

中—乌农产品出口贸易成因分析与对策



<https://doi.org/10.24412/2181-1784-2025-26-682-691>

张如¹, 汪晶晶², 祖拉亚提·库尔班³

(新疆农业大学, 新疆乌鲁木齐 830052)

摘要: 本文以 2018—2024 年 UN COMTRADE 数据, 通过贸易特化系数与恒定市场份额模型, 对中—乌农产品贸易的竞争力格局和出口增长的动因进行系统分析。研究显示, 中乌农产品贸易呈现显著的互补特征: 中国在水产品、加工园艺等领域具有竞争优势, 乌兹别克斯坦则以园艺产品、非食用畜产品为核心出口优势。CMS 分解结果显示, 在乌对华出口增长分析中, 中国市场需求扩张的“增长效应”贡献率达 48.8%, 结构效应贡献 24.7%, 竞争效应为 18.8%。进一步分析得出, 乌兹别克斯坦在园艺等品类的竞争力提升是推动其出口的关键, 但乌在大宗农产品等领域的市场失守和结构错配制约整体表现。最后, 本文从深化农业合作、优化贸易便利化、拓展品类结构与加强品牌建设等方面提出政策建议, 以促进中乌农产品贸易高质量发展与区域农业合作深化。

关键词: 中乌农产品贸易; 贸易竞争力; 恒定市场份额模型; 增长效应; 结构效应; 贸易互补性; 政策建议

ANALYSIS OF THE CAUSES AND COUNTERMEASURES OF CHINA-UKRAINE AGRICULTURAL PRODUCTS EXPORT TRADE

ZHANG Ru, WANG Jingjing, ZULAYATI·Kuerban

(Xinjiang Agricultural University, Urumqi 830052, China)

Abstract: Based on UN COMTRADE data from 2018 to 2024, this paper uses the trade specialization index and the constant market share (CMS) model to systematically analyze the competitive landscape and export growth drivers of agricultural trade between China and Uzbekistan. The study shows that China-Uzbekistan agricultural trade exhibits significant complementarity: China has competitive advantages in aquatic products and processed horticultural products, while Uzbekistan's core export strengths lie in horticultural products and non-food livestock products. CMS decomposition results indicate that in Uzbekistan's export growth to China, the 'growth effect' driven by the expansion of Chinese market demand accounts for 48.8%, the structural effect contributes 24.7%, and the

1 张如(2002—), 女, 新疆农业大学经济管理学院 2024 级学生, 1465177325@qq.com.

2 汪晶晶(1988—), 男, 新疆农业大学经济管理学院副教授, JingjingWang2yan@xjau.edu.cn.

3 祖拉亚提·库尔班, 男, 新疆农业大学国际交流与合作处, 项目专干.

competitiveness effect accounts for 18.8%. Further analysis shows that Uzbekistan's enhancement of competitiveness in categories such as horticultural products is key to boosting exports, but market losses and structural mismatches in bulk agricultural products limit overall performance. Finally, the paper proposes policy recommendations in areas such as deepening agricultural cooperation, optimizing trade facilitation, expanding product category structures, and strengthening brand building, to promote the high-quality development of China-Uzbekistan agricultural trade and deepen regional agricultural cooperation.

Keywords: China-Uruguay agricultural product trade; trade competitiveness; constant market share model; growth effect; structural effect; trade complementarity; policy recommendations

一、引言

中国与乌兹别克斯坦（以下简称“中乌”）之间的农产品贸易在“一带一路”倡议和上海合作组织（SCO）区域合作机制不断推进的背景下，逐步成为双边经贸往来的重要组成部分。乌兹别克斯坦作为中亚地区重要的农业生产国，其农产品出口结构与中国国内市场需要之间存在较强的互补潜力。为系统评估双方贸易竞争力与市场依赖程度，本文依据《商品名称及编码协调制度》（HS）及卢锋、梅孝锋（2001）提出的分类体系，将农产品系统划分为七个大类，构建具备国际可比性与学术延续性的分析框架。通过分析2018—2024年贸易数据，本文旨在揭示中乌农产品贸易的成因，为未来深化双边农业合作提供参考。

