

# 美国盐业市场化流通基本模式及启示

中国盐业总公司 崔静 浙盐集团宁波市盐业有限公司 周洪福

[摘要]美国基于本国国情，在盐业管理上采取了完全市场化运作模式。本文分析了美国盐业发展历程、产销情况、市场主体变化情况以及市场流通模式的基本特征，并提出对推进我国盐业市场化改革和成熟的市场流通主体建设的借鉴和设想。

[关键词]盐业；管理体制；流通模式；改革

美国是世界上经济自由化程度最高的国家，也是较早实行盐业市场化模式运行的国家。美国盐业改革历程及市场化运行基本模式对我国正在推进的盐业市场化改革和成熟的市场流通主体建设具有十分重要的借鉴意义。

## 一、美国盐业基本情况

美国的盐资源十分丰富，拥有众多的岩盐矿层、湖盐和天然卤水等资源。在美国的东部、中部和北中部，由于当地雨水较多，不适宜日晒盐生产，但富有岩盐矿层和盐丘；在美国的西部，气候干燥，卤水资源丰富，主要为盐湖和干涸盐湖。尽管美国盐资源丰富，但由于需求有限，盐资源得到了有序开发利用，按照以销定产原则组织生产，实现了产销基本保持平衡。

### 1、制盐业发展历程

美国近代盐业经济始于 18 世纪末，制盐的集团化生产始于 19 世纪 80 年代。制盐业在美国的发展，如同世界上大多数国家一样，经历了三个发展阶段：①为用盐自给自足而作的努力；②通过深钻方式探寻岩盐；③运用科学方法，发展以盐为基础的大规模化学工业。

美国独立战争期间，在美国的大西洋沿岸曾出现过一次狂热的产盐尝试，其方式是利用太阳能蒸发咸水湖中的海水（或在铸铁锅中将海水熬浓）。到独立战争结束之际，因生产成本较高，制盐企业普遍效益不佳，无力同从英国本土或从西印度地区的进口盐竞争，这种情况一直持续到 19 世纪后半期。当时，食盐被认为是证明联邦政府介入各州事务合理性的重要根据，美国把多数产盐地都保留给各州拥有，再由各州将它们租赁给私人制盐商，并征收税收。同时，对外国投资本土盐业有所控制。

美国制盐的集团化生产始于 19 世纪 80 年代早期，当时通过深度钻探方式发现了丰富的盐矿资源。随着盐矿资源的发掘，真空制盐技术的发展，美国盐的产量大幅增加，并逐步成为世界盐的主要生产国，盐产量长期占据世界第一，直到 2005 年，中国盐产量超越美国成为世界第一大产盐国。

随着美国盐业市场化不断推进和自然竞争结果，目前，美国制盐生产主要由少数几个大型企业集团控制，集团内部产销合一，通过以销定产的方式，根据市场需求情况进行自我调整，美国盐的产销量及价格基本保持了平衡与稳定。

