

佛山纺协与河南省安阳北关 纺织基地达成合作意向

2017年12月8日，由河南省安阳市北关区人民政府及北关区工信委、北关区红旗路街道办事处举办的“河南安阳千亿级纺织服装基地佛山合作发展交流会”在佛山皇冠假日酒店举行。佛山市童装和面料企业代表60多人参加了交流会。佛山市纺织服装行业协会刘必胜会长、吴浩亮常务副会长、尤青秘书长出席了会议。

会上，安阳北关区领导、佛山市纺织服装行业协会刘必胜会长等分别做了主题发言；北关区招商局及安阳蓝天产业园有限公司代表做了安阳北关区纺织行业情况介绍，与会佛山企业代表与安阳方面代表进行了交流。

据介绍，河南安阳市是具有悠久历史的纺织名城，拥有100多年的纺织业历史，具有完整的纺织服装产业链，产业工人充足且稳定，有很好的纺织服装生产基础。

安阳市北关纺织服装基地是专业的纺织服装产业园区，交通便利，配套完善，现有承接生产加工服装和内衣的能力，可作为佛山纺织服装企业发外加工的最佳选择之一；基地周边有几千家服装企业，日用纱量超过3000吨，面料需求量大。

经交流协商，佛山纺协与安阳北关区双方一致认为，佛山纺织服装行业和安阳纺织服装行业互补性强，合作空间大；两个纺织服装产业大市的合作，有利于双方纺织服装行业的规模发展和产业提升。为推进合作，促进共同发展，本着公平守信，互惠双赢的原则，双方达成了合作建设安阳市佛山纺织服装产业园的合作意向。（来源：佛山纺协）

传统产业升级，新兴产业崛起，
产业实力稳步攀升

西樵一批企业 荣膺制造业全国“隐形冠军”

近日，佛山市细分行业龙头企业名单和南海制造业全国“隐形冠军”名单先后公布，西樵共计13家企业入选。这些“隐形冠军”的“现形”，不仅为自身博得了更多关注和敬佩的目光，也从一个侧面让外界对西樵的产业实力有

了更深入更立体的了解。

“隐形冠军” “现形”

增强西樵产业“科技创新范”

从公布的名单来看，广东新润成陶瓷有限公司、广东兴辉陶瓷集团有限公司、佛山市南海冠旺龙纺织有限公司等10家公司被评为佛山市“细分行业龙头企业”；佛山市啟盛卫生用品有限公司、广东昱升个人护理用品股份有限公司、广东新元素板材有限公司等8家企业被评为制造业全国“隐形冠军”。

其中，蒙娜丽莎集团股份有限公司、佛山市宜奥科技实业有限公司、广东润成创展木业有限公司、佛山市致兴纺织服装有限公司、佛山市欣源电子股份有限公司等5家企业同时获得上述两项荣誉，成为“双料冠军”。

纵观这13家制造业企业，不难发现，像蒙娜丽莎集团、新润成陶瓷、致兴纺织等是在佛山、广东乃至全国都是比较知名的企业，而昱升护理品、新元素板材、欣源电子、宜奥科技等则是相对比较陌生的“面孔”。通过这次评比，这些原本不太被公众知道的企业“浮出水面”。

自2003年成立以来，欣源电子一直专注于电容器的研发创新，年产电容器达40多亿只，成为飞利浦、欧司朗等国际知名企业的供应商，其薄膜电容器销量位居全国照明行业首位。“全国每两盏灯就有一盏选择欣源电子的电容器，每两台美的空调中有一台选择欣源电子薄膜电容器。”欣源电子研发总监王占东说。

在北京奥林匹克公园，承担了2008年奥运会主要赛事的国家体育馆，每天游人如织。鲜为人知的是，“写”有“国家体育馆”5个大字的场馆外墙板，来自于千里之外的新元素板业。在广州海珠区，身高600米的“小蛮腰”（广州塔）是公认的城市地标，其内部的防火排烟系统、防火吊顶系统，同样来自于新元素板业的生产车间。

从上世纪90年代起就注重研发的经营理念 and 坚持不懈的创新，为宜奥家居赢得了进入发达国家市场的“入场券”，使其连续16年成为业界公认的行业出口冠军企业。近几年来，宜奥家居已开发出可对人体健康状况进行检测的智能床垫，立志打造宜奥睡眠生态系统。

这些“隐形冠军”的此次“现形”，不仅扩容了外界对西樵产业形态的认知，更让西樵

的“科技创新范”增强不少。

后备力量不小

建材纺织等领域涌动着“准冠军”

虽然最终获得佛山市“细分行业龙头企业”和制造业全国“隐形冠军”的西樵企业只有13家,但从企业报名参评及评选期间的企业调研来看,西樵山下实力不俗的企业还有不少。

随着“互联网+”战略的深入,新一代信息技术快速发展,并与制造业深度融合。制造业的发展理念、制造模式、技术体系和价值链正在发生巨大的变革。西樵的一些纺织企业不仅卖面料给客户,甚至还提供相关的服装设计方

案。佛山市南海德耀纺织实业有限公司就专门在美国洛杉矶招聘了五六个人,开展销售和研发设计工作。公司负责人梁耀恒说,自己公司的设计师最懂自己公司的面料,可以提出最优的设计方案,这么做的目的就是站在客户的立场想问题,尽量为客户提供便利,把服务做到极致,从而增强客户对该公司的忠诚度,让客户成为公司的“粉丝”。

宝福龙纺织有限公司研发的木棉纤维产品,供应给九牧王等知名服装品牌。木棉纤维是木棉树的果实纤维,是自然界中最轻、最细、中空度最高、保暖性最好的天然绿色环保植物纤维,素有“植物羊绒”的美誉。木棉纤维的牛仔褲,跟一般牛仔褲相比,更抗菌防霉、贴身舒适。

非物质文化遗产香云纱(坯纱)织造技艺传承人、永鸿纺织负责人张绍景表示:“顺德香云纱的是染整技艺,而西樵香云纱的是织造技艺,我们一直为复原和提升香云纱白坯纱织造这一古老技艺作不懈努力。2013年我们复原了香云纱传统木织机,如今为了适应消费市场需求,生产出一年四季可穿着的香云纱。目前,我们再一次对生产香云纱的机器进行改造,生产出了面料更厚,适合冬天穿着的香云纱。”

