

农业纺织原料产销中竞争情报缺失的原因及其对策

李美琴

(武汉纺织大学 图书馆, 湖北 武汉 430073)

摘要: 分析竞争情报在农业纺织原料产业中应用的意义, 根据我国农业纺织原料产业的生产和经营现状, 探讨该产业在竞争情报应用中缺失的原因, 在此基础上, 讨论了加强竞争情报服务的对策思路。

关键词: 农业纺织原料; 竞争情报; 缺失; 原因; 对策

中图分类号: G359.21

文献标识码: A

文章编号: 2095-414X(2013)05-0066-04

随着经济快速发展和全球化进程加快, 市场竞争更加激烈, 竞争的内涵发生了显著变化, 竞争情报开始成为继资金、技术和人才之后推动经济发展的第四要素和重要力量^[1]。农业纺织原料产业是我国国民经济中的重要产业, 并和原料加工业、纺织工业、服装及贸易等构成一条较长的产业链^[2]。产业链的高效运行需要竞争环境、竞争对手及市场需求等科技情报的支撑, 正是基于此, 加强农业信息资源的建设, 将竞争情报的理念、方法和功能应用到农业纺织原料产业领域中去, 显得尤为重要。

一、研究农业纺织原料产销中竞争情报的意义

“竞争情报”这一表述来源于英文中的“Competitive Intelligence”一词, 它是竞争主体为获取竞争优势而通过合法手段搜集、分析竞争环境、竞争对手和竞争战略的相关信息, 并将其应用于决策的情报研究, 它既是一个过程, 也是一种产品^[1]。竞争情报研究的内容包括四个方面: (1)、理解竞争的性质; (2)、理解竞争者。包括识别竞争者、收集竞争者情报、推断对手的竞争策略。(3)、分析竞争优势, 主要包括竞争态势和竞争地位分析、优势、弱点、机会、威胁(SWOT)分析及对未来竞争动向和趋势的推测等。(4)、制定致胜的竞争战略。^[3]它是生产和经营者制定决策的依据, 也是他们在竞争保持优势和可持续性发展的法宝。

纺织产业链最底端是纺织原料, 纺织原料又分为工业纺织原料(化学纤维)和农业纺织原料(天然纤维, 包括棉花、麻类、羊毛、蚕茧)。生产工业纺织原料的企业, 必须具有一定的规模、资金、技术, 同时具备产、供、销、研发团队, 对竞争情报的掌握、分析和运用具有一定的优势, 相比而言, 农业纺织原料的生产分散, 个体性较普遍, 对竞争情报的拥有和应用均处于弱势,

但竞争情报的掌握和运用对农业纺织原料产、供、销有效运转, 实现利润最大化, 起着至关重要的作用。而农业纺织原料合理生产和经营, 直接关系到农业内部种植、畜牧、林业的平衡, 关系到农业产业结构的调整, 影响农民的收入, 从而关系着工农业之间、城乡之间和地区之间的协调发展, 对整个国民经济的发展具有重要影响。

农业纺织原料产业需要竞争情报的服务和支撑, 在当今显得尤为重要: 一是自我我国加入WTO后, 我国纺织原料产业的发展面临越来越复杂的国际环境, 反倾销措施、技术壁垒、关税壁垒等构成了出口障碍和利益限制, 迫切需要对相关纺织原料产品贸易国在政策法规、政治、经济、文化等方面的信息进行收集和分析; 二是纺织原料产业的发展需要现代科技的支撑, 而科技的获取、创新及应用离不开竞争情报的支持, 为创新开发出具有国际竞争力的新产品, 需要收集和分析国内外相关纺织原料新产品、新技术和新理念等信息; 三是农业纺织原料作为一种特殊农产品, 其功能和作用主要体现在纺织产业链中, 而这条复杂的长产业链对各个环节在数量、质量、技术和时间等方面均有严格的要求, 只有通过竞争情报的服务, 了解纺织原料产业内的供需状态和变化趋势, 以及上下游各种要素的合理分配, 才能使得该产业链有序高效运行, 也才能促进原料产业自身的发展。

