

West 西部大开发研究丛书·新疆专辑

Study on Expanding Southeast Asian  
Markets for Xinjiang Special Fruits

# 新疆特色水果开拓 东南亚市场研究

马惠兰 戴 泉 英 犁 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

West 西部大开发研究丛书·新疆专辑

# 新疆特色水果开拓 东南亚市场研究

Study on Expanding Southeast Asian  
Markets for Xinjiang Special Fruits

马惠兰 戴 泉 英 犁 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS  
浙江大学出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

新疆特色水果开拓东南亚市场研究 / 马惠兰, 戴泉, 英犁著. —杭州: 浙江大学出版社, 2013. 12

ISBN 978-7-308-12612-0

I. ①新… II. ①马…②戴…③英… III. ①水果—出口贸易—研究—新疆②水果—农产品市场—市场分析—东南亚 IV. ①F752.652.3②F330.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 289014 号

## 新疆特色水果开拓东南亚市场研究

马惠兰 戴泉 英犁 著

---

丛书策划 袁亚春 陈丽霞

责任编辑 樊晓燕

封面设计 春天书装

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 杭州日报报业集团盛元印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 17.5

字 数 314 千

版 印 次 2013 年 12 月第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-12612-0

定 价 49.00 元

---

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部联系方式: 0571-88925591; <http://zjdxcsb.tmall.com>



**“211工程” 三期重点学科建设项目**  
**《西部大开发与区域发展理论创新》**  
**国家开发银行资助项目**  
**《西部大开发重大战略问题研究基金》**

## 西部大开发研究丛书

顾 问 杜 鹰 王金祥 曹玉书  
金德水 张 曦 胡本钢

编委会主任 秦玉才 陈子辰

编委会副主任 欧晓理 罗卫东 周谷平

编委会委员 (按姓氏笔画排序)

|     |     |     |     |
|-----|-----|-----|-----|
| 王一鸣 | 方攸同 | 史晋川 | 冯 君 |
| 朱新祥 | 孙晓文 | 杜 平 | 杨天然 |
| 李洪波 | 陈 健 | 杨崇义 | 李新平 |
| 吴应伟 | 胡 军 | 胡章胜 | 祝作利 |
| 姚先国 | 徐 强 | 徐建昌 | 高 鸿 |
| 郭秉晨 | 章远新 | 董雪兵 | 魏后凯 |

# 总 序

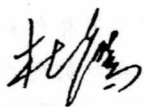
2011年是“十二五”规划的开局之年,也是西部大开发新10年的起始之年。过去的10年是西部地区经济社会发展最快、城乡面貌变化最大、人民群众得到实惠最多的10年,也是西部地区对全国的发展贡献最突出的10年。西部地区经济年均增长速度达到11.9%,主要的宏观经济指标10年间都翻了一番以上。基础设施建设取得突破性进展。青藏铁路、西气东输、西电东送等标志性工程投入运营。生态建设规模空前,森林覆盖率从10年前的10.32%提高到现在的17.05%,提高了6.7个百分点。社会事业取得长足进步,“两基”攻坚计划目标如期完成,卫生、社会保障、就业等基本公共服务能力大大增强。人民生活水平得到明显提高,城乡居民的收入分别是10年前的2.7倍和2.3倍。改革开放深入推进,东、中、西部地区互动合作的广度和深度不断拓展,对内对外开放的新格局初步形成。广大干部群众开拓创新意识不断增强,精神风貌昂扬向上。

站在新的起点上,我们也清楚地看到,目前东西部发展的差距仍然较大。2009年,西部人均生产总值、城镇居民可支配收入、农村居民纯收入分别只有东部地区的45%、68%、53%,依然是我国区域协调发展中的“短板”。按照党中央、国务院的部署,深入实施西部大开发战略将放在区域发展总体战略的优先位置,给予特殊的政策支持,推动西部地区的经济综合实力上一个大台阶,人民群众的生活水平和质量上一个大台阶,生态环境保护上一个大台阶,基本建成全面小康社会。

浙江大学中国西部发展研究院(简称西部院)是在2006年10月由国家发展改革委员会和浙江大学共建成立的,其目的是围绕西部大开发的全局性、综合性、战略性问题开展理论和应用研究,形成促进东西部地区互动合作、共同发展的重要科研交流和人才培养基地,为国家有关部门和地方政府制定发展规划和政策提出建议,为各类企业、社会团体和组织提供咨询服务。

