

2017-2018

中国纺织服装行业 社会责任年度报告



2017-2018
中国纺织服装行业社会责任年度报告

第一部分

2017 年度中国纺织服装行业发展状况 及其对行业社会责任建设的影响

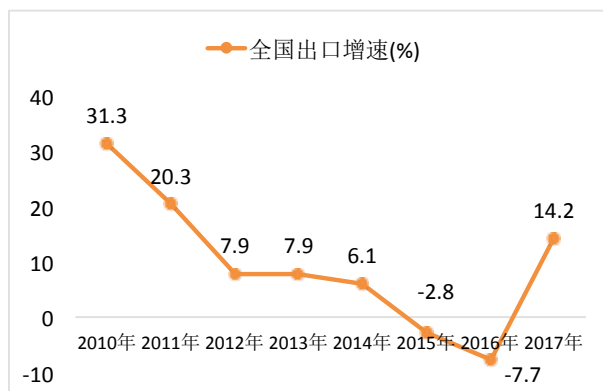
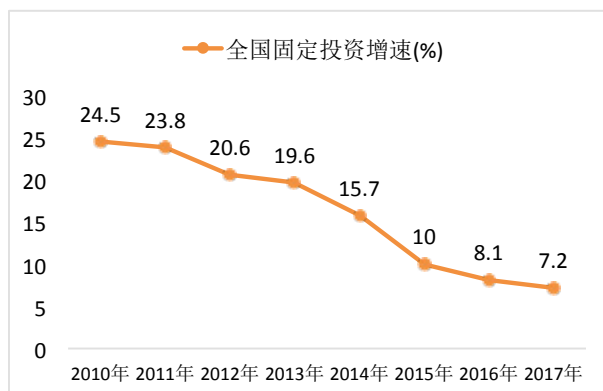
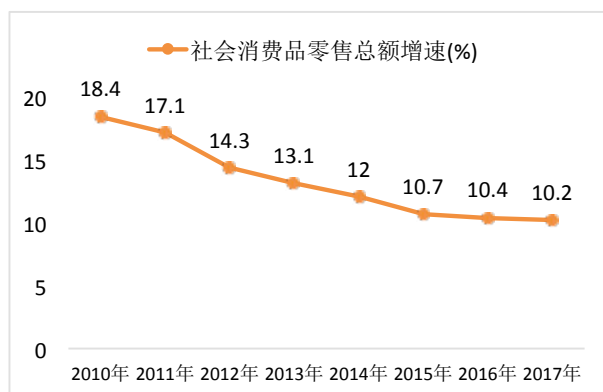
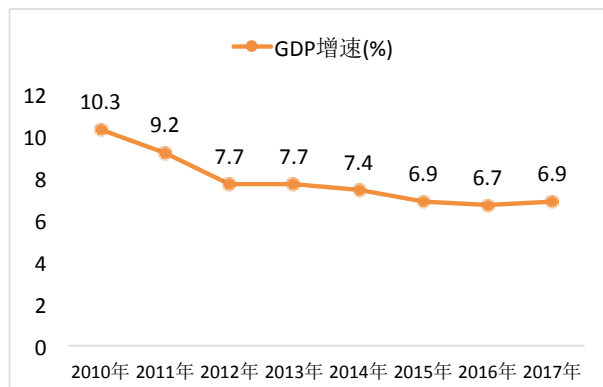




2017 年度 中国纺织服装行业 发展状况

1. 我国经济增长速度平稳

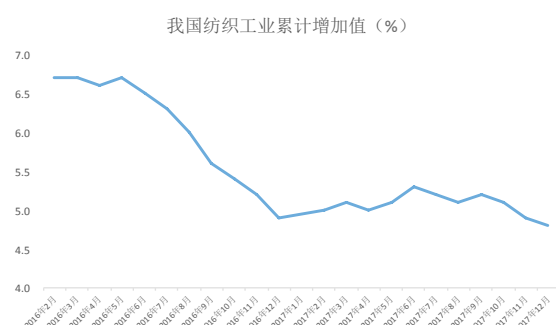
2017 年，我国经济增长速度平稳，全年国内生产总值增速为 6.9%，较去年有所提升，国内生产总值年首次站上 80 万亿元的历史新台阶。自 1978 年改革开放以来，我国经济发展方式转变和经济结构调整取得重大进展，国内生产总值按不变价计算比 1978 年增长 33.5 倍，远高于同期世界经济 2.9% 左右的年均增速。



数据来源：中国纺织工业联合会产业经济研究院、
国家统计局综合司

2. 纺织工业增速趋稳

我国纺织工业增加值增速 2016 年从 2 月的 6.7% 逐步放缓至 12 月的 4.9%，进入 2017 年后，增速逐渐趋稳，2017 年全年达到 4.8%。我国纺织工业发展基本从换挡期过渡到平滑期。

