

我国肉鸭产业布局分析

——基于 2010—2013 年全国 21 个肉鸭主产区的面板数据

闫建伟¹, 王雅鹏²

(1. 周口师范学院, 河南 周口 466000;

2. 华中农业大学 经济管理学院, 湖北 武汉 430070)



摘要 采用区位商、市场份额、辅助斯皮尔曼相关系数法, 对我国肉鸭产业布局进行研究。结果表明: 我国肉鸭产业布局可划分为四大类型, 分别为以山东、广东为首的高区位商、高市场份额区, 以北京、重庆为首的高区位商、低市场份额区, 以湖南、河南为首的低区位商、高市场份额区, 以湖北、安徽为首的低区位商、低市场份额区; 同时, 我国肉鸭产业布局也呈现出三足鼎立态势, 形成分别以山东、江苏、广东为核心的三大核心产业圈; 另外, 我国肉鸭产业在区位商与市场份额层面所反映的差异化较大, 其与地区经济总量、产业规模、技术与政策投入、产业化经营水平有较大的正相关性, 与水资源条件呈弱负相关性。据此本文提出: 四大类型区域发展要做到扬长避短, 积极进行区域间优势互补性合作; 要突出三大核心产业圈的重点布局, 积极推进产业化经营, 加强沟通与交流; 结合产业差异化特征及原因, 规划肉鸭产业的整体发展等建议。

关键词 区位商; 市场份额; 产业布局; 斯皮尔曼相关系数; 产业专业化

中图分类号: F 304 **文献标识码:** A **文章编号:** 1008-3456(2015)03-0028-06

DOI 编码 10.13300/j.cnki.hnwkxb.2015.03.005

我国是世界上第一大肉鸭生产与消费国, 也是最大的肉鸭贸易国。根据 2013 年国家水禽产业技术体系下辖 25 个综合试验站对全国 21 个水禽主产省(市)区统计调查表明, 我国肉鸭出栏量达 30.7 亿只, 产肉量达 620 万 t, 年总产值约 650 亿元; 同时, 我国肉鸭产品人均消费量居世界第一位, 高达 5 kg, 其中北京、上海等发达城市约为 2 kg。而西方发达国家肉鸭产品人均消费量仅为 0.6 kg, 是中国的 12%, 是北京、上海等城市的 30%, 一定程度上反映出国际市场前景无比的广阔; 另外, 在国际贸易中, 2013 年出口鸭肉制品 17 200t, 出口额约 10 亿美元, 出口量占世界的 1/4, 居世界第一位^[1]。可见, 肉鸭产业在我国畜禽经济中发挥着举足轻重的作用, 对刺激地方经济发展, 壮大民营企业, 提高就业水平, 增加农民收入有着重大意义, 也对我国农产品在国际市场上的出口创汇具有很大的激励作用。但是, 目前我国肉鸭生产遍布全国, 伴随着无序、无规律性的散乱扩张, 肉鸭产业呈现出小规模、低水平、

高投入、薄利润、高污染等特征, 如不及时打破这种困局, 将不利于整个肉鸭产业的发展。

在肉鸭产业研究方面, 现有的成果还较少, 还不能解决其产业布局与发展的问题。例如, 王雅鹏、李志强仅从宏观领域阐述了中国肉鸭产业的现状及存在的问题, 指出肉鸭产业有逐步向长江流域以北转移的趋势^[2-3]; 邓蓉等对一些省份的肉鸭生产水平做出了介绍^[4]; 申秋红等对我国肉鸭市场的消费前景做了简单分析^[5]; 麦尔旦等利用综合比较优势系数法, 只是指出了山东、江苏、海南、安徽、广西、四川、重庆六个地区肉鸭生产具有不同程度的区域优势^[6]。我国肉鸭产业布局的具体状况及如何规划产业的布局与发展等问题还需要进一步研究。

一、研究方法 with 数据来源

1. 研究方法

(1) 区位商。区位商(LQ), 又称生产的地区集

收稿日期: 2014-12-18

基金项目: 国家现代农业产业技术体系专项(CARS-43-19); 国家社会科学基金重点项目“新型城镇化背景下农村劳动力外流对粮食生产的影响机理及对策研究”(13AGL004)。

