

我国农产品国际竞争力现状分析与建议

徐嘉成, 余子鹏

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年3月13日; 录用日期: 2025年3月28日; 发布日期: 2025年4月30日

摘要

本文基于国际贸易组织(WTO)及中国海关数据库数据, 运用国际市场占有率(MS)、贸易竞争力指数和显示性比较优势指数对我国农产品在国际市场上的竞争力进行分析。研究表明, 我国农产品在国际市场上的竞争力整体偏低, 与世界主要农业国相比, 尚未形成明显优势。通过波特钻石模型从五个维度分析了影响我国农业发展的因素, 最后给出具有针对性的建议。

关键词

农产品国际竞争力, 农村电商, 产品战略, 数字经济

Analysis and Suggestions of the International Competitiveness of Agricultural Products in China

Jiacheng Xu, Zipeng Yu

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Mar. 13th, 2025; accepted: Mar. 28th, 2025; published: Apr. 30th, 2025

Abstract

Based on the data of the International Trade Organization (WTO) and China Customs database, this paper analyzes the competitiveness of Chinese agricultural products in the international market by using the international market share (MS), trade competitiveness index and display comparative advantage index. The results show that the competitiveness of China's agricultural products in the international market is low, compared with the major agricultural countries in the world, has not yet formed an obvious advantage. Through the Porter diamond model, this paper analyzes the factors affecting the development of agriculture in China from five dimensions, and finally gives

targeted suggestions.

Keywords

International Competitiveness of Agricultural Products, Rural E-Commerce, Product Strategy, Digital Economy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

中国, 作为农业大国, 拥有悠久的农业历史和深厚的文化底蕴。我国农业资源丰富多样, 农产品种类繁多。自古以来, 农业经济在我国国民经济中占据着举足轻重的地位。进入现代, 农业产业同样是中国国民经济的基础产业。近 30 年来, 我国农业取得了举世瞩目的成就, 中国的农业产值由 1990 年的 7662.1 亿元增长到了 2022 年的 156,065.9 亿元。在这个过程中, 粮食产量稳步提升, 自给率保持在 95% 以上, 确保了国家粮食安全; 现代农业产业体系逐步建立; 农民收入快速增长, 农村贫困人口实现脱贫, 乡村振兴战略成效显著。

在国际舞台上, 中国农业的地位也在不断提升。我国已成为全球最大的农产品进口国和第二大农产品出口国, 与国际社会形成了紧密的农业合作关系。然而我国的农产品国际竞争力在国际市场上缺少优势, 长期的农产品贸易逆差对我国农业发展产生了不利影响。本文基于国际贸易组织(WTO)和中国海关数据, 通过使用市场占有率(MS)、贸易竞争力指数(TC)及显示性比较优势指数(RCA)明晰我国农产品竞争力水平, 并使用波特钻石模型分析我国当前农业发展受到的影响因素, 并就如何提高我国农产品国际竞争力展开讨论。为政策制定者在了解当前形势, 并制定政策方面提供有用的参考。

2. 我国农产品国际贸易现状

2.1. 农产品出口规模

2013 年至 2022 年, 我国农产品贸易数据如下表 1 所示。在过去的十年间, 中国农产品进口额增长迅猛, 这在一定程度上反映了随着我国经济实力的提升, 国内饮食结构发生了变化, 人民群众对更高质量、多样化农产品的需求日益增长。但是随之而来的是我国农产品贸易逆差持续扩大。通过分析图表可以看出, 我国农产品出口额呈现整体稳步增长趋势, 相较于进口额变化幅度不大, 贸易收支差额长期呈现负数, 外贸条件相对不利[1]此外, 2013 年至 2022 年间, 虽然农产品进出口贸易占总贸易量的比例虽逐步上升从 2013 年的 4.49%增长至 2022 年的 5.33%, 但是水平仍然较低。这一数据从侧面反映出中国农产品在国际市场上的竞争力有待加强, 农产品贸易逆差的长期存在, 将对我国的农业发展产生负面影响。

2.2. 农产品出口结构

本文采用商务部对国际贸易农产品的分类编码标准, 按照商品类章进行界定, 并参考 WTO《农业协定》中对农产品分类的相关说明, 将第 4 类农产品选为加工产品, 第 1、2、3 类农产品为初级产品。数据来自中国海关数据库, 农产品分类表、各类农产品出口数据及变化趋势表如下表 2、表 3、图 1 所示。

