



新华指数  
Xinhua Indices

# 2022

## 新华·桐梓方竹笋市场指数 年度运行报告

中国经济信息社  
桐梓县人民政府

# 新华·桐梓方竹笋市场指数 年度运行报告 (2022)

中国经济信息社  
桐梓县人民政府  
2022年12月

# CONTENTS

# 目录

## 一、方竹笋市场指数编制概述 1

- (一) 指数编制背景 1
- (二) 指数体系设计 3

## 二、指数作用与意义 4

- (一) 精准反映交易动态, 为市场参与者提供权威定价参考 6
- (二) 打造桐梓方竹笋品牌, 提升产业数字化水平 6
- (三) 以标准化提升产业竞争力, 助力交易中心建设 7
- (四) 提高市场自我调节能力, 提升政府管理水平 7

## 三、指数运行分析 8

- (一) 桐梓竹笋产品具有明显的淡旺季特征 9
- (二) 干竹笋销售季节性更显著 水煮笋销量波动上扬 10
- (三) 方竹笋产品历史价格稳定 交易环境变革将增强市场定价灵活性 11

## 四、我国竹产业发展现状 12

- (一) 竹产业应用关乎衣食住行 9
- (二) 我国笋制品出口规模走高、潜力仍存 10
- (三) 我国竹笋价格整体稳中有升 11

## 五、方竹产业发展现状 18

- (一) 桐梓方竹产业升级发展 19
- (二) 方竹笋网络关注季节性明显, 关注区域集中 20

## 六、指数编制细则 22

- (一) 设计思路 23
- (二) 样本选择 24
- (三) 计算方法和步骤 25
- (四) 指数样本修订 28
- (五) 数据采集 29
- (六) 指数管理 30
- (七) 指数规则修订与补充 30

● 指数编制背景

● 指数体系设计

01

方竹笋市场指数编制概述

## （一）指数编制背景

### 1. 积极引导竹产业高质量发展

我国竹资源品种最为丰富,竹产品生产历史悠久、竹文化底蕴深厚,竹子是我国最重要的森林资源之一。我国现有竹子品种十分丰富,集中分布于贵州、福建、江西、浙江等多个省(区),根据第三次全国国土调查发布的数据,全国竹林地面积超过 700 万公顷,达到 701.97 万公顷。目前,我国生产的竹产品超 100 个系列,被广泛应用于建筑、装饰、家具、造纸、包装、运输、食品、纺织、化工等领域,竹产业已经是我国林业的朝阳产业之一。培育竹资源、发展竹产业是竹区广大群众脱贫致富的重要支柱,是实现全面建设小康社会目标的重要途径和实施乡村振兴战略的重要抓手。

同时,竹子也是我国重要的生态、产业和文化资源,竹产业在我国生态建设、生态安全、生态文明建设中有突出地位。竹林已成为效益最高的森林类型之一。

2021 年 11 月,国家林业和草原局、国家发展改革委、科技部、工业和信息化部、财政部、自然资源部、住房和城乡建设部、农业农村部、中国银保监会、中国证监会等 10 个部门联合印发了《关于加快推进竹产业创新发展的意见》,明确提出“到 2025 年,全国竹产业总产值突破 7000 亿元,现代竹产业体系基本建成,竹产业规模、质量、效益显著提升,优质竹产品和服务供给能力明显改善,建成一批具有国际竞争力的创新型龙头企业、产业园区、产业集群,竹产业发展保持世界领先地位。到 2035 年,全国竹产业总产值超过 1 万亿元,现代竹产业体系更加完善,美丽乡村竹林风景线基本建成,主要竹产品进入全球价值链高端,我国成为世界竹产业强国。”文件的发布对加强宏观指导和政策支持,共同推动竹产业高质量发展具有重要意义。

多年来,我国竹产业发展取得了重大成就,为保障国家生态安全、推动地方经济增长、促进农民增收致富、建设美丽中国作出了积极贡献,但仍存在创新能力不强、质量效益不高、资源利用不充分、政策保障不到位等问题。

方竹是大娄山脉特有竹种。截至 2021 年底,桐梓方竹种植面积达 100 万亩,资源面积居全国第一,桐梓县方竹采笋面积达 40 多万亩,2021 年全县方竹笋产量达 5.5 万吨,综合产值达 6.5 亿元。多年以来,桐梓方竹主要以出售鲜笋和初级加工的干笋为主,处于初级模式,经济效益有待提高。桐梓县持续致力于竹笋产品的产业链延伸,目前,桐梓逐步解决鲜笋保鲜和加工问题,干竹笋、水煮笋等产品市场逐步扩大。竹产业发展涉及面广,需要各有关部门综合施策、合力推进,中国经济信息社与桐梓县人民政府联合编制并发布“新华·桐梓方竹笋市场指数”,旨在全面监测桐梓方竹笋产品销量和价格,为市场参与者提供了解市场波动的数据参考,提升桐梓方竹产业软实力,为产业调控提供决策依据。

## 2. 桐梓县持续擦亮方竹笋产业招牌

桐梓县地处黔北边陲，素有“黔北门户”之称，最高海拔为 2227 米，最低海拔 310 米，据不完全统计，全县现有植物资源 431 种，920 属 1670 余种，其中，竹类主要有方竹、水竹、楠竹、慈竹、斑竹等。桐梓独特的高原生态气候，大娄山独特地貌以及土壤环境，为方竹笋的生长、发育提供了良好的生态环境条件，被誉为“竹类之冠”的特色竹种——金佛山方竹，集中连片，天然面积 20 多万亩，总面积达到 43 万亩。

竹笋素有“森林蔬菜之王”的称号，而桐梓县方竹笋营养丰富，含有蛋白质、膳食纤维、多糖、黄酮类等营养成分，刚发笋时含有丰富的儿茶素、咖啡酸、绿原酸等营养成分，同时是一种低脂低胆固醇食材。近年来，低脂低固醇类食物受到人们的追捧，而桐梓县方竹笋备受人们欢迎。

2004 年，桐梓县被原国家林业局命名为“中国方竹笋之乡”；2007 年被列为全国金佛山方竹标准示范区；2012 年，方竹笋通过中国质量认证中心的有机食品认证；2014 年，获得国家质检总局的国家地理标志保护产品认定；2015 年，获国家林下经济示范基地称号；2019 年，被中国林学会授予“中国大娄山方竹之乡”荣誉称号。

近年来，桐梓县委和县政府高瞻远瞩，抓住良好机遇，以“一县一业”为统揽，以方竹基地建设为主线，以方竹产品开发为重点，推动全县方竹产业高质量发展。

当前，桐梓方竹笋产业已经步入发展的快车道，产业链持续延长，市场交易日趋活跃。在快速发展的同时，桐梓方竹笋产业也需继续做好内功，扩大产业规模，通过建立规模化、标准化的生产经营环境，让产业的价值得到进一步提升。特别是针对方竹笋鲜笋、干笋、水煮笋不同产品的特点，应着力打通市场流通环节，提升下游市场的知名度，利用多种信息化手段引导桐梓方竹笋产业发展。

新华·桐梓方竹笋市场指数，能以数字化工具为林业发展赋能，利用信息化手段精准刻画市场价格变化情况，反映行业发展趋势，引导产销准确对路，提高市场流通效率，同时以更专业的推广扩大产业影响力，打造品牌效应，为桐梓方竹笋产业发展创造更好的环境。

## (二) 指数体系设计

新华·桐梓方竹笋市场指数包含桐梓方竹笋干竹笋、水煮笋和鲜竹笋三种商品的销量子指数及其价格监测。三只子指数分别监测桐梓县四家主要方竹生产加工企业干竹笋、水煮笋和鲜竹笋批发量。每只子指数都依据不同产品形态的销量合成，结合价格监测，旨在全面客观反映桐梓方竹产业链各环节市场信息，准确及时地反映市场变化趋势，为市场提供交易参考，提高资源配置能力。

