

提供经贸信息 开拓两个市场

纺织贸促

4

2014

总第230期

月刊

2014年4月20日



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

特别报道

国内棉花政策“渐行渐明” 棉纺企业当“未雨绸缪”

特别报道

政策调整相继出台 纺织企业发展信心增强
棉花“临储改直补”目标价托市
政策趋势好 尚需完善
棉花目标价格公布 棉农如何应对
2014年春季棉纺织企业生产经营情况调查报告

行业动态

中国纺织服装企业家代表团走进缅甸
一季度纺织品服装累计出口微增长
一季度国内消费市场运行稳定趋好
一季度纺织行业运行平稳
江苏开展扶助小微企业专项行动
中国针织工业协会第五届第六次常务理事扩大
会暨“针尖上的中国”第四届申洲杯全国针织科
技大会在上海举行
2014年3月我国进口棉花同比减少58%
新消费模式下服装市场呈新特点

对外贸易

一季度我国对外贸易情况分析
稳增长措施或以稳出口为突破口

政策法规

纺织及相关项目入列《西部地区鼓励类产业目录》
国务院决定延续并完善促创业就业税收政策
环境税将逐步增加对排污的惩罚
海关简化加工贸易和保税监管流程
欧盟变更BPR法规 纺织鞋服等产品或将面临考验
美国联邦贸易委员会修订纺织品标签规则

国际市场

美国纺织品服装进口急降波及中孟两国
欧盟希望扩大对巴西的纺织品服装出口
2013年全球服装和鞋类零售额增850亿美元
印度非织造布预计2016年可占亚洲8%市场份额
缅甸国内环境改善带来劳动密集型产业后发优势
2013年阿根廷纺织产业发展概况
2014全球产业用纺织品市场预测

展会报道

借道中欧关系新历程 谋求中国纺织品服装贸易展
(巴黎)新发展
2014中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展会观
众邀请全面启动
2014中国国际产业用纺织品及非织造布展览会9月开幕



中国纺织贸促网
www.ccpitex.com

本期目录

内部刊物 准印刊号：CTN2012-011

特别报道

02 国内棉花政策“渐行渐明” 棉纺企业当“未雨绸缪”

● 特别报道

- 02 政策调整相继出台 纺织企业发展信心增强
- 02 棉花“临储改直补” 目标价托市
- 03 政策趋势好 尚需完善
- 03 棉花目标价格公布 棉农如何应对
- 04 2014年春季棉纺织企业生产经营情况调研报告

● 行业动态

- 06 中国纺织服装企业家代表团走进缅甸
- 06 一季度纺织品服装累计出口微增长
- 07 一季度国内消费市场运行稳定趋好
- 07 一季度纺织行业运行平稳
- 07 江苏开展扶助小微企业专项行动
- 08 中国针织工业协会第五届第六次常务理事扩大会暨“针尖上的中国”第四届申洲杯全国针织科技大会举行
- 09 2014年3月我国进口棉花同比减少58%
- 09 新消费模式下服装市场呈新特点

● 对外贸易

- 11 一季度我国对外贸易情况分析
- 12 稳增长措施或以稳出口为突破口

● 政策法规

- 13 纺织及相关项目入列《西部地区鼓励类产业目录》

- 13 国务院决定延续并完善促创业就业税收政策
- 14 环境税将逐步增加对排污的惩罚
- 14 海关简化加工贸易和保税监管流程
- 14 欧盟变更BPR法规 纺织鞋服等产品或将面临考验
- 15 美国联邦贸易委员会修订纺织品标签规则

● 国际市场

- 15 美国纺织品服装进口急降波及中孟两国
- 16 欧盟希望扩大对巴西的纺织品服装出口
- 16 2013年全球服装和鞋类零售额增850亿美元
- 16 印度非织造布预计2016年可占亚洲8%市场份额
- 17 缅甸国内环境改善带来劳动密集型产业后发优势
- 18 2013年阿根廷纺织产业发展概况
- 19 2014全球产业用纺织品市场预测

● 展会报道

- 20 借道中欧关系新历程 谋求中国纺织品服装贸易展（巴黎）新发展
- 21 2014中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展会观众邀请全面启动
- 23 2014中国国际产业用纺织品及非织造布展览会9月开幕

国内棉花政策“渐行渐明” 棉纺企业当“未雨绸缪”

“棉花问题”困扰纺织企业多年。随着2014年全面深化改革进程的推进以及行政体制改革各项措施的落实，国内棉花体制改革步伐进一步加快，各相关政策、措施陆续出台，这一系列举措给倍受棉花桎梏的棉农、棉纺企业和市场带来了希望的曙光。随着政策曙光的愈加明朗，各相关棉花及棉制品市场主体应当早做谋划，从容应对政策调整带来的波动，及时抓住政策逐步到位带来的各种机遇。本专题梳理近期与棉花政策改革相关的信息以及各相关方的反应，为业内企业经营提供参考。

政策调整相继出台 纺织企业发展信心增强

今年以来，新疆“棉农直补试点”、“棉花临时收储”、“高征低扣”等政策都有所调整和松动，长期制约棉纺行业发展的“棉花问题”有望解决。毫无疑问，这大大增强了广大纺织企业转型、调结构的信心。

1月19日，中央一号文件提出，2014年将启动新疆棉花目标价格补贴试点。4月5日，国家发展改革委、财政部、农业部联合发布2014年棉花目标价格，为每吨19800元。

与此同时，储备棉销售也做出了调整。3月28日，全国棉花交易市场、中国储备棉管理总公司、中国棉纺织行业协会发布公告，自今年4月1日起，调整储备棉销售有关政策，取消纺织企业购买储备棉的数量限制，竞买底价由18000元/吨调整为17250元/吨，竞买国产储备、进口储备棉数量比例为3:1。

公告表示，此次储备棉投放中，凡购买新疆区域内仓库存放国产储备棉的纺织企业，可按照3:1的数量比例竞买储备进口棉。公告还强调，自4月1日起，取消纺织企业购买储备棉数量限制。购买的储备棉仅限于纺织企业之间调剂，不得流向其他渠道。新申请纺织企业无需缴纳50万元防止“转圈棉”的保证金。

除了上述变化外，长期困扰纺织行业的“高征低扣”也有所调整。

一直以来，“高征低扣”对棉纺企业影响

很大。棉纺织企业的主要原料是棉花，棉花成本占生产总成本的70%左右，如果按照17%的产品销项税率计算，对于棉纺企业来说是一笔不小的费用。

2013年年底，安徽省国家税务局、安徽省财政厅公布的“关于扩大农产品增值税进项税额核定扣除试点有关问题”的公告称，自2014年2月1日起，以购进农产品为原料生产销售皮棉、棉纱、精制茶、瓜子的一般纳税人，纳入农产品增值税进项税额核定扣除试点范围，其购进农产品无论是否用于生产上述产品，增值税进项税额均按照《财政部国家税务总局关于在部分行业试行农产品增值税进项税额核定扣除办法的通知》，此举意味着13%的进项税额将被打破。

几项政策的相继出台，对于纺织企业的发展具有积极的意义，让棉纺企业看到了解决发展瓶颈的希望。尽管政策措施的效果尚需时日，也还有一个逐步完善的过程和加大政策力度魄力，但对于企业未来的发展是个利好。

“改革元年”，中国纺织产业形势稳中有变，9月新棉上市后还可能存在一些变化因素。因此，纺织企业要做好以不变应万变的准备，在提高产品质量，调整产品结构上下功夫。

棉花“临储改直补” 目标价托市

经国务院批准，国家发展改革委、财政部、农业部联合发布2014年棉花目标价格，为每吨19800元。这标志着国家对棉花敞开临时收储政策的结束，吹响了农产品目标价格制度

改革的号角。政府“挺价”的意图非常明显，短期棉花价格会受到政策目标价格的支撑，这与市场上普遍看空的气氛形成较大差异。

2011年以来，国家实行棉花临时收储政

策，对稳定国内棉花生产、保护农民利益发挥了重要作用。但随着国际市场价格持续走低，棉花进口成本大幅低于临时收储价格的矛盾日益突出，国家收储压力急剧增加，市场活力减弱，不利于整个产业的持续健康发展。开展棉花目标价格改革试点，探索推进农产品价格形成机制与政府补贴脱钩的改革，有利于在保障农民利益的前提下充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，促进棉花产业上下游协调发展。

目标价格政策是在市场形成农产品价格的基础上，通过差价补贴保护生产者利益的一项农业支持政策。实行棉花目标价格政策后，取消临时收储政策，生产者按市场价格出售棉花。

根据目标价格政策，当市场价格低于目标价格时，国家根据目标价格与市场价格的差价和种植面积、产量或销售量等因素，对试点地区生产者给予补贴；当市场价格高于目标价格时，国家不发放补贴。具体补贴发放办法由试点地区制定并向社会公布。

中国中期研究院常务副院长王红英表示，即使国家发改委的价格改革方向是由从前的

“价格管控”走向“科学的市场化价格指导补贴”，但此次比市场价格高出许多的目标价格还是令市场人士大跌眼镜，普遍认为是政府为落实中央1号文件、保护种植者利益而给出的“政治”指导价格。政府“挺价”的意图非常明显，短期棉花价格会受到政策目标价格的支撑，这与市场上普遍看空的气氛形成较大差异。

新疆维吾尔自治区发改委经济研究院、经济研究所所长刘春宇表示，这种价格政策放开以后，会使新疆的棉花越来越接近市场价格与国际接轨。同时棉纺企业的收购价格也会相应与市场接轨。最有利的是让更多的棉纺企业尽可能地采用新疆的棉花，而不是进口棉，这既保护了农民的利益，也保护了棉纺企业的利益。最大的一个好处是让新疆棉花的销售有了去处。本轮价格改革会给一些库存量大的企业带来阵痛，但从长远来看有利于整个棉纺产业的发展。与此同时，低价的进口棉纱仍在冲击国内棉纺企业。2013年我国累计进口21万吨棉纱，较2012年增加37.51%。企业要恢复元气还将面临诸多考验。

政策趋势好 尚需完善

——业界对近期相继出台的棉花政策的反应

“棉花问题长期困扰棉纺行业乃至整个纺织行业，中国纺织工业联合会正在分步骤推进解决有关问题。国家将收储政策调整为目标价格补贴政策，使纺织行业见到曙光，政策正在向有利于纺织行业发展的方向转变。”中国纺织工业联合会副会长兼秘书长高勇指出。

