

中国地板出口效益研究 ——基于FTA战略的视角

Research on Export Benefit of Chinese Floor on the Basis of FTA Strategy

姜书竹 著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

中国地板出口效益研究

——基于FTA战略的视角

Research on Export Benefit of Chinese Floor on the Basis of FTA Strategy

姜书竹 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国地板出口效益研究：基于 FTA 战略的视角 / 姜书竹著. —北京：经济管理出版社，2014.2
ISBN 978-7-5096-2918-5

I. ①中… II. ①姜… III. ①地板—产品出口—经济效益—研究—中国 IV. ①F752.655

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 017146 号

组稿编辑：申桂萍
责任编辑：杨佛尘
责任印制：黄章平
责任校对：陈 颖

出版发行：经济管理出版社
(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层 100038)

网 址：www. E-mp. com. cn
电 话：(010) 51915602
印 刷：北京京华虎彩印刷有限公司
经 销：新华书店
开 本：720mm × 1000mm/16
印 张：13.25
字 数：198 千字
版 次：2014 年 4 月第 1 版 2014 年 4 月第 1 次印刷
书 号：ISBN 978-7-5096-2918-5
定 价：39.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部负责调换。

联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号

电话：(010) 68022974 邮编：100836

前 言

出口效益是影响中国地板产业发展的一大难题，研究者对此讳莫如深，较少论及。

问题似乎显性，是市场过于集中、贸易壁垒制约、木材资源瓶颈、核心知识产权缺失、劳动力成本上升和人民币升值综合影响的结果。上升到理论层面，是比较优势弱化、要素禀赋充裕度下降、非规模经济、技术进步制约、贸易政策冲突、非关税贸易壁垒与新保护主义，好像寻到了根源，但是，运用到木地板——专项林产品贸易，面对众多中小企业——其中也有产业集聚，进行实证分析却不尽然。

本研究探索了基于 FTA 战略的地板出口效益的研究，运用定性与定量相结合的方法，揭示了地板出口效益客观存在的问题，宏观上评价了影响地板出口效益的因素及其影响程度，提出了具有可行性的对策与建议。

本研究在研究思路上基于 FTA 战略，即从经济一体化的投资效应入手，进行了贸易结合度指数分析和贸易引力模型结果检测，在 FTA 贸易效应分析的基础上，充分考虑利润最大化原则，按照投资自由化协定，筛选了 16 个国家作为地板企业实行“走出去”战略的东道国。

在分析地板出口效益影响因素的研究中，从国际和国内经济环境两大外部环境因素，加上行业内部因素三个层面，指出了地板生产和流通成本的提高、国内外地板需求增长缓慢、地板行业产能的快速扩张是影响地板出口效益的三个关键因素。

本研究运用迈克尔·波特的国家竞争优势理论，从四个方面论证了

政府在引导地板产业健康合理发展，利用 FTA 战略促进行业集中度的提高，促进国际合作和发展工业人工林，全方位解决木材资源紧缺问题，着眼于提升地板产业行业竞争力的基础性作用。

在生产要素和需求条件方面，本研究阐述了品牌建设、渠道建设、产品更新的竞争策略，阐述了促进海外研究、自主研究、产学研合作的技术创新策略，阐述了在自由贸易协定下的多种方式的“走出去”战略，阐述了规范产品技术标准和强化技术认证，规避贸易风险。

总之，本研究是基于 FTA 战略的地板出口效益的策略研究，寄期望于后续对四个“地板之都”，分产品类别论证强化地板、实木地板、实木复合地板和竹地板提高出口效益的最终效应。

