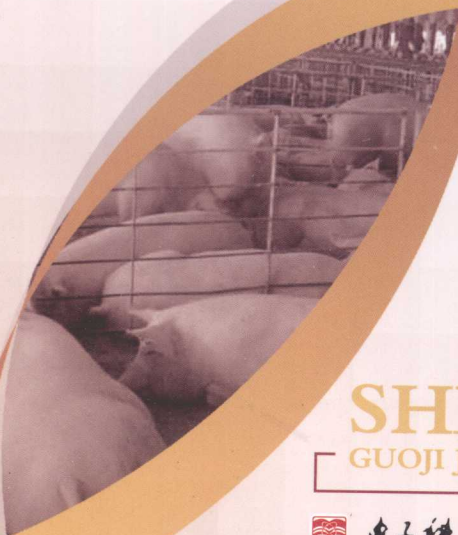


生猪

国际竞争力研究

——理论、方法与四川实证分析

陈昌洪 著



SHENGZHU
GUOJI JINGZHONGLI YANJIU



电子科技大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

生猪国际竞争力研究: 理论、方法与四川实证分析 /
陈昌洪著. —成都: 电子科技大学出版社, 2009.8
ISBN 978-7-5647-0299-1

I. 生… II. 陈… III. 养猪业—国际市场—市场竞争—
研究—四川省 IV. F326.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 130420 号

生猪国际竞争力研究 ——理论、方法与四川实证分析 陈昌洪 著

出 版: 电子科技大学出版社 (成都建设北路二段四号)
策划编辑: 汤云辉
责任编辑: 徐 红
发 行: 电子科技大学出版社
印 刷: 绵阳西南科大三江印务有限公司
开 本: 140mm×203mm 1 / 32 印张 9 字数 234 千
版 次: 2009 年 8 月第一版
印 次: 2009 年 8 月第一次印刷
书 号: ISBN 978-7-5647-0299-1
定 价: 25.00 元

■ 版权所有 侵权必究 ■

- ◆ 邮购本书请与本社发行科联系。电话: (028) 83201495 邮编: 610054
- ◆ 本书如有缺页、破损、装订错误, 请寄回印刷厂调换。

【内容简介】

本书以比较优势理论、产业国际竞争力理论、产业组织理论、交易成本理论、政府规制理论以及循环经济理论为基础，结合生猪产业的特点，借鉴国内外已有的研究成果，构建了比较优势、竞争优势与创新优势相结合的生猪国际竞争力理论和分析框架，对四川生猪生产、贸易、消费状况进行国际比较，利用“六因素模型”深入分析影响生猪国际竞争力的因素，建立由竞争绩效评价指标群和竞争实力评价指标群相结合的综合评价指标体系对生猪国际竞争力进行科学测定，在借鉴提升生猪国际竞争力国际经验的基础上，结合四川生猪产业发展的实际，针对提升生猪国际竞争力方面存在的主要问题，抓住机遇，从制度创新、技术创新和组织创新等方面提出提升生猪国际竞争力的系统政策建议。本书数据翔实可靠，案例精析，结论明确且具有前瞻性，可供从事经济研究、企业管理、农产品贸易和竞争力研究的人士学习参考。

前 言

四川生猪具有低成本生产优势、数量优势和价格比较优势,但是由于受生猪产品质量安全水平低,营销手段落后和技术壁垒等诸多因素的制约,生猪产品的国际市场占有率低,国际竞争力弱,生猪产业的比较优势未能转化为竞争优势和经济优势。在经济全球化和加入 WTO,国内生猪产品市场由供需平衡转变为供应相对充足和阶段性、结构性供大于求的背景下,研究四川生猪国际竞争力变动规律和比较优势转化为竞争优势的机理,对于提高四川生猪国际竞争力,促进生猪产业又好又快发展具有重大的理论和现实意义。国内对农业竞争力研究的论著较多,但是针对生猪国际竞争力的研究很少,尤其是四川生猪国际竞争力研究至今仍是空白。本书以比较优势理论、产业国际竞争力理论、产业组织理论、交易成本理论和循环经济理论为基础,借鉴国内外已有的研究成果,采用计量经济分析和统计分析等规范分析与实证分析相结合的研究方法,构建生猪国际竞争力的分析框架,利用“六因素模型”深入分析影响生猪国际竞争力的因素,建立生猪国际竞争力综合评价指标体系对生猪国际竞争力进行科学测定,为提高四川生猪国际竞争力提供理论和实证依据。

