

中亚市场新视角

ZHONGYA SHICHANG XINSHIJIAO

秦放鸣 等著

中国社会科学出版社

中亚市场新视角

ZHONGYA SHICHANG XINSHIJIAO

秦放鸣 等著

中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中亚市场新视角/秦放鸣等著. —北京: 中国社会科学出版社,
2006. 8

ISBN 7-5004-5665-4

I. 中… II. 秦… III. 市场-研究-中亚 IV. F753.60.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 048536 号

责任编辑 丁玉灵
责任校对 修广平
封面设计 王 华
版式设计 戴 宽

出版发行 中国社会科学出版社

社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号 邮 编 100720

电 话 010-84029450 (邮购)

网 址 <http://www.csspw.cn>

经 销 新华书店

印 刷 盛华印刷厂

装 订 广增装订厂

版 次 2006 年 8 月第 1 版

印 次 2006 年 8 月第 1 次印刷

开 本 880×1230 1/32

印 张 9.25

插 页 2

字 数 260 千字

定 价 26.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究



秦放鸣，女，汉族，湖南宁乡人，1957年出生。现为新疆大学经济与管理学院教授、博士生导师，并兼任新疆大学西北少数民族研究中心专职研究员、自治区经济学会副秘书长、自治区工商学会常务理事。主要研究方向：区域经济、中亚经济、劳动经济。1994年、2002年曾由国家两次公派赴哈萨克斯坦科学院和莫斯科大学高访，2004年被评为自治区优秀归国人员。主持国家社会科学基金项目两项、自治区及厅局级课题多项，发表学术论文50余篇。出版专著《理论与现实的思考》、《新疆人口资源环境与可持续发展战略研究》等3部。作为主编、副主编出版教材6部。1991年、2002年两次获自治区哲学社会科学优秀成果论文二等奖；2002年、2006年两次获“自治区巾帼标兵”称号；2006年获新疆大学“十五”优秀教师称号；2005年获“中国十大经济女性年度人物提名奖”和“中国经济女性年度杰出贡献人物奖”。

责任编辑：丁玉灵
封面设计：王 华

此为试读, 需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

国家哲学社会科学基金研究规划一般项目
(批准号: 03BJY016)

本书由新疆大学学术著作
出版基金资助出版

前 言

本书是新疆大学经济与管理学院教授、博士生导师、新疆大学西北少数民族研究中心专职研究员秦放鸣同志主持的国家社科基金项目“中亚市场与新疆成为我国西部国际商贸中心的双向互动关系研究”（批准号：03 BJY016）的成果。该项目鉴定等级为优秀。该项目是从把新疆建成中国西部国际商贸中心的全新视角来研究中亚市场的，全书贯穿的一条红线是中亚市场与新疆成为我国西部国际商贸中心的双向互动关系。

进入 21 世纪，特别是“9·11”事件以来，中亚市场愈益凸显出地缘战略要冲和资源富集区合而为一的重要战略地位，围绕中亚市场的国际竞争也愈加激烈。我国如何进一步开拓中亚市场，如何在中亚市场的激烈竞争中占据主动和有利的位置，一直是众多学者和实际工作者在不断探索和实践的重要课题。

新疆位于祖国的西北边陲，中亚各国的独立使新疆在外部环境上的地缘战略地位发生了根本性变化，使它既成为我国内陆边境的国防前哨，又成为西部对外开放的桥头堡。随着西部大开发战略的实施和对外开放力度的不断提升，新疆无可替代的地缘战略优势也愈益显示出来。新疆维吾尔自治区党委和人民政府适时提出了将新疆建成我国西部国际商贸中心的战略举措，并将其列入自治区的“十五”规划。但新疆如何建设中国西部国际商贸中

心?建设一个什么样的西部国际商贸中心?如何将“规划”一步步地落到实处,尚缺乏深入、详细的论证和明确的目标指向。选择“中亚市场与新疆成为我国西部国际商贸中心的双向互动关系研究”课题,对上述问题进行深入探讨,对于加快新疆向西开放的步伐,加强新疆作为我国重要能源战略通道的作用,无疑具有重大的理论意义和现实意义。

