

# 纺织贸促

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

2007 年第三期  
(总第 148 期)  
2007 年 3 月 15 日

## 【经贸动态】

- P5 ■ 世贸组织规则下我国补贴制度急需重新定位
- P5 ■ 美国欲撤销对华永久正常贸易关系
- P5 ■ 我国纺织服装行业加快外贸增长方式转变取得新进展
- P5 ■ 中国纺织服装产品出口单价继续提高
- P6 ■ 努力减少顺差, 密切关注形势变化
- P6 ■ 人民币升值速度我们还是可以接受的

## 【国际市场】

- P7 ■ 各国原产地规则对我国纺织业的影响
- P7 ■ 日本的纺织服装企业加强商品开发和成本控制
- P8 ■ 坦桑尼亚纺织品出口南部非洲免税
- P8 ■ 关注化纤布出口欧盟
- P8 ■ 投资越南风险与机遇并存
- P8 ■ 俄罗斯服装进口大幅增长
- P8 ■ 白俄罗斯纺织产业现状
- P9 ■ 2006 年中国与土耳其纺织品服装贸易情况
- P9 ■ 我牛仔服占欧盟市场 40%

## 【政策法规】

- P10 ■ “印染(棉)行业清洁生产审核指南”
- P10 ■ 出口羽绒服的羽绒羽毛“标签”标准
- P10 ■ 商务部调整纺织品出口计量单位
- P10 ■ 对纺织产品实施“市场准入制”迫在眉睫

## 【行业动态】

- P11 ■ 2007 年我国纺织工业产能扩大速度将放慢
- P11 ■ 我国纺织品低成本优势正在削弱
- P11 ■ 预计 2007 年我国纺织服装行业继续健康稳定较快发展
- P11 ■ 印染行业自主研发推动技术进步
- P12 ■ 国外玉米纤维及纱线动态

## 【关 注】

- P13 ■ 纺织品服装“转口贸易”
- P13 ■ 2006 年我国面料行业内销出口两旺
- P14 ■ 2006 年我国纱线产量统计
- P14 ■ 2007 年 1 月我国纺织品服装进出口增长

## 【特别报道】

- P16 ■ 中国国际针织博览会独立成展
- P17 ■ 中国国际针织博览会自设门槛拒绝常规产品
- P18 ■ 中国纺织品服装贸易展览会(欧洲)9 月移师法国

## 【展会专题】

- P19 ■ intertextile 北京面料展再续新篇
- P20 ■ 面料展放缓增速做“减法”
- P20 ■ 日本企业携新品参展“intertextile 北京 2006”
- P21 ■ 中国国际纺织纱线展览会主打创新牌
- P22 ■ 花式纱线广泛用于家纺
- P22 ■ 纺织贸促会展览部副主任黄尺木解读纱线展
- P23 ■ 中国国际纺织纱线展览会企业新品介绍
- P24 ■ 欢迎参展美国国际产业用纺织品展览会

## 服务企业，是我们会员工作的出发点

新年伊始，会员工作已经作为一件非常重要的事情提上了纺织贸促会的工作议程。

会员工作开展困难，特别是商协会的会员工作开展比较困难。究其原因，一方面，现在民营经济成分已成为中国纺织服装行业最活跃、最重要的力量，他们在生产经营过程中接收着大量的来自各种机构的成为会员的邀请函，孰是孰非，选择哪个？对企业有时是无奈，甚至是茫然。另一方面，来自商协会对会员的单一服务，笼统服务，由于缺乏针对性和实效性，而使企业对成为会员的积极性大打折扣。与其成为商协会会员，到不如成为阿里巴巴商务网站的会员。因为在市场经济社会里，企业都是讲究实际的，要看得见、摸得着。

那么，我们开展会员工作是否还有生命力？我们的出路在哪里？

中国贸促会纺织行业分会作为中国纺织服装行业最大的贸易促进机构，作为一个成立近 20 年的已经拥有大量而丰富的国内外会展资源、联络资源、信息资源等服务性资源的组织机构，开展会员工作应该大有前途可为。出路就在于如何将我们的服务性资源更好地与企业结合，如何在服务的内涵与细节上下功夫，如何在服务的手段与形式上下功夫。

譬如，我们举办了涵盖纺织服装产业链的系列大展，我们拥有了众多的展商和观众资源，我们可以通过短信群发、邮件群发、网络商务平台、通讯刊物等媒介手段，定期向这些企业发送展会的及时信息、回答他们关于参展技巧和参展、参观咨询、推介国外有影响力的展会、介绍最新国内外贸易信息和贸易机会、介绍国内外市场动态、经贸动态、贸易纠纷的协调和知识产权保护的咨询等等，只要服务到家了，相信这些企业对成为我们的会员是很有兴趣的。

我们目前对会员是不收费的，“免费的午餐未必不是精美的大餐”，因为我们在用心为企业提供服务。

主 编

中国国际贸易促进委员会 纺织行业分会  
中国纺织工业协会纺织国际贸易促进中心

—— 纺贸促（2007）7号

关于邀请贵单位为我会会员单位的函

各有关单位：

我会为中国纺织工业协会（前纺织工业部）成员单位，成立于1988年，同时使用“中国国际商会纺织行业商会”和“中国纺织工业协会纺织国际贸易促进中心”名称，由中国纺织工业协会和中国国际贸促会领导，承担着中国纺织工业协会市场部的职责。成立十多年来，致力于促进中国和世界各国（地区）纺织服装业的贸易往来和经济技术合作，立足为纺织行业服务，为企业服务，以我们高质量的工作促进纺织服装行业的不断发展，协助企业开拓国内外两个市场。

为了向企业提供更好的贸易促进服务，我会拟发展部分行业内有一定实力和品牌知名度的企业成为我会会员单位。**入会免交会费，并享受以下服务：**

1. 免费定期接收展会参展、参观信息并接受参展咨询，优先安排参加我会组织的境内外纺织服装业国际展览会、博览会。
2. 免费定期接收我会组织的经贸出访团组信息并接受咨询，优先安排参加我会组织的出访团组，进行境外参观展览、技术交流、市场考察、扩大贸易渠道等促进中外合作的活动。
3. 优先享受我会提供的各项法律服务，并免费成为中国纺织法律服务网（[www.cntextilelaw.com](http://www.cntextilelaw.com)）会员。
4. 优先参加我会组织的各种技术交流、经贸洽谈、国际贸易知识的培训、报告会。
5. 免费获得我会刊物《纺织贸促》通讯。具备上网条件的可通过登陆我会网站浏览内容更丰富的《纺织贸促》通讯网络版。我会网址：[www.ccpittext.com](http://www.ccpittext.com)。
6. 全面使用我会网站提供的会员商务平台。
7. 免费获得我会提供的国际纺织服装市场贸易信息。
8. 优惠在《纺织贸促》通讯上刊登本单位的企业介绍及产品信息。
9. 向会员单位提供其它咨询服务。

**会员单位的义务：**

- 1、 积极参加我会组织的各项活动。
- 2、 主动介绍和交流本企业发展情况。
- 3、 协助我会进行有关促进行业发展的活动。
- 4、 对纺织贸促工作积极提出建议。

请填写会员入会申请表，经审核合格后，即成为我会会员，并颁发会员证书。

【中国国际贸易促进委员会纺织行业分会会员章程】和【中国国际贸易促进委员会纺织行业分会会员工作条例】，请登录纺织贸促网浏览：[www.ccpittext.com](http://www.ccpittext.com)/会员天地

联系方式：北京东长安街12号436室 100742  
电话：010-85229096/85229645

中国国际贸易促进会纺织行业分会 信息部  
传真：010-85229196

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会  
纺织国际贸易促进中心  
二零零七年二月

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  
中国纺织工业协会 纺织国际贸易促进中心

## 企业会员入会申请表

会员号   
(不填、待批)

请用正楷认真填写以下表格，盖好公章，并传真或寄至：

中国国际贸易促进会纺织行业分会  
北京东长安街12号436室 100742  
电话:86-10-85229645, 85229096 传真:86-10-85229196

### 1、企业信息：

公司名称(中文)：\_\_\_\_\_  
公司名称(英文)：\_\_\_\_\_  
公司地址(中文)：\_\_\_\_\_  
公司地址(英文)：\_\_\_\_\_  
区号：\_\_\_\_\_ 公司电话：\_\_\_\_\_ 公司传真：\_\_\_\_\_  
邮编：\_\_\_\_\_ 公司总经理(厂长)：\_\_\_\_\_ 公司销售负责人：\_\_\_\_\_  
网址：\_\_\_\_\_ 公司成立年份：\_\_\_\_\_  
公司属地：\_\_\_\_\_省\_\_\_\_\_市

### 2、联系人信息：

会员联系人：\_\_\_\_\_ 职务：\_\_\_\_\_ 联系人电子邮箱：\_\_\_\_\_  
联系人手机：\_\_\_\_\_ 联系人电话：\_\_\_\_\_ 联系人传真：\_\_\_\_\_

### 3、公司性质：(请打√)

01 国有 02 集体 03 私营 04 中外合资 05 外商独资 06 其它, (请注明)\_\_\_\_\_

### 4、行业选择：(请打√)

01 棉纺 02 服装 03 麻纺 04 毛纺 05 丝绸 06 针织 07 化纤 08 家纺  
09 印染 10 产业用 11 纺机 12 贸易 13 综合 14 新闻/媒体 15 商协会

### 5、单位简介：(除概况外还包括主要产品及产量, 设备水平, 此栏不够可加页, 中英文对照填写)

### 6、主营产品或服务：

公司印章或签名：\_\_\_\_\_ 填表日期：\_\_\_\_\_

## 世贸组织规则下我国补贴制度急需重新定位

过去, 补贴在我国经济建设中发挥了重要作用, 是国家经济调控的重要手段之一。随着我国入世过渡期的结束以及越来越多的国家承认我国的“市场经济地位”, 我国成为国际反补贴主要目标的可能性也越来越大, 因此, 迫切需要在世贸组织规则下重新定位我国补贴制度。

