

在 2020 年纺织行业两会代表委员座谈会上的讲话

中国纺织工业联合会会长 孙瑞哲

2020 年 5 月 14 日

尊敬的两会代表委员、各位行业同仁：

由于疫情原因，我们一年一度的“回家叙旧”推迟到今天。疫情也许打乱了我们行进的节奏，却不能阻碍我们前进的步伐；疫情也许拉开了我们的物理距离，却能让我们更加明白团结的意义。在这挑战与希望并存的时刻，以视频会议方式把各位代表委员聚在一起，同时邀请中纺联特邀副会长与会，探讨当前行业发展形势，针对突出问题，共商良策。我谨代表中国纺织工业联合会，对各位亲人表示诚挚的祝福！

2020 是铭刻世界史册的一年。“新冠肺炎疫情”在全球蔓延，从实体到心理，从供给到需求，从经贸到政治，经济社会的各个层面都在经受巨大压力。全球贸易合作几近停摆；石油价格暴跌更加剧了股、债、汇、商品市场大幅震荡；主要经济体普遍经历有记录以来最低增速；世界经济衰退风险不断累积。

“疫情”与“选情”叠加，使得整个局面更加复杂。一些国家的政客为了短期的选举利益，不断“推责”“甩锅”，全球贸易摩擦和地缘政治冲突由和缓状态急转直下，与全世界人民盼望战胜疫情和恢复经济的美好愿望背道而驰。这些改变，让世界深刻反思政府的责任担当及其终极责任、人类的经济活动及其终极价值，让世界人民意识到“人类命运共同体”的深刻内涵和现实意义。

2020 是体现纺织担当的一年。今年是中国全面建成小康社会、实现第一个百年奋斗目标的关键之年，也是纺织行业建成纺织强国的节点之年。面对疫情防控的严峻形势和防疫物资极度紧缺的现实问题，纺织行业全力以赴投身到防控疫情的战斗中来。协会作为行业合力抗击疫情的关键“桥梁”，在第一时间对重点骨干企业产能及库存开展摸底调查，协调组织产业力量，开展口罩、防护服等应急防控物资生产供给。相关工作有力保障了全国疫情防控的有效进行。纺织行业作为国民经济的支柱产业，作为与全球产业链深度融合发展的产业，在本次疫情攻坚战中发挥了重要作用。纺织行业的积极作为得到了中央、国务院及各部门领导的认同和社会各界的广泛赞扬。

在此，我谨代表中国纺织工业联合会，对包括各位在内的广大纺织从业人员，为中国乃至世界疫情防控付出的辛勤努力和做出的突出贡献，表示崇高敬意和衷心感谢！

一、2020 年以来我国纺织行业的发展现状与形势

（一）2020 年以来纺织行业经济运行基本情况

2020 年以来，新冠肺炎疫情全球蔓延，行业面临巨大的环境压力和系统性风险，产业供需两端经受前所未有的冲击。

1. 生产规模下降

纺织行业开工负荷正在逐步恢复，但受疫情影响，产能利用率低于正常水平。根据国家统计局数据，一季度，纺织业和化纤业产能利用率分别为 67.2%和 74.4%，略好于全国制造业

67.2%的产能利用水平，但较上年同期分别降低 10.5 和 8.8 个百分点。一季度，纺织行业规模以上企业工业增加值同比下降 16.5%，较 1~2 月降幅收窄 9.1 个百分点。纺织全产业链中，仅有产业用纺织制成品制造行业由于防疫类产品需求激增，呈现 11.5% 的高速增长，其余环节均为负增长。其中棉纺及印染业同比下降 21.7%，服装服饰制造业同比下降 19.7%，化学纤维制造业同比下降 6.9%。主要大类产品产量明显下降。有统计的 15 个大类产品产量除无纺布外均呈现负增长。一季度，纱、布、化纤和服装产量同比分别下降 26.4%、31.1%、10.0% 和 20.3%。

2. 内外市场需求下降

自疫情爆发以来，纺织服装产品内销明显下降。根据国家统计局数据，一季度全国居民人均衣着支出 369 元，同比下降 17.8%，在人均消费支出中占比 7.3%，较上年同期下降 0.8 个百分点；全国限额以上单位服装鞋帽、针纺织品零售额同比下降 32.2%，较 1~2 月降幅扩大 1.3 个百分点。为弥补线下门店大量关停的损失，纺织企业普遍加强线上渠道建设。一季度，网上穿类商品零售额同比下降 15.1%，较 1~2 月降幅收窄 3 个百分点。

行业出口形势严峻。一季度，我国纺织品服装出口降幅超过了 2008 年全球金融危机发生时的水平。4 月以来，得益于存量订单的完成，以及各国对口罩、防护服等需求的激增，我国纺织品服装出口降幅快速收窄。根据海关快报数据，1~4 月，我国纺织品服装出口金额为 666.2 亿美元，同比减少 10%，降幅

