

特别报道

02

重塑纺织行业增长新动力、新优势 ——中纺联三届五次理事会隆重召开

● 行业动态

- 05 王天凯会长带领中纺联调研组到新疆调研
- 07 我国纺织品服装一季度出口增速大幅回落
- 07 外贸首季遇冷 “一带一路”沿线贸易提升
- 07 江苏纺织：创新驱动在路上
- 09 针织行业：缓中求进中亟需跨行业联动创新

● 走出去

- 10 徐迎新：纺织行业境外投资呈现加速增长趋势
- 11 中国贸促会纺织行业分会与印度安德拉邦
签署合作备忘录

● 对外贸易

- 12 中国外贸要从“大进大出”转向
“优进优出”
- 14 一季度我国对外贸易情况

● 国际市场

- 16 世贸组织下调今明两年全球贸易增长预期
- 16 巴西：一个纺织进口潜力市场
- 17 墨西哥将重新推动棉花生产

- 17 2014年美国进口纺织品服装分类统计

● 政策法规

- 18 《水污染防治行动计划》发布
- 19 《纺织染整工业水污染物排放标准》
(GB4287-2012) 修改单发布
- 19 全国区域通关一体化5月成形

● 展会报道

- 20 2015intertextile春夏面辅料展：
听听展商和买家怎么说
- 22 2015巴西圣保罗GOTEX展第二届
“新尚设计大赛”启动
- 23 纽约展：新增海外展团势头猛 国内展
商“催”报名截止
- 23 巴黎展：即便只是一个标摊，也要有
Hold住全场的范儿

重塑纺织行业增长新动力、新优势

——中纺联三届五次理事会隆重召开

3月31日，中国纺织工业联合会第三届第五次理事会在北京举办，会议全面回顾了2014年行业发展现状，并对2015年行业的各项发展目标进行了部署。

2014年我国纺织行业深度调整阶段性特征进一步显现，行业经济增长继续由高速转向中速，各项运行指标增速较2013年有所降低，特别是下半年以来，受原料市场形势复杂影响，多数指标增速环比趋缓，同时纺织行业结构调整继续取得积极进展，支撑行业运行态势全年基本保持平稳。

会上，中纺联王天凯会长对2015年纺织行业经济运行走势进行了解读。北京大学国家发展研究院教授、名誉院长林毅夫在会上做了“新常态和中国经济发展与产业升级转型”的报告。

王天凯：创新发展才是真的好

开局平稳增强行业信心

3月对于中纺联来说是忙碌的一个月。首先，中国纺织工业联合会7个调研组，共计上百人前往30多个集群，走访了约300多家企业，一起对“十三五”面临的问题以及今年行业的走势进行了探讨。

根据今年联合会春季调研结果，企业订单及开工情况基本正常，尽管部分中小企业春节后开工时间稍晚于去年，但大型生产企业开工率达到80%。今年1月起，纺织服装行业出口退税率提高，以及安徽、江苏、浙江、河北、河南等多省先后推行“高征低扣”改革，为纺织服装企业提供了有利的政策环境，增强了企业发展的信心。

3月18日举办的2015纺织春季联展在上海首次亮相。从北京搬到上海，将4个展览会整合到一起，我们做了大量筹备工作。22万平方米的展出面积，以及来自30多个国家的近4000家企业的参展规模，获得了国内外展商和观众的认可，让行业更加增强了信心。

2014年纺织企业工业增加值呈现个位数增

长的态势，这没有问题，但关键是如何提升产业的质量和效益。

统计数据显示，服装、家纺、产业用三大终端行业的整体运行均有提高，优于产业链前端。究其原因，一方面是市场结构因素，三四线城市和农村市场支撑了行业的发展；另一方面是原料市场一路下滑，对产业链前端确实造成一些影响。今年的调研工作发现，无论是企业开工情况、订单情况还是企业家信心指数等，都反映出行业发展相对平稳，甚至今年还略微会有一些增长。

尽管中国的增长潜力无需质疑，但从总体上看，今年纺织行业面临的外部形势依然较为复杂，既存在国际经济逐步回暖、国内全面深化改革等有利条件，也存在内需增长不足、国际竞争加剧等诸多风险因素，行业促增长、调结构和提质增效的任务依然艰巨。

首先从生产要素方面来看，棉花种植直补措施实施，将促进国内外棉价差逐步调整至合理区间，长远有利于保障纺织原料供应，稳定行业运行态势。但是，国内棉花市场在一段时间内仍将处于波动调整周期，纺织企业仍面临内外棉价差偏大、棉花价格下行增加库存亏损等不确定性风险。

随着国内市场消费升级，作为生活必需品衣着类消费总量增速难以大幅提升，预计内需零售规模增速基本与2014年持平，消费者对于纺织服装产品个性化、差异化的消费需求将成为内需消费的主要变化特征。此外，今年相当一部分地区反应招工情况比去年有所好转。企业集中反映的问题还是融资难、融资成本高，不仅是中小企业，大企业也存在同样的问题。

而放眼国际，2015年，世界经济总体复苏缓慢态势难有改观。其中，发达国家对纺织服装产品需求增长的带动作用有限；而新兴市场因宏观经济波动较大，需求增速大幅下滑的局面也难以好转。尽管如此，我国出台的对纺织品服装出口退税率增加一个点的政策对企业具有一定的激励作用。

创新驱动转型迈向中高端

今年两会政府工作报告提出，“制造业是我国的优势产业，要实施‘中国制造2025’，加快从制造大国转向制造强国”。纺织行业同样面临着由制造大国向制造强国转型发展的紧迫任务，要加快推进传统生产领域的技术改造，化解部分过剩产能，全面实施创新驱动发展战略，促进工业化与信息化深度融合，促进纺织行业发展向中高端水平迈进。

这次调研后，我们共同的感受是动力转换加快，创新是关键。目前很多企业对于创新驱动都有很好的做法。比如常州的远东纺机有限公司，已经实施了用计算机远程监控产品的运转和维修。此外，机器换人也在一些省市、企业开始实施，效果很好，不仅减少了用工，而且在产品质量和综合水平上都有所提高。我们需要从中进行总结和提炼，在“十二五”收官之年，加快行业包括技术、设计、研发到营销等方方面面的创新脚步。

纺织行业应形成万众创新的良好环境，全面深入实施创新驱动发展战略。当前，纺织行业在实施创新驱动战略面临两大挑战，一是经营模式的创新，从生产型向生产服务型转型。二是科技研发的创新。纺织行业科技创新仍然面临着基础研究相对薄弱，产业创新缺少

基础支撑。科技与经济结合的瓶颈需要突破，尤其是对行业转型升级关系重大的先进适用技术和成果需要加快转化。如数字化、智能化的装备，高性能纺织品，以及先进适用的节能减排技术，都需要加大开发力度。对于单个企业承担开发有难度的项目，联合会将加大力度，进行跨部门、跨行业的联合创新，发挥更大作用。

此外，要积极开展“互联网+纺织”行动，推进行业数字化、网络化、智能化发展。“互联网+”一定是“十三五”的一个工作重点，我们需要理清思路，寻找到关键点。”智能制造是以智能工厂为载体，以关键制造环节智能化为核心，通过网络互联支撑的先进制造方式，可有效缩短产品研制周期、降低运营成本、提升产品质量、降低资源能源消耗，目前已成为全球制造业发展趋势，也是我国今后一个时期推进两化深度融合的主攻方向。纺织行业要抓住新一轮产业革命的新机遇，加快融入“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与纺织服装制造业结合，促进电子商务健康发展，引导纺织服装企业运用互联网进一步拓展国际市场。“互联网思维”下的纺织业，要充分利用和发挥互联网特性，构建纺织行业新的生态，促进产业转型升级。

林毅夫：新常态下纺织行业将做出新贡献

2014年5月，习近平总书记提出中国经济进入新常态。其实新常态这个词最早出现在2008年世界金融危机爆发以后，华尔街一些金融家提出了一个判断，认为发达国家的经济可能会进入到一段经济增长率非常慢、失业率非常高的阶段。与此同时，在金融市场上投资风险会非常大，平均回报率会相当低，他们把这种状况叫做新常态。

我们国家的新常态跟发达国家的新常态有什么差异？习近平对我国新常态的特征也做了一个全面的阐述，其中一方面是消费形态发生改变，以往劳动密集型的加工业是我们的比较

优势，然而随着收入水平的提高，这些产业会失掉比较优势。同时，由于人口老龄化、环境、产能过剩等问题，中国的经济增长率不可能像改革开放后36年来平均每年9.7%的增长，经济增长速度会减慢，这是新常态的表现。

人力成本上升 成衣业或面临大考

中国政府将经济增长目标定为7%左右，我认为这不仅是合理的，而且也是必要的。

如果能维持7%的增长，我国每年对国际GDP的增长贡献就会达到0.9%，目前世界经济的增长是在3%~4%之间。那么贡献约一个百分点的增长的意义是什么？全世界每年扩张的市场当中，将有25%到30%会来源于中国，同时中国还会是全世界市场扩张的最大驱动力。

在这种情况下，世界对纺织产品、成衣产品或是纺织机械的需求一定会增加得非常快。当然，纺织行业也会面临很大挑战。众所周知，过去近十年间，每年工资增长率都是两位数，现在一般工人的月工资已经达到500美元、600美元，甚至这种工资仍很难找到工人。我认为到2020年，一般一线工人的月工资至少要增至1000美元，由此，纺织、纺机、成衣三大行业将出现不同的发展条件。

