

基于钻石模型的赣南脐橙产业国际竞争力研究

张胜荣

(中国人民银行西安分行 陕西西安 710075)

摘要:本文利用钻石模型分析了赣南脐橙产业的发展现状和国际竞争力情况,发现赣南脐橙产业在自然资源条件、政府政策支持等方面具有一定的优势,但在相关性支持产业和企业战略、竞争力等方面存在诸多不足,影响了赣南脐橙产业的国际竞争力。根据钻石模型的分析结论和国际比较情况,要提升赣南脐橙产业的国际竞争力,一要利用资源优势,优化品种结构,提升产品质量;二要完善相关基础设施建设,尤其是提高公路覆盖面和运输能力,建立有效的信息系统;三要通过拓宽融资渠道、提高脐橙产业的组织化程度、加强品牌建设和宣传、加强对国际贸易协议和竞争对手的研究等途径壮大赣南脐橙产业的规模和竞争力;四要积极发挥政府的作用。

关键词:赣南;脐橙产业;国际竞争力;钻石模型

中图分类号:F326 **文献标志码:**A **文章编号:**2095-1124(2015)01-0050-05

赣南自20世纪70年代开始大面积种植脐橙,经过30多年的发展,赣南脐橙产业已经从无到有,在国内颇具影响力。脐橙也成为赣南地区的支柱产业之一,是农民增收致富的有效途径。目前赣南地区有脐橙种植户24万多户,从业人员近百万,脐橙种植面积150多万亩。^[1]赣州地区已经成为脐橙种植面积世界第一,年产量世界第三、全国最大的脐橙主产区。赣南脐橙被列为全国十一大优势农产品之一,为国家地理标志保护产品,赣南脐橙被赞誉为“中国脐橙之希望”,荣获“中华名果”荣誉称号。中国农业部也通过了“赣南优质脐橙产业发展规划”,将赣南脐橙列入国家九大优势产业的优势区域发展规划。

虽然赣南脐橙在国内已经颇具知名度,并已牢牢占据了国内脐橙高端消费市场,但与美国、澳大利亚等国际知名脐橙品牌相比,无论是价格、品牌知名度还是国际竞争力,赣南脐橙都存在巨大差距。要把赣南真正建成世界著名的脐橙主产区,提高赣南脐橙的国际竞争力,在理论上和实践上都需要进一步探讨和规划。

钻石模型(Michael Porter diamond Model)是由美国著名的战略管理学家波特1990年提出来的,又被称为波特菱形理论、钻石理论,用于分析一个国家如何形成整体优势,提升在国际上的竞争力。波特

认为,在一个产业集群形成与发展过程中,最关键的要素可以概括为四个方面:生产要素,需求条件,相关产业与支持性产业以及企业战略、结构和同业竞争。这四个方面的要素连同机会和政府两个因素以及这些要素之间的相互关系,构成了一个揭示集群经济运行机理的具有结构功能的理论模型。具体如图1所示^[2]。

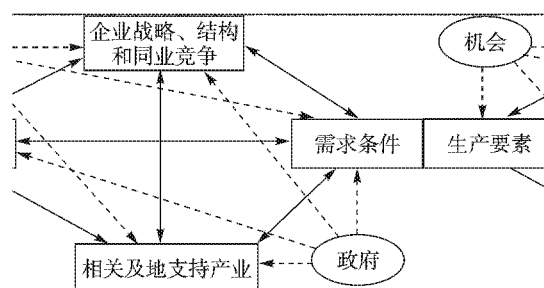


图1:波特的钻石模型

生产要素主要包括人力资源、天然资源、知识资源、资本资源、基础设施等;需求条件指对某个行业产品或服务的国内需求性质;相关及支持产业指国内是否存在具有国际竞争力的供应商和关联辅助行业;企业的战略、结构、竞争对手的表现是指国内支配企业创建、组织和管理的条件以及国内竞争的本质;政府和机会是两个变数,这是能够对国家菱形条件产生影响的重要变量,机会是无法控制的,政府影响是不可

收稿日期:2014-10-20

基金项目:本文是国家自然科学基金项目“林地细碎化、劳动力转移与资源禀赋对农户林地投入产出效率的影响机理及政策优化——以江西为例”(71363025)、江西省博士后研究人员日常经费资助项目“赣南原中央苏区发展经济林促进农村扶贫机制及优化政策研究”(2012RC40)的阶段性研究成果。

