第125届中国进出口商品交易会闭幕

第125届中国进出口商品交易会（下称“广交会”）昨天落下帷幕。此次广交会分为三期，参展商达到2.55万人，共有213个国家超过19万采购商前来洽谈，最终累计出口成交1995.24亿元，折合297.3亿美元，比2018年春交会下降1.1%。

广交会出口成交进入稳定期的同时，质量特征开始显现。数据显示，20%展位的品牌展区的成交额达到总成交额的28.8%，机电产品累计出口成交达到160亿美元，新采购商占到总采购商人数的42.15%。作为外贸“晴雨表”，广交会的新特征显示我国出口正在从“以价取胜”走向“以质取胜”。

数据显示，本期广交会纺织服装成交16.2亿美元，占到总成交额的5.4%，相比上年同期增长2亿美元。其中多渠道降低成本、加强研发设计、拥有自主品牌的公司显出优势。

红豆集团就是例子。集团通过研发推出了再生纤维系列面料，加入了冷感、防皱、防水等功能的面料和衣服，得到了ZARA等国际品牌的认可，在广交会上收获不少。集团旗下子公司外经部外经企划科负责人告诉上证报：“目前我们在柬埔寨已经有成熟的外协厂，年产70万套向英国出口的童装西服。”

来自山东的婴幼儿服装企业招远鲁娃注册了“FLYBYFLY”的商标，通过10年的耕耘，目前在挪威、英国等都开设了专卖店，实现了百分之百自主品牌出口。

以前服装、箱包、食品等轻工业产品技术含量低，以价格优势著称，如今这些轻工产品也加入科技元素，有更多功能性特征。广州的一家箱包生产企业为满足当下消费需求，研发生产了带有USB充电接口、太阳能充电的箱包，而且注册了专利，在广交会上也大受欢迎。

广交会副秘书长、中国对外贸易中心副主任徐兵表示，在外贸环境更趋复杂严峻的环境下，广大参展企业在高质量发展方面取得积极进展，国际竞争新优势正在加快形成。（⊙陈芳 〇编辑 林坚）

原文地址：http://www.china-nengyuan.com/exhibition/exhibition_news_138799.html