

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

2008 年第三期
(总第 160 期)
2008 年 3 月 15 日

-
- ◆.....◆
- 【经贸动态】** P4 人民币升值和通胀将成 2008 年两大主题
P4 2008 年 1 月我纺织品服装出口增速 25.21%
P5 纺织出口企业积极应对人民币升值带来的压力
- 【国际市场】** P6 2007 越南从中国进口布料增长 51.8%
P6 2007 年美纺织厂产量下降 12.1%
P6 “高耐热”面料在俄罗斯畅销
P7 韩国纺织服装企业向印度转移
P7 2007 年我对欧美国纺织品服装出口分析
P7 我出口美国针织服装独具特色
P8 美国女装市场新式女秋装应对变暖气候
P8 我出口美国纺织服装单价下跌
P9 世界主要国家和地区的人均纤维消费量
P9 欧盟对中国产“LUO-NI”牌童装发出消费者警告
P9 土耳其对我非织造布进行反倾销
- 【政策法规】** P10 新版《桑蚕丝织物》国家标准实施
P10 美国 AATCC 技术手册再次更新
- 【行业动态】** P11 王天凯当选新一届政协委员
P11 中国纺织服装出口面临 2008 新考验
- 【会员新闻】** P13 福建凤竹推动节能减排见成效
P13 杭州集美的目标是推动印染行业进步
P13 山东德棉将为高档床品面料项目投资 1.05 亿元
P14 孚日集团床品公司全力应对织造高峰
P14 依棉集团新产品入围 2009 春夏中国流行面料
P14 “樱花”面料喜获 2007 中国纺织科技奖
- 【关 注】** P15 严谨参展 捕捉商机
- 【展会专题】** P16 intertextile BEIJING 2008：面料企业从重制造转向重服务
P17 丝绸与针织为 intertextile 面料展增加新看点
P17 2008 intertextile 春夏面料展携手权威机构再度深入解读潮流
P18 intertextile 面料展 “有机”生活，从纺织品开始
P19 日本企业及在华日资企业激情参展 intertextile 2008 北京
P20 丝路经纬大讲坛 3 月再度开讲
P21 中国国际纺织纱线展肩负完善产业链重任
P22 纱线展为提高纺织品差异化覆盖面拓宽思路
P23 BISMA 2008 展值得关注
P24 亚洲时装面料展 时尚品牌 7 月荟萃澳门

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 07)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易促进会领导，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）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。
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。

联系方式：北京东长安街 12 号 307 室 100742

中国国际贸易促进会纺织行业分会 信息部

联系电话：010 - 85229096/85229645 传真：010 - 85229196



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：_____

人民币升值和通胀将成 2008 年两大主题

人民币升值和通胀,必将成为 2008 年宏观经济运行的两大主题和国家经济调控政策的聚焦点。

当前,我国宏观经济运行已经出现越来越强的矫正这种失衡的趋势,即要求非贸易品相对贸易品价格上升(真实汇率上升),其实现的途径无外乎有两条:人民币快速升值或者国内物价水平快速上升。前者的机理是,贸易品国际市场价格给定的前提下人民币升值将会降低贸易品国内价格,从而使非贸易品相对贸易品价格上升;后者的机理是由于名义汇率不变,且贸易品国际市场价格给定,国内价格水平上升将由非贸易品承担。从目前看,人民币升值和通胀,必将成为 2008 年宏观经济运行的两大主题和国家经济调控政策的聚焦点。

2008 年,我国的结构性通胀有迈向全面性通胀的趋势。首先,由于国际收支双顺差和外汇储备快速增加导致的流动性剩余将拉动物价上涨。目前,尽管央行采取了非常频繁的冲销和提高存款准备金率措施,但是通过外汇占款渠道投放出去的货币增长还是超出了央行的对冲手段。2008 年国际收支双顺差和外汇储备增加的局面并不会发生根本改变,所以尽管国家实行从紧的货币政策,但流动性规模并不会转为恶化的局面。

其次,劳动力价格上涨。新劳动法的实施,将改变劳动力原有的供需弹性,推高企业的劳动力成本。制造业在过去多年的工资增长远远落后于劳动生产率增长,未来这种情况将发生较大变化,工资有进一步提升的内在动力。纺

织服装业工人工资的增长是必然的。

再次,国际石油价格高位运行、粮食等原材料价格继续攀升将进一步引致输入性的物价上涨。从目前来看,全球能源价格上涨对中国注入的外生性通胀压力并不显著,这主要是因为国家发改委对能源价格和部分初级产品价格的管制,导致进口价格的增长不能反映到原材料燃料动力购进价格的增长。但随着能源价格的市场化进程,这一扭曲机制将得到矫正。

人民币升值效应、国家出口退税政策的调整、美国次级债危机所致全球经济增速的减缓,以及能源、原材料、土地、劳动力等价格全面上涨,还有针对中国的贸易保护主义政策的冲击,所有这些理由似乎让大家觉得 2008 年中国的出口将出现快速的下滑。但实际情况并不会这么悲观,内生性的国际比较优势会使中国的高顺差还会延续。

2007 年,尽管面临了外部经济严重失衡、人民币升值压力以及外汇占款的快速增长,经济当局为避免人民币升值过快对就业和经济增长产生严重的负面影响,在资本管制、行政手段以及冲销等各种手段的帮助下,继续维持了国际上并不认同的汇率水平。但这种“以内部经济稳定为主,以外部平衡目标为辅”的策略在 2008 年将面临更大考验。由于次贷危机影响到世界经济增速的减缓,美国、欧盟和日本在今年都将面临国内就业的压力,可能转化为人民币升值的压力。但我们也应看到,升值幅度加大有利于我们矫正内外经济失衡。

2008 年 1 月我纺织品服装出口增速 25.21%

据中国海关统计,2008 年 1 月我国纺织品服装进出口总额 163.34 亿美元,同比增长 22.97%。其中出口 149.84 亿美元,进口 13.50 亿美元,分别增长 25.21%和 3.13%。其中,纺织品出口 55.75 亿美元,服装出口 94.09 亿美元,分别增长 33.63%和 20.71%;进口纺织品 11.61 亿美元,进口服装 1.89 亿美元,分别增长-0.68%和 35.00%。

我国纺织品服装出口 1 月增速达到

25.21%,尤其纺织品出口增速高达 33.63%,高于 07 年全年水平。不过,依照历年纺织品服装出口变化“前高后低”的规律,每年 1 月份出口占比通常为全年较高的水平,由于我国遭遇雪灾,加之劳动力和原料成本、加息与升值等多重客观因素影响,预计 2 月份出口增速会有一定程度的回落。

今年 1 月,我国出口市场的结构性变化显示出我国纺织品出口正日趋分散和合理化,对

香港、日本和美国市场的依赖程度在逐渐降低；欧洲、非洲和拉丁美洲将成为未来我国纺织品出口的主要增长区域。我对欧盟 27 国、美国和香港地区的出口仍占前三位，但所占的出口比重与去年相比有所减缓。对欧美出口占总出口的 35.08%，比上年同期下降 0.5 个百分点；对欧美日韩五国的出口占对外贸易总出口的 60.56%，比上年同期下降 4.5 个百分点。对土耳其的出口呈现负增长状态，增速下降 25%。

受人民币的加速升值影响，我对亚洲、北美洲的出口增速均出现不同程度下滑，尤其对北美洲出口，与去年增速相比下降幅度高达 34.56%。而对非洲、拉丁美洲和大洋洲出口增幅分别达到 41.35%、41.58% 和 42.59%。

进口方面，年初受雪灾因素影响，今年 1 月我国一般贸易方式进口纺织品服装增速达到 46.59%，特别是服装产品进口增速达到 92.31%；而进料加工与来料加工的 1 月同比则分别下降 4-6 个百分点。

纺织出口企业积极应对人民币升值带来的压力

人民币升值对我国纺织服装进出口企业的影响可谓“牵一发而动全身”，对进口企业的影响是积极的，而出口企业则增加了压力。

风险转嫁给与之进行交易的外商，这样就能将人民币升值造成的损失弥补回来。

今年以来，人民币对美元汇率一路攀升。今年前两个月，人民币对美元汇率中间价已先后 19 次创出新高。按照 2007 年末的数据计算，今年以来人民币累计升值幅度已超过 2.58%。升值速度超过了汇改以来的任何时期。这在一定程度上挤压了纺织出口企业的利润空间。

面对人民币实行有管理的浮动汇率制度，我国纺织服装进出口企业应该综合考虑资金来源和用途、自身财力和外汇市场的具体情况以积极应对。目前很多纺织出口企业都在积极采取措施，通过提高产品附加值、节省生产成本等方式，应对人民币升值带来的压力：

对于一些出口产品交货期较长的企业，由于人民币汇率已实行有管理的浮动汇率，给企业带来很大不确定性。因此，一旦出口日期确定后，就应立即向银行申请价位锁定，签订产品的保值协议。这样在约定期限内，不管人民币是升是降，对于企业来说所赚的利润是不变的。在结算上，为了避免风险，企业可以要求在收款的时候采用人民币或者是其他强势货币结算；和客户共同分担人民币升值带来的利润空间压缩的损失，是很多出口企业很自然能想到的避险方式。以丝绸产品为例，因为丝绸是中国垄断性的产品，所以人民币升值导致丝绸上涨的那部分价格国外企业是可以接受的，即在丝绸上适当地加价，加价的原则必须跟国家的汇率相匹配。北京一家丝绸进出口公司负责人称，公司已做好准备，会适当地把一部分

1、优化出口产品结构，提高产品的技术含量和附加值，增强产业竞争力。企业要把加大研发力度、提高产品质量、增加产品附加值作为应对汇率变动的根本途径。人民币升值有利于企业引进国外先进设备，加快技术创新步伐，加速产品的升级换代，同时提高生产效率，降低中间消耗和生产成本，以保持利润回避风险；

