

# 中国蔬菜出口美国现状和竞争力分析

招洁欣 黄越 贺梅英\* 杨暹

(华南农业大学经济管理学院, 广东广州 510642)

**摘要:** 中国是重要的蔬菜生产大国, 产量位居世界前列, 蔬菜产品远销世界各地。但在中美贸易战和新冠肺炎疫情的背景下, 中美贸易摩擦增加, 中国蔬菜出口美国的外部环境错综复杂。研究发现, 2017—2021 年中国蔬菜出口美国的出口额整体呈现先降后升, 出口量波动较大的趋势; 美国蔬菜进口国中, 中国的市场占比逐年下滑; 中国蔬菜出口美国市场的不确定性上升, 特别是在关税、供应链、汇率、检验检疫等方面面临着巨大的挑战。由此, 针对中国蔬菜出口美国的现状提出建议: 建立健全信息网络体系建设, 助力蔬菜出口企业了解最新资讯; 制定与完善蔬菜质量标准体系, 提升蔬菜出口竞争力; 扶持蔬菜出口相配套的产后包装、运输等产业发展; 增强蔬菜品牌管理, 提升产品知名度; 鼓励建立出口生产基地, 实行规模化、标准化生产。

**关键词:** 中国蔬菜; 出口贸易; 竞争力; 美国

中国是蔬菜生产、贸易大国, 蔬菜产品远销 190 多个国家和地区。蔬菜作为中国出口量排名前 3 的农产品, 2021 年出口创汇金额达百亿美元以上, 对于维持中国农产品出口贸易稳定发展起着关键性作用。从时间段来看, 中国对美国蔬菜出口呈现阶段性的特征: 1995—2001 年受亚洲金融危机及中美纷争影响, 中国蔬菜出口美国的金额呈现负增长; 2002—2007 年中国蔬菜综合竞争力增强, 蔬菜出口额呈现稳定增长; 2008—2009 年受国际金融危机影响, 中国蔬菜出口量下降; 2010—2016 年期间中国蔬菜出口额继续稳定增长 (胡雪萍, 2018); 2017—2021 年, 受中美贸易战和 world 新冠肺炎疫情影响, 中国蔬菜出口美国的数量和金额波动较大。

笔者对 2017—2021 年中国蔬菜生产及出口美国的情况进行总结, 并探讨了影响中国蔬菜出口的各种因素: 如关税壁垒、汇率 (李佳敏和何伟,

2021)、技术性贸易壁垒 (张学杰, 2018) 以及产品技术的不良性 (艾玲, 2020) 等, 从多角度对中美贸易战和新冠肺炎疫情对中国蔬菜出口效率以及给中国蔬菜出口带来的变化进行探讨, 分析中国蔬菜向美国出口存在的各种阻力, 为挖掘中国蔬菜输美市场潜力提出建议。

## 1 中国蔬菜生产与出口美国情况

本文所研究的蔬菜范围覆盖面广, 对 100 余个不同种类蔬菜进行了研究, 包含海关总署公布的 HS 编码中商品编码前两位为 07 和 20 的商品, 即第 7 章食用蔬菜、根和块茎全章, 以及第 20 章蔬菜、水果、坚果或植物其他部分制品中涉及蔬菜的部分。

### 1.1 中国蔬菜总体产量及种植面积

根据国家统计局公布的数据, 2017—2021 年中国蔬菜播种面积由 1 998.1 万  $\text{hm}^2$  上升至 2 198.6 万  $\text{hm}^2$ , 产量由 69 193 万 t 上升至 77 549 万 t (图 1)。近年来我国蔬菜产量排名前 5 的省份主要是山东、河南、江苏、河北、四川。

### 1.2 中国蔬菜出口总体情况

2017—2020 年中国蔬菜出口总额不断下降, 由 150.28 亿美元降至 138.72 亿美元, 直至 2021 年出口总额才略有上升。2017—2021 年蔬菜出口数