这些都是西樵制造业企业在研发、生产、销售等环节中不断创新的实例。假以时日,其中或许将诞生更多的细分行业龙头和行业“隐形冠军”。

“新秀”不甘示弱

卫生用品行业已形成产业集群

在13家获得殊荣的企业中,对外界而言,佛山市啟盛卫生用品有限公司、广东昱升个人

护理用品股份有限公司是两个较为陌生的名字。其实,这两家企业正是西樵近几年产业转型升级的代表,是西樵新兴产业的代表。

在西樵,每年有超过90亿片卫生巾从啟盛的工厂内生产出来,之后运往美国,乃至全球各地。去年,啟盛通过了美国客户以医疗器械质量管理体系标准对公司进行的审核,该标准远高于国内一次性快消卫生用品的要求,并取得美国食品药品监督管理局认证的FDA注册号,获得进入美国市场的“入场券”。

在今年武汉生活用纸年会上,啟盛推出“U适”天然竹纤维抗菌卫生巾,是国内首家将竹纤维用在卫生巾产品的企业,差异化创新使啟盛成为行业中的佼佼者。“只有创新才能有今天和明天。”啟盛董事长关锦添坚定地说,“啟盛以后肯定要走高端化路线。”

自成立以来,昱升一直致力于“为中国宝宝智造最优质纸尿裤”。目前,该企业拥有DRESS吉氏、婴之良品、舒氏宝贝、肯德康等多个自有品牌,每年生产超过10亿片纸尿裤,在我国中高端纸尿裤市场处于领先地位。

作为国内首家自主生产不起坨芯体、国内最早使用3D压花工艺、国际首个开发高腰弹力腰围纸尿裤的企业,昱升拥有20多项专利。“未来,昱升将不断坚持研发创新,为消费者提供更多优质的产品。”昱升董事长苏艺强说。

昱升和啟盛两家公司虽在西樵投产的时间并不长,但他们的生产总值在全镇的占比提高很快,近几年都是西樵的“纳税大户”。而且,在他们的带动下,广东金三发科技有限公司、佛山市福得佳新型材料科技有限公司、佛山市柏盈无纺布有限公司、佛山市惠婴乐卫生用品有限公司等卫生用品行业企业纷纷进驻西樵。

“卫生用品产业集群正在西樵形成。”西樵镇党委委员陈敬英表示,该镇目前已有昱升、啟盛、福得佳为龙头的共30多家卫生用品产业上游配套企业及终端产品企业,卫生用品产业链进一步完善,产业集群效应正逐步显现。

新兴产业崛起的同时,西樵的传统产业也在不断升级。例如,除了在此次佛山、南海的两次评选中表现出色外,蒙娜丽莎集团计划近期于深圳证券交易所上市,将成佛山首家A股上市瓷砖企业。(来源:南方日报)

奥丽依 中国二线内衣品牌销量 位居全国第二

拥抱大数据变革，多样化品牌策略引领同行

顶着延误货期的压力，广东奥丽依内衣集团有限公司（以下简称“奥丽依”）硬是让工人停下了手中的车缝活计，原因只在于生产过程中发现客户指定供应商送来的海绵未达防黄标准。尽管这是张急单，而货期延误代价是大额的赔付。

“我们无法容许自己生产瑕疵品。”奥丽依董事长何炳祥说。作为国内老牌内衣企业，这家企业对产品质量的把关严格是行内有名的。也正是凭借这种对自身近乎苛刻的严格要求，它在市场上拥有良好的产品质量口碑，在激烈的竞争中站稳脚跟并成为领导品牌之一，拿下了二线内衣品牌销量全国第二的桂冠。

在10月结束的2017年上海PH Value秋冬针织展上，全国12家企业共计16个品牌被授予“2017年度全国文胸质量标杆奖”，奥丽依独占其二。

苛刻的品控 ▶▶ 率先自建独立检测中心

在奥丽依，产品质量要求的严格近乎苛刻。一旦发现次品，通常都要整批产品复检返工。这与它的领导者何炳祥有莫大关系。

内衣技术研发人员出身的何炳祥，如今仍然亲自参与奥丽依每个新品的研发，从源头上为产品设立高质量门槛。“无论内衣功能、外形如何变化，最重要的还是让人穿得舒服。奥丽依的核心竞争力就是产品‘穿身效果’好，完全贴合女性不同身型，这正得益于我们严格的研发测试流程。”何炳祥说。

在这家企业里，每个新品都是在测试与调试的反复交替中诞生的。“我们根据市场需求、流行趋势做计划，然后和上游供应商围绕花边、材料等进行协商，并据此做出图样和版样。随之而来的就是一轮轮的试穿，研发人员、公司试穿专员、模特等都要进行试穿，最后向终端客户征求意见。”何炳祥说，无数次调整修改后，一款内衣版式才能最终确定并推向市场。

为了内衣产品合乎质量、设计要求，这家企业从原料来源上就进行把控。2005年，奥丽依集团率先在行业内自建质量检验检测中心。作为国内较早、至今仍为数不多的独立专业内衣检测研究机构，该中心力求在设备、品控要

求等多方面与国际标准接轨。上游供应商物料要进入企业库房必须先过这道关卡，即便是已自带检测报告，依然要“再走一遍”，发现瑕疵，照样打回。

对于企业自身的产品同样如是。“奥丽依最核心的竞争力是品质，这种品质有两个关键因素构成，一是车缝工艺，二是‘着身效果’和舒适度。为了保证这两点，我愿意拿出更长的研发周期、更高的生产成本。”何炳祥说，奥丽依产品研发周期长达一年，较一般企业平均要长3—4个月，而生产成本也要高15%—18%，原因正在于此。

就在奥丽依成立独立专业内衣检测研究机构的同一年，奥丽依获得了国家质检总局颁发的最高荣誉“中国名牌”称号，成为建国以来首批也是截至目前唯一的、内衣行业仅有的四家“中国名牌”企业之一。据称，该荣誉是目前为止中国文胸能够获得最高殊荣。而奥丽依集团质量检验检测中心则在2015年“再升级”，获得了CNAS（国家认可委员会）国家实验室认证。

多样化的品牌路线 ▶▶ 年销售量居二线品牌第二

在守住产品质量这一核心的前提下，奥丽依开始推行多样化的品牌策略。

那是1997年。彼时，距离何炳祥开始他的内衣事业刚满7年。何炳祥与香港“胸围大王”罗杰伦有一段伯乐识马的故事，后者于1979年在盐步创办国内首个内衣加工厂“丽斯厂”，中国最早一批从事内衣业的技术和管理专才均与之有着直接或间接渊源，何炳祥正是其中之一。罗杰伦看中他的设计和管理能力，在1989年与他共同创办适雅制衣厂。

