盟, 巴拿马和阿联酋之间的谈判。

此外, 越南即将加入 WTO, NCTO 将劝告政府确保采取适当措施, 阻止越南, 以及其他国家企业和接受补贴的纺织企业, 成为另一个中国。NCTO 还将警惕具有破坏性质的立法, 如海地的关税优惠标准, 以及给予所有最欠发达国家的零关税市场准入。

关于贝瑞修正条款 (BERRY AMENDMENT), 尤其要感谢共和党的 Robin Hayes 的努力, 成功地增强了贝瑞放弃程序, 将更多的义务加入这一系统。NCTO 将开始与共和党的 Hayes 以及其他国会议员们一起努力, 将贝瑞扩大到其他部门, 如运输安全管理部门。

### ◆.....◆

#### 【贸易机会】

公司名称: Basket Connection (美国)  
地址: 20959 S. Springwater Rd., Estacada, OR 97023-9650, USA  
电话: 001 503-631-7288  
传真: 001 503-631-7289  
电子邮件: WINTHROP@222.COM  
联系人: Joanne Winthrop  
企业类型: 进口  
进口商品: 编织品

公司名称: Basketville, Inc.(美国)  
地址: P.O. Box 710, Putney, VT 05346-0710, USA  
电话: 001 802-387-5509  
传真: 001 802-387-5235  
电子邮件: SALES@BASKET.COM  
联系人: Steve Wang  
企业类型: 进口  
进口商品: 编织品, 百货, 家具及其零件

### 越南将成为世界第十大服装出口国

越南纺织服装集团的董事局主席说，到2010年，越南将成为世界第十大服装出口国。

2005年，越南的纺织品和服装工业出口额超过48亿美元，同比增长了9.6%。越南纺织服装集团的出口额同比增长了13%，达到12亿美元。在世界153个服装出口国当中，越南位居第16位，到2010年，越南的服装将迈入10大出口国行列。

为推动纺织品和服装的出口，越南聚焦于开拓传统的市场，例如美国和欧盟，同时也开拓非洲和东欧的新市场。越南要求当地的生产商采取更积极的行为，在国内外建立和促进品牌，在特别市场上采取特别的项目。

越南计划在今年的纺织品和服装出口收入达到55亿美元。

### 泰国的纺织品出口出现增长

因为制造商重视并维护产品的质量，泰国的纺织部门从亚洲国家拿到了更多的出口订单，纺织品出口出现增长。

纺织工业在泰国的经济中扮演了重要的角色，能够获取巨大的出口收入，职工人数达到180万人。泰国纺织工业有著名的技工，这是他们同其他竞争对手相比的有利之处，因此泰国的服装产品的质量能够在出口市场上站

稳脚跟。

纺织品出口的增长是泰国政府同贸易伙伴国签订自由贸易协定的结果。在2005年的前11个月，泰国成为向亚洲市场出口的最多的服装出口国之一，出口额增长了5.4%，达到61.1亿美元。针织服装同比增长了3.1%，钩编服装同比增长了7.4%，订单来自于海外客户。

### 委内瑞拉 2005 年纺织品进口额增加 74%

据委内瑞拉全国税收管理局发表的一份报告，2005年委内瑞拉纺织品进口总额达1.22亿美元，比2004年增加74%。

在进口的纺织品中，以全棉为主的衣物和床上用品占84%，妇女衬衫和内衣等占13%，针织品等占3%。

2005年向委内瑞拉出口纺织品的企业多达320家，比2004年增加31%。向委内瑞拉出口纺织品的国家和地区主要有秘鲁、智利、西班牙、中国大陆、日本、韩国、中国香港地区和台湾地区等。

### 澳大利亚帮助孟加拉生产羊毛和黄麻混纺面料

世界最大的羊毛生产国澳大利亚已经表示有兴趣向孟加拉出口羊毛，帮助孟加拉生产羊毛和黄麻混纺面料。

孟加拉有相当好的建立在棉纱和黄麻基础上的服装加工业，而澳大利亚有毛纺工业。将澳大利亚的羊毛与孟加拉的黄麻混纺可以生产出一种特殊面料。孟加拉服装生产商可以

利用这种特殊面料为澳大利亚生产军服和校服。澳大利亚的羊毛研究机构和孟加拉黄麻研究机构可以联手生产这种面料。”

2004 - 05 财年孟加拉从澳大利亚进口2.9745亿美元，出口3583亿美元。黄麻和化肥这两个商品在对澳大利亚的出口中占大约66%。

### 关于输美窗帘、针织衫和化纤裤产品海关编码有关问题的通知

为针对性地对《中华人民共和国与美利坚合众国政府关于纺织品和服装贸易的谅解备忘录》中列明的 21 种产品实施出口数量管理，商务部会同海关总署对部分中国海关商品编码进行了调整并发布了《对美出口纺织品临时管理商品目录》（商务部、海关总署、质检总局 2005 年 87 号公告）。为便于企业出口报关，现将调整后有关类别中非管理商品编码情况通知如下：

一、输美 666 类中除百叶窗、卷帘和窗幔之外的其他窗帘产品不属于对美出口管理商品，不需要输美纺织品出口许可证，自 2006 年 1 月 1 日起企业可以 6303121090、6303122090、6303920090、6303191010、6303191090 和 6303990020 报关出口。

二、输美 338/9、638/9 类别中以平床机生产、直接针织成形，以顺时针方向从织物表面计量每 2 厘米内针数多于 9 针且少于等于 18 针，所有部件，包括边缝和口袋（如有）均是针织成形且相互连接的服装，不属于对美出口管理商品，不需要输美纺织品出口许可证，自 2006 年 1 月 1 日起企业可以 6110200099、6110909099 和 6110300099 报关出口。

三、输美 647/8 类别中的滑雪裤不属于对美出口管理商品，不需要输美纺织品出口许可证，自 2006 年 1 月 1 日起企业可以 6203439099 和 6204630099 报关出口。

以上仅供企业参考，实际操作中企业应根据产品的实际描述，对照《中国海关 2006 年报关实用手册》报关出口。

### 美国：中国须按 WTO 规则行事

布什(George W. Bush)政府近日对中国发出严厉警告，称中国必须开始像全球贸易体系中一个“全面负责的”(fully accountable)成员那样行事，否则将面临与美国越来越多的贸易摩擦。

美国贸易副代表卡兰·巴蒂亚(Karan Bhatia)在华盛顿讲话时表示，中国加入世界贸易组织 4 年后，中美贸易关系进入了新的阶段。

他对美中贸易全国委员会(US-China Business Council)说：“在贸易关系的各方面，无论是多边的、地区的还是双边的，中国必须像一个成熟的伙伴那样行事，借用一个说法，就是‘负责任的利益相关者’(responsible stakeholder)”。

这一说法将在北京引起强烈反响，因为它引自美国副国务卿、前贸易代表罗伯特·佐利克(Robert Zoellick)去年的演讲。佐利克先生在去年演讲中提到了“负责任的利益相关者”这种说法，中国政府官员仔细剖析了这一提法，将其

看成布什政府整体对华政策的最清晰表述。

巴蒂亚先生说，中国始于 2001 年加入世贸组织时的“学徒期”现在必须结束了。

他表示，虽然美国此前从对华贸易关系中受益巨大，但“美国有许多人对目前我们的贸易关系状况深感不安，而且人们有一种越来越强的受挫感，即中国‘没有按规则办事’”。

他说，2005 年中国对美贸易创纪录的 2000 亿美元顺差、北京的汇率政策、对扶持产业给予的补贴，以及对美国知识产权的侵权，都明显体现了这一点。上述受挫感在美国中小企业中尤为明显，这些公司“已开始怀疑，日益增强的中美贸易关系是否符合它们的最佳利益”。

知识产权问题本周到了紧急关头，美国贸易官员表示，如果中国继续拒绝提供有关其知识产权执法方面的信息，华盛顿将被迫向世贸组织提起诉讼以解决争端。



## 2005 全球反倾销态势

在刚刚过去的 2005 年，全球反倾销形势没有大的波澜起伏，但仍有如下动向值得关注。

据 WTO 秘书处 2005 年 10 月公布的上半年反倾销统计报告，与 2004 年同期相比，WTO 成员提起反倾销调查的数量和最终实施反倾销措施的数量均有下降。全年情况要到 2006 年上半年才能出来。

另据 WTO 分类统计，2005 年 1~6 月，44 个进口成员立案总数 96 起，比 2004 年同期减少 10 起；92 个出口成员累计被实施反倾销措施的案件 53 个，比 2004 年同期减少 5 个。值得注意的是，美国的立案数大幅下降，从 2004 年排名第一降至 2005 年第七。