“棉花政策只是在新疆试点，并没有在全国实施，具体怎么补也没有做出任何规定。棉花价格虽然比原来低了一点点，但是与国际棉价相比依然还是有很大差距，没有给棉纺企业带来多大的益处。”一位棉纺企业董事长说。

在前不久召开的中国棉纺织行业协会第四届第五次理事扩大会议上，对目前公布的国产

储备、进口储备棉“捆绑”销售的规定，反对声音强烈，他们认为这一举措造成新的不公平竞争。

对于“高征低扣”改革试点的相关情况，安徽华茂集团股份有限公司董事长詹灵芝指出，2014年安徽省将棉纱列入农产品增值税进项税额核定扣除试点范围，按照有关规定测算，公司较往年可少交一定税额，这对企业而言是有利的，但按照不同产品品种执行标准核定扣除是不合理的。

她建议按照增值税票扣税，建立符合财务制度、国际惯例的程序和市场秩序，这有利于企业参与国际竞争。

棉花目标价格公布 棉农如何应对

日前，国家发改委、财政部、农业部联合发布2014年棉花目标价格，为每吨19800元，

此价格按照生产成本加基本收益确定。同时，2014年4月起，实行棉花目标价格政策，取消

临时收储政策，生产者按市场价格出售棉花。棉花目标价格能够补偿试点地区棉花生产成本，并保障农民获得基本收益。

目标价格政策是在市场形成农产品价格的基础上，通过差价补贴保护生产者利益的一项农业支持政策。当市场价格低于目标价格时，国家根据目标价格与市场价格的差价和种植面积、产量或销售量等因素，对试点地区生产者给予补贴；当市场价格高于目标价格时，国家不发放补贴。具体补贴发放办法由试点地区制定并向社会公布。

对于棉花目标价格政策的出台，棉农有什么反应？

我国是世界第一大产棉国和棉花消费国，同时又是世界第一大棉花进口国。2011-2014年连续实行3年的棉花收储政策，对于保护国内棉农的利益，稳定国内棉花市场价格，发挥了比较重要的作用。

实行棉花价格直补政策以后，国内棉花的价格水准，会跟国际市场更加接轨。今年国家对新疆启动棉花目标价格补贴，但对内地的棉花扶持政策尚未明确，随着棉花春播临近，棉农开始着手安排今年棉花生产。再加上下年度棉花临时收储政策取消，内地普遍预测棉花价格会下降，据了解，预计2014年度，内地的棉花种植面积较上年下降10%以内，许多种植农户已经不愿再种棉花。这一点可能不利于内地棉花产业的发展。

山东滨州市棉花合作社理事长王建军：“2013年的收储已经完成了，现在棉花价格还是3块来钱，盐碱地太大，春灌完成了还是得种

棉花，没办法。”

卓创资讯棉花市场分析师孙立武建议，内地若无直接的政策扶持，尤其是籽棉价格面临下降的情况下，内地棉农的种植积极性将会继续走低。但大家需冷静看待，且国家也在通过扶持棉花专业合作社、启动棉花轻简育苗移栽技术的财政补贴试点等等加强对棉花的扶持。

他建议地方农业部门，加强对于棉农种植结构的有效引导，要加强植棉的科技水平，如何提高棉花质量非常重要，从种植采摘到销售，要有效引用“四分法”，并且要通过像三农信息平台及时关注棉花市场信息，毕竟市场起决定作用，籽棉波动风险将会增加，要及时把握销售时机，保障最终受益。

相关链接

今年1月，中共中央、国务院印发了《关于全面深化改革加快推进农业现代化的若干意见》，从2004年起，“一号文件”连续11年关注“三农”主题。从涉及棉花产业的内容看，其中不乏新意。主要内容包括：继续坚持市场定价原则，探索推进农产品价格形成机制与政府补贴脱钩的改革，逐步建立农产品目标价格制度，在市场价格过高时补贴低收入消费者，在市场价格低于目标价格时按差价补贴生产者，切实保证农民收益，2014年启动新疆棉花目标价格补贴试点；加快实施农业走出去战略，培育具有国际竞争力的粮棉油等大型企业；加快推进大田作物生产全程机械化，主攻机采棉等薄弱环节，实现作物品种、栽培技术和机械装备的集成配套。

2014年春季棉纺织企业生产经营情况调研报告

2014年2月中旬到3月中旬，中棉行协派出39人次、组成10个调研组，走进100余家棉纺织企业。重点了解春节后棉纺织企业生产运行、国储棉竞拍及使用、结构调整和技术改造、产业转移等情况，尤其是大型棉纺织企业和以生产纯棉中低支纱为主企业的生产经营情况，并征求了企业的意见和建议。

调研组去了6省21个地区，分别在山东(枣庄、济宁、滨州)、河南(许昌、商丘、开封、尉氏、新乡、鹤壁、安阳)、江苏(无锡、常州、南通)、浙江(萧山、金华)、广东(新塘、

均安)、湖北(潜江、荆州、枣阳、襄阳)等地走访，并在山东邹平召开了棉花小组座谈会。

一、总体概况

1、大企业情况：春节后运行状况总体平稳，春节后能尽快恢复生产，开工率基本都在80%以上，企业订单状况相对饱满，订单向大企业集中现象在今年一季度更为明显。另外，通过棉花小组座谈会了解到，大企业较多有产业转移的意向，投资方向主要是东南亚地区生

产成本低、政策优惠国家。

2、中小企业情况：春节后开工较迟，放假达40-50天的不在少数，而以生产纯棉中低支纱为主的企业经营状况较往年更为恶化，受棉价差的影响，生产的常规产品饱受印巴纱冲击，在市场上缺乏竞争力，企业订单量锐减，恢复生产的企业开工率也比较低。

3、案例：山东某地区的一些企业，产品结构以40支以下纯棉中低支普梳纱为主，企业多数以产定销，结合少量订单生产。下游配套有织布的企业由于税负相对低且能够消化本企业部分纱线，经营状况略好于单纺企业。有企业认为粘胶价格较棉花平稳，为了缓解棉花成本压力有生产粘胶短纤品种计划。

河南某地区棉纺织产业以纺纱为主，产品主要为32支、40支的纯棉纱线，织造产能比重较小。该地区工人工资水平在2000-3000元/月，员工来源于当地周边地区，在解决当地劳动力的就业问题上及稳定社会中发挥了较大作用。

4、棉花库存方面：由于纺织企业目前流动资金匮乏、原料占用资金量大、4月1日新的储备棉投放政策及市场前景不明朗，走访的企业中大多数原料库存均低于30天，随用随买。

5、产业转移情况：企业对产业转移的关注度大大高于往年，因现行的棉花政策及巨大的国储库存需要逐年消化，而且因不断上升的各项成本、税赋及资金压力，许多好的企业都在走出去或者筹划走出去。去东南亚、非洲、澳洲甚至美国投资建厂，以建设纺纱厂并将纱线运回国内居多；投资建设染厂、棉花种植的企业在增多。

二、生产经营中遇到的问题

1、受进口纱冲击大。调研证实，以生产32支的纯棉普梳产品为主的地区，在国内外棉价差较大的情况下，受到进口纱线冲击较大，约三成的企业有稳定客户，情况较好，大部分企业订单压力较大。有的企业已经或开始转向生产混纺类产品，也有的企业由于市场原因今年又不得不回归生产纯棉纱线。

2、招工困难，劳动力短缺。调研证实，上述地区普遍反映招工困难，劳动力短缺，工人平均年龄偏大。主要原因是青年工人不愿意上夜班，即使待遇略高于其它行业，还是不愿意

从事纺织生产。走访中发现许多纺织企业员工年龄普遍在40岁以上，员工平均年龄在35岁以上的比比皆是。

3、开工率普遍不高。由于进口纱冲击、下游市场萎缩及工人短缺等原因，春节后，上述地区的中小企业普遍开工率不高，超过一半的企业开工率在65%左右，只有部分规模较大的企业开工率超过80%。为节约成本，采取三班两运转的企业明显增多。由于销售不畅，也有企业为撑门面，勉强开台，许多企业反映景气度不如上年。

4、技改投入困难重重。经济实力不同的企业，设备先进程度也有不同。走访中发现，在目前的市场环境下，除少数企业有投资的意向外，大部分企业表现出对市场后期信心不足，无意投资。主要情况是：有投资意向的企业，以设备升级改造为主，或为保证其产品质量及稳定的订单，并对后市较为乐观，或为避开进口纱线冲击，以提高自身市场竞争力；个别国营老企业受体制影响设备非常落后，部分还是60年代的落后设备，且还在使用普通络筒设备，希望投资改造，但无资金；无投资意向的企业中，有的涉足房地产、酒店等其它行业，有的表示只能维持现状，期待下半年市场、政策有所转变。

三、国储棉情况

1、企业竞拍及使用情况。走访中了解，棉纺织企业基本都参与了国储棉的竞拍。以周边地区国储库的国储棉为主要竞拍对象。价格方面，以4级国储棉为例，基本都在在17700元/吨左右。个别企业为拿到质量稍好的棉花远赴新疆国储棉库点提货，运费约800元/吨，新疆当地有500元/吨的补贴，但是由于路途遥远，运输不便，新疆棉用量较少。近期受市场传言储备棉投放价格即将下降及搭配配额的影响，纺纱企业基本停滞购买并加快消化库存，避免降价带来的经济损失。

2、使用中遇到的问题。企业普遍反映国储棉问题较多，主要有以下几方面：(1)棉花质量差，短绒率高，等级不符现象较多；(2)按照公定重量计算普遍存在亏重现象；(3)出库困难，乱收费现象非常严重；(4)有转圈棉现象，主要是加工企业。

四、企业的主要意见及建议

1、建议国家储备棉投放建立长效稳定机制，现在是每3-4个月出台1个政策，不利于稳定下游纱布市场，加大了企业的经营风险；配额搭配比例方面，建议增为1:2或维持去年的1:3。

2、建议尽快出台具体措施，解决棉花增值

税“高征低扣”问题，减轻纺织企业负担。

3、建议国家加大查处转圈棉力度。

4、建议棉花配额发放应与储备棉投放一样，发给纺织生产企业，数量公开，接受社会监督。

5、建议采取有效措施保证国内企业和国外企业有公平的竞争环境，包括原料价格、税收政策等。

中国纺织服装企业家代表团走进缅甸

2014年3月10日-14日，由纺织贸促会、中国针织工业协会与江苏省纺织协会共同组织的中国纺织服装企业家代表团赴缅甸就产业转移进行调研。此次代表团成员共30人，均来自国内大中型纺织服装企业的企业家及高级管理人员，行业涉及男装正装、女装、针织服装、家纺以及针织机械。该代表团参团企业对产业转移均有切实需求，成员中不乏已经开始跨国布局的业界知名企业的企业家。

