



# 纺织贸促

目录 2008年第八期 总第165期 2008年8月出版

刊名题字:



**主办单位:**

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会  
中国国际贸易商会纺织行业商会

**顾问:** 许坤元 徐晋昶 富荣沛

**编辑委员会:** 张延恺 陈伟康 徐迎新  
杨兆华 林云峰 梁鹏程

**主编:** 陈伟康

**执行主编:** 刘彦威

**编辑:** 韩佳昇 李薇

**通讯地址:**

北京东长安街12号436室

**邮政编码:** 100742

**电话:** 010-85229096

010-85229645

**传真:** 010-85229196

**电子邮箱:**

[han@ccpittex.com](mailto:han@ccpittex.com)

[lw@ccpittex.com](mailto:lw@ccpittex.com)

## 【经贸导刊】

P2 ■ 2008年上半年我国关键经济数据

P2 ■ 宏观经济调控影响棉花市场

## 【政策法规】

P3 ■ 纺织品服装出口退税率提至13%

P3 ■ 《针织工艺衫》标准简介

## 【国际市场】

P4 ■ 美国纺织业寻求明年新的保护措施

P4 ■ 中国成为意大利纺织机械第一大进口国

➡ **MORE**

## 【行业动态】

P6 ■ 2008年上半年我国规模以上纺织工业产量统计

P6 ■ 中国纺织工业协会加入国际纺织制造商联合会

➡ **MORE**

## 【会员新闻】

P9 ■ 维科家纺推出2008秋冬新产品

P9 ■ 山西彩佳印染公司成功引进植物染料技术

P9 ■ 际华3542后纺车间修旧利废再添新功

## 【展会专题】

P10 ■ 2008纺机盛会圆满落幕

P11 ■ 中国国际纺机展严格遵循ITMA的准入规则

P12 ■ 纺机“奥林匹克”——中外制造商摆创新擂台

P14 ■ 意大利国家展团携尖端纺织机械设备盛大亮相纺机展

P15 ■ 2008第十四届中国国际家用纺织品及辅料博览会8月开幕

P16 ■ 中国国际家纺展规模更胜从前

P17 ■ 家纺展:家纺设计大赛提升中国家纺制造

P19 ■ 众多知名企业继续踊跃参展2008年中国国际家纺展

P20 ■ 第14届中国国际纺织面辅料博览会10月上海揭幕

P21 ■ 环球参展商打造高度国际化中国国际纺织面料及辅料博览会

P22 ■ 2008年针织展首次设立经编区

P23 ■ CTAF向欧洲业界展示中国纺织业产业升级成果

P24 ■ 达利丝绸参展深圳国际纺织面料及辅料博览会获得好评

## 2008年上半年我国关键经济数据

### 一、GDP 同比增长 10.4%

2008年上半年国内生产总值130619亿元,按可比价格计算,同比增长10.4%,比上年同期回落1.8个百分点;全国夏粮产量达到12041万吨,比上年增长304万吨,增长2.6%,连续第五年增产;全国规模以上工业增加值同比增长16.3%,比上年同期回落2.2个百分点;全社会固定资产投资68402亿元,同比增长26.3%,比上年同期加快0.4个百分点;国内零售意外增长,城乡消费同步增长。上半年,社会消费品零售总额51043亿元,同比增长21.4%,比上年同期加快6.0个百分点;居民消费价格总水平上涨7.9%(6月份同比上涨7.1%,比上月回落0.6个百分点,环比下降0.2%),比1-5月份低0.2个百分点;贸易顺差明显减少,外汇储备高位增长。上半年,进出口总额12342亿美元,同比增长25.7%,比上年同期加快2.4个百分点;在投资增长很快、投资率持续上升的情况下,储蓄仍然大于投资,表现为净出口和资本净流出。

### 二、CPI 上涨 7.9%

据国家统计局公布的今年上半年国民经济数

据,今年上半年中国居民消费价格总水平(CPI)同比上涨了7.9%,其中,6月份居民消费价格上涨7.1%,较上月回落了0.6个百分点。

### 三、FDI 大增 45.55%

据商务部发布的数据,今年上半年,我国实际使用外资(FDI)金额523.88亿美元,同比增长45.55%;外商投资新设立企业14544家,同比下降22.15%。6月份当月我国实际使用外资金额96.1亿美元,同比增长44.9%,增幅比5月份高出近7个百分点;外商投资新设立企业2629家,同比下降27.19%,降幅比5月份高出16.25个百分点。

### 四、人民币汇率较汇改前升值 21.23%

7月21日是人民币汇率形成机制改革三周年纪念日,中国人民银行授权中国外汇交易中心21日公布,银行间外汇市场人民币对美元汇率中间价报6.8271,这较汇改前的8.2765升值了21.23%。如何缓解升值预期、完善汇率市场化形成机制将是未来改革的重点。

## ◆ 宏观经济调控影响棉花市场 ◆

我国政府提出当前要保持经济平稳增长,控制物价过快上涨,把防止通货膨胀放到突出位置,表明国家越来越关注企业生存状态。

国家对宏观经济进行调控,人民币升值幅度开始减缓,一方面减轻了纺织企业出口压力,但另一方面会相对提高进口棉价格。近日,财政部和国家税务总局联合发文明确:自8月1日起将部分纺织品、服装出口退税率由11%调高到13%,但没有对高污染、高能耗的粘胶短纤出口退税率作出调整,该政策可扩大纺织企业出口,另一方面相对降低粘胶短纤等纺织原料价格,同时也会对棉花价格产生影响。

7月25~31日,国内及国际各棉花市场基本情况如下:中国棉花价格指数周均价为13689元/吨(跌37元/吨);全国棉花交易市场商品棉电子撮合交易近月合同周均价为13600元/吨(跌176元/吨);郑州棉花期货近月合约周均价为13525元/吨(跌128元/吨);ICE棉花期货近月合约周均价为71.49美分/磅(涨1.45美分/磅);cotlook亚洲A指数周均价为78.36美分/磅(涨1.35美分/磅)。Cotlook亚洲A指数周均价为78.36美分/磅,以此计算(本周人民币对美元平均汇率为6.8295)1%关税下进口棉港口提货价为13465元/吨(涨139元/吨),比中国棉花价格指数低224元/吨;临时滑准税下进口棉港口提货价为13788元/吨(涨139元/吨),比中国棉花价格指数高99元/吨。

### 纺织品服装出口退税率提至 13%

7月31日,财政部、国家税务总局下达《关于调整纺织品服装等部分商品出口退税率的通知》,宣布将部分纺织品、服装的出口退税率从今天起由11%提高到13%。这次商品出口退税率调整自8月1日起执行,具体执行时间以出口货物报关单海关注明的出口日期为准。本次出口退税率调整涉及的商品有蚕丝、毛纱线、棉纱及棉机织物、化纤长丝、化纤短纤等。

这是中国自2006年推出下调企业出口退税率外贸政策以来首次回调。

2006年起国家多次降低部分行业包括纺织、服装出口退税率,以图改变企业增长模式提高竞争力,减少大额贸易顺差,然而在近来美国经济放缓、人民币升值加速等压力下,很多企业出口放缓、利润急剧下滑。海关的数据显示,5月份我国出口纺织服装低于1-5月累计增速5.7个百分点,加上较大的成本支出,服装出口企业的利润缩水严重。

早在今年3月初,中国纺织工业协会就曾对6个省份进行了市场调查,发现三分之二的纺织企业仅有0.62%的利润率,另三分之一的公司有6%-10%的利润率。二季度市场情况更糟,纺织公司的经营压力也将进一步加大。相关统计表明,内地纺织企业总共有8万多家,其中中小企业为6.6万家。今年上半年,陆续传出纺织企业倒闭或亏损的消息。

提高纺织品、服装业的出口退税率,可以使相关企业获得实打实的利益。由于返还的利润增加了,产品的价格可以继续降低,使企业的出口成本降低。价格的优势又可以吸引更多的客户,重新提高这些企业的国际竞争力,而且有望逐步让这些企业实现以外养内,形成良性循环,真正给纺织企业解困。

据统计,2007年国内纺织品服装的出口总额为1679亿美元,其中一般贸易占七成,按照年出口增长10%估算,2008年全年纺织品服装出口总额可达到1847亿美元,其中一般贸易方式出口总额可达到1300亿美元左右。出口退税率回调2个百分点,则纺织品服装行业利润总额将增加26亿美元,按照6.8的人民币汇率折算,企业利润将增加176.8亿元人民币。因出口退税率回调而增加的利润占纺织行业利润总额的14%,利润率将提高0.6个百分点。

提高出口退税预计今年可增加行业利润总额6.68%,不过,此举虽然暂时缓解了纺织业的艰难局面,但只能让出口导向型的大企业获利,许多内贸性的中小企业并不能改变行业升级带来的优胜劣汰趋势,纺织业仍会经历发展转型的阵痛。

### 《针织工艺衫》标准简介

FZ/T73012-2008《针织工艺衫》已由国家发展和改革委员会批准发布,于2008年10月1日起实施。标准规定了针织工艺衫的产品分类、产品规格、要求、试验方法、判定规则、产品使用说明、包装、运输和贮存。标准还适用于鉴定以棉、麻、蚕丝、化纤纯纺、混纺或交织加工而成的针织工艺衫的品质(包括用横机加工、手工编织和针织坯布裁片加工)。此标准代替FZ/T 73010-1998《针织工艺衫》。与FZ/T 73010-1998《针织工艺衫》相比标准变化有:

- 1、细化了标准适用范围,即适用于棉、麻、蚕丝、化纤等纤维纯纺、混纺或交织加工而成的针织工艺衫;
- 2、增加了产品规格标注方法;
- 3、增加了GB 18401-2003标准的考核项目和要求;
- 4、增加了起球试验项目;
- 5、删除原标准中单件重量偏差考核项目;
- 6、将水洗尺寸变化率项目中的考核"宽度伸长、长度收缩、宽度收缩"改为考核"直、横向水洗尺寸变化率";
- 7、增加了成衣测量部位示图和部位测量规定;
- 8、细化了水洗尺寸变化率试验的测量、洗涤干燥方法及计算方法;
- 9、增加了产品判定规则;
- 10、调整了产品标志、包装、运输和贮存内容。

