

# 系统协同视角下湘南农产品“走出去”的思考

詹晶,李荣元<sup>①</sup>

(南华大学 经济管理学院,湖南 衡阳 421001)

**[摘要]** 基于农产品“走出去”系统协同的理论机理,文章阐述了目前湘南农产品“走出去”系统协同发展的现实基础,并指出了农业投入不足、产品品牌美誉度不高、农产品加工企业无序发展、利益协调机制缺乏等是湘南农产品进一步顺畅“走出去”的制约因素。最后,从资源整合、品牌建设、金融服务、协调机制等方面提出了对策建议。

**[关键词]** 农产品; 走出去; 系统协同

**[中图分类号]** F740 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-0755(2014)05-0052-05

湘南指湖南南部,包括衡阳、郴州、永州三市,土地总面积57153平方公里,总人口1797万,地区生产总值3269亿元(2013年),土地面积、总人口和经济总量分别占全省的27.0%、26%和21%<sup>①</sup>。湘南是湖南离珠三角最近的城市群,是承接珠三角产业转移的桥头堡,是湖南的南大门。农业是湘南经济的重要组成部分,农产品顺畅“走出去”是湘南经济可持续发展的重要保证。在区域经济一体化背景下,农产品竞争已经由单一的“产品竞争”迈向了复合的“综合实力竞争”,与农产品相关的生产、加工、运输、宣传、销售、金融等行业协同发展成为了农产品“走出去”竞争力的基石。基于此,本文拟以系统协同理论为基础,阐释湘南农产品“走出去”现状及其主要制约因素,并提出切实可行的对策建议。

## 一 农产品“走出去”系统协同的理论机理

系统协同的思想首先由伊戈尔·安索夫于1965年在《公司战略》一书中提出<sup>[1]</sup>。赫尔曼·哈肯1977年出版了《协同理论导论》<sup>[2]</sup>,建立了系统协同理论的基本框架,后有学者不断进行完善。系统协同理论的核心内容是各个子系统及系统要素打破相互间壁垒,以共同的目标相互配合,协调运作,使系统的整体功效超越子系统单个功效之和,最终实现效率最大化。系统协同理论传入我国后,被广

泛应用于产业经济学等研究领域。学者们分别从区域内的产业协同发展(李琳,2008<sup>[3]</sup>;柯丽菲,2013<sup>[4]</sup>)、供应链、产业集群(万幼清、邓明然,2007<sup>[5]</sup>;芦彩梅、梁嘉骅,2009<sup>[6]</sup>;赵广华,2010<sup>[7]</sup>)、组织模式(蔡良群、王成东,2011<sup>[8]</sup>)等角度对产业系统协同问题进行了研究。

系统协同理论同样可以应用于农产品“走出去”问题。农产品要更大规模地、顺畅地走向国内外市场,必须整合众多彼此存在密切联系的涉农子系统,实现农产品生产、加工、运输、宣传、销售、金融等各个环节与外部环境协调统一,实现农产品“走出去”系统1+1>2的整体效应。农产品“走出去”系统协同主要包括如下几个方面。

### (一) 农业资源的整合

所谓农业资源的整合,就是从全局出发,打破现有行政区域界限,对一定范围内的农业资源进行科学评价、恰当分类,实现区域内部农业资源的最优配置。由于各地农业资源禀赋特色不一,潜在价值各有差异,因此应全面调查并明晰区域内部各地农业资源的禀赋特色,结合市场需求,对农业资源进行重新定位和组合,协同开发区域农业资源合力,提升区域农产品的综合竞争力。

### (二) 农产品“走出去”品牌的构建

农产品“走出去”品牌的构建,是指农业企业或

**[收稿日期]** 2014-08-19

**[基金项目]** 湖南省科技厅软科学研究计划项目“湘南农产品‘走出去’产业协同发展对策研究”资助(编号:2013ZK3030);湖南省社科基金重大招标项目“国家级承接产业转移示范区建设背景下湘南三市产业协同发展与区域合作研究”资助(编号:12zd13);湖南省教育厅科学研究项目“湖南省工业碳排放预测与低碳建设潜力分析”资助(编号:13C825);湖南省教育厅项目“贸易差额的非竞争型投入产出法研究”资助(编号:13C809)

