

综合施策促进中国优势农产品出口

作者简介

陈秋分

作者单位：
中国农业科学院
农业经济与发展研究所

核心提示

我国农业资源类型丰富，优势农产品产量巨大，质量优势不断凸显，具备扩大农产品出口的产业基础。农产品出口事关中国农业竞争力提升、国际话语权拓展与农民就业增收，具有重要的战略地位。当前，面对百年未有之大变局和不确定性事件频发的新形势，建议在重塑农产品出口竞争力观、推进贸易与农业外交协同发展、建设国家战略性农业贸易力量、加大农业国际贸易政策支持等方面综合施策，促进以优势农产品为重点的农产品出口。

农产品出口具有重要战略地位

农产品出口是农业强国与贸易强国建设的重要要求，是推动高水平对外开放与经济高质量发展的应有之义，具有重要的战略地位。

农产品出口影响国际竞争力。党的二十大报告强调统筹发展和安全。农业有没有竞争力、产业安不安全，是衡量农业强国建设质效的重要指标。从国内情况来看，受人多地少与发展中国家的国情影响，农产品贸易可带动提升国内农业生产标准、增加产品附加值，进而促进农业产业提

质增效。从对外情况来看，农产品出口已由传统的价格竞争，转向更加重视规则、标准、品牌、渠道等综合能力竞争，中国亟需掌握农产品出口规则与渠道话语权，由立足资源禀赋的价格竞争转向依靠创新驱动的综合能力优势。扩大农产品出口，可由14亿人口的国内市场转向80亿人口的国际市场，农业的市场规模效应、竞争激励效应都将显著增强，赋能提升农业国际竞争力。

农产品出口影响国际话语权与影响力。

农业强国具有较高的国际话语权与影响力。农产品出口可以有效提升国家软性影响力和吸引力。自古以来，美食就是国际文化传播与交流的重要媒介。以法国葡萄酒、智利车厘子、泰国榴莲、意大利面等为代表的农副食品，在中国市场的占有率为品牌认可度都较高，间接提升了农副食品所属国在中国的知名度乃至国家形象。同样地，中国的茶叶、丝绸等农副产品，也曾成为东西方文化交流的重要媒介，显著提高了

中国的国际知名度与美誉度。农产品出口还有助于维系国际合作，立足互惠共赢的民意基础、优势互补的产业实际与我国超大规模的市场优势，以深化农产品贸易合作为切入点，有望发挥经贸“压舱石”作用，推动百年变局下的开放合作，赢得国际合作与交流的战略主动。

农产品出口有助于农民就业增收。在产业转型升级背景下，农业对于我国稳定农民就业、促进农民增收的作用愈发重要。2024年全国农村居民

人均可支配收入为23119元，其中经营净收入占比约33.9%，农业经营收入仍是农村居民尤其是低收入农村居民的重要来源。受我国居民消费降级、农产品出口转内销等多种因素的共同影响，国内农产品市场价格下行品种之多、持续时间之长、调整幅度之大，均超预期，对农民增收形成了较大冲击。促进农产品尤其是优势农产品出口，可以有效缓解国内农产品市场下行，促进农村居民收入增长。

促进优势农产品出口的若干建议

我国是农产品出口大国，出口规模长期位居全球前列。当前，我国农产品出口增长乏力，面临国际地缘政治竞争等压力和挑战。考虑农产品出口的战略地位与问题挑战，建议协调推进贸易与产业、贸易与合作、贸易与治理等各项工作，加快培育国际竞争新优势，促进农产品尤其是优势农产品又好又快地走出去。

重塑农产品出口竞争力观。一是促进全域农产品质量提升。支持涉农龙头企业与行业协会依托国际贸易高质量发展基地、农业对外合作试验区等平台，创新利益联结机制，整合国内优质生产基地，支持开展国际国内认证认可，推动建立目标市场认可的产品检测和认证体系，树立国际竞争优势。二是强化产业控制能力建设。通过培强大粮商、联合贸易商等手段，强化我国企业对农业产业链、供应链关键环节的控制力，掌握定价权、关键运输通道等核心环节。三是突出全产业链思维。采取坚持底线思维、加快以竞争力为