较一季度收窄 8 个百分点。其中，纺织品出口额为 373.1 亿美元，同比增长 2.9%，4 月当月出口 146.2 亿美元，同比增长 51.1%；服装出口额为 293.1 亿美元，同比减少 22.3%，4 月当月出口 67.4 亿美元，同比减少 27.7%。产品出口结构呈现服装出口规模远低于纺织品出口规模的特点。从市场出口结构看，我国对发达国家和新兴市场出口全线下滑。1~3 月，行业对美国、日本、欧盟、东盟和非洲纺织品服装出口金额同比分别下降 29.2%、16.8%、14.3%、13.1%和 11.7%。

3. 投资规模大幅萎缩

疫情影响下，行业企业普遍缺乏投资信心和能力，投资规模大幅萎缩。根据国家统计局数据，2020 年 1~3 月，纺织行业固定资产投资完成额同比减少 38.0%，增速较上年同期大幅下滑 44.5 个百分点。其中，纺织业、服装业和化纤业 1~3 月投资额同比分别减少 37.1%、45.8%和 19.2%，分别低于上年同期 46.1、57.2 和 5.1 个百分点。全国 31 个省份中，仅四川和云南两省实现全产业链投资增长。抗疫物资、外销转内销的相关投资正成为行业投资的重要方向。

4. 经济效益明显恶化

在需求严重不足、产销大幅下滑的情况下，纺织企业收入和利润大幅萎缩。根据国家统计局数据，1~3 月，全国 3.3 万户规模以上纺织企业实现营业收入 8318.8 亿元，同比下降 25.4%；实现利润总额 218.1 亿元，同比大幅下降 44.2%。企业营业收入利润率仅为 2.6%。其中，化纤行业受原油价格暴跌加

重库存亏损影响，利润总额同比下降 62.3%；纺机行业受投资需求下滑影响，利润总额同比降幅达 67.3%。

纺织行业运行质量下降。1~3 月，全国规模以上纺织企业亏损面达 36.4%，较上年同期扩大 13 个百分点，亏损企业亏损额同比增加 29.5%。企业总资产周转率、产成品周转率居于较低水平，分别为 0.9 次/年和 9.8 次/年，较上年同期分别放缓 28.3% 和 35.5%。企业三费比例高达 7.9%，明显高于正常水平，家纺、服装以及纺机行业三费比例更是达到 10% 以上。企业成本费用负担沉重。

（二）纺织行业企业开工复产情况

新冠肺炎疫情爆发之初，全社会对口罩、医用防护服等物资的需求紧迫。纺织重点防疫物资生产企业（熔喷布、口罩、防护服等生产企业）积极响应党和政府号召，在春节期间迅速返工，全力投入抗疫物资生产，是最早复工复产的行业。为了打赢疫情这场战役，纺织行业内很多服装、家纺企业改造生产线、购置相关设备，转产口罩、防护服等物资。行业企业的复工复产有效保障了防疫物资的供应。随着国家对疫情的有效防控和对企业复工复产支持力度的加大，纺织行业的供给能力与产业链运转目前已基本恢复正常。

1. 骨干企业开工率基本稳定，但开工负荷显著下降

中纺联对重点联系企业的调查显示，目前超过 90% 的纺织服装企业保持开工生产状态，但企业普遍面临订单严重不足的情况。维持开工一是响应国家“稳就业”的号召，二是为了等待

市场好转而稳定员工队伍。部分企业通过转产口罩等来维持生产。

企业开工负荷大幅下降。据调查，3月中下旬，大部分纺织企业产能利用率在80%以上，4月以来一直呈现下降趋势。协会对重点企业的最新调查显示，超过六成的被调查印染企业产能利用率不足去年同期水平的70%，65%的企业表示4月产能利用率出现下降；重点棉纺企业产能利用率在80%左右，色织企业产能利用率在75%左右，均较此前有所下降；近七成被调查的长丝织造企业产能利用率仅能维持在50%以上，少数企业产能利用率已低于30%。

2. 中小微企业生存压力加大，停产情况开始增多

受订单大幅减少影响，部分中小微型企业再次陷入停工困境。根据协会调查，近期重点棉纺产业集群开工企业比例已经不足60%，其中仍保持开工的规模以下企业占比仅有40%左右；江苏、浙江、广东等地的服装、印染集群均已出现中小微企业关停的情况。目前重点产业集群中，纺纱产能利用率不足四成，织造产能利用率仅为三成，绍兴、宁波、石狮等地的印染集群企业产能利用率仅有40%左右。

随着订单持续不足，部分中小微企业开始被迫减员。据棉纺协会调查，目前重点棉纺织产业集群用工人数量约为正常情况的7成左右，较4月初近80%的集群人员到岗率明显下降；部分企业延长了五一假期，约40%的被调查色织企业陆续启动调休或轮休。企业稳定员工队伍的压力加大。

（三）纺织行业企业生产经营面临的主要问题

1. 市场需求不足

当前，疫情对市场的冲击在持续发酵，全球范围内纺织服装终端消费大幅萎缩。总体来看，美欧日等传统发达经济体消费市场需求短期难有起色。据美国商务部数据，3月份美国零售销售额环比下降8.7%至4831亿美元，其中服装服饰及鞋类产品销售额仅为110.9亿美元，同比下降50.7%，创历史最大降幅。不论是传统百货，还是国际时尚巨头都在承受前所未有的压力。目前，Adidas全球70%的门店处于关闭状态，公司一季度净销售额同比下降19%，营业利润同比下降93%；路威酩轩集团(LVMH)和开云集团(Kering)一季度的销售额均同比下滑15%；梅西百货、彭尼百货等零售巨头处境堪忧，克鲁服装专卖店(J.Crew)已申请破产保护。

