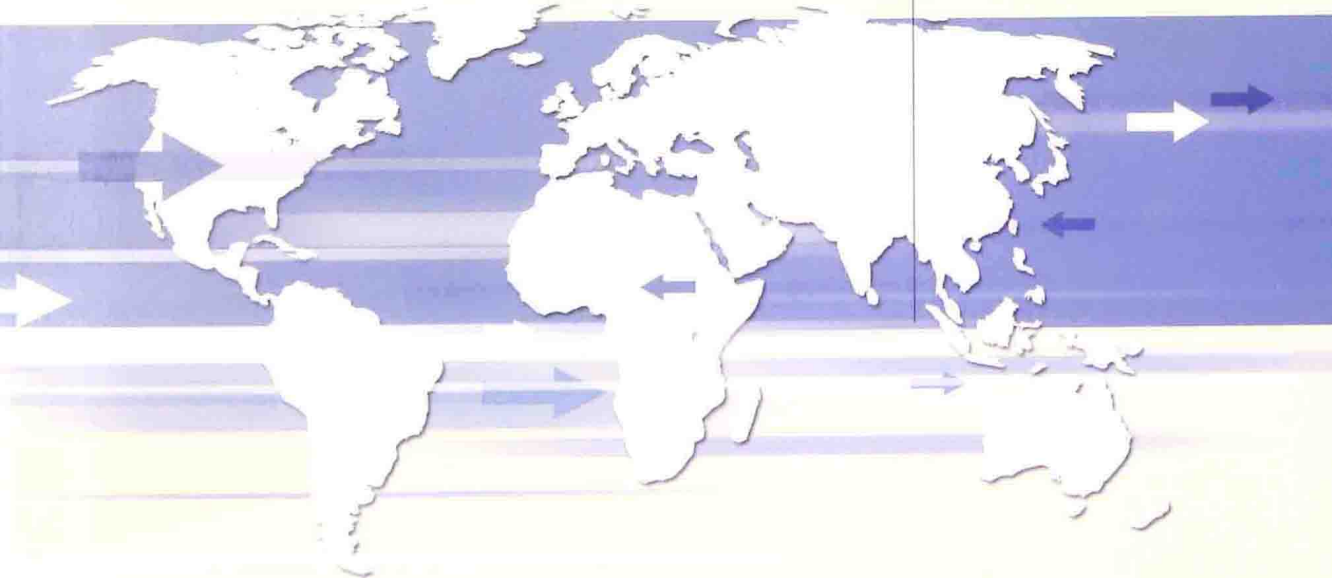




中国崛起 与亚洲地区市场构建

*Rising of China and
Market Construction of Asia*

赵江林 等 / 著



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

 国际战略研究丛书

中国崛起 与亚洲地区市场构建

*Rising of China and
Market Construction of Asia*

赵江林 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

中国崛起与亚洲地区市场构建/赵江林等著. —北京: 社会科学文献出版社, 2014. 8

(国际战略研究丛书)

ISBN 978-7-5097-6213-4

I. ①中… II. ①赵… III. ①市场战略-研究-中国 IV. ①F723

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 141839 号

· 国际战略研究丛书 ·

中国崛起与亚洲地区市场构建

著 者 / 赵江林 等

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 全球与地区问题出版中心 (010) 59367004 责任编辑 / 王玉敏 张文静

电子信箱 / bianyibu@ssap.cn

责任校对 / 杜若普

项目统筹 / 王玉敏

责任印制 / 岳 阳

经 销 / 社会科学文献出版社营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

印 装 / 北京季峰印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 14

版 次 / 2014 年 8 月第 1 版

字 数 / 241 千字

印 次 / 2014 年 8 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-6213-4

定 价 / 59.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究

本书是由赵江林研究员主持、2011 年立项的中国社会科学院重大课题“中国与亚洲地区市场构建”的终期成果。

中国崛起是近年来不容争辩的事实，但是中国崛起所具有的全部地区意义至今并没有得到全面、深入的研究。这一问题不仅关系到中国未来的发展，也关系到中国与亚洲地区关系的发展方向。本书将从地区视角对中国与亚洲地区新型经济关系的构建展开研究。

经过多年发展，亚洲已经步入新的发展阶段。作为世界制造中心，以中国为产品最终加工组装基地的亚洲一直以欧美等发达国家为出口目的地，通过采取出口导向型战略创造了一个又一个增长奇迹。然而，2008 年全球金融危机爆发之后，世界经济格局发生了较大的变化，发达国家因深陷次贷危机、债务危机而难以在短时期内重回世界经济增长的中心舞台，这使得亚洲国家不得不重新调整经济发展战略，面向本国或本地区市场，以此替代发达国家在其经济增长中所发挥的作用。另外，随着人均收入水平的提升，亚洲经济体群体性崛起使其有能力依靠自身和区内力量实现下一步的经济发展。

