

2016年第9期

中国服装行业研究月报

2016年9月5日发布

Beijing Unbank Technology Co., Ltd

www.unbank.info



北京银联信科技股份有限公司

BEIJING UNBANK TECENOLOGY CO LTD



目录

I 本月关注.....	5
一、2016年9月棉花进出口关税汇率调整通知.....	5
二、《中国服装产业集群“十三五”升级发展战略纲要》发布.....	5
三、我国继续对韩泰两国进口PTA征收反倾销税.....	7
II 宏观经济.....	8
一、本月宏观经济运行及影响.....	8
(一) 中国制造业经理采购指数.....	8
(二) 工业生产者价格变动情况.....	10
(三) 居民消费价格变动情况.....	13
(四) 进出口情况分析.....	15
二、财政货币政策.....	17
(一) 财政政策.....	17
(二) 货币政策.....	19
III 本月行业运行分析.....	21
一、2016年7月中国纺织服装出口情况.....	21
二、2016年7月我国棉花进口情况.....	21
三、2016年7月纺织业主要经济指标.....	24
四、2016年1-7月全国面料出口概况.....	25
IV 行业产业链上游分析.....	27
一、棉花市场.....	27
(一) 国内外期现货价格变化情况.....	27
(二) 中国棉花价格指数运行特点.....	31
(三) 影响国内外价格变化的要素分析.....	31
二、纱线市场.....	32



V 本月行业快讯.....	34
一、行业运行动态.....	34
(一) 服装上市公司半年关店近千家.....	34
(二) 缝制机械列入国家智能制造发展规划.....	34
(三) 新疆纺织服装签约国字号智库发力外输.....	35
(四) 纺织服装行业调整期结束.....	35
(五) 下半年棉价难逃震荡 抛储延期缓解下游需求.....	36
(六) 重庆自主研发的采棉机打破国外技术垄断.....	38
二、区域运行动态.....	39
(一) "互联网+"推动江苏纺织服装业智慧转身.....	39
(二) 新疆推出八项促进纺织服装产业发展的优惠政策.....	40
(三) 福建省 8 企业跨入全国棉纺织行业百强.....	41
(四) 广东服装出口明显下降 产业规划转战“智造”.....	41
(五) 兰溪纺织企业主导 浙江制造标准制定.....	42
VI 本月海外市场扫描.....	44
一、印度纺织品出口行业战胜中国 却生产假货惹怒美国.....	44
二、2017 年全球婴儿纸尿裤市场规模将达 522 亿美元.....	45
三、越南前 7 个月纺织成衣品出口 132 亿美元增加 5.4%.....	45
四、巴基斯坦成为印度最大棉花进口国.....	46
五、全球非织造玻璃纤维预浸料市场 2021 年将达到 8.345 亿美元.....	46
VII 本月重点企业跟踪.....	48
一、新申集团荣获“2017/18 中国家用纺织品流行趋势入围企业”.....	48
二、森马服饰公布半年报 上半年净利增长 21.29%.....	48
三、新疆入世丰纺织服装项目开工建设.....	48
四、五洋纺机力推纺织行业自动化智能化.....	49
五、上海纺织集团与金茂集团签订战略合作框架协议.....	50
VIII 行业信贷机会风险分析.....	51



图表目录

图表 1: 中国制造业采购经理指数 (PMI) 经季节调整	8
图表 2: 中国非制造业商务活动指数 (经季节调整)	9
图表 3: 2016 年 7 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势	11
图表 4: 2016 年 7 月工业生产者购进价格涨跌幅走势	11
图表 5: 2016 年 7 月生产资料出厂价格涨跌幅走势	12
图表 6: 2016 年 7 月生活资料出厂价格涨跌幅走势	12
图表 7: 2016 年 7 月全国居民消费价格涨跌幅	13
图表 8: 2016 年 7 月全国居民消费价格类别同比涨跌幅	14
图表 9: 2016 年 7 月全国居民消费价格类别环比涨跌幅	15
图表 10: 中国棉花进口量统计表 (2016.07)	22
图表 11: 2016 年 7 月中国棉花进口价格趋势图	22
图表 12: 2016 年 7 月中国棉花进口贸易方式图	23
图表 13: 2016 年 7 月中国棉花进口贸易方式图	23
图表 14: 2016 年 7 月中国按贸易方式棉花进口均价	24
图表 15: 2016 年 7 月中国进口棉花分国别均价	24
图表 16: 2014 年-2016 年 7 月全国棉花价格指数走势图	27
图表 17: 2014 年-2016 年 7 月全国棉花价格指数长绒棉报价走势图	28
图表 18: 2016 年 7 月储备棉轮出成交量及价格走势	29
图表 19: 中国棉花价格指数与进口棉价格指数走势	30
图表 20: 2014 年度以来纺纱主要品种价格走势	31
图表 21: 2016 年 1-7 月全国纱产量分省市统计表	32
图表 22: 2016 年 9 月中国服装行业机会和风险分析	51



I 本月关注

一、2016年9月棉花进出口关税汇率调整通知

中国人民银行授权中国外汇交易中心公布,2016年8月17日银行间外汇市场人民币汇率中间价为:1美元=6.6056元人民币,因此2016年9月份进出口货物关税汇率将按1美元=6.6056元人民币计算。望有进出口业务的棉花和纺织企业注意。(2016年8月份为6.6946)

按照海关总署2005年10月30日公布的2005年第53号公告,每个月进出口货物所征收货物税率所适用汇率为上一个月第三个星期三(第三个星期三为法定节假日的,顺延采用第四个星期三)中国银行的外汇折算价(简称中行折算价)。

二、《中国服装产业集群“十三五”升级发展战略纲要》发布

8月19日,在浙江海宁举行的2016年中国服装产业集群发展会议暨全国服装行业统计工作会议上,《中国服装产业集群升级“十三五”升级发展战略纲要》发布。

《纲要》在研究经济新常态下集群发展特征、寻求升级发展着力点的基础上,提出了“十三五”时期中国服装产业集群的发展方向和重点任务,旨在为促进产业集群的提升发展提供指导。

产业集群是我国服装行业重要的产业组织形式,集中体现了中国服装产业整体制造水平、科技应用水平和产业竞争力水平,是我国服装产业结构化调整和转型升级的重要基础。产业集群的发展推动了中国服装产业整体素质的提升,在保持行业平稳运行、企业专业化分工协作、有效配置生产要素以及品牌的培育和发展等方面发挥着重要作用,为中国服装行业和地方经济的发展提供了有力支撑。

“十二五”期间,服装产业集群实现了良好的发展,产业结构明显分化、分工合作步伐加快、资源集聚效应明显、创新能力不断增强、制造水平有效提升、行业效益大幅增长,国际影响力和竞争力进一步加强。

陈大鹏归纳集群当前有五大亮点,一是创新成为集群主旋律;二是技术进步成为动能转换的重要力量;三是公共服务平台推动集群整体转型提升;四是集群正由产业关联资源集聚向产业创新新型资源集聚转变。



陈大鹏提醒集群企业要深刻认识当前经济形势，国内零售额回落，出口下降，虽然服装总量还在增长，但需求已经发生巨大的结构性变化。缓增长和消费者时代同时到来，消费时尚化、个性化、注重性价比趋势、电子商务颠覆传统营销，企业加快模式创新、思维理念转型任务紧迫而艰巨。行业虽然面临压力和挑战，但也迎来了真正炼就优秀企业和品牌的新时代，这是一个黄金时代。

“十三五”是中国全面建设小康社会的冲刺期，也是中国服装行业“由大变强”的关键期。中国服装产业集群需要把数字化时代对于服装行业科技创造力、艺术创造力、服务创造力的深刻影响，利用良好的产业基础，牢牢抓住创新驱动，加快转型升级步伐，提高制造的创造力和创新力，应对市场与产业变革的新形势，顺应生产组织方式和交换方式新变革，创造互联网时代产业发展新优势，推进服装强国建设。

根据《纺织工业“十三五”发展规划》、《中国服装行业“十三五”发展纲要》和《中国服装制造 2020 推进计划》，以促进服装产业集群转型升级为目标激发行业活力，以信息化与工业化深度融合为核心带动全面创新，以制造升级、提质增效、品牌塑造为主攻方向打造区域品牌提升，全面引进和推广智能制造，探索服装集群升级发展的新模式，为服装强国建设提供坚实的基础和有力支撑。

《纲要》明确了服装集群发展方向，提出积极应对消费变革和新一轮科技与产业变革，以数字化、信息化、智能化先进制造技术为突破口，加快集群企业生产方式、营销方式和价值创造方式的转变，构建集聚创新资源的集群发展新体系和新生态，全面提升制造的创造力和创新力，打造产业集群制造升级的硬实力和文化建设软实力，推动特色产业和区域经济的协同发展，形成一批云经济时代新型的服装产业示范集群。

对于升级路线图，《纲要》提出六大路径，一是制造升级打造新实力；二是技术升级形成新动能；三是模式升级开创新局面；四是要素升级构建新生态；五是管理升级塑造新文化；六是理念升级拓展新空间。

孙瑞哲在总结中指出，此次会议是“十三五”开局之年服装区域经济展望未来、布局未来、引领未来的一次会议。产业集群，论其地位与角色，是存储与释放中国服装产业经济机体能量的重要细胞，是中国服装产业建立全球竞争优势的战略高地，也是中国服装产业融合“点面创新”、“链式创新”与“协同创新”的最佳转型窗口。

孙瑞哲认为，《中国服装产业集群“十三五”升级发展战略纲要》具有很好行业指导意义，充分阐述了行业发展的共性问题 and 下一步工作方向。



进一步做好产业集群试点工作，要有向上、向下、向外、向内四个维度。向上就是引领升级，借助公共服务平台，提升区域品牌与个体品牌。向下就是打好地基，夯实行业基础数据统计工作与人才保障。向外就是合纵连横，加强产业集群外部的资源互补与协同创新。向内就是责任自律，推动企业社会责任建设与绿色供应链构建。

三、我国继续对韩泰两国进口 PTA 征收反倾销税

8 月 10 日，商务部发布公告，自 2016 年 8 月 11 日起，对原产于韩国和泰国的进口精对苯二甲酸 (PTA) 继续征收反倾销税，实施期限 5 年。

2010 年 8 月 12 日，商务部决定对原产于韩国和泰国的进口 PTA 最终反倾销措施，反倾销税征收范围为 2%~20.1%，实施期限为自 2010 年 8 月 12 日起 5 年。

2015 年 8 月 10 日，应国内 PTA 产业申请，该案所适用的反倾销措施进行期末复审调查。本次复审的倾销调查期为 2014 年 4 月 1 日至 2015 年 3 月 31 日，产业损害调查期为 2011 年 1 月 1 日至 2015 年 3 月 31 日。

商务部 2016 年 8 月 10 日发布公告称，调查机关裁定，如果终止反倾销措施，原产于韩国和泰国的进口精对苯二甲酸对中国的倾销可能继续或再度发生，对中国国内产业造成的损害可能继续或再度发生。

反倾销税税率如下：株式会社晓星 2.6%，韩华综合化学株式会社和乐天化学株式会社 2.0%，泰光产业(株) 2.4%，三南石油化学株式会社 3.7%，SK 油化株式会社 11.2%，其他韩国公司 11.2%；泰国公司 Indorama 石化有限公司 16.9%，Siam 三井 PTA 有限公司 6.0%，TPT 石化大众有限公司 12.9%，其他泰国公司 20.1%。

数据显示，2011 年至 2014 年，中国精对苯二甲酸表观消费量分别为 2157 万吨、2485.6 万吨、2751 万吨和 2806.8 万吨，2014 年比 2011 年增长 30.1%。2015 年 1-3 月表观消费量为 790.7 万吨，同比增长 19.6%。

海关统计数据，2011 年至 2014 年以及 2015 年 1-3 月，原产于韩国和泰国的被调查产品对中国合计出口数量分别为 249.6 万吨、213.4 万吨、144.4 万吨、72.3 万吨和 11.7 万吨，占总进口量的比例分别为 46.4%、50.9%、67.7%、73.7%和 68.1%。

2015 年 1-3 月平均销售价格已不及 2011 年平均销售价格的一半。受此影响，国内产业的销售收入未能与销售数量保持同步增长，并于 2014 年开始出现下降；国内产业自 2012 年起陷入连续亏损状态，同期投资收益率连续为负值。



II 宏观经济

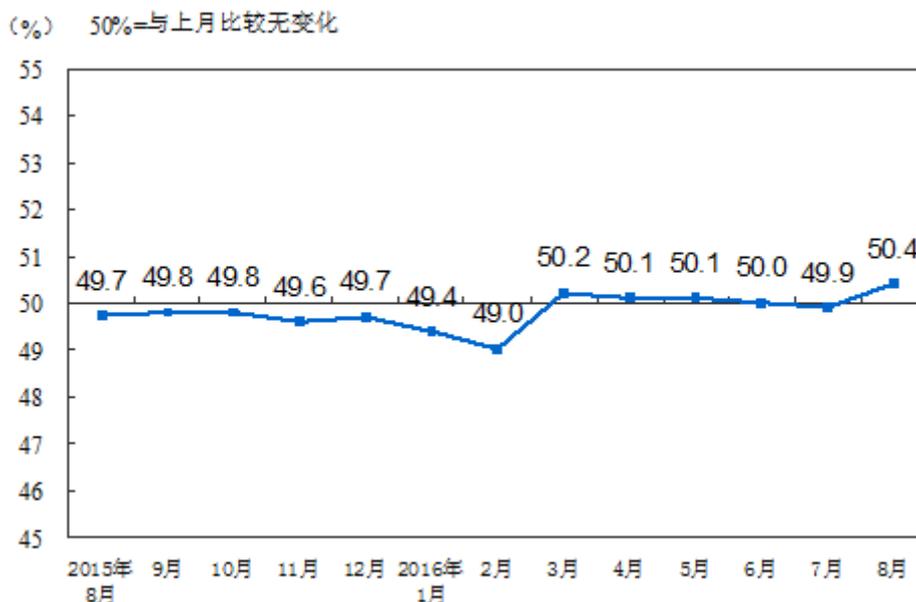
一、本月宏观经济运行及影响

(一) 中国制造业经理采购指数

1. 制造业采购经理指数

2016年8月份，中国制造业采购经理指数（PMI）为50.4%，比上月上升0.5个百分点，重回临界点之上。

图表 1：中国制造业采购经理指数（PMI）经季节调整



数据来源：中国政府网

分企业规模看，大型企业 PMI 为 51.8%，比上月上升 0.6 个百分点，继续高于临界点；中型企业 PMI 为 48.9%，与上月持平，仍低于临界点；小型企业 PMI 为 47.4%，比上月回升 0.5 个百分点，但仍位于收缩区间。