中国仍是遭遇反倾销调查最多的国家。据中国商务部公平贸易局提供的统计数字，2005 年中国共遭遇 15 个国家和地区 45 起反倾销调查，涉案金额 13.99 亿美元。其中印度 8 起(2.16 亿美元)、欧盟 7 起(8.79 亿美元)、美国 3 起(1.57 亿美元)。

临近岁末的 12 月 21 日，美国参议院以 51 票对 50 票的表决结果，撤销了招致外界强烈批评的“伯德修正案”。按照该修正案，美国海关征收的反倾销税款直接发给美方申诉企业，这实际上是在鼓励美国企业对进口产品提起反倾销申诉。

2003 年 1 月，WTO 裁定“伯德修正案”违反国际贸易规则，并授权 11 个 WTO 成员实施报复性关税。因为美国没有及时撤销伯德修正案，加拿大、日本、欧盟和墨西哥对其实施了大约 1.14 亿美元的报复性关税。

在多哈回合规则议题的谈判中，不同利益集团在是否对总协定(GATT)第 6 条即“反倾销措施协议”作出修改分歧严重，且涉及内容广泛，让人一时看不清头绪。

### WTO 上诉案走低“归零”案吸引人眼球

据中国(海南)改革发展研究院 WTO 信息查询系统统计，在 2005 年全球发生的近 200 起双边和上诉 WTO 的贸易争端和积案裁决

中，与反倾销有关的申诉、立案、裁决和复审不到 40 起，发展中国家涉案高于发达国家。发达国家之间的贸易争端主要集中在反补贴、技术壁垒、标准以及国内贸易法等领域。

另据 WTO 争端解决机构统计，2005 年上诉 WTO 的贸易争端 11 起，反倾销占 4 起，其中比较大的案件是墨西哥、日本和欧盟就美国裁决其不锈钢倾销的上诉案。

值得注意的是，自 2002 年至今，WTO 受理的反倾销案件在上诉案件总数中所占比重都不大——2004 年上诉案件 19 起，反倾销案件 6 起；2003 年分别为 26 起和 5 起，2002 年分别为 39 起和 6 起，到 2005 年受理的反倾销案件是最少的。这种情况表明：

第一，自 1995 年 1 月 WTO 成立到 2005 年 11 月，一共受理了 335 起上诉案件，1997 年为上诉高峰，达到了 49 起，以后逐年下降。这是因为 WTO 新的争端解决机制建立后，过去双边裁决中以强凌弱、明显违背公平贸易规则的情况在减少。第二，反倾销始终是一种以单个产品为主的低层次贸易争端，中国频繁遭遇反倾销调查，是中国经济发展阶段的必然反映。但是，在我们应诉反倾销的同时，一定要对 WTO 成员间的其他形式的贸易争端有所了解和警觉。第三，2005 年 WTO 范围内反倾销立案数和涉案金额的下降，与近一二年世界经济平稳增长有密切关系。一般而言，一国宏观经济形势不景气，往往是对进口产品提起反倾销调查的高发期。

2005 年另一个看点是欧盟就美国在计算倾销幅度时采用的“归零”做法上诉 WTO 的裁决。所谓“归零”做法，就是当涉案产品的出口价格高于其国内价格(正常价值)、从而出现负倾销幅度时被归为零倾销幅度，结果是人为提高了倾销税率。这是一个反倾销调查中由来已久的问题。

商务部部长薄熙来在香港会议上充分表达了中国的立场：“中国是反倾销措施被滥用的最大受害者，支持进一步澄清和改进反倾销等规则方面的现有纪律。要有效防止滥用反倾



销措施、加强透明度。反对某些发达国家新保护主义的倾向。”另外有必要澄清的是：中方不会在反倾销规则谈判中谈市场经济地位的问题，它属于双边谈判的内容；反倾销规则谈判只就规则本身是否合理进行谈判，不触及操作层面的事情。欧盟对华反倾销被广泛指责缺乏“程序公正”，如果多边规则不存在问题，就只能通过双边交涉来解决。

### 中国处境：美国无战事欧盟吃紧

2005 年美国对华反倾销最大的新闻发生在圣诞节前夕的 12 月 21 日。这一天，中国被诉在美倾销盘条一案在美国 ITC(国际贸易委员会)以 6:0 的表决结果无损害结案，美国商务部的反倾销调查自动终止。这是中国 20 年来首次在美国 ITC 初裁中无损害结案。业内人士都知道，在美国 ITC 打行业损害初裁几乎没有悬念，无一例外是肯定性裁决，因为按照美国的反倾销调查程序，ITC 接到申诉后立即发放调查问卷，14 日之内就要回收。对一般被调查企业来说，根本来不及应对。

“本案胜在中国企业对美国市场预警做的好，才能作出如此之快的反应。”这次涉案的都是国内大型钢铁企业，有鞍钢、宝钢、武钢和首钢，它们平时就对国际市场动向了如指掌。自美国 2001 年实施钢铁保障措施至今，它的整个行业运转情况非常好，根本不会因中国几百万吨的进口蒙受行业损害。所以从一开始中国的企业和行业协会就决定打行业损害。

本案也从另一个侧面反映出美国经济的良好态势，这是今年美国对华和对其他贸易伙伴反倾销立案数大幅降低的重要原因。商务部公平贸易局有关人士说，美国 ITC6:0 的否定性初裁是非常罕见的，通常只要申诉方拿出“合理的证据”就能做出肯定性初裁，这就说明当前美国经济复苏非常强劲，产业发展非常健

康。

2005 年，有文章分析了美国宏观经济指标与反倾销的关联关系。2002~2004 年 美国 GDP 增长率分别为 1.9%、3.0%、4.4%，2004 年就就业人数增加了 220 万，是 3 年来的首次增长。虽说这一年是美国对华反倾销的高发年，但进入 2005 年后立案数明显降低，说明美国继续保持增长——即便考虑了飓风天灾和油价飙升的影响，2005 年也不会低于 3%(世行预测)，一定程度上对进口产品提供了比较宽松的环境。另据分析，美国因伯德修正案承受的来自 WTO 的压力和重要贸易伙伴的报复也在客观上打击了美国企业提起反倾销申诉的积极性。

2005 年是欧盟对华反倾销的高发年，立案数和涉案金额都创了历史新高。据分析主要原因是：第一，欧盟扩大至 25 个成员国，内部经济发展水平和产业结构差别太大，欧盟不得已要进行利益平衡。第二，中国对欧盟出口增长太快，连续两年都保持了 30% 的增长。虽说欧盟对华出口也增长很快，但出口结构不一样，导致欧盟低端产业受冲击的程度要远远大于中国。第三，中方对欧盟长期贸易顺差，极易引发受冲击的产业诉诸贸易保护主义。

上述分析仅限于 2005 年，对今年形势如何发展只能提供一个参照。有关专家认为，2005 年美国无战事并不等于说中国就可高枕无忧。有迹象表明，中国家具案很快就要面临行政复议，美国已经提出要改变过去按出口额抽样的做法，目的就是要打中国企业一个“出其不意”。2005 年欧盟来者不善，但对个别大案的裁决又好于预期(35 类纺织品)。如果再考虑到个别发展中国家如土耳其对“中国制造”的无理和敌视，中国企业面临的外部环境仍然复杂而莫测。

### ■ 启示：

- 1、为充分发挥我会纺织贸促职能，更好地为企业服务，我会新版“纺织贸促网”网站已经正式运行；([www.ccpittex.com](http://www.ccpittex.com))；
- 2、新网站在功能和浏览速度上都有很大改进。其中的会员管理系统更是专为会员提供了自主管理的商务平台；
- 3、如有意成为我会会员，请点击新网站相应栏目，了解相关内容，并通过网上注册成为会员。或直接与信息部联系（电话：010-85229397/85229645 传真：010-85229196）

## 2006 年纺织行业经济运行分析

中央已经确定 2006 年经济工作的总体要求，就是以邓小平理论和三个代表重要思想为指导，认真贯彻党的十六大，十六届五中全会精神，坚持以科学发展观统领经济社会发展全局，保持宏观经济政策的连续性和稳定性，着力加快改革开放，着力增强自主创新能力，着力推进经济结构调整和经济增长方式的转变，着力提高经济增长的质量和效益，实现又快又好的发展，促进和谐社会的建设，为顺利实施十一五规划开好局，起好步，这是中央对全国 06 年工作的总体要求，也是我们纺织行业必须遵循贯彻的。

纺织行业在 2006 年和“十一五”期间总体的形势。在中央政策稳定，改革深化，开放也深化的宏观形势下，06 年和十一五的纺织行业发展的总体形势继续是有利于纺织经济发展的机遇期，机遇大于挑战。

