

美国农业部通讯局 著

USA

美国农情

1996

AGRICULTURE
FACT BOOK

张汝全 译

四川科学技术出版社

前 言

丹·格利克曼部长

130多年前的1862年，总统亚伯拉罕·林肯创建了美国农业部。他称它为“人民部”。

林肯的年代，百分之九十的“人民”是农民，他们需要优良的种子和好的信息来培育他们的作物。

今天，美国农业部通过服务美国大众来继承林肯的遗志。我们百分之二的国民从事农业，每一位国民都离不开吃饭、穿衣、住房。我们开放公共农业区和国家森林参观民众。

从大城市到郊区、从郊区到小城镇、从小城镇到农村，我们都会接触到美国农业部：

1. 2200万美国工人加工、销售、交易国民的食物和纤维；

2. 农场主和牧场主与美国农业部合作以生产有利于健康的作物，同时保护土壤和水；

3. 消费者从美国农业部的研究中获益——这有利于保证美国在世界各国中有最有效的、最高质量的以及并不昂贵的食物供应。

4. 每天有2500万学龄儿童在学校进餐；

5. 几百万美国人在需要的时候收到快递食品以满足家人的食物需求；

6. 消费者得到已经过安全检查的肉食和家禽产品；

7. 美国农业团体的公民在住房、公共事业、经济发展方面可从美国农业部的贷款和拨款中获益；

8. 我们的子子孙孙将能继承国家森林系统，在那里他们能徒步旅行、野营和享受美国户外的自然景观；

9. 全世界的人民都承认美国是全世界最大的农业输出国和全世界最大的国外食物捐助国。

通过产业化农业、安全可靠且充裕的食物供应和自然资源的管理，美国农业部将继续服务于美国大众。在 20 世纪 90 年代，“人民部”将成为联邦政府花更少的钱为美国人民更好地工作的表率。

导 言

这本书提供了有关美国农业许多方面的基本概况,包括农业部门、美国农业的结构、美国乡村。它阐述了部门的现代更新,描述了美国农业部7个机构范围的计划纲要:农业经济和团体的发展;农业和国际贸易;食品、营养和消费者服务;食品安全;自然资源和环境;科学、教育和经济;市场和审查。这里所包含的农情主要是针对出版、广播媒介、编辑、作者等新闻工作者;学生、研究人员、图书管理人员;对农场主、消费者、农村发展、环境问题感兴趣的团体;以及一般公众。

为了满足人民对信息的需要,且以他们能使用的形式,《1996 美国农情》以印刷品形式及在互联网上提供。电子版本可在万维网美国农业部的家庭版面上找到,它的互联网地址是:

[HTTP://www.usda.gov](http://www.usda.gov)

目 录

导言	(1)
第一章 美国农业——消费者和生产者的桥梁	(1)
一、美国人吃什么？	(1)
二、食品供应和销售成本	(10)
三、食品消费和价格	(12)
四、农业零售价格的外延	(14)
第二章 美国农业的结构	(16)
一、农业区域	(16)
二、农场和农场土地	(18)
三、农场的销售额等级	(19)
四、美国农场的法律结构(个人、合伙人、法人)	(23)
五、土地使用权	(24)
六、美国农业土地的外国拥有权	(27)
第三章 美国的农业部门	(32)
一、农业劳动力	(32)
二、农业信贷	(33)

三、平衡表·····	(36)
四、农业纯收入·····	(38)
五、农业家庭收入·····	(42)
六、政府农业纯收入·····	(45)
七、资金收入的州排名·····	(47)
八、计划性政府补贴·····	(55)
九、联邦政府计划性参与和直接补贴·····	(58)
第四章 美国农村 ·····	(65)
一、农村人口·····	(65)
二、年龄和种族·····	(66)
三、非城市工业和工作增长·····	(68)
四、非城市就业和工资·····	(71)
五、农村收入和贫困·····	(75)
六、地方政府·····	(77)
七、农村公共服务·····	(79)
八、农村地区发展的联邦基金·····	(81)
第五章 美国农业部 ·····	(83)
一、改革“人民部”·····	(83)
二、适用于所有职责范围的计划·····	(86)
三、首席经济师办公室·····	(86)
四、审查部长办公室·····	(87)
五、首席财政官员办公室·····	(88)
六、人权保证办公室·····	(88)
七、人事办公室·····	(89)

