



中国纺织贸促网
www.ccpittex.com

本期目录

内部刊物 准印刊号：CTN2012-011

领导访谈

02 王天凯：增强信心 创新驱动 转型发展

● 行业动态 |

- 03** 中纺联：一季度纺织行业运行平稳
- 03** 一季度全国百家大型零企服装类商品零售额同比增长10.7%
- 04** 一季度规模以上纺织企业利润增长19.6%
- 05** 东南亚纺织服装业崛起过程中的中国机会
- 06** 一季度我国产业用纺织品行业运行平稳上升
- 08** 一季度长丝织造行业经济运行好转

● 国际贸易 |

- 08** 今年前4个月我国纺织品服装出口同比增长16.53%
- 08** 商务部发布《中国对外贸易形势报告(2013春季)》
- 09** 韩国运动服装业前景看好
- 09** 商务部回应海关虚报出口数据质疑：有异常因素
- 09** 春季广交会凸显纺织外贸新趋势

● 国际市场 |

- 10** 欧盟进口再现负增长，自中国进口降幅近10%
- 10** 意大利纺织工业整体疲软
- 11** 南非政府推出三年工业政策支持纺织服装业发展
- 11** 孟加拉国成衣业再陷安全危机
- 11** 柬埔寨服装工人要求提高工资

12 2013年全球贸易复苏依旧不乐观

12 非洲纺织服装贸易区域往来加强

13 欧盟将全面取消对缅甸经济制裁

13 拉美服装消费将迎“黄金五年”

● 政策法规 |

- 14** 美国发布婴幼儿背带最新安全标准
- 13** 欧盟拟加强贸易防御政策
- 13** 关于储备棉投放工作有关政策调整的公告

● 宏观经济 |

- 16** 以简政放权稳增长、推转型、促就业
- 16** 国务院部署今年经济体制改革9项重点工作

● 展会报道 |

- 17** 我会两展会被确定为2013年商务部引导支持展会
- 21** 2013PH Value第一汇10月上海启幕
- 22** APP展会——高效采购的多元化平台
- 23** 中国企业集体亮相美国国际非织造布展
- 24** 第十四届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）7月开幕

王天凯：增强信心 创新驱动 转型发展

4月26日，“盛虹杯”江苏纺织学术年会暨江苏省纺织工程学会十届二次理事会在江苏海安召开。参会人员在会上探讨如何进一步落实“创新驱动战略”，推动纺织行业的转型发展和可持续发展。中国纺织工业联合会会长王天凯到会并作《创新驱动，转型升级—纺织工业发展的现状与展望》的专题报告。

王会长从产业的现状入手，通过大量的数据分析了产业发展的状况及存在的主要矛盾，希望大家树立坚定的信心，既要看到纺织产业在国民经济发展中的独特地位和稳步发展的趋势，又要正视困难的存在，充分发挥主观能动性，创造条件化危为机，走上纺织强国之路。王会长指出：“全面建成小康社会目标带来了巨大的内需市场潜力，我们有完整的产业链优势、在充分市场竞争中形成的优胜劣汰机制和一批优秀的企业和企业家，以及稳定有利的国内环境和不断升级的技术基础，这些使我们对中国纺织的未来发展有足够的信心。”

王会长分析认为，目前纺织业发展的问题与矛盾体现在四个方面，一是市场竞争体制要加快完备，作为纺织重要原料棉花和PX项目建设因体制不顺对行业带来较大风险；二是综合成本持续上涨，节能环保形势严峻，对行业发展有较大压力；三是自主创新能力亟待全力提升，结构性同质化的过度竞争亟待有效遏制；四是区域结构调整放缓，存在不少制约因素。

王会长指出，十八大报告提出，要坚持走中国特色自主创新道路，以全球视野谋划和推动创新，提高原始创新、集成创

新和引进消化吸收再创新能力，更加注重协同创新。要深化科技体制改革，推动科技和经济紧密结合，加快建设国家创新体系，着力构建以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系。在发言中，王天凯强调了企业在创新中的地位，并要求重视创新环境和创新人才。

王天凯针对纺织行业的创新驱动、转型升级总体要求时提出，纺织行业作为消费品行业，在消费特点、方式不断变化的外部环境中，创新驱动的源泉来自于不断变化的市场，而创新的手段和途径不会是一个局部，要涵盖产业链上下游及各有关方面。要坚持创新驱动、转型发展的方针，不断自主创新，推动企业转型升级，进一步提升中国纺织在国际上的竞争力；要重视人才的培养，努力为纺织发展造就人才；要注重管理意识，建立向管理要效益的机制，切实提高经济效益；要强化环保理念，坚决做到把环境保护的观念落实到产业布局和发展中去。因此，把握、变革、联合、协同应该是纺织行业创新驱动的主题词，而转型发展更多的是要把投资驱动，规模扩张转移到质量和效益上来，而激发各类企业的活力是根本。

中纺织联：一季度纺织行业运行平稳

4月25日，中国纺织工业联合会召开2013年一季度纺织行业经济运行分析会，会上产业部、统计中心及各专业协会汇报了一季度纺织行业及各子行业的经济运行情况，中国纺织工业联合会领导、各专业协会领导及相关部门人员参加了会议。

与会专家认为，2013年一季度纺织行业总体运行平稳，具体表现在：生产规模、投资规模继续扩大，区域结构继续调整；出口规模和内销保持一定的增长，行业利润持续增长。但仍有一些不确定因素，如生产规模扩大，但增速放缓；棉价差目前有所缩小，但未来仍然存在扩大的可能性；欧盟、日本传统市场的占比份额有所下降。

中国纺织工业联合会会长王天凯指出，目前，市场总体情况还比较复杂，消费需求缺乏强劲动力，电力、货运等方面还存在一些问题，小微企业处境艰难，因此，行业前景仍不容乐观。

进入2013年，纺织工业面临的发展形势依然较为复杂，国际市场增长缓慢、内外棉价差过大、生产要素价格上涨等外部压力并未显著减轻。但近年来加快结构调整与转型升级所取得的积极成效继续发挥作用，支撑行业在一季度基本实现平稳开局，经济运行态势总体良好。

根据中国纺织工业联合会及部分纺织产业集群地调研掌握的信息，2013年春节过后，纺织企业基本正常开工，开工率可达九成；订单

总体好于上年同期，大型企业订单较为饱满；大中型企业工人返工情况较好，用工基本稳定。

另据国家统计局和中国海关数据，2013年1-2月，全国3.8万户规模以上纺织企业累计实现工业总产值8475.1亿元，同比增长12.1%，增速与上年末基本持平；实现主营业务收入8203.3亿元，同比增长14.3%，增速高于上年同期2.8个百分点；实现利润总额378.5亿元，同比增长14.3%，增速高于上年同期16.5个百分点。1-4月，我国纺织品服装累计出口801.62亿美元，同比增长16.53%，增速较1-3月份的15.76%提升了0.77个百分点；全行业500万元以上项目固定资产投资总额达到1371.4亿元，同比增长16.4%，增速略低于上年同期0.6个百分点。

从发展趋势上看，2013年纺织行业面临的外部环境总体仍好于上年。国际市场虽仍然低迷，但并未显现出明显恶化的趋势，外需环境较上年相对平稳；内需市场基本面依然良好，且随着各种宏观调控措施落实及市场信心稳定，内销增长速度仍有稳步提升的空间；纺织行业结构调整与转型升级继续推进，将加强行业发展的内在动力，支撑行业克服外需、原料、成本等各种压力因素。纺织行业经济发展因此也具备继续保持平稳增长、增速逐月逐季提升的内外条件，预计上半年产销、效益增速都将保持稳定增长，增速将高于上年同期水平。

一季度全国百家大型零售企业服装类商品零售额同比增长10.7%

中华全国商业信息中心统计数据显示，2013年一季度全国百家重点大型零售企业零售额同比增长7.6%，增速较上年同期放缓1.2个百分点，是2005年来同期最低增速，其中服装类零售额同比增长10.7%，增速比上年同期放缓4.5个百分点；零售量同比增长2.8%，其中3月份增速4.7%，较1-2月份提高2.7个百分点。

4月份，全国50家重点大型零售企业零售额同比增长15.8%，相比上月增速提升5.5个百分点，比去年同期提升1.2个百分点，增速是自2012年下半年以来的最高月度增速。其中，服装销售表现最差，零售额、零售量同比分别下降0.3%和2.7%。高毛利服装品类出现负增长对零售商毛利率形成了一定压制。

一季度规模以上纺织企业利润增长19.6%

据国家统计局最新统计数据显示，1~3月全国规模以上工业企业实现利润11740亿元，比去年同期增长12.1%。

规模以上工业企业中，国有及国有控股企业实现利润3412亿元，比去年同期增长7.6%；集体企业实现利润178亿元，增长7.5%；股份制企业实现利润6843亿元，增长12.9%；外商及港澳台商投资企业实现利润2688亿元，增长7.1%；私营企业实现利润3757亿元，增长17.8%。

在41个工业大类行业中，29个行业利润比去年同期增长，9个行业利润比去年同期减少，

2个行业由同期亏损转为赢利，1个行业亏损比去年同期减少。

规模以上工业企业实现主营业务收入222364亿元，比去年同期增长11.9%。其中，纺织业主营业务收入7518.3亿元，增长15.2%，利润总额337.3亿元，增长19.6%；纺织服装主营业务收入3992.9亿元，增长12.8%，利润总额216.5亿元，增长12.4%；皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业主营业务收入2604.3亿元，增长13.8%，利润总额148.0亿元，增长10.6%；化学纤维制造业主营业务收入1619.5亿元，增长6.5%，利润总额38.4亿元，下降14.4%。

——上接第5页

国。“前几年，我们在东南亚的客户并不多，而且是通过当地的批发商来联系，就会比较被动。随着该地区业务量的增加，今年我们决定到越南当地去看一看，直接结识下游客户。”郑惠燕说。

在赴展之前，郑惠燕原以为由于当地气候炎热、紫外线照射强，越南厂家可能会比较喜欢质地偏薄的牛仔面料。但实际上，客户对面料的厚度并没有特别偏爱，中等厚薄的棉制牛仔面料、全棉弹力牛仔面料都深受青睐。而让郑惠燕印象深刻的是，越南客商对面料的质量要求并不低。“这次去越南，除了参加展会，我还走访了与我们有业务往来的服装生产工厂。从工厂的设施和生产环境来看，越南当地的各项生产配套要比国内差一些，但是由于当地企业承接的是欧美知名服装品牌的订单，所以他们对面料的各项质量要求也相对较高。”

