

RCEP 背景下山东省农产品外贸高质量发展路径研究

孟 芹*, 张 娟, 王 娜, 孙会芳

山东农业工程学院 山东济南

【摘要】随着《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）于 2022 年生效，山东省农产品外贸迎来了新的发展机遇与挑战。作为中国重要的农产品生产基地，山东省农产品出口已连续 24 年位居全国首位。然而，在 RCEP 背景下，山东省农产品外贸仍面临企业对 RCEP 了解不足、自主创新能力弱、服务平台缺失、品牌建设滞后、营商环境待优化及附加值低等问题。本文通过分析山东省农产品出口规模、产品结构和市场结构现状，探讨了山东省农产品外贸高质量发展的有效路径，包括强化 RCEP 宣传培训、提升自主创新能力、构建智能服务平台、加强品牌建设、优化营商环境以及提高农产品附加值等策略。研究显示，这些措施有助于增强山东省农产品在国际市场上的竞争力和可持续性发展，为实现农业现代化和农民增收提供坚实保障。

【关键词】RCEP；山东省农产品外贸；高质量发展

【基金项目】2023 年度山东省统计科研课题“RCEP 背景下山东省农产品外贸高质量发展路径研究”（项目编号：KT23033）

【收稿日期】2025 年 3 月 21 日

【出刊日期】2025 年 4 月 22 日

【DOI】10.12208/j.ssr.20250168

Research on the high quality development path of foreign trade of agricultural products in Shandong province under the background of RCEP

Qin Meng, Juan Zhang, Na Wang, Huifang Sun*

Shandong Agriculture and Engineering University, Jinan, Shandong

【Abstract】With the entry into force of the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) in 2022, the agricultural foreign trade in Shandong Province has ushered in new development opportunities and challenges. As an important agricultural production base in China, the agricultural product exports in Shandong Province have ranked first in China for 24 consecutive years, with major markets including Japan, ASEAN, and the European Union. However, in the context of RCEP, the foreign trade of agricultural products in Shandong Province still faces problems such as insufficient understanding of RCEP by enterprises, weak independent innovation capabilities, lack of service platforms, lagging brand building, need for optimization of business environment, and low added value. This paper analyzes the export scale, product structure, and market structure of agricultural products in Shandong Province, and explores the effective path for the high-quality development of agricultural foreign trade in Shandong Province, including strengthening RCEP publicity and training, enhancing independent innovation capabilities, building intelligent service platforms, strengthening brand building, optimizing the business environment, and increasing the added value of agricultural products. Research shows that these measures help enhance the competitiveness and sustainable development of agricultural products in Shandong Province in the international market, providing solid guarantees for achieving agricultural modernization and increasing farmers' income.

【Keywords】RCEP; Foreign trade of agricultural products in Shandong Province; High quality development

1 引言

随着全球化加深，国际贸易规模不断扩大，中国

在国际贸易中扮演着举足轻重的角色。2022 年《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）的生效，为我国构

*通讯作者：孟芹

建新发展格局、实现高质量发展提供了重要支撑,也为山东省农产品外贸注入了新动力^[1]。根据济南海关和青岛海关统计,山东省农产品出口已连续 24 年居全国首位。RCEP 成员国是山东重要的农业贸易伙伴,协定实施一年多来,为山东农产品外贸发展带来了新的机遇与挑战。因此,探索 RCEP 背景下山东农产品外贸高质量发展的路径,对于解决现实困境、提升国际竞争力具有重要的现实意义和应用价值。

2 山东省农产品外贸发展的现状和特点

山东省作为中国的重要农产品生产基地,其农产品外贸对经济增长和农民增收具有重要意义。通过分析山东省农产品出口规模、产品结构及市场分布,可以

为制定发展策略提供依据,促进山东省农产品外贸高质量发展。本研究基于济南海关、青岛海关及山东省统计局的数据,涵盖农产品出口额、主要农产品出口额及出口市场分布情况等。

