

河南大学经济学学术文库

A STUDY ON THE DEVELOPMENT OF FOOD
INDUSTRY IN CPER

中原经济区食品工业发展研究

李保民 主 编



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

河南大学经济学学术文库

中原经济区食品工业发展研究

李保民 主 编



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

中原经济区食品工业发展研究/李保民主编. —北京:社会科学文献出版社, 2014. 11

(河南大学经济学学术文库)

ISBN 978 - 7 - 5097 - 6780 - 1

I. ①中… II. ①李… III. ①食品工业 - 工业发展 - 研究 - 河南省 IV. ①F426. 82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 267630 号

· 河南大学经济学学术文库 ·

中原经济区食品工业发展研究

主 编 / 李保民

出 版 人 / 谢寿光

项目统筹 / 恽 薇 陈凤玲

责任编辑 / 陈凤玲 于 飞

出 版 / 社会科学文献出版社·经济与管理出版中心(010)59367226

地址: 北京市北三环中路甲 29 号院华龙大厦 邮编: 100029

网址: www.ssap.com.cn

发 行 / 市场营销中心 (010) 59367081 59367090

读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 三河市东方印刷有限公司

规 格 / 开 本: 787mm × 1092mm 1/16

印 张: 19.25 字 数: 315 千字

版 次 / 2014 年 11 月第 1 版 2014 年 11 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 6780 - 1

定 价 / 78.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究



A STUDY ON THE DEVELOPMENT OF FOOD INDUSTRY IN CPER

总序

河南大学经济学科自 1927 年诞生以来，至今已有将近 90 年的历史了。一代一代的经济学人在此耕耘、收获。中国共产党早期领导人罗章龙、著名经济学家关梦觉等都在此留下了他们的足迹。

新中国成立前夕，曾留学日本的著名老一辈《资本论》研究专家周守正教授从香港辗转来到河南大学，成为新中国河南大学经济学科发展的奠基人。1978 年，我国恢复研究生培养制度以后，周先生率先在政治经济学专业招收培养硕士研究生。河南大学于 1981 年首批获得该专业的硕士学位授予权。1979 年，河南大学成立了全国第一个专门的《资本论》研究室。1985 年以后，河南大学又组建了河南大学历史上的第一个经济研究所，恢复和组建了财经系、经济系、贸易系和改革与发展研究院，并在此基础上成立了经济学院。目前，该学院已发展成为拥有经济、贸易、财政、金融、保险、统计 6 个本科专业，理论、应用、统计 3 个一级学科博士点及博士后流动站，20 多个二级学科硕士、博士点，3300 余名本、硕、博等各类全日制在校生以及 130 余名教职员工的教学研究机构。30 多年来，河南大学经济学院培养了大批本科生和硕士、博士研究生及博士后出站人员，并且为政府、企业和社会培训了大批专门人才。他们分布在全国各地，服务于大学、企业、政府等各种机构，为国家的经济发展、社会进步、学术繁荣做出了或正在做出自己的贡献，其中也不乏造诣颇深的经济学家。

在培养和输出大量人才的同时，河南大学经济学科自身也造就了一支日益成熟的学术队伍。近年来，一批 50 岁左右的学者凭借其扎实的学术功底和丰厚的知识积累已进入著述的高峰期；一批 40 岁左右的学者以其良好

的现代经济学素养开始脱颖而出，显现领导学术潮流的志向和实力；更有一大批 30 岁左右受过系统经济学教育的年轻人正蓄势待发，不少已崭露头角，初步展现了河南大学经济学科的巨大潜力和光辉未来。

河南大学经济学科组织出版相关学术著作始自世纪交替之际。2000 年前后，时任经济学院院长许兴亚教授曾主持编辑出版了数十本学术专著，在国内学术界产生了一定的影响，也对河南大学经济学科的发展起到了促进作用。

为了进一步展示河南大学经济学科各层次、各领域学者的研究成果，更为了使这些成果与更多的读者见面，以便有机会得到读者尤其是同行专家的批评指正，促进河南大学经济学学术研究水平的不断提升，为繁荣和发展中国的经济学理论、推动中国的经济发展和社会进步做出更多的贡献，我们决定出版“河南大学经济学学术文库”。根据初步拟订的计划，该丛书将分年度连续出版，每年选择若干河南大学经济学院教师的精品著述资助出版。根据需要，也可在丛书中选入少量客座教授或短期研究人员的相关论著。

