

“一带一路”背景下老挝香蕉出口中国贸易竞争力及影响因素研究

李金平

常州大学, 江苏 常州

收稿日期: 2022年3月29日; 录用日期: 2022年6月21日; 发布日期: 2022年6月28日

摘要

老挝地处热带, 毗邻中国, 是世界上香蕉最适宜种植区域之一。随着中国与老挝合作交流日益增多, 中国企业赴老挝投资香蕉产业的力度也在不断加大, 尤其是“一带一路”倡议的实施, 为老挝香蕉出口中国提供了更为便利的平台。本文以“一带一路”倡议为背景, 在梳理相关文献的基础上采用定量分析方法对老挝香蕉出口中国的竞争力及影响因素进行分析, 发现老挝香蕉在中国所占市场份额在不断提升, 但其显示性竞争力水平不高且波动较大。

关键词

香蕉, 出口, 竞争力, 影响因素, 老挝

Research on the Trade Competitiveness and Influencing Factors of Laos Banana Exports to China under the Background of “One Belt One Road”

Sombounsy Sompethana

Changzhou University, Changzhou Jiangsu

Received: Mar. 29th, 2022; accepted: Jun. 21st, 2022; published: Jun. 28th, 2022

Abstract

Tropical Laos, bordering China, is one of the best banana growing regions in the world. With the

increasing cooperation and exchanges between China and Laos, Chinese enterprises are increasingly investing in the banana industry in Laos, especially the implementation of the Belt and Road Initiative, which provides a more convenient platform for the export of bananas from Laos to China. Based on the "One Belt and One Road" initiative, this paper analyzed the competitiveness and influencing factors of Banana export from Laos to China by using quantitative analysis method on the basis of combing relevant literature. It was found that the market share of Lao banana in China was increasing, but its indicative competitiveness level was not high and fluctuated greatly.

Keywords

Banana, Exports, Competitiveness, Influencing Factors, Laos

Copyright © 2022 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

2013年,中国国家主席习近平提出了以共商、共享、共建为原则的“一带一路”倡议,该倡议的落实与推进不仅为沿线国家的经济和贸易注入了新的动力,也为国家间的全方位多层次交流合作提供了重要的合作平台[1]。“一带一路”倡议是在多边联动基础上通过具体的项目加以推进的,农业项目便是其重点之一,而农业作为老挝的支柱产业,在老挝经济中发挥着基础性作用,农业从业人员常年占据总就业人数七成左右。随着“一带一路”倡议的不断推进,中国与老挝的合作不断深入,中国从老挝进口农产品的数量不断增加,老挝的农业发展迎来了新的机遇[2]。2020年,中老贸易额为20.6亿美元,其中农产品在老挝出口产品中占据重要地位。据老挝《人民报》报道,中国对老挝农业的投资额在其主要的投资国中列第一,是老挝最大的农业投资国。另外,受到新冠疫情影响,中国与老挝商贸活动有所减少,但随着中老两国疫情防控形势不断向好,两国的合作程度进一步加深[3]。

2. 理论基础和文献综述

2.1. 理论基础

学者普拉哈拉德和哈默在1900年提出了“企业核心竞争力”的概念,开创了核心竞争力理论,他们认为核心竞争力就是企业独具的能够支撑企业未来发展的核心优势,并且这一优势能够为企业或国家带来长期的竞争优势,从而获得超额稳定利润[4]。核心竞争力通常是由资源和能力构成,所以核心竞争力评价首先需要从拥有的资源和能力入手,通过纵向的比较分析发现那些资源和能力是具有优势的,从而确定企业或国家的核心竞争力[5]。另外,核心竞争力通常具有价值性、稀缺性、不可替代性和难以模仿性等特征[6]。

