

辽宁水产品出口贸易 SWOT 分析及经营战略选择

包特力根白乙 (大连海洋大学经济管理学院, 辽宁大连 116023)

摘要 在复杂多变的国际经贸环境中, 辽宁水产品出口直面行业抵御风险能力脆弱、认证意识淡薄、认证能力低下、养殖水产品规模经济尚未形成、行业组织尚未发挥协调作用等劣势的同时, 受到来自异国他省的强有力竞争、国外所设贸易壁垒限制、人民币汇率发生不利变化等威胁。在拥有原料供应充足、技术力量雄厚、品牌效应显现、物流快速便捷等优势的同时, 可享政府政策制度安排以及发展规划、“一带一路”及“辽宁自贸区”发展契机、水产品国际市场的刚性需求增长势头强劲等机会。故而, 辽宁水产品出口企业因势制宜可选择增长型、扭转型、防御型、多种经营型等经营战略。

关键词 水产品出口; SWOT 分析; 经营战略

中图分类号 S-9 **文献标识码** A

文章编号 0517-6611(2019)09-0215-04

doi: 10.3969/j.issn.0517-6611.2019.09.061



开放科学(资源服务)标识码(OSID):

SWOT Analysis of Liaoning Aquatic Products Export Trade and Choice of Operational Strategy

BAO Teligenbaiyi (College of Economics and Management, Dalian Ocean University, Dalian, Liaoning 116023)

Abstract In the complicated environment of international trade, Liaoning aquatic products are confronting the challenge of weak ability to resist risk, poor verification and certification consciousness, immature aquatic products' scale economy and insufficient industry organization synergy. In the meantime, it also suffers from the severe competition from other countries, trade barrier abroad, and adverse CNY exchange rate, etc. However, it can enjoy the advantage of the sufficient raw material supply, strong technology, brand effect, and effective logistics. It can also benefit from government policy and development plan, and from the opportunities of the Belt and Road initiatives, Liaoning free trade zone, and the increasing rigid demand of aquatic products across the globe. Therefore, Liaoning aquatic products export business could take advantage of these to select the operational strategies among growth form, transition, defensive plan and mul-operational tactic.

Key words Aquatic products export; SWOT analysis; Operational strategy

辽宁水产品出口从 1999 年的 29.41 万 t、4.34 亿美元^[1] 增至 2017 年的 85.58 万 t、29.62 亿美元^[2], 出口贸易取得相当增长, 不仅促进了渔民增收和渔业增效, 而且对省域经济的发展做出了应有的贡献。然而, 时下复杂多变的国际经贸环境给辽宁水产品出口贸易带来了许多不确定性因素。因而, 有必要重新审视辽宁水产品出口所处环境以及经营战略, 以提升国际市场竞争能力。基于经典的 SWOT 分析法, 根据辽宁水产品出口贸易行业所拥有的各种资源, 笔者拟分析行业内部优势与劣势以及行业外部环境的机会与威胁进而进行系统评价, 以便出口企业因势制宜选择最佳的水产品出口经营战略。

1 辽宁水产品出口贸易发展态势

改革开放以来, 辽宁水产品出口贸易经过开拓市场、开放经营^[3], 其规模不断扩张。尤其是进入 21 世纪之后, 基于省城区位优势、资源禀赋、产业基础和竞争优势, 大力发展外向型渔业, 勇于开拓国际市场, 出口市场从 1999 年的 59 个国家(地区)增至 2016 年的 106 个国家(地区), 从原来涉足的五大洲扩至六大洲, 水产品国际竞争力显著上升。自 2004 年以来, 辽宁水产品出口量在全国水产品出口总量中的占比为 17.14%~18.84%; 辽宁水产品出口额在全国水产品出口总额中的占比为 12.77%~15.33%, 其已成为我国水产品出口贸易体系中的重要一员。