2、走差异化、品牌化之路。我国很多纺织服装企业缺乏长远品牌规划，在世界经济全球化的今天，中国企业面临的是与世界品牌竞争的市场。企业要尽快提高出口产品档次，提升产品的品牌内涵和设计能力，创建出口产品品牌优势，走高端名牌之路。只有这样才能避免国外频繁以反倾销、特保等措施来给中国企业施压。

2007 越南从中国进口布料增长 51.8%

据越南工贸部统计,2007 年越南进口布料总额为 39.8 亿美元,同比增长 33.6%。其中,从中国大陆进口布料金额达 13.5 亿美元,占越南布料进口总额的 34.1%,同比增长 51.8%;从韩国进口 8.176 亿美元,同比增长 31.7%;从中国台湾地区进口 7.3 亿美元,同比增长 18.2%;从其他渠道进口的布料增长速度较快的国家有法国、土耳其、拉脱维亚、瑞典,同比增长依次为 92.1%、157.4%、933%、218.4%。

2007 年美纺织厂产量下降 12.1%

美联储在近日发布的统计数字表明,2007 年美国纺织工厂产量下降了 12.1%。这是自美国政府开始公布产量数据以来下降负担最大的一次。同高峰期 1997 年 12 月份的产量相比,2007 年,美国纺织工厂产量下降了 44.85%。美国纺织工业其他部门 2007 年产量也出现下降,美国纺织产品工厂产量下降了 4.9%,美国服装的产量下降了 2.5%。

据美国商业局纺织和服装办公室消息:在截止到 2007 年 11 月份的 12 个月中,美国纺织和服装的进口量达到 531.5 亿平方米,比 2001 年的 328.1 亿平方米上升了 203.4 亿平方米,这个数字表明美国纺织和服装进口量上升了 62%。

“高耐热”面料在俄罗斯畅销

目前,用于制作工作服、职业装和制服的“高耐热”面料在俄罗斯流行。这种布料较轻,是在带有棉质纱线的纬纱基础上利用聚醚纤维制成的,制作制服时设计师则更青睐平整的染布或迷彩布料,例如经编针织亚麻布、带衬里的防风布料等。这些布料是缝制服务商行业制服最流行的材料。

由于俄罗斯对军服更新的要求,俄罗斯生产了一种化纤非织造材料,它们工艺和生产线在俄罗斯和欧洲具有独创性,并申请了专利。经俄罗斯国防部批准,将采用这种化纤非织造材料作为军用防寒服絮料,通过了俄罗斯卫生部、俄罗斯工商会、全俄劳动防护中心的认可,并经过俄罗斯军工系统的科研院所、俄罗斯非织造材料科学研究院、缝纫工业研究院、“服装”科学研究中心的技术鉴定。这种化纤非织造材料为白色片状,它比进口的类似材料价格低 60%,它的使用一改俄罗斯冬装笨重、防寒不良的缺点,如果与防水面料、风帽、毛皮翻边组合,可制成适合俄不同地区气候的防寒职业服,因此其应用迅速扩展到俄罗斯的民用部门,如制成北方航空公司的职业装,极地考察队服,以及新生婴儿包裹被

等。

近年来,俄罗斯许多纺织企业改进了经营方式,引进了有效的营销体制,提高了产品质量,改善了商品品种,俄纺织企业已实现经营多元化、产品多样化,如各种布料、纱锭、毛线、窗纱窗帘、床上用品、长短袜、针织品、地毯、非织造衣料等。

俄罗斯工业科技部于 2002 年年底发布了关于轻纺行业至 2010 年的发展报告,提出到 2010 年将具有竞争力的国产轻纺产品在国内市场的占有率提高到 55%。为实现此目标,俄拟定 2010 年主要种类的服装成品产量比 2001 年提高 2—4 倍;在使用国产原料的情况下,加快发展服装成品生产;保障国产原料,如天然亚麻、毛、皮革、皮毛和化学纤维的深加工;增加化学纤维在轻工业原料生产中的比重,使其能达到 50%;将生产所需的材料消耗降低 15%—20%,能源消耗降低 25%—30%;力争产品利润增加 25%—50%;运用税收和非税收方式降低非正规进口产品的数量。伴随着私有化进程,俄罗斯纺织企业已逐步演变为私有企业或股份制企业。

韩国纺织服装企业向印度转移

据韩国纺织服装协会对印度的市场调查,为寻求更低生产成本,提高产业竞争力,韩国纺织品和服装企业目前开始大举进入印度市场。目前,韩国著名的 LG 时装公司、第一毛纺公司、多贝纺织服装公司、ON&ON 时装公司、宝克莱服装公司等都已进入印度市场。

印度国内目前纺织服装行业的从业工人已达 4000 多万,所产羊毛、羊绒、棉花、毛皮和装饰品材料等有很强的竞争力,而且生产所需原材料价格低廉。因此在印度当地安排生产,将产品在韩国国内销售或出口,具有价格优势。

2007 年我对欧美国纺织品服装出口分析

据中国海关统计,2007 年全年全国纺织品服装进出口贸易总值达 1943.53 亿美元,占全国总进出口额的 8.94%,同比增长 17.69%,其中出口贸易额高达 1756.16 亿美元,同比增长 19.40%,累计贸易顺差达到 1568.79 亿美元,同比增幅更达 21.60%。

统计显示,2007 年全年我国纺织品服装对欧盟、美国的出口金额共计 588.49 亿美元,与上年同比增长 6.00%,占纺织品服装出口总额的 31.80%,其中对美国出口金额 266.34 亿美元,与上年同比增长 14.42%;对欧盟出口共计 292.14 亿美元,与上年同比下降 0.67%。

我国对美国的纺织品出口中,棉纱线的出口依然是呈现下跌趋势的,全年累计出口额为 676 万美元,同比减少 36.49%;丝机织物和化纤纤

维机织物的出口额也较上一年有小幅下滑,但同比跌幅均不超过 10%。除了以上三种纺织品对美出口有所下降外,其他均较上一年有不同幅度的增长,其中增幅最大的是羊毛、动物毛纱线,2007 年累计出口额为 533 万美元,同比增幅达 55.35%;自美国进口纺织品服装 56974 万美元,约占全国进口总额的 3.06%,同比增长 15.86%,增速较上年下降 9.74 个百分点。其中纺织品依然占绝对主导地位,累计进口金额高达 54943 万美元,同比增长 15.23%,但增幅较去年同期低 12.08 个百分点,约占自美国进口总额的 96.44%,比重与上年相当;服装累计进口额为 2031 万美元,同比增幅由上年的 -12.05% 增长至 35.97%,所占比重则由上年的 3.04% 小幅提升至 3.56%。

我出口美国针织服装独具特色

据美国商务部纺织品处公布自中国进口之纺织品数量统计数据显示,2006 年美国自中国进口的针织布 135 万平米,市场占有率达 11%,进口针织服装 21 万件,金额 356 万美元,平均单价 17 美元,自中国进口的金额比 2006 年增长了 61%。其中从中国进口的棉针织服装 18 万件,金额 87 万美元,单价 4.8 美元;化纤针织服装进口 1.6 万件,金额 44 万美元,平均单价 27.5 美元,同比增长 6%;毛针织服装 7350 件,金额 176 万美元,同比增加最高,达 109%,平均单价 239 美元。这说明,我国出口美国的毛针织服装性价比较高。

近期从美国进口商接单的现状与趋势发现,近年来,美国市场对我国产的针织品消费呈大幅上升趋势。由于美国的文化特点,使得美国人在

穿着方面追求休闲、舒适和健康,除非在正式场合男士必须穿西装,女士穿西服裙或礼服外,在一般场合衣着较随便,因而针织服装成为首选。因为针织服装富有弹性、穿着舒适,变形范围不大,深受欢迎。美国的男女老少日常均以穿针织服装为主体,尤其早上晨练、晚上散步及节假日都以圆领 T 恤衫与针织短裤作为主要服饰;白领族上班以有领 T 恤衫与西裤作为流行服装,因此在美国穿针织服装的人群有增无减。

结合美国消费者的体型、文化特点,我国出口到美国的针织服装近年来多方吸收了具有粗犷、耐洗、透气性好的特性,甚至是机可洗的针织服装特受到美国进口商的青睐。

自 2005 年以来,我国出口到美国市场上的针织服装品种与质量已经有很大发展与提高。以

反领 T 恤为例, 1998 年以素色为主, 彩横条, 织物组织以珠地网眼中中厚织物居多, 纱支以中支纱为主, 但目前我国生产的 T 恤品种有男装、女装、童装、长袖、短袖, 有领 T 恤与无领(圆领、V 型领)等多个品种, 采用的织造工艺多变: 纬编单、双面布, 珠地网眼布、彩横条、竖条布及电脑提花织物等; 加工方法有: 印花、提花、绣花、布贴拼镶等各种方法。

此外, 我国企业用电脑提花大圆机生产的针织布, 也适用于作美国市场的男女高档 T 恤衫, 多数采用纯棉精梳纱为原料, 纱线经筒子染色与特种整理技术, 使织物手感挺刮, 抗皱不易变形, 穿着滑爽是 T 恤衫中高档品。我国一些针织企业用针织提花横机生产的毛衫类针织服装也已逐步进入美国市场, 尤其是横机生产秋冬季长袖 T 恤及女式毛衫已占有一定市场份额。使用原料有羊毛、绢丝、腈纶等, 一般是由多种纤维混纺而成, 羊毛含量只有 20% ~ 30%, 多数采用染

色纱线织造。由于采用横机织造尺寸调节范围大, 稳定性好, 基本上可以做到“量体裁衣”, 穿着得体, 故已逐步被美国消费群体尤其是白领女性的赏识, 成为外衣化高档服饰之一, 具有良好的发展前景。

