# 湖南农产品出口企业突破绿色壁垒的对策探析(1)论文

来源：网络 作者：夜色微凉 更新时间：2024-12-05

*【论文摘要】 绿色贸易壁垒由于具有表面上的合理性以及较强的隐蔽性等特点，目前已经成为当今国际贸易主要的贸易壁垒之一。本文分析了绿色壁垒对湖南农产品出口贸易的影响，结合湖南农产品出口贸易发展的现实状况，提出了湖南农产品出口企业应对绿色壁垒的对...*

【论文摘要】 绿色贸易壁垒由于具有表面上的合理性以及较强的隐蔽性等特点，目前已经成为当今国际贸易主要的贸易壁垒之一。本文分析了绿色壁垒对湖南农产品出口贸易的影响，结合湖南农产品出口贸易发展的现实状况，提出了湖南农产品出口企业应对绿色壁垒的对策和建议。

【论文关键词】 绿色壁垒 农产品 区域经济合作 绿色营销

一、绿色壁垒概述 随着世界经济一体化趋势的日益发展，一些国家为了达到保护本国产业与市场的目的，采取了一系列贸易限制措施。传统的关税、配额等农产品贸易保护措施被逐步削减，而各种复杂苛刻的技术法规、产品标准和质量认证制度，以及名目繁多的进出口商品包装、标志、核对卫生环保等要求，形成了更为隐蔽、更难应付的绿色壁垒，日益成为国际贸易发展的主要关卡。

绿色壁垒，也称为“绿色贸易壁垒”，是指在国际贸易中的进口国依据世界贸易组织（WTO）有关规定或其他国际间各类协议中有关环境保护的规定，为了保护本国生态环境，自然资源和人类健康或以此为借口保护本国的市场而采取的一种非关税壁垒。实质上，绿色壁垒是以保护环境为名，通过制定一系列苛刻的环境标准，对来自国外的产品和服务加以限制。

它属于一种新的非关税壁垒形式，已经逐步成为国际贸易政策措施的重要组成部分。

二、湖南农产品出口贸易简介 湖南是中部地区的一个农业大省，农产品资源极为丰富，在全国农业发展中具有举足轻重的地位。被誉为“鱼米之乡”。

近年来，湖南省农业在WTO规则下稳步发展，在价格和数量上基本保持增长的趋势。在十五期间，湖南农产品出口额达到9.95亿美元。

其中2005年农产品出口额为2.74亿美元，2006年达到3.12亿美元(见图)。 （资料来源:长沙市海关、湖南省商务厅 2006.6-2007.3） 湖南省出口的农产品主要有生猪、茶叶、罐头、肉及制品、水产品、杂交水稻、植物提取物、藠头、蜂蜜、竹木制品等。

主要出口市场包括欧盟、美国、日本以及东南亚的一些国家。目前，这些国家打着环境保护的旗号，设置越来越高的绿色壁垒，阻碍湖南的农产品进入国际市场，成为湖南农产品出口一道难以逾越的“绿色屏障”。

三、绿色壁垒对湖南农产品出口贸易的影响 1.绿色壁垒对湖南农产品出口贸易的积极影响 客观地分析，绿色壁垒对湖南农产品的出口有着双重的影响:首先，绿色壁垒由于其所包含的严格的绿色技术标准、绿色环境标志、绿色包装制度、绿色卫生检疫制度等内容，对湖南农产品国际贸易商品结构的优化和升级、生态环境保护、扩大出口和湖南农产品国际贸易可持续发展等方面起到了一定的积极的作用。 2.绿色壁垒对湖南农产品出口贸易的消极影响 另一方面，“绿色”压力对湖南传统农产品出口起着很大的制约作用，也对湖南所有的农产品出口造成了很大的影响。

据海关统计，因为遭遇“绿色壁垒”，仅2002年1月～10月，湖南省农产品出口总额为1.24亿美元，同比下降2.6％，其中稻谷和大米出口853吨，下降96.6％，茶叶出口1.24万吨，下降9.1％；2011年1月～4月湖南全省被退运的出口货物共56单，价值100.55万美元，同比分别上升1.8%和5.7%。被退运的货物中主要是农产品，包括蔬菜、食品罐头、蜂蜜等，基本上都是受阻于“绿色壁垒”。

