

国家社会科学基金资助项目

● Study on the International Competitiveness of Meat Products in China ●

中国肉类产品 国际竞争力研究

乔娟 著

中国农业出版社

82
1

F426.82

国际竞争力研究

Study on the International Competitiveness
of Meat Products in China

乔 娟 著

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国肉类产品国际竞争力研究/乔娟著. —北京: 中国农业出版社, 2002.11

ISBN 7-109-07884-1

I. 中... II. 乔... III. 肉制品-食品工业-轻工业经济-研究-中国 IV. F426.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 084157 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

出版人: 傅玉祥

责任编辑 柯文武 姚 红

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

2002 年 11 月第 1 版 2002 年 11 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 10

字数: 245 千字 印数: 1~1 000 册

定价: 25.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

内 容 摘 要

本研究主要以迈克尔·波特的产业国际竞争力理论和国际贸易理论为理论基础,构造了中国肉类产品国际竞争力研究的经济分析框架,构建和确定了中国肉类产品国际竞争力分析的指标体系及其主要决定和影响因素,并主要对下述问题进行了研究。

首先,通过对国际市场占有率、主要进口国市场占有率、本国国内市场占有率、贸易竞争指数等指标的国际比较研究发现:中国鸡肉(新鲜的、冷藏的和冷冻的)、鸡肉(灌装)、活鸡、猪肉加工、活猪、猪肉(新鲜的、冷藏的和冷冻的)、牛肉加工及活牛的国际竞争力相对较强,但与其他肉类产品主要出口国相比较还有很大差距。

其次,通过对影响肉类产品国际竞争力的直接和间接因素的国际比较研究发现:中国肉类产品的成本和价格绝对优势明显,但国际竞争力的变动趋势与成本和价格绝对优势的变动趋势恰好相反;中国肉类产品安全卫生和质量状况与其他肉类产品主要出口国差距较大,尤其是中国国内市场的安全卫生状况与发达国家差距更大;中国肉类产品的生产力水平不仅均低于世界平均水平,更大大低于世界其他肉类产品主要出口国,其原因主要是各种专用性肉用优良种畜禽品种资源短缺,且中国畜牧业整体科技水平与发达国家差距很大;中国各种肉类产品出口结构虽然明显逊色于丹麦、荷兰、美国等各种肉类产品重要出口国,但与其他肉类产品主要出口国相比较,猪肉和鸡肉产品仍具有一定的整体结构优势;与其他肉类产品主要出口国相比中国畜禽养殖和加工销售企业的规模化程度都较低,尤其是畜禽养殖仍主要以农户小规模分散经营为主。

再次,通过对决定和影响肉类产品国际竞争力的深层次因素的国际比较研究发现:中国肉类产品的基本生产要素相对于某些肉类产品主要出口国具有一定资源优势,但中国的高级生产要素基本处于劣势;中国在所有肉类产品主要出口国中人均肉类消费增长最快,国内市场饱和度和消费者成熟度最低;中国饲料、谷

物饲料及动物饲料的国际竞争力相对较弱，但与某些欧盟国家相近，中国在种畜禽繁育和肉类产品加工方面与发达国家差距较大；中国肉类产品生产经营者（尤其是畜禽养殖者）的组织化程度很低，产业组织形式的落后已严重制约了其市场营销战略的实施和国际竞争力的提高。肉类产品生产经营活动本身的特点决定了在充分发挥市场机制作用的基础上，必须通过政府的宏观调控来克服其市场机制的失灵，保障市场机制有效运行，但通过国际比较研究发现：与其他肉类产品主要出口国相比，中国对肉类产品生产经营活动的宏观调控水平和能力与提高其国际竞争力的要求都还有很大差距，并严重制约着中国肉类产品国际竞争力的提高。

最后，在对上述问题进行国际比较研究的基础上，我们提出提高中国肉类产品国际竞争力的对策建议如下：通过分析市场机会、进行市场细分、选择目标市场和市场定位在全球范围内实施目标营销战略；在全球范围内实施目标营销战略，不是势单力薄、小规模分散经营的农户所能够胜任的，因此必须尽快健全和完善适应中国特定条件的畜禽养殖和加工销售的产业组织形式，同时加强政府对肉类产品生产经营活动的宏观调控，保障市场机制有效运行。