**[作者简介]** 詹晶(1975-),女,湖南株洲人,南华大学经济管理学院教授,博士。

<sup>①</sup>南华大学经济与管理学院硕士研究生。

组织通过全方位整合自然和人文农业资源,以提供农产品为载体,以强化差异和特色为重点,努力确立社会对农产品品牌的认知和肯定,寻求竞争优势和超额利润。随着收入水平的提高,人们对农产品消费的品牌意识在逐步增强,因而农产品品牌的影响力,很大程度上反映出农产品对消费者的吸引力。农产品“走出去”要注重品牌构建,通过资金、人才、政策等方面的倾斜,加速农产品关联企业发展,不断扩大农产品品牌的市场影响力,发挥品牌因素在系统中的推动效应。

(三)农产品“走出去”营销的联动

农产品“走出去”营销的联动是指在农产品的营销、物流、保险等环节,为提升农产品的知名度、吸引力、竞争力,各个相关行业打破行业界限,采取联合策略,促进农产品销售。如,采用统一宣传策略,共同服务于农产品整体品牌的塑造和营销;组建跨地域的农产品经营联合主体,实现区域内部的农产品经营主体、营销主体、运输主体等之间的密切合作,形成营销联动,发挥协同合作,推动农产品有效、顺利地“走出去”。

(四)农产品“走出去”支撑系统的完善

农产品“走出去”的支撑系统包含政府支持政策、农业基础设施、农业技术和人力资源、金融资源等多个子系统。农产品“走出去”支撑系统的完善就是在系统协同理念指导下,不断优化各子系统的自组织,实现支撑子系统的相互融合与促进。如:各级各类相关政府行政管理部门制定协同发展的统一

规划;不断完善交通体系,加强市政设施建设,构建起无缝连接的地域交通网络等,为农产品“走出去”提供政策支持、技术支持、人才保障、发展平台,促进农产品“走出去”良性发展。

二 湘南农产品“走出去”系统协同的现实基础

农业一直是湘南地区的传统优势产业,独特的地理位置和丰富的农业资源使得湘南农产品“走出去”已经具备了一定的系统协同基础。

(一)农产品生产情况

湘南地区隶属于亚热带常绿阔叶林区,土地资源类型多样,农业资源丰富且可利用率较高。区内气候条件好,土地肥沃,是湖南省乃至全国动植物资源富集之地。从区域内部的地貌结构看,全区东、西、南三面环山,中部为丘陵和盆地,境内平原、盆地、河谷和水面约占 50%<sup>②</sup>。良好的农业生态环境使得湘南农业生产保持着良好的发展态势,并成为我国南方重要的农业生产基地。从表 1 中数据可见,近 10 年,湘南地区农业增加值不断提高,年均增长率 14.95%。尽管湘南农业增加值占 GDP 的比重呈下降趋势,但占比一直高于 15%,且一直高于全省水平。

湘南农业部门齐全,是国家的重要商品粮基地、生猪养殖基地、养鱼基地和林业基地。湘南稻谷、苕麻、茶叶、烤烟、柑桔、油茶、油菜籽、蔬菜、家禽、药材等农作物生产规模较大,生产优势明显。这是湘南农产品“走出去”系统协同的物质基础。

表 1 2004—2013 年湘南三市与湖南全省农业增加值、GDP 及占比情况

(单位:亿元;% )

| 年份   | 湘南三市农业增加值(1) | 湘南三市 GDP(2) | (1)占(2)的比 | 湖南农业增加值(3) | 湖南省 GDP(4) | (3)占(4)的比 |
|------|--------------|-------------|-----------|------------|------------|-----------|
| 2004 | 307.26       | 1263.58     | 24.32     | 1155.85    | 5612.26    | 20.60     |
| 2005 | 343.65       | 1428.61     | 24.05     | 1254.98    | 6473.61    | 19.39     |
| 2006 | 364.10       | 1636.1      | 22.25     | 1331.31    | 7493.17    | 17.77     |
| 2007 | 465.87       | 1979.3      | 23.54     | 1611.45    | 9145.00    | 17.62     |
| 2008 | 517.97       | 2326.87     | 22.26     | 2007.4     | 11156.64   | 17.99     |
| 2009 | 514.06       | 2629.54     | 19.55     | 1969.67    | 12930.69   | 15.23     |
| 2010 | 581.77       | 3269.15     | 17.80     | 2339.44    | 15902.12   | 14.71     |
| 2011 | 690.39       | 4038.23     | 17.10     | 2733.66    | 19635.19   | 13.92     |
| 2012 | 723.76       | 4534.6      | 15.96     | 3004.20    | 22154.20   | 13.56     |
| 2013 | 752.91       | 5016.69     | 15.01     | 3099.20    | 24501.70   | 12.65     |

