



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

本期目录

内部刊物 准印刊号：FZ2005-08

新年寄语

- 2 王天凯：携手向前，为行业稳中求进开新局**
——中国纺织工业联合会会长、中国国际贸易促进会纺织行业分会会长王天凯新年寄语行业
- 2 张延恺：切实以企业需求为导向**
——中国纺织工业联合会副会长张延恺新年寄语行业
- 3 徐迎新：把握机遇 再谋新突破**
——中国纺织工业联合会会长助理、市场部主任、
中国国际贸易促进会纺织行业分会常务副会长徐迎新新年寄语行业

● 会内新闻 |

- 4 纺织贸促会2011年度工作总结会圆满结束**

● 行业动态 |

- 5 中共中国纺织工业联合会召开第三次代表大会**
- 5 “中纺联”学习中央经济工作会议精神**
- 6 2011中国纺织品服装出口2479亿美元
同比增长20.04%**
- 7 工信部：2011年纺织产业运行情况**
- 8 王天凯会长上海调研纺织产业经济运行形势**

● 产业展望 |

- 9 2012年纺织行业运行形势分析及对策**

● 政策法规 |

- 11 纺织服装业信贷环境有望改善**
- 11 国家发改委出台三项政策促进新疆跨越式发展**
- 22 输韩纺织品须注意安全和质量标志新规定**

● 经济观察 |

- 12 林毅夫：发展中国家应对明年经济形势“做最坏准备”**

● 对外贸易 |

- 13 2012年要做好贸易大战的准备**
- 15 中国外贸的突围之道**

● 国际市场 |

- 14 巴西拟改变进口纺织品计税方式**
- 16 孟加拉国的成衣服装辅料实现自给自足**
- 16 美国从海地的服装进口急剧上升**
- 16 12月份美国消费者信心指数连续第四个月环比上涨**
- 17 市场竞争激烈升值抵消利润——日本纺织业：经历调整之年**
- 18 印—欧自由贸易协定将促进印度纺织服装出口**

● 展会专题 |

- 19 谁在为行业发展“擂鼓助威”**
2011“中纺联”行业展会盘点
- 23 2012“春夏纱线展”：时尚 科技 低碳**
- 24 中国纺织品服装贸易展览会（纽约）春季展开幕**

王天凯：携手向前，为行业稳中求进开新局

中国纺织工业联合会会长、 中国国际贸促会纺织行业分会会长王天凯新年寄语行业：

2011年，对纺织行业来说是不平凡的一年。面对国内外环境的复杂变化和行业运行面临的多重困难，全行业艰苦奋斗、创新进取，结构调整和产业转型升级的能力进一步增强，保证了行业经济稳定较快增长，确保了“十二五”发展的较好开局，为纺织强国建设迈出了新的步伐。在这里，我谨代表中国纺织工业联合会，向所有为纺织行业顺利发展做出贡献的业内外人士表示衷心的感谢！

当今世界正处在动荡、调整和变革时期。摆脱金融危机影响和寻求新的发展路径，使全球经济面临的挑战和机遇非同寻常。中国经济成功实现“软着陆”并有效抑制了通胀，成为改变全球经济增长低迷状态的积极力量。针对世界经济复苏的不稳定和不确定性上升，不久前召开的中央经济工作会议，把2012年中国经济增长的总基调定为“稳中求进”，保持经济政策稳定和经济社

会发展稳定，抓住用好发展的战略机遇期，力争在转变发展方式、深化改革开放和改善民生等方面取得新进展。这对2012年纺织行业发展和改革工作具有重要的指导意义。

2012年作为纺织行业进一步贯彻“十二五”规划、加快建设纺织强国的重要之年，必须继续抓住科学发展、转变发展主题主线，贯彻落实中央“稳中求进”总基调精神，认清外部环境复杂严峻形势，积极推进科技、品牌、可持续发展和人才四大强国战略任务的实施，加大结构调整和产业升级力度，努力实现行业稳定、健康和协调发展。中国纺织工业联合会将进一步发挥行业组织桥梁纽带作用，把握好、服务好行业发展大局，为企业、行业和政府提供高效、有序和协同的服务性工作，与广大企业和社会各界携手，为2012年行业发展取得良好成效共同努力奋斗。

张延恺：切实以企业需求为导向

中国纺织工业联合会副会长张延恺新年寄语行业：

如果说展览会是纺织行业发展的晴雨表，那么越是处于困境中，就越需要为此而开拓市场。特别是在2011年，由于劳动力、能源、环境保护等成本的加大以及银行对资金方面的收紧，都使得中小企业面临着更加艰巨的挑战。

据统计，2011年纺织贸促会在境内举办的纺织行业展览会总面积达505700平方米，参展商7443家，其中来自境外23个国家和地区的1901多家企业也参与其中。2011年参观展会的贸易观众达296452人，其中境外观众有29845人，占到观

众总数的11%。与2010年同比，展会总面积增长18.85%，展商增长17.66%，观众增长5%。

与此同时，境外展也实现了扩大和派生。境外展总面积达16709平方米（1856个标准展位），1196家企业参展，与2010年同比，总面积增长39.4%，展商增长41.15%，取得了长足进步。

2012年的开局将更加艰难，因此展会也会多方面考虑企业的需求，站在企业立场上开展相关

活动。

作为展会的组织者，所提供的不仅仅是展馆，还将高效率地组织相关活动，来帮助企业拓展市场，提升自身实力。从多次境内外展会上不难看出，境外企业纷纷增加展位，并开始觊觎中国市场。在这种趋势下，国内企业不可避免地要接受同台竞争的现实，这种竞争虽然在一定程度上会面临被瓜分客户的压力，但长远来看，对于国

内纺织企业在科技创新及品牌建设等方面，也将起到促进作用。

在境外展会上，2012年将在原有基础上开辟新的地区，同时，也希望能在东盟及一些非发达国家寻找展会服务方面新举措。国内展会方面，也将进一步细分展会内容，以满足观众的贸易需求。

徐迎新：把握机遇 再谋新突破

中国纺织工业联合会会长助理、市场部主任、 中国国际贸促会纺织行业分会常务副会长徐迎新 新年寄语行业：

2011年在中国纺织工业联合会的大力支持下，中国贸促会纺织行业分会联合各专业行业协会及国内外办展合作伙伴，共举办10个国内展，整体上展会规模比2010年稳中有升，中国国际秋冬面料展面积增长了30%，中国国际秋冬家纺展增长了近10%，并成功举办了首届中国国际春季家纺展。

2011年共举办9个境外展，其中2个为自办展。从参展商数量到展会面积，与2010年同比都有显著增长。在海外市场普遍不景气的情况下，海外市场取得了较好的成绩。同时与产业用纺织品行业协会共同举办了“中德产业用纺织品可持续发展论坛暨产品展示交流会”。

在行业增速放缓、整体面临较多不确定因素的环境下，中国贸促会纺织行业分会始终重视和发挥中国纺织工业联合会“联合舰队”优势，不断加强员工队伍建设与培训，提高展前、展中、展后的服务水平。通过深化对展商和观众的服务手段，如改进展位设计，通过各种渠道买家邀请、商企对接、加大企业走访调研力度，加大新闻宣传力度等，使展会整体比上年仍有进一步提升。

2012年展览会总面积预计将创历史新高。现在纺机展报名非常火爆，有可能达到12个馆；春季家纺展将移到浦东世博展览馆，展馆条件更好，举办时间提前，更符合订货季需要，总面积也有所扩大；春季纱线展、面料展和服装展都在有序进行。产业用纺织品展、针织展和秋冬面料展同期同地举办，前两个展会的展出规模预期将创新高，规模翻一番，为此，我们制定了新的展览运作管理办法，引入联合会内优势专业协会，加强合作；秋冬面料展在展区布局方面、家纺展在拓展大家纺概念方面都会有新的举措。此外，2012年秋季，针织展期间还将举办中国国际内衣文化周。期间，内衣品牌发布会、内衣行业峰会、内衣设计大赛等活动也将穿插其间。

在海外市场开拓方面，我们开始举办春季美国展、欧洲展，特别是加强海外市场信息的搜集，为参展企业提供更好的信息服务来指导参展。尽管2012年的海外市场形势较严峻，但我们有信心通过努力来取得一个不错的成绩。

值此新春佳节到来之际，我谨代表全会职工向全国纺织服装行业、向广大会员企业拜年！祝新春快乐！龙年大吉！共克时艰，再建新功！

纺织贸促会2011年度工作总结会圆满结束

2011年12月27-28日，纺织贸促会召开了为期两天的年终总结大会。

会上，首先由各部门主任就本部门一年工作进行总结，就工作中的亮点和存在的问题进行分析，并结合工作任务提出明年工作新设想；接下来，陈伟康副会长就我会党、团、工会及员工队伍建设工作进行了总结。陈会长在总结中，特别结合员工思想建设方面，强调在工作中，全体员工应该树立“纺织人”的情感，为建设纺织强国的行业目标努力工作，以“北京精神”为榜样，凝练我会的企业文化，营造“公平、公正、和谐”的工作环境，培养“德才兼备，以德为先”的干部队伍；徐迎新常务副会长对我会2011年度工作进行了总体概括，肯定了2011年所取得的各项成绩，并认真分析了2012年全会面临的形势与各项工作任务，明确提出了对各部门的工作要求，要求在会内弘扬、践行“纺织文化、贸促文化、服务文化、和谐文化”，为建设纺织强国的目标服务，以人为本，营造相互尊重、相互理解、互为补充、沟通顺畅的工作氛围。会中还表彰了2011年度会内的先进个人、活动积极分子和荣获全勤奖的员工。