### 美国纺织业寻求明年新的保护措施

据华尔街日报报道,针对中国纺织品和服装的进口配额将于明年1月1日到期,美国纺织品和服装生产商希望政府制定新的保护措施。

报道称,三年前,美国舆论抨击中国纺织业搞低价倾销,指责中国纺织品大量涌入威胁到美国纺织业的生存。考虑到中国方面可能会通过世界贸易组织来反制美国延长配额期限的做法,美国的行业管理人员在推动通过一项专门监控进口中国纺织品的行动方案。根据这套方案,若美国发现中国低价倾销纺织品,便可以采取限制进口的措施。

### 中国成为意大利纺织机械第一大进口国

据意大利记者通讯社网站报道,意大利纺织机械的对外出口表现良好,尤其是中国市场,2007年中国购买意大利纺织机械总额达到3.6亿欧元,紧随其后的是土耳其,进口额2.02亿欧元。从刚刚结束的上海国际纺织机械展览会的订货情况来看,中国的纺织品生产企业更加注重采用先进设备提升产品质量。展会上,除了广东、上海和浙江的用户外,来自中国其他省份的企业也在悄然增多,开发西部或向西部转移产业的迹象已经开始显现。

### 德国纺织机械对中国的出口与去年

## 同期相当

据德国机械设备制造业联合会统计,目前,亚洲是德国纺织机械工业的主要出口市场。2007年,德国对亚洲的纺织机械出口额达18.5亿欧元,占德国纺织机械总出口额的一半以上,其中仅对中国的出口额就高达10亿欧元。中国需求量最大的机械领域是针织和织袜机械(5.21亿欧元),其次是纺纱机械(3.79亿欧元),之后是包括洗涤、漂白、染色技术在内的整理机械(7200万欧元)和织造机械(3200万欧元)。位居中国之后的德国主要贸易伙伴是土耳其和印度,年进口额分别为4.08亿欧元和3.01亿欧元。2008年一季度,德国纺织机械对中国的出口保持了去年同期的水平。



## 从 CTAF 展 法国服装市场

中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)(CTAF)找到了合适的时间、合适的地点、合适的合作伙伴,与纺织面料世界知名展会 TEXWORLD 同期同地举办,让 CTAF 获得较高的起点。

进入 2008 年,中国对美国纺织品出口一直呈下降态势,而对法国等欧洲国家的出口却出现了数量与价格“双增长”。

目前,中国是法国服装最主要的供货国。在法国服装市场上,从世界闻名的法国高级时装,到中低档的大众服装,到处都可以找到中国制造的踪影。据法国海关和法国时装学院最新统计,2007 年法纺织品服装进口总额达 209 亿欧元,其中,服装进口 144 亿欧元,同比增长 2%,纺织品进口 65 亿欧元,同比增长 1%。其中从欧盟 27 国服装进口金额达 46 亿欧元,下降了 5%,纺织品进口 42 亿欧元,下降了 2%。从欧盟以外的国家服装进口金额达 98 亿欧元,增长 6%,纺织品进口达 23 亿欧元,增长 7%。法国从亚洲服装进口总额达 65 亿欧元,比上年增长 8%。在纺织品配额取消前,中国就已经成为法国第一大服装进口国,虽然 2007 年年底,中国出口服装增速放缓,但全年从中国的进口还是增长了 21%(2007 年前三个季度增长 25%),占法供货市场的 30%。因此,目前中国仍然是法国纺织服装的第一供货商。按服装类别的进口额计算,法国进口额最多的服装依次为:裤子、男衬衣、大衣和上衣。按进口量计算,法国进口量最多的服装依次为:裤子、胸罩、男衬衣、女衬衣和牛仔服。

虽然目前“中国制造”还不能与“意大利制造”和“法国制造”相提并论,但是,它们之间的品质差距要远远小于它们之间的品牌知名度,至于价格差距,就差得更远了。这是历史造成的。毕竟,现代意义上的中国服装业,还只是近 30 年的事情。这 30 年,我们经历了从无到有、从低到高的过程。迄今为止,中国服装还只是过了“制造”与“品质”关,至于“品牌内涵”与“品牌意象”等还相对贫乏。从一定意义说,国际顶级的服装品牌,已经被历史性地定义为“法国时尚”与“意大利制造”了。不是说中国就没有机会出现顶级国际品牌,而是说,这要有一个过程。

目前,尚处于弱势地位的中国品牌,更需要一个由中国自己主办的展会平台来展示中国整体品牌,同时也需要一个平台向欧洲和世界展示近年来中国纺织服装业产业升级的成果,以促进中国和国际纺织服装业更广泛深入地合作。而利用中国在境外独立举办的展会,持续地推广中国服装整体品牌,可以更好地让国外纺织服装业界及消费者对中国品牌形象有更多直观和感性认识,以便更好地打造“中国制造”的含金量。从目前来看,CTAF(中国纺织品服装贸易展览会(巴黎))就是一个中国企业向法国乃至欧洲推介自己的理想平台。在欧洲时尚核心——巴黎举办这样的展会,更贴近欧洲时尚中心,为中国优秀纺织品服装企业开拓欧洲市场搭建了高水准平台。与国内大型展会相比较,国外展会虽然参观人流并不大,但展会效果一点也不差。到场观众相当有针对性,其专业性、目的性都很强,展商和买家都在切实的谈生意。

目前,在进口方面,法国还没有对我国服装产品在技术、安全、准入等方面设限,但是随着配额的取消,法国服装界已经强烈地预感到我国服装产品对法国的出口攻势。为此,法国服装界除了要求欧盟加强对我国服装进口数量和价格的监控,以便效法美国,随时对我产品采取制裁措施外,还积极参与欧盟地中海沿岸地区纺织品自由流通区的建设,并先后与德国和意大利服装界签订合作协定,共同采取行动,对抗我国服装产品进口的冲击。

为了帮助国内企业加深对欧洲市场的了解,以及进入欧洲市场的各种“门槛”,CTAF2008 期间将举办两场讲座,除了介绍欧洲市场,还将专题介绍关于 REACH 法案的问题。

另外,对于中国的参展企业,商务部会提供一些政策优惠及资金支持。在《关于“2008 中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)”中小企业补贴的若干说明》规定:根据商务部中小企业国际市场开拓资金管理办公室通知要求,欲申请此补贴的企业需符合满足下列要求:有自营进出口权;2007 年出口额在 1500 万美元以下,补贴金额初步定为 1 个展位 1 万人民币左右,资金拨付周期约一年。

## 2008年上半年我国规模以上纺织工业产量统计

来源:中国纺织工业协会统计中心

名称	单位	本月	本月止累计	累计同比±%
化学纤维	吨	2074748	12138911	5.61
纱	吨	1999012	10347277	11.26
棉纱	吨	1608056	8344437	13.87
混纺纱	吨	241142	1234477	1.02
纯化纤纱	吨	150175	769442	2.45
布	万米	521831	2689472	7.36
棉布	万米	269635	1359706	8.34
棉混纺布(混纺交织布)	万米	76566	402674	2.91
化学纤维布(纯化纤布)	万米	175614	927029	8.11
丝	吨	18783	95597	21.78
丝织品	万米	83916	474505	-0.08
非织造布	吨	71681	371633	31.29
服装	万件	196098	971971	7.64
梭织服装	万件	86022	439790	3.92
西服及西服套装	万件	5712	28526	3.70
衬衫	万件	9351	50212	1.50
儿童服装	万件	3398	17827	-4.47
羽绒服	万件	1582	7748	-7.30
针织服装	万件	110077	532181	11.06

### 中国纺织工业协会加入国际纺织制造商联合会

经过中国纺织工业协会与国际纺织制造商联合会(英文缩写ITMF)数年来的努力,在解决了我国台湾纺拓会在ITMF中地位问题后,中国纺织工业协会终于成为ITMF的法定成员。7月28日,中国纺织工业协会会长杜钰洲,副会长王天凯、高勇、孙瑞哲,中国纺织工业协会副秘书长徐迎新等在上海会见了国际纺织制造商联合会会长、副会长和特别代表等一行。这是中国纺织工业协会加入ITMF以来双方的首次正式会面。双方就中国纺织工业协会在ITMF内的地位、作用和今后的合作关系进行了友好的会谈。这次会谈标志着中国纺织工业协会将正式参与ITMF的各项活动,履行国家代表的职责。在会上,杜钰洲宣布:中国纺织工业协会副会长王天凯、高勇、孙瑞哲,副秘书长徐迎新将成为世界纺联的代表,今后代表中国纺织工业协会参与世界纺联的各项活动。

中国纺织工业协会会长杜钰洲指出,中国纺织工业协会加入ITMF更有利于中国纺织业开展与世界各国同行的合作,相信中国纺织工业协会加入ITMF能够有效推动世界产业的和谐发展,促进世界主要纺织生产国间的沟通、交流与合作,使世界纺织产业生产贸易的发展更加健康、更加顺利。

ITMF成立于1904年,是纺织业内历史最为悠久的非政府国际组织之一。经过100多年的发展,ITMF已经成为代表世界纺织品主要生产国的组织,其会员涵盖了纺织工业中上中下游产业链。ITMF年会是世界各国纺织业交流和沟通的重要平台。

### 全球纺织品市场的生态环保趋势明显

据 TESTEX 最新统计,至 2008 年 6 月,在中国区域颁发的 Oeko-Tex100 证书数量达 2102 张,其中中国大陆 1438 张,中国香港特区 475 张,中国台湾省 189 张。获得证书的企业数为 1723 家。从证书数量、级别分布和覆盖的产品类别上可以看出,目前在中国纺织服装产业链上各环节已经有相当数量企业的产品达到了 Oeko-Tex100 标准的要求,这为中国开发生态纺织品市场,提供了企业和产品资源库。目前,越来越多的中国企业感受到全球纺织品市场的生态环保趋势。同时,我国政府和行业层面的法律和法规已经基本建立,如强制性国家标准 GB 18401-2003《国家纺织产品基本安全技术规范》于 2005 年正式实施,各地方也出台了一些涉及纺织品生态性能的地方法规和行业标准,如 2007 年底天津市在全国率先颁布了针对汽车毛绒类纺织品生态性能的地方行业标准、新修订的牛仔服装行业标准中也加入了 pH 值和甲醛等生态性能方面的强制性检测项目和标准。因此,生态纺织品内需市场的开发前提基本具备,生态纺织品将不仅是西方消费者的需求,也将成为包括中国在内的亚洲消费者的选择。