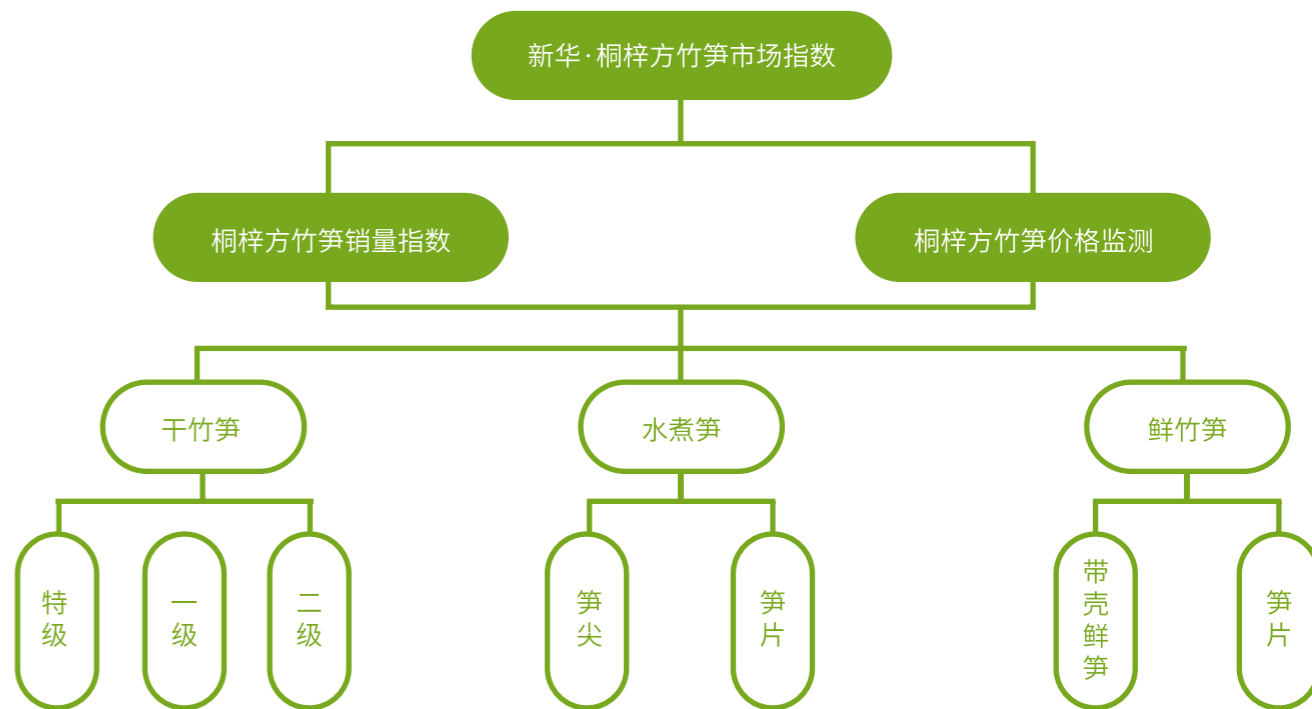


图1 新华·桐梓方竹笋市场指数体系框架

在代表规格品方面，选取桐梓当地具有代表性及产销量最高的方竹笋干竹笋、水煮笋和鲜竹笋产品，从源头上把握产品质量，助力质量标准体系建设，传播桐梓方竹笋品牌。未来，随着桐梓方竹笋产业链延伸，根据产业的发展需求，指数可适当增加竹笋产品形态及代表规格品的选取，从而进一步升级和完善指数体系。

新华·桐梓方竹笋市场指数将遵循交易连续性原则、规模稳定性原则、市场代表性原则，指数的数据主要来源于规模企业或有代表性的经营企业，在当地交易中心建设完成并发挥作用后，可以将其列为采集点，丰富数据维度。

- 精准反映交易动态，为市场参与者提供权威定价参考
- 打造桐梓方竹笋品牌，提升产业数字化水平
- 以标准化提升产业竞争力，助力交易中心建设
- 提高市场自我调节能力，提升政府管理水平

作为现代经济信息传播的新型载体，指数是推动行业发展的重要战略工具，也是现代化管理的衡量标准，它为经济社会活动提供客观、准确的决策依据。基于科学方法编制、通过权威媒体发布的指数，具有强大的公信力、影响力和辐射力。

农林业价格指数是数字经济与实体农林产业的有机结合，目前已成为诸多地区深化市场经济体制改革、提升品牌影响力、促进产业健康发展的新型抓手。新华·桐梓方竹笋市场指数以桐梓方竹产业高质量发展为目标指引，通过对干竹笋、水煮笋、鲜竹笋等竹笋产品销量与价格信息的发布，将对桐梓方竹产业发挥多方面作用：





### （一）精准反映交易动态，为市场参与者提供权威定价参考

新华·桐梓方竹笋市场指数聚焦桐梓方竹笋重要产品的供求关系、流通状况及结构特征，是客观反映干竹笋和水煮笋市场价格变化的重要工具，通过采集、提炼大量市场数据，指数能够精准感知市场温度，为桐梓方竹产业市场参与者提供有效的参考基准和市场信息，提高交易和流通效率。

### （二）打造桐梓方竹笋品牌，提升产业数字化水平

新华·桐梓方竹笋市场指数既是市场信息的窗口，也是特色农林产品品牌影响力的扩音器。指数集合桐梓县方竹产业优势和新华指数的专业及渠道优势，通过高频度的发布和更新，有利于进一步提升桐梓方竹笋的知名度和产业地位，扩大产业在全国的影响力。地方特色优势产品与指数的结合，是特色产品优势区建设的重要一环，是实施国家大数据战略促进地方农牧业产业发展的必然趋势。指数项目的推进，将以竹笋产业流通信息化为抓手，加快推动农林业生产过程数字化，助力桐梓竹笋产业占领信息化发展的制高点。

### （三）以标准化提升产业竞争力，助力交易中心建设

标准化是解决农产品质量安全和促进农林业提质增效的关键环节。中国竹笋交易中心建设项目是桐梓县完善方竹产业链条的重要一环，建设内容包括方竹展示交易馆、运营中心、原料仓库、包装车间、生产厂房、成品库等，桐梓方竹笋将逐步打造标准化生产、加工和销售模式。系列价格指数的编制就是“定标准、立规矩”的过程，通过公布干竹笋、水煮笋、鲜竹笋等主流规格品的市场信息，打造涵盖生产、加工环节的产业标准化发展环境，促进农林产品质量提升，推进市场标准化提升，助力交易中心建设。

### （四）提高市场自我调节能力，提升政府管理水平

新华·桐梓方竹笋市场指数是综合反映干竹笋、水煮笋、鲜竹笋市场波动情况的工具，可从不同维度，准确、直观地监测市场运行状况及要素流动趋势，对及时准确地反映方竹笋生产和加工企业经营状况，衡量产业不同环节的发展水平有重要的参考意义。通过对指数的专业性分析，可为市场行为、产业科学管理、政府决策提供重要参考，切实做到以经济信息服务桐梓方竹笋产业，全面提升政府现代化管理水平。

- 桐梓竹笋产品具有明显的淡旺季特征
- 干竹笋销售季节性更显著  
水煮笋销量波动上扬
- 方竹笋产品历史价格稳定  
交易环境变革将增强市场定价灵活性

## （一）桐梓竹笋产品具有明显的淡旺季特征

桐梓方竹笋主要生长在海拔 1200 米至 2500 米的大娄山深处,属桐梓特产,鲜竹笋保鲜期短,故方竹笋供应稀少,叠加其绿色、生态的生长环境,方竹笋及方竹笋加工产品越来越受到市场的欢迎。具体来看,桐梓方竹笋主要产品包括鲜竹笋、干竹笋和水煮笋,其中,鲜竹笋集中在产期销售,干竹笋和水煮笋则依托加工技术逐渐实现全年销售。