感谢社会科学文献出版社历任领导及负责该丛书编辑出版工作的相关部门负责人和各位编辑，是他们对经济学学术事业的满腔热情和高效率的工作，使本套丛书的出版计划得以尽快达成并付诸实施；感谢前后具体负责组织本丛书著作遴选和出版联络工作的刘东勋博士、高保中博士，他们以严谨的科学精神和不辞劳苦的工作回报了大家对他们的信任。

分年度出版经济学学术文库系列丛书，对我们来说是第一次。如何公平和科学地选择著述品种，从而保证著述的质量，我们还需要在实践中进行探索。此外，由于选编机制的不完善和作者水平的限制，选入丛书的著述难免会存在这样那样的问题，恳请广大读者及同行专家批评指正。

耿明斋

2013 年 6 月

序

2011年,我国食品工业总产值为78078.32亿元,占GDP的比重为16.6%,比10年前2001年的7278.03亿元增长了9.73倍;全国规模以上食品工业企业31735家,比10年前2001年的18571家增长了70.88%;食品工业企业从业人员682.8万人,比10年前2001年的376.68万人增长了81.27%;食品工业企业实现利润5523.2亿元,比10年前2001年的442.69亿元增长了11.48倍。食品加工业在我国国民经济中占有越来越重要的地位。食品加工业的竞争力大小对一个国家的经济发展起非常关键的作用。影响我国食品加工业竞争力提升的因素分为微观和宏观两个层面,微观层面包括产品、企业和产业三个要素,宏观层面包括政府和社会组织两个要素。因此,本文从微观和宏观两个层面研究提升我国食品加工业竞争力的对策。

一 食品加工业竞争力的内涵

根据迈克尔·波特的竞争理论,某一产业的竞争力大小取决于产业竞争力资产和产业竞争力过程两个因素。^①食品加工业竞争力的大小同样取决于食品加工业竞争力资产和食品加工业竞争力过程这两个因素。其中,食品加工业竞争力资产指食品加工业拥有的资源状况和产业发展现状,取决于我国资源禀赋状况和经济发展水平。我国食品加工业的竞争力资产状况反映了我国食品加工业发展所取得的成果,代表着我国食品加工业现阶段的发展水平。食品加工业竞争力过程指食品加工业的产业结构向高级化

① 原文《提升我国食品工业竞争力的对策》发表于《经济纵横》2013年第1期。Porter, M. E., *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York, 1990.

发展的优化升级过程,取决于我国食品加工业自身的发展战略和政府对食品加工业的支持,这是我国食品加工业竞争力的主体。食品加工业的竞争力是竞争资产和竞争过程的有机组合,二者组合的优劣直接决定食品加工业发展的潜力大小。而食品加工业拥有的竞争力资源及其配置状况取决于企业、企业生产的产品、食品加工行业的发展状况以及政府所采取的相应宏观经济政策等因素。食品加工业产业结构的优化升级又取决于企业、企业产品的升级换代、行业、政府以及社会等方方面面的因素。这些因素的相互作用、相互依赖,共同促成食品加工业竞争力的提升。影响我国食品加工业竞争力系统升级的这些众多因素可以概括为微观和宏观两个方面,微观层面包括产品、企业和产业三个要素,宏观层面包括政府和社会两个要素。各种宏观、微观因素的相互作用、相互依赖,共同促进食品加工业竞争力的提升。

二 提升食品加工业竞争力的微观对策

(一) 提升产品层面的竞争力

我国食品加工业的竞争力是通过我国食品加工业中各个企业的竞争力体现出来的,而食品加工企业的竞争力最终要体现在向消费者提供高附加值的优质产品上。企业产品在国内市场和国际市场的竞争力是食品加工企业竞争力的核心和基础。因此,要提高食品加工企业的市场竞争力,首先必须提高产品的竞争力,在产品方面制定出切实可行的策略。

1. 推行品牌发展战略提升产品竞争力

品牌对企业来讲,体现着产品质量的高低,对消费者来讲,体现其身份和消费品位。随着市场竞争的加剧,企业必须树立起强大的品牌意识。随着人们生活水平的提高、生活节奏的加快,消费观念向品牌化发展是必然趋势。食品加工业的发展同样如此。而企业品牌的创造和树立需要一定的规模和经济实力做支撑。我国食品加工业的企业大多规模比较小、技术和管理相对较为落后、经济实力不明显。在这种情况下,政府一方面应该鼓励食品企业之间通过收购、重组增强企业实力,另一方面还可以允许那些发展潜力较明显的食品企业在资本市场使用金融工具募集资金。另外,由于食品消费的本土性、文化性特点较为明显,因此,除了以上两种措施

