

提供经贸信息 开拓两个市场

# 纺织贸易

10

2017

总第271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

# 美好生活需要新征程 纺织强国路上再扬帆 ——2017中纺联秋季联展圆满落幕

### 行业动态

- ★中纺联四届二次常务理事扩大会上海举行
- ★中纺联党委积极组织党员群众收看十九大开幕直播盛况
- ★中纺联党委召开学习党的十九大报告主题座谈会
- ★新时代新使命: 强国目标纺织人有担当

### 走出去

- ★欧洲的生产物流中心—匈牙利
- ★欧洲的缝纫车间—罗马尼亚

### 国际市场

- ★越南拟提升国内成衣制造业附加值
- ★国际货币基金组织: 呼吁创建全球贸易体系
- ★8月欧盟自孟加拉国服装进口同比增长9.2%

### 政策法规

- ★2018年棉花进口关税配额量为89.4万吨
- ★国务院: 关于修改《棉花质量监督管理条例》的决定
- ★巴基斯坦将纺织皮革行业进口成品销售税率降至6%

### 展会报道

- ★2017intertextile秋冬面辅料展观众说
- ★2017CHIC (秋季) 精准商贸收获完美口碑
- ★2017yarnexpo秋冬纱线展商贸配对高效精准
- ★2017PH Value针织展: 电商大咖助力海外企业体验中国市场



中国纺织贸促网  
www.ccpittex.com

## 目 录

行业动态	10	中纺联四届二次常务理事扩大会议上海举行
	12	中纺联党委积极组织党员群众收看十九大开幕直播盛况
	12	中纺联党委召开学习党的十九大报告主题座谈会
	14	新时代新使命：强国目标纺织人有担当
<hr/>		
走出去	16	欧洲的生产物流中心——匈牙利
	18	欧洲的缝纫车间——罗马尼亚
<hr/>		
国际市场	19	越南拟提升国内成衣制造业附加值
	20	国际货币基金组织：呼吁创建全球贸易体系
	20	8月欧盟自孟加拉国服装进口同比增长9.2%
<hr/>		
政策法规	20	2018年棉花进口关税配额量为89.4万吨
	20	国务院：关于修改《棉花质量监督管理条例》的决定
	20	巴基斯坦将纺织皮革行业进口成品销售税率降至6%
<hr/>		
展会报道	21	2017intertextile秋冬面辅料展观众说
	22	2017CHIC（秋季）精准商贸收获完美口碑
	23	2017yarnexpo秋冬纱线展商贸配对高效精准
	24	2017PH Value针织展：电商大咖助力海外企业体验中国市场

### 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  
中国国际贸易商会纺织行业商会  
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：北京市朝阳区东三环中路55号  
富力双子座B座12层

邮编：100022

电话：(010) 57392132

E-mail: sunling@ccpittex.com

网 址：www.ccpittex.com

## 美好生活需要新征程 纺织强国路上再扬帆 ——2017中纺联秋季联展圆满落幕

金秋沪上，10月13日，包括“中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会、中国国际服装服饰博览会（秋季）、中国国际纺织纱线（秋冬）展览会、中国国际针织（秋冬）博览会”在内的中国纺织工业联合会“2017秋季联展”，以40万平方米、近6600家展商的恢弘之势在国家会展中心（上海）圆满落幕。

大美北京，10月18日，中国共产党第十九次全国代表大会在北京人民大会堂隆重开幕。习近平总书记代表第十八届中央委员会向大会作报告。报告中明确，新时代“我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”。

美好生活蕴含着丰富的内涵。新时代，纺织行业作为中国实体经济的重要组成部分，作为我国传统支柱产业、重要的民生产业和创造国际化新优势的产业，被赋予以“科技、时尚、绿色”为标签的新的产业定位，注定成为满足人民日益增长的美好生活需要的重要担当。在美化人民生活、增强文化自信、建设生态文明、带动相关产业、拉动内需增长、促进社会和谐等方面，发挥着重要作用；在稳定经济增长、促进区域发展、落实脱贫攻坚等方面作用也越来越大；更在国际竞争力、话语权和责任实践方面，不断彰显全球最大纺织行业的价值。

行业展会，作为行业发展的晴雨表和风向标，最能反映行业发展的真实水平。日前结束的中纺联年度展会收官大展“2017秋季联展”，充分展示了新时代中国纺织行业的发展成果，更看到了担当满足人民美好生活需求的底气。

### 2017中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会(intertextile面辅料展)——

近5000家来自32个国家和地区的参展商携各自最新系列产品以及创新成就，于11个展馆中登场展示。凭借全面的服装面料及辅料产品范围，本届展会吸引超过77,000名来自100多个国家和地区的贸易买家到场采购。连续三天的订单定货、关系建立和全方位潮流解读更吸引了大批行业同仁瞩目。

8大展区本届展会现场强手如云，汇集来自全球的优秀面辅料企业，百花齐放，百家争鸣，再次展现全球纺织面料及辅料的中坚力量。展会分为：时尚女装面料、正装面料、跃动牛仔、辅料视界、功能运动、衬衫面料、休闲装面料、内衣泳装面料八大展区，横跨11个展馆。

**精美展品** 女装、正装、衬衫、休闲装、功能运动、内衣泳装面料、花样设计、牛仔面料及各种辅料产品同台展示。在这一专业广袤的舞台上，各领域龙头企业与迅速成长的新秀共舞，各家企业拿出自己最具实力的产品，展示调整升级的成果，也通过互相交流切磋探寻产业发展趋势。

**趋势发布** 本届展会通过动静结合的方式发布流行趋势。静态展围绕“迭创”为核心主题，包括潮流再部落、原始田野考、创旧式精神、复古新未来在内的四大板块进行展示，通过数千款面料和空间营造，为观众呈现最前沿的新风尚面料。

**论坛活动** 展会期间的数十场高峰论坛演讲会让场馆成为理念碰撞的海洋。以流行趋势、可持续发展以及市场营销新技术为三大议题开

展的演讲吸引企业家、学者共同探讨。其中，流行趋势将2018/19面料、配饰流行趋势、运动市场需求图案花样、色彩潜能等一网打尽。可持续发展聚焦阐述快时尚、牛仔行业、功能性纺织品如何做到节能减排，循环发展。

**商贸洽谈** 随着国际商家和买手对面辅料的需求越来越强烈，展会集结数千家全品类面料企业，除了满足服装企业对采购面料产品的强烈需求，更是以优良过硬的产品质量和功能花样设计来切合年度发展主题，成功吸引了全球买手们的热切关注。

**展会服务** 餐饮区、休闲区、充电区、通讯功能保障车、医疗中心、祈祷室、双向摆渡电瓶车、闭馆班车等多项服务已成常规项目，电子登录、线上预登记、移动端电子会刊、商贸线上预约也成了展会的优良传统，贵宾买家休息室、商贸洽谈区服务升级，我们始终在努力。

#### 精彩回顾：

#### 不拼价格拼服务——

纵观各家企业表现，他们比拼的不再仅仅是价格，更是质量、服务和附加值，产品做得好，故事也要讲得好，交期更要快，配套服务齐全，更受买家青睐。“的确服务很重要，我们在展会现场只有比较短的时间和展商接触，能够给我们最直观印象的，首先是产品，其次就是服务了。”一位刚刚参观完企业展位的买家坦言。

永新纺织印染公司能够根据客户需求，围绕天然、环保、可持续发展的核心理念，全面系统地开发棉、亚麻、再生纤维素纤维等流行服装面料，还根据市场时尚品牌服装的风格，将所有产品分为多个主题，根据客户及市场需求，进行主题式开发，提供全程定制化服务。

江苏占姆士纺织有限公司为了迎合当下的快时尚消费需求，近些年特别开启了“无起订量快交期”的现货面料服务，此次带来13个系列的主体面料共计3000多种。无门槛满足买家

需求的服务大受欢迎。

#### 创新原材料引关注——

山东如意今年推出了一款海藻纤维面料产品，手感非常好，且具有抗菌、抑菌乃至阻燃功能，且这些性能是沟通过原料本身获得的，对于依靠化学整理等手段获得的类似效果，其环保性可想而知，因此，成衣附加值非常高。

新申集团从亚麻开始，将原本在人们心中形象模糊的原材料加工成了如今人手一件的服装产品，更根据当下消费者对服装功能性及舒适度的需求，通过对原料环节的调整，开发出了亚麻羊毛、亚麻蚕丝等面料产品，大大改善了亚麻原本材质的触感，收到了不错的反响。

在牛仔面料领域中，山东兰雁纺织服装有限公司始终在围绕消费者的需求变化进行创新。在如今全民运动的年代，兰雁通过对源头生产环节的工艺提升，并在织造过程中经向和纬向加入弹性纤维，生产出了柔韧度、贴合度都十分出色的牛仔面料产品，舒适性非常高，在展会现场引起了广泛关注。

#### 强化设计重原创——

近年来，纺织企业都在思考如何提升自己的竞争力，如何让企业走的更远，不少企业认为，产品原创最重要。从本届参展企业的展品可以看出，不少企业已在沿着适合自己的原创道路，逐渐提升自己的核心优势。

达利丝绸（浙江）有限公司将董事长林平的摄影作品融入到面料中，直接将自然界中的花鸟鱼虫、光线变化以及色彩搭配搬到了面料上，将摄影和面料设计相结合。不仅凭借摄影作品拥有的知识产权保障了面料不被模仿、抄袭，而且还将自然造物的神奇作为了取之不尽的设计源泉，达利丝绸用自己的独特方式进行着原创设计。

广东健业纺织集团有限公司的原创道路，则是通过工艺实现的。健业的提花面料采用时尚流行的材质，通过生产工艺以及经纱和纬纱

的相互交织沉浮，使之交织出各种花型，形成凹凸感，更编织出花鸟鱼虫、飞禽走兽等美丽图案，触感独特，吸引了不少观众。

### 智能织造不能少——

当前智能制造已成为大势所趋，而纺织企业对智能化的探索也是如火如荼。近两年的展会上，不少企业为了更好地展示在智能化领域取得的成果，将智能化理念融入到展位的设计之中。

智能制造不仅仅局限于生产产品本身，更在于企业管理生产环节。北江纺织推出全新的供应链管理平台，打造以面料带动成衣的一站式系统。更开发了展示面料和成衣服务的微信小程序，能够根据订单情况，从科技弹力、手感肌理、生态环保和复合功能等四大方向对面料进行组合规划，并生成相关数据，十分便捷。

同样推动智能制造的还有无锡恒诺纺织科技有限公司。无锡恒诺纺织科技有限公司推出了跑步系列和健身系列产品。据了解，无锡恒诺采用了全新的ERP系统，实现了对整个生产流程的全面管控，可以说在智能制造方面迈出了坚实一步。

