



On the Demand of Chinese Shrimp in Its Major Export
Markets and Intra' Market Integration

中国虾产品主要出口市场需求 及空间整合研究

周井娟 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

On the Demand of Chinese Shrimp in Its Major Export
Markets and Intra' Market Integration

中国虾产品主要出口市场需求 及空间整合研究

周井娟 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国虾产品主要出口市场需求及空间整合研究/ 周井娟著. —杭州:浙江大学出版社, 2015. 6
ISBN 978-7-308-14753-8

I. ①中… II. ①周… III. ①虾类—出口产品—市场需求分析—中国 IV. ①F752.652.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 116032 号

中国虾产品主要出口市场需求及空间整合研究

周井娟 著

责任编辑 田 华

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 浙江时代出版服务有限公司

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 15.5

字 数 270 千

版 印 次 2015 年 6 月第 1 版 2015 年 6 月第 1 次印刷

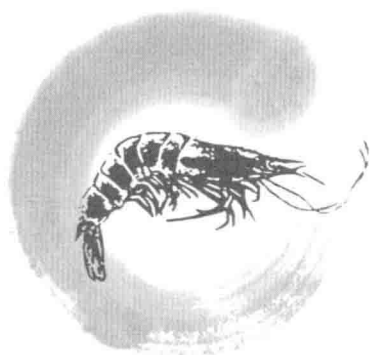
书 号 ISBN 978-7-308-14753-8

定 价 45.00 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://zjdxcs.tmall.com>

教育部人文社会科学研究规划基金项目 (12YJA790212) 成果



前 言

虾产品是我国优势出口农产品,占水产品出口总额的 13.5%。美国、日本、欧盟和韩国是世界虾产品的主要进口市场,也是我国的主要出口市场。然而,近年来由于受美元贬值、反倾销以及药物残留超标等因素的影响,我国虾产品对美出口面临更大的困难;同时日本经济增长缓慢,抑制了其对进口虾产品的需求;又加上韩国为保护本国产业发展在虾产品进口市场准入方面设置了更多的障碍,使得中国虾产品在亚洲市场开发进一步受阻;在欧盟市场,尽管 2004 年 7 月欧盟对中国对虾贸易实行解禁,为中国虾产品的国际市场开拓提供了新的市场机会,然而世界虾产品主要供给国在同一时期转战欧盟市场的行动使得欧盟虾产品市场竞争日趋激烈。所有这些都为中国虾产品出口增添了困难,但是,也正是这种国际市场环境,使得我国虾产品出口比以往任何时候更需理论的支持和指导。

鉴于此,本著作在借鉴国内外相关研究成果的基础上,运用经典需求理论、差异化进口需求理论与实证模型、市场空间整合理论和方法,借助于当今主流计量分析工具,利用联合国粮农组织渔业统计数据库(FAO, Fish-StatJ)、联合国商品贸易统计数据库(UN Comtrade)、美国国家海洋与大气管理局海洋渔业服务部在线数据库(NOAA's NMFS)、美国国际贸易委员会贸易数据库(USITC)、日本财务省贸易统计数据库(TSOMOF)、欧盟统计数据库(Eurostat)以及韩国贸易协会统计数据库(KITA)等,从局部市场需求和市场之间空间整合程度两个角度,深层次探讨中国虾产品在其主要出口市场的需求规律。

在进行局部市场需求分析时,本著作首先从被研究国虾产品人均消费

的变动趋势及市场供应品组成结构入手,指出进口虾产品在被研究国食品消费中的重要地位和市场机会。接着通过对被研究国虾产品进口结构、主要来源国国别结构和市场份额的变动规律以及进口市场集中度的分析,明确被研究国虾产品进口市场竞争格局和不同来源国的竞争绩效。然后,借助计量分析工具 EViews 和 SAS 统计软件,以似然比检验(并结合 Barten 消费函数选择方法和需求系统的拟合度)作为模型选择的标准,对被研究国进口需求月度数据与差异化进口需求模型(Rotterdam 模型、CBS 模型、一阶差分 AIDS 模型、NBR 模型和 General 模型)进行适宜度检验,从而确定被研究国进口需求系统弹性估计的最佳实证模型,在此基础上拟合进口需求系统实证模型,并据此计算出被研究国虾产品进口总支出对不同来源国(产地)、不同产品形式的虾产品的支出弹性、自价格弹性和交叉价格弹性。最后,对研究结果加以分析和评述。目的在于明晰中国虾产品主要出口市场(美国、日本、欧盟、韩国)的需求特点,以及各个市场的消费者对中国虾产品需求的变动规律;同时进一步明确同一市场上竞争对手的虾产品对我国产品的替代(或影响)程度。

