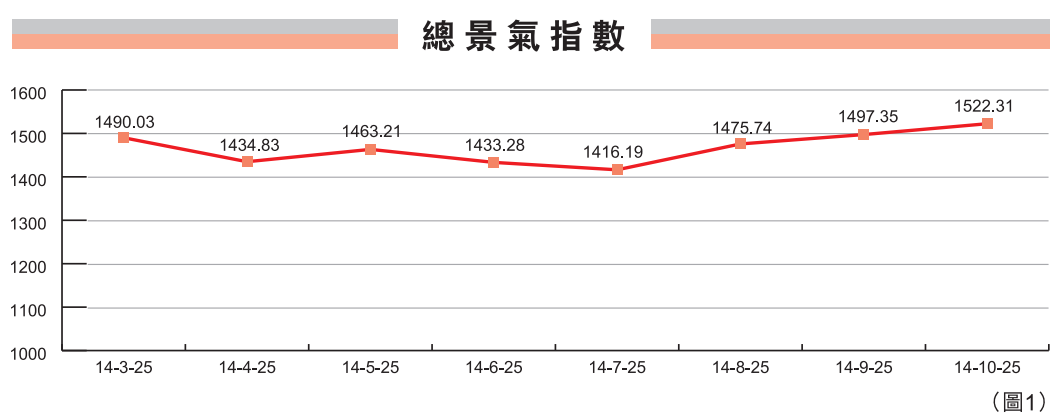


# 優勢產品產銷增加，景氣指數繼續攀升

## 總景氣指數評析



(圖1)

「中國·柯橋紡織指數」2014年10月份總景氣指數收於1522.31點，環比上調1.67%，與年初比上調5.87%，同比上調5.27%。(上圖為總景氣走勢圖)

10月份國內紡織市場繼續呈現順暢走勢，各地服裝生產企業秋季產品現貨採購量繼續增長，冬季產品訂單逐步增加，內銷訂單環比增長，外貿訂單局部顯現不足，優勢產品產銷增加，生產、流通等指標環比增長，銷售業績繼續攀升。本月正值「銀十」時節，因染料價格出現下降，印染加工訂單漸增，市場行情環比攀升，輕紡業上下道產銷繼續增長，布匹採購量環比增長，整體輕紡業訂單有所增加，拉動本期景氣指數環比攀升，整體行業產銷繼續增長。

### 一、流通環節繼續走暢，流通景氣指數小升

10月份，市場總流通景氣指數收於1184.91點，環比上調1.72%。

1. **流通規模指數環比上揚。**10月份，市場流通規模指數收於1168.41點，環比上調2.93%。在市場流通領域，布匹採購環比推升，傳統市場營銷繼續走暢，內銷市場需求有所推升。國內宏觀經濟基本面總體平穩，紡織行業面臨的內銷市場環境總體趨中趨好，拉動10月流通規模指數環比上揚。

2. **流通效益指數繼續攀升。**本月，流通市場營銷繼續攀升，內需市場營銷顯現小幅增長走勢，因原料、服裝面料、家纺面料成交環比增長，流通景氣指數不等量推升，致使市場流通效益指數繼續攀升。

3. **新品上市增加，推升市場成交額。**本月，流通市場秋季產品局部繼續走暢，商戶新品上市增加，快進快出，定單有所增加，新款品種價格上漲，秋冬產品小批量多品種動銷增加等眾多因素，在銷量環比增長的前提下，從而提振市場成交額指數小幅上揚。

### 二、企業訂單繼續增加，生產景氣環比攀升

10月份，企業總生產景氣指數收於1854.21點，環比上調1.72%。

1. **優勢產品暢銷，生產規模擴張。**10月份，企業總生產規模指數收於2545.51點，環比上調6.59%。因秋季產品繼續暢銷，冬季產品局部增加，有不少企業擴大生產規模，替換先進設