2.1 山东省农产品出口规模分析

根据济南海关和青岛海关统计,2018 年山东省农产品出口 1150.3 亿元,而 2022 年,这一数字已经增长到了 1394 亿元,比 2018 年的 1150.3 亿美元增长了 21.2%,年平均增长率为 7.43%。2022 年山东省农产品出口值再创历史新高,连续 24 年位居全国第一位。2018-2022 年山东省农产品出口额及增长情况见表 1,2018-2022 年山东省农产品出口变化趋势见图 1。

表 1 2018 - 2022 年山东省农产品出口额增长情况

年份	出口额(亿元)	同比增长	占全国比重
2018	1150.3	-0.20%	22%
2019	1234.5	7.30%	22.80%
2020	1257.4	1.90%	23.90%
2021	1238.4	-1.50%	22.70%
2022	1394	12.60%	21.30%

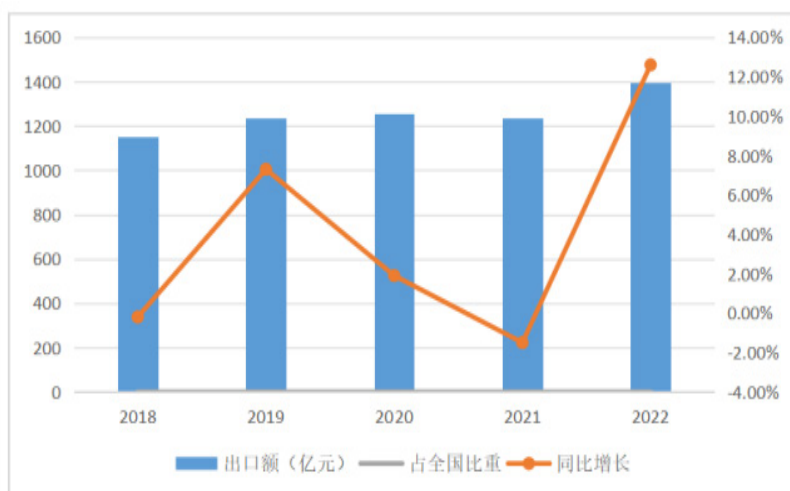


图 1 山东省 2018-2022 年农产品出口变化趋势

从以上图表可以看出,近五年来,山东省农产品出口显示出一定的波动性,2018 年和 2021 年略有下降,但其余年份均有增长,且占比全国始终保持在 20%以上。尤其在 2019 年和 2022 年增长率较高,表明山东省农产品出口规模正在逐年扩大,具有较强的国际竞争力。然而,为了全面理解这一增长趋势背后的驱动因素,需要进一步分析国际市场需求变化、贸易政策影响及农业生产结构性调整等多方面因素。通过深入研究

这些要素,可以更精准地提出促进山东省农产品出口持续增长的政策建议。

2.2 山东省农产品出口产品结构分析

改革开放以来,山东逐渐形成以水海产品、蔬菜、水果为主体的农产品出口结构,特别是从 1997 年开始,这三类商品出口值占山东省农产品出口值的比重超过 50%,此后一直保持在 50%以上。山东省近 5 年农产品出口产品结构见表 2。

从表 2 可以看出,近五年来,山东省农产品出口的产品结构存在一定程度的不合理性,主要集中在水海产品、蔬菜及鲜干水果等劳动密集型初级产品,高技术与高附加值产品供应不足,导致利润较低。市场上普通农产品较多,品牌农产品稀缺,缺乏统一品牌意识和有效的销售渠道,优质农产品如莱阳梨、栖霞苹果等未能充分发挥品牌优势,仍处于价格竞争阶段。这限制了山东农产品在国际市场上的竞争力和附加值,未能充分体现其品质和特色。因此,需要强化品牌建设和渠道整合,提升产品附加值和国际竞争力。

