提高山东蔬菜产品竞争力的思路与对策

何启伟　周绪元　焦自高　王秀峰　李庆典
(山东省农业专家顾问团蔬菜分团)

20世纪90年代以来,随着全国农业结构调整步伐的加快,蔬菜产业得到了快速发展。据联合国粮农组织(FAO)统计,我国蔬菜和瓜类的种植面积居世界第一位,2003年种植面积为2 144.8万 hm^2,总产量达4.109亿t,分别占世界的42.9%和48.8%。目前,国内市场的蔬菜产品产量已步入相对稳定和充裕的阶段,并出现了季节性、区域性、品种结构性的供过于求的局面。近两三年来,国家重视粮食安全问题,实施了粮食直补和良种补贴等优惠政策,鼓励发展粮食生产,并收到了明显效果。国家上述政策的出台,对蔬菜产业的发展产生了一定影响,使部分种菜技术水平不高、市场体系未能形成、经济效益不好的地区,多又改菜种粮,致使蔬菜种植面积出现回落的趋势。但从另一个角度来看,这也为蔬菜生产向优势产区集中提供了机遇。而今后一段时期内,蔬菜优势产区能否真正形成优势,关键在于如何进一步提高蔬菜产品的市场竞争力。根据山东省农业专家顾问团的要求,蔬菜分团成员于2005年7～8月在全省各蔬菜主产区开展了调查,本文是对这次调查的初步总结。

1　山东蔬菜业发展的新趋势

据山东省统计局统计,2004年全省蔬菜和瓜类播种面积为226.93万 hm^2,比2003年减少了24.07万 hm^2,减幅达9.59%;2004年全省瓜菜总产量为10 206.9万t,比2003年减少466.1万t,减幅为4.37%;2004年全省瓜菜(含草莓)总产值823.0亿元,比2003年净增103.0亿元,增幅达14.31%。据调查,2005年上半年,全省蔬菜,特别是西瓜的种植仍呈现减少的趋势,部分大宗瓜菜,如西瓜、大蒜及日光温室等设施栽培蔬菜,减产10%～20%,而蔬菜价格则大幅度上扬,菜农普遍增收。近年来,山东蔬菜业发展呈现了下述特点。

1.1　设施栽培蔬菜明显向优势产区集中

以日光温室、拱圆大棚和中小拱棚组成的设施栽培蔬菜生产技术和市场体系,是山东蔬菜业的优势和特色。2001～2002年度,全省设施栽培蔬菜总面积达72万 hm^2,其产值约占全省瓜菜总产值的70%左右。据调查,近两年日光温室等设施栽培蔬菜面积,全省各地有增有减,总面积趋于稳定。在管理技术水平低,抵御冬季灾害性天气能力差,经济效益不好的地方,日光温室蔬菜面积明显减少;管理技术水平高,日光温室冬季的温、光性能好,产品市场流通顺畅,经济效益好的地方,农民改建旧日光温室、扩建新温室积极性高,日光温室蔬菜面积则明显增加。如寿光、青州、昌乐、临淄、济阳、苍山等县(市、区),新建日光温室多,建造水平和机械化水平提高。"山东日光温室建造技术规范"(山东省地方标准)的发布实施发挥了指导作用。

1.2　出口蔬菜步入良性发展之路

我国加入WTO以来,蔬菜出口呈明显的增长趋势,2002、2003、2004年蔬菜出口创汇额分别为26.33亿、30.68亿、37.96亿美元,年均增长20.1%。山东作为全国蔬菜出口第一大省,更是一年上一个台阶,2002年出口创汇7.73亿美元,2003年9.84亿美元,2004年达12.49亿美元,年增长率超过全国平均水平,2004年创汇额占全国蔬菜出口创汇总额的32.9%。

近几年是蔬菜进口国技术壁垒和进口设限最多的时期,但也是山东出口蔬菜发展最快的时期。这是由于在与进口国积极交涉的同时,认真抓好出口蔬菜的生产、收获、贮藏、

何启伟,研究员,山东省农业科学院蔬菜研究所,济南 250100
周绪元,焦自高,王秀峰,李庆典均为山东省农业专家顾问团蔬菜分团成员
收稿日期:2005-11-08

