

山东省蔬菜出口竞争力分析及提升对策

刘虎敏 张雅婷 李香萍

青岛恒星科技学院, 中国·山东 青岛 266000

【摘要】山东是蔬菜的生产和出口大省, 近几年的蔬菜出口贸易额占据全国的40%左右。尽管山东省蔬菜出口有较好的发展态势, 但在竞争力提升方面还存在较大的提升空间。本文运用了定性定量相结合的方法, 对山东省蔬菜贸易发展现状进行了分析, 采用RCA、IMS两个指标对山东省蔬菜出口竞争力进行了测算, 并对影响山东省蔬菜相关因素进行了分析, 提出了进一步提升出口竞争力的对策。

【关键词】蔬菜; 出口; 竞争力; 对策

山东省作为中国重要的蔬菜生产及出口省份, 其蔬菜出口在国内外市场上扮演着举足轻重的角色。提升蔬菜出口竞争力不仅能促进山东省经济发展, 保持收支平衡, 为山东省创造就业机会, 也有利于优化和升级山东省农产品的产业结构, 为山东省乃至全国的农业出口做出贡献。

1 山东省蔬菜出口现状

1.1 山东省蔬菜出口整体现状

我国综合国力逐年增强的背景下, 农业生产技术的提高, 再加上山东省作为农业大省, 政府重视农业的发展, 因此山东省蔬菜出口得到了持续上升。将2015-2023年搜集到的数据统计如下表1-1所示:

如上表1-1所示, 从出口规模上看, 2015-2023年期间山东省蔬菜出口额上下波动, 受2018年贸易摩擦和2019年疫情的影响下呈下降的趋势, 自2020年起山东省蔬菜出口额开始回升并保持上升趋势。山东省蔬菜保持在30%左右的出口占比, 且出口比例呈现上升趋势, 这也证明了山东省是中国蔬菜出口大省^[1]。

1.2 山东省蔬菜出口市场的分布情况

山东省蔬菜出口额一直稳居全国前列, 其出口市场主要

集中在东亚和东南亚地区。据2022年我国蔬菜制品出口额数据显示: 日本、越南、韩国、马来西亚、美国、泰国、印度尼西亚、俄罗斯以及菲律宾等十国合计占我国蔬菜制品出口额的77.74%, 其中排名前三的国家分别是东亚的日本、韩国以及东南亚的越南^[2]。

山东省受地理位置的限制, 蔬菜出口一半以上集中在亚洲, 以占据山东蔬菜出口的第三大市场的韩国为例, 韩国消费者广泛接受并喜爱中国传统蔬菜, 山东省蔬菜向韩国大量出口。根据中国蔬菜网和山东省商务厅等公开数据显示: 2018年山东省蔬菜出口韩国金额为4.56亿美元, 同比增长6.4%, 出口量为182万吨, 同比增长5.9%。2020年山东省蔬菜对韩出口额为3.27亿美元, 同比增长3.4%, 并且近年一直保持平稳增长。

1.3 山东省蔬菜出口的贸易方式

据2021年出口额数据统计, 山东省通过一般贸易方式出口的蔬菜占了较大比例。在这种贸易方式下, 山东省的蔬菜出口商直接面向海外市场, 负责蔬菜的生产、包装和出口手续等较低附加值环节。而加工贸易的出口额则相对较少, 加工贸易主要是指将蔬菜加工成半成品或完全成品后

表1-1 2015-2023年山东省蔬菜出口整体情况 (单位: 美元)

年份	山东省蔬菜 出口额	中国蔬菜出口总额	山东省蔬菜 出口占比
2015	2,674,289,773.00	9,023,649,662.00	29.64%
2016	3,453,390,928.00	10,545,990,267.00	32.75%
2017	3,219,012,775.00	11,164,183,067.00	28.83%
2018	2,448,749,186.00	10,516,928,365.00	23.28%
2019	2,858,971,434.00	10,326,798,367.00	27.68%
2020	3,013,916,211.00	9,671,900,149.00	31.16%
2021	3,088,270,625.00	10,077,083,408.00	30.65%
2022	3,203,928,327.00	10,166,535,635.00	31.51%
2023	3,702,220,072.00	10,986,100,088.00	33.70%

数据来源: 中国海关、UN Cometrade整理

再进行出口，这种贸易方式有助于增加蔬菜的附加值，提高出口产品的竞争力。

2 山东省蔬菜出口竞争力的测度和影响因素分析

2.1 山东省蔬菜出口竞争力的测度

2.1.1 显示性比较优势指数（RCA）

根据中国海关、UN Cometrade收集数据的数据，对山东省蔬菜进行RCA测度分析，结果如表2-1所示：

见表2-1，2015-2022年RCA平均值为4.18，从数据看来具有较强的国际竞争力，结合时代背景，2019-2021年因受疫情影响波动体现了山东省蔬菜出口在应对突发状况的保护措施不够完善，在后续发展中山东省蔬菜出口行业，政府，山东省蔬菜出口协会要协同发力健全产业链、制定特殊时期保护措施分散风险。

