

农产品出口竞争力提升策略——以广东省为例

[摘要] 随着经济全球化的不断发展和我国改革开放的深入推进，我国农产品出口规模不断扩大，发展态势良好，在国民经济发展过程中发挥了重要作用。广东省在我国农产品贸易格局中居于出口大省之地位，但由于农业生产经营人员素质普遍较低、人才缺乏、生产规模较小、生产效率低下、农产品质量不高、缺乏知名品牌、农产品出口龙头企业数量较少等因素，广东省农产品的出口竞争力较低。提升广东省农产品的出口竞争力，就要优化资源要素组合、扩大国内外市场对农产品的需求、完善农产品出口的相关配套产业、调整企业战略，以期有效推进广东省外向型农业的发展，进一步振兴农产品对外贸易。

[关键词] 农产品；出口竞争力；龙头企业；品牌农业；广东省

[中图分类号] F323.7;F752.62 [文献标识码] A [文章编号] 1002-8129(2019)03-0119-09

广东省地处中国大陆南端，属于亚热带季风气候，年平均气温较高，平均降水量较大，适合种植农作物。由广东省耕地面积、人均耕地面积、可灌溉耕地面积的相关数据及其所处的地理位置来看，广东省的农产品在世界市场应该是有竞争力的，但事实情况并非如此。本文通过两种类型的指标说明广东省农产品出口的国际竞争力较低，分析竞争力较低的原因，然后提出相应对策以期提升广东农产品出口竞争力。

一、广东省农产品生产和出口情况

（一）广东省农产品生产情况

广东省农产品种类繁多，品牌农产品广泛覆盖粮食、水果、蔬菜、药材、水产等多种产业。2017年广东省全年粮食作物播种面积3750.08万亩，粮食产量1365.13万吨，粮食作物播种面积虽比2016年下降0.4%，但总产量比2016年增长0.4%；糖蔗种植面积和产量与2016年相比都有所增加，种植面积215.06万亩，增长2.1%，产量1326.53万吨，增长4.3%；油料种植面积573.66万亩，比2016年增长0.9%，

产量116.31万吨，与2016年相比增长2.7%；蔬菜种植面积2189万亩，比2016年增长3.1%，产量3737.42万吨，比2016年增长4.7%；水果产量1669.45万吨，比2016年增长5.6%；茶叶产量9.07万吨，比2016年增长4.5%；肉类总产量比2016年下降0.6%；水产品产量较2016年增长1.6%。

（二）广东省农产品出口情况

广东省农产品出口总额居全国第二，仅次于山东省。2008-2017年间，广东省农产品出口增幅最大的为2011年，增幅为22.91%，2015年增幅相对较小，仅2.53%，2017年广东省农产品出口总额为94.79亿美元，较2016年的91.99亿美元增加了2.8亿美元，增长率为3.1%。2008-2017年间广东省农产品出口额占广东总产品出口额的比例保持在1.1%以上，最高年份为2016年，占比为1.53%，最低年份为2008年，占比1.11%，增长趋势相对稳定。2008-2017年间广东省农产品出口额占全国农产品出口总额的比重始终保持在10%以上，占比较高，表明广东省的农产品出口在全国农产品出口中占有较为重要的位置。然而，广东省农产品的进出口自2001年以来一直呈现逆差状态，并且逆差呈逐步扩大的趋势，2015年逆差达90多亿美元。

广东省出口的农产品主要是水产品、蔬菜、鲜干果类、咖啡茶叶及调味香料四大类。2017年广东省水产品出口额为15.4亿美元，占广东省农产品出口总额的16.3%；蔬菜出口额为3.2亿美元，占广东省农产品出口额的3.4%；鲜干果类出口额1.79亿美元，占比1.9%；咖啡茶叶及调味香料出口额达2.4亿美元，占比2.5%。四大类农产品的出口额约占农产品总出口额的25%，并且这一比例有不断增长的趋势，水产品和鲜干果的比例增长比谷物和蔬菜的比例增长更快。广东农产品出口主要集中在东南亚地区，其中港澳占比最大，约占二分之一，除港澳地区外，日本、马来西亚、新加坡也是主要出口地。

二、广东省农产品出口竞争力分析

为了更全面地衡量广东省农产品的出口竞争力，本文选取衡量市场份额维度的指标和衡量出口能力维度的指标对广东农产品的出口竞争力进行分析。衡量市场份额维度的指标主要有农产品国际市场占有率和出口依存度指标；衡量出口能力维度的指标有贸易竞争力指数、显性比较优势指数和显示性竞争优势指数。

