华南农业大学学报(社会科学版)
2008年第4期 JOURNAL OF SOUTH CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY No.4 2008
(第7卷) (SOCIAL SCIENCE EDITION) (Vol.7)

我国柑橘鲜果滞销的原因及对策分析

章胜勇,祁春节

(华中农业大学 经济管理学院,湖北 武汉 430070)

摘 要:2007年度国内柑橘鲜果市场价低量缩,柑橘滞销影响了柑橘果农的收入增长。究其原因主要是柑橘供求格局的变化、生产成本的上升、国内外贸易政策的变动、品质品牌维护不够、信息不全、渠道不畅以及突发性自然灾害所造成的。缓解柑橘滞销可以从生产供给、经营方式、加工增值、营销流通和信息服务五个方面着手进行。

关键词:柑橘;滞销;生产成本;预警机制

中图分类号:F304.3 **文献标识码**:A **文章编号**:1672-0202(2008)04-0075-09

作为柑橘原产地和世界上第二大柑橘生产国,柑橘在我国农业生产中占有重要地位。近年来,我国柑橘生产稳定增长,2006年种植面积高达181万公顷,总产量1790万吨,柑橘毛产值在250亿元左右,柑橘鲜果及其制品出口金额超过4亿美元,全国常年种植柑橘的农户超过250万户,加上在柑橘品种和技术研发、生产管理、加工、储藏、运输和销售等各个环节提供服务的人员,可以说,柑橘产业发展的好坏直接关系到我国上千万人的切身利益。2007年秋我国柑橘再次迎来丰收,然而我们很难从柑橘果农脸上看到丰收的喜悦,柑橘鲜果在很多地区出现滞销已经成为一个不容忽视的问题,并在很大程度上影响了果农收入的稳定增长。

一、2007年度我国柑橘鲜果产销现状

近十年来我国柑橘生产发展很快,从1996-2006年的11年间,我国柑橘种植面积由1996年

表1 1996-2006年我国柑橘产量与面积

年度	种植面积(千公顷)	增加比例(%)	总产量(万吨)	增加比例(%)
1996	1 279.7	-	846	-
1997	1 309.2	2.31	1010	19.46
1998	1 270.3	-2.97	859	-14.97
1999	1 282.9	0.99	1079	25.57
2000	1 271.7	-0.87	878	-18.58
2001	1 323.7	4.09	1161	32.15
2002	1 404.6	6.11	1199	3.30
2003	1 505.7	7.20	1345	12.21
2004	1 627.3	8.08	1496	11.18
2005	1 717.3	5.53	1592	6.42
2006	1 814.5	5.66	1790	12.43

资料来源:中国农业统计资料,1996-2006。

收稿日期:2008-06-26

基金项目:农业部农业公益性行业科研专项项目(nyhyzx07-023)

作者简介:章胜勇(1976—),男,湖北武汉人,华中农业大学经济管理学院副教授,主要研究方向为农产品贸易.

的128万公顷增加到2006年的181万公顷,扩大了约42%,同比除1998年和2000年有小幅减少外,其余年份均呈现出稳定增长的趋势;柑橘总产量受"大小年"因素的影响隔年波动较大,但2000年后基本保持稳定增长,由1996年的846万吨增加到2006年的1790万吨,增长了112%,如表1所示。

(一)主产区新增果园进入成熟期保证了柑橘总产量持续稳定增长

2007年我国柑橘产量继续稳定增长在很大程度上应归功于近年来柑橘主产区果园面积的扩大。受气候和光照等条件的影响,我国柑橘基本分布在南方各省,但从总体规模来看,浙江、福建、江西、湖北、湖南、广东、广西、重庆、四川9省(市)为我国柑橘主产区,这里分布着长江上中游柑橘带、浙—闽—粤柑橘带、赣南—湘南—桂北柑橘带和鄂西—湘西柑橘带四大主要柑橘带以及岭南晚熟宽皮橘基地、丹江库区柑橘北缘基地和南丰蜜橘基地三大特色柑橘基地。2006年上述9省(市)柑橘种植面积占全国柑橘种植面积的93%,产量占全国柑橘总产量的95%。

