

**分析师 周君芝**

执业证书：S0100521100008

电话：

邮箱：zhoujunzhi@mszq.com

4月中国进出口商品交易会（即广交会）疫后重启线下开展，我们随即赶赴广交会开展专项调研，用另一个视角观察中国出口企业现状，并捕捉一些能够反映中国出口长期趋势的线索。

### ➤ 通过广交会观察中国企业出口状况，有两大天然优势。

广交会规模最大、商品种类最全、参会采购商数量多且国别广，被誉为“中国第一展”。以本届广交会为例，展会面积达到150万平方米，时间跨度从4月15日至5月5日，按照3期分别举办，涉及16个大类品种，基本覆盖主要商品。

广交会参展企业所涉及的规模大小和所属地域非常广泛，包括大量中小外贸企业，也包括行业龙头企业。广交会能够提供充足样本，便于我们观察中国外贸出口企业群像，这是广交会反馈中国出口信息的第一大优势。

对外贸企业而言，外贸展会是重要的拓客渠道。新增客源的数量和质量，影响外贸企业长期新增订单。广交会参会客户及参展氛围，能够为我们把握更长趋势的外贸大环境和出口大趋势提供线索。这是广交会反馈中国出口信息的第二大优势。

本次广交会调研，我们得到当下中国出口企业群像五点特征，或预示中国出口趋势。

### ➤ 趋势一，客流总体旺盛，然更多来自境内采购商，欧美采购商流量明显低于往年。

本次广交会客流量相对旺盛，相较以往，今年境内采购商明显增多。境内和境外客流比重达到3:1。往年国内外客户充分交流时，境内和境外采购商比例达到1:1。

本次参展外商以东盟、日韩、非洲为主，还包含部分中东和俄罗斯客户群体。欧美客户数量明显下降，意味着高效益客户不足，毕竟欧美客户属于高效益客户。

### ➤ 趋势二，“一带一路”沿线国家（东南亚、俄罗斯和中东）构成中国出口新动能。

与我们之前长三角出口调研信息一致，本次广交会调研反馈，一带一路国家订单增幅较大。其中东南亚订单饱满，俄罗斯和中东因订单总量尚小。

针对俄罗斯和中东国家订单，中国不同类型出口企业感受存异。部分企业表示今年对俄快速增长，增速甚至超过30%；部分企业则表示今年对俄出口并未发生太大变化。

### ➤ 趋势三，相较于大型和自主品牌外贸企业，小企业和代工企业出口压力明显更大。

企业普遍反馈今年海外需求较过去两年明显走弱，不同规模和类型企业反馈，它们具体面临的出口压力存在明显差异。

小型企业普遍反馈今年订单明显下滑，中大型企业反馈今年订单虽有下滑，下滑程度较轻，甚至部分大中型企业订单略有增长。

相较单纯的代加工企业，具备自主品牌的出口企业订单情况相对较好，出口压力较轻。

### ➤ 趋势四，2023年中国出口企业仍面临一定贸易摩擦压力。

本次调研反馈，中国外贸企业面临较为普遍的贸易摩擦。不仅传统的欧美发达国家对中国外贸企业保有持续的贸易摩擦，甚至发展中经济体与中国之间的贸易摩擦也在加剧。例如中国对非洲地区出口的贸易摩擦正在加剧，主要方式为加征关税，目的在于保护本地制造业发展；

