

# 从怎么看，到怎么办？

——麻毅秘书长 2011 年年度工作报告

各位领导、各位专家，各位企业家及业内的朋友们、女士们、先生们：

大家上午好！第三届中国日用杂品工业协会家庭卫生杀虫制品专业委员会自 2010 年昆明年会换届以来，在协会的正确领导下，在全体会员的支持和努力下，一年来圆满地完成了全体会员所赋予的职责和任务。我代表中国日用杂品工业协会家庭卫生杀虫制品专业委员会向大会作工作报告。

最近中共中央宣传部就当前国内的经济形势和社会民生热点问题，出版了一本理论读物，书名叫《从怎么看，到怎么办？》，书中对老百姓关注的物价、房价、社保、医疗、以及能源等问题，引导大家“怎么看？”，并且逐一回答了“怎么办？”。其实“国家”和老百姓所关心的“怎么办？”也是我们企业所遇到的“怎么办？”。所以今年年会的报告题目，我也“与时俱进”，“赶时髦”，用了该书的书名。接下来我把我们行业近年来出现的问题提出来，抛砖引玉，看大家是“怎么看？”的。然后对出现的这些问题提出一个方向，告诉大家该“怎么办？”，与大家一起共同探讨。

## 一、 当前形势：

2011 年是我国“十二五”的开局之年，同时也是我们中国日用杂品工业协会家庭卫生杀虫制品专业委员会第四届委员会工作的起步之年。在这一年里，虽然世界经济已经步入了“后经济危机时代”，但是国内经济复苏的基础还不稳固，进程艰难曲折，转变经济增长方式、调整产业结构、注重投资方向、改善民生、促进消费、拉动内需、推动出口，仍然是“十二五”期间国内经济发展的主旋律。

就我们行业而言，发展过程中面临的问题仍然不少：通货膨胀继续在发酵、原材料价格

上涨、用工成本大幅提高、美元对人民币的汇率持续走低影响了出口；石油、钢铁、化工、炭粉等作为我们行业的基础原料，价格还在不断攀升；企业输入型成本压力增大、产品利润空间受到挤压。

作为家卫行业，在未来的五年发展中，仍然将会面临着一场严峻的考验。前不久工信部组织编写的《国家石油和化学工业“十二五”发展规划》中指出：“十二五”期间的主要任务是对农药包括卫生杀虫行业总体生产规模进行控制，重点提升产业竞争力，优化产业布局，提高管理水平，促进技术进步，并通过严格的市场准入法规，进行强行淘汰或关闭。行业内的优胜劣汰，残酷的竞争态势，将会进一步凸显，可以预言在国家的宏观调控，政策挤压下、如果我们的结构不作调整、技术上缺乏创新，经营上管理不善，那将很难在这场残酷的竞争中独善其身，我希望我们的企业要做好心理准备。

## 二、问题和现状

### 1、市场概况：

2011年是我们行业度过连续三年低温灾害所重创后的第一个“回暖”之年，所谓“回暖”，它包含着两重意思：一是，我国率先从全球金融危机中逐步走了出来，国内经济从总体形势看来，已经企稳回暖；二是，气象意义的回暖。今年自入春以来，气候从整体的情况看趋于平稳。但是，却又出现了：

- ① 许多企业因为人工紧缺，开工不足，产量受限，市场铺货跟不上，通胀压力的加大，原材料价格的攀升，用工成本的增加，企业利润空间大幅缩水等经营上的困难；
- ② 从整个市场的情况看，各区域市场之间的“板块”撞击，不同业态（现代渠道与传统渠道）之间的挤压，现代渠道快速成长，传统渠道的优势正在削弱；
- ③ 连续三年的冰雪低温灾害，蚊虫的种群繁衍遭到了致命的伤害，数量明显减少；

