青岛农品“出海”，如何叫好又叫座

□青岛日报/观海新闻记者 衣 涛

农产品在我国外贸舞台上扮演着重要角色。海关总署公布的数据显示，截至2025年，我国农产品出口已连续5年实现正增长；今年前8个月，农产品出口4920.3亿元，同比增长4.2%，主要品类为蔬菜及食用菌、水产品、干鲜瓜果及坚果。

作为农产品出口大省，2025年，山东农产品出口1668.3亿元，增长1.2%，出口规模连续27年领跑全国，占全国的22.4%。青岛是山东农产品出口的“领头雁”：2025年全市农产品出口额492.95亿元，占全省近三成，2026年前三季度出口404.3亿元，增长12.1%，高于全省6.3个百分点，稳居全国大中城市农产品出口第一方阵。

但领先不等于成熟。当前，青岛农产品出口仍处于从传统初级产品出口向深加工、品牌化转型的“爬坡期”，整体水平全国领先，内部品类却分化明显：有的品类已具备高附加值特征，有的仍停留在较低水平。

在外贸增速承压、同业竞争加剧、海外标准升级的背景下，系统性提升出口农产品附加值，是青岛巩固农业外贸优势、培育乡村新质生产力的必答题。农产品“出海”，如何才能叫好又叫座？

青报智库特邀山东社会科学院农村发展研究所副研究员吴炜峰，青岛农业大学经济管理学院、新农村发展研究院院长李敬锁，尚好科技有限公司总经理郁东兴等业内专家，围绕青岛如何系统性提升出口农产品附加值、推动农产品“出海”叫好又叫座，积极出谋划策。



■尚好科技展厅展出的各类冻干农产品。 周 伟 摄



吴炜峰



李敬锁



郁东兴

借平台、拓市场

胶州辣椒走俏欧美市场，平度泡菜端上韩国人餐桌，莱西墨瑞鳕“游”入澳大利亚商超……从田间地头的时令果蔬到深加工的美味佳肴，青岛之所以能够成为山东农产品出口的“领头雁”，在一定程度上要得益于相对丰富的资源禀赋与较为完善的产业布局。

青岛农业大学经济管理学院、新农村发展研究院院长李敬锁认为，核心优势在于青岛依托“大都市带大农村”的独特禀赋，构建起了从生产、加工到跨境流通的一体化生态。

山东社会科学院农村发展研究所副研究员吴炜峰同样表示，青岛农产品附加值相对较高，靠的不是种植规模，而是“前港后厂”结构——原料在此集散、加工、出口，口岸区位把流通优势转化为加工增值。“放到全国沿海城市中比较，青岛出口体量稳居第一梯队。向更高附加值进阶，正是青岛下一步的主攻方向。”

面对当前复杂多变的国际形势，青岛该如何持续拓宽出口农产品的上行路？交流中，专家们不约而同提到一个关键词——平台。

青岛拥有多个高能级开放平台，为青岛乃至全国的农产品出口提供了诸多便利。

如落地上合示范区的上合组织国家技术性贸易措施研究评议基地（以下简称“评议基地”），通过开展信息收集、法规研究、措施评议、风险预警、咨询服务、影响调查等工作，可以减轻或消除国外技贸壁垒对我国外贸出口造成的负面影响。在实践探索中，已帮助多类“中国生产”“中国制造”叩开多个国家（地区）市场的大门。这些优势再叠加青岛自贸片区、国家农业国际贸易高质量发展基地，以及永久落户青岛的中国国际渔业博览会等平台优势，青岛“买全球、卖全球”的节点功能，在国内城市中并不多见。

从通道支撑看，青岛港航线密度北方领先，胶东机场、中欧班列和TIR国际公路运输等正不断抬升多式联运的整体能级和辐射半径。通道优势正加快转化为产业吸引力。

作为国内最早布局三文鱼精深加工领域的龙头企业之一，庞仕水产（上海）有限公司正是看中青岛便利的交通环境，才将庞仕国际海洋深蓝产业基地项目落户胶州——来自北欧的三文鱼在胶东机场落地后，仅需30分钟即可运抵产线。