又例如，东共体共同对外关税税率分三档，终端消费品25%、中间产品10%、原材料和资本货物0%。设置关税的初衷是为保护本地制造业免受廉价进口竞争。

### ➤ 趋势五，中国出口企业产业转移范围正在扩大，转移进程正在加速。

调研企业普遍反馈，受关税税率和劳动力成本因素影响，当前中国企业已经开始产业转移。疫情之后产业转移浪潮加速，头部大型企业是这一轮产业转移浪潮中的主体。

**风险提示：**调研样本企业数量与范围有限；海外经济超预期衰退。

## 相关研究

- 1.宏观专题研究：直觉与反直觉（六）：出口数据的疑点-2023/05/05
- 2.美联储5月议息会议点评：加息暂停后，寻找下一个超预期-2023/05/04
- 3.全球大类资产跟踪周报（2023年第17期）：国内外定价经济疲软-2023/05/03
- 4.流动性跟踪周报：银行与非银的大分歧-2023/05/02
- 5.4月政治局会议及PMI数据点评：二季度经济轮廓和政策风向-2023/05/01

# 目录

引言 .....	3
1 外贸展会能够反映出口的大环境和大趋势 .....	3
2 广交会为中国最大外贸展会，可观察样本充足 .....	3
3 今年广交会反映当前外贸环境五点特征 .....	5
4 风险提示 .....	8
插图目录 .....	9

## 引言

3月中旬，我们开展杭州外贸专项调研，随后发布《中国出口的优势与忧虑》和《中国产业转移的三点现实》两篇专题报告，提示中国出口两点超预期表现：

- 一是今年一季度中国出口订单和金额或将大增，主因去年底订单转移至年初；
- 二是疫情之后中国出口企业迎来产业转移浪潮，并影响中国出口产品结构。

4月中国进出口商品交易会（即广交会）疫后重启线下开展，我们前往广州进行专项调研，从另一个角度观察中国当下出口现状以及中国出口企业面临的长期趋势。

## 1 外贸展会能够反映出口的大环境和大趋势

对外贸企业而言，外贸展会是一个重要的拓客渠道，能够集中高效拓展新客户群体。新增客源的数量和质量，影响外贸企业长期新增订单规模。

值得注意的是，外贸展会新拓客户并不意味着当期订单暴增。短期之内海关总署统计的出口订单主要与之前客户签订的老订单相关。外贸展会反映的是更长期的外贸大环境和出口大趋势。