浙江省纺织品进出口集团有限公司目前在东南亚的业务量并不大，主要集中于对孟加拉国的梭织面料出口。该公司一位负责人表示，2008年，公司曾派遣13名员工赴孟加拉国考察。“当时，由于国内服装加工业劳动力成本上

涨，产业优势逐渐被削弱，呈现出向南亚转移的势头。正是看到了这样的趋势，我们才决定要大力开拓孟加拉国市场。目前，虽然总体的出口量并不大，但是增幅一直比较稳定。相比欧盟市场，对孟加拉国30%的出口增幅是非常可观的。”该负责人说。

在纺织服装整个产业链中，服装加工业的投入相对较小。所以，在东南亚国家纺织服装业的发展过程中，服装业的崛起速度相对较快。而面对这样的市场现状，那些善于利用优势、转化动力的企业已经先人一步，在竞争中寻找着机遇。

东南亚纺织服装业崛起过程中的中国机会

近两年，东南亚国家纺织服装业的崛起势不可当，越南、印尼等国凭借着劳动力成本优势，逐渐成为吸引外资企业进行生产投资的热土。“此消彼长”的订单转移之势，似乎只能将我国与东南亚纺织业之间定位为竞争关系。事实上，关注产业动态的企业发现，通过生产代工转移、上游产品输出，东南亚纺织业崛起过程中也蕴藏着我国纺织业的发展机会。单一的竞争关系将被重新解读，非此即彼的淘汰赛不如“二人三脚”的合作赛、共赢赛，无论是借助当地生产优势，还是专注市场需求，我国纺织服装企业的南行之路已越走越宽。

服装企业：转移生产 转化优势

在纺织服装领域里，我国与东南亚国家服装加工业的竞争关系最为突出。在不久前的广交会上，就有服装出口企业反映，现在的广交会就如同询价沙龙一样：国外买家带着款式图来询价，了解中国厂商的价格底线后，再和东南亚的生产商比较，而最终我国企业能获得的实际订单数量寥寥。近些年，由于我国各项生产要素的上涨，部分国际采购商将“大批量、快交付”的服装订单转移至越南、印尼等国，导致我国服装外贸企业订单锐减。在此不利环境下，如何应对订单和成本压力的双重考验成为摆在企业面前的最大难题。

上海华申进出口有限公司是一家出口多类纺织服装产品的国有独资企业。在1990~2010年的20年时间里，由于劳动力成本上涨等多重原因，公司先后关闭了国内的49家工厂，产能的下降使得企业不得不开拓新的生产代工点。公司总经理罗振伟介绍说：“我们也曾在国内寻找机会，想过向西部发展。但是由于各种政策限制，加大了企业的操作难度，产能转移并未得到落实。”

在国内的生产转移难以成行，使得华申公司将目光投向了东南亚国家。经过对印尼、缅甸等多个国家的实地考察，华申公司将生产加工点定在了孟加拉国。目前，公司在孟加拉国设立了3个代加工点，服装在当地进行缝纫加工

后再出口到欧美市场，这部分业务占公司总出口量的12%。罗振伟坦言，劳动力充足、生产成本低廉是公司选择孟加拉国的主要原因，“在上海，已经很难找到容纳500台缝纫机的加工厂了。而在孟加拉国，服装加工厂基本都拥有2000~3000台的缝纫机，每月生产几百万件的衬衣不成问题。此外，在孟加拉国进行生产最显著的好处就是劳动力成本低，工人普遍月薪也就在80~90美元，最高的月薪不过100美元。这样的工资水平在国内肯定是找不到了。”

一般来说，纺织服装出口企业的毛利率在3~5个点，而以劳动力为主的生产成本增加使得企业只能在狭小的利润空间中求存。降低成本压力是我国企业向东南亚转移的首要原因。罗振伟向记者进一步解释说，在孟加拉国生产的另一个好处是出口欧美市场的贸易环境稳定。“尽管该国的政策可能也会存在不可控性，但是其机制相对公开透明，能降低企业的投资风险。”

面料企业：把握机遇 扩大出口

在东南亚纺织业崛起的过程中，设施落后和产业链不平衡是制约各国行业发展的最主要因素。面辅料的缺乏难以满足服装加工业的迅猛发展，巨大的需求缺口也为我国的上游产品提供了市场机遇。以越南为例，由于越南自身的面料辅料工业不发达，其80%以上的面料辅料等均需从国外进口，在对后整理技术要求较高的牛仔面料领域更是如此。

浙江金梭纺织有限公司业务经理郑惠燕刚刚从2013年越南胡志明国际面料辅料展归来，谈到此行的收获，她感触颇多：“我认为越南市场还是比较值得开发的。现在欧美订单大量转移至越南等东南亚国家，但由于当地印染技术相对落后，所以就给我们的牛仔面料出口提供了机会。”

近两年，金梭纺织公司对越南等东南亚国家的出口一直保持着稳定增幅，除了越南以外，该公司的出口业务也已延伸至印尼和泰

一季度我国产业用纺织品行业运行平稳上升

自去年下半年起我国基础设施投资增速开始回升，出口市场逐步回暖，市场需求和订单情况有所好转，同时主要生产要素价格比较平稳，所以行业在一季度的生产、销售保持了较快的增长，投资与出口扭转了去年增速不断下滑的状况，出现了一定的增长。

非织造布产量同比增长9.32%

浙江广东产量均降低30%

根据国家统计局对399家重点非织造布企业的统计，一季度共生产非织造布61.6万吨，同比增长9.32%，与去年同期24.38%的增速相比出现较大的下滑。浙江、广东是我国非织造布生产大省，其一季度的产量均降低了30%以上，直接拉低了全国的增速，其余主要地区的非织造布生产均保持了较高的增速。由于同期非织造布的出口依然保持了20%以上的增长，所以其产量增速预计在二、三季度将会逐步恢复。

根据协会对67家会员企业的调查，9%的企业其主要产品产量增长超过20%，52%的企业的增长10~20%，30%的企业产量增速低于10%，其余企业的产量出现了不同程度的下降。

行业投资同比增长23.03%

新开工项目同比增长13.85%

去年整体上行业的投资比较清淡，今年一季度投资情况出现了比较大的改变。根据国家统计局数据，一季度行业完成投资62.7亿元，同比增长23.03%，新开工项目148个，同比增长13.85%。非织造布行业的投资和在建项目数出现了下降，但是新开工项目依然保持了7.79%的增长。篷帆布和其他产业用纺织品制造领域，各项投资非常活跃，保持了高速增长；由于下游轮胎产业的低速增长，帘子布的投资出现了下降。

根据协会一季度对企业的调研，共有33.33%的企业有新项目投资，每个项目的投资额平均为3千万，主要用于增加新的生产线和购置先进设备。

主营业务收入同比增长18.17%

绳索缆产品平均利润率为行业最高

根据国家统计局统计，1~2月产业用纺织品有规上企业1671家，实现工业生产总产值300.4

亿元，同比增长19.17%，主营业务收入298.5亿元，同比增长18.17%；由于生产要素价格比较平稳，同期成本只增长了16.1%，财务费用增长14.91%，均低于收入的增速。规上企业实现利润14.4亿元，同比增长23.75%。出口交货值58.8亿元，同比增长10.44%。

分行业看，非织造布的各项指标比较平稳，绳索缆虽然增速不高，但是其平均利润率达到了7.37%，是行业的最高水平；纺织带和帘子布行业的增速较低，利润率也只有3.78%；篷帆布行业虽然增速较高，但是利润率处在较低水平。

根据协会对会员企业一季度经营情况的调研，16.4%的企业认为非常好，44.8%的企业认为比较好，只有4%的企业不甚理想；52.2%的企业认为需求增加幅度超过10%，40%的企业认为与去年相比略有增长；接近60%的企业认为原材料价格保持平稳，近80%的企业认为员工工资增长幅度在10%左右，要素成本的增长比较温和、可控。

出口强劲反弹 数量增长成主导因素

2012年，国际经济不景气对我国产业用纺织品出口影响加大，出口增速逐季降低。今年1~2月，行业的出口呈现较大逆转，合计出口28.4亿美元，同比增长14.14%。产业用塑料涂层织物、医疗卫生用纺织品、篷帆类制品、非织造布和包装袋是行业的主要出口产品，这些产品的出口额占行业的73.3%。除非织造布的出口价格出现2.62%的增长外，其他产品的出口价格均出现了不同程度的下降，推动出口增长的主要力量是数量增加。

美国是我国产业用纺织品最大的出口市场，1~2月出口4.3亿美元，同比增长5.43%，对日本的出口则下降了7.04%，对印度的出口增长22.66%。我国对5个最大的境外市场出口合计9.6亿美元，占总额的33.8%。产业用纺织品的出口品种比较多、出口地区分散，有利于化解出口风险。

从地理分布看，亚洲是我国产业用纺织品最大的出口地区，占全部的41.6%，增速处于中等水平；对欧盟和北美的出口增速分别为3.14%和5.52%，低速增长；对非洲、南美洲，虽然

出口金额不高，但是增速较大。结合出口市场的国家和地理分布，可以发现我国产业用纺织品对发达国家的出口虽然金额较大，但基本保持低速增长，但是对发展中国家的出口增速较高，是我国未来产业用纺织品出口的主要增长点。

1~2月产业用塑料涂层织物、非织造布、产业用玻纤制品、医疗卫生用纺织品和造纸用纺织品是进口金额最多的5类产品，占总额的80.33%。产业用纺织品的主要进口国家和地区是我国台湾、日本、韩国、美国和德国，占全部进口额的80%左右。进口的产品主要是一些技术含量高的产品，价格比较高，进口产品类别和来源地高度集中。

非织造布业主营收入同比增长22.47%

非织造布是产业用纺织品的重要原料，近年来保持了良好的发展态势。一季度非织造布的投资23.6亿元，同比下降了9.31%，但是新开工项目数增长了7.69%，预计全年的投资依然会保持一定的增速。1~2月份，790家规模以上企业实现工业生产总值、主营业务收入和利润分别为151.6亿元、142.1亿元和7.1亿元，同比分别增加22.91%、22.47%和21.13%。行业的平均利润率5%，与去年相比基本持平。

1~2月出口各类非织造布7.9万吨，价值2.6亿美元，同比分别增长了24.55%和27.82%，出口价格小幅上涨，体现了全球非织造布市场的强劲需求和我国该产业较好的竞争力。

