

市场结构、价格竞争力与我国水果出口增长

张晓恒, 周应恒, 祁玉雯

(南京农业大学 经济管理学院, 江苏 南京 210095)



摘要 通过恒定市场份额(CMS)模型和价格指数模型,分析我国水果出口增长的动力以及有效避开生产成本上升的不利影响。结果表明,劳动力成本上升导致我国水果出口中传统的价格优势逐渐丧失,从而导致竞争力对我国水果出口增长的贡献率急速下降并接近于零;我国与东盟各国全面建立自由贸易区,迅速开拓东盟市场,调整出口市场结构的举措极大地促进了我国水果出口增长,并且掩盖了竞争力下降的不良影响。据此,提出政府应该加大农业基础设施和机械化科研投入,引导科研组织培育市场需求增长较快的品种,加快自贸区建设进程等建议。

关键词 水果出口; CMS 模型; 价格指数模型; 竞争力

中图分类号: F 304 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-3456(2016)01-0038-09

DOI 编码: 10.13300/j.cnki.hnwx.2016.01.006

近年来,我国粮、棉、油、糖等大宗农产品由于国内价格高于国际价格天花板而呈现全面净进口状态,其中,生产成本不断攀升被认为是造成国内价格高于国际价格的原因之一^[1]。随着我国刘易斯转折点的出现,农产品生产成本结构中,劳动力成本增长领先于其他成本^[2-3]。那么,具有劳动力密集属性的水果产品是否会步大宗农产品之后尘,逐渐丧失价格优势从而影响出口呢?根据联合国贸易数据库(UN Comtrade)的数据来看,我国水果出口额一直保持增长趋势,由 1992 年的 3.05 亿美元增长到 2012 年的 58.59 亿美元,年均增长率为 16%,大约是世界水果出口年均增长率的 2 倍;与此同时,我国水果出口在世界市场中的地位不断上升,国际市场占有率由 1992 年的 1.7% 上升到 2012 年的 6.9% (如图 1),并且我国于 2011 年成为仅次于美国、西班牙与荷兰的第四大水果出口国。那么,生产

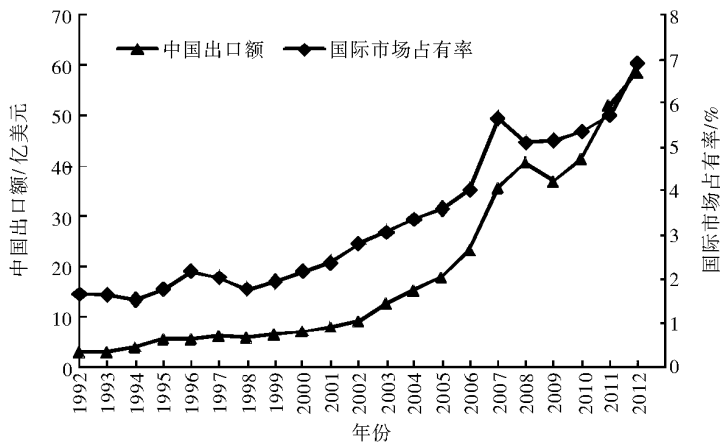


图 1 1992—2012 年我国水果出口额及国际市场占有率

收稿日期: 2015-08-01

基金项目: 国家自然科学基金重点项目“新时期农业发展的国家政策支持体系研究”(71333008); 农业部国际农业监测体系的阶段性成果。

作者简介: 张晓恒(1989-), 男, 博士研究生; 研究方向: 农产品贸易。

通讯作者: 周应恒(1963-), 男, 教授, 博士; 研究方向: 农业经营体系与政策支持体系, 农产品流通。

成本尤其是劳动力成本攀升是否对我国水果出口产生影响?我国水果出口能够保持稳定增长的动力何在?

