



纺织三大展催生产业转型升级 变被动为自觉

■ 本版撰文 本报记者 周春雨

编者按:

2011年是《纺织工业调整和振兴规划》实施的最后一年。这一年,淘汰落后产能,转变经济增长方式,发展建设结构优化、技术进步、清洁安全、附加值高、吸纳就业力强的现代纺织工业体系仍然是行业发展的重点。

为此,近日在北京中国国际展览中心(新馆)举办的第十九届中国国际服装服饰博览会(CHIC 2011,以下简称服博会)、第十七届中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会(intertextile,以下简称春夏面料展)、第八届中国国际纺织纱线(春夏)展览会(以下简称纱线展),无一例外都以突出科技创新、品牌建设、低碳环保和可持续发展,体现结构调整成果为主线,着力展示和宣传新产品、新工艺、新技术和新趋势,促进整个纺织产业的发展。

中国纺织工业协会初步估计,2010年,中国纺织工业规模以上企业产值突破4万亿元人民币,出口额超过2000亿美元,利润有望突破2000亿元人民币,利润增幅达40%。一批有代表性的新型纤维、新型纺织技术、新型产业用纺织品和生态纺织品技术等被研发成功并得到广泛应用,信息技术、纳米技术、生物技术及精细化工技术在纺织领域得到快速推广。

从三大展会不难发现,中国纺织工业发展要素发生了显著变化,产业转型升级开始由被动走向自觉。

服博会:品牌升级受推崇

日前,服博会在北京中国国际展览中心(新馆)落下帷幕。

在服装行业内流行这样一种说法,每年一届的服博会如一面镜子,映照出中国服装产业升级和品牌成长的历程。而这一说法,似乎注解了今年服博会的主题——“‘发现’之旅”。

在参观服博会期间,中国纺织工业协会会长杜钰洲强调:“只有提高科技贡献率与品牌贡献率,纺织工业才能消化各种不利因素。今后,纺织工业要以创新为驱动,紧紧抓住产业由大变强的战略机遇。”

本届服博会吸引了来自19个国家和地区的1000余个中外服装服饰品牌参展,其中,本土服装品牌数量达600余个,规模近8万平方米。由此不难看出,自主品牌在产业转型升级的新时期,力求通过专业性及权威性的展会平台,开拓市场。

品牌制胜

“在本届服博会上,更多的创意被展现,更多的未知被发现。”来自苏州的观众徐宏表示,在展会现场,他强烈地感受到本土品牌迫切的升级意识。

“创领时尚”正在成为中国服装企

业的新玩法。服博会期间,福建七匹狼实业股份有限公司传出消息,该公司以7000万元人民币收购了中国知名国际品牌代理公司杭州肯纳服饰有限公司100%的股权。七匹狼董事长周少雄表示,目前,杭州肯纳拥有世界顶级服装品牌康纳利(Canali)、范思哲和世界著名珠宝品牌乔治杰生等在华的代理权。七匹狼收购杭州肯纳服饰有限公司,将打造国际奢侈品牌进入中国市场的代理平台。

业内人士认为,中国奢侈品市场的巨大消费潜力,是七匹狼收购杭州肯纳的重要原因。而周少雄则表示,通过与康纳利等国际品牌的合作,将推进七匹狼国际化的进程,更好地整合国际品牌资源,创领时尚产业。

同样注重品牌和品质的还有利郎集团。在本届服博会上,作为第一家在香港上市的男装企业,利郎集团携利郎男装及旗下全新年轻品牌L2亮相,继续延续了其“简约而不简单”的理念。据了解,利郎集团历经20多年的发展,已经成为商务男装的领军品牌。今年,利郎力邀国内顶尖设计团队与意大利米兰L2设计室强强联手,不断向国际化靠拢。

对河南服装业来说,“抱团打天下”已是一个屡试不爽的策略。这一次,河南服装企业再次汇聚服博会。由渡森、逸阳、梦舒雅等8家河南知名服装品牌组成的“军团”再次以200多人、1000多平方米的规模参展。业内人士认为,河南服装抱团再出发背后,暗藏着一个更宏大的“中国服装看河南”的梦想。