在检验区域市场之间空间整合程度时,利用被研究国进口虾产品贸易数据和主要批发市场的虾产品交易价格数据,借助 Johansen 协整检验法,从加总产品层面和细分品种层面分析虾产品市场的空间整合关系,目的在于检验我国虾产品主要出口市场之间价格是否具有共同的变动趋势以及价格传递的动力机制。

本著作的研究结果显示,美国虾产品总体需求趋于稳定,中国出口美国的虾产品品种单一,不属消费者偏好的主流产品形式,使得美国进口总支出对中国虾产品缺乏弹性,而单位价格弹性和竞争对手交叉价格弹性进一步表明,在美国市场,中国虾产品的影响力较弱,泰国、厄瓜多尔和越南虾产品对中国产品具有显著的替代效应;日本对虾产品的需求总体处于饱和状态,较之于印度、泰国、印尼和越南产品,日本消费者对中国虾制品已形成一定的偏好,但在冷冻生虾市场,中国弱势地位明显;欧盟市场虾产品需求增长潜力较大,但不同成员国偏好的多样性决定了欧盟市场开拓的复杂性,其中西班牙消费者对中国冷冻虾及虾仁支出缺乏弹性,但竞争对手阿根廷、厄瓜多尔、摩洛哥、哥伦比亚虾产品的替代效应不显著;韩国虾产品消费偏好正在逐步发生转移,而韩国进口虾产品总支出对中国缺乏弹性,对越南接近单位弹性,这说明韩国消费者偏好越南的冷冻虾及虾仁,另外,由于出口至韩国的产品类别各异,中国与越南、泰国虾产品的替代效应不显著。从市场空

间整合关系来看,美、日、欧、韩虾产品的价格变化存在一定的长期整合关系,不同市场之间整合程度、价格传递方向和强度与虾产品的产地、规格、贸易量直接相关。

本著作在此基础上提出相应的对策建议,以期为中国虾产品出口企业提高国际市场份额、提升国际市场竞争力提供理论参考。

与国内外已有的研究比较,本著作的创新主要表现在:(1)构建了国际贸易品市场需求规律研究的系统分析框架。(2)在国内首次系统地介绍了所有进口需求模型,并综合采用三种模型选择标准,以确定需求弹性最佳函数形式,同时将之应用于探索我国优势出口农产品国外市场需求研究的实践中。(3)在进口需求系统估计时,融合了 SAS 和 EViews 软件在联立方程估计方面的优点。

作 者

2014 年 12 月 6 日

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 研究背景	(1)
第二节 研究目的与意义	(5)
第三节 研究范围界定与前提假设	(6)
第四节 研究思路、内容与方法	(11)
第二章 相关理论基础与文献综述	(15)
第一节 消费者需求理论	(15)
第二节 进口需求理论与模型	(20)
第三节 市场空间整合理论与方法	(35)
第四节 本章小结	(43)
第三章 中国虾产品的生产、消费和贸易概况	(44)
第一节 虾产品的生产布局	(44)
第二节 虾产品的消费概况	(57)
第三节 虾产品的贸易格局	(60)
第四节 本章小结	(74)
第四章 美国虾产品市场需求分析	(76)
第一节 美国虾产品消费市场特点	(77)
第二节 美国虾产品进口市场特征	(81)
第三节 美国虾产品进口需求的 General 模型估计	(93)
第四节 本章小结	(104)