我国作为市场经济体制下的发展中国家, 补贴价值取向应以经济主权原则为基础, 以发展本国产业为着眼点, 以实现国际贸易的自由和公平为目标。

用足、用好不可诉补贴和“绿箱”补贴。例如, 出口退税是世贸组织规则允许的, 国际上通行的一种鼓励出口的政策措施。根据《补贴与反补贴措施协议》附件 1~3 条规定, 只要出口退税的金额不超过该产品实际所含间接税金额, 出口退税就不属于出口补贴。因此, 完善我国当前由于出口退税制度不, 使出口退税迅速到位, 促进我国纺织服装产业的健康发展, 避免我国成为国际反补贴调查的众矢之的, 已经迫在眉睫。

## 美国欲撤销对华永久正常贸易关系

我国商务部驻美使馆经商参处近日发文, 由于美国 2006 年对外贸易数字出炉后, 其国内各方正在对布什政府施压, 要求对华采取更强硬的贸易政策, 所以, 此前的反补贴仅是一个开始。

美各界均施压美政府对华采取更强硬的贸易政策, 反补贴诉讼可能是一个开始, 北京

WTO 事务中心首席分析专家程大为预计, 在中国更广泛地获得完全市场经济地位后, 未来 5 年的贸易争端将更多地会发生在反补贴领域。为了预防未来反补贴案件的爆发, 在走过入世 5 周年之后, 已经应该开始重点防守这个领域了。

## 我国纺织服装行业加快外贸增长方式转变取得新进展

2006 年以来, 我国纺织服装行业按照科学发展观和构建和谐社会的要求, 在保持对外贸易平稳较快增长的同时, 着力优化进出口结构, 积极推动外贸增长方式转变, 取得了新的成效。2006 年, 我国政府、中国纺织工业协会等有关部门积极落实中美、中欧纺织品协议, 加强监测分析, 完善管理手段, 降低产品

成本, 开发新产品, 大幅度提高配额的使用率。2006 全年, 我国纺织服装出口 1470 亿美元, 同比增长 25.08%, 比去年提高 4.3 个百分点。我国纺织服装企业努力开展自主品牌建设, 提高自主品牌国际竞争力, 推进加工贸易转型升级。

## 中国纺织服装产品出口单价继续提高

法国法国纺织工业联合会 (UIT) 新闻发言人最近提醒注意, 2005 年中国纺织服装产品的单价确实太低, 2006 年起开始上涨, 2007 年将会继续上涨, 这意味着中国产品的质量获得了提高。

据 IFM (法兰西时装学院) 最近向 50 家欧盟订货商的调查, 明确地证明了中国已经具备生产各种档次产品的能力, 而土耳其和马格里布地区国家只能生产中低档产品。因此, 虽然

中国纺织业的竞争力有所下降, 但是 2006 年中国纺织服装的出口形势继续看好, 增长了 25.3%。无论是出口美国市场还是欧盟市场, 中国的出口业绩都不错。虽然第一季度向欧美市场出口下降, 但是到第二季度就上来了。2006 年 1-11 月, 欧盟从中国进口增长 9%, 美国增长 13%。同期, 法国从中国进口纺织制成品增长 6%, 服装增长 14%。

## 努力减少顺差，密切关注形势变化

我国贸易顺差大幅攀升，外汇储备急剧增加，引起国内外高度关注，甚至有人认为减顺差成为宏观经济调控的首要问题。

从最近的调研和各地的反映来看，减顺差要防止外部需求减弱对经济增长和就业的冲击。我国出口增长不仅有国际市场的需求，国内企业竞争力的提升，还是国内产业寻求市场空间，提供就业机会的要求。如果片面控制出口增长，特别是用一些行政手段限制企业经营，很可能造成一些突发性的市场流失和失业，并且企业在丢掉市场份额后要想再重新占领这块市场，难度是很大的。因此，地方上对人为限制出口规模反响较大，而对扩大进口认识比较统一，但如何扩大进口，措施有限。

我国加工贸易顺差越来越受到关注。针对加工贸易中存在的问题，采取的政策措施主要是实行商品分类管理，在产业和产品准入上建立目录管理，不断将新的产品纳入了禁止类和

限制类目录。在以产品目录为基础的管理中，对东部和中西部实施差别待遇，引导东部加工贸易向中西部转移。

中央强调，必须坚持从国情出发，多方采取措施，促进国际收支基本平衡，并做了具体部署，主要包括以下三个方面：一是正确处理投资和消费、内需与外需的关系。其中，最根本的是扩大国内消费需求，当前工作的着力点是“调投资、促消费、减顺差”。二是加快调整和完善对外经济发展模式，提高对外贸易和利用外资质量和水平。三是继续实施稳健的货币政策，完善金融宏观调控机制。中央关于促进国际收支平衡的战略部署和具体政策，为实现国际收支基本平衡提供了有力保障。但是，也要看到，上述政策调整需要一定时间，政策实施效果显现也需要一定时间。所以，实现国际收支平衡的努力艰巨而漫长。

## 人民币升值速度我们还是可以接受的

在十届全国人大五次会议上，中国纺织工业协会会长杜钰洲在谈到对于人民币的升值问题时，“目前而言，人民币升值速度我们还是可以接受的。”

他指出：“去年进出口贸易摩擦是一个综合性的问题，比如纺织的贸易顺差占整个当年贸易顺差的72%，就是说其他行业的加工贸易

多，加工贸易基本上就是劳动力。相比而言，纺织是以一般贸易为主，从棉花，到化纤生产，一直到最终产品，这个产业链都是中国的，因此在政策上是应当支持的。一美元的纺织出口拉动的就业要比一美元的加工贸易多得多，光靠700万吨的天壤纤维，就可以养活1亿农民，再通过纺织的深加工，会很有力的拉动就业。”

### 【贸易机会】

#### 巴基斯坦求购面料

公司：Cynen Surgical International

地址：Ibrahim Pura Pakistan

联系人：Sultan Akhter

电话：0092-52-6157844

传真：0092-52-3598005

#### 希腊求购军用服装

公司：Konstantinos Moraglis

联系人：Miss Diane

电话：0030 2610 342912

传真：0030 2610 318014

邮箱：[moraglis@otenet.gr](mailto:moraglis@otenet.gr)

## 各国原产地规则对我国纺织业的影响

### ● 美国、北美自由贸易区原产地规则对我国纺织服装业的影响

美国纺织品服装原产地规则种类繁多，内容复杂，具有明显的排他性特征，而且其指向非常明显，主要针对中国和一些发展中的亚洲出口加工国。

美国的原产地规则通过区域性优惠贸易安排以及与一些国家签订的纺织品服装协定使中国在世界上的服装纺织品的竞争地位受到严峻的挑战。由于新原产地规则的影响，1996年上半年美国纺织品和服装进口中，中国已从上年同期的第一位降至第三位，其中美国纺织品进口中，中国由第二位退居到第四位，整个亚洲纺织品在美国市场份额正急剧减少。

北美自由贸易区原产地规定不仅对美国本土上、中游纺织产业是一个福音，也将促使北美形成以美国为前道生产基地，以墨西哥为后道产品加工基地的区域性分工格局。

除了北美自由贸易区之外，美国还与加勒比国家、越南以及拉美等签订了纺织品制品服装协议，给予这些国家零关税、零配额的优惠，这样使越南成为未来纺织品出口的“未来之星”，同时印度也宣称在2010年纺织品服装出口达到500亿。

### ● 欧盟原产地规则对我国纺织服装业的影响

欧盟原产地规则对欧盟的纺织品出口仍然存在配额限制，原产地规则将缝合地作为判定原产地的标准，服装加工也占用了配额。根据原产地规定，原来与中国有纺织品服装贸易的欧盟新加入的成员，转为欧盟成员内部贸

易。按照原产地规定，要想获得欧盟优惠关税，家纺产品、成衣等在织布后所有工序必须都在欧盟内部完成，这样势必对中国国内的加工、染色等企业不利。

### ● 韩国原产地规则对我国纺织服装业的影响

按照现行的标准，不管产品特性如何，只要最后一道工序（即使是最简单的工序）改变了HS六位编码，原产地就会变更。以湿方巾为例，以前中国厂商在朝鲜进行简单加工，以朝鲜产湿方巾的名义对韩国出口，并享受零关税。新规则将视之为中国产地。此次修改使中国在朝鲜进行加工，向韩国出口的纺织品受到很大影响。

因此，我国纺织服装业如果到第三国带料加工，取得该国的“国籍”，充分利用进口国对第三国的优惠政策；如果出口到欧盟的纺织品服装最好利用欧盟成员国的纺织品原材料，加工后再出口到欧盟，这样虽然原产地是中国，但是不会占用中国的配额；出口到美国的家用纺织品、针织品、成衣等，从纺纱开始至产品完成的各道工序必须全部在北美国家生产，这样就能获得关税优惠。

纺织服装企业应强化纺织服装业的出口竞争意识，把注意力放在提高产品附加值上面，提高企业的技术装备水平，通过技术更新、结构调整、人员培养等一系列措施实现产品升级。适当控制纺织服装的出口，以免被美国、欧盟等通过原产地规则对中国实施保障措施、反倾销等。

## 日本的纺织服装企业加强商品开发和成本控制

最近，日本纤研新闻社开展了“2007年服装市场调查”。

调查显示，日本的原材料生产企业、纺织企业和贸易公司认为“原油涨价、人民币升值、个人消费低迷对企业经营的影响较大”，2007年计划在“开发高附加价值商品和服务”的前提下，合理选择生产地、开拓中国以外的市场、建立全球性销售网络。

此外，日本的服装批发商选择“通过实现

商品策划与市场信息的联动实现差异化”策略，其措施包括加强中老年市场开发、降低生产物流成本、提高企业集团整体效率等；零售企业则倾向于“在根据消费者需求精心选择商品、组织货源的大前提下，针对中老年顾客特点积极开发新业态”、“努力提高顾客满意度”等。