一国产品出口能够保持稳定增长是因为其具有一定的国际竞争力。国内外学者对国际竞争力进行了大量的研究,其中,李嘉图提出的比较优势学说奠定了国际竞争力研究的基础;1990年波特等人提出的钻石模型,进一步丰富了国际竞争力的内涵。国内学者基于以上理论对我国水果贸易进行了大量的实证研究,乔娟、张长梅、潘伟光从比较优势的定义出发,通过比较中国与水果主产国的生产成本、劳动生产率及市场价格等,分析我国水果的竞争力状况^[4-6]。在此基础上,朱晶、胡友等、孔媛以及余国新等通过计算显示性比较优势指数(RCA)、市场占有率和资源禀赋系数等,探索我国水果在国际市场中的地位及竞争力变动趋势^[7-10]。以上两种方法主要是基于比较优势学说发展而来,然而,近年来竞争力理论以其多角度全方位的分析视角,在研究国际贸易增长源泉的问题上逐渐被学者所采用。恒定市场份额(CMS)模型由于能够很好地将竞争力理论纳入其体系,综合分析贸易增长的结构与源泉,因此,CMS模型成为继竞争力各类指数之后,使用最广泛的模型之一。Kevin Chen等采用CMS模型分析1980—1996年中国农产品出口增长的原因,结论表明,这段时间中国农产品出口的增长主要动力不是来源于竞争力的提升,而是日本、香港、韩国和东南亚等国家需求拉动造成的^[11]。帅传敏等通过综合运用CMS模型和RCA指数,评估了我国农产品国际竞争力的变化趋势,并认为我国农产品国际竞争力呈下降趋势,但由于其他因素带动出口增长掩盖了这一趋势^[12]。孙林等分别采用CMS模型分析我国对东亚和东盟农产品出口波动的原因^[13-14]。霍尚一、张复宏同时采用CMS模型分析我国水果对俄罗斯出口变动的的原因,结论表明,俄罗斯需求增长是我国水果出口增长的动力源泉^[15-16]。温思美等同样采用CMS模型分析我国水果出口增长的因素^[17]。

以上文献基于CMS模型对我国水果向世界及俄罗斯出口变动进行了研究,但存在以下不足,一是对于水果这个研究对象,大部分文献仅采用海关编码协调制度(HS)中第八章的数据,而该章仅涵盖鲜冷冻水果,不包括第二十章的水果汁和其他加工类水果,并且水果汁和其他加工水果占我国水果出口总额的50%以上;二是CMS模型在产品 and 出口对象尽可能详细的情况下才能准确捕捉结构变化效应,现有文献在这一方面有待进一步拓展;三是已有文献已经指出我国水果国际竞争力对出口增长的贡献在下降,但并未从价格优势丧失角度对其下降的原因进行解释。价格指数主要用于衡量一国某个产品在某个出口市场上相对于该市场其他出口国的价格水平,时序列的价格指数可以反映我国农产品出口价格相对于竞争对手价格的变化趋势,对我国水果出口的价格竞争力变化给予解释。价格指数的思想源于Feenstra构建的“贸易多样性指数”^[18],后来经Hummels等发展,将一国产品出口额分解为集约边际和扩展边际,集约边际可以进一步分解为价格指数和数量指数^[19]。施炳展^[20]、耿献辉等^[21]基于该方法分别计算了我国所有产品和农产品出口的二元边际。张晓恒等综合运用价格指数和数量指数分析我国农产品出口的质量状况^[22]。

本文将通过CMS模型和价格指数模型,对包含水果汁和其他加工水果在内的水果大类进行全面分析,并且在劳动力成本不断攀升的背景下,从价格视角对竞争力的变化给出解释。

一、模型构建及数据来源

1. 模型构建

(1)构建CMS模型。一个国家产品的国际竞争力主要由价格和非价格因素决定,其中,非价格因素包括产品质量、政府政策等无法量化的因素,很难纳入同一模型进行定量分析。因此,Bowen等认为可以通过历史数据分析一国出口份额的变化来间接反映该国产品的国际竞争力的变化^[23]。尽管一国出口份额的变化并不都是产品国际竞争力变化的结果,但是,出口份额的变化一定程度上反映了该国产品国际竞争力在世界市场中的变化状况。CMS模型正是基于这种思想,对于某种固定的出口产品,假设其国际竞争力保持不变,那么其出口份额同样保持不变。因此,一国出口商品的实际变化和竞争对手出口额变化之间的差异,一定是出口结构或竞争力变化所引起的。

恒定市场份额模型最早由 Tyszynski 于 1951 年提出,后经 Jepma 等多次修改完善^[24],成为国内外研究贸易增长源泉和出口产品国际竞争力变化趋势的重要模型之一。本文将采用 Jepma 修正后的 CMS 模型进行分析,该模型较之前的模型有两个优势,其一,Jepma 的模型引入了一些新成分来解释一国贸易变动的的原因;其二,Jepma 模型解决了传统模型中关于顺序的问题,由于顺序问题的存在,在衡量商品效应和市场效应时容易产生偏误。假设中国向 m 个目标市场出口 n 种商品,并且选择世界作为参照系,那么,Jepma 最终将我国水果总体出口增长 Δq 分解为(1)式:

$$\Delta q = \sum_i \sum_j s_{ij}^0 \Delta Q_{ij} + \sum_i \sum_j \Delta s_{ij} Q_{ij}^0 + \sum_i \sum_j \Delta s_{ij} \Delta Q_{ij} \quad (1)$$

