

ZHONGGUO SHUCAI CHANYE FAZHAN YANJIU

中国蔬菜产业 发展研究

◎ 杨顺江 著

 中国农业出版社

中国蔬菜产业发展研究

杨顺江 著

图书在版编目 (CIP) 数据

中国蔬菜产业发展研究/杨顺江著. —北京: 中国农业出版社, 2004.12

ISBN 7-109-08583-X

I. 中... II. 杨... III. 蔬菜业—经济发展—研究—中国 IV. F326.13

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 123199 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

出版人: 傅玉祥

责任编辑 黄向阳

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2004 年 12 月第 1 版 2004 年 12 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 8.875

字数: 219 千字 印数: 1~3 000 册

定价: 20.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

序

作为一个发展中的农业大国，蔬菜及其相关产业的健康发展是关系国民素质及整个国民经济发展的基础和关键。尤其是1988年国家“菜篮子工程”实施至今，我国蔬菜产业发展已经进入了群雄并起的“战国时代”。各地都把发展蔬菜生产作为调整农业结构、应对加入世贸组织挑战的战略措施，东、中、西部生产规模全面扩大。从而在几年内，蔬菜产业已经成长为我国第二大农作物产业，在产品贡献、要素贡献、市场贡献及外汇贡献等方面均超过了其他农产品。当然，这种大发展的直接后果便是全国蔬菜供求失衡，市场过度竞争。产业的蓬勃发展带动了学术研究的繁荣，近年来在蔬菜产业发展领域出现了一大批优秀的科研成果，当然这其中也包括本书作者在2003年出版的无公害蔬菜产业发展的著作。但是，由于蔬菜品种数量繁杂、社会需求与供给量大、对价格反映的过度敏感以及由此所引起的部门间统计资料的差异性大、可获得性较差等则使得当前蔬菜相关产业研究受到了很大的限制。

在未来中国蔬菜产业的发展面临巨大机遇与挑战的时代背景下，作者选择了一个全新的视角，综合运用多种研究方法来进行理论透视与实践总结，从而有效实现了从技术、政策与相关蔬菜企业发展的角度全面阐述了蔬菜产业发展战略。作者在研究过程中，无论是方法论还是内容体系上都出现了许多亮点，在此不再赘述。我只从两个方面，谈一谈我的看法。

首先，在当前WTO的时代背景下，对相关产业国际竞争力的研究是一个热点、重点和难点。但大量研究仅停留在了就竞争

力而研究竞争力的方面。杨顺江博士则首先通过归纳总结世界尤其是蔬菜生产流通比较发达的国家或地区蔬菜产业发展的历程及经验,比较他们发展过程中的不同点与相似处的基础上,运用抽象分析法,将世界蔬菜产业发展模式概括为以美国为代表的“美加模式”和以我国台湾地区及日本为代表的“海岛模式”,从而为后续蔬菜产业国际竞争力的实证研究提供了一个规范前提和理论框架。形式上前后响应、内容上逻辑严密、方法上交叉结合,从而为以后相关研究提供了范例。

其次,市场化、国际化与本土化是本书的另一重要特色。市场化的过程是一个动态的、渐进的转轨进程,也是很长一段时期内我国经济运行的常态;与此同时,世界贸易经济一体化的趋势也表现为一种常态。两种常态交互作用,成为当前应用经济学研究中必须考虑的重要前提。全书以市场化与国际化趋势为线索,在系统构建了蔬菜产业发展的六大支撑体系的基础上,提出了中国蔬菜产业发展的战略选择。具有较强的理论价值和可操作性。

所以,我认为这是一本研究经济转轨时期产业发展的优秀的学术专著,它不仅丰富了我国蔬菜产业发展的学术研究,而且,也为其他相关研究提供了范例。我愿意将这本书推荐给大家。