从国际来看，全球化经济增长和结构调整自由贸易，仍然是为纺织工业提供了更大的增长空间，这是主流。从国内来看，国内经济又快又好的发展，全国都有信心，那么也是我们纺织行业主要的动力。纺织行业主要动力还是内需。上一个五年计划，规模以上企业出口交货值占销售产值的比重 2000 年 33%，到 2005 年降到 28%。我们这么大规模成倍的发展，出口交货值比重是下降的，这是我们向世界宣传，中国主要是内需，中国主要不是在抢你的市场。中国占世界 1/5 人口的市场，是最有吸引力的，是我们发展的主要动力内需。

为什么说一千美金人均 GDP 以后，纺织继续高增长呢？根据 2004 年国家统计局的调

查，与 2005 年相比，城市低收入家庭，人均衣着支出增长了 36%，中等收入家庭增长了 22%，高收入家庭增长 52.78%，最高收入家庭增长 59.44%，就是家庭收入越多的，增长幅度越高。这就看出来。我们 2000 年到 2004 年，全国城乡加权平均人均的衣着支出，城市农村四年平均增长 12.32%。2005 年这一年比上年增长 20.83%，因此，过去的五年如果平均的话，每年增长 13.94%，高过人均 GDP 增长的速度。因此，我们说，纺织工业从国内是新的增长期，国际也是新的增长期。这是一个总的判断，但是确实面临强烈的挑战。国际的挑战主要是产业结构调整必然带来的贸易摩擦，国际的生产方式和跨国公司生产方式对我们传统生产方式严峻的挑战。现在发达国家地区叫做微笑曲线，我们不要讲人家当地生产少，人家赚钱更多了，开发研究市场在人家手里，这是两个嘴角在上面，加工少了，嘴向下的，所以叫微笑，虽然我生产少了，我资本还是赚钱的。

同时，中国的市场国际化竞争特别激烈，我们的最高端市场基本没有被我们占领，我们的后院，这是很重要的挑战。国内的不说了，我们常说的产业升级，技术进步，能源，资源，水，环境，和谐发展，我们存在的种种问题，也可以说是我们自身的挑战。

纺织行业要根据行业的发展实际，全面落实中央的要求，在 06 年力争实现第十一个五年计划期的良好开局。（摘自杜钰洲会长在 2006 年全国纺织工业发展与改革会议上的讲话）

## 2006 年纺织行业的五项工作重点

### 一、在全行业深入贯彻科学发展观，用科学发展观统领新时期纺织行业发展的全局。

统一认识，求真务实。科学地判断中国纺织工业在国际国内总趋势下所面临的新的机

遇和挑战、中国纺织行业发展的前途和面临的风险；科学地总结中国纺织工业在市场条件下的巨大发展和进步，重新认识市场配置资源的积极作用和防范由于市场环境不健全以及现实存在的外部性可能带来的负面影响；科学分析中国纺织工业粗放型发展的现实表现所隐

藏的危机；科学规划第十一个五年规划期的转变增长方式和调整结构的重点、合理确定发展和升级的目标，合理确定行业又快又好发展的系统结构和科学对策选择。

### 二、以全面提高产业创新能力为核心，加快中国纺织行业先进生产力建设。

提高产业创新能力是贯彻科学发展观，转变增长方式，走新型工业化道路最直接最中心的任务。创新能力是生产力先进与否的直接体现。所谓先进生产力，应从马克思阐述的三个层面来认识：“所谓社会生产力，首先是科学的力量，其次是在生产过程内部联合起来的社会力量，最后是从直接劳动转移到机器、转移到死的生产力上去的技巧。”我们要围绕提高创新能力这个目标，从发展先进生产力层面做好以下三项工作：

#### 第一，加快用高新技术改造传统纺织行业，大幅提高研发投入，发展原创技术，培育自主名牌。没有这项突破，就难以从跨国产业链中的低端环节迅速提升

实践证明仅仅有上乘的加工质量，不足以获得较高的附加值，即使有先进的技术装备，如果没有研发实践、研发投入也只能体现在“直接劳动转移到机器、转移到死的生产力上的技巧”的提高。更何况当前我国先进的技术装备还远远不够，许多最先进的技术装备仍要靠高价进口。纺织行业在 2004 年确定的科技发展纲要中的 10 项成套设备攻关项目已经纳入国家级攻关目标，28 项攻关技术也逐步得到宏观部门的重视。

从以往的科技进步实践来看，重扩大加工能力投入、轻提高创新能力投入，重设备投资、轻研发投资，重炒作、轻实干，重物质资本扩张、轻人力资本提高，重引进人才、轻培训人才，目前各项要素市场都很活跃，就是人才市场冷清。在 2004 年全国工业普查报告中反映出全国规模以上工业企业研发经费只占销售收入的 0.56%，大中型企业也才达到 0.71%，纺织业是 0.3%，服装业是 0.16%，化纤业是

0.47%。科技是第一生产力，少了这项“第一”就从本质上背离了科学发展观，原创技术、自主品牌都无从谈起。即便把别人的名牌买来，没有研发投入也消化不了，最后也只能化为泡沫。能否从 2006 年起纺织行业的科技研发投入强度来个大转变、大提高，为创新干实事，这是对科学发展观统领全局的第一个检验。企业能成为国际中高档商品 OEM 供货商确实是一个进步，但这不是我们说的纺织强国的最终目标。

#### 第二，经营管理创新

转变粗放、封闭式管理，适应跨国配置资源、跨国生产方式、跨国营销方式，提高企业对于优化要素禀赋结构，增强要素组织的能力，并尽快形成中国自己的跨国公司，提升中国企业掌控跨国生产和营销网络的能力，扩大自身的利润空间。我们已经知道由协作和分工产生的生产力不费资本分文，这是社会劳动的自然力，马克思所说的在生产过程内部联合起来的社会力量，正是指这种不费资本分文的社会劳动的自然力。建立资源节约型社会不只是产品生产过程中对物质资源和能源的节约，还包括充分扩大“社会劳动的自然力”的作用，创造更高质量、更新功能、更高品位的产品，从而提高单位资源和能耗的附加值。目前一些 OEM 或完全依赖中间商出口的企业的销售利润率只是同类产品内销的 50%-70%，而掌控国际营销渠道的出口利润率是内销利润率的 1.5-2 倍。

问题是，在经济全球化和信息网络时代，这种所谓社会劳动的自然力，也可以说是企业的社会资本。在新形势下，成功企业已经从依托“区位优势”转向塑造“体系优势”，全球化的新特点使企业不能仅仅满足于某国、某地区在特殊战略地位、市场地位、制度环境等方面的区位优势，而是更注重借助品牌、声誉等无形资产在全球架构网络体系。后起国所属的企业为了获取全球竞争优势，切入跨国产业链高端环节，将自己的研发中心、国际营销网络和产品分销中心建在发达国家，在本国的生产达到工序拓展升级，或利用自己在局部工序上的优

势，通过对发达国家更高工序直接投资，或对发达国家一些企业整体收购兼并，并以战略联盟等手段巩固自身在局部工序上的优势，再凭借经营管理这种组织优势，走上国际化经营之路。现在我国已有很多优势企业正在探索自己的国际化经营之路，当我们提倡“走出去”的时候并非局限在要把中国过剩的生产能力转移出去，那只是一种误解。

经营管理创新对于广大产业集群中的小企业来说具有更为重要的现实意义。

经营管理创新的另一个新的关注点是企业快速反应能力。以“快”吃“慢”，面对环境变化快和不确定性多的情况，产品和生产流程、组织机构、经营领域、利益关系都能实时调整，这已成为当代竞争的一个焦点。与此相适应，企业的信息化是不可或缺的条件。我们在推行“e”百工程过程中，发现信息化水平低是全行业管理创新最薄弱的环节。

### 第三、产业链整合创新。

产业创新能力并不是单个企业创新能力的简单叠加，而是更大范围更深层次的社会协作分工。纺织生产体系的先进性决定它在国际分工中的地位，我国不仅要加快增强企业的核心能力，还要增强对企业创新能力的整合，这是降低创新成本，提高创新效率的重要组织保证。之所以把产业链整合作为提高创新能力的一大目标，是因为长期以来，上下游纵向整合难，横向优势互补的整合也难，重大攻关项目需要具备网络性社会整合，这就更难。纺织行业有整合成功的例子，这就是聚酯成套技术装备，是由纺织工业设计院、仪征化纤总公司、华东理工大学联合攻关的成果。我们需要在更多的重点项目上进行这样的整合。现在许多科研成果转化不顺利，有些小试、中试成功的新型纤维，搞了多少年还不能产业化，到头来还是靠高价引进。现在又有最好的典范，就是“神六精神”，我们要以“神六精神”落实纺织科技发展纲要提出的 38 项大目标的攻关组织工作。全球化生产已打破了国界，但全球化经营的收益分配是有界的。中国企业参与国际分工，吸引国际投资最大的吸引力在于中国劳动力资

