

Kunjing Yu Chulu

Henansheng Nongchanpin Guoji Jingzhengli Yanjiu

困境与出路： 河南省农产品国际竞争力研究

薛选登 高晓燕 著



中国社会科学出版社

Kunming Yu Chulu

Henansheng Nongchanpin Guoji Jingzhengli Yanjiu

困境与出路： 河南省农产品国际竞争力研究

薛选登 高晓燕 著



中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

困境与出路: 河南省农产品国际竞争力研究/薛选登、高晓燕著.
—北京: 中国社会科学出版社, 2013. 11

ISBN 978 - 7 - 5161 - 3799 - 4

I. ①困… II. ①薛… ②高… III. ①农产品—国际竞争力—
研究—河南省 IV. ①F323. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 310217 号

出 版 人 赵剑英
责任编辑 王 曦
责任校对 孙洪波
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 (邮编 100720)
网 址 <http://www.csspw.cn>
中文域名: 中国社科网 010 - 64070619
发 行 部 010 - 84083635
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印 装 北京君升印刷有限公司
版 次 2013 年 11 月第 1 版
印 次 2013 年 11 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 13
插 页 2
字 数 231 千字
定 价 48.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
电话: 010 - 64009791
版权所有 侵权必究

河南省高等学校哲学社会科学优秀著作资助项目和
河南科技大学著作出版基金资助出版

序 言

具有伟大历史意义的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》提出：我国必须“构建开放型经济新体制”，“适应经济全球化新形势，必须推动对内对外开放相互促进、引进来和走出去更好结合，促进国际国内要素有序自由流动、资源高效配置、市场深度融合，加快培育参与和引领国际经济合作竞争新优势，以开放促改革。”建立在国际分工基础上的国际市场，合作竞争是它运行的主旋律。粮食及其他农产品是特殊的商品，它参与世界市场的竞争是互换有无的需要，也是提升农业竞争力的重要途径。河南是农业大省、粮食大省，面临着国内、国外的双重竞争压力，提升农产品国际竞争力具有更为深远的意义。河南省农产品生产要素丰富，是我国重要的农产品产区，尤其是2011年中原经济区上升为国家战略，明确提出中原经济区要建设成为我国重要的粮食生产和现代农业基地，巩固和提升其在保障国家粮食安全中的重要地位，这为河南农业发展提供了良好机遇，同时也对河南农业发展提出了严峻挑战。作为一个农业大省，提高农产品的国际竞争力不仅是为了扩大优势农产品的出口，同时也是为了应对开放的国际环境对国内农产品市场的冲击，是促进本区域农业现代化的一大动力。

近年来，在经济全球化背景下，围绕着如何提升本国的产业竞争力，各地政府、学者在理论和实践方面开展了大量探索研究。在理论基础方面运用最为广泛的是经济学中的比较优势理论和迈克尔·波特的竞争优势理论；从实践看，20世纪70年代，美国最早进行国际竞争力的实证研究，在评价体系 and 指标的研究上则以世界经济论坛的年度《全球竞争力报告》和瑞士洛桑国际管理学院的《世界竞争力年鉴》最为著名。我国国内开展国际竞争力的研究始于20世纪80年代后期。从1996年开始，国家体改委经济体制改革研究院、中国人民大学和深圳综合开发研究院组成了中国国际竞争力研究组，运用WCY的理论和方法对中国国际竞争力进行研

究，并连续3年出版了《中国国际竞争力发展报告》，全方位介绍了我国各产业国际竞争力的世界排名，并据此分析了我国国际竞争力的现实状况。加入WTO前后，农业和农产品的国际竞争力成了学术界讨论的热门话题。许多学者就我国农业和农产品国际竞争力问题做了深入的研究，提出了很多具有针对性的对策和建议。近两年来，随着农产品市场的逐步开放，许多学者针对当前国内市场国际化、国际市场国内化的现状，专门研究提升各个省份农产品国际竞争力的对策和措施。

从目前现有的研究来看，虽然国内学者在这方面的研究成果很多，单独就产品国际竞争力的研究还不够成熟，仍然缺乏系统的、完善的评价指标体系，在研究方法上也存在较大的分歧，至于对河南农产品国际竞争力的系统研究就更少了。