随着我国经济的飞速发展,人民收入水平不断提高,消费者对柑橘类产品的消费需求也呈上升趋势,近年来柑橘价格持续走高,果农收入也保持较快增长。各柑橘主产区纷纷开始进一步扩大柑橘种植面积,从2001年以来我国主产柑橘的9省(市)柑橘种植面积变动趋势来看,除浙江、福建两省的柑橘种植面积基本稳定以外,广东、湖北、重庆、江西、四川、广西和湖南7省(市)的柑橘种植面积在过去的6年内都有较大增长,如表2所示。具体来看,从2001年至2006年,浙江和福建两省的柑橘种植面积分别保持在12万公顷和17万公顷左右,规模变动不大;而广东由9.43万公顷增加到22.45万公顷,增长了138%;湖北由9.85万公顷增加到15.9万公顷,增长了61%;重庆由6.88万公顷增加到10.99万公顷,增长了60%;江西由15.45万公顷增加到22.93万公顷,增长了48%;四川由16.38万公顷增加到21.56万公顷,增长了32%;广西由11.57万公顷增加到15.15万公顷,增长了30%;湖南由25.35万公顷增加到31.38万公顷,增长了24%。其中,柑橘种植面积增长最快的广东省,主要得益于当地砂糖橘近年来在全国的畅销,且砂糖橘的价格居高不下,柑橘果农收益增加导致柑橘种植面积成倍增长;其次,湖北和重庆柑橘种植面积增长超过60%,主要原因是三峡蓄水后,库区沿岸海拔稍高的部分地区也成为柑橘适宜区,导致这一传统柑橘主产区柑橘种植规模进一步扩大;而江西特别是赣南地区则是凭借其得天独厚的土地、气候和地理区位优势,适合柑橘特别是脐橙的规模化生产所导致的。经过几年的生长发育,这些新增柑橘果园陆续进入成熟期,并已经开始挂果,柑橘种植面积扩大的效果开始显现,可以预见2007年乃至今后的若干年内,这些地区的柑橘产量还将有较大的增长。

(二)柑橘鲜果市场价格普降导致果农惜售和柑橘滞销

2007年我国柑橘鲜果市场价格出现较大波动,在消费者价格指数CPI屡创新高的情况下,无论是柑橘主产区的产地批发价格,还是各大中型城市的销地批发价格,同去年同期相比都呈现出普遍下滑的趋势。如表3所示,包括广柑、脐橙、碰柑、甜橙、芦柑、蜜橘和柠檬在内几乎所有的柑橘品种其批发市场价格与去年同期相比都出现不同程度的下滑。其中,广柑价格下降幅度最大,高达16.94%,脐橙、碰柑、甜橙和芦柑的市场价格也分别下降10.82%、8.29%、8.24%和7.50%,只有蜜橘和柠檬的市场价格降幅不大,分别下降2.61%和0.13%。部分柑橘主产区的柑橘收购价格甚至跌破了果农可以接受的心理最低点。

表 2　2001－2006 年我国柑橘主产区面积　　单位：千公顷

地区	2001	2002	2003	2004	2005	2006
全国	1323.7	1404.6	1505.7	1627.3	1717.3	1814.5
上海	4.4	6	9.5	11.4	8.7	10.6
江苏	3.5	3.3	3.2	3.6	3.9	5.4
浙江	123.9	124	125	124.1	123	120.2
安徽	2.6	2.3	2.2	2.3	4	3.4
福建	164.2	163.8	164	165.6	170.3	170.2
江西	154.5	166.4	186	217.3	215.1	229.3
河南	4.7	4	8.1	9.5	10.1	9.7
湖北	98.5	100.3	109.6	124.7	143.2	159
湖南	253.5	261.8	259.9	276.4	296.2	313.8
广东	94.3	105.9	149.9	175.7	195.5	224.5
广西	115.7	118	122	134.3	141.3	151.5
海南	2.6	2.6	2.5	3.1	3.7	3.6
重庆	68.8	92.6	96.3	98.1	108.9	109.9
四川	163.8	180.7	191.7	201.5	206.9	215.6
贵州	33.4	34.9	33.9	35.5	38.7	37
云南	21.6	23.2	25.1	25.9	27.9	29.1
陕西	13.5	14.6	16.6	18.1	19.7	21.5
甘肃	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2

