内部刊物　准印刊号：CTN2012-011

提供经贸信息　开拓两个市场

纺织贸促

3
2016
总第252期

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会
中国国际商会纺织行业商会　主办

月刊
2016年3月20日

特别报道

谋供给侧结构性改革　促纺织产业升级

——2016中纺联春季联展圆满落幕

行业动态

★有亮点的企业多 信心比想象的多–纺织产业升级步伐在加快 –2016年中国纺织工业联合会春季调研纪实

★国内纺织行业: 四大路径推进供给侧结构性改革

★新疆纺织服装业"一带一路"战略开启

★2016年纺织行业"两会"代表寄语行业发展

★"2016中国服装产业国际合作洽谈会"新闻发布会在沪召开

★"废旧家纺再利用产业联盟"启动

国际市场

★中美经贸关系发展前景乐观

★2015年中国对欧盟纺织服装出口简况

★越媒称纺织领域吸收外资利大于弊

★柬埔寨成衣出口欧盟高于越南

★在缅外国投资公司半数为纺织业与制鞋业

政策法规

★八项新优惠政策促进新疆纺织服装产业发展

展会专题

★纺织工业老干部心系行业 五展联动带来新气象

★2016春夏面辅料展: 三大启示 构建纺织产业新优势

★2016春季家纺展: 绚丽多彩

★2016春夏纱线展: 且看纱线花式玩法

★2016春夏针织展: 感受中国针织产业发展热度

中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

目　录

行业动态

05 有亮点的企业多 信心比想象的多—纺织产业升级步伐在加快
——2016年中国纺织工业联合会春季调研纪实
09 国内纺织行业：四大路径推进供给侧结构性改革
13 新疆纺织服装业"一带一路"战略开启
14 2016年纺织行业"两会"代表寄语行业发展
15 "2016中国服装产业国际合作洽谈会"新闻发布会在沪召开
16 "废旧家纺再利用产业联盟"启动

国际市场

17 中美经贸关系发展前景乐观
17 2015年中国对欧盟纺织服装出口简况
19 越媒称纺织领域吸收外资利大于弊
19 柬埔寨成衣出口欧盟高于越南
19 在缅外国投资公司半数为纺织业与制鞋业

政策法规

20 八项新优惠政策促进新疆纺织服装产业发展

展会专题

21 纺织工业老干部心系行业 五展联动带来新气象
21 2016春夏面辅料展：三大启示 构建纺织产业新优势
23 2016春季家纺展：绚丽多彩
23 2016春夏纱线展：且看纱线花式玩法
24 2016春夏针织展：感受中国针织产业发展热度

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

谋供给侧结构性改革 促纺织产业升级

——2016中纺联春季联展圆满落幕

3月16-18日，第22届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会、第24届中国国际服装服饰博览会（春季）、2016中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会、2016 PH Value中国国际针织（春夏）博览会和第13届中国国际纺织纱线（春夏）展览会，五展首度以“春季联展”形式聚首国家会展中心（上海），以30万平方米、5000家展商的规模打造了覆盖全产业链的纺织服装产业生态圈。

16日上午，中国纺织工业联合会会长王天凯，原会长杜钰洲，原副会长许坤元，副会长兼秘书长高勇，副会长孙瑞哲、徐文英、杨纪朝、夏令敏，党委副书记陈伟康，纪委书记王久新等行业领导在中国国际贸易促进委员会纺织行业分会常务副会长徐迎新、中国纺织信息中心主任乔艳津等展会主办方负责人陪同下参观了展会。

五展联动 全产业链集约优势再加码

本届展会规模再度扩大，从纱线、面辅料，到服装、针织品，再到家用纺织品，春季五展再现了一个积淀深厚而锐意创新的中国纺织服装产业生态圈。规模最大的面料展，展出面积超16万平方米，参展商总数近3200家；服装展面积达10万平方米，汇集了国内外1177家企业、1300余个品牌参展；针织展展出面积达7000平方米，比去年同期增长10%，吸引了近百家国内知名企业参展；纱线展首次独立成馆展出，展览面积大幅增长至1.5万平方米；今年首度融入春季联展的中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会以2.7万平方米的展出规模，汇聚182家知名家纺企业。凭借更加完备的产业链条，此次展会使得产业集约优势再加码，“大纺织”概念愈加丰满，“大时尚”格局愈加清晰。

发声供给侧结构性改革 力促产业调整升级

2016年是“十三五”开局之年，在迈向纺织强国建设的重要冲刺阶段，在内外两个市场增长乏力的双重压力之下，中国纺织业直面挑战，率先以春季联展发出“供给侧改革”呼声。增品种、创品牌、提品质、去产能，纺企纷纷布局高端产品市场，通过高品质的产品和服务赢取市场，通过创意设计提升传统产品附加值，借助互联网+打造智能化产品提升消费者体验，从产品创新到营销创新，积极响应供给侧改革，探求转型升级之路。

科技+时尚 协同筑建时尚策源地

多年以来，中国的纺织品一直被定为“大众消费的主流产品”，随着技术与设计附加值的不断提升，以及市场渗透率的日益强势，我国将逐步催熟流行趋势的主流话语权。

Intertextile面料展一年两季的流行趋势发布，已经成为中国优秀面料最集中、最前沿、最权威的发布平台。由中国纺织信息中心流行趋势部研究发布的“2017春夏中国纺织面料流行趋势”以“确幸之美”、“活力生活”、“萌趣时代”、“体验精神”四个趋势方向亮相流行趋势区。中国纺织工业联合会会长王天凯在参观趋势发布区时，指出流行趋势解读对中国市场有积极作用，接下来要提高企业的参与度，引起更多企业的关注。

中国纺织工业联合会副会长孙瑞哲对此次流行趋势发布给予了高度评价，他指出：“以‘时尚’与‘科技’两个维度建立中国纺织面料流行趋势研究与发布体系，是引领企业借助产业优势建立‘时尚策源地’的不懈努力与实践，无疑将有力地引导世界的目光凝望中国市场。”

跨界、跨区域合作 加快国际化布局

中国服装产业已进入到全面转型、提升发展的新时期。作为一个充分市场化和国际化的产业，服装行业新的发展需要进一步扩大国际交流与合作，全方位融入全球产业与市场体系，加快配置国际资源，“引进来、走出去”，已成为我国服装行业新时期发展的重要工作。此次展会汇集了法国、德国、意大利、日本、韩国、中国台湾等20多个国家及地区的优秀企业，促进了国内外纺企跨界、跨领域的交流合作。