值得企业注意的是: 为了充分显示我国产的针织服装穿着舒适、表面光洁、织纹清晰等风格, 对纱线(丝)质量要求越来越高, 除了要求条干均匀、粗细节疵点少外, 多数选用精梳纱为原料, 高档次薄型 T 恤衫有的选用 9.7 tex(60S)精梳纱或用美国 Pima 长绒棉纺纱, 使织物表面既细腻, 又具有丝光效果。对混纺纱线选用以天然纤维高于合成纤维为原则, 使用化纤比例一般不超过 40%, 但值得引起关注的是针织产品中使用的混色纱线(又称色纺纱)近几年增加较快, 因为用混色纱编织可省去针织物染色加工, 减少环境污染, 同时织物表面产生异色效应风格。

美国女装市场新式女秋装应对变暖气候

考虑到秋季天气可能意外变暖, 纽约时装周期间, 美国、法国、意大利、英国、西班牙等国的时装设计大师们, 在时装舞台上通过模特们向观众展示的均是秋夏界限模糊的时装, 轻便、淡雅的面料, 并有装饰花边的秋季女装非常抢眼。新设计创作的秋装由薄薄的几个夹层构成, 可以调节厚度, 成为混穿式服装, 夹层随时根据气候变化可增可减, 有的女式秋装面料用酷似真丝的雪纺绸, 外观上既显得飘逸, 又能给人以温暖的感觉。

我出口美国纺织服装单价下跌

据美棉公司对市场细分调查分析, 近几年中国出口美国的 10 大类纺织品服装价格不升反降, 平均价格下降 2%, 最高下降 6%, 例如 2007 年我国出口美国的针织服装平均单价与 2006 年相比下降 10.7%, 梭织服装平均单价下降 3.87%, 有些服装的平均单价最多下降 26%。由于原料价格与加工费用提高, 成本相应提高了, 而出口价格反而下降, 人民币又不断升值, 再靠增加出口数量的路子是越来越窄。

近几年, 美国纺织服装市场变化最大特点是提高产品技术含量与加工深度。以针织产品为例, 1 件圆领 T 恤衫不加任何装饰在超市中只能卖 3~5 美元/件, 而用涂料或泡沫印花加工后就可卖 8~10 美元/件, 如用精梳纱生产加绣花等艺术加工, 由于表面光洁精致华丽进入中高档市

场标价就上升到 15~20 美元/件, 削价时也可卖 10 美元/件, 而使用原料差异不大, 价格相差 3~4 倍。又如纯棉短袖反领 T 恤衫, 在超市标价在 10~12 美元/件, 而印度产的用 9.7 tex 精梳纱加色织工艺织造, 使产品档次迅速提升, 在中高档商场上标价 40 多美元/件, 是一般产品的 4 倍。又如 1 条纯棉西裤, 使用纱支不同, 价格差异也很大, 用 18.5tex 高支氨纶包芯精梳纱为原料, 经免烫整理在商场中标价均在 40~50 美元/条, 而用一般中支纱或 T/C 纱为原料在超市时标价只能在 15~20 美元/条, 且不能进入中高档市场。

我国的品牌服装数量品种不如印度、秘鲁及香港地区。如同样 1 件 Polo 反领 T 恤衫, 印度、香港的标价均在 80 美元以上, 我国产的标价只 60 多美元, 打折后前者可卖 40 美元/件, 我国产

的只能卖 30 多美元/件。又如秘鲁产的 POLO T 恤衫均用色纺纱,并采用大圆机编织,彩横条色泽搭配协调,给人以穿着大气感,而我国是色纺纱主要生产国,却很少见到用色纺纱生产的名牌服装。此外在美国商场中,印度、墨西哥产品市场占有率比我国高得多,尤其是印度以高支细薄精细加工产品占领市场,是我国主要的竞争对手。美国是拥有牛仔服装较多国家,但中国产的品牌牛仔服装也不多见。

虽然我国服装业无论在设计及用料上都十分讲究,并已拥有像雅戈尔、杉杉等著名服装品牌,虽在美国市场上见到标有中国品牌的服装凤毛麟角。但我国生产的特色纺织品已占领美国市场,如针织品中色纺纱线织物,梭织物中中长仿毛织物及低含毛、含麻织物等都是市场畅销产品,此外,用横机织造多纤混纺毛衫及化纤仿真产品在商场中也占有一定比例。

世界主要国家和地区的人均纤维消费量

近日,英国咨询公司 PCI 发表的“关于东欧 2010 年的纤维消费量预计报告”,发布了全球地区的纤维人均消费统计如下:

2007 年世界主要国家和地区的人均纤维消费量统计

国家/地区	人均纤维消费量(公斤)
北美	38
西欧	24
日本	20
韩国	18
中国台湾省	16
中国大陆	15
东欧	10
印度	4

欧盟对中国产“LUO-NI”牌童装发出消费者警告

2008 年 3 月 1 日,欧盟委员会非食品类快速预警系统对中国产“LUO-NI”牌带帽童装发出消费者警告。本案的通报国为匈牙利。此次通报的童装附带一副儿童手套,尺码为 11 号。由于该带帽童装的帽子配有拉绳,而欧盟对童装的帽绳有极其严格的规定(一般不允许装有帽绳),一旦将其缠绕于颈部,有致人窒息的危险。该产品不符合欧盟的相关标准 EN14682。请国内有关生产和出口企业对此予以高度重视。

土耳其对我非织造布进行反倾销

近日,土耳其外贸署发布公告,决定对原产于中国的非织造布产品(150 克/平方米以上)进行反倾销立案调查。涉案产品海关编码为 560314。

土耳其外贸署将根据土耳其国内相关法律的要求,接受本国相关产业的申请。一旦正式立案,土耳其外贸署将在网上公布申请书非保密部分文本以及立案公告,并送达有关利害关系方。

据悉,我国非织造布产品出口土耳其的数量不多,仅占整个中国非织造布产品出口的 1.9%,与出口到其他国家的非织造布产品相比,平均价格偏高,因此,并不构成低价倾销。中国产业用纺织品行业协会目前正在收集相关数据,以便积极应对。

新版《桑蚕丝织物》国家标准实施

由国家质量监督检验检疫总局和中国国家标准化管理委员会发布的《桑蚕丝织物》国家标准 GB/T15551-2007，于 2008 年 2 月 1 日正式实施。

该标准以现有相关国标为基础，充分考虑桑蚕丝织物产品特征，在外观疵点评分方法上由每米评分改为每百平方米评分。在内在质量检测上，增加了安全环保项目的考核，突出丝织物安全环保的重要性，扩大了桑蚕丝织物的适用范围，简化了对丝织物包装材料和包装方法的要求等。

检验检疫部门提醒相关企业，要及时掌握新的《桑蚕丝织物》标准的内容，严格按标准的要求组织生产，确保出口桑蚕丝织物的质量，提高产品在国际市场上的竞争能力。

美国 AATCC 技术手册再次更新

近日，美国 AATCC（美国染色与化学家协会）正式发布了 2008 版的“ AATCC 技术手册”。该手册是国外纺织品进口商广泛采用的检测技术依据，相关单位应对其更新情况给予关注。

AATCC 是一个服务于纺织品设计、加工和测试行业的非盈利性专业机构。该机构针对经过染色或化学品处理的纺织品，研究制定出一套涉及纺织品耐晒牢度、水洗牢度、拒水性和抗菌性等性能指标的评价体系及测试方法。AATCC 标准虽不是官方强制标准，但鉴于其科学性和权威性，欧洲、大洋洲等发达地区的纺织品行业往往采纳该标准。许多国外知名企业在向我国纺织品生产和出口企业下订单时，通常会以 AATCC 标准为产品性能的检测依据。SGS、ITS、MTL 等国际第三方检测机构也大多将 AATCC 作为主要的检测标准。

2008 版的“ AATCC 技术手册”主要有以下几点变化：对 AATCC8-2007《摩擦色牢度：AATCC 摩擦方法》、AATCC20-2007《纤维定量分析》（关于羊绒和羊毛）等 15 项标准的内容进行了修订；将 AATCC79《漂白织物的吸收性测试》改名为《织物的吸收性》，并将方法使用范围扩大到其它形式的织物上；将 AATCC15（《耐汗渍色牢度》）、AATCC42（《耐水性测试：冲击渗透法》）、AATCC106（《耐海水色牢度》）等 14 项标准的年号统一为 2007，如 AATCC15 - 2007；新推出了 AATCC 评估程序 11-2007《紫外分光光度计测试织物白度》和《手动洗烫织物的标准化》等评估程序。

出口企业应尽快了解最新版“ AATCC 技术手册”的技术参数变化情况，并根据该技术手册的实施细则及时更新相关单证上填写的检测依据。此外，纺织品出口企业应高度关注 AATCC 标准更新后国外检测机构的最新技术要求，及时开展相应的培训工作，避免因技术标准落后而导致产品出口受阻。

王天凯当选新一届政协委员

3月初，一年一度的“两会”在北京召开。这次“两会”是党的十七大召开后的第一次“两会”，意义深远，任务艰巨，来自各行各业的“两会”代表将肩负着新的历史使命，在北京人民大会堂代表全国人民议事献策。

中国纺织工业协会副会长王天凯，当选为中国纺织行业的新一届政协委员。他说：感谢企业领导和职工群众的信任，推举我为新一届的全国政协委员。这不仅是一种荣誉，更多的是一种责任。我对政协委员职责的理解，是要更多地负载起群众的期待、行业的重托，我会认真地履行职责，行使人民给予的权利、承担义务与责任。这个新的岗位对我来说责任重大，今后我将更加深入地调研行业、企业，提出对推进行业改革发展有积极意义的提案，传达行业、企业、群众的声音。

