

# 技 术 简 报

第 44 期

国家苹果产业技术体系

2012 年 9 月 18 日

---

## 2012 年 1-6 月我国鲜食苹果出口贸易分析

产业经济研究室

### 一、出口贸易状况

2012 年 1-6 月，我国鲜食苹果出口总量为 50.43 万吨，实现出口金额为 5.10 亿美元，平均价格为 907.50 美元/吨。与 2011 年 1-6 月同期相比，出口数量增加 4.22%，出口金额增加 16.17%，平均价格上涨 11.47%。整体而言，2012 年 1-6 月，我国鲜食苹果出口数量、金额、单价均较 2011 年同期有所增长。

从出口省份来看，山东、陕西、新疆、辽宁、黑龙江是我国鲜食苹果的出要出口地区（见图 1）。2012 年 1-6 月，这五省（地区）出口总量为 39.1 万吨，出口金额为 3.92 亿美元，分别占全国鲜食苹果出口总量和出口金额的 77.53% 和 76.86%；与 2011 年 1-6 月同期相比，山东、陕西、黑龙江出口数量下降 12.76%、2.52%、23.37%，新疆、辽宁出口数量增长 1.08%、29.17%。从绝对数量来看，

山东出口数量减幅较大。出口价格与 2011 年 1-6 月同期相比，均有所提高。其中，陕西鲜食苹果出口价格增长 37.67%。这是因为，2011 年 1-6 月陕西苹果的平均出口价格较低，均价低于全国平均出口价格，2012 年市场价格恢复，表现为价格涨幅较大。

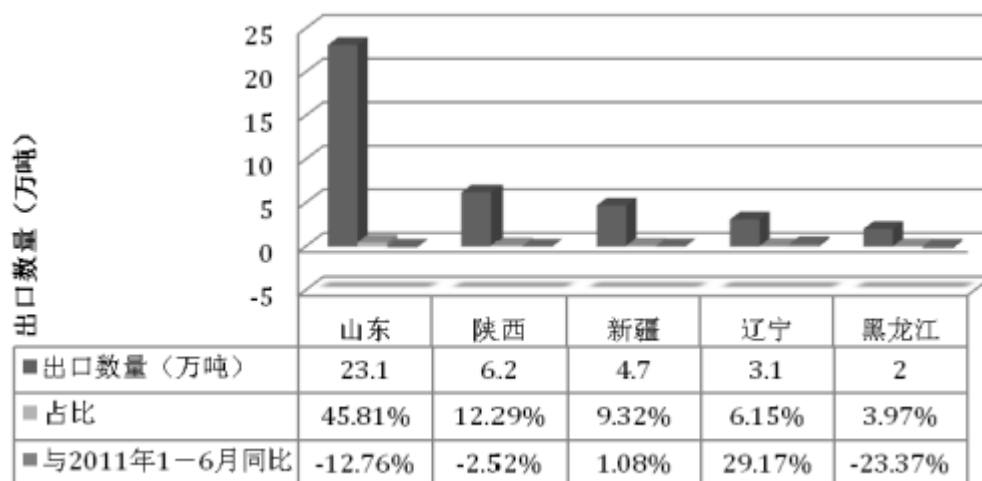


图1 主要出口省份(地区)

从出口海关分析，青岛、乌鲁木齐、满洲里、南宁、哈尔滨海关是我国鲜食苹果的主要出口海关，出口数量分别占我国鲜食苹果出口总量的 47.71%、13.50%、7.61%、6.42%、4.46%；合计占全国鲜食苹果出口总量的 79.42%（主要海关出口量见图 2）。