每一届展会都是一次起航。当面料技术的革新不断刷新人们的生活，面辅料行业也正在从市场竞争逐渐向产业链协同发展过渡。在这样的背景下，许多面辅料企业都在寻求突破。无论是花型色彩，还是功能质地，越来越多的企业将目光投向时尚与科技，通过大数据和纹理的融合力求落地新时尚。本届展会上所呈现的，正是服装面料及辅料企业家们努力织造的未来。

2018年3月14-16日，相约2018中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会。

### 2017中国国际服装服饰博览会（秋季CHIC）——

3天时间里，53000平方米内，来自16个国家

和地区的783家展商、815个服装服饰品牌，以其时尚与艺术、设计与文化、服饰与科技、质造与智造的炫目之光，迎来了65722名专业观众为期三天的体验之旅、信心之旅、未来之旅。

24年间，CHIC一直是中国服装人成就财富与理想的逐梦平台。如今，除了财富与理想，CHIC更展现出一幅科技、时尚、绿色的中国服装产业在“一带一路”建设中呈现于全球纺织服装产业链中的脉络与宏图。

### 时尚的文化传承

CHIC2017（秋季），每一个展区的参展商们都热情高涨，以崭新、时尚、极具文化引领性的新产品、新模式，迎接更多的新机遇和新挑战。

从逆势飞扬小而美的设计师品牌，到融汇多元时尚与文化的商业品牌，前来展示的品牌和企业无一不有着鲜明特色和核心优势。走在CHIC，你能找到简约实穿派，也会发现倡导原创精神的匠心之作，更有苏绣、潮绣、蜀绣等穿越古今的中国传统服饰元素不断映入眼帘。不论男装、女装亦或是其他品类，都有越来越多的品牌着力于体现东方美学，塑造具有独特禅意美学的服饰风格。

“在过去的30年，中国人用服装来包装自己，今天，我们要用自己的自信和气质去驾驭服务。”本着这样的出发点，来自温州展团的棣祿品牌在CHIC2017（秋季）现场展示的水墨男装彰显了独特的耕读文化、永嘉文化，以此从文化底蕴的角度来更新人们对温州服装的认知。

设计师品牌花木深展示了以苗绣、苏绣等手工艺为主的时尚设计，将传统文化与实穿性相结合，以线上线下双渠道拓展市场。深圳荔秀服饰文化街区无论从规模、形态还是制作上都充分体现了国际范的原创风格，云集了卡诗米·娅、A.1、所一、in jocosist等众多以原创为核心的服装品牌。成都展团以致力于打造“成都造”行业标杆的“天府正装”品牌为首，携手十余家服装企业，助推成都服装服饰产业面

向国际化，实现产业提档升级。

常熟服装城与蝶讯网联合打造的原创时尚智慧生态馆，围绕原创，聚焦原创，推进产业转型升级，增创传统富民产业新优势。

高端知名品牌和高端电商的核心供应商温瞳服饰，以鲜明的专业特点和“爆款”设计能力，在短短时间内，就快速接洽了众多知名企业集团的买手，以及代理商、加盟商、电商。

本届展会的时尚箱包展中，印象.乌托邦品牌赋予皮具灵魂，展现多彩手绘。另外英国的CARLTON、Sweedom、美国Calvin Klein以及备受韩国明星热捧的LOV CAT等国际化品牌也在展会中绽放时尚魅力。

匠心皮羽展的辛集展团重装来袭，专注华美与极致“好品质”带来时尚化多样化的皮羽产品和设计；同时，CHIC首次与中国印染行业协会联合打造的服装印花趋势区，带来12家优秀企业以当下最具创意的几百件印花设计和产品，成为展会上最靓丽的一个“炫彩”风景。

除此之外，拥有“时尚联合国”之称的环球风尚展区，充满生活情趣和艺术感的流行配饰展区，以及讲求风格的潮流品牌专业展会CHIC-潮流品牌展，也都在时尚与文化的交融中绽放的淋漓尽致。

### 把“智造”穿在身上

一只灯泡在牛仔裤的包裹下闪闪发光！这不是魔术，而是“霍城潮社”广东牛仔俱乐部展示的含有导电纤维牛仔新品。这种牛仔布有助于血液循环，是一种健康之布。本届CHIC展上，科技新品、智能服饰，智能定制再度席卷而来，这些可以穿在身上的新科技，才是落地的创新，令人眼前发亮。

新材料、新技术改变着我们的衣着和生活。在烂漫童装展区，专注校服领域的伊顿纪德，展示的一系列具有抗菌、防水、防污、防紫外线等功能的校服不仅受到众多专业观众的瞩目，更吸引了“校长团”前来交流洽谈。

配套资源展区的腾飞科技带来了新型智能的基于柔性导电墨水技术的智能服装，以高端的柔性感知技术打造兼具时尚、舒适的个人运动健康管理平台。一击高、辅城科技等企业同样专注于科技领域，让人看到了智能与服装结合之后擦除的智慧火花。

科技更从智造的本源改变着整个服装产业链，破解“快反”与“个性化”之题。湖北赛尚服饰展示了“美春智能制造”，开创智能定制新体验；大连隆生服饰与海思堡联袂展出，特别推出了颠覆传统皮衣行业、匹配品牌商和终端客户个性需求的“皮衣和皮革制品大数据智能制造”体统。

此外，传梭智造携手有智科技带来“智能制造、极致快反”的整体解决方案，智能供应链显示大屏前，从开馆到闭馆时时都是人头攒动；连续多年参展的诗亦格此次亮出“时尚女装ODM制造专家”的“身份”，积极拥抱互联网+，组件精品整件微小订单生产车间，以工业4.0智能制造探索“小订单大流转生产模式”。值得一提的是，以制造见长连续5届参展的平湖展团依旧耀目ODM智造展区，他们紧跟市场需求，提升快速反应能力，让现场观众见到了平湖制造的魅力。

### 环保定义新时尚

行业的边界正在被打破，可口可乐、WWF、北汽捍卫者的身影也出现在CHIC，为的是我们共同的美丽地球和绿色生活。CHIC上的一件件美丽衣裳不仅带领我们领略了时尚、艺术、文化、科技，更看到一个服装大国的责任与担当。

本届CHIC特别设置的可持续发展专区上，让业界重新认识了属于自己的绿色环保与社会责任。“水果染”从水果中提取染料，不添加任何化学物质，被称为“可以喝的染料”，制成的婴童用品、家纺产品引来大量围观；“德福伦”展示的玉米纤维制成的成衣，来自天然，可以降解，还兼具着色好、阻燃性、抗菌性等特点；“如意屋家居”具备安全、节能、环保、功能性的布艺家居产品高级定制，兼具

功能性和环保型。

此外，汉克斯、伊顿纪德等童装领域企业，以机能面料和环保制造亮出以人为本的责任与态度；来自巴西、波兰等海外展团的品牌和企业带来环球风尚的同时，注重手工与环保，关注贫困地区经济发展，谱写可持续的时尚与大爱。

“CHIC是窗口，可以推广品牌、达成合作，收获行业最新信息与趋势，启发跨界的无限可能性。”来自上海甄妍企业管理有限公司的吴英俊道出了不知多少人的心声。

CHIC2017（秋季）期间，“时尚绍兴，装行世界”、潮州时装盛宴、海外品牌联合发布秀等CHIC SHOWS轮番上演，中国服装商业论坛围绕新零售、质量标准、供应链、大数据、智能制造等掀起头脑风暴。

而为了达到精准对接效果，主办方早在展前就进行了大量需求对接，组织了各地商会、专业买家组织等机构，并在现场由CHIC主办方带队，进行集中有效的洽谈对接。同时，各专业品类对接在CHIC主办方的组织下频繁上演。此外，CHIC商贸对接APP也正式上线，将商贸活动由线下延伸至线上。“这个APP获得了观众们的热烈追捧，APP上囊括了加盟、代理、采购、招商等各类信息发布，如今已经有3万多条信息在其上传播。”

身处大变革时代，数不清的互动、交流、启发，给了中国服装人“看得见，摸得着”的新向往。

2018年3月14-16日，中国国际服装服饰博览会2018（春季）将以年轻之心，发声“年轻态”的升级与变革。

明年春天，让我们再启征程，淬炼新声。

## 2017yarnexpo秋冬纱线展众星云集 新意盎然

面对复杂多变的市场环境，纱线及纤维等

上游企业积极开拓，寻求突围。而作为权威贸易平台的yarnexpo秋冬纱线展，始终在用前进的脚步助力纱线企业成长远航。已经有越来越多的纤维、纱线企业加入这里、信赖这里、扎根这里。

近两年，yarnexpo秋冬纱线展展会规模不断创新高，展览面积和展商数量不断刷新纪录。本届纱线展的展览总面积达26000平方米，比上届面积翻倍；参展商总数达493家，比上届大幅增长约55%。本届展商主要来自孟加拉国、中国、中国香港、印度、印度尼西亚、韩国、马来西亚、巴基斯坦、新加坡、瑞士、泰国、乌兹别克斯坦、越南等13个国家和地区。其中，国内参展商371家，海外参展商122家。

### 六大展区集中展示新产品

作为亚洲地区最具影响力的纺织纱线展览会，yarnexpo秋冬纱线展是纤维纱线企业展示最新产品及提升品牌形象的绝佳平台，每届展会纱线展都会吸引到海内外具有影响力的企业参加，本届更是明星企业云集的一届。

恒天、恒申、盛虹、吉林化纤、仪征、华峰、圣泉、三友、新乡、如意、岱银、京奕、利泰、无锡一棉、悦达、联润、宏扬等业内知名企业悉数到场，大牌云集。

本届yarnexpo秋冬纱线展主要分为“自然棉纱区”、“多彩化纤区”、“创意花式纱区”、“电子商务区”、“品质毛纱区”和“绿色麻纱区”六大展区。纺织产业原材料——棉、麻、毛、丝及化纤，全品类在yarnexpo秋冬纱线展集体亮相，并且展品均为近年来的最新趋势和最新工艺技术，可谓琳琅满目，盛况空前。

其中，“品质毛纱区”和“绿色麻纱区”是在四大常规展区的基础上于本届展会全新塑造的两大专业展区，充分体现了近年来纱线市场上毛纱和麻纱需求增长的趋势。

“品质毛纱区”展示了采用最新工艺及设计的毛纱产品，品质、性能卓越，满足多种市

场需求。

多次参展的桐乡市奥羽羊绒制品有限公司展示了各种粗纺和精纺羊绒纱，有的品种颜色达到100多种。

东莞市澳鹰纺织有限公司展示的毛衣纱线使用美丽诺羊毛、羊驼毛、山羊绒、天丝、腈纶、粘胶、尼龙等各种纤维，生产彩点纱、幻彩纱、圈圈纱、毛羽纱、拉毛纱等多个品种的纱线。公司展会负责人杨丽然表示，企业设立了有色纱线库存服务，还可以根据客户要求提供定制服务。

