

三门青蟹产业发展的问题与对策

陈林生

(上海海洋大学 经济管理学院, 上海 201306)

摘要:浙江省三门县是著名的“青蟹之乡”,但其青蟹产业发展中存在着养殖企业规模较小,管理水平较低,产品质量难以保证;流通销售秩序混乱,品牌效应难以体现等问题。通过分析其发展中存在的问题,提出了提升其产业层级的措施:实施以产品质量为核心的产业提升战略;转变销售模式,打造有影响力的“三门青蟹”品牌;建立有力的行业管理制度与执行机构。

关键词:三门县;青蟹;产业;发展战略

中图分类号:S932.5⁺2

文献标识码:A

文章编号:1002-2767(2011)12-0070-03

浙江省三门县是著名的“青蟹之乡”,但近年来,三门青蟹的价格处于较低的位置,质量不够稳定,三门青蟹的品牌效应没有发挥出来。如何提高三门青蟹的质量,提高产品价格,提升产业的竞争力,值得思考。

1 三门县地理概况

三门县位于浙东沿海三门湾畔,地处中国“黄金海岸线”中段,北接宁波,南连温州,属长三角经济区龙头上海南翼。三门县地理、资源和环境得天独厚,沿海水域生物资源丰富,素有“三门湾、金银滩”之美誉,是浙江省海水养殖第一大县。拥有陆域面积 1 510 km²,其中海域面积 487.1 km²,陆域面积 1 022.9 km²;大小岛屿 122 个,海岸线长达 227 km,浅海面积约 4 万 hm²,滩涂面积约 1.4 万 hm²,辖 10 镇 4 乡,户籍人口 42 万人。

2 青蟹产业的发展现状

2010 年三门全县海水养殖面积 1.3 万 hm²,产量 18.0 万 t,产值 15.5 亿元,海水养殖主要品种有青蟹、牡蛎、蛭子和南美白对虾等,先后被命名为中国“青蟹之乡”,浙江省“对虾之乡”“牡蛎之乡”和“缢蛏之乡”。近 6 万人从事青蟹产业链,青蟹产品在提供沪杭甬等大城市和周边地区消费需求的同时,还出口到日本、韩国、东南亚及香港等地,成为三门海水养殖业的重要支柱和优势产业,无论是在养殖产量和产值方面,还是在地理品牌效应和渔民增收致富方面,为三门渔业和社会经

济发展做出了重要贡献。

3 三门青蟹产业发展的主要问题

随着青蟹产业的规模扩张和迅速发展,近年来青蟹产业在生产、流通、品牌以及管理等方面的问题日益凸显。

3.1 养殖企业规模较小,管理水平较低,产品质量难以保证

在养殖生产方面,由于多年的传统养殖模式根深蒂固,使得青蟹养殖整体结构不尽合理,养殖技术装备与管理水平落后,养殖规模偏小、经营分散,生产模式科技含量低、规模化和集约化程度低,难以抵御自然灾害或易受环境影响和病害的入侵,产业化发展相对缓慢,制约了青蟹养殖的发展。青蟹产业发展方式仍以粗放式养殖为主,主要表现在:重单一发展轻统筹规划,重生产数量轻质量效益,重规模扩张轻科技管理,养殖区域使用不合理,养殖资源配置的合理化、集约化和经营效率的最大化尚未实现。同时,流通业者、生产合作社和养殖户之间缺乏战略联盟,在品牌、价格与产业发展规模三者之间尚未形成良性的、互动的关系,物流和保鲜技术相对滞后,产业链的发展和延伸受到一定制约。另外,政府对青蟹产业扶持力度不大,基础设施投入少,产业出台政策不多且执行力度不大。三门的青蟹养殖面积和产量虽在浙江省内具有举足轻重的地位,但与广东、福建两省相比,其生产规模优势并不十分明显,与其战略目标的实现仍有较大差距。

在良种繁育方面,虽拥有一定的基础和培育能力,但无法满足优质青蟹养殖生产的需求,且缺乏良种培育意识,受生产成本和价格的影响,养殖户仍以利用外来青蟹苗种为主,购买外地蟹苗现

收稿日期:2011-08-14

基金项目:上海市教委创新资助项目(10YS132)

作者简介:陈林生(1969-),男,安徽省怀宁县人,博士,副教授,从事海洋经济研究。E-mail:ls-chen@shou.edu.cn。

象普遍,对确保青蟹优质、高效、安全生产不利,给“三门青蟹”品牌扩展带来一定的隐患。青蟹品种停留在野生种的利用阶段,由于近亲交配、累代养殖等原因,遗传多样性不断丢失,加之苗种交易失控、养殖不规范和受生态环境等诸多因素的影响,造成种质混乱、养殖效果逐年下降,青蟹黄水病等病害日趋严重,尚未有较好的治疗方法^[1]。

