

第 6 期
2013. 06
(总第 104 期)

市纺协、市纺丝学会 举办印染污泥焚烧技术交流培训班

6月19日,佛山市纺织服装行业协会、佛山市纺织丝绸学会在禅城区佳宁娜大酒店4楼会议室举办佛山市印染污泥焚烧技术交流培训班。来自佛山、江门印染企业的代表及有关方面的代表近70人参加了交流培训班。佛山市环保局污控科、广东省纺织协会、广东省纺织工程学会等有关部门代表出席了交流培训班。

印染污泥焚烧处置技术,已经在我市取得阶段性成果。顺德区、三水区有关企业已经就开展印染污泥自主焚烧处理工作通过环境评价。为了推动有条件的大中印染企业开展印染污泥的规范、自主焚烧处置,通过交流培训班的专家讲解、有关企业关于印染污泥焚烧技术实践及申报程序的介绍,帮助大家清晰、深刻认识这一技术及相关的政策、申报程序;这就是本次交流培训班的目的,也是推动我市纺织印染行业印染污泥焚烧技术产业化的前奏。

本次交流培训班进行了以下议程:

- 1、由中科院广州地化所专家陈繁忠博士介绍印染污泥焚烧技术成果;
- 2、由三水佳利达纺织染有限公司张良军副总介绍三水大塘工业园印染污泥焚烧技术实践及申报情况;
- 3、由顺德金纺集团有限公司冯善全副总介绍印染污泥焚烧技术实践及申报情况;
- 4、邀请佛山市环保局污控科代表宣讲佛山市有关污泥处置的环保政策;

演讲嘉宾演讲后,与会企业代表还与演讲嘉宾进行了生动活泼的答疑互动。

专家的成果讲解、企业代表的经验介绍、环保

官员的政策宣讲,极大地提高了现场纺织印染企业代表对印染污泥焚烧技术及有关政策的认识,交流培训班达到预期的目的。(协会)

青商先行 接力产 城人融合“西樵梦”

南方日报6月7日讯,南商再出发,西樵新起航。昨日下午,西樵举办以“至善西樵,青商先行”为主题的腾龙青年商会就职典礼暨我的创业梦·2013“樵山明珠”十大青年创业故事评选启动仪式。仪式上,选举产生了腾龙青商会第一届理事会和监事会领导成员,并发布腾龙青商会Logo和立会宗旨。南商学院西樵分院、南青商学院西樵分院也同时揭牌成立。

昨日下午,西樵腾龙青年商会选举产生第一届理事会和监事会领导成员。这标志着该商会正式开始运作。

“民营企业是推动地区经济发展的主力军,青年企业家是企业发展的新希望。在‘南商再出发’号角吹响之际,希望腾龙青商会积极为青年企业家的学习成长和事业发展做好服务。”南海区副区长冼富兰在仪式上表示。

西樵镇委书记梁全财则表示,西樵将进一步做好企业服务,从融资担保、技改创新、节能降耗、扩展市场、人才培养、用电用地等方面帮扶民营企业做大做强,推动产业结构优化升级;希望西樵腾龙青商会努力建设成为青年企业家学习交流、抱团发展、携手公益、培养商界精英的平台,为实现“文化引领,产城人融合”的“西樵梦”作出积极贡献。

为了激发樵山青年追梦热情,西樵昨日还启动我的创业梦·2013“樵山明珠”十大青年创业故事评选活动。

评选活动旨在通过典型的创业故事激发青年新一代的创业热情，引导他们转变传统就业观念，增强社会责任感，鼓励他们自强不息、奋发图强、追逐梦想，积极投身家乡经济社会建设。

聚焦

文化引领力促 “产城人融合”

昨日，“创业成长沙龙”也一并在西樵举行，4位来自各行业的青年企业家与西樵镇镇长黄颂华对青年创业、创二代发展、产城人融合的话题展开讨论。“西樵梦”成为热议焦点，黄颂华说，西樵梦的核心目标为“以文化为引领，产城人融合”，并鼓励西樵青年企业家投身“西樵梦”事业中去。企业代表表示，要实现产业跟城市融合，当地应更突出西樵在岭南文化层面的核心竞争力。

鼓励“创二代”投身“西樵梦”

“企业家应将自己企业定位为这个城市的配套助手，帮助城市不断升级。”昨日，佛山市南海旺阁渔村饮食服务有限公司董事长总经理吴荣开当选为西樵腾龙青商会首任会长。他说，一个优秀的企业家应该充分利用当地的资源来发展自己的企业，实现在壮大产业的同时，帮助当地政府完善相应配套，提高城市的格调。

吴荣开说，如企业可以与西樵产业结合，兴办餐饮、礼物加工、休闲场所等产业，将自身所在行业的上下游进行再次开发。

黄颂华对此表示赞同，他说，西樵正在打造自己的梦，即以旅游、文化产业为主导，同时鼓励纺织、陶瓷等传统产业转型升级，以产业的发展带动城市的配套完善、经济发展，提高人民幸福感。

“政府会努力完善相应的产业载体，并服务好企业，但是城市与产业的融合离不开企业家，更离不开具有创新意识的青年企业家”。黄颂华现场鼓励青年企业家要将自己的产业发展方向与促进城市发展相融合。

“所谓城市的配套，不能仅是有公路、工厂等设施，还应该拥有高素质的工人，以及一定的人文关怀。”面对黄颂华提出的“西樵梦”，广东新润成陶瓷有限公司总经理关伟洪建议说，西樵要打造产城融合的梦，还应更多地完善当地的相应文化类、便民类配套设施。

南商再出发需要“思想再出发”