桐乡市秋家那纺织品有限公司的产品包括各种羊绒、兔绒、羊毛和狐狸绒粗纺和半精纺纱。公司展会负责人也表示，可以根据客户需要生产各种纤维组合、不同混纺比例的纱线。

东企企业集团展位上，产品样册也是品种繁多、丰富多彩。企业展会负责人陈斌杰表示，公司业务涵盖纱线、印染、毛衫等多个领域，生产实力雄厚，可以为客户进行各种加工定制。

“绿色麻纱区”的麻纱产品生产技术升级，触感优良兼具功能，匹配时下休闲装市场发展热度。铜陵华源麻业有限公司专业生产纯亚麻纱，据公司总经理刘亚平介绍，公司产品全部采用法国进口亚麻，除生产纱线外，还生产亚麻色织布和染色布，产品大量出口，并供应优衣库等国际知名品牌。他表示，随着国际品牌拉动，消费者的国际交流日益广泛，同时国内亚麻产业不断扩展，制造水平提升，生产成本大幅下降，目前国内亚麻纺织品消费出现明显增长。

“自然棉纱区”作为每届纱线展的常规展区，产品涵盖范围广，原料种类及纱线结构丰富，不仅有传统优势产品，还包括自然环保系列、高支产品系列、喷气涡流纺系列、差别化功能性系列等。

除了棉纱，**化纤展区**也是yarnexpo秋冬纱线展的主力展区。本届“多彩化纤区”主要包

括：“中国纤维流行趋势2017/2018 展区”、“创新功能展区”、“绿色与环保展区”、“健康舒适展区”四大主题展区，分别从新趋势、新技术以及绿色健康等方面带来中国化纤行业近年来最新的研发成果和市场导向。四大主题展区相互辉映，充分展示了中国化纤行业的整体实力。

“创意花式纱区”作为亮点展区，创意花式纱区倍受业界瞩目，本届云集近70家知名企业参展，产品包括竹节纱、彩点纱、段彩纱、云斑纱、AB纱、雪花纱等多种新结构产品。

龙游生生纺织科技有限公司是一家专业从事新型花式纱产品研发、生产、销售的企业，年产各种外观花式型特种纱线5000余吨。该公司展会负责人吴国仙表示：“本次展会主推产品主要是外观花式工艺系列纱，原料采用棉、涤纶、粘胶、莫代尔、天丝、羊毛、亚麻等纯纺或混纺，能够满足客户个性化定制的需求。”

作为yarnexpo的老展商，吴国仙表示：“通过yarnexpo这个平台，我们更好地展示了公司的产品特色，提升了公司知名度。每届展会现场都是访客不断，收到的名片更是上千份。展会结束后电话询价、来样生产，订单不断，是我们最信赖的展会。”吴国仙说道。

### 新颖展位全面体现新形象

与服装、家纺等下游产品相比，纱线、纤维等产品总是显得不够时尚和吸引人。而此次yarnexpo秋冬纱线展上，不少参展企业在展位设计、展示形式上颇费心思，让观众眼前一亮。

如意控股集团作为纺织行业龙头企业，以全产业链优势近年来发展异常迅猛。在本次展览会上，如意集团更是“三展联奏”，分别在：5.1号馆纱线馆E54展位；6.1号馆面料馆E18展位；7.2号馆牛仔馆E51展位以“产业乐章，如意交响”为主题，以歌剧院为空间灵感，独立特装展出，为观众献上隆重而华丽的面料、纱线、牛仔三段乐章。如意纱线主题展馆以色彩交织的纱线构成视觉冲击强烈的创意，借鉴

艺术大师蒙德里安的名画风格与手法，将如意纱线轻盈优雅、色彩斑斓的特质呈现得淋漓尽致。

本次展出的产品主要来自于如意旗下的汶上如意技术纺织有限公司、济宁如意高新纤维材料有限公司、重庆三峡技术纺织有限公司、新疆如意纺织服装有限公司、宁夏如意科技时尚产业有限公司等多个公司，展品涵盖高新纤维、毛精纺、棉纺织、针织纺、化学纤维等各类高品质纱线产品。

山东豪盛集团的展位则得具有浓厚的中式风格，古朴自然。公司主推的竹纤维产品和天然植物染色技术都强调生态环保。其中“大染坊”草木染技术，采用天然植物为染料源，不添加化学材料，染出的颜色不仅纯净柔和，而且对人体有保养作用，实现环保染色并量化生产。

随着展会规模的不断扩大，yarnexpo秋冬纱线展本身的配套服务也在不断升级。本届展会在商贸服务方面开通了商贸洽谈线上预约通道，方便展商和客户之间提早锁定商机。此外，主办方还向特定买家收集采购意向表以及邀请贵宾买家，通过汇总和分析众多买家采购需求，推荐合适的参展商产品，为供需双方提供现场会谈的场所和安排洽谈时间。

展会现场，电子会刊全面上线，日程、趋势一键查询。展馆内，参观路线引导、环保可持续发展等方面服务升级创新，进一步提升展览会品质。

值得一提的是，为了贯彻国家五大发展理念中的“绿色发展”，本届yarnexpo秋冬纱线展还特别突出了环保、可持续发展理念，主办方对此类参展商进行重点推广，在会刊、参观指南以及实体展位上用绿叶环保图案对其进行特殊标记，方便观众查找。

## 2017PH Value针织展开启万人体验模式

10月3日，为期3天的2017 PH Value中国国际

针织（秋冬）博览会（以下简称PH Value）在国家会展中心（上海）圆满落幕。见证中国针织行业突破和变革的PH Value秋冬针织展，再度肩负起产业重任。近300家展商在14000平方米的展示区域中，以不拘一格的方式呈现针织衫、内衣、袜子、家居服及功能性针织品。

展会上，安莉芳、古今、铜牛、即发、三枪、东渡、奥丽依、美思、华尔、博尼、美麟、恒军等众多国内知名品牌及优秀企业再度聚首，深圳内衣、盐步内衣、小榄内裤、辽源袜业、大唐袜业、江西青山湖、广东大朗、广东张槎、浙江濮院、POP时尚、中国电脑横机产品研发中心等集群悉数到场。

尤为值得一提的是，面对时下新零售如火如荼的进行，2017PH Value针织展特别设置电商展区，诸如阿里巴巴、京东、网易考拉、国美、凡客、如此生活等知名电商平台在现场面对面地与展商及观众进行商贸对接，带来线上线下全渠道的联动。

### 大唐袜业集群——

作为“全国百佳产业集群”、“中国针织原料生产基地”，大唐袜业集群以“古风古韵”范儿亮相展会，展出了上千款时尚袜品，包括各种品类的针织棉袜、功能运动袜、家居袜、数码印花袜、功能性的医疗压力袜等，汇成了袜子的海洋，尽展大唐袜业的实力。大唐袜业集群相关负责人表示，此次组织了友润袜业、金旗、情缘针纺、海纳针纺、东方缘、沁悦针织、卡拉美拉、美尔棒、莎耐特、童袜王国10家针织企业抱团参加，参展企业均将企业自主研发设计的最具潮流创意的袜品带到了展会，借助针织展这个国际平台，吸引了大批客商。未来大唐将按照“重构袜业、重塑大唐”的思路，规划面积达2.96平方公里的“袜艺小镇”正在建设中，着力打造全球唯一的以袜子为图腾的特色小镇。

### 大朗集群——

“中国羊毛衫名镇”大朗此次以毛织网为代表组织了集群内的20余家毛织纱线和毛织服

装企业参加展会，并以“一展、一坛、一会、一秀”全方位联动的形式全方位展现大朗毛织产业转型新形象。除静态展外，论坛探讨了B2B毛衫产业平台在毛衫快返生产中的作用，毛织网·黄刚2019/2020中国花式纱线流行趋势发布会立体呈现了如何应用新型纱线和特色纱。中国针织工业协会花式纱色纱分会成立了筹备委员会，大朗毛织网担任了筹委会主任单位。毛织网CEO张大鹏说：“我们在专注大朗本地市场开拓的同时，也着眼于为全国毛织企业提供优质服务。未来我们将继续完善‘互联网+毛织’新型业务的网络化、智能化、信息化的生态体系，将纱线商、毛织厂、零售商链接起来，帮助传统毛织企业转型升级。”

### 山东枣庄税郭——

作为中国针织服装集聚地，在展会期间，山东枣庄市市中区税郭镇被中国纺织工业联合会授予“中国针织服装名镇”，充分肯定了枣庄税郭近些年在针织服装发展上的成就。枣庄纺织服装协会秘书长徐孝民表示，税郭在经过多年发展后，具备纺纱、织造、漂染、印花、刺绣、针织服装、梭织服装、家纺、医用纺织品等上下游较为完善的产业链条，形成了具有特色的针织服装区域品牌。为更好地建设区域品牌，将纳入区域经济发展的总体规划，以区域品牌引领枣庄市市中区纺织产业结构调整、资源配置和产业集聚，并将建立完善区域品牌培育机制，形成由政府、协会、企业三方共同参与的联动效应。

### 濮院集群——

今年已经是濮院第7次参加针织展，通过多年参展，濮院毛针织产业得到了更多的机会，产业发展和招商引资效应也得到凸显。此次濮院以濮院毛衫时尚馆的概念亮相，整合濮院320创意广场的产业元素，设立了原创设计师展区，浙江布谷鸟时装设计有限公司、桐乡市希珈服饰有限公司等本土原创设计品牌企业悉数亮相。濮院羊毛衫市场管委会副主任钱伟国表示，这些品牌企业作为濮院原创设计力量的代表，可以说是濮院时尚产业的一次推陈出新。而为进一步夯实濮院毛衫时尚小镇的发展基

础，将更多时尚产业创新资源引进来，濮院还呈现了一场四个品牌联合发布的原创设计发布秀和一场时尚产业推介会。

### 深圳内衣——

深圳内衣区域品牌已连续三年抱团参加该展会，在展会期间举办的“深圳时尚”内衣大秀恰到好处地诠释了安莉芳、淳度、爱亦心伊、遐、ZIM等深圳内衣品牌的时尚魅力，再一次展示了“深圳内衣·领舞中国”的时尚力量。深圳市内衣行业协会常务副会长兼秘书长张峰伟表示，此次组团参加PH Value针织展，是在国内落实加强“深圳时尚”市场效应的关键，也是进一步推动“深圳内衣领舞中国”的重要举措。