式(1)为 Jepma 模型的第一级分解结果,其中,右边的第一项称为结构效果,第二项为竞争效果,第三项为二阶效果,具体含义见表 1。传统的 CMS 模型仅在第一层级分解,而改进的 CMS 模型可以进一步将结构效果分解为增长效果、市场效果、商品效果和结构交互效果;将竞争效果分解为整体竞争效果、具体竞争效果;将二阶效果分解为纯二阶效果和动态结构残差效果。具体如(2)式:

$$\begin{aligned} \Delta q = & s^0 \Delta Q + \left(\sum_i \sum_j s_{ij}^0 \Delta Q_{ij} - \sum_i s_i^0 \Delta Q_i \right) + \left(\sum_i \sum_j \Delta s_{ij} Q_{ij}^0 - \sum_j s_j^0 \Delta Q_j \right) \\ & \text{增长效果} \quad \text{市场效果} \quad \text{商品效果} \\ & + \left[\left(\sum_i s_i^0 \Delta Q_i - s^0 \Delta Q \right) - \left(\sum_i \sum_j \Delta s_{ij} Q_{ij}^0 - \sum_j s_j^0 \Delta Q_j \right) \right] \\ & \text{结构交互效果} \\ & + \Delta s Q^0 + \left(\sum_i \sum_j \Delta s_{ij} Q_{ij}^0 - \Delta s Q^0 \right) + \left(Q^1 / Q^0 - 1 \right) \sum_i \sum_j \Delta s_{ij} Q_{ij}^0 \\ & \text{整体竞争效果} \quad \text{具体竞争效果} \quad \text{纯二阶效果} \\ & + \left[\sum_i \sum_j \Delta s_{ij} \Delta Q_{ij} - \left(Q^1 / Q^0 - 1 \right) \sum_i \sum_j \Delta s_{ij} Q_{ij}^0 \right] \\ & \text{动态结构残差效果} \end{aligned} \quad (2)$$

式(2)中, Δq 为某段时间内中国水果出口额的变化值; s 表示中国水果出口总额占世界总体出口的份额; s_j 表示中国向 j 国出口水果占世界向其出口的份额; s_i 表示中国出口 i 产品占世界出口该产品的份额; s_{ij} 表示中国向 j 国出口 i 产品占世界向其出口该产品的份额; Q 表示世界水果出口总额; Q_j 表示世界向 j 国出口水果总额; Q_i 表示世界出口 i 产品的总额; Q_{ij} 表示世界向 j 国出口 i 产品的总额; Δ 表示两个时期的变化情况;上标 0 表示考察期的初期,上标 1 表示考察期的末期;下标 i 和 j 分别表示产品和目标市场, $i=1,2,\dots,n, j=1,2,\dots,m$ 。(2)式分解结果的具体含义如表 2 所示^[11]。

表 1 CMS 模型第一级分解结果的含义

分解项目	含义
结构效果	世界水果出口额的变化而引起中国水果出口额的变化。
竞争效果	中国水果竞争力的变化而引起中国水果出口额的变化。
二阶效果	中国水果竞争力的变化和世界水果出口额变化的交互作用所引起的中国水果出口额的变化。

(2)引入价格指数模型。由于 CMS 模型并没有直接包含价格效果,因此无法搭建生产成本尤其是劳动力成本攀升与我国水果出口变化之间的关系。张长梅通过详尽的数据分析,认为我国水果出口的竞争优势主要依赖于低廉的劳动力成本,其他非价格因素影响相对较小^[5]。本文将遵循以上思路,即水果生产成本上升削弱价格优势进而影响竞争效果对出口增长的贡献。国内水果生产成本尤其是劳动力成本上升已经是事实,竞争效果对水果出口增长的贡献可由 CMS 模型计算,因此,本文的重点是如何定量衡量我国水果出口的价格优势。通过采用价格指数模型,计算我国水果出口相对于世界出口到各国的价格指数 P ,如果 $P < 1$,说明我国水果出口具有价格优势,如果 $P > 1$,说明我国水果出口不具有价格优势。该价格指数的优点是经过适当的加权平均,可以在 HS 六位码的水平上

表 2 CMS 模型第二级分解结果的含义

分解项目	含义
增长效果	假设我国水果出口竞争力和出口商品结构与世界相同,我国水果由于世界水果出口增长而增长的部分。
结构效果	假设我国水果出口竞争力与世界相同,由于市场分布差异所带来的我国水果出口额的变化。正值表示我国比世界更集中的向快速增长的市场出口水果,负值则相反。
商品效果	假设我国水果出口竞争力与世界相同,由于出口商品结构差异而带来的我国水果出口值的变化。正值表示我国比世界更集中地出口快速增长的产品,负值则相反。
结构交互效果	假设我国水果出口竞争力与世界相同,由于出口商品结构和市场结构差异的交互作用所引起的我国出口额的变化。
竞争效果	假设我国水果出口结构不变,由于整体竞争力变化而带来的我国水果出口额的变化。
具体竞争效果	假设世界水果出口结构不变,由于我国水果出口结构变化带来的出口额变化。正值表示我国水果出口结构对增长有利,负值相反。
二阶效果	假设世界水果需求结构不变,由于我国水果出口份额的变化和世界水果出口水平变化的交互作用而产生的我国水果出口额的变化,正值表示我国水果出口适应世界水果出口的变化,负值相反。
动态结构残差	由于我国水果出口结构的变化与世界水果出口结构变化的交互作用而产生的我国水果出口额的变化。正值表示我国集中向世界需求增长较快的市场出口,负值则相反。

