

黑龙江省发展番茄红色产业的建议

李 焯¹, 许向阳², 张 贺², 李景富²

(1. 哈尔滨市农业科学院 黑龙江 哈尔滨 150070 2. 东北农业大学 黑龙江 哈尔滨 150030)

摘 要: 黑龙江省西部半干旱地区非常适合加工番茄生长。随着黑龙江省番茄出口及北菜南运数量的增加以及番茄加工企业的不断的涌现, 番茄红色产业正逐步形成规模, 并填补着世界番茄制品紧缺的市场。现对黑龙江省西部地区发展番茄红色产业提出的一点建议。

关键词: 番茄; 红色产业; 黑龙江省

中图分类号: S 633-33 (235) **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-0009(2008)05-0072-03

番茄是世界重要蔬菜之一, 番茄制品不仅富含有人体需要的可消化的可溶性碳水化合物, 有机酸, 维生素和矿物质, 而且具有抗癌, 降血压等保健功效^[1]。越来越受到人们的广泛关注。黑龙江省在番茄加工方面有着资源、环境、地理、技术等很多优势, 是番茄生产、出口和加工大省, 为黑龙江省调整农业产业结构, 实现农业增效、农民增收以及加快社会主义新农村建设进程起到了非常重要的作用。但是目前黑龙江省番茄生产还存在优良品种推广面积不大、科技人员数量不够、市场信息化程度不高等很多问题, 还没有形成市场牵龙头, 龙头带基地, 基地联农户的产业化生产链条。现针对黑龙江省发展番茄红色产业提出几点建议。

1 黑龙江省发展番茄红色产业的可行性

1.1 黑龙江省有着优越的自然条件和农业基础

1.1.1 气候优势 黑龙江省, 尤其是西部半干旱地区主要包括哈尔滨、齐齐哈尔、大庆等 29 个市县(郊区)所辖 553 个乡镇。总土地面积 10.4 万 km² 占全省总土地面积的 22.9%。该区属于中温带、半干旱大陆性季风气候, 是黑龙江省热量最高而降水量又较少的地区, 5~9 月平均气温 17~18℃, 降水量 400 mm 以下。年积温 2 383~2 900℃, 无霜期 120~150 d^[23]。适合种植番茄, 气候条件可与新疆媲美。

1.1.2 地缘优势 俄罗斯、东南亚、日、韩成为黑龙江省蔬菜出口的主导市场。黑龙江省与俄罗斯比邻, 鲜食番茄可直接出口俄罗斯。有 20 多个口岸、铁路和公路可直接出口韩国、日本等国家, 由于黑龙江省的蔬菜产品品质好、无污染, 近几年, 日本、南韩的订单不断, 市场前景非常广阔。

1.1.3 时间差优势 黑龙江省蔬菜、瓜果和一些经济作物生产旺季的 7~10 月份, 正是南方生产的淡季(高温、多雨), 由于生产季节错开, 为黑龙江省农产品打入南方市场, 创造了较好的机会。

1.1.4 品质优势 黑龙江省日照时间长, 光照充足, 生产季节昼夜温差大, 受工业污染程度轻, 空气质量好, 土壤肥沃, 有机质含量高。另外, 黑龙江省冬季严寒, 不利于病虫害发生、发展, 农药施用量在全国最少, 蔬菜生产“打绿色牌, 走特色路”, 蔬菜产品顺应国际市场需求趋势, 深受国内外市场欢迎。

1.1.5 环境优势 近年来省委省政府把增加农民收入作为第一目标, 大力推进农业结构调整加快产业化步伐。2002 年政府又提出因地制宜调整粮、经、饲种植比例, 转副为主, 切实把发展经济作物产业作为促进农业增效、农民增收的重要途径及农村经济发展的支柱产业来抓。对推动黑龙江省经济作物产业的发展起到了重要的作用。

另外, 国际分工中劳动密集型的番茄种植正由欧美发达国家向发展中国家转移, 中国具有独特的番茄生长的气候资源优势, 是国际番茄种植转移的重点区域。同时黑龙江省刚刚起步的番茄加工行业有着很强的后发优势。