二、中国与乌兹别克斯坦农产品贸易现状

（一）中国农产品贸易整体态势

2018—2024年，中国农产品贸易规模持续扩展，整体呈现“进口主导、逆差扩大”的特征。出口总额从787.86亿美元上升至1019.71亿美元，年均增幅为4.40%；进口总额则由1363.24亿美元增长至2144.61亿美元，年均增速达7.84%。贸易逆差在此期间从575.38亿美元扩大至1124.90亿美元。

出口结构方面，园艺产品、水产品和其他农产品构成三大主要类别，2024年合计占出口总额的70%。园艺产品出口额增至327.87亿美元，表明中国在蔬菜、水果等劳动密集型产品中仍保持竞争优势；其他农产品（涵盖加工食品与特色农产品）年均增速为7.69%，反映出口结构持续优化。进口结构中，大宗农产品（如谷物与油籽）始终占据主导地位，比重始终高于40%。同时，园艺产品进口额年均增长12.96%，份额从9.93%提高至13.14%，显示国内消费正朝多样化与高品质方向发展。

表1 中国农产品进出口份额及其变动

单位：亿美元；%

产品种类		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
大宗农产品	出口	9.29	9.98	9.13	8.99	9.27	9.58	9.61
	进口	49.36	44.10	45.49	48.90	48.91	49.78	47.15

食用畜产品	出口	5.25	4.97	4.82	4.81	4.63	4.71	5.06
	进口	12.76	17.43	22.64	19.52	17.79	15.41	14.60
非食用畜产品	出口	0.51	0.43	0.26	0.26	0.42	0.37	0.30
	进口	4.05	2.73	1.80	1.96	1.72	1.58	1.70
水产品	出口	27.34	25.56	24.30	25.20	22.64	19.72	19.14
	进口	8.74	10.54	7.43	6.47	8.13	8.25	8.46
园艺产品	出口	34.95	36.45	38.06	35.03	30.62	31.62	32.15
	进口	9.93	11.04	10.22	10.60	10.57	11.69	13.14
饮料及烟草	出口	4.79	4.49	3.71	3.33	10.13	12.38	12.20
	进口	6.01	5.17	3.66	3.68	3.03	3.41	3.73
其他农产品	出口	17.86	18.12	19.72	22.39	22.29	21.62	21.53
	进口	9.15	8.98	8.75	8.87	9.84	9.88	11.22
农产品总额	出口	787.86	779.88	754.38	835.35	975.34	981.47	1019.71
	进口	1363.24	1494.21	1704.47	2187.93	2352.11	2330.35	2144.61

资料来源：UNCOMTRADEDATABASE，由作者整理得。

（二）乌兹别克斯坦农产品贸易整体态势

乌兹别克斯坦农产品贸易保持进出口双增态势，出口结构总体稳定，进口需求日趋多元，贸易逆差持续存在。2018—2024年，其农产品出口总额从13.94亿美元增至35.61亿美元，年均增长17.04%。园艺产品作为核心出口品类，占出口总额约60%，2024年出口额达21.31亿美元。饮料及烟草类产品出口增长突出，年均增速为44.19%，成为新的增长点。进口规模从17.18亿美元扩展至68.96亿美元，年均增幅为26.37%。大宗农产品仍是主要进口类别，但份额从61.35%降至45.72%；与此同时，园艺产品和食用畜产品进口额年均增速分别为36.18%和10.47%，份额分别提升至16.16%和15.19%，反映其国内消费结构正逐步向多元和高品质转型。

