

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织经贸

8

2018

总第281期



中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 主办
中国国际商会纺织行业商会

月刊

特别报道

美好生活需要、市场信心、行业新发展都在这里体现
——2018中国国际家用纺织品及辅料(秋冬)博览会圆满结束

行业动态

- ★2018中纺联年中工作会议: 务实探讨行业工作新发展
- ★纺织行业形势: 上半年"稳", 下半年"变"
- ★互联网时代: 电商不会替代传统门店 窗帘成品化必成趋势

走出去

- ★中纺联代表团赴中亚进行投资调研

国际市场

- ★2018欧洲纺织服装市场介绍

政策法规

- ★国务院进一步推进缓解小微企业融资政策落地

- ★新版中国原产地证书启用

展会专题

- ★2018intertextile秋冬面辅料展: 一大波高科技面料扑面而来
- ★2018PHVALUE针织展: 科技与针织融合成为趋势
- ★备战纺机展 ITMA ASIA+CITME 2018展前说明会举行
- ★2018yarnexpo秋冬纱线展的科技、时尚担当: 功能性纤维和花式纱



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目 录

- 行业动态 05 | 2018中纺联年中工作会议：务实探讨行业工作新发展
09 | 纺织行业形势：上半年“稳”，下半年“变”
11 | 互联网时代：电商不会替代传统门店 窗帘成品化必
成趋势
-
- 走出去 12 | 中纺联代表团赴中亚进行投资调研
-
- 国际市场 15 | 2018欧洲纺织服装市场介绍
-
- 政策法规 18 | 国务院进一步推进缓解小微企业融资政策落地
25 | 新版中国原产地证书启用
-
- 展会专题 19 | 2018intertextile秋冬面辅料展：一大波高科技面料扑
面而来
21 | 2018PHVALUE针织展：科技与针织融合成为趋势
22 | 备战纺机展 ITMA ASIA+CITME 2018展前说明会
举行
23 | 2018yarnexpo秋冬纱线展的科技、时尚担当：功能
性纤维和花式纱
-

纺织贸促

主管：中国纺织工业联合会
主办：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
内部刊物 准印刊号：CTN2012-011

刊头题字：杜钰洲

顾问：王天凯 许坤元 张延恺
陈伟康 徐晋昶 富荣沛

编辑委员会：徐迎新 杨兆华 林云峰
梁鹏程

主 编：梁鹏程

执行主编：林学森

副 主 编：孙 凌

地址：北京市朝阳区朝阳门北大街18号

邮编：100020

电话：(010) 85229397

E-mail: sunling@ccpittex.com

网 址: www.ccpittex.com

美好生活需要、市场信心、行业新发展都在这里体现 2018中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会圆满结束

8月30日，为期4天的2018中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会于国家会展中心（上海）圆满落幕。本届展会以窗帘布、沙发布等装饰布艺为主，以遮阳窗饰、墙纸壁布、家纺辅料、地毯、饰品、皮革等多类别为辅，1500多家国内外家纺企业在17万平方米的展会现场上充分展示了他们的新产品、新形象、新营销模式，诠释了与人们美好生活息息相关的“大家居”内涵。

展会现场的人潮攒动，展位上一波接一波的洽谈、剪样客户，“跨界、无界、智·生活、未有之事”等活动现场的认真聆听和积极互动，美不胜收的各静态展示区……无不传递出人们对美好生活的向往带来的市场信心和行业发展新趋势。

强风知劲草。在当前国际贸易环境复杂多变、不确定性增加，国内经济由高速增长向高质量发展形势下，新发展是硬道理。在展会现场，看到了家纺行业上下追求新发展的努力。

本文通过梳理展会现场报道，从展商、观众和活动三方面予以分享。

产品篇——

“科技进步、成本控制、品牌打造、绿色环保、时尚设计”成为本届展会的代表关键词。具有定制特点、差异化、智能化的产品随处可见，而最能冲击观众眼球的无疑是展会的高颜值。

缤纷展会色彩绽放。粉、橙、黄、绿、蓝、紫、马卡龙色、莫兰迪色、包括近期大热的延禧色系都绽放在整个展会中，很多观众表示，每年参观家纺展后，都有将家中窗帘沙发换掉的冲动。

万千元素精彩齐聚，从清新自然到中式古韵，从繁花簇到萌物集结，各种元素都被应用在了布艺产品上，迎合着时下消费者的万千诉求，艳丽着、淡雅着、复杂着、简约着……

整体家居完美呈现。为了体现出整体家居效果，很多品牌都会搭配家饰产品，与布艺一同展示，这些精美的家居饰品能够起到画龙点睛的作用，也为观众呈现出整体家居装饰效果。

品类齐全包罗万象。家纺展虽然布艺唱主角，但辅料、地毯、遮阳、皮革等展品的展示，让家纺展所提倡的大家居概念更加深入人心。

精美辅料，个性点睛；

舒适地毯，私享体验；

皮革制品，工艺创新；

遮阳窗饰，智能领衔。

买家篇——

展会吸引了来自中国、阿富汗、澳大利亚、比利时、丹麦、法国、德国、印度、以色列、意大利、日本、韩国、波兰、瑞士、土耳其、美国、英国等近百个国家和地区的专业观众，盛况空前。

来自俄罗斯的美女买家团、乌兹别克斯坦中亚买家团、阿尔及利亚北非买家团、韩国“阿加西”买家团成为展会中靓丽的风景；来

自国内各地的家纺城负责人齐聚展会；室内设计师组成的参观团与多家家纺展商接洽、畅谈……这些来自全球的专业观众、买手、买家团，齐聚家纺展，为行业呈现了一场合作共赢的大家居商贸盛宴。

活动篇——

作为家居文化、前沿趋势的信息传递平台，家纺展举办的多场精彩活动获得了众多观众的赞誉，自带流量的各界大咖，也让本届展会活动的影响更加深远。

1. 安德马丁国际室内设计峰会

峰会以“视角”为主题，由“视角”主题论坛，“无界之合”跨界家居艺术展共同组成。黄全、刘建辉、郑仕樑、曾建龙、潘冉、孟也、关天颀、琺宾、Julia Begbie等众多国内外顶尖设计师、建筑师、艺术家从多元的领域和角度，展开一系列沟通交流。

2. “无界之合”跨界家居艺术展

此次展览邀请 Andrew Martin 大奖入选设计师、空间进化创始人关天颀先生策展，展览继续以“无界”的理念，汇集了来自室内、建筑、服装、艺术等行业的优秀作品，通过具象的家居陈设，展示了设计师们跨界设计的才能和创造力。

3. 中国国际纤维艺术展

通过废旧利用、艺术结合、文化交融、矛盾冲击等多种跨界展现方式，对纺织纤维材料与其他材料的跨界延伸有了不同角度的理解。

4. 未有之事

云集了室内设计界、音乐界、美食界、时尚圈和家电行业的男神女神--内建筑设计事务所合伙人孙云、艺术家、音乐人潘小姐、“好酒好菜”创办人蔡昊、夏姿·陈市场传讯总监张念、海尔洗护产业副总经理丁来国先生、清华大学时尚教育顾问曹涤非先生共同讨论“未来

生活方式改变”。这么有颜值和有才华的活动吸引了众多观众和展商前来聆听。

5. 2019 Intertextile 国际时尚家居流行趋势

“关爱未来”、“疯狂未来”和“灵性未来”——跟随 Nelly Rodi 创意总监 Vincent Grégoire 先生在流行趋势展示区，边走边听，将趋势一手掌握！对于 Vincent 先生本人来说，他偏爱三个方向中的“疯狂未来”，因为这个系列体现了东西方文化的融合，领悟设计以外的东西。

6. 跨界大家居·家纺&家具top配对

家纺展已经成为家具企业优选面料的重要平台，本次活动让家具与家纺的合作更进一步，圣菲丹、真北、和心、海聆梦、柯力达、玛雅、巴贝、美梅德、金佰利、致居软装等企业负责人进行了精彩的演讲，顾家家居、左右家私、斯可馨家具、爱依瑞斯家居、晚安家居等重量级家具企业负责人也纷纷表达了与布艺企业进一步合作的愿望。

7. 智·生活·未来主题论坛

行业大咖汇聚于此，共话“互联网时代窗帘成品化与窗饰遮阳成品的发展之路”，热议窗帘布艺行业的未来走势。

8. 商用/工装订制纺织品论坛

展会第一次以360°全方位的角度向观众介绍了“什么是商用/工装订制纺织品”。由“目心设计研究室”的两位年轻建筑师孙浩晨、张雷共同打造的“商用/工装订制与功能性家纺材料展示区”也吸引了大批观众驻足。

9. 家纺家饰柔性供应链与数码印花论坛

互联网技术带来的革新深刻地影响了人类衣食住行，本次论坛邀请了整个产业中的平台商、设备商、加工厂中的优秀代表现场演讲，与现场观众共同探讨行业未来发展趋势。本次数码印花微工厂，让大型机器在展会现场运转

起来，让观众体验了设计-预定-打印-剪裁-缝制的全过程。

聆听篇——

家纺展历来是全球展商发布新品的策源地，四天展期让展商们收获满满，让我们一起来聆听展商的声音。

家纺展这个平台非常好，我们已经连续第15次参展了。通过展会也能让更多的客户了解到我们在做什么，特点是什么，能解决客户什么问题。我们应该有超过半数的客户是通过家纺展认识的。——巴贝

华尔泰作为最早参加上海家纺展的企业之一，从挂几块布样到如今的整体空间展示，从单纯的接订单到如今的做品牌。家纺展带给企业的不仅仅是订单和品牌的知名度，更是提供了一个足够高度的舞台！——华尔泰

家纺展让参展商给顾客带去当季的流行趋势。参加展会是一个很好的平台，提升了品牌在业界的知名度，让业界人士对品牌有一个更好、更全面、更透彻的认识。——迪家

家纺展汇集了来自世界各地的客户，使我们获得更多关于市场流行趋势的资讯，了解不同层次客户需求变化的方向。并希望能与更多对设计、对产品有着同样想法和追求的客户合作。——东立

我们非常感谢也非常重视家纺展。她已成为我们与客户交流最直接平台，每年都有大量的新老客户在家纺展上与我们沟通对话，这对我们的发展升级、方向把控、市场分析起到了重要作用。——和心

这次参展效果出乎意料的好，本来只是想打响品牌，彰显形象，增强一下影响力，但没想到有更进一步实质性的收获，有点后悔来展会来晚了！——海聆梦

作为时尚家居设计的前沿阵地，每届家纺展都吸引了大批设计师到场，这些引领家居时

尚的设计师们又是如何评价展会的呢？

设计师声音——

关天硕--“无界之合”跨界家居艺术展策展人、设计师

选择在家纺展上开展，希望把这种“大家居”融合的理念带到1500余家展商中来，从而融入到市场中去。在全球范围内让文化与艺术交流与碰撞，而不只是单纯的售卖一件件家具产品。