辽宁出口水产品主要以进料加工贸易、一般贸易、来料加工贸易方式销往国外市场, 其品种从 1999 年的 96 种增至

2016 年的 153 种, 品种数量增幅较大。从“十大出口品种”的演进^[4]而言, 呈现出 2 个特征: 一是原料水产品的地域性明显, 裙带菜、墨鱼、鱿鱼、扇贝、海蜇、梭子蟹、对虾、蛤等都是辽宁省域的“名特优新”水产品^[2]; 二是加工水产品的技术含量升高, 以 2012 年为分水岭, 辽宁出口加工水产品的技术含量显著提升, 代表性品种有冻狭鳕鱼鱼片、冻比目鱼(鲽科、鲆科、舌鳎科、菱鲆科、刺鲆科)鱼片、冻鲑鱼(大西洋鲑鱼、太平洋鲑鱼、格陵兰鲑鱼)鱼片、冻大马哈鱼、大西洋鲑鱼及多瑙哲罗鱼的鱼片, 其他冻鱼片。

辽宁水产品出口区域有大连、丹东、绥中、营口、盘锦等市县。其中, 大连市的水产品出口规模是压倒性的, 而丹东市的水产品出口亦至关重要。大连、丹东 2 市的水产品出口量之和在辽宁水产品出口总量中的占比为 91.19%~95.09%; 而大连、丹东 2 市的水产品出口额之和在辽宁水产品出口总额中的占比为 95.16%~96.90%。可见, 大连、丹东 2 市从今往后亦将发挥出口创汇的先导区作用, 并继续领跑辽宁水产品出口贸易的发展。

2 辽宁水产品出口贸易 SWOT 分析

2.1 优势(Strengths)

2.1.1 原料供应充足。 辽宁渔业基础力量雄厚, 生产力水平较高, 水产品进口贸易发达。2017 年时点, 渔业村 663 个(各省、直辖市、自治区中居第 5 位), 渔业从业人员 52.99 万人(第 12 位); 拥有捕捞生产机动渔船 2.04 万艘(第 9 位)、总功率 116.36 万 kW(第 7 位), 远洋渔船 331 艘(第 4 位)、总功率 29.03 万 kW(第 4 位); 水产养殖面积为 87.87 万 hm²(第 1 位)。多年来, 辽宁渔业界一直致力于渔业供给侧结构性改革, 优化配置和有效发挥渔业生产要素, 使得省域水产

基金项目 辽宁省农产品出口服务中心委托项目(070517063)。

作者简介 包特力根白乙(1963—), 男, 蒙古族, 内蒙古通辽人, 教授, 博士, 从事渔业经济、海洋经济、企业管理研究。

收稿日期 2018-11-05

品产量达 479.43 万 t(第 6 位),运回省内的远洋捕捞水产品 12.65 万 t(第 4 位),并进口水产品 126.55 万 t(第 1 位),足以保障出口水产品的原料供应,为其水产品出口贸易的发展提供了坚实的物质基础。

2.1.2 技术力量雄厚。辽宁渔业科技研发力量强大,水产技术推广普及较广。拥有大连海洋大学、大连工业大学以及辽宁省海洋水产科学研究院等从事相关研究的高等院校和科研院所。2017 年时点,水产技术推广机构 379 家(第 14 位),水产技术推广实有人员达 952 名(第 17 位)。渔业生产领域的科技进步及其推广扩散,通过改善传统渔业与发展新兴产业,优化和升级渔业产业结构和产品结构,进而影响着水产品出口品种结构和贸易规模;通过先进的物流设施和信息手段,使水产品出口贸易地域范围更加扩大。另一方面,辽宁水产品加工企业数量达 904 家(第 6 位),其水产品加工能力为 308.33 万 t/年(第 3 位),水产品冷库数量为 627 座(第 5 位),加工技术装备居全国前列。上述各领域取得的技术力量均为其水产品出口贸易发展提供了技术支撑并注入了强劲动力。

