

我国肉类行业的国际贸易与对策

刘少伯 石有龙 葛翔 刘诺 (中国农业大学)

我国畜牧业将面临两个重大转折：一是提升畜产品的产品质量，迎接改善食品安全卫生新阶段；二是与国际贸易接轨，开拓畜产品国际市场。这将成为畜牧界关注的新热点。我们将努力研究，尽可能在国际贸易上提供一些有益的思路和参考意见。我国应当利用目前国内市场肉类供求基本平衡的机遇，尽快调整思路，研究应对开拓国外市场的新布局，缩短实现两个重大转折的时间，使畜牧业进入新阶段，再创新辉煌。首先分析世界肉类的贸易情况。

1 世界肉类生产概况与我国在行业中的地位

改革开放以来，我国肉类生产取得了世界瞩目的成就，多年来，一直保持着世界第一的地位。2003年世界肉类总产量24 985.1万t，因世界贸易统计最近数据是2002年，比产量统计晚一年。故以后统计数据均采用2002年，2002年世界肉类产量24 504.7万t，我国是6 784.9万t，占世界总产的27.7%。在世界肉类生产中举足轻重，一直受到各国重视。我国产量比全欧洲总产5 193.8万t，还多23.5%。

表1 世界代表性国家肉类产量统计

高产国家	肉类产量/ 万t	与我国 比/%	人均/kg	低产国家	肉类产量/ 万t	与我国 比/%	人均/kg
发达国家	10 716	157.9	80.9	科威特	7.9	0.12	3.0
欧洲	5 194	76.6	71.4	南非	18.1	0.27	4.0
不发达国	2 374	35.0	9.3	奥地利	99.2	1.46	50.8
美国	3 902	57.5	134.1	马莱亚	106.8	1.57	44.8
巴西	1 661	24.5	94.2	新西兰	130.8	1.93	340.0
非洲	1 137	16.8	13.7	韩国	167.1	2.46	35.2
法国	656	9.7	109.7	印尼	180.3	2.66	8.3
德国	650	9.6	78.9	泰国	216.1	3.19	34.7
印度	574	8.5	5.5	越南	226.2	3.33	28.2
俄罗斯	465	6.9	32.3	波兰	278.9	4.11	72.2
加拿大	429	6.3	137.2	日本	300.1	4.42	23.5
意大利	409	6.0	71.1	英国	330.7	4.87	55.8
阿根廷	406	6.0	106.8	荷兰	266.4	3.93	165.8
澳大利亚	379	5.6	467.8	丹麦	213.6	3.15	399.3

从表1可见：我国肉类生产地位显赫，是经济改革以来成就最大的产业之一。中国如此巨大的肉食市场已实现自给自足，基本上“要什么，有什么，要多少，有多少”。从世界代表性国家的肉类产量分析，有以下4种情况：

1.1 产量和人均占有都很高：以美国为代表，产肉3 902.7万t，是我国的57.5%，比我国还低42.5%。他们人均占有超过100kg，这些国家是世界霸主，深怕我国伸向世界市场。我国如要出口肉制品，必须冲破他们的“围追堵截”。必须研究对策，有思想准备。

1.2 产量不高而人均占有很高：以澳大利亚为代表，产肉才379万t，是我国的5.6%，比我国少94.4%。而人均占有达468kg。他们是世界上专门提供肉制品的国家，对市场当然不让。如丹麦人均占有399kg，加拿大137kg。他们是我国肉类出口的主要竞争者。

1.3 产量虽高而人均占有较少：以印度为代表，产肉574.3万t，是我国的8.5%，人均占有只5.5kg。他们需要进口肉制品，而且对质量要求也不高，应当考虑是我国潜在的市场伙伴。但有一定的限制因素。类似的国家还有很多，如印度尼西亚，人均占有只8.3kg。整个非洲产肉1 137万t，只是我国的16.8%，人均才3.0kg。我国应当密切注意这些市场，应为这些国家提高生活水平有所贡献。我们不应和发达国家一样，忽视他们。