## 2 广交会为中国最大外贸展会，可观察样本充足

广交会作为中国最大的进出口商品展会，已经举办133届，为中国历史最长的外贸展会，被誉为“中国第一展”。

广交会的会展规模最大、商品种类最全、企业类型最多、参会采购商数量最多、国别最广，能够为我们观察中国外贸出口现状和趋势提供充足样本。

133届广交会的展会面积达到150万平方米，时间跨度从4月15日至5月5日，按照3期分别举办，每期涉及商品种类包括：

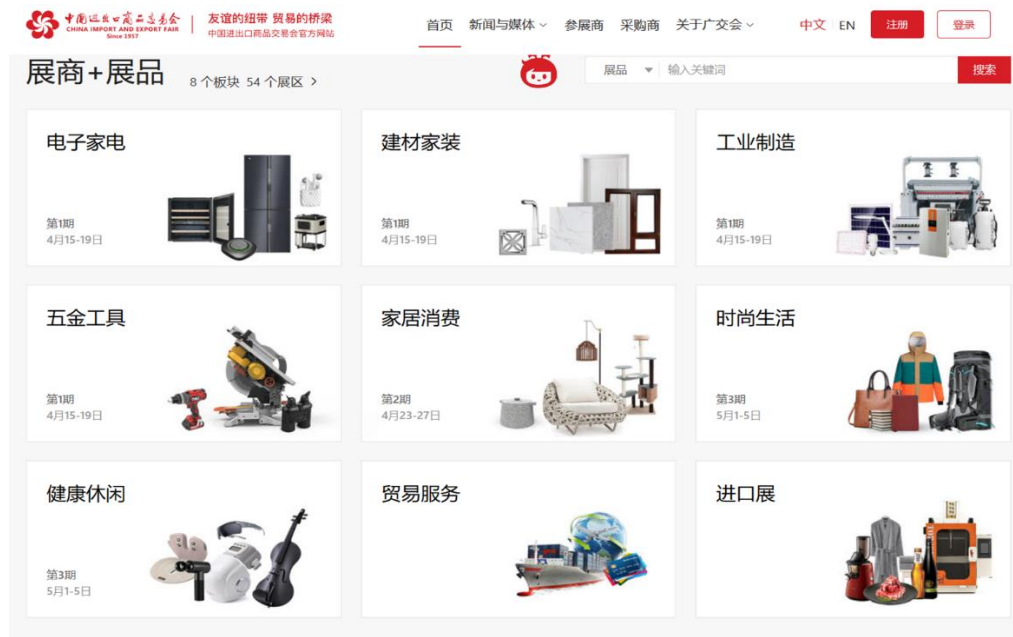
第一期：电子及家电、照明、车辆及配件、机械、五金工具、建材、化工产品、能源；

第二期：日用消费品、礼品、家居装饰品；

第三期：纺织服装、鞋、办公箱包及休闲用品、医药及医疗保健、食品。

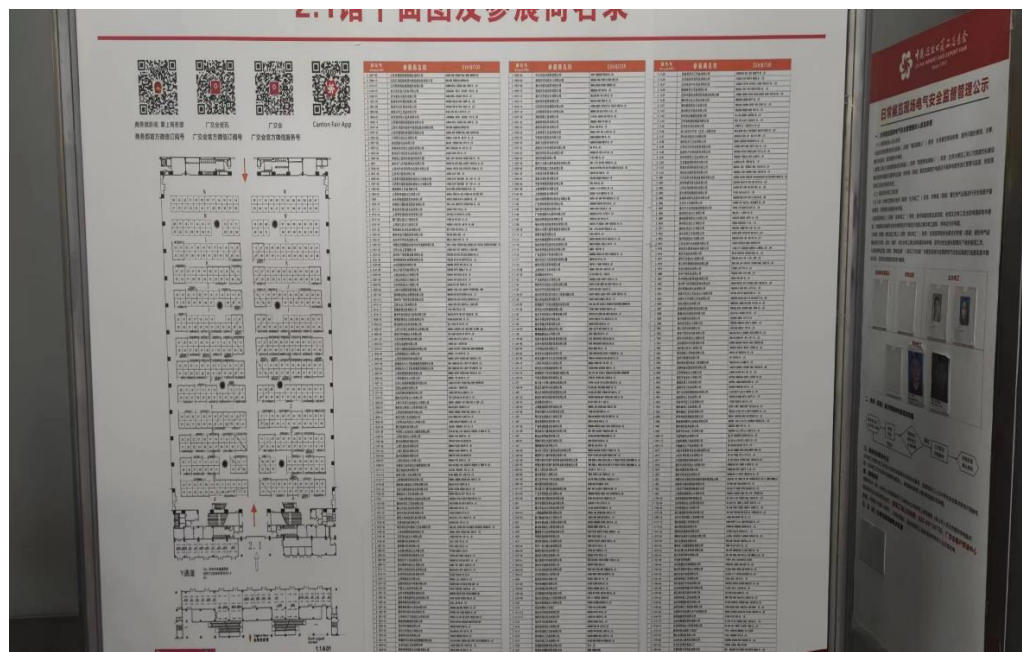
133届广交会第1、2期累计参展企业数量达到2.5万家，参展数量较多。

图1：广交会参展日期及商品类型安排



资料来源：广交会官网，民生证券研究院

图2：广交会 2.1 馆参展企业名录



资料来源：民生证券研究院



### 3 今年广交会反映当前外贸环境五点特征

**第一，客流旺盛，更多来自境内采购商，欧美采购商流量明显低于往年。**

结合现场调研企业反馈，本次广交会客流量相当旺盛，但相较往期展会，本次广交会开放境内采购商名额，客流结构上境内采购商与境外采购商占比为 3 : 1。换言之，本次展会更多人流来自于境内采购商，往年内外交流比较充分时，境内和境外采购商比例达到 1:1。