从分类指数看，在构成制造业 PMI 的 5 个分类指数中，生产指数、新订单指数、供应商配送时间指数高于临界点，从业人员指数和原材料库存指数低于临界点。

生产指数为 52.6%，比上月上升 0.5 个百分点，继续高于临界点，表明制造业生产稳步增长，增速有所加快。

新订单指数为 51.3%，比上月上升 0.9 个百分点，高于临界点，表明制造业市场需求回升。

从业人员指数为 48.4%，比上月回升 0.2 个百分点，仍低于临界点，表明制造业企业用工量有所减少，但降幅收窄。

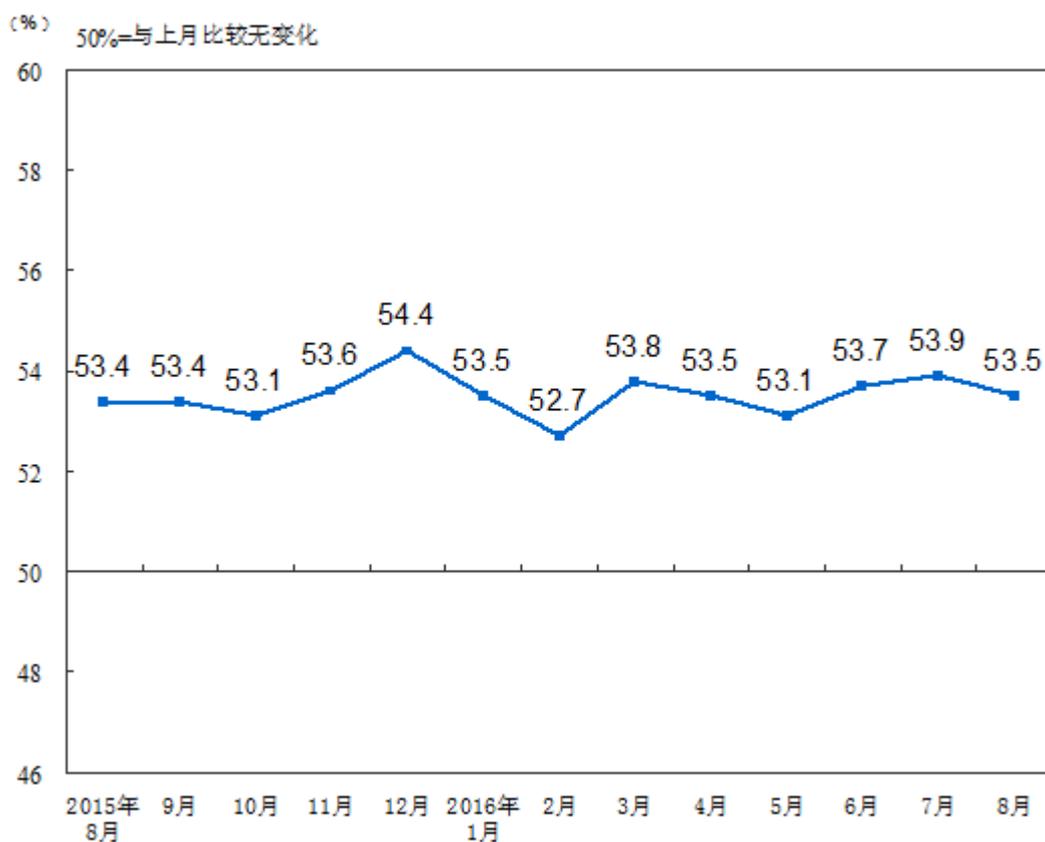
原材料库存指数为 47.6%，比上月回升 0.3 个百分点，继续位于临界点以下，表明制造业主要原材料库存量降幅小幅收窄。

供应商配送时间指数为 50.6%，比上月微升 0.1 个百分点，高于临界点，表明制造业原材料供应商交货时间继续加快。

2、非制造业商务活动指数

2016 年 8 月份，中国非制造业商务活动指数为 53.5%，比上月回落 0.4 个百分点，仍持续稳定在扩张区间，表明非制造业继续保持平稳良好发展态势，但增速有所放缓。

图表 2：中国非制造业商务活动指数（经季节调整）



数据来源：中国政府网



分行业看，服务业商务活动指数为 52.7%，比上月上升 0.1 个百分点，位于临界点之上，服务业继续保持平稳较好运行态势，增速略有加快。其中，航空运输业、装卸搬运及仓储业、电信广播电视和卫星传输服务业、互联网及软件信息技术服务业、租赁及商务服务业等行业商务活动指数位于较高景气区间，企业业务总量实现快速增长。道路运输业、房地产业、居民服务及修理业商务活动指数位于临界点以下，企业业务总量有所回落。建筑业商务活动指数为 58.2%，比上月回落 2.9 个百分点，建筑业生产活动有所放缓。

新订单指数为 49.8%，比上月微降 0.1 个百分点，位于临界点以下，表明非制造业市场需求略有减少。分行业看，服务业新订单指数为 49.6%，比上月回升 0.9 个百分点。建筑业新订单指数为 50.8%，比上月回落 5.7 个百分点。

投入品价格指数为 52.6%，比上月上升 1.2 个百分点，继续高于临界点，表明非制造业企业用于生产运营的投入品价格总体水平持续上涨，且涨幅加大。分行业看，服务业投入品价格指数为 52.3%，比上月上升 1.1 个百分点。建筑业投入品价格指数为 54.0%，比上月上升 1.2 个百分点。

销售价格指数为 50.4%，比上月上升 0.9 个百分点，重回临界点以上，表明非制造业销售价格总体水平有所上升。分行业看，服务业销售价格指数为 50.5%，比上月上升 1.0 个百分点。建筑业销售价格指数为 50.1%，比上月上升 0.3 个百分点。

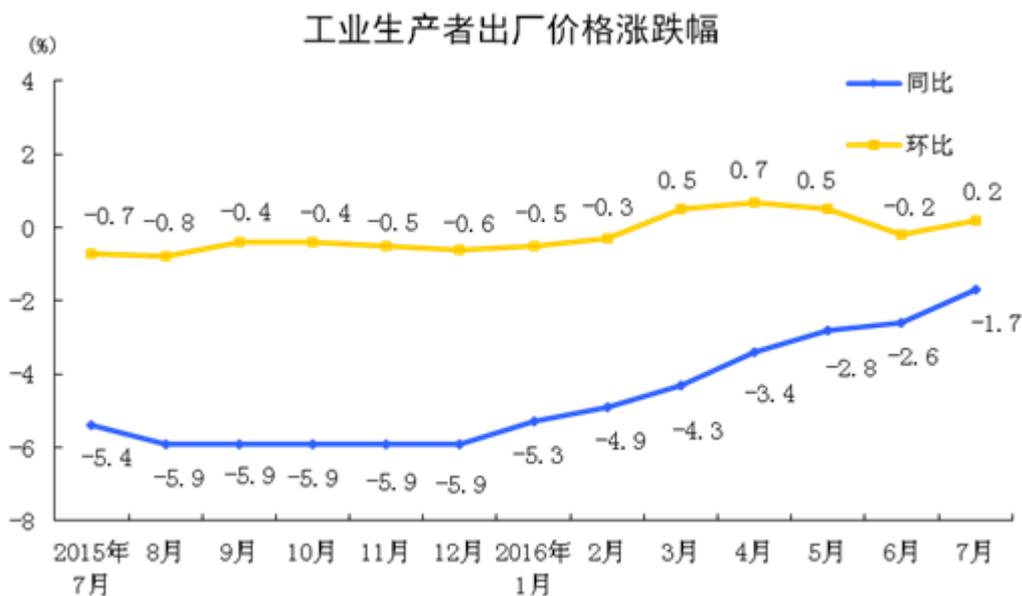
从业人员指数为 49.1%，比上月回升 0.6 个百分点，仍低于临界点，表明非制造业企业用工量有所减少，但降幅收窄。分行业看，服务业从业人员指数为 48.9%，比上月回升 0.7 个百分点。建筑业从业人员指数为 50.6%，比上月微落 0.1 个百分点。

业务活动预期指数为 59.4%，略低于上月 0.1 个百分点，持续位于较高景气区间，企业对未来市场发展预期继续保持乐观。

（二）工业生产者价格变动情况

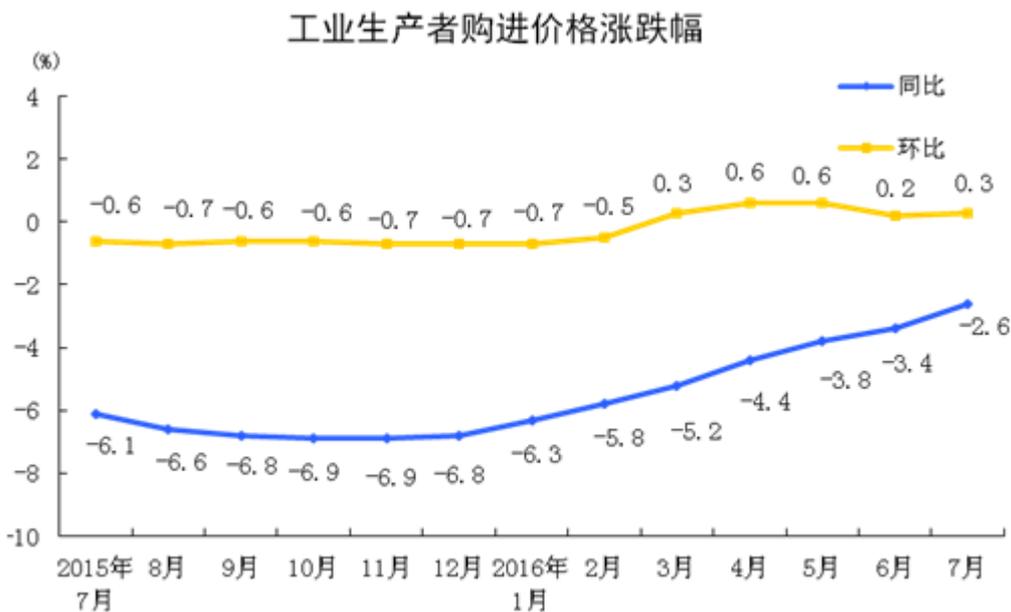
2016 年 7 月份，全国工业生产者出厂价格环比上涨 0.2%，同比下降 1.7%。工业生产者购进价格环比上涨 0.3%，同比下降 2.6%。1-7 月平均，工业生产者出厂价格同比下降 3.6%，工业生产者购进价格同比下降 4.5%。

图表 3：2016 年 7 月工业生产者出厂价格涨跌幅走势



数据来源：国家统计局 银联信

图表 4：2016 年 7 月工业生产者购进价格涨跌幅走势

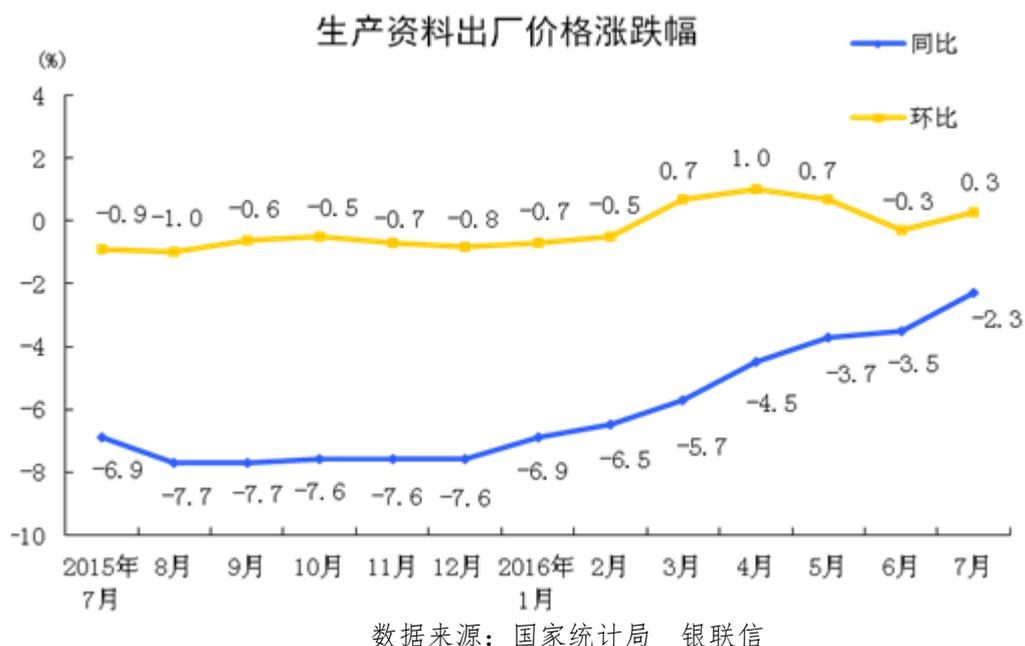


数据来源：国家统计局 银联信

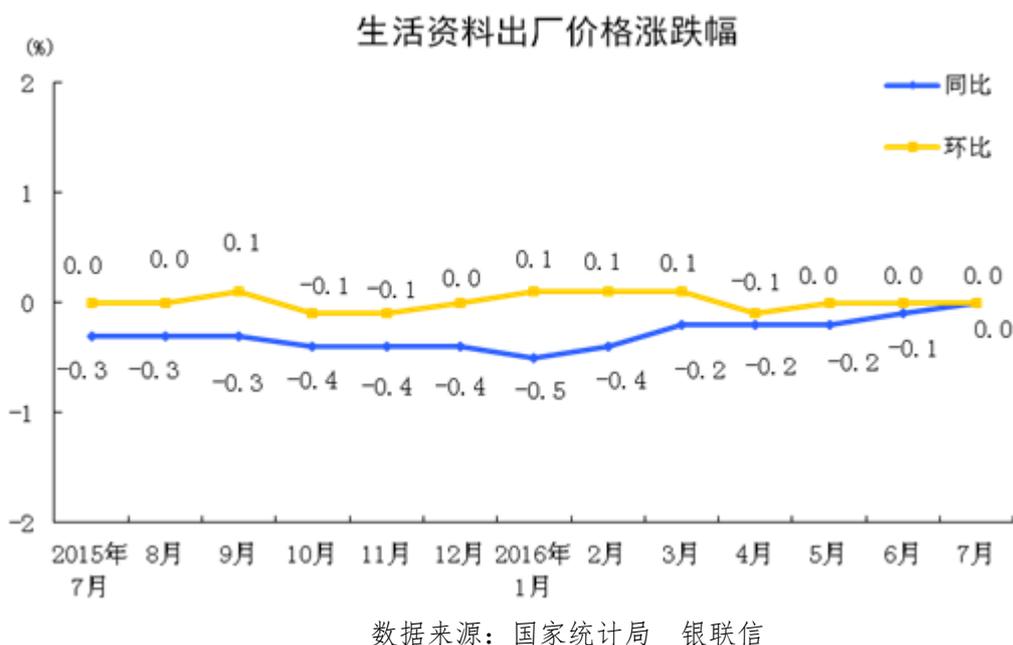
1. 工业生产者价格同比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格同比下降 2.3%，影响全国工业生产者出厂价格总水平下降约 1.7 个百分点。其中，采掘工业价格下降 5.6%，原材料工业价格下降 4.5%，加工工业价格下降 1.2%。生活资料价格同比持平（涨跌幅度为 0，下同）。其中，食品价格上涨 0.2%，衣着价格上涨 1.1%，一般日用品价格上涨 0.6%，耐用消费品价格下降 1.4%。

图表 5：2016 年 7 月生产资料出厂价格涨跌幅走势



图表 6：2016 年 7 月生活资料出厂价格涨跌幅走势



据测算，在 7 月份-1.7% 的全国工业生产者出厂价格总水平同比降幅中，去年价格变动的翘尾因素约为-2.7 个百分点，新涨价因素约为 1.0 个百分点。

工业生产者购进价格中，燃料动力类价格同比下降 6.2%，化工原料类价格下降 3.6%，建筑材料及非金属类价格下降 2.8%，有色金属材料及电线类价格下降 2.5%，黑色金属材料类价格下降 2.2%。



2、工业生产者价格环比变动情况

工业生产者出厂价格中，生产资料价格环比上涨 0.3%，影响全国工业生产者出厂价格总水平上涨约 0.2 个百分点。其中，采掘工业价格上涨 1.0%，原材料工业价格上涨 0.4%，加工工业价格上涨 0.1%。生活资料价格环比持平。其中，食品价格下降 0.2%，衣着和耐用消费品价格均上涨 0.1%，一般日用品价格上涨 0.3%。

