

第 3 期
2014. 3
(总第 113 期)

热烈祝贺浪登服装图形商标被认定为 中国驰名商标

据国家工商总局商标评审委员会 2014 年 1 月 13 日文件称, 国家工商行政管理总局商标局正式公布了广东金意陶陶瓷等企业共 16 件商标为驰名商标, 并向佛山市工商行政管理局发放了通报。其中, 广东浪登服装有限公司的浪登服装图形商标是这 16 件获得认定的驰名商标之一。(摘录)

顺德纺织商会举行 2014 年度会员大会 暨成立十周年庆典

顺德纺织商会 2014 年度会员大会暨成立十周年庆典于 3 月 3 日下午在顺德大世界酒店举行。

当天下午, “顺德纺织服装电商研讨会”作为大会的重要议程首先登场。中国电子商务高级专家、工商管理博士、网盈机构总经理鞠凌云先生作了《传统企业掘金互联网成功之道》的精彩演讲。鞠博士以大量的成功与失败案例, 深入剖析和归纳了企业在电子商务和互联网领域的成果基因, 梳理出企业在电子商务和互联网领域的成功思维模式; 同时, 就企业如何抓住中国电子商务和互联网经济迅速崛起的时代机遇和已经成熟的电子商务市场, 提出具体的对策和建议; 帮助企业轻松理顺思路, 以绝对的竞争优势成为持续盈利的新型企业。鞠博士的精彩演讲, 受到代表们的热烈欢迎。

接着, 大会进入会员大会议程。

邓剑鸿会长代表理事会作题为《十载同舟, 扬帆未来》的工作报告。

邓剑鸿首先介绍了 2013 年度顺德纺织行业的发展情况。他说, 2013 年是非常复杂的一年, 从全球经济的低迷到国内经济的调整, 从消费增长的放

缓到综合成本的提高, 从产业要素的变化到竞争格局的调整, 我区纺织行业走过了艰辛的一年。面对国际国内复杂多变的经济环境, 日益激烈的市场竞争, 我区纺织业的全体同仁齐心协力, 保持了两个市场的持续增长, 价值创新步伐不断加快, 转型升级全面提速, 整个产业呈现出创新发展的新态势。

接着, 邓剑鸿从营销创新、产品创新、技术创新、品牌创新等方面描述了顺德纺织行业在过去一年取得的骄人成绩。

邓剑鸿向大会汇报了理事会 2013 年的工作。他从“创新先行, 维系组织基础”、“立足服务, 拓宽商会工作思路”、“树立形象, 加深商会社会认可度”三大方面, 全面、深入描述了理事会在 2013 年的工作情况。

邓剑鸿说, 在过去的一年, 商会坚持以促进行业发展为己任, 以服务会员企业为宗旨, 针对行业发展的新形势, 不断提升服务的内容和水平, 从技术到产品, 从品牌到市场, 通过一系列的工作, 推动了产业发展的步伐。

邓剑鸿说, 从 2004 年成立至今, 顺德纺织商会走过了整整十个春秋。回顾这十年, 当中有着数不尽的努力和坚持, 商会随同我们一起坚持、共同成长, 同时商会也为我们的发展提供了强力的保障。商会今天的业绩, 是离不开上级各级部门的关心和指导, 也离不开全体成员的支持和参与。在此, 我代表理事会感谢大家的支持和配合。

最后, 邓剑鸿表示, 在新的一年里, 商会将继续发挥自身的职能作用和工作优势, 为全体会员、为全区纺织业的发展作出应有的贡献。

接着, 监事长李振星先生代表监事会作了 2013 年度监事会工作报告。

代表们对理事会工作报告及监事会工作报告进行了认真审议, 一致通过上述两份报告。

大会还进行了牌匾颁发仪式。在热烈的掌声中，大会圆满完成了各项议程。

晚上，顺德纺织商会十周年庆典晚会将本次活动推向高潮。（协会）

阿里巴巴打造佛山产业带

3月5日上午，阿里巴巴·佛山产业带在禅城区绿岛湖都市产业区正式签约。

据悉，产业带将以佛山的陶瓷卫浴、针织服装（童装）、内衣、不锈钢、家用电器、家具、机械装备等传统优势制造业为依托，搭建阿里巴巴·佛山产业带电子商务平台。禅城区政府将对该产业带给予资金支持，力争在3年内引入1000家以上企业进驻，重点扶持销售总额1000万元以上的企业超100家，预计3年内入驻企业销售总额达20亿元以上。

