

入世五年中国苹果贸易竞争力国际比较

崔 挺, 杨文杰*

(西北农林科技大学 经济管理学院, 陕西 杨陵 712100)

摘 要:本文通过国际市场占有率、每公顷产量、生产消费比、可比进出口指数、显示比较优势指数等五个指标分析了我国入世五年后苹果贸易竞争能力。与其他苹果贸易大国相比,我国苹果的国际市场占有率不断上升,单位面积产量不断增加,可比进出口指数明显高于其他国家,苹果产业的竞争优势明显,但我国苹果单位面积产量低、与苹果贸易进口大国交易量小、苹果遭受贸易壁垒等问题依然突出。在此基础上,提出了今后进一步提升苹果产业贸易竞争力的对策。

关键词:中国苹果; 国际竞争力; 贸易

中图分类号:F752.6

文献标识码:A

文章编号:1001-7461(2008)04-0223-05

The Comparion of Competitiveness of Chinese Apple Trade Since China's Accession to the WTO

CUI Ting, YANG Wen-jie*

(College of Economics and Management, Northwest A&F University, Yangling, Shaanxi 712100, China)

Abstract: Apple trade competitiveness was analyzed in five indicators: international market share, the per hectare yield, production and consumption ratio, index of normalized trade balance since China's accession to the WTO, index of revealed comparative advantage. Compared with other countries, Chinese international apple market share had increased continously, the amount of apple unit production also increased, comparable import and export index was significantly higher than other countries, apple industry competitive advantages begin to appear. However, some measures should be taken to resolve the problems existed, such as apple production per hectare is still low, trading volume with the major trading nations is small, apple quality is still low. Some countermeasures were put forward to raise China's apple industry of the international trade.

Key words: Chinese apple; international competitiveness; trade

加入世贸组织后,苹果作为我国为数不多的具有国际竞争力的农产品之一,其生产和贸易都面临着前所未有的挑战和机遇,苹果产业在更大范围内和更深层次上参与苹果产业国际化竞争是全球果品市场一体化和中国作为世界贸易组织中重要一员的客观要求,为了加快实施苹果优势区域布局规划,扩大苹果出口,增加农民收入,需要从整个产业的角度出发来提高我国苹果的竞争力,对此我国学者对产业竞争力的进行深入探讨和分析,如金碚提出产

业国际竞争力是一国特定产业通过在国际市场上销售其产品而反映出来的生产力。产业国际竞争力的实质就是一国特定产业相对于国外竞争对手的比较生产力,它反映了该产业的产品国际市场占有率和赢利率的大小^[1]。

本文选取了衡量苹果的贸易的竞争力的指标,测定我国苹果产业贸易的潜在优势和存在的问题,对进一步提高我国苹果出口的国际竞争力具有现实意义。

收稿日期:2007-10-15 修回日期:2007-11-13

基金项目:西北农林科技大学计划项目(西北地区退耕还林激励机制研究)。

作者简介:崔挺,男,工程师,西北农林科技大学 2005 级林业经济管理专业硕士研究生。

* 通讯作者:杨文杰,男,副教授,博士,硕士研究生导师,主要从事农林经济管理教学科研工作。E-mail:bertyang0214@163.com

1 评价指标的选取

本文采用的主要指标是国际市场占有率、可比净出口指数、显示比较优势指数、每公顷产量和生产消费比。前3个指标为通行的国际净出口贸易衡量指标,每公顷产量和生产消费比是综合考虑我国的生产和国内市场因素分析我国苹果的出口贸易竞争能力,5个指标相互联系、相互补充,为全面评价出口产品的竞争力提供了分析依据。

1.1 国际市场占有率 (Market Share, MS)

国际市场占有率是指一国出口产品在世界出口市场上的份额。通常表示为: $MS_{ij} = (X_{ij} / X_w) \times 100\%$;式中: MS_{ij} 表示j国i产品的国际市场占有率; X_{ij} 和 X_w 分别表示j国i产品的出口额和世界i产品的出口额。通常,一国某产品的MS越大,说明该产品的国际竞争力越强。该指标简单明了,是衡量出口竞争力的基础指标,也是核心指标之一。

1.2 单位面积产量 (Yield of Per Hectare, YPH)

