

我国蔬菜进出口形势分析

——加入 WTO 一周年的回顾与思考

张真和 祝 旅

2001年11月11日,我国正式成为世界贸易组织的成员国,拥有世界1/5人口的东方大国开始融入经济全球化的大潮,世界瞩目,举国关注。蔬菜是我国农产品中优势明显、出口业绩显著的产业,入世一年来的形势如何?笔者带着这个问题在多方协助下进行了广泛调研,分析了大量数据,现编撰成文,向广大读者和业内人士介绍入世一年来全国蔬菜进出口贸易情况,以及笔者的忧虑和对策建议,供读者参考。

1 出口业绩可喜,进口稳中有降

据中国农业信息网资料,2002年1~10月,我国出口蔬菜319.89万t,同比增长18.24%;出口额21.19亿美元,同比增长13.63%;进口蔬菜7.68万t,同比增长-4.74%;进口额0.62亿美元,同比增长-4.01%;蔬菜进出口贸易顺差20.56亿美元,同比增长14.27%,相当于同期粮食类、原棉、食用植物油、食糖、水果类产品及畜产品和水产品进出口顺差的81.33%。预计全年蔬菜出口总额可达25亿美元左右,进出口贸易顺差可望超过24亿美元。这表明,我国蔬菜产品继续保持较强的优势,在平衡农牧渔业产品国际贸易中的作用十分突出。纵观加入WTO一年来的蔬菜出口形势,可概括为以下4个特点。

1.1 出口增长势头保持良好

据农业部信息中心分析,2002年蔬菜出口一直保持良好的增长势头。1~3月出口84.8万t,比2001年同期(以下简称同比)增长17%;1~6月出

口181万t,同比增长19.8%;1~9月出口278.1万t,同比增长25%;1~10月出口319.89万t,同比增长18.24%。另据国家海关总署对149个国家(地区)的蔬菜出口统计资料分析,2002年1~10月出口量369.44万t,出口额20.44亿美元,同比增长18.22%和15.31%,对东南亚、南亚、西亚南部、东北亚、俄罗斯、东欧和台湾省等周边市场,出口量的增幅达40.78%至11.42倍,出口额的增幅达42.86%至15.65倍。

1.2 主体出口市场得到巩固发展

由中国进口蔬菜10万t以上的国家和地区,属于我国蔬菜出口的主体市场。2001年,由我国输送蔬菜10万t以上的国家和地区已达到10个,共出口蔬菜298.55万t,出口额18.73亿美元,占全年蔬菜出口总量的77.77%、出口总额的82.90%。其中日本是最大的蔬菜出口市场,出口量、出口额达到了132.94万t和11.78亿美元,占全年蔬菜出口总量的34.63%、出口总额的52.15%。2002年1~10月,10万t以上的蔬菜出口大市场增至11个,共出口蔬菜276.38万t,出口额16.25亿美元,占1~10月蔬菜出口总量的74.81%,出口总额的79.50%,同比增长9.85%和9.60%。但对日本国的蔬菜出口呈负增长。

1.3 骨干出口市场显著拓展

加入WTO以后,有关方面为了抢抓机遇,在巩固发展蔬菜出口主体市场的同时,积极实施多元化拓展蔬菜国际市场策略也收到了明显的成效。据国家海关总署对149个国家和地区蔬菜出口统计数据,2002年1~10月,我国对千吨以上骨干市场的出口量为91.23万t,占出口总量的24.69%,同比增长18.79%;出口额达到4.09亿美元,占出口总额的20.02%,同比增长8.05%。这是1~10月全国蔬菜的出口量和出口额均保持两位数增长的原因

张真和,研究员,全国农业技术推广服务中心,北京100026,电话:010-64194502

祝旅,中国农业科学院蔬菜花卉研究所

收稿日期:2002-12-30

之一。

1.4 主导产品出口大幅度增长

据国家海关总署对 115 种(类)出口蔬菜产品的统计资料,2002 年 1~10 月出口量超过 10 万 t 的产品依次为鲜或冷藏的蒜头、未列名鲜或冷藏的蔬菜、番茄酱罐头、鲜或冷藏的洋葱及青葱、姜、小白蘑菇(洋蘑菇)罐头、冷冻未列名蔬菜、鲜或冷藏的胡萝卜及萝卜、盐水腌渍的其他蔬菜及什锦蔬菜,共出口 228.75 万 t,占同期蔬菜产品出口总量的 61.92%,同比增长 36.87%;出口额 8.84 亿美元,占同期蔬菜出口总额的 43.25%,同比增长 25.65%,显著高于出口总量和出口总额的增长幅度。

