



纺织贸促

目录 2009年第四期 总第173期 2009年4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 孙凌

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

lw@ccpittex.com

专题报道

P6 ■ 透视 2009 中国纺织三展联动的内涵

【政策法规】

P7 ■ 中国纺织工业协会力推科技贡献率和品牌贡献率

P7 ■ 4月1日起我国纺织品服装出口退税率提高至16%

P7 ■ 欧盟最新修订纺织品标签名称及含量规定

P7 ■ 欧美等国对中国出口纺织品服装发出召回通报

P8 ■ 2009年5月1日生效的我国纺织品服装国家标准

【国际市场】

P9 ■ 美国棉制家纺产品进口大幅下滑

P9 ■ 中国纺织企业进军埃及

P9 ■ 中国继续保持美国第一大成衣供应国地位

---More

【行业动态】

P10 ■ 创新是2009年纺织行业的核心任务

P10 ■ 我会展览部副主任常清带队调研石狮

P10 ■ 2月我国纺织品服装出口大幅下降

P11 ■ 中国国际面料设计大赛挖掘行业未来核心动力

P11 ■ "出口商品合格评定体系"填补国内空白

【展会专题】

P13 ■ 纺织面料、纱线和服装三大展会同期开幕

-- 春季市场大行动打响中国纺织行业调整振兴首场战役

P14 ■ 张德江副总理参观第十七届中国国际服装服饰博览会

P15 ■ 第十五届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会闭幕

P16 ■ 第六届中国国际纺织纱线(春夏)展览会成功闭幕

P16 ■ 最新突破源头展上找答案

-- 纺织贸促会展览部副主任黄尺木

P17 ■ 第十五届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会精彩看点

P19 ■ 拿什么来拯救我们的美国订单

P21 ■ 8月针博会打造"信心之展"

P22 ■ 第三届中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)九月开展

P23 ■ CITME与ITMA ASIA 展览会再度联袂,2010年上海举办

纺织行业春季大联展是促进行业发展的平台、纽带和窗口

中国纺织工业协会副会长、纺织贸促会常务副会长 张延恺

过去的一年里,纺织行业与展会经济都受到了全球金融危机的拖累。实体经济是展会的指挥棒,展会则是实体经济的晴雨表。**2009**年的中国纺织业举行春季市场大行动,是落实党中央国务院大政方针的具体体现,在北京举办的全球最大规模的纺织服装行业展会带给世界信心和希望。

展示行业 拓展资源 促进创新

中国纺织服装企业有很大一部分是外向型企业,**2009**春季大联展期间,中国纺织工业协会全力整合业内外、国内外资源,通过促进产业链上下游的有效互动,帮助企业拓展内需市场,稳定外销市场。**2009**年春季市场大行动旨在充分发挥三方面的作用,用一句话来说就是:行业展览经济的贸易平台、拓展产业资源上下游衔接及跨国配置的纽带、促进产业创新和进取的窗口。

春季大联展是企业以新产品、新工艺、新技术、新趋势向全行业、全世界展示中国纺织服装产业活力的窗口,同时也是国内企业向海内外优秀企业学习的机会。

倡导差异化发展之路

今年,国外一些同行业展会的规模已有不同程度的缩减,而我国纺织服装行业今年春季三大国际展会的规模与去年基本持平。我们的展会在转型,其规模化发展已告一段落。以面料辅料展为例,作为国际纺织大展,中国国际面料展的水平需要综合提升,为参展商提供新的服务。并且,展览面积的增加还是减少只是一个方面,更为关键的是,在困难时期如何与各协会交流、沟通及更加紧密地配合,引导更多专业观众关注、参与春季面料展,同时春季展的宣传、服务行动要持续到秋季。面对当前严峻形势,我国纺织企业以多种形式寻找机会空间。中国国际纺织面料及辅料博览会一直以来具有引导行业发展的使命,此次博览会绝非低价竞争的贸易平台,而是倡导企业产品创新、管理创新、营销方式创新,走差异化发展之路。

联动战略串起产业链

这次春季大联展的目标就是最大程度地把产业链上下游的联动效应凸显出来。这一点,参展商和观众可以从展会的时间、地点、服务中感受到。在这幕后的则是中国纺织工业协会和各专业协会的努力。中国纺织工业协会调动下属的**12**个专业协会力量,组织各种技术交流会以及产品推介会,为企业牵线搭桥。中国棉纺、化纤等协会理事长会议调整到春季展会期间在北京召开,就是要面对纱线、面料、服装产业直接讨论怎样进行行业及企业结构调整。

我们以优秀的创造力,向世界纺织界同仁展示中国纺织服装业走出危机的信心。



国务院副总理张德江(右二)在中国纺织工业协会副会长许坤元(左一)、张延恺(左三)的陪同下参观第十七届中国国际服装服饰博览会



中国纺织工业协会杜钰洲会长(左二)在中国贸促会纺织行业分会副会长杨兆华(左一)陪同下参观第十五届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会



中国纺织工业协会副会长许坤元(左二)、中国纺织工业协会副会长孙瑞哲(右一)在中国贸促会纺织行业分会副会长徐迎新(右二)的陪同下参观面料展



中国纺织工业协会副会长王天凯(左二)、中国纺织工业协会副会长张延恺(右三)和中国贸促会纺织行业分会副会长陈伟康(右一)参观纱线展



认真洽谈



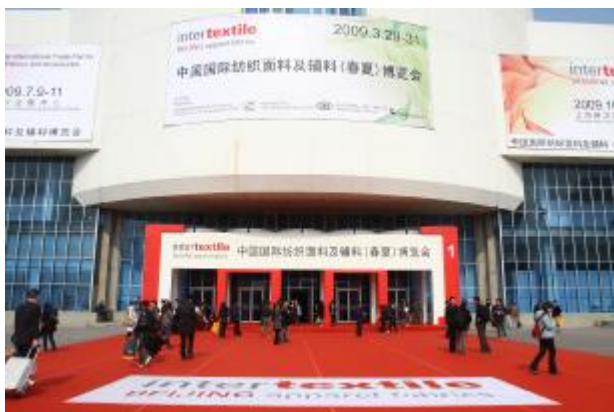
中国面料好



纱线展现场



面料展的专业女买手



面料展现场



来自欧盟的买家

透视 2009 中国纺织三展联动的内涵

随着中国国际服装服饰博览会、中国国际纺织纱线(春夏)展览会和中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会的开幕,中国纺织工业协会“振兴纺织行业春季市场大行动”的三大核心展会悉数亮相。在纺织服装专业展览会普遍缩水的情况下,三大展会仍然保持了上届的规模和水平,海外展商的参展数量逆势增长。其中,面料展的海外展商数量增长了近 7%,还有更多的海外客商提出了观展要求。中国纺织服装业的重振将从“振兴纺织行业春季市场大行动”开始起步。

对于涵盖了从纤维纱线、面料辅料到服装服饰在内的纺织服装产业链全部环节的三大展会,中国纺织工业协会作为主办方,充分发挥各专业协会联合舰队的作用,从招展招商、布局规划及会展服务等方面全线布局,力促产业链上下游环节之间的联动。在世界经济形势低迷的背景下,以创新思路拓展展会的传统功能,是行业协会发挥专业优势及服务职能的体现。通过整合社会及行业资源,赋予三大展会开拓国内外两个市场的贸易平台,使产业链上下游及国内外产业资源配置的纽带作用得以显现。本届展会的三展联动,通过展示行业科技产品及创新思维,全方位赋予了三大展会新的内涵,实现由单一的展览平台向多元化价值平台的蜕变。

在当前特殊的经济形势背景下,此次春季市场大行动对于主办方、参展商、参观者和整个纺织服装行业具有重要意义。

今年三大展会呈现出以下四大特点

第一,在纺织行业的支柱地位和重要作用被重新审视的今天,三大展会得到全社会的高度关注。作为我国国民经济的传统支柱产业和重要的民生产业,今年纺织工业被纳入国家应对金融危机的十大重点产业调整振兴规划之中,并作为关乎民生的重要议题提上“两会”议程。3月26日,第十七届中国国际服装服饰博览会(CHIC2009)开幕日,也是本次“振兴纺织行业春季市场大行动”正式启动当天,中共中央政治局委员、国务院副总理张德江在中国纺织工业协会会长杜钰洲、副会长许坤元等的陪同下参观展会,国家对纺织产业的重视程度由此可见一斑。

第二,乘国家拉动内需各项举措及《纺织行业

调整振兴规划》出台的东风,中国市场的机会及潜力得以凸显,三大展会成为促进国内外市场资源配置的桥梁。

三大展会筹备过程中反映出的新动向印证了一个新的现实:在全球经济颓势下,我国政府相继出台的扩大内需计划和纺织行业调整振兴规划等多项措施,使中国市场的机会得以凸显。这不仅为我国纺织服装企业带来新的发展机遇,同时也吸引了海外客商对中国市场的关注,中国在国际纺织服装要素配置中的地位得到巩固、加强。

