

# 2004年,我国虾类产品的市场走势

## 鲜活水产品中的主流产品



吴湘生

在与水产品非常多的相关食品上,比如猪肉、牛肉、蛋类、禽流感之前的禽类,特别是蔬菜价格猛涨的时候,鱼类商品的价格也在缓升。今年1月份,猪肉价格上涨24.8%,汕稻上涨16.2%,黄瓜上涨22.4%,花生油上涨25%,水产品涨5.9%。比如最有代表性的鲤鱼,价格反弹较大,是对价格长期低迷的一种回报。鲤鱼现市场零售价4.50元-5.50元/500克。同比升幅30-50%。而虾类价格并未出现较大波动,此点说明在市场剧烈变动之时,如果某一商品价格没有反映,那么,该商品的价格本来是应该下降的。

从虾市场看,节后价格应下降10%以上。也就是说,市场中的“虾”在商品生产的淡季,仍然是过剩的。节前,产销两地冻虾库存量较大,产品供大于求,是当前我国虾市场最突出的特点。如果商家仍想囤积居奇,抱着赌一把的心理,是注定要吃亏的。国内市场已然饱和。如果出口受阻,美国对我国虾类产品的反倾销调查,没有积极的结果,那将对我国虾类产品的发展产生严重的负面影响。雪上加霜。

虾类产品在现时我国水产品市场中,占有相当重要的位置。2003年,我国虾类产品的生产总量超过70万吨水平,虾类出口17.5万吨,出口值近10亿美元,成为水产品中,出口值最高的产品。可以说,现时我国活鱼市场中的第一大类产品是“虾类产品”。并不是说,虾类产品的产量与交易额已站到活鱼市场中的第一位,而是说,2003年,虾类产品已成为活鱼市场中曝光率最高,影响率最强,市场覆盖面最大的活的商品之中的第一位,活虾、鲜虾已成为我国鲜活鱼市场中的龙头老大。原有的鲤鱼、草鱼、鲢鱼、鳙鱼已退居其后。

原因在于,虽然虾类的价格在水产品市场中属于中档商品,但是,由于每500克中,虾类商品的个数在鲜活鱼中最多,普通消费者购买一次的虾类商品所付出的金额,比最低档的鲤鱼可能更少。换句话说,我花5元,能吃到10只虾,而同样的钱,不见得吃到一条鲤鱼。在此意义上,虾类商品已成为最普通的水产品之一。当前,美国对我国虾产品进行反倾销调查,从我国虾市场的长远利益讲,反而有一定的好处。起码讲,已暴露出我国进入WTO后,在商业运作上还很幼稚。

其一,我国水产商会的组织化程度还很低,多数商户不能承受太大的市场风险。水产商会、协会的作用还需大大的加强。其二,虾类商品的市场通道不能吊在一棵树上,任何商品都如此。当前的鲜销与冻销,都不是虾类商品的根本出路。

虾类商品当前遇到的问题,是所有其他水产品都曾遇到的问题,虾类商品的根本出路在于——

商品的深加工！深加工的商品是最可能摆脱市场困扰的唯一途径。比如，冻虾出口或内销多，就可以更多的生产虾肉。2003年，我国虾类产品主产区湛江，冻虾出口值9163万美元，虾肉出口值5930万美元。而出口一公斤虾肉，等于出口了三公斤原条虾。小虾在市场上销售的多，就应该多生产大虾。今年3月份，在北京燕丰商场水产品柜台，每500克30-40只白虾，16元/500克，25-30只22元/500克，20-30只26元/500克。大规格虾比小规格虾，每500克价高10元。市场上白虾多，就应该多生产罗氏沼虾，或者养殖多种虾类，以降低生产的风险。生鲜虾销售多，就要考虑产品深加工。如熟虾、干虾、糟虾、醉虾、冷冻即食虾、面包虾、冷冻微波油焖对虾、清水对虾罐头、纯颗粒虾粉等。市场出路千万条，条条通罗马。

2004年，我国经济进入了重要的发展时期。但从去年四季度开始，物价出现较强的上涨势头，对今年的开局产生不利影响。2003年，我国消费品物价总水平上升1.2个百分点，其中食品类涨3.4%，水产品全年价格指数为100.3%，仅上升0.3%。可以说，水产品市场是我国食品类市场中较稳定的市场之一。在这里，我们应该看到，虾类产品在此起到稳定大局的重要作用。今年1月份，全国水产品价格指数上升5.9%，这是近10年来所未有过的。可以说，今年的水产品价格，已经摆脱了多年的负增长局面。在此总体背景下，虾类市场的走势不会脱离总体的发展趋势。

但是，我们要清醒的看到，当前食品类价格的上升，主要是被粮、油、菜价两位数以上的涨幅拖累。与肉、蛋、菜等副食品相比，鱼类商品的价格不呈刚性。就是说，在普通消费者预期收入并不稳定的情况下，鱼类商品的不可替代性较小。换句话说，如果经济出现较热，消费者感到钱毛了的时候，他首先考虑的是生活必需品，而较少的考虑鱼类产品。此特点又决定了水产品在今年的市场行情中，不应该出现2位数以上的涨幅。

虾类产品与鳊鱼、甲鱼不同。鳊鱼与甲鱼在前几年中都出现过天起大落的局面。而且市场的恢复期很长，很多大企业，包括上市公司都垮掉了。因为该两类产品都属于高档商品。而虾类产品的多数品种已经属于中低档商品。特别是它并不是纯出口依赖型产品。它的市场波动不会象鳊鱼、甲鱼、黄鱼那样较大。但象近几年盲目发展，早晚多数生产与经营者首先吃亏。虾类产品的发展方向应该是，始终立足内需，积极扩大出口，坚持质量第一，提高组织化程度。

1、即便是市场经济，也要有计划手段。主要产区的政府主要部门应该出面，推动地域、区域品牌的出现，制定严格的生产标准。比如，江苏东台的麻虾，广西北海的明虾，山东蓬莱的对虾，广东湛江的白虾，草虾，安徽巢湖的青虾，江苏赣余的龙虾，广东顺德的沼虾等等。在生产、品牌、流通的全过程，都应体现区域的优势。走半组织化，大产业化的路子。

2、坚持质量第一的观点，以质量求生存。质量也是差异化的质量（中、高、低档），三造与一造都有不同的质量标准。

3、积极应对反倾销调查，在国际市场上取得经验，更多的按国际惯例行事。

4、开展除冷冻以外的产品深加工。水产品中的原条冻鱼现在已走到尽头，虾类产品不应再走此路。

（作者为中国水产流通与加工协会信息部副主任，《中国渔网》水产品营销首席顾问）