序

随着世界经济全球化趋势的迅速发展，各国参与国际竞争的范围越来越广泛，国际竞争的程度越来越激烈。在此背景下，国际竞争力的研究已成为学术界、各国政府和工商企业日益重视的一个世界性热门课题。

国际竞争力理论与国际贸易理论存在着密切的历史渊源。国家间为什么要进行贸易以及何时进行贸易？这个带有两面性的问题使经济学家们困扰了几个世纪，直到 1776 年亚当·斯密（Adam Smith）提出了绝对利益理论。但是，亚当·斯密的绝对利益理论于 1817 年受到大卫·李嘉图（David Ricardo）以及他的比较利益学说的挑战。由斯密创立并由李嘉图发展的古典贸易理论给人们的启示是：国家间应自由地进行贸易。

李嘉图以后的经济学家们，通常接受比较利益理论的思想并把自由贸易视为有根据的。尽管对李嘉图的理论深信不疑，经济学家们还是不断地用放宽李嘉图理论中假设条件的方法来对李嘉图模式进行发展。对李嘉图模式的最重要的发展要算赫克歇尔（E. F. Heckscher）和俄林（B. G. Ohlin）的“要素禀赋论”。赫克歇尔—俄林关于国际贸易要素比例的理论阐明了那些拥有充裕资本但劳动力稀缺的国家，将会主要出口资本密集型产品而进口劳动密集型产品。而列昂剔夫（Wassily Leontief）公布的美国 20 世纪 50 年代的数据则表明美国出口产品的资本密集程度小于美国进口产品的资本密集程度。从此，赫克歇尔—俄林的“要素禀赋论”引起了人们的怀疑。

到 20 世纪 60 年代末形成了一些对比较利益的他择性解释,以试图说明“列昂剔夫悖论”。其中包括:凯辛(Donald B. Keesing)等提出的“熟练劳动说”,凯辛、格鲁伯(William Gruber)、弗农(Raymond Vernon)及梅达(Dileep Mehta)等提出并发展的“以研究与开发为目的的产业说”,瓦耐克(Jaroslav Vanek)和迪埃伯(Diab)等提出的“自然资源产业说”,林德(Staffan Burenstam Linder)等提出的“国内需求说”,弗农(Raymond Vernon)和韦尔斯(Wells)等提出的“产品贸易生命周期说”,以及格鲁拜尔(Grubel)等提出的“产业内部贸易说”等。

但是,到 20 世纪 80 年代,随着产业内贸易的急剧增长,以及政治和政策动力因素的作用,使得经济学家们对现代的贸易理论日益不满,学术界出现了一个新的国际贸易理论群体。经济学家们,如保罗·克鲁格曼(Paul R. krugman)等把不完全竞争模型和博弈论以数学方式纳入到国际贸易的研究中,提出了“新”国际贸易理论。他们认为:公司和政府在不完全竞争的市场上可能会以一种战略性的和自觉的方式行动,从而影响一个国家的贸易平衡和国家财富;通过干预,政府可以鼓励产生外部正效应和外国经济向国内经济的利润转移。“新”国际贸易理论改变了人们的思维方式。

尽管“新”国际贸易理论从某些方面说明了各国贸易竞争优势存在差距的原因,但它们的解释还不能完全令人满意。例如,规模经济理论指出规模经济是企业竞争优势的重要源泉,但哪些国家的公司会获得这些优势?在哪些产业?为什么一些国家的某些产品在国内市场很小或发展缓慢的情况下仍能成为世界领先者?为什么许多国家的产业并没有像国际贸易新理论预测的那样失去竞争优势?面对上述问题,商学院的学者们——迈克尔·波特(Michael Porter)和布鲁斯·斯科特(Bruce Scott)也把对产业组织和商业战略的深入了解施用于国际贸易领域。

迈克尔·波特 (Michael Porter) 使用一种与“新”国际贸易理论家完全不同的实证方法, 在他的《国家竞争优势》一书中主要研究了为什么一国的某些公司能够在国际竞争中取得成功。波特学说的实质是提出了一种新的理论范式即“国家竞争优势理论”。波特认为: 一个国家的产业能否在国际市场上具有竞争力, 取决于该国的国家竞争优势, 而国家竞争优势是由四个基本因素 (要素条件, 国内市场需求条件, 相关产业与支持产业的活力, 公司的战略、结构和竞争行为) 和两个辅助因素 (政府行为和偶然事件) 相互作用所决定的。

