

# 山东省蔬菜出口贸易问题及对策分析

杨旭东,孟志兴,韩 翊,晁富梅  
(山西农业大学 经济管理学院,山西 太谷 030800)

**摘要:**山东省一直以来以“农产品出口大省”的美誉享誉全国,尤其是蔬菜出口量长期以来保持增势。为能巩固和发展山东省蔬菜出口大省的优势地位,通过对山东省蔬菜出口贸易现状及优势的研究,发现山东省蔬菜生产和贸易仍然存在蔬菜生产规模小,出口品种少、农药残留问题严重、产业链管理模式不健全、缺少品牌蔬菜产品且企业营销能力不足、质量安全标准体系不完善等方面的问题,基于此,有针对性的提出,加强对农残问题的监管;加快市场信息网络改造升级;建设有效的产业链模式;积极参与国际贸易规则的制定和普及等建议。

**关键词:**山东省蔬菜;出口贸易;问题;对策

**中图分类号:**F327   **文献标识码:**A   **文章编号:**1002-2767(2016)09-0116-04   **DOI:**10.11942/j.issn1002-2767.2016.09.0116

山东省蔬菜产业一直为外向型发展,并且山东拥有较为明显的优势。事实上,从2004年开始,山东省蔬菜产业规模、出口总额增长等方面都一直高居我国首位。正因为如此,对山东省蔬菜出口贸易情况进行研究,不仅有利于促进山东省蔬菜出口贸易的发展,更能够为其蔬菜基地建设、其它产业发展提供借鉴与参考。

## 1 2005-2014 年山东省蔬菜出口贸易现状

### 1.1 2005-2014 年山东省蔬菜出口量保持增长趋势

从表1可以看出,山东省蔬菜出口量由2005

年的245.05万t增长至2008年的312.90万t,2009出现小幅下降;之后开始增长,由2010年的323.60万t增长至2011年的389.60万t,2012年出口量为315.00万t,出现较大幅下降;2013出现大幅的增长,由412.40万t增长至2014年的443.70万t,占全国出口量的55.90%,达到了一半水平;总之,2005-2014年,山东省蔬菜出口量整体保持增长趋势。

### 1.2 山东省蔬菜主要出口市场

由表2可知,山东省蔬菜出口市场由日韩、东

表1 2005-2014 年山东省蔬菜出口总量分析

Table 1 Gross Volume Analysis of Exporting Vegetables in Shandong from 2005 to 2014					
年份 Year	产量/万 t soutput	出口量/万 t Export volume	出口量占产量比例/% Proportion	全国出口量/万 t National export	山东省出口量占的比例/% Proportion of export in Shandong
2005	10673.00	245.05	2.30	680.20	36.00
2006	9513.00	275.50	2.90	568.00	48.50
2007	8342.30	280.40	3.40	817.59	34.30
2008	8635.00	312.90	3.60	820.90	38.10
2009	8937.20	305.20	3.40	802.70	38.00
2010	9030.70	323.60	3.60	844.70	38.30
2011	9180.90	389.60	4.20	973.00	40.00
2012	9386.00	315.00	3.60	741.00	42.50
2013	9643.00	412.40	4.30	961.10	43.00
2014	11000.00	443.70	4.00	794.00	55.90

数据来源:海关信息网。下同。  
Data source: Customs information network. The same below.

2016-06-06  
**第一作者简介:**杨旭东(1989-),男,山西省岚县人,在读硕士,从事农村与区域发展方面的研究。E-mail: yangxudong0403@163.com。  
**通讯作者:**孟志兴(1976-),女,山西省文水县人,硕士,副教授,硕士生导师,从事农村经济和区域经济研究。E-mail: mzx1994@163.com。

盟扩展到了部分丝绸之路国家,其中东盟、海上丝绸之路国家为主要出口市场,其次为日本和韩国;虽然对陆上丝绸之路国家的出口量较少,但是与2013年前10个月同期相比,出口量增长了52.3%,东盟和海上丝绸之路国家与2013年前

10 个月同期相比,出口量也都有所增加,然而山东省对日本和韩国的蔬菜出口量较上一期相比反而减少。综上所述,随着贸易全球化进程的加快,

我国建立的自贸区扩大了出口市场,使山东省蔬菜出口品种、数量、出口国明显增多。

表 2 2014 年前十个月山东省蔬菜出口国及出口量

Table 2 Vegetable exporters and export volume of Shandong in top ten months in 2014

主要出口国 Leading exporters	东盟 ASEAN	日本 Japan	韩国 Korea	海上丝绸之路国家 Countries of maritime silkroad	陆上丝绸之路国家 Countries of land silk road
出口量/万 t Exportvolum	0.9	7	5	14.8	4.7
比 2013 年前 10 个月增长/% Proportion with top ten months in 2013	3.9	3.4	7.7	38.4	52.3

