

河南大蒜出口现状及影响因素分析

徐会苹

(河南农业大学 经济与管理学院, 河南 郑州 450002)

摘要: 从河南大蒜出口的基本现状出发, 对影响大蒜出口的价格与非价格因素进行了分析, 并提出加强大蒜出口创汇基地建设, 提高大蒜标准化生产水平, 加大新产品特别是高附加值产品的开发力度等对策建议。

关键词: 大蒜出口; 河南; 影响因素; 建议

中图分类号: S633.4 **文献标识码:** A **文章编号:** 1004-3268(2009)05-0107-04

大蒜是中国最主要的蔬菜出口产品, 也是河南蔬菜类出口份额最大的农产品。大蒜的生产和出口对于河南来讲意义非凡。近2年大蒜价格的大幅度下跌, 也引起了人们的广为关注。为此, 从河南大蒜出口的现状出发, 分析了主要影响因素。

1 河南大蒜出口的基本现状

尽管目前中国已有30多个省份种植大蒜, 但受地理位置和气候条件影响, 华北大平原的山东、河南、江苏三省接壤部分, 大蒜种植规模最为突出, 区位优势也最为明显。河南大蒜以蒜头大、瓣匀、色白、不散头、耐贮藏、香味纯正、辣味适中、营养丰富和较高的药用价值等特色享誉中外。加之丰富的农村劳动力资源, 使河南省大蒜生产成本相对较低, 在出口成本上占据了一定优势, 出口数量不断增长, 创汇金额逐年增加。

1.1 河南大蒜近几年的出口金额

2004—2007年河南大蒜出口创汇金额分别为2294万美元、4598万美元、5054万美元、3849万美元。2007年, 大蒜成为河南省蔬菜类创汇额最多的单项产品。

从表1可以看出, 在主要的大蒜出口省份中, 农产品出口第一大省——山东省, 不论是各年的统计值, 还是2004—2007年的平均值, 大蒜的出口金额都高居第1位, 2007年出口金额达69959万美元; 稳居第2位的是江苏省, 2007年出口金额为10264万美元; 河南省近几年基本是排在全国第3位, 2007年出口金额为3839.9万美元。说明河南大蒜的出口和其他一些省份比起来, 还是有一定实力。但与排在第1位的山东相比, 大约是山东每年出口额的1/18; 距排第4位的广东只差了600多万美元, 而且从这几年出口增长趋势上看, 有被超过的可能, 所以

收稿日期: 2009-01-12

基金项目: 2006年河南省哲学社会科学规划项目(2006BBJJ008)

作者简介: 徐会苹(1974-), 女, 河南许昌人, 讲师, 在读博士研究生, 研究方向: 农业经济理论与政策。

的管理具有重要意义。连翘对生长环境的条件要求不高, 可在各种环境下生长, 但没有科学的枝条修剪和水肥管理, 质量和产量就难以提高。目前, 许多连翘种植区管理粗放, 产量较低, 质量也不高。应根据连翘物候期和开花结实习性, 制定科学规范的栽培措施, 在其生长发育的关键时期加强水肥管理, 以提高连翘的产量和质量。

参考文献:

[1] 江苏新医学院. 中药大辞典[M]. 上海: 上海人民出版

社, 1977: 2270.

- [2] 丁岗, 刘延泽. 中药连翘及其同属植物的研究近况[J]. 中药材, 1994, 17(10): 42—44.
- [3] 董杰德, 陈晨华, 仇素英. 四种中草药抗柯萨奇及埃柯病毒的实验研究[J]. 山东中医学院学报, 1993, 17(4): 46—48.
- [4] 张其兰, 赵鲁明, 滕伯刚. 牙痛灵镇痛、抗炎及抑菌作用的研究[J]. 中成药, 1994, 16(8): 35—37.
- [5] 王维华. 以连翘为原料的食品天然防腐剂的研制[J]. 天然产物研究与开发, 1996, 8(3): 87—91.

表 1 2004—2007 年河南及国内主要省市大蒜出口创汇金额 (万美元)

地区	年份					名次
	2004	2005	2006	2007	平均值	
上海	1410.8	2540.6	4145.0	3750.4	2961.7	5
江苏	2300.8	5857.8	9609.7	10264.0	7008.1	2
福建	1790.4	2302.9	2774.1	1661.9	2132.3	6
山东	30601.5	43682.7	65880.9	69959.0	52531.0	1
河南	2296.7	4579.1	5034.2	3849.5	3939.9	3
广东	5028.7	1741.1	2822.1	3463.1	3263.8	4
安徽	1105.7	1996.6	2912.6	2464.5	2119.9	7
广西	1590.6	1467.6	1795.5	2278.7	1783.1	8