现有青蟹生产以蟹贝混养模式为主,虽然成本较低、收益较好、管理便利,但青蟹作为三门品牌,由于蟹贝放养密度较高,生产管理松散不力,生态环境比较恶劣,使得青蟹成活率较低,销售价格徘徊在较低水准,比较效益不明显,导致三门青蟹生产无序、品质下降、产量下跌,产品差异化难以体现。同时,由于混养产品销路好、销价高、效益明显,加之品牌管理不规范、不彻底,使得养殖者对青蟹生产心不在焉。处于可有可无的地位,严重制约了青蟹产业的可持续发展。

青蟹养殖饵料偏重鲜活小杂鱼,每年约消耗近 3 000 t 的鲜活小杂鱼,加之鲜小杂鱼饵料系数低、易污染、成本大,不仅增加资源捕捞和生态环境的压力,而且增加养殖生产者的经营压力;人工配合饵料使用的普及率较低,青蟹饵料系数在 2.5~4.0,远高于发达国家(1.0~1.8)的水平。现有苗种培育、养殖生产企业对青蟹产业的未来科技创新和自主创新存在方向不明确、思路不清晰和投入资金少等问题,以企业为主的创新体系尚未形成,科技成果商品化和产业化的体制还不完善,企业自主创新战略建设差距较大^[2]。

3.2 流通销售秩序混乱,品牌效应难以体现

青蟹销售由于受产品特性的影响,以直接鲜活销售为主,但受销售沟通元和沿海周边省份生产及消费同类产品的影响,主要集中在宁波、杭州以及上海等周边地区,销售区域相对狭窄,消费市场难以进一步扩展。现有青蟹销售企业 101 家,年销售量约为 1.3 万 t,销售额 5.2 亿元,平均销售价为 40 元·kg⁻¹,与阳澄湖大闸蟹相比,年销售量高出 6.5 倍,而销售额仅高出 1.7 倍,而平均销售价仅为大闸蟹的 26.7%,可见“三门青蟹”品牌效应存在较大差距。究其原因,一是生产者和经营者对“三门青蟹”品牌认识不足、管理松弛,众多销售企业受眼前利益驱动,无暇顾及长远利益,使得青蟹销售质优价低、以假乱真、压价竞争现象屡见不鲜,导致青蟹销售和品牌体系上存在诸多不足,产品价格鱼目混珠,步入“质差量少、价低伪劣”的

怪圈,严重损害了“三门青蟹”的品牌和产品信誉;二是缺乏具有市场影响力的龙头销售企业,低水平运转的养殖户数量庞大,反映在养殖组织化程度低、经营素质不高、资源与环境付出的代价大,形成商业化订单渔业经营模式的龙头企业屈指可数;三是“三门青蟹”壳黄、肉特色不明显,导致价格上升空间狭窄,品牌效应难以体现。

从区域品牌三要素的区域性、品牌效应和识别效应来看,“三门青蟹”还称不上是真正的区域品牌。其一,就全国青蟹市场而言,“三门青蟹”的商品属性、资源优势以及地理特征和人文历史渊源的联系及指向不够具体和明确,“三门青蟹”的区域品牌虽有发展的迹象,但尚未形成对产业发展的强大推力,难以引导产业内企业从价格等传统恶性竞争进入到有序竞争,必然出现产品价格竞争的混乱局面;其二,就品牌形象而言,“三门青蟹”和青蟹产业的市场定位、两者之间的关联性不够清晰,品牌知名度相对较低;其三,就消费者消费而言,三门青蟹在沪杭甬、长三角地区乃至全国各大城市,消费者对“三门青蟹”的品牌认知度较低,难以体现其生态和有机的特色,需要政府、行业协会与养殖生产者和企业共同作为^[3]。

区域产业组织管理模式还不够成熟。随着青蟹产业的迅速发展,养殖者生产管理的差异化,消费者海水产品符号化的消费倾向以及竞争者之间竞争意识的空前强化,使得青蟹产业管理与发展的矛盾逐步凸显。青蟹产业缺乏具有权威性和综合性的管理部门,如养殖生产由渔业部门主管、技术研发由科技部门主管、产品注册由工商部门主管、质量安全由质检部门主管,统一组织协调能力薄弱,力量分散,条块分离,多头管理,使得经营成本递增,人力、物力和财力浪费严重,导致效率低下,青蟹产业的体制机制亟待进一步的创新和完善^[4]。