资料来源：中国农业统计资料，1996－2006。

表 3　2007 年我国柑橘批发价格同比波动情况表

品种	广柑	脐橙	碰柑	甜橙	芦柑	蜜橘	柠檬
价格（元/公斤）	2.32	4.762	2.57	6.239	2.897	3.292	10.851
同比增减（%）	－16.94	－10.82	－8.29	－8.24	－7.50	－2.61	－0.13

资料来源：中国农业信息网。

二、柑橘鲜果滞销的原因分析

（一）供大于求的局面造成“卖橘难”

1. 柑橘供给结构性过剩导致柑橘鲜果供应竞争激烈

从 2003 年开始，尽管国家发布实施了《优势农产品区域布局规划（2003—2007 年）》，在柑橘品种结构仍然以宽皮柑橘为主、熟期结构仍然以中熟为主的局面还未发生根本性转变情况下，2007 年我国柑橘产量继续保持稳定增长，全国宽皮柑橘供给的结构性过剩突出，柑橘鲜果供应期较短，且时间重叠，大多集中于 9－12 月，形成短期内柑橘供给的恶性竞争。

由于近几年来柑橘生产给果农带来较好的经济收益，一些在全国柑橘优势区域布局规划范围外的柑橘非优势产区，在缺乏整体规划、结构布局规划情况下盲目发展柑橘，导致品种、熟期不对路，产品质量不高，在激烈的竞争下，出现柑橘滞销。如宣恩万吨柑橘（蜜柑）滞销，陕西城固 10 万吨柑橘滞销。一些柑橘优势产区，为了追求短期效益，盲目发展非主导柑橘品种，也出现柑橘滞销。如重庆合川 2 万吨柑橘（蜜柑）滞销。

2. 水果消费结构、消费水平和消费能力发生了新的变化

随着水果产量的增加、人们收入水平的提高以及国外进口水果的大量涌入，我国居民水果消费结构、消费水平和消费能力发生了新的变化，单一柑橘产品所占的市场份额下降。由于果树种

植和管理技术的提高,近年来我国水果生产一直保持强劲的增长势头,水果总产量从2001年的6658万吨增加到2006年的9599万吨,增长44%。除柑橘以外,苹果、梨、香蕉和葡萄等主要水果的产量也呈现出稳定增长的趋势,如表4所示,2001－2006年我国苹果、梨、香蕉和葡萄的产量分别增长30%、36%、32%和70%。2007年我国北方梨和葡萄等水果喜获丰收,南方柑橘的销售必然受到一定的影响。

表4 2001—2006年我国主要水果产量 **单位:万吨**

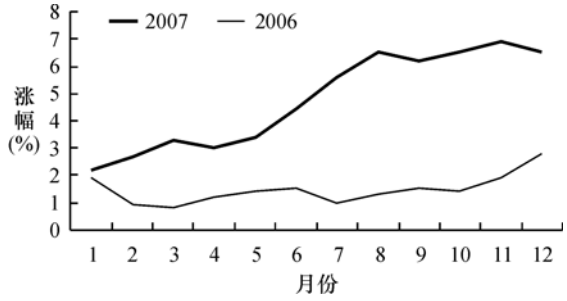
品种	2001	2002	2003	2004	2005	2006
水果	6658	6952	7552	8394	8836	9599
苹果	2001	1924	2110	2368	2401	2606
柑橘	1161	1199	1345	1496	1592	1790
梨	880	931	980	1064	1132	1199
香蕉	527	556	590	606	652	690
葡萄	368	448	518	568	579	627

资料来源:中国农业统计资料,2001－2006。

与此同时,我国进口水果的数量和金额也逐年扩大。2007年1－11月,我国累计进口水果达122.99万吨,同比增长6.3%,进口金额8.63亿美元,同比增长24.71%,进口品种主要包括香蕉、猕猴桃、柑桔、柑橘汁和葡萄等[1]。消费者在水果选购上有了更多的选择,各种水果之间为争夺消费者手中的货币展开了空前激烈的竞争。