1996年，以继承师傅罗杰伦香港内衣工厂“特丽依”之名，何炳祥创立“奥丽依”内衣品牌，寓意“我的美丽奥秘”。次年，适雅制衣厂改名为南海市盐步奥丽依内衣有限公司，因遭遇亚洲金融风暴，企业产品全面转型内销。同年，奥丽依实行品牌战略规划，定位在中高档内衣专卖店。

1998年，奥丽依与古今内衣进行全方位品牌与技术合作，成立佛山市紫兰蒂服饰有限公司，紫兰蒂至今已经成为一线高端内衣主流品牌。

说奥丽依也是国内最早进行品牌化操作的内衣企业并不为过，如今，这家企业旗下的

内衣品牌已多达7个。何炳祥解释，当下，消费者购物心态更加时尚化、年轻化，需求也不断增多，这些品牌均是根据不同的市场需求细分出来的。

贴合市场需求的做法，不但让奥丽依在中国二线内衣品牌企业中销售成绩出色，销量位居全国第二，其因此而“铸造”丰富的品牌产品，也进一步推动奥丽依走向全球。

继早年香港设立子公司后，这家企业先后与法国 Charlotte、美国 Victoria's Secret 等国际知名企业和品牌建立贸易合作关系，为奥丽依产品进军海外开辟道路；2012年，奥丽依还在香港开设大型内衣零售卖场，深耕香港市场。“对奥丽依来说，只要品质过硬，处处都有市场。”何炳祥说。

打开企业“数据库”▶▶▶ 牵头建行业指数 储备内衣数据“石油”

从最初的贴牌加工到自创品牌，短短20多年，中国内衣产业从无到有、从有到精，焕发着无穷的生机。从奥丽依的发展轨迹中管窥中国内衣产业，创业的激情与梦想跃然纸上。

然而，国内外新形势的不断发展变化也时刻考验着行业的发展智慧。在原料上涨、劳动力成本上升、同质化竞争激烈、国内不少生产企业依然处于内衣产业链的低端等问题的笼罩下，如何获得突破，书写全新篇章？

奥丽依尝试用“大数据”来破题。

其行动之一，便是在2010年起分配购置3D人体扫描仪，用于收集中国南方与北方女性三维数据资源，最终目的是为给新品研发和设计上提供数据支撑。事实上，这家企业的大数据思维由来已久，其总部大楼内建有的一间人体数据档案室佐证了这一点，该档案室记有由企业自建立以来不断更新的所有设计产品信息，颇具PI数据库的雏形。

11月11日，中国国际针织（秋冬）博览会在上海浦东的国际会展中心开幕，作为开场的重头戏，“中国·盐步内衣指数”正式发布。它是南海区盐步内衣行业协会携手中国针织工业协会，委托第三方专业机构进行编制，编制工作在今年6月启动，数据采集自南海当地50家规模较大的、有自主研发能力的标杆企业。

“它是中国首个内衣指数，是通过大数据实现全行业优化提升的重要抓手。”中国针织工业协会会长杨纪朝说。

何炳祥以及他所领导的奥丽依在其中扮演了重要角色。何炳祥是盐步内衣协会的会长，从“拍板”确定编制盐步内衣指数起，他主动打开了奥丽依的“数据库”，牵头引领行业走向大数据。

有评论称，互联网、物联网、云计算、智慧城市、智慧地球正在使数据按照“摩尔定律”飞速增长，在新的数字世界当中，数据被称为“未来的石油”，已成为最宝贵的生产要素，谁能顺应趋势，谁就将掌握这场变革的主动权。

这场数据变革将为这家有着28年历史的内衣企业打开一个怎样的未来？时间将给出答案。

■ 企业金句

“奥丽依最核心的竞争力是品质，这种品质有两个关键因素构成，一是车缝工艺，二是‘着身效果’和舒适度。为了保证这两点，我愿意拿出更长的研发周期、更高的生产成本。”——广东奥丽依内衣集团有限公司董事长何炳祥

■ 手记

卓越品质成就良性市场

缝纫机“嗒嗒”的运转声此起彼伏，走入奥丽依的生产车间，其生产场景与一般的内衣企业并无二致。在对话何炳祥的那一天，奥丽依刚结束了一单因货期延误而进行的赔付谈判，原因是生产过程中发现客户指定供应商送来的海绵未达防黄标准。“明知道有可能会延误货期而赔款，但我们无法容许自己生产瑕疵品。”何炳祥的话，足以说明了这家企业对产品质量要求的近乎苛刻。

隐形冠军需要引领自己的市场，而市场领导定位通常是由市场份额来定义，而奥丽依则用它的例子来说明：“良性”的市场占有率需通过卓越的品质、创新和优良的服务来获得。凭借对产品品质一丝不苟的态度，通过提高产品整体质量门槛，塑造一流的品质与品牌意识，奥丽依登上内衣产业领头羊的位置。（来源：南方日报）

佛山市拟认定为

“细分行业龙头企业”公示名单

（第一批 纺织服装部分 摘录 排名不分先后）

企业名称	细分领域
广东前进牛仔布有限公司	牛仔布
佛山市致兴纺织服装有限公司	牛仔布
佛山市丰泽纺织有限公司	牛仔布
广东溢达纺织有限公司	色织布
佛山市南海冠旺龙纺织有限公司	化纤梭织面料
佛山华丰纺织有限公司	轻薄牛仔、织格布
广东德润纺织有限公司	经编氨纶弹力面料
佛山市安东尼针织有限公司	丝光棉
广东新怡内衣集团有限公司	内衣
广东奥丽依内衣集团有限公司	内衣
佛山市依黛丽内衣有限公司	内衣
佛山标美服饰有限公司	内衣
广东美思内衣有限公司	内衣
佛山市顺德区启亚服装有限公司	针织服装
广东志达纺织装饰有限公司	窗帘、布艺类产品制造
佛山市梦得斯服饰有限公司	童装
广东浪登服装有限公司	西服
佛山市嘉峻制衣有限公司	高可视警示服装
佛山市南海 NO.1 实业有限公司	制式服装
佛山市南海必得福无纺布有限公司	医用无纺布

佛山市中汇纺织印染有限公司 获国家印染行业准入资格

近日，依据《工业和信息化部关于印染行业准入条件》的有关规定，经专家组复核及现场抽查、并征求环境保护部意见，佛山市中汇印染有限公司顺利通过审核，成为全国第五批符合《印染行业准入》条件的企业之一。