数据来源:湖南统计信息网 <http://www.hntj.gov.cn/>

(二)农产品“走出去”情况

近年来,湘南农产品“走出去”势头日益强劲,

尤其在国内市场上,相当部分农产品的销售在全省、乃至全国都占有一定地位,如:郴州的苏仙猪、临武

鸭、桂阳烤烟、东江鱼等;衡阳的金雁粮食、绿海粮油、金拓天油茶、祁东黄花菜、南岳云雾茶等;永州的金浩茶油、天龙大米、东安鸡、江华生猪、柳宗元牌异蛇王酒等。

湘南出口的农产品主要是稻米、生猪、蔬菜、烟叶等,出口地区主要集中在香港和美国。相对国内市场而言,湘南农产品在国际市场上“走出去”的步伐相对缓慢,出口规模整体偏小,与“南方重要的农业生产基地”的地位并不相匹配。以 2013 年数据为例,郴州农产品共出口 28 万美元,仅占湖南省农产品出口总量(8.8 亿美元)的 0.0318%。而同年,郴州农业增加值占湖南省农业增加值的比重是 8.6%<sup>③</sup>。

### (三)农产品“走出去”系统协同情况

#### 1、地理邻近,交通网络发达

湘南三市地理邻近,语言相通,习俗相近,观念相似。作为湖南南大门,湘南地区毗邻粤港澳,武广客运专线、京港澳高速、二广高速、京广铁路等穿境而过。内部交通体系初步实现网络化、立体化、多样化。伴随着衡阳南岳机场 2014 年正式通航,湘南区内部联系更加紧密,内外部衔接更加顺畅。湘南不仅区位优势明显,还拥有众多物流平台,形成了湘南农产品“走出去”系统协同的物流基础。

#### 2、龙头带动,农业产业化格局初步形成

近年来,湘南三市充分利用农产品的资源优势,通过鼓励龙头企业发展,大力推进农业产业化,初步形成了各具区域特色的农业产业化格局。在衡阳,有以金雁、绿海、金鯢等龙头企业带动的百万亩优质稻基地;有以金拓天油茶科技、天福油脂、南天山茶油等龙头企业带动的三百万亩油茶林基地;有以湘旗农牧、喜雁四件宝、雁城四件宝等龙头企业带动的千万羽家禽养殖基地。在郴州,有以裕湘面业、生平米业为龙头的粮食加工企业集团;有以东江鱼集团为龙头的水产养殖加工企业集团;有以临武舜华鸭业、天湖绿色食品为龙头的特色家禽养殖加工企业集团。在永州,有以柑橘、蜜柚为主导产品的果蔬产业链;有以烤烟为主的烟草产业链;有以异蛇产业为龙头的养殖产业链。这些产业基地(集团/链)跨越种养、加工、物流多个行业,农工贸一体产生了一定的协同效应,正逐步成为湘南农产品“走出去”的“动车组”。

#### 3、政策引领,协同意愿明显

为促进湘南经济发展,湖南省政府相继实施了“改革开放过渡试验区”、“放开南北两口”、“一点一线”等战略措施。2011 年以来,湘南地区正式获批为国家级承接产业转移示范区。为尽早充分发挥示

范效应,湖南省政府高度重视,在顶层设计、政策扶持、重大项目及平台建设等方面强力推进,制订了《湖南省湘南承接产业转移示范区规划》,明确“三极四带”的发展格局,在产业布局、园区建设、工业用地、建设规划、环保审批、财政支持、金融服务、口岸通关等方面给予政策支持,努力将示范区建设成为跨区域合作引领区<sup>④</sup>。这些顶层设计为湘南农产品“走出去”系统协同提供了政策依据,一定程度上体现出湘南三市为提升区域合作竞争力而表现出的合作意愿。

### 三 湘南农产品“走出去”系统协同发展的主要障碍

虽然湘南地区农产品“走出去”系统协同发展已经具备了一定的现实基础,但是农业的开发与整合仍然还有很大提升空间,尚未形成足够的协同优势,农产品“走出去”步伐还是显得相对滞后。这主要是受制于以下几个方面因素。

#### (一)农业投入不足

湘南三市农业资源比较丰富,但农业投入不足,发展后劲乏力。农业基础设施建设滞后,相当部分农田水利设施年久失修,农产品生产过程中抗御自然风险的能力较差;农村相当部分公路路面狭窄、路况差,制约了农产品的流通速度与规模;农村劳动力大量转入非农产业和城市,目前农村从事农业生产的劳动力数量不足,质量不高,主要以老人和妇女为主,多数劳动力文化程度不高;农业资金投入水平低,与城镇投资差距明显,与农业稳步快速发展的需要不相适应。以永州为例,2013 年,全社会固定资产投资 1074.34 亿元,其中,第一产业完成投资仅为 67.58 亿元,第二产业完成投资 470.0 亿元,第三产业完成投资 536.76 亿元<sup>⑤</sup>。农民发展农业生产的资金来源单一、贷款难度大。农业信贷渠道主要依赖农村信用社,但信用社对农民贷款的门槛高、数额小、手续繁,难以满足农村发展需求<sup>[10]</sup>。

