

中国产品国际竞争力之分析

林 珏

(上海财经大学 国际工商管理学院,上海 200433)

摘要:文章根据产业国际竞争力理论,通过大量的统计数据,采用比较优势定量分析方法,从中国出口产品“类”、“章”两个角度进行实证分析,认为:(1)从“类”层次上看,中国工业制成品的贸易竞争力指数总体处于强的状况,尤其是纺织品处于竞争力很强的状况,但从“章”层次上看,中国纺织品等产业并不都是处于强势竞争力状况;(2)尽管中国主要出口产品的整体显示性比较优势状况处于一般状态,但却是朝着较强比较优势方向上升。文章认为在分析中国产品国际竞争力时还应考虑在华外资因素。

关键词:产业国际竞争力;贸易竞争力指数;显示性比较优势指数

中图分类号:F74 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-9952(2006)11-0027-10

中国经济体的规模正在迅速扩大。从1979年到2005年,中国GDP的年均增长率超过9%,人均GDP从181美元提高到1700美元,出口和进口从世界第33位和第24位均上升到第3位。尤其是入世以来,在世界经济不景气状况下,中国的出口和进口呈现出快速增长势头,两年时间外贸总额翻番突破万亿美元大关。2005年中国GDP达到2.2万亿美元,同比增长9.9%;进出口贸易达到1.42万亿美元,其中出口比之2002年增加1.34倍,进口增加1.23倍;年末国家外汇储备增加到8189亿美元。2006年中国经济继续呈快速增长势头,上半年GDP增长10.9%,进出口贸易同比增长23.4%,总值达到7957.4亿美元,其中出口增长25.2%,进口增长21.3%,贸易顺差增长54.9%。对外贸易在中国经济发展中起着增长引擎的作用。^①

一、问题提出与理论综述

入世以来中国对外贸易的快速增长,尤其是一些工业制成品出口和矿业初级产品进口的猛增,已引起了国外机构、媒体或相关人士的关注与担心。一些机构或相关人士认为中国已经不是一个发展中国家,中国的出口产品已经对国外同类产品构成很大的威胁。中国目前的产业国际竞争力如何?出口产

收稿日期:2006-08-24

作者简介:林 珏(1953—),女,浙江镇海人,上海财经大学国际工商管理学院教授,博士生导师。

品的比较优势现状怎样？哪些产业已经强大到足以与发达国家同类产业匹敌或处于优势地位的程度？本文拟对这三个问题进行分析和探讨，即根据产业国际竞争力理论，对中国的出口产品的国际竞争力进行实证分析。

从产业层次上研究国际竞争力问题开始于美国经济学家迈克尔·波特（Michael E. Porter）。在《竞争策略》（1980,1998）、《竞争优势》（1985,1998）、《国家竞争优势》（1990,1998）等书中，波特采用了完全不同于传统的第一、第二、第三产业的定义方法，将产业定义为生产直接相互竞争产品或服务的企业集合。根据这一定义，在“章”、“项”或“目”层次上的产品都可被视为产业，比如谷物、塑料、家具、钢铁、航空器、汽车。波特认为国与国的产业竞争应是在商业环境方面的竞争，国际竞争力就是一国能否为本国企业获得良好的商业环境、获得竞争优势的能力。后来世界经济论坛将其具体定义为：“一国或一公司在世界市场上均衡地生产出比其竞争对手更多财富的能力。”^②

产业国际竞争力理论承认各国各产业间存在比较优势，认为比较优势对国际产业分工的格局有决定性影响，分析各国特定产业的国际竞争态势必须建立在研究比较优势的基础上，只有在这个基础上才能认清影响这些特定产业国际竞争力的主要因素。产业国际竞争力理论最具创新意义的是提出“国家钻石”（national diamond）模型，认为一国的特定产业是否具有国际竞争优势，取决于：生产某种产品所需投入的“要素条件”；某种产品或服务的国内外市场的“需求条件”；“相关及辅助产业”的发展水平状况；“企业策略、结构与竞争”所赖以存在的国家环境状况；打破现存竞争环境和秩序的“机遇”；“政府”的政策行为等六个方面。其中前四个是内生决定因素，后两个是外生决定因素。