打开阿里巴巴·佛山产业带项目试上线网站可以看到，目前，佛山的不锈钢、涂料油漆、家具家私、建筑陶瓷、童装、型材管材、有色金属共7大传统优势产业已经入驻。

据介绍，阿里巴巴·佛山产业带由政府、阿里巴巴及第三方服务商等进行合作。阿里巴巴主要负责搭建电商平台，为产业带提供不限于企业招商、培训资料、宣传推广扶持、专场运营等方面的专属服务。政府则提供必要的产业扶持和政策配套，同时引入第三方运营服务商，为产业带入驻企业提供包括基础操作指导、旺铺装修、产品包装、企业信息上网、营销推广等运营服务。

“佛山制造业发达，区位优势明显，同时拥有相对较好的电子商务氛围。”对于选择佛山的原因，阿里巴巴（中国）网络技术有限公司产业带负责人万仲梁说，浙江织里镇童装在阿里巴巴产业带“触网”后，销售份额从18%增长到了38%，佛山的童装产业很发达，制造业基础也远高于织里，前景可观。

据悉，阿里巴巴中国产业带是阿里巴巴一个全新的子网站，两者的关系类似于天猫和淘宝。网上聚合了各地特色产业带的好商好货，帮助买家直达原产地优质货源，帮助卖家提升竞争力，降低竞争成本。同时联合产业带当地政府和第三方服务商合作运营，优势互补。目前国内已经有40多个地方政府与阿里巴巴中国产业带签订了合作协议。（新快报）

嘉莉诗遣散员工暂停经营

股权纷争致资金链断裂，
近20年打造的品牌恐就此消逝

“嘉莉诗要解散”、“嘉莉诗投资失利导致资金链断裂”，3月初，关于广东嘉莉诗（国际）服装有限公司（以下简称“嘉莉诗”）的传闻在佛山纺织服装界疯传。昨日中午，记者在盐步看到嘉莉诗贴出公告称，3月17日解散，并遣散全部员工，暂停一切经营和生产业务。

这家由何栢强夫妇在1995年创建的纺织公司，在经历19年的发展之后，品牌知名度和企业实力位居盐步内衣行业的第一梯队，甚至通过自建品牌走出一条高端化的品牌路线。然而，其因规模扩张引入外部投资者后，却因股东纷争将企业推向深渊。

品牌直营店已全部关闭

昨日，位于盐步公园附近的嘉莉诗集团大门前，仍有不少人在路边散步。集团大门外的戴安娜内衣旗舰店已大门紧锁、人去楼空。根据嘉莉诗前日贴出的公告显示，“鉴于公司的实际经营情况，嘉莉诗于17日宣告解散，并遣散全体员工。”

落款时间为3月18日的公告显示，“全体员工于17日停止一切经营、生产活动，员工工资计算至17日。关于员工工资的支付和今年2月、3月员工社保费用的补缴，已确定由第三方出资垫付。”

据嘉莉诗一位不愿具名的员工透露，目前嘉莉诗自身的直营店已全部关闭。

“虽然一早就有心理准备，还是觉得来得太快了。”嘉莉诗的一位李姓员工告诉记者，早在去年上半年，公司就出现拖欠员工工资的情况，关于嘉莉诗股东之间的纷争也早就不是什么秘密。

内衣同行附近摆摊抢人

“解散是迟早的事，其实公司的高管心里都明白。”嘉莉诗一位不愿透露姓名的部门主管说，随着企业的规模扩展，企业的股权结构多元化，股东肯定不能像以前那样把企业当成自己的私人财产。

“我们这次只是遣散员工，主要是为了缓解现在的资金链压力。”昨日，嘉莉诗总经理丁小平告诉记者，当下最重要的是考虑员工的安置情况，“地方政府也会出面帮忙安置，我们也和本地的同行企业有联系，考虑对员工的就业负责。”

对于一线员工来说，就业似乎并不算难事。在盐步公园及盐步大道和广佛新干线的交汇处，有不少内衣企业摆出招聘的摊位。

“我得纠正一个说法，我们只是遣散员工，并不是说要解散公司。”丁小平说，接下来的情况，还要按照法律的流程走下去。

当问及对日后嘉莉诗品牌的处理和股东情况时，丁小平透露，“品牌如何处置，还需要等待，作为职业经理人没有权限去处理品牌的归宿，也没有权限参与股东的决定。”

股权纷争祸及品牌

嘉莉诗作为盐步内衣龙头企业，企业旗下有嘉莉诗、戴安娜等自主品牌，市场占有率高且面向高端市场。在广佛市场上，一件嘉莉诗的女性内衣都要卖到五六百元以上。（佛山日报）

人民币贬值让纺企出口稍减压力

从2月中旬开始，人民币兑美元汇率连续贬值，这引起了市场的震动。人民币的连续贬值，也让长期承受成本压力的纺织服装出口企业稍微喘了一口气。

究竟是何原因导致人民币突然加速贬值？有专家指出，近期人民币贬值更多是市场行为；利率下降是国内因素主导，流动性宽松更多是阶段性现象，后续仍会易紧难松。在2013年下半年，国外资本开始出逃，一时间国内银根开始收紧。到今年1月，热钱又不断流入国内，导致人民币升值预期强烈，外资机构对人民币升值预期更为强烈。