作者简介: 闫建伟(1984-), 男, 讲师, 博士研究生; 研究方向: 农业经济理论与政策、水禽产业经济。E-mail: 1540513949@qq.com

中度指标,是衡量地区特定产业的结构专业化和集中程度的指标。区位商越大,该地区产业专业化水平越高、比较优势越大^[7]。在整个肉鸭产业中,肉鸭产业的区位商可以表示为 $DLQ = (L_i/X_i)/(WL/WN) = (i \text{ 区域肉鸭产业产出水平}/i \text{ 区域畜牧业总产出水平})/(\text{全国肉鸭产业产出水平}/\text{全国畜牧业总产出水平})$,其中产出水平通过产业总产值实现,肉鸭产业的总产值主要有鸭肉、鸭绒产值等构成。若 $DLQ > 1$,说明该区肉鸭产业专业化程度高于全国平均水平,肉鸭产业在整个畜牧产业中具有区域比较优势,值越大优势越明显;若 $DLQ = 1$,说明无明显优势;若 $DLQ < 1$,说明处于劣势。区位商与市场份额的标准方差(DLS^2)是对产业布局的趋同化检验,是衡量各区肉鸭产业之间的专业化水平差异程度。该数值越大表明肉鸭产业的专业化水平区域差异越高,若 $DLS^2 > 5$,则产业区域差异较大;若 $DLS^2 < 0.5$,则认为产业区域差异不明显,结构趋同^[8]。

(2)市场份额。由于区位商只是反映一个地区产业专业化强弱的指标,如果某地区肉鸭产业区位商高(或低),一方面可能是由于本省肉鸭产业的产出较高,另一方面可能是由于该地区整个畜牧产业水平偏低,而肉鸭产业优势地位较明显导致。因此,区位商不能完全反映该地区肉鸭产业的实际情况,还需考虑该地区肉鸭产业的市场份额(MS)水平,来纠正区位商在反映产业优势方面的不足。市场份额 $MS = L_i/WN = i \text{ 区域肉鸭产业产值}/\text{全国肉鸭产业产值}$ 。 2×2 矩阵表所形成的4种类型以 $DLQ = 1$ 和平均市场份额 $MS = A_s$ 为衡量标准。

(3)斯皮尔曼相关系数法。斯皮尔曼等级相关是根据等级资料研究两个变量间相关关系的方法,

它是依据两列成对等级的各对等级数之差来进行计算的,又称为等级差数法,是反映两组变量之间联系的密切程度,取值-1到+1之间,值为正表示正相关,值为负表示负相关,值等于零为零相关。值越大,相关性越强,反之,则相反。本文用斯皮尔曼相关系数检验肉鸭区位商、市场份额与地区经济总量GDP、水资源条件、产业规模、技术与政策投入、产业化经营水平条件之间的关系,以分析肉鸭产业分布差异的原因。

斯皮尔曼相关系数计算公式为: $r_s = 1 - 6 \sum (d_i)^2 / (n^3 - n)$,其中等级相关系数记为 r_s , d_i 为两变量每一对样本的等级之差, n 为样本容量。

2. 数据来源

关于区位商的计算指标数据来源于两个部分,其中肉鸭产业的产出资料(全国及各省区肉鸭产值、出栏量、产肉量等)是由国家水禽产业技术体系下辖25个综合试验站对全国21个水禽主产省(市)区2010—2013年肉鸭产业统计调查所得;畜牧业总产出数据(全国及各省区畜牧业产值、出栏量、产肉量等)来源于2010—2013年中国畜牧业年鉴统计数据(各省区畜牧业产值、出栏量、产肉量等)。

关于斯皮尔曼相关系数法的指标计算,其中地区经济总量GDP、水资源条件资料来源于2010—2013年中国统计年鉴,畜牧业技术与政策投入、产业化经营水平资料来源于2010—2013年中国畜牧业年鉴。