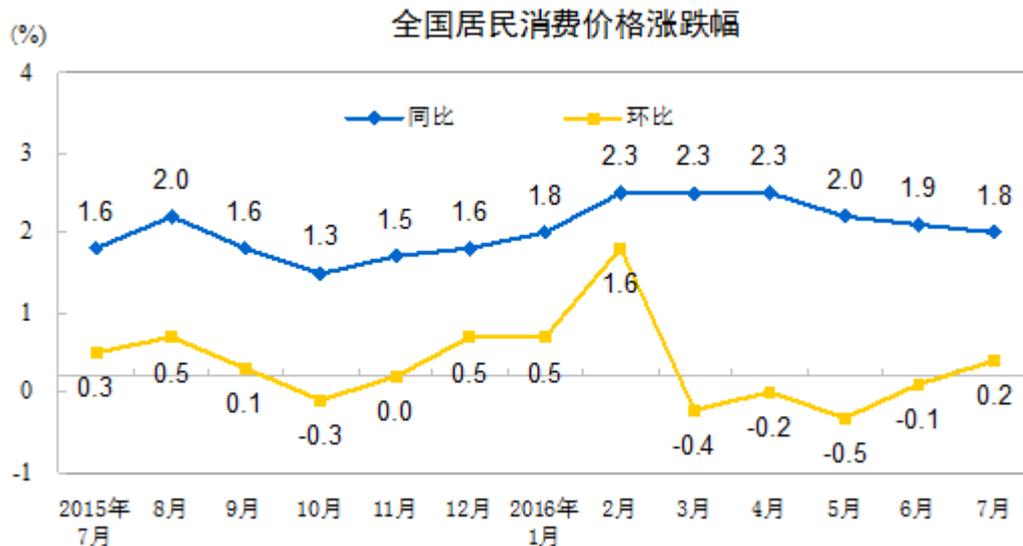
工业生产者购进价格中，有色金属材料及电线类价格环比上涨 1.7%，纺织原料类价格上涨 0.7%，燃料动力类价格上涨 0.4%，黑色金属材料类价格上涨 0.3%。

（三）居民消费价格变动情况

2016 年 7 月份，全国居民消费价格总水平同比上涨 1.8%。其中，城市上涨 1.8%，农村上涨 1.5%；食品价格上涨 3.3%，非食品价格上涨 1.4%；消费品价格上涨 1.4%，服务价格上涨 2.3%。

7 月份，全国居民消费价格总水平环比上涨 0.2%。其中，城市上涨 0.3%，农村持平；食品价格下降 0.2%，非食品价格上涨 0.3%；消费品价格下降 0.1%，服务价格上涨 0.6%。

图表 7：2016 年 7 月全国居民消费价格涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

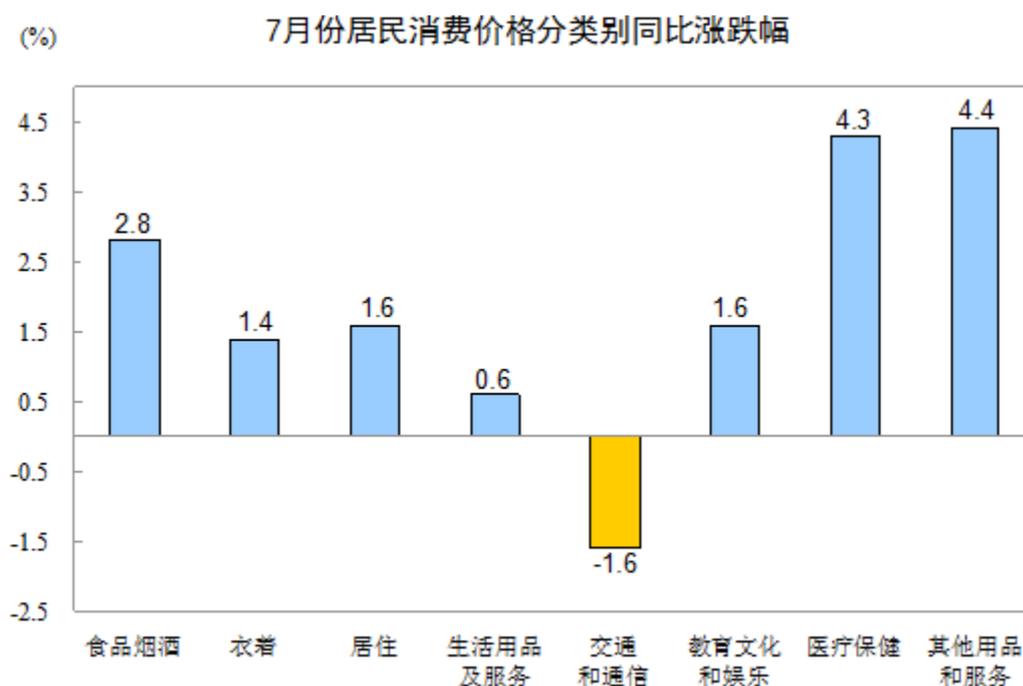
1. 各类商品及服务价格同比变动情况

7 月份，食品烟酒价格同比上涨 2.8%，影响 CPI 上涨约 0.83 个百分点。其中，畜肉类价格上涨 11.3%，影响 CPI 上涨约 0.51 个百分点（猪肉价格上涨 16.1%，影响 CPI 上涨约 0.42 个百分点）；水产品、鲜果、粮食价格分别上涨 5.8%、0.5%

和 0.4%，合计影响 CPI 上涨约 0.12 个百分点；鲜菜、蛋价格分别下降 4.3% 和 2.0%，合计影响 CPI 下降约 0.11 个百分点。

7 月份，其他七大类价格同比六涨一降。其中，其他用品和服务、医疗保健、居住、教育文化和娱乐、衣着、生活用品及服务价格分别上涨 4.4%、4.3%、1.6%、1.6%、1.4%、0.6%；交通和通信价格下降 1.6%。

图表 8：2016 年 7 月全国居民消费价格类别同比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

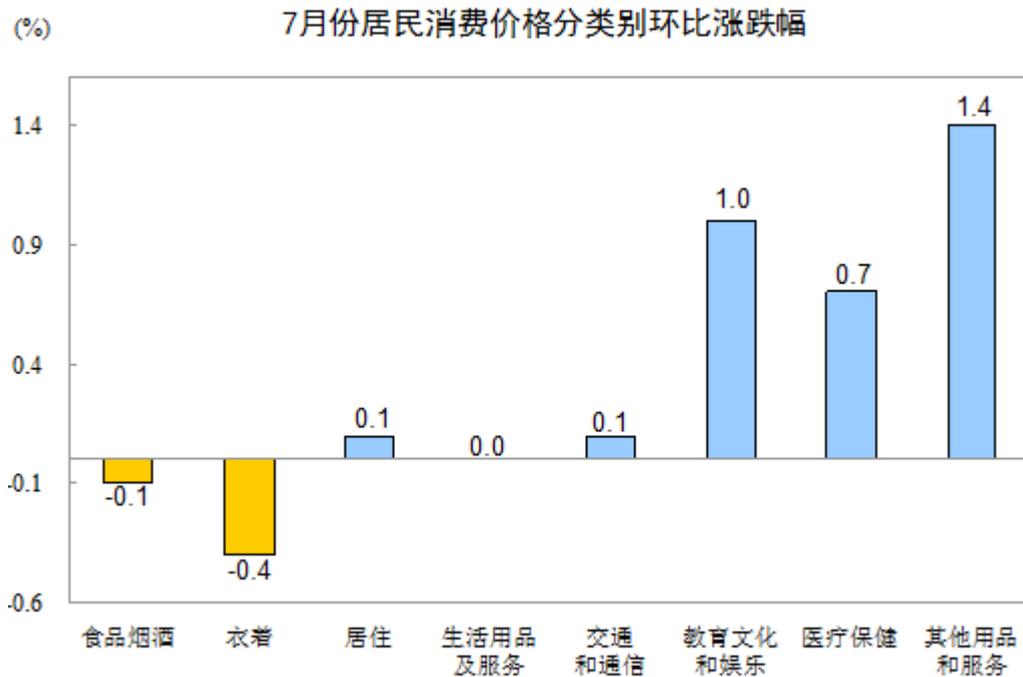
2、各类商品及服务价格环比变动情况

7 月份，食品烟酒价格环比下降 0.1%，影响 CPI 下降约 0.03 个百分点。其中，畜肉类价格下降 1.3%，影响 CPI 下降约 0.07 个百分点（猪肉价格下降 2.1%，影响 CPI 下降约 0.06 个百分点）；鲜果价格下降 1.9%，影响 CPI 下降约 0.03 个百分点；蛋价格下降 1.5%，影响 CPI 下降约 0.01 个百分点；鲜菜价格上涨 3.8%，影响 CPI 上涨约 0.08 个百分点；水产品价格上涨 0.6%，影响 CPI 上涨约 0.01 个百分点。

7 月份，其他七大类价格环比五涨一降一平。其中，其他用品和服务、教育文化和娱乐、医疗保健、居住、交通和通信价格分别上涨 1.4%、1.0%、0.7%、0.1%、0.1%；衣着价格下降 0.4%；生活用品及服务价格持平。



图表 9：2016 年 7 月全国居民消费价格类别环比涨跌幅



数据来源：国家统计局 银联信

(四) 进出口情况分析

据统计，今年前 7 个月，我国进出口总值 13.21 万亿元人民币，比去年同期(下同)下降 3%。其中，出口 7.6 万亿元，下降 1.6%；进口 5.61 万亿元，下降 4.8%；贸易顺差 1.99 万亿元，扩大 8.7%。

7 月份，我国进出口总值 2.09 万亿元，下降 0.9%。其中，出口 1.22 万亿元，增长 2.9%；进口 8730 亿元，下降 5.7%；贸易顺差 3428 亿元，扩大 34%。

前 7 个月，我国外贸进出口主要呈现以下特点：

1、一般贸易进出口比重有所提升。前 7 个月，我国一般贸易进出口 7.47 万亿元，下降 0.7%，占我外贸总值的 56.5%，较去年同期提升 1.3 个百分点。其中出口 4.24 万亿元，增长 0.8%，占出口总值的 55.7%；进口 3.23 万亿元，下降 2.6%，占进口总值的 57.6%；一般贸易项下顺差 1.01 万亿元，扩大 13.6%。同期，我国加工贸易进出口 3.82 万亿元，下降 9.2%，占我外贸总值的 28.9%，比去年同期回落 2 个百分点。其中出口 2.47 万亿元，下降 7.8%，占出口总值的 32.5%；进口 1.35 万亿元，下降 11.7%，占进口总值的 24%；加工贸易项下顺差 1.12 万亿元，收窄 2.7%。



此外，我国以海关特殊监管方式进出口 1.42 万亿元，下降 1.2%，占我外贸总值的 10.7%。其中出口 5047.6 亿元，下降 2.3%，占出口总值的 6.6%；进口 9140.4 亿元，下降 0.6%，占进口总值的 16.3%。

2、对欧盟、日本等贸易伙伴进出口增长，对美国、东盟等进出口下降。前 7 个月，欧盟为我国第一大贸易伙伴，中欧贸易总值 2.01 万亿元，增长 1.8%，占我外贸总值的 15.2%。其中，我对欧盟出口 1.24 万亿元，增长 1.7%；自欧盟进口 7715.8 亿元，增长 2.1%；对欧贸易顺差 4655.4 亿元，扩大 1%。美国为我国第二大贸易伙伴，中美贸易总值为 1.83 万亿元，下降 4.8%，占我外贸总值的 13.8%。其中，我对美国出口 1.35 万亿元，下降 3.1%；自美国进口 4738.2 亿元，下降 9.3%；对美贸易顺差 8779.1 亿元，扩大 0.6%。

前 7 个月，东盟为我国第三大贸易伙伴，与东盟贸易总值为 1.61 万亿元，下降 2.2%，占我外贸总值的 12.2%。其中，我对东盟出口 9449.2 亿元，下降 1.6%；自东盟进口 6602.3 亿元，下降 3.1%；对东盟贸易顺差 2846.9 亿元，扩大 2.1%。日本为我国第五大贸易伙伴，中日贸易总值为 9835.7 亿元，增长 0.8%，占我外贸总值的 7.4%。其中，对日本出口 4697.8 亿元，下降 0.2%；自日本进口 5137.9 亿元，增长 1.7%；对日贸易逆差 440.1 亿元，扩大 27.6%。

3、民营企业进出口增长，比重提升。前 7 个月，民营企业进出口 5.12 万亿元，增长 4.8%，占我外贸总值的 38.8%，较去年同期提升 2.9 个百分点。其中，出口 3.55 万亿元，增长 3.6%，占出口总值的 46.7%；进口 1.57 万亿元，增长 7.6%，占进口总值的 27.9%。同期，外商投资企业进出口 5.98 万亿元，下降 6.1%，占我外贸总值的 45.3%。其中，出口 3.25 万亿元，下降 5.6%，占出口总值的 42.8%；进口 2.73 万亿元，下降 6.6%，占进口总值的 48.6%。

此外，国有企业进出口 2.05 万亿元，下降 12%，占我外贸总值的 15.5%。其中，出口 7898.7 亿元，下降 6.8%，占出口总值的 10.4%；进口 1.26 万亿元，下降 14.9%，占进口总值的 22.5%。

4、机电产品出口下降，纺织品等部分传统劳动密集型产品出口增长。前 7 个月，我国机电产品出口 4.33 万亿元，下降 1.9%，占出口总值的 57%。其中，电器及电子产品出口 1.93 万亿元，增长 0.6%；机械设备 1.26 万亿元，下降 2.2%。同期，服装出口 5695 亿元，下降 0.2%；纺织品 3975 亿元，增长 3.9%；鞋类 1791.3 亿元，下降 5.7%；家具 1797.3 亿元，下降 4.4%；塑料制品 1346.5 亿元，增长 4.4%；箱包 954.6 亿元，下降 4.1%；玩具 532.5 亿元，增长 14.5%；上述 7 大类劳动密



集型产品合计出口 1.61 万亿元，增长 0.2%，占出口总值的 21.2%。此外，肥料出口 1498 万吨，减少 23.5%；钢材 6741 万吨，增加 8.5%；汽车 41 万辆，减少 8.7%。

5、铁矿砂、原油和铜等主要大宗商品进口量增加，主要进口商品价格普遍下跌。前 7 个月，我国进口铁矿砂 5.82 亿吨，增加 8.1%，进口均价为每吨 337.6 元，下跌 13.3%；原油 2.18 亿吨，增加 12.1%，进口均价为每吨 1852.1 元，下跌 29.6%；煤 1.29 亿吨，增加 6.7%，进口均价为每吨 315.3 元，下跌 18.8%；成品油 1755 万吨，减少 3.4%，进口均价为每吨 2475.8 元，下跌 20.3%；初级形状的塑料 1437 万吨，减少 6%，进口均价为每吨 1.03 万元，下跌 4.4%；钢材 759 万吨，减少 1.4%，进口均价为每吨 6471.2 元，下跌 9.4%；未锻轧铜及铜材 309 万吨，增加 19.5%，进口均价为每吨 3.37 万元，下跌 14.9%。

此外，机电产品进口 2.71 万亿元，下降 1.7%；其中汽车 57 万辆，减少 9.9%。

6、中国外贸出口先导指数回升。7 月，中国外贸出口先导指数为 33.8，较上月回升 1.1，表明四季度初出口压力有望减轻。其中，根据网络问卷调查数据显示，当月，我国出口经理人指数为 36.9，回升 1；新增出口订单指数、经理人信心指数分别回升 0.9、2.2，至 36.3、42.4，企业综合成本指数回落 1，至 28。

二、财政货币政策

（一）财政政策

1、一般公共预算收入情况

数据显示，7 月份，全国一般公共预算收入 14770 亿元，同比增长 3.3%，主要是受营改增政策性减收效应进一步显现、去年基数较高等因素影响。

其中，中央一般公共预算收入 7750 亿元，同比增长 9.8%，同口径增长 1.5%；地方一般公共预算本级收入 7020 亿元，同比下降 3%，同口径增长 5.4%。全国一般公共预算收入中的税收收入 12721 亿元，同比增长 3.5%。

1-6 月主要收入项目情况如下：

1) 国内增值税 4193 亿元，同比增长 80.6%。其中，改征增值税 1991 亿元，同比增长 5.9 倍。同时，营业税 42 亿元（为延后入库的尾款），同比下降 97.9%。全面推开营改增试点后，原营业税纳税人改缴增值税，收入在增值税科目中反映，体现为增值税增收、营业税减收。考虑收入在项目间转移因素，将改征增值税与营业税合并计算，本月这两项收入合计同比下降 10.9%，其中，新纳入试点的建筑