源能给资本带来最大的收益，但中国企业在初次分配中取得的收益仅是全部利润的 20% 左右，原因在于核心技术、名牌收益市场网络并没有在中国企业手中。我们要以中华民族伟大复兴、重振丝绸之路的使命感，同心同德投身于产业创新的伟大事业中。

从 2006 年开始，38 项攻关目标中，我们优先在化纤产业链创新能力整合、麻产业链创新能力整合、丝绸产业链创新能力整合上下大气力。产业链整合创新的另一个新课题是纺织产业链向流通领域延伸（包括营销渠道和终端市场网络），向第三方物流延伸。创新不仅在产品自身，而且在于生产过程、管理过程、营销过程，以及上下游产业链整合过程。这次会议，我们请来主要专业市场负责人，还将吸收他们参与行业协会。专业市场和产业集群的出现都是社会化生产和经济分工进一步深化的结果。是中国现代纺织经济网络建设必不可少的要素。

### 三、加强企业社会责任建设和完善企业社会责任自律体系。

企业社会责任是企业作为社会细胞应有的品性，企业是社会经济活动、社会活动的微观组织者，加强企业社会责任是建设和谐社会的客观需要。企业与社会和谐关系一方面通过法律、法令、纪律来保证，比如发挥工会作用，加强环境保护、劳动工资、劳动者权益、社会保障、税收、财会等管理；另一方面通过道德约束、贯彻以人为本、尊重知识、尊重人才管理、发挥人的创造力、重视人的全面发展、创造企业内部和谐来体现。第三，加强企业社会责任是维护市场公平的客观需要。总之，加强社会责任建设是纺织行业落实科学发展观，建设和谐社会的一项重要工作。当前纺织行业组织企业落实社会责任、加强社会责任自律的重点放在有关劳动者的问题上。2005 年行业已公布了 CSC9000T 自律标准，2006 年要大力推动。要把贯彻社会责任作为新时期的一种先进的企业文化来重视。

#### 四、加强行业服务与自律，提高纺织中介服务的效率和水平。

撤销纺织工业部是中国工业化进程走市场化道路的重大举措，减少行政干预，扩大企业主体的决策自主权，是市场化方向的一大进步。但这并不是市场化的全部，中介服务是市场化的必然产物。行业协会以企业为主体代表同业企业的共同利益，从事单个企业完成不了的任务，协调企业间、产业间、产业与行政、产业的国际性活动，维护市场公平，维护企业权益，保护产业安全。马克思在论述生产力时专门指出：“一定的生产方式或一定的工业阶段，始终是与一定的共同活动方式或一定的社会阶段联系着的，而这种共同活动方式本身就是‘生产力’，”这就是说，我们必须站在生产力的高度来看待这一常常被忽略的工作。

当前与产业发展和提升大局紧密联系的共同活动方式主要有：

——“十一五”规划的调研和制定，产业政策建议

——产业创新活动协调与组织（如组织科技纲要的贯彻，上下游、产学研、行业内外协调链接，国际交流，产品与技术研发服务、标准制订、质量检测等）

——产业集群创新平台的推广，优化五大公共服务体系

——国内外市场开拓

——国内专业市场网络建设，与现代物流、电子商务有关的公共服务体系建设

——国际贸易服务与产业安全服务

——为企业走出去服务

——信息化建设与信息服务

——名牌战略推动

——教育培训

——对政府的服务，区域经济调研等服务，为大企业走向国际化和名牌战略服务，为产业集群众多小企业通过产业创新平台加强公共服务。有关行业自律方面的服务，2006年重点是社会责任、产品质量和知识产权保护。

#### 五、深化改革开放，扩大国际合作。改革是新时期纺织行业产业又快又好发展的重要动力。

要继续冲破传统观念、传统体制、传统习惯，打破对发展先进生产力的束缚，进一步解放思想，大胆探索，走有中国特色的发展之路。要深入学习中央的一系列大政方针，抓住深化改革和经济全球化的有利时机实现又快又好的新发展。

2006年要继续加强行业外交，贯彻合作共赢的对外方针，扩大与发展中国家和发达国家同行和相关产业的各种形式的合作。广泛交流对话，通过沟通协商化解贸易摩擦，继续办好2006年3月底的全球纺织经济论坛，论坛的主题是“合作发展与公平贸易”。加强与在中国的外商、港澳台投资企业的沟通，促进合作。

### 失去低人工优势 跨国企业撤离上海

长期以来，中国引人注目的低成本和高生产率始终是吸引外资和左右全球制造业投资决策的重要因素。但近两年已有征兆显示，中国原先的某些有利因素正在发生变化，这些变化给一些原本担心本国制造业会被中国完全吞噬的国家带来了希望，特别是东南亚国家。

不久前，日本机械电子部件厂家纷纷在越南建立生产基地。例如日本电产集团将在越南新建个人电脑用马达等两家工厂；日本丽声钟

表工业计划在2006年初投资3亿日元在越南河内的工业园区建设精密模具与树脂部件成型工厂。

为什么日本公司要跑到越南建厂呢？因为根据日本贸易振兴会的统计资料显示，与中国目前的情况相比，同样条件下，越南的生产成本比中国低15%至30%。

不仅日本公司如此，越来越多的跨国企业为了保证廉价的优秀劳动力，同时也为了分散

汇率变动的风险，纷纷走进东南亚国家，培育成继中国之后的新的亚洲生产基地。

### 中国低成本优势渐微

统计显示，我国纺织业的劳动力成本为每小时 0.69 美元，东南亚一些新兴纺织品出口国的成本约为 0.4 美元，显然我国纺织业劳动成本方面的竞争优势正在逐步消失。

近两年最受外资欢迎的一些中国制造中心，成本开始上涨了。美国所罗门美邦公司的亚洲首席经济分析家唐·汉纳最近发表的一份报告指出：“以往在中国某些地区投资的有利成本因素正在消失。有迹象显示，城市的工资开始上涨，尽管全国的平均工资数值仍保持稳定，但熟练工人、尤其是管理人员供不应求。”

飞利浦电子设备公司亚太地区的一项调查说，该公司在中国有 17 家工厂，它在亚洲的 6 万名工人有 1/3 在中国，但现在受过训练的中国经理更难找了，留住他们的代价也更高了。同时，在过去的 3 年中，飞利浦电子设备公司在中国的工资总成本每年增长 8—9%。业内权威人士认为，如果中国的成本上涨，东南亚的吸引力就会相对增加。例如，汉纳的研究指出，上海的人均收入如今比泰国、菲律宾和印度尼西亚要高，也不比马来西亚低。

越南、孟加拉国等国家的劳动力成本、投资设厂成本等均比我国低，质量管理水平也有大幅提高。在孟加拉国、越南等国，服装厂工人最低工资仅为 45 美元/月，土地、水、电等能源价格也非常优惠。据香港出口商会调查，在越南等国开设一家 1000 人左右的服装厂，

投资仅需要六七百万港元，而同样规模的工厂设在中国，则需投入几倍的资金。

### 欧美企业提升了中国白领薪金

日本贸易振兴会 2004 年曾就中国 6 城市与东盟 5 城市的月工资情况进行了比较。调查结果显示，不断拉高中国人经理层薪水的主要是欧美企业。日本企业大多预先设定了中国人职员的月薪水平，在这个范围内录用最优秀的人材，月薪一般为 5000 至 7000 元。但是欧美企业一旦认为需要这个人才就按照“市场价格”录用。伴随着中国业务的扩大，当地的经理需求也开始增加，而人才供给不会那么简单地增加就增加的，因此经理人材的行情当然会看涨。而且，有的欧美企业还把年薪的 40% 作为奖金。

业内权威人士认为，一旦中国的优秀人才到了“奇货可居”的地步，那么越来越多的外国公司另辟蹊径向他国发展将是预料的事。

而在除河内以外的东盟各城市，按当地货币计算，虽然工资水平有所上升，但由于亚洲金融危机发生后货币汇率下跌，按美元计算，他们的工资水平还是下降的。

新加坡经济发展局表示，今日东南亚的成本与中国相比仍有竞争力，特别是在中国的成本上涨的情况下。该局指出，即使中国很有吸引力，谨慎的公司也不会愿意把全部财力投入一个地方，东南亚就为他们提供了一个规避风险的投资场所。