杨顺江是我的博士生,对于他这几年的学习,我认为可以用六个字来形容,勤恳、认真、谦虚。杨顺江1984年本科毕业于华中农业大学畜牧专业,1987年硕士毕业并留校任教,1989年出版了第一本学术专著《动物微量元素营养学》,1991年出版了与人合译的世界权威著作《Feed Science》,1993年出版了其主编的《饲料学》,并在学术界产生了一定的影响。自然科学的学术背景所养成的认真、务实的学术风格,深圳创业期间形成的扎实、干练的工作作风给华中农业大学农业经济导师组老师及同学们以很深的印象和启迪。尤其是在一边工作、一边学习的情况下,还独立完成并发表高水平学术论文近十篇,出版学术专著一部,其勤勉精神可见一斑。杨顺江长期工作在农产品流通领域,

序

对此领域许多问题都有自己独到的见解。经过博士生阶段三年系统的经济学、管理学相关训练和学习，一本既有理论深度，又有实践价值的学术专著呈现在各位读者面前了。希望杨顺江博士在以后的工作与科研过程中，能够继续发扬勤恳、认真、谦虚的学术态度，为我国农业经济管理学科的发展，为农产品流通理论与实践的完善做出自己的贡献。

是为序

雷海章

2004年11月30日

目 录

序

第一章 导言	1
第一节 研究背景、目的和意义	1
一、当前中国蔬菜产业发展的基本情况	2
二、当前蔬菜产业发展存在的主要问题	8
三、本研究的目的与意义	12
第二节 国内外相关研究的简要综述	13
一、相关研究的基本概况	14
二、产业竞争力的研究简介	15
第三节 研究思路、框架与主要内容	16
一、研究数据	16
二、研究内容	17
三、研究方法、技术路线及创新	18
第二章 中国蔬菜产业发展：轨迹描述与制度变迁	23
第一节 中国蔬菜生产与流通的轨迹描述	23
一、中国蔬菜生产发展历程的轨迹描述	23
二、中国蔬菜流通体制沿革的轨迹描述	27
三、“菜篮子工程”与“菜篮子经济”	33
第二节 中国蔬菜产业发展障碍与目标模式	38
一、中国蔬菜产业发展障碍的技术分析	38
二、中国蔬菜产业发展障碍的制度透视	40
三、蔬菜流通体制市场化改革的目标模式	42
第三章 世界蔬菜产业发展模式的比较研究及启示	45

第一节 经验事实：世界与中国	45
一、世界蔬菜产业发展特征	45
二、蔬菜产业在中国的发展：现状与差距	48
三、资源、技术选择与制度安排：一个 比较研究的分析框架	51
第二节 海岛模式及其启示	54
一、蔬菜生产与流通概况	54
二、范例 1：日本蔬菜产业的生产与流通	58
三、范例 2：促进台湾蔬菜产业发展的 制度与政策	66
四、对我国蔬菜产业发展的启示	71
第三节 美加模式及其启示	73
一、蔬菜生产特点及其流通概况	73
二、范例：美国蔬菜产业的生产与流通	76
三、美加模式蔬菜产业发展对我国的启示	81
第四节 欧盟蔬菜产业的发展及其启示	84
一、蔬菜生产：通过规模化，使蔬菜生产 走向现代化	84
二、蔬菜外贸：寻求多种支持手段，增加 产业国际竞争力，促进蔬菜出口	85
三、蔬菜产业管理：以共同农业政策为 核心，指导和协调各国蔬菜产业发展	87
四、欧盟蔬菜产业发展对我国的启示	90
第四章 中国蔬菜产业竞争力研究	92
第一节 “钻石模型”与蔬菜产业竞争力	92
一、国内外竞争力理论研究的简要回顾	92
二、“钻石模型”与蔬菜产业竞争力	95
第二节 中国蔬菜产业竞争力分析	102
一、我国蔬菜进出口贸易的基本描述	102

