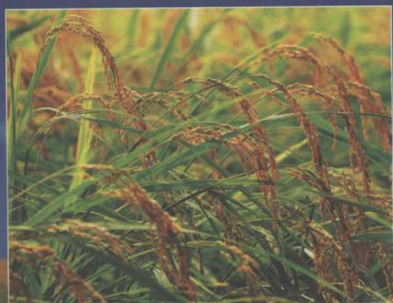


周荣荣 著



农产品 的国际竞争力分析及对策研究

中国矿业大学出版社

China University of Mining and Technology Press

农产品的国际竞争力分析 及对策研究

周荣荣 著

中国矿业大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

农产品的国际竞争力分析及对策研究/周荣荣著.
徐州:中国矿业大学出版社,2005.6
ISBN 7-81107-071-5

I. 农… II. 周… III. 农产品—国际市场—市场
竞争—研究—江苏省 IV. F323.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第059319号

书 名	农产品的国际竞争力分析及对策研究
著 者	周荣荣
责任编辑	朱明华
责任校对	齐 畅
出版发行	中国矿业大学出版社 (江苏省徐州市中国矿业大学内 邮编 221008)
网 址	http://www.cumtp.com E-mail: cumtpvip@cumtp.com
排 版	中国矿业大学出版社排版中心
印 刷	徐州中矿大印发科技有限公司
经 销	新华书店
开 本	850×1168 1/32 印张 9.75 字数 253 千字
版次印次	2005年6月第1版 2005年6月第1次印刷
印 数	1~2100册
定 价	30.00元

序

竞争从来没有像今天这样受到学者、企业家、政府及整个社会的关注。竞争也从来没有像今天这样决定着一个国家和企业的命运。

21 世纪进入了一个以经济全球化、信息网络化为特征的全新世纪。中国加入 WTO 后,竞争已跨出国门,在全球范围内展开。面对国际、国内两种资源和两个市场的激烈竞争,中国既有机遇,也有挑战,一方面发达国家的产品、技术、资本将更加方便地进入中国市场,另一方面中国在加快对外贸易发展的进程中也面对日益森严的技术贸易壁垒的挑战,绿色贸易保护已成为当今国际贸易的新趋势。

农产品在我国对外贸易出口中占有重要的地位,2004 年全国农产品进出口贸易总额达到 400 亿美元,贸易品种已拓展到几乎所有农产品种类,交易范围已遍及世界农产品主要贸易区。因此,在这样一个国际大环境下,如何实现我国经济的可持续发展,特别是如何发挥我国农业的比较优势,推进体制及机制创新,提高我国农产品的国际竞争力,已成为摆在我们面前的重要课题。

《农产品的国际竞争力分析及对策研究》一书,是作者在长期从事相关经济、贸易理论研究和农村经济工作实践的基础上,紧密结合当前国内、国际农业发展的新形势,运用经典的竞争理论、比较优势理论,采取实证分析的方法、建立数学模型方程的方法等,应用大量的详实调查数据,从竞争力的经济学意义、企业和产业与

国际竞争力、农产品国际竞争力构成的关联以及从我国重点是江苏省农产品安全质量现状、出口创汇情况、国际综合竞争力构成等方面入手,对如何使我国农业真正走向世界等做了非常有意义的探索。相信这部著作的出版,会对我国从事农产品进出口贸易的企业家、政府管理部门及研究学者具有重要的参考指导作用,对加快我国农业的国际化,提高农产品的出口竞争能力,发挥积极的作用。

江苏省人民政府:



2004年12月于南京

前 言

改革开放二十余年来,我国农业及农村经济取得了举世瞩目的成就。农产品由长期短缺走向结构性、阶段性过剩,市场约束加大,农业发展进入新阶段。与此同时,随着经济的发展,人们对农产品的需求出现了多样化、营养化、健康化、专业化的趋势。2001年我国加入WTO后,农业又面临着融入世界农业这样一个新形势。如何提高农业的比较效益,提高农产品的国际竞争力,满足国内市场对农产品更高层次的需求,扩大农产品出口,冲破国际上的技术贸易壁垒,实现农业增效、农民增收,农业及农村经济的持续、快速、健康发展,已成为摆在我们面前亟待解决的重要问题。

我国农业长期以来仅仅重视数量型的增长,而以粗放型经营推动农业经济的增长,即以单一追求数量的增长、高投入、高消耗的模式实现,低效益、低质量的运行。这使得我国农业在封闭运行的状态下,农产品的安全质量水平低,农业标准化程度低,难以融入世界市场,应对国际、国内市场的挑战。

