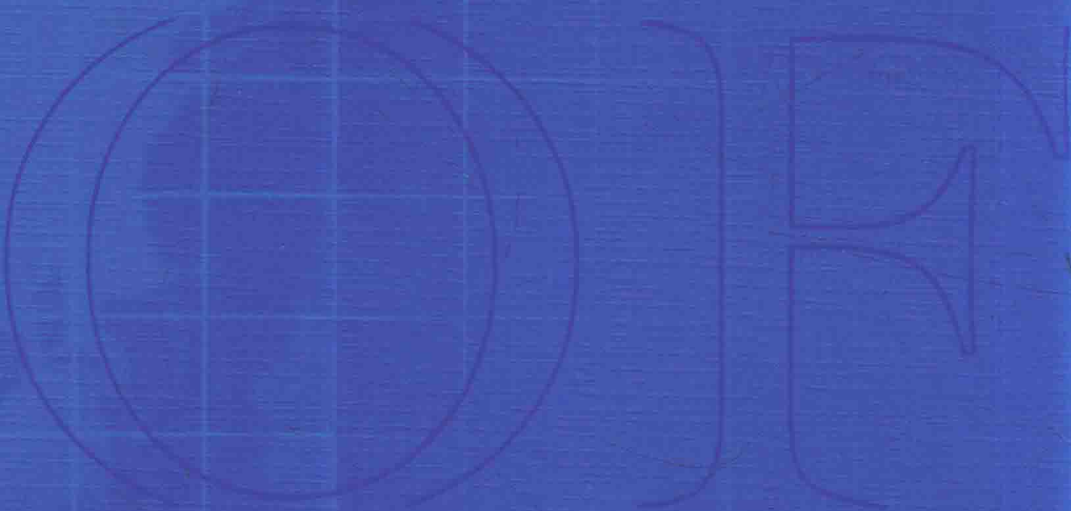


 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

REPORT ON INDUSTRIAL COMPETITIVENESS

“一带一路” 国家产业竞争力分析 (下册)

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

(下册)

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)

图书在版编目(CIP)数据

“一带一路”国家产业竞争力分析:全2册/张其仔等著. --北京:社会科学文献出版社,2017.5

ISBN 978-7-5201-0699-3

I. ①一… II. ①张… III. ①产业-市场竞争-研究-中国 IV. ①F121.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第070648号

“一带一路”国家产业竞争力分析(上、下册)

著 者/张其仔 郭朝先 白 玫 邓 洲 胡文龙 张航燕 等

出 版 人/谢寿光

项目统筹/邓泳红 吴 敏

责任编辑/吴 敏

出 版/社会科学文献出版社·皮书出版分社(010)59367127

地址:北京市北三环中路甲29号院华龙大厦 邮编:100029

网址:www.ssap.com.cn

发 行/市场营销中心(010)59367081 59367018

印 装/北京季蜂印刷有限公司

规 格/开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:53.25 字 数:918千字

版 次/2017年5月第1版 2017年5月第1次印刷

书 号/ISBN 978-7-5201-0699-3

定 价/198.00元(上、下册)

本书如有印装质量问题,请与读者服务中心(010-59367028)联系

 版权所有 翻印必究

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



第二十八章 土耳其产业竞争力分析

一 土耳其的产业竞争力变化

（一）国际市场占有率

土耳其出口商品的国际市场占有率整体来看并不高，2005～2015年所有出口商品在国际市场上的份额始终在1%以下，竞争力较弱，但呈现增加趋势，从2005年的0.72%提高到2015年的接近1%（见表28-1）。然而，分产品来看，土耳其的面粉及面食，石、沙及砾石，室内铺地用品等具有较高的国际市场占有率。其中，面粉及面食自2005年以来国际市场占有率始终在10%以上，2015年甚至高达19.97%。石、砂及砾石与室内铺地用品等两种产品的市场竞争力提升较快，国际市场占有率分别从2005年的4.05%和5.81%提高到2015年的11.68%和13.91%。其他商品如果酱或水果制品，塑料单丝，石灰、水泥等建筑材料，钢或铁条材、棒材、角材、型材，卫生、管道及发热装备等的国际市场占有率也较高，在国际市场上具有一定的出口优势。