而一个国家或者产业要想形成核心竞争力必须要拥有一定的资源,尤其是对于经济发展较为滞后的发展中国家来说,资源禀赋决定着国家未来较长一段时期的发展方式和成长速度[7]。瑞典经济学家赫克歇尔和俄林提出了要素禀赋理论(H-O理论),认为在不同国家同一种商品之间生产函数相同的条件下,比较优势产生的根源在于各国或区域生产要素相对禀赋的不同,以及不同商品生产在要素使用密集形式上的差别[8]。比较优势理论是从各个国家生产率的差异来解释成本和价格的差异,而要素禀赋理论是从生产产品投入要素的价格差异来解释比较优势。要素禀赋理论告诉我们,一个产品的竞争力主要来自于其

生产要素价格方面的竞争力[9]。就老挝香蕉和中国的贸易来看,老挝香蕉的主要优势是种植成本低、人工成本低及土壤和温度适宜等因素,老挝可以结合自身的资源要素发展对中国的香蕉贸易[10]。另外,中国和老挝的香蕉贸易具有天然区位优势,两个国家相互接壤而且可以通过陆运方式运输香蕉,运输成本低且时间短,能够保障香蕉的品质,增强老挝香蕉出口中国的竞争力[11]。

2.2. 老挝农产品贸易竞争力研究

老挝农业出口中国的贸易竞争力及影响因素一直被学者们重视,目前关于老挝农产品贸易竞争力的研究成果很丰富。如 Adiwilaga (2013)运用 CMS 模型对老挝农产品贸易竞争力进行了分析,研究显示老挝农产品贸易竞争力与老挝资源禀赋之间有较强的相关性[12]。Kucera (2008)认为,老挝目前在农业贸易的竞争力主要体现在大米和香蕉两个方面,中国是农业贸易的主要市场,而且中国政府提出的“一带一路”政策将会帮助老挝农产品提升贸易竞争力[13]。

3. “一带一路”背景下老挝香蕉出口中国竞争力分析

3.1. 国际市场占有率

国际市场占有率简称 MS,指某种商品在国际市场的占有率,反映商品的国际竞争力,具体表达形式为: $MS_{ij} = X_{ij} / X_{wj}$ 。其中, MS_{ij} 表示国际市场占有率, i 代表国家,本文中代表老挝; j 代表商品,本文中代表老挝香蕉。公式反映老挝香蕉在国际市场的占有率, MS 值越大,表明老挝香蕉在国际市场的竞争力越强,出口额详见表 1。

Table 1. 2013~2019 banana exports to China by regions (unit: US\$100 million)

表 1. 2013~2019 各地区香蕉出口中国出口额(单位: 亿美元)

地区	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
菲律宾	1.08	1.13	1.18	1.56	1.77	2.29	2.13
越南	0.82	2.21	2.01	1.02	1.00	1.34	1.21
泰国	0.44	1.05	1.20	0.87	0.77	2.32	1.21
中国台湾	1.02	3.42	2.53	0.57	0.64	1.69	1.16
老挝	0.23	0.31	0.82	1.83	1.62	1.33	1.21

数据来源: 根据 UNICOMTRADE 官方数据整理。

由表 1 可知, 中国香蕉市场占有率最高的地区是菲律宾, 其次是中国台湾和泰国。2015 年之前, 由于菲律宾与中国在某些方面存在争端, 香蕉出口中国的金额没有明显的增加, 年均增长率为 4.6%。2013 年到 2019 年, 老挝香蕉出口中国的金额增长最为明显, 年均增长率为 16.3%。根据国际市场占有率的计算公式对表 1 的数据进行计算, 可以得到 2013~2019 年各个国家出口中国香蕉的市场占有率, 如下表 2 所示:

由表 2 可知, 2019 年中国香蕉市场占有率最高的为菲律宾、其次是越南、老挝、泰国和中国台湾。2013 年到 2019 年, 老挝香蕉在中国市场占有率整体呈现出先上升后下降局面, 2013~2016 年波动上升并在 2016 年占有率达到最高的 31.28%, 相较 2015 年市场占有率提高了 195.4%, 但随后连年递减, 2018

年市场占有率仅为 14.83%，2019 年出现好转占有率提高到 17.49%。这些数据可以看出老挝香蕉在中国有一定的市场，但需要进一步稳定市场份额。

Table 2. Market share of banana exports to China by region from 2013 to 2019 (unit: %)