中国纺织工业联合会名誉会长杜钰洲、会长王天凯、副会长张延恺出席了本次年终总结大会，并分别讲话。他们在充分肯定我会2011年

工作成绩的同时，对以后的工作也提出希望和要求。张延恺副会长首先肯定了我会在市场开拓上对纺织行业的贡献，指出展览工作是现代服务业，要进一步把工作做细，把展会和调查研究相结合，提高工作水平。兼任我会会长的王天凯会长强调了人才和队伍建设的重要性，提出要围绕中心，把握大局，加强干部的培养锻炼，增强队伍的凝聚力和向心力，团结一致，营造良好的工作氛围；对今后的工作，王会长明确指出，一要认真考虑展览工作如何为纺织强国建设、行业结构调整和产业升级更好地发挥作用；二要培养严格、细致、认真、谦虚谨慎的工作作风，未来五年争取与世界知名展会接轨；三是打造团结和谐、勤俭节约的干部队伍。最后，杜钰洲名誉会长介绍了最新召开的中央经济工作会议精神，明确了协会“提供服务、反映诉求、规范行为”的功能，指出我会不同于普通的展览公司，是纺织产业开拓市场的先头部队，要以2020年建成纺织强国为服务中心，在展览工作中反映出建设“科技强国、品牌强国、人才强国、可持续发展强国”四个目标。

通过两天的总结，全会员工总结过去，谋划未来，明确了2012年的工作目标和思路，为明年各项工作的顺利开展打下了坚实基础。

——上接第8页

电商队伍，全力开拓网销新渠道。

水星家纺董事长李裕杰也对电商情有独钟，“光棍节”那天，水星“不知不觉”就卖了两千多万。水星家纺2010年制定了五年计划，到2015年时要做到年销售额45亿。“时势定战略，规划谋发展。”李裕杰介绍，“目前，水星正在产品的功能化上做文章。有品牌就有定价权，有品牌就不愁资金，我们还要积极准备上市，水星要做百年品牌。”

在本次座谈会上，欧瑞康是唯一一家外资企业，中国区总裁王军介绍说，欧瑞康在化纤短丝设备方面略有滞后，而长丝设备的订单已排

到2014年底。2012年，欧瑞康集团将有两个大动作：一是将集团总部搬至上海，以更好地服务中国市场，并且首次由会说华语的亚洲人（新加坡籍）出任欧瑞康CEO，将在2012年1月份的欧瑞康论坛上亮相；二是欧瑞康将旗下5个事业部变为了3个，从而节约成本，深挖自身优势潜力。

八仙过海，各显神通。大家都在努力修为，谁能战胜风浪站稳脚跟，谁就能离目标更近。正如王天凯会长所指出的：“2012年谁有信心谁就能稳住，谁能稳住谁就能胜利，要稳中练内功、稳中求发展。”

中共中国纺织工业联合会召开第三次代表大会

12月22日，中国共产党中国纺织工业联合会召开第三次代表大会。

大会听取、审议并通过了中国纺织工业联合会党委书记、名誉会长杜钰洲所作《中共中国纺织工业联合会第二届委员会工作报告》，党委副书记兼纪委书记、名誉会长许坤元所作《中共中国纺织工业联合会第二届纪律检查委员会》工作报告，党委委员、人事部主任、支部书记王久新

所作《党费收支情况报告》，纪委委员、产业部及经济研究中心主任、支部书记孙淮滨所作《纺织强国纲要编制的有关说明》。国资委直属机关党委常务副书记曾坚发表讲话。120名与会代表出席大会。

大会还选举了中国共产党中国纺织工业联合会第三届委员会和第三届纪律检查委员会。

“中纺联”学习中央经济工作会议精神

2011年12月28日，中国纺织工业联合会举行座谈会，学习中央经济工作会议精神，并结合行业形势，就工信部、发改委及国资委工作会议展开学习和讨论。座谈会由中国纺织工业联合会会长王天凯主持，副会长陈树津、高勇、张延恺、孙瑞哲、徐文英、张莉、杨纪朝、夏令敏及中纺联各部门负责人，各专业协会负责人参加座谈会。

形势严峻不容乐观

会上，王天凯传达了胡锦涛总书记与温家宝总理在中央经济工作会议上的讲话内容。王天凯强调，面对复杂多变的国际政治经济环境和国内经济运行新情况新变化，纺织工业也必须继续抓住科学发展这个主题，加快转变经济发展方式这条主线，牢牢把握扩大内需这一战略基点，牢牢把握发展实体经济这一坚实基础，牢牢把握加快改革创新这一强大动力，牢牢把握保障和改善民生这一根本目的，坚持统筹兼顾，切实把握好各项目标、任务之间的平衡，稳中求进。要把稳增长、控物价、调结构、惠民生、抓改革、促和谐更好地结合起来。

全国发展和改革工作会议紧随中央经济工作会议之后召开，高勇传达了会议内容。会议强调，新形势下，要协调好速度结构和物价关系；要以扩大内需为战略基点，加快经济结构调整；

要将发展的出发点和落脚点放在改善民生上；要坚定不移地推进重点领域和关键环节的改革；要将经济平稳较快发展、物价水平整体稳定和保持社会和谐稳定结合起来。大力推进经济结构战略性调整是2012年全国改革发展工作重点之一，其中“加快发展战略新兴产业和高新技术产业”与纺织新材料、新纤维领域密切相关，“促进传统产业的优化升级”也涵盖了纺织工业。

工业和信息化部工作会议强调，在“稳中求进”基调上，重点应该是工业发展，保持工业平稳较快增长就能保证整个中国经济的基本格局。杨纪朝说，这次会议指出，目前中国工业增速回落很大程度上主要是调控的结果，但市场变化以及经济形势的影响必须引起高度重视。2008年国际金融危机爆发后我国工业面临的困难主要是国际市场萎缩，当前面临的困难既有外部需求萎缩也有成本上升压力，比前几年形势更严峻更复杂。2012年工业运行增速有可能进一步回落，效益进一步下滑，部分企业生产经营将遇到很大困难。但国内市场潜力巨大，产品具有国际竞争力，国际市场还有余地，国家将及时出台支持工业发展相关政策，工业行业在加强危机意识、忧患意识的同时也要坚定信心，迎难而上。

夏令敏介绍，在不久前召开的国资委中央企业负责人会议上，特别强调央企要按照中央经济

工作会议“稳中求进”的总体部署，突出主业，把实体经济做优做强。

怀抱信心积极应对

工信部工作会议指出，保持工业平稳较快增长要充分发挥各工业行业协会的作用，将行业规划、产业政策、制定标准、项目评审等基础性工作更多委托行业协会承担，行业协会要加强自身建设，提高素质水平，增强服务企业能力，做好政府管理企业的助手。

座谈会上，参会代表对出口结构调整、企业财务成本上升、检测工作、产业转移等问题进行了交流。

王天凯指出，当前行业内最关心的是结合行业发展如何判断2012年形势，要重点关注哪些问题。现在中国纺织工业联合会正在进行调查研究，在调研结果出来之前，行业首先要做好对环境趋紧的准备。

王天凯强调，经济下行的压力自2011年下半年就已经显现出来，出口下滑、世界经济的不确

定性和复杂性是纺织业必须面对的形势。纺织和全国各工业行业一样，“三驾马车”中出口、投资均处下行方向，而消费对经济的拉动还需要一个过程，且有逐步减弱的可能。2012年经济发展的基调是“稳中求进”，“稳”是第一位的。

基于此，行业一方面要关注产业集群内出口为主的生产加工型中小企业，它们面临的压力在不断增加，要密切关注这些企业的停产半停产率；另一方面，偏紧的环境可以促进行业内部结构调整，不管是产品结构还是企业结构都会更加合理，但过紧则会影响行业发展，联合会各部门、各专业协会要在具体工作中抓紧研究纺织在扩大消费方面还有哪些办法可用。同时，探讨各部委工作与行业的具体结合方式，如结构性减税在行业中怎样应用、各项针对小微企业的政策支持如何落实等。

王天凯表示，不管形势怎样，从纺织自身所处的位置与下一步发展面临的有利条件看，没有理由丧失信心，各部门要坚定信心，在具体工作中落实中央经济工作会议精神。

2011中国纺织品服装出口2479亿美元 同比增长20.04%

据海关统计，2011年1-12月我国纺织品服装累计出口2478.89亿美元，同比增长20.04%，增速较1-11月份的21.2%下降1.16个百分点，连续四个月出现下降态势。其中，纺织品出口946.69亿美元，同比增长22.88%，服装及其附件出口1532.20亿美元，同比增长18.35%。

从环比数据看，12月份纺织品服装出口217.44亿美元，较11月份环比增长6.63%。其中，纺织品出口83.02亿美元，环比增长3.32%，服装及其附件出口134.43亿美元，环比增长8.79%。统计如下(单位：亿美元)：

类别	当月	环比%	1-当月累计	累计增幅%
纺织品服装出口	217.44	6.63	2478.89	20.04
其中：				
纺织品服装出口	83.02	3.32	946.69	22.88
服装及衣着附件	134.43	8.79	1532.20	18.35

工信部：2011年纺织产业运行情况

2011年以来，我国纺织行业积极应对世界经济增长放缓、人民币升值、棉花等原料价格大幅波动、劳动力和能源成本上涨等诸多不利因素影响，加快转变发展方式，不断提升科技、管理和营销水平，全年生产、出口及利润实现平稳增长，但增长速度逐月下滑，行业运行压力加大，部分中小纺织企业经营困难。

一、运行情况总体良好，下半年形势较为严峻

生产保持平稳增长，主要产品产量增速回落。1-11月，规模以上纺织企业工业增加值同比增长10.5%，增速较上半年提高0.6个百分点，纺织行业工业增加值占全国比重为5.7%，较上半年提高0.1个百分点。产销率97.7%，较上半年提高0.1个百分点。