1.4 产量和人均占有都不高：以日本为代表，产肉300万t，是我国的5.6%，人均占有23.5kg。他们是世界上专门进口肉制品的国家。这些国家一般经济发达，购买力很强，对于产品品种、质量要求十分挑剔。类似国家还有很多，如中东的科威特，产量只7.9万t，人均占有32kg。出口畜产品的国家都看中这块肥肉。我们应发挥特长，参与竞争。

2 虽然我国肉类产量世界第一 但属出口弱国

我国肉类生产始终保持“内战内行，外战外行”。肉类出口极不相称。2002年世界肉类出口2624.5万t，占总产量的10.7%。即每年大约1/10投入出口贸易。2002年我国出口肉类92.6万t，只占世界出口的3.5%。看来，我们对于肉类贸易一直处理不当，缺乏外向思想。特别是畜牧界，从来没有把肉类出口看成自己的责任。当然，也与我国体制有关，出口事业依靠外贸部门，长期甘当外行。而外贸部门认为自己是帮助畜牧业做事，成败与自己关系不大。这和外国，特别是肉类出口大国大不相同。人家把肉类贸易看成畜牧相关产业发展与生存的先导。现在应是我国畜牧界醒悟的时候了。贸易的地位越来越重要。为了研究世界肉类贸易，我们统计分析世界肉类出口的典型国家。从表2可见：我国在世界肉类出口中没有地位，现在是非改不可了，与我国进入世贸地位不相称。我们畜牧界需首先了解世界贸易规律。

2.1 世界肉类出口是发达国家垄断：发达国家2002年出口1 957万t，占世界出口总量的74.59%，特别是欧洲国家。虽然他们都是工业国，同时也不放弃农业利润，力争肉类出口老大。2002年这些国家出口产值362亿美元。相当多的肉类出口国是人口小国，如荷兰、丹麦、澳大利亚，肉类贸易对本国人民生存举足轻重。当然，应估计到不能容忍出口的竞争者为我国设置的种种壁垒是理所当然的！我国的处理策略，关键在于如何寻找互利的交界点。

2.2 我国肉类出口也有自己的优势：第一是价格优势，在商品社会中不能说不重要。2002年出口平均价每吨1 504美元，比发达国家平均1 851美元低23%，这对不发达国家是很大的实惠。因此，我们的出口市场应面向低收入层次。即使是发达国家也有低收入人群，他们也是支持力量。因此，看政治和市场情况，发达国家与我们的关系是既斗争又不放弃与我们合作。当然，我们应学会出口竞争艺术。适应市场的形势，别作令人讨厌的事，如无序的“窝里斗”和不能容忍的“竞争价格”。

第二个是畜产品部位质量适应很广，我们产量大，产品多，出口产品可以任意挑选，国内市场很大，又不挑剔。外国人不要的我们可以自己消费。世界公认，不同部位的肉食品价格差别很大，经济发达国家的挑剔，正是我们的优势。

表2 世界有代表性国家肉出口

高产国家	肉类出口量/万t	本国产量比/%	占世界出口/kg	低产国家	肉类出口量/万t	本国产量比/%	占世界出口/kg
发达国家	1957.7	18.3	74.6	埃及	0.11	0.07	0.01
欧洲	1117.3	21.5	42.6	日本	0.43	0.14	0.02
不发达国	62.9	2.7	2.4	印度尼西亚	1.20	0.66	0.05
美国	443.3	11.4	16.9	越南	1.45	0.64	0.06
巴西	302.2	18.2	11.5	俄罗斯	1.59	0.34	0.06
亚洲	265.01	2.7	10.1	马莱亚	1.76	1.65	0.07
非洲	13.1	1.2	0.5	南非	2.55	14.08	0.10
荷兰	197.1	74.0	7.5	韩国	2.52	1.51	0.10
澳大利亚	164.2	43.3	6.3	波兰	19.77	7.08	0.75
丹麦	153.2	71.8	5.8	奥地利	25.76	25.97	0.98
法国	151.9	23.1	5.8	匈牙利	26.44	23.36	1.01
加拿大	148.0	34.5	5.6	印度	30.62	5.33	1.17
德国	139.4	21.4	5.3	阿根廷	37.0	9.12	1.41
泰国	56.5	26.2	2.2	英国	40.99	12.39	1.56
意大利	42.0	10.3	1.6	中国	92.58	1.36	3.53