目 录

第一章 导论	1
第一节 选题背景	1
一、地板出口贸易存在的问题分析	1
二、基于 FTA 战略的地板出口企业宏观环境分析	7
第二节 选题意义	13
第三节 研究的主要内容与研究方法	15
一、研究的主要内容	15
二、研究方法	17
第二章 基于 FTA 战略的地板出口效益研究综述及理论基础	18
第一节 相关研究综述	18
一、国际经济一体化的研究现状	18
二、关于国际经济一体化投资效应的研究	25
三、地板出口效益的研究现状	28
四、研究现状的评价	32
第二节 基于 FTA 战略的地板出口效益研究的理论基础	34
一、地板出口效益指标的界定	34
二、FTA 战略对地板出口效益的影响路径分析	35
第三节 研究工具的选择	36
一、模型的选择	36

二、研究指数的选择	40
第三章 中国地板产业发展及出口现状	43
第一节 中国地板产业发展分析	43
一、全国地板产量分析	44
二、地板产业形成块状分布格局	45
三、地板品牌建设情况分析	47
第二节 地板出口商品结构和国别结构分析	51
一、地板出口国别结构	52
二、与自由贸易伙伴国的地板贸易分析	56
三、贸易引力模型分析	56
第三节 地板贸易相关指标测度	61
一、贸易竞争力指数	61
二、产业内贸易指数	62
三、可显示比较优势指数	64
本章小结	65
第四章 中国对 FTA 伙伴国出口的实证分析	67
第一节 FTA 伙伴国经贸情况的比较分析	67
第二节 中国对自由贸易区伙伴国出口情况分析	71
一、按照单个国家或地区进行分析	73
二、对区域贸易集团的整体考察	75
第三节 贸易结合度指数分析	76
本章小结	79
第五章 FTA 对中国地板出口及 FDI 的影响	81
第一节 FTA 对地板出口的贸易效应分析	82
一、对静态贸易效应的分析	82

二、对动态贸易效应的分析	84
第二节 FTA 背景下地板出口市场拓展路径分析	86
一、按照收入细分市场	87
二、判断市场规模与发展潜力	88
三、优先进入竞争较弱的市场	88
第三节 FTA 背景下中国地板企业“走出去”路径分析	90
一、投资环境评价指标体系选择	90
二、投资环境评价	92
三、结论	102
本章小结	103
第六章 影响地板出口效益的因素	105
第一节 制约地板出口效益提高的行业内部因素分析	105
一、出口市场过于集中	106
二、出口以 OEM 为主, 缺少自有品牌	107
三、过度依赖价格竞争, 出口秩序混乱	108
四、地板行业协会未能发挥应有的作用	111
五、资源瓶颈凸显	112
六、创新能力不强	113
第二节 制约地板出口效益提高的外部环境因素分析	115
一、国际经济环境中的不利因素分析	116
二、国内经济环境中的制约性因素分析	124
第三节 地板出口效益的变化	133
本章小结	134
第七章 地板出口竞争优势	136
第一节 生产要素分析	136
一、自然资源分析	136

二、资本资源分析	139
三、人力资源分析	140
四、知识资源分析	141
五、基础设施分析	143
第二节 需求条件分析	145
一、国内消费需求增加, 环保性能要求日益提高	145
二、国外消费者更加注重产品的环保性能	146
第三节 相关产业和支持性产业分析	148
一、上游产业逐渐跟上	148
二、下游产业有一定规模	148
三、产业集群初步成形	149
第四节 同业竞争分析	150
第五节 政府作用和机会分析	153
一、政府作用	153
二、机会分析	154
本章小结	158
第八章 提高地板出口效益的对策分析	159
第一节 政府层面的对策建议	159
一、积极引导地板产业合理发展	159
二、在 FTA 谈判中考虑林业合作	161
三、加大发展人工林的政策支持力度	161
四、大力发展配套产业	162
五、推进人民币结算国际化进程	162
第二节 行业协会层面的对策建议	163
一、完善与创新地板行业协会体制	163
二、规范地板行业秩序	163
三、建立出口预警机制	164

