
湖南农产品国际竞争力实证分析与对策思考

罗 峦 a，曹 炜b

(湖南农业大学 a. 经济学院；b. 计财处，湖南长沙 410128)

摘 要：用显示性比较优势和国际市场份额方法对2000—2004 年来湖南农产品国际竞争力状况进行了实证分析，湖南是农业大省，许多农产品的产量在全国位居前列，但湖南农产品出口额仅为全国农产品出口总额的1%，为世界农产品出口总额的0.04%，这表明湖南农产品的国际竞争力还较弱。针对现状提出发挥外生比较优势、培育内生比较优势、创造湖南农产品的复合比较优势是提高湖南农产品国际竞争力的对策，其中内生比较优势的形成是关键。具体措施有构建湖南优势农产品产业带、加快湖南农产品加工业发展、大力发展各类农民合作组织、专业协会以及构建政府出口促销支持体系等。

关 键 词：农产品；国际竞争力；内生比较优势；湖南

中图分类号：F323.5 **文献标识码：**A **文章编号：**1009-2013(2007)01-0025-04

一、湖南农产品的生产与出口现状

湖南是著名的“鱼米之乡”，农业自然资源条件优越，生产历史悠久，湖南的农业生产在全国具有举足轻重的地位。统计数据显示，长期以来，湖南的稻谷产量位居全国第一，苧麻和猪肉产量居第二位，柑橘、烤烟产量排名第三，茶叶及水产品中内陆产品产量排名第五，棉花、油料、蜂蜜等产量排名也在全国前十名之列。

入世后，湖南的农产品出口获得了较快的增长。2001 年，湖南省农产品出口额为1.55 亿美元，2005年增长至2.73 亿美元，增长幅度达76%，尤其是2003年以来，增长速度显著加快，年均增长幅度达19.2%，接近 20%。但是，换个角度看，湖南的农产品出口额在全国农产品出口总额中所占的份量却是微不足道的。以2000—2005 年数据为例，6 年来，湖南的农产品出口额在全国农产品出口总额中的比例始终维持在1%左右，其中2000 年最高，达到1.05%，2002 和2003年都只有0.89%。与其他各省份相比，其出口排名位次较后，始终徘徊在第20 名左右(表1)。如此小的农产品出口规模与农业大省的地位显然不符。从全省整体出口情况来看，农产品的出口优势也不明显，2000年后，农产品出口额在商品出口总量中的份额已不足10%，且呈持续下降态势(

表

1)

。

收稿日期：2006-10-30

基金项目：湖南省社会科学基金资助项目(04ZC080)

作者简介：罗峦(1973-)，女，湖南长沙人，副教授，华中农业大学博士研究生。研究方向：农产品营销与贸易。

表 1 湖南农产品出口占全国农产品出口比重及占湖南商品出口总额比重

亿美元

年份	湖南农产品出口额	全国农产品出口额	占全国比重/%	在全国的排名	湖南商品出口总额	占全省商品出口比重/%
2000	1.65	156.96	1.05	20	16.53	9.98
2001	1.55	160.67	0.96	19	17.54	8.84
2002	1.61	181.47	0.89	21	17.95	8.97
2003	1.90	214.29	0.89	21	21.46	8.85
2004	2.34	233.90	1.00	20	30.98	7.55
2005	2.73	275.76	0.99	22	37.47	7.29

数据来源：中国农业信息网年度数据库 <http://www.agri.gov.cn> 和湖南统计年鉴(2001-2005)

作为农业大省，农业发展在湖南经济发展中始终具有十分重要的地位，市场经济条件下，农产品的竞争力不仅仅体现在生产竞争力，更重要体现为市场竞争力，市场竞争力的高低，关系着农产品商品价值能否顺利实现和提高。入世后，在开放经济条件下，湖南的农产品将与世界农产品在同一个平台竞争，那么，农产品的市场竞争力将体现为国际竞争力，目前湖南农产品的国际竞争力现状如何？掌握湖南农产品国际竞争力情况，对指导湖南农业发展具有重要的意义。笔者拟对2000年以来湖南主要农产品的国际竞争力水平进行实证分析，并思考提高湖南农产品国际竞争力的策略。

二、湖南省主要农产品国际竞争力水平分析

1. 测算指标和样本的选择

农产品国际竞争力的分析方法有多种，如显示性比较优势(RCA)和贸易竞争力指数(TC)法、国际市场占有率法、简单比价法、国内资源成本法等，它们从出口规模、净出口状况、市场份额、价格、生产成本等不同角度对农产品国际竞争力进行测算，对分析一国或地区的农产品国际竞争力都具有较好的应用价值，其中显示性比较优势法和贸易竞争力指数法运用较多。鉴于数据的可获得性以及除大米外湖南主要出口农产品基本无进口的情况，笔者主要运用显示性比较优势(RCA)和国际市场占有率法对湖南主要农产品的国际竞争力水平进行测算。数据资料从联合国粮农组织数据库(FAO STAT)、中国农业年鉴(2003—2005)、湖南统计年鉴(2001—2005)以及中国农业信息网数据资料库获取。

