

市场 观察

奉节脐橙卖到哪里去了？涪陵榨菜出口到了什么地方？潼南柠檬在欧美的市场如何？玫瑰香橙在哪些国家受欢迎？大数据时代——

重庆农产品出口能否走“特而美”之路

典型案例之1

不走“鲟”常路 重庆活鱼“游”进东盟

“阿焦，你那边鱼卖得还可以撒？”3月16日，丰都县暨龙镇九龙泉村五社，52岁的鱼老板甘在树操着一口川普，向电话那头的人询问。

半个多月前，通过做边境外贸生意的朋友阿焦“搭桥”，甘在树卖了两年在丰都养殖的西伯利亚鲟到越南市场，共计28吨，毛收入80万元，这是重庆鲜活水产品首次出口。尝到了甜头的甘在树，每天都在跟进销售情况，并准备下一次的发货。

“你的养殖面积有多大？”甘在树挂断电话后，记者问道。“来，我带你看看。”老甘领着记者往厨房后面走，下了几步台阶后就看到一个饲料房，旁边是一片鱼塘。这片鱼塘占地20多亩，分成了30多个鱼池，每个池子都是活蹦乱跳的西伯利亚鲟，大的长达一米，小的也有二三十厘米。

“西伯利亚鲟是冷水鱼，我们用的是山里的溶洞水，即使夏天水温也控制在20℃以下，养殖密度比较高，年产量可达到500吨。”甘在树介绍。老甘以前做长江生态鱼养殖生意，10年前转型做起了池塘养殖，在暨龙镇成立丰都县腾旺水产养殖有限公司，养殖一些名贵鱼种。

“最开始喂的是红鲟，当时的行情比较好，但我们这是山沟，下暴雨就可能山洪，红鲟经不起洪水呛。”几次受损后，甘在树放弃了红鲟，养殖抗病性强的西伯利亚鲟。西伯利亚鲟的生长周期要四、五年。养殖期间，老甘就在考虑往哪里卖。他卖到过东北，但是价格不尽如人意。

“要不试试出口？”两年前的某一天，和老甘认识多年的阿焦打来电话并告诉他，越南的西伯利亚鲟市场每年达8000—10000吨，但当地养殖技术不成熟，饲料也主要依赖进口，成本较高，出口很有空间。

阿焦是广西人，妻子是越南人，利用这层关系，阿焦在中越两国之间做一些外贸生意。在他的指点下，甘在树来到了海关部门，进行了“出境水生动物养殖场”注册登记，成为重庆第一家取得活鱼出口资质的企业。

这两年，甘在树一直严格按照东盟国家的要求进行水生动物疫病监测和农产品安全风险监测。功夫不负有心人，虎年新春之际，他拿到了期盼已久的国际订单。

2月21日，甘在树起了个大早，激动万分地看着一条条活鱼放进货厢里。手续齐备后，驾驶员带上海关开具的“中国—东盟自由贸易区优惠原产地证明”，向目的地广西凭祥口岸进发。30个小时后，阿焦接到了这批西伯利亚鲟，并将其转运至越南河内、岘港等地。这是重庆首次活鱼出口，甘在树在不知不觉中创造了历史。

每公斤售价30元人民币，一条十几公斤的西伯利亚鲟，可为甘在树带来500元左右收入。“顺利的话，年内我们还将有450吨鱼要卖向东南亚，再赚回2000多万元！”他激动地说。

典型案例之2

打好“时间差” 开州春橙北上莫斯科

眼下正是晚熟柑橘上市销售的旺季，市场上各地晚熟柑橘厮杀正酣，价格打得火热朝天。看到现在的行情，开州区兴溪柑橘种植家庭农场负责人欧明长舒了一口气，暗自思忖：还好自己早在一月就把大部分春橙卖到了俄罗斯和韩国，避免了与晚熟柑橘的“短兵相接”。

欧明的家庭农场位于开州区和谦镇，已发展了9年时间。早些年，他的市场主要在国内，集中于北京、河南、河北等地，价格只有0.6—0.7元/斤，除去生产成本后基本没有什么赚头。