二、结果分析

1. 肉鸭产业区位商与市场份额分析

(1)区位商分析。2010—2013年我国肉鸭各主产区的区位商值变化情况见表1。

表1 2010—2013年我国各肉鸭主产区区位商

地区	2010	2011	2012	2013	均值	地区	2010	2011	2012	2013	均值
北京	1.97	1.59	1.59	1.78	1.71	江西	0.52	0.46	0.39	0.46	0.46
河北	0.31	0.39	0.12	0.22	0.28	山东	2.92	6.01	4.99	3.96	4.64
内蒙古	0.17	0.14	0.22	0.20	0.17	河南	0.59	0.55	0.44	0.52	0.53
辽宁	1.07	0.89	0.96	1.02	0.97	湖北	0.35	0.30	0.62	0.49	0.42
吉林	0.16	0.15	0.25	0.21	0.19	湖南	0.93	0.84	0.81	0.87	0.86
黑龙江	0.21	0.19	0.19	0.20	0.20	广东	3.85	3.53	3.43	3.64	3.60
上海	1.13	0.63	0.69	0.91	0.82	广西	1.14	1.12	1.06	1.10	1.11
江苏	1.99	1.78	2.24	2.12	2.00	海南	2.41	2.16	2.02	2.22	2.20
浙江	0.93	0.56	0.56	0.75	0.68	重庆	1.56	1.45	0.27	0.92	1.10
安徽	0.69	0.66	0.79	0.74	0.71	四川	0.89	0.79	0.73	0.81	0.80
福建	0.33	0.23	0.22	0.28	0.26	—	—	—	—	—	—

从区位商平均情况来看,2010—2013年广东、山东、江苏、广西、北京、海南、重庆7个省(市)的肉鸭区位商 DLQ 值均大于1,说明这些区域肉鸭产业专业化程度高于全国平均水平,肉鸭产业在整个畜牧产业中具有区域比较优势;而其它省(市)肉鸭产业区位商 DLQ 值均小于1,说明这些区域的肉鸭产业专业化程度低于全国平均水平,在肉鸭产业中处于劣势。

从区位商变化来看,2010年山东、广东、北京、辽宁、上海、江苏、广西、海南、重庆9个区域的区位商值大于1,而2011与2013年只有7个区域的区位商值大于1,其中辽宁与上海、重庆退出了优势区域范围,区位商值下降到1以下。另外,2010—2013年山东、湖北、安徽、江苏、吉林、内蒙古六省区的区位商值是呈现上升趋势,说明该地区肉鸭产业专业化程度越来越高,区域优势越来越明显,肉鸭产业发展速度加快;与之相反,广东、广西、海南、重庆、四

川、浙江、上海、河北、北京9个省(市)的区位商值却在逐年下降,说明这些地区肉鸭产业发展逐年变慢,甚至倒退,其肉鸭产业专业化程度逐渐减弱;其余省份,例如江西、河南等地区区位商值较稳定,说明这些地区肉鸭产业发展较为稳定。

从区位商排序来看,山东、广东、江苏、海南四省域肉鸭产业的区位商排名始终位居前列,区位商都高于2,属于第一梯队,即肉鸭产业专业化优势区域;这些地区的肉鸭产业在全国所占的比重较大,具有区域比较优势;北京、广西、重庆、辽宁四省域肉鸭产业的区位商则略高于1,属于第二梯队的跟随区域;江西、湖北、河北、福建、黑龙江、吉林、内蒙古则一直处于末位, DLQ 值低于0.5,属于肉鸭产业专业化落后区域。其他省份的 DLQ 值在0.5~1.0之间,属于第三梯队的肉鸭产业相对弱势区域。