终端需求乏力，使得企业订单不足的情况日益严峻。根据协会的调查，65%的色织企业表示出口订单量不足正常水平的50%，超过一半的棉纺集群表示国内订单同比降幅超过30%，出口订单基本停滞，规模以下小企业基本无单可做。近半数被调查的印染企业表示目前内销订单水平仅为上年同期70%的水平以下，约三分之一企业表示出口订单在上年同期50%以下；福建石狮印染企业反映针织类产品订单减少至50%~60%。半数长丝织造企业反映内销订单量不足正常水平的50%，八成企业表示出口订单不足正常水平的50%。

2. 市场秩序的问题

疫情冲击下整个市场的节奏被打乱，行业市场秩序正在经受考验。

一是低价竞争的问题。在需求低迷的背景下，纺织企业库存压力持续加大。半数纱、布企业库存水平在 1 个月左右，远超一至两周的正常水平；江浙和华南地区涤纶 FDY 库存分别升至 19 和 60 天，均超过 10 天左右的正常库存量。为尽快回笼资金，企业低价竞争现象增多。部分涤纶企业和棉纺企业大幅降价抛货，出现了一些无序竞争情况。调查显示，超过六成印染企业表示加工费也在逐月降低。

二是出口订单被取消、延期和压价的问题。根据印染协会对 49 家重点企业的调查情况，4 月中旬有 95.9% 的企业遭遇部分订单被取消的情况，75.5% 的企业实际交货价格低于合同价格。N95 口罩在出口中遇到的许可问题更为典型，如比亚迪与美国签订的 10 亿美元 N95 口罩大单，必须在 5 月 31 日前获得 NIOSH 许可才能兑现。

三是违规经营的问题。比如熔喷布市场，产品价格从疫情前 1.8 万/吨一度被炒到 70 万/吨以上。一些人囤积居奇、倒买倒卖、以假充真，严重扰乱了正常的市场和生产秩序。比如直播带货，疫情期间，已成为企业的重要营销渠道。但直播带货也不断暴露出虚假宣传、假冒伪劣、流量造假、维权困难等问题。

3. 资金周转困难

疫情之下，利润缩水、现金流紧张使得企业面临压力。以上市公司为例，一季度，申万纺织服装板块实现营收合计 603.29 亿元，同比下滑 27.02%；实现归母净利润合计 10.74 亿元，同比下滑 80.69%。对于一般企业，资金状况更加堪忧。据印染协会调查，福建石狮印染企业表示上半年企业的货款大部分无法顺利回款，而工资等费用成本却要按时支付，企业流动资金严重不足。资金周转困难使得很多企业，特别是中小微企业面临生存危机。企业贷款逾期和违约现象增多。

（四）行业形势预判

随着全球疫情防控进入常态化，重启经济正成为世界各国关注的焦点和重要选项。截至 5 月 11 日，美国 31 个州部分解封；德国、丹麦、西班牙等多个欧洲国家从 4 月开始逐步放宽限制措施。尽管有很多积极信号，但全球疫情防控形势依然严峻，经济全面重启面临挑战。国内疫情防控形势持续向好，生产生活秩序加快恢复。据商务部监测数据显示，“五一”期间全国市场人气明显回升，重点监测零售企业日均销售额比清明假期增长 32.1%，其中服装日均销售额增长了 31.2%。

综合分析，预计二季度纺织行业运行压力依然较重；上半年，规模以上企业工业增加值同比可能减少 12%左右。受口罩、防护服等防疫物资出口拉动，行业出口额同比降幅或保持在 10%左右。2020 年下半年，随着国内市场消费支撑作用逐渐恢复，

全球疫情防控形势逐渐稳定，行业运行水平将较上半年有明显改善。整体来看，2020年将基本完成我国纺织行业“十三五”规划目标。

二、行业发展面临的趋势性变化

世界正处于百年未有之大变局，产业面临的形势空前复杂。我们要透过变化看本质，遵循趋势寻方向。

（一）生产格局的趋势性变化

1. 全球价值链脱钩的杂音在加大

在全球价值链的演化过程中，全球价值链上的分工和利益格局发生改变，中国制造的地位与影响更是不断强化，这使得一些国家产生了强烈的不安与抵触情绪，单边主义、贸易保护主义升温。此次新冠肺炎疫情的爆发，使得全球化的一些弊端被放大。贸易保护主义氛围得到强化，价值链“脱钩”的论调也将进一步加剧。

2. 推动供应链的本土化和多元化布局成为重要方向

此次疫情期间口罩、医用防护服等重要物资的短缺，势必推动更多国家重新考虑产业布局，以更大力度推动供应链的本土化与多元化可能成为全球产业政策的一个重要方向。当然，全球价值链的形成是市场规律下长期演化的结果，供应链布局终归要服从产业发展阶段和商业逻辑。一些国家想让企业从中国回迁、外迁并不容易，中国纺织工业完备的产业体系优势依然明显，地位短期不会改变。但长期来看，多种因素作用下，