调查结果同时表明，人才匮乏是零售企业普遍存在的问题，解决思路包括“加强教育培

训”、“探索多种形式的从业形式”等。

### 坦桑尼亚纺织品出口南部非洲免税

南部非洲联合海关组织近日与坦桑尼亚政府签订了免进口税协议，今后由坦桑尼亚进口非洲南部各国的纺织品将不再征收关税。

根据协议，坦桑尼亚与南非地区纺织免税协议有效期将维持五年左右。同时，这项协议也将

促进南非地区与坦桑尼亚地区间实现双向货运物流，为南部非洲地区国家打开更大的非洲市场提供便利。南部非洲国家生产的纺织面料在出口坦桑尼亚时，享有地区贸易优先权，坦桑尼亚政府将保证提供进口物流便利。

### 关注化纤布出口欧盟

2005年9月16日，欧盟决定对从我国进口的化纤布征收为期5年的最高达56.2%的反倾销税，涉及我国4个海关税号下的部分产品。由于我国化纤布出口的平均利润率仅为5%~10%，欧盟对我涉案产品征收高昂的反倾销税，加之欧盟的化纤布销售市场竞争极其激烈，企业出口欧盟市场举步维艰。国内企业为了规避欧盟设限，将出口市场转向东盟、美国等其他国家，或将出口市场转移到报价更低的

中东、非洲等地。

欧盟的《关于化学品注册、评估、授权和限制制度》(简称“REACH法规”)将于今年6月1日全面实施。它对出口到欧盟的化学品提出了更严格的环保、安全要求，主要包括注册、评估、许可及限制等主要内容。我国3万余种化工产品，以及包括我国化纤布在内的涉及使用化工产品的下游产品出口极有可能受到影响，我国化纤布出口将面临危机。

### 投资越南风险与机遇并存

近年来，中国企业到越南投资，成功的例子虽多，也有很多失败的案例，这期间既有企业自身的问题，也有当地的风险与危机。

总结中国企业经营失败的原因，主要是中国去越南的大企业比较少，小企业多，形不成规模，经不起冲击；派去越南的人不熟悉那里的环境，技术性不强；最重要的问题是中国企业的短视行为比较严重，不但一味片面地迎合

越南市场对价格低廉的需求，销售低价产品，不注意质量，而且中国企业之间也总是自我竞争、无序竞争，大大影响了中国产品的声誉。

越南的法律法规执行比较宽松，弹性很大；越南也是一个人情社会，腐败、看人情办事等不可捉摸的情况比比皆是——这跟宽松的法律环境结合起来，既是一个好的机遇，也是挑战。

### 俄罗斯服装进口大幅增长

据统计，2006年俄轻工产品进口大幅增长，创历史纪录，其中服装类进口增幅尤为明显。数据显示，2006年俄罗斯进口服装近15亿美元，其中从独联体国家的服装进口达8170

万美元，同比增长87%，从非独联体国家的服装进口额达到14亿美元，同比增长也超过80%。

### 白俄罗斯纺织产业现状

白俄罗斯现在仍以涤纶为生产重心，保持20万吨/年的合成纤维生产规模。白俄罗斯2005年末的化纤设备生产能力为32万吨/年，包括休闲设备在内的开工率为65%。

白俄罗斯织物生产规模现已达3亿平方米

/年，2004年产量为3.30亿平方米，2006年达36亿平方米/年，其中，棉织物7100万平方米，毛织物500万平方米，麻织物3100万平方米，合纤织物5300万平方米。

白俄罗斯是最大的合纤毛皮生产国。其中



大部分用于俄罗斯、欧洲的二次产品加工。

麻纺织纱也是白俄罗斯天然纤维产品的生产重心，且正处于扩大趋势。据该国农业部称，在白俄罗斯生产的麻产品受俄罗斯和其他主要进口国需求扩大的影响，原料亚麻的种植面积在 2005 年为 7.2 万公顷，同比增加 35%。

由于其在白俄罗斯出口产品中占据重要地位，其获得了政府给予的补助金。白俄罗斯麻产品出口的 70% 以上是半加工品或加工产品，与约 65% 为原料出口的俄罗斯相比，构成了鲜明对照。

### 2006 年中国与土耳其纺织品服装贸易情况

中国纺织品已经独霸土耳其纺织业。目前，我国产品正在向土耳其其他领地渗透，这些现象令土耳其业内人士感到担心。

据中国海关统计，2006 年我国与土耳其纺织品贸易为 20.62 亿美元，其中我国对土出口 20.02 亿美元，与 2005 年相比增长 220%，占我纺织品服装对全球出口总额的 1.39%；从土进口 5983 万美元，同比增长 63.4%，占我纺织服装进口总额的 0.33%，土耳其在我出口市场中位居第 14 位。

我对土纺织品服装出口以一般贸易为主，

2006 年一般贸易出口增幅超过加工贸易，增长 268.29%，占比 89.6%。我国服装对土出口大幅增长，超过纺织品居对土出口主导地位。2006 年服装对土出口 12.55 亿美元，同比增长 14 倍，占对土纺织服装出口额的 62.7%，纺织品出口 7.4 亿美元，同比增长 37.3%，其中纱线出口增幅达 118%，面料增幅为 15%。

中土纺织品贸易创新高，出口企业家数迅速增长；广东出口跃居全国第一；服装出口超过纺织品居主导。

### 我牛仔服占欧盟市场 40%

据法国《纺织报》消息，自纺织品配额取消以来，中国牛仔服大量进口欧盟，造成欧盟同类产品生产销售双双下降。该报援引欧盟棉纺织行业组织 Eurocoton 的统计，2005 年欧盟牛仔布生产量下降 10%，到 2006 年一季度更加明显，下降 20%。

据 Eurocoton 的研究，世界低品质的牛仔服已经供过于求，主要生产国为中国、泰国、印度尼西亚和印度，而高品质的或者新颖的牛仔服供求市场仍趋平衡。目前，世界上半以上的牛仔服是在亚洲国家生产的。中国的牛仔布生产力在 2002 年已经达到 24 亿米，超过亚洲其它国家（9.50 亿米）、中美和南美（7.20 亿米）、欧洲（5.00 亿米）、美国（4.95 亿米）、土耳其--中东地区（3.00 亿米）和非洲（0.70 亿米）。

在欧盟国家中，大多数高品质的牛仔布生产商和牛仔服品牌经销商还是钟情于在欧盟地中海沿岸地区（欧洲、土耳其和马格里布地

区）投资生产，只有大型经销商才大批量地进口牛仔服以满足市场。正如 Uco 集团总裁所说，中国并不是 Uco-Raymond 的直接竞争对手，因为 Uco-Raymond 的产品大多数是高品质的，常常是专门为 Levi's、VF、或者 Diesel 等著名牛仔服品牌生产的特殊产品，而一般的大批量的产品才是在中国、土耳其、南美和印度生产。虽然现在欧盟市场上有卖价为 5 欧元的牛仔服，但是他们的产品吸引的是追求质量和创新的顾客群。除了中国，由于土耳其牛仔布质量的不断提高，实际上土耳其也已经成为欧盟牛仔布生产商的主要竞争对手。2005 年，土耳其牛仔布的生产量增长了 5-10%，差不多与西欧国家（意大利、比利时、西班牙等）的生产量相同。

法报认为，虽然现在专家评论牛仔服生产能力已经过剩，但是随着消费者对牛仔产品新需求的出现，在未来数年里，预计该市场还将有更大的发展。

## “印染(棉)行业清洁生产审核指南”

国家环保总局目前正在拟订“印染(棉)行业清洁生产审核指南”，按照“纺织工业污染防治规划”的要求，到2010年纺织工业中的大、中企业将全部推行清洁生产和清洁生产审核。

国内已推行清洁生产工艺和清洁生产审核的四十余家印染企业已初见成效。这些企业排放量减少了10%-30%，污染物排放虽减少了5%-20%。

## 出口羽绒服的羽绒羽毛“标签”标准

目前，我国羽绒服装尚无专用标签。羽绒羽毛填充物的分类和标名不如美国、欧洲和日本技术要求细致、规范和准确。因此，对出口羽绒服装企业来说，必须谨慎挂标，并根据销往国家的具体技术要求，对出口羽绒产品中使用的标签加以关注，更加注重羽绒产品的清洁、安全和健康性能，以适应国际市场，扩大出口。

在欧洲和美国等地区、国家已经专门制定了羽绒羽毛的“标签”标准，并作为官方标准发布。

对输往欧洲的羽绒产品必须注明羽绒和羽毛的百分比含量并注明等级，水禽和陆禽必须标注明确。另外，欧洲标准中标签上还应当标明填充物的重量。对输往美国的羽绒产品如按照《羽绒羽毛产品标签指南》中的规定，除了对使用织物和其它应当有明示的标签外，还必须对羽绒羽毛的种类、含量、耗氧量、蓬松度、混浊度的实测值和羽绒羽丝的数量和填充物重量加以标明。

出口至日本的羽绒产品标签中也应标注含绒量及最低羽绒含量和最低蓬松度。

## 商务部调整纺织品出口计量单位

为保证纺织品出口企业在海关顺利报关出口，商务部近日将纺织品配额许可管理与签发方面的商品计量单位进行调整，使之与现行海关总署法定计量单位相一致。提醒出口企业：在申领出口临时许可证时，务必按新的计量单位填报。

此次调整，将未漂白的全棉机织斜布等888种纺织布料类产品计量单位，由过去的

千克改变为“米”；将42种床上用品的计量单位由过去的千克改变为“条”；将毛巾、餐桌用织品的计量单位也由过去的千克改变为“条”。

调整后的产品报关单位与申领配额时的单位相一致，更方便了企业出口和报关，将过去因计量单位不统一而出现的“不能顺利报关现象”得到有效消除。

## 对纺织产品实施“市场准入制”迫在眉睫

对纺织产品实施市场准入制度，杜绝生产企业使用禁用物质，减少纺织产品中各种反应剂的应用，尤其是直接接触皮肤的产品和婴幼儿用品，这对于保障消费者的生活安全将起到至关重要的作用。