近年来中美两国盐的产量及品种结构情况分别见图 1、图 2。

图 1：2004 年以来中美盐的产量发展对比

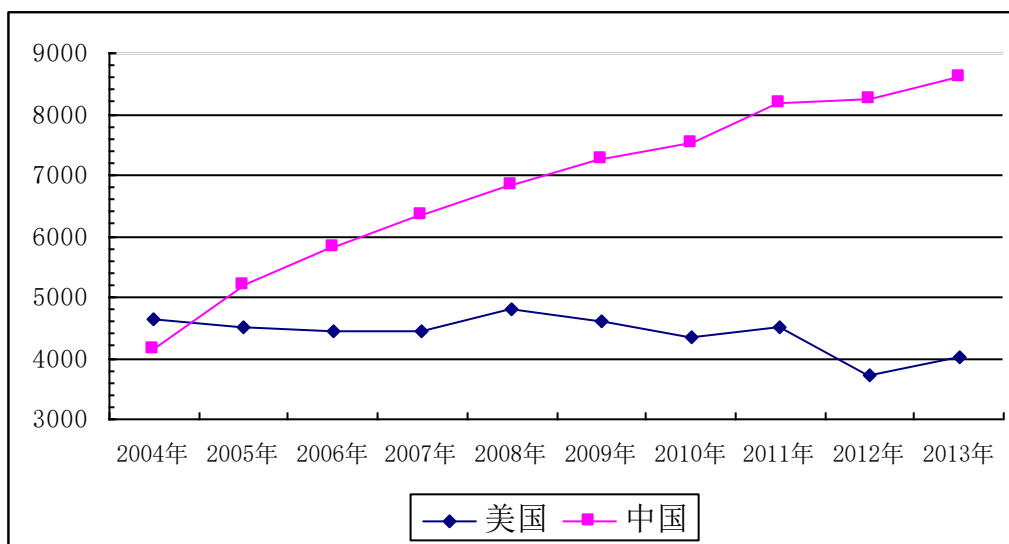
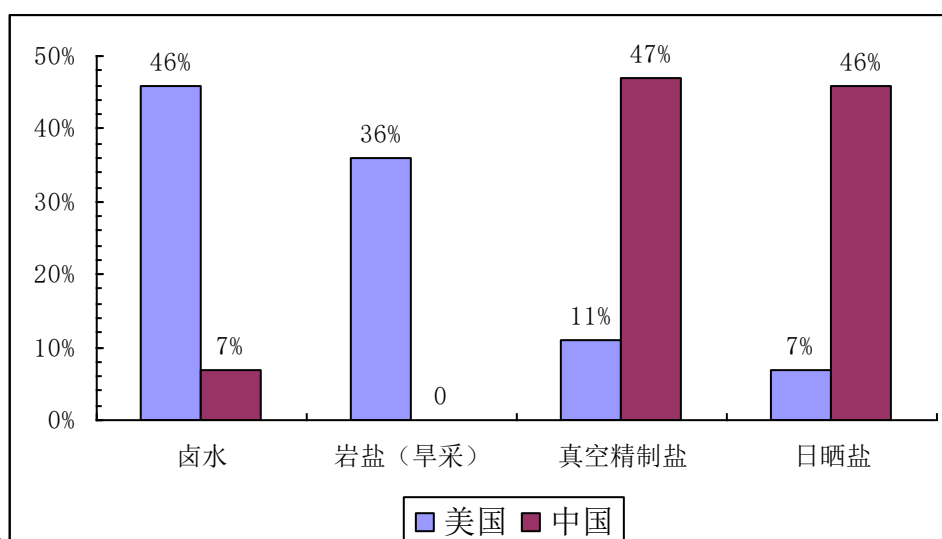


图 2：当前中美两国盐的品种结构对比



备注：美国盐厂按照加工工艺进行统计，为便于对比，作者将我国的湖盐、海

盐列入日晒盐品种。从中美两国产盐结构分析可以看出，我国盐业发展主要集中于高耗能的真空精制盐，而美国的盐业主要以低耗能生产的卤水、旱采盐方式为主，真空精制盐所占份额较低。

## 2、盐的用途及消费结构

直到 19 世纪中期，美国几乎所有生产出来的盐都用于供人们（或某些动物）直接或间接（如肉类加工）食用，工业用途较少。这一局面在英国人造苏打工艺传入美国后发生变化。该工艺 1882 年传入美国，1900 年该工业就消耗了全美盐产量的一半左右。到 1957 年，美国近 80% 的盐产品被氯碱化工业所消耗（多数直接利用卤水）。尽管美国化学工业发展迅速，但随着公路融雪融冰用盐的普及应用，化工用盐比重逐步下降，而融雪融冰用盐则持续增长。