4 三门青蟹产业发展的思路与措施

4.1 实施以产品质量为核心的产业提升战略

三门青蟹产业的关键是产品质量的问题,产品质量下降,就不能卖高价,价格上不去,青蟹的专养就没有利润空间,没有利润空间就只能混养,而混养又使青蟹的品质下降,品质下降又导致价格低下,这就是一个恶性循环。要打破这个恶性循环,就要制定优质优价战略。

4.1.1 实施地理标志产品保护 由质量技术监督部门、工商行政管理部门、出入境检验检疫部门

和渔业主管部门共同制定三门青蟹地理标志保护办法并设立专门机构实施保护。

4.1.2 通过行业组织实施规范的养殖标准 制定三门青蟹围网养殖规程,就环境条件、网围设置、改善生态环境、蟹种放养、饲料管理、病害防治、捕捞、暂养及运输等做出规定^[5]。

4.1.3 实施全程质量监督管理 质量管理要贯穿全程,即亲本挑选、苗种培育和成蟹养殖各个环节。实施全程质量管理,首先要整治青蟹的养殖环境,对养殖水域进行环境评估,对于不能达到标准者,要求整改;在苗种选育方面,要严格选择苗种的引进,对引进的苗种要做到知根知底,保证引进苗种的质量。加强本地苗种基地建设,力争解决本地苗种不足问题;苗种投放时要把好质量关、消毒关,正确处理投放密度和投放时间等;成蟹放养要做好环境维护,做到合理投饲;在全程加强对养殖户的技术指导。

4.1.4 生产模式要走规模化、规范化和专养化道路 养殖规模过小,单个养殖单位不能有足够的经济实力和技术力量实行较高的卫生标准。

4.2 转变销售模式,打造有影响力的“三门青蟹”品牌

4.2.1 对产量进行总量控制 三门青蟹的年产量近1万t,这个数量不算少,不应该在增加产量上做文章。“谷贱伤农”,农产品产量高的时候,国家要实行农产品收购保护价。同样,青蟹产量高了,如果影响到了价格,使价格低下,也会对青蟹产业造成不良影响。所以应该制定三门青蟹总产量的控制措施,控制养殖密度,实行专一养殖等。

4.2.2 质量把关 建立三门青蟹辅助交易监管场所。要求企业具有一定经营规模,配备防伪保真计算机终端及合格的操作人员,建立相应的销售和统计台账,有符合相关要求的场地、检验人员和管理制度。行业组织负责对监管场所进行监督检查。在生产方面,结合水产养殖主导产业提升,在青蟹养殖相对集中区域,以设施完备化、经营规模化、生产标准化、产品安全化、营销品牌化和产业一体化为主要建设内容,重点建设一批布局科学、装备先进、技术领先、经营机制完善和产业化水平高的现代渔业园区,进一步发挥产业聚集、融合和辐射效应,提高产业运营水平。建设两大类型的现代渔业园区,一类是核心区面积集中连片66.67 hm²以上,辐射带动周边万亩以上的主导产业示范区;二是核心区面积集中连片

13.33 hm²以上,辐射带动周边66.67 hm²以上的特色渔业精品园^[6]。

4.2.3 制定严格的质量控制体系 通过对生产和流通各个环节严格的跟踪管理,确保三门青蟹的质量。通过三门青蟹的行业管理组织进行管理。具体技术上可以运用IC卡技术,即养殖户手持一卡,其使用的蟹苗、养殖状况、饵料状况等信息都要充分记录,销售公司也持一个IC卡,记录交易状况,行业组织内的贸易状况能够进行有效的管控。非该组织的销售即为假冒。

4.3 建立有力的行业管理制度与执行机构

建立强有力的行业管理机构,现在较为通行的做法是建立行业协会。行业协会拟行使行业内部管理职能。行业协会的会长拟以产量份额占行业份额51%以上的大企业担任。考虑到三门青蟹目前没有符合该条件的企业,行业协会会长拟请一名威望高、熟悉本行业的二线领导担任。