第三,三大展会活动突出“以创新力开拓市场”的主题,紧紧围绕“新产品、新技术、新工艺、新趋势”四大主线,努力向外界和行业展示中国纺织行业的创新活力及纺织产业调整振兴的主要方向和具体途径。

第四,围绕“深化产业链联动,引导企业技术创新”的总体思路,主办方积极调整办展理念,通过展会服务的创新求变,三大展会被赋予了更多专业及文化内涵,实现由单一展览平台向多元化价值平台的转变。如,纱线展在促进展商与下游买家有效沟通的基础上,突出新型纤维及纱线技术的导向作用,为面料企业的创新提供了源泉,实现了从单纯展示平台向专业价值平台的转型;面料展作为连接产业链上下游的中间平台,则以更加细致贴身的服务为媒,成为促进最新纱线技术应用、带动下游服装企业产品开发的新枢纽;CHIC2009则进入立体整合、方式转变的新时期,将动态秀与静态展示结合、时尚性与商业性并举,使CHIC品牌成为时尚领域最具前瞻性的资讯情报、商业机会、交换与共享的时尚品牌,使其市场拓展功能更上层楼。

中国纺织工业协会力推科技贡献率和品牌贡献率

近日,中国纺织工业协会副秘书长杨世滨在接受《每日经济新闻》专访时说,我国整个纺织行业2008年平均利润率增长为3.5%。鉴于今年世界经济形势的特殊情况,中国纺织工业协会还无法对本年度利润增长做全面的预估,但只要企业挺过了二季度,由于内需的拉动等原因,下半年将会有好转。

杨世滨在介绍目前纺织企业的生存现状时认为,1/3的企业现在面临发展问题,2/3的企业面临着生存问题。前者为去年纺织行业的利润增长贡献

了8%的力量,后者仅贡献了0.1%的力量。并且,整个行业利润的99%都是前者在支撑。

3月25日,国务院常务会议决定从2009年4月1日起提高部分纺织服装出口退税。杨世滨对此表示,目前最重要的问题是订单下降。只有当订单稳定,出口退税政策才会有促进作用。中国纺织工业协会将力推纺企在科技贡献率和品牌贡献率两个方面谋发展。据中国纺织工业协会调查显示,近半数以出口为主的服装企业订单同比减少三成左右。

4月1日起我国纺织品服装出口退税率提高至16%

国务院总理温家宝3月25日主持召开国务院常务会议,决定从2009年4月1日起,提高部分纺织服装、轻工、钢铁、有色金属、石化和电子信息产品的出口退税率。财政部、国家税务总局3月27日

发布通知,明确从2009年4月1日起提高纺织品、服装、轻工、电子信息、钢铁、有色金属、石化等商品的出口退税率,其中,纺织品、服装的出口退税率提高到16%。

欧盟最新修订纺织品标签名称及含量规定

最近,欧盟发布第2008/121/EC号指令,对关于纺织品名称的第96/74/EC号指令做出修订,分别对纺织纤维的名称、纺织品标签内容和其它标记三个方面提出了新的要求。指令规定,今后,除完全由同种纤维制成的纺织品外,其它产品均不得用"100%"、"纯"、"全"等字眼。另外,含多种纤维的纺织品,其中一种占总重85%以上,则须按如下三

种方式之一标明其具体成分:主要纤维的名称、占总重量的比例;主要纤维的名称、及"至少85%"的字眼;或产品所含各种纤维的比例。如果含多种纤维,但没有一种占总重量达85%的,则该产品须至少以两种主要纤维的名称及其所含比例来标明成分,并按比例由大至小列出其他纤维的名称。

欧美等国对中国出口纺织品服装发出召回通报

美国消费品安全委员会(CPSC)在今年1~3月期间发布的召回通报中,涉及中国纺服类产品的数量同比增近2成;欧盟非食品类快速预警系统(RAPEX)公布的对华服装、面料等产品的通报数量同比增长633%。此期间受通报的纺服类产品以儿

童服装为主,也包括一些运动服装和特殊用途服装。这些被通报的产品,除涉及抽绳长度超标的儿童服装被责令采取改正措施外,其他各类产品都或主动或被动地撤出了市场、召回已售出产品,尚未进入欧盟市场的产品则直接被海关拒绝进口。

2009年5月1日生效的我国纺织服装国家标准

标准号	标准名称	代替标准号	原标准批准日期	新标准实施日期
GB/T 22042-2008	服装 防静电性能 表面电阻率试验方法		2008-06-18	2009-05-01
GB/T 22043-2008	服装 防静电性能 通过材料的电阻(垂直电阻)试验方法		2008-06-18	2009-05-01
GB/T 22044-2008	婴幼儿服装用人体的测量部位与方法		2008-06-18	2009-05-01
GB/T 22282-2008	纺织纤维中有毒有害物质的限量		2008-08-06	2009-06-01
GB/T 16991-2008	纺织品 色牢度试验 高温耐人造光色牢度及抗老化性能 氙弧	GB/T 16991-1997	1997-09-15	2009-06-01
GB/T 17253-2008	合成纤维丝织物	GB/T 17253-1998	1998-03-18	2009-06-01
2009-06-01	纺织纤维白度色度试验方法	GB/T 17644-1998	1998-12-23	2008-12-01
GB/T 16605-2008	再生纤维素丝织物	GB/T 16605-1996	1996-11-11	2009-06-01
GB/T 13459-2008	劳动防护服 防寒保暖要求	GB/T 13459-1992	1992-05-28	2009-01-01
GB/T 8427-2008	纺织品 色牢度试验 耐人造光色牢度: 氙弧	GB/T 8427-1998	1987-11-22	2009-06-01
GB/T 7568.2-2008	纺织品 色牢度试验 标准贴衬织物 第2部分: 棉和粘胶纤维	GB 7565-1987	1987-03-26	2009-06-01
GB/T 7568.3-2008	纺织品 色牢度试验 标准贴衬织物 第3部分: 聚酰胺纤维	GB 11403-1989	1989-05-08	2009-06-01
GB/T 7568.7-2008	纺织品 色牢度试验 标准贴衬织物 第7部分: 多纤维	GB 11404-1989	1989-05-08	2009-06-01
GB/T 250-2008	纺织品 色牢度试验 评定变色用灰色样卡	GB 250-1995	1964-03-02	2009-06-01
GB/T 251-2008	纺织品 色牢度试验 评定沾色用灰色样卡	GB 251-1995	1964-03-02	2009-06-01
GB/T 730-2008	纺织品 色牢度试验 蓝色羊毛标样 (1-7) 级的品质控制	GB 730-1998	1986-04-17	2009-06-01
GB/T 3920-2008	纺织品 色牢度试验 耐摩擦色牢度	GB/T 3920-1997	1983-11-07	2009-06-01
GB/T 4669-2008	纺织品 机织物 单位长度质量和单位面积质量的测定	GB/T 4669-1995	1984-09-07	2009-06-01
GB/T 10108-2008	出口桑蚕丝织物	GB/T 10108-1988	1988-12-10	2009-06-01
GB/T 14593-2008	山羊绒、绵羊毛及其混合纤维定量分析方法 扫描电镜法	GB/T 14593-1993	1993-08-30	2008-12-01

美国棉制家纺产品进口大幅下滑

1 月份以来,美国棉制家纺产品进口量大幅下滑,其中床上用品和浴巾同比减少 16.3%,为 9450 万平方米,创 13 年来最大单月降幅,枕套、床单、床罩和浴巾系列同比均减少了 14%-21%。

中国纺织企业进军埃及

纺织业在埃及的轻工业领域中具有重要地位。埃及具有纺织服装比较成熟的产业链,从棉花种植到纺纱、织物和成衣生产,整个生产流程均可在国内完成。埃及国内 50%纺纱、60%织造的产能为公有企业所有,而 90%的制衣产能为私营企业。埃及政府近年来积极推动行业私有化进程,利用巨大的廉价劳动力以及本国充足的优质棉花资源和能源,对其纺织业进行重组。“请进来”已经被列入重要议程。

埃及与欧盟、东南非共同市场 (COMESA) 和阿拉伯国家之间的自由贸易协定,以及与以色列和美国签署的合格工业园区 (QIZ) 协议,可以有效规避贸易壁垒。

埃及的纺织品服装市场规模在非洲仅次于南非位居第二,男性服装平均消费为每年 550 美元,女性则为 900 美元以上。埃及国内所需的纱线和成品织物一般从土耳其和其他国家进口。