“创二代应该拓宽视野，在家族产业外寻找新的利润增长点。”广东科明达集团有限公司总裁张

敏明说，创二代不能将目光仅仅盯着家族企业，而应该勇敢尝试在新的领域。

他举例说，南海第一代创业者所从事的领域大多数为制造业，如今，面对众多的机会，创二代可以尝试在贸易、金融、房地产等行业进行投资，“当然这需要进行严谨的调查，得到该行业在当地的回报率。”

关伟洪对此表示赞同，同时，他也认为制造业是南海的基础，创二代也不应盲目地反抗上一辈的安排，急于找寻新的领域投资。

“先对家族企业负责，将原有的产业打理好，才能成为一个成功的企业家。”关伟洪说，对于第一代留下的家族产业，创二代应在尝试用新的管理理念去优化内部结构，降低企业成本，提高效率。

“关键在于不要被第一代人的保守思想束缚。”关伟洪认为，“南商再出发”除了是对新行业、新客户开发外，更重要的是思想的再出发。他在沙龙上说，创二代面对当前的市场应更有欲望和大胆改革的魄力。

创业如淘沙要拼生命力

“大学生创业除了要调整好心态外，更重要的是要学习一种商业营利模式。”在大学生就业问题成为当下的热门话题时，当被问到如何看待大学生创业时，张敏明如此说道，他认为当下有许多大学生进行创业时都会侧重于选择某一行业，但是却并没有对该行业的利润回报点、回报率进行充分调研，这往往会导致许多刚毕业的大学创业失败。

关伟洪也对此表示赞同，他认为当下在就业环境和经济压力下，大学生勇于出来自主创业的本身就具备很大的勇气，但在有勇气的同时，也需要一定的环境分析和行业把握能力，如此才能少走创业弯路。

此外，现场嘉宾也认为，尽管目前创业环境较为艰辛，但是这也是淘沙的阶段，行业不景气的时候，有魄力、有思想的大学生如果能先提高对自己所创办企业的标准和对自己的要求，要存活下来其实并非那么困难，并且他认为今后该企业的生命力将会较强。

新闻背景

“五位一体”：探路新型城镇化

昨日，西樵启动我的创业梦·2013“樵山明珠”十大青年创业故事评选活动。该活动旨在通过典型的创业故事激发青年新一代的创业热情，助力“南

商再出发”和西樵镇探路新型城镇化。作为近代中国创业第一人陈启沅的故里，作为“南商”中最具创业实干精神的西樵企业家的活跃区域，西樵正是借腾龙青商会正式起航之机，实践“西樵新起航”。

传承“第一人”沿袭启沅精神创兴西樵

民营经济是南海发展的根基和灵魂，至今仍占GDP和税收总份额的7成左右。而1873年，南海西樵人陈启沅在家乡创办的继昌隆缫丝厂，被认为是中国第一家民族资本近代工业企业；叩响中国民族工业大门的陈启沅，也被誉为近代中国民族资本创业的第一人。因此，也有学者认为，“南商”其实源起于“樵商”。

如今，西樵简村陈启沅故居显得恬淡和清静；但是，西樵山下创办实业的热情未曾消减。2012年，西樵全年完成地区生产总值177.12亿元，同比增长8%。仅以纺织产业为例，西樵现有纺织服装企业840多家（包括织造、浆印染、服装及其他配套企业），其中规模以上企业145家，从业人员有约6万人，拥有3万多台织机，年产26亿米。2012年，西樵轻纺城市场销售额230亿元，其中出口额11亿美元。近代中国民族资本创业第一人的家乡，目前已是全国三大纺织品批发市场之一、华南地区最大的一级纺织品批发交易市场、广东省大型高级批发市场和重点培育流通龙头市场。

在南海吹响“南商再出发”号角之际，不论从历史还是现实的层面来看，西樵企业家都应先行一步。

接力“创一代”腾龙青商会盼孵育新精英

“南海的未来尤其要依靠青年企业家！”在上月初南海青商学院挂牌成立后的第一课上，佛山市委常委、南海区委书记邓伟根如此寄语青年企业家。

“南商再出发”，需要西樵企业家再出发；西樵企业家再出发，需要西樵企业家群体的“创二代”接力。这也正是西樵腾龙青商会、南商学院西樵分院、南青商学院西樵分院成立的用意所在。

据了解，西樵腾龙青商会是由西樵镇内优秀青年企业家自愿组成的联合性、非营利性社会组织。它的成立，将为青年企业家的合作、共赢、发展创造了崭新的平台，也为推动西樵产业转型升级、民营经济稳健持续发展提供了重要的保障。

梁全财在昨日仪式上表示，希望西樵腾龙青商会充分发挥政府企业沟通的平台作用，把服务青年企业家作为工作落脚点，为青年企业家施展才华、服务社会搭建舞台，努力建设成为青年企业家学习

交流、抱团发展、携手公益、培养商界精英的平台，为实现“文化引领，产城人融合”的“西樵梦”作出积极贡献。

据西樵镇委委员、团委书记龙华强介绍，南商学院西樵分院、南青商学院西樵分院将探索适合南海发展的企业家教育和高级管理人才教育模式。其中，南青商学院将“精准”服务于西樵青年民营企业家，特别是企业接班人及“创二代”，提升青年企业家及企业接班人的经营管理水平和综合竞争力，帮助“创二代”完成从学员到管家的蜕变，凝聚青商冲劲与力量，推动民企做优做强。

融合“产城人”探索新型城镇化西樵路径

西樵腾龙青商会的正式运作，西樵青商的新征程，同时也是西樵全局发展的新征程。目前西樵镇提出以文化引领产业、城市、环境、民生、政务“五位一体”建设的战略思路，以此探索“文化引领，产城人融合”新路径。