导向的农业科技创新、优化种植结构等综合措施，从全产业链视角来优化配置产业资源，降低市场风险，拓展产业增值增效空间。

推进贸易与农业外交协同发展。一是更加注重将东道国需求与我国战略需求相结合，将企业需求与国家战略需求相结合，在联合国可持续发展语境、全球命运共同体语境下来推进双方的贸易合作，既有利于我国更加从容地应对贸易摩擦等内外压力，也可事半功倍地提高双方合作效果，促进优势农产品走出去。二是统筹农业对外合作方式，可通过依托境外农业园区平台、制定优惠政策等手段，引导农业与非农项目、农产品贸易与农业对外投资、农业技术转移与经贸合作的互融互促，形成贸易合力，减少农产品贸易成本与不确定性，带动国内优势农产品更好更快地走出去。三是强化全球农业与粮食安全治理。农业国际合作是撬动经济全球化的重要支点，可利用联合国粮农组织、世界贸易组织等国际机

构以及“一带一路”、金砖国家、自贸区等多双边合作框架，加强数据共享、信息通报、市场监测、贸易政策等方面协调，共同推进农业领域全球合作，带动国内农产品贸易高质量发展。四是优化农产品贸易布局。一方面，美国等发达国家的市场规模大、市场成熟，对其农产品出口还事关稳定经贸合作关系。需要采取释放稳定的经贸合作预期、利用外交资源宣介中国农产品等措施来稳住发达国家市场。另一方面，可借力“一带一路”、自由贸易区等渠道开拓新兴市场，打造如智利车厘子、泰国榴莲等特色品牌，提升国家软性影响力和吸引力。

建设国家战略性农业贸易力量。一是培强培优企业主体。聚焦重点品种及农资生产、粮油加工、仓储物流、港口码头、风险保障等重点领域，实施对外合作主体培育壮大工程。参照中国林业集团，加强国内农业企业间的联合重组，组建中国果业集团、中国蔬菜集团等参与国际竞争的大型龙头企业。

业。二是强化产业联盟建设。引导各类企业、行业协会等利益相关者加强境外合作，推动上下游企业共同走出去，逐步掌控全球农产品生产、收购、仓储、加工、贸易等供应链条，加快培养大型国际粮商和农业企业集团。三是扶持壮大中国驻东道国商会、行业协会等主体，强化协会在行业自律、价格协调、市场开拓等方面作用，为企业开展对外经贸合作创造良好环境。四是组建海外农业局。在农业对外合作部际联席会议机制基础上，整合商务部、农业农村部等相关机构职能，组建对外农业合作实体机构，承担市场开拓、政策制定、跨国涉农企业指导等方面职责与权限。

加大农业国际贸易政策支持。一是解决农产品出口企业当前困难。针对出口企业库存增加、资金周转变慢等困境，针对性出台贷款贴息、收储补贴等紧急支持政策，给市场主体注入信心，缓解行业压力。二是设置农产品出口目标与农业经贸合

作支持专项。在国家相关规划中增设农产品出口指标，在各级各相关部门年度工作计划中设定主要品种和主要出口市场的目标任务。在强农惠农富农政策中增设农业经贸合作专项，以效果为导向出台专项举措，优先解决农业对外开放最迫切需要的信息、保险、境外保护等难题，“真金白银”体现国家对农产品贸易的重视。三是切实做好各环节风险防控。将风险防控放到开展农产品贸易工作的优先位置，通过支持做好可行性调研、设置农产品贸易风险基金等措施，强化农产品贸易合作的事前风险意识、事中防控能力与事后风险管理水平。四是开展农产品出口促进经验交流行动。在全国农产品出口下行背景下，山东、广东等一些省份的农产品出口“逆势上扬”，可组织农产品出口促进经验交流行动，聚焦问题瓶颈，积极制定出口方案。

(摘编自《农村工作通讯》)