计算我国向所有贸易伙伴国出口水果价格相对于世界其他国家向该国出口水果价格的总价格指数。价格指数计算过程如式(3):

$$P_{jm} = \prod_{i \in I_{jm}} (p_{jmi} / p_{kmi})^{\omega_{jmi}} \quad (3)$$

式(3)中, P_{jm} 为 j 国向 m 国出口的价格指数,根据 $P_j = \prod_{m \in M} (p_{jm})^{a_{jm}}$ 可以计算 j 国出口所有国家的总体价格指数。 p_{jmi} 为 j 国向 m 国出口 i 产品的价格; p_{kmi} 为 k 国向 m 国出口 i 产品的价格; I_{jm} 为 j 国向 m 国出口 HS 六位码产品集合; ω_{jmi} 为权重,是 j 国向 m 国出口 i 产品贸易额占其向 m 国出口所有产品贸易额比重 s_{jmi} 与参照国向 m 国出口 i 产品贸易额占其向 m 国出口所有产品贸易额比重 s_{kmi} 的对数平均值,其中 $i \in I_{jm}$ 。具体计算公式如式(4)和(5):

$$s_{jmi} = \frac{p_{jmi} x_{jmi}}{\sum_{i \in I_{jm}} p_{jmi} x_{jmi}} \quad s_{kmi} = \frac{p_{kmi} x_{kmi}}{\sum_{i \in I_{jm}} p_{kmi} x_{kmi}} \quad (4)$$

$$\omega_{jmi} = \frac{s_{jmi} - s_{kmi}}{\ln s_{jmi} - \ln s_{kmi}} / \sum_{i \in I_{jm}} \frac{s_{jmi} - s_{kmi}}{\ln s_{jmi} - \ln s_{kmi}} \quad (5)$$

2. 数据来源

本文使用的数据来自联合国贸易署数据库(UNcomtrade)。对于水果的定义,主要参考农业部贸易促进中心的分类方法,包括海关编码协调制度(HS)第八章绝大部分六位编码、第二十章 2009 条目下的水果汁以及 2007 和 2008 条目下的其他类加工水果,同时,HS 编码在 1996 年、2002 年和 2007 年进行了修订与扩充,在对应的年份均采用最新的编码,避免遗漏相关商品。CMS 模型不仅涉及商品,还涉及出口对象国,本文选择了 1992—2012 年我国水果出口的所有伙伴国,而不是仅考虑主要伙伴国。另外,为了更好地解释 CMS 模型的结果,本文在 HS 六位编码的基础上,将水果分为鲜冷冻水果,水果汁和加工水果,将其出口份额与世界总体出口状况进行比较。

二、实证结果

从理论上来说,CMS 模型可以评价 1992 年以来我国水果国际竞争力变化的总体情况。然而,在 1992—2012 年间,1998 年东南亚金融危机、2001 年中国加入世界贸易组织以及 2008 年次贷危机和欧债危机等事件不可避免地对我国水果贸易产生了重大影响,所以,在分析整个时间段的基础上,为了进一步比较这些外部环境变化对我国水果贸易的影响,本文以这三个时间点为界,将分别研究 1992—1997 年、1998—2001 年、2002—2007 年以及 2008—2012 年四个阶段我国水果增长动力的差

异。如表 3 所示,1992—2012 年我国水果出口额增长 49.35 亿美元^①,其中,1992—1997 年增长 3.25 亿美元;1998—2001 年东南亚金融危机期间增长 2.03 亿美元,增长较慢;中国入世以后,水果出口额迅速增长,其中,2002—2007 年间增长 26.23 亿美元,占整个时期增长额的 53%;即使在 2008 年全球金融危机期间,我国水果出口额仍然保持较快增长,五年间增长了 17.92 亿美元。