(2)市场份额分析。2010—2013年我国肉鸭各主产区的市场份额变化情况见表2。

表2 2010—2013年我国各肉鸭主产区市场份额

地区	2010	2011	2012	2013	均值	地区	2010	2011	2012	2013	均值
北京	1.37	1.07	0.95	1.16	1.13	江西	1.44	1.28	1.06	1.25	1.26
河北	2.18	2.13	0.77	1.48	1.69	山东	25.24	34.00	40.07	32.66	33.11
内蒙古	0.62	0.55	0.81	0.72	0.66	河南	5.00	4.77	3.58	4.29	4.45
辽宁	6.46	5.47	5.38	5.92	5.77	湖北	1.57	1.33	2.75	2.16	1.88
吉林	0.70	0.59	1.01	0.86	0.77	湖南	5.28	4.54	4.25	4.77	4.69
黑龙江	0.92	0.87	0.86	0.89	0.88	广东	18.12	16.12	14.55	16.34	16.27
上海	0.38	0.19	0.18	0.28	0.25	广西	4.78	4.69	4.29	4.54	4.59
江苏	8.93	7.90	9.85	9.39	8.89	海南	1.77	1.65	1.54	1.66	1.65
浙江	1.94	1.21	1.13	1.54	1.43	重庆	2.57	2.28	2.26	2.42	2.37
安徽	2.82	2.75	3.17	3.00	2.91	四川	7.29	6.48	1.14	4.22	4.97
福建	0.62	0.11	0.38	0.50	0.37	—	—	—	—	—	—

从市场份额平均水平来看,2010—2013年山东、广东、江苏、辽宁、四川、河南、湖南、广西八省的市场份额均大于全国平均市场份额4.4%;另外,2010年和2011年情况与四年平均情况一样,这八省的市场份额均保持在全国平均水平以上;但到了2012年,只有4个区域的市场份额值大于全国平均水平,其中四川、河南、湖南、广西的市场份额均有明显的下降。2013年情况略有好转,广西的市场份额有所回升。

从市场份额的波动来看,2010—2013年内蒙古、吉林、安徽、江苏、湖北六省的市场份额是呈增长趋势,而其余地区的市场份额,如广东、广西、四川、北京、上海等15个省(市)区则呈现下降趋势。这种变化与区位商变化有着很大的相似性,湖北、安徽、江苏、吉林、内蒙六省伴随着区位商的上升,其市场

份额也呈现上升趋势,而广东、广西、海南、重庆、四川、浙江、上海、河北等省(市)却随着区位商的下降,市场份额呈现下降趋势。

从市场份额的排序来看,2010—2013年山东、广东、江苏三省则牢牢占据了前列的位置,占全国市场份额的近60%,市场份额均远高于其它地区;辽宁、四川、湖南、广西、河南四省则紧随其后,市场份额高略于全国平均水平4.4%;黑龙江、吉林、内蒙、福建、上海5个地区的市场份额则始终没能达到1%,落后于其他各省;而安徽、重庆、湖北、河北、海南、浙江、江西、北京等地区的市场份额徘徊在1.0%~4.4%之间,说明全国肉鸭产业的市场集中度较高,地区差异较大。

综合区位商与市场份额的表现可知,山东、江苏、广东三点成线贯穿中国北部、中部、南部,同时有

着较高的区位商和市场份额,在全国21个肉鸭主产区中表现突出,区位商值与市场份额远高于其它省区,该三省市场份额占据整个中国肉鸭产业市场的近60%。山东、江苏、广东三省已经成为我国三大肉鸭核心产业圈。其余肉鸭产区虽无法与山东、江苏、广东三省相比较,但它们与分别这三省有着广泛、密切的联系,长期以来形成了3个大产业圈系统,各系统之间及内部是一种互相合作、相互补充、共同进步、共同发展的关系。

2. 肉鸭产业专业化水平区域分类

综合考虑2010—2013年我国肉鸭产业的区位商与市场份额统计分析结果,以平均市场份额4.4%与区位商值1为分类标准,利用四象限划分法(见表3),对我国肉鸭产业进行专业化水平区域分类。

表3 区位商与市场份额的四象限划分

A 高区位商、高市场份额 ($DLQ > 1, MS > A_s$)	B 高区位商、低市场份额 ($DLQ > 1, MS < A_s$)
C 低区位商、高市场份额 ($DLQ < 1, MS > A_s$)	D 低区位商、低市场份额 ($DLQ < 1, MS < A_s$)