喜闻薛选登同志出版《困境与出路：河南省农产品国际竞争力研究》一书，甚感欣喜，河南农业的振兴需要理论的强有力支持，薛选登同志长期从事农产品贸易以及产业竞争力方面的教学与研究工作，经过多年的研究，积累了大量的资料和数据，先后主持完成与农产品竞争力有关课题近10项，在《经济纵横》、《统计与决策》等重要期刊发表相关论文10余篇，提出了自己的新颖、深刻见解，现通过整理出版《困境与出路：河南省农产品国际竞争力研究》一书，该书汇集了其多年研究成果，凝聚了其多年潜心研究的结晶，丰富和完善了这方面的研究，定会为政府、企业决策提供重要参考。该书具有以下几个方面的特点。

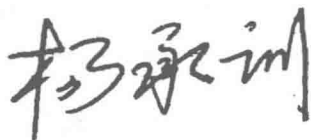
资料丰富翔实。该书收集了2001—2010年10年来，河南及13个粮食主产区主要农产品生产、贸易的相关数据，数据不仅包括纵向的有关河南农产品有关资料，而且还包括横向的。近年来河南主要粮食产品、畜牧产品、园艺产品的资料数据，不仅有农产品生产数据，而且还包括农产品进出口有关数据，翔实的资料为研究的开展提供了充分的基础。

研究分析方法新颖。该书在研究过程中，选择黑龙江、吉林、辽宁、内蒙古、河北、山东、河南、安徽、湖南、湖北、江苏、江西、四川等13个粮食主产区省份作为样本，进行对比分析。13个粮食主产区的农产品生产占全国农产品总产量的75%以上，它们的生产状况基本反映了我国农产品的竞争力水平，河南是我国传统粮食主产区之一，目前关于13个粮食主产区的粮食生产、转移支付等相关研究较多，但是对13个粮食主产区农产品国际竞争力研究的文献还较少，尤其是对河南农产品国际竞

竞争力研究方面,把河南农产品国际竞争力放在粮食主产区进行研究,更能够发现河南农产品竞争力的优势和劣势,找到差距、分析原因,借鉴经验,提出对策。

该书构建了河南省农产品国际竞争力的模型框架以及评价指标体系。目前关于河南省农产品国际竞争力研究运用的指标主要有国际市场占有率、出口贡献率、TC 指数、出口增长优势指数、RCA 指数、显示性竞争优势指数(CA)、出口依存度等指标,这些指标从不同角度对河南农产品进行了分析,但各指标都不同程度地存在一些不足。为了准确测定河南农产品国际竞争力,本书在研究过程中,运用了主成分分析法和聚类分析,通过 SPSS 软件按累计贡献率提取主成分,确定各指标的权重,以消除各评价指标之间的相互关系,最终对所提取的主成分进行讨论和分析,在此基础上构建了河南省农产品国际竞争力的模型框架以及评价指标体系,对河南农产品国际竞争力进行比较分析,虽然该研究方法已经在许多研究中使用,但把它运用在河南农产品国际竞争力研究上,选用 13 个粮食主产区作为比较对象,在该类问题研究中尚未出现。

“百丈竿头不动人,虽然得入未为真。百尺竿头须进步,十方世界是全身。”(宋·释道原《景德传灯录》)在该书即将出版之际,衷心希望薛选登同志在未来的研究中“败而不馁、胜而不骄”,在科学探索的领域继续取得新的成绩。



2013 年 10 月 10 日

目 录

第一章 绪论.....	1
第一节 研究背景.....	1
第二节 选题意义.....	3
第三节 国内外研究综述.....	5
第四节 研究内容和方法	19
第五节 研究技术路线	21
第二章 国际竞争力理论综述	23
第一节 传统贸易理论	23
第二节 新贸易理论的发展	26
第三节 产业组织理论与企业战略管理	33
第四节 比较优势和竞争优势的关系	39
第五节 农业与食品产业的国际竞争力理论	40
第三章 农产品国际竞争力的内涵和评价指标体系	43
第一节 国际竞争力的内涵	43
第二节 影响农产品国际竞争力的因素	45
第三节 农产品国际竞争力评价指标体系	49
第四章 河南省农产品对外贸易现状	56
第一节 河南农产品生产概况	56
第二节 河南省农产品贸易情况	61