纺织业本身规模经济较大，资本、技术密集度均较高，如果工资水平继续上升，它的资本密集、技术密集度也将继续升高，其技术升级的空间也相当大。我觉得纺织业在国内还可以发展十年至二十年。

当然，纺织机械也是资本、技术比较密集的行业，纺织机械业工资占比相对较低，这种状况下企业可以靠资本深化、技术深化、自动化等不断升级。我认为纺织机械业也还有相当大的发展空间。

最具挑战的是什么？是成衣业。成衣业当中最重要的成本是劳动力成本，如果是劳动力成本在未来6年时间再翻一番，达到1000美元，我想成衣业在国内的比较优势会丧失得非常多。这些成衣业的企业怎么办？我想一部

分会走向微笑曲线的两端，品牌经营、品质管理、研发、市场渠道。利用国内市场扩大得非常快，收入水平提高的机会，向高端转的机会，向品牌转。另外是市场渠道管理，这是微笑曲线两端，但能做微笑曲线两端的成衣企业数量是非常少的。

有品牌的成衣附加价值比较高，但我们当下几万家的成衣企业里，大家能记住的品牌大概不会超过20个，而我们能记住的国际品牌顶多也就20个。所以靠做品牌做微笑曲线两端的企业相当少，绝大多数仍是做加工的企业，虽然自动化可以解决一部分问题，但自动化的成本可能会比低收入国家的低收入成本还要高。

面对这种情况，工业革命以来的转移情形会再次出现，它的必然趋势一定是劳动密集型产业要转移到工资水平比较低的地方。

产业转移 非洲有望成选择

中国制造业如何向工资水平比较低的地方转移？非洲可能是块新大陆。它具有自然资源丰富，贸易增长快，经济潜力大等优势，对纺织企业来说，也具有一定的吸引力。

实际上，我们要转移出去的规模非常大，比如我们的成衣业，根据工业普查是1400万人，当然近些年已经有企业开始向东南亚的越南、柬埔寨转移。然而“水缸里的水满了，往脸盆里流，流一会儿也满了”，近年来越南、柬埔寨包括孟加拉，工资绝对水平比我们低，但上涨幅度却并不比我们慢，我们找来找去，最合适的地方就是非洲。

非洲有10亿人口，发展水平与中国上世纪80年代初非常像。农村中有大量的廉价剩余劳动力，并且非常年轻。我们可以选择那些目前政策条件、社会条件比较稳定，政府积极性也比较高的国家转移，我认为非洲可能是劳动力密集型产业的最后一站，如果说非洲国家的工资都上涨了，全世界就找不到工资水平低的地方了。

转移到非洲，我觉得行业协会可以扮演很

重要的角色。如果企业单打独斗到非洲国家去，一点谈判的砝码都没有，而如果我们行业协会能抱团，一起去十家、二十家企业，给当地带来一万、两万个就业机会，将来发展好变成十万、二十万，当地政府就会非常重视，很容易谈成比较好的条件。

通过中国香港和中国台湾企业多年“走出去”的实例看，充分利用海外的廉价劳动力，企业是可以积累优势、创造第二春的。“走出去”，大企业仍将是大型企业，小企业或将成长为大型企业。

转移出去，其实机械设备还是来自于国内，这就给我们纺织机械设备企业创造了很大的国际市场空间，再比如成衣业使用的面料等中间产品来自于国内，所以也会给国内纺织业的产业升级提供一个机遇。

当然，纺织行业无论是往高端走还是“走出去”，面临的重大问题还是人才问题。据我了解，很多台资企业已经走了，港资企业也走得差不多了，尤其是成衣业。但我们本土企业走的却非常少，原因是什么？对韩资、台资、港资是第二次转移，而我们国内很多成衣业的老板十年前根本没有想到面临转移的问题，现在突然间发生了，人才储备严重不足。

面对这一挑战，最重要是人才培养，政府部门、行业协会以及劳动力密集型的产业集群，都可以开展相关工作。

过去，纺织行业对中国的改革开放做出了巨大贡献，我相信在新常态下我们的纺织行业也会利用自身优势，继续为我国经济发展做出贡献。

王天凯会长带领中纺联调研组到新疆调研

4月7~9日，中国纺织工业联合会会长王天凯带领中纺联调研组一行先后来到新疆乌鲁木齐、呼图壁、石河子等地区，就新疆棉花直补政策实施后的具体情况和新疆发展纺织服装业促进百万人就业的进展情况进行调研。

中共中央政治局委员、新疆维吾尔自治区党委书记张春贤，新疆维吾尔自治区主席雪克来提·扎克尔，常务副主席黄卫，新疆生产建设兵团司令员刘新齐亲切会见了中纺联调研组一行，并就新疆纺织服装产业的发展交换了意见。

张春贤在会见中强调，新疆重点发展纺织服装产业除了自身资源优势外，还有中央的大力支持，可以说占据了天时、地利、人和等各方面的优势。特别是当前国家正在实施的“一带一路”战略，又将会给新疆带来更大的发展机遇。

张春贤指出，中纺联近些年来一直对新疆

的纺织服装产业给予了很大的支持和帮助，希望中纺联能够继续支持新疆的纺织服装产业发展，并在智力、人才、行业上给予支撑。同时也希望纺织企业一定要抓住目前大好的发展机遇，把目光放长远一些，瞄准两个13亿人市场，从而共同促进新疆纺织服装产业向更高层次发展。

王天凯表示，新疆发展纺织服装产业促进百万人就业任务艰巨，但是也面临着巨大的发展机遇，行业在发展中要紧紧抓住“一带一路”发展机遇，从科学、合理的角度上把握新疆发展纺织服装产业的总量，进行合理有序发展，要引进一些大型先进企业以及产业链后道企业落户新疆。同时中纺联也将会在人才、技术等方面提供大力支持和帮助，并用高度的热情共同推动新疆纺织服装产业的发展。

棉花直补问题是王天凯一直十分关心的问题。在与刘新齐会见时，王天凯详细询问了新疆生产建设兵团棉花直补情况，并就棉花生产

方面交换了意见。

刘新齐表示，近一年来棉花目标价格改革试点总体进展顺利，促进了棉农种植布局调整、品种更新、棉花质量等方面的提升，但是同时也存在着棉农收入下降，棉花销售困难，以及流通环节多、费用高等问题，并希望中纺联能够进一步协调完善棉花直补政策。

王天凯指出，新疆生产建设兵团对新疆的经济发展和社会稳定做出了很大贡献，同时对纺织行业的发展也给予了很大的支持。去年是棉花直补政策的第一年，存在一些问题，需要加快完善，中纺联尽全力与相关部门进行沟通和协调。

王天凯强调，棉花直补政策经过一年的实施取得了积极效果，棉纺织行业市场环境得到逐步改善。但是当前棉花产业发展问题在价格和质量上仍存在着突出问题，这在某种程度上也造成了棉花销售困难。希望兵团下一步能够在棉花生产上继续下工夫，提高棉花生产效率，并要不遗余力地把棉花质量提上去，真正把兵团棉花打造成我国重要的优质棉生产基地。

对于纺织企业在新疆的发展，王天凯十分关心。他来到位于呼图壁县的新疆宇华纺织有限公司，就企业目前的运行发展情况进行了深入的了解。新疆宇华纺织有限公司是2013年11月呼图壁县引进的在国内同行业中具有领先技术水平的河南新野纺织股份有限公司，成功盘活新疆天山纺织（集团）有限公司新厂资产而成立的有限公司。该项目总投资2亿元，现有产能16万锭，带动就业200人。

调研中，王天凯对新疆宇华纺织有限公司生产情况给予充分肯定，并希望企业抢抓新疆发展服装产业的机遇，充分发挥地缘优势和资源优势，努力将企业发展壮大，为当地经济社会发展作出积极贡献。

石河子市是新疆纺织产业的重要地区，该市经过这些年的发展先后引进了华孚色纺、山东如意等一批国内外知名的纺织企业落户当

地，目前拥有规上纺织企业20家。王天凯指出，新疆发展纺织服装产业引进一批国内大型知名企业是非常有必要的，可以利用这些大型企业先进的人才、管理、技术等方面的发展模式，来带动和促进当地纺织服装产业更好地发展。

在新疆纺织服装产业链座谈会上，王天凯强调，发展新疆纺织服装产业要做好三方面的工作。首先是要结合行业的转型升级和区域结构调整的趋势，引导新疆纺织服装产业合理有序发展；其次是要结合“一带一路”发展战略，深化研究纺织服装产业在新疆的发展机遇；最后是要促进人才队伍培养与少数民族的深度融合，并进一步促进新疆纺织服装产业健康可持续发展。

在调研期间，调研组还实地考察了乌鲁木齐市德汇国际纺织品服装交易中心，并与乌鲁木齐市相关领导以及企业相关负责人就纺织服装产业发展进行了交流和探讨。

此外，在此次调研中，山东如意集团董事长邱亚夫、华孚色纺董事长孙伟挺等企业负责人就在新疆投资的基本情况和所面临的问题与调研组进行了广泛的交流。

中国纺织工业联合会副会长兼秘书长高勇、副会长徐文英等陪同调研。



官方微信二维码

了解更多精彩内容，欢迎关注

官方微信：ccpit_tex

官方网站：www.ccpittex.com

新浪微博：中国国际贸促会纺织行业分会

我国纺织品服装一季度出口增速大幅回落

据海关总署发布的数据，按美元计价，3月份我国纺织品服装出口125.7亿美元，同比下跌32.6%。其中纺织品出口58.8亿美元，同比下降29%，服装出口66.9亿美元，同比下降35.4%。按人民币计价，纺织品服装3月单月出口额为770.7亿元，下降32.3%。其中纺织品出口360.4亿元，下降28.8%。服装出口410.3亿元，下降35.1%。