作者简介:张胜荣(1980—),男,博士,讲师,主要研究方向为农业经济理论与实践、农村金融、管理理论。

忽视的。本文利用钻石模型,从以上几个方面对赣南脐橙产业的国际竞争力进行分析和判断。

一、赣南脐橙产业的钻石模型分析

(一) 赣南脐橙产业的生产要素分析

波特把各种生产要素按等级划分成基本要素和高级要素两大类,前者包括自然资源、气候、地理位置、人口统计特征,后者包括通讯基础设施、复杂和熟练劳动力、科研设施及专门技术知识等。赣南脐橙产业的生产要素情况分析如下:

1. 气候和自然资源。从气候来看,赣南地处中亚热带南缘,是典型的亚热带湿润气候,气候温暖,昼夜温差大,热量丰富,无霜期 290d,日平均气温 19.4℃,雨量充沛,年降雨量 1605mm,雨热同季,与脐橙生长季节相对应,光照充足,年日照时数 1813h。赣州具有种植脐橙的优越条件,是脐橙生产的最适宜区域;^[3]从自然资源来看,赣南土地多为浅岗地,土壤类型多以红黄壤为主,兼有少量紫色土,红黄壤土层深厚。赣南稀土储量丰富且分布广泛,稀土的离子能与碱金属和硝酸盐、碳酸盐以及草酸盐生成络合物,丰富的矿物质可供脐橙等植物吸收利用,可提高脐橙品质。因此,赣南脐橙与国内的四川、重庆、湖北及国外的美国、澳大利亚、南非、乌拉圭等地的脐橙相比,具有突出的气候优势和质量优势。优越的气候和自然资源,使得赣南脐橙果大形正,橙红鲜艳,光洁美观,酸甜适度美味可口。

2. 交通区位。赣州市(赣州地区)位于江西省南部。赣南地区靠位于珠三角、闽三角以及长三角之间,地理区位优势。赣南地区交通便利,铁路有南北大动脉京九铁路,航运有赣江水系,高速公路纵横交错。便利的交通区位,有利于水果的运输和贸易。

3. 与脐橙相关的基础设施。目前,与脐橙相关的基础设施还是相对薄弱。主要体现在以下三个方面:一是抗旱防冻设施较弱,干旱和霜冻对赣南脐橙的威胁始终存在;二是公路建设网络覆盖面不够,许多通向果园的道路进不了卡车,导致果农必须用小货车或者人力把脐橙往外拉,影响了脐橙的运输效率;三是通讯欠发达,果农获得信息的渠道比较少,互联网这个有效的服务途径还没有有效利用起来,而对于国际竞争来讲,互联网是一个有效的也是必须的平台;四是脐橙保鲜技术和设备还有待完善,目前全市拥有的冷库贮藏库容量非常有限。脐橙相关的设施落后,容易出现脐橙大丰收的同时造成果贱伤农的现象,影响赣南脐橙的国际竞争力。^[4]

4. 科研设施以及专门的技术知识。与美国、澳

大利亚等种植脐橙的国家相比,赣南地区科研设施匮乏,能为果农提供技术帮助的农业科技站明显不足,无法满足赣南脐橙产业科学化、技术化的要求。目前赣南地区大部分农户的技术是依靠技术员、不系统的宣传资料和针对性不太强的培训,农民很少能单独的判断如何用药、施肥等,也无法及时找到解决办法,存在病虫害威胁,冬季霜冻影响晚熟品种发展,严重影响果农在市场的竞争能力。

(二) 赣南脐橙的市场需求分析

国内需求市场是产业发展动力。国内市场与国际市场不同之处在于企业可以及时发现国内市场看到客户需求。因此波特认为,全球性的竞争并没有减少国内市场的重要性,消费的特性比市场的大小更为重要。调查显示,国内人均拥有脐橙不足 1kg,而美国人均占有量达到 10kg;从世界消费水平来看,世界人均消费水果 75kg,我国仅 40kg 左右,其中世界人均消费柑橘约 20kg,我国只有 8kg 左右。可见,国内拥有广阔的脐橙潜在消费市场。华中农业大学祁春节教授认为,中美柑橘产业具有互补性:美国是甜橙类生产消费大国,而中国则是宽皮柑橘生产出口大国;美国橙多桔少,而中国则是橘多橙少;美国 77% 的柑橘用于加工制品,而且大量用于出口,商品化程度高,优质果品率高,而中国柑橘加工果仅占 5%,95% 的柑橘用于鲜销,果汁所占比重很少,主要满足国内市场需求,优质果品率仅占 30%;我国消费者喜好鲜果,而美国消费者偏好果汁;美国脐橙价格高,劳动力和运输成本、关税等都高于我国,我国脐橙特别是赣南脐橙,在生产成本和销售价格上都具有明显的优势。^[5]此外,我国周边的东南亚、俄罗斯等国家和地区几乎都不生产脐橙,就近出口具有明显的区位优势。^[6]

