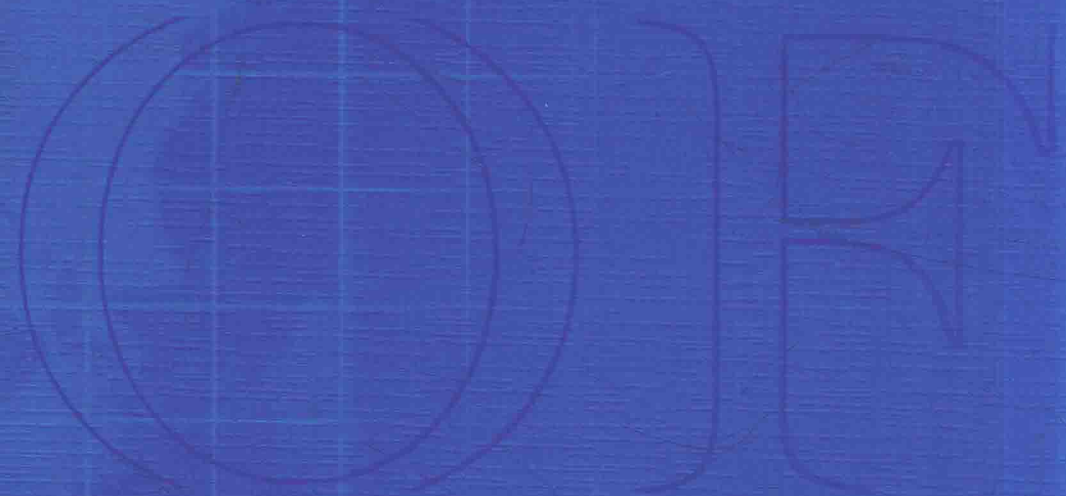


 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

REPORT ON INDUSTRIAL COMPETITIVENESS

“一带一路” 国家产业竞争力分析 (上册)

张其仔 郭朝先 白 玫
邓 洲 胡文龙 张航燕 等 / 著



COUNTRIES ALONG THE
Belt and Road



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

“一带一路” 国家产业竞争力分析

(上册)

REPORT ON INDUSTRIAL COMPETITIVENESS
OF COUNTRIES ALONG THE BELT AND ROAD

张其仔 郭朝先 白 玫
邓 洲 胡文龙 张航燕 等 / 著



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

序 言

在撰写《产业蓝皮书：中国产业竞争力报告（2016）No. 6》的过程中，“中国产业竞争力研究课题组”对“一带一路”62个国家的产业竞争力进行了分析，但由于篇幅所限，《产业蓝皮书：中国产业竞争力报告（2016）No. 6》没有包括这部分内容。为了全面呈现“一带一路”国家的产业发展情况，在《产业蓝皮书：中国产业竞争力报告（2016）No. 6》发布后，课题组即着手对原有“一带一路”国家的产业竞争力分析进行深化，增加和补充一些课题组认为必要的新内容。《“一带一路”国家产业竞争力分析》就是在这些研究的基础上形成的一项集体成果。

全书包括了对64个国家的产业竞争力分析。本书设定的任务，就是要尽可能把握事实，在对事实分析的基础上，得出结论。所以，本书不以理论分析见著，其特色是资料丰富，得出的结论力图建立在充分分析资料的基础之上。为了比较，对64个国家的分析尽可能采取相同的分析指标和分析框架，这虽然限制了各章作者创造力的发挥，但对于国家与国家之间的比较是有益且必要的。

课题组对“一带一路”国家产业竞争力的研究得到了中国社会科学院创新工程的支持。在此，我谨代表课题组对院科研局、人事局、院创新工程办公室表示衷心感谢！没有社会科学文献出版社谢寿光社长的大力支持，没有社会科学文献出版社皮书出版分社的大力支持，没有社会科学文献出版社吴敏的艰苦而出色的劳动，这本书不可能这么快面世，在此，我谨代表课题组对谢寿光社长、对社会科学文献出版社皮书出版分社表示诚挚的谢意，对吴敏的辛勤付出表示由衷的感谢！