3月基本不再受季节性因素的影响，大幅下

跌显示出口依然存在较大压力。

1-3月，按美元计价，纺织品服装出口总额为597.8亿美元，同比增长2.9%，其中纺织品出口239.9亿美元，同比增长4.2%；服装出口357.9亿美元，同比增长2%。按人民币计价，纺织品服装累计出口额为3661.3亿元，同比增长3.1%。其中纺织品出口1469.3亿元，同比增长4.4%；服装出口2192亿元，增长2.2%。一季度，我国纺织品服装出口增速大幅回落。

外贸首季遇冷 “一带一路” 沿线贸易提升

一季度我国对东盟、印度、非洲、拉美四个新兴市场出口分别增20.9%、23.3%、22.2%和9.6%

外贸数据并非都是坏消息。在欧盟、日本等传统贸易对象需求不振的情况下，“一带一路”上的“新朋友”却十分给力。经初步测算，今年一季度我国与“一带一路”沿线国家和地区的进出口值约为1.45万亿元，占同期外贸总值的比重超过1/4，其中出口表现较好，增速超过10%，高出同期出口总体增速5.5个百分

点，“一带一路”沿线贸易提升。

数据显示，一季度我国对东盟、印度双边贸易进出口值分别为6713.9亿元、1038.2亿元，分别增长了4.5%、7%。其中，对东盟、印度、非洲、拉丁美洲四个新兴市场或地区出口分别增长了20.9%、23.3%、22.2%和9.6%。对上述四国(地区)出口值合计占我出口总值的26.8%，比去年同期提升了3.1个百分点。

江苏纺织：创新驱动在路上

2014年，江苏纺织产业逐渐步入了“新常态”，在继续保持健康发展势头的同时更加注重质量和效益。数据显示，2014年江苏省规模以上企业实现主营业务收入13765.66亿元，同比增长4.51%；全行业实现利润总额748.08亿元，同比增长11.90%；出口额为480.16亿美元，同比增长4.98%。从数据上看，江苏省纺织服装行业实现利润总额同比增幅高于主营业

务收入增长，江苏纺织服装业经过稳中有进的产业转型升级全面推进，整体素质明显提高，品牌建设初见成效，正在新常态下打造创新驱动新动力。

速度减缓 利润增长

江苏纺织服装业新常态的直接表现就是速

二条主线：

一条主线是以我国产业资本为主导，通过绿地投资、合作进行生产力的跨国布局，打造“中国+周边国家”（重点是东南亚和南亚地区）的制造基地布局模式，维持和提升中国纺织工业在全球供应链中的国际领先优势；

另一条主线是我国纺织产业资本通过积极主动的海外直接投资、并购对产业链两端的原料资源、设计研发资源、品牌资源和市场渠道资源进行全球范围内的垂直延伸和掌控，带动我行业整体上朝世界纺织产业价值链的高附加值领域渗透。

三个特点：

一是棉纺和针织行业成为境外绿地投资的热点。过去几年棉花收储政策导致国内棉价比国际棉价平均高出30%，严重削弱了我国棉纺行业的国际竞争力，2012、2013年中国分别进口棉纱线153万吨和210万吨，同比增长分别高达69%和37%。这种情况下，国内的棉纺企业开始成规模地进行海外投资，天虹、百隆、华孚、新大东、裕纶等企业在越南的棉纺投资合计已超过100万吨，岱银在马来西亚、科尔在美国的棉纺项目也进入投产阶段。

与此同时，由于缝纫环节的劳动密集型特点，针织服装加工也是我纺织业对外投资的热门行业。申洲国际、即发集团、东渡集团、AB集团等骨干企业都在柬埔寨、越南等劳动力成本较低的国家进行绿地投资。例如，东渡集团60%的订单都已由东南亚的制造基地承担，在当地的工人数已超过2万人。

二是上游原料、品牌技术的跨国并购日益增多。在上游原料资源掌控方面，如意收购澳大利亚卡比棉田农场、富丽达并购加拿大纽西尔溶解浆公司都是典型的成功案例。品牌和技术并购方面，雅戈尔收购SMART和XINMA股份，中银绒业收购英国邓肯纱厂，如意收购日本上市公司瑞纳株式会社，万事利收购法国丝绸企业MARCROZIER，玛丝菲尔收购意大利Krizia品牌，江苏金昇收购瑞士欧瑞康天然纤维

纺机及纺机专件全部资产和股权等案例，都是根据企业自身需求，通过并购在全球获取品牌和技术优质资源的努力。

三是“走出去”与中国市场密切结合。我国纺织产业“走出去”是以国内业务的健康发展为基础的，两者相互配合和支撑。很多境外投资业务的最终销售地正是正在飞速发展的中国市场。前述天虹、岱银、科尔集团在海外生产的大部分棉纱都回销中国。很多海外品牌、技术的投资并购也秉承了“中国市场动力嫁接全球资源”的战略理念。

二个重点关注：

一是全球贸易政策变革正在深刻影响全球纺织供应链的重塑，TPP等区域贸易协定将对我国产业发展造成较大挑战。

自从多哈回合陷入僵局以来，区域性的自由贸易协定对全球货物贸易带来巨大影响。例如由于大部分产品双向零关税，中国-东盟自贸区客观上加速了我棉纺、服装的部分产能向越南等国的外移，另一方面也带动了国内面料辅料对东盟国家的出口增长，东盟迅速超过日本成为我第三大出口市场，我国和东盟纺织服装产业链正发生深度融合。未来几年，由于美国、日本巨大的市场容量以及“从纱认定”乃至“从棉花认定”的原产地规则，TPP的签署可能会进一步加速越南、马来西亚等地棉纺、面料和服装产业的大量投资，我国企业需继续顺势而为。此外，日本、欧盟利用优惠国别关税政策，给柬埔寨、缅甸、越南等国零关税或者低关税，高达6-10个百分点的关税优惠，诱使采购商的采购订单在满足质量的前提下向这些国家转移订单，继而加速我企业境外投资的步伐。

二是企业对外投资日趋理性和谨慎，对境外融资、综合成本、投资安全和全程风险管理非常重视。

在中纺联对产业境外投资专项调研中，境外投资的融资成本问题一直是个热点问题，企业的境外投资并购都在尽量充分利用当前美元

度增长降下来了，利润增长上去了。

纺织板块则比较平稳，2014年主营业务收入同比增长5.01%，利润同比增长7.43%。2014年棉纺行业棉花价格起伏较大，国家相关政策进行了调整，但棉花出疆、公检入库等问题依然困扰着棉纺企业，在非常需要棉花时却买不到。

化纤板块2014年比较困难，主营业务收入同比下降2.63%，不过，利润总额同比仍实现了增长。恒力、盛虹等一些企业通过不断创新取得了一定的效果。

这一轮棉花价格的起伏，化纤成为解决的方案，企业纷纷进行产品结构调整，一些棉纺企业产品的化纤比例已高于用棉的比例。如，江苏大生集团，纤维素纤维的比例高达80%；无锡一棉现在50%的产品为非棉产品。正是这样及时调整，同时应用创新技术与工艺，才让江苏棉纺行业保持着较好的增长水平。

纺机板块承担着纺织业装备部的角色，2014年江苏省纺机全行业产销呈下降态势，但出口在持续增长。江苏纺机企业充分利用江苏纺织服装业率先“走出去”的利好，加快外销步伐。外销比重较高的企业形势乐观，反之影响较大。同时，符合国家产业政策，节能减排、高效智能的产品出现供不应求的情况。技术含量高、紧随市场需求的江苏纺机企业打造了一批行业内的“单打冠军”，如金昇的清梳联、丝普兰的喷气织机、润源的高档电子花边机等。

针织行业：缓中求进中亟需跨行业联动创新

“缓中求进是当前纺织服装行业发展的新常态，针织行业也将长期面临这种发展状况。当前行业发展面临的问题不是某家企业或某个行业可以解决的，必须通过各行业的联合创新来破解难题。”4月16日，中国针织工业协会第五届第七次常务理事扩大会议传递出这一信息。

品牌领跑 内销发力

4大板块中，2014年表现最为突出的是服装行业。因为坚持走时尚路线、坚持品牌策略，江苏服装业2014年实现了逆势上扬，主营业务收入同比增长8.76%，利润增长则超过了20%。

在江苏的服装业中，内销品牌开始发力，海澜之家2014年实现营业收入123.38亿元，同比增长72.56%。逆市上扬的还有红豆、阿仕顿等品牌，他们已成为行业的佼佼者。海澜、波司登、阳光、雅鹿、梦兰等一批知名品牌则继续发挥着积极的领跑作用。外销品牌经过不间断的调整，与国际大牌结成对子，如晨风集团、华利达、苏州天源、常州老三集团等，在成长为高品质优质服装供应商的同时，成为国际品牌价值链的重要环节，业绩良好。还有V-GLASS（劲草）、圣迪奥、绣娘等一批企业走在了创新驱动的道路上。

江苏东渡集团等企业利用国内外两个资源，开拓着国内外两个市场；吴江、常熟、江阴、张家港等产业基地积极调整转型，创新发展，成果明显。

展望2015，面对新常态，江苏纺织业将继续以创新驱动、内生动力、可持续发展为根本，加快转型升级的步伐，快速转化产业新成果，大力实施品牌战略，继续强化江苏纺织在新时期发展的新优势。