3. 物价上涨导致消费者柑橘消费需求减少

物价上涨,社会购买力下降,也是造成柑橘鲜果滞销的原因之一。自2006年底以来,我国物价水平全方位上涨明显加快。包括能源、房地产、以及以猪肉、禽蛋、蔬菜、食用油等为代表的食品在内,绝大部分商品价格都出现不同程度的上涨,让人们明显感受到通货膨胀的压力。据国家统计局公布的统计数据显示,2005年和2006年,我国消费者物价指数CPI仅为1.8%和1.5%,而2007年则迅速攀升到4.8%。如图1所示,2007年1－12月消费者物价指数同比涨幅由2.2%上升到12月的6.5%,均显著高于2006年的同期水平。



资料来源:国家统计局

图1 2006年和2007年1－12月我国消费者物价指数(CPI)同比涨幅

(二)柑橘生产和运销成本迅速上涨加剧果农惜售

1. 生产成本大幅攀升

2005年至2006年我国柑和桔的生产成本分别由1257.08元和1389.57元上升到1459.5元和2050.92元,通过对比生产成本的具体构成,我们不难发现近年来生产成本增长最快的是所占比重

最大的人工成本。2005 年我国柑和桔生产过程中人工成本分别为 532.27 元和 492.83 元，占生产成本的比重分别为 42% 和 36%，而 2006 年人工成本迅速攀升至 810.05 元和 1191.42 元，增幅分别达到 52% 和 142%，占生产成本的比重也增加到 56% 和 58%，如图 2、图 3、图 4 和图 5 所示。

造成柑橘生产用工成本大幅增加的主要原因是雇工费用的大幅提高，2005 年柑和桔生产中的雇工费用分别达到 122.38 元和 245.89 元，而 2006 年则分别增长 109% 和 223%，达到 255.73 元和 793.09 元。从农村劳动力供给来看，由于我国城乡收入差距较大，农村青壮年劳动力外出打工的现象较为普遍，许多地区农村青、壮年劳动力流失严重，农业劳动力供给明显不足；从对劳动力的需求来看，柑橘的生产特点决定了田间管理过程中沟渠疏通、喷药、施肥、剪枝、采摘、搬运等生产活动的劳动强度极大，对劳动者的体力要求较高。因此，劳动力供给和需求的反向变动客观上抬高了劳动力价格，增加了柑橘生产的雇工费用。

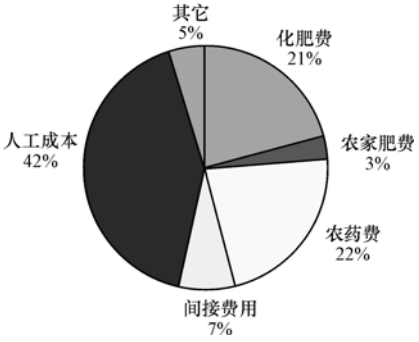


图 2　2005 年全国柑的生产成本构成

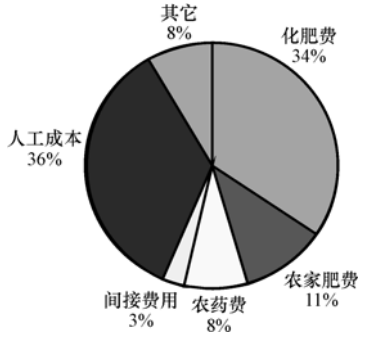


图 3　2005 年全国桔的生产成本构成

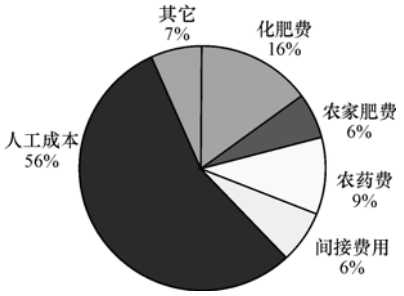


图 4　2006 年全国柑的生产成本构成

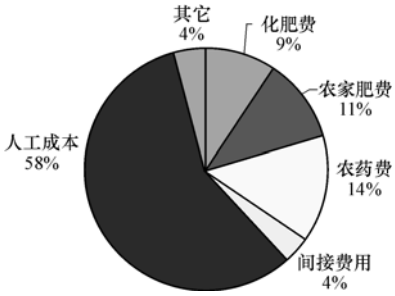


图 5　2006 年全国桔的生产成本构成

资料来源：《全国农产品成本收益资料汇编》(2006 – 2007)

