
通胀中地理标志产品价格上涨与调控

——以重庆地理标志产品为例

冉红¹ 吴茵

【摘要】：地理标志产品的价格上涨有其自身的必然性。从自身看，其产品的文化性使它具备了一定的升值潜力；从历史看，其价格一直不高；从现实看，其价格上涨是由人力和原材料价格上涨带动。因此，通胀中地理标志产品价格上涨带有补涨的特性，其价格仍处于合理的水平。对地理标志产品的价格监管应采取不同于其它产品的策略。

【关键词】：通胀；地理标志产品；价格上涨；调控

2010年7月以来，部分农产品价格大幅上涨，给民众的生活及民生保障带来重大挑战，稳定物价成为各级政府工作的重中之重。但是，作为地理标志产品，与一般农产品不同的是，其价格上涨存在有很大的必然性和合理性。因此，面对新一轮的价格监管，认识通胀中地理标志产品价格上涨的合理性，进一步增强调控措施的针对性具有很强的现实意义。作为目前我国地理标志产品总量较多的城市——重庆市的地理标志产品价格的变动情况具有典型的意义。

一、重庆地理标志产品价格上涨基本情况分析

重庆是中国西部唯一的直辖市，辖38个区县，人口3300万，56%以上为农村人口，是国务院批准建立的“全国统筹城乡综合配套改革试验区”。建立地理标志制度以来，该市地理标志产品总量已达38件，已成为我国著名的“榨菜之乡”、“柑橘之乡”、“黄连之乡”。截至2011年11月，与2009年同期相比，地理标志产品价格平均上涨50%以上。其中，“涪陵青菜头”、“武隆高山萝卜”、“万县红桔”分别上涨了300%、200%、150%，其它地理标志产品价格也有不同程度的上涨（见表1）。

¹作者简介：冉红，1966年生，重庆璧山人，重庆文理学院资产部，高级会计师。研究方向：工商管理、资产管理。吴茵，1991年生，重庆永川人，重庆理工大学会计学院学生。研究方向：工商管理）

表 1 重庆市地理标志产品分布及价格上涨情况 (截至 2011 年 11 月)

地 区	产 品	2009 年 (元/kg)	2011 年 (元/kg)	涨幅
涪陵区	涪陵榨菜	1.0	2.0	100%
	涪陵青菜头	1.0	4.00	300%
南川区	南川方竹笋	12.00	18.00	50%
	南川鸡	26.00	38.00	46%
	南川鸡蛋	16.00	25.00	56%
武隆县	武隆高山萝卜	0.4	1.20	200%
石柱县	石柱黄连	38.00	70.00	92%
万州区	万县红桔	0.8	2.00	150%
奉节县	奉节脐橙	4.00	5.5	37%
合川区	合川黑猪	30.00	40.00	33%
荣昌县	荣昌猪	30.00	40.00	33%
丰都县	丰都龙眼	15.00	18.00	20%
	丰都脐橙	8.00	10.0	25%
	丰都红心柚	8.00	10.00	25%
秀山县	秀山土鸡(活)	30.00	38.00	26%

二、地理标志产品价格上涨的合理性解释

(一) 经济和文化特性决定了其具有升值潜力

地理标志产品,是指产自特定地域,所具有的质量、声誉或其他特性本质上取决于该产地的自然因素和人文因素,并经审核批准以地理名称进行命名的产品。与一般的农产品相比,地理标志产品往往代表了一个地区、一个民族的文化形象,具有传承地域特色文化的功能。正因为如此,当某种农产品成为地理标志产品后,其竞争优势就会更加明显,其贸易拓展能力就会更为突出。因此,地理标志产品这种经济和文化的双重特性,决定了其特有的升值潜力,而这种升值潜力在通胀的诱导下更容易表现出来。

(二) 人力、投入成本的增加必然带动其价格上涨

近年来,由于国家对农业发展的保护、刺激措施的力度不断加大,务农收入得以提高,而务农收入提高必然带动农村劳动成本相应上升。以重庆农村地区水稻种植人工成本为例,2008年前一个插秧工的劳力保底工资只要30元每天,而到2011年时已涨至80元每天,至于机插(水稻插秧机操作工)保底工资已涨了50元(小时计);同时,在本轮通胀中,一些农资产品如农药、化肥等价格大约上升了30%,其它农资材料价格也有不同程度的上升。更何况地理标志产品在原材料供应、生产环境控制、生产工艺及机械化操作等方面的特殊要求才能确保其产品质量,其成本增加幅度会更大。因此,人力成本、农资成本增加,再加上物流成本的上涨等因素,必然导致其价格的上涨。