社科院研究员马自立认为，长期看，人民币升值趋势仍然存在，而人民币升值过快对我国经济并不有利。现在为应对热钱流入，央行被迫采取双向波动的汇率走势，这将改变市场的一致升值预期，这对封堵热钱流入起到了一定作用。另一方面，随着中国开始取代美国成为第一贸易大国，未来世界主要货币将是美元、欧元和人民币三分天下，人民币与美元等主要货币的竞争是不可避免的。人民币目前还处在与某些国家的货币互换、量的积累阶段，现阶段短暂的升值或贬值，不能说明问题，只能被更多的国家承认国际地位后，人民币国际化作用才能最终显现。

还有就是国内市场对经济增长的担忧。从制造业看，现在对制造业的投资并没有太大增长，导致制造业比较萎靡。而一些传统产业，又因压缩过剩产能导致GDP增速继续下滑，这对宏观经济产生了负面作用。随着GDP增速的下调，市场调控作用开始显现，国内传统制造业出口成本不断加重，制造业状况不容乐观。而人民币汇率贬值对提振制造业十分有利。

尽管人民币贬值没有立刻带来出口订单的明显增加，但仍相对减轻了出口成本压力，这对纺织

服装企业来说是一个利好消息，在一定程度上缓冲了今年劳动力等成本攀升所带来的经营压力。

现在外部环境急剧变化，美国量化宽松货币政策作用还在发酵，周边国家货币贬值，今年下调汇率，对出口非常有利，但对于纺织出口企业目前碰到的难题，仅靠让人民币贬值效果比较有限，也难以彻底遏止出口下滑的颓势。国家只有出台一套财政政策和货币政策“组合拳”，才有可能减缓纺织经济下滑的速度，帮助企业度过寒冬。当前纺织服装出口增速整体大幅回落的症结在于海外需求降低，在全球经济陷入衰退之际，人民币贬值难以扭转行业现状，但对于减轻出口企业负担，提高竞争力有一定效果。（中国纺织报）

2014年春季棉纺织企业 生产经营情况调研

2014年2月中旬到3月中旬，中棉行协派出39人次、组成10个调研组，走进100余家棉纺织企业。重点了解春节后棉纺织企业生产运行、国储棉竞拍及使用、结构调整和技术改造、产业转移等情况，尤其是大型棉纺织企业和以生产纯棉中低支纱为主企业的生产经营情况，并征求了企业的意见和建议。

调研组去了6省21个地区，分别在山东（枣庄、济宁、滨州）、河南（许昌、商丘、开封、尉氏、新乡、鹤壁、安阳）、江苏（无锡、常州、南通）、浙江（萧山、金华）、广东（新塘、均安）、湖北（潜江、荆州、枣阳、襄阳）等地走访，并在山东邹平召开了棉花小组座谈会。

一、总体概况

1、大企业情况：春节后运行状况总体平稳，春节后能尽快恢复生产，开工率基本都在80%以上，企业订单状况相对饱满，订单向大企业集中现象在今年一季度更为明显。另外，通过棉花小组座谈会了解到，大企业较多有产业转移的意向，投资方向主要是东南亚地区生产成本低、政策优惠国家。

2、中小企业情况：春节后开工较迟，放假达40-50天的不在少数，而以生产纯棉中低支纱为主的企业经营状况较往年更为恶化，受棉价差的影响，生产的常规产品饱受印巴纱冲击，在市场上缺乏竞争力，企业订单量锐减，恢复生产的企业开工率也比较低。

3、案例：山东某地区的一些企业，产品结构以40支以下纯棉中低支普梳纱为主，企业多数以产定销，结合少量订单生产。下游配套有织布的企

业由于税负相对低且能够消化本企业部分纱线，经营状况略好于单纺企业。有企业认为粘胶价格较棉花平稳，为了缓解棉花成本压力有生产粘胶短纤品种计划。河南某地区棉纺织产业以纺纱为主，产品主要为 32 支、40 支的纯棉纱线，织造产能比重较小。该地区工人工资水平在 2000-3000 元/月，员工来源于当地周边地区，在解决当地劳动力的就业问题上及稳定社会中发挥了较大作用。

4、棉花库存方面，由于纺织企业目前流动资金匮乏、原料占用资金量大、4 月 1 日新的储备棉投放政策及市场前景不明朗的，走访的企业中大多数原料库存均低于 30 天，随用随买。

