

“一带一路”倡议下河南农产品出口贸易研究

张炜烨, 王馨雨

浙江理工大学马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年3月16日; 录用日期: 2024年4月8日; 发布日期: 2024年7月9日

摘要

“一带一路”倡议作为中国对外开放的重大战略, 不仅深化了沿线国家与中国的经济合作, 也为中国各地区的产业发展带来了新机遇。河南省位于中国中部, 农业基础雄厚, 是全国重要的粮食产区和农产品加工中心, 其农产品出口对地方经济增长具有显著影响。本文基于“一带一路”倡议背景, 研究河南农产品出口贸易的现状、问题及其面临的机遇和挑战。在此基础上, 文章提出了提升河南农产品国际竞争力的对策和建议, 以期促进河南农产品更好地融入国际市场, 让农产品出口乘着“一带一路”东风, 以“高质量”跑出“加速度”, 实现可持续发展, 并为类似区域的农产品出口提供参考。

关键词

“一带一路”, 河南省, 农产品出口, 出口对策

Research on Agricultural Products Export Trade of Henan Province under the “The Belt and Road” Initiative

Weiye Zhang, Xinyu Wang

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 16th, 2024; accepted: Apr. 8th, 2024; published: Jul. 9th, 2024

Abstract

As a key component of China's opening-up strategy, The Belt and Road initiative not only enhances economic cooperation between countries along its route and China, but also presents new opportunities for industrial development in various regions of China. Henan Province, situated in the heartland of China, boasts a robust agricultural foundation and serves as a crucial grain production area and agricultural product processing hub within the country. Its exports of agricultural

products significantly impact local economic growth. Against the backdrop of the “The Belt and Road” initiative, this study examines the current status, challenges, opportunities, and prospects of Henan’s agricultural products export trade. Building upon this analysis, it proposes measures to enhance the international competitiveness of Henan’s agricultural products with the aim of facilitating their integration into global markets under the favorable winds generated by the “The Belt and Road.” By striving for high-quality exports at an accelerated pace, sustainable development can be achieved, offering valuable insights for similar regions.

Keywords

“The Belt and Road”, Henan Province, Export of Agricultural Products, Export Countermeasures

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在全球化的浪潮中, 国际贸易显得尤为关键, 它不仅促进了资源的有效配置, 也增进了各国之间的文化交流与互信。中国作为世界上最大的发展中国家, 其在国际贸易中的地位愈发重要。“一带一路”倡议旨在通过促进沿线国家间的经济合作, 共同实现发展繁荣。河南省地处中国中部, 历史悠久, 人口众多, 农业资源丰富, 是中国重要的粮食生产基地和农产品加工集散地。然而, 在“一带一路”倡议的大背景下, 河南农产品出口贸易发展尚面临诸多挑战与机遇。本研究期望通过对“一带一路”倡议下河南农产品出口贸易的深度剖析, 为河南乃至中国农产品的国际化道路提供新的思路 and 方案, 助推地方经济的发展, 同时也为其他省份在类似背景下的农产品出口提供借鉴。通过本研究, 读者将更全面地理解“一带一路”倡议对中国乃至全球农产品贸易格局的深远影响。

2. 河南农产品出口现状

2.1. 出口贸易规模

根据郑州海关公布的数据, 2023 年河南的外贸进出口总额突破了 8100 亿元的大门槛, 这是历史以来的最高记录。全年的进出口总额在全国排名第 9, 连续 12 年位列中部第一。河南外贸发展迅速得益于国家“一带一路”战略和河南省经济高质量发展。2023 年, 汽车、人发制品和农产品的出口增长被视为外贸出口的重头戏。关于农产品的出口, 据统计数据显示, 在 2023 年的前三个季度, 河南的农产品出口达到了 153.3 亿元, 与前一年相比增长了 20.5%。同时, 随着国家对农业补贴政策力度的加大以及“一带一路”战略实施, 河南农产品出口量呈现快速增长趋势。此外, 一些具有特色的农产品出口规模也在逐步扩大, 例如温县的铁棍山药, 新郑的红枣, 林州的小米, 禹州的中药材等。

2.2. 出口贸易方式

河南省农产品资源丰富, 依托得天独厚的自然条件, 食用菌、蔬菜罐头、肉类、干鲜瓜果等优质农产品广泛受到国内外市场青睐。近年来, 随着“一带一路”倡议带来的区域经贸合作, 为河南农产品提供了更广阔的出口市场, 新兴市场对农产品的大量需求, 推动河南农产品贸易额持续增长。在“十三五”期间, 河南省内大批特色农业产业带跑步跨入绿色化、品质化周期。比如, 延津优质小麦全产业链、泌