Table 1. China's agricultural products import and export trade status from 2013 to 2022 (Unit: 100 million US dollars)**表 1.** 2013~2022 年中国农产品进出口贸易状况(单位: 亿美元)

年份	进口额	出口额	贸易逆差	贸易总额	农产品出口占货物出口比值
2022	2360.6	982.6	1378.0	3343.2	5.33%
2021	2198.2	843.5	1354.7	3041.7	5.03%
2020	1708.0	760.3	947.7	2468.3	5.30%
2019	1509.7	791.0	718.7	2300.7	5.03%
2018	1371.0	797.1	573.9	2168.1	4.69%
2017	1258.6	755.3	503.3	2013.9	4.90%
2016	1115.7	729.9	385.8	1845.6	5.01%
2015	1168.8	706.8	462.0	1875.6	4.74%
2014	1225.4	719.6	505.8	1945.0	4.52%
2013	1188.7	678.3	510.4	1866.9	4.49%

注：表中数据根据中华人民共和国农业农村部数据库整理得出。

Table 2. Classification of agricultural products**表 2.** 农产品分类表

产品属性	商品编号	海关 HS 编号
初级产品	第 1 类：活动物、动物产品	第 1~5 章
	第 2 类：植物产品	第 6~14 章
	第 3 类：动、植物油、脂及其分解产品；精制的食用油脂；动、植物蜡	第 15 章
加工产品	第 4 类：食品；饮料、酒及醋；烟草、烟草及烟草代用品的制品	第 16~24 章

Table 3. China's agricultural products import and export trade status from 2013 to 2022 (Unit: 100 million yuan)**表 3.** 2013~2022 年中国农产品进出口贸易状况(单位: 亿元)

年份	第一类	第二类	第三类	第四类
2013	1036.951262	1228.099718	37.56267038	1738.189775
2014	1141.883387	1287.61412	39.6005348	1782.239122
2015	1510.371166	1977.641127	41.41050977	1733.416263
2016	1162.510841	1612.904206	39.58676865	1882.88931
2017	1194.056282	1701.139848	56.78751784	1989.803138
2018	1174.304258	1690.727149	72.08744034	2184.4044
2019	1156.142188	1874.707579	81.94579869	2195.908188
2020	998.7324428	1907.160808	100.1539027	2155.775091
2021	971.2164616	1816.134411	152.7915015	2381.810047
2022	1099.830469	1892.797063	239.1619976	3147.319403

注：数据来源于中华人民共和国海关数据库。

首先，从各类农产品出口多样性看。分析图 1 可知 2013 年至 2022 年期间，我国农产品结构中年均出口量位居前列的依次为第四类、第二类、第一类和第三类农产品，而截止 2022 年出口量最高的两类农产品占总出口的比例已达到 79%，且从变化趋势上看，年均出口量最高的两类农产品占总出口量的比例已由 2013 年的 73% 增长至 2022 年的 79%，这表明我国农产品出口产品种类较为集中，多样性不足，且这种趋势正在逐渐加剧。

其次，从农产品出口技术水平来看。胡国珠(2008)认为出口的技术水平可以表示为初级产品出口占出口总额的比例[2]。如图 1 所示，尽管近年来，我国农业科技的进步和农业产业转型升级取得了突出成绩，高技术、高附加值的加工农产品出口比例有所提升，但整体来看，我国农产品出口仍然过度依赖初级产品，2013~2022 年我国农产品出口结构中初级农产品始终占据主导地位，截止 2022 年我国初级农产品出口比例仍超过 50%，这表明我国农产品出口结构水平较低，农产品出口质量较差。