西部院成立迄今,作为一个创新科研实体,本着“跳出西部思考西部,跳出西部发展西部”的新视角,一直以“服务西部经济社会发展”为己任,以建设“科学研究基地、科技服务基地、人才培养和培训基地、国际合作与交流基地”为目标而努力奋进。先后承担了大量国家战略层面的项目研究,并对西部大开发中的前瞻性问题进行了一系列的学术探索,成果斐然,如先后参加了《关中——天水经济区发展规划》、《“十二五”时期促进基本公共服务均等化规划思路研究》、《呼包银重点经济区发展规划》、《“十二五”完善基本公共服务体系规划》等国家重大规划编制的相关研究,开展了《西部大开发与区域发展理论创新》、《西部大开发重大理论问题研究》等重大课题的研究,形成了有价值的成果,这些研究成果既为西部大开发提供了理论基础,对实践活动也具有积极的指导作用,体现了西部院作为西部开发智库的重要作用,体现了一个学术机构的社会责任。

此次西部院编辑出版的这套《西部大开发研究丛书》,是西部院自2008年始,针对西部大开发中的热点和难点问题,组织国内专家学者开展深入研究形成的一批重要成果,内容涉及西部地区政策评估、东西部差异变动分析、产业发展、生态环境保护、能源资源开发和利用、基本公共服务均等化、人才开发、文化发展及财税体制等与西部经济社会发展密切相关的多个领域,具有较高的理论意义和现实价值。我相信,这套丛书的出版发行将有助于把西部大开发问题的研究引向深入。



2011年10月

**内容提要** 东南亚国家生产热带水果,进口温带水果,与我国及新疆水果贸易有着很强的互补性和差异性,且已有很好的发展条件和基础。本书在简要分析东南亚十国水果生产、供给与消费状况的基础上,调查分析了新疆特色水果产品出口东南亚的现状和发展趋势,重点调查和分析了新疆特色水果产品通过我国华南(深圳和广西)开拓东南亚市场的流通渠道和流通模式。客观分析了新疆特色水果产品开拓东南亚市场的机遇与挑战,并对东南亚市场温带水果市场潜力进行预测。在以上分析论证的基础上,探索提出了新疆特色水果华南市场(南宁分中心)外销平台建设的思路,给出了加快新疆特色水果产品开拓东南亚市场的对策建议。以期能为新疆特色水果开拓东南亚市场在政府层面和企业运作时提供借鉴和参考。

#### **Abstract Abstract**

Southeast Asian countries produce abundant tropical fruits and import temperate fruits, which is complementary and different from Xinjiang and China as a whole in fruit trade. Those countries saw great conditions and foundation for fruit trading. Based on the brief analysis of the production, supply and consumption status in ten Southeast Asian countries, this book has investigated and analyzed the status and trend of Xinjiang special fruits exporting to Southeast Asia. Much attention is given to the analysis of the distribution channels and circulation mode for expanding Southeast Asian market for Xinjiang special fruits through the southern China (Shenzhen and Guangxi). Objective analysis of the challenges and opportunities that Sinkiang special fruits will face during market expansion in Southeast Asia has been conducted in this book. Moreover, this book predicts the market potential of temperate fruits on Southeast Asian market. On the basis of above analytic demonstration, proposal of building a distribution platform on the southern-China market (Nanning Sub-center) for Xinjiang special fruits export and suggestions of expanding market in Southeast Asia are offered for the references of the government and enterprises.

# 导 言

实施西部大开发战略不仅关系到国家经济社会发展大局,更是关系民族团结和边疆稳定的重大战略部署。自1999年9月中共十五届四中全会明确提出实施西部大开发战略以来已有十多年了,在此期间,党中央和国务院先后多次召开西部大开发专题会议、出台多项指导性文件以推进西部大开发战略总体规划的实施。新疆地处我国西北边陲,生态环境恶劣,经济发展基础和水平相对较为落后。国家西部大开发战略的实施,对加快新疆基础设施建设、加快调整和优化产业结构、加快优势资源转换有着极为突出的重要作用和意义。