阳夏南牛全产业链和信阳浉河区茶叶全产业链, 入选全国农业全产业链典型县[1]。河南在不断丰富其农产品出口种类的同时, 也在积极地发展和扩展农产品加工链。从最初的玉米、小麦、大豆、食用菌、肉类等多种农产品的包装出口, 逐渐演变为现在的辉县山楂、兰考蜜瓜、南阳艾草等相关制品的深度加工。

2.3. 出口贸易市场

近年来, 深处内陆的河南在“一带一路”倡议指引下, 加快构建高层次对外开放格局, 着力打造“空中、陆上、网上、海上”四条丝绸之路, 从内陆中原走向开放前沿, 持续释放对外开放活力, 枢纽效应逐步显现, 筑起中部省份对外开放新高地。截止目前, 河南已经同全球 200 多个国家和地区建立了贸易联系, 农产品在“一带一路”沿线国家持续热销, 出口的“朋友圈”也在不断扩大, 农业走出去的步伐加快。随着全球化的深入发展, 在继续保持优势市场规模的同时, 河南省积极调整农业结构, 推动农业现代化, 提高农产品的国际竞争力, 持续开辟新的出口市场。

2.4. 出口贸易政策

“一带一路”倡议提出之后, 河南省政府陆续推出了一系列旨在促进河南农业增长和贸易出口的政策措施, 如《关于印发“中原农谷”建设方案的通知》《河南省人民政府关于扩大农业对外开放促进食品农产品出口的意见》《河南省优势特色农产品标准体系》等相关文件的出台[2], 为河南农产品出口提供了政策保障。政府积极支持农产品经营主体参与共建, 广泛合作交流, 使优质农产品“走出去”远销多国, 让先进的农业技术、理念和经验得到广泛传播的同时, 也使更多企业、农业合作社从中受益, 带动当地农牧民持续稳定增收。

3. 河南农产品出口存在的主要问题

3.1. 农产品缺乏品牌知名度

当今国际市场竞争激烈, 酒香也怕巷子深。要想让农产品变成好商品, 叫得响、卖得出、还有回头客。不仅要有高识别度的包装, 而且要大量引流, 形成品牌效益, 让越来越多的潜在客户发现这些好产品。河南的农产品出口贸易, 目前就处于“少年期”。虽然“三全”“思念”等品牌已经成为中国驰名商标, 但总体而言, 已经形成的产品知名度更多的只限于国内, 世界范围内的知名程度不高, 品牌效应不强。如蔬菜罐头、面食、苹果、大蒜、食用菌类等这些大量出口的产品, 外贸企业对自身品牌意识的欠缺, 导致河南农产品很难在国际上打开知名度, 成为河南特色农产品在国际发展的一大软肋。

3.2. 产业链不完整, 机械化水平低

任何一种原产地色彩比较浓重的农产品要想获得长足发展, 与壮大产业规模和完善产业链条密不可分。从龙头企业数量和营收水平来看, 河南与山东、江苏、湖南等省份还有一定的差距, 全国农业龙头企业 500 强中, 营收总额 100 亿元以上的企业共 62 家, 河南仅占 5 家, 不少企业经营不善, 资金周转困难, 龙头企业对产业链的辐射带动效应有限[3]。同时机械化发展失衡, 农业机械缺门断档问题突出, 少数产业和生产环节机械化水平较低, 特色农产品发展受阻。林果、茶叶作为河南优势特色产业, 机械化作业均落后于江苏、山东。小类作物仍多以传统劳动为主, 缺少合适的农机装备, 生产效率低下, 不利于产品生产的规模化和品质的标准化, 制约了本省特色农业的产业化发展。

3.3. 跨境电商体系不完善, 发展滞后

目前, 河南省农产品跨境电商物流还存在一些亟待提高的地方。首先是跨境电商物流发展基础薄弱。河南省跨境电商发展起步较晚, 相应的配套设施建设较弱, 多式联运枢纽集疏运衔接水平较低, 存在“连

而不畅”“邻而不接”的现象。再次是“四路协同”水平尚需提升。“四路”各自的平台优势、通道优势、体制优势没有完全融合升级为全方位的综合竞争优势,对我省国际贸易、跨境电商、数字贸易发展的支撑能力有待进一步提升。所谓“小产品,大市场”,其实最为核心的是“大市场”,也就是如何解决农产品价值实现的“最后一公里”问题,因此需要跨境电商与产业链之间良好的衔接。而这也表明,农户种什么很重要,但更为重要的是农户生产出农产品后,有关方面要把主要精力放在拓展渠道上,创造条件帮他们把农产品卖出去,更多地提高附加值。