代表团在缅期间，纺织贸促会林云峰副会长与代表团成员拜会了中国驻缅甸大使馆经济商务处；拜会缅甸工业部及缅甸服装生产商协会；参观了两家当地具代表性的服装企业及Thilawa加工区。此次商务活动体现了高规格，缅甸工业部部长U Maung Myint先生与缅甸服装生产商协会主席U MYINT SOE先生均出席相关会见，与代表团成员做了充分、深度交流。内容丰富、务实的活动安排使代表团成员较全面地了解缅甸纺织服装业的现状、缅甸投资政策与环境以及中资企业在缅投资的情况。

缅甸位于亚洲中南半岛西北部，2011年人口约为6000万。多年来，受国内政局不稳、西方发达国家和一些国际组织的制裁等影响，国内经济难有起色。随着2012年新政府以政府转

型和经济发展为中心的改革，缅甸经济和外交发展取得显著成效，投资环境有了较大改善，经济实现了较快增长。缅甸纺织业大多为国有企业，企业数量少，80%的服装面料从中国、泰国进口。相比纺织业，缅甸的服装行业则体现了高度的市场化。受各项利好因素的刺激，该国服装出口增速迅猛。2013年1月-10月缅甸服装出口同比增长109%，增长动力强劲。

中缅自建交以来，两国间友好关系稳步向前发展。目前，中国是缅甸第一贸易国及外国对缅甸第一投资国。截止2013年11月底，中国对缅甸实际投资达205亿美元。充足并低成本的劳动力、欧洲给予缅甸的关税普惠制待遇（GSP）以及缅甸政府颁布的新外商投资法，使缅甸逐渐成为外国投资的热土。

此次代表团主要针对中国纺织企业在缅甸绿地投资及订单转移的可行性进行调研。部分主要以日本订单为主的服装外贸企业认为，由于许多缅甸服装企业的订单主要来源于日本，产品质量有保证。因此，相关中国服装企业就部分产品转移至缅甸生产具有一定的可行性。通过此次访问，部分代表团成员已经与当地服装企业达成合作意向。

一季度纺织品服装累计出口微增长

据海关总署发布的数据，3月纺织品服装出口再现增长，当月出口186.3亿美元，同比增长11.4%；其中纺织品出口82.8亿美元，增长10.4%，服装出口103.5亿美元，增长12.3%。

1-3月，受季节等因素影响，纺织品服装月度出口现剧烈波动。一季度累计出口581.2亿美元，微增0.4%，其中纺织品出口230.3亿美元，增长2.1%，服装出口350.9亿美元，小幅下降0.6%。

一季度国内消费市场运行稳定趋好

据国家统计局的数据，一季度全国社会消费品零售总额增长12%，扣除价格因素，实际增长10.9%，比去年同期加快0.1个百分点。在今年一季度总体经济增速换挡并且略有下滑的情况下实现这0.1个百分点实属不易，并呈现出不少亮点。比如，网络购物增长迅速，限额以上企业网络零售额增长高达51.7%，大众化餐饮业消费活跃，乡村消费品零售额增长较快，智能电子产品、文化旅游等消费热点进一步显现，物价总水平基本稳定。

预测全年消费市场形势，总体面临许多有利因素：

一是消费增长的基础坚实。全面深化改革，释放改革红利，经济内生动力增强，宏观经济开局平稳，社会保障体系不断健全，收入分配改革逐步推进。据国家统计局的数据，一季度居民人均可支配收入实际增长了8.6%，这些因素都是支撑消费增长的重要的基础。

二是新的消费潜力将逐步释放。工业化、新型城镇化步伐加快，保障性住房建设和棚户

区改造力度加强，宽带中国战略有序推进，信息技术带动流通创新，新业态、新模式不断涌现，绿色环保消费深入人心，这些都会进一步释放消费的潜力。

三是政策环境进一步改善。国家出台的扩大信息消费、健康养老消费、休闲旅游消费以及深化流通体制改革等一系列促消费的政策措施正在逐步发挥作用。

四是消费热点带动作用逐步增强。比如大家比较熟悉的网络购物快速发展，智能手机、平板电脑、智能家电等新型产品持续热销。

今年消费增长也面临一定的压力，比如出口增速如果下滑，可能影响就业和收入。住行等升级消费带动作用有所减弱，消费市场环境还有待改善等对消费增长可能会有一定的影响。

综合判断，今年消费市场总体将保持平稳发展的态势，随着国家扩大消费一系列政策措施的进一步落实到位，今后几个月消费市场增速可望逐步加快。

一季度纺织行业运行平稳

据16日国家统计局发布的数据，一季度全国规模以上工业增加值按可比价格计算同比增长8.7%，增幅比上年同期回落0.8个百分点。其中，纺织业同比增长6.6%，化学原料和化学制品制造业同比增长11.8%。

据国家统计局数据，2014年1-2月，纺织全行业39254家规上企业主营业务收入为8815.16亿元，同比增长8.62%；实现利润总额423.82

亿元，同比增长13.61%。国家统计局发布消息称，1~3月份，全国固定资产投资（不含农户）68322亿元，同比名义增长17.6%（扣除价格因素实际增长16.3%），增速比1~2月份回落0.3个百分点。其中，1~3月纺织业固定资产投资808亿元，同比增长16.4%。行业总体运行平稳。

江苏开展扶助小微企业专项行动

日前，江苏经信委发布《2014年实施“扶助小微企业专项行动”工作方案》。方案提出，2014年实施“扶助小微企业专项行动”6大工作目标。包括：

信息服务。完成全省中小企业公共服务平台网络建设项目，年底实现“窗口”平台信息互联互通、资源共享；全年开展小微企业政策宣传与咨询活动不少于100场次。

平台创建。培育创建一批国家中小企业公共服务示范平台。

创新发展。培育认定50家省级科技小巨人企业、100个专精特新产品、50个五星级数字企业。

创业服务。举办创新创业大赛活动，培育认定一批省级小企业创业示范基地，全年培育1000家小微企业进入规模行列。

融资担保。全年全省融资性担保行业年度放大倍率比上年末增加5%以上；全省中小企业统贷平台授信额度达90亿元，贷款余额50亿元人民币，累计放款70亿元。

人才培养。全年完成1.5万人次经营管理人员和100人领军人才培养。

作为小微企业众多的纺织产业，有望从中受益。

中国针织工业协会第五届第六次常务理事扩大会议暨“针尖上的中国”第四届申洲杯全国针织科技大会举行

4月18日，中国针织工业协会第五届第六次常务理事扩大会议暨“针尖上的中国”第四届申洲杯全国针织科技大会在上海举行。中国纺织工业联合会名誉会长许坤元，中国纺织工业联合会副会长、中国针织工业协会名誉会长张延恺出席会议并致辞。

中国纺织工业联合会会长助理、中国针织工业协会会长杨世滨在讲话中指出，针织行业2013年出口额首次突破千亿美元大关，达到1097亿美元，占纺织服装出口额的37.5%，出口增速达到10.4%，针织物利润同比增长29.5%，针织服装投资增幅高达42%。2013年针织品海关数据显示，以金额分别排序进口和出口前十大品类中，有九大品类相同，说明中国市场跟全球市场完全同步，同时针织产品从以内衣为主转为以外衣为主。针织外衣化发展趋势显著，这一变化给企业带来更多的机会和利润。他希望针织企业在产品创新上加大力度，争取创造更好佳绩。

针对目前针织行业发展现状，杨世滨指出，目前原料价格呈现下行趋势，短期内针织行业利润还会有增长空间，但是职工队伍变化明显，结构性矛盾凸显，这主要体现在技能方面，技能型人才缺乏制约了企业的发展，为此呼吁有关部门建立职业学校，同时也希望企业和院校之间开展合作，为企业培养量身定做的技能人才。内销市场销售方式发生了变化，电商成长迅速；外销市场形势有所改善，销售相对较为乐观。针织企业生产连续化、产品外衣化、布局全球化特点明显，同时企业呈现两极

分化的趋势，基于这种现状，只有创新才有出路。围绕国内外两个市场，企业一是要加大国际合作交流，同时加大内销市场的宣传力度。二是要加大科技成果的转化与推广，使科研成果真正产生经济效益。

工信部消费品工业司纺织处调研员曹庭瑞建议中国针织工业协会组织企业形成风险共担、利益共享的各类创新产业联盟。他以日本在上世纪60年代发明产业创新联盟为例指出，1976年日本成立半导体创新联盟，造就了日本在诸多领域独霸天下的局面。目前全球产业创新联盟达6000多个。中国作为纺织大国，可以通过产业联盟实现高端技术供给问题。

曹庭瑞指出，作为提供终端产品的针织行业，品牌建设、商业模式创新尤为重要，2013年有10万亿元左右的交易额，据估算，衣着类交易约8000亿元。因此，今后数字化、网络化、智能化制造、个性化、绿色化的生产方式，移动互联网下以消费者为中心的商业模式是大势所趋，也是企业转型升级的着眼点和着力点。

会上，来自行业协会、纺织高校和企业的专家、教授以及相关负责人，分别就国内外针织服装市场的发展趋势、纬编外衣面料发展趋势、经编外衣面料发展趋势及先进技术进展、内衣舒适性研究现状及应用、恒舜四位一体数控无缝成型机在编织领域实现新突破、印染污水处理及再生回用工程、针织染整高效节能减排工艺路线、无淤泥污水处理及中水回用技术、针织染整相关节能环保技术、圆型纬编机

的最高性能、德绒新产品开发、爱沫整理、染色与印花技术，牛角瓜纤维在针织领域应用等各自研究领域作了精彩报告。

针织行业上下游企业代表200余人参加了本次会议。

2014年3月我国进口棉花同比减少58%

据海关统计，2014年3月我国进口棉花22.21万吨，较上月减少2.4万吨，减幅9.7%，同比减少58%；平均进口价格2062美元/吨，较2月上涨56美元，涨幅2.8%，同比上涨9.5%。2014年前3个月共进口76.06万吨，同比下降44.3%。

3月，我国国内调整储备棉投放政策，竞卖底价降低，国内棉价由稳趋降，而国际棉花期货现货价格上涨，内外棉价差进一步收窄，加之需求不旺等因素影响，我国棉花进口数量继续回落，进口价格环比同比均有所上涨。