(三) 赣南脐橙的相关支持性产业分析

对形成国家竞争优势而言,相关支持性产业与优势产业是一种休戚与共的关系。波特的研究提醒人们注意产业集群这种现象,即一个优势产业不是单独存在的,一定是同国内相关强势产业一同崛起。

1. 经销商。经销商是产业升级过程中不可缺少的一环,赣南脐橙产业国际竞争力的提升离不开世界一流的经销商和上下游产业的密切合作关系。目前公认的世界历史上历史最久、规模最大的柑橘种植公司是美国新奇士种植者公司,这个公司之所以具有强大的国际竞争力,主要在于它的营销网络。我国目前缺少一家这样强大的水果营销公司。为了扩大赣南脐橙的销售能力,规范赣南脐橙的品牌,赣州成立了“赣南果业股份有限公司”,公司把自己生产的

脐橙冠以“奥林神”、“赣南”脐橙两个品牌向外销售。但是,十年来这个公司在品牌运作方面并没有多大作为,各县的脐橙销售还是各自为战。缺乏强有力的经销商使得果农的权益无法得到保障,很难提高脐橙产业的利润空间,严重影响果农种植的积极性。

2. 物流以及加工产业。赣南脐橙的产品大多数都是以新鲜的脐橙水果产品直接出售,产品附加值不高。赣南脐橙产业生产经营方式比较粗放的主要原因在于果品深加工程度低,果品在贮藏、包装、加工、运输等物流环节能力不足。截止到 2013 年,在脐橙加工方面,整个赣州市只有 194 条果品采后商品化处理分级生产线,分级处理能力 2295t/h,脐橙采后商品化分级包装(初加工)量每年 73 万吨,采后商品化分级包装(初加工)率 55%,^[7]而进行产品精深加工的比例就更小了。目前,赣州还缺乏专业化冷藏运输工具和一定规模的果汁加工企业,致使赣南脐橙资源难以形成合力,不利于扩大赣南脐橙的品牌影响力。

(四) 赣南脐橙产业的企业战略、结构与竞争分析

1. 企业的战略。赣南地区多数果农由于长期受计划经济的影响,求有、求多的产品心理还未完全转变到求精、求佳的商品观念上来,以致如今还徘徊在只求收入、不求效益;只求有产品、不求出精品的小农经济误区。从精品观念和效益观念来看,赣南脐橙与国际市场的要求之间仍有一定的差距。整个赣南脐橙企业没有形成企业群聚效应,大部分果业企业缺乏长远的战略规划,对品牌和市场占有率重视不够,或者缺乏实施战略的能力。

2. 企业的竞争。波特认为,创造与持续产业竞争优势的最关键的因素是国内市场强有力的竞争对手,最佳的国内市场状态是有两到三家企业独大,用规模经济和外商抗衡,并促进内部运作的效率化。在国内,重庆奉节、湖北秭归为中心的长江三峡、湖南新宁、江西赣南是脐橙的三大主产区。赣南脐橙的主要竞争对手包括外国进口脐橙以及另外两大产区的脐橙。但从现实来看,国内并不满足波特提出的企业竞争的有利条件。因此,要提升赣南脐橙产业的国际竞争力,赣南脐橙企业就一定要敢于面对竞争,尤其是处理好与国内竞争对手的竞争。只有在国内经过激烈的搏斗,迫使企业进行改进和创新,才能把竞争力延续到海外市场。

3. 企业的结构。目前赣南地区还没有形成统一的品种,赣南脐橙在各县市各自生产、自行销售,缺乏统一的强有力的国际国内销售网络和知名品牌,

在一定程度上制约了这一优质果品的市场知名度和销售附加值。因此,赣南脐橙产业要提升国际竞争力,就要实现产业化组织,建立一个完整的产业结构,形成一个统一而强大的品牌,以一个强大的整体参与全球市场竞争,而非单个果农或者小企业参与市场竞争。

