E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(1), 1451-1460
Published Online January 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.141179

Hans汉斯

中国葡萄产品出口竞争力研究

韦廷密*，闫述乾#

甘肃农业大学，财经学院，甘肃 兰州

收稿日期：2024年10月18日；录用日期：2024年11月18日；发布日期：2025年1月15日

摘 要

葡萄产业不仅是世界水果产业的关键一环，也是我国乡村振兴战略中的重要产业。本研究聚焦于中国葡萄产品的出口竞争力，涵盖了鲜葡萄、鲜葡萄酿造的酒、葡萄干等主要出口种类。通过对贸易竞争力指数(TC)、国际市场占有率(MS)以及显示性比较优势指数(RCA)的深入分析，我们发现中国鲜葡萄TC指数值、RSA指数值较低，MS指数值较高，在国际市场上具有一定的竞争力，但整体呈先增后减趋势，且比较优势薄弱；而鲜葡萄酿造的酒则表现出极低的出口竞争力，进口远大于出口。相比之下，葡萄干虽然出口竞争力相对较小，但在国际市场上仍具备一定的竞争优势。本研究旨在为中国葡萄产品的出口提供策略性建议，以进一步提升其在全球市场的竞争力。

关键词

葡萄，竞争力指数，综合竞争力，对策建议

Research on Export Competitiveness of Grape Products in China

Tingmi Wei*, Shuqian Yan#

College of Finance and Economics, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Oct. 18th, 2024; accepted: Nov. 18th, 2024; published: Jan. 15th, 2025

Abstract

The grape industry is not only a crucial component of the global fruit industry, but also an important industry in China's rural revitalization strategy. This study focuses on the export competitiveness of China's grape products, encompassing major export categories such as fresh grapes, wine produced from fresh grapes, and raisins. Through in-depth analysis of the Trade Competitiveness Index

*第一作者。
#通讯作者。

文章引用: 韦廷密, 闫述乾. 中国葡萄产品出口竞争力研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(1): 1451-1460.
DOI: 10.12677/ecl.2025.141179

(TC), International Market Share (MS), and Revealed Comparative Advantage Index (RCA), we find that China's fresh grapes have low TC and RC values but a high MS, indicating a certain degree of competitiveness in the international market. However, the overall trend shows an initial increase followed by a decrease, and the comparative advantage is relatively weak. In contrast, wine produced from fresh grapes exhibits extremely low export competitiveness, with imports far exceeding exports. Comparatively, although raisins have relatively smaller export competitiveness, they still possess certain competitive advantages in the international market. This study aims to provide strategic recommendations for the export of China's grape products to further enhance their competitiveness in the global market.

Keywords

Grape, Competitiveness Index, Comprehensive Competitiveness, Countermeasures and Suggestions

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.
This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).
http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Open Access

1. 研究意义和背景

葡萄产业作为世界水果产业的关键一环，不仅在全球范围内占据着举足轻重的地位[1]，而且在我国乡村振兴战略的推进中扮演着至关重要的角色，成为助力贫困地区脱贫增收的重要支柱产业[2]。葡萄凭借其广泛的种植面积和深受消费者喜爱的特性，已成为全球种植面积最大的水果之一[3]，2021 年其种植面积更是达到了惊人的 78.26 万公顷。在中国，葡萄产业的发展尤为迅猛，不仅种植面积在全球排名中位列第三，产量更是跃居世界第一，分别占据了全球葡萄种植面积的 10.68%和产量的 16.1% [4]。更为值得一提的是，中国在葡萄酒、鲜食葡萄和葡萄干等葡萄产品的生产上也取得了令人瞩目的成绩。据国际葡萄与葡萄酒组织(OIV)的官方数据显示，中国的葡萄干产量占据了全球市场的 13.0%，鲜食葡萄产量更是高达 36.2%，葡萄酒产量也占全球的 2.3% [5]。这些数据的背后，是中国葡萄产业不断壮大、产品种类日益丰富、品质不断提升的生动写照。

因此，对中国葡萄产品的出口竞争力进行深入研究，不仅有助于揭示中国葡萄产业在全球市场中的竞争态势和潜在优势，还能够为中国葡萄产品的出口提供有力的策略支持，推动其进一步拓展国际市场、提升国际竞争力。同时，这一研究也将为中国葡萄产业的可持续发展注入新的动力，为乡村振兴战略的实施贡献更多智慧和力量。

