

中国棉纺织行业协会

中棉行协秘[2022]12号

关于印发“棉纺织精英高端论坛”

会议纪要的通知

各参会单位：

2022年6月16日，由中国棉纺织行业协会、郑州商品交易所指导，中国棉纺织行业协会原料产业链分会、中国棉花精英俱乐部主办的棉纺织精英高端论坛线上会议成功召开，观看人次近三千人。为使大家更好了解会议内容，现将会议纪要发给你们，如有建议和要求请与中棉行协联系。

联系人：盖丽轩

联系电话：010-85229415

附件：棉纺织精英高端论坛会议纪要



附件：

棉纺织精英高端论坛会议纪要

6月16日，棉纺织精英高端论坛线上会议成功召开。此次会议由中国棉纺织行业协会、郑州商品交易所指导，中国棉纺织行业协会原料产业链分会、中国棉花精英俱乐部主办，上海研客信息科技有限公司承办，河南同舟棉业有限公司协办。会议主题是“磨砺聚变 创赢未来——复杂形势下中国纺企如何破局？”，来自全国各地的纺织同仁近三千人观看了此次会议。

中国棉纺织行业协会原料产业链分会有关领导及棉纺织产业链上下游的知名企业家和行业学者专家参加了此次会议并进行发言，共同商讨棉纺织行业市场发展趋势，为中国棉纺织企业的经营决策和未来发展提供建议和对策。

会上，中国棉纺织行业协会副会长、中国棉纺织行业协会原料产业链分会会长、河南同舟棉业有限公司董事长魏刚民致辞。魏会长表示，2022年上半年行业面临重重困难，下半年如何破局是我们共同面对的课题，也是本次会议的主题和意义所在。期待演讲嘉宾和论坛嘉宾畅所欲言，分享干货，理性分析未来变量，争取为大家带来高质量的视听盛宴。展望未来，我国棉纺织行业面临的困难是暂时的，既不能过于悲观，也不能过于乐观。希望棉纺织产业链能抱团取暖，共克时艰，共同为中国棉纺织行业的可持续发展贡献力量。

河南同舟棉业有限公司棉花研究员王思佳作作了《2022年棉

花市场形势分析》主题报告。报告指出新年度棉花消费预期走弱，库销比上升。6月份北半球纺织用棉处在青黄不接的阶段，新作还在种植，市场主要消耗21/22年度的旧作。目前看棉花消费日渐萎靡，分市场看，欧美终端消费仍在高位，还未见拐头；中国终端消费毫无起色，下游利润亏损持续；东南亚纺织出口仍有韧性，但环比恶化；印度市场棉价高位回落，市场订单惨淡。整体看，全球棉花供应呈现外紧张内宽松，近紧张远宽松的格局，棉花需求呈现外高涨内低迷，近高涨远萎靡的格局。

中国棉纺织行业协会副秘书长、中国棉纺织行业协会原料产业链分会秘书长徐潇源作了《2022年棉纺织市场运行情况》的主题报告。徐秘书长介绍了当前棉纺织行业概况、运行情况、面临形势，以及对市场后期的展望、复工复产调研情况。总体来看，棉纺织行业纺纱及织布装备逐步向自动化、智能化和绿色化方向发展。生产效率不断提升，纱、布产量基本稳定。2021年，棉纺织行业迎来近十年最好年景，纱、布产量同比分别增长10%和6%左右；棉纤维和非棉纤维用量分别较2020年增长17.5%和21.4%，差异化纤维应用更具竞争力。2022年1-4月，设备利用率下降，纱产量处于负增长状态；销售量萎缩，同比降幅明显；内外棉价差波动剧烈，5月份以来平均倒挂5200元/吨左右。企业复工复产方面，6月1日调研显示明显有好转，产能利用率逐步提升，56.5%的企业开台率在90%以上，较5月18日调研增加11.5个百分点。进入5月份之后，疫情防控逐见成效，企业复工复产，

物流陆续恢复，但当前经济存在收紧预期，且纺织行业处于传统淡季，预计短期市场恢复程度有限，重点关注宏观政策和产业链下游企业开停机情况。

论坛环节主要围绕全球宏观经济形势及纺织消费变化、轧花厂双结零压力下的囚徒困境、疫情后纺企复工复产进展及其面临的困难、中国纺企如何应对疫情反复、高棉价与国际竞争以及企业如何利用期货期权规避市场风险等议题进行讨论。