从规则和市场看，RCEP的关税减让和原产地累积规则仍在释放红利，在我国对RCEP成员国出口的农产品总额中，山东占比较高。

“接住这些红利，关键是以工业化思维，让过路的‘流量’沉淀为加工能力和品牌资产。”吴炜峰说。

平台优势最终要落到经营主体和出口成效上。作为一家以冻干果蔬精深加工出口为主的省级农业产业化龙头企业，尚好科技是青岛开放红利的直接受益者。立足青岛开放禀赋，该公司产品依托港口、中欧班列等通道可便捷通达全球市场。尚好科技有限公司总经理郁东兴介绍，经过10余年发展，公司已开拓北美、欧盟及东南亚等海外市场，产品出口占比约八成。今年前三季度，尚好科技“海外市场版图”进一步扩大，订单量实现翻倍增长。

■辣椒生产企业的自动化生产线。



优品质、强协同

农产品“出海”闯市场，品质是立身之本。青岛开放禀赋带来的平台流量，要真正沉淀为农产品出口的“价值”，首先要过品质这一关。

吴炜峰表示，农产品在经济学上属于“信任品”，海外采购商在交易前难以验证货物品质，附加值高低很大程度上取决于供货方能否替买家降低信任成本。他认为，品质不是简单的“好吃”，而是从生产到交付的全链条确定性：生产端以规范管控和基地建设确保“批批一样”，采收端以分级实现优质优价，准入端以合规认证打通市场门槛，流通端以预冷、气调和全程冷链守住“到港货架品质”，表达端以检测报告、营养标签等可核验信息提供信任凭证。

“五个环节环环相扣，品质才能由生产端的一致性转化为采购端的信任、由交付端的稳定性转化为市场溢价，真正变成价格和价值，也为青岛农品从品质优势迈向更高层次的价值竞争夯实基础。”吴炜峰说。

尚好科技的实践印证了这一观点。“出口欧美市场的农产品，利润固然可观，但这些市场对品质的要求也极为严苛。以尚好科技从事的深加工行业为例，20多吨原材料才能产出1吨成品，经过浓缩加工后，一旦品质不达标，产品就无法出口。”郁东兴介绍，要满足高端出口需求，必须从种植源头对农产品原料开展长线质量管控，并以“订单农业”破题：通过龙头企业带动，深度整合农业产业链，把源头管控和农户激励嵌入订单安排。

实际上，“订单农业”在青岛已有深入实践。比如，益海嘉里在胶州与当地20多个村级合作社签订千亩订单农业协议，建立稳定供应链的同时，带动当地居民创收；青岛绿村农产品专业合作社通过“订单农业”，不仅有效规避了农产品市场价格波动风险，还使田间播种、管理、采收更具标准化与高效性，让种植户获得可靠的收益回报……

尚好科技同样已经开始相关探索。企业从种植端入手，采用“公司+专业合作社+基地+农户”的订单模式，通过推广种苗、技术支持，统一种植、管理标准，每年可带动当地种苗培育、农产品种植基地6000余亩，带动种植农户2100余户。

“订单农业一方面可以通过溢价激励农户高质量生产，另一方面可以强化源头管控，避免盲目种植。”郁东兴举例，公司目前不少原料需从其他区域采购，仅冷链运输成本每个集装箱就要数万元；若通过订单农业将部分适宜本地种植的农产品就地生产，既能为企业节省物流成本，也能把节省下来的成本用于激励农户高质量生产，实现企业与农户双赢。

提升农产品附加值，“优品质”之外，“深加工”是绕不开的一环。

郁东兴表示，有数据显示，加工率每提升1个百分点，对应的是百亿、千亿级消费容量，开发冻干果蔬等深加工产品，正是青岛农产品增值的重要抓手。他介绍，尚好科技已打造冻干果蔬、航天食品等百余种产品，年可消化百万吨新鲜果蔬。

深加工还可以通过系统化开发，对农产品充分利用，创造更大价值。其背后的逻辑在于产学研协同。

“比如辣椒，不仅可以根据客户需求定制辣椒精油、复合调味料等精深加工产品，还可以与高校院所合作，把辣椒的‘色’与‘辣’分开，提取天然红色素等高价值产品。同时，提取有效成分后的废渣经烘干、脱毒处理，可加工为高端畜禽饲料。”李敬锁以胶州辣椒产业举例，这种“吃干榨净”的做法，不仅将每一个辣椒的价值全部转化为“真金白银”，还大幅降低了企业的废料处理成本，让出口企业在国际市场上拥有了更强的价格优势与抗风险能力。