表4 肉鸭产业专业化水平分类

地区	2010	2011	2012	2013	均值	地区	2010	2011	2012	2013	均值
北京	B	B	B	B	B	江西	D	D	D	D	D
河北	D	D	D	D	D	山东	A	A	A	A	A
内蒙古	D	D	D	D	D	河南	C	C	D	D	C
辽宁	A	C	C	C	C	湖北	D	D	D	D	D
吉林	D	D	D	D	D	湖南	C	C	D	D	C
黑龙江	D	D	D	D	D	广东	A	A	A	A	A
上海	B	D	D	D	D	广西	A	A	B	B	A
江苏	A	A	A	A	A	海南	B	B	B	B	B
浙江	D	D	D	D	D	重庆	B	B	B	B	B
安徽	D	D	D	D	D	四川	C	C	C	C	C
福建	D	D	D	D	D		—	—	—	—	—

(1) DLS^2 值分析。如表5,2010—2013年中国各省市肉鸭产业的区位商与市场份额的 DLS^2 值均大于0.5,同时近四年肉鸭市场份额的 DLS^2 值及均值(7.46),远大于产业标准值5,反映出我国肉鸭产业的专业化水平区域差异较大;但是,其区位商的 DLS^2 值及其均值(1.16)虽大于0.5,但距离5仍有较大的差距,表明我国肉鸭产业还存在部分产业结构雷同的风险。

表6 区位商与各因素斯皮尔曼相关系数值/检验值

年份	与GDP	与水资源	与产业规模	与科技政策投入	与产业化经营水平
2010	0.29/1.33	-0.16/0.77	0.75*/1.84	0.63*/0.92	0.75*/1.72
2011	0.27/1.21	-0.02/0.71	0.81*/1.47	0.65*/0.89	0.79*/1.69
2012	0.43/2.09	-0.02/0.83	0.82*/1.59	0.70*/0.96	0.83*/1.81
2013	0.41/2.03	-0.03/0.80	0.80*/1.62	0.71*/0.94	0.85*/1.82

注:“*”表示强相关或显著差异。

具体结果见表4。由表4可知,江苏、山东、广东、广西4个省区属于A类区域(占全国31个省市区域的13%),是我国肉鸭产业专业化水平程度很高的区域;海南、重庆、北京三省市属于B类区域(占10%),是我国肉鸭产业专业化水平程度较高的区域;四川、湖南、河南、辽宁4个省属于C类区域(占13%),是我国肉鸭产业专业化水平程度一般的区域;其余省市属于D类区域(占64%),是我国肉鸭产业专业化水平程度的弱势区域,反映出我国肉鸭产业区域差异较大。另外,我国各地区肉鸭产业所属区域类型在2010—2013年基本稳定,仅有个别省市在4年间有过变化,如辽宁、上海、广西、河南等。

3. 肉鸭产业差异化分析

区位商与市场份额在一定程度上反映出我国肉鸭产业的区域差异化分布特征,但是具体差异的程度及影响因素还必须借助 DLS^2 值(区位商与市场份额的标准方差)与斯皮尔曼相关系数法进行分析。

表5 区位商与市场份额 DLS^2 值

全国	2010	2011	2012	2013	均值
区位商 DLS^2	0.99	1.38	1.22	1.18	1.16
市场份额 DLS^2	6.22	7.64	8.80	7.51	7.46

(2) 产业区域差异的影响因素分析。我国肉鸭产业的差异化程度取决于各地区产业发展的程度受所在产业的规模、产业化经营水平,技术与政策投入及经济水平、资源条件等因素的制约。因此,文章分

表 7 市场份额与各因素的斯皮尔曼相关系数值/检验值

年份	与 GDP	与水资源	与产业规模	与科技政策投入	与产业化经营水平
2010	0.55/2.84	0.21/0.92	0.95/1.59	0.57/1.02	0.79/1.34
2011	0.49/2.43	0.25/1.11	0.97/1.76	0.63/1.21	0.83/1.46
2012	0.38/1.79	0.29/1.32	0.93/1.85	0.61/1.13	0.86/1.45
2013	0.40/1.86	0.27/1.45	0.95/1.62	0.62/1.20	0.84/1.41