2. 中国葡萄出口贸易基本情况

2.1. 中国葡萄进出口规模

近年来，中国葡萄出口额呈下降趋势，中国海关统计数据(图 1)显示，2015~2022 年中国葡萄年出口额为 8~12 亿美元，2020 年中国葡萄出口额最高，为 12.93 亿美元，2022 年最低，为 8.01 亿美元，总体呈先增后减的趋势，2015~2020 年葡萄出口额保持在 11~12 亿美元左右，在 2021 年降至 8.8 亿美元[6]。

2.2. 中国葡萄出口结构

中国出口的葡萄产品主要包括鲜葡萄、鲜葡萄酿造的酒、葡萄干和葡萄汁[7]，表 1 为按照 HS 编码分类的葡萄产品的出口额，2015~2022 年，中国鲜葡萄出口额居葡萄产品出口的首位[8]，远远超过鲜

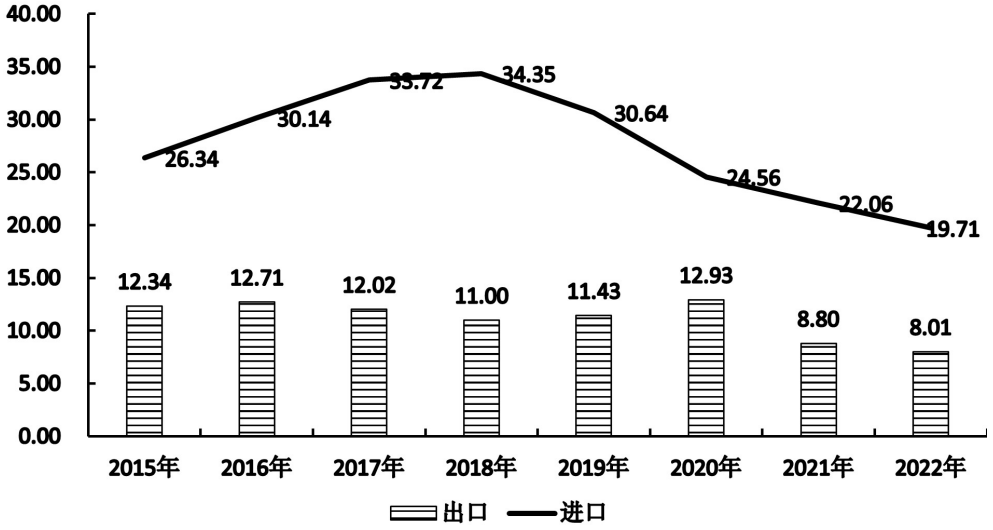

Figure 1. China's grape exports and imports in 2015~2022 (USD 100 million)
图 1. 2015~2022 年中国葡萄出口及进口额(亿美元)

葡萄酿造的酒、葡萄干、葡萄汁。鲜葡萄出口额较为稳定，除 2019~2020 年增长较多，为 9.87 亿美元、12.13 亿美元，其余年份均为 7 美元左右；鲜葡萄酿造的酒出口额急剧下降，2015~2018 年出口额为 4~5 亿美元，2019~2022 年出口额降至 1 亿美元以下；葡萄干出口额较低，为 0.3~0.7 亿美元；葡萄汁出口额在葡萄产品中最低[9]，为 0.01~0.04 亿美元。因此可看出，葡萄产品中，中国主要出口鲜葡萄、鲜葡萄酿造的酒、葡萄干[10]。

Table 1. Exports of China's major export grape categories in 2015~2022 (USD 100 million)
表 1. 2015~2022 年中国主要出口的葡萄种类的出口额(亿美元)

	鲜葡萄	鲜葡萄酿造的酒	葡萄干	葡萄汁
2015 年	7.62	4.13	0.57	0.02
2016 年	6.64	5.41	0.62	0.04
2017 年	7.35	4.35	0.29	0.03
2018 年	6.90	3.63	0.46	0.02
2019 年	9.87	0.80	0.74	0.01
2020 年	12.13	0.24	0.55	0.01
2021 年	7.57	0.80	0.41	0.01
2022 年	7.25	0.38	0.36	0.01