1-11月主要产品产量（规模以上企业）：

纱线（2632万吨，同比增长12.4%），增速较上半年提高1.2个百分点；

布（568亿米，同比增长13.2%），增速较上半年回落2.2个百分点；

化学纤维（3074万吨，同比增长14.9%），增速较上半年回落0.4个百分点；

服装（230亿件，同比增长8.5%），增速较上半年回落4个百分点。

投资保持较快增长，区域结构进一步优化。

1-11月，我国纺织企业500万元以上项目总投资6102亿元，同比增长34.7%；新开工项目数同比增长1.78%。其中，棉纺行业投资1503亿元，同比增长36.8%；化纤行业投资665亿元，同比增长45.8%；服装行业投资1852亿元，同比增长40.0%。其中：

东部地区纺织行业实际完成投资3464亿元，同比增长23.0%；

中部地区纺织行业实际完成投资1869亿元，同比增长55.7%；

西部地区纺织行业实际完成投资496亿元，同比增长51.7%；

东北三省纺织行业实际完成投资272亿元，同

比增长47.0%。

中部、西部、东北地区的投资额占全国总投资额的43.2%，较上半年提高2.1个百分点。

出口平稳增长，四季度增速下降较快。

1-12月，纺织品出口946.69亿美元，同比增长22.88%，增速较上半年回落5.92个百分点；服装出口1532.20亿美元，同比增长18.35%，增速较上半年回落5.35个百分点。出口额增幅递减趋势明显。

经济效益平稳增长，企业亏损较快增加。

1-11月，纺织行业主营业务收入48072亿元，同比增长27.4%，增速较上半年回落3.1个百分点、较同期全国工业低0.8个百分点。利润总额2466亿元，同比增长26.6%，增速较上半年回落14.7个百分点、较同期全国工业高2.2个百分点。纺织行业亏损企业数同比增加28.7%，增速较上半年提高30.4个百分点、较同期全国工业高11.5个百分点。亏损企业亏损总额同比增长75.9%，增速较上半年提高69.8个百分点、较同期全国工业高8.5个百分点。

二、面临的主要问题

国内外棉价差较大。近3个月以来，受临储收储影响，国内棉价保持在19000-19800元/吨之间。

12月29日国内标准级棉价为19173元/吨，而12月27日进口棉折滑准税价为17164元/吨，较国内棉价低2009元/吨。

纽约期货3月交割价格91.63美分/磅（折滑准税价15341元/吨），较目前国内棉价低3832元/吨。

据印度纺织部数据，印度11月国内棉花均价94卢比/公斤，折人民币12000元/吨左右。国内外棉价差较大，使我国纺织品国际竞争力受到较大影响。

国际经济复苏缓慢，需求减弱。2011年以来，世界经济增长放缓，国际贸易增速回落，各类风险明显增多，世界经济复苏的不稳定性和不确定性上升。1-10月，美国从全球进口棉制品

数量同比下降12.27%，增速环比上半年回落4.05个百分点，其中从中国进口棉制品数量同比下降17.56%，增速环比上半年回落2.4个百分点。

资金问题依然突出。融资难、融资贵在纺织行业比较突出。纺织企业贷款利息普遍上浮，1-10月纺织企业利息支出同比增长37.2%，资金紧

张导致企业去库存明显，产品价格下降。

企业技术进步速度不适应外部形势变化的要求。目前，内生驱动式发展模式并未成为全行业发展主流，大部分企业发展主要还是依靠数量取胜，依靠成本竞争，技术进步速度、发展模式还不适应外部环境的变化。

王天凯会长上海调研纺织产业经济运行形势

2011年12月29日下午，中国纺织工业联合会会长王天凯一行赴上海调研，并在中国纺织工业联合会上海办事处会议室与来自棉纺、服装、家纺、产业用、化纤、纺机、专业市场等领域的十余位企业代表共聚一堂，举行了纺织行业经济运行形势座谈会。

王天凯在会上指出，2011年，我国的纺织规模以上企业在生产、销售、出口、利润、投资方面基本上都保持了两位数的增长，但从2011年下半年开始，增幅都在逐季逐月下滑。

由于全球经济环境的影响，2012年我国经济下行压力较大，“对纺织行业来说，至少2012年上半年形势不容乐观，总体压力较大，尤其要高度警惕停产和半停产现象对行业带来的影响。”王天凯还指出，“中央经济工作会议已定下2012年的发展基调是稳中求进，控通胀、稳增长将会成为我们的首要任务，我们既要对自己和行业充满信心，又要做好宏观经济政策‘从紧’的心理准备，自觉调整，加快升级”。

会上，各企业代表也纷纷献言献策。与会企业普遍感到2011年下半年情况要比上半年困难得多，棉价波动、订单萎缩、资金紧张等问题都给企业带来了不利影响，正如某些企业家所言：“全球经济紧张形势不会在短期内缓解，不过这也预示危中有机，企业将再一次洗牌”。为此，各个与会企业也亮出了自己的应对之策。

安徽华茂集团董事长詹灵芝介绍，华茂目前正在全方位地提升管理水平，“要想在下一个春天过得更好，就要先在冬天经历痛苦的折磨。”

在“十二五”期间，华茂的目标是“做出在国际上叫得响的‘王牌纱’”。另据透露，华茂还将兴建一座占地5000亩的工业城，工程一期将占地2500亩，这又将成为华茂未来长远发展的一个起飞点。“中国的纺织人很顽强，也很能干，就算只有一万块钱也要千方百计地活下去。”詹灵芝言语中信心坚定。

天虹集团董事局主席洪天祝最近刚去了印度考察，“现在印度全行业停产40%，现在是最需要信心的时候。”他说。他还以自己的亲身事例来讨论棉花问题。“我们企业2011年上半年赚的钱，到下半年全吐出来了，最后都被金融玩家赚去了。”

洪天祝认为，“棉花配额不可能取消，但税负可以降低”。他建议政府能降低企业的利息和税负成本，以纾解企业目前面临的困难。洪天祝给天虹制定的策略是“跑到成本前面去，或跑到成本低处，关停落后，再扩规模”。

盖奇（中国）织染服饰有限公司董事长王衍筑从事T恤加工业多年，他感慨道，“在沿海地区不做品牌已经做不下去了，做贴牌缺乏话语权，但又舍不得丢掉，所以很多中小企业都在‘撑’。”为此，已花甲之年的王衍筑再次创业，大胆投资冷转移印花技术，2012年还想大胆尝试“厂店直销”模式，以期闯出又一片蓝天。

雅鹿集团董事长顾振华谈起电子商务时喜不自禁。2011年“光棍节”，雅鹿的淘宝旗舰店一天就卖了近千万销售额。在全年8亿多的销售额中，电商就占了1个亿，这让顾振华尝到了甜头，一边给员工发红包，一边立马组建了一支两三百人的

2012年纺织行业运行形势分析及对策

刚刚过去的2011年，纺织产业的发展从经济运行的基本表现来看是正常的，这体现在反映行业经济运行的一些主要指标，比如工业总产值、利润、固定资产的投资、社会零售、出口等在2011年基本上都是两位数的增长。但这些指标的增幅是逐季回落，产业下行压力增大。处于被国际市场低迷、国内棉价波动、劳动力成本上涨及融资难等不利因素包围的环境中的纺织产业，取得这样的成绩来之不易。这得益于我国纺织产业一直在积极推行的加快转变发展方式，不断提升科技、管理和营销水平的发展策略。

工信部对2012年中国纺织产业运行形势的分析：

出口仍可保持一定增长。2012年，世界经济形势总体上仍将十分严峻复杂，世界经济复苏的不确定性上升，国际贸易将保持增长，但较快增长面临较大压力。尽管近年来国内劳动力成本、资源环境成本不断增加，但我国纺织行业产业链完整、技术水平较为先进，在国际竞争中的优势依然存在。预计2012年纺织品服装出口增速将不低于同期国际贸易增速。

内需对纺织增长的支撑作用更强。中央经济工作会议确定了明年经济发展要稳中求进的总基调，并强调了扩大内需、发展实体经济、加快改革创新、保障和改善民生等4方面重点任务。随着国家改革和宏观调控工作的不断深入，国内经济

虽然，2012年，世界经济不确定性上升，经济增长乏力，国际市场依然扑朔迷离。但是，纺织产业是非常基础的物质资料生产产业，不但提供人们的生活必需消费品，更具有多样、广泛的应用领域。完整的产业链、完备的基础配套设施、越来越高的先进技术、管理和经营水平，再加上国家宏观政策和产业政策的支持，中国纺织产业的国际竞争优势将依然保持。预计2012年纺织品服装出口增速将不低于同期国际贸易增速。

将保持稳定增长，国内纺织品服装消费也将继续保持增长，增速预计与2011年基本持平。

行业运行压力继续增大。一是国内外棉价差拉大对行业影响较大；二是劳动力成本、环境资源成本等各要素成本将继续上涨；三是2012年信贷政策虽然有所宽松，但纺织资金紧张对企业的压力依然较大；四是节能减排要求继续提高，企业在节能减排方面将付出更大成本。

“中纺圆桌论坛”第七届年会对2012年中国纺织产业运行形势的分析：

2012年纺织行业面对的环境仍然十分复杂，从大环境看，行业发展形势会趋紧一些，特别上半年形势可能比较严峻。一方面世界经济复苏乏力，将对消费产生明显的负面影响。特别是作为国际市场消费主体的美欧等发达国家经济复苏乏力，失业率居高不下，预计国际市场需求仍将疲软。出口企业面临着需求不足，竞争压力和贸易摩擦将会更加突出。另一方面居民消费增长难度

在加大，国际投资需求有所放缓，预计2012年我国经济增长下行的压力进一步加大。在原料价格波动，劳动力等要素价格上涨，中小企业融资环境尚未达到实质性改善的情况下，纺织作为竞争型行业，可能会面临比较大的困难。

尽管如此，纺织服装作为生活必需品基本属性，也决定了国内外市场需求并不会出现大幅度的萎缩，特别是我国内需市场基本面没有发生

根本变化，城乡居民收入增长仍将保持不低于经济增长的速度，各种改善民生和扩大内需政策措施也将继续落实。随着通货膨胀压力逐步达到缓解，纺织服装国内需求仍有条件稳步扩大，继续成为纺织行业发展首要支持。同时，也应该看到国际市场竞争虽然更激烈，但我国纺织行业所具备成熟的，完整的产业体系形成了集成竞争优势，质量和市场份额方面仍然具有较为明显的国际竞争优势。