5、产业转移情况，企业对产业转移的关注度大大高于往年，因现行的棉花政策及巨大的国储库存需要逐年消化，而且因不断上升的各项成本、税费及资金压力，许多好的企业都在走出去或者筹划走出去。去东南亚、非洲、澳洲直至去美国投资建厂，以建设纺纱厂并将纱线运回国内居多；投资建设染厂、棉花种植的企业在增多。

二、生产经营中遇到的问题

1、受进口纱冲击大。调研证实，以生产 32 支的纯棉普梳产品为主的地区，在国内外棉价差较大的情况下，受到进口纱线冲击较大，约三成的企业有稳定客户，情况较好，大部分企业订单压力较大。有的企业已经或开始转向生产混纺类产品，也有的企业由于市场原因今年又不得不回归生产纯棉纱线。

2、招工困难，劳动力短缺。调研证实，上述地区普遍反映招工困难，劳动力短缺，工人平均年龄偏大。主要原因是青年工人不愿意上夜班，即使待遇略高于其它行业，还是不愿意从事纺织生产。走访中发现许多纺织企业员工年龄普遍在 40 岁以上，员工平均年龄在 35 岁以上的比比皆是。

3、开工率普遍不高。由于进口纱冲击、下游市场萎缩及工人短缺等原因，春节后，上述地区的中小企业普遍开工率不高，超过一半的企业开工率在 65%左右，只有部分规模较大的企业开工率超过 80%。为节约成本，采取三班两运转的企业明显增多。由于销售不畅，也有企业为撑门面，勉强开会，许多企业反映景气度不如上年。

4、技改投入困难重重。经济实力不同的企业，设备先进程度也有不同。走访中发现，在目前的市场环境下，除少数企业有投资的意向外，大部分企业表现出对市场后期信心不足，无意投资。主要情况是：有投资意向的企业，以设备升级改造为主，

或为保证其产品质量及稳定的订单，并对后市较为乐观，或为避开进口纱线冲击，以提高自身市场竞争力；个别国营老企业受体制影响设备非常落后，部分还是 60 年代的落后设备，且还在使用普通络筒设备，希望投资改造，但无资金；无投资意向的企业中，有的涉足房地产、酒店等其它行业，有的表示只能维持现状，期待下半年市场、政策有所转变。

三、国储棉情况

1、企业竞拍及使用情况。走访中了解，棉纺织企业基本都参与了国储棉的竞拍。以周边地区国储库的国储棉为主要竞拍对象。价格方面，以 4 级国储棉为例，基本都在在 17700 元/吨左右。个别企业为拿到质量稍好的棉花远赴新疆国储棉库点提货，运费约 800 元/吨，新疆当地有 500 元/吨的补贴，但是由于路途遥远，运输不便，新疆棉用量较少。近期受市场传言储备棉投放价格即将下降及搭配配额的影响，纺纱企业基本停滞购买并加快消化库存，避免降价带来的经济损失。

2、使用中遇到的问题。企业普遍反映国储棉问题较多，主要有以下几方面：(1)棉花质量差，短绒率高，等级不符现象较多；(2)按照公定重量计算普遍存在亏重现象；(3)出库困难，乱收费现象非常严重；(4)有转圈棉现象，主要是加工企业。

四、企业的主要意见及建议

1、建议国家储备棉投放建立长效稳定机制，现在是每 3-4 个月出台 1 个政策，不利于稳定下游纱布市场，加大了企业的经营风险；配额搭配比例方面，建议增为 1:2 或维持去年的 1:3；

2、建议尽快出台具体措施，解决棉花增值税“高征低扣”问题，减轻纺织企业负担。

3、建议国家加大查处转圈棉力度；

4、建议棉花配额发放应与储备棉投放一样，发给纺织生产企业，数量公开，接受社会监督。

5、建议采取有效措施保证国内企业和国外企业有公平的竞争环境，包括原料价格、税收政策等。

(中国纱线网)

“订单东南飞”纺织领域尤为明显

但“东南亚制造”尚难取代“中国制造”

刚刚闭幕的华东进出口商品交易会以及中国 2 月份的外贸数据显示，不断上升的人力成本和人民币汇率波动使得中国在劳动密集型产品，尤其是纺织品方面，损失了部分市场份额。

一些企业的反馈也表明，不少投资者将目光投

向用工成本更低的东南亚，“订单东南飞”的趋势在纺织领域尤为明显。

由于中国人工成本增加，外国投资者正在采取“中国加一”的策略，使其产品的生产基地多样化。举例而言，英特尔在2010年时在越南设立了价值1000万美元的芯片和流水线设施，是该公司当时最大规模的生产基地。三星、LG和诺基亚也纷纷在越南建立制造基地。