对纺织产品实施市场准入制度，有助于增强消费者了解纺织品有害物质对人体危害的知识。由于生活水平的差距，广大消费者刚刚开始关注食品、药品的质量问题，对于纺织品还是个空白，许多人甚至不知道我国首个纺织品强制性标准《国家纺织产品基本安全技术规范》。因此，在市场准入的条件下，消费者会

主动增强防范意识，这样就会减少一些不法企业“作案”的空间。

市场准入还能促使产品供应链上的商品经销者主动增加安全责任。虽然纺织产品现在已有强制性的国家标准，但是纺织产品却没有强制性的市场准入制度，因此，在上柜前，有些大商场虽然会要求出具检验报告，但并没有要求每批次产品都提供检验报告，绝大多数超市及批发市场在服装上柜前基本上无需提供检验报告，加之有些企业不愿自觉送检，有些“免检”产品也难免会有“漏网之鱼”，因此，市场准入将克服以上诸多弊端。

## 2007 年我国纺织工业产能扩大速度将放慢

中国纺织工业协会会长杜钰洲近日表示，中国纺织工业的发展得益于中国经济持续稳定的高速发展，也得益于中国和平外交政策争得的有利的外部环境。从当前行业走势看，中国纺织工业技术进步已经取得明显的成效，劳动生产力取得了较大的提高。因此，在新的一年里这个势头将更好地保持下去。

杜钰洲会长预计，到 2010 年我国纺织产业升级方面将有重大改观。他认为，要建设创新型产业、环境友好型产业、资源节约型产业，要转变出口的增长方式，要转变纺织工业的经

济增长方式，其最核心的要素就是产业创新、提高创新能力。而创新又有两个重点，即科学技术的创新、品牌的建设，这也就是科学技术对纺织工业增长方式的贡献率。并且，这一点已在纺织全行业达成了共识。

我国纺织工业科技创新有五个方面，即：大力提高自主创新能力、加强风格创新和集成创新相结合、加强企业的创新主体地位、加大源头的创新，同时还要允许失败，因为既然是创新就会经历挫折。

## 我国纺织品低成本优势正在削弱

国家发改委在近日公布的“2006 年纺织工业经济运行情况”报告中指出，“我国纺织产品的低成本优势正逐步削弱。”2006 年我国纺织行业始终维持低效益运行，目前行业的平均利润率不足 3.7%，仅为全国工业利润率的 65% 左右。

2006 年尽管人民币逐步升值和纺织品出口退税率下调，使我国纺织品出口面临很大压力，但我国纺织企业积极调整出口产品结构，不断提高出口议价能力，保证了 2007 年的出口继续保持良好形势。

国家发改委价格监测中心最新完成的报

告预计，受供求关系及国际市场价格的影响，2007 年国内棉花价格总体将稳中趋涨。面临原材料成本上升及人民币持续升值带来的压力，我国纺织业要大力推进结构调整，促进行业持续健康发展。当前纺织行业开展的重点工作将包括积极推进技术进步，增强自主创新能力；努力实施节能降耗；密切关注市场环境变化，提高行业抗风险能力；加快经济增长方式转变；促进产业集群区公共服务平台建设；推进纺织行业自主品牌建设以及加强企业社会责任体系建设等。

## 预计 2007 年我国纺织服装行业继续健康稳定较快发展

近日，中国纺织工业协会召开的 2006 年纺织行业运行分析会，会议指出，我国纺织行业继续保持快速健康发展势头，各项经济指标相比 2005 年均均有大幅提高。预计 2007 年，行业发展的这一势头仍将持续。

2006 年，我国纺织行业大类产品产量保持稳定增长，但增速比去年同期普遍回落。中国纺织工业协会领导在分析了 2007 年国家相关

政策，原材料价格趋势，国内、国际宏观经济以及贸易摩擦的影响后一致认为，2007 年在国民经济良好发展的带动下，预计纺织行业仍将保持健康稳定较快发展，产值和出口将保持 20% 左右的增长速度，纱、布、服装和化纤等大类产品产量将增长 10% 以上，固定资产投资增长预计达 20%，规模以上企业实现利润将超过 1000 亿元。

## 印染行业自主研发推动技术进步

我国印染行业的污染问题长期困扰着许多企业。污水处理、清洁生产等等，诸多因素都影响了行业的发展。近年来，无水染色技术

成为热门话题，其研究也就成了许多专家学者的重任。

印染行业目前的困难是产业化的问题。但

是, 技术的研究和前进并不能因此而停止。  
目前, 专家们正在准备将技术应用扩展到

中试样机, 实现产业化, 这个过程中也许还会  
遇到很多困难和坎坷。

## 国外玉米纤维及纱线动态

最近, DuPont 公司介绍了 Teflon 家族的新产品——多功能超易去污整理剂 Ultra Release Teflon。与其它的去污整理剂不同, 该整理剂不具有防污作用, 它仅针对去污, 例如去除织物上的草屑和污垢, 且整理后不会影响织物的手感和外观, 还可减轻织物多次水洗后的泛灰程度。新技术可以提供比过去更精细、更光滑、更柔软、更具功能性的新型纱线, 这些纱线中可含有海藻、纸张、大豆、银或竹纤维等。100% 棉机织或针织物可通过匹染获得双色效应。有些纱线具有热力学性质, 有些具有抗静电性、抗菌性和除臭功能。

法国的 A—Dress 公司开发了 100% 竹纤维、100% 丝以及棉/丝混纺的超细纱线。竹纤维与麻或大豆纤维的混纺, 以及羊绒与麻的混纺, 是新型的混纺纱线, 支数从低到高的竹/大豆混纺纱, 可用于 T 恤和针织汗衫; 法国 Condamln & Prodon Schwarzenbaeh 公司最近开发了 Becool 和 Becool Silver 纱线。这两种纱线具有抗菌、除臭、抗静电、透气、控温和易护理性能。纱线中含有尼龙或聚酯的单纱或双组分纱(含或不含氨纶)。同时该公司还开发了卷曲纱和彩色棉子纱。其目标市场为运动装、内衣、袜类、医用和产业用纺织品。

意大利的 Filati Maclodio S. P. A. 利用一种结合了海藻和 Lyocell 的纤维素纤维纺纱, 命名为 Lenpur 和 SeaCell。同时, 该公司还开发了 Lenpur/SeaCell/ 棉混纺纱以及

Lenpur/Sea-Cell/粘胶混纺纱。目前较流行的细支混纺纱是 74% 的 Lenpur, 16% 的聚酯和 8% 的羊绒。

瑞士 Hermann Bihler 公司新开发了 Swiss—Cotton Rainbow@ 纱线, 这种处理过的棉纱线较未处理的棉纱线有更高的得色深度。将处理过和未处理棉纱的机织、针织或绣花面料进行匹染可获得双色、同色、混色或斑点效应。目前正在开发轻型、毛绒和膨体纱线。

另外一家瑞士的纺纱生产商 Spoerry 公司, 有 5 套用于纺制超细棉纱的新纺纱机, 每台有 1100 纱锭用于纺制超细棉纤维。新设备可用于纺 Ne 140/1—220/1 的单股和双股纱线。同时公司正开发棉和羊绒, 以及棉和蚕丝的混纺纱。

日本 OJI 纤维有限公司利用由马尼亚麻制成的纸张纺纱。先将纸张切成 1—4 mm 宽的细小碎片, 然后加捻成纱线。据说这种纤维强度高、平滑、质轻, 具有绝缘性, 且可以与其它纤维进行混纺。

加拿大 Amtex 纱线制造公司是北美地区最大的 SeaCell 和 Lenzing FR@ 的生产商。他们将 SeaCeU 与羊毛进行混纺, 然后出售给袜业市场。针对袜业市场, 他们还生产 100% 竹纤维纱线和 100% 大豆纤维纱线。50% Lenzing FR 和 50% 羊毛的混纺纱, 可应用于军用制服面料。

### 【贸易机会】

#### 多哥求购纺织品

公司: Spring Link International  
联系人: Franklin Kalu Agbai.  
地址: 89 Rue Chemin De Fer, Lome Togo.  
电话: 228 944 99 08  
传真: 228-222-3341

#### 印度求购纱线 (100% Rayon. Count: 120/2 等)

公司: Akanksha Syntex Pvt. Ltd.  
地址: 6/2, W.E.A., Karol Bagh, India  
联系人: Ashish Jain  
电话: 91-11-45400200  
传真: 91-11-41000300

## 纺织品服装“转口贸易”

由于纺织品服装配额取消后，美欧继续对中国纺织品服装实施配额限制，许多纺织企业意图通过第三国进行“转口贸易”。但中国纺织品逃避欧美设限的主要渠道——借助印尼原产地证明进行转口贸易的出口成本正在上升。选择印尼的原因是“获得印尼的出口单据难度最小。印尼的合作伙伴只需申领几张表格即可，几乎没有成本，因而通过印尼转口的报价最低。”

最近，印尼贸易部外贸局表示，2007年，印尼还将进一步遏制违规转运的不法贸易行为。印尼海关与美国海关将实施网络互联，以确认一件货品是否从印尼出发运往美国。

此前，外贸公司的做法是将装满纺织品的集装箱运往新加坡后，进行转柜，然后使用由印尼外贸企业提供来自印尼的纺织品原产地证明，再进入欧美市场。即这些中国产品在没有迈进印尼的情况下，已经悄然转换了“国籍”，变成了印尼制造的纺织品，从而逃避了欧美对中国的纺织品设限。由于为中国提供转

口贸易单据更容易赚钱，印尼的加工企业甚至关闭了加工厂，专职为中国企业提供各种单据，从事转口贸易。

但在印尼与美国签署协议后，再经过印尼进行转口，需要将产品在印尼出入一次海关，每个集装箱将多花费 500~800 美元，时间也将延误 1 个星期。因此，国内一些公司开始转移矛头，把孟加拉国等作为替代印尼的非法转口基地。

此外，罗马尼亚曾是中国纺织品重要转口贸易的中转国。统计数据显示，2005年出口到罗马尼亚纺织品占深圳纺织品的比重为 1%，而 2006 年这一比重已增至 24%，对保加利亚的出口也出现了类似的情形。而 2007 年，由于罗马尼亚、保加利亚加入了欧盟，这条转口路径被自然封闭。