（一）市场份额维度指标

1. 国际市场占有率指标。国际市场占有率是一个国家或地区的某类产品在某一时段的出口额占该产品同时段世界出口总额的比例。此指标在用来衡量某个地区时可以用这一地区某类产品出口总额占该国此类产品出口总额的百分比来表示。因此本文所指的农产品的国际市场占有率可以用两个指标来衡量，一个是广东省农产品出口额占我国农产品出口总额的比例（MS1），另一个是广东省农产品出口额占世界农产品出口总额的比例（MS2）。不论是哪个指标，指标值越大则表示广东省农产品国际市场占有率越大，国际竞争力越强；指标值越小则表明广东省农产品国际市场占有率越小，国际竞争力越弱。

由表1可知，2008-2017年间广东省农产品出口额占全国农产品出口额的比率维持在10%以上，并且总体上呈逐步增加的趋势，但是和全国农业出口第一位山东省的20%相比，比值相差较大，表明广东省的农产品出口额仅是农

业大省山东省的一半，也说明广东省的农产品

出口从MS1

指标来看竞争力较低；广东省农产品出口额占世界农产品出口额的比值近年来基本维持在0.3%以上，特别是2015年和2016年超过了0.4%，而山东省农产品出口额占世界农产品出口额的比值维持在0.9%以上[1]，广东省农产品的MS2

指标也同样表明其出口的竞争力较低。综上两个指标都说明广东省的农产品国际市场占有率较低，国际竞争力较弱且有待提高。

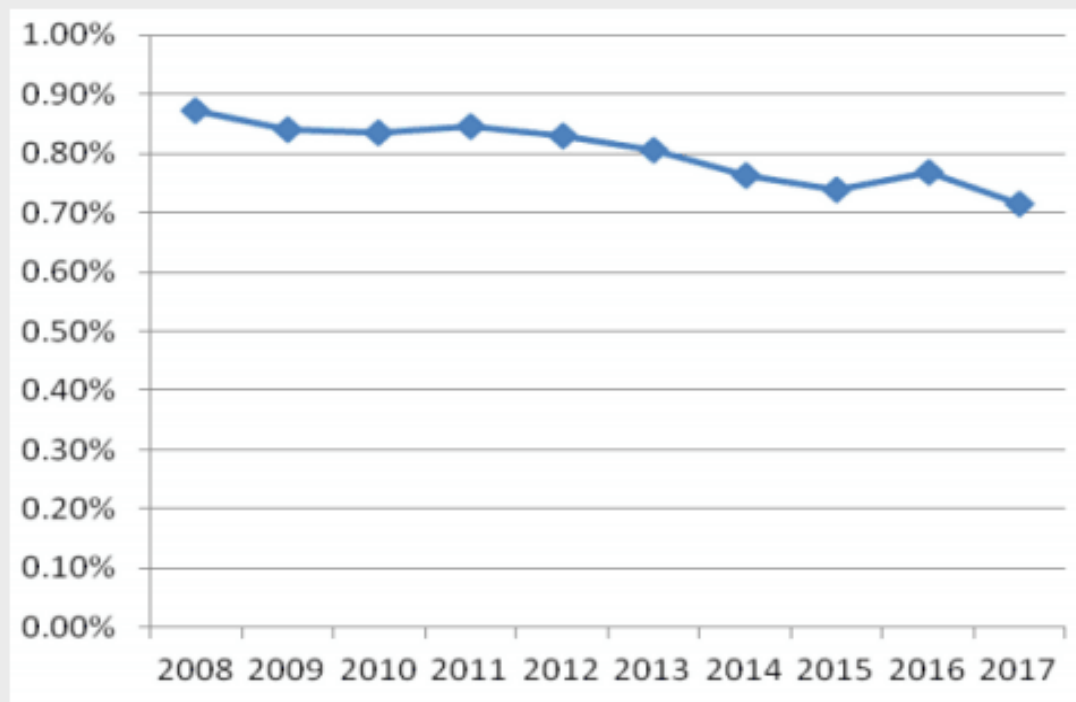
(表 1)2008-2017 年广东省农产品出口占全国及世界农产品出口比率

年份	占我国农产品出口额的比率 (MS_1)	占世界农产品出口额的比率 (MS_2)
2008	11.51%	0.33%
2009	12.40%	0.28%
2010	11.60%	0.29%
2011	11.60%	0.28%
2012	11.99%	0.41%
2013	12.12%	0.37%
2014	11.72%	0.35%
2015	12.23%	0.42%
2016	12.60%	0.42%
2017	12.55%	——