表 28-1 2005~2015 年土耳其总体及优势商品的国际市场占有率

单位：%

商品代码及名称	2005 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	平均
总体	0.7224	0.7650	0.7588	0.8552	0.8218	0.8569	0.9636	0.8205
025 蛋、蛋黄、蛋清	0.8291	3.4667	6.0382	6.4444	6.9959	6.6998	4.9925	5.0667
046 面粉及面食	17.2814	14.7554	15.7040	15.4808	16.4671	17.1937	19.9736	16.6937
057 水果和坚果	5.2970	4.7914	4.7159	4.5292	4.2962	4.5024	4.7810	4.7019
058 果酱或水果制品	8.1212	5.3678	5.1923	5.2849	5.0062	5.9628	6.9533	5.9841
121 未加工的烟草,烟草废料	6.7715	3.7394	3.2863	3.5174	3.4382	4.3781	3.6292	4.1086
273 石、沙及砾石	4.0490	10.1066	9.3819	11.0767	12.1615	10.5724	11.6836	9.8617
344 未另列明的石油气	5.5019	1.5292	2.0878	2.7442	3.4591	2.4017	2.9846	2.9584
583 塑料单丝	3.6979	5.1798	5.3225	6.9915	7.6213	7.4927	6.2031	6.0727
655 未另列明的针织物或钩编织物	2.8813	4.8329	4.8435	5.1786	5.1434	4.9920	4.9909	4.6947
658 未列明的纺织原料制成品	6.2199	4.1191	4.1666	3.8039	3.9155	3.7378	3.5721	4.2193
659 室内铺地用品等	5.8067	9.0072	10.2766	13.6555	13.7743	14.3591	13.9117	11.5416
661 石灰、水泥等建筑材料	6.2393	7.7994	6.5255	6.2275	5.9095	5.6709	5.6927	6.2950
672 锭状和其他初级形状的铁或钢	2.8797	5.7441	3.7918	4.6710	2.7500	1.2442	0.8783	3.1370
676 钢或铁条材、棒材、角材、型材	6.1627	7.5680	7.8410	8.6167	8.1146	7.2298	6.3426	7.4108
761 电视接收机	5.1214	1.7429	1.9716	2.4508	2.0194	2.1140	2.0386	2.4941
812 卫生、管道及发热装备	5.2166	5.9291	6.4683	6.7259	6.2834	6.1515	5.7093	6.0692
844 女装(针织物)	5.0107	4.4213	3.8980	3.5023	3.2593	3.7814	4.2561	4.0184

注：选取土耳其国际市场占有率某一年大于 5% 的商品。

资料来源：联合国商品贸易数据库。

(二) 贸易竞争力指数

贸易竞争力指数兼顾进口和出口两个因素,是对国际市场占有率所得结果的较好补充。2005~2015年,土耳其进出口商品的整体贸易竞争力指数呈现波动变化(见表28-2),但指数值始终小于零,不存在贸易竞争优势。然而,同国际市场占有率一样,土耳其在食品及活动物、非食用原料等大类中某些特定的商品上具有极强的贸易竞争优势。如其他肉类及肉杂碎、面粉及面食、其他谷物食品及面粉、镍矿石及其精矿、贵金属矿及其精矿等的贸易竞争力指数的平均值均大于0.95,在国际市场上竞争力极强。腌制肉杂碎,鱼(干、腌、熏),根茎类蔬菜,果酱或水果制品,糖果,石、沙及砾石等的贸易竞争力指数在大多数年份都大于0.9,竞争优势十分明显。表28-2所列其他商品贸易竞争力指数的平均值也都在0.8以上,同样具有很强的出口竞争力,而且对大多数商品而言,土耳其的贸易竞争优势较为稳定。