第五章 河南省农产品国际竞争力实证分析	70
第一节 评价方法和评价指标的选择	70
第二节 基于主成分分析的实证研究	76
第三节 基于聚类分析的实证研究	83
第四节 河南省出口农产品国际竞争力的动态分析	87
第五节 河南省不同种类农产品国际竞争力分析	88
第六章 河南省农产品国际竞争力影响因素分析	93
第一节 影响农产品国际竞争力的直接因素	93
第二节 间接因素	102
第七章 提升河南农产品国际竞争力国际经验借鉴	114
第一节 美国提高农产品国际竞争力的经验	114
第二节 日、欧农产品国际竞争力提升经验借鉴	119
第三节 巴西提升农产品国际竞争力经验借鉴	125
第四节 提升农产品竞争力国际经验借鉴	131
第八章 提升河南省农产品国际竞争力对策	136
第一节 实施名牌战略，提高农产品知名度	136
第二节 加强出口农产品质量安全体系建设	141
第三节 大力发展农产品深加工，扩大市场占有率	143
第四节 培育出口优势农产品，优化出口农产品结构	145
第五节 积极应对绿色贸易壁垒，促进农产品出口持续发展	147
第六节 培育农产品出口主体，壮大出口龙头企业	148
第七节 加大政府扶持力度	150
第九章 利用世贸规则，加大农业政策支持	152
第一节 世贸组织《农业协定》及有关规则	152
第二节 发达成员国农业国内支持政策	157
第三节 国外农业支持政策的调整	173
第四节 促进我国农产品出口的国内政策支持	179

参考文献·····	187
附录 与本书有关的其他研究成果·····	196
后记·····	197

第一章 绪论

第一节 研究背景

2004 年以来，中共中央连续十年颁发“中央一号文件”，虽然中央每年的“一号文件”侧重点有所不同，但都锁定在“三农”领域，这充分证明了“三农”问题在我国经济发展中的“重中之重”的地位，其最终目的就是要大力提高农业生产力，增强其竞争力。

农产品国际竞争力是在我国经济体制改革取得一定成果、农产品市场发生巨大变化，以及中国农产品市场日益融入全球市场的背景下提出的重要课题。加入世贸组织以后，国内外市场逐步接轨，我国农业所处的环境发生了重大变化，农产品面临更加激烈的竞争，竞争的手段和方式都有较大变化，农业的市场竞争由以国内竞争为主转向国内国际双重竞争，出现了国内农产品市场国际化和国内竞争国际化的新趋势。

河南是个农业大省，是我国的重要粮食生产基地。河南不仅是全国重要的优质农产品生产基地，也是全国重要的农副产品生产加工大省，在全国的农业生产中具有重要地位。改革开放以来，河南农业和农村经济蓬勃发展，农业综合生产能力大幅度提高，农产品产量持续上升，产品质量不断提高，粮、棉、油等主要农产量均居全国前列。尤其是近年来，河南粮食总产量连续居全国之首，占全国十分之一强，夏粮产量更是占全国四分之一强。同时，河南也是我国的重要农产品出口基地，自 2001 年加入世贸组织以来，河南农产品出口金额快速增加，农产品出口结构不断优化，市场开拓能力日益增强，农产品出口工作取得了显著成绩，农产品出口金额已从 2001 年的 2.02 亿美元增加到 2010 年的 8.92 亿美元，年均增长 32.4%，国外市场正渐渐成为河南农产品重要的销售出路，农产品出口也

逐渐成为农民增加收入的重要来源。从产量上看,河南省的农产品并不处于弱势。许多粮食产量均居全国第一位,畜禽饲养量、畜产品占全国的1/10,规模以上企业产值排在全国第二位。但从出口量上看,河南省的农产品在全国范围内的地位却与产量不大相称。以食品农产品为例2008年,全国食品农产品出口金额366亿美元,河南出口4.9亿美元,仅占全国的1.3%。与周边省份相比,差距也不小。山东2008年出口食用农产品137.4亿美元、浙江33.5亿美元、湖北6.4亿美元,甚至2009年河南粮食出口几乎为0。