八、业务办公室.....	(92)
九、信息资源管理办公室.....	(95)
十、美国农业部/美洲社团	(96)
第六章 农村发展:为农村经济输入新的生命.....	(98)
一、农村经济和社区发展局怎样工作.....	(99)
二、农村商业和合作社发展局	(101)
三、农村住房和社区发展局	(103)
四、农村公共事业局	(104)
五、农村授权地区和社区	(106)
第七章 农场和国际交易局.....	(108)
一、强化的农场服务机构	(108)
二、涉外农业局	(119)
第八章 食品、营养品和消费者局	(131)
一、食品和消费者局	(131)
二、营养政策和宣传中心	(154)
第九章 食品安全.....	(155)
一、食品安全和审查局	(155)
第十章 自然资源与环境.....	(164)
一、森林局:爱护土地并服务于人民.....	(166)
二、自然资源保护局:与高质量环境相协调的产业联盟	(195)

第十一章 研究、教育和经济局	(210)
一、研究、分析和达到的领域:迎接未来的挑战	(210)
二、农业研究局	(213)
三、合作国立研究、教育和拓展局.....	(219)
四、经济研究局	(224)
五、国家农业统计局	(225)
六、怎样获取进一步的信息	(227)
第十二章 交易和章程规定的计划.....	(229)
一、动、植物健康审查局:保护农业健康和生产力	(229)
二、农业交易局	(254)
三、粮食审查、批发商和牲畜围场局.....	(265)
附录.....	(272)
一、换算表	(272)
二、栽种和收获期	(274)
三、农业术语汇编	(291)
四、美国各州名称(中英文对照)*	(313)

第一章 美国农业——消费者和生产者的桥梁

一、美国人吃什么？

美国人正开始适当地以缓慢的方式改变他们的饮食方式向更健康的食谱发展。他们食用更低脂肪或无脂肪的产品、肉的更精瘦部分。但是,这种趋势正受到不断增多的高脂方便食品、快速食品和快餐的冲击。越来越多的美国人外出就餐,在路途

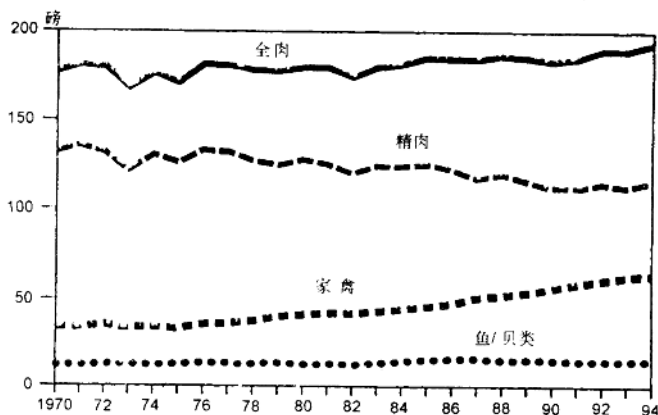


图 1-1 无骨整齐的肉、家禽和鱼的人均消费

1. 包括皮、颈部肉和内脏

中吃饭也比过去更加频繁。在此过程中,一些人已在不知不觉中增加了他们对额外油脂及糖的消费。

公共卫生劝告和消费者实际行为之间仍存在一个显著的差距。1977~1978年间与1989~1991年之间,按照美国农业部的调查,脂肪摄取量的平均值从占总能量(卡路里)的40%下降到34%,但仍明显高于推荐的最大值30%。在两个调查期内,碳水化合物(糖)的平均摄取量从占总能量的43%上升到49%,仍明显低于(不同资料来源)推荐的55%~60%最小值,这些资料来源包括美国癌症学会和美国心脏协会。

当美国人食用更多的谷物,特别是混合物时,他们仍没能食用最新食谱指南推荐的足量的高纤维食品——包括全谷食品、豆类、蔬菜和水果。并且,美国人正食用更多的含大量精制糖的食品。

