

目 次

為擴大對讀者之服務，自民國八十九年十一月起，本基金會特新增設網際網站「www.rdf.org.tw」，以方便檢索與查閱大陸農業資訊，歡迎賜教並提供建言。

專題報導	中國農產品物流問題與解決之道	2
<政策與法>	中國農業發展銀行信貸計劃分類管理	5
	對操作糧食低收購價預案的建議	9
<市場動態>	中國番茄加工業	12
	肯定列表制度對中國輸日農產品的分析	14
	馬鈴薯澱粉企業發起的反傾銷案始末	19
	農業部推農產品促銷活動	21
	山東臨沂市的畜牧業	22
	安徽整合國有資產建設糧食產業園區	24
	山西農民生活環境改善	25
	浙江農民消費調查	27
	內蒙古種植業今年將繼續平穩增長	29
	黑龍江推進糧食產銷合作	30
<經濟短波>	中國供應澳港蔬菜須有出生証	32
	06 年中國農村絕對貧困的人口	33
	新增泉台農業合作規劃	33
<行情報導>	2006 年中國農村外出務工勞動力統計	34
<統計表次>	表一 大陸消費者物價指數	35
	表二 大陸都市平均每戶家庭生活支出	36
	表三 大陸部門別的投資金額	37
	表四 大陸主要農畜及其加工產品的進口量與值	37
	表五 大陸主要農畜及其加工產品的出口量與值	38
	表六 大陸農畜及其加工類別進口值及地區別比重	39
	表七 大陸農畜及其加工類別出口值及地區別比重	40

專題報導

中國農產品物流問題與解決之道

(摘自 2006 年 4 月國際商報)

壹 物流技術八大不足

一、交通與通訊基礎設施薄弱

農村道路等級低、路況差，導致農產品在途時間長，運輸損耗大，鮮活度低，物流成本居高不下；物流信息網絡設施不健全，農產品流通信息不暢，市場調節的盲目性大。

二、個體農戶涉足農產品生產物流較多。

除少量企業化生產物流量較大外，大多由個體農戶生產或從事，

每戶承包土地不多，耕種或養殖物流量小。

三、農業供應物流和農產品銷售物流的主體方面不易樂觀

主體繁多，包括供銷系統、糧食系統、農業系統農產品市場及其它農業物流主體，市場秩序較亂，整體上缺乏市場競爭力，農產品市場主體的培育狀況不容樂觀。

四、農產品運輸、倉儲及裝卸水平低

運輸設備和技術滯後，高效專用運輸車輛少。特種倉庫比如低溫庫、冷藏庫、立體庫等短缺，農民散藏、混藏甚至露天堆放的現象相當突出。裝卸搬運機械化水平低，叉車、托盤、貨梯、升降平台、巷道堆垛起重機等裝卸設備數量極其有限。

五、物流資源配置不合理

物流資源豐富，但農產品物流相關的部門行業條塊分割嚴重，致使資源難以整合，其結果是農產品物流企業數量供過於求，但服務質量又滿足不了市場需要。

六、農產品市場的發展和佈局滯後

具體說來，結構不合理，城鄉農貿市場多，無效物流比例驚人，給城鎮的垃圾處理、環境保護和市容管理造成了巨大壓力；批發市場不足，生鮮連鎖經營超市太少，缺乏綜合服務功能，擁有儲藏、加工和信息開發利用能力的市場為數不多，交易方式落後，網上成交、電子結算卡的運用仍處於試用階段；農產品市場的規劃和佈局存在著不尊重商品流通客觀規律的現象，市場應有的功能難以釋放。

七、農產品物流供需不平衡

農產品專業化物流服務理念滯後，對物流企業的服務質量表示懷疑，擔心產品安全，自營物流比例過

高，物流非合理化狀況突出，物流發展面臨市場需求約束。

八、農業科技含量不高

產品質量低、加工及保鮮技術落後、農產品標準化程度低和缺乏品質檢驗手段及食品安全保證等諸多因素制約著農產品供應鏈的各個環節。

貳 解決之道

措施一：提高農民素質，增強現代物流意識

應通過教育、培訓，立即和自貨自運的經營模式。運用系統優化原理、最小總成本方法、供應鏈管理等物流方法改善農產品流通方

式，提高運作效率，降低成本，促進農民增收。

措施二：加大對農產品物流基礎設施投入

農產品物流的基礎設施建設，包括農產品批發市場的建設，農產品倉儲、交通運輸條件和工具等設施的建設。要做好這方面工作，須加強農村道路建設和農產品運載工具的開發生產，加強各種農用倉庫的建設，發展農產品加工配送中心以及產地、銷地農產品批發市場。

措施三：打造現代農產品供應鏈管理模式

農產品供應鏈應該也必須包括

從育苗到大田管理、農畜產品加工、保鮮直至流通、市場銷售、廢棄物回收等所有流程，農業科技、農業信息和標準化等因素影響著農產品供應鏈的始終。市場信息指導+種業公司+農業科技推廣+農資連鎖經營+整合型生產物流機制+食品安全認證與標準化模式是一個較好的選擇。應鼓勵農民成立生產協作小組，嘗試實施整合型生產物流機制，將區域內的農作物耕作、田間管理及農產品的收穫、加工、存儲等作業形成的物流統籌由共同機制運作，引入 HACCP 和 ISO14000 系列標準等認證，確保食品安全，著力打造綠色農產品生產鏈。

措施四：政府應為改善農產品物流

創造良好的社會環境

政府應明確政府的投資主體地位，並在土地、資金、稅收等方面提供優惠政策。同時，在政策法規方面提供保障，健全行業法規，加大管理力度，保持適度競爭，為各類市場主體創造良好的競爭環境。

措施五：協助農業龍頭企業構建各種形式物流組織實體

政府應採取多渠道、多形式、多元化的辦法，打破所有制、地域、行業界限，盡快培育一批農產品物流組織。鼓勵龍頭企業進行內部各環節的整合優化，積極引進和借鑒發達地區和國外物流企業的管理、技術和經驗，充分利用運輸、商業

企業在市場信息、銷售網絡和運銷經營等方面的特長和優勢，組建自營物流企業。同時，扶持農村營銷大戶、農村合作經濟組織和農民經紀人，支持、鼓勵農民開展農產品加工、銷售服務和自辦購銷組織，推進供銷社改革，發揮其在農產品流通中的作用，鼓勵各組織之間的聯合，運用管理和信息技術將它們連接在一起，興辦第三方物流，使其更加有效的服務於農業生產。

措施六：不斷提高農產品物流技術

一是把標準化貫穿於產前的種子、種苗、化肥、農藥、飼料等生產資材的選用，產中的栽培、飼養等技術規程，到產後的加工、包裝

和產品質量的檢驗，把農業生產的全過程納入規範化、標準化的軌道。二是要提高加工、包裝技術。

因此，要在農產品的精加工和包裝上，積極採用新型的保鮮技術，延長農產品的儲藏時間，擴大農產品銷售半徑。三是要積極運用現代營銷手段。鼓勵龍頭企業或銷售公司在大中城市特別是在沿海沿邊口岸設立流通加工和銷售網點、對外窗口，發展代理商，建立直銷市場。

大力發展農產品連鎖經營、配送等形式。積極運用拍賣、代理和網上購物等現代交易方式。

措施七：加快對農產品物流專業人員培訓

應根據農產品物流的特點，加快對農產品物流專業人員培訓，建立農產品物流教育培訓中心。

措施八：積極開展第三方農產品物流業

應鼓勵農業加工企業、倉儲業和運輸公司等不同的獨立組織進行聯合，發展第三方物流，使得在農產品倉儲業、加工業、運輸公司、配送中心以及零售商等各部門之間，形成表面上是各個獨立的組織實體，而實際上卻是由他們聯合而成的一個以信息技術作為橋樑和紐帶的虛擬大組織。不僅可以減少固定資產投資以及實現信息資源共享，而且可以達到各相關部門資源

的有效配置，提高資金的周轉速度，解決一直困擾農業發展的農業資金長期短缺的問題。

措施九：注重農產品的加工開發

農產品的開發加工要多樣化，一是從空間上看除了常見的品種外，多發展名特稀產品；二是從時間上看，多發展反季節農產品；三是對同種產品開發出多用途，以適應不同的消費需要；四是對同種產品分成不同的等級以適應不同的消費檔次；五是要實現農產品的循環使用和綜合利用，形成梯次開發。如小麥的一次加工成粉，二次加工成食品，相應下角料成飼料等，從而達到農產品的增值。

措施十：.推進農產品流通國際化

應利用世貿組織協議,積極促進一些有條件的農產品流通企業與外貿企業密切協作,借助於外資從事現代物流配送,用好國內外兩種資源、兩大市場,進一步延伸物流

鏈,增強核心能力,從而盡快推進農產品流通向國際化方向發展。

<政策與法規>

中國農業發展銀行信貸計劃分類管理辦法

(摘自 2007 年 4 月糧油市場報)

第一章 總則

第一條 為了適應糧棉流通體制改革和中國農業發展銀行(以下簡稱「農發行」)業務發展的需要,充分發揮信貸計劃的調控作用,優化信貸資源配置,提高規模使用效率,根據中國人民銀行有關信貸計劃管理規定,特制定本辦法。

第二條 本辦法適用於農發行各級行的信貸計劃管理。

第三條 信貸計劃管理堅持「區別對待、分類管理、規模調控、均衡實施」

原則。

(一)區別對待。在貸款計劃管理上,政策性貸款和商業性貸款要有區別;商業性糧棉油購銷貸款和商業性一般短期貸款要有區別;商業性短期貸款和商業性中長期貸款要有區別。

(二)分類管理。在貸款計劃分配上,對政策性貸款,要及時安排、足額保障;對商業性糧棉油購銷貸款,要根據國家和省級政府購銷政策優先安排;對商業性一般短期貸款,要視全行信貸規模和

資金籌措運用情況，根據各行的經營績效水平、風險防範能力等，擇優安排；對商業性中長期貸款，要依據全行發展規劃和資金來源期限結構，合理確定長、短期貸款比例，審慎安排。

(三) 規模調控。在人民銀行核批農發行貸款計劃之內，總行對各省級分行實行總規模和分類規模控制，在總行核批貸款計劃之內，各省級分行對轄內也要實行總規模和分類規模控制。

(四) 均衡實施。要充分發揮貸款計劃對業務經營方向及規模的規劃和引導作用，通過貸款計劃安排與資金供應的有效銜接，引導各行均衡實施貸款計劃，實現貸款規模合理增長。

第四條 農發行信貸計劃實行「統一計劃、分級管理」的管理方式。

第五條 信貸計劃管理的主要內容包括：信貸計劃的編制上報、核批下達、組織實施與調整、監測考核。

第二章 信貸計劃的編制上報

第六條 信貸計劃的編制程序：計劃部門要及時瞭解和掌握當期有關政策，並對計劃期內的政策和形勢變化進行分析和判斷，系統收集行內外相關資料和數據，做好編製準備；與行內外相關部門充分協調與溝通，提出年度分季信貸計劃編製草案；計劃草案經徵求客戶部門意見修改完善後，提交本行行務會或行長辦公會審議；報送上級行核批。