2006年出口受阻的产品从蔬菜、水果、茶叶到蜂蜜，随后又扩展到畜产品和水产品，国外实施的绿色壁垒已成为制约湖南农产品出口的最大障碍。

（1）绿色壁垒使湖南农产品出口受阻的品种增多 受阻的农产品从蜂蜜、稻米到藠头，进而延伸到整个畜产品（家禽肉）和水产品（洞庭湖淡水虾仁）等。2002年4月，湖南省惟一的蜂蜜出口加工企业——岳阳市野源蜂蜜有限公司申报100余吨蜂蜜出口日本，因受国际上“氯霉素风波”的影响，最后惨遭退运，湖南蜂蜜出口几乎停止，而以往每年湖南省都要出口蜂蜜3000吨左右；由于日本和欧盟是湖南农产品主要的出口国家和地区之一，欧盟的新法规和日本实行的“肯定列表制度”大幅抬高了其进口农产品的门槛，对湖南的粮食类、豆类、茶类、蔬菜类、水果类、畜禽类、水产品等多种农产品出口影响巨大，造成了较大冲击。

（

2)对湖南实施绿色壁垒的国家日益增多 对农畜等产品实施“绿色贸易壁垒”的国家和地区集中在发达国家和部分新兴工业化国家和地区，湖南农产品对其出口额约占全部出口总额的90%。具体来说，从发达成员国欧盟、美国、日本延伸到部分发展中国家如韩国、新加坡等。

(3)检验检疫的项目不断增加，标准不断提高 比如2006年日本、欧盟食品安全卫生新法规正式实施，特别是日本实施了“肯定列表制度”，对734种农药、兽药及饲料添加剂设定了19000多个最大允许残留标准，对尚不能确定具体“暂定标准”的农药、兽药及饲料添加剂，设定0.01ppm（即亿分之一）的“一律标准”，一旦食品中残留物含量超过这一标准，将被禁止进口或流通。 由于湖南仅制定了137种农药的477项残留限量标准，98种兽药的658项残留限量标准，与日本的标准相差较大；又如美国近年来又强制性地实行ISO9000系列质量认证和水产品危害分析关键控制点认证制度（HAGCP），湖南省出口的农产品很难达到它的要求；韩国在农产品的农药污染限制方面，就规定了202种农药残留量的许可基准。

按照韩国国立植物检疫所的规定，向韩国出口的水果等农产品，其认证至少要过四道手续。 （

4)商品标签限制进口的作用加强 2003年12月，美国农业部制定了一套全国统一有机食品标准，并同时推出了全新的有机食品标签。比如，凡是出口到美国的鱼类及其制品，都必须贴上美国有关部门证明的来自无污染水源的标签；欧盟发布指令，要求其成员从2005年11月25日起禁止销售不符合标签规定的产品。

为实施这一指令，欧盟修订了致敏性食品标签指令，要求食品标签必须列出多种致敏成分。这也是湖南农产品出口受阻的重要原因之一。

（

5)绿色壁垒使农产品出口成本增加 2011年10月8日日本再次提高进口蔬菜门槛，增加抽样次数。该标准的实施几乎覆盖了中国所有农作物。

其中藠头是必检商品，一个标箱的检测费为5万日元，折合人民币大约为3000元。湖南是藠头出口大省，每年出口日本的藠头约2万吨，约占全国出口量的80％。

以前藠头在日本海关通关十分便捷，现在必须检验农药残留以及提供未含甜蜜素及糖精（磺胺酸钠）的证明，在日本海关的通关时间由平均3天延长到10天左右，企业成本大为增加。

四、关于湖南农产品出口企业突破绿色壁垒的几点建议 1.提高产品附加值，发展精、深加工农产品 我国国家统计局局长、经济学家谢伏瞻认为，目前我们的技术水平，没有达到发达国家的程度，所以我国还是要发挥比较优势，努力出口一些高技术、高附加价值的产品。 目前湖南农产品大部分是初级阶段产品，技术含量不高，产品的附加值不高。