展会同期，中国服装协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国服装设计师协会还联合举办了“2016中国服装产业国际合作洽谈会”新闻发布会，帮助引进国际具有创造力的制造资源、优秀品牌与渠道、设计与创意资源、教育与培训机构以及新材料、新工艺、新技术等，促进国际资源与中国服装品牌企业、产业集群以及相关机构的合作，助力中国服装产业的转型升级和国际布局。

家纺展 强势回归尽展风采

2016春季家纺展首次加入春季纺织大联展，重启之后的春季家纺展首秀展示出强大产品阵容，以舒适为主的传统家纺产品融入科技、时尚，绿色环保的理念更加突出。

家纺行业领头羊富安娜此次在展会中推出了“全屋定制”理念，包括瓷砖、墙纸、沙发、衣柜、书柜、橱柜等在内的家装家居用品，布局从“家纺”向“整体家居”的转型，以先进的技术和时尚创意抓住买方市场。

值得一提的是深圳和而泰智能控制股份有限公司开发的C-Life智能家居平台，利用互联网和大数据平台，使产品高度智能化并直通云端，为家纺行业智能化转型提供了创新案例。

家纺行业还致力于打造可持续的产业发展模式，展会同期，由中国家纺协会主办的废旧家纺再利用产业联盟启动仪式在国家会展中心举行。旨在与业界共同探讨废旧家纺产品的再利用，推进家纺行业废旧纺织品工作的进行，实现资源共享。

2016年是我国国民经济和社会发展第十三个五年规划和全面建成小康社会决胜阶段的开局之年，是国家推进结构性改革的攻坚之年，也是纺织“十三五”时期开好局走好路，最终实现纺织强国目标的关键之年。今年以来，国际经济形势不确定因素仍在持续增加，世界经济低迷和国内深层次矛盾凸显的严峻挑战使国内经济下行压力增大。

得益于纺织行业市场化改革的先发优势，虽然面临来自国内外异常复杂严峻的宏观形势，面临行业本身低要素成本比较优势的消失以及来自周边国家低要素成本优势的激烈竞争，2015年纺织行业经济指标表现好于全国工业平均水平，成为支撑中国工业经济增长的支柱产业。但是，粗放型的经济发展模式积累下来的结构性矛盾和问题同样透支了纺织行业的未来增长，行业内出现了“冰火两重天”的分化现象。有持续保持两位数利润增长的优秀企业，同时也有许多企业面临生存危机。

究其原因，固然有全球性和国内阶段性因素的影响，其根本是结构性问题。生活状态改变了市场需求，产品结构不适应市场需求变化，必然导致产能过剩，库存增加。企业效益不好表面看是有效需求不足，实际是有效供给不足，所以出现这样的现实经济现象：一面是制造大国产能大量过剩；一面是国人出国疯狂购物－－消费者买不到想要的东西。

所以，2015年中央经济工作会议强调，推进供给侧结构性改革，是适应我国经济发展新常态的必然要求。在“三去一降一补”供给侧结构性改革任务中，去库存，去产能是纺织行业的一项重要任务。

行业展会作为市场性和展示性相融合的一种特殊经济形式，具有联系交易、整合营销、调节供需、技术扩散、产业联动、促进经济一体化等功能。发挥利用好这些功能，对现阶段正处于转型升级“爬坡过坎”关键期的纺织行业无疑会是一个难得的机会。

本次纺织春季联展为纺织行业上中下游企业打造了交流展示的平台。

在这里，企业不仅可以看看风向，把把终端消费者的脉搏，有自主品牌和创新能力的企业还可以尽情地收获订单，充分展示宣传企业形象、品牌，引领消费需求。

接单情况不理想的企业可以学学同行，了解什么样的产品能满足市场需求；想要引领行业发展的龙头企业，可以看看展会现场的国际流行趋势，看看业内国际顶级企业的产品和设计，还可以听听展会现场的各种论坛，总有一个主题让你受益匪浅。

采购商自由自在地选择，供应商在近乎完全竞争的市场环境中被选择－－供需双方在这里充分接触，哪些是有效供给，哪些是“过剩”产品，一目了然。

行业展会在结构性改革攻坚之年当有作为，彰显展会会力量。

有亮点的企业多 信心比想象的多—纺织产业升级步伐在加快

——2016年中国纺织工业联合会春季调研纪实

2016年2月28日，一年一度的中国纺织工业联合会春季调研活动拉开帷幕。调研活动由中纺联领导带队，分9个小组奔赴江苏、浙江、山东、上海、福建、河南、湖北等地，通过座谈、走访企业，就行业在市场需求、产能规模、成本结构、品质提升、品牌建设、节能减排与循环经济、智能制造、两化融合和产业转移九个方面的发展状况及存在的问题进行调研。

3月21日，中纺联春季调研总结会在京召开。各组调研汇报总结内容如下：

产能成本组（江苏）：在市场压力下，企业积极创新，紧贴市场，主动谋变，企业年后开工率达到了95%以上，运行良好。同时，棉花质量下降、成本压力持续增加以及人才短缺等问题依然制约着行业的发展。

产能成本组（浙江）：目前行业存在着阶段性和结构性产能过剩问题，行业在部分原料产能方面出现放缓趋势，同时部分化纤企业经营运行相对困难，呈现出微利或保本状态，企业处于洗牌阶段。

品质提升组：企业在提升品质方面主要呈现四个方面的措施：

一是做精做专确保质量；

二是利用传统的文化特色和文化属性提高产品附加值；

三是建立“质量为王”的发展模式，并与企业各方面发展相结合；

四是利用高科技手段提升产品质量。

智能制造组：企业在智能制造方面取得了显著的效果，拥有专业的研发团队，在智能制造方面具有长远的规划，但与国家的相关要求仍存在一定的差距，还有很大的提升空间。

品牌建设组：当前品牌企业运行良好，品牌企业成熟度逐渐形成，产品研发设计成为品牌最本质的要求，同时服装品牌正在向家居生活延伸。但是，存在上下游信息不畅的问题，需要对相关资源进行有效整合。