### 江西青山湖——

作为中国针织服装名城，江西青山湖组织了南昌新宇制衣有限公司、南昌华兴针织实业有限公司、江西省环球针织制衣有限公司等16家企业参展，展示了其产业实力。南昌昌东工业区管理委员会投资促进局相关负责人表示，青山湖主导产品为T恤衫、文化衫、休闲装、运动装，90%以上产品出口欧美、中东等国家和地区。近几年青山湖越来越注重内销市场，品牌意识越来越强，希望借助针织展平台更好地开拓国内市场。未来将通过强基础、促提升、筑凤巢三大举措助推产业发展蜕变，打造中国针织服装产业智造转型青山湖样板。

### 电商群象——

电商展区无疑是针织展的新亮点，首次开启电商展区便汇聚了阿里巴巴、京东、网易考拉、国美、凡客等知名电商企业，在丰富展会形式的同时也为大众带来更多新体验。阿里巴巴组织孟加拉、以色列、泰国等海外展商一起参展，促进了海内外企业合作交流。本着为用户引入更多优秀设计力量的原则，京东多维度参与，欲从多方面了解针织服装行业最新动态，助力京东时尚产业板块的升级。网易考拉则希望借助针织展平台，加强与国内外知名品牌建立深度合作。可以说，阿里的国际化、新

模式；网易考拉的轻奢时尚、F2C产品；京东的年轻化、时尚化；国美的丰富性、全品类；凡客的精工细作、挖掘新品等均欲通过针织展平台吸引更多消费者、供应商及品牌企业加盟与合作。

### 企业群象——

即发集团近几年加大对功能性产品方面的研发投入，新产品产值率一直保持在50%以

上，此次带来新开发的双向超弹家居休闲产品、双面功能性高弹网眼产品、超保暖透气内衣等产品备受关注。江苏东渡集团此次带来了旗下童装品牌“伊思贝得”，品牌坚持设计引领、安全舒适，建立起品牌知名度和忠诚度。北京铜牛集团今年已是第11年参加针织展，近几年着力于将功能性针织面料和可穿戴智能技术相结合。此次主打以天然纤维为主的系列功能性内衣、家居产品，如石墨烯系列内衣、茶花油天然保湿系列内衣等备受关注。

## 中纺联四届二次常务理事扩大会议上海举行

10月12日，中国纺织工业联合会第四届第二次常务理事扩大会议在上海举行。中纺联党委书记兼秘书长高勇，会长孙瑞哲，原副会长许坤元，副会长杨纪朝、夏令敏，党委副书记兼常务副秘书长陈伟康，纪委书记王久新，副会长徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、孙淮滨，专家咨询委员会委员陈树津、张延恺、徐文英、张莉等领导，以及第四届理事会常务理事，特邀副会长，有关省、自治区、直辖市纺织协会，行业管理办公室负责人，联合会各部门、各成员单位领导班子成员出席了会议，陈伟康主持会议。

中纺联人事部主任孙晓音就第四届理事会特邀副会长、常务理事、理事变更等情况进行了通报。

夏令敏通报了2017年1-3季度纺织行业经济运行情况。2017年1-3季度我国纺织行业总体运行稳中向好、质效领跑。近年来，我国纺织行业受国内外市场需求环境、国际产业布局调整等诸多因素的综合影响，呈现出增速趋缓的表现。2017年1-8月，我国纺织行业工业增加值增速5.1%，较上年同期增速降低0.9个百分点。其中服装业的工业增加值增速为6.8%，较上年同期增加2.3个百分点。

我国纺织行业投资规模自今年增速开始回升。2017年1-8月，我国纺织行业实际完成投资额8425.64亿元，同比增长6.95%，较1-6月回落

2.16个百分点。总体来看，全国投资增速较上年同期（6.48%）增加0.47个百分点，体现在东部及中部投资增速的回升，分别较上年增加3.52及0.27个百分点。新疆地区，由于投资政策吸引等因素，投资增长仍较迅猛，其占比增加明显。

在内销方面，2017年1-8月限额以上服装鞋帽、针、纺织品类商品零售额9313亿元，同比增长7.3%。较上年同期增加0.1个百分点。2017年1-8月穿着类网上零售额增速达19.6%，较上年同期增加2.7个百分点。2017年1-8月限额以上服装鞋帽、针、纺织品类商品零售额占限额以上社会消费品零售额比重9.61%。

在出口方面，据海关快报数据显示，2017年1-8月，我国纺织品服装出口1754.69亿美元，同比增长0.8%，较上年同期增长3.75个百分点。1-8月，我国纺织品服装出口价格同比下降6.34%，数量同比增长6.62%。出口整体较上年同期有所改善，主要来源于出口数量的提升。2017年1-8月，我国对一带一路相关国家地区出口纺织品服装599.31亿美元，同比增长1.20%，占我国纺织品服装对全球出口比重的33.24%，比上年同期有所提升。

2017年1-8月，我国纺织行业利润率提升0.09个百分点。其中化纤利润率为4.90%，较上年同期提升1.09个百分点；产业用、家纺行业利润率分别为5.47%和5.41%，较上年同期有所下降。

2017年1-8月，我国纺织行业三费比例下降0.08个百分点。其中棉纺及化纤行业的三费比例不仅低于行业平均水平，且下降明显；印染、家纺及产业用行业的三费比例较高，且增长较快。

2017年1-8月，我国纺织行业总资产利润率加快1.49%。其中棉纺行业总资产周转率最快，为1.87次/年，同比增加2.35%；服装及毛纺行业总资产周转率较上年同期有所减慢。

对于全年趋势的展望，夏令敏说，2017年内，我国宏观经济存在继续向好基础，市场预期良好，可为行业内需平稳增长提供积极支撑。全球经济加快增长，制造业回暖，市场信心提升，经济和贸易增速创近6年新高。世界经济正在经历十年来最广泛的同步复苏。2017年，全行业将继续保持平稳的发展势头，主营业务收入、利润等重点经济指标都将继续保持稳定增长。

李陵申、杨兆华、孙淮滨分别对《建设纺织强国纲要（2011-2020）》科技、品牌、综合方面的修订工作做了说明。

李陵申说，《强国纲要》科技目标实施基本符合预期，但部分指标也需要进行修订。下一步要做好纲要科技目标调整及预测、梳理创新重点、编制强国发展路线图。

杨兆华说，在品牌建设方面，较好地完成了《强国纲要》的中期目标，品牌建设也面临新的形势，国家战略护航品牌成长；消费升级催生多元化挑战；渠道建设加速创新变革。未来品牌建设要以各方联动为依托优化发展环境；以品牌培育为抓手提高品牌价值；以消费需求为导向实现有效供给；以人才培育为核心塑造品牌势能；以模式创新为手段重塑消费链接；以中华文化为支撑强化品牌内涵，增强时尚话语权。

孙淮滨说，《强国纲要》之所以要修订，是因为当前与发布时的环境、形势发生了变化，当时的目标、任务要进行调整。国内外宏观环境的新形势、新变化是《强国纲要》修订

工作的重要依据。在国家战略层面要关注党的十九大、一带一路、中国制造2025、生态文明建设、质量提升行动、弘扬企业家精神。在国内环境方面要关注金融危机的持续影响、发达国家再工业化、反全球化、全球纤维需求与纺织贸易恢复增长、发展中国家纺织产能扩大与竞争力提升。纺织工业增加值、出口、科技投入、品牌数据、可持续、人才等指标需要有所调整。

孙淮滨透露，修订报告并不是对原《强国纲要》进行修改，而是形成一个新的报告，预计今年底前后发布。

孙瑞哲代表中纺联做工作报告。他总结了十八大以来，中国纺织工业取得的五大成就：经济运行质效稳定，社会及国际影响力稳固；产业结构趋于合理，行业生产力布局持续优化；科技创新飞速跃变，行业竞争优势获得内涵式发展；品牌建设价值深化，行业话语权得到实质性建立；可持续发展、责任竞争力成为行业新的价值源泉。

对于中国纺织工业新定位，孙瑞哲说，未来，中国纺织工业的发展要形成以“科技、时尚、绿色”为标签的新的产业定位，即以高品质高性能纤维、产业用纺织品、高端智能制造为代表的科技产业，以服装品牌、家纺品牌为代表的时尚产业，贯穿全产业链加工的绿色制造产业，最终实现行业可持续发展及重塑行业社会形象。

孙瑞哲列出中国纺织工业联合会开展的工作：促进中国纺织工业生产力体系全面升级；推动行业用好国际国内两大市场、两种资源；以行业担当助力可持续发展目标的实现。

针对中纺联下一步工作，孙瑞哲提出：立足发展大局，做好纺织强国建设的“引路人”；立足行业实际，做好中国纺织工业的“代言人”；立足自身建设，做好政府与市场的“联系人”。

## 中纺联党委积极组织党员群众收看十九大开幕直播盛况

中国共产党第十九次全国代表大会于10月18日上午9:00在人民大会堂大礼堂隆重举行。

中纺联党委积极组织党员群众观看了十九大开幕直播，认真聆听了习近平总书记在会上的报告。

位于京粮大厦办公的中纺联党委中心组成员和部分单位领导班子成员集中观看十九大开幕直播。

10月17日，中纺联党委根据国资委党委的部署，迅速下发通知，积极组织各部门、各单位认真布置、落实、收听、收看十九大开幕会的准备工作。努力克服中纺联各部门、各单位目前办公场所分散的不利情况，保证收听、收

看活动有序开展。

10月18日上午九点，党的十九大在北京人民大会堂隆重召开。同一时间，中纺联广大党员群众早已或集中在会议室内，或独坐于办公桌前，或在出差的路上，守候在电视、电脑或手机等不同媒体平台前，怀着同样激动的心情，认真聆听了习近平总书记所作的报告。大家一致认为习近平总书记的报告高瞻远瞩，气势恢宏，总揽全局，振奋人心。

经统计，中纺联各部门、各单位根据实际办公情况，共组织集中学习地点14处，参加集体学习人员共400余人，其中民主党派、入党积极分子和普通群众有47人；其他自行通过各种媒体收听收看的人员据不完全统计约有500余人。

## 中纺联党委召开学习党的十九大报告主题座谈会

10月18日上午，中国共产党第十九次全国代表大会在北京人民大会堂隆重开幕。为组织广大党员干部在当前和今后一个时期内学习好、贯彻好、落实好党的十九大精神，中纺联党委迅速发出通知、专门做出部署，要求各基层党组织高度重视、加强组织，在集中收听收看十九大开幕式的基础上，继续带领广大党员干部持续关注十九大会议进程，积极主动地对习近平总书记在十九大报告中提出的一系列新判断、新提法、新概念、新要求、新部署开展学习宣传、加强理解，始终自觉与党中央保持高度一致。