表 28-2 2005~2015 年土耳其总体及优势商品的贸易竞争力指数

商品代码及名称		2005 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	平均
总体		-0.2276	-0.2389	-0.2819	-0.2159	-0.2475	-0.2115	-0.1805	-0.2291
012	其他肉类及肉杂碎	0.9674	0.9913	0.9912	0.9943	0.9942	0.9942	0.9863	0.9884
016	腌制肉杂碎	0.6866	1.0000	1.0000	0.7665	0.9969	1.0000	1.0000	0.9214
017	未列明的肉及食用内脏	0.9263	0.9229	0.9326	0.9035	0.8819	0.8361	0.6788	0.8689
035	鱼(干、腌、熏)	0.8347	0.9074	0.9639	0.9714	0.9809	0.9831	0.9669	0.9440
037	其他鱼类加工制品	0.9499	0.8027	0.8965	0.8800	0.9221	0.8109	0.7395	0.8574
046	面粉及面食	0.9998	0.9993	0.9999	0.9997	0.9995	0.9965	0.9957	0.9986
047	其他谷物食品及面粉	0.8907	0.9884	0.9837	0.9825	0.9932	0.9936	0.9896	0.9745
048	谷物制品	0.8069	0.7499	0.7864	0.8213	0.8196	0.8443	0.8275	0.8080
056	根茎类蔬菜	0.9477	0.9274	0.9093	0.9156	0.9056	0.9018	0.8764	0.9120
057	水果和坚果	0.8828	0.8335	0.8165	0.7841	0.8059	0.8244	0.8071	0.8220
058	果酱或水果制品	0.9362	0.9363	0.9061	0.9287	0.9241	0.9198	0.9076	0.9227
062	糖果	0.9400	0.9280	0.9216	0.9468	0.9449	0.9380	0.9278	0.9353
273	石、沙及砾石	0.7563	0.9354	0.9264	0.9446	0.9317	0.9098	0.9206	0.9036



续表

商品代码及名称		2005 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	平均
283	铜矿石及其精矿	0.3940	0.9985	0.9998	0.9984	0.9990	0.9998	0.8934	0.8976
284	镍矿石及其精矿	0.9322	0.9915	0.9917	0.9494	0.9656	0.9874	0.9908	0.9727
287	未列明的贱金属矿及其精矿	0.7145	0.8944	0.8591	0.8156	0.8711	0.8812	0.8487	0.8406
289	贵金属矿及其精矿	0.9999	0.9989	0.9967	0.9998	0.9999	0.9940	0.9408	0.9900
345	煤气、水煤气等	0.9582	0.8739	0.6624	1.0000	0.8743	0.8926	0.9765	0.8911
658	未列明的纺织原料制成品	0.9368	0.8593	0.8341	0.8502	0.8615	0.8441	0.8174	0.8576
844	女装(针织物)	0.9475	0.8563	0.8554	0.8803	0.8747	0.8736	0.8729	0.8801

注：选取土耳其贸易竞争力指数平均值排名前 20 的商品。

资料来源：联合国商品贸易数据库。

（三）显示性对称比较优势指数

表 28-3 显示，土耳其专业化程度较高的商品主要集中在食品及活动物、主要按原料分类的制成品和杂类制成品等资源型和劳动密集型商品上。其中，面粉及面食的专业化程度最高，显示性对称比较优势指数在大多数年份均大于 0.9。石、砂及砾石和室内铺地用品等也具有很强的出口竞争优势，显示性对称比较优势指数的平均值均超过 0.8。表 28-3 所列其他商品的显示性对称比较优势指数的平均值都大于 0.5，竞争优势明显，而且对大多数商品而言，土耳其的专业化优势较为稳定。

表 28-3 2005~2015 年土耳其优势商品的显示性对称比较优势指数

商品代码及名称		2005 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	平均
046	面粉及面食	0.9197	0.9014	0.9078	0.8953	0.9049	0.9051	0.9080	0.9060
056	根茎类蔬菜	0.6243	0.5530	0.4882	0.4716	0.4950	0.4942	0.4428	0.5099
057	水果和坚果	0.7600	0.7247	0.7228	0.6823	0.6789	0.6802	0.6645	0.7019
058	果酱或水果制品	0.8366	0.7505	0.7450	0.7214	0.7180	0.7487	0.7566	0.7538
091	人造黄油	0.6771	0.5376	0.5615	0.4839	0.5740	0.5565	0.5692	0.5657
121	未加工的烟草、烟草废料	0.8072	0.6603	0.6248	0.6088	0.6142	0.6726	0.5804	0.6526
273	石、沙及砾石	0.6972	0.8593	0.8504	0.8567	0.8734	0.8501	0.8476	0.8335

