

Zhongguo Shuichanpin

Gongqiu Guanxi De Shizheng Fenxi

中国水产品 供求关系的实证分析

杜卓君 主编 谢静华 副主编



从水产品的市场供给、贸易动态、市场价格变动、流通与消费实情等角度对当前我国的水产品供求进行了多方面的调研和分析

 中国农业出版社

本书由上海市重点学科
“渔业经济与管理” (T1103) 资助

中国水产品供求关系的 实证分析

杜卓君 主 编
谢静华 副主编

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国水产品供求关系的实证分析/杜卓君主编. —北京:
中国农业出版社, 2008. 4

ISBN 978 - 7 - 109 - 12596 - 4

I. 中… II. 杜… III. 水产品—供求关系—研究—中国
IV. F724.726

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 038856 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100125)

责任编辑 章 颖

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行
2008 年 5 月第 1 版 2008 年 5 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 8.25

字数: 203 千字 印数: 1~500 册

定价: 30.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

序

作为世界上重要的水产品生产和出口大国，中国水产品的生产和供给情况不但关系到国内市场的成长，还极大地影响了国际水产品贸易。在过去的一些年里，我国的水产业经历了政策环境和经济环境的变化，呈现出持续稳定发展的态势。近年来，我国的水产品市场供需平衡，总量持续增长，价格稳中略升，品种日渐丰富，购销两旺。

随着社会的发展和人民消费实际的变化，水产品市场也出现了很多新情况、新问题。在供给方面，渔业生产在总量上不断提升，同时产业结构有待进一步优化；而水产品的需求方面，又因国内外市场的不同、水产品品种的不同、地区的不同等存在差异。在发展方式上，由于环境、生态、水产品安全等问题日益凸显，渔业发展面临着由传统渔业向现代渔业转变。毫无疑问，对于中国的水产业来说，当前既是一个充满机遇和希望的时期，又是一个面临更高要求和激烈竞争的时期。当前水产业发展的形势对养殖、捕捞、水产加工、国内和国际贸易、水产品的流通消费等领域提出了众多全新课题。其中，对于中国的水产品供求也需要从理论到实证的分析探索。

《中国水产品供求关系的实证分析》一书从水产品的整体市场供给、贸易动态、市场价格变动、流通与消费实情几个角度对当前我国的水产品供求情况进行了多方面的分析，并针对上海市贝类市场和国内的石斑鱼市场上的供给、

流通等情况进行了实证分析和讨论，较为全面地考察了我国的水产品供求实况，该书的出版对我国未来的水产品生产供应和贸易流通等问题提供了一定的实际观察和理论建议。

该书是上海海洋大学（原上海水产大学）经济管理学院的几位教师在水产品市场供求领域的研究成果。各位参编教师已经在其各自的研究领域进行了多年的深入研究和探索。作为一本偏重实证的书籍，相信该书不但可以为众多学子提供学习参考，而且能够为今后的相关研究提供支持。

上海海洋大学副校长、教授

董硕琳

2008年3月

前 言

水产品供求有其特殊性和复杂性，针对水产品供求及其相关领域的研究不但需要站在经济管理理论的基础之上，同时还应当从实际中广泛收集资料。

该书从经济学和管理学的理论出发，应用了供求和价格理论、贸易理论、流通消费理论以及市场营销学的相关知识。在第二篇市场总体分析中，首先对我国近年来的养殖水产品和捕捞产品等的供给情况进行了分析和总结。事实上，我国的养殖、捕捞和水产品加工业均表现出良好的上升趋势，产量逐年提高、供应品种和加工能力都在日渐增长。同时，随着国际化的深入，水产品的进出口越来越活跃，与其他农产品相比，水产品在中国农产品贸易乃至整个商品贸易中的地位越来越重要。同时，中国与其他国家间的水产品贸易也受到广泛关注。通过对中国水产品贸易的实证研究，可以帮助了解主要鱼种、主要贸易对象以及当前的贸易协定等情况，为今后的水产品国际贸易提供资料。在国内的水产品市场上，最值得关注的就是水产品的价格、流通和消费，因此，本书不但对市场上总体的水产品价格变动、消费特征和流通渠道进行了分析，还特别挑选了主要水产品进行实证研究。

