

第97届广交会安徽交易团工作总结

作者：小六 来源：网友投稿

本文原地址：<https://xiaorob.com/fanwen/zongjie/4627.html>

ECMS帝国之家，为帝国cms加油！

安徽省副省长文海英批示：祝贺你们取得好成绩。这是你们辛勤工作、奋力拼搏的结果。希望今年外贸进出口方面能有新突破。

安徽省商务厅厅长王福宏批示：领导有力，组织严密，服务到位，成绩突出，应予充分肯定。所提建议对工作也有指导意义。第97届广交会安徽交易团工作总结

第97届广交会于2006年4月30日落下帷幕。据大会业务统计，本届广交会共有来自210个国家和地区的19.5万名采购商到会，比上届增加16.4%；本届广交会成交总额累计达292.3亿美元，比去年春交会增长19.3%。

在厅领导的正确指导下，经过全团上下共同努力，第97届广交会安徽省交易团取得了骄人的成绩。累计成交额达6.08亿美元，比去年春交会增长29.4%，高于大会平均增幅10.1个百分点，成交额居全国各省市第九名，创历届新高。现将第97届广交会安徽省交易团工作情况总结如下：

一、安徽省交易团组团情况

本届广交会安徽省参展企业274家，比去年秋交会多11家。其中市属企业236家，占参展企业家数的86.1%；省属企业38家，占13.9%。外贸企业111家，占40.5%；生产企业163家，占59.5%。正式代表2225人，临时参展人员4700人/天。安徽省共有各类展位756.5个，比去年秋交会多7个，占大会展位总数的2.73%。其中分配性展位227个，占总展位数的30%；保证性展位126个，招展性展位403.5个，保证性和招展性展位合计占总展位数的70%。

二、安徽省交易团成交情况

本届广交会，安徽省交易团出口成交6.08亿美元，同比去年春交会增长29.4%，高于大会平均增幅10.1个百分点。成交额居各省市交易团第九位，占大会成交总额的2.1%。成交的主要特点有：

（一）亚、欧、美仍为主销市场，对非洲成交大幅增长

累计成交额中对亚洲成交22499万美元，占37%，比去年春交会增长23.3%，其中对日本成交1558万美元，占2.6%。对欧洲成交20064万美元，占33%，比去年春交会增长37.5%，其中对欧盟成交18760万美元，占30.8%。对美洲成交11730万美元，占19.3%，比去年春交会增长21.7%，其中对美国成交7738万美元，占12.7%。亚、欧、美三洲成交占安徽省总成交额的89.3%。对非洲成交5446万美元，占9%，比去年春交会增长近7倍。对大洋洲成交1099万美元，占1.8%，去年春交会下降15.

7%。

（二）生产型、私营、外商投资企业成交占比上升

生产型企业成交27218万美元，占44.5%，比去年春交会提高7.5个百分点；贸易型企业成交32620万美元，占53.6%，比去年春交会下降6.3个百分点；国有企业成交44470万美元，占73.1%，比去年春交会下降8.7个百分点；私营企业成交11059万美元，占18.2%，比去年春交会提高5个百分点；外商投资企业成交4362万美元，占7.2%，比去年春交会提高5.1个百分点。

成交额超过1000万美元的企业有：美菱股份6050万美元、省安迈达4191万美元、省技术3391万美元、省轻工1998万美元、扬子空调1835万美元、省外贸发展1542万美元、丰原生化1489万美元、省工艺贸易1433万美元、省徽商股份1415万美元、省安粮股份1374万美元、省服装1356万美元、省五矿1143万美元、荣事达冰箱1050万美元、中天印染1021万美元。

（三）成交商品结构进一步优化

机电产品成交29702美元，占48.8%，比去年春交会提高7.3个百分点。家电及消费类电子产品成交15503万美元，占25.5%，比去年春交会提高4.8个百分点。纺织品成交5927万美元，占9.7%，比去年春交会下降4.9个百分点。服装成交4640万美元，占7.6%，比去年春交会下降2.1个百分点。家居用品成交4479万美元，占7.4%，比去年春交会下降0.1个百分点。电子电工产品成交4130万美元，占6.8%，比去年春交会下降0.2个百分点。运输工具成交3292万美元，占5.4%，比去年春交会提高0.4个百分点。化工产品成交2683万美元，占4.4%，比去年春交会提高0.8个百分点。机械及设备成交2148万美元，占3.5%，比去年春交会提高2.2个百分点。办公文具成交2028万美元，占3.3%，比去年春交会下降0.1个百分点。农产品成交1935万美元，占3.2%，比去年春交会下降1.1个百分点。五金类成交1576万美元，占2.6%，比去年春交会提高0.8个百分点。计算机及通信类产品成交1146万美元，占1.9%，比去年春交会下降0.3个百分点。