近年来,在埃及已经形成了运河地区、亚历山大地区和大开罗地区 3 个纺织工业群,目前已有中国企业落户工业群中投资设厂。其中尼罗纺织、中纺织无纺布、银河实业驻埃织造股份公司等都已经成为了埃及的行业龙头企业。

中埃双方达成协议,计划建立一个中埃工业园区,为中资企业投资埃及纺织和成衣产业提供方便。两国还将在埃及共同建立一个纺织技术服务中

心,以协助埃及生产企业进行工艺和技术升级。如今,中国正日益成为埃及的战略合作伙伴。

中国继续保持美国第一大成衣供应国地位

据美国海关统计,2009 年年 1 月,美国自中国进口纺织品及成衣金额为 26.6 亿美元,较去年同期 26 亿美元增长 2.6%。其中成衣进口金额为 19 亿美元,增长 7.5%;纺织品进口金额为 7.6 亿美元,则较去年同期下降 8%。今年 1 月我国在美国纺织品和成衣进口市场占有率为 38%,其中成衣市场占有率为 35%,而去年同期成衣市场占有率为 31%。

周边亚洲国家是我国最大竞争对手

数据显示,现阶段劳动力成本是影响竞争力的重要因素。我国现在的劳动力成本为 1.08 美元 / 小时,已经远远高于其他亚洲国家,孟加拉国劳动力成本是 0.22 美元 / 小时,柬埔寨是 0.33 美元 / 小时,越南是 0.38 美元 / 小时,印度是 0.51 美元 / 小时。我国周边的亚洲国家成为我国的最大竞争对手。

印度纺织服装对美国出口量持续下滑

据美国商业部纺织服装办公室公布的纺织品和服装统计,在 2008 财年(即 2008 年 4 月 1 日至 2009 年 3 月 31 日)第三季度,印度 175 家纺织服装上市公司的利润下跌 250%,本财年第三季度累计亏损额为 54 亿卢比,而 2007 财年同期数据为盈利 36.5 亿卢比。在本财年第二季度,累计亏损额预计为 12.8 亿卢比,尽管上述公司在第一季度净利润累计达 3.9 亿卢比。随着印度纺织品与服装出口量继续大幅下跌,本财年第四季度亏损额将会进一步加大。

创新是 2009 年纺织行业的核心任务

3月28日,2008 纺织行业年度创新人物表彰及论坛活动在京举办。这是中国纺织工业协会自 2005 年以来第四次在全行业开展“中国纺织年度创新人物”评选活动,受到了业内和社会各界人士的广泛关注。

中国纺织工业协会会长杜钰洲在讲话中指出,这 20 位年度创新人物在科技、品牌和管理方面作出了突出贡献,是中国纺织行业的创新缩影。创新是 2009 年纺织行业的核心任务。通过科技攻关、产品提升、自主品牌发展和管理营销模式的创新加强产业集成建设,坚持以人为本,履行社会责任,带动产业结构调整和升级发展,是目前摆在行业面前的迫切任务。围绕这一点,行业企业一要继续解放思想、扩大开放,二要坚持以创新改造传统产业,三要着力做好品牌推进。

我会展览部副主任常清带队调研石狮

石狮日报尼松义报道:“石狮辅料产业的发展走在全国前列,石狮辅料站在国内辅料流行趋势的前沿。”昨日下午,中国贸促会纺织行业分会展览部副主任常清带队来到石狮调研,调研组与石狮市辅料协会和业界代表进行座谈,参观华联辅料等生产企业,他们对石狮市辅料产业近年来的持续、快速发展给予充分肯定。

调研组在考察和调研中了解到,石狮辅料产业发起于上世纪 70 年代,如今已是龙头和骨干的辅料企业见证了改革开放的进程。当年石狮一些辅料企业凭借“爱拼敢闯”和“锐意进取”的精神,走上快速发展之路,“石狮制造”辅料产品吸引了大量温州等地的商人前来石狮采购,从而带动了浙江等地的辅料产业进步。

辅料在纺织服装产业中的地位愈发重要。石狮辅料业界在与调研组座谈时认为,辅料产品已经从以前的实用性、功能性逐步过渡到时尚性,从而体现服饰的附加价值,引领服饰时尚潮流。也就是说,如今的辅料早已不再是“配角”,正扮演着“主角”,在服饰流行中发挥着不可忽视的作用。调研组表示,今年以来辅料业界有一个重大变化,国内外一些纺织服装、面辅料展会已经开始重新审视辅料在服饰流行中的地位与作用,关注辅料产品的流行趋势,并为辅料流行趋势的发布提供各种平台。从石狮辅料产业的发展现状来看,石狮企业生产开发的辅料产品站在了国际国内市场辅料流行趋势的前沿地带。

当天下午,调研组就石狮辅料产业如何发挥优势、再上新台阶,如何做强、做大、做优,如何跟着“火车头”跑,如何组织石狮辅料企业参加将于今年 10 月在上海举行的国际面辅料博览会等议题,与石狮有关部门负责人和辅料业界进行了深入探讨。记者了解到,石狮市辅料企业和辅料产品主动“走出去”拓展新市场的意识强烈,截至目前,已有多家企业准备届时赴沪参加该展会。

2 月我国纺织品服装出口大幅下降

据中国海关统计,2 月份,我国纺织品服装出口 66.8 亿美元,同比下降 35.1%,环比下降 56.2%。今年 1-2 月,我国纺织品服装累计出口 219.1 亿美元,同比下降 14.5%。

目前纺织出口形势严峻,棉花需求没有回暖,国内棉花价格下行的压力仍然存在。要密切关注国内外棉花市场和纺织出口需求的变化,做好调控预案,保持国内棉花市场的基本稳定,避免棉价大起大落和棉花生产大幅度滑坡。同时,要落实好棉花良种补贴全覆盖政策,抓好今年棉花生产。

外销企业如何进军国内市场

中国纺织服装业最具影响力的三大展览会在世界经济寒冬中,为沟通国内外两个市场、促进国内外资源配置的桥梁,发挥出重要作用。

我国纺织业的振兴靠政策强力拉动,更靠市场需求拉动,能否通过有效手段促进和激发市场需求,是纺织业振兴的关键。

三大展览会期间,不少以外贸为主的参展企业获得了更多与国内买家交流对接的机会,认识到,服装内销市场及其开拓空间还很大,关键是要拿出针对这个有效市场的产品。

统计显示,我国纺织服装业有近 2/3 的产品需要在国内市场销售,国内纺织服装市场经历了由低谷向回升的转化过程。今年,在产品价格回升和市场交易量放大同时,居民衣着类消费支出增长了 5.2%。随着整个宏观经济增长出现“拐点”,居民预期收入提高,下半年纺织服装消费市场仍有回升的空间。

我国是世界最大量级的纺织品服装消费市场。随着我国人均 GDP 水平提高,纤维消费将进入快速增长的时期,占总人口 30%的城镇居民每年约消费纤维及制品总量的 70%,是目前国内纺织类产品的主要消费群体。随着我国农村经济发展和农民收入水平提高,占总人口 70%的农村居民对纺织品服装的消费潜力将会逐步显现出来。

让外贸企业望而生畏的,是内贸市场高额进场费、各种名目的杂费以及账期过长等问题,外贸企业要进入国内零售市场,只能接受国内零售市场的潜规则。例如,企业进商场,返点要 30%左右,而且每年还要交几万元的费用,而且账期明显过长,供应商实际拿到货款有的要超过 90 天,致使资金长

期占压,企业难以消化;外贸企业担心的货款结算时间过长、渠道费用较高等实际问题,内贸企业却不以为然。因为内贸企业不愁货源,在国内市场,渠道为王的特点决定了零售商的优势地位,供应商或者厂家的产品要通过零售商的货架才能销售出去。习惯了平等交易的外贸企业一时间适应不了这种毫无话语权的从属地位。

以出口为目标的外贸企业跟以内需为目标的内贸企业,在经营模式存在很大的不同。加工型外贸企业大多都是为国外企业贴牌生产的,不需要品牌,只需要提供低廉的生产成本和生产能力,质量有保证就足够了;做内贸企业,必须面对整个终端市场,从品牌策略到营销渠道,从经销商到消费者,从产品设计到客户管理,都要胸有成竹。因此,外贸企业进入内需市场时,面临很大的困难,其中最突出的问题就是缺乏品牌和渠道。而品牌的创立和渠道的建设,都不是一蹴而就的事情,短期内取得突破的可能性很小。无论外贸企业怎样努力,恐怕都拼不过内贸企业。