2.3. 中国葡萄出口市场

本文主要分析鲜葡萄、鲜葡萄酿造的酒、葡萄干三类主要葡萄出口产品的出口市场。中国鲜葡萄前五个出口国家(地区)如表 2 所示，中国鲜葡萄出口国固定，主要出口市场为泰国、越南、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、孟加拉国[11]，其中泰国、越南、印度尼西亚鲜葡萄出口额较高，泰国鲜葡萄出口额为 2~4 亿美元，呈减少趋势，越南出口额为 1~2 亿美元，较为稳定，印度尼西亚出口额为 1~2 亿美元左右，2018 年出口额急剧增加至 1.72 亿美元，整体呈增加趋势。这些国家均距离中国较近，交通便利，且自身

有需求，所以仍会成为中国未来主要的鲜葡萄出口市场[12]。

Table 2. Top five exporting countries (regions) and export value of China's fresh grapes from 2015 to 2022 (USD 100 million)
表 2. 2015~2022 年中国鲜葡萄前五个出口国家(地区)及出口额(亿美元)

年份	主要出口国家(地区)及出口额(亿美元)			
2015 年	泰国	越南	印度尼西亚	马来西亚
	4.71	1.39	0.37	0.29
2016 年	泰国	越南	马来西亚	印度尼西亚
	2.82	1.58	0.48	0.47
2017 年	泰国	越南	印度尼西亚	马来西亚
	3.16	2.06	0.85	0.32
2018 年	泰国	印度尼西亚	越南	马来西亚
	2.26	1.72	1.54	0.32
2019 年	泰国	印度尼西亚	越南	菲律宾
	2.81	2.11	1.99	0.78
2020 年	越南	泰国	印度尼西亚	菲律宾
	3.05	2.92	2.12	1.59
2021 年	泰国	越南	印度尼西亚	菲律宾
	2.10	1.59	1.21	1.16
2022 年	泰国	越南	印度尼西亚	菲律宾
	2.51	2.03	0.99	0.60

本文按照 HS 编码主要分析装入 ≤ 2 升的容器的鲜葡萄酿造的酒的出口市场，由表 3 可知，鲜葡萄酿造的酒主要出口市场为法国、澳大利亚、缅甸、日本、新加坡、比利时、马来西亚、美国、朝鲜、韩国，其法国中出口额最高，几乎为全部的鲜葡萄酿造的酒出口额[13]。

Table 3. Top three countries and exports of wine made from fresh grapes in China from 2015 to 2022 (USD 100 million)
表 3. 2015~2022 年中国鲜葡萄酿造的酒前三个国家及出口额(亿美元)

年份	主要出口国家(地区)及出口额(亿美元)		
2015 年	法国	比利时	美国
	0.03	0.004	0.003
2016 年	法国	新加坡	澳大利亚
	0.02	0.01	0.01
2017 年	澳大利亚	法国	新加坡
	0.04	0.03	0.01
2018 年	澳大利亚	法国	新加坡
	0.04	0.03	0.01

续表

2019 年	缅甸	法国	马来西亚
	0.07	0.02	0.01
2020 年	日本	新加坡	缅甸
	0.01	0.01	0.01
2021 年	新加坡	澳大利亚	韩国
	0.33	0.03	0.01
2022 年	澳大利亚	新加坡	美国
	0.03	0.03	0.02

中国葡萄干出口市场较多[14]，2015 年葡萄干主要出口至日本、英国、德国，2016 年葡萄干主要出口至日本、英国、德国，2017 年、2018 年、葡萄干主要出口至日本，2018 葡萄干主要出口至日本、德国，2019 年葡萄干主要出口至荷兰、日本、德国、英国、越南，2020 年葡萄干主要出口至德国、日本、英国、荷兰，2021 年葡萄干主要出口至日本、德国，2022 年葡萄干主要出口至日本、越南、阿联酋，出口额均为 0.1 亿美元左右。日本、英国、德国由于气候等原因，对葡萄干有进口需求，仍会是葡萄干主要出口市场。

3. 中国葡萄出口竞争力比较分析

3.1. 出口竞争力指数

本文选择贸易竞争力指数、国际市场占有率指数、显示性比较优势指数构建中国葡萄出口竞争力评价体系，同时利用熵权法计算出口竞争力综合指数，以此分析中国葡萄出口竞争力。

贸易竞争力指数公式如下：

$TC = (X_{ij} - M_{ij})/(X_{ij} + M_{ij})$，某个地区或国家某种产品的净出口额与该种产品的进出口总额的比值为贸易竞争力指数，贸易竞争力指数(TC)大于 0，出口大于进口，小于 0，出口小于进口[15]。