④ 国家大力推进城镇一体化的进程，致力于民生的改善，实施廉租房、公租房政策，以及加大了环境的治理力度，居住环境条件的改善，对杀虫剂的需求明显减少。

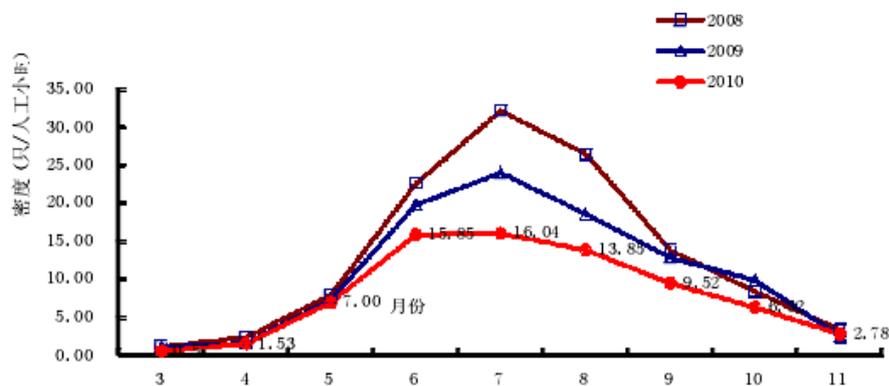
以上诸多因素，在今后一个阶段内都将会影响我们行业的发展。

下面我给大家提供一些权威的数据，供大家分析思考：

### (1) 近三年来的低温灾害对蚊、蝇、蟑螂繁殖密度消长的影响。

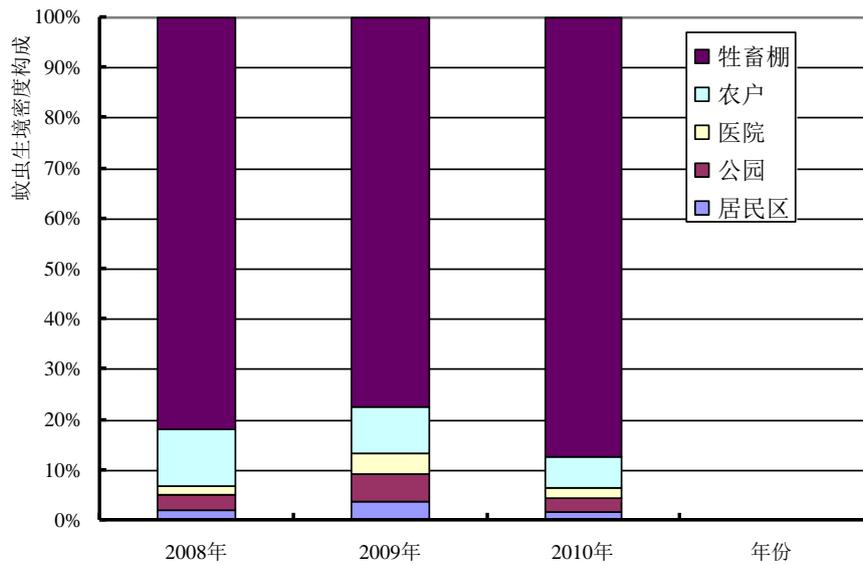
以下是上海及江苏二省（市）疾病预防控制中心提供的三年来对该地区的蚊、蝇、蟑螂等病媒昆虫消长的监测数据。

图一：上海市 2010 年蚊虫密度与 2009 年、2008 年密度比较



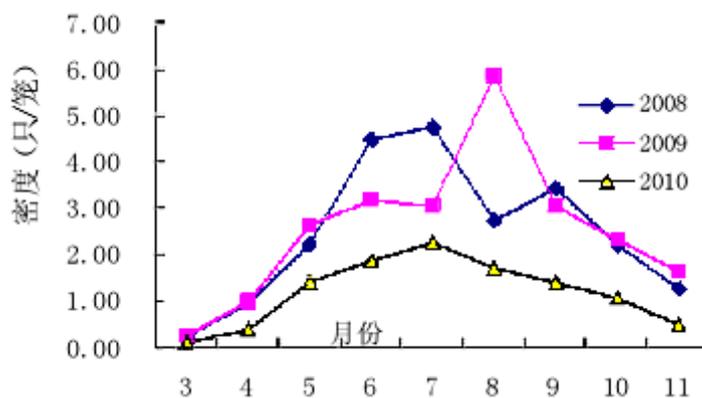
图一，是从 2008 年~2010 年上海地区蚊虫密度三年间的变化情况。从图中的曲线上，我们可以看到 3~5 月差距不大，近似重叠。这是因为越冬的蚊虫还没有进入繁殖期。但是从 5 月下旬开始到 7 月下旬，当蚊虫进入了一年繁殖的高峰时，此时也是我们杀虫产品使用销售的高峰，大家可以看到 2009 年与 2008 年相比，下降了 13.6%，2010 年与 2009 年相比又下降了 9%，三条曲线相比，就明显地看出蚊虫的密度在逐年下降。

图二：江苏省 2008~2010 年蚊虫生境密度构成情况

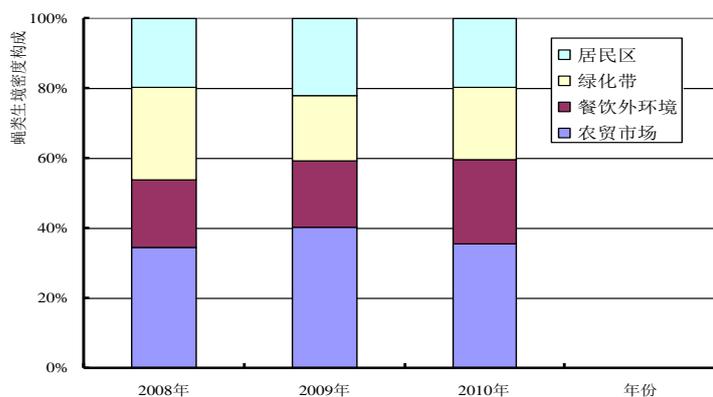


从江苏疾控中心提供的数据看，也同样如此，随着城镇化建设的推进，农村生活条件的改善，蚊虫没地方吸血，都跑到了牲畜棚里去了。它的蚊虫密度占总密度的 88%左右；所以在江苏地区，许多农户养的猪，晚上被蚊虫咬得没法睡觉，只好买蚊香、蝇香在畜棚里点。