第七條 信貸計劃的編制

(一) 存款計劃的編制。企事業單位存款計劃根據本行開戶企業預計銷售回

籠和費用結餘情況編製，專項存款計劃參照歷年財政補貼撥補到位情況和當期財政補貼政策編製，同業存款計劃根據上級行和本行確定的存款目標和預計實現情況編製。

(二) 政策性貸款計劃的編制。政策性短期貸款(含准政策性貸款)計劃由各行根據國家發改委下達的中央糧棉油糖專項儲備計劃(含新增和輪換)、各級政府下達的地方糧棉油儲備計劃、最低收購價啟動等調控政策實施情況編製；政策性中長期貸款計劃由各行根據有中央和地方政府承諾還本付息或進行風險補償的中長期貸款需求進行編製。

(三) 商業性糧棉油購銷貸款計劃的編制。參照本地近年糧棉油產量、商品量、支持企業收購量及貸款需求、庫存值變動情況以及企業風險承受能力等因素編製。

(四) 商業性一般短期貸款計劃的編制。根據本行客戶營銷狀況、業務發展規劃以及所轄企業的貸款需求，並充分考慮企業近兩年實際經營效益情況和具體償債能力編製。

(五) 商業性中長期貸款計劃的編制。各行要建立中長期貸款項目庫，根據本行中長期貸款業務發展規劃，從中選擇效益高、風險小的項目匯總編製。

第八條 信貸計劃的編制方法

信貸計劃一般採用餘額增減法，以「自下而上」和「上下結合」的方式，按照計劃期內存款和貸款預計比年初淨增減額編製。

第九條 信貸計劃的上報

(一) 年度信貸計劃的上報。各省級分行須於每年 1 1 月末前，以行發文形式上報下一年度信貸計劃及說明。

(二) 季度貸款計劃的上報。各省級分行於每年 1 2 月 2 0 日之前，以部門發文形式上報下年度第一季度貸款計劃及說明。其他季度的貸款計劃，在總行下達的年度彈性貸款計劃內編製，並於上季末月 2 5 日之前，以部門發文形式編制上報。

轄內分支機構年度、季度信貸計劃的編報時間和方式由省級分行自行確定。

第三章 信貸計劃的核批下達

第十條 貸款計劃核批的基本依據

總行在中國人民銀行核批的貸款計劃總量之內，核定各省級分行年度彈性貸款計劃，並按政策性貸款、商業性糧棉油購銷貸款、商業性一般短期貸款和商業性中長期貸款四類分解核批給各省級分行。

彈性貸款計劃是年初根據全行經營目標對各省分行貸款增長確定的年度調控目標，年度中間根據有關政策變化、計劃實際執行進度、貸款營銷與項目準備情況，總行可對該計劃進行適度調整（追加或收回），最大限度提高貸款計劃使用效率，促進各行經營目標的實現。彈性貸款計劃是各行制訂全年經營目標的依據，未經總行批准不得突破。

第十一條 核批信貸計劃的參考因素

(一) 存款計劃根據各行上報數及財政補貼撥補情況核批。

(二) 政策性貸款計劃根據國家及省級政府下達的儲備、調控（最低價收購政策）及糧食風險基金借款計劃等相關文件以及貸款與庫存值變動情況核批；

(三) 商業性糧棉油購銷貸款計劃參照各行往年收購貸款投放、貸款風險防控以及糧棉油貸款與庫存值變動情況核批；

(四) 商業性一般短期貸款計劃根據各行貸款需求預測情況、貸款項目準備情況，參照全行平均發展速度、各行上年貸款增長和經營績效水平、以及不良貸款占比等指標核批。

(五) 商業性中長期貸款計劃根據國家有關宏觀調控政策和總行可籌措資金額度，並視各行經營管理水平、風險防範能力、具體需求及總行貸審委對上報項目審查通過情況切塊下達或直接匹配。

第十二條 信貸計劃核批下達的基本程序：計劃部門根據上級行核批的各項信貸計劃，參考下級行上報的信貸計劃及相關指標數據和資料進行綜合後，擬定信貸計劃分配意見；年度信貸計劃經主管行長審核報行長審批後下達。

第十三條 信貸計劃核批方式

(一) 年度信貸計劃的核批。總行根據人民銀行核批的年度信貸計劃，以行發文形式明確各省級分行的年度彈性貸款計劃和分類貸款計劃。

(二) 季度信貸計劃的核批。總行資金計劃部根據給各行核定的年度彈性貸款計劃，參考各省級分行上報的季度計劃和前季計劃執行率，以部發文形式正式下達季度分類貸款計劃。一季度貸款計劃參

照上年一季度計劃執行情況和各行編報計劃核批下達。

對轄內分支機構年度、季度貸款計劃的核批時間和方式由省級分行自行確定。

第四章 信貸計劃的組織實施與調整

第十四條 存款計劃作為信貸計劃的重要組成部分，是指導性計劃，各行要加強存款組織工作，力爭完成存款計劃。

第十五條 各級行必須嚴格按照上級行核批的貸款計劃組織實施，年度彈性貸款計劃和季度貸款計劃未經上級行批准，不得突破。商業性中長期貸款計劃原則由省級分行在轄內統一組織實施，不再向下切塊安排。

第十六條 年度和季度貸款計劃若需調整，必須按照以下優先級順序先行調劑：政策性貸款計劃、商業性糧棉油購銷貸款計劃、商業性一般短期貸款計劃和商業性中長期貸款計劃，優先級別低的可自行向優先級別高的計劃種類調劑，逆向調劑必須報經上級行批准方可執行。

第十七條 經調劑後仍有不足，可申請追加：

(一) 政策性和商業性糧棉油購銷貸款季度計劃如有不足，可向上級行報備後，提前使用年度彈性貸款計劃。如需超出年度彈性貸款計劃，必須以部門發文形式申請追加調整。

(二) 商業性一般短期貸款季度計劃如有不足，可在本行年度彈性貸款計劃內以部門發文形式向上級行申請提前使用。如需超出年度彈性貸款計劃，必須以行發文件申請追加調整，經上級行批准後

方可執行。

(三) 商業性中長期貸款季度計劃如有不足，可在本行年度彈性貸款計劃內以部門發文形式申請提前使用。年度彈性貸款計劃年初一經下達，年內原則上不再追加。若有特殊情況，必須以行發文件申請追加調整，並附詳細的貸款項目情況說明和貸審委審批意見，經上級行審慎研究、批准後方可執行。

第十八條 上級行根據各行季度貸款計劃實施進度及全行貸款計劃余缺狀況，適時在行際間和貸款計劃種類間予以調整，各行必須服從上級行的調配。

第五章 信貸計劃的監測考核

第十九條 各行在堅持定期對各項存、貸款計劃執行情況監測的基礎上，可根據業務發展和計劃調控的需要，自行確定監測週期，及時對計劃執行情況進行監測和分析。

第二十條 貸款計劃管理考核內容：主要考核各行年度、季度貸款計劃的執行情況。

第二十一條 信貸計劃管理紀律

(一) 必須按規定時間和要求編報各類信貸計劃；

(二) 必須按照上級行核批的各項貸款計劃及其要求組織實施，不得擅自突破；

(三) 必須保證信貸計劃執行情況的真實性。

對違反以上信貸計劃管理紀律的，根據規範化管理要求及違規處罰有關規定予以處理。

第六章 附則

第二十二條 本辦法由總行制定並負責解釋、修訂。

第二十三條 各省級分行可結合本地實際制定實施細則 並報總行備案。

第二十四條 本辦法自印發之日起實行 原《中國農業發展銀行信貸計劃分類管理辦法（試行）》（農發銀髮 2006 105 號）同時廢止。

對操作糧食最低收購價預案的建議

（摘自 2007 年三月份糧油市場報）

湖北省按照國家政策連續二年啟動了糧食最低收購價執行預案，從實際執行情況看，基本上達到了穩定國家糧食生產，保護種糧農民利益，維護國家糧食安全等預定政策目標。但隨著糧食市場的變化，在實際操作中存在一些不容忽視的問題需要儘快解決。

糧食最低收購價執行預案操作中存在的問題

一是托市收購向敞開收購演變，影響糧食最低收購價執行預案功效。二是多元化收購向壟斷收購回流，影響糧食市場體系建設。三是質量驗收與收購進度不銜接，影響收購資金按進度及時供應。四是銷售機制與市場機制不配套，影響托市糧銷售和資金回籠還貸。五是政策風險向信貸風險轉移，影響農發行信貸資產質量。

進一步完善糧食最低收購價管理辦法的建議

建立最低收購價政策與糧食直補的聯動機制。一是使糧食價格由供求決定，形成真正的價格信號，避免最低價對糧價的扭曲效應。二是改目前最低收購價政策在流通環節的暗補為生產環節對農民的明補，提高補貼效率。三是對農民明補後，政府不需要托市，可避免最低收購價收購，拋售與打壓價格的現狀。四是逐步使最低收購價成為影子價格，而非執行價格，有利於發揮其導向作用。五是使糧食直補政策具有彈性，可避免滾雪球效應，有利於減輕財政負擔。

適時調控糧食市場，及時啟動和停止最低收購價執行預案

一是主動與中儲糧公司進行溝通協調，建立定期聯席會議，對收購中出現的問題及時研究解決；二是積極協調地方糧食部門，加強行業監管，規範糧食收購、儲存和銷售行為，妥善處理好預案執行時各主體與各部門之間的利益關係，對惡意套取國家補貼，擠佔挪用收購資金等違規違紀違法行為的單位和個人，嚴格責任追究。三是國家在實施糧食調控政策時要收放有度，不能放任自流。最低收購價政策本質是一種托市收購，不能等同於敞開收購，糧食市場收購價格托起後，就要減緩收購進度或暫時停止

收購，減輕國家財政負擔。托市糧的收購數量，糧食主產省可以地市為單位，一地一策，要根據主產區地市的糧食市場發育和完善程度，以及歷年平均商品量和當期總產量來確定；還可以地市的中央和地方儲備糧的存儲總量作為參照。政策調控糧食總量並不是越多越好，多了就成了包袱。

拓寬糧食最低收購價指定收購企業的對象

拓寬最低收購價收購渠道，使以經營糧食為主，有收儲能力的加工及龍頭企業和其他企業，享受最低收購價政策的同等待遇，同國有糧食企業公平入市經營，營造多主

體平等競爭的糧食流通市場格局。

同時，改由中央儲備糧的直屬企業和代儲企業主要承擔執行最低收購價政策，直接收購和限量委託收購托市糧，堅決淘汰包袱沉重、倉儲及設施條件差、管理責任難落實的國有糧食企業的托市收購資格，減少托市糧層層委託收購，避免管理責任上的真空。

發揮中儲糧系統垂直管理責任優勢進行管理

一是進一步明確政策保證最低收購價執行主體與落實主體相一致，督促及時將最低收購價收購貸款，劃轉到中儲糧公司或中儲糧直屬庫，保證糧權和債權相一致，責

權利對等，確保中央對主產區的優惠政策。二是對已銷售糧食形成價差虧損實行集中管理。建議上劃中儲糧總公司或各分公司統一進行管理，由中儲糧公司統一還貸，統一付息。三是糧食主管部門、農發行應共同修改中儲糧公司制定的《最低收購價糧食儲存管理合同》，研究合同對糧食儲存管理、信貸監管、風險防範的利與弊，進一步完善監管措施。對最低收購價糧食應邊收購邊驗收鎖定，對鎖定後的數量不得隨意更改。

