

中国农产品出口沙特阿拉伯市场分析

◆ 杨莲娜

摘要: 由于在农业生产上不具有优势, 沙特阿拉伯对进口农产品有很大的依赖性。随着中国与沙特阿拉伯相继加入 WTO, 中国农产品对沙特的出口有了较大增长, 尤其是食用蔬菜、食用水果及坚果、植物油脂等产品的出口量较大, 但中国肉类产品对沙特的出口量不大, 而且各年的出口量不稳定。当前, 中国农产品出口沙特面临良好的机遇, 同时也面临一些挑战。要想促进农产品对沙特的出口, 中国应在继续加强优势农产品出口竞争力的基础上, 详细了解沙特的食品法律、标签要求和市场准入限制, 并重视对沙特市场的开拓, 积极参加各类商业展会, 与沙特进口商建立稳定的商业关系。

沙特阿拉伯王国 (以下简称沙特) 位于阿拉伯半岛, 沙漠约占全国面积的一半。根据沙特经济与计划部 (Ministry of Economy and Planning) 提供的数据, 沙特 70% 的面积为半干旱的低等级草场, 耕地面积只占到土地面积的 24%。森林覆盖率很低, 林地面积只占到全部土地的 1.4%。由于大部分地区降水稀少, 耕地稀缺, 沙特在农业生产上不具有优势。

一、沙特农产品生产及贸易现状

沙特政府对农业提供了很大的支持, 并大力发展灌溉农业。从 20 世纪 80 年代开始, 沙特政府开始努力提高农产品的自给率, 鼓励农民

扩大种植面积, 对农产品给予优惠补贴, 尤其是对小麦和奶制品的生产提供了大量的补助, 从而调动了农民的生产积极性。目前, 沙特已经在小麦、鲜奶、椰枣、鸡蛋等方面实现了自给。虽然如此, 沙特仍然对进口农产品有很大的依赖性。

1. 谷物 沙特的谷物自给率比较低, 只有 20% 多, 依靠大量进口才能满足国内的需求。在各类谷物品种中, 小麦产量在 200 万 t 以上, 自给率是比较高的, 2005 年达到了

99.1%, 一般能满足国内需求, 因此每年小麦的进口量和出口量都很少。沙特是世界上最大的大麦进口国, 年均进口约 600 万 t, 全部用作饲料。2006 年, 沙特的大麦进口 704.7 万 t, 主要来自乌克兰 (占比 46%)、澳大利亚 (占比 29%)、加拿大、德国等 (数据来自沙特阿拉伯海关)。稻谷是沙特阿拉伯第二大谷物食品, 国内不生产, 全部依靠进口。2005 年进口约 160.6 万 t, 与 2003 年相比, 稻谷的进口量增加较快。稻谷的进口来源主要是印度, 来自印度的稻谷大约占到沙特稻谷进口的 70%, 其次是美国、巴基斯坦和泰国, 但这几个国家的进口量都不是太大。沙特高粱的自给率也很高, 2005 年为 99.8%。小米的自给率 2005 年为 48.1%, 其他谷物产品的



分析预测

国内需求基本依靠进口, 国内的生产很少。

2. 蔬菜、水果以及其他作物 柑橘、马铃薯等是沙特的主要作物, 重要作物还有世界上最大产量的椰枣, 年产约 50 万 t。糖料作物和油料作物的进口量比较大, 2005 年分别进口 323 万 t 和 187 万 t。沙特近年蔬菜及水果的产量有所增加, 但沙特仍然进口大量的新鲜蔬菜及水果, 尤其是橙、香蕉及番茄的进口量较大。加工水果及蔬菜主要的进口来源国为荷兰、西班牙、埃及、美国。沙特是“海合会”国家中最大的苹果进口市场, 主要的进口来源国为智利、法国、美国、伊朗。

3. 奶制品及肉类 沙特奶制品的生产发展很快, 2004 年奶制品的生产达到 125 万 t, 但国内奶制品需求的 60% 依赖进口, 因此, 每年进口的奶制品数量都很大, 2005 年的进口量达到 226 万 t。另外每年沙特干酪的进口超过了 2.5 亿美元, 主要的进口来源国为丹麦、澳大利亚、法国、波兰和新西兰。中国对沙特的出口非常少。

沙特肉制品的产量依然较低, 1995 年只有 59.2 万 t, 2005 年达到 70.9 万 t。肉类需求的 1/3 需要进口, 2005 年的进口量为 64 万 t, 主要进口的肉类品种为鸡肉。根据沙特海关提供的数据, 2003 年仔鸡的进口为 45.24 万 t, 其中 60% 以上来自巴西, 约 25% 来自法国, 来自中国的不到 10%; 2005 年仔鸡的进口量达到 48.42 万 t, 其中约 80% 来自巴西, 约 20% 的来自法国, 而来自中国的为零。主要是因为近两年来, 沙特禁止了从中国的禽肉进口。从 2001 年开始, 沙特要求进口的禽肉必须做到: 来源家禽饲养时使用植物蛋