图三：上海市 2010 年蝇密度与 2009 年、2008 年密度比较

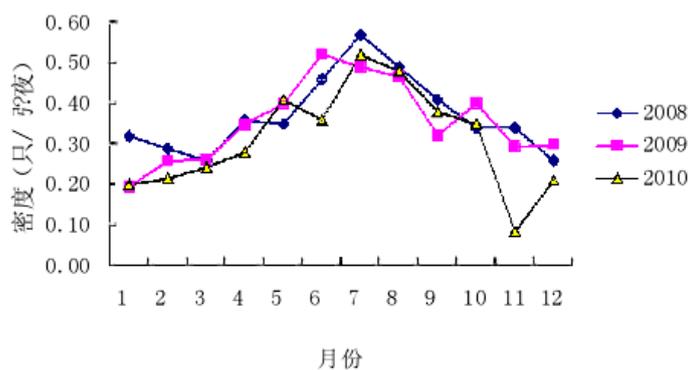


图四：江苏省 2008~2010 年蝇类生境密度构成情况



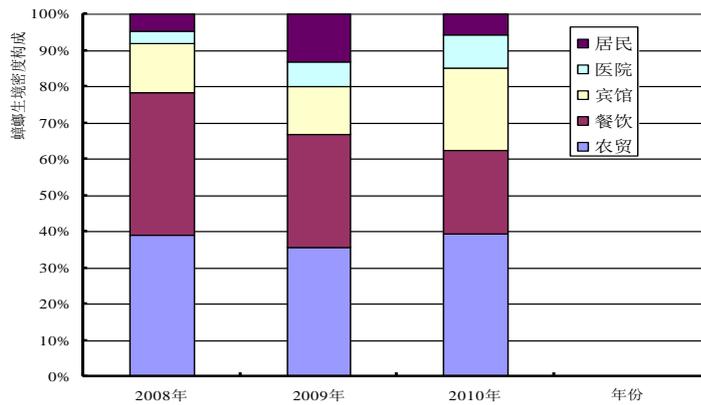
从图（四）看农贸市场是蝇类孳生繁殖的优生地，其密度占了近 40%；其次，餐饮和绿化带它的蝇类密度构成均比较接近，各占 20%左右。

图五：上海市 2010 年蟑螂密度与 2008 年、2009 年密度比较



从图（五）看，由于蟑螂生活与活动的场所是室内，温度适宜，食源丰富，它的生存条件相对要好，所以它的消长情况差异并不大。

图六：江苏省 2008~2010 年蟑螂生境密度构成情况



从图（六）看，农贸市场和餐饮环境是蟑螂孳生的优势环境，它密度分别占 35%~40%、20%~40%；此外，值得注意的是，医院蟑螂密度有逐年上升的趋势。

(2) 三年来全国市场总销售额逐年呈下降趋势。

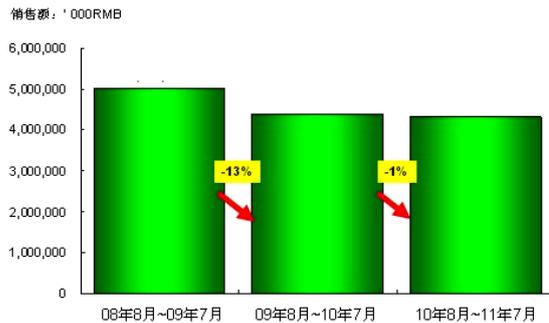
以下是全球某著名的市场调查公司对我国家卫产品的主要品种近三年来在全国销售总值的数据分析。这里要说明的是，表中金额都是已经形成销售的数据，但它只是代表了“现代渠道”，而下表中几乎占 60%左右的“传统渠道”的统计虽然不一定完整，但也能“管中窥豹”、“略见一斑”。