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved.　http://www.cnki.net

加工、包装、运销等全过程的标准化操作,多数出口加工企业按国际标准或进口国标准,安排生产基地、指导生产,并严格进行产品自检。目前,山东省的蔬菜出口加工企业初步建立了公司 +农业合作社 +农户和企业核心基地带动农民合同基地等运作模式,严格管理生产资料,特别是农药的统一使用,确保了产品质量,实现了企业与农民经济利益上的双赢。在这一时期,山东省蔬菜出口加工企业在观念上实现了一个重要转变,即由指责进口国设限,转向重点改进与提高自身的工作,由此步入了良性发展之路。

1.3 山东名产蔬菜的生产规模化、产业化稳步发展

历史上形成的山东名产蔬菜,例如苍山、金乡的大蒜,莱芜、安丘的生姜,章丘大葱,莱阳孤芋,潍县萝卜等,近几年各地根据国内外市场的需求,规模化、产业化生产稳步发展,并形成了产品出口的优势和国内市场的优势。据统计,2004年全省大蒜种植面积为 22.87万 hm^2,大蒜 (蒜头和保鲜蒜米) 出口 82.1万 t,创汇 3.18亿美元,占全国大蒜出口量的 70 %以上,并初步形成了大蒜系列加工产品,稳步发展了金乡、苍山、安丘、商河,以及嘉祥、成武、平度等集中产区。生姜种植面积逾 5.33万 hm^2,2004年出口生姜 14.02万 t,创汇 1.38亿美元,形成了莱芜、安丘、莒县、滕州、苍山、莱州、昌邑等集中产区。大蒜和生姜成为我国在国际蔬菜贸易中具显著优势的蔬菜,山东省则是最重要的生产和出口基地;同时,山东省的大蒜和生姜在国内市场的地位同样十分重要。

山东省是全国大葱的主要产区,章丘大葱在国内外久负盛名,葱白粗大、质嫩味甜;而其缺点是葱白不紧实,抗风能力弱,耐贮运性较差。为了出口的需要,安丘等地引进了多个日本大葱品种,并通过设施栽培、露地栽培和在浙江等地的异地栽培,实现了青葱 (即带绿叶收获供应的大葱)的周年生产和周年供应,形成了全国最大的青葱生产和出口基地。据统计,2004年全省大葱种植面积为 9.2万 hm^2,章丘、莱芜、滕州、昌乐、寿光等地成为大葱的集中产区,产品销往全国各地。

根据日本等进口国的需求,以莱阳孤芋作为优良品种的芋生产有了较大发展,在胶东半岛地区形成了集中产区和芋仔加工出口基地。年出口速冻芋仔 4万 ~5万 t,占全国芋仔出口总量的 90 %以上。潍县萝卜作为山东名产蔬菜之一,不仅在秋季种植,而且在早春利用中小拱棚进行设施栽培,萝卜品质优良,市场前景看好,有发展潜力。

1.4 蔬菜运销业有了新亮点

在山东省蔬菜产业发展过程中,运销和加工相对薄弱,成为实现产业升级的重要限制因素之一。在这次调研活动中,考察了寿光的田苑 (又称燎原)、七彩庄园,苍山的天马、龙湾,河东区的同德等以国内市场为目标的蔬菜产销公司。其中,田苑、七彩庄园、同德等公司,建有低温库、恒温库和蔬菜整理、包装车间,面向城市的超市供应净菜,成为蔬菜运销业的亮点。据了解,田苑果菜生产有限公司目前投资 100万元,形成了拥有 100多名员工,年销净菜 (包装菜)逾 1 500 t的规模;该公司建立了自有基地和农民合同基地,配有专职技术员帮助基地农民进行病虫害防治等各项田间管理,并且实行了产品质量追溯制度,确保了产品质量;对农民合同基地的蔬菜实行限量、高价收购,价格比市场价高 10 % ~20 %,农民乐于与公司合作。

2 影响产品竞争力提升的限制因素与解决问题的思路

2.1 主要限制因素

2.1.1 **产品质量不高** 这是影响产品竞争力提升最重要的限制因素。经过十几年的发展,山东省蔬菜产品总量,特别是商品总量大幅度增长,而产品质量依然不高。主要有:一是产品的商品外观质量不高,即产品色泽、大小、形状的整齐度不高,多数上市的产品未能进行分级;二是产品的营养和风味品质不高,如黄瓜的黄瓜味不浓,番茄的番茄味不浓等,是消费者强烈反映的问题;三是产品的安全、卫生存有隐患,不能令消费者放心;四是产品整理、包装等滞后,缺乏产地标识,保鲜运销措施不力,降低了在销区市场的商品质量。