成交额超过1000万美元的商品有：纺织品5927万美元、电冰箱5112万美元、服装4640万美元、洗衣机2612万美元、电视机2525万美元、空调器2125万美元、汽车零件1705万美元、玩具1646万美元、鞋类1409万美元、地毯1396万美元、灯具1330万美元、办公用品1228万美元、羽绒制品1168万美元、箱包1153万美元。

（四）品牌产品成交效果明显趋好

本届交易会共设有品牌展位3360个，占大会展位总数的12%，其中安徽省拥有各类品牌展位126个，占全省展位总数的16.6%。本届交易会安徽省品牌展位成交额达15195.3万美元，占全省总成交额的25%；平均每个品牌展位成交额为120.6万美元，比一般展位平均成交额（74.4万美元）多46.2万美元，品牌展位成交效果明显好于一般展位。品牌展位成交额较大的企业有：美菱电冰箱成交6050万美元、省技术进出口公司的TECHOME家电摊位成交1200万美元、荣事达洗衣机成交1050万美元、省服装进出口公司的“午夜赤阳”972万美元、桐城鸿润的“鸿润”羽绒制品成交948万美元、省丝绸进出口公司“莱奇卡罗”成交410万美元、安迪健身用品公司的“安迪”成交410万美元、省轻工进出口公司的“铃兰”230万美元。

（五）成交价格小幅上涨

由于原材料价格上涨的拉动，本届交易会上，大多数商品成交价格都比上届略有提高。其中：机

电产品价格较上届上升约10%，五金制品价格上涨了15%，建材制品、化工产品价格上升了10%，箱包、鞋类价格提高了3-5%。服装纺织类产品价格增幅不大，其主要原因是今年纺织品配额取消，出口竞争进一步加剧，采购商以此压价。相对来讲欧盟、美国客户对产品质量要求高，对新产品比较感兴趣，提价容易被接受，中东、东南亚、非洲客户对质量要求不太高，对中低档产品感兴趣，但成交提价难度大。

三、主要出口商品市场分析预测

广交会不仅是出口成交的平台，也是我们了解国际市场行情、分析预测出口商品前景的重要场所。广交会期间，交易团团部人员深入展位调研，初步了解了安徽省主要出口商品的成交情况，并对未来市场前景进行了分析预测。现将主要商品情况分析如下：

1、家用电器。当前我国家用电器的生产技术成熟、质量水平稳定，且品种、规格齐全，性能优越，价格具有竞争力，冰箱、空调、饮水机等不仅在发展中国家市场有优势，而且大举进入发达国家市场。本届交易会上，安徽省家电及消费类电子产品对发达国家成交占33.3%，其中电冰箱对发达国家成交占55.2%，空调对发达国家成交占40.2%。当前家电出口的最大问题是由于塑料、钢材等原材料的大幅涨价，家电的生产成本随之上升了10%左右，虽然出口成交价格相应提高，但利润水平仍有所下降。

2、纺织服装。我国的纺织服装业无论与非洲等发展中国家相比，还是与欧美等发达国家相比都具有独特的优势，特别是家用纺织品、床上用品市场前景看好，再加上出口配额的取消，今年我国纺织服装出口一季度大幅增加。但近来，欧美企图对我国纺织服装出口继续设限，本届广交会上，许多企业担心美国、欧盟今年下半年会付诸行动，对美国列出的10种纺织品不敢再签合同。纺织品成交5927万美元，比去年春交会下降13.5%；服装成交4640万美元，比去年春交会仅增长2.1%。且由于国内纺织服装产品出口企业之间的恶性竞争，采购商趁机压价，服装纺织类产品的价格大体持平。

3、鞋类。我国是世界上最大的鞋类生产和出口国，但是出口的大多数是中低档产品，出口卖价较低。1995年以来，欧盟接连对进口中国鞋类产品进行数量限制和征收高额反倾销税。今年欧盟放开鞋子进口数量限制，给我进一步扩大大鞋类出口增加了机遇，本届广交会鞋类展馆内客商非常多。但由于天然橡胶、塑料原料价格的上涨，鞋子制造成本升幅达5%以上，安徽省出口鞋子的都是外贸公司，货源主要来自温州、晋江、泉州等地，消化成本上升的回旋余地小，加上鞋子出口企业多，竞争十分激烈，因而卖价很难提高，甚至下降。本届广交会上安徽省鞋类成交1409万美元，比去年春交会仅增长1.6%。

