

市场竞争惨烈 纺织展会合力谋变



本报记者 季春红 摄

■ 本报记者 兰馨

中国纺织行业正面临“困境”，合力促进品牌推广，市场资源整合，增强行业应对危机的实力，已成为当前政府和行业机构，以及企业要解决的现实问题。

日前在北京中国国际展览中心闭幕的2012年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)的规模出现了增长,这是前几届春夏面料展不曾有过的。

业内人士分析认为,在国际经济下行态势下,以加工贸易为主的纺织行业受到了前所未有的冲击。很多出口型面料企业都逐渐将精力转到国内市场。国际市场的疲软使全球纺织加工贸易竞争更加激烈,而原材料价格大幅波动、生产成本一路飙升等因素叠加,又让拥有劳动密集、出口比重大等特

点的中国纺织行业面临挑战。

正因纺织行业面临着如此“困境”,今年的春夏面料展,以及同期在北京中国国际贸易中心举办的2012中国国际纺织纱线(春夏)博览会(以下简称春夏纱线展)成为企业市场运营、寻求机遇的首选平台。

向“中国运营”转变

在展会现场,记者了解到,多数企业对2012年的纺织市场并不乐观。欧美及日本市场订单数量有所下降,在出口市场不景气的同时,企业还要面对人力成本上涨,以及来自周边国家的竞争压力。

业内人士预测认为,2012年的市场环境可能与2011年基本相当,原因是,2012年上半年的形势虽然不会像2011年的上半年那样好,但2012年的下半年不会有2011年下半年那么差。

2012年以来,欧美品牌面料需求量出现了大幅度的下降。与此同时,国际采购商观望、等待的心理因素加大。鉴于出口环境的变化,很多企业对产品进行调整,新产品开发的力度普遍加大。

而面料展主办方也注意到了企业面临的现实问题,并极力促进纺织行业的转型升级。但对于纺织企业来说,转型的最大压力是如何做好服务,这也是生产型企业向生产服务型企业转型过程中的困惑。

近年来,春夏面料展主办方一直致力于中国纺织行业从“中国制造”到“中国创造”,再到向“中国运营”的转变。从近几年面料展的主题,以及展会期间的论坛上,企业已经感受到了展会主办方的良苦用心。

拓展渠道与创新

了解市场需求,成为参展企业的共同目的。据悉,展会期间,参展企业接触的客户,在后续跟踪服务与客户建立进一步联系,展会成为企业寻找客户的有效平台。

在调查采访中记者了解到,多数企业认为,借助参加面料展会开拓市场显得尤为重要。有的企业表示,很多时候靠企业的营销团队去开发市场,既要耗费大量的人力、物力和财力,也不现实。尤其是对一些新兴市场,由于地理位置偏远,企业短期内没有能力进行开发,而在展会上,与这些区域客户的接触就变得非常容易了。

在市场不景气时期,亲近天然的面料成为很多企业开发的核心。当然,在竞争更加激烈的当前,保证较好的交货时间、更好的价格,是企业服务客户的根本。以外贸为主的江苏丹毛纺织股份有限公司的参展人员就表示,2012年的经济形势并不好,产品外销到欧洲和美国市场前景不太乐观。正因如此,为多年的老客户提供更好的服务,是当前丹毛稳住市场份额的重要手段。

目前,工厂型贸易企业被更多的国外客户看好,因为他们也希望甩掉中间商,寻找直接货源。参展企业认为,面料展作为专业展会,搭建了一个让面料企业与服装品牌直接接触的平台,有很多服装设计师和品牌商主动到展会寻找新产品。

浙江的企业表示,面对当前的市场形势,企业还将延续“点线面”的营销模式,“点”是与终端品牌面对面接触,“线”是做针织一条线或牛仔一条线,“面”就是参加面料展这样的世界级专业展会。

意大利展位亮相

春夏面料展,不仅吸引着国内企业的关注,同时也吸引了来自海外的目光,在全球市场萎缩的阴影下,意大利组织了95家顶级纺织面料及辅料制造商在本届春夏面料展上,以Milano Unica展的形式亮相。

意大利驻华大使严农祺表示,中国市场对意大利企业来说是非常重要的市场。参加面料展将意大利中小企业进入中国市场搭建一个有效的平台,更好地挖掘中国市场的巨大潜力。

据意大利纺织面料展主席Silvio Albini介绍,2011年1月至10月,意大利纺织面料产值增长了27.2%,出口额增长了21.8%。其中,毛纺织品对中国的出口,精纺占47.4%,粗纺占16.6%。“包括香港,中国是意大利纺织品的第二大销售市场。”

“中国和意大利两国在纺织面料上的合作由来已久。”中国纺织工业协会副秘书长、中国贸促会纺织行业分会常务副会长徐迎新说,“从上世纪80年代末,我就与意大利纺织面料同行有往来。无论是从社会、技术、产品、设计、市场等各方面,意大利所体现出的创新精神都让人感动和学习。”徐迎新介绍,Milano Unica展首次到中国参展,又一次见证了中意两国在纺织面料上的紧密合作。同时,也表现了中国的纺织行业是高度开放

的。徐迎新称,“Milano Unica展与春夏面料展今年是首次合作,希望今后能形成长久的合作机制,取得富有成效的成果。”

春夏纱线展传递新理念

本届春夏纱线展为了迎合海内外纺织企业、专业买家的需求,以“时尚+科技+低碳”为主题,希望在加强国内外纺织业合作与交流方面发挥重要作用。

本届展会举办了2012/2013年纱线产品流行趋势发布,引导企业的技术升级及产品创新,将技术含量高、时尚感强的纱线、纤维、针织品及针织面料展示给业界人士,从而促进下游行业新技术、新产品开发,提升下游产品的水平。

据记者了解,已连续两届参加春夏纱线展的印度R M INTERNATIONAL公司,此次展示的是传统的优质纯棉纱线。据其经理Rajesh Mittal介绍,“中国的纯棉纱线市场需求量非常大,可以预见,市场前景将非常乐观。R M INTERNATIONAL产品在中国的销售成绩也比较理想,我们对中国这个大市场非常重视。”

作为专业展会,将创意与产业结合起来,一直是主办方坚守的方向。自2009年春夏纱线展开始,由中国纺织信息中心、国家纺织产品开发中心、中国流行色协会联合发布纱线流行趋势、纱线技术的发展方向,分析时尚生活元素对纱线及织物的影响,预测流行产品的风格和色彩,并展示纱线行业重点客户的流行产品。

“生活就是生活”成为2013春夏纱线流行趋势的核心,传递的是在经济形势不乐观的背景下,民众更趋理性、从容的生活态度及消费理念。

会展关注

Leading through innovation 创新·跨越

Auto China 2012

2012 (第十二届)北京国际汽车展览会 2012 BEIJING INTERNATIONAL AUTOMOTIVE EXHIBITION

◎ 整车展览日期: 2012年4月25日-5月2日 展览地点: 中国国际展览中心(新馆)
◎ 零部件展览日期: 2012年4月23日-4月27日 展览地点: 中国国际展览中心(静安庄)

展会官方网站: WWW.CHINA-AUTOSHOW.COM
官方手机平台: CHEZHAN.ENLINK-MOB.COM

主办:

中国机械工业联合会
中国机械工业集团有限公司
中国国际贸易促进委员会
中国汽车工业协会

承办:

中国国际贸易促进委员会汽车行业分会
中国汽车工业国际合作总公司
中国国际展览中心集团公司
中国汽车工程学会



AUTO CHINA 12