两化融合组：行业两化融合水平在稳步提升，体现在生产监控环节以及数字化、智能化装备方面的水平提升和协同应用的普及。同时，数码印花产业研发值得期待。

节能减排与循环经济组：目前企业在节能减排技术改造方面正在积极提升，部分地区正在积极建立印染产业园区，同时对清洁生产和清洁能源的审核走在行业前列。

产业转移组：目前大规模产业转移几乎存在停止状态，并出现了省内转移趋势，在承接产业转移较好的地区，配套服务水平至关重要。同时承接产业转移园区同质化问题较为严重，缺乏专业的人才。

市场需求组：外部需求持续低迷，出口竞争激烈，采购商压价情况明显。在此背景下，企业正在千方百计提高劳动生产率，提升供应链反应能力，更加注重质效，并实施多品牌、品质优先等相关战略，保障企业的正常运行。

从调研情况总的来看，面对国内外严峻形势，企业积极主动适应新常态，通过技术、产品、模式等创新焕发活力，发展呈现出新亮点。总体感觉，困难和压力激发出了企业活力，办法比困难多，做的比说的多，信心比想像的多，企业经营效益比预期好。这进一步印证了较早步入市场化改革的纺织行业转型升级初显成效，升级步伐在加快。

中国纺织工业联合会会长王天凯：从调研的情况来看，总体情况比预计要好一些，企业发展呈现出新的亮点，企业对行业的发展信心有所回升。下一步相关部门要把在调研中存在的问题进行系统梳理，抓住重点问题，同时要针对中央经济工作会议提出来的“去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板”等五大任务，展开相关调查，摸清楚行业具体的情况，为行业的发展提供有价值的服务。

工信部消费品工业司副司长曹学军：工信部十分关注纺织行业的运行情况，并在棉花、出口、“三品”战略、智能制造、融资难以及产能对接等问题上为行业的发展提供相关的服务和支持。

中纺联春季调研详细内容如下：

产能成本组（江苏）：企业呈两极分化 成本、棉花等问题依然制约企业发展

产能成本组在江苏调研了解到，2015年江苏纺织行业基本实现健康稳定增长，但也承受了不小的压力，生产总值、利润等指标都从高速增长进入了新常态，出口也出现负增长。2016年，江苏纺织工业继续面临挑战，主要是经济环境的严峻以及国内外两个市场的影响。优秀企业积极创新，紧贴市场，主动谋变，企业年后开工率达到了95%以上，运行良好。

调研组在无锡、江阴地区实地考察座谈中了解到，原材料、劳动力等要素成本的增加是企业家们普遍感到头疼的问题，很多人都表示，成本的居高不下是订单流失的最主要原因，也是企业利润减少的重要因素。规模较大的优势企业通过产品调整、品牌附加值等来应对，而一些小企业则受影响较大，很难消化。

针对其他影响企业成本较大的税收、劳动法、电价、能源价格、人民币汇率等问题，企业家们希望政府和有关部门能够给予更多的优惠政策，增加扶持力度，以提升纺织产业的利润空间，为当地经济和就业做出更大的贡献。

关于棉花问题很多企业家表示，虽然当前国家在棉花政策上做出了一些政策调整和改革，也确实发挥了一定的作用，但仍需进一步推进，使企业切实得到好处。比如棉花配额、高征低扣等问题仍在制约企业的发展，现在棉花无论是价格还是数量上，都很难让企业真正参与到国际竞争中去。

产能成本调研组（浙江）：把视角转到“有效供给”上来

产能成本组（浙江）先后对萧山的荣盛集团、恒逸集团、双兔集团和杭州聚合顺新材料4家公司和绍兴、嘉兴、桐乡几个重要产业集群地的化纤和织造企业进行调研。

“龙头”企业对市场抱有足够信心

从本次调研的情况看，荣盛、桐昆等“龙头”企业继续延伸产业链，提升竞争优势。他们对于当前市场的判断比较乐观，也提醒同行，对于化纤行业接下来的发展应该抱有足够的信心。

桐昆集团是国内聚酯行业的“龙头”企业，也是上市公司。近几年，集团向上游产业

链延伸，涉足PTA，增强了企业的竞争力。集团董事长陈士良表示，应乐观看待市场，行业当前虽然不乐观，但石油价格已经触底，接下来的反弹将释放红利。同时，企业在深度调整，持续加强品种开发，持续提升品质。而且，国家正在持续推进“供给侧改革”，这些都是向好因素，所以对行业的发展应该抱有信心。

荣盛石化股份有限公司总经理寿柏春表示，当前的市场形势固然有压力，但是企业自身的战略定位也很关键。整体看，淘汰落后产能、优胜劣汰是市场发展的正常规律，企业应该认清这个规律，积极寻求应对之策。

浙江古纤道新材料股份有限公司专业生产改性聚酯切片、差别化涤纶工业纤维材料，产品广泛应用于汽车工业、建筑工程、包装材料、休闲运动、防护设施等领域。公司董事长施建强对我国涤纶工业丝行业的发展前景表示看好。他介绍，涤纶工业丝目前在全国的产能约200万吨，产量约120万吨，市场集中度较高，预计到2018年左右产能趋于供需平衡。

中型企业注重成本控制和差异化

相较荣盛、恒逸、桐昆、新凤鸣这样规模、技术、资金和成本优势均突出的“龙头”企业，中型企业谋求发展的思路，一方面是尽可能地控制成本，另一方面是加强新产品开发，走差异化道路。

南方石化工业有限公司总经理陈跃生建议，在行业和企业实行整合发展、兼并重组的过程中，国家应该有相关政策配套，比如对参与收购的企业在税收方面设置一定优惠，这样更能调动“龙头”企业兼并重组的积极性。

浙江佳宝新纤维集团有限公司主营FDY，一直注重新产品开发，与东华大学、帝人集团等开展合作，在熔体纺方面具有一定竞争力。企业注重“抓小市场的大份额”，抓纺织化纤行业的“蓝海市场”。

佳宝目前致力于建设市场拓展部，注重分析和研究纺织品发展趋势，研究明后两年的市场走势和需求，以此加强指导新产品的研究和开发，寻找适销对路的产品。

“再生”企业发展仍待相关扶持

本次考察的企业中，佳人新材料和海盐海利环保纤维有限公司均是再生聚酯企业。

佳人新材料公司由拥有循环型再生系统“ECO CIRCLE”的日本帝人株式会社与中国精工控股集团有限公司合资建立，公司以化学法实现废旧的涤纶服装、布头（含有90%的PET）等产品的分解和回收。