降低对中国制造的依赖成为一种选择。这意味着中国纺织工业在全球价值链上原有位置谋求发展的空间越来越小，加快向产业链高端升级是必由之路。

（二）市场格局的趋势性变化

1. 全球需求不振将成为一种长期存在

当前，贸易争端呈现常态化、长期化、复杂化态势。WTO报告显示，2018年10月至2019年10月，WTO成员共实施102项新贸易限制措施，涉及贸易进口额约为7469亿美元，同比增长27%，是自2012年10月以来的最高记录。近期，美国取消了中国等25个经济体享有的WTO发展中国家优惠待遇；推动“涉疆法案”，通过政治化的方式直接干涉品牌商的国际采购行为。这些都将对我国外贸形成重大影响。

作为纺织服装重要消费市场的欧美国家是此次疫情的重灾区，很多品牌商和贸易商大量取消订单，我国产业链前端需求受到直接冲击。而印度、越南、孟加拉等国家的停工停产也导致我国纺织品出口大幅减少。整体看，世界经济下行压力持续加大，市场增长缺乏稳定支撑。我们需要做好外需长期不振的准备。

2. 贸易区域化是当前全球化的重要特征

需要清醒地认识到，全球化整体进程并未逆转，而是以区域化的新形态持续演进，全球区域和双边贸易协定正快速增长。以RCEP（区域全面经济伙伴关系协定）为例，2018年，中国对RCEP国家和地区的纺织品服装出口占中国纺织品服装出口的

26.5%。协定在今年签署生效，将会对纺织产品的出口、国际化布局产生重要影响。我们要高度重视区域化对纺织产业的影响。

3. 内需市场的重要性在持续强化

中国是全球最具成长性的消费市场，内需市场成为产业高质量发展的新优势。2019年，社会消费品零售总额41.2万亿元，同比增长8.0%。其中，全国限额以上服装鞋帽、针纺织品类商品零售额累计增长2.9%，达到1.35万亿元。大规模的市场不仅使得产业面对外部市场冲击有足够的腾挪余地，而且能够更好发挥规模经济、范围经济和网络效应。

需求的多元和发展的异步使得多层次消费正成为国内市场的重要特征。2019年，全国居民人均可支配收入达30733元，同比增长8.9%。依托全球最大规模的中等收入群体，消费升级是大势所趋。另一方面，随着城镇化、区域协调发展、精准扶贫进程的不断深化，下沉市场的潜力也在释放，大众化消费空间巨大。多元化、多层次的需求意味着技术创新、产品创新拥有更多的应用场景。受疫情影响，内需市场受到很大冲击，居民消费意愿、消费信心、消费能力等大幅下降。如何充分激活内需潜力，形成产业新循环是重要课题。

（三）产业结构的趋势性变化

当前，第四次工业革命蓬勃兴起，技术已成为重塑产业结构的关键力量。以智能、绿色、融合、泛在为特征，技术创新正在深刻改变全球纺织产业的发展方式与产业边界。

1. 以功能为核心的产品再造

一代材料，一代产业。纤维材料正向着多结构、多功能、超性能、智能化和绿色化方向发展，纤维材料的突破融合工艺技术的创新，使得纺织品服装的功能不断强化。应用场景也从服用家居向医疗与卫生、生态与环保、安全与防护、交通与农业、基础设施与航空航天等领域延展。智能纺织品更成为信息服务的接口与载体。产品的功能化，使得产业内涵与产业生态不断丰富。产业在国民经济中的战略地位正在增添新内容。

2. 以质效为核心的生产再造

一是生产的智能化。以智能装备和工业互联网为核心，从研发设计、纺织染加工到终端产品生产，产业链各环节正向着数字化、网络化、智能化的方向转变。这使得产业供给的精益化、柔性化、服务化水平不断提升。二是生产的绿色化。绿色纤维制备技术、清洁生产技术、绿色印染技术、纤维回收技术的飞速发展与产业化应用不断深化。H&M、Inditex、Nike 等国际巨头已经在积极推动纤维的循环利用、打造绿色供应链。2018 年，我国废旧纺织品回收量达到 380 万吨，同比增长 8.6%。循环经济成为重要趋势。

3. 以价值为核心的渠道再造

技术驱动下，行业的资源组织方式、与市场的连接方式都在发生深刻调整，交易数字化是突出特征。从国内看，网络市场的培养已基本完成。2019 年纺织服装行业电子商务交易总额为 6.69 万亿元，同比增长 12.06%。其中服装家纺网络零售额为

1.67 万亿元,同比增长 15.4%,占全国网络零售总额的 15.66%。从国际看,跨境电商正成为推动外贸增长的新动能。2018 年中国跨境电商交易规模达 9 万亿元,同比增长 11.6%。其中出口跨境电商卖家品类分布上,服装服饰占 12.4%,居第二位。以交易数字化为基础,场景经济、网红经济、共享经济、社群经济、订阅经济等新模式、新业态层出不穷。模式创新成为行业的重要价值来源。在疫情期间,直播带货、社群营销、网络展会等模式创新,有效弥补了线下渠道停摆的空白。如在“石狮品牌服装网上直播专卖节”期间,当地服装企业月经营额突破 10.8 亿元。CHIC 线上展 3 天时间汇聚了 1350 家展商,举办了 130 多场在线活动。