早在 1980 年, 世界经济论坛就开始讨论国际竞争力问题, 到 1986 年形成了一个相对完整的国际竞争力的研究体系。从 1989 年起, 世界经济论坛与瑞士洛桑国际管理开发学院开始合作进行此项研究, 国际竞争力从概念到方法都得到了丰富和发展。其间又有很多国家和机构纷纷投入国际竞争力研究, 新的理论和方法层出不穷。但是, 迈克尔·波特的理论对国际竞争力的优势来源提供一个比较完整的解释, 其分析方法突破了传统理论的束缚, 为后来的研究提供了新的理论和分析方法。

中国关于国际竞争力的研究始于 80 年代后期, 1995 年中国正式加入国际竞争力的世界评价体系, 由此推动了国内对竞争力的研究。原国家体改委等机构组成的联合研究组 (1996—2001), 连续出版了《中国国际竞争力发展报告 1996》、《中国国际竞争力发展报告 1997——产业结构主题研究》、《中国国际竞争力发展报告 1999——科技竞争力主题研究》、《中国国际竞争力发展报告 2001——21 世纪发展研究主题》, 全方位介绍中国国际竞争力的世界排名; 董旭升 (1998) 从农产品的基本属性出发, 探讨如何提高中国农产品的国际竞争力, 并在此基础上提出了相应的对策。

很多关于加入 WTO 对中国农业及畜产品影响的研究已经表明, 中国除了水稻、蔬菜、水果及多数畜产品 (包括肉类产品)

外,大多数农产品不具有比较优势。按照比较优势理论,一国具有比较优势的某种产品通过国际贸易即可获得贸易利益。但实际上中国具有比较优势的农产品参与国际贸易的比例很小,是什么原因导致具有比较优势的中国各种农产品不能通过积极参与国际贸易,既获得贸易利益又缓解国内市场供求饱和的压力呢。近来人们已经意识到其主要原因是中国各种农产品的国际竞争力较弱,并建议应提高中国各种农产品的国际竞争力。

由于目前的研究还仅仅局限于成本和价格优势及某些非价格因素的比较分析,没有关于中国各种农产品国际竞争力的全面和系统的研究成果,也就很难提出令人信服的既有理论依据又切合实际的提高中国各种农产品国际竞争力的对策建议。正是基于此,乔娟博士首先选取了中国具有比较优势的肉类产品作为研究对象,并对其国际竞争力进行了一次全面系统地尝试性研究。

国际竞争力研究可以涉及国家、企业、产业或产品等多个层次,本书主要在产业国际竞争力理论框架范围内,选取中国畜牧业中的主要肉类产品,对其国际竞争力状况及其决定和影响因素进行全面系统和深入的国际比较研究。本书的主要特色是:以现有的产业国际竞争力理论和国际贸易理论为基础,构建中国肉类产品国际竞争力研究的经济分析框架。然后在此框架范围内,通过国际比较全面系统地研究中国肉类产品国际竞争力概况及变动趋势,研究产业内部各种直接及间接因素和产业外部各种商业环境因素如何决定和影响中国肉类产品的国际竞争力。

本书的特色具体表现在以下几个方面:第一,运用表现国际竞争力实现状况的指标,对中国肉类产品国际竞争力进行广泛的国际比较分析,弄清了中国肉类产品在国际市场上的竞争态势。第二,寻找和选择影响肉类产品国际竞争力的直接和间接因素,进行了广泛深入的国际比较分析,并对难以量化的因素进行了间接量化处理,揭示了中国肉类产品国际竞争力强弱的因果关系。第三,寻找和选择了决定和影响肉类产品国际竞争力深层次因素

中的基本因素，包括生产要素条件，国内市场需求条件，相关及辅助产业状况，企业战略、结构和竞争等，进行了比较系统和深入的国际比较分析，使我们对中国肉类产品国际竞争力强弱的原因有了更深刻的认识。第四，从畜禽养殖业的弱质性、肉类产品市场的波动性、肉类产品生产某些基础设施的公共物品性和肉类产品生产经营信息的不对称性等肉类产业自身特征可能导致的市场失灵，分析和论证了中国和其他肉类产品主要出口国对肉类产品生产经营活动的宏观调控，及其对国际竞争力的作用和影响。最后，提出了有针对性和切合实际的提高中国肉类产品国际竞争力的对策建议。