2.1.2 **标准化生产落实困难** 标准化生产技术落实困难显著制约蔬菜产品竞争力的提升。主要有:各项生产技术标准化的制定落后,无公害蔬菜、绿色食品蔬菜标识的申报困难;有了标准和标识,没有可运行的模式,标准化生产仍是一句空话;产地环境检测、产品检验体系运转困难,有了仪器、设备,缺乏熟练的操作人员;有了仪器、设备和熟练的操作人员,而缺乏运转经费等问题。我国蔬菜生产的紧迫目标是全面推进无公害蔬菜的标准化生产,这也是提高山东省蔬菜产品市场竞争力的重要目标和举措,而上述问题若不能逐一解决,则此目标难以实现。

2.1.3 **关键技术研究缺乏大的突破** 这是造成产品质量不高和技术标准可操作性不强的技术上的原因。短短十几年时间,山东省蔬菜由种植业的第五位上升为第一位,成为种植业的第一大产业,而相应的科研力量、设施、经费等未能随产业发展而相应发展,导致了蔬菜科研的滞后,形成了大产业、小科研的局面。在蔬菜设施栽培、出口蔬菜优质专用品种选育,设施环境与蔬菜生长发育规律研究,设施栽培温、光、肥、水、气关键技术指标研究,危险性病虫害 (根结线虫、土传病害、韭蛆等)发生规律及综合防控技术研究,产品和包装、运销技术标准研究等,都很少或尚未进行踏实、系统的研究。群众创造的经验深入总结上升不够,盲目追求产量,过量使用化肥、农药的现象普遍存在。在维持一定产量水平基础上,提高产品品质的科技培训和树立样板的工作任重而道远。

2.1.4 **企业带动不足,农民组织化程度低** 这是制约产品市场竞争力提高的组织上或体制上的因素,而且是一个最为关键的因素。千家万户分散生产,农民直接进市场的局面不改变,就难以实施蔬菜的标准化生产,也没有真正的产业化,因而也难以提高蔬菜产品的市场竞争力。目前,山东省面对国内市场的大型运销、加工企业尚少,净菜配送的企业更少。以营销为纽带的菜区农民经济合作组织处于起步阶段,由于蔬菜是鲜嫩产品,运销风险性大,农民经济合作

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

组织承受能力有限,需要政府的扶持,而目前尚缺乏有关的政策扶持。

2.2 提高蔬菜产品市场竞争力的基本思路

提高山东省蔬菜产品市场竞争力的基本思路:一要认真提高对产品市场竞争力重要性的认识。山东省作为全国最大的设施蔬菜和出口蔬菜生产基地,在激烈的国内外市场竞争中,提高产品的市场竞争力,事关蔬菜产业升级,稳定、扩大市场占有率和增加农民收入,这是蔬菜作为商品生产所必须追求的目标,全省上下,从领导到农民都应当充分认识到提高产品市场竞争力的重要性,只有认识提高了,才会将切实、可行的措施落到实处。

二要紧紧抓住今后一个阶段的两个工作重点:首先,认真总结山东省蔬菜出口加工企业成功运作的模式和经验,在全省宣传推广,并加大对出口企业的支持力度,以此推进蔬菜加工出口企业的健康发展,努力拓展国际市场,在"十一五"期间,出口蔬菜和创汇额争取达到年递增 20%;到 2010 年,年出口蔬菜达到 400万 t,年创汇超过 20亿美元。第二,借鉴蔬菜加工出口企业的相关标准和运作模式,提升内销蔬菜档次,并着重支持以净菜进超市的蔬菜加工运销企业的发展,全面提升超市蔬菜质量,由此推进内销蔬菜栽培管理、采后处理、包装、贮运、销售的标准化,大幅度提高内销蔬菜的净菜率和卫生安全水平,带头推进内销蔬菜的现代化营销。

三要努力做好三项基础性工作:首先,要加大对蔬菜科技工作的支持力度,加强设施蔬菜、出口蔬菜优质专用品种选育,无公害蔬菜生产关键技术和产品处理、加工技术的研究,为蔬菜产品提高竞争力提供有力的技术支撑,为企业和农民提供可操作的实用技术。其次,积极支持蔬菜加工运销企业和农民经济合作组织的发展。从一定意义上讲,保护和扶持蔬菜龙头企业,就是保护和扶持了菜农,解除了菜农的市场风险;引导、培育农民经济合作组织,是提高菜农的组织化程度,推进蔬菜产业化,维护农民合法权益的有效途径。第三,加强对农民的培训,提高农民的素质。在农民培训中,不仅要进行技术培训,还要适当增加法制观念和职业道德的培训,尤其要重视对农民经济合作组织带头人的素质培训。