四、组织会员共同应对贸易保护	165
五、搭建产学研合作平台	165
第三节 地板出口企业层面的对策建议	166
一、破解木材资源瓶颈	166
二、实现出口市场多元化	168
三、“走出去”进行直接投资	169
四、突破各种贸易壁垒	174
五、转变竞争战略	175
六、地板企业应该转型升级	176
本章小结	180
第九章 研究的结论及展望	183
第一节 研究的结论	183
第二节 研究的创新点与不足	188
第三节 研究展望	189
附 录	190
参考文献	194
后 记	202

第一章 导 论

第一节 选题背景

一、地板出口贸易存在的问题分析

地板的生产和使用有着悠久的历史，但中国地板产业的快速发展仅仅始于 20 世纪 80 年代。我国地板产业的发展大致经历了四个阶段：第一阶段为萌芽期，20 世纪 80 年代至 90 年代初；第二阶段为发展期，90 年代初至 1996 年，该阶段的地板以中长规格的地板为主导产品，出现了实木复合地板、竹地板和从欧洲引进的强化木地板；第三阶段为快速发展期，1996~2006 年，产销量和出口量稳步上升，并出现了竹木复合地板新产品；第四阶段为成熟期，2006 年至今，整个地板产业在激烈的竞争中继续发展，并最终形成生产规模合理化、质量标准化、品种多元化、品牌集中化、市场国际化、消费理性化、服务规范化的现代化产业。^①

进入 21 世纪以来，中国地板产业得到了快速发展，产量不断扩大。如图 1.1 所示，2000 年中国地板总产量只有 1.2 亿平方米，2009

^① 吕斌，张玉萍，唐召群等. 我国木地板产业发展的回顾与展望 [J]. 木材工业，2008 (1).

年中国地板产量达到 3.64 亿平方米，为 2000 年的 3 倍。

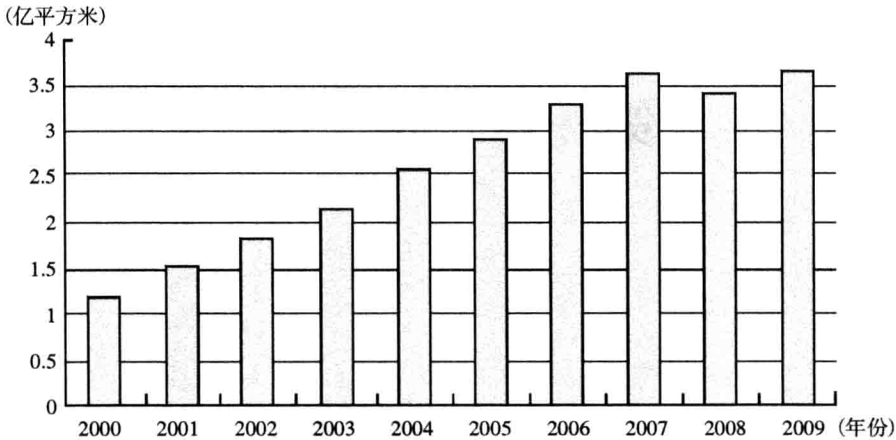


图 1.1 中国历年地板总产量

数据来源：根据中国林产工业协会资料整理。

目前，国内将地板分为四类：强化木地板、实木地板、实木复合地板和竹地板（为方便叙述，本书将强化木地板、实木地板和实木复合地板统称为木地板，以区别于竹地板），^① 其中竹地板是中国特色产品。由于国内木材资源匮乏，使木地板产业生产所需原木主要依赖国外进口。但是，凭借劳动力资源优势，中国的木地板企业使用进口的先进生产设备生产出质优价廉的产品，不仅从国外品牌那里夺回了国内市场的主动权，还出口到很多国家。经过多年的发展，现在中国不仅是地板生产大国，也是地板出口大国，2007 年出口量为 1.96 亿平方米，出口量占当年地板产量的 52%，出口额达到 19.3 亿美元。^② 仅竹地板一项，2008 年和 2009 年出口额分别为 3.24 亿美元和 2.47 亿美元。