### 上半年我国纺织品服装出口增幅下降

据发改委发布的消息,2008 年 6 月,我国纺织品服装出口 155.2 亿美元,环比增长 7.6%,但同比下降 4.2%(去年 6 月出口基数较高,主要是去年 7 月纺织品出口退税率下调,企业抢在 6 月加快出口)。受人民币持续升值、美国次贷危机加剧、成本上升等多种因素影响,今年 1-6 月,我国纺织品服装出口 817 亿美元,同比增长 11.1%,增幅较去年同期下降 6.4 个百分点。

2008 年 1~6 月对美国出口纺织品服装共 102.59 亿美元,同比增速下降 1.03%。2008 上半年我国对美国出口纺织品服装在 2 月和 6 月先后两次出现负增长,降幅达到 7.79%和 1.03%,而其他各月增速均未超过 1%。

统计显示:今年 1~6 月,我国纺织品服装出口到欧盟 27 国为 161.61 亿美元,同比增长 36.55%。其中纺织品出口 46.21 亿美元,服装出口 115.40 亿美元,同比分别增长 31.47%和 38.70%。08 年同期部分类别的出口大幅攀升。其中成衣,例如连衣裙增速最为瞩目,较 2007 年上升 315%目前欧盟经济正稳步发展,对纺织品服装的需求也有提升。根据《中欧纺织品贸易协议》,今年 1 月 1 日起输往欧盟纺织品服装配额限制全面取消,企业为此支付的成本相对较低,出口渠道更加顺畅,对欧盟出口拥有更大的竞争力。

另海关最新公布的统计,2008 年 1~7 月,我国纺织品服装出口总额达 1003.6 亿美元,与去年同期相比增长 7.67%,出口增幅继续下滑。前 7 个月,传统大宗商品出口增长呈现放缓迹象。其中,服装及衣着附件出口 624.9 亿美元,增长 3.4%,比去年同期回落 19.6 个百分点;纺织纱线、织物及制品出口 378.7 亿美元,增长 24.4%,加快 11.9 个百分点;鞋类出口 165.5 亿美元,增长 14.2%,回落 4.3 个百分点。

### 盛虹的世界第一条专业记忆纤维 PPT 生产线投产

盛虹集团近日宣布,其世界第一条专业记忆纤维 PTT 生产线顺利投产,该生产线同样采用欧瑞康巴马格专为 PTT 纤维生产而新推出的设备技术。盛虹集团将在专业设备的基础上,开发一系列的 PTT 纺织纤维,改变目前 PTT 生产品质不稳定、生产耗能偏大的弱点,提高 PTT 纤维的适用性并有效降低其成本。国内顶级的纤维制造商盛虹集团与世界范围内顶级的纺织化纤设备供应商欧瑞康集团一连串合作意向的达成,不仅体现了两个集团对纺织化纤行业发展的信心,说明到国内化纤行业摆脱目前困境的一条新路就是创新和发展。

## 中国家纺产业开启

### “新缤丽”时代

家纺是家居中和人相处时间最长的一个,调查显示每个人生命中将有三分之一的时间与家纺为伍。中国的家纺消费以女性消费为重要基础,而女性消费中又有一半的消费属于“冲动型”,因此家纺产品的购买在很大程度上属于“冲动”决定的结果。

2008年我国家纺设计师把主要精力放在家纺的颜色和造型上,如果家纺产品的“第一眼”可打动购买者,那么这款家纺产品就有八成的胜算,“第一眼”经济成为中国家纺消费中的一个重要特点。在经历了2005年的“花草图案”、2006年的“条纹风潮”、2007年的“拼布时代”之后,2008~2009年的家纺产业将进入一个全新的“缤丽”阶段,这种“缤丽”不仅基于色彩,更是视觉、听觉、触觉,甚至嗅觉与感觉的全新体验。

今年8月26~28日,即将在上海新国际博览中心举办的第十四届中国国际家用纺织品及辅料博览会将被业内称为“时尚风标”的法兰克福家纺流行趋势搬到了上海家纺展,趋势的发布成为家纺展的重要组成部分,今年的面料无论是花纹还是设计,都能传达出制造商多种领域的驾驭能力,一款典雅轻薄的面料,吸取了绘画、音乐、服装、建筑等诸多领域的艺术结晶,通过对多种艺术形式的提炼和归纳,运用最新的印染织造工艺,使面料成为一个新的艺术载体,让欣赏者在仔细的观察中体会到面料中传达出来的关于色彩、造型和花样手法的“愉悦感”。

“新缤丽”时代的面料也有很多是强调本身的光泽感,天然的和有光泽的纤维被合理地搭配到了一起,产生一种新的梦幻效果,使整个画面体现出高雅奢华的感觉,在面料中涂层或者覆膜,提升整个面料的质感,让它看上去更加立体和多元。更多“缤丽”的面料图案来自古老的印花纹样,层叠的花卉、模仿壁纸的波纹以及富有变化的建筑几何设计,都丰富了2008年家纺材质的内容。另外在色彩上,2008年的家纺也更突出天然颜色和浪漫的渐变颜色的结合使用,在色彩上有时也会使用简单的对比色和冲撞色,以达到波普艺术的极端风格。而这一切都会在与家纺展同期举办的中国国际家用纺织品设计大赛中找到答案。核心主题为“东风西渐”的本次大赛共有来自美国、法国、比利时、土耳其等国家和地区的数千件参赛作品。获奖名单及作品将在博览会期间揭开面纱,人们可欣赏到中国国际家用纺织品设计大赛中精致的获奖设计作品,感受全新的时尚家纺设计理念。

在这个主义横行概念喷涌的年代,对风格与主义的理解是因人而异的。中国家纺展同期活动之一“设计师沙龙”可让世界各地才华出众的设计师展示创新而富有激情的原创作品,也让2008“新缤丽”成为不可替代的潮流。“新缤丽”时代的织物虽大多只是棉、麻、丝等织品,但在制造和印染工艺上的创新和调整却能给人全新体验。同时,“新缤丽”主义也不是特立独行,它在设计和功能上可和任何一种家居风格相结合,但它又是出位和耀眼的,可抢夺任何人的“第一眼”目光,即使是一块小小的毛巾,或者是一个小小的靠包。



### ◆ 维科家纺推出 2008 秋冬新产品

2008年7月11~12日,维科家纺2008秋冬产品发布会在宁波召开。在为期两天的会议中,维科家纺展示了近百款秋冬产品。12日,督导部用了整整一上午对08年秋冬新品进行了详细讲解,朱总也对客户订货进行了引导。下午,加盟商、商场经理再次来到了“维科家纺生活馆”进行秋冬产品的订货。1000余平米的展示厅展出了维科家纺8大系列的产品,设计师通过区域变更及一系列独特的表现手法,把大家带入一个别有洞天的家纺世界。

2008年维科家纺在保持一贯的高品质、重质量的同时,在设计上更突出了产品的时尚性与个性化。提花与印花、前卫与传统,各类时尚元素都体现在本次的新品设计中,简洁明快、优雅独特、时尚但不浮躁,庄重中透着浪漫温馨,重点推出了包括婚庆系列、精致生活系列、现代都市风系列等几十款新产品,还有蕴涵高科技成分的芯类产品,很多产品都是在吸收了市场的反馈后而特别设计的,弥补了以前产品的不足。精致斑斓的产品让加盟商、商场经理们眼花缭乱,赞叹不已。特别是整齐划一的终端形象,匠心独具的小道具,创意的产品陈列得到了大家的一致好评。

### ◆ 山西彩佳印染公司成功引进植物染料技术

近日,山西彩佳印染有限公司应用从印度引进的植物染料和染色技术,采用国产染色设备,成功批量染出了姜黄、紫红、咖啡及深灰四个色位的纯棉梭织布。经检测,各项染色牢度指标完全达到了活性染料的染色牢度水平,可以实现批量生产。

今年以来,山西彩佳公司根据当前市场消费趋势及节能减排的环保要求,不断加大对新产品的开发力度。经过对国内外植物染料研究及使用情况调研,他们引进了印度的植物染料和染色技术。在国外技术人员指导下,彩佳公司于7月23日~24日利用国产设备,成功地批量染出了纯棉梭织布姜黄、紫红、咖啡及深灰四个色位。染色成品经公司质量检测中心按国家标准GB/411-93检测,耐洗牢度达3~4级,干摩牢度4级、湿摩牢度3级,各项染色牢度指标完全达到了活性染料的染色牢度水平,充分说明本次引进的植物染料及相关技术处于国际领先水平,可以用于批量生产。

这次整个染色过程的各种助剂、染料均为天然植物型原料,已通过欧盟生态认证及保健功能认证。色泽有黄色系列、红色系列、蓝色系列、灰黑系列共二十种,可以拼染出数百种色泽,色谱基本能满足市场消费需求。染色及助剂在染色过程中略有中草药气味,操作人员避免了化学染料助剂的气味。植物染料成功染出纯棉布,开拓了生态染色的新方法,迈出了环保染色节能减排的新步伐。更加神奇的是,植物染料不仅可以对棉、麻等纤维素纤维进行染色,而且可以对丝、毛等蛋白质纤维进行染色,即便是化学纤维,植物染料同样可以进行染色。

### ◆ 际华 3542 后纺车间修旧利废再添新功

为了降低生产成本,消化市场的不利因素,后纺车间广泛宣传,树立员工“浪费为耻,节约为荣”的新风尚。2008年二季度车间累计共有22项小改小革,仅6月份,后纺车间全自动络筒机气缸修旧利废24只,节约成本9600元,并纱锭控制仪维修30个,节约7500元。