表 2. 2013~2019 各地区香蕉出口中国市场占有率(单位: %)

国家	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
菲律宾	32.1	13.9	15.2	26.7	30.5	25.5	30.7
越南	24.4	27.2	26.0	17.4	17.2	14.9	17.5
泰国	13.1	12.9	15.5	14.8	13.3	25.9	17.5
中国台湾	30.4	42.1	32.7	9.7	11.0	18.8	16.7
老挝	6.85	3.82	10.59	31.28	27.93	14.83	17.49

数据来源：根据 UNICOMTRADE 官方数据整理。

3.2. 显示性比较优势指数

显示性比较优势指数简称为 RCA，主要衡量商品在对外贸易出口中占据世界商品贸易出口的比重，其代表形式为： $RCA_{ij} = (X_{ij}/X_i)/(X_{wj}/X_w)$ ，该公式中， RCA_{ij} 表示显示性比较优势指数， i 代表国家，在本文中代表老挝； j 代表商品，在本文中代表是老挝香蕉， X_{wj} 代表世界上所有 j 贸易出口额度， X_w 表示世界上所有贸易出口额度；当显示性比较优势指数越大，表示该商品的竞争力越强，RCA 显示性比较优势指数分析见表 3。

Table 3. RCA values of bananas exported to China by region from 2013 to 2019

表 3. 2013~2019 各地区香蕉出口中国的 RCA 值

国家	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
菲律宾	41.75	32.06	25.07	35.28	40.98	58.92	65.87
越南	22.47	19.77	24.23	20.97	19.75	12.03	14.23
老挝	11.6	27.77	34.47	27.40	22.29	15.90	17.13
泰国	0.43	0.39	0.42	0.43	0.37	0.34	0.36
中国台湾	0.087	0.095	0.089	0.085	0.095	0.099	0.109

数据来源：根据 UNICOMTRADE 官方数据整理。

表 3 可知，显示性比较优势指数最高的是菲律宾，其次是越南，老挝排在第 3 位。在显示性比较优势这一项，老挝香蕉表现出了较强的波动性，2013 年最低为 11.6；2015 年最高为 34.47；2019 年为 17.13。之所以出现这样的情况，可能是因为香蕉作为一种农产品，极易受到环境和气候的影响，而且香蕉的国际价格也会影响到老挝的香蕉出口状况。

3.3. 显示性竞争优势指数

显示性比较优势指数简称为 CA，主要衡量某种商品在对外贸易进出口中的影响，在本文中是指老挝

香蕉对于老挝贸易进出口的影响。显性竞争优势指数通常和显性比较优势指数配合使用，能够表现该产业对于贸易进出口的影响。各地区香蕉出口中国的显示性比较优势指数见表 4。

Table 4. CA value of bananas exported to China by region from 2013 to 2019

表 4. 2013~2019 各地区香蕉出口中国的 CA 值

国家	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
菲律宾	0.24	0.25	0.32	0.02	0.05	0.11	0.06
越南	0.06	0.08	0.13	0.12	0.26	0.24	0.26
老挝	-0.03	-0.06	-0.02	0.02	0.05	0.04	0.02
泰国	0.11	0.11	0.12	0.02	0.02	0.02	0.01
中国台湾	0.33	0.11	0.23	0.01	0.02	0.11	0.02

数据来源：根据 UNICOMTRADE 官方数据整理。

显示性竞争优势通常需要和显示性比较优势结合来看，将二者结合可以看出老挝的显示性竞争优势排在国际市场的第 3 位，仅次于菲律宾和越南，而且老挝香蕉的显示性竞争优势指数十分不稳定，每年都具有较强的波动。

3.4. 贸易竞争力指数

贸易竞争力指数简称为 TC，主要衡量商品在对外贸易中是否具备竞争力，其代表形式为： $TC_{ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij})$ 。在该公式中， TC_{ij} 表示贸易竞争力指数， i 代表国家，在本文中代表老挝； j 代表商品，在本文中代表是老挝香蕉， X_{ij} 代表贸易出口。表 5 展示了各地区贸易香蕉出口中国竞争优势指数。