二、我国农业纺织原料生产规模与竞争情报利用现状

(一) 农业纺织原料产业的生产规模与生产组织者

中国是农业纺织原料的生产大国, 消费大国, 也是出口大国。我国的农业纺织原料总产量居于世界首位, 对于世界纺织原料市场具有巨大影响, 也在中国农业中扮演重要角色(见表1)。

表1 中国农业纺织材料的生产规模和产量(2012年)

分类	生产规模	产量(万吨)	在全球地位
棉花	5038千公顷	658.9	位居第一位
原麻	118千公顷	29.6	苧麻位居第一位、 亚麻位居第二位
原毛	28235.8万只	45.5	羊毛位居第二位
茧丝	829.9千公顷(桑园)	91.6	蚕丝位居第一位

注：(1)数据来源：《中国统计年鉴》，2012年；(2)在全球地位见文献[2]P 89。

农业纺织原料产业已形成了一定的空间分布。棉花产区主要集中在新疆、河南、山东、河北、江苏、安徽、湖北等7个省份，其棉花产量接近全国总产量的90%；苧麻生产特别是长江流域麻区已建立许多大规模苧麻基地，这一麻区的苧麻种植面积和产量已占全国90%以上；新疆、内蒙古、河北、吉林、山东、黑龙江、青海、甘肃8个省份的羊毛产量已达全国总产量的80%以上；蚕业基地正向江苏、浙江、安徽、山东、广西、重庆和四川8个省市集中，该8省市年生产蚕茧占全国总产的90%^[2]。

我国实行联产承包责任制以来，农业生产基本是以家庭为单位组织生产和经营，近年来，随着农业产业化的逐步深化，专业组织合作也逐渐发展，少数农业企业也形成一定规模，但以家庭为单位的生产模式仍占主导地位，虽然农业纺织原料基地形成，但仍多数采取家庭个体生经营，松散形的合作方式。另外，农村进城务工劳动力的增加，留守在农村的妇女、老人和儿童居多，而农业纺织原料主要集中在中、西部，更面临着这个问题，生产经营者文化程度相对较低，以家庭为单位，应对市场、信息、技术竞争的反应能力差。

(二) 农业纺织原料生产经营者利用竞争情报现状和问题

随着农村信息服务的发展，到2009年我国已有90%以上的县级农业部门和近50%的乡镇建立了农业信息网和域网，一个覆盖全国以政府为主导，农民为用户的农村信息化网络体系已初步形成^[4]。在农业纺织原料产业领域，竞争情报在一定程度上和范围内得到体现和应用，以棉花产业为例，棉花产业安全长期以来受到学术界和政府的高度关注，产业安全指标体系正在不断构筑和完善之中，其中中国农业科学院棉花研究所自1997年起就开展信息化的研究和服务，建立了棉花产业经济预警和监测监控的方法原理，创建了“中国棉花景气指数”和“中国棉花生产景气指数”模型，到2005年共发布《中国棉花生产景气报告》70多期，为棉花决策科学化提供适时的、准确的信息和技术支持，有效提升产棉大国的信息化水平和国际竞争力^[5]。2011年6月，中国棉花协会

在山东烟台举办了“中国棉花预警系统地方棉花信息网络培训班”，为加强竞争情报的开发应用提供了理论和实践指导。

然而，在农业纺织原料产业的实际运行中，不论在生产数量还是在产品质量上，以及时效性等方面均存在一定程度的不协调，影响整个纺织产业链的有序运行，其中主要表现在：一方面生产规模的不稳定，种植面积时增时减，导致产量的年际波动剧烈；二是与产品数量波动相伴的价格波动，往往使得纺织加工企业无所适从；三是在一些年份国内棉价持续高于国际市场，造成我国棉纺织产业链的竞争力严重削弱，严重影响到纺织行业的平稳运行，威胁到中国纺织的产业安全；四是农民生产(品种和数量)决策缺乏科学依据，盲从性和随意性较大。这在很大程度上说明竞争情报在此领域的应用仍存在严重不足或缺失。