随着美国市场经济的全面发展与繁荣，根据以市场需求为导向原则，美国十分重视盐产品用途的研发，目前盐的用途多达 14000 多种。根据美国官方统计，美国盐的消费结构可以分为以下基本类别：化工用盐、融雪盐、经销商渠道、食品加工用盐、畜牧盐、一般工业用盐、水处理用盐、出口及其它。

① 化工用盐：美国化工用盐消费占比约为 45%，化工用盐大约 91% 是液体盐。

② 融雪盐：美国是世界上融雪融冰用盐消耗量最大的国家，每年融雪盐的消费量在 1000 万吨以上，消费量约占 30%。美国政府采购量占 80% 以上。美国政府相关部门认为只要处理得当，大量使用融雪盐不会对环境造成太大的影响。主要原因一是美国对融雪盐设有专门的技术标准，以减少对环境造成的不利影响；二是融雪盐的使用仅在冬季，经过雨水的冲刷，以及城市完善的排水系统，盐碱化一般不会太严重；三是美国地广人稀，路边土地盐碱化造成的影响不大。

③ 经销商渠道：经销商渠道销售盐约占 10%，该渠道主要分销家庭使用的直接入口食盐、软水用盐及生活用盐等。美国直接入口食盐品种丰富，按照用途、口味、包装、规格、颗粒度和消费习惯等细分品种，以满足不同消费群体的个性化需求。美国根据其国情，食盐分加碘盐和不加碘两种，同时供应市场，由消费者自由选择。

④ 食品加工用盐：主要用于食品加工行业，如肉类加工、奶业、罐头、烘焙、谷物加工等，消费量约占 5%。

⑤ 畜牧盐：主要用于畜牧养殖业，消费量约占 4%。

⑥ 一般工业用盐。主要用于纺织印染、金属加工、橡胶、采油、造纸、皮革加工等，消费量约占 3%。

⑦ 水处理用盐：美国水处理用盐消费占比约为 1%。主要是美国各级政府用于公共水处理需求较大，约占软水盐销量的 70%。其余 30%为商业渠道销售。

⑧ 其它用途及出口约占 2%。

中美盐业消费结构对比见图 3。

图 3：目前中美盐业消费结构对比

国家	化工用盐	融雪盐	经销商渠道	食品加工	畜牧盐	一般工业用盐	出口及其它	水处理用盐
美国	45%	30%	10%	5%	4%	3%	2%	1%
中国	82.2%	0①	5.6%②	5.2%	0.4%	5.3%	1.3%	0

①中国有融雪盐产品，但数量较少，并未做单独统计，在消费中所占比重可以忽略。

②由于中美统计口径不同，中国经销商渠道是指口食盐消费占比。

## 二、美国盐业市场流通模式

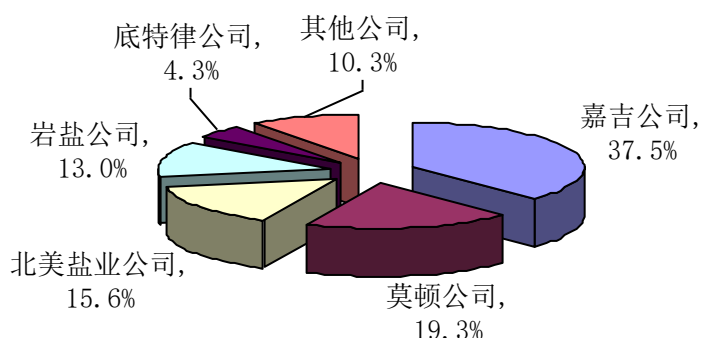
美国盐业市场流通模式的主要特点可以简单概括为“寡头垄断、产销合一、以销定产、有序竞争”。具体而言，具有如下特点：