2 出口形势分析

2.1 “绿色壁垒”明显增强

事实上,“绿色壁垒”并不是 2002 年才出现的,但 2002 年确是表现最突出的一年。例如,在我国刚刚成为 WTO 正式成员国,日本政府就将 2002 年 1 月定为中国蔬菜检验加强月,对我国输往日本的保鲜蔬菜实行批批检验;3 月份,日本厚生省决定将迅速增长的进口冷冻蔬菜列入农残检验商品范围;7 月 10 日,日本的三个联合执政党向国会提出食品卫生法修正案,其核心内容是全面禁止特定国家多次农残超标蔬菜的进口,次日日本政府即向日本进口食品安全推进协会等团体发出了控制中国产冷冻菠菜的指导通知,并通知各检疫所将冷冻蔬菜的检疫范围由原来的 18 种扩大到全部冷冻蔬菜,加上日本某些媒体的大肆炒作,致使中国蔬菜对日出口量显著下降。据国家海关总署统计,2002 年 1~7 月,对日保鲜蔬菜的出口量同比下降 20%,干、鲜香菇的出口量同比下降 28%,使冷冻菠菜出口严重受阻;8 月份以后虽然有所好转,但截止到 10 月底,对日蔬菜出口量和出口额,同比仍减少 8.49 万 t 和 2600.68 万美元,降低了 7.88% 和 2.86%。

究其原因,我们自身的问题是一方面,“绿色壁垒”是另一方面。而且随着时间的推移,“绿色壁垒”可能还会越来越严重。

2.2 积极应对,效果显著

应该说,国家对入世后可能遇到的“绿色贸易壁垒”或“技术贸易壁垒”已有一定的思想和技术准备。国家及有关部门早已开始发展了“绿色食品”,2001 年又启动了“无公害食品行动计划”,制定和颁布了“无公害食品管理办法”、“无公害食品标准”,加强了对农业生产资料、农产品质量的检验和监督。2002 年,国务院专门召开会议,部署加强新一轮“菜篮子

工程”工作,重点要求保障食品安全卫生。各地蔬菜生产单位、企业甚至个体农户也都提高了产品安全意识,实施“无公害蔬菜生产技术规程”,使蔬菜产品质量显著提高。我国蔬菜出口大省山东省面对“绿色壁垒”,采取了“推动农业标准化建设,加快与国际市场接轨;推动农产品出口结构的适应性和战略性调整,主动化解外国技术壁垒;推动多元化市场开拓,赢得新的出口空间”及“建立覆盖全程的质量检测体系,从源头上提高农产品质量;建立快速反应预警机制,及时协调解决农产品出口中的突发性事件”等应对措施,实现了 2002 年出口的快速增长。2002 年 8 月,“中国食品土畜进出口商会蔬菜分会”成立,必将并已经在蔬菜出口经营活动的协调、维护国家和企业的利益、开拓国际贸易市场、组织有关企业进行反倾销应诉等方面起到重要作用。在 2002 年的一年里,我国在果品、蔬菜及其他农产品的出口方面连连“破壁”,正说明我国应对措施取得了成功。

但是,因为我国刚刚加入 WTO,在农产品国际贸易管理体制、机制、人才等诸多方面还不很适应,面对重重技术壁垒,尚缺乏更有效、及时的应对方略和经验,需要进一步改进和完善。

2.3 出口平均单价持续走低

低价位确实是我国蔬菜参与国际竞争最有利的条件,但是过分依仗低价位竞争优势,或者由于缺乏行业协调、自律而竞相杀价出口,对于进一步拓展国际市场并不一定有利。首先,反暴利是世界各国的通行做法,价位低于一定水平,对于目标市场的进口商来说,绝对利润反而要降低。其次,价位过低将加剧与进口国竞争对象的矛盾,致使其丧失正常竞争信心,转而采取非市场竞争手段限制我国蔬菜的输入,从而引发贸易摩擦。第三,竞相杀价出口势必降低出口企业的利润,影响其发展壮大。令人担忧的是 1999 年以来,我国出口蔬菜的平均单价逐年降低。据有关资料分析,2002 年 1~10 月,出口蔬菜的平均单价已降至 0.55 美元,比 1999 年下降了 19.12%。从分类产品的均价看,与上年同期比较,2002 年 1~10 月,蔬菜价格总水平下跌 4.20%,其中鲜或冷藏蔬菜类下跌 7.70%、非醋方法制作或保藏的蔬菜类下跌 3.69%、冷冻类蔬菜下跌 1.86%、腌渍蔬菜类下跌 3.60%、暂时保鲜蔬菜类下跌 0.4%、其它蔬菜类下跌 2.98%。

