

中国中部地区农业“走出去”特点、启示与政策建议 ——以安徽省为例

杨易 李嘉莉 刘志颐^{*1}

农业部对外经济合作中心

【摘要】：在新形势下大力实施中部地区崛起战略，促进中部地区农业“走出去”，充分利用国际、国内两种资源两个市场，是适应经济全球化和中国国民经济可持续发展的迫切需要。本文基于对中部地区安徽省农业“走出去”相关情况的实地调研，归纳提炼了中部地区农业“走出去”的特点，以及境外资源开发类、农产品出口类、过剩产能转移类等不同类型的企业“走出去”取得的成效和经验，为推动基于区域差异特征的国家农业一盘棋“走出去”提供启示和政策建议，对于拓展中国农业发展空间，营造和平、发展、合作的国际环境，提升产业竞争力具有重要意义。

【关键词】：农业“走出去”，中部地区，安徽省，特点与启示

农业“走出去”是中国实施“走出去”战略的重要组成部分，是保障中国主要农产品有效供给、平抑国际市场农产品价格和解决国家粮食安全的重大举措。中国东、中、西部3大地带的自然环境、农业资源禀赋、农业产业结构和区域农业经济基础等因素的差异决定了东、中、西部农业发展的差异以及参与农业“走出去”广度和深度的不同，各区域具有参与农业“走出去”的共性和特性。

一、中部地区农业“走出去”的基本特点

中部地区是中国传统的农业区和重要商品粮基地，人多地少，是中国“三农”问题相对集中、突出的地区。长期以来承担着保障国家粮食安全的重任，同时也承受着粮食供求的市场风险，在全国工业化、城镇化、信息化发展格局中，中部地区参与农业“走出去”发展日趋紧迫和重要。近年来，中部地区在实施农业“走出去”取得了一定成效和经验，但仍处于探索和起步阶段，尤其是相对东部发达地区而言，在农业“走出去”方面具有投资规模不大、产业层次较低、投资区域不断扩大和投资主体相对单一等特点。

1. 农业对外投资规模相对较小 中部地区参与农业“走出去”的企业数量和投资规模相对较小。以安徽省为例，截至2012年年底，全省批准设立的290多家境外企业(机构)中，农业企业(机构)仅有24家，占比不足10%，且有一半企业的协议投资额小于50万美元，远远低于东部地区对外投资规模，如黑龙江省在俄罗斯从事境外农业开发种植规模以上的企业就达310家，投资超2000万元人民币的企业占80%以上；浙江省在境外创业的上规模经营主体达67家，累计对外投资5.1亿美元，中部地区农业对外直接投资仍然处于起步阶段。

¹**作者简介**：杨易(1960—)，男，副研究员，中心主任，研究方向：农业对外经济合作；李嘉莉(1963—)，女，高级工程师，办公室主任，研究方向：农业对外经济合作。

通讯作者：刘志颐(1982—)，男，博士，研究方向：农业对外经济合作。

2. 农业对外投资产业链生产环节相对集中 中国农业对外投资合作最初是从远洋渔业开始，目前农业对外投资已经拓展到包括粮食及油料作物种植、农畜产品养殖和加工、仓储和物流体系建设、园艺产品生产、橡胶产品生产、水产品生产与加工、设施农业、农村能源与生物质能源等多个行业和领域，产业链条逐步拉长。但中部地区农业“走出去”多集中在上游种植、养殖等环节以及农产品贸易，如安徽省涉农企业“走出去”项目大部分从贸易窗口起步，大约 50%的企业从事境外林业种植、农业种植、蜂业养殖等农产品生产环节，农业对外投资产业价值链相对较短，农产品加工、物流等产业链增值环节投资有待延伸与扩大。

3. 农业对外投资地域不断扩大 中部地区农业“走出去”起步晚，各省农业“走出去”发展情况不均衡，“走出去”之初项目投资区域相对东部地区较集中，随着农业对外交流与合作步伐的加大，投资区域日益扩大。安徽省参与农业“走出去”投资区域目前已涉及的有：非洲津巴布韦、刚果(布)、南非，以及亚洲次区域 5 国(缅甸、老挝、越南、柬埔寨、泰国)，北美洲的美国，中亚的乌兹别克斯坦，南美洲的哥伦比亚，中东欧的波兰、马其顿等，农业对外投资区域日趋广泛。