招洁欣, 专业方向: 国际经济与贸易, E-mail: 981898433@qq.com

\* 通信作者 (Corresponding author): 贺梅英, 女, 副教授, 硕士生导师,

专业方向: 农产品贸易, E-mail: hmy\_gd@163.com

收稿日期: 2022-05-30; 接受日期: 2022-10-26

**基金项目:** 广东省哲学社会科学规划 2022 年度一般项目 (GD22CYJ18), 石油化工产品技术性贸易措施评议基地委托课题 (35900220112)

量与出口总额呈相反趋势,2017—2020 年从 1 074.94 万 t 增加至 1 153.71 万 t,2021 年又降至 1 057.54 万 t (图 2)。其中,出口额排名前 5 的省份分别是山东、河南、江苏、河北、四川。

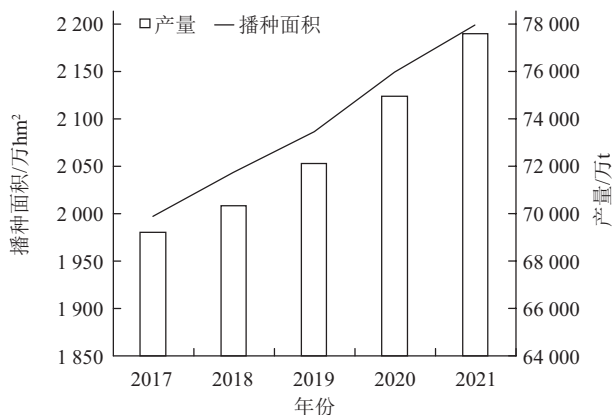


图 1 2017—2021 年中国蔬菜播种面积和产量  
数据来源于国家统计局。

### 1.3 中国蔬菜出口美国现状

中国蔬菜出口主要以周边国家或地区为主,出口量前 10 名中亚国家或地区占据 8 名。近年来,美国一直保持着中国蔬菜出口市场前 10 的地位。2017—2018 年美国在中国蔬菜主要出口市场重要性(占比)排名中保持第 5 位,2019 年下降至第 7 位,但在 2020 年重新升至第 6 位,2021 年则继续保持第 6 位(表 1)。2017—2021 年,中国向美国出口蔬菜金额分别为 9.86 亿、8.40 亿、6.91 亿、7.99 亿、8.54 亿美元,整体呈现先降后升的趋势,而且在 2021 年恢复到 2018 年的水平。从出口的数量上

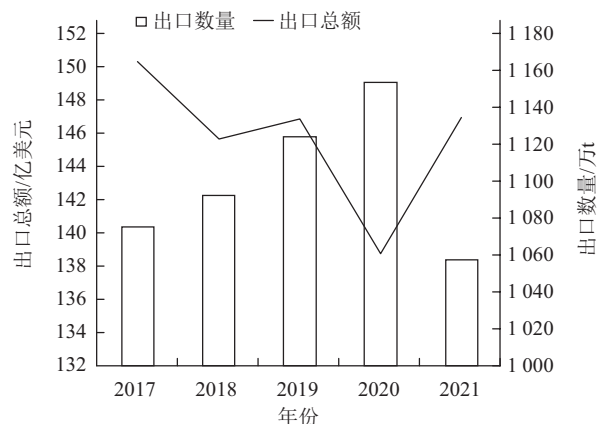


图 2 2017—2021 年中国蔬菜出口数量和出口总额  
数据来源于海关统计数据在线查询平台 (<http://43.248.49.97/>)。

看,2017—2021 年中国向美国出口蔬菜数量分别为 39.63 万、44.79 万、38.61 万、44.23 万、41.50 万 t, 总体呈现波动性较大的趋势(表 2)。

中国蔬菜出口商在结合国内外蔬菜优势的基础上,对美国国内市场需求和消费者的喜好进行跟踪,及时调整蔬菜出口结构。从出口品类来看,2017—2021 年脱水蔬菜是中国蔬菜对美国出口额最高也是最重要的品类;第 2 位是加工蔬菜,其次分别是冷冻蔬菜、鲜冷蔬菜及蔬菜汁。从出口数量上看,2017—2020 年最高的为冷冻蔬菜,但是 2021 年冷冻蔬菜出口量下降明显,脱水蔬菜成为当年出口美国数量最高的蔬菜品类。