循着这一逻辑，李敬锁建议，青岛应建立起中试熟化、利益联结和出口场景协同机制，引导共建农产品精深加工中试公共平台，开放高校院所相关设备资源，完成小试到百吨级量产的工艺放大验证，推动实验室成果落地；鼓励科技特派员、技术经理人入驻企业，以成果作价入股等方式建立利益联结机制，激发面向市场的技术研发动力；还要对标国际认证标准开展技术研发，适配国外目标市场准入要求。

塑生态、链未来

出口农产品附加值的提升，并非单一企业、单一品类的升级，而是全产业链、全生态的迭代。面向未来，青岛该如何发力？

专家们认为，品牌与标准是应有之义。

近年来，青岛越来越注重农产品品牌培育——已培育国家农业精品品牌2个、省级知名农产品品牌64个、市级知名农产品品牌248个，全市认证绿色、有机、地理标志农产品总量达253个，认定全国名特优新农产品84个、特质农品40个，品牌矩阵不断壮大。

但在吴炜峰看来，青岛仍在一定程度上面临着“有地标、缺国际品牌”“有区域形象、缺企业梯队”的状况：青岛拥有54个国家地理标志农产品，居副省级城市首位，但出口多是原料和贴牌，海外终端消费者知晓率不高；“青岛农品”在全国区域农业品牌影响力中排地市级榜首，但出口端真正具有带动力的企业自主品牌仍然偏少。

对此，吴炜峰建议，主管部门要引导企业搭好“母品牌+子品牌”梯队，由“青岛农品”统一背书，胶州大白菜、大泽山葡萄、马家沟芹菜等单品IP打头阵，九联、柏兰等企业品牌跟进；要用足国际规则，依托中欧地理标志协定和“一带一路”地理标志品牌推广清单等，加快海外商标注册与维权；要把叙事本地化，让“国礼胶白”这类故事变成目标市场的消费理由；要推动渠道往终端走，用跨境电商、海外仓、国际展会逐步收回定价权；要管好授权、分级和溯源，牢牢守住区域公用品牌的公信力。

“企业自主品牌的成长，既需要自身在产品端持续创新，也离不开政策端护航。”郁东兴表示，希望主管部门加大对企业在境外注册商标、专利的扶持力度，通过贷款贴息、参展补贴等方式降低企业海外创牌成本，建立企业自主品牌在海外的法律保护屏障。

标准是农产品闯荡国际市场的通行证。李敬锁提出，青岛农产品出口要从“卖产品”向“卖标准、卖服务”进阶，引导企业积极参与国际标准制定，推动种业、技术、模式整体输出。他建议，与上合组织国家联动共建农产品标准联盟，鼓励把特色品类成熟加工规范升级为区域通用标准，同步对齐欧盟、日韩高端市场准入要求，推动从“被动达标”向“主动定标”转变；在青岛自贸片区搭建一站式国际认证服务枢纽，集中提供BRCGS全球食品安全标准认证、欧盟有机认证等办理通道，推动上合组织国家间农产品检测结果互认，压缩企业合规时间与成本；同时，依托上合国际绿色农产品博览交易中心的区块链溯源系统，将农产品全流程生产数据上链存证，全球采购商扫码即可核验全链路品质。

树品牌、定标准之外，企业也要通过积极布局新赛道，主动向价值链高端攀升。

近年来，伴随人们健康饮食意识增强、运动与健康生活方式普及，以及对食物功能性成分的需求持续增长，功能性食品市场前景广阔。有报道显示，2026年，全球功能性食品市场规模预计达3815亿美元，复合年增长率约9.2%，中国市场功能性食品零售额也将接近5000亿元。

郁东兴透露，循着这一趋势，尚好科技接下来将不再停留于大众化农产品加工，而是向功能性食品领域延伸，通过与高校及科研院所合作，挖掘水果、鸡鱼肉蛋等食材在冻干加工后的功能特性，开发具有更高附加值、更受国际市场认可的功能性食品。

宠物食品是青岛农产品出海的另一条高附加值赛道。数据显示，今年前三季度，山东省以宠物食品为主的配制动物饲料出口额达81.4亿元，增长9.2%。聚焦青岛，全球宠物碗里的“青岛味道”越来越浓——该领域，全市现有注册出口企业数十家，其中获欧盟注册登记的企业近30家。2025年，全市宠物食品出口额近20亿元，2026年的数值有望继续攀升。

期待越来越多青岛农品跨越山海，成为世界餐桌上的“全球优品”。