波特的“国家钻石”模型后来被邓宁（John Dunning,1990,1993）等人修正与补充，产生出各种模型，如“波特—邓宁钻石模型”（Porter—Dunning diamond model）、“双重钻石模型”（The Double Diamond Model by Alan M. Rugman 和 Joseph R. Cruz, 1993）、“多因素钻石模型”（Multiple Linked Diamonds by W. R. Cartwright, 1993），“一般化的双重钻石模型”（A Generalized Diamond Model by Moon, Rugman 和 Verbeke, 1995, 1998）等。

产业国际竞争力理论的提出推动了有关各国国际竞争力评估的热潮，出现了不少学术研究机构，其中最为权威的是世界经济论坛（WEF）和瑞士洛桑国际管理学院（IMD）。还在1980年，世界经济论坛就开始对国际竞争力进行讨论，并于1986年形成一个相对完整的研究、评价体系，同年发表的研究报告引起世界各国的关注。除了这两大机构外，从事国际竞争力评估的主要机构还有：美国的商业风险评比公司、日本经济新闻经济研究中心、韩国的产业研究院和大宇经济研究所等。各机构都有自己完整的评价指标和侧重点。比如，美国的商业风险评比公司主要对世界主要国家的国际竞争力进行评估，日本经济新闻经济研究中心主要对经济合作与发展组织的国家和地区进行国际

竞争力评价和分析;而韩国的两个研究机构,除了对经济合作与发展组织的国家和地区的国际竞争力进行评价外,还重点对亚洲的新兴工业国与地区如新加坡、马来西亚、中国台湾及本国进行评估。^③

中国国内关于产业国际竞争力的研究起步于 20 世纪 90 年代,目前最为权威的研究机构是中国人民大学竞争力评价与研究中心。十多年来在政府相关部门的支持和该中心的推动下,国内有关国际竞争力的研究工作已经推向产业竞争力、科技竞争力、城市竞争力、企业竞争力等多个领域,并且在实践中,国际竞争力的研究已经突破世界各国竞争力的排名、国家综合竞争实力的范围,具体到各个部门、行业、企业、地区、城市、乡或镇竞争力等各个层次上。例如,近年关于产业国际竞争力的研究报告和出版物就有:《中国煤炭行业的产业国际竞争力分析》(徐殿文,2006),《中国汽车产业、企业、产品国际竞争力评价研究》(王今,2005),《中国电子信息产业国际竞争力评价研究报告》(安筱鹏,2005),《入世后过渡期我国重点产业竞争力评价》(冯飞,2005)、《全球竞争——FDI 与中国产业国际竞争力》(杨丹辉,2004),《中国畜牧业国际竞争力研究》(余鸣,2002),《中国蔬菜产业的国际竞争力研究》(刘雪,2002),《产业国际竞争力状况与加入世界贸易组织分析》(金碚,2001),以及钢铁、纺织品、软件、旅行社等竞争力分析。国内还先后召开过第一、第二届“中国产业国际竞争力”研讨会。

从研究方法上看,在产业国际竞争力研究方面主要的分析方法有:比较优势定量分析法(包括显示性比较优势法、净出口指数法、劳动密集指数法)、相关指标评价法、经济分析法等。本文采用比较优势定量分析方法,对我国出口产品的国际竞争力进行实证分析。

二、基于贸易竞争力指数“类”的分析

贸易竞争力指数(Trade Competitive Index,简称 TC),又称净出口指数,它是指一国某类产品的出口与进口的差额与该类产品进出口总额的比例。该指数一般用来反映一国某类产品在国际市场上的竞争力状况,其公式为:

$$TC_{ij} = (X_{ij} - M_{ij}) / (X_{ij} + M_{ij})$$

式中, TC_{ij} 代表 i 国第 j 种产品的贸易竞争力指数, $-1 \leq TC_{ij} \leq 1$; X_{ij} 代表 i 国第 j 种产品的出口值; M_{ij} 代表 i 国第 j 种产品的进口值。