提请企业注意：随着非法转口贸易被欧美的察觉，真正获得原产地证明、进行正规的转口贸易已成为中国纺织企业的选择。

## 2006 年我国面料行业内销出口两旺

据国家统计局发布的《2006 年国民经济和社会发展统计公报》显示：2006 年我国社会纺纱量 1740 万吨，增幅 20%（调整前产量 1722.24 万吨，增幅 20.83%）；布产量 550 亿米，增幅 13.5%。统计显示，2006 年我国规模以上面料行业企业数量为 17364 家，面料产量完成 437.87 亿米，同比增加 14.84%。该行业实现工业总产值 11960 亿元，同比增加 20.67%；资产合计 9389 亿元，同比增加 14.99%；实现销售收入 11620 亿元，同比增加 20.74%；完成利润总额 408.78 亿元，比上年同期增加 93.59 亿元，同比增加 29.69%；完成出口交货值 2509.22 亿元，同比增加 11.28%；行业整体从业人数 461.93 万人，同比增加 3.28%。

2006 年我国面料行业产品销售收入为 11619.95 亿元，产品销售成本为 10508.24 亿元，产品销售税金和附加为 48.06 亿元，由此可计算出毛利（销售收入—销售成本—销售税金和附加）为 1063.65 亿元，毛利率（毛利/销售收入）为 9.15%。

其中，印染布产量 430.30 亿米，同比增加 10.47%；棉布产量 235.49 亿米，同比增加 18.49%；棉制纺织品出口总额 164.58 亿美元，同比增加 16.95%，占纺织品出口总额 522.54 亿美元的 31.50%；进口总额 50.62 亿美元，同比增加 9.67%，占纺织品进口总额 163.54 亿美元的 30.95%；毛制纺织品出口 1.33 亿美元；麻布产量 32097 万米，同比增加 14.26%；麻制纺织品出口 8.28 亿美元，同比增加 8.43%，进口 1.71 亿美元，同比下降 7.88%；针织品出口 46.40 亿美元，同比增加 27.05%，占纺织品出口总额 522.54 亿美元的 8.88%。

2006年我国面料产量统计(亿米)

年	产量	同比±%
2005	377.61	175.45
2006	437.87	14.84

据中国海关统计, 2006年我国纺织品出口为522.54亿美元, 同比增加18.84%, 占纺织品及服装出口总额1470.85亿美元的35.53%; 纺织品进口为163.54亿美元, 同比增加5.58%, 占纺织品及服装进口总额180.51亿美元的90.60%。

2006年我国纺织品进出口统计(亿美元)

年	出口纺织品	同比%	进口纺织品	同比%
2005	439.69	22.93	154.90	1.42
2006	522.54	18.84	163.54	5.58

2006年我国无纺布产量统计

产量	产值	产值
单位	万吨	万吨
年	2005年	2006年
全国	35.03	42.84

## 2006年我国纱线产量统计

据国家统计局公布的数据, 2006年1-12月我国规模以上纱线行业企业数量为11402家, 该行业实现工业总产值8396亿元, 同比增加22.31%; 资产合计6636亿元, 同比增加15.37%; 实现销售收入8178亿元, 同比增加22.37%; 完成利润总额288.02亿元, 比上年同期增加71.49亿元, 同比增加33.02%; 完成出口交货值1190.13亿元, 同比增加13.53%; 行业整体从业人数332.73万人, 同比增加2.62%。

2006年我国纱线产量统计(万吨)

年	产量	同比±%
2005	1412.40	23.61
2006	1722.24	19.86

## 2007年1月我国纺织品服装进出口增长

海关最新数据统计显示, 2007年1月我国纺织品服装进出口总额为132.83亿美元。其中出口金额119.74亿美元, 同比增长18.12%, 比上月降低12.11个百分点; 进口13.09亿美元, 同比增长26.60%, 比上月降低19.84个百分点。出口的纺织服装产品中, 纺织品41.76亿美元, 同比增长11.90%, 比上月降低11.32个百分点; 服装产品77.98亿美元, 同比

增长21.75%, 比上月降低12.53个百分点。进口的纺织服装产品中, 纺织品11.69亿美元, 同比增长26.93%, 比上月降低21.91个百分点; 服装产品1.40亿美元, 同比增长25.00%, 比上月增长2.94个百分点。

今年1月纺织服装产品一般贸易进出口88.46亿美元, 占同期进出口总值的66.60%; 纺织服装产品进料加工贸易进出口25.63亿美

元,占同期进出口总值 19.30%。我国加工贸易项下实现纺织品服装贸易顺差 11.47 亿美元。

今年 1 月份我国纺织品服装贸易中,香港地区持续保持进出口首位。我国与香港地区贸易总额 24.07 亿美元。其中出口到香港地区 17.79 亿美元,同比增长 9.61%;自香港地区进口 6.28 亿美元,同比增长 31.38%;欧盟超过美国由第三跃居到第二大伙伴,同时欧盟也取代美国成为中国纺织品服装的第一大出口市场。1 月份我国与欧盟的纺织服装产品进出口贸易总值为 23.97 亿美元,其中我国出口到欧盟的纺织服装产品 23.36 亿美元,同比增长 33.41%;自欧盟进口纺织服装产品 0.61 亿美元,同比增长 32.61%;累计对欧盟实现贸易顺差 22.75 亿美元;1 月份美国成为我国纺织品服装的第三大贸易伙伴,也是第二大出口市场。当月的进出口总值 19.55 亿美元,其中我国出口到美国的纺织品服装 19.25 亿美元,同比增长 38.49%占同期出口总值的 16.08%;自美国进口 0.3 亿美元,同比增长 42.86%,占同

期进口总值的 2.29%;对美国实现纺织品贸易顺差 18.95 亿美元;日本仍处于第四大贸易地位置,1 月份我国对日本的纺织服装贸易总值 15.85 亿美元,其中出口 13.64 亿美元,同比增长 2.25%;进口 2.21 亿美元,同比增长 18.82%;对日本纺织服装产品实现贸易顺差 11.43 亿美元;此外,1 月份韩国仍为我国纺织品服装的第五大贸易地,进出口总值 5.42 亿美元,出口 3.81 亿美元,同比负增长 6.39 个百分点;进口 1.61 亿美元,同比增长 15.83%。澳大利亚有所提升,超过了土耳其,贸易总值 2.31 亿美元。

统计显示,1 月份广东省进出口纺织品服装 33.21 亿美元,居我国纺织贸易第一位,出口纺织品服装第二位。浙江省出口的纺织品服装总值 27.32 亿美元,同比增长 22.18%,一跃成为出口首强。江苏、上海、山东和福建 1 月份出口分别为 19.23 亿美元、13.47 亿美元、9.93 亿美元和 5.4 亿美元,同比分别增长 27.77%、10.32%、3.98%和 12.27%。

### ◆【贸易机会】◆

#### 菲律宾求购全毛法兰绒面料

公 司: Centrowin Inc  
地 址: No. 13, Sport St., Area 4, Fourth Estate  
Subdivsion, Parnaque City 1700 Philippines  
联系人: J Kalam  
电 话: 0063-2-8296884  
传 真: 0063-2-8296885

#### 孟加拉求购纯棉精梳坯布

公 司: A& K Fabrics& Textile  
地 址: DMC#273, Ibrahimpur, Khaleque Mension,  
Ground Floor & 1St Floor, Suit # Wes  
联系人: KhalequeKhalequ  
电 话: 880-02-29871142  
传 真: 880-02-29871142

#### 法国求购纤维, 纱线, 面料

公 司: S.I.C.  
地 址: 52 Ave Corot - 13013 Marseille - FRANCE  
联系人: R.MALLEK  
电 话: 33 4 91 61 28 64  
传 真: 33 4 91 61 47 71

#### 美国求购医院床上用品套件

公 司: G&R Export International  
地 址: 23580 Rensselaer, Oak Park, Michigan,  
United States  
联系人: Mr. Gloria J. Elliott  
电 话: 1-248-548-5461  
传 真: 1-248-548-5461

#### 美国求购合成纱

公 司: R2 Services & Designs, Inc.  
地 址: 4401 River Bottom Drive, Norcross, GA 30092,  
United States  
联系人: Mr. Nash Rehmann  
电 话: 1-770-2460505  
传 真: 1-770-2460303

#### 土耳其求购缝纫线

公 司: Rota Trade Co.  
地 址: G ven Sok. 23/5 Yenibosna , Istanbul  
联系人: Mr. Ersoy Ercin (Manager)  
电 话: 90 532 2914321  
传 真: 90 212 5031667

## 中国国际针织博览会独立成展

由中国纺织工业协会主办,中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与中国针织工业协会共同承办的中国国际针织博览会将独立成展,首届展会将于2007年8月28-30日在上海浦东展览馆举行。这是中国纺织工业协会相继成功举办“中国国际服装博览会(CHIC)”、“中国国际纺织面辅料博览会(intertextile)”等十一类大型展会后举办的另一个国际展会,备受业内瞩目。

4年来,中国国际针织博览会一直与“双博会”统一办展,始终未能形成独立形式,甚至淹没其中。业内人士强烈呼吁,中国针织行业如此一个快速发展且潜力巨大的产业,非常需要展会经济的强势推动,使其获得较快增长。

### ◇ 呼唤高起点的专业展

汽车业的迅猛发展促进了汽车展的火爆,而车展的时尚动力又在强力拉动着汽车产业的快速发展与提升。然而,在展会经济大发展的这个时代,这种良性互动的优越性尚未在国内针织行业充分显现。尽管去年我国针织服装、针织品及附件出口金额首次超过梭织类产品,体现出国内针织行业通过几年不断的技术与资金投入,使针织业得到了快速发展,经济效益明显提高。

在中国国际针织博览会新闻发布会上,中国针织行业协会理事长杨世滨谈到,现代针织工业的发展正在出现向纤维制造及成衣制造“两头化”发展的趋势,通过加大差别化和功能化纤维的开发与应用,以及提升成衣的科技化和品牌化,来推动整个产业链的快速、健康发展。杨世滨例举了一个数字:1吨1万元的纤维,可生产价值2万元的纱线,如果用于高档品牌文胸的生产,可创造50万元的价值。由此可见,在针织行业真正能够创造价值的是