业下降 23.8%、金融业下降 18.8%、房地产业下降 7.5%。主要是政策性减收增加以及前期清缴营业税的滞后效应等影响。

2) 国内消费税 810 亿元，同比下降 4.3%。其中，成品油消费税下降 12.6%。

3) 企业所得税 4489 亿元，同比增长 14.1%，主要是为确保全面推开营改增试点工作顺利进行，税务部门延长了相关企业汇算清缴 2015 年度企业所得税时间，本月这部分税收入库较多（往年基本都在 5、6 月份入库）。

4) 个人所得税 765 亿元，同比增长 7.2%。其中，受去年同月高基数影响，利息、股息、红利所得税和财产转让所得税增幅明显回落。

5) 进口货物增值税、消费税 1071 亿元，同比下降 5.3%；关税 221 亿元，同比下降 2.5%。

6) 出口退税 803 亿元，同比下降 16.6%。主要是去年同期基数较高（增长 26.4%）。

7) 城市维护建设税 321 亿元，同比下降 5.8%。

8) 车辆购置税 196 亿元，同比下降 15.5%。主要受 1.6 升及以下排量乘用车减半征收车辆购置税政策性翘尾减收的影响。

9) 印花税 207 亿元，同比下降 45.3%。其中，证券交易印花税 128 亿元，同比下降 57.4%。

10) 资源税 67 亿元，同比下降 9.1%。

11) 契税 273 亿元，同比下降 2.8%。

12) 土地增值税 306 亿元，同比增长 17.4%。

13) 房产税 205 亿元，同比增长 9.5%。

14) 城镇土地使用税 245 亿元，同比增长 8.1%。

15) 耕地占用税 55 亿元，同比增长 8.7%。

16) 车船税、船舶吨税、烟叶税等税收收入 57 亿元，同比增长 13.4%。

17) 非税收入 2049 亿元，同比增长 2%。

1-7 月累计，全国一般公共预算收入 100284 亿元，同比增长 6.5%。其中，中央一般公共预算收入 44914 亿元，同比增长 4.4%，同口径增长 2%；地方一般公共预算本级收入 55370 亿元，同比增长 8.3%，同口径增长 10.5%。全国一般公共预算收入中的税收收入 84957 亿元，同比增长 7.8%。



今年后几个月，受经济下行压力持续、政策性减收效应进一步显现等影响，财政增收仍将面临很多困难。各级财政部门要加强监测分析，做好预研预判，并积极采取有效措施，促进收入平稳增长。

2、一般公共预算支出情况

7月份，全国一般公共预算支出12768亿元，同比增长0.3%。其中，中央一般公共预算本级支出2189亿元，同比下降7.4%，主要是去年同期基数高（增长48.1%）；地方一般公共预算支出10579亿元，同比增长2%，主要是前期加快了支出进度和去年基数较高。

1-7月累计，全国一般公共预算支出101933亿元，同比增长13%。其中，中央一般公共预算本级支出15159亿元，同比增长4.8%；地方一般公共预算支出86774亿元，同比增长14.6%。

全国财政主要支出项目情况：教育支出14816亿元，增长12.1%；科学技术支出2765亿元，增长5.7%；文化体育与传媒支出1340亿元，增长8.3%；社会保障和就业支出13191亿元，增长12.6%；医疗卫生与计划生育支出7915亿元，增长20%；城乡社区支出10898亿元，增长31.3%；农林水支出8879亿元，增长11.7%；资源勘探信息等支出2933亿元，增长10.2%；住房保障支出3439亿元，增长32.9%；债务付息支出2732亿元，增长37.8%。

（二）货币政策

1、广义货币增长10.2%，狭义货币增长25.4%

7月末，广义货币(M2)余额149.16万亿元，同比增长10.2%，增速分别比上月末和去年同期低1.6个和3.1个百分点；狭义货币(M1)余额44.29万亿元，同比增长25.4%，增速分别比上月末和去年同期高0.8个和18.8个百分点；流通中货币(M0)余额6.33万亿元，同比增长7.2%。当月净投放现金457亿元。

2、当月人民币贷款增加4636亿元，外币贷款减少52亿美元

7月末，本外币贷款余额107.14万亿元，同比增长11.6%。月末人民币贷款余额101.95万亿元，同比增长12.9%，增速分别比上月末和去年同期低1.4个和2.6个百分点。当月人民币贷款增加4636亿元，同比少增1.01万亿元。分部门看，住户部门贷款增加4575亿元，其中，短期贷款减少197亿元，中长期贷款增加4773亿元；非金融企业及机关团体贷款减少26亿元，其中，短期贷款减少2011亿元，中长期贷款增加1514亿元，票据融资增加276亿元；非银行业金融机构贷款增加55亿元。月末外币贷款余额7799亿美元，同比下降16.8%，当月外币贷款减少52



亿美元。

3、当月人民币存款增加 5071 亿元，外币存款减少 107 亿美元

7 月末，本外币存款余额 151.04 万亿元，同比增长 9.5%。月末人民币存款余额 146.75 万亿元，同比增长 9.5%，增速分别比上月末和去年同期低 1.4 个和 3.9 个百分点。当月人民币存款增加 5071 亿元，同比少增 1.66 万亿元。其中，住户存款减少 2242 亿元，非金融企业存款减少 3062 亿元，财政性存款增加 4882 亿元，非银行业金融机构存款增加 4636 亿元。月末外币存款余额 6454 亿美元，同比增长 0.8%，当月外币存款减少 107 亿美元。

4、7 月份银行间人民币市场同业拆借月加权平均利率为 2.12%，质押式债券回购月加权平均利率为 2.09%

7 月份银行间人民币市场以拆借、现券和回购方式合计成交 81.0 万亿元，日均成交 3.86 万亿元，日均成交比去年同期增长 45.0%。其中，同业拆借、现券和质押式回购日均成交分别同比增长 68.3%、40.0%和 43.1%。

当月同业拆借加权平均利率为 2.12%，比上月低 0.02 个百分点，比去年同期高 0.61 个百分点；质押式回购加权平均利率为 2.09%，比上月低 0.01 个百分点，比去年同期高 0.66 个百分点。

5、当月跨境贸易人民币结算业务发生 4647 亿元，直接投资人民币结算业务发生 2075 亿元

2016 年 7 月，以人民币进行结算的跨境货物贸易、服务贸易及其他经常项目、对外直接投资、外商直接投资分别发生 3506 亿元、1141 亿元、1013 亿元、1062 亿元。



III 本月行业运行分析

一、2016年7月中国纺织服装出口情况

据中国海关总署最新统计数据显示，2016年7月，我国纺织品服装出口额为253.74亿美元，环比增长5.66%，同比下降6.90%。其中，纺织品（包括纺织纱线、织物及制品）出口额为91.26亿美元，同比下降4.09%；服装（包括服装及衣着附件）出口额为162.48亿美元，同比下降8.40%。

2015/2016年度，我国纺织品服装累计出口额为2499.01亿美元，同比下降4.16%。2016年1-7月，我国纺织品服装累计出口额为1504.04亿美元，同比下降3.37%，其中纺织品累计出口额为615.68亿美元，同比下降1.39%；服装累计出口额为888.36亿美元，同比下降4.70%。

二、2016年7月我国棉花进口情况

7月份，储备棉轮出持续全部成交，国内棉花现货价格连续上涨，内外棉价差有所扩大，我国棉花进口量较上月增长。贸易方式中来料加工仍没有进口，其他方式均较上月增长，海关特殊监管区域物流货物和进料加工数量相当，所占比例达到三成，分别排在前两位；来源国中澳大利亚排在第一位，所占比例超过五成，美国排第二，占29%，从乌兹别克斯坦进口为零；配额使用以1%关税为主，比例达到九成；进口海关以青岛、南京和上海为主；进口省市中山东、江苏和北京最多。

据海关统计，2016年7月份，我国棉花进口数量9.48万吨，环比增长30.9%，同比仍下降10.2%；平均进口价格1719美元/吨，较6月上涨15美元，涨幅0.9%，同比仍下跌21.2%。2016年前7个月累计进口52.5万吨，同比下降49.5%。2015/16年度前11个月共进口89.03万吨，同比下降44.4%。

7月我国棉纱进口16.37万吨，同比减少24.1%，环比增长2.7%；2016年前7个月累计进口棉纱112.66万吨，同比下降19.51%；2015/16年度前11个月累计进口棉纱线186.45万吨，同比下降11.92%。

图表 10：中国棉花进口量统计表(2016.07)

单位：万吨

—	当月进口	环比	同比	2016年累计	同比	2015年度累计	同比
总计	9.48	30.90%	-10.20%	52.5	-49.50%	89.03	-44.40%
贸易方式							
一般贸易	2.39	50.10%	19.60%	11.06	-48.50%	21.51	-37.60%
来料加工	0	-	-	0.05	-67.50%	0.05	-91.70%
进料加工	2.87	24.00%	19.20%	16.61	-40.50%	29.37	-45.10%
保税监管场所进出境货物	1.35	106.20%	-28.70%	9.91	-38.90%	13.68	-42.60%
海关特殊监管区域物流货物	2.88	7.10%	-32.60%	14.89	-61.10%	24.42	-48.80%
主要来源国							
美国	2.75	18.00%	-23.30%	14.55	-69.20%	16.93	-70.30%
印度	0.28	-50.90%	19.20%	5.58	-68.50%	11.75	-56.30%
澳大利亚	5.16	147.40%	7.50%	11.25	17.30%	23.58	-0.10%
乌兹别克	0	-	-	8.65	-28.30%	13.54	-25.60%
巴西	0.22	-60.30%	176.90%	4.95	-34.00%	11.48	-36.80%

数据来源：中国海关

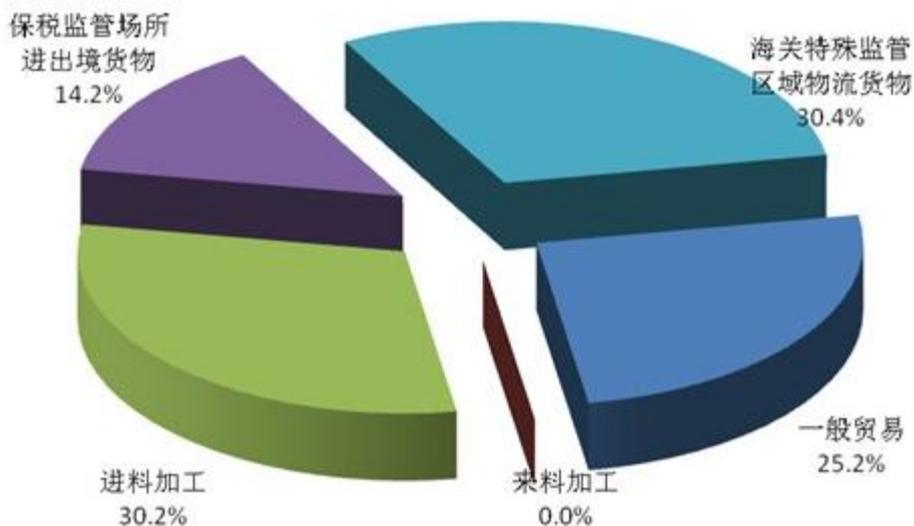
图表 11：2016年7月中国棉花进口价格趋势图



数据来源：中国海关

7月各贸易方式中来料加工进口量仍为零，其余均增长。

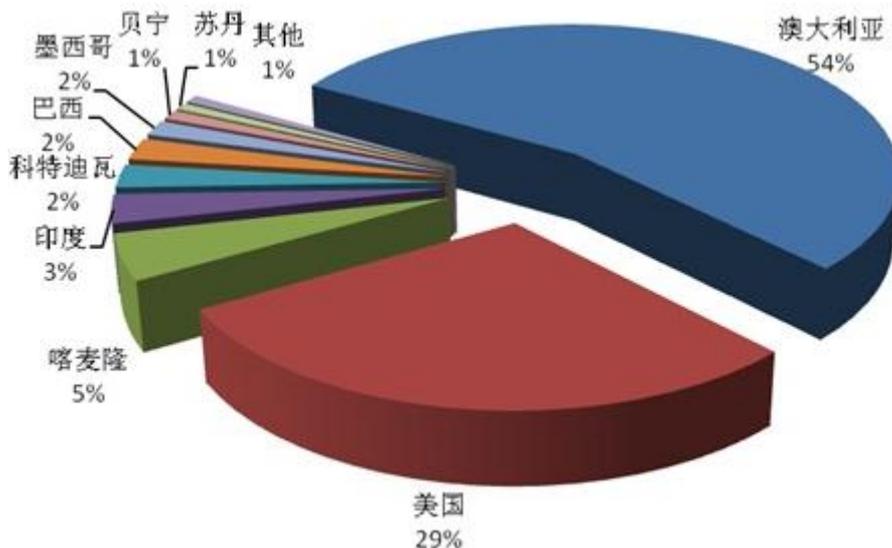
图表 12: 2016 年 7 月中国棉花进口贸易方式图



数据来源: 中国海关

7 月份, 五个主要来源国中, 只有美国和澳大利亚增长, 没有从乌兹别克进口, 印度和巴西不同程度下跌。

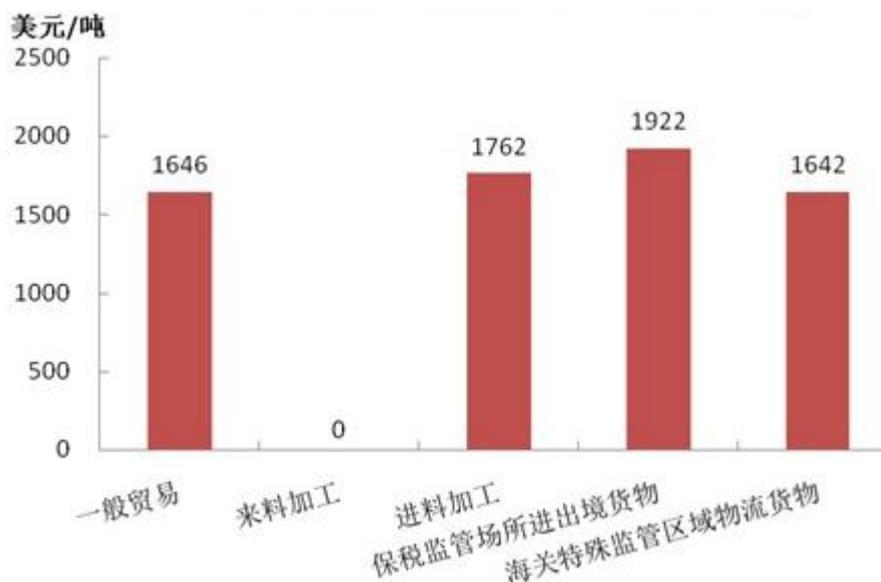
图表 13: 2016 年 7 月中国棉花进口贸易方式图



数据来源: 中国海关

7 月, 进料加工进口均价上涨 5.8%, 海关特殊监管区域物流货物与上月持平, 一般贸易和保税监管场所进出境货物分别下跌 1.46%和 11.43%。

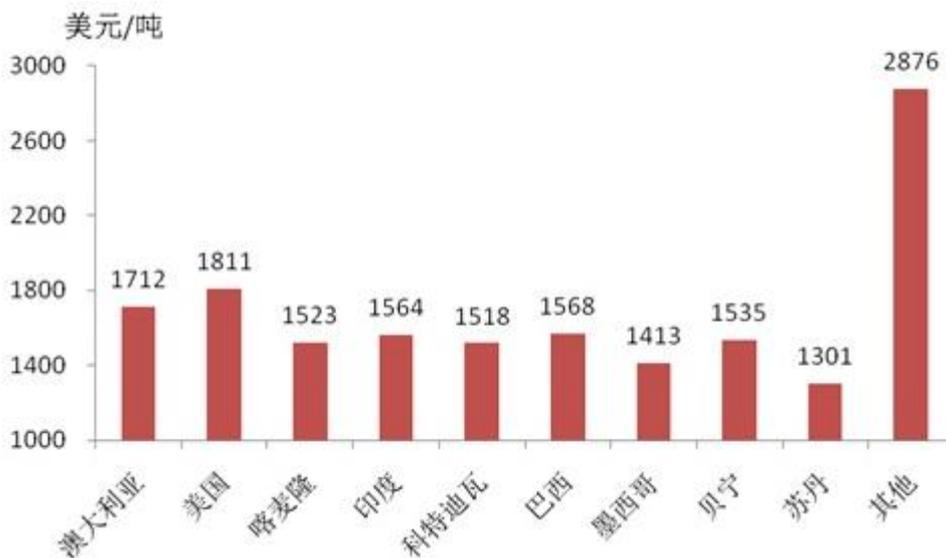
图表 14：2016 年 7 月中国按贸易方式棉花进口均价



数据来源：中国海关

五个主要来源国平均进口价格除美国下跌 5.45%外，澳大利亚、印度和巴西则分别上涨 0.58%、1.63%和 5.34%。

图表 15：2016 年 7 月中国进口棉花分国别均价



数据来源：中国海关

三、2016 年 7 月纺织业主要经济指标

国家统计局发布 2016 年 1—7 月份全国规模以上工业企业利润总额数据，数据显示，1-7 月份，全国规模以上工业企业实现利润总额 35235.9 亿元，同比增长