10月20日上午，为加强对党的十九大报告的学习理解，中纺联党委组织包括中纺联部分领导、各部门各单位的班子成员代表、基层党组织班子成员代表、党务工作者代表、入党积极分子代表和青年代表在内的近30人，专门召开主题为“感受十九大开幕盛况，学习十九大报告初步体会”的交流座谈会。中纺联党委副书记陈伟康、纪委书记王久新、中纺联副会长徐迎新、端小平、孙淮滨出席参加座谈会。因

公出差在外的中纺联党委书记高勇、会长孙瑞哲及中纺联前会长王天凯也对座谈会的召开提出了要求，希望本次交流初步学习体会的座谈会能在推动中纺联宣传、学习、贯彻十九大精神上发挥更好的带头作用。

座谈会由中纺联党委副书记陈伟康主持。会上，大家纷纷结合自身工作实际，畅谈了各自学习十九大报告的初步心得体会。大家纷纷表示，十九大报告勾画出中国未来发展的美好蓝图，报告中的新判断、新提法、新概念，令人鼓舞，催人奋进。

谈到结合行业发展工作实际，中纺联副会长孙淮滨在发言中说，十九大报告明确指出我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾，这一论断正是根据我国经济社会目前的发展变化而做出的准确把握，因此，我们在修订《建设纺织强国纲要》的过程中，更要充分根据十九大报告提出的新判断，学以致用，结合行业实际，找寻并抓好我们纺织行业发展过程

中的矛盾变化，最终把提升行业服务能力，推动新型工业化发展和区域协调发展的大局落到实处。

谈到青年工作，中纺联团委书记黄潇瑾在发言中说，习总书记在报告中指出，“青年一代有理想、有本领、有担当，国家就有前途，民族就有希望”。青年是国家的希望和未来，是中国梦的继承者和发扬者，而纺织青年将是中国纺织强国梦的实践者和开拓者，纺织青年要坚定信念、志存高远，要为伟大的梦想、为人民的利益而不懈奋斗，要在这个“新时代”里拥有值得骄傲的一生。

谈到教育工作，中国纺织服装教育学会会长倪阳生在发言中说，党的十九大报告为教育工作提出了最新的根本任务，就是要立德树人，发展素质教育，这一点在职业教育工作上同样重要；同时，教育作为文化传承的重要手段，对增强“文化自信”也有重要意义，比如明年东华大学即将召开的“世界纺织教育大会”，向世人说明了世界纺织教育的中心就在中国，这一点不仅突出显示了我们纺织教育五年来在党中央领导下取得成就，更彰显出了我们的行业自信、文化自信。

谈到文化产业发展，中国纺织出版社党委书记董清松在发言中说，报告中关于“推动文化事业和文化产业发展”的重要论述，对纺织出版社的发展有非常强的指导意义。纺织出版社已经就出版领域的“新型文化业态”开始了一定的尝试和探索，下一步将在党的十九大精神指引下，响应中央提出的关于“满足人民过上美好生活的新期待，必须提供丰富的精神食粮”的要求，继续在如何把传统出版与数字出版相结合、如何创新文化出版生产经营机制等问题上进一步扩展思路，开拓进取。

谈到对外合作、拓展对外贸易，中纺联副会长徐迎新在发言说，我们纺织行业要充分发挥行业特色，要按照十九大报告中明确提出的“以‘一带一路’建设为重点，坚持引进来和走出去并重”的指导思想，重新梳理对外合作网络，积极塑造国际合作优势，秉承既积极又稳妥的布局原则有序推动开展国际产能合作，

积极响应习总书记发出的“构建人类命运共同体”的号召，以行业为依托，为形成“共商共建共享”的全新开放新格局而贡献出行业力量。

谈到坚持全面从严治党，中纺联纪委书记王久新在发言中说，习总书记在报告中提出“党要团结带领人民进行伟大斗争、推进伟大事业、实现伟大梦想，必须毫不动摇坚持和完善党的领导，毫不动摇地把党建设得更加坚强有力。”全面从严治党，永远在路上，要旗帜鲜明讲政治，坚决同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致。政治建设不可能毕其功于一役，需要坚持不懈地抓下去。我们要持之以恒，以上率下，不断加强作风建设，继续坚持中央八项规定，坚持反对“四风”，不搞特殊化、不强调特殊性；我们的领导干部要习惯在受监督的环境中开展工作，忠诚于党的事业，坚持对党负责。

谈到推进伟大事业、实现伟大梦想，中纺联副会长端小平在发言中说，展望未来，十九大报告提出了十四条基本方略，谋划了从全面建成小康社会到建成社会主义现代化强国的蓝图；而回望历史，我们能看到中国自1978年以来近四十年的高速发展历程。“不忘初心，方得始终”，无疑，历史已经向我们走来，我们已经身在历史当中，如今，十九大的蓝图已经绘就，为决胜全面建成小康社会，夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利，最终实现中华民族伟大复兴的中国梦，我们将满怀人民的期望，以党的十九大为起点，再次踏上征程。

会上，先后有21位同志踊跃发言，发言人或慷慨激昂，或娓娓道来，感情真挚，联系实际，座谈会现场气氛热烈。

中纺联党委副书记陈伟康在会议最后总结中说，党的十九大报告全面总结了过去五年的工作和历史变革，做出了“中国特色社会主义进入了新时代”的重大判断，深刻阐明新时代中国共产党的历史使命，系统阐述新时代中国特色社会主义思想和基本方略，向全党全国各族人民发出了奋进新时代、开启新征程的进军号令。我们中纺联要深入学习贯彻报告要求，坚持把党的政治建设摆在首位，加强基层党组

织建设，抓好巡视整改工作，抓好干部队伍建设。要牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”，务实勤勉，不忘初心，牢记使命，提升责任感、使命感。努力把中国梦落实在纺织强国梦中，把美丽纺织梦融入中国梦中，谱写出中华民族伟大复兴的中国梦的纺织篇章。

根据中纺联党委的学习安排，本次座谈会

## 新时代新使命：强国目标纺织人有担当

中共十九大报告在提出“把我国建成富强民主文明和谐美丽的社会主义现代化强国”的同时，还明确了在十二个具体领域的“强国”目标：航天强国、海洋强国、网络强国、科技强国、制造强国、贸易强国、质量强国、交通强国、文化强国、体育强国、教育强国、人才强国。

其中制造、贸易、质量强国目标等都与纺织行业密切相关。在实现强国目标的路上，纺织人不能缺席！

### 学习报告会：

十九大报告提出，“中国特色社会主义进入新时代，我国社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。”

**纺织作为民生产业，也是创造美和带来幸福感的行业，我们应当如何更好地满足人民对未来美好生活的需要？**

**-际华3509-** 际华三五零九纺织有限公司要加快企业技术创新步伐，调整产品产业结构，优化资源配置，整合技术力量，生产出人民群众喜欢的个性化、功能性产品，满足和丰富市场需求。纺织企业要瞄准科技前沿技术，加大资金投入力度，适应国际国内两大市场需求。同时，也提高纺织职工的主人翁地位，开展劳动竞赛，民主管理企业，逐步提高纺织工人的待遇和幸福指数，到本世纪中叶，把我国建设成为由纺织大国建成纺织强国的目标迈进。

是初步的学习交流，在下一阶段中，中纺联党委将继续扩大学习成果，不断组织广大党员干部开展深入学习和交流，以担当起党和人民赋予的新时代使命任务的姿态，立足工作岗位，充分结合建设纺织强国的重任，以永不懈怠的精神状态和一往无前的奋斗姿态将党的十九大精神落到最实处。

**-如意-** 如意控股集团将牢记习近平总书记的指示精神，在今后工作中，切实用党中央治国理政新理念、新思想、新战略武装头脑、指导实践、推动工作。继续保持争创一流的勇气决心，加大力度实施创新驱动发展战略，持续提升对外合作开放水平，全力打造国际领先的千亿级时尚产业集团。

如意集团自1972年建业以来，在省、市各级党委政府领导下，坚持“科技化、高端化、品牌化、国际化”战略，围绕纺织服装主业发展不动摇，通过整合国际国内有效资源，提升了企业国际影响力。特别是2013年11月25日，习总书记亲临如意集团视察，对如意集团科技创新成果给予高度肯定，指出企业是创新主体，掌握了一流技术，传统产业也可以变为朝阳产业。最后总书记寄语如意再接再厉，让如意品牌享誉世界。

**-雅莹-** 十九大报告指出：“人民对美好生活的向往是我们的奋斗目标”，深刻地体现了总书记对人民的深切关怀。我们浙江雅莹集团的产品是美丽的服装，是让消费者感受生活美好的产品。在消费者追求更健康、更有品质、更具个性、更好服务的今天，把美好带给全社会，我们责无旁贷。

10月18日恰逢雅莹创立29周年，在已经走过的历史进程中，雅莹从无到有、从创业到创品牌、从制造到智造、从江南一隅到走向全国，从一个制造型企业向时装品牌企业的优雅升级。应该说我们是党和国家改革开放政策的实践者和受益者。我们庆幸有这样一个创造美

丽的企业平台，让我们可以用才华和汗水，扮靓人们出彩的人生。因此，我们要把总书记的话记在心里，将营销理念转变为以消费者为中心，让他们参与产品的创造，共同享受美好产品带来的愉悦感。此外，我们还将通过增强自身的学习力，提升产品的创新力，坚持走时尚品牌之路，让品质品牌走进大众，让时尚美丽扮靓生活。

**-宁纺-**在新时代，纺织行业应加快实施增品种、提品质、创品牌的“三品”战略，追求产品风格的多样化，力求一个产品多个风格，满足人民着装的个性化需求

在面料方面，河北宁纺集团正在进一步调整产品结构，力求赋予主打品种灯芯绒更丰富的内涵，增加更多流行元素。同时，加大多组分、中薄、高支高密、弹力等新品种的研发力度和生产比重，让更多的消费者喜欢我们的产品。

服装方面，今年，我们面向20~49岁的追求年轻、时尚、动感的时尚女性，推出了“灵音”时装品牌，推出了羊剪绒、双面呢、毛呢、羽绒服等上千款时装，并在全国铺设了数十家品牌专卖店，今后，我们还将推出更多的时尚新品，让“灵音”早日飞进千家万户。

十九大报告提出，“深化供给侧结构性改革。建设现代化经济体系，必须把发展经济的着力点放在实体经济上，把提高供给体系质量作为主攻方向，显著增强我国经济质量优势。加快建设制造强国，加快发展先进制造业，推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，在中高端消费、创新引领、绿色低碳、共享经济、现代供应链、人力资本服务等领域培育新增长点、形成新动能。支持传统产业优化升级，加快发展现代服务业，瞄准国际标准提高水平。促进我国产业迈向全球价值链中高端，培育若干世界级先进制造业集群。”