不过,加工型外贸企业也具有一定的优势。首先,通过与国际采购商接轨,外贸企业能够及时把握国外最新技术标准 and 流行信息,经过长期代工经验的累积,具备了强大的技术能力和工艺水平。外商往往只需要拿一个样品甚至一张草图,外贸企业就能生产出过硬的商品(即质量符合国际标准要求)。其次,加工型外贸企业通常是按照订单进行生产的,基本零库存。外贸企业只有避短扬长,从这两个优势入手,逐步建立自己的品牌和渠道。

如今,纺织服装企业必须认识到:必须适应市场现在的尴尬局面,尤其是适应百货公司的苛刻规则。他们虽然对国内的服装品牌百般挑剔,但事实上,百货公司带来的零售额,特别是服饰方面的零售额,仍是所有零售渠道里所占比例最大的,相当于所有渠道利润的 70%~80%。

中国国际面料设计大赛挖掘行业

未来核心动力



3月30日,2009中国国际面料设计大赛启动仪式宣布正式启动。启动仪式结束后,大赛将进入赛事巡回推广阶段,邀请知名专家、纺织服装企业在全国产业集群地、全国十余所专业院校围绕流行趋势、面料开发与设计创意等方面内容开展巡讲。9月大赛决赛评审会对入围作品评审,最终于10月举行颁奖盛典暨优秀作品展演活动。

中国国际面料设计大赛以提升中国纺织产业创新能力促进产品创新为宗旨,鼓励以市场为导向的纺织面料及花样产品的设计和创新,倡导将流行趋势研究与生产实际相结合;同时,把发掘人才、提升从业人员素质作为另一项重要使命。

本次大赛设置了面料和花样两个组别方向的评比和展示,在挖掘创新人才的同时,通过组织论坛、网站、全国重点城市的巡展等衍生活动,搭建产、学、研三位一体的沟通平台,为企业和行业的可持续发展提供良好氛围和环境。

“出口商品合格评定体系”

填补国内空白

4月8日,国家质检总局科技司在北京组织召开《出口商品合格评定体系及其应用研究》课题

鉴定会,该课题由湖北检验检疫局完成。

鉴定委员会听取了课题组的工作报告和研究报告,审查了相关技术文件。鉴定委员会认为该项目研究成果达到国内领先水平,一致同意该项目通过鉴定,并建议在全系统推广应用。

随着外向型经济的快速发展和社会主义市场经济体制的完善,现行检验监管法制制度和体系的诸多方面还存在着与生产力发展要求不适应、与政府职能转变的要求不符合的现象。多年来,在国家质检总局大力倡导下,湖北检验检疫局基于对传统检验监管方式存在不足的深入分析,以提高检验检疫职能有效性为目的,建立了科学有效的出口商品合格评定体系,在检验监管模式改革的道路上迈出了关键一步,并取得了良好成效。

出口商品合格评定体系在出口商品检验检疫工作中首次提出了全面合格评定的概念。它提出合格评定体系的理论基础是全面质量管理理论,并首次提出“监管批”的概念,解决了有效监管与科学放行的问题。该体系系统地将出口商品风险分析和出口企业质量信用评价引入出口商品合格评定体系,并作为确定合格评定模式的基础,有利于增强出口企业的第一责任人意识。

鉴定委员会一致认为,该课题系统地阐述了以市场准入、出口商品风险分析、出口企业质量信用评价、抽批规则和监管规则、关键点控制验证、评定、放行、动态管理、商品档案和改进10大要素为主要内容的出口商品合格评定体系及其应用方法。合格评定过程要素相互关联,并依据现代质量管理原理,彼此形成闭环,持续改进,螺旋上升,具有较强的科学性和可操作性。

鉴定委员会专家表示,该项目在进出口商品检验监管机制创新方面作出了重大贡献,填补了国内空白。课题的研究成果在全国多个直属检验检疫局得到推广应用,提高了行政执法能力和监管水平,加快了通关速度,增强了企业竞争力,得到地方政府及进出口企业广泛认同,社会效益显著。

纺织面料、纱线和服装三大展会同期开幕

-- 春季市场大行动打响中国纺织行业调整振兴首场战役

春潮涌动,我国纺织服装业颇具影响力的三大展览会 -- 中国国际服装服饰博览会、中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会、中国国际纺织纱线(春夏)展览会,从3月26-4月1日在北京联袂亮相。展会主办方 -- 中国纺织工业协会以及中国国际贸促会纺织行业分会等承办方以展会为契机,展开"振兴纺织行业春季市场大行动",打响了贯彻落实《纺织行业调整振兴规划》、应对当前行业困境的首场战役。



于3月26日率先拉开帷幕的第十七届中国国际服装服饰博览会(CHIC2009)在北京·中国国际展览中心(新馆)继续与业界的"时尚之约"。CHIC2009以8个展馆10个展区的庞大阵容进行商场式布局规划,来自21个国家和地区的800余个品牌服装竞相亮相。展会引入生活方式和潮流趋势理念,以"蝶舞"为主题,通过中国服装品牌年度大奖、中国服装论坛、中国高级成衣品牌发布、2009/2010年秋冬中国服装流行趋势发布、CHIC2009国际服装零售业高峰会议等推广活动,立体展现品牌创意内涵和时尚文化,帮助品牌进行市场开拓。CHIC2009于3月29日完美闭幕,四天的展会期间接待专业观众超过十万人,不仅让参展企业喜出望外,更让一部分首次参加CHIC展的国外品牌感受到中国服装市场的巨大潜力。

3月29日~31日,第十五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(旧馆)隆重登场。



作为连接并带动产业链上下游产品开发的中间平台,本届面料展着力于面料产品开发趋势的发布、展示及引导,构筑信息交流平台促进新型纤维技术的应用,并带动下游服装产品的开发。本次展会展品涵盖棉、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相关产业链产品和辅助行业。展会将重点展出环保TPE面料、金属纤维记忆面料、XLA纤维色织牛仔布、毛丝棉混纺织物、羊绒棉面料、超柔仿羊绒维罗呢等新型面料产品。据参展商反映,本次参展产品开发和价格更加贴近市场;科技与时尚结合,注重多种原料的应用;突出生态环保和功能性面料的开发趋势。

作为展示行业科技产品及创新思维的窗口,展会活动"以创新力开拓市场"为主题,紧密围绕"新产品、新技术、新工艺、新趋势"四大主线,集中

展示了体现未来产品开发趋势的、具有创新技术及特色的优秀产品,并分别发布产品流行趋势,向全世界、全社会、全行业展示中国纺织行业的创新活力及调整振兴纺织产业的主要方向和具体途径,引导企业技术升级。今年的趋势发布按男装、女装风格主题分类,方便专业买家直观辨别所需产品的流行走向。在实物展示中,今年的趋势发布突出技术和产品优势,将供应商的最新创新成果分类展示。展示以“创新产品索引”为概念,如同立体的新品目录,便于采购商查询,可以更加快捷地找到适合自身需求的供应商及产品。



第六届中国国际纱线(春夏)展览会于3月30日-4月1日在中国国际贸易中心3号馆举行。本届纱线展立足市场前沿,引进先进的复合型、功能性纤维知名企业与其下游企业共同进行展示;引进在全球金融风暴中依旧保持强劲发展势头的创新型实力企业参展。截至目前,共有86家企业报名参展,其中海外企业5家。展会将重点打造高档纱线、色纺纱、新型纤维混纺纱线3个展示区域,展示阻燃纤维、竹纤维、玉米纤维、莫代尔、包芯纱、花式纱线等新型纤维、纱线产品,并首次发布中国国际纱线流行趋势。此外,各专业协会还将力邀产品开发有特色的优势企业召开产品推介会,详细介绍新型纤维的开发方向及混纺、多组分纤维的开发趋势。

在世界经济形势低迷、我国走新型工业化道路的关键时期,中国纺织工业协会以创新思路拓展展

会的传统功能,发挥行业协会的专业优势及服务职能,整合社会及各行业资源,将使三大展会成为展示行业科技产品及创新思维的窗口、连接产业链上下游及国内外资源配置的纽带、开拓国内外两个市场的贸易平台。

作为展示行业科技产品及创新思维的窗口,三大展会活动突出“以创新力开拓市场”的主题,紧密围绕“新产品、新技术、新工艺、新趋势”四大主线,集中展示体现未来产品开发趋势、具有创新技术及特色的优秀产品,并分别发布产品流行趋势,向全世界展示中国纺织行业的创新活力及调整振兴纺织产业的主要方向和具体途径,引导企业技术升级。

作为连接产业链上下游及国内外产业资源配置的纽带,主办方针对三大展会的参展商和观众互为上下游的关系,充分发挥各专业协会联合舰队的作用,促进产业链上下游环节之间的联动,使三大展会互为窗口,激活纺织产业链的各个环节,把帮助企业渡过难关落到实处。