综上所述，我国农产品出口结构存在品种出口过于集中且出口技术水平较低的现象，这种现象的长期存在可能不利于我国农产品国际竞争力的提升。

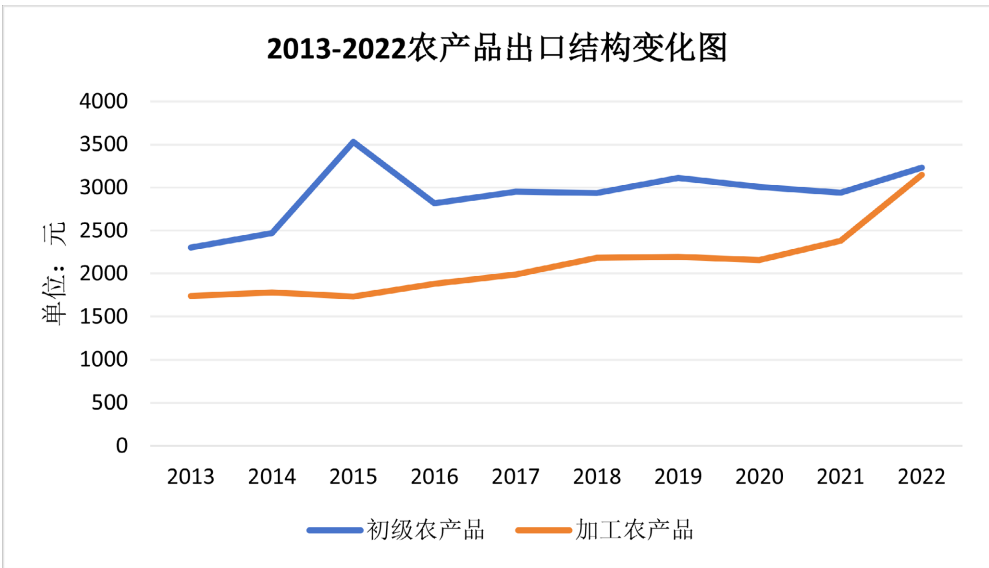


Figure 1. Structure of agricultural product exports
图 1. 农产品出口结构图

3. 我国农产品国际竞争力评价

农产品的国际竞争力，是指我国农产品在国际市场中占据重要地位，持续实现价值转化、获取经济收益的能力。随着全球经济一体化的深入推进，世界农产品贸易也呈现出蓬勃发展的态势。目前国际上对农产品竞争力的评估指标主要有国际市场占有率(MS)、贸易竞争力指数(TC)和显示性比较优势指数(RCA)。因此本文通过测算我国农产品的 MS、TC、RCA 指数并与世界各主要农产品出口国进行比较，可以更好地明晰我国农产品的国际竞争力。

3.1. 国际市场占有率(MS)

国际市场占有率(MS)是评估一国产品竞争力的最常用的指标之一，它是指一国(地区)某产品出口额占世界该产品出口总额的百分比。一个产业的国际竞争力大小，最终将表现在该产业的产品在国际市场上的占有率，因此国际市场占有率值越高，就表示该产品所处的产业所具有的国际竞争力越强，反之则

越弱：

其测算公式为：

$$MS_{ij} = \frac{X_{ij}}{X_{wj}} \quad (2-1)$$

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_w 表示世界该产品出口总额。近10年各主要农产品生产国农产品国际市场占有率如表4所示。

Table 4. Market share of agricultural products of major agricultural countries in the international market (%)

表 4. 主要农业国农产品国际市场农产品占有率(%)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
阿根廷	2.31	1.99	1.99	2.31	1.99	1.99	2.31	1.99	2.17	2.43
加大	3.93	4.07	3.93	4.07	3.82	3.85	3.98	4.06	3.90	3.79
中国	4.14	4.12	4.14	4.57	4.57	4.53	4.76	4.64	4.26	4.05
德国	4.64	4.86	5.13	5.17	5.25	5.35	5.52	5.49	5.73	5.71
意大利	2.85	3.00	3.02	2.92	2.85	2.81	2.79	2.72	2.72	2.67
荷兰	5.80	6.00	6.21	6.16	6.18	6.17	6.23	6.08	6.38	6.42
美国	9.55	9.38	9.42	9.22	9.47	9.74	10.37	10.43	10.44	10.15

注：表中数据根据世界贸易组织数据库(WTO)整理得出。

根据国际市场占有率(MS)指数显示,近十年来,中国农产品国际市场占有率呈现明显波动下降态势,从2013年的4.14%增长至2019年最高值的4.76%而后逐步下降至2022年的4.05%。从历史水平看,中国作为农业大国,农产品国际市场占有率始终没有超过5%,与其他六国中农产品国际市场占有率相比缺乏优势,这显示出目前我国的农业发展仍存在部分问题,有较大的上升空间。

3.2. 贸易竞争力指数(TC)