海盐海利是海利集团转型设立的新公司，2014年投产，是国内最早利用废旧聚酯瓶（可乐瓶、矿泉水瓶等）生产出差别化长丝技术，并形成产业化的企业。

调研中，这两家企业的负责人均表示，再生企业作为绿色环保新型企业，要更好地发展还需要政策扶持。他们呼吁，在当前环保压力越来越大的情况下，循环可再生企业符合“绿色制造”发展大趋势，建议国家出台相关政策。

产品好就不怕没市场

针对化纤行业部分子行业当前存在的产能阶段性、结构性过剩，调研的几家企业反映，在现实情况下，技术装备先进、产品质量好的企业依然有竞争力，依然有市场空间，而那些落后的产能也必将被淘汰。

荣盛控股集团有限公司副总裁俞传坤表示，“新常态”下化纤企业面对的市场异常严峻。面对市场的波动，荣盛的应对方法主要是依靠持续提高品质和加强成本控制。在当前中国化纤行业中，企业的技术水平和差距较大。随着行业结构的深入调整，一些设备技术老、能耗高、产品质量不稳定的企业肯定要被市场淘汰。而有优势的产品则不怕没市场。

目前，我国在国际民用化纤领域产业链最为完整，最具有竞争优势，部分产品已经具有领先优势。所以，虽然目前仍然处于行业周期性调整过程中，但必须对未来抱有信心。

杭州聚合顺新材料有限公司自2015年5月份投产以来，维持了较为稳定的生产销售，目前产品以内销为主。公司董事长傅昌宝指出，锦纶产能目前虽然存在一定的阶段性、结构性过剩，但是品种好、品质高的锦纶产品依然有较好的市场需求。

品质提升调研组：科技创新是硬道理

调研组深入山东进行调研。

龙福环能科技股份有限公司作为再生化纤领域的龙头企业之一，开发的再生涤纶长丝产品在业内可谓独树一帜，成为了国内首个打破该项生产技术壁垒的企业。龙福的健康发展得益于两大战略，一是科技创新，二是主动调结构、转变发展方式，而这两者始终紧密结合在一起，相辅相成。

科技创新和工业化生产的完美结合，成为龙福产业链延伸的重要支撑。针对化纤业上下游之间联系密切的实际，龙福公司没有盲目扩张，而是紧紧抓住自身有利因素，利用自主研发的核心技术，不失时机地立足主业向前后延伸，建成了全世界第一条集“废旧聚酯处理、再生涤纶长丝生产及再生涤纶纺织品织造”为一体的完整产业链。

智能制造组：智能化落地有声、前景无限

调研在浙江宁波，走访了宁波慈星股份有限公司、宁波纺织仪器厂、宁波旦可韵服饰有限公司及宁波圣瑞思服装机械有限公司，对企业运营情况及技术创新、智能发展等方面进行了详细了解。

宁波慈星股份有限公司拥有从3D扫描到终端服装产品的针织自动化生产线，自动化制鞋生产线以及机器人制造中心，企业在各个业务板块的发力点均体现出了“智能化”特色。

作为中国针织行业的知名企业、电脑针织横机市场保有量第一的企业，慈星不仅依靠科技创新不断稳固、推升横机主业竞争力，在机器人战略布局方面的成效也已经显现。在大力倡导智能制造的当下，慈星此举正合潮流，加上创新力度不断加强，赢得市场是早晚的事情。

品牌建设组：品牌基础是品质，内功修炼是保障

品牌建设调研组到浙江省桐乡市大麻镇围绕品牌建设展开座谈。桐乡大麻镇是嘉兴市块状经济的典型镇，是家纺布艺行业重要的产业集群地，近年来，大麻镇围绕家纺布艺产业的转型升级，坚持以小企业打造大集群的发展思路，强化平台建设，相继获得由中纺联和家纺协会共同授予的中国家纺布艺名镇和中国沙发布生产基地称号。

浙江龙翔纺织有限公司董事长王纯介绍到，未来企业将投资3亿元加大产能投入，这些投入不是盲目的产能扩大，而是修炼内功，退低进高。旨在提升企业的快速反应及高端产品(棉麻制品等)的处理能力，当下环保优质的高端产能是稀缺资源。

飞帆纺织总经理张忠华也提出，未来将加快高端剑杆织机的引进，从以往污染较大的印染布向附加值高的功能性色织布逐步转型。

桐乡市纺织有限公司总经理杨忠杰坦言：过去，企业过于注重品牌包装和渠道拓展，没有把产品做好，现在认识到产品才是第一位的，要从纱线到染整把产品做精做专。

杰尼丝经过2015年的洗牌，将产品和渠道进行了重新调整，专注把单一品类做好。

古尔曼家纺是一家从电商转型的企业，2014年才开始做家纺，总经理沈建兴在转型过程中深刻认识到电商只是媒介，好产品才是王道。

两化融合组：

注重务实发展，从应对订单到引领市场

两化融合调研组参观了常州旭荣公司的污水处理厂、生产车间和研发中心。其领先的中

中美经贸关系发展前景乐观

中美两国互为重要的贸易、投资伙伴，2015年双边贸易额已从建交之初的20多亿美元增加到近5600亿美元，创历史新高；双向投资存量也已超过1500亿美元。中国企业赴美投资已遍及美国44个州，创造了8万多个直接就业机会。全年中国赴美旅游人数超过260万人次，在美消费超过200亿美元。而美国企业同样看好中国市场，例如戴尔公司在去年宣布，未来五年将投入1000亿美元用于在华采购，250亿美元用于在中国的研发活动。根据美方统计，去年中国首次超过加拿大，成为美国第一大贸易伙伴。

中美经贸合作极大丰富了中美新型大国关系的内涵。在两国元首亲力推动下，双方中央政府、省州和地方政府都采取积极行动，扩大双边贸易、投资合作。过去一年，两国积极推进《双边投资协定》谈判；成功举行第7轮中美战略与经济对话和第26届中美商贸联委会；建立了6个省州贸易投资合作工作组；开启了第三方发展援助合作。在多边领域，中美共同推动在内罗毕举行的世贸组织第10次部长级会议取得多项成果，成功结束《信息技术协定》扩围谈判。