续表

商品代码及名称	2005 年	2010 年	2011 年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	平均
583 塑料单丝	0.6731	0.7426	0.7505	0.7820	0.8053	0.7947	0.7311	0.7542
655 未列明的针织物 或钩编织物	0.5991	0.7267	0.7291	0.7165	0.7245	0.7070	0.6764	0.6970
656 薄纱、丝带、边条 料	0.7465	0.6035	0.6235	0.6232	0.6218	0.6018	0.5705	0.6273
658 未列明的纺织原 料制成品	0.7919	0.6868	0.6919	0.6329	0.6531	0.6270	0.5751	0.6655
659 室内铺地用品等	0.7787	0.8434	0.8625	0.8821	0.8874	0.8874	0.8704	0.8589
661 石灰、水泥等建筑 材料	0.7925	0.8214	0.7917	0.7585	0.7558	0.7375	0.7105	0.7668
676 钢或铁条材、棒 材、角材、型材	0.7902	0.8164	0.8235	0.8194	0.8161	0.7881	0.7362	0.7986
693 绝缘线材	0.6516	0.6912	0.7356	0.6953	0.6982	0.6810	0.6250	0.6826
812 卫生、管道及发热 装备	0.7567	0.7715	0.7900	0.7744	0.7687	0.7555	0.7112	0.7611
842 女装(机织物)	0.7176	0.6448	0.6404	0.6493	0.6513	0.6264	0.6050	0.6478
844 女装(针织物)	0.7480	0.7050	0.6741	0.6075	0.5973	0.6305	0.6308	0.6562
845 未列明的纺织服装	0.7373	0.6569	0.6452	0.6444	0.6583	0.6515	0.6232	0.6596
846 织物制的衣服配件	0.7212	0.6947	0.6784	0.6344	0.6652	0.6637	0.6295	0.6696

注：选取土耳其显示性对称比较优势指数平均值排前 20 的商品。

资料来源：联合国商品贸易数据库。

二 土耳其的主要贸易伙伴及贸易商品

(一) 出口目的地和进口来源地

表 28-4 是土耳其 2005 年、2010 年和 2015 年前十大出口目的地和进口来源地及其贸易额占比情况。随着经济贸易活动的不断发展，土耳其的主要贸易伙伴出现略微变化，但变化不大，尤其是贸易额排在前列的贸易伙伴，如德国、英国、意大利等始终居于土耳其前五大出口目的国行列，德国、俄罗斯、中国、意大利等始终居于土耳其前五大进口来源国行列。就贸易额占比来看，2015 年土耳其对前十大出口国的出口额占其出口总额的 48.96%，接近其出口



贸易规模的一半。其中，对德国、英国、伊拉克、意大利、美国前五大出口国的出口份额分别为 9.33%、7.34%、5.94%、4.79%、4.45%。土耳其对前十大进口国的进口额超过了其进口总规模的一半（58.07%），其中，来自中国的进口额增长十分迅速，占比从 2005 年的 5.9% 提高到 2015 年的 12%，中国成为土耳其最大的进口来源国。这一方面意味着中国与土耳其的贸易关系日益密切，另一方面，与中国非土耳其主要出口目的国这一事实共同作用，导致土耳其对中国存在严重的贸易逆差，成为近年来土方对中方频频发起反倾销调查的根源，严重阻碍着两国经贸活动的进一步深化和发展。

表 28-4 土耳其前十大出口目的地和进口来源地

单位：%

前十大出口目的地			前十大进口来源地		
2005 年	2010 年	2015 年	2005 年	2010 年	2015 年
德国(12.87)	德国(10.08)	德国(9.33)	德国(11.68)	俄罗斯(11.64)	中国(12.00)
英国(8.05)	英国(6.35)	英国(7.34)	俄罗斯(11.05)	德国(9.46)	德国(10.30)
意大利(7.65)	意大利(5.71)	伊拉克(5.94)	意大利(6.48)	中国(9.26)	俄罗斯(9.85)
美国(6.68)	法国(5.32)	意大利(4.79)	中国(5.90)	美国(6.64)	美国(5.37)
法国(5.18)	伊拉克(5.30)	美国(4.45)	法国(5.04)	意大利(5.46)	意大利(5.13)
西班牙(4.10)	俄罗斯(4.06)	法国(4.07)	美国(4.60)	法国(4.41)	法国(3.66)
伊拉克(3.74)	美国(3.31)	瑞士(3.95)	英国(4.02)	伊朗(4.12)	韩国(3.41)
荷兰(3.36)	西班牙(3.11)	西班牙(3.30)	瑞士(3.47)	西班牙(2.61)	伊朗(2.94)
俄罗斯(3.24)	阿联酋(2.93)	阿联酋(3.25)	西班牙(3.04)	韩国(2.57)	印度(2.71)
罗马尼亚(2.43)	伊朗(2.67)	伊朗(2.55)	韩国(2.98)	英国(2.52)	西班牙(2.70)
57.3	48.84	48.96	58.27	58.69	58.07