贸易竞争力指数(TC),是对国际竞争力分析时比较常用的测度指标之一,它表示一国进出口贸易的差额占进出口贸易总额的比重。该指标作为一个与贸易总额的相对值,与MS指数相比剔除了经济膨胀、通货膨胀等宏观因素方面波动的影响,因此常用在衡量不同国家的贸易竞争力中,其公式为:

$$TC_{ij} = \frac{EX_{ij} - IM_{ij}}{EX_{ij} + IM_{ij}} \quad (2-2)$$

TC_{ij} 表示*i*国*j*产品的贸易竞争力指数； EX_{ij} 表示*i*国*j*产品的出口额； IM_{ij} 表示*i*国*j*产品的进口额。该指标均在-1和1之间。其值越接近于0表示竞争力越接近于平均水平；越接近于-1表示竞争力越薄弱；越接近于1则表示竞争力越大。近10年各主要农产品生产国贸易竞争力指数如表5所示。

综合考察2013年至2022年这十年间,我国贸易竞争力指数(TC)的演变趋势,呈现出先上升后下降的态势。2016年达到最值-0.34后便一直下降,截至2022年,我国农产品贸易竞争力指数仅为-0.50,这显示出近10年来我国农产品竞争力相较于其他主要农业国发展较为疲软。此外,不论是历史平均值还是历史最大值,我国的农产品贸易竞争力指数均低于0这一世界平均水平,充分表明我国农业竞争力存在较大不足。

Table 5. Competitiveness index of agricultural products trade in major agricultural countries
表 5. 主要农业国农产品贸易竞争力指数

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
阿根廷	0.89	0.89	0.88	0.87	0.83	0.74	0.83	0.79	0.78	0.81
加大	0.26	0.26	0.25	0.25	0.26	0.26	0.23	0.26	0.30	0.27
中国	-0.40	-0.39	-0.37	-0.34	-0.40	-0.40	-0.42	-0.47	-0.51	-0.50
德国	-0.08	-0.08	-0.10	-0.10	-0.10	-0.11	-0.10	-0.11	-0.11	-0.11
意大利	-0.14	-0.14	-0.12	-0.10	-0.08	-0.08	-0.04	0.00	0.00	-0.06
荷兰	0.19	0.20	0.17	0.19	0.18	0.18	0.18	0.17	0.17	0.16
美国	0.09	0.08	0.02	0.02	0.00	-0.02	-0.05	-0.04	-0.06	-0.08

注：表中数据根据世界贸易组织数据库(WTO)整理得出。

3.3. 显示性比较优势指数分析(RCA)

显示性比较优势指数(RCA)是衡量一国产品或产业在国际市场竞争力最具说服力的指标，是指一个国家某种商品出口额占全国总出口额的比重与世界该类产品出口额占世界总出口额的比重之比。

若 $0 < RCA < 1$ ，则表示某产业或产品具有比较劣势；若 $RCA > 1$ ，则表示一国某产业或产品在国际经济中具有显示性比较优势，其数值越大，显示性比较优势越明显。其公式表示为：

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij} / X_i}{X_{wj} / X_w} \quad (2-3)$$

式中 X_{ij} 表示 i 国 j 产品的出口额； X_i 表示 i 国对世界市场的总出口额； X_w 表示世界市场所有产品的总出口额，近 10 年各主要农业国显示性比较优势指数如表 6 所示：

Table 6. Revealed comparative advantage index of agricultural products of major agricultural countries
表 6. 主要农业国农产品显示性比较优势指数

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
阿根廷	6.056	6.026	6.442	6.461	6.216	6.003	6.369	6.416	5.699	6.522
加大	1.569	1.557	1.638	1.635	1.622	1.651	1.540	1.740	1.794	1.636
中国	0.348	0.346	0.338	0.364	0.355	0.360	0.348	0.294	0.274	0.287
德国	0.749	0.729	0.685	0.663	0.655	0.658	0.660	0.654	0.664	0.698
意大利	0.975	0.975	0.986	0.970	0.981	1.015	1.032	1.067	1.091	1.081
荷兰	1.813	1.804	1.763	1.750	1.679	1.664	1.653	1.624	1.596	1.496
美国	1.218	1.224	1.150	1.146	1.117	1.112	1.067	1.167	1.196	1.154

注：表中数据根据世界贸易组织数据库(WTO)整理得出。

近年来，我国农产品显示性比较优势指数同样显现出下滑态势。自 2018 年起，该指数便持续走低，由当年最高值 0.360 逐渐滑落至 2022 年的 0.287，降幅高达 20%，这与其他主要农业国进一步拉大了差距。

综上所述，通过上述三种指数的分析可以看出我国出口农产品无论是通过市场占有率、贸易竞争力指数还是显示性比较优势指数与世界主要农业国相比存在显著的差距，因此明确我国农产品国际竞争力