二、中国蔬菜产业竞争力的总体分析	105
三、RCA 与 TSC——事后分析与检验	109
四、“钻石模型”——因素分析	115
第三节 政府与蔬菜产业竞争力	120
一、WTO 框架下的产业竞争力要求	
重新定位政府作用	120
二、政府作为与蔬菜产业竞争力	122
第四节 企业与蔬菜产业竞争力	126
一、企业竞争力与产业竞争力	126
二、提升企业核心竞争力,促进蔬菜产业发展	128
第五章 中国蔬菜产业发展支撑体系构筑	134
第一节 政策支撑:蔬菜产业发展的制度前提	134
一、政策与农业支持政策	134
二、农业发展需要强有力的政策支撑	135
三、政府创造环境:加强宏观调控和政策引导	137
第二节 信息支撑:蔬菜产业高效运转的	
基础平台	141
一、农业信息化在农村市场经济发展中	
的地位和作用	141
二、农业信息化的基本特征和农业信息	
体系建设的目标	143
三、信息支撑:蔬菜产业高效运转的	
重要平台	145
第三节 社会环境:消费引导与观念转型	146
一、旧思想的转变,新理念的形成	146
二、正确的消费引导	148
第四节 技术创新:蔬菜产业健康发展的关键	150
一、技术支撑与蔬菜产业发展	150
二、诱致农业创新模型:内生的技术变	

迁理论描述	153
三、技术创新：蔬菜产业健康发展的关键	157
第五节 资本投入：蔬菜产业健康发展的保障	161
一、资本投入与经济增长	161
二、资本投入对农业发展的贡献	162
三、蔬菜产业发展需要强有力的资本 支撑作前提	163
第六节 物流支撑：蔬菜产业良好运行的基石	166
一、物流与物流产业	166
二、政府在物流支撑体系发展中的 战略地位和作用	168
三、第三方物流管理与蔬菜产业发展	170
第六章 案例分析：深圳蔬菜产业发展模式 及理论价值	173
第一节 蔬菜生产企业化：“深圳模式” 的组织创新	173
一、传统农业生产模式及其弊端	173
二、生产企业化：现代蔬菜生产方式的 组织创新	175
三、农业企业家：实现农业企业化生产 管理的创新主体	180
第二节 企业经营一体化：“深圳模式”的 制度创新	182
一、规模经营：制度创新的根源	182
二、深圳模式：制度创新的经验实证	185
三、农业企业一体化经营的理论价值	187
第三节 蔬菜流通现代化：“深圳模式”的 管理创新	190
一、传统蔬菜流通模式述评	190

二、蔬菜流通现代化：“深圳模式”的管理创新	192
三、流通模式比较：以深圳无公害蔬菜为例	196
第四节 蔬菜营销品牌化：“深圳模式”的营销革命	202
一、品牌营销：农产品营销理论与方法的创新	202
二、我国农产品品牌营销的现状与意义	204
三、深圳模式：营销革命的经验实证	206
四、推广价值与意义	209
第七章 市场化与国际化进程中的中国蔬菜产业发展	211
第一节 中国蔬菜产业发展的现实选择	211
一、以推行生产标准化和过程规范化为重点，推进蔬菜产业化向纵深发展	212
二、实施品牌战略，全面提升蔬菜产品质量	217
三、认证程序化与蔬菜市场准入	219
四、优化蔬菜产业发展的区域布局，提高规模效益	223
五、在建立市场信息网络的基础上，多元化开拓蔬菜销售渠道	227
六、依靠科技进步和提高劳动者素质促进蔬菜产业发展	229
第二节 中国蔬菜产业发展未来走向	230
一、我国蔬菜产业的发展趋势和思路	230
二、无公害蔬菜：蔬菜产业化发展的必然选择	233
第三节 WTO 框架下的中国蔬菜产业发展战略	237
一、影响	237
二、策略	240
第四节 中国蔬菜产业“走出去”问题的	

战略思考	245
一、我国蔬菜产业“走出去”的重大意义	246
二、我国蔬菜产业“走出去”所存在的 主要问题	249
三、加快我国蔬菜产业“走出去” 战略实施的基本对策	253
参考文献	259
后记	268