第五章 日本虾产品市场需求分析	(105)
第一节 日本虾产品消费市场特点	(106)
第二节 日本虾产品进口市场特征	(109)
第三节 日本虾产品进口需求的 CBS 模型估计	(119)
第四节 本章小结	(130)
第六章 欧盟虾产品市场需求分析	(132)
第一节 欧盟虾产品消费市场特点	(133)
第二节 欧盟虾产品进口市场特征	(137)
第三节 欧盟虾产品进口需求的 Rotterdam 模型估计: 以西班牙为例	(152)
第四节 本章小结	(161)
第七章 韩国虾产品市场需求分析	(162)
第一节 韩国虾产品市场消费特点	(163)
第二节 韩国虾产品进口市场特征	(165)
第三节 韩国虾产品进口需求的 Rotterdam 模型估计	(173)
第四节 本章小结	(181)
第八章 美、日、欧、韩虾产品市场空间整合验证	(182)
第一节 理论框架与研究方法	(183)
第二节 数据的选择与处理	(187)
第三节 实证结果与分析	(192)
第四节 简要评述	(202)
第九章 结论与研究展望	(203)
第一节 研究结论	(203)
第二节 政策启示	(208)
第三节 研究创新、局限与展望	(210)
附 录	(213)
附录 1 虾产品的分类	(213)
附录 2 世界水域区划图	(217)
参考文献	(218)
索 引	(240)

第一章 绪 论

第一节 研究背景

一、社会经济背景分析

随着人们生活水平的日益提高,人们的饮食保健意识也日益增强,水产品因为含有高度不饱和脂肪酸而具有独特的保健作用,其市场需求不断扩大。在所有的水产品中,虾产品因其肉质细嫩、味道鲜美、营养丰富,深为消费者所喜爱,成为国际水产品贸易中最重要的交易商品^①,占国际水产品贸易总值的 20%左右。在过去的 30 多年时间里,虾产品都一直维持着这样的地位(FAO,2014)。

中国是世界虾产品主要生产和贸易大国。作为虾产品生产大国,中国拥有丰富的自然资源,沿海渔民精湛的板网、拖网捕捞作业技术使得中国捕捞虾产量始终处于较高水平,2012 年产量达 1267.3 万吨,占世界虾产品捕捞总量的 37.79%;改革开放以来以出口为导向的养殖虾的兴起,及此后中国对虾遗传改良和新产品培育技术的突破、养殖模式的不断改进,有力地促进了中国对虾养殖业的发展,养殖产量实现新的跨越,2012 年达 169.65 万

^① 在美国明尼苏达州明尼阿波利斯市谷物交易所(Minneapolis Grain Exchange, MGE)期货市场上冷冻白对虾和斑节对虾是参与交易的水产品中仅有的两个品种(Martinez-Garmendia, J., & Anderson, J. L., 1999 (19):957-990)。

吨,占世界养殖虾总量的 39.20%。

生产总量和供给能力的大幅度提升,一方面满足了国内市场需求,同时也使得我国虾产品出口贸易规模得到空前的发展。2013 年出口量达 26.99 万吨^①,比 2000 年增长了 191.37%,出口额达 25.39 亿美元,比 2000 年增长了 424.35%。对虾的生产和贸易使得近百万农(渔)民摆脱了贫困,走上了致富道路,在解决农(渔)村劳动力就业、促进农(渔)民增收、优化渔业产业结构、提高渔业竞争力方面发挥着日益重要的作用,同时也为全球消费者提供更多优质蛋白食品作出了积极贡献^②。

美国、日本、欧盟和韩国是世界虾产品主要消费市场,也是我国的主要出口市场。然而,近年来由于美元贬值、反倾销以及药物残留超标等因素的影响,使得中国出口美国市场面临更多地困难;同时日本经济增长缓慢,抑制了其对进口虾产品的需求;又加上韩国为保护本国产业发展在虾产品进口市场准入方面增加了更多的障碍,使得中国虾产品在亚洲市场开发进一步受阻;在欧盟市场,尽管 2004 年 7 月欧盟对中国的对虾贸易实行解禁的决定,为中国虾产品的国际市场开拓提供了新的市场机会,贸易规模呈直线上升态势,然而世界虾产品主要供给国在同一时期“转战”欧盟市场的行动使得欧盟虾产品市场“开发和争夺战”日趋激烈。

