

目 录

第一章 世界农产品贸易发展情况.....	2
第二章 中国农产品出口发展情况.....	7
第三章 中国主要农产品出口情况.....	11
第四章 2010年以来国内外经济和国内农业情况.....	32
第五章 2010年以来农产品出口情况及2011年展望.....	37
第六章 2010年以来重点农产品出口情况及展望.....	44
第七章 农产品贸易专题研究.....	84

第一章 世界农产品贸易发展情况

增长的态势。近年来工业现代化和现代科技的发展，导致在实体贸易中的工业品比例持续上升，农产品贸易在全球贸易中的比例持续下降。但随着世界人口的不断增长，食品消费需求的升级以及农产品贸易自由化的进展，农产品贸易在世界贸易中依然占据重要的地位。

一、世界农产品贸易市场结构和商品结构情况

(一) 市场结构

2007年，世界农产品出口额为9310.4亿美元。其中，欧洲、亚洲、北美、中南美、非洲、独联体、中东农产品出口额分别占全球农产品出口额比重的46.2%、19%、16%、10.8%、3.4%、3.2%和1.5%。

世界农产品贸易主要在发达国家之间进行，占世界人口75%以上的发展中国家农产品贸易量只占30%左右。2008年，美国的农产品出口额为795.67亿美元，位居第一，占世界农产品总出口10.2%；荷兰位居第二，出口额为656.4亿美元，占8.4%；第三位是法国，出口额为510.61亿美元，占6.5%；德国名列第四，出口额为435.91亿美元，占5.6%；第五位是加拿大，出口额为401亿美元，占5.1%。中国名列第十，出口额为241.21亿美元，占3.1%。如果把欧盟27国视作一个整体，中国在世界农产品出口大国中排在欧盟、美国、加拿大、巴西之后，处在第5位。

美国一直保持世界第一农产品出口大国的位置，但其出口占世界的份额却在下降，从1980年的17%下降到2008年的10.2%。欧盟的地位不断提升，从1980年的1/3左右上升到2008年的41.3%。但欧盟农产品贸易的3/4是在欧盟内部实现的，只有1/4是出口到世界其他国家。

中国、巴西、泰国是世界农产品出口增长最快的国家。巴西咖啡、烟叶、糖、橙汁、鸡肉出口均位居世界第一，大豆出口仅次于美国，豆油出口仅次于阿根廷，牛肉出口仅次于澳大利亚，玉米、棉花、猪肉等产品的出口额也很大。

2007年，中国仍为水产品出口第一大国，中国干果出口额排名为世界第二位。中国在茶叶主要出口国中位列第三，仅次于斯里兰卡和肯尼亚。中国蔬菜出口额排名为世界第三；食用油籽出口额排名为世界第五；水果出口额排名为世界第六；禽肉出口额排名为世界第七。

2007年，中国水产品、蔬菜、干豆、水果、畜产品、粮食出口额分别占全球农产品出口额比重的13.7%、16.7%、12%、4%、2.2%和3%。

(二) 商品结构

2007年，全球畜产品、园艺产品、水产品、粮食、油料产品、食糖出口额分别占全球农产品出口额比重的21%、16.1%、9.3%、8.1%、7.6%和1.7%。

2007年，全球乳制品、牛羊肉及制品、猪肉及制品、禽肉、动物皮毛出口额分别为560.4亿美元、421.2亿美元、315.1亿美元、210.7亿美元和116.3亿美元；小麦、玉米和稻谷出口额分别为337.1亿美元、214.5亿美元和100.8亿美元；水产品、蔬菜、水果、花卉和茶叶出口额分别为862.2亿美元、606.6亿美元、690.8亿美元、169.1亿和30.6亿美元。

有关研究显示，世界农产品贸易中，谷物、肉类、奶制品、花卉、酒类等产品的出口主要在发达国家之间竞争，包括美国、加拿大、澳大利亚及欧盟成员国等。园艺产品中的水果、蔬菜，以及水产品则在发达国家与发展中国家之间竞争。热带作物产品如咖啡、可可、橡胶等，由于其生长条件的独特性，主要在发展中国家之间竞争，如巴西、印度尼西亚、马来西亚等。

二、世界农产品贸易现状及其发展趋势

（一）农产品贸易在世界商品贸易中所占比重逐步减少

世界农产品贸易发展总趋势是农产品出口量的增长率始终低于世界商品出口量的增长率。同时，农产品贸易发展速度不仅低于工业制成品贸易发展速度，而且其发展速度也有下降趋势，这导致了世界农产品贸易在世界商品贸易中所占比重逐步减少。1980年，农产品贸易额占世界商品贸易总额的15%，1985年下降到13.7%，1995年为11.8%。2007年世界农产品贸易额占世界商品贸易总额的6.9%。

农产品贸易在世界商品贸易中比重下降的原因之一是农产品贸易是国际贸易中最敏感的领域。尽管各国在全球农产品贸易自由化谈判中取得了一些进展，但是国际农产品贸易面临很高的贸易壁垒、贸易补贴以及高额关税的阻碍。发展中国家要想进入发达国家市场非常困难。同时，发展中国家也用高关税保护国内的农业。促进多边农产品贸易的多哈回合谈判一直进展不顺利，但是农产品贸易自由化仍是未来的发展方向。

（二）世界人口的增长、食品消费结构升级、粮食能源化等因素为世界农产品贸易提供了新的发展动力

据联合国粮农组织公布的报告，至2050年全球人口将再增加23亿，由目前68亿增至91亿，届时粮食需增产70%才能满足人口增长的需要。其中，撒哈拉沙漠以南的发展中国家人口增长最迅速，至2050年，将增加9.1亿万人，增长率达108%；东亚及东南亚地区的国家人口增长最缓慢，至2050年仅增加2.28亿万人，人口增长率为11%。由于发展中国家的农产品生产和消费增长快于发达国家，巴西、印度和中国对未来世界农产品贸易的影响将越来越重要。发展中国家快速的城市化带来食物结构变化，导致对肉类和加工食品的需求增长；而最贫穷国家的产量赶不上需求的增长，将更加依赖进口。同时，由于能源价格上涨，生物能源的原料如粗粮、含油种子和蔗糖的产量将因需求而增加。

除了气候异常的因素，导致农产品价格高涨的另一个重要因素是越来越多的粮食和油料作物用于生产生物燃料。2007年，美国用于生产乙醇的玉米估计占其玉米产量的25%，全球油/油脂总消费量的10%以上用于生产生物燃料。

联合国粮农组织2009年6月17日联合发布的《2009年—2018年农业展望》报告认为，未来10年全球谷物的平均价格将比1997年至2006年期间的平均价格高出10%至20%，蔬菜和植物油的平均价格将上涨30%以上。全球农产品价格上涨刺激农产品贸易更加活跃。

（三）高补贴、高关税、高壁垒对世界农产品贸易造成扭曲

西方发达国家农业国内支持和补贴额历来很高，其中美国、欧盟及日本的农业补贴约占世界补贴总额的80%，且对部分农产品维持高关税，严重扭曲世界农产品贸易。日本农业仅占其GDP的1.0%，但政府农业补贴达到GDP的1.4%。美国国会2008年初通过的2007—2012《新农业法案》，对农业的补贴总金额高达2900亿美元。

从补贴的品种看,粮食、肉类、奶类和糖等是重点的补贴产品。2005年,美国获得补贴支持排在前4位的农产品为奶产品、玉米、棉花和糖,占美国特定产品支持量的比例分别为39.8%、34.7%、12.5%和9.3%,4项合计达到96.3%,比1998年增加了近19个百分点。欧洲获得支持的农产品品种相对较多,2003年排在前5位的农产品(白糖、黄油、橄榄油、苹果、西红柿)所占欧盟总的特定产品支持量比例为57.6%,比1998年增加近24个百分点。2006年,日本获得补贴支持排在前4位的农产品为猪肉、牛肉、小麦和糖,占日本特定产品支持量的比例分别为44.4%、16.5%、16.2%和9%,4项合计达到86.1%。发达国家对重点农产品的补贴额度相当高,许多农产品单位产量获得的补贴值超过了我国相应农产品的市场销售价格。

从农产品关税看,世界农产品平均关税仍高达62%,考虑许多国家大量使用非从价税,世界实际平均关税水平将更高。发达国家平均关税水平较低,但是重要产品存在大量的关税高峰。许多国家的进口税制十分复杂,提高了保护程度。

在各国自由贸易区谈判中,部分农产品作为敏感商品继续得到了关税的保护。发达国家的农场主人数虽少,但是组织程度高,对于政府的影响力较大。但过度保护反而使得农业发展失去后劲,消费者不得不承担高价格的农产品。

表1-2: 主要国家农产品关税水平

单位: %

	挪威	瑞士	日本	美国	欧盟	巴西	印度	中国
最高税率	1062	1909	1706	440	408	55	300	65
平均税率	70.7	85	41.8	11.3	22.8	35.7	114	15.2

资料来源:《多边贸易谈判与中国农业发展》,中国农业出版社,2008。

表1-3: 主要国家主要农产品关税

单位: %

	挪威	瑞士	日本	美国	欧盟
食糖	148	100	346	185	218
牛肉	604	523	50	26	146
家禽	665	1019	12	20	94
猪肉	500	369	252	1	66
豆油	126	260	21	19	10
稻米	85	126	778	11	94
乳品	528	900	661	139	264

资料来源:《多边贸易谈判与中国农业发展》,中国农业出版社,2008。

表1-4: 部分WTO成员非从价税使用情况

单位: 个

国别	税目总数	从量税	复合税	选择税	其他税	非从价税比例
瑞士	2179	1938	2	—	—	89%
挪威	1060	202	520	—	—	68%
欧盟	2205	589	54	262	105	46%
美国	1777	597	—	111	47	42.5%

资料来源:《多边贸易谈判与中国农业发展》,中国农业出版社,2008。

国际贸易自由化过程中，关税壁垒逐渐被非关税壁垒所取代，非关税壁垒的形式越来越多样化，门槛越来越高，如技术标准、质量认证、检验程序、环境保护、国民健康标准、动物福利、私营标准等。根据WTO统计，WTO成员有关农产品的技术性贸易壁垒（TBT）和卫生与植物卫生措施（SPS）通报数量中，发达国家占40%以上。美国、欧盟、新西兰、日本等发达国家成员在食品科技和安全管理上居于领先地位，通过不断出台新的SPS措施，令中国和其他发展中国家成员处于被动应对境地。

日本2006年5月开始实施的“肯定列表”制度，从根本上改变并强化了农业化学品管理体制。日本“肯定列表”制度涉及农业化学品达700余种，农产品200余种。“肯定列表”设定的5万多项药物残留标准中，只有1万多项是通过科学实验得到验证的正式标准（日本称“现行标准”），剩余的4万多项还需通过评估后才能转化为正式标准（日方称“暂行标准”）。日本“肯定列表”制度实施已有四年，调整过的标准仅几百项，今后即使按照年修改1000项标准的进度计算，也要40年的时间才能完成所有暂定标准的审核，这与其承诺的时限相距甚远。“肯定列表”还设定了所谓的“一律标准”，即对没有设定具体标准的药物残留，一律执行0.01ppm的标准。而国际通行的做法是依据毒理学评价结果，并考虑“每日允许摄入量（ADI）”和“良好农业规范（GAP）”。日本对不同食品种类制定“一律标准”的做法，既不符合国际规则，也不符合《WTO/SPS》协定的科学原则。

高补贴、高关税、高壁垒严重扭曲了世界农产品贸易，创造一个和谐友好的农产品贸易环境依然任重道远。

（四）全程食品安全控制正逐渐成为发达国家进口食品市场准入的新标准

近年来，疯牛病、口蹄疫、禽流感、二恶英等重大食品安全事件的爆发和流行，已经对世界各国经济和社会发展产生了不利的影响。随着国际食品贸易不断增长，各国都制定了严格的食品安全技术法规和标准，对进口食品的安全提出了越来越高的要求。在中国，相继发生了福寿螺、红心鸭蛋、毒奶粉等多起食品安全事件，农产品出口行业接连发生了巴拿马药品中毒、大白兔奶糖含甲醛、水产品扣留、日本水饺中毒等事件。这引起了国外媒体的大肆报道，“中国食品安全危机论”不仅影响了企业出口，也影响了中国国家形象。

目前，发达国家食品管理观念发生较大转变：食品从业者被推到管理的前台，目的是发挥其主观能动性，使之成为食品安全管理的主角，政府主要负责制定规则，并进行引导和监督。GAP、HACCP、ISO9000、ISO22000、食品溯源制度等是发达国家政府积极推行的食品安全管理新制度。这些制度各有所长，在农产品和食品的生产、加工、销售等各个环节都建立了一套完整的管理体系。特别是这些制度普遍具有自我约束和相互制约机制，将食品安全管理由表及里渗透到行业的各个环节。

欧盟和美国都在力推“从农场到餐桌”的食品安全全程控制机制。2006年1月，欧盟新的食品卫生法规正式生效。欧盟新食品卫生法规的法规数量被大大简化，突出强调了食品从农场到餐桌的全过程控制管理，强调了食品生产者在保证食品安全中的重要职责，对食品从原料到成品储存、运输以及销售等环节提出了具体明确的要求，要杜绝食品生产过程中可能产生的任何污染，更加强调食品安全的零风险。这部法规还突出了食品生产过程中的可追溯管理与食品的可追溯性，强调食品尤其是动物源性食品的身份鉴定标识与健康标识；强调了

官方监管控制工作，涉及保护公众健康的所有方面，包括保护动物的健康和福利。这意味着今后向欧盟出口的农产品，不但要符合欧盟食品安全相关标准，还要放大延伸食品安全管理链条。2009年6月8日，美国首次将“2009食品安全加强法案”引入并提交议会辩论。该法案中提出了进口食品必需在整个供应链上都采取适当的安全、防护措施的新要求。该法案还要求原产地标示，所有加工食品必须标示最后加工国家之名称，而所有非加工食品必须标示其原产地。从上述情况看，全程食品安全控制正逐渐成为发达国家进口食品市场准入的新标准，对我国食品出口企业提出了新的挑战。

（五）有机食品贸易方兴未艾

有机食品是根据有机农业和有机食品生产、加工标准或生产、加工技术规范而生产、加工，并经有机食品认证组织认证的一切农副产品，其在生产加工中不使用化学农药、化肥、化学防腐剂和添加剂，也不用基因工程生物及其产物，因此它是真正的源于自然、富营养、高品质的安全环保生态食品。据国际有机农业运动联盟（IFOAM）和瑞士有机农业研究所的共同报告，2006年全球有机食品和饮料的销售总额达到386亿美元，比2000年增长2倍，并以每年50亿美元的速度快速增长。今后10年内，全球有机食品市场销售额将增加到1000亿美元。

有机产品主要消费地区集中在北美和欧洲，占全球消费 97%。世界有机土地面积最大的国家分别是澳大利亚（1230万公顷），中国（230万公顷），阿根廷（220万公顷）和美国（160万公顷）。自2005年起，全球的有机食品产业就一直处在急剧的供应短缺的状态，需求的高增长导致几乎所有类型的有机食品如水果、蔬菜、饮料、谷物、种子、草药、香料等都供应紧张。

2006年北美有机市场总量约为170亿美元，占全球有机市场45%的份额。2002年美国《有机农业条例》开始生效，美国的有机界在2007年继续鼓动美国议会在“2007农场法案”中增加对有机农业的支持。亚洲2006年有机食品零售额约7.8亿美元，主要市场在日本、韩国、新加坡等富裕的国家与地区。欧洲是世界最大的有机食品市场之一，有机管理的土地达到740万公顷，占全球有机土地面积24%。2006年欧洲最大的有机产品的市场在德国，销售额为46亿美元，其次是英国（28.3亿美元）、意大利（26.5亿美元）和法国（17亿美元）。

有机食物较市面上同类型食物昂贵，但研究显示，有机食物的营养价值，较其他有化学成分的食物高出三倍。随着人类环境意识觉醒，人们的食品安全意识也随之提高，消费者对纯天然、无污染的健康食品的需求逐渐增加，全球无公害农产品生产体系应运而生，有机食品贸易的发展方兴未艾。

第二章 中国农产品出口发展情况

中国自加入世贸组织以来，在市场开放的过程中，农产品出口规模不断扩大，贸易总额由2002年的180.2亿美元发展到2010年的488.8亿美元，增长1.7倍。中国已成为世界第五大农产品贸易国。

一、中国农产品出口概况

（一）出口规模稳中有升，贸易排名位居世界第五

2002—2010年，中国农产品出口额年均增速达11.7%。根据世界贸易组织的统计，2008年，我国已成为世界第五大农产品出口国。我国为水产品出口第一大国，占世界水产品出口总额的12%。我大蒜、花生、烤鳗、苹果汁、香菇、蜂蜜、肠衣等农产品的出口量均位居世界前茅。

表2-1：2002年—2010年我国农产品贸易情况

单位：亿美元

年度	进出口额	出口额	进口额
2002	304.3	180.2	124.1
2003	401.3	212.4	188.9
2004	510.6	230.9	279.7
2005	558.3	271.8	286.5
2006	630.1	310.3	319.8
2007	775.9	366.2	409.7
2008	985.5	402.2	583.3
2009	913.8	392.1	521.7
2010	1207.9	488.8	719

（二）出口竞争力有所提高，但产业基础依然薄弱

2005年，我国农产品出口企业中，年出口金额1000万美元以上有523家，到2010年达到了1102家，增长了1.1倍。但与美国、巴西等农业强国相比，我国农业产业化发展水平还存在很大差距。年出口额100万美元以下的企业仍占我出口企业总数的70%以上。出口农产品技术含量低、自主品牌少，质量有待进一步提高。

（三）国际市场准入条件苛刻，严重制约农产品出口

农产品是各国实行贸易保护最严重的领域，世界农产品平均关税约束水平高达62%，非关税壁垒也严重影响了我国优势农产品出口。受国外技术性贸易壁垒影响，我国农产品出口企业每年损失约90亿美元。发达国家的技术壁垒趋向制度化、法律化，极大增加了行业应对的难度。

（四）农产品出口的社会效益明显

农产品出口对带动农村就业、增加农民收入、优化农业产业结构发挥了重要作用。据商务部测算，每1万美元的农产品出口，能直接和间接创造约20个就业岗位。农产品进口也为我国节约了宝贵的耕地。

（五）农产品出口的产品集中度和市场集中度都比较高

总体看，中国农产品出口的产品集中度和市场集中度都比较高。2010年，中国蔬菜对前5大出口国家的依存度约为45%，水果对前5大出口国家的依存度约为53%，原料类水产品对前5大出口国家的依存度约为62%，蜂蜜对前5大出口国家的依存度约为74%。这些农产品一旦在某个主要出口市场遭遇药物残留、卫生检疫等SPS措施，往往会引起连锁反应，给出口企业带来较大的损失及市场风险。前十个出口目的国和地区的出口额占中国农产品总出口额的比重由1995年的81%已经下降到2010年的65.5%，但仍占较大的比重。

（六）劳动密集型农产品为主要出口产品

过去十多年，整个农产品出口商品结构的变化和中国农产品的比较优势是相符的。2010年，水产品及其制品、蔬菜水果及其制品、畜禽产品三大类劳动密集型农产品分别占农产品出口总额比重的27.1%、32.1%和5%，三者合计为64.2%。2010年，畜禽产品出口额为24.4亿美元，在农产品出口总额中所占比重由2002年的7.5%左右下降为5%。水产品出口基本呈稳定增长态势，2010年，水产品及其制品出口额为132.3亿美元，水产品出口正在克服国际技术性贸易措施的阻力，继续保持增长。

蔬菜水果及其制品出口在加入WTO后增长迅速，所占农产品出口总额比重由2002年的23.3%增长到2010年的32.1%。2010年，蔬菜、水果及其制品出口额为157亿美元，超过水产品，成为出口的第一大类农产品。粮食的出口很不稳定，2010年，粮食出口仅占农产品出口总额1.1%。从单项产品来观察，2010年出口金额排在前几位的品种是：冻鱼和冻鱼片、大蒜、苹果、苹果汁、小虾及对虾、番茄酱罐头、肠衣、豆粕、墨鱼及鱿鱼、干芸豆等。

（七）日本市场的重要性下降，美国市场的重要性上升

2010年，中国十大出口目的国或地区依次是：日本、美国、中国香港、韩国、印尼、德国、马来西亚、俄罗斯、越南和泰国。日本是中国农产品第一大出口去向地，2002—2010年，中国对日本出口农产品年平均增长率只有5.4%，低于中国对全球农产品出口年均增速6.3个百分点。中国对日农产品出口占中国对全球农产品出口总额的比重从1995年的三分之一以上降低到2010年的18.7%。

加入WTO以前，中国香港一直是内地农产品第二大出口去向地，但其在中国农产品总出口额所占比重快速下降。在中国农产品总出口额所占比重由1995年的24%下降到2010年的8.7%。韩国在中国农产品总出口额所占比重由1995年的4.8%上升到2010年的7.2%。中国对美国出口农产品一直在增长，其在中国农产品总出口额所占比重由1995年的4.9%上升到2010年的11.8%，仅次于日本。

二、中国农产品出口的作用及意义

（一）加速农业产业化的进程

以往农村发展的以国内市场定位的农业产业化生产一是受到了内部市场格局的制约，难以形成规模经济效益，同时由于起点低，在发展中容易受到更大的挑战。通过在一部分具有出口优势的农产品行业优先发展出口产业，不仅可以解决产品销路问题，同时也有较强的示范作用和带动作用，加快和普及农业的产业化，通过产业化带动一批农村龙头企业的发展，在区域内率先实现工业反哺农业，增强农业的发展后劲。

（二）有利于巩固农业基础，提高农产品的竞争力

加快农产品的出口是提高农产品竞争力的有效途径。目前农业和农产品面临的主要问题是竞争力较弱，通过扩大出口可以更好地发挥农业的比较优势，形成一批有竞争力的出口农产品，从而巩固农业的发展基础，提高农产品的综合竞争力水平。

（三）可以加快促进农产品质量的提高

通过组织农产品出口，发展农产品出口基地，能够更好地贯彻良好农业生产规范，有效地解决农产品的生产标准和产品质量问题，建立一套与国际接轨的标准体系。出口龙头企业为打破国外技术壁垒，不断开展技术创新，大大促进了农产品质量的提升。

（四）促进农民增收，加快社会主义新农村建设

通过鼓励和发展特色农产品和加工农产品出口，可以实现对现有农产品资源的深度开发和利用，延长农业的产业链，扩大农村劳动力就业，解决农业发展和农民增收问题。

三、中国农产品出口面临的主要问题

（一）农产品出口的比较优势在下降

近年来国内农业生产成本大幅提高。以种植业为例，从1978年到2006年，中国小麦、玉米、大米三种粮食生产成本增长了5.7倍，棉花和油料的生产成本分别增长了7.5倍和6倍。同时，中国农业劳动生产率提高得很缓慢，工业劳动生产率近10年来提高了6倍多，而农业劳动生产率只提高1倍多，这使得农业生产的比较效益低，劳动力脱离农业转入非农领域，这又造成部分农业部门出现“去专业化”的现象。

受加工工艺、技术装备、生产管理水平的制约，出口农产品的成本一直维持在较高的水平，难以降低。同时为了应对国外的技术壁垒，要加大农产品源头的质量控制，必然会增加农产品的生产成本。

（二）农产品出口加工程度低，缺乏品牌产品

我农产品加工业发展水平相对落后，技术含量低，且大部分为贴牌生产加工，自主品牌少。以茶叶为例，年出口近29万吨，创汇5.5亿美元，占全国茶产量的三分之一，解决了几千万茶农和相关人员就业。但我国出口的几乎全部是散装原料茶，自主品牌很少，出口均价每公斤仅1.9美元左右，产品附加值低，企业效益不高。

（三）农产品企业融资困难，影响企业做大做强

2007年全国金融机构贷款余额为26.17万亿元，其中农业贷款1.54万亿元，仅占5.88%。全国有近半数的农户和农村企业贷款需求没有得到满足，特别是一些成长性的涉农企业、种养大户、农民专业合作社等中低端的贷款需求难以满足。一些出口龙头企业为建立出口标准化基地，和农户签订了20年的合同，在基础设施、种子、科学施药等方面投入巨大，他们的流动资金非常紧张。政府的信贷放松政策落实到地方需要一段时间，如果龙头企业不慎倒下，将影响一大批农户的生产生活。

中小企业的融资难问题依然突出。很多企业为求发展，不得已采取个人集资或社会民间融资等非正常手段，造成企业融资高成本和高风险，影响中小企业做强做大。

（四）贸易保护主义和食品安全事件严重影响农产品出口

随着我国农产品出口规模的逐步扩大，发达国家对我多种贸易限制将进一步升级。他

们利用消费者对食品安全的关注，不断提高农产品的市场准入门槛。2006年，商务部调查显示，中国有90%的农业及食品出口企业受国外技术性贸易壁垒影响，造成每年损失约90亿美元，占出口总额近三分之一。尤其是日本“肯定列表制度”的实施，标志着发达国家的技术壁垒已趋向制度化、法律化，极大增加了行业应对的难度。

除了技术壁垒，食品安全事件频发，令农产品出口雪上加霜。2008年，“饺子事件”、“三鹿奶粉事件”相继发生，造成中国食品的信用危机。据海外报道，自从中国爆发食品安全问题后，泰国出口至日本的食品总值攀升30%。由于泰国食品企业产业集中度高，质量控制相对中国企业更加稳定，而中国食品安全事件频发，日本客户将订单转移到泰国和其他一些东盟国家，导致我对日出口继续下滑。

（五）对外向型农业的政策支持力度不足

目前，发达国家财政支农的比重占农业GDP的30%~50%，印度、巴西等发展中国家也达到10%~20%，而我国2000—2006年平均为7.6%。尤其在对外向型农业的支持上，目前对于农产品出口的政策支持力度依然不足。

2005年，美国国家财政预算安排农产品海外市场开拓资金为6.5亿美元，相当于当年该国农产品出口额的1.05%。由于世贸组织禁止直接对农产品出口进行补贴，美国政府全部资助给农产品行业组织，由行业组织来实施市场开拓和应对贸易壁垒工作。美国大豆协会每年经费为1000万美元，在中国设立了两个办事处，每年举办各种活动，推销美国大豆。瑞士工业品和农产品出口不足我国的三分之一，但用于国际市场开拓的预算竟高达4400万瑞士法郎（约合2.2亿元人民币）。韩国政府颁布的《农产品流通改革具体推进对策》中，规定用于农产品营销促销服务的资金达242亿韩元（约合1.76亿元人民币）。

一些国家还为农产品出口提供相关的金融服务。例如，美国是提供出口信贷最多的国家，金额达到120亿美元。加拿大的联邦出口发展银行也向国外进口商提供投标押金。在展览方面，法国政府每年拨款1.5亿法郎（约合2.3亿元人民币）重点支持法国食品和农产品推广协会等3个协会开展农产品国际市场营销促销工作。仅举办巴黎农业展览会一项，法国农业部即提供700万法郎（约合1100万元人民币）的资助。相比之下，我农产品出口促进工作存在许多空白点。目前，我国农产品出口促进政策主要集中在信息服务、农产品质量可追溯体系的建立、出口退税等方面，对于出口行业组织的扶持、出口信贷、应对技术壁垒、对外宣传等方面还有进一步改进的余地。

第三章 中国主要农产品出口情况

一、水产品出口情况

(一) 水产品出口概况

水产品是人类食物重要组成部分和优质动物蛋白来源。鱼、虾、贝类除富含蛋白质，还富含EPA（二十碳五烯酸）、DHA（二十二碳六烯酸）和生物活性物质，对人类大脑发育、智力开发、提高人体免疫机能和健康素质是不可缺少的营养源。中国海域总面积约473万平方公里，内陆水域面积约2.7亿亩。我国海域有7500多种水生生物栖息，内陆水域有800多种淡水鱼，我国水生生物资源非常丰富。我国已发展成为一个养殖、捕捞、加工、渔船、渔机、水产科技相互配套，产量占世界水产品总量三分之一的渔业大国。

2009年我国水产品总产量为5116万吨，比上年增长4.5%；水产品人均占有量为38.3公斤，约为世界人均水平的1.6倍。渔业增加值在农林牧渔增加值的份额中占9.7%，水产品出口连续8年位居全球水产品出口首位。水产品总量中，海水产品比重下降，内陆水产品比重上升；捕捞水产品大幅下降，养殖水产品大幅上升。我国养殖产量占水产品总产量的70%，未来水产品产量增长依靠海水养殖和远洋渔业。

在水产品出口贸易的强劲带动下，我国水产品加工企业规模不断壮大，加工技术水平不断升级，质量安全意识逐步加强，2009年我国水产品加工能力和总产量分别达到2209.2万吨/年和1477.3万吨，水产品加工业产值已占到整个渔业经济产值的39.2%，达448.43亿元，一批龙头加工企业与名牌产品相继涌现。目前全国共拥有产值过亿的水产品加工企业近300家，获得HACCP或ISO体系认证的企业千余家。水产品加工业提供直接就业岗位120余万个。

我国水产品出口额约占世界水产品出口总额的14%。自2007年以来，由于国内渔业生产成本上升、人民币升值、质量安全问题受到关注，以及日美欧等主要进口市场提高了进口的技术门槛，导致我水产品出口频频受阻。2009年中国水产品出口量为296.5万吨，同比下降0.6%；出口额107亿美元，同比增长1%。水产品出口量只占国内生产量5.8%。

2009年，出口额上千万美元水产品品种已达40多种，鳗鱼、大黄鱼、河蟹、海水贝类、对虾、罗非鱼等主要出口品种已经进入规模化养殖阶段，工厂化种植、网箱种植等集约化生产方式已基本普及。我国优势养殖水产品除销往日本、韩国、香港等传统市场，对欧美市场的出口也有较大的增长。目前，世界水产品的需求量稳步上升，而海洋捕捞受到资源制约增长乏力。未来世界水产品供应越来越依赖水产养殖的发展，有利于我国发展水产养殖的比较优势，扩大水产品出口。主要出口品种中，冻鱼及冻鱼片出口量值仍位居首位，全年出口123.8万吨、34.2亿美元，数量和金额比上年增长4%和增长6.4%。虾及其制品出口额为14.8亿美元，比上年增长7.4%；罗非鱼出口7.1亿美元，比上年下降3.3%；鳗鱼出口5.4亿美元，比上年下降2.2%。

(二) 水产品出口面临的问题

2008年，世界水产品总量为1.42亿吨；其中，捕捞量占63.4%，养殖量占36.6%。2007年，中国、挪威、泰国分别为出口前3大国，出口额分别占全球水产品出口总额的11.9%、

6.8%和6.4%。

我国水产品出口面临诸多难题。我国水产品出口具有较强的资源禀赋优势，但是出口结构不合理，深加工产品少；尚处在外延型粗放发展阶段，资源优势未完全转化为出口优势。水产业名、特、优产品少，一味追求产量，保鲜技术落后，远洋捕捞产品大量腐烂。为追求产量，从业者进行高密度养殖，破坏了水质，造成鱼病增加；从业者滥用抗生素，对中国水产品的质量信用造成负面影响。大黄鱼、罗非鱼和河蟹等品种开始退化，国内水产原、良种数量不足，优质苗种的生产能力不够。在水产品质量安全体系的建设上和国际水平仍存在较大的差距。同时水产品出口面临国外的贸易壁垒，原产地标识被越来越多的国家使用，对中国水产品反倾销有增长的趋势。未来我国水产品出口必需走“生态养殖”的道路，练好“内功”，同时加强能力建设，有效地应对各种贸易保护，水产品出口才能持续健康地发展。

（二）鳗鱼出口情况

1、鳗鱼生产概况

鳗业是我国近二十年发展起来的新兴创汇农业，其产品主要面向出口，并带动了我国鳗鱼养殖、加工及饲料生产的全面发展。我国鳗业主要集中在福建、广东、江苏、浙江、江西等省，目前从事养殖、加工、饲料、运输等相关行业的从业人员达50至60万人，成为地方重要的经济支柱之一。20世纪90年代是我国鳗业高速发展阶段，鳗鱼年产量达13~15万吨。但2000年后，受日本贸易保护政策影响，鳗鱼产销量有所下降。按活鳗计，我国目前年产量近10万吨，占世界总产量的三分之二。其它鳗鱼产地包括日本（年产量约2~2.5万吨）、中国台湾（年产量约1~1.5万吨）和韩国等地。

2、鳗鱼出口概况

鳗鱼是我国出口大宗农产品之一。主要出口品种有烤鳗（海关编码16041910）和活鳗（海关编码03019290）。中国是世界第一鳗业大国，2001年高峰期时活鳗产量近15万吨，出口烤鳗达7.3万吨，创汇6.2亿美元左右，出口活鳗近1.5万吨，创汇1.6亿美元左右。从中国海关统计数据分析，我国烤鳗产品出口数量在2000年左右达到高峰，但平均单价却在低位徘徊，显示供大于求，造成经济效益降低。受日本市场需求的影响，活鳗产品自2004年后出口数量及单价大幅增长，出口数量最高增长幅度达300%。

我国鳗鱼产品主要出口日本，此外还销往美国、俄罗斯、韩国、加拿大及欧洲等市场。

表3-1: 1997年-2009年我国烤鳗出口统计

年份	数量(公斤)	金额(美元)	数量比	金额比
1997	46,409,170	728,152,278		
1998	53,005,473	621,243,684	14.2%	-14.7%
1999	58,238,848	633,042,336	9.9%	1.9%
2000	69,828,021	751,932,273	19.9%	18.8%
2001	73,325,125	615,039,442	5.0%	-18.2%
2002	66,996,477	586,604,490	-8.6%	-4.6%
2003	53,649,985	467,582,588	-19.9%	-20.3%
2004	60,860,097	727,600,040	13.4%	55.6%
2005	42,439,306	576,827,544	-30.3%	-20.7%
2006	46,645,825	587,741,823	9.9%	1.9%
2007	48,186,789	573,837,846	3.3%	-2.4%
2008	28,650,314	360,629,000	-40.5%	-37.2%
2009	32,088,507	409,345,726	12%	13.5%

(1) 日本市场情况

日本有食鳗之传统,是其饮食文化的一个组成部分,日本国民视鳗鱼为高档补品,将每年夏季丑日定为鳗鱼节。鳗鱼的消费市场主要在日本,日本鳗鱼进口量约占世界贸易总量的90%,且市场容量逐年增长,现在的年销量超过10万吨,在近20年中增长近一倍。我国对日出口烤鳗最高超7万吨,创汇7亿美元以上。日本每年自产活鳗2~2.5万吨,从台湾省进口1.5~2万吨,其余均依赖中国大陆进口,品种以烤鳗为主(80%以上来自我国),主要规格为3P(每公斤3尾)至5P(每公斤5尾)。

近几年,我国鳗鱼对日本出口数量及价格均有不同程度的下滑,供过于求是最主要的原因。日本市场的正常年需求水平约为10万吨,现实际供给量超过需求量3万吨以上,这部分主要来自中国大陆。据不完全统计,我国养鳗场已达3000家以上,养殖规模早已超过市场需求,与此同时,加工能力更是超过养殖规模,烤鳗厂多达60余家,开工率只有50%。因产量过高,一度曾出现烤鳗价格低于活鳗价格的情况。

2001年后,日本为了保护其本国产业,不断加强对进口鳗鱼的技术性限制措施,使我国鳗鱼出口量不断下降。以烤鳗为例,对日出口量由2001鳗年度(当年9月至次年8月)的7万多吨下降到2007鳗年度的4万多吨,同比减少超过了40%,在日本市场占有率也从90%以上降到目前的70%左右。

(2) 其他市场情况

美国市场是我国鳗业自2000年后培育起来的新兴市场。我国鳗鱼对美国年出口量从1997年的不足500吨发展到目前的2500吨左右,增长3倍多,出口品种以烤鳗为主,主要供应日式餐饮。中国大陆和香港市场以活鳗鲜销为主,喜食大鳗,1P~2P规格,年销量4万吨左右。如果按日本消费规格折算,只相当于2万吨。欧洲市场主要消费国是意大利、德国、荷兰、法国、比利时、丹麦、西班牙等,主销品种为熏制鳗鱼、油炸鳗苗,年需求量1万余吨。台湾市场年销量约1万吨,全部自产。韩国的年销量近1万吨,其中自产6000~7000吨。此外,其他一些国家也有少量进口,以满足当地日本人的生活需要。

3、主要贸易壁垒和存在问题

日本为了保护本国产业，不断采取各种措施限制进口。2001年后日本先后实施包括汞、恩诺沙星、孔雀石绿、硝基呋喃等药残命令检查，且至今仍在继续施行中。2006年5月29日，日本正式实施肯定列表制度，针对鳗鱼产品的检测项目多达112种，我国出口烤鳗、活鳗产品多次被日本检出药残超标。2008年初的“饺子事件”又使中国鳗鱼的出口形势雪上加霜。日本消费者对中国产品的不信任感日益加深，直接导致鳗鱼消费量大幅下滑，日本进口商库存无法消化，进口难以为继。我烤鳗加工企业开工率只有正常时期的20%~30%。

由于鳗鱼主要靠出口日本，内销数量只占总量的10%左右。出口数量的削减给国内养殖环节造成很大的压力。中国鳗鱼产业通过近几年的整改，从养殖到加工出口各个环节，无论是企业自身管理还是政府部门的监管均比较完善。在2007年4月的中日鳗鱼贸易会议上，中日双方业者本着实事求是的原则，一致认为中国鳗鱼产品已经达到了十分安全的标准。中日双方研究共同举办中国鳗鱼安全宣传活动，恢复中国鳗鱼产品信誉。目前，在中国鳗鱼业界各方的努力下，对日鳗鱼出口已经出现恢复性增长，日本媒体对中国鳗鱼也开始做正面报道，消费信心有所恢复。

4、有关建议

多元化市场体系，有助于规避风险。在保住日本市场的同时，我们必须实施市场多元化方针，努力开拓日本以外的鳗鱼销售市场。在2008年欧洲布鲁塞尔水产博览会上，我鳗鱼企业的产品受到好评。欧洲冷冻熏鳗市场，现年出口量约2000吨，且数量正在增长，可挖掘潜力很大。

韩国市场也有增长潜力。活鳗鱼用于烧烤，受到当地消费者的欢迎，且销量有增长的趋势，韩国目前没有烤鳗厂，市场上也没有烤鳗出售，但作为方便快捷的食品，完全有可能打开韩国烤鳗市场。

美国也是一个潜在市场。据了解，约120万日本人定居美国，这些人同样需要吃鳗鱼。现美国市场销售的烤鳗主要来自日本，品质差，价格贵。同时日式餐饮也越来越受到美国当地人的欢迎，从而带动了日式烤鳗的销售。业内人士估计，美国每年的烤鳗销售量可以达到1万吨左右，完全有能力成为除日本外的鳗鱼消费大国。

我国的内销市场很有潜力。缺乏对消费者的宣传是影响鳗鱼在我国及世界其他国家销售的一个重要因素。我国作为鳗鱼生产的第一大国，对吃鳗鱼的普及却不及日本的十分之一。调查表明，南方消费者将鳗鱼视为补品，以活鳗销售为主；北京、上海、哈尔滨等全国大、中城市的青少年可以接受日本烤鳗口味。随着价格的降低，鳗鱼已为大、中城市居民接受。按我国5亿鳗鱼消费者估算，如果每人每年吃1条鱼，需要5亿条鱼，约合15万吨，届时出口都将为货源而犯愁。鳗鱼的滋补价值，早在《本草纲目》中就有明确记载：“鳗，去劳损，甚补益。”除日本以外，鳗鱼作为一种高级营养食品尚不为消费者所了解。调查发现，广大消费者对鳗鱼中鱼油、钙质、不饱和脂肪酸等营养含量认识不足，有些人误认为食鳗会造成高血压、发胖等。因此，宣传鳗鱼营养价值是引导消费、扩大市场的一项主要工作。

此外，应该效仿美国奇士橙等行业组织，通过行业协会把鳗鱼企业组织起来，共同建立质量标准，推广健康的养殖模式，以及打造行业品牌。从竞争走向竞合，是行业健康发展的必由之路。

二、园艺产品出口情况

(一) 园艺产品出口情况

1、园艺产品出口概况

2009年，果蔬类产品仍然保持增长势头，出口额达到119.8亿美元，比上年下降1.5%。其中，蔬菜、水果出口额分别达到48.5亿美元、19.9亿美元，同比增长14.8%、11.6%。

2009年，在蔬菜类产品中，鲜蔬菜出口额为20.7亿美元，比上年增长42.7%；其中，保鲜大蒜出口额为10.7亿美元，比上年增长72.4%。冷冻蔬菜出口额为6.4亿美元，比上年下降7%；蘑菇罐头出口额为3.7亿美元，比上年下降44.2%；番茄酱罐头出口额为8.1亿美元，比上年增长2.5%。

我国蔬菜主要出口到日本、欧盟、东盟、美国和俄罗斯等市场，其中日本、韩国和印尼是我食用蔬菜出口前三大市场。2009年我对这三个国家食用蔬菜出口额分别为9亿、2.9亿和2.8亿美元；分别占我对全球食用蔬菜出口总额的18.6%、5.9%和5.9%。

鲜苹果是我水果主要出口品种，2009年出口量为117.1万吨，比上年增长1.6%，出口额7.1亿美元，比上年增长1.9%，主销市场包括东盟以及独联体国家。

2009年，我国出口茶叶30.3万吨，同比增长2%；出口额为7亿美元，同比增长3.3%。其中，我国出口绿茶22.9万吨，同比增长2.7%；出口额为5.2亿美元，同比增长7.7%。