据介绍，为实现公共空间的打造，西樵镇城镇转型，实行“一山两城三片区”的规划格局。

“一山”是指通过西樵山创建国家5A风景旅游区作为抓手，借山造城。梁全财强调，西樵山是一个公共空间，要将它打造好，这既是环境的再造，也是旅游景区、旅游产业的创造。

“两城”指的是旧城和新城建设。其中旧城区通过外立面的改造，重新营造岭南特色风格。这项工程从去年开始，预计到明年完成对整个江浦路改造。新城区的建设方面，已有包括樵山明珠、纺织大厦等在内的数大项目顺利推进。

“三片区”重点在于城市、产业、环境互动、共融的一个重要核心，包括听音湖片区、山南片区和西岸旅游产业园片区。（撰文：盛正挺 黄伟胜 梁秀玲）

奥丽依：多品牌集结

在第八届深圳国际品牌内衣展，奥丽依打的是集团牌，集团化、多品牌、一牌多品、精耕细作是奥丽依的发展方向，近年来，不断推陈出新，借助展会这个平台，新品牌陆续推出。本次奥丽依旗下7大品牌组团亮相，是奥丽依成立集团公司之后在公众面前的一次综合实力展现，每个品牌，求同存异，但却又各有各精彩，“同”的是强大的产品结构、品质及产能保障，“异”的是各自的产品风格、消费人群细分。

奥丽依

健康时尚，打造财富神话

作为二线内衣领导品牌之一，健康内衣专家奥丽依此次参展惊艳四座，金妆、平装、倍丽挺、适雅4个子品牌，相互补充，展示了强大的产品品项和丰富的货品结构。记者了解到，这种新模式下，奥丽依已经打造了一个个鲜活的财富神话：

河北邯郸终端商余老板，专注经营奥丽依品牌，高效的团队管理，创造单店年销售超300万元的神话。

湖北宜昌终端商张女士，在当地最繁华的商场开设专柜，立样板、树形象，辐射其他4家专卖店，5店销售相互促进，年销售早已突破350万元。

广东均安终端商吴女士，在一个镇级城市同一条街相隔仅60米，开出两家奥丽依超大店，销售业绩相互促进、共同提升年销售近200万元。

河北廊坊终端商许老板，公司化运营，团队化运作，快速复制连锁经营王国，奥丽依品牌年销售近800万元。

这就是奥丽依的终端商，通过这些榜样，也从侧面反映出奥丽依是如何一步步做到领跑财富市场，成就梦想。

水晶秘密

抓住“新财富”机遇

本次，奥丽依集团旗下年青品牌Crystalsecret（水晶秘密）时尚出击，“可爱性感”形象和韩派青春时尚风格，将女人的可爱和女孩的性感演绎得恰到好处，粉嫩的色彩、浓郁梦幻的氛围，圆女人一个公主梦……

水晶秘密差异化品牌定位及“内衣屋”销售新模式为内衣注入“新鲜度”，自2011年水晶秘密登陆市场以来，引发了韩派内衣浪潮，深受“80后”、“90后”消费群体的喜爱。有些做熟女内衣的店主租下隔壁店铺，加盟水晶秘密，两店相辅相成，不但老店不受任何影响，反而增加了两家店铺的客户进店率。在传统内衣老龄化的趋势下，如何抓住“80后”、“90后”这批主力消费大军？选择经营年青、更具新鲜度和时尚度的内衣品牌成为广大内衣店主考虑的新财富机遇。

据了解，水晶秘密品牌面市不到2年的时间，目前已有终端店铺300多家，赢利状况较好，有些店铺开店仅1个月销售就高达18.9万元，大部分优秀店铺月均销售超过10万元。本次展会，很多

参观客户都表示非常喜欢水晶秘密青春时尚的形象，并当场签约。

MAGIFIT

低调之行，难掩奢华

MAGIFIT（美芝婷）作为奥丽依集团第一个从国外引进大中华市场的加拿大顶级塑形内衣品牌，自2010年以黑马之势亮相第5届深圳内衣展之后，时隔3年，作为集团旗下代理品牌再次低调亮相。本次集团品牌展中，美芝婷以展示品牌调性为主，其中以金剪刀及裁量尺具为元素的静态展强调了“量身定制”及“尊宠服务”，2楼的静态展则以欧式宫廷宴会为主题，通过华丽的宫廷蓬蓬裙以及铁艺鸟笼的下午茶情景展现出塑形衣的起源，构思巧妙，主题突出，吸引了展会现场的长枪短炮争相聚焦。

美芝婷大中华区总经理瑞贝卡在接受采访时谈到，美芝婷自进入中国市场以来，以精准的市场定位、奢华的品牌形象引起行业内的高度关注，3年的市场运作，奥丽依集团始终坚持其独立品牌、广州团队单独运作的方针，现陆续进驻国内一线城市的百货商圈，已拥有近百家专柜店铺，其中包括加盟店和直营店、联营店，优秀店铺单店年销售近400万元。

据悉，美芝婷越来越受到经营高端服饰、具有商场资源的加盟客户青睐，优秀会员超过2万人。同时，美芝婷非常注重科技创新，今年品牌将在原有人体三维测绘扫描仪的基础上，从国外引进新一代的3D人体测量仪，还将掀起塑形行业的新一轮改革。（王丹阳）

5月服装销售稳中回升 同比增长6.6%

中国纺织报讯 6月18日，商务部召开例行新闻发布会，通报今年1~5月商务运行情况。据介绍，1~5月，国内社会消费品零售总额同比增长12.6%，比上年同期放缓1.9个百分点。其中，5月国内社会消费品零售总额同比增长12.9%，比4月加快0.1个百分点，消费市场继续小幅回升。5月服装销售稳中回升。商务部监测的3000家重点零售企业中，服装销售额同比增长6.6%，比上月加快5.5个百分点。