AJQ吹吸风机在运行时一直处于高速的运转状态,其主动轮、被动轮所配装的204轴承异响现象时有发生。更换下来后,设备人员发现轴承并没有完全损坏,只是不适合高速运转。于是设备包机人将更换下来的异响轴承进行清洗,重新加油润滑后,安装在细纱机中运行速度比较慢的部位。通过观察,上车的轴承运行状况良好。仅此项修旧利废可为公司节约用近万元。另外,FA506-03105主轴(尾段)长度为1440MM,由于其易磨损,磨损后无法再正常使用。设备人员将更换下来的废轴按照不同的机型及所需尾轴的长度,进行切割,将其改为其它机型的主轴一段或尾轴一段,并重新投入使用。

自从车间开展修旧利废工作以来,员工参与积极性高,集思广益,充分利用现在配件,对其修旧利废,为公司开展的“双增双节”活动贡献自己的力量。

# 2008 纺机盛会圆满落幕



2008年7月27日,中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会在上海新国际博览中心隆重开幕,见证了一个新的亚洲纺机展会时代的到来。

### 一届规模盛大的展会

来自30多个国家和地区的1368家参展商参展,带着最新研发的产品在12.65万平方米的展厅里,为观众奉献了一场规模最大、专业性最强、技术水平最高的纺机设备展演。来自90多个国家的观众以极大的热情观看了这场声势浩大的演出。



按照ITMA规则,一个大型的国际展览会要求国际展商超过一半,同时海外观众也要达到20%。本届展会海外展商700多家,远远超过一半。统计数字显示,展览会第一天到场观众15450人,其中国内观众12140人,来自34个省份,海外观众3310人,来自85个国家和地区。第二天到场观众12593人,其中国内观众10228人,来自29个省份,海外观众2365人,来自66个国家和地区。前两天海外观众人数均超过了20%。

本届展会虽没有象以往在北京举行的中国国际纺织机械展览会一样出现观众爆棚的场面,但参展企业普遍反映良好,认为对于这样一个专业性的展会来说并不是人越多越好,而是希望每一个到展位交流和洽谈的都是有效的专业观众,最好能有订单签订。本届展会举行正值全球纺织经济形势下滑之际,所以多数展商对展会上签单量的预期并不是很高。但在现场有几类产品的签单量超出了企业的预期。比如针织横机、大圆机,还有一些器材专件的收获也不小。另外,申纺机集团、北京中丽制机的化纤设备、经编机的出口订单签约情况也都非常喜人;特吕茨勒公司签了100台的梳棉机,史陶比尔公司获得了2台自动穿经机的订单;还有一些企业参展的样机也被现场订购。

### 一场水平最高的展演

本届展会上展出的产品水平比以往任何一届在北京举行的中国国际纺织机械展会上展出的产品都要高。许多业内人士对纺机产品日新月异的发展变化表示惊叹。

国外著名纺机企业展出的产品大多是其刚刚在慕尼黑ITMA展会上展出的设备,而有一些设备在短短的几个月内又有了一些新的进步。比如,欧瑞康在ITMA展出的不带槽筒的自动络筒机速度为1500米/分钟,这次展出时该设备已经达到1800米/分钟~2000米/分钟。史陶比尔公司展出的UNIVAL200大提花机,在织造上取消传动机械开口方式,实现了每一个经纱用单独马达带动。这一技术在慕尼黑ITMA上都还没有推出。展出的印染设备几乎都体现了节能减排的要求。棉纺、化纤设备则以节省人力、减少消耗、提高产量作为基本指标,自动化程度越来越高。

本届展会上不仅国外企业的产品技术令人惊叹,一些国内企业开发的产品也令业内人士为之振奋,比如中纺机开发的细络联、粗细联,还有几家企业推出的新型紧密纺细纱机、单锭细纱机都具有很高的水平。此外,某些专件在技术指标上也有了新的突破,如河南二纺机展出的细纱锭子可以达到28000转/分钟。

### 一次不容错过的技术观摩

今年世界经济出现了一些波动,纺织机械市场也随之收到了一定的影响。本届展会正是在这样一个经济不景气的背景下举行的。然而,参展商的热情并没有因此而受到影响,同时纺织企业也没有因为形势不好而忽视这次展会。河南的一位纺织企业老总说,尽管企业现在处于非常时期,没钱买设备,但是他们也要来了解世界纺织技术进步的现状和趋势,为企业今后的技术改造和结构调整收集信息,做好准备。抱着这种心态来参观的人还有很多。中国纺织工业协会副会长、中国纺织机械器材工业协会理事长高勇认为,本届展会可能在实际贸易成交上不如以往,但这届展会对处于结构调整关键时期的纺织行业却有着深远的意义。下一步行业应走向何处,展览会上展出的新技术和新设备应该给企业指明了方向。