对于中美经贸合作的前景，我们始终持乐观态度。今年，中美两国元首将在多个场合举行会晤，将为推动两国经贸关系发展提供新的契机。今年还是中美旅游年，将促进两国人员往来和交流。中美经贸合作是中美关系的“压舱石”和“推进器”，本质是互利共赢，维护和发展中美经贸合作符合两国共同利益。我相信，无论谁当选美国总统，都会继续致力于发展中美经贸关系。

关于奥巴马总统近日签署的《2015年贸易便利和执法法》，我们注意到该法案中有关贸易救济的部分主要是加强对贸易救济措施的执法，打击逃避海关反倾销和反补贴措施的行为，并未明确指向某一特定国家或地区。当前，中国对美出口规模较大，而且美国反倾销和反补贴措施中涉及中国产品较多，我们希望美方在执法过程中，要客观、透明、公正，不要妨碍正常的通关便利。

2015年中国对欧盟纺织服装出口简况

据中国海关统计，2015年我纺织服装对欧盟出口531.32亿美元，同比下降9.43%。其中，纺织品出口119.75亿美元，同比下降6.47%；服装出口411.57亿美元，同比下降10.25%。出口主要特点如下：

一、棉和化纤纱线平均单价跌幅较大

2015年中国对欧盟出口纱线4.26亿公斤，同比下降13.2%，出口金额11.16亿美元，同比下降20.93%。其中，棉纱线出口量1252万公斤，下降25.58%，出口金额7270万美元，下降35.65%，平均单价下降13.54%；化纤纱线出口量3.07亿公斤，下降1.46%，出口金额7.42亿美元，下降16.21%，平均单价下降14.96%；毛纱线出口量255万公斤，下降15.2%，出口额7010万美元，下降27.31%，平均单价下降14.28%；其他纱线出口1.03亿公斤，下降34.95%，出口额1.8亿美元，下降28.37%，平均单价增长10.12%。

二、化纤织物出口量保持增长

2015年中国对欧盟出口面料26.84亿米，同比下降2.07%，出口额38亿美元，同比下降6.79%，除化纤织物出口量保持增长外，其他面料出口量全部下降。其中，棉布出口量3.35亿米，同比下降13.17%，出口金额4.56亿美元，同比下降19.71%；化纤织物出口15.6亿米，同比微增3.11%，出口金额18.69亿美元，

同比下降1.94%；丝机织物出口2291万米，同比下降30.22%，出口金额1.57亿美元，同比下降25.28%，平均单价同比增长7.08%；其他面料出口7.62亿米，同比下降5.24%，出口金额13.02亿美元，同比下降4.97%。

三、其他制成品出口量较快增长

2015年中国对欧盟出口制成品70.49亿美元，同比下降3.50%。其中，家用纺织品出口30.51亿美元，同比下降4.76%，出口平均单价同比基本持平；无纺织物出口1.75亿公斤，同比下降3.01%，出口额6.21亿美元，同比下降3.44%；工业用纺织品出口7.59亿美元，同比下降7.1%；其他制成品出口量同比增长12.34%，出口额22.2亿美元，同比增长0.39%。

四、针织服装出口量下跌明显、梭织服装量价小幅下降

2015年中国对欧盟服装出口额411.57亿美元，同比下降10.25%。其中，针织服装出口42.87亿件（套），同比下降13.34%，出口额164.98亿美元，同比下降12.46%，平均价格3.85美元/件（套），同比增长1.02%；主要商品棉制针织服装出口量下降最大，降幅达16.38%，出口额64.3亿美元，同比下降15%，平均单价同比增长1.65%。梭织服装出口28.8亿件（套），同比下降4.24%，出口额193.63亿美元，同比下降9.18%，平均价格6.72美元/件（套），同比下降5.16%；主要商品棉制针织服装出口量降幅高于化纤制梭织服装，平均单价降幅小于化纤制梭织服装。棉制梭织服装出口量下降7.54%，出口额59亿美元，下降10.54%，平均单价下降3.24%；化纤制梭织服装出口量下降1.72%，出口额100.56亿美元，下降8.09%，平均单价下降6.48%。

五、民营企业出口降速小于三资企业和国有企业

2015年，从出口企业构成看，民营企业出口345亿美元，同比下降6.25%，占比64.95%，三资企业、国有企业分别出口107.65亿美元、77.5亿美元，分别下降16.43%、12.82%，占比分别为20.26%、14.59%，民营企业降速小于三资和国有企业的主要原因是民营企业出口家数增长了2.46%，同期三资和国有出口企业家数则分别下降了6.44%和9.1%。

六、对欧盟主要出口省市仅广东保持增长，福建下降最快；其他省市对欧出口中，北京实现了高速增长

2015年．从出口省市看，对欧盟出口主要省市中，仅广东保持小幅增长，出口95亿美元，增长2.48%，浙江、江苏、福建、上海和山东全部下降，分别出口157亿美元、83亿美元、43.6亿美元、41.6亿美元和34.4亿美元，同比下降8.07%、9.69%、19.54%、13.9%和8.81%。其他省市大多数对欧盟出口下降在20%以上，北京市则异军突起，对欧盟出口7.48亿美元，实现了48.95%的高速增长。

七、对欧盟出口前六位国家仅英国保持增长，荷兰下降最快；其他国家中对芬兰和爱沙尼亚出口增长迅速

从对欧盟出口国家看，英国、德国、法国、西班牙、意大利和荷兰是我对欧盟出口的主要市场，占欧盟市场的三分之二，分别出口124亿美元、97亿美元、52亿美元、49亿美元、48亿美元和46亿美元，对英国出口增长7.76%，其余五个国家分别下降15.28%、15.03%、5%、14%和25.56%。其他22个国家，对芬兰和爱沙尼亚出口增长迅速，分别增长33.42和29.69%，希腊、斯洛文尼亚和奥地利小幅增长，其他17个国家全部下降，最高降幅43.91%。

越媒称纺织领域吸收外资利大于弊

越南《经济时报》报道，跨太平洋伙伴关系协定（TPP）生效后，越南纺织服装业将是受益最大的行业。越南工贸部进出口局称，TPP关于“从纱线开始”的原产地规则将使原料不足的越南纺织业面临不少困难，但长期看，有助于越南纺织业结构朝纵深发展，推动企业投资纺纱、织布、印染等环节，形成完整的产业链。