本次外商结构中，欧美客户数量明显不足，本次境外采购商主要为东盟、日韩、中东、俄罗斯和非洲等客户群体。

对中国外贸企业而言，欧美客户属于高效益客户，欧美采购商数量下降，意味着本次广交会反馈出来的信息是当下高效益客户占比有所下降。

根据部分企业反馈，本次欧美客户数量偏少，可能和过去 3 年欧美跨境电商发展迅速有关，部分采购商已经不直接前往线下展会。

图3：广交会现场人流照



资料来源：民生证券研究院

图4：广交会现场人流照



资料来源：民生证券研究院

图5：广交会现场人流照



资料来源：民生证券研究院

图6：广交会现场人流照



资料来源：民生证券研究院

## 第二，“一带一路”沿线国家构成出口新动能。

与近期出口数据相匹配，调研企业反馈“一带一路”国家的订单增幅较为明显。除东南亚外，俄罗斯和中东整体的采购规模相对偏小。

因此，针对俄罗斯和中东客户订单，不同企业之间感受存在明显差异。部分企业表示今年对俄增长超过 30%，部分企业则表示对俄出口并未增长。

和前次调研结果相近，企业普遍反馈欧美出口动能最为疲弱，日韩需求相对平稳。

图7：“一带一路”国家：出口增速（单位：%）



资料来源：wind，民生证券研究院

## 第三，相较于大型和自主品牌外贸企业，小企业和代工企业出口压力明显更大。

企业普遍反馈目前海外需求较过去 2 年有明显走弱，不同规模和类型的企业所面临的出口压力存在明显差异。

小型企业普遍反馈今年订单下滑明显，而中大型企业则反馈今年订单虽有下滑，但程度相对较轻，甚至部分企业存在订单略增的情况。

此外，相较于单纯的代加工企业，具备自主品牌的外贸企业反馈今年订单情况相对较好，出口压力较轻。

## 第四，2023 年中国出口企业仍面临一定贸易摩擦压力。

本次广交会参展企业反馈，中国外贸企业正面临较为广泛的贸易摩擦。中国和欧美发达国家之间存在贸易摩擦，除此之外，中国企业同样面临其他地区贸易摩擦增大，例如中国对非洲地区出口的贸易摩擦正在加剧，主要方式为加征关税，目的

在于保护本地制造业发展。

2022年7月东非共同体正式实行第四档35%的共同对外关税的决定，计划纳入的商品包括：乳制品、肉产品、谷物、食用油、饮料和酒类、食糖及糖果、水果、坚果、咖啡、茶叶、鲜花、调味品、家具、皮革品、棉纺织品、服装、钢铁产品和陶瓷产品等。

原先东共体共同对外关税税率分三档，终端消费品25%、中间产品10%、原材料和资本货物0%。初衷是保护本地制造业免受廉价进口竞争。

### **第五，中国出口企业产业转移范围正在扩大，转移进程正在加速。**

调研企业普遍反馈，受关税税率和劳动力成本因素影响，当前中国企业存在产业转移。疫情之后产业转移浪潮加速，头部大型企业是产业转移的主要主体。

企业反馈产业转移主要流向东南亚，目前也开始流向非洲等地。产业转移至当地，生产得到的产成品也主要是为销售于当地。

此外，产业转移对中国出口份额影响上，企业反馈和宏观数据表现有所差异。其中，出口份额数据显示，中国出口劳动密集型产品的订单近年来呈现持续下降；但大部分调研企业认为转移产能尚不构成竞争威胁，向东南亚转移的订单规模较小。