国际市场占有率指数公式表示如下：

$MS = X_{ij}/X_{wj}$，某个地区或国家某产品出口总额占据全世界该产品出口总额的比值称为国际市场占有率。国际市场占有率越高，出口竞争力越大[16]。

显示性比较优势指数计算公式如下：

$RCA = (X_{ij}/X_{tj})/(X_{iw}/X_{tw})$，该指数为一个地区或国家的某类商品出口总额与这个地区或国家出口总额的比值，再除以世界各国该商品的出口总额与世界出口总额的比值[17]。RCA 小于 0.8，比较优势薄弱；RCA 在 0.8~1.25 之间，比较优势处于中等水平；RCA 在 1.25~2.5 之间，比较优势较强；RCA 大于 2.5，比较优势极强[18]。

3.2. 中国葡萄出口竞争力指数比较分析

本文选取 2015~2022 年的数据，计算中国及其它主要出口鲜葡萄国家的出口竞争力指数，以此作比较分析。如表 4 所示，中国鲜葡萄 TC 值较低，为 0.2 左右，出口稍微大于进口额；MS 值 2020 年最高，为 13.06%，2022 年最低，为 7.52%，整体呈先增加后减少的趋势；RCA 指数较低，比较优势薄弱，不具备竞争优势。与其它出口鲜葡萄较多的国家比较而言，从 TC 指数值来看，中国排名第三，美国、荷兰 TC 指数值小于 0，进口较多，出口较少，意大利、南非、西班牙、澳大利亚、印度 TC 指数值较高，出

口较多，进口较少；从 MS 指数值看，美国 MS 指数值最高，高于中国 2%~3%左右，2021~2022 年，中国与美国 MS 值接近；从 RCA 指数值看，意大利、荷兰、南非、西班牙、澳大利亚比较优势极强，美国、印度比较优势中等。

由于三个指标不一致，本文通过熵权法计算鲜葡萄综合竞争力指数[19]，综合比较中国以及其它国家鲜葡萄出口竞争力，从图 2 可看出，中国综合竞争力指数在 0.2 左右，与国外其它国家相比，南非最高，为 0.7~0.9，美国、荷兰、澳大利亚、印度基本均在 0.2 左右，意大利在 0.4 左右。因此，中国鲜葡萄 TC 指数值、RSA 指数值较低、MS 指数值较高，与国外其它 7 个国家相比排名大致为 5，未来需提高竞争优势。

Table 4. Comparative analysis of China's fresh grape export competitiveness index with other countries from 2015 to 2022
表 4. 2015~2022 年中国鲜葡萄出口竞争力指数与其他国家的比较分析

年份 / 国家	指数	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
中国	TC	0.13	0.03	0.11	0.08	0.21	0.31	0.17	0.16
	MS	10.32%	8.89%	9.02%	8.30%	11.60%	13.06%	8.09%	7.52%
	RCA	0.75	0.67	0.70	0.65	0.88	0.89	0.54	0.52
美国	TC	−0.25	−0.29	−0.31	−0.31	−0.36	−0.39	−0.43	−0.52
	MS	12.32%	12.27%	11.08%	11.12%	10.06%	8.85%	8.36%	7.93%
	RCA	1.36	1.36	1.27	1.31	1.16	1.09	1.07	0.96
意大利	TC	0.86	0.87	0.88	0.89	0.88	0.90	0.89	0.90
	MS	9.72%	9.99%	10.53%	9.62%	8.52%	9.04%	9.54%	8.12%
	RCA	3.52	3.47	3.72	3.42	3.01	3.20	3.46	2.89
荷兰	TC	−0.09	−0.04	−0.03	−0.03	−0.05	−0.003	−0.001	−0.02
	MS	7.10%	7.92%	8.02%	9.36%	8.48%	8.55%	9.84%	7.62%
	RCA	2.53	2.71	2.70	3.11	2.80	2.74	3.16	2.50
南非	TC	0.96	0.95	0.95	0.94	0.94	0.95	0.95	0.96
	MS	6.52%	5.87%	6.64%	6.47%	6.12%	5.62%	7.59%	7.90%
	RCA	13.45	12.39	13.36	13.50	13.01	11.63	13.97	16.18
西班牙	TC	0.66	0.66	0.60	0.61	0.53	0.56	0.53	0.46
	MS	4.45%	4.36%	4.15%	4.94%	4.03%	5.07%	5.52%	4.40%
	RCA	2.66	2.46	2.36	2.79	2.27	2.87	3.15	2.58
澳大利亚	TC	0.57	0.70	0.65	0.60	0.70	0.80	0.77	0.76
	MS	2.45%	3.66%	3.51%	3.44%	4.54%	4.72%	3.68%	3.28%
	RCA	2.16	3.10	2.70	2.62	3.20	3.37	2.40	1.99
印度	TC	0.81	0.91	0.92	0.92	0.92	0.93	0.93	0.90
	MS	1.67%	2.94%	3.39%	3.31%	3.62%	3.08%	3.46%	3.27%
	RCA	1.05	1.81	2.04	2.00	2.13	1.97	1.96	1.80