### 1、经营格局——寡头垄断

美国是盐业流通完全市场化运行的国家。经过市场竞争、兼并重组、优胜劣汰，在市场竞争法则的自然选择下，美国盐业形成了产销合一、寡头垄断的经营格局。在美国盐的商品化生产初期，盐的生产销售处于相对杂乱无序状态，有关资料显示，1880 年全国有 268 个制盐企业。1970 年，美国形成了 50 家盐业公司控制着 95 家盐厂的经营格局。随着市场竞争加剧以及不断增加的能源和人工成本，汇率波动导致进口价格的不断下降以及过度的产能等因素，美国盐业经过新一轮兼并重组，2013 年形成了由 28 个公司控制 61 家盐场的经营格局。由此，美国盐的生产和销售呈现两大明显变化。一是产销合一，制盐企业和销售企业联合在一起；二是寡头垄断，随着市场竞争加剧，产业集中度显著提升，盐的制造和销售企业数量进一步减少。2013 年，美国政府矿产资源统计资料显示，美国共生产盐 4010 万吨，其中莫顿公司、北美盐业公司、嘉吉公司、岩盐公司等几家大型集团控制着全美约 90% 以上的盐业市场份额（图 4：目前美国盐业公司盐产品产销市场份额情况）。这些集团公司产销高度一体、经营高度集中，形成了市场经济条件下的寡头垄断模式。这些

集团都是国际化跨区域、跨产业的公司，盐只是其业务经营的品类之一。如莫顿国际公司由莫顿盐业公司、加拿大盐业公司和巴哈马盐业公司三部分组成，且已涉足中国食盐市场；嘉吉公司已成为大宗商品贸易、加工、运输和风险管理的跨国专业公司，经营范围涵盖农产品、食品、金融和工业产品及服务；北美盐业公司是全球领先的钾肥、镁肥以及盐产品生产商之一。

图 4：目前美国盐业公司盐产品产销市场份额情况（不含液体盐）



## 2、产销模式——产销合一、以销定产

美国盐的资源十分丰富，但盐的产销量基本保持稳定，近十年来，美国年平均盐产量 4380 万吨，近两年来受需求下降影响，产量维持在 4000 万吨左右，没有出现盲目扩大产能、生产过剩、无序竞争现象，其要诀就在于美国盐业市场的寡头垄断、产销合一、以销定产模式。盐业公司向所属制盐企业下达生产计划，盐业公司一般与用户签订长期合同，根据合同供货数量将生产计划下达给所属制盐企业，有效地杜绝了盲目生产。

## 3、运行机制——政府监管、行业协调、企业自律

美国未设立专门的盐业法规，也没有管理盐的专门机构，盐产品与其它普通商品一样，在市场竞争的框架内运行，受反垄断法、反倾销法、食品法等法律法规的管制。政府及美国盐业协会对各种用途盐的技术标准做出规定，各公司必须严格遵照执行。公司作为市场经营的主体，自觉遵守相关法律法规和市场经营规则。

美国盐业协会对促进行业发展发挥了积极作用。美国盐业协会是一个基于北美地区，致力于倡导盐的诸多益处，特别是为确保冬季道路安全、优良水质和健康营养的非营利性行业组织。协会成立于 1914 年，成立之初叫盐生产者协会，1963 年改名为盐业协会。目前协会有团体会员 37 个（团体会员除美国国内相关成员单位

外，还包括北美、南美、欧洲、亚洲等相关国家的单位。中国盐业总公司系该协会的团体会员)。美国盐业协会代表美国盐行业与政府保持经常性的联系，协调企业与政府之间的公共政策、公共关系，代表行业说话，为行业争取合法权益；负责协调会员单位之间的相互关系；盐业协会还经常开展食盐知识宣传，盐的生产、使用等方面的调查与研究，组织开展各种学术活动，为会员提供信息服务。比如，当前社会存在偏见，有些人认为吃盐有害健康，对盐业市场造成困扰。为此，协会履行“消除不准确的公众认知”职责，通过组织专家研究，客观公正地提供正确信息，引导社会舆论，促进市场销售。美国盐业协会积极发挥作用，补充和完善了美国盐业市场运行机制。

