

推动合作战略新思维 打造园艺竞争新引擎

钱晶 郭海燕

（江苏省农业对外合作交流中心）

园艺，以其物种多样性、产品创意性、生态友好性、和谐共生性、文化互鉴性等多重优良特质在农业产业格局中占据重要一极。

江苏园艺业对外贸易

的格局、特点和趋势

自 2012 年以来，江苏园艺业对外贸易乘势而上、转型升级。

从贸易额看，2012 ～ 2018 年，江苏园艺产品出口额和进口额分别年均增长 1.7% 和 10.0%，2018 年达 10.32 亿美元和 4.18 亿美元， 占全省农产品出口额和进口额的 25.7% 和 2.7%。

从顺逆差情况看，2012 ～ 2018 年，江苏园艺业持续保持贸易顺差，2018 年达 6.14 亿美元。

从贸易额占比看，2012 ～ 2018 年，园艺业一直稳居江苏农业四大出口支柱产业之首，在全省农业出口贸易额中占比围绕 30.0% 基准线上下波动，2018 年略有下降，为 25.7%；园艺业进口占比基本保持平稳，在 2018 年全省农业进口贸易额中占 2.7%。

从贸易增速看，2012 ～ 2018 年，江苏园艺业进口、出口同比增速呈背向发展态势，2018 年两者差距达至峰值 50.6%。园艺业年均出口增速 1.7%，在四大出口支柱产业中最低，有较大提升空间；园艺业年均进口增速在四大产业中仅次水海（20.7%），达 10.0%，比农业整体高 3.9 个百分点，比畜禽、特色粮油分别高 6.9 个、3.2 个百分点。

从产品结构看，江苏园艺出口以蔬菜、食用菌和水果（含干果）产品为主，2018 年分别占园艺产品出口额的 64.9%、18.4% 和 11.2%；园艺进口以亚麻、水果（含干果）和蔬菜产品为主，2018 年分别占园艺产品进口额的 47.2%、30.2% 和 9.7%。

从加工程度看，江苏园艺业亮点突出，无论出口或进口，均以加工品贸易带动整体提速。2012 ～ 2018 年，江苏园艺出口呈初级产品多于加工品，但以加工品贸易带动整体提速的特点和趋势。2012 ～ 2018 年，园艺加工品出口年均增长率 5.5%，比园艺初级产品出口年均增长率高 5.8 个百分点。其中蔬菜（不含食用菌）加工品出口年均增长率 7.3%。2012 ～ 2018 年，江苏园艺进口呈初级产品占“重头”，同样以加工品贸易带动整体提速的特点和趋势。2012 ～ 2018 年，园艺加工品进口年均增长率 15.8%，比园艺初级产品进口年均增长率高 6.2 个百分点。

从商品种类看，2018 年，江苏出口排名前六位的园艺产品（含制品）依次为大蒜、蘑菇干、盐制（或干制和非用醋制）的其他蔬菜及什锦蔬菜、其他蔬菜及什锦蔬菜罐头、番茄酱罐头、洋葱；进口排名前六位的园艺产品（含制品）依次为亚麻、碧根果、干豌豆、扁桃仁、开心果、红茶。

新时期“合作战略新思

维”的意义及定位

新时期的我们处于创新、社会经济变动和业务变革的交汇点，要求我们携手“合作”，这是个人、企业、产业、事业面向不断发展的未来空间取得成功的关键。

合作本质是从“我”到“我们”的思维转变，相对集中式“闭门”思维，合作将个人、企业、技能、产品、服务和空间连接成为一个网络，通过对思想、洞见、知识、才智和价值的分享、互动和交换，构建集体智慧、信任、连接，为影响力、创新、发明和打破现状营造自由空间，驱动新的机遇和面向未来发展的策略，确保获取独特价值和持续竞争优势。

随着世界经济全球化、贸易自由化便利化的不断加深，园艺业乃至农业发展的路径选择、产业结构、评价指标和运作方式都在以前所未有的速度经历着演变。

今后一段时期，江苏农业对外贸易将紧抓“一带一路”倡议，本着“立足农业，而又突破农业”的总体思路和“内谋发展，外促合作”的基本原则，以增强工作的专业性、系统性、协调性为发展目标，坚持“对内整合资源、对外拓展合作”总体方针，构建行业合作平台，健全“农业大贸促”合作体系，优化“一带一路”农产品贸易合作机制，将农业贸促工作纳入“江苏贸促”发展大局通盘考虑，不断提升江苏农业贸促工作的精准性、协同性和实效性，打造江苏农业竞争新引擎，为江苏农业企业国际化经营贡献贸促力量。