佛山市中汇纺织印染有限公司成立于2006年8月，是一家集研发、生产、营销于一体的现代化纺织企业，拥有、定型机等100余台（套）先进的生产和检测设备，主要经营布、的生产和销售。公司于2014年12月10日获得国家安全生产监督管理总局颁发的安全生产标准化证书，2015年10月一次性通过ISO14001环境管理体系和ISO9001质量管理体系认证，2015年12月荣获“广东省清洁生产企业”称号。经营场所位于佛山市三水区中心科技工业区大塘园A区54号地块，占地面积73772.1m²，现时整个生产基地预计需投资4.6亿，预计2016年竣工。现已累计投入近3亿元，已建成两座主车间，两座小型车间，一座宿舍，1个500m³的废水收集池，1个500m³消防水池，另一栋综合办公楼和另一栋干部、夫妻楼已进入内部装修的尾声阶段，还有一座主车间预计于2017年建设完工。整个生产工厂公司配备有标准的篮球场、休闲娱乐室以满足工人日常的体育娱乐。

公司在珠江新城设有总部营销中心，在南海大沥平地市场和广州中大布匹市场各设立两个门市部，并在浙江绍兴设有一分公司，后续将陆续开拓福建、江苏、和山东等全国布料集散地市场。中汇品牌及产品口碑良好，质量先进、稳定，广受客户青睐。

公司所处的佛山三水大塘园属于全国53个国家高新技术开发区之一，广东省九大“可持续发展试验区”之一，是佛山市重点支持的工业区。于2002年开发建设，已有约200家企业进驻，位于中国经济最发达的区域珠江三角洲的核心地带，到达广东省省会广州市区只需40分钟车程，到达广州白云国际机场只需30分钟车程，到达佛山行政中心只需40分钟车程。是广州通往粤北、粤西以及我国大西南的咽喉重地，具有得天独厚的区位优势。

整个园区排水系统按照“雨污分流”设计，对雨水和生活生产废水实施分离收集，统一输送处理。园内设有日处理能力3.6万吨工业污水处理厂、人工湿地深化处理系统以及生活污水处理厂，对生活、生产污水进行集中处理、统一排放。设有蒸气厂，实行集中供热，最大限度降低大气污染。工业园内电力能源充足，拥有一个11万伏输变电站，正在规划建设一个11万伏输变电站，充分满足工业发展的需求。

同时，所有入园的企业都需恪守环保法规，深入推进，实现绿色生产；积极创建“园林式”企业，大力美化绿化厂区。园区已通过ISO14001环境管理体系和ISO9001质量管理体系认证。大塘工业区分为A、B两区，总投资30亿人民币，总规划面积28平方公里，目前开发建设的A区形成了以轻纺、精细化工、高新科技、等行业为特色的经济，B区已经完成控制性详规。

国家出台《印染行业准入条件》，旨在规范印染行业发展，防止低水平重复建设，切实减少污染，保护环境，促进纺织结构调整，实现协调和可持续发展，此次公司成功入选《印染行业准入资格目录》，将有利于公司业务的发展，可有效提升公司的核心竞争力和品牌知名度。公司将继续以“诚信第一，开拓创新，与时俱进，精益求精”为使命，为广大客户提供最优质的布料和最合理的价格，以高度的责任心，效率及品质与客户建立持久的关系。（来源：中国纺织报）

11月全国纺织品服装出口 同比增长6.01%

据海关统计，今年11月，全国纺织品服装出口额合计231.15亿美元，同比增长8.02%（以人民币计同比增长6.01%），较上月增速提高6.7个百分点。其中，纺织品当月出口99.89亿美元，同比增长11.31%（以人民币计同比增长9.22%）；服装当月出口131.26亿美元，同比增长5.65%（以人民币计同比增长3.68%）。今年11月，我纺织品服装出口表现仍低于全国整体货物出口水平，增速落后4.3个百分点。

今年1-11月，全国纺织品服装累计出口总额2432.57亿美元，较去年同期增长1.57%（以人民币计同比增长5.01%）。其中，纺织品累计出口总额997.86亿美元，同比增长4.02%（以人民币计同比增长7.6%）；服装累计出口总额1434.71亿美元，同比下降0.07%（以人民币计同比增长3.28%）。

11月，我国纺织品服装出口较10月有明显改善，与全球整体经济温和复苏、需求回暖预期强化的宏观环境密不可分。事实上，2017年是次贷危机后的首次全球经济同步复苏，发达国家和新兴市场国家的经济景气均有所好转。我们注意到，波罗的海干散货指数从年初

的950点附近已震荡上行至11月末的1578点。

根据IMF、OECD等国际组织的最新预测，2018年全球经济将延续2017年的积极增长态势，全球经济产出、国际贸易量与居民消费均有望实现稳中有升。

联盟秘书处预测，2017年我国纺织品服装出口将扭转连续两年下降的趋势，全年出口增速以美元计将在1%-2%之间（以人民币计约为5%），且2018年的出口形势较为乐观。

（来源：中国纺织国际产能合作企业联盟）

税率下调15%，特朗普的减税 政策对出口纺企影响多大？

近1个月以来，美国总统特朗普的减税方案全部获得美国参众两院通过，双方在税改方案主体上已基本达成共识，这是自1981年美国前总统里根之后最大规模的一次减税。

中国稳居美国纺织品服装市场高比例份额。图为买家在中国纺织品服装贸易展览会（纽约）上进行采购洽谈。

根据最新通过的税改法案，美国企业税率将从35%下调为20%，个人所得税也会有不同档级的下调。而且，美国跨国企业海外利润一旦汇回美国，将大幅调低其税率。

名义上看，税负的减少，意味着个人可支配收入增加和企业生产经营成本下降，这无疑会释放市场需求，同时增加企业利润，促进企业再投资。

不过有专家认为，虽然税率降低了，但它同时对税基进行了相应调整，实际税负等于税率乘以税基，因此只看名义税率，不看税基的变化，很难真正判断税负下降了多少。

综上所述，中国纺织服装出口企业到底会从美国减税政策中受到哪些影响呢？

从供应链入手实现错位竞争

从短期效益看，在美国企业所得税调降后，对于已在美国设立子公司并有一定业务规模的我国纺企来说，将是利好。

有专家表示，虽然特朗普核心诉求在于美国的“再工业化”，但是从大格局上来说，美国纺织服装业优势仍在于创意研发和市场营销，以及高端产品制造方面，劣势是缺乏完整的产业供应链和劳动力成本优势，在中低端产品加工方面仍依赖他国。美国搞制造业，最好

的办法就是利用横向供应链采购与中国企业合作。

相对于美国本土企业来说,我国纺织服装产业链健全,加工制造型企业有望切入美国“再工业化”进程,从错位竞争中谋求商机。同时,也可以积极与美国高端制造企业合作并从中取经,帮助我国出口加工型企业实现转型升级。