数据来源:广东省统计年鉴、中国统计年鉴及世界统计年鉴

2. 出口依存度指标。出口依存度指标指的是某类产品的出口总额占该国或该地区国内生产总值的比重。该指标从出口规模角度衡量一个国家或地区的某种商品在国际市场上的份额水平或对外开放程度。本文用广东省的农产品出口额占同年广东省国内生产总值的比重来衡量广东省农产品的出口依存度。

由图1可知,2008-2017年间广东省农产品的出口依存度普遍较低,数值低于1%,且总体呈下降趋势。这一数据表明广东省农产品出口规模相对较小,在国际市场上所占份额水平较低,对外开放程度不高,广东农产品出口依存度较低严重影响了广东农产品的出口竞争力。



(图 1) 广东省农产品出口依存度

(二) 出口能力维度指标

1. 贸易竞争力指数。贸易竞争力指数是指一个国家或地区某种产品的出口与进口值差额占该国家或该地区该产品进出口贸易总额的比率。该指标是衡量产品出口竞争力的指标，可以反映产品的生产效率水平和国际竞争力水平。若产品的贸易竞争力指数为正，则说明该产品的国际竞争力具有优势，若指数为负数，则表明该产品在国际市场上的竞争力具有劣势。当贸易竞争力指数为0.6~1时，说明该产品竞争优势极强，反之指数为-1~-0.6时，说明竞争劣势极强；当贸易竞争力指数为0.3~0.6时，说明竞争优势较强，反之指数为-0.6~-0.3时，说明竞争劣势较大；当贸易竞争力指数为0~0.3时，说明竞争优势较小，反之指数为-0.3~0时，说明竞争劣势微弱。

由相关数据可知，2008-2017年广东省农产品贸易竞争力指数依次为-0.282、-0.244、-0.267、-0.264、-0.296、-0.293、-0.332、-0.347、-0.315、-0.313，指数值均为负数，且较为稳定，变化不大，说明广东省农产品出口贸易竞争力处于劣势，2009年相对是最具竞争力的一年，指标值为-0.244。通过观察指标值可以发现，2008-2013年广东省农产品竞争劣势微弱，从2014年开始竞争劣势较大。

2. 显性比较优势指数。显性比较优势指数是衡量产品竞争力的一个指标，指一个国家或地区某种产品出口值占出口总值的比重与世界该类商品出口值占世界出口总值的比重二者之间的比率。当计算一个

省份或地区某类商品的显性比较优势指数时，范围相应缩小，可以用此类商品出口值在该国出口贸易总值中所占的比率来替代世界该类商品出口值占世界出口总值的比重。因此本文在计算时选取广东省农产品出口值占广东省出口总值的比重与我国农产品出口值占我国出口贸易总值的比重两者的比值来表示。当显性比较优势指数小于0.8时，表示广东省农产品的国际竞争力很弱，在国际市场上为比较劣势产品；当显性比较优势指数介于0.8和1.25之间时，表示广东省农产品具有中等竞争优势；当此指标介于1.25和2.5之间时，表示广东省的农产品具有较强的国际竞争力；当此指标值大于2.5时，表明广东省农产品具有极强的国际竞争力。

由相关数据可知，2008-2017年间广东省农产品的显性比较优势指数值依次为0.4075、0.415、0.404、0.4139、0.4279、0.4207、0.4248、0.4321、0.4417、0.4226，数值均保持在0.4以上，相对稳定且总体呈上升趋势。根据显性比较优势指数的指标值意义，广东省农产品的显性比较优势指数小于0.8，说明产品出口的国际竞争力较小，优势较弱。

3. 显示性竞争优势指数。显示性竞争优势指数是衡量一个国家或地区某种产品剔除进口比较优势后的指标。计算公式为：显示性竞争优势指数=显性比较优势指数-(某地区农产品的进口额/某地区所有产品的进口额)/(该国农产品的进口额/该国所有产品的进口额)。如果某国或某地区的显示性竞争优势指数为正，表明该国或该地区的某产品在国际上具有竞争力，反之则表明该产品在国际上不具竞争力。