张德江副总理参观第十七届

中国国际服装服饰博览会

中共中央政治局委员、国务院副总理张德江3月26日来到中国国际展览中心新馆,参观正在这里举行的第十七届中国国际服装服饰博览会。他强调,纺织工业要积极应对国际金融危机的挑战,依靠科技创新和品牌创新,积极推进结构调整和产业升级,进一步拉动消费,扩大出口和就业,为促进经济平稳较快发展做出积极贡献。

上午9时许,张德江来到博览会现场,兴致勃勃地参观了杉杉、雅戈尔、波司登、红豆、七匹狼、顺美、美尔雅、L I L Y、汉帛、太平鸟等自主品牌展台以及部分港澳和国际品牌展台。张德江指出,

要按照保增长、扩内需、调结构的总体要求,认真实施《纺织工业调整和振兴规划》,确保纺织工业持续健康发展。一要统筹国际国内两个市场,积极扩大国内消费,开拓农村市场,拓宽出口市场,稳定市场份额。二要加强自主创新和技术改造,加快淘汰落后产能,提高产品质量和档次,改善产品结构。三要大力培育自主知名品牌,提高我国纺织品市场竞争力。四要支持优势骨干企业发挥技术、品牌优势,通过兼并重组做大做强,进一步优化结构布局。五要加大对纺织服装企业的扶持力度,改善对中小企业的公共服务,鼓励、支持企业吸纳更多的劳动力就业。六要充分发挥行业协会的桥梁纽带作用,加强行业自律,促进行业有序发展。张德江还希望中国纺织工业协会总结经验,努力把博览会办出特色、办出水平,使其成为中外纺织服装企业交流合作的重要平台。

第十五届中国国际纺织面料 及辅料(春夏)博览会闭幕



3月29日~31日,由中国国际贸促会纺织行业分会、法兰克福展览(香港)有限公司、中国纺织信息中心承办的第十五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成功举办。

本届面料博览会展出面积为**48000**平方米,共有来自**14**个国家和地区的**1001**家展商报名参展,来自**65**个国家和地区(含中国大陆)的**24,308**专业观众到场参观,其中国内观众**22120**人,海外观众**2188**人。

本次面料展展出规模为48000平方米,共有来自14个国家和地区的1001家展商齐聚亮相。其中国内展商777家,海外展商224家,意大利、德国、韩国、中国台湾以国家或地区展团形式参展。此外,还有部分独立展商分别来自中国香港、印度、奥地利、巴基斯坦、瑞士、土耳其、乌克兰、英国、美国等国家和地区。亮相展会的国内面料企业是我国纺织行业活力企业的代表,其中29%的出口型企业具有自主品牌,60%以上的企业具有自主品牌设计能力。国内展商来自22个省、自治区、直辖市。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、湖北等省市。此外,江苏盛泽、浙江萧山和中国麻纺行业协会等地区和组织均以展团形式亮相展会。

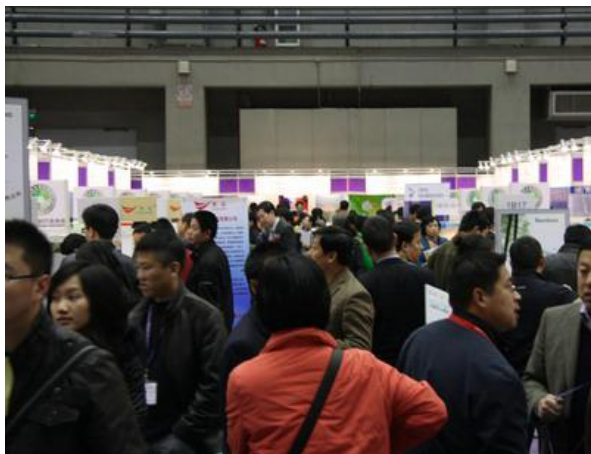
作为连接并带动产业链上下游产品开发的中间平台,本届面料展着力于面料产品开发趋势的发布、展示及引导,构筑信息交流平台促进新型纤维技术的应用,并带动下游服装产品的开发。本次展会展品涵盖棉、麻、丝、毛、化纤、功能面料、针织、绣花蕾丝、辅料、计算机辅助设计和媒体等相关产业链产品和辅助行业。展会将重点展出环保TPE面料、金属纤维记忆面料、XLA纤维色织牛仔布、毛丝棉混纺织物、羊绒棉面料、超柔仿羊绒维罗呢等新型面料产品。据参展商反映,本次参展产品开发和价格更加贴近市场;科技与时尚结合,注重多种原料的应用;突出生态环保和功能性面料的开发趋势。

作为展示行业科技产品及创新思维的窗口,展会活动"以创新力开拓市场"为主题,紧密围绕"新产品、新技术、新工艺、新趋势"四大主线,集中

展示体现未来产品开发趋势的、具有创新技术及特色的优秀产品,并分别发布产品流行趋势,向全世界、全社会、全行业展示中国纺织行业的创新活力及调整振兴纺织产业的主要方向和具体途径,引导企业技术升级。今年的趋势发布按男装、女装风格主题分类,方便专业买家直观辨别所需产品的流行走向。在实物展示中,今年的趋势发布突出技术和产品优势,将供应商的最新创新成果分类展示。展示以“创新产品索引”为概念,如同立体的新品目录,便于采购商查询,可以更加快捷地找到适合自身需求的供应商及产品。

第六届中国国际纺织纱线(春夏)

展览会成功闭幕



2009年4月1日,第六届中国国际纺织纱线(春夏)展览会在北京中国国际贸易中心3馆完美闭幕,本届展会发挥各行业协会的专业优势,引导企业技术升级,帮助企业开拓市场、逆境突围,重点打造了高档纱线、色纺纱、新型纤维混纺纱线三个重点展示区域,并首次发布纱线流行趋势。

本届纱线展的展品涵盖了目前行业普遍关注的新型化学纤维、纱线,如牛奶丝、金属丝、阻燃纤维、竹纤维、色纺纱等,用于生产各类梭织布、针织

布、毛衫、袜子及辅料,有数十家企业报名参展,主要为棉纺、化纤企业。山东魏桥、宁波百隆、山东海龙、山东如意、无锡四棉、上海正家牛奶丝、上海天竹、营口佛罗圣诗、浙江翔盛集团、湖南华升株洲雪松等国内知名纱线企业高调参展。

最新突破源头展上找答案

-- 纺织贸促会展览部副主任黄尺木

“世界上最富盛名的两大纱线展--意大利佛罗伦萨国际流行纱线展(即Pitti Filati)和法国ExpoFil纱线展,现在逐渐萎缩,这是全球纺织产业格局变化的结果。而我国纺织业虽然现在受金融危机影响陷入困境正处于调整期,但其显著的优势还存在,业内人士对中国国际纺织纱线展很有信心。”

作为纺织行业的源头展会,纱线展春节后刚上班,中国贸促会纺织行业分会展览部的纱线展项目组就逐个给纱线展的参展商打电话进行沟通。自去年招展工作启动以来,项目组已不知给客户打了多少个电话。金融危机使我国纺织业的格局正发生深刻改变,与之息息相关的一些产业展会也面临着变革,中国国际纺织纱线展就是主动求变以应变的那一类。在5年的发展历程中,纱线展不断自我完善,今年更是推出了许多新举措。中国纺织工业协会会长杜钰洲在春季展的工作通报会上提出:“即便参展商少了,但展览会的质量不能降低,要确实起到产业链纽带的作用、创新窗口的作用、贸易平台的作用。”中国贸促会纺织行业分会展览部副主任黄尺木认为,这些新措施的落实,为实现这一目标提供了保障。

“最近,国家出台了《纺织工业调整振兴规划》,为了配合制订该规划,中国纺织工业协会作了大量的技术调查。根据调查的结果,纱线展做了一系列新的尝试。”黄尺木接受采访时说。据她介绍,

作为纺织产业的源头展,纱线展的定位一直是小型的专业类的展会,其专业性主要体现在反映产业的技术发展、展示行业最新的技术突破成果上,今年这一特点将得到更加充分的显现。“今年,我们将把高附加值、高技术含量的纱线产品推到展会上。其实,推动行业创新是我们办展的一贯宗旨,只是今年在形式上有所改变,力度上有所加强。”黄尺木说。