表2 乌兹别克斯坦农产品进出口份额及其变动

单位：亿美元；%

产品种类		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
大宗农产品	出口	25.98	24.26	26.38	29.72	21.43	27.10	23.53
	进口	61.35	56.57	59.12	52.38	52.59	51.84	45.72
食用畜产品	出口	1.02	0.58	0.77	1.25	1.46	0.93	3.71
	进口	6.65	11.44	10.96	13.53	12.56	13.14	15.19
非食用畜产品	出口	3.31	3.05	3.23	3.17	2.27	1.74	1.16
	进口	0.02	0.02	0.01	0.13	0.01	0.01	0.02
水产品	出口	0.05	0.04	0.03	0.04	0.10	0.08	0.08
	进口	0.45	0.69	0.60	0.61	0.65	0.75	0.90
园艺产品	出口	64.56	64.68	59.26	56.29	61.98	58.43	59.85
	进口	10.10	10.80	10.73	11.49	11.62	13.93	16.16
饮料及烟草	出口	1.60	1.54	1.62	2.07	5.89	6.50	5.71
	进口	1.41	2.11	2.14	2.84	3.36	4.84	5.79

其他农产品	出口	3.48	5.85	8.70	7.46	6.86	5.22	5.95
	进口	20.02	18.38	16.43	19.02	19.21	15.50	16.23
农产品总额	出口	133.09	177.02	144.08	158.91	210.12	215.45	217.10
	进口	17.18	21.00	23.29	31.81	41.58	43.14	68.96

资料来源: UNCOMTRADEDATABASE, 由作者整理得。

(三) 中—乌农产品贸易比较优势分析

为了深入了解中乌两国农产品的出口竞争力, 本文使用贸易特化系数 (TSC) 进行评估。计算公式为^[3]:

$$TSC_{ij} = \frac{(E_{ij} - M_{ij})}{(E_{ij} + M_{ij})}$$

其中, TSC_{ij} 代表 i 国 j 类产品贸易特化系数; E_{ij} 代表 i 国 j 类产品出口总额; M_{ij} 代表 i 国 j 类产品的进口总额。TSI 取值介于-1 至 1 之间: 越接近 1, 出口优势越强; 越接近-1, 出口劣势越明显, 依赖进口; 接近 0 表示进出口基本平衡。

从测算结果看, 中国在不同类别农产品上的竞争力存在差异。水产品和园艺产品在 2018—2020 年的 TSC 值分别为 0.49 和 0.56, 2021—2024 年分别为 0.47 和 0.48, 持续为正值, 显示中国在这两类产品中具备一定的出口优势。其他农产品 TSC 值从 0.35 略升至 0.38, 竞争力有所增强。大宗农产品、食用畜产品和非食用畜产品的 TSC 值均为负, 反映中国在这些品类上依赖进口。饮料及烟草类别的 TSC 从-0.07 转为 0.47, 表明其从进出口平衡转向出口优势。

乌兹别克斯坦在非食用畜产品和园艺产品上有较强的出口优势。非食用畜产品 TSC 值在 2018—2020 年为 0.99, 2021—2024 年为 0.96, 接近 1, 说明出口优势很强。园艺产品 TSC 值在两个时期分别为 0.71 和 0.63, 也较高。在大宗农产品方面, 乌兹别克斯坦 TSC 值从-0.4 提高到-0.33, 出口劣势有所减轻。食用畜产品和其他农产品 TSC 值都是负数, 食用畜产品 TSC 值在-0.85 到-0.76 之间, 出口劣势明显, 依赖进口。饮料及烟草类别, 乌兹别克斯坦 TSC 值从-0.09 变为 0.09, 从轻微依赖进口变为有微弱出口优势。

综上所述, 中乌两国农产品贸易在资源禀赋差异基础上形成显著互补性, 中国在水产品、园艺产品、饮料及烟草和其他农产品方面具有比较优势, 乌兹别克斯坦则在非食用畜产品和园艺产品方面表现突出。这一竞争格局短期内较为稳定, 为双方开展农业合作与贸易互补提供了现实基础^[4]。

表 3 中—乌两国农产品的贸易特化系数(TSI)