三、农业纺织原料产销中竞争情报缺失的原因

(一) 人才匮乏，不可避免竞争情报失察

运用竞争情报的目的，是了解竞争目标、竞争对手、竞争环境，从而制定竞争策略，提高竞争力，前提基础是具有高素质的信息人才。但就广大农村而言，劳动者的文化素质和经营才能还处于极为薄弱状态，以中部产棉大省河南较发达地区洛阳市为例，农村劳动力中文盲占5%，小学文化程度占25%，初中文化程度占55%，高中以上文化程度者仅占25%^[6]。就农村组织者和管理者而言，虽然农民企业家和乡村干部的素质在逐步提升，但由于农业纺织原料市场的复杂多变和信息情报利用难度的加大，人才缺乏仍比较明显。一方面农村青壮年(并且主要是有文化和相对素质较高者)劳动力流向城市，从事更高收入的非农产业，另一方面外界输送到农村的高素质人才极为有限，即使农业高校培养的学生也大多没有投身到农村经济建设行列(见表2)。

表2 2004-2008年农业院校本科毕业生就业流向表(单位:%)

年份	就业率		升学		企业		农业推广		其他	
	院校A	院校B	院校A	院校B	院校A	院校B	院校A	院校B	院校A	院校B
	2004	97.2	95	26.3	14	55.6	52	0.2	1	17.9
2005	96.4	96	28.0	16	57.9	59	0.2	0	13.9	25
2006	95.9	92	26.6	12	58.6	70	0.4	1	14.4	17
2007	95.2	92	25.5	15	58.9	71	1.4	0	14.2	14
2008	95.1	94	27.5	12	57.5	74	2.2	0	12.8	14

注：(1)院校A为湖北省部属农业院校，院校B为四川农业大学的农科毕业生；(2)院校A、B的数据分别来源文献[7]和[8]，并经过相应计算得到；(3)“其他”包括教育系统、科研系统、事业单位和党政机关等。

表 2 的数据表明, 虽然农业院校毕业生的就业率较高, 但总体而言主要是流向企业, 其次是升学, 另外教育系统、科研系统、事业单位和党政机关等吸引了一定比例毕业生, 真正从事农业推广和农业服务的比例很低, 即使是农业高校中的农科生(表 2 中的院校 B), 流向农业推广的比例几年来均未没有超过 1%。人才在总量和结构上所表现的不足, 在很大程度上制约了竞争情报的收集、分析和应用。

(二) 农业纺织原料市场反应机制相对迟缓

工业纺织原料生产现代化程度高, 市场需求的变化可以较迅速地传递到生产的各个环节, 产业链上的企业可以根据收集到的市场竞争情报快速调整其产销各环节, 而农业纺织原料生产周期性较长, 受自然环境、气候等因素影响, 不确定性因素较多, 很难在短期内, 根据市场需求作出相应调整, 表现出农业纺织原料生产链中物流与竞争情报相对迟缓与滞后, 给政府的宏观调控造成较大难度, 导致进出口的失衡, 严重影响到国内市场, 给众多农户造成直接经济损失。例如 1995—1998 年, 国内棉花供应充足, 甚至出现严重积压的情况, 而此期间, 中国累计进口 350 多万吨棉花, 对国内棉花供求市场起了逆向调节作用。1999 年 2000 年国际价格较低, 恰恰是我国棉花出口量最多的两年, 表现出“高价买进, 低价卖出”的反常现象,^[2]这是对市场竞争情报分析和对市场的预期不足, 反应机制迟缓所致。