4、轮胎。目前我国出口的主要是斜交胎，国际市场需求很大，国内由于汽车行业的飞速发展，对斜交胎的需求量也很大。但是从2004年以来，天然橡胶的价格不断上涨，目前仍继续在高位徘徊；且由于石油价格的大幅上升，帘子布的价格也比去年同期翻了一番。国内不少斜交胎生产厂家已无法承受原材料大幅上涨和资金需求扩大的负担，纷纷停产甚至关闭，造成国内产量减少，国内需求量大，内销好于外销。本届广交会安徽省轮胎仅成交64万美元。

5、柠檬酸。近年来，由于欧美经济的较快增长，国际市场柠檬酸需求增加。本届广交会丰原集团成交1300多万美元，比去年春交会增长85.4%，其中对欧洲成交占45%，对美国成交占25%。目前该企业的一水柠檬酸出口交货期已安排到7月份，无水柠檬酸出口交货期已安排到9月份。柠檬酸的出口价格已从2004年底的低谷中走出，比去年春交会每吨要提高20美元（丰原集团柠檬酸出口价格每吨要比国内其它厂家高40美元），预计今年国际市场柠檬酸供求状况不会有大的变化，

价格基本保持平稳，且由于生产原料—玉米价格的下降，企业的利润还会有所提高。

6、箱包。箱包属于劳动密集型产品，我国的劳动密集型产品出口大多数在国际市场占有一定的优势，但由于我国皮制品生产技术、工艺与欧美地区差距较大，皮制面箱包出口较少，且主要是中东、非洲、南美市场。安徽省出口以中低档的塑纺面箱包居多，中档的主要出口到美国、欧盟，用于外出旅游等一次性消费，低档的主要出口到中东、非洲、南美市场地区。2003年美国对从中国进口箱包配额管理取消以后，我国对美国箱包出口不断扩大。但由于塑料原料、无纺布价格的上涨，使得箱包成本上升了10%左右，虽然出口成交价勉强提高了5%左右，但企业的获利空间还是越来越小。本届广交会上安徽省箱包成交1153万美元，比去年春交会增长7.5%。

7、羽绒制品。安徽省的羽绒一直在国内外享有盛誉，近年来，由于全球气候变暖，国际市场对羽绒制品的需求增长缓慢。特别是2004年下半年到2005年上半年，纺织面料及羽绒的价格不断上升，出口企业不得不抬高羽绒制品出口价格，外商对此一时无法接受，致使去年春交会安徽省羽绒制品出口成交不到130万美元。去年秋交会开始外商对提价有所认同，羽绒制品成交开始回升。本届广交会上安徽省羽绒制品出口成交约1000万美元，为去年春交会成交额的8倍。

8、汽车、汽车底盘及汽车零部件。本届春交会上汽车及汽车底盘成交557万美元，比去年春交会增长7.4%，主要是江淮的汽车底盘对中东成交300多万美元（750台）；昌河小货车对叙利亚成交207万美元（500台）；省技术进出口公司以TOPDRIVE品牌成交小型车辆50万美元。汽车零部件国际市场需求旺盛，成交1705万美元，比去年春交会增长一倍。

四、交易团工作情况

（一）领导高度重视，参展准备充分

根据年初全省商务工作会议确定的“扩大进出口规模与提高贸易质量并重”的指导思想，本届广交会我们始终围绕“优化参展结构、提升质量和水平、扩大进出口规模，加快转变外贸增长方式”的中心思想开展各项工作。为确保本届广交会各项工作的顺利进行并取得良好成效，张丹宁副厅长在会前多次召开专题会议，就参展筹备工作进行了部署，并强调：一是优化参展企业结构，提高生产型企业、名优新特企业的参展比重；二是认真筛选展样品，突出品牌和新品；三是积极准备货单，拟定成交目标；四是精心布展，强化摊位展示效果；五是加强业务培训，开辟现场成交课堂，指导示范新企业成交。

王福宏厅长对本届春交会非常重视并寄予厚望，在百忙中亲临广交会慰问参展人员，视察展馆，与部分企业进行了沟通交流，听取了交易团工作汇报，并对开展广交会期间业务调研工作提出了明确的指导性意见。4月26日王亚非副厅长也亲临广交会视察、指导。厅领导的关心和重视使交易团全体参展人员倍受鼓舞，干劲十足。

（二）组织管理得力，宣传服务到位

由于广交会在新、旧两馆分两期举办，参展的正式及临时代表达4000多人，又分住在6个宾馆，给交易团的组织和后勤保障工作带来很大的难度。团部人员兵分两路，后勤保障须兼顾所有六个住地，人手十分紧张。但团部工作人员在张丹宁、金海平两位团长的率领下，综合运筹、精心组织、统一调度，做到明确职责、分工协作，使整个展会期间的组织、管理和后勤保障等各项工作井然有序、运转顺畅。