对个人所得税调降后,美国纺织服装市场活跃度将抬高,并进一步刺激中国纺织服装产品出口规模放大,自然会间接提升我国纺织服装出口企业订单数量增长。

以1981年里根减税政策为例,减税优化了供给结构,带来强劲的进口需求。比如,美国年均贸易逆差由卡特时期的250亿美元急剧上升至里根时期的1000亿美元;而作为美国主要的贸易伙伴国,日本的年均贸易顺差则从20亿美元大幅上升至440亿美元。当前,中国作为美国最大的纺织品服装进口国,像当年的日本一样,将从中受益最大。

美国是个消费大国,而且是提前消费大国,在这个最大的消费型国家,消费者在消费支出方面毫不惜力,此次特朗普的税改计划会让美国人把手里的钱更多地用于消费,尤其用于服装服饰和家居等生活类产品的消费,进而拉动供应链上游的面辅料等环节扩大生产。

不过应该看到,一个经济体的增长逻辑以及产业结构的影响因素纷繁复杂,资源禀赋、区位优势、技术条件、人口结构等要素对产业发展起到主要作用,而税率调整只是影响因素之一。

由于中美两国在资源禀赋、区位条件、技术水平和人口结构等方面存在巨大差异,单一的税率调整政策在短期内到底能产生多大作用仍应客观看待。

根据美国经济分析局数据显示,近20年来,美国纺织服装等行业的产出增长率均值为负。全球贸易一体化背景下,美国已定位为服务顺差、商品逆差经济体。从美国的贸易竞争优势指数(TC指数)、研发投入方向以及各行业对经济的贡献率等3个指标来看,美国缺少的是劳动生产率的进一步提升。单纯依靠税改,从长期来看对产业经济影响未必会显著。

理性看待税改长期仍须观察

据海关总署统计,今年10月,我国对美纺织服装出口继续保持增长,增幅2.9%。其中

纺织品和服装分别增长9.2%和0.6%。前10个月对美累计出口378.9亿美元,微增0.4%,其中针梭织服装出口量增长2.5%。

从出口国别看,我国出口美国的纺织品服装金额约占我国出口纺织品服装总金额的16.6%。另据美国海关统计,前9个月,美国自全球进口纺织品服装881.1亿美元,其中中国占36.2%的市场份额。

通过以上数据可以看出,虽然东南亚等地区近年来纺织业出口增长迅速,但仍难以撼动我国纺织品服装在美的主要市场地位。从近期增势明显的出口现象观察,我对美纺织品服装出口贸易前景可期。而且,美国减税政策实行后,美国进口商的现金流将更充足,采购量必然相应增加,作为供应商的中国纺织服装出口企业受惠良多。

美国目前是发达国家中少有的坚持征收全球税的国家,此前美国跨国企业在海外的收入在缴纳当地税后,依旧需要以35%的税率缴纳美国企业所得税。企业海外利润税率大幅调低将大大吸引美国跨国企业将利润汇回美国。与此同时,企业税率降低推动企业成本下行,促使投资也相应回流。

由此有人预计,对于我国来说,将可能出现短期流动资金紧张,使外汇储备减少,汇率下跌,人民币贬值。有测算显示,人民币每贬值1%,纺织服装业销售利润率就上升2%至6%。

虽然短期人民币贬值将有利外贸出口,纺织服装、玩具鞋帽等产品是受益者,但从长远来看,仍要防控人民币贬值带来的其他风险。

例如纺织服装制造业向东南亚转移过程中,东南亚等出口国家货币,相对于人民币兑美元贬值幅度会更大。这对我国与东南亚各国在对美出口方面的竞争压力来说更大。

还有一种观点认为,美国减税后会有可能吸引更多国家前去投资,特别是美国跨国企业资金回流美国,造成我国资本外流增大。对此,有专家认为,要理性看待这个问题。

事实上,近年来中国在财税政策方面采取了一系列措施吸引外资。

比如,今年8月我国发布的《关于促进外资增长若干措施的通知》中相关税收政策就极其具有精准性、针对性。按照《通知》规定,如果分配利润留在中国境内继续投资,符合一定条件,可暂不征收预提所得税,意味着10%

的预提所得税现在可以暂不用交了。

这位专家补充说,再看美国企业所得税,名义上税率下降了15%,但根据美国预算办公室的预测分析,实际的税负可能也就降低了两个点,跟表面上看到的大幅度降税,所理解的是不一样的。美国的税改有美国的实际情况,它会从它的名义税率的降低、税基的整合以及优惠政策的取消,做有增有减这么一个减税的技巧来推进它的税改。

另外,近期特朗普政府拒绝承认我国的市场经济地位,两国贸易争端的可能性在增强,因此其利好作用也存在不确定性。

有专家认为,美国减税对我国出口型企业短期有利,中长期效益仍待观察。而且税改通过后,税改问题在贸易方面主要针对美国自身,从外溢效果来讲对中国影响有限。

与此同时,税改法案也会大幅增加2025年的美国联邦预算赤字,更高的预算赤字将推高利率,从而打压投资。(来源:中国纺织报)

2018年纺织出口警惕“逆全球化”,将面临双重挤压!

今年以来,随着国内经济企稳、全球经济回暖,我国外贸发展的内外环境明显改善。但是,占我国出口贸易额1/3的纺织业对于2018年外贸形势仍需谨慎看待。业内人士认为,明年外贸稳中有升是大概率事件,但仍要正面迎击“逆全球化”的冷流。

逆全球化影响凸显

今年前三季度,我国出口总值同比增长12.4%,实现回稳向好的预期目标。但是,从2017年前三季度棉纺织外贸形势看,并未出现明显的外贸好转。2017年1至9月,受利率大幅波动影响,棉制纺织品和棉制服装的出口额较去年同期均呈负增长,进口额均呈正增长,棉制纺织品出口贸易额同比下降0.52%,棉制服装出口贸易额同比下降2.82%。

究其原因,有多重因素

首先,在世界经济增速没有大幅提高的背景下,国际贸易投资难以持续保持快速发展态势;其次,从商务部发布的研究报告中看,“逆全球化”温床并未消失,保护主义抬头趋势仍将延续。贸易保护主义的负面影响将长期存在,发达国家、新兴经济体双重挤压我国外贸出口。

今年前三季度,我国外贸大省浙江就遭遇了来自美国、印度等19个国家和地区发起的贸易救济调查案件84起,涉案金额17.85亿美元,同比增长24.1%。在义乌,一些附加值低、产业链较为简单的劳动密集型产品受到东南亚冲击明显,服装、箱包等产业订单转移到东南亚、中东欧地区的趋势较为明显。由此可见,在全球制造业产能过剩、市场份额竞争激烈的情况下,全球贸易保护主义仍在升温。