2.1.2 国际市场占有率指数（IMS）

根据中国海关、UN Cometrade收集数据的数据，计算山东省蔬菜出口的竞争力指标IMS，结果如表2-2所示：（因2023年部分数据未公布，故数据分析到2022年）

如表2-2，IMS整体处于较低水平，反映出山东省蔬菜在国际市场上占的份额很少，且在2015-2022年期间IMS值

有下降趋势，在2018年达到最低点3.57%，虽然从RCA、NTB来看山东省蔬菜在国际市场有竞争优势，但从世界角度来看，竞争优势并未有效的转化为实际市场份额。

2.2 山东省蔬菜出口竞争力影响因素分析

2.2.1 生产要素和需求状况分析

山东省凭借其得天独厚的地理位置与海湾港口实现优势互补，山东大学、企业林立，人才资源丰富等优势。因此山东省蔬菜出口具备了初级生产要素优势，但仍缺乏高级生产要素的加持：菜农专业水平有限、学习新技术成本高、蔬菜种植成本增加等，缺乏高级要素，产品的技术创新和研发将会有严重阻碍。

高水平的需求能提升出口额和市场竞争力。从内需来看，高水平的需求体现在消费者更加关注蔬菜的新鲜程度、蔬菜品质情况以及是否有农药残留等。从外需角度来看，山东省蔬菜出口规模整体呈现增长趋势，但国际环境具有不稳定性。若要改变山东省蔬菜出口易受大环境影响的现状，则需要山东省蔬菜做出相应的改变和创新来稳定国内外消费需求。

2.2.2 相关与支持性产业分析以及企业战略结构和竞争

表2-1 2015-2022年山东省蔬菜出口显示性比较优势指数（单位：美元）

年份	山东省蔬菜 出口额	山东省所有商品出口 总额	世界蔬菜出口额	世界所有商品出口总额	RCA 值
2015	2,674,289,773.00	143,925,676,354.00	63,766,828,711.00	15,319,508,452,979.00	4.46
2016	3,453,390,928.00	137,096,088,493.00	67,662,744,301.00	14,933,948,637,837.00	5.56
2017	3,219,012,775.00	147,014,979,436.00	70,032,225,726.00	16,383,122,100,366.00	5.12
2018	2,448,749,186.00	160,115,820,830.00	68,581,905,497.00	17,975,395,866,040.00	4.01
2019	2,858,971,434.00	161,439,708,528.00	70,421,719,017.00	17,549,597,871,768.00	4.41
2020	3,013,916,211.00	188,919,731,601.00	73,451,655,137.00	16,531,794,069,691.00	3.59
2021	3,088,270,625.00	257,256,976,091.00	79,344,013,076.00	20,751,408,761,324.00	3.14
2022	3,203,928,327.00	288,076,504,305.00	81,391,416,874.00	23,129,714,846,697.00	3.16

数据来源：中国海关、UN Cometrade 利用RCA公式计算

表2-2 2015-2022年山东省蔬菜出口国际市场占有率指数（单位：美元）

年份	山东省蔬菜 出口额	世界蔬菜 出口额	IMS 值
2015	2,674,289,773.00	63,766,828,711.00	4.19%
2016	3,453,390,928.00	67,662,744,301.00	5.10%
2017	3,219,012,775.00	70,032,225,726.00	4.60%
2018	2,448,749,186.00	68,581,905,497.00	3.57%
2019	2,858,971,434.00	70,421,719,017.00	4.06%
2020	3,013,916,211.00	73,451,655,137.00	4.10%
2021	3,088,270,625.00	79,344,013,076.00	3.89%
2022	3,203,928,327.00	81,391,416,874.00	3.94%

数据来源：中国海关、UN Cometrade 利用IMS公式计算

对手

蔬菜在生产到销售的过程中,一些保鲜要求较高的蔬菜需要和其他地区供应商共同完成产品的加工,而对山东省蔬菜行业进行调查可以明显发现山东省出口的大多是初加工产品,蔬菜出口上下游企业间关联度较低,且蔬菜出口企业分散在各个乡镇,产业集群的优势利用不明显,且蔬菜出口地区差别较大。

适度的竞争能刺激原先单一蔬菜产品出口的企业丰富蔬菜出口品种,提高山东省蔬菜出口竞争力。山东省蔬菜出口中小型企业争夺有限的传统市场。山东省蔬菜出口企业目前低附加值产品出口较多,高附加值蔬菜产品还有待提升。

2.2.3 政府和机遇

山东省政府通过切实可行的政策给予出口行业一定的指导。政府通过看不见的手对市场进行调节,营造一个相对公平的竞争市场。但政府方面在进口国准入条件,贸易市场壁垒,贸易市场需求量等方面的信息公开程度还不足以完整支持山东省蔬菜出口行业的发展。

