



中国加入 WTO 海洋水产业的对策与探讨

袁培树

跨过人世门槛,中国海洋水产业面对更多的发展机会和空间。中国海洋水产行业应加强体制转型和结构调整,以应对入世后生产国际化和贸易自由化所带来的冲击,提高海洋水产业的总体竞争能力,扩大中国海洋水产品在国际市场的占有份额则成为当务之急。

一、我国海洋水产业在国际市场的优势

我国是世界水产大国,水产品总产量已连续10年居世界第一位。我国也是世界上惟一水产养殖产量超过捕捞产量的国家。我国的水产品出口贸易世界排名第四位。这些造就了中国海洋水产业在国际市场的优势。

第一,国际市场对水产品需求量逐年上升。我国是世界第一水产生生产和养殖大国,有较强的竞争优势。而且欧盟允许我国注册企业生产的水产品可以正常进入欧盟15个成员国,加上亚洲的传统市场,海洋水产品贸易伙伴将遍及五大洲。因此,我国海洋水产品出口贸易将有广阔的发展前景。

第二,我国海洋水产品出口增幅在农副产品中居于前位。据统计,1999年我国水产品对外贸易总量达到265.32万t,贸易总额44.3亿美

元,分别比1998年增长23.8%、14.8%。其中出口134.8万t,创汇31.4亿美元,分别比上年增长34.4%和10.2%;进口水产品130.5万t,进口额12.9亿美元,分别比上年增长14.9%和26.6%。

第三,我国海洋水产品出口品种多样化。近几年来,各地适应市场需求变化,积极调整和优化产业和品种结构,大力发展名特优新水产品养殖,积极开发适销对路的产品,有效地促进了水产品贸易的开展。出口品种中,包括活鱼、冰鲜鱼、冻鱼、干化腌制品、甲壳类、软体类、藻类以及深加工品等,品种比较多。在出口品种中,烤鳗仍位居水产品出口创汇第一的位置,冻鱼片、蟹类(河蟹、梭子蟹)、淡水小龙虾、扇贝、章鱼等品种的出口也有较大幅度的增加。按出口创汇额高低排序,依次为深加工品、冻鱼片、各类冻鱼、软体类、甲壳类、活鱼、冰鲜鱼和海藻产品。

第四,我国海洋水产品出口方式多样化。我国海洋水产品出口以一般贸易方式为主,多种贸易方式并存。据统计,1999年一般贸易方式出口94.6万t,19.6亿美元,分别比上年增长50%

和 17%，占我国水产品出口的比重分别为 70% 和 62%；进料加工和来料加工贸易方式也有一定的发展，占我国水产品出口的比重为 30%。

二、我国海洋水产业在国际市场面临的挑战

我国海洋水产品在国际市场有一定的优势，但也存在许多问题。虽然我国是世界上第一大水产生国，可水产品的出口只占世界水产品贸易量的第四位，海洋水产品贸易量与海洋水产业的发展不同步。目前世界水产品进入国际贸易的比重为 30%，而我国还不足 10%，在水产品国际贸易中相差的比例较大。近年来，我国海洋水产品在国际市场的优势地位面临严峻的挑战。这些挑战主要为：

第一，贸易壁垒和非贸易壁垒的限制同时存在。我国水产品出口贸易 87% 集中于日本、韩国、美国和欧盟。上述国家和地区的政治、经济、文化对我国水产品出口存在显著的影响。例如，日本是我国水产品出口的最大市场，每年出口日本的水产品占我国水产品出口总额的 1/3 左右。近年我国与日本的农产品贸易争端加剧，日本已经对我国三种农产品实行进口制裁。通关手续繁琐。水产品作为食品的一种，在通关方面，日本规定很严，手续繁琐。在产品到达前，进口商必须提供说明书，由日本检验检疫机构作通关前的审查、产品检查等，然后由日本卫生监管部门对有关项目检验，做出处理。由此不难看出，海洋水产品贸易壁垒和非贸易壁垒的限制同时存在，阻碍了我国的海洋水产品出口贸易的发展。

第二，海洋水产品出口质量标准和要求越来越高。继美国要求所有水产品（包括进口水产品）的加工商都必须执行 HACCP（危害分析与关键控制点管理体系）计划后，日本也已开始执行该计划。标签的作用越来越明显。根据日本农林规格（JAS）法修正案，在日本市场上销售的各类水产品等商品必须加贴标签，提供产品名称、产品、生产日期、保质期等多方面的信息。此外，日本消费者还关心产品是否属于养殖品、天然品、解冻品等具体细节，进口产品还要求标明原产国名和具体产地名等。但我们许多生产企业不能按照标准组织产品的生产和加工，水产品质量达

不到客商的要求，从而限制了我国水产品贸易的进一步扩大。

第三，国际市场上竞争增强。日本市场是我国传统的水产品出口市场，但近些年来，来自非中国的水产品越来越多。其中来自中东地区的虾、丹麦的鳗鱼及南非的鲍鱼等，已经逐步赢得了日本消费者的青睐。而这些国家和地区的水产品多为天然养殖，或在有净化设备的室内水池养殖，饲料只使用海草，几乎不投任何抗生素。所有这些都迎合了日本消费者追求天然和健康的嗜好，使我国海洋水产品处于不利的地位。

第四，我国传统海洋渔场发生变化，水产品出口货源日益紧张。由于中日、中韩渔业协定生效和北部湾划界，我国将有 3 万多艘渔船从原有渔场撤出，每年将损失 160 多万 t 渔业产量。而这些渔场正是我国向日本、韩国出口海鲜产品水产品加工品的主要货源基地。