每公顷产量表示一个原产品生产出来的产量与生产土地面积的比较,是一个直接反映农产品科技含量和产出优势的一个指标。一国的YPH越高说明这个国家该产品农业科技实力越强,竞争优势越大。

1.3 生产消费比 (the Rate of Production to Consumption, RPC)

生产消费比用一个国家某种产品的生产数量/该产品的消费数量来表示。通过这一指数可以反映该国出口潜力的大小和对国际市场苹果的需求量。该指数越大反映的该产品的出口潜力越大。

1.4 可比进出口指数 (Index of Normalized Trade Balance, NTB)

可比净出口指数是指某一产品的净出口额与其进出口总额之比。这一指标常被称作“贸易竞争力指数”。用公式表示为: $NTB_{ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij})$ 式中 NTB_{ij} 表示j国i产品的可比净出口指数, M_{ij} 表示j国i产品的进口额(下同)。 NTB_{ij} 在-1到1之间变动, $NTB_{ij} > 0$ 表明j国是i产品的净出口国,i产品具有出口竞争力, NTB_{ij} 越大,竞争力越强; $NTB_{ij} < 0$ 表明j国是i产品的净进口国, NTB_{ij} 越小,表示国际竞争力越弱。一般将 $NTB_{ij} \geq 0.8$ 的产品列为具有高比较优势或强竞争力产品;将 $0.5 \leq NTB_{ij} < 0.8$ 的产品列为较强竞争力产品;将 $0 < NTB_{ij} < 0.5$ 的产品列为低竞争力产品;将 $-0.5 \leq NTB_{ij} < 0$ 的产品列为竞争力差或具有低比较劣势产品;将 $-0.8 \leq NTB_{ij}$

< -0.5 的产品列为竞争力很差或高比较劣势产品;将 $NTB_{ij} < -0.8$ 的产品列为竞争力极差或强比较劣势产品。该指标综合了出口和进口的因素,因此,成为分析出口产品竞争力的常用工具。

1.5 显示比较优势指数 (Index of Revealed Comparative Advantage, RCA)

显示比较优势指数是指一个国家某种商品出口占其本国出口总值的份额与世界贸易中该商品出口占世界出口总值的份额之比。其计算公式为: $RCA_{ij} = (X_{ij} / \sum_i X_{ij}) / (X_w / \sum_w X_w)$,某出口产品的RCA越高,表明该国在国际分工中该产品的专业化程度越高,因此该产品的出口竞争力就越强^[2]。

2 中国苹果产业国际竞争力的测评及其评价

2.1 国际市场占有率

根据联合国粮农组织数据分析,表1列出了2000~2005年世界主要苹果出口大国在国际苹果出口市场上的占有率及其变动情况。从中不难看出,在世界苹果出口市场上,法国、美国、意大利三大国家市场占有率均在10%以上,处于第一梯队的地位;我国与智利、新西兰、荷兰、比利时的市场占有率在5%~10%之间,为苹果出口第二梯队。相比之下,我国苹果出口竞争力明显弱于第一梯队的国家,这三大国家的市场占有率高出我国将近一倍,差距较为悬殊。而在第二梯队,我国虽处于前列,但与其他国家的市场占有率不相上下,竞争优势并不明显。

表1 世界苹果出口大国的市场占有率

Table 1 The market share of the apple sale in the main export countries						%
国别	2000	2001	2002	2003	2004	2005
法国	18.7	18.6	19.4	18.1	15.1	14.6
美国	17	16.9	13.6	10.8	10.1	14.4
智利	8	9.7	10	7.8	8.9	13.9
意大利	10.7	10.4	13.2	13.9	11.4	12.5
新西兰	8.1	5.5	7	7	8.2	7.9
中国	4.2	4.1	5.3	6.2	7.2	8.8
荷兰	5.8	5.2	6.1	6.9	7.8	7.4
比利时	7.8	7.8	7.9	7.7	6.8	6.1