2007 年以来,在经受饲料、能源、劳动力、环保成本的上升和由于世界虾产品供给过剩而带来的虾产品价格持续走低“多重”压力影响下,中国出口贸易规模出现下滑趋势,至 2008 年出口量下降到 24.09 万吨,比 2006 年下降了 10.84%。此后,虽有恢复(2011 年出口量达 30.52 万吨)但反弹势头较弱,且受全球经济衰退等诸多因素影响,2012 年开始又出现大幅下降。据商务部最新统计结果显示,2014 年 2 月,中国虾产品出口量仅为 6311.6 吨,环比下降 71.5%,金额仅为 0.7 亿美元,环比下降 70.8%;2014 年 1 至 9 月,中国虾产品出口量为 185281.6 吨,同比下降 12.7%,前景堪忧。

中国虾产品市场是出口导向型市场,外贸依存度极高,其中养殖对虾 40%左右走向国际市场。离开国际市场,中国对虾产业没有出路(吴湘生,2009)。对虾产业的兴衰直接影响到我国沿海地区 300 万~400 万渔民的就业问题,而对相关产业(如饲料厂、虾产品加工机械厂等)间接影响更是高达

① 这里需要说明的是,出口虾产品常以去壳、去头等形式交易,因此,不能直接与产量(鲜活重量)进行比较。

② 摘录于农业部副部长牛盾 2008 年 11 月在广州召开的世界对虾大会上的开幕致辞。

1000 万~2000 万人,进而影响到农(渔)民增收、农(渔)村人民经济生活的稳定。因此深入探究中国虾产品主要出口市场的需求特点,了解进口国市场消费者对虾产品的需求规律、主要竞争对手的替代影响以及中国虾产品主要出口市场之间的横向互动关系,不仅是中国虾产品出口企业解决当前困境,发挥比较优势,从而比竞争对手更好地满足世界虾产品消费需求,提高市场占有率进而提高国际竞争力的需要,同时也是中国虾产业结构调整、实现产业升级的内在要求。

二、学术研究背景分析

整个经济理论可以最一般化地归结为探讨供给与需求的相互关系问题。由于世界虾产品贸易中养殖虾占据主导地位^①,因此,围绕养殖虾苗种繁育、病害防治、养殖模式优化等等旨在解决如何提高养殖虾的生产供给能力的课题,成为 20 世纪 60 至 80 年代初对虾产品学术研究的焦点。伴随着世界养殖虾主产国供给能力的日趋稳定并有了极大的发展,以及国际市场虾产品贸易规模的不断扩大,与虾产品需求相关的研究开始得到重视,而近 30 年来虾产品在国际水产品贸易中的突出地位,更是引发了贸易经济学家极大的兴趣和关注。

从已有的文献来看,国外早期对虾产品市场的经济分析,集中在从市场供给和需求均衡的角度来探寻影响供给和需求的主要因素,以及与供求密切相关的价格的决定因素方面(Doll, 1972; Adams, 1987; Houston et al., 1989; Keithly et al., 1993; Saowanee et al., 1999)。但随着进口虾产品的增加,进口国的理论研究者开始关注进口虾产品是否或者在多大程度上会对国内虾产品生产者或消费者福利状况产生影响,相关的学术研究从两个方面展开:一是通过对虾产品消费购买行为的实地调查,以了解消费者在选购虾产品时最看重哪些因素,以及消费者对进口虾与本地虾基本属性的一些看法(Cheng & Capps, 1988; Hanson et al., 2005; Levitt, 2007);二是从计量经济分析的角度研究进口虾对本地虾的替代影响(Taya, 1991; Miyazawa &

^① 虽然国际虾产品贸易中各国之间的贸易量、贸易额、贸易品种等具体的统计数据没有注明每个交易品种的生产方式(是养殖还是捕捞),因此也就无法确切统计出贸易品中养殖虾和捕捞虾各自的情况。但有一点是确实无疑的,大多数养殖虾的生产是以出口为导向的,这个比例占到 80% 左右。依此估计,在国际虾产品市场贸易中有 60% 是养殖虾(Gillett, R. Global Study of Shrimp Fisheries. Rome, FAO Fisheries Technical Paper 475, 2009: 37-43)。