有业内人士指出,随着新一轮国际产业竞争更加激烈,我国出口可能受到发达国家制造业回流和新兴经济体中低端制造业崛起的双重挤压。商务部数据显示,今年前8个月,中国劳动密集型产品在欧盟和日本的市场份额分别下滑了0.5和0.9个百分点,而东南亚国家产品所占份额明显上升。

追溯这股逆全球化潮的源头,2016-2017年世界政坛,尤其是欧美国家政治、经济环境发生了不可忽视的变化。以特朗普为代表的“反建制”政治家上台执政,他们的执政纲领集中表现为关注本国事务,关注本国经济发展与民生。无论是特朗普的限制移民政策、退出TPP,还是英国的脱欧,以及欧洲其他国家民族主义政党大选的各种层级获胜,实际上都体现出了一股逆全球化的潮流。

美国的算盘

全球化在风行并且被热捧了数十年之后遭遇了严重挑战。目前显性的、隐性的贸易保护政策都在不断涌现,很多逆全球化的行为已经成为全球一体化进程的巨大阻碍,多边贸易体制的权威性也正在遭受严重影响。尽管双边的、区域的贸易协定层出不穷,一些政客却在不断地为了争取选票而把矛头对准提升贸易便利化程度的政策。美国就是非常明显的例子。

有观点指出,作为我国重要的出口市场美国,鉴于美国希望减少对中国的贸易逆差,中美双边贸易的摩擦未来可能更加频繁,尤其是电子产品、电气设备、纺织品及服装、家具和汽车等行业。

事实上,美国已有“挑事”的苗头。今年11月初特朗普访华期间,中美两国经贸合作达成2535亿美元大单,创下中美经贸合作史上的记录。但就在不久后的11月28日,美国商务部部长威尔伯·罗斯就宣布,将主动对进口自中国的普通合金铝片自发开展反倾销与反补贴

税的双重调查。此次调查是在美国铝业没有主动要求的情况下，美国商务部主动对中国普通合金铝片开展“双反”调查，这也是25年来美国商务部第一次自主发起贸易救济调查。

有分析指出，即便中国获得市场经济地位，第三国价格对比规则不再适用，美国商务部也可以根据汇率低估作出反倾销调查中的成本价格修正。特朗普可能会用中国汇率低估的名义，让美国商务部以汇率问题作为反补贴依据。

美国自2007年以来，在对进口自中国的产品进行反倾销调查的同时，也施以反补贴税调查。调查范围除了合金铝片，还有化工、纺织、钢管、汽车、太阳能电池板等领域。未来，特朗普政府势必还会对中国采取更多的贸易保护措施，包括但不限于针对知识产权问题的337条款，这是美国非常有可能实施的贸易保护方式之一，且非常有效。

如何对抗逆全球化已经成为我国政府以及外贸企业绕不过去的坎。有专家指出，市场、资本、网络、政策、文化、社会等因素正在深入推动全球一体化，尽管有逆全球化的思潮和贸易保护主义的趋势，但是全球一体化的发展势不可挡。区域间、国家间、产业间的资源能力正在广泛连接，如何有效地组织协同起来是关键，这直接关系到中国制造的竞争力。

总而言之，在当下西方逆全球化和中国以“一带一路”推进全球化的趋势下，中国如果能够抓住新技术革命、贸易自由化推进等机遇，有可能推动自身进入一个高速发展通道。而对于我国纺织出口企业而言，则应该牢牢抓住创新这个不会过时的“救生圈”，以创新促发展，才能在逆全球化的低潮中立足于不败之地。（来源：中国纺织品进出口商会）

10个月卖了万亿元！ 服装鞋帽行业强势复苏

今年双十一期间，共有160余家企业进入天猫亿元俱乐部，其中就有40多个服装卖家。国家统计局近日发布的数据显示，今年1-10月份，服装鞋帽、针纺织品零售额达11883亿元，与去年同期相比增长7.3%，增速同比上升0.1个百分点，服装行业呈复苏态势明显，行业有望进一步回暖。想要问问“败家妇女”们，敢不敢晒一晒这万亿天文数字里，你贡献了多少？

电商促销冲业绩 服装企业加班赶货

广东省是我国服装生产的主要地区，2016年全年，广东服装行业规模以上企业累计完成服装产量66.35亿件，占全国的五分之一以上。眼下，广东服装行业迎来了销售旺季。每年四季度都是服装行业最忙的时候，刚刚过去的双十一和即将到来的双十二等接连到来的电商节，让广东的服装企业忙到分身乏术。广东省佛山市西伍服饰有限公司副总经理徐立表示：“今天我们整个供应链的同事都在加班，就要完成大概一百款的合同。”

服装是几个电商节的重头戏，今年双十一期间，共有160余家企业进入天猫亿元俱乐部，其中就有40多个服装卖家。大多数服装电商企业双十一期间的销售额能占到全年销售额的两到四成，准备工作也是提前几个月就开始了。很多服装加工企业都是从十月份起，就已经在不停地加班赶货，整个服装产业链都希望能在四季度冲高销售额。

年底旺季将至 服装行业有望持续回暖

深圳歌力思服饰股份有限公司董事长夏国新表示：“从以往的经验来说，四季度服装的销售额大概占全年的35%，所以说应该是很关键的一个季节。”

国家统计局近日发布的数据显示，今年1-10月份，服装鞋帽、针纺织品零售额达11883亿元，与去年同期相比增长7.3%，增速同比上升0.1个百分点，服装行业弱复苏态势明显，行业有望进一步回暖。

招商证券纺织服装行业分析师孙好表示：

“今年整个春节是相对靠后，也就是说节前销售旺季时较去年同期有所增加，这种复苏的趋势还是可以持续下去的。”（来源：央视财经）

艾格文云端解决方案 助力服装业供应链裂变

优衣库以6亿笑傲“双十一”男女服饰类销售榜，而韩都衣舍、茵曼和伊芙丽等多家电商女装品牌轻松晋升“亿元俱乐部”成员。

前有优衣库、ZARA等快时尚巨头凶猛打压，后有韩都衣舍等电商乘胜追击，传统服装巨头节节败退：曾经的服装王牌美特斯邦威，2016年净亏超一亿元，3年时间关闭1500余家门店；曾经红极一时的班尼路也因为经营不善

被母公司德永佳集团以2.5亿元的价格出售。

以上种种血泪教训仿佛在警示我们，传统服装产业模式再也无法顺应消费升级的新零售时代，数字化转型势在必行。优衣库、韩都衣舍屡创销售奇迹，主要得益于他们背后强大的供应链。而变革企业自身的供应链迫在眉睫。

服装业供应链 前世今生未来

服装业供应链是一直被低估的产业，过去供应链被简单定义成生产采购。商业世界迭代加速，人们逐渐细化供应链要素：新款开发周期、面料生产采购交货周期、面料库存、成衣生产交货周期、成衣翻单率、成本和资金周转率...不难看出，服装业供应链渗透了服装供销存前的每一个节点。

未来服装业的利润中心是供应链改造，智能与互联的供应链需要强大数据壁垒支持，服装公司、物料供应商和加工厂三者必须增强彼此的信息粘合度，加快信息碎片追踪与回溯，形成完整的数据矩阵。云计算、大数据和物联网等数字化技术不断涌现，各种颠覆性企业管理方法论应运而生...