**在深化供给侧改革、提高供给体系质量、加快建设制造强国方面，企业（或地区、集群）如何实现发展目标？**

**-际华3509-**目前，我国的纺织企业属于劳动密集型企业，科技含量低、产品毛利率低、企业入门门槛低，纺织企业要培植新的经济增长点，开发市场适销对路的产品，提高劳动者的工效和产品的科技含量，提高企业经济运行质量。深化供给侧改革，减轻企业的负担，有利于企业轻装前进，进一步提高企业的经济效益，使企业专心专注专业的生产，由制造大国向制造强国迈进。

**-宁纺-**企业要想在未来的发展中有所作为，不断成长壮大，必须深刻理解和牢牢把握“供给侧改革”“工匠精神”“互联网思维”等关键词。今后，河北宁纺集团将以市场需求为导向，搞好产品定位，不断优化品种结构，生产出更多受消费者欢迎的、附加值较高的产品。要通过宣传教育、完善激励机制等途径，引导员工严细认真操作，做出极致的产品，培育更多的“纺织工匠”。要主动拥抱互联网，主动用互联网思维指导我们的企业发展。

**-华利达-**只有实体经济强壮了，才能以更高水平、更高质量、更可持续地满足人民日益增长的美好生活需要。华利达服装集团近30年来一直专注于制造业，在转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力的攻关期，本质上要从量向质的转型，从外延向内涵转型，从传统制造向创新智造转型。

首先，要更加聚焦发展的质量和效益。企业的产品一定要聚焦市场、聚焦消费者消费升级的需求，及时调整产品结构，推出质量更优、设计更新、功能更好的服装，通过产品创新引领生活方式的改变，展开差异化竞争，提升发展的质量和效益。提高竞争力，更加丰富市场。

其次，要更加聚焦创新驱动、转型升级。唯有创新才有发展。公司正按照“中国制造2025”战略部署的要求，加快推进自动化、省人化、信息化和绩效化的智能制造转型升级，提升快速反应能力，提供更多个性化、定制化的服装。同时公司积极与上下游企业展开产业合作，抱团创新，产业链集成创新，为客户提供从纺纱到成衣“一站式”的服务，通过创新

投入，让传统企业不传统。形成新的竞争力，走出一条经济体系现代化的新模式。

**-雅莹-** 国家发展需要实体经济的支撑，实体经济必须视品质为生命。实业强则国家强。我们深刻理解实施供给侧结构性改革的深刻内涵，这是兴业兴邦的强国之策。浙江雅莹集团将以技术创新带动产品创新，以产品创新构建产业创新，以产品品质打造产品品牌，努力优化和发挥已经基本形成的具有雅莹特点的卓越产品生产，产品营销结构和优势，不忘初心，坚守使命，不断满足不同层次、不同人群、不同界别、不停年龄、不同性别的人群对时尚品牌的追求和对美好品质的向往。通过提升服务力、强化责任感，为更广泛的消费者创造“品质生活”的体验，为新时代的消费者追求更健康、更有品质、更具个性的消费提供优质品牌和优质服务。真正是雅莹品牌立足全国，走向世界，为建设制造业强国作出应有的贡献。

**红豆集团：**十九大代表、红豆集团党委书记、董事局主席兼CEO周海江分享了对报告的总体感受和理解。

周海江表示，人民对美好生活的需求是多样性的，这需要我们不断创新来满足。习近平总书记在这个报告里面有一段话我印象深刻，就是“建立以企业为主体，市场为导向，产学研深度融合的技术创新载体，加强对中小企业创新的支持”。我认为创新对一个企业非常重要，它决定未来这个企业的生死；另外总书记还讲了一句话我也觉得非常重要：促进科技成

果的转化。创新一定要以创造价值为导向，如果最后不能够创造价值的创新，可能最终都会迷失方向。

**常山纺织集团有限责任公司：**十九大代表、常山纺织集团恒盛分公司织造车间操作技术员杨普与姐妹、工友们分享在十九次全国代表大会上的满满收获。

杨普说，作为一名“80后”代表，要认真学习宣传贯彻十九大精神，新时代有新作为，争取带出更多的明星班组，为建设质量强国、制造强国作出更大贡献。

**山东魏桥创业集团有限公司：**10月26日，魏桥集团召开热烈欢迎党的十九大代表刘庆庆同志光荣归来座谈会。山东省邹平县县委书记皮台田和集团公司董事长张士平出席座谈会并讲话。刘庆庆介绍了参会感受和体会。

刘庆庆表示，回顾了会议期间的履职历程，她深感自豪并将终生难忘。她真心感谢企业和各级党委的培养和信任。使命光荣，责任重大。她表示，将怀着一颗感恩的心不忘初心，牢记使命，一定要把大会精神第一时间传达给广大党员和群众，当好学习宣传贯彻十九大精神的带头人、先行者，大力弘扬工匠精神，积极投身创新创效，做新时代的知识型、技能型、创新型劳动者，为推动企业持续快速健康发展和全县科学发展、跨越发展，决胜全面建成小康社会，实现中华民族伟大复兴的中国梦做出应有的贡献。（来源：中国纺织报）

## 欧洲的生产物流中心——匈牙利

2017年9月，中国纺织国际产能合作企业联盟及中国国际贸易促进委员会纺织行业分会共同组织了中国纺织服装企业家代表团走进匈牙利，对该国纺织服装行业及其投资环境进行调研。下面将调研信息予以分享：

### 匈牙利——

匈牙利地处欧洲中部，与七个国家接壤，国土面积9.3万平方公里，人口985.6万，其地理

位置优越，区位优势突出，基础设施完善，劳动力性价比高，这些因素决定了其在欧洲的生产基地和物流集散中心的地位，是中国企业撬动欧洲市场的重要支点，也是联系东西方市场的桥梁。在今年5月“一带一路”国际合作高峰论坛上，匈牙利已与中国建立全面战略伙伴关系。

### 纺织服装业——

匈牙利的纺织业在社会主义时期就已拥有了比较完整和较高水平的纺织工业体系，但随着80年代末的东欧剧变，其纺织业迅速衰退，并失去了传统的市场，绝大部分的国企倒闭，取而代之的是众多的中小型企业。目前匈牙利全国注册的纺织类公司约为1340家，超过250人的大型企业只有7家；服装类公司2093家，超过250人的大型企业只有12家。2016年纺织业总产值3.6亿欧元，其中出口2.85亿欧元；服装业总产值3.2亿欧元，出口2.02亿欧元。

### 投资优势——

区位优势突出，地处欧洲腹地，东西欧交汇处，交通便利，公路、铁路、航空网络完善，匈塞铁路成为“连接中国与欧洲的走廊”。

政局稳定，互信度高，对华友好，是首个走上“一带一路”的欧洲国家，其制定的“向东开放”的经济和外交战略，对外国投资者推出了一系列优惠政策，涵盖税收、就业、培训等各项补贴以及欧盟专项补贴，海外企业投资最多将获得投资总额的一半补贴。

商贸与物流辐射欧洲所有国家，覆盖欧洲人口60%，使其成为东、西方贸易的转运站。

劳动力性价比高，平均工资比西欧低三分之一左右，匈牙利平均工资水平为845欧元/月，纺织类企业为515.8欧元，服装类企业为475.2欧元。

9月22日，代表团拜会了**匈牙利轻工业协会 (AHLI)** 主席、匈牙利纺织技术及科学学会 (TMTE) 副主席Livia Kokas Palicska博士，并与其举行会谈。Kokas主席对代表团一行表示热烈的欢迎，会谈期间，Kokas主席向代表团介绍了匈牙利纺织服装行业的历史及近况，并提到目前欧洲也对中国的纺织品服装质量表示非常认可，另外还分享了欧洲其他国家的纺织业动态。

代表团在听取了KOKAS主席的介绍后，对其丰富的专业知识和宽阔的视野表示由衷的敬佩，随后，中国纺织国际产能合作企业联盟秘

书长、中国纺织贸促会林云峰副会长向KOKAS主席简述了中国的纺织服装行业发展情况、面临的挑战、压力和发展机遇。

在东欧剧变以后，匈牙利目前已没有培养纺织类人才的专门院校与机构，而KOKAS主席本人已在纺织教育事业中辛勤耕耘了30年，林会长真诚的邀请KOKAS主席率领匈牙利的纺织服装企业于明年3月春季联展期间莅临展览会进行交流，并愿意将中国最好的纺织服装教育机构介绍给KOKAS主席，从人才培养的方面合作，推动两国相关产业的发展。

**中欧商贸物流合作园区 (CECZ)** 是中国在欧洲地区第一个国家级境外经贸区。园区CEO吴江热情接待了代表团，并声情并茂的为大家详细介绍了中欧商贸物流合作园区的建设运营情况。该物流园是中国商务部统一部署、按照“一区多园”发展模式建设的商贸物流服务型综合性园区，规划总投资2.65亿欧元，开放面积12.66万平方米，其物流24小时即可覆盖欧洲人口最为密集（近2.4亿）和购买力最高的地区。

于2017年5月27日新开通的每周一列的湘欧中欧班列长沙-布达佩斯快线开辟了中国通往欧盟的新通道，成为中国商品进入欧盟的新大门，并与中远比雷埃夫斯港海铁快运相聚布达佩斯，海陆丝绸之路形成闭环，匈牙利不仅仅是欧洲贸易的物流中心，也可以说是国内企业进入东西欧市场的跳板。

匈牙利纺织业基础薄弱，纱线、面料及辅料大部分从国外进口，对于中国的纺织上游企业来说有较好的合作机会。匈牙利区位优势突出，覆盖5亿人口的欧盟市场，已成为欧洲的物流中心。海外企业可以利用中欧商贸物流合作园区的平台，以及湘欧快铁及海铁快线打开中东欧市场，进而逐步开拓西欧市场。

**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](http://www.ccpittex.com)  
微信号: [ccpit\\_tex](https://www.weibo.com/ccpit_tex)**

## 欧洲的缝纫车间——罗马尼亚

2017年9月，中国纺织国际产能合作企业联盟及中国国际贸易促进委员会纺织行业分会共同组织了中国纺织服装企业家代表团走进罗马尼亚，对该国纺织服装行业及其投资环境进行调研。下面将调研信息予以分享：

### 纺织服装业——

纺织服装业是罗马尼亚的传统支柱产业，在罗马国民经济和对外贸易中占有重要地位。罗马尼亚也是我国纺织品服装出口的重要市场和东欧地区集散地。目前全国纺织服装企业数约6096家，从业人数为190381，无论从企业数还是从业人员，纺织类占比均不到20%。罗服装加工业基础较好，技术水平较发达，85%的企业以来料加工的方式生产服装，91%的产品出口欧盟，主要产品是紧身衣及女士上衣（罩衫）。