2.3 山东省农产品出口市场结构分析

山东省在开拓农产品出口市场方面取得了较大的

发展,由改革开放以前的较单一的出口市场朝着多元化市场发展,逐步扩大了日本、港澳、欧共体、美洲等市场以及新兴市场。目前,山东省农产品出口市场遍布世界 150 多个国家和地区,日本、东盟和欧盟为山东省农产品主要出口市场^[2]。以 2022 年为例,山东省农产品主要出口至日本、东盟和欧盟,出口值分别为 308.9 亿、247.8 亿和 179.2 亿元,分别增长 8.8%、5.7%和 17.5%,合计占当年山东省农产品出口总值的 52.8%。此外,对韩国、美国分别出口 160.1 亿、140.5 亿元,分别增长 22.8%、16.7%。山东省近 5 年农产品出口市场结构见表 3,农产品主要出口市场占当年山东省农产品出口总值的比重见图 2。

表 2 山东省 2018-2022 年农产品出口产品结构(单位:亿元)

农产品分类	2018 年		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年	
	出口额	比重	出口额	比重	出口额	比重	出口额	比重	出口额	比重
水海产品	336.9	29.3%	350.2	28.4%	296.6	23.6%	285.9	23.1%	344.3	24.7%
蔬菜	250.4	21.8%	288.5	23.4%	302.6	24.1%	276	22.3%	290.4	20.8%
鲜、干水果及坚果	83.4	7.3%	99.7	8.1%	140	11.1%	107	8.6%		
总计	670.7	58.4%	738.4	59.9%	739.2	58.8%	668.9	54%	634.7	45.5%

表 3 山东省 2018 - 2022 年山东省农产品出口市场结构(单位:亿元)

农产品主要出口市场	2018 年		2019 年		2020 年		2021 年		2022 年	
	出口额	同比增长	出口额	同比增长	出口额	同比增长	出口额	同比增长	出口额	同比增长
日本	290.9	-0.2%	305.5	5%	283.8	-7.1%	284	0.10%	308.9	8.80%
东盟	188.4	11.5%	217.1	15.2%	255.4	17.6%	234.4	-8.2%	247.8	5.7%
欧盟	179.1	-0.2%	200.1	11.7%	149	-7.1%	152.4	2.3%	179.2	17.5%

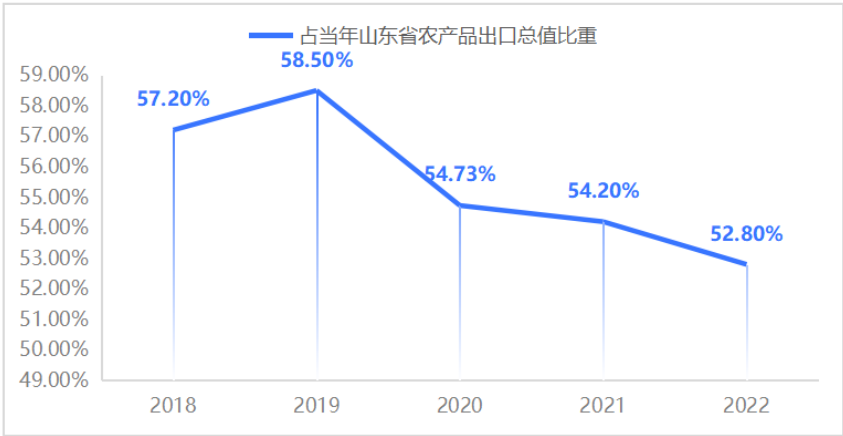


图 2 山东省 2018-2022 年农产品主要出口市场占当年山东省农产品出口总值的比重

从以上图表可以看出,2018-2022 年,山东省农产品出口市场主要集中在日本、东盟和欧盟,这三个市场

占比超过 50%,存在较高的市场集中风险。若这些国家实施严格的检疫标准或进口禁令,将严重影响山东

的农产品出口。为降低风险并获得更大自主权, 山东应分散出口市场, 通过拓展新兴市场和加强国际贸易合作实现市场多元化^[3]。这不仅能减轻对特定市场的依赖, 还能提升国际竞争力和可持续性。多样化产品组合、探索新市场以及增强贸易伙伴关系等策略, 有助于稳步增加山东农产品的国际市场份额, 提高其在全球市场中的韧性和竞争力。因此, 分散出口市场是提高山东农产品国际市场表现的战略关键^[4]。