据海关初步统计，1~5月，全国进出口总额10.51万亿元，扣除汇率因素同比增长10.9%。主要特点表现为：一是在与主要贸易伙伴双边贸易中，我国对美国、东盟贸易保持平稳增长，对欧盟、

日本贸易下降。二是中西部地区出口依然活跃，东部地区省市进出口有升有降。三是一般贸易和加工贸易进出口均保持稳定增长。四是民营企业依然是外贸增长主要动力，外商投资企业进出口低速增长，国有企业进出口负增长。五是传统劳动密集型产品出口增势良好；大部分能源和资源性产品进口数量增长。1~5月，我国服装、纺织品、鞋类、家具、塑料制品、箱包、玩具等7大类传统劳动密集型产品共出口1712亿美元，同比增长15.4%，占出口总值的19.5%。（宗文）

海关6月1日起对80种纺织品 停征出口关税

据海关总署公告，中山海关前日起对2005年1月1日开征出口关税的148种纺织品中的80种产品停止征收出口关税。经受了前段时间对74种纺织品大幅加征关税消息困扰的中山相关企业，乍闻喜讯无不开颜。

为应对当前纺织品国际贸易形势，中国曾于5月20日宣布对148种纺织品中的74种大幅加征关税。但美国仍然坚持对中国7种纺织品设限，欧盟也宣布对2种中国纺织品启动“紧急特保”。在此形势下，国务院批准自2005年6月1日起，对148种纺织品中的80种停止征收关税。海关总署2005年第22号公告前日下发至中山海关，并于昨日在中山关区正式实施。曾为早前大幅加征关税消息而“闹心”的中山纺织品企业，闻讯大喜，认为这是政府在当前复杂形势下，为保护纺织业健康发展而采取的积极应对举措。此前，受对74种纺织品大幅加征关税消息影响，一些中山企业纷纷赶在6月1日前抢闸出口，中山海关驻石岐办事处上周三一日办理征税纺织品出口业务多达89票，税额12万余元；6月1日，吃了“定心丸”的企业则放慢了脚步，海关石岐办事处办理同类业务18票，税额仅8000多元。

据了解，此次调整除停征80种纺织品出口关税外，同时对148种纺织品中的5项8位税目下的6种纺织品提高出口关税税率，增幅为原来的2-10倍。据中山海关石岐办事处负责人称，这6种纺织品大都不是中山纺织品出口的主流产品，且多为季节性产品，故相信对中山纺织业影响不大。

此次调整的新内容还包括，自6月10日起，对原产于港澳，通过OPA方式在内地加工的纺织品，

凭港澳签发的外发内地加工证明，从内地出口时可免征出口关税。（中山日报）

尾货成为服装电商的香饽饽

清理库存同时获高利润

尾货，这个被服装行业各个流通环节“深恶痛绝”的产物，如今正悄然变成各大电商眼中的香饽饽。从不足5元的上市价，到如今股价稳坐在30元以上，唯品会在美国股市上演了一出让所有中国互联网企业羡慕的好戏，而其尾货特卖的模式自然引起了众多电商同行的关注。“唯品会非常幸运，针对中国服装行业库存积压严重的现状，推出代销模式，卖不掉就退货，这是它牛的地方。”虽然作为竞争对手，当当网ceo李国庆对于唯品会的成功可谓赞赏有加，他认为唯品会把握了国内服装业产品积压的契机，“就算1折代销也有钱赚”。

继凡客诚品和一号店推出尾货特卖频道后，名品特卖市场又迎来一位新成员：当当网“尾品汇”，杀入炙手可热的服装尾货限时特卖领域。实际上，面对每年高达3500亿元的服装尾货市场，当当网觊觎已久。而最有效的办法，无疑是效仿并推出类似的尾货特卖模式。而看到商机的不仅仅是当当网和凡客诚品，据媒体报道，京东一位供应商也透露，京东也已有开设名品特卖模式的计划，目前已与其签完合同。

李国庆透露，今年5月以来及以后一段时期，当当网也要认真地做三折服装特卖会。“以前我们强调的是服装商家到当当平台来卖新品，新品五到七折。接下来我们也要尝试着卖一些服装尾货，但是是应季的积压货，就像奥特莱斯的定位。”

与唯品会以代销模式为主的特卖模式不同，“尾品汇”将不走自营路线，而会采取铺货式平台模式。由于采用招商模式，因此不会涉及给商家退货的问题。此外，当当网对品牌商收取的销售佣金比例，也远低于唯品会。这样不仅可以更直接的把控商品质量，也可以为品牌商提供统一的物流服务，从而带来更好的顾客体验。

根据一批服装原单生产中大约会产生3%至5%尾货的比例来计算，每年的“尾货”量可以说是一个天文数字。因此目前广州、北京等地已经形成了一批规模较大的服装尾货批发市场。在尾货批发市场，衣服便宜的程度可能让人感叹不已，甚至有5元的衬衣，10元的牛仔褲。

如此低价的背后是服装企业正面临 10 年来最大的库存压力，据纺织服装业 2012 年年报显示，国内上市公司有 50 家，库存合计约 570 亿元。相比 2011 年增加 36.09 亿元，同比增长 6.76%。业内人士分析，服装企业库存占到生产量的 5%至 8%是比较合理水平，但目前不少服饰品牌的库存量都超过生产量的 30%，几乎占其销售量的三分之一。2012 年下半年到 2013 年以李宁为代表的传统企业，已经公开打出 2 折清仓的促销旗号，除了李宁、美特斯邦威、阿迪达斯、耐克、真维斯等服装品牌也陆续成为各大电商网站争抢的特卖清仓对象。