Hirasawa,1992;Hirasawa,1995),以及对来自不同产地的虾产品的支出弹性和价格弹性分析(Alison,2002;Poudel,2008)。除此之外,也有一些学者对国际虾产品市场供求双方贸易概况作了描述性分析(Audum,2006),或者对出口国在某一进口市场上的绩效展开讨论,如Cai和Leung(2006)借助显示性比较优势指数(Revealed Comparative Advantage,RCA)对出口到日本、美国和欧盟市场的冷冻养殖虾的供给国的市场业绩的评估等等。

从国内相关研究来看,鉴于虾产品出口在中国水产品出口中的重要地位,虾产品的经济贸易分析也得到了许多专家学者的关注。从已有的文献来看,国内有关虾产品贸易的研究大致围绕三个方面展开:一是从供给能力的角度探讨我国对虾出口是否具有比较优势,如袁新华等(2006)、杨小川等(2008)通过对中国虾产品的世界市场占有率、出口价格、显性比较优势指数和可比净出口指数的测算,认为中国虾产品的世界市场占有率较高,出口价格较低,具有较强的国际竞争优势。二是从需求的角度对国际虾产品市场贸易现状的分析,如周井娟(2009a,2009c,2014)对世界、欧洲及亚洲虾产品生产贸易格局的定性描述,吴湘生(2007)、商连农(2005)对美国市场虾产品需求变化的跟踪分析,周井娟(2009b,2010,2009d)对美国、日本和西班牙虾产品进口市场进口结构变化和市场规制特征的研究,以及吴湘生(2009)对中国对虾发展前景与预测。三是针对进口国所设置的各种非关税贸易壁垒之于我国水(虾)产品出口的负面影响的定性分析和讨论,如郑德雁(2004)、张青青和王海华(2005)、赵婧(2006)、艾红(2008)、周祎和徐立青(2008)等的相关研究。

理论来源于实践,同时相关的理论研究又是为解决现实的问题服务的。从上述的分析中可以看出,尽管国内外学者对虾产品供给与需求市场分析给予了应用的重视,开展了一系列有益的探索并形成了一些有价值的研究成果。然而,这些研究对于解决当前中国虾产品出口所面临的困境而言,仍然缺乏直接的指导性。主要表现在三个方面:

(1)在研究主体上,对进口市场虾产品需求的定量研究基本上由进口大国(如美国、日本或欧盟)研究机构发起并展开的,其研究的出发点是基于究竟进口的虾产品对本国供求市场造成了多大的影响,本国相关产业应该采取什么对策,等等。而出口国学者更多地关注养殖虾生产的技术层面问题,对虾产品市场的分析仅停留在对消费市场需求的定性描述方面。

(2)正是由于研究主体关注焦点的不同,反映在研究内容上,至今尚无学者探究国外消费者对来自中国的虾产品的需求偏好问题,更没有提及中

国与其在同一市场上的主要竞争对手产品之间的替代关系,而这些分析对于中国在其主要出口市场制定差异化的市场开拓及营销策略,从而赢得市场份额起着关键性的指导作用。另外,随着世界农产品贸易自由化进程的不断推进,某一国别或区域市场的消费需求变动,将可能直接影响到其他市场同类产品价格或需求的变化,这就要求我们以全球化的、系统的视角来看待当前虾产品主要进口市场之间的横向联系,即对主要出口市场之间空间整合关系作进一步的检验,而现有的研究较少涉及。

(3)在研究方法上,以定性分析为主且定量研究方法也较为单一。虽然国内学者也开始注意到利用进口需求系统模型来分析我国优势出口农产品在其主要出口市场的价格弹性(王云峰和王秀清,2006;许咏梅和苏祝成,2006;许咏梅,2007;刘亚钊和王秀清,2007),但这些研究无一例外地均采用LA/AIDS模型作为计量分析工具。然而,正如有些学者(Barten,1993;Alston & Chalfant,1993;David et al.,1996;詹满色,2003)所指出的,不同的数据特性适合不同的进口需求函数设定,而不同的函数形式意味着实证结果解释上的差异,如参数解释及弹性的估计等,如果不加区分以某一固定的需求函数形式作为进口需求估计的系统分析模型,可能会导致实证结果缺乏科学性。

第二节 研究目的与意义

一、研究目的

本书拟采用进口需求系统模型、Johansen 协整检验等计量方法,通过实证分析,考察美国、日本、欧盟、韩国虾产品进口市场对中国虾产品的需求规律。具体来说,本书拟回答以下三个关键问题:

(1)中国虾产品主要出口市场美国、日本、欧盟、韩国虾产品市场对虾产品的需求究竟呈现怎样的特点?各个市场的消费者对我国虾产品的需求又呈现怎样的规律?