参与本书撰写的课题组成员多数长期和我一起从事产业竞争力的研究工作，且为本研究牺牲了很多休息时间，付出了大量的汗水，在此，我对参与本书撰写的所有课题组成员表示诚挚的感谢！

张其仔

2017年3月30日

本书统稿和写作分工如下：

张其仔，负责全书统稿。各篇的负责人如下：总论，张其仔；东南亚地区篇，邓洲；南亚地区篇，胡文龙；中亚地区篇、俄罗斯和蒙古篇，白玫；西亚与中东地区篇，张航燕；中东欧地区篇，郭朝先。

全书写作分工如下：

第一章，张其仔；

第二章～第四章、第十二章，袁惊柱；

第五章～第七章，邓洲；

第八章～第十一章，王罗汉；

第十三章，伍业君；

第十四章，王磊；

第十五章～第二十章，胡文龙；

第二十一章、第二十五章、第二十六章，第五十章，白玫；

第二十二章～第二十四章，姚鹏、白玫；

第二十七章，姚鹏；

第二十八章、第四十一章、第四十二章，李蕾；

第二十九章～第三十二章，张航燕；

第三十三章～第三十六章，王秀丽；

第三十七章～第四十章，何小川；

第四十三章～第四十六章，徐娟；

第四十七章，郭朝先；

第四十八章、第四十九章、第五十五章～第五十八章，杨晓琰；

第五十一章～第五十四章，刘芳；

第五十九章～第六十二章，张建英；

第六十三章～第六十五章，吴云苓。

目 录



· 上 册 ·

总 论

第一章	“一带一路”国家经济发展面临的主要挑战	001
-----	---------------------------	-----

东南亚地区篇

第二章	越南产业竞争力分析	032
第三章	老挝产业竞争力分析	046
第四章	柬埔寨产业竞争力分析	061
第五章	泰国产业竞争力分析	073
第六章	马来西亚产业竞争力分析	087
第七章	新加坡产业竞争力分析	101
第八章	印度尼西亚产业竞争力分析	115
第九章	文莱产业竞争力分析	130
第十章	菲律宾产业竞争力分析	142
第十一章	缅甸产业竞争力分析	154
第十二章	东帝汶产业竞争力分析	167

南亚地区篇

第十三章	印度产业竞争力分析	181
第十四章	巴基斯坦产业竞争力分析	206
第十五章	孟加拉国产业竞争力分析	234
第十六章	尼泊尔产业竞争力分析	251
第十七章	斯里兰卡产业竞争力分析	271
第十八章	马尔代夫产业竞争力分析	288
第十九章	不丹产业竞争力分析	304
第二十章	阿富汗产业竞争力分析	319

中亚地区篇

第二十一章	哈萨克斯坦产业竞争力分析	335
第二十二章	吉尔吉斯斯坦产业竞争力分析	345
第二十三章	塔吉克斯坦产业竞争力分析	357
第二十四章	乌兹别克斯坦产业竞争力分析	371
第二十五章	土库曼斯坦产业竞争力分析	385

俄罗斯和蒙古篇

第二十六章	俄罗斯产业竞争力分析	394
第二十七章	蒙古产业竞争力分析	406

· 下 册 ·

西亚与中东地区篇

第二十八章	土耳其产业竞争力分析	419
第二十九章	伊朗产业竞争力分析	432
第三十章	叙利亚产业竞争力分析	446

第三十一章	伊拉克产业竞争力分析	460
第三十二章	阿联酋产业竞争力分析	473
第三十三章	沙特阿拉伯产业竞争力分析	487
第三十四章	卡塔尔产业竞争力分析	502
第三十五章	巴林产业竞争力分析	515
第三十六章	科威特产业竞争力分析	526
第三十七章	黎巴嫩产业竞争力分析	536
第三十八章	阿曼产业竞争力分析	547
第三十九章	也门产业竞争力分析	558
第四十章	约旦产业竞争力分析	569
第四十一章	以色列产业竞争力分析	580
第四十二章	巴勒斯坦产业竞争力分析	593
第四十三章	亚美尼亚产业竞争力分析	604
第四十四章	格鲁吉亚产业竞争力分析	615
第四十五章	阿塞拜疆产业竞争力分析	627
第四十六章	埃及产业竞争力分析	636