平衡虚高品牌价格

实际上对于厂家而言，尾货给他们带来了库存压力，尾货批发商拿到的价格可能十分低廉。虽然有的尾货批发商可能从厂家仓库提到的服装中，由于质量等方面的原因，而造成其中一部分并无法销售。但即使这样，摊到单件服装的价格，成本仍然低廉。因此，一般的尾货批发商只要卖出一批厂家提供的尾货的三分之一即可获利。而这些服装到了零售店里，价格可能翻上几倍甚至几十倍，暴利由此产生了。

服装产品的价格虚高现象正在被迫调整。从根源上讲，国内服装产品的价格虚高，主要源于竞争，尤其是同质化竞争的急速加剧。国金证券研究分析师张斌分析，国际品牌尤其是快时尚品牌，依靠高周转率、低加价倍率，通过提高单店的店效来克服盈利的压力；而在店租、人工等成本费用急剧上升的国内商业环境中，国内品牌并没有强大的品牌号召力，无法在短期内提高店效，只能通过高加价倍率来解决生存压力。

但值得注意的是，去年以来电商平台大规模的打折促销，并未明显提升各品牌的销售额，且对品牌形象伤害较大，出于呵护品牌的需要，预计今年终端产品的吊牌价可能将有实质性的下降。从消费者的角度来看，电商提供了实惠、便利等利民特征，对实体经济的影响更多是一种利润再分配的倒逼，目前实体店的高价产品遏制消费需求，从生存的角度，实体店的产品售价可能下移，以释放消费需求。一边卖新品服装，一边卖服装尾货，品牌商会不会不高兴？李国庆称对此并不担心：“其实品牌商很高兴当当网推一个专门的频道来卖尾货，这样新品和过季品之间会有一个区隔。加上之前聚划

算和唯品会卖的服装积压货就是三折，商家也能接受这个折扣力度。”（世界服装鞋帽网）

网上轻纺城网商集聚区投入运行

中国纺织报讯 6 月 7 日，全国纺织行业首个电商孵化园区——“网上轻纺城网商集聚区”在绍兴柯桥纺都大厦投入运行，50 家优秀企业将作为电商企业代表入驻纺都大厦 10~11 层，其中本地企业 40 家，外地企业 10 家，开启了轻纺城纺织产业与电商结合的新贸易时代。

当日，网上轻纺城总经理丁建军携公司各级主管人员切开庆祝会蛋糕，标志着网商集聚区正式投入运行。公司高层期望网商集聚区能在公司与各入驻企业的共同努力下，尽快走出一条纺织业电商成功之路来，引领中国纺织行业电子商务逐步走向规范化、市场化、专业化。

网上轻纺城作为专业的纺织行业电子商务平台启动建设至今，已经推出了坯布交易市场、成品批发市场等不同功能的网上交易市场，入驻商户近 6 万家。但大部分纺织企业习惯了传统的经营模式，甚少接触电子商务领域，在电商认识、实际操作、运营策划等方面存在较大问题，导致网上商铺良莠不齐，对于采购商来说很难形成持续的吸引力。

为此，网上轻纺城决心启动网商集聚区项目，将其作为纺织业电商孵化器，集中培育一批电商意识较强的企业，帮助其发展自身电商经营之道，尽早树立电商典范，领跑柯桥甚至是全国的纺织行业的电子商务发展。

网商集聚区项目自今年年初启动以来，经过近半年的积极筹备和招商，已完成首期建设目标。装修完毕的网商集聚区整体简洁干练，各办公室都是标准的格子间设计，俨然一派现代商务办公景象。整个集聚区共 10、11 层两层，其中 10 层设立了企业办事大厅，为网商集聚区企业提供一站式服务。

据网商集聚区项目负责人介绍，集聚区未来发展前景广阔，但也需要各入驻企业的积极配合，所以对于首期入驻的这 50 家企业，网站方面真可谓是精挑细选出来的。他们对报名的众多企业进行企业规模及信用、企业影响力、企业电子商务意识等方面的评分，最终筛选出排名前 50 的企业名单；所以这批入驻的企业均为电商意识强的优质企业，比如浙江永利经编股份有限公司、浙江凤凰庄纺织

品有限公司、江苏力帛纺织有限公司、绍兴县科旺纺织有限公司、绍兴县红黄蓝纺织有限公司等。

据悉，网商集聚区首批入驻企业所呈现的网上商铺，通过统一规范、专业指导和精心打理，将具有企业信誉好、产品质量优、产品信息全、交易互动及时等优质化特征，再加之网上轻纺城在网站中为入驻企业特别开辟了推广区，直接将这 50 家优质商铺推到日均 200 万客流面前，所以网商集聚区电商们有能力也有渠道吸引大批采购商前来咨询和进行在线交易，客源将大面积得到拓展。

网上集聚区的出现，对于采购商而言这也将是个利好形势。一方面，他们可以不再拘泥于跑实体市场的单一模式，通过网上商铺了解目前价格、新品等行情，在线向各商铺交流贸易意向，甚至直接线上下单，坐等货品寄运到手；另一方面，优质的纺织品网上商铺也将减少对采购商的辨别时间，降低采购忧虑，易形成高效、保质、稳定的贸易关系。在现今电子商务迅猛发展的时代背景下，能否尽快并有效地利用电子商务来拓展采购视野也成为采购商们需要面对的重要课题。

网上轻纺城网商集聚区今后将视首批入驻企业电商发展进程，进行第二批招商。届时，纺都大厦还将引入更多优质企业入驻。网商集聚区负责人表示，他们将全力以赴，与网商企业们共同探索出纺织企业电商之路。

了解美国市场规则 成功占领国际市场

美国加州时尚协会创始人 Ilse Metchek

2014 年服装行业的计划和版图非常清晰，对于零售行业来说，会有更多的私有品牌，并会逐步的繁荣、追逐更多的利润。此次的供应链大会谈到供应链面临的风险问题，规避这些风险，需要我们更多的商业智慧。