注: 表中选取了大蒜出口额排在前 8 位的省市

河南大蒜出口值得特别关注。

1.2 河南大蒜出口的结构

大蒜的出口不仅可以是传统的保鲜大蒜、醋腌大蒜、干燥大蒜、冷冻大蒜、盐水大蒜等种类,形式上也可做成整个蒜头状、蒜片状、蒜粉状、蒜米状的。也可经加工提取出大蒜油、大蒜素,这些都是深加工高附加值产品。

2005—2007 年中国大蒜出口中,保鲜大蒜和干燥大蒜占 98.4%,98.6%,98.8% (2004 年所占比重相对稍低一些,约是 73%,这与 2004 年大蒜市场波动较大有一定关系)。河南大蒜的出口结构和中国整体结构基本一致,河南省大蒜出口中 96%为保鲜大蒜。这也充分反映出河南大蒜出口结构过于单一。这不仅不利于大蒜市场的进一步开发,也不利于大蒜的出口,同时更不利于提高蒜农的收入(各出口商在低附加值的初级产品格局下竞争,为了大蒜出口,纷纷压低价格)。

1.3 河南大蒜的出口流向

中国大蒜的出口已经走向世界的六大洲。但大蒜的出口流向从各洲来讲相对较为集中,大蒜第一大出口市场是亚洲,出口数量占了中国总出口量的 64.87%;第二大市场是欧洲,约占 12%的比重;这 2 个洲的出口量约占我国出口总量的 80%。河南大蒜的出口市场主要集中在亚洲、美洲,且主要集中在印度尼西亚、美国、阿联酋、巴基斯坦、孟加拉国、新加坡等 20 多个国家和地区,市场集中度同样非常高。

2 影响大蒜出口的主要因素

2.1 价格影响因素

从世界范围来看,中国大蒜的出口单价比其他主要大蒜出口国西班牙、法国、墨西哥、阿根廷等要低得多。2004 年,中国大蒜出口单位价格仅为西班牙的 26%,法国的 16%,墨西哥的 33%,阿根廷的

56%。所以从价格方面来分析,不论是山东大蒜、上海大蒜、江苏大蒜,还是河南大蒜,在出口价格上都具有绝对优势。而且河南因劳动力充裕,劳动成本较为低廉,且大蒜又是劳动密集型产品,价格优势尤其明显。所以说短期内价格因素不是影响河南及至中国大蒜出口的主要因素。而且从某种意义上讲,河南大蒜的生产成本具有潜在的比较优势。

2.2 非价格影响因素

2.2.1 产品品质 因为农产品具有需求价格弹性较小,所以随着人们收入水平的提高,农产品价格在竞争中的地位逐渐下降,以农产品质量为主的非价格竞争日益成为农产品市场竞争的焦点。

早期国际市场上对大蒜的品质要求主要是蒜头的直径。20 世纪 80 年代,一般要求蒜头的标准直径为 4cm,90 年代以来,蒜头的平均直径普遍增加为 5cm,有的甚至要求在 6cm 以上。近十几年来,国际市场不仅对蒜头的大小要求越来越高,而且对大蒜的品种、皮色、蒜柄长短、有无根须等也都比较关注。而且随着环保意识的增强和进口国环境法规的限制,对包装材料更多要求是环保性能好的,易分解、不污染或少污染环境材料。特别是欧美国家,这方面要求更高一些。

河南大蒜以“宋城大蒜”和“九都大蒜”最为有名,产地集中在开封杞县和郑州中牟。这 2 个县域不仅具有最适宜大蒜生长的良好的气候条件和土质,而且有着 2000 多年种植大蒜的丰富经验,再加上现代科技与科学管理,实现了大蒜区域化发展、规范化种植、标准化生产,大蒜产量和品质不断提高。蒜头直径 5.5cm 以上的占到总产量的 90%,再加上严格的加工、包装,出口合格率达到 94%。但这些数据是基于前几年国际农产品市场特别是东南亚国家相对宽松的背景之下的,随着日本、欧盟新的农产品安全标准的出台,如果要想继续拥有原来市场,并想要开拓新的市场,就需要不断提高产品品质,以达

到进口国日益严格的检验标准。

2.2.2 产品多样性和加工程度 近年来,国际市场需求已经从直接食用保鲜大蒜向多元化方向发展,不断开发出新的深加工产品。调味蒜泥、蒜粉等产品的国际需求量大增,蒜汁饮料、蒜素微胶囊等需求量居高不下;以大蒜为原料的美容美发和健体产品层出不穷。如美国制造的无臭大蒜素胶囊,其大蒜素、维生素和无机盐含量为新鲜大蒜的 2.5 倍;中国合成并且临床使用的大蒜新素具有很强的抗菌消炎作用。专家预测,大蒜精深加工产品的需求量将以每年 20% 的速度递增,而且需求层次将向多样化发