科技与品牌。因此,针织行业需要一种展会,能够及时反映行业的这种发展趋势,以全新姿态、全新理念,全面体现行业发展特点,同时发挥展会经济对针织产业发展的推动作用。

中国国际贸易促进会纺织行业分会秘书长杨兆华说,近年来,针织行业发展环境良好,然而,以往几届展会没有充分突出行业发展的特点以及针织产品的概念和特色。因此,需要一个相对独立的展会为行业发展与技术交流提供一个更加理想的平台。作为由中国纺织工业协会主办,中国针织工业协会和中国国际贸易促进委员会纺织行业分会承办的首届中国国际针织博览会,规模不求大,但求起点高。展出面积约8000平方米,参展商计划达到7000~8000人,一年一届,地点、时间相对固定在上海浦东展览馆和每年的秋季。特别强调的是,为了保证展会的效果,主办方对参展商提高了进入的门槛。

### ◇ “三不”与“四新”明确定位

是否会形成较大的竞争压力时,杨世滨认为,中针会和中国国际针织博览会两个展位定位不同,进行错位竞争,各方的优势将充分得到发挥。

据杨世滨介绍,在技术创新和产品创新两个环节,我国的纺织产业都较薄弱,为了实现全面突破,在纺织行业“十一五”规划中就着重强调了科学技术的贡献率,要大力发展新材料和先进生产技术,力争经过五年攻关,为全行业产业创新能力在2015或2020年达到国际先进水平,奠定坚实的基础,全面提高纺织工

业的质量、创新和快速反应能力,全面提高国际竞争力。为此,主办方特别强调中国国际针织展“不以赢利为目的,不以炒作为手段,不以短期客户为目标”以及充分展示“新技术、新产品、新趋势、新市场”的定位。

在展示新技术方面,中国国际针织展专门开辟了新功能展示区,最新的针织新材料将集中亮相,在充分地展现自我的同时,与更多的下游企业零距离接触,有效促成上下游产业链的紧密合作,从而使这些新材料在终端产品上发挥出更大的威力,为针织行业的产品创新发



挥更大作用。

在展现新产品方面，中国针织工业协会将与中国保健协会共同在展会上推广“保健功能纺织品”，抗紫外、抗红外、远红外、负离子、导电、抗菌功能纺织品等将一一亮相展会。为了使保健功能纺织品得到更广阔的市场发展空间，中国针织工业协会还将与保健协会共同完成保健功能纺织品标准的制订与检测，积极推动辅助医疗用纺织品在商场的销售。

本届中国国际针织博览会期间，中国针织工业协会将首次发布“中国针织流行趋势”，这无疑将是我国针织行业的一个重大里程碑事件，建立了自己的流行风向标。

作为一个涵盖了内衣、T恤、运动休闲服装、袜类、新型纤维、功能性面料、辅料等既有中间产品又有终端产品的专业展会，如何搭建一个好的平台，切实帮助企业通过展会开拓国际国内市场，建立广泛的客户渠道是展会能

够成功与否的关键。为此，主办方将利用行业背景和自身的强大资源主要从几个方面对展会进行推广：与同期举办的家纺展联手，共同赴北京、广州、成都、南京、杭州、武汉六城市，邀请重要商家与新闻媒体进行商业推广；利用多年来各专业展会与华东地区及全国重要商家建立的渠道进行定向邀请；利用主办方多年积累的庞大数据资源在展前进行多轮广泛的海外与国内专业观众邀请；与家纺展互动，现场在两展间开通免费往返班车为专业观众参观提供最大的便利等等。

多数企业基于主办方的行业背景、办展经验、明确定位、务实作风以及创新点，认为中国国际针织博览会值得期待。并且认为，在针织工业快速发展的今天，多一些交流的平台、多一点对话的机会，对企业的进步、行业的发展都非常有利，而且期待经历了4年的徘徊后有一个正确的抉择。

## 中国国际针织博览会自设门槛拒绝常规产品

### ◇ 靠“四新”做出别样展会

首届中国国际针织博览会将坚持“三不”原则，即不以赢利为目的，致力于成为针织企业孵化平台，通过推动企业的成长实现行业各方参与者的共赢；不以炒作为手段，不允许大规模炒作，倡导参展企业注重提高参展展品质量与档次，减少在展位装修上、宣传造势方面的开销；不以短期客户为目标，希望通过行业协会的倡导和解说，让行业领先企业对参加展会有充分的认识，吸引顶尖企业持续参展。

首届中国国际针织博展览将适应针织行业向上下游两端集中的趋势，主要组织内衣、T恤、袜类、运动休闲等最终产品和新纤维产品参展。杨世滨解释，力推最终产品，是为了在针织行业加大品牌贡献率，让更多优秀的针

织品牌通过高端展会平台，产生更大市场影响力。而大力推介新技术、新产品则是为了加大针织行业的科技贡献率。据杨世滨介绍，目前针织行业新材料、新技术不断涌现，中国每年推出的新纤维不下二、三十种，大豆蛋白纤维、竹纤维、牛奶纤维等具有自主知识产权。新纤维能呈几何梯度丰富产品种类，并能带来较大的价格想像空间，深得下游制造企业的关注和追捧。中国国际针织展专门开辟新功能展区，让针织新材料与更多下游企业零距离接触，目的是为了有效地促成上下游产业链的紧密合作，从而使新材料在终端产品上发挥更大作用。

### ◇ 全新手法组织专业观众

由于定位于专业高端展会，除了组织行业顶尖企业参展外，展会主办单位还将以全新手法组织专业观众。据中国贸促会纺织行业分会秘书长杨兆华介绍，为了和面料展、服装服饰博览会以及举办了80多届的中针会作出差别，

首届中国国际针织博览会主要力推终端产品，拟邀请的专业观众主要包括进出口商、商贸公司、百货、超市、专卖店的零售商、代理商、专业市场的经销商等。展会主办方希望通过这些分销终端专业买家对中国针织终端产品认

识的提高,来扩大中国针织品牌产品的市场份额和品牌影响力。

组织分销终端观众并非主办方的强项,为了能达到预期目的,主办方借鉴其他行业市场营销手法,在北京、广州、成都、南京、杭州、

### ◇ 新看点让人期待

作为纺织业中发展最快的行业,针织业已逐渐成为一个较大行业。针织产品也由原来内衣产品发展到丰富的各类针织服装产品。在行业不断发展过程中,尽管各种门类的针织产品形成了各自的流行趋势发布,但作为针织行业整体的流行趋势发布却始终未推出。

流行趋势发布的国际惯例通常是利用相关权威专业展会平台。首届中国国际针织博览会举办期间,中国针织工业协会将首次发布中国针织流行趋势。这无疑是我国针织行业一个重要里程碑事件,从此中国针织行业将有自己的流行风向标。

武汉举行路演,以期让首届中国国际针织博览会的办展理念为更多商贸界人士所认识。此外,还对重点商家发出邀请,在专业市场、专业媒体、主流媒体多层面投放广告。

展会期间还将举办中国针织行业创新论坛并将首次颁发针织产品创新奖;邀请华东地区重要商家与品牌针织企业面对面洽谈,帮助双方建立更为广泛的客户渠道。

展会主办方还将倡导运动品牌“浩沙”体验式主题销售模式,这种模式是从一个主题出发,所有服务都围绕这个主题,通过各种手段和途径来创造一种综合的效应以增加消费体验。通过消费者体验来创造更为广阔的市场。展会主办方希望通过这些倡导,从一个更高层面上引导企业进行营销创新,以抓住市场先机。

## 中国纺织品服装贸易展览会(欧洲)9月移师法国

在刚刚结束的法国国际纺织面料博览会(TEXWORLD)春季展上,中国纺织工业协会副会长,中国国际贸促会纺织行业分会常务副会长张延恺先生与德国法兰克福展览公司董事局副局长布朗先生共同签署了关于在法国合作举办中国纺织品服装贸易展览会的有关协议。

自去年在德国成功举办首届中国纺织品服装贸易展览会(业界称“欧洲展”)的基础上,今年的欧洲展将移师法国,与9月举办的TEXWORLD秋季展同期同地举办。此举是为了吸引更多的优秀中国纺织服装品牌制造商和更多的欧洲客户参与展会。

### ◆.....◆ 【贸易机会】

#### 美国求购皮夹克运动服装

公司: Jkim  
地址: 75 W. Nuevo Rd. E207 Perris CA 92571 USA  
网址: www.stunnashades.net  
联系人: Marcellus  
电话: 1-951-6393764  
传真: 1-312-2356967

#### 美国求购棉被套

公司: BK Salmon Quilts  
地址: 11 W Tilden Dr, Brownsburg, Indiana,  
United States 46112  
联系人: Ms. Brenda Salmon  
电话: 1-317-416-7199  
传真: 1-317-416-7199

三月的北京，将营造出纺织大商圈的热闹氛围。为了促进上下游产业市场的沟通与融合，由中国纺织工业协会主办的 2007 中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会、第十五届中国国际服装服饰博览会、第四届中国国际纺织纱线展览会今年 3 月再次联袂在北京各展馆登场！

面料展，纱线、面料和服装是产业上下游的关系，面料展的参展商就是纱线展的客户源，同时也是服装的源头。将三个展会的服务有机结合，有利于促进展会的共同繁荣，同时提升我国纺织服装行业的整体水平。

### intertextile 北京面料展再续新篇

2007 中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会（intertextile 北京面料展）于 3 月 22 日—24 日在北京隆重开展，该展会由中国纺织工业协会主办，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织信息中心和法兰克福展览（香港）有限公司联合承办。

#### ➤ 展会规模扩大 首次两馆同期举办

本届 intertextile 面料展汇聚了来自 20 个国家和地区的 891 家展商，比去年同期增长近 30%，其中海外展商 241 家，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、巴基斯坦、泰国、中国台湾均以展团形式参展。其中意大利展团共有 51 家企业，展出面积近 800 平方米，是本届展会规模最大的海外展团。众多国内知名企业也将携带特色展品一展风姿。