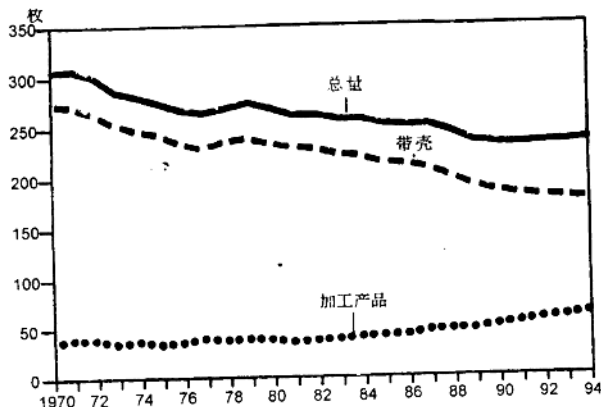


图 1-2 蛋类人均消费

1994 年,牛肉供应的增长和零售价格的下跌刺激了人均牛肉消费量(1 磅)的增长,这是 10 年来的首次增长;但是,牛肉和精肉的长期消费趋势仍保持下降。1994 年精肉数量占总肉食供应的 59%;相比而言,1980 年为 70%,1970 年为 74%。在 1994 年,鸡和火鸡的消费数量占全部肉食消费的 33%,高于 1980 年的 23%和 1970 年的 19%。1994 年,人均消费精肉比 1970 年低 17 磅,而家禽高 30 磅,鱼类和贝类高 3 磅。零售的牛肉和猪肉及许多肉类加工产品明显比 10 年前更精瘦。尽管倾向于食用更精瘦的肉类,但总肉食的人均消费在 1994 年达到一个空前的高点,而且预计 1995 年会再次上升。

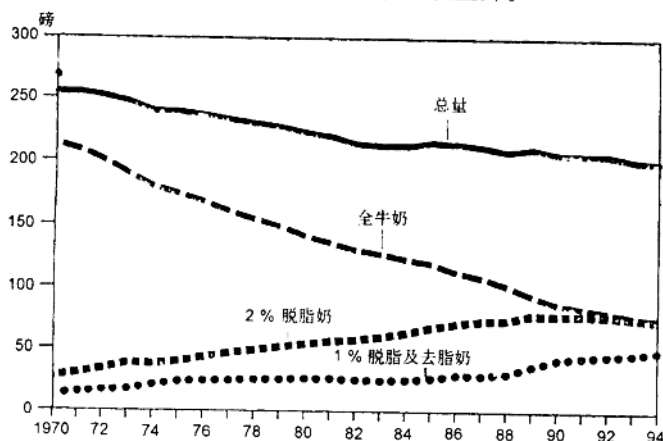


图 1-3 单纯液体牛奶的人均消费

自从 1945 年蛋类消费达到空前的记录后,美国人均蛋类消费保持稳步的下降。1970 年至 1994 年间,全年人均蛋类消费从 309 枚下降至 238 枚,同期加工蛋制品消费从 33 枚上升至

61 枚。蛋制品的消费在 60 年代变化较少,70 年代仅有缓慢的爬升。但是,自 1983 年以来,它已跳升了 73%,反映出蛋类在大量食品加工中作生产配料的应用(如面团和烤制甜点心),以及方便食品出口增长和食品服务业的增长。部分人因胆固醇的关系减少了蛋类的食用,代之以精肉。家庭烹饪的蛋-熏肉早餐已让位于制作好了的“即用”谷类基质产品和已加工的蛋类产品。

表 1-1 美国人对主要食品的人均消费量

食品	1970(磅)	1980(磅)	1993(磅)
精肉	131.7	126.4	112.1
鸡和野火鸡 ¹	33.8	40.8	62.6
鱼和贝类 ¹	11.7	12.4	14.9
蛋	39.5	34.8	30.3
干酪 ²	11.4	17.5	26.3
冰淇淋	17.8	17.5	16.1
液体奶油制品	5.2	5.6	8.0
所有乳制品 ³	563.8	543.2	574.1
脂肪和油	52.6	57.2	65.0
动物	14.1	12.3	10.1
植物	38.5	44.8	54.9
坚果和树果 ⁴	7.2	6.6	8.3
水果和蔬菜 ⁵	565.6	594.6	674.6
水果	230.0	258.1	278.0
蔬菜	335.6	336.5	396.6
热能甜食 ⁶	122.3	123.0	144.4
精制糖(蔗糖)	101.8	83.6	64.3
玉米甜食	19.1	38.2	78.7
其他	1.5	1.2	1.4

续表

食品	1970(磅)	1980(磅)	1993(磅)
面粉和谷物类产品 ⁷	135.3	144.6	193.1
麦粉	110.9	116.9	139.4
大米	6.7	9.4	17.5
玉米产品	11.1	12.9	22.1
燕麦制品	4.4	3.7	8.6
黑麦和裸麦	2.2	1.8	1.5
• 可可(巧克力液等量物) ⁸	3.1	2.7	4.6
加 仑			
饮料牛奶	31.3	27.6	24.9
全牛奶	25.5	17.0	9.4
低脂和脱脂奶	5.8	10.0	15.5
咖啡	33.4	26.7	26.0
茶	6.8	7.3	7.1
软饮料	24.3	35.1	46.6
果汁	NA	7.2	8.4
瓶装水	NA	2.4	9.2
啤酒	18.5	24.3	22.6
酒	1.3	2.1	1.7
蒸馏烈酒	1.8	2.0	1.3
NA:无有效性数据			