在发达国家，农业初级产品与加工品的产值比例为1∶3左右，我国这一比例为1∶1，湖南省仅为1∶0.92。要改变这一模式，企业必须积极了解国际市场走势与需求，在出口农产品深加工和产品多样化上下功夫，通过开发新产品增加产品科技含量和产品附加值来拓展国际市场占有率。

如在湖南出口的蜂蜜当中，主要以桶装为主，其出口依靠“低价量大”取胜，高科技含量和高附加值的产品很少。而象英国虽然是蜂蜜进口国，却出口了蜂蜜酒。

据估计，目前国外已有约14个国家在进行蜂蜜酒的酿造研究。如果湖南引进并改良蜂蜜酿酒技术，以出口蜂蜜酒代替出口蜂蜜，增加产品出口附加值的创新能力，那么就可以大大减少蜂蜜出口风险。

2.实施名牌战略，建设名牌龙头企业 近年来，湖南农产品的名牌建设取得了显著的成就。形成了以隆平高科、唐人神、怡清源、湘酒鬼、金健米业等为代表的湖南农产品企业名牌。

虽然如此，湖南农产品仍然普遍存在着品牌偏小、生命时间短、影响力不够等通病以及市场竞争环境尚未形成、名牌保护体系不完善、企业培育自主品牌的动力不足等制度缺陷，例如水稻、生猪、蔬菜、柑桔、茶叶是湖南的大宗出口农产品，但形成在国内、国际市场叫得响的有经济批量的品牌并不多。前面提到藠头是湖南出口的主要农产品之一，但从企业向海关申报的情况来看，湖南出口的藠头基本上都为中性包装或用日本、韩国的商标。

由于没有自己的品牌，从而影响国际新市场的进一步推广，面对日本的农产品认证制度也是无所适从。 目前的农产品出口市场已经由过去简单的商品竞争发展到名牌竞争。

实施名牌战略成为湖南农产品提高出口创汇能力的重要途径。打造湖南农产品名牌的主要途径有:

(1)创名牌必须“打特色牌，走特色路”，从产品的内在质量、外在标志、包装设计，都要充分体现湖南的特色;

(2)各农产品加工企业要积极配合当地行政管理部门、技术监督部门以及工商部门，参加省级名牌产品和著名商标评选活动和国家知名品牌评比工作，并通过媒体对名牌产品和著名商标进行积极宣传，促进农产品名牌的形成;

(3)联合各级技术监督、工商等部门加大对名牌产品的保护力度，坚决打击假冒伪劣产品，为名牌农产品的发展营造良好环境。 湖南省农产品名牌偏少，主要还表现在具有一定竞争力的龙头企业数量太少，规模不大，农产品加工转化能力不强，名牌农产品数量不多。

据统计，目前湖南省省级龙头企业中总资产在5亿元以上的只有7家，仅占11%，年销售在2亿元以上的只有12家，仅占20%。所以，加大湖南农产品龙头企业的建设，对于提高湖南农产品出口的竞争力是大有空间的。

3.实施重点市场和市场多元化并重的战略 实施市场多元化战略，在巩固、开发传统市场的同时，努力开拓其他市场，实现市场的多元化，减少潜在的风险。要结合出口企业和商品优势，稳固发展香港、美国、日本、欧盟等传统市场，拓展南亚、中东、非洲、东欧、南美洲、大洋洲等新兴市场，加快实施“市场多元化”战略。

以湖南的蜂蜜出口为例，湖南蜂蜜的出口主要集中在美国、日本等国家。2005年出口美国的蜂蜜有2.8万吨、出口额达2391万美元；出口日本的蜂蜜有4.14万吨、出口额达4369万美元。

出口到上述两个国家的蜂蜜共计6.97万吨、6760万美元，出口数量和出口金额分别占全部蜂蜜出口的78.7%和77.1%。随着对美国市场的进一步集中，贸易风险也在不断加大，早在2002年5月，美国FDA宣布对中国出口的蜂蜜氯霉素残留检测标准为0.3PPB，并随时有可能将标准提高到0.1PPB。