備，對批量訂單進行超產，因優勢產品暢銷，創新產品產出增加，生產運作上行，致使生產規模指數環比攀升。

2. **產出繼續增加，產值指數續增。**10月份，產值指數收於2517.49點，環比上調7.70%。紹興市柯橋區紡織服裝企業從此前的化纖類常規印花繡花的中低檔面料，轉移到純天然免燙產品棉、麻類印花繡花的中高檔面料，再到各類竹纖維、牛奶絲、莫代爾、大豆蛋白纖維、銅氨纖維等新穎面料紛紛推出，優選原材料運用，以不同風格、不同質地吸引中外客商的眼球，贏得新商機。因內需訂單增加，紡織服裝生產企業訂單繼續增長，致使企業產值指數繼續上行。

3. **新品產出增加，銷售收入提振。**10月份，企業銷售收入指數收於2587.53點，環比上調5.01%。10月，部分規模型企業秋冬新款品種產出增加，創意產品優勢凸顯，由於產品新、價格漲，故銷售收入在平穩中繼續呈現增長態勢；也有企業因回籠資金所需，對庫存產品進行促銷，個別企業對積壓的零碎庫存進行折價清倉處理。紡企通過多種營銷策略盤活存貨，減少存量，相對也增加了銷量，提振了銷售收入。

### 三、市場競爭加劇，信心指數小跌

10月份，流通市場信心指數收於959.82點，環比下跌0.58%；生產景氣中的信心指數收於893.25點，環比下跌1.24%。

1. **流通前景小跌，企業前景下跌。**10月份，流通市場對本商位經營前景判斷指數收於988.08點，環比下跌0.12%。對本企業經營前景判斷指數收於875.85點，環比下跌5.55%。10月份，流通市場經營前景判斷指數小跌，主要是秋季大衆面料跑量不足，部分中小經營門市對後市流通前景仍顯看淡。10月份，因部分中小紡織企業秋冬季後續內需訂單不足，外貿訂單局部回落，促使企業的經營前景判斷心態環比下行。

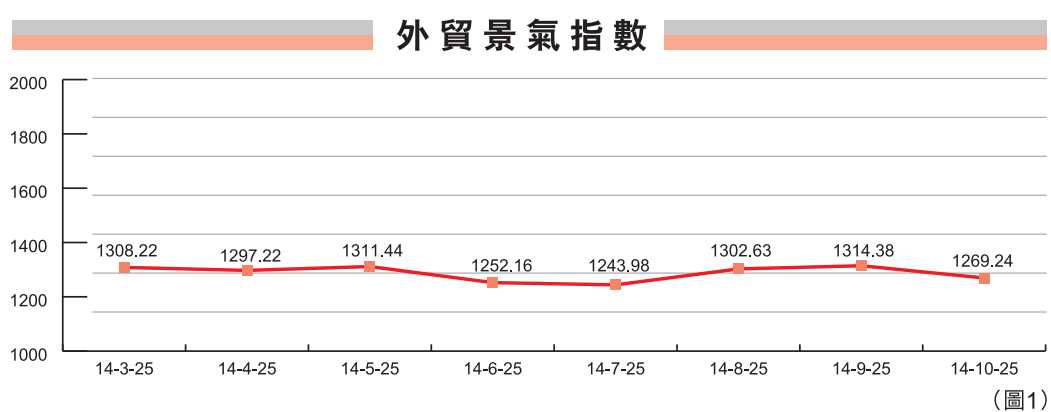
2. **後市行情趨緩，需求判斷不一。**10月份，市場對後市需求判斷指數收於939.19點，環比下跌0.78%。企業對市場需求判斷指數收於952.21點，環比上調4.48%。這一月，由於市場秋季大衆面料後續訂單局部仍顯不足，跑量下跌，後市流通競爭加劇，致使流通需求判斷指數小跌。本月由於部分規模型紡織企業秋冬季創意產品訂單增加，冬季加厚型產品訂單小增，故企業對市場需求判斷指數環比回升，從而推動了本期企業對後市需求判斷指數的環比回升。

