

中国苹果出口欧盟市场价格竞争力研究

吕霜竹,霍学喜

(西北农林科技大学 西部农村发展研究中心,陕西 杨凌 712100)

摘要 运用联合国粮农组织和联合国商品贸易统计数据库数据,测算欧盟市场苹果的进口需求价格弹性和交叉价格弹性,并比较分析中国苹果与主要竞争国苹果在欧盟市场的价格竞争力。结果表明,相对欧盟内部市场苹果而言,中国苹果在欧盟市场上的竞争力不足;相对美国、智利、俄罗斯苹果,中国苹果在欧盟市场上具有比较优势。提高中国苹果出口欧盟的竞争力,除可以通过降低价格来获得竞争优势外,还要采取的措施:完善应对欧盟贸易壁垒的机制;加强检验检疫部门对苹果质量的监督;加强对苹果生产源头的监管;提高中国苹果的科技含量和绿色竞争力。

关键词 价格竞争力;欧盟市场;苹果出口;弹性分析;价格弹性

中图分类号:F 746.12 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-3456(2013)04-0056-06

欧盟是世界上最大的苹果进口和出口市场。根据联合国粮农组织统计,2000—2011年欧盟市场苹果进口量在55万~97万t之间波动,进口金额在4.2亿~10.6亿美元之间波动。其中2000年进口量和进口金额最少,2007年达到最高点。受金融危机影响,2008年世界苹果进口需求下降,欧盟苹果进口也呈现锐减趋势,其中2011年欧盟苹果进口量为58.7万t,进口金额为7.0亿美元。1996年欧盟首次从中国进口苹果,当年进口数量仅为513.0t;到1999年,欧盟从中国进口苹果量也只有0.2万t,尚不足欧盟市场进口苹果总量的0.3%。但2000年以后,欧盟从中国进口苹果量迅速增加,到2004年中国苹果出口欧盟市场达到6.0万t,占欧盟市场进口总量的6.8%,欧盟成为中国苹果出口的潜力市场。

对中国苹果竞争力的研究,大致分为2类。一是采用比较分析法、实证分析法,从苹果的生产成本、产业结构、国际贸易等方面进行研究。庞守林等通过细化中国苹果品种和出口市场,分析了中国苹果的产业结构和规模结构,以及中国苹果在国际市场上的地位,对提高中国苹果国际竞争力提出了有关政策和理论依据^[1];乔娟从价格与非价格竞争力变动视角,测算中国和其他主要出口国新鲜水果(苹果)的生产成本和出口价格比,对中国主要新鲜水果

(苹果)的国际竞争力进行分析^[2];徐海晶等通过构建计量经济模型测算显示比较优势指数和贸易竞争力指数,分析了中国苹果出口贸易的特点和影响中国苹果出口的因素^[3]。这类研究不足之处是在对苹果竞争力分析中忽视了价格因素。而价格是衡量商品市场竞争力的重要指标,是一个国家参与国际市场竞争的重要策略,也是各国政府调控进出口贸易的有效政策工具,中国苹果生产成本和出口价格低廉的优势是中国苹果出口发展壮大关键因素之一。二是从中国苹果现状、制约因素和国际趋势进行分析。李瑾等通过对中国苹果出口现状的分析以及出口受到的一系列限制,提出了调整种植结构、强化出口检测等一系列措施^[4]。陈小静总结了苹果出口国际市场的竞争状况和成因,对中国苹果出口的变动趋势进行分析,为政府采取合理的调控政策提供了客观依据^[5]。张永良等对中国苹果出口俄罗斯的市场形势和竞争力状况进行分析,提出了提高中国苹果出口俄罗斯市场竞争力的对策和建议^[6]。此类研究较好的把握了国际市场苹果贸易的现状,但缺乏对苹果市场进出口波动因素的分析,而价格的波动是影响国际苹果市场进出口贸易的重要因素。

已有文献针对欧盟苹果市场的研究非常少,尽管欧盟苹果市场对中国苹果出口非常重要。基于此,本文选取欧盟苹果市场作为研究对象,运用比较

收稿日期:2012-09-18

基金项目:国家现代农业产业技术建设项目“中国苹果产业经济发展研究”(CARS-28);国家自然科学基金项目“交易成本对农户农产品销售行为的影响及专业化组织创新研究”(70973098)。