中东欧地区篇

第四十七章	波兰产业竞争力分析	646
第四十八章	捷克产业竞争力分析	657
第四十九章	斯洛伐克产业竞争力分析	669
第五十章	匈牙利产业竞争力分析	680
第五十一章	斯洛文尼亚产业竞争力分析	690
第五十二章	克罗地亚产业竞争力分析	697
第五十三章	罗马尼亚产业竞争力分析	705
第五十四章	保加利亚产业竞争力分析	712
第五十五章	塞尔维亚产业竞争力分析	719
第五十六章	黑山产业竞争力分析	730
第五十七章	马其顿产业竞争力分析	740
第五十八章	波黑产业竞争力分析	752
第五十九章	阿尔巴尼亚产业竞争力分析	763



第六十章 爱沙尼亚产业竞争力分析·····	774
第六十一章 立陶宛产业竞争力分析·····	785
第六十二章 拉脱维亚产业竞争力分析·····	796
第六十三章 乌克兰产业竞争力分析·····	807
第六十四章 白俄罗斯产业竞争力分析·····	817
第六十五章 摩尔多瓦产业竞争力分析·····	825



第一章 “一带一路”国家经济 发展面临的主要挑战

“一带一路”战略作为中国的新型开放战略，不仅将引领中国的新一轮改革开放，而且将在中国引领全球经济治理体系重塑上发挥重要作用。中国自发布“一带一路”倡议以来，与“一带一路”国家的经济与贸易联系出现了可喜变化。《2016 年统计公报》显示，2016 年对“一带一路”沿线国家进出口 62517 亿元，比上年增长 0.5%，其中，出口增长 0.5%，进口增长 0.4%；2016 年中国对“一带一路”沿线国家直接投资 145 亿美元；对沿线国家中国直接投资新设立企业 2905 家，增长 34.1%，直接投资金额 458 亿元；中国对沿线国家承包工程业务完成营业额 760 亿美元，增长 9.7%，占同期中国对外承包工程业务完成营业额的 47.7%。如何把这一良好的态势转化成持久的优势，使“一带一路”倡议成为一个新的全球化时代到来的起点和重要推动力量？把握准“一带一路”国家的经济发展需要，在充分了解“一带一路”国家经济发展所面临的主要挑战的基础上，有效地推进合作共赢，无疑是极其重要的一个环节。本文以收入水平分析了“一带一路”国家经济发展所处的阶段，从产业竞争力的角度分析了“一带一路”国家产业升级所面临的任务，最后提出了政策建议。



— “一带一路” 国家经济发展所处阶段

刻划一个国家经济发展所处阶段的最简洁的方法就是人均 GDP 或人均 GNI 水平。世界银行在实施贷款计划时，就是以人均 GNI 为标准的。以此为基础，世界银行将全世界 200 多个国家和地区划分为四种类型：低收入国家、中等偏下收入国家、中等偏上收入国家、高收入国家。虽然人均 GDP 的高低与人类的幸福指数并不完全正相关，也不能完全反映一个国家的发展水平如分配状况，但这个指标较易获得和理解，而且与其他非货币指标如生活质量、人均预期寿命紧密相关，一些发展经济学的问题，如中等收入陷阱问题也与此相关。由此，本文在分析“一带一路”国家所处的经济发展阶段时，沿用世界银行的做法，用人均 GNI 指标来考察“一带一路”国家所处的经济发展阶段。