通常, $0.8 \leq TC_{ij} \leq 1$ 说明第 j 种产品具有很强的竞争力; $0.5 \leq TC_{ij} < 0.8$, 具有较强竞争力; $0 \leq TC_{ij} < 0.5$, 具有强竞争力; $TC_{ij} = 0$, 具有一般竞争力; $-0.5 \leq TC_{ij} < 0$, 具有低竞争力; $-0.8 < TC_{ij} < -0.5$, 具有较低竞争力; $-1 \leq TC_{ij} \leq -0.8$, 具有很低竞争力。^④

考察 2003~2005 年中国产品贸易竞争力状况可以看出^⑤,从 2003~2005 年,包括农产品与矿产品在内的初级产品,中国的贸易竞争力总体情况是由低到较低。其中,原料与矿业产品贸易竞争力较低,尤其是铁矿砂及其他矿贸易

竞争力很低;按 SITC 分类,食品的贸易竞争力由低变强;但按 WTO 口径计算的农产品的贸易竞争力仍处于低的状况。不过,由于 2005 年中国农产品出口增加,进口减少,低贸易竞争力指数已由 2003 年的 -0.154 提升到 2005 年的 -0.112,这表明政府采取的一系列鼓励农业发展的措施开始发生作用。

从工业制成品的贸易竞争力指数看,总体处于强的状况,尤其是服装处于竞争力很强的状况,并与机械及运输设备、纺织品一样,处于贸易竞争力不断增强之趋势。其中高新技术产品的贸易竞争力处于由低到强的变化过程中,2003 年贸易竞争力指数为 -0.039,2004 年变化为 0.012,2005 年上升到 0.049,低于机电产品(0.098)。

值得注意的是,根据 SITC 分类计算情况显示,在工业制成品中有色金属、钢铁、化学产品的贸易竞争力处于低的水平。这表明中国虽是“钢铁大国”,但还不是“钢铁强国”。不过,2005 年随着钢铁、化学产品出口增加,这两类产品的贸易竞争力均有所提高。

总之,本文依据中国官方统计数据的结果是:总体上,中国消费品贸易竞争力很强,资本品竞争力强,中间产品竞争力低。中间产品竞争力低的原因主要在于加工贸易仍在中国对外贸易中占相当比重,在不少产品生产过程中,中国只是世界生产链中的一个环节。在这样的分工体制下,外资在给中国国内创造就业的同时,也使劳动者创造的大部分利润和福利通过加工贸易的方式转移到外商和国外消费者手中。

以上对中国产品贸易竞争力的分析主要是建立在产品“类”的层次上,而同“类”产品(比如资本品)在“章”这一层次的贸易竞争力却可能有所不同。为了进一步了解中国产品的国际竞争力状况,下面依据联合国统计数据和《协调商品名称和编码制度》(HS)的分类制度,采用显示性比较优势指数(RCA)分析方法,从“章”这一层次对中国出口产品的比较优势状况进行分析。

三、基于显示性比较优势指数“章”的分析

国际贸易商品繁多,为了便于统计,1950 年联合国秘书处起草了《国际贸易标准分类》(SITC),按照商品的加工程度、自然属性,对国际贸易的商品进行分类(以后该分类进行过多次修改),现全部商品分为 10 大类、67 章、261 组、1032 分组。^⑥1952 年欧洲关税同盟小组制定了《海关合作理事会税则目录》(CCCN),以商品的自然属性为主,结合加工程度等,将全部商品分为 21 类、99 章、101 项。后来海关合作理事会结合上述两种分类制度的特点,编制了《协调商品名称和编码制度》(The Harmonized Commodity Description and Coding System,简称 HS),于 1988 年 1 月 1 日正式生效。该协调制度将全部商品分为 21 类、97 章、5019 项。^⑦目前包括美国在内的大多数国家采用该制度,中国也于 1992 年 1 月 1 日起按该制度进行关税税则分类。为此,本文利