完善銷售政策，規範銷售行為

一是國家有關部門對銷售中出現的問題應及時進行研究，對不明

確的政策儘快補充完善，原則上國家對客觀原因形成的問題應給予政策解決。二是修改完善交易細則。交易細則中應增加買方的合理合法利益，增加賣方和批發市場違約責任和處罰條例，縮短資金結算時間，簡化手續，減少商務糾紛等。三是財政按銷售批次及時清算盈虧，彌補銷售價差虧損。四是一年一度的糧食最低收購價政策執行和銷售結束後，財政部應牽頭組織中儲糧總公司、國家糧食局和農發行進行總清算，按政策規定及時統負盈虧，提高農發行政策執行能力。

採取防控措施，確保貸款安全

一是建立貸款風險保障機制。

在糧食最低收購價執行預案中要明確，從企業儲存費用補貼總額中提取一定比例，作為對最低收購價糧食貸款風險保證金，專項用於企業承擔的最低收購價糧食各種損失損耗。風險保證金實行專戶存儲，待企業最低收購價糧食銷售出庫盈虧清算結束後，專戶結餘資金全額退還企業。對已發生損失損耗的貸款

企業，建立風險保證金的比例要提高。同時，對企業損失損耗占貸款情況較嚴重的，可直接從企業費用補貼中收回損失損耗佔用的貸款。

二是切實加強貸後監管。對最低收購價糧食貸款要避免政策風險，更要控制操作和管理風險，嚴格實行封閉管理制度，確保庫貸掛鉤。

< 市場動態 >

中國的番茄加工業

(摘自 2007 年 3 月份國際商報)

番茄產業發展現狀

1978 年，新疆開始發展番茄種植和加工，產品首次出口日本市場獲

得好評。從 1980 年建成第一條國產線，緊接著引進國外生產設備，到 90 年代初，新疆番茄生產企業已經增加到 30 餘家，產量、出口量連年增加，如今已佔到全國 90% 以上，產品全部出口；2006 年，全國共有番茄醬生產企業 66 家，日處理鮮番茄能力為 13.07 萬噸，全國年加工番茄醬生產能力超過 100 萬噸，年出口量 60 多萬噸，中國已經成為繼美國、歐盟之後的第三大生產地區。

目前，中國番茄的種植、加工和出口處於持續增長態勢。2006 年，中國加工新鮮番茄量 430 萬噸，生產番茄醬近 70 萬噸。產品主要有番茄醬、去皮番茄和碎塊、調味番茄醬、番茄粉、番茄紅素等。產品

主要出口俄羅斯、加納、日本、意大利和中東地區。1999 至 2005 年，中國番茄醬出口份額從占世界出口市場的 7.7% 上升到 30%，而義大利從 35% 降到 29%，土耳其從 12% 降到 8%，希臘從 9% 降到 5%。

中國番茄原料種植面積 100 萬畝。目前已經擁有長期從事加工番茄產前、產中、產後相關技術研究和服務的單位和人員，他們選育優良的加工番茄品種，探索適應新疆、內蒙古和甘肅等乾旱、半乾旱區域，加工番茄高產的綜合生產模式，在推動加工番茄種植技術研究上取得突破性進展。

發展番茄產業的條件和優勢

由於原料、生產和運輸成本優勢，中國番茄醬銷售價格在國際市場具有一定競爭力。目前中國番茄原料均價每噸為 35 美元，是歐美國家的一半左右。加上工廠建設和管理、人工費用等，實際成本遠低於歐美國家和世界平均水平。以生產 36%~38%濃度番茄醬為例，中國每噸醬成本約低於世界平均成本 150 美元，優勢十分明顯。

近 10 年來，世界對加工番茄製品的消費量以年均 3% 的速度增長。其中，美國人年均消費番茄製品 34 公斤，歐盟人 23 公斤。在日本、新加坡、香港等，番茄製品人均年消費大於 3 公斤。中國番茄製品消費水平較低，人均僅 0.2 公斤。

番茄產業存在的問題

目前，番茄原料供應方面存在的隱患和問題主要有（1）天氣影響。頻繁發生的災害性天氣造成原料減產和品質下降。（2）土壤退化。原料主產區不同程度出現土壤侵蝕、肥力衰減、土壤酸化等土壤退化現象。（3）品種退化。由於主栽品種單一和連年種植，常規品種的優勢特徵逐年衰退，田間表現缺陷增加。（4）原料管理。種植戶人均擁有土地面積小，種植技術和觀念落後，有些種植戶的種植、採摘和交售行為不能按企業要求去做，直接影響番茄原料質量。另外，在反傾銷風險存在的同時，各種技術性貿易壁壘愈演愈烈，一些發達國家

紛紛通過提高技術性貿易壁壘限制中國產品的進入。

中國番茄產業在高速發展的同時，存在著行業無序、競爭無度等問題。為了爭奪市場，企業以低價吸引客戶，造成番茄製品出口賣價整體持續走低。也加大主要貿易國家實施反傾銷或貿易保障措施的可能。在原料供應方面，企業之間對原料的爭奪從未停止。行業內規模較大的企業採取與農民簽訂種植合同的方式保證原料供應；相當一部分小企業不簽訂合同，以高價爭奪原料。搶料的結果是擾亂市場，企業生產成本上升，農民卻很少受益。

中國番茄醬以原料性大包裝產

品出口為主，附加值不高，又多為OEM加工，企業創建品牌和開發市場的難度較大。此外，行業內一部分小型加工企業，生產工藝和設備非常落後，低劣產品在國內市場上銷售，有損番茄製品在國內的聲譽和形象。而國內消費形式的多樣化，將促進消費增長。番茄加工企業應當研究市場，培育品牌，加強產品研發和市場開發，在未來市場競爭中搶得先機。

小結

番茄加工企業通過基地建設、技術服務、農資服務、資金支持等方式，增強與農民的合作，形成穩定的利益共同體，是保證原料供給的重要途徑。比如中糧屯河等龍頭

企業積極發展公司+農戶，公司+合作社，公司+團場和公司+土地等，多種形式的原料供應模式，強化基地建設，有效提高了農民的種植效益，提高了產業的組織水平。通過出台一系列扶持辦法，包括出資為基地種植加工番茄投保，技術人員為基地農戶進行技術培訓和指導等，密切了公司與農戶之間的關係，取得初步成效，實現了公司與農戶的雙贏。中糧屯河 2006 年收購鮮番茄 208 萬噸（佔全國總量的 48%），支付農民包括番茄、甜菜收購款項近人民幣 20 億元，帶動 30 餘萬農戶直接受益。中糧屯河通過成立種業公司，與農業大學、農科院等部門合作，研製出番茄新品

種；與美國亨氏公司合作，引進優良品種以及全套美國種植和採摘技術。經過多年的努力，中糧屯河已經成立兩百餘人的專業原料服務隊伍，為農民提供品種選擇、育苗移栽、測土配方施肥等技術指導服務，幫助農民增產增收；計劃引進全套的美國農業機械，逐步實現機械化育苗、機械化移栽定植和機械化採收，全面提升種植水平，實現產品質量和檔次升級。

中國番茄產業目前已經形成以新疆、內蒙古和甘肅三個產業優勢區域和以中糧屯河以及新疆中基實業、內蒙古巴彥淖爾富源實業、新疆天業等公司為主體的番茄醬加工出口企業群。（請參閱「大陸農業資

訊」第八期《新疆統一公司契作番茄 與產銷經驗》

肯定列表制度對中國輸日農產品的分析

(摘自 2007 年 3 月份國際商報)

日前，中國商務部外貿司和食土商會正式對外發佈《日本「肯定列表制度」實施半年來對日農產品出口分析報告》，詳細分析了對日農產品出口情況。

一、06 年中國農產品、食品出口總體情況

據中國海關統計，06 年中國農產品出口金額 310.3 億美元，同比增長 14.1%；其中食品出口 266.6 億美元，同比增長 16%。中國農產品對日出口 82.1 億美元，同比增長

3.6%；其中食品出口 74 億美元，同比增長 4.8%。日本在中國農產品出口市場中的比重從 2005 年同期的 29.2%下降到 26.5%；在中國食品出口中的比重從 2005 年的 3.7%下降到 27.8%。

二、06 年 6~12 月中國對日食品出口總體情況

據海關統計，6~12 月中國對日本出口農產品 49 億美元，同比增長 3.1%；其中對日出口食品 44.3 億美元，增長 3.6%，而 05 年同期增幅為

4.2%。6~12月，中國對日本市場農產品、食品的出口份額也分別下降到25.3%和26.5%。06年6~12月間，日本厚生省對中國實施監控檢查的食品共43種，其中列明違反日本「肯定列表制度」的監控檢查項目，涉及12種農產品，15種農藥殘留標準。

三、「肯定列表制度」對中國輸日農產品的影響評估

(一) 對日農產品出口速度放緩，企業、產品結構發生變化。

從出口結構來看，06年中國出口日本的農產品中，水產品約占36.2%，園藝產品(包括水果、蔬菜、茶葉等)約占30%，肉類產品占12.2

%，穀物產品占1.7%，其他產品約占13.4%。肯定列表制度實施之後，中國對日蔬菜、蔬果製品、穀物的比重略有下降。

從出口增速來看，「肯定列表制度」實施初期，由於進出口商對日本檢驗檢疫情況心存顧慮，持觀望態度居多，不敢盲目發貨、進貨，中國出口企業減少，成交量明顯下降。據海關統計，06年6與7月對日食品出口金額分別下降18%，但8和9月均恢復到10%左右的增幅。10至12月出口同比分別增長13.7%、8.3%和3.2%，基本恢復到原有的增長水平。

06年6月中國對日出口食品企

業數量為 2,392 家，同比下降了 11.5%；7 月下降 7.1%，8 月和 9 月經營企業數量基本與 05 年持平。6~12 月，對日食品出口企業共 4,336 家，同比下降 2.9%。

從主要出口地區看，6~12 月，山東、浙江、遼寧、福建、江蘇對日食品出口低速增長，但遠低於 05 年同期的增長幅度。

（二）受到命令與監控檢查的商品出口數量明顯減少，部分高風險產品出口也出現下降。

「肯定列表制度」實施後，中國先後有多種農產品被日方命令與監控檢查。從海關統計看，這些產品的出口數量均出現大幅下降。06

年 6~12 月間，中國保鮮豌豆對日出口數量下降 54.3%，出口金額下降 26.5%；茶葉同比下降 24.4%，金額下降 23.6%；鮮香菇出口數量和金額分別下降 32.7%和 25.6%。此外，一些未遭遇檢查的產品出口也下降了：比如，水煮筍 5.6%，洋蔥 19%，保鮮大蒜 12.8%，其它如蘆筍罐頭、辣椒干、芝麻、紫菜、大米等產品的對日出口數量均有不同程度的減少。

（三）農產品企業出口成本增加，利潤下降，企業、農戶雙受其害。

以香菇為例，日本對中國香菇實施命令檢查以來，中國香菇企業

對原料採購更加謹慎，並增加了產品自檢項目。06年7月下旬，江西等主產地香菇收購價格每公斤高達人民幣5.0~9.0元，而到了9月中旬，價格已滑落到3.0~5.0元。食用菌出口企業和菇農都遭受了巨大損失。