展,并且不断升级。

目前,河南大蒜出口约 96% 为保鲜大蒜,加工程度低。中牟县曾先后涌现出了 20 多家蒜粉、蒜片、蒜酱、糖蒜之类的加工企业,由于这类加工企业技术含量、附加值低,没能带来更多的财富。如果不能走出卖蒜的原始阶段,大蒜价格将会持续走低,蒜农将继续面临卖蒜难、增产不增收的困境。

2.2.3 大蒜的流通 现有农产品出口流通可以描述为一个具有 4 层结构的系统,流通的起点和终点分别是农户和国外进口商,中间为生产流通服务层和出口流通服务层(图 1)。

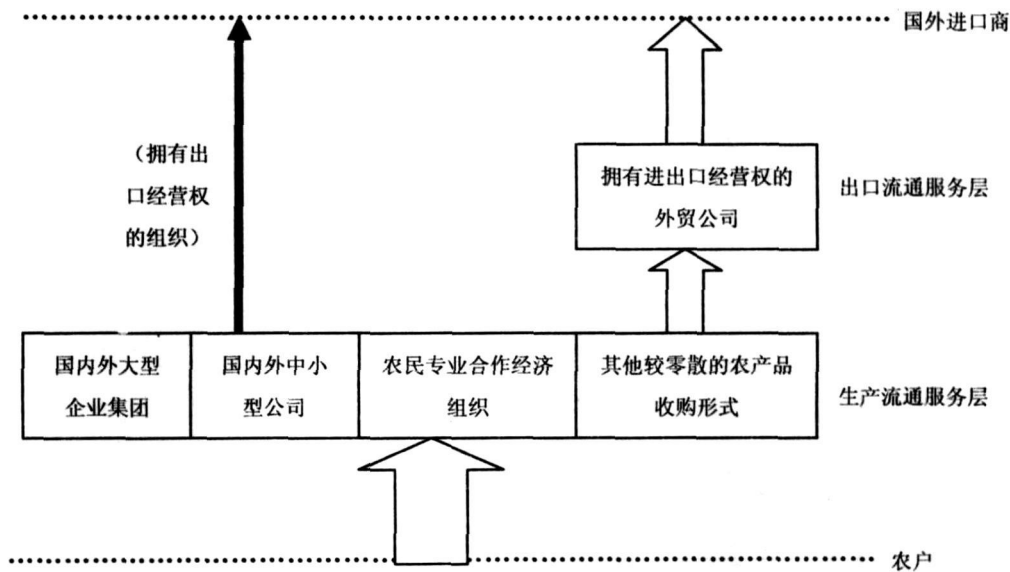


图 1 当前农产品流通体系

有关学者研究指出,大规模的流通合作组织比小规模流通合作组织拥有更高的交易效率,这是导致发达国家流通合作组织规模不断扩张的重要原因。目前,大多数承担河南省大蒜出口任务的流通组织的规模和实力都比较弱,生产流通基本上是众多零散的个人收购,外贸公司规模较小,数量众多。这样使得河南大蒜的生产优势转换不成产品的竞争优势。

2.2.4 大蒜的期货市场 大蒜的现货市场已经比较成熟。但现货市场存在一些缺陷,如价格形成机制以及风险转移机制,所以只有现货市场的大蒜市场是一个不完整市场。目前不论是国内大蒜价格还是出口价格波动都非常大,为此需要建立大蒜的期货市场以规避风险。

3 提高河南大蒜竞争力,扩大出口创汇能力

长期以来,大蒜是河南出口创汇的最主要蔬菜

品种。通过与中国主要的出口省市山东、江苏、上海、安徽等比较可以发现,河南大蒜在国际市场上具有较强的竞争力,出口金额居于全国第 3 的位置。但出口额占全国总出口额的比重与生产量占全国的比重并不相符。据不完全统计,2007 年中国大蒜种植面积 22 万 hm^2 ,河南就有 6.7 万 hm^2 ,占到全国总种植面积的 30%。但出口金额为 3849.5 万美元,约占 2007 年中国大蒜出口总额 108090 万美元的 3.6%。而同年山东出口额为 69959 万美元,占全国总出口额的比重为 65%。因此,河南应该努力将大蒜产业做强,积极开拓市场,促进大蒜产业的发展。现根据河南大蒜的生产及出口现状,提出以下几点建议。