我们一直提到服装业供应链裂变，并不是简单部门间合并和重组，而是全产品、全渠道、全生命周期、全时空的连接，我们赋予其三层含义。

第一层：从前端(销售)出发，基于消费者数据，重新梳理后端供应链，从B2B/B2C转向C2B/C2M;

第二层：利用云端大数据技术，连接过去、现在和未来，实现从Big Data到Smart Data的转变;

第三层：形成开放、共享、万物互联的物流及供应链生态圈，驱动新商业模式的萌芽。

供应链智慧管理 服装公司成长引擎

艾格文深耕服装业管理30年，其服装云端解决方案已帮助多家服装企业重塑供应链，快速提升企业供应链各环节的可视性，帮助企业节约成本。自2010年起，艾格文服装ERP便助力知名杭派女装品牌“古木夕羊”(海明控股有限公司)开启数字化转型之旅，梳理产品供应链上上下下各个环节，加快业务流程。最终，海明控股短短两年孵化四个新品牌，迅速占领更多服装细分市场。

从Big Data到Smart Data，艾格文服装软件将数据分析应用的深度和广度发挥到极致，全程监控企业生产运营(开发、打样、算料、

成产和走货)各个阶段，使企业能更准确地掌握运营情况。反观古木夕羊，艾格文服装ERP站在供应链角度，以成本管控为突破口，将其分成三个阶段：接单成本、发单成本以及决算成本。并结合实时分析整合技术，帮助企业迅速应对需求及供给的变化，完美实现预算可控、过程成本可控、成本决算可控。

信息传达的及时性，有效缩短供应链计划制定和调整的周期，滚动预测和库存管理将更加细致。艾格文服装管理系统通过部署一张完整的资金链管理报表，彻底解决古木夕羊成本管控数据不对称的难题，公司三个核心部门(指品牌部、供应链和财务)信息无缝对接。同时，艾格文服装ERP帮助企业严格控制物料库存水平，降低库存成本，避免重复采购及过分浪费，物料库存维持在理想状态，企业资金周转率大幅提高。目前，古木夕羊已经实现产能预估，合理安排生产计划，充分利用现有资源获取最大的生产效益，交期比之前整整提前30%。

新智造新效益 服装智能工厂

借力云端数据平台上的海量数据，企业可以进行更广泛的运用。建立一套数据模型外加一则足够智能的算法，便可对未来进行预测性分析并制定各种预防或改善措施，使企业能提前为瞬息万变的市场情况做准备。借力艾格文云端系统，即可增强对自有加工厂、外协工厂的管理，公司和工厂共享一片云，实现数据流绿色大循环。

工厂本地数据实时收集保存，同步上传至公司大数据云实时查看各个工厂产量，排单计划，生产进度，返修率等生产数据。艾格文服装ERP可将不同工厂生产数据进行对比分析，及早发现问题。

据不完全统计，艾格文云端解决方案能够帮助服装工厂日产量平均提高15~30%，主要归功于改造后的柔性生产线。数字化智能制造平台运用物联网和信息化技术，一件衣服制作中所需的几十道工序，每一道都由电脑精准控制。艾格文服装生产管理系统实时统计流水线每个工位生产产量，使整个生产车间讯息全面透明化，生产数据一目了然。服装工厂电子看板，不仅能教工人怎么做，还能把任务分配给效率最高的工人。

随着柔性供应链生产在国内的成熟，服装智能工厂的增加，中国将面临着更多的新型国

际商机。有望参与到欧美和日本等发达国家正在运作的国际柔性供应链市场，甚至很有可能再次成为全球服装柔性生产加工出口的中心。

整个中国服装业竞争激烈，利润逐渐削弱，想脱颖而出赢得更多销售机会，必须“快一步”数字化转型。借助信息化的浪潮重塑供应链，业务流程可通过艾格文服装软件落地到企业管理的每个角落，拉长企业活力生命线，提高企业核心竞争力，牢牢抓住新消费时代的新机遇。(来源：法制晚报)

中国童装行业发展现状及市场前景预测

与成人类服装相比，我国童装行业起步较晚。随着家庭消费习惯的改变，国内专业童装起步于上世纪90年代中期，目前仍处于快速发展的成长期。2013-2017年8月全国200家重点零售企业服装各细分行业的零售额同比增速，除2017年1-8月女装销售增速高于童装外；在其他时期，童装行业的增速均领先于其他子行业。

以服饰和鞋履为区分维度，广义的童装市场可以细分为童装(服饰)市场与童鞋市场。2016年我国童装(服饰)的销售市场规模为1450.11亿元，2012-2016年的CAGR为8.17%，预计2017-2019年的CAGR为7.29%；2016年我国童鞋的销售市场规模为479.80亿元，2012-2016年的CAGR为10.15%，预计2017-2019年的CAGR为8.75%。2013年以来，童装(服饰)与童鞋的市场规模同比增速均高于服装行业整体增速。

随着8090后进入婚育高峰期，2012年以来中国迎来第四次婴儿潮。国家统计局数据显示，2011-2015年我国0-14岁人口数量逐年攀升，2015年增速达到7.26%，人口数达到2.42亿人；2016年0-14岁人口数量占总人口比例达到16.64%，为2010年以来的最高值。根据联合国测算，我国2012年0-14岁人口增速由负转正并在此后8年内持续正增长，人口数将于2020年达到2.61亿峰值。2013年11月与2015年10月，我国相继启动实施了“单独二胎”和“全面二胎”政策。据国家卫计委的测算，2016年约有9000万对育龄夫妇符合条件，预估此后每年将新增250万新生儿。庞大的适龄消费人群为童装市场发展奠定了基础。

