

试析我省绿色食品市场发展应着重解决的几个问题^{*}

高春霞

(黑龙江省农科院谷物品质研究中心, 哈尔滨 150086)

摘要: 我省是国内较早开发绿色食品的省份之一, 自然环境优越, 绿色食品产业发展迅速, 但是, 绿色食品市场的发展还存在着许多问题, 本文对此进行了分析和探讨。

关键词: 绿色食品市场; 绿色营销; 消费需求

中图分类号: S-01 **文献标识码:** A **文章编号:** 1002-2767(2006)03-0067-03

Urgent Problems Discussion on Green Foods Market Development in Heilongjiang Province

GAO Chun-xia

(Cereal quality research center, Agricultural and Science Technology Academy of Heilongjiang Province, Harbin 150086)

Abstract: Heilongjiang is one of the provinces which explore green foods market earlier in China. With the abundant natural resources, green food industry developed rapidly. Therefore, there are also many problems in the developing of green foods market. This paper is to discuss and analyze these problems.

Key words: green foods market; green distribution; consumption requirement

黑龙江省是农业大省和国家重要的商品粮基地, 农业自然资源丰富, 现有林地面积 1 467 万 hm^2 , 森林覆盖率达 42%; 草原面积 435 万 hm^2 , 是全国少数拥有大草原的省份之一; 水域面积 233 万 hm^2 , 居全国第四位, 且黑龙江、乌苏里江等主要河流水质清澈; 全省半数以上地域仍然处于良好的自然生态环境中, 1 180 万 hm^2 耕地中大多数为黑土, 土壤有机质含量高达 3.8%, 是世界上仅有的三大黑土带之一。同时, 满山遍岭的野生植物资源异常丰富, 其中 1 000 多种食用植物, 大部分尚未开发利用, 属于天然的绿色食品。另一方面, 由于地广人稀, 人均耕地多, 农民习惯于粗放经营, 化肥、农药用量很少, 亩均化肥用量不足全国的 1/3, 环境污染较轻, 生态环境条件较国内其他省份优越得多, 具有发展绿色食品得天独厚的优势。

十几年来, 黑龙江绿色食品产业发展十分迅速, 已成为黑龙江农业和农村经济的一个新亮点, 是全国绿色食品产业发展最快的省份。截止到 2005 年末, 我省绿色食品有效用标产品数近 900 个^[1], 种植面积、生产总量、产品认证数量、销售收入、市场占有率等十项指标居各省市之首, 分别占全国的 26.6%、24.1%、12.1%、15.3%。今年绿色食品种植面积达到 232.7 万 hm^2 , 约占全省耕地面积的 1/4。目前, 虽然我省绿色食品产业在国内处于领先地位, 但是如果我们不能尽快实现总量扩张、提质增效的战略升级, 就会渐渐失去目前的产业优势; 而市场是带动产业升级的最大动力, 绿色食品的价值和生命力要通过市场来实现, 绿色食品形象的树立也要经过市场来检验和完成^[2], 但我省绿色食品市场的发展还存在着许多问题, 应着重加以解决。

* 收稿日期: 2006-03-17

作者简介: 高春霞(1968-), 女, 河北省乐亭县人, 实验师, 从事谷物品质研究。

1 绿色市场开发较晚,市场体系不健全,绿色营销手段落后

我省虽然在绿色食品的生产上拥有一定优势,但在绿色食品的市场开发、市场营销上却起步较晚。一方面,由于经营分散,绿色食品不能形成统一健全的营销网络和市场体系。由于绿色食品对产地和环境都有特殊要求,我省的绿色食品大都分布在边远地区,交通都比较落后,如兴凯湖、大兴安岭、建三江这些地区。而绿色食品的主要消费者又集中在大中城市,这就给绿色食品市场的扩展形成了困难,造成物流、资金流、信息流不畅。除了一些易运送的绿色食品外,大多数水果、蔬菜和农副产品由于运输困难,保存期短,并且包装、储藏、运输手段落后,从而造成产供销脱节,较大的影响了我省绿色食品市场的发展。另一方面,生产绿色食品的企业缺乏市场观念,一些企业存在着“轻市场、重申报”或“轻零售、重批发”或过分依赖政府行为等现象,造成产供销脱节,消费市场发展缓慢^[3]。据介绍,山东某县盛产大蒜,仅当地就有10个可自营出口业务的企业从事大蒜销售,使全县大蒜出口64个国家,15万人从事流通,30万人从事大蒜生产;一个大蒜产业安排6.8万下岗工人、10多万外地民工就业,真正实现了一个产业托起一方经济。当然这一问题不仅是我省所特有的问题,也是全国绿色食品市场所面临的问题,绿色营销的滞后,使绿色食品市场的发展受到阻碍。