FEPAIUS协会主席Mihai Pasculescu先生及罗马尼亚服装协会副主席Elena Stoica女士与代表团举行了会谈。Mihai Pasculescu主席将罗马尼亚的纺织及服装行业情况向代表团做了介绍。

罗马尼亚作为东欧的服装加工业大国，具有打样快速、产品标准高、起订量小、交期快等特点，但同时也有不足，例如主要形式为来料加工，设计能力有限，技术工人比较或缺等。

谈到合作，主席先生表示，由于罗马尼亚纺织业薄弱，因此需从国外进口纱线、辅料及配饰，如果在罗加工转变率达到51%以上，则可视为罗本国生产，产品进入欧盟市场和与欧盟有自贸协定的国家免关税和配额，因此中国的纺织上游企业与罗马尼亚服装企业有着很大的合作机会。

主席先生还提到希望中国企业能在罗的自贸港设立面料加工厂，可以享受罗国政府积极的政策支持。最后主席先生提到罗北部土地湿润，特别适合种植亚麻及大麻，欢迎中国的企

业前来种植并开发麻类产品生产线。

中国纺织国际产能合作企业联盟秘书长、中国纺织贸促会林云峰副会长在听完主席先生的介绍后表示，中国与罗马尼亚的纺织产业存在一定的互补性，合作前景广阔，在了解到罗马尼亚纺织服装皮革协会组织会员企业参加国际性纺织类展览会后，提出了两点具体的合作建议：

**1. 贸易合作：**建议关注Texworld面料展及目前世界上最大的Intertextile上海面料展，作为国际性面料采购的大平台，这对于罗有自主面料采购权的服装企业来说非常有帮助。

**2. 投资促进：**建议将在自贸港设厂的具体情况 & 政策提供给我们，我们将会利用中国纺织国际产能合作企业联盟的网站及微信公众号等平台进行宣传，以吸引有兴趣的企业进行关注。中国对于汉麻的种植及产品开发已有了非常成熟的经验，我们可以把国内的知名机构介绍给罗方，提供合作机会。

代表团参观了一家位于布加勒斯特的法国针织企业，该企业成立于1998年，主要产品是套头衫、裙子、裤子以及法国军人的制服等。虽然企业只有30多名员工，但是产品品质非常高，所有产品均出口欧洲尤其法国及德国市场。在参观缝纫车间时，当得知其纱线来自意大利时，企业家们啧啧称赞，这么小的一家企业都用意大利纱线，让嗅觉敏锐的参团企业家们嗅到了商机。

在中国驻罗马尼亚经商处的支持及安排下，关钢参赞出席并与代表团一起拜会了罗马尼亚投资署。罗营商环境、贸易和创业部外资署署长Sorin Vasilescu向大家介绍了罗马尼亚的投资优势：

**1. 区位优势：**位于欧洲东部，处于欧盟与独联体和巴尔干国家交汇处，同时位于三个泛欧运输走廊（4、7、9号）的交界处。拥有2000

万人口，是中欧第二大市场，能够辐射欧盟5亿人口消费市场，市场发展潜力在欧洲28国中排名第九。

**2. 经济方面：**2015年GDP增速在5.7%，位于欧盟前列；企业固定税率为16%，再投资利润税0%，在欧盟各国中非常低；2016年增值税20%，股息红利税5%，到2018年其分别降低到19%和0%。

**3. 资源方面：**天然资源丰富，土地肥沃，包括油、天然气、煤炭及黄金等。劳动力价格有竞争优势，工业基础设施发展良好，拥有康斯坦察港—黑海最大最深的港口，水路运输便捷。

在了解了罗马尼亚投资署对于海外投资的迫切需求以后，林会长从投资角度着重介绍了近几年中国企业在海外的投资情况及一些具体数字，并分析了促使企业家海外投资的因素。

从合作上来说，罗马尼亚服装加工业强大，而中国则有完整的产业链，具有优异的纺纱、织造等纺织业基础及技术，两国优势互补，拥有很大的合作机会。

#### 代表团收获：

代表团的此次出访，除了更新自身信息库，了解罗国纺服行业情况，还为两国的行业发展收获了很多合作机会：

1. 目前罗马尼亚纺织服装行业协会已决定明年3月上海春季联展期间组织其会员企业参观展览会，纺织贸促会将为罗企业安排中国面料展商进行贸易对接，以促成合作。

2. 纺织贸促会拟邀请罗马尼亚投资署于明年3月上海春季联展期间召开罗马尼亚投资说明会，并组织有兴趣的国内企业参加。

## 越南拟提升国内成衣制造业附加值

越南政府表示，计划把越南国内的成衣制造业从目前的低成本模式转移到包括设计和品牌在内的高附加值模式。

越南总理阮春福在幕后主导发布这一决定，虽然具体细节尚有待公布，但仍显示产业政策正在改变。目前政府初步目标是，2020年之前大幅度提高越南出口产品的竞争力。

#### 政策支持——

据报道，越第1137/QD~TTG号决议全面涵盖各产业综合性贸易政策，其短期内明确地将成衣、纺织品、鞋类和袋包类产品包含在内，并且在2021年至2030年期间要改善包括成衣和鞋类行业在内的原料供应。

该项决议虽然缺乏越南政府预算的财政支持，但它广泛要求出口导向型行业能在更广泛

的供应链范围内运作，具有更高的增值空间。其中包括：增加研究和开发，更好地利用现有技术的应用转化、改善高附加值制造业的人力资源结构，积极开展市场开发行动。

虽然成衣在越南出口总额的占比在下滑（2016年创历史新低，约为6%，电子产品的市占率一直上升），但越南的行业观察家认为，第1137/QD-TTG决议案将有助于扭转这一趋势。

这也并不表示越南的纺织制造业一蹶不振，越南仍然具备拥有更多复杂的纺织加工能力，在未来几年不断地加大出口。

该决议的推出，有利于提升越南成衣出口的竞争力，促进更多地进行当地纱线和布料采购，同时带动染整和印花企业的升级。

## 国际货币基金组织：呼吁创建全球贸易体系

据外媒报道，当英美两国政策转向，影响主要几个全球贸易协定时，国际货币基金组织(IMF)总裁拉加德近日呼吁全球领袖，不要拒绝国际贸易。

拉加德称，回应失业、薪资下滑等挑战的最佳政策，不是拒绝贸易，而是应该加倍努力，创造对大家都有利的更具包容性的全球贸易体系。

易体系。

拉加德表示，随着全球经济强势增长，各国政府有机会确保跨国贸易的利益。在全球化环境下，全球收入不平等，即国家之间的不平等已经大幅缩减，所有国家的生活水平都有所提升，包括发达国家的消费者与商业都享受着更低价格和更多样的商品。

## 8月欧盟自孟加拉国服装进口同比增长9.2%

欧盟统计局最新数据显示，8月份欧盟服装进口量同比增长近6%，自2015年8月以来，欧盟服装进口量累计增长了12.8%。进口金额方面，以美元计算，欧盟服装进口额同比增长了约7%，进口单价小幅上涨0.9%；以欧元计算，受欧元反弹影响，欧盟服装进口单价下跌了4.3%。欧盟服装贸易商预测，在未来一段时间内欧盟的服装进口单价很难再次下跌，主要是由于欧元持续走强降低了进口成本，刺激欧盟市场的买家需求。

8月份，欧盟对中国服装的进口量小幅增长2.7%，进口单价以美元计算下跌了3.5%，以欧元计算则下跌了6%以上。从其他国家的进口量增长了8.6%，进口单价以美元计算下跌了0.9%，以欧元计算下跌了3.5%。

据了解，欧盟对中国及其他国家服装进口放缓的主要原因是孟加拉国服装进口大幅反弹。据统计，8月份欧盟对孟加拉国的服装进口量同比增长了9.2%，进口单价下跌了4.2%。

## 2018年棉花进口关税配额量为89.4万吨

发改委网站26日消息，发改委公布2018年棉花进口关税配额申领条件和分配原则，2018

年棉花进口关税配额量为89.4万吨，其中国营贸易比例为33%。

## 国务院：关于修改《棉花质量监督管理条例》的决定

中华人民共和国国务院令（第687号），关于《国务院关于修改部分行政法规的决定》，修改《棉花质量监督管理条例》：删去《棉花质量监督管理条例》第三条第一款（棉花经营者从事棉花收购、加工、销售或者承储等

经营活动，应当按照国家有关规定取得资格认定。）。

删去第二十五条中的“情节严重的，由原资格认定机关取消其棉花加工资格”。

## 巴基斯坦将纺织皮革行业进口成品销售税率降至6%

巴基斯坦联邦税收局(FBR)将纺织和皮革行业进口成品的销售税率从早前的17%降至6%。

FBR表示，新税率仅适用于巴基斯坦国内的消费市场，且可供消费者马上可以使用的商品。

## 2017intertextile秋冬面辅料展观众说

2017intertextile秋冬面辅料展的“新奇特”、“高大上”吸引了无数来自全球各地的专业买家们。一起来听听他们是如何评价展会的!

**TEXTILES DEL SUR (阿根廷) 面料&时尚设计师 Rosario Diaz**

我们是第一次来参观，所以没有太多经验，没想到展会规模如此庞大，不能详细深入的了解所有的展台和产品，明年一定会做好准备再来参观学习。

**Booker~Spalding公司 (新西兰) 采购经理 Jesse Shan**

我们已经连续四年从新西兰飞过来参观展会了。在这里不仅能了解产品，更多的是重拾了对于未来发展的信心。毕竟，纺织行业现在大环境不容乐观，如此大规模的专业展会确实能鼓舞我们逆势而上的信念。

**MAG贸易公司 (俄罗斯) 高级项目经理 Natalia Boyarinova**

我们一行三人从莫斯科来到上海参观，可以说这个展会是我们看到的最大规模，而且引领业界发展方向的集合。从这个展会上，我们主要来了解新的产品和技术，以及市场的需求，以便回到俄罗斯去规划自己企业的发展。

**山东德州恒丰集团副总经理魏洁芳**

今年上半年我们参观了春季展，这是第一次来带着客户一起来秋冬展。展会的展品特别丰富，我们团队从一开幕就分头行动了，要不三天的时间太短，根本不可能完成采购和协商任务。

**常熟顺嘉服装有限公司开发部经理钱晓萍**

今年体会最深的就是电子会刊里面的地

图，实在是太有帮助了。因为场地大、展馆多，我们经常走迷路，有了地图之后能大大提高我们走访商户的效率，在同等时间内洽谈更多的商家。

**栖霞市安利制衣有限公司总经理李松峰**

我们公司从2014年开始每年都是带着客户来参观展会的，每届展会都非常有特色。我们的客户主打日本市场，所以对产品的质量要求尤其的高，来这里可以在最短的时间内满足客户的需求。

**宁波牧之晨服饰有限公司采购杨永坤**

公司已经组织我们来过四五次了。同以前相比，今年展会感觉产品种类更丰富了，可选择的商家和厂家更多了，明年还会再来的。

**杭州对话框贸易有限公司设计师滕连强**

作为公司的设计师我已经来过三四次展会了，每次来我都会特别关注第一次来参展的企业，因为他们可能会带来新的材料与技术，这些正是设计师需要了解的。这次展览我发现了不少新面孔，让我了解了很多业界的前沿信息。

**苏州嘉悦风尚商贸有限公司采购谢怡军**

我在公司主要负责采购毛衫原料，已经来过展会三次了，今年非常幸运第一天就成功洽谈了合作伙伴，如果不是展会给了我直接高效的对比机会，我可能还在一家家地去拜访呢，所以以后肯定每年都会来的!

