

触不到的订单 扛不住的压力

广交会：寒意扑面而来

本报记者 崔滨 实习生 徐明明

生活中有好日子，也有坏日子。今年的秋季广交会，则让681家山东参展企业深切感受到，好日子总是如此短暂，坏日子又来得太过凶猛。

时间仿佛回到2008年世界金融危机肆虐的一幕，订单减少、原材料价格上涨、人工成本增加，再度横亘在山东乃至全国外贸企业面前，不过今年又多了一个新敌人：快速波动攀高的汇率。

欧美老主顾爽约 订单没有名片多

23日，以日用消费品、礼品和家具装饰商品为主的广交会二期拉开帷幕，作为山东一家专门做圣诞花束、花球的礼品企业，山东海润工艺品进出口有限公司的王润军感叹：“今年来的客人太少了，尤其是欧美的。明年的订单估计得降30%—50%。”

“2008年底开始到2009年，美国次贷危机一闹，公司的生意差得一塌糊涂。好不容易熬到2010年，生意有了起色。没想到今年生意又变差了。”新客人几乎没有，老客人下单谨慎，王润军感慨坏日子又来了。

和王润军一样，15日广交会一开幕，“出口市场越来越难做”就成为众多参展企业重复最多的一句话。

一直坚持到19日广交会第一期结束，福建省泉州市的三隆重工公司却没有等来

一笔订单，唯一收获的，仅仅是几张外国客商的名片。碰上坏运气的并不仅仅这一家，山东省商务厅数据显示，山东参展团681家企业，广交会第一期零成交的企业，就多达4成。

从广交会组委会发布的统计数据上看，刚刚结束的广交会一期并没有想象中的那么糟，为期5天的展会期内，机电产品累计成交207.8亿美元，比上届增长4.5%，公开资料显示，各个主要地方交易团交易量均有所增长，成交额未见明显波动。

不过，非常明显的一点变化是，本届广交会参展客商明显减少，首日入场人数仅有9.5万人次，较去年的约12万人次锐减21%。都是哪里的客户和订单爽约本次广交会呢？“欧美客商今年特别少。”连续5年排名中国出口额最大500

家企业之一的山东莱新外贸集团公司销售经理王辉发现，往年欧美客户扎堆来到展台前洽谈的景象，今年再也没有看到。

广交会组委会统计数据表示，在展会一期报到的约10万客商中，来自欧洲的采购商仅有1.7万名左右，而来自美国的客商仅有4078人。采购商的减少直接导致了订单的下滑，在广交会一期成交中，机电产品对美国订单总额下降高达54.9%，五矿化工产品对欧洲出口下滑15.3%。

“目前，美国和欧盟饱受债务危机困扰，国内经济低迷，失业率上升，对海外商品的需求量也相应减少。这两大主要出口市场的集体疲软，直接影响了今年我国外贸的整体增长。”山东大学经济学院国际经济与贸易系主任孔庆峰告诉记者。

一边涨价一边谈汇率 出口企业两头难

即使客商减少，需求不旺，贯以低价取胜的中国外贸企业，本次广交会也不敢打价格战了。无论是单价上百万的大型机电产品还是单价几元钱的草编工艺品，“涨价”成了今年广交会上，参展企业不约而同的选择，哪怕这样做的后果是失去订单和多年的老客户。

“不涨价是不可能的，因

为原材料涨得太厉害了。”山东永盛橡胶集团外贸部工作人员告诉记者，尽管10月份轮胎生产的重要原材料天然橡胶价格遭遇暴跌，但目前每吨2万7千元的谷底价格，依然比年初的约2万元/吨，上涨了30%多。

同样，节能灯的重要原材料稀土，今年仅隔了一个春节价格便从250元/公斤涨到2500元/公斤。铜、铝、钢等电器产品原材料价格的攀升，也使本就利润微薄的家电企业举步维艰。

除此之外，人工成本显著增加，也让一向以劳动力低廉著称的“中国制造”商品，无法在价格上保持淡定。

在人力资本密集的制造业中心珠三角，仅仅富士康今年一线工人的涨薪幅度就超过30%；制造业同样发达的长三角，企业的一线工人雇工成本，也从去年每个月1200至1500元增加到如今的2000多元。而在山东，今年仅人保厅规定的最低工资标准，就比去年增长了约20%。

山东省商务厅对387家参展山东企业的问卷调查显示，参展企业普遍反映，自上届广交会至今，产品综合成本上升超过10%，71%的企业选择在本届广交会上提高产品价格。

不过，内部的成本压力并不是山东最大的烦恼，山东佳

和工艺品有限公司负责人陈建超认为，原料和人工成本增加，可以用提价和升级产品来消化，“但是人民币汇率上升带来的成本增加，真是一点办法也没有。”

25日，就在本届广交会二期进入采购高峰的第三天，人民币对美元汇率中间价报6.3425元，一举突破6.35关口，创下汇改以来新高，自去年年中开始，人民币对美元的汇率升值幅度近4%。

“山东以及中国的制造业外贸企业，因为技术附加值低、品牌溢价能力不强，普遍利润率也就在5%上下，人民币升值幅度一旦超过3%，很多企业就会无利可图。”对于人民币汇率的快速攀升，孔庆峰认为眼下的外贸企业从内部到外部都遇到了严峻的挑战。

面对汇率的快速波动，山东外贸企业唯一的选择，就是用短期订单尽量减少汇兑的损失。山东省商务厅外贸处负责人表示，广交会上我省外贸企业成交的订单中，3个月以内的短单占50.4%，6个月以上的长单仅占13.2%，还有276家企业没有成交。“很多企业不是没有订单，而是因为成本和汇率问题不敢接单。”

(下转B02版)