（四）日本市場部分蔬菜出現缺貨現象，價格走高，進口商有轉向其它國家購買產品的趨向。

據日本農林水產省統計，近年來中國進口蔬菜量年增長率都在10%~20%，而06年6月冷凍毛豆的進口量僅為05年同期的60%，冷凍牛蒡11%，降幅較大。據東京青果物情報中心的調查顯示，06年6月

上旬東京都中央批發市場豌豆、胡蘿蔔等中國產蔬菜價格大幅上升。

由於中國大蔥進口數量下降近40%，東京市場日本蔥的價格持續走高，目前的價格比05年同期高出3成。另外，由於日本中小客戶的許多產品都以拼箱方式出運，而現在拼箱貨物的檢測通關費用大幅上升，已使得部分日本訂單開始向東南亞轉移。

四、06年6-12月出口情況及走勢預測

（一）蔬菜：

蔬菜是受「肯定列表制度」影響最大的產品類別。06年6-12月對日出口蔬菜62.7萬噸，出口金額6.1

億美元，與 05 年相比，數量下降 6.4%，金額增加 2.3%。

1、大蔥

對日出口的包括大蔥和青蔥的鮮蔥 4.2 萬噸，2,571 萬美元，同比數量增長 4.1%、金額下降 2.3%。其中大蔥 2.8 萬噸，1,569 萬美元，同比分別增長了 38.6%、19%；青蔥 1.4 萬噸，1,001 萬美元，分別下降了 30%、24%。07 年出口形勢依然很嚴峻。首先，由於日本命令檢查影響，青蔥出口數量減少，青蔥種植農戶已遭受較大損失，因此，福建產區農戶原計劃播種的青蔥，目前都停止或減少了種植面積，預計 07 年 3 月份可供出口的青蔥數量將大幅減

少；再加上通關時間長和熏蒸影響，產品的品質將大幅下降，企業出口風險加大。

2、薑

對日出口包括生鮮、冷凍、調理薑 3.93 萬噸，2,907 萬美元，同比分別減少了 7.9%和 28.5%。目前山東地區的鮮薑出口基本處於停滯狀態，企業、農戶損失較大。受其影響，其它薑產品在日本的通關時間也被延長，檢驗費用增加，產品質量受影響，企業出口成本提高。預計命令檢查的影響將持續到 07 年度，07 年鮮薑出口數量仍將進一步減少。

3、保鮮豌豆

對日共出口保鮮豌豆 1,692 噸，335.8 萬美元，同比分別減少了 54.3% 和 26.5%。「肯定列表制度」實施以後，我新鮮豌豆對日出口數量銳減，9 月份出口幾乎停滯。06 年日本進口豌豆的數量同比下降 34%。預計 07 年出口數量仍將繼續減少，出口形勢不容樂觀。

4、蒜苗

對日出口蒜苔及蒜苗 3609 噸，455 萬美元，減少 4.5%，金額增加 5.5%，平均單價提高 10.5%。據企業反映，實施命令檢查以後，在日本清關時間從 2 天被延長至 5 天，影響了我輸日保鮮蒜苗的品質。目前日本市場對中國保鮮蒜苗的需求比較穩定，日本客戶的合作也傾向於

長期性，因此，儘管日本對中國輸日保鮮蒜苗實施了 100% 的命令檢查，中國保鮮蒜苗對日出口尚未出現大幅波動。

(二) 食用菌

06 年中我國食用菌產品出口達 11.2 億美元，是我國傳統優勢出口農產品之一，其中，對日出口金額為 3.08 億美元，與上年相比，數量下降 6%，金額增加 7%。

1、銀耳

06 年對日出口乾銀耳 141 噸，115 萬美元，同比分別下降 9.1%，增長 25.3%。日本厚生勞動省從 06 年 7 月 26 日起對中國銀耳及簡單加工品實施甲胺磷農藥殘留的命令檢

查。截至 12 月底，中國對日出口銀耳共出現 10 起農殘超標案例。

乾銀耳耐貯藏，延長通關時間對其品質影響不大，但出口形勢仍不容樂觀。

2、木耳

06 年對日出口乾木耳 2,272 噸，1,538 萬美元同比例分別下降 5.9%，增長 10.2%。07 年對日木耳出口形勢不容樂觀，木耳是目前唯一被實施兩種農藥命令檢查的食用菌產品，潛在風險超出其它同類產品。

3、香菇

06 年對日出口鮮香菇 1.7 萬噸，4,493 萬美元，同比分別下降

21.1%，金額增長 2.5%。對日出口乾香菇 7,200 噸，6,667 萬美元，同比分別下降 6.1%，增長 27.2%。

07 年中國香菇行業一致認為，香菇從整體上看是非常安全的，今後應避免以地菇作為出口原料。

4、松茸

06 年對日出口松茸及製品（鮮松茸、冷凍松茸、鹽水松茸）1,687 噸，6,364 萬美元。其中，鮮或冷藏松茸 1,035 噸，金額 5,400 萬美元，同比下降 24%和 5%。由於從中國進口的松茸中查出兩例農藥（乙草胺）殘留超標，日本厚生勞動省決定從 9 月底對松茸及簡單加工品實施監控檢查，預計 07 年中國食用菌出口金額將繼續穩步增長。

(三) 蜂蜜

06 年由於國內蜂蜜減產、國標出台，蜂蜜對日出口 3.58 萬噸，比上年下降 13.6%，5,295 萬美元，比上年增长 21.2%，單價同比提高了 40%。06 年年底，日本放緩了進口中國蜂蜜速度。由於新產蜂蜜 4 月才上市，從庫存、對美出口形勢和價格走勢的判斷，中國對日出口價格有望回升。

(四) 腸衣

06 年腸衣對日出口情況基本穩定，未出現藥殘超標情況。預計 07 年對日出口金額基本與 06 年持平，不會出現大幅波動。

(五) 茶葉

06 年出口茶葉 2.77 萬噸，6,570 萬美元，同比分別下降 20% 和 17.7%。「肯定列表制度」實施以來，中國烏龍茶對日出口一直備受關注。06 年 8 月日本開始對烏龍茶命令檢查，出口企業面臨較大困難。烏龍茶全年出口 1.5 萬噸，3535 萬美元，同比增長 10%。07 年對日出口茶葉仍會保持一定規模。但受「肯定列表制度」及日本綠茶產業自身發展的影響，出口量可能較 06 年持平或略有下降。

(六) 冷凍草莓

對日本出口冷凍草莓 8,890 噸，占其出口總量的 21%，出口金額 1005 萬美元。同比分別減少 16%，增加 5.5%，均價增加 25.6%。

06 年 8 月，日方檢測出中國一批冷凍草莓甲胺磷超標後，即對來自中國的冷凍草莓抽檢率由原先的 10% 提高到 50%。預計 07 年的草莓產量將高於 06 年，對日出口量將有所恢復。

(七) 肉類製品

雞肉製品對日出口 12 萬噸，3.68 億美元，同比分別增長 1.5%，下降 0.3%。豬肉製品 4.85 萬噸，1.36 億美元，增幅 4.4% 和 5.9%。

(八) 鰻魚

06 年對日出口活鰻 1.23 萬噸，1.3 億美元，同比分別下降 4.8% 和 15.7%。其中 6-12 月出口 7,400 噸，7,500 萬美元，儘管數量同比增長 7%，但平均單價卻下降了 15.8%。烤鰻 3.89 萬噸，4.97 億美元，同比增長 8.1%，下降 1.2%。其中 6-12 月出口 1.66 萬噸，1.93 億美元，同比分別增長 22.9%，6.5%，平均單價下降 13.4%。目前中國烤鰻售價比日本產低 50% 左右，部分超市乾脆不售中國烤鰻。致使中國鰻魚產品在日本市場的流通受到很大的影響。

馬鈴薯澱粉企業發起的反傾銷案始末

(摘自 2007 年 3 月份糧油市場報)

商務部發佈 2007 年第 8 號公告，終裁認定原產於歐盟的進口馬鈴薯澱粉存在傾銷，並由此對中國的相關產業造成損害；決定自 2007 年 2 月 6 日起，進口商在進口原產於歐盟的馬鈴薯澱粉時，應依據最終裁定所確定的各公司的傾銷幅度（17%至 35%不等）向中國海關繳納相應的反傾銷稅。至此，這場由國內 17 家馬鈴薯澱粉企業聯手發起、牽動國內 12 個省區馬鈴薯澱粉生產企業的國際貿易反傾銷案，歷時一年多最終獲得終裁勝利。這是中國在 2006 年發起的第一例反傾銷調查案，也是中國對歐盟涉農產品反傾銷的第一案。

生死關頭的保衛戰

2005 年 10 月，歐盟進口中國的馬鈴薯澱粉突然大幅度降價，馬鈴薯澱粉到岸價從每噸 550 美元降到了 360 美元，最低時 1 噸人民幣僅 2,800 元，而進口數量卻猛增到 7.5 萬噸，比上年增加了 3 倍，是前 3 年進口量的總和。這種比歐洲的馬鈴薯成本都低的不正當價格，嚴重破壞了中國馬鈴薯澱粉市場的公平貿易秩序，一時間各地加工企業產品滯銷，庫存大量積壓，價格大幅下跌，生產、經營出現嚴重虧損，廣大馬鈴薯農戶利益受到極大損害，產業面臨生死存亡的關頭。

為求自救，國內 17 家主要生產馬鈴薯澱粉企業一起開會商議對策，最終決定：共同反對和抵制歐盟進口馬鈴薯澱粉的傾銷行為，並根據世界貿易組織的公平貿易原則和中國反傾銷條例，正式向國家商務部提出對歐盟進口馬鈴薯澱粉開展反傾銷調查的申請。

初裁及時市場恢復穩定

2006 年 2 月初，商務部公平貿易局、產業損害調查局在收到 17 家的申請書後，依據《中華人民共和國反傾銷條例》的有關規定，對申請文件進行審查，認為符合相關法律的規定，決定自當日起對原產於歐盟的進口馬鈴薯澱粉進行反傾銷

立案調查。在規定時間內，三家歐盟馬鈴薯澱粉企業應訴。

2006 年 8 月中旬，就在新薯上市前期，商務部發佈了馬鈴薯澱粉反傾銷案的初裁決定，認定原產於歐盟的進口馬鈴薯澱粉存在傾銷行為，根據各企業的傾銷幅度徵收 35%至 57.1%的保證金。

中國馬鈴薯澱粉業將煥發生機

僅初裁決定發佈四個月，在農業方面，各產區馬鈴薯銷售價格普遍回升，2006 年，各產區種薯農戶普遍比上年增收 20%以上。在加工方面，各地企業開工率較上年增加 30%至 40%。產品銷售價格比上年有較大回升，各地企業訂單已大部

分訂出。同時，由於農業、加工業普遍興旺，也極大地帶動了交通運輸業、服務業、養殖業、工業配套產業（電力、機械、包裝、煤炭、環保、水利等）等相關產業的發展，以及人員的就業。

2007 年，馬鈴薯收購價每公斤將平均增加 0.06 元，在保持 0.22 元至 0.25 元的高價位，中國馬鈴薯種植面積肯定會大幅增加，此外馬鈴薯澱粉已經回升到 2004 年的價格水平，每噸為 4,800 元至 5,000 元。