**山东高密伟华美针织有限公司采购金先生**

之前公司每年都会派员工过来看展，一直听说很震撼，我今年是第一次来，感觉这个展览内容非常丰富，需要采购的产品在一个展览里就可以看到所有的小样，明年一定多带一些

人来看。

#### 湖南东信集团总经理助理王俊

我已经连续12年参观面料展了！因为我是做采购工作的，这个展会对我太有帮助了，每年都能找到合适的供货商，而且省去了我们对比和访问的时间。

#### K&G Vietnam Investment JSC (越南) 采购经理 Nguyen Thu Thuy

这次是公司派我来出差完成这次参观的，我真的非常喜欢这个展览，明年有机会的话还

是要来，会建议公司把来展览学习作为以后公司的例行工作事物。

#### 星海国际贸易 (韩国) 采购负责人朱先生

我们是从网上得知展览信息，第一次来看展的。展馆虽然很大，但是功能分区很合理，只是觉得三天展期有点短。

#### 个人参观王先生

我第一次来到这个展会，直观感受是展会非常大，展商搭建的展台也非常漂亮，就算当作美术或是设计学习也是非常值得来参观的。

## 2017CHIC (秋季) 精准商贸收获完美口碑

CHIC2017 (秋季) 展会现场，商贸对接的火热已经刷爆了很多展商的朋友圈，对他们来说，很多人直到下午三点才有机会坐下吃口饭，但这份累却让人感到欣慰……

商贸对接作为CHIC展会永恒不变的主题，是推进中国服装产业变革创新的内在动力，而展会第二天迎来了31076名专业观众也证实了CHIC依旧还是务实、理性、聚效、创新的综合商贸平台。这里并不只是“你来展、我来买”的偶然性，而是在CHIC主办方精准商贸对接之后获得的积极显著结果。

CHIC主办方表示，作为亚洲规模最大、最具市场影响力的展会，CHIC面积之大，展位之多，让人目眩。为了达到精准对接效果，主办方早在展前就进行了大量电话访问、需求对接，组织了诸如四川省服装商会、西安市服装服饰商会、陕西省服装协会、沈阳市服装协会、辽宁省服装行业商会、店主会等专业买家群体，由CHIC带队，进行集中洽谈对接。

这一举动带来了极大的商业后续效果。

在最美女装展区的优斯特品牌展位上，四川省服装商会的20位代表半数被其“魅力”所“俘获”，展会第二天，便直接开拔跟随品牌

验厂去了。

辽宁省服装行业商会与沈阳市服装协会共同组成的买家团，在匠心皮羽展区辛集展团、环球风尚展区意大利展团内流连许久，频繁下单。据CHIC主办方介绍，由于意大利展商只带来了部分商品，下个月该买家团就会奔赴意大利看货、验厂。

“店主会”是一个以中小型零售买手为主的商业组织，该组织的目的就是帮助全国数以万计的中小买手集中对接、集中采购。今次，店主会组织了包括东北、山东、广州、湖南、西安、新疆等地的50多位买手抱团观展。在设计力量展区的花木深、木子二人等展位上，大家集体选货、集体下单，得到了最快的供货速度、最好的产品价格。

西安市服装服饰商会的18位代表都是来自副会长级以上企业，囊括了代理、加盟、批发市场、自主品牌等多元商业需求。

此外，还有各种专业品类对接在CHIC主办方的组织下频繁上演。如展会首日的校服对接会，就持续了一整天，当天上午买家团集中看产品，下午就开始了卓有成效的对接活动。

据悉，今年特邀买家团内更多的出现了各类商会，这些商会都是各地企业自发组织的机构，其对接目标更加明确、商贸效果更加显著。

精准的商贸对接就像一剂对症的良药，但还有更多零散的商业信息需要集中传达，因此，CHIC期间还有多场对接交流会集中呈现。

在这里，参展商带来了自己最新的产品信息，观众可以自由入场，选取自己需要的信息。“我们提供最良好的交流环境，供商家与买家自由对接。”CHIC主办方的商贸对接负责人表示，该活动作为CHIC多年来的保留项目同样效果显著。

此外，CHIC商贸对接APP也已正式上线，将商贸活动由线下延伸至线上。“这个APP获得了观众们的热烈追捧，APP上囊括了加盟、代理、采购、招商等各类信息发布，如今已经有3万多条信息在其上传播。”

除了CHIC组织的各类商贸对接外，更多的订单在展位上时时发生。

据悉，某著名女装品牌已在法国展馆内下

单千余件。意大利展团每年都会在CHIC上收获数十万欧元的订单。

成都爱思迪商贸有限公司连续四次观展，已经成为了CHIC的忠实买家团成员。今年公司负责人更是直接给合作伙伴致电，盛情邀请他来CHIC参展。

时尚女装展区的唯古会在现场提出了“你负责业绩，我负责产品”的口号。品牌采用“现货制”，可以轻松适应当下十分热门的“快反”模式。正因此，从展会开始的一大早，面积并不算大的展位内，就挤满了前来洽谈交流的代理商、加盟商，以及商业品牌的买手。

还有更多、更新的采购模式在CHIC这一广阔的平台酝酿。时尚买手同时也是时尚主播，通过直播，时尚咖们在展位上就已经开始卖货下单，一手交钱一手交货，没有比这个更爽快的对接了！

CHIC2017（秋季）现场，商贸对接的热浪一轮又一轮的袭来，朋友圈的刷屏也在不断翻滚，这一场CHIC掀起的火热持续不停，还有什么比接单更让展商心潮澎湃、笑容满溢呢？

## 2017yarnexpo秋冬纱线展商贸配对高效精准

2017yarnexpo秋冬纱线展10月13日在上海圆满闭幕。贴心的一对一商贸配对服务高效精准，深受买家好评！买家通过商贸配对得到哪些收获？且听他们说：

**苏美达国际技术贸易有限公司 申恒亮经理**

这次主要想寻找棉纱生产工厂。yarnexpo纱线展提供的商贸配对服务，打通了上下游链接，为采购双方提供了更加精准、高效的采购平台，节省大量时间。

**杭州海远针纺织品有限公司 徐水峰社长**

海远针纺主要经营服装、沙发等，这次主

要想寻找环保及功能性纤维。yarnexpo纱线展的商贸配对服务不仅对在展会期间寻找供应商非常有帮助，对于后期公司纱线采购也提供了方向性选择。

**埃及StailShamsi For Trading&Agencies 执行总裁Maher Shamsi**

四展会联动，从纱线、面料到成衣品种齐全，每次来上海yarnexpo纱线展都有所收获。

**斯凯奇鞋业（东莞）有限公司 总监宁君云**

现场展商很多，看不完。yarnexpo纱线展服务真不错，有专人陪同参观介绍，走VIP通道，

快速便捷的找到感兴趣展区，同时向我推荐了相关企业和产品。这样一来节省了大量时间，针对性强，不用漫无目的地去参观。

**上海权勇纺织品有限公司 杨继双总经理**

yarnexpo纱线展总体展品质量比往年都要高，这些年纱线质量的提升很明显。建议组委会明年可以将差异化纱线单独做一个产品名录，上面标有展位号和联系方式，方便我们自己去寻找对接，来弥补商贸对接服务上的疏漏。

**绍兴柯桥迈媛纺织品有限公司 施甫林**

这次来上海5.1号馆的yarnexpo纱线展，总体感觉展会越来越成熟，区域分布越来越科学，越来越有规律，找起来比以前方便了不少。展品总体比往届创新程度要高一些，新材料纤维制成的纱线比较多，功能性纱线也比较多，作为买家我们还是很满意的。

在来上海之前，展会主办方纺织贸促会已经提供给我们VIP买家一些比较优质的展商名单，我们去了也很有目的性，直接先去主办我们的这些展商，主要是一些亚麻纱线企业，回来之后就进行商贸洽谈，目前有许多意向订单，总体来说上海之行还是收获很大。

## 2017PH Value针织展：

### 电商大咖助力海外企业体验中国市场

为期3天的2017 PH Value中国国际针织（秋冬）博览会（以下简称PH Value）在上海国家会展中心3号馆圆满闭幕。

电商平台的快速发展，让我们拉平了与世界的距离。本届PH Value展不仅呈现了丰富多彩的让人热血沸腾的新产品，也传递着未来的全新趋势和创新的时尚信号。

今年秋季展，PH Value首次开启“电商展区”，无疑成为了展会的亮点之一。依托于互联网技术的发展与产业的变革，助力参展企业快速实现供应链与网络渠道的深度整合。

现场，阿里巴巴、京东、网易考拉、国美、凡客、如此生活等知名电商平台面对面地与展商及观众进行商贸对接，不仅丰富了展会形式，带来了新产品、新技术、新趋势，同时，也为国内外客商带来更多全新体验。

**从线上走到线下，共同开拓中国市场**

此次，阿里巴巴组织孟加拉和泰国的3家海外展商一起参展，现场带来了百余款针织服

饰、运动户外、时尚外衣、内衣居家等产品，重点展示了各国特色文化与针织服装服饰，在借助PH Value这一平台把海外的优质供应商推广到中国、学习中国供应商的优秀经验的同时，也让海外展商更进一步了解与接触到中国的市场与行业资源。这些海外展商纷纷表示，与会客商专业度高、人气好，本次参展收到了预期的效果。

**玩转互联网新零售，助力企业全渠道发展**

今年是如此生活第二次参加ph Value展。作为一家互联网新零售电子商务平台，如此生活以o2o为基础，一站式服务为核心，数据云管理系统为支点的商业模式，为消费者提供优质的商品和服务，也为品牌商家提供品牌展示推广和商品销售渠道等多元化服务。

伴随着新零售+消费者体验时代的到来，面向未来的全新市场，线上线下实现真正融合，实现o2o全渠道一体化，实现线上线下整体规划的网络布局。

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：

北京市朝阳区东三环中路55号富力双子座B座12层

邮 编：100022

电 话：(010) 57392132

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