刘建辉--矩阵纵横合伙人、设计师

这个展会我是第一次来，但是公司的团队每年必来参加，从这个展会上集中了很多本土优秀企业，能获得很多信息。

黄全--G-ART集艾设计总经理兼设计总监

身处本届家纺展之中，我发现展会上的产品不论是从材质还是设计上的创新与过去相比得到了极大丰富与多样性。

谢斌--龙柏（北京）国际陈设艺术顾问有限公司创始人

家纺展越来越国际化，在提升国民审美方面做出了自己的贡献。

李君岩--郑州青草地设计有限公司创意总监

每年我们都会参加家纺展，展会的时尚资讯能够满足我们的需求，甚至有时是超前的。

家纺展虽已落幕，但设计当道、大家居凸显、模式创新不断、由卖布转而卖“生活方式”、跨界合作、互联网+家纺……

在四天的家纺展中得到了充分的展现。更让我们看到了美好生活需要和行业新发展带来的市场信心。

2018中纺联年中工作会议：务实探讨行业工作新发展

8月6日，中国纺织工业联合会2018年中工作会议在北京召开，中纺联领导、专家咨询委员会委员、各专业协会负责人、各部门负责人等250余人参加会议。

此次会议是在行业贯彻党的十九大精神，纪念改革开放40周年的形势下召开的。前不久召开的中央政治局会议，分析研究了当前经济形势，部署下半年经济工作，也为行业工作指明了方向。

在去年的行业工作总结会上，中纺联提出了今年12项重点工作。半年来，中纺联各部门以高度责任感，瞄准强国目标，以科技、时尚、绿色为新定位，践行行业高质量发展，在行业工作中做出了成绩。

此次会议形式新颖，中纺联8位副会长以及党委副书记、纪委书记分别就分管的工作作了主题发言。之后，中纺联会长孙瑞哲作中纺联工作报告，中纺联党委书记高勇作总结发言。会议由中纺联党委副书记兼常务副秘书长陈伟康主持。

中纺联副会长孙淮滨以《高质量发展背景下行业规划及产经研究环境资源、质量和非遗等工作推进》为题总结汇报了中国纺织工业联合会、产业部、经研中心等的相关工作和下一步计划。十九大将高质量发展作为中国经济工作的发展战略，中央经济工作会议也将高质量发展作为经济发展的主方向、主旋律。现阶段，各行各业都在探索如何将具体工作与高质量发展相结合。在此共识和背景下，孙淮滨具体介绍了中纺联的三项重点工作及产业部、经研中心等相关部门的工作。三项重点工作包括：

第一项是纺织强国建设纲要的修订工作。制订《进一步推进建设纺织强国纲要实施的指导意见》，指导意见包括推进纺织强国实施以来具体情况的回顾与总结；新形势下纺织服装行业如何抓住机遇和迎接挑战；将科技、时

尚、绿色作为指导思想并融入其中；科技、品牌、人才、可持续发展；各部门协调配合，按时完成任务。

第二项是十三五规划的中期评估。化纤、产业用相关规划的评估工作；明确评估内容，十三五规划实施以来的具体情况；目标任务的执行情况；结合新形势、新判断做出新分析和调整；了解各部门评估进度和安排，并进行汇总，形成报告并以报告中的具体内容进行调整，进一步推进十三五规划的顺利实施。

第三项是纪念改革开放四十年的活动。回顾改革开放四十周年纺织工业发生的变化，梳理取得的成就，开展座谈会、宣传活动、纪念大会等。

中纺联副会长杨兆华在《深化交流与合作，推动家纺、麻纺、丝绸、品牌工作高质量发展》报告中说，“不平衡不充分的发展”在中国纺织工业的体现，是当前行业发展需要突破的瓶颈。上半年麻纺、丝绸、家纺协会和品牌办的工作围绕这个重点，做出了有益的尝试，为行业高质量发展作出了贡献。

杨兆华从标准先行，夯实高质量发展基础；展会平台，助推产业与消费升级；文化与品牌，助推行业核心竞争力；交流与合作，促进行业结构性调整四个方面对上半年主要工作进行了汇报和总结。

最后，杨兆华表示，品牌办下半年将围绕“重点跟踪培育品牌企业”工作进一步推进和落实；还将积极开展服装家纺区域品牌的试点工作，加大终端品牌、制造品牌、区域品牌方面的工作。

中纺联副会长端小平在《产融合作，降本增效》中重点汇报了产融结合方面的工作。他说，前期工作正式对外发布了《纺织行业产融结合三年行动计划》、《关于培育2018—2019年纺织行业重点拟上市企业的通知》和《关于征集2018-2019年纺织行业创新型孵化项目融资需

求的通知》，各专业协会和相关单位积极组织转发，具体推动落实，现已收集了相关企业的申报信息。中纺联把产融合作纳入重点工作，将《纺织行业产融结合三年行动计划》及重点推荐领域和企业上报至工信部、发改委和证监会。

针对下一步工作，端小平说，第一要协调行业协会和专业机构，完成项目信息的收集整理，建立企业数据库，并进行梳理、分类和评估。筛选发布“2018—2019年纺织行业重点拟上市培育企业名单”及“创新型孵化项目”，全面系统做好针对性服务。第二组织协调好工信部等部门对纺织工业重点企业的联合调查，与工信部、证监会等部门建立长效沟通机制，以政策指导为引领，行业服务为基础，共同搭建产融服务平台，实现政府和产业精准服务的高效融合。第三是组织召开“纺织创新型化项目资本市场对接会”，加强与优质金融机构、产业资本、券商、会所、律所建立战略合作，配合行业产融工作的开展。

中纺联副会长李陵申在《纺织军民融合，促进行业高质量发展》的报告中详细介绍了其分管部门上半年重点工作小结、国家军民融合发展的总体要求、我国国防军用纺织品主要类别、现阶段纺织军民融合工作情况以及下阶段纺织军民融合工作重点。

会上，李陵申对科技发展部、工程学会、产业用协会、印染协会2018年上半年主要工作进行了简要说明；重点介绍了我国国防军用纺织品主要类别，指出了中国军服的发展方向，总结了军用纺织品生产的特点及资质要求；梳理了军民融合发展的基本情况。李陵申指出，下阶段纺织军民融合工作重点包括以下八点：

一是制定《中国纺织行业军民融合发展指导意见》，深化军民融合在重点领域、重点产品的开发应用；二是开展军民融合发展需求对接，优化军民融合发展需求生成和对接机制，完善需求发布、产品推介；三是强化标准化军民融合和计量军民融合工作，将适用于军口的民用标准纳入国家军用标准体系；四是在行业内开展军民融合试点示范工程、精品工程、龙

头工程；五是加强军品科研生产领域“民参军”指导，积极探索创新、主动发现和主动推送机制；六是推进国防动员体系，应急体系有机衔接，协同军地应急产业发展以及开放共享相关科技成果；七是鼓励高等院校、科研院所军民融合科技创新的基础研究，推进军民科技基础要素融合；八是继续组织召开军民融合对接会议，适时开展军民融合发展评估，促进行业的高质量发展。

中纺联副会长陈大鹏以《高质量发展背景下的产业软实力打造》介绍了8个部门上半年的工作情况。

陈大鹏结合生产力促进部、社会责任办、服装协会、设计师协会、流行色协会、纺织信息中心、产品开发中心、检测中心等8个部门的工作职能与定位，对各单位在联合会在年初提出的高质量发展方面所做出的努力进行了总结。

他说，8个部门的工作分别围绕色彩、流行趋势、产品开发、设计创意、质量管理、社会责任、品牌建设等方面展开工作，构成了产业软实力链。这些工作为提升产业话语权、价值创造力以品牌影响力起到了重要作用，进一步推进了强国建设的步伐。特别是为产业的高质量发展注入了活力、创新力和竞争力，他表示，行业软实力链的提升，需要产业各领域上下游的合作、协同，希望今后能够有更紧密的联动。

会上，他还对关于推进“推进工业文化发展试点工作”的初步方案进行了介绍。

他说，在着力推动制造强国和网络强国战略的关键时期，既需要技术发展的刚性推动，也需要文化力量的柔性支撑。我们的发展目标是力争5-10年时间，实现阶段性细化目标，涌现一批体现时代精神的大国工匠和优秀企业，形成一批具有国际影响力的纺织服装品牌和区域品牌，构建一批国家级纺织工业设计中心，形成一批具有较大规模、较强影响力的品牌服务机构与服务平台，打造一批博览会、国际时装周、设计大赛等高端活动和纺织工业创意园

及工业文化特色小镇。

中纺联副会长徐迎新从构建高质量发展的全球展会网络平台和构建行业“一带一路”服务体系两个方面作了《努力构建展会网络平台和“一带一路”服务体系》的发言。

他介绍称，上半年，贸促会纺织行业分会国内总展览面积达403200平方米，参展商数量有6368家，到场观众247488人次，海外展自办面积13206平方米，参展商数量1187家；组织参展净面积9500平方米，参展商数量600多家。

上半年，贸促会全力打造行业展会“两个平台一个网络”体系，两个平台分别是高质量发展的国际一流的商贸平台、“科技时尚绿色品牌”的呈现与赋能平台；一个网络是纤维时尚产业的全球展会网络。

同时，他还在会上介绍了上半年贸促办、外事办在“一带一路”服务、贸易摩擦应对与贸易政策建言以及行业外事等方面所做的工作。

中纺联纪委书记王久新在《发挥监督职责，做好保障工作》的报告中阐释了纪委的监督职责，他表示，纪委是党内专责监督的机构，职能是监督、执纪、问责，在按照党章的规定从严治党、加强党内廉洁建设、反腐败斗争方面负主要责任。

随后，他从监督的职能、形式、实施、核实等方面介绍了纪委工作的重点内容；并介绍了人才建设、干部管理工作的重点政策。未来，将继续接受巡视“回头看”的监督，加大监管检查力度，做到不以权势大而破规，不以问题小而姑息，不以违规者众而放任，做好相关工作。

中纺联党委副书记陈伟康在会上作了《努力提升党建工作和内部管理服务工作质量，促进联合会有序健康发展》的发言。

他从联合会党建工作以及加强内部建设工作的思考和工作要求等方面进行了介绍。

党建工作方面，中纺联坚决贯彻党委对党建工作的要求，坚持立足中纺联发展和党建实际，制定了《中纺联党委2018年党建工作要点》；组织完成2017年度民主生活会；完成了2017年度基层党组织书记抓党建述职评议考核等各项工作。他谈到，上半年中纺联的基层党组织除了完成党委布置的各项任务外，也根据自己的情况开展许多活动。