报道称，目前，越南70%的纺织原辅料依赖进口，其中，大部分从非TPP成员国进口（如中国、韩国）。因此，外商投资生产纺织原材料，有助于解决原料瓶颈问题。越南纺织协会秘书长张文锦表示，越南本土纺织企业实力较弱，外企将是受益较大的企业。不少外企已投资于纺织供应链的上游。比如，中国天虹纺织集团在越南投资生产纱线，韩国庆邦纺织集团(KyungBang)投资生产棉纱。这些外企为越南带来先进的技术和设备，同时提供了大量的就业机会。因此，TPP带来的投资热潮，对越南而言利大于弊。

柬埔寨成衣出口欧盟高于越南

2015年柬埔寨成衣出口至欧盟首次超越越南，显见越南在欧盟已面临激烈竞争。越南纺织与成衣协会(VITAS)根据Eurostat和Trademap的资料，显示柬埔寨2015年成衣出口至欧盟达32.7亿美元，较2014年增长9.95%，占欧盟成衣总进口的3.64%；越南成衣出口至欧盟为31.1亿美元，较2014年成长5%，占欧盟成衣总进口的3.45%。越南是欧盟第六大成衣进口国，位于中国、孟加拉、土耳其、印度和柬埔寨之后。

根据VITAS的统计资料，柬埔寨于2010年成衣在欧盟市场的占有率是越南的一半，近几年稳定成长并于2014年首次赶上越南。胡志明市成衣、纺织、刺绣、针织协会表示，柬埔寨享有欧盟最惠国(MFN)关税待遇，因此很多台湾、香港与中国大陆厂商均在柬埔寨设厂，故柬埔寨成衣出口逐年增加，此外柬埔寨出口商经常大量销售一般成衣产品，致使出口值上升，同时其劳工成本亦较越南低很多。

西贡成衣製造公司表示，来自欧盟的订单已逐渐减少，因此转而销售美国。由于欧元贬值等很多问题，欧盟进口商以美元支付越南制造商，因此越南商品变得较贵。欧盟进口商要求降价，否则将减少订单，甚或取消。柬埔寨与孟加拉的人工成本较越南低。

在缅外国投资公司半数为纺织业与制鞋业

据缅甸投资委员会统计，该委员会批准的138个外国企业中，50%经营纺织业与制鞋业。

138个外国企业中，30%经营食品、饮料、塑料、林业产品、装饰品等，20%经营酒店、建筑业、石油与天然气等。

2015年4-12月，外国公司在缅投资累计达49亿美元。2016年2月份，在缅受聘最多的岗位为销售员、会计、工程师、电脑技术员等。

八项新优惠政策促进新疆纺织服装产业发展

2015年中央和新疆维吾尔自治区支持新疆纺织服装产业发展带动就业专项资金达32.8亿元，纺织服装产业固定资产投资达317.9亿元（其中兵团66.6亿元），较2014年增长231%。全年实现新增就业9.7万人，其中兵团1.36万人。新增纺织服装企业380余家，金昇、天虹、红豆、即发等国内知名纺织服装企业纷纷赴疆投资，已在新疆投资的华孚、如意、新野、华茂等企业也加速扩充产能。

2016年新疆维吾尔自治区纺织服装产业固定资产投资目标是455亿元，实现新增就业11万人，培育纺织服装规模以上企业数量达到300家，实现工业增加值增长30%以上。

为落实这一目标，新疆维吾尔自治区新近出台八项新的优惠政策，具体内容如下：

一是将纺织服装企业贷款贴息、出疆运费补贴等补贴周期从一年缩短到一季度，进一步提高补贴资金使用效益，降低企业生产成本。

据测算，根据此政策，一个10万锭的工厂，一年能够节约运营费用1000万，能够增加收益至少30万。这条政策能够为全疆增加1个亿的纯利润，减少几十亿的资金周转。

据悉，此项政策从今年从4月份已经开始实施。

二是设立规模100亿元左右的纺织服装产业引导基金，对国内知名纺织服装企业在疆投资企业开展股权投资，降低融资成本。国家发改委产业专项建设基金也向纺织服装产业项目倾斜。今年第一批已支持纺织服装项目7个，共计4.42亿元，今年还将有三批。

股权投资的特点在于：时间长，为10-20年；利率低，90%由中央财政承担，企业承担10%。

三是由政府所属国有资产投资公司在重点纺织服装产业园区及南疆四地州人口集聚的乡镇建设标准厂房，三年免租金给内地来疆投资的服装、家纺等劳动密集型企业使用。

要求企业必须落户，必须曾经从事纺织服装产业，并有相关市场。

四是设立纺织服装产业国际市场拓展专项资金，对于在新疆设厂的服装、家纺等出口型企业给予专项支持，支持生产型企业开拓中西亚、俄罗斯和欧洲等向西市场。

毗邻新疆的中亚五国面积是新疆的2.4倍，人口是新疆的2.8倍，年进口服装达500亿元人民币以上。俄罗斯纺织服装产业仅能满足国内市场需求的20%，主要依赖进口，中国服装占俄罗斯进口服装的50%以上。目前，从新疆口岸出口的服装产品主要是制服、针织品、毛衣、袜品等低端产品为主，时尚化、品牌化的中高端产品占比甚微，其中90%是内地企业加工生产，新疆本地生产服装占比不到10%。

此项政策加上渝新欧铁路（到欧洲12-15天）的开通，有望吸引5%的有关出口企业到新疆投资建厂。

五是建立军队被装生产技术培训基地，完成好军队被装物资在新疆定向采购任务。实施区内校服、制服和工装等在区内优先采购的临时措施。

据悉，中央军委后勤保障组决定，2016年在新疆采购价值1.5亿元的军队被装产品。预计明年采购价值将扩大到2个亿。

六是在阿克苏纺织工业城开展纺织服装设

备租赁给予贷款贴息政策试点，2017年在南疆四地州全面推广。

七是对于南疆四地州纺织服装企业从内地引进专业人才给予专项补贴。根据企业规模、就业人数和引进专业人才的人数，给予支持。

八是开展服装企业专项诊断服务工作，组织疆内外有经验的专业人才到南疆四地州小微企业进行辅导，帮助企业提高技术水平和管理水平，提高劳动生产率。

据悉，下一步新疆将进一步出台促进纺织服装产业发展的优惠政策，政策将向服装、家纺产业集聚程度高的园区倾斜，向入疆发展的国内外优强服装、家纺品牌企业、全产业链龙头企业倾斜。在重视引进国内优强服装、家纺品牌企业的同时，还将大力扶持民族服装服饰、穆斯林服装服饰、手工地毯、刺绣等特色企业和产业集群做大做强。