通过整理计算广东省统计年鉴和中国统计年鉴的相关数据可知，2008-2017年间广东省农产品的显示性竞争优势指数依次为-0.1674、-0.1961、-0.1692、-0.1695、-0.1220、-0.1162、-0.1998、-0.2440、-0.2630、-0.2692，数值均为负数，根据指标值的含义，我们可以得出广东省农产品在国际上不具竞争力。

综合以上两种类型指标体系的结论可以发现，市场份额维度指标和出口能力维度指标都表明广东省农产品的出口竞争力处于劣势，因此，分析广东省农产品国际竞争力较低的原因，采取相应措施改善现状，吸取经验，提高农产品出口竞争力迫在眉睫。

三、广东省农产品出口竞争力较低的原因

提高广东省农产品的出口竞争力，首先要全面分析出口竞争力较低的原因，对症下药，才能有效推动广东外向型农业的发展，进一步振兴农产品对外贸易。笔者认为，广东省农产品出口竞争力较低的原因有以下几点。

（一）农业生产经营人员素质普遍较低，人才缺乏

广东省第三次农业普查数据显示，2016年广东省从事农业生产经营人员有1233.35万人，年龄在35岁及以下的人员有224.49万人，占从事农业生产经营人员的比例为18%；年龄介于36岁至54岁之间的有588.32万人，占比48%；年龄在55岁及以上的有420.54万人，占比34%。从事农业生产经营的人员中老年人居多，接受新的种植方式和新技术的速度相对较慢。另外，在从事农业生产经营的人员中，初中及以下学历的经营人员占比88.6%，高中或中专学历经营人员占比10.3%，大专及以上学历的经营人员占比仅为1.1%。高学历人才从事农业生产的比例很小，导致创业生产经营中人员素质普遍较低，农业方面的人才较为缺乏。

（二）生产规模较小，生产效率低下

农产品价格是影响农产品出口核心竞争力的重要因素之一，广东省的农产品生产规模较小，生产效率低下，导致农产品生产成本较高，在国际市场上缺乏价格竞争力。2016年广东省农业经营主体中农业经营户有896.74万户，规模农业经营户仅为15.88万户，仅占农业经营户的1.8%，农业经营单位为80809个，农业经营单位中仅农民合作社就近乎3万个，这3万个农业合作社大多是以服务经营单位或经营户为主，并不直接从事农业生产活动。小规模的生产很难实现规模经济，会导致资源浪费，生产成本低，农产品出口缺乏竞争力。

（三）农产品质量不高，缺乏知名品牌

广东省农产品生产质量偏低，农产品在生产过程中农药、化肥使用过量，导致农产品农药残留超标，动物产品生长剂使用超标，与国际市场的要求不相适应。在农产品生产的监管与规则方面，标准低、检验检疫制度不完善等也会限制广东省农产品出口到其他高品质要求的国家和地区。品牌就是生命力，是提升农产品竞争力的关键因素。然而广东作为农业出口大省，品牌农产品数量少，严重制约着农产品的出口。2017年《广东农业品牌发展报告》中指出，广东“十大名牌”系列农产品149个，国际知名农产品品牌更少，进军国际市场难度较大。一些知名品牌由于产量、出口运输条件等限制，出口总

额量较小，难以拉动广东省农产品的出口竞争力指标。

（四）农产品出口龙头企业数量较少

由《农业产业化国家重点龙头企业认定和运行监测管理办法》可知，第八次监测合格的农业产业化国家重点龙头企业共1095家，其中广东有50家，和农产品出口大省山东83家相比，数量明显不足。龙头企业对于农产品的出口具有支撑和引导作用。龙头企业数量较少直接影响广东省农业结构调整及产业的优化升级，不利于发挥农产品优势，在一定程度上会阻碍农产品深加工的发展。广东省农产品出口中初级农产品所占比例较大，农产品加工龙头企业不足一半，产前、产中、产后衔接不连贯，未能形成产加销一体化，出口影响力不足，市场占有率较低。另外，龙头企业数量少会影响农民增收，打击农业生产的积极性，影响农业技术的推广，导致农业科技含量低。农产品出口龙头企业数量的不足还直接影响广东省农产品的品牌建设和农产品的出口量，这是导致农产品出口竞争力较低的一个重要原因。