用联合国统计司(United Nations Statistics Division)提供的数据,根据2002年《协调商品名称和编码制度》(HS2002)的分类统计,计算中国出口产品的显示性比较优势指数。

显示性比较优势指数(Revealed Comparative Advantages Index,简称RCA)是由巴拉萨(B. Balassa)于1965年提出的,这是通过计算一国某种产品出口值在该国出口总值中所占份额与该种产品的世界出口总值在世界全部出口产品总值中所占份额的比率,来确定该国该种产品比较优势状况,即它是判断一国产品是否具有国际竞争力状况的一种方法。显示性比较优势指数的基本公式为:

$$RCA_{ij} = (X_{ij}/X_{it})/(X_{wj}/X_{wt})$$

式中, RCA_{ij} 表示 i 国第 j 种产品的显示性比较优势指数, X_{ij} 表示 i 国第 j 种产品的出口额, X_{it} 表示 i 国全部产品的出口总额, X_{wj} 表示世界第 j 种产品的出口额, X_{wt} 表示世界所有商品的出口总额。一般认为, $RCA_{ij} \geq 2.5$, 说明 i 国第 j 种商品具有强的竞争力; $1.25 \leq RCA_{ij} < 2.5$, 具有较强的竞争力; $0.8 \leq RCA_{ij} < 1.25$, 具有一般的竞争力; $RCA_{ij} < 0.8$, 具有弱的竞争力。

需要指出的是, RCA_{ij} 反映的是一国某种产品在世界出口贸易中的竞争强度和专业化水平,在计算中并不考虑国家为鼓励出口或限制进口对显示性比较优势指数产生的影响,因此这是一种静态的研究方法。为了弥补这一缺陷,本文将考察的时点放在中国入世以来的政策环境中,首先考察2002~2005年4年中,中国全部出口产品的显示性比较优势指数与竞争力状况(因篇幅原因,所有的表在文中省略),其次考察主要出口产品的显示性比较优势状况。

根据HS2002统计分类,从“章”上考察2002~2005年中国全部出口产品显示性比较优势指数,可以看出,在出口超过1亿美元的产品中:

(1) 处于强比较优势的产品有:原产地动物(章号:5),炸药、烟火产品、火柴(36),皮制品、鞍具等(42),毛皮、人造皮及制品(43),秸秆、针茅草或其他打褶材料制品(46),其他植物纺织品纤维、纸纱线和纸纱线编织品(53),特制编织物、鞋带、饰物等(58),编织或钩编服装(61),非编织或钩编服装(62),其他纺织品(63),鞋类(64),头饰及部件(65),伞、拐杖、马鞭等(66),羽毛及羽毛制品(67),锡及锡制品(80),铁路或电车轨道机车及公路车辆和零件(86),乐器及部件辅助品(92),玩具类(95)。这些处于强比较优势的产品2005年在全部出口份额中不到20%,其中除了纺织品服装和车辆外,大部分是出口份额只占0.3%或以下的小商品。值得注意的是,不少在指数显示上处于强优势的产品在中国出口中居于微不足道的份额,但在世界同类产品出口总额中却占相当比重,其显示性比较优势指数远远高出2.5。比如鞋类产品,2005年在中国出口中只占2.5%,而在世界鞋类产品出口中占到39.8%的份额,其显示性比较优势指数为3.2467;头饰及部件产品在中国出口中只占0.18%,但却在

世界同类产品出口中占居 43.5% 的份额,其指数为 3.6;而伞、拐杖、马鞭等产品在中国出口中只占 0.12%,却在世界同类产品出口中占 66.1% 的份额,其指数为 6.0。