	年份	中国	乌兹别克斯坦	单位: %
大宗农产品	2018—2020	-0.66	-0.40	
	2021—2024	-0.68	-0.33	
食用畜产品	2018—2020	-0.56	-0.85	
	2021—2024	-0.56	-0.76	
非食用畜产品	2018—2020	-0.76	0.99	
	2021—2024	-0.68	0.96	
水产品	2018—2020	0.49	-0.88	

	2021—2024	0.47	-0.81
园艺产品	2018—2020	0.56	0.71
	2021—2024	0.48	0.63
饮料及烟草	2018—2020	-0.07	-0.09
	2021—2024	0.47	0.09
其他农产品	2018—2020	0.35	-0.50
	2021—2024	0.38	-0.47

资料来源：UNCOMTRADEDATABASE，由作者整理得。

三、乌兹别克斯坦农产品贸易对中国出口成因分析

（一）乌兹别克斯坦农产品对中国出口规模与结构特征

2018—2024年，乌兹别克斯坦对中国的农产品出口整体呈上升趋势，从1.70亿美元增至3.40亿美元，累计出口额为15.07亿美元。出口结构发生明显变动：园艺产品作为主导类别，其比重从27.18%升至51.44%，累计占比46.87%，表明其在中国市场具备持续竞争力。大宗农产品出口份额则从41.82%急剧下降至1.48%，反映出该类产品受国际市场价格波动或其他供应国竞争的影响。其他农产品与非食用畜产品占比有所波动，但仍保持一定份额。

乌农产品在中国市场的整体占有率为较低水平，从0.13%波动上升至0.16%。部分品类表现较好，如园艺产品市场占有率为0.34%提升至0.62%，显示其在中国果蔬市场中渗透力增强；非食用畜产品占有率为0.52%降至0.43%，仍高于多数其他类别，表明其在该细分领域具备一定比较优势。

表4 乌兹别克斯坦农产品对中国出口状况

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	总计
农产品出口额	1.70	2.55	1.58	2.02	1.66	2.15	3.40	15.07
大宗农产品	41.82	55.56	10.35	7.45	0.76	0.58	1.48	16.71
食用畜产品	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	14.94	3.37
非食用畜产品	16.69	13.92	22.19	17.16	12.23	8.61	4.59	12.49
出口份额	水产品	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	园艺产品	27.18	19.04	44.06	54.09	62.53	71.38	51.44
	饮料及烟草	0.13	0.09	0.09	0.01	0.04	0.21	0.01
	其他农产品	14.18	11.38	23.30	21.29	24.44	19.22	27.53
								20.48

资料来源：UNCOMTRADEDATABASE，由作者整理得。

乌兹别克斯坦农产品在中国市场的整体占有率为较低水平，从0.13%波动上升至0.16%，但部分类别表现较好：园艺产品市场占有率为0.34%稳步提高到0.62%，在中国水果蔬菜市场上的渗透力增强。非食用畜产品占有率为0.52%降至0.43%，但仍高于其他多数类别，说明它在这个细分市场有比较优势。

表5 乌兹别克斯坦农产品在中国市场占有率

单位：%

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
大宗农产品	0.11	0.21	0.02	0.01	0.00	0.00	0.00
食用畜产品	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.16
续表 5							
非食用畜产品	0.52	0.87	1.14	0.81	0.50	0.50	0.43
水产品	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
园艺产品	0.34	0.29	0.40	0.47	0.42	0.56	0.62
饮料及烟草	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.01	0.00
其他农产品	0.19	0.22	0.25	0.22	0.18	0.18	0.39
农产品总计	0.13	0.17	0.09	0.09	0.07	0.09	0.16

资料来源：UNCOMTRADEDATABASE，由作者整理得。

（二）中国农产品对乌兹别克斯坦出口情况对比

中国对乌兹别克斯坦的农产品出口从2018年0.74亿美元增长至2024年2.99亿美元，累计出口7.75亿美元。出口结构以园艺产品为主（累计占比53.86%），其次为大宗农产品（20.88%）和其他农产品（20.96%）。中国在乌兹别克斯坦市场的整体占有率为4.34%，略降至4.33%，但水产品、饮料及烟草等类别占有显著提高，反映中国加工农产品在乌兹别克斯坦逐渐受到认可。