另外，越南是跨太平洋伙伴关系协议的成员国之一。一旦未来协议达成，越南将在关税和优惠待遇上获利颇多，或促使一些在中国的制造商考虑搬去越南以捕捉那里的潜在机遇。

但中国的制造业已不再限制于低附加值的产业。在电子产品、高级技术及中等技术零件制造方面，中国正在获得更高的市场份额。“低附加值制造比重逐渐下降是比较优势发展的自然结果，中国在邻国挤进低附加值的市场之前，提高了资深产业链的附加值。”星展银行高级经济师梁兆基认为，中国的制造业将会继续发展。所谓新兴市场的竞争对手所带来的威胁，大部分被夸大了。（新华网）

服装网购占比居首

电商创造了一个新的时代。随着网络购物爆炸式增长，这一新渠道对于服装品类而言已举足轻重。

艾瑞咨询数据显示，2013年中国电子商务交易额达到9.9万亿元，同比增长21%。得益于购物网站的成熟与人们购物习惯的改变，我国网络购物市场经历了爆炸式增长。2007-2011年网络购物市场交易额增速分别高达117%、128%、105%、75%、70%。根据中国电子商务中心提供的数据，2013年服装网购总规模将达到4290亿元左右；网购服装销售额占服装总销售额的比例从2008年的1.8%提高到2012年的20.4%。在政策利好推动下，预计电商市场和网络购物市场仍将继续保持较平稳增长趋势。

事实上，通过网络渠道购买服装已经成为人们的消费习惯。

艾瑞咨询数据显示，2012年我国网络购物规模达到1.3万亿元，其中网购服装市场交易规模达到3188亿元，占比25%位居第一位。从2008年至2012年，网购服装的规模从180.7亿元增加到3188亿元，五年间增速分别为165%、119%、93%、57%。网购服装销售额占服装总销售额的比例也从2008年的1.8%提高到2012年的14.3%。

价格低廉是消费者选择网购服装的重要原因。同时，由于服装便于运输且产品差异化较大，电商长尾效应使得选择丰富，消费者为此乐于网购服装。

同时，随着网民数目逐步攀升，网络购物的渗透率也逐步提升。2013年，我国网络购物交易额占社会消费品零售总额的7.8%。随着网络安全系数和法律体系的逐步完善，预计网购渗透率将进一步上升。

政策方面，商务部于2013年11月发布《促进电子商务应用的实施意见》，推出十大措施促进电商发展。同时，商务部积极推进制定《电子商务法》，通过对电子商务加强立法与法律监管，有效维护电子商务市场和网络购物市场的健康运行，也有利于吸引更多的消费者，促进行业的扩容。（中国证券报）

体验式服装店崭露头角

近日，记者走访服装市场发现，体验式服装店开始出现。这种主张休闲购物的体验，能更全面的满足顾客的购物需求，受到消费者的关注和青睐。

所谓的体验式服装店，是指服装店为到店的消费者提供WIFI、iPad、杂志、咖啡等便利的生活服务和消费体验，从而吸引消费者长时间留在店内使用手机或平板电脑上网，并登录服装品牌的网站、APP或微信，以实现线下用户向线上消费的转化。

日前，记者在繁华路街边一家女装店里看到，刚刚完成升级的店铺不仅有了更为宽敞舒适的试衣间，还设置了有一个休闲区域，里面提供WIFI、iPad、音乐、咖啡和时尚杂志等。“很喜欢这种服装店的氛围，因为不只是来买衣服，还可以和朋友们一起来玩。”正在悠闲喝咖啡的市民邓小姐说，每当周末的时候都会约上三五好友，一边买衣服、一边聊天。“最重要的是，店里还配备iPad上网，可直接登录线上的店铺，这样不仅可以浏览最新的款式搭配，还可以根据自己的着装要求和风格向搭配师咨询。服装店的老板介绍，现在实体服装店的竞争越来越大，消费者的要求和品位也越来越高，以前的那种购物消费方式已经很难满足消费者的需求。该老板介绍，从去年开始，他们就开始增加店铺休闲区的比重，如今休闲区的面积已由原本的8%左右扩展到现在的25%左右。

服装业内人士林先生对记者说，面对电商的冲击，不少传统服装零售商已认识到服装店体验服务的重要性，并开始与微信、支付宝和微淘合作，通过对店铺，特别是对旗舰店休闲区的升级，实现“生

活体验店+移动网络”的体验消费模式。“有些传统服装商家选择扩大休闲区的空间,并提供免费上网、咖啡点心等各种增值服务,使服装店同时具备休闲购物和社交娱乐的功能。”林先生表示,通过这些休闲舒适的生活服务和消费体验,可以让消费者留在体验店内的时间尽可能长一些,进而提高店铺的流量转化率,提高销量。不过也有服装零售商表示,重视店铺体验式营销固然是传统服装的未来发展的一种趋势,但是发展体验式服装店需要扩大店铺休闲区的装修,占用店面的大量空间,因此这样进行的店面改造,无疑在一定程度上背离了服装零售的核心。(番禺日报)

纺织行业何时实现数字化、网络化、智能化制造?