作者简介:吕霜竹(1986-),女,硕士研究生;研究方向:国际贸易。E-mail:claudia_sz2005@yahoo.com.cn

优势理论和弹性理论,测定进口需求价格弹性和交叉价格弹性,并比较分析各国家苹果价格变动对欧盟苹果进口需求的影响以及相互间替代关系,研究中国及世界主要苹果出口国在欧盟市场的价格走势,提出提高中国苹果出口欧盟市场价格竞争力的策略。

一、研究方法 with 数据来源

1. 价格竞争力的测算方法

分析价格竞争力的理论主要是比较优势理论和需求弹性理论。比较优势理论是由大卫·李嘉图在《政治经济学及赋税原理》中提出的,他认为虽然各个国家之间的生产力发展水平不同,但无论是发达国家还是落后国家,都可以从国际贸易和分工中获利。比较优势理论是国际贸易理论的基石^[7]。需求弹性理论是解释价格变动与需求量变动之间量的关系的理论,由英国经济学家马歇尔在《经济学原理》中提出。商品自身价格以及相关商品价格、人们收入等因素都会影响商品的需求量,价格是商品经济中最直接、最重要的因素。本文通过测算需求弹性中的需求价格弹性和交叉价格弹性,分析欧盟苹果进口需求由于价格波动对中国及其他几国影响的敏感程度^[8]。

(1)进口需求价格弹性。主要用于衡量进出口相对价格变动的比率导致的进口需求量变动比率。根据比较优势原理,进口品相对价格与进口数量之间是减函数关系,即进口数量随相对价格的下降而增加,随相对价格的上升而减少。若进口数量变动比率大于相对价格变动比率,则进口需求富于弹性;若小于相对价格变动比率,则进口需求缺乏弹性;若两者相等,则进口需求为单位弹性。商品的进口需求价格弹性与国家制定价格之间是简单而又重要的关系,因此需求价格弹性被广泛地运用于商品定价决策和国际贸易之中。计算公式为 $Y = \frac{dQ_M}{Q_x} \cdot \frac{P_M}{dP_M}$,其中进口需求弹性系数用 Y 表示,进口商品价格用 P_M 表示,价格变动量用 dP_M 表示,进口商品需求量用 Q_M 表示,需求变动量用 dQ_M 表示。

(2)需求交叉价格弹性。是指某种其他物品的价格每变化1%,会使该物品的需求量变化百分之几。需求交叉弹性可以是正值,也可以是负值,它取决于商品间关系的性质,即2种商品是替代关系还

是互补关系。运用需求交叉价格弹性分析商品之间的竞争关系,统筹规划。在国际贸易中有利于国家制定商品的价格策略,从而求得在国际市场上长期稳定的发展。计算公式为: $E_{xy} = \frac{\Delta Q_{dx}}{\Delta P_r} \cdot \frac{P_r}{Q_{dx}}$,其中需求交叉价格弹性系数用 E_{xy} 表示, X 商品的需求量用 Q_{dx} 表示, X 商品的需求量的变动量用 ΔQ_{dx} 表示, Y 商品的价格用 P_Y 表示, Y 商品价格的变动量用 ΔP_Y 表示。

2. 数据来源

欧盟市场上,主要的苹果来源国是法国、德国、意大利、西班牙,来源于欧盟成员国内部贸易已占到欧盟市场进口总量的78.7%。由于法国、德国、意大利、西班牙和波兰这5个国家的苹果在欧盟市场已超过欧盟苹果销售总量的80.0%,本文选取这5个国家作为中国与欧盟市场内部的比较研究对象。美国是仅次于中国的第二大苹果生产国,其苹果产业的特点是苹果的高质量和高价格。智利地处南半球,智利苹果出口可以满足北半球冬季对鲜苹果的需求。俄罗斯也是世界苹果生产和消费大国。本文在欧盟市场之外选取与中国比较的对象是美国、智利、俄罗斯3个国家。

本文研究中采用的数据为2001—2011年中国、美国、俄罗斯和智利以及欧盟市场内部5个国家在欧盟市场的苹果销售年度数据,共99组样本。欧盟市场苹果的进口量和进口金额数据来自联合国粮农组织(FAO)、欧洲统计局(EUROSTAT)以及联合国商品贸易统计数据库,汇率数据来源于OANDA—FXHISTORY。

