

清华大学 中国经济研究中心 研究动态

总字95期

2002年3月4日

重建比较优势 促进市场融合 ——四川省农畜产品流通调查：以猪肉为例

清华大学中国经济研究中心 钟笑寒

我们中日经济专家联合调查组于2001年11月20至24日对四川省成都市及其郊县进行了考察，了解四川省农畜产品的流通状况，重点是猪肉及其制品。调查中，我们与省西部开发办、省和市畜牧局、省经贸委的有关负责人进行了座谈，还走访了新希望集团及其下属的一个饲料厂，成都吞拿养殖有限公司下属的金堂吞拿良种猪繁殖场。

四川省作为我国的经济大省，农业又在其中占据了重要位置。GDP中第一产业比重为23.3%（2000年），高于全国平均的18%。与农业密切相关的饮料食品业和医药化工业也是该省的支柱产业。在中国政府确定的西部大开发总体规划四川省外商投资优势产业目录中，“粮食、蔬菜、水果、禽畜产品、水产品的贮藏、保险和加工”等若干与农业资源开发相关的产业列在了首要的位置。仅以猪肉为例，其产量占全国的1/9，而每年产量的1/3销往省外，少量还用于出口。四川气候温和潮湿，水资源丰富，拥有大量的平原和浅丘，劳动力廉价，在农业及其相关产业方面具有比较优势。然而，就是这个农业大省，在农畜产品的流通方面，特别是产品外销方面，一直存在较大的问题。我们的调查就是针对这一点，了解目前问题的症结所在，寻找其影响因素，进而提出解决办法。

一、 现状和问题

以猪肉的外销为例，四川省年出栏6600万头，其中约1/3为农民自给性消费，1/3为省内销售，1/3为省外销售。从事猪肉经营的主要是众多的民营肉联厂，少量为国营肉联厂。品种主要为冻肉，而不是鲜肉和保鲜的冷却肉。由于运距长，运输方式主要是铁路运输，少量为水运，但都要辅之以汽车运输。这一铁路—公路联运方式的缺点是，运输环节多，时间长，提高了成本。同时，由于铁路部门是独立于销售企业之外的，特别的，铁路部门和地方行政部门也是独立的，销售企业必须向铁路申请车皮，这一中间环节无疑又加大了交易成本，成本的增加导致了价格优势的丧失。另外的一个挑战是，外销大省的需求再下降，特别是上海市，原来是川猪的主销区，而目前已经不到川猪外销量的1%。价格是一个因素，上海邻近的江苏、安徽、山东等省，用汽车就直接能实现点到点的运输，极大降低了成本，在竞争中压倒了川猪。品质方面，上海的消费者逐步转向以消费鲜肉和保鲜冷却肉为主，对口感稍差的冻肉并不偏好，这也导致了需求下降。目前，川猪的主要外销省份是广东（40%）和河南（10%）。

基于这一现状，当地决策者认为，解决的办法是发展猪肉的深加工，同时积极开拓对冻肉制品需求较大的新疆和东北三省的市场，甚至出口东南亚。我们认为，从短期来看，这显然是正确的措施。但是，放眼长远，我们通过对影响四川农畜产品流通各方面因素——包括交通运输、生产、市场和流通、乃至文化因素——的全面审视，也许更能找到制约其发展的深层次因素，从而制定出解决问题的根本之策。

二、 影响因素

1、 交通运输

交通运输条件落后历来被认为是首要的制约因素。不过，应该看到，随着西部大开发的进行，四川的铁路、公路、水运和航空条件都会大为改观，这一因素的影响已经逐渐减弱。特别是公路运输的发展，目前全省高速公路已达1000公里，通过与省外高速公路连接，有可能在3年内建成远距离高速通道，到时，至上海只需要一天时间。公路交通的发展有可能彻底缓解目前的长途运输难题，为灵活高效的农畜产品流通创造条件。但是，如果不能在其他方面有所突破，到那时，只能是望路兴叹。

2、 生产

四川省猪肉生产的传统模式是农户家庭的分散饲养方式。户均宰杀规模为5-6头/年，规模超过1000头的生产单位非常之少。另一突出特点是农牧结合，劳动分工不明显，效率不高。农民养猪的动机不单纯是牟利，还出于“粪肥还田”的生态考虑。这种养猪方式的优点在于，耗粮少，成本低，属于“绿色食品”。但其缺陷也是明显的，它实际上是农畜产品流通不畅的深层次原因。为什么这么说？首先，分散饲养导致了技术改良的困难。目