从出口种类来看,中国向美国出口的蔬菜几乎覆盖所有类别,多达 130 多种,其中干大蒜、未列名非醋制作的未冷冻蔬菜及什锦蔬菜、其他鲜或冷

表 1 2017—2021 年中国蔬菜主要出口市场占比

排名	2017 年		2018 年		2019 年		2020 年		2021 年	
	国家 (地区)	出口额 占比/%	国家 (地区)	出口额 占比/%	国家 (地区)	出口额 占比/%	国家 (地区)	出口额 占比/%	国家 (地区)	出口额 占比/%
1	日本	14.89	越南	16.85	日本	15.07	日本	14.99	中国香港	16.82
2	中国香港	14.49	日本	15.83	中国香港	14.24	中国香港	13.86	日本	15.02
3	越南	13.73	中国香港	15.53	越南	14.15	越南	12.26	越南	12.06
4	韩国	8.84	韩国	9.15	韩国	7.84	韩国	7.38	韩国	7.70
5	美国	6.56	美国	5.77	马来西亚	6.51	马来西亚	6.67	马来西亚	6.52
6	马来西亚	5.29	泰国	5.11	泰国	5.42	美国	5.76	美国	5.81
7	印度尼西亚	4.36	马来西亚	4.86	美国	4.71	泰国	4.94	泰国	4.95
8	泰国	3.82	俄罗斯联邦	3.41	印度尼西亚	4.01	印度尼西亚	3.92	印度尼西亚	4.01
9	俄罗斯联邦	3.71	印度尼西亚	2.54	俄罗斯联邦	3.87	俄罗斯联邦	3.38	俄罗斯联邦	3.39
10	德国	1.53	德国	1.33	菲律宾	1.30	新加坡	1.71	菲律宾	1.67

注:表中数据来源于海关统计数据在线查询平台 (<http://43.248.49.97/>),下表同。

表2 2017—2021年中国蔬菜对美出口结构

出口品类	2017年		2018年		2019年		2020年		2021年	
	出口量/万t	出口额 亿美元	出口量/万t	出口额 亿美元	出口量/万t	出口额 亿美元	出口量/万t	出口额 亿美元	出口量/万t	出口额 亿美元
鲜冷蔬菜	7.54	1.58	9.16	1.42	8.36	1.47	7.30	1.20	7.16	1.30
脱水蔬菜	10.41	4.89	11.69	3.30	8.43	2.30	10.76	3.12	12.32	3.79
蔬菜汁	0.14	0.02	0.30	0.04	0.40	0.04	0.64	0.06	0.69	0.07
冷冻蔬菜	14.23	1.66	14.88	1.67	14.39	1.47	14.16	1.44	11.43	1.29
加工蔬菜	7.32	1.72	8.77	1.98	7.04	1.62	11.37	2.16	9.90	2.09
总计	39.63	9.86	44.79	8.40	38.61	6.91	44.23	7.99	41.50	8.54

藏的大蒜、冷冻未列名蔬菜、非醋方法制作或保藏的冷冻蔬菜及什锦蔬菜、鲜或冷藏的蒜头、竹笋罐头、其他冷冻豆类蔬菜、干香菇、其他干绿豆是出口金额排名前10的种类，属于优势出口产品，而且大蒜是中国对美出口蔬菜的主要产品。

从对美出口蔬菜的省份来看，山东、云南、河南、湖北、广西、福建、江苏、辽宁、广东、浙江是出口金额排名前10的省份，而且这些省份都属于蔬菜生产大省，蔬菜产量排名靠前。

## 2 中国蔬菜出口美国竞争力分析

### 2.1 中国蔬菜出口美国的贸易竞争力指数分析

贸易竞争力指数（TC指数），又称为净出口比率，表示一国或地区某商品进出口贸易的差额占进出口贸易总额的比重，可以用来反映某国家或地区某商品的净出口实力。

贸易竞争力指数计算公式为： $TCI = (X_i - M_i) / (X_i + M_i)$ 。其中  $X_i$  和  $M_i$  分别表示某商品的出口额和进口额。一般认为 TC 指数越大竞争优势越明显，当  $0.8 \leq TC \leq 1.0$  时，该商品的竞争优势极强；当  $0.5 \leq TC < 0.8$  时，则说明竞争优势比较强；当  $0 \leq TC < 0.5$  时，说明有竞争优势但是不明显；当  $-0.5 \leq TC < 0$  时，说明商品处于竞争劣势，但不明显； $-0.8 \leq TC < -0.5$  时，说明竞争劣势较明