(2) 处于较强比较优势的产品有:鱼类和水产品(03),可食蔬菜及根、块茎类植物(07),肉鱼或甲壳类(16),蔬菜、水果或坚果配制品(20),盐、石块、土壤、涂灰泥(25),无机化学(28),羊毛等毛织品(51),棉织品(52),人造丝(54),人造纤维(55),编织品或钩织品(60),石头、水泥等建材(68),陶瓷品(69),铅及铅制品(78),其他贱金属、金属陶瓷及制品(81),工具、利器、匙子、叉子等(82),贱金属混杂制品(83),机械和机器设备及零件(84),电机设备和零件等(85),家具(94),杂项(96)。这些较强比较优势的产品约占全部出口份额的 55%。其中机械和机器设备及零件产品 2005 年由“较强”下降到“一般”。

(3) 处于一般比较优势的产品有:咖啡和茶叶(09),木材和木制品(44),地毯(57),孕妇服、外套、带帽或带夹层的纺织品(59),玻璃和玻璃器皿(70),钢铁制品(72),铝和铝制品(76),船及浮式建筑(89),钟表及零件(91)。一般比较优势产品在出口总额中不足 7%。显然,从“章”上考察,中国出口的纺织品并不都是处于强势竞争力状况。

(4) 处于弱比较优势的产品有:油菜籽和产油果(12),矿物燃料(27),塑料及塑料制品(39),未加工皮革(41),钢铁(72),镍及镍制品(75),锌及锌制品(79),非轨道车辆(87),光学、医疗器械和用具(90)。这部分产品在出口份额中约占 13%。其中光学、医疗器械和用具在 2005 年由前几年的“弱”比较优势上升为“一般”。

为了进一步看清中国主要出口产品的比较优势状况,本文剔除出口份额小于 1%,或 2005 年出口额低于 70 亿美元的产品,筛选出 16 章产品,它们的显示性比较优势状况如下(见表 1):

表 1 中国主要出口产品的显示性比较优势指数与竞争力状况(2002~2005 年)

序号	产品名称	2002			2003			2004			2005		
		X_{ij}/X_{it}	X_{wj}/X_{wt}	RCA _{ij}									
27	矿物燃料和产品	0.0259	0.0709	0.3653	0.0253	0.0685	0.3693	0.0244	0.0719	0.3393	0.0231	0.0485	0.4762
		弱			弱			弱			弱		
39	塑料及塑料制品	0.0246	0.0327	0.7522	0.0227	0.0329	0.6899	0.0220	0.0344	0.6395	0.0233	0.0368	0.6331
		弱			弱			弱			弱		
42	皮制品、鞋具等	0.0240	0.0039	6.1538	0.0217	0.0040	5.425	0.0172	0.0037	4.6486	0.0149	0.0047	3.1702
		强			强			强			强		
52	棉织品	0.0150	0.0049	3.0612	0.0141	0.0056	2.5178	0.0111	0.0051	2.1764	0.0097	0.0045	2.1555
		强			强			较强			较强		
61	衣物和衣物辅助部件,编织或钩织物	0.0490	0.0127	3.8582	0.0471	0.0135	3.4888	0.0434	0.0126	3.4444	0.0405	0.0126	3.2142
		强			强			强			强		
62	不包括编织或钩织品的衣物和衣物辅助部件	0.0632	0.0155	4.0774	0.0572	0.0162	3.5308	0.0488	0.0145	3.3655	0.0459	0.0152	3.0197
		强			强			强			强		
63	其他制成的纺织品、套装等	0.0134	0.0028	4.7857	0.0140	0.0035	4.0	0.0131	0.0033	3.9696	0.0135	0.0031	4.4548
		强			强			强			强		

续表1 中国主要出口产品的显示性比较优势指数与竞争力状况(2002~2005年)