外,企业还应该通过加强宣传、认证来建立品牌。对于已有的名牌产品,要进行企业改组、改制,建立规模强大的企业集团,提高产品质量、降低产品成本;对于非名牌产品,要进一步提高产品档次,实施质量等级制,扩大市场占有率,拓展其在国际市场的影响力,为争创名牌奠定基础。

2. 推广本土化策略提高食品的文化附加值

本土化策略的目的就是要通过开发能体现销售地文化、习俗和传统的產品,增加产品对消费者的亲和力,扩大产品的市场占有率。在可以预见的未来,产业之间的竞争将会围绕企业文化来展开。发展饮食文化是推动我国食品加工业发展的重要举措,该策略的关键之处是能够把当地的饮食文化与食品加工业的发展有机结合起来。鉴于此,应该充分挖掘我国丰厚的饮食文化底蕴,用饮食文化带动我国食品加工业的快速发展。在具体操作时,对传统食品要进一步开发其丰富的文化内涵,对新型食品应该使其更具有现代文化气息。

(二) 提升企业层面的竞争力

企业在市场竞争中处于主体地位,产业竞争力的大小可以通过企业的市场竞争力体现出来。在企业层面构建产业竞争力的形成机制关键要做好两方面的工作:一是对已有价值链的升级再造,二是对新价值链的开发。^①已有价值链的升级再造体现企业当前的竞争力,是新价值链开发的基础;新价值链的开发则代表企业对未来市场的主导能力。

1. 大力发展订单经济 and 外包合作

发展订单经济一方面可使企业产品的销售、市场与生产相结合,另一方面可使企业产品销售与原材料生产相结合。对大型企业,可通过收购订单业务定期接受原材料,从而缓解当前原材料供应不足的状况。对中小企业,由于其自身经济实力有限,对产品的研发和营销不可能投入太多,因此,利用订单按照合同进行生产可以减少生产的盲目性和信息失真、规避市场风险和降低成本,同时还可以促使产业集群的形成和规模经济效益的实现。

外包合作是把企业的部分非核心经营活动委托给合作方经营。外包合

^① 胡晓鹏:《中国食品加工业的竞争力与发展出路》,中国经济出版社,2005。

作不仅可使企业在较短的时间内快速进入市场,获得更多的利润,而且还可以使企业集中资源和精力开展核心业务,从而实现产业链的专业化分工,提高生产经营效率。食品加工企业之间的外包合作缩小了企业的业务范围,使其有更多的资源和精力提高创新能力,开展新的服务模式。把非核心经营活动承包给合作企业,企业就可以把精力集中到提高客户的满意度上来,从而巩固已经取得的市场份额。外包经验不足的企业要敢于创新,消除疑虑。外包经验丰富的企业最主要是找到能够实现外包收益最大化的途径。

2. 加大研发投入、提升企业的创新能力

我国食品加工业竞争力不强的主要原因是企业产品以中低端为主,高端产品较少,产品的附加值较低。因此,食品加工企业要加大研发投入,提升科技创新能力,向高端产品方向发展,实现产品的更新换代。主要有两方面的措施。一是将研发中心外移,有条件的企业把研发中心转移到发达国家和地区。这不仅能够使企业及时掌握行业内最新的科技成果,吸纳科研人才,还可以使企业准确了解市场动态,增加与国外大型企业合作的机会,从而提高引进外资的能力以解决资金瓶颈问题。二是实施产学研结合,在高等院校设立专项研究基金和奖学金,鼓励和资助食品研发人才的培养。这两方面措施的实施,可使食品加工企业把竞争资产用于推动创新发展,从而创造出新的产品价值链。

(三) 提升行业层面的竞争力

食品加工业由众多的食品加工企业组成,食品加工业的竞争力是该产业内各家企业竞争力的集合。同时,由于食品加工业国际化竞争格局越来越明显,每家企业都是跨国公司全球化生产链的一个环节。因此,我国食品加工业必须明确其在全球生产链中的地位,才有可能充分利用有利条件,获得竞争优势。因此,从行业层面讲,提升我国食品加工业竞争力应从两方面入手。

1. 通过促进产业集聚增强食品加工业的竞争力

产业集聚,简单地说,就是把生产某种产品的同类企业、配套的上下游企业和相关的服务业高密度地聚集在一个适当的区域范围内。根据斯蒂格利茨的垄断竞争模型,产业集聚主要是密切的经济联系造成的。目前,