专家给出纺织业“三化”时间表

本报讯 (记者 李红梅)在3月18日召开的中国纺织机械器材工业协会七届一次理事会上,中国纺织机械器材工业协会总工程师祝宪民提出,我国纺织行业的数字化、网络化、智能化制造工作已经全面展开,未来要在2020年和2030年分两个阶段,完成相应的发展目标,最终实现纺织工业的第三次革命。

祝宪民说,第三次工业革命已经向我们走来,发展先进制造、绿色制造、智能制造等战略性新兴产业,已经成为国家发展规划优先主题。对于机械制造来讲,其核心就是发展数字化、网络化、智能化制造。

我国纺织行业在数字化、网络化、智能化制造方面已经具备了一定的基础,目前国内已经有数字化的纺纱工厂、针织内衣工厂、筒子纱车间等。但与德国等欧洲先进国家相比,我们还有很大差距。

根据目前行业的基础和发展现状,祝宪民认为纺机行业实现数字化、网络化、智能化制造要分两步完成。第一步,到2020年,在纺织行业全面推广三维度上的三个集成;进一步扩充装备的功能,如纺纱过程的自动接头,提升装备智商,如根据喷气织机的瞬时需气量,制备压缩空气;建立电子商务、ERP工厂、车间MES及设备现场总线的信息集成示范。到2030年实现从对能耗的间歇控制向全面控制的转变;实现装备的远程监控向设备运转状态的云端预测转变;实现从大规模流水线生产向规模化的定制生产转变。对于纺机企业来说,就是要把数字化制造融入装备设计及制造过程中。在技术上实现用虚拟网络把不同的实体设备联系在一起,让

工厂成为一个整体;通过虚拟网络,使产业链成为一个整体,与社会融为一体,从而完成纺织生产模式的根本转变,最终实现纺织工业的第三次革命。

祝宪民说,在今后的发展过程中,一方面是企业自身要重视数字化、网络化、智能化制造;另一方面还要加强制造企业间的联合与合作,使产业链成为一个整体,实现真正意义上的数字化、网络化、智能化。(中国纺织报)

短讯

● 俄哈白将禁止产销化纤内衣

据俄罗斯《莫斯科共青团员报》网站2月17日报道,2014年7月将开始实施关税同盟新修订的技术细则,该细则将禁止俄罗斯、哈萨克斯坦和白俄罗斯生产、进口和销售化纤内衣。但生产商和经销商认为,该要求的正确性有待商榷,2013年底已向俄罗斯工业贸易部提出异议,工贸部责成俄罗斯消费监督局处理此事。但截至目前,后者仍未给出具体答复。

据估算,俄罗斯内衣市场年销售额为50亿至55亿美元,化纤制品(如蕾丝内衣)占据半壁江山,其中的80%是从欧洲和中国进口的。

出口越南纺织面料偶氮超标的警示

据国家质检总局的警示通报,2013年7月浙江某企业出口越南的1批纺织面料(全涤提花布)因偶氮超标被越南官方退运,越南贸易部2009年11月5日签署的32/2009/TT-BCT通告附录二规定的偶氮含量应 $\leq 30\text{mg/kg}$,该批产品淡

黄和暗黄部分分别被测出偶氮染料含量为 179.5mg/kg 和 495.0mg/kg 。

佛山出入境检验检疫局提醒各贸易公司和生产企业关注此类规定,做好应对预案。如有相关检测需求,可联系轻纺科,联系电话83980115。

● 国家税务总局发布《关于外贸综合服务企业出口货物退(免)税有关问题的公告》,自4月1日起中小企业与外商签订出口合同后,将自己生产的货物销售给外贸综合服务企业,外贸综合服务企业以自营方式出口的货物,可由外贸综合服务企业按自营出口的规定申报退(免)税。(市贸促会)

● 日本、巴西分别对华甲苯二异氰酸酯、胶印版启动反倾销调查;印度对裸弹性丝纱(中国为其主

要进口国)进行保障措施调查。(市贸促会)

GOTS 颁布 4.0 版新标准

日前,全球有机纺织品标准(GOTS)国际工作组宣布:合格有机天然纤维加工制作纺织品全球公认标准 4.0 版正式颁布。新版本保留了 GOTS 的核心条款,例如:合格有机纤维含量不低于 70%,以及禁止使用 GMO(转基因)、纳米技术和致癌物质。

4.0 新版对常规添加的纤维物质的标准进行了修改。修改包括再生合成纤维成分可达 30%,但前提条件是这些纤维是环保的,且经过认证。GOTS 目前认为:只关注天然纤维中附加纤维含量已不再合理。其他修改的地方包括禁止使用纯聚酯和安哥拉兔毛。对具体的产品类别,例如纺织品的个人护理产品或床垫,均采用了新标准。