1. 相当于无骨且切割好了的;2. 不包括全脱脂食堂、罐装和烤制用干酪;
3. 以乳脂为基础的牛奶相应量;4. 带壳量;5. 离开农场时的量;6. 干重;
7. 在加工过程中的逐级消费(不包括在酒精饮料和玉米甜食中使用的数量);
8. 是在可可豆被烘烤且去壳后剩余的量。

奶类饮料倾向于低脂奶。1980年至1994年间,美国人全脂牛奶平均年消费已锐减几乎一半,低脂牛奶消费上升了2/5,脱脂奶消费增长了1倍多。由于不断增长的对奶酪的需求,国民仍不能降低牛奶脂肪的全面应用。奶酪的人均消费自1980年以来已增长了53%,达到1994年的27磅。

1993年,美国脂肪和油类(以脂类为主要成分)人均消费与1970年相比增加了12磅。43%的植物油脂应用增长(主要是色拉油、烹饪油和烤饼用油)远远抵消了动物油脂应用的28%的回落(猪油和黄油)。1993年,动物脂肪占全部油脂消费的16%,而1970年为27%。植物油消费的变化反映出递增的不饱和油脂的消费现象。总油脂消费量的增长可能起因于食品加工线中油煎食品消费的迅速膨胀,以及家庭和家庭外色拉消费中色拉油的大量使用。

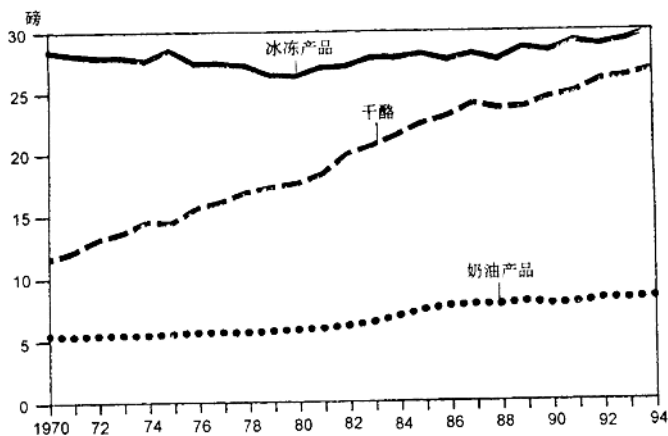


图 1-4 选择性奶酪制品人均消费

1. 不包括全脱脂美国人、食堂、罐装、烘烤用干酪

1993年,美国人平均消费675磅(以农业产出计)商业化生产的水果(不包括酿酒用葡萄)和蔬菜,比1980年高出13%,比1970年高出19%。自1980年以来,蔬菜在增长中占绝大部分。消费者购买更多的新鲜产品、冰冻及干燥的水果和蔬菜、水果

汁、罐装西红柿产品和少量的西红柿之外的其他罐装水果和蔬菜。

近几年来,谷物类产品的消费已有所上升但仍保持在本世纪早期的低消费水平。1993年,人均面粉和谷类加工制品的消费为每年193磅,高出1980年49磅,但与1909年的水平相比却低了100多磅。现代供应的膨胀正反映了充足的谷类的贮存和强大的消费需求。这类增长大部分是由于产品推动作用所至,如(1)消费者对不同面包的兴趣;(2)汉堡包和其他小面包制成的产品等快餐食品销售的迅速增长。^①(3)现存烘烤制品刺激销售。