从市场角度看，当前亚洲经济体正处于两类转型阶段：一类是多数经济体需要从依靠出口导向型增长模式转向依靠内外需共同拉动的经济增长模式；另一类是如何整合区内市场，以满足未来亚洲经济增长所需要的市场规模。本书主要关注后一类转型。如果亚洲内部的市场扩张不足以替代发达国家下降的需求，将有可能延缓亚洲的工业化进程，特别是在当前亚洲步入群体性工业化进程时更是如此。

中国崛起使中国有能力成为亚洲市场整合的主要参与者甚至是建设者。改革开放以来，经过 30 多年的发展历程，中国已经成为亚洲地区乃至世界



中的新崛起大国。在 2010 年 GDP 超过日本成为世界第二大经济体、亚洲地区第一大经济体之后，中国与亚洲地区的经济关系也步入了新的阶段，中国有能力成为引领亚洲走向自主发展道路的领导者。

中国谋求地区市场整合的战略利益主要有：一是延长中国经济发展的战略机遇期。在发达国家这一传统市场持续不振和中国国内市场尚未完全启动的前提下，积极构建亚洲地区市场，有利于稳定中国经济增长与工业化进程。二是维系中国与亚洲经济体之间存在的共同利益。2008 年全球金融危机爆发后，中国作为地区最终产品的消费者身份日渐明确，也就是说，中国对地区所具有的市场意义开始显现。这意味着中国与地区经济关系从过去以生产关系为主转向以互为市场关系为主，这种转换有利于推动中国与亚洲经济共同体的构建。三是推动中国对外战略的实施。作为一个有影响力的大国，中国需要亚洲地区市场作为实现地区共同崛起的基础平台。

本书从地区角度出发，主要以未来 5~10 年为研究时段，对亚洲工业化面临的市场问题以及中国调整与亚洲地区关系的可能性、可持续性进行探讨。同时，本书还运用计量方法，对中国崛起引起的地区市场效应进行了量化分析。

本书的主要结论是：包括中国在内的亚洲工业化具有一种地区行为特征，在外部市场约束背景下，建立统一的地区市场成为亚洲经济体共同目标；整合亚洲市场不仅关系到中国工业化和经济发展的稳定问题，也关系到中国未来实施对外战略的基础构建问题；未来一定时期内，中国将成为地区市场构建的主要参与者甚至是领导者，但限于经济实力，中国还不是一个对地区经济活动施加影响的塑造者，因而地区市场整合将是一个进程。

本书共划分为九章。参与人员为中国社会科学院亚太与全球战略研究院科研人员。第一章、第二章、第四章、第六章和第九章第一节与第二节的写作由赵江林研究员承担，第三章的写作由周小兵研究员承担，第五章、第八章和第九章第三节的写作由王玉主研究员承担，第七章的写作由张中元助理研究员承担。

感谢社会科学文献出版社为本书出版提供的大力支持，感谢出版社编辑人员所付出的心血。

书中难免存在不妥之处，敬请广大读者批评指正！

赵江林

2013 年 12 月 25 日

目 录



前 言	001
第一章 引言	001
第一节 选题背景、意义	001
第二节 问题的提出	005
第三节 研究设计、方法与主要结论	011
第二章 外部市场与地区工业化进程	016
第一节 外部市场与地区工业化进程的关系	016
第二节 市场约束条件下的中国工业化进程	024
第三章 当今世界主要地区市场的结构特征	031
第一节 世界市场的总体特征	031
第二节 世界主要地区市场结构	044
第三节 世界主要地区区域经济制度演进	058
第四章 亚洲地区市场结构的演进与变化	067
第一节 亚洲地区市场规模的变化	067
第二节 2008 年全球金融危机前后亚洲地区需求结构变化	072
第三节 亚洲区内进口市场发展及其结构性变化	081



第五章 亚洲地区合作进程与发展趋势	090
第一节 有影响力的三大谈判进展	090
第二节 亚太区域合作的发展趋势	099
第六章 中国与亚洲地区经济关系的变化	105
第一节 中国与亚洲经济关系变化的主要特征	105
第二节 中国与亚洲经济相互影响	113
第三节 中国与亚洲经济关系的变化趋势：互为市场	121
第七章 中国崛起的地区市场效应	131
第一节 东亚区域贸易发展的新趋势	132
第二节 中国的市场提供者地位	139
第三节 中美在亚洲国家出口市场上的相互影响	147
第四节 中美在最终消费品市场上的相互影响	153
第五节 主要结论	163
第八章 中国参与亚洲地区合作的进程	165
第一节 中国参与亚洲地区合作现状及作为	165
第二节 亚洲区内主要经济体合作战略对中国构建地区 合作制度的促进与制衡	170
第三节 中国面临的多边合作框架重构的挑战	179
第九章 中国整合亚洲市场的战略方向与路径	185
第一节 中国整合亚洲地区市场面临的挑战	185
第二节 中国整合亚洲地区市场的主要路径	190
第三节 中国的亚洲地区合作战略	193