#### (二)农产品品牌美誉度不高

近年来,湘南农产品品牌建设取得了一定的成果,品牌意识显著提高,农产品“走出去”逐渐有了自己的名片。但是,农产品品牌散乱,各自为政,尚未为湘南农业经济带来足够的“溢价”效应。如衡阳的大米目前就有“金鯢”、“金雁”、“健安”、“角山”等多个品牌,不仅品牌经营分散,而且容易使消费者产生误解,既不利于开拓更大的市场,又容易引起内部恶性竞争。农产品受自然因素影响较大,质量不稳定,影响了农产品的美誉度。2013 年镉大米

事件及2014年国际环保组织绿色和平发布的《“有色”米:湖南衡东县稻米重金属污染调查》,相关报道使衡阳大米品牌的美誉度声誉受损严重,消费者对相关品牌的忠诚度大大降低。

### (三)农产品加工企业无序发展

由于湘南三市农业资源有一定的相似性,而且农产品加工业的准入门槛较低,湘南同类型农产品加工企业低水平重复建设现象严重,彼此恶性竞争,制约了湘南地区龙头企业做大做强。目前,全区各市大米、油料、茶叶、畜禽养殖加工企业,平均到每个县(市区)都有数10家之多。企业经营规模小,服务层次低。如,根据调查显示,涉农企业在衡阳当前农户获取社会化服务渠道中的占比仅为7%,远远低于农业技术推广部门(72%)、农业专业合作社(26%)<sup>⑤</sup>。湘南相当部分农产品加工企业发展水平不高,加工能力较低,多数农产品还处于原料出售阶段,农产品附加值少,很难为农民在农资供应、农机作业、技术指导、疫病防治、市场信息、产品营销等方面提供全方位服务,农民与农产品加工企业没有形成稳定的联结机制。

### (四)利益协调机制缺乏

湘南农产品“走出去”系统协同发展的过程中,必然涉及多方利益的调整 and 再分配,不可避免地会产生区域利益与地方利益的冲突与矛盾。由于湘南三市分别属于不同的行政区,在以各地为主来确定自身发展目标的现状下,现在的区域协同发展只是以对话协商、自愿承诺的方式进行。这是一种非制度性的协商组织机制,缺乏跨行政区的约束力和执行力。特别是当前各市行政力量仍然很强,这种合作协调机制难以彻底破除基于地方利益的地方保护主义。从湘南三市各自制定的农业发展“十二五”规划看,各市更多考虑的是如何借产业协同之名为本市的产业发展和结构升级寻求空间,各市对局部地区内部发展的需求远远高于对湘南区域共同利益的追求。

## 四 对策建议

湘南农产品要顺畅“走出去”,必须实现系统协同发展。基于当前制约湘南农产品“走出去”系统协同发展的主要障碍,我们可以从以下几个方面着力解决。

### (一)整合资源优势,培育壮大跨区域龙头企业

农产品加快“走出去”,实现协同发展,跨区域龙头企业是关键。要充分整合湘南三市粮油、水果、蔬菜、生猪、家禽、水产品等农产品的资源优势,鼓励

支持科技含量高、经营能力强、发展后劲足、税收贡献大的龙头企业,通过兼并、重组、收购、控股等方式,跨区域、跨行业、跨所有制组建大型农产品生产企业集团,形成农产品“走出去”合力;要引导龙头企业建立和完善现代企业制度,优化公司治理结构,提高企业经营管理水平;要积极引导龙头企业与农户签订产销合同,积极发展“订单农业”,使龙头企业与基地、农户形成稳定的产销关系和利益分配机制;要重点扶持外向型龙头企业的发展,在注册备案、报关报检、证书签发等方面努力改善农产品的出口通关环境。

### (二)加强金融服务,破解投入不足

面对农业现代化发展的需要,湘南要抓紧当前国家全面推动金融服务“三农”发展的重大机遇,创新思路,增强金融服务意识,在不断加强完善财政补贴政策的同时,积极引导和促进金融对农业的支持。要充分考虑农业产业化龙头企业、家庭农场等新型农业经营主体日益增长的金融服务需求,加大对流动资金和基础设施投入的金融支持;要充分考虑农业生产流通服务的金融服务需求,加大对农业生产性服务业、市场信息、仓储物流、农产品收购等的金融支持;要创新农业保险产品和服务,加快建立农业保险大灾风险分散机制;要逐步建立健全农户信用体系,加快扩大信用评级覆盖范围,加强农户信用信息整合与共享,改善农村金融生态。