“开拓一下思路，国内不行，就卖到国外嘛，价格还高些。”一次，和欧明相熟的果农赵福胜对他说了。赵福胜既是柑橘种植大户，又懂一些外贸代理知识，还做过这方面的业务。

欧明打听了一下，赵福胜所说并非虚言。开州春橙分为春锦橙和春橘橙，春锦橙皮相较好，籽多味浓，春橘橙糖度高、易剥皮、脆嫩化渣，两个品种都十分受海外市场的青睐，比如带叶果的价格，对方直接给到了1.75元/斤，比现在的行情价基本高出50%以上。

可再一打听，出口也并非易事，“不光是基地要认证，包装、品牌都要做类似的认证，光是这笔费用就不少。”欧明有点泄气，没法子，他只好退而求其次，通过赵福胜的关系在北京找了家货运代理公司出口，价格谈好是1.1—1.2元/斤，每斤大约有5毛钱利润，虽然比不上自己报关，但销路基本上是畅通。

就这样，从去年底到今年1月，欧明的一颗颗春橙先是被运到北京，然后再不停蹄地被转运到前往俄罗斯的货运班车上，最终抵达莫斯科、圣彼得堡、叶卡捷琳堡。

今年，欧明的基地共收获500来吨春橙，其中70%、约350吨被运往了俄罗斯。他暗下决心：“以后等条件成熟，我自己也要积累客商资源，掌握了出口流程和窍门，把这条路走得宽一些。”



▲开州春橙是晚熟柑橘品种，较好地填补了水果淡季市场的空白。图为3月20日，在开州区临江镇福德村，村民将采摘的春橙运送到合作社统一销售。
通讯员 徐心炯 摄/视觉重庆

货物可拉，单边承受运费，相当划不来。”

应对： 提高竞争力 走“特而美”、差异化道路

机会永远留给有准备的人，眼下重庆建设国际消费中心城市的定位和要求，给农产品出口带来了崭新的机遇，如何顺势而上？

韩瑞春提出了四个关键词：培训、规范、引导、整合。

培训就是教企业如何出口，包括产业基地和加工资质的申请、认证、目的地国家的不同要求等；规范就是在原料及初加工产品仍占出口重要份额的背景下，帮助企业把控生产源头，确保产品质量；引导就是合理调整产业结构，引导企业科学育种、养殖、加工全产业链开发，供给侧改革撬动国际大市场；整合即合并同类项，将一些近似的产品进行打捆营销，力争在国际上打响品牌。

“酒香也怕巷子深，更何况在烟波浩瀚的国际市场。”蒲灏说，企业自身要有一定的宣传意识，商务部门也将联合农业部门，在条件允许的情况下组织企业参加世界范围的博览会，并提供相关市场信息给企业，助力企业与国际市场对接。

此外，边境检验检疫信息的及时反馈也很重要，将边境出口检疫情况变化及时反馈给企业，可促使企业不断改进。

根据自己的从业经验和观察思考，秦兆宏也提出了建议：初级农产品的出口固然重要，深加工产品也应受到更多重视，尤其是川渝地区的柑橘类，做成果汁再出口，不管是在价值还是保鲜方面都会有利。

“一家境外企业在南充就是做的果汁加工和销售，每年税收都是六七千万元。”他语气中带着羡慕，“如果能有一些相关政策，我们很多人都愿意去做！”

市农科院农经所政策研究室主任、副研究员唐丽桂表示，重庆应立足于现代山地特色高效农业，吃透国际农产品贸易规则，合力培育专业化农产品贸易平台，推进标准化专业化生产。

现代消费进入了品牌时代，重庆因独特的气候、土壤等环境，造就了独特的物产，因此重庆的农产品有成为稀缺消费品牌的潜质。走向国际市场我们要“逆向思维”，走“特而美”、差异化的道路，提高农产品竞争优势，增强国际市场竞争力。

本版稿件均由记者顾安采写



▲2月21日，海关工作人员对即将出口的西伯利亚鲟进行检疫。
通讯员 郎霄 摄/视觉重庆

原因： 外贸意识不强 认证手续复杂

是什么原因导致重庆农产品出口的实质偏弱呢？

市商务委对外贸易促进处副处长蒲灏认为，重庆的出口农产品知名度不够，缺少品牌效应，自然无法在市场上获得较多关注：“就拿最出名的柠檬和榨菜来说，虽然在出口上保持了一定的连续性，但据我们了解，其销售范围大多局限于华人圈子。”