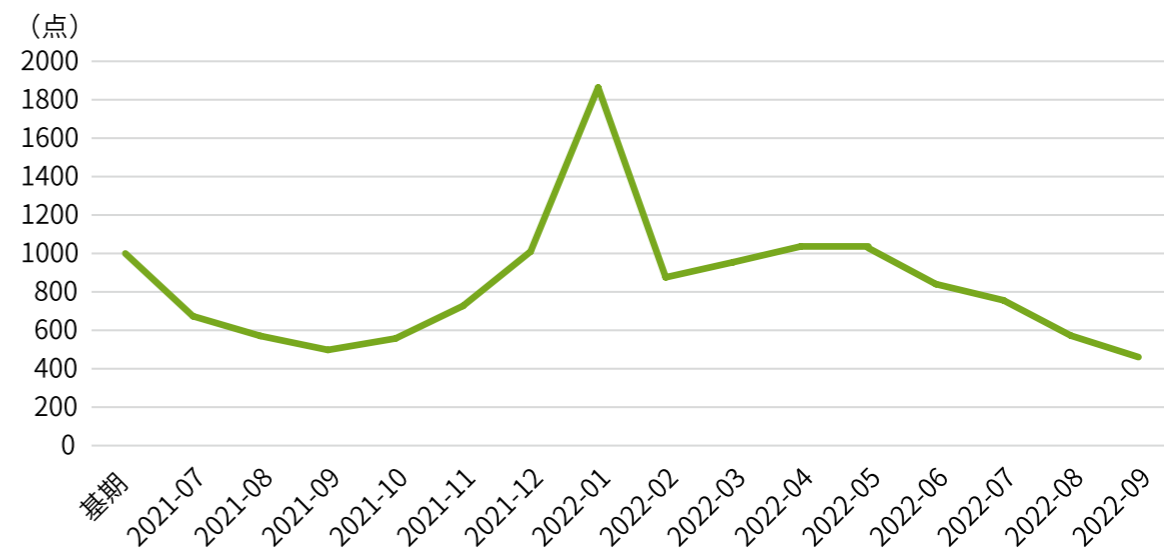


图2 桐梓方竹笋销量指数走势图

数据来源:新华指数

指数结果显示,自基期(2021年上半年)以来,桐梓方竹笋销售量具有明显的规律特征。具体而言指数走势分为三个阶段。

第一阶段为6月至9月,指数呈下行趋势。调研显示,方竹笋煲汤食用及火锅食用较多,该段时间内天气炎热,餐饮消费需求减少,并且没有明显提振市场的节日礼品需求,在需求呈现弱势的情况下,销量持续下行。另外,9月为方竹笋集中生产上市期,9月前企业库存不足,部分小型生产加工企业在6月至9月处于休假状态,大型企业则集中推广市场并为新产季方竹笋加工、销售做准备,因此这个阶段的方竹笋销量处于全年弱势水平。

第二阶段为10月至1月,指数持续攀升。新笋上市加工完成,市场下游客商及商超集中采购备货,且天气转凉,餐饮业需求快速上扬,桐梓企业完成产品加工,加大产品销售力度,带动指数连续上涨,并于元旦前后叠加节庆礼品需求,产品销量达到顶峰。截至2022年1月5日,新华·桐梓方竹笋销量指数报1863.66点,较基期上涨86.37%。

第三阶段为2月至5月,市场销售稳定,指数基本保持基期水平。下游方竹笋经销商经过前期的大量备货和销售,在春节备货完成后需求恢复常规销售水平,指数基本稳定在1000点周围。4月至5月期间,五一节庆备货会再次小幅提振需求,但因春笋上市,市场替代品消费价格偏低,给方竹笋市场带来一定竞争压力,方竹笋销量指数在5月后连续下行进入传统淡季。



指数运行分析



## (二) 干竹笋销售季节性更显著 水竹笋销量波动上扬

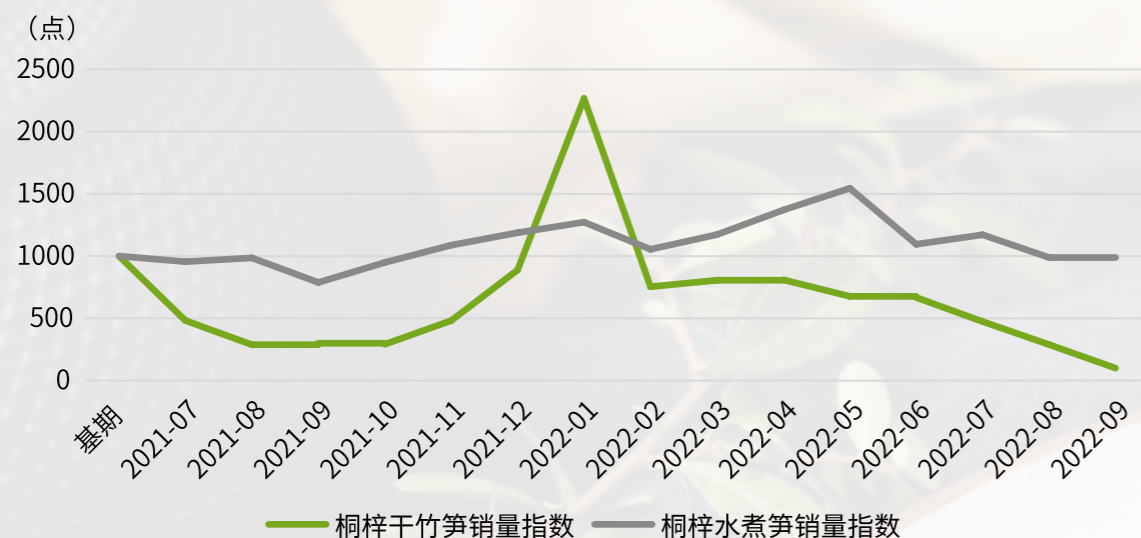


图3 桐梓方竹笋干竹笋及水煮笋产品销量指数走势图

数据来源:新华指数

桐梓方竹笋主要产品销量指数显示,干竹笋仍具备明显的产销季节性特征,而水煮笋自基期以来整体呈现波动上涨状态,自2021年11月起,水煮笋销量指数基本处于基点1000点以上,表明在最近一年桐梓水煮笋产品市场逐步扩大,在市场推广上取得明显成果。

从产品特性而言,干竹笋更易保存,且为传统方竹笋加工产品,具备较为长远的产品历史,在市场上已经形成相对成熟和稳定的客户群体,长期的交易中形成了稳定的消费周期。但因干竹笋加工方法不一、产品销售较为分散,除产区及部分拥有方竹笋食用习俗的地区外,还存在一些地区仍需进行产品普及和消费者教育,市场仍具有较大开发潜力。

水煮笋技术突破时间较短,因其保留了方竹笋的新鲜且无需泡发,消费者可以购买后及时加工食用,产品市场快速扩大,产品销量不断攀升,尤其国庆、元旦、五一劳动节等传统节日对水煮笋产品销量提振效果明显。2022年5月5日,水煮笋销量指数达到峰值,报1544.98点,较基期上涨54.50%。截至2022年9月5日,水煮笋销量指数报990.55点,较2021年同比上涨25.65%,产品销量涨势明显。

目前桐梓县正在规划竹笋产品的统一加工生产,打造产品标准化生产销售平台,预计方竹笋干竹笋及水煮笋产品销量指数或将呈现上涨趋势。

## (三) 方竹笋产品价格稳定 交易环境变革将增强市场定价灵活性

表1 桐梓方竹笋产品价格监测统计表

桐梓方竹笋产品价格监测		
产品	规格	批发价格
干竹笋	特级	130元/公斤至140元/公斤
	一级	110元/公斤
	二级	100元/公斤
有机干竹笋	特级	186元/公斤至320元/公斤
	一级	
	二级	
水煮笋	笋尖	14元/公斤至24元/公斤
	笋片	8元/公斤至12元/公斤
有机水煮笋	笋尖	34元/公斤
	笋片	26元/公斤