3 RCEP 背景下山东省农产品外贸高质量发展面临的现实困境

3.1 企业对 RCEP 了解不够深入

山东省许多农产品企业对 RCEP 的了解不够深入, 主要体现在对协议内容、成员国市场及跨境法律政策三方面的认识不足。企业虽知 RCEP 为区域性贸易协定, 但对其具体条款、市场准入细节了解有限, 难以充分利用协议带来的机会与优惠。同时, 企业缺乏对 RCEP 成员国市场规模、消费者需求等关键市场信息的掌握, 影响了目标市场的选择与市场战略的制定。此外, 企业在跨境贸易相关的法律和政策知识上也存在短板, 增加了在海关手续、知识产权保护等方面的合规风险。这些问题共同限制了企业有效利用 RCEP 协议的优势。

3.2 企业自主创新能力不足

在 RCEP 背景下, 山东省农产品企业自主创新能力不足的问题尤为突出, 主要体现在核心技术缺乏、产品创新缓慢、生产流程传统及外部创新资源利用不足四个方面。许多企业依赖传统工艺, 缺乏竞争力强的核心技术和专利, 导致产品差异化不足, 市场竞争力低下。同时, 企业在产品研发上的投入不够, 新产品的推出速度慢, 难以适应快速变化的市场需求和抓住 RCEP 带来的机遇。此外, 传统的低效生产流程限制了产能提升和成本控制, 影响产品质量和价格竞争力。最后, 企业未能有效吸纳外部创新资源, 如与高校和研发机构的合作, 导致技术进步受限, 整体竞争力下降。这些问题共同制约了企业在国际市场上脱颖而出的能力。

3.3 RCEP 企业服务平台有待搭建

山东省农产品外贸企业面临 RCEP 服务平台缺失的问题, 导致在信息获取、贸易争端解决和市场准入方面存在诸多困难。目前缺乏能够提供贸易信息、市场分析、法律咨询的综合平台, 使得企业难以及时了解 RCEP 相关政策与市场动态, 增加了决策盲点和市场风险。同时, 由于缺少专业的法律和贸易咨询服务, 企业在处理贸易争端时维护自身权益的能力受限, 增加了经济损失和声誉损害的风险。此外, 不同市场的准入规

则复杂多变, 而一站式服务平台的缺乏使企业难以全面掌握相关信息, 增加了市场进入难度和不确定性, 严重影响了企业的国际市场拓展效率和成功率。搭建完善的 RCEP 企业服务平台对于提升山东省农产品企业的国际竞争力至关重要^[5]。

3.4 出口农产品品牌建设有待加强

山东省农产品在国际市场上虽具竞争力, 但品牌建设不足限制了其出口规模和附加值提升。主要问题包括品牌知名度低, 许多产品缺乏明确的品牌标识, 难以在竞争中脱颖而出, 影响消费者信任与市场渗透^[6]。品质标准化不足也是一大挑战, 缺乏统一标准导致产品质量参差不齐, 降低了国际市场消费者的信赖度。此外, 市场推广策略的缺失使得产品难以获得足够的国际认知, 进一步制约了品牌的市场表现和销售增长。在 RCEP 背景下, 加强品牌建设、提高品质标准及强化市场推广对于提升山东省农产品企业的国际竞争力显得尤为重要。

3.5 营商环境需要进一步优化

山东省农产品外贸企业在进入 RCEP 市场时, 面临营商环境的多重挑战, 包括繁琐的行政审批程序、惠企政策落实难及投资者合法权益保障不足。行政审批过程复杂, 涉及注册、质检、出口许可等多个环节, 耗费企业大量时间和精力, 影响操作和出口效率。尽管政府推出了一系列支持政策, 但实际执行中企业难以充分受益。此外, 由于缺乏有效的法律保护机制, 企业在国际市场投资时易遭遇合同纠纷和知识产权问题, 导致投资者权益受损, 增加了法律风险。这些问题共同制约了山东省农产品企业在 RCEP 市场中的发展^[7]。

