

# 中国花生产业国际竞争力实证研究

张秀青, 刘 珉

(中国人民大学 农业与农村发展学院, 北京 100872)

**摘要:** 首先分析了世界和我国花生产业的发展现状; 并运用贸易指数对我国花生产业的国际竞争力进行了测算, 认为我国花生的国际竞争力总体上很强; 但是最近几年, 我国花生的国际竞争力已经呈现出下降的趋势, 尤其是我国花生的显示性比较优势指数更是下降明显。进而分析了影响我国花生产业国际竞争力的4个因素, 最后提出相应的政策建议。

**关键词:** 中国花生; 国际竞争力; 影响因素

中图分类号: S565.2 文献标识码: A 文章编号: 1004-3268(2008)11-0042-05

## Experimental Study on the International Competition Power of China's Peanut Industry

ZHANG Xiu-qing, LIU Min

(School of Agricultural Economics and Rural Development of Renmin University, Beijing 100872, China)

**Abstract:** This article analysed the present situation of peanut industry around China and the world and calculated the international competition power of China's peanut by the trade indexes, which made us believe China's peanut comparative. However, the competition power of China's peanut has declined in recent years, especially the indexes of RCA declined obviously. The Article also analysed the factors which affect and restrict China's peanut industry. Finally, it put forward some countermeasures to improve the development of China's peanut industry.

**Key words:** China's peanut; International competition power; Factors

花生在世界各地均有种植, 是世界重要的油料作物之一, 也是贸易量最大的荚果商品。我国是花生的生产大国, 也是世界第一大花生出口国。2006年, 我国花生的收获面积为472.2万 $\text{hm}^2$ , 总产量为1472.2万t, 出口量80万t, 分别占世界的21.2%, 30.8%和38%。收获面积排在印度之后, 居世界第2位; 总产量远高于其他国家, 位居第1; 出口量居世界第1位。

在我国, 花生种植的净收益高于稻谷、小麦、玉米、大豆、油菜籽、甘薯等主要作物。近几年来, 花生价格一路攀升, 从2001年每吨3800元涨到目前的每吨5600元。农民种植1 $\text{hm}^2$ 花生所获得的毛收入达16500元, 分别是大豆的2倍和油菜籽的2.4倍。同时, 花生属于劳动密集型农产品, 其生产、收

获和加工过程, 均需要投入较多的劳动力, 而我国具有低廉的劳动力成本优势。加入WTO之后, 花生成为我国为数不多的净出口农作物品种之一。因此, 研究我国花生的国际竞争力及影响因素, 对促进花生的出口贸易, 增加种植者的收入有着重要的意义。

### 1 我国花生产业国际竞争力的分析框架

目前, 在对农产品国际竞争力的研究中, 无论是研究内容还是研究方法都没有定式, 分歧很大。如陈应志等<sup>[1]</sup>对大豆生产及贸易情况的研究, 侧重于农产品贸易形势的总况分析, 对农产品的竞争力做出的定性判断。还有一些学者侧重于比较国内外农产品的生产成本和价格, 进而分析农产品的国际竞争力, 如王秀清<sup>[2]</sup>通过对价格和生产成本的国际比

收稿日期: 2008-05-05

作者简介: 张秀青(1978-), 女, 山东济南人, 博士, 主要从事农产品贸易研究。

较, 分析了我国粮食国际竞争力状况及其变化趋势, 并认为各个国家的单位农产品生产成本是最能反映价格竞争能力的指标。还有一些学者通过竞争力指数的测算, 研究农产品的国际竞争力, 如顾国达<sup>[3]</sup>、田彩云<sup>[4]</sup>、张淑荣<sup>[5]</sup>、屈小博<sup>[6]</sup>等运用显示性比较优势指数、贸易竞争力指数等分别对蜂蜜、花生、大豆以及农产品整体等进行了研究。

这些研究无疑对农产品国际竞争力问题的探索是非常有益的, 但是每个侧重点都不足以全面反映农产品国际竞争力的内容。在此, 以这些研究为基础, 确定了对我国花生国际竞争力研究的分析框架