进口棉花配额使用以1%关税为主，比例超过七成；贸易方式中保税区进口比例接近六成，成为最主要的进口方式，一般贸易方式持续回落。

来源国继续集中在印度和美国，二者合计达到九成，印度继续位居首位，所占比例达五成，进口美国棉花数量连续反弹，比例达四

成。

3月，各贸易方式进口量除进料加工和海关特殊监管区域物流货物有所上涨外，其他均回落，海关特殊监管区域物流货物所占份额仍排在第一位，一般贸易方式继续减少，比例仅占10%。

贸易方式平均进口价格中只有一般贸易和海关特殊监管区域物流货物下降，跌幅分别为0.15%和2.83%；来料加工、进料加工和保税监管场所进出境货物则分别上涨了8.16%、5.12%和6.79%。

5个主要来源国中，印度、乌兹别克和巴西平均进口价格环比下跌了0.37%、0.15%和1.74%，澳大利亚、美国则分别上涨了5.19%、1.36%。

3月进口海关主要集中在青岛、南京和上海，合计超过八成。进口地区仍以山东、江苏和北京为主，合计比例近八成。

新消费模式下服装市场呈新特点

销售增速继续下滑，品牌竞争更加激烈，销售渠道竞争融合，在当前商品主导向消费主导转变的零售时代，服装市场呈现出新特点：

一、大型零售企业销售增速继续呈现较大幅度放缓

根据国家统计局数据，2013年限额以上企业服装类商品零售额同比增长11.5%，增速较2011年和2012年分别低了13.6和6.2个百分点，呈现连续三年放缓的态势，是2003年以来的最低。另据中华全国商业信息中心的统计，2013年，全国重点大型零售企业服装类商品零售额同比增长5.2%，较上年大幅下滑7.3个百分点，销售增速放缓态势明显。

二、服装价格涨幅明显收窄，销量增速下滑态势趋缓

2013年，我国服装类居民消费价格同比上涨2.4%，增速较2012年回落0.9个百分点。全国重点大型零售企业服装类商品销售单价同比上涨2.9%，涨幅较2012年下滑7.1个百分点。

伴随着服装销售单价涨幅的大幅回落，2013年服装销售量增长速度快速下滑的态势明显趋于缓和。全国重点大型零售企业2013年各类服装零售量同比增长2.2%，增速较2012年低0.1个百分点，下滑幅度较前两年有明显的收窄。

三、品牌集中度依旧处于较低水平，小众品牌成亮点

相比2012年，2013年全国重点大型零售企业服装销售品牌集中度水平继续下滑，多数商品品牌集中度继续处于较低水平。根据中华全国商业信息中心的统计，2013年，全国重点大型零售企业统计销售的16类服装商品中，前十位品牌市场综合占有率合计相比上年下滑的达到14个，只有两类呈现提升。

与此同时，随着消费需求碎片化特点日趋明显，小众商品和小众品牌呈现快速发展态势。例如，潮牌、轻奢品牌等则成为了市场的亮点。

四、线上线下服装销售呈现冰火两重天

2013年，全国重点大型零售企业服装类商品销售单价各月涨幅均为近三年来的最低，甚至个别月份还出现了下降。相比之下，网上销售则依旧保持较高的增长速度，根据中国电子商务研究中心的数据，2013年，我国服装网购市场交易规模预计达4076.1亿元，同比增长33.6%。另根据易观智库的数据，2013年，中国B2C服装品类交易规模达到1996.5亿元，同比增长87.4%，增速大幅高于大型零售企业服装销售增速。

五、快时尚实现线上线下双向拓展

2013年快时尚品牌企业继续保持快速在华扩张的态势，呈现鲜明特征：

1、积极拓展线上销售市场。优衣库、ZARA、GAP、无印良品、Forever 21、Mango、I.T等均拥有自己的电商平台；

2、拓展副线品牌及运动领域。2013年快时尚的扩张不再局限于原有品牌，H&M、ZARA、优衣库等都开始为公司的副线和新品类服装铺路。

与此同时，快时尚还把触角伸向了运动领域，优衣库和H&M不约而同的选择了与网球运动员签约。

六、线上线下融合发展是亮点，但不是终点

大型零售企业的服装销售不景气以及网购快时尚的快速发展，让中国的服装企业左右为

难，触网或不触网的纠结心理在2013年终于得到缓解，全渠道似乎给企业找到了两全的方法，O2O成为市场的亮点、热点。2013年，部分企业开展全渠道销售，并取得了一定效果。

七、生活方式转变主导服装消费趋势

80、90后作为当前零售市场的消费主体，身处全球一体化，商品极度丰富的社会，生活方式上相比上一代有了很大的转变。在服装消费方面，个性突出，倾向自己挑选，自己搭配，展现自我，因此，未来的服装商品应该突出卖点；其次，重体验，在服装的消费过程愿意尝试，无论是新的品牌、新的款式、新的营销方式等，他们需要的不仅仅是一件衣服，而是在购买和穿着的过程中的精神享受。因此：

在消费细分，消费群体变窄，需求碎片化的情况下，定位为谁服务将变得十分重要，同时在产品和面料等方面突出个性化和特点，才会有市场需求；

在渠道方面，目前的消费者逐步适应了线上线下混合的销售体验，渠道创新，为消费者群体提供便捷愉悦的销售服务将成为趋势；

在销售方面，持续的打折促销明显已经纵容了消费者，营销方式创新取得成功的困难越来越大，零售企业必定要经历伤筋动骨的变革；

在生产模式上，能够快速满足消费需求和有效降低成本的短周期、小批量和多品种的生产模式将成为发展趋势。

一季度我国对外贸易情况分析

据海关统计，2014年一季度，全国进出口5.9万亿元，比去年同期（下同）下降3.7%。其中，出口3万亿元，下降6.1%；进口2.9万亿元，下降1.2%；顺差1028亿元，收窄60.9%。

按美元计，一季度，全国进出口总值9658.8亿美元，下降1%。其中，出口4913.1亿美元，下降3.4%；进口4745.7亿美元，增长1.6%；贸易顺差167.4亿美元，下降59.7%。

第一季度外贸运行主要呈现以下特点：

一、对欧盟、美国、日本、东盟贸易保持增势

一季度，在与主要贸易伙伴双边贸易中，我与欧盟、美国、日本、东盟双边贸易分别增长6.3%、0.9%、2.6%和2%；同期，内地与香港双边贸易总值下降33.3%。

二、东部地区进出口下降，中西部地区出口活跃

一季度，东部地区11省市进出口总值50495亿元人民币，下降6.3%，占全国进出口总值的85.6%，较上年同期下降了2.3个百分点。中、西部地区进出口总值分别增长0.6%和30.8%，占比分别为6.6%和7.8%。同期，以美元计，共有天津（10%）、内蒙古（10.6%）、江西（17.7%）、山东（10.8%）、湖北（11.1%）、广西（28.3%）、海南（12.3%）、四川（14.7%）、重庆（87.5%）、云南（30.4%）、陕西（92.4%）、甘肃（36.4%）、青海（26.4%）、宁夏（104.5%）等14个省份进出口总值实现两位数以上的增长。从出口方面来看，中西部地区的四川、重庆、云南、江西和广西等省份的出口增速保持较高水平，分别为14.8%、61.4%、37.6%、13.8%和35.9%。

三、一般贸易比重增加，加工贸易比重减少

一季度，我国一般贸易进出口3.26万亿元人民币，增长6.4%，占同期我国进出口总值的55.2%，较上年同期增加5.3个百分点。同期，我国加工贸易进出口1.87万亿元人民币，下降

8%，所占比重为31.6%，较上年同期减少1.5个百分点。

四、传统劳动密集型产品出口降幅低于外贸出口总额，部分传统优势竞争产品继续保持良好增长势头

一季度，我国机电产品出口1.71万亿元人民币，下降8.8%，占同期我国出口总值的56.9%。同期，出口纺织品、服装、箱包、鞋类、玩具、家具、塑料制品等7大类劳动密集型产品出口5931.8亿元人民币，下降2.7%。彩色电视机（29.4%）、电动机及发电机（10.8%）、灯具（25.5%）、钢材（17.7%）、玩具（11.1%）、陶瓷产品（10%）以及化肥（102.2%）等多种大宗出口商品实现了两位数增长。

五、主要大宗商品进口量增加，进口均价普遍下跌

一季度未锻轧铜、大豆、铜矿砂、铁矿砂、原油和煤进口量分别增长37.8%、33.5%、23.5%、19.4%、8.3%和5.1%，进口均价分别下跌11.2%、10.1%、8.9%、8.0%、4.8%和14.2%。此外，机电产品进口11490.3亿元，下降8.2%。

一季度外贸数据的双降，主要有两个原因：

一是去年同期部分地区对香港的异常贸易垫高了基数。受高基数的影响，今年3月，内地对香港进出口下降了43.3%，拖累进出口下降5.9个百分点，如果剔除2013年同期对港贸易异常高基数的因素，按美元计，一季度出口和进口实际增长4.6%和9.6%。

二是新兴经济体今年一季度疲弱的影响。3月份我国对印度、南非的进出口分别下降了5.2%和45.8%，也拖累进出口下降大概1.2个百分点。

关于对今年一季度的外贸增长情况怎么看，国家统计局发言人盛来运认为中国进出口实际表现应该比数据本身反映的要好。支撑这个看法的理由除了规模以上工业企业出口交货值实现4.2%的增长以外，海关总署统计的出

口经理人指数环比持续上升，也是一个重要的支撑理由。除此以外，还有其他一些重要的数据支撑，比如从进出口区域主体看，一季度全国有将近一半的省份进出口实现了两位数的增长，其中既有像重庆、陕西、宁夏、甘肃等等中西部的省份，也有山东、天津这样的沿海省份。

从出口市场看，一季度我国对欧盟、对东盟、对日本、对韩国、对巴西等重要市场的出口增幅都超过了5%。

在发达经济体缓慢复苏，新兴经济体增长动力趋弱的背景下，对全年外贸形势不敢掉以轻心，但也实实在在看到了有利于全年外贸稳定发展的不少积极因素：

一、世界经济增长加快，推动国际市场需求企稳

4月14号世贸组织有一个报告，预计今年世界贸易量将增长4.7%，高于2013年2.1%，高了一倍多。

二、我国产业配套政策完善，技术水平不断提高，出口产业具备较强竞争力

只要全球需求稳步复苏，以我国出口产业的竞争力，进出口保持略高于全球的增速是完全可能的。

三、我国去年以来实施的外贸稳增长、调结构等一系列政策措施正在进一步落实，有利于稳定进出口企业信心

最近商务部和海关总署分别对几千家出口企业的经理人进行了问卷调查，结果显示，对出口前景乐观的企业今年以来是逐月上升的。

综合判断，当前我国外贸发展具备坚实基础，只要政策措施得力，实现平稳发展是有条件、有可能的。商务部目前正在加大协调促进力度，积极落实相关的政策措施，相信接下来在推动外贸稳增长和调结构这两个方面都会取得积极的进展。