### 四、下期總景氣指數預測

11月份，預計紹興市柯橋區紡織行業總體震盪小跌，輕紡業產品調整轉換繼續擴大，薄型產品營銷將延續面縮量減態勢，後續秋季品種將顯現回縮走勢，冬季產品局部小增，整體行業產銷呈現震盪小跌走勢。

# 國際市場競爭加劇，外貿營銷價升量跌

## 外貿指數簡析



(圖1)

如圖1、圖2所示，2014年10月份外貿景氣指數收於1269.24點，環比下跌3.43%，同比下跌17.78%；外貿價格指數收於130.37點，環比上調7.48%，同比下跌3.67%；外貿信心指數收於1116.29點，環比下跌2.26%。

### 一、外貿景氣指數環比下降。

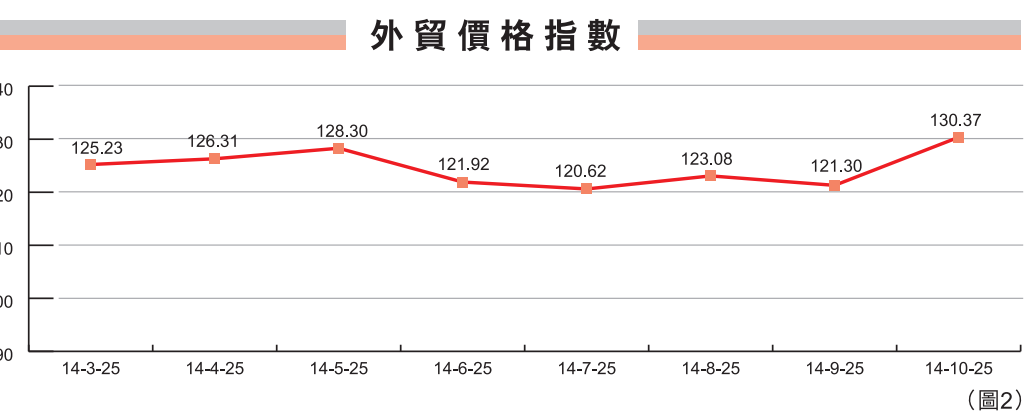
10月外貿景氣指數環比下跌3.43%。其中：麻及其混紡面料環比下跌11.00%，化纖長絲面料環比下跌12.70%，化學短纖面料環比下跌10.68%，刺繡品環比下跌14.74%，日用家纺面料環比下跌26.96%，窗簾帳幔環比下跌17.18%，拉動外貿總景氣度環比下跌。

1. **中國紡織製造業海外轉移成大勢。**中國紡織業目前面臨著前所未有的困難，國內外棉花價差起伏依舊較大，歐美日等發達市場增長低於預期，發展中市場降幅明顯，中國紡織服裝產業的比較優勢正逐步消失。為了在激烈的競爭中拼搶訂單，不少紡織服裝企業把製造基地轉移至生產成本更低的東南亞地區。有業界人士指出，中國紡織製造業海外轉移成大勢，而且轉移的企業正由服裝向產業鏈上游紗線、染整等領域蔓延。

2. **紡織服裝出口企業壓力加大。**市場疲軟、出口困難、成本上升、內外棉價差別拉大，使多數紡織服裝出口企業感受到前所未有的生存危機與發展壓力。特別是民營中小紡織服裝生產企業，每噸棉花國內外差價4000—5000元，僅原棉一項就需要付出更高的成本。同時勞動力成本逐年剛性上升，紡織服裝作為傳統的勞動密集型產業，企業支出勞動力成本逐年以15%遞增。