行业协会应通过经济效益吸引会员加入,即加入协会可以运用品牌卖出高价。入会企业必须承认“三门青蟹行业协会公约”。协会的主要作用:第一,把好生产源头关,确保三门青蟹产品质量。经常邀请国内高等院校的知名专家、教授为养殖户举办讲座,大力宣传生态养蟹知识。同时选择部分在群众中有较高知名度的养殖能手,将他们在生产过程中总结出来的无公害养殖技术编印成册,发放到户。在养殖户中推行生产管理卡记录制度,详情记录养殖户的放养数量、饲料投放和产品销售等情况。建立健全生产质量监控体系,与质监局、出入境检验检疫局等部门联系,配合做好水源水质、养殖投入品、水产品的定期检测。通过科学引导、现身说法、生产管理和质量监控,无公害标准化养殖模式逐渐推广;第二,把好产品收购关,防止假冒伪劣产品流入市场。为改变三门青蟹假冒伪劣泛滥的局面,要建立集中监管和企业自律双重监督机制,自律企业按保护机构规定和协会自律公约实行自我监管,随时接受保护机构和协会监督检查;第三,把好销售上市关,全面实施品牌销售。协会经过严格审核,将当年拥有养殖基地或与若干养殖户签订定向收购协议的销售公司推荐给保护机构,保护机构审核后报国家质监总局批准。

参考文献:

- [1] 乐家华. 对发展现代渔业的几点思考[J]. 中国渔业经济, 2010(4):18-23.

浙江省渔业发展现状、问题与方向

乐家华

(上海海洋大学 经济管理学院, 上海 201306)

摘要:浙江是我国的传统渔业大省,浙江渔业发展的难点是渔业资源日益衰退、生态环境日益恶化等空间挤压问题;传统渔场缩减、浅海滩涂大量占用等外部压力问题;通过分析其存在的问题,提出浙江渔业的发展方向是发展以现代信息工程技术为主导的海洋捕捞业,以现代生物技术为先导的水产养殖业,以现代市场体系为导向的加工流通业和以海洋生物资源为依托的休闲渔业。

关键词:浙江省;渔业;发展

中图分类号:S931.3

文献标识码:A

文章编号:1002-2767(2011)12-0073-06

浙江渔业在过去几十年中取得了令人瞩目的成就,主要经济指标特别是渔民人均收入一直位居全国前列。但浙江渔业在水产资源衰退、生态环境恶化和工业化快速发展的态势下,如何适应发展现状、如何摆脱制约渔业发展困境、如何定位和抓住渔业发展机遇,从而在更大范围更深层次

上推动和加快渔业经济的全面发展,需要进行深入思考和研究。

1 浙江渔业的发展现状

1.1 浙江渔业资源概况

浙江是我国的传统渔业大省,濒临东海,历史悠久,源远流长,海域面积 26 万 km²,其中 200 m 水深大陆架渔场面积 20 多万 km²;海岸线总长 6 690 km,其中大陆岸线 1 889 km,岛屿岸线 4 807 km,居全国首位;大小岛屿 2 878 个,是全国岛屿最多的省份。沿海有台湾暖流(黑潮西分支)与江浙沿岸水流和黄海混合水团等多种水系交汇,江湖、河流和海洋生物资源丰富,水质肥沃,

收稿日期:2011-07-18

基金项目:中国渔业发展战略研究中心资助项目(科 10-80);上海市第 3 期教学高地建设资助项目(B-8509-0001)

作者简介:乐家华(1963-),男,浙江省舟山市人,经济学、法学硕士,助理研究员,从事渔业经济与管理、企业经营与法务研究。E-mail:jhlc@shou.edu.cn。

- [2] 王武.我国水产养殖业的现状与发展趋势[J].渔业致富指南,2009(7):12-18.
- [3] 潘平.浙江水产养殖业若干发展模式的探讨[J].中国渔业经济,2004(3):25-26.
- [4] 乐家华.上海郊区高密度池塘淡水鱼类养殖的经济效益分

析[J].上海渔业经济,2010(4):20-21.

- [5] 袁道亮.浅析阳澄湖大闸蟹的品牌互动营销[J].水产市场导刊,2010(8):12-13.
- [6] 陈林生.浙江省水产养殖业发展战略的思考[J].上海渔业经济,2010(4):1-3.

Issues and Strategies of Crab Industry Development of Sanmen County

CHEN Lin-sheng

(Economics and Management College of Shanghai Ocean University, Shanghai 201306)

Abstract: Sanmen county of Zhejiang province is the famous 'crab town', but the crab industry lied in the problems such as small-scale farming enterprises, low level of management, difficult to guarantee product quality, sales order in chaos, difficult to reflect the brand effect. Through the analysis of the existing problems, the measures to enhance its industry-level were put forward: implement industrial upgrading strategy of product quality as the core; change in sales model, to create influential "Sanmen crab" brand; build strong trade management system and implementing agencies.

Key words: Sanmen county; crab; industry; development strategy