# 第98届广交会纺织服装展区工作总结

来源：网络 作者：寂夜思潮 更新时间：2024-04-29

*第98届广交会纺织服装馆摊位共计4245个，参展企业2342家。纺织商会在商务部和大会统一领导和布署下，经过全体参展会员企业的共同努力，顺利地完成了纺织服装展区的各项工作。现将有关情况总结如下：     一、成交情况     今年是...*

    第98届广交会纺织服装馆摊位共计4245个，参展企业2342家。纺织商会在商务部和大会统一领导和布署下，经过全体参展会员企业的共同努力，顺利地完成了纺织服装展区的各项工作。现将有关情况总结如下：

    一、成交情况

    今年是纺织品配额取消的第一年，由于美欧设限，前10个月我国纺织品出口企业大多经历了抢定单、抢出口、滞港和开工不足等曲折和困难。在本届交易会开幕之前，中美纺织品贸易第6次磋商失败，为本届交易会参展企业接单平添了更多的不确定因素，美国到会客商明显减少，客商和企业下单和接单都十分谨慎。截止10月20日，本届交易会成交额为45.08亿美元，与上届相比下降了3.35％。其中，对美国成交5.46亿美元，比上届下降了38.88％；对欧盟成交17.07亿美元，比上届下降1.17％；对中东成交4.59亿美元(含非洲国家），比上届增长7.8％；对东盟出口1.24亿美元，比上届下降了1.74％。本届交易会成交增长较快的是台湾、俄罗斯和日本，分别增长63.54％ 、51.76％和49.28％，对澳大利亚、韩国、香港和中东成交也有较大幅度的增长，分别增长16.26％、12.38、9.34％和7.8％。

    1、到会客商的特点

    据企业反映，本届交易会到会客商不多。由于中美纺织品贸易第6次磋商失败，美国到会客商大幅减少。同时时值穆斯林斋月，中东、非洲等穆斯林地区客商也较往届明显减少。此外，国内及周边有多个展览会同时举行，如上海的面辅料展、中国?东盟博览会以及广州周边的服装服饰节，也分流了部分客商。

    2、成交情况及商品成交地区分布特征

    截止10月20日，纺织服装馆共成交45.08亿美元，比97届下降3.35％。其中纱线、织物及制品成交20.6亿美元，比上届增长4.41％；家用纺织品成交10.6亿美元，比上届增长7.99％；服装成品类成交23.18亿美元，比上届下降9.84％。

    主要成交地区中，对欧洲成交19.21亿美元，占纺织品服装总成交的42.63％，与上届同比（下同）增长1.26％，居成交首位地区。其中，对欧盟成交17.07亿美元，同比下降1.17％；列第二位的是亚洲，共成交13.66亿美元，占比30.31％，同比增长13.9％。其中对中东地区成交3.37亿美元（不含非洲），同比下降0.71％。对东盟成交1.24亿美元，同比下降1.74％；列第三位是美洲，对美洲地区成交8.71亿美元，占比19.33％，同比下降29.8％。其中对拉美下降15.29％，对北美下降32.47％；对其它地区的成交情况是，对非洲成交1.75亿美元，占比3.89％，同比下降1.43％；对大洋洲成交1.73亿美元，占比3.85％，同比增长17.87％。

    3、各类商品洽谈成交情况

    本届交易会参展企业品牌意识有较大提高，突出表现在布展水平和品牌产品质量的提高。在一层的品牌大厅，参展企业的整体布展水平比往届又有了进一步提高，整个大厅明亮、通透、华丽。品牌产品和技术含量高的产品成为许多采购商关注的热点。广东的名瑞婚纱、上海协大的“SHARTEX”、上海丝绸的“LILY”、深圳的“富安娜”、等是本届交易会纺织服装馆较为突出的品牌，受到客商追捧。此外，江苏紫荆花纺织科技股份有限公司推出的“摩维”面料、湖南华升的竹纤维系列产品、广州纺织品进出口集团有限公司的环保、抗皱纯棉面料衬衫等，吸引众多客商咨询，成为成交新的增长点。从商品大类上看，棉花色布、人棉化纤布、涤棉花色布是面料的主要成交品种；床上用品、毛巾（浴巾）和装饰用品是家纺的主打商品；服装以棉制梭织、针织服装成交最多；此外，牛仔布及系列服装、羽绒服装、童装、毛皮复合材料服装、仿皮服装等也是热销品种。

    4、各类企业成交情况

    截止10月20日统计，在纺织服装馆成交的45.08亿美元中，从企业性质看，国有企业成交19.41亿美元，占总成交额的43.06％，所占份额比上届下降，但依然是我国纺织品出口的第一主力；外资企业成交4.82亿美元，占比10.69％；集体企业成交1.50亿美元，占比3.32％；私营企业继续上届的发展势头，成交10.56亿美元，占比提高到23.44％，成为我国纺织品服装出口的生力军；其他企业成交8.78亿美元，占比19.49％。

    从企业类型看，生产企业成交18.58亿美元，占比41.21％；外贸企业成交23.4亿美元，占比51.91％；工贸企业成交3.07亿美元，占比6.8％。

    5、今年纺织品服装出口存在的困难

    美国是我纺织品出口的主要市场，与美国纺织品贸易磋商迟迟未达成协议，成为影响本届广交会最主要因素。据我会统计，截止10月，美国政府共受理了23项针对中国纺织品的设限申请，并已对其中的10项产品实施了数量限制。10月11日，美国业界再次向其政府递交了对中国产棉制毛巾产品的设限申请。美国市场前景不明，明年对美出口是否还会出现千军万马挤独木桥的现象，成为企业最为担忧的问题。其次，企业普遍担心人民币继续升值，原本微薄的利润空间将受到进一步挤压，有的企业甚至将因此面临生存危机；此外，化纤原料价格居高不下，棉花价格逐渐走高，煤、电、油、运供应继续紧张，大大地增加了企业的成本。参加本届交易会的外商也反映，面料及部分家纺如毛巾的价格较以往高。以上因素使企业普遍对今年下半年出口形势不乐观，预计全国纺织品服装出口增幅也将有所回落。