数据来源:新华指数

产品价格方面,方竹笋产品价格较为稳定。其中,流通较多的不同等级干竹笋批发价格报100元/公斤至140元/公斤,有机干竹笋报186元/公斤至320元/公斤;流通较多的水煮笋笋尖价格报14元/公斤至24元/公斤不等,有机水煮笋笋尖价格报34元/公斤,流通较多的水煮笋笋片报8元/公斤至12元/公斤不等,有机水煮笋笋片报26元/公斤。

干竹笋单价虽然较高,但每公斤干竹笋可以泡发为6公斤至8公斤可食用竹笋,折算为每公斤食用笋价格则与水煮笋价格保持相对一致。目前桐梓方竹笋产品价格基本根据当年方竹笋产量制定,市场价格的变动不大,灵活性不足。随着桐梓县竹笋交易中心项目建设完成及应用,桐梓方竹笋产品销售将对市场信息更为灵敏感知,从而增强产品定价灵活性,进一步挖掘方竹笋的经济价值。

- 竹产业应用关乎衣食住行
- 我国笋制品出口规模走高、潜力仍存
- 我国竹笋价格整体稳中有升



## 我国竹产业发展现状

### (一) 竹产业应用关乎衣食住行

竹子是高大乔木状禾本科植物。世界上记载有七十余属，一千多种，但其中许多是同物异名。竹为高大，最高可达40余米、竹子生长迅速，每昼夜可生长20-30厘米、竹子的茎也常伴随着木质化反应的发生。竹子分布于热带、亚热带至暖温带地区。竹原产中国，主要分布在南方，竹枝杆挺拔，修长，四季青翠，傲雪凌霜，自古以来便倍受中国人喜爱，具有极高的文化价值，与梅、兰、菊并称为“花中四君子”，与梅、松并称为“岁寒三友”。从竹子在中国传统文化发展和精神文化形成中所产生的巨大作用，竹子与中国诗歌书画和园林建设的源远流长的关系，以及竹子与中国劳动人民生活的息息相关中可以看出，中国不愧被誉为“竹子文明的国度”。中国人民在长期生产实践和文化活动中，把竹子形态特征总结成了一种做人的精神风貌，如虚心、气节等，其内涵已形成中华民族品格、禀赋和精神象征，也是竹子特殊的审美价值。

中国是世界上研究、培育和利用竹子最早的国家。竹子的实际应用涉及衣、食、住、行、用各方面，历史久远。

从服饰方面看，竹对中国人的衣饰起源和发展起着重要作用。秦汉时期就出现用竹制布，取竹制冠，用竹做防雨用品的竹鞋、竹斗笠、竹伞，一直沿用至今。竹布在唐代曾是岭南地区一些州县的重要贡品之一，竹还是古代人装饰的材料，说明竹对人类服饰文化的贡献。发展至现代社会，从竹子中提取的竹纤维与棉、麻、丝混纺成面料做成衣服，受到市场欢迎。

从食用方面看，竹笋和竹荪是极受人们喜爱的美味山珍，竹实是历代救荒的重要作物原料。先秦文献中记载，3000多年前的竹笋就是席上珍馐。竹笋的食用方法多种多样，可烹饪数千种美味佳肴。竹子的上结的种子被称为竹米也是很珍贵的一种美食。竹筒饭、香竹烤饭、竹叶黄粳等也是当今人们餐桌上时常出现的餐品。春秋战国时期，已经开始利用杠杆提水的竹制工具“桔”和用竹筒提水灌溉的“高转筒车”。在中国最早的医书典籍中，还有用竹治病的历史记载。竹的全身都是宝，叶、实、根及茎秆加工制成的竹茹、竹沥，都是疗效显著的药用材料，竹黄、竹荪也是治病的良药。

建筑方面，在远古时代，人类从巢居和穴居向地面房居演进的过程，竹子就发挥了重要的作用。江苏吴县新石器时代晚期的草鞋山遗址发现有竹作建筑的材料。汉代能工巧匠利用竹子建造了甘泉宫竹宫，宋代大学时王禹自造黄冈竹楼，并完成《竹楼记》，皆是取竹建造并负有盛名。21世纪以来，伴随可持续发展理念的深化，竹子越来越多地融入现代建筑，包括中国美术学院象山校区、长城脚下的公社之竹屋、越南竹长屋餐厅、吉隆坡彩色竹亭等都是极具艺术价值的现代建筑。

交通工具和设施的产生与发展，是中国文明的标志之一，竹在交通方面发挥了重要作用，古代交通运行工具和设施的起源与发展，均与竹子有极密切的关系，古代人取竹制造竹车、竹筏和船以及桥梁工程，创造了世界交通史上许多第一例，对世界交通工具和设施的发展，作出了较大的贡献。

当下，利用竹林、开发竹材，已初步形成包括竹制品、竹工艺品、竹食品、竹板材、竹炭产品、竹乡旅游等的竹产业链。

在竹食品中，食用笋肉质鲜嫩、美味爽口，具体包括毛竹笋、雷笋、麻竹笋、箭竹笋、红壳笋、石笋以及方竹笋等。

## (二) 我国笋制品出口规模走高、潜力仍存

在竹藤商品进出口贸易中产品主要分类包括笋竹食品竹杆竹炭竹板方材竹建筑用品等。中国海关数据显示,笋竹食品类别出口贸易总额在 2016 年之前稳步增长,2016 年笋竹食品出口贸易额达到峰值,为 3.17 亿美元,而后笋竹食品出口贸易额基本稳定在 3 亿美元。2020 年因世界范围内新冠疫情防控等原因,出口贸易有所缩减。中国是世界最大的竹子产品生产国与出口国,出口创汇能力及出口规模仍具备潜力。

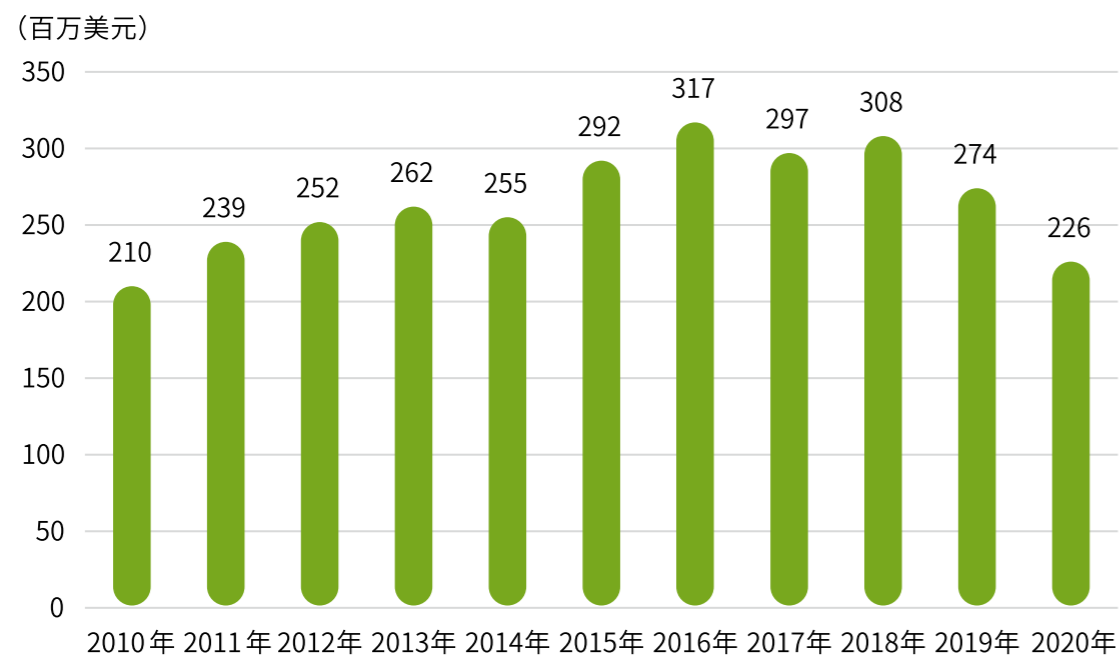


图4 2010年-2020年中国笋竹食品出口贸易额

数据来源:中国海关

在笋竹食品出口贸易中,竹笋罐头出口金额所占比重最大。2015年至2021年间,中国竹笋罐头出口量及出口金额在2019年之前稳步增长,在2018年达到峰值后开始下降,2021年,竹笋罐头出口量全面回涨,较2020年同比上涨11.39%。