2.1.3 品牌效应显现。辽宁水产业拥有辽渔集团有限公司、獐子岛集团股份有限公司、大连棒槌岛食品集团有限公司、大连海洋岛水产集团股份有限公司、丹东泰丰食品有限公司、丹东泰宏食品集团、营口海洋食品有限公司、营口海大天然食品有限公司等行业的一批领军者和佼佼者。另一方面,辽宁渔业通过捕捞或养殖经营每年产出鲑鱼、鲭鱼、金枪鱼、鲱鱼、鳕鱼、沙丁鱼、鲛鱼、比目鱼、大菱鲆、鳎鱼、带鱼、黄鱼、鲑鱼、鳟鱼、鲑、鲤科鱼、小虾、对虾、梭子蟹、鲍鱼、蛤、鸟蛤、牡蛎、舟贝、扇贝、贻贝、螺、裙带菜、海带、紫菜、海参、海胆、海蜇、墨鱼、鱿鱼、章鱼、淡水观赏鱼等省域特色产品或大宗产品。经过多年的实践,通过业界、学界和政界的努力,辽宁大地涌现出“远洋”“獐子岛”“棒槌岛”“海洋岛”“天正河鲑”“富谷”“海之情”“海御王”“泽泰”等附着于产品之上并具有象征意义的知名商标、著名商标、驰名商标以及地理标志保护产品,形成了很强的水产资源统合能力,并显现出“创一个水产品牌,兴一个渔业产业,富一方水产经济”的品牌效应。继而,在国内外扩散出水产品牌的宣传效应、磁场效应、聚合效应、带动效应和衍生效应,促进辽宁水产品出口企业在愈发激烈的国际竞争中发挥着积极的作用。

2.1.4 物流快速便捷。辽宁交通运输发达,物流基础设施完备。途经辽宁境内的高速公路 20 条,可与六大国际经济走廊衔接并形成陆海互动,陆桥运输费用较海上运输节省 20%~25%;海运已开通世界上 100 多个国家和地区;国际机场有沈阳桃仙机场和大连周水子机场,其国际航线(含地区)达 66 条。基于上述安全而高效的陆海空立体网络通道,形成了快速而便捷的全球水产品物流体系,促进了辽宁水产品出口贸易的快速发展。

2.2 劣势(Weaknesses)

2.2.1 出口行业抵御风险能力脆弱。辽宁出口水产品虽然流向世界六大洲的 100 多个国家和地区,但是主要集中于日

本、美国、韩国、巴西、德国、加拿大、波兰、中国香港和俄罗斯等国家和地区的市场,这一出口发展趋势在今后很长时期内是难以改变的。这些国家和地区易受国际经贸环境的影响,当出现不稳定或不确定因素时,因辽宁出口目标市场过度集中而诱致收益或代价的不确定性,进而可能产生经济风险而带来整个出口行业的损失,同时削弱出口行业抵御国际市场风险的能力。

2.2.2 认证意识淡薄,认证能力低下。自 20 世纪 90 年代起,我国开始关注 HACCP(全称“危害分析与关键控制点”),国家进出口商品检验局制定“出口食品生产建立 HACCP 质量管理体系导则及具体实施方案”,农业部以 HACCP 为基础制定《水产品加工管理规范》,一直致力于 HACCP 原则规范化。截至 2016 年 3 月,辽宁省水产品加工企业^[5]中只有 219 家获得输美 HACCP 认证^[6],认证率仅为 23.93%。更有甚者,对于某些国家出口水产品仅按照 HACCP 操作还不够,还要应对其他检验标准、卫生注册、通关程序等技术性贸易壁垒以及卫生检疫、环境标志、包装制度等绿色贸易壁垒。如欧盟要求出口水产品加工企业或捕捞加工船须通过欧盟的考核并获得注册;日本要求出口水产品不仅要符合日本《食品卫生法》,还要满足“肯定列表制度”(全称“食品中残留农业化学品肯定列表制度”);韩国要求出口的部分水产品实施“先精密检验后通关”的做法等。然而,截至 2016 年 1 月,辽宁省域获得欧盟注册的水产品生产企业为 210 家^[7],认证率仅为 22.95%。另外,巴西是新兴市场国家,虽然目前辽宁对巴西出口水产品的市场占有率在国内较大且有很大的潜力,但是截至 2015 年 4 月,获得巴西注册的辽宁水产加工企业为 55 家,认证率仅为 6.03%。可见,辽宁省域水产品加工企业认证意识淡薄且认证能力低下,严重束缚了水产品对外出口贸易的发展。