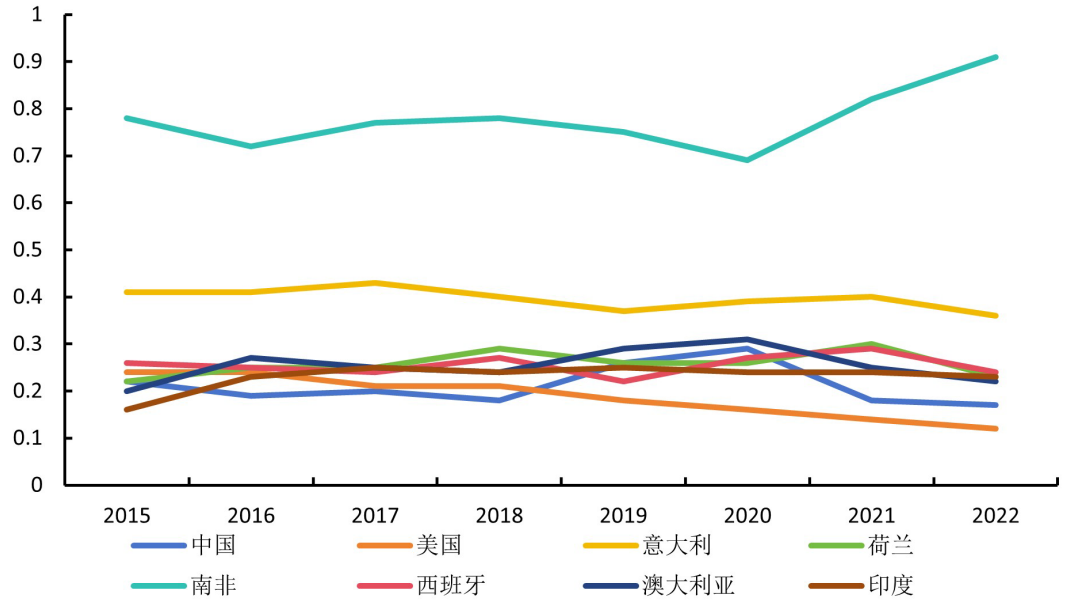

Figure 2. Comparative analysis of the comprehensive export competitiveness index for fresh grapes from China versus other countries from 2015 to 2022
图 2. 2015~2022 年中国鲜葡萄出口竞争力综合指数与其他国家的比较分析

按照 HS 编码对装入 ≤ 2 升的容器的鲜葡萄酿造的酒的竞争力进行分析[20]，竞争力指数如表 5 所示，中国 TC 指数值接近−1，进口较多，出口较少，MS 指数值较低，2015~2018 年，MS 指数值为 2%左右，2019~2022 年，MS 指数值为 0.1%~0.3%，RCA 指数值较低，比较优势薄弱，各个指数值远低于法国、意大利、西班牙、智利等国，法国 MS 指数值最高，高于中国 23%~28%。从综合竞争力指数来看，中国排名最低，在 0.1 以下。由此可看出中国鲜葡萄酿造的酒出口竞争力较小，不具备竞争优势。

Table 5. Comparative analysis of the export competitiveness index for wine produced from fresh grapes in China versus that of other countries from 2015 to 2022
表 5. 2015~2022 年中国鲜葡萄酿造的酒出口竞争力指数与其他国家的比较分析