稳增长措施或以稳出口为突破口

一季度我国外贸进出口同比双双下降，市场对一季度宏观经济增速低于7.5%的预期进一步增强。中国证券报记者获悉，在多个部门酝酿的包括加快金融改革、稳定进出口、加快项目审批等一系列稳增长措施中，稳出口措施有望成为稳增长的突破口。加工贸易禁止类和限制类商品目录可能适度调整。

权威人士表示，加工贸易是出口贸易带动就业的主要贸易方式。但是，一季度加工贸易出现大幅下滑，这一现象值得关注。考虑到稳出口与稳就业、稳增长间的关系，相关部门可能将创新加工贸易管理模式，适度调整加工贸易禁止类和限制类商品目录，推进珠三角示范区和苏州、东莞先行先试。推动通关便利化改革，鼓励有条件的地方建设“单一窗口”。

近年来，我国政府多次调整加工贸易禁止类商品目录，以限制低层次加工贸易，不断优化加工贸易商品结构，降低能耗、保护环境。2010年9月，根据国务院关于做好节能减排工作的要求，商务部和海关总署对加工贸易禁止

类商品目录再次进行调整：将包括部分品种的多晶硅、玻璃和钢坯等44个十位商品编码增列入加工贸易禁止类商品目录。

关于外贸稳增长和调整加工贸易禁止类商品目录问题，商务部新闻发言人沈丹阳在本月商务部例行新闻发布会上表示，在外贸稳增长政策措施方面，商务部正在做调研。加工贸易是我国对外贸易的重要组成部分，在扩大就业、提升产业水平、促进国民经济发展等方面都发挥了重要作用。目前，加工贸易按照“负面清单”实行商品分类管理，定期发布加工贸易禁止类和限制类目录。现行的加工贸易禁止类目录共有1803个10位商品编码，限制类目录共500个10位商品编码。1999年以来，根据形势变化，已先后10余次调整加工贸易禁止类和限制类目录，形成了分类商品目录的动态调整机制。

根据外贸稳增长、调结构的要求，为了进一步完善加工贸易商品分类管理，推动加工贸易健康稳定发展，促进转型升级，商务部近期

正在就目录调整工作广泛征求有关地方、部门和行业企业的意见，在此基础上还要由专家深入评估、研究提出相关调整方案。目前，这些

工作都还在进行过程中，商务部将继续认真听取各方面的意见，稳妥开展目录调整工作，为加工贸易企业创造良好的发展环境。

纺织及相关项目入列《西部地区鼓励类产业目录》

根据党中央、国务院关于深入实施西部大开发战略的部署和要求，为促进西部地区产业结构调整 and 特色优势产业发展，国家发改委和各地方相关部门经反复研究，编制了《西部地区鼓励类产业目录（征求意见稿）》。目前该目录正在面向全社会征求意见。

其中，纺织及相关项目有：

宁夏回族自治区的熔体直纺及切片纺彩色涤纶的开发及生产；

新疆维吾尔自治区（含新疆生产建设兵团）的大型炼油、乙烯、芳烃生产装置生产的有机化工原料就地深加工（《产业结构调整指

导目录》限制类、淘汰类项目除外），棉花、小麦、豆类等农作物种植、采收机械化技术开发及应用；

内蒙古自治区的毛绒棉纺织加工；

广西壮族自治区的蚕茧丝绸及印染、服装精深加工等，桑蚕产业资源循环综合利用，生物质乙烯生产（以粮食为原料的除外）。

重庆、贵州、陕西、云南、甘肃、青海、宁夏、新疆、内蒙古、广西等省市自治区产业鼓励项目均涉及精细化工产品。据悉，公示截止日期为2014年4月30日。

国务院决定延续并完善促创业就业税收政策

4月16日，国务院召开常务会议，分析研究一季度经济形势，部署落实2014年深化经济体制改革重点任务，确定金融服务“三农”发展的措施，决定延续并完善支持和促进创业就业的税收政策。

会议认为，今年一季度，我国经济开局平稳。经济增速、就业、物价等主要经济指标处于年度预期目标范围，没有越出上下限，经济运行继续保持在合理区间。

会议指出，保就业是稳增长的重要目的和惠民生的基本内容。为进一步促进高校毕业生、下岗失业人员、残疾人等重点群体创业就业，扶持小微企业发展，会议决定，将2013年底到期的支持和促进重点群体创业就业税收政策，延长至2016年12月31日，并加以完善。

一、取消享受优惠政策的行业和人员范围限制。凡招用登记失业一年以上人员，均可享受税收优惠。

二、提高征税扣除额上限。对从事个体经

营或企业吸纳就业的，除国家给予定额税收扣减外，地方政府还可按规定再给予比过去更大的税收优惠。

三、增加扣减税费种类，把地方教育附加纳入减税范围。

四、简化程序，将税收优惠政策管理由审批改为备案，努力营造更好的创业就业环境。

环境税将逐步增加对排污的惩罚

财税体制改革是2014年改革的重头戏。财政部部长楼继伟日前透露，需要提交全国人大立法的环境税未来会逐步增加对排污的惩罚，可能要先增加对二氧化硫和氮氧化物排放的惩罚。

楼继伟表示，环境税实际上是一个对排污惩罚的税种。下一步也会考虑推进碳交易，但前提是要确保在行政上有严格的执法，对企业排放多少碳要有严格的测度，只有做到这些才有可能推进碳交易。

海关简化加工贸易和保税监管流程

海关总署近期发布了修订后的《中华人民共和国海关加工贸易货物监管办法》，进一步简化加工贸易保税监管流程，重新明确和统一保税监管执法要求，促进加工贸易健康发展。

修订后的《办法》主要变化包括：取消“加工贸易备案（变更）、外发加工、深加工结转、余料结转、核销、放弃核准”行政审批

事项；明确了依据电子数据进行手册设立、进出口报关、核销的做法；放宽担保提供者的范围，允许加工贸易企业提供非银行金融机构开具的保函作为担保；放宽外发加工限制性条件，放宽了对承揽者的限制，最大限度地减少征收保证金的情形。

欧盟变更BPR法规 纺织鞋服等产品或将面临考验

日前，BPR法规又有更新，内容包括：

一、批准了己二醇铜、5-甲氧普林、辛酸、癸酸、碘和代森锌这6种可用于生物杀灭剂产品的活性物质及它们对应的用途；

二、就噻虫胺、氟氯氰菊酯、除虫脲、双吗啉甲烷等6种物质作为生物杀灭剂的活性物质替代候选物发起了公众咨询；

三、发布最新的生物杀灭剂法规的常见问题解答清单。

该法规将影响纺织鞋服等数十类产品出口，涉及出口额约20亿美元。

BRP所引起的三项风险

涉及面广。该法规不仅对卫生农药相关生产及出口企业造成巨大冲击，也对须经生物杀灭剂处理的厨具、皮革、鞋类、地毯、乳液、纺织服装、家具建材、陶瓷制品、电子电器、油漆涂料、橡胶塑料等数十类产品造成重大威慑力。

程序复杂。企业需准备实验数据的提交，技术资料整理储备、制作符合规定的卷宗和活性物质评估等多项内容。

费用昂贵。活性物质许可和生物杀灭剂产品的授权费用远高于REACH法规的注册费用，而且BRP法规参与数据共享的企业数将减少，分摊的成本更高，如一个活性物质第一种使用类型的行政费用将高达12万欧元，一个产品的授权费将需要8万欧元。

相关内容：

欧盟生物杀灭剂法规(BPR, Biocidal Products Regulation)于2013年9月1日起正式实施。BPR法规在BPD指令的基础上将生物杀灭剂处理物品(TA, Biocidal Treated Article)纳入到监管范围之内，旨在加强对欧盟市场上的生物杀灭剂处理物品监管。

什么是生物杀灭剂处理物品(TA)

生物杀灭剂处理物品(Biocidal Treated Article, TA)指已被处理或有意含有一种或多种生物杀灭产品的任何物质，配制品或物品。

哪些产品属于BPR法规下生物杀灭剂处理

物品(TA)

根据BPR法规中TA的定义及法规适用条件，TA将涵盖诸多行业及其产品，包括电子电

器、纺织品、皮革制品、橡胶、塑料制品、家具家居用品以及涂料、油漆或乳液制品等生活中常见的物品。

美国联邦贸易委员会修订纺织品标签规则

3月15日，美国联邦贸易委员会(FTC)对其纺织品标签规则作出最后修订，其中包括纤维含量和原产地国标识等规则。

新规则实施纺织纤维制品鉴别法案，要求在美国出售的部分纺织品标签上，应显著标明纺织品的通用名称、含量百分比，生产商或销售商的名称及生产国或加工国，其主要内容包括：采用最新的国际标准化组织的2076标准对人造纤维的通用名称；允许某些吊牌标明纤维名称、商标和性能信息，而无须标明产品的全部纤维含量；明确产品在原产国是被加工或制

造；明确规定标识的纺织纤维产品类别和可免于该法要求的产品。

美国联邦贸易委员会(FTC)是美国政府的独立机构，它的主要任务是促进消费者保护和反竞争的商业行为。欧盟曾因美国的纺织品标签规则不采纳ISO制定ISO37.58国际通用标准而向WTO提出抗议，但因美国FTC的强势地位，最终被迫妥协。浙江杭州检验检疫局在此提醒辖区纺织品出口至美国的企业，要积极应对FTC本次纺织品规则的修订，规范吊牌、洗标以及原产地标识，以免造成经济损失。

美国纺织品服装进口急降波及中孟两国

在长期的稳定后，美国服装、纺织品进口市场出现了突然性的波动。曾经最稳定、最重要的两个供应商——中国和孟加拉国，在今年2月的出口量都出现了锐减，其市场份额被其邻国印度以及越南瓜分。

中国出口的降低一方面是由于制造商将更多的精力放在了国内市场，另一方面则是源于采购成本的上升。而孟加拉国则继续忙于处理过去18个月工厂事故的后遗症。

根据美国商务部在4月4日发布的数据，美国服装、纺织品的进口较去年同期下降了4.1%。

专家表示，美国不温不火的零售状况以及上半年市场的疲弱预测是原因之一，美国制造运动的兴起是进口减少的另一个原因。中小企业的服装进口为19亿美元，下降了4.2%，纺织品的进口为23亿美元，下降了4%。