今后还要提升服务意识、服务精神；要不断提高工作的能力和水平；思想上要有强的责任心、高的思想境界和全局观；要重视和做好方方面面的团结协作工作。

中纺联副会长夏令敏在题为《工业互联网与产业精准扶贫、区域协同发展》的发言中介绍了产业精准扶贫工作通过发展产业，促进贫困地区经济发展，实现贫困户脱贫，具有脱贫速度快、效率高和可持续的特点，并指出了产业脱贫的目标；介绍了纺织产业扶贫取得的成果、面临的问题以及下一步工作重点。

区域协同发展方面纺织产业集群在东部沿海地区高度集中，江、浙、鲁、粤、闽五省是纺织生产主体区域；因此推进区域合作与高质量发展要提升新高度，一是要培育若干世界级纺织先进制造业集群；二是培育一大批智慧产业区；三是培育特色品牌园区；四是培育绿色产业园区。随后，介绍了工业互联网、纺织行业互联网的概念、内容、发展情况、存在问题以及推进措施，并指出了纺织行业加速发展工业互联网的总体思路。

中纺联副会长杨纪朝在会上作了《提升软实力 重视基础建设 促进高质量发展》的发言。

软实力与硬实力的结合发挥的作用是倍数关系。

纺织软实力的内容非常丰富，中纺联与中国财贸轻纺烟草工会共同开展了以下工作：一是弘扬劳模精神、工匠精神，发挥明星作用和岗位先锋作用；二是加强班组建设；三是落实中央关于构建和谐劳动关系的意见；四是开展了诚信文化企业带头人；五是抓企业党建工作。

毛纺协会为促进毛纺企业技术进步和创新能力的快速提高，推动企业加大科技投入，制定了《毛纺行业特色产品研发中心管理办法》等工作。

针织协会主要针对近年来成本上升，开展了抓技术创新、质量；抓功能性产品趋势的开发，支持并推广行业涌现的科技含量高、市场前景好的功能性针织产品；开展针织用纱产品质量提升活动；开展新产品、新技术推广应用；举办全国针织设计工艺培训班等众多活动。

中纺联会长孙瑞哲在题为《聚焦高质量发展，扎实推进行业服务工作》的工作报告中指出，行业在稳定发展的同时，新动能快速增长、结构持续优化，呈现出一些新的现象，归纳起来有三大变化。

一是价值逻辑之变，制造价值正在被重新认知，“微笑曲线”的逻辑判断需要重新审视；绿色正在成为价值来源，绿色发展的形态正在从责任向价值转变；服务正在重塑行业供给边界，以产品供给为基础，服务正在以更加多元的内容与形态加入行业价值链。

二是市场主体之变，城乡结构变化，布局需因“地”制宜，城乡消费方面，农村表现出了更加强劲的增长势头；人口结构变化，定位要因“人”而异，中国主力消费人群正呈现年轻化趋势。

三是渠道结构之变，内容经济，成为流量新入口，消费者购物行为正在与娱乐、模仿、炫耀等多重因素结合在一起，优质内容已成为吸引消费者的重要因素；增长黑客成为成长新赛道，采用增长黑客模式，借势社交网络完成产品推广正成为渠道建设新选择；渠道融合，成为体验新来源，渠道融合已成为提升消费体验的重要来源，这种融合不只是线上线下，也包括线上平台之间融合、不同模式之间融合。

在分析了当前行业的形势后，孙瑞哲提出中纺联的高质量发展体现在四个维度：一是格局与定位；二是规则与秩序；三是平台与专

业；四是进化与创新。

孙瑞哲明确了2018年下半年中纺联工作的五大基本方向：

聚焦行业健康与稳定、增强创新力与关注基础设施建设领域的补短板、深化行业产融合作工作、研究用好重大改革开放的举措与政策、关注产业安全与不断深化社会责任工作。

面临当前新形势与新要求，孙瑞哲表示，下半年要抓住主要矛盾，坚持稳中求进工作总基调，扎实细致做好行业服务工作。围绕产融合作、工业文化、军民融合、工业互联网、“一带一路”、污染防治和精准扶贫等重点领域，推进行业工作。围绕中纺联高质量发展要求，推进机构建设。要做事，还要做势；要有序，还要有机；要定力，还要活力。

孙瑞哲最后表示，大变革有大机遇。行业发展形势逼人，挑战逼人，使命逼人。让我们“择高处立，就平处坐，向宽处行”，以战略眼光、平和心态、多元路径，扎实推进高质量发展，共创行业美好明天。

中纺联党委书记高勇在会议总结中说，本次年中工作会由联合会领导班子成员就自己分管的工作进行总结和梳理，对分管行业和领域发展做出了判断，为今后各部门工作树立了典范。

孙瑞哲的工作报告对下半年的工作提出了方向和要求。各位领导提出的产融结合、军民融合、精准扶贫、工业文化等都是联合会工作的新抓手。

中纺联的立会之本就是推动纺织强国建设，今后还要巩固强国地位，同时还要扩大联合会在行业中的影响力。联合会20年来形成了一系列工作抓手，目前在推动强国建设中，重点核心任务就是按照中央提出的供给侧结构性改革的思路，实行产业改造升级，不断优化结构。这些新工作可以完全融入到核心工作中。比如，产业结构优化向产业用纺织品倾斜，军民融合就是优化产业结构的抓手，精准扶贫是

区域结构调整的抓手，工业文化是提升行业软实力的抓手。

对于联合会内部发展，高勇提出一要加强人才培养，从今年下半年开始大部分协会即将

进入新一轮换届，要加快对70后、80后干部队伍考察、提拔和任用。二要加快对联合会相关机构的调整。三要规范联合会工作人员行为，对上一轮巡视中发现的问题要进行再梳理，加快进行整改，完善整改工作。

纺织行业形势：上半年“稳”，下半年“变”

8月7日，中国纺织工业联合会召开2018上半年纺织行业经济运行分析会，中纺联产业经济研究院介绍了上半年纺织经济运行情况及下半年走势预测，棉纺、化纤、印染、纺机、服装协会分别介绍了本行业上半年运行情况及下半年走势判断，中纺联国际贸易办公室介绍了中美贸易摩擦进展及对纺织业的影响。

2018年上半年，世界经济加快复苏，国内经济稳中向好，创造了较为良好的市场需求环境，我国纺织品服装出口和内销市场总体实现良好增长，为纺织行业保持平稳运行态势提供根本支撑。纺织行业深入推进供给侧结构性改革，高质量发展的特征较为明显，产销、效益、投资等经济指标均呈现结构性调整特征，运行质效较一季度有所改善。

行业景气稳中有升，内外销售稳定增长

内需市场增长平稳，网络渠道增速提升显著。根据国家统计局数据，上半年，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品零售额同比增长9.2%，增速较上年同期提高1.9个百分点；全国网上穿着类商品零售额同比增长24.1%，增速较上年同期提高3.3个百分点。纺织品服装国内销售增长好于上年，一方面与我国宏观经济总体稳中向好、居民收入较快增长相关，另一方面也体现出纺织行业在优化供给结构、有效满足内需方面成效显著。

行业出口总额保持增长态势，纺织品竞争力稳定。海关快报数据显示，上半年，全国纺织品服装出口总额（不含94章）为1275.2亿美元，同比增长3.2%，增速较上年同期提高1个百分点。其中，纺织品表现出稳定的国际竞

争力，出口增势良好，上半年出口额同比增长10.3%，增速高于上年同期7.2个百分点，占出口总额的比重由上年同期42.8%提高到45.7%；服装出口压力加大，出口额同比减少2%，低于上年同期3.4个百分点，所占比重由上年同期57.2%下调至54.3%。

经济效益逐步改善，运行质量稳中有进

得益于国内外市场的良好支撑作用，纺织行业效益增速呈现逐步加快走势。根据国家统计局数据，上半年，规模以上纺织企业累计实现主营业务收入29060.6亿元，同比增长4.1%，增速较今年一季度提高1个百分点；实现利润总额1360.6亿元，同比增长2.4%，增速较一季度提高6.2个百分点。化纤、纺机行业效益增速显著高于全行业平均水平，上半年化纤行业主营业务收入和利润总额分别同比增长16.3%和19.3%，纺机行业分别增长16%和19.6%。

行业运行质量总体有所提升。上半年，规模以上纺织企业销售利润率为4.7%，略低于上年同期0.1个百分点，较今年一季度提升0.2个百分点；产成品周转率为18.4次/年，同比加快2.6%；总资产周转率为1.4次/年，与上年同期基本持平；三费比例为6.9%，略高于上年同期1个百分点，较今年一季度下降0.2个百分点。

生产增速稳中趋缓，投资增速小幅回升

纺织行业开工情况基本正常，生产增速逐步放缓。根据国家统计局数据，上半年纺织业产能利用率为81.1%，较上年同期加快0.4个百分点；化纤业产能利用率为81.7%，较上年同期略放缓1.2个百分点。规模以上纺织企业工业增

增加值同比增长2.8%，增速较上年同期放缓2.5个百分点，较一季度放缓0.8个百分点；纺机行业工业增加值在各子行业中增长最快，上半年同比增长13.9%；产业链终端环节生产增速更为平稳，家纺、产业用纺织品和服装行业工业增加值同比分别增长6.2%、7.8%和4.5%。

行业投资增速环比小幅回升。根据国家统计局数据推算，上半年纺织行业固定资产投资完成额同比增长1.3%，增速虽然较上年同期放缓7.8个百分点，但结束了今年以来的负增长态势，增速较一季度回升4.6个百分点。其中，化纤业受效益提升带动，投资信心提振，上半年投资额同比增长28.2%，高于上年同期7.9个百分点，高于全行业26.9个百分点。

宏观基本面总体正常，不确定因素仍待观察

展望2018年下半年，国内外宏观经济形势大体延续平稳复苏态势，内外市场平稳增长的基本面仍未改变，纺织行业也有望在下半年保持基本平稳的运行态势。国际方面，发达经济体就业改善，接近充分就业水平，带动消费者信心上升，国际市场需求仍保持惯性增长。

国际货币基金组织和世界银行最新预测2018年全球经济增长率分别为3.9%和3.1%，均不低于2017年增长水平，纺织行业外需形势大体稳定。国内方面，下半年，我国宏观经济运行态势总体将保持平稳，就业稳中向好将为收入增长、消费扩大提供基础支撑；消费者信心处于相对高位，能够为下半年内需平稳增长提供趋势判断依据；宏观调控政策更注重扩大内需，纺织品服装国内消费有望保持稳定增长。