显；当  $-1.0 \leq TC < -0.8$  时，则说明该商品竞争劣势特别明显。

由表3可知，2017—2021年我国出口美国的蔬菜品类中，鲜冷蔬菜、脱水蔬菜、加工蔬菜一直保持着很强的竞争优势，冷冻蔬菜有一定的竞争优势但是不明显，而蔬菜汁的竞争优势不断增加。整体来说，中国蔬菜出口美国保持着较强的竞争力。

表3 2017—2021年中国蔬菜出口美国的贸易竞争力指数

蔬菜品类	竞争力指数				
	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
鲜冷蔬菜	0.99	1.00	1.00	1.00	1.00
冷冻蔬菜	0.18	0.16	0.13	0.38	0.38
脱水蔬菜	0.90	0.92	0.90	0.74	0.83
加工蔬菜	0.90	0.91	0.91	0.94	0.92
蔬菜汁	0.62	0.67	0.61	0.72	0.93
总体	0.73	0.71	0.67	0.74	0.79

### 2.2 中国在美国蔬菜进口来源国的地位

根据联合国贸易与发展委员会公布的数据，2017—2021年美国蔬菜进口份额呈现逐渐上升的趋势。其中墨西哥是美国蔬菜的最主要进口国（表4），市场份额在47%以上，主要是因为墨西哥与美国地理位置相邻，而且加入了北美自由贸易协定，从蔬菜检疫要求和税收优惠上更具有优势。另外，加拿大和秘鲁也是美国重要的蔬菜进口国，且自2019年之后秘鲁超过中国成为美国第三大蔬

表4 2017—2021年美国蔬菜主要进口国的市场份额

排名	2017年		2018年		2019年		2020年		2021年	
	进口国	市场份额/%	进口国	市场份额/%	进口国	市场份额/%	进口国	市场份额/%	进口国	市场份额/%
1	墨西哥	47.83	墨西哥	48.14	墨西哥	49.21	墨西哥	50.01	墨西哥	48.37
2	加拿大	21.01	加拿大	21.03	加拿大	20.33	加拿大	20.34	加拿大	21.12
3	中国	5.73	中国	4.81	秘鲁	4.52	秘鲁	4.19	秘鲁	4.15
4	秘鲁	5.02	秘鲁	4.60	中国	3.37	中国	3.56	中国	3.50
5	西班牙	2.80	西班牙	2.39	西班牙	2.70	西班牙	2.45	西班牙	2.35

注：表中数据来源于联合国贸易数据库。

菜进口国。而 2017—2019 年美国从中国进口蔬菜份额逐年下降, 2020—2021 年略有回升。与此同时, 美国蔬菜主要进口国中, 中国的市场份额排名从 2017—2018 年的第 3 名掉落到 2019—2021 年的第 4 名; 2017—2019 年美国从中国进口蔬菜的市场份额下滑趋势逐年加大, 2020 年有所上升, 最终从 2017 年的 5.73% 下滑至 2021 年的 3.50% (表 4)。

### 3 中国蔬菜出口美国主要影响因素

#### 3.1 关税因素

自 2018 年起, 中美之间的贸易战不断升级, 对于中国蔬菜出口美国影响巨大。“301 调查”结束后, 美国贸易代表办公室发布对从中国进口产品征收关税清单, 总额高达 5 500 亿美元。其中对中国蔬菜输美影响最大的是美国对 2 000 亿美元中国产品加征关税清单和 3 000 亿美元中国产品加征关税清单。

根据美国贸易代表办公室官网发布信息, 自从 2018 年 9 月的 2 000 亿美元加征关税清单开始生效后, 中国多达 188 种蔬菜被加征 10% 的税率, 而在 2019 年 5 月, 这部分蔬菜被加征税率升至 25%。中国蔬菜输美关税的提升, 直接增加了美国进口蔬菜的成本, 导致中国蔬菜输美受阻。在 2019 年 9 月生效的 3 000 亿美元加征关税清单中, 涉及 60 个种类的蔬菜加征关税税率为 15%, 而在 2020 年 2 月之后此部分蔬菜加征的税率降低至 7.5%。