业内人士表示,随着生产合作、产品合作、设计合作、营销合作乃至品牌合作、资本合作愈发普及,国际化服装企业将越来越多,中国服装行业国际化程度将越来越高。

海外品牌来袭

随着内销市场国际化程度的提高和中国品牌国际化步伐的加快,国际间的行业合作、企业合作也愈发普遍。

在本届服博会上,德国时尚之都北威州首次组团参展。据北威州投资促进署有关负责人介绍,北威州是德国人口最多的州,也是欧洲的时尚基地,德国实力最强的50家纺织企业中有20家总部设在北威州。目前,中国首家时装公司已经落户北威州。

由香港贸发局主办的香港时尚馆今年的参展面积达到4600平方米,馆内

展示了接近70家香港展商所提供的优质服装及时尚配饰,并推介了香港专业的品牌策略及设计服务。其中特设的中央展示区,展出了2011香港青年时装设计家创作表演赛及第十一届香港鞋款设计比赛的得奖作品,每件作品的设计新颖别致、独具匠心,吸引了许多观众驻足观看。

香港著名婚纱及晚装设计师何国钰此番也受邀参展。他表示,目前,越来越多的年轻人关注时尚,越来越多的买家看好中国市场,国内时装业的发展前景无限。

由中国服装协会主办的唯一面向中国自主服装品牌的大型表彰活动——中国服装品牌年度大奖,今年第七次揭开了神秘的面纱。在业界的关注下,组委会颁出的13项大奖各归其主。中国服装协会相关负责人表示,举办中国服装品牌年度大奖的目的是通过对优秀中国服装原创品牌的表彰,发挥其榜样与先锋的作用。

时下,中国服装企业无论是在品牌运作、内部管理,还是在人才储备、全球视野等方面,都在向国际一流服装企业看齐,打造自主品牌已经成为行业的自觉行动。

春夏面料展:产业融合成趋势



“中国纺织企业在技术上达到国际领先水平之后,要在文化表现形式以及中国元素的运用上下更大的功夫,谋求更加巧妙、时尚的表达方式。”中国纺织工业协会会长杜钰洲在参观春夏面料展时如此强调。

工信部统计数据 displays, 今年前两个月, 纺织规模以上企业实现主营业务收入6495亿元, 同比增长34.2%, 实现利润总额340亿元, 同比增长57.7%。其中, 纺织业利润同比增长50.5%, 纺织服装、鞋、帽制造业增长46.1%, 化学纤维制造业增长130.1%, 均高于全国利润平均增速34.3%的水平。

规模以上企业利润之所以增加, 主要有三个因素: 一是产量增加, 如化纤产量同比增长18%; 二是原料价格上涨加大了成品的利润空间; 三是统计口径变化, 规模以上企业统计起点由年销售收入500万元提高到2000万元, 纺织规模以上企业数量总体减少近两万家, 而大中型企业的盈利水平好于小企业。

在本届春夏面料展上, 如何在诸多经济因素

影响下推动市场需求、提高产品附加值、实现绿色发展模式, 被众多纺织企业列为亟待解决的“重中之重”。对于面料供应企业而言, 低碳环保与时尚的融合从来没有如此紧密和迫切过。

科技合围

在本届春夏面料展上, 意大利、日本、中国台湾带来的是以时尚流行趋势为导向的新款高端科技面料, 如日本带来了天然手工织造面料及世界领先的合成纤维面料。

近年来, 国际竞争中频频出现中国企业的面孔。湖北迈亚股份有限公司此次参展的迈亚精纺面料新品, 就是由未经任何染色处理的环保彩色兔绒纺制的兔绒精纺面料系列。浙江吴江福华织造有限公司秉承低碳环保理念, 除了运用回收资源制造面料, 还通过研发轻薄面料来减少原料资源的使用量。