中国针织工业协会会长杨世滨表示，行业的“缓中求进”首先体现在行业运行整体看缓。随着国家GDP增速不断趋缓，纺织行业增加值增速也不断降低。今年1~2月，针织物企业和针织服装企业的主营业务增速分别同比增长7.7%和7.9%，利润总额分别同比增长9.4%和23.4%，针织物和针织服装亏损企业

亏损额分别同比增长7.11%和-1.9%。同时，从2010年~2014年全国投资增速和社会消费品零售总额的增速曲线来看，呈现逐渐下降及增速趋缓的发展状态，2014年，全国投资增速为15.7%，社会消费品零售总额增速为12%。外务劳工劳动力月收入增速也呈趋缓状态。

今年1~2月，针织行业的进出口情况也表现出两极态势。针织织物和针织服装的出口数量同比分别增长40.84%和10.11%，进口数量同比分别下降31.32%和1.68%。因东南亚是我国针织面料的主要出口市场，所以，40.84%的高增速表明东南亚针织产品的加工数量正快速增长。同时，进口数量的下滑表明我国内需市场需求不足。

在这样的市场环境下，杨世滨认为，针织行业必须冷静思变。通过实现“互联网+”和纺织业的结合推进行业转型，抓住一带一路、

长江经济带、京津冀、珠三角及自贸区建设的政策机遇，根据不同企业的实际来推进两化融合建设，加快工业4.0的推进。要实现这些，行业必须动手求进。面对当前行业发展前所未有的政策机遇，杨世滨认为，行业要加快供应链整合和人才结构调整，调整心态和预期，在消费升级快、技术转型慢及上涨的人均工资和技能钝化的环境下，找到行业创新和升级的机会点。在行业创新升级的关键发展期，杨世滨提醒企业切忌涉险，谨防跨界多元投资之险、轻视困难之险、担保互保之险和急于求成之险。

中国纺织工业联合会顾问张延恺指出，目前，纺织服装行业的运行压力过大，这种压力既有生产要素上涨等外部原因，也有行业自身的因素，比如产业雷同及结构性过剩问题。作为产业链结构最完整的针织行业，加强跨行业的创新驱动，对未来行业整体结构的调整有重要的借鉴意义。

徐迎新：纺织行业境外投资呈现加速增长趋势

4月2日，由中国工商银行和巴基斯坦哈比银行举办的“巴基斯坦投资论坛”在苏州举办，会议吸引了来自中国和巴基斯坦四十多家企业以及相关部门负责人参加，共同探讨中巴之间的投资发展机遇。

中国纺织工业联合会会长助理、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，中国棉纺织行业协会朱北娜，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长林云峰，中国针织工业协会副会长赵洪出席会议。

徐迎新在“巴基斯坦投资论坛”纺织分论坛上表示，目前我国纺织工业已进入跨国布局新阶段，海外投资呈现多区域、多行业和多形式加速推进的态势。同时纺织行业的跨国资源配置战略目标是通过“走出去”实现产业链的跨国整合和价值链的全球突破。

据不完全统计，截止2014年底中国企业在

海外设立纺织服装生产、贸易和产品设计企业超过2600家，分布在超过100个国家和地区，涵盖东南亚、北美、欧洲、澳洲、非洲等重点区域，主要投资企业来自浙江、江苏、山东等沿海省份。纺织行业对外投资几乎涵盖了整个纺织服装产业链，从上游的棉花、浆粕、麻等原材料，到棉纺、毛纺、化纤等中间产品制造，再到终端的服装、家纺产品和纺织机械等都有涉及。投资形式包括了绿地投资、股权并购、资产收购和合资等典型FDI形式。虽然对外投资的累计统计金额只有几十亿美元，但根据过去三年中国纺织工业联合会的专项走访调研，我国纺织行业的境外投资呈现加速增长的趋势。

徐迎新表示，根据纺织行业“走出去”情况的掌握，目前纺织业境外投资主要呈现出“二条主线”、“三个特点”和“二个重点关注”。

融资成本较低的时间窗口。例如，岱银在马来西亚棉纺项目贷款的综合利息成本比国内融资成本显著降低。同时，企业也非常重视投资的尽职调查和可行性分析，对劳动力充足程度和成本、劳动生产率、原料供应、产业链配套、销售市场、管理人才等诸多因素统筹考虑，计算综合成本，注重发挥投资目的地的真正优势。此外，投资安全和风险防控是企业最为关注的因素，全面了解投资地的法律制度、政治环境、文化风俗非常重要。

谈到与巴基斯坦纺织行业之间的合作时，徐迎新表示，巴基斯坦是世界纺织工业的重要成员，纺织行业也是巴基斯坦最为重要的支柱产业。同时建设和推动中巴经济走廊取得更大进展是“一带一路”国家战略的一个主要任务。

中国纺织工业将全力支持中国-巴基斯坦

自贸区升级版在纺织品服装领域实现高水平的双向自由贸易，这也有利于提高中国纺织企业与巴方进行产能合作的积极性。同时也全力支持中国工商银行与巴方伙伴共建的“中巴工业园”项目以及“巴基斯坦工银如意纺织服装工业园”项目的进一步推进，在园区推介、信息互动、金融支持和风险控制方案推荐等方面做一些踏踏实实的服务工作。

山东如意科技集团董事长邱亚夫在会上也表示，山东如意科技集团去巴基斯坦投资建厂是目前企业最好的选择，不仅巴基斯坦具有丰富的劳动力和能源资源，而且工人对工作的态度具有十分积极的热情，同时中巴两国之间邦交稳定，友谊深厚。据了解，山东如意科技集团计划将在巴基斯坦投资20亿美元，目前正在巴基斯坦投资兴建了“巴基斯坦工银如意纺织服装工业园”项目，该项目目前正在正常运转中。

中国贸促会纺织分会与印度安德拉邦签署合作备忘录

4月14日，由印度驻华大使馆贸易与商务处组织的“印度安德拉邦商业机遇”圆桌会议在北京饭店举办。会议期间，张涛秘书长和N.CHANDRABABU NAIDU N.钱德拉巴布.奈杜首席部长分别代表中国国际贸易促进委员会纺织行业分会（简称“中国贸促会纺织分会”）和印度安德拉邦签署合作备忘录，旨在依托该邦所辖印度布兰迪克服装工业园（BIAC）加强和深化双方在纺织领域的交流、合作。

4月15日，在中国国际贸易促进委员会纺织行业分会的组织下，印度布兰迪克服装工业园（BIAC）负责人一行在中国纺织工业联合会同相关行业协会和企业进行座谈、对接。座谈会由中国贸促会纺织行业分会林云峰副会长主持。

本次座谈会是继去年11月中国贸促会纺织行业分会产业转移调研代表团对布兰迪克服装工业园区进行为期三天的考察后，又一帮助纺织企业走出去到印度的重要活动。

BIAC是斯里兰卡知名纺织企业布兰迪克（Brandix）受印度政府邀请，专门为大型纺织服装企业打造的综合服装工业园，也是印度唯一的纺织服装制造特别经济区。该园区位于印度东部的安德拉邦维萨卡帕特南市，距海港30公里，海运至中国为30天。

目前，凭借完善的基础设施，以及税收和贸易的优惠政策，园区吸引了VICTORIA'S SECRET, M&S, H&M, GAP, Hanes, BANANA REPUBLIC, intimissimi, LANDS' END等全球零售商客户在此设厂，年出口额已突破2亿美元。大型服装生产企业年收入约7亿美元，年均复合增长率达到25%。员工总数达4.2万人。

座谈会上，林云峰表示，去年11月结束为期三天的布兰迪克服装工业园区考察后，纺织贸促会代表团一行对园区生产条件、整体环境、配套设施和相关服务等都有了全面的了解，一致认为该工业园是近几年考察中起点比较高的工业园区。人工成本低且劳动力充足是该园区的

一大优势，是比较理想的投资场所。

BIAC主席与首席执行官赖斯·怀克斯纳表示，BIAC服装工业园正通过全球合作与创新方案重新定义和构建服装产业。园区内基础设施完备、服务完善，是劳动密集型纺服企业改变

贸易环境、降低成本，提高国际市场竞争力的理想选择。该园区为保税区，目前已与日本签订自贸协定，还享有欧盟关税优惠等政策。

座谈会现场，参会企业都对印度布兰迪克服装工业园（BIAC）表现出浓厚的兴趣。

中国外贸要从“大进大出”转向“优进优出”

李克强总理4月3日主持召开中国装备“走出去”和推进国际产能合作座谈会。他强调，要推动中国外贸从“大进大出”转向“优进优出”，形成开放型经济新格局。

上世纪80年代以来，中国实施沿海发展战略一个很重要的举措是“大进大出”。这一战略有力支撑了中国经济30多年高速的发展，造就了今天中国“世界工厂”的地位。“但必须看到，国际市场正在发生深刻的变化，中国也需要顺应这种变化，转变自己的发展方式。过去那种‘大进大出’的老路已经难以为继。要加大支持中国装备‘走出去’，推进国际产能合作，使我国对外贸易从‘大进大出’转向‘优进优出’。”总理说。