美国对中国蔬菜加征关税提高了商品进口的成本, 降低了美国进口企业进口蔬菜的意愿。尤其 2017、2018、2019 年美国从中国进口蔬菜的金额下滑趋势明显, 出口金额分别约为 9.86 亿、8.40 亿、6.91 亿美元, 下滑幅度约为 -14.8% 和 -17.73% (表 2)。特别是在 2019 年, 中国蔬菜出口企业面临很大压力, 因为 2 000 亿美元的加征清单已经开始实施, 当年 9 月 3 000 亿美元加征清单也开始实施, 且两项加征清单中涉及的蔬菜种类没有重合, 几乎覆盖了所有的蔬菜种类。而在 2020 年和 2021 年, 随着部分蔬菜加征关税的降低, 中国出口美国蔬菜金额明显上升, 分别上升至 7.99 亿美元和 8.54 亿美元 (表 2)。

#### 3.2 非关税因素

**3.2.1 全球海运物流价格的上涨影响蔬菜供应链** 2020—2021 年蔬菜供应链在新冠肺炎疫情中受影响程度大。首先是海运价格的大幅上涨直接影响了蔬菜出口的成本, 进一步压缩了中国蔬菜出口美国的利润空间。其次, 由于蔬菜保鲜期短、易腐烂等特点 (杨为民, 2006), 蔬菜出口到美国需要用冷藏集装箱进行运输, 以维持一定的温度, 对供应链的快捷和低耗要求较高。但世界范围内冷藏集装箱短缺, 加上部分冷藏集装箱滞留在美国港口, 影响了物流运输效率, 对蔬菜供应链冲击较大。

**3.2.2 人民币汇率波动对中国蔬菜出口竞争力提出挑战** 新冠肺炎疫情全球暴发, 2020 年 3 月以来美联储实行 QE 量化宽松政策, 而且由于中国防疫政策实施有利, 中国经济率先实现复苏, 人民币资产保持着较大的吸引力, 境外资金流入中国的速度更快、规模更大, 成为人民币汇率上升的有力支撑。同时, 由于蔬菜是劳动密集型产品, 技术含量偏低, 靠价格取胜 (陈晓群, 2010), 人民币汇率震荡升值, 对美蔬菜出口的企业在结汇时容易蒙受损失, 压缩了出口利润, 对中国蔬菜出口竞争力提出挑战。

**3.2.3 中国蔬菜输美需要面对严格的检验检疫要求** 中国蔬菜进入美国市场面临绿色壁垒, 出口蔬菜流程需符合美国的法律法规及相关规定。

美国对进口蔬菜检验检疫提出了一系列的要求, 涉及的法律法规和相关规定包括但不限于: 美国联邦法规汇编中关于水果和蔬菜及包装材料的要求; 对于冷冻蔬菜, 还要满足美国联邦法规汇编 (CFR) 第 7 篇农业第 305 章植物检疫方法中关于冷藏处理的要求; 美国动植物卫生检验局在水果和蔬菜进口方面提出的一系列要求。

对于蔬菜产品本身, 会进行有害生物、种植现场的虫害防治处理和收获后处理等方面的检测, 而且对产品中农药和重金属残留也有较高的标准。对于包装部分, 与之相关的填充、包装、防潮、保护或任何其他目的包装物需满足相关要求, 相关包装物也不得有病虫害、植物性感染疾病等。

根据美国食品药品监督管理局 (FDA) 发布的通报拒绝进口数据, 2014—2021 年期间, 美国通报拒绝中国蔬菜进口总计 1 117 批 (图 3)。石昊飞和郭林宇 (2018) 提出, 由于品质卫生不达标、农



药残留量超标、加工或包装不达标,部分出口蔬菜被召回、扣留,带来不少的经济损失。另外,方壮志和周勇(2016)对美国FDA施行“自行扣留”检测对蔬菜出口的影响进行了探讨,认为该措施增加了蔬菜滞留在港口的时间,缩短了蔬菜的出售期限,提高了出口风险。由此可见,美国严格的蔬菜进口检验检疫流程对中国蔬菜产品卫生质量以及产后包装提出更高的要求。