下半年，国内外宏观环境复杂性有所提升，风险因素有所增多，但总体上看不会对纺织行业造成重大冲击。今年以来，中美贸易摩擦持续升级，贸易环境不确定性上升，纺织行业出口压力也有所增加。但美国目前公布的加税清单尚未覆盖服装、家纺等大比重出口产品，且加税尚未进入实施阶段，因此预计年内不会对纺织行业出口造成重大冲击。美元加息引起的全球流动性收缩等外部风险仍需一定

过程方能显现影响，国际市场需求短期有趋缓动向，但基本面未变，纺织行业外需环境总体依然稳定。

运行走势基本平稳，高质量发展仍待推进

总体上看，在内需稳定增长、外需大体平稳的环境下，下半年纺织行业仍将保持平稳运行走势。行业内销将继续延续良好增长态势，出口压力虽有所增加，但预计增速仅较上半年小幅态势，行业运行质效指标由于基数原因仍有一定回升空间。

在外部形势日趋复杂的情况下，深入推进转型升级，加快推动高质量发展仍是纺织行业的核心发展任务。纺织行业将全面贯彻党的十九大和中央经济工作会议精神，深入推进供给侧结构性改革，加快产业转型升级进程，努力实现行业发展稳中有进、稳中提质。

中纺联党委书记高勇认为，2018上半年，纺织经济运行可以用“稳”字来形容，主要表现在“两头”稳。从原料端来说，棉花、化纤、羊毛、丝绸价格比较平稳；从市场来说，出口也略有增长，制造环节表现稳定，经济效益也大体稳定。

对于下半年的判断，高勇指出，下半年可以用“变”字来形容。从原料看，棉花政策会有调整，随着中美贸易摩擦、石油价格动荡，原料价格会有新变化，但不会变化很大。国内消费也将会比上半年略降。出口方面，特别是中美贸易战暂未深度涉及家纺和服装，因此更多的是心理层面的影响，实际影响预计不会很大。

高勇建议，在整个行业经济运行分析中，要增加结构分析，特别是网上销售和实体店销售的对比数据，新业态对传统业态的影响。各专业协会反映的数据整体比较好，实际上这反映了大中型企业较好，产能、利润在持续向大中型企业转移，小企业关停数据也要在掌握中，便于全面把握行业走向。

针对中美贸易摩擦，高勇表示，中美贸易

摩擦或将导致全球贸易规则重新制定，对世界贸易格局产生重大影响。中美贸易摩擦目前对中国纺织行业影响有限，因为中国纺织业是市场化程度最高的行业，也是中国经济的晴雨表。早在多年前，中国纺织服装业就开始了全球布局的步伐，最为显著的标志就是今年内纺

织服装出口比例将会达到1:1，而且这种趋势还会继续下去，纺织产业结构优化已经在进行。

应对中美贸易摩擦，中国纺织业要做好自己的核心工作，加快升级步伐，优化产业结构，对未来的形势变化静观其变，把握动态。

互联网时代： 电商不会替代传统门店 窗帘成品化必成趋势

2018中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会期间，由名成智能窗饰携手法国尚飞、美国路创共同打造的“智·生活·未来”主题论坛，将连续三天以互联网、智能家居、空间设计为话题，畅谈家纺未来。其中，共话“互联网时代窗帘成品化与窗饰遮阳成品的发展之路”，热议窗帘布艺行业的未来走势，台下听众深受鼓舞，掌声不断。

中国纺织工业联合会副会长、中国家纺行业协会会长杨兆华在论坛上表示，讲到窗帘业的革新，就不得不提到成品帘。过去，消费者购买窗帘是和装修同一频次，后来有部分窗帘企业升级产业服务，提供窗帘清洗。当前时期，消费需求已经改变，应该迎来成品帘时代。此外，跨界合作越来越多，作为“全屋定制”企业的合作方，如何提供时尚的软装布艺，如何提供标准化的成品帘，是企业必须考虑的问题。

未来，窗帘成品化必成趋势

作为行业内经营多年的企业代表，来自广东源志诚的邓源津总经理表示自己入行三十多年，窗帘产品一直受制于国内不同地区、文化的影响，标准化的确立有一定困难。但欧洲的窗帘定制目前已经比较成熟，我们可以借鉴参考。

帘到家常务副总经理李涓认为成品化是布艺新生态的引爆点。他以国内窗帘企业的发展历程入手，介绍家纺企业变迁模式。从早期的几个人作坊发展到目前的品牌时代，那未来会

不会更进一步成为“成品时代”？因为当下面对的消费群体是年轻化的人群，他们的需求模式已经发生了变化。

帘到家董事长胡忠跃也重申了窗帘成品化是行业趋势。他尤其强调，窗帘门店也可以采用互联网思维和技术，更要明晰门店可以服务消费者的点在哪里，做好消费升级的服务保障。

名成企业CEO殷文直接表态：窗帘布艺不解决成品化问题，行业都会受到制约！

成都兰花草总裁吴俊燃则认为，不管是成品化窗帘，还是目前的定制化产品，窗帘这个产品蕴含了艺术的美。标准化不意味着失去美的创造，而行业的发展和活力，更是一种广泛概念的美。

渠道，电商与门店互为补充

京东居家生活事业部总监翟学多介绍了京东平台的特色构架，并指出平台可以提供品牌方的市场需求，通过大数据优化供应链，帮助企业寻找消费者。从目前已有的例子可以看出，京东平台为家纺行业整合了多方资源实现全面赋能，打通了线上线下环节。

万家帘品科技总经理杨卫通过一系列数据，分析了2018年窗帘电商行业的局势。目前市场状况是：用户增长放缓，对于品质服务要求越来越高，强调产品个性化。而电商平台的推广渠道也发生了变化，消费者在平台停留的

时间变长从而使得商家的推广投入增长，所以他希望，未来可以找到一条更好地让线上和线下相结合的运营模式，通过新零售来提高效率、降低成本，增强消费者体验度。

慕安娜CEO陈瑶分享了其母公司德国百年遮阳企业SCHOENBERGER的经验，讲述成品帘是如何拥抱互联网时代。她列举了大量数据说明一个事实，即“电商平台不会取代实体渠道！”同时介绍了德国公司是如何从近些年来发展实体到开展电商再到重新思考实体。陈总的经验分享，引发场内听众的深深思考。

长春东樱总经理李巍直率表示自己并不懂电商，但他坚信，无论是实体门店还是电商平台，只有产品数量和口碑达到一定量级才能有价值体现。

最后，杨兆华会长为在场的企业家们抛出一个问题“窗帘产品能否打造为快消品？”窗帘成为快消品，必须解决大众的标准帘，以及定制帘的产品交付问题。当企业认清自身，找准定位，才能发扬二次创业精神，重新开始，应用互联网技术和思维模式，更好地提升窗帘业的效率，更好地为消费者服务。

中纺联代表团赴中亚进行投资调研

拥有丰富的能源资源和战略性地理位置的中亚地区是丝绸之路经济带的陆上要冲。中国与中亚国家友好交往绵延数千年，曾经共同推动古代丝绸之路的发展与繁荣，与中亚五国建交后，在政治、经济等领域的共同合作不断深化。自共建“丝绸之路经济带”重大倡议在哈萨克斯坦提出五年来，“一带一路”倡议为中国与中亚国家的合作注入新的强劲动力，并已进入深度融合、相互促进的新阶段。

2018年8月8-15日，由中国纺织工业联合会孙瑞哲会长带队的纺织服装行业企业家代表团一行共33人，对哈萨克斯坦和乌兹别克斯坦纺织服装行业及投资环境进行调研。代表团企业家们来自于中国纺织服装行业优秀骨干企业，如江苏东渡、太平鸟集团、山东如意、德州华源、德州恒丰、吉林东北袜业、华孚时尚、东方国际等，还有东华大学纺织行业“一带一路”国际合作发展研究中心的教授一起参加。

中国纺织工业联合会副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申，副秘书长兼外事办公室主任袁红萍，中国棉纺织行业协会会长朱北娜，中国针织工业协会副会长赵洪，中国纺织信息中心副主任董奎勇陪同出访。中国国际贸易促进委员会驻哈萨克斯坦首代高琪陪同参加相关会见。

中亚调研第一站：哈萨克斯坦

哈萨克斯坦是世界上最大的内陆国，也是中亚最富的国家，阿拉木图是哈萨克斯坦最大的城市。

中哈纺织业同行共话合作前景

代表团到达阿拉木图的第一天下午，就与哈萨克斯坦轻工业协会、霍尔果斯-东方之门经济特区驻阿拉木图总部相关负责人以及17家哈轻工行业企业召开了联席会议。

哈萨克斯坦轻工业协会会长柳博芙·呼多娃女士对中方代表团的到来表示热烈欢迎，向大家介绍了目前哈的轻纺行业情况。哈萨克斯坦自独立以来，纺织服装业不断萎缩，与其近年来持续、快速发展的国民经济形成强烈反差。柳博芙·呼多娃会长表示，哈国有丰富的纺织原料，特别是在棉花及羊毛羊绒的加工方面，哈萨克斯坦目前棉花产量25万吨/年，其中三分之二用于出口。如果中国的纺织企业能够带着先进的环保生产技术来哈投资，将会有广阔的合作空间和发展机会。

之后，来自霍尔果斯-东方之门经济特区的主席Murat Baimukhanbetov先生也从地缘、能源、投资优势等方面为大家详细介绍了这个位于哈萨克斯坦和中国边境的经济特区的基本情况。

在仔细聆听了哈方纺织行业的相关介绍后，中纺联孙瑞哲会长说到，今天中纺联携众多纺织服装企业家来到哈萨克斯坦，与哈方一起为了共同的目的，坐在一起交流探讨合作的可能性，未来的发展空间将无限广大。

中纺联徐迎新副会长也向哈方就中国纺织行业一带一路的投资情况作了重点介绍，纺织作为传统的支柱、民生产业，通过中国改革开放40年的发展已获得了巨大的成就，建立了完善的上下游产业链，并在国际上形成了竞争优势，目前行业正在深度转型和调整中。中国的纺织产业已向西延伸到欧洲及中亚市场，企业家们也对开拓中亚市场非常感兴趣，此次对哈纺织服装行业投资的调研考察，也将为纺织产业的市场开拓提供促进合作的机会。

中方企业家在会谈中，就哈目前棉花种植和加工情况、产能、产品进出口、外汇管制、能源优势、物流情况等方面问题与哈企业家们进行了充分的讨论，并互相交换名片，现场气氛非常热烈。

深入探究哈国投资机遇

在匆匆结束阿拉木图的公务活动后，中纺联代表团一行马不停蹄赶往哈萨克斯坦首都阿斯塔纳。在这里，中纺联代表团与哈萨克斯坦国家投资公司（KAZAKH INVEST NATIONAL COMPANY）、南哈州投资管理公司以及南哈州纺织企业等20余人举行了会见。