序号	产品名称	2002			2003			2004			2005		
		X_{ij}/X_{it}	X_{wj}/X_{wt}	RCA _{ij}									
64	鞋类	0.0340	0.0075	4.5333	0.0295	0.0073	4.0410	0.0256	0.0065	3.9384	0.0250	0.0077	3.2467
		强			强			强			强		
72	钢铁	0.0070	0.0189	0.3703	0.0077	0.0216	0.3564	0.0193	0.0278	0.6942	0.0198	0.0232	0.8534
		弱			弱			弱			一般		
73	钢铁制品	0.0223	0.0155	1.4387	0.0215	0.0154	1.3961	0.0231	0.0168	1.375	0.0249	0.0174	1.4310
		一般			一般			一般			一般		
84	机器设备及零件	0.1560	0.1499	1.0406	0.1902	0.1481	1.2842	0.1991	0.1494	1.3328	0.1964	0.1596	1.2305
		一般			较强			较强			一般		
85	电机设备和零件等	0.1999	0.1427	1.4008	0.2029	0.1389	1.4607	0.2185	0.1457	1.4996	0.2261	0.1547	1.4615
		较强			较强			较强			较强		
87	除轨道车辆的运行设备	0.0177	0.1051	0.1684	0.0184	0.1037	0.1774	0.0199	0.0997	0.1995	0.0217	0.0889	0.2440
		弱			弱			弱			弱		
90	光学仪器、医疗器械及零部件	0.0226	0.0327	0.6911	0.0240	0.0328	0.7317	0.0273	0.0344	0.7936	0.0334	0.0372	0.8978
		弱			弱			弱			一般		
94	家具	0.0302	0.0135	2.2370	0.0294	0.0134	2.1940	0.0291	0.0128	2.2734	0.0293	0.0131	2.2366
		较强			较强			较强			较强		
95	玩具、游戏和体育用品及零部件	0.0356	0.0077	4.6233	0.0303	0.0070	4.3285	0.0254	0.0064	3.9687	0.0250	0.0080	3.125
		强			强			强			强		
	中国主要产品整体显示性比较优势状况	0.7412	0.6376	1.1624	0.7569	0.6332	1.1953	0.7679	0.6456	1.1894	0.7733	0.6361	1.2156
		一般			一般			一般			一般		

资料来源:根据 United Nations, UNSD Comtrade Databasc, 2006 公布的数据计算制表,公布的数据来自联合国网站:<http://unstats.un.org>, 2006-07-17。

观察表1可以看出:(1)在中国主要出口产品中,处于强比较优势的产品是纺织品服装、皮制品、鞋类、玩具类产品;处于较强比较优势的产品是机器设备、电机产品、家具;处于弱比较优势的产品是非轨道车辆、光学医疗器械和用具、塑料及塑料制品、矿物燃料等。其中矿物燃料的弱比较优势来自国内的加工贸易方式和制造大国的定位。

(2)尽管处于强比较优势的各章产品的显示性比较优势指数大大高于2.5,但从2002年以来的情况看,除第63章的纺织品外,其他各章纺织品服装、皮制品、鞋类、玩具类产品在出口中的份额及显示性比较优势指数均呈逐年下降趋势。比如鞋类产品,由2002年的3.4%的出口份额下降到2005年的2.5%,显示性比较优势指数由4.5333下降到3.2467;玩具等产品的出口份额由3.56%下降到2.5%,指数由4.6233下降到3.125。究其原因,主要在于处于较强比较优势的机器设备、电机产品在出口中的比重不断上升,由2002年的35.6%上升到2003年的39.3%和2004年的41.8%,进而又提高到2005年的42.3%。

(3)虽然,非轨道车辆(87章)、光学医疗器械和用具(90章)处于弱比较优势状况(即指数小于0.8),但从2002年以来这两章产品的指数均在逐年提高,前者从0.1684提高到2005年的0.2440;后者从0.6911提高到0.8978,即大于0.8,进入一般比较优势状况。这表明技术含量较高产品的比较优势正在由弱比较优势状态向一般比较优势转化,产品的竞争实力有所增强。

(4)总体上看,自2002年以来,中国主要产品的整体显示性比较优势状况

处于一般状态,但一般比较优势指数却正在向着较强比较优势(1.25)的方向上升,即从2002年的1.1624上升到2003年的1.1953,进而又上升到2005年的1.2156。这说明入世以来,中国出口产品的整体竞争实力在提高。