本书遵循课题研究的基本思路,具有以下特色:

第一,在逻辑体系上,以开拓“中亚市场与新疆成为我国西部国际商贸中心的双向互动关系”为主线,以中亚市场的容量、潜力和发展趋势为起点,层层递进。围绕中亚市场的国际竞争及我国在中亚市场的位置、新疆在与中亚五国经贸关系中所处的地位、作用及进一步开拓中亚市场面临的困难,分析了面向中亚市场把新疆建成我国西部国际商贸中心的目标指向、必要性、可行性及建设的阶段步骤;为真正发挥亚欧第二大陆桥在联结中亚市场和新疆建成我国西部国际商贸中心的主动脉作用,又分析研究了亚欧第二大陆桥的运营状况、存在问题及未来前景;其落脚点归结在开拓中亚市场,加速把新疆建成我国西部国际商贸中心的政策构建和环境营造上。在逻辑结构上层层推演递进,中心贯彻始终。

第二,在研究内容上,分为总研究报告、专题研究报告及实地调研报告。专题研究报告包括:中亚市场及中亚经济发展;围绕中亚市场的国际角逐及中国在中亚市场的位置;新疆与中亚国家的经贸合作;中国西部国际商贸中心的目标指向、可行性及阶段步骤;亚欧第二大陆桥运营状况;开拓中亚市场,建设中国西部国际商贸中心的政策构建和环境营造。这些专题研究报告的最大特点是从实证分析入手,把事实作为分析的出发点,既充分肯定了开拓中亚市场的重大成就,又实事求是地深刻剖析了其存在

的问题，探讨了双向互动关系的基本思路及其政策构建和环境营造的一系列重要对策建议。实地调研报告包括：阿拉山口口岸、霍尔果斯口岸、哈萨克斯坦市场及乌兹别克斯坦调研报告，是第一手调研资料的分析和概括总结，并在调研的基础上提出了有针对性的对策建议。

第三，在研究方法上，注重应用性研究，研究方法以实证分析为主，同时采用了定性分析与定量分析相结合的方法。定性分析方法主要有：（1）抽象分析法。致力于从大量的表象和资料中研究开拓中亚市场与新疆经济发展进程中的契合点和内在规律。（2）文献资料整理归纳法。尽可能全面收集、整理国内外的相关文献资料 and 统计数据，在前人研究的基础上，力求更为全面、系统，并在理论上有所提高。（3）典型调研法。选取了中亚两个最主要的国家——哈萨克斯坦和乌兹别克斯坦，新疆两个最主要的口岸——阿拉山口和霍尔果斯进行实地调研，写出了四份专题调研报告。定量分析方法主要有：（1）回归分析方法。通过采集数据，建立回归模型对中亚市场潜力和趋势进行了分析，得出了新疆与中亚五国贸易规模将进一步扩大，中亚市场前景广阔的回归模型预测结论。（2）单整、协整分析方法。单整、协整分析方法为宏观经济计量的前沿方法。通过选取相关变量，确定选取变量间的协整关系，计算出各个变量的数值，然后做变量的平稳性和协整性检验等，最后通过单整、协整及因果性分析，得出了五个重要结论，特别是新疆的外贸依存度、外资依存度低下的现状使我们产生了深深的危机感。同时，结论告诉我们新疆在与中亚国家的贸易中尚处于通道经济的地位，有被边缘化的现实可能性。通过定量分析，使本课题论证建立在更加科学的基础上，也使我们的对策建议更具针对性。