農業部推農產品促銷活動

（摘自 2007 年 3 月份經濟日報）

為了完善農產品促銷服務體系，提高農產品促銷服務效率，更好地支持中國農產品開拓國內外市場，2007 年農業部設計安排了五大系列促銷活動。

一是海外市場參展組展系列活動

計劃支持組團出國參加 10 項大型國際農業展會，包括德國有機食品展覽會、意大利果蔬博覽會、日

本國際食品飲料博覽會、美國漁業博覽會、俄羅斯「中國年」國家農業展等重大國際農產品展銷活動。

同時，通過多元化籌集資金，在東南亞、中亞、中東地區自主舉辦農業展示推介活動，進一步開拓海外市場。

二是國際展會品牌推進系列活動

著力辦好「中國國際農產品交易會」、「中國國際漁業博覽會」等農產品展示交易會；同時，加強山東(壽光)蔬菜博覽會、海南熱帶農產品冬季交易會、青島國際農產品交易會的組展招商等工作，進一步提升大型國際農產品展會品牌效應。

三是專項農業產銷促進系列活動

支持舉辦優質水果交易博覽會、油料油脂產銷銜接會、玉米產銷對接會、優質稻米博覽會、遠洋金槍魚產品市場開拓等專項農產品的產銷促進活動，促進優勢農產品產業發展。

四是地方特色農業展示系列活動

通過彙集中央和地方財政，以及社會化投資的力量，支持包括泛珠三角農副產品交易會、河南鄭州農博會、湖南農博會、蘭州百合推介會等有區域性影響的地方農產品展會，發展特色農業，促進名特優

新農產品產業的發展。

五是網絡促銷模式拓展系列活動

繼續加強中國農業網上展廳的建設，開展網上促銷月等活動，引導地方加強網絡促銷工作，充分發揮農業部門信息平台優勢，整合物流、商流和信息流，探索創新農產品營銷促銷的有效運作模式。

2006 年各項促銷活動取得了以

山東臨沂市的畜牧業

(摘自 2007 年 3 月份中國畜牧獸醫報)

山東臨沂市 2006 年肉蛋奶總產 98.5 萬噸，畜牧業產值達人民幣 98 億元，占農業總產值的比重由

下的成效：一是統一組團出國參展，共簽訂成交合同金額近 1.9 億美元、意向成交金額 2.3 億美元；二是精心籌備舉辦大型農業展會，第四屆農交會貿易成交額突破人民幣 286 億元，綠博會總交易額達 71.3 億元；三是支持舉辦地方特色專業展會，共達成貿易額及合資合作意向金額近 600 億元；四是大力開展網上推介促銷活動，促成交易額 40 多億元。

1981 年的 14.5% 上升到 30.3%；農民人均畜牧業收入 1,150 元；全市年產值 500 萬元以上的畜產品加工、獸

藥、飼料企業產值達到 214 億元，利稅 19.3 億元，分別佔全市工業總產值和利稅的 24%和 29%。全市從事畜牧業生產、加工與服務的勞動力達 100 萬人以上。

目前，全市豬、牛、羊、肉雞和兔良種率已分別達到 90%、30%、15%、100%和 85%。以長白、大約克、杜洛克或漢普夏、杜洛克、長白等組合的三元雜交豬已佔到生豬存欄總量的 15%以上；沂蒙巨型長毛兔是經山東省種畜禽審定委員會審定批准的地方良種，每隻兔年均產毛 1,830 克。全市高產奶牛已達到 9,600 頭，年出欄波爾雜交山羊、無角陶賽特雜交綿羊 180 萬隻。

龍頭企業發展快，帶動能力強

在生豬方面，僅金鑼、江泉、春園、平邑肉聯廠、沂南三業成五大龍頭企業年加工能力就達 2,000 多萬頭，是全市年生豬出欄總量的三倍多。在養兔方面，以蒼山東珍、莒南華達、費縣科華、沂水綠豐、沂南百草為主的家兔加工企業年加工肉兔 1,500 多萬隻，產品直接出口歐盟。在肉雞方面，以六和、寶珠、眾誠、鴻豐等集團為主，年屠宰加工能力達到 1 億只以上。在肉羊方面，蒼山金信皮革公司年加工羊皮 200 多萬張。在奶業方面，盛能和蘭裕集團日加工能力已達 200 噸和 100 噸，可帶動發展 3 萬頭奶牛。在龍頭企業的帶動下，全市規模養殖

大戶發展到 8 萬多戶，養殖小區 1,780 處，年出欄萬頭以上豬場 52 個。

畜產品標準化生產有良好開端

自 1998 年以來，各縣區連續五年實施農業部下達的無規定動物疫病區建設項目。從飼養場的選址、建設到飼料、用藥、防疫等各個環節嚴格按照標準進行。目前，全市出口備案飼養場已發展到 500 多家；得到認證的入滬企業和飼養場 34 家，2006 年進滬生豬 3 萬頭，肉類 7 萬噸；標準化養殖小區（場）發展到 63 家；國家活豬儲備基地場 11 處。

中國一些大城市正逐年減少畜

禽飼養量，增加需求量。如上海市年需 1000 萬頭生豬，其中自產 200 萬頭，從市外調入 800 萬頭。北京年均消費生豬 900 萬頭，自產不足 200 萬頭。臨沂市年出欄 280 多萬隻羊，基本全部在市內消費；奶的需求量更大，臨沂作為上千萬人口的大市，目前只有 2.88 萬頭奶牛，全市人均牛奶佔有量僅為 8.2 公斤。如果人均達到 10.9 公斤的世界平均水平，全市需要增加 30 萬頭奶牛。

種植牧草要因地制宜

平原地可種植紫花苜蓿、冬牧-70、三葉草等高產量、高蛋白牧草。在平原種植飼料作物的效益也很高，當前主要品種是高蛋白飼料

玉米。在種好牧草的同時，也要搞好青貯。實驗證明，五、六斤(500公克)青貯玉米秸相當於1斤精料的營養。如果把全市農作物秸稈全部青貯利用起來，可飼養84萬頭牛或840萬隻羊，年可節約飼料糧8.4億公斤。全市現有草山、草坡、草地400萬畝，真正開發利用的不足15%，載畜量很低，如果全部種植優質牧草，可增養200萬頭牛或2,000萬隻羊。這些增養的畜禽，飼養成本低，效益十分顯著。

圍繞龍頭加工企業發展規模養殖

各級政府要重點扶持發展年出欄1,000頭豬、1,000隻羊、10萬隻肉雞肉鴨、200頭肉牛，存欄萬隻蛋雞、150頭奶牛、5,000只家兔以及2,000只狐貂貉以上的規模養殖場。資金少、力量不足的可以聯戶或合作社建設養殖小區，實行統一建舍、技術服務、防疫、青貯和銷售，分戶飼養，形成小規模大群體。要盡快把更多的農戶吸納到養加銷一體化經營之中。

安徽整合國有資產建設糧食產業園區

(摘自 2007 年 3 月份糧油市場報)

安徽省政府明確了五項優惠政策以建設糧食產業園區：一是土地出讓金全額返還企業用於糧食產業園區建設。二是各地安排建設用地計劃指標時，優先考慮糧食產業園區建設用地需要，享受工業用地優惠政策。三是財稅部門落實國家相關稅收優惠政策，國有糧食購銷企業繳納房產稅和城鎮土地使用稅確有困難的，報經批准可給予減征或免征。四是老城區土地及資產出讓所涉及的各項費用，屬政府部門收取的只收工本費，屬中介組織收取的減半收取；建在開發區的，涉及行政事業性收費，享受各地開發區優惠政策。五是農業發展銀行和其

他銀行參照扶持龍頭企業的政策，對糧食產業園區項目建設優先提供中長期貸款支持和周轉貸款支持。這些，為推進糧食產業園區建設創造了良好的政策環境。

一年來，安徽省有 78 個市、縣（區）開始規劃建設糧食產業園區或產業集聚區 91 個，其中，已動工興建 38 個，有的園區部分主體工程已竣工投入使用。園區建設呈現一高三多的發展態勢。

高起點制定規劃

全省各地以科學發展觀為指導，按照佈局集中、產業集聚、用

地集約和可持續發展的原則，規劃建設產業園區。目前規劃建設總面積 2.7 萬畝，其中新徵地 1.6 萬畝，總投資人民幣 72 億元，倉容 291 萬噸，大米加工每年 425 萬噸，麵粉加工 238 萬噸，油脂加工 128 萬噸，大力發展糧油深加工項目，有的園區還開展稻殼發電、養殖、飼料等跨行業經營。

多形式建設園區

一是退城進郊，建設園區。規劃建設糧食產業園區 37 個。六安市金安區將城區儲備庫、米廠和食品公司搬出，易地重建，並處置閒置資產 10 多處，收回的資金全部用於產業園區建設，目前一期工程 5 萬

噸糧食儲備庫已建成裝糧。合肥市將市區部分資產拍賣 4,000 萬元，在開發區征地 420 畝，建設糧食工業園，規劃總投資 2.5 億元，已動工興建。二是擴建龍頭，集聚產業。全省糧食加工龍頭企業擴建產業園區和產業集聚區 26 個。宣城市以家樂米業為基礎，擴建飼料產業、瓜子產業和連鎖超市物流中心等，規劃面積 2000 畝，總投資 20 億元，園區建成後年產值達 100 億元，目前已建成年產 20 萬噸大米生產線和 5 萬噸標準化糧庫，其他項目也已動工興建。三是依托糧庫，增加功能。以大型糧食儲備庫為依托，發揮其收儲、資金優勢，引進先進的糧油加工技術和設備，延伸產業鏈。全

省糧食儲備庫擴建產業園 12 個。此外，還有利用內河碼頭擴建，提高停泊噸位，擴大運輸能力，發展糧食物流。

多渠道籌集資金

首先，爭取退城進郊的土地出讓金返還。全省土地出讓金總額 9.58 億元，目前已返還企業用於企業改革和產業園區建設 2.39 億元，部分市縣區土地出讓金已全額返還。其次，爭取金融支持。利用農發行等支持龍頭企業中長期項目貸款的政策機遇，申請貸款，以城區資產抵押，先貸款建庫，再通過城

區資產拍賣變現還貸。第三，通過招商引資吸收民營和外來資本，實現園區產權多元化，全省已落實招商引資額 7.66 億元。

多方面爭取支持

加強督查，定期通報，以引起地方政府的重視。銅陵市市長到糧食部門現場辦公調研，市政府召開會議專題研究，決定建設銅陵市糧食儲備加工物流園區和產業經濟循環園區，市國土局對糧食系統五家企業土地打捆收儲，收儲資金 3 億元全部用於項目建設。

山西農村居民生活環境改善

(摘自 2007 年 3 月份中國信息報)

國家統計局山西調查總隊 2006 年的有關調查資料顯示，全省農民年人均純收入不到人民幣 3,200 元，全省農村居民最低 20% 人口的收入僅有 1,084.78 元，是全省平均水平的 34.1%。在山西農民在收入增加的同時，人均消費支出達 2,253.25 元，比上年增加 375.55 元，增長 20%。其中，用於食品的支出為 867.65 元，比上年增加 37.17 元，增長 4.5%。全年人均消費糧食 203.32 公斤，比上年下降 6.6%；蔬菜及其製品 78.81 公斤，下降 2.4%；肉、蛋、奶等副食消費量增加，其中肉禽及製品 7.51 公斤，增長 14.3%；蛋及蛋製品 6.01 公斤，增長 4.9%；奶和奶製品 4.84 公斤，增長