中国对乌兹别克斯坦农产品出口规模逐步扩大，结构上也呈现多样化特征。园艺产品始终是主要出口类别，大宗农产品出口份额提高明显，成为新的增长点；水产品和饮料及烟草出口虽份额不高，但保持上升趋势。食用畜产品与非食用畜产品出口占比较低，影响有限。

表6 乌兹别克斯坦农产品从中国进口状况

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	总计
农产品出口额	0.74	0.70	0.60	0.64	0.78	1.30	2.99	7.75
大宗农产品	2.73	7.61	13.93	15.18	21.73	27.07	28.22	20.88
食用畜产品	0.03	0.28	0.21	0.17	0.24	0.13	0.74	0.39
非食用畜产品	0.01	0.00	0.03	4.18	0.01	0.00	0.00	0.35
出口份额	水产品	0.05	0.28	0.28	0.53	0.53	0.77	0.61
	园艺产品	55.97	60.40	59.98	58.55	51.05	46.12	53.69
	饮料及烟草	0.38	0.26	0.42	0.66	1.87	8.00	3.31
	其他农产品	40.84	31.17	25.14	20.74	24.57	17.92	13.19
								20.96

资料来源：UNCOMTRADEDATABASE，由作者整理得。

在市场占有方面，中国农产品在乌兹别克斯坦市场的整体占有率为4.34%，略降至4.33%，但保持上升趋势。园艺产品占有显著提高，反映中国加工农产品在乌兹别克斯坦逐渐受到认可。在市场占有方面，中国农产品在乌兹别克斯坦市场的整体占有率为4.34%，略降至4.33%，但保持上升趋势。园艺产品占有显著提高，反映中国加工农产品在乌兹别克斯坦逐渐受到认可。

表 7 中国农产品在乌兹别克斯坦市场占有率

单位: %

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
大宗农产品	0.19	0.45	0.60	0.58	0.78	1.58	2.67
食用畜产品	0.02	0.08	0.05	0.02	0.04	0.03	0.21
非食用畜产品	2.53	0.00	6.03	66.55	2.40	0.00	0.00
水产品	0.43	1.36	1.17	1.72	1.52	3.10	4.12
园艺产品	24.03	18.76	14.30	10.19	8.28	9.99	14.39
饮料及烟草	1.17	0.42	0.50	0.46	1.05	4.99	2.48
其他农产品	8.85	5.69	3.92	2.18	2.41	3.49	3.52
农产品总计	4.34	3.36	2.56	2.00	1.88	3.02	4.33

资料来源: UNCOMTRADEDATABASE, 由作者整理得。

(三) 中—乌农产品出口贸易变动成因分析

1.模型设定

采用二阶 CMS 模型对 2018—2024 年乌兹别克斯坦对中国农产品出口增长成因进行分解, 将出口增长额拆解为 8 个效应 (增长效应、市场结构效应、产品结构效应、结构交互效应、综合竞争效应、具体竞争效应、纯二阶效应、动态结构残差), 公式体系如下^[5]:

一阶分解 (总效应拆解): 出口增长总效应 (ΔX) =增长效应 (G) +结构效应 (S) +竞争效应 (C) +残差项 (R) .其中:

$G = \sum X_{0ij} \cdot g_i$ (X_{0ij} 为基期乌兹别克斯坦对中国 j 类农产品出口额, g_i 为中国 j 类农产品进口增长率);

$S = \sum X_{0ij} \cdot (g_i - g)$ (g 为中国农产品进口总增长率, 反映市场与产品结构匹配度);

$C = \sum (X_{1ij} - X_{0ij}) \cdot (1 + g_j)$ (反映竞争力变化对出口的影响);

$R = \sum (X_{0ij} \cdot (g_i - g) \cdot \frac{X_{1ij}}{X_{0ij} (1 + g_j)} - 1))$ (结构与竞争力交互残差).