## 2005 年我国纺织品服装进出口统计

2005 年全年，我国外贸进出口总值是 14221.20 亿美元，比 2004 年增长 23.20%。其中出口 7620.00 亿美元，进口 6601.20 亿美元，分别增长 28.40% 和 17.60%；贸易顺差 1018.80 亿美元。

据中国海关统计，2005 年全年，我国纺织品和服装进出口总值为 1346.34 亿美元，比 2004 年增长 17.90%，占全国外贸进出口总值

的 9.47%。我国纺织品和服装出口总值是 1175.35 亿美元，比 2004 年增长 20.69%，占全国外贸出口总值的 15.42%，其中，纺织品出口金额是 439.69 亿美元，比 2004 年增长 22.93%；服装出口金额是 735.66 亿美元，比 2004 年增长 19.40%。2005 年全年我国纺织品和服装进口总值为 170.99 亿美元，比 2004 年增长 1.76%，占全国外贸进口总值的 2.59%。其中

纺织品进口金额为 154.90 亿美元, 同比增长 1.42%; 服装进口金额为 16.09 亿美元, 比 2004 年增长 5.08%。2005 年全年纺织品服装实现贸易顺差 1004.36 亿美元。

在纺织品服装的主要出口国家和地区中, 美国排名第一, 日本和我国香港地区名列第二和第三位。2005 年全年我国对其出口情况为: 对美国出口金额达 195.76 亿美元, 与 2004 年相比增长 66.09%, 与 2005 年 1-11 月相比增幅上涨了 3.08 个百分点; 对日本出口金额为 181.03 亿美元, 与 2004 年相比增长 5.54%; 对香港地区出口金额为 148.43 亿美元, 与 2004 年相比下降 14.59%。2005 年全年, 我国对美国、日本和香港地区出口金额共计 525.22 亿美元, 占纺织品服装出口总额的 44.69%。2005 年全

年, 对欧盟出口共计 188.63 亿美元, 与 2004 年相比增长 55.30%, 与 2005 年 1-11 月相比增幅下降了 1.81 个百分点。据统计, 2005 年全年, 我国纺织品服装对欧盟、美国的出口金额共计 384.39 亿美元, 与 2004 年相比增长 60.02%, 与 2005 年 1-11 月相比增幅下降了 0.6 个百分点; 对非欧盟、美国的出口金额为 790.96 亿美元, 与 2004 年相比增长 7.68%, 与 2005 年 1-11 月相比增幅下降 0.59 个百分点。

在主要进口国家和地区中, 排在前三位的是日本、台湾地区和韩国。2005 年全年对其进口的纺织品服装金额分别是 33.62 亿美元、32.12 亿美元和 26.31 亿美元, 与 2004 年相比分别下降 4.12%、下降 2.61% 和增长 1.18%。

### 珠三角纺织业遭遇严冬

输欧、美纺织产品配额不足, 珠三角的纺织企业正在经历它的严冬季节。年终普遍出现的裁员就是这一趋势的明显表征。佛山一服装企业的裁员率达到 30%, 大概走了 300 到 400 人。广东南海里水一家袜厂负责人则表示, 近期没有订单, 已有近 500 名员工提前放假, 若年后仍无订单复工时间将顺延。基于 2005 年出口的好势头, 多数厂家都增添了新设备, 也因此出现去年的招工热, 但现在情况很不好。

不少小厂已停工, 至于大厂由于资金规模庞大, 还能熬得住, 不过也不会像以前那样压货了。而以前以出口为主的企业, 现在则致力于扩大内销市场。实际上, 因配额问题紧缩生产规模的主要是中小企业, 其承受市场波动的能力普遍不强, 大企业抗压能力较强。据了解, 受欧美市场设限的纺织品去年出口额为 100 亿美元, 而中国去年纺织品出口总额为 950 亿美元, 受配额管制的纺织品比例总量应不大。

#### ◆.....◆ 【贸易机会】

公司名称: Bass Pro Shops(美国)  
地址: 1935 S. Campbell Ave., Springfield, MO 65807-2650, USA  
电话: 001 417-873-5000  
传真: 001 417-869-5912  
联系人: Dave Baker  
企业类型: 进口  
进口商品: 针织或钩编的男衬衫, 防水鞋靴

公司名称: Bauer, Inc., Eddie(美国)  
地址: 15010 N.E. 36<sup>th</sup> St., Redmond, WA 98052-5317, USA  
电话: 001 425-755-6100  
传真: 001 425-755-6383  
联系人: Wayne Badovinus  
企业类型: 进口  
进口商品: 女外衣, 运动服, 男衬衫



## “中国国际贸易促进委员会调解中心纺织专业委员会”成立

2006年2月10日，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与中国国际贸易促进委员会调解中心共同组建的“中国国际贸易促进委员会调解中心纺织专业委员会”在北京正式成立。标志着纺织行业调解工作正式启动。

该委员会的成立，将推动纺织行业调解工作的开展，有利于增强企业法律意识和加强行业自律，并为更好地维护企业利益，促进行业快速健康发展提供法律服务。

### 张延恺常务副会长在中国国际贸易促进委员会调解中心 纺织专业委员会成立仪式上的讲话

许坤元会长、张舟主席、杨华中部长、各位调解员：

今天，中国国际贸易促进委员会调解中心纺织专业委员会在各位的大力支持下成立了。首先，我谨代表委员会的各位调解员、以及贸促会纺织行业分会，对许坤元会长，张舟主席莅临本次成立仪式表示热烈的欢迎和衷心的感谢！

调解作为一种与法院诉讼、仲裁明显不同的法律争议解决方式，目前日益受到当事人的欢迎和采用。但是将行业服务组织与专业的法律服务机构结合起来，在行业内开展调解工作，在我国还并不多见，特别是在纺织服装行业中，成立专门的法律调解机构还尚属首次。我们成立调解中心纺织专业委员会的目的，就是要聘请纺织方面和法律方面的专家，结合纺织行业法律争议的特点，在以法律为依据的前提下，充分考虑行业特点，结合纺织专业知识，最妥善地处理纺织行业当事人之间的法律争议，从而达到通过调解维护我国纺织服装企业利益、为企业服务的目的。

贸促会调解中心是中国目前最具有代表性的商事调解机构，拥有雄厚的法律调解力量的强大和调解专业人员队伍。而贸促会纺织行业分会则是我国唯一的全国性纺织服装国际贸易促进机构，在纺织服装行业服务方面具有丰富的经验。特别是在中国纺织工业协会的领导下，贸促会纺织行业分会与各个纺织专业协会及其他相关单位已经建立起了非常紧密的合作关系。贸促会调解中心和贸促会纺织行业

分会在各自的领域都具有得天独厚的优势。因此，由贸促会调解中心与贸促会纺织行业分会共同组成调解中心纺织专业委员会，充分体现了纺织领域调解工作中法律与行业特点的结合，是名副其实的行业内法律调解机构。

此外，组成纺织专业委员会的各位调解员来自法律和纺织两个不同的领域，既有在法律领域具有丰富经验的法律专家，也有纺织服装各个行业的行业带头人和行业专家。纺织方面的调解员主要是通过运用自己在纺织方面的专业知识，同时发挥各自在行业内的威望和影响力，使当事人在不伤和气、不必对簿公堂的情况下就能找到妥善解决争议的方案，从而圆满地解决出现的法律争议。而来自法律方面的调解员主要是从法律的角度出发，保证当事人双方达成的和解协议基本上符合法律规定，并且在法律上能够得到执行。总之，调解中心纺织专业委员会由来自纺织及法律及两方面的调解员组成，就为纺织领域调解工作今后的顺利开展提供了坚实的保证。

随着调解中心纺织专业委员会的正式成立，标志着纺织行业调解工作的正式启动。首先，委员会的各位调解员，特别是来自纺织方面的调解员，应当在纺织行业中，特别是在自己所属的行业中，向广大企业积极介绍、推广调解这种法律争议解决方式，使更多的企业认识到调解的优越性，为我们的调解工作顺利开展创造良好的前提条件。同时，来自法律方面的调解员也应当更加关注纺织行业的发展情况，与来自纺织方面的调解员密切配合、共同