年份 / 国家	指数	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
中国	TC	−0.64	−0.61	−0.71	−0.75	−0.93	−0.97	−0.90	−0.94
	MS	1.81%	2.32%	1.73%	1.39%	0.32%	0.10%	0.29%	0.14%
	RCA	0.13	0.18	0.14	0.11	0.02	0.01	0.02	0.01
法国	TC	0.86	0.85	0.85	0.84	0.85	0.86	0.86	0.85
	MS	24.38%	24.30%	25.64%	26.55%	27.24%	26.55%	28.71%	28.76%
	RCA	8.17	7.97	8.69	9.13	9.31	9.59	10.96	11.59
意大利	TC	0.97	0.97	0.97	0.97	0.97	0.97	0.96	0.96
	MS	19.53%	19.06%	18.92%	19.30%	19.95%	21.02%	20.71%	20.55%
	RCA	7.07	6.62	6.67	6.86	7.05	7.44	7.51	7.31
西班牙	TC	0.92	0.92	0.92	0.92	0.91	0.93	0.90	0.88
	MS	8.26%	8.18%	8.11%	7.94%	7.73%	8.06%	7.83%	7.34%
	RCA	4.94	4.62	4.62	4.49	4.36	4.56	4.47	4.31

续表

智利	TC	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99
	MS	6.67%	6.55%	6.42%	6.13%	6.18%	6.14%	5.69%	5.81%
	RCA	17.77	17.27	16.52	16.02	17.08	14.63	13.43	14.84
美国	TC	−0.55	−0.54	−0.58	−0.62	−0.63	−0.63	−0.62	−0.62
	MS	5.55%	5.66%	4.81%	4.34%	4.24%	3.96%	4.23%	4.57%
	RCA	0.61	0.63	0.55	0.51	0.49	0.49	0.54	0.55
澳大利亚	TC	0.60	0.63	0.65	0.66	0.68	0.69	0.56	0.53
	MS	5.60%	5.81%	6.52%	6.46%	6.70%	6.80%	4.31%	4.01%
	RCA	4.94	4.91	5.02	4.92	4.71	4.86	2.81	2.44
新西兰	TC	0.86	0.86	0.85	0.84	0.85	0.83	0.82	0.84
	MS	3.79%	3.80%	3.68%	3.53%	3.75%	3.86%	3.61%	3.85%
	RCA	18.29	18.07	17.63	17.97	18.69	18.20	18.61	21.78

中国葡萄干出口竞争力指数与其它国家的比较分析如表 6 所示，中国葡萄干 TC 指数较低，接近 0，出口额和进口额接近，MS 指数值为 3%左右，比较优势较强，具备一定的竞争优势。与其它出口鲜葡萄较多的国家而言，美国、智利、南非 TC、MS、RCA 指数值远高于中国，美国、智利、南非 TC 指数值接近 1，美国 MS 指数值最高，高于中国 9%~18%，具备竞争优势。从综合竞争力指数来看，中国综合竞争力指数值较低，为 0.1 左右，排名低，可见中国葡萄干出口竞争力较小。

Table 6. Comparative analysis of China's raisin export competitiveness index with other countries from 2015 to 2022
表 6. 2015~2022 年中国葡萄干出口竞争力指数与其他国家的比较分析

年份 / 国家	指数	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年
中国	TC	0.06	0.06	−0.20	−0.07	0.11	0.24	−0.04	−0.10
	MS	3.23%	3.47%	1.85%	2.55%	3.84%	3.05%	2.37%	2.62%
	RCA	1.93	1.96	1.05	1.44	2.16	1.73	1.35	1.54
美国	TC	0.76	0.80	0.81	0.53	0.72	0.76	0.72	0.60
	MS	19.09%	18.08%	19.68%	15.72%	13.35%	12.57%	12.95%	16.26%
	RCA	2.10	2.00	2.26	1.84	1.55	1.56	1.65	1.96
智利	TC	0.98	0.95	0.95	0.96	0.98	0.96	0.96	0.97
	MS	7.56%	6.54%	7.45%	8.60%	8.04%	6.91%	7.35%	9.38%
	RCA	20.16	18.17	19.85	22.16	21.01	17.44	17.67	22.75
南非	TC	0.99	0.99	0.99	0.97	0.97	0.98	0.98	0.98
	MS	6.31%	5.58%	6.37%	8.39%	6.15%	6.92%	6.94%	8.02%
	RCA	12.76	11.67	12.63	17.24	12.94	14.26	12.54	16.16
阿根廷	TC	0.99	0.99	0.95	0.98	0.98	0.97	0.96	0.96
	MS	2.71%	2.99%	3.16%	4.45%	3.69%	2.84%	3.14%	3.24%
	RCA	7.92	8.30	9.55	14.07	10.76	9.15	9.00	9.13