他指出：总的来看，2007年中国纺织工业在新形势下继续保持了平稳较快发展。这一成绩，是在汇率、税率变化和生产成本上升的外

部环境影响下取得的，来之不易。这说明我们的企业在加快结构调整、全力推动技术创新的氛围下，有了进步。特别是其中的1/3骨干企业，真正成为行业带头兵，开创“蓝海”，走在了行业的前头。

不过，困难确实存在，调整也仍在继续。但我不同意近期一些媒体关于有多少企业可能倒闭这种哗众取宠的论调。因为一切都在动态的发展之中，怎么可以轻易地下这种不合适也不科学的论定呢？几年前类似的人民币升值多少、全行业将亏损的言论，不是已经被证明是可笑的了吗？

一些企业出现困难的现象也是正常的，因为市场竞争就是要优胜劣汰。那种过量消耗资源、一味靠低劳动成本参与竞争的企业，已经很难将粗放式发展的道路走下去了。从纺织行业骨干企业的群体身上，我们看到今天行业对调整的适应能力比以前要强了，大环境的压力对产业升级也是有利的。

中国纺织服装出口面临 2008 新考验

2007年，中国纺织服装业尽管遭遇了贸易限制、人民币升值、劳动力和生产资料成本提升等诸多坎坷，但出口仍保持较快增长。

据中国海关统计，2007年我国纺织品、服装及衣着附件的出口总额为1679.37亿美元，同比增加18.77%，其中，纺织品出口583.47亿美元，同比增长15.36%，而2006年同比增幅为18.72%，增速下降3.36个百分点；服装及衣着附件出口1095.90亿美元，同比增加20.67%，而2006年同期增幅为28.84%，增速下降8.17个百分点；其中对欧盟27国出口纺织品服装共计275.81亿美元，排除罗、保两国出口增长的基数因数考虑，同比增长0.46%，对欧盟15国同比增长22.79%；对美国出口纺织品服装共计240.4亿美元，同比增长15.26%。而对日本则出口188.55亿美元，增速由去年的8.10%下降到3.96%，同比下降4.14个百分点。

从以上统计可以看出：我国纺织服装出口整体走强的背后，由于今年仍存在一些不确定因素，我国纺织服装出口将迎来一场全新的考验，主要表现在以下几个方面：

1、对主要发达国家和地区的出口仍存在不确定因素。

由于欧盟于2007年6月1日起，欧盟REACH法案正式实施，我国服装对欧盟出口开始大幅下降。2008年，欧盟对中国纺织品的配额限制宣布中止之后，中欧双方采用监控制度的制度，但该制度目的是预防中国纺织品对欧盟出口的异常表现，若中国的纺织服装产品仍未改变过去那种在一两个市场区域集中扎堆的出口状况，可能遭遇来自欧盟新的贸易保护措施；而美国市场受“次级贷”风波及经济增长乏力等因素的影响，我对美出口明显乏力，这种趋势短期难以改变。

2、主要纺织服装品种出口出现下滑。

我在服装出口中，非针织或钩编织物制服装、皮革服装和裘皮服装、棉坯布出口都出现下跌趋势。据中国海关统计，2007年我对美国出口的尽管比2006年同比增长了38.47%的数量，但平均单价仅为4.39美元/件(套)，与2006年同比单价下降了10.7%，丝制针织服装2007年的出口数量甚至下滑了26.46%，为3800万件，出口金额3.46亿美元，同比下降27.13%，平均单价也下滑了接近个百分点；其它如棉纱线出口美国的数量为2100万吨，数量同比下降了38.69%，出口金额676万美元，同比下降了36.49%。

内资企业出口后劲不足。以广东为例，私营企业曾是广东最大的服装出口企业，今年一月，出口额已退居外商投资企业之后。从整体上看，近期广东内资企业服装出口在出口退税政策调整后增长后劲略显不足，今后如何发展仍需进一步观察。另外，从中国海关统计的数字中可以看出：2007年，我国国有企业纺织品的出口117亿美元，同比明显下滑了4.81%，集体企业下滑了0.64%。虽然三资企业出口同比增长，但受多种因素影响后劲明显不足。

3、在充满变数的国内、国际市场中直面重重压力。

2008年，国内外的纺织服装市场充满变数。

国内，人民币升值幅度开始加快，据测算，对于以美元计价的出口企业来说，人民币汇率每升值百分之一，纺织服装业的销售利润率下降二至六个百分点。新《劳动合同法》正式实施，将直接增加劳动力成本二成以上；

国际上，原油期货价格突破一百美元大关，在油价上涨带动下，棉花价格也会形成新一轮涨价行情。

4、面对国内外各种不利因素，中国纺织服装企业应对策略：

1) 理性把握出口节奏

为避免出现类似于2005年初中国对欧纺织品出口的“井喷”现象，导致双边贸易纠纷加剧，纺织服装企业一定要合理调控出口节奏，切忌盲目承接订单，要注意接单数量保持稳定，着眼和立足于长远的市场战略目标。

今年年底，如果中国对美出口纺织品配额能如期取消，中国产品对美出口如果净增，则美国制造商可能申请“过渡期保障机制”或要求美国国际贸易委员会实施反补贴措施。因此，我国出口企业要适当加大内销力度，尽量采用美元以外的货币结算，将可能出现的损失降到最低，同时，鼓励有条件的企业适当走出去办厂，将工厂建立在发达国家未设限的发展中国家以尽可能地规避贸易壁垒，也可以主动防范发达国家的反规避调查，减少贸易壁垒带来的损失。

【贸易机会】

[国内求购] 面向制衣厂家收购库存棉布、牛仔布、灯心绒

公司名称：万事发纺织品库存贸易

联系人：吕荣华(先生) 13802418258

电话：086 020 22252542

传真：086 020 22252542

电子邮件：lh8258@163.com

地址：白云区石井镇马岗浅水南4巷3号

[国内求购] 棉涤弹力坯布

公司名称：江苏祥鸿泰和棉纺织有限公司

联系人：杨国萍 13615151999(女士)

电话：+86 0515 13615151999

传真：+86 0515 3857070

电子邮件：dfygp@126.com

地区：江苏 盐城

地址：大丰市经济开发区南翔路199号

◇ 福建凤竹推动节能减排见成效

福建凤竹作为福建省最大的针织染整专业厂家和面料生产基地，长期以来都十分重视环保工作。始终将清洁生产作为促进企业可持续发展的重要举措，以节能、节水、能源资源综合利用和发展循环经济为重点，把节能降耗工作贯穿于生产各个环节，逐步形成了低投入、低消耗、低排放和高效率的节约型增长模式，积极推动节能减排：

1、引进先进设备，为节水降耗创造有利条件

2002年凤竹斥巨资引进的德国 THEN 公司气雾染色设备，采用 1:4 的低浴比染色技术，比传统染色机节约染料 10%、助剂 50%、蒸汽 30%，吨布节约用水 30%，废水 COD 减少 20% 以上。

2、改进生产工艺，为节水降耗提供技术保障

凤竹在染色过程中采用生物酶前处理工艺：以生物酶代替部分化学品是近年清洁生产研究领域出现的新成果。

3、注重环保投入，致力废水回用

凤竹加大污水处理设施投入：印染废水排放量大，水质复杂，有机物浓度高、色度深、是一种处理难度较大的工业废水。公司污水处理厂现运行能力达到 50000 吨/日，不仅能满足企业自身污水处理的需要，还具有对外运营的资质和能力，目前接受周边 2 家染厂的委托处理废水 5000 吨/日。污染物排放达到国家规定的环保要求，出水水质优于 GB4287-92《纺织染整工业水污染物排放标准》的一级排放标准。

4、持续增加科技投入，促进企业可持续发展

2007年，根据国家节能减排精神。为确保在“十一五”期末完成单位能耗降低 20%，凤竹用水量降低 30%，污染物排放总量降低 10% 等约束性指标。

◇ 杭州集美的目标是推动印染行业进步

杭州集美董事长助理兼市场部经理沈雪峰说：“集美的产品主要面向欧美市场，所以在设计之初，集团执行董事、公司总裁潘仁昌要求大家就参考了 REACH 法规，严格按照 Oeko-TexStand100 标准的要求展开工作，这有助于提高集美的市场竞争力，满足消费者日益提高的对纺织品的环保要求。集美公司一直关注节能减排工作，目标就是以集美的成绩推动印染行业的进步。”

集美公司在节能减排上最大的成绩是对生产液碱的回收再利用。公司统计资料显示，碱回收技术使布匹在车间的加工成本降低了 0.2 元/米，不仅减少了大量的污水排放，还为公司节省了大笔染化料成本。由于目前处理碱减量废水的成熟技术在国内仍属空白，集美公司的处理办法可谓是一种有益的尝试。

◇ 山东德棉将为高档床品面料项目投资 1.05 亿元

山东德棉股份有限公司董事会于 2008 年 3 月 6 日发布公告。公告说：德棉将总投资 10,500 万元设立高档床品面料项目，购进瑞士苏尔寿喷气织机 142 台及配套设备，项目建设期为一年，

完全投产后，预计可实现年销售收入 17,221 万元，净利润 642.7 万元。该项目通过引进具有国际先进水平的特宽幅喷气织机及其配套设备，可开发生产各种高档细特纯棉及特宽幅复杂小提花家纺面料，产品的附加值高，市场竞争能力强，发展前景广阔，有利于促进公司产品结构的调整，进一步发展深加工、高附加值产品，为公司创造新的利润增长点，不会对公司 2008 年业绩产生影响。