人世给河南农产品出口带来巨大机遇的同时,也对河南农产品出口带来巨大的挑战。目前,河南省农产品出口工作在取得巨大成绩的同时,仍存在许多薄弱环节,农产品出口现状与河南农业大省的地位不相称,与经济快速发展不同步。一方面,河南省农产品贸易面临着巨大的竞争压力。从1992年乌拉圭回合谈判开始,特别是人世以来,我国农产品平均关税水平就逐步下调,中国农产品的关税已经从1992年的54%降至如今的15.23%,下降幅度达72%,而目前世界农产品关税的平均水平为62%。作为世界上农产品关税较低的国家,河南省的农产品贸易面临着巨大的压力。另一方面,农产品出口遭遇的壁垒越来越多。目前,国际上对出口农产品的质量要求越来越高,河南农产品的生产主要还是依赖小农生产这一方式,整体上看,对农产品质量的重视程度不够,忽略品牌、物流等非价格因素竞争,且农产品加工环节亦存在技术落后,缺乏有效的行业规范、行业标准,不具备有效的质量控制和认证体系等问题,最为严重亦最容易让国外竞争对手抓住机会的就是,河南对在农产品生产、加工中化工肥料以及农药的泛滥缺乏有效的控制,造成农产品各类化学药品指标超标问题。与国内这些现象形成鲜明对比的是,美国、欧盟、日本等发达国家和地区为保护本国农业,利用WTO《实施卫生与植物检疫措施协定》的许可,采取了一系列比以前更加严格的质量检测标准,增加各类贸易的技术壁垒,将河南省一些原本具有竞争优势的农产品拒之门外,此举对河南的农产品出口造成了巨大冲击,对河南省的农产品国际竞争能力形成严峻考验。

这些问题不仅直接影响到外向型农业企业的生存和发展,而且影响到农业生产发展和农民增收。因此,如何有效提升农产品的国际竞争力,增加农民收入,推动农村经济发展,是河南省经济发展面临的一个重要课题。

第二节 选题意义

河南有中国农业的共性，也有自己的优势与不足。河南要全面建成小康社会，要建成社会主义新农村，就必须大力发展现代农业，大力提升农业的国内和国际竞争力。因此，在我国加入 WTO 已经 10 余年的历史背景下，从河南省实际情况出发，选择适当的指标，全面、系统地研究河南农产品国际竞争力的现实状况，分析河南省的农产品国际竞争力的优势与劣势所在，寻求切实有效的方式，提高河南省农产品的国际竞争力，增加农产品的出口，对发展河南省农村经济，增加农民收入，实现和谐社会建设具有现实和深远的意义。

一 提高河南省农产品国际竞争力是适应经济全球化的必然要求

当前，经济全球化的进程不断加快，河南省的农产品不仅受到来自国内市场各个省份、地区产品的竞争，另一方面，我们更要面临国外大型企业、跨国公司的雄厚势力的威胁，面临国外优质、廉价产品的冲击。农业在我国一直是弱质产业，在出口方面，一直是靠国家的价格补贴和财政支持来促进出口。加入 WTO 以后，我国农业实行对外开放，中国履行了入世的承诺，不断降低农产品关税，实行市场准入等，有的农产品如肉类、水果等关税下降幅度为一半到三分之二，这些对河南农产品生产、销售带来巨大的压力。由于河南农产品总体质量偏低、安全水平不高，农业生产规模小、成本高，加之许多国家还保留高额农业补贴，河南农业面临的竞争形势空前严峻，农产品的竞争力不高已经严重影响河南省农业和农村经济的发展。如果我们不适时采取对策，提高农产品市场竞争力，对农业人口占 80% 的农业大省，农业经济的发展将会受到严重打击。为扭转这种局面，我们必须作出反应，千方百计提高河南农产品的国际竞争力，努力立足国内、国际市场，迎接来自各方的挑战。因此，只有提高农产品的市场竞争力，河南农产品才能在国际国内市场占有一席之地。

二 提高河南农产品国际竞争力是增加农民收入的重要途径

河南是个农业大省，“三农”问题是河南省当前经济发展中必须着力解决的重要问题，实现农产品与农民收入同步增长是现阶段农业发展的一项重要任务。提升农产品国际竞争力，扩大农产品出口是增加农民收入的

有效途径。当前河南省农产品生产已进入买方市场局面，在市场经济环境下，如何有效解决“卖难”，防止增产不增收的现象，从而挫伤农民生产积极性问题十分重要。而要实现增收，就必须搞活农产品流通，降低农产品生产成本和市场风险，改善农产品的质量，从而提高市场竞争力，不断扩大出口，把产品转化为商品，增加农民收入。当前农产品的竞争已经不再局限于国内的竞争，提升农产品国际竞争力，扩大农产品出口，不仅是应对国际竞争的需要，同时也是河南省发展农村经济、增加农民收入的迫切要求。