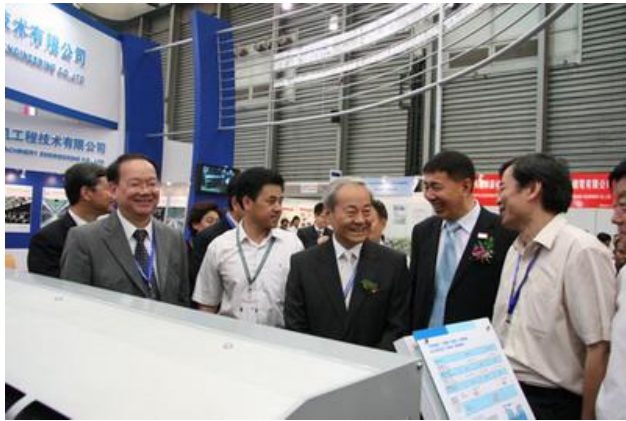
### 2010,又一个值得期待的展会

本届展会已经落幕,主办方已确定下届展会将于2010年6月22日在上海新国际博览中心举行。届时,上海新国际博览中心在原有11个展馆的基础上再建的3个新展馆也将投入使用,总展出面积将达16万平方米。主办方已向海内外企业发出热情的邀请:相约2010,相约上海。

~~~~~

## 中国国际纺机展严格遵循 ITMA 的准入规则

本届展会是“中国国际纺织机械展览会”和“ITMA”两大国际品牌展会首次联合在中国举办,由中国贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织机械器材工业协会、中国国际展览中心集团公司和欧洲纺织机械制造商委员会共同主办,并由北京泰格斯特国际展览展示有限公司承办,新加坡国际展会策划公司协办,是目前中国乃至亚洲地区规模最大、专业性最强的国际纺织机械展览会。{左图为中国纺织工业协会会长杜钰洲会长(右三)在主办单位陪同下参观展会}



本届展览会不仅得到了中国纺织机械器材工业协会和欧洲纺织机械制造商委员会及其9个成员国协会(意大利纺机协会、西班牙纺机协会、英国纺机协会、荷兰纺机协会、瑞士纺机协会、比利时纺机协会、瑞典纺机协会、法国纺机协会及德国纺机协会)的鼎力支持,同时也得到了日本纺机协会、美国纺机协会、韩国纺机

协会和台湾区机器工业同业公会等的大力支持和协助。

本届展会严格遵循ITMA的准入规则,只有完全符合参展资格(设计、生产、销售必具其二)的纺机制造企业方可参展,只有自行生产的产品方可展出。另外,本届展会的展位均按照产品工艺类别安排。这些都有助于观众更高效地在展会上考察和选购真正的领先技术和产品。

世界众多先进纺机企业都已将其最新研制的纺机设备带到了这届展会,有的是刚刚在慕尼黑ITMA展会上展出的设备。国内许多企业也展出了节能、高效、连续化、自动化,并广泛应用电子技术和在线检测监控的新一代纺织机械产品。不仅为我国纺织企业,也为整个亚洲的纺织企业提供了一次亲眼目睹世界上最先进纺机装备的难得机会。



# 纺机“奥林匹克”——中外制造商摆创新擂台



7月27日,人们期盼已久的纺织行业的“奥林匹克盛会”——中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲国际纺机展终于在上海新国际博览中心如期开幕了。中国以及亚洲市场的重要性,吸引了全球纺机制造商的极大热情。本届展会共有来自30多个国家和地区1368家企业参展,动用了上海新国际博览中心全部11个展馆,展出面积达126500平方米,是中国乃至亚洲地区最大、质量最高、专业性最强的展会。(左图为纺机展展会现场)

### 全球纺机制造商大聚会

本次展会跨越了空间界限,实现全球化合作。尽管展会开幕当天的上海酷热难耐,但还是挡不住参展商的热情。11个展馆机器轰鸣,参观者人流如织。来自欧洲纺机生产大国的企业均以巨大的参展规模显示其雄厚的实力,德国参展企业净面积达10,000平方米,意大利的净面积超过7,200平方米,瑞士也超过5,000平方米,日本参展企业的面积达3,300平方米。中国作为东道国,也以超过33,000平方米净面积的实力参展,充分体现了中国已经大步迈入世界纺机制造强国的行列。

世界众多先进纺机企业都将其最新研制的设备带到本届展会,有的是刚刚在慕尼黑ITMA展出的设备。欧瑞康、意达、格罗茨、萨维奥、立信、村田、卡尔迈耶、立达等国际知名公司都以强大阵容展出实力产品;国内的经纬纺机、东飞马佐里、太平洋集团、无锡宏源、贝斯特、山西鸿基等企业也展出了节能、高效、连续化、自动化,并广泛应用电子技术和在线检测监控的新一代先进设备。

随着拥挤的人流,中国纺织工业协会会长杜钰洲,副会长许坤元、王天凯、陈树津、杨东辉、高勇、张延恺、孙瑞哲、徐文英,秘书长杨纪朝等也都分别参观了展会。每到一个展位,他们都仔细了解企业的创新技术,了解设备的性能。在欧瑞康集团的展位上,杜会长详细观看了公司的宣传片,并对其节能产品表现出浓厚的兴趣。杜会长认为,本次展会是第一次真正意义上的全球纺机制造业联合行动,纺机是纺织产业的风向标,本次展会所展出的创新设备,对整个亚洲纺织产业的技术进步和产业调整,必将起到巨大推动作用。

虽然为保证参观人员的专业性,此次展会采取购票入场的方式,但这丝毫挡不住参观人员的热情。截止展会第一天,就有2万人在网上预约登记,5天的展期内共有10万人光临了本次展会。

### 中国纺纱设备最抢眼

上海新国际博览中心成为名符其实的技术比武擂台。按照ITMA规则,参展区域是按照产品工艺类别安排,因此,本届上海新国际博览中心的11个展馆实际上成了世界纺织机械技术比武的擂台。

中国棉纺设备最为抢眼。中国恒天集团所属企业及东飞马佐里公司占据了W1馆大部分场地。经纬纺织机械有限公司联合其旗下榆次分公司、北京分公司、郑州宏大、青岛宏大、天津宏大等企业,打出了“提供全流程数字化纺纱系统解决方案”的口号,展示其系列纺纱设备。面对国内劳动力成本的不断提高,高速度、高效率、高质量、减少用工的设备更受到市场关注。经纬纺机首次展出的粗细联、细络联设备,正是针对这一市场形势推出的,这一系列设备的开发运用实现了纺纱设备真正意义上的成龙配套和全部自动化。

而东飞马佐里公司通过10年创新,已经成为第一家真正意义上独立开发棉纺成套设备的企业。本次展会上展出了由其自主开发的梳棉机、高速并条机、新型棉纺细纱机、粗纱机、自动络筒机等,这些设备都达



到了当今棉纺成套设备的先进水平。值得一提的是,其展出的 DTM189 型细纱机,开幕的当天就被河北德凯纺织公司订购。

紧密纺也成为本次展会的一个热点,几乎所有的纺纱装备企业都推出了不同特色的紧密纺纱装置,使这一新型纺纱技术在我国获得快速推广。

欧洲纺机制造商协会主席罗伯特感慨地说,过去,欧洲纺机制造技术当之无愧地走在前列,但现在中国纺机制造企业的进步速度已经远远超过我们,这使欧洲企业倍感压力。

### 节能环保成热点

随着能源和原料资源、人力资源价格的不断上涨,节能环保、节水降耗、高速高效正成为中国纺织企业对装备的新需求。而敏锐的设备制造企业早已注意到了这一市场需求,因此本届展会的设备创新更多集中在节能环保方面。

欧瑞康针对中国市场状况,推出更多成本节约型自动化解决方案 "e-save",帮助企业提供合理的解决方案。

立信集团的最新浸染设备,通过 "湿一湿" 交换,使耗水大幅减少,可节省三分之二甚至更多的水耗和能耗。

ATLAS COPCO 的无油压缩机可以回收热量,用来加热印染工艺用水,实现节能。一组 160KW 的压缩机组,10 年可节约资金 44 万欧元。

德司达的新型染色机可减少 58% 的染料和 38% 的水耗,以及 25% 的蒸汽和 60% 的燃料消耗。

当然,参观者更关注创新技术。欧瑞康旗下巴马格所展示的新型牵伸假捻变型机 EFK,是首次在全球亮相,这一产品在降耗方面最高可达 40%。吸引了众多中国企业驻足观看。HITEX 的全自动电脑枪刺地毯编织机,象是用水枪作画一样,一簇簇绒线被喷射出来,很快一幅清晰逼人的 "枪画" 地毯便呈现出来,这种枪甚至可以用在地毯上织出清晰的地图。

### 等待市场转暖的那一天

几天来,进馆参观的人群熙熙攘攘。据记者调查,多数纺织企业参观人员都表示有意向购买设备,但准备大规模集中采购的企业并不多。多数参观者表示,主要是来看看先进的技术,根据需要对企业现有装备进行局部更新和调整,或形成配套,或是局部升级改造。

一些参展的制造商也表示,由于市场形势的变化,今年上半年公司销售量减少了 20% 左右。他们寄希望于本次展会,希望能多接一些订单,保证下办年的生产。但展会上虽然洽谈的人很多,真正有下单意向的并不多。

中国纺织工业协会副会长高勇认为,过去两年是我国纺机行业发展最快的两年,特别是在规模方面,中国纺织机械器材行业每年产值增加达 100 亿元,同时国内每年进口量也保持 10 亿欧元的增长。但是,产业发展不可能永远保持这种速度与规模,由于众所周知的复杂原因,纺织业很可能要进入一段低迷期,上半年还不算谷底,真正的谷底可能会出现在下半年。他同时认为,市场的低迷将加快我国纺织产业结构调整的步伐,这必将促进对高质量、自动化、智能化的新型设备的需求。我国装备制造企业要积极进行这方面设备的研制和市场开发。

市场的低迷不仅出现在中国,全球化使大家连成一个相互依赖又相互支撑的整体。由于能源涨价、资源短缺以及美国次级贷等问题所造成的世界经济波动,让欧洲和日本的制造商也深深地感触到这一点。欧洲纺机制造商协会主席罗伯特认为,全球纺织产业已经高速发展了 5 年,不可能永远保持这种发展速度,产业需要一个调整期。具体这一时间要到什么时候结束,乐观的估计也许是 2009 年,但是 2008 年注定对于所有国家都是非常艰难的一年。

日本纺机协会经理 Takanari 坦言,纺织机械业正面临重重困难,但他相信创新是企业的成功之路。他们到上海参展最大的目标就是巩固其最大的市场——中国市场的地位。

德国一参展商也表示,世界经济发展到一定阶段,需要停下来进行一段时间的调整,这很正常。德国早在 10 年前就已经遇到过,他们已经学会了如何适应。他认为,调整后的亚洲纺织产业一定会有一个新发展,他们会更加需要高品质、高技术设备,而德国在这方面已经做好了准备。“我们在等待着这一市场时机的到来”。

山西贝斯特公司负责人表示,最近几年企业一直保持旺盛的销售势头,没有机会考虑创新和提升,而这段时间可以静下心来搞研发,我们相信新的机遇会到来。

### 服务尚需进一步提升

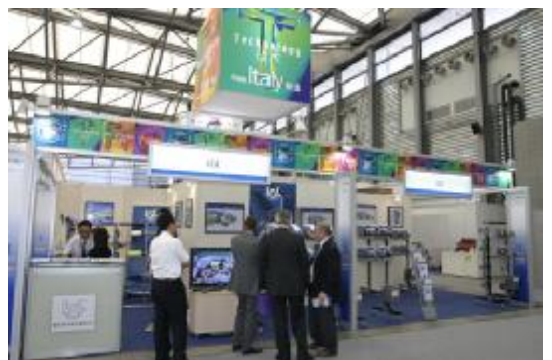
两大展会的首次合并,对于主办方来说,举办这样大规模的展会还是第一次。办展机构为此付出的巨大努力有目共睹,中国庞大的购买力也让参展商将诸多不适应抛之脑后。特别是欧洲参展商最为关注的知识产权保护问题,在这次展会上受到格外重视。主办方不仅在展商报名时就严格把关,拒绝被投诉企业参展,在展会现场的知识产权保护办公室更是发挥了作用。据介绍,展会期间他们受理了不少投诉,有外方企业投诉外方的,也有中方企业投诉中方的,以及外方投诉中方或中方投诉外方的,总之由于加强知识产权方面的管理,一些欧洲企业已经不再担心把他们最先进的技术带到中国来。

但是,短短 5 天要接待 10 万人次的观展,对于主办方也是一次考验。特别是开展第一天早上进馆,上万人同时涌来,再加上临时增加的安检,使进场效率较慢,许多人拥堵在场外。其次是上海炎热的天气也让参展商和观众不适应,诺大的展馆很少有中途休息的地方,一些观展的人群,背着搜集的资料,只能不停地走。如果能在展馆周边多提供一些供观众休息的地方,将会使展会服务更人性化。再一个就是吃饭问题。展馆外围仅有的几家快餐店,显然满足不了集中就餐的需求,很多人要排上几十分钟的队,才能吃上饭。当然这些只是细节问题,相信在今后的办展过程中,服务将更加完善。