本专著是作者进入南京大学博士后流动站的重点研究课题,是在系统经济理论的指导下,经过对农业及农村经济发展较长时期的调查研究基础上,特别是面对农业发展进入新阶段及我国加入WTO的新形势下,如何提高农产品质量及竞争力这样一个农业发展的核心问题,从理论与实践方面进行的探索性研究成果。作者用相关竞争理论、比较优势理论对竞争的实质、相关构成要素及理论指导意义,进行了系统的阐述。并且用大量调查数据,对江苏省主要农产品成本进行典型实证剖析,并从大力推进农业结构的

战略性调整,实行农业产业化经营等方面,提出了全新的提高农产品国际竞争力的主要实现途径及配套措施。

本书的主要内容结构为:第一部分主要是竞争理论综述,包括了竞争理论及卫·李嘉图、亚当·斯密等著名经济学家的比较优势理论及其指导意义,竞争与企业竞争力、竞争与品牌竞争。第二部分阐述了农产品竞争力的构成,我国出口农产品的现状及其对出口农产品的影响,技术贸易壁垒对竞争力的影响,出口农产品的竞争分析等方面情况;第三部分运用国际比较先进的方法,出口成本、资源成本、出口比重法对我国并重点对江苏省农产品的竞争力进行了剖析,并对主要农产品的生产成本进行了国际比较;第四部分为依靠提高农产品国际竞争力的对策措施,重点从法律政策保障及调整优化农业结构,依靠科技等几个方面,提出了提高农产品质量及竞争力的有效措施及途径。

本书的创新之处:在理论探讨方面运用波特等竞争理论及比较优势理论对企业、产品的国际竞争力、农产品核心竞争力进行了分析,并运用国际比较先进的方法,像出口成本法、资源成本法、出口比重法与实证法分析相结合,从生产成本、生产消耗等角度对我国并重点对江苏省农产品竞争力进行了国际比较剖析,提出了较新的提高农产品竞争力的观点和有效途径。

作 者

2005 年 5 月

目 录

1 竞争理论	(1)
1.1 垄断竞争理论	(1)
1.2 波特的竞争理论	(8)
2 比较优势理论	(20)
2.1 亚当·斯密的绝对优势理论	(20)
2.2 李嘉图的比较优势理论	(22)
2.3 哈伯勒的比较机会成本理论	(26)
2.4 赫克歇尔—俄林的生产要素禀赋理论 (H-O 理论)	(27)
2.5 比较优势理论的指导意义	(29)
3 竞争与国际竞争力	(31)
3.1 竞争	(31)
3.2 企业竞争	(38)
3.3 企业竞争力	(40)
3.4 中国企业的竞争和联合	(42)
3.5 国际竞争力	(50)
3.6 企业、产业竞争力与国际竞争力	(52)

4 企业竞争力的标志	(55)
4.1 “消费者剩余”是企业竞争力的本质内涵	(55)
4.2 品种以新制胜是企业竞争力的前提	(56)
4.3 质量以优制胜是企业竞争力的核心	(58)
4.4 价格以廉制胜是企业竞争力的关键	(59)
4.5 经营以信制胜是企业竞争力的保证	(61)
4.6 服务以诚制胜是企业竞争力的灵魂	(62)
5 品牌与竞争力	(64)
5.1 名牌是企业永恒的竞争力	(64)
5.2 关于品牌和名牌	(69)
5.3 品牌时代已经到来	(76)
5.4 品牌价值的形成	(80)
5.5 名牌发展的战略	(86)
5.6 关于品牌的误区	(100)
5.7 努力提高中国品牌的竞争力	(102)
6 农产品国际竞争力的构成	(104)
6.1 农产品国际竞争力的构成要素	(104)
6.2 我国农产品国际竞争力的现状分析	(106)
6.3 影响我国农产品国际竞争力的因素	(109)
7 我国农产品质量的现状及特点	(114)
7.1 农产品质量的现状	(114)
7.2 江苏省的农产品质量现状	(114)
7.3 农产品安全质量现状	(116)
7.4 农产品出口创汇的现状	(122)