本书的研究内容和主要观点如下:

第一章, 导论。从加入 WTO 后四川生猪产业发展所处国内外环境出发,着重阐述了研究的背景、目的和意义。在此基础上,对国内外产业国际竞争力和生猪国际竞争力的研究动态作了

较为全面、客观的综述和评价，指出了可借鉴的主要理论、重要观点和基本方法以及研究中的不足。文献综述表明：探索生猪比较优势转化为竞争优势的机理、提高生猪产品质量安全水平以及完善生猪国际竞争力的测定方法，依然是值得关注和研究的重要领域。根据研究目的和关键问题，构思出本书研究的思路和研究方法，总结了本书可能创新之处。

第二章，生猪国际竞争力理论分析。本章在导论的基础上，首先，根据国内外学者对国际竞争力的研究结论，结合生猪产业特点，界定了生猪国际竞争力，认为其本质是比较生产力，是竞争力资产、竞争力过程与竞争力环境的统一体。其次，应用交易成本理论和创新理论，采用比较分析法，分析了比较优势与竞争优势的关系，阐明了生猪比较优势转化为竞争优势的机理，即：生猪比较优势是竞争优势的基础因素；交易效率是生猪比较优势转化为竞争优势的市场条件；创新是生猪比较优势转化为竞争优势的动力和根本途径。最后，指出本书以比较优势理论和竞争优势理论为基础，同时综合运用创新理论，构建了比较优势、竞争优势与创新优势相结合的生猪产业国际竞争力理论，认为比较优势是竞争力的客观基础，竞争优势是竞争力的现实态势，创新优势是竞争力持续的源泉，三者的本质都是促进生产力水平的提高，创新优势使比较优势与竞争优势从静态走向动态。

第三章，四川生猪生产、贸易、消费及国际比较分析。本章运用比较分析法和统计分析方法，利用详实的数据分析了四川生猪生产、贸易和消费情况，并与世界生猪生产和出口大国进行了比较，对国外生猪产业具有代表性的丹麦、美国和巴西等国家在提高生猪国际竞争力方面的经验进行了剖析，得出以下结论：一是四川生猪具有生产优势和数量优势，但是生猪生产组织化程度低，在深加工和产业化方面存在不足，在生产方式、技术支持和疫病监控等方面与丹麦和美国差距大，在生产成本上受到巴西生

猪的挑战。二是在国际市场上,四川生猪产品与发达国家相比质量不高,与巴西的猪肉竞争激烈,形成相互替代关系,同时受制于国外技术壁垒,竞争力弱。三是国外强大的猪肉需求,特别是周边国家的猪肉需求,为四川生猪开拓国际市场提供了前提条件,也是四川生猪产品的机会所在。四是四川应结合自身实际,根据适用条件,有选择地借鉴吸收丹麦、美国和巴西等国提高生猪国际竞争力的经验。