Table 5. China's competitive advantage index of banana exports by regions from 2013 to 2019

表 5. 2013~2019 年各地区贸易香蕉出口中国竞争优势指数

国家	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
泰国	0.67	0.68	0.68	0.68	0.67	0.67	0.65
越南	0.98	0.98	0.99	0.97	0.97	0.97	0.95
菲律宾	0.93	0.89	0.84	0.95	0.96	0.97	0.97
老挝	0.94	0.95	0.97	0.98	1	1	0.98
中国台湾	0.94	0.95	0.94	0.95	0.94	0.91	0.95

数据来源：根据 UNICOMTRADE 官方数据整理。

贸易竞争指数的范围为(-1, 1)， $TC = 0$ 时，表示该商品的竞争力属于国际平均水平； $TC < 0$ 时，表示该商品的竞争力处于国际水平之下； $TC > 0$ 时，则表示该商品的竞争力高于国际平均水平。通常情况下，国际竞争者贸易竞争指数越大，则表明该商品的国际贸易国际竞争力越强。由表 2，表 3 可知，老挝香蕉出口中国竞争优势指数年均值为 0.97，有明显的增加趋势并在 2017 年和 2018 年都达到了 1，说

明老挝相较其他地区而言，有很强的向中国出口香蕉的竞争优势。

4. 老挝香蕉出口中国竞争力影响因素的实证分析

4.1. 变量选择与模型构建

上文测算得到了老挝香蕉出口中国的贸易竞争力指数 TC ，发现老挝在向中国出口香蕉的国际贸易中拥有较强的竞争力，接下来将进一步探索哪些因素能够显著影响老挝香蕉出口竞争力，为提高老挝香蕉出口竞争力提供合理建议。

本文以上文测算得到的老挝香蕉出口中国的贸易竞争力指数 TC 作为被解释变量，来衡量老挝香蕉出口中国的竞争力。关于解释变量本文主要从供给、需求和贸易渠道三方面进行考虑：

首先，考虑老挝国内的农业发展状况，如果老挝农业发展较为成熟，拥有较好的农产品生产条件，能够输出一定规模的高性价比香蕉，那么老挝香蕉出口竞争力应该是会较强的，本文选择能够衡量老挝的农业发展水平和规模的农业生产总值、耕地面积和农业从业人数作为老挝农业发展状况的代理指标。

其次，考虑到老挝香蕉出口过程中中国的需求状况，如果中国人民生活水平较高而且对老挝香蕉有较为广泛的日常需求，那么老挝香蕉将会存在大量的市场需求，本文选择中国国内生产总值、中国进口老挝香蕉数量来代表老挝香蕉出口中国过程中需求方的状况。

最后，考虑到香蕉作为一种农产品，贸易环境是否便利会显著影响到其质量和运输成本，进而对其竞争力产生影响，所以本文选择老挝铢对人民币汇率和自由贸易区建设来代表老挝香蕉出口中国的贸易环境的便利程度。

被解释变量和解释变量确定以后，本文建立了如下的计量模型：

$$TC = \alpha + \beta_1 TAVO + \beta_2 AGP + \beta_3 AGL + \beta_4 GDP + \beta_5 FD + \beta_6 R + \beta_7 FTA + \omega \quad (1)$$

式(1)中，被解释变量 TC 为老挝香蕉出口中国的贸易竞争力指数，解释变量 $TAVO$ 、 AGP 、 AGL 、 GDP 、 FD 、 R 、 FTA 分别为老挝农业生产总值、老挝耕地面积、老挝农业从业人数、中国国内生产总值、中国进口老挝香蕉数量、老挝铢对人民币汇率和自由贸易区。 α 表示常数项， ω 为随机干扰项并服从正态分布。主要变量描述性统计分析见表 6。