由于水产业涉及的领域较多，不同产品的生产、销售等都存在很大区别，为了对近年的水产品市场进行更加深入的分析，本书选取了两个水产品市场进行了调研和实证

分析,即中国重要的水产品市场——上海贝类市场,以及相对高档的水产品——石斑鱼的市场进行了针对性研究。前者通过对上海贝类的流通渠道、主要交易品种、价格、消费现状进行了实地调研和问卷调查,从而对今后上海贝类市场的发展提出了战略对策;后者对中国上海、北京、广州和厦门几大石斑鱼市场进行专门调研。

通过对中国水产业相关的实证研究,本书最后将中国的水产政策和制度法规进行了梳理,并对未来的发展进行了展望,提出了建议。

本书的编写由上海海洋大学(原上海水产大学)经济管理学院的多位教师共同倾力完成。其中,全书的体系由高健教授和杜卓君博士共同商讨确定,第一章和第八章由杜卓君博士编写,第二章由谢静华博士编写,第三章由杜卓君博士和高翔老师编写,第四章由杨正勇教授和高翔老师编写,第五章由高健教授、陈蓝荪教授和杜卓君博士编写,第六章由高健教授和高翔老师编写,第七章由高健教授编写,全书由杜卓君博士统稿完成。

由于水平有限,书中疏漏甚至错误在所难免,恳请读者给予谅解和指正。

本书的出版得到上海市重点学科“渔业经济与管理”(项目编号:T1103)的资助。

杜卓君

2007年11月于上海

目 录

序 前言

第一篇 理论基础

第一章 基本理论	3
第一节 供求与价格变动	3
第二节 贸易理论	8
第三节 流通和消费理论	13

第二篇 市场总体分析

第二章 水产品的供给	23
第一节 养殖产品的供给	23
第二节 海水养殖产品的供给	25
第三节 捕捞产品的供给	28
第四节 水产品的供给特征	30
第五节 水产加工品的供给	33
第三章 水产品贸易实证研究	36
第一节 水产品进出口贸易概况	36
第二节 主要鱼种的进出口情况	38
第三节 主要贸易国家和地区	47
第四节 水产品贸易双边协定	50

目 录

第四章 水产品的价格变动实证分析	86
第一节 养殖水产品的价格弹性	86
第二节 主要水产品的价格变动	93
第五章 水产品的流通与消费	100
第一节 水产品的产地和消费市场	100
第二节 水产品的流通渠道	103
第三节 主要水产品的消费结构	106
第四节 中国水产品消费量现状	112
第五节 水产品人均年消费量预测	122

第三篇 水产品市场实证分析

第六章 上海市鲜活贝类市场与流通	131
第一节 文献回顾与研究范畴界定	132
第二节 研究方法思路	137
第三节 上海水产市场流通的贝类与交易 情况	140
第四节 上海市鲜活贝类流通渠道	160
第五节 上海市鲜活贝类消费调查	170
第六节 上海市鲜活贝类市场的 SWOT 分析	175
第七节 上海市鲜活贝类市场的发展战略	189
第七章 我国国内的石斑鱼市场分析	203
第一节 石斑鱼概况	203
第二节 上海市石斑鱼市场与流通	207
第三节 北京市石斑鱼市场	213
第四节 广州市石斑鱼市场	217
第五节 厦门市石斑鱼消费与市场	221

第四篇 政策与建议

第八章 中国水产品供求关系的政策背景与建议	227
第一节 中国水产政策的变迁	227
第二节 中国渔业管理的法律法规	231
第三节 中国水产品供求变化的启示	236
附录一 上海市贝类流通调查表（超市）	244
附录二 上海市贝类消费调查表（消费者）	245
附录三 上海市贝类流通调查表（餐厅）	247
附录四 上海市贝类流通调查表（农贸市场）	249
主要参考文献	251