第四，在研究结果上，实现了五个方面的重要转变，并提出

了一系列新的思路和对策，既具有理论提升和总结意义，也具有实践操作和指导意义。一是实现了从对中亚经济现状的一般分析，向从微观和宏观不同层面及运用回归模型研究其市场潜力，科学预测其经济发展前景的转变。二是实现了从泛泛地定性说明我国在中亚市场的地位，向以事实为依据，以统计数据分析为基础的科学准确的定位转变。三是实现了从开拓中亚市场主要侧重于贸易层面的研究，向利用上海合作组织的磋商机制，逐步消除贸易自由化和投资便利化的体制性障碍，全面发展经济技术合作并进一步发展中亚区域经济一体化的宏观层面研究与对策研究转变。四是实现了从新疆建设我国西部国际商贸中心仅注重商贸和物流中心研究，向为开拓中亚市场构筑平台、建立支点，实现质与量相统一的系列目标研究的转变。五是实现了从单一的分别研究如何开拓中亚市场和如何把新疆建成我国西部国际商贸中心研究，向把二者有机结合起来，揭示二者双向互动关系研究的转变。最后，从全新的视角提出了一系列新的思路和对策。必须以全新的战略高度重新认识中亚市场对我国未来经济发展和新疆长治久安的重要性；进一步开拓中亚市场需要新疆打造和建设我国西部国际商贸中心，为其构筑平台建立支点；新疆打造和建设我国西部国际商贸中心既有质的目标指向，也有量的基本界定；营造良好的投资环境，使大量资本、技术、人才被吸引和聚集到新疆与新疆的资源优势和毗邻中亚及纵深市场的地缘优势相结合，形成巨大的开拓中亚及纵深市场的合力是新疆打造和建设我国西部国际商贸中心的基本前提；乌鲁木齐中心城市、中哈霍尔果斯边境合作中心和阿拉山口进出口工业加工园区是新疆打造和建设我国西部国际商贸中心的“三大支点”，以三大支点为支撑，以天山北坡经济带为连线，以点连线，从线到面，突出重点，分阶段突进，先北疆后南疆是新疆打造和建设我国西部国际商贸中心

的基本建设步骤；新疆建设我国西部国际商贸中心必须有加工制造业做支撑，建立面向中亚及纵深市场的制造业基地，努力延伸东部地区的制造业“工业链”，使之在新疆完成与中亚及纵深市场的对接；新疆对外经贸合作不能仅依靠对外贸易拉动，应积极推动对外经济技术合作的发展；新疆招商引资的重点更应注重引进内资，东联的程度决定西出的水平；中国与中亚国家存在巨大的经济结构互补性，但新疆与中亚国家却同属资源性经济结构，新疆必须加快调整经济结构与产业结构的步伐，抢占中亚区域经济结构的制高点，以在未来中亚区域经济一体化的进程中占据主动；新疆不能仅满足于“通道经济”的作用，新疆建设我国西部国际商贸中心必须重视“信息大陆桥”建设，加强中亚商情调研和信息工程建设，使新疆成为进入中亚市场的“信息服务中心”，加快商贸、物流、金融、信息、旅游、服务业的发展，为建设西部国际商贸中心提供全面支撑；新疆建设西部国际商贸中心是优势与劣势共存、机遇与挑战同在，工作的关键是发挥优势克服劣势，抓住机遇迎接挑战；当前我国及我国新疆与中亚国家贸易和投资便利化的障碍主要是体制性障碍，应积极利用上海合作组织的磋商机制，逐步消除体制性障碍，全面带动中亚区域内贸易发展和投资扩大，实现区域经济一体化等等。本书的研究成果注重所提出的思路与对策的现实针对性和实践的可操作性，既注重理论的提升、概括，更注重对实践的指导作用。填补了我国在这一领域系统性研究的空白。

相信本书的研究成果能为有关政府部门的决策提供依据，能使对中亚市场的研究得到进一步深化，并期望能对有关专家学者提供一种研究的新视角。

阿基米德说：“给我一个支点，我将能撬动地球。”我们说：将新疆建成我国西部国际商贸中心，以此为支点也将能撬开中亚

大市场，真正使中国及中国新疆的向西开放战略落到实处。

本书的研究成果受到新疆社科规划办、新疆大学科研处、新疆大学西北少数民族研究中心的大力支持和指导，在调研过程中得到阿拉山口口岸、霍尔果斯口岸管委会、海关、动植检、中国驻哈萨克斯坦和乌兹别克斯坦大使馆商务参赞处等相关部门的大力协助和支持。数据分析处理上得到了新疆大学经济与管理学院张效莉副教授以及南京大学商学院博士生师博、南开大学经济学院博士生李峰等人的鼎力相助。在此一并向所有支持、关心、帮助过课题研究的机构和个人表示诚挚的谢意。由于水平有限，其缺点和不足在所难免，恳请专家学者批评斧正。