的影响因素,对于提升我国农产品的国际竞争力具有重要意义。

4. 我国农产品国际竞争力的钻石模型分析

波特钻石理论模型(Michael Porter diamond Model)是由美国哈佛商学院著名的战略管理学家迈克尔·波特提出的,用于分析一个国家某种产业为什么会在国际上有较强的竞争力。波特认为,决定一个国家的某种产业竞争力的有八大因素——生产要素、需求条件、相关产业和支持产业的表现、企业的战略结构及竞争对手的表现、政府行为与机遇。

4.1. 生产要素

要素条件优势可以在市场上转化为竞争优势。农产品初级要素包括土地、气候等自然要素等;而高级要素包括新型基础设施、农村受教育程度、科研能力等[1]。

在初级要素上。我国拥有丰富的耕地资源,耕地面积为世界第三,但我国人口众多,许多地区面临耕地资源紧张的问题。耕地质量也参差不齐,一些地区土壤肥力低,需要改良。此外,农业生产至关重要的水资源同样存在分布不均的情况,虽然南水北调等工程缓解了这一问题。然而,随着人口和经济增长,水资源需求上升,水资源短缺和污染问题变得越来越严重。

在高级要素上。新型基础设施建设是促进我国农业生产转型升级的基础。我国农村新型基础设施建设增速较快,但整体水平较低,且新型基础设施的覆盖和应用水平在不同地区间并不平衡,东、中、西部农村之间差异明显[3]。在农村受教育程度方面,我国农业人口众多,但高学历人才相对匮乏。随着现代农业的发展,农业生产对农业人才的需求日益增加,这在一定程度上也影响了我国农产品质量水平的提升。而科研能力方面,根据《2023 全球农业研究热点前沿》研究显示与上一个五年相比,中国农业研究热点前沿的总体表现力全球份额已由 28.4%增长至 35.2%,且在多个领域处于领先地位,但是目前农业科学研究仍然存在与产业需求不相匹配,创新机制“散片化”等问题[4]我国农业科研仍然有较大的提升空间。

4.2. 需求条件

根据波特理论,市场需求度的提高能够促进产品生产者提高产品质量、进行研发创新,因此需求水平也是促进产业发展的重要因素之一。对农产品的需求可以被分为国内需求与国际需求两个部分。

在国内需求上。随着我国经济的发展,国内民众对健康优质且具有鲜明地方特色的高附加值农产品产生了较大需求[5],市场呈现出多元化和高端化的趋势,虽然我国出现了一批较为有名的农产品品牌,如云南“云咖”,江西“赣南橘橙”以满足市场需求。但总的来说目前我国农产品市场上仍存在较大的供需缺口,因此很多消费者转向购买国外农产品,这加剧了我国农产品的贸易逆差形势,不利于我国农产品国际竞争力的提升。

在国际需求上。国外民众在日常的购买选择上更倾向于购买安全和高品质的农产品,这使得各国对农产品进口的检疫标准也越来越高。目前我国的农业生产标准并不高,与国际标准脱节较大,张艺潇(2024)指出,我国农产品生产标准在产地污染控制、化肥农药使用、监管责任划分、检验检测制度及溯源机制等多个方面都存在不规范、不健全的情况[6]。以农作物农药使用为例,中国农作物每公顷化肥施用量达 506.11 千克/公顷,这一水平为日本的 2 倍、法国的 3 倍、英国的两倍和美国的 3.5 倍,远高于世界发达国家水平。因此,面对国际场所蕴含的巨大潜力以及严苛的进口标准,我国农产品出口面临着严峻的挑战。如何接轨国际农产品生产标准,提高我国出口农产品质量水平,成为摆在我们面前的一项紧迫任务。

4.3. 相关及支持产业

农业相关及支持产业的发展水平同样会影响我国农产品国际竞争力, 出口农产品竞争力的提高需要完善的产业链进行支撑。农业产业链主要包括生产、加工、销售三个环节进行分析。

在生产环节上。在生产环节我国面临着一系列问题。以农业生产存在信息不对称为例, 农户(家庭农场)作为我国农业生产的主体, 其生产决策直接影响农产品质量。他们通常需依据经验和市场评估, 遵循农业规范, 确保产品质量。但农资生产企业掌握着大量信息, 如种子的品种特性、肥料的成分和功效等, 而农民因缺乏专业知识, 难以判断农资质量, 这可能影响农产品产量和品质。此外, 农业生产服务业发展也表现出相对滞后, 不能为农户提供全面、及时的技术支持和信息服务。这导致农户在生产过程中遇到问题时, 往往难以得到及时有效的解决, 进一步影响了农业生产的效率和农产品的质量。