美国人已成为糖、甜食和饮料的明显消费者。热能甜食的

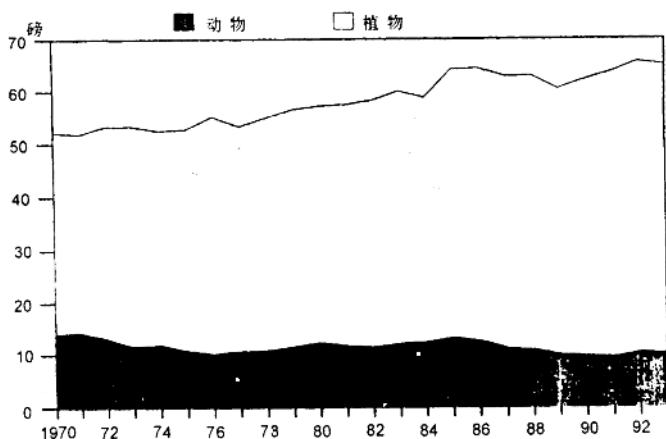


图 1-5 食用脂肪和油的人均消费¹

1. 脂成分为基础,包括黄油、人造黄油、直接应用的猪油和可食性动物油、烤脆饼用油、色拉和烹任用油,以及其他脂类。

整个人均消费在 1980 年至 1994 年间上升了 20%。热能甜食主要由蔗糖(由甘蔗和甜菜制成的食用糖)和谷物甜食(最明显的是高果糖的米糊)组成。1994 年美国人人平均消费了创记录的 148 磅热能甜食(干重), 相比而言, 1980 年为 123 磅, 而 1970 年为 122 磅。这就意味着每天每位美国人额外多食用 1/3 磅以上的糖。

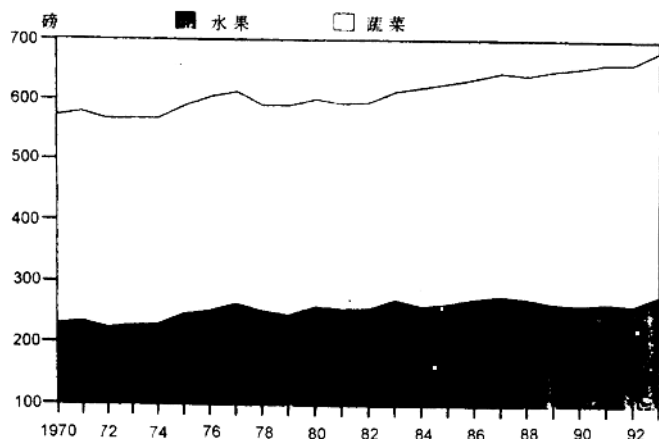


图 1-6 水果和蔬菜的人均消费¹

1. 相当于在农场时的重量。

在过去的 10 年里, 专用糖的供应发生了一个惊人的变化。1994 年, 蔗糖占整个热能甜食供应的 44% (以干重计), 相比而言, 1980 年为 68%。在 1994 年, 谷物甜食占整个热能甜食消费的 55%, 比 1980 年上升了 31%。所有其他热能甜食, 包括蜂蜜、糖浆和糖蜜, 保持在 1% 的份额。1993 年, 在家庭食物和饮料中, 饮料占整个 HFCS 供应的 72%。由于谷物供应的充足

和价格低廉,谷物甜食变得更加经济。然而,副产品销售——谷
物油、谷物面精食品和粗粉——使谷物甜食产品更加便宜。同
时联邦糖发展纲要仍保持一个蔗糖的高维持价和进口配额。
1985年,谷物甜食的消费首次超过了甘蔗和甜菜(甜萝卜)糖的
消费。

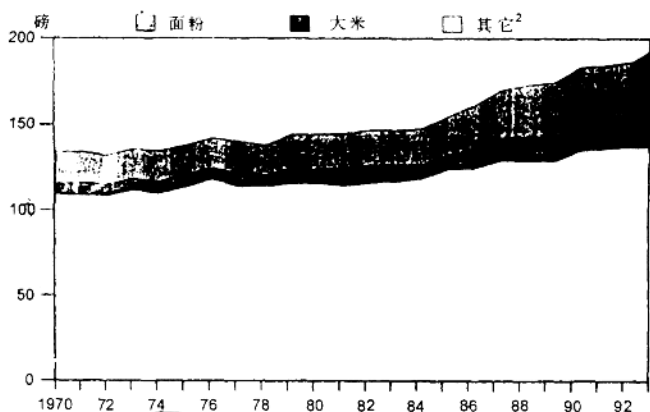


图 1-7 粮食产品的人均消费¹

1. 不包括在酒精饮料、燃料和玉米甜食中使用的数量；
2. 玉米、燕麦、裸麦和黑麦。

美国农业部的经济研究局年度统计了在美国的人类消费的食品量。美国食品供应历史性系列数据中统计出了几百种食品的国家累积消费。它是这个国家中有关食品和营养品的历年来的唯一资料来源。