推进“合作战略新思维”思考

构建行业合作平台，打造合作伙伴生态系统。对产业而言，园艺业除果、菜、花、茶、食用菌、中药材等主打产品同质化低、持久畅销外，另受补充性、创意性产品和服务驱动，是一个典型的以技术与网络效应为基础的农业产业。行业合作平台与合作伙伴生态系统的建立会比单独的产品或企业平台更具价值和持久性。因此，需重新界定园艺业独特的价值主张、市场定位及能够延续多年的竞争优势，构建行业合作平台，打造一个广泛的合作伙伴生态系统，进行产品互补、技术创新及相关的营销、销售、服务与配送，并将贯穿整个生态系统的创新与合作促进纳入长期工作任务。推动跨行业资源整合，联结园艺业发展的“硬件”“软件”及内容管理。实际操作中，可利用农业高校、科研院所、国际商会、海外商会对于园艺技术、创意趋势的了解创造产品和服务，引领创新，把握市场，并先于市场，较早“看到”转变，形成应对策略，将潜在的威胁变为机遇。对农产品进出口企业而言，考虑借鉴欧盟 EEN（欧洲企业服务网络）模式，打造农业版的“江苏省中小企业公共服务平台”，整合“农业走出去”各相关省直部门及金融机构、海关、国检的公共信息资源，联通全球主要服务农产品进出口企业的权威信息平台，实现信息资源共享对译，推动政府信息数据开放共享，为全省农产品进出口企业更好地提供政策研究、智库咨询、宣传推介、国际市场风险预警与防范等方面的支持与服务，帮助企业开拓国际市场。

健全“农业大贸促”合作体系，为企业国际化经营凝聚合力。“农业大贸促”是一盘大棋，需从战略层面做好顶层设计。将农业贸促置于更广阔的行业领域和专业范畴，主动加强与农业农村部贸易处、农业农村部贸促中心、省商务厅、省贸促会、省国际商会、海外江苏商会、南农大经贸学院、南京海关等业务条线、部门的合作与交流，上下联动，形成合力，凝聚智慧，共谋发展，健全“农业大贸促”合作体系，为企业国际化经营凝聚合力。一是从原先的侧重出口贸易促进转向长期进出口研究并重的业务格局，重新架构、健全完善江苏农业国际贸易分析框架；二是依据园艺、畜禽、特色粮油、水海进出口贸易各自呈现的特点与趋势，分支柱产业、分优势产品形成梯次化数据管理团队，借“江苏省农业农村大数据云平台”建设契机，创建江苏农产品贸易数据库；三是将研究“触角”从当下对传统的农业生产性指导有参考意义的的数据延伸扩展至未来更多可能影响农产品进出口贸易的相关因子的分析、研究，并在此基础上去粗取精、去伪存真；四是加强对农业国际贸易的市场主体——农产品进出口企业的关注和研究，下一阶段，联合调研，专项突破，势在必行；五是加强对江苏农产品出口贸易形势分析中涉及单项

重点农产品出口价格及走势图、出口价格指数及走势图等一系列数值的测算、分析和研究；六是重点关注“一带一路”国家和地区的国际化挑战与机遇，侧重“一带一路”对江苏农业国际贸易的影响研究与对策探析，以此推动实现“深化与‘一带一路’沿线国家和地区农产品贸易关系”的长期目标。

优化“一带一路”农产品贸易合作机制，深化与沿线国家和地区农业产业合作。近年来，农业合作已成为“一带一路”倡议的重点和亮点，其中一项重要内容就是农产品贸易合作。从贸易角度看，“一带一路”倡议提出以来，江苏省与“一带一路”沿线国家和地区之间的农产品贸易往来不断扩大并日益频繁，“一带一路”农产品出口贸易额占全省农产品出口贸易额比重逐年提高，园艺产品出口同样以“一带一路”沿线国家和地区为主。在此进程中，贸易保护主义对江苏与“一带一路”农产品贸易合作造成了不可小觑的负面影响，仅2017年出台实施的印尼大蒜进口许可证制度一项就造成了江苏对印尼大蒜出口2018年跌幅40.3%、2019年上半年“近腰斩”。第二届“一带一路”国际合作高峰论坛明确提出要以切实推动高质量合作为基本工作要求，加强“一带一路”国际合作。下一阶段，江苏将优化“一带一路”农产品贸易合作机制，深化与沿线国家和地区农业产业合作，巩固传统市场，不断开拓新兴市场。利用已有的境外经贸合作区，依托江苏重点农业龙头企业进区入园，加快境外农业特色园区建设，推动农产品领域上下游产业链和关联产业协同发展；继续推进出口农产品示范基地建设，加快推动优势农产品加工贸易发展，深入挖掘贸易新增长点。优化出口农产品结构，鼓励和支持以园艺产品为典型代表的高技术、高质量、高附加值农产品出口，提升江苏农业在全球价值链中的地位，推动江苏出口农产品在质量、科技含量、创意、品牌、营销等方面的提升。优化农产品进口结构，有计划地支持关系民生福祉、有助产业转型的园艺、水海等优质特色农产品进口，拓宽江苏紧缺农产品进口渠道，丰富贸易合作类型和领域，进一步满足国内市场需求。立足东道国需求，输出先进适用的农业高新技术，助力东道国优化农业产业结构、拓展本土及全球农产品市场空间，推动江苏优势农业技术、产业和市场分层次、分阶段有序转移，提升合作水平和合作效益。我们必须坚定不移在开放、合作中践行农产品贸易自由化便利化的理念，坚决反对贸易保护主义，携手“一带一路”沿线各国共建贸易通道，扩大贸易规模、提升贸易效率；积极与相关国家商谈优惠贸易安排，加强规则 and 标准体系的相互兼容，降低贸易成本；加快各国农产品检验检疫合作与交流，共同研究提出安全、高效的农产品检验检疫监管措施，拓展贸易范围。