(图1)。某种农产品竞争力的大小或强弱首先会通过竞争力指数所代表的市场业绩表现出来。本研究选用了国际市场占有率(*MS*)、贸易竞争力指数(*TC*)以及显示性比较优势指数(*RCA*)3个常用指数衡量花生的市场业绩。之后, 再分析有哪些因素对农产品的国际竞争力产生影响, 以掌握其市场业绩未来的变化趋势。然后, 重点从国家的政策环境、花生价格及生产成本、花生质量和营销环境4个方面分析花生的国际竞争力的未来变化, 并提出相应的提高或保持竞争力的途径。最后提出相关的政策建议以进一步保持或提高花生的国际竞争力。

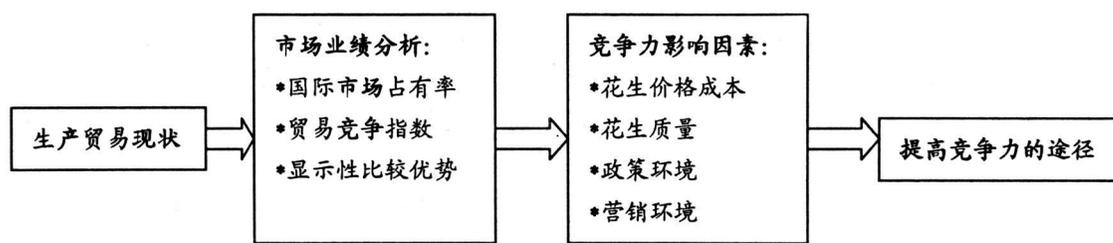


图1 我国花生产业国际竞争力的分析框架

## 2 世界及中国花生的生产及贸易概况

### 2.1 世界概况

2005年, 世界花生收获面积约2359.8万 $\text{hm}^2$ , 单产2173.9 $\text{kg}/\text{hm}^2$ , 总产量5130.0万t。世界花生主产国有印度、中国、美国、尼日利亚、印度尼西亚、塞内加尔、苏丹、扎伊尔和阿根廷等。就收获面积而言, 印度最大, 2005年为670万 $\text{hm}^2$ , 占世界总收获面积的23%; 就总产量而言, 中国最高, 2005年为1439.6万t, 占世界总产量的38.44%。

世界花生贸易十分活跃。花生贸易包括食用花生(这里将FAO统计中的加工花生、去壳花生及带壳花生折算相加)、花生油、花生酱、花生饼等贸易, 并以食用花生贸易为主。2005年世界食用花生贸易量约为200万t, 价值16.5亿美元; 花生油的世界贸易量为19.2万t, 价值2.1亿美元。花生的主要

出口国为中国、美国、荷兰、印度、阿根廷等; 主要进口国为西欧各国, 如英国、法国、意大利, 另有日本及东南亚各国。

### 2.2 中国概况

2005年, 我国花生的收获面积为468.4万 $\text{hm}^2$ , 单产3074.1 $\text{kg}/\text{hm}^2$ , 总产量为1439.9万t。自1995年以来的10年间, 中国花生的收获面积占世界的比例由1995年的17.4%上升到2001年的21.8%, 此后波动缓慢下降, 2005年这一比例为19.8%。中国花生的总产量占世界的比例由1995年的35.9%上升到2002年的45.2%, 跟随收获面积的下降, 2005年总产量所占比例下降到28.1%。

自20世纪90年代初期以来, 中国已经成为世界上第一大花生出口国。中国花生正逐渐形成出口多样化的格局, 但目前仍以食用花生等初级产品出口为主。由表1可知, 2005年, 中国食用花生出口

表1 2005年中国花生进出口贸易结构

项目	食用花生	占世界比例 (%)	花生油	占世界比例 (%)	花生酱	占世界比例 (%)	花生饼	占世界比例 (%)
进口数量(万t)	1.40	0.7	1.79	8.2	0.44	8.1	8.34	42.4
进口价值(亿美元)	0.14	0.8	0.19	8.0	0.05	5.2	0.16	46.1
出口数量(万t)	76.03	37.9	2.12	11.1	1.49	23.8	0.84	4.0
出口价值(亿美元)	5.90	35.5	0.24	11.4	0.20	19.4	0.01	2.4