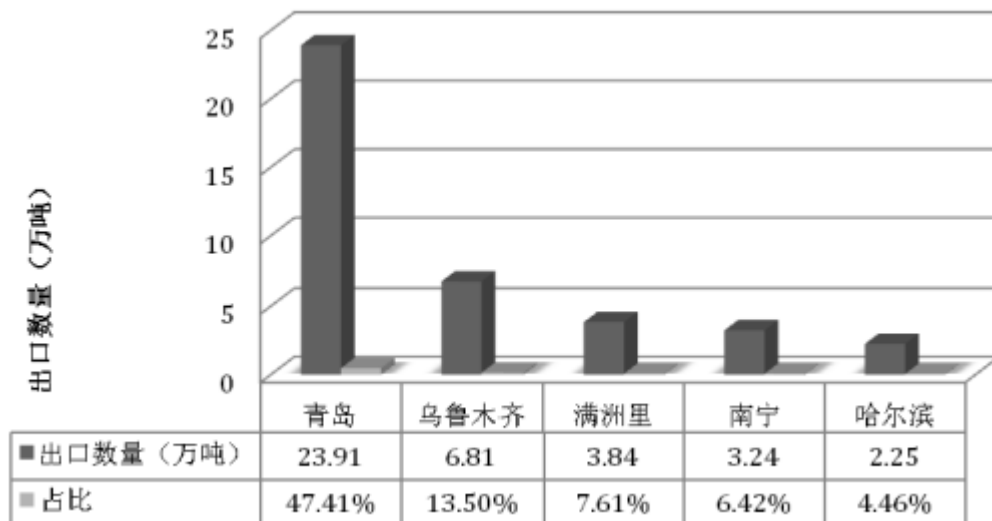


图2 主要出口海关

从进口国家分析，俄罗斯、印度尼西亚、哈萨克斯坦、印度、孟加拉国是我国鲜食苹果的主要出口国家，出口数量分别为 7.9 万吨、6.65 万吨、4.65 万吨、4.29 万吨、3.87 万吨，分别占出口总量的 15.67%、13.19%、9.22%、8.51%、7.67%，合计占出口总量的 54.25%（主要出口国家见图 3）。与 2011 年 1-6 月同期相比，俄罗斯、印度尼西亚、印度进口数量下降 9.40%、10.26%、12.98%；哈萨克斯坦、孟加拉国进口数量增加 5.44%、24.84%。

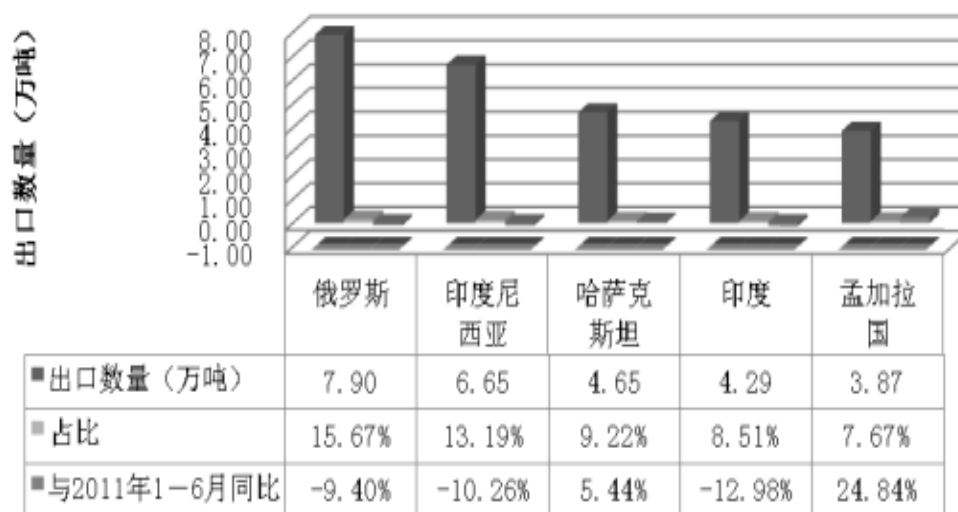


图3 主要出口国家

## 二、出口贸易形势分析与判断

综合上述分析可知，2012年1-6月，我国鲜食苹果出口形势整体较好，表现为出口数量较去年同期略有增加，出口价格有较大上涨，出口金额亦随之大幅增加；主要出口地区、出口海关、进口国家等市场结构未发生明显变化，内部比例增减变动不一，但未能对整体出口结构产生显著影响。