(2)在美国、日本、欧盟、韩国虾产品进口市场上,中国分别面临来自不同虾产品供给国的正面竞争,那么竞争对手的虾产品对我国虾产品究竟造成了多大程度的影响(或替代),不同市场上的消费者对竞争对手的虾产品又表现出怎样的需求规律?

(3)随着全球经济一体化和农产品贸易自由化进程的不断加快,中国虾产品主要出口市场之间(甚至世界虾产品市场)横向联系程度如何?是完全整合还是部分整合抑或是区隔的?不同市场之间价格波动是否具有共同的变化趋势?

二、研究意义

实证研究中国虾产品的主要出口市场——美国、日本、欧盟、韩国——虾产品消费需求变动规律,并考察美国、日本、欧盟、韩国市场空间整合关系,具有重大的理论和现实意义。

在理论和方法上,本书不是简单地采用目前在农产品需求研究中出现频率相对较高的 LA/AIDS 需求系统分析模型,来对美国、日本、欧盟、韩国虾产品进口需求弹性作出估计,而是依据模型选择标准,对被研究国数据与所有的经典需求系统模型(包括 Rotterdam 模型、CBS 模型、一阶差分 AIDS 模型、NBR 模型和 General 模型)进行适宜度的诊断检验,在此基础上选择最适合被研究国数据特征的函数形式作为计量分析模型。这在目前国内相关文献中尚未有见于笔端,而本书的初步探索与应用丰富了进口需求系统研究方法,也为我国其他优势出口农产品的国外市场需求分析提供参考。

在实践上,对美国、日本、欧盟、韩国市场虾产品需求进行分析,有助于正确认识中国虾产品的国际市场地位;有助于揭示中国虾产品在其主要出口市场的需求变动规律,明晰同一市场上主要竞争对手所具有的优势,从而为中国虾产品出口企业制定差异化市场营销战略指明了方向。通过美国、日本、欧盟、韩国市场空间整合关系检验,有利于揭示世界虾产品市场之间的联系程度和价格传递动力机制,进而以全球化的视角来审视当前中国虾产品的出口贸易格局,为我国虾产品出口企业及相关主管部门制定整体与局部相协调的、差异与共性并存的市场开拓策略提供依据。

第三节 研究范围界定与前提假设

一、范围界定

(一)虾产品概念的界定

在生物学分类中,虾属节肢动物门,甲壳纲,十足目。虾的种类繁多,仅联合国粮农组织(FAO)列出的具有商业或具有潜在的商业价值的种类就有

300 多种,其中市场上常见的虾大约有 40 多种(商务部,2005)。

虾产品的称谓。在英文中 Shrimp 和 Prawn 均表示“虾”或“小虾”,但由于牛津英语字典和韦氏字典对这两个词有不同的释义,因此不同国家在虾产品名称的标识方面也有些差异。国际水生动植物标准统计分类(International Standard Statistical Classification of Aquatic Animals and Plants,简称 ISSCAAP)将所有的 Shrimp 和 Prawn 归为一类,因此,联合国粮农组织渔业统计数据中,关于世界及各国和地区虾产品的产量包括所有的 Shrimp 和 Prawn。在我国,依据商务部发布的《中国虾产品出口指南》中的称谓,将所有参与国际市场贸易的“虾”、“小虾”或“对虾”等统称为虾产品,英文以“Shrimp”表示,“Prawn”则用于表示某些特定的品种。