注:根据联合国粮农组织数据计算。

其原因主要是由于我国果品受到进口大国绿色壁垒的限制,目前我国苹果优质果率在35%左右,达到出口标准的高档果率更低,而美国、新西兰、日本等国的优质果率高达70%,可供出口的高档果率也在50%左右。其次是果区由于经济、文化比较落后,劳动者的文化素质较低,接受和掌握新技术的能力较差,栽培技术相对落后,生产的果实整齐度差,果个偏小,果面缺陷多,果形不端正,果实着色差,不

均匀。再次是果实农药残留超标。由于果树产业从业人员素质较低,防治病虫害多以农药为主,由于农药使用剂量、时期、次数不当,不但防治病虫害效果差,消费人力、物力,还使果实农药残留超标。同时苹果产后商品化处理基础设施落后,在产后保鲜、贮藏和包装方面与国际苹果出口大国差距很大,国外丰果贮藏保鲜量占总产量的 60% 以上,发达国家采后商品化处理率几乎达到了 100%,加拿大、美国、新西兰等国家苹果采摘、分级、包装、贮藏、销售实现了一条龙作业,我国由于缺乏现代化水果分级包装线和冷藏运输设备,包装的果品大小、形状、色泽差别较大,果品商品质量难以保证,严重影响苹果竞争力。

表 2 世界主要苹果生产国苹果单产表

Table 2 Apple yield in the worlds major apple producing countries							kg/hm ²
国别	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
中国	8 674. 30	9 217. 60	9 701. 20	9 896. 40	10 850. 80	12 109. 90	12 415. 00
俄罗斯	2 523. 80	4 310. 60	3 814. 00	4 943. 00	4 267. 70	5 259. 10	5 256. 40
巴西	32 838. 90	38 387. 30	23 144. 00	27 202. 30	26 697. 40	29 709. 40	23 900. 90
德国	25 204. 40	35 922. 60	25 414. 30	21 015. 70	26 249. 30	30 333. 80	27 368. 20
新西兰	37 586. 20	43 928. 00	36 680. 30	45 287. 40	41 250. 40	46 587. 00	46 994. 50
智利	31 417. 10	22 492. 30	31 792. 70	32 984. 40	35 300. 80	36 016. 10	36 986. 30
法国	30 940. 00	30 945. 50	36 318. 20	37 076. 60	35 723. 70	37 931. 90	38 920. 10
美国	25 857. 60	26 923. 40	25 279. 80	24 200. 10	24 983. 30	30 207. 40	28 882. 40
英国	19 296. 40	16 066. 80	18 994. 50	18 285. 30	15 801. 50	18 611. 90	25 852. 00

注:根据联合国粮农组织数据计算。

2.3 可比进出口指数

根据联合国粮农组织(FAO)提供的有关统计数据,利用我国及其他生产出口大国 1999~2005 年间的出口额数据,计算了我国苹果的出口竞争力指数(表 3)。表 3 的数据显示,中国的苹果出口竞争力逐步增强,贸易指数增长明显,尤其是加入世界贸易组织后我国的苹果贸易竞争力指数超过了 0.5,是有较强竞争力的产品。我国的出口竞争力指数排在了新西兰和智利之后位于世界第三,与其他苹果生产国相比,我国的竞争优势主要表现在以下 4 个方面:(1)总量规模优势。我国是世界苹果生产大国,苹果产量占世界总产量的 1/3,随着优势区域内苹果单产的逐渐提高,我国苹果产量在世界总产量中的比重还将提高,苹果总量的规模优势将进一步影响世界生产格局同时,随着我国苹果加工业规模的逐渐扩大,苹果产业在国际市场上将具有更大的规模优势。(2)资源优势。我国西北黄土高原和渤海湾区是世界上最大的苹果适宜产区,年均温度 8.5℃~13.0℃,年降雨量 500~800 mm,年日照时数 2 200 h 以上,着色期日照率在 50% 以上,除了降雨多数分布在 6 月份外,气候条件与美国、新西兰、法国等国家的著名苹果产区接近。另外,我国选育和引进的品种有近 700 个,各国主栽品种在我国几

2.2 单位面积产量(kg/hm²)