国家西部大开发战略对新疆发展和建设的目标是把新疆建成全国最大的优质棉花、优质棉纱和优质棉布生产基地,建成全国重要的粮食、畜牧、瓜果和糖料生产加工基地,建成我国西部重要的石油天然气生产基地和石油天然气化工基地,使新疆成为全国经济增长的重要支撑点。可以看出,新疆农业发展在西部大开发中占据重要地位。新疆地处亚欧大陆中部,地域辽阔,水、土、光、热资源丰富,具有发展特色农业得天独厚的优势。经过多年努力,新疆已初步建成粮食、棉花、特色林果业、畜牧业四大基地,棉花、林果、粮食、畜牧和特色农业、设施农业六大特色农业产业蓬勃发展。近年来随着新疆现代农业不断推进,对特色农产品加工转换和市场开拓提出了新的要求,现代农业发展正处在战略转移的关键时期。2009年以来新疆维吾尔自治区大力推进特色农产品开拓市场和外销平台建设,已建设北京、上海、广州、武汉、成都、长春等六大营销平台,使新疆特色农产品国内市场迅速扩展,影响力和竞争力不断提升,农副产品外销平台建设取得了实质性成效,新疆特色农产品全面进入内地市场,初步构建起了新疆农业现代化建设的战略格局。

目前新疆已建成我国重要的特色林果产品生产基地,特色林果产业已成为新疆农村经济发展和农民增收的主导产业之一。林果总面积达2000万亩,红枣、核桃、杏子、葡萄、香梨、苹果等12个主栽品种有效株数近13亿株,已具备年产千万吨优质果品的生产能力,特色林果产业发展正在进入由基地建设向市场开拓转型升级的新阶段。然而,由于新疆远离主体市场,商贸物流业发

展缓慢,特色林果产品市场成为迫在眉睫的主要问题。东南亚与新疆水果差异很大,互补性很强,是目前新疆特色林果产品开拓国际市场的新机遇,而且作为华南市场的延伸,新疆林果产品出口东南亚市场增长快速,2006年以来新疆林果产品面向东南亚市场的出口额年均增速约55%,约占新疆林果产品出口额的1/4。东南亚市场已成为新疆特色林果产品出口的主要国际目标市场之一。

本书系统地阐述了新疆特色林果产品出口东南亚国家的现状和发展趋势,重点论述了新疆特色林果产品通过深圳和广西开拓东南亚市场的流通渠道和流通模式,在分析了新疆特色林果产品开拓东南亚市场优劣势与东南亚市场潜力的基础上,提出了新疆特色林果产品开拓东南亚市场的思路 and 对策。

全书分为五大部分共十二章内容。第一部分是东南亚国家水果生产、供给与消费状况分析,包括第一到第四章的内容,介绍了东南亚国家经济发展概况、农业生产发展、水果生产供给、主要温带水果贸易和居民水果消费状况。研究结果显示:东南亚国家十国经济发展与人民生活差异较大,各国农业生产条件、生产基础和发展水平也存在很大的差异。东南亚国家以生产香蕉、菠萝、芒果、山竹、番石榴以及柑橘类水果(包括桔子、葡萄柚、柑橘、柠檬和酸橙等)为主,菲律宾、印度尼西亚、泰国、越南四国水果生产占东南亚的90%以上。因此,东南亚水果贸易以进口温带水果、出口热带水果为主,与新疆特色水果有着很强的贸易互补性和差异。目前东南亚国家进口的主要温带水果有苹果、葡萄、梨和甜瓜等鲜水果以及葡萄干、核桃等干果,还有苹果汁、葡萄汁、梨罐头、杏加工品等温带加工果品。印度尼西亚、菲律宾和泰国等是东南亚主要的温带水果进口国,中国、美国、澳大利亚等是东南亚国家进口温带水果的主要来源国。同时,研究发现东南亚国家居民水果消费需求日趋旺盛,以消费热带水果为主,温带水果消费量不高,但呈上升趋势,市场潜力较大。

第二部分是新疆特色水果出口东南亚状况,包括两章内容。调查研究结果显示:新疆出口东南亚的水果总量占新疆水果出口总量的16%,出口额占新疆水果出口总额的25%,出口东南亚水果量以年均30%以上速度在增加,出口额以年均55%的速度在增加,远高于新疆水果整体年均12%的出口量增长速度和年均23%的出口额增长速度,增长势头旺盛,趋势明显。新疆水果已出口到东南亚十国的马来西亚、印度尼西亚、泰国、越南、新加坡、菲律宾、老挝、文莱8个国家,其中主要集中在马来西亚、印度尼西亚、泰国和越南4国,对这四个国家的出口占新疆水果出口东南亚国家的近95%。从出口类别看,目前新疆出口东南亚国家的水果有鲜果和干果,没有水果加工品出口,其中,以鲜果出口为主。2010年新疆对东南亚国家鲜果出口额2083.21万美元,占