1.2 番茄红色产业将成为黑龙江省强大经济支柱

1.2.1 发展红色产业有利于增加农民收入 种植番茄比较效益高, 种植加工番茄纯利润 550~650 元/667m², 是玉米 3 倍, 是小麦 5~6 倍, 是大豆 3~4 倍, 如果在保护地种植鲜食番茄, 纯利润可达 3 000~8 000 元/667m²。效益远高于其他作物, 同时大力发展番茄等特色经济作物, 有利于种植业合理轮作, 减少病虫害, 实现土地持续利用, 有利于实现经济多元化。是调整优化农业种植结构和经济持续发展的需要。

1.2.2 发展红色产业有利于促进第二产业食品加工业及带动相关产业发展 发展番茄红色产业能带动相关企业的发展, 涉及种植、加工、外贸、运输服务等多个产业, 发展潜力很大。总之, 黑龙江省发展红色产业是项扶贫

第一作者简介: 李焯(1972-), 女, 在读硕士, 主要研究方向为蔬菜作物种质资源开发、鉴定。E-mail: yeli1972@yahoo.cn.

通讯作者: 李景富。

收稿日期: 2007-12-30

项目,也是一项振兴东北老工业基地项目。

1.3 市场前景看好

世界番茄制品消费量以年均 3% 的速度增长, 年增加消费量 10 万 t 以上, 番茄制品由于其丰富的营养成分和保健作用, 越来越被世界各国人民所喜爱, 市场前景广阔。

表 1 2004 年世界主要国家番茄生产、消费和贸易情况

国别	生产量/万 t	消费量/万 t	进口量/万 t	出口量/万 t
世界	350	300	147.73	180.07
美国	150	130	1.97	10.82
意大利	34	7.4	10.86	30.00
法国	4.5	8.5	7.86	0.57
希腊	18.5	1.5	0.86	11.63
土耳其	25	11.7	1.4	12.33
葡萄牙	15.5	4.2	0.26	11.41
西班牙	18.4	12.8	1.61	7.62
中国	40	4	0.61	30

仅以 2004 年为例, 全世界年产番茄酱约 350 万 t, 其中美国 150 万 t, 占世界总量的 42.9%; 意大利及欧盟其他国家 60 万 t, 占 17.1%; 土耳其 25 万 t, 占 7.1%。

近年来, 随着全球分工的演化, 世界番茄生产正向以中国为主的发展中国家转移, 欧美等国近 3 a 番茄生产量以 5%~20% 的速度递减, 为我国番茄提供了难得的发展机遇。番茄酱国际贸易量很大, 据世界粮农组织统计, 仅以 2004 年为例世界番茄酱进出口量约 350 万 t, 中国约占 9%, 以出口为主, 出口量 30 万 t, 中国已成为美国、意大利之后世界第三大番茄酱生产及出口大国^[4-6]。新疆是全国最大的番茄生产加工基地, 约占全国生产能力的 90%, 然而连年的连作, 番茄产量出现下降的趋势, 而且存在管理混乱、生产技术落后、地理偏远等劣势, 而黑龙江省在地缘、环境、技术等方面都占有很大的优势。

黑龙江省目前已有番茄加工企业 3 家, 年创造产值 1 500 多万元。

1.4 产品的目标市场广阔

由于黑龙江省番茄生产污染少, 鲜食番茄出口到俄罗斯销路很好, 每年出口番茄 20~30 万 t, 牡丹江番茄出口高峰期每天出口量就可达 300~500 t。7、8、9 月份北菜南调到我国南方市场, 补充当地蔬菜淡季市场前景看好。

在番茄制品方面, 从近几年的国际市场看, 我国生产的低浓度番茄酱(28%~30%)主要市场在日本、韩国、东南亚等国家和地区, 高浓度(36%~38%)主要分布在欧洲、北美洲、中东和非洲等地区^[7]。

东南亚国家及日本、韩国基本不生产番茄酱, 其每年进口量在 15 万 t 以上, 我国向这些国家出口, 具有运距短, 费用低的地缘优势。中国已成为向日本和韩国出口番茄酱最多的国家。

西欧市场成熟稳定, 年进口番茄酱约 60 万 t, 消费量主要集中在意大利、德国、荷兰和法国。我国加入

WTO 后, 欧盟番茄酱进口关税将下调, 为我国番茄酱出口创造良好机会。

独联体、东欧地区对罐头食品需求量大, 目前独联体国家进口的浓缩番茄酱, 均在当地进行调味加工、小包装后投入消费, 仅此一项增值远大于番茄酱生产。东欧和独联体年进口番茄酱在 12 万 t 以上, 黑龙江省与独联体这些国家比邻, 口岸常年开放, 铁路和公路交通十分便利, 向这些国家出口, 具有运距短, 费用低等优势, 开拓这一市场很有前景。