山东省蔬菜出口过程中机遇和挑战并存。跨境电商的兴起,促使蔬菜出口企业的加入,使得山东省蔬菜出口能够面向更大的需求市场;政策上山东省政府积极响应国家“菜篮子工程”的号召,于2021年《山东省“十四五”高水平对外开放规划》中提出,抢抓区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)机遇,扩大与东盟各国全方位合作。

3 山东省蔬菜出口竞争力的提升对策

3.1 积极应对贸易壁垒

3.1.1 打造优质特色产品

山东省蔬菜出口企业应严格按照进口国的技术法规和质量标准,采用先进的种植技术生产蔬菜,加大技术创新和研发投入,研发蔬菜新品种、冷藏保鲜新技术和包装新工艺,提高蔬菜的附加值。同时,加强与科研机构和高校的合作,引进和培养专业人才,推动产业升级和转型,以确保蔬菜的质量和安全性,减少农药残留和有害物质的含量,提升蔬菜的整体品质,增强国际市场竞争能力。

3.1.2 提高出口便利化水平

政府以及行业协会共同制定简化出口流程,降低山东省蔬菜出口企业的出口成本,提高出口效率。加强与海关、检验检疫等部门的沟通协调,确保出口蔬菜快速通关。提供出口退税、出口信用保险等政策支持,降低山东省蔬菜出口企业出口风险。需要山东省蔬菜出口企业、政府、行业协会从品质管理、技术创新、品牌建设、市场推广等方面入手,全面提升自身实力和竞争力。

3.2 提升山东省蔬菜出口的企业实力

3.2.1 优化企业布局带动企业实力提升

山东省蔬菜出口企业可以通过政府政策和市场机制的引导向优势区域集聚,借助产业集群辐射周边的优势,不断

提升企业自身实力,扩大资源利用率。同时政府为成熟产业集群构造的政策优势吸引配套产业链的上下游进入,以此将产业集群的辐射范围扩大,后将资源分配到各个企业实行整体带动个体,个体提升实力加强整体的格局。

3.2.2 强化产业链促进企业实力提升

通过“补链”的形式补充并拉长山东省蔬菜出口产业链,以此完成“纵向成链”。这个阶段政府可以提供优惠政策给蔬菜出口上下游产业链上的商家,吸引并鼓励商家的进入,强化重点环节招商,通过紧密的产业链合作关系提升蔬菜产品的附加价值,形成良性发展关系的同时共享蔬菜出口资源、节约出口成本、分散蔬菜出口风险。针对产业链上的薄弱环节,政府鼓励适度竞争,以优惠政策吸引蔬菜出口环节企业进入,达到“横向成群”的目的。目前山东省蔬菜出口产业集群正逐步成熟,需要把山东省蔬菜出口产业集群发展重心聚焦在鼓励各种配套企业的进入,促进产业集群持续高速发展。

3.3 共建山东省蔬菜出口国际信息共享平台

3.3.1 利用互联网构建数字农业国际信息平台

山东省政府、蔬菜出口企业以及蔬菜出口行业协会可以协同共建国际信息共享平台,此平台是集信息共享、数据分析、决策支持等功能于一体的数字农业国际平台。平台可以帮助农民、出口企业及时获取国际市场需求、气象变化、生产技术更迭等重要信息,从而推动蔬菜行业更加科学、精准地进行蔬菜种植出口。同时国际信息共享平台可以利用物联网技术,对蔬菜从种植、采摘、加工、存储、运输到出口的整个过程进行实时追踪和监控,这个过程不仅可以保证蔬菜的质量和安全性,还可以提高供应链的透明度和效率,降低蔬菜出口检测、认证等手续的成本,促使出口流程更加便利化。

3.3.2 加强数字化国际品牌建设和市场推广

山东省蔬菜出口企业可以利用当下流行的社交媒体,通过广告投入提升山东省蔬菜的品牌知名度和影响力,广告内容包含山东省蔬菜品牌故事、展示产品质量和特色等内容,吸引更多国内外消费者的关注和认可,提升品牌知名度和美誉度。在此过程中山东省政府可以通过三农政策对农产品广告投入提供广告优惠和进行推广,帮助蔬菜出口的品牌推广,提升品牌知名度和美誉度。通过举办线上展览、推介活动等,推广山东省蔬菜的优势和特色,提高产品在国际市场上的竞争力。

参考文献:

- [1] 龚思羽.绿色营销视角下企业环境行为对消费者响应的的影响机制研究[D].长春:吉林大学企业管理博士学位论文,2020.
- [2] 李柔.中国对东盟蔬菜出口贸易增长潜力与竞争力研究[D].长沙:中南林业科技大学应用经济学硕士学位论文,2021.