做好纺织行业调解工作。

春节刚过，一年之计在于春，我相信，在各位调解员的辛勤工作和共同努力下，我们的纺织法律调解工作一定会很快地发展起来，我

### 成立背景：

我国的纺织工业在改革开放以来，特别是在我国加入世界贸易组织、纺织品配额取消后，取得了突飞猛进的发展。我国纺织工业无论是在主要产品的产量，还是在纺织品服装的贸易量方面，都已经在世界上处在名列前茅的位置。与此同时，纺织工业又是目前我国市场化程度最高的行业，民营资本和外资已经成为纺织行业的主体。而且纺织企业的一个重要特点是，中小企业在纺织企业总数的绝大多数，因此随着纺织工业的发展，在市场化环境下，纺织企业、特别是中小纺织企业作为市场活动的主体就表现的空前活跃。而随之而来的是，企业在日常生产经营中遇到的法律纠纷也越来越多。调解中心纺织专业委员会成立的重要背景就是我国纺织工业的发展要求设立一个专业的法律服务机构，以协助我国纺织服装企业妥善应对在市场活动中日益增多的法律争议。

客观上讲，目前我国的纺织企业、特别是

### 机构介绍：

调解中心纺织专业委员会与其他的调解机构最大的不同之处就在于：调解中心纺织专业委员会是行业调解机构，委员会的调解工作完全是在纺织行业特点和法律相结合的基础上进行的。

应当说目前在我国已经存在了多种形式的调解，各种调解机构也已经陆续成立。但是像调解中心纺织专业委员会这样立足行业、为行业服务、将行业特点与法律相结合进行调解的行业调解机构在国内还并不多见。以往如果在纺织企业中发生法律争议，当事人无论是进行诉讼、仲裁，还是通过别的方式解决法律争议，当事人遇到的最大问题可能就是法院的法官或是仲裁庭的仲裁员对纺织行业的发展特点或者与纺织行业有关的专业问题不了解。因

们也会在调解中心纺织专业委员会这个平台上，为服务广大纺织服装企业贡献更大的力量！

谢谢大家！

中小企业的法律意识还不是很强，对市场经济运行的规则、特别是国际贸易规则又不熟悉，这样就导致了许多纺织企业在遇到法律纠纷的时候不知所措、以至于因为没有采取有效的措施而蒙受不必要的经济损失。除此之外，由于我国的企业历来就有在发生法律争议后不愿意到法院打官司、不愿将争议提交诉讼的习惯，因此为了维护广大纺织企业、特别是中小纺织企业的切身利益，也要求采取一种新的争议解决方式，妥善地解决在纺织行业中出现的法律争议。

贸促会纺织行业分会正是在充分认识到这种情况的基础上，为了更好地开展针对我国纺织企业的法律服务，决定与中国国际贸易促进委员会调解中心共同组建调解中心纺织专业委员会，从而更好地在纺织行业中通过调解更好地解决企业中出现法律纠纷，维护企业利益，促进行业发展。

此在解决争议的过程中往往要花费很多的时间、精力解决专业问题，而且在没有行业专家的参与下，法律争议还往往不能得到最妥善的解决。

调解中心纺织专业委员会将行业特点与法律相结合，就是既聘请法律专家、又聘请行业专家担任委员会的调解员。在调解的过程中，既依据法律，又充分考虑到行业特点。特别是来自纺织方面的调解员，主要是运用自己在行业中的威望和深厚的专业知识进行调解，这样就充分保证了当事人达成的和解协议或是调解中心出具的调解书既符合法律规定、又符合行业的实际情况，从而达到使当事人最满意的效果。

机构组成：

主任：张延恺 中国贸促会纺织行业分会常务副会长  
 副主任：林云峰 中国贸促会纺织行业分会副秘书长  
 穆子砺 中国贸促会调解中心副秘书长  
 秘书长：穆子砺（兼）

调解员名单（纺织专业）：

姓名	单位	专长
徐文英	中国棉纺织行业协会会长	棉纺织
彭燕丽	中国毛纺织行业协会理事长	毛纺织
张世平	中国麻纺行业协会理事长	麻纺织
郑植芝	中国化学纤维工业协会理事长	化纤
邢惠路	中国印染行业协会副理事长兼秘书长	印染
杨世滨	中国针织工业协会理事长	针织
杨东辉	中国家用纺织品行业协会理事长	家用纺织品
朱民儒	中国产业用纺织品行业协会理事长	产业用纺织品
王树田	中国纺织机械器材工业协会副理事长兼秘书长	纺织机械
陈大鹏	中国服装协会副会长兼秘书长	服装
杨纪朝	中国纺织工业协会副秘书长	纺织、管理
夏令敏	中纺网络公司 董事长	纺织、电子商务
张延恺	中国贸促会纺织行业分会常务副会长	纺织、展览
陈伟康	中国贸促会纺织行业分会副会长	纺织、展览
林云峰	中国贸促会纺织行业分会副秘书长	纺织、工业产权

调解员名单（法律专业）：

姓名	单位	专长
程 慧	中国贸促会调解中心	国际贸易法、合同法、
杨晓蕾	中国贸促会调解中心	国际贸易、商法、 公证
魏俊才	中国贸促会法律部	国际贸易法、合同法、公司法
陈 敏	中国国际经济贸易仲裁委员会	国际贸易法、投资法、证据法
范培康	中国贸促会联络部	合同法、国际经济法
郭 策	商务部公平交易局	国际贸易、投资法、反倾销法、反垄断法
刘建中	国务院港澳办	国际贸易、经营管理
肖 风	五矿公司法律顾问	国际贸易、投资法、企业管理
于 颖	原北京市高级人民法院法官	民法 合同法、国际经济法
武德瑞	中国贸促会北京分会法律部	经济法、合同法、国际贸易法
韩立德	大通货运公司法律顾问	国际贸易、国际运输
刘红宇	北京陆通律师事务所	合同法、侵权、房地产、证券
方 军	北京市金台律师事务所律师	公司法、合同法、金融法
柴志伟	北京中创律师事务所律师	贸易法、金融法、知识产权
詹 敏	北京中咨律师事务所律师	经济法、合同法

中国国际贸易促进委员会调解中心纺织专业委员会秘书处：

联系人：黄晓亮 张嘉

地址：北京市东长安街12号308室

邮政编码：100742

电话：010-85229380 85229282

传真：010-85229633

电子邮件：[texlaw@ccpittex.com](mailto:texlaw@ccpittex.com)

网址：[www.cntextilelaw.com](http://www.cntextilelaw.com)

### 有关调解的基本知识：

目前在国际上解决商事（经济贸易）争议的途径主要有四种，分别为：协商、调解、仲裁和诉讼。在这当中，需要特别强调的是，调解在解决商事争议中正在发挥着越来越重要的作用，而且在国际上越来越受到当事人普遍的重视和采纳。

在中国，调解的历史源远流长，中国人自古以来就有“礼之用，和为贵”、“天时不如地利，地利不如人和”、“和气生财”等哲学思想

和处世观念。在中国的司法和仲裁实践中，也一直非常重视调解，大力倡导“诉讼与调解相结合”；“仲裁与调解相结合”的做法，得到国际上广泛赞誉，被誉为“东方经验”和“中国经验”。自改革开放以来，特别是“入世”以来，随着国际经济、贸易交往的逐年增多，调解事业均有了长足的发展，在解决国内外经贸纠纷，构建和谐社会过程中发挥重要作用。

### 调解具有的优势及作用：

调解具有的优势包括：程序灵活，简捷便利；费用低廉，节省时间；不伤和气，保持合作；平等协商，力求双赢。

关于商事调解的作用：

第一，从法律意义上讲，通过调解这种方式帮助当事人息争止纷，在具体进行的过程中，必然要参照有关的法律规定，调解后的结果，也会产生新的法律后果，如达成和解协议或由调解机构作出调解书等；

第二，经济发展上讲，当事人的纠纷得到解决，节省了当事人的时间和金钱，间接上促进了国内外的经济贸易的发展，这也是不言而喻的；

第三，从社会意义上讲，通过对当事人调解工作，争议解决，矛盾消除，使当事人继续保持合作关系；进而有利于构建稳定、和谐的社会关系、社会秩序。

### 调解的原则：

在商事调解过程中一般要遵循以下原则：

（一）当事人意思自治原则。当事人要在自愿的基础上达成调解协议，在调解程序、调解机构、调解员、调解地点等方面都要体现出当事人的意思自治，不得有丝毫的强迫和勉强。在调解的过程中，任何一方当事人在任何阶段，都可以要求退出调解程序，中止调解程序。

（二）独立公正原则。所谓独立，一方面

是指调解机构本身是独立的，不隶属于任何行政机关；另一方面是指调解员在审理案件过程中，独立办案，不受任何政府部门、有关单位及个人的影响和干预。所谓公正，一方面是指调解员本身要为人正派、办事公道；另一方面是指调解员在审理案件时要站在公正的立场上，不偏不倚，不能代表任何一方的利益。