四、进一步的分析

需要指出的是,上述各部分的分析是建立在中国所有出口产品的基础上的,这些出口产品包括了在华外资企业的出口。由于所掌握的统计数据的局限,这里难以从“类”或“章”上剔除外资企业的出口来计算中国本土企业的比较优势指数。但是,有一点是肯定的,这就是在分析中国产品国际竞争力时,不得不正视下列的数据或事实:

(1)中国已经成为外国直接投资最多的国家,世界500强中有400多家扎根中国,全球排名前列的汽车巨头和IT产业100强几乎全部入驻中国。^⑧

(2)在中国出口额中,外资企业的份额超过50%,有些省市外资出口比重超过了60%,甚至70%;外资企业进出口增长的速度也大大快于国有企业。^⑨

(3)中国最大的十家出口企业主要是外资企业,2004年中国出口最大的10家企业,有9家为高新技术产品类企业,其中只有一家是中资企业;在出口额最大的200家企业中,外商投资企业占77%;在进出口额最大的500家企业中,外商投资企业占62%。^⑩

(4)在华外资企业的重要贸易方式为加工贸易。中国的加工制造是国际跨国公司产品制造中的一个环节,但由于承担的环节只是简单的组装、铸造,或零部件配套,技术含量较低,附加价值也不高,从而工资难有大幅度的提高。而中西部文化水平较低的农民工向东部沿海加工业的流入,又进一步强化了低工资水平。就职工平均工资来看,包括加工业在内的制造业职工平均工资低于全国职工平均工资。对外贸易的加工贸易方式不仅高估了中国的出口贸易,而且还阻碍了工资增长的幅度和制造业平均技术水平的提高。因此,可以说加工贸易降低了工资增长的幅度,使得中国产品的国际竞争的比较优势很大程度上建立在低工资、低价格的基础上。

由此,对上述中国产品竞争力的实证分析作出如下补充:

(1)中国出口产品的整体竞争实力正在提高,但是中国在全球贸易中所占份额的上升、具有一定技术含量的产品竞争力的提高,以及工业品出口中远程通讯生产资料、自动数据处理器、电脑附件出口的激增,并不完全真实地反映中国经济实力的现状。中国出口额快速增长、技术含量不断提高的原因,除了本国产业结构不断调整优化、企业创新能力增强,竞争力不断上升因素之外,一个重要原因是国际跨国公司将生产基地、研发基地向中国的迁移,在华外资企业出口的剧增。

(2)中国出口的高增长是以社会成本的增加为代价的。由于中国要素市

场价格的扭曲,使得外贸成本中没有将环境保护、农民工社会保障和资源补偿等成本计算进去。出口扩大带来的好处很大一部分流入外资企业和私人手中,而社会成本却留给了全体国民和子孙后代。因此,通过法律的、经济的和行政的手段,消除市场价格的扭曲,有选择地引进外资企业、投资项目,严格限制高耗能、高污染产品的生产,制止资源性产品的大量出口,建立起相关机制,应是国家政策制定者考虑的重点。

(3)人口众多、人均资源占有量相对较低的中国,不适合成为(不可再生性资源或能源耗费量极大的)资源型产品的制造大国。中国在解决就业方面应该注重发展无污染的第三产业和高新技术的智能产业;加强产业配套能力建设,注重能源的节约和资源的再生和循环利用;提高加工制造环节的增值含量,引导加工贸易在中西部地区落地生根和转型升级;不断提高自主开发、创新能力,逐步从代加工向代设计乃至自创品牌发展;吸引跨国公司的研发机构转移到东部地区,使东部地区由一个单纯的加工制造地区转变为全球先进技术的研发基地、新兴产业的孵化基地、现代信息技术产业的创新基地。