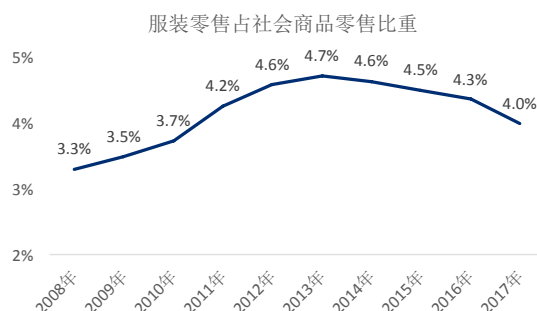


2017 年 11 月纺织行业增加值

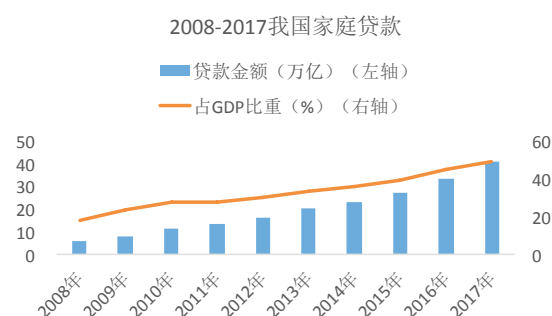
增加值增速 (%)	
工业	6.6
制造业	7.2
纺织行业	4.9
家纺	9.3
产业用	3.9
服装	6.0
化纤	5.4

3. 纺织服装行业内需平稳增长

2013 年，我国服装鞋帽、针纺织品零售占社会商品零售占比达到顶峰 4.7%，其后比重持续下降至 2017 年的 4.0%。

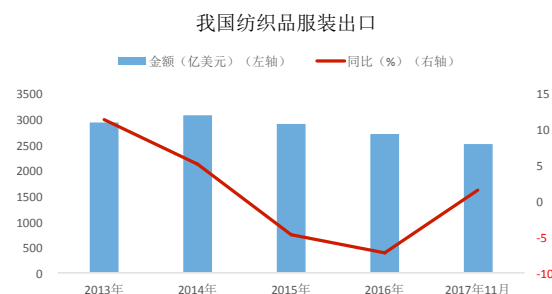


我国家庭贷款金额从 2008 年的 5.7 万亿元持续增长至 2017 年的 40.5 亿元，占 GDP 的比重从 2008 年的 17.9% 持续增长至 49%。贷款大幅增长一定程度挤压对衣着类消费支出。

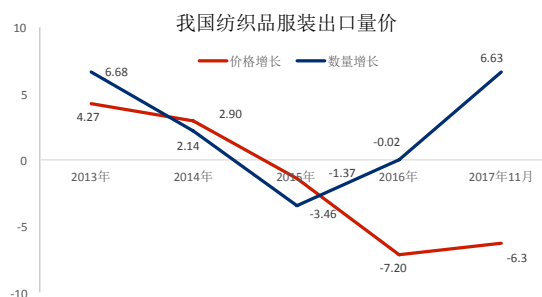


4. 纺织服装行业外需市场回暖

2017 年我国纺织品服装出口 2669.5 亿美元，同比增长 1.53%，扭转两年的负增长。外需市场回暖显著。



在出口纺织品服装的量价关系中，总体呈现量增价减，主要依靠数量拉动。2017 年 1-11 月我国纺织品服装出口数量同比增长 6.63%，扭转两年数量负增长；出口价格降幅收窄至 -6.3%。



数据来源：中国纺织工业联合会产业经济研究院



2017 国内外发展 形势对行业社会责任 建设产生的影响

2017 年，行业社会责任与可持续发展生态呈现出新变化与新特征，它们共同塑造了行业社会责任与可持续发展生态，从根本上决定了行业企业社会责任工作的方向和重点。

6

1. 国内发展环境挑战与机遇并存

农民工依然是我国纺织服装行业劳动力的主力军，近几年，农民工就近从业的势头不减，东南沿海企业招工难问题继续存在。

对于纺织服装行业来说，目前劳动力市场灵活度有余，然而保护性不足，企业需提前预测到新法的变化方向，重点应对农民工在签订劳动合同、工作时间、社会保险等方面的变化。

行业社会责任新议题新挑战也始发迹象，例如行业性别结构调整，传统工人与新技术工人的能力提升问题等，都是企业劳工责任的具体变化。

输出地和输入地农民工的区域分布

单位：万人、%

	2016 年	2017 年	增量	增速
按输出地分：				
东部地区	10400	10430	30	0.3
中部地区	9279	9450	171	1.8
西部地区	7563	7814	251	3.3
东北地区	929	958	29	3.1
按输入地分：				
在东部地区	15960	15993	33	0.2
在中部地区	5746	5912	166	2.9
在西部地区	5484	5754	270	4.9
在东北地区	904	914	10	1.1
在其他地区	77	79	2	2.6

注：其他地区指港、澳、台及国外。

2. 行业发展主体力量与新特征涌现

行业企业通过品牌并购、海外布局等策略谋求快速发展，同时，在这个过程中对企业更多的社会责任规范和制约因素将参与到行业发展中并成为价值要求，短期来看或将对企业形成履责挑战，但最终或许有助于推动行业责任顽疾的解决，并从整体上带动行业责任发展水平。