二、实证分析

1. 描述性分析

(1)欧盟苹果进口情况。近10年,欧盟市场苹果进口量位列世界前三,其中2003—2008年均超过80万t。2008年之前,欧盟市场苹果进口单价呈缓慢上升趋势,从2000年的761.4美元/t上升至2008年1288.4美元/t,而后略有下降。2009年欧盟苹果进口均价为1193.1美元/t,高出同期世界苹果进口均价36.0%,且2007—2011年连续5年高于世界进口均价30.0%以上(见表1)。

(2)中国与欧盟5国在欧盟苹果市场的价格比较。2000—2011年中国及欧盟5国在欧盟苹果市场价格走势见图1。由图1可以知,欧盟5个国家

表 1 2000—2010 年欧盟苹果进口情况

| 年份 | 进口额/亿美元 | 进口量/万 t | 进口单价/(美元/t) | 世界平均进口单价/(美元/t) |
|------|---------|---------|-------------|-----------------|
| 2000 | 4.2 | 55.1 | 761.4 | 517.2 |
| 2001 | 5.3 | 67.7 | 786.0 | 554.2 |
| 2002 | 6.2 | 71.6 | 866.3 | 570.4 |
| 2003 | 7.8 | 83.9 | 929.1 | 634.0 |
| 2004 | 9.3 | 92.4 | 1 005.2 | 686.0 |
| 2005 | 9.2 | 96.4 | 955.0 | 625.1 |
| 2006 | 8.9 | 83.3 | 1 063.2 | 699.3 |
| 2007 | 10.6 | 96.9 | 1 091.6 | 806.5 |
| 2008 | 10.2 | 79.7 | 1 288.4 | 898.2 |
| 2009 | 8.4 | 70.2 | 1 193.1 | 765.4 |
| 2010 | 7.3 | 62.7 | 1 165.7 | 734.7 |
| 2011 | 7.0 | 58.7 | 1 195.3 | 759.0 |

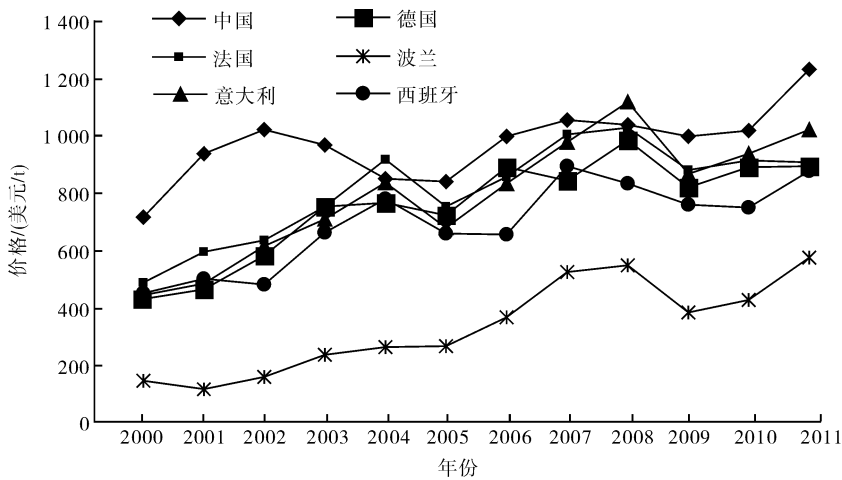


图 1 2000—2011 年中国和欧盟 5 国在欧盟苹果市场价格走势

在欧盟市场的苹果价格走势相似。中国苹果出口单价增长势头强劲,2002 年达到最高峰,单价为 1 017.5 美元/t。2004 年之后,中国苹果价格波动与欧盟 5 国相似。根据近 10 年来的数据统计可以看出,中国苹果单价高出欧盟 5 国苹果平均单价 1 倍以上。主要原因是欧盟不仅对进口水果征收正常的关税,还加收季节性关税。所谓季节性关税,就是在欧盟成员国出产同类产品的季节,欧盟按照时令调整产品的进口关税。根据欧盟共同农业政策的一条原则:统一价格之下的共同市场,即通过废除成员国之间的关税、进口税和补贴,通过行政手段规定农产品最低价格以进行积极的价格控制。因此,欧盟成员国之间的苹果贸易是无关税贸易,而对于来自共同市场以外的国家进口苹果征收的关税平均达到 40.8%,是进口水果中除香蕉之外最高的。又由于中国苹果的收获季节与意大利、法国等国相近,中国苹果出口欧盟市场遭遇的季节性关税成为中国苹果出口欧盟市场的阻碍因素。