2月，美国中小企业从其第一供应大国——中国的两项总进口为19亿美元，同比下降了10.7%，是自去年3月以来的最大降幅。另一边，作为美国纺织品的主要供应商之一，印度

的出口增幅达到了20.3%。

孟加拉国作为美国服装进口的第三大供应商，遭受了10.2%的服装出口降幅，2月只有1.36亿美元。而上一次这样大的降幅则追溯至2012年4月。

美国服装、鞋类协会国际贸易副主席纳特·赫尔曼表示：“我们有许多公司在孟加拉国都有很大份额的生意，比如H&M、Gap以及沃尔玛，都承诺将会继续与孟加拉国合作，但是我们也有许多公司开始尝试脱离该市场，或者说只留小部分的服装生产。它们已经决定退出，直到孟加拉国解决其内部问题。”

包括沃尔玛、Gap、VF以及Target在内的孟加拉国工人安全联盟近期表示，他们在其商务国际组织董事会内新增了12位顾问，从政府方面到劳工方面都有代表。

该联盟共有26名公司成员，是产业安全举措两个方案之一。这两个方案是在孟加拉国两个工厂事故后运作的。这两起事故导致超过1240名工人的死亡，将该亚洲国家制衣业防火措施、和安全标准漏洞曝光于全球。近几个

月，立法者、员工、劳工群体都对该联盟表示抗议，因为其委员会内并没有包含劳工以及工

会代表。

欧盟希望扩大对巴西的纺织品服装出口

日前，欧盟纺织品服装协会总干事 Francesco Marchi 表示，希望欧盟委员会继续推进与南方共同市场之间的贸易协议，巴西是南方共同市场中的主要成员，同时，巴西市场对欧盟纺织业的出口来说也是重要市场之一。Marchi 表示，尽管巴西的纺织品服装消费持续增长，但是其市场对欧盟来说依旧难以进入。

南方共同市场还包括阿根廷、巴拉圭、乌拉圭及委内瑞拉。2000年，欧盟与南方共同市场进行自由贸易谈判，双方的自由贸易协议涵盖了全球两个最大的贸易区，包括7亿消费者及9万亿美元GDP。

目前，双方在谈判中存在争议导致自由贸易协议迟迟未能达成，因此，欧盟纺织品服装在进入巴西市场时必须面对35%的高额进口关税。Marchi 表示，巴西的消费者比欧盟消费者在服装上的消费潜力更大，但是目前欧盟在与巴西的贸易中，进出口都呈现下降趋势。

贸易壁垒是双方必须解决的问题，Marchi 指出，巴西及阿根廷的吸引投资的程序以及进口许可程序过于繁琐，限制了欧盟的市场准入。希望欧盟能进口达成与南方共同市场之间的自由贸易协议，欧盟将与巴西在纺织业方面进行长期的合作。

2013年全球服装和鞋类零售额增850亿美元

根据一项新的研究指出，全球服装和鞋类行业零售额在2013年增加850亿美元，但过度依赖金砖四国(巴西、俄罗斯、印度、中国大陆)将使零售增长面临挑战。

欧睿信息咨询公司(Euromonitor International)提出，现存的问题包括疲弱的西欧消费者信心，过多的打折销售挤压了利润空间，以及中国大陆经济成长放缓等。同时，服装和鞋类行业对金砖四国市场的严重依赖将可能发生风险。金砖四国服装和鞋类的销售额占全球服装和鞋类销售总额的四分之一，预计在

未来5年占全球销量的比重将超过64%。而巴西和俄罗斯经济的脆弱性与中国大陆经济成长速度减缓，使服装和鞋类存在潜在的风险。

虽然在西方国家需求低迷时期，新兴市场对服装行业而言是宝贵的命脉，然而降低对新兴市场成长的依赖将是一项挑战。

循环折扣对利润造成的影响，使自经济衰退以来服装单价下跌5%。

同时研究指出，2013年鞋类的销售增长6.1%，服装销售增长4.8%，延续过去十年来的成长趋势。

印度非织造布预计2016年可占亚洲8%市场份额

根据国际非织造布行业协会公布的最新数据显示，2013年印度非织造布市场占到亚洲非织造布市场的7%，国际非织造布协会亚洲分会表示，预计在2016年，印度非织造布市场将能

占到亚洲非织造布市场的8%，呈现火热发展态势。

过去的3年中，印度非织造布市场实现了显著的增长，印度的非织造工业也正在经历惊人

的增长。目前，印度非织造布产量大约在12.5万吨~14万吨，估计将有更大范围的提高。

据印度纺织局消息，它们将投资4500万美元针对产业用纺织品制定一项“五年计划”（2013年~2017年），加快发展新型非织造布以及特种纺织材料。其中，包括两项重要内容：一、建立四个新的“卓越中心”，同时加强印度国内的研发能力，这4个中心计划分别关于非织造布、复合材料、工业技术（indutech）和运动技术（sportech）。每个中心将分到545万美元的投资；二、加强国内消费能力和增加出口机会。

日前，全球非织造布有限公司在2013年6

月计划在印度纳西克增加1条主要针对卫生和医疗应用的大型纺熔生产线，预计在2014年4月底投产。

德国著名非织造产品制造商Precot公司，在印度南部卡纳塔克邦建立了一个非织造布生产项目，主要生产卫生保健产品。这个新建项目将成为一个综合性工厂，工厂中不仅设有非织造布生产线和整理机，还包括对产品进行自行加工。此外，世界上最大的消费产品制造商美国宝洁公司也在近日宣布，计划制造针对印度市场的产品，为不断增长的人口提供更实惠的产品。

缅甸国内环境改善带来劳动密集型产业后发优势

政治经济环境：缅甸是联合国确定的最不发达国家之一。加工制造业水平低，在GDP中比重较小。多年来，受国内政局不稳、西方发达国家和一些国际组织的制裁等影响，国内经济难有起色。

随着2012年新政府以政府转型和经济发展为中心的改革，缅甸经济和外交发展取得显著成效，投资环境有了较大改善，经济实现了较快增长。

与此同时，西方发达国家也逐渐松动对缅甸的制裁；国际劳工组织已解除对缅甸的制裁；日本也积极行动，发展与缅甸的经济关系；缅甸与东盟以及各成员国的经济合作、友好关系也在不断加强。

根据缅甸媒体公布的官方数据，缅甸2011财年（2011.4-2012.3）GDP为529.63亿美元，其中国内销售占16.9%，接近90亿美元，人均GDP达877美元。

另据亚洲开发银行的公告数据，2012财年，缅甸国内经济增长6.3%（GDP总量达到560多亿美元，人均GDP增长到930多美元，接近1000美元大关。），并预计2013财年经济增长6.5%，2014财年经济增长6.7%。

劳动力供应：2011年缅甸人口约为6000万，其中15-59岁劳动力有3340.7万人，劳动力供应充足。但人均受教育水平低，处于世界较低水平，高素质人才缺乏。

缅甸劳动力整体工薪水平较低。大中城市的劳动力平均工资为325元人民币左右，技工平均月工资520元人民币左右，高级技工和管理人员平均月工资为2700元人民币左右，工业区工人平均工资为650元左右。小城市或城镇的工人工资更低。

充足并低成本的劳动力、欧洲给予缅甸的关税普惠制待遇（GSP）以及缅甸政府颁布的新外商投资法，使缅甸逐渐成为外国投资的热土。

缅甸纺织产业：缅甸纺织业大多为国有企业，企业数量少，80%的服装面料从中国、泰国进口。相比纺织业，缅甸的服装行业则体现了高度的市场化。受各项利好因素的刺激，该国服装出口增速迅猛。

2013年1月-10月缅甸服装出口同比增长109%，增长动力强劲。

与越南、柬埔寨、印度尼西亚、巴基斯坦、泰国等这些具有纺织服装传统产业基础的国家不同，缅甸的纺织产业基础薄弱，但同时也意味着具有更大的发展空间和后发优势。

2013年阿根廷纺织产业发展概况

由于受到1999至2002年间的经济危机影响，阿根廷国内消费能力衰退，纺织产业失去10万个就业机会。同时，因为走私及仿冒行为持续冲击纺织相关产业，使政府每年减少约7亿美元税收。近年来，行业情况已逐渐好转，生产、投资及雇用员工数皆恢复性增长。2013年，阿根廷纺织产业发展情形如下：

一、棉花

自2002年起由于原物料价格上涨及阿根廷政府鼓励政策，阿根廷各省份棉花种植面积逐步扩增，目前有超过15000家棉花业者从事生产，140余家棉花加工厂，47家棉线制造商(其中25家含编织厂等)。由于棉农采用新的耕作方式，如直接播种、基因改良及采用耐用性高之收割机械，使阿国棉花产量扩大。

2013-2014年期间，阿根廷棉花耕种面积约为543,500公顷，平均收成约每公顷78公斤，较上年期下降2%，其中Chaco省种植面积260,400公顷(占全国生产量60%)、Santiago del Estero省121,000公顷(占全国生产量25%)、Santa fe省129,800公顷、Salta省8,700公顷、Formosa省19,000公顷等。

2013年阿根廷棉纤维生产量为17万公吨，较2012年衰退22.7%，其中国内需求量为14万公吨，出口量为2.97万公吨，同比减少56.8%。其主要出口市场为台湾、印度尼西亚、中国大陆、泰国、越南及哥伦比亚。进口量为7000公吨，同比减少7.9%，其主要进口来自巴西(99%)、土耳其及哥伦比亚。

二、羊毛

阿根廷是全球羊毛生产大国。该国目前共有7万家羊毛生产者，51%在南部Patagonia区，全国养殖约1500万头羊，羊毛年产量约4万至5万公吨，总价值约2.8亿美元。2013-2014年期间羊毛产量为4.4万公吨，较2012-2013年期增长4.8%，该期间国内消费2000公吨。

阿根廷羊毛出口全球排名第三，年出口量为4万多公吨，出口额2.19亿美元，其中未梳洗羊毛为0.48亿美元，梳洗羊毛为1.71亿美元，主要出口市场为中国大陆(25.3%)、意大利

(17.6%)及德国(16.5%)。

三、人造纤维

近年来阿根廷人造纤维生产者为了满足南方共同市场的需求，持续调整生产结构，一方面扩大与会员国间之贸易，另一方面应对低成本及现代技术带来的激烈竞争。该国生产者除持续进行投资外，也利用区域贸易提供的关税优惠，吸引跨国投资者直接投资阿根廷市场。