与此同时，趋紧外部环境形成了市场倒逼机制，带来新一轮洗牌促进行业升级和调整。因此，预计2012年我国纺织行业的生产效益仍将连续有所增长，规模以上企业主要运行指标，有望保持两位数的增长，但是增速将较上年有所减缓。在经济下行情况下，终端市场对消费品提价承受空间可能会更少，预计行业出口和效益增速

下降的幅度将会比较明显，规模以下中小企业，特别是加工型的中小企业面临的困难将会比较突出。

对策：

根据以上对纺织行业经济形势总体判断，2012年全行业上下应当认真贯彻中央经济工作会议“稳中求进”的总基调精神，以扩大内需为战略基点，按照中央加快经济结构调整，加强自主协调发展的工作要求，对新一年面临的严峻形势和各种困难问题，给以充分客观和清醒的认识，在进一步增强对行业发展信心的基础上，有针对性地采取措施、积极的应对。

中国纺织工业联合会主要从以下三个方面进行应对：

第一，要高度关注中小微型企业和沿海地区出口加工企业的运行情况。一旦外需下降，和国内经济下行，这些企业将会面临更大压力，而影响整个行业的稳定运行。要着力加强调查研究，准确把握这类企业的运行动向，及时向政府有关部门反映他们运行状况和政策诉求，进一步促进国家有关中小微型企业金融支持和结构性减税的政策落实，为他们度过难关，稳定就业，转型发展，营造良好的环境。

第二，受经济下行压力的影响，行业的总量矛盾将会凸显。国际贸易摩擦可能会加剧。为此，一方面要加强行业制约，规范市场秩序和贸易行为，防止过度竞争。另一方面要加快推进结构调整，正确引导企业，扎实练好内功，合理稳妥生产企业运行，加强内部管理，降低生产成本，努力开发新产品、新渠道、新市场，全面履行企业社会责任，竭尽全力做好自己力所能及的事情。

第三，作为行业组织，中国纺织工业联合会将集中力量开展产业政策的分析和研究，积极与政府有关部门沟通协调，立足在棉花流通体制

改革、发展瓶颈、纺织企业减负等重点政策领域能有所突破。认真做好行业性展会、国内市场开拓、公共服务平台建设、技术与信息资讯、产业转移引导、自主品牌建设和管理创新成果推广等基础性的工作，为企业稳定运行提供有效的帮助。

2012年是纺织行业实施“十二五”规划承上启下的重要一年。面临着由大到强转变的关键时期，承担着加快转型升级的艰巨任务，尽管外部环境持续发生了复杂变化，使行业运行和发展面临着各种风险和挑战，但是也只有经历了环境磨练和深度调整变革，纺织行业才能真正成为具有抗风险能力和持续健康发展的产业。只要坚定信心、坚持科学发展、加快调整升级，一定能够化解各种风险，顺利完成2012年稳中求进的发展任务。

纺织服装业信贷环境有望改善

2011年12月30日，工信部与交通银行共同签署了《中小企业金融服务战略合作协议》。工信部部长苗圩表示，2012年我国将出台一揽子中小企业扶持政策措施，并开展“中小企业服务年”活动，重点支持创新型、劳动密集型、创业型中小企业特别是小型微型企业发展，加强引导，完善服务，促进中小企业发展环境不断优化。

苗圩指出，中小企业是促进国民经济平稳较快发展的基础，在繁荣城乡经济、增加财政收入、扩大人员就业、促进科技创新、优化经济结构等方面发挥着不可替代的作用。但是由于受当前复杂多变的国际国内环境影响，2011年以来中小企业发展中出现了一些新情况、新问题，一些中小企业受多重因素影响，生产经营困难，融资难、融资贵问题成为制约小型微型企业发展壮大的主要因素之一。

党中央、国务院高度重视中小企业发展问题，出台了一系列方针政策。此次工信部与交通银行签署《中小企业金融服务战略合作协议》，是贯彻落实国务院有关促进中小企业发展的一系

列政策措施的举措之一。

根据协议，合作内容将重点支持中小企业科技创新、技术改造、节能减排、专业化发展等方面；共同拓展中小企业融资第三方服务；交通银行将深化中小企业金融产品创新，针对小型微型企业金融服务，改革不良贷款率容忍度、尽职免责、绩效考核、表彰激励等内部制度；双方将充分调动并发挥地方中小企业主管部门与交通银行分支机构的积极性，促进协议落实。

苗圩强调，工信部将落实协议作为2012年开展的“中小企业服务年”活动的一项重要内容，认真履行协议承诺和责任，积极发挥统筹协调和组织协调作用，通过加强与交通银行的沟通合作，把交通银行提供给中小企业的信贷规模和各种综合金融服务用好、用足，切实缓解中小企业特别是小型微型企业融资的实际困难。交通银行也将在加大对中小企业服务中获得新的发展空间。

国家发改委出台三项政策促进新疆跨越式发展

日前，国家发改委发出《关于运用价格杠杆促进新疆跨越式发展的若干意见》，出台了实施电气运价优惠、加大收费减免力度、加强价格调控监管等三方面价格政策。

一是实施电气运价优惠，支持新疆经济发展。要通过加大资本金注入力度等措施，提高新疆电力发展能力，降低用电价格水平。取消兰新铁路西段特殊运价和南疆铁路临管运价，改按统一运价执行，并按统一规定的范围和水平收取铁路建设基金。对经兰新铁路由内地运往新疆的部分建材和由新疆运往内地的纺织品，免收部分铁路建设基金。

二是加大收费减免力度，降低企业经营负担。对新疆对口支援受援地区产业聚集园区内的建筑工程项目，自开工建设之日起，3年内减免部分行政事业性收费和经营服务性收费，免收政府性基金。

三是加强价格调控监管，稳定重要商品价格。要扩大价格监测的覆盖面，重点监测喀什、霍尔果斯等重点开发园区以及对口援建重大项目所在地群众生活必需品、重要生产资料的价格变动情况。这些措施，将有效地增强新疆价格调控监管能力，保持居民生活必需品和重要生产资料价格的基本稳定。

林毅夫： 发展中国家应对明年经济形势“做最坏准备”

世界银行高级副行长、首席经济学家林毅夫日前在中国官方媒体撰文称，随着全球经济的不确定性上升，受到发达国家经济恶化的影响，发展中国家的经济前景不容乐观，建议发展中国家对2012年的经济形势“做最坏的准备”。

这篇题为《世界经济复苏的不稳定性不确定性上升-发展中国家能做什么》分析称，欧洲的财政金融危机与美国的财政风险相伴而来，加剧了全球投资者和消费者的不安情绪。这种不安情绪增加了明年出现更为不利的增长情景的概率，迫使发展中国家必须吸取2008年危机的教训，才能在风暴来临时得到保护。

文章称，世界银行所做的模拟显示，随着不安情绪的上升，发展中国家的增长率可能会从2011年的6%左右降到2012年的5.5%左右，而发达国家的增长率在2011年和2012年可能会滑落到2%以下。发达国家的金融问题蔓延到发展中国家，导致增长放缓和减贫成果受到削弱，确切的传导机制因国家而异，传导渠道包括贸易联系、金融系统的脆弱性以及贸易和基础设施融资缩减的风险。

文章建议，发展中国家决策者在对2012年经济形势“做最坏的准备”时可考虑5项措施：

首先，在财政上，减少低效公共支出，明确新的收入来源。建议发展中国家节约开支，扩展收入来源，为一旦再次出现危机采取反周期干预措施构筑财政空间。

其次，在投资上，预备中期项目清单，确定新的增长动力。如果全球经济进入一个旷日持久的缓慢增长期，要想让反周期干预措施发挥作用，就需要着眼于能够在短期内创造就业并有利于促进未来生产率提高和经济增长的项目，包括缓解基础设施瓶颈、绿色投资项目和职业培训等。

第三，在金融上，重视监督防范风险，测

试内资银行能力。建议各国政府监督本国金融系统的稳健性，建立对冲击的防范能力，此类安全保障措施有助于将特别脆弱的金融机构出现的问题化解在萌芽状态。他并建议，为了防止这种状况引发内资银行危机，尤其是在近年来信贷大幅增加的国家，各国应当对其内资银行进行压力测试。

第四，在社保上，改进计划瞄准目标，强化弱势群体保护。建议各国政府为保护弱势群体做好准备，改进社会保障计划，强化社会安全网。

第五，在改革上，以外部危机为契机，推进内部改革进程。外部冲击可以成为推动内部改革的时机，建议发展中国家准备一些必要的改革措施，这些改革既要有利于改善长期发展前景，又要能在爆发全面危机的情况下迅速加以实施。如减少浪费，提升公共支出的质量，提高公共部门的效率等。

文章最后表示，发展中国家是推动全球经济的火车头，在过去5年贡献了全球增长的2/3。保持发展中国家的增长势头，对于其自身的继续发展和全球稳定都十分重要。发展中国家如果未雨绸缪，做好准备，就能在风暴来袭时安然度过，并为全球复苏做出贡献。

2012年要做好贸易大战的准备

2012，最难预测、最复杂、最严峻、最困难。

今天整个中国面临什么样的危机和挑战。我的分析是三个“大”，2012年政治经济都处于大动荡、大调整、大变革的情况。2012年有五个地方要进行引人注目的选举和过渡，其中包括中国、美国、俄罗斯，还有中国的台湾和香港地区。

2012年，欧债危机会不会导致全球经济的大衰退？我去参加中欧高层对话，欧洲债务2012年3月份是一个坎儿，我对它的判断是：四个“失”。一是判断失误；二是当前债务失控；三是应对失当；四是信心丧失。