三 提高河南农产品国际竞争力是贯彻落实科学发展观的必然要求

提升农产品国际竞争力是贯彻落实科学发展观，创新发展模式，促进传统农业向现代农业转变的重要手段。目前，我国正在大力推进社会主义新农村建设、统筹城乡与社会协调发展。提升农产品国际竞争力是调整农村经济结构，转变经济增长方式，增加农民收入，推动农村经济科学发展的有效途径。近年来，农业部多次下发关于提升农产品竞争力的意见。为贯彻落实党中央、国务院关于“整合特色农产品品牌，支持做大做强名牌产品”和“保护农产品知名品牌”的要求，积极推进“农产品质量安全绿色行动”，提升农产品市场竞争力，促进粮食增产、农业增效和农民增收，国务院下发了关于进一步提升农产品竞争力、推进农业品牌化工作的意见。与此同时，各级省市党委和政府也积极响应中央号召，推出了一系列提升农产品市场竞争力的措施。以“长三角”为代表的东部地区提出的总体思路是：打造区域特色的农业强势品牌、提升农产品市场竞争力；以湖南为代表的中部地区提出的思路是：打造绿色品牌，提升农产品竞争力；西部各省也出台了一些与本地经济状况和特色相关的做法。作为农业大省的河南，当前面临着加快中原经济区建设的大好机遇，中原经济区作为全国“三化”协调发展示范区，如何在加快工业化、城镇化进程中保障国家粮食安全，推进农业现代化，率先走出一条不以牺牲农业和粮食、生态和环境为代价的“三化”协调科学发展路子，提升农产品国际竞争力是一条重要途径和措施。

同时，大力提升农产品国际竞争力也是统筹城乡发展、缩小城乡差别、构建和谐社会的重要途径。统计资料显示：河南城镇居民和农村居民的收入差距 2008 年是 2.56 倍，2009 年是 2.64 倍，2010 年是 2.66 倍。从宏观方面出发，要缩小城乡差距，统筹城乡与社会协调发展，就不但要

以“人口城镇化”为核心,促进城乡之间良性互动,而且要进一步改善农村基础设施条件,加快农村发展,提高农民的教育水平和劳动技能等。从微观的角度分析,一个有效的措施就是要提升农产品的市场竞争力,增加农民收入。因此,选择河南农产品国际竞争力的提升问题进行研究,无论是对于推进河南的社会主义新农村建设,改善农民生活现状,解决农村贫困问题,还是对于促进和谐社会构建,实现河南在中部的率先崛起等,都有着重要的现实意义和理论意义。

四 提高河南省农产品国际竞争力是实现农产品有效供给的需要

河南是农业大省,过去农业生产长期偏重于数量。当农产品短缺成为过去,农业生产从保障供给转向适应市场需求时,农业丰收已不能满足农民增收的需要。增加优质农产品的生产,提高农产品的竞争力成为农业发展的重要选择,其不仅有利于从整体上实现农产品品质和竞争力的提高,也有利于促进传统农业向现代农业转变,缓解农产品普遍供大于求的矛盾。随着经济社会的发展,人们对农产品的需求也开始从总量的需求转向质的需求,人们不仅仅需要物美价廉的产品,更注重产品的品牌、质量和环保。目前,一方面是河南农产品产量供过于求,另一方面是产品销不出去,缺乏适销对路的优质、绿色农产品,出现结构性供求失衡。提升农产品国际竞争力,不仅是适应现代社会人们的消费发展趋势,而且也是保证农产品有效供给的主要途径。

第三节 国内外研究综述

关于农产品国际竞争力问题的研究,长期以来一直是国外学者研究的热点。从1776年英国古典经济学家亚当·斯密在其著作《国富论》中提出“绝对利益学说”,人们就开始了相关研究,紧接着1817年大卫·李嘉图在其发表的《政治经济学及赋税原理》中提出了“比较利益学说”;到19世纪中叶英国的约翰·穆勒提出了相互需求学说,美国哈佛商学院教授迈克尔·波特提出竞争优势理论,这些研究都对当前的国际竞争力问题产生了较深的影响。近几年来,对如何提高农产品竞争力,许多国家进行了深入研究,采取了相应对策。如美国成立了农业部,其中一项重要职能就是对单个的农户由于缺乏市场信息而提供帮助;日本农水省为了遏制

外国农产品的大量涌入,保护本国农业,拟定提高农产品竞争力的“战略模式”;相对来说,农产品国际竞争力在我国研究起步相对较晚,只是到改革开放国家对粮食价格放开后,人们才开始关注相关问题,到我国加入WTO前后,达到高潮,农产品国际竞争力问题才逐步引起人们的重视。下面从国内外两个方面分别加以综述。

一 国外研究综述

由于发达国家的对外贸易比较发达、相关研究起步较早,因而国外对于农产品国际竞争力的研究比较多,尤其是近几年随着国际贸易的快速发展,关于农产品竞争力的相关研究较多。每个学者研究的方向和侧重点各有所不同,但总的来说,研究主要集中于三个方面:一是关于竞争力评价指标研究;二是关于各国农产品竞争力的实证研究;三是关于农产品竞争力的影响因素研究。