土工用纺织品销售收入同比增长13.2%

土工用纺织品的发展与我国基础设施建设投资密切相关。自去年下半年开始，我国的铁路建设投资恢复增长，水利、环境投资持续增长，给行业的发展提供了巨大的市场。

一季度土工用纺织品行业发展良好。传统意义上春季期间是行业的淡季，但是今年没出正月，订单已经很饱满，产能不够用，预计全年将会持续这种状况。根据协会对部分重点企业的了解，这些企业一季度的销售收入和利润分别增长了13.2%和12.5%。

由于对行业良好前景的良好预期，业内重点企业计划在今年加大投资，主要方向是技术含量高、适应基础设施建设和环保新要求的产品。

过滤用纺织品利润总额同比下降11.61%

2013年，由于国家和全社会对PM2.5颗粒等空气污染问题的高度关注，将促使国家严格执行火电、冶金和水泥等行业的排放标准，甚至提高相关标准，此举会推动这些行业较大规模的新建、改建袋式除尘系统，给过滤用纺织品领域的发展带来较大机遇。

根据协会调研，一季度行业重点企业的销售收入增长了12.48%，利润总额下降了11.61%，激烈的竞争使得产品的平均售价下降、各项费用上涨，企业的赢利水平走低。

医疗与卫生用纺织品产品出口单价呈平稳下降趋势

医疗与卫生用纺织品与生命健康密切相关，基本属于刚性需求，我国的该类产品在全球销售，出口比重比较大。2013年1~2月份，我国出口医疗与卫生用纺织品4.26亿美元，同比增长了28.31%，与去年相比增长明显加快。其中出口非织造类一次性防护服装1.34亿美元，医用纱布、绷带等1.32亿美元，卫生巾、一次性尿裤等1.59亿美元。

根据协会对部分重点企业的统计，一季度这些企业的销售收入上涨6.2%，利润下降了2.7%。利润下降的主要原因是由于产品售价的走低。在三大类产品中，医用纱布和绷带的出口价格基本持平，但非织造防护服和一次性卫生用品的出口单价分别下降了15.2%和3.1%。

预计全年将保持稳定增长

一季度的平稳运行，特别是行业投资和出口的较快增长为2013年全年的发展做了一个良好开局。2013年国家将实施积极的财政政策和稳健的货币政策，加大基础设施建设、环境治理、卫生保健等方面的投入，为行业的发展提供广阔的国内市场。需求的增加在推动行业的生产和销售增长的同时，也将刺激更多的行业投资，投资活动预计将比去年活跃。

1~2月份出口出现较大反弹，后期能否保持这种强劲增长的趋势还需观察，但是如果行业能够巩固在传统市场的地位、加大对新兴市场的开拓，全年的出口将能保持10%以上的增速。

由于支持行业发展的有利因素没有改变，行业将会继续保持旺盛的活力，主要经济指标也将继续以两位数的增长速度发展。

一季度长丝织造行业经济运行好转

2013年前两个月的海关数据和国家统计局经济指标数据显示我国长丝织造行业经济运行出现好转迹象，库存压力开始有所缓解。但指标增速的恢复，不能掩饰绝对数量的低迷。3月以后国内外经济回暖趋缓，4月汇丰PMI预览值回落至50.5，比上月终值下跌1.1，大大低于市场预期，未来行业经济走向并不十分乐观。

生产与运行：行业经济缓慢上升，产量艰难增长。

2013年一季度我国长丝织造四个主要集群地区合计化纤长丝机织布产量同比增加9.76%，工业总产值同比增长2.8%，主营业务收入同比增加3.03%，但利润同比下降25.43%。苏州市吴江区盛泽镇长丝机织布产量增速仅为1.09%，比去年同期下降了11.69个百分点；浙江省嘉兴市秀洲区的产量则从去年的负增长恢复为6.92%的增长速度，实际产量仍未能达到2012年同期水平。浙江省长兴县的产量增速则为30.00%，比去年全年增速增加了20.13个百分点。

库存压力有所缓解

据国家统计局统计，2013年1~2月我国规模以上化纤织造加工业产销率为97.19%，同比增长1.09%。销售情况有所好转，从一定程度上缓解了企业的库存压力。2013年一季度我国长丝织造集群地区化纤长丝机织布的产销率为97.83%，同比下降了1.34%。市场回暖趋势略低于预期。

今年1月起，我国化纤长丝织造业产成品库存明显减少，3月，产成品库存为56.15亿元，低于2012年底的75.57亿元，下降幅度达到25.70%。这一方面是因为3月份不但是装修、购买窗帘、床上用品等家纺产品的旺季，也是服装换季的销售旺季，带动上游织造企业缓解库存压力，另一方面也是去年下半年以来，长丝织造行业整体“去库存化”行动的集中显现。但与去年同期相比，3月产成品库存同比增长了20.17%，库存压力依然存在。

成本费用支出增加

据国家统计局统计，2013年1~3月我国化纤织造加工业主营业务成本同比增长了9.39%，营业费用同比增长13.85%，管理费用同比增长11.19%，财务费用同比增长12.09%，其中利息支出同比增速则仅为0.19%。

向好趋势并不明朗

据国家统计局统计，2013年1~3月，我国化纤长丝织造产业主营业务收入累计达到192.35亿元，同比增长9.08%；利润总额累计为7.25亿元，同比增长8.18%；利润率为3.77%，比去年同期降低了0.03个百分点，各项经济指标增长缓慢。亏损企业亏损额同比减少11.84%，企业亏损状况有所好转。

考虑到2013年春节处于2月中旬，企业1月份不敢过多接单，并提前放假。这也就使得1-2月的产量产值增长情况不比往常。春节过后，为了尽快抢占市场，企业多采取努力签订单、增加生产的方式，从而导致3月原材料购入增加、支出增大，但主营业务收入增长表现要相对滞后。从协会三月调研以及理事会上了解的情况来看，企业家们对2013年的运转情况还是有一定信心的。

外销市场：出口环境出现回暖迹象

化纤长丝织物出口增加。2013年1~3月，我国化纤长丝织物累计出口额为21.95亿美元，同比增长11.44%；出口数量为20.98亿米，同比增长10.98%，长丝织物价格有所增加但幅度不大。

在经历了2012年一整年的低增长之后，2013年1月我国长丝织物出口量即出现明显增长，达到了去年单月出口量的最高水平。2013年1~2月我国长丝织物平均出口价格从去年年底的1.04美元/米增长到1.06美元/米，3月回落到1.05美元/米。

锦纶长丝织物出口负增长。2013年1~3月我国涤纶长丝织物累计出口18.44亿米，同比增长了13.28%；但锦纶长丝织物出口量为0.42亿米，同比减少15.73%。相对去年来看，锦纶长

丝织物依然被国际市场认可，价格保持增长，同比增速为6.92%，但由于市场需求有限，出口量难以保持高增长。

主要出口市场有升有降

从主要贸易地区来看，2013年1~3月我国化纤长丝织物对主要贸易地区的出口情况与去年相比出现了较多的变化。出口巴基斯坦的价格同比增速最快，达到了18.12%，使得出口巴基斯坦跃进前十名。去年全年出口马来西亚的数量同比增加38.09%，名列前茅，今年一季度出口数量同比增加59.32%，仍保持高速增长。

出口美国的化纤长丝织物数量同比增加了38.34%，但价格同比增速依旧处于负增长状态，2013年一季度价格同比下降18.25%。出口欧盟的化纤长丝织物数量同比增长了75.03%，虽然欧盟市场有所恢复，但出口价格出现了负增长，价格同比下降了3.38%。

内销市场：价格趋稳，市场波动

我国化纤长丝面料价格走势平稳，但3月景气指数接近中间值，较之2月下降速度较快，市场形势有所回落。

2013年一季度我国原料价格仍旧表现平淡。一季度棉价在19200元/吨~19375元/吨波动，平均价格为19300元/吨，国内棉价继续保持平稳，但相对于美国期棉价格在3月15日出现的最高点93.93美分/磅，折合人民币约13050元/吨，仍有6250元/吨的价差。面向纺织企业的储备棉竞买工作仍在继续，企业对后市的预期仍不明朗，储备棉成交价格弱于中国棉花价格指数。我国各种纺织原料价格均处于平稳状态，互不影响。涤纶稳中有增，锦纶价格相对12年大落之势趋于低价平稳状态。但随着石油价格的下滑，预计会对原料市场价格造成一定的影响。

后市展望：回升自下而上

经过去年一年市场低迷状态的历练，2013年前两个月行业的市场运行有小幅回暖，企业家们也做好备战准备。长丝织造行业依然面临许多困难，从对长丝织造企业进行的2013年年

初调查问卷汇总结果来看：64.71%长丝织造企业总体经营状况良好，76.47%企业开机率在90%以上。目前盛泽长丝织造企业的开机率在维持在70%左右，主要原因是与薄利多销相比，企业更想控制库存。从总体上看，开年后市场呈现定单多大单少的格局，总的需求量没有放大，尚未达到近年来最好的局面。但从后道加工工序来看，市场已经回暖，并逐步向上游传递。

库存方面，58.82%的企业产成品库存保持在一个半月左右的水平，17.65%的企业处于两个月以上库存的偏高水平，库存问题仍然是影响企业效益的重大问题之一。目前，58.82%的长丝织造企业处于正常赢利水平，利润率低于4%；29.41%处于高利润水平，5.88%的企业则出现了零利润及轻度亏损的问题。

对于企业经营中出现的低赢利问题，32.43%的企业反映是由于用工成本上涨过快造成的。其他影响行业运行的因素，除电价上涨、用电仍然比较紧张外，其他如汇率问题等都比往年有所改善。

此外，影响企业经营状况的原因还包括节能减排以及财务费用、利息支出等因素带来的压力，分别占据了21.62%和18.92%。节能减排的压力依旧体现为节电和污水处理的压力。财务费用、利息支出这一原因与2012年7月的市场调查的结果相比，如今已经得到了相对的改善，排在了最后一位。

参与长丝织造行业调查问卷的多数企业认为2013年国际市场和国内市场需求将与2012年保持持平状态，对2013年预期总体向好，预判要好于2012年，但也不会像2010年那样好，应该是一个缓慢回升的过程。

总体分析，如果按照目前的趋势，出口回暖，再加上内需启动，整个行业回暖会从下游向上游逐步传递。

今年前4个月我国纺织品服装出口同比增长16.53%

据海关总署公布的数据测算后显示，2013年1-4月我国纺织品服装累计出口801.62亿美元，同比增长16.53%，增速较1-3月份的15.76%微升了0.77个百分点。其中，纺织品出口322.21亿美元，同比增长了11.74%，服装及其附件出口479.41亿美元，同比增长19.98%。2013年一季度我国纺织品、服装出口增速分别为10.44%和19.44%。