注: 进口数量和出口数量均为无粮食援助的数据。资料来源FAO数据

量 76.03 万 t, 出口价值 5.9 亿美元, 分别占世界的 37.9% 和 35.5%; 花生油出口量 2.12 万 t, 出口价值 0.24 亿美元, 分别占世界的 11.1% 和 11.4%; 花生酱 1.49 万 t, 出口价值 0.2 亿美元, 分别占世界的 23.8% 和 19.4%。在花生进口中, 除花生饼外, 其他花生进口量微小, 这主要是由于我国养殖业迅速发展, 而我国蛋白质饲料长期短缺, 致使花生饼大量进口。2005 年花生饼进口量为 8.34 万 t, 进口价值 0.16 亿美元, 分别占世界的 42.4% 和 46.1%。

根据 FAO 公布的数据显示的 2005 年世界花生总产量前 5 名的国家(中国、印度、尼日利亚、美国和印度尼西亚)和出口量前 5 名的国家(中国、美国、荷兰、印度和阿根廷)情况确定 3 个国家来进行国际比较, 即中国、美国和印度。这 3 个国家不仅是重要的花生生产国和出口国, 而且也代表了 3 个经济发展阶段。鉴于食用花生出口在我国花生贸易中占绝对大份额, 因此, 以下花生国际竞争力的实证分析只针对食用花生展开。

### 3 中国花生产业的国际竞争力实证分析

#### 3.1 花生产业的国际竞争力指标构成<sup>[3,4]</sup>

3.1.1 国际市场占有率 在国际市场上, 某产品国际竞争力的大小可以通过国际市场占有率(MS)来判定。故可以通过计算国际市场占有率来比较我国花生的国际竞争力。国际市场占有率是指一国某产品的出口总额占世界相同产品出口总额的百分比。用公式表示为:

$$MS_{ij} = X_{ij} / X_{wj}$$

式中:  $MS_{ij}$  表示  $i$  国  $j$  产品的国际市场占有率;  $X_{ij}$  表示  $i$  国  $j$  产品的出口总额;  $X_{wj}$  表示世界  $j$  产品的出口总额。

3.1.2 贸易竞争指数 贸易竞争指数(TC)通常是指一个国家某类产品的净出口与该类产品贸易总额的比率。其实, 该指标和净出口指标一样, 表示一个国家产品是净出口还是净进口, 但这个指标的优点是作为一个与贸易总额的相对值, 它剔除了通货膨胀、汇率变动等宏观总量方面波动的影响, 即无论进出口的绝对量是多少, 它均介于-1 和+1 之间, 因此不同时期、不同国家之间是可比的。其计算公式为:

$$TC_{ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij})$$

式中:  $TC_{ij}$  为贸易竞争指数;  $X_{ij}$  为  $i$  国  $j$  类产品的出口总额;  $M_{ij}$  为  $i$  国  $j$  类产品的进口总额; 贸易竞争指数取值范围为(-1, 1), 当其值等于 0 时, 说明该

国的  $j$  种产品的生产效率与国际水平相当, 其进出口纯属与国际间进行品种交换; 大于 0 时, 说明该国的  $j$  种产品的生产效率高于国际水平, 对于国际市场来说, 该国  $j$  种产品具有一定的出口竞争力, 贸易竞争指数的数值越接近 1, 国际竞争力越强; 小于 0 时, 说明该国的  $j$  种产品的生产效率低于国际水平, 对于国际市场来说, 该国  $j$  种产品的出口竞争力较弱。

3.1.3 显示性比较优势指数 显示性比较优势指数(RCA)是指一国某种商品占其出口总值的份额与世界该产品占世界出口总额的比例。它剔除了国家总量波动和世界总量波动的影响, 较好的反映了该产品的相对优势。其计算公式是:

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / X_i) / (X_{wj} / X_{wt})$$