二阶分解 (总效应拆解):

结构效应 (S) =市场结构效应 (S_M) +产品结构效应 (S_p) +结构交互效应 (S_{MP}) ; 竞争效应 (C) =综合竞争效应 (C_A) +具体竞争效应 (C_s) ; 残差项 (R) =纯二阶效应 (R_1) +动态结构残差 (R_2) .

2.数据说明

以 2018 年为基期, 2024 年为报告期, 覆盖 7 年完整贸易周期; 数据来源于 UNCOMTRADEDATABASE。

3.CMS 模型分解结构与效应分析

本文采用二阶恒定市场份额模型 (CMS), 将 2018—2024 年乌兹别克斯坦对华农产品出口增长分解为以下效应: 增长效应、市场结构效应、产品结构效应、结构交互效应、综合竞争效应、具体竞争效应、纯二阶效应与动态结构残差。

增长效应为 0.83 亿美元，对出口增长的贡献率为 48.8%，是推动乌对华出口增长的首要因素。该效应主要源于中国农产品进口市场规模的扩大，表明乌兹别克斯坦通过进入中国这一快速成长的市场获得显著外部拉动。

结构效应整体贡献 0.42 亿美元，贡献率为 24.7%，其中产品结构效应为主要正向来源。中国园艺产品与其他农产品进口额增速分别为 108.1% 与 92.9%，显著高于进口总额 57.3% 的平均增速。乌兹别克斯坦在 2018 年对华出口中这两类产品合计占比达 41.36%，形成“高增长—高份额”的良性匹配。

市场结构效应为负（-0.15 亿美元），反映乌出口结构与中国进口规模结构存在偏差。大宗农产品占中国进口总额比重最大（2024 年为 47.15%），但乌该类产品对华出口额从 0.71 亿美元大幅下滑至 0.05 亿美元，导致整体市场结构效应为负。

结构交互效应为 0.15 亿美元，部分抵消了市场结构效应的负面影响。乌兹别克斯坦在园艺产品等核心品类中同时受益于中国市场需求的高增长与大规模，体现出“扬长避短”的结构调整策略具有一定成效。

竞争效应整体贡献 0.32 亿美元，贡献率为 18.8%。其中，综合竞争效应为 1.28 亿美元，显示乌农产品在中国市场的整体竞争力有所增强，特别是园艺产品与其他农产品市场份额的持续提升，反映出其在质量改进与渠道建设方面的努力。

具体竞争效应为 -0.96 亿美元，说明乌在部分类别上面临严峻竞争劣势。大宗农产品市场份额几乎完全丧失，非食用畜产品占有率为有所下降，受到来自巴西、澳大利亚、俄罗斯等供应方的价格与供应链竞争压力。

残差项整体为负，主要包括纯二阶效应与动态结构残差。该部分反映未纳入模型的短期波动与结构转型成本，例如 2020 年疫情期间中国园艺产品进口增速放缓与乌出口波动所带来的影响。

表 8 2018-2024 年兹别克斯坦对中国农产品出口增长 CMS 分解

单位：亿美元；%

出口增长总效应	增长效应	市场结构效应	产品结构效应	结构交互效应	综合竞争效应	具体竞争效应	纯二阶效应	动态结构残差
贡献值	1.7	0.83	-0.15	0.42	0.15	1.28	-0.96	-0.11
%	100	48.8	-8.8	24.7	8.8	75.3	-56.5	14.1

资料来源：UNCOMTRADEDATABASE，由作者整理得。

CMS 模型分析表明，乌兹别克斯坦对华农产品出口增长主要得益于中国市场的需求拉动，结构优化与竞争力提升亦发挥辅助作用，然而部分品类的结构错配与竞争劣势仍制约其进一步扩大市场份额。