6.9%，增速比1-6月份加快0.7个百分点。其中纺织业增长6.1%，而纺织服装、服饰业增长6.5%。

在公布数据显示，1-7月份，在规模以上工业企业中，国有控股企业实现利润总额6512.6亿元，同比下降6.1%；集体企业实现利润总额255.4亿元，下降0.5%；股份制企业实现利润总额24123.9亿元，增长7.9%；外商及港澳台商投资企业实现利润总额8748.6亿元，增长6.8%；私营企业实现利润总额12424.5亿元，增长8.7%。从数据看出，规模以上工业企业利润总额大部分处于增长状态，说明我国工业市场稳定发展。

从2015年8月份以来，我国服装零售业一直处于紧张、甚至下降发展状态，而受国际市场变化和国内供给侧结构性改革等因素影响，服装行业价格出现反弹并且利润明显向好。据数据显示，2016年1-6月，流通分会重点监测的42家纺织服装专业市场总成交额达到4303.86亿元，同比增长6.16%。

7月份，工业品价格回升，工业生产者出厂价格指数比6月份大幅提高0.9个百分点。受此影响，规模以上工业企业主营业务收入同比增长4.3%，增速比6月份加快0.5个百分点。在整体市场的影响下，我国纺织业1-7月主营业务收入22180.8亿元，同比增长4.2%，利润总额1110.5亿元，同比增长6.1%；纺织服装业、服饰业1-7月主营业务收入12638.5亿元，同比增长6.0%，利润总额683.3亿元，同比增长6.5%，但面料却同比下降1.1%。

四、2016年1-7月全国面料出口概况

据中国海关统计，2016年1-7月全国面料进出口数量250.6亿米，同比增加6%，进出口额为340.1亿美元，同比下降1.7%。其中出口数量为236.2亿米，上升7.7%；出口金额308亿美元，下降0.4%；出口平均单价1.3美元/公斤，同比下降7.5%。进口数量14.4亿米，下降15.2%；进口金额32.1亿美元，下降13.2%。进口平均单价2.23美元/米，同比增长2.4%。

1、7月面料出口金额有所下降。

2016年7月单月全国面料出口数量36.1亿米，同比上升4%；出口金额45.4亿美元，同比下降5.2%。棉布、丝机织物、羊毛动物毛机织物及化纤机织物的出口额都有所下降，分别出口11亿、0.4亿、0.5亿及17.1亿美元，降幅分别为6%、25.8%、0.4%及3.8%。

2、2016年1-7月对东盟出口有所增长，对欧盟出口有所回升、对北美、拉美



及日本出口均有所下降。

2016年1-7月，亚洲依然是我面料出口的主要市场，出口额占我面料出口66.9%的比重，出口额206亿美元，同比上升2.8%。1-7月，对东盟出口稳定增长，出口数量59.9亿米，同比上升14.7%；出口额为97.7亿美元，上升7.5%。其中对缅甸出口依旧有较明显的增长，出口4.7亿美元，增长13.1%；对越南、印尼和柬埔寨出口也都有不同程度的上升，出口额分别为45.7亿、12.9亿和10.4亿美元，增幅分别为2.8%、1.4%和8.4%。

1-7月我面料对香港出口20.9亿美元，下降6.8%。对巴基斯坦出口有所下降，出口额为9.3亿美元，下降10.1%。而对孟加拉及印度出口则均有所增长，出口额分别为22.2亿和8亿美元，升幅分别为6.9%及12.3%。

1-7月份我对日本面料出口2.5亿美元，下降11.6%。对欧盟出口近几个月则一直处于稳定回温的态势，出口金额23亿美元，同比上升4%。对拉丁美洲和北美洲地区出口则持续下滑，出口额分别为24.4亿和11.4亿美元，降幅分别为13.7%和12.7%左右。

3、除羊毛动物毛机织物出口单价小幅上涨，其他面料出口价格均有所下降。

2016年1-7月，面料出口价格为1.3美元/米，同比下降7.5%。亚洲面料出口价格为1.48美元/米，同比下降7.6%；对欧盟及拉美市场面料出口价格分别为1.33美元/米及1.01元/米，分别下降7.4和6.6个百分点。羊毛动物毛机织物出口单价有小幅上涨，单价7.58美元/米，增长1.2%。棉布、丝机织物及化纤机织物出口单价都小幅下降，分别为1.54美元/米、5.42美元/米及1.04美元/米，分别下降9.1%、4.6%及7.6%。



IV 行业产业链上游分析

一、棉花市场

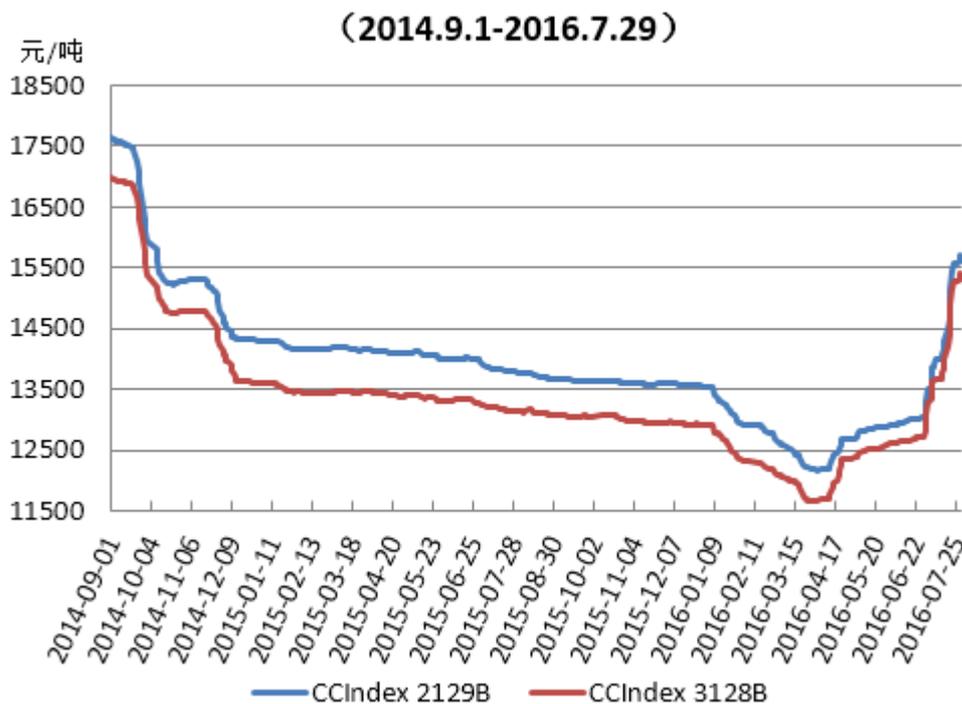
7 月份，市场现货持续减少，资源偏紧，纺织企业采购活跃，储备棉轮出持续全部成交，竞拍加价幅度扩大，成交均价上涨，成交量为储备棉轮出以来最高；受预期国内新棉产量下降、新棉上市期推迟，以及各部门预测的中国期末库存下降等因素的影响，国内棉花现货价格大幅上涨，国际棉价也持续走高，但涨幅仍低于国内，内外棉差价扩大。

(一) 国内外期现货价格变化情况

1、国内棉花现货价格大幅上涨

7 月份，国内市场现货资源较少，储备棉成为纺织企业采购主渠道。在多种因素影响下，国内棉花现货价格上涨，储备棉轮出竞拍踊跃，成交价持续走高。中国棉花价格指数(CC Index 3128B)月均价 14316 元/吨，环比上涨 1622 元/吨，涨幅达 12.78%；同比上升 1130 元/吨，涨幅 8.57%。月末为 15308 元/吨，较上月底上涨 2030 元/吨。

图表 16：2014 年-2016 年 7 月全国棉花价格指数走势图



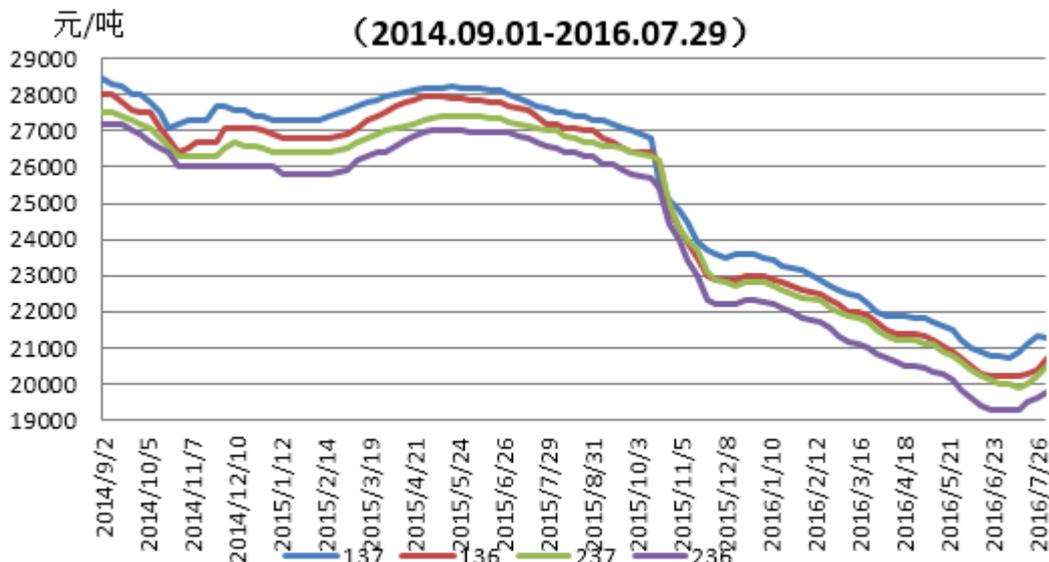


数据来源：中国棉花协会 银联信

2、长绒棉价格止跌回升

受细绒棉价格大幅上涨影响，7月中旬开始长绒棉呈回暖趋势，月末回升至6月初水平。虽然月均价仍低于上月，但跌幅已大幅缩小。其中代表品种137级长绒棉月均成交价20875元/吨，环比下跌100元/吨，跌幅较上月缩小605元；136级长绒棉月均成交价20263元/吨，环比下跌37元，跌幅较上月缩小693元。

图表 17：2014年-2016年7月全国棉花价格指数长绒棉报价走势图



数据来源：中国棉花协会 银联信

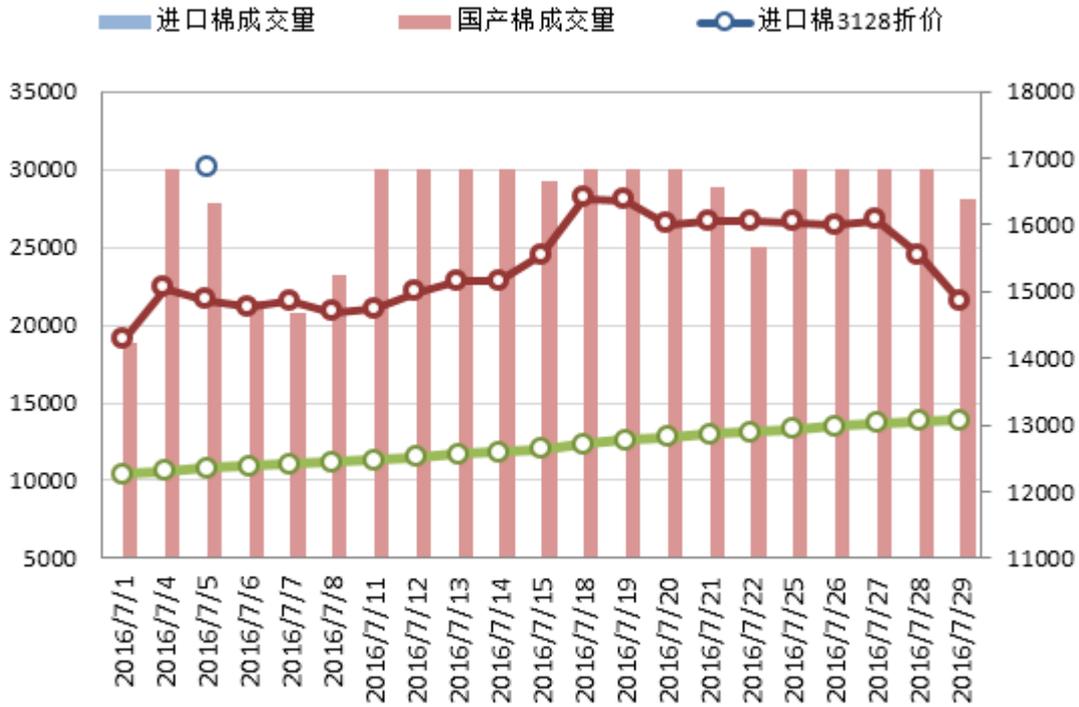
3、储备棉成交活跃，均价大幅走高。

7月份，企业积极参与储备棉轮出交易，竞拍加价幅度明显扩大，成交均价大幅走高，成交率除最后交易日外均为100%。最后交易日受“延长轮出政策”预期影响，成交率略有下降。该月储备棉共成交58.4万吨，为储备棉抛售最高。其中进口棉成交176吨，成交均价14350元/吨，折3128B价格为16875元/吨；国产棉成交58.38万吨，平均价格15395元/吨，折3128B价格为16040元/吨。

截至7月底，储备棉轮出累计成交162.53万吨。其中进口棉累计成交29.61万吨，成交率98.16%，国产棉累计成交132.89万吨，成交率98.38%。



图表 18：2016 年 7 月储备棉轮出成交量及价格走势



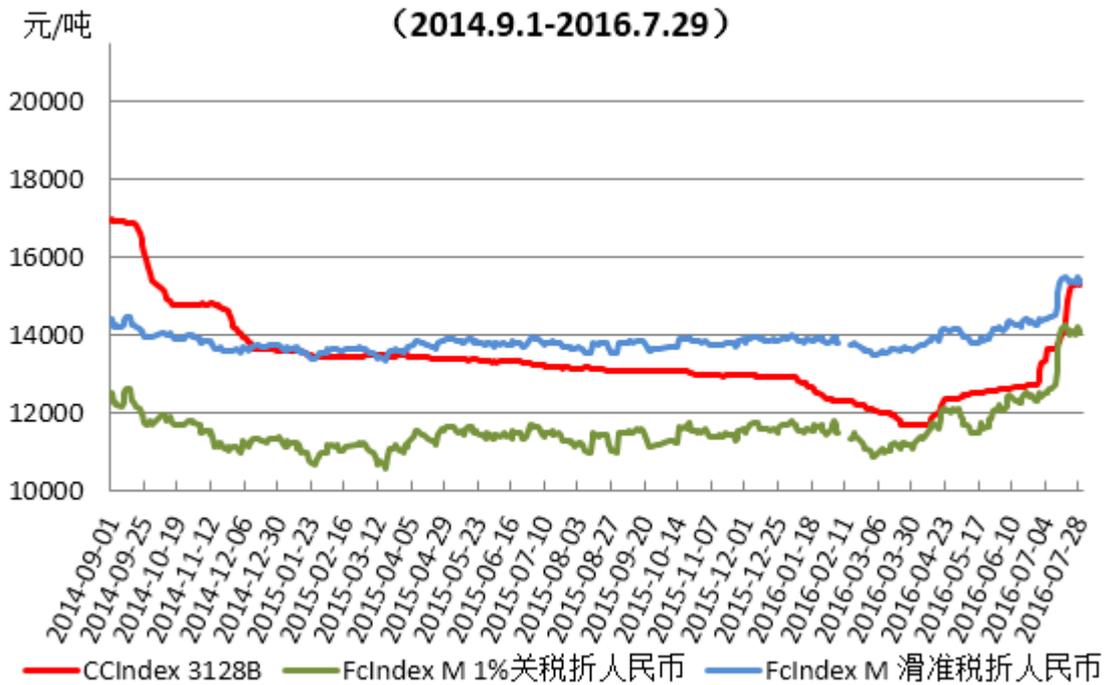
数据来源：中国棉花协会 银联信

4、外棉涨幅低于国内，内外棉价差扩大。

7月，国际棉价持续上涨，但涨幅不及国内，内外棉价差继续扩大。中国进口棉价格指数 FC Index M 月均价格为 80.23 美分/磅，环比上涨 6.26 美分，涨幅 8.46%。月末 7 月 29 日 83.37 美分/磅，较 6 月末涨 8.37 美分，1%关税下折人民币为 14045 元/吨，低于同期中国棉花价格指数 1263 元/吨，较上月同期价差扩大 695 元。