根据联合国粮农组织统计分析,我国苹果每 hm² 的产量由 1999 年的 8 674. 30 kg 上升到 2005 年的 12 415. 00 kg,这一变化反应了我国苹果生产的科技投入进一步提高,但是与发达国家相比较,2005 年每公顷的产量仅为智利和法国的 1/3,是新西兰的 1/4,除了俄罗斯之外我国与这些贸易大国的差距还很大,这与我国果园管理水平和生产技术密切相关(表 2)。长期以来,我们一直都是分散经营,农户对科技的普及和推广接受慢,科技在苹果生产中发挥的作用力很小。

乎都有栽培,能够针对国内外市场生产出适销对路的苹果。(3)价格优势。我国出口苹果的价格相对较低,一般为 300~500 美元/t,比世界平均价格低 39.1%,比新西兰、美国、法国分别低 85.5%、68.7%和 64.2%。(4)区位优势。我国与俄罗斯和东南亚国家毗邻,交通便捷,地缘优势突出,东南亚国家均不产苹果,年苹果进口量在 30 万 t 左右,这一地区是我国苹果的传统出口市场,俄罗斯年苹果进口量为 48 万 t 左右,我国北方产区每年都通过边贸形式向该国出口大量苹果^[3]。

2.4 生产消费比

我国是苹果生产第一大国,1999 年我国的产量就达到了 2 080. 925 万 t,几乎是美国的 4 倍。2005 年达到了 2 401. 75 万 t,几乎是其他发达国家生产总和。同时我国也是一个消费大国,但大多数都是内销,1999 年我国内的消费量达到 1 073. 751 万 t,2005 年达到了 1 171. 877 万 t,国内巨大消费市场,为推动我国苹果产业良性发展起到了积极的作用,同时消费量与我国苹果产量具大的差额,也反应了我国巨大的出口潜力。从表 4 中可看出,同为苹果生产消费大国,新西兰和智利跟我国一样,出口需求都很大,彼此竞争也会加剧,面对俄罗斯、英国和德国等消费大国,除了俄罗斯国家外,我国的苹果产业

却很难走入他们的市场,甚至与我国毗邻的发达国家日本和韩国对我们的苹果产业需求也不是很大,我们的出口对象主要集中在我国周边的几个国家,如新加坡、印度尼西亚、泰国和缅甸等。但是日本和韩国生活水平较高,这两国苹果的消费量很大,消费

者偏好甜苹果,与中国主要苹果品种相同,但对苹果的质量要求较高,只要我国提高苹果产业生产的标准,日本和韩国将首先成为中国苹果出口的重要潜在市场^[4]。

表 3 可比进出口指数比较
Table 3 Index of normalized trade balance comparison

国别	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
中国	0.419654	0.437421	0.313745	0.503262	0.71085	0.744204	0.711466
俄联邦	-0.91181	-0.89807	-0.94472	-0.93957	-0.94761	-0.87341	-0.89527
巴西	0.011163	0.423708	-0.07202	0.171137	0.284906	0.551894	0.301321
德国	-0.61511	-0.457	-0.5907	-0.6726	-0.71109	-0.49056	-0.42532
新西兰	0.992812	0.991886	0.986932	0.973138	0.955512	0.919767	0.722188
智利	0.998403	0.997968	0.99792	0.998329	0.997115	0.988009	0.959353
法国	0.263561	0.330806	0.37053	0.386085	0.342684	0.269721	0.349099
美国	0.135369	0.088527	0.219308	0.019102	-0.13224	-0.26204	-0.34056
英国	-0.83908	-0.81801	-0.83013	-0.84968	-0.8215	-0.81711	-0.77274

注:根据联合国粮农组织数据计算。

表 4 各国的生产消费比
Table 4 Rate of production to consumption

国别	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	%
中国	1.938052	1.5666	1.52429	1.541008	1.602452	1.768566	2.04949	
俄联邦	0.434845	0.854569	0.7224	0.864369	0.860739	1.159516	1.096655	
巴西	1.108967	1.402698	0.967268	1.287256	1.367701	1.636203	1.470072	
德国	0.664731	0.907481	0.541404	0.488591	0.291287	0.345403	0.317238	
新西兰	5.325386	4.835816	3.716112	3.958153	5.055886	7.257743	6.601842	
智利	8.090058	NA	9.660397	9.196321	8.429997	5.355966	NA	
法国	1.581811	1.501141	1.435647	1.4734	1.525838	1.481714	1.172007	
美国	1.019663	1.041437	1.01592	0.92323	0.881193	0.947663	0.790449	
英国	0.290751	0.268965	0.24605	0.213285	0.161517	0.171038	0.162557	