2.1 企业品牌发展新思路，海外并购合规责任早留意。

2008 年雅戈尔并购美国品牌被喻为“中国服装品牌海外并购第一案”，截止目前已出现大量企业海外并购的案例。

需要注意的是，企业通过海外收购提升品牌影响力，同时企业合规管理范围也相应扩大。海外并购品牌的同时也“收购”了相应的合规责任，企业在对品牌的合规管理中应考虑到消费市场的社会文化特征、当地知识产权法规、当地社会组织的期望和影响力、企业跨文化管理等，这些均是当前海外并购企业的意识和能力薄弱环节，建议相关企业在收购前开展社会与环境影响尽职调查，纳入到企业社会责任管理范围中。

序号	企业名称	品牌强度	品牌价值(亿元)
1	安踏体育用品有限公司	924	262.30
2	济宁如意投资有限公司	955	231.76
3	波司登股份有限公司	940	204.07
4	山东魏桥创业集团有限公司	922	200.51
5	江苏阳光集团有限公司	932	200.34
6	雅戈尔集团股份有限公司	908	193.52
7	裕元工业(集团)有限公司	796	163.91
8	宁波申洲针织有限公司	942	125.45
9	浙江洁丽雅纺织集团有限公司	963	105.45
10	海澜之家股份有限公司	831	93.53

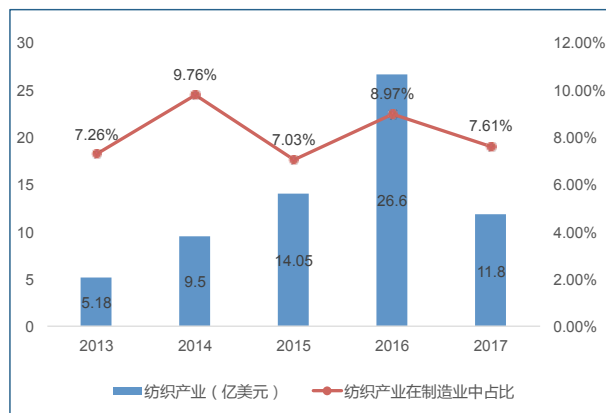
注：来自经济日报社、中国品牌建设促进会等发布的
2018 纺织服装品牌价值榜单

2.2 企业对外投资社会责任风险防范

中国企业在海外投资分布超过 100 多个国家和地区，涵盖东南亚、北美、欧洲、澳洲、非洲等重点区域。

从社会责任的角度来看，对外投资中风险防范与管理至关重要。2017 年 5 月，环保部、外交部、发改委、商务部联合发布《关于推进绿色“一带一路”建设的指导意见》，着重提出要制定落实一系列风险防范政策和措施。对外投资企业需意识到，成本要求较低的国家和地区往往也是政府治理能力欠缺、劳工权益保障不足、腐败盛行、环境管制能力较差等高风险区域，企业往往需要承担更多更复杂的社会责任，这要求企业建立与升级社会责任管理体系，重新定义管理范围，将所在国国家法律法规、行业标准与倡议、利益相关方要求等融入到管理体系中，避免和减缓跨国经营风险。

2013-2017 年中国纺织工业对外投资情况



2013 至 2017 年前三季度，中国纺织业对“一带一路”沿线的总投资额为 54.94 亿美元，占同期纺织业对全球投资总额的 84.71%。

来源：中国纺织工业联合会产业经济研究院

3. 全球供应链新要求与国际品牌政策走向

国际品牌逐渐重塑供应链管理方案，链式效应将显露。

大型跨国公司的可持续承诺将通过改变它们的供应商选择和评估政策进而重塑它们铺设在全球范围的供应链格局。

3.1 供应链可追溯

国际品牌发布的 2017 社会责任报告显示品牌对供应商原料和产品可追溯审核有所强调，制造型企业需留意加强原料和产品的跨级可追溯能力，同时发挥影响力提升上游供应商的履责能力。

3.2 提升透明度

可持续消费对产业链的要求是需要企业传递更多产品生命周期信息给消费者。下游企业将通过搭建在线信息等方式为产品生命周期信息化和数据化提供条件。

3.3 重视负责任原材料

下游品牌对原材料的要求更加强调原料源头对社会和环境的影响，表现为越来越多的下游品牌要求供应商采购和使用通过可持续认证的原料，例如可持续羊毛、棉花等，企业可提前做好供应链管理、成本收益核算、市场营销方案等。



4. 国内外公民社会监督压力

全球公民社会与媒体的舆论压力始终是评论商业的监督力量。公民社会的监督虽不具有法律法规的强制效力，但或许一篇商业曝光报告便将企业的声誉和商机置于十分被动的境地，企业应前瞻性的监测与追踪国内外相关社会组织和媒体的倡导和要求，并开通与外部沟通的渠道。