团部全体工作人员任劳任怨，白天奔波于展馆，深入各摊位了解参展人员思想动态，交流分析商品成交、市场走势、客户到会等情况；晚上及时总结分析，寻找对策，调整工作方案。展会期间交易团还重点加强对展位、参展样品、安全保卫的检查力度，指导企业维护自身权益，确保了整个交易会期间全团无安全事故、倒卖展位等违规事件的发生。同时安徽省交易团还积极做好对外宣传工作，向大会专刊《广交会通讯》投稿8篇，全面展示了安徽省参展企业的整体形象，宣传了安徽省出口品牌建设工作的成效，突出了企业成交的亮点，宣传工作得到大会的通报表扬。全团齐心协力，以高度的责任感努力工作，圆满完成了交易会的各项工作任务。

五、存在的问题及建议

（一）企业关注的主要问题

1、关于人民币升值

从目前情况看，人民币升值压力较大。人民币升值在短期内将会对出口造成不利影响，在大部分原材料价格保持涨势情况下，出口价格虽有所提高，但平均低于材料价格上涨幅度，出口利润空间受到挤压。一旦人民币升值，企业经济效益将会受到明显影响，如升值率超过5%，不少产品将出现亏损。

2、关于纺织品设限

欧美地区对我纺织品出口设限对安徽省出口影响较大，许多客户包括业务人员不是很清楚设限的类别，出口签单困难。尤其是6月30日以后欧美地区将会对纺织品采取“特保”措施，很多业务员不敢放手接单，尤其是远期定单，这无疑削弱了参展效果，也给公司完成全年的工作任务增加了新的难度。

此外，欧盟于2月1日起对我输欧鞋类产品实行“预先进口许可监控”制度也值得关注。

3、关于原材料涨价

与去年春交会相比大多数原材料价格至少都上升了10%以上，有的翻了一番，出口商品成本随之上升，卖价提高幅度远低于成本上升幅度，企业的利润空间越来越小。若原材料价格继续上涨，本次交易会所签合同将无法落单。

（二）建议

1、面对人民币升值的应对措施

面对人民币升值，我们的出口企业应提高防范意识，可采取的手段有：一是不签远期交货合同，交易上做到“短、平、快”；二是谨慎选择付款方式，一般不接受远期付款，尽量以T/T即期结算，可采取远期结售汇和押汇两种方法；三是在合同中增加附加条款以规避风险，如在条款中注明“若出现人民币汇率变动等人力不可控因素的影响，双方协商分担因此对单方面造成的损失”；四是通过外汇买断等金融手段来合理规避。

2、深入优化产品结构应对成本加大

新产品吸引客户，竞争对手少，价格可以掌控；老产品竞争对手多，卖价提高难。从本届交易会情况看，新系列、新款式、技术含量高产品的出口价格较好，有适当调整价格的余地，可以克服因原材料价格上涨所带来的负面影响。因此，出口企业应提高创新意识，加快产品的系列化、个性化和人性化的开发，通过市场调研有针对性地争取目标客户，达到扩大出口创汇的目的。

3、加强品牌建设应对市场变化

本届交易会新产品、品牌展位的产品卖价明显好于一般展位，非品牌展位客户压价现象较为严重，只能保本。但还有少数企业品牌意识淡薄，品牌展位产品摆放随意、布置草率，未能充分发挥品牌展区的作用。因此，建议出口企业应转变经营理念，加强自主品牌建设，以产品质量、优质服务来争取市场，同时要充分利用广交会品牌展区，扩大其展示效果，获取更高的利润。

4、对大会的若干建议

一是老馆与新馆相比存在布展结构不合理等诸多问题，建议尽快将老馆摊位移至新馆。

二是希望广州市政府充分考虑全国各地的经济水平，对广交会期间的商务成本进行有效控制，降低住房费用等。

三是希望大会缩短时间，增加摊位，多向中部地区倾斜。并加大对倒卖摊位的打击力度，保障有序合理使用。

（信息来源：安徽省商务厅）

（信息来源：安徽地方商务之窗子站）

NEWSZW_HZH_BEGIN

政府办公室工作总结3篇

关于部队干部随军家属就业情况的调查

办公室关于全面预算管理的反思整改总结

春季安全大检查总结汇报

地税局办公室督查督办建设工作的总结范文

更多工作总结 请访问 <https://xiaorob.com/fanwen/zongjie/>

文章生成PDF付费下载功能，由[ECMS帝国之家](#)开发