我国食品加工业的生产和销售量大，已经形成了初步的专业化分工，食品的生产和交易成本比较低，并且行业进入门槛较低。因此，我国食品加工业已经具备了产业集聚的条件，应采取有力措施促进食品加工业的产业集聚。首先，制定产业集聚战略。相关部门要尽快制定并实施产业集群发展战略规划，设计食品加工业产业集群的分类指标体系，确定重点支持的产业集群领域和重点区域，并在各项政策上给予支持。其次，完善当地的产业配套体系。产业集群作为一种新的产业组织形式，是在社会化和网络化基础上建立合作机制和专业化分工体系的。因此，各地应按照食品加工业产业链的不同环节进行专业化分工，大力发展产业链经济，围绕食品产业链发展完善当地的产业配套体系，并且完善交通基础设施，根据自身条件建立不同规模的产业协作配套圈。再次，建立核心企业工业园区。核心企业体现了食品加工业的综合竞争力，以核心企业为依托能够实现规模化生产，扩大集聚效应，从而突出本地区的优势。核心企业工业园区的建设可以为食品加工业打造产业集聚平台，从而形成产业集聚的有效载体，充分发挥产业集群的作用和规模经济效应。具体实施时要从本地区的实际情况出发，集中布局、规模经营、合理定位、循序渐进地扩大核心企业工业园区的规模，提升其档次和水平。最后，扶持和鼓励中小企业在工业园区内的集群式创新。作为建立在企业互动合作和社会化网络基础上的一种新型创新形式，相关部门对于中小企业的集群式创新应在税收、资金、人才引进及信息服务等方面给予优惠政策，鼓励中小企业引进外来人才，促进企业与科研院所的合作及多家企业合作研发。同时，还要在工业园区内为企业搭建公用技术平台和风险融资平台，建立科技成果的转让交易市场以促进科技成果的转化。

2. 在食品质量和安全方面缩小与国际标准的差距，实现国际接轨

国际化作为一个国家食品工业发展水平的重要标志，目前已经成为企业进入国际市场的一个重要途径。虽然我国有些食品加工企业已经达到国际食品质量保证和管理体系的标准，但没有达到国际标准的企业仍占大多数。因此，应采取措施缩小国家行业标准与国际标准的差距，尽快与国际接轨，从而提升我国食品加工行业的竞争力。一方面，应设置行业准入指标，坚决将不达标的食品加工企业拒之门外。另一方面，要缩小不同档次产品的行业标准等级，尽可能向高标准靠拢，直至国际行业标准的制定。

三 提升食品加工业竞争力的宏观对策

如前所述,我国食品加工业竞争力形成机制不仅可从产品、企业和行业等微观层面来构建,还可从宏观层面,即政府和社会组织两方面进行分析。

(一) 构建政府层面的竞争力形成机制

政府在提升产业竞争力方面起非常重要的作用。政府可以通过增加受教育人数、改革课程设置、建立与经济发展相适应的教育体系以及加大职业教育培训向企业提供高素质的劳动力和人力资本。竞争是企业进行各种创新的重要动力和提高其经济效率的必要条件,维护市场的竞争秩序是政府的一个重要职能。政府可以通过立法、行政等手段,限制和阻止企业之间的不正当竞争,维护和促进有序的市场竞争格局的形成;也可以通过制定和执行支持产业集群的产业发展政策和金融支持政策来促进产业竞争力的提升。同时,在产业国际化竞争格局的条件下,企业进入国际市场还会受到经济制度、政治制度、文化传统和社会习俗等方面的制约,政府应该充分发挥自身的国际交往功能,为产业的国际化经营保驾护航,维护本国企业的利益。

从食品加工业角度分析,我国政府应该致力于营造一个能促进食品加工业发展的产业生态环境,从而提高政府的服务功能。具体应集中精力构建信息平台、技术平台、监督平台、文化创意平台和融资平台,营造有利于我国食品加工业发展的产业生态环境,从而推动食品加工业的优化升级,实现食品加工业的集团化、规模化经营。其中,信息平台的构建可以充分发挥政府的信息主导作用,具体实施时,需要政府相关部门增设食品加工研究中心,负责对食品加工业和市场的研究以及有关信息的收集和发布。加快建立食品加工行业协会以及相关的中介机构,不仅可以弥补政府在协调市场和企业、企业和企业关系上的不足,而且还可以使政府的信息服务更具针对性和专业化。技术平台的构建可以对食品加工业发展需要的设计技术、工艺技术和生产制造技术进行整合,实现产业技术的共享。这不仅需要政府在相关制度和政策上给予扶持,而且要在具体研发机构的组建上进行积极引导,并分层次渐进展开。监督平台的构建一方面可使各级