表 3 1992—2012 年我国水果出口增长的 CMS 模型分解结果

	1992—2012 年		1992—1997 年		1998—2001 年		2002—2007 年		2008—2012 年	
	变化额/ 亿美元	占比/%	变化额/ 亿美元	占比/%	变化额/ 亿美元	占比/%	变化额/ 亿美元	占比/%	变化额/ 亿美元	占比/%
总体变化	49.35	100.0	3.25	100.0	2.03	100.0	26.23	100.0	17.92	100.0
结构效果	19.23	39.0	2.01	61.9	1.21	59.7	9.34	35.6	17.44	97.3
增长效果	11.15	22.6	2.11	65.0	0.10	4.9	8.58	32.7	2.66	14.8
市场效果	10.47	21.2	0.50	15.2	0.97	47.7	0.89	3.4	14.80	82.6
商品效果	-0.96	-1.9	-0.41	-12.5	-0.20	-9.7	-0.22	-0.8	-1.10	-6.1
结构交互效果	-1.43	-2.9	-0.19	-5.9	0.34	16.9	0.08	0.3	1.09	6.1
竞争效果	7.37	14.9	1.28	39.4	0.69	33.8	9.31	35.5	0.04	0.2
整体竞争效果	8.19	16.6	0.67	20.6	1.90	93.5	9.12	34.8	14.32	79.9
具体竞争效果	-0.83	-1.7	0.61	18.8	-1.21	-59.7	0.19	0.7	-14.28	-79.7
二阶效果	22.75	46.1	-0.04	-1.3	0.13	6.5	7.58	28.9	0.44	2.4
纯二阶效果	26.98	54.7	0.89	27.5	0.01	0.6	8.71	33.2	0.00	0.0
动态结构残差效果	-4.23	-8.6	-0.94	-28.8	0.12	5.9	-1.12	-4.3	0.43	2.4

注:数据系作者根据 UNcomtrade 数据库数据计算所得。

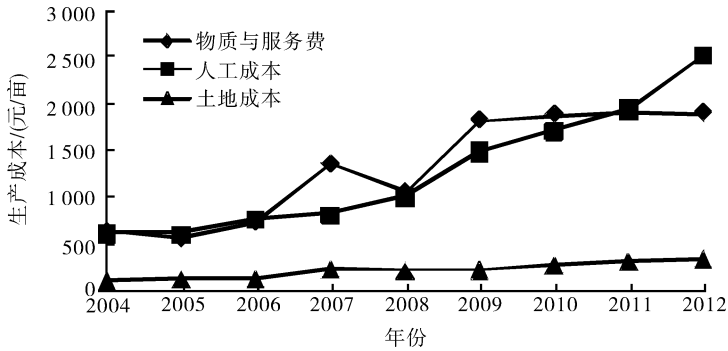
1. 价格优势丧失导致我国水果竞争效果贡献率下降

从 1992—2012 年总体增长情况来看,竞争力对我国水果出口增长的贡献仅为 7.37 亿美元,占总体增长的 14.9%,进一步从不同的时间段我们可以发现我国水果竞争力贡献迅速下降主要发生在 2008 年金融危机期间。1992—2007 年,我国水果出口竞争力呈现缓慢下降趋势,贡献率一直保持在 33.8%~39.4%之间,而金融危机期间,我国水果竞争力对出口增长的贡献跌至最低点,贡献额仅为 0.04 亿美元,占总体增长的 0.2%,基本可以忽略。进一步分析整体竞争效果和具体竞争效果可以看出,竞争效果呈现下降趋势主要是因为具体竞争效果下降幅度高于整体竞争效果的上升幅度,并且两者的净效果在 2008 年达到最低点。以往研究对于竞争力下降的原因要么不做解释^[12]要么仅从质量、信誉、基础设施以及流通政策等角度进行定性解释^[5,25]。而近年来,我国农产品生产成本尤其是劳动力成本增长趋势十分明显。据世界粮农组织统计数据显示,我国新鲜水果的生产者价格指数由 1992 年的 134.6 美元/吨增长到 2011 年的 973.8 美元/吨,年均增长率 11%。进一步从水果生产的成本构成来看,人工成本增长最快,以苹果为例,2004—2012 年人工成本涨了 3 倍,尤其 2008 年以后增长更加迅速;土地成本涨了 2.5 倍;物质与服务费用涨了 2 倍(如图 2)。钟甫宁指出劳动力成本长期大幅度上升是我国农产品生产和贸易比较优势下降的主要原因^[26]。生产成本尤其是劳动力成本攀升可能是造成我国水果出口竞争力下降的重要原因。

本文借助价格指数模型,厘清生产成本上升通过削弱水果出口价格优势进而造成竞争效果下降。图 3 显示了利用(3)~(5)式计算的我国水果出口的价格指数。2008 年之前,我国水果出口各贸易伙