4. 农业对外投资主体多元化 在参与农业“走出去”境外投资合作进程中，中部地区仍然以大型国有农业企业扮演主体和示范角色，但随着企业实力的增强，一部分民营农业企业正在加大农业对外直接投资的步伐，一些非农企业也开始调整投资方向，转而将资金投向农业，投资主体呈现出多元化趋势。如安徽省从事境外农业开发的 24 家企业中，国有企业只占到 12.5%，但实际对外投资却占到 24 家总对外投资的 60.6%；其余 62.5%的民营企业、25%的股份合作制企业，实际对外投资只占到 24 家总对外投资的 39.4%。安徽省充分发挥农垦集团等农业产业化龙头企业、行业组织和农业科研推广机构等主体在资金、技术、品牌、管理与人才等方面的优势，开展境外直接投资、跨国经营和技术合作，引领和带动民营企业参与境外农业投资。

二、中部地区农业“走出去”的主要成效

中部地区农业“走出去”起步相对较晚，但在经济全球化加速发展、国内经济转型升级的推动下，中部地区各省加快农业“走出去”的紧迫性共识逐步形成。以安徽省为例，该区域不同类型企业在加快参与农业“走出去”进程中，凝练形成了诸多典型做法。

1. 境外资源开发类企业立足布局整条产业链体系建设 安徽省农垦集团按照“政府主导扶持、企业运作实施”原则，牵头组织了 27 家企业成立了安徽企赴津巴布韦合作开发联盟，联合企业抱团“出海”，进行境外农业资源开发，使企业“走出去”综合成本降低，竞争力增强、能够集成享受中国和东道国的相关优惠政策，实现高效率的“走出去”。目前，联盟成员企业利用农垦集团与津巴布韦国防部、农业部等当地人脉资源以及中国驻津巴布韦大使馆的关系，以及农垦境外投资对环境复杂性、财务风险多样性、管理环境差异性的管控力度，通过抱团“出海”的模式，已有一家建材企业在津巴布韦投资投产、一家食品企业正式签约投资、一家物流企业签订合作协议，同时，引导安徽省农业科学院、安徽农业大学与津巴布韦建立合作关系，承担有关科技援外项目，实现了资源共享、互利共赢、产业链互补，立足打造涉及农业资源生产、加工、仓储、物流等完整的产业链条。

2. 产能转移型企业通过转移国内剩余产能“走出去”，避开国际 4 大粮商控制 产能转移型企业往往是以实力雄厚的集团母体为基础，出于战略考虑，通过购置土地等资源，建立农产品初加工厂或境外上市，以实现多元化发展。如安徽丰原集团作为国家级创新型企业，近年来，其通过将过剩农产品深加工技术及装备产能输出至南美洲、东欧及东南亚等农业资源丰富的地区，已在匈牙利、泰国、乌拉圭、阿根廷、巴西等地建立了诸多项目。其通过以股份多元化的中型企业身份“走出去”参与境外农业开发，可以削弱国际社会对中国大型企业“走出去”所谓“中国威胁论”的防备之心。另外，拟通过开辟水路物流的方式，建设自己的码头和仓储，并打造自己的船队和车队，实现与农场主种植合作、自行加工可获取出口配额，形成种植、加工、物流和控制海外贸易等全产业链运营，可以成功避开国际 4 大粮商(美国 ADM 公司、美国邦吉公司、美国嘉吉公司和法国路易达孚公司)的控制。其次借用专业咨询服务机构如注册律师事务所、注册会计师事务所在目标国开展相关法律研究、会计业务，可

减少因文化差异、劳资差异、管理差异、技术差异等带来的不适应与被动，打通了影响丰原集团“走出去”的国外体制、腐败以及相关舆论障碍。

3. 农产品出口类企业形成多元化“走出去”模式 安徽省主要的出口优势农产品有：粮食、茶叶、蜂蜜、蔬菜、水果、肉禽、芝麻、蚕丝、花生等。在实地调研的企业中，如鸿汇集团、山里仁食品股份有限公司等企业“走出去”主要依靠开发本省特色农业资源，充分利用展览推介、南南合作和国外华人关系网(如华人超市)等平台，在外成立贸易公司、办事处或设立分厂，建立起销售网络和窗口，开拓国外农产品市场，并以品牌建设为支撑，构建更为广阔的国际合作新空间、新领域，形成了多元化推进农产品“走出去”模式，开拓和抢占国际市场，为其他农产品出口类企业“走出去”提供有益借鉴。