从环比数据看，4月出口增速在经历了3月的低谷后强劲回升，4月份纺织品服装出口222.82亿美元，较3月份环比猛增33.26%。其中，纺织品出口96.51亿美元，环比增长28.61%，服装及其附件出口126.31亿美元，环比增长37.04%。

商务部发布《中国对外贸易形势报告(2013春季)》

4月28日，商务部发布《中国对外贸易形势报告(2013年春季)》，回顾2012年及2013年一季度中国外贸运行情况，分析2013年全年我国外贸发展趋势。

报告认为，2012年，中国外贸发展面临外需低迷、成本升高、摩擦增多等多重困难和压力，进出口增速下滑至个位数。针对形势的不利变化，中国政府及时出台稳定外贸增长的政策措施，外贸增速企稳回升，进出口在国际市场的份额进一步提升，转方式、调结构步伐加快，发展质量稳步提高。2013年一季度，国际市场需求有所回暖，“稳外贸”措施成效继续显现，中国外贸保持回升势头。

报告还认为，2013年，中国外贸发展面临

的国内外环境有望比上年有所改善，但制约因素错综复杂，挑战和压力仍然较大。如果外部环境不发生大的变化，2013年全年中国进出口将延续平稳增长态势，增长速度有望略高于上年，但大幅回升的可能性不大。

报告指出，中国将保持外贸政策的连续性和稳定性，继续落实稳定外贸增长的各项政策措施。在此基础上，着眼长远，加快外贸发展方式转变和结构调整，鼓励企业加大技术创新投入，提升产品质量档次，建立国际营销网络，积极开拓新兴市场，促进加工贸易转型升级和梯度转移。同时，进一步扩大进口推动对外贸易平衡发展。

韩国运动服装业前景看好

据韩国官方日前公布的统计，韩国户外运动服装市场的规模已由2006年的11亿美元，扩张至2012年的53亿美元，增长了4.8倍。韩国户外运动服装市场欣欣向荣，大多数涉足这一领域的服装企业都可获得丰厚利润，包括本土及外国品牌。

虽然去年韩国经济下滑，但运动服装市场仍取得两位数的增长。评论认为，市场增长的主因是购买户外运动服装的年龄层不断扩大。这些消费者不一定真正有兴趣参与户外运动，但喜欢户外运动服装的休闲款式。举例来说，Kolon Sport的顾客当中，年龄在30岁或以下者

——下接第18页

商务部回应海关虚报出口数据质疑：有异常因素

在昨日举行的商务部例行发布会上，对于近期有质疑海关公布的出口数据有虚报的问题，商务部新闻发言人沈丹阳表示，部分地区出口出现超高速增长其中既有合理因素，也有一些异常的因素，具体的原因还在调研分析之中。

这是商务部首次明确表示出口数据存在“异常”。上个月，商务部曾称已经注意到上述情况，并且和海关总署相关部门进行了调查和分析。

根据海关总署此前公布的数据显示，今年1-4月，中国出口同比增速达17.4%，大幅高于市场普遍预期，其中内地对香港出口增速更是

高达69.2%。

包括官方智库国家信息中心在内的不少机构分析认为，出口增速存在一定虚假成分，特别是内地与香港进出口统计数据的差异过大，不排除有企业通过转口贸易回流国内，造成出口大幅增长的假象。

沈丹阳昨日表示，如果排除香港，1-4月我国对其他出口市场的出口增速是8.5%。这与今年外贸增速8%的预期基本相符，但他没有具体解释对香港出口数据为何大幅增长。他还表示，外贸形势难言乐观。特别是近期人民币快速升值，对企业出口签约和利润产生了比较大的负面影响。

春季广交会凸显纺织外贸新趋势

5月5日，第113届广交会落下帷幕。本届广交会采购商人数与成交额双双呈现环比增长。

本届广交会总体运行平稳，但外需尚未根本好转，外贸形势仍然错综复杂，仍未达到第111届水平，与会采购商20.2766万人，来自211个国家和地区，比第112届同期增长7.06%，比第111届同期减少3.83%。累计出口成交355.4亿美元，比112届增长8.8%，比111届下降1.4%。呈现出“止跌企稳、恢复性增长”态势。

本届广交会到会采购商与上届同期相比，非洲采购商增长了28.96%，大洋洲增长15.11%，美洲增长7.51%，欧洲减少6.21%。与会人数前10位的国家和地区依次为：中国香港、美国、印度、俄罗斯、中国台湾、马来西亚、印度尼西亚、澳大利亚、泰国和韩国。

根据成交额统计，本届广交会品牌展区成交较好，拥有自主品牌、设计理念先进、技术创新的高附加值产品成交活跃。并且，越来越多的企业认识到，加快培育以技术、品牌、质量、服务为核心的外贸竞争新优势是今后企业生存发展的必然选择。

本届广交会第三期的纺织品服装，欧美日及香港四大传统市场占其出口额约六成。传统市场基本稳定，新兴市场开拓卓有成效。中低端产品订单流失严重，但是相对高端产品竞争优势明显。对外贸易呈现如下新趋势：

一是一些企业为了改变贴牌生产利润低、风险大问题，开始拒绝接受大批量订单，通过生产高质量、小批量高档产品，占据高端细分市场，掌握价格话语权。二是出口市场转型。在巩固传统市场的同时，企业也积极开拓南美、非洲、中东等新兴市场。三是销售渠道转型。过去外贸企业都是通过代工、代理方式“借船出海”。现在企业十分重视境外渠道建设，开始通过“造船出海”、“买船出海”来扩大出口。四是加工区域转型。近年来，东部沿海企业开始向内地转移，把销售、研发设计机构放在东部沿海城市，而生产加工则转向内地。

欧盟进口再现负增长，自中国进口降幅近10%

据欧盟海关统计，2013年1-2月，欧盟纺织品服装进口212.5亿美元，下降1.7%。其中纺织品增长2.9%，服装下降3%。

在前5位主要进口来源国（地区）中，欧盟仅自中国和印度进口下降，且自中国进口下

降幅度更大，为9.4%，而同期自东盟进口保持0.8%的增长，自土耳其进口增长14.7%，自孟加拉进口增长6.2%。

1-2月，我纺织品服装在欧盟市场所占份额缩至39.1%，比去年同期下降3.3个百分点。

意大利纺织工业整体疲软

经过2010~2011两年持续的高增长发展后，受不确定经济因素的影响，2012年意大利的纺织工业出现了下滑。据意大利纺织和服装联合会（SMI）公布的数据表明，2007~2012年，意大利纺织服装的生产总值、进出口以及贸易状况等都呈消极态势。国外市场伴随国内市场的缩小，发展活力不足。

意大利内需市场方面，在两年的持续发展后，出现了大幅度下降，给产业的各个方面都带来消极影响。据估计，2012年，意大利纺织工业（包括棉纺、毛纺、麻纺、丝绸和针织行业在内）的年营业额总额接近80亿欧元，比上年下降5.1%。尽管总额有所下降，但据估算仍将实现26亿欧元的贸易顺差。

毛纺行业贡献率最高

意大利纺织时尚供应链中，有15.7%的营业额来自于意大利纺织业。而在2011年，这一比例为16.2%。其中，毛纺行业表现最为出色，在纺织业营业总额的贡献率最高，占38%；其次是棉纺行业，为25%。

统计表明，意大利纺织工业的各个产业中，丝绸业在2012年全年发展形势较好，其他产业则不同程度地呈消极发展态势。毛纺行业有小幅亏损（估计亏损小于2%），而针织、棉纺和麻纺行业的亏损更多。纺织服装进口明显下降，行业产值在2012年出现6.3%的下滑。

2012年，意大利的纺织就业市场同样面临艰难处境，棉纺和亚麻行业最为突出。根据意大利纺织和服装联合会调查样本显示，就业总

体行业下降2.5%左右。

据估算，2012年意大利纺织工业出口下滑3.1%。经过2010至2011年两年的积极发展后，2012年进口增长率进一步下降，同比下降12.3%。在这种外贸总体发展趋势下，2012年的贸易顺差将略高于2011年，达到25亿欧元，净利润超过1.1亿欧元。

主要行业进出口下滑

天然纤维针织、梭织面料方面，2012年1~10月的外贸规模较2011年同期减少了4.5%。经过2010~2011年的行业繁荣发展后，行业进口同比降低16.4%。纺织纱线方面，纱线的出口总量降低6.4%，进口总量减少15.2%（从非欧盟国的进口降低了16.9%）。棉纺面料进口下降25.7%，占进口面料总量的45%。亚麻面料的进口减少27.6%、针织面料减少7.5%以及丝绸面料减少了5.1%。羊毛精纺面料的进口增加3.6%，粗纺羊毛增加0.9%。

2012年1~10月，毛精纺产品出口金额降低1.5%，粗纺产品出口数量大幅下滑，出口金额下降0.9%。棉纺面料出口下滑8.5%，麻纺面料下滑11.2%，针织面料下滑4.6%。只有丝绸行业出口成为亮点，增长了5.2%。

非欧盟市场是出口亮点

2012年1~10月，对非欧盟国家的纺织产品出口占意大利纺织整体出口的49.1%。按出口市场区域划分，对非欧盟国家的出口同比减少3.4%，对欧盟国家的出口减少了5.6%。另一方

面，来自非欧盟国家的进口（占意大利纺织面料进口总量的67.5%）减少了18.6%，从欧盟国家的进口减少了11.6%。以2006年~2012年的前10个月国际贸易情况对比显示，继2009年出口下滑以后，意大利对非欧盟国家的纺织品出口数量在2010~2011年两年保持了快速增长，2012年仍然呈增长态势。

进口方面，意大利的进口来源地也转移到非欧盟国家：2006年~2007年发展良好，非欧盟国在2008~2009年经济低迷期也保持了稳定的地位。2010年~2011年开始发展很好，但2012年同欧盟国家相比发展稍有下降。

数据显示，意大利纺织工业在主要贸易市场大多数呈消极发展。德国仍然是意大利面料出口的主要市场，占意大利出口总额的11.1%。2012年前10个月，意大利对德国出口金额下降9.2%，出口数量下降14%。意大利面料对罗马尼亚出口下降3.5%，对法国出口下降10.6%，对突尼斯出口下降20.4%，对西班牙出口减少4.5%。但是，对葡萄牙出口增长了12.1%，金额达1.09亿欧元。

中国2011年前10个月从意大利进口总值增

加27.2%，2012年前10个月同比增长5.5%，进口金额为1.67亿欧元。中国自意大利的进口金额占意大利出口总额的5.3%，中国大陆及香港特区从意大利的进口总额仅次于德国。除中国外，意大利纺织面料主要出口市场——美国同比增长了6.8%，日本增长了18.3%。