(3) 中国与美国、智利、俄罗斯在欧盟苹果市场价格比较。2000—2011 年中国、美国、智利和俄罗斯苹果在欧盟市场价格走势见图 2。由图 2 可知,2000—2011 年美国苹果出口价格较高,且在欧盟市场一直保持良好的增长趋势。俄罗斯苹果出口欧盟市场的价格相对较低,且波动较大。智利从 2006 年起位列世界三大苹果出口国之一,且在南半球的市场占有率达到 50.0%,而欧盟市场作为苹果消费大户,供应缺口达 15.0%,这对智利苹果出口十分有利。从图 2 近 10 年的数据统计也可以看出,智利苹果在欧盟市场的价格基本保持增长态势。

2. 弹性分析

(1) 欧盟对中国及欧盟 5 国苹果进口需求的价格弹性。欧盟对中国及欧盟 5 国苹果进口价格弹性见表 2,从表 2 中可以看出,法国和意大利苹果的价格弹性绝对值基本在 0~1 之间,缺乏弹性,而中国苹果价格弹性波动较大。德国、波兰和西班牙有少数几年价格弹性波动较大,大部分年份缺乏弹性。

主要原因是法国、意大利、波兰苹果产量高且国内供求稳定,苹果出口形成刚性。根据价格弹性理论,当价格下降时,中国苹果对欧盟的出口量将有所增加,由于欧盟 5 国苹果出口量对价格不很敏感,所以对欧盟 5 国苹果出口的影响很小。欧盟市场是苹果出

口的高端市场,而中国苹果的外观质量不高、风味偏淡、香气不足,随着进入欧盟苹果的价格不断上涨,中国苹果被欧盟 5 国苹果替代的可能性增加,给中国苹果出口到欧盟市场带来很大的挑战^[9]。

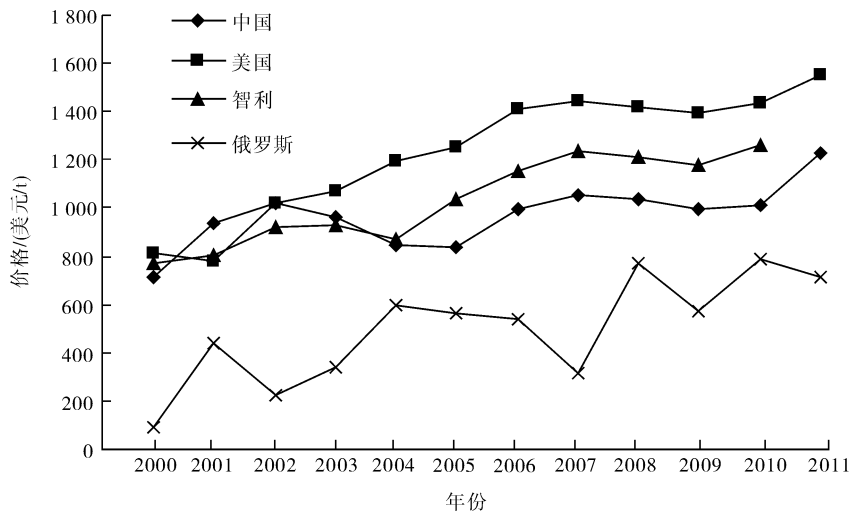


图 2 2000—2011 年中、美、智、俄苹果在欧盟市场价格走势

中国苹果价格弹性之所以波动较大,一个主要因素是中国入世前后贸易环境变化很大。中国产品多数以低价优势占领国际市场,但随着传统的关税壁垒不断拆除,为了阻止中国产品进入本国市场,有关国家纷纷采取技术性贸易壁垒保护措施,欧盟也不例外。例如“欧盟农药重新登记法令(91/414)”在