2、园艺产品出口面临的问题

从20世纪80年代以来，世界蔬菜国际贸易量持续上升，年增幅在5%左右，30个种类蔬菜的国际贸易量已超过6500万吨，约为1990年的2.1倍，近年来进一步提升，2001-2009年年增幅已接近10%。2007年，全球蔬菜出口额为470亿美元。2007年；出口前5大国为荷兰、西班牙、中国、墨西哥和美国。

我国蔬菜价格一般为发达国家的1/10~1/5，但从产品结构看，主要产品的国际市场占有率较低。据有关研究，世界出口贸易额在10亿美元以上的11种产品中，我国只有蕃茄酱占有30%的份额；出口贸易额在5亿~10亿美元的11种产品中，我国只有大蒜、食用菌罐头和脱水蔬菜市场份额较高；出口贸易额在1亿~5亿美元的16种产品中，我国只有姜、鲜或干制蔬菜和干食用菌位列其中。

我国出口蔬菜中，实施良好农业操作规范生产、工厂化生产以及具有冷链物流的蔬菜比例较低。蔬菜生产不像粮食作物机械化程度高，需要大量人力、资本、技术的投入，这对我国小农经济的生产方式提出了挑战。农业组织化和流通体系的落后，也使得生产者不能根据国际市场需求的变化快速调整产品结构，实现优质优价。而发达国家不断提高农残标准，甚至是“零容忍”，给我蔬菜出口企业带来很大挑战。

2007年，全球水果出口额为1050.7亿美元；出口前5大国为西班牙、美国、比利时、荷兰和意大利。我国在全球水果出口市场的市场占有率约为4%左右，出口前5大市场分别为印尼、越南、俄罗斯、马来西亚和泰国，这5个国家出口额合计占我对全球水果出口总额的56.3%，且皆为发展中国家。我水果出口中，初级水果产品出口额占出口总额的56.4%，而苹果汁等加工产品出口额占出口总额的43.7%。

我水果出口面临以下问题：一是国际技术性壁垒不断升级，提出了全程控制的要求，HACCP已成为水果企业必需满足的强制性标准之一。欧洲农业良好操作规范还提出了劳工

标准、环境标准等要求，如果企业达不到标准将难以直接进入欧盟的超市。许多国家还强化对水果病虫害、农药残留量的检疫，提出名目繁多的检验检疫项目，制定苛刻的检验检疫标准；并以风险分析为借口，不断地要求提供补充材料，无端地延长解禁的时间。二是出口优质水果货源较少，且部分流向内销市场。目前我国水果产业优质果率只有30%左右，其中约有5%属高档优质果，且部分优质货源流向内销市场。这造成发达国家在我出口市场中所占比例较低，不利于树立我水果出口的国际信誉。三是果品企业规模较小，缺乏国际市场的开拓能力，尤其是国内缺乏像美国“新奇士橙”那样的行业组织，形成产销一体化的出口联合体。四是热带水果产业遇到东盟水果的挑战，处于不利的竞争位置。

（二）苹果汁出口情况

1、出口情况

我国苹果产量近几年达到年均2400万吨左右，其中约30%用于浓缩苹果汁加工行业。目前全国共有浓缩苹果汁生产及贸易企业约70家，行业生产能力已达到约4700吨/小时，2007/2008产季，我国浓缩苹果汁总产量更是创下了105万吨的历史新纪录。其中，陕西和山东是国内最主要的两个产区，陕西地区产量约占总产量的60%。

我国是世界上最大的浓缩苹果汁生产和出口国，出口量约占全球贸易总量的60%以上。我国浓缩苹果汁出口量从1998年的8万吨增至2009年的80万吨；销售市场扩展到目前的60多个国家和地区；出口平均价格也在10年中提高了近45%。2007年，我国浓缩苹果汁出口量创下了104万吨的历史新高，出口总额12.4亿美元，平均单价1194美元/吨，同比数量增加55%，金额增加109%，均价上升35%。2009年，我国浓缩苹果汁出口额大幅下降，出口80万吨，同比增长15.4%；出口总额6.6亿美元，同比减少41.9%。

2、出口市场

我国浓缩苹果汁已出口至全球60多个国家和地区，前5个主要市场分别是美国、荷兰、俄罗斯、德国和日本。美国是我国最大的浓缩苹果汁进口国，2009年，我对美国苹果汁出口额为3.2亿美元，占我苹果汁出口总额的48.6%，金额比上年下降42.4%。日本为我国第二大浓缩苹果汁进口市场，我对日本苹果汁出口额为6873万美元，占我苹果汁出口总额的10.5%，金额比上年下降47.4%。俄罗斯为我国第三大浓缩苹果汁进口市场，我对美国苹果汁出口额为3991万美元，占我苹果汁出口总额的6.1%，金额比上年下降47.1%。波兰是浓缩苹果汁主产国，但主要是高酸品种，每年需从我国进口部分低酸苹果汁用于混兑。

3、国际市场情况

联合国粮农组织（FAO）统计数据显示，世界浓缩苹果汁贸易总量约150万吨。从进口金额来看，美国和欧盟分别占全球的30%，合起来共占60%。从进口量来看，欧盟已经超过美国成为世界最大的苹果汁进口市场，占全球的35%，美国占32%。其他主要进口国包括日本、俄罗斯、加拿大、澳大利亚和南非。日本对浓缩苹果汁的进口需求量比较稳定，年进口量约10万吨；俄罗斯是一个新兴市场，年进口量约12万吨，有较大发展潜力。

中国是世界上最大的浓缩苹果汁生产国，阿根廷、欧盟（波兰、匈牙利）、智利和巴西也向全球提供苹果汁。原料缺乏是许多生产国的主要问题。这些国家都鼓励农民增加酸性口味苹果的种植，供应加工行业，避免与鲜食市场争抢苹果。

近几年，国际浓缩苹果汁业界出现了明显的变化趋势：一是用途更加广泛，由过去作

为单一品种果汁饮料的原料向混合型、清淡型、功能型健康饮料延伸。二是市场容量逐步扩大，由数年前的80万吨增加到现在的140万吨。随着苹果汁的营养健康价值得到越来越广泛的认同，国际市场苹果汁消费量稳步增加。在许多发达国家如美国、欧盟等，浓缩苹果汁已成为仅次于橙汁的第二大果汁消费品种。目前，浓缩苹果汁已超过浓缩橙汁，成为日本最大的果汁进口品种。近几年，发展中国家苹果汁的消费量也在逐渐扩大，发展潜力巨大。但如果浓缩苹果汁价格继续攀升，超过国外客户的承受能力，国外客户会采取减少采购量和更改配方的方法转移压力。

4、生产贸易中遇到的主要问题

(1) 生产方面

随着行业加工能力的急剧扩张，产能和原料的矛盾日益突出，企业为争抢原料不断哄抬价格，原料收购价在逐年上涨，2007年达到历史最高价位，果汁行业原料果平均收购价达到了1400元/吨。同时，劳动力成本、能源、运费、工厂管理费等普遍上涨，再加上人民币升值，检验检疫费用大幅上升，工厂生产成本不断上升，经营风险急剧增加，出口企业效益受到较大影响。其次，我国出口的浓缩苹果汁酸度较低，而发达国家消费者普遍喜爱高酸度的苹果汁，我国苹果汁的生产和市场需求存在一定程度的脱节现象。

(2) 国际市场方面

虽然浓缩苹果汁依然是国际市场非常受欢迎的原料产品，应用范围越来越广，但由于受多方因素影响，售价不断攀升，一些客户开始更改配方，寻找其他替代产品，减少用量。

(3) 食品安全方面

随着全球对食品安全问题给予越来越多的关注，主要进口市场国的政府、媒体和消费者加强了对中国浓缩苹果汁的监督力度，对产品质量和食品安全要求更为严格。

(4) 贸易壁垒方面

自成功应对美国反倾销调查后，我国浓缩苹果汁行业迅速发展，尤其近年的产量和出口量增长速度非常迅猛，在国际市场占据绝对主导地位，易引起新一轮的国外贸易壁垒和反倾销调查。目前，果汁产品的农残主要表现在重金属、甲胺磷等方面，国外已开始对我出口食品不断设置各种技术壁垒，新的检测项目和标准对果汁产品质量提出了更高的要求。

5、行业发展建议

目前，国内生产与国际市场形势都给行业带来了巨大挑战，需要行业从以下几个方面加强应对。

一是加强行业自律和互律，控制产量，缓解产能与原料供应矛盾，稳定国际市场。中国食品土畜进出口商会将进一步加大行业协调力度，维护行业、企业和果农的利益，同时也希望政府有关部门对商会和果汁行业给予更多的关心和支持。

二是加强原料收购市场的协调，遵循市场规律，将原料价格控制在合理的范围之内，正确处理好果农收入和企业效益的关系。

三是各工厂进一步加强企业内部科学管理，有效控制生产成本，降低企业经营风险，逐步恢复我浓缩苹果汁市场竞争力。

四是逐步建立浓缩苹果汁质量安全保障体系和品质追溯体系，加强科学的食品安全管理理念，努力提高产品质量，为消费者提供更加安全的产品。中国食品土畜进出口商会果汁

分会组织了相关专家和企业，制定了《苹果浓缩汁（浆）加工用苹果行业标准》，并通过果汁行业专家委员会审定。该文件规定了苹果汁（浆）加工用苹果的要求、试验方法、检验规则、包装、储存与运输，为规范浓缩苹果汁原料的收购，保障产品的质量安全提供了有力保证。

五是积极办好“中国果汁大会”，进一步提升行业整体发展水平，提高我国果汁行业在全球的影响力和国际声誉。

（三）食用菌出口情况

食用菌是指可供食用的、子实体硕大的大型真菌，通称蘑菇（Mushroom）。我国是世界上最大的食用菌生产国、出口国和消费国。食用菌产品是我国入世后具有国际市场竞争优势的农产品之一。在我国众多出口创汇农产品之中，像食用菌这样年出口金额超过10亿美元且增长势头强劲的产品并不多见。食用菌产业属于劳动密集型产业，食用菌产品出口创汇对于增加农民收入、繁荣农村经济、推动新农村建设发挥了重要作用。

1、总体情况

（1）国内生产情况

由于食用菌不是大宗粮食作物，且品种众多，目前联合国粮农组织暂无全球食用菌总产量的权威统计，但根据几个主要生产国产量估算，全球食用菌年产量应在1000~1500万吨。全球主要的食用菌生产国包括中国、美国、波兰、荷兰和日本，其中，我国食用菌产量占全球的70%以上，居世界首位。

据中国食用菌协会统计，我国食用菌行业从业人员近三千万，年创产值约600亿元人民币。食用菌已成为我国继粮、棉、油、果、菜之后的第六大农产品。我国现有34个涉及食（药）用菌的海关商品编码，涵盖了干、鲜、冷冻、盐渍和罐藏的各类食用菌。

我国食用菌生产遍布全国，福建、浙江、湖北、山东、河南、四川和云南等省为主产区。世界主要食用菌栽培品种有双孢蘑菇、香菇和平菇等。其中双孢蘑菇是欧、美国家的主栽品种，而香菇则在亚洲国家和地区占主导地位。人工栽培的双孢蘑菇、香菇以及部分野生菌（松茸、牛肝菌、羊肚菌和块菌等）及其制品是全球食用菌贸易的主要产品。我国在国际市场上占主导优势的食用菌产品是食用菌罐头（蘑菇罐头和珍稀菇罐头）、香菇、木耳、银耳和松茸等。

近五年来，国内共有31个省（市、区）出口食用菌。其中，福建省出口最多，约占全国出口三分之一以上。

食用菌生产成本构成：菌种、菇房建设支出、工人工资、日常生活开支、原、辅材料（木屑、稻草、棉籽壳、麸皮等）和运输物流成本等。随着粮食和能源价格上涨，食用菌生产资料价格也随之上升，再加之出口检验检疫费用增加，企业整体利润水平在下降。此外，人民币对美元持续升值，也给企业盈利带来巨大压力。

世界各国和地区的人均食用菌年消费量差别很大。总体而言，发达国家食用菌人均消费量一般在2~5千克/年，而欠发达国家的食用菌人均消费量则在1千克/年以下。日本是全球人均食用菌消费量最高的国家。据专家估计，我国人均食用菌消费量在1~1.5千克/年。

2、贸易情况

据估算，全球食用菌总产量的10%~15%进入了国际贸易，主要出口国为中国、波兰、

荷兰、西班牙和加拿大等几个生产大国。主要进口国为日本、美国、德国和东盟等国家和地区。2009年，受国际金融危机影响，我国食用菌出口实现创汇10.2亿美元，同比下降14.3%。

我国是世界上最大的蘑菇罐头生产国和出口国，在全球蘑菇罐头贸易中发挥着举足轻重的作用。我国年产蘑菇罐头30~35万吨，年出口量约20~25万吨，占世界蘑菇罐头贸易量的60%以上。受消费习惯的影响，我国生产的蘑菇罐头内销比例很低，只占年产量的15%~20%。因此，蘑菇罐头是一种高度依赖出口的外向型农产品，极易受到国际市场大环境的影响。

据我国海关统计，从1998年至2005年，我国蘑菇罐头出口数量和金额一直呈低速、稳定增长态势，平均出口单价维持在大约800美元/吨的水平。但是，从2005年底开始，蘑菇罐头平均出口单价大幅上涨，出现价、量齐增的局面。2006年，我国蘑菇罐头出口26万吨，创汇2.7亿美元，出口单价突破1000美元/吨。进入2007年，蘑菇罐头出口保持强劲增速，出口数量和金额达到创记录的32万吨和4.4亿美元，平均出口单价更是达到1,360美元/吨，比2005年和2006的单价同比分别上涨了69%和30%。但到2009年，出口数量、平均单价都呈下降的走势（见表3-2）。

表3-2：2004年-2009年我国蘑菇罐头出口统计

年份	数量（吨）	金额（美元）	平均单价（美元/吨）
2004	281,405	227,343,570	808
2005	292,032	235,130,950	805
2006	263,700	275,203,403	1043
2007	329,135	448,113,399	1360
2008	425,402	660,006,981	1551
2009	288,613	368,282,180	1276

数据来源：中国海关

蘑菇罐头的出口价格在短期内爆发性上涨，其原因是多方面的。首先，国际市场上供需失衡，欧美一些传统的蘑菇生产大国纷纷减产，而以俄罗斯、乌克兰为代表的一些新兴蘑菇消费大国需求增长过快，加剧了供不应求的局面。其次，蘑菇罐头生产成本大幅增加，包括鲜菇原料、马口铁和包装材料等生产要素价格出现不同程度涨幅，此外，人力和物流成本也大幅攀升。再次，人民币对美元的加速升值，也意味着以美元计价的蘑菇罐头出口价格将继续走高。

我国是全球第一香菇生产和出口大国，年产香菇大约10万吨（干重），占世界总产量的90%以上。我国每年出口香菇2~3万吨，占世界贸易量的95%以上。日本、美国、东盟和中国香港是我国香菇的主销市场，其中，日本作为最大的进口国，进口量占我出口总量的三分之一以上。日本厚生省自2005年8月11日对我香菇及其加工品实施“命令检查”，该措施增加了检验检疫费用，延长了通关时间，降低了鲜香菇的品质，导致对日鲜香菇出口骤减，而对美国和欧盟的鲜香菇出口则逐年增长。干香菇受“命令检查”影响相对较小，2007年出口走势基本平稳，出口数量和金额同比分别有13%和6%的上升（见表3-3）。2009年，干、鲜香菇的出口数量和金额均出现增长，尤其是干香菇的出口额同比增长1.1倍。

表3-3：2004—2009年我国干香菇出口统计

年份	数量 (吨)	金额 (美元)	平均单价 (美元/吨)
2004	24,722	152,220,841	6157
2005	24,267	175,559,965	7234
2006	17,601	155,182,766	8816
2007	19,918	163,980,436	8232
2008	14,271	131,127,026	9188
2009	21,806	277,000,838	12703

数据来源：中国海关

以松茸、牛肝菌为代表的野生菌经济价值高，但产量易受自然条件影响而波动，市场价格也随之起伏不定。中国松茸曾占日本松茸市场份额35%以上，但在2007年，我国松茸出口却遭遇困境。以鲜松茸为例，我对日出口771吨，创汇3918万美元，数量和金额同比分别减少28%和30%。出口骤减的原因主要有两方面：一是受“肯定列表”制度及“命令检查”措施影响，鲜松茸因通关时间延长而品质明显下降，商品价值暴跌；二是部分不负责任的日本媒体恶意炒作我国食品安全问题，导致日本消费者对我产品信心发生动摇。据日本媒体报道，2007年许多日本超市和批发市场已改从加拿大、瑞典、芬兰等国进口松茸，消费者反映上述国家松茸的口感和质量均不错，这无疑又为我今后松茸出口蒙上一层阴影。日本厚生省已决定从2008年4月1日起，解除对我松茸及其加工品的“命令检查”，对日松茸出口形势有所改观，但风险依然存在。

3、主要贸易壁垒和存在问题

当前，我国食用菌出口面临的首要问题是食品安全问题，其次是进口国的关税和配额限制。

自日本实施“肯定列表”制度以来，我国输日食用菌产品共被检出65批次农残超标，其中仅木耳就有23例。由于其独特的生物学特性，食用菌的许多生产环节必须依赖广大农户一家一户独立完成，这就给标准化生产带来大难题。我国现有的食用菌标准化生产基地起步晚、数量少、规模小、日常管理还不够科学，因此不能适应现有产业发展的需要，这给食用菌出口行业带来隐患和风险。

目前，我国蘑菇罐头出口受制于欧盟的配额管理，美国、澳大利亚和墨西哥等国都曾对我蘑菇罐头进行反倾销，除少数胜诉企业之外，绝大多数企业对其出口需缴纳高额反倾销税。此外，欧盟成员国不断增加，但欧盟每年给予我国的配额数量只有3万吨，远远低于我对欧盟10余万吨的实际出口量。

三、畜产品出口情况

(一) 畜产品国内发展概况

我国肉类产量约占世界肉类总产量的29%，其中猪肉约占46%，禽蛋约占39%。2009年，全国肉类产量达到7650万吨，比上年增长5.1%；禽蛋产量为2741万吨，比上年增长1.4%；均居世界第一位。奶类产量3735万吨，比上年下降1.2%，居世界第三位。2008年，我国人均肉、蛋、奶占有量已分别达到54.9公斤、20.4公斤和28.5公斤，肉类人均占有量已达到世界平均水平，蛋类达到发达国家平均水平。2009年，全国畜牧业增加值为9412.3亿

元，比上年下降5.7%，占农业增加值的比重为26.7%。

截至2008年底，全国畜牧业产业化组织已达6.91万个，带动牲畜饲养量14.6亿头，带动禽类饲养量113.4亿只。目前，肉、蛋、奶畜产品生产产业带已形成，畜牧业生产区域化进程加快。2008年肉类加工规模以上企业为3096家，行业综合销售利润率为3.6%。

畜牧业的科技进步较快。生猪出栏时间由1978年的300天左右缩短到180天左右，肉鸡生长周期由65天缩短到42天，蛋鸡产蛋量由100多枚增加到260枚以上，奶牛单产由不到3000公斤提高到4500公斤，猪、牛、羊出栏率由62%、4.7%和23%提高到137.6%、40.2%和89.4%，肉鸡配合饲料转化率由2.5：1提高到1.8：1，猪配合饲料转化率由4：1提高到3：1，蛋鸡配合饲料转化率由3：1提高到2.4：1。中国生猪、肉鸡、蛋鸡的料肉比分别为3.5：1、2.2：1、3.0：1，而发达国家分别为2.6：1、1.6：1、2.3：1。

同时，我国畜牧业生产水平离国际先进水平仍有较大差距。畜禽个体生产性能不高，牛平均体重只相当于世界平均水平的三分之二，奶牛平均单产水平只相当于发达国家的45%。我国畜牧业分成三大类生产系统：放牧生产系统（主要在牧区生产）、农牧结合系统（主要在农区生产）和工厂化生产系统（主要在城市生产）。猪肉、牛肉、羊肉、禽肉、牛奶产量来自工厂化系统分别占9%、1%、2%、18%和20%。各类畜产品工厂化系统生产所占的比例均较低，说明畜牧业现代化水平仍有待提高。

我国畜牧业面临许多挑战：一是饲料资源缺乏。2006年我国养殖业转化粮食约占粮食总产量的36%，饲料粮以3%左右的速度递增，供应压力较大。主要蛋白质饲料原料大部分依靠进口，饲用鱼粉、大豆、合成氨基酸进口依存度分别为70%、70%和60%以上。我国拥有天然草原近4亿公顷，但90%的可利用草原不同程度地退化，天然草原产草量与20世纪60年代初比较，下降了30%~50%。二是畜禽饲养动物疫病防控形势依然严峻。近两年，高致病性猪蓝耳病成为养猪业的头号杀手。三是畜牧业环境污染日益突出。一些大型养殖场污染治理设施简陋，治理手段落后，在畜禽粪便和废弃物的清理、收集、贮存、无害化处理及资源利用等方面，没有配套措施。在养殖过程中，不少养殖户大剂量使用高铜、高砷及其他金属元素等添加剂，造成畜禽粪便中重金属含量超高，对土壤生态和种植产品产生严重污染。四是国际竞争力弱。我国畜产品在生产质量、环境标准、动物福利标准、区域化标准等方面达不到国际水平，尽管我国肉类产品具有一定的价格优势，但是出口量很小。2009年，猪肉及其制品出口30.5万吨，占国内猪肉生产量6.3%；鸡肉及其制品出口34.6万吨，占国内鸡肉生产量2.2%。五是牛、猪、鸡、鸭、羊等常规养殖品种基本上依赖国外进口，品种改良不彻底和饲养管理不规范是造成我国畜禽单产水平低的主要原因。

（二）猪肉出口情况

2009年，我国猪肉产量为4891万吨，比上年增长5.8%。我国猪肉产量约占世界猪肉产量的50%，但在世界出口排名中，中国排在前十位猪肉出口大国之外。丹麦、德国、荷兰、美国、加拿大分列世界猪肉出口前5位。欧、美、加生猪生产标准高，贸易地位不断上升，出口竞争力强，在国际贸易中居于主导地位。巴西猪肉价廉物美，不断开拓除美欧以外的市场，尤其以开拓俄罗斯市场较为成功。中国是世界最大的猪肉生产国，但由于质量安全水平方面的劣势，只能出口到一些卖价较为低廉的国家和地区。

欧盟是世界上第二大猪肉生产地区、第一大猪肉出口国和进口地。丹麦、荷兰、比利

时是欧盟内部三个主要猪肉出口国，猪肉自给率分别占500%、250%和200%以上。20世纪90年代中期以来，受欧洲疯牛病、口蹄疫等动物疾病的负面影响，欧盟在世界猪肉出口中所占比重下降近10%，目前欧盟出口占世界总出口不足30%。欧盟猪肉出口市场主要集中在俄罗斯、日本、美国和一些东欧国家以及韩国。其中俄罗斯市场和日本市场出口量占欧盟猪肉总出口量的40%以上。美国也是欧盟重要的出口市场，占总出口量的7%~8%。欧盟出口市场日渐多元化，这得益于欧盟猪肉质量安全标准高于国际标准，但是从价格而言，欧盟缺乏竞争优势。

2006年，美国猪肉出口量占世界的25%，主要出口到日本、中国香港、墨西哥、俄罗斯和中国内地市场。美国猪肉的质量较好，而美元贬值提高了美国猪肉的出口竞争力，再加上国内饲料资源丰富，美国在世界猪肉市场是有力的竞争者。

据有关专家研究，猪肉出口国优势主要体现在猪群健康(用OIE无病区认证表示)、猪肉质量安全(用TTA表示)竞争力、猪肉生产成本三个方面。中国目前尚没有加入OIE，也没有得到OIE的无病区认可；猪肉的生产成本低于欧盟国家，但高于巴西、美国和加拿大，在猪肉质量管理控制上相比发达国家仍存在很大差距。总体看，中国在国际猪肉市场上处于弱势的竞争地位。

我国生猪养殖、屠宰、加工仍是小农式的分散经营，养猪方式仍以传统的农户散养为主，占全国饲养总量的70%~75%。分散养殖导致猪肉产品缺少相应的规范，质量控制难度大，饲养技术差，经济效益低。养殖户为追求稳产高产而忽视畜禽卫生质量，滥用抗生素、激素等药物，缺乏提高肉品质量、因此产品难以打入国际市场。

目前，发达国家的养猪业已基本实现生产流程工厂化、自动化，猪肉产品标准化。而我国养猪企业除大中型企业能运用现代畜牧科技和计算机技术进行生产管理外，大部分养猪场工艺技术落后，生产水平低下，猪的单产水平较低。我国猪的出栏率为120%左右出栏率，先进国家为190%左右；我国猪的瘦肉率为55%左右，先进国家为65%以上。我国养猪存在着对畜禽疫病控制能力不强的问题，特别是在疫病监测、诊断、预防、扑灭等环节上设施简陋、技术落后。高密度的饲养方式导致猪的免疫力下降，疫病时常发生。我国养猪业的环境污染问题也十分突出，同时生产猪肉的成本呈上升的趋势，养殖利润不断减少，打击了农户养猪的积极性。养猪成本中饲料成本约占70%，玉米和豆粕的价格上涨导致养猪无利可图。

我国活猪出口主要在中国香港和澳门地区，冻猪肉的市场主要是俄罗斯和中国香港等地，猪肉加工品主要出口到日本和东盟国家。主要出口品种是冻猪肉和猪肉加工品，鲜猪肉出口很少。

2009年，我国出口活猪、猪肉及猪副产品合计8亿美元，比上年下降8.1%。其中出口活猪3.2亿美元，比上年下降13.8%；出口冻猪肉2.6亿美元，比上年下降4.7%；出口猪肉制品2亿美元，比上年下降2.8%。

我国活猪主要供往香港及澳门，冻猪肉主要出口到给香港、朝鲜、吉尔吉斯斯坦等国家及地区，猪肉制品主要出口到给日本、香港、澳门等国家及地区。目前中国正在努力开拓临近的东盟猪肉市场，这些国家对猪肉出口价格比较关注，因此开拓这些国家猪肉市场除质量安全保证外，主要靠价格优势。但对近邻的日本、韩国市场的猪肉出口量则取决于中国生

猪疫病预防措施和猪肉加工的质量安全控制的水平。中国东北地区与俄罗斯、韩国紧密相邻，具有地理区位和交通便利优势，东北又是中国的粮仓，玉米、豆类及青粗饲料十分丰富，猪肉生产成本低，而俄罗斯、韩国对优质猪肉需求增加，国内生产不能满足需求。只有达到国际标准，才能创造我国猪肉出口的国际通行证，这需要在建设我国猪肉出口基地、加强猪场的生猪疫病预防和控制、加强猪肉加工厂的质量卫生控制等方面付出很大的努力。

（三）禽肉出口情况

1、禽肉国内生产情况

中国改革开放30年以来，猪肉的消费在整个肉类中的比重不断下降，由原来的85%以上下降到65%左右，而禽肉的份额从5%左右增加到目前的20%。世界上70%的国家禽肉的消费量都大于猪肉，主要原因是：首先，禽肉的饲料转换率高，料肉比为2:1左右，而猪肉为3.5~4:1。在饲料成本提高的情况下，禽肉比猪肉更有成本优势。如果家禽养殖业能够开发非常规原料和副产品在家禽饲料中的使用，减少对玉米和豆粕等的依赖，禽肉的竞争力将更强。第二，禽肉的健康价值高，属于高蛋白、高营养和低胆固醇的肉类。从健康价值来说，鸡肉比猪肉和牛肉都好。第三，禽肉生产对生态环境的压力较小。大型养猪场粪便的处理是一个世界性难题，而鸡的粪便处理就要容易的多。第四是生长周期短，对于市场需求变化的反应快，可以比较容易地调整生产规模。

2009年，中国禽肉产量1595万吨，比上年增长4%。在中国，鸡肉制品是最主要的禽肉品种，产量远远高于鸭肉、鹅肉和其他特种禽肉，鸡肉制品产量约占所有禽肉产量的68%我国肉鸡业虽然近年发展比较快，但是禽肉人均年消费量还比较低，禽肉产量占肉类总量的18.7%，远远低于发达国家。

我国规模化生产的白羽肉鸡多为外国品种，鸡肉品质和适口性均不如我国地方品种。在美国肉鸡市场，普通肉鸡(2.0公斤)价格为2~3美元，而我国的乌骨丝毛鸡(约1.0公斤)价格为10美元，并且供不应求。这表明国际上鸡肉市场的发展已经从产量需求转向对肉质的需求。

几千年以来，我国鸡的养殖一直是散养的形式。改革开放以来，我国鸡肉规模化养殖不断发展，现在我国出口的鸡肉制品全部来自现代化管理的鸡肉制品加工厂。家禽业已经成为畜牧业中产业化发展最完备的行业。但我国生产的家禽产品，在内在质量、品种和包装等方面急需改进。尤其是超剂量使用预防药物和微量元素导致的药物、重金属残留等问题。国内消费者宁愿花大价钱购买土鸡、柴鸡蛋，也不愿意买价格便宜的肉鸡和规模饲养生产的鸡蛋。而国际市场对于禽肉的质量标准就更高，没有稳定的质量以及疫情控制能力，就无法打开出口市场。

2、禽肉出口概况

美国仍然是最大的鸡肉生产国，2007年产量达1700万吨，中国、巴西紧跟其后，为1100万吨左右，欧盟为800万吨，与以往持平。这四个国家禽肉产量占世界肉鸡市场73%，其中美国占据27%，欧盟份额为12.5%。巴西有大量的可耕地资源和适宜的气候条件，使巴西很少受到饲料价格上涨的冲击，提高了巴西禽肉的国际竞争力。2007年，世界禽肉出口总额为211.9亿美元，按出口额排名前7位为巴西、美国、荷兰、法国、德国、泰国、中国等。其中巴西禽肉的市场占有率为21.1%，是中国禽肉市场占有率的3.8倍。

2009年，我国禽肉出口34.6万吨，出口金额10.2亿美元，同比分别增长3.6%和5%。我禽肉出口前5大市场为日本、香港、马来西亚、英国和韩国。其中，日本和香港市场分别占我禽肉出口市场份额的55%和30%。2008年12月，欧盟对我禽肉熟制品开关。欧盟是世界上主要的禽肉产品消费市场，也是禽肉产品的高端市场，每年进口量在70万t左右，主要从巴西和泰国进口。2009年和2010年，我禽肉对欧盟出口量分别为8505吨和1.5万吨，出口势头良好。

当前禽肉出口主要面临的以下问题：一是进口国检验检疫更加严格，尤其是日本实施批批检验呋喃它酮和呋喃唑酮，使企业通关时间加长，出口量进一步萎缩。二是出口市场狭窄，对日本贸易依存度过大。目前美国、俄罗斯、沙特阿拉伯等国都未对我禽肉开关，禽肉熟制品90%以上出口到日本市场，禽肉冻品80%以上出口到我国香港，对韩国、南非、巴林及我国澳门也有少量出口。这样的市场结构不利于扩大禽肉出口。三是国内劳动力、能源、饲料等都处于价格上升阶段，导致家禽饲养、加工、运输等成本都大幅提高。四是国际上动物福利、环保标准以及禽肉生产的全程控制标准给我禽肉企业带来较大挑战。五是汇率波动正给禽肉出口带来新的不确定因素。如果巴西雷亚尔再次贬值，将影响我对日本市场的禽肉出口。

（四）肠衣出口情况

1、肠衣生产情况

中国产肠衣主要包括猪肠衣和羊肠衣两大类，肠衣原料的产地遍及全国各地。肠衣作为劳动密集型产品，涉及生产、制盐、运输、包装材料、辅料、出口等环节的就业人口约100万人，其中还不包括饲养猪、牛、羊的农民。肠衣出口对于降低农民养殖成本、促进农民脱贫致富、增加农民就业、提高农民收入发挥了很大作用。

中国是生猪生产大国，每年的生猪出栏头数都保持一定幅度的增长。1996年，中国生猪出栏头数为41,225.2万头，到2006年已增至68,050.4万头，年均增长量在2000万头以上。

我国猪肠衣原料的主要产地为华北、华东、中南、西南各省，东北各省、西北的新疆次之。从我国生猪饲养情况来看，年饲养量在2000万头以上的省份有13个，其中四川、湖南、河南、河北、山东五省份的饲养量超过4000万头。四川省是我国最大的生猪饲养省份，2006年饲养量达到7471.4万头，也是我国猪肠衣原料的最大产地。

我国饲养的羊主要分为山羊和绵羊两大类，从统计数据来看，山羊和绵羊的饲养量基本相当，绵羊饲养量略低于山羊饲养量。由于绵羊肠衣组织外观呈环状横纹，灌水膨胀后呈直筒型，韧性好，而山羊肠衣组织外观呈网状纹，灌水膨胀后呈弯曲形，脆而且容易破裂，因此我国产羊肠衣以绵羊肠衣为主，山羊肠衣产量较少。

我国羊肠衣原料的主要产地为西北和华北、华东各省，中南各省、东北、西南各省次之。羊的主产区主要包括内蒙古、新疆、河南、山东、河北等省，其中绵羊主产区包括内蒙古、新疆、青海、河北、甘肃和西藏。

中国一直以来都是世界最大的肠衣出口国，曾占到世界肠衣出口量的一半以上。近年来，由于许多发达国家开始加入到肠衣生产和加工的行列以及国内肠衣消费量的增加，我国肠衣在世界市场所占份额逐年下降。但中国仍是世界最重要的肠衣贸易国，约占世界肠衣出口量的20%。

2、肠衣贸易情况

2009年，我国肠衣出口量6.9万吨，比上年增长2.4%；出口金额为7.9亿美元，比上年下降6.3%。其中，猪肠衣出口约占全部出口金额的60%，羊肠衣出口约占全部肠衣出口金额的40%，其他动物肠衣出口所占比重很小。2009年，猪肠衣出口金额为5.1亿美元，同比下降10%；盐渍绵羊肠衣出口金额为2.4亿美元，同比增长3.3%。

中国肠衣出口市场比较集中，尽管企业努力开拓新兴市场，力争实现出口市场多元化，但是从出口情况来看，传统出口市场仍占据主要地位。德国、美国、荷兰是中国前三大出口市场。2009年，中国对德出口肠衣金额为2.1亿美元，比上年增长6.7%；对美国出口金额为1.1亿美元，比上年下降5.5%；对荷兰出口金额为1亿美元，比上年增长5.4%。

3、国际市场行情

2007年，世界肠衣出口总金额为24.5亿美元，主要出口国包括美国、中国、德国、巴西和荷兰。中国肠衣出口金额为5.7亿美元，占世界肠衣出口金额的23.4%，美国出口金额为5.9亿美元，占世界出口总额的24.1%。美国首次超过中国，成为世界上最大的肠衣出口国。

2007年，世界各主要肠衣出口国出口金额均呈增长态势，其中美国肠衣出口金额为5.9亿美元，同比增长19.6%；巴西肠衣出口也保持较快增长，2007年增长至2.1亿美元，增幅达56.4%；荷兰2007年增长至2.1亿美元，同比增长33.5%。

2007年，世界进口肠衣金额为16.5亿美元，主要进口国包括德国、法国、荷兰、意大利和美国。其中德国肠衣进口金额为4.2亿美元，占世界进口总额的25.7%，是最大的肠衣进口国。

4、肠衣出口中面临的主要问题

肠衣作为香肠的外包装，在香肠中所占的比重非常小，与其他食品有着显著的区别。但是，随着国际上贸易保护主义的抬头，各国的技术贸易壁垒不断增加，肠衣出口的国际市场门槛也不断提高。

2008年2月份，受日本“饺子事件”影响，中日食品贸易陷入低谷，中日肠衣贸易也因此受到影响。中国肠衣占日本肠衣进口量的70%，若停止进口中国肠衣，会对日本肠衣消费产生较大影响。由于中日肠衣贸易四十余年来一直保持良好的态势，中国肠衣在日从未出现过质量问题，经食土商会与日本羊肠输入组合的共同努力，2008年4月，中日肠衣贸易得以恢复正常。

目前国内畜牧业养殖多种方式并存，既有大规模的专业化养殖场，也有以农户为主的小规模养殖。对于专业化的养殖场，肠衣原料质量比较容易控制，但是对于分散于农户中的原料质量则较难控制，肠衣药残问题成为困扰企业出口的首要问题。目前虽然部分肠衣企业建立了自己的养殖场，实现了从源头控制药残，但是大部分肠衣企业仍在走原料收购的老路，肠衣药残问题很难在短期内得到解决。

（五）羊绒出口情况

1、生产情况

中国一直是世界上名副其实的羊绒大国，原绒产量占世界原绒产量的75%以上，世界上超过90%的羊绒原料在中国完成初加工处理，中国羊绒及制品加工数量世界第一、生产能

力世界第一、出口量世界第一，世界羊绒消费市场有四分之三以上的商品产自中国。近十年来，世界原绒产量稳定在16,000吨左右，中国平均每年约生产原绒12,000吨，蒙古产3000吨，俄罗斯、伊朗和中西亚国家产1500多吨。由于特殊的地理环境和长期的人工选择，中国羊绒的品质明显占优。而国外的羊绒大多以青紫绒为主，细度、光泽普遍较差。

中国高品质羊绒的主产区主要集中在宁夏、内蒙古、新疆等地，青海、甘肃、辽宁等地区也有出产，主要生产长度34~42毫米以上的白无毛绒，是针织服装的主要原料，也是羊绒原料中的上品；中国中部的陕西、山西、山东、河北等地，生产22~32毫米的无毛绒，适合制作粗纺梭织产品。此外，西藏出产长度为34毫米的紫绒，其手感好，颜色纯正，尽管产量不多，但较受市场欢迎。

2007年中国原绒产量仍维持在12,000吨左右。同时，由于蒙古的羊绒大量进入中国进行加工，2007年中国无毛绒的实际产量达到6000吨。

2、羊绒加工情况

在经历了20多年的快速发展后，中国已形成了完整的羊绒产业体系，在世界羊绒产业中占有极其重要的地位。除国内所产羊绒全部在国内加工外，我国每年从蒙古等国进口的3000吨羊绒也在中国进行分梳加工，中国的2000多家羊绒企业实际控制了全球93%的羊绒原料。除此之外，中国每年屠宰绒山羊形成的皮剪绒高达3000多吨，蒙古的山羊皮也全部由中国企业进行加工。中国羊绒实际分梳量达到20,000吨原绒的水平，分梳能力是资源总量的2倍以上。

随着国际制造业的结构调整，羊绒深加工产业不断向中国境内转移，中国羊绒出口结构已从以原料为主快速向羊绒制品转变，已完成羊绒原料大国向羊绒制品大国的转变。中国有近千家规模不一的羊绒深加工企业，羊绒衫年生产能力已经超过4000万件，生产的羊绒制品包括羊绒衫、围巾、披肩等。

深加工企业大都集中在内蒙古、宁夏、新疆、河北等北方主产区，形成鄂尔多斯、鹿王、雪莲、天山等四大品牌企业。但伴随中国羊绒制品加工技术的提高和品牌优势的不断显现，近年来羊绒深加工产业有向南方发展的趋势，上海、江苏、浙江、广东也逐步出现许多新兴品牌企业。

3、羊绒出口情况

中国是世界上最大的羊绒、无毛绒和羊绒衫及制品的生产国和出口国。2009年中国出口羊绒及无毛绒2124吨，金额为1.4亿美元，同比分别减少12.3%和29.8%。中国羊绒和无毛绒的出口已经连续多年维持在3000吨以上，占世界羊绒出口的一半左右。但近年来随着中国羊绒深加工能力的增强以及内销市场的增长，羊绒及无毛绒出口有逐步递减趋势。

无论羊绒原料还是制品，我国羊绒在国际市场均占有绝对份额。2009年，我国羊绒出口前5个国家和地区依次为：意大利、英国、中国香港、日本、韩国，我国对这5个目的国（地区）的羊绒出口金额为1.36亿美元，占同期我羊绒及无毛绒全部出口金额的98.9%。

境外羊绒加工地区比较集中，意大利是除中国以外全球最大的羊绒加工国家，主要生产高档次羊绒制品。2009年，我对意大利出口羊绒及无毛绒达到1亿美元，占我羊绒及无毛绒出口总额的73%。意大利的比耶拉、普拉脱聚集了诸多羊绒深加工企业，成为世界著名的高档羊绒产品加工区。

全球羊绒制品消费则较为广泛，基于羊绒稀缺、高档、舒适等特征，羊绒在各类纺织商品中是比较昂贵的。羊绒制品主要消费市场在美欧等发达国家，我国羊绒制品出口前10位的市场分别为美国、日本、中国香港、英国、意大利、德国、马达加斯加、法国、加拿大、韩国。

4、贸易中的主要问题

羊绒是资源性商品，出于环境保护的需要，绒山羊不可能过度饲养，因此羊绒产业的发展只能着眼于羊绒价值的提升。羊绒素有“软黄金”和“纤维钻石”的美誉，其作为高档纺织原料的价值尚未在羊绒制品上得以充分体现。其原因是：一是品牌优势远未形成，产品附加值亟待提高。相当一部分中国羊绒产品目前还在国际低端市场徘徊，高端市场虽不乏中国制造的羊绒制品，但鲜见中国品牌。我出口的羊绒制品大部分以“贴牌生产”的身份进入国际市场，真正挂中国品牌的不及20%。特别是近年来随着人民币升值、劳动力成本增加、出口价格透明等内外部因素，出口贴牌产品已经不可能获得理想的利润空间。二是销售渠道缺乏，方式简单，产业链条迫切需要向下游延伸。目前，国际市场的销售渠道基本上由外国人掌控，中国企业很少有自主的销售渠道，产品价值难以由中国企业实现。三是羊绒制品高端技术普及面小，企业创新能力弱。大部分企业的经营模式仍停留在传统的设计和管理方面，产品设计周期长，试制成本高，新品开发周期长，对市场需求反应迟钝。四是羊绒制品款式过于单一，同质化竞争越来越激烈。