在美国，从生产者到消费者其实有很多渠道。我们都对各种商店都进行了界定，这些都是我们说的零售终端、经销终端、经销渠道。美国不同地方的市场也有一些地区差异性，所以一种消费方式不能适应所有的市场。那么，怎样将我们的产品销售到终端客户？怎样将制造商的货品运送到零售商再到终端客户？美国有一个最有效的渠道，那就是

直销。直销就是让制造商和客户进行直接的沟通，中间没有任何的渠道。

进入美国市场必须建立一家美国公司，公司的建立需要考虑到很多问题。比如，美国有很多本土品牌，因此要进入到美国市场就必须考虑商标和版权问题；另外，公司的报价是最终的落地价格、已经付税的价格，就必须注意美国不同地区的时差，因为不同的地区的海关服务中心有不同的办公时间。

在美国还有一点非常值得重视，就是要考虑到服装上标签的规范问题。要在吊牌上清晰地标明制造商、制造商原产地、服装面料及所含棉纤量内容。因为在美国只有达到这些标准才能够进行运送。

还有一些其他的规范必须要遵从，比如如何对服装进行洗护；以及要按照客户安全提高法案 CBSIC 的要求，通过第三方的检测来证明产品是否是含铅和邻苯二甲酸盐，因为 12 岁的小孩或是更小年纪小孩的服装不能含有有毒物质；还有一定要遵守一些化学物质的限量规范等等。

另外，关于行业面临的融资问题，很多人对融资渠道和融资机制并不是特别了解，以为只能用信用证才可以融资，其实在美国有很多来自于银行及它所属的机构的资金支持，比如私有银行。公司可以和私有银行进行合作，签订一系列协议，也可以进行一些保理业务，或者得到第三方的银行认证并与其签署一些协定……这些都是非常好的抵御风险的措施和方法。

从全球范围来说，产品只有很好的设计是不够的，足够的尺寸，标签的要求，以及运送成本、运输成本、海关的要求，还有知识产权的保护等等一系列服装出口要求，同时这也构成了对服装出口的重要保障。

现在我们谈一下服装行业面临的现状。我们看到著名的风尚杂志披露的一些新型的时尚，但是会发现时尚变化得非常快。美国的服装行业每 10 个星期就会出台一些新的趋势。如果只是紧盯着时尚杂志可能已经落伍了，我们要考虑到消费的民主性，消费的民主性是什么？就是一种不确定因素。有的时候无法辨别，究竟什么是时尚，因为时尚不是一种可以长时间延续的元素。

私有品牌逐渐也引起了大家的重视，比如艾菲尼等很多私有品牌都吸引了大家的目光。现在，越来越多的公司都会购买属于自己的私有品牌。2014 年美国市场的品牌会很快进行变更，过去非常流行的品牌可能在未来会有比较低的顾客认知度和顾

客忠诚度。对于设计师来说,如果抄袭别人的设计,就无法进入一些比较好的品牌。对于零售商而言,他们通过自行购买将大型的品牌引入到零售终端,所以品牌的设计就更重要了。

如果想作为成功的品牌登陆美国,就必须搞清楚自己和竞争对手的产品有什么区别,比如产品的标识和包装,有没有特别的东西与其他的 product 相区分,例如在香港、美国、加拿大或是法国,杂志上时尚流行的颜色一样的,而同样颜色款式的 T 恤衫可能在不同地方的价格不相同,原因就在于它们的包装不同,这些都是美国市场上非常重视的地方。

(中国纺织报)

服装检测专家谈童装质量问题

近些年,国内童装质量频频曝出问题,出口的童装产品也屡屡遭遇壁垒,甚至因为质量缺陷而被要求退货。请问:童装质量问题主要有哪些?这些问题会对儿童身体健康产生哪些影响?国内外关于童装质量的标准及法规有哪些?建议生产企业怎样做来避免这些质量问题?

1. 童装质量的主要问题及影响

从各级产品质量监督抽查、消费者反馈及出口服装召回等多方面来看,目前我国童装质量主要存在两个方面问题:一是与成人服装一样存在内在质量问题,如甲醛含量、pH 值超标,含有国家禁止使用的可分解致癌芳香胺染料,染色牢度差以及纤维含量标注与实际不符等;二是儿童服装特有的问题,如服装上小配件如蝴蝶结、纽扣、拉链头、绒球和流苏、装饰性闪光片、珠子等容易脱落,拉链等金属配件存在锐利边缘、毛刺,所采用的绳带长度超过标准允许范围。

化学品的超标对人体的健康危害极大。纺织品存在过多甲醛,会随着穿着过程逐渐释放,通过皮肤和呼吸道对人体产生危害,尤其是婴幼儿内衣是贴身穿的,危害会更大;pH 值超出标准范围,过高过低都会破坏人体皮肤表面的平衡,易导致过敏性皮炎等疾病;可分解致癌芳香胺染料在还原条件下,可分解出的芳香胺成分,在某些特殊的条件下,特别是在染色牢度不佳时,从纺织品转移到人的皮肤上,并在人体分泌物的作用下,发生还原分解反应,释放出致癌性的芳香胺化合物,被人体吸收后,会使人体 DNA 发生变化,成为人体病变的诱发因素;染色牢度是衡量儿童服装染色性能的重要质量指

