

# 达州市农产品竞争力提升途径及支撑体系建设探析

沈 君

(四川大竹县农业局,四川 大竹 635000)

**【摘要】**文章结合达州市实际,从界定农产品、农产品竞争力概念出发展开分析,认为:提高达州市农产品竞争力应当实施全过程标准化、绿色营销、品牌营销,提高农民的组织化程度;构建观念、科技、人才、政策、基础设施等支撑体系。

**【关键词】**农产品;农产品竞争力

**【中图分类号】**F323.5 **【文献标志码】**A **【文章编号】**1673-1891(2015)01-0077-03

**DOI:**10.16104/j.cnki.xccxb.2015.01.023

## 引言

达州市地处川、渝、鄂、陕四省市结合部和长江上游经济带,是四川对外开放的“东大门”,辖两区(通川区、达川区)四县(大竹县、渠县、宣汉县、开江县),代管一个县级市(万源市),另附加一个经济开发区。幅员面积16591平方千米,人口548.56万人(2013年),2013年地区生产总值1245.1亿元。该市物产丰饶,农业资源富集。享有中国苎麻之乡,中国黄花之乡,中国油橄榄之都,中国富硒茶之都,中国香椿第一县的美称。目前,随着农产品市场面对国内、国际市场的激烈竞争,大力提高达州市农产品的竞争力,对于促进达州市农民收入的增长、农村环境的保护、农业产业结构的调整、乃至促进达州市社会主义新农村建设,具有十分重要的现实意义。笔者在此对达州市农产品竞争力提升途径和支撑体系建设进行梳理,希望对相关地区农产品竞争力的提升提供实践和理论借鉴。

## 1 相关概念界定

### 1.1 农产品

农产品,英文称“farm produce”,是指来源于农业的初级产品,即在农业活动中获得的植物、动物、微生物及其产品。鉴于研究区域的特点,本文所称的农产品主要指粮油(麻)作物、毛茶、药材、林业产品、水产品、畜禽、瓜果蔬菜、花卉苗木、食用菌等。从区域经济学和生物学的角度来看,农产品与区域资源、气候、环境、特殊物种和立地条件等高度相关。

### 1.2 农产品竞争力

从经济学视野来看,对竞争力的研究主要有国家、产业、企业和产品四个层次,因此形成了不同层次竞争力的概念:国家竞争优势、产业竞争力、企业竞争力和产品竞争力<sup>[1]</sup>。一般认为,决定产品竞争力的直接来源主要包括价格及成本、质量、品牌、服务、差异化等<sup>[2]</sup>,因此,笔者结合农产品的定义,将农

产品竞争力界定为:农产品从产前决策到消费者反馈的整个链条中,在产品品质、产品价格、生产效率、市场营销以及满足消费者需求各个方面表现出来的生存、发展和赢利的能力。

## 2 对策

基于对农产品竞争力的概念界定,笔者认为,提高达州市农产品竞争力的途径主要有以下四个方面的内容。

### 2.1 全过程标准化

随着世界范围内工业革命的发展,现代标准化产生了。在工业化发展的基础上,农业标准化逐步提上议事日程。联合国粮食及农业组织(FAO)1961年成立了CAC(国际食品法典委员会),次年,WHO(世界卫生组织)参与进来,自此CAC成为负责农产品标准化的国际机构,工作内容包括协调制订农产品和食品标准、污染物准则、卫生或技术规程、农药残留限量、添加剂和兽药的评价。我国农业标准化工作始于上世纪50~60年代,自上世纪80年代中国政府宣布“入关”起获得蓬勃发展。农产品全过程标准化是指产前、产中、产后全过程质量控制的标准化,包括生产、加工、流通与相关标准体系及其系统的运用。综上所述,农产品全过程标准化能够通过提高和保持产品品质来增强达州市农产品竞争力。早在2011年,达县(现达川区)即依托四川省农科院、西南大学等单位,制定了茄子、番茄、辣椒、黄瓜、豇豆、甘蓝、四季豆、大白菜等蔬菜的标准化生产建设规程,技术人员分户包干指导,取得了良好的效果。