2.2.3 养殖产品规模经济尚未形成。辽宁水产养殖业比较发达,海水养殖的鲈鱼、河鲀、鲑鱼、鳎鱼、南美白对虾、中国对虾、日本对虾、梭子蟹、牡蛎、鲍、螺、蚌、贻贝、扇贝、蛤、蛭、海带、裙带菜、紫菜、海参、海胆、海蜇等,以及内陆养殖的青鱼、草鱼、鲢鱼、鳙鱼、鲤鱼、鲫鱼、鳊鱼、泥鳅、鲶鱼、鲟鱼、黄颡鱼、鲑鱼、鳟鱼、观赏鱼、南美白对虾、河蟹等至少有 47 个品种^[8]的养殖产业早已形成一定的生产规模。其中,出口创汇的养殖水产品为鲑、鲑鱼、鳎鱼、南美白对虾、中国对虾、日本对虾、梭子蟹、牡蛎、鲍、螺、贻贝、扇贝、蛤、海带、裙带菜、紫菜、海参、海胆、海蜇,以及青鱼、草鱼、鲢鱼、鲤鱼、鳊鱼、鲟鱼、鲑鱼、鳟鱼、淡水观赏鱼这 29 个品种^[8]。然而,2016 年时点出口额 1 000 万美元及以上的养殖水产品仅为比目鱼(含鲑鱼、鳎鱼等)、对虾(含南美白对虾、中国对虾、日本对虾等)、梭子蟹、扇贝、蛤、裙带菜、海胆、海蜇这 8 个种类的合计 11 个品种。可见,辽宁养殖水产品出口贸易中的拳头品种依然很少,并且养殖水产品至今未形成出口规模经济。

2.2.4 行业组织尚未发挥协调作用。在沿海省份中,2016 年时点的辽宁出口水产品平均价格(3 703 美元/t)略高于浙

江(3 619 美元/t)和海南(3 517 美元/t)2省,而远低于上海(1.027 6 亿美元/t)、河北(6 949 美元/t)、江苏(6 942 美元/t)、天津(6 532 美元/t)、福建(6 276 美元/t)、广东(6 040 美元/t)、广西(5 616 美元/t)和山东(4 206 美元/t)8省(直辖市、自治区)。究其原因如下:①辽宁出口水产品中廉价的贝类品种过多,此为渔业生产结构问题;②辽宁部分出口品种的加工深度不够且同质化严重,此为水产品加工技术问题;③辽宁水产品出口行业内部出口同一品种商品的企业之间的竞相压价现象更突出,此为典型的内部压价竞销“窝里斗”问题,就是说“你报低价,我就报更低价,只要我能出口就行”,其不仅严重影响了全国水产品出口行业体制的健全,还致使省域水产品出口行业经济效益受损。这一恶性竞争问题的出现深刻表明,在省域水产品出口贸易的交涉和运行阶段中,渔业协会、海洋渔业协会、海洋水产养殖协会、渔业专业合作社、水产品加工进出口协会、观赏鱼协会等渔业中介组织的行业协调和秩序规范作用尚未得到充分发挥和深度应用。

2.3 机会(Opportunities)