推动中国外贸向‘优进优出’转变

“支持中国装备‘走出去’、推进国际产能合作，就是推动中国外贸向‘优进优出’转变，这有利于培育对外开放新优势，使中国经济和世界经济在更高层次上深度融合。

上世纪80年代以来，我国千千万万企业得益于“两头在外，大进大出”的发展战略，并收获了“第一桶金”。它们从国外进口原材料，在国内完成加工后再向国外销售产品，从而将生产过程的“两头”都放在国际市场，通过“大进大出”，积累了一定的财富。不过，许多企业很早就明白，丰厚的利润其实更多集中在“前头”的研发和“后头”的销售，中国企业赚的不过是个“打工者”的微薄利润。长期以来，“大进大出”发展模式带动了国内的大量就业，也推进了中国的工业化进程，但大

部分利润并没有留在国内。

目前，我国的劳动力成本持续攀升、资源约束日益加重，“大进大出”的模式已经难以为继，必须促成“优进优出”的开放型经济新格局。所谓“优进”，就是从我国的长远和根本利益出发，根据国情，有选择地进口紧缺先进技术、关键设备和重要零部件。而所谓“优出”，就是不仅要出口高档次、高附加值产品，还要推动产品、技术、服务的“全产业链出口”。

“双引擎”不能关起门来打造，必须要着眼全球

李克强说，支持中国装备走出去和推进国际产能合作，是中国经济提质增效升级的关键举措。我们要使中国经济长期保持中高速增长、迈向中高端水平，必须从全局范围考虑问题，统筹国际国内两个大局，利用好国际国内两个市场。

总理说，当前中国要顶住经济下行压力，必须用“双引擎”来助力“双中高”。一是打造新引擎，推动大众创业、万众创新，二是改造传统引擎，扩大公共产品和公共服务供给。但“双引擎”不能关起门来打造，必须要着眼全球。现在看，支持中国装备走出去，推进国际产能合作，在全球范围内配置产能要素、开拓产能市场，可以为中国经济中高速发展增力减负。

近年来，中国装备制造出口增速远远高于其它消费品的出口，2014年铁路出口的增速更

是超过了20%。从长远看，中国装备出口和国际产能合作，还有更加广阔的开拓空间。这将倒逼我们不断提高技术、质量和服务水平，提高企业的整体素质和核心竞争力。

总理在座谈会上表示，经过多年发展，中国装备制造业的水平和国际市场占有率不断提升，在一定程度上代表了中国核心竞争力和抗风险能力的提高。

但他同时指出，一些制造业仍然存在“大而不优”、“大而不强”的问题，仍然处于全球产业链的中低端，需要发展更加先进的制造业。

“要发展更加先进的制造业，决不能只在国内竞争啊！”总理说，“通过支持中国装备走出去，让中国企业在国际市场上与技术先进、实力雄厚的跨国公司同台竞争，这将倒逼我们不断提高技术、质量和服务水平，提高企业的整体素质和核心竞争力。”支持中国装备走出去和推进国际产能合作，不仅有利于顶住当前经济下行的压力，也将推动中国经济从中低端向中高端迈进。

在强化改造两大“老支柱”同时，打造“新支柱”

李克强说，支持中国装备走出去、推进国际产能合作，也是增强国际竞争优势的新支点。中国经济在开放中增长，利用外资和外贸是两大支柱。但现在，随着国际经济贸易格局深刻调整，以及我国资源要素条件的变化，必须在继续强化改造两大“老支柱”的同时，打造“新支柱”。要从以“消费品出口”为主，逐步转向更加注重“投资品出口”。

他强调，在努力推动外贸转型、有效利用外资的基础上，通过对外投资、产能合作和商品出口的“三位一体”协作推进，可以有效增强我国的比较优势，实现更高的国际化水平。

目前，许多国家对基础设施建设和推进工业化的需求强劲，而中国很多装备和产能质优价廉，综合配套能力强，与这些国家有很高的

契合度。支持中国装备走出去、推动国际产能合作，不仅有利于中国盘活存量资产，也有利于其他国家加快工业化进程、扩大就业，还可以为中国与发达国家合作开拓第三方市场创造更多机遇。这是“各得其所、互利共赢”的好事。”

真正了解市场和行业需求的，恰恰是企业

李克强说，从“大进大出”到“优进优出”，这一转变过程需要逐步探索，政府的管理理念、体制机制和政策措施也要做出相应的调整和完善。其中一项重要工作，就是持续推进简政放权，解决企业面临的“婆婆”多、审批繁琐、过细过严等问题，让企业“放开手脚闯世界”。

有人担心，政府不审批了会不会出乱子。必须要明白，真正了解市场和行业需求的，恰恰是企业。更何况，钱是企业自己的，企业自己亏了比谁都心疼啊！除了减少审批，政府还要为企业走出去主动提供风险提示、领事保护等服务，当好企业的“外援”。同时，企业自身也要在科学决策、加强竞争力上下功夫。

“‘走出去’是市场行为，要自担风险、自负盈亏。”总理说，“‘走出去’容易，但‘走进去’、‘走上去’不容易啊！所以还要提高自身竞争力，履行社会责任，塑造良好的企业形象。”

他强调，要完善政府推动、企业主导、商业运作的合作机制，部署金融服务同步跟进，真正推动“中国装备走得远、国际产能合作能共赢”。

一季度我国对外贸易情况

据海关初步统计，2015年一季度，全国进出口5.54万亿元，同比（下同）下降6%。其中，出口3.15万亿元，增长4.9%；进口2.39万亿元，下降17.3%；顺差7553亿元，增长6.1倍。按美元计，全国进出口9042亿美元，下降6.3%。其中，出口5139亿美元，增长4.7%；进口3902亿美元，下降17.6%；顺差1237亿美元，增长6.1倍。一季度外贸运行主要呈以下特点：

一是出口增速大幅波动，进口降幅较大。

在全球贸易普遍下滑的背景下，一季度我国出口保持增长势头，但增速较2014年四季度回落3.7个百分点。受春节等因素影响，出口增速大幅波动，1月下降3.2%、2月增长48.9%、3月下降14.6%。受进口平均价格下降9.8%和内需疲弱影响，全国进口降幅较上季度扩大15.7个百分点，其中，3月当月下降12.3%，降幅较前两月收窄7.6个百分点。

二是对美出口较快增长，自资源富集国家进口降幅较大。

我对美出口增长11.5%，拉动整体出口增长1.9个百分点。对欧盟出口增长2.8%，对日本和香港地区出口分别下降11.5%和10.1%。自南非、巴西、俄罗斯、印度和澳大利亚进口分别下降48.1%、37.3%、32.4%、29%和26.9%，合计拉低整体进口增速4.5个百分点。

三是一般贸易主体地位进一步提高，加工贸易进、出口均现负增长。

一般贸易进出口30672亿元，下降5.7%，占进出口总额的55.3%，同比提高0.2个百分点，其中出口增长12.2%，拉动全国出口增长6.2个百分点；加工贸易进出口17416亿元，下降6.5%，其中出口和进口分别下降5.9%和7.7%；其他贸易进出口7345亿元，下降5.9%。

四是机电产品出口好于整体，主要大宗商品进口价格下跌。

机电产品出口18182亿元，增长6.4%，快于整体出口增速1.5个百分点，拉动全国出口增长3.6个百分点。其中，船舶、金属加工机床等部分高端制造产品出口增速均在20%以上。纺织服装等七大类劳动密集型产品出口6292亿元，增长6.1%。同期，原油、铁矿砂、成品油、液化石油气、大豆、铜矿砂和铜材进口价格分别下跌46.8%、45%、38.7%、21%、18.6%、13.9%和13.2%，这七种商品进口价格下滑拉低整体进口增速10.5个百分点。高新技术产品进口7399亿元，增长0.7%。

五是中西部地区占比提高，区域发展进一步协调。

中西部地区进出口8687亿元，增长2.6%，占全国进出口总额的15.7%，同比提高1.3个百分点。其中，中西部地区出口增长15.7%，对全国出口增量贡献53.3%。东部地区进出口46744亿元，下降7.3%。

六是民营企业成为出口主要拉动力量，国有企业降幅较大。

民营企业进出口19329亿元，下降5.9%，其中出口增长12.5%，对出口增量贡献102.7%。国有企业进出口9675亿元，下降14.1%，降幅大于整体进出口8.1个百分点。外资企业进出口26428亿元，下降2.7%。

从整个一季度的情况看，总体上我们认为出口还是一个比较平稳的态势，主要是进口下降比较明显。进口下降原因主要是国际市场大宗商品价格下跌的影响，当然也受国内生产配套进口放缓，投资对进口拉动减弱因素的综合影响。比如大宗商品价格持续下跌，大幅拉低进口总额；国内生产配套进口需求减少；国内投资增速回落，对进口都有影响。

外贸增速下降，并不是已经失速。对外贸

也不能只看速度，今年一季度的外贸有一个情况是非常好的，就是结构调整是很好的，无论是产品结构、市场结构、区域布局、企业结构、还是贸易结构，都是在进一步优化之中。在这样的情况下，我们还是要继续坚持既有的已经出台的**稳定外贸增长和调整结构的措施**。

尽管由于全球经济复苏仍然乏力，外部需求不足，出口压力比较大，由于我国外贸传统竞争优势仍具有生命力，技术、品牌、质量、服务等竞争新优势正在加速形成，**稳定外贸发展的政策措施**总体上是对路和有利的，因此我们对全年出口稳定增长还是有信心。进口方面，随着国内宏观经济运行的平稳发展和消费“两架马车”进一步提速，相信也会有更好的表现。