自主市场进口减少

进口方面，意大利纺织进口来源地仍然集中在一个特定地区。如意大利进口面料的27%来自中国，（2011年同期这一比例超过30%）；受经济下滑因素的影响，2012年前10个月意大利纺织自中国的进口下降了26%，数量下降31.7%。

意大利纺织服装的第二大供应商——土耳其，相比于中国下降幅度较小；从土耳其的进口实际下降7.4%。另一方面，从捷克的进口增加了0.4%。2011年进口增加后，意大利从主要供应市场，亚洲（巴基斯坦、印度）和欧洲（德国、西班牙、法国）都有所下降，只有韩国增加了24.8%。

南非政府推出三年工业政策支持纺织服装业发展

日前，南非政府起草了一个为期三年的工业政策行动计划（IPAP），以帮助国内纺织、服装和鞋类部门提高制造能力并创造就业机会。

该计划由南非工业贸易部第四次制定更新，旨在应对全球经济和贸易环境变化，执行期为2013~2015年。相关举措包括取缔非法进口和加强原产国标识的管理。南非工业贸易部将连同南非国家能力基金对技术人员、工程师和生产经理进行人才培养，并开发新的技术。

在创新和技术提升方面，南非服装尺寸数据库将会引进三维身体扫描仪方面的技术；针对亚麻、野蚕丝、羊绒等新型纤维的研发工作将继续实施。

南非工业贸易部表示，该计划自2010年推行以来，为行业提供了48384个工作机会，有效扭转了就业率下降的形势；超过350家公司得到了总价值为4480万美元的资助。当地零售商参与了该计划中的服装纺织竞争力提升项目，大大降低了他们的进口商品比重，并以生产灵活性和低库存来对“快时尚”作出响应。

孟加拉国成衣业再陷安全危机

继去年11月，孟加拉国达卡郊区一家制衣厂发生伤亡惨重的火灾后，4月24日，位于孟加拉国首都达卡市郊萨瓦尔镇的一栋八层高的商用楼房突然倒塌。楼里有数百间商铺、数家制衣厂和一家银行。据中新社5月6日报道，这起事故的遇难者人数已达622人，另有2500多人受伤，是孟加拉国有史以来最严重的楼房倒塌事故。

一度，孟加拉国被业界视为纺织服装业向东南亚转移的热土。而在产业迅速崛起的过程中，一些制衣工厂落后的配套设施、恶劣的生产环境，却难以与产业发展步调一致。在追求低成本优势的过程中，安全生产意识匮乏、管理体系的不健全成为产业发展的最大隐患。

据了解，在倒塌事故发生前一天，这栋楼的外墙已经出现了蜘蛛网状的裂缝，但制衣厂老板无视警告，24日仍允许工人进入大楼。在大楼三层一间制衣厂打工的19岁制衣工人塞利姆·米亚赫回忆说：“当时楼开始晃，我意识到楼可能要塌了，不少人在左右乱跑。”米亚赫表示，事故发生前，孟加拉国政府曾下令关闭这栋大楼，禁止人员出入。但遵守这项禁令的只有位于二层的布拉克银行，米亚赫的雇主和其他制衣厂主只在当天给工人放了半天假，但仍然要求他们次日正常来上班。“如果制衣厂主遵守禁令的话，悲剧就不会发生了。”米亚赫说。

在经济低迷的特殊时期，为了获得更多的市场和更高的利润，不少西方国际品牌不断降低海外代工厂的加工价格，而接单的厂家不顾工人的健康和生命，以降低生产成本。一些工厂主由于面临收入下降压力，不愿掏钱更换破旧的机器或维修已经破损的厂房。另一方面，由于政府机构对工厂生产管理意识薄弱，惩处力度不严，也为这次悲剧的发生埋下了隐患。

目前，国际服装生产链条存在着这样一种现象，许多生产标准较高的代工工厂常常将部分订单转包给一些小型作坊，以降低成本和满足客户的交货期。而这些小型厂房内的工人工资很低，甚至不足孟加拉国制衣业38美元的最低月薪。其次，厂址往往位于一些非法的建筑

中，防火设施较差，且缺少足够的逃生出口。

在为追求低成本的同时，忽视代工厂的安全生产环境，是零售商现在普遍存在的问题。即便是对生产条件有所要求的零售商，在查看代工工厂相关检查证书时，也不会像针对本国企业一般严苛。因为大家都深谙基础设施的建设，势必将推高一定的生产成本。

根据联合国有关规定，政府和大型公司必须对保护工人的相关权利负责。也就是说，除了政府，那些下生产订单的西方品牌，也要一并负起解决这些问题的责任，品牌商和零售商需要付出更多努力，支付可以保证其生活质量的工资。

事件发生后，联合国国际劳工组织官员5月4日敦促该国加强监管、关闭缺乏安全生产条件的制衣厂。而欧盟方面则表示，他们正在考虑采取适当的行动，包括通过普惠制政策，制约孟加拉国对欧盟免税及免配额的服装出口，以此推动孟加拉国成衣业改善生产环境。

孟加拉国国内有5000家纺织服装工厂，400万名纺织生产工人。成衣业每年创造190亿美元的出口额，占该国总出口额的80%。其中，欧盟为孟加拉国重要的出口市场。根据欧盟的贸易数据，2012年，欧盟从孟加拉国进口的纺织品服装为85.6亿欧元，同比增长了7.3%。欧盟官方本月初发表的声明指出，作为孟加拉国最大的贸易伙伴，欧盟非常担心孟加拉国纺织服装工厂的劳动条件、健康和生命规定。

鉴于孟加拉国成衣生产企业存在的问题，欧盟呼吁孟加拉国当局立即采取行动，以确保全国各地的工厂遵守国际劳工标准，包括国际劳工组织（ILO）的条款。

柬埔寨服装工人要求提高工资

五一过后，柬埔寨大约5000名抗议者在国会门前举行游行，他们提出了要求改善他们的工资、条件和权力的清单。

这些工人要求在柬埔寨的服装工厂更好的工作条件和更高的工资。他们说，考虑到上升的生活成本，最低工资应当提高到150美元/月。

服装工业是柬埔寨的第三大外汇收入部门。据柬埔寨商务部的统计，2012年柬埔寨服装工业的外贸额达到46亿美元，同比增长了8%。目前，柬埔寨大约有300多个工厂，总共雇用了33.5万名工人，其中大多数是女性。

美国和欧盟是柬埔寨服装的主要进口国，其次是加拿大、中国、日本和韩国。

2013年全球贸易复苏依旧不乐观

根据世贸组织（WTO）4月10日最新公布的数据，2013年的贸易增长率大概会在3.3%左右。这是一个低于长期平均值的数字，也预示着2013年全球贸易复苏并不乐观。

非洲纺织服装贸易区域往来加强

为期4天的2013年非洲采购会日前在南非开普敦举行。会上，非洲贸易与工业部（DTI）部长莱昂内尔表示，国家纺织服装竞争力提升项目（CTCP）帮助产业提高了国际市场的竞争力。非洲零售商增加从本土制造商的采购量，使从业者对行业发展充满信心。

CTCP项目是由美国国际开发署驻非洲南部的贸易中心提出的，该计划倡导从非洲本土采购，以推动非洲国家之间的纺织服装贸易往来。莱昂内尔指出，CTCP有效地防止纺织服装业就业率的下滑，并且创造了1.2万个新的工作岗位。当地零售商致力于采购当地产的商品。超过400个公司在CTCP的协助下，在非洲国家购买纺织服装产品。

莱昂内尔说，在南部非洲关税同盟（SACU）下的国家，如博茨瓦纳、莱索托、纳米比亚和斯威士兰也接受了CTCP的概念。在“非洲增长与机遇法案（AGOA）”的基础上，这些国家正着力发展制造业，以期充分利用贸易政策的优势。

通过这些产业扶持政策，莱索托纺织服装业已经得到了发展，建立了大型的面料和服装生产工厂。莱索托国家开发公司首席执行官称，莱索托纺织服装工厂不仅能提供符合国际市场标准要求的普通产品，还可以生产高档纺

织产品。非洲区域内贸易往来的加强，利于开拓莱纺织品销售渠道，提高莱制造业水平和增加就业。

毛里求斯在利用AGOA及欧盟贸易协定的基础上，同时也关注与其他非洲国家间的服装贸易往来，特别是针织服装。在过去5年里，他们对非洲南部国家的服装出口显著增长，并已经把这一区域作为重点出口市场。

喀麦隆纺织服装业企业占喀工业企业总数的一半，所创造的工业营业额仅占2.8%，提供就业岗位仅占16.1%。目前，喀政府已采取多种措施，鼓励纺织与服装企业积极引进工业流水线作业等方式，以提高该行业产量和出口，并进一步发展壮大喀纺织与服装业。

非洲国家间的贸易往来对区域内的纺织服装业发展起到了推动作用。业内人士指出，服装行业是劳动密集型产业，能创造大量就业。非洲国家拥有纤维、皮革等原材料生产优势，这些资源不应当仅仅是出口，而是应当被非洲国家的服装业所充分利用。

另据悉，南非政府日前起草了一个为期3年的产业政策，通过支持采购本土纺织服装及鞋类产品等措施，来帮助提高产业的制造能力和就业率。

欧盟将全面取消对缅甸经济制裁

为鼓励缅甸进行的显著的改革，欧盟有望开始取消对缅甸除武器禁运以外的全部经济制裁。2011年缅甸新政府执政后进行了政治、经济改革，2012年欧盟宣布将对缅甸经济制裁推迟1年。据称，解禁后，有利于欧洲企业增强对缅甸投资竞争力。

缅甸服装业协会会长吴敏梭表示，随着国

际社会竞相加大对缅甸投资，将促进缅甸中小企业发展、进出口贸易及就业，提升缅甸国民收入，增强与享受关税优惠（GSP）的柬埔寨、老挝等国家竞争力。并有望将出口欧洲的服装贸易额由2012年的2.1亿美元增加到5亿美元水平。

拉美服装消费将迎“黄金五年”

由于欧美市场的需求疲乏，亚太消费市场的竞争加剧和经济放缓，近期跨国服装品牌纷纷试水拉美市场，以期通过新市场的增长来弥补缓慢复苏中的西欧和北美市场。而欧睿国际的评估也指出，未来具有潜力的服装消费市场将是拉丁美洲。据欧睿国际的数据，2012年，拉丁美洲消费实力已经逐渐崭露头角，全年服装市场规模增长了16%。虽然该地区1520亿美元的服装市场规模仍不及亚太市场的1/3，但是其增长速度已经超越后者，并显示了巨大的消费潜力。