为了满足更多企业的参展需求，本届展会将首次在北京展览馆和中国国际贸易中心两馆同期举办，展出面积达 39,000 平方米，比去年同期增长 30%。除了多年跟随展会的展商外，还有许多新企业与 intertextile 面料展首次牵手，他们的加盟为展会注入了新的活力，将为与会买家创造更大的采购空间！

#### ➤ 高科技产品亮相 迎合市场需求

2007 年中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会中，众多国内知名企业将展出根据最新国际潮流开发的新品，海外企业也将 intertextile 面料展会作为贸易往来的合作金桥，携带优质产品前来推广，以获得更大的市场份额。

#### ➤ 组团参展 彰显集群优势

纺织产业集群作为推动产业发展和地方经济增长的区域经济组织形式，已经成为中国纺织产业的一支重要力量，麻纺协会、浙江萧山、盛泽等地再次组团参展本届面料展。连续五年参展的萧山纺织印染行业协会组织了 16 家企业参展，展出面积达 400 余平方米，携带时装提花面料、全棉、全麻、混纺、弹力等各类高档面料精彩亮相。

#### ➤ 注重时尚引导 扩大流行趋势发布区域

组委会在展出面积供不应求的情况下，再次扩大流行趋势发布区域，着重突出色彩展示，分别在四个展馆设立流行趋势发布区域。香港国际成衣及时装材料展潮流导向委员会的“浪漫普曲、现代激情、自然迷宫、原始创作”四大潮流主题的 08 年春夏风格预测、中国纺织面料流行趋势以“释放、格调、真谛、梦想”四大主题将中国纺织品趋势潮流进行精彩演绎。权威的时尚潮流发布、独具匠心的设计和布局一定会让现场的流行趋势发布区域再次成为展会的亮点！

### ➤ 主题论坛 构筑信息交流平台

intertextile 面料展组织多场主题鲜明的论坛活动。内容包括纺织服装面料流行趋势研究及预测、最新国际纺织服装市场变化趋势、国际经贸活动中的争议解决、纺织新产品推介及新技术交流等多个方面。

### ➤ 设立法律咨询办公室 重视知识产权保护

为促进展览会健康发展、树立中国纺织服装业尊重知识产权的良好形象，本届展会现场继续设立法律咨询办公室，邀请北京市有关知识产权行政管理部门，全面参与展览会的知识产权保护工作，并进一步做好对展商知识产权状况的登记、备案工作，对严重侵犯知识产权的参展企业将中止其参展资格，充分保证展商的合法权益。开展知识产权的保护和宣传工作一直是中国国际贸易促进委员会纺织行业分会展会组织工作的重要组成部分，法律咨询、讲座等各项工作的积极开展已取得良好成效，业内企业尊权、维权意识都已经有了明显提高。

intertextile 面料展堪称为行业展会之翘楚，吸引着世界纺织人的目光。2007 北京春夏面料展以更大的规模、超高的人气给予全球商家更超值的回馈，续写面料展会发展新篇章！

## 面料展放缓增速做“减法”

贸促会纺织行业分会秘书长杨兆华在接受《中国纺织报》记者专访时指出，面料展几年来陡增的发展曲线，展会主办方却主动选择了“背道而驰”——把中国国际纺织面料及辅料博览会在现有的展会规模下，放缓增速，进一步优化参展商，保证辅料企业的参展，从而为买家提供更好的服务，为专业展的未来发展打下基础。加减法之间的哲学，在面料展主办方的办展思路中，似乎有了更深一层的含义。

杨兆华说，对于展会上浩如烟海、种类繁多的面料样品，设计师和业内人士往往是开展几天时间都“泡”在展馆内，即使一家一家企业苦苦搜寻所需的各种面料，仍不足以完全了解全部展品，为此，展会主办方今年将特别推

出专业的“展品分析报告”，将面料按照产品风格、原材料采用等内容加以统计和细分，并结合当前国际流行趋势对面料样品做出评估。

intertextile 这个面辅料界的旗舰盛会，以其“求变创新、务求完善”的服务理念，使海内外企业予以了更多的关注与期待。

杨兆华秘书长强调，在扩大展会规模的同时，组委会丝毫没有降低准入门槛，反而更加注重企业参展资质的审查，以确保品牌展会的“精”与“专”。展商质量的不断提升，有效地保证了展会在行业的权威性与影响力，使其成为能真正代表并反映行业发展水平的顶级盛会。

## 日本企业携新品参展“intertextile 北京 2006”

日本纤维出口机构(JTEO)在9号展馆内举行“特殊·功能型纤维等的展示·商谈交流会(北京)”，汇聚了日本的优秀特殊·功能型纤维制造商，在会场内举办展示·商谈交流会。

本届 intertextile 北京展会上，日本知名企业 KB 世联公司、敷纺、第一织物、南通帝人、瀧定名古屋、柏莉莫公司，日本纤维出口机构(JTEO)等精彩亮相。

KB 世联公司本届是第 3 次参展。参展的

目的是“结合上届 intertextile 上海展，进一步扩大在中国内销市场的销路。如展出的“轻密”是超轻量涤纶的高密度塔夫绸，是一种追求轻量化和功能融合的超轻量高密度织物，使用 17 分特单位的高复合涤纶长丝，实现了面料克重达到 1 平方米 35 克的超轻量。面料厚度为超薄型，经·纬方向都具有极佳的拉伸强度，不易破损。而且，由于是高密度织物，可防止少量的风雨渗透。同时保持了纱的柔软度，整体

可呈现其柔软风格；“Beledano”是超细纤维制成的仿皮织物，使用了 0.05 旦单位的超细纤维；“Bellsplit”也是使用这种纤维制成的一种“thik & thin 型”休闲风格仿皮面料。所谓“thik & thin”是指将一根纱的结晶率做部分随机改变，从而使其具有柔软、染色风格各异的特性。

敷纺公司是以扩大在中国国内衬衫面料的销路为目的，第 2 次前来参展。展出的“CARIBBEAN COTTON”是高档棉质地的，具有上佳光泽和天然柔软性的面料。起绒较少、触肤柔软。除用于衬衫，还可用于裤装；“AZEK-C”具有优良的通气性，采用全棉质地，拥有舒适的穿着感和柔软特性。展品以衬衫用色织面料为中心；“TECHNOS SOFT”也是以衬衫用色织面料为中心。借助“nanotechnology”柔软加工技术，使之具有上佳的光泽感和柔软耐洗的特性。

南通帝人有限公司已经是第 9 次参展了。展出的高密度极细纤维织物——“密可柔-TI”，具有高档品质的柔软手感，具有亚光外观的同时，兼具泼水、防风、透湿、抗 UV（紫外线）的特质，是一种高感度、高功能型面料，而“密可柔-CT”则是一种特殊复合极细纤维织物，具有天然棉质的手感，并具有泼水、透湿、防风性这些外衣所需基本功能，是一种高级休闲类面料。

第一织物公司本届是第 2 次参展，此次带来了他们最好的高密度织物前来展出。新面料“Pliantex”同时具备良好的防水性和伸缩性，作为时装、户外运动休闲装用料，使面料同时

兼具防风性和伸缩性。尽管拥有弹力性、耐水性、泼水性等机能，但仍然具有贴身柔软、不闷热、快干等使人体穿着舒适的特性。此外，该新型织物采用全涤纶，因此可以循环利用，保护环境。

TAENAKA PILE FABRICS 公司是一家自己公司进行从染纱、面料染色、印花、制造到整理加工等生产全过程的毛织物制造企业，第 3 次参展。主要展出的产品之一为“RAYON FASHION FUR”。展出从薄到厚的多种“RAYON FASHION FUR”产品，用途也相当广泛。该产品从简单加工到印花、制版印花、opal（烂花加工）复杂加工都有展示；“DENIM FUR”是该公司独创的正面为牛仔面料、反面为棉和涤纶布的毛织物，可进行染料、颜料、（青定）蓝染色加工；“VELVET”产品也展出了多种多样的天鹅绒，有棉质、丝质、提花、印花和 opal（烂花加工）的产品。

瀧定名古屋公司是第 2 次参展，其“MEN'S AND LADIES' NATURAL FIBER FABRICS”产品借助预生产来针对交期短、小批量销售成为可能。这种面料使用羊毛、棉、丝、亚麻素材；“MEN'S AND LADIES' SYNTHETIC FIBER FABRICS”产品使用涤纶、尼龙、粘胶素材；“MEN'S AND LADIES' FUNCTIONAL FABRICS”产品则采取相同的生产机制，主要以羊毛、涤纶素材为中心。

生产针织面料的柏莉莫公司初次参展，通过本次参展，想尽可能多地销售针织面料。

## 中国国际纺织纱线展览会主打创新牌

第四届中国国际纺织纱线展览会于 2007 年 3 月 22 日至 24 日在北京中国国际贸易中心如期举办。该展会由中国纺织工业协会主办，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、中国棉纺织行业协会、中国毛纺织行业协会、中国化学纤维工业协会、中国麻纺织行业协会、中国纺织信息中心联合承办。

作为北方地区最大的纺织纱线、纤维类盛会，本届展览会在纺织行业良好发展态势的带动下，共吸引了 9 个国家和地区的 115 家纱线、纤维类参展商参加。

2007 年 10 月 29~31 号，中国国际纱线展将在上海隆重推出中国国际纺织纱线秋冬展。此后，中国国际纺织纱线展将一年两届分别在春季于北京举办、秋季于上海举办。相信中国国际纺织纱线展览会必将成为中国、亚洲乃至全球纺织纱线、纤维领域沟通信息、贸易合作的重要平台。

### ➤ 专业定位 吸引众多企业加盟

纱线展专业的市场定位，吸引了纱线各领域众多知名企业加盟，山东魏桥、江苏华芳、浙江华一纺、青岛六棉、邯郸博特、浙江力达、山东鲁银、山东德信、江苏振新、河北三利、河北吉藁、烟台氨纶、山东海龙、温州汇浩等将携最新产品参加本届展会。