新疆水果出口东南亚总额的 97.71%，鲜果出口主要有梨、葡萄、苹果、哈密瓜、桃等。新疆鲜葡萄出口的近 60%、香梨出口的 40%、哈密瓜出口的 98% 以上均集中在东南亚市场。因此，可以看出东南亚市场已成为新疆鲜水果出口的主要目标市场。新疆特色鲜水果出口东南亚的依存度较高，贸易互补性很强。

第三部分是新疆特色林果开拓东南亚市场流通渠道与流通模式，包括两章内容。调查研究结果显示：新疆特色水果出口东南亚目前主要有三条途径：一是通过深圳出口东南亚的流通渠道及模式，运输通道以海运为主，途径香港进入东南亚的马来西亚、印度尼西亚、泰国等国家，出口模式主要有“东南亚代理商+新疆产地出口企业”和“东南亚代理商+深圳总公司+新疆产地企业”两种模式。这是目前新疆特色水果出口东南亚最主要的渠道。二是通过广西市场出口东南亚流通渠道及模式，新疆特色水果通过广西主要出口东南亚的越南和泰国，对老挝和柬埔寨也有少量出口，出口口岸主要是凭祥口岸，运输通道以陆运为主。出口模式仍是传统的“松散型出口模式”，即“东南亚水果进口商+国内水果出口经销商（广西批发市场出口商及其他出口企业）+新疆水果供应主体（新疆产地农户、基地或生产企业）”、“东南亚水果进口商+新疆水果生产企业或经销商”。这一流通渠道与深圳海港出口相比，时间要缩短很多，但目前出口还不多。三是通过云南昆明中老边境磨憨口岸出口，途经老挝抵达泰国曼谷的昆曼公路，将新疆特色水果运送到泰国、马来西亚和新加坡，也是陆路—陆路的流通渠道。

第四部分是新疆特色林果开拓东南亚市场优劣势与东南亚市场潜力分析，包括 2 章内容。研究结果显示：新疆特色水果开拓东南亚市场具有政策支持、品质优势、规模优势、绿色有机果品优势、地理标志产品品牌优势、人文环境优势、贸易互补性较强、市场基础较好等优势，且面临中国—东盟自由贸易区建立、良好的农业合作基础、较强的合作意愿和东南亚市场的需求潜力较大等机遇，但也存在区位优势、物流业发展滞后、东南亚经济体制不完善等的问题和障碍，还要面对非关税壁垒、东南亚市场竞争激烈等挑战。同时，从居民收入、水果价格、替代品价格、消费偏好、人口和城市化水平等方面分析了影响东南亚国家居民水果消费的主要因素，分别用灰色系统和二次指数平滑法测算和分析了该目标市场水果消费需求潜力，得出东南亚国家温带水果消费市场潜力巨大，新疆特色水果进入该市场具有很好的前景。

第五部分是新疆特色林果开拓东南亚市场的思路和对策。该部分通过调查提出了新疆特色水果华南市场（南宁分中心）外销平台建设的思路，分别从分中心平台建设的原则、定位、功能以及建设的时间、地点、开展活动的方式和

建设目标等方面,进行了分析论述和设计,客观分析了华南市场(南宁分中心)平台建设可能遭遇的风险,并提出了相应的规避风险的措施,就加快开拓东南亚市场提出一些建议对策,以期新疆特色水果开拓东南亚市场政府层面和企业运作时能借鉴和参考。

最后,本书收集、归纳了东南亚国家农产品贸易政策、相关法律规定、市场准入制度、贸易壁垒、检疫检验等政策、制度和规定,以期能为我国企业顺利开拓东南亚水果市场提供参考。