纺织工业老干部心系行业 五展联动带来新气象

3月16-18日中纺联春季联展在国家会展中心（上海）隆重举办。3月17日上午，中国纺织工业联合会党委副书记陈伟康等领导带领纺织工业老干部局一行25人参观了展会，老干部们个个精神抖擞，心系中国纺织。

“此次春季展会五展联动，在纺织行业属于首次，intertextile春夏面辅料展的概念和以前大不相同，五展联动后将带来全产业链的交流与合作。此次联展可以说是全球最大的展会了，相比国外的一些专业展会，中国纺织行业在过去10年间取得了飞速发展，展会发展也日新月异。”陈伟康说。

参观途中，老干部局局长周佳萍表示，此次前来的各位老干部都是离退休的业务司局长，对纺织业务十分熟悉，对行业动态十分关注。“今年是‘十三五’规划的开局之年，老干部对新常态下企业转型，与通过供给侧去产能的问题十分关注。”

在参观“众创互动空间”的过程中，原技术装备司司长吴永升告诉记者：“随着展会的国际化水平越来越高，展会作为行业信息交流、商贸洽谈、公共服务的作用越来越突出。纺织行业量大面广，各项技术日新月异，但是关注前沿技术、淘汰落后技术的同时，不能忽视对传统技术的提升与发展。”

随后，老干部一行参观了中国国际春夏家纺展、CHIC2016春季展，展会现场火热的人气与琳琅满目的新品得到了参会老干部的一致赞叹。“展会现场产品的品种、花色、款式都很多，与以前相比有了很大的进步。以前是咱们中国的企业追赶国际潮流，但是如今我们的企业很多都拥有了自己的品牌，已经站在了国际潮流的前端。”原纺织产品开发中心主任杨若玲笑称。

2016春夏面辅料展:三大启示 构建纺织产业新优势

转眼间，2016intertextile春夏面辅料展圆满结束。不论参展企业还是专业观众都在感慨春夏面辅料展优质展商密集，时间太快，三天太短。除了对展品、展商及活动的解读，展会行业晴雨表的功能也该探讨一番了。

由产品看企业，从展会读行业。行业展会是市场性和展示性相融合的一种特殊经济形

式，在前两天的展会盛况中，参展的纺织企业用实实在在的产品说话，处处闪耀着行业智慧。在迈向纺织强国建设的重要冲刺阶段，在内外两个市场增长乏力的双重压力之下，中国纺织业直面挑战，以春季联展发出“供给侧改革”呼声，展示了转型升级与创新改革的决心。

启示一：紧贴市场 提供有效产能

得益于纺织行业市场化改革的先发优势，2015年纺织行业经济指标表现好于全国工业平均水平，成为支撑中国工业经济增长的支柱产业。但是，粗放型的经济发展模式积累下来的结构性矛盾和问题同样透支了纺织行业的未来增长，行业内出现了“冰火两重天”的分化现象。有持续保持两位数利润增速的优秀企业，同时也有企业面临生存危机。

究其原因，固然有全球性和国内阶段性因素的影响，但其根本是结构性问题。生活状态改变了市场需求，产品结构不适应市场需求变化，必然导致产能过剩、库存增加。企业效益不好表面看是有效需求不足，实际是有效供给不足。

主打棉麻面料的天一纺织负责人表示，企业在今年的新品开发上完全颠覆了以往的思维定势，甚至颠覆了行业惯例。如今消费者在服饰选择上追求更高的舒适感，这种诉求导致面料研发企业必须以人为本，摒弃以往只追求视觉华丽的思路，从消费者的实际需求出发。因此，天一纺织推出了涤纶含量不超过10%的新品，大大增加了面料亲肤性和轻柔感。这种贴近市场、迎合消费需求、设计含量高的产品研发，不仅能为市场提供了有效产能，更提升了产能质量，为企业实现了良性发展。

在“三去一降一补”供给侧结构性改革任务中，去库存、去产能是纺织行业的一项重要任务。纺织企业这种研发思路的转变，恰恰就是中央经济工作会议所强调的，是企业推进供给侧结构性改革、适应中国经济发展新常态必然要求的体现。

启示二：万众创业 协同创新产业链

中国纺织产业经济转型势不可挡，其他发展中国家纺织成本优势的“前堵后追”，使得重建纺织产业新优势至关重要。纺织工业是中国制造业的重要组成部分，要实现纺织强国梦，结合纺织行业特点努力向“工业4.0”方向升级，是中国纺织产业发展的必然选择，也是必然方向。

从展会上不难发现，面料企业已经开始摆脱传统、沉闷的刻板印象，在高新技术纤维、高端纺织装备、信息化技术应用、设计创意、品牌营销等方面发力创新。比如，主打亚麻面料的新申亚麻，从设计、生产到营销都呼应了李克强总理“大众创业、万众创新”的号召，将创新基因和创客浪潮融入企业。

新申亚麻负责人表示，目前企业有一个十人的创客团队，企业生产和提供面料，创客团队则发挥智慧，设计出服装、家纺、配饰、家具等多元化产品。比如，企业门店展示的亚麻面料沙发，客户不仅能购买该种面料，还能购买该款沙发，甚至还指定该种面料定制其他产品。这种通过设计和创意实现的多元化营销，使亚麻面料的适用面最大化，进一步开拓了亚麻面料的市场空间。

引进、消化、吸收的跟随型研发模式已不能满足纺织业对原创性研发的需求。未来，纺织服装产业必须提高研发投入强度、扩大研发队伍规模、完善研发创新机制体制，利用先进的信息技术，设计研发与生产制造和终端消费紧密衔接，来实现全产业链的协同创新。

启示三：绿色纺织 打造产业化生产线

在高端时装提花面料企业巴瑞的展位，负责人关于工业化养蚕的一段解说饶有趣味。该

负责人表示，巴瑞已经在工业化养蚕项目取得突破，从传统的种桑养蚕，改为用混合了大豆、玉米和40%桑叶的饲料喂殖。这种工业化养蚕方法不仅保证了产量，稳定了原料价格，还能控制丝的粗细，大大提高生丝质量。目前，工业化养蚕作为江苏省重点扶持项目，逐渐开始投入大批量生产，每年产丝约300吨。