在物质费用方面，近年来包括化肥、农药在内的农业生产资料价格上涨较快，特别是在 2003 年以后上升趋势更加明显。农业生产资料价格指数从 2003 年的 101 上升到 2006 年的 122.8。值得注意的是，与化肥价格持续走高正好相反，柑橘生产过程中的化肥投入成本却呈现出下降的趋势。2005 年我国柑和桔生产过程中化肥投入成本分别为 265.73 元和 475.34 元，而 2006 年却下降到 226.8 元和 194.71 元，在生产成本中的比重分别由 21% 和 34% 减少到 16% 和 9%。究其原因主要是化肥价格高涨导致柑橘果农纷纷增加农家肥使用量以替代化肥，结果导致 2005 年和 2006 年我国柑和桔生产过程中农家肥投入成本分别由 39.75 元和 153.27 元上升到 90.45 元和 233 元。

2. 柴油供应紧张导致运输成本高涨

目前我国大部分柑橘主产区还是依赖公路运销柑橘鲜果。然而，近期国内柴油价格上涨，且部分地区供给紧张的问题在一定程度上限制了外地客商的柑橘购销行为。由于近两年国际原油价格大涨，国内成品油价格甚至低于进口原油价格，形成严重的价格倒挂，成品油加工企业难以维

持,市场供应难度加大。国家发改委决定自2007年11月1日零时起将柴油价格每吨提高500元,这已经是柴油价格自2005年以来连续第六次上调,官方柴油出厂价由2005年1月的3320元/吨上涨到2007年11月的5070元/吨,涨幅高达52.7%。在柴油价格持续上涨的同时,许多加油站还开始通过限时、限量的方式对柴油进行限售,柴油供给短缺导致各地大货车排队加油的场面屡见不鲜。柴油价格上涨和供应紧张造成柑橘运输成本和运输时间大幅增加,使得许多货运公司甚至不愿承担远程柑橘运输。外地客商柑橘采购频率和数量的减少客观上也导致产地柑橘积压。在市场竞争中处于弱势的柑橘果农,不得不为流通环节的成本增加买单。

(三)国内外农产品贸易政策的变动制约了柑橘鲜果出口增长

柑橘出口是我国充分利用国际市场资源,拓宽柑橘销售渠道的重要途径。经过多年的努力,我国柑橘出口形成了较为稳定的渠道和市场。2006年我国出口柑橘鲜果43.5万吨,柑橘罐头31.7万吨,柑橘及其制品出口额累计超过4亿美元。然而2007年国内外柑橘贸易政策环境发生了很大变化,客观上对我国柑橘及其制品出口造成了阻碍。

1. 国内新的水果出口管理政策提高了柑橘出口门槛

出于加强出口水果检验检疫、确保出口水果质量安全的考虑,国家质检总局下发通知,要求全面实施出口水果果园、包装厂注册登记制度,水果进出口企业要建立进货和销售台帐,并拟建立出境不合格水果召回制度。根据这一规定,自2007年11月1日起,检验检疫部门不再接受来自非注册果园和包装厂的水果出口报检。而目前国内许多长期从事柑橘出口的柑橘果园和加工企业都未办理注册登记手续,复杂的注册登记手续必将成为部分柑橘主产区柑橘鲜果出口的瓶颈,并已经开始对柑橘出口造成不利影响。

2. 欧盟对我国柑橘罐头企业反倾销调查

柑橘罐头是我国主要的出口柑橘制品之一。2007年9月中旬,西班牙加工水果和蔬菜协会联盟(FNACV)向欧盟委员会提出申诉,指控从中国进口的制作或保藏的柑橘类水果对欧盟倾销。10月20日欧盟委员会开始对原产于中国的柑橘类水果进行反倾销立案调查。如果反倾销成立,欧盟将对来自我国的柑橘罐头征收高额关税,从而在很长一段时间内(至少5年)影响我国的柑橘罐头出口。此次反倾销调查共涉及我国柑橘加工企业80余家,受影响最大的浙江、湖南、福建和湖北四省,共占全国柑橘罐头出口总量的近90%,目前相关企业大多减产一半。柑橘罐头出口形势恶化降低了加工企业对柑橘鲜果的需求,进一步加剧了柑橘鲜果滞销。