3.6 农产品附加值低难题有待破解

山东省农产品外贸发展中, 附加值低的问题亟待解决, 主要由于大量小规模民企和作坊式企业的产品单一、精深加工能力不足, 导致主要出口原材料和初级加工品。这使得产品在国际市场上既面临发达国家高端产品的竞争, 又遭遇新兴市场国家的低价竞争, 压缩了利润空间^[8]。具体表现为: 首先, 价格竞争压力大, 缺乏独特附加值和品牌溢价使产品易成为价格战焦点; 其次, 技术和加工水平有限, 先进的加工技术缺失限制了产品附加值的提升; 最后, 产品与市场需求不匹配, 质量难以满足国际市场要求, 进一步影响了出口销售和附加值的提升。这些问题共同制约了山东省农产品附加值的提升和利润空间的扩大。

4 RCEP 背景下山东农产品外贸高质量发展的有效路径

4.1 强化 RCEP 宣传培训, 助力企业享受政策红利

为助力山东农产品企业更好地利用 RCEP 政策, 需强化宣传培训并建立信息交流平台。首先, 通过专题研讨会、培训班等形式广泛宣传 RCEP 的内容和意义, 邀请专家解读贸易规则、关税减免等知识, 提升企业对 RCEP 的理解与应用能力。其次, 政府应推动建立 RCEP 信息交流平台, 提供及时的政策信息和市场动态, 解答企业疑问, 并促进企业间的合作交流。此外, 鼓励企业加大科技创新投入, 政府可通过提供研发资金支持、技术咨询及知识产权保护等方式, 帮助企业提升产品质量和竞争力。同时, 加强人才培养, 通过培训课程和国际交流项目提高员工的专业素质和国际化经营能力。这些措施将有效帮助山东农产品企业享受 RCEP 政策红利, 推动外贸高质量发展。

4.2 提升自主创新能力, 赋能农产品企业转型升级

为推动山东农产品企业的高质量发展, 需提升其自主创新能力, 重点包括加强科研创新平台建设、推进产学研合作及建立创新激励机制。首先, 通过与高校、科研院所合作建立科研创新平台, 共享技术和资源, 并鼓励企业自建研发团队, 增强技术实力。其次, 积极推动产学研合作, 利用合作研究项目和技术转让等方式促进科技成果的应用, 政府应提供政策和资金支持。最后, 设立科技创新奖励和强化知识产权保护, 激发企业的创新热情, 营造良好的创新环境。这些措施将有效提升农产品企业的自主创新能力, 助力其实现转型升级, 推动行业的高质量发展。

4.3 构建智能服务平台, 解决 RCEP 规则运用痛点

为解决山东农产品企业在运用 RCEP 规则方面的困难, 政府应构建智能服务平台, 整合政策解读、贸易数据和市场信息等资源, 提供精准的信息支持。平台需开发智能化工具, 如贸易计算和市场分析工具, 帮助企业快速准确应对 RCEP 规则。此外, 建立线上线下结合的培训和咨询服务机制, 通过课程和研讨会等形式, 增强企业对 RCEP 规则的理解, 并提供专业咨询解答实际问题。通过这些措施, 智能服务平台将全面提升农产品企业的竞争力和适应能力, 助力其实现高质量发展。

4.4 加强出口农产品品牌建设, 切实提升品牌价值

在 RCEP 背景下, 加强山东出口农产品的品牌建设是提升国际竞争力和市场份额的关键。首先, 明确品牌定位和差异化特点, 通过市场研究确定独特卖点, 打造独特的品牌形象和故事。其次, 强化产品质量和安全标准, 确保符合国际贸易规范和 RCEP 成员国的要求,

增强品牌的信誉。第三, 利用线上线下多渠道推广品牌, 如建立官方网站、参与国际贸易展览会等, 增加品牌曝光度。最后, 通过与知名企业和行业协会合作及申请地理标志、有机认证等方式, 提升品牌影响力和附加值^[9]。这些措施将有效提升出口农产品的品牌价值, 拓展市场份额, 实现经济效益和可持续发展。