标,主要表示服装褪色的程度。由于儿童特别是婴幼儿,手、口接触所穿服装染料的情况较容易发生,一旦服装的染色牢度差,将会给儿童、婴幼儿的身体造成伤害。

儿童服装特有的问题,也成为我国出口童装产品频频遭遇召回的主要原因。童装外在附件如蝴蝶结、纽扣、拉链头、装饰性花等附件脱落后容易被儿童特别是婴幼儿吞咽而造成哽塞甚至窒息;金属配件存在锐利边缘、毛刺容易将儿童皮肤划伤或刺伤;而帽子或脖子部位的绳带过长可能导致儿童因为细绳卡住脖子造成窒息;腰部或者较低部位上的细绳过长可能导致儿童绊倒、滑倒,甚至是卡在公交车门、滑梯、自行车等移动物体上从而被拖拉致受伤甚至死亡。目前,国内家长在挑选儿童服装的时候对这一问题的重视程度还不够,但国内外因其导致的惨痛教训时有发生,因此,作为家长,对这个问题应有足够的重视,以防患于未然。

2. 童装的检测标准分类

童装的标准可分为几类:一是基础标准,如号型规格、洗涤维护、纤维含量标注等,如 GB/T 22044—2008《婴幼儿服装用人体测量的部位与方法》、GB/T 1335.3—2009《服装号型 儿童》、GB 5296.4—2012《消费品使用说明 第4部分:纺织品和服装》、FZ/T 01053—2007《纺织品 纤维成分含量的标识》,国外相应的标准有 ISO 3636—1977《服装尺寸的名称与符号 男式和男童外衣》、ISO 4415—1981《衣服的尺寸标识 男士和男童内衣、睡衣和衬衫》、ISO 3637—1977《服装尺寸的名称与符号 女式和女童外衣》、ISO 3638—1977《服装尺寸的名称与符号 婴幼儿服装》、ISO 4416—1981《衣服的尺寸标识 女士和女童的内衣、睡衣和衬衫》等等。主要规定了童装规格号型的测量及标识方法;

二是生态安全标准,国内主要是 GB 18401—2010《国家纺织产品基本安全技术规范》,是强制性国家标准,也是一个通用的基本安全规范,适用于童装也适用于成人服装和家用纺织品。国外主要有欧洲 Oeko-tex 100 生态纺织品标准、欧洲 BS EN 14682—2008 欧盟儿童纺织品安全规范;这些标准都是从保护人体健康和生态安全的角度,规定了纺织服装产品必须满足的基本安全要求,如甲醛、可分解致癌芳香胺染料等有害物质的限量值等。

三是机械安全性能标准，包括 GB/T 22705—2008《童装绳索和拉带安全要求》、GB/T 22702—2008《儿童上衣拉带安全规格》、GB/T 22704—2008《提高机械安全性的儿童服装设计 and 生产实施规范》，英国 BS7907—1997《提高机械安全性的儿童服装的设计和 production 实施规范》，美国国际材料协会 ASTM F1816—2004《儿童上衣抽绳拉带安全规范》等。这些标准主要关注儿童服装的机械安全性，规定了衣带的缝纫强力，纽扣等不可拆卸附件拉力，纽扣、装饰扣、拉链及金属附件应无毛刺、无可触及性锐利边缘、锐利尖端；对婴幼儿服装，规定了不应使用绒球、领口和帽边不允许使用拉带和绳索、袖口松紧带应避免过紧或过硬、婴幼儿睡衣不允许带有风帽等要求。

四是儿童服装产品标准，目前有 FZ/T 81003—2003《儿童服装、学生服》、FZ/T 81014—2008《婴幼儿服装》，该类标准规定了童装常规外观质量、内在质量要求，以及一些特殊要求，如 FZ/T 81014《婴幼儿服装》中要求婴幼儿服装要注明“不可干洗”，并对汞、铬、铅、砷、铜 5 种可萃取重金属含量规定了限量值。

总体来说，目前我国童装标准体系基本建立，也达到国外标准同等水平，但在童装燃烧性能、重金属含量、塑化剂等非常规指标方面须进一步完善，以燃烧性能为例，我国仅有少数产品标准有要求，而国外对这一方面的要求非常严格，如美国消费者产品安全委员会（CPSC）《儿童睡衣易燃性标准（16CFR1615 和 16CFR1616）》、英国标准 BS5722:1991《睡衣用织物和连衫织物的可燃性规范》以及加拿大的《危险产品（儿童睡衣）条例》等，我国须继续加强这一方面的标准制修订工作。

3. 给童装生产企业的几点建议

1) 质量是企业生存和发展的根本，要提高产品质量水平，首先须从企业管理层做起，正确认识和理解产品质量的重要性。2) 采取积极措施吸引人才、留住人才，避免频繁的人员流动，加强与标委会的沟通，增进与技术机构的交流，及时掌握国内外标准及法律法规的相关要求。3) 把好进货关。在采购面料时，应加强对供应商的评价，条件允许的前提下，尽量要求企业提供面料相关信息，必要时索取正规的检测证书。4) 淘汰落后生产工艺，在生产加工过程中，合理选用染料、助剂，针对不同的面料采取适宜的前处理、后处理措施，最大限

度地从源头控制质量问题。5) 建立品控实验室或与第三方检验机构合作，严格产品的出厂检验，把好最后一道关。

专家介绍：

王明葵，教授级高级工程师，福建省纤维检验局局长、党支部书记，兼国家纺织服装产品质量监督检验中心（福建）主任、全国服装标准化技术委员会委员、中国标准化委员会委员、全国五金产品技术委员会拉链分技术委员会委员、国家纤维标准化技术委员会副秘书长、福建省纺织行业专家委员会主任、福建省纺织行业协会副会长、福建省纺织工程学会副会长、东华大学硕士研究生校外导师、闽江学院客座教授。（中国纤检杂志）

国内服企莫随意用“快时尚”

通常定义的“快时尚”是指上新品速度快、平价和紧跟时尚潮流。更土一点说就是快、狠、准。虽然看似简单，但国内的企业这种依葫芦画瓢的照搬真的可行么？

先来看一组中国服装行业的触目惊心的数据：截至上个月底，中国 50 家上市公司总库存已经达到 570 亿元，这是一个什么概念？据 2012 年中国零售业统计排名显示，在排名前 10 位的上市服装企业中除去老凤祥和思捷环球，整个前 10 位的上市服装企业全年的销售额不过才 589 亿元，基本上相当于囤积了行业前 10 强企业的全部货物。