3 发展对策与建议

3.1 理顺管理体制,建立出口协调机制

深化改革,理顺农产品产销管理体制,从根本上

解决长期以来蔬菜产、加、销脱节及贸、工、农分离的问题,建立统一、高效、快捷的农产品出口协调机制。

首先要借鉴发达国家的经验,把包括农产品在内的食品生产、加工、贸易、运输、质量认证、检验检疫、卫生和农业环保等一系列行政管理职能全部划归农业部或由农业部统一组织协调,形成统一、有序、高效、快捷的管理体制,以促进我国食品特别是农产品生产、贸易的国际化。

其次要鼓励、支持行业商会、产业协会在蔬菜出口贸易中发挥组织协调和解决争端的作用,整顿外贸市场秩序,规范进出口贸易行为,实现行业自律。当务之急是,抓紧对由不同部门组建的行业商会、产业协会、专业协会进行调研、协调、整合、授权,使之成为政府规范管理市场的得力助手和业务工作实体,及时沟通业内信息,加强对企业出口市场的协调,避免低价竞销引发贸易摩擦。

3.2 构建全方位信息服务平台

利用信息系统引导菜农以销定产,生产适销对路的产品;为出口企业捕捉国际商机提供信息通道,并促进监测、检验、检疫工作更好地与国际接轨。出口蔬菜涉及到蔬菜的种植、加工、包装、贮运和出口等各个环节的正常运转,主要依赖于蔬菜输入国市场需求的稳定增加,需要建立完备的信息系统,实现信息资源共享,为不断扩大蔬菜出口贸易提供及时、准确、有效的信息服务。

3.3 面向进口大国,拓展全球化多元化市场

目前,我国已与150多个国家和地区建立了蔬菜出口贸易关系,全球化多元化的市场格局已初步形成,但必须突出重点,进一步拓展蔬菜出口市场。因此,要以进口40万t以上的日本、我国香港、韩国为重点,组织力量,进行个案分析,制定切实可行的开发计划,分步实施。同时要积极跟踪开发进口量在20~40万t的国家和地区的蔬菜市场,逐步扩大我国蔬菜在这些国家的市场份额。但需注意,向任何一个国家市场投放的总量和品种不宜过分集中,

不然就可能引发贸易争端。

3.4 建立质量安全体系,积极应对技术壁垒

首先是严格选建出口蔬菜生产基地,制定并实施无污染蔬菜生产技术规程,建立标准化生产体系。其次是建立健全质量标准体系,尽快参照国际标准制定、修订农业行业标准和国家标准,切忌过严;出口企业应按照目标市场国的检测指标要求建立严密的企业质量标准体系。第三是按照国际惯例,建立健全职能分制的无公害、绿色、有机蔬菜产地认定和产品认证体制和机制。第四是建立健全产地检测服务体系。第五是积极稳妥地推行市场准入制。第六是建立完备的行政监管机制。

3.5 优化产品结构,提高质量档次和出口效益

近年来,出口蔬菜的价格变化较大,在总体均价下跌的情况下,蔬菜罐头类、脱水蔬菜类、盐水蔬菜类、暂时保鲜蔬菜类和冷冻蔬菜类产品的价格保持较好,鲜或冷藏蔬菜类价格下跌较多,应认真进行具体分析研究,及时优化调整产品结构。同时,应积极采用光电智能多重分级包装和真空预冷技术装备进行采后处理,提高产品质量档次,提高产品竞争力和出口效益。

3.6 利用气候多样性,发展互补型竞争贸易

我国幅员广大,气候多样,适宜各种蔬菜生长,可以最大限度地实现蔬菜的适地种植,不仅可以有效地保证蔬菜的产品质量和低成本生产,而且能为输入国淡季市场提供质优价廉、花色品种多样的蔬菜,这是地域气候局限性大的国家和地区所不具备的。应当把充分利用这一优势与输入国发展互补型竞争贸易,作为巩固扩大蔬菜出口市场的一大战略来实施。例如利用热带和南亚热带天然温室气候资源,发展面向东北亚、欧洲、北美洲国家和日本、韩国冬季市场的鲜或冷藏蔬菜出口;利用高纬度和高海拔的夏季冷凉气候资源,发展面向东南亚、南亚、西亚南部、南美、北洲国家和地区夏秋季市场的鲜或冷藏蔬菜出口等。

科技简讯

关于召开全国茄子育种工作交流会的通知

为适应茄子生产的发展,促进茄子新品种的应用和推广,加强茄子育种经验和材料的交流,经中国园艺学会批准,中国园艺学会蔬菜专业委员会决定于2003年6月在杭州召开全国茄子工作交流会,会期3天。邀请全国从事茄子科研、教学、种子推广经销及生产单位届时参加会议。报名截止日期:2003年5月1日。联系人:毛伟海 联系电话:0571-86408695,86404363,86404260(传真) E-mail: yzxbgs@zaas.org lianyong@mail.caas.net.cn 通讯地址:杭州市石桥路198号,浙江省农科院蔬菜研究所 邮政编码:310021