## 意大利国家展团携尖端纺织机械设备盛大亮相纺机展

意大利纺织机械制造商协会 (ACIMIT) 和意大利对外贸易委员会 (ICE) 组织了近 170 家意大利参展商 (其中独立参展企业 92 家,展团企业 76 家) 占据了整个展馆 7000 平方米的空间。作为参展数量最多,品质最高的展团,意大利再一次证明了其在所有纺织科技供应国中的领先地位。

ACIMIT、ICE 和意大利经济发展部在 7 月 28 日下午举行了新闻发布会。在新闻发布会上,ACIMIT 主席 Paolo Banfi 先生为各到场媒体记者详细介绍了意大利在此次展会的重要作用 and 地位,以及意大利纺织机械工业目前的发展状况。2007 年,意大利对亚洲的出口总额达到了其对全球出口总额的 43%,财政收入为 79.3 亿欧元。中国成为意大利纺织机械的最大进口国,印度名列第三。在 2008 年的前三个月内,意大利纺织机械对亚洲的出口总额相对于 2007 年上升了 4%。其中对中国的出口总额上升了 8%,对印度上升了 4%。ICE 上海办事处首席代表 Maurizio Forte 先生说:“在全球纺织机械行业整体下滑 17% 的情况下,意大利纺织机械产品 2008 年上半年对中国出口额却逆势上涨了 13.8%,由此可见整个意大利纺织机械行业的实力。”



## 2008 第十四届中国国际家用纺织品及辅料博览会 8 月开幕

**intertextile**  
SHANGHAI home textiles

由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国家用纺织品行业协会和德国法兰克福展览有限公司共同举办的第十四届中国国际家用纺织品及辅料博览会将于 2008 年 8 月 26—28 日在上海浦东新国际博览中心举办。

在主办单位的大力宣传下,展会的影响力逐年提高,中国国际家用纺织品及辅料博览会已经成为世界知名的国际性大型家纺行业展览会。由于参展企业报名踊跃,主办方不得不对一些参展企业的展位面积进行压缩和限制。从目前情况来看,今年海外参展企业将占据上海新国际博览中心 1 个展馆,展出面积超过 10000 平方米;国内参展企业及展团将占据 8 个展馆,展出面积达 92000 平方米,预计家纺展总面积将达到 103500 平方米。

作为展会重要活动之一的“中国国际家用纺织品设计大赛”,经过五年的发展,在行业内外产生了很大的影响力,大赛组委会决定在本届展会上对大赛进行调整。希望通过调整,将市场化运作引入家用纺织品设计大赛。

### 本次调整主要表现在三个方面:

第一,保留“中国国际家用纺织品设计大赛”的名称,原中国国际家用纺织品设计大赛包括的五大奖项评比:品牌产品设计风格奖、产品设计奖、创意设计奖、论文奖、网上评比奖,将分别合并和改组成三个独立的大赛,即“中国国际家用纺织品产品设计大赛”、“中国国际家用纺织品创意设计大赛”和“中国国际家用纺织品网上评比大赛”。组委会将与地方政府及赞助单位紧密合作,增加投资、加大工作力度,进一步扩展大赛的影响力,提高大赛的整体档次和水平,逐步将大赛推向国际。

第二,新推出的三个大赛将合力打造全行业大赛权威品牌,获奖证书统一命名为“中国国际家用纺织品设计大赛金榜奖”;获奖作品统一在 2008 年 8 月 26~28 日的中国国际家用纺织品及辅料博览会上展示、发布。同时,三个大赛分别进行策划和推广,突出品牌特色,在宣传、展示、颁奖等相关活动中进行市场化运作。

第三,经过调整,“中国国际家用纺织品产品设计大赛”的主办单位为中国家用纺织品行业协会、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)有限公司和南通市人民政府;“中国国际家用纺织品创意设计大赛”的主办单位为中国家用纺织品行业协会、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)有限公司及海宁市人民政府;“中国国际家用纺织品网上评比大赛”的主办单位为中国家用纺织品行业协会、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,合作单位待定。大赛承办单位为中国家纺网。

除了以上调整,展会组委会还与中国羽绒工业协会、中国饭店协会达成战略合作,将在本届中国国际家用纺织品及辅料博览会上增设羽绒展区等专业展区。

intertextile  
SHANGHAI home textiles

## 中国国际家纺展规模更胜从前

-- 展会骄人往绩深受参展商嘉许;更多新产品触目登场

去年参展成果令人满意,设计师再度把握良机

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)有限公司以及中国家用纺织品行业协会联合主办的中国国际家用纺织品及辅料博览会将于2008年8月26日至28日于上海新国际博览中心举办,逾800名参展商将会云集超过100,000平方米展览场地,缔造当今业内最大规模的展会。

不少参展商得悉展会往绩骄人,今年决定参展,其中包括西班牙家俱饰布制造商Gi rones。Javi er Gi rones指出:"展会的良好口碑吸引我们到来。在室内装饰纺织品领域,这个展会真的十分知名。"该公司将会重点展出崭新的智能面料,能消除家居异味、驱赶蚊虫或散发怡神芳香。

来自中国的窗帘制造商Gl ofab也是慕名而来的,该公司纺织品部经理Tommy Gunawan先生说:"这是目前最具影响力的家用纺织品国际展会,因此公司决定今年参展。"

中国床上用品生产商Dohi a Furniture Decorations在德国Heimtextil展会中取得满意成绩,于是欣然参加中国国际家用纺织品及辅料博览会,即Heimtextil同系列的展会。该公司国际贸易部经理Jessi ca Wan女士说:"参展Heimtextil的经验相当愉快,令我们对法兰克福展览有限公司所举办的展会充满信心。我们也知道,中国国际家用纺织品及辅料博览会是中国其中一个最专业的家用纺织品展销会。"她并补充,Dohi a公司将会带来功能性被褥、睡枕及其它崭新设计。

### 设计师再度把握交易良机

继于2007年上届展会取得良好成绩后,不少纺织品设计师将会重临"设计师沙龙"创意设计专区。

英国Diane Harrison Design的Tristan Goodfellow先生表示:"我们去年曾参展,顾客的反应令我们非常欣喜。"该公司正计划展出部分最新纺织品及墙饰设计。"我感到中国市场正开始明白原创设计的价值及成本要求。因此,我们在中国的市场正在逐步增长。去年我们还遇上了世界各地的买家,所以说,这是一个对我们非常有利的展会。"

英国Tom Lewis Design的Kevin Lewis先生说:"上届展会给我们留下深刻的印象,认识了许多潜在客户,不仅来自中国,也有来自海外的。我们认为,随着世界贸易重心转向亚洲,此展会的地位只会与日俱升。"该公司将会介绍其Crown House系列古董纺织品及印花,以及室内装饰与墙纸的计算机辅助设计及人手设计。"我们制作广泛系列的平面图案设计,适用于所有类型的家居产品,客户对象包括各大生活时尚零售品牌及生产商。"

来自德国的EAT是Desi gnScope电子制图软件发明商,该公司将会展示一系列崭新软件,包括织机互连程序LoomNet victor及LoomEdi tor,为Desi gnScope victor的崭新功能,可以图像方式展示整个织机系统。





## 家纺展：家纺设计大赛提升中国家纺制造

中国国际家纺设计大赛给中国家纺业带来了什么？当记者问起这个问题时，担任过多届设计大赛评委的上海陈凯艺术原创工作室有限公司董事长陈凯的回答是，中国国际家用纺织品设计大赛，提升了家纺行业档次和水平，提高了中国家纺设计界水平和家纺设计从业人员的社会地位，对家纺行业发展起了很大的推动作用。在同质化产品还畅销市场的5年前，中国家纺行业协会和家纺展通过举办设计大赛的形式，引领企业转变观念，注重设计，注重产品研发，同时聚拢了一批设计队伍，为中国家纺行业提升制造水平，实现产业升级奠定了深厚基础。

大赛为家纺设计领域注入兴奋剂 2003年是“中国家用纺织品产业年”。中国家纺行业协会与家纺展共同推出的首届中国国际家用纺织品设计大赛成为这一年家纺业最具影响力活动之一。当时，中国家纺行业存在的档次不高、技术含量不高、企业创新不足等问题，归根结蒂都是缺乏原创、设计含量不足导致的。

多年来，中国家纺设计领域的“克隆”现象已经成为制约很多企业 and 家纺产业本身发展的重要瓶颈，而中国国际家用纺织品设计大赛的举行，可以说是为中国家纺设计领域注入了一针兴奋剂，从而为激活中国家纺行业的创新意识，打下了坚实的基础。

首届中国国际家用纺织品设计大赛是中国家用纺织品行业第一次以产品和作品参赛的形式，公开向社会展示目前我国家用纺织品整体设计水平，并通过对参赛产品和作品的评审，公开向社会推介一批品牌产品设计的优秀家纺企业、一批优秀的家纺设计师、一批设计优秀的产品和作品。

自2003年设立以来，中国国际家用纺织品设计大赛以每年一次的频率已连续举办了五届，今年将举办第六届。大赛加速了中外家纺产品设计交流，促进了中国家纺产品更新换代，使家纺设计具有时代感、艺术感。

华尔泰连续3年获得中国家纺设计大赛金榜奖，其中两次获得金奖。公司董事长徐博华认为，大赛是中国家纺行业唯一一个比较权威、有影响力的大赛，设计大赛的连续举办对国内设计水平的提高有积极意义。但目前企业参与性不够，徐博华希望有越来越多的企业积极参与大赛，企业通过参加大赛可以相互学习、交流，大赛对设计师能起到很好的促进、激励作用。

### 大赛提升参赛企业价值

当家纺设计大赛刚举办时，参赛作品中多有中国家纺设计人蹒跚学步的摹仿痕迹。作品提炼不出主题，民族元素的运用也显得过于生硬。经过大赛组委提倡原创、提倡市场与艺术结合的引导，以及在大赛平台上中外设计师的沟通 and 交流，中国的家纺设计师不仅在设计手法上和国际接轨，在设计意识上也和国际接轨。

首届大赛床品系列银奖获得者王东群的感悟是，设计并非是花型、色彩和面料的堆砌，而是要挖

掘人文元素才能成为真正的设计。第三届大赛产品设计金奖获奖者许巍的感言是,设计的出发点是与市场结合、与生产结合,设计不光是为了参赛,主要是为了开拓市场。正是由于设计师意识逐渐与国际接轨,使得获奖作品具有越来越高的市场价值。许巍的“天堂鸟”获金奖后,很快被英国一家大的家纺企业买断了产品在欧洲的销售权。而且之后在欧洲的销售做得非常好,给公司带来源源不断的订单。

