

美果農成池魚 車厘子先遭殃

華商急減進口額 國產品種迎機遇

美國主要出口中國農產品關稅漲幅

農產品	漲幅
蘋果	10% → 50%
車厘子	10% → 50%
橙	11% → 51%
布祿	10% → 50%
未去殼核桃	25% → 65%
帶殼開心果	5% → 45%
杏仁	10% → 50%
帶殼榛子	25% → 65%



美國盛產的金車厘子。香港文匯報浙江傳真

模特兒在美國西北車厘子協會月初於深圳商場舉辦的一場推廣活動上自拍。資料圖片

超市叫停促銷 旺季坐冷板凳

每年的六七月份，正值美國車厘子上市季節，中國各大城市的大型超市、電商網站都會大張旗鼓地為車厘子舉辦促銷活動，不單單留出最好宣傳位置，還設計多款禮盒，甚至請明星到美國進行採摘直播。去年7月，天貓與美國西北車厘子協會更創出一天半售罄12萬磅精選金車厘子的紀錄！

轉購新西蘭奇異果

然而，香港文匯報記者在近日一個炎熱的午後，來到位於杭州嘉里中心、專門銷售進口食品和生活用品的Ole精品超市時，發現在生鮮水果區，擺在中心

位置的，不是車厘子，而是新西蘭奇異果、山東冬棗和台灣鳳梨，兩位促銷人員不斷推薦國產小番茄與來自墨西哥的牛油果。「你們這裡有銷售車厘子麼？」面對提問，一位促銷人員指向靠邊雪櫃中的三排車厘子說，「最近美國的車厘子銷售一般，主要是因為現在是各類水果的上市旺季，消費者選擇多，這段時間車厘子沒有搞促銷和試吃活動，有點賣不動。」

一位來逛超市的徐女士在水果區呆了近10分鐘，最後買了一箱新西蘭奇異果和一把菲律賓香蕉。當問及為什麼不買

些車厘子給孩子時，徐女士笑道，現在美國車厘子1公斤禮盒要價138元，兩天就吃完了，還不如添幾十元買一箱新西蘭奇異果，能吃上大半个月。「今年的車厘子太貴，買不起。」

敏感時期避碰釘子

天貓、京東、本來生活等國內各大電商平台，都沒有像往年一樣大張旗鼓的美國車厘子促銷活動。一位電商從業人員表示，受中美貿易戰影響，內地部分消費者對美國農產品有一些偏見，為了製造不必要的麻煩，就暫停大促銷活動了。「如今是敏感時期，我們也不想碰釘子。」

電商平台一直是美國農產品主要的銷售渠道之一，華盛頓州排名前十的水果企業有6家在「天貓國際」開店。華盛頓蘋果協會自2013年聯手天貓後，網上銷量以年均超過100%的速度增長，2015年「雙十一」期間，24小時就賣出100萬個加拿大蘋果。

美經理憂價格大降

「失去中國市場，美國水果可能就賣不出這個價錢，如同60%以上銷往中國的大豆，不出口到中國，價格會降一半。」Auvil Fruit的銷售經理張先生對此憂心忡忡。



浙江杭州一精品超市內，徐女士仔細挑選水果，放棄價格昂貴的美國車厘子。香港文匯報記者俞畫攝

在去年美國對中國出口的2.26億美元新鮮水果中，超過半數為車厘子，出口額自2013年以來增長了4倍以上。目前正值車厘子收穫季的中期，「今年車厘子西北產區仍為『大年』，預計產量為2,300萬箱（每箱20磅），為近十年來的第三高產量。」美國西北車厘子協會代表王森說。然而，隨著美方挑起的中美貿易戰的越演越烈，美果農難免遭遇池魚之殃。中國對美國車厘子加徵關稅後，華盛頓州的1,400名種植者和西北地區1,100名種植者難逃衝擊。

中國是最大海外市場

胡先生是美國西北車厘子種植者協會國際業務的主管，該協會代表華盛頓州、俄勒岡州、猶他州、蒙大拿州和愛達荷州等地種植者們。「過去幾年這些州的車厘子總銷量為20萬噸，其中中國顧客購買了10%。」該協會數據顯示，去年美國對中國內地和香港地區出口了320萬箱、約3.3萬公噸的車厘子，回報額高達1.4億美元。「中國是美國西北車厘子產業最大的海外市場，並且依然會是一個重要市場。」

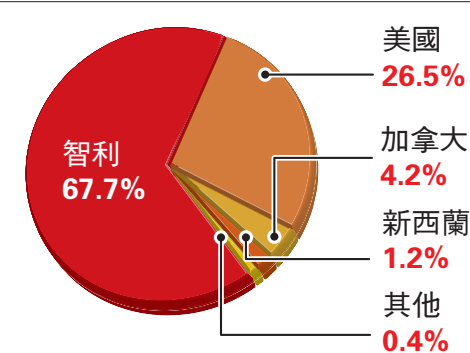
美農將擔大部分稅款

「這已經是一個買方市場，因此賣方將會承擔大部分的徵稅費用，這就意味着美國農產品必須壓低價格出售給採購商，才能將今年的車厘子出口售價與去年持平。」美國蔬果公司Auvil Fruit的銷售經理張先生說。