加拿大环境保护组织 Canopy 关注来自濒危森林的纤维，要求企业降低人造纤维包括黏胶纤维对全球古老濒危森林的负面影响。这意味着行业上游黏胶纤维生产商和加工厂需建立相关原料的供应链追溯机制、监管链等管理措施。



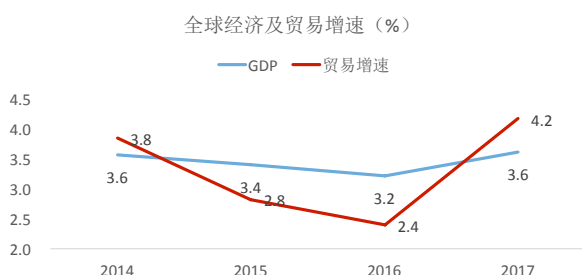
绿色和平组织（Green Peace）要求户外品牌加强全氟化合物（PFCs）等有毒有害化学品管控和环保面料开发，这些要求会传导到位于国内的纺织和服装加工企业，据悉已有一些企业采取绿色技术和工艺的行动来满足趋势要求。



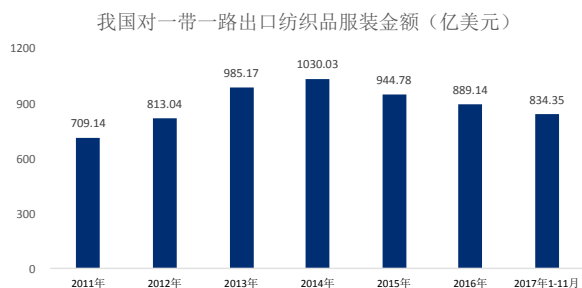
与此同时，近年来国内社会组织也更加深入的参与社会治理，企业同样需关注国内社会组织的要求，必要时与相关社会组织对话与合作，避免舆论对企业声誉、资本市场表现、贸易客户等产生消极影响。

5. 国际经济与贸易投资形势复杂化

2017 年，全球经济增长 3.6%，较上年提升 0.4 个百分点，全球四分之三国家经济实现正增长，呈现复苏共振局面；市场需求回暖带动经济复苏态势日益稳健明朗。



2017 年 1-11 月，我国对一带一路出口纺织品服装 834.35 亿美元，同比增长 3.11%，扭转两年负增长。对其出口的前五大市场是越南、俄罗斯、菲律宾、孟加拉及阿联酋，对其合计出口 353.4 亿美元，占对一带一路出口纺织品服装的 42.4%。



数据来源：中国纺织工业联合会产业经济研究院

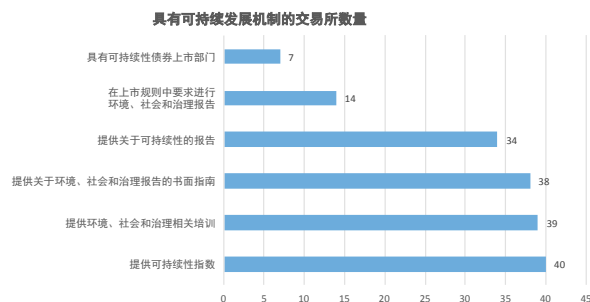
与全球贸易形势形成鲜明对比的是，2017 年全球外国直接投资流量减少了 23%，降至 1.43 万亿美元。许多国家继续开展旨在吸引外国直接投资的政策努力。

与此同时，社会责任和可持续发展成为影响投资的新政策要素。自 2012 年以来，已有 150 多个国家采取步骤制定以可持续发展为导向的国际投资协定，这被联合国贸发会议称为是“国际投资协定改革”。

这意味着，除了国家安全、敏感行业保护等，社会责任与可持续发展已成为加强对外来投资监管和限制的新手段，当前投资者应尤其留意这些新规则和新程序。

资料来源：联合国贸发会议，可持续证券交易所倡议数据库

目前有 54 家证券交易所至少具备一项促进企业环境、社会和治理实践的机制（如下图）。资本市场在投资链中发挥着关键作用，这条投资链最终为跨国企业及其国际活动提供资金，与可持续发展有关的市场创新继续吸引着组合投资者的兴趣。



资料来源：联合国贸易和发展会议《世界投资报告 2018》

2017-2018
中国纺织服装行业社会责任年度报告

第二部分

2017 年度中国纺织服装行业 社会责任建设状况





行业社会责任 报告与年会

中国纺织工业协会自 2006 年发布了首份行业社会责任年度报告，开创了中国非企业组织发布社会责任报告的先河。2017 年 9 月，中纺联发布了第 12 份行业社会责任年报，这是中国这是 ISO26000 所倡导的企业以外组织的社会责任在中国最早、最长期的制度化实践。

2017 年 9 月，“2017 年度中国纺织服装行业社会责任年会”在 2017 国际服装服饰博览会秋季展会可持续发展专区召开。会上发布了《“中国纺织服装企业海外投资的社会责任的现状和风险调研报告”及《中国纺织服装企业海外投资的社会责任实施指南》。同时，中纺联“碳管理创新 2020 行动·碳排放计量平台”正式发布。