1.3 山东省蔬菜出口的主要品种

目前山东省的大蒜、辣椒、生姜、白菜、黄瓜、萝卜、洋葱等名优蔬菜,种植面积、产量、加工出口数量和出口创汇额均位居全国首位。从蔬菜制品的出口发展趋势来看,山东省出口蔬菜品种有未加工的新鲜或冷藏的蔬菜(包括萝卜、洋葱、大蒜、生姜、青花椰菜等)、脱水蔬菜(包括干辣椒、木耳、莲藕、笋干等)、腌渍蔬菜(包括榨菜、萝卜干、黄瓜、蘑菇等)、速冻蔬菜(蒜台、马铃薯、蚕豆、豌豆等)、保鲜蔬菜、蔬菜汁、加工调理蔬菜等加工蔬菜<sup>[1]</sup>。

2 山东省蔬菜出口的优势

2.1 区位及资源优势

山东省位于我国东部沿海地区,气候温和,雨热同期,无霜期长,有“世界三大菜园”之一的美誉,以潍县萝卜、苍山大蒜、胶东大白菜、章丘大葱、莱芜生姜等名优蔬菜闻名于世,使其蔬菜种植量、销售量长期以来居于全国第一。同时,山东省与韩国、日本隔海相望,依靠蔬菜运输路途短以及蔬菜种植、消费习惯相似等优势,加强了中日韩三国的蔬菜贸易往来。日本作为世界上主要的蔬菜进口国,约 30% 的进口蔬菜来源于山东省,最主要原因是由于两国相距较近,便于蔬菜运输,能保证蔬菜的质优鲜美<sup>[2-3]</sup>。如日本横滨进口洋葱,通

过远洋运输从美国进口,所需时间为 21 d 左右;但从中国山东安丘进口仅需 7 d,从时间上保证了保鲜洋葱的质量,节省了进口成本。

2.2 价格优势

长期以来山东省蔬菜种植主要以小农经营、自产自收为主,大面积的集约化种植和低廉的劳动力成本,使山东省的蔬菜价格略低于其它省市和地区,具有很强的价格竞争优势。以中韩蔬菜贸易为例,韩国耕地面积较少,农产品大多数依赖国外进口,稀缺的耕地面积和高额的劳动力成本使韩国国产蔬菜零售价格较高,每逢泡菜腌制季节,白菜零售价上涨到每棵 4 500 韩元(大约 36 元人民币)左右<sup>[4]</sup>。所以,相对合理的供销售价成为韩国从山东进口蔬菜的主要原因之一。

2.3 技术优势

山东省蔬菜种植历史悠久,长期以来通过研究院所和科研人员的探索,不断开发利用种苗嫁接技术、无土栽培技术等,进行瓜菜反季节种植,建立标准化的设施蔬菜生产基地,以发展培育绿色蔬菜、无公害蔬菜种植技术为重点,推广新型设施和氯乙 烯长寿无滴膜(PVC)、聚乙烯膜(PE)、EVA 膜等新型覆盖材料<sup>[5-6]</sup>,机械化水平提高,在全国蔬菜种植方面的传统技术多样,且蔬菜种植的科技创新方面走在全国的前列(见表 3)。

表 3 设施蔬菜保温覆盖材料

Table 3 Cover materials for heat preservation of greenhouse vegetable

设施类型 Types	日光温室 Sumlight greenhouse					塑料大棚和小拱棚 Plastic-covered tunnels and low tunnels	
	PVC	PE	EVA	PO	其它	PE	其它
棚膜类型占百分比/% Percentage of greenhousefilm types	42.3	39.5	16.0	2.0	0.2	95.0	5.0

数据来源:山东省农业科学院蔬菜研究所

Data source:Vegetable Research Institution of Shandong Academy of Agricultural Sciences

## 2.4 政策优势

山东省委省政府把发展蔬菜产业放到政府工作的首位,并且出台许多优惠扶持政策。根据《国家税务总局关于下发出口退税率文库 20120201A 版的通知》财税〔2011〕137 号文件规定的蔬菜产品,自 2012 年 3 月 1 日起,统一执行出口免税政策,即对从事蔬菜批发、零售的纳税人销售的蔬菜免征增值税,内销蔬菜成为免税商品,外销出口的蔬菜征税和退税率也为零<sup>[7]</sup>。这一政策的实施,使蔬菜销售渠道拓宽,菜农可以自由选择蔬菜销售方式,为广大蔬菜生产者创造了福利。同时,政府鼓励科技创新,投入专项资金保障农业发展顺利进行,通过研发新型种植技术与种植方法使蔬菜产量增加,进而增加农民收入。