3 我国肉类出口的市场在哪里？

研究世界肉类贸易的目的是寻找我们的出口市场。同样我们以代表性典型国家进口统计，基本反映了世界75%的国际贸易量。我国也是肉类进口国，进口量基本与出口相当。

从表3可见：我国肉类进口也没有地位，看来，我国对肉类贸易思想准备和重视不够。世界进出口贸易每年合计901亿美元，折合人民币7 389亿元。我国却没有进入这个领域的

思想准备，与畜产品世界第一的地位极不相称。我们应尽量研究世界市场信息：

3.1 世界肉类进口基本都是发达国家：发达国家2002年进口1 801万t，占世界进口的70.78%，特别是欧洲国家。他们既是出口国又是进口国。贸易的目的很大程度是相互调剂，首先是养殖种类调剂，适合养猪的少养牛，适合养鸡的少养羊，力争发挥自己的产业优势。所以他们建立了欧洲共同体。但并不是铁板一块。

3.1.1 依靠进口解决本国消费的国家：例如，日本、科威特、新加坡等，经济十分发达，有钱但没有养殖的资源与条件。日本86.4%、俄罗斯57.4%、英国53.9%、韩国38.2%需要靠进口。这些国家人工成本很高，我国有可能出口一些高档产品、风味食品，分割加工肉食品。当然，人家条件高，但给价也很高。

3.1.2 进口与出口并存调剂的国家：例如：美国、法国、德国、意大利等经济也很发达，在食品上有品种不同、部位不同、爱好不同，可以相互补偿。例如：他们喜好里脊肉、小牛肉、冻鲜肉，但不太喜欢成年家畜肉或内脏部分。这却是我国人民习惯用的食品。例如：进口猪耳、猪蹄、内脏、牛百叶等，以调换品种为主，卖贵买贱，现在我国每年大约出超4 000多万美元，增加一倍不困难，对两方都有利。我国现在的经济地位和经济实力，应能使国人摆脱怕人说笑的“穷国意识”，应研究我国的经济利益。

3.2 肉类需要进口，但支付能力不足的国家：大部分都是发展中国家，这些国家2002年进口80.8万t，占世界进口的3.17%，人均进口才0.16kg，特别是非洲国家。人均肉食品才3.0kg，他们需要进口肉食提高生活水平，但没有钱。我们的看法是，低收入国家也应是我们的贸易伙伴，可以通过经济合作，特别是开发自然资源，以进出口贸易相互调剂，提高他们的支付能力，出口我们的肉食品。他们对产品不挑剔，发挥各自产业优势，建立共同合作的伙伴关系，成为我国出口地区。

3.3 亚洲肉类出口市场，潜力很大：大部分都是发展中国家，亚洲国家2002年进口725.3万t，占世界进口的7.3%，人均4.09kg。他们需要提高生活水平，并且满足旅游业需求。因为他们消费水平不高，例如：印度5kg；越南28kg；印度尼西亚8.3kg；南非4kg；埃及20kg，这些国家完全可以作为我们的贸易伙伴。他们对种类、质量要求不算太高。基本上和香港、澳门水平一致，通过旅游经济合作，相互支持，提高他们的支付能力，出口我们的肉食品。发挥各自的产业优势，建立共同合作的伙伴关系，开拓我国肉类出口途径。