注：括号中的数据为土耳其与该国的贸易份额，最后一行为土耳其与前十大贸易伙伴国的贸易份额之和。

资料来源：联合国商品贸易数据库。

（二）土耳其与主要贸易伙伴的主要贸易商品

从土耳其对前十大出口目的地的主要出口商品来看（见表 28-5），土耳其的出口商品主要是工业制成品，但对不同国家出口的具体商品存在差异，这与出口对象国的制造业结构和需求结构有关。如对瑞士的出口中，约 86% 的出口额都集中在非货币用黄金（金矿砂及精矿除外）这类商品上。同时，与

土耳其不同商品的国际竞争优势有关。如对德国出口的未另列明的纺织服装、果酱或水果制品、女装（机织物）、水果和坚果、女装（针织物）；对伊拉克出口的面粉及面食，钢或铁条材、棒材、角材、型材，其他肉类及肉杂碎；对美国出口的石灰、水泥等建筑材料，室内铺地用品等，均是土耳其的优势商品。土耳其的优势商品成为其与不同国家开展出口贸易合作的基础和有利条件。

表 28-5 2015 年土耳其对前十大出口目的地的主要出口商品

出口目的地	主要出口商品及贸易额占比
德国	未另列明的纺织服装(8.83)、活塞内燃引擎(7.14)、汽车零件及附件(5.59)、载客的汽车和赛车(4.69)、果酱或水果制品(4.19)、女装(机织物)(3.64)、未列明的纺织原料制成品(3.51)、水果和坚果(3.36)、未另列明的家用电动及非电动设备(3.24)、女装(针织物)(3.17)
英国	非货币用黄金(金矿砂及精矿除外)(11.69)、货车和专用运输车辆(11.41)、载客的汽车和赛车(7.81)、未另列明的纺织服装(7.07)、未另列明的家用电动及非电动设备(5.68)、女装(机织物)(4.30)、电视接收机(4.20)、电力传输设备(3.98)、女装(针织物)(3.30)、汽车零件及附件(2.89)
伊拉克	未另列明的珠宝、金银器皿(5.43)、面粉及面食(5.20)、非挥发性植物油脂、轻质油(5.15)、家具及其零件(4.97)、钢或铁条材、棒材、角材、型材(4.08)、谷物制品(3.78)、水果和坚果(3.29)、其他肉类及肉杂碎(3.18)、切成一定尺寸的纸及纸板(2.87)、未另列明的纺织服装(2.71)
意大利	载客的汽车和赛车(11.30)、水果和坚果(9.24)、货车和专用运输车辆(6.67)、汽车零件及附件(3.83)、未另列明的针织物或钩编织物(3.77)、未另列明的家用电动及非电动设备(3.21)、纺织纱(3.04)、未另列明的纺织服装(2.74)、未按品种分类的特种交易和商品(2.50)、玻璃器皿(1.97)
美国	钢或铁条材、棒材、角材、型材(10.93)、石灰、水泥等建筑材料(5.52)、载客的汽车和赛车(4.73)、航空器及有关设备(4.39)、室内铺地用品等(4.28)、铁管、钢管(3.99)、其他非电力引擎(3.62)、汽车零件及附件(3.55)、未列明的纺织原料制成品(3.42)、拖拉机(2.80)
法国	载客的汽车和赛车(15.05)、未另列明的家用电动及非电动设备(6.61)、汽车零件及附件(6.11)、货车和专用运输车辆(5.57)、水果和坚果(5.50)、未另列明的纺织服装(4.80)、未另列明的陆用机动车辆(4.16)、电视接收机(3.42)、未列明的纺织原料制成品(2.53)、男装(机织物)(2.22)
瑞士	非货币用黄金(金矿砂及精矿除外)(85.91)、水果和坚果(2.02)、载客的汽车和赛车(1.06)、铝(1.02)、货车和专用运输车辆(0.96)、石油及自含沥青矿物中提出的油(原油除外)(0.85)、药品,包括兽药(0.83)、未列明的纺织原料制成品(0.59)、未另列明的纺织服装(0.59)、电视接收机(0.46)