图表 19：中国棉花价格指数与进口棉价格指数走势



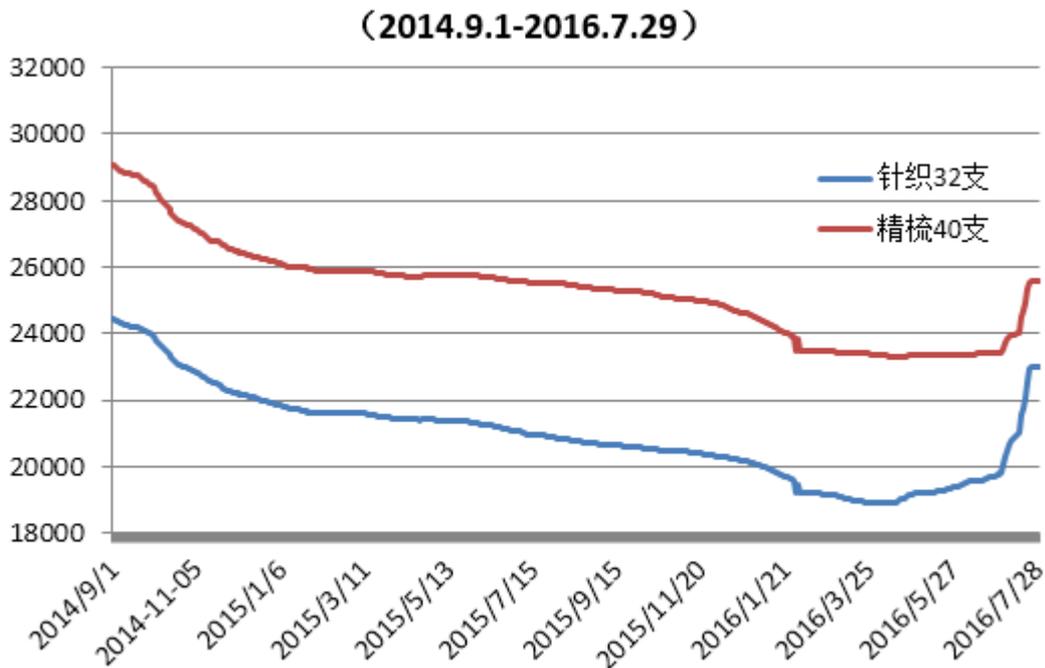
数据来源：中国棉花协会 银联信

5、棉纱和化纤原料价格上涨。

7 月份，在棉花价格上涨的带动下，棉纱及其他棉纺原料价格也均有所上涨。其中棉纱 KC32S 月均价 21566 元/吨，环比上升 2016 元/吨，涨幅 10.31%；JC40S 月均价 24550 元/吨，环比上涨 1165 元/吨，涨幅 4.98%。涤纶短纤月均价 6888 元/吨，环比上升了 285 元/吨，涨幅 4.31%；粘胶短纤月均价 14598 元/吨，环比上涨 1090 元/吨，涨幅 8.07%。



图表 20：2014 年度以来纺纱主要品种价格走势



数据来源：中国棉花协会 银联信

(二) 中国棉花价格指数运行特点

7 月份国内各地皮棉价格涨幅加大，用棉省份的棉花价格高于产棉省。广东 3128B 月均成交价 14452 元/吨，环比上涨 1788 元/吨；四川 2129B 月均成交价 14681 元/吨，环比上涨 1507 元/吨，3128B 月均成交价 14440 元/吨，环比上涨 1483 元/吨；浙江 2129B 月均成交价 14688 元/吨，环比上涨 1628 元/吨，3128B 月均成交价 14411 元/吨，环比上涨 1504 元/吨；重庆 2129B 月均成交价 14662 元/吨，环比上涨 1591 元/吨，3128B 月均成交价 14407 元/吨，环比上涨 1638 元/吨。而新疆疆内棉价相对较低，2129B 月均成交价 14383 元/吨，环比上涨 1559 元/吨，3128B 月均成交价 14145 元/吨，环比上涨 1508 元/吨。

(三) 影响国内外价格变化的要素分析

1、储备棉轮出成交率高

7 月份，储备棉轮出以国产棉为主，竞拍成交持续活跃，尤其对质量好的棉花，纺织企业、贸易商、加工企业和仓库竞拍激烈，成交价格连续攀升，加价幅度持续扩大。

2、新年度棉花产量下降

由于近几年棉花价格下跌，棉农收益逐年减少，棉农植棉积极性连续几年减弱，据中国棉花协会调查，今年全国植棉面积下降 10.1%，预计产量也将再创新



低。

3、USDA 报告调减中国期末库存

7月12日,USDA(美国农业部)发布2016年7月份全球供需预测报告,2015/16年度USDA给出的中国期末库存预期是1323.7万吨,6月的预期是1356.3万吨,调减了32.6万吨;2016/17年度最新数据为1125.5万吨,相比前一个月的1190.9万吨调减了65.4万吨,两项累计下来中国2016/17年度期末库存累计同比减少198.2万吨。

4、郑棉期货创近期新高

7月中上旬,郑州棉花期货继续上涨,创近两年新高,下旬有所回落。月中主力合约CF701日结算价触及15920元/吨,接近16000元/吨一线。下旬受投放延期预期影响震荡回落,于月末迅速跌至14780元/吨。

5、纺织品和服装出口同比下降

海关总署数据显示,7月纺织品服装出口253.8亿美元,下降6.9%,降幅较上月扩大。其中纺织品出口91.3亿美元,下降4%,服装出口162.5亿美元,下降8.4%。1-7月,纺织品服装累计出口1485.3亿美元,下降4.6%,其中纺织品出口610.7亿美元,下降2.2%,服装出口874.6亿美元,下降6.2%。

二、纱线市场

图表 21: 2016 年 1-7 月全国纱产量分省市统计表

省份	纱产量当月值 (万吨)	同比	纱产量累计值 (万吨)	累计同比
北京市	0	<-100%	0	<-100%
天津市	1.19	10.20%	7.03	15.40%
河北省	19.74	9.20%	123.79	6.10%
山西省	0.4	-13.00%	2.85	-9.80%
内蒙古自治区	0.03	0.00%	0.34	9.70%
辽宁省	0.7	-7.90%	4.82	-8.40%
吉林省	0.29	-14.70%	1.95	-15.60%
黑龙江省	0.4	17.60%	1.72	-2.80%
上海市	0.24	-11.10%	1.5	-13.30%
江苏省	49.17	-1.30%	322.26	-0.80%
浙江省	18.9	-1.40%	117.61	-1.10%
安徽省	9.65	3.30%	78.33	24.50%
福建省	39.75	11.80%	284.36	15.60%



江西省	13.97	6.30%	97.14	18.40%
山东省	76.81	0.40%	501.71	0.20%
河南省	57.03	8.40%	356.2	7.10%
湖北省	30.1	-0.10%	190.04	-0.60%
湖南省	10.53	5.10%	63.28	3.60%
广东省	2.69	-8.20%	19.99	-2.00%
广西壮族自治区	0.72	-5.30%	5.29	-2.90%
海南省	0	0.00%	0	0.00%
重庆市	1.81	12.40%	11.47	12.70%
四川省	9.32	-0.10%	72.83	3.90%
贵州省	0.6	42.90%	3.91	27.80%
云南省	0.1	150.00%	0.51	131.80%
西藏自治区	0	0.00%	0	0.00%
陕西省	4.49	5.40%	25.77	8.20%
甘肃省	0.13	-7.10%	0.98	-2.00%
青海省	0.04	-20.00%	0.22	-15.40%
宁夏回族自治区	0.43	126.30%	2.71	155.70%
新疆维吾尔自治区	8.94	118.60%	52.99	104.30%

V 本月行业快讯

一、行业运行动态

(一) 服装上市公司半年关店近千家

日前，服装行业上市公司 2016 年上半年财报已经陆续发布，大规模关店仍是主趋势，七家上市公司关了近千家门店。

国产男装品牌利郎上半年营收 11.74 亿元，同比下滑 1.2%，净利润 2.66 亿元，同比减少 3.9%。期内，利郎店铺数量共 2935 家，较年初减少 50 家。坚持量身定做的香港冯氏集团旗下高档男士服装零售商利邦控股上半年亏损超过 2 亿港元，业绩下滑明显，并关闭 19 间内地店铺。

尽管资本市场动作频频，但朗姿股份的业绩颓势并没有扭转。其 8 月 15 日披露的半年报显示，报告期内公司不仅营收和净利润双双下滑，还一口气关闭了 29 家店铺。截至 2016 年 6 月 30 日，在港上市的男装设计师品牌——卡宾服饰有限公司有 1012 间店铺，较 2015 年 12 月 31 日的 1059 间减少 47 间。

达芙妮集团上半年同店销售下跌 11.7%，销售点数目净减少 450 家。哈森商贸(中国)上半年则关闭直营店铺 156 家。美邦的上半年财报尚未正式发布，但据今年 6 月底消息，美邦服饰正在积极推进战略转型，逐步关闭低效店铺。

(二) 缝制机械列入国家智能制造发展规划

近日，国家工业和信息化部就《智能制造发展规划(2016-2020)(征求意见稿)》公开征求有关单位及行业协会意见，《规划》初步提出未来 5 年国家发展智能制造的总体思路、目标和重点任务，缝制机械行业作为重点发展领域首次列入其中。

《规划》将攻克关键技术装备和产品作为智能制造发展的重点任务之一，提出到 2020 年，国产智能制造关键技术装备接近国际同类产品水平，具备较强竞争力，国内市场满足率超过 50% 的目标。其中，缝制机械专用机器人被列为智能制造关键技术装备研制和产业化转型行动的重点内容。

在重点领域智能转型方面，以缝制机械为代表的一批轻工相关行业也被明确列入《规划》相关专项，国家拟通过加快智能制造软硬件产品应用和产业化，推进数字化车间/智能工厂的集成创新与应用专项行动，到 2020 年在上述量大面广



有条件和基础的重点领域，实现数字化研发设计工具普及率达到 84%以上，关键工序数控化率 64%以上，数字化车间/智能工厂普及率 30%以上。

（三）新疆纺织服装签约国字号智库发力外输

8 月 25 日，我国纺织服装行业最大的全国性公共服务机构——中国纺织信息中心与新疆纺织服装行业产业链服务平台——新疆云丝路纺织产业链股份有限公司在乌鲁木齐签署战略合作框架协议。

双方约定，将在国家大力推进新疆纺织服装产业快速发展的大背景下，以“订单”为突破口，借力“一带一路”战略，打造新疆纺织服装产业对外输出通道。

新疆云丝路纺织产业链股份有限公司董事长买提明江·司马义说，中国纺织信息中心每年都会发布纺织服装潮流趋势报告，长期处在技术洼地的新疆纺织服装产业，借助此次签约，不仅能够获得首批在乌市建设信息技术服务项目的 1000 万投资，还能第一时间掌握国内外最新纺织服装技术及潮流趋势，并将有力推动新疆纺织服装产业技术发展与产业升级。

中国纺织信息中心副主任伏广伟说，通过此次合作，双方将搭建现代纺织服装工业与新疆地区纺织服装工业间的交流平台，传递新型织服装新技术新知识，以内地产业和技术优势推动新疆纺织服装产业的发展，带动中国新疆与中亚国家纺织产业合作。

中国纺织信息中心由原中国纺织总会信息中心、中国纺织科学技术信息研究所、中国纺织总会纺织产品开发中心、国家纺织工业局统计中心四家机构重组而成，每年定期发布的纺织服装潮流趋势报告，已成为纺织服装行业的潮流风向标。

（四）纺织服装行业调整期结束

8 月 18 日，统计了沪深及香港股市 67 家纺织服装上市公司公布的 2016 年半年报，统计显示：上半年 67 家纺织服装上市公司营收超千亿元，业内专家李婕据此分析表示，当前，纺织服装行业最差时期已经过去，行业调整期结束进入弱复苏阶段。

同日，由中国纺织工业联合会流通分会主办的 2015~2016 年度中国新锐服装品牌颁奖典礼暨 2016 中国服装成长型品牌发布会在重庆举行，旨在鼓励品牌企业创新精神，增强品牌自主创新和培育品牌能力，促进中小服装品牌企业的发展进程。

2016 年，是“十三五”开局之年，“供给侧改革”战略成为新一轮经济结构调整的主旋律。纺织服装业作为典型的传统产业，中央提出的去产能、去库存、



去杠杆、降成本、补短板，提高全要素生产力等供给侧结构性改革要求，每一项工作在纺织服装业都可以一一对应，中国服装成长型品牌发布会上，业内专家提出，“三品战略”将成为构建适合需求结构的供给体系，尽快实现新时期纺织服装企业发展的新路径。

中国纺织工业联合会副会长、流通分会会长夏令敏表示，在当前经济形势下，纺织服装专业市场的转型升级需继续加大品牌培育，要引导企业加强对产品品质的重视，通过品质与服务的提升，不断提升品牌企业的发展水平，提升企业的运行和管理效率。

品牌的发展离不开市场的培育，同样，市场的发展也离不开品牌的支撑。作为实现纺织强国战略的重要组成部分，推进品牌建设，是实现我国纺织服装产业转型升级的重要举措。

据夏令敏介绍，中纺联流通分会长期坚持引导我国中小服装企业走品牌化发展路线，自2010年发起“中国服装成长型品牌”评优工作，至今已向行业推荐中国服装成长型品牌460个，中国服装品牌优秀渠道商169家。2016年度又有89家品牌企业获得2016年度“中国服装成长型品牌”，30个渠道商获得2016年度“中国服装品牌优秀渠道商”。作为中国服装品牌的重要组成部分，只有大力提高成长型服装企业的品牌化程度，培育一批具有发展实力的服装企业先成长起来，只有借助行业力量，协同各品牌孵化基地，创建快速成长通道，共同推进中小服装品牌企业的发展，才能更有效推动我国成长型服装企业的品牌化进程。

（五）下半年棉价难逃震荡 抛储延期缓解下游需求

进入8月中旬以来，长江流域的江苏、湖北、江西等地棉花进入开花结铃期。现阶段正是棉花生长的关键期，棉农正在抓紧时间喷洒农药防治虫害。据湖北荆州棉农介绍，今年播种棉花20亩地，株高普遍在70-90公分，结铃7-13个/株，总体来讲今年棉花长势优于去年。

与此同时，虽然近期新疆部分地区普降小雨，但总体来讲对棉花长势影响不大，前期棉花已经陆续吐絮，预计8月底采摘工作将逐步拉开序幕，由此一年一度的拾花大军将陆续进入新疆。目前正处拾花工招募中，部分务工人员已踏上了去新疆的列车。