在加工环节上, 当前, 我国政府高度重视农产品加工业的发展, 并制定了许多支持农产品加工业发展的政策, 农业农村部就在《关于加快农业全产业链培育发展的指导意见》中指出发展农产品加工业, 实现农产品价值增值, 延伸农业全产业链具有重要意义, 并给出了若干意见。但是我国农业加工业仍然面临着许多挑战, 例如目前我国农产品普遍存在前端有力、后端乏力的问题[7], 尽管农业生产者注重产品质量并投入大量资源, 但在销售和品牌建设上常常缺乏策略, 这限制了优质农产品的市场认可, 不利于竞争力提升。同时, 我国农业生产基础设施发展不均衡, 广大的中部和西部地区农村基础设施水平较低, 许多地方面临着资金短缺和投资不足、建设质量与管理水平不高、损害环境牺牲可持续发展以及技术人才与创新不足等诸多问题等问题[8], 农业生产基础设施水平的不足使得当地农产品加工依赖传统模式, 加工技术水平不高, 导致农产品缺乏市场竞争力。

在销售环节上, 我国农产品销售也面临诸多挑战。传统的销售模式往往依赖于中间商, 这不仅增加了销售成本, 还可能导致信息传递不畅, 影响了农产品的市场竞争力。此外, 许多地区的农产品销售还受到我国物流体系发展水平的制约, 农产品具有鲜活性、易腐蚀性等特点, 由于物流体系发展较为落后, 导致农产品在储存、运输和加工过程中损耗较大, 进一步降低了农产品的附加值, 限制了农产品竞争力的提高。

4.4. 企业战略及同业竞争

企业采取的战略模式能够对我国农产品国际竞争力产生影响在企业的竞争战略上, Eckel *et al.* (2015)指出, 经营主体通常面临着两个路径选择, 一是质量竞争策略, 二是成本竞争策略, 前者是企业通过提高核心出口产品价格、扩大出口产品范围和产品分布离散度来达到提升出口竞争力的效果, 后者则是通过降低产品价格来达到提升出口产品竞争力的效果[9]。目前我国农业企业无论是国内销售还是国外出口依然较为依赖成本竞争战略。

以品牌建设为例, 虽然近年来我国生产农产品明显质量有所提高, 部分农产品生产商已经逐渐开始重视打造特色品牌的措施, 然而, 鉴于我国农业主要以家庭经营模式为主, 农业生产者在构建具有独特个性的农业品牌、提升农产品附加值方面, 仍存在一定的忽视现象, 依旧习惯性的走成本竞争路线, 导致品牌建设滞后, 没有充分挖掘农产品所蕴含的深层价值和市场潜力, 使得农产品在市场竞争中难以获得应有的优势和地位。此外, 在农产品出口领域, 我国农业企业所倚重的传统出口模式, 即主要依赖初级产品规模的扩张和价格竞争的策略, 已经显现出一定的局限性。随着国际贸易环境的变化, 消费者对农产品品质和安全性的要求日益提高, 这种单纯依赖数量和价格竞争的模式难以持续。农业企业亟须转型升级, 向高质量、高附加值的方向发展, 通过提升农产品的品质和品牌影响力, 来增强国际竞争力。

4.5. 发展机遇和政府行为

在农业现代化变革进程中, 外部环境变量正成为重塑产业格局的重要推手。全球经贸格局重构、技

术创新浪潮迭起、消费形态深度演变等系统性变量,与地缘政治冲突、气候异常波动等“黑天鹅”事件交织,共同构成农业产业发展的机遇窗口期。特别是数字农业技术突破引发的全产业链变革,以及区域经贸协定带来的制度性红利,正加速重构农产品国际贸易规则体系。以 RCEP 框架为例,其构建的跨境贸易便利化机制不仅降低了关税壁垒,更通过原产地规则累积制度激活了区域产业链协同效应,使我国特色果蔬、深加工食品等优势品类获得差异化竞争优势。例如,广西壮族自治区依托中国—东盟自贸区升级版政策框架,首创跨境农产品质量互认平台,通过区块链技术实现芒果、火龙果等特色水果从种植到出口的全流程透明化管理,使通关效率提升 40%,2023 年对东盟生鲜出口量同比增长 31%,成功塑造了“数字边贸”新范式。