据了解,今年纱线展依托中国纺织工业协会各专业行业分会协会,充分发挥各行业协会联合舰队的专业优势,引导企业产品技术升级,帮助企业开拓市场,推出了“新型纤维混纺纱线”、“高档纱线”、“色纺纱”三个重点展示区域。黄尺木告诉记者:“我们行业协会重点和这三类产品的生产企业进行了联系,并且听取了下游企业的意见,有的放矢地满足他们的需求。”另外,展会现场,棉纺、化纤、毛纺、麻纺等行业协会还组织邀请产品有特色且具代表性的优势企业召开产品推介会,详细介绍新型纤维的开发方向及其他混纺、多组分纤维的开发趋势,以吸引买家。中国棉纺织工业协会将对产品开发有特色,引领行业技术升级的示范企业颁发“推荐纱线产品证书”,以鼓励企业技术创新。为了吸引针织纱生产及使用企业来关注展会,今年还第一次推出纱线流行趋势发布,主办方希望通过这些举措来扩大展会的影响力。届时,主办方将通过现场空间展示,向参展商和观众发布纱线技术的发展方向,分析时尚生活元素对纱线及织物的影响,预测流行产品的风格和色彩,并展示纱线行业重点客户的流行产品。

“这些说起来很简单,其实做起来工作量非常大,我们和参展商、专业买家做了大量的沟通。”黄尺木感叹道。尽管很累,但她认为值得,因为她希望这个展会的展出品能代表我国纺织产业链源头的生产水平。据她介绍,世界上最富盛名的两大纱线展--意大利佛罗伦萨国际流行纱线展(即Pitti Filati)和法国Expofil纱线展,现在逐渐萎缩,这

是全球纺织产业格局变化的结果。而我国纺织业虽然现在受金融危机影响陷入困境正处于调整期,但其显著的优势还存在,因此行业领导对中国国际纺织纱线展很有信心。

3月底在北京举办的纱线展作了一些新的尝试后,中国贸促会纺织行业分会纱线展项目组还准备将创新进行延伸。她透露,今年秋季在上海举办的纱线展,他们可能会与中国棉花协会合作,将展会的源头上溯,真正实现上下游产业链的衔接与互动。虽然在展会的筹备过程中,也遇到了许多困难,但黄尺木对未来还是抱乐观的态度:“中国纺织工业振兴纲要中提出:2020年,中国要由纺织大国变成纺织强国,而要实现这一远景,纱线与面料的创新肩负着重任。”对于当下给行业带来严重冲击的金融危机,黄尺木也看到了积极的一面:“现在正是行业进行洗牌的时候,洗牌之后,产业会进行更加良性的循环。”(原载中国纺织报)

第十五届中国国际纺织面辅料(春夏)

博览会精彩看点

作为中国北方地区最具规模、最有影响力的专业面辅料博览会,第十五届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会的展出面积的主办通过“保规模”的行动及更优质的服务传达出“树立信心”的信号,来自14个国家和地区的千家展商参展,许多常年参展的展商甚至扩大了展出面积。实力企业的扩展亮相显示了行业未来发展的中坚力量,他们展出了行业的信心、产品的前沿潮流和科技创新的实力,展示了主办方专业周到的服务理念。

展示信心

一些注重科技和品牌贡献率,在创新路上走得较早的企业,在当前的行业发展困境中显示出较强的竞争优势。今年的春夏面料展上,兰精、吉藁等国

际顶级纤维企业;山东如意、南山,海天轻纺,湖北迈亚,福建众和,泰安康平纳等优势品牌企业将再展风采。逆势之下,参与就是企业实力的彰显,就是品牌价值的体现,参与将为企业创造更大的可能。

展示科技

尽管今年不少纺织企业面临倒闭的危机,但那些技术创新能力强、科技贡献率高的企业,在这场寒冬里表现出较强的抗寒能力,成为展览会上的“常胜将军”。作为面料产业发展的风向标, intertextile 面料展成为企业发布、展示最新技术和产品的第一选择,各类科技、环保、创新类产品在展会上争先亮相。

展示潮流

intertextile 这个令业界瞩目的舞台上,那些技术创新能力强、管理水平高、品牌信誉坚实的企业,还有来自意大利、韩国、德国、日本、巴基斯坦和中国台湾 14 个国家和地区的海外展团,将最新的面料潮流展示给国内外的买家。展会期间的多场技术交流会构筑信息交流平台,供需双方在新技术、新纤维等方面进行了广泛交流,通过“2010 春夏中国纺织面料流行趋势”发布,为参展商和观众诠释 2010 春夏季流行概念。

展示专业服务

作为依托行业协会联合舰队办展的专业品牌展览会,金融危机中的 intertextile 面料展调整办展思路、整合资源,以期通过切实细化展会服务、加强产业链上下游联动,为展商构筑更为完善的贸易与信息交流平台,帮助企业开拓新兴市场,走出困境。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国际著名的法兰克福展览有限公司倾力打造的面料展,依托行业协会“联合舰队”办展的专业背景,进一步发挥了协会的专业优势,整合服务资源,打造专业、权威的信息发布平台,以更加细致贴身的服务为媒,打造展会联动体系。

8 月,三展会同时同地亮相

时间:2009 年 8 月 25-27 日

地点:上海新国际展览中心



中国国际针织博览会



中国国际纺织纱线(秋冬)展览会



第十五届中国国际家用纺织品及辅料博览会

潍坊海天棉纺推广新品彩棉纱

山东潍坊海天棉纺有限公司已经是连续第四次参加纱线展,他们认为,通过参展,可以扩大产品的宣传效果,而且纱线展的针对性强,客户源比较广泛,能得到一定的实际效果。

海天棉纺有限公司的纱线产品主要为纯棉、涤棉等工装、床品、服装类面料用(6支~45支)中低支纱线,同时今年公司将会在保持推广纯棉、涤棉等普通纺织行业用纱的基础上更进一步推广麻灰纱、彩棉纱、AB 纱等品种。工作人员介绍,他们在 20 万锭、10 万气流纺的前提下,配置了高档的纺机,很好地控制了产品的生产流程,保证产品质量。

河南平棉主推新型纤维混纺纱

河南平棉纺织集团有限公司是首次参加纱线展的新面孔,为了扩大公司特种纱的市场影响力,

这次参展他们准备了弹力竹节纱、天竹 / 棉混纺纱、圣麻 / 棉混纺纱、亚麻、苧麻 / 粘胶 / 棉混纺纱、毛 / 粘胶 / 阳离子混纺纱、锦纶 66 与棉混纺纱等几大系列。

平棉公司这次主要参展的样品为新型纤维混纺纱线。这种纱线的主要特点是抗菌防腐、耐磨阻燃、凉爽抗皱。本次展会上,平棉公司还推出一系列新产品。这些产品主要通过对纤维的磨合、梳理、欠伸、传动系列的技术创新来体现纱线的不同点和特殊性,主要有天竹与棉混纺系列、圣麻与棉混纺系列、毛纤维与粘胶涤纶混纺系列、苧麻与粘胶、棉混纺竹节纱系列等。

中国国际家用纺织品及辅料博览会组

委会严正声明

近日我们得到消息,有上海公司给企业通知,声称可以分配 2009 年 8 月在上海举办的中国国际家纺展的展位,为此 "中国国际家用纺织品及辅料博览会 (intertextile-home)" 组委会特别严正声明如下:

1、"中国国际家用纺织品及辅料博览会 (intertextile-home)" 由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国家纺协会、德国法兰克福展览(香港)有限公司共同主办。使用如下 logo:



2、展览会中除了国家展团及一些协会和地方政府组织的展团以外,主办单位没有委托其他展览公司进行招展工作。任何打着本博览会组委会的名义进行的招展活动均为欺诈行为,其承诺在 2009 年 8 月 25 日~27 日分配的上海浦东新国际博览中心内中国国际家用纺织品及辅料博览会的展位均无效。

3、"中国国际家用纺织品及辅料博览会 (intertextile-home)" 展览地点在浦东新国际博览中心(上海浦东龙阳路 2345 号)共 9 个馆,没有在上海其他展览场馆另设分馆。

请企业在参展时分清展览会主办单位,如需参加 "中国国际家用纺织品及辅料博览会 (intertextile-home)", 请直接与以下主办单位联系:

中国国际贸易促进会纺织行业分会(国内参展):

电话:

86-10-85229506, 86-10-85229505

86-10-85229446, 86-10-85229546

86-10-85229496

传真: 86-10-85229300

法兰克福展览(香港)有限公司(海外参展)

电话:

852-22389938, 852-22389983

852-22389906

传真: 852-25988771

中国国际家用纺织品及辅料博览会组委会

2009 年 3 月

拿什么来拯救我们的美国订单?