图 表 目 录

表 1.1	中国蔬菜播种面积、产量、单产及年增长	2
表 1.2	2002 年我国蔬菜播种面积与总产量 前七位省份排序.....	4
图 1.1	论文研究的基本思路	18
图 1.2	课题研究的技术路线	20
图 2.1	历年全国蔬菜播种面积与产量图	27
表 3.1	1999 年世界主要蔬菜单产水平比较	47
表 3.2	蔬菜栽培面积占种植业的比例及蔬菜产量的变化	49
图 3.1	比较分析框架	53
图 3.2	“海岛模式”蔬菜流程示意图	56
图 3.3	“美加模式”蔬菜流程示意图	74
图 4.1	波特的竞争力研究范式.....	98
图 4.2	1996—2002 年我国蔬菜出口量及出口金额变化	103
图 4.3	2002 年 1~10 月份我国蔬菜出口额构成	104
图 4.4	2002 年 1~10 月份我国蔬菜出口量构成	104
表 4.1	中美零售市场蔬菜价格比较	106
表 4.2	土地、资本与劳动力资源禀赋比较	106
表 4.3	大葱生产成本的世界比较	107
图 4.5	中国蔬菜播种面积与国际比较.....	108
图 4.6	中国蔬菜产量与国际比较	108
表 4.4	中国蔬菜主要品种显示比较优势系数及 其世界比较: 2000 和 2001 年	110
表 4.5	世界主要蔬菜品种出口国与中国贸易	

专业化系数值对比分析	114
图 5.1 政策的三要素及其逻辑关系	135
图 5.2 诱致性农业机械化与要素间替代及互补	155
表 5.1 1950—1980 年美、日、英、法两种增长率比较	163
图 5.3 物流产业运作的支撑体系层次	167
图 5.4 物流产业与地区经济联动发展机制	168
图 6.1 蔬菜从田地到餐桌的基本流通过程图	197
图 7.1 缺乏认证情况下的蔬菜市场因果关系图	220
图 7.2 蔬菜产品认证与产销之间的良性关系图	222

第一章 导 言

第一节 研究背景、目的和意义

蔬菜是人类不可缺少的生活资料，是人们日常生活必需的副食品，同时又是特殊的鲜活农产品。蔬菜产业在我国农业和农村经济发展中具有独特的地位和优势，在种植业中最具活力。改革开放以来，我国蔬菜产业迅猛发展，以 2002 年为例，蔬菜按当年价格计算的总产值已达 3 682.2 亿元，仅次于粮食（5 199.7 亿元），远远高于水果（1 200 多亿元）、油料（681.4 亿元）、棉花（524.9 亿元）、烟草（194.4 亿元）等其他作物，蔬菜种植面积约占中国农作物播种面积的 11.2%，而其产值却占种植业产值的 30% 以上。所以其已经成为我国种植业中仅次于粮食的第二大产业，同时中国也已经成为世界第一大蔬菜生产与消费大国。从国内贸易看，2002 年蔬菜贸易额 2 887.7 亿元，占全国消费品市场成交总额的 11.12%，仅次于肉禽蛋（4 468 亿元）贸易额，远远高于干鲜果类（1 692.2 亿元）和水产品（2 205.4 亿元）等；从国际贸易看，其每年进出口贸易顺差均在 20 亿美元左右，居所有农产品之首。此外，蔬菜种植业和运销加工业每年可吸纳劳动力均在 8 000 多万左右，农民人均纯收入中有近 16% 来自于蔬菜产业。由此可以看出蔬菜产业在我国农业中占有重要的地位，研究中国蔬菜产业发展有着重要的现实意义。

