

中国省份间花生出口竞争力的比较

冯业茂, 张卫东 (河南农业大学经济与管理学院, 河南郑州 450002)

摘要 在农产品国际贸易中, 价格不再是其竞争力的惟一决定性因素。以我国极具竞争力的农产品——花生为例, 通过国内花生主产省份的出口数据进行比较分析, 说明产品质量、地区产业发展等因素对花生出口有较大的影响。

关键词 花生; 竞争力; 出口

中图分类号 F307 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2007)34-11275-02

2007年的中央一号文件指出, 要加快实施农业“走出去”战略, 加强农产品出口基地建设。花生是我国少有的具有国际竞争力的农产品之一, 也是为数不多的净出口大宗农产品, 其竞争力经历了20世纪90年代的下滑后, 1998年以来表现出上升趋势。1998、2000、2003年我国花生国际市场占有率分别为15.55%、25.02%、35.66%。就国内不同省份而言, 差别较大。笔者对国内花生主产省份竞争力进行了比较分析。

1 我国花生在世界上的地位

从产量来看, 中国花生具有明显的优势。从1994到2005年的12年间, 我国花生产量一直位居世界第一。从种植面积来看, 印度是世界花生种植面积最大的国家。从表1可以看出, 中国和印度是世界花生主要产区。2005年两国的种植面积和产量分别占世界的46%和58%。不过从单产来看, 印度单产低于世界平均水平, 而中国单产则远远高于世界平均水平, 低于美国但相差不是太多。当然, 如果仅仅从单产来看, 那么花生单产较高的国家还有以色列、埃及、马来西亚、希腊等, 其中以色列2005年单产达到6 621.60 kg/hm²。不过由于这些国家种植面积较少, 所以影响不是很大。

表1 世界花生主产国生产基本情况

国家	2005年			2004年		
	种植面积	单产	产量	种植面积	单产	产量
	万hm ²	kg/hm ²	万t	万hm ²	kg/hm ²	万t
世界	2 521.72	1 447.10	3 649.21	2 637.58	1 367.10	3 605.73
中国	487.18	3 004.70	1 463.85	512.50	2 746.30	1 407.50
美国	65.03	3 248.70	211.27	56.17	3 392.70	190.57
阿根廷	21.00	2 823.80	59.30	16.30	2 541.60	41.43
缅甸	58.00	1 232.80	71.50	58.00	1 232.80	71.50
印度	672.00	937.30	650.00	800.00	937.50	750.00
印度尼西亚	71.94	2 041.90	146.90	70.22	2 065.00	145.00

从出口来看, 经历了20世纪90年代前期的下滑之后, 近年来中国花生出口逐步回升, 1998、2000、2003年的国际市场占有率分别是15.55%、25.02%、35.66%。从表2可以看出, 自1998年以来, 我国花生产量有小幅上升, 2000年以来基本稳定在1.40×10⁷t; 我国花生出口则不断上升, 出口额从1998年的15 550万美元到2005年的31 959万美元, 超过1994年的31 502万美元。从整体而言, 我国花生在世界上具有较强的竞争力。

2 我国花生主产省份竞争力的比较

2.1 国内花生主产省份生产情况 参照马文杰花生区域划

作者简介 冯业茂(1982-), 男, 河南民权人, 硕士研究生, 研究方向: 农业经济。

收稿日期 2007-07-05

表2 1998~2005年我国花生产量、出口量及出口额

年份	产量 万t	出口量 万t	出口额 万美元
1998	1 188.60	21.00	15 550.0
1999	1 263.90	34.00	19 399.0
2000	1 443.70	40.00	23 175.0
2001	1 441.60	49.00	26 303.0
2002	1 481.80	52.00	26 370.5
2003	1 342.00	49.00	31 788.1
2004	1 434.20	40.00	29 869.0
2005	1 434.20	45.00	31 959.0