(五) 赣南脐橙产业的机会与政府因素分析

1. 机会分析。波特认为,机会可能与区域环境无关、与企业内部管理无关、与政府影响力无关,是可遇不可求的,所以赣南脐橙产业要提升国际竞争力一定要善于发现机会和利用机会。机会的发展和获取可以关注脐橙种植、贮存技术的发展、区域市场需求的变化、消费者需求偏好的改变、国际脐橙市场信息等。赣南脐橙产业要提升国际竞争力,对内要把握汇源果汁等大型企业进入的机会,延长脐橙产业链,发展深加工,提升产品附加值,对外要把握加入 WTO 后的有利时机,积极参加国际竞争,扩大了赣南脐橙的消费市场。

2. 政府影响分析。近些年来,由于赣南脐橙产业的经济效益和社会效益明显,政府出台了各种优惠政策、措施支持赣南脐橙产业的发展。2008—2011 年,中央财政安排赣州市现代柑橘产业化项目扶持资金近 2 亿元,“赣南脐橙生态高效生产技术集成与示范推广”课题成功被列入国家“十一五”科技支撑计划,争取到国家科技项目资金 1338 万元;“纽荷尔脐橙良种示范推广及无公害栽培技术研究与应用”和“《地理标志 赣南脐橙》国家标准”两个项目同时获得江西省科技进步三等奖,为推进赣南脐橙产业发展起了重要作用。^[8]赣州市政府在用地和投入方面也出台相关政策措施,如准许以调换、转让、租赁、入股等形式加快山地经营权流转,确保经营权 50 年至 60 年不变,积极引进外资和激活民间资金,将各种农业专项资金统筹使用,重点投向脐橙开发,在市、县、乡三级建立列入财政预算的果业发展基金,每开发 1 万亩给予 40 万元的资金扶持,鼓励股份制办果园等。不可否认,政府的大力扶持,有利于提升赣南脐橙产业的竞争力。但波特指出,从事产业竞争的是企业而非政府,政府能做的只是提供企业所需要的资源,创造产业发展的环境。政府只有扮演好自己的角色,才能成为扩大钻石体系的力量。因此,如何完善政府的角色,发挥政府在产业发展中的正面作用,仍然需要进一步思考,如政府应该如何保证国内市场处于活泼的竞争状态,制定竞争规范等。

二、赣南脐橙的国际比较:差距分析

与国际知名的脐橙相比,赣南脐橙存在哪些差距呢?来自赣州市的全国人大代表钟八莲接受记者采访时说道:“北京超市美国和澳大利亚的脐橙卖到70元/kg,赣南脐橙才4元/kg。”

价格的差距正是国际竞争力结果的体现,比较一番后,笔者发现,与美国、澳大利亚的脐橙相比,赣南脐橙在以下方面存在一定的差距。

(一)品种缺乏竞争力

与国外脐橙相比,赣南脐橙的品种比较单一,90%以上的脐橙为纽贺尔品种。品种单一导致两个问题,其一是有效销售期比较短,赣南脐橙集中在11月份开始上市,应市期短,有效销售期仅为三个月左右;其二果园产量低,赣南脐橙平均亩产大概1000kg,大约为世界平均水平的一般。而美国脐橙品种多样,上市期可从当年11月供应到次年5、6月,亩产近3000kg。

(二)相关基础设施建设差距大

正如前文所述,赣南脐橙相关基础设施建设和配套设施建设比较落后。道路建设、仓储能力、机械化水平等方面的差距影响了赣南脐橙的国际竞争力。美国脐橙生产的机械化程度远远高于中国,除苗木嫁接、脐橙采摘使用人工以外,其他方面几乎都采用机械作用。在人工成本日益增长的今天,加速脐橙生产的机械化刻不容缓。

(三)组织化程度较低

虽然近几年合作社在兴起,但赣南脐橙组织化程度仍然比较低,导致果农在市场上缺乏竞争力。有学者调查后发现:超过69%的果农反映没有成立相应的合作组织或成立了但作用不明显,有72%的果农认同中介组织,但普遍认为中介组织没有发挥出应有的桥梁连接和组织协调作用,没能有效地把果农组织起来形成共同体。^[9]世界上历史最久、规模最大的柑橘营销机构美国新奇士种植者公司组织化程度极高,它由加州与亚利桑那州六千多名柑橘种植者共同拥有,在市场运作上采取公司管理模式,将产前、产中和产后各环节形成合同制的利益分配机制,把新奇士柳橙、柠檬、葡萄柚和其它许多应季产品销售到世界各地。美国新奇士通过协会统一组织起来,实现了脐橙产供销一体化,避免了果农区域内竞争,建立产销一体化经营模式,减少价值链环节,降低交易成本。