（五）农产品出口的相关产业辅助力度不够

产品进入国际市场再到消费者手中往往需要经过加工、包装运输等多个环节，因此农产品的加工业发展程度及运输方式的选择会直接影响农产品的出口竞争力。农产品的加工程度越高，相应农产品的价值含量越高，在市场上就越具竞争力。部分农产品由于保鲜期较短，对农产品的保管和运输提出了更高的要求，保存越完好、时间越短，农产品的竞争力相应也越大。但是就广东省而言，农产品的加工业发展和广东省农业大省的地位不相匹配。2017年广东省规模以上的农产品加工业居全国第四位，农产品加工产业规模不大；加工企业大多是家庭作坊，经营水平较低，转型升级速度较慢，生产的科技含量较低，管理水平有待提高；农产品加工能力偏低，特别是果蔬分类、储藏、包装、保鲜等环节的加工设施滞后，农产品损失较严重。农产品产中和产后环节的衔接不够顺畅，流通渠道也有待完善。运输条件不成熟直接导致广东省农产品出口到国际市场的时间较长，影响了农产品特别是新鲜水果和水产品的质量。

四、提升广东省农产品出口竞争力的对策

依据波特的钻石模型可知，一个国家某一产业的国际竞争力取决于资源要素、需求条件、辅助行业、企业战略四个因素。因此，本文以钻石模型为依托，结合农产品竞争力较低的原因，对提升广东省农产品出口竞争力提出了以下对策：

（一）优化资源要素组合

资源要素包括人力资源、天然资源、知识资源、资本资源和基础设施。广东省具有农业生产得天独厚的天然资源和地理位置——宜农地434万公顷，光照充足，年均气温适合农作物生长，降雨充沛，大陆岸线3000多公里，但劳动力素质低，基础设施较落后，广东应充分利用优势条件，提高农业劳动力素质，加大基础设施投入。农产品出口竞争力的大小取决于科技的含量，农产品的出口企业应根据国际市场的需求有选择地进行生产。政府部门应加大对科学技术研发的投入，对新一代农民进行培训，政府成立专门部门对新政策进行宣传，组织有经验的人员对农业生产者进行指导，免费开设网络技能培训课程，制定优惠的政策吸引农产品种植及农产品加工专业的大学生回乡就业和发展，把他们学到的先进文化知识转化为生产能力，借助高校及科研机构承担的国家及省级农产品项目培养农业管理者和农业生产能手，把科技成果运用于生产。通过以上措施提高农业科技水平，提高农业生产者自主创新能力，增强出口竞争力。在基础设施建设方面，扩大农业灌溉面积、机械化作业比率，改善农产品生产条件；改善农产品生产的生态环境，发展绿色农产品；提高气象服务水平，减少自然灾害对农业农产品的伤害。

（二）扩大农产品的国内外市场需求

广东省农产品进出口贸易的逆差充分体现国内市场的消费需求并未得到满足，国内市场对广东省农产品的需求仍有较大增长空间。扩大国内市场需求首先要刺激国内特别是广东省居民的消费水平。研究发现，国内居民的消费水平与农产品的国际竞争力呈正相关的关系，即居民的需求水平越高，农产品的国际竞争力越强，反之农产品的竞争力越弱。因此要提高广东省农产品的出口竞争力必须提高国内居民的需求水平，增加居民的收入，完善收入分配和社会保障制度。其次，贸易的逆差说明广东省农产品的结构在一定程度上不能满足消费者的需求，因此应改变农产品生产结构，如2016年广东省对大米的进口需求量较大说明水稻的种植面积不足以满足市场需求，因此可以扩大水稻的种植面积或者改变目前水稻种植的类型，以市场为导向进行调整。

在扩大农产品国内市场需求的同时必须扩大国际市场对广东省农产品的需求，增加市场份额，扩大出

口量。农产品的流转方向主要是从低成本区域流向高成本区域，因此要扩大国际市场对广东省农产品的进口需求，必须采用先进的生产方式降低农产品的生产成本，由分散经营转为集约经营；打破进口国贸易壁垒的限制；政府加以政策引导，制定出台鼓励农产品出口的相关政策制度[2]。