注:根据联合国粮农组织数据计算,NA表示没有获得数据。

表 5 显性优势指数
Table 5 Index of revealed comparative advantage, RCA

年份	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
RCA	0.88	1.09	1.06	1.06	1.07	1.15	1.20	1.25

注:表中数据联合国粮农组织数据计算。

2.5 显性比较优势指数

从表 5 看,我国苹果的显性比较优势指数从 2000 年开始,大于 1 并持续上升,但仍小于 1.25,说明我国刚步入中度竞争力产品行列。可见如果将我国苹果的出口置于世界总体贸易水平的背景下考察,竞争力并不强。现在制约我国苹果显性优势的除了生产问题之外,就是技术壁垒问题。我国加入世贸,虽然为扩大苹果出口提供了机遇,创造了条件,但从目前国内果品安全质量水平看,扩大出口难度相当大,主要是西方发达国家果品质量安全标准高、要求严,国内果品质量很难通过发达国家设置的技术壁垒。而我国苹果一个最大的问题是农药与化肥施用过多,很难达到出口标准^[5]。

3 进一步加强我国苹果国际贸易竞争能力的对策

3.1 加强对基地县干部、果农和企业管理人员的培训,建设高标准的绿色果品示范园

依靠科研院所的专家和技术人员,对基地县干部、果农和企业管理人员进行培训,提高他们对苹果标准化生产的认识和技能,建设高标准的绿色果品示范园。应当启动实施“无公害果品行动计划”,以生产资料供应源头和生产过程控制为切入点,重点解决农药残留、植物膨大剂使用等问题,强化病虫害防治、产地环境和投入品的监控管理,改善无公害果品生产基地环境,在人员培训、技术指导、卫生检疫

等各个环节进行全方位的跟踪服务和全程监督管理,全面提升果品质量,增强我国苹果的国际竞争能力^[6]。

3.2 政府应制定并实施苹果出口战略

在宏观上,政府应结合我国的“苹果出口行动计划”,尽快制定并实施苹果出口战略,对外实行集团化的营销模式,组织出口洽谈、产品展销、推介等营销促进活动;对内积极诱导产、供、销一体化的组织运行模式,积极培育各种中介组织,在出口市场多元化的基础上,细分国际市场,优化出口结构,在继续保持已有优势市场的前提下,积极推进出口多元化,消除各种贸易壁垒,扩大市场范围,努力提升我国在世界苹果主流市场的份额^[7]。

3.3 强化龙头企业自身建设

提高我国苹果出口竞争力,关键是要强化龙头企业自身建设。要引导龙头企业加快经营机制创新,建立现代企业制度,并与大专院校、科研院所开展技术经济合作,共同研制开发具有自主知识产权的技术和产品,尽快形成有一定市场份额的知名品牌。通过组织开展一定的技术及经营管理培训和国内外市场考察学习活动,培养一批具有战略思维、懂经营、善管理、重信用的企业家队伍,促进企业做大

做强。加快果业企业集团化发展。要引导支持重点龙头企业,以资产、品牌等资本为纽带,采取兼并、联营、参股、租赁等多种方式,组建果业企业集团,引导果业企业走联合结盟、集团化发展的路子,壮大市场主体,提高参与国内外市场竞争的能力。加快果业企业协会建设。针对目前果业加工销售企业数量多、力量分散、低水平恶性竞争的状况,要不断加快果业企业协会或联合体的组织建设,建立行业自律机制,规范市场主体行为,树立诚信理念,塑造我国苹果的良好信誉。

参考文献:

- [1] 金碚. 产业国际竞争力研究 [J]. 经济研究, 1996(11), 39-44.
- [2] 张永良, 侯铁珊. 中国苹果出口竞争力评价及国际比较 [J]. 中国物价, 2007(2), 34-37.
- [3] 徐海晶, 于冷. 我国苹果贸易的进出口分析. [J]. 农业技术经济, 2006(2), 43-47.
- [4] 庞守林, 田志宏. 中国苹果国际贸易结构比较分析与优化 [J]. 中国农村经济, 2004(2), 38-43.
- [5] 苗洪亮, 祁春节. 中国苹果国际竞争力与扩大出口的研究 [J]. 安徽农业科学, 2005, 33(10), 1837-1839.
- [6] 赵政阳, 戴军, 王雷存. 陕西苹果产业现状和产业竞争力分析 [J]. 西北农业学报, 2002, 11(4), 108-111.
- [7] 渭北绿色果品基地建设“十一五”规划 [DB/OL]. <http://jpkc.chd.edu.cn/gjwtx/bbsxp>.