续表

出口目的地	主要出口商品及贸易额占比
西班牙	女装(机织物)(10.86)、载客的汽车和赛车(10.41)、未另列明的纺织服装(9.84)、男装(机织物)(7.22)、货车和专用运输车辆(4.73)、未另列明的家用电动及非电动设备(4.72)、女装(针织物)(4.14)、汽车零件及附件(3.90)、石油及自含沥青矿物中提出的油(原油除外)(3.45)、人造纤维织物(1.50)
阿联酋	未另列明的珠宝、金银器皿(25.00)、非货币用黄金(金矿砂及精矿除外)(18.31)、铜或铁条材、棒材、角材、型材(12.38)、石油及自含沥青矿物中提出的油(原油除外)(12.17)、未按品种分类的特种交易和商品(1.66)、室内铺地用品等(1.51)、家具及其零件(1.23)、肥皂、清洁及磨光用品(1.18)、石灰、水泥等建筑材料(1.06)、电路设备(0.98)
伊朗	未另列明的珠宝、金银器皿(23.41)、胶合板及未列明木料(4.02)、加工烟(3.64)、切成一定尺寸的纸及纸板(2.73)、汽车零件及附件(2.29)、人造纤维织物(2.17)、电路设备(1.82)、活塞内燃引擎(1.78)、纺织纱(1.76)、未另列明的贱金属制品(1.71)

注：括号中的数据为土耳其向该国出口的相应商品占土耳其对该国出口总额的比例。

资料来源：联合国商品贸易数据库。

从土耳其从前十大进口来源地的主要进口商品来看（见表 28-6），土耳其对不同国家的主要进口商品存在差异，但与出口商品相比，进口更多地集中于化学品及有关产品和机械及运输设备类商品上，尤其是体现在对中国、德国、意大利、法国、韩国等国家的进口商品上。这与土耳其在这两类商品的生产上表现出较弱的竞争优势密切相关。就土耳其从中国的进口商品来看，未另列明的电信设备及零件是土耳其进口规模最大的商品，占其从中国进口总额的 14.41%。自动数据处理机及其设备与电动机械及器具等商品也是土耳其从中国进口的主要商品。日益密切的贸易合作是土耳其利用国际市场和国际资源，从而发挥比较优势进行专业化生产的体现。

表 28-6 2015 年土耳其对前十大进口来源地的主要进口商品

进口来源地	主要进口商品及贸易额占比
中国	未另列明的电信设备及零件(14.41)、自动数据处理机及其设备(5.83)、电动机械及器具(2.83)、纺织纱(2.40)、锭状和其他初级形状的铁或钢(2.06)、婴儿车和玩具(2.02)、未另列明的家用电动及非电动设备(1.96)、热离子管、冷阴极管及其他管(1.90)、机械装卸设备及未列明的零件(1.82)、电路设备(1.79)
德国	载客的汽车和赛车(16.90)、汽车零件及附件(5.69)、活塞内燃引擎(3.59)、其他工业专用机器及设备(2.92)、航空器及有关设备(2.72)、药品,包括兽药(2.32)、其他初级形态的塑料制品(2.15)、旋转式电力装置(2.07)、电路设备(2.07)、未另列明的测量及控制用仪器和器械(1.95)