世界银行对国家按人均 GNI 进行分类，其标准是动态调整的（见表 1-1）。按 2015 年的标准，人均 GNI 少于或等于 1025 美元的国家属低收入国家；人均 GNI 为 1026 ~ 4035 美元的国家属于中等偏下收入国家；中等偏上收入国家的人均 GNI 为 4036 ~ 12475 美元；人均 GNI 高于 12475 美元的国家，属于高收入国家行列。按 2015 年世界银行的标准，“一带一路”国家中的绝大多数属于中等收入国家行列，极少数属于低收入国家，进入高收入国家行列的也为数不多。表 1-2 所列 64 个国家（包括中国）中，只有 18 个国家已经迈入高收入国家行列，只有 2 个国家属于低收入国家，其他 44 个国家属于中等收入国家，其中，22 个属于中等偏下收入国家，22 个属于中等偏上收入国家。

表 1-1 世界银行按人均 GNI 对国家进行分类的标准

单位：美元

年份	1987	1997	2000	2005	2010	2015
低收入国家标准	≤480	≤785	≤755	≤875	≤1005	≤1025
中等偏下收入国家标准	481 ~ 1940	786 ~ 3125	756 ~ 2995	876 ~ 3465	1006 ~ 3975	1026 ~ 4035
中等偏上收入国家标准	1941 ~ 6000	3126 ~ 9655	2996 ~ 9265	3466 ~ 10725	3976 ~ 12275	4036 ~ 12475
高收入国家标准	>6000	>9655	>9265	>10725	>12275	>12475

资料来源：世界银行网站。

表 1-2 世界银行对“一带一路”国家的分类

年份	1987	1990	1995	2000	2005	2008	2010	2015	2016
阿富汗	L	L	L	L	L	L	L	L	L
阿尔巴尼亚	—	LM	L	LM	LM	LM	UM	UM	UM
亚美尼亚	—	—	L	L	LM	LM	LM	LM	LM
阿塞拜疆	—	—	L	L	LM	LM	UM	UM	UM
巴林	H	UM	UM	UM	H	H	H	H	H
孟加拉国	L	L	L	L	L	L	L	LM	LM
白俄罗斯	—	—	LM	LM	LM	UM	UM	UM	UM
不丹	L	L	L	L	L	LM	LM	LM	LM
波黑	—	—	L	LM	LM	UM	UM	UM	UM
文莱	H	H	H	H	H	H	H	H	H
保加利亚	—	LM	LM	LM	LM	UM	UM	UM	UM
柬埔寨	L	L	L	L	L	L	L	LM	LM
中国	L	L	L	LM	LM	LM	UM	UM	UM
克罗地亚	—	—	UM	UM	UM	H	H	H	H
捷克	—	—	UM	UM	UM	H	H	H	H
埃及	LM	L	LM	LM	LM	LM	LM	LM	LM
爱沙尼亚	—	—	LM	UM	UM	H	H	H	H
格鲁吉亚	—	—	L	L	LM	LM	LM	UM	UM
匈牙利	UM	UM	UM	UM	UM	H	H	H	H
印度	L	L	L	L	L	LM	LM	LM	LM
印度尼西亚	L	L	LM	L	LM	LM	LM	LM	LM
伊朗	UM	LM	LM	LM	LM	LM	UM	UM	UM
伊拉克	UM	UM	LM	LM	LM	LM	LM	UM	UM
以色列	H	H	H	H	H	H	H	H	H
约旦	LM	LM	LM	LM	LM	LM	UM	UM	UM
哈萨克斯坦	—	—	LM	LM	LM	UM	UM	UM	UM
科威特	H	H	H	H	H	H	H	H	H
吉尔吉斯斯坦	—	—	L	L	L	L	L	LM	LM
老挝	L	L	L	L	L	L	LM	LM	LM
拉脱维亚	—	—	LM	LM	UM	UM	UM	H	H
黎巴嫩	LM	LM	LM	UM	UM	UM	UM	UM	UM
立陶宛	—	—	LM	LM	UM	UM	UM	H	H
马其顿	—	—	LM	LM	LM	UM	UM	UM	UM
马来西亚	LM	LM	UM	UM	UM	UM	UM	UM	UM
马尔代夫	L	L	LM	LM	LM	LM	UM	UM	UM