笔者依据产品的出口规模(出口额)对拟研究的产品类别进行了筛选，因为湖南农产品出口额在全国农产品出口中的份额大约为1%，以此为标准，选择出口额超过全省农产品出口平均水平的品种类别。中国农业年鉴(2005)数据显示，2004年湖南省主要农产品出口额占全国农产品出口总额的1%以上的产品主要有：茶叶(6.2%)、鲜冻猪肉(7.3%)、烤烟(1.4%)、辣椒及辣椒粉(1.75%)、橘橙(1%)、活猪(20.4%)、鲜冻牛肉(4.6%)、猪鬃(7.4%)、肠衣(2.5%)及纸烟(4%)。综合考虑其他一些因素，笔者选择其中具有较好代表性的6类农产品进行实证分析，它们是茶叶、烤烟、柑橘、活猪、鲜冻猪肉和鲜冻牛肉。由于湖南是全国重要的稻米产区，其产量长期在全国排名第一，因此，将大米也列入分析之列。

2. 主要农产品的显示性比较优势

显示性比较优势(RCA)是指一个国家(地区)某种商品出口占其出口总值的份额与世界贸易中该类商品出口占世界出口份额的比率。计算公式为：

$$RCA = (X_{ia} / X_{it}) / (X_{wa} / X_{wt})$$

X_{ia} 表示I国(地区) a 产品的出口额； X_{it} 表示I国(地区)在 t 时期的总出口额； X_{wa} 为 a 产品在世界上的总出口额； X_{wt} 为世界市场 t 时期的总出口额[1]。

一般认为， RCA 值大于1，表明该产品具有比较优势， RCA 值小于1，则该产品具有比较劣势， RCA 值越大，该产品越具有国际竞争力。有学者进一步提出，若 RCA 值大于2.5，则表示这种产品具有极强的国际竞争力；若 RCA 值在1.25与2.5之间，表明该产品具有较强的国际竞争力；若 RCA 值小于0.8，则表明该产品的国际竞争力较弱。

笔者根据公式对2000—2004年湖南农产品的显示性比较优势进行测算（表2）。

表2 2000—2004年湖南农产品总体及大米等主要农产品显示性比较优势

年份	农产品	大米	茶叶	烤烟	柑橘	活猪	鲜冻猪肉	鲜冻牛肉
2000	1.54	11.20	15.80	2.67		142.50	4.00	
2001	1.31	1.91	18.20	1.60		122.50	2.78	
2002	1.30	0.30	21.25	1.75	0.88	125.00	4.30	0.55
2003	1.26	1.89	22.25	1.63	0.75	105.00	5.13	0.36
2004	1.12	0.20	22.00	1.25	0.43	79.00	6.06	0.19

结果显示，首先，湖南农产品总体 RCA 值介于1.00~2.00之间，且呈下降趋势，到2004年该指数已低于1.25，表明湖南农产品具有一定的国际竞争力，但有减弱的趋势。其次，就具体产品而言，其中茶叶、活猪和鲜冻猪肉的 RCA 值在2.5以上，表明这三种商品的国际竞争力强。尤其是活猪，出口竞争优势非常大，但其优势呈减弱趋势，而茶叶和鲜冻猪肉的出口优势则呈增强的趋势。5年中，烤烟的 RCA 值均高于1.25，表明湖南省的烤烟也具有较强的国际竞争力，但同时其 RCA 值也在逐年下降，到2004年已等于1.25，说明其国际竞争力也在逐渐变弱。另外，柑橘、鲜冻牛肉由于资料问题仅获得2002—2004年的3年数据，3年的 RCA 值均小于1，表明湖南这两种产品的国际竞争力还没有形成。大米是湖南的主要粮食产品，近几年来 RCA 值波动较大，这与湖南省大米的出口量不稳定有关，由于出口规模较小，总的来看，近几年大米的国际竞争力也还比较弱。

3. 主要农产品的国际市场占有率

国际市场占有率指一国或地区商品出口总额占世界该商品出口总额的比例，即商品出口市场占有率=商品出口总额/世界该商品出口总额。它反映一国或地区该商品出口的整体竞争力，如果该商品在国际市场上占有率高，表明占有的市场份额大，该商品具有较强的国际竞争力，相反，则该商品的国际竞争力弱[2]。对湖南主要农产品的国际市场占有率进行测算，有利于分析湖南农产品在世界市场上的地位，从市场份额角度对湖南农产品的国际竞争力较好地把握。