24.5%。食品消費的另一特點是農民在外飲食支出增加較快，人均為 90.85 元，比上年增長 27.4%，佔整個食品消費的比例明顯上升

農民生活舒適化程度提高

居住條件進一步舒適化

農民人均居住支出 305.02 元，比上年增加 104.46 元，增長 52.1%。農民的新建房屋中，樓房、磚瓦房面積佔 85% 以上，外部裝飾和內部裝修質量明顯提升。到 2006 年底，農民人均居住面積達 24.96 平方米，平均每戶住房價值人民幣 2.81 萬元。

中高檔耐用家電穩步增加

農民用於購買家用設備的支出人均 98.29 元，比上年增加 29.36 元，增長 42.6%，其中家電設備佔了很大比重。到 2006 年底，平均每百戶家庭擁有洗衣機 69.5 台、電冰箱 17.6 台、熱水器 8 台、微波爐 1.9 台、家用計算機 1.4 台，也體現出農村居民生活越來越趨向城市化。

衣著消費成衣化、多樣化

農民衣著消費支出人均為 227.61 元，比上年增加 25.27 元，增長 12.5%，其中購買成衣支出 160.41 元，比上年增長 12.6%。

農民生活消費信息化程度快速提高

農居民用於交通和通訊的支出人均 224.23 元，比上年增加 63.96

元，增長 39.9%。其中，人均購買移動電話支出 17.22 元，比上年增長 49.6%；平均每百戶農民擁有移動電話 51.8 部。交通工具燃料費支出人均 31.74 元，比上年增長 34.2%，通訊費人均 94.6 元，增長 27.9%。

農民文化素質逐步提高

從全省農村住戶抽樣調查資料看，農村初中以上程度勞動力比重達到 77.6%。農民文教娛樂消費支出人均 339.75 元，比上年增加 60.22 元，增長 21.5%。其中購買計算機、文化體育用品等文教娛樂用品人均支出 57.4 元，增長 19.1%；購買書報雜誌 22.29 元，增長 11.9%；教育服務消費 269.77 元，增長 21.4%。

農民生活消費市場化進程加快

全省每一農民貨幣性生活消費支出達到 2,039.80 元，其中，人均食品現金支出 659.02 元，食品的食品貨幣性支出佔全部食品支出的 76%，比上年增加 4.1 個百分點，這說明農民傳統的基本食物消費模式正向商品化、市場化、社會化的消費模式轉變；農民用於穿、住、用等其他生活消費已基本實現了貨幣化。另外，農民用於服務性消費的支出人均人民幣 702.47 元，比上年增長 30.8%，占生活消費支出的比重提高 2.6 個百分點，是農村居民生活質量提高的重要標誌。

農民生活環境進一步得到改善

全省 100% 的鄉鎮、80% 的建制村基本通了柏油路，通了客車，並有 30 個縣市實現城鄉客運一體化；村通電話率提高到 98%；25 個新型農村合作醫療試點縣區農民參合率達到 80%，覆蓋農村人口 380 萬；中央和地方籌集救助資金 1928 萬元，共資助 71 個縣（市）9,852 名貧困農民接受大病補償。耕地資源得到有效保護，全省耕地減少幅度比上年減緩；森林覆蓋率逐年提高，生活環境明顯改善，農民未來生活的提高將從制度上得以保證。

浙江農民消費調查

(摘自 2007 年 2 月份中國信息報)

國家統計局浙江調查總隊 2006 年的有關調查資料顯示：農民人均生活消費支出人民幣 5,762 元，比上年增長 10.5%，扣除價格因素，實際增長 9.3%。

食品質量進一步提高，結構日益改善

農民食品支出為 2,141 元，比上年增長 6.4%。恩格爾係數為 37.2%，比上年下降 1.4 個百分點。其中，主食消費支出人均 263 元，增長 2.2%；蔬菜 163 元，增長 7.6%；肉、禽、蛋、奶和水產品支出人均 682 元，增長 1.6%，煙、酒 372 元，增長 8.7%。人均消費糧食 187.64 公

斤，比上年下降 0.1%；豆製品 6.74 公斤，下降 1.7%；蔬菜及其製品 77.45 公斤，下降 4.3%；奶和奶製品 4.18 公斤，比上年增長 18.8%；蛋類 4.77 公斤比上年增長 4.1%；豬肉和水產品分別為 17.16 公斤和 16.22 公斤，分別比上年下降 0.9% 和增長 1.6%。另外，人均在外飲食 296 元，已佔整個食品消費支出的 13.8%，比上年提高 1.9 個百分點。

衣著消費支出快速增長

農民用於衣著的消費支出人均 362 元，比上年增加 52 元，增長 16.7%，衣著消費佔整個生活消費比重為 6.3%，比上年略有提高。

居住條件有所改善

農村人均居住面積為 55.6 平方公尺，其中 96% 都是鋼筋混泥土和磚木結構的住房，64% 的家庭使用水沖式廁所，75% 有自來水，近 60% 使用液化氣，比重均比上年略有提高。人均用於購買文化、生活、娛樂、交通和通訊等方面的大件商品支出 1,457 元，比上年增長 5.3%。2006 年底，平均每百戶農家擁有洗衣機、電冰箱和彩色電視機分別為 55.17 台、67.81 台和 136.89 台，比上年增長 5.4%、9.0% 和 5.3%；平均每百戶擁有住宅電話 94.98 部，移動電話 134.68 只，分別增長 0.6% 和 13.0%。每百戶擁有家用電腦達到 14.28 台，同比增長 32.6%，其中接

入互聯網的家用電腦的比例高達 66.5%。

消費領域不斷拓寬，生活服務的社會化程度不斷提高

農民人均純收入 7,335 元，其中工資性收入 3,646 元，佔全部收入的 49.7%，二、三產業收入人均 1,653 元，佔全部收入的 22.5%，合計占 72.2%，而來自第一產業收入人均 1,377 元，僅佔全部收入的 18.8%。

服務性支出人均為 1,929 元，比上年增長 13.8%，支出比重為 33.5%，比上年上升 1 個百分點。人均交通和通訊服務支出 321 元，增長 5.1%，其中交通費 114 元；通訊費為 204 元。增長了 8.3%。旅遊、

體育、休閒娛樂服務消費支出人均 費支出人均 277 元，增長 22.2%。
62 元，增長 16.0%。醫療保健服務

內蒙古種植業今年將繼續平穩增長

(摘自 2007 年 3 月份中國信息報)

國家統計局內蒙古調查總隊日前進行的 2007 年農戶種植意向調查顯示：農作物播種面積與上年基本持平，其中糧食，甜菜的播種面積增加。

0.05%。其原因一是糧食價格上升，調升和刺激了農民種糧的積極性。二是隨著糧食直補和免征農業稅等政策的落實，使農民增加種糧信心。

糧食作物播種面積穩步增長

農作物總播種面積基本持平

本次調查的 1900 戶農戶全年農作物總播面積計劃種植 69,816.33 畝，比上年減少 37.28 畝，減幅

有關調查資料顯示，市場前景

看好的小麥、玉米、薯類等播種面積增幅較大。1900 戶農戶糧食計劃播種面積 54,548.83 畝，比上年增

加 300 畝，增幅 0.55%。在糧食內部結構中，今年計劃小麥種植面積 4,634.3 畝，比上年增加 15.37%，玉米 22,868.76 畝，增 7.62%；薯類 3,736.3 畝，比去年增 4.62%。糧食播種面積將呈增勢的主要原因：一是根據國家政策，內蒙古各級農業部門紛紛制定出有利於農業發展的措施，糧食直補政策、免征農業稅政策的實施，調動了農民種糧的積極性。二是據抽樣調查，2006 年內蒙古農民出售玉米價格全年平均達到每公斤人民幣 1.01 元，比上年上漲了 8.0%，是近幾年玉米價格最高，漲幅最大的一年。三是隨著糧食市場的開放，購銷渠道暢通，糧食銷售市場活躍，糧農種糧的積極

性得到了進一步提高。

油料作物面積減少

1900 戶農戶今年油料播種面積計劃 10,147.92 畝，比上年減少 485.96 畝，減幅為 4.57%。在油料作物內部結構上看，油菜籽計劃種植 2,315.1 畝，比上年減少 298.1 畝，減幅為 11.41%。向日葵面積 6,250.64 畝，比上年增 1.49%。主要原因一是由於 2006 年春旱時間長，直接影響油料作物的適時播種，造成油料收入的減少。二是油料作物病蟲害發生率高，防治強度大，因而對年終收益沒有絕對的把握，農民只能根據種植時間和農情來決定。

甜菜播種面積增加

由於去年甜菜市場收購價格較合理，生產成本不高，種植經濟效益比往年有所提高，今年甜菜種植面積有較大的增加。據調查顯示：今年 1900 戶農戶甜菜種植播種面積為 748.88 畝，比上年增 8.3%。

蔬菜和瓜果類面積一增一減

1900 戶農戶今年種植蔬菜和瓜果類的面積分別比上年增 5.0% 和減 10.0%。其原因是隨著人們生活水平的提高，對綠色無公害產品的需求進一步加大，市場前景普遍看好，加之各級政府也都把發展蔬菜生產作為農民增收的一個新渠道，從而促進了內蒙古蔬菜種植業的發展。內蒙古瓜類種植受交通運輸及價格

的影響較大，據農產品生產價格抽樣調查，2006 年內蒙古果用瓜價格指數為 65.6，比上年下降了 34.4%，是近幾年價格下降幅度最大的一年。由於出售困難，使得大量瓜類爛在地裡，農戶遭受重大損失，因此今年許多農戶表示不願種瓜，特別是甜瓜。

從今年農民種植意向調查結果來看，內蒙古農民有望繼續保持糧食種植面積的增加。各級政府應因勢利導，切實保護農民的種糧積極性，及時發現和解決糧食生產的突出問題，特別是要解決好在實施農業稅的免征、糧食直補、土地出讓金用於基本農田建設、糧食最低收購價、農資價格調控等與糧食生產

密切相關政策措施中的突出問題。

克服糧食生產中不確定因素的影
響，實現糧食穩定增產、農民持續
增收。

黑龍江推進糧食產銷合作

(摘自 2007 年 3 月份糧油市場報)

03 年到 06 年 4 年間，黑龍江省
通過鐵路運往省外糧食 778 億公
斤，平均每年近 200 億公斤。06 年，
該省是全國糧食淨調出的 6 個省份
中的榜首。

一、堅持打優質牌，走特色路

一是積極發展糧食訂單。吸引
省外企業來黑省簽合同，建基地。
06 年，省外企業在黑省簽訂了 50

多萬畝的訂單種植協議，省內有 90
多家購銷企業實行了訂單收購，訂
單面積達 650 多萬畝。二是積極引
導指導農民發展綠色優質農業。目
前，黑省已建成全國最大的綠色食
品基地，獲得綠色食品使用標識的
產品有 610 個品種，綠色食品產量
及市場佔有率均居全國首位。三是
積極打造優質品牌。如今，黑省品
牌大米等糧油產品在銷區受到廣泛