此外在国内市场上, 随着国内经济发展和人民生活水平的提高, 人们的膳食结构、习惯在悄然变化, 营养、保健、快捷的食品日趋受到重视, 番茄制品作为绿色食品, 日渐深入寻常百姓生活。通过产品供求分析可以看出, 国内市场随着人们饮食习惯的变化, 会出现逐年增长的趋势。我国番茄酱出口量将在 50 万 t, 国内市场消费量在 5~10 万 t, 未来国内市场发展潜力较大。

2 发展番茄红色产业存在问题

2.1 种植环节存在的问题

黑龙江省番茄生产中农户普遍文化程度低, 农民缺乏番茄育苗技术、病虫害防治技术以及栽培技术经验。另外, 黑龙江省缺少耐贮运番茄品种, 国外品种价格昂贵, 尤如黄金价格, 达 8~10 万元/kg, 农民仅种子费用就达 800 元/667m²。

2.2 销售环节存在的问题

番茄的产量及出口量的增长, 以及黑龙江省“打绿色牌, 走特色路”的农业指导思想必将引起世界上一些国家和地区的关注, 在有利于提高产品知名度的同时, 也带来了反倾销的问题, 以前欧盟、日本等国仅在农药残留量一项上笼统地定个检测指标, 现在之所以抬高门槛提出如此繁多的项目检测要求, 根本原因是近年来番茄制品、生产规模和出口量的增长, 冲击了他们的市场。国内市场对鲜食番茄的需要量很大, 但黑龙江省番茄生产上还存在品种选择不合理, 销售网络不健全, 缺少中介组织等缺陷, 8、9 月份番茄生产旺季, 大量的番茄因为销售不出去烂在了地里。而且, 国内对番茄制品健康保健方面的宣传不够。

2.3 番茄加工企业在原料收购中存在的问题

在番茄产业链中, 企业有企业的自身利益, 农户有农户的利益, 各利益未达到相对的平衡。没有在真正意义上形成“利益共享、风险共担”的连接机制, 公司对农场的联系仅仅表现在收购环节, 对番茄种植过程中的技术指导和质量要求工作做的不够。而且, 现阶段农产品市场交易法规还很不健全, 有些种植单位及个人在番茄采收初期, 将番茄向当地市场出售。当原料短缺时, 番茄加工厂提级敞开收购, 农户掺假事件时有发生, 严重影响番茄酱的质量; 而当原料充裕时, 工厂压级压价, 侵害农户的利益。其结果是, 多年来所提的订单种植、订单合同形同虚设, 番茄种植单位、种植和各厂家各唱各的调, 利益都

得不到保障。企业普遍存在原料短缺的问题。

2.4 番茄加工企业在番茄制品生产中存在的问题

番茄酱生产厂家生产时间都集中在8月上旬到9月中旬,时间为60 d左右,其它时间除检修人员外其他人员多为休息。

在发展历程中,由于过于注重加工企业的规模的迅速扩张,众多番茄加工企业主要依赖番茄酱这种粗加工产品占据和扩大市场份额(大部分都是定牌加工),而对能延长产品链的高附加值番茄制成品如番茄粉、番茄红素等投入较少。品种结构的单一易造成加工番茄企业内部的低价竞争,缺乏自主的品牌或商标企业难以作大作强。

3 采取的对策措施分析

3.1 大量培育和引进高素质农业人才

要加强科技推广力度,稳定现有的农技推广队伍,扶持集体、民办等科技服务组织,在吸引农业技术人才的同时,针对农场现有农业人员素质状况,开展技术培训,加强农村图书馆建设,提高农户队伍的科学文化素质。

3.2 制定国际接轨番茄生产标准

坚持标准化生产破除层层壁垒。黑龙江省在番茄生产的过程中要按国际市场的限量严格把好产品质量检测关,建立质量保证体系、农药监控体系。对加工番茄制品中的硝酸盐、亚硝酸盐的含量进行检测,番茄原料质量的控制从车间延伸到种植现场。并针对不同情况采取相应措施:对番茄种植基地的农药使用情况进行调研;对种子采购、种植、原料采摘、运送、生产加工及产品运输的全过程进行监控。