入世五年中国苹果贸易竞争力国际比较

作者: [崔挺, 杨文杰](#)
作者单位: [西北农林科技大学, 经济管理学院, 陕西, 杨陵, 712100](#)
刊名: [西北林学院学报](#) **ISTIC PKU**
英文刊名: [JOURNAL OF NORTHWEST FORESTRY UNIVERSITY](#)
年, 卷(期): 2008, 23(4)
引用次数: 0次

相似文献(9条)

1. 学位论文 [赵佳](#) 中国苹果产品国际竞争力的经济分析 2005

本文主要以迈克尔·波特的产业国际竞争力理论和国际贸易理论为理论基础,构造了中国苹果产品国际竞争力研究的经济分析框架,构建和确定了中国苹果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,通过对贸易竞争指数、国际市场占有率、出口市场集中度、显示性比较优势指数、地区显示性比较优势指数等指标的国际比较研究得出结论:中国苹果鲜果国际竞争力逐步增强,但与主要苹果出口国相比还有很大差距。中国苹果浓缩汁的国际竞争力很弱,这说明作为资本和技术密集型产品,中国苹果浓缩汁的生产仅处于刚刚起步的阶段。中国普通苹果汁的出口能力较强,具有绝对的竞争优势。其次,通过对影响苹果产品国际竞争力的直接和间接因素的国际比较研究发现:中国苹果产品的价格绝对优势明显,但国际竞争力的变动趋势与价格绝对优势的变动趋势恰好相反;中国苹果产品质量状况与其他苹果产品主要出口国差距较大;中国苹果产品的生产水平不仅低于世界平均水平,更大大低于世界其他苹果产品主要出口国,其主要原因是中国水果业整体科技水平与发达国家差距很大;与其他苹果产品主要出口国相比,中国苹果产品在加工方面以及采摘后商品化处理方面仍处于落后水平;此外,我国苹果产品营销方式方面也有许多问题亟待解决,我国的农产品出口服务目前还严重缺乏。最后,在对上述问题进行国际比较研究的基础上,我们提出提高中国苹果产品国际竞争力的对策建议如下:确定优势区域布局、优化苹果产品结构;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认准销售渠道、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胜任的,因此必须尽快扶持苹果专业合作经济组织的发展,同时也要注重提升苹果产品的标准化管理水平,提高苹果产品的国际竞争力。

2. 学位论文 [刘汉成](#) 中国苹果产业发展及国际竞争力研究 2003

该论文从五个方面进行探讨。一是评价苹果产业发展与国际竞争力的有关理论,以此作为全文的理论基础。二是中国苹果生产发展状况分析。介绍了中国苹果生产现状,采用C-D函数模型对中国苹果生产投入与产出进行分析;进一步揭示了中国苹果生产中存在的问题,即苹果单产水平低,生产产品单一,产品质量偏低,加工工业滞后,生产效益下降。三是中国苹果消费需求。概括了中国苹果消费需求发展趋势;测算了中国苹果消费需求弹性值;重点结合湖北、河南、江西、浙江四省的问卷调查资料及文献统计资料对影响中国苹果消费需求的因素作了分析,这些因素包括:居民收入水平因素、产品品种质量因素、供给时空因素、消费者购买行为因素等。四是中国苹果的比较优势与国际竞争力。介绍了世界苹果生产和贸易现状;分析了中国苹果对外贸易存在的问题及其内在因素;通过建立指标体系对中国苹果的比较优势和国际竞争力进行了测算,测算结果表明:中国苹果在总产量、种植面积上具有规模优势,在成本价格上具有比较优势,在单产、品种及出口等方面不具竞争优势。并且分析了入世对中国苹果产业发展的正负两方面的影响。五是提升中国苹果产业国际竞争力的战略思路与对策措施。借鉴美国苹果产业发展的经验,提出了适合中国国情的战略思路与对策措施,为有关部门制定决策提供依据。