(四) 发展范式的趋势性变化

在数字经济语境下,资本赋能使得“品牌效应”、“网络效应”能够以前所未有的速度和规模形成。

1. 价值创造方式的改变

资本驱动下,企业的价值构成不仅来源于所创造的真实价值,也来源于市场估值。人们对企业愿景的认同感和信任度深刻影响着这个企业所能融汇和支配的资源,以及企业未来发展空间。以 2018 年全球金融科技融资为例,应用率仅为 8%的人工智能领域,在 2018 年所获的风险投资激增了 72%。新经济的发展、独角兽的成长都在遵循这样的逻辑。

2. 企业发展方式的改变

借助资本力量,企业能够以更快速度、在更大范围、以更

大规模实现资源要素集聚，通过并购重组，更好实现业务发展。如安踏集团通过收购 FILA、始祖鸟母公司 Amer 等，已经成长为全球第三的体育用品集团。同时资本可以提升资源的流动效率，使企业能更加自如地实现业务的扩张与收缩。4 月 27 日，审议通过了《创业板改革并试点注册制总体实施方案》。改革后的创业板将为行业企业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合发展打开新空间，注入新活力。

3. 战略管理方式的改变

资本运作使得企业实现战略布局的方法途径更加丰富。以企业风险投资（CVC）投资成长性企业，投资方可以实现渠道和模式创新的“外部监测”，前沿技术的“外部研发”，甚至业务边界的突破和产业链整合。劲霸男装已进行了积极探索，其成立的劲邦资本已投资企业逾 50 家，其中多家企业在国内 A 股上市。

4. 风险应对方式的改变

金融工具的有效使用可以让企业应对风险的方式实现从被动防范到主动管理的转变。纺织服装行业产业链长，与商品市场、期货市场、外汇市场联系紧密，商品价格和汇率的波动对行业影响显著。通过套期保值和风险对冲等操作，企业可以实现对市场风险的有效管理。当前疫情使得企业的资产负债表普遍恶化，流动性危机加深。随着市场预期和投资信心受到重挫，市场的动荡在不断加大。同时，主要国家和经济体出台的大批货币刺激政策，可能引发国际资本异常流动，对产业稳定发展

造成影响。在这种情势下，提升产融合作的能力，日渐成为企业的必选项。

三、促进纺织行业稳定健康发展的政策建议

当前，贸易保护主义抬头、地缘政治冲突深化、新冠疫情全球蔓延相互激荡正成为影响世界经济稳定发展的重大风险点，全球经济衰退的风险在不断集聚。行业供给侧与需求端正经受前所未有的冲击，面临巨大的风险考验。要对冲环境影响，保障产业发展安全，充分发挥行业价值，迫切需要加大政策对产业的支持力度。

（一）修复产业生态的政策建议

1. 帮扶减负，帮助企业渡过难关

加大降税减费政策扶持力度，切实减轻企业负担。建议各级地方政府在政策落实中对四类企业给予特别关注，即抵御疫情冲击能力较弱的中小微企业、产品深度融入国际供应链的外贸型企业、身处重点疫区和贫困地区的企业、对供应链有带动效应但短期资金压力较大的龙头企业，避免出现因企业大面积关停而影响就业稳定的情况。

1) 落实国家及各级地方政府出台的免缴社保费用、降低工业电价、贷款延期还本付息等政策措施，结合疫情全球化后的新变化，合理延长优惠政策期限，有效减轻企业负担。

进一步出台降税减费措施，如在2020年内免征企业所得税，减按50%~70%征收应缴增值税，减免企业房产税和土地税。

延长社保、公积金免交缓交时限。考虑到企业资金链紧张情况，继续延长企业免交养老、失业等社保费用时限至 8 月以后，延长企业申请缓交社保、公积金的时限，允许企业在 2020 年 12 月 31 日前结清当年应缴纳金额即可，小微企业可以视情况进一步延长缓交时限。

鼓励各级地方政府结合财政条件，对本地企业、商铺等适当给予场地租金补贴、设备租赁租金补贴、贷款利息补贴、防疫补贴等支持。推动商业体降低实体店租金，鼓励对疫情未开业期间实行免租。

疫情期间免缴残疾人就业保障金，疫情结束后一段时间内，建议对解决就业能力强的企业实施残疾人就业保障金实行封顶处理。

2) 建议各级地方政府组织公益性法律援助项目，帮助外贸企业、中小微企业应对合同纠纷，最大限度减少损失，保障权益。

3) 改善融资环境，引导金融资源服务实体经济。

降低信用贷款门槛及减少审批手续，提供贷款减息和免息补贴；对于到期贷款，如企业资质情况正常且有续贷意愿，允许在不归还本金的情况下自动续转贷款；对符合资信要求的纺织企业与投资项目给予充分信贷支持，杜绝附加条件放贷等行为；以企业库存和出口订单为依据，申请抵押贷款。