2008 年对欧盟市场上的 850 种农药进行重新登记,同时修改了农产品进入欧盟市场的准入条件^[10]。而中国苹果在安全质量上存在的问题,就是农药与化肥使用过多。随着欧盟的不断东扩,欧盟市场上农药种类也在不断增加,类似的法令有利于增加欧盟成员国之间的贸易,而对中国苹果出口影响很大。

表 2 欧盟对各国苹果进口需求价格弹性

| 年份 | 中国 | 法国 | 德国 | 意大利 | 波兰 | 西班牙 | 美国 | 智利 | 俄罗斯 |
|------|-------|--------|------|------|-------|------|------|-------|------|
| 2001 | 2.5 | -0.8 | 1.2 | -0.9 | -2.3 | 2.8 | -1.2 | -8.3 | -1.4 |
| 2002 | 7.0 | -0.7 | -0.5 | 0.2 | 1.4 | -2.4 | -0.6 | 2.2 | -2.8 |
| 2003 | -11.8 | 0.6 | 0.6 | 1.5 | -0.4 | -1.3 | -0.4 | 0.9 | -4.5 |
| 2004 | -5.8 | -1.2 | 19.7 | -2.1 | 3.2 | 2.3 | 2.4 | -1.2 | -1.8 |
| 2005 | 15.6 | 0.03 | 0.3 | -1.3 | -10.7 | 0.7 | 1.3 | -3.8 | -4.6 |
| 2006 | -2.3 | 0.7 | -0.9 | -0.4 | 1.5 | -1.8 | -2.3 | -0.01 | -4.8 |
| 2007 | 4.7 | -0.6 | -7.4 | 0.7 | -0.3 | -1.0 | 0.5 | -0.9 | -3.6 |
| 2008 | 8.6 | 0.9 | -1.4 | -1.3 | 0.3 | -4.5 | 6.8 | 0.5 | -1.1 |
| 2009 | 17.0 | 0.9 | 0.4 | -0.3 | 0.9 | 3.2 | 2.1 | 8.5 | 1.3 |
| 2010 | -23.5 | 3.2 | -0.8 | 0.9 | -4.4 | -2.4 | -9.0 | 1.5 | 0.7 |
| 2011 | -3.5 | -0.001 | -0.2 | -0.1 | 0.5 | -0.2 | -8.9 | 0.1 | -0.7 |

(2) 欧盟对中国、美国、智利、俄罗斯苹果进口需求价格弹性。欧盟对中国、美国、智利、俄罗斯苹果进口价格弹性见表 2。从表 2 中可以看出,美国和智利的价格弹性波动相似,仅有少数年份有较大波动。2007 年,由于美国复活节的冰冻灾害严重影响了苹果产量,美国苹果产量大县——亨德森县的收获面积和产值大大低于往年的比例,导致 2008 年美

国苹果出口价格弹性波动较大,富有弹性。智利在 2010 年出口苹果总量达到 83.7 万 t,位列世界第三,排在中国和美国之后。2008 年智利苹果受到天气等多方面因素影响,果园产量、苹果质量的下降造成出口减少,导致 2009 年智利苹果出口弹性价格有较大波动。俄罗斯苹果出口欧盟的价格相对缺乏弹性,由于国内资源禀赋的束缚,俄罗斯国内需求大于

供给,进口成为满足国内需求缺口的主要方式。

中国与美国的水果资源禀赋相似,从两国的优势水果结构看,亚热带、温带干鲜水果(苹果树属于温带果树)具有很强的国际竞争力。但中国苹果和美国苹果在价格上仍存在很大差异,原因是在苹果生产过程中,美国在种植技术和资本方面都有巨大的投入,对苹果的外观和质量安全进行严格的控制。而中国苹果的很多主产区仍存在着片面追求数量、忽略质量、后期加工处理手段落后等问题。由此导致美国苹果往往占据世界高端水果消费市场,而中国苹果多占据中低端消费市场。

智利苹果与中国苹果相比较,虽然智利苹果生产规模不是很大,但是对出口的依赖程度很高。俄罗斯与智利恰恰相反,俄罗斯苹果出口欧盟市场的数量远远小于中国,但其价格弹性波动幅度较小,欧盟市场价格的变动不会对其出口量有较大的影响。