三、中部地区农业“走出去”的启示

1. 加快布局境外农业资源开发的整条产业链体系建设，可提高中国企业参与农业“走出去”对市场的掌控力 随着农业全球化快速推进，全球农业产业格局正在不断演变，各国更加重视农业基础地位，发达国家加快全球战略布局，进一步加强控制农业资源和农产品市场。近年来，发达国家依托其跨国公司的垄断力量，不断强化对全球粮源、加工、物流、贸易全产业链的布局，对资源性、战略性重要农产品市场的掌控力度进一步加大。国际资本通过并购、参股等形式介入包括中国在内许多国家的食用油、乳制品、肉类等行业，并且将触角从加工领域延伸到农产品收购、批发流通甚至是种植环节，这将对我国小规模农业的产业安全带来潜在威胁，同时也在逐步压缩我国农业发展的外围空间。另外，境外农业资源开发过程中，往往由于仓储、加工设施不足，会成为扩大开发规模最主要的限制条件。如安徽农垦集团在津巴布韦当地因仓储设施不足直接造成粮食损失20%~30%，而且农产品收获后即卖价格低，与加工后再销售价格存在较大价格差距。因此，农业“走出去”境外资源开发型企业，应积极借鉴发达国家经验，把以农业资源开发为主的利用境外资源合作方式逐步延伸到生产、仓储、物流等环节，在整个跨国农业产业链条中，提升整合、配置产业资源的能力，把境外资源开发型企业对农业对外开放推向深入。

2. 转移国内剩余产能“走出去”，打破国际粮商垄断，优化国内农业产业结构和保障国内粮食安全 国内土地资源相对匮乏，新增可耕地潜力有限，但劳动力资源丰富，再加上土地经营权分散，市场的供需信息要传递到信息流通不畅的农村其成本非常高昂，农业供需之间的不配套是常态。诸多企业产能往往具有较强的加工能力，但由于供需不匹配，或收购国内农产品加工原材料成本昂贵，产能过剩企业可以通过战略转移，通过转移国内过剩产能，去境外开发廉价的农业资源。如在巴西的玉米和大豆从农场主直接收购价格分别为150~180美元/t和350~380美元/t(如果有充足的流动资金，采取与农场主签订租种协议，并给他们提供种子、化肥和农药，将会获得更低的农产品收购价格)，而中国国内的玉米和大豆价格已达400美元/t和700美元/t。转移产能去国外开展玉米和大豆深加工，农产品成本优势明显。但众所周知，国际4大粮商基本垄断了全球粮食交易量的80%，拥有其所未有的定价能力。以国际4大粮商在巴西为例，巴西交通发达地区的大豆和玉米种植、收购、物流和贸易都被国际4大粮商所控制，中国的一些大型企业，尤其诸如国内大型国有企业在境外建立玉米和大豆加工企业，屡屡遭到海外政府的配额限制和国际4大粮商的阻击，国内企业只能在巴西或中国的海港、码头以巴西离岸价(FOB)或中国到岸价(CIF)购买农产品原材料，价格相对较高，利润均被4大粮商所控制。而通过转移国内过剩产能“走出去”，与境外当地农场主种植合作、加工获取出口配额，形成种植、加工、物流全产业链，既可以成功避开国际4大粮商的控制，获取境外农产品资源返销回国内，对缓解国内资源短缺压力，保障国内粮食安全具有重要战略意义，又可以通过转移国内过剩产能，平衡和优化农业结构。

3. 加强中国农产品品牌建设是拓展农产品价值空间和提升“走出去”竞争能力的利器 农产品品牌是农产品生产经营者拥有的无形资产，是产品走向市场的通行证，是提高农产品的市场竞争力最有效的途径。当前，地方很多龙头企业、农民专业合作社普遍处于小、弱、散状态，由于规模不大，品牌意识不强，导致农产品品牌影响力和知名度不高，品牌效益低下。如安徽省宁国惠云塑木新材料有限公司由于自有品牌的缺乏，依靠贴牌出口，在国际市场竞争中缺乏对价格的控制权以及失去获得绝对利润的机会。为此，国内农业企业和非农企业在参与农业“走出去”过程中，应加强政府协调引导，有针对性地制定并落实扶持政策，采取政策鼓励、宣传倡导、财政补贴、产品评比等方式营造良好的品牌建设氛围，按照注册一批、扶持一批、储备一批的要求，鼓励和支持企业进行商标国际注册，创建自主国际品牌，并加强农产品质量执法的严肃性和公正性，提高农产品

品牌的公信力。通过加强农产品品牌建设，促进农业“走出去”企业做大做强，发挥品牌在市场竞争中的获利效应、促销效应、竞争效应以及规模扩张效应等优势，有效延伸和拓展农产品价值空间，提高农产品“走出去”国际竞争能力。