一、当前中国蔬菜产业发展的基本情况

(一) 蔬菜生产与均衡供应水平稳步提高，但量的扩张是其显著特征

改革开放 20 多年来，全国蔬菜的播种面积、总产量呈持续增长态势（表 1-1）。1997 年蔬菜播种面积 11 278 千 hm^2 、总产量 3.44 亿 t，分别是 1985 年的 4 753 千 hm^2 、1.25 亿 t 的 2.37 倍和 2.75 倍，是 1978 年的 3 330 千 hm^2 、8 243 万 t 的 3.39 倍和 4.17 倍。1997 年全国蔬菜平均单产 30.45t/ hm^2 ，比 1978 年 24.75t/ hm^2 增长了 23%。2002 年全国人均蔬菜占有量已达 336.4kg，超过世界人均占有 102kg 的近 3 倍。当年我国总蔬菜播种面积为 17 353 千 hm^2 ，比上年增长 5.79%，占世界总面积的 36%。总产量约为 5.2 亿 t，比上年增长 18.8%，占世界总产量的 40% 左右。其中播种面积前五位的省份是山东、河南、江苏、广东和湖北，分别为 1 971 千 hm^2 、1 376 千 hm^2 、1 291 千 hm^2 、1 128 千 hm^2 和 1 069 千 hm^2 （表 1-2）。

表 1-1 中国蔬菜播种面积、产量、单产及年增长

年份	总产量 (万 t)	播种面积 (万 hm^2)	占总播种面积 比重 (%)	单产 (t/ hm^2)	人均占有量 (kg)
1978	8 243.9	333.12	2.18	24.75	76.2
1980	8 062.6	316.18	2.16	25.50	79.8
1985	12 500.1	475.30	3.33	26.30	132.9
1990	19 550.5	661.61	4.27	29.55	173.1
1994	20 935.9	701.37	6.02	29.85	178.3
1996	30 861.6	1 008.91	6.88	30.59	250.9
1997	34 432.2	1 127.82	7.09	30.45	274.3
1998	38 486.3	1 229.10	7.89	31.31	296.0
1999	40 513.5	1 334.66	8.53	30.36	317.2

(续)

年份	总产量 (万 t)	播种面积 (万 hm ²)	占总播种面积 比重 (%)	单产 (t/hm ²)	人均占有量 (kg)
2000	42 397.9	1 523.57	9.75	27.83	326.1
2001	44 157.1	1 640.30	10.18	28.12	319.8
2002	52 442.7	1 735.30	11.20	32.33	336.4
2003	54 156.6	1 776.95	11.77	31.81	325.9
年均增长 (%)	7.51	6.72	6.70	1.59	5.75

数据来源：国家统计局农村社会经济调查总队

表 1-2 2002 年我国蔬菜播种面积与总产量前七位省份排序

省份	播种面积 (千 hm ²)			总产量 (万 t)		
		占全国播种面积比重	排序	总产量	占全国总产量比重	排序
山东	1 970.9	0.114	1	8 335	0.158	1
河南	1 375.7	0.079	2	4 690	0.089	3
江苏	1 290.8	0.074	3	3 951	0.075	4
广东	1 128.0	0.065	4	2 442	0.046	7
湖北	1 069.1	0.062	5	3 052	0.058	5
河北	1 028.9	0.059	6	5 477	0.104	2
四川	987.10	0.057	7	2 565	0.048	6

数据来源：国家统计局农村社会经济调查总队（注：排序是指全国 31 个省份间的序列）

2003 年我国蔬菜面积在以往的基础上继续增长，达到了 1.78 亿 hm²，比 2002 年增长 2.4%，但与前几年相比，增幅明显下降。河南、江苏、安徽、湖南等蔬菜主产省种植面积增幅较大。总产量变化不大，为 5.4 亿 t，比 2002 年略增。

蔬菜供应的变化是以一定的投入及其变化为基础的。其中，播种面积的扩大是增加蔬菜供应量的关键因素。如表 1-1 所示，我国蔬菜总产量 2003 年约为 1978 年的 6.5 倍，2003 年蔬菜播种面积是 1978 年的 5 倍多。根据测算，蔬菜总产量年均（1978—2003）增长率为 7.51%，这个增长速度主要靠播种面积