“中亚市场与新疆成为我国西部国际商贸中心的双向互动关系研究”课题主持人：秦放鸣 新疆大学经济与管理学院教授、博士生导师。课题组成员有：李新英 新疆财经学院副教授、博士；何伦志 新疆大学经济与管理学院教授、博士生导师；王克林 新疆外经贸厅副厅长、博士；王海燕 新疆社会科学院中亚研究所副研究员；胡红萍 新疆社会科学院中亚研究所副研究员；张玉忠 新疆外经贸厅边贸管理局副局长。本书具体撰写者：总报告 秦放鸣；第一章 李新英、胡红萍、秦放鸣；第二章 李新英、秦放鸣；第三章 王海燕、王克林、秦放鸣；第四至第六章 秦放鸣；阿拉山口口岸调研报告 秦放鸣；霍尔果斯口岸调研报告 秦放鸣、何伦志、张玉忠；哈萨克斯坦调研报告 王海燕；乌兹别克斯坦调研报告 秦放鸣。

作 者

2006 年于乌鲁木齐

目 录

第一篇 总研究报告

中亚市场与新疆成为我国西部国际商贸中心的双向互动关系研究总报告	(3)
一 中亚市场与新疆打造和建设中国西部国际商贸中心	(3)
二 建设中国西部国际商贸中心的目标指向、必要性、可行性及阶段步骤	(10)
三 建设中国西部国际商贸中心的政策构建和环境营造	(23)
四 结语	(40)

第二篇 专题研究报告

第一章 中亚市场及中亚经济发展	(45)
第一节 中亚市场经济潜力	(45)
第二节 中亚国家当前经济形势	(66)
第三节 中亚国家经济增长动因	(76)

第四节 中亚国家经济发展趋势	(78)
第二章 围绕中亚市场的国际角逐及中国在	
中亚市场的位置	(85)
第一节 围绕中亚市场的国际角逐	(85)
第二节 中国在中亚市场的位置	(95)
第三节 中国在中亚市场的战略取向	(103)
第三章 新疆与中亚国家的经贸合作	(106)
第一节 经贸合作回顾及对新疆经济社会发展的	
贡献	(106)
第二节 新疆开拓中亚市场面临的主要困难和问题	(119)
第三节 新疆进一步开拓中亚市场的对策建议	(124)
第四节 新疆经济开放度与经济增长的计量分析	(135)
第四章 建设中国西部国际商贸中心的目标指向、	
可行性及阶段步骤	(143)
第一节 建设中国西部国际商贸中心的目标指向与	
基本特征	(143)
第二节 建设中国西部国际商贸中心的必要性	(145)
第三节 建设中国西部国际商贸中心的可行性	(147)
第四节 建设中国西部国际商贸中心的阶段步骤	(159)
第五章 亚欧第二大陆桥运营状况	(164)
第一节 运营现状	(164)
第二节 运营中存在的问题	(168)
第三节 运营前景预测	(173)

第四节 通畅运营的对策建议..... (176)

第六章 开拓中亚市场，建设中国西部国际商贸中心的
政策构建和环境营造..... (179)

第一节 开拓中亚市场的政策构建和环境营造..... (179)

第二节 建设中国西部国际商贸中心的政策构建和
环境营造..... (183)

第三篇 实地调研报告

I 阿拉山口口岸调研报告..... (201)

II 霍尔果斯口岸调研报告..... (220)

III 哈萨克斯坦市场调研报告
——关于哈萨克斯坦市场的中国企业..... (243)

IV 乌兹别克斯坦市场调研报告..... (260)

参考文献..... (280)

第一篇

总研究报告