分标准, 选取一类和二类区域包括山东、河南等10个省份为研究对象。考虑到各个地区不同年份生产情况的波动, 以2003~2005年的平均数据作为依据进行比较。

从表3可以看出, 山东、河南两省花生生产具有明显优势, 播种面积和产量居全国前两位, 且比重很大; 从单产来看, 山东位居第一, 其次为湖北、安徽、河北, 河南排第五, 辽宁单产则不到2 000 kg/hm², 在十省中最低。

表3 我国花生生产基本情况

省份	播种面积 万hm ²	单产 kg/hm ²	产量 万t
河北	45.91	3 095.70	142.10
辽宁	21.84	1 980.80	43.30
江苏	20.25	2 900.10	58.70
安徽	25.53	3 187.10	81.40
山东	93.28	3 862.50	360.30
河南	96.48	3 015.60	290.90
湖北	18.20	3 513.00	63.90
广东	31.44	2 470.60	77.70
广西	23.61	2 184.90	51.60
四川	26.55	2 281.00	60.60

2.2 国内花生主产省份出口情况 从表4可以看出, 山东出口仍然位居第一, 占全国出口总额的80%以上, 其后依次为辽宁、河北、安徽, 以上四省份出口额占全国总额的90%以上; 河南在出口方面与其产量地位不相称, 居第五, 出口额不到全国份额的2%。整体而言, 山东花生在我国具有压倒性的优势。辽宁、河北、安徽、湖北在某些方面也相对具有优势, 其余省份则基本没有什么太大的竞争力。

3 花生出口竞争力的影响因素

3.1 价格与成本 一般来讲, 商品价格是其竞争力的决定因素, 而成本又是价格的决定因素, 所以成本最终决定竞争力。有研究表明, 安徽花生生产在全国最具成本优势, 但河南、安徽两省出口竞争力不强。可见, 成本不是决定产品出口竞争力的关键因素。

表4 我国花生出口情况

省份	2005		2004	
	出口量 t	出口额 美元	出口量 t	出口额 美元
全国	454 083	319 589 181	402 996	298 673 958
河北	18 184	11 939 443	15 686	10 925 081
辽宁	22 631	16 896 995	23 666	18 568 078
江苏	1 490	1 060 262	1 404	1 103 835
安徽	10 563	7 406 337	7 626	5 699 452
山东	369 672	261 878 763	319 574	240 844 794
河南	7 809	5 096 056	4 977	3 253 578
湖北	437	364 978	434	430 364
广东	2 489	1 126 718	6 507	1 996 647
广西	64	21 766	763	323 557

3.2 质量 目前,世界花生进口市场对进口花生质量的要求越来越严格。如,世界最大的花生进口市场——欧盟要求进口花生必须是加工严格,没有玻璃、石块等恶性杂质,花生仁果实均匀、色泽好。欧盟委员会还通过了1525/98号指令,公布了欧盟国家食品中黄曲霉毒素的限量;同时,欧盟在进口过程中实行“自动报警系统”,即任何一国进口花生中查出黄曲霉毒素超标,欧盟所有国家将自动对其关闭市场。澳大利亚规定,进口花生镉含量应低于0.05 ng/kg。辽宁省花生出口竞争力强的原因之一就是花生质量好。该省花生生产应用常规品种,施用化肥较少,生长期间基本不施农药。再加上辽宁省所处的地理优势,该省花生受到日本、韩国的欢迎。安徽省花生的黄曲霉毒素含量相对较低,所以也有较强的竞争力。

3.3 产业发展 我国花生之所以形成目前的竞争格局,主要由于各个省份花生产业间发展程度不同。尽管我国花生产量居世界第一,但像山东鲁花集团这样具有影响力的花生加工龙头企业仍较少。其他省区如河南、安徽、河北、湖北等地,单独以花生加工为主的大型花生加工龙头企业数量更少。而且山东加工分级花生、乳白花生、烤花生、盐花生等的加工企业也较多。山东凭借较强的产业发展链条增强了花生竞争力。而其他地区在花生加工方面明显不足,大大限制了一些高增值花生产品的出口贸易,影响了生产优势的发挥。