不少获奖企业在接受记者采访时表示,大赛获奖为企业带来很高的商业价值,最直接的价值是获奖作品更容易被商家看中,而提升企业知名度和品牌影响力的间接价值更大。正因为如此,目前国内叫得响的一些家纺企业都很热衷参加设计大赛。据大赛组委会透露,今年即将举行的第六届设计大赛企业参加踊跃,国内知名企业基本都报名参加比赛,仅南通就有 90 多家企业报名参赛。大赛为产业升级助力产业升级最主要取决于产品档次升级,而没有追求原创的设计氛围和设计水平的提高,产业升级就是一句空话。

前五届设计大赛是由中国家纺行业协会,中国贸促会纺织行业分会、海宁市人民政府共同主办的。这种由协会和政府牵头合作的模式,使得大赛自诞生之日起就与产业发展血脉相连,它根植产业集群的土壤,它的成果又将及时滋养产业发展。

大赛承办地海宁得益于大赛的举办,家纺业获得飞速发展。海宁市地方官感叹,一方面,举办中国国际家纺设计大赛传播了家纺产品设计的原创理念,直接激发了海宁本地家纺企业的设计原创意识,强化了家纺企业研发新产品以及创品牌的潜能。不少优秀设计作品直接被海宁企业买下版权,转化为生产力。另一方面,大赛的举办对海宁许村创地方品牌,发挥集群优势更是起到了助推作用,这笔无形资产对海宁提升形象,进行产业升级有很高的价值。

2008 年起,大赛组委会对大赛作出调整,原中国国际家用纺织品设计大赛包括的五大奖项评比将分别合并和改组成三个独立的大赛,即“中国国际家用纺织品产品设计大赛”、“中国国际家用纺织品创意设计大赛”和“中国国际家用纺织品网上评比大赛”。中国家纺行业另一个重要产业集群地南通成为“中国国际家用纺织品产品设计大赛”承办地。

南通中国国际家用纺织品产品设计大赛组委会相关人士接受记者采访时表示,家纺已成为南通最具规模和影响力的集群产业,南通不仅具备举办中国国际家纺产品设计大赛的能力,而且举办大赛的产业基础也更雄厚。南通希望通过承办家纺设计大赛,来引导企业走产品创新、品牌经营的产业升级之路。

陈凯接受记者采访时表示,中国国际家用纺织品设计大赛起点高,而且在国内外已形成品牌影响力。通过大赛来引领中国家纺行业产业升级能起到事半功倍的作用。由于中国家纺行业协会能更全面地把握国际家纺发展趋势、潮流和国内家纺行业发展现状、发展方向、消费者市场变化趋势,同时又汇聚了家纺业界精英参与大赛活动,对家纺趋势的研究比较透彻,大赛在奖项设置、评审机制方面都具有科学性和权威性,能较好地体现行业的面貌,对行业发展能起到引导作用。同时,中国家纺业是大行业小企业,单个企业要研究方向性东西较困难。家纺设计大赛通过产品与创意两方面来引导家纺业设计方向,对各个企业的发展都能起到指导性作用,有助于提高中国家纺设计界水平。

大赛为行业发展播下希望的种子家纺设计大赛举办 5 年来,参赛人数总计达 6707 人,参赛产品达 9584 件(套),参赛平面稿件 5745 张,16 人荣获大赛金奖,34 人荣获大赛银奖,48 人荣获铜奖,493 人荣获优秀奖,33 套产品荣获中国家纺产品设计金榜奖、品牌产品设计风格奖。大赛是播种机,它为行业发展播下希望的种子。

家纺设计大赛最初设立之时,家纺企业对设计还不很重视,企业的设计队伍很薄弱,即使有设计

人员,也是很少,而且往往做简单花型设计、纹样设计工作。家纺行业像服装行业那样叫得响、在社会上有影响力的设计师更是寥寥无几。

通过多年设计大赛的举办,中国家纺行业协会为行业汇聚和挖掘了一大批设计人才。而且由于院校深入地参与设计大赛,与行业发展和市场的融合度越来越高,培养的人才的水平越来越高,这从近年家纺设计大赛创意奖水平的不断提高中得以充分体现。

同时,配合中国家用纺织品行业注册设计师活动的举办,中国家纺协会为行业发展积累了大量的设计人才,并通过行业协会的努力,让“家用纺织品设计师”于2005年成为国家劳动和社会保障部正式向社会公布的新职业。

陈凯对家纺设计大赛的评价是,家纺设计大赛对提升家纺设计人员社会地位起了非常大的积极作用。设计大赛是中外设计人才的大交流,是对行业设计水平的大总结,在交流和总结过程中,中国设计师水平和设计水平得到大提高。

近日,中国家用纺织品行业协会发出通知,自2008年中国国际家用纺织品设计大赛始,凡在中国国际家用纺织品设计大赛中获得优秀奖以上的设计人员可以优先申请初、中级家用纺织品设计师职业资格鉴定。陈凯表示,这意味着设计大赛成为提高设计人社会地位的权威活动,它将对设计人才有更大的吸引力,这将为家纺行业持续发展积蓄更大力量。

## 众多知名企业

intertextile  
SHANGHAI home textiles

## 继续踊跃参展 2008 年中国国际家纺展

据组委会的信息,参展2008年中国国际家用纺织品及辅料博览会的企业报名极其踊跃,海外也比往年面积突破了近一倍,占整整一个馆。因此,更加体现了国内面积的紧张。其中恐龙、巴贝、维科、依特曼、布莉丝、科思特、卓颖、华尔泰、达利、昌华、源志诚等,特别是山东很多床品企业,今年特别积极,报名都非常早,山东艺达、山东欧化、山东万得、烟台北方、山东银丰、威海银洁、青岛瑞信、山东愉悦、山东千榕、山东魏桥等,众多山东规模企业纷纷参展。

去年,在中国国际家用纺织品及辅料博览会举办期间,举行了“首届全球家纺协会理事长圆桌会议”,会议旨在促进中国家纺与世界家纺行业的交流,强调中国家纺业与世界家纺业的共存共赢。中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长杨兆华认为,今年的家纺圆桌会议将从务虚走向务实,以“绿色家纺,合作共赢”为主题,重点探讨中外家纺企业的品牌合作、渠道合作,许多知名企业将积极派员参与。

# 第14届中国国际纺织面料辅料博览会10月上海揭幕

**intertextile**  
SHANGHAI apparel fabrics

——按展品用途分区 提供一站式服务

第十四届中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会将于2008年10月20日—23日在上海新国际博览中心拉开帷幕。此届博览会共有10个展馆,占地11.5万平方米,比上届增长近43%。预计将有来自20多个国家和地区的超过2300家参展商携带最新产品参展,其中国内参展商预计达1700多家,海外参展商将超过600家。

本届博览会的海外展馆位于W1、W2、W3(部分展馆),海外馆共有8个国家及地区展团,分别为德国、日本、意大利、巴基斯坦、葡萄牙、韩国、土耳其等。有些公司也将组团携用户共同参展,为买家提供一站式服务。鉴于去年展会上的成功经验与良好反映,今年将继续W2馆的设计师区域,引导设计理念,展示时尚潮流,提供最新的设计资讯。

本届面料展的国内展馆分布在E1-E6、W3(部分展馆)、W4馆,预计将有超过1700家国内参展商。为了方便买家采购,同时也便于参展商更好地展示产品,从本届博览会起,主办方重新优化调整国内参展商的产品区域,首先按最终用途分为:正装面料区、时尚女装面料区、休闲装面料区、功能/运动装面料区、服装辅料区,同时衬衫面料和牛仔面料也将集中展示。在按照产品最终用途分区的同时,每个区域又按照原料成分进一步划分区域:位于E1-E2馆的正装面料区主要展示毛纺面料、化纤仿毛面料;位于E3-E4馆的时尚女装面料区主要展示各类以化纤、丝绸、棉、麻、印花为主的时尚面料;位于E5-E6馆的休闲装面料馆主要以棉、化纤、针织、麻为主;位于W3馆的功能/运动装面料馆重点突出面料的功能性,展示了采用新工艺和新技术的高科技、环保和功能性面料。功能运动装面料近年来发展十分迅速,今年参展的此类面料展商相比去年增加了近200%,功能/运动装面料展馆将成为最有特色的展馆之一。另外还有两个特色产品类别区域,分别是位于E2馆的衬衫面料馆和位于E4馆的牛仔装面料馆也将首次亮相。重新分区后的展馆布局,从买家生产的角度出发,依照面料产品最终用途分区,适应了市场购销贸易方式,为到会买家提供更加直观便利的途径寻找其所需的产品。

随着展会不断地发展与专业细分,本届展览会上,中外辅料参展商将会聚W4馆。届时将有众多的优秀辅料制造商展示其优秀产品,伟星辅料、YKK、浔兴拉链(SBS)、东龙拉链(YCC)、海莎垫肩、骏马衬布、高士线业、达基纽扣、天德商标等,演绎时尚与功能的完美结合。同馆的海外区将有诸如专注高端拉链市场的瑞士品牌Riri,专业生产纽扣的德国Union Knopf,著名的意大利内衣辅料制造商Amanna Asia,以及来自美国的American and Efirid 缝纫线、绣花线制造商。还有辅料供货商美国线业(香港)有限公司、百美贴香港有限公司、熙诺(上海)商贸有限公司(Hemmers Textil)、贺氏公司、Riri及雍尼纽扣国际贸易(上海)有限公司,以及蕾丝及刺绣制造商Connaught Industries。作为尝试,本届展会还将在W4馆内特设内衣面辅料区。

博览会今年将设3个面料流行趋势发布区和1个辅料时尚演绎区,分别是位于W2馆的2009/2010国际流行面料发布区和位于E1、E3馆的2009/2010中国流行面料发布区。设在W4馆的辅料时尚演绎区,也将集中展示优秀的辅料产品,加强对辅料展商的推广力度。

同时博览会还将有20多场研讨会,将探讨当前纺织行业新技术、新产品、新趋势,交流纺织行业相关法律法规、国际贸易等方面的最新信息。业界技术方面,格柏科技有限公司将会带来科技产品及仪器,而Testex瑞士纺织检定公司则会展示最新测试技术信息。

设计与灵感方面,Amanda Kelly Design Studio、Circleline及伯特花稿公司将会参加为纺织品设计师而设的“设计师沙龙”特殊专区。时装信息发布机构Carlin International、Stylesight及Worth Global Style Network (WGSN)将会展示设计及潮流预测产品。

Intertextile中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会即将迎来第14次盛势开展,主办方不仅对参展商的遴选、展位的合理安排方面做了大量工作,同时为了能够给所有到场参观的专业观众提供贴心周到的服务,虽然面临展位极度紧张,依然在每个馆都设立约200平方米的观众休息区。休息区的设计时尚,且紧密切合各馆展示产品的主题,将营造惬意舒适的环境,能够为观众休息提供便利。



## 环球参展商打造高度国际化 中国国际纺织面料及辅料博览会

◆ 国家地区展团有助买家锁定目标供货商