拉丁美洲拥有2012年全球增长最快的服装消费市场——委内瑞拉和阿根廷，尽管大部分的增长来自于通货膨胀推涨的产品价格。而正在经历着通货紧缩的智利，自2010年以来，其服装价格已经在实际的价格战中下降了3%。其中，大部分竞争来自于本土品牌。不可否认的是，贸易保护主义为拉美服装企业在当地市场站稳脚跟提供了机会。在墨西哥，销售前五名的服装品牌中有4个是当地品牌。

但事实上，贸易壁垒并不能完全阻挡国际竞争者的脚步。2012年，H&M选择智利为进军南半球的落脚点。在店铺开业当天，有将近2500名消费者排了12小时的队，以此迎接这个来自瑞典的品牌。墨西哥服装业也见证了跨国品牌在当地所取得的成就，这些品牌包括H&M、Gap和Forever 21。快时尚零售商Inditex由于其产品源于西班牙，所以其产品定位也更能符合拉美消费者的喜爱。

而其他大众品牌则发现在拉美市场的成功战略是调高产品当地零售价格。英国品牌Topshop在巴西圣保罗的高档购物中心JK推出了少女服饰店铺。店铺的选址、产品的定位以及其所提供的服务让品牌整体形象近乎奢侈，从而也吸引了更多的富裕阶层的消费者。

在拉丁美洲服装市场，线上购物的消费模式刚刚起步，更多的消费者通过社交媒体平台来了解他们所熟知的品牌动向，而实际销售依然薄弱。该渠道的销售额几乎不及2012年服装业总销售额的1%。因此，在线渠道的营销将是各大品牌攻克的重点。在巴西，最受欢迎的在线销售平台是集多品牌为一体的电子商务网站。Netshoes是销售品牌运动鞋的网站，2012年其在巴西的销售额达10亿美元。

据欧睿国际预测，2012~2017年，拉美服装市场将扩大351亿美元，将成为继亚太地区之后，最具活力的地区。在超越法国之后，2017年之前，巴西的服装市场规模有望超过意大利。墨西哥的表现同样被寄予厚望，在2012~2017年间，该国将有望成为金砖四国之后的第五大服装市场规模快速增长的国家。虽然贸易保护主义和复杂的宏观经济环境将或多或少的影响其产业发展，但随着该地区中产阶级队伍的壮大，年轻人对时尚产品的需求增长都将使应对这些挑战变得有价值。

美国发布婴幼儿背带最新安全标准

今年3月，美国材料与试验协会（ASTM）发布了婴幼儿背带消费品安全规范的最新标准（ASTM F2236-13），最新的修订内容包括可燃性要求、紧固件和肩带的强度要求，同时最新版本还修订了对于产品和说明文字必要的标识和标签要求。

在CPSIA的第104(f)(2)(H)条“耐用婴幼儿产品”中，明确了“婴幼儿背带”的具体含义。该委员会已经确定了至少4种类型的产品属于“婴儿背带”的产品类别，包括：框架背包背带（Frame backpack carriers）、手持式婴儿背带（handheld infant carriers）、吊带（slings）和软体婴幼儿背带（soft infant and toddler carriers）。据悉，委员会已于近期提出了有关手持式婴儿背带的安全要求（77 FR 73354，2012年12月10日），关于吊带和框架背包背带的安全要求将在未来的规则制定程序中提出。

新标准（ASTM F2236-13）与旧标准（ASTM F2236-10）相比，其承载的重量和适用范围不同。旧标准规定一般情况下，软体婴儿背带可以携带7~25磅（3.2~11.3 kg）之间的婴儿，而新标准规定，软体婴幼儿背带一般被设计成可以携带体重在7~45磅（3.1~20.4 kg）之间的婴儿。此外，新标准的名称中增加了单词“toddler”，阐明了学步的幼儿也可以用该产品进行携带。另外，新标准比旧标准新增了一项参考文献，即新标准还需要符合联邦法

规16 CFR 1610 服装纺织品易燃性标准的要求以及“携带位置（carrying position）”和“紧固件（fastener）”2个术语的定义。

新标准“一般要求”中增加了纺织品易燃性的要求，规定当被评估的婴幼儿背带产品不符合16 CFR 1610的要求时，那么该产品不得使用2类和3类面料。如果由于婴幼儿背带的结构特点，不能按照16 CFR 1610的要求进行评估的话，则应该按旧标准的要求，根据消费品安全规范F963标准的要求进行测试，产品应不可燃。

在紧固件强度和肩带固定要求和测试方法方面，新标准在“性能要求”中增加了“紧固件强度和肩带固定”的要求。相应地，在“测试方法”中也给出了“紧固件强度和肩带固定测试”的方法。

在标志和标签方面，新标准与旧标准相比变化不大，新标准增了如下规定，即“警告标签应独立于产品上其他的任何图形和书面材料。除了本条规定的标签和书面说明之外，不得包含任何其他的标签和书面说明以掩盖或混淆标准所要求信息的含义，或是误导消费者。”此外，警告语由“WARNING-FALL HAZARD”改为了“WARNING-FALL AND SUFFOCATION HAZARD”，另外新标准还给出了“警告声明和标签格式”图。

欧盟拟加强贸易防御政策

欧盟贸易委员德古赫特日前表示，欧盟拟进一步加强贸易防御政策，以更有效地帮助欧盟企业对抗外国倾销和补贴商品，同时不对欧盟进口商和消费者产生负面影响。

近日，欧委会正式向欧盟理事会和欧洲议会提交草案，建议修改现行的欧盟贸易防御政策，主要包括6个方面：一是增加透明度和可预见性；二是允许欧委会依职权自主发起调查，避免提出申请的欧盟公司遭到被诉国贸易报复；三是提高贸易救济的有效性和执行力；四是简化案件诉讼程序；五是便利复审；六是

某些实践做法纳入法律文本。

据悉，如果上述草案获得通过，将极大增加欧委会在发起贸易救济调查方面的自主权，欧方对国外倾销和补贴商品的惩罚性征税将大大提高，欧盟生产商将从中获得巨大好处，进口商和消费者虽将承受一定损失，但贸易救济调查透明度的增加将提高其对商品价格的预见性，此外，如果终裁结果是免除惩罚性征税或终裁税率低于初裁税率，进口商将有权向欧委会申请获得退款。

关于储备棉投放工作有关政策调整的公告

各纺织用棉企业：

经有关部门研究决定，本轮储备棉投放工作将于2013年7月31日结束，为更好地满足纺织企业用棉需要，决定适当调整储备棉投放工作有关政策规定。现将有关事项公告如下：

一、适当投放部分2011年度进口棉和2012年度临时收储的棉花

为更好地满足纺织企业对投放的储备棉品种和等级结构等需要，除继续投放老储备棉以外，自即日起将组织投放部分2011年度进口棉以及2012年度临时收储的棉花。其中，2011年度进口棉的质量以中国纤维检验局出库检验并出具的公证检验结果为准，重量则以原商检出具的净重检验结果为准；2012年度临时收储的棉花以原入库公证检验结果为准。具体棉花产地、生产年度、质量、重量(净重或公重)等信息参见中储棉总公司公告的每日储备棉上市明细数据或交易市场储备棉投放交易系统每日上市资源的详细信息。

二、允许内地纺织企业购买在新疆地区投放的储备棉

为满足纺织企业购买新疆棉的需要，并缓解在新疆地区存放的储备棉铁路运输压力，自即日起，允许内地经过资格审核的纺织企业竞买在新疆地区投放的储备棉，2013年1月16日全国棉花交易市场和中國储备棉管理总公司联合发布的《关于新疆库点投放的储备棉仅限于新疆区内纺织企业竞拍的公告》同时废止。有关企业在购买新疆地区投放的储备棉时，须自行解决铁路或公路运输问题。以上棉花如通过公路或铁路运出疆，可以享受出疆棉运费补贴，具体按新疆维吾尔自治区财政厅发布的有关规定(新财建〔2013〕42号和新财建〔2013〕43号)。未尽事宜，按原有规定执行。

特此公告。

全国棉花交易市场
中国储备棉管理总公司
二〇一三年四月十八日

——上接第10页

的比重，由2010年的24%增至去年的36%。目前，消费市场掀起一股趋势，就是将户外运动服装作为日常服装穿着。例如，具有防水透气功能的登山夹克，常被人们当作雨衣穿着。

事实上，多个大型户外运动服装品牌已决定乘胜追击，今年以积极进取的态度再创佳绩。美国品牌North Face是韩国市场内首屈一指的户外运动服装品牌，今年的销售目标为6.5亿美元。第二大品牌是韩国的Kolon Sport，销售目标是6.2亿美元。排名第三位的K2 Korea则计划今年销售额最少为6亿美元。

户外运动服装市场一片兴旺，吸引了其他

时装公司纷纷加入竞争。自去年起，有20多个品牌在韩国市场推出运动服装或进口产品。全新的户外服装品牌如Bean Pole Outdoor及Center Pole亦登陆韩国市场。Bean Pole Outdoor在韩国开设了56家店铺，去年营业额达3700万美元。Center Pole于去年9月在韩国市场推出运动服装，营业额为4700万美元。

韩国消费者一年四季都喜欢穿着户外运动服装。Hwaseung是美国户外运动品牌Merrell的进口商，公司员工透露，去年下半年销售略为放缓，但天气寒冷促使销售大增。K2 Korea也表示，两个月前天气开始回暖，服装销量较去年增加了30%~40%。

以简政放权稳增长、推转型、促就业

国务院5月13日召开全国电视电话会议，动员部署国务院机构职能转变工作。中共中央政治局常委、国务院总理李克强发表讲话。他强调，要处理好政府与市场、政府与社会的关系，把该放的权力放掉，把该管的事务管好，激发市场主体创造活力，增强经济发展内生动力，把政府工作重点转到创造良好发展环境、提供优质公共服务、维护社会公平正义上来。

李克强强调，行政审批制度改革是转变政府职能的突破口，是释放改革红利、打造中国经济升级版的重要一招，今年要开好头。一要

以简政放权稳增长。二要以简政放权推转型。三要以简政放权促就业。

李克强指出，改革不仅要取消和下放权力，还要创新和改善政府管理，管住管好该管的事。放和管两者齐头并进。要切实加强市场监管，营造公平竞争的市场环境。要创新公共服务提供方式，把政府工作重点放在“保基本”上。要腾出更多精力抓大事、议长远、谋全局，增强宏观调控的针对性、有效性和权威性，坚决完成遏制产能严重过剩行业盲目扩张等硬任务。