利用外资方面：

有三组数据：第一组数据，据联合国贸发会议今年一月底发布的《全球投资趋势监测报告》，2014年中国吸收外资1280亿美元，首次成为世界最大的外资流入国。第二组数据，根据上海美国商会《2015年中国商业调查》，有73%和75%的受访企业2014年在华业务实现盈利或者收入增长，有67%的受访企业计划2015年扩大在华投资。第三组数据，今年一季度全国实际利用外资比去年同期增长11.3%，继续保持良好的发展势头。这些数据充分反映出我国投资环境的综合优势依然突出，也说明我国吸收外资的综合竞争力依然比较强。

中国吸收外资的综合竞争力，除了体现在外商普遍看好我国潜力巨大，而且稳定增长的国内市场这个因素以外，也跟我们的法律制度体系日臻健全，市场公平竞争环境不断完善，产业配套能力迅速提高有很大关系。我国加快构建开放型经济新体制，进一步扩大对外开

放，大力推进各项改革。在中国（上海）自由贸易试验区探索对外商投资实行准入前国民待遇加负面清单的管理模式，同时加大对外商投资企业合法权益的保护，使吸收外资环境持续改善，是吸引外资规模持续增长最主要原因。尽管也有一些跨国公司对投资环境有所抱怨，我认为这主要是对中国经济发展进入新常态之后的不适应。比如我们的劳动力成本有所上升，经济发展速度放缓，一些外商投资企业也可能是经营不善等因素，受这些因素的影响，确实有少数跨国公司对在华业务进行了调整，但总体上看数量非常有限的。

从今年第一季度最新数据来看，外商投资新设企业数和实际外资金额分别增长22.4%和11.3%，终止企业数是下降17.6%，减资企业数也比去年下降了35.7%，其中制造业领域分别下降11.8%和37%。这个数据说明外商对华投资是有出有进的，但总体上是进大于出，并没有出现所谓的“外资撤离潮”。

数据在那里摆着，为什么还有中国出现“外企撤离潮”或者是“外资撤离潮”的看法？

我们分析，这跟新常态下外商投资的投向结构发生变化有关系。一个显著的变化是，2001—2014年我国服务业吸收外资占比从原来2001年的24%，到2014年已经提高到55.4%，这是一个很高的幅度，制造业利用新增外资的规模和比重持续下降，而原有的一些制造业外资企业在这种情况下对中国的业务进行了一些调整。制造业外资的下降和原有制造业外资的正常调整，我们认为是正常的，只是因被个别境外媒体关注甚至“放大”，所以才有所谓的“外企撤离潮”这样的说法。实际数据并不能支撑这种看法。（内容摘自4月16日商务部例行新闻发布会）

世贸组织下调明年两年全球贸易增长预期

世界贸易组织(WTO)将2015年和2016年全球贸易增长预期分别下调至3.3%和4%，主要是由于经济增长的疲软。

世贸组织总干事罗伯托·阿泽维多(Roberto Azevedo)表示：“我们预计贸易将持续缓慢复苏，但由于经济增长依然脆弱，加上地缘政治局势持续紧张，这一趋势可能很容易受到破坏。”

此前，国际货币基金组织(IMF)在最新发布《世界经济展望》报告中，将2015年-2016年全球经济增长预期分别下调0.3个百分点至3.5%和3.7%，下调幅度为三年来最大。

该机构预计中国经济明年两年增速分别为6.8%和6.3%，比去年10月期的《世界经济展望》下调了0.3和0.5个百分点，但该机构对中

国经济的“新常态”持积极看法。

IMF预计，发达经济体2015年和2016年的增速均将升至2.4%，尽管总体前景基本未变，但美国与欧元区和日本之间的差异正日趋明显。

对于日本经济来说，上调消费税率后，民间需求没有恢复。2015年的经济增长率预计为0.6%，虽然受经济刺激政策和原油走低带动该国经济形势将好转，但2016年也仅将增长0.8%。

总体而言，在其他主要经济体表现黯淡的情景下，美国经济是唯一亮点，IMF上调美国2015年经济增速预估至3.6%，去年10月该预估为3.1%。欧元区仅有西班牙经济增长预估被上调，其他成员国增长预估则更加疲弱。

巴西：一个纺织进口潜力市场

随着2014年的世界杯结束，即将迎来2016年奥运会，巴西的经济在全球的聚光灯下正在蓬勃发展，对于巴西纺织行业无疑也是一个伟大的时刻。

根据巴西纺织成衣业公会(ABIT)公布统计资料显示，2014年巴西该行业营业额为554亿美元，较2013年下降4.81%，约占2014年巴西制造业营业额5.7%；投资额为11亿美元，与2013年投资额相近。

巴西纺织行业相关公司约有33000家，公司直接及间接雇用员工人数共计960万人，其中女性占75%，是巴西制造业中雇用人数仅次于食品及饮料业的第二大产业。

外贸方面，2014年巴西纺织品服装进口总额为70亿多美元，较2013年增长4.79%，出口总额为11亿多美元，较2013年降低6.65%。

其中，服装是进口金额最高产品，达28亿多美元，较2013年增长8.01%；布料则以16亿多美元进口金额居次，较2013年增长8.76%；化学纤维进口金额为2亿多美元，较2013年增长12.08%；而线纱进口金额为9亿多美元，较2013年增长7.68%。

中国是巴西2014年最大纺织品供应国，金额达38亿多美元，印度以5亿多美元居次，印尼以3亿多美元排名第三，台湾以1亿多美元排名第5位。

2014年，巴西以26州及1特别行政区来区分，圣卡塔莉娜州(Santa Catarina)为纺织品服装进口金额最高州，达23亿多美元，圣保罗州以21亿多美元居次，圣灵(Espirito Santos)州以6亿多美元排名第三。

2014年，阿根廷是巴西纺织品服装最大

买主，金额达2亿多美元，美国以1亿多美元居次，巴拉圭及乌拉圭分别以1亿美元及8,527万美元，排名第三及第四位；圣保罗为巴西纺织品服装出口金额最高州，达3亿多美元，圣达卡答莉娜州以1亿多美元居次，南大河(Rio Grande do Sul)州则排名第三。

据巴西外贸秘书处统计，2014年中国仍为巴西最大贸易伙伴，同时继续保持巴西第一大出口市场和第一大进口来源地地位。

其中，巴西自中国进口商品373.4亿美元，同比增长0.1%，占巴西进口总额的16.3%。

2014年，在巴西自中国进口的主要商品中，纺织品服装已位列其进口大类商品(HS类)的第三位，金额达到38.12亿美元，同比增长8.4%，占巴西进口同类产品比例为53.3%。

其中：

◎非针织、钩编类服装及附件(62章)进口金额为9.35亿美元，同比增长5.8%；

◎针织、钩编类服装及附件(61章)进口金额为6.3亿美元，同比增长6.8%；

◎化纤长丝进口金额为8.09亿美元，同比增长8.7%；

◎化纤短纤进口金额为2.46亿美元，同比增长14.3%。

针织及钩编织物(60章)更是增幅高达30.3%，金额达到5.24亿美元。

在这些产品上，印度、印度尼西亚、美国和孟加拉国等是中国的主要竞争对手。

小贴士：巴西人口2.01亿(2013.7.1统计)，2013年GDP为2.24万亿，同比增长2.3%，人均GDP11120美元，农业、工业和服务业在GD占比为5.7：24.9：69.4。

墨西哥将重新推动棉花生产

墨西哥《经济学家报》4月14日报道，2014年墨西哥棉花收入53亿比索(约合3.5亿美元)，恢复了部分产量。墨全国棉花生产者委员会表示，将重新推动墨棉花生产，计划将在本届政府执政期间，把棉花种植面积从16.4

万公顷增加到41.7万公顷。

上个世纪60-70年代，墨西哥曾是重要的棉花产国，但此后就逐渐衰弱。该委员会表示将向政府申请贷款，而非要求补助。

2014年美国进口纺织品服装分类统计

一、据美国商务部纺织品服装贸易办公室统计(SITC分类)：

2014年美国进口纺织品服装1209.62亿美元，同比增长2.99%。

其中：

纱线：38.08亿美元,同比增长1.98%；

面料：83.71亿美元,同比增长5.98%；

制成品(家纺产品为主)：242.37亿美元,同比增长3.5%；

服装：845.46亿美元,同比增长2.6%。

自中国进口纺织品服装487.27亿美元，同比增长1.1%。

其中：

纱线：7.96亿美元,同比增长9.79%；

面料：22.18亿美元,同比增长6.28%；

制成品(家纺产品为主)：141.44亿美元,同比增长1.69%；

服装：315.68亿美元,同比增长0.29%。

自中国进口纺织品服装占美国进口比为40.28%。

《水污染防治行动计划》发布

《水污染防治行动计划》日前发布，十条35款238项措施形成持续治水动力。《计划》提出，到2020年，七大重点流域水质优良比例总体达70%以上，地级及以上城市建成区黑臭水体均控制在10%以内，地级及以上城市集中式饮用水水源水质达到或优于三类比例总体高于93%。

国务院正式发布《水污染防治行动计划》(简称“水十条”)。这是当前和今后一个时期全国水污染防治工作的行动指南。

工作目标到2020年，全国水环境质量得到阶段性改善，污染严重水体较大幅度减少，饮用水安全保障水平持续提升，地下水超采得到严格控制，地下水污染加剧趋势得到初步遏制，近岸海域环境质量稳中趋好，京津冀、长三角、珠三角等区域水生态环境状况有所好转。