外向意识不强是另一个问题。蒲灏观察发现，部分企业并没有从一开始就按照出口的要求进行种植或养殖，联系好了订单才发现要求不符，只好“出口转内销”。

“品类上也有一些可以调整的地方。”她告诉记者，欧美本应是最大的出口市场，对柠檬的接受度很高，对柑橘并不怎么“感冒”，这和重庆的主导产业形成了一定错位。

市农业农村委对外合作处副处长韩瑞春则表示，不同的目的地需要不同的资质认证，手续本身又比较复杂，这给规模本就不大、没几个人的农业企业增加了难度。

今年卖了26吨荣昌血橙到泰国的重庆兆宏农业开发有限公司负责人秦兆宏现身说法：“卖到东盟国家，需要做ISO22000认证，手续麻烦不说，办理时间还有些长，少则大半年，多则一两年，认证期限也只管3年。”

更麻烦的是欧盟的GAP（良好农业规范）认证，其认证期限只有一年，到期后必须重新办理。去年，秦兆宏花了七八个月时间才拿到GAP认证，“还没拿到一张订单就要过期了。”他自嘲道。

当然，已进入第三个年头的新冠肺炎疫情也是一大影响。“两年前我们还出口了500吨玫瑰香橙到东南亚，每斤价格比国内高1元。但两年国外的价格还不如国内，干脆就没有出口了。”万州区新辉农业发展有限公司负责人陈光辉坦言，疫情影响了交通、消费和经济，“一条柜28吨，需要3万元海运费，现在回来基本上没有

“散”也很好理解。“没有一家大型的农产品出口贸易企业，都是中小型企业。”王涯军说，从海关、商务委、农业农村等部门掌握的数据来看，重庆农产品出口企业上百家，但品种就有几十个，“没有一个拿得出手”。

榨菜和柑橘已算是我市出口的“拳头”农产品，但在涪陵，197家榨菜股份合作社专做出口的仅有7家，榨菜虽出口到50多个国家和地区，出口总量却仅有两万零余吨，出口总额仅为1亿多元。柑橘方面，开州区兴溪柑橘种植家庭农场是当地春橙出口较多的企业，今年出口量占到了总产量的七成以上，“但也仅仅只有500来吨，销售额100万元出头。”农场负责人欧明如是说。

“散”导致了“乱”。“各自为政，以柑橘为例，从奉节脐橙到开州春橙，从万州玫瑰香橙到云阳纽荷尔，每个区县都有自己的品种，种植标准不一致，在对外推广营销上也形不成合力。”王涯军表示。

近日，重庆海关公布了2021年出口主要商品量值表，其中农产品出口总额10.99亿元，同比增长23%。

对此，市农业农村委相关负责人表示，增幅虽令人欣喜，但很大程度上是因为基数不大的原因。相反他认为，重庆农产品出口依旧延续了过往“小散乱”的基本状况，迎头赶上还有不少工作要做。

“这么判断，自有依据。”市农业农村委对外合作处处长王涯军说，“小”无需多言，总量刚突破10亿元大关，和邻省四川无法相比，与青岛等全国领跑城市比起来更是相距甚远。

“当然，有些基地和企业是通过代理公司出口，报关数据算的是对方城市，同时也有其他省市的农产品通过重庆出关。”王涯军坦言，尽管这个数据无法反映我市农产品出口的全部情况，但总体上应差不太多。

“散”也很好理解。“没有一家大型的农产品出口贸易企业，都是中小型企业。”王涯军说，从海关、商务委、农业农村等部门掌握的数据来看，重庆农产品出口企业上百家，但品种就有几十个，“没有一个拿得出手”。

榨菜和柑橘已算是我市出口的“拳头”农产品，但在涪陵，197家榨菜股份合作社专做出口的仅有7家，榨菜虽出口到50多个国家和地区，出口总量却仅有两万零余吨，出口总额仅为1亿多元。柑橘方面，开州区兴溪柑橘种植家庭农场是当地春橙出口较多的企业，今年出口量占到了总产量的七成以上，“但也仅仅只有500来吨，销售额100万元出头。”农场负责人欧明如是说。

“散”导致了“乱”。“各自为政，以柑橘为例，从奉节脐橙到开州春橙，从万州玫瑰香橙到云阳纽荷尔，每个区县都有自己的品种，种植标准不一致，在对外推广营销上也形不成合力。”王涯军表示。

“散”导致了“乱”。“各自为政，以柑橘为例，从奉节