四、研究结论与政策建议

（一）研究结论

中—乌农产品贸易总体规模在扩大，但双方在市场渗透方面还有很大提升空间。贸易结构互补性强：中国优势在水产品、加工园艺产品和饮料烟草；乌兹别克斯坦优势在新鲜园艺产品和部分畜产品。乌兹别克斯坦对中国出口以园艺产品为主，但整体市场占有率为低

，说明品牌、标准和渠道建设不足。中国对乌兹别克斯坦出口结构多样，但面临本地竞争和市场需求波动的影响。中乌农产品贸易都在增长，但贸易格局有差异：中国农产品贸易稳健发展，出口以园艺产品、水产品和其他农产品为主，进口依赖大宗农产品，整体保持贸易逆差；乌兹别克斯坦农产品贸易进出口都快增，出口以园艺产品为核心，进口需求多样化，也保持贸易逆差。中乌农产品贸易比较优势互补明显：中国在水产品、园艺产品（后期优势略降）、饮料及烟草（后期形成优势）和其他农产品有优势；乌兹别克斯坦在非食用畜产品和园艺产品上优势突出，这种互补性为两国农产品贸易合作打下了基础。乌兹别克斯坦对中国农产品出口额波动增长，结构集中：园艺产品是最主要出口类别，其他农产品和非食用畜产品也占一定份额，但整体在中国市场占有率低，有较大发展空间；中国对乌兹别克斯坦农产品出口额逐步增长，园艺产品和其他农产品是主要出口类别，在乌兹别克斯坦市场有一定竞争力。

资源条件差异、中国市场需求、双边贸易合作机制以及乌兹别克斯坦出口结构优化是乌兹别克斯坦农产品对中国出口的主要原因。

（二）政策建议

加深化农业合作，整合资源优势。推动中乌共建农业示范园区与生产基地，协助乌兹别克斯坦提升种植与加工技术，扩大其优势农产品对华出口。中方则可加大对乌兹别克斯坦大宗农产品与水产品等需求品类的出口，实现互利共赢。

提升贸易便利化水平。进一步简化双边农产品通关与检验检疫流程，推动标准互认与信息共享，建设高效跨境物流体系，切实降低贸易成本。

推动出口结构多元化。支持乌兹别克斯坦拓展食用畜产品、饮料及烟草等潜力品类对华出口，减轻对单一品类的依赖。中国企业可加强对乌高附加值农产品推广，共同开发深加工产品，延伸产业链条。

加强品牌建设与市场推广。通过双边展销、电商合作等多种渠道，提升乌兹别克斯坦农产品在华知名度与认可度。支持其培育具有国际影响力的农产品品牌，同时推动中国农产品品牌在乌兹别克斯坦市场的本地化宣传。

构建贸易风险防控机制。建立中乌农产品贸易信息共享平台，及时发布市场与政策动态，帮助企业规避风险。完善贸易争端协调机制，保障双方企业合法权益，维护贸易关系的稳定与可持续性。

参考文献

- [1] 卢锋, 梅孝峰. 我国农产品分类与国际贸易数据关系研究[J]. 经济学(季刊), 2001, 1(1): 186-198.
- [2] UN Comtrade Database. International Trade Statistics Database [DB/OL]. (2024). <https://comtrade.un.org/>
- [3] 程国强. 中国农产品贸易: 格局与政策[M]. 北京: 中国发展出版社, 2016.
- [4] Milana C. Constant-Market-Shares Analysis and Index Number Theory[J]. European Journal of Political Economy, 1988, 4(4): 453-478.

- [5] 王永德, 刘艺卓. 中国与中亚五国农产品贸易竞争性与互补性分析[J]. 国际贸易问题, 2019(5): 112-126.
- [6] Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). The State of Agricultural Commodity Markets 2020[M]. Rome: FAO, 2020.
- [7] 李先德, 孙致陆. “一带一路”背景下中国与中亚国家农产品贸易潜力研究[J]. 农业经济问题, 2021, 42(3): 45-57.
- [8] World Bank. Trading for Growth: Reforming Agriculture Trade in Central Asia[R]. Washington, DC: World Bank, 2022.