上述问题的存在必然导致中国羊绒企业议价能力弱，出口商无主动权，定价权很大程度上由外商操控。目前，国际羊绒业基本上仍由发达国家控制，中国企业难以摆脱被动的局面。同时，中国还缺少为国外客商认可的检测标准和检测机构，羊绒产品出口出现质量问题时中国企业经常处于弱势地位。

（六）蜂蜜出口情况

我国是世界蜂蜜主要生产和出口国。目前，我国年产蜂蜜20万吨左右，产量居世界首位。蜂蜜产量在5万吨以上的国家有中国、阿根廷、土耳其、美国、印度、俄罗斯和墨西哥。

我国年出口蜂蜜8万吨，年均创汇约1亿美元，占世界蜂蜜年贸易量（23万吨左右）的40%。2005—2007年我国出口量均次于阿根廷，居世界第二。主销市场为日本、欧盟、美国。蜜蜂传花授粉对农业的促进作用尤为重要，而蜂蜜出口有效拉动了蜂农养蜂积极性、生产安全意识和相关技术水平以及内销蜂蜜品质的提高。

2009年，我国蜂蜜出口额为1.3亿美元，比上年下降14.4%。但对欧盟出口量达3.3万吨，比上年增长21.3%。欧盟超过日本成为我蜂蜜出口第一大市场。全球经济危机导致我国蜂蜜主销市场消费低迷，对我蜂蜜出口造成直接影响。干旱对蜜源植物生长、蜂群群势和蜂产品生产造成影响，导致减产。而蜂蜜内外销标准不一、兽药生产和销售管理体制尚不健全等因素仍制约着蜂蜜出口。

掺杂使假取代以往的抗生素问题，成为制约我蜂蜜出口的最主要因素。目前，蜂蜜造假的水平越来越高，甚至能够通过检验检疫部门同位素碳13检测方法和异构化糖检测方法，出口到国外。这迫使行业建立蜂蜜出口的质量可追溯体系，避免造假蜂蜜流入国际市场。

欧盟是世界蜂蜜主要消费区，也是对进口蜂蜜品质要求最为严格的地区。受南美蜂蜜

减产、德国市场对阿根廷蜂蜜含生物碱的质疑以及欧盟客户逐步增强对我蜂蜜品质的信任度等因素影响，欧盟各消费国日益增加了对我蜂蜜的需求。2009年，欧盟已超过15年独占鳌头的日本，成为我蜂蜜最大的出口市场。受居高不下的反倾销税影响，我蜂蜜对美出口呈基本停滞状态。据我海关统计，2009年我蜂蜜对美国出口蜂蜜仅73吨，同比减少99.25%。但利益驱使下，对美蜂蜜转口、出口超滤蜜、人工配制蜜等假蜂蜜仍大行其道。

四、粮食出口情况

（一）总体情况

中国人口众多，既是粮食生产大国，又是粮食消费大国，谷物产量和消费量占世界的20%左右。近年世界谷物年均贸易量约2.5亿吨，仅相当于我国消费量的65%左右。尤其是我国重要的口粮品种——大米，世界年贸易量不到3000万吨，不足国内消费量的20%。受粮食政策影响，我国粮食出口波动较大，影响了国外客户对我国粮食产品的购买信心。但我国粮食已连续7年获得丰收，在国际粮食总体供应趋紧的大背景下，未来我国粮食面临一定的出口机遇。

2008年1月1日，为了稳定国内的粮食市场，我国宣布取消小麦、稻谷、大米、玉米、大豆等原粮及其制粉的出口退税，并对小麦、玉米、稻谷、大米、大豆等粮食和制粉征收出口暂定关税。自政策生效后，粮食出口大幅下降。2009年，我国粮食总产量为48156万吨，比上年增长6.5%。全年出口粮食108.2万吨，6.2亿美元，分别比上年减少32.5%、8.2%。粮食出口量仅占粮食总产量的2.2%。

2006年全球平均粮食单产为3.53吨/公顷，中国是5.01吨/公顷。但目前我国粮食的单产水平低于发达国家，其中，水稻低30%，小麦低60%，玉米低35%。2009年，国际市场粮食价格持续下跌导致我出口动力减弱。受国际金融危机、油价暴跌及美元走强等因素影响，国际市场粮食价格持续走低。加上2009年以来我国大幅提高粮食的最低收购价格，并且加大了稻谷、玉米、大豆等临时收储计划，国内粮食价格稳中有升，与国际市场价差不断缩小，一些品种价格已经高于国际市场水平。受此影响，我国粮食出口动力明显减弱。

（二）大米出口情况

稻米是我国第一大粮食品种。2009年，我国水稻总产量1.95亿吨，比上年增长1.7%，占世界总量的23%，位居世界第一。

近5年来，我国内地人均大米年消费量从107.5公斤左右减少到了97.5公斤左右，平均每年减少2公斤，年降幅达2.15%。猪肉、鸡肉、鸡蛋、奶和豆制品的人均年消费量逐年增加，形成了副食对大米主食的消费替代。

全球大米贸易量每年约2500万吨，贸易量占全球产量的6%。2009年，我国出口大米78.3万吨，比上年下降19.2%；出口额为5.2亿美元，比上年增长8.5%。中国大米与亚洲地区4个主要大米生产国（印度、巴基斯坦、泰国和越南）相比，中国总产量居于第一位。从单产看，中国明显在5国中处于优势地位。但是，从国际市场占有率看，泰国大米每年稳定地占据着世界大米出口市场份额的四分之一强。印度的市场占有率平均为13.5%；越南平均为10.2%；巴基斯坦大米产量只有中国的4%，但是国际市场占有率平均为7.5%，几乎是中国市场占有率的2倍。

我国种植稻米以口感较差的杂交稻和早籼稻为主，稻米的整体质量欠佳。以籼稻为例，我国中低质量的籼稻米占到了稻米总量的50%左右，优质稻谷比例偏低。而国际市场50%~55%的大米需求为长粒优质米，中国目前长粒优质米几乎没有出口。我国粮食加工能力较弱，缺乏稻米的调质技术，稻米加工的碎米率较高；大米的抛光、色选技术落后，导致我国的优质米在国际市场缺乏优势。

财政部于2008年11月宣布，自12月1日起将大米和大米粉出口关税从5%~10%，调低到3%~8%，但由于降低幅度较小，促进出口的作用有限。2008年国内大米价格曾经比国际市场价格低33%，但到年底，国际市场大米价格已然回落。泰国5%破碎率大米（FOB）已跌至480美元/吨，越南5%破碎率大米（FOB）跌至425美元/吨；而我国大米按照东北产区中等稻谷的最低收购价1860元/吨计算，加工成大米到大连港的FOB价约为455美元/吨，不再具有出口的价格优势。

（三）玉米出口情况

我国玉米产量占世界总产量的20%左右，是世界第二大玉米生产国。2009年我国玉米总产量为16397万吨，比上年下降1.2%。近年来我国玉米单产提高不明显，1990—2006年间，玉米单产仅增加19%；美国玉米单产在8.5吨/公顷，而我国东北地区玉米单产只有6吨/公顷。

饲料用玉米约占我国玉米总需求量的70%以上。2008年以来国内养殖业遭遇疫情和金融危机的打击，受养殖业拖累，玉米饲用消费需求处于恢复性增长阶段，工业消费因政策限制和产品市场需求疲软其增速明显放缓。出口方面和大米一样，受到国家政策调控，2009年玉米出口量仅为12.9万吨，为近十年最低水平。

对玉米产业影响最大的事件莫过于2007年美国《新能源法》的颁布，该法案提出自2008年开始逐步提高生物燃料的使用量。美国乙醇生产的玉米用量占其总产的比重高达24.5%，增加到了8428万吨，拉动国际玉米价格大幅上升。长期看，国际玉米价格将保持向上的趋势。

（四）小麦出口情况

我国是世界上最大的小麦生产国和消费国。小麦收获面积占世界收获总面积的10.7%，总产占世界总产的16.1%，单产约是世界平均单产的1.5倍。2009年，我国小麦产量为11,512万吨，比上年增长2.4%。

近年来我国小麦加工能力增加量非常大，2005—2008年共新增加加工能力约6000万吨，占全国小麦产量的50%以上。发达国家小麦加工业已进入产量规模化、产品多样化、专用化、技术相对稳定化阶段。我国小麦加工业发展不平衡，既有工艺先进、设备精良、产出率高、原料利用率高的大型和超大型面粉加工企业，也有设备简单、原料利用率低下的小机组，而且数量巨大，并将在较长时期内存在。小麦加工产品研发和质量稳定性控制措施不够，很多厂没有配粉设施，即使有也因担心增加成本而不愿意使用。专业人才储备和使用不够，很多厂没有经验丰富、知识完备、稳定存在的粉师队伍。

世界小麦的出口数量是粮食中最多的，现在已经接近1.3亿吨，超过大米与玉米出口的数量之和。2007年，美国、加拿大、法国、俄罗斯、阿根廷分别为小麦出口前5大国家。2009年，我国小麦的国内价格已经超过国际小麦的到岸税后价，小麦出口没有了价格优势。2009年，小麦出口量仅为8400吨。

五、其他农产品出口情况

裘皮出口情况

裘皮是我出口的大宗畜产品。按照海关HS商品协调分类目录，裘皮属43章，其中裘皮原料在“4301”，即“生毛皮”（包括适合加工皮货用的头、尾、爪及其他块、片），指未经鞣制的各种动物的带毛毛皮，但不包括牛、马、羊、猪、狗的生毛皮，业内多称细杂皮，目前国内外市场主要流通、消费的种类为水貂皮、狐皮等珍贵毛皮。“4302”为已鞣制毛皮，“4303”为毛皮制品。

1、生产情况

毛皮动物养殖业和毛皮加工业之所以受到国人的关注并得以快速发展，是随着中国的改革开放、国民经济的快速发展、人民的生活质量和消费水平大幅度提高，以及人们对珍贵毛皮动物产品需求日趋增加的结果。裘皮制品消费群体已不再单纯是高薪阶层，越来越多的普通人也开始拥有裘皮制品。当今，中国无论从裘皮的生产还是消费，都已成为令人瞩目的大市场。

中国的裘皮业起步相对较晚，起点也较低，迄今为止，仍没有达到一个理想的水平。但经过多年的快速增长，中国裘皮业已具备相当规模，在国际市场上起到越来越重要的作用，成为世界上最大的裘皮及裘皮产品生产国之一。据估计，2007年全球水貂皮产量达5759万张，中国生产2000万张左右，占35%。2007年，全球生产狐皮705万张，中国生产450万张，占全球产量近64%。貂皮全球年产800万张，除北美生产10万张以外，基本都由中国生产。

受气候、饲料成本等多方面影响，我国水貂饲养主要集中在山东沿海地区，狐狸饲养集中在东北高寒地带，近年来也形成了以河北唐山为中心的貉养殖区域。裘皮的鞣制、加工则相对集中在辽宁佟二堡，河北枣强、肃宁、辛集，浙江海宁、余姚、桐乡，广东和北京周边地区。各地裘皮业也各具特色：河北、北京周边地区多从事对俄罗斯订单出口，浙江各主要裘皮加工区主要以成衣为主，广东则鞣制加工进口水貂。

由于多年生产规模的快速扩大，我国裘皮饲养业发展超过市场需求的增长速度。受供求关系的影响，2007年以来，价格走低的趋势已蔓延至全裘皮领域，毛皮动物饲养户已无利可图，处于亏本状态。以狐皮为例，2005年—2006年每张狐皮价格平均还能够维持在300元左右，饲养成本在220~230元左右。2007年以来，受国内价格水平影响，饲养成本升至250元，而每张狐皮售价却下降至200元。2008年以来，裘皮原料市场正逐渐走出低谷，裘皮养殖业受市场波动损失的产能正在恢复。

经过多年发展，中国的裘皮加工业已稳居世界第一，中国已成为全球裘皮加工基地。据欧洲裘皮人士估计，全球80%的裘皮在中国加工制作。中国已成为国外裘皮拍卖会的最主要买家，2007年裘皮加工贸易出口达到4.54亿美元，占中国裘皮出口的49%，甚至超过了一般贸易出口。这说明中国的裘皮加工业远比裘皮养殖业发达，中国裘皮出口一半以上的原料皮来自国外。

2、国际市场情况

国际裘皮原料贸易主要采取拍卖形式，现已形成丹麦、芬兰、北美和香港等4大拍卖行。香港拍卖会停止运作已久，目前其余3家拍卖会控制了国际裘皮业主要贸易流量。

世界裘皮动物饲养一度集中在北欧，近年来丹麦年出口生毛皮6~7亿欧元左右，芬兰出口生毛皮2亿欧元左右。丹麦长期以来一直是世界上最大的水貂饲养国，虽然近年来中国的水貂产量已超过丹麦，但我水貂皮质量仍与丹麦皮有很大差距。丹麦裘皮拍卖行在水貂业内仍处于主导地位。2006年北欧产水貂皮1759万张，其中丹麦产1350万张；2007年北欧产水貂皮1845万张，丹麦1400万张。芬兰主要生产狐皮，芬兰拍卖行也以狐皮为主，2007年芬兰产狐皮150万张。加拿大、美国寒带地区也有裘皮动物饲养，但规模远不及北欧。加拿大北美拍卖会2007年拍卖水貂在500万张左右。

3、裘皮出口情况

2009年，中国裘皮出口13亿美元，同比增长46.2%。这主要是因为俄罗斯打击“灰色清关”后，出口统计数据开始正常化。2009年，海关数据显示，我对俄罗斯裘皮出口额为4.4亿美元，比上年增长7.8倍。这使得裘皮出口表现为大幅增长。但是，受金融危机影响，我对日本、意大利、德国、美国等主要市场的裘皮出口额均出现负增长。

裘皮出口目前面临以下问题：一是国家限制“两高一资”产品出口的政策出台后，强化了皮革加工环保要求，并下调了裘皮出口退税率，皮革被列入禁止类加工贸易商品目录。虽然国家对皮革和裘皮产业政策有所区别，但在裘皮业内的影响还是比较大的。二是2005年开始，国家税务总局开展了打击偷漏增值税的专项整治活动，河北枣强、肃宁等皮革主要加工区因存在问题较多而成为整治重点，皮革也随之成为重点稽查商品，除一些违法企业受到处罚外，因虚开增值税发票而体现的出口“泡沫”也随之消失。三是俄罗斯清理“灰色清关”后，企业面临出口正规化的转型问题，生产标准也需要进一步和国际接轨。

四是国外动物福利保护问题对我裘皮出口威胁逐步显现。近年来，发达国家对动物福利保护的呼声越来越高。2007年，欧洲个别组织采取欺诈等极不正当的手法，拍摄中国农户虐待动物的画面并四处传播，造成恶劣影响。针对这些反面宣传，国家林业局颁布了中国的动物福利保护办法。但中国作为世界裘皮大国，在动物福利方面倍受关注。国际裘皮协会已注册OA (Original Assurance) 标签，向市场保证裘皮来源于动物福利保护地区，该协会目前在欧美及俄罗斯市场大力宣传。可以预见，动物福利保护问题将对我国裘皮进入国际裘皮市场产生越来越多的影响。

由于较长时间的快速发展，我国目前裘皮原料产能出现较为严重的“过剩”现象，2006年起国内裘皮市场价格持续下滑，国际裘皮市场也不够景气。业内人士普遍认为，中国裘皮产业正进入一个调整期，在这个期间，特种动物养殖的规模将大幅度压缩，但饲养品种和品质将在市场的压力下有所提高；环保标准的提高和经营成本的增加也会在裘皮鞣制和深加工企业中产生优胜劣汰的结果。经过此次调整，预计中国裘皮产业整体素质将有一个较大幅度提升。

第四章 2010年以来国内外经济和国内农业情况

第一节 2010年以来国内外经济情况

一、2010年以来中国经济发展情况

(一) 宏观经济企稳向好，经济增速高于上年

2010年以来，面对复杂多变的国内外环境和各种重大挑战，中国政府坚持实施应对国际金融危机的一揽子计划及相关政策措施，加快推进经济结构调整和发展方式转变，国民经济继续朝着宏观调控的预期方向发展，呈现经济增长较快、结构不断优化的良好态势。

2010年，国内生产总值397,983亿元，同比增长10.3%，比上年增速提高1.1个百分点。其中，第一产业增加值40,497亿元，增长4.3%；第二产业增加值186,481亿元，增长12.2%；第三产业增加值171,005亿元，增长9.5%。第一、二、三产业增加值占国内生产总值的比重分别为10.2%、46.8%和43.0%。

农业生产稳定增长，粮食连续七年增产。全年粮食总产量达到54641万吨，比上年增长2.9%，连续七年增产。除了棉花、糖料出现减产，肉类、油料等大宗农产品均保持增产。全年规模以上工业增加值比上年增长15.7%，增速比上年加快4.7个百分点，其利润同比增长近50%。全年全社会固定资产投资278140亿元，比上年增长23.8%，增速比上年回落6.2个百分点，扣除价格因素，实际增长19.5%。全年城镇居民家庭人均总收入21033元，比上年增长11.5%。全年社会消费品零售总额156998亿元，比上年增长18.3%，扣除价格因素，实际增长14.8%。

综合来看，2010年政府部门的宏观调控政策取得预期效果，同时，“十二五”规划将为中国经济增长增添新的动力。

(二) 出口增长超预期，净出口对经济增长拉动减少

2010年，我国货物进出口总额29,728亿美元，比上年增长34.7%。其中，货物出口15,779亿美元，增长31.3%；货物进口13,948亿美元，增长38.7%。进出口差额（出口减进口）1831亿美元，比上年减少126亿美元。

我国出口产品以中低端产品为主，恢复相对较快。但由于世界经济复苏势头明显放缓，美欧日等主要经济体需求减弱，加上2009年下半年我国外贸基数逐步走高，自2010年5月份以来出口增速连续第五个月回落，出口已逐步从高速度的恢复性增长步入正常发展期间。

2010年，我国面临国际贸易摩擦的形势依然严峻。商务部公平贸易局的数据显示，2010年，中国共遭遇来自19个国家或地区发起约60起贸易救济调查案件，涉案金额70亿美元。其中，美国对我国发起了知识产权337调查19起，301调查1起。欧盟于2010年9月16日对我数据卡启动反补贴调查，涉案金额约41亿美元，也是欧盟首次对中国同一产品同时进行三种贸易救济调查，此举在国际贸易救济实践中极为罕见。

德国一直是世界上最重要的出口国之一，但德国却并没有遭遇过类似中国目前面临的贸易摩擦。这是因为德国出口产品大多科技含量高，是其他国家不能生产和制造的产品，其他国家不得不使用德国的这些产品。如果对它的产品提起反倾销的话，那么进口国就没有可

以满足本国需求的产品。这说明中国企业在走向国际化中，需进一步提升产品档次、竞争力、品牌，以价值取胜而非价格取胜。

（三）货币供应量增加，通胀预期不减

2009年全国新增信贷规模迅猛扩大了9.59万亿元，同比增加4.69万亿元，相当于是2008年的2倍之多。尽管2010今年政府部门采取了提高准备金率、加息等措施，在自然灾害、成本推动、流动性充裕、输入性通胀等因素共同作用下，居民消费价格全年平均比上年增长3.3%。其中食品价格上涨7.2%。

中国政府于2010年11月20日发布《国务院关于稳定消费价格总水平保障群众基本生活的通知》，要求各地和有关部门及时采取16项措施，进一步做好价格调控监管工作，稳定市场价格，切实保障群众基本生活。随着政府部门加大通胀治理的力度，棉花等大宗商品的期货价格已经有所回落。

（四）经济基本处于增长的上行通道，还需进一步巩固

2010年11月1日公布的数据表明，中国制造业采购经理指数（PMI）10月份为54.7%，环比上升0.9个百分点，这是连续第三个月回升，强化了中国经济基本面的企稳回升的态势。但应该看到，国内的通胀预期并未消除，中国经济未来仍面临产能过剩、楼市调控等不确定性因素。

二、2010年以来世界经济发展情况

（一）世界经济走出衰退，新兴市场复苏势头较好

2010年世界经济走出衰退。IMF最新报告预计，全年全球经济增长率约为5%。其中，IMF预计，2010年美国GDP增长2.8%，欧元区经济增长率为1.8%，日本2010年度经济增长率为4.3%。而新兴市场国家对全球经济增长的贡献率达到50%左右。根据经合组织（OECD）预测，2010年OECD国家的平均增长率为2.8%，相比之下，2010年亚洲经济（不包括日本）的平均增速可达到8.2%~9.4%，相当于OECD国家的三倍。

国际金融危机发生以来，各国采取超常规的财政和货币政策刺激经济，但财政赤字和主权债务大幅上升，给全球经济复苏增加了新的不稳定因素。发达国家面临较大的债务压力和高失业率，自2010年二季度开始，美欧日复苏势头明显放缓。新兴经济体受金融危机冲击较小，经济复苏较快，内需增长强劲。但新兴市场出口依赖外部市场，受发达经济体增长乏力影响，经济增速有所放缓。同时，国际资金流向新兴市场，新兴市场面临较大的通胀压力和资产泡沫化的风险。

（二）国际协调难度加大，贸易保护主义升温

2008年，国际金融危机发生后，各国政策协调一致，起到了力挽狂澜的作用。但受高失业率、需求不足等因素影响，国际贸易保护主义不断升温。按照全球贸易监测分析中心（GTA）的最新统计，自金融危机爆发以来，世界各国陆续出台了超过500项贸易保护主义措施，其中100多项就诞生在2010年6月底G20多伦多峰会之后。贸易保护主义的流行给全球经济复苏蒙上了阴影。此外，美国、日本为进一步刺激经济，再次启动“量化宽松”政策，加强了全球通胀预期。各主要货币汇率博弈加剧，给未来发展带来了不确定性。

（三）国际商品价格继续高位运行

自1999年至今，本轮大宗商品价格上升周期经历了11年。IMF编制的初级产品价格指数显示，2010年12月该指数比上年同期上涨33.8%，其中工业原材料、食品饮料和能源分别上涨47.5%、35.3%和29.4%。2010年12月，联合国粮农组织公布：全球食品价格指数达223点，超过2008年“粮食危机”时最高纪录。

受俄罗斯等国持续干旱、欧洲和美国农业主产区持续高温，以及俄罗斯政府宣布限制粮食出口、美元走弱等多方面因素影响，2010年7月份国际市场粮食价格止跌回升，小麦价格大幅上涨。美国“量化宽松”政策令市场产生美元贬值预期，进一步推高了国际大宗商品的价格。宽松的货币环境、新兴市场的旺盛需求等因素，促进资金持续流入大宗商品市场。但主权债务危机的持续，新兴市场的反通胀政策，以及美元的可能走强，都是抑制价格上涨的阻力。

（四）低碳经济可能成为未来世界经济新的增长点

西方国家把低碳经济作为新的经济重心，并在国际上推动其他国家加入这个市场。中国是全球资源、能源消费大国，二氧化碳排放量较高，在能源消耗以及废弃物排放方面压力较大。但中国政府对节能减排指标做出了承诺，未来将加快发展低碳经济。低能耗、低污染、低排放为特征的低碳经济有可能是下一轮经济新的增长点。

第二节 2010年我国农业发展情况概述

一、农业发展保持平稳增长，农民工工资水平明显提高

2010年，我国农业面临自然灾害的较大挑战。但在我国经济恢复性增长、惠农政策力度加大、农业投资增速较快等因素的作用下，农业发展整体保持平稳增长，对国民经济稳定发展作出了贡献。

全年粮食产量54641万吨，比上年增加1559万吨，增产2.9%。

全年棉花产量597万吨，比上年减产6.3%。油料产量3239万吨，增产2.7%。糖料产量12045万吨，减产1.9%。烤烟产量271万吨，减产3.9%。茶叶产量145万吨，增产6.4%。

全年肉类总产量7925万吨，比上年增长3.6%。其中，猪肉产量5070万吨，增长3.7%；牛肉产量653万吨，增长2.7%；羊肉产量398万吨，增长2.2%。生猪年末存栏46440万头，下降1.2%；生猪出栏66700万头，增长3.3%。禽蛋产量2765万吨，增长0.8%。牛奶产量3570万吨，增长1.5%。

全年水产品产量5366万吨，增长4.9%。其中，养殖水产品产量3850万吨，增长6.3%；捕捞水产品产量1516万吨，增长1.4%。

农民工就业形势也好于往年。2010年以来，出口、房地产市场、中西部经济增长较快，农民工就业机会增加，工资水平明显提高。2010年，农民工月收入达1690元，比2005年的875元增长近一倍，成为拉动农民家庭收入增长的重要因素。

二、农产品供需基本平衡的格局得到巩固，但农产品价格趋于上涨

近年来，我国农业保持了“供需平衡、丰年有余”的基本格局。但是，由于农业基础设施投入不足、自然灾害频繁、农业劳动力机会成本上升、工农产品价格剪刀差、农业经营市场风险大等因素，部分农产品仍会出现短期性的短缺。

政府部门为稳定农产品供应，采取了良种补贴、粮食收购直补、农资综合直补、农机购置补贴等一系列惠农政策。2010年中央财政安排“三农”支出8183亿元，比上年增加了930亿元，增长了12.8%。在这个基础上，中央又陆续出台了一系列政策，4月份财政增加70.8亿元专项资金用于扶持农业生产。同时，国家继续提高小麦、稻谷最低收购价，实施大豆、油菜籽收储政策。这对巩固农产品供需平衡的基本格局起到了积极作用。

2010年，稻谷、玉米、肉鸡、水产品实现了增产；大豆产量基本持平；而棉花、油料产量略减。农产品生产的门槛较低，如某种农产品出现短缺价格上涨，除了大豆、棉花等少数土地密集型产品，多数情况下随着资本进入而重新恢复供需平衡。

尽管如此，2010年农产品价格在自然灾害、通胀预期、成本推动等因素作用下整体上升趋势明显。尤其是农产品价格上涨有一些深层次问题不容易解决。

一是农产品生产越来越依赖化肥、农药等工业品的物质投入和柴油等能源投入，高成本农业正在逐步形成，而小农经济的生产方式不利于提高劳动生产率和规模经济，消化日渐上涨的生产成本。2007-2009年，水稻、小麦、玉米价格年均增长率为7.1%，而总生产成本年均增长率达11.7%，其中人工、土地、物质与服务费用年均增长率分别为11.3%、29.2%和15%。

二是农产品流通环节多、损耗大；组织化、标准化发展滞后。我国仅有8.2%的农户参加农民合作组织，美、欧发达国家80%以上的农户都参加了农民合作组织；流通基础设施薄弱，尤其是缺乏冷链物流设施

三是经济景气导致农民弃农务工，由生产者转为消费者，对于供需平衡产生直接影响。

四是农业补贴仍然远远低于发达国家水平，农民为了规避经营风险，宁愿选择种价值低的粮食，也不愿种植价值高但市场风险大的棉花、油料等作物。

三、农产品的投资属性凸显，导致资金过度炒作

2010年以来“蒜你狠”“豆你玩”“姜你军”相继成为热词。由于楼市调控正在进行中，股市在3000点左右徘徊不见牛市，一些资金在通胀预期的背景下开始进入农产品市场进行炒作，俄罗斯的粮食禁运、美元贬值等外部因素更是加剧了投机的气氛。

但随着2010年11月中旬政府部门稳定消费价格的“国16条”的推出，食用油、蔬菜等农产品的价格开始下降，个别蔬菜的价格甚至下降了一半以上。农产品一般而言不易保存，炒作农产品的政策风险较大，令部分投机者望而却步。

四、农产品竞争力稳步提高

随着我国农业结构战略性调整的深入推进，主要农产品生产逐渐向优势产区集中，产量稳步提高；园艺、畜禽等产品生产主体逐步向专业化规模化农户转变，集约化和设施化程度大幅度提高，技术水平快速提升，产品质量也有了明显进步。

随着越来越多的农产品成为期货市场的品种，将促进这些农产品的生产标准化和经营市场化。各路资本也看好农业增值的前景，加大对农业的投资。2010年，农、林、牧、渔业城镇固定资产投资额为3966亿元人民币，比上年增长18.2%。农业还涌现出獐子岛、好当家、北大荒、国联水产等一批上市公司，对于推动农业产业化发展起到了积极作用。

五、粮食危机、油价等国际因素对国内农业的影响依然不容小视

粮农组织2010年11月最新公布的粮食展望报告显示，2010年国际粮食进口额可能超过一万亿美元。该报告认为，由于受恶劣天气和货币市场波动等因素的影响，世界谷物产量目前预测将减少2%，而不是早期预期的增加1.2%。全球谷物库存量将大幅减少，预计将缩减为7%，大麦下跌35%，小麦12%、2010年国际油价在70~80美元/桶附近徘徊。尽管和2008年金融危机时的高位相比下降了一半，但随着新兴市场的发展，能源需求将不断增长，支撑油价不断上涨。美元的间歇式贬值也会提高国际油价，通过向国内的传导提高农产品的生产成本。

六、推动农业的规模化生产和组织化生产势在必行

在发达国家，“菜价高于肉价”的现象十分普遍。这里面除了西方国家对肉类产品进行补贴的因素外，主要因为园艺产品采取机械化生产的难度较大，高昂的用工成本提高了园艺产品的价格。我国稻麦种植机械化程度高，一对夫妇不雇人可以种30亩，而蔬菜只能种3亩。增加蔬菜产量必需增加雇工，从而提高了蔬菜的生产成本。据估算，2009年大中城市蔬菜每亩平均生产成本比2003年高出70%。

目前，农业生产中已经大量使用化肥、农药、柴油、机械等工业要素，这必然带来农业生产成本的提高。而小农户的生产方式无法获得规模效益，只能被动地接受成本上涨。因此，推动农业的规模化生产和组织化生产势在必行。

七、农业实现低碳经济目标的任务十分艰巨，发展循环农业是必由之路

有关研究表明，中国农业温室气体总排放量占全国排放量的17%，农业实现低碳经济目标的任务十分艰巨。其根本出路在于依靠科技进步，发展循环农业，实现农业的“一高两低”，即资源利用率最高、能源消耗最低、污染排放最低。

中国目前循环农业模式主要是秸秆直接还田循环模式、农田菌业循环生产模式、农牧结合循环模式、农业废弃物加工循环模式等。同时，我国发展农业生物质能资源潜力巨大。目前，我国每年产生农作物秸秆6亿吨左右，其中约有3亿吨可作为能源使用，折合1.5亿吨标准煤；每年产生畜禽粪便约30亿吨，若有效利用可生产数量巨大的沼气；有不少荒山、荒坡和盐碱地，可种植甘蔗、甜高粱、木薯、甘薯等能源作物。发展循环农业必需要有科技的支撑，加大农业科技的投入，使更多农民掌握循环农业的科学技术。

第五章 2010年以来农产品出口情况及2011年展望

一、2010年我国农产品出口概况

2010年，我农产品出口额为488.8亿美元，同比增长24.7%，为近十年同期最高值。农产品出口占我国外贸出口总额3.1%。

（一）大类农产品出口大幅增长

2010年，大类农产品出口均比上年有较大幅度增长，如蔬菜类产品增长41.8%，水产品增长29.1%，肉类产品增长27.8%。（见表5-1）

表5-1：2010年大类农产品出口情况

单位：亿美元、%

商品名称	2010年出口额	同比%
水产品	132.3	29.1%
蔬菜及制品	100.6	41.8%
其他农产品	83.1	16.4%
水果、坚果及制品	55.2	15.2%
其他食品	40.5	27.2%
肉类及制品	24.4	27.8%
谷物及淀粉类产品	22.5	8.7%
酒饮	18.8	14.5%

（二）部分重要农产品出口量价齐升

2010年，在商务部监测的30种重要出口农产品中，16种商品量价齐升。均价增长最快的是烤鳗，累计出口3.6万吨，均价18009美元/吨，同比分别增长13.7%和41.2%。其他量价增长较快的产品包括食糖、羽毛羽绒、蘑菇罐头等。

（三）亚洲地区仍位居出口首位

2010年，我农产品对亚洲地区出口292亿美元，占农产品出口总额的59.8%，位居各大洲之首；对南美洲地区出口增速最快，超过50%。

表5-2：2010年前六大农产品出口市场（地区）情况

单位：亿美元、%

排名	出口市场	出口额	同比	比重
1	日本	91.5	19.0%	18.7%
2	东盟	74.6	39.6%	15.3%
3	欧盟	68.6	19.1%	14.0%
4	美国	57.8	23.0%	11.8%
5	中国香港	42.8	20.3%	8.7%
6	韩国	35.3	24.6%	7.2%

（四）山东是我农产品出口第一大省。

2010年，全国主要农产品出口省市增势良好，山东是我农产品出口第一大省。2010

年，全国十大农产品出口省市累计出口额382亿美元，同比增长27.3%，占农产品出口总额的78.2%。

表5-3：2010年前十大农产品出口省市情况

单位：亿美元、%

排名	出口省市	出口额	同比	比重
1	山东	127.1	30.1%	26.0%
2	广东	56.7	16.1%	11.6%
3	福建	49.6	44.9%	10.1%
4	浙江	36.7	22.0%	7.5%
5	辽宁	35.9	17.0%	7.3%
6	江苏	25.2	28.2%	5.2%
7	上海	14.9	23.0%	3.0%
8	云南	13.1	34.3%	2.7%
9	河北	12.3	20.8%	2.5%
10	湖北	10.9	50.5%	2.2%

（五）农产品出口企业数量有所增长；私营企业目前是农产品贸易中的主力军

2010年，我国农产品出口企业累计达到19123家，同比增长了548家，增速为3%，其中70%以上的企业出口额有不同程度的增长。从企业性质来看，私营企业目前成为农产品出口的主力军，全年累计出口额219.4亿美元，同比增长37.8%，占出口比重44.9%；三资企业累计出口187亿美元，同比增长17.2%；国有企业累计出口65.8亿美元，同比增长9.5%。

（六）一般贸易在农产品出口中居主导地位；加工贸易稳步增长

2010年，一般贸易累计出口391.8亿美元，同比增长29.4%，占农产品出口总额的80.2%；加工贸易累计出口79.2亿美元，同比增长7.7%。

二、2010年重点大类农产品出口情况

（一）水产品

2010年，我国水产品出口132.3亿美元，比上年增长了29.1%。水产品出口位居大宗农产品出口第二位，出口额占农产品出口总额的比重达到27.1%，较上年提高1个百分点。

“十一五”期间，我国水产品加工企业规模不断壮大，加工技术水平不断升级，质量安全意识逐步加强。2009年我国水产品加工业产值已达448.43亿元，全国产值过亿的水产品加工企业近300家，获得HACCP或ISO体系认证的企业千余家。2010年，冻鱼及冻鱼片、虾产品、蟹产品、罗非鱼、鳗鱼等等均出口势头良好。

同时，我水产品出口市场过于集中，近两年来，欧盟、韩国等主要出口市场纷纷提高水产品进口门槛。韩国自2010年起加强水产品进口安全检查，抽样比例从全部进口水产品的28%提高到30%，纳入超标监控范围的抗生素种类从32种增加到44种。欧盟从2010年1月1日起对进入欧盟市场的大部分海洋捕捞产品实行合法性认证。我国出口欧盟的大部分海洋捕捞产品除须出具原产地证明、卫生证书外，还需附加合法捕捞证明文件。德国是我水产品原料出口第四大市场，2010年出口额达4.9亿美元，同比仅增长2.2%。这说明欧盟水产品进口技术门槛的提高已经影响我对德国的出口。

（二）果蔬类产品

2010年，果蔬类产品仍然保持增长势头，出口额157亿美元，比上年增长31%。主要出口市场是日本、欧盟、东盟、美国和俄罗斯等。

2010年，在蔬菜类产品中，鲜蔬菜出口量为416.8万吨，比上年下降0.8%；出口额为36.2亿美元，比上年增长74.6%。其中，大蒜出口额为26.7亿美元，增长1.2倍；冷冻蔬菜出口额为7.9亿美元，增长23.6%；蘑菇罐头出口额为4.6亿美元，增长27.9%；干香菇出口6.9亿美元，增长1.5倍。

2010年，水果出口额为22.5亿美元，同比增长13.3%。其中，鲜苹果出口额为8.3亿美元，比上年增长16.8%，主销市场包括东盟、俄罗斯等国家。苹果汁全年出口额为7.5亿美元，比上年增长14%。

（三）肉类产品

2010年，我国肉类产品出口额为24.4亿美元，比上年增长27.8%。主要出口市场是日本、中国香港、东盟、中东地区和韩国。主要出口产品中，禽肉出口额为13.2亿美元，比上年增长31.6%。猪肉出口额为9.1亿美元，比上年增长13.7%。牛肉出口额为2.1亿美元，比上年增长34.1%。

（四）谷物

2010年，我国粮食全年出口额为5.4亿美元，比上年下降12.7%。其中，玉米、大米、小麦出口额比上年出口160.4万吨、6.7亿美元，分别比上年减少82.4%、65.8%。全年出口玉米出口额为3333万美元，增长5.6%；小麦出口额为0.2亿美元，减少99.9%；大米出口额为4.2亿美元，减少20.5%。

此外，2010年茶叶、花生出口额分别为7.8亿美元和7.7亿美元，分别比上年增长11.2%和16.9%。

三、2010年我国农产品出口的主要特点

（一）加工农产品的国际市场需求开始恢复

2009年，农产品出口呈恢复性增长的态势，但只是初级农产品的需求在恢复，加工农产品出口几乎为零增长。但2010年这种情况发生了改善。2010年，我初级农产品对全球出口278.9亿美元，比上年增长27.4%；加工农产品对全球出口209.9亿美元，比上年增长21.2%。这说明国际市场中高端的食品需求开始恢复，对农产品出口构成实质性利好。

（二）农产品出口成本持续上涨

据农业部测算，2007—2009年，三种粮食价格年均增长率为7.1%，而总生产成本年均增长率达11.7%，其中人工、土地、物质与服务费用年均增长率分别为11.3%、29.2%和15.0%。2010年以来，尽管化肥价格相对平稳，但农药、种子价格上涨较多，水、电、油、气价格相继上调，人工费用也大幅上升，这都增加了农产品出口的综合成本。目前，农业生产已经大量使用工业品要素，提高了农产品生产成本，而小农生产方式很难消化生产资料价格上涨因素，导致农产品出口成本一路上扬，压缩了企业的利润空间。

（三）支持出口的优惠政策逐渐削弱

在节能减排、环保、维稳等硬性指标考核下，劳动密集型行业不再受到地方政府青

睐。沿海地方政府对出口加工企业原来给予的诸多优惠措施慢慢回收，企业在税收、用地指标、用电指标、信贷安排等方面不再享受优惠待遇。

随着中西部经济的发展和内需的扩大，出口不再是“一枝独秀”，再加上沿海生活成本居高不下，优质人力资源和市场资源开始从沿海城市流向内地。劳动力、土地、能源、物流等成本的提高，使得传统比较优势渐失，出口企业感受到前所未有的压力。

（四）劳动力成本上涨，并将成为长期制约因素

2010年，在农产品行业也出现了普遍加薪的现象，出口企业普遍反映用工成本增加了10%~20%。企业普遍反映找不到年轻的工人，通常只能找到35岁以上的工人。优质劳动力流向工业等利润率更高的行业，给农产品企业带来更大的困难。

目前发生“用工荒”现象的地区不仅是在沿海，而且延伸到内地省份，并出现本地化就业的潮流。几乎所有地区都制定了最低工资制度，再加上内陆地区的生活成本更低，沿海城市招工的吸引力正在下降。新一代农民工希望长期留在城市，对于工资提出更高要求；同时仅有三分之一农民工的劳动技能满足企业需求，剩下的农民工流动性很大，造成企业用工不稳定。在未来相当长一段时间内，如果不能解决好农民工的劳动培训和社会保障问题，劳动力成本上涨与“招工难”将一直是扩大出口的制约因素。

（五）货币贬值成为威胁世界经济复苏的新风险

2010年9月，美国实施第二轮量化宽松政策，大量国际资金流向收益率相对较高的新兴市场国家，助长了其本币升值风险。巴西、新加坡等新兴市场国家不得不采取措施阻止本币升值。2011年2月11日，越南央行宣布将越南盾一次性贬值9.3%。此外，巴西雷亚尔等货币在2011年可能出现贬值的现象。货币贬值成为威胁世界经济复苏的新风险，给农产品出口蒙上阴影。

四、2011年农产品贸易展望

从内部环境看，2011年，中央财政“三农”预算安排近一万亿元，增幅超过15%；其中用于农业生产方面的支出近4000亿元。2010年，银行业金融机构涉农贷款余额11.8万亿元，比上年增长22.3%。民间资本大力发展现代农业。据山西有关方面统计，目前从煤炭行业退出的民间资本投资现代农业过亿元的企业就有25家。政府部门将保持外贸政策的稳定性，并在出口信保、贸易便利化、进口促进、“走出去”、出口基地、电子商务等方面加大政策支持力度，促进农产品贸易转型升级。

从外部环境看，国际金融危机正在从私人银行危机、主权债务危机向国际货币体系危机演变，全球经济复苏仍存在反复的可能性。同时，全球流动性依然充盈，大量资金进入商品期货市场，各国政府面临保增长和控制通胀的两难局面。美国、欧盟分别出台了食品安全和水产品捕捞的新法案，日本和韩国加强进口食品检验力度，国际农产品贸易自由化进程依然不容乐观。