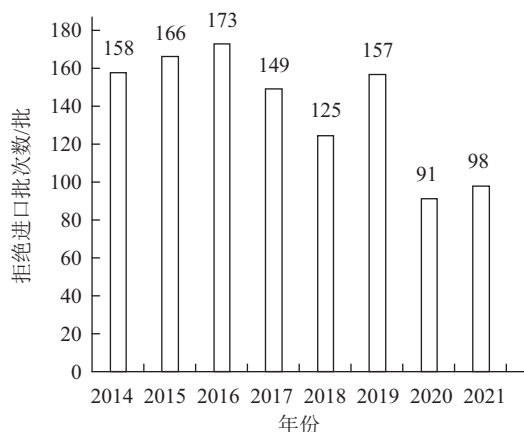


图3 2014—2021年美国食品药品监督管理局通报拒绝进口中国蔬菜批次数

数据来源于美国食品药品监督管理局(FDA)数据库。

**3.2.4 蔬菜产后包装、海上运输等环节影响商品价值** 蔬菜出口需要经过从原产地采摘、产品包装到海上运输等多个环节,由于产品包装简陋,运输时冷链配送技术不成熟,加上蔬菜的易腐烂性,产品容易出现变质、破损的情况,降低了蔬菜的商品性。特别是保鲜技术不够先进,保鲜方式单一,保鲜技术研发力度不足,缺少相应的智能温度调节设备等问题,导致产品在运达美国市场时容易受损。

**3.2.5 中国蔬菜输美品牌效益不显著** 中国蔬菜以量大、价格较低廉的优势进入美国市场,但是在品牌构建上缺乏相应的竞争力,在品质较好的蔬菜品种上宣传不足,品牌影响力较弱。一方面,一些蔬菜出口龙头企业在广纳人才和充分利用资金优势深入开拓美国市场方面存在不足。另一方面,蔬菜出口小型企业在资金、人才方面处于相对弱势的地位,在拓展美国本土市场方面存在困难,并且在进行蔬菜品质的控制和品牌的构建方面缺乏相应专业人才,导致蔬菜贸易中出口的产品品质相对较差,部分包装不符合进口国的相关规定,难以获得进口国本土市场的肯定,整体品牌效益较弱。

## 4 结论和建议

针对目前中国蔬菜出口美国存在的问题,政府和企业都应该更加积极地面对,充分发掘中国蔬菜贸易潜力,进一步提高蔬菜出口的综合竞争力。

### 4.1 建立健全信息网络体系建设,助力蔬菜出口企业了解最新资讯

及时跟踪、搜集美国进口蔬菜检验检疫相关信息,包括涉及的法律法规、美国动植物卫生检验局发布的对于不同蔬菜进口要求;关注美国食品药品监督管理局召回或扣留蔬菜情况,梳理清楚蔬菜出口所需的品质卫生、农药残留量、重金属含量、进口程序等方面标准;对海运物流、汇率等信息进行及时跟踪,助力蔬菜出口企业更加了解行业最新资讯,对蔬菜出口风险进行分析。同时可以通过座谈会、微信公众号等多种方式传达美国蔬菜进口的相关法律法规及相关资讯,助力企业规范出口。

### 4.2 制定与完善蔬菜质量标准体系,提升蔬菜出口竞争力

由于美国对蔬菜品质有很高的要求,通过制定和完善蔬菜质量标准体系,能促使蔬菜种植或出口企业更加了解和熟悉美国蔬菜质量标准要求,实现与国际标准接轨。在蔬菜生产过程中严把质量关,特别严格把控农药或化肥使用剂量,培养蔬菜产品质量安全意识,提升农户相关的种植技巧,减少因不符合出口国农药残留量、化肥残留量和病虫害防治等不达标带来的不必要损失,有序面对绿色壁垒,提升蔬菜出口竞争力。

### 4.3 扶持蔬菜出口相配套的产后包装、运输等产业发展

蔬菜采摘之后的包装、加工、运输等环节对于蔬菜流通效率有较大影响。在产后包装方面,关注美国对于生鲜蔬菜、冷冻蔬菜、脱水蔬菜包装的最新要求,改善包装简陋、标签不明等问题,减少运输途中不必要的污染和破损。同时,增加对蔬菜仓储运输技术研发的投入,加快冷链物流配送系统建设,进一步支持和促进第三方专业化冷链物流配送企业发展,降低蔬菜运输期间的损耗。