哈萨克斯坦国家投资公司董事总经理图亚克巴耶夫·萨帕尔别克先生对中纺联代表团到访哈萨克斯坦表示欢迎。董事总经理说到，哈萨克斯坦从独立的那一天开始，就一直在吸引外资发展本国经济。2013年，“一带一路”重大倡议在哈提出后，从最开始的不理解，到现在大家都非常认可。中哈是非常好的合作伙伴，特别是在汽车、能源、生态等方面有很多合作并有了非常丰硕的成果。虽然哈国轻纺行业比较薄弱，但目前已在南哈州设立纺织专门的经济特区，着力发展哈纺织业。

随后，来自南哈州经济特区的董事局副主

席Anuar Serzhanuly先生也向代表团介绍了南哈州的独特优势。南哈州是哈主要的棉花种植区，自从2005年获得总统令发展成为哈的纺织经济特区以来，目前所有的基础设施都已建设的非常完备，其优势主要是免关税和土地税、企业所得税及财产税，同时免费的土地租赁可以到2030年。由于离乌兹别克斯坦比较近，因此从该州进口乌的棉花也非常方便，加之南哈州是全哈萨克斯坦人口密度最大的州，所以劳动力方面也有一定优势。

中纺联会长孙瑞哲对哈国投董事总经理的讲话非常认可，孙会长认为，开放是发展的第一要素，而发展也要找到自身的比较优势，并以中国的纺织服装行业的发展为例，向哈方介绍了中国纺织业的发展路径及现状。

目前中国从政府、地方以及产业集群等层面都高度重视中哈合作，中方企业也将利用多种合作方式，全方位的与哈方展开合作。在自由交流环节，哈方也就中方企业对于投资环境等关心的问题，如资源、成本、税费、物流等方面做出了详细解答。会后孙会长接受了当地电视媒体的采访。

在哈萨克斯坦的最后一天下午，中纺联代表团拜会我驻哈萨克斯坦大使馆临时代办刘江平及王健参赞。在会谈过程中，王参赞非常坦诚的与中纺联及各位企业家就哈国目前的经济、政治情况及切身体会做了交流，并就在哈投资的风险及注意事项做了相关提醒。虽然目前哈萨克斯坦对于吸引外资有相对优惠的条件，但还是提醒各位有投资意愿的企业家，根据自身实际情况，前期做好充分的调查研究，特别是在金融领域事前分析、评估相关风险，做好风险规避和管理工作，切实保障自身利益。

短短三天的访问，通过与三个哈官方政府机构及众多哈萨克斯坦纺织企业的会见及交谈，代表团对于丝绸之路上这个重要的中亚国家—哈萨克斯坦的轻纺工业、能源、税收、市场、投资优势等方面有了最新的认识 and 了解，相信各位企业家们内心也有不同的感受及体会。

中亚调研第二站：乌兹别克斯坦

2018年8月11-15日，中国纺织工业联合会孙瑞哲会长率领的中亚投资调研团一行33人在结束对哈萨克斯坦的行业调研后，来到占据中亚总人口一半以上的产棉国乌兹别克斯坦进行调研。

乌兹别克斯坦是中亚腹地“双内陆国”，国土面积44.74万平方公里，全国人口3212.1万，盛产“四金”，黄金、“白金”（棉花）、“乌金”（石油）、“蓝金”（天然气），农业、采矿业、纺织业较发达，乌全年日照时间300多天，农产品种类丰富。2016年中乌两国元首共同决定将双边关系提升至全面战略伙伴关系水平。

乌兹别克斯坦具有丰富的棉花资源优势，农业以植棉为主，但目前产业链下游生产加工能力较弱。国家对棉花种植、收购和销售实施统一管理，进行现款（美元）采购。根据美国农业部网站数据显示，2016/2017棉花年度，乌兹别克斯坦种植棉花面积为1770万亩，棉花产量81.2万吨，是全球第六大产棉国。

中乌纺织服装行业合作论坛

8月15日，中乌纺织服装行业合作论坛在乌兹别克斯坦首都塔什干成功举办，共百余人出席论坛。乌兹别克斯坦纺织服装协会主席ILKHOM KHAYDAROV先生在发言中表示，乌政府在此次中纺联代表团访乌非常重视，纺织行业对于乌的就业做出了非常大的贡献，同时乌具有发展纺织业的良好先天优势，首先乌是全球产棉大国，具有丰富的原料资源，棉纱质量高；其次，劳动力优势明显，价格具有竞争力；再次，近两年，乌的改革及发展成就突出，国际合作经验丰富，投资领域特别是纺织业，前途无量。主席表示希望中国能够把与乌的投资合作推向深度发展。

中纺联会长孙瑞哲也在发言中指出，乌凭借今天的发展，将来一定能缔造成一个纺织业的大国和强国，中方愿加入到这个伟大的发展过程中，分享我们与外方的合作经验，并建议

乌方能够重点发展化纤及混纺行业，并将绿色发展融入其中。随后，孙瑞哲会长做了“中国纺织工业的成就与愿景”主旨发言，从成就、优势及愿景三方面向参会的乌方政府、协会及当地三十余家企业做了详细的介绍。

中纺联副会长，中国纺织国际产能合作企业联盟执行理事长徐迎新也以“中国纺织业一带一路建设成绩和中乌合作展望”为题发表了专题演讲，他认为中乌两国要继续加强两国纺织业经贸往来，充分利用各自产品优势，满足两个市场高品质需求，并不断推进两国纺织服装领域产能合作，建立标志性项目，互补上下游产业链，共同推进产业发展。

乌国家投资委员会及乌纺织服装协会副主席也就乌投资发展优势及乌目前纺织服装业现状分别作了报告。会后，中乌企业家以B2B的形式展开了合作洽谈。乌兹别克斯坦当地电视媒体UzReport对徐会长进行了现场采访，乌各大政府及官方媒体对该论坛做了相关及时报道。

中纺联代表团在乌兹别克斯坦调研期间，走访了南部的卡什卡达里亚州，并在州府卡尔希，与主管投资的副州长Babakulov Sa'dulla Abdullaevich先生及二十余家当地企业举行了会见。会见中，副州长提到，卡州是乌最大的产棉州，皮棉产量每年20万吨，在金昇集团的利泰纺织投资运营之前，卡州的棉花深加工能力只有7%，利泰投入运营后提升至30%。目前卡州的纺纱已逐步做起来，但是服装深加工能力还非常欠缺，同时化纤、混纺等需求量很大，希望中国未来的投资能够促进卡州这方面的发展。

孙会长在交谈中说到，中国的纺织业在历史发展中，作为母亲行业和先行行业，对中国的经济和制造业起到了非常大的作用。乌国的纺织业虽然起步晚，但是起点高，体现了乌政府的决心和人民的智慧。当前，中乌政府间合作紧密，经济合作逐步加强，开放式的交流与合作必将为两国带来更多的收获和发展机遇。

1.参观利泰乌兹别克工业园并座谈

代表团在卡州还参观了两家中乌代表性企业，一家是金昇集团于2015年投资1亿美元的智能纺纱厂。2014年，金昇集团与乌方达成首期12万锭纺纱项目投资协议，建立工业园。2017年7月，一期工程12万锭精梳紧密纺纱项目实现运营并投产，年产量2.2万吨棉纱，该厂带动超过6000万美元的高端纺机设备进口，解决了当地700人的就业。2018年6月，二期项目举行开工仪式，利泰乌兹别克工业园成为乌兹别克斯坦现代化程度最高的纺纱厂之一，提升了当地纺织工业水平。

2. 参观Sultan Textile公司

另一家是当地的Sultan Textile公司，该公司具有一流的纺纱设备，3万锭立达全流程纺纱机，员工约270人，整个车间非常干净整洁，充分代表了乌国新型纺织企业的现代化水平。

3. 深入乌锡尔河州，走进鹏盛工业园

鹏盛工业园区位于乌兹别克斯坦锡尔河州锡尔河区，距离首都塔什干约70公里，被中国商务部确认为中国国家级境外经贸合作区，由温州市金盛贸易有限公司投资成立，目前园区入驻陶瓷厂、制革厂、制鞋厂、宠物食品厂、卫浴厂等10家企业，现有员工1500人。园区拥有铁路专用支线，专用变电所，天然气专

用供气站，污水处理厂等基础设施，配套非常完善。园区后续将重点发展现代化农业、轻纺及针织品以及畜牧业等领域。代表团还参观了鹏盛棉花试验田，在中科院棉花研究所的支持下，部分棉花的亩产产量不断提高。

在鹏盛工业园，中纺联代表团还与锡尔河州副州长米尔勒、萨比罗瓦举行了座谈，副州长谈到，目前在锡尔河州有32家中国企业参与投资的企业，为该州创造了众多劳动岗位，随着两国友好关系的不断加深，希望中国能够带来更多的投资项目，助力当地发展。孙会长也讲到，中国的纺织业发展有着丰富的经验和实力，将会促进中乌双方的合作，并建议乌方发挥资源优势，密切合作改善棉花质量，扩大棉花种植面积，把棉花发展成为战略资源优势，同时希望乌方也有持续性的特殊政策扶持，双方如能紧密合作，加深沟通，将来一定会吸引更多的中方企业来乌投资。会后，锡尔河州Syrdaryo TV对中纺联徐迎新副会长做了实地采访。

通过四天对乌兹别克斯坦纺织业的实地考察，代表团对乌目前的纺织业现状及优势有了充分的了解，随团企业认为，乌国投资发展纺织业机会潜力巨大，很有可能成为下一个投资热点国家。

2018欧洲纺织服装市场介绍

一、欧洲消费市场概况

欧盟共有28个成员国和5.04亿消费人群。欧盟是世界上最大的市场。2017服装销售额3500亿欧元。

1、欧洲消费者

——欧洲人的服装和鞋类消费占其收入总额的3%。但随着对住房、交通、健康和电子产品消费的增加，服装和鞋类消费预算正在逐年下降。例如，法国人的服装消费预算在1960年至2017年前下降了2/3，现在是2.8%。

——他们倾向于低价购买时尚服装。倾向于经常购买价廉物美且有设计感的衣服，而不是高品质的昂贵服装。这种趋势正好迎合了附近地区的供货商，他们能生产小批量的时尚服装。

——45%的服装、鞋类和家用亚麻布类商品的购买行为选择在打折期间进行。这种趋势正在逐年增长，越来越多的消费者不愿意在服装消费上花费太多费用。从本次采购季开始的购买力直线下降正反映了这种趋势。