2.3.1 政府的政策设计和制度安排以及发展规划。辽宁水产品出口企业共享国家税收方面的一系列扶持政策以外,还拥有省域的多重政策支撑。辽宁政府部门非常重视水产品出口贸易,通过建设出口水产品质量安全示范区、金融支持水产品加工企业、强化水产品技术标准并规范其出口管理、实施提升水产品出口便利和通关效率的“三通”(通报、通检、通放)模式等政策设计及制度安排,为其水产品出口企业创造了良好的发展环境。同时,在《辽宁省海洋与渔业发展“十三五”规划》的编制、《辽宁省渔业供给侧结构性改革行动计划》的制定中均体现了水产品出口贸易的发展目标以及政策措施,为省域渔业外向型经济的可持续发展提供了坚实保障和发展机遇。

2.3.2 “一带一路”及“辽宁自贸区”发展契机。“一带一路”倡议是国际博弈中“合纵连横”的一个大战略,是推进经济发展的一条重要途径。辽宁是“丝绸之路经济带”圈定的13个省份(直辖市、自治区)之一,“一带一路”建设不仅为辽宁经济全面深化改革和持续发展创造前提条件,也必然影响其水产品外贸格局,并为其寻找未来市场发展的着力点和突破口。“一带一路”沿线共有65个国家,经过多年的对外开放和经贸发展,辽宁出口水产品已经流向其44个沿线国家。故而,辽宁政界、业界和学界要凝心聚力,乘势而上,继续抓住“一带一路”战略以及“辽宁自贸区”(全称“中国(辽宁)自由贸易试验区”)建设的发展契机,巩固和发展现今存在而竞争残酷的“红海市场”的同时,应勇于开拓未知而广阔的“蓝海市场”,以抓住水产品出口新的利润和增长的机缘。

2.3.3 水产品国际市场的刚性需求增长势头强劲。消费者对食品健康问题愈来愈关注,而水产品尤其是海水产品具有高蛋白、低脂肪、多维营养、少有污染、健身补脑等特点,不仅能满足人们的营养需求,而且能满足其对健康的渴望。21世纪初,联合国粮农组织(FAO)曾经预测:未来30年间,全球渔产量、水产品总消费量、食物需求及每人年均食物消费量

均会增长,但是年增率会渐趋下降^[9]。这一预测已被近16年的事实所印证,水产品流通及贸易愈发呈现出全球化发展趋势,各国消费者对水产品的需求亦显露一定的刚性,需求量总体上趋向回稳升高。同时,辽宁的水产品出口贸易数量增长2.33倍、金额增长5.32倍,取得了长足的发展。时下,还应看到欧洲、拉丁美洲以及东盟水产品需求仍在增长有利因素。辽宁水产品出口贸易应紧紧抓住水产品需求强劲增长的这一历史机遇期,优化升级出口商品结构,持续扩张出口市场规模。

2.4 威胁(Threats)

2.4.1 来自异国他省的强有力竞争。辽宁水产品出口核心竞争力得到一定的提升,其市场占有率不断扩大。然而,依然面临着来自异国他省的巨大冲击和多维挑战。一方面,世界主要渔业发达国家都非常重视外向型渔业经济的发展,进而加剧了水产品出口竞争。辽宁水产品出口贸易直面印度、越南、泰国等国家的巨大冲击。其中,印度水产品产量位居世界第3位(2015年),水产品出口市场达75个国家,其出口水产品主要流向欧盟、美国、日本及东南亚各国和地区,而欧盟是其水产品出口的第一大市场,印度的沙丁鱼、青鱼、竹荚鱼、螃蟹等品种出口对辽宁形成强有力的竞争;越南水产品产量位居世界第5位,水产品出口市场多达160个国家,其出口水产品主要流向日本、美国、欧盟,越南的鲭鱼、虾、鲍、海参等品种出口对辽宁形成强有力的竞争;泰国水产品产量难以挤进世界前10位,但是作为水产品出口强国,主要出口市场是美国和日本,其金枪鱼罐头、虾类制品、鱿鱼制品等品种出口对辽宁形成强有力的竞争。另一方面,我国水产品出口主要省份集中于东南部沿海,彼此也形成出口竞争布局。其中,福建、广东、浙江,尤其是地理位置相近且资源条件相似的山东,对辽宁水产品出口构成严峻的多维挑战。从2016年的水产品出口看,数量上山东、福建多于辽宁,而广东、浙江则跟进;金额上福建、山东、广东多于辽宁,而浙江则跟进。加上沿海省份水产品出口所形成的品种同质化竞争格局,对辽宁水产品出口行业的冲击也将难以避免。