世界上的主要地板出口国中既有美国、德国等发达国家，也有中国、巴西和马来西亚等发展中国家。表 1.1 是根据联合国国际贸易中心网站数据库资料整理的世界主要地板出口国家情况，由于数据库数据不全，仅以 6 位数 HS 编码的 440921、440929、441300、441871、

① 此外，还有软木地板，但其以进口为主，国产数量较少，故本书不予考虑。

② 中国木地板出口状况 [J]. 国际木业，2008（S1）。

441872、441879 六类地板产品（其中包括实木地板、实木复合地板、强化地板和竹地板等）出口数据加总。从表 1.1 中可以看出，2008 年和 2009 年受金融危机影响，世界地板出口额明显下降，除马来西亚外，其他主要国家地板出口明显下降，2010 年地板出口开始回暖，但仍未恢复到 2008 年水平。2007~2010 年间，地板出口最多的两个国家都是发展中国家，其中中国已经居于世界地板出口第一大国的位置，地板出口占世界地板总出口的 15%~16%，同为“金砖”国家的巴西则一直处于第二位。另外，2007 年，法国、加拿大、荷兰、西班牙和芬兰的地板出口额均超过 1 亿美元，但之后除荷兰外其余四国都有较大幅度的下降。

表 1.1 2007~2010 年世界主要地板出口国家地板出口情况

单位：亿美元

年份	2007	2008	2009	2010
世界	53.28	51.41	41.29	45.52
中国	8.07	7.92	6.17	7.14
巴西	5.69	5.37	3.39	3.88
奥地利	3.74	3.70	2.87	3.16
德国	3.49	3.97	3.00	2.96
波兰	3.36	3.36	2.73	2.91
马来西亚	0.01	0.01	2.48	2.88
瑞典	3.56	2.84	1.90	1.89
美国	2.48	2.05	1.51	1.79
意大利	2.35	2.34	1.63	1.69
比利时	2.07	1.85	1.37	1.43

数据来源：根据联合国国际贸易中心网站数据库数据资料整理计算。

虽然中国已经成为世界上重要的地板出口国，但地板出口的发展也面临着诸多问题。

1. 出口市场过于集中导致对发达市场的依赖性较强

中国地板的出口市场主要集中在欧美国家。以竹地板为例，其 2009 年主要出口市场如表 1.2 所示，可见其出口市场集中度较高。2009 年，中国出口到美国、加拿大、澳大利亚和法国四国的竹地板共占当年竹地板出口的 65.13%，其中对美国出口占竹地板总出口的

46.37%。过于依赖少数发达市场，使得地板出口存在较大的不确定性，主要进口国家经济发生波动时受到的影响更大。此外，一旦遭遇主要进口国的贸易壁垒，后果就会比较严重。

表 1.2 2009 年中国竹地板出口主要市场

出口市场	金额/千美元	比重/%	排名
美国	102752	46.37	1
加拿大	21446	9.68	2
澳大利亚	12608	5.69	3
法国	7515	3.39	4
合计	144321	65.13	

数据来源：根据中国海关统计年鉴数据整理。

2. 贸易壁垒成为制约地板出口的主要因素之一

低价出口是我国众多中小企业扩大海外市场的主要手段，但低价出口很容易招致进口国的反倾销和反补贴。中国地板出口数量较大，且市场较为集中，容易对进口国同类产品造成冲击，从而引起进口国的贸易制裁。当前，我国地板出口面临的贸易壁垒主要有反倾销、反补贴、技术性贸易壁垒和绿色贸易壁垒等。