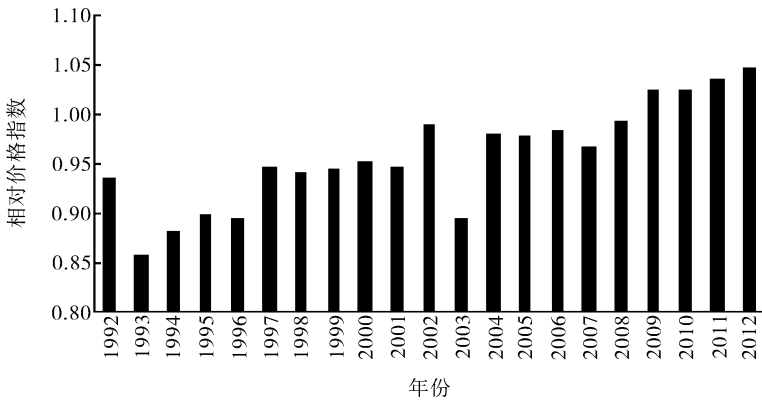
① 这里需要说明的是,CMS 模型中 1992—2012 年水果出口额的变化与水果出口额实际变化值不一致,CMS 模型中变化值占实际变化值的 89%。这是 CMS 模型在分析贸易增长过程中的不足之处,该模型在计算过程中涉及具体的商品结构,由于研究期间内,有些商品在 1992 年出口而在 2012 年停止出口,或者 1992 年没有出口而在 2012 年开始出口,这些商品无法进入 CMS 模型进行分析。解决的措施主要有两个,其一,降低商品的分类标准,选择四位、二位甚至一位 HS 编码进行计算,但是这样不仅会低估商品结构效应,也无法精确定义水果;其二,采用时间点附近几年的平均值,这是本文采用的方法,但是也无法彻底解决该问题,并且时间跨度越长,这种差异越大。进一步计算四个时间段 CMS 模型出口平均增长值与实际增长值的差异基本上低于 5%。

伴的相对价格虽呈现上升趋势,但是一直低于世界市场平均水平,其中,2003 年水果出口价格指数大幅下跌主要是由于 2003 年我国暴发非典,购买需求下降,大量水果滞销。然而,2008 年以后,我国水果出口各贸易伙伴的相对价格超过世界平均水平,一直以来中国所具有的出口价格优势丧失。2008 年这一节点,不仅是我国劳动力成本迅速攀升的起点,也是我国水果竞争效果对出口增长贡献下降的起点。因此,基于价格指数模型的结论,在一定程度上可以认为由于我国劳动力成本上升,我国水果生产价格和出口价格上升,并且在 2008 年彻底丧失价格优势,从而对我国出口竞争力产生巨大影响。当然,除了价格因素以外,也不能忽视非价格因素对我国竞争力的影响,因为,这是未来提升我国水果国际竞争力的突破口。



注:数据来源于 2005—2013 年《全国农产品成本收益资料汇编》。

图 2 2004—2012 年苹果生产成本构成



注:数据系笔者根据 UNcomtrade 数据库计算所得。

图 3 1992—2012 年我国水果出口的相对价格指数

2. 市场结构优化驱动我国水果出口增长

结构效果对我国水果出口增长起到决定性作用。结构效果主要包括增长效果、商品效果、市场效果和结构交互效果。从 1992—2012 年总体阶段来看,结构效果的贡献总额为 19.23 亿美元,占增长总额的 39%,其中,增长效果占 22.6%,表明:当我国水果竞争力和出口结构与世界相同时,世界出口增长带动我国水果增长 22.6%;市场效果占 21.2%,表明:当我国水果竞争力与世界相同时,我国先于世界其他国家占领需求快速增长的市场而带动水果出口增长 21.2%;增长效果和市场效果的贡献差异不大,而商品效果和结构交互效果均为负值。商品效果值为负表明:当我国水果竞争力与世界相同时,我国更集中地出口世界需求增长较慢的商品,从而制约我国水果出口增长;结构交互效果值同样为负,表明当我国水果出口竞争力与世界一致时,我国水果出口的商品结构和市场结构的交互作用制约我国水果出口增长。以上分析表明,我国水果的结构效果主要依赖于增长效果和市场效果。进一步从四个时间段来看,结构效果的贡献率呈现先下降后上升的趋势,而这种变化趋势主要是增长效果、市场效果、商品效果和结构交互效果共同作用的结果,并且不同阶段这四种效果的贡献程度存在

显著差异。其中,增长效果在 1992—1997 年和 2002—2007 年两个时间段贡献率较大,分别为 65.0% 和 32.7%,但整体呈现波动下降趋势,尤其是在两次金融危机期间,世界市场出口增长放缓是导致其贡献率下降的原因。由于增长效果主要衡量了国际市场环境变化对我国水果出口增长的影响,属于外生变量,这里不做赘述。本文将重点关注商品效果和市场效果的变化趋势,市场效果贡献率表现出增长趋势,尤其是在 2008—2012 年间,贡献率高达 82.6%,表明在这段时间我国更集中地向需求快速增长的国家出口,从而维持了较高的增长率。从我国水果出口的市场结构来看,美国、日本、俄罗斯和东盟是我国水果的主要出口对象,我国向这四个国家出口占我国总出口的比重超过 60%,并且呈现上升趋势,但是不同出口对象之间存在差异。2008 年全球爆发经济危机后,我国对美国、日本和俄罗斯水果出口额和出口份额开始下降,2011 年逐渐恢复增长。与此同时,我国对东盟国家水果出口额和出口份额表现出强劲的增长势头,出口额翻了一倍,出口份额由 2008 年的 21% 上升到 2012 年的 34%(如表 4)。因此,可以说在我国劳动力成本攀升带来出口竞争力下降的阶段,我国与东盟全面建立自由贸易区,迅速开拓东盟市场,获取较高市场占有率的举措掩盖了竞争力下降的不良影响。