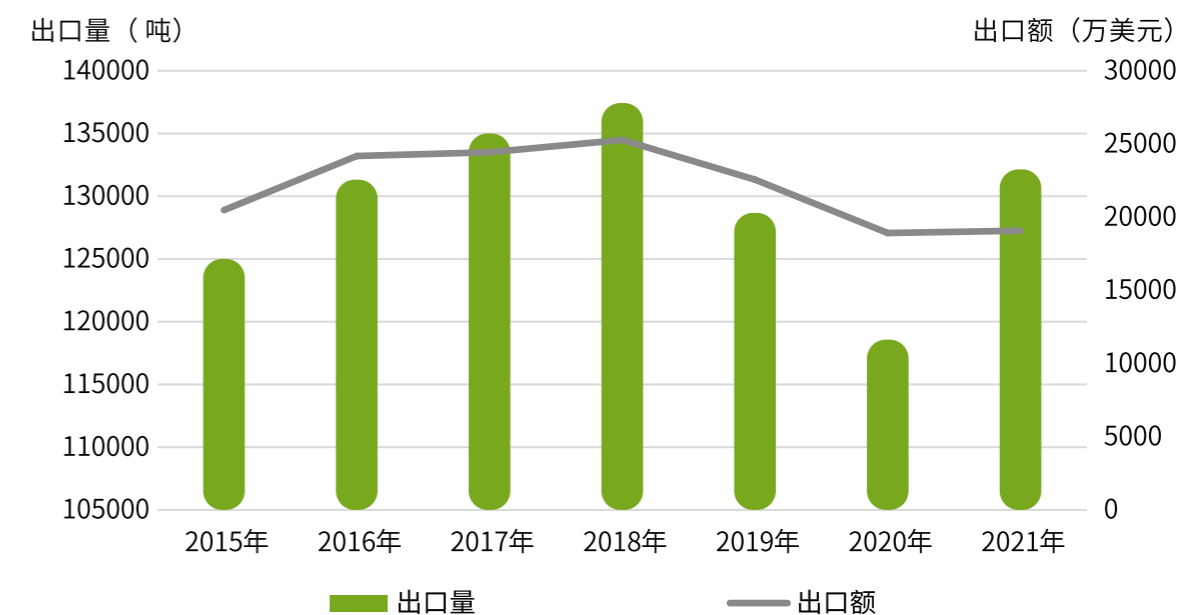


图5 近年中国竹笋罐头出口贸易量及贸易额

数据来源:中国海关



### (三) 我国竹笋价格整体稳中有升

从2021年中国竹笋罐头出口地区来看,我国竹笋罐头主要出口至日本、美国、德国、荷兰和韩国等地区,日本为我国出口竹笋罐头数量最多的国家。2021年,出口至日本的竹笋罐头量占我国出口竹笋罐头出口总量的48.7%,出口至日本的竹笋罐头金额占我国出口竹笋罐头出口总额的61.0%。我国竹笋罐头出口广泛,各产地在关注竹笋出口日本市场的基础上,也应注重推广亚洲其它国家以及欧洲、美洲国家。

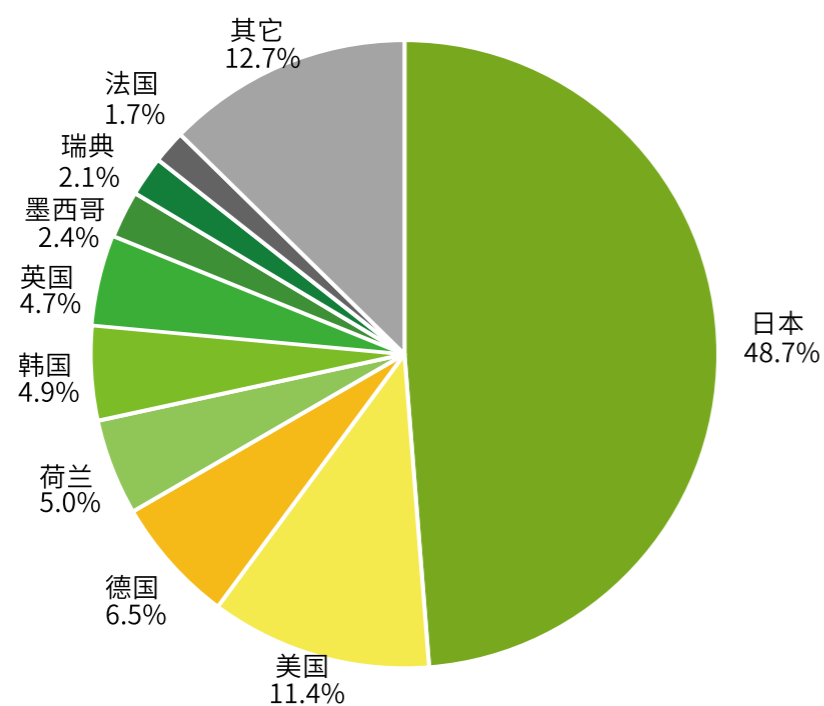


图6 2021年中国竹笋罐头出口国家出口量比重

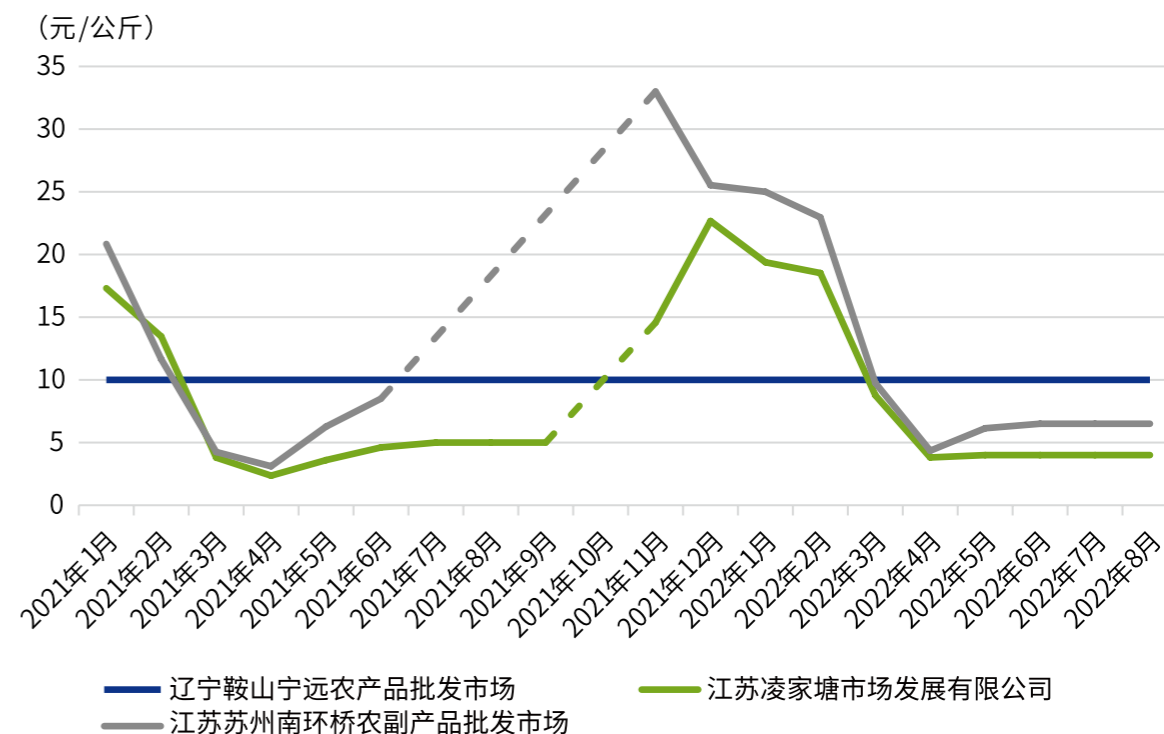


图7 批发市场竹笋销量价格走势

数据来源:商务部

国内竹笋市场因各地区竹笋产品品种不一,生产时间不同,各地区销售的主要竹笋品种均有差异,目前尚未形成标准化的统一市场。

从全国批发市场竹笋交易价格来看,辽宁批发市场竹笋价格全年持平;江苏批发市场竹笋主要集中在每年的12月至3月销售,价格随竹笋生产的季节性波动,总体看,2022年江苏批发市场竹笋价格同比2021年呈上行趋势。近年来,竹笋在绿色饮食的概念下,越来越多地出现在餐桌上,且螺蛳粉等小吃的流行也带动了笋类产品销售,需求的增长逐步推动竹笋价格的上行。