自“单独二胎”政策实施以来，各年龄段的

服装销售增速变化可以清楚体现出人口政策对童装消费的影响。根据智研咨询统计的数据，人口政策首先引起我国新生儿数量的加速上涨，由此导致童装市场规模的扩张主要体现在婴幼儿服饰上。从2013年开始，婴幼儿服装销售规模迅速上涨，并且增速保持在男、女大童装的增速之上。婴幼儿服饰率先享受政策红利，预计从今年起，我国大童装也逐步迎来加速增长。

与其他发达国家相比，我国童装人均消费额仍落后较多。2016年我国童装人均消费额仅为16美元，约为日本人均消费的1/4，英国人均消费的1/8。近年来，居民人均可支配收入不断提高，生活消费水平也随之提升。同时《2015年新浪母婴消费白皮书》显示，8090后占育儿群体的比例已超85.9%。该类人群多为独生子女，成长于相对优越和宽松的经济环境中，对生活品质有一定追求，并且保有优生优育的育儿观念。中国目前主流的4+2+1家庭结构为儿童消费支出提供了两代人财富积累的基础，童装作为儿童消费中占比相对大的品类，将受益于本次消费升级。

从价格维度来看，童装可以划分为奢侈品品牌、高端品牌、中高端品牌和低端品牌。奢侈品品牌为传统奢侈品品牌的童装线，如YoungVersace、ArmaniJuniors，单件T恤价格约为千元以上；高端品牌包括一些专业高端童装品牌，如PawinPaw、Kingkow，以及成人装的延伸品牌，如AdidasKids、jnbybyJNBY，单件T恤价格约为300元以上；中高端也分为专业童装品牌，如安奈儿、巴拉巴拉、小猪班纳，以及成人装的延伸品牌，如GapKids、ZaraKids，单件T恤价格约为100元以上；低端品牌则是指无名度的童装品牌或无品牌服装，一般单件T恤价格在100元以下。总体来看，童装高端市场主要由国际品牌主导，我国专业童装品牌大多集中于中高端市场。

景气度高、处于快速成长期的童装行业吸引了众多服装企业的目光。除了专业童装品牌接二连三的涌现，运动体育品牌、快时尚品牌、休闲服饰品牌以及其他成人装品牌也纷纷加码儿童市场，加剧行业竞争，形成了目前国内外多品牌混战的局面。目前我国童装市场参与者众多，质量参差不齐，市场仍不成熟，集中度较低。

童装(服饰)市场主要由专业童装品牌与成人装品牌童装线组成，童鞋市场主要由专业童鞋

品牌组成，童鞋市场集中度略高于童装(服饰)。

据统计，2016年我国童装(服饰)市场销售额占比前四名分别为巴拉巴拉、AdidasKids、安奈儿和小猪班纳，CR4为7.9%，其中巴拉巴拉的市场销售额占比为5%，领先其他品牌。2016年我国童鞋市场销售额占比前四名分别为NikeKids、ABC、七波辉和AdidasKids，CR4为12.9%，前两名NikeKids、ABC市场销售额占比均为4.1%。(来源：中国产业发展研究院)

打造“绿色印染”无水染整新技术

12月4日下午，无水染整技术暨生态纺织品标准新动向学术研讨会在金昌开元大酒店召开，众多印染领域的专家和企业共同探讨无水印染技术的现状与新动向。

大连工业大学纺织与材料工程学院工程中心主任郑来久首先上台，带来了一场“超临界CO₂无水染色技术及装备研究”的主题报告。

“这个技术可以做到染色中没有任何排放，染料和二氧化碳可以循环使用，是一项不用水的染色技术。”郑来久解释说，这项技术主要能够降低染色过程当中水的消耗量，是真正的清洁化生产。目前，他们已经跟浙江省现代纺织工业研究院达成了合作意向，打算在柯桥组建第一条示范生产线。此后，再利用柯桥的产业集聚度，向全国辐射开去，从而带动全国纺织的科技进步。

随后，还有几位专家也分别做了“生态纺织品技术要求与生产控制”、“微胶囊技术在纺织染整中的应用”和“植物染料及其后整理技术开发”等主题报告。

在座的印染企业代表听完这些报告后，纷纷表示收获满满。“我们从生产原料开始，到生产过程，以及最终的产品，全线把控所用的原料为生态环保的原料，然后我们的设备用的是气流缸，这是目前最有效的染色手段。”浙江怡创印染有限公司总工程师傅继树说，只有实实在在地行动和付出，才能生产出生态纺织品。

据了解，当前柯桥区的印染企业普遍已经采用了少水印染技术，而且也有不少企业，比

如像乐高印染已经开始试水“无水印染”技术，印染企业都非常注重技术设备的革新，致力于生产生态纺织。

对此，浙江省现代纺织工业研究院院长胡克勤认为，这样的现象是非常值得肯定的，也必将带动整个区域生态染整技术的发展。同时，他也指出，真正的绿色印染，不仅是生产过程的绿色，还要做到最终产品的绿色。“染整里面包括了生产工艺的绿色，比如无水染色，这是生产工艺的绿色化；再用传统的植物染料进行染色，综合起来，最终才能够得到我们说的一种绿色的产品，也就是最终产品的绿色化。”胡克勤说。(来源：柯桥日报)

纺织出口企业需关注越南甲醛含量新执行标准

从江苏检验检疫部门获悉，近日，越南工业和贸易部发布21/2017/TT-BCT通报，颁布新的甲醛及芳香胺限量执行标准，同时2016年的23/2016/TT-BCT号通报废止。根据21/2017/TT-BCT通报新规定，纺织品中甲醛含量限定如下：供3岁以下儿童使用的纺织品甲醛含量上限为30 mg/kg；与皮肤直接接触的纺织品上限为75 mg/kg；不与皮肤直接接触的纺织品甲醛含量上限为300 mg/kg。该法规也对某些纺织品作出豁免，其中包括暂时进入越南的海外游客随身物品、供转口的进口纺织品、保税仓库货物、转运货物，以及未染色或未漂白的纺织品或织物。同时，所有纺织品中由偶氮染料转化的芳香胺含量上限为30 mg/kg。该新标准将于2018年5月1日起生效。

在此，江苏无锡出入境检验检疫局提醒相关生产企业，生产产品时需注意以下几点：一是保持关注越南相关法规的修订和修改，以便提前做好应对准备，与专业的检测机构加强合作，保证产品合格，有效防范后续风险；二是保证“同线同标同质”政策，无论是出口产品还是对内销售产品都需保证在同一质量水平上，这样才能保证多条销售途径。(来源：中国江苏网)

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.fsfzxh.com

电子邮箱：fsfxwhl@163.com