表 4 2007—2012 年我国水果出口额变化趋势

年份	美国		日本		俄罗斯		东盟	
	出口额/亿美元	份额/%	出口额/亿美元	份额/%	出口额/亿美元	份额/%	出口额/亿美元	份额/%
2007	8.16	23	4.27	12	3.68	10	5.44	15
2008	9.73	24	4.03	10	3.63	9	8.64	21
2009	6.96	19	3.22	9	2.95	8	10.65	29
2010	7.66	18	3.61	9	3.64	9	12.52	30
2011	9.72	19	4.86	9	4.22	8	15.87	30
2012	10.92	19	5.70	10	4.56	8	19.95	34

注:数据来源系作者根据 UN Comtrade 数据库数据计算所得。

与市场效果不同的是商品效果对我国水果出口增长并没有产生贡献,表明在控制其他因素不变时,我国水果的出口结构与世界水果需求结构差异较大,从而抑制我国水果出口增长。表 5 比较了我国鲜冷冻水果、水果汁和其他加工水果出口结构与世界的差异,结果显示,全球市场以鲜冷冻水果贸易为主,而我国加工水果贸易份额较高。1992—2012 年全球鲜冷冻水果出口额占出口总额的比重保持在 62%~72%之间,且呈现缓慢上升趋势,而我国鲜冷冻水果出口比重虽呈现上升趋势,但是一直低于世界平均水平,即使在最高年份的 2012 年也仅为 54%。此外,我国其他加工类水果出口比重一直处于较高水平,虽然近几年呈现迅速下降趋势,但是仍然高于世界平均水平 10 个百分点。我国水果汁出口经历了迅速扩张的过程,目前出口比重与世界出口状况基本持平。

表 5 1992—2012 年我国和世界水果出口产品结构变化

年份	%					
	鲜冷冻		果汁		其他	
	中国	世界	中国	世界	中国	世界
1992	34.89	62.04	2.57	17.81	62.55	20.15
1993	46.41	62.86	3.10	17.49	50.49	19.65
1994	42.78	66.25	3.25	16.82	53.97	16.93
1995	35.51	65.43	6.19	17.97	58.30	16.60
1996	38.64	66.92	8.29	16.58	53.07	16.50
1997	40.95	67.09	11.36	17.40	47.69	15.51
1998	34.51	67.29	14.80	18.12	50.69	14.59
1999	32.75	65.21	17.16	19.14	50.09	15.65
2000	32.51	65.20	19.62	19.16	47.86	15.63

续表 5

年份	鲜冷冻		果汁		其他	
	中国	世界	中国	世界	中国	世界
2001	30.20	67.13	22.26	17.40	47.54	15.47
2002	38.11	67.80	21.73	18.64	40.16	13.57
2003	39.20	68.73	22.26	17.79	38.54	13.48
2004	40.28	69.02	23.79	17.00	35.93	13.98
2005	41.76	71.60	29.16	17.52	29.08	10.88
2006	38.41	67.89	28.79	18.46	32.80	13.64
2007	34.64	69.21	37.83	17.17	27.53	13.62
2008	42.08	68.51	30.93	18.56	27.00	12.94
2009	52.13	70.30	20.66	16.97	27.20	12.73
2010	52.47	70.35	20.77	16.76	26.76	12.90
2011	50.15	68.00	23.48	18.48	26.37	13.52
2012	53.91	68.77	22.27	17.74	23.82	13.49

注:数据来源系作者根据 UN Comtrade 数据库数据计算所得。

二阶效果对我国水果出口增长也产生了一定作用。其中,纯二阶效果值一直为正,但贡献率呈现下降趋势,表明当世界水果需求不变的情况下,我国水果出口基本能够适应世界水果出口的变化,但这种适应性在逐渐降低。而动态结构残差效果在 1992—1997 年和 2002—2007 年为负,表明在这两段时间内我国水果集中向需求增长较慢的国家出口,从而抑制了水果出口的增长,但贡献率较低,基本可以忽略。