说到底，欧洲债务是内债不是外债，是欧洲财政不健康。从欧洲历史上看，各国都不一样，长期互相勾心斗角。我在法国的时候，看到《费加罗报》上的一个大标题：新的一场战争，就是法国的萨科齐和德国的默克尔。2012年欧洲债务

就是如此。如果欧洲债务解决不了，我认为可能要退到第二次世界大战以后的全球经济衰退。国际货币基金组织(IMF)如果能救它一下，还是有救的。至于我们，救急不救穷，我可以买你的，但现在不能买；什么时候能买？IMF出手后，我建议中国政府以适当的方式买适当的债务。

关于美国债务，美国经济危机是由于QE2(二次量化宽松)大量发行造成的，我的观点是，QE2所造成的表现是一支强心针；2012年QE3有可能出台，这就影响再次的货币量化的宽松政策，会带来更大的麻烦，受损害最大。

2012年的形势，总体来说，我认为是自2008年金融危机以来最难预测、最复杂、最严峻、最困难的一年。

针对我们的贸易战会更多，我们该如何应对？

第一，在当前内需还没有达到我们满意的时候，甚至有些条件欠缺的情况下，又不能再进行一次4万亿投资，那么对于我们的另外一个发动机就是进出口，一定要加强。2012年出口下滑趋势明显，我估计2012年我们整个贸易增长是个位数，不像以前两位数增长，其中最重要的是，我们的出口将会逐渐下滑。要做好2012年贸易有逆差的准备，但这时候也是我们调整外贸结构的最好时期。

我们跟发达国家顺差太多，不仅要进口它的现金、设备，还可以进口它的高端消费品。我不太同意奢侈品这个概念，奢侈品在中国有时代性，30年前手表、缝纫机、自行车就是奢侈品，现在这些都不是。我们可以在欧洲进口高档的化妆品、箱包、首饰，包括手表，要加大力度降低关税，这样才能刺激内需。

第二，2012年要做好做贸易大战的准备，现

在各国都在保护自己，都在降低货币的汇率以增加出口，包括美国总统奥巴马三年翻番的出口计划。2011年是我国加入世贸10周年，我们已经是世界最大的反倾销、反补贴的对象，2012年会更多，而且除了发达国家，我们的朋友、新兴国家也会针对我们。

第三，2012年我国中小企业会遇到更大的困难。2011年虽然困难大一些，但还可以挺一挺，2012年欧盟市场萎缩，中小企业还来不及转型的时候，需要政府扶持一把，需要政府在严冬下给它一个温暖的“棉被”或者“暖房”，2012年中小企业要做好打算。

我们还要做好2012年整个国内人民币浮动，特别是上下浮动幅度比较大的转变，有可能人民币上升幅度高一些。

在应对措施方面，有四点必须要注意。

第一，注意美国的动向。美国当前正在推TPP(泛太平洋战略经济伙伴关系协定)，对多哈谈判不再感兴趣，它认为全球化受益最多的是中国。有一位美国前官员跟我说，有好几个东西是美国主推的，但受益的是中国：一是互联网，二是绿色和环保，三是全球化。只要是WTO国家，你和它谈价格，我也享受，但TPP不一样，它只是双边。TPP的核心就是把中国排除在外，但是我们也不用怕。

第二点，一定要抓紧转型。我们进出口不再拼消耗、环境污染和劳动力成本，转向服务贸易，如果说加工贸易是解决农民工问题，服务贸易就是解决大学生就业问题。

第三点，要利用走出去这个有利时机，要抱团，单打独斗不行，政府要搭台，同时要把旅游资源做好，旅游也是一个服务贸易。

最后是人民币。我觉得目前应该加大人民币的国际化，人民币在汇率浮动机制和国际化问题上要采取“三边”政策：边看边推边改；很重要的一点就是加快推进力度，尽快使人民币国际化，其中可以包括和周边的国家签订人民币使用额度，劳务承包通过人民币结算。

(文/魏建国：中国国际经济交流中心秘书长、商务部原副部长)

14 纺织贸易

巴西拟改变进口纺织品计税方式

2011年12月28日，巴西财长表示，为保护国内纺织业免受外来不正当竞争，巴西政府目前正在制定一项新的关税措施：将进口纺织品的进口税计价方式由目前的“从价关税”（根据产品价值来计算）改为“从量关税”（根据产品重量来计算）。巴西政府还计划向世贸组织申请，将此措施转为临时特保。

巴财长预计此项新措施在3个月内正式生效，有效期为10年，并称此举有效地打击了低价报关等不正当竞争行为。他说：“一些进口西服的报关价竟然低至1.5-3美元，这个价格连一个扣子都买不到。”

巴西发展工业和外贸部表示，该项措施还需外贸委员会的审批。有关人士认为，即便财长已宣布该项措施，但业界对其还存在争议。

巴西纺织品和服装工业协会主席称，2011年外来不正当竞争已导致巴西纺织业15000名员工失业。巴西同中国、印度及巴基斯坦的纺织业竞争环境并不平等，后者依靠政府的扶持和补贴。

据悉，巴西政府在世贸组织内也将遇到强大阻力。“从量关税”主要用于大宗商品，如农产品和矿产品等。“从量关税”在纺织品上的运用是史无前例的，因为无法体现纺织品真正的附加值，譬如一件优质的西服和一件廉价的西服缴纳的进口税是一样的。巴西财长说此举是为了打击低价报关等不正当竞争行为，但世贸组织认为这个问题应该从政策层面上解决，而非税制层面。如果巴财长欲向世贸组织提起特保，阻力也不会小，因为须向世贸组织证明进口量大增并对其国内工业造成巨大损失。

中国外贸的突围之道

当前的中国外贸面临着三重严峻压力。第一重压力源于世界经济形势不佳导致的外需减速；第二重压力来自外部竞争加剧，这种竞争不仅来自发展中国家，更来自次贷危机之后力推“再工业化”的发达国家；第三重压力来自国内成本不可遏制的上升势头。除此之外，2012年外部世界的战乱风险也不可忽视，而且某些潜在战乱风险紧邻我国，与2011年爆发在中国国境万里之外的利比亚战乱风险相比，一旦成为现实，其潜在冲击力不可同日而语。

面对外部市场的高度不确定性，中国经济该如何突围？

尽管我们应当扩大内需，但片面依靠内需的路线并不可行。实际上，自从2000年以来，内需就已经是中国国内生产总值（GDP）增长的主要源泉，在最终消费支出、资本形成、货物和服务净出口三大需求中，货物和服务净出口对历年经济增长的贡献率除了2005年一年之外，其余历年贡献率都不足20%。所以，单靠强调扩大内需，从价值形态上讲，并不足以经济增长增添太大动力。与此同时，由于我们众多制造业产能和出口量占世界很高比例，动辄超过50%，甚至高达70%~80%，单靠国内市场无论如何也无法消化，出口市场必不可少。

在2012年，中国外贸仍然有希望继续维持一定的增长速度。其根本原因并不是中央经济工作会议已经决定保持外贸政策的连续性和稳定性，而在于中国经济基本面在以下几个方面的优势。

首要优势源于较高的宏观经济稳定性。较高的宏观经济稳定性赋予了中国产业额外的竞争力，因为在一个更可预期的环境中，企业规划的风险显然要低得多。尽管越南、印度等后发展中国家的货币贬值被某些人视为其出口制造业相对于“中国制造”的优势之一，我们也不必以为货币贬值就一定能够赋予一国出口更强的竞争力，因为货币大幅度贬值通常意味着输入型通货膨胀压力猛增，不仅直接干扰企业经营，更因为损害居民生活水平而容易引爆更多的罢工潮。

与此同时，通过产业升级、提高国际市场份额、对外直接投资等方式，中国产业界已经明显增强了在国际市场的话语权力，这一点在今年中国出口价格的大幅度上涨上面表现得相当突

出。在2011年前8个月，中国出口平均价格上涨10.3%，高于去年同期9.1个百分点；传统劳动密集型产品价格上涨更为突出，7月份纺织服装平均出口价格上涨24.7%，鞋帽平均出口价格上涨18.5%，而这是在“中国制造”占有的市场份额没有明显下降、在出口市场最终销售价格没有上涨的情况下发生的，表明中国出口产业在整个国际价值链上所得收益份额有了明显提高。

同时，中国正在逐步超越单纯依赖价格竞争力的阶段，越来越多地依靠人力资源、公共服务效率、基础设施、产业配套等方面的优势。即使是成本上升的压力，在可预见的未来，中国也能依靠国内产业转移而消化掉相当一部分。

中国对外贸易继续保持增长势头，对整个国际贸易体系、对中国的贸易伙伴都是佳音，即使对与中国存在竞争关系的国家和企业也不例外。这不仅仅是因为中国一国就占了全球贸易额的10%以上，更因为中国进口增速领先世界，从而为贸易伙伴创造了分享繁荣的机会。根据中国《海关统计》和世贸组织2009年、2010年《世界贸易报告》数据，2009年，世界进口萎缩24%，中国进口只下降了11.2%。2010年，中国进口增幅更高达38.7%。今年前11个月，中国进口又同比增长26.4%，高于同期出口增幅5.3个百分点。

（文/梅新育 商务部研究院）

孟加拉国的成衣服装辅料实现自给自足

孟加拉国在成衣服装辅料例如纽扣、拉链、挂钩、橡皮筋等方面不再依赖其他国家，因为目前，孟加拉国已经能够生产足够数量的服装辅料。

孟加拉国成衣服装辅料部门经历了长期的发展，自90年代初以来，孟加拉国当时完全依赖进口，到目前已经有能力满足当地的需求。几乎96-97%的服装辅料目前由当地制作，这支持了该国的成衣服装部门。几个国际采购机构，例如