## ● 桐梓方竹产业升级发展

## ● 方竹笋网络关注季节性明显，关注区域集中



## 方竹产业发展现状

### （一）桐梓方竹产业升级发展

生态文明建设和乡村振兴，不仅是林业和林区发展的重大机遇，更是体现林业担当和作为的广阔舞台。桐梓县积极践行“两山”理念，坚持以推动林业高质量发展为主题，以建设生态文明、推动科学发展为总要求，增加森林资源总量、发挥综合效益、促进农民增收为总任务，提高森林覆盖率，加快生态安全屏障建设为总目标，依托林业重点工程，多措并举、突出重点、分步实施。

“十四五”期间，桐梓年全县计划完成方竹特色林业产业新造和改培方竹林 70 万亩，其中新造 20 万亩，改培 50 万亩，采伐竹材 7.5 万吨，预计产鲜竹笋 14 万吨，产值 17 亿元培育龙头企业 5 家以上。以实现林业高质量发展为抓手，严守林地和森林、自然保护区等生态保护红线，促进全县森林资源总量、质量和均量“三量齐升”，加快方竹产业发展，不断提升林业治理体系和治理能力现代化水平，实现林业的可持续发展。方竹产业发展按照“提升一产、主攻二产、发展三产”的总体思路，新造林地 57 万亩每年抚育 1 次，方竹林面积突破 100 万亩，方竹低改 30 万亩，开展竹产品研发和精深加工，新建 3 家省级龙头企业，产值达到 100 亿元。启动百里竹海建设，实现竹旅融合发展。全力推动“中国竹笋交易中心”综合体项目建设，坚持以市场为主导、以效益为中心的发展思路，让方竹产业成为引领桐梓经济高质量发展的主引擎。

桐梓县以市场需求为导向，以资源培育为基础，以笋用竹林改造提质为重点，兼顾加工企业培育和销售渠道拓展，合理安排布局，加强政策扶持，大力推进规模化、标准化、品牌化，提高竹笋产业发展水平，为稳就业、保民生做出新贡献。竹产业属于贵州省竹笋产业“一核三带多点”当中的一核，即：大娄山方竹笋产业核心区。重点打造狮溪、黄连、楚米、九坝、马鬃等乡镇的竹产业带，重点发展大娄山方竹和其他笋用竹。

建好种源基地。在狮溪、黄连、九坝等乡镇建立竹子种质资源库，收集本县优良竹子种质资源，筛选优良笋用和材用竹。

夯实种苗基础。在狮溪、九坝、楚米、大河、燎原等乡镇建立优质竹苗繁育基地，重点培育大娄山方竹及其他笋用竹。

建设示范基地。在狮溪、黄连、楚米、九坝等乡镇各建立省级示范基地 1 个，单个示范基地面积达 500 亩以上。

培育龙头企业。加快特色林业产业龙头企业培育，推动特色林业产业转型升级，促进一二三产融合发展。鼓励社会资本和金融资本参与特色林业产业建设，扶持有发展潜力的本地企业提高市场竞争力，引领特色林业产业发展。

提升产品精深加工。积极推进特色林业产品加工项目建设，依托现有加工企业或引进企业，按照欧盟标准建设一批高端加工生产线。大力提升食用鲜笋、干笋等精深加工水平生产线冷链物流等能力。

强化品牌建设。申报创建黔贵系列绿色、有机竹笋品牌，申报食用笋国家地理标志产品，申报大娄山方竹笋地方标准体系，打造竹药及竹饮料、竹炭、竹工艺品等竹类产品知名品牌。

加强科技支撑。依托林学会、竹协会、国际竹藤中心、高校、科研单位等开展竹材、竹笋精深加工及新产品研发，加强竹科技推广，推进方竹笋用林提质增效关键技术研究及示范等课题的实施与应用。

推动产业持续健康融合发展。支持特色林业与林下种养、加工、旅游、文化、物流融合发展，建设一批现代特色林业产业园和林业产业强县，形成多主体参与、多要素聚集、多业态发展格局。

拓宽销售渠道。推动农校对接、农超对接、农批对接，持续推进特色林业产品进机关、进学校、进医院、进军营等七进活动。将林产品纳入县级龙头企业产投集团的统购统销。每年举办竹笋交易会，并在北上广深举办桐梓县特色林业产品展销推介会，支持企业在县内外开设实体店、体验中心和建立线上营销平台。

完善利益联结。以推进“三变”改革为抓手，采取“龙头企业+合作社+农户”模式，组织农户以集体土地、林地等自然资源入股企业，按照“订单收购+分红”“土地流转+优先雇用+社会保障”等多种利益联结方式，让农户分享生产、加工、销售环节收益，增加就近就业岗位，带动群众增收致富。

## （二）方竹笋网络关注季节性明显，关注区域集中

随着搜索引擎的广泛使用，消费者获取信息的渠道逐步向互联网转移，目前互联网已经成为消费者了解产品信息的重要渠道。搜索引擎能够记录用户的搜索行为，反映用户对产品和事件的关注度，已经被广泛应用于社会经济行为的研究和预测之中。



图8 方竹笋网络搜索指数

数据来源：百度指数

从方竹笋近年网络搜索指数可以看出，2019年1月1日至2022年8月24日期间，方竹笋的网络关注度具有明显的季节性特征。其中，每年3月至5月和8月到10月两个时间段，方竹笋网络搜索指数明显攀升，4月10日前后及10月1日国庆节前后分别出现两个时间段的搜索峰值。与春笋不同，每年9月、10月是方竹笋集中采收的时节，但3月开始的春笋采收季也给方竹笋带来较高的关注，是方竹笋进行普及、推广的重要时期。

从近年方竹笋网络搜索指数的整体走势可以发现，2021年、2022年方竹笋网络搜索指数整体低于2019年及2020年。一方面受到近年部分时间段交通物流运输不畅影响，另一方面也表明方竹笋产区在扩大生产规模、提升加工技术、延伸产业链的同时需要进一步关注产品市场的推广，把握市场关注热点，更好地提升产销对接效率。