续表

希腊	TC	0.81	0.77	0.78	0.77	0.76	0.78	0.83	0.76
	MS	2.25%	2.14%	2.65%	2.81%	2.79%	2.52%	2.21%	2.13%
	RCA	13.18	12.36	14.62	13.93	14.00	12.66	10.46	9.24
荷兰	TC	−0.62	−0.51	−0.57	−0.55	−0.49	−0.49	−0.52	−0.58
	MS	1.55%	1.85%	1.68%	1.72%	2.06%	2.05%	1.88%	1.98%
	RCA	0.55	0.63	0.57	0.57	0.68	0.65	0.60	0.65
德国	TC	−0.70	−0.69	−0.71	−0.74	−0.70	−0.67	−0.66	−0.73
	MS	1.59%	1.74%	1.56%	1.36%	1.55%	1.90%	1.90%	1.50%
	RCA	0.20	0.21	0.19	0.17	0.20	0.24	0.26	0.23

4. 小结及对策建议

4.1. 小结

2015~2022 年中国葡萄整体出口额为 8~12 亿美元，呈先增后减的趋势；中国出口的葡萄产品主要包括鲜葡萄、鲜葡萄酿造的酒、葡萄干和葡萄汁，中国鲜葡萄出口额最高，远超鲜葡萄酿造的酒、葡萄干、葡萄汁。

中国鲜葡萄出口国固定，主要出口市场为泰国、越南、印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、孟加拉国；鲜葡萄酿造的酒主要出口市场为法国、澳大利亚、缅甸、日本、新加坡、比利时、马来西亚、美国、朝鲜、韩国，葡萄干主要出口至日本、英国、德国。

本文选择贸易竞争力指数、国际市场占有率指数、显示性比较优势指数构建出口竞争力评价体系，同时利用熵权法计算出口竞争力综合指数，以此分析中国葡萄出口竞争力。由分析可得出，中国鲜葡萄 TC 指数值、RSA 指数值较低，MS 指数值较高，从 TC 指数值来看，中国排名第三，从 MS 指数值看，美国 MS 指数值最高，高于中国 2%~3%左右，2021~2022 年，中国与美国 MS 值接近，与国外其它 7 个国家相比排名大致为 5，需进一步提高竞争优势；中国鲜葡萄酿造的酒、葡萄干 TC 指数值、MS 指数值、RCA 指数值较低，出口竞争力较小。

4.2. 对策建议

4.2.1. 强化产品质量与技术创新，全面提升鲜葡萄 TC 指数

为了全面提升我国鲜葡萄贸易竞争力指数(TC)，强化产品质量与技术创新是最关键的策略。这一策略要求我们在鲜葡萄生产的各个环节，从种植管理到采摘储存，均实施严格的质量控制标准，确保鲜葡萄在外观、口感、营养价值及食品安全等方面均达到国际领先水平。为实现这一目标，需加大对鲜葡萄种植技术的研发投入，推广智能农业技术，如精准灌溉、病虫害绿色防控等，以提高鲜葡萄的产量与品质[21]。同时，鼓励企业开展技术创新，优化鲜葡萄的保鲜技术和包装工艺，延长产品的货架期，保持鲜葡萄的新鲜度和营养价值[22]。此外，加强品牌建设，通过提升产品包装设计的吸引力，以及强化广告宣传和市场推广力度，提高我国鲜葡萄品牌的国际知名度和美誉度[23]。

4.2.2. 深化国际贸易合作，借力物流成本优势扩大葡萄干 MS 指数

为了深化国际贸易合作，拓宽出口渠道，进一步扩大我国葡萄干的 MS 指数，我们应充分利用我国在物流方面的优势，包括完善的物流网络和先进的物流技术[24]，加强与主要出口市场的合作与交流，积极开拓新兴市场，并优化物流流程，降低物流成本，利用大数据、物联网等先进技术实现物流信息的实时监控

和追踪[25]，提升产品附加值，从而增强我国葡萄干在国际市场上的竞争力，推动其出口量的持续增长。

4.2.3. 加强政策引导与支持，发挥全产业链优势提升葡萄酒 RCA 指数

在当前全球葡萄酒市场竞争日益激烈的背景下，加强政策引导与支持，并充分发挥全产业链优势，对于提升我国葡萄酒的显性比较优势指数(RCA)具有至关重要的作用。政府层面，应通过制定和实施一系列优惠政策，如税收减免、资金补贴等，为葡萄酒产业提供良好的发展环境和政策支持，同时建立健全葡萄酒产品质量标准和检测体系[26]，确保出口产品符合国际标准和进口国要求，从而增强我国葡萄酒的国际竞争力。企业层面，应充分利用全产业链优势，从葡萄种植、酿造、加工到销售等各个环节进行精细化管理和优化[27]，通过引进先进技术和工艺，提高葡萄酒的品质和口感，从而进一步提高葡萄酒的国际市场占有率。

参考文献

[1] 朱艳. 中国葡萄酒产业竞争力及其影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 无锡: 江南大学, 2014.