潘尼百货、海恩斯莫里斯公司、沃尔玛、皮尔卡丹等为他们的产品指定了当地的辅料制造商。因此，孟加拉国在成衣服装辅料的生产方面，已经实现自给自足。

由于成衣服装出口上升，孟国的成衣辅料管理部门也取得了良好的成绩，设定了2018年实现120亿美元的目标。如果政府给予该行业政策支持，该行业将更具有竞争力。

美国从海地的服装进口急剧上升

在2011年的前8个月，美国从海地的服装进口急剧上升了46%，这应当部分感谢美国加勒比海盆地计划带来的关税利益。

2009年，美国从海地的进口上升了26%，受到2010年1月份地震的严重影响，2010年美国从加勒比海盆地计划国家的总进口同比上升了7.4%，达到101亿美元，但是低于2008年的195亿美元。

此外，哥斯达黎加在2009年失去了受益国的地位，在2008-2009年，美国从哥斯达黎加的服装进口从101亿美元下降到39亿美元。

在向国会提交的关于加勒比海盆地经济恢复法案的第九份报告中，美国贸易代表事务处说，

加勒比海盆地计划继续对受益国产生重要的利益。

海地从最近几年许多关税削减立法中获益，成为2009年加勒比海盆地计划关税特惠法案中美国的第二大进口来源地，海地向美国出口产品中有90%是服装，这些服装中的大多数从美国的关税削减法案中受益。海地目前为美国几乎所有的服装从加勒比海盆地国家进口负责。

这份报告认为，美国通过加勒比海盆地计划同加勒比海盆地的国家建立了约定，对培育参与国的积极参与和深化地区的各种促进贸易自由化的行为提供了重要的机会。

12月份美国消费者信心指数连续第四个月环比上涨

密歇根大学和汤森路透集团联合发布的12月消费者信心报告显示，美国12月的消费者信心指数连续第四个月环比上涨，高于市场预期。但是，由于美国国会尚未通过薪资税减免延期案，消费者信心的连续增长势头可能逆转。

12月密歇根消费者信心指数的终值为69.9点，超过11月的64.1点。12月指数的初值为67.7点。据汤森路透集团调查，经济学家平均预期12月信心指数的终值约为68.7点。消费者信心上涨

可能主要与汽油价格下降，以及首次申请失业救济人数的减少有关。

消费者信心指数涵盖消费者对个人财政状况、商业和消费环境等多个方面的评估等。在过去经济衰退爆发之前的一年中，该指数的均值约为87点。经济学家颇为关注消费者信心，因为借助它可以感知消费者开支的发展方向，而消费者开支在美国经济总量中占有三分之二的比重。

市场竞争激烈升值抵消利润——日本纺织业：经历调整之年

2011年日本经历了大地震，遭遇了国际金融危机的影响及日元升值的压力，那么2011年日本

日系服饰掀起“进驻中国潮”

2011年，针对中国80后消费者的日系服饰品牌纷纷进入中国，并引发了中国时尚市场的新一轮洗牌。日本Mash Style Lab公司在上海梅龙镇伊势丹百货推出了在华的首家Snidel直营店，开业首日销售额达40万元。目前Snidel在该百货商场3~5层女装品牌中销售额达最高。据上海梅龙镇伊势丹百货总经理称，该品牌以80后为消费对象，敏锐地捕捉到了年轻人喜爱的时尚元素，同时公司有针对性地对内部进行装修及改造，使该品牌顺利打入了中国消费市场，Snidel等日系青少年服饰品牌的进驻，也成就了伊势丹的兴旺。

上海久光百货的前副店长出茂树介绍称，“上海从去年下半年开始向青少年时尚行业进军，商业设施不断增多并日渐成熟。随后日系品牌进入中国的现象也出现暴增，如今年新进驻的日本品牌Cube Sugar、Supreme.La.La等，并且销售业绩已显成效”。

然而，针对80后消费者的日系品牌的大量进驻，也使中国的服饰品牌市场竞争呈现白热化。

同地域商圈竞争加剧

2011年，博多、梅田、东京的有乐町等商圈出现了大型商业设施建设潮，这打破了长期以来市中心商业设施与郊区购物广场之间竞争的格局，而转为同地域商圈内的竞争。新商业设施建设的企划方案将会如何影响银座地区？这个问题从新商业设施开工起便备受关注。

去年10月15日，东京有乐町地区的阪急Mens、Tokyo开业，10月27日Lumine有乐町店开业。两家商场开业2天后，销售额各达2亿与4.5亿日元。此后，银座地区的其他商业设施的销售额不但未受到影响，有乐町附近的客流量还因此呈现增长。据悉，该区域20~40岁的消费人群也有所上升。随着商场数量的不断增长，竞争也愈加激烈。银座附近的丸井、有乐町、丸内地区商业设施的增加，多少加剧了小范围内的竞争。

纺织业存在哪些特点？对2012年的发展又有何导向作用？

多数企业在去年4月前的销售额稳定，但此后成熟女装的销售额开始出现下滑。从2011年夏季开始，各大百货商场的销售额均出现回落，秋季以后，受房地产价格低迷的影响，单价较高的日系服饰产品的销售额也出现下滑，这些都致使下半年整体销售呈现低迷。上海大型商业设施去年10月份的销售额也呈下降趋势，11月份销售额低于往年业绩的也不在少数。去年11月，中国100家大型零售公司的服装产品销售额与上年同期比增长了10.3%，环比下降了6.5个百分点，刷新了最低值。中华全国商业信息中心分析指出，价格上涨是引发消费收缩的主要原因。

今年是某日系服饰厂家在华拓展业务的第二年，公司在华负责人称：“被日本市场接受的东西，不一定也能吸引中国消费者。在这样的市场氛围下，企业需要开发出符合中国市场的产品，发掘市场需求将成为企业下一步的发展重点。”

目前涩谷、新宿的商业设施开发计划正在稳步进行。市内商圈间的竞争会更加激烈。因此吸引更多层面的客流将成为扩大市场份额的关键。

去年春天以来，大阪市中心商业设施的新建、增建项目频繁。JR大阪新建的大阪Station city与JR大阪三越伊势丹、Lucua和大丸大阪梅田店的新增营业面积合计约9.4万平方米，总营业面积超过13万平方米，晋升为最大规模的商圈。大阪Station City开业半年到店人数达7200万人次。目前来看，虽然商圈客流量有所增长，但鉴于此前业界预测的供应过剩，商圈整体的销售额并未呈现上涨态势，竞争也更加白热化。Lucua开业半年的销售额约为190亿日元，年度客流量达2400万人，超出预计的1900万人，公司预计其年营业额将高达320亿日元。大阪三越伊势丹的销售

额约为177亿日元，客流量1820万人次，但销售额未达到预测的550亿日元，仅为350亿日元。大丸梅田店则由于受新装开业销售额低迷的影响，2011年的销售额为640亿日元，比目标值低了30亿日元。

2012年秋冬新装发布后，阪急百货梅田总店

日元升值出口利薄

2011年美元、欧元对日元汇率刷新了史上最低值。日元短时间内迅速飙升，加之希腊财政问题引发了欧盟的财政金融危机，这些因素使世界经济环境动荡不安。日本出口产业也因此受到了严重影响，但对国内纤维时尚产业的影响不大。震后重建的市场需求带动了内需消费，除了一般消费品外，高级品及高价产品市场也在今年下半年呈现出活跃态势。

灾后复兴有望使大部分日本企业在2012年上半年保持营业额增长。但欧债危机将使新兴发展中国家的经济遭到重创，对日本经济的影响也不容乐观。

美元对日元汇率目前仍维持在77日元~78日元的水平。欧元也由于欧洲债务危机，曾经出现了1欧元=100日元的尴尬局面。

对外贸易方面，2011年1月~10月，出口欧美的纤维产品在日元升值的情况下，仍然保持着增长的态势。但合计换算为美元后仅为9亿美元（同比增长23%），对北美出口额仅为5.37亿美

准备开业，目前建设中的Grand Front大阪的营业面积为8万平方米，计划2013年全店开业。大阪梅田商圈的商业设施营业总面积还将继续增长。难波、阿倍野等区域的商业设施如何建设的更富有吸引力将成为争取客流的重要因素。

元（增长7%）。服装进口额增长14%，达21212亿日元，呈进口大于出口的产业态势。

海外生产方面，中国人工成本上涨、劳动力不足令人担忧，因此在第三国建厂补充生产企业势在必行。但与物流成本的增长及通胀因素相抵后，未必能达到削减成本的目的。尽管如此，服饰采购价格下调的强烈市场愿望，抵消了日元升值带来的利润空间。

投资方面，为了充分利用利好因素，在中国及第三国的商社、服饰企业、生产零售商等纷纷增加了对当地工厂的投资。

2011年1月~10月，欧洲进口累计增长14.1%达785亿日元。从事进口批发及海外品牌营销的日本法人充分利用汇率利好，实施了战略性的降价。虽然欧洲的经济恶化直接影响了日企在当地的发展，但由于大多数日企面料厂家及商社在欧洲的业务规模偏小，受到的影响也相应较小。相比之下，投资公司拥有的境外品牌更多，因此预计未来日本企业对品牌的收购数量会有所增长。

印—欧自由贸易协定将促进印度纺织服装出口

据业内专家称，早日实施印度-欧盟自由贸易协定(FTA)，将促进印度纺织品和服装出口，目前谈判已进入最后阶段。印度-欧盟自由贸易协定，被称为双边贸易和投资协定“(BTIA)”，协定提议，在未来的10年期间，削减90%的双边交易商品的关税，最终全部取消关税。印度纺织工业广泛同意政府削减欧盟产品的关税，最终降至零，因为，这样做将有利于促进出口，让国内企业受益。

在2010-11年度，欧盟占印度纺织服装出口总额268亿美元中的大约30%，为80亿美元。2011

年1月-9月期间，在印度与欧盟的纺织品服装贸易中，欧盟从印度进口的纺织品服装总额接近60亿欧元，其中，服装进口39.3亿欧元，非服装纺织品进口20.6亿欧元。相比之下，印度从欧盟进口的纺织品服装可以忽略不计，尤其是成品。