(四)品牌知名度差距巨大

品牌是竞争力的来源。美国的新奇士等脐橙巨头实现了品牌的国际化,“Sunkist”这个商标在全世界各行各业的商标中排名第47位,在美国排名第43位。在国际市场上,新奇士凭借品牌优势,在53个国家和地区拥有45个执照持有者,年销售额达11亿美元,品牌市值超过70亿美元。与之相比,品牌一直制约着赣南脐橙的发展。20世纪90年代之前,赣南脐橙深受无品牌之苦,21世纪初,赣南脐橙又受多品牌之疼,如“三百山”、“圣塔”、“香峰”等脐橙品牌多而乱,让消费者在挑选时无所适从,也让赣南脐橙的假冒者有空子可钻。近年,在赣州市制定了《赣南脐橙》和《脐橙》两个国家标准之后,赣南脐橙的品牌形象逐年提高,“赣南脐橙”产品获得国家地理标志保护,被列为全国十一大优势农产品之一,并获得“中华名果”荣誉称号。但与国际知名品牌相比,品牌的全球知名度还是缺乏竞争力。

三、提升赣南脐橙产业国际竞争力的对策建议

本文基于钻石模型对赣南脐橙产业发展面临的各种情况进行了分析,结果发现:赣南脐橙产业有它的优势,如自然资源条件、政府政策支持等,同时也发现了它与世界顶级脐橙产业的差距,特别是在相关性支持产业和企业战略、竞争力方面。根据钻石模型和国际比较的分析结果,笔者认为,要提升赣南脐橙产业的国际竞争力,可以从以下几个方面努力。

(一)利用资源优势,优化品种结构,提升产品质量

1. 优化产品品种结构。整个赣南地区生态条件差异不大,但是各县市脐橙生产的自然资源条件还是有较大差异,相关部门应该综合分析,根据不同的资源和自然条件特点,优化品种结构,提升产品质量。要根据气候、交通、市场等因素在地域上优化品种种植结构。如在积温较高的于都、信丰、寻乌等县适量发展夏橙和脐血橙等,在赣县、瑞金、宁都、定南等交通比较便利、市场区位条件相对较好的县市以发展鲜橙为主。^[10]

2. 提高脐橙质量。质量是竞争力的根本,赣南脐橙要从多方面设法提升脐橙的质量。在育苗环节,要创办一流的苗木培育基地,开发良种,促进赣南脐橙更新换代,保证脐橙产品符合国际市场要求;在生产环节,减少农药使用,利用生态技术防虫,生态绿色种植,加强柑橘疫病防控;在产品开发环节,延长脐橙市场供应,延伸脐橙产业链,提高产品经济效益。

3. 提高科研技术水平。现代农业的竞争也是科技水平的竞争,赣南脐橙要在世界上有一席之地,必须要提高科研技术水平。一是可以广泛建立农业科技站,提高科研人员的福利待遇水平,吸引更多的科研人才;二是可以加强与当地专业院校的合作,对果农以开展培训班的形式提高果农的科技知识;三是技术监督和农业部门对柑橘加工企业要做好扶持、培训和服务,指导企业积极采用国际先进标准,攻克果汁加工保鲜难题,建立和完善柑橘检测体系,加强质量监督。

(二) 完善相关基础设施建设

1. 提高公路覆盖面和运输能力。俗话说“要想富,先修路”,要提升赣南脐橙产业的竞争力,首先要提高赣州地区公路的覆盖面和运输能力。首先,要继续推进村村通公路活动,不仅使每个村能通公路,有条件的情况下,要使每个大型的果园都能通公路,方便果品的采摘和运输;其次,由于脐橙含水量高、保鲜期短、容易腐烂,对运输效率和流通保鲜条件有很高的要求,因此要大力发展、使用冷藏车。^[11]