(四)采后加工处理环节薄弱和品质问题影响柑橘销售

随着社会经济的发展和人民生活水平的提高,消费者对柑橘的消费观念发生了很大变化,更加关注柑橘品质和外观,并且对多样化柑橘制品的偏好正在加强。虽然近年来我国柑橘总产量保持稳定增长,但采后加工处理能力不强和营销环节薄弱使得柑橘的商品价值难以得到充分体现。

1. 采后处理技术和加工能力有待提升

在柑橘采后处理方面,除部分柑橘主产区建立起健全的柑橘清洗、精选、分级、打蜡、包装、储藏和运输等现代化产后处理体系外,我国大部分地区对柑橘的采后处理仍采取简易方式进行,简单的处理和储藏不仅加大了柑橘鲜果腐烂、变质的风险,缩短了柑橘鲜果供应期,而且还造成柑橘鲜果优劣混杂,难以实现优质优价。

在柑橘加工方面,美国有超过70%的柑橘用来加工果汁,而我国仅有约5%的柑橘被用于此类加工[2]。而且我国柑橘加工产品主要集中在橘瓣罐头的生产上,其它柑橘加工产品的开发滞后。与此同时,在市场上需求较大的橙汁加工上,由于受到我国适合加工的柑橘品种不多、加工技术落后以及加工成本过高等因素的制约,我国橙汁供应大量依赖进口,2006年我国进口冷冻橙汁高达

60557 吨，进口金额 8104 万美元。柑橘加工能力不足降低了柑橘鲜果的转化速度和规模。

2. 品质下降，品牌形象受损

近年来，我国柑橘科研工作取得了较大突破，柑橘鲜果的品质无论是口感、糖份还是营养都得到了很大提高，先后涌现出一大批特色柑橘品种和优质柑橘品牌，如温州蜜柑、广东砂糖橘、秭归脐橙、赣南脐橙、永春芦柑、南丰贡桔等，受到了消费者的广泛欢迎。然而由于历史原因，许多柑橘主产区存在老果园改造的压力，部分老果园改造进程较为缓慢，柑橘皮厚，味道及外观不佳等问题十分突出，在一定程度上影响了柑橘销售。另外，部分柑橘果农缺乏品牌维护意识，受短期利益驱使，采取以次充好、人工催熟等手段销售柑橘，在很大程度上损害了优质柑橘的品牌形象，动摇了消费者对优质柑橘品牌的信心，导致柑橘销量下滑。

（五）柑橘供求信息不全，销售渠道过窄

柑橘市场供求信息不全也在很大程度上制约了柑橘鲜果的流通和销售。在柑橘生产技术问题基本解决之后，果农最关心的问题是供求信息和市场价格。由于缺乏健全的柑橘供求信息收集、整理和发布体系，柑橘果农难以及时、准确、全面的掌握柑橘鲜果的供求信息和市场动态，一方面导致果农对柑橘市场供求形势产生错误判断，加剧惜售心理，错过稍纵即逝的市场机会；另一方面，信息不全还造成柑橘鲜果流通不畅，流通环节和流通成本增加，从而使得柑橘鲜果的滞销形势更加严峻。

除市场信息因素外，缺乏多层次的销售渠道也是造成柑橘滞销的重要原因之一。目前只有少数柑橘主产区依托地方政府或者柑橘协会等农民合作经济组织建立起辐射范围较广的柑橘销售网络，大部分柑橘果农仍然自行销售柑橘，柑橘销售模式基本依靠本地贩销大户运销以及等待外地客商采购为主。由于柴油价格猛涨，外地客商来柑橘产区采购柑橘鲜果的运输成本显著上升，采购热情明显下降；而本地贩销大户大多也只进行短程柑橘贩销，且销量有限，无法完成大批量的柑橘销售。过窄的柑橘销售渠道使得主产区柑橘鲜果严重积压，造成柑橘鲜果收购价格的持续走低，甚至低于成本价，同时低价格又进一步加剧了果农的惜售情绪，柑橘销售严重受阻。