政府和各部门对食品安全的监管互相协调,从而加强对食品安全的综合监管;另一方面可加强与国外相关部门在食品安全方面的沟通,打造本土世界知名品牌。文化创意平台的构建不仅要深挖本国的饮食文化,还要加大文化创意的开发以及产业文化内涵的拓展。具体操作时,一方面要加大对我国本土文化的支持力度,另一方面要培养企业的文化创意氛围,积极引导企业间、产业间的交流合作。融资平台的构建主要是为食品加工业创造良好的融资环境,拓宽融资渠道,在食品企业与证券公司之间搭建交流桥梁,积极发展创业投资和推进项目融资,从而真正解决食品加工业中的中小企业融资难问题。

(二) 构建社会组织层面的竞争力形成机制

从社会组织因素分析,在现代市场经济中,各种中介机构和社会团体逐渐成为一个重要的市场主体。这些社会组织除了能够承担一部分政府的经济职能外,还能够对政府行为起到一定程度的监督作用。^① 这些社会中介机构和社会团体的发展不仅能够促进行业内企业间竞争行为的规范化,使企业之间的竞争模式由“竞争”发展为“竞合”,而且还能进一步完善社会服务体系,从而为企业的发展创造更多的机遇。

针对目前的状况,我国食品加工业要建立和完善市场化的社会服务体系,不仅要发挥食品发展基金会及食品协会等社会组织的作用,为食品加工业提供更完善的服务,而且要在政策上向食品加工中小企业服务商会、行会等中介机构倾斜,从而为企业提供专业化、规范化的服务,提升其市场竞争力。

四 结论

我国食品加工业的竞争力受产品、企业、行业组成的微观因素和政府、社会组织组成的宏观因素影响。这些因素相互联系、相互作用,可共同促进我国食品加工业竞争力的提升。要提升我国食品加工业竞争力,在产品层面,应大力推行品牌发展战略,提升产品竞争力,推广本土化策略,提高食品的文化附加值;在企业层面,大力发展订单

^① 青木昌彦:《比较制度分析》,上海远东出版社,2001。

经济 and 外包合作，加大研发投入，提升企业的创新能力；在行业层面，通过促进产业集聚增强食品加工行业的竞争力，在食品质量和安全方面缩小与国际标准的差距，实现国际接轨；在政府层面，通过构建信息平台、技术平台、监督平台、文化创意平台和融资平台为我国食品加工工业发展营造良好的产业生态环境，推动食品加工产业的优化升级；在社会组织层面，建立和完善为食品加工工业服务的市场服务体系。只有对组成竞争力系统的这些方面共同采取措施，才能尽快提升我国食品加工工业的竞争力。

目 录

第一章 中原经济区发展食品工业的宏观环境	1
第一节 政治环境	1
第二节 经济环境	7
第三节 社会环境	11
第四节 技术环境	14
第二章 中原经济区食品工业发展现状	21
第一节 河南省食品工业发展的新态势	22
第二节 河南省食品工业的产品结构及其特点	26
第三节 河南省食品工业的产品质量与食品安全	29
第四节 河南省食品工业的技术装备和科技支撑	35
第五节 河南省食品工业的骨干企业与产业集中度	38
第六节 河南省食品工业的产业布局	43
第三章 中原经济区食品工业发展面临的问题	48
第一节 食品安全保障	48
第二节 自主创新	52
第三节 产业链	54
第四节 产业发展方式	59
第五节 企业组织结构	64

第四章 国外食品工业发展的现状、趋势及启示	71
第一节 国外食品工业发展的现状	71
第二节 国外食品工业发展趋势	87
第三节 国外食品工业发展的经验和启示	101
第五章 我国食品工业的现状、趋势及突围之路	116
第一节 我国食品工业发展现状	116
第二节 我国食品工业分行业发展	119
第三节 我国食品工业发展趋势和需求预测	140
第四节 我国食品工业面临的一些突出问题	144
第五节 中国食品工业的突围之路	149
第六章 河南省漯河市食品工业的发展模式	150
第一节 漯河食品工业的发展历程	151
第二节 漯河食品工业发展模式的特点	158
第三节 漯河食品工业发展中存在的问题	166
第四节 漯河食品工业发展的对策	176
第七章 双汇集团发展的历程、现状、问题及对策	197
第一节 双汇集团发展的历史	198
第二节 双汇集团成功的主要原因	202
第三节 双汇集团进一步发展面临的问题	209
第八章 中原经济区食品工业发展的政策措施	215
第一节 增强食品工业的自主创新能力	215
第二节 提高产业集中度	220
第三节 从根本上加强对食品安全问题的治理	222
第四节 优化企业的组织结构和管理模式	227
第五节 加快转变食品加工业的发展方式	229

参考文献	231
附录 1 中原经济区规划（全文）	234
附录 2 河南省食品工业调整振兴规划	271
后 记	291