#### 4、销售及物流模式——直销+非直销+第三方物流

美国盐业公司在产品销售上主要有直销和非直销两种模式。工业用盐、融雪盐等大宗用盐均由厂商直接销售给客户；而食用盐一般通过食品公司、经营商、连锁超市、大型购物中心销售给消费者。盐业公司的业务流程和内部机构设置都是围绕市场和用户设立，坚持用户至上的理念。

在美国，盐业公司一般采用较低成本的第三方物流配送盐产品，仅有个别规模较大的厂商才拥有自己的物流配送中心。美国盐的运输基本都是依靠陆路运输，这也是盐业公司在不断优化运输半径和运输方式中做出的选择。美国幅员辽阔，早在20世纪70年代以前，政府禁止汽车远程运输。随着高速公路网的形成，快捷畅通而且能够直接到点的近距离汽车运输成为首选。以莫顿盐业公司为例，该公司汽车运输盐的数量已经达到80%，而火车、船只的运输仅分别占15%和5%。汽车运输中，50公里以内的约30%、150公里以内的约占50%，150公里以上的约占20%。汽车运输中，既有直达用户的，也有运至仓储配送中心的。仓储配送中心一般靠近盐厂，由盐厂将包装好的成品盐运至仓储配送中心，以使用户就近提货或仓储配送中心就近送货。

#### 5、价格机制——市场定价

盐产品的种类和价格完全由盐业公司根据市场形势自主研发、自行定价，不受政府部门干预。但市场占有率较高的盐业公司在价格上拥有话语权，盐业协会在盐的价格上不做协调工作，否则将违反《反垄断法》的相关规定；同时，盐业公司也不得采取低价倾销的行为，否则将会受到严厉的经济制裁。由于美国的盐业市场竞争主体较为成熟，各盐业公司之间并没有出现恶性的价格竞争行为，形成了大企业

主导价格，小企业跟价的定价模式。近年来，美国各种盐的出厂价基本保持稳定，盐业公司也保持了合理的利润空间（图 5：近十年美国各种盐的平均出厂价）。

图 5：近十年美国各种盐的平均出厂价（单位：美元/吨）

盐种	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年
真空精制盐	128.39	130.75	145.90	154.95	158.59	178.67	180.08	174.00	170.00	175.00
日晒盐	49.25	58.14	65.06	61.65	64.33	72.09	57.41	51.19	71.87	70.00
岩盐 (早采)	25.83	25.84	24.98	27.84	31.39	36.08	35.67	38.29	36.89	37.00
液体盐 (卤水)	7.01	7.03	6.99	7.11	7.99	7.85	7.49	8.14	8.44	8.50

## 6、市场准入模式——双轨制

美国对制盐生产企业和盐业销售企业采取不同的市场准入模式。政府负责盐矿开采的审批，制盐企业必须在美国食品药品监督管理局（FDA）进行登记。但盐的销售企业设立相对简单，仅是普通的市场经营主体，无进入门槛。