截至8月18日，棉花主力1701合约报收于14820元，涨幅达2.07%。因担心德克萨斯州的不利天气可能损害棉花作物，ICE3月期棉收涨0.16美分，报收69.07美分/磅。

长久以来，对于棉农来说，素有“七月十五(农历)见新花”的农谚，每到这



个节气内地的棉田底桃和伏桃将陆续裂铃吐絮，今年依旧将在9月中下旬开秤收购。目前正在打理场地，检修机器，对于开秤收购价格，棉花贸易商表示，今年棉花市场的情况较为复杂，要是价格太低估计难以进行收购。

长江期货棉花部经理洪润霞表示，新疆奎屯区域农七师131团棉花显桃十几个每株，相比较去年只有7个，今年棉花长得很好，每亩约350公斤。如果是其他管理技术高的区域估计会有更多产量。而且今年相对于去年来讲，新疆的天气较好。

随着籽棉上市时间的临近，棉农对今年籽棉价格普遍期望值较高。江苏大丰一位棉农表示，储备棉轮出以来，皮棉现货价格不断上涨，尽管不如期货皮棉涨幅大，但仍给大家带来信心，预期籽棉收购价不断上调。江苏部分地区较高价已涨至4.00-4.20元/斤一线，让前期低价卖出的棉农后悔不已。

对于新年度籽棉开秤价格，多数棉花企业表示，2016年度籽棉实际收购价将受到很多因素影响，如纺企经营状况、下游消费形势、内外棉价差、期货市场走势等，不过有几家棉花企业负责人认为，按照往年籽棉收购经验及目前的市场情况来看，2016年度籽棉收购价格很有可能会从3.5元/斤一路上扬，10月份有可能达到高峰，在抢收优质籽棉资源时大家肯定有一番“龙争虎斗”。

8月8日上午中国财政部发布了公告(2016年第15号)为了保证棉花市场供应，满足纺织企业加工用棉需求，经研究决定，2015/2016年度国家储备棉销售截止时间由8月31日延长至9月30日，轮出量不限于200万吨，最终以实际成交为主。

“抛储延期影响到整个行业对库存性需求的一个态度，如果不实行抛储延期的话，大家肯定还会去抢原料的，从而更会导致棉花价格的上涨。”招商期货上海营业部总经理杨志江表示。

杨志江认为，抛储延期之后，大家对这个库存性需求可能会有所缓和。这次棉花价格的上涨，从4月份以来棉花价格大涨，它主要的原因是库存性需求量的问题，之前库存比较低，价格一上涨贸易商开始补库，突然非常短的时间内激发出一个库存性需求。

“截至8月17日国储拍卖价格再次下跌，市场成交率也没有上升，延期抛储的政策下来之后，国储棉成交迅速降温，流拍较多，买涨不买跌观望情绪逐渐浓厚，7月29日-8月10日，抛储实际成交均价为13907元/吨。”洪润霞表示。

目前规模大的纺织企业原料库存有2个月，中小型纺织企业原料库存在20-50天不等。由于当前销售步入淡季，订单不多，纱价随原料暴涨后也调整跟



涨 2000-2500 元/吨，布价跟涨 2 元/米，但总体为被动涨价，出货不稳。

“对于棉花价格短期主要看政策，国家持续拍卖棉花保证国内棉花供应，确保了纺织企业生产，缩小内外价差，加快棉花去库存。企业方面主要通过积极参加拍卖，并且可以在利用期货工具适度做部分虚拟库存，防止棉花价格进一步上涨带来生产成本压力。”农产品(集购网研究总监林国发表示。

对于涉棉企业来说，华瑞信息高级分析师邴振华表示，今年的市场状况已经出现明显的变化，一方面此前慢慢熊市基本可以确定已经结束，另外市场投机的氛围大大增加，对于市场的预判以及金融工具的合理应用应该是适应当前市场的必要手段了。

邴振华认为，按照目前的走势看，这样的情况不排除可能会有新高出现，但是整体下半年维持大的区间震荡的格局。而从基本面上看，下游状况可能有所好转，供给继续减少等因素支撑价格，但外盘的价格是较大的变数。

(六) 重庆自主研发的采棉机打破国外技术垄断

从重庆机电集团举办的“高端智能农机科技创新论坛”上获悉，重庆机电集团自主研发的“重庆造”采棉机，打破国外技术垄断，颠覆了传统采摘模式。与传统采棉机相比，“重庆造”采棉机采摘的棉花质量可提升一个等级，每吨售价可提高 3000 元。

据中国工程院院士陈学庚介绍，新疆棉花种植面积达 3400 多万亩，目前智能化采摘率只有 30%。智能化采棉机的应用可提高采摘效率、降低采摘成本。但目前国内市场上的采棉机主要来自美国，其采摘的棉花含杂率高、索丝多，导致棉花品质低，且存在采棉机易自燃等问题。

按照我国对发展高端智能农机、实现农业现代化的要求，研发具有自主知识产权的高端智能采棉机成为当务之急。据测算，国内采棉机市场和为采棉提供的相关服务市场，至少有 150 亿元。2013 年开始，重庆机电集团不断攻克采棉机关键技术难题，在采棉机采摘头核心技术、工艺等方面实现突破。特别是采用的干式伸缩脱棉技术，可避免在棉花采摘前喷水，大大提高棉花品质。

据介绍，目前，“重庆造”采棉机通过在新疆棉田试验，其采净率、含杂率达到国际领先水平。该采棉机已经获得新疆建设兵团、地方政府、采棉企业和当地农户的青睐。新疆建设兵团已经与重庆机电集团签署了合作协议，意味着该采棉机将全面推广。

论坛上，重庆机电集团负责人还表示，集团将以采棉机作为进军高端智能农



机的桥头堡，结合“中国制造 2025”，研发适合中国农业特色的智能农机，发展高端智能农机装备产业：即通过融合传感器技术、信息技术与机电一体化技术，运用“互联网+”有效手段，实现农机自动化处理、数据远程传输、远程监控，农作物采摘信息的大数据收集、分析处理与应用。

市科委、市农委表示，今后将会在政策方面大力支持重庆机电集团发展智能农机产业，以提升该集团在高端智能农机方面的综合竞争力。

二、区域运行动态

(一) “互联网+”推动江苏纺织服装业智慧转身

作为纺织服装第一大省，江苏主动利用互联网技术再造生产流程和销售模式，以降低成本，今年以来，江苏纺织服装产业在万亿的庞大基数上继续保持增长，利润也进一步提高。

沿着电磁轨道自由穿梭的自动供货机器人是天源工厂“卓越制造”体系的一环，它与车间的信息管理系统相连接，根据设定的速度，按时将每道工序所需的材料送到，又将成品送到下一环节。这样的智慧装置在天源还有很多。

苏州天源服装技术与质量总监杨峰：我们设备中有很多自动化的模块、模组，使得我们缝制效率提高 40%到 100%。我们还有很自动的整烫系统，效率提高 50%甚至到 200%以上。

天源自动化、智能化全覆盖的生产线带来的效益有效抵消了用工的上涨，在其他代工厂接连提价的同时，天源却以更高的质量、更快的速度、更低的成本优势，深度融入了世界纺织服装产业链，制造的附加值比其他工厂高出 10%。

连续六年保持万亿规模的江苏纺织服装产业今年继续循着“科技与品牌”的路径前行，通过互联网+纺织产业进行智能化改造，将劳动密集型产业转型成技术密集型的现代产业，继续成为国际大牌长期稳定的合作伙伴。常熟服装城、东方丝绸市场、叠石桥家纺城等服装专业市场，以互联网技术打造现代化商业平台，在线上实现研发设计、品牌直销、物流服务等各要素的有机衔接，线上线下一体化重构了江苏纺织服装产业链，并借助品牌的培育不断向产业链中高端迈进。

江苏省纺织工业协会会长谢明：现在不是我们找品牌商，而是国际品牌商来找我们江苏企业合作。这也是这一轮结构调整升级的重要成果。

在今年全球经济复苏乏力的背景下，前 7 个月江苏纺织服装产业规模以上企业主营收入超过 8 千亿，同比增长 5.3%，年底有望达到 1 万 4 千亿的规模。可



喜的是，纺织服装业实现利润同比增长 8.6%，表明纺织服装业呈现质量效益提高快于产量的良好态势。

（二）新疆推出八项促进纺织服装产业发展的优惠政策

新疆骆驼，沿着丝绸之路，走到北京、上海、广州，再沿着海上丝绸之路，走到了巴黎、纽约。与骆驼同去的，还有备受纺织服装行业青睐的驼绒。

在纺织服装产业“寒冬”下，乌鲁木齐特色纺织却“精彩绽放”，这不仅与中央、自治区以及市委、市政府出台一系列支持政策有关，更是乌鲁木齐加快打造国际纺织品服装商贸中心的生动实践。

近日，自治区经济工作座谈会提出了下半年新疆将围绕 12 个方面 85 条具体措施促进新疆经济持续稳定增长，其中就有落实好国家、自治区一系列纺织服装优惠政策，新增就业 11 万人。在市委专题会议上提出，将全力推动自治区促进经济稳增长举措落地进行安排部署，其中将推进乌鲁木齐国际纺织品服装商贸中心核心区建设，这无疑为乌鲁木齐纺织发展再添活力。

如何推动纺织业发展？纺织业内专家指出，要从要素、产品和业态 3 个方向推动：一是提高全要素生产率，主要包括原料市场化、劳动力素质提升、技术装备与管理水平提高等；二是增品种、提质量、创品牌；三是转型提升业态，拥抱“互联网+”。

玉泰驼绒走的是“大研发、小生产”模式，高档产品均与内地纺织企业合作生产，将更多精力放在研发上。最开始玉泰驼绒的主要产品是驼绒被。从 2009 年以后，公司发现欧美市场国家消费群体对驼色产品的偏爱，就与国外的知名设计机构和设计师合作，将国外的流行元素与驼绒品质相结合，使驼绒产品更国际化。

巴黎 ESMOD 高等时装设计学院时装设计师熊有雯说，驼绒是上乘的纺织纤维原料，轻盈蓬松，扭曲后不变形，具有纯天然的特性，能满足中高齡群体对高品质的需求。

“玉娜”产品频繁出现在巴黎、纽约等地展会上，西方消费者对其青睐有加。目前，玉泰驼绒在北京、上海、广州等地都建立了销售机构，又借助援疆热潮，在全国 19 个省市设了产品代理商和经销商。

走出新疆，又走向国外，玉泰的驼绒产品依靠的是质量，借助的是展会。李玉梅说，从曾经的乌洽会到现在的中国—亚欧博览会，从哈交会、广交会，再到国际展会，新疆优质的驼绒产品乘着不同地域的展会一次次走出去。



随着丝绸之路核心区建设的持续推进，玉泰驼绒又积极将产品送入俄罗斯、哈萨克斯坦等新疆周边国家市场，一系列纺织服装政策利好以及广阔的市场空间让李玉梅对公司的发展更具自信。政策连连看 2014 年，新疆发布纺织服装产业十大优惠政策：包括设立纺织服装产业发展专项资金、税收、电价、补贴等十大优惠政策。

据初步测算，按照中央和自治区确定的各项优惠政策，新疆纺织服装企业可直接降低生产成本约 20%，大大提升了新疆纺织服装企业的市场竞争力。

今年 3 月，新疆推出八项促进纺织服装产业发展的优惠政策：将纺织服装企业贷款贴息、出疆运费补贴等补贴周期从一年缩短到一季度，进一步提高补贴资金使用效益，降低企业生产成本；设立规模百亿元左右的纺织服装产业引导基金，对国内知名纺织服装企业在疆投资企业开展股权投资，降低融资成本；在阿克苏纺织工业城开展纺织服装设备租赁给予贷款贴息政策试点，明年在南疆四地州全面推广；对于南疆四地州纺织服装企业从内地引进专业人才给予专项补贴等。

今年 7 月，为引导纺织企业进园区规范发展，遏制各地争上棉纺企业的现象，新修订的纺织政策规定：从 2016 年 8 月 1 日起，落户新疆的棉纺企业只能在指定园区里建厂，否则，将无法享受用电和运费两项政策补贴。

（三）福建省 8 企业跨入全国棉纺织行业百强

中国棉纺织协会日前正式发布“2015-2016 年度中国棉纺织行业竞争力百强企业”名单，福建省华源纺织、长源纺织、新华源纺织、金源纺织、翔隆纺织、恒源纺织、明恒纺织和锦源纺织等 8 家棉纺企业榜上有名。

此次测评主要依据企业规模水平、经营能力（盈利、资产、资金、效率）、社会贡献、技术升级改造、可持续（节能减排、人才利用、品牌建设）、科技发展、社会评价等指标综合测定，并按照各分值的加权评价分数排名。

（四）广东服装出口明显下降 产业规划转战“智造”

有“中国第一服装大省”之称的广东省今年上半年服装出口明显下降。正在举行的 2016 广东时装周-秋季 28 日发布《广东服装行业“十三五”发展规划纲要》，提出电商是广东服装业的重要增长极，运用互联网加速服装制造业向智能化转型成为发展方向。

来自广东省服装服饰行业协会的数据显示，与 2015 年实现服装出口逆势增长的情况不同，今年 1 至 6 月，广东服装服饰出口交货值累计 411.80 亿美元，同比减少 6.5%。目前广东服装外贸面临较大压力，外部需求总体偏弱，部分产



品产能过剩影响企业订单数量，外贸竞争有待重塑新优势。

广东省服装服饰行业协会会长刘岳屏表示，尽管外贸形势严峻，但通过“机器换人”压缩用工成本，并充分发挥电商优势去库存，广东服装行业生产仍实现增长，企业负债降低，盈利能力和固定资产投资都均有所提升。

当天发布的未来五年广东服装行业发展规划指出，数字化、网络化技术在产业链各环节应用愈发广泛，从而也带动了产业加快转型升级，“互联网+”带来了产业新机遇。

刘岳屏称，新渠道、新商业模式已成行业热点，传统服装零售企业实现线上线下融合已是趋势。

根据规划纲要，未来五年，大数据将在广东服装行业的生产、制造、销售各环节得以应用，如数据采集、订单管理、定制服务等，加速服装制造业向智能化、多样化商业服务综合体转型。

规划纲要还指出，未来几年里，智能服装将会普及出现在人们生活中，如能自动播放音乐的外套、能在胸前显示文字与图像的T恤衫等等。据悉，广东部分知名服装企业，已开始研发计算机控制的“智能服饰”，如广东美思内衣正在研制能够记录人体心跳和呼吸频率的“智能内衣”，服装“智”造也成为广东服装行业不可忽视的发展方向。

（五）兰溪纺织企业主导 浙江制造标准制定

近日，浙江制造品牌建设促进会发布2016年第二批75项“浙江制造”标准制定计划，浙江鑫兰纺织有限公司申报的混纺牛仔面料标准获批立项。这是2016年4月兰溪列入浙江制造品牌试点县(市)后第一家企业主导浙江制造标准制定。

2016年5月成立的“浙江制造”品牌建设促进会每年推动制定不少于100项“浙江制造”标准。通过“浙江制造”标准引领，找出每个行业的“第一”和“唯一”，制定标准，促使同行制造企业主动对标，找差距、补短板。截至目前，全省已制定发布“浙江制造”标准45项。

混纺牛仔面料是近年来兴起的时尚、舒适新型牛仔面料，但目前尚无国家和行业标准。“鑫兰纺织”生产的混纺牛仔面料弹性伸长回复、缩率稳定、断裂强度等指标在全国同行业中领先，拥有一项发明专利，也是浙江省名牌产品，产品畅销欧美等国家。

纺织业是兰溪的传统支柱产业，牛仔布行业是兰溪纺织行业的重要分支。目前，兰溪牛仔布年产量达3.5亿米，占全国产量的1/7，居全省首位，可绕地球

近 9 圈。“鑫兰纺织能主导‘浙江制造’标准制定，也代表了兰溪牛仔行业的发展水平。”兰溪市质量技术监督局局长程明说。

VI 本月海外市场扫描

一、印度纺织品出口行业战胜中国 却生产假货惹怒美国

美国第二大零售商 Target 公司决定切断与印度纺织品生产商 Welspun 公司之间的联系，由于其孟买总部提供了仿造埃及棉床单。

8月19日，位于美国明尼苏达州的明尼阿波利斯，有当地零售商透露，“在2014年至2016年之间，Welspun 印度公司称其提供的床单是由埃及棉制造，事实上并不是。”