8 技术贸易壁垒及对竞争力的影响	(131)
8.1 技术性贸易壁垒的机理	(131)
8.2 技术性贸易壁垒与关税壁垒、 进口配额制等的差异	(134)
8.3 技术性贸易壁垒的政策效应	(136)
8.4 技术性贸易壁垒对我国农产品出口的影响	(140)
 9 农产品的区域比较优势测定及优化	 (153)
9.1 现有的产品比较优势指数测定方法及评述	(153)
9.2 改进的综合比较优势指数法及数据处理	(160)
9.3 江苏省农产品区域优化研究模型的建立	(162)
9.4 江苏省各地区主要农产品 优化布局模型的研究	(168)
9.5 价格变动的敏感性分析	(184)
 10 我国农产品的竞争力分析	 (185)
10.1 农产品生产成本的主要分析方法	(185)
10.2 主要农产品生产成本的国际比较	(192)
10.3 主要畜产品生产成本的国际比较	(198)
10.4 水果和蔬菜价格及成本的国际比较	(201)
10.5 基本结论和政策建议	(203)
10.6 江苏省主要农产品生产成本的特点	(205)
 11 粮食安全及农产品需求预测	 (214)
11.1 粮食安全问题的提出	(214)
11.2 粮食安全评价的标准	(215)
11.3 中国粮食供求安全预测	(217)
11.4 构建粮食安全保障体系	(230)

12 提高农产品国际竞争力的对策	(232)
12.1 依靠法规制度保障,提高农产品质量水平	(232)
12.2 依靠科技进步,提高资源的利用效率	(235)
12.3 实施优势农产品竞争力提升行动	(242)
12.4 推进农业结构战略性调整, 提高农产品的质量	(258)
12.5 推进农业产业化经营,提高农产品的竞争力	(273)
12.6 冲破技术性贸易壁垒,提升农产品竞争力	(288)
12.7 创新我国出口农产品经营体制, 提升农产品竞争力	(290)
参考文献	(294)

1 竞争理论

竞争是市场经济发展的根本动力,提高竞争力是作为市场主体的企业发展的必然追求。随着全球经济一体化加速,国际竞争已是无法回避。竞争既是市场经济发展的必然产物,又是促进市场经济进一步发展的动力。在社会生产力高度发展的情况下,企业集团作为一种高级型态的经济组织形式、市场竞争的主体,一方面是现代企业为增强竞争力而进一步发展的产物,另一方面是规模巨大的企业充分发挥垄断优势的产物。美国著名经济学家、诺贝尔经济学奖获得者乔治·斯蒂格勒(George J. Stigler)在《通往垄断和寡占之路——兼并》的论文开篇就说:“一个企业通过兼并其竞争对手的途径成为巨型企业是现代经济史上的一个突出现象”,“没有一个美国大公司不是通过某种程度、某种方式的兼并而成长起来的,几乎没有一家大公司主要是靠内部扩张成长起来的”。在国际市场激烈竞争的条件下,企业集团的形成和发展,使竞争和垄断的辩证关系展现得更为充分:对内的垄断正是为了加强对外的竞争,对外的竞争即要内部联合起来。为了科学地揭示竞争的本质,对企业从竞争走向垄断的历程进行理论考察,提高产品的国际竞争力具有特别重要意义。

1.1 垄断竞争理论

竞争是经济理论研究的重要内容,垄断竞争理论与企业竞争理论是为了回答“是什么力量驱动着一个产业中的竞争?竞争者将

会采取什么行动?一个产业将如何演进?”这样一些现实问题而形成的。20世纪开始,随着生产日趋集中,企业规模不断扩大,垄断、寡头垄断的格局已经是西方发达国家中的普遍现象。卡特尔、托拉斯等垄断组织和形式也有了相当的发展,以完全竞争的市场为基本前提的新古典经济学理论在解释垄断条件下生产和价格决定等问题上基本失效,于是引发了有关“马歇尔冲突”的一场理论争论。英国和美国的经济学家针对竞争和垄断的关系,对产业组织的实际状况进行了大量的调查分析和理论研究。1933年,美国哈佛大学教授张伯伦(E. H. Chamberlin)和英国剑桥大学教授琼·罗宾逊(J. Robinson)几乎同时出版了各自的专著《垄断竞争理论》和《不完全竞争经济学》,提出了所谓垄断竞争理论,用来解释市场结构的变化,进而分析其对整个经济运作效率的影响。

1.1.1 琼·罗宾逊的“不完全竞争经济学”

琼·罗宾逊认为应该根据垄断分析来论述整个的价值理论,在概念的定义上,特别是在垄断与竞争之间的中间状态定义上,琼·罗宾逊的“不完全竞争”是一个很松弛的概念,实际上她把完全竞争以外的一切市场形态都包括在其中,而完全竞争与不完全竞争区分的标志是个别厂商的需求曲线的形态。如果个别厂商的需求曲线具有无限弹性,即呈水平状,就存在完全竞争。这意味着卖者如此之多,以致任何一个卖者的产量变动对商品总产量的影响小得可以不计,因而,单个卖者不能影响市场价格,而只能接受市场价格,而且买者在选择竞争的卖者方面是一视同仁的。除此之外,个别厂商的需求曲线向右下方倾斜的情况都属于不完全竞争。琼·罗宾逊用垄断来表述各种不完全竞争的情况,各种市场形态都由需求曲线弹性大小加以笼统的讨论,而不作具体的区分。