### 2.2 绿色营销

绿色营销是基于环境保护和可持续发展原则的。谢华兴认为,绿色营销是生产、经营者以环境保护作为其经营指导思想,以绿色消费为出发点,在满足消费者绿色需要前提下,为实现企业目标而

收稿日期:2014-11-01

作者简介:沈君(1966-),男,四川大竹人,学士,主要从事区域经济研究。

进行的营销活动<sup>[9]</sup>。笔者看来,开展绿色营销可以通过三个方面来提高达州市农产品竞争力。

2.2.1 提高川渝市场份额。目前,我国吃得饱的问题已基本解决,但吃得好、吃得有品质的问题还很大。达州市临近川渝市场,而川渝市场消费者随着消费能力的提高和消费观念的变化,对高品质农产品有巨大的需求,如果达州市能开发出更多的优质、安全农产品,将大大提高川渝市场份额。

2.2.2 提高国际市场份额。我国2001年12月11日加入世界贸易组织后,虽然关税壁垒门槛降低,以卫生检疫制度、环境标准等为代表的“绿色壁垒”却冒了出来,达州市只有立足于自身优势,开发、生产出更多的绿色农产品,才有希望提高国际市场份额。

2.2.3 绿色定价。绿色定价的核心是综合考虑消费者的承受能力和企业的近期、远期利益。开发、生产出更多的绿色农产品解决了农产品品质竞争力,而绿色定价将会提高达州市农产品的价格竞争力。

### 2.3 品牌营销

营销品牌是现代市场营销的核心理念之一,加强农产品品牌建设对于提高达州市农产品的知名度和美誉度具有十分重要的意义。为此,要提高达州市农产品的竞争力,首先有关涉农组织应在农产品全过程标准化和绿色营销理念的基础上,进一步重视商标注册工作,结合自身能力状况和发展规划,加强宣传、积极参与各类展示展销活动,近期目标创市级名牌、远期目标争创省级名牌乃至中国名牌;其次进一步加强“农产品地理标志”登记保护工作。从发达国家及国内先进地区的经验来看,以上这两方面工作对开展品牌营销具有非常重要的意义。目前,达州市渠县已充分重视此项工作,力争到2020年,创建国际商标注册2件以上、中国驰名商标3件以上、四川省知名商标32件以上、国家地理标志产品保护5个以上;建成无公害农产品认证25个、绿色食品认证5个、有机食品认证1个。

### 2.4 提高农民的组织化程度

从达州市农产品生产者角度来看,其特点仍然是个体、小规模生产居多。因此,提升农产品竞争力,还要提高农民的组织化程度。具体来讲,可以通过鼓励农民合作社、混合所有制农业产业化龙头企业等措施来提高农民的组织化程度。这样从生产者角度保证提高农产品竞争力:首先是可以构建有实力的竞争主体,改变个体农户在与强势的工商企业的谈判中总是处于弱势地位、无法实现自己利

益的最大化的局面;其次将提高机械化作业率,提高农产品生产效率。因为组织起来的农民更容易购买、使用农业机械。三是为农产品全过程标准化、绿色营销提供有效的载体。四是有利于开展品牌营销。品牌营销的特点是投入大、专业性强、时间长,组织起来的农户才有开展可能品牌营销。如通川区农户通过建立绿农、腾珑、双佳等专业合作社,积极打造“绿菜园”、“蜀腾珑”、“李氏佳通”、“白马莲藕”等蔬菜品牌,逐步提高了川渝市场竞争力。

## 3 支撑体系建设

上文探讨了达州市农产品竞争力提高的具体途径,结合“农产品竞争力”概念界定,笔者认为提高达州市农产品竞争力还应构建五个支撑体系。

### 3.1 观念支撑体系建设

从现代市场营销观念的发展来看,生产导向、推销导向等营销观念逐步退出历史舞台。因此,达州市相关农户、涉农组织在农产品产前决策时,应优先考虑消费者需求的变化,结合自身比较优势来决定产品品种、产品数量、如何生产、如何供给。为此,应该加强宣传力度,引导、帮助涉农组织、农户树立现代市场经济观念、游戏规则观念,提供符合市场需要的具有竞争力的农产品。宣汉县结合自身优势和市场需要,大力支持蜀宣花牛的养殖和加工、巴山脆红李的种植,为笔者提供了有益的思路。