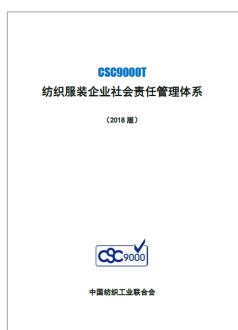




社会责任专题研究和能力建设

1. 社会责任专题研究

2017 年 12 月，CSC9000T（2018 版）正式发布。本版 CSC9000T 是 2005 年首次发布以来的第三版，以中国纺织服装行业“科技、时尚、绿色”的新定位以及顺应“一带一路”倡议致力海外拓展等发展趋势为现实依据，吸纳了过去十余年实施进程中累积的经验，以及国际、国内社会责任和可持续发展领域的新近发展和良好实践，在确保行业针对性和适用性的基础上适当增加了行为准则的要求和适用范围，并更加强调主动性的管理尽责。



2017 年 5 月，《2017 中国企业海外可持续发展报告：助力“一带一路”地区实现 2030 年可持续发展议程》在“一带一路”峰会上发布。这是联合国和中国政府部门合作首次桥接联合国可持续发展目标与“一带一路”倡议的研究报告，受到了国内外极大的关注。受联合国开发计划署、国资委和商务部的委托，中纺联专家承担了该报告的研究和撰写工作。



2. 社会责任能力建设

2017 年，由中纺联和倡议商界遵守社会责任组织（BSCI）联合举办了 5 场“体面劳动时间和合理报酬”培训。来自纺织、服装、轻工等行业的约 200 名企业代表参加了培训。该培训旨在为 BSCI 的中国供应商开展社会责任意识提升和能力建设，帮助供企业了解他们在改进社会责任表现方面应达到的要求。



14

2017 年，中纺联发起“促进纺织行业社会责任和性别平等项目”项目，旨在深化性别平等的国家相关政策，推动整个纺织行业的女性平等就业。项目以集中培训和间接培训为主要形式，辅以实地访问、观摩指导等形式，全面提升参与企业的人力资源管理和社会责任管理得到改善。项目 2017 年启动，分别在湖北和福建省的 6 家试点企业开展了基线调研、高管培训和女工委员培训，获得良好反馈。

为了解决在品牌企业对如何开展供应链社会责任战略和体系建设的困惑，指导制造企业形成高效、信任的伙伴关系，最终制约供应链效率的提升。中国纺织工业联合会社会责任办公室与虎门镇服装服饰产业管理委员会于 2017 年 8 月 24 日在虎门举办了“供应链管理与企业可持续发展”培训交流会，来自虎门、广州、深圳、厦门等地区近 70 家企业参与培训。





多利益相关方合作

1. 全价值链责任共建

2017 年，中纺联和 GIZ 开展实施“亚洲纺织服装行业区域治理”合作项目，该项目基于 2016 年中纺联与孟加拉、柬埔寨、缅甸、越南和巴基斯坦以及中国六国八个行业组织签署的《亚洲纺织服装行业负责任供应链区域合作治理宣言》，促进上述区域行业的可持续发展。在 2017 年，项目在在孟、缅、柬召开了区域治理圆桌会议、对孟、缅、越三国中资企业开展了调研、完成了“亚洲纺织服装行业区域合作治理”信息共享平台的开发建设，正式上线，此外，《中国纺织服装行业负责任海外投资指南》的大纲规划草案成形。



2017 年月，社会责任体系合作中国顾问委员会（MAC）召开第十次会议。会议进行了对 MAC 议题的案例研究和近期社会责任热点的分析。MAC 是由中国纺织工业联合会 (CNTAC)、美国社会责任国际组织（SAI）、欧洲倡议商界遵守社会责任组织（BSCI）、美国国际社会责任认证组织（WRAP）以及荷兰合禾众基金会（Solidaridad）、道德数据交换（Sedex）联合发起，旨在联合各有关利益相关方，促进各社会责任标准和体系在社会责任领域的对话和共识，加强体系间的融合与合作，以推动各个社会责任标准体系成为在工厂层面实现更有效改善的工具。



2. 地区可持续发展合作

2017年5月6日，国际可持续时尚品牌采购沙龙暨国际快时尚品牌采购对接会在亚洲交易规模最大的轻纺市场——浙江省绍兴市柯桥区举行。120余位企业代表参加本次会议。对接会为把脉国际可持续时尚趋势，为供应链合作伙伴搭建高效对接平台，供应链各方代表进行深入对话和沟通，深化了对可持续时尚的认识，为时尚产业指引可持续发展之路。