### ➤ 展品多元化 新式纱成为主流展品

由于纱线处于纺织的上游环节，因此专业性强是纱线展与终端产品展会的最大区别。本届展会将以功能型绿色环保产品为主流展品，这些新式纱不仅能提高产品的附加价值，更成为吸引买主的重要因素。东德信羊绒纺织有限公司将在本届展会重点展出含阿尔巴卡的毛纱，这种纱线近来在意大利比较流行，做出粗纺面料效果很好。浙江美邦实业集团有限公司开发出用原液染色 POY 和 BTY 纱线产品，这种高科技含量产品，不仅能提高客商的产品竞争力，而且环保，符合可持续发展理念。本届展会有 4 家金属丝纱线生产企业参展，山东恒泰纺织有限公司就是其中之一，该公司今年将主推弹力纱、金银纱。上届纱线展上，烟台氨纶股份有限公司的纽士达芳纶产品首次精彩亮相，该公司将携带最新开发的间位芳纶色纱、长丝、芳纶纸、耐高温手套、消防服等新产品参展，诠释更为丰富的“中国芳纶”概念。

### ➤ 服务创新 务求完善

为了保障买家利益，主办方更加注重企业参展资质的审查，以确保专业展会的“精”与“专”。展商质量不断提升，有效地保证了展会在行业的权威性与影响力。此外，主办方在观众邀请工作上也更为深入、细致。不仅向数据库中的专业买家发出邀请，还多次通过邮件群发、直邮等方式向一批重点客户提供个性化、专业化的信息服务。组委会还通过与海外协会建立的良好合作关系，加大了海外观众的邀请力度。

## 花式纱线广泛用于家纺

第四届中国国际纺织纱线展览会展出的花式纱线以其独特的纱线结构、色彩缤纷的外观效果，迎合了人们追求时尚、个性、新颖的着装心理。

本届纱线展有 16 家企业携带花式纱线参展，从一侧面反应出花式纱线在我国蓬勃发展的态势。这其中即有花式纱线新的生力军，也有生产花式纱线有 10 多年历史的企业。其中宝顺花式捻纱有限公司，自 1994 年就开始在广东佛山三水设立花式捻纱工厂，专门从事研

究开发生产花式纱线，为各针织工厂和贸易公司供应针织产品。宝顺花式捻纱有限公司主要将根据国际市场的流行趋势，结合客户的需求，不断开发出新的纱线品种主要大肚纱、圈圈纱、波纹纱、羽毛纱、TT 纱、针织带子纱、结子纱（knot yarn）等花式纱产品。其中，结子纱可广泛应用于毛衫的机器编织和手工编织，如：手套、帽子、披肩、围巾的编织及针织服装的生产。

## 纺织贸促会展览部副主任黄尺木解读纱线展

### ◇ 每一次展会都是一部流动教科书

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会展览部副主任黄尺木在解读纱线展时说，今年展馆面积是 3000 平方米，展位约有 130 多个，展商约有 110 个，来自 7 个国家和地区的海外

展商参展。

越来越多的国内参展商把市场看好的特种纤维搬进纱线展，这是中国纺织业快速发展的反映。从国内企业的产品目录可以看到，国

内纱线供应商的市场意识逐步加强。比如，今年市场上金属丝面料比较热，来参加展览的金属丝纱线生产企业就有4家，而像其他市场热点纤维，如弹性纤维、竹纤维，参展企业也比往年明显增多。

黄尺木说，我们给这个展览会的定位是这样的：中国国际纺织纱线展是一个小而专的贸易型展览会。首先，与同期举办的其他纺织服装展览会相比，中国国际纺织纱线展览会规模相对较小，但是麻雀虽小，五脏俱全，其展览会的操作模式和大型展览会一样，甚至是更加专业。其次，纱线展具有很强的专业性，为了保证其贸易氛围，我们投入大量的人力、物力、财力做市场分析、组织筛选、发出邀请。另外，还要在展会网上登陆过程中，限制非专业人士。这样的定位对于我们来说，工作量比较大，但带给参展商和观众的实惠也比较多。

黄尺木说进一步解释说，从名字上看，中国国际纺织纱线展所涵盖范围更广，上海国际流行纱线展专门针对针织用纱。而中国国际纺

织纱线展则涵盖所有的纤维，不论梭织用纱，还是针织用纱。

其次，中国国际纺织纱线展与上海国际流行纱线展相比，具有更加强大的行业背景。中国国际纺织纱线展由7家单位主办，其中有5家是各个行业协会，在行业内有更大的影响力和号召力。

再次，根据北京这个市场的特点，它覆盖了中国北部和东欧一些国家的纺织商业圈，参加中国国际纺织纱线展的毛纱生产企业较多。在上一届纱线展上，有来自立陶宛、拉多维亚等国的采购商购买纱线。随着展览会的知名度越来越高，东欧一些国家的纺织业也在起步，中国国际纺织纱线展将吸引越来越多东欧企业的目光。

对于纱线展这样的专业展会来说，组织专业观众是展会服务中最大的亮点。对于纱线、纤维参展商来说，如果没有专业观众，就谈不上展会的实际效果。为此，我们把很多精力放在招商和组织专业观众源上。

## 中国国际纺织纱线展览会企业新品介绍

### ◇ 山东恒泰纺织有限公司的金属丝纱线

最近几季的纱线流行趋势中，金属丝占据了越来越重要的位置。本届北京纱线展上，来参加展览的金属丝纱线生产企业有4家，山东恒泰纺织有限公司是其中一家。

山东恒泰纺织有限公司在北京纱线展上除了推出亚麻、牛奶纤维、大豆纤维等新型纤维纱线外，今年重点推出弹力纱和金银纱。金银纱是金属丝纱线中的一种，在一根纱线外包一根金银丝，这种纱线亮光非常好，适合做时

装面料。公司产品开发人员相信，这种纱线能给时装面料厂商提供更多的设计灵感和表现手法。

无论是以单纱的形式应用，还是与棉、毛等混纺，金属丝都有着很好的表现力。含有金属丝的面料可以永久性地防静电、防辐射、屏蔽紫外线，对孕妇和长时间在电脑前工作的上班族能起到有效的保护作用。

### ◇ 浙江美邦实业集团的原液染色纱线

浙江美邦实业集团有限公司开发出用原液染色的POY和BTY纱线产品，在本届纱线展上亮相。这种产品通过在切片中加入色母粒达到染色的效果，即可比正常染色产品降低成本，又比正常染色产品环保，可显著增强下游面料企业的市场竞争力。浙江美邦实业集团有

限公司是国内知名的纱线企业；浙江美邦实业集团有限公司还展出高支、高密、防水、防风、透气用于羽绒面料生产的纱线。这种纱线以前多依赖进口，现在浙江美邦实业集团有限公司推出这种高档次纱线后，可替代部分进口，为国内面料企业提供更多的选择。

## ◇ 山东德信羊绒纺织有限公司的阿尔巴卡毛纱

山东德信羊绒纺织有限公司在今年的北京纱线展重点展出含阿尔巴卡的毛纱。这种纱线近来在意大利比较流行，做出粗纺面料效果良好。该公司还在展会期间推出多种常规的丝

绒、棉绒、纯绒、丝棉绒等产品。

山东德信羊绒纺织有限公司已参加过多届纱线展，他们认为纱线展虽然规模不大，但专业性很强，观众很专业，参展效果很好。

## 欢迎参展美国国际产业用纺织品展览会

美国国际产业用纺织品展览会 (IFAI EXPO 2007) 将于 2007 年 10 月 3—5 日在美国拉斯韦加斯举行。

展览会由美国国际产业用纺织品协会 (IFAI) 主办，已有 30 多年的历史，目前是北美地区最具权威和影响力、规模最大的产业用纺织品行业国际性展览会，展会规模达 28000 平方米。展览会得到了美国商务部和国际著名采购商组织的重视及大力支持，2006 年展会共有来自 56 个国家的 441 家参展商参展，专业观众超过 9,000 名。据展会主办方综合历年展览会观众情况，预计 2007 年展会专业观众中将有超过 80% 的展会专业观众能够做出采购决定。其中 20% 的专业观众采购预算超过 500 万美元，23% 的专业观众采购预算超过 100 万美元。

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 (纺织贸促会) 经过调研分析，认为美国国际产业用纺织品展览会 (IFAI EXPO 2007) 已经成为北美地区产业用纺织品行业最重要的市场与信息平台，并且开始受到中国企业的重视，参展企业也逐年增加。

展览会展出的内容主要包括：各种涂层织物，蓬盖布，建筑膜材，用于产业用纺织品生产的设备，零配件，各种密封材料，工业用过滤材料，涤纶工业丝，玻璃纤维及其制品，工业用织造布，编织物，绳索，复合材料等。

基于与展会主办单位美国国际产业用纺织品协会的合作关系，纺织贸促会作为中国独家组团单位，一直组织企业参加该展会。2006 年展会有近 20 家中国企业参展，均获得良好的贸易效果。2007 年，纺织贸促会将组织中国产业用纺织品行业相关企业参加美国国际产业用纺织品展览会 (IFAI EXPO 2007)。

纺织贸促会将一如既往的作好组团参展服务工作。从中国展团的展位分配，展区搭建，到参展商签证申请及展览随团人员的接待等整个参展全过程，我会积累 10 多年出国办展经验，将尽心尽力作好每一个环节。

**我会已经开始接受企业报名，有关展会相关事宜，敬请垂询：**

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

联系人：郭益理 王欣

电话：010-85229478, 85229093

传真：010-85229295

### 【贸易机会】

美国求购提花布 (用于男女夹克、裤子、衬衫用)

公司：Lily Apparel LLC / Fine Linen Collection, INC

地址：1522, Crenshaw Ave USA

联系人：Robin Kim

电话：1-323-7327676

传真：1-323-7322442

印度求购纽扣、蕾丝

公司：Arihant Incorporated

地址：303, South Extn Tower, 389 Masjid Moth India

联系人：Kanhaiya Dugar

电话：0091-11-41345331

传真：0091-11-41345335