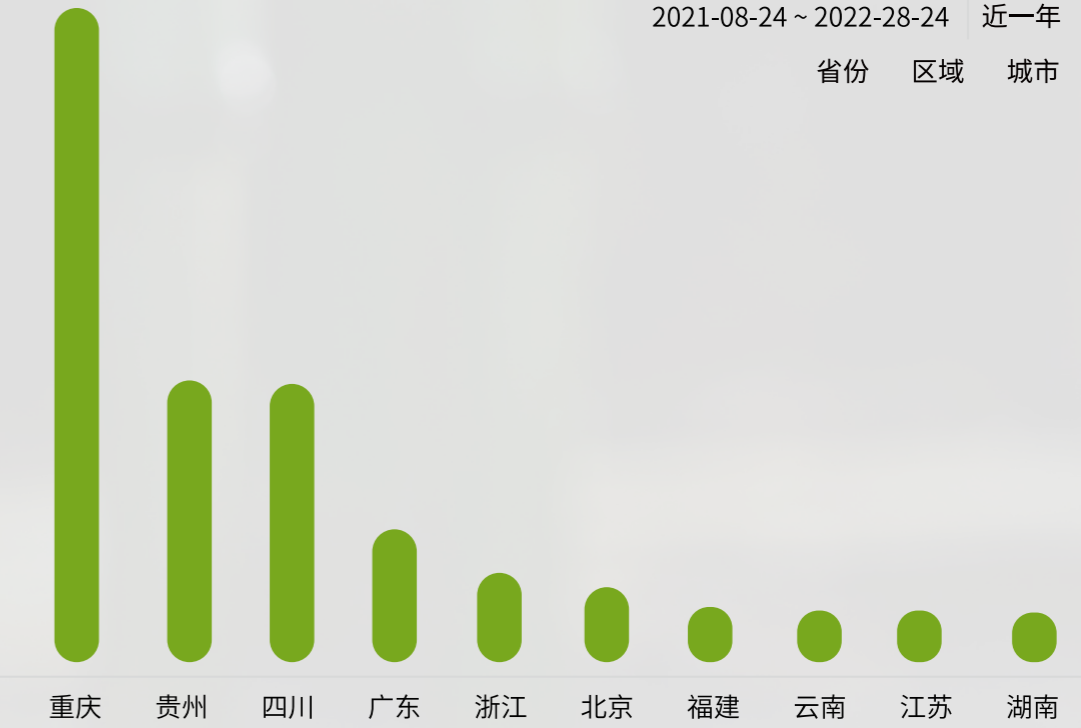


图9 方竹笋网络搜索人群分布

数据来源：百度指数

近一年方竹笋搜索地域分布显示，重庆对方竹笋关注度最高，贵州及四川对方竹笋的搜索关注紧随其后，这三个地区均为方竹笋的产区，所生产的方竹笋得到了当地人民的喜爱和欢迎。除产区外，广东、浙江、北京、福建、云南、江苏、湖南等地区对方竹笋关注度也较高，方竹笋的主流搜索人群分布在产区及南方省份，这些区域具备较大的市场发展和开拓空间。另一方面，北京是北方省份中对方竹笋关注最高的地区，可以以北京为发展窗口，逐步拓展北方市场。

- 设计思路
- 样本选择
- 计算方法和步骤
- 指数样本修订
- 数据采集
- 指数管理
- 指数规则修订与补



## （一）设计思路

“新华·桐梓方竹笋市场指数”的编制遵循全面系统、客观公正、科学准确、独立权威以及可操作性的原则。

“新华·桐梓方竹笋市场指数”依托中国经济信息社数据采集系统，建立桐梓方竹笋数据库，基于定基指数计算模型，分层次进行指数的编制和发布，逐步推进“新华·桐梓方竹笋市场指数”对市场的指导作用，做到指数编制和发布工作及时、准确、科学，打造指数的公信力和权威性。

新华·桐梓方竹笋市场指数的编制思路为：

**指数样本选择。**指数计算时，特级、一级、二级干竹笋作为干竹笋销量指数代表规格品；以水煮笋笋尖、水煮笋笋片作为水煮笋销量指数代表规格品；以带壳鲜笋和去壳鲜笋作为鲜竹笋销量指数代表规格品。

**指数的分类。**“新华·桐梓方竹笋市场指数”充分考虑桐梓方竹笋产业的市场特点，分别计算干竹笋、水煮笋、鲜竹笋产品销量指数。

**指数计算方法。**为了避免各采集点数据差异过大而引起的指数失真，指数在计算过程中采用定基指数的计算方法。当权重发生变化时，通过除数修正法进行修正，以保证指数的连续性。

## (二) 样本选择

### 1. 样本空间

“新华·桐梓方竹笋市场指数”的样本空间包括区域样本空间和产品样本空间。区域样本空间涵盖桐梓县四家方竹笋生产加工企业；产品样本空间包括干竹笋、水煮笋和鲜竹笋三个类别。

### 2. 指数样本区域选择

新华·桐梓方竹笋市场指数样本区域选择必须满足以下条件：

- 第一，指数样本覆盖企业必须为方竹笋生产加工企业。
- 第二，样本总体具有一定的市场规模。
- 第三，选择具有代表性的企业。

所选样本企业须具有一定的市场代表性。如果某一企业没有达到连续交易性原则、市场规模稳定性原则，则根据该分类产品的表现替补代表进入样本。

第四，专家委员会认定不适合入样的区域除外。

### 3. 指数产品的样本选择

方竹笋市场指数样本选取符合交易连续性原则、规模稳定性原则、市场代表性原则，坚持一定的产业覆盖度。

- 第一，交易连续性原则。  
样本单品在交易市场上交易不低于六个月且市场价格具有连续性。
- 第二，规模稳定性原则。

所选样本的市场消费量在整个市场中所占比重不小于 1%，用  $X_i$  表示样本方竹笋产品的市场消费量， $i \in [1, N]$ ， $N$  为方竹笋产品数，即：

$$\frac{X_i}{\sum_{i=1}^N X_i} \geq 1\%$$

第三，市场代表性原则。

所选择样本产品必须具有一定的市场代表性。如果某一分类中没有产品达到连续交易性原则、市场规模稳定性原则，则根据该分类产品的表现替补代表品进入样本。

第四，专家委员会认定不适合入样的产品除外。

## (三) 计算方法和步骤

### 1. 基期选择

指数基准日期的选择对于指数的表征具有重要的意义，一方面基期的确定是作为指数的基准参考和对比；另一方面合适的基期有助于指数的解读和发挥效用。一般情况下确定基期的方法如下：一是基期所在的时点不宜为经济运行的峰值点和谷值点；二是基期的选择应考虑到指数指标的数据取值范围。

作为指数衡量的基准时期应该是桐梓方竹笋产品市场相对稳定的标准时期，既要反映产品市场交易水平的常态，又要考虑市场信息资料的可获得性和可比性。

从数据源的交易活跃性情况来看，指数以 2021 年上半年（1 月至 6 月）为基期，以该时期各品种销量均值为基期销量，基点为 1000 点。

### 2. 单品指数计算公式

#### (1) 干竹笋销量指数

干竹笋销量指数是对干竹笋销量走势的一种指数量化形式。假设干竹笋销量指数用  $I_{1,t}$  表示，则：

$$I_{1,t} = \frac{Q_{1,t}}{Q_{1,0}} * I_{1,0} = \frac{\sum_{j=1}^3 q_{1,j,t}}{\sum_{j=1}^3 q_{1,j,0}} * I_{1,0}$$

$$I_{1,0} = 1000$$

其中，干竹笋各等级笋用  $j$  表示，等级  $j$  在  $t$  期的各采集点总销量用  $q_{1,j,t}$  表示。

#### (2) 水煮笋销量指数

水煮笋销量指数是对水煮笋销量走势的一种指数量化形式。假设水煮笋销量指数用  $I_{2,t}$  表示，则：

$$I_{2,t} = \frac{Q_{2,t}}{Q_{2,0}} * I_{2,0} = \frac{\sum_{i=1}^2 q_{2,i,t}}{\sum_{i=1}^2 q_{2,i,0}} * I_{2,0}$$

$$I_{2,0} = 1000$$

其中，水煮笋各单品用  $i$  表示，单品  $i$  在  $t$  期的各采集点总销量用  $q_{2,i,t}$  表示。



### (3) 鲜笋销量指数

鲜笋销量指数是对鲜笋销量走势的一种指数量化形式。假设鲜笋销量指数用  $I_{3,t}$  表示, 则:

$$I_{3,t} = \frac{Q_{3,t}}{Q_{3,0}} * I_{3,0} = \frac{\sum_{k=1}^2 q_{3,k,t}}{\sum_{k=1}^2 q_{3,k,0}} * I_{3,0}$$

$$I_{3,0} = 1000$$

其中, 鲜笋各单品用  $k$  表示, 单品  $k$  在  $t$  期的各采集点总销量用  $q_{3,k,t}$  表示。

### (4) 方竹笋销量指数

假设方竹笋销量指数用  $I_t$  表示, 则

$$I_t = \frac{Q_t}{Q_0} * I_0 = \frac{Q_{1,t} + Q_{2,t}}{Q_{1,0} + Q_{2,0}} * I_0$$

$$I_0 = 1000$$

其中,  $Q_{1,t}$  为  $t$  期干竹笋各等级各采集点总销量,  $Q_{2,t}$  为  $t$  期水煮笋各单品各采集点总销量。

### 3. 指数修正

新华·桐梓方竹笋市场指数采用“除数修正法”修正。当指数权重发生变化时, 采用“除数修正法”修正原固定除数, 以保证指数的连续性。

修正公式为: 设  $T$  时刻对指数进行调整 (使用新的权重或调入新的样本), 按照旧样本和权重得到的指数为  $C_T$ , 而按照新权重和样本计算得到的指数为  $C_T'$ , 那么除数修正法公式:

修正因子:  $\alpha = C_T' / C_T$ ,

修正后的指数:  $C_t = C_t' / \alpha$ , 其中,  $C_t'$  为新的权重和样本计算得到的指数。

### 4. 指数计算

新华·桐梓方竹笋市场指数以“点”为单位, 精确到小数点后 2 位。其中竹笋销量指数为月指数, 月度计算和更新。具体做法是, 在每一考察期内, 用集合采集的方式进行销量采集。其中各样本的计算销量 ( $X$ ) 根据以下原则确定:

若当期没有即时销量, 则  $X_t = X_{t-1}$ ;

若当期有即时销量, 则  $x =$  即时销量。

## （四）指数样本修订

依据样本稳定性和动态跟踪相结合的原则，每年审核一次指数的样本，并根据审核结果调整指数样本。

### 1. 审核时间

指数专家委员会一般在每年最后一个月的下旬开会审核指数样本，样本调整实施时间分别是每年的第一个月。

### 2. 审核参考依据

每年末审核样本时，主要考察样本品种过去一年的市场情况，主要是看其市场变化。

### 3. 样本调入标准

新产品进入单品指数样本必须满足以下标准：

第一，连续稳定的交易。

样本单品在市场上交易不低于六个月的连续稳定交易。

第二，有一定的市场规模。

所选样本的年度市场消费量重要性在整个市场中所占比重不小于 1%，用  $x_i$  表示样本单品的市场消费量重要性， $i \in [1, N]$ ，即：

$$\frac{x_i}{\sum_{i=1}^N x_i} \geq 1\%$$

专家委员会认定适合入样的产品。

### 4. 样本调出标准

对于新华·桐梓竹笋市场指数的样本，在定期审核样本资格时出现以下情况，将对样本进行剔除：

第一，至交易数据考察截止日已连续停止交易 6 个月，且仍未恢复交易的样本；

第二，样本的市场消费量重要性占比小于 1%；

第三，至交易数据考察截止日已发布公告下市的品种。

第四，专家委员会认定适合调出的产品。

## （五）数据采集

新华·桐梓方竹笋市场指数的销量和价格数据主要来源于桐梓各采集点的市场交易，包括干竹笋销量及批发价格、水煮笋销量及批发价格、鲜竹笋销量及批发价格、采集时间等数据。

新华·桐梓方竹笋市场指数的价格采集表如表中所示。

表 2 桐梓方竹笋销量数据采集表

数据采集样本产品销量采集表							
产品 规格	干竹笋			水煮笋		鲜竹笋	
	特级	一级	二级	笋尖	笋片	带壳鲜笋	去壳鲜笋
2021/1/5							
2021/2/5							
2021/3/5							
...							
2022/8/5							

表 3 桐梓方竹笋价格数据采集表

数据采集样本产品价格采集表							
产品 规格	干竹笋			水煮笋		鲜竹笋	
	特级	一级	二级	笋尖	笋片	带壳鲜笋	去壳鲜笋
2021/1/5							
2021/2/5							
2021/3/5							
...							
2022/8/5							

# 新华·桐梓方竹笋市场指数编制细则版权说明

一、“新华·桐梓方竹笋市场指数编制细则”由中国经济信息社研发并发布，最终解释由上述机构负责。任何网站等媒体和机构在转载或引用时，需注明出处。否则，将依法追究其法律责任。

二、该报告的所有图片、表格及文字内容的版权归新华指数所有。其中，部分图表在标注有数据来源的情况下，版权归中国经济信息社所有。部分数据来源于公开的资料，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络。

三、本报告及其任何组成部分不得被再造、复制、抄袭、交易，或为任何未经中国经济信息社允许的商业目的所使用。如果报告内容用于商业、盈利、广告等目的时，需征得中国经济信息社书面特别授权，并注明出处，并按照中国及国际版权法的有关规定向上述机构支付版税。

四、除法律或规则规定必须承担的责任外，中国经济信息社不对因使用此报告的材料而引致的损失负任何责任。

五、本报告有关版权问题适用中华人民共和国法律。中国经济信息社保留随时解释和更改免责事由及条款的权利。

中国经济信息社  
桐梓县人民政府



# 新华·桐梓方竹笋市场指数编制细则征求意见稿

说明：为不断提高报告质量，提供更加准确客观的评价，我们真诚地希望了解您的意见和想法，请提出您的需求和宝贵建议，谢谢。

公司名称：\_\_\_\_\_ 地 址：\_\_\_\_\_

职 位：\_\_\_\_\_ 所在城市：\_\_\_\_\_

联系电话：\_\_\_\_\_ Email：\_\_\_\_\_

意见反馈：  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

联系电话：010-88051802

Email: lvshikuo@sina.com

来函请寄：北京市宣武门外大街甲1号环球财讯中心A座5层，100052

中国经济信息社  
桐梓县人民政府

## （六）指数管理

### 1. 指数专家委员会

为规范指数运作，保障指数编制方法的科学性和权威性，中国经济信息社和桐梓县人民政府设立新华·桐梓方竹笋市场指数专家委员会。

指数专家委员会由指数编制和竹笋产业研究专家以及相关学者构成，主要负责对指数设计和编制进行全程咨询，并进行权威论证，包括对指数编制方法的评估、建议和审定；监控对指数连续性产生影响的重大事件；分析比较指数数据与宏观经济数据的关系；解读数据反映的行业经济运行情况；对其他涉及指数运作和业务发展的事项提供建议。

一般情况下，指数专家委员会每年定期召开一次会议，也可以根据需要召开临时会议。每次会议应有超过半数的专家出席，决定事项须经专家委员会集体表决，经出席会议的 2/3 以上的专家同意方为有效。

专家委员会的有关决议以中国经济信息社和桐梓县人民政府的名义共同发布。

指数专家委员会委员原则上每两年换届一次，委员可以续任。委员会设主席一名，委员会主席主持会议并形成会议决议。

### 2. 指数维护机构

中国经济信息社和桐梓县人民政府设立专人负责新华·桐梓方竹笋市场指数的经营、运作等事宜，负责按照指数规则对指数进行维护、管理和市场服务，负责指数专家委员联络、会议议事和会议材料的准备，并负责实施指数专家委员会的决议。

## （七）指数规则修订与补充

根据市场的发展变化和指数用户的反馈，当指数专家委员会或者中经社指数中心意识到需要对指数规则进行修订或补充时，必须提请指数专家委员会讨论。

指数规则的任何变化都必须经专家委员会讨论通过。不具备现场开会的条件时，可以采用通讯表决的方式，任何规则的变化须经 2/3 以上的委员同意方可通过。

指数规则的调整须提早公布。



中国经济信息社

CHINA ECONOMIC INFORMATION SERVICE

## 新华·桐梓方竹笋市场指数 年度运行报告(2022)