琼·罗宾逊侧重于分析纯粹垄断市场形态。当代西方经济学界对琼·罗宾逊的垄断经济学说最为推崇的是其运用边际分析法的方法特色。她继承了库尔诺运用边际概念对垄断均衡进行几何

图形分析的方法,并大大扩展了它的运用范围。该方法不仅运用于价值分析,而且运用于成本、效用、收益、生产要素的生产力等各种概念的分析;不仅运用于纯粹垄断市场形态分析,而且运用于其他市场形态,包括完全竞争市场形态分析。在具体内容上,琼·罗宾逊的价值分析包含了两个部分:卖方垄断,即卖的原理;买方垄断,即买的原理。买不是指商品的购买,而是指生产要素的需求和购买。她不仅分析买方垄断的均衡问题,而且还分析了买方垄断者对劳动的剥削问题。琼·罗宾逊所研究的内容是相当广泛的。她强调和重视“边际收入”以及“边际收益等于边际成本”的原则,并且认为这一原则无论对买方垄断、卖方垄断和完全竞争都同样适用。这对于从事现代厂商经济活动动力机制的分析,以及加强现代企业的管理,都能发挥较大的作用。

1.1.2 张伯伦的“垄断竞争论”

张伯伦特别注重分析现实的市场关系,其所提出的一些概念和观点成为现代产业组织理论的重要来源。他对市场形态作了绝妙的分类,把市场划分为从完全垄断到独家垄断的多种类型,总结了不同市场形态下价格的形成和作用特点;他还着重分析了垄断竞争、同类产品的生产者集团、企业进入和退出市场、产品差别化、过剩能力的竞争等问题。总之,张伯伦关于垄断竞争理论的总的观点可以这样表述:实际存在的任何市场都具有垄断因素,这类垄断因素是由产品的差异造成的;垄断竞争市场的垄断因素使企业对其产品的价格具有某种控制能力,不管这种控制能力是如何微小,市场的垄断因素的大小与产品替代性的大小均成正比。另外,张伯伦认为销售成本是为了改变产品需求曲线的位置和形态而支出的费用,他特别强调销售成本对需求曲线的影响。

张伯伦的理论确定了他在西方经济学史上的历史地位。首先他放弃以马歇尔为主要代表的“新古典经济学”关于“纯粹竞争”的传统假定,把“纯粹竞争”和“垄断竞争”看做是两个极端的特殊情

况,致力并完成了对更普遍的垄断竞争现象的研究,推动了西方经济学理论的发展;其次,张伯伦通过对“垄断竞争”和“纯粹竞争”的比较分析,得出结论:在“垄断竞争”条件下,成本和价格比“纯粹竞争”条件下高,生产规模比“纯粹竞争”条件下小,这就指出了垄断组织对社会经济效率实现的不利影响;最后,在一般容易为西方经济学家所忽视的情况下,张伯伦独创地提出了“销售成本”问题,论述了它“创造需求”和“增加需求”的功能,以及它与垄断竞争下价值理论的关系,这在世界贸易和国际经济日益发展、流通销售和信息职能日益受到重视的今天,尤其具有现实意义。

1.1.3 寡头垄断论

早期寡头垄断论主要是由库尔诺和埃奇沃思提出的,尔后到20世纪30年代由张伯伦和斯威齐发展。按照西方微观经济学的解释,寡头垄断是垄断的一种,它是指在一个市场上由少数几家厂商供给产品,他们各占有较大的市场份额,这些厂商就被称之为寡头。西方发达国家中的汽车工业、钢铁工业等行业的产品市场,通常被认为是典型的寡头垄断市场。

美国著名经济学家萨缪尔森把寡头分为两种类型:第一,寡头可以是生产完全相同的(或几乎是完全相同的)产品的几个卖者;第二种寡头的典型事例是几个卖者出售有差别的(而不是完全相同的)产品。在当代西方经济学家看来,寡头垄断最重要的特点是:①寡头垄断公司为数很少;②生产规模巨大(相对于整个市场的规模而言);③在寡头市场上,公司之间相互依存;④设立了阻止新的竞争者进入市场的障碍。寡头垄断市场下的价格不是由市场供求关系决定的,而往往是由寡头们通过协定或默契而制定的,因而这种价格又称之为管理价格或操纵价格。其中最常见的一种寡头定价制度是“价格领袖制”,即由某一行业中最大的厂商或最有影响力的厂商先制定价格,或与同行业的其他企业商量后制定价格,价格一经制定,同行业全都遵从,一般不会轻易变动。寡头之间