（六）雪灾冻害中断交通，阻碍柑橘运输

除了受到供求关系、成本价格、加工滞后、品质品牌、信息及销售渠道等因素影响外，突发性自然灾害也是造成柑橘鲜果滞销的一个重要原因。从 2008 年 1 月初开始，我国南方大部分地区遭受连续罕见的低温雨雪冰冻天气袭击。其中受灾最为严重的湖南、湖北、江西、浙江、广西、广东等省均属于我国柑橘主产区，在此次风雪冰冻灾害过程中，上述地区许多柑橘果园的积雪厚度、冰冻强度、最低气温以及低温持续时间均超过历史记录。恶劣的天气条件造成交通瘫痪，包括京广铁路、京珠高速公路在内的许多交通要道长时间处于封闭、中断状态。在雪灾冰冻灾害期间，柑橘主产区的柑橘鲜果运输基本陷入停顿，许多柑橘果农即使低价销售柑橘仍无人问津，柑橘果农蒙受巨大的经济损失。

三、破解柑橘鲜果滞销的对策建议

（一）生产供给方面：优化布局和结构，延长柑橘鲜果供应期

统一规划，进一步完善优势柑橘的合理布局。结合各柑橘主产区的特点和优势，进一步落实国家《优势农产品区域布局规划》制定的方针政策，在柑橘品种结构上缩减宽皮柑橘的规模，扩大甜橙的比重；在熟期结构上减少中熟品种的种植面积，增加特早熟、早熟以及晚熟品种的比例。

加快老果园改造和新品种开发。加快改造退化、老化的柑橘果园，根据市场需要改良柑橘品种。主要从柑橘品质和外观改善入手，针对消费者对于柑橘鲜果需求偏好的变化特点，在营养、口

味、糖份含量、外观等方面下功夫,针对不同层次的消费者开发适销对路的柑橘新品种。

加大科研力度,提升柑橘鲜果采后保鲜技术。除柑橘生产技术外,还需在柑橘鲜果储存保鲜方面加大科研投入。可以从开发先进的柑橘鲜果保鲜技术和设施入手,通过推广运用柑橘留树保鲜的晚摘技术、安全无污染的保鲜剂以及普及冷冻储藏设施和运输装备等措施,最大限度的延长柑橘鲜果的储藏、运输和销售时间,从而避开柑橘鲜果上市高峰期的激烈竞争。

(二)经营方式方面:积极推进柑橘产业化经营,提供社会化服务

延长柑橘产业链,积极推进产业化经营。以市场为导向提升柑橘产业化水平,逐步形成从柑橘良种苗木的繁育,优质柑橘果园基地建设,无公害田间生产管理技术的推广应用,柑橘质量监测体系的完善,柑橘鲜果采后商品化处理,柑橘产品深加工和精加工,直到储藏、运输和销售的产供销一体化。

围绕柑橘产业化体系,充分发挥农民合作经济组织的作用,将分散的柑橘果农组织起来,以柑橘加工龙头企业或柑橘协会为核心,灵活采用"公司+农户"、"协会+农户"或"基地+农户"等多种产、加、销模式,积极开展定单果业,维护果农利益,并为柑橘生产提供产前、产中和产后的一系列社会化服务,降低柑橘的生产和销售成本。结合各柑橘主产区的实际情况,积极探索和推广农业保险制度。以政府支持为主导,通过提供政府补贴,依靠商业保险公司开展业务,并充分发挥各种类型农民合作经济组织的功能,形成果农互助,降低果农进行柑橘生产所面临的各种自然风险和市场风险。

(三)加工增值方面:扩大柑橘加工,转化过剩鲜果

开发适合加工的柑橘新品种。在柑橘鲜果市场日趋饱和的情况下,从柑橘品种改良入手,结合柑橘主产区的气候条件,加快适合加工型柑橘新品种的培育,适当扩大加工型柑橘的栽培面积,调整鲜食柑橘和加工柑橘的比例关系,逐步将我国柑橘鲜果加工率提升到世界平均水平。

开拓销售渠道,稳定柑橘罐头生产。针对欧盟对我国柑橘罐头出口展开反倾销调查的严峻形势,我国柑橘罐头加工企业一方面要积极应诉,维护自己的正当权益;另一方面,应该在继续保持柑橘罐头生产成本和规模优势的基础上,加强质量管理和品牌宣传,努力开拓欧盟以外的柑橘罐头市场。