第十届中国纺织品、服装贸易展览会今年 6 月将如期在美国纽约举行。这一届纽约展在国际经济持续走低的形势下举办,对中国企业未来在美国市场的发展更为重要。国际金融危机的影响下,国际市场需求减弱,以出口为导向的纺织品服装企业受到前所未有的冲击。

国内很多企业都希望通过这次展会,尽可能地保住订单,发现新的贸易机会。

在金融危机的形势下,纽约展帮助中国企业开拓美国市场的宗旨不会改变,仍将率领中国企业坚守美国这个世界上最大的纺织品服装市场,跨越冬天,迎接春天的到来。



美国是中国纺织品服装出口最大的市场之一。尽管现在美国市场对纺织服装产品的需求在下降,但美国依旧是全球纺织服装最大的消费市场之一。美国纺织品服装市场对中国依赖性很强,美国从中国进口的纺织服装产品无论是进口数量,还是进口金额,都处于第一位,而且市场份额还呈现增长的趋势。

紧跟市场需求更新产品

市场需求永远是企业生存发展的源头活水。受金融危机的影响,美国消费市场需求萎缩,抓订单、保增长成为我国纺织服装外贸当前的重要任务。业内人士分析,美国客户对高技术含量、设计美观、绿色环保等高附加值的产品比较感兴趣,例如:有机棉、有机亚麻、竹纤维制品等。此外,纯棉织物、高织高密府绸、牛津纺,色织布、混纺产品的市场都在上升。”紧跟市场的需要来更新产品就是最大的创新。”佛山同泽贸易有限公司朱泽江经理告诉记者,“总体而言,现在美国市场面临两个不利因素:市场整体需求变弱,采购商普遍压低价格。但由于公司很早就有这个准备,一直在持续开发新产品,拓展新客户。因此,尽管当前经济形势不好,公司订单数量和销售总额和去年同期相比下降了20%,但是由于即将推出新产品,订单和销售有望在今年3月份就能恢复。”同时,由于受到国家新近出台的利好政策的扶持,公司总体经营并没有受到实质性的影响。

新不单是对一个企业的鞭策,也是一个行业发展的不二法则。订单量逆市飘红的汕头博赢刺绣有限公司就是这样的一个成功缩影。据了解,该公司

斥资引进国外新型的“一针两片”绣花机,并研发了一系列的新产品,抓住时机做好产品的市场定位。该公司在金融危机中非但不裁员,反而招聘了不少高素质科研人才和熟练技术工人,努力拓展市场,完善营销人员网络,由于应对及时得当,企业订单比原来增加了近50%。与博赢公司相仿,许多企业依靠产业调整转型和升级,改变以往简单的“接单生产”式出口为主的经营模式,加大研发和产品创新投入力度,通过提高产品质量、产品附加值和经营管理效率,加快款式更新速度,促进企业从劳动密集型向技术密集型转变。

品牌意味市场占有率

危机中,纺织服装行业的洗牌速度越来越快,产业调整升级箭在弦上。业内专家表示,越是形势不好,越是产业调整结构的机遇期。所以,要想真正度过“寒冬”,必须依靠科技创新和产业升级,最终打造自主品牌。自主品牌往往能够通过货真价实的产品形象,赢得消费者与分销商的信任,进而掌握市场定价的话语权。

海谷灯实业有限公司的林英华经理对记者说:“参加纽约展,主要是为了保持公司在国际贸易中的形象,同时维护与新老客户的关系,对市场状况进行沟通。”这次已经是该公司第七次参加纽约展了。林经理表示,每次参展都有很大的收获,这次参展的主要目的就是了解客户新的需求,更深一步开拓美国市场。参加展览会是企业最重要的营销手段之一,也是企业开辟新市场的首选方式。在同一时间、同一地点使某一行业中最重要生产厂家和采购商集中到一起,这种机会在其他场合是找不到的。通过参加展览会,可以迅速全面地了解市场行情,试销新产品、推广品牌,与海外买家直接接触,从而达到了解行业发展趋势、推销产品、占领市场的目的。

据了解,国家纺织产品开发基地目前正在通过不断地要求和帮助其合作企业提升品牌形象,展示

中国企业的科技意识和其他附加值。在潜移默化的影响和企业不断的成长演变中,很多纺织品服装企业已经改变了“海外参展只为订单”这一传统观念。企业开始对参加海外专业展览的核心价值和意义所在进行深入思考,因为如果只将参展停留在接订单的老路上,这只能使企业的创新能力和竞争力日趋降低。利用国际展来拓展品牌,需要不急不躁的平常心和持续坚韧的意志力,提高企业综合竞争力,实现可持续发展。

不少曾经参展和新参加进来的企业将参加今年6月在美国纽约贾维斯展览馆举办的中国纺织品服装贸易展。有理由相信,这些有信心、有战略眼光、有实力的企业将会获得更多的机会。

全球性的金融危机使我国纺织服装业受到了前所未有的巨大冲击,来自我国出口三大市场之一美国的订单,不仅数量大幅萎缩,而且企业接单的利润空间也进一步受到挤压。企业家们一方面高度关注当前国际市场的走势,另一方面,他们也在努力使企业在优胜劣汰的市场洗牌中向较高层次提升,逐渐脱离低档次的恶性竞争。通过纽约展的商贸平台,以提高质量和调整产品结构来适应新的市场需求,赢得更广阔的市场商机。

信心源于实力。金融风暴终归会过去,但美国市场对于我国纺织服装产业来说却是永恒的。

8月针博会打造“信心之展”



自2007年第一届中国国际针织博览会在上海以“四新”主题亮相,至今已成功举办了两届,精品展的赞誉一直与针博会相伴相随。我国针织行业近年来的迅猛发展,特别是自2006年我国针织服装出口首次超过梭织服装,并连续数年保持增长态势,都没有给追求精品、求真务实的针博会主办方带来任何浮躁。中国纺织工业协会副秘书长、

中国针织工业协会理事长杨世滨作为展会主办方代表之一,日前向媒体表示,计划用3年时间夯实中国国际针织博会基础,为该展今后的成长与壮大创造有利条件。

首届的“四新”主题,第二届突出的产业链概念,面积由5000平方米增至1万平方米,针博会以后来者居上的姿态引起业界的广泛关注,并以宁缺勿滥的原则为针博会赢得赞誉。在遭受全球性金融危机冲击,各种展会均受到不同程度影响的情况下,针博会主办方仍然坚定了办好第三届针博会的信心和决心,力求将本届针博会打造成“信心之展”,为身处困难中的针织企业缓解生产与经营压力,让企业切实从展会上获得渡过当前难关的希望。

从主办方精心设计的第三届针博会的宣传海报,记者感受到了主办方对于本届展会寄予了无限的美好愿望。为了传递暖意和信心,海报整体色彩选择粉红之类的暖色调,这预示着展会将给人们战胜困难带来更多的力量。同时,动感、时尚的图形设计展示着针织永远不变的流行理念,表达了主办方对针博会突出展示功能、会集时尚潮流、反映产业优势的理想追求。

谈到本届展会各项工作的组织,杨世滨胸有成竹地说,中国针织工业协会和中国贸促会纺织行业分会作为会议主办方,已专门成立了展会组织机构,由专人负责各项组织、招展和宣传工作,从组织制度上使本届展会顺利进行获得有力保障。杨世滨告诉记者,今年针博会在突出海外参展和采购的同时,更加强调了产业链的整体概念,更加突出针织上下游产业紧密相连的整体优势。杨世滨分析认为,今年上半年受金融危机影响,展会采购会呈现下降趋势,而下半年,采购商热情会逐渐回升。因此,主办方从现在开始就下大力气做好采购商的组织工作,计划组织300人强大阵容的针博会采购团,争取组织数十家欧洲专业采购商前来采购,进一步提升展会的展示与交易功能。

今年针博会以内衣产品的展示为主,由保暖内衣到家居服、文胸等,同时突出针织服装外衣化趋势,展示优秀的T恤、晚礼服及婚纱等特点和流行趋势。另外,本届针博会坚持加强思想性的原则,决定在展会期间举办大型论坛。今年主要议题将锁定如何应对全球金融危机对产业发展的深度影响,启迪思维,开拓思路,为企业战胜危机指点迷津。

对于在今年严峻形势下第三届针博会是否继续坚持精品战略,杨世滨表示,一如既往追求精品,注重展会品质,轻装修、重产品、降成本。基于当前比较严峻的经济形势,为了有效保证展会质量,今年针博会不准备扩大展会面积。在保证去年展会面积的基础上,主办方将集中精力为提高展会品质和品位做更多努力。在今年特殊的背景下,我们全力打造精品展的同时,更希望打造一个充满活力的“信心之展”。

第三届中国纺织品服装贸易展览会

(巴黎)九月开展



由中国纺织工业协会主办,中国贸促会纺织行业分会、中国服装协会和法兰克福展览有限公司承办的“2009中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)”

展将于9月14日至17日在法国巴黎与久负盛名的Texworld面料展携手在Parc des Expositions at Paris Le Bourget举办,展出面积为6,000平方米,展期4天。

海关总署新近发布的一组外贸进出口统计数据,进一步印证了中国国际贸促会纺织分会副会长徐迎新认为出口企业应坚守欧美市场的判断,同时也坚定了今年9月14日-17日在法国巴黎举办的第三届“中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)”充分