3.4. 人力资源供给不足

河南是一个第一产业偏向型的省份,特别是农业。农业本身的吸引力、投资回报率等相对较低,在人才引进、培养使用等方面相对其他行业而言难度更大。“学农不爱农、学农不愿务农”、“弃农转行”等现象普遍存在。所以,建设农业强国、建设农业强省,继续大幅度提升农业科技创新水平,任务仍然非常艰巨。目前,乡村人才资源不足,特别是经营人才、管理人才、技术人才不足。只有培养更多有专业技能、经营能力和适应市场能力的农业人才,未来“一带一路”事业的发展才会更加稳定扎实。尽管河南新增返乡下乡创业人数不断增加,人员整体回流态势良好,但农业人才往往难以扎根农村,人才回归的障碍还未清除,农村人力资源依然紧缺。

4. 提升河南农产品出口贸易的建议

4.1. 擦亮河南农产品金字招牌

其一,持续推进“豫农优品天下行”活动。把农产品标准制定出来,把模式总结固定下来,到全国各地乃至全球进行复制推广,推动河南农产品卖得出、卖得好。制定豫农优品品牌运营方案,聚力构建豫农优品品牌体系、豫农优品标准体系、豫农优品运营体系三大体系,重点实施文化赋能、渠道建设、创意策划、品牌宣展、跨河越海五大行动[4],不断增强豫农优品的市场认知度和美誉度,稳步提升豫农优品市场占有率,推动河南从“国人粮仓”向“国人厨房”“世人餐桌”转变[5]。可以在市场上建立一个统一的视觉形象,提升河南农产品在消费者心中的认知度和可信度。

其二,牵住农业品牌建设的牛鼻子。在品牌建设的道路上,不仅要抓住农产品的品质,更要塑造其独特的文化符号。因为一个强大的品牌,不仅仅是一种商品,更是一种精神的象征,一种价值的传递。因此,做大做强“豫字号”农产品,就要一改昔日河南农民农货“按亩论堆”卖、贵贱凭市,而要凭质量、定标准、做品牌、拼智慧、建生态,打造“一县一业”“一镇一特”“一村一品”,为豫字号农货在世界消费市场确立新坐标、打响口碑。

4.2. 优化产业链条,促进农业智能化

其一,大力培育新兴“链主”,强化产业链。在农产品“种、管、收、加、储、销、服”等环节,培育、吸引更多的全国性龙头企业,强势带动。要提升产业链各个环节经营主体组织化水平,培育具有潜力的农民专业合作社、龙头企业等成长为“链主”,在技术、模式创新上做文章,增强其产业主导力、市场引领力、群链带动力。充分运用5G、物联网、大数据等技术,建设农业生产经营、管理服务、农产品流通等电子商务平台,使得农产品的产量、质量、特性等信息真实可靠,市场行情和价格等资讯畅通,补齐特色农业信息链。数字化时代,这有助于让河南更多农产品快速实现市场价值转变。

其二,提升技术,促进特色产业智能化、科学化。农业科技的现代化是提高农产品品质和质量的重要支撑。一方面依据特色产业自身特点,因地制宜加强研发良种选育与种苗生产、有害生物防控等生产安全技术,推进品种培优、品质提升,为特色产业“优质、高产”提供基础;另一方面推动水肥一体化、

饲喂自动化等设施装备技术研发应用, 实现农业生产智能化控制和科学化管理[6]。建立农产品生产、加工、运销全过程追溯系统, 为特色产业“安全、高效”提供保障。

4.3. 完善跨境电商物流体系

其一, 加强黄河流域农产品跨境电商物流体系的构建。政府部门应出台政策措施, 赋能冷链产业高质量发展。加快培育壮大物流“豫军”, 增加中欧班列(郑州)的车次以及在国内区域的停留点, 加大运输农产品物流的便捷性, 创新中欧班列“恒温班列”和“运贸一体化”运营模式, 依托中国河南自由贸易试验区建设, 紧扣建设“两体系、一枢纽”战略定位[7], 加快建立与国际贸易投资规则相衔接的制度体系, 为我省全面融入共建“一带一路”提供重要支撑。