积极扩大橙汁加工,提高附加值。顺应消费者对橙汁产品消费需求不断增加的发展趋势,大力发展橙汁加工,提高柑橘产品的附加值。从加工品种培育和加工技术改造入手,降低橙汁加工成本,积极与巴西、以色列等橙汁出口大国展开竞争,扭转国内橙汁加工企业生产原料严重依赖进口冷冻浓缩橙汁的局面。

(四)营销流通方面:塑造精品品牌,拓宽销售渠道

加大宣传力度,维护品牌形象。改变目前我国柑橘市场上品牌混杂的局面,在保证柑橘质量的基础上走精品化路线。从柑橘品种培育、田间管理、采后处理以及促销宣传等各个阶段入手,重点加强质量管理,在消费者心目中树立柑橘精品的品牌形象,提升其市场竞争力。

采取多种形式,拓宽销售渠道。柑橘主产区地方政府及柑橘协会要充分发挥自身优势和服务功能,打破原有的仅仅等待外地客商采购和依靠本地运销大户销售柑橘的格局,主动与经销商联系,组织专门人员,组建柑橘营销团队,在各大柑橘鲜果批发市场建立全国性的柑橘销售渠道和网络,不断拓宽柑橘销售渠道。同时通过举办各种形式的"柑橘展销会"、"柑橘推介会"、"柑橘节"、"柑橘观光采摘旅游"等特色活动,宣传本地柑橘,刺激柑橘鲜果消费。

加强质检监查,积极扩大出口。尽快适应国外柑橘贸易政策环境的变化,采取积极措施应对各种贸易壁垒,努力扩大柑橘出口。一方面加快办理柑橘出口果园和柑橘加工企业的注册登记手

续，及时获得柑橘出口资格；另一方面，强化质量卫生安全管理，引进推广绿色无公害柑橘栽培技术，杜绝高毒农药的使用，并严格按照国际标准加强有毒有害物质残留物的检测，确保出口柑橘的质量，争取早日通过国外新鲜水果的检验检疫及评估程序[3]。

（五）信息服务方面：构建国家柑橘产业与市场信息网络体系，建立健全柑橘产销预警机制

构建国家柑橘产业与市场信息网络体系，发布权威市场信息。将柑橘产业发展纳入国民经济的整体规划，建立全国性的柑橘产业与市场信息收集、整理、发布网络体系。组织专人不间断的收集并发布国内外有关柑橘鲜果生产供应、消费需求、贸易格局及流通现状的详细资料，为柑橘果农及时提供全面、准确、详实的市场供求和价格信息，引导果农适时适价销售柑橘鲜果。

积极开展国内外柑橘市场研究，建立健全柑橘产销预警机制。以高校、研究所等机构为依托，成立专门的柑橘市场研究机构，跟踪研究国内外柑橘生产条件、生产能力的变动状况，评估柑橘主产区气候变化、自然灾害以及大规模病虫害爆发对柑橘生产的影响，并对国内外柑橘市场容量、市场竞争力强弱进行分析和评价，分析造成柑橘市场波动的原因，建立并完善柑橘生产、流通和销售的动态监测和预警机制。

参考文献：

[1] 农业部. 2007 年水果市场形势[J]. 中国果业信息，2008，(1).
[2] 兰徐民. 由美国柑橘引发的思考——我国应大力发展农产品加工业[J]. 农业经济问题，2005，(5).
[3] 潘伟光. 中韩两国水果业生产成本及价格竞争力的比较——基于苹果、柑橘的分析[J]. 国际贸易问题，2005，(10).

An Analysis of the Causes and Countermeasures against the Slow Sale of Citrus Fruit in China

ZHANG Sheng-yong, QI Chun-jie

(*College of Economics & Management*, *Huazhong Agricultural University*, *Wuhan* 430070, *china*)

Abstract: China is a main country of producing citrus. The market for fresh citrus faced the problem of lower price and smaller production than before in 2007. The slow sale of citrus resulted in the slower growth of citrus farmers' income. The above problem lies in the alteration of citrus supply and demand, the increase in the cost of production, the changes in domestic and foreign trade policies, the insufficiency of maintaining brand quality, the incomplete information, the poor sales access as well as the paroxysmal natural disasters. To ease the slow sale of citrus could be conducted from the following five aspects, namely, the supply of production, management style, value-added processing, marketing and circulation as well as information service.

Key Words: Citrus; slow sale; production cost; warning mechanism