式中,  $RCA_{ij}$  表示  $i$  国  $j$  产品的显示性比较优势指数;  $X_{ij}$  表示  $i$  国  $j$  产品的出口总额;  $X_i$  表示  $i$  国所有产品的出口总额;  $X_{wj}$  表示世界  $j$  产品的出口总额;  $X_{wt}$  表示世界所有产品的出口总额。如果  $RCA_{ij} > 1$ , 就说明该国该产品具有比较优势; 如果  $RCA_{ij} < 1$ , 则说明该国该产品不具有比较优势。若  $RCA_{ij} > 2.5$ , 则具有很强的竞争优势; 若  $1.25 < RCA_{ij} < 2.5$ , 则具有较强的竞争优势; 若  $0.8 < RCA_{ij} < 1.25$ , 该种产品具有较为平均的竞争优势; 若  $RCA_{ij} < 0.8$ , 则不具有竞争优势。

#### 3.2 实证结果及分析

3.2.1 中国花生的国际市场占有率较高 从表 2 可以看出, 3 个重要花生生产与贸易国家的国际市场占有率在总体上相对平稳, 基本保持在 50% ~ 60%。美国花生的国际市场占有率在波动中有所下降, 2005 年为 10.40%, 比最高年份 1997 年下降了近 9 个百分点, 但是市场份额仍然相对较大。印度虽然是花生的生产大国, 但是其国际市场占有率相对较低, 基本维持在 7% 左右。中国花生的国际市场占有率是世界最高的, 并且从 1997 年开始持续升高, 到 2003 年达到最高 38.51%, 此后两年略有下降。从国际市场占有率的角度看, 我国花生的国际竞争力较强。

3.2.2 中国花生的贸易竞争力指数相对较高 从表 3 可以看出, 印度的贸易竞争力指数最高, 一直接近或等于 1; 其次是中国; 美国最低。印度的贸易竞争力指数等于或接近 1 说明印度花生的国际竞争力很强。中国的贸易竞争力指数基本保持在 0.9 以上, 略低于印度, 在 2001 年达到最高 0.97, 此后到 2005 年连续下降了 0.02 个百分点。美国的贸易竞争

力指数相对最低,其最高值 0.86 也不及中国的最低值 0.88;但其增长速度是最快的,从 1996 年的 0.59 到

2005 年 0.82,上升了 39%。从贸易竞争力指数这个角度,我国花生的国际竞争力较强,且比较稳定。

表 2 中国、印度和美国花生的国际市场占有率

(%)

国别	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
中国	24.80	21.38	23.69	28.92	30.00	36.11	36.73	38.51	35.26	35.50
印度	7.39	12.28	3.29	8.31	7.23	5.84	3.23	8.54	7.25	7.77
美国	16.23	19.23	17.24	17.37	18.35	12.73	17.81	10.47	12.33	10.40

表 3 中国、印度和美国花生的贸易竞争力指数

国别	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
中国	0.91	0.88	0.91	0.94	0.95	0.97	0.96	0.96	0.95	0.95
印度	1.00	0.99	0.97	1.00	1.00	1.00	0.98	1.00	1.00	1.00
美国	0.59	0.67	0.58	0.59	0.41	0.37	0.68	0.70	0.86	0.82

3.2.3 中国花生的显示性比较优势指数下降趋势明显 从表 4 可以看出,3 个国家的显示性比较优势指数的大小差距很大。印度的显示性比较优势指数不稳定,变化大,总体上指数值在大幅波动中下降,从 1996 年的 12.05 下降到 2005 年的 8.99。美国花生的显示性比较优势指数基本保持在 1.0 ~ 1.7 之间,指数有下降趋势,但波动不大,美国花生的

国际竞争力比较强。中国的显示性比较优势指数下降趋势明显,尤其在 2001 年之后,指数持续快速下降,从 2001 年的 8.39 下降到 2005 年的 4.84,下降了近 50%。从显示性比较优势指数的数值看,中国和印度的国际竞争力很强,美国的国际竞争力较强。但也可以看到,中国花生的国际竞争力正在快速下降,并且最近 3 年已经低于印度。