整体看，受世界经济形势好转、加工农产品需求恢复、政府调高部分农产品出口退税率、东盟自贸区“红利”效应等多种因素的影响，我国农产品出口回升势头明显。但目前国际订单小额化、短期化成为常态，受自然灾害和国内通胀影响，原材料、物流、劳动力等要素成本大幅上升，我农产品出口企业依然处于微利化经营的状态，转型升级仍面临较大挑

战。

2011年是挑战和机遇并存的一年。全行业上下将加快外贸转型升级，推进农产品生产经营的产业化、标准化、规模化、集约化，推动出口、进口、内销、“走出去”协调发展，为“十二五”农产品贸易发展开好局，打好基础。

2011年，食土商会积极配合商务部开展“外贸商品质量提升年”活动，推动完善“公司+农户+基地”的产业化经营模式，培育一批行业出口基地，树立一批“标杆”企业。开展富有成效的海外宣传推广活动，提升“中国食品”国际形象。

商会继续在行业内推广工厂化栽培技术和设施农业，重点扶持高效农业和生态农业，引导和培育深加工农产品等新的出口增长点。与国外机构在工艺、设计、渠道、品牌、人才等领域建立全方位的合作关系。促进企业将产品优势转化为市场优势，提高市场占有率和产品的定价权和话语权，消化成本上涨压力。

商会推动企业巩固欧美、亚洲周边市场，加强对日本、香港等我农产品重点出口市场的行业协调，配合做好对港澳市场食品保供工作。推动有实力的行业实施“走出去”战略。商会与社会专业机构合作，探索建立进口促进服务体系。通过搭建一系列进口平台，帮助国外企业、行业组织开展进口促销活动。

商会继续配合商务部做好大宗农产品进口报告工作，积极参与外贸出口基地建设、专业交易市场建设，不断增强对政府、企业全方位的服务能力。

五、关于促进农产品出口增长方式转变的建议

（一）当前转变农产品外贸增长方式面临的主要问题

1、内外部环境发生较大变化，短期内面临严峻挑战

入世以来，我农产品企业抓住了发展的战略机遇期，农产品贸易取得了长足的发展。但从外部环境看，农产品出口不再面临“高通胀、高增长”的国际经济环境，国际贸易摩擦日趋频繁。从内部环境看，劳动密集型行业不再受到地方政府青睐，企业在税收、用地用电指标、信贷安排等方面不再享受优惠待遇。随着劳动力等要素价格上涨，传统比较优势渐失，出口企业感受到前所未有的压力。

2、行业发展内生动力不足，出口市场秩序有待规范

与美国、巴西等农业强国相比，我国农业产业化发展水平存在很大差距。出口农产品的技术含量低、自主品牌少，质量有待进一步提高。食品出口目前缺乏必要的资质管理，一部分质量不合格的产品流向境外，破坏了行业整体声誉。

3、出口、进口、内销需协调发展，贸易投资应双轮驱动

目前，外贸企业普遍希望打开内销市场，但在产品标准、商业惯例、信用支付、知识产权保护等方面内外贸无法统一，企业开拓国内市场仍感到步履艰难。受制于资本金的不足，许多企业不得不放弃很好的进口项目，企业“走出去”也面临资金压力和较大风险。

4、产业服务体系亟待建立，行业组织功能需要完善

目前，出口企业转型升级处于关键时期，需及时建立完整的产业服务体系、搭建新型的公共服务平台、探索新的服务方式，促进企业实现转型升级。政府的宏观管理、企业的微观经营和行业组织的协调服务三者相辅相成，缺一不可。但目前商会是明显的“短板”，需

进一步完善行业组织的功能，激活商会工作潜力。

5、政府部门需要进一步推动贸易便利化工作，贸易促进工作从财税政策向产业政策、金融政策方面延伸

政府部门需进一步推动贸易便利化工作，降低企业在通关、商检、物流、税收等方面的成本，并对农产品等弱势行业实行检验检疫费用全免，建立快速消费农产品的“绿色通道”。

（二）转变农产品外贸增长方式的建议

1、保持出口支持政策及人民币汇率稳定，稳健推动出口“调结构”

人民币汇改以来已累计升值25%。2010年汇改之后人民币年化升值幅度高达7%。希望政府部门避免出现人民币大幅升值。同时，加快外贸增长方式转变的步伐，促进出口产品结构、市场结构等方面的调整。

2、加强行业管理和行业自律，规范市场秩序

建议政府选择一些出口大宗农产品进行试点，实行资格审核、登记，采取“业必归会”制度。在这些产品中明确市场准入、投资管理、贸易监管和违规查处等调控措施，规范出口秩序，加强行业协调与行业自律。

3、建立和完善农产品出口营销体系

当前，亟需建立农产品专业营销促进体系。从国际经验看，欧美等国家为促进农产品国际营销建立了专项基金。2006年，美国农产品出口为709亿美元，是全球最大的农产品出口国，当年美国农业部直接用于农产品海外推广的经费为2.445亿美元，占当年美国农产品出口额的0.34%。美国根据《农业法案》、《农业贸易法》等法律，相继设立了《海外市场发展合作者计划》、《（海外）市场进入计划》、《新兴市场计划》等专项农产品营销基金，上述农产品营销基金支持的美国农产品协会在中国的分支机构就多达35家。其中包括我们很熟悉的美国大豆协会、美国马铃薯协会、美国肉类出口协会、新奇士橙种植者协会等等。

挪威三文鱼每年的推广经费主要来自于挪威政府对挪威海产品出口所征收的出口税。挪威政府规定，其出口的海产品必须征收相当于出口价值0.75%的出口税，这笔出口税将全部用于挪威海产在全球的推广。挪威海产外贸局利用这笔经费，设立了位于挪威TROMSO的总部，并在全球主要市场设立了常驻的海外代表机构。这样一个全球性的推广机构，在主要的目标市场，在当地最优秀的推广公司、公关公司的支持下，多年来不断地将以挪威三文鱼为代表的挪威海产，融入到当地居民的饮食习惯和餐饮文化中去。

建议政府部门参照美国、挪威等国家的经验，建立农产品国际营销专项基金，支持行业组织开展相关工作，并指定具体部门专门负责有关基金的管理和监督。

4、建立和完善农产品出口质量促进体系

食品和药品不是普通的商品，是涉及人身安全的产品。建议政府部门支持行业组织建立的禽肉、水产品投喂品联合采购及质量追溯电子平台，这些项目具有行业示范效应和实效，对于完善出口质量安全体系具有积极意义。

5、建立和完善农产品出口信息服务体系

推动外贸转型升级的重要杠杆是促进外贸信息化，培育行业的“巧实力”。促进企业

转型升级为知识型企业，提高知识管理和积累的能力，利用互联网平台精准地发现与满足客户需求，以巧取胜。为此，需进一步建立和完善行业信息服务体系。将行业组织现有的网站升级为具有信息咨询服务、电子商务、信用评级和融资等功能的平台。通过新型平台的建设，为企业提供一站式、个性化和即时性的服务。

6、促进电子商务发展

建议政府部门以培育广交会的模式来培育国家级电子商务平台，并以电子商务来促进中小企业的贸易融资、信用交易，降低其交易成本，规范其经营行为。

7、关注外向型农业的科技需求，支持企业应对国外技术性壁垒

希望政府部门在科技规划中加强对外向型农产品企业的支持力度，并利用外贸发展基金支持行业应对国外技术性壁垒。

第六章 2010年以来重点农产品出口情况及展望

第一节 2010年禽肉出口情况及2011年展望

一、2010年禽肉国际市场概况

(一) 生产和消费情况

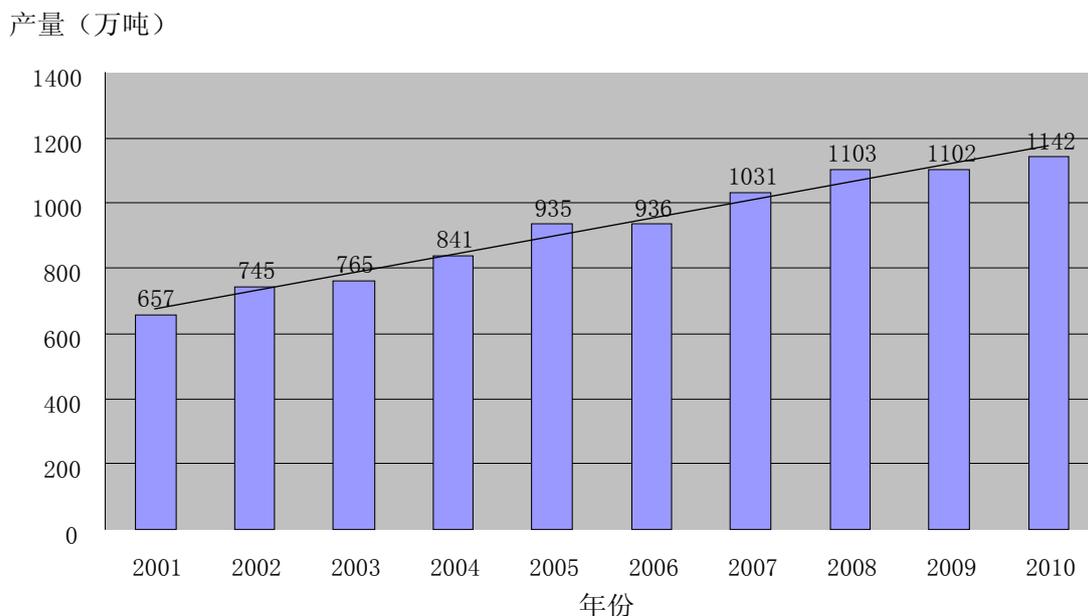
鸡肉是禽肉的主要生产品种，根据美国农业部统计，2010年全球鸡肉产量为7441万吨，其他禽肉种类主要有鸭肉、火鸡肉、鹅肉等，中国是鸭肉的主产国，产量占全球的70%以上，美国和欧盟是全球火鸡肉的主产国家和地区，2010年产量分别达到248万吨和182万吨，分别占全球总产量502万吨的49.4%和36.3%。世界鸡肉的主要国家和地区是美国、中国、巴西、欧盟、墨西哥、印度等，2010年世界鸡肉产量前10位的国家和地区的鸡肉总产量是4617万吨，占全球当年鸡肉生产总量7441万吨的62%。

美国是世界最大的家禽生产国，其家禽屠宰加工机械化程度较高，生产相对集中，美国皮尔格林公司、泰森食品有限公司、桑德森农场公司等是美国最大的禽肉生产公司，以泰森公司为例，在全球拥有141家食品加工厂，64个孵化厂，40个饲料厂，62个冷库和10个物流配送中心。泰森还拥有一家代表全球肉类领先科技的研发中心和实验工厂，为客户和消费者每年推出数千种新产品。泰森食品公司在每年屠宰销售近24亿只鸡，年产禽肉超过400万吨，产量已达到美国家禽总产量的五分之一。

美国由于金融危机影响国内外需求，2008年鸡肉产量达到1656万吨高峰后下降较多，2009年产量下降为1594万吨，下降幅度3.7%，随着经济的复苏，美国鸡肉产量2010年恢复到1635万吨，但仍没有达到2008年的水平。

巴西近年加强了鸡肉的出口力度，出口带动了国内产业的迅猛发展，成为全球家禽产业发展最快的国家，其鸡肉增长走势图如下：

图6-1：2001年-2010年巴西鸡肉产量走势图



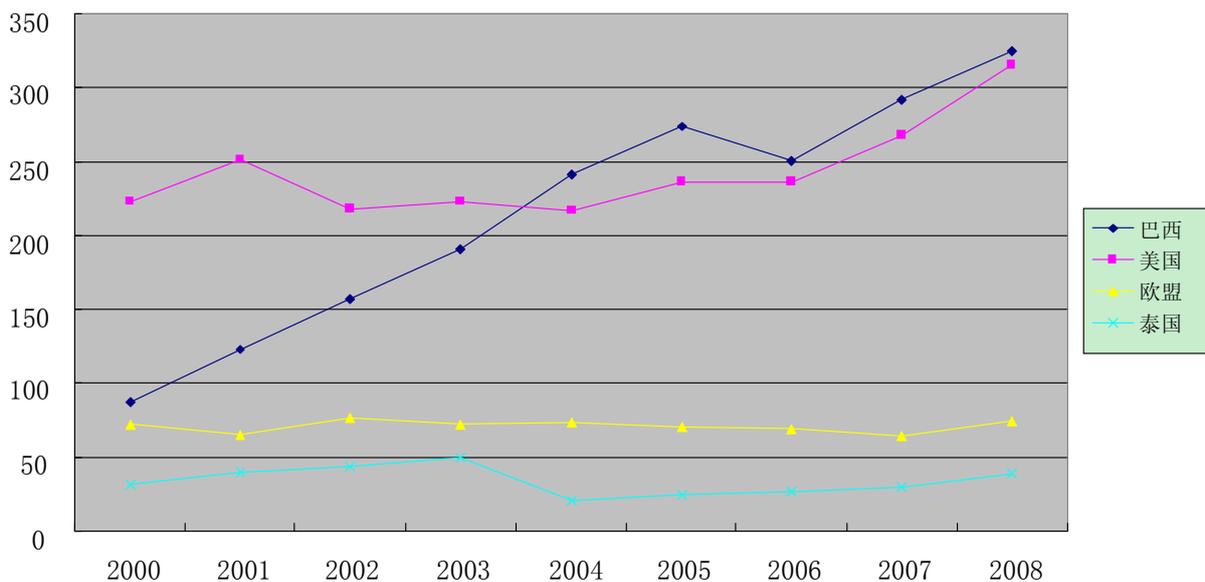
巴西鸡肉产业相对美国开拓力度更强，2009年尽管受到金融危机影响，但其增加了中东等国的海外市场开拓力度，且因国内高端牛肉需求向价格相对低廉的鸡肉部分转移，其国内需求增长较快，基本抵消了负面的影响，2009年鸡肉产量与2008年基本持平。2010年经济的负面因素进一步抵消，且巴西产品出口强劲推动其产量较2009年增长3.6%。

肉类以白肉红肉为主，禽肉是世界主要白肉来源，随着全球消费者健康理念的提升，尤其是发展中国家经济的发展，禽肉消费在未来十年甚至更长时间将会继续增长，从而促进家禽产业进一步健康发展。

（二）国际禽肉出口情况

根据美国农业部统计，近十年世界禽肉出口呈增长趋势，出口量从2000年的528万吨，增长到2009年的898万吨，增长了70%，禽肉出口前几位的国家和地区包括巴西、美国、欧盟、泰国等。

图6-2：各主要禽肉出口国禽肉出口走势图



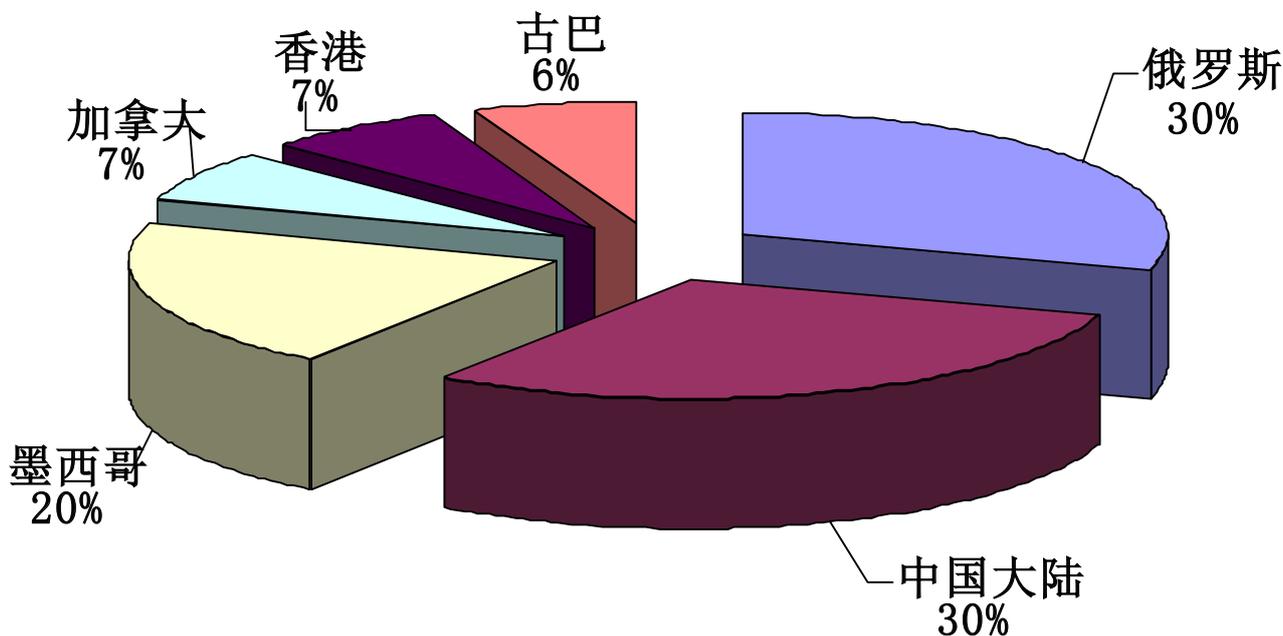
数据来源：USDA

美国禽肉出口近些年都保持在200万吨以上的水平，是世界主要的禽肉出口国，2004年以前美国一直是世界禽肉出口量最多的国家，2004年这一位置被巴西取代，但其禽肉出口势头依然强劲。

但美国鸡肉出口也受到2004年亚洲禽流感的影响，2004年禽肉出口达到近五年的最低水平。而且2005年8月横扫美国沿海诸州的飓风造成当地部分家禽养殖企业生产停顿，并导致美国的鸡肉出口俄罗斯和乌克兰数量锐减。2005年9月份该国上述产品出口俄罗斯的数量同比减少了3.34万吨，降幅为47%，而环比降幅更达65%。而同期出口乌克兰的禽肉数量同比则减少了3500吨，降幅76%，环比降幅为50%。但尽管进口量减少，俄罗斯仍然是美国最大的禽肉出口市场。美国鸡肉出口按市场需求，产品多样化。如出口中国的，多数是内脏、爪、翅及腿肉；出口南亚、东南亚的是经过加工的用于咖喱和椰子炖菜的碎肉；出口伊斯兰国家的是体重在1.1~1.2公斤/只的小鸡；出口拉丁美洲的是供烧烤食用的整鸡；出口俄国

的是含整条大腿的大块鸡肉；出口韩国的是鸡肉香肠等。

图6-3:2009年美国禽肉出口国别比例图



数据来源: USDA

巴西禽肉出口增长迅猛，其主要出口至中国大陆、中国香港、日本、阿拉伯联合酋长国、欧盟27国、沙特阿拉伯等国。尤其是2010年初我国对美国禽肉实施双方征收临时反倾销税以来，巴西出口中国禽肉产品增长迅速。

由于不断扩大的进口需求，欧盟27国成为世界第二大禽肉进口方。由于生产量不足以满足强劲的消费需求，这势必会削减出口量，增加进口量。由于进口价格低于国内价格，欧盟27国将持续从巴西进口更多禽肉（肉鸡）产品。这对于巴西是利好消息。

二、2010年国内市场行情

（一）全国市场概述：毛鸡出栏量偏紧，促进毛鸡价格继续攀升

10月下旬，毛鸡价格触底反弹，之后急速上涨，由10月25日的8.1元/公斤上涨至11月5日的8.8元/公斤，平均保持每日接近0.1元/公斤的涨幅。上涨的主要原因是：一方面，9月份进入农忙时节，加上养殖利润低，养殖户补栏减少，使得10月下旬以后鸡源逐渐偏紧；另一方面，随着农产品的普遍涨价，养殖户和屠宰厂看好后期鸡肉价格。养殖户惜售心理较重，而屠宰厂积极宰杀，增加库存，进一步推高毛鸡价格。

全国毛鸡均价为8.7元/公斤，环比上升4.8%。主产区中，辽宁、河南、江苏和山东毛鸡价格分别环比回升5.2%、5.4%、7.6%和5.5%。终端鸡肉价格保持平稳。全国集市和超市白条鸡均价为17.60元/公斤。鸡苗补栏平稳，鸡苗价格稳中有升，本周均价为2.6元/只，环比上涨4%。

（二）后市展望：毛鸡和鸡肉价格企稳

随着毛鸡出栏的增加，鸡源紧张状况好转，并且现在的惜售将会加重后期毛鸡的供给压力，而终端需求并未有明显提升，因此预计后期毛鸡价格上涨空间有限，下周毛鸡价格有望走稳；鸡肉方面，屠宰厂和经销商均在增加库存，随着鸡肉出厂价涨至近两年的高位，库

存风险加大，屠宰厂可能逐渐释放库存，因此鸡肉价格将逐渐企稳。鸡苗方面，预计价格保持平稳。

三、2010年我国禽肉出口情况

(一) 冻禽肉出口情况

冻禽肉出口以冻鸡为主，其次为冻鸭肉和冻鹅肉，2010年三个品种分别出口16.5万吨，2.6万吨和1.5万吨，金额分别为3.5亿美元、0.43亿美元和0.36亿美元。冻鸡与冻鹅出口数量与去年同期分别增加25.1%、3.8%，冻鸭同比减少5.3%。

冻鸭肉和冻鹅肉全部出口香港和澳门。冻鸡肉主要出口到香港、马来西亚、巴林等亚洲国家地区，2010年出口分别为12万吨、2.1万吨和0.54万吨，占全部出口量的72.7%、12.7%和3.3%，可见中国冻鸡肉出口的集中度还是比较高的。2010年冻鸡出口同比增加25.1%主要是冻鸡出口香港、马来西亚和巴林分别增加21.9%、35.9%和38.8%。

(二) 禽肉制品出口情况

禽肉制品出口以鸡肉制品为主，鸭肉制品也有部分出口。鸭肉制品2010年出口1.44万吨，同比增长达到49.9%。鸭肉制品出口的传统市场为日本、韩国和香港，2008年欧盟开关后，出口欧盟逐渐增多，主要是出口德国、英国、比利时、荷兰等国家，2010年出口英国2083吨，同比增长高达263%。鸭肉制品向韩国出口达到1947吨，增幅也高达184%。

2010年鸡肉制品出口21.2万吨，同比增长34%。鸡肉制品主要出口到日本、香港、韩国及欧盟等国家和地区，其中出口日本18.1万吨、香港1.68万吨、韩国0.41万吨及欧盟0.86万吨，同比增长分别为34.4%、14.1%、15.6%和94.6%。

(三) 出口的特点及面临的问题

出口的主要特点：

1、金融危机影响逐渐减少，市场需求逐渐回暖

2010年禽肉产品无论是冻品还是制品出口同比都有较大幅度的增长。主要原因是日本、香港、欧盟等市场需求逐渐摆脱金融危机的影响，市场需求恢复较快。欧盟市场因为2008年10月刚刚重新开放，2009年企业刚刚与客户建立联系，2010年欧盟客户的开拓力度更大，所以鸡肉制品与鸭肉制品出口欧盟同比增幅都有很大幅度的增长。

2、禽肉仍是较低价动物蛋白的来源

世界肉类消费主要是牛肉和禽肉，尽管金融危机影响恢复，但因为禽肉的价格相对于牛肉低廉，各国居民消费的肉类蛋白的选择基本禽肉消费的恢复要快于对牛肉的需求，所以牛肉消费挤出效应相对明显，全球禽肉消费需求相对增幅较快。

出口面临的主要问题：

1、市场依赖度依然很高。冻鸡和鸡肉制品是出口的主要品种，冻鸡70%以上出口到香港，而鸡肉制品85%以上出口到日本，对单一市场的依存度过大导致出口的潜在风险过大

2、随着对欧禽肉制品出口的增加，欧盟进口配额的不足将逐渐显现。目前欧盟对巴西和泰国给予单独的国别进口配额，而将中国列入其他国家之列没有单独的国别配额，且年进口额度仅一万余吨。

3、中国禽肉输美工作仍在缓慢进行。

4、国内原料、劳动力成本、汇率等因素导致我产品比较优势逐渐淡化，而泰国等东南亚国家的比较优势更加明显，而出口提价客户的接受度还有待于确认，所以中国出口企业的利润趋薄。

5、韩国等部分国家高关税导致我产品出口量增长受限。

6、日本等国通货紧缩比较明显，尽管需求有所恢复，但价格提升的接受较为困难，所以我禽肉制品出口同比单价在下降。

（四）有关建议

1、建议政府加大谈判力度，打开美国、中东等新的市场，拓宽我海外市场。

2、继续加大对欧谈判力度，争取欧盟对我单独国别配额，且给予足够的配额量。

3、加大对传统市场检验检疫的谈判力度，譬如争取日本取消对我产品的批批命令检查，减少企业的负担。

4、对于我行业发展制定整体战略规划给予费用支持，确实对于行业发展方面给予明确的指导。

5、对出口企业在内销方面的扩展给予支持。

四、2011年出口展望

（一）对日出口展望

中国禽肉近一半出口到日本，尤其是禽肉熟制品85%以上出口到日本市场。所以日本市场的需求情况直接影响了中国禽肉的出口。按照日本市场消费惯例，每年的4-8月为日本消费禽肉的旺季，尤其是对碳烤串类产品。该惯例在2010年的出口数据已经明显体现。2010年4月单月对日出口1.4万吨以来，5、6、7月一路高歌猛进，7月出口达到近1.81万吨的峰值，而8月开始减少，单月对日出口1.74万吨。这种趋势将来9、10月得以延续，但因为12月圣诞和1月元旦即将来临，日本11、12月订单将有所增加。但每年第一季度为禽肉消费传统淡季，预计对日出口增长尚待2011年春季以后。

目前中国国内原材料、劳动力相较泰国没有优势，而且形势更加严峻，日本资本已经投资泰国的禽肉屠宰加工领域，所以尽管同比中国对日禽肉出口绝对数量可能不会减少，但市场份额可能会下降，中泰在日本市场占有率目前为45%与55%，中方的占有率有可能会进一步让位于泰方。

订单增量预计会大部分转向泰国，但鉴于碳烤串的不可替代性，对中国禽肉产品总体订单应止住跌势，

（二）对香港出口展望

中国大陆禽肉近一半出口到香港，尤其是冰鲜及冷冻禽肉70%以上出口香港。香港是旅游城市，每年五一、十一及春节期间大陆的赴港游客剧增，禽肉消费量增加明显，因此从大陆进口禽肉需求增加。且进入深秋和冬季也是香港禽肉消费旺季，9、10月香港禽肉消费高潮后，11、12月随着圣诞、元旦春节来临，香港本港和游客因素影响，消费又进入下一轮高潮。但冬季同样是禽流感的高发季节，如发生禽流感，香港一般会采用暂停进口的措施，将严重影响大陆禽肉出口。预计2011年第一季度进口应保持平稳微降态势。

（三）对欧盟出口展望

禽肉出口欧盟数量增长很快，预测数量会进一步增长，市场远未饱和，因此欧盟对华不设单独禽肉进口国别配额，且配额较少的问题对贸易影响越来越大。

（四）对美国出口展望

目前中美禽肉贸易谈判仍在进行中，美国农业部计划2011年1月份来华进行现场考察，乐观估计，美如能开放市场，最早能够出口也在2011年4月。

（五）其他市场

预计2011年第一季度出口数量为全年最低点，但同比2010年数量应该稳中有升。2011年全年如果没有特殊问题影响，出口同比2010年应有增幅。

第二节 2010年猪肉出口情况及展望

我国是全球最大的猪肉生产和贸易国家，产业发展和市场资源在全球占有重要位置。根据美国农业部统计，2009年中国猪肉产量4890.5万吨，占世界总产量48.67%。多少年来，国产猪肉以低价格独占国内市场，并具有出口比较竞争优势。但随着全球粮食价格的上涨，以及我国产业结构的调整，竞争优势正在悄悄地发生着变化。猪肉是中国人最重要的动物蛋白质来源，其价格的波动直接关系着消费品价格指数的变化。因此，研究世界猪肉市场现状，对稳定我国猪肉市场需求，促进产业发展十分必要。

一、2010年猪肉国际市场概况

（一）生产和消费情况

根据美国农业部数据，2009年全球猪肉产量10,047.3万吨。全球猪肉产量前三位分别为中国、欧盟和美国。

表6-1：全球猪肉产量

单位：万吨

国家	2006年	2007年	2008年	2009年
中国	4650.5	4287.8	4620.5	4890.5
欧盟	2179.1	2285.8	2259.6	2215.9
美国	955.9	996.2	1059.9	1044.2
巴西	283.0	299.0	301.5	313.0
俄罗斯	180.5	191.0	206.0	220.5
越南	171.3	183.2	185.0	185.0
加拿大	174.8	174.6	178.6	178.9
日本	124.7	125.0	124.9	131.0
菲律宾	121.5	125.0	122.5	124.0
墨西哥	110.9	115.2	116.1	116.2
韩国	100.0	104.3	105.6	106.2
其它国家	520.1	538.7	524.0	521.9
总计	9572.3	9425.8	9804.2	10,047.3

数据来源：美国农业部

根据美国农业部数据，2009年全球猪肉消费量10,034.1万吨。全球猪肉消费量前三位分别为中国、欧盟和美国。

表 6-2：全球猪肉消费量

单位：万吨

国家	2006年	2007年	2008年	2009年
中国	4601.4	4271.0	4669.1	4882.3
欧盟	2063.1	2150.7	2102.4	2078.2
美国	864.3	896.5	880.6	901.3
俄罗斯	263.9	280.3	311.2	304.9
巴西	219.1	226.0	239.0	242.3
日本	245.2	247.3	248.6	246.7
越南	173.1	185.5	188.0	187.6
墨西哥	148.9	152.3	160.5	177.0
韩国	142.0	150.2	151.9	148.0
菲律宾	123.9	127.5	127.0	129.8
乌克兰	58.5	71.5	82.8	71.3
其它国家	641.9	650.3	653.9	664.7
总计	9545.5	9409.1	9815.0	10,034.1

数据来源：美国农业部

（二）国际猪肉出口情况

根据美国农业部数据，2009年全球猪肉出口量564.1万吨。全球猪肉出口量前三位分别为美国、欧盟和加拿大。

表 6-3：全球猪肉出口量

单位：万吨

国家	2006年	2007年	2008年	2009年
美国	135.9	142.5	211.7	185.7
欧盟	128.5	128.6	172.7	141.5
加拿大	108.1	103.3	112.9	112.3
巴西	63.9	73.0	62.5	70.7
中国	54.4	35.0	22.3	23.2
智利	13.0	14.8	14.2	15.2
墨西哥	6.6	8.0	9.1	7.0
澳大利亚	6.0	5.4	4.8	4.0
越南	2.0	1.9	1.1	1.3
挪威	0.6	0.2	0.1	0.3
南非	0.1	0.1	0.4	0.4
其它国家	3.4	3.4	3.1	2.5
总计	522.5	516.2	614.9	564.1

数据来源：美国农业部

二、2010年国内市场行情

根据中国农业部数据，我国养猪区域分布：

长江中下游区（川、重庆、鄂、湘、赣、苏、浙、皖）的猪肉产量占全国总产量的43.8%；

华北区（冀、鲁、豫）占全国总产量的21.6%；

东北区（辽、吉、黑）占全国总产量的6.3%；

东南沿海区（闽、粤、桂、琼）占全国总产量的13.2%；

长江中下游区和华北区是全国猪肉的猪肉主产区和调出区，东北区的猪肉已由短缺转为自给有余，已成为养猪新区。

根据中国统计局数据，四川省历年为我国猪肉产量最大的省份，2008年产量约占全国总产量的9.44%，每年约有三分之一的猪肉供应全国。2008年我国猪肉产量前三位分别为四川省、湖南省和河南省。

表 6-4：2009年各地猪肉产量份额

全 国	100.00%
四川省	9.44%
湖南省	8.01%
河南省	7.95%
山东省	6.95%
湖北省	5.64%
广东省	5.50%
河北省	5.32%
云南省	4.75%
广西壮族自治区	4.73%
安徽省	4.70%
辽宁省	4.54%
江西省	4.29%
江苏省	4.22%
重庆市	3.04%
福建省	2.96%
贵州省	2.91%
浙江省	2.75%
吉林省	2.26%
黑龙江省	2.09%
陕西省	1.59%
内蒙古自治区	1.40%
山西省	0.98%
甘肃省	0.93%
海南省	0.80%
天津市	0.51%
北京市	0.48%
新疆维吾尔自治区	0.48%
上海市	0.38%
青海省	0.19%
宁夏回族自治区	0.18%
西藏自治区	0.03%

数据来源：中国统计局

2010年我国南方多省区（四川、云南、海南、广东、广西、湖南、江西等）遭遇暴雨洪涝灾害，受灾严重，致使南方猪价普遍回升，导致“北猪南运量增大”。6—8月份我国普遍高温，同时经历较长时间的暴雨，高温高湿导致生猪疾病比较严重，特别是在长江流域。而散养户的养殖技术和管理水平较低，导致了生猪，尤其是仔猪的发病率和死亡率均较高。仔猪的成活率下降，散养补栏越多，亏损也越多。这些都导致后期生猪供应量减少，最终致使我国猪肉市场出现价格攀升。鉴于年底是猪肉消费旺季，预计价格将出现小幅上升。从总体上看，今年后几个月猪肉价格将趋于稳定。

三、2010年我国猪肉出口情况

（一）冻猪肉出口情况

我国冻猪肉主要出口给香港、吉尔吉斯斯坦和澳门等国家及地区。

表 6-5：冻猪肉出口海关统计

单位：吨、万美元

国别	2010年出口量	2010年出口额
香港	83072.19	25084.27
吉尔吉斯斯坦	12421.18	3751.55
澳门	4548.10	1334.25
阿尔巴尼亚	2641.75	509.45
乌克兰	2000.00	461.44
马来西亚	1836.19	809.96
新加坡	987.20	635.40
亚美尼亚	964.51	213.03
蒙古	485.11	95.71
文莱	226.20	64.07
安哥拉	193.40	49.27
土耳其	177.24	38.04
菲律宾	169.78	56.88
格鲁吉亚	101.00	20.35
阿塞拜疆	75.00	17.50
黎巴嫩	60.52	16.07
以色列	47.80	11.70
海地	44.50	11.28
塔吉克斯坦	30.00	10.50
朝鲜	26.00	5.62
扎伊尔	18.75	5.01
总计	110126.40	33201.35

数据来源：中国海关

（二）猪肉制品出口情况

我国猪肉制品主要出口给日本、香港、澳门等国家及地区。

表 6-6：猪肉制品出口海关统计

单位：吨、万美元

国别	2010年出口量	2010年出口额
日本	41682.51	15860.02
香港	17634.23	6455.25
澳门	1236.21	713.91
新加坡	553.72	385.23
马来西亚	50.10	44.20
泰国	10.00	6.51
韩国	1.50	2.85
总计	61168.28	23467.97

数据来源：中国海关

（三）出口的特点及面临的问题

2007年，我国正式成为OIE成员。但由于此前我国被国际组织成员普遍视为口蹄疫疫区，且我国的动物疫病区域化管理方案尚未得到国外认可，我国肉类产品出口的形势依然十分严峻。

俄罗斯曾经是我国猪肉出口的主要市场，据俄罗斯 А М И К О 咨询公司所进行的“2005-2009年俄罗斯猪肉市场及2010-2012年俄罗斯猪肉市场发展预测”市场营销调查，自2005年起俄罗斯的猪肉产量稳步增长，俄罗斯的猪肉产量年均增长10%-20%，至2009年俄罗斯的猪肉产量达到63.2万吨。

但俄罗斯在2004年9月以中国动物疫情不明为由，宣布禁止我国肉类产品输入，限制和影响了我国猪肉产品的出口。在政府和行业的共同努力下，2006年底两国质检部门已签署了动植检会谈纪要，为中国猪肉产品重返俄罗斯市场迈出了重要一步。目前，行业正在积极推动OIE区域化管理办法的出台，以期尽快解决口蹄疫对我国猪肉出口造成的影响。

（四）有关建议

2006年底，中俄双方检疫部门曾就俄罗斯进口我国猪肉、牛肉，进行了艰苦谈判，并签署了会谈纪要。但因2007年初国内猪肉价格迅速上涨，且多数产地发生疫情，该项工作暂时搁浅。建议国家商务部、国家质检总局、农业部等有关部门，就促进对俄肉类出口的有关事宜召开协调会议，将畜禽肉对俄出口列入明年中俄政府谈判中。有关部门与俄罗斯政府建立经常会议机制，定期沟通，使肉类出口在正常框架下有序的进行。同时建议，在2006年中俄双方检疫部门就俄罗斯进口我国猪肉、牛肉签署会谈纪要的基础上，尽快邀请对方确认中国工厂，签署正式开关协议。

四、2011年出口展望

根据美国农业部预测报告，2011年全球猪肉出口量为606.8万吨，将低于2008年的峰值614.9万吨。由于欧盟的猪肉生产成本增长，出口量减少，将被美国和巴西取代。全球猪肉需求量将略有增长，主要原因是：一、加拿大出口猪肉量增加；二、亚洲经济复苏。

表 6-7：全球猪肉出口量预测

单位：万吨

国家	2010年	2011年
美国	202.7	212.1
欧盟	170.0	155.0
加拿大	116.5	117.5
巴西	62.5	64.0
中国	25.0	28.0
智利	13.0	14.0
墨西哥	8.0	8.5
澳大利亚	3.9	4.0
越南	1.3	1.5
挪威	0.6	0.6
南非	0.4	0.4
其它国家	1.3	1.2
总计	605.2	606.8

注：2010年、2011年数据为预估值。

数据来源：美国农业部

第三节 2010年肠衣出口情况及展望

一、2010年肠衣国际市场概况

肠衣作为香肠的外包装，在世界各地拥有广泛的消费者，其中尤以欧洲各国、美国、日本等国为主。中国是世界上最大的肠衣生产国和出口国，历史上，中国肠衣曾占世界肠衣出口量的一半以上。近些年，随着世界各国对肠衣生产的重视，这一比重有所下降，目前中国肠衣约占世界出口量的30%，其中还包括部分来料加工及进料加工肠衣。除中国外，美国、巴西是重要的猪肠衣生产国，澳大利亚、新西兰是重要的羊肠衣生产国。

（一）生产和消费情况

1、猪肠衣生产情况

从联合国粮农组织2008年的统计数据来看，全球生猪饲养量为94,128.2万头，共有40个国家饲养生猪。其中中国是世界上最大的生猪饲养国，生猪饲养量为44,642.3，约占全球生猪饲养量的47.4%，中国也成为全球最大的猪肠衣出口国。除中国外，美国和巴西也是重要的猪肠衣生产国。

2、羊肠衣生产情况

羊肠衣分为盐渍绵羊肠衣和盐渍山羊肠衣两类，绵羊肠衣因其良好的弹性、顺滑的外型而受到消费者的喜爱，山羊肠衣由于质量稍逊一筹，因而贸易量较小。2008年，全球绵羊饲养量为107,817.9万头，位于前五位的分别是中国、澳大利亚、印度、伊朗和新西兰。中国是全球最大的羊肠衣生产国，年羊肠衣出口额约为2.5亿美元。除中国外，澳大利亚和新西兰也是重要的羊肠衣生产国，该两国由于自然环境好，因而其羊肠衣质量较好，在国际市场上非常有竞争力。

表 6-8：2008年世界各国生猪饲养量（前10位）

单位：万头（只）

序号	国别	数量
1	中 国	44,642.3
2	美 国	6590.9
3	巴 西	4000
4	越 南	2670.2
5	德 国	2668.7
6	西 班 牙	2629
7	俄罗斯联邦	1612.8
8	墨 西 哥	1552.8
9	波 兰	1542.5
10	法 国	1480.6

资料来源：联合国FAO数据库

表 6-9：2008年世界各国绵羊饲养量（前10位）

单位：万头（只）

序号	国别	绵羊
1	中 国	13,643.6
2	澳大利亚	7900.0
3	印 度	6498.9
4	伊 朗	5380.0
5	新 西 兰	3408.8
6	尼日利亚	3387.4
7	英 国	3313.1
8	巴基斯坦	2711.1
9	南 非	2523.3
10	土 耳 其	2397.5

资料来源：联合国FAO数据库

（二）国际肠衣出口情况

受全球经济危机的影响，2009年世界肠衣出口面临较大阻力，出口金额约为34.77亿美元，与2008年同期相比有所下降，下降幅度为16%。位居前五位的出口国分别为中国、美国、德国、荷兰和巴西，其中中国出口肠衣金额约为7.9亿美元，与2008年同期相比下降6.2%，约占全球出口金额的23.6%，这一比重在2008年约为21.1%；美国2009年肠衣出口金额约为4.6亿美元，与2008年同期相比下降幅度较大，降幅约为40.6%；德国肠衣出口金额约为4.4亿美元，与2008年同期相比略有下降，降幅约为7%。荷兰作为欧盟主要转口国，2009年肠衣出口金额约为3.46亿美元，同比增长13.8%；巴西出口金额约为3.14亿美元，同比增长1.7%。

表 6-10:2009年世界肠衣出口分国别统计 (前五位)

单位: 美元; 公斤

国别	2008年贸易额	2009年贸易额	同期比
中国	843,341,432	790,696,301	-6.2%
美国	776,426,217	460,978,556	-40.6%
德国	477,763,000	444,416,000	-7.0%
荷兰	304,577,191	346,568,627	13.8%
巴西	309,213,265	314,477,276	1.7%
其他国家	1,273,821,512	990,543,406	-22.2%
合计	3,985,142,617	3,347,680,166	-16.0%

数据来源: 联合国FAO数据库

2009年,世界肠衣进口金额约为28.95亿美元,与2008年的33.34亿美元相比有所下降,降幅约为13.2%。进口金额居前五位的国家分别是德国、荷兰、法国、日本和美国,2008年位居前五位的进口国为德国、波兰、日本、法国、荷兰,德国仍为世界最大的肠衣进口国,进口金额约为5.37亿美元,约占全球进口量的18.5%。