该项目已经公司第三届董事会第十二次会议审议通过，还需提交股东大会进行审议通过后实施。

◇ 孚日集团床品公司全力应对织造高峰

进入 2008 年，面对纺织品市场竞争日益加剧的现状，孚日集团床品公司积极克服纺织品市场疲软的不利因素，内抓管理，外拓市场，在巩固出口订单的基础上，不断拓展台布市场，取得了丰硕成果。进入三月份，国内知名台布企业纷纷将订单下到床品公司，截至目前织造车间台布机台计划饱和。

生产人员严格按照公司提出的做好、做精要求，从打样品开始，高标准、严要求，在最短时间内为客户提供合格的产品，以过硬的产品质量、合理的市场价格以及准时的交期，赢得客户的一致好评；订单纷至而来。为满足市场需求，公司采取多项措施保证供应。织造车间成立专门的改机小组，进入了紧张的阶段，提出了“三个一”的口号，每天改一台机，每台新机都要在第一时间进行确样，保全工对出现的问题要在第一时间解决。车间还制定了周密详细的改机计划，争取 3 月底以前完成所有改机，确保台布全部上机，为今年的台布生产打下坚实的基础。

◇ 依棉集团新产品入围 2009 春夏中国流行面料

近日，在北京举行的 2009 春夏中国流行面料入围评审活动中，河北保定依棉集团研发的“功能的诠释”面料荣获 2009 春夏中国流行面料入围奖。

依棉集团获奖的“功能的诠释”面料具有防静电功能，它采用了新型竹纤维与涤混纺，使面料手感柔软，吸湿、透气性好，穿着舒适，跟以往的防静电面料相比，舒适性大大提高。据统计，我公司已经有 33 块面料入围中国流行面料。据公司研发部门有关人员介绍，近年来几乎每一届我公司都有产品入围，一方面展示了企业的研发实力，提升了企业形象，扩大了企业知名度；另一方面使国内著名服装品牌和国际采购商对我公司的认知度大大加深，为面料的销售提供了更广阔的市场空间。

◇ “樱花”面料喜获 2007 中国纺织科技奖

山东樱花纺织集团有限公司申报的新产品开发项目：“防辐射贡缎面料”喜获“2007 年度中国纺织工业协会科学技术三等奖”荣誉称号。

该成果客观展示了樱花一年来在推进和实践科技进步、加快自主创新、推进企业产业升级方面取得的显著成绩。

近年来，山东樱花纺织集团公司坚持科学发展、与时俱进赶超先进水平的企业理念，以较强的竞争实力跻身于中国棉纺织行业 50 强企业，有 43 个产品在全国获奖。使企业的社会知名度、美誉度和忠诚度明显提升，企业呈现出又好又快、和谐发展的新面貌。

严谨参展 捕捉商机

每年的三月，春风吹拂的北京，都会上演一场纺织服装的盛大展会。展会涵盖了我国完整而现代的纺织产业链，从纱线、面料、辅料、服装服饰、纺织新技术到缝制设备，共同演绎行业的无限精彩。这场盛会，将迎来全球各个地区的采购商和贸易商。

成功的企业，把参展看成是市场营销组合的重要组成部分之一。严谨的参展技巧，将为参展企业捕捉到更多商机。

参展期间，企业如果有正确的设计和执活动，可以给主要老客户和潜在顾客诸多信息，快速提升产品和企业的形象。正如一位参展商所言：中国纺织工业协会主办、纺织贸促会承办的展会将所有的因素组合在一起。展会服务、知识产权保护、公共关系、产品展示、丰富的相关活动，特别是卓有成效地组织起一大批国际买家到场，把已有的和潜在的买手和许多其它因素组合在一起，展会成就了一个生动的、多方面的国际贸易平台。

作为参展商，目标必须是精确的，也是可测量和计算的。低估有意义的参展目标后果对成功是致命的，如果没有以正确的产品和信息设立自身目标的效果，更是不可取的。

参展企业在设立目标时，首先要清楚参加展会的原因，是介绍一种新产品，还是产品的升级，是吸引新顾客，还是扩大出口渠道，这些需要用自己的企业实力、产品品种、交货优势来明确。例如，展会上介绍一种新产品，什么是新产品可能没有设计到的，优点和不足在哪里？

在这个给定的展会中，要想使展览的作用发挥良好，必须考虑一系列的因素：国际市场营销计划目标，产品生命周期阶段，同类产品占据的优势或劣势，在行业中的寿命和专业水平……另一个影响参展商成功的主要因素就是参展人员的素质。观众参加展会有两个主要原因，一是看产品演示，二是获得不同公司的或产品的信息。观众在有限的时间内要参观许多公司的展品，展位人员应该提供给参观者想要的信息。

◆.....◆

【贸易机会】

[国内供应] 大麻布、麻纱、纯有机棉坯布、纯有机棉纱、亚麻棉混纺布

公司名称：山西绿洲纺织有限责任公司

联系人：宋政华 (先生)

电 话：+86 356 4832656

传 真：+86 356 4832529

电子邮件：hemp868@163.com

地 区：山西 晋城

[国内供应] 珍珠纤维

公司名称：湖州港伟纳米科技有限公司

联系人：孙力 (先生)

电 话：086 0572 3193680

电子邮件：boda688@163.com

地 区：浙江 湖州

地 址：吴兴大道 88 号A座 408

[国内供应] 涤粘纱 10s - 60s

公司名称：潍坊二棉纺织有限公司

联系人：王绪仁 (先生)

电 话：086 536 2273937

电子邮件：wangxurenwf@126.com

地 区：山东 潍坊

地 址：寒亭区通亭街 115 号

intertextile BEIJING 2008:面料企业从重制造转向重服务

中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会将于2008年3月27日~29日在北京中国国际展览中心举办。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。作为国际重要的知名展会,组委会的服务水平和展会层次越来越高, intertextile 面料展作为全球纺织面辅料业展会的一面旗帜,每年都会吸引众多海内外优秀企业加盟其中。优秀企业往往把 Intertextile 面料展作为新产品、新经营理念的发布场,第十四届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会优秀参展商将在展会上透露出面料企业发展新动向---

随着技术革新和制造业的蓬勃发展,中国结束了卖方市场和短缺经济的局面,迎来了买方市场。从某种意义上说,消费者购买的已不是一种商品,而是附加在商品上的服务价值。这一变化趋势较早为一些科技型企业捕捉到,并由此出现了企业的发展从制造业为主向服务业为主转型的新潮流。作为传统行业的纺织业,在近年经历人民币升值、贸易政策频繁调整、劳动力、原料成本持续上涨压力后,制造环节的利润已受到严重挤压,从重制造逐渐转为重服务,向设计和市场销售两端延伸利润的“微笑曲线”,通过提高软实力获得更高利润、更强劲发展动力,正成为许多面料企业的新选择。

● 如意打造服务全球的优质纺织服装供应商

作为国内产业门类齐全、规模效益优良的纺织服装集团,山东如意集团致力于高端定位、精品战略,全力打造全球优质纺织品供应链,做服务全球的优质纺织服装供应商。

2007年公司组建了深圳柏林国际服装设计代理销售公司,力图向设计和市场销售的两端延展利润“微笑曲线”。目前,已整合链接来自全球的面料服装设计时尚专家、网络信息专家、销售专家,形成了信息、设计、营销等优势,并快速打造出立体销售形态与网络虚拟销售于一体的创新型企业模型。

2007年年末,集团又携手香港 ITAT 国际集团、香港柏林国际集团、英国皇家艺术学院、英国布莱顿大学组成战略合作伙伴,倾力打造 OKBIG 国际时尚网络商城。OKBIG 电子商务网络作为如意集团一种业务形态,旨在为广大消费者提供一种全新的生活理念和生活方式,并在吸收、借鉴全球电子商务网络精华的基础上,搜罗了全球著名时尚品牌的诸如服装、鞋帽、箱包、手饰、项链等大量商品;导入三维立体试衣系统,同时公司在全球 10 多个国家设立了设计中心和采购中心,以实现消费者以本地价格在家即可享受来自全球的时尚精品。

如意集团进军时尚电子商务网络,显示了面料领军企业独特的战略眼光和超前意识,同时也是商业模式创新的一种探索。

● 从制造服务业角度重新定义企业属性

旭荣集团总经理黄庄芳容认为,现代纺织业已不是单纯的制造业,纺织企业销售的不仅仅是产品,更是产品背后所蕴含的价值。为此,黄庄芳容提出,要改变旭荣单纯制造业定位,而从制造服务业的角度重新定义企业属性。

在重新定义企业属性后,服务成了企业的工作重心。企业的经营活动都是在与客户获得双赢的合作模式下重新架构。在原料供应上,与供货商进行合作开发创新,旭荣通过与陶氏、杜邦公司合作开发最新素材与面料,把自身的研发能力推上了新台阶。在产品开发上,从生产技术角度出发,建构客户可接受的合理价格,增加成交机率。黄庄芳容认为,在竞争日益严峻的形势下,企业不创新、不升级就会像烈日下的露珠被蒸发掉。产品创新指的是产品开发要快、要准,还要紧跟时尚潮流,开发出有吸引力的产品,只要产品有吸引力,客人就会主动上门。在客户终端的成衣开发上,以协同设计的理念,进行流程创新。旭荣的研发与营销团队,对于重点客户群总是保持极为密切的关系,在每季设计概念时就开始沟通,建立先期开发的原型设计。这让新产品开发被客户接受的比例不断提高。

● 美欣达通过优良产品和优良服务满足客户需求

2007年浙江美欣达印染集团股份有限公司和荆州市奥达纺织有限公司强强联合，合资经营。两个企业分属于纺织产业链的上下游，都有着自身的特色和优势，这一有效整合，对进一步延伸产业链、拓展更大的发展空间将起到十分重要的作用。