——2017年，欧洲18%的购买行为是通过

网络购物。通过这种销售渠道的购买行为增长得非常快，对传统购买渠道造成了打击。网络购物方便消费者很容易从价格和质量方面比较商品。网购比例根据国家不同而不同，2017年间，德国22%，英联邦24%，法国18%，西班牙10%，意大利8%。

2、销售渠道

全球30多家主要国际零售商中，来自欧洲的有11家。欧洲市场是由大量零售商来统治的，如专业连锁店、百货商店、食品零售商和电商。

欧洲服装零售销售除去高度集中的特点外，还有以下几个特点：

~1/4的服装进口由周边地区（欧盟内）供应，剩余3/4由亚洲供应。周边地区（欧盟和地中海）供应的服装类型以快时尚为主（小批量、交货期短、补库存、快速补货的中高端产品）；来自亚洲的服装产品则主要是大批量、交货期长（海运1个月左右）的中低端产品。

~3/4的服装采购是 CMT（来料加工）形式，剩余1/4是FOB（离岸价）形式。

~在线销售比例增长迅速（亚马逊、Zalando等）。

~对于服装制造，欧洲零售商有着社会责任和环保意识。部分欧盟国家政府（如法国）和欧盟甚至有专门的法律，要求欧洲零售商的供货商必须遵循企业社会责任（CSR）的规定。

3、采购标准

欧洲进口商根据他们的采购需求进行采购（交货期短或者大批量采购），其中最主要的标准就是成本因素（要素成本和面料成本）。

4、欧洲市场的服装供应商

欧盟的服装市场供货商主要来自两个渠道：欧洲本土的纺织服装生产商和非欧洲的生

产商。

二、欧洲纺织服装工业

2005年欧洲市场开放了国际竞争，以及随后“多重纤维协议”的取消，这对欧洲纺织服装市场的冲击很大。从那时开始，欧洲的大量公司关闭，导致几十万人口失业。

尽管如此，欧洲纺织服装行业通过不懈地努力去提高其竞争力，并调整适应国际贸易的新环境，他们在面对全球化的挑战的同时仍保持了行业的生机和活力。

目前欧洲有17万纺织服装公司，雇用员工160万人。欧洲纺织服装业最强的领域就是奢侈品、成衣和技术、产业用和创新型纺织品。

欧盟是世界上第二大纺织品出口国，出口额650亿欧元（包括欧洲内部出口量），仅次于中国。出口除欧洲外的主要纺织市场是美国、中国、土耳其、摩洛哥和突尼斯。

欧盟也是第二大服装出口国，仅次于中国。出口额1190亿欧元，其中480亿是对欧盟以外国家出口。其主要的服装出口市场是瑞士、美国、俄罗斯、中国香港、日本和中国大陆。欧洲本土服装生产企业满足了欧盟服装市场的1/4消费需求。

1、欧洲以外的服装供应商

2017年，欧盟纺织品服装进口增长至1120亿欧元，纺织品占300亿欧元，服装占820亿欧元。服装进口来源国分布如下：

77.4%来自亚洲；17.9%来自地中海地区；2.6%来自欧洲国家（欧盟外）；2.1%来自其它地区，如北美洲、南美洲和非洲。

2007-2017年间，欧盟服装进口年均保持3.5%增长。服装进口的增长率是服装消费增长率的两倍，直接导致欧盟市场内欧洲本地服装份额逐年下降。

2017年，欧盟服装的主要供货来源国有，中国、孟加拉、土耳其、印度、柬埔寨、越南、巴基斯坦、摩洛哥和突尼斯。

亚洲主要供应商

中国

2017年从中国进口服装272亿欧元，同比2016年下降2%。

2010年开始从中国的进口额逐年下降，从占比45.5%下降到2017年的33.2%。主要原因是生产成本的提高，导致竞争力下降，订单随之转移到柬埔寨、缅甸、越南和孟加拉。总体来说，这些国家向欧盟的直接出口和间接进口正在增长。

孟加拉

孟加拉是欧盟第二大服装进口国，近几年来欧盟自孟加拉进口的服装量逐年增长。

孟加拉的竞争力主要体现有两点：一是廉价的劳动力成本（月最低工资：64美元）；二是孟加拉生产的服装产品零关税出口欧盟，且不限制面料原产地（“Everything but Arms”除武器以外所有商品享受优惠待遇）。

印度

印度是欧盟第四大服装进口国，仅次于中国、孟加拉和土耳其之后。印度服装出口欧盟有所下降（2007年6.6%，2017年6.1%）。

与其竞争国家（如孟加拉、巴基斯坦、柬埔寨）不同，印度并不享受任何欧洲关税优惠政策，正常是征收12%的商品关税，这就是为什么印度的劳动力成本最低，但出口欧盟的表现一般的原因。

柬埔寨

柬埔寨是欧盟第五大服装进口国。欧盟自柬埔寨进口的服装量增长较快，2007年仅占

0.9%，2017年能占到4.5%。

与孟加拉有些相似，柬埔寨人工成本低（最低合法工资170美元），也能享受到零关税出口欧盟，且不限制面料原产地（“Everything but Arms”除武器以外所有商品享受优惠待遇）。

绝大部分在柬埔寨的服装公司都是由中国人开办的。

越南

越南是欧盟第六大服装进口国。2017年越南出口欧盟金额达31亿欧元，占欧洲服装进口量的3.8%，而2007年仅占1.9%。

越南国家政策鼓励产业升级并欢迎中国企业投资越南，特别是在纺织行业（如纺纱、织造等）。

2018年越南也将享受出口欧盟零关税的政策，此政策是2016年与欧盟达成的自由贸易协定。越南有望成为欧盟主要的进口国之一。

巴基斯坦

2017年巴基斯坦对欧盟出口服装额27亿欧元，是欧盟第七大服装进口国。巴基斯坦的竞争力基于以下三个因素：1. 充足的棉花产量 2. 有竞争力的工资 3. 出口欧盟市场享受零关税（GSP+超普惠制待遇）

斯里兰卡

斯里兰卡是欧盟第十大服装进口国。2017年5月19日欧盟批准斯里兰卡享受GSP+欧盟超普惠政策。2017年斯里兰卡服装出口欧盟达到15亿美元。

地中海地区主要供应商

土耳其

土耳其是欧盟第三大服装进口国，仅次于中

国和孟加拉之后。

2017年土耳其出口欧盟96亿欧元。土耳其的竞争优势有两点：土耳其的纺织工业基础雄厚（重要的棉花产地），并且出口欧盟享受零关税。但是随着土耳其劳动力成本提高（2018年月最低工资453美元），使用叙利亚童工的问题，还有由于不满土耳其国家政策偏向独裁主义而导致的土耳其和欧盟关系日趋紧张，预测未来几个月出口到欧洲服装量会有下降。

摩洛哥

摩洛哥是欧盟第八大服装进口国（2017年出口额27亿欧元，同比上涨4.9%）。由于摩洛哥出台了大量鼓励政策，提升产业集群竞争力，最近四年的出口额开始增长。

摩洛哥服装业的重心在快时尚，尤其是运动装和女士成衣。同时吸引来自突尼斯和土耳其的公司投资摩洛哥投资，后两个地中海国家因为经济环境的恶化，曾使得投资公司倍感失望。

突尼斯

2007年突尼斯是欧盟第五大进口国，而在2017年下降至第九位。

尽管突尼斯的要素成本（工资、能源和运输成本）相比邻国土耳其和摩洛哥更具优势，但是自从2011年的“茉莉花事变”后，近几年突尼斯服装业的竞争力锐减。突尼斯的社会经济和安全局势导致欧洲很多投资商转而投向像摩洛哥这样政局更稳定的国家。

国务院进一步推进缓解小微企业融资政策落地

8月22日，国务院召开常务会议，部署进一步推进缓解小微企业融资难融资贵政策落地。

会议指出，按照党中央、国务院部署，有关部门出台实施了一系列缓解小微企业融资难融资贵的措施。为推动金融更好服务实体经济，促进就业稳、企业兴，会议强调：

一要坚持稳健的货币政策，不搞“大水漫灌”，注重精准施策，着力疏通政策传导机制，鼓励金融机构增加小微企业贷款，降低融资成本。合理确定小微企业贷款期限、还款方式，缩短贷款审批周期，适当提高中长期贷款

比例。稳健发展中小企业高收益债券、私募债。

二要建立金融机构绩效考核与小微信贷投放挂钩的激励机制。加快落实小微企业贷款利息收入免征增值税政策。适当提高贷存比指标容忍度。支持发行小微企业贷款资产支持证券。

三要坚持促发展和防风险并重，优化监管考核，增设小微信贷专项考核指标，使小微企业得实惠，禁止存贷挂钩、借贷搭售等行为，有效防范和化解金融信贷风险。

新版中国原产地证书启用

据国务院机构改革方案，原国家质量监督检验检疫总局的出入境检验检疫管理职责和队伍划入海关总署。据此，中国原产地证书的签证管理部门由原国家质量监督检验检疫总局变更为海关总署，签证机构中的各地出入境检验检疫机构变更为各直属海关。

海关总署日前发布公告，对中国海关签发的原产地证书及印章进行更新。

新版原产地证书和金伯利证书共23种，具体包括非优惠原产地证书1种、普惠制原产地证书1种、优惠贸易协定原产地证书14种、输欧盟农产品等专用原产地证书6种，及金伯利进程证

书。新版印章共分3种：普惠制FormA印章(用于普惠制原产地证书和输欧盟农产品等专用原产地名称证书)、ECFA专用印章及适用于金伯利进程证书及其他各类原产地证书的ORIGIN签证印章。

各直属海关于2018年8月20日正式启用新版证书和签证印章，8月20日前原检验检疫机构签

发的旧版证书仍有效。相关信息化管理系统已于8月17日19:00-24:00进行配套升级。公告同时提醒，中国国际贸易促进委员会及其地方分会签发的各类原产地证书没有变化，仍有效。

提醒广大进出口企业，要关注原产地证书及印章更新，遇到相关通关问题可及时拨打12360热线或到海关业务窗口咨询、解决。

2018intertextile秋冬面辅料展：一大波高科技面料

你见过的“科技生活”是什么样子？衬衫能防水防油防污？衣服能自动发热？压箱子底的西服一抖即平整如新？羽绒服能调湿控温？夹克破洞后能自动修复？近年来，随着中国纺织面料品质的全面提升，许多神奇的功能性面料层出不穷，也成为国内外市场的新宠儿。