根据公式对湖南农产品及7种主要产品类别的国际市场占有率进行测算，结果显示湖南农产品的国际市场占有率非常低，仅为0.04%左右。这主要是因为绝大部分农产品的国际市场占有率都较低，基本低于1%。其中仅活猪一项商品的国际市场占有率达到3%左右，但该值呈下降趋势，到2004年仅有2.3%。值得一提的是湖南的茶叶和鲜冻猪肉的国际市场占有率虽然不高，但呈上升趋势，表明其国际竞争力在逐渐增强，产业发展具有潜力（表3）。

表3 2000—2004年湖南省大米等主要农产品的国际市场占有率

年份	农产品	大米	茶叶	烤烟	柑橘	活猪	鲜冻猪肉	鲜冻牛肉
2000	0.04	0.280	0.44	0.070		3.49	0.10	
2001	0.38	0.050	0.57	0.047		3.06	0.08	
2002	0.36	0.008	0.62	0.046	0.020	3.33	0.12	0.016
2003	0.36	0.050	0.65	0.048	0.020	2.75	0.14	0.011
2004	0.39	0.008	0.83	0.043	0.014	2.30	0.21	0.007

4. 结论

通过对湖南农产品总体和主要出口产品的显示性比较优势指数和国际市场占有率的测算，总的来看，湖南的农产品的国际市场份额非常低，其显示性比较优势表明整体国际竞争力有下降趋势。从分析来看，生猪和茶叶是目前湖南国际竞争力相对较强的两类商品。

从选择的分析指标来看，显示性比较优势指数和国际市场占有率是与产品的出口额紧密联系在一起的。而出口额与出口数量和单位产品价值呈正相关。可见，出口规模过小和单位产品附加值较低是造成湖南农产品出口额较低的主要原因。以2002—2004 年为例，主要出口产品中除茶叶的出口量占生产总量的比例相对较高以外，其他产品的比例都非常低(表4)。而湖南农产品出口价格与世界平均出口价格比较表明，除活猪的出口价格高于世界平均出口价格外，其他产品出口价格均低于世界平均出口价格，这表明价格优势不是创造竞争力的主要源泉。由此可见，提高湖南农产品国际竞争力出路在于扩大出口规模和增加产品的附加值。

表 4 2002—2004 年湖南大米等农产品生产总量与出口量 万吨

年份	大米		茶叶		烤烟		柑橘		猪肉		牛肉		活猪/万头	
	生产	出口	生产	出口	生产	出口	生产	出口	生产	出口	生产	出口	生产	出口
2002	2 119	0.31	6.1	1.53	17.4	0.30	149	0.26	397	0.88	15.9	0.16	6 698	36.9
2003	2 070	2.35	6.1	1.71	17.7	0.32	173	0.27	419	1.23	16.1	0.13	6 921	38.4
2004	2 285	0.72	6.7	2.03	18.0	0.23	188	0.22	429	1.83	27.0	0.09	7 323	39.4

三、提高湖南农产品国际竞争力对策

以杨小凯先生为代表的新兴古典经济学提出了内生比较优势理论，认为比较优势应分为两种：外生比较优势和内生比较优势。外生比较优势是由资源禀赋带来的；而内生比较优势是指没有外生比较优势的生产者由于选择不同专业方向的决策而造成的事后生产率差别，它是由与资源禀赋无关的其他因素创造的[3]，如专业化、分工、报酬递增、学习效应、交易效率的提高等。如果一国或地区接受先天的生产率差异作为分工的条件，仅发展目前显示具有比较优势的产业，会导致贸易产品、方向和格局的静态化，使本国或地区在国际分工的产业链上始终处于低附加值、低技术含量的下游，长期将可能造成贸易条件恶化，出现贸易的贫困化增长，掉入“比较优势陷阱”。因此，一国贸易利益的源泉在于创造内生比较优势。该理论对我们思考提高湖南农产品国际竞争力的对策具有良好的指导意义。笔者认为由于农产品生产过程的特殊性，使农产品的竞争力与外生比较优势关系仍然很密切，因此，将外生比较优势和内生比较优势联合起来，创造复合比较优势，是提高湖南农产品国际竞争力的有效途径，而其中关键是培育内生比较优势。