美欣达高层对外表示，在纺织业更为激烈

的竞争形势下，美欣达要突出一切以客户为中心，为客户创造价值，持续满足客户需求的市場导向，具体就是要通过优质产品和优良服务，提高公司的市场竞争力。据了解，美欣达主要产品有灯芯绒、棉、麻、丝绸等六大系列100多个品种。为了提升产品竞争力，公司计划投资5亿元，重点优化产品结构，生产经营高中端产品，加大对数码印花、无水喷雾印花、液氨整理等的投入和开发。

(作者：国际商报记者：傅莲英)

丝绸与针织为 intertextile 面料展增加新看点

Intertextile 面料展，作为全球纺织面辅料业展会的一面旗帜，每年都会吸引众多海内外优秀企业参与。规模不断扩大的展会首次移师中国国际展览中心，展商品质随着规模的扩大也将有较大提升。从目前的统计来看，参展企业和展品呈现两个看点。

从目前的展商类别来看，最引人瞩目的是，丝绸企业和针织企业参展商增长幅度最大，分别比去年同期增长了136%和115%。虽然这两类企业、展品在整个展会中还是少数，但其迅猛的增长形式引人关注。这与近几年丝绸产品、针织产品在市場上的流行有着密切的联系。浙江凯喜雅国际股份有限公司、江苏华佳丝绸有限公司、苏州华龙针织品有限公司、

福建恒晖针织有限责任公司等企业都将携代表产品参展。

另外，各类科技、环保、创新类产品也将在本届展会上争先亮相。杜邦将携带特色产品参加展会，并将在展会期间组织主题为“杜邦TMSorona 生物基吊牌发布和新型纱线开发新动向”的专题交流会；我国台湾鼎基化学工业股份有限公司也将再度参展，展示Dintex防水透气薄膜；德国VanDelden公司将会带来由高科技工厂制成的混棉、聚酯纤维/聚酰胺、亚麻混纺、粘胶纤维及微丝等产品；来自德国的Weyermann公司将首次利用intertextile春夏面料展这一优质展示平台，向业内展示公司旗下的各类新型衬里产品。

2008 intertextile 春夏面料展携手权威机构再度深入解读潮流

在2008中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会期间，2008年趋势发布区将升级细分为两个部分，分别在1号馆和8号馆设置2009春夏中国纺织面料流行趋势的中心展台(其中1号馆发布男装面料风格趋势，8号馆为女装面料风格趋势)，通过乌托之城、悠游假期、艺术学院、非主流派四大主题对中国纺织品趋势潮流进行精彩演绎。

除了纺织品趋势的发布与解读外，组委会还特别联手各权威机构组织13场主题鲜明的论坛活动，内容包括趋势解析，产品开发推广交流和相关法律法规指导三大板块。

趋势解析一直是展会论坛的精彩组成部分。本届展会将聚集国内外较为知名的趋势研

究机构。以面料开发见长的意大利Italtex公司总经理Cinzia Gremmo女士将为与会观众主讲2009/10女装、男装和休闲装秋冬面料趋势解析；中国纺织信息中心/国家纺织产品开发中心组织了强大的海内外顾问团队，将在现场全面传达09春夏服装、面料的趋势信息。此外，还包括Fabricschina中国纺织面料流行趋势与产品开发分析，法国著名设计咨询公司Promostyl及潘东公司的色彩解读，VIFF STYLE男、女装设计流行要点，以及中国纺织面料毛纺织产品的流行趋势和应用方向。

产品开发推广交流中杜邦Sorona大中国区营销经理周进将进行生物基吊牌发布及新型纱线开发动向分析；有关出口贸易方面，德

国海恩斯坦研究院中国区总经理黄海滨将进行关于“成功出口源自权威质量认证”内容的精彩演讲；对于业内关注的 2008 年后对美纺织品的出口资质问题，中国纺织工业协会国际贸易办公室刘耀中先生将介绍对欧出口企业资质标准和申请注意事项，为出口企业做好应对 2008 年对美出口双边数量监控协议到期后可能的新资质标准提供参考思路和意见。在法律法规解读方面，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会张嘉女士将进行有关 REACH 法规

的介绍,包括该法规对中国纺织业出口企业的影响,为企业提供一些应对建议,帮助企业应对后配额时代的国际纺织贸易壁垒。北京戈程知识产权代理有限公司执行合伙人/知识产权律师程伟还将带来针对“面料企业如何保护原创设计”这一问题的外观设计专利暨著作权知识普及,他将从外观设计专利的获取与利用层面,向广大面料企业解读如何通过知识产权法律制度来保护自身的原创性设计,提高企业的可持续发展动力。

intertextile 面料展——“有机”生活，从纺织品开始

有机棉，一种在农业生产中，以有机肥、生物防治病虫害、自然耕作管理为主，不许使用化学制品，从种子到农产品全天然无污染生产的棉花。“有机”生活，则意味着健康、环保的生活方式。

据有机棉交易所报告称，在过去的三年中，全球有机棉产量增长 535%；而预测显示，2007~2008 年有机棉产量有可能增长 25%~55%。另一方面，虽然有机棉产量增长迅猛，并且越来越多的零售商开始对有机棉面料产生兴趣，但目前此类产品在全球棉布产品总生产量中仍仅占 1%的份额。

这就意味着，前景看好、潜力巨大的有机棉产业有着广阔的发展空间，正吸引着越来越多的纺织服装企业加入其中。中国一些有前瞻性眼光的纺织企业已经在有机棉面料方面做出了一些成绩，有机棉面料正逐渐成为国内纺织企业关注的焦点。

◆ 有机棉产品开发——各显神通 互利共赢

在去年的第十三届中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会上，色纺行业的龙头企业华孚集团就与 NIKE、WAL-MART 等知名品牌一起推广、使用有机棉产品，华孚的 100%有机棉色纺纱同时获得了 SKAL、IMO 两个国际权威机构的认证。香港福田实业（集团）有限公司、广东溢达集团也各自展示了最新开发的有机棉系列面料，为环球消费者带来环保舒适新生活的同时也受到了国际采购商的极大关注。

2007 年全国印染、棉纺织、色织开发年会上，鲁泰选送的有机棉环保色织面料获优秀设计奖；2007 年宏华数码全国印染、棉纺织、色织产品开发年会上参评产品出现了各种新型纤维原料，其中有机棉得到了多方面的应用。

由山东德棉集团栖霞公司技术中心研制开发的有机棉纱顺利通过 OCIA 国际认证，取得了进军欧美有机纱线市场的通行证；河北天纶纺织有限公司的有机棉纱线生产获得欧洲有机认证联盟 SKAL 认证。

山西绿洲公司攻克了大麻纺织的多项技术难关，开发出了大麻与有机棉的混纺产品；山东蒙阴棉纺织有限公司与知名设计师合作开发了“蒙莱茵有机棉”床上用品和家居服装系列产品，将有机棉与家居产品结合，契合了现在人们追求环保的大趋势。

今年，浙江永隆实业股份有限公司也开始把研发重点放在环保材料的开发上，有机棉的使用正式进入议程……

不难看出，有机棉产品已经成为国内纺织企业紧跟潮流的一个象征，在这场还在继续的博弈中，参与其中者各显神通，上中下游企业联袂出击，势必在掀起新一轮研发潮流的同时，达到多

方的互利共赢。

◆ 有机棉产品市场——均衡发展 势不可当

虽然有机棉产量现仅占棉花总产量的很小一部分，但因为环保生态的健康理念使有机棉面料发展势不可当。越来越多的服装品牌宣称他们将采用品质最好的有机棉面料来设计和生产时装，这既迎合了人们头脑中越来越深入的环保理念，又表现出物以稀为贵的特色。

欧洲零售巨头 H&M 早在 20 世纪 90 年代便涉足有机面料服饰产业，但由于当时消费者缺乏对有机产品的了解，同时有机服饰本身价格要高于非有机面料产品，因此这一尝试最终不了了之。到 2006 年，H&M 公司共采用 30 吨有机棉设计、制作时装，而今年用量估计将成倍增长。

派瑞·艾利斯 (PerryEllis) 国际公司是美国服装公司，其上海代表处首席代表杜冰在谈到受美国市场影响的 PerryEllis 所关注的面料时表示，目前美国环保纺织品的市场已经打开，像竹纤维、大豆纤维、牛奶纤维、有机棉等等开始在美国广受关注，尤其是有机棉产品，已经在美国占据了一定的市场。

与此同时，按照有机面料贸易协会统计，2001 年到 2005 年间，全球有机棉服装产品销售额从 2.45 亿美元增长到 5.83 亿美元，增幅达 119%；预计到 2008 年末，有机棉服装销售额将达 20 亿美元。而在英国，现在每四家高级零售商中就有三家在销售有机棉产品。

有机棉产品在欧洲和美国市场的均衡发展肯定了它的市场前景。我们几乎能看到，在不久的将来，环保、健康、时尚的有机棉服装会成为每位消费者的衣橱必备。

(原载：中国纺织报 (2008-03-04) 记者 张震晓)

日本企业及在华日资企业激情参展 intertextile 2008 北京

中国国际纺织面料及辅料 (春夏) 博览会 intertextile 2008 北京将于 3 月 27 日至 29 日在北京举行。

■ 宁仁纤维：“小纹工房”系列面料

宁仁纤维公司储备销售自行企划的 900 个品号(2500 种纹样、10000 种颜色)的女装面料。在本次展会上，在展出这些面料的同时，也展示该公司的小批量立即交货功能。

该公司将这一面料群冠名为“小纹工房”的商标(在中国正在申请商标登录)。这些面料都是以为了表现优雅而企划的。最近不仅是作为女装面料，也开始作为内衣材料而被采用。

“小纹工房”面料群以染色方法来区分，单色品占 50%、印花品占 40%。从使用纤维来区分，涤纶制的商品占 70%，棉制、丝制各占 10%，毛制、麻制各占 5%、三醋酸纤维制、铜氨纤维制各占 5%。真丝以外的面料都是在日本生产的，储备于日本，可以应顾客需求以 1 卷(46 米)为单位立即交货。真丝产品(100%真丝和丝棉混纺)则在中国生产，在上海也有储备。