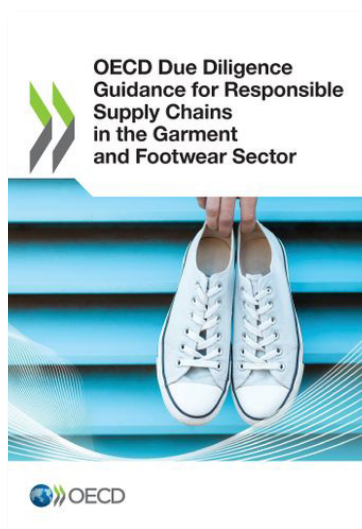


2017年11月，中纺联社责办联合虎门镇政府、虎门服装服饰产业管理委员会在中国（虎门）国际服装交易会期间举办“可持续时尚展廊”。这是我国地方展会上首个可持续时尚展，虎门的十大服装品牌均参与活动，通过自身社会责任的发展历程，展示了成长中的中国品牌对社会责任的理解：创建责任品牌不仅要交付优质产品，同时要传递积极的社会价值，这是引领新时代产业升级发展的重要途径。



3. 跨行业责任拓展

经过历时两年的起草，由经合组织（OECD）主持制定的《鞋服行业负责任供应链尽责指南》于2017年2月8日在巴黎正式发布。中纺联专家作为非OECD国家的行业代表和供应商国家的行业代表参与了该《指南》的顾问委员会，与全球行业专家一起支持经合组织完成了《指南》的制定。在《指南》发布后，中纺联还协助经合组织完成了其中文版的译制工作。2017年中期，经合组织开始为所有行业开发尽责指南（Due Diligence Guidance），中纺联专家再次受邀加入顾问专家委员会支持该文件的开发。





2017 年 10 月 23 日，在越南胡志明市举办的“第十届天然橡胶生产国协会年会”上，中国五矿化工进出口商会正式对外发布了《可持续天然橡胶指南》。该《指南》是中英政府间可持续发展合作框架下的重要成果，历时 4 年编制完成，旨在指导天然橡胶投资、种植与经营的企业识别、防范和管理在经营过程中遇到的经济、社会和环境风险，提高可持续治理能力。该《指南》是全球天然橡胶领域第一部内容全面，且基于风险视角的指南，填补了天然橡胶种植、加工领域无可持续发展标准的空白。中国纺织工业联合会专家作为起草组组长与国内外专家一起历史一年完成了该《指南》的开发。

4. 多方对话和参与

2017 年 11 月，年在外交部、商务部和国资委的支持下，中纺联在第六届“联合国工商业与人权”论坛上成功组织了题为“负责任投资与可持续供应链：中国业界的人权尽责实践”的中国专场，中纺联和中国纺织行业企业代表在论坛上介绍了行业和企业促进企业尊重人权的责任的机制和实践。此次专场会议既是联合国人权体系举办的第一个国别性质的工商业与人权会议，也是联合国历史上第一次关于中国业界人权实践的专门会议，来自世界各地的政府、企业和社会组织代表共 300 余人参加了此次中国专场会议。



四

可持续发展 创新先锋项目

1. 化学品管理创新 2020 行动

能力建设：2017 年，在全国 5 个省区的重点纺织集聚地展开 9 场次的绿色发展及化学品管理全面培训，就化学品管理的新标准、新技术、新政策、新工具等方面为行业 900 余名企业专业技术人员提升能力，促进行业绿色发展及从业人员基础能力提升。

一：化学品信息上游供应商传递至下游客户

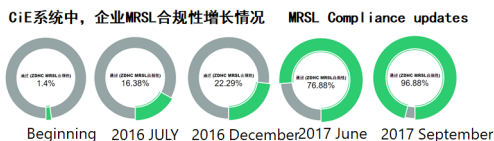


二：下游客户反馈化学品信息，追溯上游供应商



双向的交互过程，确保系统内化学品信息：透明，正确，实时传递，且可溯源

信息共享：截至 2017 年 12 月，CiE 化学品改进信息交换系统注册用户超 100 家企业，其中包括 30 余家纺织印染企业，192 余家纺织化学品企业和 2 家采购集团提供线上信息交换平台，注册化学品信息 1 万余支，并帮助 19 家企业实现化学品管控的快速改进。



利益相关方沟通：6 月，在中日环保高级别圆桌对话会上，环保部绿色消费与绿色供应链联盟成立，中国纺织工业联合会社会责任办公室、中国纺织信息中心、纺织供应链绿色制造产业创新联盟成为创始会员；10 月，中纺联连续 5 年召开行业绿色制造大会，与有害化学物质零排放组织 ZDHC 搭建纺织产业各级利益相关方沟通渠道；11 月，在第七届中日韩纤维产业合作会议上，中国纺织工业联合会社会责任办公室做了关于纤维产业所面临的环境与安全问题的报告；12 月，联合会社责办参加中国代表团参加 UNEP 在巴西巴西利亚举办的国际化学品战略 SICAM 巴西年会；12 月，中纺联社责办随中国环保部访问瑞典化学品管理局，专题交流纺织品的化学品信息交换问题。