续表

年份	1987	1990	1995	2000	2005	2008	2010	2015	2016
摩尔多瓦	—	—	LM	L	LM	LM	LM	LM	LM
蒙古	—	LM	L	L	L	LM	LM	LM	LM
黑山	—	—	—	—	—	UM	UM	UM	UM
缅甸	L	L	L	L	L	L	L	LM	LM
尼泊尔	L	L	L	L	L	L	L	L	L
阿曼	UM	UM	UM	UM	UM	H	H	H	H
巴基斯坦	L	L	L	L	L	LM	LM	LM	LM
菲律宾	LM	LM	LM	LM	LM	LM	LM	LM	LM
波兰	LM	LM	LM	UM	UM	UM	H	H	H
卡塔尔	H	H	H	H	H	H	H	H	H
罗马尼亚	UM	LM	LM	LM	UM	UM	UM	UM	UM
俄罗斯	—	—	LM	LM	UM	UM	UM	UM	UM
沙特阿拉伯	H	UM	UM	UM	H	H	H	H	H
塞尔维亚	—	—	—	—	—	UM	UM	UM	UM
新加坡	H	H	H	H	H	H	H	H	H
斯洛伐克	—	—	LM	UM	UM	H	H	H	H
斯洛文尼亚	—	—	UM	H	H	H	H	H	H
斯里兰卡	L	L	L	LM	LM	LM	LM	LM	LM
叙利亚	LM	LM	LM	LM	LM	LM	LM	LM	LM
塔吉克斯坦	—	—	L	L	L	L	L	LM	LM
泰国	LM	LM	LM	LM	LM	LM	UM	UM	UM
东帝汶	—	—	—	—	L	LM	LM	LM	LM
土耳其	LM	LM	LM	UM	UM	UM	UM	UM	UM
土库曼斯坦	—	—	LM	LM	LM	LM	LM	UM	UM
乌克兰	—	—	LM	L	LM	LM	LM	LM	LM
阿拉伯联合酋长国	H	H	H	H	H	H	H	H	H
乌兹别克斯坦	—	—	LM	L	L	L	LM	LM	LM
越南	L	L	L	L	L	L	LM	LM	LM
也门	LM	LM	L	L	L	L	LM	LM	LM

注：L = 低收入国家，LM = 中等偏下收入国家，UM = 中等偏上收入国家，H = 高收入国家。下同。世界银行对国家进行收入分组时缺巴勒斯坦的数据，本表同。

资料来源：世界银行数据库。

对于中等收入国家来说，其所要完成的任务就是，从中等收入国家变为高收入国家，但这个过程并不容易。世界银行在 2007 年出版的《东亚复兴：关

于经济增长的观点》中指出，比起富裕或较穷的国家来，中等收入国家的增长会相对较慢。^①此后，中等收入陷阱问题得到了较广泛的讨论。虽然部分研究否定了中等收入陷阱的存在，但这个问题并没有因此退出学术研究的舞台。一个显而易见的事实是，很多中等收入国家在较快进入中等收入国家行列之后，并没有轻而易举地进入高收入国家行列。就像有些国家或地区长期陷于贫困陷阱一样，中等收入国家确实面临着难以进入高收入国家的风险。有关中等收入陷阱的争论反映了这一艰难的现实。

就“一带一路”国家的发展历程看，一些国家早已迈入中等收入国家之列，但一直没有迈过高收入国家的门槛，进而从中等收入国家行列进入高收入国家行列，菲律宾、马来西亚、泰国等就十分典型。“一带一路”的多数国家所面临的最大挑战就是如何不落入中等收入陷阱。“一带一路”倡议的最大特点就是中国需与一批与自身同处于中等收入水平的发展中国家共谋发展。