表一：三年来全国总体市场销售份额

全国总体	08 年 8 月~09	09 年 8 月~10	10 年 8 月~11
市场	年 7 月	年 7 月	年 7 月
销售额	50.2	43.8	43.1

(亿元)			
------	--	--	--

图七：三年来市场销售总额变化趋势



上图反映了从2009年~2011年连续三年，全国市场的销售总值情况。由于受三年来连续的冰冻低温灾害的影响，蚊虫的种群繁衍遭到了致命的伤害，直接对市场恢复造成影响，全国连续三年销售呈现下降趋势，2010年比2009年下滑了13%，2011年和2010相比，由于今年的气温接近正常，只下降了1%。这个图也与前面疾控中心提供的近三年来蚊虫下降的态势相吻合。

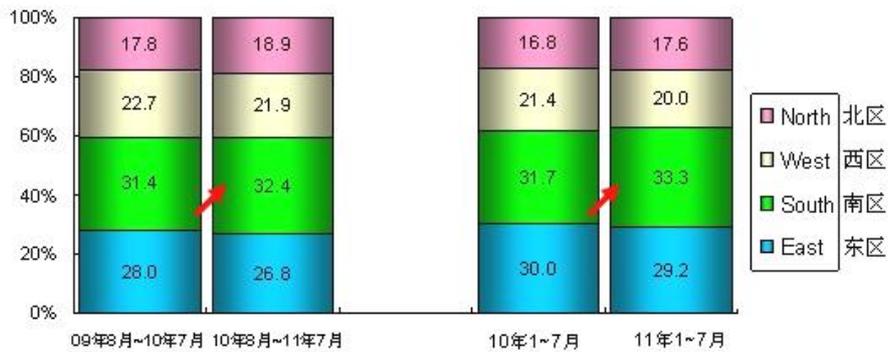
### (3) 三年来国内不同区域的市场变化。

表二：三年来各区域销售总额情况

年份 区域	销售额 (亿元)			增长率	
	08年8月~09年7月	09年8月~10年7月	10年8月~11年7月	10 Vs 09	11 Vs 10
	东区	13.2	12.2	11.5	-7.5

南区	16.7	13.7	13.9	-17.6	1.6
西区	11.4	9.9	9.4	-12.8	-5.2
北区	8.8	7.8	8.1	-11.4	4.8

图八：各区域销售份额的占有情况分析



从全国各区域范围看，区域间的“板块”在相互冲击，重点市场的重要性越显突出，东区和南区是我国经济最发达的地区，生活富裕，人口密度大，夏季时间长、气温高，也是我们家卫产品的主要产出区。过去我们曾经有这样的说法：“得南区、东区者得天下”。但是，今年的东区由于蚊虫密度的明显下降，梅雨季节与往年相比延长了十天，这就使得东区今年的销量降了5.9%。南区的比重持续上升，这也预示了两个区域市场的争夺将会更加激烈。

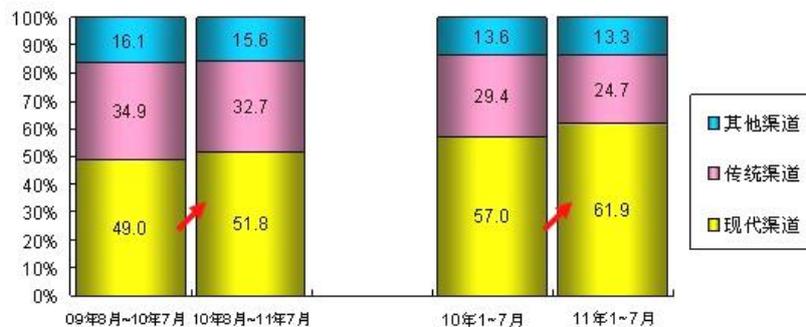
#### (4) 三年来国内不同渠道的市场变化。

表三：三年来不同渠道销售总额情况比较

年份 渠道	销售金额 (亿元/人民币)			增长率	
	08年8月 ~09年7月	09年8月 ~10年7月	10年8月 ~11年7月	10 Vs 09	11 Vs 10
现代渠	21.2	21.4	22.3	1.1	4.0

道					
传统渠道	18.9	15.3	14.1	-19.1	-7.9
其它渠道	10.1	7.0	6.7	-30.2	-4.5

图九：各渠道销售份额的占有情况分析



从渠道来看，现代渠道的机会正在突显，2011年与2010年同比涨幅4%。而传统流通渠道却下滑了7.9%。

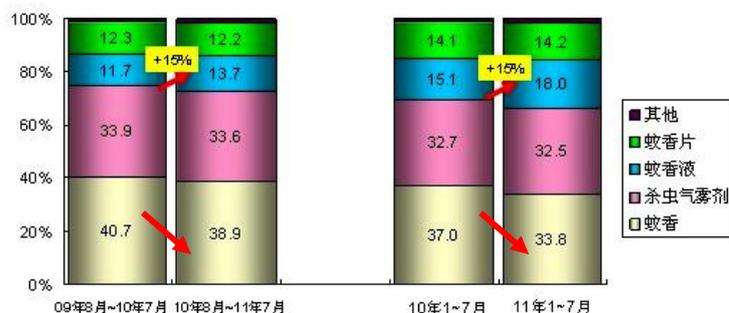
随着社会经济的发展，生活水平的提高好，国家积极推进的全民奔小康的速度加快，现代渠道已经向城郊结合部及农村的县级市（镇）纵深推进，许多著名品牌的超市和卖场都在许多县属的各镇上开了“下伸店”，传统渠道的优势正在发生悄然的变化。如广东中山的榄菊镇，那里的“大润发”门店比上海的门店规模还大。每逢周末，进店购物的人流多达十万人，简直是车水马龙，摩肩接踵。