在政府行为上,我国政府出台多项政策以支持农业发展。2025 年 1 月,中央一号文件强调了农村发展需平衡“硬件”与“软件”,关注农民教育、医疗和养老等问题,并提出“两个持续、四个着力”方针。其中,“两个持续”涉及推进农业供给侧结构性改革和提升农业创新力与竞争力;“四个着力”包括提高农产品供给保障、促进农民就业增收、推进乡村宜居宜业和推动农业绿色发展。这些政策为农业发展指明了方向,并通过财政补贴和税收优惠等措施,激励农业企业增加科技创新,提升产品附加值和市场竞争能力。

综上所述,外部环境变量的综合作用不仅为农业产业带来了前所未有的发展机遇,同时,政府政策的支持也为农业发展提供了良好的发展环境。

5. 提高我国农产品国际竞争力的对策建议

5.1. 提高务农人员综合素质,筑牢农业发展的人力资源基础

齐文浩(2025)通过实证论证了农村人力资源素质的提升对促进农业发展产生了积极的影响,且这种影响对经济不发达的地区尤为显著[10]。中国务农人员普遍教育水平低,且多为年龄较大的农村青年劳动力进城务工,导致务农人员不足。这影响了农业生产的效率和质量,制约了农产品国际竞争力的提高。缺乏科学知识和现代农业技术,许多农田沿用传统耕作方式,难以实现农业现代化。因此,当地政府应当加大对农村教育的重视,制定政策吸引更多优秀的教师和科研工作者扎根农村,提升农村学校的教育质量和科研水平。此外还应当支持和引导农业生产者参加有关技能培训,普及农业技能和生产经验,提升他们的农业生产技能和管理水平,这将有助于提高农产品的产量和质量,提升农产品国际竞争力。

5.2. 提高农村基础设施水平,提升农业发展水平

农村基础设施水平是农业发展的重要支撑[8],我国农村基础设施发展水平分布不平衡,中西部地区发展水平较低,较低的农村基础设施水平制约了我国农产品加工业的发展,导致农产品技术水平不足。因此,为提升我国农产品技术水平,推动国际竞争力的上升,政府需加大对农村基础设施建设的投入力度,特别是要重点关注和加强中西部地区的农村基础设施建设。通过系统性地完善交通网络、优化水利设施、提升电力供应能力等基础设施,提高农村地区的生产能力和物流效率。这样一来,不仅能够为农产品加工业提供一个更加稳定和高效的发展环境,提高我国农产品加工水平,促进国际竞争力的发展,还能进一步促进农村经济的全面振兴,从而实现农业现代化的目标。

5.3. 改变产品战略,积极构建高质农产品品牌

当前我国农业生产商依旧依赖于成本战略,通过降低生产成本来获取市场份额。然而,目前市场上消费者对高质量农产品的追求越来越强,这种传统的成本战略已难以满足市场需求。因此,农业生产商需要转变产品战略,将重点转向提高农产品的质量和附加值,通过充分挖掘农产品的潜在价值,结合本

地地域特色, 打造富有地域特色的高质量农产品品牌, 不仅可以提升农产品的市场竞争力, 还能满足消费者对高品质、特色化农产品的需求。在出口方面, 农产品生产商同样要摆脱传统的低质低价的出口模式, 借助互联网平台, 大力加强品牌建设 with 宣传, 搜寻目标市场信息, 了解当地消费者的需求从而制定更加符合目标市场特性的产品销售策略, 积极出口高品质、具有鲜明特色的精深加工农产品。同时, 应不断拓展农产品出口种类, 提升产品附加值, 以增强农产品在国际市场上的竞争力。

5.4. 发展农村数字经济, 促进农业数字化转型

谭昶(2024)基于 2011~2020 年省级面板数据, 通过实证分析指出, 无论是在经济发达地区还是在经济欠发达地区, 数字经济的发展均显著促进了本地区农业发展, 提高了产品竞争力[11]。随着农村数字经济的发展, 新颖的数字技术和数字服务给农业的生产、加工、流通等各环节都受到了巨大的影响, 这为农产品国际竞争力的提高打下了坚实的基础。