可以说中国服装业到了最危急时刻，与此形成鲜明对比的是以 H&M、ZARA、优衣库、GAP 等为代表的国际快时尚品牌却不断加大在中国的跑马圈地。据统计，作为全球排名第一的服装零售集团 Inditex 旗下主力核心品牌，ZARA 去年在华新增门店 30 家，门店覆盖范围达 53 个城市。而优衣库 2012 年在华新增门店数为 71 家，相比 2011 年增长 43 家有了大幅提升，门店覆盖 47 个城市之多。2012 年，ZARA、H&M、无印良品、C&A、GAP 等十大国际快时尚品牌，在华门店总数达到 632 家，覆盖内地 66 座城市。品牌门店迅速增加的情况下，人气和服装需求却未见下滑，快时尚几乎成为购物中心人气的保证。

于是中国服装行业开始了大规模反思，并宣传只有“快时尚”才能拯救中国服装业。其实不然，企业莫要随意采用快时尚。

先看看 ZARA 这个世界第一快时尚品牌，也是世界上最早提出快时尚概念的公司。其之所以能提出这一套快时尚的理论，是有其得天独厚的若干优势的，主要集中在以下三个方面。

首先，总部生产基地位于像葡萄牙、西班牙这样的劳动力成本相对较低的区域。生产资源丰富以及邻近欧洲的地缘优势使其成本上具备很大的竞争力。

其次，靠近欧洲主流的时尚潮流中心。虽然近年来以中国和日本为代表的东方新经济体和文化体强势崛起，但还不足以颠覆西方中心论。西方的美国和欧洲依然是世界公认的时尚发源地。尤其以纽约、伦敦、巴黎、米兰为代表。而 ZARA 靠近这些地域，其买手具有天然的时尚感觉和良好的时尚文化氛围。

最后是短到极致的供应链周期。它将供应链周期缩短到 15 天，这在世界上是具有极大优势的。

加盟制对于一个品牌迅速扩张到全国，获得更多经营性资金，并且扩大知名度有着无可比拟的优势。但是加盟商不可管控因素更大，你没法把那么多多个加盟商统一到完全一致的运营体系下。

要想学会 ZARA，本土企业还需要深刻反思目前的零供渠道，改变传统营销渠道思维，为自己动一场大的手术。比如利用 IT 互联网、数字化工具、云计算、大数据等这些前沿科学来改造供应链管理流程。这样一来或许能在下一个 10 年中站稳脚跟。ZARA 靠近欧洲，有着天然的时尚感，而中国企业完全依靠本土设计师，即使偶尔能请来一个大牌设计师也只是暂时的。除非把总部搬到米兰城或者伦敦城，这倒是个好主意，可惜成本或者现实原因不允许。(中国服装网)

服饰产品碳足迹国际标准 有望今年出台

中国纺织报讯 6 月 19 日，中国纺织工业联合会副会长孙瑞哲在 2013 年全球纺织供应链大会上表示，国际标准化组织制定的产品碳足迹标准 IS014067 有望在今年出台，碳排放技术标准门槛在

不断抬高。“碳认证方面下一步或形成相应机制，中国企业出口成本面临增加风险。”2012 年 10 月 4 日，国际标准化组织公布 IS014067 国际标准草案第 2 版，并宣布正式出版时间预计在 2014 年 4 月 15 日。不过，业内人士称，该草案有望今年提前问世。

“随着对碳排放要求的提高，新的技术标准对贸易带来的影响将逐步显现。”孙瑞哲表示，“碳足迹新的形成机制将变相增加纺织服装企业的出口成本。”

随着以前的关税贸易壁垒逐渐淡出，新的贸易壁垒以其他方式不断产生。孙瑞哲指出，“这就要求国内生产企业不仅在生产环节要注重产品的开发，还要考虑环境保护等社会责任。”

据悉，IS014067 标准适用于商品或服饰(统称产品)，主要涉及的温室气体包括京都议定书规定的六种气体二氧化碳(CO₂)、甲烷(CH₄)、氧化亚氮(N₂O)、六氟化硫(SF₆)、全氟碳化物(PFCs)、氢氟碳化物(HFCs)，以及蒙特利尔议定书中管制的气体等，共 63 种气体。

6 月 18 日，深圳市碳排放权交易试点正式运行，这是我国首个正式运行的强制碳市场，标志着我国碳市场建设迈出关键性一步。在应对气候变化，特别是利用市场机制来实现减排，中国在采取切实的行动。3 月 9 日，《低碳产品认证管理暂行办法》正式实施。分析人士指出，该办法的实施对建立国家统一的低碳产品认证制度，规范和监管国内低碳产品认证活动，积极应对国际“碳关税”等绿色贸易壁垒有重要意义。

近几年，纺织服装工业在节能减排方面的压力逐年上升。孙瑞哲说：“从今年开始，印染的间接排放标准就在提高。”2013 年纺织行业经济运行具备继续保持平稳增长、增速逐步提升的内外条件。当前，需要清醒认识的是行业现已实质性的进入到从规模数量增长阶段，到深度转型调整周期。正确认识国内外宏观环境及国内政策对行业影响，客观、全面把握形势变化对行业发展要求，着力于在重要环节寻求突破，加快促进行业的转型升级。(张洁)

佛山市纺织服装行业协会

佛山市纺织丝绸学会

地址：佛山市禅城区汾江中路 20 号电器大厦三楼，电话：

网址：www.fsfxh.com

电子邮箱：fsfxwhl@