## 3 山东省蔬菜出口贸易存在的问题

### 3.1 蔬菜生产规模小,出口品种少

由于山东省与日韩两国隔海相望,山东省的大部分蔬菜出口到日韩两国。但出口的蔬菜品种少、规模小,主要以大蒜、罐装食品和脱水蔬菜为出口对象,一旦进口国的订单减少,出口量就会受到影响。因此,这种单一的出口方式抗风险能力较差,极易造成出口企业过分依赖单一的销售市场,会影响企业的经济效益。同时山东省蔬菜种植多为分散经营模式,以各个农户为经营主体,这种粗放型的生产经营模式,使蔬菜产品品质不一,产品的整体化、专业化和标准化程度较低,加大了统一管理和规范生产的难度。

### 3.2 农药残留问题严重

我国是世界上农药生产和销量最高的国家,农药残留问题对我国的出口蔬菜形成了质量安全隐患<sup>[8]</sup>。由于食品检疫部门检查监督体系不完善,对蔬菜生产者缺乏专业性指导和培训,使其面对突如其来的农业危害时,不能采取正确的农药措施来防治病虫害,部分农民把化学农药当作解决措施,从而导致蔬菜种植过度施用农药化肥,造成化学农药残留超标。

### 3.3 产业链管理模式不健全

我国蔬菜出口的产业链模式比较短,待出口的蔬菜产品在生产、加工、流通、销售各环节尚未形成合理科学的产业链联系<sup>[9]</sup>。以大蒜素的出口深加工为例,大蒜在加工出口环节的毛利率为 10%,在深加工环节毛利率就增长了 2~3 倍,大

约 400 t 大蒜中才能提取出 1t 大蒜素,而国内每年大蒜素的平均产量为 50 t,需要消耗 2 万 t 大蒜<sup>[10]</sup>。这就使得大蒜素在生产加工环节消耗了大量成本,出口企业只能在流通和销售环节中提高大蒜素的价格。因此,深加工产品出口量少,产品层次低,导致蔬菜产业难以对供需进行自我调节,使蔬菜价格暴涨暴跌,而且企业应对市场波动的能力较弱,制约整个行业的健康发展。

### 3.4 缺少品牌蔬菜产品且企业营销能力不足

山东省蔬菜产品自主品牌较少,长期以来只靠传统名优蔬菜立足国内、国际市场,蔬菜销量很容易受到他国新型品牌蔬菜的影响,而且科技创新能力不足,缺少专业化人才指导,研究技术和研究设备不能与国外新型技术接轨,削弱了国际竞争优势。虽然山东省名优蔬菜产品在国际市场有很广阔的销售前景,但出口企业的营销策略落后,品牌化意识薄弱,以及缺乏有关农产品销售的国际营销人员,专业化水平不高,不能把有效的市场需求趋势与营销方式结合起来,造成出口产品积压、过剩、滞销等现象时有发生,严重影响了出口企业的经济效益。

### 3.5 质量安全标准体系不完善

山东省蔬菜种植多为分散经营模式,以各个农户为经营主体,这种粗放型的生产经营模式,使蔬菜产品质量不一、品质不高,产品的整体化、专业化和标准化程度较低,加大了统一管理和规范生产的难度。由于近年来国内蔬菜安全事件屡屡发生,如潍坊毒生姜、毒豇豆、毒豆芽、膨大西瓜、避孕黄瓜等<sup>[11]</sup>,此类现象集中暴露了我国地区蔬菜生产市场的监管问题,降低了国内外消费者和国内外销售市场对我国蔬菜出口产品的信任。

## 4 扩大山东省蔬菜出口贸易的对策

### 4.1 扩大生产规模,增加蔬菜出口品种

通过建设一批高标准、规范化、集约化的蔬菜生产基地,改变以往以大蒜、罐装食品和脱水蔬菜为主要出口对象的局面,提高蔬菜产品的质量及花色品种,增加各类蔬菜制品(蔬菜汁、蔬菜泥、调味食品以及蔬菜工艺品)等深加工产品的出口,从而降低因出口产品单一造成的企业订单减少、出口市场缩小等问题,逐步增加企业的经济效益。

### 4.2 重点监管农残问题,加大对蔬菜生产者食品安全知识的普及

加大对蔬菜检验技术的研究,把农药残留降

到最低标准,突出对高精、快速检测能力和技术标准研制能力的建设。同时,适时对蔬菜生产者进行食品安全知识普及和专业培训,定期组织专业技能竞赛和专业知识竞赛,培养一批高素质、高技能、高水平的新型农民,为建立高标准新型蔬菜生产基地提供保障。

#### 4.3 加快对市场信息网络的改造升级,

通过规范蔬菜批发市场的管理体系,协调蔬菜市场和众多蔬菜批发商的经营发展模式,加快升级农产品的市场网络信息,充分利用先进的网络技术手段,搭建市场信息化平台,不断优化信息服务功能,及时传递市场供需状况,尽可能的降低农产品生产者和批发商的经营风险。同时要强化产销衔接,促使农贸市场、连锁超市与蔬菜加工流通企业实现“线上线下一体化经营”,从而减少蔬菜的流通环节,降低个体经营成本<sup>[12]</sup>。