# 目 录

|                        |    |
|------------------------|----|
| 第一章 东南亚国家宏观经济及农业生产发展状况 | 1  |
| 第一节 东南亚国家经济发展概况        | 1  |
| 一、经济发展水平               | 1  |
| 二、对外贸易                 | 3  |
| 三、人民生活                 | 4  |
| 第二节 东南亚国家农业生产发展        | 6  |
| 一、农业生产条件               | 6  |
| 二、农业生产基础               | 9  |
| 三、农业发展水平               | 11 |
| 第二章 东南亚国家水果生产供给        | 15 |
| 第一节 东南亚国家水果生产总体状况      | 15 |
| 第二节 东南亚国家主要水果生产种类      | 17 |
| 第三节 东南亚十国水果生产供给        | 19 |
| 一、文莱                   | 20 |
| 二、柬埔寨                  | 20 |
| 三、印度尼西亚                | 21 |
| 四、老挝                   | 23 |
| 五、马来西亚                 | 24 |
| 六、缅甸                   | 25 |
| 七、菲律宾                  | 26 |
| 八、新加坡                  | 27 |
| 九、泰国                   | 27 |
| 十、越南                   | 29 |

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 第三章 东南亚国家主要温带水果进口贸易 .....    | 31 |
| 第一节 东南亚国家进口温带鲜水果状况 .....     | 32 |
| 一、苹果 .....                   | 32 |
| 二、葡萄 .....                   | 36 |
| 三、梨 .....                    | 39 |
| 四、甜瓜 .....                   | 43 |
| 第二节 东南亚国家进口温带干果状况 .....      | 46 |
| 一、葡萄干 .....                  | 46 |
| 二、核桃 .....                   | 49 |
| 第三节 东南亚国家进口温带加工果品状况 .....    | 52 |
| 一、苹果汁 .....                  | 52 |
| 二、葡萄汁 .....                  | 55 |
| 三、梨罐头 .....                  | 59 |
| 四、杏加工品 .....                 | 62 |
| 第四节 东南亚国家从中国进口温带水果状况 .....   | 65 |
| 一、总体进口状况 .....               | 65 |
| 二、进口鲜水果 .....                | 65 |
| 三、进口干果 .....                 | 67 |
| 四、进口加工果品 .....               | 69 |
| 第五节 东南亚国家温带水果进口特征 .....      | 71 |
| 一、进口特征 .....                 | 71 |
| 二、主要结论 .....                 | 73 |
| 第四章 东南亚国家居民水果消费及变动趋势 .....   | 75 |
| 第一节 东南亚国家水果消费总体状况及变动趋势 ..... | 75 |
| 一、水果消费总量 .....               | 75 |
| 二、各国水果消费差异 .....             | 76 |
| 三、各国温带水果消费差异 .....           | 80 |
| 第二节 东南亚国家人均水果消费及变动趋势 .....   | 88 |
| 一、人均水果消费 .....               | 88 |
| 二、各国人均水果消费差异 .....           | 89 |
| 三、各国温带水果人均消费差异 .....         | 91 |
| 第三节 东南亚国家水果消费特征 .....        | 98 |