经常共同达成确定产量和价格、分配市场销售份额等协议。这些协议并不是一成不变的,一旦市场环境发生变化,或寡头们之间矛盾加剧,就需要重新订立新的寡头协议。从西方发达国家的历史来看,寡头垄断市场往往是通过卡特尔、辛迪库、康采恩等方式发展起来的,寡头垄断市场的形成和发展,标志着西方发达国家由自由竞争阶段到垄断竞争阶段的转换。

第二次世界大战后,西方经济学家将博弈论导入寡头理论,建立起新的博弈说寡头模型。在这方面,美国经济学家纽曼和摩根斯坦于1944年出版的《博弈论和经济行为》一书起了开拓性作用。博弈论所研究的是相互竞争的个人或社团的决策行为。博弈论的基本要素有:博弈者、博弈规则、博弈清偿、博弈信息条件。20世纪80年代初加拿大经济学家布兰德及其美国合作者斯潘寒发表了一系列论文讨论在寡头市场条件下的贸易和产业政策。

1.1.4 抗衡力量论

“抗衡力量”是美国经济学家加尔布雷思于20世纪50年代初期提出来的。这一理论和张伯伦的“垄断竞争”理论不同,它承认在现代市场中,占统治地位的是拥有为数不多的销售者的典型市场,即寡头市场。这种寡头市场和前面所说的“寡头垄断”也有些不同,它具有一定程度的垄断权力,能够控制垄断价格,从而获得一定的垄断利润。在加尔布雷思看来,虽然资本集中在为数不多的大公司手中,但并不因此而导致垄断,因为正是这一集中过程引起了对立的、中和的、抗衡的力量——工会组织、合作社、连锁商店、买方与卖方的大公司等。他们为了保护自己不受损害,组织反击性的议价力量,以“钳制”、“抵销”、“中和”寡头的垄断权力,并分享这些寡头的一部分垄断利润。因此,寡头市场并没有害处,不仅不会产生垄断,反而可以利用它的规模化大生产的优越性来为社会谋利益。总之,“抗衡力量”不仅使联合公司不成为垄断组织,而且能取代竞争成为“市场的调节者”。或者说,由于“抗衡力量”的出现,现代西方

社会既摆脱了垄断统治,又消除了竞争的破坏作用。显然,加尔布雷思的“抗衡力量论”是错误的。实际上,正如马克思早在 1847 年《哲学的贫困》一书中指出的:“垄断产生着竞争,竞争产生着垄断。垄断资本家彼此竞争着,竞争者逐渐变为垄断资本家。”垄断并不排除竞争,恰恰相反,它使竞争更加尖锐化和复杂化。

1.1.5 垄断优势理论

垄断优势理论是最早研究对外直接投资的独立理论,是由美国经济学家海默在 1960 年首先提出的。海默认为,美国企业拥有的技术与规模等垄断优势,是美国能够在国外进行直接投资的决定因素。垄断优势的产生在于美国企业控制了技术的使用以及实行水平一体化与垂直一体化经营。海默的理论得到了他的导师金德伯格的支持,西方学者将他们的理论分析称为“海默—金德伯格传统”。他们认为,厂商利用其占有的产业组织或结构优势,在国外投资,使其享有额外经济利益,也就是说厂商可利用先进技术和科学管理等资产,利用专利权的保护,在世界市场上享有优越的竞争地位,取得高额利润。此类优势主要包括规模经济、独占技术、产品差异以及管理技能、市场独占地位、资金雄厚等。

垄断优势理论是在批判传统国际资本流动理论的基础上形成的。海默认为,传统国际资本流动理论认为国际资本流动的原因在于各国利率的差异,它不能说明二战后发达国家企业对外直接投资以及发达国家之间相互直接投资。美国企业控制国外经营的愿望是他们对外直接投资的主要动机。对国外经营的控制不是为了利用他们的各种资产,而是为了消除东道国内企业竞争的行动。同时,直接投资往往并不同时发生资本的实际流动,投资者可在当地资本市场筹款,投资形式可以实物形态进行,或以利润再投资的形式进行,这些都没有发生通过外汇市场或资本市场的资本流动。而且发达国家之间的相互直接投资,也并不是从资本富裕国向利率高的资本稀缺国流动。