[2] 彭涛. 乡村振兴战略背景下湖南澧县葡萄产业发展对策研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 中南林业科技大学, 2020.

[3] 吴海洋. 消费升级背景下中国水果产业状况研究[J]. 科技经济市场, 2022(1): 10-13, 19.

[4] 武曦, 郭华, 王越, 等. 我国省际葡萄产业竞争力评价[J]. 北方园艺, 2023(22): 138-145.

[5] 李媛媛, 王鲁泉, 张栋. 我国葡萄酒产业竞争力提升路径探析[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2022(3): 78-83.

[6] 王易凡. 我国水果出口潜力研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 商务部国际贸易经济合作研究院, 2022.

[7] 张放. 2013 年我国葡萄及其加工品进出口统计分析[J]. 中国果业信息, 2015, 32(4): 24-33.

[8] 柳采秀, 陈丽萍, 吴长兴, 等. 葡萄质量安全隐患与生产对策[J]. 浙江农业科学, 2019, 60(11): 2089-2093.

[9] 晏月红. 云南省宾川县葡萄产业竞争力研究[D]: [硕士学位论文]. 昆明: 云南农业大学, 2023.

[10] 张慧如. 葡萄酒归类看“加工” [J]. 中国海关, 2009(6): 38-39.

[11] 樊鸿禄. 贸易便利化对中国农产品出口“一带一路”主要国家影响研究[D]: [博士学位论文]. 哈尔滨: 东北农业大学, 2023.

[12] 彭世广. 中国水果出口生存分析及非关税措施的影响研究[D]: [博士学位论文]. 南京: 南京农业大学, 2022.

[13] 陈代, 战吉宬. 近十年来亚洲国家葡萄酒产业格局变化及主要国家葡萄酒竞争力的演变分析[J]. 酿酒科技, 2011(6): 122-130.

[14] 褚田芬, 雷玲, 朱汉鑫, 等. 我国葡萄及其制品进出口概况及改善策略[J]. 中外葡萄与葡萄酒, 2023(2): 80-88.

[15] 李悦, 郭志超. 中泰水果贸易竞争性及互补性研究[J]. 中国食品工业, 2022(24): 46-51.

[16] 冯子璇. 中国与 RCEP 国家农产品贸易潜力及贸易政策研究[D]: [博士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2023.

[17] 朱向梅, 张彬. 我国地理标志水果产业竞争格局时空演化研究[J]. 林业经济, 2022, 44(3): 78-96.

[18] 陈砺. “一带一路”背景下产品空间与动态比较优势研究[D]: [博士学位论文]. 北京: 对外经济贸易大学, 2019.

[19] 陈光宇. 银川市葡萄酒全产业链发展与乡村振兴耦合协调研究[D]: [硕士学位论文]. 咸阳: 西北农林科技大学, 2023.

[20] 江艳. 中国葡萄酒进口贸易与产业发展研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京农业大学, 2007.

[21] 郑永利, 汤达钵, 宋主荣. 绿色农产品与国有农场转型发展[M]. 杭州: 浙江大学出版社, 2019: 334.

[22] 马多春. 农产品冷链物流标准化体系构建对策探究[J]. 中国管理信息化, 2024, 27(12): 165-167.

[23] 刘梦姣. 吐鲁番葡萄区域品牌竞争力研究[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 中南林业科技大学, 2020.

[24] 邵敏. 中国农产品跨境电商发展的困境与对策[J]. 北方经贸, 2024(4): 75-77.

[25] 谢韫颖. 智慧物流企业配送效率及影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海工程技术大学, 2020.

[26] 杨静. 价值共创视角下利思酒庄的品牌营销策略研究[D]: [硕士学位论文]. 银川: 宁夏大学, 2023.

[27] 陈洁梅, 刘曾. 数字基础设施建设对农业产业链供应链现代化的影响[J]. 中国流通经济, 2023, 37(11): 47-60.