表 6-11:2009年世界肠衣进口分国别统计 (前五位)

单位: 美元; 公斤

国别	2009年贸易额
德国	536,745,000
荷兰	311,409,644
法国	243,036,788
日本	236,413,831
美国	167,748,074
其他国家	1,400,141,131
合计	2,895,494,468

数据来源: 联合国FAO数据库

美国作为世界第二大肠衣出口国,其主要贸易伙伴包括墨西哥、中国、俄罗斯、澳大利亚和加拿大,其中墨西哥是美国最大的肠衣出口市场,2009年,美国对墨西哥出口肠衣金额约为2.03亿美元,约占美国全部出口额的44.1%;中国是美国第二大出口市场,2009年,美国对中国出口肠衣金额约为7339万美元,约占美国全部出口额的16%。

表 6-12:2009年美国肠衣出口分国别统计 (前五位)

单位: 美元; 公斤

国别	贸易额	贸易量 (kg)
墨西哥	203,092,077	86,337,804
中国	73,389,499	16,652,613
俄罗斯联邦	25,085,320	5,659,335
澳大利亚	18,223,037	4,786,772
加拿大	14,871,012	1,676,947

数据来源: 联合国FAO数据库

二、2010年国内市场行情

我国肠衣作为传统出口商品，主要以出口为主，据业内专家估计，中国肠衣产量80%以上供出口，小部分用于内销。随着人们生活水平的提高，国内香肠消费量也逐步增长，但国内香肠生产主要以人造肠衣为主，天然肠衣用量较少。

目前，国内羊肠衣市场购销两旺，价格节节攀升、屡创新高，原料价格和成品价格与2009年同期相比几近翻倍。以口径18/20毫米的羊肠衣成品为例，目前每把出口价格高达68~72.00元，而2009年同期的出口价格约为34~36.00元/把。

猪肠衣市场行情与羊肠衣形成鲜明对比。自2008年以来，猪肠衣原料价格不断下降，已由最高位的180元/把跌至40元/把；同时受欧洲原料价格下跌的影响，国内大口径肠衣销售极为艰难。

三、2010年我国肠衣出口情况

(一) 中国肠衣总体出口情况

2010年，中国肠衣出口基本保持稳定，肠衣出口金额约为8.29亿美元，与2009年同期相比略有增长，增幅约为5.2%。其中猪肠衣出口金额有所下降，羊肠衣出口金额略有上升。

表6-13:2009-2010年中国肠衣出口分国别统计情况

单位：公斤；美元

序号	国别	2009年 出口量	2009年 出口额	2010年 出口量	2010年 出口额	数量同比	金额同比
1	德国	15,803,653	209,776,522	17,336,966	223,836,846	9.7%	6.7%
2	荷兰	10,275,725	103,633,241	11,123,358	109,225,491	8.2%	5.4%
3	美国	18,269,342	111,748,434	18,053,159	105,606,648	-1.2%	-5.5%
4	日本	3,616,856	99,433,663	3,348,037	101,157,463	-7.4%	1.7%
5	波兰	4,841,854	81,247,130	4,414,026	59,050,118	-8.8%	-27.3%
6	南非	2,991,682	33,460,852	4,063,349	41,210,427	35.8%	23.2%
7	泰国	2,014,246	32,380,022	2,256,273	35,022,860	12.0%	8.2%
8	巴西	1,933,491	9,949,440	2,750,075	22,291,397	42.2%	124.0%
9	罗马尼亚	819,599	14,095,099	1,168,687	20,362,032	42.6%	44.5%
10	西班牙	774,103	11,183,979	1,096,598	15,978,563	41.7%	42.9%

数据来源：中国海关

中国肠衣出口市场比较集中，传统出口市场主要包括德国、美国、日本等国。2010年，中国肠衣共出口到44个国家和地区，但出口市场比较集中，其中德国、荷兰、美国、日本和波兰为前五大出口市场，该五国共进口中国肠衣5.98亿美元，约占中国全部肠衣出口金额的72.1%。德国一直是中国肠衣最大出口市场，2010年，中国对德国出口肠衣金额约为2.24亿美元，与2009年同期相比增长6.7%，约占中国肠衣出口金额的27%；荷兰作为中国肠衣在欧盟重要转口国，其从中国进口肠衣金额首次超过美国，达到1.09亿美元，同比增长5.4%；对美出口肠衣金额为1.05亿美元，同比下降5.5%；对日出口肠衣金额为1.01亿美元，同比增长1.7%；对波兰出口金额5905万美元，同比下降27.3%。

表6-14:2009-2010年中国肠衣出口按贸易方式统计情况

单位: 公斤; 美元

贸易方式	2009年 出口量	2009年 出口额	2010年 出口量	2010年 出口额	数量同比	金额同比
一般贸易	29,503,170	559,663,651	31,010,763	565,928,940	5.1%	1.1%
来料加工装配贸易	31,193,794	150,038,473	31,800,082	149,317,553	1.9%	-0.5%
进料加工贸易	8,331,138	74,008,054	10,810,977	102,183,333	29.8%	38.1%
保税仓库进出境	169,100	3,238,178	96,500	1,158,018	-42.9%	-64.2%
保税仓储转口货物	39,000	1,003,389	1,243,097	10,598,570	3087.4%	956.3%

数据来源: 中国海关

中国肠衣出口主要以一般贸易为主, 其次为来料加工装配贸易和进料加工贸易。2010年, 中国以一般贸易方式出口的肠衣金额约为5.66亿美元, 约占全部肠衣出口金额的68.3%; 以来料加工装配贸易方式出口的肠衣金额约为1.49亿美元, 占全部肠衣出口金额的18%; 以进料加工贸易方式出口的肠衣金额约为1.02亿美元, 与2009年同期相比出现较大增长, 增幅约为38.1%。

(二) 肠衣出口分类别情况

中国出口肠衣主要包括盐渍猪肠衣和盐渍羊肠衣, 其中羊肠衣又包括盐渍绵羊肠衣和盐渍山羊肠衣两大类。2010年1-9月份, 中国盐渍猪肠衣出口金额为3.59亿美元, 约占全部肠衣出口金额的58.4%, 与2009年同期相比有所下降, 降幅约为9.4%; 盐渍绵羊肠衣出口金额约为2.32亿美元, 同比增长31.2%, 约占全部肠衣出口金额的37.7%; 盐渍山羊肠衣出口金额约为2058万美元, 同比增长52.7%, 约占全部肠衣出口金额的3.35%。

表6-15:2009-2010年肠衣出口分类别统计情况

单位: 公斤; 美元

商品名称	2009年出口量	2009年出口额	2010年出口量	2010年出口额	数量同比	金额同比
其他动物肠衣	332,903	6,768,727	387,799	5,349,834	16.49%	-20.96%
盐渍绵羊肠衣	14,226,642	242,439,889	16,637,294	325,014,558	16.94%	34.06%
盐渍山羊肠衣	716,473	20,181,019	970,798	26,770,328	35.50%	32.65%
盐渍猪肠衣	53,444,501	514,750,657	56,932,858	471,952,669	6.53%	-8.31%
盐渍猪大肠头	515,683	3,811,453	32,670	99,025	-93.66%	-97.40%

数据来源: 中国海关

1、猪肠衣出口情况

猪肠衣主要用来制作法兰克福香肠, 法兰克福香肠传统消费市场为欧盟、美国等国家和地区。2010年, 中国盐渍猪肠衣出口市场主要包括德国、美国、荷兰、波兰、南非等国。德国是中国猪肠衣最大出口市场, 对德出口金额约为1.05亿美元, 约占中国全部出口猪肠衣的22.3%; 对美出口金额约为9131万美元, 约占全部猪肠衣出口金额的11%。

表6-16:2009-2010年盐渍猪肠衣出口分国别统计情况

单位: 公斤; 美元

序号	国别	2009年出口量	2009年出口额	2010年出口量	2010年出口额	数量同比	金额同比
1	德国	11,914,424	128,061,065	12,316,533	105,661,119	3.4%	-17.5%
2	美国	16,044,609	93,829,924	16,261,911	91,315,616	1.4%	-2.7%
3	荷兰	8,141,930	88,092,553	8,951,196	88,433,803	9.9%	0.4%
4	波兰	4,598,643	76,437,819	4,009,671	49,532,466	-12.8%	-35.2%
5	南非	2,665,248	30,941,344	3,666,107	37,522,433	37.6%	21.3%
6	泰国	1,996,993	32,104,379	2,225,739	34,572,854	11.5%	7.7%
7	巴西	1,776,641	9,057,270	2,027,151	14,417,170	14.1%	59.2%
8	英国	847,196	9,313,549	1,210,837	10,364,822	42.9%	11.3%
9	罗马尼亚	533,528	7,658,690	726,032	7,093,543	36.1%	-7.4%
10	西班牙	599,487	6,569,191	738,075	6,841,077	23.1%	4.1%

数据来源: 中国海关

2、羊肠衣出口情况

羊肠衣包括盐渍山羊肠衣和盐渍绵羊肠衣两大类, 主要用来制作维也纳香肠, 在两类羊肠衣中又以绵羊肠衣为主, 山羊肠衣只占较小比重。2010年, 德国成为中国羊肠衣第一大出口市场, 中国对德出口盐渍绵羊肠衣金额约为1.16万美元, 同比增长50.4%; 除德国外, 中国羊肠衣另一重要出口市场为日本, 日本素有食用维也纳香肠的习惯, 2010年, 中国对日出口盐渍绵羊肠衣金额为8950万美元, 与2009年同期相比略有增长。

表6-17:2009-2010年盐渍绵羊肠衣出口分国别统计情况

单位: 公斤; 美元

序号	国别	2009年出口量	2009年出口额	2010年出口量	2010年出口额	数量同比	金额同比
1	德国	3,374,190	77,409,925	4,933,115	116,422,745	46.2%	50.4%
2	日本	3,137,650	86,641,926	2,924,512	89,496,776	-6.8%	3.3%
3	荷兰	2,133,795	15,540,688	2,172,162	20,791,688	1.8%	33.8%
4	美国	2,223,623	17,910,330	1,788,179	14,190,135	-19.6%	-20.8%
5	罗马尼亚	210,307	4,454,692	332,835	9,799,264	58.3%	120.0%
6	奥地利	88,270	2,791,420	224,819	8,067,507	154.7%	189.0%
7	巴西	156,850	892,170	722,924	7,874,227	360.9%	782.6%
8	意大利	587,769	4,851,556	597,158	6,578,155	1.6%	35.6%
9	挪威	47,180	1,772,778	129,545	5,507,394	174.6%	210.7%
10	丹麦	795,809	7,565,195	690,713	5,237,217	-13.2%	-30.8%

数据来源: 中国海关

(三) 肠衣出口特点及面临的问题

1、肠衣出口特点

出口市场仍比较集中。虽然目前我国肠衣出口市场达四十多个国家和地区, 但出口额在一千万美元以上的国家只有11个, 主要出口国仍集中在德国、美国、日本、波兰、荷兰等传统出口市场, 我国对上述几个国家的肠衣出口额占到全部出口额的一半以上。受各国饮食习惯的影响, 肠衣企业开拓新兴市场的难度较大。

羊肠衣出口形势好于猪肠衣。从2010年肠衣出口情况来看，盐渍猪肠衣出口额与2009年同期相比有所下降，降幅为8.3%；羊肠衣出口形势明显好于猪肠衣，盐渍绵羊肠衣和盐渍山羊肠衣出口金额都出现较大幅度增加，增幅分别为34%和32.6%。这一方面是受原料价格的影响，也与汇率变化有直接的关系。

2、肠衣出口面临的问题

肠衣出口成本大幅上升。受全球经济危机影响，国内肠衣企业普遍出现“用工荒”，企业不得不大幅提高工人工资来以留住工人。据不完全统计，国内肠衣企业用工成本增加幅度在20%左右。除用工成本外，人民币汇率的不断坚挺也在侵蚀企业有限的利润。

企业出口议价能力弱。虽然中国是全球最大的肠衣出口国，但是在国际贸易中的议价能力却较弱，定价权多掌握在进口商手中。个别信誉差的进口商经常在企业发货后提出降价的要求，为减少损失，企业只能被迫接受。

国际间竞争日益激烈。肠衣一直以来都被视作劳动密集型产品，生产国以发展中国家为主，从近年的贸易情况来看，澳大利亚、新西兰等国也开始重视肠衣贸易的发展，肠衣出口量逐年增长，上述两国的羊肠衣质量较好，成为中国羊肠衣出口强有力的竞争国。

四、2011年出口展望

从当前经济发展态势来看，全球经济仍在低位运行，欧美等发达国家的经济并未走出低谷，作为出口导向型行业，中国肠衣出口势必会受到影响，贸易前景不容乐观。但是肠衣作为香肠的外包装，其需求具有一定的刚性，国外客户需求出现大幅下降的可能性较小。

从2010年出口情况来看，羊肠衣出口增幅较大，这主要是因为国外客户的库存基本清空，导致市场需求增加；猪肠衣出口呈下降趋势，主要源于猪肠衣原料价格不断下跌，国外客户在价格高位时进口的肠衣尚未出清，在价格一路走低的形势下，进口越多亏损就越多，因此客户观望情绪较重，不愿轻易进货。

预计2011年中国肠衣出口会继续保持稳定发展态势，出口规模基本与2010年持平，不会出现较大波动。

第四节 2010年茶叶出口情况及展望

当今世界约有半数以上的国家（地区）和人口有饮茶习惯，茶已成为世界性的饮料，而且将成为21世纪的主导饮料。我国是茶树的原产地，有着悠久的茶叶种植历史和深厚的饮茶文化。随着茶产业迅猛发展、茶企实力不断增强，我国茶叶出口取得骄人成绩，成为世界上茶叶对外贸易增长最有潜力的国家。

一、国际茶叶市场概况

（一）生产总量持续增长

2009年，全球茶叶生产总量393.6万吨，同比上升1.84%，中国增长8.03%，抵消了其他产茶大国产量下降的影响。从地区看，亚洲占全球茶叶总产量83.89%，非洲占13.11%。其中，中国135.86万吨，占全球茶叶总产量34.52%，牢固确立了世界最大产茶国的地位；印度97.9万吨，位居第二，占全球茶叶总产量24.87%。

2010年1-11月,茶叶主产国印度、中国、肯尼亚、斯里兰卡、孟加拉国、印度尼西亚、马拉维、坦桑尼亚、津巴布韦、乌干达等茶叶总产量307.4万吨,同比上升11.04%,中国、肯尼亚、斯里兰卡茶叶产量均有大幅增加。印度由于茶叶主产区阿萨姆邦遭受虫害等原因,前11个月出产茶叶90.8万吨,较去年同期减产1.43%,印度尼西亚、孟加拉国茶叶产量也有一定幅度下降。

表6-18:2009年全球茶叶分国别产量

	国家	茶叶产量(吨)	同比
1	中国	1,358,642	8.03
2	印度	978,999	-0.19
3	肯尼亚	314,198	-9.14
4	斯里兰卡	289,778	-9.07
5	越南	154,000	-7.44
6	土耳其	153,000	-1.30
7	印尼	136,481	-0.74
8	日本	93,100	0.11
9	阿根廷	90,000	25
10	孟加拉国	59,242	0.72
	全球茶叶总产量	3,936,096	1.84

数据来源:国际茶叶委员会

(二) 出口总量有所减少

2009年,全球茶叶总出口量157.4万吨,同比下降4.76%,主要是由于茶叶出口大国肯尼亚、斯里兰卡、印度等国因产量减少,出口量均有不同程度下降所致。从地区看,亚洲茶叶出口量占世界总出口量的62.60%,非洲占32.12%。其中,肯尼亚仍居第一,2009年茶叶出口34.25万吨,同比减少10.68%,占全球茶叶出口总量21.75%;中国30.3万吨,位居第二,同比上升2.03%,占全球茶叶出口总量19.24%。

2010年1-11月,肯尼亚、斯里兰卡、乌干达、坦桑尼亚等世界主要出口国茶叶出口量比2009年同期均有不同程度增加,其中肯尼亚出口茶叶40.6万吨,同比上升27.57%。印度尼西亚、马拉维出口茶叶有所减少。

表6-19:2009年全球茶叶分国别出口量

序号	国家	出口量(吨)	同比
1	肯尼亚	342,482	-10.68
2	中国	302,949	2.03
3	斯里兰卡	279,839	-6.35
4	印度	189,000	-5.53
5	越南	95,000	-8.65
6	印尼	92,304	-4.06
7	阿根廷	69,191	-10.41
8	乌干达	47,920	13.06
9	马拉维	46,545	16.16
10	坦桑尼亚	21,512	-13.14
	全球总出口量	1,574,428	-4.76

数据来源:国际茶叶委员会

（三）进口总量同比下降

2009年，全球茶叶进口总量为146.5万吨，同比下降5.59%，主要是由于茶叶进口大国英国、美国、巴基斯坦等国因受金融危机或国内局势影响，进口量均有一定幅度下降所致。其中俄罗斯进口量17.5万吨，占全球进口总量的11.96%；英国12万吨，占8.2%；美国11.09万吨，占7.57%；巴基斯坦8.57万吨，占5.85%；埃及7.76万吨，占5.3%。

2010年1-11月，世界主要茶叶进口国贸易量比2009年同期有不同程度增长。

表 6-20:2009全球茶叶分国别进口量

序号	国家	进口量（单位：吨）	同比%
1	俄罗斯	175,230	0.15
2	英国	120,136	-7.42
3	美国	110,861	-5.04
4	巴基斯坦	85,655	-13.58
5	独联体地区（俄以外）	84,400	2.55
6	埃及	77,600	-27.48
7	迪拜	54,000	-10
8	摩洛哥	53,700	11.41
9	伊朗	50,500	-18.02
10	伊拉克	43,800	10.89
	全球总进口量	1,465,100	-5.59

数据来源：国际茶叶委员会

（四）消费总量逐年递增

2009年，全球茶叶消费376万吨，同比上升1.43%，比2000年增长30.51%。中国、印度、俄罗斯及独联体、土耳其、日本、英国和美国等国家和地区茶叶消费在10万吨以上；科威特、爱尔兰、英国、卡塔尔、土耳其等国茶叶人均消费在2公斤以上。

表 6-21:2009年茶叶消费量在6万吨以上的国家

	国家	茶叶消费量（万吨）	同比%
1	中国	87.43	7.94
2	印度	78.63	6.96
3	俄罗斯（及独联体）	25.44	3.67
4	土耳其	14.20	3.65
5	日本	13.44	-3.49
6	英国	12.70	-3.85
7	美国	11.23	1
8	巴基斯坦	9.70	-9.65
9	埃及	8.45	-0.35
10	伊朗	6.83	-0.48
	全球茶叶总消费量	376	1.43

数据来源：国际茶叶委员会

表6-22:2009年茶叶人均消费在1公斤以上的国家

序号	国家	消费量(单位:公斤)
1	科威特	2.46
2	爱尔兰	2.23
3	英国	2.07
4	卡塔尔	2.04
5	土耳其	2.00
6	阿富汗	1.94
7	摩洛哥	1.65
8	利比亚	1.58
9	台湾	1.54
10	香港	1.41
10	叙利亚	1.41
12	斯里兰卡	1.37
13	巴林	1.22
14	伊拉克	1.20
15	埃及	1.12

数据来源:国际茶叶委员会

二、2010年以来我国茶叶出口概况

(一) 茶叶出口再创佳绩,绿茶、花茶、普洱茶出口上升,红茶、乌龙茶出口下降。

据海关统计数据显示,2010年,我国茶叶出口30.24万吨,同比基本持平,金额再创新高,达7.84亿美元,同比上升11.23%;平均单价2593美元/吨,同比上升11.42%。

2010年,我国绿茶出口23.42万吨,同比增2.12%,金额5.67亿美元,同比增8.07%,已连续9年量价齐增。绿茶出口是我茶叶产业健康发展的动力,事关我茶叶民生经济的持续稳定。

2010年,我国花茶出口7356吨,同比上升24.4%,出口金额3990万美元,同比增34.7%;普洱茶出口4578吨,金额2622万美元,同比分别上升31.3%和34%;红茶出口3.66万吨,同比下降7.83%,金额7981万美元,同比上升24%;乌龙茶出口1.97万吨,同比下降18.24%,金额7140万美元,同比上升6.8%。

国际市场以红茶消费为主,特种茶的资源优势一时难以转化为市场优势,未成为国际市场茶叶消费主流产品,市场较为单一。但随着产业发展和企业经营实力的增强,特种茶将成为拓展国际市场的主打产品,也将成为引领世界茶叶消费潮流的时尚饮品。

(二) 出口市场基本稳定,美、俄出口增长,日、欧恢复性增长,西非等传统市场下降。

2010年,对美茶叶出口2.48万吨,同比上升28.4%,金额5563万美元,同比上升38.4%,对俄罗斯出口2.13万吨,同比上升3%,金额4668万美元,同比上升31.4%。近年来,我行业和企业加大对美、俄市场拓展力度,消费者渐进认知我多茶类产品,该市场出口茶叶呈现持续上升态势。美、俄已分别跃居我茶叶出口第二、第三大市场。

2010年,对日出口1.95万吨,同比上升2.9%。对欧出口2.1万吨,同比上升15.5%,金额7093万美元,同比上升18.3%。其中,对德出口9057吨,同比大幅上升52.6%,金

额2632万美元，同比上47.25%；对英国4048吨，金额1740万美元，同比分别上升9.3%和25.3%；对法国、荷兰、波兰出口均下降。日本、欧盟是我国茶叶出口主销市场，由于日、欧制定多变的茶叶检测标准及相关保护措施，对日欧茶叶出口呈下降态势，日本连续5年出现两位数下降。2010年，我对日欧茶叶出口呈现恢复性增长，特别是对德国出口增长50%。这是近年来我企业加大产业投入和茶园改造的结果。日欧市场购买力强，市场前景较为广阔。

2010年，对非洲茶叶出口14.4万吨，同比下降3%，金额3.6亿美元，同比上升2%。其中，对摩洛哥茶叶出口6.1万吨，同比上升4.72%，金额1.57亿美元，同比上升9.70%；对阿尔及利亚出口1.2万吨，金额3069万美元，同比分别下降6.8%和11.5%；对贝宁、塞内加尔、喀麦隆等国家出口同比均出现下降，有些国家降幅超过40%。因原料供应紧缺、生产成本提高及品质规范等因素，我对传统市场出口有所减少，摩洛哥茶叶进口量直到最后两个月同比才反超。

中东伊斯兰国家饮红茶为主，由于受地区消费习惯和区域动荡的影响，我对该地区茶叶出口所占市场份额较小。2010年，对中东出口数量8.6万吨，金额2.1亿美元，同比分别上升5%和6.8%。

（三）浙江茶叶出口略有下降，湖南出口大幅增长。

2010年，浙江省茶叶出口15.52万吨，同比下降4.36%，金额3.94亿美元，同比上升3.19%。目前，浙江仍是我茶叶出口第一大省，分别占我茶叶出口量51.3%、出口额近50%。湖南省茶叶出口3.5万吨，同比上升近10%，金额6700多万美元，同比上升22%，位居全国第二。

2010年全国茶叶出口企业共400余家，出口量超过万吨企业共七家，57家企业在千吨以上。

三、我国茶叶出口的制约因素

（一）出口比较优势削弱，出口利润偏低

我国茶叶单产水平较低，仅相当于印度茶叶单产的50%。茶叶生产的机械化程度较低，从采茶、制茶到采花，都基本是靠人工。2010年以来茶叶生产劳动力成本较2009年已上涨了10%~15%。尽管化肥价格相对平稳，但农药、种子价格上涨较多，水、电、油、气价格也相继上调，增加了茶叶生产、运输和经营成本。再加上人民币升值等因素，茶叶出口的传统比较优势渐失，对摩洛哥等低端市场的出口不增反减。

受低温、降雪等极端恶劣性天气影响，2010年春茶产量同比约下降约25%，均价上升约30%。但受制于出口竞争激烈和对外缺乏定价权，1-8月绿茶均价同比仅增长4.5%，花茶增长8.3%，普洱茶增长1%，茶叶出口企业的利润率微薄，大大影响了出口积极性。

（二）出口结构需要优化，主流市场占有率很低

长期以来，我国绿茶出口规模居世界首位，约占世界绿茶贸易量的85%。乌龙茶、普洱茶为我国特有的茶类，具有一定的垄断地位。但国际市场以红茶消费为主，我国绿茶和特种茶的资源优势一时难以转化为市场优势。更深一层看，由于我国茶叶产业化发展较慢，在国际市场上我们其实是以“农业茶”与“工业茶竞争”，以“文化茶”与“商品茶”、“科技

茶”竞争，以“风味茶”与“功能茶”、“方便茶”竞争。这种市场定位的差别和产业实力的差距导致我国茶叶在主流市场上的占有率很低，出口量在近几年一直在30万吨以下徘徊。

（三）产业集中度很低，企业经营税赋较重

中国每年茶产业产值为300亿元人民币，而联合利华旗下的立顿茶业年产值约230亿元人民币，相当于中国茶产值的三分之二强。与烟草酒类、乳制品不同，茶业产业集中度很低。

中国茶叶税赋较高，如浙江鲜叶交7%特产税，毛茶交13%增值税，精制茶交17%增值税。此外，经营环节还要交12%的特产税，总税赋超过30%，比印度、斯里兰卡高出几十倍，比较高税赋的阿根廷高出1.5倍。福建茶叶税费高达35%~40%，仅低于烟叶。税赋过重，导致广大的茶叶中小企业难以完成资本积累，从“农业茶”升级为“工业茶”，一些茶企还因此走上畸形的“高价茶”道路，造成茶产业发展的“泡沫化”。

（四）出口增速趋缓，内需市场快速增长

目前我国茶叶农药残留超标率在16%~18%之间，与国际市场要求仍有相当距离。2005年以来，欧盟、日本等主要外销市场纷纷提高检测标准，设置技术壁垒，阻碍了我国茶叶出口规模的进一步扩大。

近年来，国内茶叶市场需求旺盛。福建天福、云南大益等品牌企业茁壮成长，中粮、天士力等大型企业进军茶叶快消品市场，推动了“科技茶”、“生态茶”的发展。云南普洱茶、浙江绿茶等都打上了“原产地标志”，茶叶市场指数的推出、茶叶拍卖市场的建立促进了茶叶流通，龙润茶叶集团还成为茶叶企业中第一家茶业上市公司。由于看到了茶产业的发展潜力，资本、智力、科技等市场要素纷纷进入茶产业。而相比快速发展的国内市场，茶叶出口进入到一个发展的“瓶颈期”。

四、对策建议

进一步推动我国茶叶出口，需要政府、企业、行业组织三方各尽其责，形成合力。

（一）政府加强原产地保护，采用综合手段扶持茶叶出口

茶叶是一种文化商品，中国茶的文化内涵是“俭清和静”。中国茶走向世界不仅是出口一种商品，也是为中国打造一张文化名片。在最近的上海世博会上，茶叶业界隆重推出了“十大中国名茶”，起到了良好的宣传效果。

在符合WTO规则的前提下，政府可以从以下几个方面支持茶叶出口：一是加强茶叶原产地保护，在流通环节严厉打击各种仿冒行为和侵权行为，切实保护茶叶原产地的权益，推动茶产业实现优质优价。二是制定内外贸统一的茶叶生产标准，并利用“绿箱”政策帮助企业建立质量可追溯体系。三是对茶叶采取优惠的税收政策。茶叶是生活必需品，只有少数特种茶是奢侈品，应坚持茶叶加工的免税政策和保持较高的出口退税率，并进一步降低茶叶生产经营中的税赋。四是加大对外宣传力度。印度、斯里兰卡、肯尼亚等国投入了大量的海外宣传经费。中国茶代表了健康，代表了中国文化，代表了一种和平精神。政府应该有计划地宣传中国名茶、名企，通过茶文化来传播中国的美好形象。

（二）发挥行业组织作用，建立茶叶出口的公共服务体系

茶叶出口以中小企业为主，需要行业组织建立公共服务平台，为中小企业提供一站

式、即时性和个性化的公共服务。建议政府部门使用外贸发展资金或农轻纺资金，将行业组织建立的信息、标准、信用、采购、电子商务、展览等公共服务平台纳入财政资金支持的范围，帮助茶叶中小企业和农户低成本地获得这些服务。

同时，建议政府选择茶叶进行试点，实行资格审核、登记，采取“业必归会”制度。明确茶叶出口的市场准入、投资管理、贸易监管和违规查处等调控措施，规范出口秩序，加强行业自律。

（三）培育市场主体，解决企业融资难、上市难问题

产业发展如果没有良好的投融资机制就是一句空话。建议政府部门积极为大型茶叶企业争取上市指标，推动条件成熟大型茶企成为上市公司。建议政府部门以培育广交会的模式来培育国家级电子商务平台，以电子商务来促进中小企业发展及贸易融资。

（四）组织企业进行研发和科技交流，走“科技兴茶”之路

学习国外先进经验，通过行业组织将中小茶企组织起来，一起进行科技攻关，共享研发成果。利用现代科技改造传统茶类，推动中国茶走向世界。

根据国际茶叶市场发展需求，加强茶产品的科技研发和创新。一是开展茶树育种、繁育技术和优质、抗病虫、特异新品种选育技术研究，注重替代农药的研究和运用，像肯尼亚茶园一样避免使用农药；二是开展化学农药、重金属等有害物控制技术、茶叶有害物质检测技术、茶园土壤养分诊断与平衡施肥的研究；三是开展新型茶叶加工工艺的研究，研制不同风味和功能的茶叶新产品，如低咖啡因茶、降糖茶、降压茶等；四是加强茶天然产物的利用研究，开发以其为主体成份的最终产品，开拓茶叶新用途。五是逐步实现茶园机械化耕作和机采，提高劳动生产率，降低茶叶生产成本。

（五）全面建立茶叶质量安全控制体系

建立茶叶出口质量可追溯体系，建立出口茶生产基地，大力开发和生产无公害茶和有机茶；通过茶厂茶园一体化完善有机茶园建设，推行清洁化生产和产品标准化，全面提高茶产品质量。

对欧盟出口茶叶的生产厂家实行单独收购、存放和加工，把出口检验延伸至生产、加工环节，做到跟单作业、批批检测、全程跟踪，使整个过程处于受控状态，确保出口茶叶不受污染。

根据国际茶叶市场发展需求，加强茶产品的科技研发和创新。一是开展茶树育种、繁育技术和优质、抗病虫、特异新品种选育技术研究，注重替代农药的研究和运用，像肯尼亚茶园一样避免使用农药；二是开展化学农药、重金属等有害物控制技术、茶叶有害物质检测技术、茶园土壤养分诊断与平衡施肥的研究；三是开展新型茶叶加工工艺的研究，研制不同风味和功能的茶叶新产品，如低咖啡因茶、降糖茶、降压茶等；四是加强茶天然产物的利用研究，开发以其为主体成份的最终产品，开拓茶叶新用途。

虽然我国茶叶出口历史悠久、种类齐全、数量不断增加，但茶叶出口企业在拓展国际市场方面与国际跨国公司相去甚远。然而，随着我国经济稳步发展、茶企实力不断壮大、政府扶持力度逐步加强以及茶叶行业国际影响力继续提高，我国茶叶出口将稳步增长，而且会取得全面腾飞。

第五节 我国花卉出口现状及展望

改革开放以来，我国花卉产业发展迅速，已经成为调整农业结构、增加农民收入、促进城乡两个文明建设的一个新的经济增长点。尽管我国花卉产业已取得显著成绩，种植面积和产量均跃居世界第一位，但在花卉出口方面仍面临诸多问题，亟待解决。我国成为花卉强国，任重道远。

一、国际花卉生产、贸易现状

（一）国际花卉生产现状

受劳动力成本、自然地理条件和全球贸易自由化的影响，全球花卉产业布局正在发生深刻地变化。中国、肯尼亚等发展中国家凭借优越的气候、地理等自然资源优势和廉价的劳动力优势，正逐渐成为全球花卉种植中心。而荷兰、美国、日本等先进花卉研发、生产国家因自然条件相对欠缺和居高不下的成本，不得不寻求与花卉生产成本低的国家进行合作经营。目前，许多花卉跨国公司已在我国、哥伦比亚、肯尼亚、印度等地建立了大型花卉生产基地，将种植业务外包，以降低成本，扩大其国际市场的销售份额。这样就促成了发展中国家花卉生产和贸易的崛起。

今年以来，世界经济继续缓慢复苏，国际花卉市场需求逐渐回暖，新兴花卉生产国家进一步加快了花卉产业发展步伐。现在，亚洲是花卉产值最高的区域。

1、欧洲

目前，荷兰仍居全球花卉业的首位，稳据全球花卉贸易市场的半壁江山。在花卉植物的新品种研发方面，荷兰一直处于世界领先地位，采取不断收集和保存世界各地花卉新品种，进行育种试验，不断地推进花卉产业品种升级和更新换代，通过品种专利费等方式在花卉产品交易中获得丰厚的利润。因此荷兰花卉行业仍然坚挺，并且对未来充满信心。

2、非洲

随着花卉产业老牌国家外包业务的逐步发展，在非洲，肯尼亚、埃塞尔比亚和乌干达等国家和地区的花卉种植业迅猛发展，其中肯尼亚的花卉种植最为突出，并且迅速抢占世界各地花卉市场贸易份额，成为非洲第一大花卉出口国。花卉已经成为肯尼亚最主要的外汇收入来源之一，其主要出口欧洲市场，在欧洲市场的占有率仅次于荷兰，约为35%。出口的花卉中与月季为主，约占出口总量的3/4。

非洲第二大花卉出口国为埃塞尔比亚，花卉出口已经成为出口外汇创汇的重要手段之一，花卉产品主要出口荷兰，约占总产量的70%，此外，还出口至其他欧洲、亚洲和中东等国家和地区。埃塞俄比亚国家政府制定和颁布的许多优惠政策，如减免生产设备进口关税和延长纳税时间等。花卉作为埃塞俄比亚增长最快的产业，有望成为临国肯尼亚花卉生产大国的竞争对手。

3、南美洲

在南美洲，哥伦比亚和厄瓜多尔成为花卉生产和出口的“领头羊”，运距和运费条件造就了它们在北美市场的独特优势，依然保持美国月季市场最大的供应者的地位。在美国，36%的进口切花是月季，其中58%来自哥伦比亚，31%来自厄瓜多尔（剩余的11%由墨西哥、

危地马拉、荷兰和加拿大供应)。哥伦比亚95%以上的商业种植者的花卉都销往国外市场。花卉栽培技术已非常成熟,花卉业已成为国家一个重要的经济部门。多年来,哥伦比亚一直保持着继荷兰之后的世界第二大花卉出口国的地位,目前已拥有世界花卉出口12%的份额。

4、亚洲

中国、印度、泰国、新加坡、韩国是亚洲主要花卉生产国家。印度切花主要出口至欧洲地区,尤其是德国、法国和荷兰,亚洲地区主要为日本。与肯尼亚相比,印度在国际市场仅占较少份额,但是国内花卉产业生产者认为:印度所产的花卉产品质量绝对能与肯尼亚的花卉媲美,尤其是气候较好的时节(11月份至来年的2月份),甚至有一些月季品种在印度生长的质量高于肯尼亚。此外,印度农业与食品出口部门(APEDA)引入了一系列的花卉产品标准,以全面提高印度花卉产品的质量。泰国地处热带,其兰花出口位居世界第一出口的主要产品有石斛兰、万带兰、文心兰等。新加坡是世界第二大兰花出口国,主要产品是胡姬花。韩国花卉产业现代化设施已经相当普及,温室面积已经位居世界第三,花卉主打品种有月季、百合、菊花和仙人掌等。主要出口日本。

(二) 国际花卉贸易现状

尽管欧美、日本等国遭受了2008年以来金融危机的重创而消费力锐减,但这些国家仍是全球花卉消费主力市场,也是花卉进口大国。

1、金融危机后的美国,很多人改变了消费方式,比如削减旅游、购买奢侈品等开支,转而投向营造更好的家居环境,增加居室生活的情趣。其中,花卉等鲜活植物因为环保经济且装饰效果明显而受到了消费者的更多青睐。此外,人们依然重视在节假日里购买鲜花作为礼物赠送。南美洲是美国花卉市场主要供应地。

2、德国是位居欧洲第一的园艺用品消费市场。德国人酷爱大自然,几乎家家都有盆花,超过57%的房屋业主拥有花园,小型家庭花园更呈逐年增长态势。法国、英国、荷兰等国家的花卉园艺产业也正在逐渐摆脱经济危机的负面影响。全球最大的花卉拍卖交易市场—Flora Holland已经走出了低谷,今年前7个月销售额达到26亿欧元,同比增长7.3%,交易量上涨1.2%,成交价格回升6%。

3、日本仍是亚洲最大的花卉消费市场。据日本花卉贸易协会(JFTA)近期报道,从2009年8月到2010年7月,日本从哥伦比亚进口花卉量显著增加,其中康乃馨增长20%,月季增长34%,与此同时,日本对中国康乃馨和月季切花的进口量分别下降了7%和52%。统计数据显示,目前哥伦比亚已经成为日本第二大花卉进口对象,对该国进口份额占日本总进口额的17.7%,而马来西亚仍然是日本第一大花卉进口对象,日本对马来西亚进口花卉的份额占该国总进口额的22.3%。

4、阿联酋周边的海湾国家年均进口2万多吨,价值3亿美元,市场需求还在继续高涨。迪拜花卉中心已经成为中东重要的花卉贸易集散中心。

2010年世界经济持续复苏,但分季度看,经济增长乏力,从一季度到三季度复苏速度持续减缓。金融危机尚未根本消除,主要发达国家投资和消费仍然疲弱,全球花卉贸易形势不容乐观。

二、我国花卉生产、贸易概况

自2000年以来,我国花卉产业呈快速发展态势,花卉种植面积从14.7万公顷增加到2009年的83.4万公顷,增长约4.6倍;花卉销售额由2000年的158.2亿元,发展到2009年的719.8亿元,增长约3.5倍。

花卉出口继续稳步增长。据海关最新统计数据显示,2010年,我国花卉出口总量约5.91亿公斤,同比减少0.85%,出口额近1.96亿美元,同比增长8.72%。

1、出口地区

花卉出口依然集中在云南、浙江、福建、广东四个地区,分别占出口总额的22.25%、21.33%、17.73%、13.81%,共计75.12%。其中云南省花卉出口额与去年同期相比增长12.33%,鲜切花出口额占全国切花出口额的半壁江山,约2774.06万美元,占全国鲜切花出口额的54.76%,占云南省花卉出口额的63.67%,并且,云南省的盆栽植物出口表现出良好的增长势头,同比增长43.23%。福建省出口额与去年同期相比增长37.97%,出口的产品以盆栽植物为主,约为3172.57万美元,占该省出口额的91.38%,占全国盆栽植物出口额的50.98%。浙江省鲜切枝/叶类产品的出口遥遥领先,2010年出口总额约2762.73万美元,占全国鲜切枝/叶出口额的93.18%,占该省花卉出口额的66.16%。广东省以其气候优势和良好的产业基础在种苗、盆栽植物、鲜切枝/叶、鲜切花领域均衡发展,2010年种苗出口额居全国首位。

2、出口种类

我国花卉出口产品类别主要包括盆栽植物、鲜切花、鲜切枝/叶、干切花、干切枝/叶、种球、种苗等。

据2010年统计数据显示,在出口的各类产品中,盆栽植物类和鲜切花类所占比重较大,分别为31.78%和25.87%,其次是种苗类和鲜切枝/叶类,所占比重分别为17.18%和15.14%,干切枝/叶类、干切花类、种球类产品所占比重均不到10%,依次为6.13%、3.29%和0.60%。

其中鲜切花出口到33个国家和地区,出口额约为5066.03万美元,同比增长12.07%,主销市场是日本、泰国、新加坡、马来西亚和韩国等亚洲国家和地区。产品以康乃馨、菊花、月季、百合为主,这四类切花的出口额占鲜切花出口额的87.56%。

盆栽植物出口呈现小幅增长,出口到65个国家和地区,出口额约为6223.07万美元,同比增长7.02%,主销市场为荷兰、韩国、缅甸和日本,其中荷兰、韩国和日本市场平稳增长,对缅甸的出口额下降了41.67%。

鲜切枝/叶的出口市场增加到37个国家和地区,出口额约2964.89万美元,同比增长7.78%。其中,对日出口额占该类花卉产品总出口额的95.03%,同比增长12.55%,其次是美国和荷兰,但同比都有所下降。

干切花出口市场增加到53个国家和地区,日本、美国、法国、加拿大,以及一些欧洲国家为主要出口目的国。出口额同比下降26.86%,主要原因是对日本、英国、荷兰、巴拿马等国的出口都出现负增长。对美、加出口有显著增加,由此可见干切花市场需求波动较大。

与去年同期相比,干切枝/叶类产品增长也较为明显,出口市场增加到52个国家和地区,出口额约1200.13万美元,同比增长73.44%。美国、德国、日本、荷兰是主要市场。统

计数据显示，对欧洲地区的出口呈显著增加趋势，特别是俄罗斯、土耳其和丹麦都出现上千倍的增长。

种苗出口市场为62个国家和地区，出口额约3364.90万美元，同比增长5.69%，主要出口目的国为荷兰、日本和美国，但对荷兰出口额同比下降8.16%。种球出口市场减少到13个国家和地区，出口额约117.20万美元，同比下降29.53%。业内人士分析，种苗、种球出口下降主要是产品检疫中出现问题。