(3)中国与各国家在欧盟市场的进口苹果需求交叉价格弹性。交叉价格弹性是欧盟市场上中国苹果的进口量与欧盟 5 国以及美国、智利、俄罗斯在欧盟市场的苹果进口价格之比,中国与各国家在欧盟市场的进口苹果交叉价格弹性见表 3。从表 3 可以看出,中国苹果出口量对欧盟 5 国苹果价格的交叉价格弹性绝对值多大于 1,少数年份数值较高,弹性系数符号基本为正,说明欧盟 5 国苹果价格对中国苹果出口量有显著影响。近 10 年来,欧盟 5 国与中

国苹果的关系分为 2 个阶段。2006 年之前,欧盟 5 国苹果对中国苹果出口呈替代关系,2006 年之后,欧盟 5 国苹果对中国苹果个别年份出现互补关系,但替代关系仍很显著^[11]。这主要有 2 个方面原因:一是运输成本问题。生产成本低一直是中国苹果的优势,但苹果质量偏低,要保证苹果的鲜食度,势必会增加运输成本。而欧盟内部市场由于相对距离近,则不存在这个问题。二是市场准入要求高。欧盟为保证内部市场不受来自欧盟外价格低的苹果市场的影响,采用了入市价格系统来提高进口产品的价格,这对本来可以依靠低廉价格进入欧盟市场的中国苹果影响很大。中国苹果与美国和智利苹果的交叉价格弹性绝对值较大,且在相当的年份中大于 4,符号正负参半。说明美国和智利苹果价格对中国苹果出口量有显著影响,尤其是智利。智利依靠其优越的地理优势,能够避开欧盟季节性关税。因此,在北半球的冬季,智利苹果对中国苹果的替代关系将会十分明显。美国苹果的科技含量高,使得美国苹果从色泽和口感上相比中国苹果较容易符合欧洲消费者的需求。中国苹果与俄罗斯苹果的交叉价格弹性绝对值多小于 1,且符号正负参半,说明俄罗斯苹果价格波动对中国苹果出口量影响不显著。因为俄罗斯的苹果进口相对多于出口,其在欧盟的市场占有率也较小,所以俄罗斯苹果价格对中国苹果出口欧盟影响较小,且影响方向不明^[12]。

表 3 中国与各国家在欧盟市场的进口苹果需求交叉价格弹性

| 年份 | 法国 | 德国 | 意大利 | 波兰 | 西班牙 | 美国 | 智利 | 俄罗斯 |
|------|-------|------|------|------|-------|-------|------|------|
| 2001 | 2.7 | 6.9 | 5.9 | -1.8 | 4.8 | -10.1 | -8.9 | 0.6 |
| 2002 | 7.1 | 2.3 | 2.1 | 1.6 | -10.2 | 1.9 | 10.3 | -0.5 |
| 2003 | 3.1 | 2.1 | 3.7 | 1.5 | 1.8 | 10.2 | 3.8 | 1.5 |
| 2004 | 3.0 | 3.0 | 3.6 | 5.2 | 3.5 | 5.2 | 11.8 | 1.2 |
| 2005 | 1.1 | 4.0 | 1.1 | -3.5 | 1.3 | -4.8 | 3.9 | 0.0 |
| 2006 | -4.0 | -2.6 | -2.7 | -1.8 | 3.1 | -4.6 | -3.1 | -0.5 |
| 2007 | 1.6 | -3.9 | 1.6 | 0.8 | 0.8 | 9.2 | 2.3 | -0.3 |
| 2008 | -6.9 | -0.9 | -1.1 | -3.3 | 1.9 | 7.5 | -2.2 | -0.2 |
| 2009 | 6.4 | 5.2 | 3.7 | 2.5 | 11.3 | 6.6 | 7.1 | 3.1 |
| 2010 | -17.3 | -8.5 | -9.0 | -6.4 | 5.1 | -22.7 | 20.5 | -2.4 |
| 2011 | 2.8 | 0.4 | 0.7 | 0.4 | 0.6 | -13.9 | 0.6 | 0.7 |