2.4.2 国外所设置贸易壁垒的限制。贸易壁垒形式多样、种类繁多。辽宁水产品出口企业所遭遇的主要非关税贸易壁垒为韩国的“先精密检验后通关”、巴西检验检疫证书内容的数次调整等通关环节壁垒;日本的“肯定列表制度”所规定的检验标准、欧盟对水产品加工企业的卫生注册制度以及发达国家实行的信息标签制度等技术性贸易壁垒;美国的卫生检疫制度、美欧环境标志制度以及一些发达国家的包装制度等绿色贸易壁垒。而所遭遇的主要关税贸易壁垒为加拿大、欧盟相继于2014、2015年所取消的进口特惠关税政策。上述贸易壁垒,对于辽宁水产品出口企业不仅增加了其出口成本,还降低了其国际市场竞争能力。时下,全球经济依然处于持续深度调整期,贸易保护主义威胁滋长,特别是美国贸易政策收紧明显,日本将于2019年取消进口特惠关税政策,为辽宁水产品出口又增添了一些不稳定、不确定因素。

2.4.3 人民币汇率发生不利的变化。辽宁水产品出口行业如同其他省份一样,承受着出口经贸环境中汇率因素的不断冲击。首先,人民币升值的间断性压力从未消失,是由来自我国经济体系内部的动力以及外来的压力共同作用所致。人民币升值势必对辽宁省域以进料、来料加工贸易为最主要出口方式的劳动密集型水产品加工企业以及低附加值品种的水产品出口企业构成沉重打击,使其陷入提高出口价格与失去部分市场的两难境地之中。而水产品出口价格的相对提高,将削弱辽宁出口水产品的比较优势。其次,人民币升值使得水产品出口企业会遭受外币收入转化成人民币时的汇兑损失以及因水产品出口量减少造成的损失。进而,水产品出口企

业经营利润缩减,部分企业将陷入难以为继的境况。

3 辽宁水产品出口贸易经营战略选择

经过SWOT分析可知,辽宁水产品出口贸易在出口行业抵御风险能力脆弱、认证意识淡薄、认证能力低下、养殖产品规模经济尚未形成、行业组织尚未发挥协调作用等方面显露劣势的同时,受到来自异国他省的强有力竞争、国外所设置贸易壁垒的限制、人民币汇率发生不利的变化等威胁。但是,在原料供应充足、技术力量雄厚、品牌效应显现、物流快速便捷等方面凸现优势的同时,拥有政府的政策设计、制度安排以及发展规划,“一带一路”及“辽宁自贸区”发展契机,水产品国际市场的刚性需求增长势头强劲等机会(图1)。