1. 关于竞争力衡量与评价指标的研究

由于竞争力是关于产品一种持续营利的能力,需要从量的方面进行测定,因此关于农产品国际竞争力评价指标和体系的研究,一直是人们关注的出发点。国外关于竞争力评价指标的研究,不同的学者从不同角度、不同侧重点提出了不同的评价体系。主要有:

Buckley等(1988)首次区分了三种不同的竞争力衡量的概念,即竞争力绩效(Competitive Performance)、竞争力潜力(Competitive Potential)和竞争力实现(Competitive Process)。竞争力绩效是指特定企业、部门或国家竞争力表现指标的衡量,可营利性和市场份额被认为是竞争力绩效的主导指标。竞争力潜力是对竞争力绩效来源的衡量。Boyle(2002)认为生产成本和部分生产力指标是竞争力潜力的重要衡量指标。竞争力实现是竞争潜力转换为竞争力绩效的机制。竞争力实现机制的衡量方法大多数本质上均为定性而非定量的。

Klaus Froberg、Monika Hartmann(1997)从理论上探讨了竞争力的比较衡量问题,也认为应该从竞争力事绩绩效和竞争力潜力两方面来衡量竞争力。对于竞争力事绩绩效构建了相对出口优势指数、相对进口优势指数、相对贸易优势指数、实际汇率和对外直接投资指标。对竞争力潜力则认为应该采用国内资源成本来衡量。

Larry Martin、Randall Westgren和Erna van Duren(1991)提出了两个衡量和监测竞争力的概念:利润和市场份额。他们认为,竞争力评价必须

要进行比较。利润以增加值指标表示,市场份额以净出口比重指标表示。

Joseph C. Salvacruz (1996) 采用国内市场份额、国际市场份额获利指数和出口比重三种竞争力衡量方法,比较了美国和东盟成员国在世界农产品市场上的竞争力。结果表明,美国的竞争力保持稳定而东盟成员国的竞争力波动较大,但近五年保持着快速增长趋势。

Marvin Hayenga、David Seim 等 (1998) 详细对比分析了美国、丹麦、荷兰、加拿大猪肉出口的竞争力,以猪肉生产成本和加工成本所构成的总成本来衡量竞争力。

与其他文献通过构建指数来衡量竞争力不同, Jane L. Hsu、Joyce J. Warm (2001) 通过市场调查方法来考察美国水果在中国台湾市场的竞争力,该调查针对包括购物中心、超市、水果店、水果摊贩在内的水果零售商和消费者。调查表明,无论对零售商还是消费者,进口的美国水果在台湾市场比当地水果更具竞争力。

F. S. Thorne (2005) 考察了 1996—2000 年欧盟成员国谷类产品竞争力。选定营利性衡量竞争力绩效,选择生产成本、产值和部分生产力指标,包括小麦产出力、土地生产力和劳动生产力用于衡量竞争力绩效的可能来源(潜力),考察发现,英国、爱尔兰和法国生产力水平高于竞争国丹麦、德国和意大利。若考虑营利性,自有资源的机会成本对欧盟谷类产品竞争力产生了主要影响。尽管意大利的会计成本最低,但意大利包括机会成本的经济成本最高。营利性具体用三个指标表示:总产值中的成本比重、每 100 公斤的成本、每公顷总成本。

Maria Sassi (2006) 构建了竞争力指数,该指数以总劳动增加值,除以总劳动力的比率所代表的劳动生产力表示。依此指数,对比考察了欧盟 15 国 170 个地区农业竞争力和农业创新、差异化等之间的关系。

Christian Fischer 和 Sebastian Schornberg (2007) 实证对比考察了欧盟 13 个国家 1995—2002 年食品和饮料制造业的竞争力。构建了一个多维综合的产业竞争力指数,该指数涵盖了营利性、生产力和产出增长,这一指数方法使得相对竞争力能在产业、国家之间横向和纵向比较。

Krijn J. Poppe、Jo H. M. Wijnands、Bemd M. J. van der Meulen 和 Harry J. Bremmers (2007) 基于国际经济学方法提出了五个衡量竞争力的指数:特定产业实质增加值的增长、Balassa 指数的增长、出口占世界市场份额的增长、劳动生产力的增长、整个经济实质增加值的增长。他们基于这五