（三）查明事实、分清是非原则。当事人之间发生争议后，往往各执一词，自认为有理，

因为当事人不能真实地认识到自己的正确与错误、守约与违约、优势与劣势。而调解员经过认真审阅双方提交的材料，听取双方的陈述，就能够客观、全面地分析案情，指出问题的关键所在，指出双方的是非曲直，在此基础上进行调解，就会出现较好的效果。

**（四）依据法律，参照国际惯例，结合公平合理原则**

调解员在查明事实、分清是非的基础上，应当依据法律的有关规定，明确当事人之间的权利义务关系，从而便于确定承担赔偿责任的方式以及赔偿数额的大小。当法律没有相关的规定时，调解员可以参照有关的国际惯例或行业惯例，亦可按照公平合理的原则精神处理双方的争议。

**（五）互谅互让、友好协商原则**

调解工作是一项艰苦细致的工作，对于调解员来说，需要的是耐心和信心，对于当事人

来说，需要的是诚意和虚心。任何一方当事人如果只强调自己的利益，不考虑对方的利益；只要求对方让步，不能作到自己让步，那么，就很难达成和解协议。只有在互谅互让的基础上，双方达成了和解协议，早日解决了纠纷，当事人的利益也就真正得到了保护。

**（六）保守商业秘密原则**

保守商业秘密是解决商事争议应遵循的一项重要原则。一方面，它体现在调解的整个过程不得公开：调解员和当事人以及当事人的代理人，证人，调解员聘请的专家和经办案件的秘书人员等一切案件参与者都不得向外界透露该案的程序进展情况和实体上争议的内容；另一方面，一旦调解失败，当事人不得在之后的仲裁程序中或诉讼程序中，引用调解员和各方当事人在调解过程中提出过的、建议过的、承认过的和表示愿意接受的任何意见和建议，作为其起诉或答辩的依据。

## 基本程序：

### 当事人如何通过调解中心纺织专业委员会进行调解

#### 一、当事人在订立合同时应当加入调解条款

调解中心纺织专业委员会根据当事人在争议发生之前或者在争议发生之后达成的调解协议和任何一方、双方或多方当事人的申请受理案件。当事人之间没有调解协议，一方当事人申请调解的，调解中心纺织专业委员会也可以受理，并征求对方当事人的意见。凡当事人同意将争议提交调解中心纺织专业委员会进行调解的，均视为同意按照调解中心的调解规则进行调解。但当事人另有约定且调解中心纺织专业委员会同意的，从其约定。

为此，调解中心纺织专业委员会建议企业在订立合同时加入如下调解条款：

**“本合同之各方当事人均愿将因本合同引起的或与本合同有关的任何争议，提交中国国际贸易促进委员会/中国国际商会调解中心纺织专业委员会，按照申请调解时该中心现行有效的规则进行调解。经调解后如达成和解协议或调解员根据该和解协议的内容作出调解书，各方都要认真履行该和解协议或调解书中所载之各项内容。”**

#### 二、当事人向调解中心纺织专业委员会秘书处

#### 申请调解

当事人之间发生法律争议后，可向调解中心纺织专业委员会秘书处提出申请，并按下述要求及程序办理：

**（一）提交调解申请书（一式四份），其中应写明及/或提供：**

1. 申请人和被申请人的名称（姓名）和地址、邮政编码、电话、传真、电子邮件(E-mail)等；
2. 调解所依据的调解协议；
3. 争议事实、证据材料和调解请求；
4. 其它应当写明的事项。

**（二）如聘请代理人参与调解程序，应提交书面授权委托书。**

**（三）在调解中心纺织专业委员会调解员名册中，选定或委托调解中心纺织专业委员会代为指定一名调解员。**

**（四）如当事人在争议发生前或发生后达成调解协议或就以调解的方式解决争议达成一致，则由申请人及被申请人按照本规则所附调解收费表的规定分别预交调解费的**

50%。

(五) 如申请人在提出调解申请时尚未与被申请人取得联系,或双方尚未就以调解的方式解决争议达成一致,则申请人在提交前述材料的同时按照本规则所附调解收费表的规定先预交调解费的50%。

(六) 调解中心收到调解申请书及其附件后,经审查完毕,立即转送给被申请人一式一份。被申请人应在收到上述文件之日起15日内确认同意调解并在调解中心的调解员名册中选定或委托调解中心代为指定一名调解员,同时按照本规则所附调解收费表的规定预交调解费的50%。

(七) 调解被申请人未在第十四条规定的期限内确认同意调解的,视为拒绝调解;在规定的期限届满后确认同意调解的,是否接受,由调解中心决定。

### 三、调解员选定或指定

申请人和被申请人应从调解中心纺织专业委员会调解员名册中分别选定一名调解员,当事人也可共同选定独任调解员调解案件。调解中心纺织专业委员会认为增加指定一名首席调解员更有利于调解的,还可以指定一名首席调解员。在任何一方当事人在调解中心规定期限内未选定调解员或任何一方委托调解中心纺织专业委员会指定调解员的情况下,调解中心纺织专业委员会指定调解员。

调解中心纺织专业委员会建议当事人从纺织专业及法律专业调解员中各选定一人进行调解。

### 四、进行调解

调解员可以采用其认为有利于当事人达成和解的方式对争议进行调解。这种方式包括但不限于:

(一) 调解程序开始之后,调解员可以单

独或同时会见当事人及其代理人进行调解;

(二) 调解员单独会见一方当事人的,可向他方当事人通报单独会见的情况,当事人另有要求的除外;

(三) 调解员可以对争议进行面对面的调解,也可以进行背对背的调解;

(四) 在调解过程中,调解员可以要求当事人,提出书面或口头的建议或方案;

(五) 调解员可以根据具体案情,在征得当事人同意后,聘请有关专家就技术性问题提供咨询建议或鉴定意见;

(六) 调解员可以要求当事人提交补充材料;

(七) 在调解过程中,调解员可以根据已掌握的情况,依据公平合理的原则,向当事人提出解决争议的建议;

(八) 经过调解,在当事人之间仍无法达成和解的情况下,调解员可以提出最后的建议或方案。

调解在调解中心纺织专业委员会秘书处所在地进行。如当事人另有约定,经调解中心纺织专业委员会同意,或由调解中心纺织专业委员会建议并经当事人一致同意,亦可在其它地点进行。由此产生的费用,由当事人承担。

### 五、和解协议或调解书的效力及执行

经过调解,如当事人达成和解协议,由各方当事人在和解协议上签字及/或盖章,应当当事人的要求,调解员可根据和解协议的内容,作出调解书,由调解员在调解书上签字并加盖调解中心的印章。除非为执行或履行之目的,和解协议或调解书不得公开。

当事人达成和解协议或由调解员出具调解书后,当事人就应按照和解协议或调解书执行,当事人还可将和解协议或调解书提交中国国际经济贸易仲裁委员会仲裁,仲裁庭将根据和解协议或调解书的内容作出裁决。

### 示范调解条款:

“本合同之各方当事人均愿将因本合同引起的或与本合同有关的任何争议,提交中国国际贸易促进委员会/中国国际商会调解中心纺织专业委员会,按照申请调解时该中心现行有效的规则进行调解。经调解后如达成和解协议或调解员根据该和解协议的内容作出调解书,各方都要认真履行该和解协议或调解书中所载之各项内容。”

## 科技创新未来

### 首届中国国际纺织新技术及化学品展览会举办在即

由中国纺织工业协会主办，中国贸促会纺织行业分会、纺织工业科学技术发展中心、中国纺织工程学会、中国化学纤维工业协会、中国印染行业协会、中国棉纺织行业协会共同承办的首届“中国国际纺织新技术及化学品展览会 (China Newtex)”将于 2006 年 10 月 18-20 日在北京中国国际贸易中心举办！该展览会是目前国内首次、也是唯一以纺织高新技术为主题的专业展览会，届时将为业界打开一道纺织工业的科技创新之门。

随着中国加入 WTO 和全球产业转移的不断加快，中国已经成为纺织服装制造的第一大国，但关键技术自给率低；中国是纺织品贸易大国，但产品主要以贴牌和加工形式出口；中国是资源消耗大国，但单位资源的平均产出不到发达国家的十分之一。面对这种客观形势和国际纺织品服装市场的激烈竞争，中国的纺织业亟待创新与升级。中国纺织工业协会在《纺织工业科技进步发展纲要》中指出：“要实现从纺织大国到纺织强国的目标，使产业从全球价值链的低端升级到高端，只有依靠科技创新来提高企业的核心竞争力，并为企业发展提供强大而持久的动力”。这也正如胡锦涛总书记在 2005 年全国科学技术大会上所提出的：“当今时代，谁在知识和科技创新方面占据优势，谁就能够在发展上掌握主动。”