巴瑞通过对资源整合运用，开辟了更高效的、更现代的产业化生产模式；通过规模化、流程化、专业化运作，从源头上解决了纺织企业生产过程中的质量、成本控制及节能减排等问题；又大大降低了工人劳动强度、提高了劳动生产率，并实现了绿色纺织的可持续发展。

在“十三五”规划中，纺织工业被赋予了全新定位，也面临着来自技术、模式、政策方面的挑战。从这三方面来看，中国纺织工业替代性和颠覆性的变化没有出现，行业迎来新挑战的同时也迎来了新机遇！

2016春季家纺展：绚丽多彩

3月16~18日，中纺联春季联展在国家会展中心（上海）隆重举办。强势回归的2016中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会首度加入春季联展并圆满结束。

艺术家纺走向艺术家居

本届家纺展行业内的领头企业和先锋品牌争先亮相。如富安娜、罗莱、梦洁、水星、洁丽雅、丝绸之路、愉悦、悦达、棉田、紫罗兰、宝缦、金太阳等。别具特色的家居展示方式在本次展会格外突出。

展会开幕当天，中纺联原会长杜钰洲一行领导走进了以整体家居展示为主的富安娜展厅。杜钰洲强调，设计要突出层次感。“企业要加强整体艺术氛围的打造，将特色做到精致，艺术家纺要走向艺术家居。”杜钰洲说。

品质为先 服务家庭

为满足企业的订货需求，3月份的春季家纺展以成品展示为主。床品、毛巾、芯被、家居用品及智能家纺产品让整个展馆五彩缤纷。

本次孚日家纺以“A+生活”为展示主题，总经理孙勇介绍，一是表示产品达到A类婴幼儿标准，二是表示“家”，高品质的家庭生活。杜钰洲强调：“一定要以‘家’字为主，家纺行业就是服务家庭，为家庭生活负责。”

此外，众多家纺产品品质有了质的提升，亚麻、纯棉等绿色、自然的面料在产品中的应用越来越广，顺应了越来越多的家庭渴望健康、舒适的生活需求。杜钰洲等领导还在彭州展区观看了多款特色的功能性枕头。

2016春夏纱线展：且看纱线花式玩法

3月18日，第十三届中国国际纺织纱线（春夏）展览会在国家会展中心（上海）圆满落幕。

本届春夏纱线展首次独立成馆展出，面积近15,000平方米，共有来自中国、印度、印度尼西亚、韩国、巴基斯坦、乌兹别克斯坦等11个国家和地区，超过300家优质纱线企业参展。展览会由自然棉纱区、多彩化纤区、创意花式纱区以及"互联网+"电商区等四大全新展区组成，充分展示了纱线作为纺织产业之源的独特魅力。

近几年悄然装点着纱线市场的花式纱成为

了本届2016春夏纱线展的宠儿。

本届展会现场不仅有技艺精湛的纱线展品，更有让你眼花缭乱的各种纱线色卡。在纱线馆的趋势发布展位附近，越来越多的展商及专业观众聚拢而来，一位展商感慨：“纱线的产品真的越做越精了，看着纱线展一次比一次规模更大，我们纱线企业的底气也更足了。”

更有展商坦言，每年参加完纱线展就对纱线行业今年的发展趋势了然于心，凭借今年春夏纱线展的情况而言，花式纱前景可观。在2016春夏纱线展的现场，大量企业将花式纱作为本届纱线展的重点展品之一面向市场推广。

2016春夏针织展：感受中国针织产业发展热度

3月16-18日2016中国国际针织(春夏)博览会在国家会展中心（上海）隆重召开。展会现场的异常火热，让人感受到了针织产业蓬勃发展的温度。

走出去 激发针织更多价值

开幕首日，中国纺织工业联合会副会长高勇一行首先来到了内蒙古鹿王有限公司的展位，参与了鹿王的开馆仪式。鹿王是中国针织企业中最早“走出去”征战国际市场的企业有近25%的产品是以鹿王品牌直接进入海外市场时。高勇指出，羊绒作为纤维领域的“钻石”，要向贴身衣着方向发展在应用贴身衣着时一定要注意混纺交织，加强其耐磨性，体现其应有的价值。

团体战 再现行业坚实力量

随后，高勇等人又来到了区域展团大朗的展位前，东莞市毛纺织行业协会会长叶沛华介绍说，目前大朗拥有电脑横机5万多台，此外，得益于大朗纱线、辅料等产业较为集中，与其他产业集群相比，大朗针织业有着产业链条完整的先天优势。目前大朗有近7000 家针织企业，成为了我国较为成熟的针织产业集群地。

高勇等人又来到羊绒、深圳内衣协会展团前，与公司和展团负责人进行了交流。清河羊绒制品市场管委会副主任王忠杰介绍，清河从羊绒纱转型到生产成品，再到羊绒衫电商中的领头羊，实现了极大转变。近年来清河管委会通过平台搭建，使得清河羊绒电商产业实现迅猛发展，如今，其羊绒衫的电商销量已跃升为全国第二。

在走访结束后，高勇等人参加了“2016桐乡濮院毛衫时尚馆” 开馆仪式和浅秋•“江南印象”流行趋势发布等活动。

中国针织工业协会会长杨纪朝谈到，今年是中国国际针织博览会举办的第10 年，十年来，博览会这艘大船在中国针织行业各界同仁的齐力摇桨下扬帆远航。放眼整个针织行业，各大产业集群能够在经济转型中保持强劲的发展势头，是针织行业平稳发展的中坚力量。

不过他也坦言，2016年尽管大势和2015年相比并不会有太大变化，但国家提出的加速推进“三品战略”、“扶优限劣”等一系列政策的出台，一定会促进行业更好的发展。

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长林云峰则从办展的角度对PH Value进行了总结，他说：“从展的概念来讲，我们能看到针织展做到了突出产品，比如我们能看到的毛衫。同时，从参展商方面来说，我们能看到针织行业内从南到北几乎涵盖了所有区域展团：大朗、濮院和清河。特别是在展览形式方面，我们有论坛、趋势发布和一系列的对接活动，应该说非常充实。”

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