    面对种种不利因素，以及贸易摩擦的频繁发生，唯有调整产品结构，提高附加值，建设自己的品牌，才能度过难关，持续发展，这已成为大多数参展企业强烈的共识。

    据了解，很多企业在做贴牌生产的同时，都在努力塑造自己的品牌，甚至不惜高薪从国外聘请设计师。事实上，一些有远见的企业早就开始了品牌的打造，并显现成效。上海丝绸的服装品牌“LILY”，经过多年的努力，终于敲开了时尚之都巴黎的大门，进入了法国中高级百货店和专卖店销售网络；珠海成路进出口有限公司是一家1998年才成立的民营企业，4年前，该企业确立了品牌建设的战略，由于配额的限制，该企业将市场定位在中东和俄罗斯等市场，专做男性休闲服装，该公司有30多人的研发队伍，每年投入上百万，其品牌“Beatit”在中东已有一定的声誉。

    为了规避配额限制，一些企业采取走出去战略。或对外投资建厂，或在外合作经营，或收购品牌及销售网络等多种方式，规避贸易风险，收集信息，拓展市场空间。广东省纺、浙江中大、南京市纺、舜天、海欣、华源等一些大型企业都有在外投资项目。江苏云蝠在美国设立办事处，减少贸易中间环节，直接进入了美国销售网络。

    二、本届交易会我会在扩大成交方面采取的具体措施、经验和体会

    为了保证广交会安全、顺利的进行，保证企业与外商有一个安静、祥和的洽谈环境，我会在会前就做了大量准备工作，采取了有力措施。

    1、积极做好馆内的安全保卫工作，维护场馆正常秩序。

    2、进一步抓好纺织服装馆的特装布展，以布展推品牌、以品牌促成交。

    对本届交易会纺织服装馆的布展，客商和企业普遍反映比上届水平有所提高。布展水平的提高又进一步凸现了品牌的形象、价值，促进了成交。如上海丝绸、上海协大、广东丝绸等摊位，布展风格与其时装系列十分相称，客商洽谈人数和成交情况都相当不错。布展水平较好的企业还有江苏舜天、江苏苏豪、浙江凯喜雅、雅戈尔、广东丝丽、名瑞等。

    3、促进企业新产品的开发、推出，提高产品附加值。

    在本届交易会上，新产品、新技术是纺织服装馆除优质布展外的又一大亮点，此次推出的新产品有几大特色：产品外观设计更具新意、特色；功能性、环保型产品面料的开发有进一步发展，如纳米面料、针织牛仔布、彩色真丝、新型摩托服等，既提高了产品的附加值，又突破了绿色壁垒，成为吸引外商的一大法宝。

    4、制定价格协调方案，打击假冒伪劣产品，保护知识产权，保证良好经营秩序。

    本届交易会前，我会就制定了两纱两布、蚕丝类、麻纱布、花色漂布、梭织服装、针织服装及家用纺织品的协调方案，并通过广交会通讯和馆刊在会员企业中广泛宣传，要求参展企业认真遵守，本届交易会没有发现违反最低限价和行业指导价成交的情况。

    按大会的统一要求，我会制定了纺织服装馆保护知识产权措施，并指定专人负责此项工作。我会全体工作人员在巡馆中把检查侵犯知识产权作为一项重要工作，以特装布展区为重点，全面检查，发现有违反规定的情况时，及时弄清情况，妥善作出处理。同时，认真对待参展企业的举报，经核实举报情况属实的，严格要求违反规定的参展企业将违规或侵权展示取下来。我们还与各省市交易团和大会业务办经常保持联系，并通过联欢，增进沟通与协作，共同做好保护知识产权的工作，维护了洽谈成交秩序。

    三、对政府主管部门及本届交易会纺织服装馆的建议

    1、鉴于今年美国市场前景不明，企业对接单无所适从，对明年出口形势十分担忧，企业希望政府尽快与美国达成协议。

    2、针对今年对美国出口无序增长，造成大量货物滞港，企业呼吁不论是否与美国达成协议，都希望明年对美纺织品出口进行管理，以利有序出口，防止定单流失。

    3、据企业反映，广州周边服装服饰展览会过多，紧挨着流花路展馆的就有锦汉服装展览，以至于客商无法分清哪是真正的广交会，对广交会形成冲击，分流了大量客商，影响了广交会作为中国第一展会的地位和影响。

    4、据企业反映，广交会期间，广州宾馆住宿价格大幅上涨，部分客商认为无法接受，因此而取消参加广交会的计划。

    5、在展区划分上，希望能够细化，体现专业性，比如，建立童装、牛仔、内衣、时尚服饰、袜业等专业招展展区，方便客户寻找，符合国际展会发展趋势，保持广交会活力。

    6、由于近年来美欧对我部分服装设限，我家纺和面料产品在国际市场需求加大，竞争力增强，家纺和面料摊位已不能满足需要，建议增加摊位。

    7、建议在制定特装布展规定时，外贸中心应与商会增加沟通，以更有利于布展工作的不断提高，迎接100届广交会的到来。

    8、在展位安排中，存在重生产轻流通的现象，而目前我国的对外贸易中，拓展贸易渠道，加强销售依然是个突出问题。建议在品牌建设和广交会布展中，重视对知名外贸企业暨大型流通外贸企业的展位安排，做到商标品牌和企业品牌并重。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！