反倾销和反补贴是我国地板出口企业遭遇最多的贸易壁垒。如 2004 年 10 月加拿大对中国产复合木地板进行“双反”立案调查，裁决结果认为倾销和补贴存在，并对加拿大企业造成实质性损害，裁定中国涉案企业的倾销幅度为 0%~9.7%，补贴额为 0~3.54 元/平方米，因此对中国产复合木地板征收反倾销税。又如，2005 年 8 月土耳其开始对中国产复合木地板进行反倾销调查，最终确认“倾销”成立，对来自中国的复合木地板征收反倾销税。

与此同时，为了缓解国内就业压力，保护本国工业，各国纷纷强化了贸易保护，对进口商品设置各种贸易壁垒，特别是针对价格相对低廉的中国产品进行反倾销和反补贴的贸易救济措施，中国的企业已经成为贸易保护的最大受害者，2010 年中国实木复合地板在美国又遭遇“双反”调查，部分企业被判适用惩罚性税率。

除了反倾销和反补贴外，技术性贸易壁垒和绿色贸易壁垒对中国地板出口的影响也越来越大。随着发达国家民众对全球气候恶化关注程度的日益提高，消费者倾向于购买使用合法采伐的木材生产出来的木制品，因此森林认证成为一种重要的绿色贸易壁垒；而美国新出台的雷斯法案修正案，对木制品生产加工和流通的整个过程提出了苛刻的要求，只要在地板生产原料砍伐、运输、生产及销售等任何环节违反当地法律，均被视为违反雷斯法案，美国海关可以予以没收并处以罚款。出于保护消费者身体健康的考虑，进口国还设置了一些技术性贸易壁垒，如规定甲醛释放量，这也限制了部分中小企业的地板出口。

3. 木材资源日益紧张

中国森林覆盖率较低，部分主要林区天然林遭破坏性采伐，可用森林资源迅速减少。20 世纪末，中国政府为了保护生态环境和生物多样性实施天然林保护工程，限制天然林的砍伐，国内原木产量减少，国内木材供求矛盾凸显。中国每年都需要大量从国外进口原木，木地板生产所需的原木主要依赖进口，尤其实木地板严重依赖国外木材，进口木材主要有柚木、印茄、榉木等树种。如图 1.2 所示，中国的原木进口从 1998 年到 2007 年一直保持增长，2008 年和 2009 年进口量有所下降，2010 年进口量略有回升。近年来，包括印度尼西亚在内的诸多原木出口国意识到大量砍伐天然林的危害性，对原木出口进行管制甚至禁止出口，木材资源正在逐步成为制约地板行业发展的资源瓶颈。

4. 核心知识产权缺失使强化地板出口美国受阻

由于对知识产权的重视程度不够，国产地板在出口美国时遭遇 337 条款。2005 年 7 月，荷兰的 Unilin 公司及其两家关联企业依据《美国关税法》337 条款在美国起诉中国强化地板侵犯其锁扣专利，中国企业虽积极应诉，但美国国际贸易委员会的终裁认为中国被诉企业在美销售地板专利侵权成立，并签发了普遍排除令。中国地板出口企业将不能再向美国违规出口任何锁扣地板；对已输入美国和库存的产