表 4 中国、印度和美国花生的显示性比较优势指数

国别	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
中国	8.85	6.52	7.09	8.47	7.76	8.39	7.31	6.63	5.42	4.84
印度	12.05	19.79	5.50	13.29	10.99	8.28	4.25	11.28	9.13	8.99
美国	1.40	1.56	1.39	1.41	1.51	1.08	1.66	1.09	1.37	1.19

## 4 影响中国花生产业国际竞争力的因素

### 4.1 我国花生缺少政策扶持

花生在我国一直被视为次要的经济作物。相对于粮食作物和大豆、油菜籽等油料作物,花生作为小作物受到很少的政策扶持。国家在水利设施、农田基本建设、花生基础研究和品种改良、栽培技术和技术推广方面投入很少。在生产上虽有一些较为集中的产区,但没有能力形成优势产业带。

我国粮食直接补贴政策也影响了农民种植花生的积极性。以山东为例,小麦秋种夏收,夏收后可以倒茬种玉米。而花生春种秋收,一年一季,影响倒茬种植其他作物;花生单产约 3000 kg/hm<sup>2</sup>,按 2006 年 9 月份山东地区花生仁价格每千克 5 元计算,种 1hm<sup>2</sup> 花生毛利为 15000 元左右。而玉米单产可达 9000 kg/hm<sup>2</sup> 左右,目前价格大约 1.5 元/kg,加上玉米的粮食直接补贴 225 元/hm<sup>2</sup> 和良种补贴 150 元/hm<sup>2</sup>,每公顷玉米毛利 13875 元左右。但花生的种植成本高于玉米 20%,扣除成本后,花生净利润 7890 元/hm<sup>2</sup> 左右,玉米 7995 元/hm<sup>2</sup>。同时,随着

饲料行业需求日趋旺盛,玉米价格还会继续看涨。因此,在我国粮食直接补贴政策实施之后,小麦和玉米的补贴已经让很多农民放弃或减少了花生种植,导致目前花生总产量不断下降。在国内花生需求不减的情况下,花生出口受到严重影响。

### 4.2 我国花生的价格竞争力和生产成本优势逐渐消失

我国花生的总产量下降,在需求没有发生大的变化的情况下,其价格显著上升。与花生的第二大出口国美国相比,中国的价格优势减弱明显。2000—2004 年间,美国花生的平均出售价格下降了 35%,而中国的花生平均出售价格则上升了 54%。从图 2 可以看出,两国花生平均出售价格的变化,2 条曲线快速接近,其结果是我国花生的价格竞争力不断下降。另外,2000 年以来,花生的总成本不断提高,5 年来上涨了 22%;总成本中的人工成本上涨更快,上涨 24%。花生在我国是劳动密集型农产品,人工成本在总成本中占到 40%,而廉价的劳动力成本是我国劳动密集型农产品的竞争优势所在。人工成本快速上涨,使得我国花生的国际竞争力从根本上受

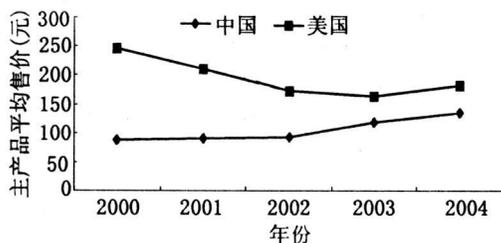


图2 中美每50kg花生主产品平均出售价格动态变化<sup>7</sup>

到了削弱。

#### 4.3 花生的质量问题成为制约出口的关键性因素

近年来,我国食用花生出口形势并不乐观,其制约因素之一就是花生质量问题。我国花生的质量问题主要表现为2个方面:农药残留和花生果(仁)的黄曲霉菌污染。一些农民在生产上采用高毒、高残留的农药对花生病虫害进行控制,以获得较高的产量,致使花生产品农药残留问题严重;在收获、运输、储藏和加工过程中,由于管理和技术方面的问题,加工出的花生仁含水量较高,使得花生发霉变质。根据FAO数据计算花生质量升级指数。出口产品质量升级指数是指通过计算每件商品的出口价格的变化,来间接地反映出口商品的质量变化。用公式表示为 $\gamma = (X_t/Q_t)/(X_0/Q_0)$ ,  $X_t$ 和 $X_0$ 分别代表产品报告期和基期出口额; $Q_t$ 和 $Q_0$ 分别代表产品报告期和基期的出口数量。该指数如果大于1,表示出口价格反映产品质量上升,小于1表示产品质量下降。本研究中的测算以上年为基期。