2 绿色食品市场体系不规范,假冒绿色食品扰乱了市场秩序。

绿色食品标志是在经权威机构认证的绿色食品上使用,以区分此类产品与普通食品的特定标志。该标志商标作为特定的产品质量证明商标,已由中国绿色食品发展中心在国家工商行政管理局注册,从而使绿色食品标志商标专用权受《中华人民共和国商标法》保护,这样既有利于约束和规范企业的经济行为,又有利于保护广大消费者的利益。可一些企业法律意识淡薄,惟利是图,因此市场上假冒现象时有发生。还有一些企业,甚至在一些农药残留量较高的蔬菜、水果等产品也冠以“绿色食品”商标标识,欺骗消费者,严重损坏了绿色食品的整体形象。在某种程度上,绿色食品本身因易与普通食品混杂,消费者很难辨其真伪,致使消费者不敢也不愿高价购买,绿色食品与消费者之间存在着“信任”危机,再有一些假冒伪劣,更影响了消费者的购买积极性,扰乱了绿色市场秩序。

3 产品结构不尽合理,产品品种单调,无法满足日

趋多样化的市场需求

据资料表明,在我国绿色食品产品结构中,粮油类产品占28%,蔬菜类占17%,饮料类占15%,而消费者最为关心 and 市场需求较大的畜禽肉类产品、水海产品所占比例极小。较少数量的产品在结构不尽合理的情况下,无法形成独特的绿色食品市场。按一般商业标准,商店每平方米经营的食品品种一般应有15~20个,规模100 m²的商店,其经营的品种至少要达到1500~2000个;如除去水果、蔬菜等鲜活农产品及一些由于地区消费习惯、口味等原因只适合本地区销售的产品外,真正能跨地区经营的产品还不到1000个,这么少的产品无法进行绿色食品专营,也无法形成独特的绿色食品市场^[4]。

4 消费者对绿色食品缺乏深层次认识,造成消费需求不足

按照消费者购买行为心理学说,认知只是消费者产生购买行为的基础,只有当消费者较全面感知了某种产品或某种消费确能极大化地满足其生理需求和社会需求时,才能产生积极的购买行为。由于绿色食品整体宣传不够,消费者对绿色食品价值缺乏进一步的感知,未能形成稳定的绿色食品消费信念。同时,绿色食品较高的价格也影响着消费。现代农业依靠大量使用化肥和农药来提高产量,绿色食品由于禁止或限用化肥和农药而引起产量下降,其生产和管理成本高于普通产品,价格理应高些,但目前有些企业没有正确分析产品自身特点和市场需求,为追求高额利润盲目提高价格,造成供求价格不平衡,影响消费。绿色食品一般只能在一些大型超市才能买到,且零散、种类少、价格又比普通食品高很多,严重制约了绿色食品市场的进一步拓展。

5 绿色食品企业及其产品尚未形成进入市场的合力

2002年的统计数字表明,我省近200家绿色食品加工企业中,年销售收入超过3000万元的企业只有59家,大多数企业都是热闹一场没挣多少;不仅如此,我省一些质量上乘、价位合理的绿色食品甚至陷入难以打进国内外市场的困境,而所有这些,都显现出我省绿色食品营销体系的不健全与渠道的不畅通——“大市场、小流通问题已上升为我省绿色食品产业战略升级的新制约因素”。尽管目前我省经过认证的绿色食品专卖商场和批发配送中心已有10个,在广州、深圳、上海、北京等地都建立了绿色食品配送中心,企业自建的绿色食品销售网点已发展到近800家,初步形成了辐射珠江、长江三角洲和华北