Table 6. Descriptive statistics of main variables

表 6. 主要变量的描述性统计

	中文名称	均值	标准差	最小值	最大值
TC	老挝香蕉出口中国贸易竞争力指数	22.5	6.33	11.6	34.47
$TAVO$	老挝农业生产总值	1348.24	698.264	256	3600
AGP	老挝耕地面积	18.51	16	17.44	19.55
AGL	老挝农业从业人数	20.774	17.369	18.316	22.639
GDP	中国国内生产总值	21.992	1.267	19.317	25.999
FD	中国进口老挝香蕉数量	5.942	6.721	0.000	32.344
R	老挝铢对人民币汇率	0.005	0.027	0.083	0.159
FTA	自由贸易区建设	0.505	0.240	0.000	0.891

数据来源：根据 UNICOMTRADE 官方数据整理。

4.2. 相关性分析与协整检验

在进行实证分析之前，通常要对所选变量进行相关性分析，剔除相关性较差的变量以保证实证分析的有效性和准确性，而相关性系数通常被用来衡量变量之间的相关性程度。本文通过 EViews 软件对各个变量进行了相关性分析，具体情况如表 7。

Table 7. Correlation coefficient table

表 7. 相关系数表

	<i>GDP</i>	<i>TAVO</i>	<i>R</i>	<i>AGP</i>	<i>FD</i>	<i>FTA</i>	<i>AGL</i>	<i>TC</i>
<i>GDP</i>	1							
<i>TAVO</i>	0.007	1						
<i>R</i>	0.001	0.553	1					
<i>AGP</i>	0.002	0.565	0.475	1				
<i>FD</i>	0.684	-0.267	0.467	0.476	1			
<i>FTA</i>	0.556	0.473	0.367	0.457	0.586	1		
<i>AGL</i>	0.454	0.376	0.575	0.556	0.287	0.586	1	
<i>TC</i>	0.672	0.878	0.836	0.805	0.889	0.467	0.858	1

注：EViews8.0 计算所得。

由表 7 可知，所有解释变量都和老挝香蕉出口中国的贸易竞争力指数存在正相关关系，尤其是老挝农业总产值 *TAVO*、中国对香蕉进口的需求量 *FD* 和老挝农业劳动力数量 *AGL*，三者与被解释变量的相关系数均大于 0.85，仅有自由贸易区 *FD_j* 指标与被解释变量相关性较弱，低于 0.5。另外，各解释变量之间相关系数多数低于 0.5，说明选择以上变量进行实证分析不会存在明显内生性问题。

相关性分析后，本文又对数据进行了平稳性检验，发现原序列为非平稳时间序列，但对其进行二阶差分后再次进行平稳性检验，各个变量已经为平稳序列，并且各个变量都是同阶单整的。因此，本文在对变量进行二阶差分后开展协整检验，其结果显示老挝农业总产值 *TAVO_i*、老挝铢对人民币的汇率 *R_{ij}*、老挝耕地面积 *AGP_i*、中国对香蕉进口的需求量 *FD_j* 及老挝农业劳动力数量 *AGL_i* 和老挝对中国香蕉出口竞争力 *TC_{ij}* 之间有一种长期的稳定均衡关系。协助检验结果如表 8 所示。

Table 8. Cointegration test results

表 8. 协整检验结果

残差	滞后阶数	ADF 检验值	ADF 临界值			平稳性决策
			1%	5%	10%	
<i>TAVO: ε_i</i>	1	-3.492	-3.959	-3.081	-2.681	是
<i>R: ε_i</i>	1	-2.915	-3.959	-3.006	-2.567	是
<i>AGP: ε_i</i>	1	-6.614	-4.800	-3.791	-3.432	是
<i>FD: ε_i</i>	1	-5.235	-4.128	-3.112	-3.118	是
<i>AGL: ε_i</i>	1	-3.172	-4.224	-3.008	-2.997	是

注：EViews8.0 计算所得。

4.3. 模型回归结果

上文进行的相关性分析和协整检验初步解释了各个解释变量与被解释变量的相关关系，但进一步考察解释变量与被解释变量的关系还需要进行更深入的实证分析。因此，本文对所有变量进行对数化处理，以减弱样本异方差程度和变量波动水平，随后通过 EViews 软件对式(1)进行回归，具体结果如表 9 所示。