首先, 数字技术的应用给农业的生产效率带来了巨大的提升。例如在生产方面, 通过利用物联网、大数据和人工智能等先进数字技术, 农业生产逐渐向智能化、精准化方向迈进。这些进步大大地降低了农民的劳动强度, 可以使单个农户在相同时间内管理更大的农业范围, 并对区域内农作物的生长进行精准监控, 及时调节, 从而确保作物茁壮成长、健康繁茂。

其次, 数字服务的应用也能够大大提升农业效率。例如在销售环节, 因为很多农产品具有鲜活性、易腐蚀性和不易储存性等特点, 这使得农产品在生产后如何尽快地将产品销售出去格外的重要。现在, 通过不断完善的电商平台, 农产品能够更快捷地投入市场流通, 这不仅大大促进了农产品的流通效率还提高了农产品的品质从而提高竞争力。

最后, 农村数字经济的发展在推动农产品品牌的发展方面发挥着举足轻重的作用。借助数字平台营销、社交媒体推广等手段, 许多地区农产品品牌得以在全球范围内实现更广泛的宣传与推广。例如, 浙江常山油茶、安徽滁州滁菊、贵州威宁洋芋等农产品品牌, 均是通过这些手段成功打造出的具有高影响力的品牌 IP。这些品牌的宣传和推广不仅提升了农产品的知名度和美誉度, 也为我国农产品国际竞争力的提高注入新动力。

5.5. 提高农产品生产标准, 促进农产品“出海”

随着“一带一路”和《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)的制定, 我国农产品迎来了前所未有的发展机遇。这些国际协议的签署不仅拓宽了农产品的销售渠道, 还为农产品的国际化提供了坚实的政策保障。农产品的顺利“出海”不仅需要有充足的政策与资金保障, 还需要我们积极构建符合国际标准的农业生产体系。通过与国际标准接轨, 将有助于我国农产品生产技术的提升, 同时让国内农产品生产商更专注于生产在国际市场上具有一定比较优势的产品, 优化出口结构, 增强农产品出口的市场竞争力, 因此, 面对国际场所蕴含的巨大潜力及各国日益严苛的进口标准, 我国农产品生产者必须把握机遇, 全面提升生产各环节的标准, 从而进一步提高农产品质量和安全水平, 确保农产品各环节与国际标准接轨, 持续推动我国农产品国际市场竞争力提升。

基金项目

国家社科基金项目“数字普惠金融背景下贫困农户金融能力提升路径研究”(20BJY168); 湖北社科基金项目“新型农村集体经济助推湖北乡村产业兴旺的机理与模式研究”(23ZD116)。

参考文献

- [1] 徐玉梅, 刘爽. 我国农产品国际竞争力评价及影响因素分析[J]. 南方农村, 2024, 40(3): 19-25.

-
- [2] 胡国珠. 出口结构评价指标体系的构建与应用研究[J]. 国际贸易问题, 2008(4): 45-52.
 - [3] 李青原, 齐晓雨, 张佩. 数字基础设施赋能农村共同富裕: 异质性影响与路径分析[J]. 干旱区资源与环境, 2025, 39(4): 57-69.
 - [4] 蓝红星. 中国农业科技的创新及应用[J]. 人民论坛, 2024(20): 44-49.
 - [5] 林政. 论加快适应国内消费市场需求的农产品生产[J]. 西南农业大学学报(社会科学版), 2009, 7(4): 11-14.
 - [6] 张艺潇, 王宁, 刘媛媛, 等. 我国农产品质量安全标准体系存在的问题及应对措施[J]. 食品安全导刊, 2024(17): 39-42.
 - [7] 谭丽丝, 欧娟. 农产品加工业助力农业现代化发展[J]. 山西农经, 2024(22): 156-158.
 - [8] 云彦霄. 基础设施建设对农村经济发展的作用机制分析[J]. 中国集体经济, 2025(8): 9-12.
 - [9] Eckert, A., Langinier, C. and Lapham, B. (2015) Quality versus Cost Competition in Multiproduct Firms. *Journal of International Economics*, **96**, 123-140.
 - [10] 齐文浩, 贝宁, 孟大虎. 如何提高农村青年就业质量?——人力资本和社会资本联合作用机制研究[J]. 宏观质量研究, 2025, 13(1): 1-16.
 - [11] 谭昶, 吴海涛, 黄大湖. 数字经济对乡村产业振兴的影响及其空间溢出效应[J]. 统计与决策, 2024, 40(21): 87-92.