A 第一篇

理论基础

第一章 基本理论

第一节 供求与价格变动

对于水产品供求和价格的研究，首先基于经济学的相关理论。作为经济学中最基础的供求理论，具有普遍的适用性，其中对于供求和价格的定义、其影响因素分析，以及需求与供给之间、供求与价格之间的关系分析，对于宏观和微观经济行为均有重要的指导意义，并能够应用于特定产品生产经营活动的研究。

一、商品的供求

（一）需求

需求是指消费者在某一特定时期内，在每一价格水平下愿意而且能够购买的商品和劳务的数量。一种商品的需求通常是由多种因素决定的，这些因素是：①商品自身的价格；②互补商品的价格；③替代商品的价格；④消费者的收入水平以及社会收入分配的平等程度；⑤消费者的偏好；⑥消费者对未来价格的预期。

经济学一般认为，在其他条件不变的情况下，商品的需求量与价格成反比，即商品价格低则需求量大，商品价格高则需求量小。

（二）供给

供给反映了一种交换关系，是社会生产关系的组成部分。从

经济学的角度说，供给是指厂商在一定市场上和某一特定时期内，与每一价格相对应，愿意并且能够供给的商品数量。在现实市场上所能够观察到的商品供给，是指能够提供给市场的商品总量，不仅包括已经处在市场上的商品的流量，还包含了生产者能够提供给市场的商品的存量。因此，供给的范围和水平取决于社会生产力的发展水平，能够影响社会生产总量的因素也同样会影响到商品的供给量。但是，市场供给量不等于生产量，因为生产量中有一部分用于生产者自己消费，作为贮备或出口，而供给量中的一部分可以是进口商品或动用贮备商品。如果把整个国际市场作为考察对象，则某一国的生产力也对其可能出口的对象国商品供给有一定的影响力。

影响供给的因素有多个方面，包括：①商品本身的价格；②生产要素的价格；③相关商品的价格；④生产技术水平；⑤厂商对未来的预期。经济学中一般认为价格与供给货物的量之间存在着有系统性的联系，即一般认为价格升高会导致供给量的提高。如果商品价格下跌，供给就会减少；商品价格上涨，供给就会增加。

此外，生产部门原材料价格的变动，也会影响该部门对原材料的需求，从而对该部门的生产以及所生产出的商品的供给产生影响。

二、价格理论

价格是影响水产品供求关系最重要的因素，是生产与消费、供给与需求内在关系的外在体现。在市场上，需求和供给两种力量同时存在，任何价格要能成为使供求双方成交的价格，就必须是为需求和供给双方同时接受的价格。在微观经济学中，价格的决定问题，也就是均衡价格的确定或形成问题。均衡价格是一种商品的需求价格与供给价格相一致的价格。

（一）影响价格的因素

1. 供求影响价格

西方经济学的价格理论认为，价格是由商品的供求关系确定的。需求曲线和供给曲线的交点就确定了商品的均衡价格。而且这个均衡价格是相对稳定的和最佳的价格。相对稳定的价格意味着当价格偏离均衡价格时都是不稳定的。当价格偏离均衡价格（偏低）时，就会出现供不应求，出现过剩需求，需求得不到满足，消费者就愿意出高价购买商品，因此，会推动价格上升，逼近均衡价格。当价格高于均衡价格时，就出现了供给过剩，产品卖不出去的生产者将自愿降低价格出售其商品，从而推动价格下降向均衡价格移动。所谓最佳价格是指社会福利水平达到最大的价格。经济学理论认为，调整价格趋向于均衡价格的机制是市场机制这只看不见的手在发挥作用，当然政府在价格调整方面也具有一定的作用。水产品价格的波动与变化实际上反映了水产品供求关系。影响价格波动的因素是多方面的，如收入水平、替代品价格和数量、消费者偏好、自然灾害、生产情况、时间、地域、文化等生态、经济与社会的各种因素都可以引起价格变动，但追根究底，这些因素的变化，往往会引起某种商品供应量或者需求量的变化，也就是改变供求关系。一般来说，物品的价格越高，消费者对其购买的数量就越少；反之，物品的价格越低，消费者对其购买的数量就越多。