### (三)注重品牌联合,加强品牌营销

农产品品牌已经成为农产品走向市场的“敲门砖”。要通过整合农业生产,联合打造知名农产品品牌,解决生产规模小、农产品同质和营销手段落后等问题,提升农产品品牌竞争力;要依靠技术进步,加强新产品引进培育,提高农产品开发能力,以新产品、特色产品、精深加工产品保持农产品品牌的生机和活力;要把品牌战略和发展无公害农产品、绿色食品、有机食品生产紧密结合起来,建立绿色品牌形象;要善于利用媒体广告以及博览会、招商会、网络营销、专题报道、展销会和公共关系等多种营销手段,进行品牌宣传,提高公众对湘南农产品品牌形象的认知度和美誉度。

### (四)更新思想观念,建立共赢利益协调机制

要立足湘南农业区域协调的现状,坚持优势互补、合理分工的原则,通过市场引导、政府推动、地区联动的方式,提升区域农产品“走出去”的整体竞争力。要改变“强政府”的思想观念,健全市场机制,淡化行政区域意识,简化跨行政区域的办事程序,建立和健全公开透明合作协调事项的办事程序

制度,创造公开、透明、高效的区域协调环境;要严格按照现代企业制度,以资本为纽带,积极推动各地资源重新整合,充分发挥协同各种要素的主体作用;要充分发挥农产品行业协会等非政府组织的积极作用,形成多边性、多层次的利益协调机制。

注释:

- ① 数据来源:湖南省人民政府网站:<http://www.hunan.gov.cn>。
- ② 数据转引自:向清成. 湘南农业比较优势与农业结构调整[J]. 衡阳师范学院学报,2002(04):40-45。
- ③ 数据来源:根据湖南省统计信息网湖南省国民经济和社会发展统计公报及湖南省商务厅网站(郴州商务): <http://chenzhou.hunancom.gov.cn/tjsj/456195.htm> 相关中相关数据汇总,并计算得出。
- ④ 数据来源:湖南统计信息网: <http://www.hntj.gov.cn>。
- ⑤ 数据来源:衡阳农业信息网:<http://www.hyagri.gov.cn/html/sb15/2012/1219/378.html>。

[参考文献]

[1] Ansoff I H. Corporate Strategy[M]. McGraw-Hill, New

York: 1965.

[2] Hermann Haken. Synergetics—AnIntroduction [M]. Springer-Verlag Berlin Heidelberg,1977.

[3] 李琳. 环洞庭湖经济圈旅游产业协同发展深析[J]. 资源开发与市场,2013(3):1-5.

[4] 柯丽菲. 广西北部湾经济区产业协同发展灰色关联分析[J]. 广西社会科学,2013(2):26-30.

[5] 万幼清,邓明然. 基于知识视角的产业齐群协同创新绩效分析[J]. 科学学与科学技术管理,2007(4):88-91.

[6] 芦彩梅,梁嘉骅. 产业齐群协同演化模型及案例分析[J]. 中国软科学,2009(2):142-150.

[7] 赵广华. 产业集群供应链协同管理体系构建[J]. 科技进步与对策,2010(9):53-56.

[8] 綦良群,王成东. 产业协同发展组织模式研究[J]. 科技进步与对策,2011(6):1-5.

[9] 杨凤鸣. 湘南地区应如何承接泛珠三角产业转移[N]. 光明日报,2014-08-10.

[10] 胡愈,陈晓春. 农民增收的资源条件与收益空间探究——来自湘南国家示范区三市的数据及案例分析[J]. 中央财经大学学报,2012(10):49-54.

Thinking on Going-out of Xiangnan Agricultural Products with a View of System Coordination

ZHAN Jing,LI Rong-yuan

(University of South China, Hengyang 421001, China)

**Abstract:** Based on the theoretical analysis of system coordination of agricultural products going-out, Xiangnan realistic foundation of agricultural products going-out has been discussed. Some negative obstacles that will restrict the speed of Xiangnan agricultural products going-out have been pointed out, such as inadequate investment in agriculture, low brand reputation of products, disorderly development of processing enterprises and the lack of interest coordination mechanism. In view of this, some measures should be taken in order to improve this situation from the perspectives of resource integration, brand construction, financial services and coordination mechanism.

**Key words:** agricultural product; going out; system coordination