国务院部署今年经济体制改革9项重点工作

国务院总理李克强5月6日主持召开国务院常务会议，研究部署2013年深化经济体制改革重点工作，确定今年在行政体制、财税、金融、投融资、价格、民生、统筹城乡、农业农村、科技等重点领域和关键环节加大改革力度：

1、抓紧清理、分批取消和下放投资项目审批、生产经营活动和资质资格许可等事项。制定实施严控新设行政许可和规范非许可审批项目的措施，加快出台政府向社会组织购买服务的指导意见。

2、下力气推动建立公开、透明、规范、完整的预算体制，形成深化预算制度改革总体方案，完善地方政府债务风险控制措施。削减、合并一批专项转移支付项目。扩大营业税改征增值税试点范围。形成资源税费和矿产资源有偿使用制度改革方案。

3、稳步推出利率汇率市场化改革措施，提出人民币资本项目可兑换的操作方案。建立个人投资者境外投资制度，制定投资者尤其是中小投资者权益保护相关政策，出台扩大中小企业股份转让系统试点范围方案。规范发展债券、股权、信托等投融资方式。

4、形成铁路投融资体制改革方案，支线铁路、城际铁路、资源开发性铁路所有权、经营权率先向社会资本开放，引导社会资本投资既

有干线铁路。

5、在保障群众基本生活需求的前提下，建立健全居民生活用电、用水、用气等阶梯价格制度。出台完善水电上网价格形成机制改革方案。

6、继续推进医药卫生体制改革，深化公立医院改革，整合城乡基本医疗保险管理职能。加快推进城乡居民大病保险。健全保障房分配制度，推进公租房、廉租房并轨。建立最严格的食品药品安全监管制度，完善食品药品质量标准和安全准入制度。健全环保监管和生态补偿制度。

7、围绕提高城镇化质量、推进人的城镇化，研究新型城镇化中长期发展规划。出台居住证管理办法，分类推进户籍制度改革，完善相关公共服务及社会保障制度。保护农民合法权益。

8、发展现代农业，建立健全农村产权确权、登记、颁证制度，出台小型水利工程管理体制改革的指导意见，提出国有林区改革指导意见。

9、完善科技创新体制机制，健全以企业为主体、产学研协同创新政策，整合资源实施科技重大专项，扩大国家自主创新示范区先行先试政策试点范围，发挥科技在经济发展中的支撑作用。

我会两展会被确定为2013年商务部引导支持展会

为有效发挥重点展会示范效应，推动展览行业健康发展，2013年，商务部将对带动效应好、规模影响大、行业特点鲜明的展会进行引导支持。

经中国纺织工业联合会推荐，商务部组织的专家委员会评审及网上公示，纺织贸促会和其他相关协会联合主办的“中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会”、“中国国际服装服饰

博览会”因为在展会规模和影响力、商贸功能、知识产权保护等方面的突出表现被商务部确定为2013年商务部引导支持展会。

2012年，我会承办的中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会和中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会将被商务部确定为2012年商务部引导支持展会。

—上接第21页

与中国香港和台湾的制衣公会、纺拓会、时尚部合作外，与SMI(意大利纺织服装联合会)进行了接触，还积极联络北美、日本和韩国的相关组织者，以组织企业参展。

针织协会秘书长瞿静表示：“2012PH Value”是由北服团队做的趋势研究和发布，已经有了很大进步，为了进一步提高趋势发布的权威性，我们提请领导批准邀请WGSN今年到PH Value发布其服装趋势研究结果。”瞿静还说，“2013年，PH Value第一汇将打造一个更加开放的展示平台。预计时尚秀场将持续3天举行发布秀，包括内衣、女装、设计师发布及产业集群整体发布等。扶持针织领域的设计师，将邀请行业权威专家对学生设计师、独立设计师的作品进行专业点评，评判标准将有别于已成熟的相关活动，以注重市场价值为衡量标准，激发整个产业对于新锐设计师的关注。”

“2013PH Value第一汇”论坛将以“买手引领时尚变革”为主题，以现场实战为指导，以市场理论为基础，融合国内外专家运营智慧，共同探讨“买手模式”在国内服装市场的发展趋势，引导经销商行业市场终端模式变化下的应对思路，创新服装行业商业运营模式。

在观众邀请方面，从某种意义上说，今年组织观众要比招展工作还重要，组委会也将针对品牌和加工两种类型分别组织邀请观众。其中，对加工企业主要围绕两部分内容，一是向面料展观众宣传加工馆，二是组织有针对性的买家配对活动。对品牌企业主要是组织加盟代理、商超百货、专业市场、零售店主以及e卖

家。

今年，PH Value第一汇首次将电子商务与展会结合，把与电子商务平台的合作作为重中之重，例如与天猫和淘宝的合作。林云峰说：“传统上来说，我们一直把电子商务平台作为竞争对手，这一点在中间产品上可能是这样。但在成品方面，我们认为展会和电子商务有可以结合的点，就是把电子商务平台上比较成功的卖家作为我们的渠道，我们作为其上游。甚至对于个别想在电子商务平台上开店，却难以寻求合适服装加工厂的独立个体都将是未来组织观众的重要部分。”今年组委会将重点与淘宝、天猫联系，一是传统实体展会可以作为网店的供应商或合作伙伴，对淘宝来说也是为其客户提供的服务；二是随着O2O(Online to Offline)概念的兴起，单一网点的营销模式开始转变为增加线下体验店的模式。组委会的主要目的是一方面通过淘宝平台向其卖家进行宣传PH Value第一汇；另一方面，将淘宝相关活动引入展会，丰富展会内容。

在宣传上，组委会除了通常的传统方式外，还运用了一些科技手段。“对于作为终端成品的展会，宣传工作非常重要。我们将分为三部分进行，一是针对行业内的传统对象和宣传方式，二是发布秀中标者针对公众的宣传，三是通过电子请柬、微博和微信等新媒体对PH Value品牌和参展品牌的宣传，这三部分之间可以互动互补。”林云峰说。

期待赋予了更多新内容的多元化商贸平台”2013PH Value第一汇”的精彩亮相。

中国国际针织博览会华丽转身

——2013PH Value第一汇10月上海启幕

由中国纺织工业联合会主办，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国针织工业协会和中国服装协会联合承办的“PH Value第一汇”将于2013年10月21至23日与intertextile中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会在上海浦东新国际博览中心同期同地举办。

2012年PH Value第一汇以发布秀形式于第六届中国国际针织博览会期间在上海惊艳亮相，受到广泛关注。2013年，中国纺织工业联合会市场部领导从整体布局的角度，以为行业提供优质贸易服务平台为目的，顺应新形势需要对原有项目进行转型和提升，将原中国国际针织博览会纳入PH Value第一汇品牌下，形成由展览、发布秀、趋势和论坛组成的新PH Value第一汇。同时，中国国际针织博览会实现华丽转身。

“PH Value第一汇”名称包含时尚产业的创新设计之源，就如同任何水剂酸碱度测试一样，尽管变幻莫测，但始终有着衡量标准之意，而时尚创作正是如此。PH Value第一汇将致力于帮助服装企业寻求订单、打通销售渠道、实现品牌价值，努力寻求中国服装产业与国际时尚产业的对接与对话，释放中国服装品牌乃至时尚产业的原创力。

“2013PH Value第一汇”将在上海浦东新国际博览中心的N4和N5馆举办，其中N4馆为服装贴牌加工馆，N5馆为品牌女装服饰馆。

“2013PH Value第一汇”将针对品牌馆的参展企业邀请代理商、加盟商、商超百货、专业市场、零售买家以及电子商务e买家与品牌对接，帮助品牌打通销售渠道，实现品牌价值。贴牌馆的参展企业不仅将与intertextile共享7万专业观众(其中以国内外服装品牌和进出口商为主)，更有机会参加组委会组织的有针对性的买家配对活动。

“2013PH Value第一汇”为参展企业提供整体打包宣传服务。品牌可借助“PH Value第一

汇”时尚秀台举行发布秀，释放品牌影响力。同时，品牌形象将通过“PH Value第一汇”官方网站(www.phvalue.org)、新浪微博(@PHValue第一汇)、微信(PHvalue第一汇)、现场广告、会刊指南、电子邮件、展报和赞助项目等方式得到最大程度的亮相。

转型与提升后的2013PH Value有许多新思路和新内容。

纺织贸促会林云峰副会长谈到PH Value的转型与提升时说：“我们计划分三步走，一是向终端产品靠拢，二是跨针织概念，三是提高国际化水平。”“PH Value第一汇”侧重于贸易功能和品牌宣传的实现，将在上海打造一个具有国际影响力的服装贸易平台。在PH Value的展览、发布秀、趋势和论坛4个方面中，将以展览和发布秀为主体，分别实现企业寻求订单、渠道商及品牌宣传的需求，趋势和论坛通过发布权威的流行趋势和对行业热点问题的探讨来实现信息传递，扩大PH Value第一汇的影响力。

在展览方面，林云峰表示：“纺织服装产业链从面料向下依然可以细分，直接与面料相接的是OEM和ODM的加工型企业，再之后是做品牌的企业，这两部分企业的参展需求是不同的。”加工型企业寻求订单，而品牌企业则寻求渠道建设。经过调研和综合此前针织展的实际情况以及未来PH Value的发展方向，组委会认为在展览内容上分为品牌馆和加工馆较为合适。品牌馆主要围绕女装产品和服饰类产品，并在展位设计上加以提升。设立加工馆的主要目的首先是考虑到面料展的6万多名观众中有设计师、品牌服装企业设计主管和采购人员；其次，前身针织展的成品类展商大多都是做贴牌加工的企业，例如毛衫类、T恤类、大内衣、袜子等，以及针织协会产业集群的资源也多是以加工型为主。

在招展方面，组委会的招展思路是突出O（贴牌）B（品牌）C（渠道）C（消费者）服务价值链的概念；在海外展商的拓展上，除了

——下接第20页

APP展会——高效采购的多元化平台

得益于行业办展的优势和国际化市场运作的紧密结合，近年来，巴黎国际服装服饰采购展（APPAREL SOURCING，简称“APP”）暨中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）已成为国内企业开拓欧洲市场最佳的国际化专业平台。近日，围绕行业普遍关注的欧洲市场走势和赴外参展的相关问题，《中国纺织报》的记者采访了法兰克福展览（法国）有限公司项目总监马蔓铂女士。作为纺织专业的办展机构以及APP展会海外合作方的高层人士，她阐述了当前欧洲市场的买手对APP展“一站式采购”的偏爱，并向业界传递了提升办展服务的新思路。