对停工及减产期间企业支付的贷款利息予以适当减免，贷款延期还本付息；对暂时受困的企业和项目，不盲目抽贷、断

贷。

4) 加强政策引导，推动产融合作对接，拓宽行业企业融资渠道。向金融机构推介具有行业创新价值的融资项目，加强对制造企业和项目融资风险评估的指导，推动金融机构与重点制造企业对接融资需求等。引导建立纺织产业基金，鼓励优质社会资本支持行业发展。

2. 扩大有效需求，促进消费回补和潜力释放

随着新冠疫情的全球蔓延，影响产业发展的关键问题已由复工进度转为疫情对总需求的冲击。内需将是经济发展的“压舱石”，企业的“生命线”。在防控措施到位前提下，应加快推动商场、市场、实体门店复工复产。希望国家出台政策进一步夯实消费基础，促进纺织服装消费扩容提质。

1) 出台临时性个税减免措施，在 2020 年内将个税起征点调整为月收入 10000 元，提升中等收入群体收入和消费能力。

2) 各级政府加强市场消费引导，将鼓励消费类别扩展到纺织服装等领域。鼓励有条件的地方政府通过多种方式发放包括纺织服装商品在内的居民消费券，加强对消费券的规范管理，确保消费券切实起到拉动消费的作用。

3) 各级地方政府加强对商业实体场地租金的价格指导，合理调控商场场租价格，鼓励有条件的地方政府对企业给予租金补贴。支持企业开拓互联网销售渠道，鼓励各级地方政府对本地采用线上销售模式的企业主体和商户，给予电商平台使用费用补助，对于 2020 年线上销售产生的税收地方留成部分给予全

额返还奖励。指导电商企业合理降低平台提成比例。

4) 推进稳投资各项政策措施落地，强化对行业补短板、提质效等类型投资的支持力度，发挥好有效投资关键作用。

将 2020 年支持工业转型升级、中小企业发展等中央财政专项资金的支出规模扩大 2~3 倍，支持企业扩大技术创新与改造升级投资。降低专项支持的项目投资总额门槛，使纺织行业投资额较小但创新能力显著的项目能够受益。

鼓励各级地方政府对于企业开展的具有行业先进性、示范性的投资建设项目给予支持，帮助对接本地金融资源，对项目贷款给予财政贴息扶持等。

推动国内重大基础设施、工业工程项目建设，建立医用防护、防灾救灾等重点物资实物储备制度，拉动产业用纺织品内需。

5) 各级政府通过财政补贴支持筹办各类线上展销会、供需对接会等销售平台，免费为广大中小企业提供市场渠道；结合疫情防控进度，有序开放会展活动，对参展企业给予展位费用等补助。充分发挥这些活动对扩大产业链需求和提高终端消费的积极作用。

(二) 保障产业安全的政策建议

1. 应对贸易急剧萎缩风险，稳定外贸基本盘

长期看，国内疫情防控和产业链恢复成效显著，而全球产能不足状态一时难以逆转，全球未来需求潜力巨大。转危为机，提升中国制造的贡献度，有很大的政策空间。特别是经过

疫情的洗礼，国内企业在防护服、口罩等疫情防控物资的产能优势明显，希望政府能以此为突破口，加大对行业贸易的引导与支持力度。一方面，加强对贸易环境的动态研判与评估，研究出台更及时有效的贸易帮扶政策，纾解企业困难，稳定发展信心。另一方面，应进一步优化贸易市场结构，推进双边多边自贸协定谈判，为企业出口创造更好的国际经贸环境。

1) 采取更大力度的财政和金融措施，保障纺织服装中小企业及出口骨干企业（年出口金额超过 3000 万美元）渡过难关，确保这些市场主体不因当前一、二季度的海外订单取消而倒闭，避免大量产业工人失业。鼓励各级地方政府对出口企业给予阶段性的国内生产环节费用减免、国内税收返还、转型升级专项资金投入、贴息贷款等支持措施，帮助出口企业应对外需急速下滑的困境。强化出口信用保险的兜底功能，扩大出口信用险覆盖范围，将客户暂缓交单超过一定时限等情况纳入承保范围，并全面降低保险费率。

2) 各级政府强化与行业组织的合作，做好公共服务，帮扶有需要的企业对接产业资源、市场资源，由外贸转向内需。

3) 发展跨境电商等贸易新业态、新模式，扩大国际营销网络。加大对行业国际性展会的支持力度，引导企业开拓多元化出口市场。

2. 应对全球供应链断裂风险，维护产业的体系和规模优势

疫情之下，全球物流体系面临停摆风险，原本已深受贸易保护主义之害的全球纺织供应链更加脆弱。要加强分析研判和

政策支持，在充分发挥纺织产业链体系优势的同时，梳理产业链关键领域和薄弱环节，进一步推动补链强链。

1) 政府部门应推动建立疫情条件下的供应链产能协调多边合作机制，倡导公平包容的全球化贸易机制。加快标准的对接与互认，解除不必要的海关限制、停航、停运、拒收等管制手段，保障跨境供应链的通畅与安全。

2) 统筹制定棉花相关政策，多维度保障纺织产业链安全。优化和完善新疆棉花目标价格政策；短期措施，做好增发棉花进口配额、储备棉轮入和轮出的预案，保障国内棉花需求的供给；中长期目标，放开棉花进口配额，实现棉花的完全市场化。