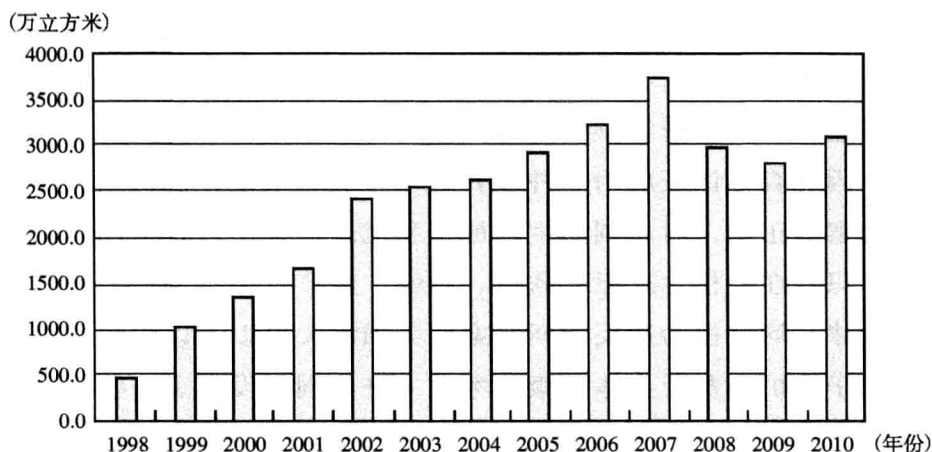


图 1.2 1998~2010 年中国原木进口量

数据来源：根据中国林业统计年鉴整理。

品将依据 ITC 的禁止令销毁或缴纳保证金；如果要在美国市场销售，必须向 Unilin 公司一次性支付 10 万~12 万美元，另外每销售 1 平方米须付 0.65 美元的“专利费”。^① 张齐生院士认为，这是对我们过去长期不重视技术创新和知识产权保护的一种警示，也是我国林产品走出国门所缴纳的一次学费。^②

5. 廉价劳动力优势正在逐渐丧失

在改革开放的 30 多年中，由于拥有丰富的廉价劳动力资源，在劳动密集型产品方面，中国具有比较优势。地板属于劳动密集型产品，中国地板出口的快速增长就是建立在廉价劳动力基础之上的。随着国内经济的长期快速发展，特别是中西部地区经济的发展，加上政府出台的新劳动法，工资水平有了一定提高，建立在廉价劳动力基础上的地板产业受到劳动力成本提高的影响。此外，国内已经出现了所谓的“民工荒”，有时企业即使支付高薪也未必能雇到工人。

^① 王建国. 地板“337”：小“锁扣”引发大“血案” [EB/OL]. <http://house.focus.cn/news/2007-01-29/278430.html>, 2007-1-29.

^② 名家访谈 [J]. 中国人造板, 2006 (3).

6. 人民币升值将对地板出口产生不利影响

出口的快速发展在为中国带来巨额外贸顺差的同时，也招致了众多发达国家的抵制。以美国为首的发达国家施压中国政府，迫使人民币升值，以抵消中国产品的价格竞争力。且在今后的一段时间内，人民币将进一步升值。人民币升值以后，以美元表示的地板价格也随之提高；如果考虑物价和工资上涨等因素，地板生产成本将节节上升，地板的出口价格可能会有较大幅度的提高，价格竞争力将被大大削弱。由于提高以美元表示的出口价格未必能被国外客户接受，人民币升值必然会压缩出口产品的利润空间。实际上，2008年受金融危机影响，国外需求疲软，出口竞争愈加激烈，地板企业订单大量减少，出口价格不升反降，行业利润下降，如竹地板出口价格从150~160元人民币/平方米下降到100元人民币/平方米左右。

上述问题表明，受出口市场过于集中、贸易壁垒强化、资源瓶颈凸显、知识产权缺失、劳动力成本提高和人民币升值等因素的综合影响，地板的出口和出口效益的增长均受到严重制约。这就需要地板出口企业不断开拓新市场，同时努力提升产品的综合竞争力。中国政府自本世纪初开始实行自由贸易战略，不断寻求与世界其他国家建立自由贸易区，这为中国产品出口的健康发展提供了良好的契机。

二、基于 FTA 战略的地板出口企业宏观环境分析

1. 自由贸易区的内涵

这里需要区分国际经济一体化和区域经济一体化两个不同的概念。由于早期的经济一体化组织都是由地理上临近的国家为了寻求共同发展而成立的，因此也被称为区域经济一体化，如欧洲经济共同体和欧洲自由贸易联盟等。随着经济一体化在世界范围的发展，出现了跨大洲的经济一体化组织，如中国与智利签署自由贸易协定，所以称之为国际经济一体化更为合适。所谓国际经济一体化（International Economic Integration）是指两个或者两个以上的国家和政治实体通过书