### 3.2 科技支撑体系建设

科学技术是第一生产力早已深入人心。因此,达州市相关部门和企业组织(含农合组织)应推进农业科技创新,依托西南大学、四川省农科院、四川农业大学等单位,构建从产前决策、农田到餐桌以及食品安全监测体系建设的全过程科技支撑体系,以全过程提高了农产品的市场竞争力。2013年起截止2014年6月,万源市认真贯彻执行“科技深入农户,助推农民增收,推动科技富农”政策,全市共印制科技宣传资料180多种,5万余份,开展多种形式的技术培训200多场次,受惠群众达10余万人。

### 3.3 人才支撑体系建设

前文论述了提高达州市农产品竞争力的对策有四个方面的内容,无疑,这四个方面都需要相应的人才来实施。因此,达州市应当:首先是通过四川农业大学、四川文理学院、达州职业技术学院等高校培养农业产业的营销、管理、技术人才,并积极引导、支持、鼓励他们进入涉农领域就业、创业,2013年达州市内普通高等学校招生6961人,在校生

21348人,应该说有很好的基础;其次是大力开展农民的培训,培养出更多的会经营、善管理、懂科学的新型农民。

### 3.4 政策支撑体系建设

先进国家制订了许多包括巨额农业补贴等内容的农业优惠政策。在工业反哺农业的今天,我们也有义务制定、执行农业优惠政策:首先是促进适度规模经营、大力支持家庭农场的发展。在通川区,通过土地流转,在农民群众的积极支持和参与下,引进业主,建起了花卉苗木基地,截止2014年6月,栽植各种花卉苗木342公顷,形成了企业、农户“双赢”的良好格局;其次是借助财政政策、金融政策促进知名、高品质农产品的生产和营销(目前,渠县对首次获得四川省、达州市品牌的单位,分别给予30万、10万元的奖励;对获得绿色食品、有机食品认证农产品的分别给予10万、50万的奖励;对首次获得国家名牌产品、国家驰名商标的一次性奖励50万元)。继续种粮农民直接补贴、良种补贴、农资综合补贴,加大农机购置补贴力度。加快农村金融制

度创新,逐步开展粮食生产经营主体营销贷款,允许承包土地的经营权向金融机构抵押贷款;三是保险政策相继跟进,逐步开展相应的农产品目标价格保险、特色优势农产品保险等保险工作,降低农产品生产、营销的风险。

### 3.5 基础设施支撑体系建设

从达州市目前的情况看,农业基础设施还较为薄弱,而研究农产品竞争力须解决基础设施的问题。因此,达州市为切实提高农产品竞争力:首先做好以水库、排灌渠系、蓄水池、提灌站等为主要内容的水利基础设施建设,提高土地灌溉保证率,确保旱涝保收;二是进一步加大标准农田建设和粮油高产示范基地建设;三是逐步提高机械化作业率;四是加快以干线公路、硬化村道、生产用路等为主要内容的交通等基础设施建设,进一步缩短供给时间,提高供应效率,降低物流、人流成本;五是加快发展农产品仓储物流、冷链物流设施;六是加强以农村互联网、移动基站等为主要内容的信息基础设施建设。

### 注释及参考文献:

- [1] 张昱,黄祖辉.农产品市场竞争力问题的理论探讨[J].浙江社会科学,2004(4):55-60.
- [2] 漆雁斌.农业竞争力研究[M].北京:中国农业出版社,2007.
- [3] 谢华兴.农产品企业绿色营销问题探讨[J].价值工程,2007(1):62-63.

## On the Way of Enhancing Competitiveness of Agricultural Products and Constructing Relevant Pillar System in Dazhou City

SHEN Jun

(Bureau of Agriculture of Dazhu County, Dazhu, Sichuan 635000)

**Abstract:** This paper defines the agricultural products and the competitiveness of agricultural products by combining with realities of Dazhou City. It puts forth that full-range standardization, green marketing, brand marketing and improved systematization of peasant should be carried on to enhance the competitiveness of agricultural products. A pillar system that makes up of ideas, technology, human resources, policy and infrastructure should also be built.

**Key words:** agricultural products; competitiveness of agricultural products