“小纹工房”通过宁仁纤维公司去年设立的小纹贸易(上海)有限公司和北京、上海、广州的代理店向中国销售。大部分顾客是经营面向百货店商品的成衣企业。按地区来看，以上海、北京为首，宁波、南京的顾客也很多。广州、深圳的顾客正在增加。宁仁纤维公司的宁仁龙一社长称：“本年度在中国的销售以 2000 万元为目标。因为在中国对于小纹工房的认知度也在提高，所以想达成目标是十分可能的”。

宁仁纤维公司是作为提花织物生产技术人员积累了 44 年经验的宁仁龙一在 1999 年创业的企业。集中于优雅女装面料进行储备销售的事业模式受到日本女装厂家的高度评价，事业急速成长。创业第一个年度的年营业额为 3 亿日元，而在 2007 年 8 月期达到了将近 31 亿日元。本年度也将通过小纹贸易(上海)强化向在中国国内市场或欧美市场拥有顾客的中国企业以及在华日资企业进

行销售。

■ SUNWELL：展示销售储备新面料

储备销售面料的大型企业 SUNWELL 集团的中核企业日本 SUNWELL 公司和其中国法人——灿日泉(上海)贸易有限公司各自展出新企划的面料。灿日泉(上海)贸易公司以前最低起订单位为 6 卷，从 4 月开始 1 卷的订单也能接受。

灿日泉(上海)贸易公司在上海储备有独自企划的 97 个品号的面料(1000 种颜色)，以带款提货的方式立即交货。这些面料是基于日本的技术和品质管理经验在中国生产的。所有的面料都具备在中国的日资检测机构发行的物理性质测试结果资料。从 4 月开始也能接受 1 卷(30 至 50 米)的订单，预计顾客会进一步拓展。该公司将从储备销售的 97 个品号中，用新商品替换 10 至 12 个品号。本次展会上将展出这些新商品。

日本 SUNWELL 公司在日本储备有该公司企划的在日本生产的 1300 个品号的面料(15000 种颜色)，也向中国销售。即使只有 1 卷的订单，该公司也能以带款提货方式接单。这些面料可以在上海世贸商城(上海市延安西路 2299 号)5F-A27 的灿日泉(上海)贸易的展示室中见到。SUNWELL 公司准备发布面向 2009 年秋冬季，和日本的最新流行相合致而企划的 100 个品号的新面料。如果在本次展会举行前能够完成的话，将在展会上展出所有新商品。加上 2008 年春夏受到好评的面料也将展出。

SUNWELL 集团储备销售的面料的信息可以从该集团的网站(<http://WWW.sunwell.jp>)上得到。SUNWELL 集团的事业规模每年都在扩大，2006 年度连结销售额达到了 194 亿日元。该集团的主要事业是面料的储备销售，其他还有生产零售自主品牌的服装等各种事业。

■ 上虞日东纽扣：展出和天然材料相近的纽扣

上虞日东纽扣有限公司(展位号：5G05)本次为了提高知名度、开拓新顾客、和其他参展企业交换信息而参展。该公司追求生产高附加价值的商品。通过引入日本独有的技术，实现了和天然材料相近的纽扣生产。另外，还引入了在日本建立的库存管理系统，后援体制也十分完善。

展出的商品是“SCOTCH BOTTON 水牛系列”、“SCOTCH BOTTON NUT 系系列”。都是使用尿素树脂为材料，产生水牛角质感和大理石质感等自然材料质感的独特的纽扣。

■ 南通帝人：和日本同等的高品质织物

南通帝人公司展出高品质 100%涤纶织物(面料、里布)。该公司可以以人民币销售直接提供和日本同等的高品质商品。本次展会是第 7 次参展，定位于和中国国内现有顾客交换信息的平台的同时，探寻发展新顾客的可能性。

丝路经纬大讲坛 3 月再度开讲

◇ 以“面料开发的创意导入”为主题全方位贴近面料展

“丝路经纬大讲坛(intertextile·2008)”，将于 3 月间在北京举办的第十四届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会期间再度开讲。本次“丝路经纬大讲坛(intertextile·2008)”是由中国纺织工业协会市场部、新闻中心、传媒中心共同主办，山西鸿基科技股份有限公司协办。讲坛的主题定为“面料开发的创意导入”。

伴随着将于 2008 年 3 月 27 日至 3 月 29 日在北京中国国际展览中心举办的第十四届中国国

际纺织面料及辅料(春夏)博览会的开幕,就会发现此次展会的诸多亮点将闪耀其中。首先是展会移至新馆,展示新形象;展览会去年展出面积为 39000 平方米,今年面料展将使用 48000 平方米,增加 23%,而且展馆使用率增加,净面积增加 41%;展览会的专业性和国际性,吸引了中外行业的龙头企业踊跃参展,业内排名企业参展数量增加,展览会的整体形象逐步提升。虽然展会规模扩大,但是组委会对参展商还会进行仔细的挑选,同时加大对国内海外买家的邀请,通过分次发送邮件及邮寄,使观众了解展会的全面情况,为重要买家邮寄胸卡,方便观众到场参观。

据了解,本届博览会目前已汇集来自 14 个国家和地区的 1129 多家参展商(中方参展商 900 家,海外参展商 229 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。海外展团来自意大利、韩国、德国、法国、日本、巴基斯坦、泰国、中国台湾等国家和我国香港地区。此外,还有部分独立展商分别来自中国香港、印度、菲律宾、保加利亚、西班牙、瑞士、英国及美国等国家和地区。国内展商目前来自 20 个省、自治区、直辖市。国内大部分展商仍然来自浙江、江苏、上海、广东和福建等地区;还有部分展商来自陕西、山西、山东、四川、重庆、辽宁、黑龙江、吉林、河南、河北、湖南等省市。此外,江苏盛泽、浙江萧山和中国麻纺协会等地区 and 协会均以展团形式亮相展会。

此届博览会还将流行趋势分别设立在 2 号馆,1A 号馆及 8A 号馆。香港国际成衣及时装材料展潮流导向委员会将作 2009 年春夏风格预测,中国纺织面料流行趋势则将演绎中国纺织品趋势潮流。相信这些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。

在这样具重量级,国际性和专业性的大型展会的气氛之下,“丝路经纬大讲坛(intertextile·2008)”的适时开讲无疑将成为中国国际纺织面料及辅料博览会的又一亮点。

我国面料企业通过引进国际先进设备基础,已大大缩小与国际先进水平的技术差异。但在产品开发中,模仿、加工、OEM 等还大量存在。尽管我们知道,创意是面料开发的核心竞争力,但在实际导入应用中,由于思维方式、体制结构、竞争环境、个体经验等诸多因素的影响,企业的创意与市场需求不能很好结合,从而制约了我国面料品牌的成长和产品开发的提升。本届大讲坛以“面料开发的创意导入”为论题,深入探讨面料开发的现状与趋势、创意特点与创意体系、创意导入的方式与渠道。同时,通过嘉宾的实践经验和现身说法,让参展商、企业 and 专业观众能从中得到教益。

“丝路经纬大讲坛”自开讲以来,以其结合展会平台,关注最新热点问题,突破论坛传统,注重务实和操作的论坛特点,在去年上海面料展首次推出,获得了良好的反响。本次逢中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会之际,会场定在中国国际展览中心内,将更充分地发挥论坛与展会互动,服务参展企业的目的。

本届大讲坛将邀请知名科研机构专家、面料企业、服装企业、院校专家以及部分获得“2007 年度创新人物”称号的嘉宾到场对话交流。

◇ 丝路经纬大讲坛(intertextile·2008)

时间:2008 年 3 月 28 日下午 13:30—17:00

地点:北京中国国际展览中心 综合服务楼二层 226 会议厅

中国国际纺织纱线展肩负完善产业链重任

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

麻纺行业协会、中国纺织信息中心联合承办的第五届中国国际纺织纱线展览会将于 2008 年 3 月 27~29 日继续在北京中国国际贸易中心举办。

本届展会作为3月纺织周活动重要内容之一，届时将与同期在中国国际展览中心举行的第十四届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会、在中国国际展览中心新馆举行的第十六届中国国际服装服饰博览会形成互动，真正肩负起实现中国纺织工业协会多年来一直倡导的连通产业链，促进纺织行业上下游协同发展的重任。

◇ 行业发展带来展会良好发展态势

本届展览会在纺织行业良好发展态势的带动下，共吸引了8个国家和地区的101家纱线、纤维类参展商参加。展品涵盖棉、毛、丝、麻各类天然纤维和纱线；再生、合成纤维纱线；特种纤维和纱线；弹力纱线、花式纱线；新型化学纤维、纱线如玉米纤维、金属丝等。可供生产各类梭织布、针织布、毛衫、袜子及辅料。展览面积达5500平方米，国内纱线各领域知

名企业如：山东魏桥、江苏新芳、邯郸博特、常山恒新、浙江力达、烟台氨纶、山东海龙、温州汇浩、河北启发等将携最新产品参加本届展会。

本届展会是纱线展步入的第五个年头，经过4年的积累，纱线展培育了一批忠实专业观众群，专业观众从第一届展会来自20多个国家和地区，到上届展会已发展到50多个国家和地区。纱线展不仅在中国北方形成强大品牌影响力，而且覆盖整个东欧地区。随着全球纺织产业化转移，除中国、东南亚成为纺织业的产业制造地外，欧洲传统纺织服装产品生产从2000年开始有向东欧转移的趋势。捷克、波兰、立陶宛等国家，已逐渐成为欧洲纺织、制鞋产业的加工地。这些国家需要采购纤维、纱线和面料。纱线展成为东欧客商采购的重要平台，持续而稳定的东欧客商为纱线展参展商带来稳定的贸易商机。