3) 加强对纺织行业国际产能合作的指导，引导产能和产业资本“有序走出去”，鼓励企业在澜湄、非洲等战略区域进行纺织产业链合作。引导企业对已在境外投建的产能进行优化利用，与国内产业链形成协调互动格局，提升发展效率。扩大国家级市场采购贸易方式试点；支持纺织服装专业市场建设海外仓、海外分市场。加大对供应链上社会风险和環境风险进行识别和防控，推动构建全球性或区域性的负责任的供应链。

4) 优化营商环境，保护依法经营、信用良好的外资企业在华利益，防止形成离华撤资的连带效应和效仿趋势。

3. 应对贸易保护行为所引发的产业风险，保障行业健康发展

疫情所造成的暂时性经济休克和停摆会加剧一些国家的贸易保护主义倾向，借机出台歧视性贸易政策。应采取相应举措，

防止因贸易政策和国际环境因素所导致的产业竞争力受损。一方面，加大对行业正当海外利益的保护力度，为企业有效应对国际贸易和跨境投资的风险挑战提供有力支持。另一方面，科学引导生产力布局，平衡好产业国内发展与国际转移之间的关系，防止短期大规模的产业外迁与替代，避免产业空心化。

1) 高度关注美国“涉疆”法案的进展。建议加大对行业企业社会责任建设的支持力度，增进全球利益相关方的理解。

2) 高度关注贸易摩擦背景下产业技术脱钩的风险，对高性能纤维材料、下游高端产业用制成品及配套装备等目前仍存在技术短板的领域加强支持，保障产业发展自主可控。

(三) 巩固产业地位的政策建议

纺织工业是国民经济中的重要力量。疫情使得行业的战略价值得到了充分展现。从一些发达经济体的抗疫过程来看，金融操作与互联网创新并不能填补“口罩”等防护物资的空缺。然而长期以来，行业的实际贡献和社会认知存在着巨大落差。低附加值、高污染、劳动密集、技术落后等一些固有偏见和印象锁定，严重制约了我国纺织服装行业的健康发展。行业在融资、用工和争取合理政策支持方面，处于劣势地位。希望在政策层面能强化产业顶层规划，从战略高度和长远角度对行业定位予以新的认定。充分发挥政策的杠杆作用，扭转社会上一些不正确的舆论、观念和做法，营造良好生态，彰显行业价值。

1. 完善竞争中性的市场环境

新兴产业中有传统的经济内容，传统产业中蕴含着新兴的

生产力。各级政府应以生产力的先进性和对国民经济稳定发展的重要性为依据进行政策支持，不简单根据产业分类决定企业是否科技含量高，不只算经济账、不唯 GDP，重视制造环节的基础作用。充分考虑产业安全，遏制一些区域过早、过度、过快出现的“去制造化”和“产业空心化”的苗头。

1) 消除各种隐性壁垒。进一步完善财政专项项目遴选标准，完善融资服务、土地使用等方面的管理制度，消除对传统制造业的歧视性待遇，确保纺织企业公平参与竞争。

2) 合理加大财税支持和奖励力度，引导企业技术创新和装备升级。加大对化纤新材料、产业用纺织品等领域的扶持力度。鼓励企业发展优质制造，促进先进制造业同生产性服务业共生共荣。鼓励和支持负责任的企业行为，加大引导产业可持续发展。

2. 加强政策引导，充分发挥行业对稳就业、防风险的支撑作用

作为重要的就业“容纳器”，纺织全行业就业人口超过 2000 万，其中很多是农村转移劳动力。产业的发展对于“三农”工作有很强的带动效应，应加大对行业企业特别是中小企业的政策帮扶支持力度，更好发挥行业解决就业的功能。纺织行业是我国净出口创汇的重要来源，行业创汇在维持币值稳定，平衡国际收支，服务国家发展战略等方面的支柱作用更加凸显。

建议各级政府对安置就业有突出贡献的内外销企业给予稳

就业补助，如可以按照员工数量提供专项就业补贴、员工技能培训专项补贴、企业不裁员专项奖励等。对于出口型企业可适当加大补助力度。

3. 加大对产业用纺织品行业发展的引导与支持

1) 提升产业用纺织品在国民经济统计分类体系中的级别，形成纺织业、纺织服装服饰业、化学纤维制造业和产业用纺织品制造业四大统计分类体系，提高国家在应急状况时对产业资源的信息收集、生产组织和调配。

2) 完善应对社会突发事件的应急产业用纺织品、医疗卫生用纺织品等领域的标准体系建设，建立“全国产业用纺织品标准化技术委员会”，通过标准归口形成跨部门的协同机制，推动产业链上下游标准的无缝对接和配套政策的完善，实现产业用纺织品标准化全面统筹管理。修订现行《国民经济行业分类》标准，调整细化子类。

3) 建立完善口罩、防护服等重要物资的应急储备机制，加强产能和技术储备，完善储备品类和规模，形成中央、地方和重点企业分级储备体系，提高应急状态下的供应保障能力。疫情过后，给予部分闲置产能（设备）一定的财政补贴。