|                                       |            |
|---------------------------------------|------------|
| 一、水果消费总量稳步增长·····                     | 98         |
| 二、人均水果消费呈上升趋势·····                    | 98         |
| 三、以消费热带水果为主·····                      | 98         |
| 四、各国存在明显差异·····                       | 99         |
| 五、温带水果消费较少,但呈上升趋势·····                | 99         |
| 六、温带水果消费集中,印、马、菲、越、泰是主要的消费国·····      | 99         |
| 七、温带水果人均消费量不足,市场潜力较大·····             | 100        |
| <b>第五章 新疆特色水果出口东南亚特征及趋势·····</b>      | <b>101</b> |
| 第一节 新疆水果出口总体状况·····                   | 101        |
| 一、出口规模及增长速度·····                      | 101        |
| 二、出口种类·····                           | 101        |
| 三、出口主要目标市场·····                       | 103        |
| 第二节 新疆水果出口东南亚总体状况·····                | 104        |
| 第三节 新疆鲜水果出口东南亚趋势·····                 | 107        |
| 一、葡萄·····                             | 107        |
| 二、梨·····                              | 110        |
| 三、香梨·····                             | 112        |
| 四、苹果·····                             | 116        |
| 五、哈密瓜·····                            | 119        |
| 六、其他甜瓜·····                           | 121        |
| 七、桃·····                              | 122        |
| 第四节 新疆干果出口东南亚趋势·····                  | 123        |
| 一、葡萄干·····                            | 123        |
| 二、红枣·····                             | 126        |
| 三、核桃·····                             | 127        |
| 第五节 新疆特色水果出口东南亚特征·····                | 127        |
| 一、出口特征·····                           | 127        |
| 二、主要结论·····                           | 129        |
| <b>第六章 新疆特色水果出口东南亚的依存度与贸易互补性·····</b> | <b>134</b> |
| 第一节 新疆与东南亚水果生产的互补性·····               | 134        |
| 一、自然气候条件差异·····                       | 134        |
| 二、产品差异与互补·····                        | 134        |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 三、上市季节差异与互补 .....                | 135 |
| 第二节 新疆水果出口东南亚的依存度 .....          | 135 |
| 一、出口依存度评价方法 .....                | 135 |
| 二、依存度评价结果 .....                  | 136 |
| 第三节 新疆水果出口东南亚比较优势 .....          | 143 |
| 一、出口比较优势指数 .....                 | 143 |
| 二、比较优势测算结果 .....                 | 143 |
| 第四节 新疆水果与东南亚贸易的互补性 .....         | 145 |
| 一、贸易互补性指数 .....                  | 145 |
| 二、贸易互补性测算结果 .....                | 146 |
| 第五节 主要结论 .....                   | 147 |
| 第七章 新疆特色水果通过深圳出口东南亚流通渠道及模式 ..... | 149 |
| 第一节 新疆水果出口东南亚的主要途径 .....         | 149 |
| 第二节 新疆水果通过深圳出口东南亚渠道 .....        | 150 |
| 一、香梨出口流通渠道 .....                 | 150 |
| 二、葡萄出口流通渠道 .....                 | 151 |
| 第三节 新疆水果通过深圳出口东南亚模式 .....        | 151 |
| 一、香梨出口模式 .....                   | 151 |
| 二、葡萄出口模式 .....                   | 152 |
| 第四节 新疆水果通过深圳口岸出口东南亚的流通企业 .....   | 152 |
| 第八章 新疆特色水果通过广西出口东南亚流通渠道及模式 ..... | 153 |
| 第一节 新疆水果进入广西市场状况 .....           | 153 |
| 一、主要批发市场与超市 .....                | 153 |
| 二、经销品种 .....                     | 157 |
| 三、销售季节 .....                     | 158 |
| 四、经销渠道 .....                     | 158 |
| 五、经销模式 .....                     | 160 |
| 六、市场价格 .....                     | 161 |
| 第二节 新疆水果通过广西出口东南亚渠道及模式 .....     | 162 |
| 一、出口的主要国家 .....                  | 162 |
| 二、出口口岸 .....                     | 163 |
| 三、运输通道 .....                     | 164 |

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 四、出口渠道 .....                    | 165 |
| 五、出口模式 .....                    | 166 |
| 六、新疆水果出口东南亚流通中存在的问题和障碍 .....    | 166 |
| 第九章 新疆特色水果开拓东南亚市场的优势与不利因素 ..... | 169 |
| 第一节 开拓东南亚市场的优势与机遇 .....         | 169 |
| 一、政策支持 .....                    | 169 |
| 二、品质优势 .....                    | 170 |
| 三、地理标志产品品牌优势 .....              | 170 |
| 四、人文环境优势 .....                  | 171 |
| 五、具有较强的互补性 .....                | 171 |
| 六、具有较好的市场基础 .....               | 171 |
| 七、中国—东盟自由贸易区的建立 .....           | 172 |
| 八、良好的农业合作基础 .....               | 172 |
| 九、较强的合作意愿 .....                 | 173 |
| 十、东南亚市场的需求潜力较大 .....            | 174 |
| 第二节 进入东南亚市场的不利因素与障碍 .....       | 174 |
| 一、区位优势 .....                    | 174 |
| 二、物流业发展滞后 .....                 | 175 |
| 三、东南亚国家经济体制不完善 .....            | 175 |
| 四、存在非关税壁垒 .....                 | 175 |
| 五、东南亚市场竞争激烈 .....               | 177 |
| 第十章 东南亚国家水果市场消费需求潜力分析 .....     | 178 |
| 第一节 影响水果消费的主要因素分析 .....         | 178 |
| 第二节 预测模型选择 .....                | 180 |
| 第三节 灰色系统预测 .....                | 181 |
| 一、GM(1,1)模型 .....               | 181 |
| 二、模型构建 .....                    | 183 |
| 三、模型检验 .....                    | 184 |
| 四、人均水果消费量预测 .....               | 186 |
| 五、水果消费需求总量预测 .....              | 187 |
| 第四节 二次指数平滑预测 .....              | 189 |
| 一、二次指数平滑法 .....                 | 189 |