4.5 持续优化营商环境, 着力提升招商引资水平

为在 RCEP 背景下吸引更多外资和鼓励企业扩展业务, 山东需持续优化营商环境。首先, 简化行政审批程序, 建立一站式服务平台, 提供在线申报和快速审批流程, 同时强化监管保障投资者权益。其次, 提供优惠政策和税收激励, 如降低税负、提供土地优惠及技术转让支持, 确保法律政策环境的稳定性。此外, 加强人才培养与创新支持, 通过与高校和科研机构合作开展培训和科技创新项目, 提升技术支持和创新能力, 并强化知识产权保护促进自主创新。这些措施将优化营商环境, 提升招商引资水平, 吸引外商投资, 推动经济和产业的升级发展, 同时也需加强与 RCEP 成员国的合作交流, 共同促进区域经济繁荣和可持续发展。

4.6 提高农产品附加值, 增强农产品出口核心竞争力

为提升山东农产品在国际市场上的竞争力, 需从多方面提高其附加值。首先, 强化产品质量和安全标准, 通过科学种植、规范生产和严格检测确保符合国际贸易要求, 增强消费者信任。其次, 加强品牌建设和市场推广, 打造独特品牌形象并通过参与国际展会等活动增加曝光度。第三, 推进农产品深加工与创新, 开发高附加值产品如方便食品和健康食品, 满足多样化需求。最后, 优化供应链管理, 确保各环节合作紧密, 提高供应效率和品质稳定性。这些措施将有效提升农产品附加值, 增强出口竞争力, 并通过与 RCEP 成员国的合作促进农产品国际化发展, 实现农业可持续发展和农民增收^[10]。

5 结语

RCEP 为山东省农产品外贸发展提供了广阔的市场机会, 但也伴随着一系列挑战。本研究分析了山东农产品在出口规模、产品结构和市场结构方面的现状, 针对 RCEP 背景下山东省农产品外贸高质量发展面临的现实困境, 探索了山东省农产品外贸高质量发展的有效路径, 对于解决当前国际贸易和农产品出口领域的挑战具有重要的现实意义。山东省在 RCEP 背景下农产品外贸高质量发展方面具有广阔的发展前景, 但实现这一目标需要政府、企业和各利益相关者的共同努

力, 以提升山东农产品的国际竞争力和附加值。未来研究会结合更多案例和企业访谈, 进一步探讨政策和法律对外贸的影响, 并评估不同策略的有效性, 以促进山东农产品外贸的高质量发展, 增强区域经济的整体竞争力。

参考文献

- [1] 宋晓雨,陈琛,张珊.用足用好 RCEP 政策 推动山东农业更高水平对外开放[N].联合日报, 2022-08-26(2).
- [2] 刘照航.RCEP 关税条款对我国农产品贸易的影响预测——基于单一关税的 GTAP 模型[D].山东师范大学, 2022.
- [3] 任锦冉.贸易便利化水平对中国农产品贸易的影响——基于 RCEP 国家实证分析[D].辽宁大学,2023.
- [4] 杨子瑶,高佳薇.山东临沂市农产品贸易的 SWOT 分析与发展对策[J].营销界,2020(31):119-120.
- [5] 郭中亮.制度环境对中国农产品出口贸易的影响研究——基于 RCEP 国家的实证分析[D].山东师范大学,

2022.

- [6] 徐发荣,王兆顺,吕鹏超,任超.抢抓 RCEP 机遇 推动威海市农产品贸易高质量发展[J].农业知识,2022(11):3-4+6.
- [7] 董萌筱.RCEP 背景下山东经贸发展路径探析[J].商业经济,2021(06):91-93.
- [8] 陈秋玲.RCEP 背景下山东省农产品扩大出口策略研究[J].南方农机,2023,54(03):43-45.
- [9] 吴晓通.中国对 RCEP 伙伴国水产品贸易条件及其影响因素分析[D].长江大学,2023.
- [10] 江函函.山东农业高质量发展问题及对策探析[J].广东蚕业,2023,57(06):90-92.

版权声明: ©2025 作者与开放获取期刊研究中心 (OAJRC) 所有。本文章按照知识共享署名许可条款发表。

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



OPEN ACCESS