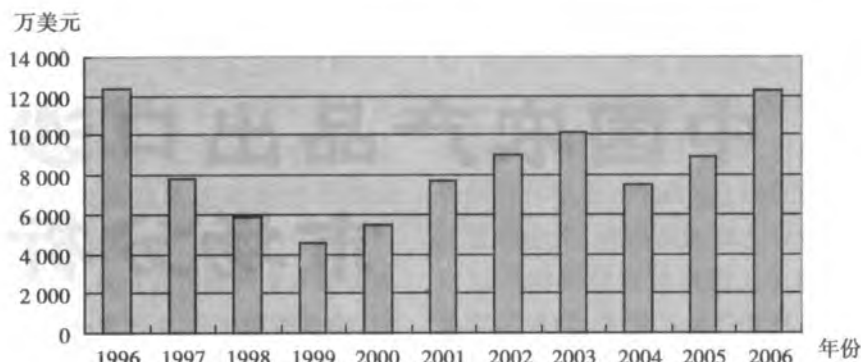


图 1 1996—2006 年中国农产品对沙特的出口金额 单位: 万美元

资料来源: 中国海关统计资料

白, 不得添加荷尔蒙, 并按伊斯兰教律法进行屠宰 (Islamic 'Halal' rituals)。从 2005 年 11 月 12 日开始, 为防止可能引进禽流感的可能, 沙特政府禁止了活禽进口。沙特还禁止从下列国家和地区进口活禽和禽产品, 包括中国、中国香港、越南、泰国、马来西亚、印度尼西亚、柬埔寨、老挝、哈萨克斯坦、蒙古、日本、土耳其、罗马尼亚、韩国、巴基斯坦和俄罗斯。2003 年沙特红肉的进口额达到了 2.24 亿美元, 主要的进口来源国为巴西 (30%)、澳大利亚 (28%)、新西兰 (18%)、苏丹 (8%)。红肉出口到沙特必须满足以下要求: 来源家畜饲养时使用植物蛋白, 不得添加荷尔蒙, 并按伊斯兰教律法进行屠宰。

二、中国农产品对沙特出口现状

沙特于 2005 年 12 月 11 日成为 WTO 第 149 个成员。沙特政府承诺削减进口关税, 消除工业产品及农产品的进口限制, 开放电讯、能源服务、保险及其他金融服务业市场。2005 年, 中国和沙特双边贸易额达 160.7 亿美元, 比 2004 年增长 56%。中国已成为沙特第四大进口

国和第五大出口国。

1. 近年来中国农产品对沙特阿拉伯出口总体情况 图 1 显示了中国农产品 1996—2006 年对沙特的出口金额的变动情况。1996 年的出口金额为最高, 达到 12 382 万美元, 此后连续三年出口持续下降, 1999 年最低, 为 4 542 万美元。此后出口出现恢复性增长, 2004 年和 2005 年又略有下降, 2006 年的出口有较大增长, 达到 12 236 万美元, 增长 37.5%。

2. 中国对沙特阿拉伯出口的主要农产品种类 中国对沙特出口的主要品种有: 食用蔬菜; 食用水果及坚果; 蔬菜、水果、坚果等制品; 茶; 植物油脂等产品。从各年的出口额数据也可以发现, 蔬菜及水果对沙特的出口呈现持续增长态势, 尤其在 2002 年以后, 出口的增速非常快, 这显示了中国在这类产品上较高的出口优势。食用蔬菜的出口从

沙特与科威特、卡塔尔、巴林、阿拉伯联合酋长国、阿曼共 6 个国家, 是海湾阿拉伯国家合作委员会 (Gulf Cooperation Council, GCC) 成员, 简称“海合会”。“海合会”组织成员的贸易及投资拥有很多优惠待遇, 一国生产的食品可以零关税出口到成员国的其他国家。2003 年 1 月, “海合会”实施关税同盟, 依照协议, 6 国对来自盟外的大部分的食品进口实施关税税率设定为 5%

1996 年的 31.5 万美元增长到 2006 年的 2 371 万美元, 食用水果及坚果的出口从 1996 年的 45.7 万美元增长到 2006 年的 1 874 万美元, 蔬菜、水果、坚果等制品的出口从 1996 年的 428 万美元增长到 2006 年的 2 699 万美元。茶的出口一直比较稳定, 1998 年以后每年的出口额在 200 万美元左右。动植物油脂的出口波动较大, 有些年份的出口为零, 而 2006 年却达到了 1 328 万美元。