3、出口市场

我国花卉出口市场不断拓展，2010年达到97个国家和地区。其中亚洲地区以日本、韩国、泰国、缅甸、新加坡、香港为主，欧洲以荷兰、德国、意大利、比利时等为主，美洲主要是美国和加拿大，另外，也有少部分南美及非洲国家逐渐开始进口我国花卉产品。

据最新统计数据显示，2010我国花卉出口额居于前五位的国家依次是日本、荷兰、韩国、美国和缅甸。

日本仍是我国花卉出口的最主要市场，我国花卉对日出口额约7526.57万美元，同比增长3.77%，占出口总额的38.44%。产品以鲜切花和鲜切枝/叶为主，其中鲜切花出口额约2969.70万美元，占对日出口总额的39.46%；鲜切枝/叶出口额为2817.69万美元，占对日出口总额的37.44%。

2010年中国对荷兰总出口额约2884.84万美元，同比增长6.25%，占出口总额的14.73%；出口产品以盆栽植物为主，占对荷出口总额的57.79%。鲜切花出口虽较去年有一定增加，但数量仍然非常少，鲜切枝/叶、干切花、种苗和种球的出口额都同比下降，干切枝/叶同比上升较明显。

2010年我国对韩国花卉总出口额约1859.69万美元，同比增长明显，约为34.56%。出口产品以盆栽植物为主，出口额约1293.78万美元，占对韩出口总额的69.60%。据业内人士分析，韩国一直是盆景、国兰、绿植的需求大国，但2009年，我国出口到韩国的虎尾兰、人参榕、国兰、金钱树等订单量较以往明显减少，部分订单后期都未提货。从今年的出口形势看，韩国对盆栽植物的需求正逐步复苏，尤其是3月和4月，韩国对盆栽植物的需求都稳居首位，单月出口额均超过200万美元。

2010年我国对美国花卉出口总额约为1092.90万美元，同比增长15.74%，出口产品中干切花类增长显著，盆栽植物和干切枝/叶类稳步增长，种苗小幅增长，鲜切花出口为零，鲜切枝/叶和种球出现不同程度的下降。

2010年我国对缅甸的花卉出口额约880.30万美元，占总出口额的4.50%，其中，99%的产品为盆栽植物，5月和6月，缅甸对盆栽植物的需求都位居各国首位。

另外，今年我国花卉向科威特、百慕大、爱尔兰、柬埔寨的出口增长最为明显，均保持了上千倍的增长速度，表明我国在新兴市场的开拓成效日益显著。其中，盆栽植物、干切花、鲜切花是这些国家主要需求花卉。

三、我国花卉出口发展趋势

随着全球经济回暖，从2009年下半年开始，我国花卉出口已经开始呈现恢复性增长状态，截止到今年12月，我国花卉出口保持平稳上扬趋势，预计2011年会有更好表现。

1、盆栽植物继续为出口重点，我国需在进一步稳固兰花（以蝴蝶兰为主）、盆栽观叶植物、盆景市场的同时，适当增加杜鹃类、石楠类、报春花类、八仙花等的生产，争取赢得更广阔的欧洲市场。

2、对于鲜切花和鲜切枝/叶类产品，一方面要增加新优品种的选育和推广，另一方面要加大对采后保鲜和物流的重视，使我国的鲜切花不仅销往周边国家，还可以远销欧美市场。

3、种苗和种球类产品由于面对日益严苛的贸易壁垒，在出口检疫中存在较多问题，若加强对该类产品在产销过程中的质量监控，防患于未然，则可以扭转其出口形势。

4、干切花，干切枝/叶的需求逐渐增多，将是出口的一个新的经济增长点。

5、具有我国特色的花卉产品仍然是出口重点，如牡丹、芍药、大丽花、和一些盆景等。

6、有机种植在国外市场倍受欢迎，应大力推广在花卉生产中采用虫害综合控制管理系统，不用杀虫剂。

四、几点建议

我国花卉产业相较于老牌花卉生产国家，其基础弱、产值小、品种研发滞后，花卉种植缺乏规划性和规范性以及物流冷链建设的严重不足等瓶颈问题都极大阻碍了我国花卉产业向高效益化方向发展。中国花卉产业的真正崛起还需要多方面的努力。

（一）加大政策扶持力度

各地政府应给予花卉产业更多关注，使其总体发展具有规划性、规模性和规范性。加强引导发挥区域优势，实行特色化合理布局，通过科学开发传统名花打造“区域品牌”，实施具有地方特色的外向型花卉经济发展战略。同时要加快土地整合，实行规模化、标准化、专业化生产。

（二）提高产业科技创新能力

鼓励贸易企业与花卉科研教学单位开展合作，联合育种及开发新技术，旨在改善生产和科研相脱离的现象。企业为科研单位提供市场走向的分析，为其研究提供方向；科研单位为企业提供技术支持，保证企业出口花卉的科技含量。

（三）进一步提高产品质量

花卉产品不仅代表了中国传统文化，更是国家软实力的体现。要从维护国家形象的大局出发，提高企业的诚信意识，确保出口花卉的质量。提高花卉产品质量也是突破“绿色贸易壁垒”的关键，出口花卉企业应推广高新技术，实行标准化生产体制，普及节能措施，实行效益化成本管理。同时，还应加大检测、检验力度，确保各项指标符合出口要求，坚持有机、健康、环保的发展方向，树立中国低碳花卉产业形象。

（四）加速产业标准化发展

标准化是现代花卉业的发展方向，发达国家往往把此作为花卉进口的通关壁垒。我国必须加快制定花卉标准化生产的相关法规，与世界贸易要求接轨。花卉生产企业和花农应尽快了解标准化生产要求，学习高新技术，严格产品指标管理，以便其产品走入国际市场。

（五）健全花卉物流体系

健全花卉冷链运输体系，提高运输过程中的保鲜技术。加大科研力度，借鉴国外先进的花卉保鲜技术，延长花卉保鲜期，改善花卉运输工具，增加、改进各环节衔接处的冷藏设备，完善整个冷链运输。

（六）优化花卉出口程序

适当简化花卉出口手续。在国家推行“大通关”的前提下，根据不同花卉产品的特性，建立不同的通关程序。适当简化报关、报检程序。另外，借鉴国外先进的通关程序，在花卉进出境集中的口岸设立“绿色通道”，优先便捷办理花卉通关。也可以对企业进行备案管理，同时对其产品进行网络监管等。

（七）加强国际交流与合作

继续开展“请进来、走出去”战略，在国际花卉市场打响“中国牌”。邀请外商参加国内高级别专业会展，使其了解我国花卉、花卉文化及花卉产业发展现状；资助行业组织和大型企业赴重点国家和地区进行宣传推广，提高企业的国际知名度；参加花卉行业的各种国际交流活动，增强我花卉行业话语权，促进国际花卉贸易。

（八）发挥行业协会作用

花卉出口的相关组织及行业协会需发挥协调作用，积极争取国家政策支持，同时协助花卉企业定价、质量控制等方面的工作，加强出口行业规范自律，避免恶性竞争，督促企业重商德、讲诚信、拼质量，维护公平竞争。

第六节 大蒜出口情况及展望

一、大蒜出口基本情况

2010年1，我保鲜和冷藏大蒜累计出口数量为135万吨，出口金额约22.9亿美元，平均单价1700美元/吨，同比数量下降15%，金额和单价分别上升115%和152%。按照出口金额排序，印度尼西亚、巴西、越南、马来西亚和美国排在前五位。其中，我对印度尼西亚出口保鲜和冷藏大蒜数量约34万吨，出口金额约5.51亿美元。出口数量同比下降12%，金额和单价分别上升128%和159%。巴西仅次于印尼，列出口国别市场第二位，出口数量同比下降4%，金额和单价同比分别上升105%和113%。对越南出口数量同比下降13%，金额和单价同比分别上升147%和182%。

供求关系及产量决定价格。目前大蒜价格的上涨主要有以下几个原因：一、受天气影响，2009/2010产季大蒜种植时间普遍较晚，加上冬旱、寒冷、倒春寒等天气因素，大蒜生长情况不好，产量减少；二、受能源、生产材料、劳动力、运输费、汇率等因素影响，大蒜出口成本也不断增加，而有机蒜、品牌等因素也增加了大蒜的附加值。三、大蒜及大蒜制品的用途越来越广，除食用外，保健和日用化工方面的用途也越来越广泛，因此需求量有所增加。

2010年，我脱水大蒜出口数量为16万吨，出口金额约3.62亿美元。据统计，我大蒜及其制品（包括脱水大蒜、蒜苔、盐水大蒜、冷冻大蒜等）出口额达27.1亿美元。

表6-23：2010年我大蒜及其制品出口情况

单位：公斤 美元 美元/吨

序号	商品编码	商品名称	2010年出口量	2010年出口额	单价
1	07032010和 07032090	大蒜	1,346,508,938	2,289,267,157	1,700
2	07129050	干大蒜	160,401,217	362,346,447	2,259
3	07032020	鲜或冷藏的蒜苔 及蒜苗（青蒜）	18,734,932	29,806,771	1,591
4	07119034	盐水大蒜	9,815,171	14,451,702	1,472
5	07108020	冷冻蒜苔及蒜苗 （青蒜）	6,497,341	11,201,061	1,724
6	20019010	用醋或醋酸制作 或保藏的大蒜	5,367,503	6,068,058	1,131
7	07108030	冷冻蒜头	488,708	1,133,121	2,319
	合计		1,547,813,810	2,714,274,317	1,754

资料来源：中国海关

二、国内外市场情况

（一）国内市场

2009/2010产季大蒜种植面积较上一产季增加了20%左右。但受天气影响，全国大蒜种植时间普遍较晚，加上冬旱、寒冷、倒春寒等天气因素，大蒜生长情况不好，苗情不如上一产季，主产区（除山东莱芜）单产减产情况普遍，周边地区单产稳定，有些地方略有丰产。据企业统计，大蒜主产地产量为：山东金乡及周边地区156万吨，莱芜地区13万吨，临沂、苍山地区22万吨；河南杞县、中牟和周口等地区约60万吨；江苏邳州、铜山地区35万吨。

据企业反馈的信息，主产区大蒜入库量如下：金乡及周边地区85~90万吨；河南26万吨左右；江苏15万吨左右；莱芜10万吨左右，入库总量在140万吨左右。截至11月7日，库存量如下：金乡及周边地区68-70万吨；河南18万吨左右；江苏10万吨左右；莱芜7万吨左右，库存总量在100万吨左右。

（二）国际市场

随着国内大蒜市场价格飞涨，国外市场已慢慢接受我国大蒜的出口价格。但订单多为短期订单和小单，国外客户下单都比较谨慎。

美国市场。目前，我国除两家企业复审时间尚未到期、进口税率为“0”外，其他企业均被裁定较高的反倾销税率，我对美国大蒜正常出口受到一定影响。受国内大蒜价格上涨的影响，美国市场上中国大蒜的零售价格已接近当地的大蒜价格。

日本市场。受全球经济危机的影响，日本国内消费能力下降，对我大蒜需求量和订单都有所减少。受国内大蒜价格上涨的影响，我大蒜对日本出口价格也大幅增长。

东南亚市场。东南亚地区是全球最大的大蒜及制品出口市场，我国向其出口量占我国大蒜及制品出口总量的60%以上。因此，稳步提高该地区出口价格对我大蒜出口有着至关重要的作用。

此外，印度是传统的大蒜种植国，年种植面积约占全球大蒜种植面积的12%以上。据企业反映，受2009年中国大蒜价格一直居高不下的影响，印度扩大了大蒜的种植面积。目前中

国大蒜出口成本已超过印度大蒜价格，东南亚周边国家有可能多进口印度大蒜以减少进口中国大蒜。此外，阿根廷、巴西等国的大蒜已收获，对我大蒜出口也略有影响。

三、大蒜出口面临的问题和有关建议

(一) 出口面临的问题

当前，大蒜出口有以下几个突出的问题：

1、出口无序竞争情况严重。多年来，我大蒜出口存在的无序竞争、低价竞销等问题一直比较严重，造成了美国、加拿大、巴西、南非先后对我大蒜实施反倾销；韩国严格限制我对韩出口数量；欧盟、印度和泰国对我实行进口配额限制。这在很大程度上限制了我大蒜市场空间，加大了我主销市场的出口压力。

2、产销失衡，价格暴涨暴跌。近几年，我国大蒜出口数量逐年增加。这一方面反映了我大蒜行业协调有积极的效果；另一方面也吸引了大蒜行业外的资金流入大蒜收购、贮藏环节，同时也刺激大蒜种植面积大幅扩大。种植面积增加、产量增多、价格下降，农户继而减少种植面积、产量下降、价格上涨。大蒜价格的暴涨暴跌不利于种植业和市场的稳定，更不利于大蒜产业的健康发展。

3、大蒜加工品种少，产品科技含量和附加值低，经营观念和模式陈旧，品牌意识不强。目前，我国大蒜出口还是主要集中在保鲜大蒜和脱水大蒜上，深加工和高科技的产品比例很小，产品附加值低，品牌建设滞后。如何转变贸易增长方式亟待研究解决。

4、国外技术标准不断提高。近年来，发达国家利用本身的技术和经济优势，以保护环境和人类的健康为由，通过严格的强制性技术法规，对进口商品提出更高的标准和严格的检验检疫措施。农产品面临的主要措施包括种植物卫生检验检疫（SPS）措施，强制认证制度，比如欧盟和美国都要求对进口食品进行风险分析和关键点控制（HACCP），检验手段已从单纯检测产品发展到验收生产基地。

贸易壁垒和技术壁垒在很大程度上限制了我国大蒜的出口空间，加大了国际市场开拓难度。

(二) 对我国大蒜行业发展的建议

面对我国大蒜及制品出口的主要困难和新的机遇，关键在于规范为先，品质为本，提高产品的市场竞争力。

1、地方政府等管理部门和出口企业应积极引导农户控制种植面积。大蒜种植面积的盲目扩大和萎缩，其中一个很重要的原因是信息的不对称—农户缺乏对市场供求信息了解。地方外贸、农业有关部门、出口企业应整合产业信息，根据市场情况指导农民根据供求关系合理安排种植计划，不要盲目扩大种植面积，防止蒜贱伤农。同时，提倡农民采取休耕、轮种等方式，保证大蒜的品质不退化。

2、提高产品的核心竞争力，首先必须解决产品的卫生、安全问题。在食品安全问题备受消费者关注的今天，各国对产品的要求越来越高，因此务必要提高我大蒜产品质量和安全的意识和水平，积极建立出口基地，健全质量保障体系，增强农残检测能力。大蒜及制品的经营企业必须从种植源头抓起，杜绝违禁药品与激素等有害物质的使用。加强大蒜基地建设，按照国外先进的农业生产管理模式，推行国际通行认证体系，根据国际标准，制定企业

的产品质量标准，并据此建立起一套大蒜及制品品质控制体系，保证产品安全。按照产品质量管理要求，科学育种、施肥、用药等，改良土壤和改善水质，提高大蒜制品加工水平，运用科学检测仪器鉴别产品品质，将农残、药残控制在限定范围内。

3、积极推动大蒜深加工，实行品牌战略。目前，我国大蒜出口还主要集中在初级产品，要保持大蒜行业的稳步发展，必须发展精深加工，实行品牌战略。这样一方面可以提高产品附加值，拉大产业链，提高经营效益；另一方面也可以达到缓解我大蒜产销失衡的矛盾，规避风险。

而且，当前的国际竞争已不再是低水平的价格竞争，已上升到价格、质量、服务与品牌的综合竞争。出口企业应实现以品牌出口为主，积极实践和探索品牌经营之路，以区域特色、名优产品为重点，以技术创新、质量管理为手段，全面实施大蒜贸易品牌战略。立足目前已认证、认定的无公害农产品、绿色食品、有机食品和名牌产品，加大品牌整合力度。认真组织市场推广活动，为宣传、推介大蒜品牌搭建高层次平台，不断提升产品形象和企业形象。

4、国内市场和国际市场并举，多元化开拓市场，多渠道开展销售。我国素有食蒜的传统，国内市场也是我国大蒜及制品的主要市场，而且还在不断增长。广大的国内市场是我国大蒜及制品生产和企业的战略后方，对于国内大市场，不但要提供满足消费者需要的产品，还应该引导和培育对新产品的消费需求。国际市场上，我国大蒜已出口到世界上140多个国家和地区，但主销市场仍集中在东南亚、美国、中东、欧洲和日本等国家和地区。今后的指导方针，应该立足于保护原有市场、发展新市场，同时，加强和国外同行业组织的交流，引导企业增强规避风险意识。真正做到面向国内国外两个市场，我们的大蒜产业才能在国际市场上处于进可攻退可守的有利地位。

5、提高行业组织化程度，充分发挥行业组织作用。当前的全球经济一体化发展趋势，已经使得竞争格局由过去的企业之间的竞争转向产业链之间、行业之间的竞争。我国是全球最主要的大蒜生产国和出口国。但价格长期以来一直受国外商家控制。国外一些有实力的贸易商和企业，在低价时大量购进我产品，价格上涨时则停止采购、使用库存，待再次降价时再行购进。这就导致国内企业恶性竞争、竞相降价出售。我国的大蒜及制品的出口加工行业，应该由行业协会出面，充分发挥联结农户、企业和市场的纽带、沟通政府和企业的桥梁作用，采取积极措施，进一步加强行业组织和协调工作，规范竞争并运用市场运作手段，整合行业资源，形成行业合力，提高整体竞争力。

四、2011年出口展望

据了解，2011年大蒜种植面积比2010年增长了20%左右，如天气正常，预计2011大蒜产量也将增长20%，大蒜出口价格将有所回落。大蒜出口企业需加快发展大蒜深加工生产，实施品牌战略，加强大蒜生产的全程控制，制定并实施农残监控计划，从源头把关，打破国外的技术壁垒。

第七节 2010年浓缩苹果汁出口情况及展望

中国是世界上最大的浓缩苹果汁生产国和出口国，每年生产的浓缩苹果汁90%以上用于出口，约占全球浓缩苹果汁贸易量的60%以上。中国浓缩苹果汁出口历经了两年多的低谷徘徊，2010年4月启稳回升，出口量逐渐恢复正常，库存现已基本消化。

一、中国浓缩苹果汁生产现状

我国浓缩苹果汁加工厂主要分部在东部（山东、辽宁、江苏等地）和西部（陕西、山西、河南、甘肃、宁夏等地）两大优势加工区域。目前，全国共有浓缩苹果汁加工厂90余家，产能达到约4750吨/小时（每小时压榨鲜果能力）。其中，陕西省是我国最大的浓缩苹果汁加工基地，2009/2010产季（2009年9月-2010年8月）浓缩苹果汁产量占全国总产量的35%，其次是山西省和山东省，分别占总产量14%和13%。

2009/2010产季全国浓缩苹果汁总产量为65万吨，较上一产季减少20%。原因主要有三方面：

（一）鲜果市场需求量逐年上涨，原料果供应不足

随着鲜果市场行情的走高，农民提高苹果套袋率，以加大鲜果的市场投入，因此浓缩苹果汁原料果供应量减少；

（二）国际浓缩苹果汁市场需求依旧疲软

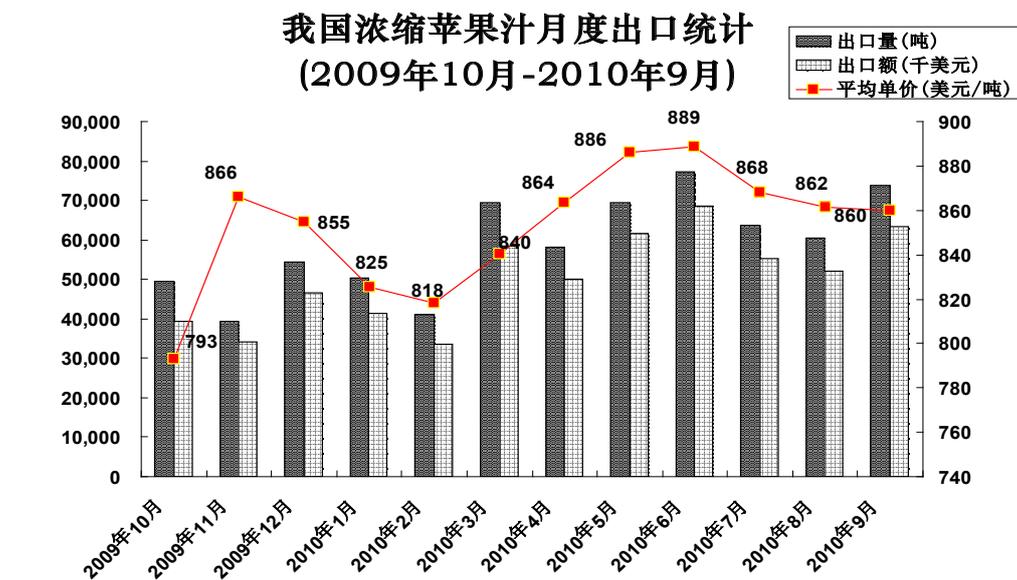
国际浓缩苹果汁库存进一步消化，加之欧债危机的影响，订单量急剧减少，09产季行业开工时间不足，部分工厂处于半开工状态，至2010年年初全国工厂已基本停工；

（三）全国浓缩苹果汁行业缩短加工时间，主动减少产量，以维护浓缩苹果汁产业供需平衡。

二、中国浓缩苹果汁出口情况

2010年1-12月我国浓缩苹果汁出口总量为78.4万吨，总金额7.36亿美元，平均单价939美元/吨；与去年同期相比出口数量减少1%，金额增加14%，均价上升15%。

图 6-4：2009年10月-2010年9月，我国浓缩苹果汁月度出口统计情况



数据来源：中国海关

(一) 我国浓缩苹果汁主要出口省市

从报关出口省市来看,陕西、山东、北京、甘肃、河南和山西是我国浓缩苹果汁主要出口省市,2010年1-12月,该六个地区出口浓缩苹果汁总量共73.6万吨,占全国浓缩苹果汁出口总量的94%,出口金额为6.9亿美元。

陕西是我国最大的浓缩苹果汁出口省份,2010年1-12月陕西省浓缩苹果汁出口量为44万吨,占全国浓缩苹果汁出口总量的56%,出口金额3.9亿美元,占出口总额的53%,出口平均单价884美元/吨,占据了全国浓缩苹果汁出口总量的半壁江山。

表6-24: 2010年我国浓缩苹果汁出口主要地区统计情况

省市	2010年出口量(公斤)	2010年出口额(美元)	单价(美元/公斤)	数量同比	金额同比	单价同比
陕西	440182010	389269166	0.884	-6%	0%	6%
山东	133926894	129713568	0.969	34%	40%	5%
北京	87180805	99496611	1.141	-3%	41%	45%
甘肃	47604481	44776747	0.941	-2%	20%	23%
河南	26680125	27851132	1.044	-48%	-13%	67%
其他	48577160	45062471	1.088			
全国总计	784151475	736169695	0.939	-1%	14%	15%

数据来源: 中国海关

(二) 我国浓缩苹果汁主要出口国家及地区

目前,我国浓缩苹果汁已远销至全球六十余个国家和地区。美国、俄罗斯联邦、日本、荷兰、加拿大、澳大利亚、南非和德国为我国浓缩苹果汁主要出口国。我对上述八国的苹果汁出口量占中国出口总量的80%以上。

表6-25: 2010年我国浓缩苹果汁出口主要国家及地区统计情况

国别及地区	2010年出口量(公斤)	2010年出口额(美元)	单价(美元/吨)	数量同比	金额同比	单价同比
美国	387585314	360828867	0.931	5%	16%	11%
俄罗斯联邦	76441200	67186542	0.879	26%	68%	34%
日本	52101400	58475110	1.122	-3%	-15%	-12%
荷兰	58976605	53302593	0.904	2%	43%	40%
德国	40038880	39972097	0.998	-50%	-21%	57%
加拿大	40632100	37516957	0.923	-5%	7%	13%
澳大利亚	33266465	31376311	0.943	-4%	14%	18%
南非	30148825	27024542	0.896	-8%	-7%	2%
其他	64960686	60486676	0.974			
全国总计	784151475	736169695	0.939	-1%	14%	15%

数据来源: 中国海关

1、美国、欧盟、独联体仍为我国浓缩苹果汁重要出口市场

美国是我国最大的浓缩苹果汁出口国,2010年1-12月,我国对美国出口总量38.8万吨,约占全国出口总量的50%,金额3.6亿美元,占全国出口总额的50%,均价931美元/吨,与去年同期相比出口数量增加5%,金额增加16%,均价增加11%。

欧盟是我国第二大浓缩苹果汁进口市场，2010年1—12月，我国对欧盟27国出口浓缩苹果汁总量11.55万吨，约占全国出口总量的15%，金额1.08亿美元，均价938美元/吨，与上年同期相比数量减少24%，金额增加10%，均价上升45%。其中，对荷兰出口浓缩苹果汁5.9万吨，占对欧盟出口总量的51%。

以俄罗斯联邦为主的独联体国家对中国浓缩苹果汁的需求旺盛，2010年1—12月，我国对独联体出口浓缩苹果汁总量8.1万吨，约占全国出口总量的10%，金额7120万美元，均价790美元/吨，与上年同期相比数量增加14%，金额增加49%，均价下降3%。其中，对俄罗斯联邦出口浓缩苹果汁7.6万吨，占对独联体出口总量的94%。

2、我国浓缩苹果汁出口努力开拓新兴市场

在维护加强重要传统市场以外，我国浓缩苹果汁业界正积极开拓其他新兴市场，如土耳其、沙特阿拉伯、泰国、马来西亚、等中东、东南亚地区。近几年对这些市场的出口发展速度加快，前景看好。

我国浓缩苹果汁对中东出口增长，2010年1—12月，出口中东1.92万吨，金额1760万美元，与上年同期相比出口数量上升39%，金额上升71%，均价上升24%。其中，北非国家对中国浓缩苹果汁的需求虽然量小，但涨幅较大，2010年1—12月，埃及进口中国苹果汁1735吨，与上年同期相比增长126%；摩洛哥进口313吨，与上年同期相比增长114%；突尼斯进口227吨，与上年同期相比增长268%。

我国浓缩苹果汁对东盟出口呈现增长态势，2010年1—12月，出口东盟6530吨，金额622万美元，与上年同期相比出口数量上升17%，金额上升35%，均价上升16%。

三、2010/2011产季市场预测

（一）国内加工果供应短缺

由于天气影响，苹果产量较上年减少。2010年一季度中国西部（山西、陕西）产区遭遇雨雪天气，苹果产量减少5%~10%，东北部（辽宁）产区遭遇霜冻天气，苹果产量影响减少40%，2010年中国苹果总产量预计3200万吨，同比2009年持平。随着鲜果市场行情的走高，农民提高苹果套袋率，以加大鲜果的市场投入，因此将出现国内浓缩苹果汁加工用果短缺现象。

（二）国际浓缩苹果汁供应紧张，价格进一步走高

国内方面，受苹果产量减少及通胀预期的影响，2010年目前我国原料收购价格已达1300元/吨以上，加之海运费价格持续上涨，浓缩苹果汁价格将维持上涨态势。

国际方面，上榨季库存浓缩苹果汁销售殆尽，据最新数据显示，欧洲今年苹果总产量比预计的少40万吨。波兰苹果产量下降，土耳其苹果已经售罄，意大利、匈牙利同样减产严重。作为浓缩苹果汁的替代品——冷冻橙汁的价格一路攀升，因此国际市场对苹果汁的需求将进一步加强，新榨季浓缩苹果汁将呈现出供应吃紧态势。

四、中国浓缩苹果汁行业面临的问题

（一）国际浓缩苹果汁市场恢复缓慢

鉴于经济危机对世界各国的影响尚未消除，国际市场对浓缩苹果汁的消费需求恢复缓慢。

（二）国内产能与原料供应矛盾存在

目前我国已形成了4750吨/小时（每小时压榨鲜果能力）的行业规模，虽然我国苹果产量大，但国内市场对鲜果需求量连年递增，且鲜果出口量大幅增长。中国鲜苹果出口从2006年的80.4万吨增至2009年的117.1万吨，由此造成加工果的数量下降，浓缩苹果汁行业庞大的加工能力必然引发对原料的恶性争夺。

（三）国内果汁加工企业出口风险加大

2010年目前我国原料收购价格已达1300元/吨以上，原料价格的急剧走高，使先前以较低价格签约的企业面临毁约或赔钱的两难境地。加之劳动力成本、海运费的大幅提高，人民币升值压力，使得果汁加工企业负担加剧，利润空间减少，国际市场价格竞争优势减弱，出口风险加大。

五、中国浓缩苹果汁行业展望

（一）浓缩苹果汁市场前景乐观

虽然受经济危机影响，果汁和饮料市场需求量下降，但因为苹果汁依然是饮料和果汁中普遍使用的原料，如果汁、饮料、鸡尾酒、苹果酒、混配的矿泉水对其需求量依然很大。另外，虽然纯果汁消费量下跌，但相对更便宜的饮料产品消费量却开始上升，这必将带动浓缩苹果汁市场回暖。此外，中东、非洲、亚洲等新兴市场的崛起，必将会给市场注入新的活力，带来新的商机。

（二）稳定完善市场机制并积极开拓新兴市场

面对不断上涨的国内生产成本和市场依然低迷的双重压力，为维护行业健康持续发展，应从长远考虑，保持冷静慎重的态度，合理制定生产计划和销售策略，主要从以下几个方面加以重视：

- 1、行业实施合理的原料收购办法，将原料价格控制在合理的价格水平；
- 2、控制生产总量，降低销售压力和库存水平；
- 3、稳定目前的市场售价水平，避免大起大落；
- 4、积极开拓新兴市场，努力实现市场多元化。

第八节 2010年鳊鱼出口分析及展望

一、鳊鱼贸易情况

鳊鱼是我出口大宗农产品之一，主要出口品种有烤鳊和活鳊。我国鳊业主要集中在福建、广东、江苏、浙江、江西等省，除主销市场日本外，我鳊鱼产品还销往美国、俄罗斯、韩国、加拿大及欧洲等市场。近几年受日本技术壁垒及鳊苗资源减少的影响，产销量有所下降。按活鳊计，我国目前年产量近6万吨，占世界总产量的1/2。2010年度，我烤鳊出口3.65万吨，创汇6.6亿美元，同比分别增长13.7%和60%；活鳊出口8672吨，创汇1.36亿美元，同比数量减少18.1%，金额增长13.3%。整体而言，我鳊鱼产品出口数量稍有增长，单价受原料价格上涨及供需关系影响，升幅较大。

1、日本市场情况

日本为我鳊鱼出口第一大国，我产品在日本市场的占有率约为50%左右。根据我海关

统计数据显示,2010年,我对日出口烤鳗2.34万吨,创汇4.18亿美元,同比分别增长5.4%和46.4%;活鳗出口6115吨,创汇1.1亿美元,同比数量减少12.7%,金额增加18.1%。

2、美国、俄罗斯等市场情况

美国市场是2000年后发展起来的新兴市场,年出口量从97年的不足500吨发展到目前的40700吨左右,增长8倍左右。出口品种主以烤鳗为主,主要供应日式餐饮。2011年,我对美出口烤鳗4424吨,创汇8194万美元,同比分别增长52.5%和125%。

俄罗斯市场近几年发展势头迅猛,已成为我鳗鱼第三大出口市场。2011年,我对俄罗斯出口烤鳗2765吨,创汇5128万美元,同比分别增长42.3%和101%。

二、目前制约我鳗鱼贸易的主要问题

1、鳗苗资源是制约我鳗鱼贸易的主要因素

鳗苗属资源性产品,目前还不能人工孵化。国际贸易中的鳗鱼产品绝大多数是以捕捞的天然鳗苗经人工养殖后加工制造的。连续几年来,日本鳗苗歉收,导致养鳗规模大幅下降,加工厂面临无鱼可做的尴尬局面,直接影响我鳗鱼的出口数量。

另外,我国养殖的鳗鱼主要分为亚洲鳗和欧洲鳗两种,其中欧洲鳗苗依赖进口。欧洲鳗的加工出口数量占我国鳗鱼出口量的一半左右。但是2007年“华盛顿公约”(CITES)将欧洲鳗列入公约濒危动植物附录Ⅱ,在欧洲鳗苗原产地(以法国为主的欧洲国家)受到保护,禁止无限制捕捞,只有少部分可以进行对外贸易。对唯一一个大规模养殖欧洲鳗的我国形成了很大程度上的制约。据估计,2010年我国投欧洲鳗苗将不超过10吨。而1997年高峰期时我国投欧洲苗达240吨。欧洲鳗苗数量的大幅减少势必造成我国欧洲鳗产业的大幅缩水,从而制约我国整体鳗业的发展。

在2010年11月22日刚刚结束的中日加工鳗座谈会上,中日双方交流了新鳗年度鳗苗捕捞的情况,并预测当年日本鳗苗捕捞量可能达到60~80吨,这在一定程度上将缓解鳗鱼数量不足造成的压力。但最后价格如何还需到2011年4月捕苗期结束才能确定。

2、成本大幅提高使我产品逐步丧失价格优势

受人民币升值、饲料等价格上升及国内物价普遍上涨等因素影响,我鳗鱼的养殖成本近几年大幅提高。2007年,我鳗鱼出池价仅为不到人民币4万/吨,到2010年,活鳗出池价已上升到人民币9万/吨,涨了2倍多。

日本市场最新价格显示,我国烤鳗市场售价为2500日元/公斤左右,比上年同期的1800日元/公斤增长40%;而活鳗价格更是达到了1100日元/公斤,甚至超过了日本本国活鳗的价格水平。但是日本市场受金融危机影响的低迷状况仍然没有完全消除,而日本舆论壁垒等负面因素仍然在一定程度上影响日本消费者。据日本进口商反映,销售中国产鳗鱼要比销售日本本国产品困难得多,尽管日本本国产烤鳗比中国烤鳗价格高80%以上。

三、实现市场多元化是我鳗业的出路

多元化市场体系,有助于规避风险。在保住日本市场的同时,我们必须实施市场多元化方针,努力开拓日本以外的鳗鱼销售市场。

在2009年欧洲布鲁塞尔水产博览会上,我鳗鱼企业的产品受到好评。欧洲冷冻薰鳗市

场，现年出口量约2000吨，且数量正在增长，有很大潜力可挖。

美国、俄罗斯等国家作为鳗鱼新兴市场很有潜力可挖。约120万日本人定居美国，这些人同样需要吃鳗鱼。但市场销售的烤鳗主要来自日本，品质很差，价格昂贵。而且日式餐饮在美国也越来越受到美国人的欢迎，从而带动了日式烤鳗的销售。业内人士估计，美国每年的烤鳗销售量可以达到1万吨左右，完全有能力成为除日本外的鳗鱼消费大国。

俄罗斯的消费习惯以肉食为主，烤鳗的口味已被越来越多的俄罗斯消费者所接受。近几年我烤鳗对俄罗斯出口量价逐年提高，已成为我烤鳗第三大市场。

国内市场同样是多元化市场体系的一个重要组成部分。内销可以平衡外销的压力，特别是当外销受阻时，内销市场可帮助企业渡过难关。我国的内销市场很有潜力。调查表明，南方消费者将鳗鱼视为补品，以活鳗销售为主；北京、上海、哈尔滨等全国大、中城市的青少年可以接受日本烤鳗口味；随着鳗价的降低，价格已为大、中城市居民接受。按我国5亿鳗鱼消费者估算，如果每人每年吃1条鱼，需要5亿条鱼，约合15万吨，出口将为货源而犯愁。随着人民生活水平的提高，消费习惯以及生活方式的改变，开发内销已成为可能。

第九节 2010年食用菌出口分析及展望

一、2010年我国食用菌出口情况分析

2010年以来，受全球经济缓慢复苏，全球食用菌产量下降及国内外需求增加等因素的影响，我国食用菌产品出口呈现快速增长的良好势头。据我海关统计，2010年我国累计出口各类食用菌产品49.12万吨（干、鲜混计），创汇17.5亿美元，同比分别增加22%和66%。

其中，出口数量和金额增幅较大的大宗品种有干香菇、干木耳、鲜香菇、鲜松茸和小白蘑菇罐头等。2010年，我国食用菌出口金额已达到创记录的17.5亿美元，预计在2011年一季度，出口仍将保持较快增长，但随着元旦和春节等消费旺季的结束，出口增速也将有所放缓。

二、2010年食用菌出口特点

2010年以来，食用菌出口已逐步走出2009年上半年的低迷困境，出口快速回升，并呈现价、量齐增的局面，主要突出表现在以下几个方面：

（一）产量下降导致产品供不应求

2010年以来，食用菌产品销售价格一路上扬，很大程度上是因为产量减少所致。首先，2009年市场行情不好，产品滞销，直接导致今年春季菇农生产积极性不高，特别是香菇、木耳等大宗品种的种植规模大幅缩减。另一方面，种菇的原材料价格飙升，不仅吞噬了菇农的利润，也严重地挫伤了菇农的生产积极性。以种菇最常用的原材料棉籽壳为例，2010年的价格已较去年同期翻番，而棉籽壳的用量占到整个食用菌生产原料的60%~80%左右。许多农民在2010年放弃栽培食用菌，而改种其他速生蔬菜，就是因为后者生产周期短且经济效益更好。

此外，2010年频发的自然灾害也使得野生菌的产量大幅减少。每年野生菌出口额占到食用菌出口总额的25%~30%。2010年初夏西南地区的持续旱情，使得云南、四川等省的牛肝菌、松茸等野生菇产量均较往年有所下降。作为我国最重要的药用菌——冬虫夏草产地的

青海省玉树地区，由于突发特大地震，结果冬虫夏草上市量急剧减少，出口价格暴涨。据我海关统计，2010年，我冬虫夏草的平均出口单价达到17,429美元/千克，而2009年仅为7,094美元/千克，同比上涨了145%。

（二）国际市场需求趋稳

全球宏观经济在经历了2009年的危机后正缓慢回暖。在欧美等发达国家，作为刚性需求支撑的食品行业率先得到了复苏。一些新兴经济体的货币币值逐渐趋于稳定，购买力显著增强。以俄罗斯为例，该国一直是我国蘑菇罐头的主销市场。2009年，由于卢布在经济危机中对美元贬值一度达到30%，使得俄罗斯进口商无法履行合同甚至取消订单。然而在2010年，因为卢布对美元大幅升值，俄罗斯从我国进口蘑菇罐头数量和金额大幅回升，达到37万吨和4,500万美元，同比分别增长了54%和124%。

此外，中国—东盟自由贸易区于2010年1月1日全面启动，由于农产品进出口关税大幅降低，此举极大地促进了我国食用菌产品对东盟出口。而东盟已超越欧盟，成为我国食用菌产品出口第一大区域市场。2010年，我国食用菌产品对东盟出口金额已超过5.6亿美元，同比增加了130%。

（三）市场竞争日益激烈

当前，世界食用菌生产的格局正悄然发生改变。从生产地区来看，除原有的中国、美国、荷兰、法国等传统的食用菌生产大国之外，印度、波兰、东盟和韩国等国家和地区也大力发展食用菌生产及罐头加工业，已对我构成一定的冲击。例如，波兰作为欧盟成员国，其产品在内盟内销售不受配额和关税限制，因而产品价格具有很强的竞争力。此外，近年来，随着世界食用菌工厂化栽培技术的兴起，改变了食用菌行业作为劳动力密集型产业的旧貌，部分发达国家能够借此大幅缩减生产成本，使得产品价格极具竞争优势。韩国产保鲜金针菇大量输入到我国北方市场，就是一个很好的例证。2010年，韩国已累计向我国出口保鲜金针菇6,969吨，金额为551万美元，同比分别增加了11%和52%。

（四）内销市场前景广阔

随着我国居民收入的稳步增长，加上食用菌作为健康食品的理念日益深入人心。国内市场，特别是北京、上海、深圳等大城市居民对食用菌产品的消费快速增加，更加重视产品质量和食品安全，这也在一定程度上分流了出口产品的货源，抬高了出口产品价格。近年来，我国不少企业也从日本、韩国引进了珍稀菇工厂化栽培设备和技术，金针菇、蟹味菇和杏鲍菇等的产量快速增加，但产量仍无法满足国内市场需求。许多企业已纷纷扩大生产规模，不断提高产能，以应对日益成长的内销市场。2010年以来，我国已有两家食用菌生产型企业在国内创业板上市，可见该行业市场潜力和发展空间巨大。

三、2011年食用菌出口展望

预计我国食用菌产品整体出口仍将保持稳定的增长，但增速可能会有所放慢。另外，在食用菌行业高速发展的时候，一些潜在风险和问题也应值得高度重视。

首先，由于世界经济前景并不明朗，各国实体经济在较短时间内回复到危机前的水准尚有较大难度，不排除在特定时段出现出口回落的局面。

其次，为刺激经济，以美国为首的发达国家采取量化宽松政策，人民币对美元仍将持

续升值，这将进一步挤压出口行业的利润。

第三，目前我国在建或扩建的食用菌工厂化项目众多，设计产能大多在每日20吨鲜菇以上，而且主要分布在环渤海、长三角和珠三角等经济发达地区，由于我国区域经济发展不平衡，物流成本居高不下，如果大产能的工厂化项目过度集中，会导致特定时段局部市场供大于求，价格下跌，迫使本地区的中、小农户改种其他作物。