因此，有关专家指出，如果蜂蜜对美国出口过猛、量升价跌、市场份额过分集中等情况进一步加剧，可能会刺激美国提高蜂蜜进口标准，设置新的贸易壁垒。又以湖南出口农产品生猪为例，湖南出口生猪市场主要集中在邻近地区。

其中以港澳市场为主，部分冷冻分割肉出口到俄罗斯，但对日本、韩国的出口市场还没有完全开发，欧美市场还属于未开垦的“处女地”。实施市场多元化战略可以大大减低农产品出口的风险。

4.积极采用国际标准或进口国绿色技术标准 近些年来，一些工业化国家在消费领域开始引进环境保护的新观念，国际市场上出现了环境标志产品，并逐渐成为消费的热点。标志获得者可把标志印在产品和包装上。

它向消费者表明该产品或服务从研制、开发、生产、使用、回收利用、处置的整个过程符合环境保护要求。所以，采用国际绿色标准或进口国的相关标准是国内企业产品通向国际市场的必由之路。

为此，厂家在生产阶段要严格按照进口国家的生产和加工标准来组织生产。比如日本、美国和欧盟，他们的标准不一样，厂家可以根据他们的不同标准和要求来组织生产。

同时，应积极获得国外权威机构的产品认证和安全认证，取得国际市场的“准入证”。 5.实行多种经营方式，加强区域性合作 湖南出口的农产品由于很大一部分出口商品档次低、质量差，本来就缺乏竞争力，现在又受到种种绿色壁垒的限制，产品很难打入国际区域集团贸易市场。

为绕开复杂、烦琐的绿色壁垒的限制，湖南各农产品加工企业可以采取在国际区域经济集团成员国内部投资设厂，就地生产，就地销售的方法，打开集团的市场；有条件的农产品出口企业还可以通过参加国际上举办的规模较大的展会，接触大批的中间商、批发商，拓展营销渠道；还可通过加工贸易、补偿贸易、贴牌生产、合资、投资、并购等手段，进行企业的跨国经营，利用外商的技术、生产标准、品牌和营销渠道，有效跨越贸易壁垒。 6.实施绿色营销策略 据美国克里兰夫市场预测公司的调查，目前国际绿色消费正以每年平均12%～15%的速度增长。

这就是说，国际绿色产品市场前景十分广阔。所谓绿色营销是市场营销的一个新的发展阶段，它包括市场营销的全过程和各个方面。

从可持续发展的绿色营销理论思想，到绿色营销理念；从绿色目标、绿色营销战略的确定，到绿色产品。绿色定价、绿色渠道、绿色促销、绿色服务，构成一个有机统一的绿色营销体系。

五、结论 随着湖南对外贸易的不断扩大，“绿色贸易壁垒”仍将成为以后湖南与世界各贸易国贸易摩擦的主要方面，制约着湖南的农产品出口。为了保护湖南农产品出口贸易的稳定、持续发展，我们必须采取措施，减少和规避绿色壁垒带来的不利影响。

同时，我们还应该看到，这道壁垒对我们的作用也不都是负面的。毕竟绿色也是我们的长远利益之所在。

只要湖南农产品出口企业积极努力，采取有力措施，多方位多层次的增强自身跨越绿色壁垒的能力，积极化解绿色壁垒带来的消极影响，就可给湖南农产品出口创造更多的市场机遇，并且在国际市场中取得竞争优势。 参考文献: 王金南夏友富罗宏葛察忠：绿色壁垒与国际贸易[M]（第一版）.北京:中国环境科学出版社， 2002.11 湖南省商务厅：我国出口蔬菜再遭绿色壁垒的挑战-我省农产品对日出口面临挑战，2006.12 海关统计资料:长沙:2006.10 湖南省商务厅:2011年和2005年湖南省对外贸易发展报告，2006.1 湖南省2001年——2005年度农产品出口情况统计.湖南省农业厅，2006.6 中国出口商品频遭退运:中国出口贸易网[EB/OL].www.cnexpnet.com/html，2007.6 周珂高桂林王权典:突破绿色壁垒方略[M].北京:化学工业出版社，2004.5 杨永华:突破绿色壁垒[M]（第一版）.深圳.海天出版社，2000.10

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn