

学校编码: 10384
学号: 20051302694

分类号_____密级_____
UDC_____

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

中国食用油行业的产业组织分析

Research on Organization of Edible Oil Industry in China

阮昱

指导教师姓名: 胡刚 副教授

专业名称: 产业经济学

论文提交日期: 2008年4月

论文答辩时间: 2008年 月

学位授予日期: 2008年 月

答辩委员会主席: _____
评 阅 人: _____

2008 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹提交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1. 保密（ ），在 年解密后适用本授权书。
2. 不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名： 日期： 年 月 日

导师签名： 日期： 年 月 日

摘要

随着我国经济的发展，人们生活水平不断提高，饮食观念和结构逐渐改善，国内食用油市场需求急剧增加，市场呈现一片繁荣。产业的超常发展往往会伴生出一系列问题。如何解决这些问题，促进食用油产业的健康发展，已是理论与实业界的当务之急。但目前国内对食用油产业进行深入研究还比较缺乏。本文以我国食用油行业为研究对象，以产业组织理论中结构—行为—绩效为分析框架，采用实证分析与定性分析相结合的方法，从产业集中度、进入与退出壁垒以及产品差异化三个方面分析了我国食用油行业市场结构，从价格行为和广告、兼并重组、品牌策略等非价格行为来分析我国食用油市场内的企业行为，从资源配置效率、规模结构效率和技术进步等方面分析了食用油行业市场绩效，并就市场结构、市场行为对市场绩效的影响进行了实证研究。

研究表明，由于食用油行业广阔的发展前景，吸引了大量新企业进入该行业，行业规模快速扩张。随着行业新资本的不断进入，国内食用油行业竞争逐渐加剧，使得食用油企业处于微利甚至亏损状态。食用油市场尤其是小包装油市场结构发生了显著变化，突出表现在行业集中度提高、品牌间差异化程度提高、行业进入壁垒等越来越高；在市场行为方面，我国食用油行业近些年价格竞争激烈，各个企业非常重视广告宣传和品牌营销，行业兼并重组活动频繁。同时整个产业资源配置效率在逐渐下降，而规模结构效率稳步提高，技术进步率呈总体上升趋势，从市场结构、市场行为对绩效的影响来看，市场结构中行业的规模变量对行业整体的盈利影响较大，销售费用密度与行业利润率之间呈正相关关系。所以产业中市场结构、市场行为均为对市场绩效具有较大的影响。最后，针对我国食用油行业的产业组织状况，本文提出了提高整体产业绩效，促进产业发展的政策建议。

关键词：食用油行业；产业组织；SCP 分析

Abstract

With the development of China's economy, the improvement of people's living standards and dietary concepts and structure. the domestic edible oil market is very prosperous and the demand increased dramatically. The extraordinary development of the Industry often associated with a series of problems. How to solve these problems, and promote the healthy development of the edible oil industry, is imperative problem in the Theoretical and Practical circles. However, the in-depth study is also relatively scarce in the current domestic edible oil industry. This article take the edible oil industry in our country as the research object, take the industrial organization theory, namely Structure-Conduct-Performance analysis frame as the model, use the method which is real diagnosis analysis and the qualitative analysis. Analysis the market structure of edible oil industry form concentration of industry, barriers to enter and exit, the difference of product. analyze China's enterprises in the edible oil market from the price behavior and advertising, mergers and reorganization, brand strategy, and other non-price behavior. At the same time, this article analysis the market performance from the resource disposition efficiency, the scale structure efficiency, technology advanced rate of edible oil industry. And do the empirical research to analysis the impact of the market performance from the market structure and market conduct.

The broad prospects for the development of the edible oil industry attract a large number of new enterprises to enter the industry, the industrial scale was also expand fast. Along with the constant input of capital, domestic edible oil industry competed intensified, making edible oil enterprises in meager profit or the loss. It has been significant changes for Edible oil industry market structure, particularly for small packing edible oil industry market, the most prominent in the industry is the raise of the industrial seller's centralized rate, the difference degree in the brand also enhanced, the industrial enter barrier has become more and more high. In the market conduct, the price competition is very intense in China's Edible oil industry in recent years, various enterprises attach great importance to advertising and brand marketing,

Industry mergers and restructuring activities is very widespread. At the same time, the resource disposition efficiency of entire industry was gradually dropping; the scale structure efficiency enhanced stably; technology advanced rate always fluctuated with upward trend. on the impact of performance from the market structure and market conduct, the scale of variables in the industry as a whole has a greater impact on the profitability, between the density of cost of sales and industry margins were positively correlated. Therefore, market structure, market conduct are has a great influence on the market performance. At last, this article analysis the influence which was made by the change of market structure and conduct in edible oil industry, and proposed the policy and advise to enhance the market performance of edible oil industry in our country based on this research.

Key words: Edible oil industry; Industrial Organization; SCP Analysis.

目 录

1 绪论	1
1.1 研究的目的与意义	1
1.2 相关研究回顾	1
1.3 研究内容和方法	4
1.4 创新与不足	4
2 我国食用油行业的发展现状	6
2.1 各种食用油品种的消费结构	6
2.2 国内食用油需求分析	7
2.3 食用油行业概况	9
2.4 食用油料与食用油的贸易状况	11
2.5 食用油行业区域分布分析	12
3 我国食用油行业的市场结构分析	14
3.1 集中度分析	14
3.1.1 集中度测算方法	14
3.1.2 食用油行业集中度	16
3.2 产品差别化分析	17
3.2.1 产品差别简述	17
3.2.2 食用油产业的产品差别化分析	19
3.3 进入退出壁垒分析	21
3.3.1 进入壁垒分析	21
3.3.2 退出壁垒分析	24
3.4 本章小结	25
4 我国食用油行业的市场行为分析	26
4.1 价格行为	26
4.1.1 价格竞争行为	26
4.1.2 我国食用油行业价格竞争行为分析	27
4.2 非价格行为	28
4.2.1 广告行为	28
4.2.2 并购重组行为	28

4.2.3 品牌策略.....	34
4.3 本章小结	35
5 我国食用油行业的市场绩效分析	36
5.1 资源配置效率	36
5.1.1 资源配置效率概述.....	36
5.1.2 我国食用油产业资源配置效率分析.....	37
5.2 规模结构效率	40
5.2.1 规模结构分析.....	41
5.2.2 规模结构效率分析.....	42
5.3 产权结构效率	43
5.3.1 产权结构分析.....	43
5.3.2 产权结构效率分析.....	44
5.4 产业技术进步	46
5.4.1 技术进步概述.....	46
5.4.2 技术进步效率分析.....	47
5.5 市场结构、市场行为对绩效影响的实证分析	48
5.5.1 实证模型.....	48
5.5.2 模型结果分析.....	49
5.6 本章小结	50
6 我国食用油行业存在问题及政策建议	52
6.1 存在问题	52
6.2 政策建议	53
附录	56
参考文献	59
后记	62

Contents

1 Introduction.....	1
1.1 The Objective and Significance of Choosing this Subject.....	1
1.2The Review of Relative Studies.....	1
1.3The Struture of this Thesis and Research Method.....	4
1.4The Innovation and Shortcoming of this Thesis	4
2 The Development of China's Edible Oil Industry	6
2.1 The Consumption Structure of Various Species of Edible Oil.....	6
2.2 The Analysis of Domestic Demand for Edible Oil.....	7
2.3 The General Situation of Edible Oil Industry	9
2.4 Trade Position of Edible Oil and Raw Materials	11
2.5 Regional Distribution of Edible Oil Industry	12
3 The Market Structure Analysis of China's Edible Oil Industry	14
3.1 The Degree of Market Concentration	14
3.1.1 Calculation of Market Concentration Rate	14
3.1.2 Concentration Rate of Edible Oil Industry	16
3.2 The Product Differentiation	17
3.2.1 Description of Product Differentiation	17
3.2.2 The Analysis of Product Differentiation	19
3.3 Barriers to Entry and Barriers to Exit	21
3.3.1 Barriers to Entry.....	21
3.3.2Barriers to Exit.....	24
3.4 Conclusion of this Chapter.....	25
4 The Market Conduct Analysis of China's Edible Oil Industry	26
4.1The Price Conduct	26
4.1.1 The Analysis of Price Competition	26
4.1.2 The Price Conduct Analysis.....	27
4.2 The Non-price Conduct	28
4.2.1 The Advertisement Conduct	28
4.2.2 Merger&Acquisition conduct	28

4.2.3 Brand Strategy	34
4.3 Conclusion of this Chapter.....	35
5 The Market Performance Analysis of China's Edible Oil Industry	36
5.1The Efficiency of Resource Collocation	36
5.1.1Description of the Efficiency of Resource Collocation	36
5.1.2The Analysis of the Efficiency of Resource Collocation.....	37
5.2 The Efficiency of Different Scales.....	40
5.2.1The Analysis of the Different Scales.....	41
5.2.2 The Analysis of the Efficiency of Different Scales.....	42
5.3 The Efficiency of Different Property Right	43
5.3.1The Analysis of Different Property Right.....	43
5.3.2The Analysis of the Efficiency of Different Property Right	44
5.4The Technology Advancement of China's Edible Oil Industry	46
5.4.1Description of the Technology Advancement	46
5.4.2The Analysis of Technology Advancement rate	47
5.5 The Analysis of Market Structure, Market Conduct on the Impact of Performance of China's Edible Oil Industry	48
5.5.1 The Empirical Mode	48
5.5.2 The Analysis of Model Results	49
5.6 Conclusion of this Chapter.....	50
6 The problems and policy recommendations in China's edible oil industry	52
6.1 Problems	52
6.2Recommendations	53
Appendix.....	56
Reference	59
Postscript	62

1 绪论

1.1 研究的目的与意义

食用植物油是人们生活的必需品之一。虽然在国民经济中食用植物油行业只是一个比较小的行业，但对满足人民生活需求起到了非常重要的作用。近几年随着人们生活水平的日益提高，人们对食用植物油的需求也将继续加大，我国食用油行业发展迅速，行业的市场规模不断扩大。2006 年我国食用植物油需求总额为 2232 亿元，是 1998 年 3 倍多。预计近几年全国年人均食用油消费量将以 3% 的速度增长，目前我国食用油的人均消费量在 10 公斤不到，但是在发达国家人均食用植物油年消费在 40 公斤左右。可见，中国食用植物油市场发展前景广阔。

由于市场需求旺盛，尽管中国是世界第二大食用植物油生产国，但是目前我国的食用植物油产量尚不能满足国内消费需求。中国市场对国际市场的依赖程度仍然比较高，国内食用油消费量的三分之一还要依赖进口，年进口额 300 多亿元。

同时目前国内的食用油行业也处于重组整合期，国内食用油企业呈现出“冰火两重天”局面：一方面很多企业常年亏损，濒临破产退出的边缘；另一方面新资本大量进入食用油行业，新建项目不断出现，行业兼并重组活动频现，盈利企业规模不断扩大。从现有的文献看，从产业组织角度对中国食用植物油行业的研究还比较少。对食用植物油行业的产业组织问题进行专门研究，找出该行业的产业组织规律并提出适合中国国情的食用植物油产业发展战略，这不仅可以从微观上为中国食用植物油行业的发展提供理论依据，而且可以从宏观上为该行业的产业组织政策提供建议。基于以上几点原因，本文从产业组织的角度对关系民生的食用植物油产业进行分析，期望能对其发展提供一些政策建议。

1.2 相关研究回顾

1、市场结构、市场行为和市场绩效三者关系的研究综述

1938 年哈佛大学 Mason 教授成立产业组织研究小组。1959 年 Bain 在《产业组织》一书中，第一次系统阐述了产业组织理论，该书被认为是产业组织理论的

开山之作。1970年 Scherer 出版了《产业市场结构与经济绩效》，提出了“市场结构-市场行为-市场绩效”模式，即 SCP 范式。SCP 范式认为，产业集中度越高，主导企业越容易趋于共谋，通过形成垄断势力以获取超额利润，结果导致消费者剩余被侵占，市场绩效下降。因此，SCP 范式强调，市场结构是市场绩效的原因，产业集中度越高，市场绩效就越低。对此，Bain 提出，为了获得理想的市场绩效，必须通过产业组织政策的干预来调整和改善不合理的市场结构，限制垄断力量的发展，保持市场的适度竞争。

在 1970 年以后，由于反垄断所带来的大量社会成本增大，以及国家竞争力的下降，使得 SCP 范式在美国受到猛烈的抨击，以芝加哥学派为主导的“效率”模式就是在对哈佛学派 SCP 范式的评判中发展起来的。芝加哥学派从结构-行为-绩效的单向和静态分析转变为同时强调对上述三因素相互作用的分析，把研究的重点从最重视市场结构转向最重视市场行为和绩效，同时引入博弈论和信息经济学的分析方法及研究成果，使得新的产业组织理论对企业行为和绩效的分析更为丰富。芝加哥学派认为，高集中度产业内的企业的高利润率并不是来自于 SCP 范式所理解的寡占企业侵占的消费者剩余，而是来自于企业生产效率的提高。因此，效率模式强调，市场绩效是市场结构的原因，市场绩效越高，产业集中度越高。在产业政策制定上，效率模式的支持者认为，只要市场绩效良好，政府就没有必要限定产业的市场结构。

在产业组织理论方面，我国学者对中国市场结构和市场绩效关系做了很多深入研究。马建堂(1993)在其《结构与行为——中国产业组织研究》一文中，对中国的市场结构、集中度和利润等作了实证研究，得出了我国行业集中度与行业利润之间不存在确定的关系，并分析了原因，在进一步计算中国 39 个主要工业行业集中度系数 (CR_4 和 CR_8) 的基础上，选取市场机制作用较为充分的消费品行业，证明了企业所占市场份额与企业利润率之间存在非常确定的正相关关系。

魏后凯(2003)分析中国制造业集中度与利润率的关系，指出我国制造业集中度与行业利润率之间存在着一种正相关关系，即中高集中产业利润率要远高于低集中产业。这种关系并非完全是线性的、连续的和单调的，它受到许多因素的综合影响和扰动。

刘小玄(2003)在《中国转轨经济中的产权结构和市场结构——产业绩效水平

的决定因素》一文中采用 1995 年中国工业普查数据研究了我国转轨经济中产权结构和市场结构对于产业绩效的影响,发现我国的竞争市场与较低的国有产权结构的结合产生了良好的绩效,而竞争市场与较高的国有产权结构的不相容性则产生了不良的绩效效果。

综上所述,国内学者在系统介绍国外产业组织理论和分析方法的基础上,结合我国实际情况,通过定性描述和实证分析,对我国有关行业的市场结构和市场绩效之间的相关关系进行了研究,并得出了一些有益结论。

2、食用油行业相关研究

目前国内对于食用油行业的研究,大部分都集中在对食用油的消费状况进行分析。而从市场结构、市场行为或市场绩效等角度对食用油行业的研究还很少,把三者结合在一起从 SCP 范式进行分析的更是没有。

彭可茂,祁春节,雷海章(2006)分别从城乡角度对我国居民食用植物油消费状况进行研究,并对食用植物油的需求弹性进行了实证分析。指出上世纪 90 年代以来食用油需求逐步扩大,需求价格弹性缓慢下降,并且比较分析了城乡居民对食用油的消费差别,城乡居民之间的消费差距在缩小。不同品种食用油需求弹性也有很大差距,其中花生油弹性值最大,大豆油和棕榈油次之,菜籽油刚性特征明显。食用油内部具有较高需求交叉弹性值,显示较强的替代效应。

王永刚(2006)分析了贸易、国际投资对植物油加工业市场结构的影响,研究指出国际贸易促进了油脂企业平均规模扩大,提高了行业进入壁垒,使国内植物油市场更加集中。王永刚(2007)还从生产能力过剩、价格战、行业平均利润率过低三个方面分析得出我国的植物油加工市场存在过度竞争的结论,并指出其原因是过度分散的市场结构、大企业的抢先战略以及较高的退出壁垒。

王永刚(2006)在另一篇文献中从空间集聚角度对食用油加工业增长绩效的影响进行分析,指出我国食用油加工业空间集聚的直接原因是进口贸易,其本质仍然是规模经济和外部经济共同作用的结果。集聚提高了生产效率和竞争优势,但是经济活动的集聚有着客观的界限,如果超过这一界限就会产生负的集聚效应。

1.3 研究内容和方法

1、研究内容

本文所指的食用植物油，包括豆油、花生油、芝麻油、棕榈油、菜籽油、棉籽油、葵花籽油等，简称食用油。本文以我国的食用油产业为研究对象，以产业组织理论中的结构-行为-绩效的分析框架为研究范式，首先对我国食用油行业的现状进行分析，分别考察了产品消费结构、需求状况，现阶段行业发展状况、贸易状况以及行业区域分布状况；然后就食用油市场结构进行分析，本文主要从产业集中度、进入与退出壁垒以及产品差异化三个方面分析我国食用油行业的市场结构；接下来从价格行为和广告行为、兼并重组、品牌策略等非价格行为来分析我国食用油行业市场内的企业行为；然后从资源配置效率、规模结构效率和技术进步等方面分析了我国食用油制造业的市场绩效，并就食用油行业的技术进步方面进行了实证研究，并通过实证研究找出市场结构和市场行为中对市场绩效的影响因素。最后，在对食用油产业组织分析的基础上，找出了我国食用油行业所存在的问题，并在此基础上提出了改善我国食用油行业市场结构状况、提高行业市场绩效的政策建议。

2、研究方法

本文以产业组织理论为基础，综合运用定性描述、定量分析、建立计量经济模型等研究方法，同时采用了微观分析和宏观分析相结合的研究思路，对食用油行业的市场结构、市场行为及其绩效进行较为全面的考察。

1.4 创新与不足

1、论文创新点

本文以 2006 年中国食用油产业的统计数据为基础，首次较完整地运用产业组织理论中的 S-C-P 框架分析食用油行业，即先从市场结构、市场行为方面分别分析食用油市场的现状，然后建立实证模型分析该行业的市场绩效，最后对我国食用油产业组织进行总结评价，并对该产业的发展提出政策建议。虽然在方法论上类似，但研究结论在以上几个方面都是新的尝试。

2、论文不足

本文在实证研究过程中，由于客观条件的限制，无法获得关于食用油企业的详细数据，只能以行业宏观统计数据进行分析，这可能或多或少影响实证结果的准确性；此外国内外对食用油行业的研究非常有限，可借鉴的成果不多，这使得论文的研究有一定的局限性。

厦门大学博硕士论文摘要库

2 我国食用油行业的发展现状

本章对我国食用油行业的发展现状进行简要介绍,为后文对行业的产业组织研究打下基础。具体从食用油的消费结构、需求状况、目前行业的发展状况、贸易状况以及行业的区域分布进行分析研究。

2.1 各种食用油品种的消费结构

近年来,随着人民生活水平提高,中国食用油消费结构发生了很大的变化,一方面在品种结构上,豆油、棕榈油等消费量上升,菜籽油消费量下降;另一方面在产品结构上,由于迎合了消费者追求健康的心理,小包装油所占市场份额呈上升趋势,相应的散装油的市场份额则不断的下降。

1、品种结构

我国食用油的品种主要包括豆油、菜籽油、花生油、棕榈油。如果以产品消费量的市场份额来衡量食用油行业的品种结构,以2001年为分界线,其前后食用油的消费结构发生了明显的变化。2001年以前各品种食用油在消费总量中所占的份额变化并不显著,2001年市场份额从大到小依次为:菜籽油、豆油、花生油、棕榈油、棉籽油、小品种油。2001年以后,豆油、棕榈油市场份额明显增加,而菜籽油、花生油与棉籽油的市场份额逐渐减少,小品种油的消费份额变动不大。2006年各品种油消费份额由大到小的排序则变为:豆油、棕榈油、菜籽油、花生油、小品种油、棉籽油,大豆油的比例已上升至第一位,棕榈油的份额超过菜籽油,小品种油的市场份额超过了棉籽油。该年我国食用植物油主要品种的消费比例为:豆油占41%,棕榈油占21%,菜籽油占18%,花生油占9%。随着我国国内对棕榈油需求的不断增加,棕榈油的消费份额将继续上涨。另外,除菜籽油、大豆油、花生油三大品种以外,葵花油、米糠油、玉米胚芽油、茶油、橄榄油等高营养的小品种油的需求量也呈快速上升趋势。

2、产品结构

产品结构是从产品质量方面划分的不同食用油等级标准。新的食用油标准明确了我国食用油产品的分类和等级要求,将食用油划分为一级、二级、三级、四级四个质量等级(分别相当于原来的色拉油、高级烹调油、一级油、二级油)。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库