4. 把握境外农业资源开发适度宣传，避免国际舆论压力 中国农业“走出去”面临多重国际舆论压力，“新殖民主义”、“中国威胁论”的标签严重影响中国农业“走出去”的进程，这种莫须有的指责在目标国产生了极坏的影响。当前，中国企业参与农业“走出去”工作取得了较大进展，一些不适的宣传报道引起了别有用心政客的攻击，“新殖民主义”、“中国威胁论”的标签被大肆渲染，阻碍了中国企业参与农业“走出去”的进度和深度。因此，当前中国企业“走出去”参与农业开发的宣传报道工作应坚持“有所为、有所不为”的适度方略，对“走出去”参与目标国的人道援助、解决就业及相关公益事业，可以加强正面宣传报道；对相关土地购买、租赁等敏感问题应坚持有所不为的方针，避免引起目标国和相关别有用心敌对势力攻击。

四、推动农业“走出去”的建议

中国农业“走出去”过程中，东、中、西部地区因自然环境、资源禀赋特征等差异，各区域具有参与农业“走出去”的共性和特性。但基于中部地区区域差异特征的启示将为国家农业一盘棋“走出去”政策建议提供有益借鉴。

1. 尽快制订地方农业“走出去”战略规划 各省应按照“两种需求、两个结合”的要求制订和落实本区域农业“走出去”战略规划。即了解目标国发展需求和国内发展需求，结合国家农业“走出去”战略规划和本地优质资源、产业发展要求，结合目标国发展战略规划和本区域发展战略相结合，从维护国家利益、实现国家战略和本区域发展的高度制订地方农业“走出去”战略规划，明确“走出去”具体项目、配套政策措施，强化资源和力量的整合，避免各“走出去”参与主体和部门间的各自为战和无序竞争。

2. 加强“走出去”的宏观指导与精准信息服务 针对中国农业和非农企业参与农业“走出去”的特点，依托农业部及其他涉外农业研究机构加强对“走出去”重点区域、重点国别的研究，建立和形成完备的境外开发和战略研究体系，建立对外投资国别地区项目库，以及制定目标国政治、经济、文化等投资环境、政策汇编，制定具备前瞻性、全局性以及产业和地区导向性的规划，并协调相关机构对境外投资企业立项建议书和可行性研究报告提供技术层面的咨询论证服务，为企业“走出去”提供宏观指导和对外投资精准信息服务，引导企业规避风险和提高跨国经营水平。

3. 充分利用多双边合作机制“走出去” 充分利用国家及省政府、州(市)与周边国家、相邻省份及相关部门之间构建的多双边合作机制，农业部门要结合本区域及企业战略发展需要，全面启动对合作国家、合作组织、合作区域的农业合作战略研究，找到合作的共同点、切入点、兴奋点和支撑点，将对外农业资源开发合作纳入多双边合作协议内容，加强政府在市场准入、投资环境、土地政策、税收政策、劳工签证、保险政策、技术性贸易壁垒和标准互认等内容的磋商谈判，用机制推动和保障农业“走出去”和在外企业的安全及利益，为农业“走出去”提供平台和支撑。

4. 鼓励企业充分利用现有政策体系“走出去” 鼓励企业充分利用现有政策，探讨企业“走出去”与政府开展的农业合作和对外援助项目有机结合，支持企业在境外开展农业培训、技术示范推广等多种形式的对外农业开发合作，拓展国际市场发展空间。同时，在现有政策体系框架下，推动对境外农产品进出口配额问题的支持，论证争取国家实行阶段性免除粮食进口关税政策和适当放宽境外劳务项下的粮食返销品种及增加进口配额的可行性，鼓励大豆、玉米等大宗农产品自营企业投资境外农业，适当放宽境外粮食返销品种，实现海外资源回运。

5. 整合资源、优势互补，合力推进企业“走出去” 各省(自治区、直辖市)相关企业应加强沟通和合作，整合资源，充分利用农业国际合作系统部省联动工作机制、南南合作平台以及境外农业技术试验示范中心项目等，促进中央联动地方、政府带动企业以及企业间联动，做到“走出去”信息共享、优势互补。同时，鼓励借鉴皖津联盟“抱团出海”模式，支持有实力的大

型企业牵头搭建“走出去”合作平台，加强平台在价格协调、应对贸易纠纷、低于海外风险等方面的作用，实现资源共享、互利共赢、产业链互补，合力推进企业“走出去”，形成境外农业生产、购销、物流、加工全产业链，提升国际竞争力。

参考文献：

[1] 李豫新，朱新鑫. 2010. 农业“走出去”背景下中国与中亚五国农业合作前景分析[J]. 农业经济问题(9).

[2] 夏海龙，闫晓明. 2013. 关于加快实施农业“走出去”战略的几点思考[J]. 中国农垦(11).