第四章,影响四川生猪国际竞争力的因素分析。本章以产业国际竞争力理论为基础,借鉴波特“钻石”模型构建了生猪国际竞争力“六因素模型”,采用因素分析法和案例分析法,对影响四川生猪产业国际竞争力的生产要素条件、需求条件、相关和支撑条件、生产、贮运、经营主体状况、政府作用和机遇等因素进行了系统深入的剖析,研究发现:四川生猪产业发展的生产要素禀赋良好,但是与先进国家差距明显;猪肉国内需求持续增长并呈多样化发展趋势;四川种猪研发成效显著、种猪繁育及技术推广体系逐步健全,但是科技水平较低;饲料和饲料添加剂快速发展为四川生猪持续发展提供了条件;生猪屠宰及加工业发展较快但水平较低;农户散养的生产方式不适应生产发展需要、规模化饲养受环境压力大;加强猪肉供应链管理是生猪贮运发展的方向;股份合作型龙头企业是生猪经营主体发展方向;政府在生猪产业发展中具有重要作用,但目前政策法规不完善,政府支持有限。生猪产业发展面临多种机遇。

第五章,四川生猪国际竞争力的测度。本章以产业国际竞争力评价方法为指导,应用系统论原理,结合生猪产业特点,设计了竞争绩效评价指标群和竞争实力评价指标群,建立了较系统的生猪国际竞争力评价指标体系。竞争绩效评价指标群包括:国际市场占有率(MS)、出口渗透率(EPR)、出口导向率(EOR)、贸易竞争力指数(TC)、显示性比较优势指数(RCA)、显示性

竞争优势指数（CA）、固定市场份额模型（CMS）。竞争实力评价指标群包括价格竞争力、成本竞争力、质量竞争力、市场营销竞争力、技术竞争力和生产竞争力等方面的指标。运用计量经济模型和统计分析方法，对四川生猪国际竞争力水平进行了测定，得出如下结论：一是四川猪肉主要以国内销售为主，外向型程度不高，能出口的猪肉具有较大的贸易比较优势和出口竞争力，但是与丹麦、加拿大和美国等发达国家有很大的差距。二是四川生猪具有成本价格优势，但综合竞争力较弱。三是四川生猪的质量安全竞争力较弱，正在逐步提高。四是生猪市场营销竞争力较差。五是生猪技术竞争力不强。六是生猪生产竞争力提高快，但与国外生猪生产先进国家相比差距大。

第六章，提升四川生猪国际竞争力的对策建议。本章在前文研究的基础上，对四川生猪国际竞争力方面存在的问题进行了总结，并借鉴国际上提升生猪国际竞争力的先进经验，结合四川生猪产业发展的实际，针对存在的主要问题，从制度创新、技术创新和组织创新等方面提出提升四川生猪国际竞争力的六大主要对策，即：完善生猪产业发展的政策法规体系；建立生猪质量安全保证体系；加强生猪产业先进科学技术的推广；提高产业组织化水平，实现规模化生产方式变革；提高生猪市场交易效率；发展生猪产业循环经济，走可持续发展之路。

目 录

第一章 导 论	1
1.1 研究背景	1
1.2 研究目的和意义	9
1.2.1 研究目的	9
1.2.2 研究意义	10
1.3 国内外研究动态述评	11
1.3.1 国外研究动态述评	11
1.3.2 国外研究进展评价	26
1.3.3 国内研究动态述评	28
1.3.4 国内研究进展评价	40
1.4 研究思路、研究方法和数据资料	43
1.4.1 研究思路	43
1.4.2 研究方法	44
1.4.3 调研情况及数据来源说明	45
1.5 本书可能创新之处	46
第二章 生猪国际竞争力理论分析	49
2.1 生猪产业特点及其国际竞争力分析	49
2.1.1 生猪产业特点	49
2.1.2 生猪国际竞争力分析	51

2 生猪国际竞争力研究——理论、方法与四川实证分析

2.2 生猪比较优势转化为竞争优势的机理	53
2.2.1 比较优势与竞争优势的关系	53
2.2.2 生猪比较优势转化为竞争优势的条件	55
2.3 比较优势、竞争优势、创新优势与生猪国际竞争力 关系分析	65
2.4 本章小结	67