前，川猪以本地土猪为主，瘦肉率低，三元杂交的良种猪相当少。原因就是其饲养条件高，需要一定的资金投入和技术控制，小规模农户难以承受。技术改良的困难严重影响了猪肉的质量和养猪的效率，使川猪的比较优势逐步丧失，其次，分散饲养增加了流通成本，包括屠宰、分销和产品标准化的成本，这是不言而喻的。最后，分散饲养的农户对市场价格波动缺乏预测，常常反应过度，导致猪肉的产量难以稳定。这些因素反过来又影响农户养猪的积极性，导致恶性循环。

可喜的是，目前许多企业已经介入了猪肉产品的生产和加工环节。其中包括四川的希望集团、河南的双汇和春都集团等一批大企业。据称，饲养规模上万头、加工规模上十万头的民营企业已在成都附近出现。企业化经营能够克服分散经营的弱点，具有很好的前景。

3、市场建设和流通中介

四川的农畜产品集贸市场众多，批发市场也已经建立。但是，由于市场的主体仍然是分散的农户，企业和大流通中介缺乏，所以市场交易仍然停留在分散交易的阶段，诸如拍卖制等适合大宗标准化农产品交易的方式还难以引入，市场的贮藏、加工和运输能力有限，交易品种也有限。这样就限制了市场发挥沟通信息，引导产销和减少交易成本的重要作用。对比日本的农产品批发市场，如大阪的批发市场，还有很大差距。分散的市场主体对于保护生产者的利益也没有好处。

前面提到，目前参与猪肉初加工和流通的主要是民营的肉联厂，他们大都规模较小，缺乏市场力量。从事猪肉深加工和产品流通的企业虽然有希望、双汇等，但市场仍有待开拓，对原猪的吸纳能力还很有限。值得注意的是，象希望这样的大型集团，已经将寻求发展的道路放到农业以外的房地产、银行业等方面，似乎已无意于为农业产业化再立新功。四川有丰富的农业资源，也开发出不少产品，但真正叫得响的品牌寥寥无几。看来，在如何培育大企业方面，仍然有很多路要走。

4、文化因素

四川是一个资源丰富、气候宜人的地方，普通百姓衣食无忧，其饮食文化非常发达，川菜享誉中外。闲暇时间充裕，以打麻将消遣之风最盛。一直以来，四川本省的人才外流很多，省内只有成都、绵阳等地掌握现代科技的人才较多。这样一来，四川人的创业求新意识略显淡漠，小富即安的思想较重。这无疑对四川融入一个现代社会造成了一些障碍。也表现在农业产业化方面的步伐比较慢，真正的创业者和企业家很少。

三、政策建议

1、加大对农业产业化的扶持。包括资金、土地方面的扶持。在条件较好的地区，力求引入大的企业，促进规模经营。在条件较差的地区，鼓励农民个人和集体自发组织小型的农业企业甚至合作社，逐步扩大经营和销售规模，为进一步的产业化做好准备。各级政府应该在土地的流转政策、信息服务和技术指导方面发挥关键作用，逐步引导企业步入大市场，参与竞争。农村信用社和其他金融机构应该在资金支持方面发挥重要作用。此外，应该注意发挥已有中介组织，如供销社、技术服务站，乃至涉农政府部门的作用，同时积极扶植农村能人和农民企业家。

2、促进流通中介的适当集中。流通企业规模过小容易在市场中处于不利地位，同时不利于效率提高。应该鼓励其集中规模，建立市场范围更为广泛，规模效应更为明显的大企业。政府应该在流通中介的整合发挥积极作用。在流通中介集中的基础上，适时的改进批发市场的经营模式，使其发挥枢纽作用，提高流通效率。

3、通过相关产业的发展促进农业资源的开发。例如农产品的深加工、制药行业的发展、旅游业的发展等等。力求创出品牌，竖立信誉，开拓市场。

4、引进人才，引进外资。通过引入新的文化因素，改造已有文化，创造一个具有活力和效率的现代社会。

通过这些措施，我们就可能重建四川农产品（特别是猪肉产品）的比较优势，在加入WTO和国内市场一体化的形势下，积极融入而不是消极应付，抓住西部大开发的历史机遇，使四川成为全国的农业强省、经济强省。

（版权所有，转载、转摘请与本中心联系）

主办：清华大学中国经济研究中心
地址：清华大学经济管理学院中楼302

联系电话：（010）62789695
邮 编：100084

[返回](#)