到2030年，力争全国水环境质量总体改善，水生态系统功能初步恢复。

到本世纪中叶，生态环境质量全面改善，生态系统实现良性循环。具体措施：

①**全面控制污染物排放。**针对工业、城镇生活、农业农村和船舶港口等污染源，提出了相应的减排措施。

②**推动经济结构转型升级。**加快淘汰落后产能，合理确定产业发展布局、结构和规模，以工业水、再生水和海水利用等推动循环发展。

③**是着力节约保护水资源。**实施最严格水资源管理制度，控制用水总量，提高用水效率，加强水量调度，保证重要河流生态流量。

④**是强化科技支撑。**推广示范先进适用技术，加强基础研究和前瞻技术研发，规范环保产业市场，加快发展环保服务业。

⑤**是充分发挥市场机制作用。**加快水价改革，完善收费政策，健全税收政策，促进多元投资，建立有利于水环境治理的激励机制。

⑥**是严格环境执法监管。**严惩各类环境违法行为和违规建设项目，加强行政执法与刑事司法衔接，健全水环境监测网络。

⑦**是切实加强水环境管理。**强化环境治理目标管理，深化污染物总量控制制度，严格控制各类环境风险，全面推行排污许可。

⑧**是全力保障水生态环境安全。**保障饮用水水源安全，科学防治地下水污染，深化重点流域水污染防治，加强良好水体和海洋环境保护。整治城市黑臭水体，直辖市、省会城市、计划单列市建成区于2017年底前基本消除黑臭水体。

⑨**是明确和落实各方责任。**强化地方政府水环境保护责任，落实排污单位主体责任，国家分流域、分区域、分海域逐年考核计划实施情况，督促各方履责到位。

⑩**强化公众参与和社会监督。**国家定期公布水质最差、最好的10个城市名单和各省(区、市)水环境状况。加强社会监督，构建全民行动格局。

《纺织染整工业水污染物排放标准》 (GB4287—2012) 修改单发布

为贯彻《中华人民共和国环境保护法》和《中华人民共和国水污染防治法》，防治污染，保护和改善生态环境，保障人体健康，完善国家环保标准体系，环保部对国家污染物排放标准《纺织染整工业水污染物排放标准》(GB 4287-2012) 进行修改完善，制定了标准修改单，并于2015年3月27日与国家质量监督检验检疫总局联合发布《纺织染整工业水污染物排放标准》修改单。修改内容如下：

一、将表1、表2和表3的表头中“间接排放”改为“间接排放(3)”，同时在三个表的表注中增加“(3)废水进入城镇污水处理厂或经由城镇污水管线排放，应达到直接排放限值。”

二、将表1和表2中的化学需氧量(CODCr)间接排放限值调整为“500(4)/200(5)”，五日生化需氧量间接排放限值调整为“150(4)/50(5)”，

同时在两表的表注中增加“(4)适用于园区(包括工业园区、开发区、工业聚集地等)企业向能够对纺织染整废水进行专门收集和集中预处理(不与其他废水混合)的园区污水处理厂排放的情形，集中预处理的出水应满足(5)所要求的排放限值。”和“(5)适用于除(3)和(4)以外的其他间接排放情。”

三、在表1、2、3中增设“总锑”的排放控制要求，直接排放与间接排放限值均为0.10mg/L，排放监控位置为“企业废水总排放口”。

四、在“2规范性引用文件”和“表4水污染物浓度测定方法标准”中增加2项标准：“水质汞、砷、硒、铋和锑的测定原子荧光法(HJ694)”“水质65种元素的测定电感耦合等离子体质谱法(HJ700)”。

全国区域通关一体化5月成形

从5月1日开始，全国五大区域将实现区域内部通关一体化。

据了解，除新近落实区域通关一体化改革的东北地区和丝绸之路经济带地区，广东地区的区域通关一体化也将在5月扩展到福建、广西、海南三省区的海关，时间节点都在5月1日。

而到今年7月1日，京津冀、长江经济带、“泛珠”地区、东北地区和丝绸之路经济带这5个内部实施通关一体化的区域还要再实现互联互通，形成全国区域通关一体化格局。

所谓通关一体化，即在任何一地货物报关

后，不需要再次申请报关，进而实现全国“多地通关，如同一关”。实施通关一体化的好处在于，企业能减少通关时间、节省托管费用。

2014年7月1日，京津冀地区率先实现了通关一体化，随后2014年12月1日实现了长江经济带区域以及广东（珠三角）地区的通关一体化。

天津海关曾初步估计，在通关一体化模式下，京津冀企业进出口产品的报关成本将降低，比如天津企业通过首都机场进出口货物的通关时间至少节约8小时，途中运费可降低约30%。

2015春夏面辅料展：听听展商和买家怎么说

2015年3月18-20日，第二十一届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会首次在国家会展中心(上海)圆满举办。10.6万平方米的展览面积、来自24个国家和地区的2600多家展商以及来自88个国家和地区的近6.2万名买家使本届展会三创历史新高。

国内需求依然强劲

展会之前，很多人都在谈论中国经济放缓及其对纺织行业可能造成的影响，但许多参展商都对未来表示乐观。

韩国R&D Textile Co Ltd公司销售经理 Jeunghee Bae女士：中国市场需求一直都在增长，目前市场的增长情况虽然不如两三年前，但势头依旧强劲并会在未来持续增长。表示。

日本展团主办方高级董事长川岛朗：经济放缓对我们影响并不大，因为这里的买家依旧认为产品素质是最重要的。本次参观展团的买家数量超过了去年秋冬展。

华孚色纺股份有限公司市场部主管陈女士：展会的头两天我们非常忙碌。尽管经济放缓，但凭借适用于中端休闲服与运动服的面料产品，公司业务正持续稳步发展。

买家数量和质量较高

灿日泉(上海)贸易有限公司内销课副经理八木良太：展会观众数量增长明显，数以百计的来自欧洲、美国、日本和中国的新客户参观展位，客流量更是比去年多出一倍，平均每天接待200多位观众。

伟特企业股份有限公司董事长王明祥：展会效果很好，新老顾客很多，展会主办方的各方面服务也很好，来到我们展位的采购商由于太多，我们都有专门工作人员负责分批安排他们进入展区内。本届展会规模盛大，展品品类很丰富，这是一次非常精彩的行业盛会。

上海鼎天时尚科技股份有限公司销售经理于明庆：本届展会的观众是我们5次参展以来最多的一次，比上次增长20%以上，展会效果非常好。内销客户增长非常大，占全部客户的90%。展会联办给我们带来了大量的客流，也对我们公司的产品有非常好的展示，给客户留下了很深的印象。

江苏金辰针纺织有限公司研发总监章女士：这次我们见到许多新买家，创下了公司参加面料展的新纪录。在展会头两天我们所接待的买家数量已经超过去年秋冬展四天的总数。许多买家来寻找样品，有些则已经下单。这是一个引人注目、非常专业，并且能够吸引到许多不同类型买家的专业展会，是公司开拓中国乃至亚洲市场的良好平台。

“展会联办”上下游互动效果显著

本次春季联展涵盖纱线、面料、服装和针织上下游产业展会，不仅规模宏大，总面积达到22.2万平方米，吸引了30多个国家近4000家企业参展，而且展会互动效果显著。

新申集团总经理李建峰：公司集亚麻产品的设计、研发和生产，并实现了从纺织原料生产到成衣出口一站式服务。此次联展有很多品牌服装企业前来采购我们的产品，这正是我们所期待的，符合我们这样有设计优势，注重品牌发展的企业需要；这次感觉国内消费者的水平也快速增长，给我们公司高品质的产品提供了市场机会。

百隆东方股份有限公司推广总监麦家良：公司主要从事色纺纱的研发、生产和销售，经营产品包括纯棉色纺纱、混纺色纺纱等。此次春季联展给我们带来更多品牌服装的采购商，观众质量更胜往年。很多采购商看完面料看服装，我们的老客户认为，这样来一次展会收获很多，非常值得。

兰精纤维(上海)有限公司市场信息部总监: 联展吸引了更多高质量的买家参与, 大大增加了商贸机会。

中国宏远发展(上海)有限公司营业部经理: 联展增加了我们的展台客流量, 此外, 我们同时能够从上游公司采购纱线与其他辅料。在展会头两天已经从现有客户与新客户处得到了大量订单。

瑞士公司Hausanmmann+MoosAG的Raphael Sommer先生: 联展有助我们吸引更多的买家来参观我们的展台, 这将为我们将带来更多具有潜力的客户。

特色国家与产品展区为参展商带来便利

展会对能够满足国内需求的国家与产品区特别分区, 同样对参展商有利。时尚欧洲馆、精品毛纺区、可持续发展专区和花样设计区等都深受参展商和买家的欢迎。

英国高端供应商Holland & Sherry总经理张嘉骏: 在时尚欧洲馆 (Salon Europe) 参展能吸引到更多的优质客户参观。

英国Taylor & Lodge销售总监:精品毛纺区 (Premium Wool Zone) 对我们而言是一个绝佳展出平台, 在这里可以吸引到目标买家, 同区的知名品牌也可以吸引更多买家。

TroficolorTexteis SA外销经理: 我们很高兴在葡萄牙展团里, 这对我们来说非常重要, 因为买家都偏向以团体形式区别展商, 所以整体来说我们受益不少。我们的展台在展会期间都非常忙碌, 新展馆吸引到了更多的买家。

瑞士蓝色标志标准科技公司(bluesign technologies ag)市场规划总监: 可持续发展专区 (All About Sustainability) 大受买家欢迎。在这里我们获得了与时尚产业对接的好机会, 这是一个高效平台, 可以向大家展示我们的服务。