因此，供求变化会引起价格变动。但是，价格的涨落不是无限的，它仍然要受到其他因素的限制。

2. 价值决定价格

价格是用货币表现出来的商品的价值，价格高低从根本上取决于商品的价值大小，商品本身的价值大则价格高，反之则低。马克思主义认为价格和价值受市场环境和条件的影响和制约，价

格偏离价值的原因在于价格运动与价值运动存在着不同经济机制。

与此同时，经济学也指出：商品的价值不是由某一个生产者的个别劳动时间决定的，而是由社会必要劳动时间决定的。而社会必要劳动时间，是指在现有的社会正常的生产条件下，社会平均的劳动熟练程度和劳动强度下，制造某种商品所需要的劳动时间。所谓的社会必要劳动时间与劳动生产率紧密相关，某种商品的劳动生产率越高，所需要的社会必要劳动时间越少，商品价值量越小；反之，商品价值量越大。商品价值量与社会必要劳动时间成正比，与劳动生产率成反比。对于单个的商品生产者来说，其个别劳动生产率高于社会劳动生产率，则相应的个别劳动时间低于社会必要劳动时间，一旦将所生产的商品按社会必要劳动时间决定的价值量出售，就有利可图，反之，就会亏本。对整个社会来说，由于商品的生产者争先提高劳动生产率，最终导致社会劳动生产率提高，单位商品价值量降低。

三、供求与价格

虽然供求关系变化会引起价格变化，但价格高低从根本上说是由价值决定的。因此，市场上商品的价格是以价值为基础，并受到供求状况的影响，即是所谓的市场形成价格。

在商品交换中，双方会要求价值量对等，否则，交换就不会成功。在货币产生后，交换就以货币表现的价格相等形式进行，这种交换双方所遵循的原则被称之为等价交换。同时，由于供求关系与价格是互相影响的，商品价格总是以价值为中心上下波动，不能脱离价值无限上涨或下降。因此，尽管市场上商品的价格在供求关系影响下是经常变化的，从某一次交换来看，价格与价值可能是不符的，但从较长时间来看，商品的平均价格与价值是相符的。

四、价格变动对供求的影响

供求变化影响价格变化，而价格变动对于供求的影响也是多方面的，主要表现在直接或间接影响市场上的需求情况和经济主体的生产经营活动。

（一）价格变动对需求的影响

首先，价格变化影响消费需求。一般来说，商品价格上涨较高时，人们的购物需求就减少，反之，则增大。这种情况在消费者市场表现尤为明显，因此，日常生活中，由于淡季的价格较低，消费者往往出现反季节消费现象。

其次，不同商品价格变动对消费需求影响程度不同。由于市场上不同商品的需求弹性不同，需求缺乏弹性的商品其购买者对于价格变化较不敏感，价格上涨对需求的影响也较小，反之则对需求量影响较大。

再次，相关商品价格变动对消费需求的影响不同。某种商品由于有替代品存在，一旦其价格上涨，购买者可减少需求量，而增加对其替代品的需求；反之，其价格下降，就会增加它的需求量，减少其替代品的需求量。如果两种商品互补，一种商品价格上涨，就会使其需求量减少，同时，导致其互补商品需求量也减少；反之，一种商品价格下降，需求量增加，同时，导致其互补商品需求量也增加。

（二）价格变动对生产经营的影响

1. 调节生产和供应量

价格变化也会影响购买需求，进而引起供求状况的变化。也就是说，供求关系与价格之间的影响是相互的，而价格变动会调节生产供应方主动扩大或减小商品生产。一般而言，当某种商品