过往的全球化推动者都是发达国家。作为一个发展中国家，中国提出“一带一路”倡议，这一特点就决定了“一带一路”倡议正在开启一个全球化的新时代。我们一定能见证到，“一带一路”国家通过参与“一带一路”建设最终实现繁荣发展，一批中低收入国家通过参与“一带一路”建设最终迈入中高收入国家行列，在合作共赢的原则下，一批低收入国家陷入所谓的贫困陷阱、中等收入国家陷入所谓的中等收入陷阱的困扰将会因此画上句号，一个新的全球化的时代必将到来。

二 “一带一路”国家的产业竞争力变化

衡量一国的产业竞争力，通常采用市场占有率、贸易竞争力指数和显示性比较优势指数三个指标。市场占有率是绝对指标，反映了一个国家在国际市场上的影响力。这个指标会受国家经济规模的影响。贸易竞争力指数既是对国际和国内市场竞争力的综合反映，也是对市场占有率指标的标准化，去掉了经济规模的影响。显示性比较优势指数反映的是一个国家何种产业为优、何种产业

^① 印德尔米特·吉尔、霍米·卡拉斯：《东亚复兴：关于经济增长的观点》，中信出版社，2008，第5页。



为劣，反映的是一个国家的资源禀赋。在全球出现产业链分工的情况下，这三个指标在评价一国产业竞争力时，从理论上来说，有一定的局限性，但就现实而言，则依然是有用的且操作起来比较简单的评价一国产业竞争力和比较优势变化情况的指标。

在评价一国产业竞争力时，可以在不同的层次上进行，从理论上来说，越具体越好，就是在经济学意义上的市场界限内进行产业竞争力评价最为合理。但如果从一个国家的比较优势由其要素禀赋所决定的理论出发，则从一个较为宏观的层面，依行业要素密集程度对行业进行分类，并在此基础上进行产业竞争力评价，则更具理论基础，也更有利于实现产业竞争力研究与比较优势理论的衔接。由此，本文对产业竞争力的研究，不从经济学意义的市场角度出发，对各个具体市场的产业竞争力状况进行评价，而是从要素密集程度这一较宏观的角度出发，进行产业竞争力评估。这种评估对一个国家的发展而言，更有意义，因为一般而言，劳动密集型行业内部的转换虽然也存在障碍，但其转换的难度较之于向资本或技术密集型行业转换的难度更大。当然，技术密集型行业内的产品转换较之于劳动密集型行业更为困难。

（一）“一带一路” 国家的产品市场占有率

“一带一路” 国家中，绝大多数国家的产品国际市场占有率较低，不超过1%。超过1%的国家，仅有8个（不包括中国）^①，分别为印度、马来西亚、俄罗斯、泰国、新加坡、波兰、沙特阿拉伯、阿拉伯联合酋长国，后4个国家属于高收入国家。在市场占有率超过1%的国家中，近年来印度、越南、阿拉伯联合酋长国等的市场占有率提升较快。分产品类型，“一带一路” 国家中，初级产品市场占有率超过1%的，有10个国家，制成品市场占有率超过1%的，仅有8个国家。在制成品中，资源与劳动密集型制成品、低技能与技术密集型制成品、中等技能与技术密集型制成品及高技能与技术密集型制成品的市场占有率超过1%的国家分别为6个、6个、6个和5个。在这四大类中，市场占有率超过1%的高收入国家数量分别为1个、3个、5个和2个。