中国国际纺织面料及辅料博览会是目前全球规模最大的服装面料和辅料展览会，国内外很多企业都会选择在该展会上展示、亮相最新研发产品。即将于9月27~29日在国家会展中心（上海）举行的2018中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会（简称intertextile秋冬面辅料展）也不例外，将展示目前市场上最新流行的各种新潮面料及辅料。本届展会规模约240000平方米，将汇聚全球近4400家展商，展品类别涵盖正装、时尚女装、休闲装、功能/运动装、衬衫、内衣/泳装以及牛仔等面料，更有辅料视界以及花样设计展区。而时下流行的新潮面辅料在本届展会上均可以找到。

1.石墨烯时代来临

石墨烯，被称为“黑金”、“新材料之王”，甚至被誉为“彻底改变21世纪的神奇材料”。经过近十年的研究表明，其在柔性显示、新能源电池、超级电容、电子信息技术、航天技术、生物医药、生活日用等多个领域都有着非凡的应用潜力。

此次intertextile秋冬面辅料展上，上海盛意成纺织有限公司将展示石墨烯及纳米碳材料和技术在面料和智能服装上的应用。公司总经

理孙建友介绍，此次将要展出的纳米碳纤维面料，在纺丝过程中植入纳米级碳成分，配合特有的纺丝及染色工艺，使得面料具有蓄热保温功能。盛意成公司还应用石墨烯发热纱线开发出了系列理疗护具和服装产品，其中四款产品获得国家专利。

昆山华阳新材料股份有限公司也将带来石墨烯膜系列产品，类产品具备蓄热保暖、吸光发热、远红外发射、防水、透湿、抗菌抑菌等有益于人体健康的功能。

不仅能用于新型材料上，石墨烯还可以让“纤维皇后”——丝绸面料发挥更大功效。达利丝绸（浙江）有限公司在本届展会将带来真丝与石墨烯交织面料，达利丝绸设计经理丁圆圆介绍，产品结合了真丝与石墨烯两种材料的独特性能，可实现低温远红外、促进微循环、抗菌抑菌、吸湿导湿、呵护健康、防静电等。

2.夜跑族有福了，这个产品应用越来越广

在日常生活中，我们总是能看到身穿反光背心的交警在巡逻执勤，穿着反光校服的小学生安全通行，身着反光装备的夜跑者酣畅淋漓……这些具备反光功能的材料在纺织行业有广泛的应用。

此次intertextile秋冬面辅料展上，杭州星华反光材料股份有限公司将展示其最新研发的各类反光制品及其衍生产品、安全防护类服装等。

3.秋天到了，你需要备一件速热抓绒衣

速热面料采用快热纱线织造而成，快热纱不同于一般的发热纱，它具有吸湿发热、蓄热升温、远红外线功能，因其具有多微孔构造，能在短时间迅速升温和保温。

本次intertextile秋冬面辅料展，昆山华阳新材料股份有限公司将展示全新研发的速热面料以及用速热面料摇粒绒单布制作的抓绒衣，在速热面料摇粒绒复合系列产品中，加入防风、防雨、透湿的功能，制作了冲锋衣，广受消费者喜爱。

万兴隆集团则将快热纱织成面料，染色后通过加强防水处理，可以达到不涂层直接防绒的效果，主要用于制作秋冬防寒服面料，本次展会上也将全新亮相。

4. 身着真丝，入住延禧宫

本届intertextile秋冬面辅料展上，达利丝绸（浙江）有限公司将展示蓝色系、粉色系、紫色系、绿色系、灰色系的各类莫兰迪色系丝绸面料，一定会让人眼前一亮。

达利丝绸采用2018年流行色“宫殿蓝”作为设计主色调，推出了一系列真丝睡衣，面料采用了5A级以上桑蚕丝制作的素绉缎，质感顺滑、柔软、细腻，还有易干、吸湿、散热等性能。

此外，丝绸面料还有高科技的一面，比如原本只有41厘米宽的丝绸面料，最后能被拉伸到134厘米，而布料中没有添加任何弹力纤维，此技术也来源于达利丝绸。在即将到来的intertextile面辅料展上，观众可近距离感受到高科技赋予传统面料的各种不可能。

5. 有了无感标，再也不怕皮肤过敏

每一件新衣服在衣领、袖口等部位都会缝制标签，便于消费者确认品牌以及衣服的各种参数，然而相信很多人也被这些标签伤害过，有的甚至会造成皮肤病。现在市面上流行一种“无感标”，让这些问题可迎刃而解。

此次intertextile秋冬面辅料展上，广州山木

新材料科技有限公司就将带来最新研发的“无感标”产品。山木无感标推崇极高的安全性、舒适性，制造过程中采用环保的食品医药级水性原料，连续6年获得OEKO TEX 100第一类（婴幼儿）品质与环保认证，2013年被国内外众多品牌指定为无感商标供应商，2017年通过国家高新技术企业认证。

6. 好衬衫更能体验更好的生活方式

衬衫，作为在商务男装中最为司空见惯的存在，它普通但又不普通，在细节的方寸之间，是一种生活方式的体现。

达利丝绸的丝棉长袖衬衫可以说每一点都恰到好处，每一件衬衫从设计选材到制作都十分考究，每一个版型都要调整两三次，一定要把设计、工艺、材质各个环节发挥到极致。

本届秋冬面辅料展上，观众将能近距离感受达利丝棉衬衫的精湛工艺和生活态度。

赴年度盛会，享定制商贸，观潮流新风，尽在2018intertextile秋冬面辅料展。

9月27日—29日，国家会展中心（上海），不见不散。

**了解更多行业、展会和走出去信息
请关注纺织贸促会官方网站和微信**

网站：www.ccpittex.com

微信号：[ccpit_tex](https://www.weibo.com/ccpit_tex)



2018PHVALUE针织展：科技与针织融合成为趋势

似乎科技总是硬朗冷峻，但当科技跨越边界，走向针织，原本有一定距离甚至反差特别大的两个面有了无限可能。

针织服饰除满足造型、色彩、材质3个基本要素外，融入科技的功能与舒适性已成为未来发展趋势。如今，3D编织、无缝技术服装产品应用领域从基本内衣延伸到运动内衣、泳衣、塑身衣、瑜伽服、T恤等，“科技针织”已取得飞跃发展，“无缝时代”也全面开启。

9月27~29日，在国家会展中心（上海）举行的2018PH VALUE中国国际针织（秋冬）博览会（简称PHVALUE）的3D编织全成型产品展示区，将集中展示针织全成型编织技术产品以及飞织鞋面产品，全面展现科技与针织的跨界创新，将生活态度、审美方式彼此融合，撞击出不一样的火花。

信诺：3D编织让穿着有舒适

3D编织技术的出现颠覆了针织服饰生产的传统模式，带来了实惠和便利。从生产成本方面的优势上看，3D编织技术对于后道套口来说，效能上显著提高。运用3D技术编织的服饰产品，其突出的优势卖点即是在某些款式设计上，穿着更优化，更符合人体需求，更舒适！

蒂维：3D编织助力针织智赢未来

目前3D编织技术在设备生产商的支持下，已经可以使用60%左右的技术，余下的技术难题，相信在全行业的共同努力下一定会逐步攻克。全成型技术最大的优点是为针织行业实现智能制造，提供了可实现的机会，它既把原来传统行业中织片、缝盘（缝盘对工人技能要求较高而且是劳动密集型工种）等环节，改变成直接纱线进去，衣服出来也就是毛衫产业中的3D打印，把产品工业化的同时，也减少了生产环节，提高生产效率。

岛精：3D编织全成型未来之势

岛精的全成型是世界独创、日本专利开发3D零接缝全成型也是独一无二的3D无缝技术。由于不需缝合，可减省缝盘工序，简化人手。岛精全成型产品到今年已经有21年，是成熟的产品，完全具备批量化生产能力。今后，岛精会不断寻求方法去改善成本问题，如研发新技术用虚拟编织去减少制造样品。在本届PHVALUE展上岛精将展示最新的全成型产品，如运动服、背包、鞋及其它配饰。同时还将举行设计产品和设计系统演示。

金龙针织：3D编织将迎来春天

和常规编织技术相比3D编织具有一次成型、无需裁剪，产品强力提升，附加值高的优点。预计，今后3D编织市场将迎来新的一波快速增长，国内外各大市场聚集地都在蓬勃发展。

今年，是金龙针织第10次参加PH VALUE展，本次将集中展示3D编织运动鞋面、女靴鞋面、运动护腕护膝；通过3D编织技术使得鞋面更轻盈、透气、舒适、耐磨、时尚。

亚琦：优雅舒适与高级定制完美结合的无缝针织

无缝针织服装改革了由针织面料必须经过裁剪、缝纫工序加工成服装的传统工艺，集舒适、贴体、时尚、变化于一身的无缝针织服装，不仅令消费者爱不释手，同时也成了许多国际知名品牌设计师的灵感来源。无缝针织技术的应用推广大大改善了针织服装的服用性能，满足了广大消费者追求时尚，享受舒适、突出个性的要求，是服装行业发展的必然趋势。

此次展会，作为国内全成型针织产品的佼佼者，烟台亚琦纺织有限公司将为观众带来独具特色的无缝针织毛衫产品，以及运用于无缝的英伦纺织项目，向观众展示“科技”赋予针织的新活力。

备战纺机展 ITMA ASIA+CITME 2018展前说明会举行

8月14日下午，“2018中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会”展前说明会在杭州召开，来自本届展会的参展商、搭建商等相关单位代表近200人参加了此次说明会。会议由中国纺织机械协会副会长、北京泰格斯特国际展览展示有限公司副总经理顾平主持，主办方围绕展会情况、展商和搭建商的注意事项、展会技术服务、展会物流运输服务和知识产权等5个方面进行了说明。

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长、北京泰格斯特国际展览展示有限公司总经理梁鹏程在会上就展会基本概况、工艺分配区、布撤展时间、观众登录厅介绍、展馆周边交通、免费提供巴士班车服务以及同期展会对纺机展的影响等方面情况进行了介绍和说明。

国家会展中心（上海）高级经理彭春焰介绍了展馆方对展商、搭建商的要求、规定和注意事项，并对展馆工程改造等方面的信息进行了详细讲解。

北京笔克展览展示有限公司副经理陈龙介绍了TSP施工证件办理和OPS现场办理业务。据悉，由于11月中国国际进口博览会将在国家会展中心（上海）举办，此次展会现场的施工安全、用电安全检查力度较往届会更大，或将对进场施工人员进行政审等，展商应予以关注。

运展环球物流有限公司（上海）总经理吴兆铭作了OLC操作介绍报告，从OLC服务、运输车辆管理、空箱存放、北广场集装箱/空箱堆放方面介绍了OLC操作流程。

中国纺织机械协会副会长、北京泰格斯特国际展览展示有限公司副总经理顾平作了展会知识产权保护工作报告，具体介绍了2018展会知识产权保护工作安排。据介绍，本届展会将持续设立展会知识产权办公室；主办方将提前一个月在展会官网上发布知识产权投诉处理程序和投诉书，并比展期提前一天开始工作；此外，参加此次展会的所有中外参展商均需签署《知识产权保护承诺书》（展商手册表25）以维护参展商切身利益。