3. **新興市場外貿風險較為集中。**在日趨嚴峻的國際金融環境下，一些新興市場國家風險水平顯著上升。究其原因，主要是由於外匯管制、資本外逃及貨幣貶值等因素，影響了國外買方的支付能力和支付意願，導致買方拖欠，從而將風險轉嫁給了出口企業。如土耳其成為紹興市柯橋區出口風險最高的國家，佔全區報損額的近四成。鑒於美聯儲仍將繼續縮減QE規模，出口企業需特別關注該政策對部分脆弱程度較高的新興市場帶來的衝擊和引發的出口信用風險。柯橋區紡織行業的國外買家多以中小規模的批發商為主，且中間商佔很大比例，買家總體實力較弱。據瞭解，絕大部分出口信用風險的產生，主要是因為買方拖欠。

4. **紡織品出口競爭加劇，創新研發很有必要。**國際市場需求不足，發達國家的外需萎縮等情況使得許多紡織企業感到生存壓力大，另一方面部分紡織企業盲目投資，盲目擴張，缺少創新能力，最後導致同質化越來越嚴重，惡性競爭進一步加劇。就紡織服裝行業目前所面臨的現象來看，企業的創新研發很有必要，市場對產品的品質與性能需求正在不斷提升，迎合市場需求，抓住市場的主流方向，通過創新方能闖出一條血路。



(圖2)

5. **外貿企業訂單有所回落。**10月份紹興市柯橋區外貿紡織服裝企業景氣度小幅回落，因全球經濟疲軟且呈不均衡的復甦態勢，海外買家備貨採購相對下降，外貿企業新增訂單量和出口貨物量有所回落，拖累我國外貿出口。

### 二、轉型升級成效凸顯，外貿價格指數回升

10月外貿價格指數環比上升7.48%，部分紡織品出口單價呈現回升走勢。其中：化纖長絲面料環比漲幅為17.80%，刺繡品環比漲幅為17.66%，日用家纺面料環比漲幅為0.55%，窗簾帳幔環比漲幅為12.00%，浸、塗、包覆紡織物環比漲幅為19.37%，拉動外貿價格指數環比上升。

1. **產品轉型升級，迎合國際市場。**10月份，外貿價格指數呈現回升走勢。紹興市柯橋區有不少企業注重研發綠色環保產品，創新產品受到國外市場青睞。從純天然免燙產品棉、麻類印花繡花的中高檔面料，再到各類竹纖維、莫代爾、大豆蛋白纖維、銅氨纖維等新穎面料紛紛推出，優選原材料運用，以科技設備、創新人才開發新產品，以不同風格、不同質地吸引外商的眼球，贏得新商機，對產品利潤起到積極推升作用。

2. **自創品牌，更好拓展國際市場。**在外貿出口新生力量增多的同時，有實力的外貿企業通過積極創牌，走自主品牌出口之路，通過註冊品牌商標，告別了「為他人做嫁衣」的局面，以自主品牌、高附加值的產品實現出口。在銷售方面，原來通過出口商出口的比例較大，現在則更多地與國外批發、零售商直接做生意。更有企業在外國開設專賣店，賣自己專有品牌的產品，價格就比當地同類型產品高出不少。

3. **開發新品，佔領高端市場。**紹興市柯橋區部分紡企一改過去徘徊於中低端市場的狀態，加強技術創新，重點推進創意設計、「機器換人」、「電商換市」等工作，向高端市場進軍，新開發的高檔純棉面料、高檔刺繡品、高檔家纺面料暢銷歐美市場；通過高支、高密寬幅純棉面料、混紡面料的研發和銷售來鞏固市場地位。

### 三、下期外貿指數預測

對於今年11月的出口形勢，業內人士分析認為，全球經濟前景並不明朗，同時伴隨著各種新型貿易保護和發達國家綠色標準門檻的提高，紹興市柯橋區紡織服裝企業要在激烈的市場競爭中求得生存，必須以市場為導向，加快轉型升級的步伐，不斷通過探索和創新來尋求發展，拓展國際市場營銷份額。