利用与业界最具影响力的Texworld展览会同期同地举行的观众资源优势,通过产业链上下游的跨国整合功能,帮助企业在经济寒冬中守住开拓欧洲市场渠道命脉的责任与信念。

海关统计数据显示,今年前2个月,我国与欧盟、美国、日本等前3大贸易伙伴的贸易表现均优于同期我国对外贸易总体水平。其中欧盟仍然是我国第一大贸易伙伴,中欧双边贸易总额487.8亿美元,下降20.2%,降幅低于我国对外贸易总体降幅7个百分点。

“我国纺织服装产品的主要出口市场是美国、欧洲、日本。无论金融危机的影响有多大,市场主体的格局在短期内都不可能改变。”徐迎新再次强调。他认为,今年国外市场肯定是萎缩的,然而对于有实力的企业,资本运作、整合渠道的机遇随时存在。那些基本面较好、暂时遇到经营困难、仍然希望保住国际市场份额的企业,今年如何借助展会把握渠道机会,对企业的长远利益十分重要。

刚刚结束的美国面料展的参展情况证实了市场对此的普遍预计。展会吸引了很多买家前来洽谈采购,展商纯度提高,买家数量不减,这意味着更多的市场机会。而今年9月将举行的第三届“中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)”展,显然在高质量观众资源方面更具优势。

Texworld面料展是业界最具影响力和最值得参加的面料展览会之一。2007年该展会展商数达到830家,来自近百个国家的近2万名专业观众和买家到场参观。观众主要是制造商、贸易商、批发商、零售商、代理商、设计师、采购商和百货商店等。这些专业观众和买家大部分是具有决策权定期参观Texworld面料展的高质量观众。他们参观展会有明确的目的和针对性,不仅寻求具有最佳性价比的产品,而且偏好有原创性和独具特色的产品,因此每个展商都能更加深入地了解欧洲的市场和需求,从而更加精准地满足客户的需要。

与 Texworld 面料展同期同地举办,使“中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)”获得较高的起点。通过产业链上下游参展商和贸易观众资源的衔接,充分发挥了专业贸易展览会窗口、平台和纽带的作用。这种立足行业、服务行业的办展理念,使得“中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)”已经成为引导和帮助企业主动适应欧洲市场,渡过经济寒冬的一个重要渠道。往届展览会的统计数据显示,“中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)”展会到场的专业贸易观众数量和质量在同类型的展览会中均为翘楚。

据徐迎新介绍,在引荐 Texworld 面料展高质量观众群体的基础上,展会主办方还将充分利用容纳 67 万条信息的数据库资源,对目标观众进行直接邮寄邀请函。将连续多次参展的观众直接升级为 VIP,所有手续展前办妥,省去展会当天的登录程序。同时对 3000 多位 VIP 观众直接电话邀请。此外,手机、电子邮件等信息化手段将被用来及时向外界公布招展进程、新产品及新技术推介等。

即便展会主办方做了多方努力,处于金融风暴中心的欧美市场持续低迷,使得企业报名参展的意愿显得有些犹豫不决。对于参展商心态的变化,徐迎新认为,这其实是一个长远发展和短期利益如何平衡的问题。“出国参展是肯定要付出一些成本的,但从开拓国际市场的远景来看,这个成本并不高。一旦拿到订单,这笔支出在企业实际收益中的占比很小。”他说,在市场情况不好的时候,企业以什么样的态度来对待,其实更为重要。如果只聚焦眼前利益而选择退出,反而会把属于自己的渠道优势拱手让人,眼下最关键的是守住渠道命脉。而选择“中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)”展览会来开拓欧洲市场,是值得企业坚持的一项延续性策略。

作为“中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)”展览会姊妹展的“中国纺织品服装贸易展(纽约)

已经在美国纽约举办了九届,尽管美国的市场情况比较欧洲市场更为严峻,目前第十届展览会参展商的报名情况已经达到了去年规模,充分反映了行业在国家一系列宏观利好政策的鼓励和引导下,立意长远,迎难而上的信心和勇气。

CITME 与 ITMA ASIA 展览会再度

联袂,2010 年上海举办



继 2008 年中国国际纺织机械展览会 (CITME) 与 ITMA 亚洲展览会 (ITMA ASIA) 首次合作,共同成功打造了一个全球纺机的盛会之后,展会主办方近日宣布,两大展会将再度联袂,于 2010 年 6 月 22 日~26 日在上海新国际博览中心举行。ITMA ASIA + CITME 2010 在中国纺织工业实施调整振兴规划的关键时期,以更为默契的合作,为全球纺织机械制造企业搭建一个把握新机遇、应对新挑战的平台,推动我国纺织工业的技术升级。

于 2008 年首次联合的 ITMA ASIA+CITME 2008 展览会,被业界公认为亚洲地区规模最大、参展企业最多、专业观众最多、技术水平最高、专业性最强的国际性纺织机械展览会。中国纺织机械器材工业协会,欧洲纺织机械制造商委员会及其成员国协会(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、德国纺机协会),以及美国纺机协会,日本纺机协会,韩国纺机协会,中国台湾机器工业同业公会等全球各主要纺织机械协会均郑重声明:中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会是他们在中国唯一鼎力支持的展会。

据展会主办方介绍,2010 年正值我国纺织工业及装备制造业实施 3 年调整振兴规划的关键时期。在经历金融危机的冲击、行业调整的洗礼后,国

国纺织工业进入淘汰落后产能、加快设备更新的快车道。纺织工业的技术升级将为我国纺机制造企业带来新一轮的发展机遇,同时将中国纺机市场再次推向世界纺机制造商关注的制高点。

中国纺机市场的巨大潜力不仅促成了 ITMA ASIA 与 CITME 的再次携手,而且调整振兴规划中提出的重点支持纺纱织造、印染、化纤等行业技术进步,推进高新技术纤维产业化,以及促进产业用纺织品应用等一揽子拉动纺机市场需求的计划,更加坚定了海外纺机制造商在世界经济寒冬中对中国市场的信心。

ITMA ASIA + CITME 2010 展览会将由中国纺织机械器材工业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国国际展览中心集团公司、欧洲纺织机械制造商委员会主办,北京泰格斯特国际展览展示有限公司承办,新加坡 MP International 有限公司协办。目前,ITMA ASIA + CITME 2010 展览会的各项筹备工作已经开始启动。

ITMA ASIA + CITME 2010

开创品牌展会新时代

CITME+ITMAASIA 合并后的展览会架构,充分体现了全球纺织机械制造业和用户的利益。两个知名展览品牌的融合把中国巨大的纺机市场容量和全球纺机业界的利益有效地统一起来,充分发挥了互补作用,这种融合满足了发达国家纺织机械行业和中国纺织行业的市场需求,也满足了中国纺织机械行业产业和用户的利益。

近日,组委会发布了 ITMA ASIA + CITME 2010 展览会通则,对展览会的组织机构、登记报名及接受全部参展规则、展品准入以及商标与知识产权保护等 25 大项做出了非常详尽的规定,显示了 ITMA ASIA + CITME 品牌展会组展的严密性、组织性和

科学管理性,表明了 ITMA 和 ITMAASIA 展览会的领先办展理念,不但为参展商提供了标准统一的专业化服务,也极大地方便了专业观众的参观活动,从而促进了参展商之间的交流与竞争,为合并后的展览会的继续有效运作带来巨大的品牌附加效益。

专业贸易展览会是经济全球化的产物和手段之一,CITME 和 ITMA ASIA 两个品牌展览会的合并更好地联通了上下游产业链和市场,进一步加快了纺机制造业的全球化步伐和产业分工,使得参展商、专业观众、主办单位各方在行业利益这个大前提下受益,实现了价值的良性循环。有理由相信,通过展览会中外合作方的精诚合作,ITMAASIA + CITME 这个新品牌还将获得新的内涵和更大的市场知名度,对促进知名品牌展览会的强强合作,优化资源配置起到积极的作用。



背景资料:

" 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会 " 由 " 中国国际纺织机械展览会 " 和 "ITMA ASIA" 联合而成。是中国、欧洲各国及日本等全球最重要纺织机械行业协会为了维护全世界纺织机械制造厂商和纺织行业客户的利益,为提高纺织机械类展览会的质量而采取的联合行动。

"2010 年中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会 " (ITMA ASIA + CITME 2010) 将继续秉承为全球纺织机械制造厂商和纺织行业客户提供优质服务理念,借助 " 中国国际纺织机械展览会 " (CITME) 和 "ITMA 亚洲展览会 " (ITMA ASIA) 两大世界著名国际纺机展强强联手的合力,打造一个纺织机械制造企业 与 纺织业界专业人士共同交流的平台。