

美国对畜牧业财政支持的政策及做法

<http://www.crifs.org.cn> 2007年8月28日 孙茜

## 一、政府基础性投入

美国在政府基础性投入方面主要包括草场资源的保护、畜牧科技的支持和对农牧场主的支持。美国在2002年的新农业法中加大了对土地的保护补贴，其中很多方面都和畜牧业有关。

如帮助作物和畜牧生产者改善环境的环境质量激励计划，其中包括加大对新农场主或牧场主的资助力度，保留政府承担75%的环境保护费用分摊支付，但如果生产者资源有限或是刚起步的农场主或牧场主则允许90%的费用分摊率。

为私人牧场的保护和改善提供技术和教育援助。2002-2007财政年度每年授权6000万美元的拨款。鼓励采用可持续的放牧方式，如终年放牧、轮牧或适度放牧等，以保护私人牧场的发展。另外还出台了草地储备计划，通过长期合同或地役权等不同形式帮助土地所有者恢复草地，保护大天草地。2003-2007年资助2.54亿美元。政府对恢复草地费用的分摊率高达75%-90%。

此外，美国政府为了提高新农牧场主、青年农民和农业雇工等弱势群体的生存竞争能力，还在教育和推广服务中给予了特殊的关注。其中一项促进农牧场主发展计划主要致力于对新农牧场主、青年农民和农业雇工提供各种援助，为开展新农牧场主（经营农牧场10年或10年以下的）培训、教育、技能拓展和技术援助服务的机构提供经费支持。其它农牧民也可自愿参与。申请机构需提供25%的配套资金。预留25%的资金优先用于资源匮乏的新农牧场主、社会弱势群体和希望成为农牧场主的农业雇工。

## 二、收入支持政策

美国对畜牧业提供了大量的收入支持政策，主要包括牛奶收入损失合同项目、牲畜补偿项目以及家畜援助项目等。牛奶收入损失合同项目是美国农场服务局提出的，主要目的是保证和维持牛奶生产者的稳定收入，减轻市场风险。执行条件是当波士顿一级牛奶的价格低于16.94美元1英担时向牛奶生产者提供财政补偿，以确保牛奶生产者的收入不受市场价格的影响。这个项目在2002年的农业法案中提出，具体的资助额度根据市场的运行情况决定。牲畜补偿项目最初始于2002年，是由农场服务局执行的一项紧急倡议，旨在对那些由自然灾害导致畜产品损失的合法所有者的一种直接补偿。这项法案对合格的畜产品生产者提供直接支付。符合条件的家畜必须是牛、绵阳、山羊和水牛。

家畜援助项目是指为在2003-2004年因自然灾害造成损失的家畜生产者提供补偿的措施。能获得准许的城市必须是在2003-2004年由于干旱、高温、疾病、虫害、洪水、火灾、飓风、地震、严重暴

风雪或其他灾害等，使城市的40%或以上牧场遭受至少连续3个月的灾害损失。只有在这些地区的家畜才能够获得补偿，可获得补偿的最大比例为80%。项目还规定能够获得补偿的家畜包括公牛、乳牛、水牛、麋鹿、驯鹿、野牛、绵羊、山羊、猪、马等用于商品性的人类食物，或作为自给自足的食品生产。获得补偿的生产者必须在受影响前饲养或租借家畜至少3个月。用于该项目的总资金没有设置上限。

### 三、价格支持政策

美国主要对牛奶及其制品实行价格支持计划。根据美国2002年农业法案，从2002年6月1日开始，到2007年12月31日，农业部通过购买奶酪、黄油和脱脂干牛乳对48个州生产的牛奶进行价格支持。在计划期间，牛奶的保护价格为9.90美元/每英担（其中牛奶含3.67%的脂肪）。这种保护价格足以弥补生产者的成本，并且不低于牛奶收入损失合同项目条款中对牛奶的支持率。从操作形式来看，美国的奶产品价格支持计划相当于我国的粮食最低收购价，确保奶农以不低于9.90美元/英担的价格获得收入；在该计划下对所有把奶制品（包括奶酪、黄油和干的脱脂牛乳）卖给农业部的生产者提供的支持购买价格都是相同的。

### 四、促销计划投入政策

目前，美国畜产品的出口占国内消费量的10%左右，而在上世纪90年代初还不到5%。其中肉类出口占世界出口的15%，奶类出口占世界出口的3%，蛋类出口占世界出口的8%~9%。美国畜产品产量大，竞争力强，多数年份的出口量大于进口量。这与美国大力推动畜产品出口是分不开的。为了促进畜产品的出口，美国除了制定一些专门的出口促进计划外，更多是包含在整体农产品出口促进计划中，主要包括市场准入计划、外国市场发展计划、奶制品出口激励计划，等等。

1、“市场准入计划”。主要目标是鼓励发展、保持和扩张美国农产品市场，刺激和增加小公司出口的兴趣，打开新的市场，抵消不公平的海外竞争以及增加美国农产品的商业销售。其中，该项目对资助的产品有明确的规定，资助产品包括奶制品、鸡蛋、饲料、蜂蜜、肉、宠物食品、禽肉、牛脂、葡萄干、大米、大马哈鱼、大豆、草莓和小麦等等。2002年的农场安全和农村发展法加大了对MAP的资助力度。在后来的五年内，计划的资金逐渐增长，2003年是1.1亿美元，2004年是1.25亿美元，2005年是1.4亿美元，2006至2007年是2亿美元，是原有规模的两倍。其他的外国市场发展（合作者）计划、新兴市场计划、质量样品计划中都有涉及畜产品的项目。

2、奶制品出口激励项目。该项目的主要目标是为奶制品生产者发展出口市场，帮助美国奶制品生产者、加工商和出口商进入外国市场，这些出口市场由于目前其他国家的补贴政策而使美国奶制品缺乏竞争力。奶制品出口促进项目为美国出口商建立了相应平台，帮助美国出口商进入世界市场。美国农业部采取现金支付给出口商，允许他们以低于成本的价格出售一定量的奶制品。符合条件的产品是奶粉、脱脂奶粉、干酪、意大利干酪、高达（荷兰干酪）、羊乳酪、乳酪和美国加工干酪。每个出口商通过向美国农业部递交申请书要求获得补贴。销售都是在私人部门进行，美国政府不参与。一旦一个申请被批准，它将使农业出口商在特定的目标市场与预期买者进行协商，就价格、数量、质量、交货和其他项目谈判。最高的销售数量根据美国农业部批准的资金数量而定。