表3 世界有代表性国家肉类进口

高产国家	肉类进口量/万t	本国产量比/%	人均/kg	低产国家	肉类进口量/万t	本国产量比/%	人均/kg
发达国家	1801.2	16.81	13.59	印度	0.01	0.00	0.00
欧洲	1249.6	24.06	17.19	泰国	0.30	0.14	0.05
不发达国	42.7	1.80	0.17	印度尼西亚	2.05	1.14	0.09
亚洲	725.3	7.31	4.09	越南	1.04	0.46	0.13
俄罗斯	266.9	57.41	18.52	阿根廷	2.05	0.51	0.54
日本	258.3	86.04	20.26	朝鲜	2.92	13.66	1.30
美国	196.7	5.04	6.76	新西兰	4.19	3.21	10.90
英国	178.4	53.94	30.09	澳大利亚	5.48	1.44	5.75
德国	167.0	25.67	20.26	科威特	6.44	81.26	26.37
意大利	143.6	35.13	24.98	巴西	6.94	0.42	0.39
法国	104.7	15.96	17.50	匈牙利	7.44	6.58	7.50
非洲	98.4	8.22	0.25	波兰	7.59	2.72	1.96
发展国家	80.8	0.59	0.16	南非	10.51	58.15	2.35
荷兰	73.0	27.41	45.45	丹麦	17.87	8.36	33.40
韩国	63.8	38.17	13.45	中国	96.52	1.42	0.75

4 我国肉食品行业的改革与对策

深化生产体制的改革，强化国际贸易体系：我国是个畜牧业大国，畜产品产量决定了我们有必要促进生产贸易体制的改革。具体方法是提高畜牧技术，大力参与国际贸易。今后注意：

4.1 设置国际农业研究中心，培养人才：上次我们提出改革教育系统，培养既懂国际贸易，又熟悉畜牧技术的复合型人才。当前，现实的做法是在农业类大学，设置“国际农业中心”。美国大学里就有国际农业中心，专门研究世界农业，特别是进出口贸易国；有专门化研究专业和教授，培养本国和外国研究生；并与贸易国相互交换研究人才和合作项目。今后的世界贸易体制，毕将建立在互利政策的基础上，不重视了解相互需求和他方特

点，合作是不会持久的。

4.2 中国的对外贸易体制非改革不可：过去畜牧生产者依靠外贸部门出口产品。经营方式是外贸统销，销售给谁，价格多少，是否盈利，利润多少，甚至是否继续生产，生产者无权过问。多年来培养了畜牧界不少不懂、不问、不会贸易的懒汉。当然，近年有所改进，特别是大企业和合资企业有了出口权，但大多数畜牧企业在对外贸易上仍然是弱者。这种体制不但给国外进出口商帮了大忙，还使世界第一产肉大国变成了“纸老虎”，出口只有93万t，占自己肉类产量的1.36%，出口比世界最不发达国家整体还少一半，巨大的潜力没有发挥出来。

4.3 扶植一批肉类生产贸易型的大企业：我国出口的瓶颈是精通国际贸易、熟悉国内外信息和生产能满足国际市场要求的安全的、高质量的产品。我们认为，需要依靠以出口为主的大企业或大企业联合体。他不敢拿自己的利润和生存开玩笑。当然，国家要尽量容许他们参与地方防疫管理和质量监督，为他们提供技术、人才、资金、信息、权利的方便。

4.4 建立产品出口专营区：在大的龙头企业管辖区或大企业联合体，建立有针对性的疫病洁净区或控制区。国家为出口专营区提供基础设施和信息、物流方便。

4.5 加强国家和专业协会的管理：加强科学研究，中国畜产品贸易是有竞争力的。我国畜产品有一定优势，应当利用目前国内供给平衡的机会，开拓国际市场，适应国际环境，增强出口的信心，我国畜产品的国际化大有希望。