第三章 四川生猪生产、贸易、消费及国际比较分析 ... 68

3.1 四川生猪生产及国际比较分析	68
3.1.1 四川生猪生产分析	68
3.1.2 四川生猪生产的国际比较分析	73
3.2 四川生猪贸易及国际比较分析	76
3.2.1 四川生猪贸易分析	76
3.2.2 四川生猪贸易的国际比较	79
3.3 四川生猪消费及国际比较分析	82
3.3.1 四川生猪消费分析	82
3.3.2 四川生猪消费的国际比较	84
3.4 提升生猪国际竞争力的国际经验与启示	87
3.4.1 提升生猪国际竞争力的国际经验	88
3.4.2 国际经验的启示	114
3.5 本章小结	118

第四章 影响四川生猪国际竞争力的因素分析 120

4.1 生猪国际竞争力“六因素模型”	120
4.2 生产要素条件	122
4.2.1 基础要素	122
4.2.2 高级要素	125
4.3 需求条件	131

4.3.1	国内需求增长和需求结构变动趋势	131
4.3.2	国内需求国际化	134
4.4	相关和支撑条件	135
4.4.1	种猪研发、繁育及技术推广体系	135
4.4.2	饲料和饲料添加剂	141
4.4.3	生猪屠宰及加工	147
4.5	生产、贮运、经营主体状况	152
4.5.1	生产主体状况	152
4.5.2	贮运主体状况	154
4.5.3	经营主体状况	156
4.6	政府作用	159
4.6.1	创造与维护有效率的生猪产业市场	160
4.6.2	产业政策	162
4.6.3	国际贸易政策	167
4.7	机遇	170
4.8	本章小结	172
第五章	四川生猪国际竞争力的测度	178
5.1	四川生猪国际竞争力指标体系构建	178
5.1.1	生猪国际竞争力指标体系构建原则	178
5.1.2	测定生猪国际竞争力指标体系	180
5.2	四川生猪国际竞争力具体评价	197
5.2.1	四川生猪国际竞争绩效评价	197
5.2.2	四川生猪国际竞争实力评价	202
5.3	本章小结	216
第六章	提升四川生猪国际竞争力的对策建议	219
6.1	完善生猪产业发展的政策法规体系	220

4 生猪国际竞争力研究——理论、方法与四川实证分析

6.1.1	完善与国际接轨的法规体系	220
6.1.2	完善生猪产业发展政策支持体系	224
6.2	建立生猪质量安全保证体系	228
6.2.1	建立生猪质量安全标准体系	228
6.2.2	建立生猪质量安全检验检测监管体系	233
6.2.3	建立生猪质量安全认证体系	233
6.2.4	建立生猪质量安全信息体系	234
6.2.5	建立生猪产品市场准入制度和疫病综合防控 体系	237
6.3	加强生猪产业先进科学技术研发推广应用	239
6.4	提高产业组织化水平,实现规模化生产方式变革	240
6.4.1	创新生猪产业发展机制	240
6.4.2	大力培育和发展生猪产业中介组织	243
6.4.3	推进垂直一体化的安全猪肉生产方式	244
6.5	提高生猪市场交易效率	252
6.5.1	构建现代化生猪产业物流体系	252
6.5.2	实施品牌化营销战略,努力开拓多元国际市场	253
6.5.3	适时推出生猪期货	254
6.6	发展生猪产业循环经济,走可持续发展之路	256
6.6.1	发展生猪产业循环经济的原因剖析	256
6.6.2	发展生猪产业循环经济的主要模式	258
6.6.3	加强生猪产业循环经济发展的支撑体系建设	262
参考文献		265
后 记		275