肉类产品的出口量不大, 而且各年的出口量不稳定, 主要是因为沙特对肉类制品的进口要求比较严格。水海产品 2006 年的出口只有 66.54 万美元, 而有些年份的出口为零, 如 2005 年。乳品、蛋品、蜂蜜及其他食用动物产品的出口量也比较小。

糖及糖食在 1996—1997 年的出口额是很大的, 如 1996 年的出口额达到了 10 431 万美元, 而近年的出口额则下降比较明显, 2004 年只有 267 万美元, 2006 年又增长到了 712 万美元。谷物、粮食粉、淀粉制品及糕点(HS19)的出口额呈逐年增长态势, 从 1996 年的只有 37 万美元增长到 2006 年的 418 万美元。杂项食品的出口也有所增长, 1996

年为 0.12 万美元, 2006 年达到 142 万美元。

其他产品的出口不是太大。表 1 列出了中国出口沙特排在前十位的农产品。可以看出, 中国出口沙特的农产品中, 大蒜、番茄罐头、玉米油、鲜苹果的出口量是最大的。排在其后的依次是姜、糖食、活绵羊、谷物食品、卷烟及咖啡。

三、中国农产品出口沙特面临的机遇与挑战

1. 沙特食品消费的特点 一是沙特人口增长很快, 其人口增长率年均达到了 3%, 当前人口为 2 700 万, 20 年后可能将达到 4 000 万, 因此对食品、饮料的消费也同步呈快速增长趋势。沙特人口中年轻人的比例很高, 约 70% 的人口为 30 岁以下的年轻人, 年轻人大多为工薪阶层, 不喜欢花费太多时间在做饭上, 很多女性也开始外出工作, 因此对便利食品(例如: 预包装食品、快餐、外卖等)的需求增长更快。人口的增加加速了对各类粮食、饮料、包装食品、保健品、方便食品、速食食品的需求增长。一是沙特是世界上患有糖尿病及肥胖症的人口比率较高的

国家, 近年来, 消费者的健康意识在逐渐加强, 健康食品越来越受到欢迎。另外, 沙特人均收入 2005 年达到 12 500 美元, 显示了强大的购买力, 消费者可支配收入的增加, 也促进了各种新鲜食品、健康食品及预包装食品的消费。三是沙特饮食结构中, 对肉类、加工食品、食糖及盐的消费是比较高的, 而对各类素食的消费则不是太大。禽肉是沙特消费最多的肉类, 沙特也是世界十大禽肉消费国之一。由于饮酒被视为非法, 因此促进了各种不含酒精饮料的消费。沙特的饮食习惯近年发生了很大的改变, 很多年轻人开始接受西方的饮食方式, 他们喜欢尝试新产品。四是根据《海湾市场评论》的数据, 碳酸饮料是沙特消费最多的软饮料, 2004 年占到市场容量的近一半, 尤其是非可乐类碳酸饮料的销售量增长最快, 占到软饮料销售量的 16.9%。对奶制品、果汁、瓶装水的消费也呈增长趋势, 对运动饮料、冰茶、果味饮料的消费也在增加, 瓶装水的销售量占到软饮料的 25%, 果蔬汁占到 17.5%。沙特对各种茶, 尤其是绿茶的消费呈升温趋势。

2. 中国农产品出口沙特的机遇 沙特市场有发展前景的产品: 加工的水果及蔬菜、饮料、分割禽肉、零食、糖果、蜂蜜、调味料、蛋黄酱、谷类、面包类食品、果酱、果冻、花生酱、沙拉酱、餐后甜点、葵花籽、脱水豆类、豌豆、杏仁等食品, 比较有销售前景。根据沙特经济发展的现状及其食品市场的特点, 中国农产品出口沙特面临良好的机遇:

沙特人口的增加加速了对各类粮食、饮料、包装食品、保健品、方便食品、速食食品的需求增长, 由于沙特农业生产的发展受到降水稀少及自

表 1 中国出口沙特排在前十位的农产品 单位: 万美元

产 品	2005 年出口额	2006 年出口额
鲜或冷藏的大蒜	1 349	1 767
番茄及番茄酱罐头	1 010	1 372
玉米油	892	1 350
鲜苹果	724	1 112
姜	881	610
糖食(不含可可), 口香糖除外	483	523
活绵羊	0	335
谷物食品(HS1904)	135	233
卷烟	11	232
咖啡	183	224