别检验了肉鸭产业的区位商、市场份额与影响肉鸭产业发展因素之间的相关性,具体见表 6、表 7。

根据以上两表中斯皮尔曼相关系数统计及其检验结果,可知区位商和市场份额所反映的区域差异与地区经济总量 GDP、水资源条件、产业规模、技术与政策投入、产业化经营水平具有相关性。其中,产业规模的相关性最高,其次是产业化经营水平、科技与政策投入、经济发展水平等因素。另外,区位商、市场份额与 GDP、水资源相关性较弱,且区位商与其呈负相关,表明水资源条件已经不是促进肉鸭产业发展的有利因素,相反,其所造成的河流、湖泊污染已经开始反向制约当地肉鸭产业的发展。

三、结论与建议

1. 结论

(1)肉鸭产业的四大类区域分布明显,发展不平衡,其中 A 区域过少,D 区域过多。我国肉鸭产业区域分布的等级差异势明显,分为四大类型:山东、江苏、广东、广西四省所属的 A 类区域,数量较少,其肉鸭产业在全国具有较大的专业化比较优势和竞争优势;海南、重庆、北京三地区所属的 B 类区域,有着较高的产业集中度和专业化生产水平,拥有资源和交通优势,但市场份额较低,生产能力不足,大部分自产自销,不具备外向型的产业特征;四川、湖南、河南、辽宁,四省所属的 C 类区域,整体肉鸭产业的基础较好,尽管肉鸭产业在本区域不算特别突出,但在全国仍有一定的竞争力;其余地区为 D 类区域,该类区域所含地区数量较多,区域内肉鸭产业并非所属畜牧产业的中坚力量,而肉鸭产业的受重视程度和发展水平相对其他畜牧子产业相对较弱,造成先天资源优势丧失。

(2)肉鸭产业的三大核心产业圈系统已经形成,并以增长极的模式向外扩散。我国北方的山东、中部的江苏、南部的广东三省构成了全国产业布局的总枢纽,占据着国内市场近 60% 份额,形成了三大核心产业圈:一是在北方以山东省为核心,以辽宁、内蒙古、河北为骨干,形成辐射东北、华北、西北的产

业圈,该产业圈以山东为增长极,具有庞大的产业规模效益优势;二是在中部以江苏省为核心,以河南、安徽、湖北为骨干,形成辐射华东、华中的产业圈,该产业圈以江苏为增长极,拥有发达的产业化经营水平,产品深加工水平遥遥领先;三是在南部和西南应形成以广东为核心,以四川、广西、海南为骨干,辐射华南、西南的产业圈,该产业圈以广东为增长极,不仅具有发达的产业化经营水平,而且拥有庞大的消费生产基础与成熟的市场网络体系。

(3)我国肉鸭产业在区位商与市场份额层面所反映的差异化较大,其与地区经济总量、产业的规模、技术与政策投入、产业化经营水平有较大的正相关性,与水资源条件呈弱负相关性。其中,区位商差异值 DLS^2 较小,略高于初级产业标准值 0.5 的水平,体现出我国肉鸭产业还存在部分产业结构雷同的风险;而市场份额的 DLS^2 值较大,远大于高级产业标准值 5,体现出我国肉鸭产业的专业化水平区域差异较大。另外,区位商和市场份额所反映的差异与地区经济总量 GDP、水资源条件、产业规模、技术与政策投入、产业化经营水平均具有相关性,其中产业规模的相关性最高,其次是产业化经营水平、科技与政策投入、经济发展水平等。

2. 政策建议

2013 年以来我国肉鸭产业经历了 H7N9 禽流感的冰与火的洗礼,将面临重新洗牌。面对这一严峻的现实背景,本文提出肉鸭产业应当根据“四类”“三圈”所呈现的差异化现状与特点,结合整个畜牧产业的背景,着手全国的肉鸭产业布局与发展。

(1)四大类型区域发展要做到扬长避短,积极进行区域间优势互补性合作。一是在 A 类区域应继续保持规模与加强科技与政策投入。该类区域应坚持维护市场领先地位,继续发挥规模效益,大力发展产品深加工业,调整产品结构,重视产品质量安全,塑造优势品牌,以长远利益为目标,占据市场制高点,提高并维护产业领先地位。二是在 B 类区域应加强产业化经营水平,积极促进产业向“精、深、特”发展。该类区域由于受自身土地面积、水资源等条件限制,所占全国市场份额较低,扩大规模难度较