2013年阿国人造纤维及纺纱产量为8.78万公吨，较2012年增长31.3%，其中合成纤维及纱线产量为8.16万公吨、聚丙烯纤维6220公吨。

四、成衣

阿根廷成衣业以中小企业为主，进入门槛极低，易适应市场变化。该国成衣业从业者超过16万人，其中非法雇工数达2.5万人。过去几年，走私及仿冒者较为泛滥。

2013年，阿国成衣业产值增长6%，投资增长9%，出口减少15%，主要出口产品为原材料。近几年，阿根廷政府对进口成衣加重进口关税及进口管制等多项措施，使成衣进口减少8.1%。但是，因为无法取得品质较好的服装面料辅料，使该国最终成衣产品品质较进口品低劣。

2014全球产业用纺织品市场预测

亚洲地区产业用终端产品的消费在世界经济增长上扮演着非常重要的角色。增长较快的国家有中国、印度、韩国以及其他发展中国家。2012年，全球产业用纺织品市场销售额约为1290亿美元，比2011年增长了2.5%，其中，亚洲地区占全球产业用纺织品市场的45%。

在亚洲产业用纺织品市场中，中国占50%。在过去的20年里，中国的产业用纺织品消费量约以每年10%的速度在增长，但多为中低端产品以及中间材料，高技术和高附加值产品仍需进口。

相对于美国和欧洲，中国的劳动力成本较低，预计中国的产业用纺织品行业在全球市场中将继续拥有优势。

此外，2013年印度在全球产业用纺织品市场份额中仅占到9%，其中约67%生产的是中低端产品，只有33%生产的是高端产品。究其原因，是由于印度产业用纺织品和非织造布行业仍处于起步阶段，相对于美国、欧洲和中国，其先进的技术并不到位。

总体来说，2013年国际产业用市场经济增长速度明显放缓，但很多分析师认为，这种适度放缓是健康的，这样有助于缓和通胀，是保证行业优势长存的必然道路。

在2014年及以后，美国和其他发达国家的产业用纺织品制造商的市场份额有望增加。主要是由于一些细分市场中需求的存在，如汽车、国防、土工合成材料、安全与技术产品，以及图形织物。具体预测：

1、全球安全防护用产品销量有望增加6%

国际产业用纺织品协会在2013年10月对美国安全与防护用产品市场进行了调查，据报告显示：美国安全与防护用产品供应商和制造商们预计，与2013相比，2014年全球安全与防护用产品市场销售额有望增加6%。这些市场包括军用服装、建筑和工业，以及汽车行业，其中汽车行业于2014年将对安全与防护产品市场产生强大的影响力。

2、亚洲窄幅织物市场未来增速约达到7%

2013年，美国窄幅织物市场销售增长约为

2%；亚洲窄幅织物市场在未来几年将有强劲的增长，有望达到7%，南美约为5.5%，而美国依然以2%的年增长率增长。

3、美国土工合成材料市场增长将实现4%

据国际产业用纺织品协会统计，2012年，美国共有535个煤灰厂对衬垫有需求，这就意味着未来5~7年美国土工合成材料市场可能会有300~350万美元的销售额，美国土工合成材料市场将在2014年实现4%的增长速度。

4 加拿大图形织物消耗加工量将增加3%

图形织物中最具增长潜力的产品是热升华产品，另外，宽幅喷绘产品，例如车身贴和软标牌，尤其是（POP）标牌，以及贸易展览和室内/室外横幅也将继续增长。

与2012年相比，2013年美国图形织物市场销售增长了3%，该市场连续2年都取得了良好的销售业绩。在2013年，加拿大的图形织物加工商织物总消耗量为306万平方米。国际产业用纺织品协会预测2014年加拿大图形织物的消耗加工量将增加3%，达到318万平方米。

（文/国际产业用纺织品协会市场研究部经理 杰夫·拉斯姆森）

借道中欧关系新历程 谋求中国纺织品服装贸易展（巴黎）新发展

2014年3月22日，国家主席习近平启程，开始自就任国家主席以来首次对欧洲四国（德国、法国、荷兰和比利时）及欧盟的访问。此次访问全面提升中国同欧洲四国和中欧关系水平，全方位推进中欧合作，成为中欧关系史上新的重要里程碑。

习近平主席此次访问的四个国家都是欧盟创始成员国，其中法、德有欧盟“发动机”之称，在欧洲有着广泛的影响力。四国中，德国、荷兰分别是中国在欧盟的第一、第二大贸易伙伴，中国为法国第八大出口市场和第八大进口来源地（2013年），法国还是首个与新中国建立大使级外交关系的西方大国，比利时是欧盟总部所在地。

此次访问从荷兰到法国，从德国到比利时，中欧双方将推动中欧合作在科技创新、新型城镇化、投资等领域拓展新增长点，为中欧经贸蓬勃发展注入新活力。

纺织品服装在中欧双边贸易中占重要地位

1994年我国纺织品服装出口达355.5亿美元，占全球纺织品服装出口比重13.2%，成为世界纺织品服装第一大出口国，这个殊荣一直保持到今天。2013年我国实现纺织品服装出口总额2840.71亿美元，占全球纺织品服装出口比重超过36%。

在此期间，欧盟始终是中国纺织品服装出口第一大传统市场。尽管2013年欧洲经济呈负增长，中国纺织品服装对欧洲的出口依然实现了12.69%的增长（欧盟9.25%），出口额达669.52亿美元（欧盟516.6亿美元），占中国全部纺织品服装出口额比重为23.57%。其中，对欧洲纺织品出口157.48亿美元（欧盟117.19亿美元），同比增长8.71%（欧盟7.29%），占中国全部纺织品出口比重为14.73%；对欧洲服装出口512.04亿美元（欧盟399.41亿美元），同比增长13.97%（欧盟9.83%），占中国全部服装出口比重为28.92%。

同期，中国对欧洲商品出口总额为4057.75亿美元（欧盟3389.85亿美元，同比增长

1.1%），同比增长2.4%。

数据表明，中国纺织品服装对欧出口增长率远高于对欧货物出口增长率。

随着欧洲经济进一步回暖，2014年1-2月，中国对欧洲出口纺织品服装100.94亿美元（欧盟81.24亿美元，同比增长3.23%），同比增长3.28%，占中国全部纺织品服装出口比重为25.56%。其中，对欧洲纺织品出口25.50亿美元（欧盟19.60亿美元），同比增长2.19%（欧盟4.29%），占中国全部纺织品出口比重为8.28%；对欧洲服装出口75.44亿美元（欧盟61.65亿美元），同比增长3.66%（欧盟2.90%），占中国全部服装出口比重为30.50%。

通过对比可以看出，虽然2013年中国纺织品服装出口基数较大，并且每年的1、2月份出口数据往往波动较大，但今年前两个月，中国纺织品服装在欧洲市场上依然保持稳定增长，并且，除纺织品外，其他占比均高于去年全年水平。

由此可见，转型中的中国纺织产业在国际市场上依然保持着较强的国际竞争力。

同时，随着中欧政治、经贸关系和人文交流的进一步发展，具有较强国际竞争力的中国纺织产业与正在复苏的欧洲市场的经贸联系必将稳固发展。

欧盟“发动机”德、法在中欧纺织经贸中发挥重要作用

2013年，中国对德国出口纺织品服装106.44亿美元，同比增长5.42%，占对欧盟纺织品服装出口比重为20.6%；其中纺织品出口23.64亿美元，同比增长10.97%；服装出口82.80亿美元，同比增长3.94%。

2013年，中国对法国出口纺织品服装55.59亿美元，同比增长12.82%，占对欧盟纺织品服装出口比重为10.76%；其中纺织品出口7.86亿美元，同比增长4.06%；服装出口47.72亿美元，同比增长14.41%。

2014年1-2月,中国对德国出口纺织品服装16.45亿美元,同比增长0.63%,占对欧盟纺织品服装出口比重为16.3%。其中纺织品出口3.96亿美元,同比增长7.52%;服装出口12.49亿美元,同比增长-1.37%。

2014年1-2月,中国对法国出口纺织品服装8.31亿美元,同比增长5.19%,占对欧盟纺织品服装出口比重为8.23%。其中纺织品出口1.34亿美元,同比增长-4.23%;服装出口6.97亿美元,同比增长7.22%。

由以上数据可以看出,纺织品服装在中国对德、法贸易中均呈现稳定增长的趋势。

谋求中国纺织品服装贸易展(巴黎)新发展

旨在为欧洲专业采购商和消费者提供近距离采购便利的中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)暨巴黎国际服装服饰采购展,无疑是促进中欧纺织贸易发展的有效平台,并将借助中欧新型全方位战略伙伴关系谋求新的发展。

中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)暨巴黎国际服装服饰采购展,由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、中国服装协会和法兰克福展览(法国)有限公司共同承办。

展品涵盖正装、职业装、制服、晚装、休闲装、运动装、泳装和配饰等多个领域。

第11届展会已于2014年2月17日至20日在法国巴黎Le Bourget展览中心2号馆成功举办,展出规模和观众数量都有较大幅度增加。展会共有来自中国、日本、法国、印度、孟加拉、巴基斯坦、土耳其、越南等10个国家的115家展商参展,展商国际化程度进一步提升,展品也更加丰富。其中,中国展商67家,来自江浙、福建和江西等地区,展商重复参展率近30%。

展商对参展效果表示满意,特别是那些在展品选择上做足功课的展商,参展效果出奇得好。来自西欧、中东欧、北美以及中东等地区的观众也对“近距离、一站式”采购到心仪的纺织品、服装服饰品颇为满意。

第12届中国纺织品服装贸易展览会(巴黎)暨巴黎国际服装服饰采购展,将于2014年9月15-18日在法国巴黎Le Bourget展览中心举办。届时,期待致力于在欧洲市场一展身手的中国优秀纺织服装企业,在展会上满载而归。

2014中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展会观众邀请全面启动

国际化程度高,一直是中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展会的一大特点。其国际化不仅表现在参展商的全球化,更显著体现在专业观众的组织方面。从2008年两展首届合作至今,该展会的专业海内外观众数量一直不断提升。2012年6月的联合展共接待了92,000多人次的专业观众和业内人士。其中25%海外观众来自93个国家和地区。

近两年,随着印度、巴基斯坦、印度尼西亚等纺织新兴市场纺织产业的快速发展,为加快地区纺织产业发展速度,这些地区对新设备、新技术的渴求也正越来越强,且各国支持产业发展的政策力度也在加强。基于这些因