(三) 缺乏竞争情报意识, 跟风浪潮受价值规律滞后信息操纵

我国农业纺织原料的产销主流特征是规模小、分散性、农户普遍文化程度不高, 也没有收集运用竞争情报的意识和途径, 竞争情报对众多的农户而言是稀缺资源, 很难获取市场信息, 从而无法对市场预测作出理性、准确的判断, 故往往是根据市场前期生产什么赚钱, 或者别人生产什么赚钱, 就一窝蜂的生产什么, 个体理性导致集体非理性生产经营, 而产品的价格受价值规律的制约, 受供求关系的影响, 导致农业纺织原料一时丰收积压, 价格低“难卖”, 一时产量少, 价格高“难买”交替出现, 使得纺织产业链最底端农业纺织原料的供给与该链上部环节严重脱节, 使得纺织产业链的平稳运行受阻。

四、竞争情报服务于农业纺织原料产业链的对策

(一) 加大竞争情报教育力度, 提高政府对农户的有效引导

虽然到目前为止, 以政府为主导, 农民为用户的一个覆盖全国农村信息网络体系已形成, 但在县市一乡镇一村一农民的政府指导模式下, 该网络信息平台并未充分发挥它的作用。以此模式建立起来的竞争情报系统, 必须有人力资源作保障, 而它却建立在竞争情报人员匮

乏的基础上, 导致无论是信息网络, 还是竞争情报系统均无法发挥高效能。要改变这种现状, 必须加大竞争情报的教育力度, 构建既具有农学及农业经济学背景又具有竞争情报学知识的人才队伍。从两个方面着手解决这个问题, 一是在农业院校设置竞争情报学课程, 培养专门人才; 二是将现有人员进行专业知识的培训。并将他们充实到县市、乡镇、村基层组织中去, 确实构建一个县市一乡镇一村一农民的行之有效的竞争情报系统, 政府为主导的竞争情报体制, 能应对市场竞争引导农民做出快速反应和相应调整, 该机制能真正在农业纺织原料链上发挥环境监视、市场预警、技术跟踪、对手分析、策略制定和反情报的功能, 确保农业纺织原料生产销售平稳性增长。

(二) 加大宣传力度, 提高农民竞争情报意识

我国农业纺织原料产地多集中于广大的西部地区, 而西部地区农村劳动力素质显著低于全国总体水平, 文盲、半文盲高达 24%^[9], 这些年虽有所改善, 但因农民进城务工浪潮的兴起, 这种状况并未从根本上改观, 由于文化程度的限制, 广大农户缺乏收集竞争情报的途径, 更谈不上树立运用竞争情报的意识, 导致种什么种多少, 盲目跟风, 往往农民生产经营与市场需求脱节, 这就需要各级政府确实加大宣传力度, 农民提高竞争情报意识, 不再盲目生产, 而将自己的产销与政府和专业机构所提供的竞争情报相结合, 变被动接受政府指导, 为主动与政府和有关机构联系索取竞争情报服务, 结合自己的实情及时反馈信息, 顺应市场竞争的变化。

(三) 大力发挥行业协会的作用, 对农户全方位的竞争情报服务

农业纺织原料竞争情报系统也由三大网络组成, 即组织网络、信息网络和人际网络。而行业协会是三大网络的交集, 在竞争情报服务中应该扮演着重要角色, 而目前它主要在学术领域发挥着重要作用, 但实际无论在协调农业纺织经济宏观调控上, 还是在纺织业生产链上, 尤其是在对基层服务中的作用往往容易被忽视。它在两个方面具有巨大的潜在能量和作用, 必须充分的利用, 才能为农户提供全方位的竞争情报服务。一是纺织行业协会可以利用自身优势(三大网络交集), 为政府对农业纺织原料的宏观调控决策提供支持, 使政府能顺向调节纺织原料进出口量与国际价格, 平衡农业纺织原料的国际国内需求, 确保农户收益的最大化; 二是农业科技创新, 技术推广不仅仅是政府部门的事, 而纺织协会也有义不容辞的责任。因为纺织行业协会是一个建立在高品质的学术平台上的协会, 而当今农业纺织原料市场的竞争是建立在对国际市场发展趋势和国内行情的了解基础上, 依靠科技创新才取得竞争优势。这就要求我国农业纺织原料不断开发优质产品, 提高效率, 降低成本, 占