Table 9. Model regression results

表 9. 模型回归结果

解释变量	回归系数	标准误差	T 统计量
Variable	Coefficient	Std.Error	T-Statistic
LN ($TAVO_t$)	-0.305**	0.666	-1.449
LN (AGP_t)	-4.208**	1.415	-2.343
LN (AGL_t)	0.567***	0.058	3.786
LN (GDP_t)	0.001*	0.026	1.646
LN (FD_t)	0.308**	0.203	2.001
LN (R_{ij})	1.196**	2.695	2.224
LN (FTA)	0.173	0.048	1.292
Cons	0.227***	46.802	0.228
R ²		0.178	
F		78.600	

注：***、**、*分别表示在 1%、5%、10%的水平下显著。

由表 9 来看，多数解释变量都显著地影响了老挝香蕉出口中国的竞争力，其中影响最大的是老挝耕地面积和老挝铢对人民币汇率，不过前者的回归系数显著为负，后者则是显著为正，仅自由贸易区的回归系数不显著。

衡量老挝农业发展水平的三个指标中，老挝农业生产总值和老挝耕地面积对老挝香蕉出口中国的竞争力指数产生了最显著的负面影响。老挝耕地面积每增加 1%，相应的老挝香蕉出口中国的竞争力指数就会因此下降 4.2%，而老挝是东南亚地区耕地面积最小的国家之一，直到 2010 年才基本实现了粮食的自给自足，而且仍需要从国外进口大量粮食来满足居民的日常需求。老挝耕地面积的增加可能挤占了香蕉的种植空间，导致其出口竞争力减弱。老挝农业生产总值的增加意味着老挝农业的进步，但在一定程度上会降低老挝香蕉的出口竞争力，这说明老挝的农业结构可能存在一定问题，而且这些问题制约着老挝香蕉业的发展。老挝农业劳动力的增加能够显著提高老挝香蕉出口竞争力，说明在老挝香蕉种植过程中还是较为依赖人力，因此可以通过增加香蕉种植业从业人数来提高老挝香蕉出口竞争力。

从中国需求方来看，中国国内生产总值和中国进口香蕉数量的提高是有利于增强老挝香蕉出口中国的竞争力，这说明了老挝香蕉在中国给是有一定市场基础的。另外，中国国内生产总值的估计系数较小，而且仅在 10%的水平下显著，说明中国国民生产总值的提升不能作为提高老挝香蕉出口竞争力的主要途径。但中国进口香蕉数量的变化仍可以作为参考，并且针对这一市场需求状况优化老挝香蕉出口方案，这可以作为增强老挝香蕉出口中国的竞争力的一种方法。

从贸易环境来看,老挝铢汇率提升和自由贸易区建设均有利于增强老挝香蕉出口中国的竞争力,但后者在统计上并不显著。通常来说,汇率的提升意味着本国货币的升值,通常是不利于出口的,但可能相较其它香蕉出口国而言,老挝铢与人民币的汇率还是具有很大优势的。此外,汇率的提升也意味着国家经济实力的增强,能够增加老挝在进出口贸易中的话语权,进一步提高老挝香蕉出口的竞争力。老挝在2010年加入的中国-东盟自由贸易区采用零关税标准,将非关税壁垒全部取消,真正的实现贸易自由化,而且老挝与中国接壤,本就有地理位置上的优势,加入自贸区不仅是有利于增强老挝香蕉出口中国的竞争力,同时其它成员国也能享受到了这一优惠待遇,但老挝还有面对其他成员国的商品输入冲击,致使这一指标不够显著。

5. 研究结果

本文主要研究了老挝香蕉产业出口中国的基本状况,通过对老挝国内国际的环境分析,指出老挝香蕉产业走向国际市场的有利因素与不足,并对老挝香蕉出口中国贸易竞争力与影响因素进行了分析,主要得出以下结论:

第一,中国香蕉市场占有率较高的地区分别是菲律宾、越南、中国台湾、老挝。市场占有率最高的是菲律宾,但其市场占有率呈现出不断下降的趋势,这可能和菲律宾的香蕉贸易政策有关。老挝香蕉在中国市场的占有率虽然不及菲律宾和泰国,但随着老挝农业技术的提高和香蕉种植面积的增加,加上优越的地理位置和特有的香蕉品种,未来老挝香蕉能够在中国具有较好的发展前景。老挝拥有独一无二的罗布塔斯香蕉,罗布塔斯香蕉相比其他香蕉而言营养更加丰富,而且含糖量更低,在中国市场上的需求量巨大;同时,老挝在地理位置上与中国滇西高原接壤,可以通过陆运方式将香蕉运输到中国,而且路线比较简洁,通过磨憨口岸就可以将香蕉输送到云南省,云南省也是老挝香蕉消耗大省。

第二,显示性竞争优势和显示性比较优势结合来看,老挝的显示性竞争优势排在第3位,仅次于菲律宾和越南,而且老挝香蕉的显示性竞争优势和显示性比较优势十分不稳定,每年都具有较大的波动,可能是受到了气候、环境和国际香蕉价格的影响。从实证分析结果来看,中国国内生产总值、老挝铢对人民币汇率、中国对进口香蕉需求量和老挝农业劳动力人口对老挝香蕉出口中国的竞争力有正向影响,老挝农业生产总值、老挝耕地面积对老挝香蕉出口中国竞争力有负向影响,而自由贸易区的建立对老挝香蕉出口中国竞争力无显著影响。

第三,在提升老挝香蕉贸易竞争力方面,本文认为老挝政府首先需要调整农业生产结构,扩大对香蕉产业的资本和人力投资,增强老挝香蕉的供给能力和产品质量。其次,有必要根据市场需求合理调整老挝香蕉种植的规模和结构,稳定并增长香蕉市场份额。最后,要利用好自由贸易区带来的便利贸易环境,加强与中国的经贸活动,将老挝香蕉的国际竞争力充分发挥出来。另外,还可以建设老挝香蕉品牌,进一步提升老挝香蕉的品牌影响力,同时,老挝企业可以加快农业技术的开发与应用,提升香蕉产品的附加值,促进香蕉产业发展。

参考文献

- [1] 韩亭辉,刘泽莹.中国与巴西农产品贸易的竞争性互补性分析[J].世界农业,2018(1):100-108.
- [2] 谢金丽,胡冰川.“一带一路”与中国农产品贸易前沿综述[J].世界农业,2019(10):90-96+131.
- [3] 刘明迪.老挝与贸易伙伴国农产品贸易竞争力比较分析[J].全国流通经济,2019(26):34-35.
- [4] 李金锴,陈珏颖,刘合光.中美农产品贸易的比较优势分析[J].中国农业科技导报,2019(11):1-8.
- [5] 梅宇航,张玉兰.金砖国家农产品贸易竞争力研究[J].农业经济,2019(3):125-127.
- [6] 杨逢珉,向鑫.中国与印度农产品贸易的竞争性互补性分析[J].金融理论与教学,2018(6):52-59.

-
- [7] 李颖. 中美两国农产品贸易结构研究[J]. 对外经贸, 2018(7): 29-31+41.
- [8] 潘航. 越南农产品出口贸易竞争力研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 武汉大学, 2018.
- [9] 陈氏金容. 越南香蕉出口竞争力现状及影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 东南大学, 2018.
- [10] 龚秀泽. 边境贸易进口越南香蕉豆的检疫[J]. 植物检疫, 2001, 15(3): 173.
- [11] 龙飞. 老挝有机香蕉发展战略研究[D]: [硕士学位论文]. 桂林: 广西师范大学, 2013.
- [12] Adiwilaga, E.K. (2013) The Influence of International Trade, Market Distribution, Growth and Competitiveness of Export Value of Coffee Indonesia (Period 1990 to 2010). *Social Science Electronic Publishing*, No. 9, 29-31.
- [13] Kucera, D. (2008) Trade Union Rights and Trade Competitiveness: Asia in a Global Context. *Globalization, Flexibilization and Working Conditions in Asia and the Pacific*, No. 12, 47-80.