资料来源: 中国海关统计

然资源的限制,随着人口的增长,将会刺激农产品进口的增加,使得沙特农产品市场空间更为广阔,也将带来中国农产品对沙特出口的扩大。沙特年轻人的数量较多,与父辈相比,年轻人更加崇尚现代生活方式,他们喜欢尝试新产品,对外来食品更加易于接受。另外住在沙特的外国人的数量也很多,已经超过了800万人,每年还有超过700万的国外朝圣者前往麦加,这些人口的增加,不仅促使了沙特各种速食店及食品工业的发展,也使得对农产品及食品的需求呈现多样化,也同时刺激了对进口产品需求的增加。20世纪70年代起,沙特阿拉伯就成为中东地区最大的食品及饮料交易市场,其零售市场正在快速发展,各种大型超市及中小型便利店也已经非常普遍,数量增加很快。与此同时,速食店、宾馆等餐饮业的发展也非常迅速。食品市场的发展提高消费者对各类食品的认知度,促进了消费的增加,也对进口食品构成了极大的需求。

3. 中国农产品出口沙特面临的挑战 沙特政府对食品加工工业提供了很多的支持,这些支持政策包括优惠的信贷金融支持以及税收方面的优惠,另外,对有些产品的进口征收了较高的关税,例如禽肉、鸡蛋、婴儿用奶制品、食糖等,这些产品通常是沙特国内受保护的产品。中国农产品出口沙特面临的挑战如下: 沙特本地的食品加工工业发展迅速,但食品加工企业的原料一般依赖国外进口。美国以及欧盟对沙特食品的出口态势较为强劲,周边的阿拉伯国家和一些亚洲国家也增加了对沙特的农产品出口。中国农产品出口沙特面临的主要竞争,一

是沙特本地食品的竞争,二是来自欧盟、美国及邻近国家的产品的竞争。沙特要求所有肉类及家禽的进口都需要伊斯兰认证。生产商必须有健康认证,并声明所生产的肉制品来源可靠,也就是牲畜在喂养过程中没有添加包含蛋白质、脂肪及杂碎的饲料。中国相关产品出口沙特必须满足这些要求。沙特经济过度依赖石油收入,因此经济增长不稳定,受到石油价格的影响较大。出于安全方面的顾虑,企业及个人对与沙特的贸易及合作不是很积极。沙特近年来消费者的健康意识在逐渐加强,健康食品在沙特也受到越来越多的欢迎。中国农产品对沙特的出口应积极应对这种发展趋势。

四、扩大中国农产品对沙特出口的建议

1. 继续促进中国优势农产品对沙特的出口 中国对沙特出口的主要是劳动密集型农产品,如水果、蔬菜、茶叶、植物类油脂、糖食等。在今后的较长时期内,中国仍然需要大力发展劳动密集型农产品的出口,充分发挥在劳动力成本方面的优势,充分挖掘出口潜力,变比较优势为竞争优势。由于沙特进口商对新产品比较感兴趣,因此应发挥中国加工食品出口潜力,努力开发新产品,在生产、流通及加工环节,推行标准化生产方式,建立质量安全管理体

2. 详细了解沙特的食品法律、标签要求和市场准入限制 在沙特阿拉伯,一些商品的进口因宗教、卫生和安全等因素而被加以禁止,如法律禁止进口不符合伊斯兰教规定的产品以及含酒精类饮料、猪肉、酿

酒设备等产品。多年来,由于健康原因沙特已经禁止进口活牛及牛肉。此外,还要求家畜和家禽肉类产品装运时附带额外的健康证明,以说明出口到沙特的屠宰动物并没有喂食反刍动物和促进生长的荷尔蒙激素。沙特也禁止从受禽流感影响的国家进口活家禽、家禽肉类及其产品。进口食品须遵守有关健康和卫生法规,并要求加贴原产地标识。

3. 重视对沙特市场的开拓 沙特进口商经常要求供应商提供促销及广告等方面的支持,对产品进行广告促销是非常必要的。需要重视企业的营销体系建设,加强对沙特的市场的调研,制定可行的市场营销战略。提供农产品在原产国的生产、销售及市场占有率方面的信息。特别需要重视两国的文化差异,最终阿拉伯国家的民族习惯和宗教信仰,做好产品各方面的宣传与推广。

4. 建立稳定的商业关系 中国农产品要想开拓沙特市场,寻找合适的沙特进口商是比较关键的,因此,需要深入了解沙特的主要农产品进口商及其分销网络。应该寻找有力的合作伙伴,合作伙伴应该具有专业的销售背景,并有较完善的分销网络。寻找物流合作商,对沙特的超级市场、食品店、批发市场等进行深入了解,并与主要的沙特进口商建立联系。

5. 积极参加各类商业展会 出口商需要经常参加一些国际性及区域性的展会,例如德国科隆的ANUGA,法国巴黎的SIAL,迪拜的海湾食品展会(海湾食品展会每年举行一次),沙特当地的小型地方食品展会每半年在利雅得举行一次,每年在吉达举行一次。

作者单位:安徽财经大学《财贸研究》编辑部