## 三、主要借鉴和启示

美国盐业市场化运作机制对我国正在进行的以市场化为导向的盐业体制改革，培育我国成熟的食盐市场流通主体，具有十分重要的借鉴意义。

### 1、产销合一、寡头垄断是我国盐业市场化改革和发展的必然方向。

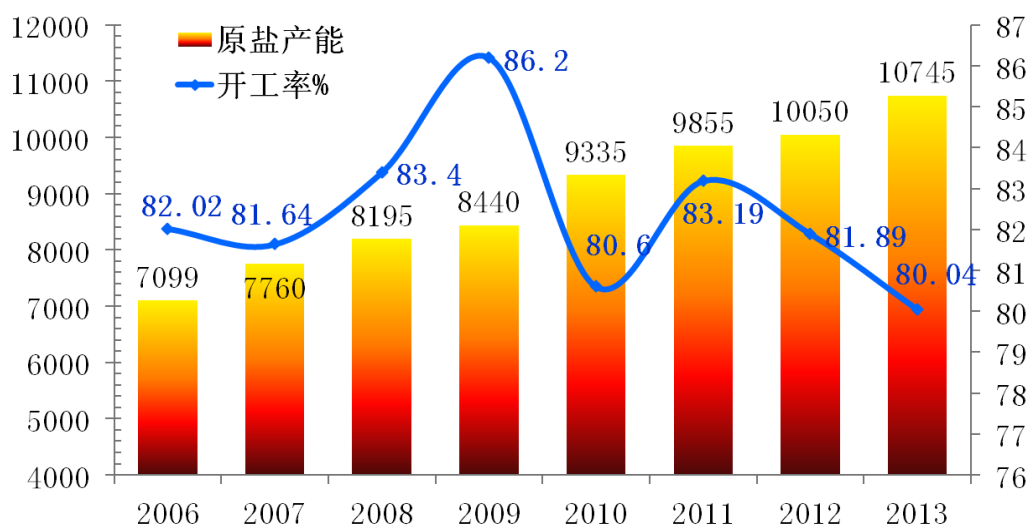
美国盐业市场健康、平稳、有序运行，其关键在于产销合一、寡头垄断的经营体制。我国政府目前在积极谋划盐业体制改革，无庸讳言，盐业市场化是大势所趋，但改革一定要结合我国国情。我国目前的盐业现状是经营主体众多、产销分离、食盐和工业盐分类管理。盐业改革既要考虑行业长远发展，也要考虑体制转型期的社会稳定。政府要做好盐业改革的顶层设计，明确各方责任；盐业企业要顺势而为，共同努力推进产业集中，构建盐业成熟的市场主体。

因此，借鉴美国的经营体制，我国盐业市场化改革，应重点做好以下两项工作。一是推进产销联合，提高产业集中度。我国自 2005 年起，盐产量连年高居世界第一，但制盐产业“多小散弱”，管理粗放，产能盲目扩张，产量平均呈 8% 的速度增长，制盐企业开工率严重不足，企业间无序竞争，大打价格战，企业利润空间日益

缩小甚至亏损，经营难以维持，陷入了共损的怪圈，这与美国盐业的市场需求量决定产量、盐的出厂价保持基本稳定的状况截然相反（图 6：2006 年以来我国制盐产能与开工率走势）。因此，我国应出台相关政策鼓励盐业企业联合重组，逐步淘汰落后产能，控制新增产能，优化原盐生产布局和产能结构，可从节能降耗方面出台相关政策，限制高耗能的井矿盐发展，合理开发海湖盐资源，鼓励发展液体盐。通过提高产业集中度，构建市场经济条件下的盐业市场新秩序。二是构建寡头垄断格局。借鉴美国盐业市场寡头竞争的经验，尽可能减少市场经营主体，避免无序竞争。政府应做好盐业改革顶层设计，发挥现有盐业企业优势，借力推动国有企业改革之机，通过注入资本金、设置企业准入门槛等多种方式鼓励优势企业开展企业并购，减少盐业经营主体，加快推进盐业主体规模化，扶优汰劣，为培育成熟的市场主体创造外部条件。

我国盐业虽然产量居世界第一，但由于企业主体过多，恶性竞争，产能过剩（参见图 6：2006 年以来我国制盐产能与开工率走势），资源浪费，制盐企业普遍效益不佳，市场化竞争的残酷与无奈迫使制盐企业寄托于有政策保护的食盐业务，引发社会对食盐专营政策改革的大讨论。我们必须清醒地看到，食盐市场化改革不是解决当前盐业问题的妙药，反而可能会造成中国盐产业更大的危机。在当前全球化经济背景下，国外游资觊觎中国盐业已久，如何避免散弱的中国盐业被国外强势企业控制，吸取粮油等行业市场化改革教训，应是政府在推进盐业改革时值得关注的问题。