据悉,2012 年全世界 62 个国家中,超过 3000 个品牌的设备得到了 GOTS 的认证,2013 年认证的品牌数量达到了 3085 个。GOTS 认证数量排在前 5 名的国家是印度、土耳其、德国、中国、韩国。现有 17 个 GOTS 认证的认证组织,所有认证产品都可在 GOTS 官网查询。(纺织服装周刊)

维护客户比发展新伙伴更重要

在北京日坛国际贸易中心经营 6 年的金鑫皮草有限公司,积累了不少来自中亚地区的客户,董事长王晶虽然没去过塔吉克斯坦,但是对于这个国家消费者对皮草产品的消费理念,她可以说是再熟悉不过了。

经典款皮草热销

王晶表示:“塔吉克斯坦的买家占我们公司客户总量的 10%,因为国家非常小,所以市场容量有限。”对于当地消费者的喜好,她说:“他们那边的消费者远没有国内消费者和俄罗斯人时尚。这些颜色鲜艳、款式时尚多变的皮草都是给内销市场准备的,长款的、纯色的和立领的款式多为俄罗斯人选购,而塔吉克斯坦买家只喜欢保守的款式和黑、灰、咖三种颜色,非常单一。”

金鑫皮草每周更新一款设计产品,但是对于塔吉克斯坦前来采购的商家似乎没有太大的吸引力。

“中亚客户一般一个月前来采购一次,塔吉克斯坦客户很少跟着流行趋势走,甚至几年前的款式还是他们最热衷的选择。”王晶这样说。

金鑫皮草的价格约为每件 1000~2500 美元,王晶表示每件的利润约为 10%。金鑫的客户分为两类,

一类是公司采购,另一类则是个人采购,塔吉克斯坦的客户都为后者。他们是以个人名义前来中国采购,再回国通过自己的小型店铺销售出去。据了解,一件皮草在塔吉克斯坦的售价是中国采购价格的两倍。虽然该国收入水平低,生活并不富裕,但是大部分女性都拥有一件甚至几件皮草。王晶说:“在俄罗斯、吉尔吉斯斯坦和塔吉克斯坦等国,无论穷富,几乎人手一件皮草,即使经济条件不好也会通过贷款购买皮草,这是一种衣着习惯,甚至和习俗相关,比如女方出嫁,男方通常都会赠予妻子和岳母每人一件皮草。”

但是,塔吉克斯坦的消费者在衣物的细节上并不如国内消费者讲究。王晶表示,供内销的皮草产品衬里都是用瑞蚨祥的真丝制成的,国内消费者对皮草的品质有较高的要求;而中亚地区的消费者普遍对产品做工、里衬质量要求较低,供外销的产品里衬都是由普通里子布制成的。

出国生意不好做

“中亚地区大部分纺织服装产品都是从中国进口的,因为价格便宜且质量好。也有部分客户会去迪拜购买皮草,认为那里销售的产品质量更好。但事实上,迪拜销售的皮草产品大部分都是从中国进口的。我曾去过迪拜考察,他们的售价更高。”王晶这样说。

王晶也曾想过将皮草店开到迪拜去,但经过一番考察,她发现在迪拜的俄罗斯商人和华人太多了。虽然在那里销售可以将产品价格提高几倍,但是市场容量非常有限。此外,公司有很多俄罗斯客户在迪拜销售,如果金鑫皮草直接在那里开设专卖店,就等于是和自己的客户抢生意,虽然没有约束协议,但是这样做还是会破坏友好的商业模式。

对于为什么不去塔吉克斯坦直接开店销售,王晶表示:“虽然当地人有消费皮草的习惯,但是由于国家小、人口少,当地销量其实很少,如果前去开店,还要考虑租金、人力成本,最重要的是需要承受十天半个月仅销售一件的压力。而且,像塔吉克斯坦这样的国家,民族意识非常强,外国人在很难在当地将生意做大做强。”

现在,王晶对自己的生意模式比较满意。塔吉克斯坦等国的买家每次采购几件到几十件不等,虽然数量不多,但大多是当时用现金结算,这样王晶就可以时时结汇。收到的款项再次投入到新的原材料采购中,形成了良好的商业循环。她表示,她与合作客户彼此都非常信任,有时客户为了避免携带

过多现金，还会先打款到王晶的账户，入境后再由她帮忙取出去采购其他产品。“做中亚生意的商家几乎都不会打广告，我们都是靠着自己的诚信和过硬的产品质量换取客户的信任，维护比开发客户更重要。”王晶这样说。（中国纺织报）