2. 建立有效的信息系统。信息是获得竞争优势的重要因素。赣南脐橙要提升国际竞争力,要有效利用各种途径,充分掌握国际市场的相关信息。因此,脐橙企业和相关部门要重视信息系统的建设,使企业、果农可以通过网络及时获取各种相关信息,甚至利用网络完成交易,提高交易速度,扩大交易规模。此外,有效的信息系统还可以把脐橙产业链上的果农、供应商、零售商连接起来。

(三) 壮大赣南脐橙产业的规模和竞争力

1. 提高脐橙产业的组织化程度,延伸脐橙产业链。就目前的情况来看,农民专业合作社经济组织是提高脐橙产业组织化程度的有效途径。从事脐橙生产和经营的果农、企业可以采取“企业+专业合作组织+基地(农户)”、“市场+专业合作组织+农户”、“专业合作组织+龙头企业”等多种形式,大力发展农民专业合作社,这样既能发挥人力、物力、财力、技术等资源要素的聚合作用,又能有效组织农民从事专业化生产,避免生产的盲目性,保护果农收益。此外,要大力延伸脐橙产业产业链,提升相关企业的盈利能力和空间。^[13]

2. 重视品牌建设,加强宣传力度。赣南脐橙要重视品牌建设,要强化“赣南脐橙原产地域产品保护标识”,这也有利于产品质量的追踪。^[14]此外,企业要有意识的把赣南脐橙与其他产区脐橙在外观上区别开来,以便消费者选择。在宣传上,要想方设法多途

径、多渠道地开拓销售市场,积极采取推介会、电视广告等灵活措施提高品牌知名度和市场占有率。

(四) 积极发挥政府的作用

由于赣南脐橙的社会效益和经济效益突出,所以政府在赣南脐橙的发展中起着非常重要的作用,赣南脐橙有今天的发展成就也离不开政府的支持。今后,应该继续完善政府的宏观调控作用,重点在以下几方面发挥政府的积极作用:一是制定好物流规划,搞活流通是提升赣南脐橙产业国际竞争力的基础;二是推进标准化建设,这是提高脐橙物流和产业化水平发挥的关键环节;三是加强无公害建设,政府要采取措施加强对脐橙生产各个环节进行监管,这是提升赣南脐橙质量的根本;四是构建一个能够协调各方面利益的协调机制,这个机制应能够突破当前部门、县市利益的障碍,把赣南脐橙产业当成一个整体,做大做强。

参考文献:

- [1] 匡兵,杨晓伶,陈根生. 赣南脐橙产业现状与发展趋势分析[J]. 农产品加工业, 2010(3): 34-37.
- [2] 迈克尔·波特. 国家竞争优势[M]. 北京: 中信出版社, 2007: 66-68.
- [3] 张爱民. 做强赣南脐橙产业的对策与建议[J]. 江西农业学报, 2006(6): 218-221.
- [4] 尹小健. 打造国际品牌赣南脐橙[J]. 价格月刊, 2007(12): 70-73.
- [5] 祁春节. 中美两国柑橘产业的比较研究[J]. 国际贸易问题, 2000(7): 28-31.
- [6] 彭文进. 中国与中亚国家农产品贸易的潜力分析和对策研究[J]. 西华大学学报(哲学社会科学版), 2011(5): 108-112.
- [7] 黄志远. 从农业大市向农业强市转变——赣州农产品深加工情况的调查[J]. 江西农业, 2013(2): 32-33.
- [8] 谢慧,刘春艳. 中央财政 1.5 亿元扶持我市柑橘产业化[N]. 赣南日报, 2009-1-11.
- [9] 肖雪峰,谭真君. 推进赣南脐橙产业化经营的调查与思考[J]. 农村财政与财务, 2011(2): 26-28.
- [10] 陈翔,王兆锋,杨庆勇等. 赣南脐橙产业发展中存在的问题及对策[J]. 安徽农业科学, 2007(15): 4475-4477.
- [11] 尹小健. 农村物流与农业产业现代化——基于江西省赣南脐橙产业的调研[J]. 江西社会科学, 2007(12): 252-256.
- [12] 肖雪峰,谭真君. 推进赣南脐橙产业化经营的调查与思考[J]. 农村财政与财务, 2011(2): 26-28.
- [13] 张晖,张德生. 产业链的概念界定——产业链是链条、网络抑或组织? [J]. 西华大学学报(哲学社会科学版), 2012(4): 85-89.
- [14] 彭剑. 关于赣南脐橙品牌化经营问题的思考[J]. 特区经济, 2007(7): 260-261.

[责任编辑 谭金蓉]