图 6：2006 年以来我国制盐产能与开工率走势





## 2、加强盐业协会建设，服务行业企业。

行业协会介于政府、企业之间，是政府与企业的桥梁和纽带。我国盐业协会在组织行业内部交流、协调行业与政府间关系方面做了大量工作。中国盐业协会应进一步丰富工作内涵，代表全国盐业企业利益，履行与政府之间的公共政策、公共关系沟通，企业之间的协调合作，企业与市场之间的信息对接等职能。通过协会的作用，推进盐业企业在市场规则框架内有序竞争。

## 3、加强盐产品用途和品种的开发。

美国根据盐的用途、口味、包装、规格、颗粒和消费习惯等，对盐产品的用途和品种进行了细分，满足消费者个性化需求。而从我国实际看，关于盐的用途及品种方面的研究开发相对较少，表现为品种比较单一，有附加值的产品种类较少。我国是世界第一大盐的产销国，也是世界第二大经济体，盐的开发和销售有广阔的市场前景。如在液体盐方面，美国化工用盐 91%采用液体盐，而我国液体盐比重仅占 7%；在融雪盐、软水盐的市场开拓方面，随着居民对生活品质要求的提高以及国家对环境保护的重视，软水盐和融雪盐市场大有可为，市场亟待开发，而目前我国刚刚起步；在高端口食盐品种研发推广方面，还有很多差距，盐业企业应在品种规格、包装、口味、颗粒等方面推陈出新，满足不同消费群体需求。

## 4、强化企业内部改革与管理，提升企业软实力。

受长期以来的国有、计划体制影响，与国际同行业先进水平相比，我国盐业企业的内部管理水平和效率远远滞后。目前，我国制盐企业人均年盐产量不足 640 吨，运销企业人均年销盐量不足 200 吨。而美国盐业企业现代化程度高，管理先进，人均年盐产量在 3000 吨以上。因此，我国盐业运销企业要在盐业市场化改革中生存和发展，必须按照现代企业要求，对标先进，加强内部改革创新，加大对人力资源的培育与开发，加速品牌培育与宣传，强身健体，不断提升企业综合竞争实力。

## 参考文献

- [1]钱葆元.美国盐业概况[J].井矿盐技术，1982，（2）.
- [2]姚波.美国制盐业发展简况[J].盐业史研究，1993，（1）.
- [3]中国盐业考察团.美国、日本盐业考察报告[J].中国井矿盐，1993，（1）.
- [4]（美）弗洛仑斯 E 哈利斯.世界盐业经济[J].盐业史研究，1994，（4）.
- [5]（美）弗洛仑斯 E 哈利斯.美国近现代盐业经济[J].盐业史研究，1995，

(2) .

[6]井树桂.世界盐业生产格局及亚洲盐业市场分析[J].海湖盐与化工, 2000,

(5) .

[7]陈逸根.对我国食盐专营体制的研讨[J].中国盐业, 2005, (2) .

[8]曾绍伦.食盐专营及盐业管理模式比较研究[J].四川理工学院报:社会科学版, 2010, (5) .

[9]余长火, 姜长青.美国莫顿盐业百年经营管理[J].中国盐业, 2012, (9) .

[10]中国盐业协会.中盐考察美国盐业: 加快建立我国盐业新机制  
[EB/OL].<http://www.yanzheng.com/shownews.asp?newsid=4190>,  
2005-02-20/2014-04-08.

[11]江苏盐业协会.江苏省盐业考察团赴美国加拿大考察盐事报告  
[EB/OL].[http://www.cnsalt.cn/special\\_d.asp?id=5609](http://www.cnsalt.cn/special_d.asp?id=5609), 2010-10-22/2014-04-08.

[12]美国政府官方网站矿产资源统计[EB/OL].  
<http://minerals.usgs.gov/minerals/pubs/commodity/salt>, 2014-04-08.

[13]朱国梁, 中国盐业市场及两碱行业动态分析[C].2014年中国盐业产销座谈会资料, 2014.