第一章

导 论

1.1 研究背景

(1) 探索比较优势转化为竞争优势的机理是生猪产业经济研究的重点领域

比较优势是比较优势理论的核心概念。比较优势理论最早可追溯至亚当·斯密。斯密认为，一个国家在国际贸易中应出口生产成本低具有绝对优势的产品，进口生产上占劣势的产品，这一理论被后来的经济学家总结为绝对优势理论。李嘉图发展了斯密的绝对比较优势理论，提出相对比较优势理论。他认为，如果一个国家生产一种产品的机会成本低于其他国家生产该种产品的机会成本，这个国家在该种产品上拥有比较优势。各国按照比较优势原则进行国际分工和贸易，可以使贸易各方都获得较多利益。由于其理论关注资源禀赋的配置状况，又被称为外生比较利益说^[1]。比较优势理论历经了几百年的发展、扩展和更新，始终是贸易理论方面颠扑不破的核心理论，并成为了许多新的贸易理论发展和前进的基石^[2]。但是由于比较优势理论苛刻的假定条件，随着国际贸易环境的变化，经济全球化的推进，国际贸易的

2 生猪国际竞争力研究——理论、方法与四川实证分析

实践如产业内贸易提出了比较优势理论无法解释的难题。以后的经济学家研究指出,一个国家单纯地依靠由资源禀赋决定的比较优势,不一定能成为竞争优势,单纯根据要素禀赋来确定自己的贸易结构,反而可能陷入比较利益陷阱^[3]。20世纪90年代波特提出了竞争优势理论,指出比较优势不一定是竞争优势,只有竞争优势才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。加快发展一个国家的竞争优势是当务之急。我国拥有世界上最丰富的肉类资源,品种多、数量大、价格低,具有比较优势。按入世后平均水平测算,除禽肉产品外,肉类价格均低于国际市场,如猪肉低55%,牛肉低80%,羊肉低54%^[4]。四川生猪具有低劳动力成本、低饲料原料成本所带来的比较优势,但多年来生猪国际贸易实践表明,四川生猪的比较优势未能转化为竞争优势,未获得较多的经济收益。只有将比较优势转化为竞争优势,才能形成真正的出口竞争力。探索比较优势转化为竞争优势的机理已成为生猪产业经济理论研究的重点。

(2) 提升四川生猪国际竞争力是研究的重要课题

考古学发现,早在公元9000年前猪已被驯化饲养,我国是世界上养猪历史最悠久的国家之一^[5],而且是一个自古以来就有吃猪肉习惯的汉族为主的多民族农业大国,广大农民群众很早就有养猪的习惯。四川省所有市(州)都产猪,且有“穷不丢猪,富不丢书”的传统。生猪是我国畜牧业的重点,也是四川畜牧业的重中之重,生猪饲养头数和猪肉产量均居全国之首,多年来年出栏生猪占全国的1/10以上,占全球的1/20。

长期以来,由于自然的、社会的、生产的和市场的优势,四川成为全国生猪及其制品辐射最远、市场覆盖面最宽的产销大省,猪肉外销量占全国总外销量的近1/3。但是近年来,生猪产业发展遇到重重困难,面临严峻的市场形势。其主要原因是为了保障猪肉供应,全国各地都在大力发展生猪生产。随着各省

(市)养猪业的兴起,猪肉市场已经由供需平衡转变为供应相对充足和阶段性、结构性供大于求的局面,生猪生产区域格局发生了一些新变化。东北地区生猪生产占领的市场份额越来越大,特别是粮食主产区吉林、黑龙江、山东等省从过去的川猪外调区变为生猪产出区,加上销区生猪自给率普遍提高,甚至达到自给有余,并相继提高生猪调入门槛,减少了对川猪的调入。30多年来在国内市场占有率第一的川猪传统优势地位受到强烈挑战;同时,猪价周期性波动给养殖户和相关生产企业带来了巨大风险。比如,2006年出现全国范围的生猪供过于求,造成猪贱伤农,制约了川猪品种改良、规模化和标准化生产,生猪生产大起大落。为了使生猪生产经营者获得更大的经济效益,促进生猪产业平稳、健康、可持续发展,四川生猪迫切需要开拓国际市场。生猪是四川省的特色农产品,具有出口资源优势,但是由于受分散饲养的生产方式、落后的生猪品种和营销手段、技术壁垒、绿色贸易壁垒和质量安全等诸多因素的制约,使四川猪肉在国际贸易中的价格优势荡然无存,国际竞争力弱,猪肉产销多在内需市场,出口极少。因此,探究四川生猪国际竞争力变动规律,提升四川生猪国际竞争力成为生猪产业发展需要研究的重要课题。