美國西北農產品理事會主席Mark Powers則表示，如果勞動力成本超過潛在利潤，一些種植者未來可能會選擇放棄車厘子，因為車厘子最大的成本來自採摘。

即使這樣，中國進口商依然下調了對美國車厘子的進口額。上海易果超市有限公司銷售人員告訴香港文匯報記者，受貿易戰的不確定影響，公司今年下調了對美國水果的

2017年各國車厘子於中國市場佔比



進口額，尤其是在車厘子和蘋果的選擇上，會加大從加拿大和新西蘭的進口力度。

冷鏈物流助力國產貨

隨著人們對高品質水果的不斷追求，近年來國產車厘子種植業也迎來了蓬勃發展，新品種和高品質產品發展迅速，產區主要集中在山東、山西、河南、河北、陝西、甘肅和遼寧大連。

目前在內地市場上，小個頭的國產山東車厘子批發價最低僅每斤10元，大個頭的則高達60元-70元，其中大個頭的大連車厘子口感已不遜於進口，且由於供應鏈更短，到達消費者手中的新鮮度也更好。

從事車厘子銷售5年多的果商電商發起人陸晨已把國產車厘子作為其銷售重點。「以前國產車厘子由普通貨車運送，直到三年前，國內的物流企業開始把冷鏈運輸應用到車厘子領域，從此徹底改變了局面。」

借助京東物流，今年大連車厘子銷售可覆蓋內地245個城市，煙台車厘子可覆蓋220個城市，每天都有數十噸車厘子通過「次日達」送至消費者手中。



近年國產車厘子新品種和高品質產品發展迅速。圖為遊客在河北秦皇島一果園內展示採摘的車厘子。資料圖片

中國另尋貨源 勢捧伊朗果仁

中國是美國堅果重要的海外市場之一。2016年，美國堅果的出口總額為74億美元，其中出口到中國內地和香港的貿易額就達到11億美元，約佔總額的15%，僅次於歐盟。目前美國對中國出口的主要堅果為核桃、杏仁、開心果、碧根果、榛子等。鑒於目前兩國貿易形勢，業界人士估計中國採購商將從其他國家尋求貨源。

數據顯示，2017年美國的帶殼開心果對中國出口達1.75億美元，關稅增加後無疑將給世界第二大開心果生產大國伊朗帶來更多的機會。2017年伊朗帶殼開心果對中

國出口的平均單價為每噸6,437美元，美國為每噸6,334美元，關稅增加後會使美國開心果在價格競爭中處於不利位置。

此外，中國也是美國碧根果最主要海外銷售市場，佔據了美國碧根果出口量的20%。去年11月起，中國將碧根果關稅降為7%，增加關稅後，美國碧根果的關稅為22%，而墨西哥和南非的關稅仍為7%，澳洲由於自由貿易協議今年的關稅降為4.8%。不少業內人士分析，中國採購商出於進口成本考慮，將增加從其他貨源國的採購。



美國農民菲彭展示初步成形的杏仁果實，憂心銷情。資料圖片

報復美鋼鋁稅 多國劍指農產

自美國總統特朗普宣佈對從歐盟、加拿大和墨西哥進口的鋼鐵和鋁分別徵收25%及10%的關稅後，多國表示將對美國出口產品展開報復性措施，水果產品在報復名單中。

墨西哥宣佈，將對包括豬腿、豬肩肉、蘋果、葡萄、藍莓、芝士等美國產品採取對等措施。

同時，印度也已向WTO提交可能被加徵高額關稅的美國產品清單，包括豌豆、鷹嘴豆、蘋果、胡桃、大豆油等，擬增設的關稅從5%到100%不等。

從目前披露的信息來看，水果均在各國的反擊清單當中，一旦關稅措施實行，美國水果出口無疑將受影響。

以華盛頓蘋果為例，在其十大出口市場中，目前已有三個國家（中國、印度、墨西哥）表示將對其徵收額外關稅。

華盛頓蘋果料損害重大

墨西哥是華盛頓蘋果的最大出口市場。華盛頓州亞基馬市長鮑爾斯在一次採訪中表示：「華盛頓州每年向墨西哥出口超過2億美元的蘋果。目前還無法預測該行業將受到何等損害，但預計損害重大。」

此外，根據華盛頓州果樹協會的數據顯示，2017年華盛頓蘋果向中國內地出口近180萬箱，向香港地區出口近100萬箱，總金額在4,500萬-5,000萬美元之間。