(5) 三年来不同品类产品销量变化情况分析。

表四：三年来家卫产品不同品类的销售总额比较：

年份 渠道	销售额 (亿元)					
	09年8月 ~10年7月	10年8月 ~11年7月	11年比 10年 增长率%	10年1月 ~10年7月	11年1月 ~11年7月	11年比 10年 增长率%
总体市场	43.8..	43.1	-1.5	26.2.	25.2.	-3.8
蚊香液	5.0	5.8	15.2	3.9	4.4.	14.8
蚊香片	5.2.	5.1.	-2.0	3.6.	3.5.	-2.8
蚊香	17.5.	16.5.	-5.4	9.6	8.4	-12.0
杀飞虫气 雾剂	0.72	0.71	-2.0	0.43	0.47	7.9
杀虫气雾 剂	13.3	13.0	-2.2	7.8	7.4	-5.3
杀爬虫气 雾剂	0.62	0.58	-8.0	0.282	0.284	0.9
杀蟑饵剂	0.61	0.69	13.5	0.30	0.37	22.3

图十：各品类销售份额的占有情况分析



表（四）是2009~2011连续三年全国不同品类的销售额情况，数据显示，不同品类之间也在优化选择，液体蚊香和杀爬虫类产品连续三年保持增长。尤其液体蚊香，在品类中的增长尤为突出，比去年同期增长14.8%，传统的蚊香销售量比同期下降了12%。

这说明随着人们对环境、安全、健康意识的逐步提高，消费趋势正在发生显著改变，蚊香品类的优势正在逐渐减弱，而清洁、安全、方便的液体蚊香连续三年在高速增长。

爬虫类的产品增长，主要是灭蟑产品在增加，大家知道蟑螂是一种富贵虫，老百姓生活水平提高了，食源丰富了，它处在养尊处优的环境下当然繁殖也快了。

这些数据也为我们研发人员提供了产品开发的依据。

## 2、市场萎缩、产能过剩：

2010年初，我们行程数千里，走了二十多家企业，在对企业的产能、行业的布局、市场的销售，进行了深入调研之后，写了一篇“警惕我们行业出现盲目扩建的泡沫——蚊香杀虫气雾剂产能严重过剩”的文章，列举了自2009年以来，一些企业错误地估计形势，在没有充分对市场调研的情况下，跑马圈地、盲目扩建了十家蚊香厂。这些投资少则一千多万，多则两三千万元的新建企业，自去年以来都已相继投产。如今的效益究竟如何呢？前不久，我们对这些新建企业进行了回访，结果发现大多数都处在亏损的状态。一方面是大兴土木在扩建，而另一方面现有的企业产能远远过剩。据我了解，原来一些在业内排行前五或前十名的几个骨干企业，2007年高峰时年产量曾经达到过三百万箱，今年连一百万箱都达不到。

大家想想看，中国的蚊香真有那么大的需求吗？事实上按照目前全国全年的实际需求量算，现有排名前十名的蚊香企业的产能就足矣；至于气雾剂只要把靠前的二十家企业留下来，合理布局，就完全能满足了。而我们现在的蚊香、气雾剂生产企业却多达三、四百家都不止。这种状况难道不令人担忧吗？

## 3、人工上涨，成本上升：

即将过去的2011年，是一个极不平凡的一年。由于通胀压力，工资上涨，原、辅材料价格持续走高，使得企业的生产成本也在不断攀升，而产品价格虽然有上调，但上调的幅度难

以抵消上升的幅度，使得企业的经营压力加大。

下面我们就蚊香“料、工、费”的直接生产成本与上两年度做一对比分析，供大家参考：

(1) 近三年来蚊香原、辅材料价格上涨情况对比

表五：近三年来蚊香原、辅材料价格上涨情况对比

原材料名称	单位	2009-2010 年	2010-2011 年	增加额	上升比例
碳粉	元/吨	1400	1700	300	21.4 %
木粉	元/吨	650	800	150	23.1 %
淀粉	元/吨	3200	3400	200	6.3 %
轻钙	元/吨	700	850	150	21.4 %
CMC	元/吨	11500	13300	1800	15.7 %
红 A 粘粉	元/吨	5500	6500	1000	18.2 %
白子粘粉	元/吨	2450	3300	850	34.7 %
701 粘粉	元/吨	4800	6100	1300	27.1 %
煤炭	元/吨	1100	950	-150	-13.6 %