一是依托外生比较优势，构建湖南优势农产品产业带，促进农产品生产专业化发展。先天的地形、气候、河流、土壤等自然条件对农产品产量和质量影响重大，这表明外生比较优势是创造农产品竞争力首先要考虑的因素，但拥有外生比较优势不一定就拥有竞争力。在考虑资源禀赋的基础上，通过优化生产布局，实现农产品生产专业化发展，通过专业化生产，提高劳动熟练技能，提高劳动效率，改进生产方法、更新生产技术，促进农产品标准化生产，稳定和提高产品质量，最终带来劳动生产率的提高，实现规模经济。同时，专业化生产将有利于加速分工网络形成，有利于促进产业链上下游支持性产业的发展，如上游的生产资料、下游的物流、加工、销售等；分工的深化又将促进专业化程度的提高，两者的良性循环有助于形成有竞争力的产业体系，促成内生比较优势的形成。根据自然条件，湖南省已提出构建包括态优质食用大米、高支纱棉花、双低油菜、柑橘、优质绿茶、苎麻、外销生猪、肉牛(羊)、牛奶、加工出口淡水产品等10个农产品优势产业带的构想。

二是加快湖南农产品加工业发展，促进产业结构升级，提升内生比较优势。如果仅停留在发展农产品初级产品的阶段，则湖南的农产品在国际分工的产业链上将处于低附加值的下游，难以获得更多的贸易利益，专业化生产带来的规模经济效益还可能因贸易条件的恶化而抵消。因此，在发展优势农产品产业带的基础上，要加快农产品加工业发展，通过提高农产品的加工率，增强加工产品的技术含量，发展多样化的产品种类，扩大加工企业品牌、商誉等无形资产的价值附加，提高加工企业的营销竞

争力等途径提高湖南加工业的生产率，创造湖南农产品的内生比较优势。

三是发展和壮大农民专业合作社和专业协会的實力，降低交易費用。农民合作组织和专业协会是单个的农户与农产品加工企业和市场的桥梁，建立合作组织和专业协会，有利于降低交易费用，提高交易效率，从而产生内生比较优势。如美国农产品具有较强的国际竞争力的重要的原因之一就是其农业合作组织和行业协会的强大[4]。从中国国情来看，大力培育农业合作组织和行业协会意义更为重要。发展合作组织和协会不仅能帮助农户实现达成交易，降低农户的交易费用，而且其组织内部通过建立规章制度规范行业行为，能有效地避免无序竞争，维护市场秩序。到2004年底，湖南农民专业合作社已发展到11 647个，会员为167万人，带动农户194万户，占全省农户总数的17.4%，在全国排名较前[5]。数量多、规模小、实力弱是目前合作组织发展过程中遇到的较大障碍，笔者认为加强政府支持和自身整合是提高其实力可行性途径。

四是加大政府对农产品出口促销服务，构建高效的出口支持体系。包括制定农产品国际市场开发计划，如实施湖南农产品质量安全战略、品牌推广战略、出口市场开发战略等，支持农产品质量安全和品牌建设，支持研究机构、行业协会、出口企业对潜在市场进行可行性分析、市场调查、贸易壁垒研究等，为出口企业拓展交易范围、开发潜在市场及减少贸易壁垒服务[6]。建立农产品出口服务体系，完善农业信息服务网络体系和加强对企业出口相关的培训服务，减少因信息不对称带来的交易效率的损失。增加农产品出口促进的资金和信贷支持，通过设立农产品出口专项基金、增加对农产品出口信贷的额度、拓宽中小企业的融资渠道和改革信用担保方式等，加大对农产品出口的金融支持，提高交易主体的出口能力；加大农业科研投入，科技进步是创造内生比较优势的内核，目前湖南的农业科技的投入较低，不到农业GDP 的1%[7]，要通过增加农业科技投入，重点发展生物技术、农产品加工技术、农业信息技术等，提高自主创新能力；改革多头分割的农产品质量管理体系，建立统一管理、职责分明、分工协作、富有效率的质量监管体系，维护市场秩序，改进交易条件，提高交易效率。

参考文献：

- [1] 赵海燕，赵立，易法海．湖南主要农产品的国际竞争力变动分析[J]．农业现代化研究，2003(3)：145-148.
- [2] 赵小兰．中国茶叶出口贸易和国际竞争力分析[J]．生产力研究，2005(11)：95-96，104.
- [3] 尚杰，姜国刚．内生比较优势与我国农产品对外贸易研究[J]．农业经济问题，2006(1)：71-74.
- [4] 罗峦．美国农产品出口促销支持的经验及借鉴[J]．湖南农业科学，2006(3)：18-19，27.
- [5] 庞道沐．推进新农村建设的重要引擎——对湖南农民专业合作社的调查与思考[J]．求是，2006(18)：39-40.
- [6] 邓丽霞．提高湖南省农产品竞争力的对策研究[J]．湖南农业大学学报：社会科学版，2003(1)：14-15.
- [7] 何忠伟，莫鸣，罗永华，等．运用高新技术提升湖南农业竞争力的对策研究[J]．农业科技管理，2006(3)：86-88.