环保优质产品更受关注

记者：当前欧洲市场的现状如何？消费者在采购时最期待和看中的是什么？

马蔓铂：就当前市场现状而言，欧洲无疑是全球最大的纺织服装消费市场，因此对于中国的纺织服装企业仍将具有持久的吸引力和重要性。欧洲市场对产品价格的接受特点是，从大众型经济适用类产品到高端产品全覆盖，对不同档次的产品都有较大的需求。从消费者角度看，未来人们在纺织品和服装消费中会更加关注可持续发展、健康和可循环回收再利用等问题。

在经济低迷时期，很多人谈论说，欧洲人比起以前来消费有所降低，但我认为，人们不是不愿意消费了，而是开始关注更为优质的产品，很多人更加关心产品的生产过程是否对环境有害、是否可持续发展等方面。比如，面料是由什么样的纱线生产的，产品是否有益健康，并希望生产过程更加透明。

此外，消费者对于循环再生问题也更加关注，中国企业应该注重这一趋势，在生产中不断加强创新、改进技术和生产，得到发展和提升，我想这对欧洲市场的未来具有重要意义。

辐射欧洲的国际化平台

记者：巴黎是时尚之都，每年有多个成熟的纺织时尚类专业展会在那里举办。那么APP展的特点和优势是什么？

马蔓铂：目前，在法国举办的很多纺织服装专业展会主要是面向并针对法国市场的，因此APP展是欧洲本土唯一的国际化服装采购平台。法兰克福展览（法国）公司与中国国际贸易促进会纺织分会在该项目上的合作始于2007年，这也是我加入法兰克福展览公司的原因。首先，APP是我们为Texworld展拓展的一个新的平台，满足了那些不仅仅对面料感兴趣、而且对服装有采购意向的买家的需求，所取得的成功也是基于和纺织贸促会及Texworld展的良好合作基础之上。如今，该展会成为欧洲买家寻找OEM和ODM供应商的最佳平台。

几年来，在与纺织贸促会的通力合作下，我们共同为欧洲的买家提供了一个多元化的国际采购平台。据统计，APP展超过75%的专业观众来自欧洲不同的国家，观展人数居于前6位的分别为：法国、英国、德国、意大利、西班牙和土耳其。从数据可以看出，参展商在APP的平台上可以接触到来自欧洲主要时尚产业国家的买手，他们不仅仅是来自于法国，而是整个欧洲地区。

巴黎是时尚之都，在专业展会的吸引下，每年大量专业人士为面料采购和服装生产而聚集于此。在APP展会平台上，我们不仅重视来自中国的参展商，同时也有来自摩洛哥、埃及、巴基斯坦、孟加拉、越南等很多主要的服装生产国企业，我们很高兴地看到，有如此多的纺织服装供应链上的供应商同期同地聚集于此，为买家提供了非常丰富的选择。

记者：经过几年的发展，APP展已经成为中国企业开拓欧洲市场的重要平台。您对于展会同期同地为买家提供面料和服装的“一站式采购”效果有何评价？

马蔓铂：根据Texworld展会的总结分析表明，越来越多的买家在采购面料时也会同时对服装有采购需求，所以我们把优秀的具有可靠供应能力的服装生产企业，带到这个展会平台上并呈现给买家，以期帮助买家节约时间，实现高效采购。买家在展会期间都希望约见更多的重要客户，但他们无暇在寻找和比较产品上花费过多的时间，他们喜欢直接找准需要的产

品确定采购，来实现快速下单。所以，“一站式采购”恰好满足了他们的需求。

中国产品仍有市场

记者：受劳动力价格持续上升的影响，中国企业面临越来越大的成本压力。有统计显示，中国的劳动力成本已经和东欧一些国家不相上下。一些欧洲买家开始青睐东欧地区，加强了在欧盟地区的中高端产品的采购，您怎么看这个现象？

马蔓铂：中国的劳动力成本上升的确是事实。中国具有强大、稳定的纺织品服装供应能力，而欧洲在多年的产业发展中，在大规模的纺织品服装生产加工方面已经不具备优势。虽然有一些订单转向了突尼斯、摩洛哥、保加利亚等国，因为他们具有物流快捷、文化认同等一些优势，但我想这只能理解为是巨大市场的一个补充，不会发展为大的趋势，中国仍将是全球纺织品服装最主要的来源地。

记者：受益于劳动力成本的低廉，印度吸引了越来越多的之前下达给中国供应商的欧洲订单，对此您有何建议给中国企业？

马蔓铂：我想对于目前的市场来说，重要的不仅仅是价格，还有质量。随着中国产品品质的提升，我想欧洲买家还是会对产品本身更加看中的。当然，你可以找到劳动力价格更低的产品供应国，但是这不会永远持续下去。如果生产过程更加环保与可持续，同时又具备优良的品质，也许我们要做好准备为此在消费中多花一些钱，去购买这些好的产品。

对于欧洲消费者来说，如果产品品质更高，消费的数量也许会少一些，但是他们愿意为此付出更高的购买价格。接下来几年也会呈现出一种趋势，就是人们不会像过去那样热衷于快时尚，会更清楚自己需要的是什么—用更好的价钱追求更好的品质，也许以购买一件取代过去的两件。这就是为什么虽然价格提高了，中国仍然能向那么多国家保持出口。

展会服务以人为本

记者：作为主办方之一，今年公司将对展会做哪些方面的提升，以吸引更多的中国参展商？

马蔓铂：从办展的角度看，我们不会盲目地扩大展会的规模，而是对每一位展商都给予足够的关注，努力提高展商对展会的满意度。例如，今年的APP春季展的展期正值中国的蛇年新春，因此主办方经协商后，特意将展会延迟一天开幕，使中国展商可以和家人欢度大年夜后，再奔赴巴黎参展。这一做法充分显示了我们以人为本的办展理念，也得到了各方的普遍认可。

此外，中国展团是APP展的重要组成部分，在数量和质量上都举足轻重，因此我们为展商安排的展位也是靠近主通道的最佳位置，对取得良好的参展效果非常重要。在展前布展方面，主办方为展商提供了免费的专业布展服务，使参展商的展位形象更符合欧洲买家的喜好，使参展效果更加理想。

中国企业集体亮相美国国际非织造布展

美国东部时间4月23日，2013年美国迈阿密国际非织造布展览会（IDEA13）在美国佛罗里达州迈阿密市沙滩会议中心如期开幕。由中国产业用纺织品行业协会和中国国际贸易促进委员会纺织行业分会等单位组织的中国非织造布行业近50家企业集体亮相，成为本届展会的一大亮点。

美国迈阿密国际非织造布展览会是目前世

界上规模最大，水平较高的专业展览会之一，每三年举办一届。它与德国法兰克福非织造布展（TECHTEXTIL）和瑞典日内瓦非织造布展（INDEX）并称全球三大无纺布展。本届展会吸引了来自全球近500家参展商参加。

记者在中国展区看到，前来参展的中国企业共设了60多个展位，他们与世界同行共同交流当今非织造布最新技术，谋求合作途径。

—下接第24页

第十四届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）7月开幕

第十四届中国纺织品服装贸易展览会（纽约）（简称“纽约展”）将于2013年7月16-18日在纽约贾维茨会展中心举办，展览会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与法兰克福展览（美国）公司承办，中国参展商依然以国家展团的形式嵌入到同期同馆举办的纽约国际服装采购展（APP）、纽约家纺采购展（HTSE）、和美国Texworld服装面料展（Texworld USA）三个专业展览会中，形成产业链系列展览会，目前这三个专业展览会已经成为美国东海岸规模最大的纺织品服装专业贸易展览会。

时刻把握本土需求

14年来，“纽约展”以一贯之地坚持以满足美国本土市场需求为己任，把中国优秀的纺织产品带到美国市场，为国内企业开拓美国市场提供了广阔的平台。

尽管受到工资税法、燃油、天气等因素的影响，美国服装零售数据差强人意，使得一小部分国内服装类企业产生了动摇的想法。但目前评价工资税法改革及汽油价格上涨对消费支出的影响还言之过早。因为消费者对服装的需求是持续的，有需求就会为经济注入活力，这对美国零售业的表现会带来不大但却是良好的发展信号。据纺织贸促会展览六部消息，目前纽约展正在火热招展中，来自宁波、湖州等地区的企业报名踊跃，中部地区报名企业明显增多，如安徽、河南。东莞市大朗镇作为全国针织产业集群由镇长带队再次出征美国展。

据"Cotton incorporated Lifestyle Monitor Survey"今年三月针对美国市场的调查显示，有

82%的消费者最喜欢纯棉或者混棉织品，其次是丝织品（3%），涤纶织品2%，而羊毛织品以及人造纤维产品仅占到1%。作为纺织产品消费大国的美国市场，非常值得耕耘。但是，参展企业应该根据该市场消费趋势的变化，及时调整产品。从近期的一些数据上我们可以看出美国消费者消费习惯的变化：性价比高的休闲系列，牛仔系列都是美国买家关注的品类。随着中国纺织服装产业转型升级加速，以及完整的纺织产业链优势，使得中国纺织产品质优价廉，产品附加值也不断提高。再加上交货期有保证，订单量灵活，中国纺织产品在美国市场依然具有相当强的比较优势。

由于近期美国房地产市场回暖明显，使得家纺产品零售持续升温。与服装零售3月的下降相比，家纺家具类产品三月销售额环比增长0.9%，同比增长0.8%。来自华尔街日报的消息表示：2012年12月，全美房屋价格与上年同期相比上涨了8.3%。这是自2006年5月以来的最大涨幅，并且是连续第十个月上涨。房屋市场数据的增长，反映了美国房地产业复苏活跃程度，这直接带来了室内家纺产品的需求。所以目前国内家纺类企业参展积极性提高，报名情况较好。

针对美国家纺市场的新需求，主办方也加强了对美国家纺市场的了解，并及时将市场信息传递给国内家纺展商，希望家纺类企业能够准确了解市场走向，调整产品定位，借纽约展迅速有效地进入美国市场。

——上接第23页

中国产业用纺织品行业协会会长李陵申表示，近年来，尽管遇到国际市场需求放缓，出口压力加大等困难，但我国非织造布行业稳步发展势头未减，在世界非织造布领域影响日增。

展会期间，中国产业用纺织品行业协会与

美国无纺布协会、欧洲无纺布协会等国际非织造布组织举行了双边、多边交流，并举办“全球非织造布论坛”等活动。

中国产业用纺织品行业协会秘书长李桂梅、中国国际贸促会纺织分会展览部主任谢冰等参加了开幕式。