第五，企业的无序竞争造成。我国海洋水产品出口综合平均价格大幅度下降。1999 年我国水产品出口虽然数量、换汇额都有较大的增加，但出口综合平均单价大幅度下降，平均每吨价格为 2329 美元，比上年的 2837 美元下降 18%。从贸易方式上分析，进料加工出口每吨价格 3033 美元，比上年的 3300 美元下降 8%；来料加工出口每吨价格 3086 美元，下降 3%；一般贸易出口每吨价格 2070 美元，下降 22%，跌幅最大。出口品种中，活鱼、冰鲜鱼、冻鱼、深加工品等几大类品种的价格都下降，下降幅度在 6%~42% 之间。

我国水产品在国际市场上的竞争力总体实力还不很强，真正打入国际市场的水产品数量还很少，主要问题是精加工不够、名优品牌少和质量不高。只有加速提高我国水产品的质量，才能扩大国际市场占有份额和保持出口竞争优势。

三、中国海洋水产业加入 WTO 的对策

从长远来看，加入 WTO 使我国海洋水产业的发展将面临更加广阔的国际市场空间，我国的水产品市场也将更加开放，市场竞争会进一步加剧，将对我国海洋水产业发展起到良好的推动作用，但近期也会给海洋水产业的发展带来一定的压力。我们应该正确地面对机遇和挑战，及时调整发展战略，严格执行 WTO 的规则和履行各项

承诺,加强与国际水产业的交流与合作,按国际惯例和国际标准组织生产和管理,参与国际市场竞争,扩大中国海洋水产品在国际市场的占有份额。

第一,调整产业结构,提高产品质量。增强竞争力,扩大国际市场份额要从优化产品结构和提高产品质量入手。今后要继续坚持以国际、国内市场为导向,优化产业结构,大力发展名特优新水产品养殖,在大力发展养殖业的过程中,积极推广健康养殖技术和生态养殖模式,加强对养殖业的管理,对养殖水域进行合理规划和布局,加强对水域、苗种、鱼药生产的管理和监督,保护水域生态环境和种质资源,确保养殖产品的卫生与安全。加快企业管理体制的改革,以国际市场的游戏规则来规范生产经营活动;参照国际标准,提高产品质量、包装、卫生检疫等方面水平。

第二,强化水产品标准和检疫工作,冲破“绿色壁垒”。海洋水产品的“绿色壁垒”主要表现在对水产品的内在品质的检疫、检验和水产品的外包装方面。随着在国际贸易中,以关税壁垒为特征的贸易保护措施逐步削弱,以技术壁垒为特征的贸易保护措施逐步加强,对安全卫生要求越来越高的水产品成为各个国家和地区设置技术壁垒的焦点产品。打通水产品进入国际市场的“绿色通道”,就可促使越来越多的海洋水产品走出国门。目前对我国水产品实行“绿色壁垒”主要焦点在于我国水产品品质本身的问题。因此,我们应该针对不同的原因,不同的对象采取不同的措施,积极消除“绿色壁垒”对我国水产品出口的影响。一是加强水产标准化工作。二是全面加强水产检疫工作。搞好水产品与水产动植物检疫是保障城乡居民健康、卫生地消费水产品的重要措施,也是提高我国水产品质量,增加、扩大水产品出口,提高我国水产品在国际上的质量信誉和市场竞争力的,全力营造海洋水产品出口的绿色通道。

第三,进一步规范国际鲜销渔业。近几年,我国国际鲜销渔业发展较快,销运量及销售额均有发展,但在其发展过程中也暴露出一些问题。首先是宏观调控力度不够。由于缺乏统一协调管理,导致鲜销船靠港疏密不均,效益受损。如日本福冈鱼市场每天容纳的船只不能超过 15 艘,而

我靠港船只最多时达到 30 多艘,造成鱼货过剩,价格下跌。其次是鲜销代理不够规范。目前鲜销船国外代理商多为定居国外的中国人,受经济利益驱动,有的代理商不仅不能为鲜销企业提供良好的信息和代理服务,而且还采取不正当的竞争手段,制造企业间和地区间的矛盾。为使国际鲜销渔业更加健康规范地发展,一要尽快在国外设立代表机构,做好在外鲜销船管理和服务工作,维护自身合法权益,促进鲜销渔业健康发展;二要进一步加强鲜销渔业的统一协调管理,密切配合,一个窗口对外,避免内部扯皮。

第四,建立与 WTO 规则相一致的争端解决机制和相关服务组织。加入 WTO 后,企业对 WTO 规则短期的不适应,必将引发较多的贸易争端,因此应逐步建立系统的法律服务与援助体系和机构,为我国海洋水产业企业在国际贸易争端中提供 WTO 规则和法律服务与援助。此外,为了加强政府对水产业的宏观管理,要建立和完善水产业信息服务体系,如建立和完善渔业市场信息网、渔业政务信息网、渔业统计、综合分析系统和渔政执法管理信息系统等。

第五,开展网络经营和网络贸易。网络经营是一种全新的经营模式和理念。网络经营的核心是基于 Internet 技术的电子商务。电子商务是指计算机和电信技术在日常商务活动中的应用,它不仅包括运用现代科技手段,通过网络进行商品交易和提供服务,还包括企业通过网络进行的内部业务活动和企业之间的商务活动。电子商务在水产领域特别是在海洋水产品国际贸易方面的应用是必然的趋势。鲜活水产品有着产量不确定,产品保存时间短、易腐和运输难度大等特点。通过电子商务,实现网上交易可以及时发布渔获物品种、规格,扩大贸易区域,寻找直接买家,缩短交易时间,降低交易成本。还可做到在尽可能短的时间内掌握和了解国内和国外的市场行情,了解不同区域的消费特点和消费的产品形势,掌握不同层次的消费需求,从而拓展多元市场,改变传统的营销模式,缩短与国际市场的差距。

(作者单位 暨南大学经济学院)