地区的销售网络,但与全省 600 多万 t 的年总产量相比,现有的营销体系根本无法胜任营销大业,由于营销跟不上,我省绝大多数的有机食品流入了外省的销售公司。例如,某外省公司曾经以 2.6~3.6 元/kg 收购我省有机大豆,这批大豆运到大连,转手卖给另一外贸公司时已涨至 12 元/kg!缺少营销网络为我们带来的损失可见一斑^[4]。影响了我省绿色食品市场的发育程度和扩张规模。

总之,没有规模就形不成市场,没有市场就不能有效的带动绿色食品的发展,针对绿色食品市场发展中的问题,应从多个方面下手加以解决,制定和利用必要的经济政策,鼓励和扶植绿色食品市场的发展,抓好绿色消费的宣传销售工作,扩大市场占有率,从市场需求方面进一步刺激和引导绿色食品生产的发展,促进绿色食品产业化不断拓宽^[5];调整产品结构,扩大市场容量,满足人们对绿色食品多样化的需求;维护绿色食品市场主体的利益,政府协调技术监督、工商等有关部门,建立完善市场监督体系,加大绿色食品商标标志的保护力度,加大打击假冒绿色食品产品的力度;提高绿色食品生产基地,生产绿色食品的龙头企业和绿色食品市场的对接度,

制定合理的绿色食品价格,对绿色食品的生产 and 消费在税收方面给予适当的减免,降低企业成本,促进绿色食品生产和消费的发展;为绿色食品市场发展创造良好的环境,确保绿色食品得到健康有序的发展。据世界贸易组织预测,2005 年以后,绿色食品所占市场份额将由目前的 2%左右增长到 5%~10%。因此,绿色食品市场的培育与营销已成为我省绿色食品产业发展的重要组成和关键环节^[6],也是我省发展绿色食品事业急需解决的当务之急。

参考文献:

- [1] 黑龙江省绿色食品开发领导小组协会办公室. 生机勃勃的黑龙江绿色食品产业[P]. 哈尔滨:黑龙江绿色食品协会, 2005, (20): 1-4
- [2] 张劲松. 浅谈宣传工作在绿色食品开发中的作用[J]. 中国食物与营养, 2001, (2): 54-55
- [3] 丁乃今. 对加快绿色食品开发的几点思考[J]. 农业经济问题, 2000, (7): 25-28
- [4] 张志华. 我国绿色食品市场发展存在的问题与对策分析[J]. 农业经济问题, 2001, (6): 24-27
- [5] 李明生. 试论绿色消费观[J]. 经济学动态, 2000, (8): 9-13
- [6] 杜巍, 赵福兰, 胡军安, 等. 试论绿色食品市场培育与营销策略[J]. 中国食物与营养, 2004, (增刊): 201-204

《牧草与饲料》杂志复刊启事

《牧草与饲料》杂志由吉林省农业科学院主办, 1987 年创刊, 1993 年停刊, 2006 年复刊。

《牧草与饲料》杂志是专业性科技期刊, 是理论与实践相结合、普及与提高并重的综合性期刊, 由中国农业科技东北创新中心主办。其办刊宗旨是交流和推广我国牧草与饲料作物最新的科研成果、生产及经营管理经验, 普及科学知识, 报道国内外牧草与饲料研究动态, 新技术、新方法与新理论, 为推动草业科学、饲料科学的发展, 促进实现畜牧业现代化而服务。

栏目设置: 试验报告、综述与专论、引种试验、推广应用、品种介绍、饲料加工及饲料营养等方面内容。适合科研、教学、生产及管理方面人员参考。本刊拟由国内牧草与饲料等学术界知名专家、学者组成编辑委员会及顾问委员会。

《牧草与饲料》为季刊, 大 16 开本(210mm×285mm), 56 页。封面用 128g 铜版纸覆亚光膜, 内页用 80g 双胶纸。每期定价: 6.00 元, 全年总计: 24.00 元。自办发行, 刊号: JN04-027。欢迎订阅, 恳请赐稿。

编辑部办理订阅手续, 联系电话: 0434-6283138, 电子信箱: mcysl@cjaas.com, 联系人: 韩 萍。

地址: 吉林省公主岭市科贸西大街 303 号 邮编: 136100