3. 期刊论文 [何乃波](#). [张吉国](#). [He Naibo](#). [Zhang Jiguo](#) 中国苹果国际竞争力实证研究 - 中国农业资源与区划

2007, 28(3)

该文采用国际市场占有率和贸易竞争指数两个状态指标,以3个苹果出口贸易大国为参照,考察了10年间(1994~2003)中国苹果的国际竞争力。结果表明,中国的苹果在国际市场上有一定竞争力,但是与其他苹果大国相比还有很大差距。中国苹果在国际市场上一直具有价格优势,出口价格并不是影响中国苹果国际竞争力的主要因素,影响中国苹果国际竞争力的因素主要是非价格因素,包括苹果质量、品种、流通和营销等。文章最后提出了增强中国苹果国际竞争力的几点建议。

4. 期刊论文 [王春玲](#). [赵晨霞](#) 2007中国苹果国际竞争力分析 - 中国果菜 2009(1)

中国是世界苹果第一生产大国,苹果是中国第一主产水果,通过国际市场占有率,可计算出净出口指数、显示性比较优势等经济指标,以2007年最新统计资料对中国以及世界各苹果主产国的国际竞争力进行研究分析,比较,旨在及时掌握中国苹果世界竞争力地位与变化,为政府管理部门、苹果相关企业提供决策依据,及时调整苹果产业发展方向,促进中国苹果产业的稳定与可持续发展。

5. 期刊论文 [张吉国](#). [何乃波](#). [厉昌习](#). [ZHANG Ji-guo](#). [HE Nai-bo](#). [LI Chang-xi](#) 中国苹果国际竞争力的实证分析 - 生态经济 2006(5)

本文采用国际市场占有率和贸易竞争指数两个状态指标,以3个苹果出口贸易大国为参照,考察了10年间(1994~2003)中国苹果的国际竞争力。结果表明中国苹果在国际市场上有一定竞争力,但与其他苹果大国相比还有很大差距。中国苹果在国际市场上一直具有价格优势,但出口价格并不是影响其国际竞争力的主要因素,而在于质量、品种、流通和营销等方面。文章最后提出了增强中国苹果国际竞争力的几点建议。

6. 期刊论文 [苗洪亮](#). [祁春节](#) 中国苹果国际竞争力与扩大出口的研究 - 安徽农业科学 2005, 33(10)

从苹果包括浓缩苹果汁的世界贸易状况入手,结合中国苹果生产及进出口贸易数据资料,借助国际市场占有率、出口增长率、净出口指数和“显示”比较优势指数等衡量国际竞争优势的主要指标,对中国苹果产业的国际竞争力进行了定量分析,揭示了制约中国苹果产业国际竞争力提高、扩大苹果及浓缩苹果汁出口的限制因素,并提出了提高中国苹果产业国际竞争力、扩大出口的对策、措施及建议。