买家对新展馆和产品多样化表示满意

今年, 展会移师新展馆、展商量增加以及三场同期展会吸引了各种各样买家, 大部分买家都对此感到满意。

买家Winds Enterprises: 新展馆很不错, 在这参观非常方便, 有大量的供应商与展台可以逛。业内最新的潮流趋势与技术都尽在展会中, 是发掘新概念最好的地方。

西班牙买家Juan Carlos Tercero Vera先生: 新展馆非常大, 是我采购面料的绝好平台, 欧洲及亚洲的供应商都可以接触到。

除了规模, 买家对展会的便捷性给予好评。

中国兴代玩具(深圳)有限公司: 展会组织非常有序, 明确按照国家与产品类型进行划分, 也为我提供了多样化的产品选择。

印度尼西亚SDJ Overseas创办人Bhupinder Badam从展会创办伊始就来参展, 他表示: 展会现在的组织更为明晰, 展品按照按种类精确区分, 布置得非常到位。

一些买家则对展会提供多样化的产品表示好评。

Nature USA总裁Mark Farid: 产品的种类繁多, 素质优良, 选择面非常广。联展覆盖了整条纺织产业链, 方便采购, 毕竟现在时间非常宝贵。

法国Promod的Cyril Crozier: 展会有利于我们发现行业潮流与新产品。展会产品种类丰富, 仅第一天上午我已经找到了六家新供应商, 联展对我们很有帮助。

展会同期活动让参展商与买家受益颇多

展会同期活动提供了大量有关各种趋势的信息, 买家和参展商都从中获益。

日本展团潮流趋势区吸引了更多买家到访展区, Japan Fashion Week Organisation的川岛先生表示, "我们不但能与中国买家会面,

还见到很多海外买家，他们对我们的潮流趋势区深感兴趣。"买家对这里所提供的讯息印象深刻。"我在展会上获得了很多灵感，诸如新的潮流趋势、面料图案、物料、技术以及原材料等。"中国建筑纪元的Elena Kollarova女士表示。

本届展会举办的四场潮流趋势论坛以及36场研讨会同样深受欢迎。

杭州帛远服饰有限公司产品研发负责人王晟明：本届展会的潮流趋势论坛很吸引我，它让我了解到全球供应商最新最流行的面料产品。

芬兰瑞玛公司上海代表处面料工程师张女士：我来参加展会的主要原因之一就是参加各种研讨会。针对产品监管与化学品管理的蓝标研讨会向大家在可持续发展方面提供了新视野，能够了解最新行业标准对我们很有帮助。

美国California Textile Group采购专员Rebecca Ying女士：最新韩国服装流行趋势研讨会对我很有帮助，了解韩国的时尚潮流趋势，也更好地了解中国的面料与服装市场。

中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会将于2015年10月13日至10月15日在国家会展中心(上海)举行。

2015巴西GOTEX展第二届“新尚设计大赛”启动

由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织品进出口商会、中国(巴西)投资开发贸易中心和巴西Grupo Cipa Fiera Milano国际展览有限公司共同主办的第三届巴西圣保罗GOTEX国际纺织服装采购展(简称"GOTEX展")将于2015年9月29日至10月1日在巴西保罗会议展览中心举办。展会展出面积10000平方米,展出产品包括:服装服饰、服装面料及辅料、家用纺织品面料及成品。

继上届展会首次推出的GOTEX巴西新尚设计秀大赛获得成功,本届展会再次隆重推出第二届GOTEX巴西新尚设计秀大赛,以进一步增强GOTEX展在南美市场的商贸氛围和潮流主导地位,展示参展企业优秀的服装面料设计能力和研发实力,同时促进行业内上下游一体化的国际化深层交流与合作。

届时,依然在GOTEX展会现场举行“新尚设计秀”时装展示活动,最终呈现国际资源和巴西时尚的有机接轨,同时也是产品开发与新锐设计的完美结合。

目前,展会正在火热招展中,欢迎企业报名参展!

欢迎各位展商踊跃参与!

主办单位: 中国国际贸易促进委员会纺织行业分会

联系人: 张嘉 王继欧

电话: 010-85229376 85229819

传真: 010-85229544

邮箱: zhangjia@ccpittex.com;

wjo@ccpittex.com

主办单位: 中国纺织品进出口商会

联系人: 苗青芳

电话: 010-67739225

传真: 010-67739210

邮箱: miaoqingfang@ccct.org.cn

展会网址: www.gotexshow.com

纽约展：新增海外展团势头猛 国内展商“催”报名截止

乘2015春季“纽约展”于1月在纽约贾维茨中心完美收官之春风，即将于7月21-23日在纽约贾维茨中心举办的夏季“纽约展”，已然呈现出令人振奋的参展势头。截至目前，已有墨西哥、印度、土耳其、巴基斯坦、日本、韩国等国家展团确认参展，非洲国家正在准备；而国内企业更是踊跃，已有500多家企业报名参展，甚至有企业因为担心报名的企业太多导致展位紧张而建议赶快截止报名。

2015春季“纽约展”取得圆满成功，展商满意而归。凭借的是：

◎国内纺织行业与企业对转型升级、转变外贸增长方式既充满信心也对困难有足够的预期；

◎随着美国经济的较强复苏态势，美国这一世界传统纺织出口大市场的魅力重现。而纽约这个时尚之都也通过过去几年重振时尚产业之都计划，焕发了新的生机与活力，新锐设计

师逐步进入状态；

◎“纽约纺织周”平台，将互为供应链上下游的多个展会集中举办，集聚了市场人气，打通了以纽约为中心的全球纺织服装供应链和价值链。

本届夏季“纽约展”更是没有最好，只有更好。因为：

除了美国经济复苏态势更强以外，相比春季“纽约纺织周”，夏季“纽约纺织周”同期展会更多、覆盖领域更广、展商和观众规模更大，进而影响力也更大。这从国内外展商的踊跃报名中可以窥见一斑。

“纽约纺织周”作为一个纽带，将在纽约市举办的纺织服装类专业展会有机地连在一起，不仅打造了从设计师、面料，成衣生产到零售终端的完整供应链体系，更能形成联动效应为参展商和专业观众带来更多的市场价值。

巴黎展：即便只是一个标摊也要有Hold住全场的范儿 ---海外参展技巧之宣传篇

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和法兰克福展览（法国）有限公司共同承办的第十四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（简称“巴黎展”）将于2015年9月14-17日在法国巴黎LeBourget展览中心举办。

作为参展商，如果你的注意力仅仅局限于3×3,3×4,3×5,3×N的展位内，只能说很遗憾，你真的是“只见树木不见森林，因为一朵玫瑰而错过了整个春天啊。”超越展位本身的空间和时间的局限，其实有全方位立体的途

径，可以让你的参展效果更加明显。

途径一之“现场走秀”

千万不要以为只有高大上的品牌才能在巴黎的T台上出现，巴黎展（APPAREL SOURCING PARIS）就有专业团队负责你在展会的“现场秀”上展示你的展品。只要展品通过评审委员会的评审，你就有可能赢得在现场T台上展示自己展品的机会，而且你的公司名称和展位号还将以印刷品的形式送达现场观众手中！符合条件的展商，走秀的费用可以免除或很低。

途径二之“在海外官网以BANNER的形式进行广告宣传”

要知道，海外专业观众更加习惯提前登录官网进行入场券申请，本展会流量超过13,000人，这可是精准营销的有效途径！

途径三之“展会现场全方位展示形象”

1) 现场参观指南

对现场观众、研讨会业内权威人士及贵宾室大买家发放。

2) 现场展位指示图

仅有10个名额，你可以将公司名称，LOGO或者品牌名称连同展位号一起在这幅图上从逾千展商中脱颖而出。这张图不仅有印刷版，入场观众人手一份，同时在现场的地毯上也印有放大版啊！快来让买家们膜拜你的LOGO和品牌吧。

3) NEWS LETTER中加入你的BANNER

定向发送给25,000名经过筛选和确认的潜在专业买家。

途径四之“使用与展会相关的E-INVITATION”

展会只有四天，如何让你的公司提前进入专业买家的视线？使用展会相关的E-INVITATION，邀请你的客户到展会上！电子版邀请函，既环保又时尚，小公司绑定大展会，效果绝对超出你的预料。

途径五之“充分利用展会新闻中心”

如何将自己置于欧洲专业媒体视线之内，成为他们的COVERGIRL？你尽可以将公司的宣传资料放在展会新闻中心资料架上，这是到场专业媒体都会到访的地方，他们在这里会

面，访谈，发稿……，你不必为此支付额外费用，所有费用都已涵盖在展位费内！你的宣传资料会被专业媒体注意到，甚至采用！如果你的公司具有原创性，是趋势引导者，是环保型企业或者其他创新型企业，如果你在生产或者销售方面具有独特的方式，ANYWAY，只要你的公司有故事可讲，那就很有可能进入这些专业媒体的视线。

现在就行动吧和欧洲专业媒体立即取得联系！

途径六之“和欧洲专业媒体建立联系”

如果你想在展会之前，提前让你的产品进入专业媒体的视线，请将你们的新闻宣传资料连同高质量的产品照片提交给我们！（大致在开展前一个月）

小技巧：宣传资料应尽量侧重于全新的或者有创新的概念并贴合最新一季的流行趋势；产品数量不超过十件；加入公司介绍性文字和产品特色的介绍。

如果你做了这些努力，没有看到他们马上在专业媒体上得到引用或出现，也不要灰心哦，只要媒体经常能够看到你的公司名称或产品，终有一天你的产品会进入他们的视线。

电话：010-85229016

联系人：焦佼

邮箱：com;jiaojiao@ccpittex.com