(4)由于中国地域辽阔,地区发展不平衡,中国产品整体竞争实力虽然上升,但要成为世界强国还有漫长的道路要走。从国内看,解决好分配的公正性问题,强调和谐发展,将有利于扩大内需,减少对外的依赖度和贸易摩擦,同时也有利于政权的稳定和国家的安全与统一。而环境问题的重视,不仅有利于中国经济可持续的发展,而且还有利于产业结构的调整及产业(产品)国际竞争力的提高。

注释:

- ①本文凡未特别注明的数据均来自中华人民共和国商务部网站:<http://www.mofcom.gov.cn>公布的统计数据或据其数据计算;2006年上半年GDP数据来自《人民日报》(海外版),2006-07-19。
- ②参见1994年世界经济论坛:《国际竞争力报告》(The International for Management Developmet of Lausanne, The 1994 World Competitiveness Report, Switzerland)。
- ③参见赵彦云:“国际竞争力对社会经济统计的影响”,《首都国际竞争力对策研究》(阶段性成果),<http://www.bjpopss.gov.cn>,2003-06-26。
- ④参见冯飞:“入世后过渡期我国重点产业竞争力评价”,中国贸易救济信息网:<http://www.cacs.gov.cn>,2005-09-09。
- ⑤由于篇幅原因,本文计算的诸表仅显示最后一张,有疑问者可直接联系作者询问。
- ⑥目前国内教科书对该分类的章、组、分组数据不一,本人查阅了联合国统计司网站,根据2006年7月17日公布的信息,从“章”上看,SITC Rev. 1为61章,SITC Rev. 2为69章,SITC Rev. 3为67章。这里的“组”与“分组”数据,是本人根据SITC Rev. 3的分类逐一统计计算出来的:0类—10章36组130分组;1类—2章4组12分组;2类—9章36组123分组;3类—4章11组25分组;4类—3章4组21分组;5类—9章33组126分组;6

类—9章52组234分组;7类—9章50组214分组;8类—8章31组143分组;9类—4章4组4分组。在分组下面还细分有项目。见联合国统计司网站: <http://unstats.un.org>。

⑦参见彭福永主编:《国际贸易》,上海财经大学出版社2002年版,第134~135页。

⑧龚雯:“中国:与世界共享财富”,《人民日报》(海外版),2005-05-17。

⑨⑩参见林珏主编:《涉外经贸关系——中国与主要贸易伙伴》,上海财经大学出版社2006年版,第468页、第469~470页。

参考文献:

- [1]迈克尔·波特. 国家竞争优势[M]. 北京:华夏出版社,2002.
- [2]彭福永. 国际贸易[M]. 上海:上海财经大学出版社,2002.
- [3]赵彦云. 国际竞争力对社会经济统计的影响[EB/OL]. <http://www.bjpopss.gov.cn>, 2003-06-26.
- [4]冯飞. 入世后过渡期我国重点产业竞争力评价[EB/OL]. <http://www.cacs.gov.cn>, 2005-09-09.
- [5]史清琪,张宇贤. 国外产业国际竞争力评价理论与方法[J/OL]. 研究报告, <http://www.amr.gov.cn>:8080, 2001-02.
- [6]中华人民共和国商务部. 进出口商品构成表[EB/OL]. <http://www.mofcom.gov.cn>, 2003~2005.
- [7]United Nations. UNSD comtrade database[EB/OL]. <http://unstats.un.org>, 2006-07-17.

Analysis of the International Competitive Power of China Products

LIN Jue

(School of Business Administration, Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai 200433, China)

Abstract: By the industrial theory of international competitive power and the quantitative analytical method of the comparative advantage, the article concludes that at the “Section” levels, the overall trade competitive powers of China’s industrial manufacture products are strong, especially the textile products, but at the “Chapter” level, not all of them are strong. Although the revealed comparative advantage index of Chinese main export products as a whole indicates a general condition, it is actually towards a better condition. Finally, it is pointed out that the analysis on comparative power should also consider the factor of foreign capital in China.

Key words: industrial international competitive power; trade competitive index; revealed comparative advantages index (责任编辑 金 润)