7. 学位论文 [苗洪亮](#) 中国苹果及果汁出口的市场环境分析及对策研究 2006

中国是世界第一苹果生产大国,2005年苹果栽培面积约220万公顷、总产量约2500万吨,加入世贸组织后,苹果是具有较强国际竞争力的优势农产品之一,在增加农民收入,推进种植业结构调整,促进地方经济发展中发挥了越来越重要的作用,而扩大苹果出口是拉动中国苹果产业发展的重要途径。苹果汁作为最主要的苹果加工产品,近年来国际市场需求旺盛,特别是如美国、德国一些发达国家,随着生产成本提高,其国内浓缩苹果汁生产的规模不断缩小,进口的比重越来越高,这无疑增加了中国苹果汁出口的机会,带动苹果加工业发展,最终拉动中国苹果产业向前发展。本论文研究的主题是中国苹果及果汁出口的国际市场环境。文章从世界苹果及果汁生产与贸易的现状分析出发,探讨了WTO农业协议对世界苹果及果汁贸易的影响,并对中国苹果及果汁生产与国内消费的现状做了分析。以此为背景,笔者重点对世界苹果及果汁进口市场进行了划分,分别对欧盟市场、独联体市场和北美市场的苹果及果汁需求特征进行了阐述,并分别从关税和非关税壁垒两个方面对上述三个市场的政策环境进行了分析。在上述基础上,文章对中国苹果及果汁出口的总量趋势和出口国际市场格局进行了细致地分析,并结合国际市场占有率指数、可计算出净出口指数和显示性比较优势指数对中国苹果及果汁出口的国际市场竞争力进行了测算,同时根据前述对国际苹果及果露市场的划分、趋势分析和竞争力评价,结合中国苹果及果汁出口的实际状况,分别对中国苹果和苹果汁的出口进行了市场定位分析和潜力分析。基于以上分析,借助SWOT分析方法,对中国苹果及果汁出口的优势、劣势、机遇和挑战进行了深入的归纳总结。最后,提出了中国苹果及果汁出口的总战略思路以及具体的对策建议。

8. 期刊论文 [杨小川](#). [蔡丽娜](#). [Yang Xiaochuan](#). [Cai Lina](#) 中国苹果出口的竞争力分析 - 新疆农垦经济 2008(2)

我国是世界苹果生产大国,苹果种植面值、产量均居世界第一。同时,苹果也是我国传统的出口农产品。但近年来,我国苹果出口总量占我国苹果生产总

量的比例却十分少.通过贸易竞争力指数和显性比较优势指数从整体上评估我国苹果的国际竞争力,分析我国苹果出口具有规模、价格、资源、区位四大优势,从内外因两方面分析我国苹果出口存在的问题,指出我国苹果产业本身就存在产品质量偏低、商品化处理不足、贮藏保鲜技术滞后,出口目的市场过于集中,提出相应优化措施.

9. 学位论文 李明晶 中国苹果及浓缩果汁出口问题研究 2007

中国是世界第一苹果生产大国,2005年苹果栽培面积约220万公顷、总产量约2500万吨,自加入世贸组织以来,苹果已成为中国具有较强国际竞争力的出口农产品之一。在增加农民收入,促进农业结构调整和地方经济发展中起着至关重要的作用,因而扩大苹果出口是拉动中国苹果产业、农业及经济发展的重要途径。而作为最主要的苹果加工品的浓缩苹果汁,在近几年国际市场需求旺盛。特别是美国、德国等一些发达国家,随着生产成本提高,其国内浓缩苹果汁生产的规模不断缩小,进口的比重大大提高,这无疑为中国的浓缩苹果汁出口提供了更多的机会,带动苹果加工业的发展,最终拉动中国苹果产业的蓬勃发展。

本论文主要是从国家的竞争优势和国际市场环境的角度来研究的主题是中国苹果及果汁的出口问题。文章从分析中国与世界苹果及果汁生产、消费及贸易的现状出发,以美国哈佛大学教授迈克尔·波特提出的研究当代产业竞争力的重要理论“国家竞争力”为理论背景,运用波特“钻石模型”,通过对中国苹果产业的要素禀赋、相关支持产业、需求状况、企业结构及竞争状况、政府政策和机遇等竞争力六个因素进行了具体分析,指出了中国苹果及果汁产业的竞争优势和劣势。同时,文章又在全球范围内对苹果及浓缩苹果汁的需求市场做了地域市场细分,分别从关税水平和非关税壁垒两方面对欧盟、独联体、北美自由贸易区和东盟四大苹果及浓缩果汁市场的需求特征和政策环境进行了阐述和分析,结合中国苹果及果汁出口的实际情况,确定了中国出口的主要海外目标市场及出口策略。随后,通过两则具体案例的分析进一步阐述了中国苹果及浓缩果汁出口取得的喜人成绩及尚存的不足和需要改进的地方。最后,文章根据上述所提出的现存问题,对中国的政府、行业协会,加工出口企业及苹果种植者提出几点具体建议,旨在提高中国苹果及浓缩果汁产业的综合竞争力,扩大中国苹果及果汁的国际市场占有率。

本文链接: http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_xblxyxb200804052.aspx

下载时间: 2009年9月24日