第四，由于国内通胀压力加大，国家会采取逐步收紧流动性的措施，不排除为应对经济危机而出台和提高出口退税政策会因此而作调整。

第五，为迎合消费者的需求，市场上鲜菇的供应量在逐渐增大，这会对食用菌干品和各类蘑菇罐头的生产和出口带来负面影响。

第七章 农产品贸易专题研究

第一节 SPS措施对中国农产品贸易的影响

一、国际SPS措施的发展趋势

(一) 走在食品安全管理前沿的美国

食品是不同于普通商品的特殊商品。国际SPS措施尽管带有一定贸易保护主义色彩，但从根本上是为了确保人类的生命健康与安全的手段，是体现食品安全管理思想和理念的措施。

国际食品安全管理思想正处于变革的过程。这体现在从原先的注重“结果管理”到逐渐注重“过程管理”，从局部的管理措施到注重从“农场到餐桌”的全程控制，从政府监管为主到强调企业的社会责任，推广GAP、GMP、HACCP等“过程管理”的工具。

2009年7月30日，美众院通过了《2009年食品安全加强法案》（以下简称《法案》），对现行美国《联邦食品、药品、化妆品法》中食品安全相关内容做出70年来最为重大的修正，共分两卷、39节，变更的内容多达12个方面的若干条细则，其立法之严也是前所未有。

该法案涉及进出口食品领域主要有六个方面：一是强化企业登记；二是强化企业检查，凡拖延、限制、拒绝FDA检查的企业产品将被视为“掺杂食品”；三是强化第三方检验和认证，FDA有权对实验室认证机构和第三方实验室进行检查；四是强化风险控制，所有登记的食品企业必须制定实施食品防护计划；五是强化食品召回，授权FDA无需提供任何证据即可对进口食品实施单方面扣检；六是强化原产地标注，加工食品未标注最后加工地、非加工食品未标注原产地均被视为“错误标签”食品。

我们认为，美国《2009年食品安全加强法案》不能简单地视作一种技术性壁垒，只关注其贸易保护主义色彩。《法案》体现了美国在食品安全管理方面前瞻性的探索，是落实食品安全“过程管理”的有力行动。《法案》强化的六个环节是食品安全管理重要的组成部分，值得各国借鉴。

当然，该《法案》仍存在一些不足之处，最主要的方面就是依然保持了政府部门较大的自由裁量权和监管权，而不是完全相信企业对于食品安全“过程管理”的能力。在以下一些方面《法案》可能对全球食品贸易构成不利的影响：

一是对中小企业形成“挤出效应”。《法案》将增加中小企业的运营成本，这将削弱全球食品的供应能力，不利于保障食品安全。在全球食品供应链中存在大量中小企业和农户，如果强制性地要求他们制定实施食品防护计划、通过食品安全认证、建立食品召回制度等，将大大增加这些企业的经营成本，甚至迫使其退出市场。

中小企业通常是大企业食品链的一部分，食品安全监管属于大企业的内部管理，对其提出高标准的行政监管要求将大大增加中小企业的成本。《法案》对小型和极小型企业给予更长的过渡期，分别为2年和3年。但是，如果监管方式存在缺陷，那么给予再长的过渡期中小型企业也无法达到标准。

二是《法案》赋予FDA很大的自由裁量权，为实施贸易保护提供了便利。例如，《法案》规定FDA如果“有理由相信”该食品是掺杂、错误标签或违反法规的，可以要求企业自

愿召回产品，并发布公告告知可能受影响的人；FDA官员如果有理由相信某种食品是掺杂、错误标签的，因而违反法规要求，可以对食品进行行政扣留；扣留最长期限从30天增加到60天，要求举行非正式听证的期限从5天延长到15天。“有理由相信”是一种主观性很强的表述。我们理解美国FDA为了快速处理食品安全案件在“有理由相信”的条件下就采取行动，而不是每次都获得“确切的证据”后再采取行动。但是，这样可能造成FDA出于贸易保护主义的考虑来禁止国外食品进口，而不需要提供充分的证据，为实施贸易保护提供了便利。

三是由于发展中国家没有足够的合格的第三方认证机构，可能影响到正常贸易。《法案》规定，第三方认可机构可以是产地国的政府机构，也可以是FDA认可的其他个人或实体。由于美国FDA对发展中国家官方质量检验机构常常持不信任的态度，而发展中国家又没有足够的合格的第三方认证机构，最终会导致一些食品无法出口。

四是原产地标签规定并不科学。《法案》规定，加工食品应标注最后加工地（国家）；非加工食品应标注其来源地（国家）；未按要求标注视为“错误标签”食品。目前，没有科学证据表明，产品质量和原产地有必然的联系。原产地标签会误导消费者按照国家来源的不同来确定购买决策。此外，原产地标签并不是建立食品安全可追溯体系的必要条件，食品安全认证体系起到了食品可追溯的功能，再打上原产地标签是一种重复劳动，增加了成本。

任何一种食品安全管理措施和SPS措施都不可能是完美的，而是需要不断完善。对于美国《2009年食品安全加强法案》，我们在帮助企业了解《法案》的立法精神，增强出口企业的适应性。

（二）承认私营和商业标准的欧盟

2006年，欧盟开始实施的新食品卫生法规突出强调了食品从农场到餐桌的全过程控制管理，强调了食品生产者在保证食品安全中的重要职责，对食品从原料到成品贮存、运输以及销售环节提出了具体明确的要求，杜绝食品生产过程中可能产生的任何污染，更强调食品安全的零风险。同时新法规突出了生产过程中的可追溯管理与食品的可追溯性，强调食品尤其是动物食品的身份鉴定标识与健康标识。

值得注意的是，欧盟对于“自下而上”的私营和商业标准持比较认同和支持的态度。2001年，在欧洲零售商协会的倡导下，EUREPGAP标准首次对外公开发布。EUREPGAP吸收了良好农业操作规范的精华，同时整合了动物福利、环境保护、工人的健康、安全和福利等标准，成为一种有市场约束能力的认证。EUREPGAP有两个很突出的特点，一是对各种标准进行整合，这使得认证走向系统化的道路，将降低企业的认证成本，不再需要通过各种单一认证。二是由于零售商的市场地位，这种行业认证具有很强的市场约束力。

最初，EUREPGAP认证在种植业、养殖业初级农产品的生产中得到了应用，并逐渐扩大到其他产品。现在EUREPGAP认证的国际影响力越来越大，欧洲零售商组织在全球对其进行推广。

我们认为，EUREPGAP这种私营和商业标准在具体的细节方面可以讨论，但是反映出一种趋势：在食品安全的全程控制中，不仅仅依靠政府部门的外部监管，而通过认证形成市场内部强有力的约束机制，这将促进食品安全体系建设获得质的提高。这种认证既不同于企业认证，也不同于国家认证，而是一种整合了各种标准的行业认证。当前，国际上形成了许

多认证体系和许多种标准，而在实践中需要一种化繁为简、兼容并蓄的认证及标准体系，从而降低企业的食品安全控制成本。

（三）过度保护的日本及韩国

近年来，日本食品管理观念发生较大转变：食品业者被推到管理的前台，目的是发挥其主观能动性，使之成为食品安全管理的主角，政府主要负责制定规则，并进行引导和监督。HACCP、GAP、ISO9000、ISO22000、食品溯源制度等都是政府从这一角度出发，积极从欧美国家引进的食品安全管理新制度。“食品溯源制度”也是日本政府目前正在大力推广的一项食品安全管理新制度，目的是利用当今发达的信息技术，对每一件产品建立生产、加工、流通所有环节的“履历”，将其产地、农药使用情况、生产者、加工者、销售者等通过电子信息进行记录，一旦出现问题，通过记录就能够迅速找到原因，从而避免鱼目混珠、无从查找的现象出现。

日本政府认为食品安全管理从根本上来说是要加强“过程管理”，这符合了当前国际食品安全管理的发展趋势。但另一方面，日本又在实施“肯定列表制度”，“肯定列表制度”体现的是“结果管理”的食品安全思想，这其实是一种退步，并为贸易带来了很高的成本和不便。中国出口的食品要经历生产厂家、日本客户、中方质检部门和日本检验部门的四重检验才能被认定合格，这显然不是科学的食品安全管理方法。

2008年中国食品在日本抽检的违规率只有0.29%，远远低于美国、法国等其他进口国（见表7-1）。2009年中国对日出口食品违规率依然保持较低的水平。

表7-1：2008年日本进口食品前十位国家申报、检验、违反状况统计

国名	进口申报数量		检验数量			违反数量		
	件数	重量	件数	抽检比例	重量	件数	违规比例	重量
中国	473,343	3,561,180	88,205	18.6%	944,819	259	0.29%	2148
美国	209,145	12,539,684	19,037	9.1%	4,612,777	140	0.74%	44,732
法国	179,868	496,889	5302	2.9%	12,512	31	0.58%	4
泰国	128,792	1,472,303	16,767	13.0%	230,747	110	0.66%	3866
韩国	110,098	549,921	6932	6.3%	22,799	46	0.66%	53
意大利	76,921	275,998	3981	5.2%	5382	40	1.00%	9
澳大利亚	65,309	1,954,060	1888	2.9%	175,044	5	0.26%	24
越南	36,974	296,906	13,963	37.8%	87,675	72	0.52%	388
印度尼西亚	33,742	277,188	6430	19.1%	50,856	22	0.34%	167
巴西	31,622	1,248,408	1559	4.9%	29,220	16	1.03%	139

但是，中国食品在日本进口通关环节中面临非常苛刻的检查。中国每批输日农产品通关费用平均约15~17万日元，通关时间在4天左右，而被实施命令检查的农产品通关时间则需10~20天，且仓储、检验等通关费用成倍增加，加大了进口商的负担。由于通关时间过长，影响了新鲜蔬菜的产品质量，极大地削弱了中国输日农产品的竞争力。

日本现行命令检查制度存在下列不合理之处：一是不论货物进口量多少，出现二次超标，即实施命令检查；二是不管哪家企业超标，即对所有出口该产品的中国企业实施命令检查。此外，在执行命令检查时存在不合理的扩大化的现象，具体表现为扩大命令检查范围，影响中国主要农产品对日出口。如青葱检出问题，对大葱也实施命令检查；彩椒出问题，对

甜椒也实施命令检查；甜豆出问题，对荷兰豆也实施命令检查等。三是在命令检查中仍存在很大的自由裁量权，使企业面临很大的出口不确定性。

韩国对中国农产品进行歧视性的检测。韩国进口检疫制度取样和检测程序繁琐，一些标准比国际标准更严格。韩国对部分中国出口农产品的检验项目达到了100多项，并且货物到岸后往往不顾合同约定，临时增加韩国强制性检验和合同检验之外的检验项目，并依据该检验结果对未能达标的产品征收附加关税。例如对中国出口的冷冻红辣椒，在没有任何征兆的情况下，突然提出水分需达80%的要求，对于未达到水分要求的辣椒加征进口关税，给进出口商带来很大损失。韩国对中国出口产品事实上采用最严格的检验标准。韩国的检验方式主要包括感官检验、抽检和全检三种，一般对美国、巴西、泰国等主要进口来源地的产品实施感官检验，而对中国进口农产品一律实施全检，这显然是对中国进口农产品的歧视性做法。

日本和韩国都面临国内农产品价格过高、农业自给率低、农业人口老龄化等问题，对本国农业采取了过度保护的关税措施和SPS措施，从而违反了WTO的公平竞争的原则。

（四）步入正轨的新兴市场

近年来，新兴市场的食品安全管理方式正在逐步规范化和精细化，有与发达国家食品安全管理方式接轨的趋势。例如，2008年7月31日，南非农业部发布了《在南非销售的菜籽油的等级、包装和标志的法规草案》、《在南非销售的苹果的等级、包装和标志的法规草案》、《在南非销售的梨的等级、包装和标志的法规草案》。该提议的法规涉及质量和食品安全标准、包装要求、可追溯性要求、标志要求、禁止事项、取样程序、检验方法以及罚则。这说明南非的食品安全管理措施及市场准入措施正走向规范。

约旦政府在进口通关环节也进行了一定的规范。它们对不同风险的商品进行分类，如肉类、禽类、海产品、乳制品、婴儿食品等属于高风险食品，果汁、瓶装水、谷类早餐等属于中等风险的食品，咖啡、茶、酒精饮料等属于低风险的食品。风险不同的商品清关时间不同，抽检的数量不同，分别确定清关的时间和程序，并避免随意延长检验时间和增加检验项目。这样可以使风险评估的技术要求落到实处，限制过大的自由裁量权。

在1995年制定的《食品卫生法》的基础上，中国政府制定了一部颇具时代特点和新理念的《食品安全法》，并于2009年6月1日正式实施。新《食品安全法》是以食品安全风险监测和评估为基础，以食品安全标准为核心，进而以法律条文规范食品安全生产、经营、检验、食品进出口、事故处置、监督管理，直至法律责任，而且与2006年颁布实施的《农产品质量安全法》进行了良好的对接。

新《食品安全法》具有以下特点：

- 1、明确和强化了食品生产经营者作为食品安全第一责任人的责任，加大了对食品生产经营者相关违法行为的处罚力度，特别是提出了惩罚性赔偿制度。另外还规定了消费者优先得到赔偿的原则，加大了对消费者权益的保护。

- 2、设立“食品安全委员会”来协调监管部门，进一步理顺食品安全监管体制。确立了以一个监管部门为主、其他部门履行相关职责并相互配合的分段监管体制。

- 3、对食品添加剂进行了全方位的严格监管。《食品安全法》规定企业不得在食品生产中使用食品添加剂以外的化学物质和其他可能危害人体健康的物质，并首次规定国家对食品

添加剂的生产实行许可制度。

4、明确规定代言问题食品要承担连带责任。《食品安全法》规定社会团体或其他组织、个人在广告中向消费者推荐不符合食品安全标准的食品，使消费者的合法权益受到损害的，与食品生产经营者承担连带责任。

5、将进出口食品监管单列出来，使相关规定更明确具体。新颁布的《食品安全法》将进出口食品作为“食品进出口”一章单列出来，可以说涵盖了进出口食品安全监管的各个方面。

食品安全问题贯穿整个产业链，在“三鹿奶粉”事件发生后，中国政府很快制定了《乳制品工业产业政策》，从产业布局、市场准入、奶源供应、技术装备、投资融资、产品结构、质量安全、资源节约和环境保护、流通环节、监督管理等多个方面推动产业链的完善和可持续发展。

中国政府正在加快完善食品安全标准体系，为食品安全监管提供健全可靠的技术依据，提高中国食品安全监管的科学化水平。同时中国政府也在积极参与国际标准的制定和修订工作，及时调整完善食品安全国家标准的内容，使中国的食品安全标准体系既能保障人民群众健康、符合中国实际，又能满足国际贸易的需要。

二、中国农产品贸易遭受国外SPS措施情况

目前，中国农产品和食品行业已成为遭受国外技术性贸易壁垒最多的行业之一。中国肉类、蔬菜、水果等农产品及其加工品出口均遭到了国外技术性贸易壁垒的重重阻碍。国际农产品技术性贸易措施日趋复杂，从最初的通关环节壁垒和繁杂的产品检验检疫制度，到严格的产品包装和标签规则与复杂的合格评定程序和质量认证制度，再到苛刻的系统性法规；从“零容忍”的检测标准到食品安全全程控制的要求；从动物疫病区域化管理模式到原产地标签的强制性规定；国外农产品技术性贸易措施日趋完备，但对正常的农产品贸易已构成很大的障碍，不利于农产品国际贸易自由化。

2009年，WTO各成员共发出技术性贸易壁垒(TBT)通报1 890项，发出卫生与植物卫生措施(SPS)通报1108项。其中，有600多项TBT通报与农业和食品相关，SPS通报则大部分均与农业和食品相关。在这些通报中，有48个成员发出的通报直接与中国农产品出口贸易相关，其中SPS通报约200项，TBT通报160余项。中国农产品受国际SPS措施影响每年损失近100亿美元。

中国农业科学院的一份研究报告指出：2009年中国农产品出口美国、韩国、日本、欧盟受阻批次数量最多的是植物及植物源产品，达954批次，占受阻总批次的52.2%；其次为动物及动物源产品和水产及制品，分别占受阻总批次的27.8%、17.2%，其余2.8%的受阻产品为宠物食品及饲料。其中，植物及植物源产品和水产及制品出口受阻以美国最多，动物及动物源产品出口受阻以韩国最多。

植物及植物源产品中，蔬菜及制品和粮谷及制品受阻批次最多，均占植物及植物源产品总受阻批次的20%以上，水果及制品、坚果、调味品和植物源性中药所占比例分别为10%左右，咖啡及可可制品、食用菌和茶叶也均不同程度受阻。

根据我们在实践工作中的体会，我们将国际SPS措施分成以下四类：

一是“正常性的SPS措施”。国际SPS措施大多数是为了保障食品安全和人类的生命健康，以此为目的制定的许多SPS措施属于“正常性的SPS措施”。

但是，需要指出的是，当今食品安全风险评估的基础——食品毒理学，在研究和应用上仍存在诸多难点和不足。有关专家认为，药物毒性学十分复杂，有害物质随食品进入人体后的分布、代谢、转化、复合、排泄、富集等过程比药物毒理学更加复杂；毒理学研究方法只能使用动物体内和体外试验，难以实现大量快速筛选，影响因素复杂；分子生物学等新技术，如基因重组、转基因动植物等，尚有待进一步研究；有害物的人群流行性学调查存在诸多不确定性；等等。于是，我们在现实中看到，因没有时间或没有技术能力进行食品健康影响的评估，日本政府先制定了肯定列表，事后再进行风险评估。

日本“肯定列表制度”设定的5万多项药物残留标准中，只有1万多项是通过科学实验得到验证的正式标准（日本称“现行标准”），剩余的4万多项还需通过评估后才能转化为正式标准（日方称“暂行标准”）。日本对没有设定具体标准的药物残留，一律执行0.01ppm的标准，即“零容忍”。

日方曾承诺在5年内完成对所有暂定标准的审核工作，将其转为正式标准。但该制度实施后三年，调整过的标准仅几百项，今后即使按照年修改1000项标准的进度计算，也要40年的时间才能完成所有暂定标准的审核，这与其承诺的时限相距甚远。继日本实施肯定列表之后，欧盟农药残留新规规定了约1 100种杀虫剂在315种农产品上的最高残留限量，并对现有标准不能覆盖的农药在食品中的残留采用0.01ug/mL的“一律标准”。

“零容忍”其实就是现实中达不到的标准。这说明即使是从正当目的出发制定的“正常性的SPS措施”，也可能给贸易带来巨大的障碍。据测算，日本实施“肯定列表制度”后，中国茶叶、蔬菜、烤鳗出口受影响最大，分别涉及就业310万人、314万人和43万人。

二是“差别性的SPS措施”。在国际SPS措施中，实施“内外有别”的SPS措施变的越来越多。除了原产地标签的要求、对本国和国外企业检验力度有差别之外，在国际有机食品认证中还出现了“完全认证”和“等效认证”这种差别。

欧盟在2007年底出台了834/2007号新法案，取代了欧盟从1991年以来沿用至今的2092/1991号法案。这个新法案对于欧盟进口的有机产品将有两种不同的认证方式：一种叫“等效认证（也就是原来一直在用的认证）”，另一种叫“完全认证”。“等效认证”对有机产品生产和认证的要求比较低，信用度也相对较低，因为它不是一种100%有机认证。

“完全认证”意味着来自第三世界国家的有机产品必须完全满足欧盟的要求，它的信用度比等效认证要来的高，因为它是100%的真正的有机认证。我们认为，这种追求100%的认证一致性并不是科学的标准。而“等效认证”反而承认了各国的差异性，“完全认证”的要求对贸易会带来负面的影响。

三是“歧视性的SPS措施”。2009年底，英国环境粮农部制订新规定，华人如携带或邮寄方便面、奶茶、马铃薯、肉类、奶制品等，将面临没收、罚款甚至监禁。在新规定中，中国人传统馈赠礼品烤鸭、鸭翅、各种肉干、肉松、肉肠、月饼、含有肉类的汤类与方便面、马铃薯、甜栗子、柑橘类和葡萄类植物不得携带进入英国。中国的传统时令食品月饼，由于有的品种含有肉类且在制作过程中使用了猪油，因此也被列入被禁名单。所有奶类制品，不论是否新鲜、干制、煮熟、冷藏、粉状、罐装或真空包装，均禁止入境。

目前，美国、德国在内的20多个国家禁止寄递月饼入境。但是，英国政府如此大范围地禁止华人携带、邮寄传统食品的行为是一种典型的“歧视性的SPS措施”。英国环境粮农部对于禁令的解释是保护英国居民的健康，英国发生过疯牛病、口蹄疫、禽流感，英国消费者对于食品卫生防疫问题高度敏感的心情可以理解。但是，中国许多传统食品属于低风险的熟制品，英国政府在没有提供科学的风险分析报告的情况下就出台了禁令，是对华人食品消费权的侵犯。

四是“恐慌性的SPS措施”。食品安全事件的特点就是一起小事件在媒体的渲染下容易酿成一场大危机。中日之间的“饺子案件”就是这样一个突出的案例。一起个人投毒的个案引起两国之间的轩然大波，导致大量无辜的中国食品在日本超市下架，日本政府也对中国进口食品进行了高密度的检查。

三、中国应对国外SPS措施的情况

（一）完善食品安全全程控制体系

中国企业认识到，只有建立全程控制的食品安全体系，生产出真正安全的食品，才是应对国外SPS措施的根本之道。在此，仅介绍中国食品土畜进出口商会促进出口食品质量体系建设所采取的措施：

一是强化食品安全的“源头控制”。食土商会组织企业建立了食用菌、花生等出口基地，国外同行协会对这种政府牵头主导、商会推动协调、出口企业和种植农户共同参与的新型“联合体”标准化基地建设模式给予了高度评价。

蜂产品分会自筹资金引进国外先进无残留蜂药，通过会员企业向其备案蜂农免费发放。针对日本等国对蜂蜜用药的有关规定，蜂产品分化制定了严密的监控计划，并积极建立可追溯体系，坚决走“以质取胜”的道路。

二是强化食品安全的“过程管理”。食土商会禽肉分会推动禽肉企业建立和完善了“统一供雏、统一供料、统一供药、统一防疫、统一屠宰”的防疫和药残控制生产体系。这一体系经受住了2004年国内禽流感疫情的考验。禽肉分会100多家家禽饲养、加工一条龙企业及其几十万合同饲养农户无一发生禽流感。

禽肉分会还引导国内禽肉加工厂、兽药供应商、饲养户联合起来，建立禽用兽药采购平台。目前已有500多种兽药进入采购平台，采购金额达到3000万元。商会组织成立兽药采购管理专家委员会，对禽肉生产所需用药及药厂资质进行风险分析和动态调整。禽肉加工企业通过专家委员会审定的安全药品进行联合采购，这样采购的药品能够放心使用，并大大降低了用药成本。禽肉企业还通过“养禽一卡通”对养禽全程进行管理，只有对饲养场用药有管理权的企业才可能参与联合采购；而农户获得了“养禽一卡通”，用药情况具有可追溯性。禽用兽药采购平台不仅是建立了一个禽肉出口的标准平台，同时也建立了一个信用平台，获得国内外业界人士的充分肯定。商会还推动建立蜂蜜用药、鳗鱼用药采购平台，将这个成功模式复制到更多行业。

三是强化食品安全的“终端对接”。食土商会还和日本最大的流通企业之一的永旺公司合作，推出了“中国输日食品安全信息交换平台”。这一平台把输日食品企业产品信息与日本食品生产、加工和流通企业进行对接，使中国食品企业直接进入日方企业的采购渠道，

降低了企业的交易成本，为企业带来实惠。

四是推动企业建立产销履历制度，促进金乡大蒜、章丘大葱、安丘生姜等生产企业申请原产地保护。

（二）利用WTO争端解决机制保护中国企业权益

2007年12月26日，美国总统布什签署了2008财年农业拨款法，其中有专门条款禁止使用联邦资金“制定或实施”允许中国熟制禽肉产品输美的规定。该条款的规定不仅是对3年多来中美两国政府为推动肉类贸易所做工作的阻挠和否定，更是对中国和中国产品的歧视与不公平待遇，损害了两国行业和企业界的共同利益。

入世后，中国政府一直遵循WTO规则向世界开放肉类市场。

2001—2007年，中国从美国进口禽肉超过300万吨，尽管美国是中国禽肉产品的最大进口国，但美方一直不允许中国禽肉熟食制品进入美国市场，始终以各种理由将中国的产品拒之门外。2008年中国自美进口禽肉超过60万吨，出口为零。2009年3月10日，美国参议院正式通过涉及限制进口中国禽肉产品的“2009财年综合拨款法案”第727条款，继续关闭了中国禽肉产品出口到美国市场的大门。

2009年4月17日，中国就美国“2009财年综合拨款法案”727条款规定上诉世贸组织。2009年10月21日，美国总统奥巴马正式签署《2010年农业拨款法案》。该法案第743条款对“2009财年综合拨款法案”727条款作了修正，规定在满足加强检验核查、增强措施透明度等要求后，允许将拨款用于进口中国禽类或禽类制品。

2010年10月25日，世贸组织争端解决机构正式通过“中国诉美禽肉限制措施”专家组报告，裁定美国《2009年综合拨款法》关于限制中国禽肉进口的条款不符合世贸组织规则。这意味着我输美禽肉问题有望得到最终的解决。

（三）努力开展政府民间外交，积极维护中国食品国际形象

中国政府有关部门和行业组织在欧盟对中国禽肉熟制品开关问题上做了大量的工作，经过不懈努力，欧盟取消了长达6年的禁令。2008年12月，第一批中国禽肉已重新打入欧盟市场。

美国 鱼进口管理从美国FDA转到美国农业部，并将制定新的法规及检测标准，此项举措给中国 鱼对美出口造成阻碍。食土商会组织企业自筹资金聘请美国律师对美国农业部、FDA等部门进行游说，给中国 鱼行业争取了宝贵时间。食用菌分会对欧盟做了大量游说工作，促使欧盟放宽食用菌中尼古丁限量检验标准，并设立一个没有明确期限的过渡期。

自2009年首次在日本成功举办中国鳗鱼宣传促销活动后，食土商会2010年再次与日本鳗输入组合合作，在日本举办了中国鳗鱼推介会。该活动向日本消费者介绍了中国鳗鱼生产安全措施，并现场派发了2500份优质美味的鳗鱼饭。鳗鱼促销活动被日本《读卖新闻》等多家日本媒体报导，对于恢复中国食品在日本的消费信心具有重要意义。

（四）推动企业社会责任建设

根据国内外食品安全控制的理论和实践，食品安全控制的难点不在于是否采用HACCP、GAP这些全程控制的管理工具，而在于需要加强食品企业的社会责任，充分协调农户、生产商、加工商、流通企业、农业投入品供应商、消费者、政府等利益相关者，降低利益相关者互相博弈所带来的食品安全风险。中国企业在食品安全中的企业社会责任包括以

下几个方面：

一是企业要牢固树立食品质量安全责任意识，坚持诚信经营，建立健全的食品安全管理体系，树立对消费者和社会高度负责的态度。

二是要积极跟踪国际食品安全标准和SPS措施，使生产标准和体系与国际接轨。建立食品安全可追溯体系和食品召回制度，建立良好的危机处理机制。

三是企业要不断加大在食品安全方面的技术投入，大胆采用新技术和新方法，大力推广发展生态农业和建设合作经济。发展生态农业有利于提高农业的生产效率，充分利用农业资源，生产出深受消费者喜爱的有机食品；建设合作经济有利于改造小农经济，使得食品链内部的利益分配更加合理。

四是要善待员工，提高员工的福利待遇。企业需要让员工全身心地投入到食品链各个环节的监测与控制工作，避免由于员工不满而造成食品管理的疏忽大意或违规。

五是建立食品安全防控计划，防止人为的投毒事件。

(五)合理运用政策支持，完善农产品产业链的建设

目前，中国绿箱政策的运用还存在较大空间，应针对农业基础设施建设、农业科研、农业科技推广、检验检疫等进一步加大财政支持力度，设计合理的扶持政策组合，充分发挥绿箱政策在促进农业健康可持续发展方面的作用。管理学中有一个“短板理论”，是说一只水桶盛水的多少，并不取决于桶壁上最高的那块木块，而恰恰取决于桶壁上最短的那块。中国农产品产业链中的短板就是存在大量的小农户和中小企业。在产业链中只有让利益得到合理的分配，让小农户得到更多的支持，食品安全才会得到保障。

对于中国这样的发展中国家来说，应对国外SPS措施仍是一种艰巨的挑战。但中国政府、企业、行业组织将积极探索食品安全之路径，承担各自的责任，使更多安全、营养、美味的中国食品走向世界。

第二节 中日韩农产品贸易情况

一、中日韩三国农业概况

(一) 中国农业概况

2009年，中国农林牧渔业总产值为35477亿元人民币（约合5217亿美元），占国内生产总值10.6%。其中，农业、林业、牧业、渔业增加值分别为19699亿、1581亿、9640亿、3431亿元人民币，占农林牧渔业增加值比重分别为55.5%、4.5%、27.2%和9.7%。

自然资源：中国自然地理和气候条件复杂多样，总体看，中国农业的自然资源非常缺乏。中国人均耕地为一亩三分半，人均水资源拥有量只有2000多立方米，这两个指标只相当于世界平均水平的40%和26%；世界人均森林资源是中国的7倍，人均草资源是中国的2~3倍。由于工业化和城市化进程加快，2007年中国耕地面积为18.26亿亩，11年时间减少了1.25亿亩。而中国耕地的土壤肥力低于许多发达国家，质量较差的中低产田约占全部耕地面积的三分之二。中国农业生态环境破坏较为严重，约有1.5亿亩耕地受到不同程度的污染，过度垦殖与过度放牧造成农业可持续发展能力下降。

劳动力：2008年末，中国第一产业就业人数为3.07亿人，占全国总就业人数39.6%。其

中，初中文化程度以下的农民占农民总人数的85%；中专、高中文化程度约占14%，大专以上为1%左右。由于农业的比较利益低，中青年劳动力以及文化水平较高的劳动力纷纷进城打工，留守的农业劳动力越来越多的是中老年劳动力和妇女，农业劳动力素质呈结构性下降趋势。

科技水平：中国农业科技进步对农业增长的贡献率已提高到50%以上，但比发达国家低20~30个百分点。中国农业综合机械化程度达到45%，但对于农业科技的投入仍有不足；发达国家对农业科技的投入约占农业总产值的2%，而中国只有0.5%。我国农村化肥、农药利用率不足35%，比发达国家约低20个百分点。据有关研究，我国当前现代农业发展水平与日本20世纪70年代初期水平大致相当，我国土地生产率接近日本上世纪70年代及韩国上世纪90年代水平。同时，中国的农产品生产标准尚未完全和国际接轨。我国农产品标准的国际采标率较低，国家标准只有40%左右等同或等效采用了国际标准。

农产品价格：我国农产品价格低于日本和韩国。从2007年情况看，日本和韩国大米价格分别是我国的5.9倍、7.2倍；大豆分别是3.5倍、6.0倍；猪肉分别是1.5倍、1.6倍；蛋分别是1.6倍、2.0倍；奶分别是2.0倍、2.4倍。

自给率：目前，中国粮食自给率约为95%，大豆自给率约为30%，食用植物油自给率约为40%，食糖自给率约为90%，棉花自给率约为60%，细羊毛自给率约为30%，天然橡胶自给率约为33%，木材自给率约为60%。而水产品、园艺产品、畜禽产品的自给率很高。

专业化水平：我国农业产业化、市场化经营规模所占比例仅为总体的20%左右，主要的经营形式还是农户的小规模分散经营，农户平均生产规模仅为0.5公顷土地。农户为满足自家需求，既要种粮，又要种菜，多样化及兼业化经营在农村较为普遍，影响到农业专业化水平的提高

市场化程度：据专家研究，2005年，中国农业市场化综合指数为58%左右，其中农产品价格市场化指数接近100%，达到发达国家水平；农产品市场化指数为60%，标志着农产品的商品化率较低，许多农村的食物消费还处于自给自足的情况。农业要素市场化进程要慢于农业产出的市场化，农业劳动力和农业资金的市场化指数在40%左右；农业技术市场化发育水平明显滞后，土地市场化程度最低。

农业政策支持：目前，中国总体上已进入“工业反哺农业”时代。1999年，全国农民可统计的税费负担为1250亿元，2006年中央宣布全面取消农业税，减轻农民负担。2009年中央财政用于粮食直补和农机具购置补贴、良种补贴、农资综合补贴的资金达到1508亿元，比上年增长46.4%。

中国对农业的财政投入依然不足。发达国家财政支农的比重占农业总产值的30%~50%，印度、巴西等发展中国家也达到了10%~20%，2000年至2006年，中国财政支农的比重占农业总产值年均仅为7.6%。从财政支农的支出范围看，主要用于大江大河治理、农村税费改革转移支付、缓解县乡财政困难转移支付和补贴粮食流通企业，真正用于农业生产的只占11%左右。农业的政策性金融支持力度不够，农业政策性保险制度还不完善，农业风险分担机制尚未完全建立。

环境友好型农业：2009年，中国绿色食品国内销售额达到3162亿元人民币，绿色食品企业已达到6003家，生产总量接近1亿吨；出口总额达21.6亿美元，占全国农产品出口总额

的 5.6%。已开发的绿色食品产品覆盖农产品及加工食品的1000多个品种，其中，初级产品占30%，加工产品占70%。

（二）日本农业概况

2006年，日本农业产值只占国内GDP总量1.6%，农业总产值约合700亿美元。日本人均国民生产总值已达4万多美元，农民的收入水平基本与城市居民相当。

日本农业商品结构中，畜产品占30%，稻米占23%，蔬菜占24%，花卉、果类、豆、麦等产品占23%。总体看，日本种植业比重偏大，养殖业和畜牧业发展相对滞后。同时，日本农产品成本和价格非常高，大米的生产成本大约是美国的10倍，泰国的23倍。

日本现有1.25亿人口，国土面积36万平方公里，比我国的人口密度大了近两倍。农地总面积7215万亩，农户平均生产规模为1.6公顷土地，种植的作物种类多样化，兼业化农户比重大。

2008年，日本从事农业生产的人口为382万人，占日本总就业人口4%，且其中近70%的家庭主要收入是来自农业以外。日本农业人口呈老龄化趋势，65岁以上人口占农业人口58%。日本从事农业生产的人口虽然少，但农业从业人员的素质比较高。日本有农业大学42所，在校生8000余人，培养了一大批应用型的农业技术人才。

日本农业的基础设施好，交通运输发达，科技含量高。日本农业中大量使用小型拖拉机。每台拖拉机所负担的耕地面积在2公顷左右，大大超过了世界的平均水平。日本农业生物技术等高新技术得到大量的开发和运用，农技推广体系十分发达。

日本在20世纪70年代实现了农业产业化，农业产前、产中、产后等环节形成了社会分工与衔接，农民组织化程度大大提高，降低了农户从事经营的市场风险。

2005年，日本食物热量综合自给率只有40%。其中，大米、小麦、豆类、蔬菜、水果、鸡蛋、牛奶及奶制品、肉类、砂糖、水产品的自给率分别为95%、14%、7%、79%、41%、94%、68%、54%、34%和50%。

日本政府长期以来一直对国内农业给予高度的保护和补贴。每年日本政府对农业补贴的开支达400多亿美元，补贴率高达57%。日本农业过分依赖政府支持，缺乏采用新技术、人力资本投资和扩大经营规模的动力。日本农业不能伴随经济进步而成为高效、自立的产业，成为了日本国内产业中的一块“短板”。

面对农药、化肥污染带来的负面影响，日本政府从1992年起决定发展环保生态型农业，并确定了相关标准：不用或少用化学肥料、不用或少用农药、施用有机物、稻田冬季灌水养生、不翻地或少翻地栽培、使用土壤改良材料、装防虫防草罩网、创设绿色保护带，轮作、妥善处理田间废弃物等。日本农林水产省的测算表明，现在日本已采用环保生态型农业耕作法的耕地，已占全部耕地面积的16.1%以上。

（三）韩国农业概况

韩国现在有4685万人口，国土面积9.9万平方公里，人口密度是473人每平方公里。比中国的人口密度大了4倍多。

2005年，韩国总耕地面积为181万公顷，占国土面积18.1%，户均耕地规模只有1.3公顷。韩国农业GDP占全国GDP的比重为3.4%，约为268亿美元。韩国种植业、畜牧业、水产业占第一产业的比重分别为75%、13%和10%，种植业中，附加值高的蔬菜、水果、花卉等

经济作物发展较快。总体看，韩国农业和日本农业类似，种植业所占农业比重偏大。

2005年，韩国水稻占耕地的51%，占粮食生产的24%，生产量为470万吨。大麦、大豆、小麦、玉米的生产量分别为5.9万吨、10.5万吨、8000吨和7.3万吨。水果产值占农业产值的8.8%，占耕地面积的8.2%；蔬菜占产值的20%，占耕地面积的17%。大蒜、辣椒、苹果、西瓜、柑橘为韩国主要水果和蔬菜。人参和芝麻为韩国高附加值的经济作物，占农业产值的1.6%。韩国已经基本不生产棉花和蚕茧，油料作物中，以芝麻、花生和油菜为主，相对高产的油菜只占很低的比重。

2005年，韩国大米、大麦、小麦、玉米自给率分别为102%、61%、0.2%、0.9%；蛋类和奶类的自给率为99%，牛、猪、鸡的自给率约为70%。

韩国农业人口从1970年的50.6%下降到2007年的7%。其中，农业人口老龄化现象较为严重，年龄超过50岁的老龄人口占到70%。尤其是农户收入比城市工人收入约低20%，加快了年轻劳动力离开农业的速度。劳动力结构的脆弱使得韩国农业结构调整较为困难，韩国对开放市场或削减农业补贴一直持消极态度。

为了克服劳动力不足的问题，农业机械化在韩国得到了推广和普及。韩国农业社会化服务较为完善，实现了农业产前、产中、产后的系列化服务，农业生产呈现出机械化、大棚化、工厂化的发展趋势。

韩国农业坚持大米基本自给，其他粮食作物大幅度减少，积极发展高效益且具有出口竞争能力的园艺产品的生产，如蔬菜、水果和花卉等。韩国的金针菇、高丽参等农产品均具有一定的国际竞争力。

根据OECD的统计，2006年，韩国提供的农业补贴高达250亿美元，仅次于欧盟、日本和美国。从补贴额占农民收入的比例来看，韩国远高于欧盟、日本和美国：韩国的相应比例为63%、日本为53%、欧盟为32%、美国为11%。据韩国农林部官方消息，为抵御韩美FTA对韩国农业可能造成的冲击，韩国政府将通过贷款等方式加大对农民和农产品的支持。

中国农业科学院的一份报告显示，2007年，韩国对农业补贴额约为293亿美元。2005—2007年，韩国对主要农产品的支持占农场主收入的比重分别为：白菜（22%）、鸡蛋（24%）、禽肉（35%）、大蒜（47%）、猪肉（50%）、牛奶（56%）、牛肉（64%）、红辣椒（68%）、大米（70%）、大麦（72%）和大豆（88%）。市场价格支持（MPS）在韩国农业生产者支持估计（PSE）中所占的比重超过了90%。

韩国从2001年起制定了《环境友好型中长期计划》，积极发展环境友好型农业。韩国政府加大直接支付力度，鼓励韩国农民降低化肥、农药的使用量，采取环保的农业生产方式。

小结：日本、韩国在农业现代化水平、劳动生产率、社会化服务体系、市场体系、基础设施等方面好于中国。日本和韩国都是发达国家，“工业反哺农业”已达到了很高的水平，而中国农业得到的政府补贴比较少，农业发展仍有较大潜力。在农产品自给率、资源禀赋、农业结构的合理性等方面，中国的情况好于日韩。三国共同面临的问题就是人均土地资源少，难以形成农业生产的规模优势和专业化优势。中日韩三国在东亚区域内尚未形成有效的产业分工，以及日本和韩国对本国农业均实施很强的保护政策，造成日韩两国国内的农产品价格居高不下。由于农业劳动力人口的老龄化和年轻劳动力的不断流失，日本和韩国农业在

面对外部竞争方面都显得较为脆弱，农业结构调整的也比较缓慢。中国具有比较优势的园艺、畜禽、水产品，和日本、韩国重点开发的农产品有较大的重合性，这对于中国和日韩开展自由贸易造成了较大困难。同时，中国可以从欧盟、美国、台湾等地获得农业技术与投资。日本和韩国如不加强与中国在农业领域的区域化分工与合作，未来将面临更大的中国农产品进口的压力。

二、中日韩农产品贸易情况

(一) 中国是中日韩三国农产品贸易自由化程度最高的国家

中国农产品贸易由2002年的304亿美元增长到2009年的914亿美元，年均增长14.7%。这期间，农产品出口年均增速为10.2%，进口年均增速为19.7%，中国已成为世界第四大农产品进口国和第五大农产品出口国，预计2011年中国农产品进口额将突破600亿美元。

入世以来，中国较大幅度地开放了国内农产品市场，取消了数量配额、进出口许可证、限量登记、指定公司经营等非关税措施，实行单一关税措施来管理农产品进口。我国农产品平均关税水平为15.8%，不足世界平均水平的四分之一；关税形式单一，几乎是清一色的从价税；关税结构平坦，没有太高的关税高峰，实施税率与约束税率同一。中国已成为世界上农产品市场开放度最高的国家之一。

同时，中国采取零关税的农产品只占农产品总数的7%，动物产品等关税情况见表1。从表1可以看出，中国农产品进口平均关税约为日本进口关税的72.5%，韩国进口关税的32.2%。

根据入世协议，中国对小麦、玉米、棉花、食糖、羊毛、部分植物油进口实施关税配额管理，并从2007年起取消了植物油的配额，只使用关税措施。中国对肉鸡、植物油、酒和烟草实施自动进口许可管理。在通关环节、进口检查、农残及药残标准方面，中国没有象日韩两国一样采取过于严厉与繁琐的措施，而是尽量采取国际标准以及实现贸易便利化，不对出口国采取过多的影响贸易的措施。可以说，中国是中日韩三国农产品贸易自由化程度最高的国家。