(三) 历史地看地理标志产品价格上涨属于恢复性上涨

长期以来,农产品的价格一直处于低位运行。以“武隆高山萝卜”为例,在未成为地理标志产品前,“武隆高山萝卜”的价

格没有超过 0.20 元/公斤，而且这一价格持续了数年。成为地理标志产品后，其价格才涨至 0.40 元/公斤。在通胀的诱导下，目前价格才涨至 1.20 元/公斤，似乎短时间内涨幅偏大了些，但从绝对价格来看还仍在合理范围内。像这种情况无论在重庆还是在全国其它地区都有存在。因此，对地理标志产品而言，尽管其价格在通胀中产生了较大的涨幅，但总的来说其价格仍处于合理的水平，与原来价格较低的情形相比，上涨的性质仍是补涨阶段。

（四）地理标志产品价格上涨对“三农”推动作用明显

从促进农村农业经济发展看。2010 年，重庆市 38 件地理标志产品的销售总额超过 103 亿元。全市共有长寿沙田柚、奉节脐橙、石柱黄连等 12 种地理标志产品出口，实现出口额达 5.4 亿元人民币。

从带动农民收入增加看。主要从两个方面体现：一是人均收入增加，以“长寿夏橙”为例。“长寿夏橙”为当地农民带来的年收入从 2009 年的 2400 元增长到 2010 年的 4800 元，增加了 1 倍。二是收入所占比例增大，如奉节、万县地区，“奉节脐橙”和“万县红桔”两项产业所带来的收入已分别占当年农民年收入的 87%和 90%。

从扩大农民群体就业看。2010 年，重庆市 38 件地理标志产品共带动了近 320 万农村人口就业。其中，城口县从事“城口山地鸡”的生产人员分别达到 16.5 万，占到当地农村人口的 65%以上；“涪陵榨菜”带动约 60 万人从事榨菜产业的生产，占其农村人口的 52%以上。

三、通胀中对地理标志产品价格的调控策略

（一）调控要注重历史性和针对性所谓调控的历史性，就是在通胀中调控产品价格涨的同时，要充分考虑到产品以前价格低迷的情况。对地理标志产品来说，调控措施既要管住目前的“过涨”又要照顾过去的“不涨”；所谓调控的针对性，就具体的地理标志产品而言，在通胀中就是要正确区分其价格上涨的合理性与非合理性，保护合理的“涨”，压制非合理的“过涨”。因此，必须在政府严密的监控下，对地理标志产品制定不同的调控和支持政策，坚决打击和压制“过涨”的同时，还要利用好通胀的有利时机，支持“可以涨”，从而保护和调动农民生产积极性，增加市场供给，实现农民增收。

（二）价格秩序的规范应作为调控的重点

由于在生产和销售过程中，人工及农资费用占了很大的比重，对地理标志产品成本的最终形成至关重要，因此，调控的重点不应放在简单限制地理标志产品的价格水平方面，而应着重从以下几方面开展工作：一是组织引导农村劳动力有序流动，规范农村劳动力市场，出台农业生产用工指导价格。二是着力推广机械化生产，实现地理标志产品生产用机械化耕作代替人工耕作。三是重点监管农业生产资料的价格，坚决打击诸如乱涨价等坑害农民的行为等。

（三）发挥好地理标志产品的价格引领作用

具有地理标志的农产品是品质和信誉的保证，其市场价格定位对消费者来说具有很强的说服力，通常情况下是完全能接受的。政府要充分利用好地理标志产品的这一市场特性，发挥其对市场价格的引导和稳定作用。在不断加大对地理标志产品宣传及监管力度的同时，积极引导其它农产品树立质量意识，促进产品质量监督制度的健全，努力打造农产品质量文化。即使在通胀情况下，只要产品价格“涨而不过”，市场就会给予消费者一个购买理由，这样就会形成和谐的价格局面，更好为“三农”服务。

参考文献：

①常青. 理性看待棉花价格上涨现象[J]. 价格理论与实践, 2010 (10)

②王小宁. 农产品价格上涨与通货膨胀的关系[J]. 价格理论与实践, 2010 (10)

③王寒, 陈通. 我国农产品地理标志发展现状与分析[J]. 西安电子科技大学学报, 2008 (7)