（三）完善农产品出口的相关配套产业

农产品出口的配套产业主要包括农产品的深加工产业和物流产业。提升农产品出口竞争力必须拉长农产品的产业链，对农产品进行深加工。在现有技术水平下提高设备的使用效率，投入资金购买更先进的设备；重视技术研究，对农产品进行综合利用；将农产品的生产和贸易有机结合，扩大龙头企业的规模和数量；创造农产品的国际品牌，发展“互联网+农业”和“互联网+农产品”的生产和销售模式，营造绿色营销环境。

目前，广东省农产品的物流产业发展处于初级阶段，技术水平低，速度慢。农产品集市在农产品物流过程中仍起着非常重要的作用，物流企业并未直接和农户对接，而是和集市对接，影响农产品的流转速度。随着互联网和电子商务的兴起，物流应采用先进的方法，在农产品生产和出口集中地建设现代农产品集中市场，使农产品批发市场向集团化方向发展；可以引进某一类型农产品或出口某一地区农产品的条码或者二维码技术，提高农产品物流及储运的效率；积极寻求高效的针对农产品物流的扁平化管理方法；广东应借助优越的地理位置，加强口岸建设；加大力度发展农产品冷链物流，发展现代物流。

（四）调整企业战略

企业战略主要指涉农企业的经营情况，主要包括企业的经营规模、核心竞争力、组织结构、全球资源配置情况、竞争战略等，其经营情况直接影响着农产品国际竞争力[3]

。广东省涉农企业数量较多，但是经营规模普遍较小，龙头企业所占比例较低。为了加快龙头企业发展，2016年12月，广东省人民政府办公厅印发了《关于进一步支持农业龙头企业加快发展的意见》，围绕农业发展的主要环节，完善促进农业龙头企业发展的政策体系和保障机制，引导龙头企业转型升级，带动农民增收致富。预计到2020年全省农业龙头企业将达到5000家以上，省重点龙头企业1000家以上，重点扶持100家龙头企业上市。积极开展广东省涉农企业国内外示范基地试点建设，鼓励涉农企业以跨国公司的形式到国外开设分公司，鼓励农业企业“走出去”，培育具有国际竞争力的农业企

业集团。广东省涉农企业应扩大企业规模，提高科学技术，打造农产品特色品牌，以商标品牌带动战略开拓更广阔的市场，占取更高的市场份额，生产具有区域特色的农产品，找准目标群体，对市场进行精准定位，提升广东省农产品的出口竞争力[4]。

[参考文献]

[1]牛芳兵.山东省农产品外贸竞争力研究[J].安徽农业科学,2012,(17).

[2]王移山,王茜.政府在提升农产品国际贸易竞争力中的作用[J].潍坊教育学院学报,2005,(4).

[3]纪良纲,米新丽.农产品国际竞争力提升研究——基于农产品供应链视角[J].河北经贸大学学报,2017,(6).

[4]郭海月.中国企业对外涉农直接投资行为研究[D].杭州：浙江大学,2018.

编辑：张舸

Export Competitiveness Enhancement Strategy for Agricultural Products —— Take Guangdong Province for Instance

Li Xiaoxiang , He Weimin

Abstract: With the continuous development of economic globalization and the deepening of the reform and opening up, China's export scale of agricultural products has been continuously expanded with very good development tendency, playing an important role in the development of the national economy. Guangdong Province one of the biggest exporting provinces in China's pattern of agricultural product trade. However, it suffers low export competitiveness of agricultural products due to the low quality of agricultural production and management personnel, lacking of talents, small scale of production, low production efficiency, low quality of

agricultural products, lacking of well-known brands, and few leading enterprises in field of agricultural products exporting. In order to improve the export competitiveness of agricultural products in Guangdong Province, it needs to optimize the combination of resource elements, expand the demand for agricultural products in domestic and foreign markets, improve related supporting industries for agricultural products export, and adjust corporate strategies, thereby effectively promoting the development of export-oriented agriculture in Guangdong Province and further revitalizing foreign trade of agricultural products.

Keywords: Agricultural Products; Export Competitiveness; Leading Enterprises; Brand Agriculture; Guangdong Province

[作者简介] 李小想（1981-），女，河南开封人，广东海洋大学寸金学院经济与金融系讲师，中级经济师，北部湾经济研究中心副研究员；何为民（1964-），男，蒙古族，内蒙古呼和浩特人，广东海洋大学寸金学院经济与金融系副教授，北部湾经济研究中心主任，主要从事区域经济研究。