其二, 发展“跨境电商 + 产业带”模式, 推动产业链与跨境电商“双向赋能”。大力推广“跨境电商 + 产业带”模式, 探索建立一个可以被复制和推广的跨境贸易规则, 并借鉴已有成功经验, 促进商业跨境电商平台的成长, 并对省级海外仓示范企业进行认证和支持; 推出支持性的政策措施, 以促进“跨境电商 + 产业带”这一模式的广泛应用, 从而推动跨境电商与其特色产业的有机融合。在此基础上, 通过建立完善的监管机制和信用体系, 加强对电子商务人才培训和人才培养工作。依托“一带一路”, 让河南农产品惠及世界消费者, 助推“豫农优品”高效走向国门, 让“买全球、卖全球”更加便捷。

4.4. 聚力农业高质量人才培育

其一, 按照产业链布局人才链。人才是第一资源, 要通过政府引导、市场配置, 围绕产业导向、需求导向、发展导向等绘制人才图, 不搞平均主义、一刀切, 将农业人才资源有针对性链接到创新链、产业链各个环节中, 并实现自由流动、优化配置, 从而有效解决供给与需求不匹配、科产结合不够紧密等问题, 实现人才链与创新链、产业链、资金链深度融合, 全面提升农业科技创新效能。

其二, 积极探索高层次人才培养新模式, 在生产一线、在产业需求里面培养学生。把课堂搬到田地里, 将论文写在大地上, 加大对农业科技创新人才在发明专利、技术荣誉等方面的奖励力度。建议利用科技小院等多种平台, 有组织地引导大学毕业生、农民工回到家乡。地方政府和相关部门适当增加农业相关技术技能培训的资金费用, 鼓励有条件的高校设立专门面向农村地区培养高素质应用型人才的专业。涉农企业可以积极为学生提供涉农科技相关的实习机会, 提高实践和解决问题的能力。通过创造一流创新生态、一流人才环境, 助力青年学子在新时代的中原沃野上“豫”见美好未来。

5. 总结

河南省作为中国农业大省, 拥有得天独厚的地理优势和丰富的农业资源, 其农产品出口对于地方经济的贡献不容忽视。随着“一带一路”倡议的深入实施, 河南农产品出口贸易迎来了新的发展机遇。研究发现, 在“一带一路”倡议的推动下, 河南农产品出口地域已从传统的东亚市场拓展至中亚、南亚以及部分欧洲和非洲国家。出口产品种类亦逐渐由主要的粮食作物向果蔬、畜产品等高附加值商品转变。然而, 在享受政策红利的同时, 河南农产品出口贸易也面临农产品缺乏知名度、产业链不完整、跨境电商体系不完善等挑战。为应对挑战, 提升河南农产品的国际竞争力, 本文建议加强品牌建设, 提高产品质量和安全水平, 深化农业科技创新, 推进供应链的现代化管理。同时, 鼓励农产品企业深化对“一带一路”沿线国家的市场研究, 采用灵活多样的国际营销策略, 加强与沿线国家的贸易合作, 积极参与国际农产品展览会和交易活动, 以促进河南农产品的出口增长。此外, 政府应继续发挥其引导和服务功能, 为农产品出口创造更加有利的外部环境。综上所述, 河南省在“一带一路”倡议下的农产品出口具有巨大潜力。通过上述措施的实施, 可促进河南省农产品更好地融入全球市场, 加快地方经济的国际化步伐, 并为中国农业现代化与乡村振兴战略的实施贡献力量。未来, 河南农产品出口贸易将在“一带一路”倡

议的指引下, 以更加开放的姿态迈向国际市场, 实现更加广阔的发展空间。

参考文献

- [1] 秦小玲. 把优势特色农业摆上更加重要位置[J]. 农村·农业·农民(A 版), 2022(12): 11-12.
- [2] 李各. “一带一路”倡议下河南农产品出口贸易提升路径[J]. 中国外资, 2022(22): 63-65.
- [3] 王珂. “一带一路”倡议下绿色食品产业供应链发展研究[J]. 中国食品, 2024(4): 102-104.
- [4] 杜君, 刘晓波. 塑造“新农潮”对接“大市场” [N]. 河南日报, 2023-12-17(003).
- [5] 郑楠. 河南出台五大行动助“豫农优品”走出去[N]. 中国经济导报日报, 2024-03-21(002).
- [6] 武建玲, 李娜. 河南全面推进乡村振兴“划重点” [N]. 郑州日报, 2022-03-30(002).
- [7] 秦臻. “一带一路”背景下农村跨境电商的挑战与实现路径研究[J]. 商场现代化, 2024(3): 27-29.