### 4.4 增强蔬菜品牌管理,提升产品知名度

蔬菜出口可增强品牌管理,在提升蔬菜生产技术含量的基础上,生产出更加优质的蔬菜,在国际

市场上突出中国蔬菜“健康、安全、品质”的优点，在维持量的优势上不断提升品质。同时引导蔬菜出口龙头企业和蔬菜出口小型企业提高品牌意识，培养一批优秀的品牌创建人才；对一些综合实力较强的企业，要充分发挥其在资金、技术上的优势，进行优先试点，不断探索增强蔬菜品牌效益的道路，创造出更多知名的蔬菜商标、品牌；加大对蔬菜出口小型企业在资金、人才上的扶持力度，激发当地企业创建蔬菜品牌的活力。政府可积极带领一批优秀的蔬菜种植、深加工、出口、技术研发能力较强的企业参加美国本土或国际展销会、交流会，提升一批有中国本土特色蔬菜品牌的知名度，进一步拓展开发美国市场。

#### 4.5 鼓励建立出口生产基地，实行规模化、标准化生产

面对美国严格的检验检疫要求，可建设一批高质量的中国蔬菜出口生产基地，发挥出口基地示范作用，完善出口基地备案的相关流程，帮助国内更多蔬菜生产商了解绿色蔬菜生产技术规程。同时，加大对基地管理的力度，规范蔬菜生产过程中的农药管理及使用，严格执行蔬菜农药残留量的检测制

度，并在蔬菜病害监测等方面设立标准化规程。此外，在蔬菜种植过程中严格选种，完善生产溯源管理。通过实施规模化、标准化的生产管理，蔬菜种植企业可在提升种植规模和效益的同时，提高蔬菜产品质量，加大绿色蔬菜的生产量，保证出口基地的生产能力和产品质量水准，提升企业效益。

#### 参考文献

- 艾玲. 2020. 我国蔬菜出口贸易走势、挑战及策略. 对外经贸实务, (5): 57-60.
- 陈晓群. 2010. 人民币实际汇率影响蔬菜出口的动态效应分析. 广东农业科学, 37 (1): 194-197.
- 方壮志, 周勇. 2016. 我国蔬菜出口面临的技术性贸易壁垒及成因分析. 对外经贸实务, (9): 44-47.
- 胡雪萍. 2018. 中国对美国蔬菜出口增长的效应分析 (硕士论文). 武汉: 华中农业大学.
- 李佳敏, 何伟. 2021. 中国蔬菜国际竞争力分析. 农业展望, 17 (11): 80-86.
- 石昊飞, 郭林宇. 2018. 我国蔬菜出口受阻情况及原因分析. 中国蔬菜, (12): 5-8.
- 杨为民. 2006. 中国蔬菜供应链结构优化研究 (博士论文). 北京: 中国农业科学院.
- 张学杰. 2018. 我国蔬菜及其加工出口产业发展状况与对策. 中国蔬菜, (8): 1-7.

## Analysis of Current Situation and Competitiveness of Chinese Vegetable Exporting to the United States

ZHAO Jiexin, HUANG Yue, HE Meiyang\*, YANG Xian

(College of Economics and Management, South China Agricultural University, Guangzhou 510642, Guangdong, China)

**Abstract:** China is an important country in vegetable production. The output ranks among the top in the world, and vegetable products are sold all over the world. But, under the background of China-US trade war and COVID-19 pandemic, trade friction between China and the United States has increased. The external environment for Chinese vegetable exporting to the United States is complicated. Research finding indicates that from 2017—2021, the whole export value of Chinese vegetables to the United States goes down and then goes up, with a larger trend of export value fluctuation. Among importers of American vegetables, China's market share has been declining year by year. The uncertainty of Chinese vegetable export to the US market is rising. Especially it faces great challenges in tariff, supply chain, exchange rate, inspection and quarantine, etc.. Thereout according to the current situation of Chinese vegetable export to the United States, this paper puts forward 5 suggestions: namely formulate and improve vegetable quality standard system, enhance the competitiveness of vegetable export; support the development of packaging, transportation and other industries supporting vegetable export; strengthen vegetable brand management, enhance product awareness; encourage the establishment of export production bases, and implement large-scale and standardized production.

**Keywords:** Chinese vegetable; export trade; competitiveness; United States

《中国蔬菜》学术论文下载 [www.cnveg.or](http://www.cnveg.or)