印度对来自欧盟的面料和服装征收10%的从价税。但是大部分面料和服装被征收从量税。在这种情况下，从价税或者从量税是按照哪种高，就征收哪种。由于欧洲产品通常很贵，因此，大部分产品只被征收10%的从价税。

谁在为行业发展“擂鼓助威”

2011“中纺联”行业展会盘点

2011年世界经济：全球经济活动放缓，一些主要经济体经济增速下滑，一些国家主权债务问题突出，国际金融市场剧烈动荡，国际贸易增速回落，各种形式的保护主义明显增多，贸易摩擦加剧。新兴经济体面临经济增速放缓和通胀加剧的双重压力。根据世界贸易组织最新发布的《年度报告》，2011年全球贸易出口增幅比前预测的6.5%下调至5.8%。其中发达经济体的出口增幅由4.5%下调至3.7%，发展中国家的出口增幅由9.5%下调至8.5%。

2011年中国经济：宏观经济平稳运行，但面临复杂形势，经济结构调整压力加大，资源环境约束强化，改善民生和维护社会稳定任务艰巨。举国上下面对复杂多变的国际国内形势和艰巨繁重的改革发展稳定任务，紧紧扭住科学发展、加快转变经济发展方式主题、主线，加强和改善宏观调控，正确处理保持经济平稳较快发展、调整经济结构、管理通胀预期的关系，加大解决突出问题工作力度，巩固和扩大应对国际金融危机冲击成果，促进经济增长由政策刺激向自主增长有序转变。实现了“十二五”时期良好开局，为继续实施“十二五”规划、实现全面建设小康社会宏伟目标奠定了坚实基础。

2011年中国纺织经济：2011年，行业上下积极应对世界经济增长放缓、人民币升值、棉花等原料价格大幅波动、劳动力和能源成本上涨等诸多不利因素影响，加快转变发展方式，不断提升科技、管理和营销水平，全年生产、出口及利润实现平稳增长，但增长速度逐月下滑，行业运行压力加大，部分中小纺织企业经营困难。

与此同时，作为行业发展“风向标”以及行业开拓国内外市场的重要载体的纺织行业展会，不管是在行业面临危机时期的“雪中送炭”、“增强信心”，还是在升级、转型过程中所起的商品贸易平台、上下游产业链和国内外广泛合作的联系纽带和产业创新的窗口作用，都充分体现出行业展会对产业发展的重要促进作用。

2011年，由中国纺织工业联合会主办，纺织贸促会、法兰克福（香港）有限公司以及各相关专业协会联合承办的涵盖纺织完整产业链的纺织专业展会也取得了不错的成绩，展会规模和质量均有提升，为行业的发展“擂了鼓、助了威”。

1、中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会

关键词：品牌 科技 融合

本届展会吸引了16个国家和地区的1200家展商，总面积达50000平方米，老展商占63%，24场研讨会，到场观众超过25000名，来自66个国家和地区。

对于大多数中国面料企业而言，3月30日在北京举行的第十七届中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会，是今年出征的第一个重要战场。展会沿袭了一贯的作风，将专业展会融合品牌之力，打造更有效率的产业链上下游交流平台。面对原料与劳动力价格的上涨，面料企业也不再只强调单军强行突破，而是运用“融合”。

经过金融危机的洗礼，国内外展商更着重于新纤维、新技术的研发和在产品的设计、创新上的不断探索，国内的很多纺织企业引进先进设备和技术资源，并在人才培养和产品研发上加大力度。科技不仅成为推动纺织行业前进的强劲动力，也为专业展会的再一次提速发展贡献了力量。

品牌汇集，是面料辅料展发展至今的又一大优势，国际化、专业化展会的强大磁场不仅吸引了众多国内外优秀品牌参展，也带动了下游服装品牌到此掘金。

2、中国国际纺织纱线（春夏）展览会

关键词：新 特 精

本届展会吸引了9个国家和地区的97家展商，总面积达5500平方米，到场专业观众3470名，来自46个国家和地区，其中海外观众290人。

一直被认为相比之下规模较小的春季纱线展从2003年开始已经第8个年头，从当初的起步难、涉及面窄，一路发展到今天，取得了巨大的成绩。踊跃的参展商、固定的观众群，让纱线企业的参展热情不断高涨。

作为纺织产业的源头展，纱线展的专业性主要体现在新技术、新工艺、新产品和新趋势上。本届展会呈现出“名企多、创新多”，展会活动层次多以及展馆展位特装多特点，展会效果高出预期，得到展商的充分肯定。

3、第十九届中国国际服装服饰博览会(CHIC)

关键词：发现 设计 时尚

汇聚19个国家和地区千余品牌。市场品牌和时尚品牌参与度与往年相比有了较大提升。

男装展区：时尚锐意且大气磅礴，实力派品牌增多，并且表现出了越来越多的时尚元素；

休闲装展区：汇集诸多优秀时尚潮牌，时尚运动崭露头角；

女装展区：近20000平米面积，日本品牌表现突出，杭州老品牌强势参展；

内衣/羊绒展区：融入女装展区，内衣参展品牌数量翻倍；

皮革/皮草展区：国内龙头品牌积极参与，海宁、辛集产业集群强力出击；

服装类资源展区：品类丰富，优秀品牌参汇集；

羽绒展区：新老品牌争先亮相，时尚度明显提升；

童装展区：活动等精彩、秀场活力十足，青少类童装表现突出、海外童装参展小成气候；

时尚饰品展区：时尚饰品品牌剧增，品类多样齐全，高端品牌均大增，“设计师廊”由时装设计师，专业设计机构，设计师工作室等构成，独立分区，专业性增强，体现了最前沿的设计理念与力量，并开启了中国设计师时代的发现之旅。

4、中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会

关键词：应需 设计 渠道

本届展会吸引了216家海内外展商，总面积达3000平方米，到场专业观众9755名，来自45个国家和地区，其中海外观众374名。

4月2日开幕的首届“中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会”是一次全新的尝试，并且取得了圆满成功。这是家纺规模经济发展到一定程度的必然，也是家纺企业招商加盟呼声的回音，更是扩大内需拓展市场的要求。”

中国家纺协会会长杨兆华将展会定位为：“推动中国家纺业稳步发展，促进家用纺织产品的国际贸易，倡导中国家纺的原创设计，展示世界家纺优秀品牌，开展中外家纺交流合作，发挥平台、窗口和纽带的作用。”这为展会未来的走向定下了基调和旋律。首届展会的圆满成功也验证了展会定位的科学性。

5、深圳国际纺织面料及辅料博览会

关键词：专业性 产业链 对接

本届展会吸引了300家海内外展商，总面积达9200平方米，到场专业观众13383名，来自36个国家和地区，其中海外观众883名。

深圳国际纺织面料及辅料博览会与深圳服装服饰交

易会携手，同期同地举办，两展会相互促进，服务珠三角地区，为纺织产业的上下游对接搭建了一个高效的贸易平台，为纺织产业的又好又快发展发挥了重要的作用。

6、中国国际家用纺织品及辅料博（秋冬）博览会

关键词：传承 跨界 环保 科技

本届展会吸引了1159家海内外家纺企业，总面积达126500平方米，创历史新高，到场专业观众41018名，来自107个国家和地区，其中海外观众6144名。

本届展会非物质文化遗产展区面积扩大至400平方米。通过非物质文化遗产的展示，设计师可以从历史文化中学到知识，再变成自己的设计灵感、原创元素，提升了中国家纺产品的设计水平。

在此次展会上，很多中外展位不限于陈列单一的家纺产品，而是陈列出如床品、芯被、毛巾、浴袍、家居服等产品，“大家纺”趋势愈加明显。这种跨界陈列表现出完整的家居氛围，给经销商更多启发。

绿色环保是今年家纺展引导的一个重要方向。本届展会积极提倡节能减排、绿色布展。众多企业纷纷响应，采用环保材料装修，将展会道具二次利用。

本届展会上，不少企业借助功能性家纺产品打出了品牌特色，高附加值的科技家纺产品，获得了市场的认可。越来越多的展商在重视品牌的同时，更加注重科技对品牌的贡献。

作为亚洲规模最大、档次最高的家纺专业展，本届展会吸引了大量的国际参展商，来自意大利、土耳其、印度、德国等国家的家纺产品和中国家纺产品同台竞技，海内外企业兼收并蓄。

7、中国国际针织博览会

关键词：新产品 老牌新颜 国际化 时尚

本届展会面积12000平方米，海内外参展企业200余家。

针织展尽管只有一个馆，规模虽不大，但看点却很多：

本届展会上的新产品种类繁多，有纯天然的，如汉麻、竹纤维、木棉纤维，也有生态环保的蟹壳纤维，还有功能性产品，凉感、抗菌、吸湿排汗……不胜枚举。更有一些新科技产品，如盖奇的冷转移印花，在倡导节水、环保的当下，冷转移的受关注在情理之中。

展会上另一个吸引眼球的是，那一张张年轻的外国面孔。除了年轻的模特，更有年轻的设计师。中国市场，在他们的概念中，除了庞大还有神秘。在中外融合不断强化的当下，中国的时装界将开出怎样的花朵，我

们拭目以待。

出了新产品、新面孔，展会上一批“中华老字号”级别的内衣品牌，如三枪、铜牛、红豆、即发、雪竹、AB……的出席，不但印证了他们在行业内龙头老大的地位，也向伴随其成长的业内同仁展示他们最新的面貌和生机。