得益于展会主办方良好的知识产权保护措施，据悉，在2016年中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会期间展会知识产权办公室接到的投诉呈现出了历届展会的最低水平。发言中，顾平还为与会代表针对今年的纺机展筹备提出了合理化建议。

在说明会的答疑环节，展会技术服务商和展会物流服务商在现场就展商提出的各种相关问题进行了解答和建议。

2018yarnexpo秋冬纱线展的科技、时尚担功能性纤维和花式纱

2018中国国际纺织纱线（秋冬）展览会将于2018年10月15日-17日在国家会展中心（上海）8.1号馆举办，与同为纺织贸促会主办的2018中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会同期同地。

纤维纱线作为传统纺织产业最具科技含量的源头产业，通过技术创新和产品创意引导、满足市场需求，已经成企业发展的共识和主

流。

一年两季的yarnexpo纱线展，每届都有最新技术、产品和趋势展示。本届展会，功能性新型纤维以及富含时尚元素的各种创意花式纱将成为展会的科技、时尚担当。

浙江华峰氨纶股份有限公司（展位号：8.1-A151）新产品有耐高温黑色氨纶纤维、超耐

氨纶纤维、织带用氨纶纤维。据市场部部长王建波向记者介绍，耐高温黑色氨纶纤维特点是黑色元素均匀地分散在氨纶纤维中，纺织面料呈现出持久的色牢度，可以解决面料色差和色牢度低的缺陷，能满足包纱、小圆机、大圆机等织造工艺需求。超耐氯氨纶纤维与普通耐氯氨纶纤维相比，具有极为出色的抗氯漂性能，兼具耐温性及均一性，在高温烧毛、定型和染色等加工过程中，氨纶不会因熔断或产品性能劣化造成布面断氨、条干和起泡等问题。织带用氨纶纤维则采用特殊的原料及工艺，赋予织带高回弹特性。

长兴山鹰化纤有限公司（展位号：8.1-A201）的PBT（POY及DTY）低粘涤纶复合弹性纤维作为主打产品，具有良好的耐久性、尺寸稳定性和较好的弹性；手感柔软，吸湿性、耐磨性好，是理想的仿毛、仿羽绒原料，穿着舒适。据公司销售部经理陈辉介绍，PBT纤维近年来受到纺织行业的普遍关注，在各个领域中得到了广泛的应用，特别适用于制作游泳衣、连裤袜、训练服、体操服、健美服、网球服、舞蹈紧身衣、弹力牛仔服、滑雪裤、长筒袜、医疗上应用的绷带等高弹性纺织品。

广东蒙泰高新纤维股份有限公司（展位号：8.1.G185）的主打产品是丙纶长丝。据悉，除了具有单向导湿排汗、轻盈保暖、舒适干爽的细旦、超细旦丙纶DTY功能纤维之外，还将在展会推出两个产业用的产品：高强低熔点丙纶长丝，用于生产丙纶高强长丝非织造布，主要应用于酸碱环境下土工布、过滤布等；高强低熔点丙纶单丝，应用于远洋捕捞节能渔具。

上海安凸阻燃纤维有限公司（展位号：8.1-G201）纺织品无毒、无污染、永久耐性阻燃一直是专家学者的重点研究课题。永久无卤阻燃长丝、短纤产品，具有高强耐磨、低烟低毒，绿色生产无二次污染，100%可回收，可广泛用于航空、高铁、单兵装备和劳保用品。

技术先行 花式纱"触手"不断延伸

近年来，花式纱线以其特有的艺术语言，

在千差万别的纺织中张扬着不同的风格个性，多种原料的复合叠加，既为花式纱线在纺织品的设计中增添了多种技术含量，又为应用功能各异的纺织终端产品赢得了非常广泛的发展空间。为此，主办方倾力打造的花式纱展区，参展展商数量越来越多，已经成为了每一届纱线展最吸睛的版块。

江苏互帮纺织科技有限公司（展位号：8.1-k88）是一家集纱线研发、生产、贸易、仓储为一体的技术型公司。公司目前拥有三十万纱锭生产能力，主营互帮天丝及天丝混纺类产品。据介绍，秋季纱线展将继续以互帮天丝类产品为主，推出全新混纺牛仔用纱，主打柔软手感及靓丽的布面效果，并推出性价比更为突出的针织互帮天丝类产品。

上海仰世实业有限公司（展位号：8.1-k78）"通过多次参展，结识了许多友谊深厚的合作伙伴，和他们去分享、传达公司的质量体系、产品应用以及发展合作空间，都是一个学习进步的过程。"公司销售主管翁娇施介绍，这次参展带来的新品主要是在老产品的基础上做一些设备上的改进与材料上的灵活改变和创新，努力主推中高档型号。产品优势主要以品质优先，美观又不失实用性。各种纤维亦可以单独使用，也可以相互搭配使用，取长补短，充分发挥各自固有的特性，营造出不同的效果。让纱线体现出他的本质灵韵，创造艺术美感，进一步展示公司在花式纱领域的专业性。

浙江力达现代纺织有限公司（展位号：8.1-G95）已是第七次参展，这次带来的C15N超细雪尼尔纱采用了超窄的割据片，使纱线有了很好的绒感，适用于多种纺织产品。段染结子大肚纱采用了较为复杂的工艺，色彩艳丽且不易起毛，增加立体感的同时耐磨度较好，且可以根据客户需要进行定制。其公司负责人也表示，对纱线展多年来的专业性和影响力都比较认可。"期望通过纱线展这样的专业展示平台向客户和市场展示力达的新工艺、新产品，同时希望能更多的了解新原料，为下一步新产品的开发打开灵感。"

绿色环保 彰显可持续发展理念

金华市恒彩化纤有限公司（展位号：8.1-A158）每一届的纱线展，“绿色”都是重要主题。在“绿色、环保”的时代主题下，越来越多的纱线企业意识到，只有做到尊重自然、与自然共生，才是提升企业综合竞争力的重要法宝。”这次我们将带着涤纶有色纱样品和涤纶功能性产品参展，涤纶有色纱无需后道染色，响应了国家的环保政策，还大自然一个绿水青山。”公司总经理陈兴凯向记者介绍。

上海德福伦化纤有限公司（展位号：8.1-H56）是一家以“科技与时尚”为发展主题而投资建成的专业生产差别化涤纶纤维的高新技术企业，具有很强的产品开发能力，一直以来也是纱线展一年两季的常客。这次德福伦主要推出两大系列纤维：聚乳酸纤维和热感纤维。其中，聚乳酸纤维是一种绿色合成纤维，其制品可以通过生物降解回归自然，是一种环保纤维，极具发展前景。

保定天鹅新型纤维制造有限公司（展位号：8.1-C105）“元丝”莱赛尔短纤维以纯木材为原料，是可100%自然降解的无污染再生纤维素纤维。它兼具天然纤维的舒适透气和化学纤维的强度耐用，适用性十分广阔，可应用在纱线、梭织、机织、针织、混纺面料、无纺布、面膜、服装、床品等领域。

四川玉竹麻业有限公司（展位号：8.1-B06）近年来，随着返璞归真潮流和崇尚自然的生活观念兴起，纺织行业也呼吁构建“资源节约型、环境友好型”社会。麻类作为纯天然的植物纤维，凭借其绿色、环保、抗菌、亲肤等特性，逐渐受到越来越多时尚人士的追捧。公司总工程师孟志超介绍，这次带来的新产品主要是玉苎麻天丝针织纱线、玉苎麻色纺纱线，具有吸湿透气、防霉抗菌、环保舒适的特点。

义乌华鼎锦纶股份有限公司（展位号：8.1-E119）是一家专业从事高品质、差别化民用锦纶长丝研发、生产、销售的企业。公司总裁丁晨轩介绍，其全力研发的“原液着色锦纶纤维”通过了由中国化学纤维工业协会及国家纺织化纤产品开发中心联合打造的“绿色纤维”品牌标志认证，并在中国化学纤维工业协会的统一指

导下，推动下游合作伙伴开展“绿色纤维标志认证”活动，积极引领行业认知纤维的绿色发展进程。

商机涌动 四海来客好评不断

经过这十几年的发展，yarnexpo纱线展的功能也已不再局限于展示科技、企业拿订单，更多的是为行业间交流、产业链上下合作提供平台。企业参加展会“赚钱”的目的似乎越来越不明显，更多的是想与老客户沟通，了解同行的发展水平，获得下游需求信息，找准市场定位，从中发现行业变化趋势，以得到更大的发展机遇。

江苏三房巷集团有限公司（展位号：8.1-A77）“yarnexpo纱线展是一个非常专业的展会，也是一个很好的交流和推广平台，提供了最前沿的潮流趋势及行业信息，通过展会我们也结识了许多新客户。”国贸公司副总何红波向记者介绍。

诸暨海洋星材料科技有限公司（展位号：8.1-C171）作为首次参展的企业，将带来不同熔点的低熔点热熔丝（包括尼龙热熔丝和涤纶热熔丝）。公司外贸经理周婕称，公司主营新型功能性材料，目前认知度还有所欠缺，希望通过展会平台，让国内外市场对产品的认知度能有所提升。

佛山市金海发纺织原料有限公司（展位号：8.1-K90）负责人表示，每次参加纱线展都有不一样的体会。通过展会搭建的平台，希望能认识和找到真正要来买棉纱的客户群体，力求以更加吸引的价格优势赢得外商客户的青睐。

作为亚洲地区最具影响力，涵盖产品面最广、种类最齐全的纤维纱线专业化、国际化、时尚化商贸、展示平台，本届展会面积达26,000平方米，参展商来自14个国家和地区，总数近500家。展会将多角度全景呈现纺织上游产业链的风采，践行从源头打造美丽服饰，创造美好新生活，体现“科技、时尚、绿色”新时代行业新定位的展会发展目标。

刊头题字：杜钰洲
顾 问：王天凯 许坤元
张延恺 陈伟康
徐晋昶 富荣沛
编辑委员会：徐迎新 杨兆华
林云峰 梁鹏程
主 编：梁鹏程
执行主编：林学森
副 主 编：孙 凌

以下方式可以联系到我们

编辑部地址：

北京市朝阳区朝阳门北大街18号

邮 编：100020

电 话：(010) 85229397

E-mail: sunling@ccpittex.com

网 址：www.ccpittex.com



纺织促进会开通官方微信了!

添加方法：打开微信->朋友们

->添加朋友->扫一扫