3 对策与建议

通过对国内外市场形势和我国农业发展态势的研究分析,山东省蔬菜产业又面临一次新的调整和发展机遇。与以往不同的是,这次发展机遇已经不再是蔬菜种植面积的扩大和产品数量的增加,而是要以实现蔬菜优质、高产、高效、安全、生态五要素为目标,以发展设施栽培蔬菜、出口创汇蔬菜、名优特产蔬菜和食用菌为重点,调优结构,形成优势,实现可持续发展,并重点提升蔬菜产品处理、加工水平,全面提升蔬菜产品的市场竞争力,创名优品牌产品。为此,提出以下几点建议。

3.1 进一步加强对蔬菜产业的领导

近十几年来,山东蔬菜产业的发展一直走在全国的前列,在发展山东省农村经济、增加农民收入,平衡农产品国际贸易,安排农村劳动力和城市下岗职工再就业,丰富蔬菜市场供应等方面,均发挥了不可替代的作用,这与各级政府的领导和支持密不可分。面对目前山东省蔬菜发展的新机遇和产业发展升级的众多难点和深层次的限制因素,蔬菜产业的发展需要政府加大支持力度,尤其应加强税收、信贷扶持和财力投入等方面的支持,加快蔬菜标准化体系、标准化生产示范基地和蔬菜质量安全监控检测体系建设。同时,建议理顺省内蔬菜行政管理体系,切实加强领导。

3.2 加强蔬菜科技创新体系、技术推广服务体系和农民培训体系的建设

为了逐步建立山东省蔬菜科技创新体系,要注重发挥省、市蔬菜科研和教学单位的科技力量优势,通过农业良种工程项目、科技攻关项目、重点实验室建设等,以项目将科技力量组织起来,开展科研协作,形成科技创新优势和科技创新体系。技术推广服务体系的建设,可在现有技术推广系统的基础上,通过理顺管理体制,精简人员,增加经费支持,并结合开展科技示范、技术服务,建立起有效运转的技术推广服务体系。同时,积极支持企业或民营科技企业、事业单位,开展科技推广和服务工作。逐步建立省、市、县(市、区)、乡(镇)技术培训体系,开展分层次培训;省、市蔬菜科研部门和省、市专业学会、协会,应建立新成果、新技术、新品种发布制度,并编印发行科学性强、操作性强的科普书籍。

3.3 大力支持龙头企业和农民经济合作组织的发展

龙头企业的发展和农民组织化程度的提高,是关系山东省蔬菜产业升级、提高产品市场竞争力的组织保证。对龙头企业应认真落实已经出台的有关扶持政策,积极为龙头企业搞好服务。建议建立以企业为主体,并得到政府有关部门支持的山东省出口蔬菜协会,担负市场信息交流、协调产销价格、涉外纠纷处理等,克服内耗和无序竞争,并努力开拓国际市场。省、市、县(市、区)应积极引导和扶持菜农合作社、专业菜农协会、农民股份制经济实体的发展,明确其法律定位和领导归属,以便积极培育能够代表农民利益的法人团体,实现有组织、有计划地面向市场,发展生产,进入市场流通,逐步改变目前千家万户搞生产、进市场的局面,以推进蔬菜产业化和品牌经营目标的逐步实现。

3.4 落实科学发展观,实现蔬菜的可持续发展

科学分析国际农产品贸易形势,形成"种植业农产品增加出口的希望在园艺产品,而园艺产品出口的重点在蔬菜产品"的共识,积极支持发展蔬菜产品出口。

统筹国际、国内两个市场,促进内外贸易的结合。以出口蔬菜企业的发展模式和运作经验,提升内销蔬菜生产、产品处理、加工和营销水平,逐步实现与国际市场接轨。

统筹蔬菜生产和保护生态环境,实行蔬菜生产的科学管理和合理轮作,实现产品安全和对环境友好;按照生态农业的要求,实现蔬菜的可持续发展。

科学论证发展蔬菜产业的条件,充分发挥地区优势,针对国际、国内市场需求,发展特色优势产品,推进产前、产中、产后的标准化运作,以有竞争力的产品拓展国内外市场。

© 1994-2010 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net