大。该区域应以产业化经营为主要手段,发展产品精深加工,以品牌和特质产品创市场,争取更高的市场份额。三是在C类区域应不断扩大规模与加快产业链的延伸与拓展。该区域有着较高的市场份额,但产业集中度和专业化水平较低。因此,应该继续巩固现有市场地位,不断扩大规模,同时在产业化经营上下功夫,不断提升肉鸭产业在该区域的经济地位,促使其成为优势产业。四是在D类区域应积极培养自身的区域特色竞争优势。该区域肉鸭产业无论是产业结构还是市场份额均无明显优势或潜力,应密切关注市场动态,寻找市场空白点,及时抓住市场机遇,也可以考虑与其他相邻区域优势互补,合作发展。

(2)突出三大核心产业圈的重点布局,积极推进产业化经营,加强沟通与交流。一是继续发挥产业圈中的核心点增长极效应,扩大三大核心点的辐射力与影响力。山东、江苏、广东的肉鸭产业已经成为所在产业圈发展的源动力,其产生的外溢效应,带动了更多其它周边区域的产业经济发展,提升了就业率,增加了农民收入。二是积极促进各产业圈系统的产业化经营,加强科技投入与政策支持。肉鸭的发展越来越依赖于产业化经营水平的提高,原来的重视产前发展的模式早已不适应肉鸭产业的发展,必须加强产业圈系统的产业化经营水平,加快产业链条的延伸与拓展。同时不断加强科技与政策投入,控制与统筹肉鸭产业的制高点。三是加强各产业圈之间的交流与合作。产业圈是一个复杂的系统,由于自然、文化、经济的不同,会造成各核心产业圈的市场供给与市场需求间的较大差异,这也为各

核心产业圈进行合理分工与密切合作带来了机遇。

(3)结合产业差异化特征及原因,规划肉鸭产业的整体发展。借助我国经济发展的大好形势,一方面完善相关的激励政策,大力扶持地方重点肉鸭龙头企业,加强科技投入与人才培养,促进区域发展的规模化、专业化、产业化,提高市场集中度,避免产业结构雷同化;另一方面应从系统的战略角度出发,结合区位商和市场份额所反映的差异与地区经济总量GDP、水资源条件、产业规模、科技、政策投入、产业化经营水平等相关性强弱程度,做到产业发展要保持因地制宜、有的放矢,加强不同区域的分工与合作。

参 考 文 献

- [1] 何红卫.2013—2014年我国水禽产业综合预测结果“出炉”[N].农民日报,2013-12-10(6).
- [2] 王雅鹏.中国水禽产业发展的现状和问题及对策[J].农业现代化研究,2012,33(2):140-144.
- [3] 李志强,王济民.我国畜产品消费及消费市场前景分析[J].中国农村经济,2000(5):25-31.
- [4] 邓蓉,刘现武.我国肉禽业的发展特点及各省区生产水平分析[J].农业技术经济,2003(2):46-49.
- [5] 申秋红.中国禽肉生产与消费分析[J].中国家禽,2007,29(12):24-30.
- [6] 麦尔旦·吐尔孙,闫建伟,王雅鹏.中国肉鸭产业的区域优势分析[J].农业现代化研究,2013,34(4):477-481.
- [7] 郭翔宇.比较优势与农业结构优化[M].北京:中国农业出版社,2005:11-127.
- [8] 李锐.产业经济学[M].北京:中国人民大学出版社,1999:76-92.

Study on Layout of Duck Industry in China

——Based on Panel Data in 21 Main Duck Areas from 2010 to 2013

YAN Jian-wei¹, WANG Ya-peng²

(1.Zhoukou Normal College, Zhoukou, Henan, 466000;

2.College of Economics and Management, Huazhong Agricultural University, Wuhan, Hubei, 430070)

Abstract Based on location quotient, market share and Spearman correlation coefficient method, this paper studies the layout of duck industry in China. The result shows that layout of duck industry has four types of areas, namely, areas with high location quotient and high market share led by Shandong and Guangdong provinces, areas with high location quotient and low market share led by Beijing and Chongqing, areas with low location quotient and high market share led by Hunan and Henan provinces

(下转第101页)