从近三年出口贸易数据来看，我国鲜食苹果出口数量虽在各年（或各月）略有增减，但整体波动幅度大体在5%以内。从主要出口市场的贸易现状、贸易形势与发展潜力判断，未来几年，我国鲜食苹果出口的数量与市场结构均不会产生大的变化，年出口数量维持110-120万吨左右，出口结构亦与当前类同。基本理由如下：

**第一，我国鲜食苹果主要出口市场进口数量趋于稳态，增长潜力有限。**

近几年，俄罗斯是我国鲜食苹果的第一进口国，但从我国进口的鲜食苹果在俄罗斯的市场份额并不大，市场增长潜力有限。从口味来看，俄罗斯市场偏好高酸苹果，我国鲜食苹果口味偏甜，不符合俄罗斯消费者的口感偏好；同时，受地缘贸易的影响，波兰、土耳其等国生产的高酸苹果，对我国鲜食苹果出口俄罗斯市场形成了强有力的竞争。近几年的贸易数据表明，俄罗斯从欧洲进口的鲜食苹果数量的平均增长率高于我国。

除俄罗斯外，印度尼西亚、印度、哈萨克斯坦、越南、孟加拉国、泰国、菲律宾、马来西亚等亚洲国家是我国鲜食苹果的出要出口市场。这些国家从我国的年进口量仅为几万吨到几千吨，所占比例较小。尽管从单一出口市场分析，各年进口量会随市场需求变化而略有波动，但整体而言，不足以对我国鲜食苹果的出口格局形成影响。更重要的是，这些国家多数地处热带、亚热带，盛产、盛销热带水果。热带水果是当地的主要消费水果，苹果消费增长潜力较小。因而，这些国家大量进口中国鲜食苹果的市场潜力非常有限。

### **第二，国内销售形势好，鲜果出口的相对效益优势减弱。**

前几年，国内鲜食苹果销售形势低靡，果贱伤农，鲜果出口效益相对较好，果商有出口积极性。近三年，国内鲜食苹果销售呈现市场需求旺盛、产地价格高，销售速度快、效益好等形势，鲜果内销效益不低于出口，甚至部分等级果品的内销效益已高于出口。鲜食苹果出口的相对效益优势正在逐渐丧失，加之鲜果出口面临分级、认证、包装、运输、检验检疫、报关等一系列繁杂的外贸手续，并易受国际贸易政策与环境的影响。因此，在国内销售形势较好的背景下，经销商缺乏开拓国际市场的内在激励。

### **第三，从国内供给来看，成本上涨导致出口价格持续、快速上涨是制约出口的重要因素。**

近年来，我国苹果生产越来越依赖于化肥、农药等物质投入和密集的劳动力投入，正逐步成为高成本产业。小农经济生产方式不利于提高劳动生产率和形成规模经济，难以消化日渐上涨的生产成

本。同时，非农产业对资源的竞争加剧，国际农资价格上涨，进一步诱致国内生产成本上涨趋势。生产成本持续、快速上涨，成本推动出口价格上涨作用明显。持续增长的成本导致我国苹果生产的低成本优势正在逐渐被削弱，且有丧失趋势。人民币持续升值也为鲜果出口形成不利影响。价格上涨对苹果出口产生负向影响。

整体而言，要素价格全面、持续上涨，导致我国苹果产业的比较优势正在逐年下降，鲜食苹果出口市场拓展潜力有限，即成本推动出口价格上涨，出口竞争加剧。在果业竞争全球化背景下，政府应该持续关注和评估我国苹果产业的市场及贸易竞争态势变化，从保持竞争优势和产业可持续发展视角出台相关产业政策。综合产业发展和市场变化趋势判断，开发国内消费市场是从需求角度保证我国苹果产业可持续发展的根本。

---

报送：农业部科技教育司、农业部种植业管理司

---

发送：各苹果主产省农业厅、各功能研究岗位专家、综合试验站站长  
首席科学家办公室成员

---

国家苹果产业技术体系首席科学家办公室

2012年9月20日印发

---