歡迎，特別是綠色優質大米，已經熱銷全國。優質糧食的購銷也帶動了糧食加工業的發展，全省已有規模以上糧食加工企業 1423 家，年加工能力達 400 多萬噸。

二、堅持因地制宜，不斷探索新的合作模式

一是組建農業合作社。05 年 6 月，黑省木蘭縣與上海奉賢區共同組建了跨省區的滬哈南北糧食合作聯社。實行了基地+農戶，龍頭企業+合作社的新型合作方式，木蘭縣已落實水稻生產基地 10 萬畝，聯結農民 3 萬多戶，上海奉賢區協調銷售企業以每公斤高於市場價人民幣 0.06 元價格收購水稻，僅此一項可

使農民實現增收六千萬元。二是建立委託代儲基地。充分利用黑省冬季時間長，氣候寒冷乾燥，利於水稻儲存的優勢，主動與北京市共同建立了地方儲備糧委託代儲基地。

目前北京市有 7 萬噸地方儲備糧在黑省代儲。三是吸引主銷區到黑省建立收儲加基地。浙江省杭州市糧食局與密山市政府簽訂了《建立糧食收購儲備加工基地合作備忘錄》，在密山市共投資 1,317 萬元，建設倉容 3 萬噸，日加工稻穀 100 噸，日烘乾稻穀 500 噸的集收購、烘乾、儲存、加工和中轉等功能於一體的糧食收儲加基地，已經正常運營近兩年，糧食經營量達 1.35 萬噸。

三、堅持為產銷區企業間合作搭建平台

一是組織企業走出去，開拓主銷區糧食銷售市場。近幾年，省糧食局每年都組織市地糧食局和企業到銷區走訪、調研，回訪老客戶，建立新基地。06年，又開闢了西北市場，組團赴陝西、山西、甘肅，與三個省簽訂了11億斤糧食購銷協議。目前，黑省已經與京、津、滬、蘇、浙、閩、滇、晉、陝、甘等10個省市簽訂了合作框架協議，每年省際間糧食購銷合作數量在75億公斤以上。二是積極實施引進來戰略，大力開展基地建設。引進新加坡郭氏兄弟集團在佳木斯市落戶，

一期投資1.8億元，興建大米加工和稻殼發電項目，拉動了區域經濟發展。06年，全省糧食系統招商引資總額達到17億元。

三是搭建企業合作平台。從04年開始，黑省聯合主銷區省市連續三年共同舉辦了黑龍江金秋糧食交易合作洽談會，06年的洽談會吸引來自28個省市區的參會企業達1,100多家，共達成糧食購銷合同及意向性協議592項，糧食交易量已經達到777.8萬噸，佔黑省糧食商品量的29%，金額達144.5億元。

<經濟短波>

中國供港澳蔬菜須有出生證

(摘自 2007 年 3 月份國際商報)

根據國家質檢總局按新規定要求，自 2007 年 4 月 1 日起，所有供港澳蔬菜含收購站的種植基地均須按有關備案條件和要求實行檢驗檢疫備案管理。此前，供港澳蔬菜只是要求廣東本地生產的粵菜所有生產基地實行檢驗檢疫登記備案，而從 4 月 1 日起，廣東以外供港澳蔬菜基地同樣要求檢驗檢疫登記備案。另外，瓜豆、根莖類等此前不強制要求備案的輸港澳非葉菜類也要求進行備案管理，以加強蔬菜源

頭的管理。

規定說明，獲準備案的種植基地由所在地檢驗檢疫機構負責監管，並出具加工原料供貨證明，貿易企業在出口報檢時須提供加工原料供貨證明。供港澳蔬菜將嚴格實行標識和鉛封管理，供港澳蔬菜的運輸包裝和銷售包裝上，必須標注種植基地，收購加工企業名稱、地址、基地備案號，註冊登記號、批次號、產品名稱和生產日期等，沒有按規定標識的，一律不准出口；

沒有鉛封或鉛封不完整的，不得放行出口。

目前，廣東檢驗檢疫局轄區內共有出口註冊菜場 81 家，2006 年，共檢驗檢疫供港澳蔬菜 36.8 萬噸，每天約有 1,200 噸左右的新鮮蔬菜

經檢驗檢疫合格後供應港澳。針對供港澳蔬菜新規定，企業應主動到當地檢驗檢疫部門進行備案，獲取出口資格；嚴格按公司 + 基地 + 標準化的模式進行管理；每月對每個菜場取樣檢測農藥殘留和重金屬含量，保證衛生安全質量。

06 年中國農村的絕對貧困人口

(摘自 2007 年 4 月份中國信息報)

根據農村居民生活消費價格指數，06 年中國農村絕對貧困人口的標準有所上調，由上年的人民幣 683 元調整為 693 元，低收入人口的標準由上年的 944 元調整為 958 元，依據該標準，據國家統計局對全國 31 個省 6.8 萬個農村住戶的抽樣調

查顯示，06 年底，農村絕對貧困人口為 2148 萬人，比上年減少 217 萬人，下降 9.2%，貧困發生率為 2.3%，降低 0.2 個百分點。低收入人口為 3550 萬人，比上年減少 517 萬人，下降 12.7%，低收入人口占農村人口的比重為 3.7%，降低 0.6 個

百分點。絕對貧困人口與低收入人口合計為 5,698 萬人，比上年減少 734 萬人，減少 11.4%，占農村人口的比重為 6%，降低了 0.8 個百分點。兩部分人口合計減少較多的省主要是：河南、雲南、安徽、廣西與陝西。

06 年底，東、中、西部地區農村絕對貧困人口佔全國農村絕對貧困人口的比重分別為 12.5%、32.8% 和 54.7%，西部地區所佔比重比上

年上升了 3.9 個百分點。東、中、西部地區農村低收入人口佔全國農村低收入人口的比重分別為 12.1%、32.0% 和 55.9%，西部地區所佔比重比上年上升了 3.8 個百分點。06 年西部地區減貧速度有所減緩，其主要原因是四川、重慶受嚴重旱情影響，大量人口返貧。其中，四川絕對貧困人口增加 49 萬人，低收入人口增加 54 萬人；重慶絕對貧困人口增加 8 萬人，低收入人口增加 2 萬人。

新增泉台農業合作規劃

(摘自 2007 年 4 月份國際商報)

福建省泉州市最近頒布《海峽兩岸(泉州)農業合作試驗區發展規

劃》，提出「十一五」期間新增泉台農業合作企業一百家，希望把泉州

建設成為台灣農業外移基地、島內鮮活農產品供應基地和兩岸經貿政策先行試驗區，根據泉台農業合作的區域佈局，今後泉州市每兩年將舉辦一屆海峽兩岸(泉州)農業合作交流洽談會，要將其辦成泉台農業科技交流合作、泉台農業招商項目推介；台商投資洽談，辦成泉台名優特農產品的大型展銷會，使其成為台商投資、台灣農副產品進入大陸的推介展銷中心。

同時，泉州還規劃創建兩岸農業科技交流中心和閩台農產品物流中心；建設泉台藍色產業、綠色產業

以及農產品加工產業「三大產業合作帶」；水產品加工、食品加工、糧食加工、竹木藤草陶藝加工合作區等「四大農產品加工合作區」；以及泉台茶產業、蘆柑產業創業園區、龍眼產業、生態休閒觀光農業、花卉產業、珍稀名特品種「六大農業創業園區」。

至 2005 年底，全市共有台資農業項目 85 個，總投資近 6 億元人民幣，先後引進台灣農業優良品種 300 多個，生產加工設備 1，000 多台(套)，為泉台農業合作交流奠定了基礎。

< 行 情 報 導 >

2006 年中國農村外出務工勞動力統計

單位:萬人, %, 人民幣元

	外出勞動力	務工目的地	平均月工資
總計	10,568 (5.3)	—	946 (9.9)
東部	3,484 (2.7)	7,404 (4.8)	1,045 (9.2)
中部	4,251 (6.4)	1,569 (8.3)	875 (9.7)
西部	2,833 (6.9)	1,572 (4.5)	926 (12.0)

資料來源：中國國家統計局調查資料

注：()表比 2005 年增長的百分比

< 統計表次 >

表一 大陸消費者物價指數

(前一年同月=100)

項 目	大陸全國平均		都 市		鄉 村	
	2006 年 2 月	2007 年 2 月	2006 年 2 月	2007 年 2 月	2006 年 2 月	2007 年 2 月
總指數	100.9	102.7	100.9	102.5	100.8	103.2
食品	101.2	106.0	101.4	105.5	100.6	107.2
穀類	101.0	106.8	101.0	106.7	100.9	107.0
肉禽及其相關產品	93.4	115.4	93.6	115.3	93.0	115.4
蛋	87.7	126.7	86.9	128.2	89.0	124.1
水產品	98.5	103.4	98.5	103.0	98.4	104.0
新鮮蔬菜	114.6	89.6	113.9	88.9	116.7	91.5

新鮮水果	121.7	107.8	121.1	107.4	123.2	108.5
菸草與酒類	100.2	101.8	100.3	101.9	100.1	101.6
衣著	98.6	100.2	98.5	100.0	98.7	100.8
家庭設備及其用品	100.6	102.2	100.7	102.1	100.5	102.2
醫療及保健	100.5	101.4	100.3	101.1	100.8	102.0
交通及運輸工具	99.0	99.6	98.6	99.1	99.9	100.8
娛樂、教育及文化服務	99.5	99.2	99.6	99.9	99.5	97.9
居住	105.2	103.7	105.3	103.6	105.0	103.8

資料來源：China Monthly Statistics

表二 大陸都市平均每戶家庭生活支出
(2007 年 2 月)

單位：人民幣元／每人／月

項目	穀物與油脂	肉、蛋及 水產品	蛋糕、牛奶及 日常用品	家用設備	醫藥與醫療 服務	教育、文化與 娛樂	居住
全國平均	42.09	89.19	22.59	60.02	80.47	94.17	120.22
北京	45.30	79.39	36.15	75.61	111.07	139.56	106.06
天津	43.41	76.47	20.21	65.41	102.91	97.66	167.73
瀋陽	47.64	66.06	20.30	35.30	78.19	77.83	164.27
大連	48.16	109.77	23.31	43.13	115.32	53.22	162.28
哈爾濱	46.55	68.30	18.45	51.97	69.63	76.26	78.45
上海	44.25	121.10	31.40	95.80	77.97	180.00	165.05
南京	45.99	119.01	25.60	79.22	68.77	96.96	70.34
杭州	39.09	99.51	22.76	68.05	68.30	78.63	266.66
寧波	43.75	113.93	19.79	46.73	46.73	95.31	194.59
福州	46.25	147.40	22.39	35.65	258.13	57.95	105.84
廈門	43.89	150.37	21.83	89.55	49.95	83.17	134.29
青島	42.90	118.13	24.05	77.44	64.20	100.50	89.44
武漢	41.31	80.54	19.25	37.59	52.11	46.61	89.90
廣州	40.51	139.49	25.92	56.49	47.89	102.88	113.35
深圳	50.13	142.54	28.55	118.02	281.55	188.68	145.24
海口	26.76	109.46	10.37	28.60	40.67	25.20	55.92
重慶	35.39	84.36	21.01	58.31	68.60	107.48	95.62
成都	36.68	100.38	20.93	45.19	77.91	80.97	74.82
昆明	35.38	63.98	11.96	24.61	61.87	48.08	90.94
蘭州	39.98	47.24	15.65	41.59	53.73	94.71	171.29