纱线展为提高纺织品差异化覆盖面拓宽思路

将于2008年3月27日-29日在北京中国国际贸易中心举办的第五届中国国际纺织纱线展，展品涵盖棉、毛、丝、麻各类天然纤维和纱线；再生、合成纤维纱线；特种纤维和纱线；弹力纱线、花式纱线；新型化学纤维、纱线，如玉米纤维、金属丝等。展览面积达5500平方米的纱线展汇聚众多科技含量高的产品，可为纺织企业开发差异化产品拓宽思路。

◇ 超细超柔金银丝增添产品舒适性

作为国内金银丝产品领域的领军企业，烟台新光纺织有限公司今年参加第五届中国国际纺织纱线展。该公司将携带超细超柔金银丝产品在展会上重点推介，这类产品由分切好的极细薄膜与锦纶合股而成，可用于内衣、袜子等需直接接触皮肤的系列产品上，使用超细超柔金银丝产品生产的内衣和袜子，在保有产品的时尚性同时，其舒适性也能和天然纤维产品相媲美。

烟台新光纺织有限公司系台湾独资企业，具有几十年生产及销售金银丝线的经验，拥有日本最先进生产设备与台湾顶尖技术团队管

理，该公司生产的“美光牌”金银丝现已在全球纺织行业享有盛名，成为最受欢迎的金银丝知名品牌。产品品种达上千种，产品通过国际最新信心纺织品的认证，通过国际“INTERTEK”指标测试，是目前金银丝行业品种最全，技术最专业，交货速度最快的龙头金银丝厂家。这一行业先锋企业加盟纱线展，能为专业观众带来意外收获。

◇ 让“中国名牌”成为市场经营亮点

作为中国纺织行业新兴的生产和出口基地——山东组织省内的优秀纱线企业，以组团形式集体亮相。同时为了扩大中国棉纺织行业“中国名牌产品”知名度和社会影响力，提高下游企业或采购商对“中国名牌产品”认知和购买信心，带动行业内企业争创更多的中国名牌产品，提高行业产业升级和国际竞争力。同时，贸促会纺织分会还与中国棉纺织行业协会在此次展览中将组织了“中国名牌”纱线产品特区展，届时“中国名牌”纱线产品生产企业将集体亮相。

浙江金元亚麻有限公司多次参加中国国

际纺织纱线展，并将继续参加第五届中国国际纱线展。该公司“紫薇”牌亚麻纱被确认为 2007 年中国名牌产品。由于有较好的品牌影响力，浙江金元亚麻在往届纱线展上都能赢得专业观众的青睐。浙江金元亚麻有自己的技术开发中心和产品检测中心，能为需要高档亚麻纱的专业观众提供众多选择方案。

2008 年第五届中国国际纺织纱线展览会将开辟“中国名牌”纱线产品特区展，获得“中国名牌”的一些企业届时将集中展示代表棉纺织行业优秀成果的精梳纱产品。

在前方的梳棉和并条工序之间加入“条卷”、“并卷”和“精梳”三道工序，通过对棉条、棉卷反复合并牵伸，梳去短绒（16mm 以下）等手段改善细纱条平均匀度，用这种方法纺成的纱线叫精梳纱。精梳纱是生产纯棉高支高密面料的重要产品，而高支高密面料又是生产高档家纺产品、高档服装的重要面料。纱线展是高品质精梳纱产品为下游面料、服装生产企业提高产品档次提供了原料保障。

以鲁泰纺织股份有限公司的鲁泰

com300/3 为例，该型号精梳纱精选新疆、埃及优质长绒棉，采用立达紧密纺技术及鲁泰独创技术生产，纱线光滑饱满，强力高，主要用于生产高档色织布，是纯棉高支纱线中的极品。

2007 年，际华三五四二纺织有限公司的“福龙牌”精梳纱荣获中国名牌，这是该公司 2006 年获得中国第一批高支高密纯棉坯布“中国名牌”产品后，又一新产品获此殊荣。第五届中国国际纺织纱线展上，际华三五四二纺织有限公司将重点展出“福龙牌”精梳纱，以及近年走品牌化发展之路所取得的成果。

本届展会作为 3 月纺织周活动重要内容之一，届时与北京各大展馆举办其他纺织渠道产品展览会同期召开。在展会期间为了方便专业观众参观，将会定点互通免费班车。为了满足业界的需求，纱线展今后将考虑利用主办方强大的行业背景，把毛纺、棉纺、化纤等行业的专业性会议、专题技术交流会，吸纳到展会中来，把纱线展打造成纺织业科技信息交流的平台。

BISMA 2008 展值得关注

作为世界服装生产和出口第一大国的中国，每年 3 月在北京举行有关纺织服装生产和销售的一系列展会，已成为对全球纺织品服装贸易都会产生重大影响的市场活动。2008 年 3 月 27 日将举办的缝制设备展——BISMA 将首度在北京中国国际展览中心举行，并与纺织面料展 *intertextile*、纺织新技术展同地同期举行。

随着珠三角和长三角地区的劳动力成本和土地成本的不断上升，服装生产这样的劳动力密集型产业在这些地区的发展已趋于饱和，这些年已明显向北方和中西部地区梯度转移。以“京津冀”为中心的环渤海地区由于区域优势明显，基础条件较好，与东北亚经济圈互补性强等因素，将成为中国下一个经济高速增长地区，北方各省市也都把服装产业作为“十一五”规划发展的重点产业。

经过三年的发展，BISMA 已成为北方缝

制设备的核心展，规模近万平方米，吸引了大多数国内外主流设备制造企业 and 品牌参展，同时也吸引了北方主流的服装企业和骨干经销商前来参观。另外，由于北方主要的服装产区山东、河北、天津服装协会均参与协办 BISMA，促使更多服装企业前来参观。

由于与服装展和面料展同期举办，国内外大量服装生产企业、设计师、生产管理人员齐聚北京，使 BISMA 同时也具有一定的辐射全国市场和东北亚市场的能力。为了便于专业观众参观，BISMA 与面料展实行战略合作，同地同期举办；预先在各省市组织观众并进行参观预登记，向预登记观众赠送会刊，提供宾馆接待服务，提高展会的服务水平。

3 月的北京，不管是服装展 CHIC、纺织面料展 *intertextile*，还是缝制设备展 BISMA，一个都不能少。BISMA 2008 值得关注。

亚洲时装面料展——时尚品牌 7 月荟萃澳门

2008 年 7 月 7 日—9 日，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、中国服装协会、以及澳门亚联会议展览公司、北京时尚博展国际展览有限公司、新丝路模特机构、北京盛世嘉年国际文化发展有限公司等众机构共同合作承办的“先锋亚洲Pioneer Asia”系列活动将集齐亮相于路氹金光大道™（澳门威尼斯人）会展中心。

“先锋亚洲”由以下五个系列活动共同组成：

亚洲时装展 Asian Fashion Fair ————呈现亚洲品牌
 亚洲时装面料展 Asian Fashion Fabrics Fair —— 盛纳亚洲底蕴
 亚洲时装周 Asian Fashion Week ————突显亚洲时尚
 亚洲时尚论坛 Asian Fashion Forum ————体现亚洲智慧
 亚洲模特颁奖盛典 Asian Modal Award ———— 关注亚洲面孔

其中，作为系列活动的重要组成部分——亚洲时装面料展（Asian Fashion Fabrics Fair），将汇聚全亚洲各大时装面料品牌，全力打造一场行业内的亚洲时尚品牌盛典。

作为此次先锋时尚活动举办地的澳门，具有得天独厚的地理优势。其位于我国东南部珠江口西岸，背靠幅员辽阔的中国内地，距香港 60km、广州 145km，总面积 26.8 平方公里，包括澳门半岛、仔岛和路环岛，人口密集，共约 441, 600 余人。澳门是我国的特别行政区，也是一个独立的关税区、自由港，货物、资金和人员进出自由，大部分出入货品均免征关税，企业的开办和经营自由、手续简便，国际市场网络完善、覆盖广泛，市场体系高度自由和开放。

澳门作为中西方经贸和文化的交汇点，是国际时装品牌的聚集地，是采购时尚、领略时尚、推动时尚的前沿。为此，主办方选择了澳门作为“先锋亚洲”系列主题活动的着陆点。在这里，服装服饰、面料企业可以尽情挥洒亚洲时尚，弘扬亚洲文化，体验亚洲价值，开创亚洲未来！

具有亚洲时尚品牌展览会的定位决定了，我们搭建的不仅仅是一般意义上的展示平台，更多地是举办一个值得期待的亚洲时尚盛会，一个高端的商务平台。展会平台高起点的同时也注重展商的实际需求。中高端时装面料供应商将可以直接面对亚洲范围内的高级时装品牌公司。一方面在展会现场，面料供应商可获得时装品牌参展企业对面料需求的一手信息；另一方面，通过本公司成系列的面料展出，无疑是面向更多具有潜在采购意向的专业观众进行良好企业形象展示和精品推介的良机。

附：亚洲时装面料展

展品范围：亚洲地区时装品牌及中高档时装面

展出规模：13,000 平方米

主办方将通过严格甄选，汇集在全亚洲具有代表性的品牌时装和时装面料企业参展，共同打造一个引领亚洲先锋时尚的高级品牌旗舰展。届时，来自世界各地的时尚服装、时尚面料进出口商、批发商、零售商将在展会期间洽谈贸易，给参展商提供更多的商业机会。

报名参展联系方式：

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 展览部

联系人：张嘉 女士/王静 女士

地 址：北京市东长安街 12 号 450 室

邮 编：100742

电 话：86-10-85229376 / 9017

传 真：86-10-85229544

E-mail: zhangjia@ccpittex.com