在本次春夏面料展上, 新品尤其多, 原因之一是以棉花为代表的原料价格的大幅度波动, 市场对高支、仿棉、仿麻、仿丝等产品需求增大,



混纺面料成为主流趋势之一。而辅料馆的展品以低碳、环保、生态、旧物利用理念, 服务于服装企业。

协作共赢

记者发现, 江苏盛泽、浙江萧山、浙江绍兴和中国麻纺协会等每年都以展团形式参加春夏面料展, 是海外采购商最青睐的供货商。

美国棉花公司上海代表处高级客户经理张立刚在专业论坛上说: “2010年美国服装消费调查数据表明, 女性消费高于男性; 在美国进口的针织品中, 中国产品占了17%, 而在梭织衬衫市场中国产品占38%。各种数据显示, 中国服装业正在进行产业升级, 并以高附加值、时尚化形象进入美国市场。”

业内专家认为, 中国纺织工业在由大变强的过程中, 需要产业链上下游企业具备国际化的视野、全球化的胸襟、人性化与持续性的发展模式、多元化与创新型的渠道、全球化的标准评价体系。面料展在体现其不可替代的商贸平台价值

的同时, 也在利用其庞大的影响力和传播力, 发挥巨大的示范效应和推广效应。

融合求变

部分参展企业在接受记者采访时表示, 面料展已不单纯是开拓国内外市场的贸易平台, 更是连接产业链上下游和国内外资源配置的重要纽带。展会现场处处体现着“融合”二字, 趋势与产品的融合, 技术与创新的融合, 以及本土与国际的融合。

哈尔滨亚麻纺织有限公司总经理王玉铁介绍说: “如今, 国内亚麻产能正在不断增加, 而下游营销、服务业却远远跟不上, 这大大压缩了制造业的利润空间。”

针对上述现象, 中国贸促会纺织行业分会常务副会长徐迎新说, “十二五”已经开局, 中国将从世界最大的纺织工业生产国、消费国和出口国向科技强国、品牌强国、可持续发展强国和人才强国迈进。在推动行业提升和发展的各种力量中, 行业展会仍将起到重要的纽带作用。

纱线展: 差别化是主流

“普通棉花价格逐步趋于稳定, 但长绒棉价格仍在高位运行。”福建厦门瑞萌纺织有限公司销售经理周庆一语点出目前纱线行业关注的焦点。

在本次纱线展上, 棉花的价格成为最敏感的话题。工信部最新统计数据 displays, 今年1月至2月, 中国纺织纱线、织物及制品出口累计122.7亿美元, 同比增长20.8%, 增速较上年同期下降18.7%。工信部认为, 受棉价高位运行、成本上涨、国际环境动荡等不利因素影响, 今年纱线行业持续稳定增长的难度有所增加。

中国纺织工业协会会长杜钰洲认为, 创造力与出口品质的提升, 扭转了中国纺织行业以数量增长为主的出口局面, 但出口形势仍不容乐观。

2010年, 大规模技术提升在纺织行业极为常见, 科技进步已成为自觉行动。去年, 中国纺织工业规模以上企业产值突破4万亿元人民币, 一批有代表性的新型纤维、新型纺织技术、新型产业用纺织品和生态纺织品技术等被研发成功并得到广泛应用, 信息技术、纳米技术、生物技术及精细化工技术在纺织领域得到快速推广。

同时, 基于现代科技的商业模式造就了新的市场需求, 据统计, 去年服装网上购物规模已超过1000亿元人民币, 同比增长60%以上。

在本届纱线展上, 参展的国内外企业都展示了高端纺织品及高新技术。如山东海龙的麻赛尔纤维、阻燃纤维, 江苏双良氨纶的特种纤维, 德州华源的紧密纺棉纱, 山东德棉的有机棉, 山东如意的如意纺系列纱线等所采用的都是国内领先的创新型技术。

山东宏业纺织股份有限公司参展人员表示, 尽管目前出口竞争激烈, 但纵观同行产品可以发现, 差别化发展成为主流。

杜钰洲表示, 根据“十二五”规划纲要要求, 纺织工业要坚持走中国特色新型工业化道路, 必须适应市场需求变化, 根据科技进步新趋势, 发挥中国产业在全球经济中的比较优势, 发展结构优化、技术先进、清洁安全、附加值高、吸纳就业能力强的现代产业体系, 在全面建设科技强国、品牌强国、人才强国、可持续发展强国四大战略目标的基础上, 开创建设纺织强国的新局面。