## 4 风险提示

1) **调研样本企业数量与范围有限。**本次调研样本企业数量及范围有限，所得结论可能与真实情况存在偏差。

2) **海外经济衰退超预期。**若海外经济衰退超预期，可能导致外部需求明显回落进而导致出口需求出现大幅下滑。



## 插图目录

图 1: 广交会参展日期及商品类型安排.....	4
图 2: 广交会 2.1 馆参展企业目录 .....	4
图 3: 广交会现场人流照.....	5
图 4: 广交会现场人流照.....	5
图 5: 广交会现场人流照.....	5
图 6: 广交会现场人流照.....	5
图 7: “一带一路”国家: 出口增速 (单位: %) .....	6

## 分析师承诺

本报告署名分析师具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并登记为注册分析师，基于认真审慎的工作态度、专业严谨的研究方法与分析逻辑得出研究结论，独立、客观地出具本报告，并对本报告的内容和观点负责。本报告清晰地反映了研究人员的研究观点，结论不受任何第三方的授意、影响，研究人员不曾因、不因、也将不会因本报告中的具体推荐意见或观点而直接或间接收到任何形式的补偿。

## 评级说明

投资建议评级标准	评级	说明
以报告发布日后的 12 个月内公司股价（或行业指数）相对同期基准指数的涨跌幅为基准。其中：A 股以沪深 300 指数为基准；新三板以三板成指或三板做市指数为基准；港股以恒生指数为基准；美股以纳斯达克综合指数或标普 500 指数为基准。	推荐	相对基准指数涨幅 15%以上
	谨慎推荐	相对基准指数涨幅 5% ~ 15%之间
	中性	相对基准指数涨幅-5% ~ 5%之间
	回避	相对基准指数跌幅 5%以上
	推荐	相对基准指数涨幅 5%以上
	中性	相对基准指数涨幅-5% ~ 5%之间
	回避	相对基准指数跌幅 5%以上

## 免责声明

民生证券股份有限公司（以下简称“本公司”）具有中国证监会许可的证券投资咨询业务资格。

本报告仅供本公司境内客户使用。本公司不会因接收人收到本报告而视其为客户。本报告仅为参考之用，并不构成对客户的投资建议，不应被视为买卖任何证券、金融工具的要约或要约邀请。本报告所包含的观点及建议并未考虑个别客户的特殊状况、目标或需要，客户应当充分考虑自身特定状况，不应单纯依靠本报告所载的内容而取代个人的独立判断。在任何情况下，本公司不对任何人因使用本报告中的任何内容而导致的任何可能的损失负任何责任。

本报告是基于已公开信息撰写，但本公司不保证该等信息的准确性或完整性。本报告所载的资料、意见及预测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，且预测方法及结果存在一定程度局限性。在不同时期，本公司可发出与本报告所刊载的意见、预测不一致的报告，但本公司没有义务和责任及时更新本报告所涉及的内容并通知客户。

在法律允许的情况下，本公司及其附属机构可能持有报告中提及的公司所发行证券的头寸并进行交易，也可能为这些公司提供或正在争取提供投资银行、财务顾问、咨询服务等相关服务，本公司的员工可能担任本报告所提及的公司的董事。客户应充分考虑可能存在的利益冲突，勿将本报告作为投资决策的唯一参考依据。

若本公司以外的金融机构发送本报告，则由该金融机构独自为此发送行为负责。该机构的客户应联系该机构以交易本报告提及的证券或要求获悉更详细的信息。本报告不构成本公司向发送本报告金融机构之客户提供的投资建议。本公司不会因任何机构或个人从其他机构获得本报告而将其视为本公司客户。

本报告的版权仅归本公司所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式、任何目的进行翻版、转载、发表、篡改或引用。所有在本报告中使用的商标、服务标识及标记，除非另有说明，均为本公司的商标、服务标识及标记。本公司版权所有并保留一切权利。

## 民生证券研究院：

上海：上海市浦东新区浦明路 8 号财富金融广场 1 幢 5F； 200120

北京：北京市东城区建国门内大街 28 号民生金融中心 A 座 18 层； 100005

深圳：广东省深圳市福田区益田路 6001 号太平金融大厦 32 层 05 单元； 518026