乔娟博士长期从事农产品市场营销及政策的教学与研究工作，在这方面具有较深的学术造诣，该书是她厚积薄发的一个结果。

正像比较优势和竞争优势理论在不断发展和完善一样，中国肉类产品及其他农产品的国际竞争力也在变动之中，本项研究还有很多有待探讨之处。希望乔娟博士的该项研究能引起农业经济学界对农产品国际竞争力的广泛深入的讨论，出更多更好的研究成果，为提高中国农产品国际竞争力做出贡献。

中国农业大学副校长 教授 谭向勇 博士
中国农业经济学会 副会长

2002年10月

ABSTRACT

In this research, a framework about the index system and main factors that affect the international competitiveness was constructed to analyse the international competitiveness of the meat products in China, with the foundation of the industrial international competitiveness of Michael E. Porter and international trade theory. The main issues of the research are put as the following.

Firstly, with the international comparing of market sharing rate and trading competitive index, it was revealed that the meat products in China, such as chicken meat (fresh + chill + frozen), meat canned chicken, live chickens, meat preparations pigs, live pigs, meat of swine or pig meat (fresh + chill + frozen), beef preparations and live cattle, have the relative international competitiveness, however, which is still far behind from that of the meat export countries.

Secondly, after the international comparing of the direct and indirect factors that affect the international competitiveness, it was discovered that Chinese meat products have the obvious absolute price and cost advantage, while the changing tendency of international competitiveness is opposite to that of the price and cost absolute advantage. However, the sanitary safe and quality condition of the meat products in China is far backward from that of the other major meat export countries. Especially, the sanitary safe status in

Chinese domestic market is much more backward than that of developed countries. The productivity of the meat in China is not only lower than that of the world average level, but also much lower than that of the other major meat export countries. The main reason, which led to this situation, is the shortage of good livestock and poultry breeds specially used for eating as well as the huge gap in the stockbreeding technology between China and developed countries. Additionally, comparing with other major meat export countries, total structure of exporting pig meat and chicken meat products has certain advantages, but is clearly inferior to major export countries of each meat products of Denmark, Netherlands, United States etc. Moreover, the scaled operating level of stockbreeding and meat processing enterprise is lower; especially, the household small scaled scattering operating is still the main form in China.

Thirdly, with the research on the deep factors that affect the international competitiveness of meat, it was revealed as the following. (1) Comparing with other major meat export countries, the basic production factors that affecting meat competitiveness have certain advantages, while the advanced production factors are in inferior position. (2) In all of the meat export countries, the increasing rate of meat consumption in China is the biggest, while the degree of domestic market saturation and consumers' maturity is the lowest. (3) The international competitiveness of feed, corn feed and animal feed is comparatively weak, but similar to some countries of EU. (4) The breeding system of livestock and poultry and meat processing techniques are far behind from that of developed countries. (5) The organized level of meat producers, especially, the livestock and poultry breeders, is very low in China. Consequently, the backward industrial organization is the main obstacle factors to

carry out the marketing strategy and to enhance the international competitiveness of meat products. (5) The characteristic of meat products determines that the meat market needs the government's adjustment to get rid off market failure and to ensure its efficiency. Comparing with other countries, however, the adjusting ability of Chinese government for the meat products, which has seriously embarrassed the enhancement of Chinese meat competitiveness, is still far backward for meeting the requirement of enhancing international competitiveness.

Finally, at the base of the international comparing, the policy implications for China to improve the meat international competitiveness are putting foreword as the following. (1) To carry out target marketing strategy in whole world by analyzing market opportunity, market segmenting, target market selecting and market positioning. (2) Because the single, scattering, small-scaled households cannot be competent for the big task of carrying out the target marketing strategy in the whole world, the efficient meat industrial organization adapted to China's situation must be constructed as soon as possible. At the same time, the government's adjustment for the meat production should be reinforced, in order to ensure the market efficiency.