我国食用花生从1996—2005年仅有1997年、2003年和2004年3年的指数大于1,其他大多数年份的指数都是接近或者小于1,也就是说大多数年份的花生质量是在下降的。从2002年到2004年我国花生经历了一个减产过程,花生价格上升,是导致质量升级指数大于1的重要原因,并不完全代表我国花生的质量显著改善。

#### 4.4 我国花生出口的营销秩序混乱

花生良好的收益和在国际市场较强的竞争力,带动、培植起一大批小型花生原料加工厂和外贸出口单位,受自身利益、单位利益和地方利益的驱动,一些加工厂和出口单位在花生外贸活动中,互相压价,造成国内花生出口营销秩序的混乱<sup>[6]</sup>。例如,由于货源短缺,2006年我国花生收购价格一路上扬,至12月底,山东地区花生仁的收购价格为6000元/t,比年初上涨了10%。但花生出口价格的上涨幅度仅为6.5%(根据《中国海关统计年鉴》中的花生出口价值和出口数量计算而得),大大低于国内收

购价格上涨幅度。花生出口价格较低本来是花生国际竞争力强的表现,但由于出口企业利润过低而放弃出口,最终使得出口量下降。

## 5 结论及政策建议

通过对国际市场占有率( $MS$ )、贸易竞争指数( $TC$ )以及显示性比较优势指数( $RCA$ )3个指数的实证分析,可以得出这样的结论:我国花生的国际竞争力总体上很强;但是最近几年,我国花生的国际竞争力已经呈现出下降的趋势,尤其是我国花生的显示性比较优势指数更是下降明显。其主要原因有4个方面:我国花生缺少政策扶持,花生价格和成本的不断上涨,花生存在的质量问题以及花生出口营销秩序混乱。为了保证我国花生产业又好又快的持续发展,现提出如下相应的政策建议:(1)政府应高度重视花生产业发展,加大对花生的科研开发、基础设施等的投入,并借鉴美国等国家的做法。(2)花生价格上升的另一个原因是农户的惜售心理,纷纷持观望态度,等待高价。应该让农民更多了解花生市场的行情,花生的价格上涨的空间并不大。另外,要积极抑制农资上涨。采取措施沉重打击不法经营者,加强农资市场的监管工作,建立农资储备制度,努力控制花生总成本的上升。(3)在花生产区 and 出口原料生产基地,加强宣传力度,大力宣传环保农业、生态农业,推广绿色食品,实行有效监控和推广机械干燥。(4)成立出口花生协会,积极发挥行业协会的作用,统一质量标准和外销价格,与生产经营企业互相合作,保持出口花生价格和质量的稳定。

#### 参考文献:

- [1] 陈应志.世界大豆生产和科研的进展(续一)[J].大豆通报,2005(1):26-30.
- [2] 王秀清.中国粮食国际竞争力研究[J].农业技术经济,1999(2):6-11.
- [3] 顾国达,张纯.我国蜂蜜出口竞争力分析[J].中国农村经济,2003(7):60-64.
- [4] 田彩云.中国花生国际竞争力分析[J].世界农业,2004(12):12-15.
- [5] 张淑荣.我国大豆产业的国际竞争力实证研究与影响因素分析[J].国际贸易问题,2007(5):10-15.
- [6] 屈小博,霍学喜.我国农产品出口结构与竞争力的实证分析[J].国际贸易问题,2007(3):9-15.
- [7] 国家发展和改革委员会.全国农产品成本收益资料汇编[M].北京:中国统计出版社,2000-2004.