虾产品的分类(详见附录 1)。以生产方式区分,虾分为捕捞虾和养殖虾,其中捕捞品种主要有日本毛虾、鹰爪虾、中国对虾、斑节对虾、墨吉对虾、北方大额虾等,养殖品种主要有南美白对虾、斑节对虾、中国对虾等。从商业角度划分,虾又可以分为淡水虾、冷水虾和暖水虾,其中暖水虾占了世界产量和贸易量的绝大部分(到目前为止,冷水虾还没有人工养殖,全部来自野生捕捞,而暖水虾则既有养殖也有来自捕捞)。按海关协调编码划分,也可以把虾分为三类,即冷冻虾及虾仁(030613)、未冻虾及虾仁(030623)和虾制品(160520)。

虾产品的形式。在市场供应品中,除了少数以鲜活形式销售外,根据交易品是带头还是去头、带壳还是去壳、熟制还是生虾、深加工还是简单加工可以划分为许多种不同形式(详见附录 1)。不同的进口市场由于消费习惯的差异,对虾产品的形式又有不同的偏好,如美国市场消费者偏好去头带壳冷冻虾,日本市场偏好大规格的冷冻生虾,而欧盟市场则喜欢整肢虾,韩国市场偏好鲜活/干制/腌制虾等。

虾产品的规格。即虾产品的个体大小。国际虾产品贸易市场上,虾产品的规格一般以每磅或每千克的粒数来划分,如 16~20 粒/磅、21~25 粒/磅等。而不同国家在细分规格划分上又有一些细微的区别,具体见第四章至第六章和第七章第二节的论述。

(二)主要出口市场的选定

中国虾产品主要出口市场的选择是以出口至某个国家或地区出口量占中国出口总量的比重大小来划定的。从近五年来看,尽管中国虾产品出口市场集中度有降低的趋势,但美国、日本、欧盟和韩国依然在中国虾产品出

口中占据重要地位,是中国目前最重要的出口市场。因此,相关的研究围绕着这四个市场展开。

(三)国际比较对象的确定

美国、日本、欧盟和韩国既是中国虾产品的主要出口市场,同时也是其他虾产品生产国的主要销售市场。由于进口国消费偏好、贸易政策等差异以及出口国区位优势、自然资源优势等的不同,中国虾产品在其主要出口市场上所面临的竞争对手也有区别。根据研究的需要,本书以市场份额位于美国、日本、欧盟和韩国虾产品进口市场前五至六位的国家或地区作为中国在该市场的主要竞争对手并予以对比分析。具体见第四章至第七章的详细论述。

二、数据来源

本研究涉及中国虾产品主要出口市场需求的历史回顾、现状分析和弹性估计,以及中国虾产品主要出口市场之间空间整合程度验证,研究涉及面广且研究时间跨度较大,因此对数据收集提出了较高的要求。幸运的是,联合国粮农组织渔业及水产养殖部和各进口国市场翔实的数据记录为本研究的开展提供了良好的基础。

由于在国际商品贸易中存在这样一些现象(FAO,2003):(1)出口国发货与进口国到货之间有时间滞差;(2)不同国家对同一种产品使用不同的分类方法;(3)有些国家提供的是一般贸易的数据,而另一些国家提供的是特别贸易数据等等情况,导致出现进口国和出口国对同一时期、同一品种类别商品的统计数据不一致的现象。因此,为力求数据所反映信息的真实性、权威性以及研究数据的可比性,本书对研究所采用的数据进行了严格的筛选,其中重点借用的数据库主要有:

(一)中国及世界各国虾产品产量数据来源

作为反映全球渔业生产状况统计资料的唯一来源,联合国粮农组织渔业统计数据库(FAO,FishStatJ,2014)为我们提供了1950—2012年世界各国和地区虾产品捕捞量、捕捞主要品种、捕捞水域,以及养殖量、养殖的主要品种、养殖水域等信息。这里需要指出的是,由于联合国粮农组织渔业统计数据库数据一直处于不断地更新之中,尤其是2008年,世界各国(特别是中国)根据新的统计标准对相关数据作了较大幅度的调整(涉及范围包括1997年及其后世界各国各种渔产品),因此为反映现实情况,本研究中所涉及的产量数据均以联合国粮农组织2014年11月最新发布的数据为准。