2. 可持续时尚

10月11日至13日，中国纺织工业联合会、东方国际集团有限公司、京东公益将共同在上海开启“2017 可持续时尚周”。在C&A，可口可乐中国，北京汽车，东方国际集团，如意屋，京东公益，C-team，Coloro，德福伦，patagonia，李宁，H&M，WWF，Textex，ZARA，FTC，FTA，海恩斯坦，达利中国等机构的支持的可持续时尚周现场，消费者可以见到用纺织品做成的汽车和用再生纤维、有机面料生产的服装，参加时尚创新与可持续消费论坛等一系列活动，从衣、食、住、行各个方面，全面感受“可持续”的生产与消费。



3. 气候变化与碳管理

2018年10月12日2017中国纺织服装行业社会责任年会上，发布纺织行业碳管理创新2020行动，旨在推动实现纺织工业十三五“推动纺织工业节能减排，发展低碳、绿色、循环纺织经济以推动行业转型升级”的绿色发展目标，纺织行业单位工业增加值能耗要实现累计下降18%。



五

社区发展和社会参与

2017 年是中纺联按照上级有关部门的要求和部署搬出北京市东长安街 12 号后的第一年，这一年中，中纺联人分散在多达 14 个地点进行办公。为了凝心聚力，加强团队建设，中纺联党委、工会、团委开展一系列活动，始终让中纺联人“在一起，向前进”，例如举办职工健步走、健身活动、三人制篮球比赛等；同时，为了宣贯中纺联的文化理念，特别成立了“中纺联职工书画联谊社”和“中纺联职工运动健身社”，还举办了“纺织一家人”之“我的爸爸妈妈”儿童画展活动，共征集到 20 位职工子女的 30 余幅画作。

为了开展儿童防性侵教育，中纺联下属中国纺织信息中心女童保护小组在 2017 年开展培训活动，全年共为北京、河北、重庆等地小学的 995 名学生、100 多位家长普及防范性侵害的知识。2017 年 12 月，志愿者队伍又有 10 名女性员工加入女童保护小组，充分体现出信息中心“以爱的精神承担责任”的社会责任和对社会的贡献。



2017-2018
中国纺织服装行业社会责任年度报告

第三部分

中国西部手工地毯行业的生产、市场现状 及其社会影响





中国的手工地毯是地毯产品中非常独特的一个品类，在历史上具有很高的艺术价值和市场流通性。为了了解中国西部省份手工地毯产业近年来的发展现状、生产和市场状况，以及社会影响，中国纺织工业联合会社会责任办公室在 2016 年开展了一项调研，并于 2018 年初正式发布调研报告。

此项调研涉及河南、甘肃、青海、新疆、西藏、四川等手工地毯的主要产地，项目组走访了地毯生产企业 23 家，并对企业管理者、员工，以及当地政府部门和专业协会开展访谈。主要采用的调研方法是调查问卷为主，单独访谈和座谈会为辅。共计收回有效问卷 75 份，访谈 47 人。



调研发现

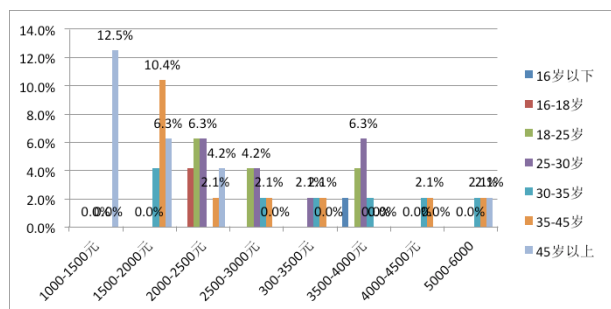
1. 手工地毯行业概况

现阶段，我国手工地毯的产业布局，以中部地区机织地毯和手工地毯同步发展、西部地区以手工地毯、东部地区以机织地毯为主。调研发现，手工地毯产业的生产规模和发展水平并不均衡，且处于逐渐萎缩的趋势。

调研地	产品类型
北京	宫毯
河南南阳	手工真丝地毯、手工丝毛毯、机织人丝地毯等
甘肃天水	手工真丝地毯、真丝挂毯、手工羊毛地毯
新疆和田	手工羊毛地毯、挂毯
青海西宁	手工藏毯、机织羊毛地毯
西藏拉萨、日喀则、山南	手工藏毯、机织羊毛地毯
四川阆中	手工真丝地毯

2. 从业人员分析

企业被访者包括织毯、洗毯、包装、销售等部门的员工，女性多于男性，占到 69.4%；学历以为初中、高中为主；受访者中从业 1-2 年的及从业 10 年以上的比例较高。被访者的月收入，月入 1500-2000 元和 2000-2500 元的比例较高，分别为 20.8% 和 22.9%，3500-4000 和 2500-3000 元的分别占 14.6% 和 12.5%；大多数人（80.8%）每月工作在 10-26 天不等；约 47.9% 的受访者每天工作 8 小时以下；约 60% 的加班者每周加班 5 小时以下。这也可以反映出，尽管多劳多得，但大多数从业人员并非一味依靠延长工作时间来获得报酬，其劳动时间和加班时间符合国家劳动法律的要求。42.6% 的受访者认为“工资和工作量对等”，其中 45 岁以上的人对工资的满意度最高。对于“您如何看待地毯行业？”的问题，74.3% 认为有前途。