三、结论与建议

在欧盟市场上,欧盟 5 国和俄罗斯苹果的需求价格缺乏弹性,美国、智利苹果的需求价格少数年份富有弹性,而中国苹果的需求价格富有弹性,且波动幅度较大。因此,当欧盟苹果进口价格下降,中国将是最大受益者。从交叉价格弹性结果可以看到,欧

盟五国对中国苹果具有替代关系,其中法国和德国苹果价格对中国苹果出口量有较大影响,但近 3 年数据显示,中国苹果在欧盟市场的竞争力有提升趋势^[13]。俄罗斯苹果对中国苹果出口欧盟市场的竞争力影响不大。而智利与俄罗斯相反,对中国苹果一定程度上具有替代关系,但中国苹果有价格上的优势,在欧盟市场仍具有竞争力。美国苹果对中国

苹果绝大多数年份呈替代关系,是中国苹果在欧盟市场强劲的对手。

因此,中国苹果出口欧盟可以通过降低价格来获得竞争优势。但是,仅通过调整价格并不能直接有效的提高中国苹果的出口竞争力。还需采取一些积极的措施:第一,应完善应对欧盟贸易壁垒的机制,将中国受到绿色壁垒的冲击降到最低。第二,指导苹果出口企业完善自检自控体系,加强检验检疫部门对苹果质量的监督,确保中国苹果出口企业的卫生控制与管理符合欧盟新法规。第三,地方政府应充分发挥对苹果生产源头的监管作用,以保证苹果企业的顺利出口。第四,不断提高中国苹果的科技含量和绿色竞争力,实施绿色贸易战略,并将其融入到国家的可持续发展战略中去,从而提升中国苹果在国际市场的竞争力。

参 考 文 献

[1] 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.

- [2] 乔娟.中国主要新鲜水果国际竞争力变动分析[J].农业经济问题,2000(12):33-38.
- [3] 徐海晶,于冷.我国苹果出口贸易的实证分析[J].农业经济问题,2006(2):43-47.
- [4] 李瑾,仇焕广.中国苹果产品出口现状、制约因素及其对策分析[J].世界农业,2012(5):73-78.
- [5] 陈小静.中国鲜苹果在其主要出口市场的竞争状况分析[J].中国农业大学学报:社会科学版,2005(3):70-74.
- [6] 张永良,何苗.中国苹果对俄出口市场竞争力状况分析[J].中国物价,2007(7):17-19.
- [7] 欧玉芳.比较优势理论发展的文献综述[J].特区经济,2007(9):268-270.
- [8] 曹春柳.中国农产品进出口弹性分析[D].同济大学经济学院,2007.
- [9] 霍尚一.中国对俄罗斯苹果出口变化的原因—基于CMS模型的分析[J].西北农林科技大学学报:社会科学版,2011(1):48-52.
- [10] 严智燕.马拉硫磷在欧盟的重新登记或批准[J].农药研究与应用,2010(3):45.
- [11] 曾福生.粮食进出口价格弹性的实证分析[J].华南农业大学学报:社会科学版,2011(4):62-67.
- [12] 霍尚一.中国水果出口贸易影响因素的实证分析[D].浙江大学经济学院,2008(11):158-170.
- [13] 孙佳佳.中国鲜苹果出口市场分析与苹果生产结构研究[J].西北农林科技大学学报:社会科学版,2013(1):61-67.

On the Price Competitiveness of China Apple in EU Market

LV Shuang-zhu, HUO Xue-xi

(Western Rural Development Research Center, Northwest A&F University,
Yanglin, Shanxi, 712100)

Abstract This paper estimates the price elasticity and cross-price elasticity of demand for imports of China apple in the EU market by using trade data (2000—2011 UNCOMTRADE and FAO). Compare and analyze China and the main competitive countries' apple price of competitiveness in the EU market. The results show that, relative to the EU internal market, China apple has the lack of competitiveness in the EU market. However, compared to the apple which import from The United States, Chile and Russia, China apple has comparative advantage. Therefore, China can through adjusting price and improving quality to improve the domestic apple's export competitiveness in the EU market. In addition, China should improve the mechanism to deal with the EU trade barriers, strengthen the supervision of quarantine department and production source on the quality of apple, and improve the technological content of China apple and green competitiveness.

Key words price competitiveness; EU market; apple export; elasticity analysis; price flexibility

(责任编辑:金会平)