^① 本文中所讨论的“一带一路” 国家，如无特别说明，仅为除中国的其他64国。

表 1-3 “一带一路” 部分国家产品的市场占有率

单位: %

经济类型 (2016)	国家	2000 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
LM	印度尼西亚	0.973627 (2002)	1.039474	1.10929	1.027027	0.963158	0.926316	0.903614
H	捷克	0.455374	0.868421	0.885246	0.843243	0.852632	0.915789	0.939759
LM	越南	0.227002	0.475241	0.529539	0.621622	0.694737	0.789474	0.975904
H	波兰	0.485199	1.032895	1.027322	0.972973	1.073684	1.126316	1.168675
UM	马来西亚	1.539652	1.309211	1.240437	1.227027	1.2	1.231579	1.204819
H	沙特阿拉伯	1.214427	1.651316	1.994536	2.097297	1.978947	1.8	1.210843
UM	泰国	1.078668	1.282895	1.251366	1.243243	1.205263	1.2	1.271084
LM	印度	0.66392	1.447368	1.644809	1.567568	1.773684	1.673684	1.590361
H	阿拉伯联合酋长国	0.781117	1.302632	1.650273	1.891892	1.994737	2	1.981928
UM	俄罗斯	1.61442	2.611842	2.825137	2.837838	2.773684	2.621053	2.072289
H	新加坡	2.163009	2.315789	2.240437	2.205405	2.157895	2.157895	2.090361
UM	中国	3.902821	10.39474	10.38251	11.08108	11.63158	12.31579	13.73494

资料来源: UNCTAD 数据库, 下同。

表 1-4 “一带一路” 部分国家的初级品市场占有率

单位: %

经济类型 (2016)	国家	2000 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
H	波兰	0.418327	0.696808	0.667168	0.660205	0.727731	0.783561	0.903526
UM	伊朗	1.774009	1.779162	1.605559	1.264828	0.93866	1.081944	0.930998
H	科威特	1.209637	1.328516	1.501489	1.708464	1.582181	1.500063	0.996841
UM	伊拉克	1.370855	1.097829	1.328122	1.463569	1.361469	1.363599	1.069935
UM	泰国	1.07767	1.179692	1.15559	1.080095	0.975895	0.98735	1.180762
H	新加坡	1.085266	1.55844	1.584045	1.456625	1.383865	1.453533	1.373177
H	卡塔尔	0.711279	1.423739	1.674718	1.896552	1.87404	1.879085	1.442409
UM	马来西亚	1.265239	1.377905	1.373321	1.352701	1.364448	1.455559	1.460064
LM	印度尼西亚	—	2.114483	2.173913	1.912226	1.766513	1.715686	1.845076
LM	印度	1.054036	2.148936	2.190016	2.037618	2.457757	2.320261	2.258772
UM	中国	2.002247	2.170213	2.061192	1.974922	2.058372	2.320261	2.850877
H	沙特阿拉伯	4.672152	4.510638	5.072464	5.266458	4.976959	4.689542	3.245614
H	阿拉伯联合酋长国	2.756888	3.106383	3.703704	3.934169	4.0553	4.183007	4.407895
UM	俄罗斯	4.494617	6.404255	6.376812	6.77116	6.635945	6.617647	5.811404



表 1-5 “一带一路” 部分国家的制成品市场占有率

单位：%

经济类型 (2016)	国家	2000 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
UM	土耳其	0.478194	0.886906	0.904348	0.931034	0.966667	0.98374	0.922414
LM	越南	0.131504	0.462422	0.540773	0.676631	0.810348	0.918699	1.068966
H	阿拉伯联合酋长国	0.189898	0.504845	0.609841	0.841216	0.933333	1	1.094828
UM	马来西亚	1.689504	1.331331	1.226087	1.206897	1.15	1.170732	1.146552
H	捷克	0.55017	1.141141	1.252174	1.181034	1.183333	1.260163	1.189655
H	波兰	0.53113	1.241241	1.278261	1.181034	1.3	1.349593	1.318966
UM	泰国	1.093849	1.401401	1.365217	1.387931	1.375	1.357724	1.353448
LM	印度	0.557217	1.151151	1.321739	1.353448	1.433333	1.414634	1.37069
H	新加坡	2.505353	2.542543	2.426087	2.431034	2.391667	2.349593	2.275862
UM	中国	4.689507	14.71471	15.3913	16.55172	17.25	17.88618	18.53448