“经过深入调查，我们近日证实，2014年8月至2016年7月批次生产的床单，Welspun 印度公司使用了其他类型的非埃及棉代替。”Target 公司在声明中表示。Target 公司正在联系购买了这些批次产品的消费者，对他们提供退货服务。同时，Fieldcrest 品牌旗下的零售商也下架此类产品。

Target 公司补充说到，“我们已经通知了 Welspun 印度公司，由于此产品的原因，我们正在终止与他们之间的合作关系。”一个 Target 公司发言人在邮件中说到，在这两年间受到波及的产品共有 750,000 件。

Welspun 印度公司回应称，“我们已经立即发起行动调查事件原因，指定了一个外部审计团队来审计我们的供应和流程，并且把事件列为公司最高优先级。”

事实上，纺织品生产商和它的股东们是有必要担心这样的事件在美国市场上被曝光。根据公司年度报告显示，在美国市场上售卖的每5条毛巾中就有一条是 Welspun 印度公司生产，公司 95% 的收入是依靠着出口。

纺织业在印度国民经济中也占有极为重要的地位。易读财经查阅到，印度是继中国之后世界第二大纺织品和成衣生产国，根据印度纺织部的数据显示，纺织业贡献了印度 GDP 的 4%。

印度纺织品出口商极度青睐美国市场，因此印度纺织产品在美国市场表现也很活跃。易读财经查阅由《国际纺织品展望》发布报告显示，印度家用纺织出口商已经在美国市场上战胜了中国的最大供货商。

Welspun 印度公司作为全球最大的纺织品生产商之一，基本上满足了美国、英国及欧洲市场需求。同时，易读财经也看到，Welspun 印度公司也是美国毛巾市场的最大海外供应商。因此，此次事件无论对于 Welspun 印度公司还是印度纺



织业，在美国市场的影响无疑都是巨大的。

二、2017 年全球婴儿纸尿裤市场规模将达 522 亿美元

“透明度市场研究公司”宣布发表最新市场研究报告，题目是《婴儿纸尿裤市场—全球产业分析、规模、份额、增长与预测，2011-2017》。根据该报告，2011 年全球婴儿纸尿裤市场销售额为 356 亿美元，预计 2017 年末将增至 522 亿美元，比 2011 年增长约 46.6%，预计该市场 2011-2017 年期间的 CAGR 将达到 6.60%。

预计个人卫生意识的不断提高和婴儿人数的增加将成为预测期内拉动婴儿纸尿裤需求的主要因素。此外，城市化进程加快，消费者支出能力增强，以及更多女性参加工作，这些因素将在未来几年进一步促进婴儿纸尿裤市场的发展。另一方面，发达经济体出生率下降是阻碍全球婴儿纸尿裤市场增长的主要因素。

三、越南前 7 个月纺织成衣品出口 132 亿美元增加 5.4%

据越南统计总局统计资料显示，本(2016)年 7 月份越南出口金额约 147 亿美元，较上(6)月份减少 0.2%，但较去(2015)年同期成长 2.8%；其中越资企业之出口金额减少 2.3%，外资企业之出口金额(含原油)增加 5.1%。本年 7 月份出口金额较去年同期增加之产品，包括电子产品、电脑及其零件增加 23.5%，其他机械设备及其零件增加 21.9%，鞋类增加 11.5%。

累计本年前 7 个月出口金额约 968.3 亿美元，较去年同期增加 5.3%，其中越资企业之出口金额约 279.3 亿美元，增加 2.4%；外资企业(含原油)达 689 亿美元，增加 6.5%。本年前 7 个月出口金额较去年同期增加之主要出口产品，包括各种电话机及其零件 194 亿美元，增加 13.4%，纺织成衣品 132 亿美元，增加 5.4%，电子产品、电脑及其零件 94 亿美元，增加 9.5%，鞋类 75 亿美元，增加 8.1%，其他机械设备及其零件 53 亿美元，增加 18.2%，水产品 37 亿美元，增加 3.5%，咖啡近 20 亿美元，增加 16.6%，手提包、行李箱、帽子及伞子 19 亿美元，增加 11.6%，腰果 15 亿美元，增加 10.9%，蔬果 14 亿美元，增加 32.7%。然而，若干产品出口金额减少，包括：原油 14 亿美元，减少 44.5%，钢铁 9.88 亿美元，减少 3%，橡胶 6.79 亿美元，减少 10.4%，木薯及其製品 6.14 亿美元，减少 28.5%。

有关出口市场，本年前 7 个月美国仍为越南最大出口之市场，出口金额为 213 亿美元，增加 13%，其次为欧盟，出口金额为 191 亿美元，增加 9.2%，中国 107 亿美元，增加 13.7%，韩国 60 亿美元，增加 37%；向东协仅出口 95 亿美元，减少 12.6%，日本 79 亿美元，减少 0.9%。



四、巴基斯坦成为印度最大棉花进口国

因受粉虱影响，巴国内棉花大面积减产，巴棉花短缺达 40%。2015-2016 季，巴纺织厂从印度进口 250 万包棉花，已超越中国，成为印度棉花的最大买家。

全巴纺织工厂协会 (APTMA) 旁遮普省主席 Aamir Fayyaz 称，目前巴纺织业高度依赖进口棉花，目前高达 9% 的进口关税将导致整个行业竞争力的下降。他敦促政府降低棉花进口关税，解决纺织工业存在的问题，对行业增加投资。他认为，除非政府能够降低营商成本，否则巴棉花出口将会进一步下降。

巴成衣制造商和出口商协会 (PRGMEA) 首席协调员 Ijaz Khokhar 称，由于无法使用国内市场棉纱，巴成衣制造业开始走下坡路。原材料的缺乏，导致成衣出口商无法保证正常发船，大量的买家转而购买别国产品或压低价格，将导致巴工业开始崩溃。成衣制造产业需要政府取消纱线进口关税监管、免除关税和其他税收。

五、全球非织造玻璃纤维预浸料市场 2021 年将达到 8.345 亿美元

研究机构 MarketsandMarkets 最近发布了一项名为《全球非织造玻璃纤维预浸料市场到 2021 年预测：应用领域(风能、电子、汽车、航空航天和国防、其它)，区域(亚太地区、欧美、北美和世界其他地区)》的报告，该报告预测到 2021 年全球非织造玻璃纤维预浸料市场将达到 8.345 亿美元，2016 年到 2021 年的复合年增长率为 8.8%。

2015 年全球非织造玻璃纤维预浸料市场价值 5.047 亿美元，预计到 2021 年将达到 8.345 亿美元，从 2016 年到 2021 年的复合年增长率为 8.8%。这种增长主要归因于对风能的需求增长，汽车行业对轻质复合材料的需求增长，新兴市场以及空客和波音商用飞机的强劲订单带动非织造玻璃纤维预浸市场的增长。

在所有应用领域中，汽车非织造玻璃纤维预浸料部分是整个非织造玻璃纤维预浸料市场价值增长最快的部分。汽车行业进行了严格规定，以减少二氧化碳排放。这促使汽车制造商倾向于用预浸料等复合材料生产轻量化汽车。风能是最大也是增长第二块的应用领域。预浸料主要用于增加风电叶片的结构强度和耐腐蚀性。因为对环境友好，所以这是一个有前途的行业，它在未来的需求预计只会上升。对环境越来越多的关注，特别是在中国和印度等国家，预计将推动风能应用在未来五年的增长。

2015 年亚太地区占据全球非织造玻璃纤维预浸料市场最大的份额。亚太市场的风能领域的增长是由于政府支援和该地区的电力行业不断增长的需求。电子



产品消费的增加也带动了非织造玻璃纤维预浸料的增长,由于其在电子产品印制电路板中的应用。



VII 本月重点企业跟踪

一、新申集团荣获“2017/18 中国家用纺织品流行趋势入围企业”

日前，由中国家用纺织品行业协会流行趋势研究与推广工作室主办的“2017/18 中国家用纺织品流行趋势”评审活动揭晓，新申集团荣获“2017/18 中国家用纺织品流行趋势 产品入围企业”称号。

新申集团专注亚麻面料近二十年，集生产、设计、研发和服务为一体，凭借功能性强、科技含量高、工艺新、环保时尚的生态亚麻面料产品，连续多年入围中国流行面料，为客户提供从色彩到面料到成品的亚麻面料整体解决方案服务。

新申集团凭借自身实力和品牌影响力，全力推广亚麻文化，定期发布面料新品、亚麻流行趋势和时装作品引导亚麻时尚潮流，让亚麻悄然融入高品质生活方式，让人们有更多机会体验亚麻的舒适与惬意。

二、森马服饰公布半年报 上半年净利增长 21.29%

浙江森马服饰股份有限公司发布半年度报告。公告显示，公司半年度营业收入 387926.16 万元，同比增长 15.13%，归属于上市公司股东的净利润 51257.67 万元，同比增长 21.29%。

三、新疆入世丰纺织服装项目开工建设

日前从喀什经济开发区兵团分区获悉，由东莞市入世丰针织有限公司投资的新疆入世丰纺织服装项目，8月19日在兵团草湖200万锭广东纺织服装产业园动工。

据悉，兵团草湖200万锭广东纺织服装产业园前期入驻企业主要以纺纱为主，入世丰这一“粤”字号企业的开工建设，将为园区经济持续发展注入活力，也标志着园区迈向纺织服装全产业链建设步伐加快。

入世丰是兵团草湖200万锭广东纺织服装产业园引进的重点企业，项目投资预计2亿元，占地约100亩。据世界莞商联合会提供的不完全统计数字，目前喀什的莞商企业规模超过了30家。



入世丰董事长李自强表示，新疆入世丰纺织服装项目计划分三期进行，可解决当地 2000 人就业。入世丰是一家与 ZARA、H&M 等国际品牌合作的老牌出口企业，已经注册了商标和创建自主品牌，目前正在加快内销市场的开拓。

四、五洋纺机力推纺织行业自动化智能化

走进位于江苏常州武进国家高新区的五洋纺机有限公司，占地近 2 万平方米的数字化工厂中，已经开工的零部件生产线上呈现一片繁忙景象。各种数字及智能装备、关节机器人、AGV 小车、立体仓库、堆垛机器人等设施已经陆续建设和运行，在全部完工后，整个车间不仅能做到自动化生产，还能实现产品自动入库及智能化管理。

这是纺织行业内首个数字工厂。与传统生产模式相比，一人操作多机乃至无人化操作模式，用“技术红利”代替了“人口红利”：至少节省 50% 的人工，提高 5 倍的生产效率，生产成本大幅下降，成品率达到 99% 以上，产品性能足以和国际巨头同台竞技，极大增强了企业的全球综合竞争能力。公司董事长王敏其介绍，智能制造时代，五洋纺机利用信息通信技术和网络物流系统等手段，着力打造智能工厂、智能生产、智能物流，助力纺织行业向自动化、智能化发展。

早在 2006 年，五洋纺机就开始与高校及科研机构开展合作，研发出多维精协嵌入式控制系统、电子送经、牵拉、张力智能控制等技术成果，实现了经编装备的数字化和智能化，保持每年 3 项左右的科研成果通过相关鉴定，性能及各项技术指标达到国际先进水平。其中，耗费 6 年研制的高速复合针单针床经编机，其生产出应用在太阳能充电帆板上的关键材料——“半钢性玻璃纤维网格基布”，已应用于天宫一号等，卫星天线也已应用到天通一号和北斗卫星上，打破了国外在这些领域的垄断。

智能技术，3D 编织，一体成型，个性定制……2011 年，该公司抢抓国家实施首批智能专项项目的契机，利用自主研发的智能经编设备，颠覆了服装生产从织布、裁剪到缝制的传统模式，将服装制作的 3D 打印、一体成型，一幅多款变成了现实，开辟了服装小批量、多品种、个性定制的智能生产时代。同时，公司依托“互联网+智能制造”开发了针织生产智能管理系统，对工厂的每个生产环节进行全程的数据采集、传输和控制，实现全面信息化管理，并为客户提供远程服务，通过网络实时掌握订单生产和交货进度，产品受到市场青睐，市场空间巨大。

通过两化融合，近年来五洋纺机成功开发了数控多梳经编机、贾卡压纱板经



编机、双针床提花经编机、高速单针床经编机、全成形智能服装经编机等产品，产品已遍布全国大部分省、市、自治区，并远销加拿大、欧盟等 30 多个国家和地区。目前，已累计获得软件著作权 5 项、国际专利 9 件、发明等专利 135 件；完成工信部下发的国家标准 1 项、行业标准 7 项的制订；公司“五洋”和“柳绿”商标均被认定为中国驰名商标，“五洋”品牌价值评估达 38.05 亿元。

五、上海纺织集团与金茂集团签订战略合作框架协议

日前，上海纺织集团与中国金茂集团签订战略合作框架协议，共同推动纺织时尚地产开发建设。双方将在杨浦滨江环球时尚中心项目建设、上海纺织存量地产开发利用、房地产项目开发营销等方面开展合作。。

VIII 行业信贷机会风险分析

图表 22：2016 年 9 月中国服装行业机会和风险分析

序号	指标	风险	机会
1	行业环境	国内零售额回落，出口下降，虽然纺织总量还在增长，但需求已经发生巨大的结构性变化。缓增长和消费者时代同时到来，企业加快模式创新、思维理念转型任务紧迫而艰巨。	《中国服装产业集群“十三五”升级发展战略纲要》的发布，纺织印染工业大气污染物排放标准》的即将发布，将推动行业新一轮洗牌，促进纺织行业重新发展。
2	经营情况	2016 年 7 月，我国纺织品服装出口额为 253.74 亿美元，环比增长 5.66%，同比下降 6.90%。其中，纺织品出口额为 91.26 亿美元，同比下降 4.09%；服装出口额为 162.48 亿美元，同比下降 8.40%。	纺织业 1-7 月主营业务收入 22180.8 亿元，同比增长 4.2%，利润总额 1110.5 亿元，同比增长 6.1%；纺织服装业、服饰业 1-7 月主营业务收入 12638.5 亿元，同比增长 6.0%，利润总额 683.3 亿元，同比增长 6.5%。
3	产业链	上游原料 PTA 行业产能过剩问题突出，PTA 行业开工率长期维持在 65%~70%，而且能耗高、产品缺乏差异化的落后产能约占现有产能的 15%，落后产能退出问题不能有效解决，则产能过剩压力将更加明显。	储备棉投放的后期影响虽然仍存在不确定性，但投放客观上增加了棉花原料有效供给，带动国内外棉价差较此前几年明显收窄，对于稳定纺织企业开工生产和改善棉制产品出口竞争力具有积极作用。纺织行业转型升级效果逐步显现，运行质量基本保持平稳，也将为行业发展提供有利支撑。

贷款建议：“十三五”期间，供给侧改革、智能数字制造、纺织新材料以及“三品”战略等方面内容将写入纺织行业“十三五”规划；同时，人民币不断贬值，纺织服装出口企业的业绩开始出现恢复和小幅上涨。建议银行可重点关注这两方面。

数据来源：银联信

免责声明

本报告采用公开、合法的信息，由北京银联信科技股份有限公司（简称银联信）的研究人员运用相应的研究方法，对所研究的对象做出相应的评判，代表银联信观点，仅供用户参考，并不构成任何投资建议。投资者须根据情况自行判断，银联信对投资者的投资行为不负任何责任。

银联信力求信息的完整和准确，但是并不保证信息的完整性和准确性；报告中提供的包括但不限于数据、观点、文字等信息不构成任何法律证据。如果报告中的研究对象发生变化，我们将不另行通知。

未获得银联信的书面授权，任何人不得对本报告进行任何形式的发布、复制。如引用、刊发，需注明出处为“北京银联信科技股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的删节和修改。