续表

进口来源地	主要进口商品及贸易额占比
俄罗斯	未按品种分类的特种交易和商品(45.43);石油及自含沥青矿物中提出的油(原油除外)(12.09);煤炭(5.56);铝(4.24);非挥发性植物油脂,轻质油(3.90);未镀层的铁或非合金钢平板轧材(3.83);小麦(3.40);钢铁废料(3.19);锭状和其他初级形状的铁或钢(2.90);未另列明的石油气(1.73)
美国	航空器及有关设备(15.27);钢铁废料(9.11);棉花(4.75);药品,包括兽药(3.30);生产轻质油的油籽(3.11);其他非电力引擎(2.85);未按品种分类的特种交易和商品(2.33);未另列明的测量及控制用仪器和器械(2.30);未另列明的石油残渣副产品及有关原料(2.27);纸及纸板(2.06)
意大利	石油及自含沥青矿物中提出的油(原油除外)(9.03);汽车零件及附件(4.48);其他工业专用机器及设备(4.02);货车和专用运输车辆(3.00);活塞内燃引擎(2.52);其他非电动机械、工具(2.45);加热及冷却设备(2.42);其他初级形态的塑料制品(2.13);药品,包括兽药(2.07);未另列明的珠宝、金银器皿(1.99)
法国	航空器及有关设备(15.21);汽车零件及附件(5.68);载客的汽车和赛车(3.95);药品,包括兽药(3.39);电路设备(3.07);活塞内燃引擎(2.89);其他非电力引擎(2.88);未镀层的铁或非合金钢平板轧材(2.81);未另列明的测量及控制用仪器和器械(2.18);合金钢卷材(2.11)
韩国	未另列明的电信设备及零件(10.83);合金钢卷材(8.64);电视接收机(6.76);其他初级形态的塑料制品(5.26);汽车零件及附件(5.23);羧酸类及其衍生物(3.90);初级形态的乙烯聚合物(3.65);载客的汽车和赛车(3.13);医用制剂,不包括药品(3.08);初级形态的苯乙烯聚合物(2.73)
伊朗	未按品种分类的特种交易和商品(77.67),初级形态的乙烯聚合物(4.43),铜(2.91),其他初级形态的塑料制品(2.70),电流(1.86),肥料(1.65),锌(1.45),乙醇、苯酚(1.39),铝(0.74),未另列明的石油残渣副产品及有关原料(0.56)
印度	石油及自含沥青矿物中提出的油(原油除外)(31.81);纺织纱(9.69);汽车零件及附件(6.16);活塞内燃引擎(3.27);合成有机色料及天然染料(2.99);其他初级形态的塑料制品(2.52);铝(2.46);拖拉机(2.16);医用制剂,不包括药品(1.71);有机、无机化合物(1.69)
西班牙	载客的汽车和赛车(22.84),汽车零件及附件(4.89),铜(4.08),钢或铁条材、棒材、角材、型材(3.88),航空器及有关设备(3.09),其他初级形态的塑料制品(3.09),旋转式电力装置(2.61),石油及自含沥青矿物中提出的油(原油除外)(2.59),未另列明的烃类及衍生物(2.53),活塞内燃引擎(2.38)

注:括号中的数据为土耳其向该国进口的相应商品占土耳其对该国进口总额的比例。

资料来源:联合国商品贸易数据库。



三 中土经贸关系现状、问题及政策建议

（一）中土经贸关系现状

1. 中土贸易现状

图 28-1 显示,自 2005 年以来,土耳其与中国的贸易规模迅速扩大,从 2005 年的 74.35 亿美元增加到 2015 年的 272.88 亿美元,10 年间增加了 2.67 倍,说明双方贸易关系日益密切,表现为 2015 年中国成为土耳其最大的进口来源地。具体来看,双方贸易活动以土耳其对中国的进口为主,出口规模较小,因此双方贸易关系表现出土耳其对中国巨大的贸易逆差。虽然土耳其对中国的进口额和出口额都呈现不断增加趋势,但由于进口增加趋势较出口增加趋势更为明显,导致土耳其对中国的贸易逆差自 2005 年以来不断扩大。2015 年,两国的贸易逆差高达 224.59 亿美元。

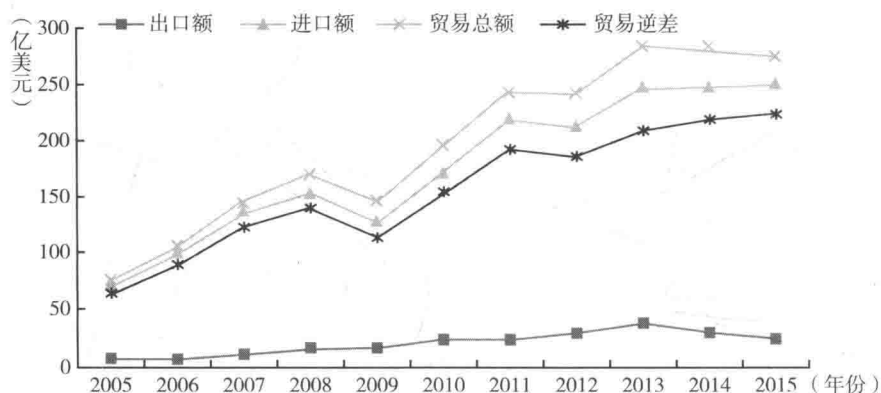


图 28-1 2005~2015 年土耳其对中国的贸易状况

资料来源:联合国商品贸易数据库。

2. 中土相互投资情况

土耳其对中国的外商直接投资额和外商直接投资合同项目数自 2005 年以来均呈现波动变化(见图 28-2)。其中,直接投资合同项目数表现出较为明显的波动增加趋势,而直接投资额自 2005 年的小高位下降后,从 2008 年起同样呈现波动增加趋势。这说明,近年来土耳其对中国的对外投资关系有所增