从上表九种主要原材料中，我们看到除了煤炭价格略有下降外，其余的材料价格均有不同程度的上涨，最高的涨幅达到 30%以上，一般也在 20%左右。

(2) 人工工资普遍上调

蚊香生产是一个“苦、脏、累”的行业，虽经近几年机械化程度有了很大的提高，劳动强度、生产环境也有较大的改善，但员工的辛苦程度还是很难与电子、纺织、服装等行业相比。企业一直面临着用工荒的困扰，为了能尽快招到工人，企业不惜承诺，大幅度提高工资，

改善员工的生活、福利待遇，并且还增加了许多过去没有的补贴。

下面我们以华东地区某骨干企业蚊香生产过程中各工段、工序,2009~2010年度和2010~2011年度增加情况,作一详细介绍:

表六:近三年来蚊香生产各工序人工费用上涨情况对比

工序(补助)	09-10年度	10-11年度	增加额	上升比例(%)
名称	平均月工资	平均月工资		
拌料	3600	4300	700	19.4%
冲压	2800	3300	500	17.9%
烘干	3000	3500	500	16.7%
收香	2900	3400	500	17.2%
包装	1850	2250	400	21.6%
维修	2800	3400	600	21.4%
满勤奖	无	200	200	100.0%
午餐费	无	150	150	100.0%
住宿费	无	100	100	100.0%

从上表看出,蚊香生产中的六道工序的工资标准自去年以来,均有大幅上涨,上调的比例最少也在16.7%,一般都在20%左右;同时,为了留住员工,还增加了满勤奖、午餐费、住宿费等三项补贴,而这些费用在上一年度是没有的!

### (3) 相关费用普遍上升

表七：近三年来水、电、运输及贷款利率上涨情况对比

费用名称	09-10 年度平均价	10-11 年度平均价	增长比例
水费	2.20 元/吨	2.85 元/吨	29.5%
运输费	5.00 元/箱	5.50 元/箱	10%
贷款年利率	5.0%	6.5%	30%
电费	0.85 元/千瓦时	0.85 元 / 千瓦时	0

从上表可以看出，除了电价没提价之外，其余的三项费用均有上涨，涨幅在 10%--30%之间。

#### (4) 综合分析结论

表八：综合各方面的上涨因素，每箱蚊香上涨的费用组成

成本上升因素	原、辅材料	工资	相关费用	合计
每箱上升金额	3.50 元	0.70 元	0.60 元	4.80 元

经分析测算，仅以蚊香为例，由于材料、工资及费用等多方面上涨因素，使得每箱的成本比上一年度增加了 4.80 元。

### 三、引发的思考：

今天我的报告提供了这么多具有权威性的图表和翔实的数据给你们，我不是在这里作学术报告，也不是要在你们面前“班门弄斧”。我只是站在行业的高度，以一个行业管理者的眼光，透过现象看本质，把它提炼升华出来，希望能引起业内人士思考：

- 1、需求在下降，行业在萎缩，效益在下滑。我们的企业经营者该怎么考虑？

- 2、消费需求在变化，品类之间在竞争。我们的研发人员今后的产品研发方向在何方？
- 3、市场区域在变化、销售渠道也在变化，我们的营销人员在做营销方案时该如何策划呢？
- 4、原材料在上涨，成本在增加，利润在大幅削减，我们应该采取什么措施千方百计把成本降下来呢？
- 5、招工难，用工荒，如果我们还在采取劳动密集的人海战，这只能帮政府解决就业的难题，你企业还有钱赚吗？
- 6、能源紧张，价格攀升，消费者追求安全、健康、环保的需求进一步提高，水基气雾剂、植物源农药的研发，无论是从政策层面上看，或者消费者的需求出发，难道你们还无动于衷吗？
- 7、政策在调整、国家在调控、市场准入门槛在不断加高，“十二五”规划在实施，这个时候再要投资扩张，今天听了我的报告，难道你们还要把钱往水里砸吗？

#### 四、今后的出路：

去年8月份，由四部委联合发布的《工联产业政策[2010]年“农药产业政策”》以及今年7月份国家农药十二五规划纲要明确指出：今后要从政策源头上严格控制我国农药生产的产能和布局，并将陆续出台一些相应的政策和法律法规；要通过科技扶持、技术改造、经济引导、鼓励企业运用新技术、新装备，要实现生产连续化、自动化、规模化、管理现代化；对农药企业的准入管理要采取更加严格的措施；要依靠科技创新推动产业升级，加快构建资源节约、环境友好以及增强可持续发展能力，从根本上转变经济增长方式。所有这些政策的出台，势必会为我们行业今后一阶段的发展指出方向，过去那种产品结构不合理，在低水平上重复，企业“一哄而上”，“扎堆”式的发展，或者依赖于对资源的过度消耗和从廉价劳动力中获取丰厚利润的时代已经一去不复返了。那企业今后的出路何在呢？