4. 加大对纺织产业集群和产业转移的引导与支持

各级政府应根据客观实际，出台税收、土地以及财政支持等激励政策措施，引导产业有序转移和集群化发展。保持地方政策的连续性与稳定性，更好发挥行业在推动区域协同和产业

扶贫中的作用。

1) 引导和支持长三角、粤港澳大湾区等纺织产业主要集聚地的纺织服装企业加快转型升级，确保产业发展与国家重大区域战略相一致，强化纺织产业在相关区域经济、社会发展中的贡献作用。

2) 推动世界级先进纺织服装产业集群建设，在新区域、新领域培育具有时代性、前瞻性、引领性的新兴产业集群，促进特色产业与区域经济协调发展。通过财政措施，推动重点产业集群信息化服务体系建设，支持集群公共服务平台升级，建立“集群产业云”系统，实现集群制造与服务资源高效整合。支持中西部地区和东北地区加强园区产业基础设施、配套生活设施、数字化基础设施建设，以及教育培训、人才引进、运营管理等方面的能力建设。

3) 加强产业协作在对口支援、扶贫协作中的作用，深化区域之间供应链、人力资源、园区建设等方面的合作交流，支持建立“共建共管共享”、利益分享等机制。

5. 加大对行业科技创新的引导与支持

建议加大对行业科技创新和技术改造的支持力度。鼓励硬核创新，减少卡脖子项目，实现自主可控。

1) 加大对智能制造、绿色制造、纺织新材料等重点领域关键技术研发应用的专项支持，合理扩大现有专项资金的支持范围。

2) 研究出台将企业技改投资按一定比例抵免所得税的政策措施, 进一步提高研发费用、品牌宣传费用税前加计扣除比例, 提升企业创新与技改投入积极性。将企业购买设计手稿等产品开发费用纳入所得税前加计扣除范围, 鼓励企业扩大在创意设计方面的投入。

3) 加强对区域行业公共服务平台的支持政策, 使区域行业公共服务平台能为中小企业提供低成本、高效率的技术创新服务, 以促进纺织企业实现产品结构调整、提升质量和降低成本。

6. 在新基建进程中加大对纺织数字经济发展的引导与支持

建议各级政府出台专项政策, 引导纺织行业数字经济发展, 将纺织行业数字化转型纳入新型基础设施投资支持政策的范围, 加大对纺织行业工业互联网平台、大数据中心建设等的支持力度, 支持行业加强人工智能、5G、区块链等新一代信息技术的推广应用, 加快发展数字化管理、智能化生产、网络化协同、个性化定制、服务型制造等数字化转型新模式, 鼓励纺织服装专业市场发展平台经济, 深化电子商务应用, 提升线上线下融合发展水平。

1) 支持中国纺织工业联合会建立行业大数据中心, 作为行业公共基础设施服务于行业数字化转型。

2) 重点产业集群和产业园区政府部门加快推动建设服务于广大中小企业的工业互联网平台, 提升中小纺织企业的数字化能力。

3) 选取若干有条件的大型骨干纺织企业，开展企业工业互联网、数字化、智能化建设的试点示范，形成全行业数字化发展新生态，建议地方政府对企业数字化、智能化转型投入给予一定比例的补助支持。

4) 在重点纺织服装专业市场开展平台经济示范建设，引导专业市场转型升级。

7. 加大对行业品牌建设的引导与支持

1) 深化纺织领域终端消费品牌、加工制造品牌和区域品牌培育试点工作；推动培育专精特新“小巨人”和制造业单项冠军，引导企业专注科技创新和质量提升，提升产业集中度。

2) 支持行业优势品牌企业、龙头骨干企业牵头，加强诚信、共赢、负责任的供应链和产业生态体系建设。建立行业龙头企业培育库，建议地方政府对在国际国内有较强影响力的企业给予奖励和扶持。

3) 支持纺织工业文化发展，发掘传统优秀文化，提升文化自信、品牌自信，形成有中国特色、世界影响、时代特征的时尚生态。探索新时期的新型举国体制，鼓励体现中国传统文化和现代风貌相结合的中华礼仪服装、职业装、学生装等产品的创新设计与应用；推动能够体现中国时尚话语权的重点时装周、重点展览会、高层次国际会议等平台的搭建；通过国家品牌战略、财税政策激励等举措扶持优秀自主服装品牌开展国际创新合作、时尚交流与发布，提升时尚话语权，增强国际市场影响力。

4) 完善标准体系建设，扶持团体标准建设。

5) 加大对假冒伪劣、知识产权侵权、商业讹诈等方面违法行为的打击力度。特别加强电商平台的管理，规范线上商业合作方式，推动建立平台上线商家的保护机制和投诉通道，打击“店大欺客”、“平台排他”、“恶意差评”、“恶意退货”等行为。

各位代表委员，“天将降大任于是人也，必先苦其心志，劳其筋骨……。”伟大时代赋予了纺织行业光荣使命，我们要不忘产业报国初心、牢记强国富民使命；在艰难困苦中彰显纺织行业英雄本色，需要我们坚守“科技、时尚、绿色”的产业定位。让我们戮力同心，务实奋进，不要浪费一场危机，享受无法回避的痛苦，为行业“十四五”发展打好坚实基础，为全面建成小康社会做出新贡献！