3. 手工地毯行业面临的发展挑战

劳动力成本问题：对于手工地毯，除原材料以外，人工成本占成本比例最大，劳动力价格的上涨对地毯业的影响要远大于纺织、电子等行业。

就业偏好：当前，技术要求低、劳动强度小的第三产业的吸引力，要远远大于单调枯燥的地毯编织工作，这使本来劳动力逐步减少的形势更加恶劣。

技艺传承：和很多传统手工艺一样，手工地毯的技艺也面临着后继无人的危险。

消费观念：人们普遍认为地毯价格昂贵、不便于打理而敬而远之。这也是中国手工地毯在国内家庭消费领域萎缩的一个原因。

机织地毯及仿品的冲击：机织地毯生产效率高、产量大、价格低。而一些不法商人用拼接手段将机织地毯伪造成手工地毯，也给手工地毯带来了冲击。

税收：手工行业对于人工成本非常敏感，税收挤压了企业的利润空间，是影响地毯定价的重要因素。

行业标准：目前行业标准基本实现了产品全覆盖，能满足目前生产、检测需要。但在生产中，却存在着标准无人监督落实的问题。

4. 手工地毯行业的发展机遇

抓住“双创”契机，发展手工地毯产业。大力推动双创，既可以扩大就业、增加居民收入，又有利于促进社会纵向流动和公平正义，为传统手工业带来新的发展契机。

振兴手工地毯，促进民族文化复兴。传统手工业品仍然能显现出生命力，要借助于各中心技术和新手段，才能更加准确的挖掘传统文化的市场需求，并让世界分享中国的光辉历史和灿烂文化。

新消费人群的出现，促进手工地毯行业的升级。通过结合现代因素，来呈现出传统文化内核，传统手工业者还需更进一步研究消费习惯和消费心理，来创造出契合他们需求的产品。



24

主要建议

政府 + 企业：落实供给侧改革，调整产业定位。在供给侧改革的背景下，手工地毯行业需重新考虑产业定位和转型的问题，突破一系列制约性因素。

行业 + 企业：促进产品生产标准化、实施产品原产地保护政策。行业组织应深入推广实施标准化战略，实现产业的跨跃式发展。并进一步规范市场秩序、推动地理标志产品认定，促进手工地毯行业有序健康发展。

政府 + 社会：落实精准扶贫政策、鼓励农民工返乡创业，促进传统文化传承。结合产业转移和推进新型城镇化的实际需要，制定更加优惠的政策措施，加大对农民工等人员返乡创业的支持力度。



2017-2018
中国纺织服装行业社会责任年度报告

第四部分
2018-2019 年度
中国纺织服装行业社会责任建设规划



一

CSC9000T 的 会员制实施

完成升级开发的新版 C9000T 管理体系吸收了可持续发展管理体系领域最新发展和最佳实践经验，具备了更广泛的适用性和更强的实用性。2018 年开始，CSC9000T 的会员制实施应用将在全行业展开。CSC9000T 会员资格将定位于“全球和中国纺织服装行业优秀与先锋企业的可持续发展联盟”，并为会员企业提供更多增值服务，更全面的行业社会责任和可持续发展管理权和参与权，以及更深层次的全球负责任纺织服装供应链影响力。

26

二

海外企业 社会责任建设

从 2018 年开始，行业海外企业的社会责任工作将步入深水区。这一工作将以南亚和非洲为主要落脚点，并以协助中资企业增加防范风险的能力为主要工作方向。具体工作内容包括开发《中国纺织服装行业负责任投资指南》和《纺织服装行业尽责管理指引》，在海外中资纺织服装企业中推广 CSC9000T，向中资企业提供针对性的培训和咨询，以及支持和协助在投资东道国和地区建立的中资纺织服装企业的商协会组织建立有关企业社会责任和可持续发展的工作方案等。

三

持续推进 绿色环保项目

化学品创新管理 2020 行动纲要计划在 2020 年实现 10 万支化学品合规信息的检索和应用，为纺织行业有害化学物质的消除和替代和绿色化学品应用的提供技术解决方案。预计将有 200 家纺织化学品厂商和 500 家纺织印染企业加入 CiE 系统，提升中国纺织服装行业的化学品使用及管理水平。同时将上线气候变化与碳排放管理平台与水风险管理平台，全面推动纺织行业环境治理与信息披露。

四

全方位多利益 相关方合作

中国纺织服装行业的社会责任工作将继续坚持多利益相关方合作的基本方法，致力于改善各个机构履责的能力以及整体履责环境的改善。为此，我们将继续加强与有关中央和地方政府部门、国内外社会责任标准和倡议机构、研究和智库机构、国际组织、非政府组织，以及其它行业组织在社会责任和可持续发展领域的合作和对话，并致力于孵化新的合作机制和机会。