### 1、顺应形势，在“十二五”框架下，根据国家政策导向来规划自己企业发展。

“十二五”农药规划为我们指出了今后发展的方向，也给我们企业提出了严峻的挑战。过去那种只顾“低头拉车”，不看“路”的经营方式已经行不通了。在革命战争年代里，毛泽东曾经向全党告诫“政策和策略是党的生命线”，同样，在社会经济发展的当今也如此。所以无论你是企业发展也好，做市场也好，包括你开发产品也好，必须在国家政策指导下，来规划自己。只有这样才能使企业在当今经济竞争的大潮中，中流砥柱，永远不会败下阵来！

### 2、调整产业结构，谋求新的发展方向，是今后企业发展的必由之路。

产品单一，产能过剩，需求下降，市场萎缩，这是当前我们行业所面临的困境，那么今后的出路何在？其实在这方面，业内一些企业已经有了很成功的经验，他们早已是未雨绸缪，走在了前头。如成都彩虹夏天生产杀虫剂、冬天生产电热毯，“剃头挑子两头热”；榄菊、立白的杀虫、洗化并驾齐驱，双管齐下；北京绿叶继内外环境产品在取得双赢的基础上又在苏州建立了日化基地；浙江正点现已有两个生产工厂，又成功开发两个景区；浙江黑猫神的水泥、房地产开发给他们带来的利润更是锦上添花。简而言之，调整结构，谋求新的发展思路，可以是全方位的，出路总是会有有的，机会永远是给那些善于思考，勇于创新的人留着的。

### 3、瞄准市场需求、研制开发新品、拓展企业的发展空间。

随着人们生活水平的提高，健康意识的增强，安全、环保的产品越来越受消费者青睐。那企业也应根据消费者的需求，来调整产品的研发思路。在我前面报告中所提供的，三年来蚊、蝇、蟑螂因气候影响的消长变化、不同品类之间的相互挤压和全国各区域市场，及不同渠道所发生的变化，都为我们的研发、营销及管理者都提供了一个很详尽的数据分析。市场在哪里，消费者需要什么样的产品，你们回去把我的报告好好去研究一下，我只是给你们提

供一个思路。

#### **4、要以创新的思维，抓住产品的核心技术，促进产品升级换代。**

当今世界，科学技术发展突飞猛进，一个国家的发展依靠创新，一个企业的发展同样也要创新，没有创新就会在激烈的竞争当中被淘汰，创新，创新，再创新永远是发展的主旋律，这对我们行业来讲更是如此。不是吗？当日本住友带着他们最新研发创制出来新药四氟甲醚再回到中国，一下子就占领了我们卫生用药的市场；而扬农化工创制了氯氟醚菊酯，又再次改变了我们行业用药的格局；川盛、闽安、硕恒的不断创新，彻底改变了我国蚊香工业上百年的落后现状，使我国一下子跃居为当今世界蚊香生产、使用的大国。举一反三，而我们沿用了几十年的“四大金刚”产品，何尝不是如此？至于如何去创新，这应该是你们去思考的了，我只是作为一个问题向你们提出。

#### **5、加大技改投入、提高机械化水平、宁可多用机器，少用人。**

用工荒、招工难、人工成本不断攀升，这已成为困扰企业发展的一大难题，如何去破解？川盛、硕恒机械厂成功研制开发的蚊香自动包装机已为我们做出了答案。用他们一台机器，可以节省 10 个人，以每人每年的费用 3 万元计，一年就节省 36 万元，再加上它还可以替代原来用以吹塑底盘，每盒就节省 0.025 元，一箱可节省 1.5 元。保守点计算每天产量按 1300 箱，全年 280 个工作日，产量按 36 万箱计，那前者人工节省了 36 万元，后者省下的塑料托盘 54 万，二者相加就节省了 90 万元。一台机器的售价目前是 70 万元左右，这样 8 个月就挣回来了。所以为什么我们要提倡提高机械化水平，宁可“多用设备，少用人，宁用设备不用人”呢？机器干累了，顶多“趴下”，但是你把他修理修理，“按摩、按摩”，它还是继续帮你干活、帮你省钱，而人“干累”了，你还得加钱，不然他就会“走人”的。