資料來源：同表一

表三 大陸部門別的投資金額(2007 年 1-2 月)

單位：人民幣百萬元，%

項 目	金額	變化率	項目	金額	變化率
投資總額	653,501	23.4	銀行業	728	4.9
農、林、畜牧及漁業	3,055	24.8	不動產業	194,100	27.0
礦業及土石採取業	18,138	7.4	租賃及商業服務業	5,098	18.8
製造業	182,340	26.4	科學研究及技術服務業	2,641	17.3
水電燃氣業	60,305	11.2	環境及公共設施管理業	50,600	34.3
營造業	4,844	18.8	其他服務業	978	66.0
運輸倉儲及郵政業	74,122	32.3	教育服務業	9,695	-15.4
通信、電腦服務及軟體業	7,909	38.1	醫療、社會安全及福利服務業	4,614	23.5
批發及零售業	10,595	14.8	文化、運動及休閒服務業	6,159	-5.7
住宿及餐飲業	6,037	15.3	公共行政業	11,546	3.2

註：1. 投資係指基本建設及更新改造兩項的加總

2. 變化率係與前一年同期比較的成長(或衰退)率

3. 1 美元=7.777 元人民幣 (2007 年 1 月底)

資料來源：同表一

表四 大陸主要農畜及其加工產品的進口量與值
(2007 年 1-2 月)

單位：千美元，%

項 目	數 量 單 位	進口量	進口值	*變化率	
				量	值
小麥	萬公噸	7	15,746	30.5	67.8
麵粉	萬公噸	0	1,031	-3.5	-11.3
稻米	萬公噸	12	59,439	-23.3	0.1
大豆	萬公噸	361	1,114,978	28.5	44.7
食用蔬菜油	萬公噸	117	708,031	34.1	82.1
糖	萬公噸	10	29,078	23.0	10.5
魚粉	公噸	10	105,270	-30.4	2.7
原木	萬立方公尺	599	783,030	28.2	52.4
木材製品	立方公尺	86	233,978	7.7	6.5
羊毛	公噸	40,318	210,108	14.9	40.0
棉花	萬公噸	25	330,078	-60.1	-59.6
化學肥料	萬公噸	234	526,359	1.8	4.4
氯化鉀肥	萬公噸	174	373,983	31.5	44.3

註：*是與前一年同期比較的變化率

資料來源：整理和計算自《中國海關統計》

表五 大陸主要農畜及其加工產品的出口量與值
(2007 年 1-2 月)

單位：千美元，%

項 目	數 量 單 位	出口量	出口值	*變化率	
				量	值
活豬	萬隻	24	33,546	-8.7	0.8
活禽	萬隻	280	4,873	-26.1	-21.4
生鮮與冷凍牛肉	萬公噸	0	11,661	75.8	92.2
生鮮與冷凍豬肉	萬公噸	3	45,210	-12.5	2.2
冷凍雞肉	公噸	9,654	14,081	17.3	38.1
活魚	公噸	15,151	46,894	40.6	26.3
冷凍魚及魚片	公噸	202,470	533,649	13.9	36.5
冷凍去殼小蝦	公噸	1,145	4,468	-29.5	-39.3
鮮蛋	百萬個	134	7,432	-5.2	6.6
稻米	萬公噸	25	102,480	8.0	30.5
玉米	萬公噸	177	286,962	24.6	58.4
新鮮蔬菜	萬公噸	88	677,102	14.8	23.1
乾食用菌類	公噸	5,914	53,113	30.2	46.7
柑與橙	公噸	185,347	83,550	10.5	52.3
新鮮蘋果	公噸	175,957	84,903	45.7	65.5
大豆	萬公噸	7	29,572	80.6	69.2
花生	萬公噸	8	64,055	47.4	74.4
糖	公噸	22,448	9,798	-53.8	-37.5
茶	公噸	49,786	90,623	36.0	39.6
豬肉罐頭	公噸	9,379	16,576	23.3	37.4
洋菇罐頭	公噸	89,208	130,067	61.7	122.2
啤酒	萬公升	2,869	14,122	47.1	52.6
羽毛填充物	萬公噸	4,308	37,904	-8.1	-25.5
原木	萬立方公尺	—	383	-17.4	-21.5
木材製品	立方公尺	127,539	63,855	43.4	56.4
生絲	公噸	1,814	48,116	43.1	29.0
羊毛	公噸	535	41,732	4.3	8.1

註：*是與前一年同期比較的變化率。

資料來源：同表四

表六 大陸農畜及其加工類別進口值及地區別比重

單位：千美元，%

項 目	進 口 值		台 灣	香 港	日 本	泰 國	印 尼	越 南	美 國	俄 羅 斯
	2006年1-2月	2007年1-2月								
活動物	17,186	11,149	—	—	0.00	0.18	—	0.47	10.64	0.30
肉類及內臟	90,870	146,020	—	—	—	—	—	—	55.17	—
魚類、甲殼類及軟體類等水中動物	331,365	427,401	0.78	0.03	8.93	2.41	2.41	0.73	5.02	39.39
乳製品、禽蛋及天然蜜糖	88,276	95,554	0.03	—	0.25	0.08	0.24	0.00	14.10	0.06
活植物、球莖及根莖等其他植物	4,401	9,189	19.50	—	1.82	27.69	0.07	—	0.64	—
蔬菜及根莖菜類	116,138	186,655	0.17	0.00	0.03	70.80	2.71	16.23	2.18	0.02
水果及乾果	105,416	157,589	1.10	—	0.18	24.28	4.50	11.49	12.37	3.49
咖啡、茶及香料	6,689	9,141	3.60	1.00	4.40	0.28	3.19	41.24	16.46	—
穀類	156,533	125,088	0.00	—	—	46.30	—	—	0.25	—
油料籽實及藥用植物	912,714	1,212,077	0.03	—	0.11	0.02	0.31	—	77.62	—
編結植物及其製品	12,134	13,846	3.76	—	0.07	0.05	39.17	1.31	1.90	—
動植物油脂及其可食製品	480,250	852,268	0.21	0.03	0.11	0.00	22.46	0.15	2.64	—
肉類及魚類製品	3,849	8,029	3.38	0.06	16.38	3.86	7.09	14.05	5.37	1.51
糖及其製品	36,118	43,669	0.36	3.49	1.34	0.80	0.25	0.03	13.94	—
穀類及奶類製品	56,237	66,192	1.12	1.10	1.16	1.79	0.52	0.11	3.32	—
蔬菜及果類製品	34,775	43,807	0.26	0.06	0.67	1.10	0.48	0.43	23.28	0.13
飲料、油及醋	82,768	120,044	0.91	1.24	1.14	0.01	0.00	—	1.78	0.23
菸草及其製品	158,734	6,850	—	5.65	0.19	—	—	—	3.81	0.00
肥料	507,108	526,524	0.36	—	0.06	—	—	—	8.53	44.46
獸皮及皮革	685,134	786,953	8.20	0.65	1.13	2.77	0.71	0.39	20.60	0.07
木及木製品	851,713	1,123,403	0.37	0.03	0.29	3.01	3.46	1.80	6.44	40.70
絲	15,833	15,844	0.90	8.75	15.10	1.39	0.15	0.38	0.11	—
羊毛、動物毛及其毛紗	226,987	287,349	1.24	0.56	8.38	0.01	0.00	—	0.75	0.12
棉	1,388,416	928,312	5.27	7.05	10.23	0.84	1.37	0.32	6.78	0.00

註：1. 表中百分比是指 2007 年 1-2 月的國別比重。

2. 表中國別是指與大陸有進出口往來的主要國家。資料來源：整理和計算自《中國海關統計》

表七 大陸農畜及其加工類別出口值及地區別比重

單位：千美元，%

項 目	出 口 值		台 灣	香 港	日 本	泰 國	印 尼	越 南	美 國	俄 羅 斯
	2006年1-2月	2007年1-2月								
活動物	49,871	50,190	—	79.37	2.03	0.00	0.00	—	5.88	—
肉類及內臟	85,964	110,590	0.04	57.58	0.43	0.02	0.02	—	2.29	1.17
魚類、甲殼類及軟體類等水中動物	632,205	800,993	1.44	3.70	21.00	0.47	0.08	0.04	18.92	0.84
乳製品、禽蛋及天然蜜糖	42,754	49,495	11.76	29.13	25.47	0.63	0.32	0.08	8.45	—
活植物、球莖及根莖等其他植物	15,130	20,945	0.41	7.10	21.71	1.71	0.27	0.26	9.10	0.40
蔬菜及根莖菜類	534,217	662,468	1.01	3.18	25.48	1.28	4.82	0.68	11.28	3.27
水果及乾果	200,879	289,198	1.31	5.43	7.18	4.00	8.53	3.13	5.66	12.65
咖啡、茶及香料	126,861	175,321	0.43	4.91	13.73	1.40	3.23	0.25	9.34	2.74
穀類	272,386	437,850	0.50	0.52	12.50	0.06	6.16	1.86	0.17	0.09
油料籽實及藥用植物	194,805	278,340	4.55	6.38	16.71	1.13	0.51	2.00	4.61	2.63
編結植物及其製品	8,599	10,061	5.33	10.70	32.66	0.45	0.01	0.76	6.15	0.02
動植物油脂及其可食製品	48,294	57,085	1.18	13.48	7.45	0.55	0.49	0.78	7.61	0.35
肉類及魚類製品	604,587	937,490	0.85	5.32	46.83	0.24	0.67	0.07	18.13	3.00
糖及其製品	61,584	81,287	0.36	10.58	3.20	0.96	7.03	1.92	16.29	1.66
穀類及奶類製品	116,519	140,677	0.88	17.27	29.45	1.84	1.03	0.39	8.45	1.27
蔬菜及果類製品	525,272	855,943	0.58	2.33	20.31	2.13	0.38	0.20	18.20	7.11
飲料、油及醋	80,901	100,155	3.98	45.12	13.35	0.73	1.49	0.18	3.45	0.92
菸草及其製品	57,448	39,577	0.01	26.57	5.80	0.01	10.79	0.89	5.52	1.02
肥料	117,067	272,785	2.03	0.05	7.54	2.98	5.09	13.59	11.35	0.01
獸皮及皮革	212,372	181,734	1.34	58.77	0.59	1.22	1.70	3.27	4.70	0.18
木及木製品	963,752	1,543,124	2.41	3.27	14.58	0.70	0.99	0.81	25.44	1.13
絲	222,023	196,063	0.17	9.42	6.09	0.73	1.35	0.43	4.27	0.19
羊毛、動物毛及其毛紗	219,670	274,889	0.21	11.13	13.72	0.36	1.93	1.22	1.82	0.77
棉	1,083,789	1,315,594	0.44	28.59	3.18	1.70	4.16	3.39	2.96	1.50

註：1. 表中百分比是指 2007 年 1-2 月的國別比重。

2. 表中國別是指與大陸有進出口往來的主要國家。

資料來源：同表六