本届展会的国际性显著提高，体现在来自日本、意大利等海外的展商展团，还有意大利模特，以及来自加拿大的设计师们。他们的出席，让人们越来越感到时尚的无国界。

展馆内的T台是人气最旺的地方，召唤观众的不仅仅是震耳欲聋的音乐、美丽的佳人，更有在潮流之上的时尚。

8、中国国际纺织纱线（秋冬）展览会

关键词：专 新

本届展会面积为3000平方米，除我国内地参展企业外，还吸引了来自印度、巴基斯坦、新加坡、泰国、越南以及我国香港地区的60多家展商。

虽然本届展会参展面积比上届减少，但展会的专业性以及现场的商务氛围并未减少。囊括了行业普遍关注的功能性纤维、差别化纤维、高性能纤维、特种纤维以

及新型化学纤维的新型科技产品吸引了许多专业观众参观驻足。低熔点纤维、原液着色涤纶超细纤维、竹节纱、特种云斑纱、长丝短纤包芯纱、紧密纺纱、天丝、莫代尔、水溶纱线、无捻纱和中空纱等纱线产品的亮相，充分体现了目前纱线研发的趋势和大众的消费需求。

9、中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会

关键词：提升

延续之前的规模和影响力，本届博览会使用了13个展馆，展出面积达15万平方米，展馆数量和面积创历史新高。来自23个国家和地区的3108家参展商携最新产品参展，其中国内参展商2185家、海外参展商923家。

在国内外行业人士的眼中，以上的数字只是这一集国际化和专业性为一体的展会最表象的一面，展会真正吸引世界各地参展商、采购商、专家学者每年都趋之若

鹜的原因，在于它一直都在认真谛听行业发展的强劲足音，从行业的需求出发，引领最新的潮流导向；提供上下游、国内外的对接平台；提升国内外面料企业从内到外的形象和水平，打造专业的品牌展会。

本届展位搭建一改往日形象，不仅更换了最新的设计与材料，体现了更强的功能性与美观性，展会全场还开设了3个入口大厅，方便买家进馆登录。可以说，这一次的变革预示着展会自身形象的完美提升。

输韩纺织品须注意安全和质量标志新规定

日前，韩国向WTO秘书处提交了“纺织品安全和质量标志标准修正草案（G/TBT/N/KOR/330）”。为确保婴幼儿和儿童的安全，该修正草案规定，在纺织品中限制使用镍重金属，要求在易燃的睡衣上标示警示语，以及儿童用品所使用的包装袋限制使用邻苯二甲酸盐（酯）增塑剂等。

为此，检验检疫部门提醒生产企业和贸易公司，一是在新法规实施过渡期间要注意避风险，与韩国客户签订加工合同时，要对产品设计的符

合性及其责任归属做出明确规定；二是加强对客户来样设计的安全项目审查，一旦发现客户设计缺陷，应及时沟通并修改设计方案，确保符合进口国法规要求；三是企业要加强自检自控体系建设，提高实验室检测能力，确保对出口产品小部件能进行有效的拉力测试。此外，对韩国出口纺织品的企业要规范使用镍重金属、邻苯二甲酸盐（酯）增塑剂，严格执行检验检疫局对于出口韩国纺织品安全和质量标志标准检测的要求，避免经济损失。

2012“春夏纱线展”：时尚 科技 低碳

八年风雨，八年收获，经过中国纺织工业联合会旗下各专业协会和纺织纱线、纤维企业的共同努力，中国国际纺织纱线展览会为带动我国整个纺织产业链的发展和国内外纺织业的合作与交融做出了不可估量的贡献。

2012年春天，纱线展作为三月“纺织春季市

参与意味着机会，交流酝酿着合作

最齐全的行业信息，最真实的市场趋势，在展会中还将继续举办12/13年产品流行趋势发布，引导企业进行技术升级及产品更新换代，将先进时尚的纱线、纤维、针织品及针织面料展示给观众，引领下游行业的新技术和发展趋势（目前趋

时尚引领潮流，科技带来享受

此次展会将以全新的理念和崭新的姿态呈现给大家，纺织业未来的发展趋势必将从这里初露端倪。为促进行业产品创新，提升企业竞争力和中国纤维品牌的影响力，我们今年特邀请中国化纤协会锦纶专业委员会、纺织化纤产品开发中心携手锦纶企业打造“多彩生活、时尚锦纶”展区及活动。集中展示由锦纶及相关企业自行开发的新纤维成果，如吸湿排汗、抗静电、抗菌、远红外、

海外企业强势进入中国市场

展会是行业的风向标，通过展会看现象、看本质。本届展会海外企业纷纷强势登陆中国市场，来自印度、巴基斯坦、土耳其等国的纺织纱线企业组团参展，届时近40家海外知名企业将汇聚北京，他们除了希望通过参展寻找其在中国的代理商外，也希望借助世界上为数不多的专业纱线、纤维展会吸引更多的世界各地专业买家。来到这里您可以与来自纱线、纤维王国的专业人

场大行动”三大活动之一将于3月29-31日继续在北京中国国际贸易中心1、2号馆如期举行，展示面积5500平方米。此次展会将继承八年来的辉煌成果，以“时尚+科技+低碳”为主题，呈现给业界一个全新体验！

势展品征集工作已经开始，欢迎您的参与）。公平、互动、灵活的贸易平台，一百多家国内外知名纱线、纤维企业联袂出演，他们已经迫不及待……

负离子、导电、抗紫外线、阻燃、高强及复合超细、细旦异型、高弹性、全消光、增白、环保色纺等新型纤维及产品。

同期还将举办创新产品成果发布、“2012纤维流行趋势”发布及分析等活动，由业内专家为与会者深入解读纤维产品的最新发展和应用。

士交流、沟通，在这里您可以寻找到更多的新产品、新技术、新朋友。

届时纱线展将继续与中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会，中国国际服装服饰博览会同期举行，三展联合出演，集各家之长，现魅力之光。

中国纺织品服装贸易展览会（纽约）春季展开幕

由中国纺织工业联合会主办，中国国际贸促会纺织行业分会（以下简称“纺织贸促会”）与法兰克福承办的中国纺织品服装贸易展览会（纽约）春季展于2012年1月16日至18日在纽约贾维茨会展中心拉开帷幕。此次展会有来自江苏、江西、山东、浙江、广东、黑龙江、上海等省市地区的50余家中国参展商到会。展商和展品结构更加优化，展示了中国企业提升产品结构、用附加值的提升来应对行业发展面临的诸多挑战的阶段性成果。同期同址举办的texworld面料展同样吸引了全球150余家展商。服装与面料产业链上下游辉映，流行趋势与时尚秀场互动，众多大牌买家亲临洽谈……纽约展定能为服装市场的“寒冬”带来一丝暖意。本届展会适逢中国春节前夕，整个美国宏观经济形势和市场需求也面临很多的不确定性，为保证中国展商的参展效果，主办单位特别为每家中国服装参展商提供了量身定做的，一对一的专业买家邀请配对服务。

美国国家零售联合会圣诞前发布的假日零售调查修订版中，将今年圣诞新年假日预计销售额由原来的2.8%增长提高到3.8%，有望达到4691亿美元。美国国家零售联合会主席Matthew Shay表示：“从10月、11月发布的销售额报告以及感恩节火热景象来看，零售商们对于这一季度的预期变得越发乐观，而这种态势也有利于美国经济的恢复。但是由于欧债危机以及华盛顿持续的政治角力，消费者在这一季甚至是在2012年的花费支出都会受到连带影响。”

美国国家零售联合会12月13日宣布11月零售业销售额同比增长4.5%。同时，该联合会还指出，年关将至，美国人平均完成购物清单的情况远不及往年，这预示着1月还可能迎来新一轮的购物潮。

“对于亚麻面料，美国市场是非常吸引人的，虽然价格竞争日趋激烈，但是市场容量大，客户信誉一般较好，是必须全力开拓的。”哈尔滨华仁亚麻纺织有限公司姚东辉表示，由于国内成本的上涨以及进口亚麻原料的价格上涨，公司对美出口价格一直上涨，但实际利润和数量均在下降。受目前全球经济形势影响，明年订单数量

应该下滑，价格竞争会更激烈。“由于第一次参加纽约展，我们携带的展品也比较全，相对多地带了一些特殊后处理的面料。希望本次展会能见到我司目前的客人，更希望结识新的客人。”

同样是第一次参加纽约展的浙江正凯集团有限公司在展前准备中，综合了以往直接和间接发往美国市场面料的统计，发现厚重的面料销售呈下降趋势，而轻薄型呈上升趋势。“为适应北美市场潮流，本次纽约展上，我司以展出轻薄型面料为主。”正凯集团负责人还表示，在国际大环境发生变化后，对公司传统卖的好的常规产品冲击非常大。目前正凯已在面料开发与研究上走在前头，新型产品在售价和销量上已基本达到预期目标。今后正凯将加大新型产品的开发力度。

与新展商相比，纽约展的老展商对市场的把握显得更加富有经验。绍兴县伊都锦纺织品有限公司已是纽约展的老展商。2011年7月的纽约展中，伊都锦凭借自己的实力以及对美国市场的准确把握收获良多，在稳固了原有的美国客户基础上，发展了新的合作伙伴。这一季蕾丝绝对不仅仅是点缀和装饰，大片的蕾丝出现在上衣和裙子上，让女人看起来那么妩媚和精致。在Prada, Roberto Cavalli等众多大牌设计师颠覆了蕾丝这一传统的印象，无论颜色、图案还是风格，都进行了大胆的创新。考虑到这一点，在2012年初的纽约展上，伊都锦更加注重蕾丝元素在设计中的融合，增加了针织蕾丝展品的比重。

除此之外，宁波狮丹努、浙江达娜美、上海英达美、广东健业等纺织企业均卯足了劲，为纽约展积极准备着。自纽约展开办以来，一些业内知名企业已经开始把它作为其开拓美国市场的固定平台和载体，每年都来参加展出，通过与海外买家接触，了解美国市场需求与变化，及时调整产业结构与产品设计，争取长远的发展。为保持和提高中国企业竞争能力，纺织贸促会针对国内纺织业原料上涨的大背景，以及用工成本上涨、汇率预期升高等外部环境，通过引导参展商注重对美市场的产品对口，帮助中小企业进行产品结构上的提升，通过出口产品附加值的提升来应对诸多不利因素的挑战。