#### **6、节能、低碳、绿色、环保、健康的产品是今后发展的方向。**

近年来，随着人们对石油产品的依赖程度不断提高，因油而生的产品大都又受油价不断

攀升而难以承受，另一方面随着人们对健康意识的重视，消费者对产品的安全性也越来越高。这几年无论是食品、农产品还是日用消费品，每年都要发生多起与健康相关的“风波”。就我们行业的状况来看，节能、降耗、健康、环保之路无论如何也无法回避。与此同时，国家也相应陆续出台了一系列政策和法规。例如，前不久在西安召开的“植物源农药高层论坛”上，有关部门已经打开了这扇政策大门，在新修订的《条例》中也明确增加了鼓励的条款；延用了二十多年的“三元配方”已经明令禁止了，这样，产品的安全性将会大大提高，而杀效也肯定会有所下降，我们觉得这都不用担心，因为生态环境好了，居住条件改善了，蚊虫的密度降低了，再用高含量、高毒性的产品这不等于用“大炮”去打蚊子吗？这不正好又给水基杀虫剂提供了一个良好的契机，以水代油，每罐气雾剂成本可直接节省 2 元左右，而且还给消费者带来了一个安全、健康的概念。为此我建议，已获得登记准入条件的企业，把你们的产品再做些改进，统统拿出来，放到货架上去，构成架势，逐步改变消费者的观念，我们觉得这个时机已经成熟了。

## **五、顺应形势，因势利导，创建一个服务型行业协会。**

各位代表、各位同仁：2011 年是中国日用杂品工业协会第四届家庭卫生杀虫专业委员会经选举换届之后开局的起步之年，我们将秉承二届、三届以来的传统，“企业想说的就是我们协会要做的”、“协会是企业向前发展的领路人，协会是企业合法经营的监护人”的服务理念，以企业为本、服务为先导、转变观念，顺应形势，去指导服务行业协会的工作。要树立起“服务是协会工作的责任，服务是协会生存的根本”，“服务是行业发展的源泉，服务是行业发展的动力”的思想，创建一个服务型的行业协会。积极参与国家政策、法规、标准的制定，跟踪市场的变化，协助、指导、并帮助企业应对涉政、涉法、涉监督的疑难杂症；定时走基层、访企业，与企业沟通交流，了解他们的诉求，上通下达，向政府部门反映企业发展过程中所遇到的问题……。

今后我们仍将一如既往、不遗余力地去完成行业赋予我们的崇高使命，要真正做到上面让政府部门认可，下面要让企业满意。

## 六、结尾：

各位企业家、业内的朋友们，今年的年会报告我打破过去“常规”，没有像往年那样向大家报告这一年来我们做了哪些那些工作，取得了哪些哪些成绩，来年的方向如何如何，而是用了大量的篇幅对国内的形势、行业的现状，企业的困境，今后发展的方向，进行分析和解剖；我也没有象媒体经常报道的那样：中国经济正在高速发展，GDP 多年来连续保持着每年以8%的速度递增；粮食生产不管每年发生多大的自然灾害，还是连续八年获得了大丰收的成绩所陶醉。而是面对客观、实事求是把我们行业内的一些问题摆出来和大家一起探讨。之所以这样做，是要提醒今天在座的各位，要以清醒的头脑去面对，深层次地看清我们行业的问题和困难，用辩证唯物主义的发展观去看待当前的形势。国家是国家，宏观是宏观，我们所关心的是我们行业今后如何来闯过这难关？今天我站在台上注意到了，台下在座的有企业的老板、高管，有生产、研发人员也有市场和从事政策法规工作的法务人员，有供应商和制造商、还有我们请来的部委领导和专家，许多企业一来就是五六个，七八个甚至十多个，大家对我们行业的发展竟如此的关注，这实在是令人感动。一方面说明我们行业的凝聚力空前，另一方面说明大家对我们的行业都非常关心。今天我做这份报告是用足了功夫的，从七月三日动笔到九月六日截稿，前后历时整整二个月，先后十三次易稿。光PPT就做了一个多月，报告中所引用的图表和统计的数据就更不用说了。我希望你们回去后再好好的消化消化。为了让更多的人了解这个报告内容，我们为此专门制作了光盘，作为你们不远数千里来参加我们会议的回馈。

最后，我想摘录几句毛泽东的诗词作为今天发言的结束语：

“大雨落幽燕，白浪滔天，秦皇岛外打渔船。一片汪洋都不见，知向谁边？”

《浪淘沙——北戴河》

“今日向何方？” 《如梦令——元旦》

“风物长宜放眼量” 《浣溪沙——和柳亚子先生》

“不管风吹浪打，胜似闲庭信步” 《水调高头——游泳》

“雄关漫步真如铁，而今迈步从头越。”

“……从头越”，

《忆秦娥——娄山关》

“脚下的路还有更多的累”，“风雨过后，一定是阳光明媚！”

歌词《铿锵玫瑰》

谢谢大家！

中国日用杂品工业协会

家庭卫生杀虫制品专业委员会

二零一一年十月十七日