3.1 加强大蒜出口创汇基地建设,提高大蒜标准化生产水平

近几年,技术性贸易壁垒成为制约中国农产品出口的重要问题之一。河南省要以国际市场为导

向,发挥资源优势,加快以郑州、开封为中心的大蒜出口创汇基地建设,推进大蒜标准化生产,增加科技投入,完善分级包装,切实提高质量。同时,要发挥经纪人和行业协会在大蒜产业化进程中的作用,带动标准化生产,建成真正的无公害或绿色农产品生产基地,从根本上提高大蒜档次,增强市场竞争能力。

2006 年,杞县大蒜采用标准化种植后投入的费用,由每公顷 4140 元降到 2970 元,每公斤价格也增加了 0.85 元。中牟大蒜标准化种植技术的推广,使优质品率提高了 10%,还被评为全国三绿工程畅销品牌,“中牟大白蒜”也被注册为河南省名牌农产品。因此,要以标准化生产来确保河南省大蒜的优良品质和良好信誉,拓展更大的国际市场空间。

3.2 加大新产品特别是高附加值产品的开发力度

目前河南大蒜出口品种主要是原蒜,加工也只是停留在腌制、切片、烘干等简单加工上,科技含量低,附加值低。而大蒜深加工产品不仅在国际市场上卖价较高,而且能转化掉更多的原蒜。据测算,每生产 1t 大蒜油可消耗 300~400t 鲜蒜;每提取 1t 大蒜素粉可消耗 5t 鲜蒜,以每吨鲜蒜 1500 元计算,除去各种成本,每吨大蒜素粉在国内市场上的净利润在 20 万元左右,在国际市场中的利润空间更大,市场潜力也更大。据专家估计,面对并不宽松的国际市场环境,原蒜市场进一步开拓的潜力已经不大,如果还是依靠原蒜及低附加值产品的出口,必然使大蒜价格的一路走低。所以作为大蒜生产大省的河南,应引进先进技术设备,积极引导企业开展蒜素、蒜粉等制品的加工出口,促进大蒜深加工、高附加值产品的发展,尽快走出增产不增收的困境。

3.3 加快发展大蒜行业协会,抑制大蒜出口企业间的无序竞争

入世前,原外经贸部对大蒜出口一直采取配额管理方式,并对出口经营资格有所限制。入世后,为了遵守入世的承诺,从 2002 年起大蒜出口实行一般许可证管理,放宽了经营资格。据海关统计,当年大蒜出口企业就从 2001 年的 156 家增加到 500 家。但是,经营权放开以后,出口企业数量剧增,特别是那些新公司过去没有经营过大蒜,不了解市场,不接

受行业协调,低价出口,冲击市场。再加上大蒜经纪人队伍猛增,但缺少配合,竞相压价,使得这几年的蒜价一跌再跌,甚至闹出了欧美蒜农控告河南大蒜有意低价倾销的风波。广大蒜农利益受到损害,农民、加工企业、国家都没有从大蒜出口中获得充分的利益。

在向市场经济转轨的过程中,如何培育更市场化的非政府组织,是目前政府当务之急。而且农产品的合作经济组织与其他领域的相比,面对的是散、弱的农户和涉农企业,具有弱质性和公益性的特点,想要得到发展更离不开政府诸多方面的支持。河南省应采取切实有效的措施,鼓励现有的大蒜协会及其他一些组织机构逐步发展完善,并进一步提高组织化程度。提高参与国内外市场竞争的能力。另外要加强河南省大蒜经济信息网络建设,促进国内外大蒜市场信息的综合和发布工作,及时提供国内外大蒜市场供求和价格等动态信息,在这方面山东省的做法具有极强的借鉴意义。

3.4 加强对大蒜电子交易市场的有效监管

商务部门早期批准电子市场之后并没有充足的监管力量,导致电子市场人为操控现象非常严重,甚至使大蒜电子市场价格严重背离现实价格。大蒜市场价格受电子价格的影响,出现现货大蒜价格每斤只有几分钱的现状。这极大地伤害了蒜农及一些蒜商的利益,也严重影响了大蒜的稳定生产和出口竞争力的提高。所以这个问题需要商务部门及其他一些相关政府部门及时解决。

参考文献:

- [1] 丁超. 我国大蒜产销的调查与思考[J]. 长江蔬菜, 2007(10): 1-3.
- [2] 王永德, 尚杰. 农产品国际竞争力比较研究综述[J]. 学术交流, 2008(1): 107-111.
- [3] 姚秋菊, 张晓伟, 魏国强. 河南省大蒜出口情况与国际市场分析[J]. 中国瓜菜, 2007(5): 54-56.
- [4] 黎元生. 农产品流通组织创新研究[M]. 北京: 中国农业出版社, 2003.
- [5] 潘劲. 农产品行业协会的治理机制研究[M]. 北京: 中国农业出版社, 2005.