(3) 生猪产业应对全球化市场竞争策略是研究的重要内容

2001年12月11日中国正式成为WTO的一员,标志着我国加快了全球化进程,融入了世界经济全球化体系。WTO是把双刃剑,在给四川生猪发展带来机遇的同时带来了更大的挑战。这种挑战主要表现在:

①国内市场开放带来激烈竞争的挑战。自中国加入WTO起,我国农业对外全面开放市场的壁垒已经基本消除,尤其是从2005年开始,中国农业在加入WTO谈判中争取的过渡期基本结束,进入WTO“后过渡期”,中国成为世界上农产品市场最开放的国家之一。按照《中国加入WTO议定书》规定,中国承诺自加入

WTO 起, 取消农产品出口补贴, 承诺将国内支持中的黄箱补贴上限约束在 8.5%, 低于其他发展中国家的水平。2005 年农产品关税降至承诺的终点, 即由加入 WTO 前 2001 年的 23.2%, 经过 2002~2004 年三年削减后, 降至 2005 年的 15.35%, 远远低于世界农产品平均关税 62% 的水平, 成为世界上农产品关税总水平最低的国家之一。到 2004 年底, 猪肉进口的关税税率已由 2001 年的 20% 减少到 12%^[6]。随着关税降低和非关税壁垒的逐步取消, 国内生猪面对的国际竞争压力将全面提升, 国外生猪产品将很容易打进中国市场, 与国内生猪展开激烈的竞争。近年来, 外商利用中国便宜的土地、建筑造价、廉价劳动力和进口便宜的玉米, 独资或与中方合资在沿海建养猪基地, 享受国家规定的优惠条件, 从引进种猪到出栏商品猪, 搞现代化的大规模生产, 把猪肉进行精深加工, 打国外的品牌, 把不值钱的部位肉及猪杂就地销售, 把最贵的部位肉运回本国或转口销售, 减少在本国日益严重的养猪污染环境問題。有的外资企业生产熟肉产品, 甚至一年赔了几千万元, 仍照常生产。他们深信中国市场是大有潜力的, 赔就赔几年, 早晚能赚回来。可见, 四川省生猪产业发展面临的市场竞争激烈, 风险很大。如果应对策略不当, 不仅不能为消费者提供质优价廉的生猪产品, 而且连国内市场都难以保住, 不得不拱手相让, 生猪产业发展必然大滑坡。

②生猪市场风险防范和管理的难度加大。入世后, 随着各个领域全面对外开放, 我国将面临越来越多的国际市场风险挑战, 防范和化解的难度日益增大。由于生猪等农产品的特殊性, 国际农产品市场风险尤为复杂。如 2004 年 1 月, 广西、甘肃等地发生禽流感, 使我国禽类产品, 尤其是鸡肉出口全面停滞; 2004 年 4 月底国际大豆市场价格急剧波动, 市场风险通过跨国公司的营销链条迅速传递到国内市场, 导致国内大豆压榨企业全面亏损, 损失达 50 亿元; 对生猪而言, 由于存在较多的替代品, 一旦出现

不利因素，无论国内市场，还是国外市场，都会发生剧烈震荡，使生猪市场风险防范和管理的难度大大增加。

③生猪发展不利因素将在后过渡期逐步显现。过渡期结束后，四川生猪进入对外开放的新阶段，一些深层次的不利因素正在显现，尤其是四川分散饲养的传统生猪养殖模式与国外大规模现代化生猪饲养模式难以竞争的局面，在较长的时期内不会出现逆转；发达国家对生猪高补贴、高保护所形成的不公平国际畜产品贸易环境，在短期内也不会得到根本的改变。加入 WTO 对我国生猪的影响和挑战是长期的，在后过渡期将逐步显现出来。