#### 4.4 提高企业的营销能力和营销水平

一是企业应该积极参加中国特色农产品交易博览会、展销会,在农产品博览会中获取市场营销信息、寻求贸易合作伙伴,为扩大销售渠道和拓展国际出口市场做准备;二是要积极开展网络营销,以网络宣传为交易平台,为潜在客户提供的产品信息,实现线上线下的电商一体化网上营销,这样能使农产品从传统的现实交易中分离出来,节约营销成本;三是要建立一支强有力的国际营销队伍,加强对现有营销人员和管理人员的外语、涉外法规和国际营销知识的培训。

#### 4.5 建立有效的产业链管理模式,实施品牌化战略

通过加大对蔬菜生产、加工、流通、销售各环节的有效监管,完善科学合理的产业链管理模式,提高出口蔬菜产品的质量,保障出口蔬菜的安全、卫生合格化,从而形成从蔬菜生产基地到消费者餐桌的质量安全保障体系。同时,蔬菜出口企业与生产加工企业应该建立广泛的合作关系,以便降低产品流通过程中高额的运费、成本等。同时加大对名优蔬菜产品的开发力度,实施品牌化战略,积极开拓创新名品蔬菜,提高产品的市场竞争能力。例如,寿光市名优品牌蔬菜众多,有“圣园蔬菜”“乐义蔬菜”“独根红韭菜”“王婆香瓜”“荣名葡萄”“寿光大葱”等<sup>[13]</sup>。同时,要抓好网络、媒体、广告等宣传方式,通过举办大型蔬菜博览会,

提高新型蔬菜的品牌知名度,吸引更多的消费者,从而扩大蔬菜的市场占有率。

#### 4.6 积极参与国际贸易规则的制定和普及,改善我国的蔬菜出口环境

要善于利用《实施动植物卫生检疫措施的协议》即 SPS 协议,遵循科学证据原则、国际协调原则、风险评估与适度保护原则,提高检疫制度的公开透明度,在制定相关检验检疫规则时要考虑到发展中国家,并为其提供技术帮助<sup>[14]</sup>。同时,我国要充分利用 SPS 协议中对农产品出口有利的条款政策,减少农产品在出口中遇到的进口国的保护性贸易壁垒,改善我国的蔬菜出口环境,使我国在出口农产品时变被动为主动。我国出口企业应该积极应对贸易壁垒,政府应该向蔬菜出口企业派出国际化专业人才普及 WTO 相关规则,使蔬菜出口企业在面对不公正的贸易制裁时能够运用国际贸易法规保护自身的经济利益。

#### 参考文献:

- [1] 国家进,程琳,陈福东,等.寿光设施蔬菜品种演变与发展趋势[J].中国蔬菜,2015(6):7-10.
- [2] 赵婷,张吉国.山东蔬菜生产的区域比较优势分析[J].科技和产业,2016(1):17-21.
- [3] 朱智强,张晓丽.山东省蔬菜产业出口竞争优势的促成因素分析[J].现代农业科技,2013(12):267-268.
- [4] 孔繁涛,沈辰.我国蔬菜价格运行及产销匹配研究[J].中国蔬菜,2014(6):1-5.
- [5] 边明.日光温室安全生产关键技术应用与研究[J].中国农业信息,2015(5):39-40.
- [6] 范永华,滕少明,李召国,等.山东省蔬菜产业发展研究[J].山东经济战略研究,2014(3):22-25.
- [7] 李洁.蔬菜流通环节免增值税的经济后果分析[J].会计之友,2013(14):79-80.
- [8] 张慧静,周静,和梦琳,等.菜农使用无公害或绿色农药意愿的影响因素研究——基于山东省蔬菜种植户的调查[J].农业经济,2016(4):27-29.
- [9] 王瑜.农业产业链研究综述[J].东方企业文化,2013(1):264-265.
- [10] 欣欣.大蒜产业升级非难事深加工渐趋高附加值发展[N].中国食品报,2013-07-08(06).
- [11] 李晓蕾.寿光市蔬菜专业合作社的发展现状[J].现代农村科技,2013(17):7.
- [12] 沈辰,穆月英.我国蔬菜市场流通特征及成因分析[J].中国蔬菜,2013(15):5-9.
- [13] 李晓蕾.寿光市蔬菜专业合作社的发展现状[J].现代农村科技,2013(17):7.
- [14] 牟文义,王东杰.完善我国动植物卫生检疫制度——以 SPS 协议为视角[J].标准科学,2010(1):88-93.