3.3 创番茄特色品牌,建立番茄营销网络

优化广告意识,树立产品品牌。美国广告研究专家来利·来特这样说过:“拥有市场比拥有工厂更重要”,拥有市场的唯一办法是拥有占市场主导地位的品牌。黑龙江省要加大绿色品牌宣传力度。

建立黑龙江省番茄营销网络。发展网络销售,中国电子商务的迅速发展,为众多商家发展网络营销提供了平台。获得更多的国际商业信息,提高国际竞争力。

广大农民也应通过农民专业协会、中介组织及农业、商业、运输业等相关部门,提高农民自身组织化程度,做到自我服务,自我发展,自我完善,形成团队力量,大力开拓国内外市场。例如:宁安、安达、桦南、勃利、宾县等地,将地产优势农产品迅速打入南方和国外市场。

3.4 加强优良番茄品种的选育工作

针对鲜食番茄出口和北菜南运的需要,要选育耐贮藏番茄品种,使品种货架期达到25~30 d。

为适应番茄加工需要,要选育耐贮藏,而且不同熟期番茄加工品种,使早、中、晚品种配套,使收获季节延长,不仅仅集中在8~9月份,这样就可以使高峰时收购的大于生产能力的番茄原料延时处理,减少浪费。

3.5 生产单位要进行番茄的生产设备改造技术攻关

对番茄的生产设备进行改造和技术攻关,使其能够对不同季节的产品都可以加工,如胡萝卜、马铃薯、地瓜等进行加工。而且有条件的企业要增加对番茄处理的深加工能力,进行番茄小包装、番茄沙司、番茄饮料、番茄粉等番茄制品的加工,这样可以使番茄厂的员工劳动力充分运用,延长番茄产业化生产链条。

3.6 政府加强宏观调控职能,规范番茄市场

要想让番茄产业“长红不衰”,政府应当强化宏观调控作用,适当对番茄种植业给予扶持和保护。比如,可以对番茄种植给予补贴,适当提高番茄收购价格等,确实让番茄种植户得实惠。建立和完善与农业产业化发展有关的政策法规,切实保障农场、农户的利益,从而为公平竞争,合理分享市场交易利益创造良好的宏观环境。

3.7 加快推进农业产业化经营步伐,加大力度扶持龙头企业

加大力度扶持培育一批规模大、科技含量高、带动能力强的农业产业化龙头企业,以实力较强的龙头企业为中介载体,通过对原产品进行产加销、贸工农一体化经营,把分散经营的农户同国内外大市场联结起来,把农民纳入社会化大生产的轨道。同时,市场牵龙头,龙头带基地,基地联农户的经营方式,延长了粮食生产链条,农民在这个生产链条中已经不再是原来意义上的小商品生产者,而是新的利益共同体中的一员,是社会化大生产的重要组成部分,也是产业一体化的基础所在。

要提升农业产业化龙头企业核心竞争力,第一,必须认真落实好现有各项扶持龙头企业加快发展的优惠政策,努力在人才、信息、金融等服务方面为龙头企业创造良好的发展环境;第二,要积极深化改革,大力推进企业经营体制和运行机制的创新,通过资产优化组合、资本营运等加快建立现代企业制度;第三,要不断加快企业科技创新、产品创新步伐,努力提高产品的科技含量和附加值,提升企业产品档次和品牌形象;第四,要采取有效措施,增强龙头企业与农民的利益联结,切实发挥龙头企业带动辐射作用,真正形成利益共同体。

参考文献

- [1] 蔡健,王薇,宋华.番茄的营养保健作用及贮藏技术[J].食品研究与开发,2005,26(3):137-138.
- [2] 王丽敏,高凤山,张福平,等.黑龙江省西部半干旱区河滩地治理开发构想[J].国土与自然资源研究,2001(1):40-41.
- [3] 王斌,魏永露,张秀芳,等.黑龙江省西部地区旱田土壤水分盈亏变化规律研究[J].灌溉排水学报,2005,24(6):31-34.
- [4] 张军,朱磊.新疆番茄加工业的国际竞争力分析[J].新疆财经,2001(3):13-16.
- [5] 闫志江.红色产业:新疆番茄酱发展前景诱人[J].新疆农垦经济,2004(2):54-55.
- [6] 刘力,张艳华,司伟.新疆番茄生产、贸易现状及其影响因素分析[J].新疆农垦经济,2005(5):28-32.
- [7] 霍尚一,顾国达.我国番茄酱在世界市场上的国际竞争力分析[J].国际贸易问题,2004(3):47-50.