表 1-6 “一带一路” 部分国家资源与劳动密集型制成品的市场占有率

单位：%

经济类型 (2016)	国家名称	2000 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
LM	孟加拉国	0.77447	1.347055	1.475961	1.505385	1.628118	1.627817	1.854243
UM	中国	10.86613	26.74419	27.73333	30.13423	30.80745	31.07143	32.40506
LM	印度	1.910839	2.375892	2.54945	2.514418	2.880386	2.81383	2.928776
LM	印度尼西亚	2.48773 (2002)	1.794166	1.734164	1.696222	1.60761	1.573936	1.589326
H	波兰	1.060156	1.78767	1.826304	1.734667	1.834115	1.930698	1.85482
UM	土耳其	1.633399	2.265929	2.19493	2.297074	2.32843	2.358885	2.247943
LM	越南	0.594569	1.877313	2.003724	2.260544	2.460477	2.810807	3.422112

表 1-7 “一带一路” 部分国家低技能与技术密集型制成品的市场占有率

单位：%

经济类型 (2016)	国家	2000 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
LM	乌克兰	1.417565	1.784062	1.950883	1.84957	1.636095	1.252512	0.825685
H	阿拉伯联合酋长国	0.232046	0.761259	0.841587	0.762336	0.953686	0.982913	1.143233
H	捷克	0.959863	1.169952	1.347348	1.32663	1.386832	1.35681	1.294783

续表

经济类型 (2016)	国家	2000 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
UM	土耳其	0.70199	1.502293	1.566044	1.663598	1.63321	1.577769	1.380702
UM	俄罗斯	2.390471	2.045658	1.943721	2.319223	2.157065	2.009598	1.715086
H	波兰	1.092838	1.501959	1.712682	1.653372	1.919867	1.938186	1.925744
LM	印度	0.783161	1.925758	2.028176	1.998628	2.244873	2.221959	2.044906
UM	中国	6.305364	15.92593	16.82171	17.80488	17.7686	19.51613	21.51786

表 1-8 “一带一路” 部分国家中等技能与技术密集型制成品的市场占有率

单位: %

经济类型 (2016)	国家	2000 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
H	阿拉伯联合酋长国	0.156888	0.495731	0.572012	0.683677	0.753709	0.867132	0.944958
UM	土耳其	0.281219	0.960818	0.974501	0.959981	1.022246	1.033427	1.012284
H	匈牙利	0.630644	0.979339	1.03081	0.979402	1.080031	1.200783	1.218464
H	新加坡	1.14512	1.411021	1.387501	1.422777	1.367425	1.302659	1.300199
H	波兰	0.555929	1.565306	1.585406	1.443104	1.578365	1.602738	1.587587
UM	泰国	0.796497	1.532347	1.430763	1.557974	1.599593	1.585597	1.640016
H	捷克	0.785215	1.661426	1.775953	1.721672	1.7795	1.90148	1.859651
UM	中国	3.098994	10.2071	10.70352	11.69154	12.33735	12.96729	13.925

表 1-9 “一带一路” 部分国家高技能与技术密集型制成品的市场占有率

单位: %

经济类型 (2016)	国家	2000 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年
LM	印度	0.322907	0.944841	1.24577	1.341732	1.262009	1.230047	1.132793
H	阿拉伯联合酋长国	0.131955	0.443032	0.583521	1.080277	1.190831	1.21593	1.317062
UM	泰国	1.287544	1.51164	1.513589	1.450624	1.405855	1.389801	1.35127
UM	马来西亚	3.036252	2.126616	1.957513	1.862845	1.797099	1.824984	1.758739
H	新加坡	4.698213	4.504717	4.273684	4.282744	4.248497	4.163424	4.024641
UM	中国	3.40442	14.43396	14.94737	16.29938	17.03407	17.10117	17.22793

(二) “一带一路” 国家的贸易竞争力指数

“一带一路” 国家贸易竞争力指数大于 0 的有 25 个, 其中, 4 个为中等偏