棉花知名专家刘鑫表示，从宏观看全球流动性超预期紧缩，主要经济体经济增速放缓，体现为滞涨，并逐步迈向衰退，棉花作为终端的非必需品受打击比较大。同时全球债务风险若爆发，将带来风险偏好的集中下行。棉花泥沙俱下，当经济由滞涨迈向衰退时，大宗商品下跌将由金融属性驱动为主。若刨掉价格因素，美国消费水平与疫情前持平，欧美消耗储蓄率，加大循环贷，美居民储蓄率创十几年新低，消费驱动力趋弱。纱棉价差在过去一段时间是萎缩的，棉纺消费看稳增长意义不大，下半年会看到欧美的纺服消费显性下滑。若天气不发生大的变化，会看到全球棉花库销比缓步抬升。

新疆利华集团交易研究部总经理刘淼表示，囚徒困境，个人理性抉择导致市场非理性的表现，今年面临的下游需求形势需要对未来的经济、消费形势有一个清晰的判断。若对后市消费信心不足，棉花价格下跌的幅度会大于月间价差基差变化的风险，会面临追保的风险。经历了去年的亏损，高价和高成本是下游不能

承受的，前期经济形势偏暖的时候，由供给端驱动，在未来消费逐步转差，全球经济氛围不是很理想的情况下，市场会不可避免地把交易转向需求端，对未来需求的判断可能不太支持像去年这样非理性的收购行为。

中国棉纺织行业协会总工程师、教授级高工叶戩春指出，协会6月8号召开了企业家的恳谈会，目前企业复工复产有了明显好转，产能利用率逐步提升，56%的企业开工率在90%以上，4月份以后出现了订单的明显下降，产品库存增加，主要经济指标下降较快，预计3季度更加艰难，服装转内销可能加大，人民币贬值利好出口，政府纾困措施也带来利好，RCEP实施，与这些国家的合作利于出口形势，棉花价格倒挂，凸显成本优势，终端纺织品订单逐步转移到了南亚、东南亚，内需同比下降，银行信贷支持不够。目前棉花价格处于高位，产业链传导不顺畅，疫情防控下物流不畅，加上原油上涨等因素，原料成本受到影响，海运成本处于高位，运输成本有所增加，电费为企业除了原料外的第二大成本。

黑牡丹纺织常务副总经理朱蓉萍表示，疫情期间物流是最困难的，目前物流已基本恢复。抛开订单的影响，疫情的影响基本消除了，因为订单的原因，很多纺织厂订单都是比较短缺的，整个二季度情况不是太好。近期常州印染企业的业务全部是下滑的，国内国外呈双降。国外消费下降，内销更加低迷，进口纱目前走货困难，库存高企，订单不足是复工企业面临的最大困难。

孚日集团股份有限公司大宗物资采购部经理鹿秀丽表示，现在企业面临的困难是关税、海运费、高棉价，出口美国市场关税9.6%，另外还额外征收7.5%的关税，价格竞争力会弱一些，运费也大幅增加，虽然是买方承担，但最终算在终端产品的价格里，影响比较大；欧盟国家的关税是12%，但竞争对手印度是9%，土耳其、巴基斯坦、孟加拉等出口0关税，运费比中国也低一些。欧美国家的订单采购不是特别积极，一部分是船期不稳定，另一部分是欧美国家本土消费下降，库存增加。日本市场之前是7.4%的关税，现在加入RCEP后降至6.5%，竞争对手依然是0关税，运费也有所增长。棉花一年时间涨了65%，终端产品毛巾提了12%，不能覆盖高棉价带来的成本损失。综合算下来，中国市场能承受18500元/吨的棉花价格，欧洲市场能承受19500元/吨的棉花价格。目前看日本市场5月份的订单也是增长的，欧美市场下降的比较严重，电商销售也很难赚钱。

河南同舟棉业有限公司总裁黄红雨表示，棉花每一次的大涨大跌都会有一些企业出问题，如果没有预案去管理好企业，风险是不可想象的。管理好风险，首先是对大势的判断，这是核心；第二企业的定位，风险管理的各种措施要与企业相匹配；第三是知行合一。我们要对市场有敬畏之心，在风控上要保持定力，操作要专业化。