深圳成为香港内衣企业 研发中心首选地

近日，据 SIUF2014·中国（深圳）国际品牌内衣展览会主办方透露，香港内衣业联会将携旗下近百家内衣企业，参加于今年5月9日~11日期间举办的深圳内衣展览会。

香港素有服装制造中心及国际纺织与成衣采购中心的美誉，而内衣业在服装行业也担当着重要角色。香港内衣业一直有着庞大的出口量，产品主要销往美国、欧洲、日本、中国大陆等地。

香港内衣业联会主席黄启智在采访中透露，当前香港内衣业正面临着国际市场的激烈竞争，不少香港内衣企业开始将市场拓展的重心转向中国内地，也有很多海外内衣品牌瞄准内地市场。

“深圳与北京、上海、广州一样，是时尚之都，服装产业链完善，设计人才聚集。除了出众的加工生产能力，深圳也拥有强大的内衣设计研发能力。将研发基地设在深圳，既可以充分利用深圳的人才资源、产业优势、降低研发和生产成本，又可以更迅速地通过深圳了解中国内地市场的需求和特点。”黄启智说，不光是设立代工厂，现在深圳也成为不少香港内衣企业以及国外内衣企业建立研发基地的首选地。

在他看来，香港拥有采购中心所具备的领先优势，香港与内地内衣企业的进一步深度合作，将会实现“取长补短”的效果，共同增强中国内衣行业在国际上的竞争力。

据悉，SIUF2014·中国（深圳）国际品牌内衣展览会将于5月9日开展，目前已有维多利亚的秘密（Victoria's Secret）、安莉芳、爱慕、MISS PROMISE、ELLE、都市丽人等众多知名企业确定参展。

除了参展企业数量激增，本届展会厂商参展面积也普遍比去年有所增加，总面积将上涨20%，达到5.8万平方米。（中国纺织报）

从蚕丝废料里“捡”出

国家科技进步奖

抽丝剥茧如何能赢得国家科技奖？这项科技创新项目的带头人之一苏州大学盛家壖教授介绍说，蚕丝废料分解为丝胶蛋白和丝素蛋白后，彻底摆脱了蚕丝传统的应用理念。这两种蛋白变成了高档化妆品和保健品原料，并且还能成为固沙保水的新材料。

把一根电缆分解后，得到的是金属导体和绝缘表层。如今，湖州一企业按照这个想法，把丝绸企业的蚕丝废料分解成了真金白银。

近日，在湖州澳丝特生物化工有限公司里，质检员正忙碌着将产品发送到德国和印度两家公司。和我们日常见过的丝绸产品不同，这里的蚕丝产品是两种白色粉末状的细微颗粒。“即使是蚕丝废料，也是由外部的丝胶蛋白和内部的丝素蛋白组成，我们就是按照这个原理，通过分离技术把这根蚕丝一分为二了……”公司董事长沈新琦介绍说，蚕丝废料能变废为宝关键在于蚕丝的分解技术和产业化的推广。

湖州澳丝特生物化工有限公司和苏州大学、浙江大学等科研部门合作，经过四年多努力解决的就是这个问题。也正因此，去年他们共同获得了国家科学进步奖二等奖。

抽丝剥茧如何能赢得国家科技奖？这项科技创新项目的带头人之一苏州大学盛家壖教授介绍说，蚕丝废料分解为丝胶蛋白和丝素蛋白后，彻底摆脱了蚕丝传统的应用理念。这两种蛋白变成了高档化妆品和保健品原料，并且还能成为固沙保水的新材料。

盛家壖介绍说，这不仅变废为宝，更能基本杜绝蚕丝废料处理中产生的污染问题。

据介绍，传统方法处理1吨蚕丝废料将产生3吨废水。而按照新技术分解后，每吨蚕丝废料不仅可以节省下3吨水资源，更可以分解出250公斤的丝胶蛋白和500公斤的丝素蛋白。

被分解的蚕丝废料也是身价飙升。目前，每吨蚕丝废料的收购价为5.5万元左右，而每吨丝胶蛋白和丝素蛋白的价格高达30万元左右。

这项技术获得国家科学进步奖，自然引来众人瞩目。据了解，获奖至今不过三个月左右的时间，这项技术就收到了国内多家单位和机构的高价收购意向。对此，沈新琦说，他不会考虑技术转让，因为湖州是丝绸之府，他想让这项技术能在湖州开花结果。因此，他们企业将加大这项技术科技转化

的资金投入，把现在每年对湖州地区丝绸废料一成左右的深度利用率给有效提高。

对于这个从“废料堆”里捡回来的国家科技进步奖，市科技局的相关负责人介绍说，国家科学进

步奖是我国最高的科技奖项之一，湖州作为重要的蚕丝产区，这项技术为蚕丝深加工和全新应用打开了一个新的平台和渠道。（湖州在线）

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：0757-82291324，传真：0757-82284174

网址：www.fsfxh.com

电子邮箱：fsfxwhl@163.com