领市场，运用竞争情报的导向，去分析对手，根据市场需求确定农业纺织原料开发目标。科技创新与推广尤其重要，这正是有学术背景的纺织协会所拥有的资源，它应积极搞好科技示范，农业技术推广，帮助指导农户，将创新科技及时转化成生产力，在农业纺织原料科技决策体系中引入竞争情报机制，提高我国农业纺织原料生产者在国际国内市场的竞争力。

(四) 变小分散型经营为大集约型经营，提高竞争情报利用率

我国东部的农业生产成企业集团化趋势，而广大西部地区农业多为小规模分散型农户经营，据测算，西部地区人均耕地为0.279公顷，户均0.98公顷^[9]，西部也是农业纺织原料的主要产地，这种小规模分散型生产，不利于竞争情报的运用，在竞争中处于劣势。其一，竞争情报包括科技创新的应用，农业技术的推广，只有提高产品质量，降低成本，才能提高竞争力，而满足市场需求，而小规模分散型农户生产，不利于科技创新技术推广，只有将其合并成大规模集约型的农业企业，由专业人才管理，而组织农户生产，才有利于农业技术的推广应用；其二，竞争情报的运用是根据市场竞争需求快速反应，及时地调整自己的生产经营，而农业纺织原料生产周期长，对市场的预测和把握难度更大，而这就更是要求对农业纺织原料生产经营的调整，捕捉竞争情报的灵敏高，落实也要快速到位，而小规模分散型农户生产是无法办到的，更不用说进行环境监测，市场预警，技术跟踪，反馈信息等等，只有大规模集约型经营才能适

应竞争情报的运用，才能依据竞争情报及时掌握国际国内纺织市场变化，而制定策略，并迅速落实到产、供、销的各个环节，建立起生产、经营、销售的顺畅渠道，提高我国农业纺织原料的市场竞争力，使农民的收入稳步增长。

参考文献：

- [1] 单静. 基于农业科技发展的竞争情报服务体系研究[J]. 现代情报, 2013,33(7): 165-167.
- [2] 赵绪福. 产业链视角下中国农业纺织原料发展研究[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2006. 68. 8. 201-202. 127.
- [3] 谢新洲. 竞争情报进展[M]. 北京: 科学技术文献出版社, 2012. 12. 7.
- [4] 祖巧红. 面向物流企业数据在线分析挖掘及应用[M]. 北京: 科学出版社, 2009.2.51.70-72.
- [5] 毛树春, 李亚兵, 王香河,等. 我国棉花产业经济预警指标的研究和应用——中国棉花生产景气指数(CCPPI)和中国棉花生长指数(CCGI)[J]. 中国农业科技导报, 2005,7(4): 55-58.
- [6] 范广军. 提高河南农业国际竞争力的思考与对策[J]. 经济经纬, 2003, (4).
- [7] 李婉. 高等农业院校毕业生就业状况分析——以湖北、湖南、广东四所高等农业院校为例[J]. 科教文汇, 2011, (03): 191-192.
- [8] 万英平, 李天. 以提高人才竞争力为核心, 促进毕业生就业[J]. 四川农业大学学报, 2011, (6).
- [9] 陈昌洪. 提高西部地区农业竞争力的对策研究[J]. 农村经济, 2003, (11).

The Causes and Countermeasures on the Lack of Competition Intelligence in Production and Marketing of Agriculture Textile Raw Materials

LI Mei-qing

(Library, Wuhan Textile University, Wuhan Hubei 430073, China)

Abstract: This paper analyzes the significance of competition intelligence application of agriculture textile raw materials. It explores the causes of the lack of competitive intelligence application, according to the production and operation situation of agriculture textile material industry in China. On this basis, it discusses the countermeasures to strengthen the competitive intelligence service.

Key words: Agriculture Textile Material; Competitive Intelligence; Lack; Cause; Countermeasure