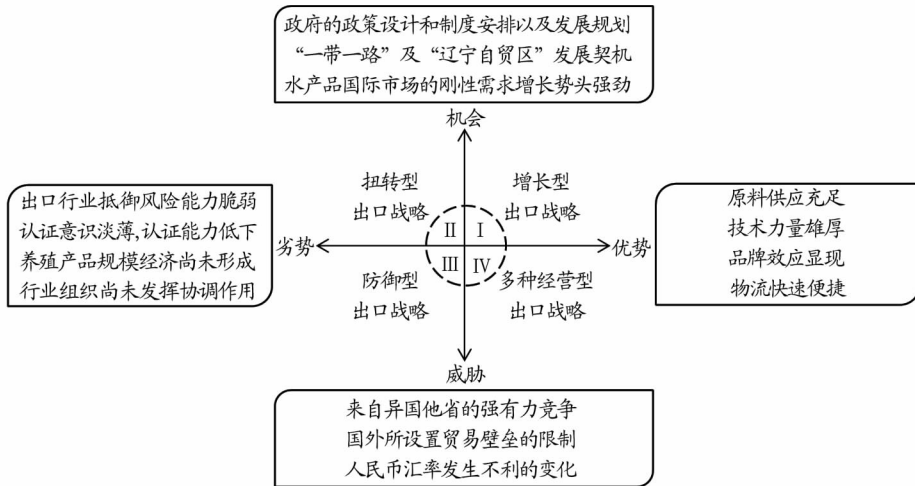


图1 辽宁水产品出口贸易SWOT分析及战略选择

Fig.1 SWOT analysis on Liaoning aquatic products export trade and strategic choice

基于优势、劣势、机会、威胁的动态性,辽宁水产品出口企业依据其自身类型,可选取以下不同的出口战略^[10]:①第I类型的水产品出口企业,具有很好的出口行业内部优势以及众多的出口行业外部机会,应当选取增加省域水产品产量、开拓国际水产品市场等增长型出口战略;②第II类型的水产品出口企业,面临巨大的出口行业外部机会,却受到出口行业内部劣势的限制,应当选取充分利用环境带来的机会设法清除自身劣势的扭转型出口战略;③第III类型的水产品出口企业,出口行业内部存在劣势,出口行业外部面临强大威胁,应当选取进行水产品出口业务调整、设法避开外部威胁和消除自身劣势的防御型出口战略;④第IV类型的水产品出口企业,具有一定的出口行业内部优势,但出口行业外部环境存在威胁,应当选取利用自身优势在多样化、差异化经营上寻找长期发展水产品出口贸易机会的多种经营型出口战略。

参考文献

[1] 农业部渔业局. 一九九九年中国水产品进出口贸易统计资料[Z]. 北

- 京:[出版者不详],2000.
- [2] 全国水产技术推广总站,中国水产学会. 中国水产品进出口贸易统计年鉴2017[M]. 北京:[出版者不详],2018.
- [3] 包特力根白乙. 辽宁水产品出口贸易发展轨迹、函数模拟及政策耦合[J]. 中国渔业经济,2014(2):103-107.
- [4] 包特力根白乙. 辽宁水产品出口贸易发展态势及倍增路径选择[J]. 中国渔业经济,2014(4):74-81.
- [5] 农业部渔业渔政管理局. 中国渔业统计年鉴2016[M]. 北京:中国农业出版社,2016:101.
- [6] 辽宁出入境检验检疫局. 辽宁地区经HACCP验证的输美水产企业名单[EB/OL]. (2016-03-25)[2018-01-06]. http://www.lnciq.gov.cn/newbsdt/qfwsx/newrzjg/backspscqy/jggstjcz/201611/t20161110_135500.html.
- [7] 中华人民共和国国家认证认可监督管理局. 获得欧盟注册的中国水产品生产企业名单[EB/OL]. (2016-01-31)[2018-01-06]. <http://www.docin.com/p-1463249096.html>.
- [8] 辽宁省海洋与渔业厅. 辽宁省渔业统计年鉴2007[M]. 沈阳:[出版者不详],2008.
- [9] 佚名. 全球渔业产出及水产品消费长期趋势[EB/OL]. (2003-06-08)[2018-01-17]. <http://news.foodmate.net/2003/06/14861.html>.
- [10] 徐二明. 企业战略管理[M]. 北京:中国经济出版社,2002:101-104.