三、结论与启示

近年来,我国农业生产成本尤其是劳动力成本攀升对粮、棉、油、糖等大宗农产品产生巨大冲击,而对具有劳动力密集属性的水果产品出口并没有太大影响。本文基于 UNcomtrade 数据库提供的我国水果出口数据,采用 CMS 模型和价格指数模型,分析新时期我国水果出口增长的源泉以及竞争力在出口增长中的作用。研究结论表明,由于劳动力成本上升,导致我国水果出口价格优势在 2008 年彻底丧失,竞争力对我国水果出口增长的贡献率急速下降并接近于零;与此同时,我国与东盟国家全面建立自由贸易区,迅速开拓东盟市场,获取较高市场占有率的举措极大地促进了我国水果出口增长,并且掩盖了竞争力下降的不良影响;此外,研究还发现我国水果出口结构与世界水果需求结构存在较大差异,抑制了我国水果出口增长。

基于以上结论,本文认为提升我国水果出口竞争力是当务之急,针对逐年攀升的用工成本,政府应该加大农业基础设施和机械化科研投入,努力提高水果产中管理与采摘环节的机械化水平,降低用工成本上升的不利影响。同时,我国农业主管部门应该立足全局,放眼未来,加强果农与相关科研单位的联系,积极引导科研组织培育市场需求增长较快的品种,并且鼓励果农进行种植结构调整,通过补贴手段降低调整过程中的收入损失。另外,我国贸易谈判部门应该在吸收消化东盟自贸区建设经验的基础上,加快印度和新西兰自贸区建设进程。

参 考 文 献

- [1] 韩一军.2013 年中国农产品贸易发展特点及展望[J].农业展望,2014(2):59-63.
- [2] 蔡昉.刘易斯转折点—中国发展新阶段[M].北京:社会科学文献出版社,2008.
- [3] 蔡昉.人口转变,人口红利与刘易斯转折点[J].经济研究,2010,45(4):4-13.

- [4] 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.
- [5] 张长梅.关于入世后我国水果出口竞争力的思考[J].国际贸易问题,2002(6):7-11.
- [6] 潘伟光.中韩两国水果业生产成本及价格竞争力的比较——基于苹果、柑橘的分析[J].国际贸易问题,2005(10):49-53.
- [7] 朱晶.中国劳动力密集型农产品出口市场结构与定位分析[J].中国农村经济,2004(9):14-19.
- [8] 胡友,祁春节.基于 HP 滤波模型的农产品价格波动分析——以水果为例[J].华中农业大学学报:社会科学版,2014,33(4):57-62.
- [9] 孔媛.世界水果贸易比较优势与产业内贸易研究[J].国际贸易问题,2006(1):18-24.
- [10] 余国新,王凯.我国水果产业及主要出口产品品目的国际竞争力分析[J].国际贸易问题,2008(12):22-28.
- [11] KEVIN C, LIAN X, YUFENG D. Ex-post competitiveness of china's export in agri-food products: 1980-96[M]. San Diego California; China's Role in World Food Markets, Proceedings of WCC-101, 1999.
- [12] 帅传敏,程国强,张金隆.中国农产品国际竞争力的估计[J].管理世界,2003(1):97-103.
- [13] 孙林,赵慧娥.中国和东盟农产品贸易波动的实证分析[J].中国农村经济,2004(7):46-52.
- [14] 孙林,赵慧娥.中国对东亚农产品出口增长的影响因素比较及中国区域合作模式选择[J].国际贸易问题,2009(8):61-65.
- [15] 霍尚一.中国对俄罗斯水果出口变化的原因——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.
- [16] 张复宏.基于 CMS 模型的中国水果对俄罗斯出口变动分析[J].农业技术经济,2011(9):100-108.
- [17] 温思美,苏国宝.基于 CMS 模型的中国水果出口增长因素分析[J].农业经济问题,2012(9):17-23.
- [18] FEENSTRA R C. New product varieties and the measurement of international prices [J]. American Economic Review, 1994: 157-177.
- [19] HUMMELS D, PETER J K. The variety and Quality of a nation's exports [J]. American Economic Review, 2005, 6(3): 704-723.
- [20] 施炳展.中国出口增长的三元边际[J].经济学季刊,2010,9(4):1311-1330。
- [21] 耿献辉,张晓恒,周应恒.中国农产品出口二元边际结构及其影响因素[J].中国农村经济,2014(5):36-50。
- [22] 张晓恒,周应恒.中国农产品出口增长的二元边际分析[J].农林经济管理学报,2015,14(2):126-133.
- [23] BOWEN H, PELZMAN J. US Export competitiveness: 1962-77[J]. Applied Economics, 1984(16):461-473.
- [24] JEPMA C J. Extensions and application possibilities of the constant market shares analysis[M]. Groningen: Press of University Groningen, 1986.
- [25] 柯炳生.提高农产品竞争力:理论、现状与政策建议[J].农业经济问题,2003(2):34-39.
- [26] 钟甫宁.新形势下农业科技进步的方向选择[J].农业经济与管理,2014(6):14-21.

(责任编辑:陈万红)