目 录

内容摘要	1
ABSTRACT	1
1 导论	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 国内外研究进展及评价	7
1.2.1 国家国际竞争力	7
1.2.2 企业国际竞争力	10
1.2.3 产业或产品国际竞争力	13
1.2.4 中国农业及畜产品国际竞争力	15
1.2.5 研究进展评价	21
1.3 研究目的、研究内容和研究方法.....	22
1.3.1 研究目的和意义	22
1.3.2 研究内容和结构	23
1.3.3 研究方法和范围	23
2 肉类产品国际竞争力研究的理论基础和 经济分析框架	27
2.1 肉类产品国际竞争力研究的理论基础	27
2.1.1 比较优势理论与竞争优势理论的历史渊源	27
2.1.2 比较优势、竞争优势与产业国际竞争力.....	38
2.2 肉类产品国际竞争力研究的经济分析框架	44

2.2.1 中国肉类产品生产、贸易、消费概况及 国际比较	46
2.2.2 肉类产品国际竞争力的实现指标分析	46
2.2.3 影响肉类产品国际竞争力的直接和 间接因素分析	53
2.2.4 决定和影响肉类产品国际竞争力的 深层次因素分析	60
3 中国肉类产品生产、贸易、消费概况及 国际比较	69
3.1 中国肉类产品生产概况及国际比较	69
3.1.1 猪肉	71
3.1.2 禽肉(鸡肉)	72
3.1.3 牛肉	76
3.2 中国肉类产品贸易概况及国际比较	77
3.2.1 猪肉	80
3.2.2 禽肉(鸡肉)	84
3.2.3 牛肉	89
3.3 中国肉类产品消费概况及国际比较	92
3.3.1 猪肉	94
3.3.2 禽肉(鸡肉)	95
3.3.3 牛肉	96
4 中国肉类产品国际竞争力的实现指标分析	98
4.1 国际市场占有率及国际比较	98
4.1.1 猪肉	98
4.1.2 禽肉(鸡肉)	104
4.1.3 牛肉	108
4.2 主要进口国市场占有率和本国国内市场占有率	114

4.2.1 中国肉类产品出口市场分布及在进口国的市场占有率	114
4.2.2 主要进口国肉类产品进口来源和市场占有率	121
4.2.3 本国国内市场占有率	127
4.3 贸易竞争指数及国际比较	131
4.3.1 猪肉	131
4.3.2 禽肉(鸡肉)	135
4.3.3 牛肉	139
5 影响肉类产品国际竞争力的直接和间接因素分析	145
5.1 成本和价格	145
5.1.1 产品成本(生产者价格指数)	145
5.1.2 产品价格	149
5.2 质量和安全	161
5.2.1 出口产品质量指数	161
5.2.2 安全卫生	163
5.2.3 产品品质等级	173
5.3 生产力水平、品种资源和技术	176
5.3.1 生产力水平	176
5.3.2 品种资源	179
5.3.3 技术	180
5.4 出口产品结构	184
5.5 企业规模程度	189
6 决定和影响肉类产品国际竞争力的深层次因素分析——基本因素	196
6.1 生产要素条件	196
6.1.1 基本要素	196

6.1.2 高级要素	199
6.2 国内市场需求条件	201
6.2.1 国内需求构成	201
6.2.2 国内需求增长和模式	206
6.2.3 国内需求国际化	210
6.3 相关及辅助产业状况	211
6.3.1 饲料和饲料添加剂	211
6.3.2 种畜禽繁育体系	223
6.3.3 活畜禽屠宰及加工	227
6.4 企业战略、结构与竞争	228
6.4.1 肉类产品市场主体经营组织形式	228
6.4.2 中国与其他肉类产品主要出口国的比较	233
7 决定和影响肉类产品国际竞争力的	
深层次因素分析——政府作用	243
7.1 畜禽养殖业的弱质性及其相关政策选择	243
7.1.1 生产者支持政策	243
7.1.2 国际贸易政策	246
7.1.3 支持产业组织发展	253
7.2 肉类产品市场的波动性及其市场体系的建设	255
7.2.1 肉类产品市场体系的建设	255
7.2.2 肉类产品市场信息系统建设	259
7.3 肉类产品某些基础设施的公共物品性及其 政府科技投资	261
7.4 肉类产品信息的不对称性及其安全质量 分级系统建设	264
7.4.1 肉类产品质量安全分级系统的国际比较	265
7.4.2 肉类产品质量安全分级系统的新发展	271
7.5 肉类产品生产经营的外部性及其政府宏观调控	272