素,今年海外专业观众的数量有望再度提升。

据了解,展会主办方针对海内外专业买家的组织工作于年初开始全面启动,已赴印度等地进行展会路演活动。在国内观众的组织方面,也通过多种渠道逐步推进。

海外路演逐步推进

日前,主办方赴印度多地进行了展会推广工作。印度纺织产业的发展速度迅猛,其纺织行业对该国工业生产总值的贡献率已达14%,占该国国内生产总值的4%,行业出口贸易额占该国年出口总额的17%。目前,印度纺织行业吸纳就业达3500万人,是仅次于农业的第二大

就业供应领域。

纺织业作为印度的重要产业，该国政府在其十二五规划中也制定了针对本国纺织行业发展的宏伟蓝图。纺织产业园整合计划（SITP）、综合动力织机集群发展计划（CPCDS）以及鼓励投资纺织行业的国家政策均有望推动行业发展。与目前900亿美元产值相比，预计到2020年，印度年均纺织行业产值将超过2200亿美元。纺织业的发展，对纺机设备的需求旺盛使得印度成为2012年纺机展海外专业观众来源最多的国家。

针对印度纺织产业发展状况，展会主办方在2014年的观众组织工作启动初期，便特别加强了展会在印度的宣传推广力度。今年春节后，主办方派专人分别在印度的Ahmedabad、Surat、Coimbatore、Tirupur、Indore、Ludhiana、Amritsar及Ichhakalanji等纺织生产重点地区开展路演活动，举办了8场宣讲会，邀请了当地纺织业界商协会代表以及生产企业业主400余人参加。据主办方调查统计，超过一半与会者对纺纱设备更为关注，其次为针织设备，他们很多人以往都是通过展会进行装备采购，且表示在产品采购中将产品质量放在第一位，其次为价格。这些专业观众再次观展，对寻找新的供应商充满期待。

针对印度纺织产业及企业当前的发展需求，展会主办方进行了有针对性的参展产品、技术等方面的介绍，这些极具价值的信息，吸引了所有参会人员，他们纷纷表示一定要到场参观，亲身领略、观摩这些高端纺织设备、技术的真正魅力，寻找适合企业自身的更好设备。

据了解，在海外观众的邀请上，主办方不仅与全球40余家专业媒体合作，发布展会消息，投放大量宣传广告外，还同土耳其、印度、巴基斯坦、孟加拉、越南、印尼等重要纺织生产国以及国内的专业协会和一些中介组织达成一致，这些专业协会及代理组织已经开始在当地启动专业买家的组织推介活动。目前，主办单位已陆续在印度、越南、土耳其等纺织生产国开展观众推介活动。

国内市场并进推广

中国纺织产业的全球地位早已确立，遍布全国的纺织产业集群和企业，成为了全球纺织机械产品的最大市场，因此，国内专业观众的组织也是主办方的重要工作之一。随着中国纺织产业转型升级的步伐加快，以及行业企业为缓解要素成本上升以及用工成本增长所带来的压力，广大纺织企业都将提升生产效率和产品质量、切实减少用工等作为企业现阶段发展的重点，而装备技术改造升级成为纺织企业解决现存问题，加速转型升级的重要支撑和手段。

据了解，为了扩大国内专业观众的组织工作，有效传递展会信息，主办方采用了短信、邮件、传真、媒体随刊夹派、现场推介等多种推广方式，从不同渠道面向全国纺织企业和产业集群推送展会信息。

浙江、山东、江苏、广东、福建、新疆等地作为我国纺织产业集聚地，主办方针对这些省份的重点产业集群进行走访，与各地相关集群主管单位、行业协会和商会等进行沟通，组织地区纺织企业进行座谈和交流，结合当地产业特色及转型升级的需求，有针对性地将展会将展出的新产品、新工艺、新技术等对集群、企业进行介绍和说明。从历年来的走访结果看，这样的形式，不仅让各地区纺织企业和集群能够更为深入、细致地了解展会状况，更为其装备技术改造、升级提供了借鉴，在展前实现了装备技术与下游应用者的提前对接，对于提高展会产需对接效率和价值，起到了至关重要的作用。

展会是一个窗口，在这里，纺织企业能够了解到全球装备技术的最新信息；展会是一个平台，让更多纺机企业的新技术和新产品得到了展示的机会；展会更是一个纽带，不仅链接起了海内外同业间的交流，更推动了纺机企业与纺织企业产需间的交流与沟通，更多的技术创新方向也在此起步。

有关展会详情，可登录展会官方网站 www.citme.com.cn 或 www.itmaasia.com 查询。

上海·浦东·再聚首 ——2014中国国际产业用纺织品及非织造布展览会9月开幕

9月24-26日，两年一届，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国产业用纺织品行业协会、法兰克福展览（香港）有限公司联合举办的中国国际产业用纺织品及非织造布展览会将在上海浦东新国际博览中心隆重开幕。

步入第22个年头的本届中国国际产业用纺织品及非织造布展览会，展出面积创出新高，达35000平方米，预计将有来自海内外近500多家企业参展，万余国内外专业观众莅临现场。展出产品类别包括：专用设备及配件、专用原料及化学品、非织造布及制品、其它产业用纺织品卷材及制品、功能面料及防护服装等。其中，E5和E6为国内馆，E7为国际馆。

作为中国产业用纺织品及非织造布行业发展的风向标，本届展会将深入探究中国产业用纺织品及非织造布发展的新模式，集中发出中国和世界产业用纺织品及非织造布领域的最强音，全力打造专业、权威、多元的国际产业用纺织品及非织造布交流平台。通过这个平台，中国产业用纺织品及非织造布行业的快速发展和发展趋势得以充分展现和传递。

本届展会仍将是一场品牌汇聚、买家云集的高品质双贸盛宴。

国内外企业参展热情高涨

2013年，产业用纺织品全行业工业增加值增速12.9%，固定资产投资增长28.67%，完成纤维加工总量1130万吨，增长11.88%，占纺织纤维加工总量的比例为23.3%，行业整体发展形势乐观。

2014年产业用纺织品行业仍处于稳中有进的平稳较快发展阶段，行业结构继续优化，产业竞争力持续提升，预计2014年行业投资活动将比去年更为活跃，而且投资将更集中在中高端先进产能的增加。

在强劲的行业发展势头影响下，国内企业迫切需要通过这一专业、权威、多元化的展会平台开拓国内外市场，了解行业发展趋势和前沿技术，带动企业转型升级。

同时，我国在产业用纺织品消费领域表现

出的巨大潜力，吸引着越来越多的世界知名产业用纺织品生产企业将目光聚焦在中国市场上。鉴于此，一些新国际产业用纺织品生产商纷纷加入中国国际产业用纺织品及非织造布展的强大阵营中，老展商更是因为得益于前几届展会理想的参展效果，而继续参展。

奥地利兰精公司今年已是第五次参展，该公司市场传讯部主管认为，中国市场发展迅速，我们看见在中国市场对非织造布产品的需求快速增长，中国市场模式已经从低成本代工转向注重科技和发展自主品牌，这个转变对整个亚洲市场影响深远。

进入中国市场有20年之久的机械及科技供应商安德里茨无纺布技术有限公司，在过去的10年间，一直持续参展，他们认为，中国的产业用纺织品以及非织造布市场有很大吸引力，近年来，随着国内汽车业、过滤工业、地工织物以及卫生行业的迅速发展，有关产品的需求会不断增加。

在国内，行业龙头也不甘示弱。像江苏恒力、浙江古纤道、浙江海利得、浙江瓯海昌隆、广东南海必得福、辽宁大连瑞光、浙江金三发、东纶科技、上海和鹰机电、江苏振泰、中国恒天、烟台泰和等众多行业领先企业也都将携其最新产品参展，展示国内产业用纺织品及非织造布的前沿技术和最新研发成果。

尖端技术的优选平台

产业用纺织品及非织造布是一种高附加值产业，又是高新技术产业，发展前景广阔。

本届展览会上，展商和观众能在创新产品/技术展示区看到集中展示并体验产业用纺织品及非织造布的最终产品和最新科研成果。比如：

依工玳纳特胶粘设备有限公司是美国Illinois Tool Works (ITW)集团旗下一员，曾经参加在全球其它地区举办的产业用纺织品及非织造布展览会，今年第一次来中国参展。在本届展会，他们将展示其广受业界关注的新型CrossCoa非接触帘式高精度涂头。用这种涂头，可以裹住

脏物，避免涂唇上的脏污或碳化物破坏涂层表面，这样可以保证均匀稳定的涂层质量，大大减少废品产生。

多次参展的德国公司格罗茨-贝克特，也将展示其最新的EcoStar刺针。据悉，该产品的使用寿命更长，可以令面料的缝合处更加美观，而且更容易刺透面料，节省能源，节省能耗达7%。

来自荷兰的斯塔尔精细涂料有限公司则将展示其优质漆和涂层产品，包括溶剂型和水溶性表面处理剂，已改良的SPVDF表面处理剂和粘合催化剂。这种产品在中国市场充满潜力，尤其是广东、浙江、安徽、上海等地区。

国内外尖端技术在中国国际产业用纺织品及非织造布展览会上的集中亮相，意味着展会已将发展高科技含量的产业用纺织产品及非织造布作为提升行业发展及转型升级的重要切入点，并经过长期的积淀，形成了展会的一大特色。

把脉趋势，共商未来

业界将2014年称为产业用纺织品及非织造布行业的“腾飞之年”。因为，产业用纺织品作为纺织行业转型升级的重点领域，是我国纺织工业从传统制造业向先进制造业转型升级的重要抓手，它一方面连接着传统产业转型升级的责任，另一方面肩负着发展战略性新兴产业的重任。

为此，本届展会期间，将举办多场中外国际论坛、最新科技和产品技术交流会等，提供开放式的交流平台，邀请专业观众与业内专家融洽互动，共同就产业用纺织品及非织造布行业的未来发展趋势进行深度探讨，加快中国产业用纺织品产业升级步伐。

金秋九月，桂花飘香，让我们共同期待，第11届中国国际产业用纺织品及非织造布展览会将在上海浦东新国际博览中心的盛开。

有关展会详情，可登录展会官方网站 www.cinte.com.cn 查询。

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
编 辑：郭益理

以下方式可以联系到我们

编辑部地址：
北京东长安街12号436室
邮 编：100742
电 话：(010) 85229397
传 真：(010) 85229196
E-mail: sunling@ccpittex.com
网 址：www.ccpittex.com



纺织贸促会开通官方微信了！

添加方法：打开微信->朋友们

->添加朋友->扫一扫