◆ 各种产品类别的知名供货商已报名参展

intertextile  
SHANGHAI apparel fabrics

中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会为全球最大及最瞩目的纺织业贸易盛会之一,有来自世界各地超过 2,200 名的面料及辅料供货商参展,是中国以至全球业界的纺织品采购热点。

不少供货商,特别是欧美厂商,纷纷以展会为拓展销售及联系现有客户的黄金机会。全球不少成衣制造商在中国设厂,中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会正好是国际厂商与全球各地买家洽商的良机。

### 国家地区展团以地域分类,产品一目了然

为协助买家搜寻目标国家或地区的供货商,中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会于海外展厅划分不同的国家/地区展团。今年的展团分别来自德国、意大利、日本、韩国、巴基斯坦、葡萄牙、台湾、泰国及土耳其,其中意大利及部分展团更设有潮流广场。

### 各种产品类别的知名供货商已报名参展

多家欧美顶尖面料及辅料供货商已率先报名参加今年中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会,部分更于 2007 年上届展会结束前已承诺参展。已登记的公司包括:

辅料供货商雅曼亚洲有限公司、美国线业(香港)有限公司、百美贴香港有限公司、熙诺(上海)商贸有限公司(Hemmers Textil)、贺氏公司、Riri 及雍尼钮扣国际贸易(上海)有限公司,以及蕾丝及刺绣制造商 Connaught Industries。

服装纺织品供货商包括女装制造商麥蕾紡織品貿易(上海)有限公司;牛仔服公司康龍紡織有限公司;以及便服及运动装供货商 Concordia Textiles。

男装制造商包括 Alumo 及 Tekstina;衬里供货商 Anglo Pacific Sourcing (Gestler Fabrics) 和宏达里朴。

羊毛供货商包括 Cheksil、J & J Minnis 及 Reid & Taylor。

其它供货商包括纤维及纱线制造商 BASF、陶氏化学(中国)投资有限公司上海分公司、Huntsman Textile Effects、英威達纖維有限公司、蘭精集团及 Uni fi;隔热物料生产商 Thermore。

业界技术方面,格柏科技國際有限公司将会带来科技产品及仪器,而 Testex 瑞士紡織檢定有限公司则会展示最新测试技术信息。

设计与灵感方面,Amanda Kelly Design Studio、Circleline 及羅伯特韋內花稿設計公司将会参加为纺织品设计师而设的「设计师沙龙」特殊专区。时装信息发布机构 Carlin International、Stylesight 及 Worth Global Style Network (WGSN) 将会展示设计及潮流预测产品。



## 2008 年针织展首次设立经编区

时间:2008 年 8 月 26~28 日

地点:上海新国际博览中心

2008 年第二届中国国际针织博览会上,主办方将第一次设立经编区,参展面积约 2000 平方米,几乎是首届针织展经编展位面积的 4 倍,其中包括江苏梅李、浙江海宁、福建长乐经编织造企业,以及 1~2 家经编设备生产企业。尽管去年针织展已设有经编展位,但是参展内容相对单一,只涉及了两届中国国际经编服装设计大赛的获奖作品展示,今年扩大了参展面积,包括的经编产品领域更广泛,不仅有历届经编服装设计大赛的获奖作品,还有经编原料生产企业、经编面料织造企业和一些工业经编产品生产企业,产业链较为齐全,覆盖服装用、装饰用、产业用经编产品多个领域。去年首届针织展已经很好地体现了针织展的定位,也为今年的提升奠定了基础,有利于实现经编产品产业链的全方位展示,今后要继续扩大经编的参展范围,从仅为针织展一角扩大到针织展的重要组成部分,吸引更多的相关企业参展。

江苏省梅李镇去年刚被中国纺织工业协会授予“中国经编名镇”,当地镇政府为宣传“梅李经编”做了很多实际工作,今年以“梅李经编”的区域品牌形象进行全新展示。梅李经编以绒类经编产品为主,出口东欧,拥有常熟群英印染制造有限公司等一批实力型企业。海宁经编集中在服装用和产业用领域,通过海宁经编产业园区和中国针织工业协会联合举办了三届的经编服装设计大赛,着力在消费市场上推广经编的概念,并以时尚化设计吸引消费者了解和使用经编产品,扩大市场需求、带动产业发展,已经取得了良好的效果。在今年展会中,海宁经编生产企业还将以图片的形式向观众展示具有高科技含量的产业用经编产品,比如航空材料、风力发电机叶片等。

武洋纺机有限公司是国产经编机械的优势企业,研发生产的经编机适用性好,为国内生产企业大大降低了生产成本。林光兴认为,国产化纺机开发的一些设备虽然不是国际高端机型,但却是行业发展急需的中档经编设备,迎合了市场需求。以前经编多作为中间产品亮相展览会,今年主办方在招展组织中突出了终端产品,包含了福建兴隆针纺有限公司等几家花边企业。

欢迎访问 纺织贸促网

网 址 :

[www.ccpittex.com](http://www.ccpittex.com)



## CTAF 向欧洲业界展示中国纺织业产业升级成果

继 2007 年在法国巴黎成功举办中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)(CTAF)后,中国纺织工业协会将于今年 9 月 22 日~25 日继续在法国巴黎主办中国纺织品服装贸易展览会。CTAF 在法国巴黎与久负盛名的 Texworld 携手在 Parc des Expositions Paris Le Bourget 举办。2008 中国纺织品服装贸易展在注重贸易性和专业性的基础上,同时注重促进中国优秀原创纺织服装品牌的推广及中欧纺织产业界的交流与品牌间合作。

中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)的举办取得圆满成功。展会的贸易效果超过预期,共有逾 5000 名专业观众到场参观。通过对参展商进行问卷分析,近 80%的参展商对展览会的质量表示满意;84%的参展商对展览会的观众质量表示满意。由于能充分享有 Texworld 的观众资源,且 Texworld 自 2007 年夏季展会后已把展品范围扩充至服装服饰产品,加大了对服装服饰产品采购商的邀请力度,这为 CTAF 的再次成功举办提供了充足的观众源。

利用中国在境外独立举办的展会推广中国服装整体品牌,CTAF 从首届展会举办之时就确立了这样的定位,这与目前中国纺织行业在美国、澳大利亚、日本等国主办的纺织服装类展会以贸易成交为主的专业贸易展定位有较大的不同。CTAF 被赋予了更多行业外交色彩,其担负着沟通中外纺织产业界的重任,以让国外纺织服装业界及消费者对中国品牌有更多直观和感性的认识。上届 CTAF 吸引了近百家具有原创品牌和自主知识产权的优秀纺织服装企业参展。爱慕、白领、哥力思、状态、美特思邦威、La Pargan、ss. sport、顺美、衣典、利郎、凯撒等 11 个中国知名品牌在展会期间联袂举行了 7 场展演,向欧洲观众展示中国品牌服装独特风采,中国品牌服装赢得了时尚之都巴黎观众的青睐。

中国与欧盟纺织服装业结构互补性较强,随着欧盟经济的复苏,欧洲消费者在纺织品服装方面的需求和支出将稳中有升,中欧企业在纺织服装领域的合作前景十分广阔。中国纺织业目前还面临着产品附加值偏低、自主品牌缺乏、关键技术装备落后等问题,与欧盟发达国家在高端纺织品生产和研发方面还有很大的差距。但中国强大的纺织服装加工能力,质量不断提高和富有价格竞争力的产品,也使众多欧盟消费者和贸易商从中获益。中欧纺织服装界在品牌、设计、纺织机械以及工业纺织品等方面有很多合作机会。

中国纺织工业协会会长杜钰洲表示,在巴黎举办中国纺织品服装贸易展,是为了中国品牌走向世界及推动中国纺织界与欧洲各国开展更广泛合作搭建平台。中国品牌还处于弱势地位,需要一个由中国自己主

办的展会平台来展示中国整体品牌，同时也需要一个平台向欧洲展示近年中国纺织服装业产业升级的成果，以促进中欧纺织服装业更广泛深入地合作。中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)将会推动中欧纺织服装业多领域、多层面的交流与合作，推进中欧纺织服装产业间的双边贸易及行业的发展，实现优势互补、合作共赢的局面。

参加上届 CTAF 的中国著名男装品牌企业依文企业集团总裁夏华表示，中国服装品牌企业在原料使用、设备装备、加工水平、设计理念方面已与国际接轨，中国企业缺少的是向世界推广品牌的舞台。在巴黎举办的中国纺织品服装贸易展为中国企业展示自己的形象和实力提供了难得的机会。她希望中国更多服装品牌企业能积极参展，让中国服装品牌在国际展会平台上比出风采，比出水平。

展会主办方表示，CTAF 是中国服装企业推广品牌的良好舞台。尽管国内一些企业已经走出去，自发参加国际知名展会，但这些国际展会都有自己特殊的定位，与中国企业需求相差甚远，企业也没有雄厚的实力进入主流。更主要的是，因为展馆面积和其它组织上的原因，中国企业并不能随意去参展，绝大多数被排斥在外。而 CTAF 是中国纺织行业在欧洲举办的唯一国家级大型纺织品类展览会，也是单一由中国企业参加的展会，展会更具中国特色，有利中国企业以整体形象展现中国品牌，使分散的企业形成合力。

2008CTAF 继续鼓励具有原创品牌和自主知识产权的优秀纺织服装企业参展，展品范围以服装和家用纺织品为主，还包括少量服装面料和服饰等。

### 达利丝绸参展

### 深圳国际纺织面料及辅料博览会

### 获得好评

达利集团在深圳国际纺织面料及辅料博览会上高调亮相，得到了各方的关注与好评。

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于 2008 年 7 月 10 日~12 日在深圳会展中心举办。来自海内外的 220 多家展商参展，展品涵盖棉、麻、丝、毛、针织、化纤等各种面料及辅料产品。其中，达利集团以各种高科技手段将中国传统丝绸面料的美发挥到了极致，多种新颖的色织、缎、绉、塔夫、双宫、提花面料创造了中国丝绸的唯美境界，其各种交织产品又创造了丝绸新的服饰性能。

展会期间，中国工业和信息化部副部长、国家发展与改革委员会副主任欧新黔特地到达利展厅参观，并对达利集团在利用高新技术改造传统丝绸产业，及始终致力于新产品的开发与创新方面所取得的成效给予了高度的评价。