表7-2：2007年中国、日本、韩国农产品进口关税情况

	中国	日本	韩国
总体关税水平（%，以下同）	9.9	5.1	12.2
农产品	15.8	21.8	49
动物产品	14.8	13.9	22.1
奶制品	12.2	154.7	67.5
水果，蔬菜，植物	14.9	12.3	57.8
咖啡，茶	14.9	15.5	53.9
谷物	24.5	64.3	133.7
油菜籽，油脂	11.2	10.9	40
糖和糖果	27.4	23.2	17.8
饮料和烟草	23	13.9	31.7
棉花	22	0	0
其他农产品	11.7	5.3	6.6
水产品	10.9	5.5	15.8

资料来源：WTO网站

（二）中日农产品贸易情况

1、中日农产品贸易概况

2009年，中国对日本出口农产品金额为76.9亿美元，同比减少0.2%。日本虽仍是中国农产品出口的第一大市场，但中国对日农产品出口占中国农产品出口总额的比重从2002年的31.7%降低到2009年的19.6%，降低了12.1个百分点。2002—2009年，中国对日本出口农产品金额年均增速只有3.8%，低于中国对全球出口农产品金额年均增速6.4个百分点。中国是日本农产品进口第二大市场，日本自中国进口农产品金额占日本农产品进口总额约为10%~13%。

2009年，中国对日本出口的主要农产品为：水产品及其制品26亿美元，占中国对日本出口农产品总额的33.8%；蔬菜9亿美元，占中国对日本农产品出口总额的11.7%；畜禽产品8.1亿美元，占中国对日本农产品出口总额的10.6%。三者合计占中国对日本农产品出口总额的56.1%。此外，中国还向日本出口了花生、肠衣、大米、水果、苹果汁、裘皮、茶叶、蜂蜜等农产品。

2009年，中国自日本进口农产品金额为4.5亿美元，同比增长15.4%。2002—2009年，中国自日本进口农产品金额年均增速为7.4%。中国自日本进口的农产品主要有水产品、调味品、奶粉、牛皮、蔬菜种子、糖果等。

2、日本农产品进口的关税壁垒

根据WTO贸易政策审议报告，2008财政年度的日本农产品平均关税率为17.1%，但这只是针对1800种农产品的平均关税值。从具体品种来看，日本对玉米、大豆和菜籽等产品已基本实现了零关税，而在牛肉、乳制品等产品上则保持着30%以上的关税税率。日本农产品高关税品种主要集中在第二章（牛肉和猪肉），第四章（乳制品），第七章（干豆类蔬菜），第十章（谷物，包括大米、小麦、玉米、大麦），第十一章（谷物粉、谷物和薯类淀粉），第十二章（花生），第十六章（猪肉及牛肉制品），第十七章（糖），第十八章（可可），第十九章（谷物制品），第二十一章（咖啡、茶浓缩精汁），第五十章（蚕茧）。

2009年，日本对部分农产品征收高关税情况如下：牛肉38.5%，部分奶及奶制品35%，小麦粉、大麦粉、米粉、淀粉 25%，咖啡25%，葡萄糖及果糖29.8%，海藻类40%，牛、羊、猪皮12%~16%，香蕉20%~25%，柑橘16%~32%，冷冻菠萝 23.8%。

日本对部分产品依加工深度按关税升级原则设定了相应的

关税。比如生猪肉关税4.3%，加工猪肉关税8.5%；对咖啡免税，对咖啡加工品征收25%的关税。配额内进口部分往往对品种、价格、国别、用途等均有限制，以大米为例，日本政府招标时以长粒米为主，中国大米所占比重很少，美国大米份额占50%~60%，导致中国大米难以对日出口。日本关税配额管理程序复杂，透明度有待提高。例如，仅公布获得配额的企业名单，但不标明各企业获得的配额数量，致使配额申请人无法通过横向比较来评估分配结果的公正性。

3、日本农产品进口的非关税壁垒

（1）命令检查制度

中国每批输日农产品通关费用平均约15~17万日元，通关时间在4天左右，而被实施命令检查的农产品通关时间则需10~20天，且仓储、检验等通关费用成倍增加，加大了进口商

的负担。由于通关时间过长，影响了新鲜蔬菜的产品质量，极大地削弱了中国输日农产品的竞争力。

现行命令检查制度存在下列不合理之处：一是不论货物进口量多少，出现二次超标，即实施命令检查；二是不管哪家企业超标，即对所有出口该产品的中国企业实施命令检查。此外，在执行命令检查时存在不合理的扩大化的现象，具体表现为扩大命令检查范围，影响中国主要农产品对日出口。如青葱检出问题，对大葱也实施命令检查；彩椒出问题，对甜椒也实施命令检查；甜豆出问题，对荷兰豆也实施命令检查等。三是在命令检查中仍存在很大的自由裁量权，使企业面临很大的出口不确定性。

（2）肯定列表制度

日本“肯定列表制度”实施4年多来，给中国农产品对日出口带来巨大影响。日方在设定标准和具体执行当中存在明显的不合理与歧视性，使得“肯定列表制度”成为事实上的贸易壁垒。

首先，农兽药残留标准设定不合理、不科学，存在歧视性标准。日本“肯定列表制度”设定的5万多项药物残留标准中，只有1万多项是通过科学实验得到验证的正式标准（日本称“现行标准”），剩余的4万多项还需通过评估后才能转化为正式标准（日方称“暂行标准”）。日方曾承诺在5年内完成对所有暂定标准的审核工作，将其转为正式标准。但从目前的情况看，日方此项工作进展非常缓慢，该制度实施后三年，调整过的标准仅几百项，今后即使按照年修改1000项标准的进度计算，也要40年的时间才能完成所有暂定标准的审核，这与其承诺的时限相距甚远。

其次，日本还设定了所谓的“一律标准”，即对没有设定具体标准的药物残留，一律执行0.01ppm的标准。而国际通行的做法是依据毒理学评价结果，并考虑“每日允许摄入量（ADI）”和“良好农业规范（GAP）”。不同农药的ADI不同，不同食品对ADI的贡献不同，农药暴露量和安全风险也不一样。日本对不同食品种类制定“一律标准”的做法，既不符合国际规则，也不符合SPS协定的科学原则。

第三，日本检查措施内外有别，阻碍公平贸易。尽管日方一再声称对内对外一视同仁，但实际上对进口食品和国内食品采取“外紧内松”的差别待遇，主要表现为：一是抽查比例不同。进口食品抽查比例平均为10%，有些甚至为50%、100%。而国内食品，以东京都为例，抽查比例不足1%。二是检查项目不同。2006年度日本对进口食品检查农药448项，兽药105项，饲料添加剂3项，合计556项。而对国内食品的检查项目则很少，比如东京都2006年只对50项农药和49项兽药进行检查，并缺少像孔雀石绿和硝基呋喃这样日本国内也在使用的重要项目。三是监管模式不同。对国内食品查出超标后，只对该批食品进行处理，对同类食品并不采取强化检查措施，而对进口食品则采取两批超标即对同类食品实施命令检查做法。四是超标信息披露形式不同。各地方政府对查出超标食品信息往往没有公开，或者拖后很长时间才公开，比如东京都的超标信息只能查到2003年。这与进口食品一旦被查出超标，立即进行大张旗鼓宣传的做法大相径庭。

（三）中韩农产品贸易情况

1、中韩农产品贸易概况

中国“入世”以来，中韩农产品贸易发展平稳，双边贸易额从2002年的21.7亿美元提高到2009年的31.4亿美元，增长了44.7%。

表7-3：2002—2009年中韩农产品贸易情况

金额：亿美元

年度	中国对韩国出口额	中国自韩国进口额
2002	20.4	1.3
2003	25.6	1.5
2004	21.2	2.0
2005	28.5	2.5
2006	28.9	2.3
2007	36.0	3.0
2008	31.7	3.3
2009	28.3	3.1

数据来源：中国海关

2009年，中国对韩国出口农产品金额为28.3亿美元，同比减少10.7%。韩国是中国农产品出口第六大市场。2002—2009年，中国对韩国出口农产品金额年均增速只有4.2%，低于中国对全球出口农产品金额年均增速6个百分点。中国是韩国农产品进口第二大市场，韩国自中国进口农产品金额占韩国农产品进口总额约15%。

2009年，中国对韩国出口的主要农产品为：水产品及其制品10亿美元，占中国对韩国出口农产品总额的35.4%；蔬菜2.9亿美元，占中国对韩国农产品出口总额的10.2%。此外，中国还向韩国出口大米、大豆、羊毛、芝麻、裘皮、花生、红小豆、禽肉、水果、蘑菇罐头，这十类农产品出口额合计占我对韩国出口农产品总额的19.8%。

2009年，中国自韩国进口农产品金额为3.1亿美元，同比增长15.4%。2002—2009年，中国自韩国进口农产品金额年均增速为12%。中国自韩国进口的农产品主要有水产品、砂糖、板栗、调味品、奶粉、金针菇、人参、方便面等。

2、韩国农产品进口的关税壁垒

2008年韩国农产品简单平均适用税率高达47.8%。其中，蔬菜、水果和植物产品的最惠国平均适用税率为57.8%，最高关税达到了887%；谷类及制品的相应税率分别为133.7%和800%。

韩国农产品税率在20%以上的税目占农产品税目总数的比例为54.1%。其中，税率在20%~60%之间的农产品税目占税目总数的41%，税率在100%以上的税目占税目总数的比例为9.9%。韩国农产品高关税品种主要集中在第四章（乳制品），第七章（蔬菜），第八章（水果），第九章（咖啡、茶、辣椒、姜），第十章（谷物），第十一章（谷物粉、第十二章（大豆、花生、芝麻等油籽），第十七章（糖），第十九章（谷物制品），第二十章（蔬菜水果制品）、，第二十一章（主要是蜂王浆），第二十四章（烟草）。

2009年，韩国制造业产品的平均适用税率为6.6%。但是，处于初加工阶段的食物、饮料和烟草的税率约52%，处于半加工阶段的税率高达约95%。中国大部分具有竞争力的农产品均在韩国市场准入配额管理范围之内。2009年，韩国对适用关税配额的产品范围进行了部分调整，并提高了部分产品的配额数量，但配

额内和配额外关税税率仍然保持在较高水平。实行市场准入配额管理的许多农产品的配额外关税高达300%以上，最高甚至达到800%。其中，小麦淀粉的配额内关税为8%，配

额外关税最高达800%；土豆粉的配额内关税为5.4%，配额外关税为304%；地瓜淀粉的配额内关税为11%，配额外关税为241%；其他淀粉的配额内关税为8%，配额外关税为201%到455%；大豆的配额内关税为5%，配额外关税高达487%；玉米的配额内关税为1.8%到3%，配额外关税高达630%；芝麻配额内税率为40%，配额外税率为630%；红豆绿豆的配额内关税为30%，配额外关税为421%到608%；种子用玉米的配额内免税，配额外关税为328%；饲料用根菜类的配额内关税为5%，配额外关税为101%；辅助饲料的配额内关税为5%，配额外关税为51%。韩国配额内关税与配额外关税的巨大差距，事实上相当于完全禁止配额外进口，有违于WTO有关取消数量限制的原则。

韩国调节关税制度对中国向韩出口影响较大。根据2006年度韩国贸易数据，在适用调节关税的产品中，过半数产品的进口一半以上来自中国。其中，鲈鱼占比达94.2%，腌虾和虾酱达93%，税则号0712391020项下的香菇达99.7%，粉丝达99.8%，豆酱饼达97.5%，税则号1904901000项下的蒸米或煮米也达到了88.8%。2008年度适用调节关税的产品与2007年度相同，但下调了7种产品的税率，下调幅度在3%~5%之间。

以下是韩国部分农产品进口关税情况：

(1) 鸡肉

目前，韩国对冷冻鸡肉的关税为21.5%，熟制品关税为30%。同时进口熟制品必须另外加付经济税10%，合计43%。熟制品关税税率比冷冻产品高近一倍。

(2) 活鳎鱼

韩国是我国鳎鱼出口第二大市场，仅次于日本。我对韩出口鳎鱼品种以活鳎为主，占活鳎全年出口数量将近50%，为我国活鳎出口最大的市场，近几年对韩活鳎出口仍呈上升势头。韩国为保护本国鳎鱼生产企业，将关税提高至30%，对我国活鳎出口带来很大的冲击。

(3) 绿茶

进口绿茶征收关税达513.6%，是世界各国进口茶叶关税中最高的，对我茶叶向韩出口造成巨大障碍。

(4) 松茸

目前韩国的松茸进口税率仍是偏高，调节后的关税仍有55%，主要因为韩国自产松茸，而日本松茸的进口税率为零。

3、韩国农产品进口的非关税壁垒

(1) 韩国对中国农产品进行歧视性检测

韩国进口检疫制度取样和检测程序繁琐，一些标准比国际标

准更严格。韩国对部分中国出口农产品的检验项目达到了100多项，并且货物到岸后往往不顾合同约定，临时增加韩国强制性检验和合同检验之外的检验项目，并依据该检验结果对未能达标的产品征收附加关税。例如对中国出口的冷冻红辣椒，在没有任何征兆的情况下，突然提出水分需达80%的要求，对于未达到水分要求的辣椒加征进口关税，给进出口商带来很大损失。韩国对中国出口产品事实上采用最严格的检验标准。韩国的检验方式主要包括感官检验、抽检和全检三种，一般对美国、巴西、泰国等主要进口来源地的产品实施感官检验，而对中国进口农产品一律实施全检，这显然是对中国进口农产品的歧视性做法。

(2) 韩国农产品进口招标中存在的问题

近年来,韩国对大蒜、生姜、洋葱、辣椒干、红小豆、芝麻、花生、大豆、荞麦等9种商品的进口实行关税配额制度,配额分配由政府委托韩国农水产物流通公社负责统一实施进口招标;配额外民间贸易部分则采取征收高关税的方法,以此限制进口。目前韩国采用的进口招标办法中存在一些不合理之处,对我农产品参加进口招标造成一定影响。

A、招标代理制度设置不合理,退还履约保证金不及时

韩方对进口招标实行代理制,中国企业不能直接参加韩国政府进口采购投标,必须委托其韩国代理公司方可参加。同时,韩国规定投标前企业需交纳5%的投标保证金,中标后交纳10%的中标保证金。根据国际惯例,卖方履约后,买方应及时将履约保证金全额退还对方。但韩国规定履约保证金要在6个月(大蒜为4个月)以后才能退还。如卖方货物在6个月内出现质量问题,韩方仍有权要求索赔。

B、招标方法不科学,缺乏公平性,对投标方明显不利

韩国进口招标采取价低者中标的方法,企业为了中标竞相压价,使得对韩出口商品的价格一降再降,出口利润极低,甚至出现亏损。由于招标部分的价格直接导致相关产品价格降低,过低的出口价格又可能遭到韩方的反倾销或其他限制措施,使中国企业左右为难。

另外,韩国单方面制定了一些较为苛刻的招标条件,我企业为中标不得不全盘接受,毫无谈判余地。如流通公社规定:如果大蒜投标价格超出流通公社的目标价格,招标结果将作废。也就是说,如果投标价格偏高,流通公社可以随时单方面宣布招标作废。投标方承担全部的风险和损失,极不公平。

C、检验条款不符合国际惯例,检验标准过于苛刻

按照国际惯例,检验一般为出口国检验,进口国复验,以出口国检验作为议付的依据。但韩国招标合同条款却规定卖方装船前,流通公社派人来产地检验,只有经过韩方人员检验确认后才可以装船,否则到货后韩方将予以退货。此外,到货还要通过其官方检验合格才付货款,如官方检验不合格还要从企业交纳的10%的履约保证金中扣款。在实际操作中,中方企业还经常遇到流通公社验货合格,货物运到韩国港口后,韩方又以货物混装率高、质量出现问题等为由扣款的情况。

第三节 中泰食品贸易现状及发展趋势

一、中国-东盟农产品贸易概况

中国入世以来,中国-东盟农产品贸易取得了较快发展,双边贸易额已从2002年的38.1亿美元提高到2010年的181.7亿美元左右,增长了3.8倍。2002年-2010年,中国对东盟农产品出口金额增长了2.8倍,出口额年均增长率为15.9%;进口金额增长了4.9倍,进口额年均增长率为21.7%。东盟已成为中国农产品出口第二大市场和进口第三大来源地。这与中国-东盟农产品贸易结构的互补性以及自贸区的建设是分不开的。

2010年,中国对东盟出口农产品74.6亿美元,比上年增长39.6%,占中国农产品出口总额的15.3%;中国自东盟进口农产品107.1亿美元,比上年增长24.9%,占我农产品进口总额的14.5%。贸易逆差为32.5亿美元。

表7-4: 2002-2010年我国农产品与东盟进出口贸易情况

(金额: 亿美元)

年度	出口额	进口额
2002	19.8	18.3
2003	23.5	26.4
2004	21.2	37.2
2005	24.2	36.8
2006	30.5	49.5
2007	39.3	70.8
2008	45.7	90.9
2009	53.4	85.7
2010	74.6	107.1

数据来源: 中国海关

中国对东盟主要出口保鲜大蒜、鲜苹果、冻鱼及冻鱼片、虾及制品、柑桔、梨、蘑菇罐头、花生、冻猪肉、洋葱等商品。中国自东盟进口的主要农产品是棕榈油, 2010年进口额为35.9亿美元, 占我自东盟农产品进口总额的33.5%。我自东盟还进口木薯干、天然橡胶、热带水果、大米、食糖、皮革原料等产品。

中国对东盟农产品出口前5大市场为印尼、马来西亚、越南、泰国和菲律宾, 这5大市场占我对东盟农产品出口总额的90.6%。中国自东盟农产品进口前5大市场为马来西亚、印尼、泰国、越南和新加坡, 这5大市场占我自东盟农产品进口总额的93.5%。

此外, 中国-东盟双边农业投资也非常活跃。泰国正大集团在中国以农业投资为主, 投资额已累计近50亿美元, 年销售超过300亿人民币。中兴能源等中国企业在东盟进行棕榈油投资, 单个项目规模超过亿元人民币。贸易和投资的双重纽带将推动中国-东盟农业合作走得更远。

二、中泰农产品贸易现状和发展趋势

(一) 中泰农产品贸易概况

泰国是中国重要的农产品贸易伙伴, 2010年泰国在我国农产品出口市场中排名为第10位, 进口国排名中为第9位。按照中国商务部的统计口径(不含林产品), 中泰双边贸易额已从2002年的6亿美元提高到2010年的36.2亿美元左右, 增长了5倍。2002年-2010年, 中国对泰国农产品出口金额增长了6.1倍, 出口额年均增长率为24.3%; 进口金额增长了4.6倍, 进口额年均增长率为21.1%。

2010年, 中国对泰国出口农产品11.9亿美元, 比上年增长38.7%, 占中国对东盟农产品出口总额的15.9%; 中国自泰国进口农产品24.3亿美元, 比上年增长38%, 占中国自东盟农产品进口总额的22.7%。贸易逆差为12.4亿美元。

中国对泰国主要出口保鲜大蒜、鲜苹果、鲜葡萄、鲜梨、干香菇、冻鱼及冻鱼片、花生、银耳、辣椒干、板栗等商品。中国自泰国进口的主要农产品是木薯干、木薯干淀粉、大米、鲜榴莲、鲜龙眼、山竹、冻对虾、鲜莲雾等商品。

中国对泰国农产品出口前5大省份为山东、云南、广东、江苏和福建, 这5大省份占我对泰国农产品出口总额的67.3%。中国自泰国农产品进口前5大省份及地区为广东、山东、

江苏、上海和浙江，这5大省份及地区占我自泰国农产品进口总额的82.3%。

（二）中泰农产品贸易面临的机遇和挑战

机遇

1、在享受自贸区优惠政策的同时，泰国企业还面临中国扩大进口的利好政策

中国是全球发展最快和最稳定的经济体之一。随着中国扩大内需和消费升级，以及中国-东盟自贸区带来的贸易便利化，泰国农产品企业已取得实实在在的贸易收益。尤其是2011年起，为鼓励进口，中国政府正进一步提高贸易便利化水平，清理非关税措施，更改和完善政策措施与通关检验环节，继续简化和放宽部分进口管理措施，减少进口环节和手续，降低进口费用和成本。可以预见，未来中国进口贸易环境将进一步改善，并出现一批以进口促进为目标的公共服务平台，这对泰国农产品企业而言无疑是一个利好。

2、中国农产品流通效率不断提高，有利于泰国农产品扩大出口

目前，中国商务部通过“双百市场工程”、“农超对接”等政策促进国内农产品批发市场的改造以及农产品流通效率。一批外向型的农产品批发市场和交易中心未来也可能得到政策支持，进行硬件和软件的升级。随着中国国内农产品流通成本的降低、物流冷链的进步和流通效率的提高，泰国农产品能更有效地进入主流渠道，减少市场的推广成本。

3、有机农业、旅游行业的发展将推动中泰农产品贸易发展

目前，随着“石油农业”和规模化农业弊端的暴露，以及消费者对于食品安全的重视，中国和泰国都掀起了有机农业发展的浪潮。2008年，泰国获得有机农产品认证的土地面积约为1.53万公顷，约占全国可耕作土地面积的0.07%。中国目前获得有机认证的有机产品种植面积已达到约100万公顷，有机产品出口总值超过4亿美元，国内销售总额超过40亿元。如果中泰双方未来达成有机认证的互认，对于推动双方有机农产品贸易将产生积极的作用。

此外，泰国旅游资源非常丰富，仍象一块磁石一样吸引着中国游客。中国旅行者对泰国美食和美景留下了深刻印象。如加强这方面的营销宣传，对于刺激泰国农产品的进口需求十分有益。

4、中国和泰国在农产品贸易结构上有较大的互补性

中国的温带水果、花生、食用菌、板栗等产品填补了泰国市场空白。而泰国在热带水果、木薯干、天然橡胶、大米等方面具有较强的国际竞争力。2010年，泰国天然橡胶、水果、大米、木薯干在中国农产品进口市场中的占有率分别为46.9%、27.3%、90.4%和80.7%，并均处于该项产品进口国排名的第一位。这说明这些优质的泰国农产品在中国农产品进口市场中已处于领跑的地位。

挑战

1、中国优势农产品向泰国出口仍面临一些障碍

目前，中国劳动密集型优势农产品对泰国出口仍存在一些障碍。一是关税壁垒。2004年开始实施的中国-东盟“早期收获”计划将具有发展潜力的大宗农产品如大米、玉米、小麦等粮食作物，油棕、橡胶、甘蔗等经济作物以及大量加工农产品排除在外，这些产品继续享受贸易保护。这导致中国的一些加工农产品无法向泰国出口。中国对全球农产品出口中，50%是初级农产品，另外一半是深加工农产品；但对泰国出口初级农产品的比例占到75%。苹果汁、番茄酱罐头等优势农产品对泰国出口量很少，与其出口竞争力不完全相符。

二是非关税壁垒。例如，从2006年开始，中国就正式提出向泰国出口中国熟制禽肉，但泰国至今没有完成有关程序。目前，中国禽肉熟制品已出口到日本和欧盟，这说明泰国禽肉的市场准入门槛比日本和欧盟还要高。这种产业保护的行为引起了中国企业的不满，并希望尽快能解决禽肉开关问题。

2、中国自泰国进口农产品的商品结构单一

我自泰国进口的农产品中，初级农产品进口额占进口总额的88.5%。中国自泰国进口的前6位农产品为木薯干、木薯干淀粉、籼米精米、鲜榴莲、鲜龙眼和山竹。这6项商品进口额合计占我自泰国农产品进口总额的75.4%。进口结构以初级产品为主，且集中在少数商品上，这意味着进一步扩大自泰国的农产品进口存在一定难度。

同时，泰国热带水果在品种、质量、生产规模、包装、保鲜、物流上具有一定优势，对中国海南、广西、云南的热带水果产业均造成一定冲击。

3、外国企业投资、政策支持、技术传播等因素提高了中国农产品的竞争力，缩小和泰国农产品的差距

2008年，泰国农产品出口总额约310亿美元，而中国农产品出口额仅为402亿美元，两国的出口商品结构和市场相似度较高。泰国部分农产品的产业集中度较高，企业规模较大，土地经营比较集中，产品质量控制相对严格，相对中国农产品仍保持一定的竞争优势。

但是，中国农产品正在逐步缩小和泰国农产品的差距。例如，由于雀巢等公司的技术输出，云南已成为世界五大咖啡巨头麦氏、卡夫等公司的原料基地，大大提高了竞争力。世界500强之一中粮集团目前正投资大米产业链，打造大米的生态品牌。随着中国和台湾签署ECFA协定，台湾的农业技术、管理优势和中国的劳动力、土地进一步整合，促进了中国农产品竞争力的提高。泰国农业还面临印尼、越南的“追兵”。这说明泰国农产品企业不能沉醉于既有的优势，和中国-东盟自贸区带来的短期市场的增长，而应加快和中国农业的融合。

4、行业对接不足严重影响双方的经贸合作

由于中国和泰国都主要出口劳动密集型农产品，许多产品在国际市场上处于竞争关系，双方业界的交流明显不足。不象中国和日本食品业界具有广泛的、机制化的合作关系。这在信息沟通、标准制定、搭建贸易服务平台、促进有机农业等方面，没有形成应有的紧密合作。

三、促进中泰农产品贸易的建议

(一) 推动中泰农产品产品标准、流通标准的统一

许多国家在农产品经营中面临的共同问题是产品过剩问题。尽管中国-东盟自贸区已经建立，但是中国和东盟的农产品产品标准、流通标准还有很多的差异性。建议中泰农产品业界联手推动水果、蔬菜、水产品、畜产品等产品标准、流通标准的统一，从而提高这些产品的流通效率。双方业界应加强交流，利用电子商务、拍卖行等新兴的流通业态，将其打造成为促进中泰国农产品贸易的新“助推器”。

(二) 加强信息沟通，推动中泰农产品差异化经营

目前，世界农产品市场上产品品种的差异性越来越高。例如饮料市场已从咖啡、茶叶

和可可产品的贸易向速溶咖啡、袋泡茶、保健茶、果汁、保健饮料等多品种的贸易发展。蔬菜贸易的品种已从马铃薯、洋葱等少数易贮品种扩大到芦笋、食用菌、黄瓜、甘蓝等40多个品种。中泰农产品业界应加强信息沟通、信息交换和国际协调,这样有利于双方在产业规划时尽量少撞车,避免出现恶性竞争。

(三) 推动贸易和投资共同发展

目前,中泰农产品贸易发展势头良好,但投资促进还有改进之处。中方食品业界希望和泰国同行加强交流,了解泰国木薯干等产品的投资可行性,促进企业加强对泰国的农业投资。

(四) 加强在有机农产品上的国际合作

中国和泰国作为农产品出口大国,目前最大的烦恼之一就是遭遇国外技术性壁垒。为此,双方业界应共同推动有机农产品的出口。在有机农产品认证、投资等方面加强行业交流。

(五) 进一步降低关税、非关税壁垒

希望泰国有关业界不要搞闭关主义,尽早开放禽肉市场。中泰禽肉业界也可形成合力,一起开拓中国广大的内需市场,并在国际市场上一起争取开放的贸易环境。

第四节 中欧食品贸易现状及发展建议

一、中欧农产品贸易概况

中国入世以来,中欧农产品贸易取得较快发展,双边贸易额已从2002年的26.8亿美元提高到2010年的117.4亿美元左右,增长了3.4倍。2002年-2010年,中国对欧盟农产品出口金额增长了2.8倍,出口额年均增长率为16%;进口金额增长了4.6倍,进口额年均增长率为21%。欧盟已成为中国农产品出口第三大市场和进口第五大来源地。

2010年,中国对欧盟出口农产品68.6亿美元,比上年增长16.1%,占中国农产品出口总额的14%;中国自欧盟进口农产品48.8亿美元,比上年增长24.9%,占我农产品进口总额的6.8%。贸易顺差为19.8亿美元。

中国对欧盟出口的前十大类农产品分别为:冻鱼及冻鱼片、肠衣、蔬菜罐头、裘皮、水果、虾及制品、冷冻蔬菜、花生、羊绒和无毛绒、羊毛。中国自欧盟进口的主要农产品是:烈性酒、猪肉杂碎、亚麻、乳清、威士忌、牛皮、水貂皮、婴儿食品、兔皮、大麦和橄榄油。

此外,中欧双边农业投资也非常活跃。例如,2011年2月,中粮集团斥资亿元人民币收购了法国知名的雷沃堡酒庄。雀巢公司率先在云南种植咖啡,建立咖啡种植示范农场和农艺协助中心,帮助当地农民种植小粒种咖啡。目前,云南已成为世界高品质咖啡基地。贸易和投资的双轮驱动,有利于中欧农业经贸合作健康发展。

二、中欧农产品贸易中存在的主要问题

(一) 关税管理措施

1、存在关税高峰,变相阻碍部分竞争产品进口

中国农产品进口平均关税水平为15.2%,不足世界平均水平的四分之一;关税形式单

一，几乎是清一色的从价税；关税结构平坦，没有太高的关税高峰，实施税率与约束税率同一。而欧盟农产品进口平均关税水平为22.8%，大米、猪肉、乳制品等进口关税均超过90%。

2、部分产品关税配额数量很少

(1) 大蒜

目前，欧盟进口中国大蒜配额数量为33,700吨。欧盟给予中国大蒜配额量每年按季度分配，不得跨季使用。每个进口商拿到的配额很少，很多进口商每季度只能获得几吨的配额。这些进口商从中国进口大蒜时，每个货柜只能装几吨大蒜或者拼柜，造成中国输欧大蒜的单位成本大大提高。欧盟对大蒜实施的进口配额管理方法，导致部分配额轮空，使配额的执行缺乏商业意义，从而给中国大蒜对欧出口造成障碍。

(2) 蘑菇罐头

2004年9月，中国商务部按照世界贸易组织相关规则启动了与欧盟的补偿性贸易谈判。经过中欧双方多轮艰苦的谈判和磋商，欧盟在原有给予中方22,750吨进口配额的基础上再增加5200吨。

尽管欧盟对中国蘑菇罐头的需求量很大，但给中国的配额却明显不足。目前欧盟进口我国的蘑菇罐头大部分属于关税配额外进口。按照欧盟相关规定，关税配额以外的进口蘑菇罐头需支付高额附加关税。需缴纳附加关税的中国产蘑菇罐头有盐水小白蘑菇、小白蘑菇罐头和其他小白蘑菇罐头等。盐水小白蘑菇在支付6.1%关税的同时，每100公斤必须再加191欧元的附加关税；小白蘑菇罐头需支付14.9%的关税，每100公斤另加191欧元的附加关税；其他小白蘑菇罐头缴纳14.9%的关税后，每100公斤还须再加222欧元的附加关税。

(3) 禽肉制品

2008年7月30日，欧委会批准欧盟成员国恢复进口中国熟制禽肉制品。然而，欧盟禽肉配额大部分给予了巴西和泰国。而中国同是世界禽肉的生产 and 出口大国，却没有单独的国别配额。中国只能与其他国家共享每年仅11,443吨的熟制鸡肉配额，配额外关税为1024欧元/吨，这对我国极为不公平。（见表1、表2）

表1 中国对欧盟出口禽肉数量及金额

（数量单位：吨 金额单位：美元）

时间	出口数量	出口金额
2008年开关后	100,	378,948
2009年	8,505	44,139,498
2010年	15,114	75,268,392

资料来源：中国海关

注：中国海关禽肉熟制品出口数量统计口径包含蔬菜等添加成分

如欧盟放开配额限制，预计我国每年出口欧盟10~15万吨的禽肉熟制品，品种以油炸鸡胸肉为主，平均价格大概4000美元/吨，出口总额预计4~6亿美元，可以解决15~23万养殖农民的生计，带动屠宰、加工、包装、运输、销售及相关产业工人5~8万人就业。

表2 欧盟禽肉进口国别配额

(单位: 吨)

国家	禽肉种类	关税	数量
巴西	盐渍禽肉	15.40%	170,807
泰国	盐渍禽肉	15.40%	92,610
其他	盐渍禽肉	15.40%	828
巴西	熟制鸡肉(鸡肉含量57%以上)	8%	79,477
泰国	熟制鸡肉(鸡肉含量57%以上)	8%	160,033
其他	熟制鸡肉(鸡肉含量57%以上)	8%	11,443
巴西	熟制火鸡肉	8.50%	92,330
其他	熟制火鸡肉	8.50%	11,596

(二) 欧盟茶叶农残标准限量的“零容忍”涉及项目越来越多, 阻碍了贸易发展

目前, 欧盟在一些农产品设定农残标准限量的时候, 无视《WTO/SPS协议》所规定的风险分析原则, 大量采用“零容忍”的农残标准。例如, 2007年以来, 欧盟大幅度增加进口茶叶农药检验的项目, 同时提高了标准的严格度。在数量上由1999年的6种增加到2007年的216种, 其中93.6%农药的最大残留限量为0.01mg/kg, 为检测仪器的最低检出限, 促进大大影响我茶叶对欧盟正常出口。我对欧盟茶叶出口从2004年最高的36.1万吨降至2010年的21.2万吨, 下降41.2%。

(三) 牛肝菌中尼古丁限量暂定标准缺乏科学性

2010年6月, 欧盟将牛肝菌中尼古丁限量标准暂定为2.3mg/KG。此举导致我国30%以上的牛肝菌无法对欧盟正常出口。云南是世界牛肝菌最大的产地, 年销量约占世界总量的65%(约2万吨), 带动了百万老少边穷地区农户脱贫致富。欧盟此举对云南当地就业产生了很大的不良影响。

我们认为, 野生食用菌中的尼古丁含量高低与外来损伤等自然生长及加工条件有关, 是人为不可控制的, 欧盟对内源性成分设定限量并不合理。牛肝菌在中国及欧洲已有上百年的食用历史, 从未发生过任何食用安全的案例。

三、促进中欧农产品贸易的建议

(一) 为中欧农产品贸易发展创造良好环境

我们建议, 政府部门向欧盟进行交涉, 充分考虑中国大蒜、蘑菇罐头、禽肉出口的实际情况, 大幅增加对中国相关产品的关税配额、合理公正地分配关税配额, 并且准许配额累积和转让。

欧盟在制定茶叶的农残限量时, 应和国际食品法典标准保持一致。如不能提出充分的科学依据, 不应实施“零容忍”的限量标准。

欧盟在设定牛肝菌的尼古丁限量暂定标准时, 应考虑其内源性因素和食用历史。中欧双方应组织共同的工作组, 研究牛肝菌中尼古丁内源性生物学产生机理, 并提出统一的检验方法和标准。在未充分提供有关科学实验数据前, 欧盟不应对牛肝菌中尼古丁限量标准设限。

(二) 贸易和投资的“双轮驱动”, 推动经贸健康发展

目前，中欧农产品贸易发展势头良好，但投资促进还有改进之处。建议中国和欧盟的政府部门为双方业界搭建平台，加强信息交流，促进双方企业在农业领域的投资合作。

（三）对接进口公共服务平台，推动进口渠道正规化

近年来，包括食土商会在内的行业组织培育了一系列品牌展览和行业大会，可和欧盟优势农产品形成良好的对接，促进其进口。例如，食土商会与欧洲休闲食品协会合作，共同举办中国国际休闲食品展。该展会国际化和专业化程度较高，可促进欧盟水果、有机食品、干果等产品的进口。食土商会对全世界葡萄酒价格进行分类整理，建立进口葡萄酒价格数据库，为海关审价提供参考。这样可为欧盟品牌葡萄酒出口商搭建桥梁，同国内专业葡萄酒进口商进行对接。

（四）利用电子商务推动中欧农产品贸易发展

目前，影响中欧农产品贸易最重要的因素之一是欧盟农产品价格较高，为此需要在流通环节降低交易成本，才能真正促进其进口。今后应该在中欧农产品贸易中积极开展电子商务，推动中欧食品进口渠道的正规化、便利化和低成本化。

第五节 人民币汇率机制改革以来农产品贸易情况及建议

2005年人民币汇率机制改革以来，中国农产品贸易总体保持了两位数增长。其中，进口增速大于出口增速，美国大豆、禽肉、水果，法国葡萄酒、大麦，加拿大油菜籽在我农产品进口中的表现十分抢眼。农产品贸易快速增长得益于稳定的人民币汇率环境，在当前出口成本不断上升、外需回升缓慢以及国际汇率波动很大的情况下，保持人民币汇率稳定是明智和正确的选择。

一、人民币汇率机制改革以来农产品贸易情况

（一）人民币汇改以来，农产品贸易保持稳定增长

人民币汇改以来，我农产品贸易总体保持了稳定增长。2005—2009年，我国农产品进出口贸易额年均增速达10.4%。这期间，水果、大米、鲜蔬菜、肠衣等出口额年均增速皆超过7%；大豆、植物油、水果、禽肉等进口额年均增速都超过两位数。自2005年以来实施并不断完善的人民币汇率机制为农产品进出口企业创造了稳定的贸易环境，得到了国内外业界的肯定。

2009年，农产品出口额同比下降2.5%，进口额下降7.3%，行业进出口表现明显好于全国外贸整体情况。人民币汇率在危机中保持了稳定，为农产品贸易稳定发展发挥了重要的作用。

（二）美欧国家在我现行汇率机制下明显受益

近五年来，我自美国大豆、禽肉、水果进口额年均增速分别为24.2%、35.7%和16.4%；自法国葡萄酒进口额年均增速为60.3%；自加拿大油菜籽进口额年均增速为79.8%。这些国家的农业生产者、经营企业在人民币币值基本稳定的环境下明显受益，分享到我经济增长的成果。

2005—2009年，美国在我农产品进口份额中由 23.5%提高到26.8%。国际金融危机发

生后，国际农产品价格大跌，美国农产品出口锐减，对美国农业造成很大冲击。在人民币汇率基本稳定的情况下，2009年中国自美国对进口大豆2181万吨，比上年增长41.3%；进口禽肉62.3万吨，增长6.6%；进口小麦39.6万吨，增长549倍。这为缓解美国农业困难起到了不可或缺的作用。

（三）进口增速高于出口，主要取决于需求因素

2005—2009年，农产品出口额年均增速为7.6%；进口额年均增速为12.7%，进口年均增速高于出口年均增速5.1个百分点。

据分析，低关税、国外农产品补贴、国内农业竞争力相对薄弱、土地资源的缺乏以及纺织、轻工、油脂等行业对优质原料的需求旺盛是农产品进口增加的根本原因。

二、人民币汇率对我农产品贸易的影响

（一）出口企业利润微薄，期盼政府部门保持汇率稳定

目前，多数农产品出口企业的利润率在2~3%徘徊。这主要因为我产品多停留在纯制造和纯出口的环节，附加值只有全产业链附加值的10%左右。随着油电水气、土地、劳动力等要素成本的上涨，出口企业已处于微利生存状态。业界普遍期盼政府部门保持人民币汇率稳定，否则大量企业将被迫退出市场。

（二）农产品企业消化人民币升值压力的难度更大

由于农业资本有机构成低且劳动生产率增长缓慢，农产品企业消化包括人民币升值在内的成本上涨压力难度要远大于工业品企业。蔬菜水果、水海产品等出口优势农产品的需求价格弹性较大，人民币升值则优势尽失。国外经验表明，农产品加工转化后产值能增加2~3倍。我出口加工农产品若加快产品升级，有利于消化人民币汇率波动甚至小幅升值的压力。但短期内，加工农产品需求价格弹性较大，市场竞争激烈与利润微薄，受汇率变化影响较大。

（三）人民币升值将加重国外产品对我农业形成的冲击

人民币升值固然可缓解我进口化肥、农药等生产投入品的成本压力，也可在一定程度上降低皮革、棉花、油料等产品的进口成本。但是，这对目前尚居劣势的部分农产品行业将造成更大的冲击；既有的劣势如再遇上汇率的压力，一些行业恐难免颓败、“崩盘”之厄运。

三、关于应对人民币升值挑战的有关建议

（一）积极扩大进口，减缓汇率升值压力

不断完善人民币汇率形成机制，使人民币汇率在合理、均衡水平上保持基本稳定，这符合我农业及农产品生产和贸易企业的根本利益。我政府已确定今后将采取六大措施扩大进口，促进对外贸易平衡发展。建议在农产品领域，鼓励企业进口农业低碳技术、秸秆处理技术、食品加工技术、废料处理技术等适用的农业技术，提高农业生产的总体水平。

（二）按照“调结构”的要求调整农产品出口退税率

目前，纺织、轻工等劳动密集型产品出口退税率的调整已基本到位，而农产品出口退税率的调整尚有一定空间。建议政府部门按照出口“调结构”的要求，调整农产品的出口退税率。

首先，应提高禽肉、猪肉、水产品等加工农产品的出口退税率。这些产品在国际市场上竞争十分激烈，提高出口退税率有助于巩固和提升这些产品的市场竞争力，对于促进农民增收和稳定国内价格水平也十分有益。其次，苹果、花生等初级农产品品种的技术含量越来越高，品种改良越来越快，不应再将其视作附加值低的产品，而应提高其出口退税率鼓励出口。第三，应利用出口退税政策鼓励乳制品、有机农产品等资本密集型和技术密集型农产品出口。

（三）发挥行业组织作用，应对人民币升值挑战

与其他国家和地区相比，我国行业组织的外贸促进和服务工作较为薄弱，这非常不利于实现外贸“保增长、调结构和促平衡”的要求。建议政府将支持行业组织的重点向公共服务平台建设倾斜。当前，农产品行业组织作用在建立采购、标准、信息、信用、流通、品牌等各种公共服务平台已做了有益之探索，如能得到政府更大的支持，可有效降低企业交易成本和运营成本，提升行业发展的内生动力。