4 对策

4.1 提高花生食品安全性 建立花生种植、收购、运输、加

工、贮藏等环节毒素污染综合控制技术规程,提高花生的卫生安全性。对外贸出口的花生原料,严格执行电子分检和人工分检程序,剔除霉变花生粒。凡是外贸出口的花生原料基地,杜绝喷施丁酰肼。若在出口样品中检出丁酰肼或黄曲霉毒素超标,则坚决不予出口。

4.2 推广优质专用花生生产 花生品种专用化是花生产业化的基础。优质专用型花生新品种应用于加工和出口,将会大大提高花生及其制品的附加值,对提升我国花生在国际贸易中的优势地位、提高国内加工企业效益、创立名牌具有重要意义。根据近年来全国花生加工企业综合统计,花生经过深加工后,一般可创造出原值5~6倍的附加值。实现品种专用化,可促进花生加工业持续发展,带动花生产业化的全面发展。

4.3 实行产业化经营 通过产业化经营实现花生生产、加工、销售于一体,通过联合、合作组织等形式开展产业化经营。政府也可以出面扶持。如,辽宁正业花生产业发展有限公司就是一家以花生种植、生产、加工、销售以及对外贸易为主的农产品加工企业。花生深加工项目被列为国债资金重点扶持的农业项目。目前企业已通过HACCP、国际有机食品认证,具有多年的出口加工经验,产品检验符合日本、欧洲的出口标准。产业链条上的知名企业也可以提高本地区花生的知名度和美誉度,创立品牌。就农产品而言,树立品牌对于提高竞争力有着很大的作用。河南中牟大蒜、新郑红枣、宁夏枸杞等地区的农产品就是通过树立品牌以进一步开拓市场的。

参考文献

- [1] 国家统计局. 中国统计年鉴1999-2006 [Z]. 北京: 中国统计出版社, 2006.
- [2] 中国农业年鉴编辑委员会. 中国农业年鉴2005-2006 [Z]. 北京: 中国农业出版社, 2006.
- [3] 章长青. 辽宁省花生生产现状与展望 [J]. 农业经济, 2003(8): 29.
- [4] 吴奇志, 周可金. 安徽花生生产现状及竞争力分析 [J]. 安徽农业科学, 2005, 33(1): 164-165.
- [5] 周瑞宝. 中国花生生产、加工产业现状及发展建议 [J]. 中国油脂, 2005, 30(2): 5-9.
- [6] 晋洪涛. 山东和河南花生竞争力分析 [J]. 山东省农业管理干部学院学报, 2006, 22(5): 50-52.
- [7] 程增书, 李玉荣, 徐桂真, 等. 河北省花生生产、科研现状与产业化发展对策 [J]. 花生学报, 2003, 32(21): 60-63.

政府要通过各种途径,大力培育和发展农业科技企业,并促进农业科技企业内部有良好的运作机制,外部有良好的发展环境。

参考文献

- [1] 陈德敏, 王文献. 循环农业——中国未来农业的发展模式 [J]. 经济师, 2002(11): 8-9.
- [2] 冯之浚. 论循环经济 [J]. 中国软科学, 2004(10): 1-9.
- [3] 江辉, 陈劲. 集成创新: 一类新的创新模式 [J]. 科研管理, 2000, 21(5): 31-39.
- [4] 王姝. 浅谈发展农业循环经济 [J]. 农业经济, 2005(1): 62-64.
- [5] 徐冠华. 加强集成创新能力建设 [J]. 中国软科学, 2002(12): 23-29.

(上接第11274页)

行机制灵活、高效,具有强大的生命力,应该采取扶持政策,使其壮大发展,为搞好农业推广服务。农业科技企业的发展也应得到复制。建立农业科技企业,是农业科技成果产业化的最好形式之一。它不但能够使农业科研机构和农业科技成果推广部门所进行的活动与自身利益挂钩,得以提高各方面的积极性,而且使农业科技成果直接通过市场进入农业生产经营环节,将科学技术与农业经济紧密结合是农业科技成果转化最直接、最有效的途径。因此,各级