④生猪抢占国际市场形势严峻。我国是世界上最大的生猪饲养国和加工国。从 1990 年起，我国肉类总产以 2857 万吨首次超过美国，居世界第一，延续至今。1993 年，年人均肉类消费达 32.2 千克，首次超过世界平均水平。从生猪产品国际贸易发展过程看很不乐观。我国生猪生产在稳步增长，1995 年我国猪肉产量 3648 万吨，占世界产量的 41%，2006 年上升到 5197 万吨，占世界的 50.1%，年均增长 3.27%，生猪出栏量达 6.81 亿头。然而生猪出口贸易值大幅度下降和贸易量增长形成反差。出口额从 1995 年的 20 亿美元降到 2006 年的 9.83 亿美元，下降了 50.9%，年均下降 6.3%。出口量从 1995 年的 23.3 万吨上升到 2006 年的 27 万吨（占当年生产量的 5‰），上升了 15.9%，年均上升 1.35%。猪肉出口在世界的份额从 1995 年 11% 下降到 2006 年的 5.1%。我国基本上从 1995 年开始进口猪肉，进口量从 0.44 万吨上升到 2006 年的 21.88 万吨，增长了 49.72 倍，年均增长 42.64%，2006 年进口量占世界总进口的 4%（见表 1-1）。可见，出口的增长速度是大大低于进口的增长速度。与丹麦相比差距很大，2006 年我国猪肉出口量只相当于丹麦的 14.6%，与世界上最大的生猪生产国很不相称。面对发达国家的竞争对手在生猪产品质量、安全、技术、服务和品牌等方面的优势，四川生猪要在

国际市场占有一席之地，难度很大。

表 1-1 1995~2006 年我国生猪生产、贸易状况

年份	肉猪年末 存栏头数	肉猪出栏 头数	猪肉 生产量	出口活猪	进口猪肉	出口猪肉	全国人均 占有量
	(万头)	(万头)	(万吨)	(1) (万头)	(1) (万吨)	(1) (万吨)	(千克/人)
1995	44 169	48 051	3648	253.3	0.44	23.33	29.8
1996	36 284	41 225	3158	240.2	0.36	18.55	25.8
1997	40 035	46 484	3596	227.0	0.51	15.68	29.2
1998	42 256	50 215	3884	219.5	2.55	15.82	31.3
1999	43 020	51 977	3891	195.8	13.25	11.11	32.0
2000	44 682	52 673	4031	203.1	23.79	11.20	31.9
2001	45 743	54 937	4184	196.5	20.40	17.20	32.9
2002	46 292	56 684	4327	188.0	21.95	23.63	33.8
2003	46 602	59 200	4519	187.8	31.20	30.50	35.1
2004	48 200	61 800	4702	196.6	29.11	41.68	36.2
2005	50 335	66 099	5011	176	19.98	25	38.5
2006	49 441	68 050	5197	172	21.88	27	39.5

注：此表数据来自海关总署。除进出口数据外，其他指标数据均来自国家统计局。其中，1996 年以前为国家统计局公布数据，1996~1999 年为国家统计局调整数据，2000 年以后为抽样调查数据。

因此，在经济全球化和加入 WTO 及进入“后过渡期”的背景下，深入了解 WTO 的竞争规则，探索提升生猪竞争力的路径，研究制定科学合理的生猪产业发展政策，特别是政府支持政策，实施正确的营销策略，借鉴国外生猪生产先进经验，探寻可行的生猪产业生产发展模式和风险规避机制，找到应对市场风险的有效措施。这些都是生猪国际竞争力研究的重要内容。

(4) 质量安全管理是提升生猪国际竞争力的瓶颈

1985 年前我国生猪基本上不存在市场竞争，1985 年以后，国家逐步取消生猪统派购政策，开始生猪及其产品的市场化改革，直到 1990 年我国生猪产品基本告别短缺时代。随着居民生