中国国际纺织新技术及化学品展览会 (China Newtex) 正是在整个纺织产业变革的大趋势下应运而生，展会内容涵盖了纺织新材料、高新工艺技术、纺织化学品和浆料、环保技术、节能技术、检测技术及标准认证等。主办方将秉承高效务实的办展作风，旨在为未来纺织领域中不断推出和最新发展的创新技术提供一个展示、交流、推广、交易的平台，为研发机构与生产企业间的结合架起桥梁，为企业利用先进技术创造经济效益和社会效益寻求最佳解决方案，这将是汇集国内及海外近年来行业最新技术、新成果、新产品的盛会。

#### ● “展”“会”并举，静态展示与动态交流结合

本届展会的一大特点是“展”“会”并举，静态展示与动态交流结合。在利用展会平台对纺织新技术、新成果进行展示的同时，“2006 年度中国纺织工业协会科学技术奖励大会”、“中国纺织工程学会学术年会”、“浆料和浆纱技术 2006 年年会”等专题会议将在同期召开。展会现场则将主要围绕当前纺织行业迫切需要解决和普遍关注的技术问题以及发展走向，定向组织科研机构、高校、相关企业及用户进行交流研讨、项目推介、项目合作等一系列高水平、高质量的技术活动。届时，台湾纺织业

界还将举办专场技术交流研讨和商务洽谈活动。此间举办的一系列展览展示、技术会议、技术活动，都旨在推动产业技术进步、使技术活动与展览会互动、参会者与参观者达到资源共享。此外，由中国纺织工业协会主办的“第十届中国国际纺织机械展览会 (CITME2006)”也将与本届展会同期举办，展出来自海内外的大量新型技术设备。可以预见，金秋十月的北京，将有一场聚集海内外纺织产业从设备、材料、到工艺及相关技术创新的盛会。

#### ● “产”“研”对接，务求实效

科技创新是一种风险投入，企业科技创新的动力来自于高瞻远瞩的战略，来自于明确的市场定位和对提高核心竞争力的持续追求。新技术的开发，最重要的是要能够转化成生产力，在行业内具有应用价值。本着高效、务实和

为行业服务的原则，展会主办方特在展览会网站中开设了“科技动态”和“产研对接”两个栏目，一方面是企业了解纺织科技的最新发展提供专业的信息支持，另一方面希望对技术成果转化为生产力起到有利的推动和促进作



用。此外，主办方还将借助展会平台为研发机构与生产企业的对接与合作创造条件，建立产研“直通车”，从而有效地帮助科研院所和高校将新技术向企业进行成功的转移，同时使企

### ● 特色服务更加完善

创新完善的服务是本展会的另外一大特点。主办方将在展前根据参展新技术、新成果的应用领域，为产研双方牵线搭桥，创造合作机会；根据参展商的需求，定向邀请专业观众与用户前往展会参观洽谈；根据技术活动的特

业在引进、消化、吸收新技术的同时积极培育自主创新的能力，促进企业实现技术的跨越式发展，最终形成新兴技术为产业发展服务，行业市场需求带动技术创新的互动局面。

点，定向组织专业观众参会，以达到技术交流、推广的最佳效果；展会现场将按不同的技术主题进行分区，展品区域安排更为清晰、明确，更具专业性和系统性。

此外，本届展览会还将与同期举办的中国国际纺织机械展览会（CITME2006）以及各个技术会议间开通免费班车，让专业观众不错过一场“盛宴”，轻松享受这道纺织展会的饕餮大餐。

中国国际纺织新技术及化学品展览会，将以其权威的行业号召力、专业化的运作、细致的服务吸引更多来自各地的专业观众亲临现场参观与洽商。相信金秋十月的盛会让每一个参与者都会有所收获！

详情请登录网站：[www.newtexfair.com](http://www.newtexfair.com)

## 2006 深圳国际纺织面料及辅料博览会火热招展中

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）有限公司和深圳服装行业协会共同主办的深圳国际纺织面料及辅料博览会将于2006年7月25日至27日在深圳会展中心举办，展品涵盖各类纺织面料、辅料，专业媒体以及出版物，展出面积将达7500平方米。

广东省是我国第一服装大省，经过多年的发展已成为全国重要的纺织工业生产基地、集散市场中心和出口基地，并具有强大的纺织产业集群优势。而深圳作为我国重要的女装品牌生产和销售城市，拥有服装企业3000家左右，自创品牌企业600多家，品牌1000多个。快速发展的纺织服装业使得面料需求市场日渐扩大，为深圳国际纺织面料及辅料博览会的发展奠定了坚实的基础。此外，深圳会展中心的设施与环境也为展会创造了良好的发展空间。

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会，作为纺织行业众多品牌展会的主办方，拥有着无法比拟的行业背景和丰富的办展经验，法兰克福展览公司亦是国际知名的专业展览机构，加之深圳服装协会强大的地区影响力和号召力，皆为展会的发展地专业化运作提供了有力的保障。目前，展会招展工作已经全面启动，企业为了开拓珠三角市场，参展热情高涨，报名积极踊跃。据悉，第六届中国（深圳）国际品牌服装服饰交易会也将与本届展会同期同地举行。

深圳国际纺织面料及辅料博览会，承载着企业开拓华南市场的厚望和期待，在主办单位的精心培育下，必将成为华南地区最具影响力的纺织面料辅料盛会！

联系电话：010-85229555 85229440

## 引领时尚趋势 竞现科技魅力

### 第十二届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会开幕在即

第十二届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会将于2006年3月28日至3月30日在北京展览馆隆重揭幕，该博览会由中国纺织工业协会主办，中国国际贸促会纺织行业分会、中国纺织信息中心、法兰克福展览（香港）有限公司共同承办。届时，新品荟萃的展会现场不仅可以为展商创造无限商机，也将为与会观众带来国际全新资讯，引领业内流行新时尚。

为满足众多企业的参展需求，本届展会将增设3个临时馆，展出面积达30,000平方米，汇聚来自中国香港、中国台湾、德国、意大利、印度、日本、韩国、土耳其、英国、美国等17个国家和地区的600余家展商，展品涵盖棉、麻、丝、毛、化纤、功能面料、针织、绣花蕾丝、辅料、计算机辅助设计和媒体等。德国、意大利、日本、韩国、泰国及中国台湾将再次组成国家/地区展团亮相博览会。在国外面料厂商拼抢中国市场的同时，中国面料企业也毫不示弱，众多纺织面辅料知名企业继续携带新品云集京城，广东西樵、吴江盛泽、浙江萧山、麻纺协会皆以展团形式参展。

强大的商贸功能使得中国国际纺织面料及辅料博览会蜚声业内，是国内纺织行业人气指数最高的展会之一。组委会与展商、观众间

的有效互动也构成了展会发展的良性循环，招展火爆、现场的人气与展商观众的收获成为对组委会最好的回馈。据统计，05春夏面料展共吸引了来自76个国家和地区的17365名专业观众，其中海外观众比例为15%，本届展会预计到场观众将达20000余名。为了减少观众排队入场时间，组委会在展会网站开通了观众在线预登记系统，经过几届展会的推广使用，网上预登记观众人数逐渐增多。此外，为了方便观众现场参观，组委会依然按照展品类别进行展馆分布，有效提高参观秩序和参观质量。

传递时尚资讯、引领时尚潮流，一直是interTEXTILE面料展担当的重任。今年中国面料流行趋势以慢设计、混搭设计、婉约设计和酷设计为主题，07年春/夏潮流将以简约美、现实感、异域艳和闲暇乐为主题，将分别在12号馆及11号馆的流行趋势发布区进行展示。此外，展会组委会还将组织一系列丰富多彩的技术交流活动，来丰富展会的内涵，为展商和观众提供实实在在的服务。

引领时尚趋势、竞现科技魅力。中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会将以有限的展出面积搭建充满无限商机的精美舞台。三月面料展，值得我们期待！

#### 【贸易机会】

公司名称：BAUMGARTNER INC(美国)  
地址：1404 Dogwood Way, Mebane, NC 27302-9115, USA  
电话：001 919-563-5989  
传真：001 919-563-6470  
联系人：Paul Jadot  
企业类型：进口，制造  
进口商品：植物纺织纤维，工业脂肪醇

公司名称：BCTC Corp. (美国)  
地址：5901 S. Eastern Ave., City of Commerce, CA 90040, USA  
电话：001 323-888-9388  
传真：001 323-888-0266  
联系人：David Chen  
企业类型：进口  
进口商品：成衣附件及零件，棉机织物