图 目 录



图 2 - 1	封闭条件下“标准”的大国工业化进程	018
图 2 - 2	大国在开放条件下的经济发展进程	019
图 2 - 3	亚洲市场与工业化关系的演进	022
图 2 - 4	内外需的作用与地区经济结构转型	023
图 2 - 5	亚洲地区需求结构的变化过程	024
图 2 - 6	中国贫困人口、贫困发生率	025
图 2 - 7	中国外资流入比较	027
图 2 - 8	中国需求结构的变化	029
图 3 - 1	世界商品贸易长期增长变化情况	032
图 3 - 2	世界及各主要地区贸易依存度的变化	034
图 3 - 3	世界出口的地区分布结构变化	036
图 3 - 4	世界进口的地区分布结构变化	037
图 3 - 5	世界贸易收支平衡的地区分布结构变化	038
图 3 - 6	各地区进口依存度和区外进口依存度	039
图 3 - 7	各地区出口依存度和区外出口依存度	040
图 3 - 8	世界商品出口的产品结构与变化趋势	041
图 3 - 9	世界制成品出口结构变化	041
图 3 - 10	世界制成品出口的地区分布结构变化	042
图 3 - 11	世界燃料矿产品出口的地区分布结构变化	043
图 3 - 12	世界农产品出口的地区分布结构变化	043
图 3 - 13	世界出口的产品与地区分布结构的变化	044
图 3 - 14	北美地区贸易总量与增长	045



图 3 - 15	欧盟 (27 国) 地区贸易总量与增长	048
图 3 - 16	2012 年欧盟对外贸易的国别结构	049
图 3 - 17	拉美地区贸易总量与增长	053
图 3 - 18	2012 年拉美对外贸易的国别结构	055
图 4 - 1	亚洲国家 GDP 规模及其占世界 GDP 比重变化	068
图 4 - 2	亚洲各经济体占世界 GDP 比重变化	069
图 4 - 3	亚洲最终消费占世界最终消费的比重	070
图 4 - 4	亚洲投资占世界总投资的比重	071
图 4 - 5	亚洲贸易平衡	071
图 4 - 6	亚洲 GDP 构成	072
图 4 - 7	亚洲需求规模的变化	073
图 4 - 8	亚洲发展中国家消费规模的变化	074
图 4 - 9	亚洲发展中国家 GDP 构成	074
图 4 - 10	2012 年亚洲发展中国家、日本、欧盟和美国消费 结构的比较 (GDP = 100)	075
图 4 - 11	2012 年亚洲需求结构	076
图 4 - 12	2005 ~ 2012 年亚洲人均收入与储蓄—投资模式	078
图 4 - 13	中国与亚洲在地区需求结构中的地位	079
图 4 - 14	2005 ~ 2012 年中国与亚洲在地区需求结构中的变化	079
图 4 - 15	亚洲进口占世界比重	082
图 4 - 16	亚洲主要经济体进口占世界总进口的比重	082
图 4 - 17	亚洲消费品进口占世界全部消费品进口比重、亚洲区内 消费品进口占亚洲全部消费品进口的比重	083
图 6 - 1	中国在东亚地区贸易中的地位变化	106
图 6 - 2	美国从亚洲进口占其全部进口的比重	107
图 6 - 3	截至 2012 年亚洲资本流入、流出存量	110
图 6 - 4	中国对亚洲产品出口结构变化	114
图 6 - 5	中国对亚洲出口结构的变化 (以对亚洲所有产品为 100)	115
图 6 - 6	人口规模、GDP、人均收入与经常项目占 GDP 比重	118
图 6 - 7	2009 年亚洲各主要经济体消费结构与 “标准模式”的偏离值	120

图 6-8	中国与亚洲地区 and 美国的贸易平衡状况	121
图 6-9	美国从东亚进口占其全部进口的比重	123
图 6-10	东盟对美国、中国出口占其对世界出口的比重	124
图 6-11	中国和东盟人均收入水平的变化	126
图 6-12	中国—东盟相互投资及其增长	129
图 7-1	中美消费品进口占世界消费品总进口量的比例	154
图 7-2	中美消费品进口增长率	154
图 7-3	在 1998 ~ 2012 年时间段上变量 $\ln cch$ 、 $\ln gdp$ 、 $\ln cus$ 的 脉冲响应函数 (2 阶滞后)	160
图 9-1	TPP 成员占美国进出口市场比重	203
图 9-2	对话伙伴关系确立以来的中国—东盟贸易	206

表 目 录



表 1 - 1	结构与主要结论	013
表 3 - 1	21 世纪以来美国对外贸易的区域分布变化	045
表 3 - 2	美国商品贸易总额中各地区各类产品所占份额变化	046
表 3 - 3	欧盟对外贸易的地区分布结构	049
表 3 - 4	欧盟商品进口总额和出口总额中各地区各类产品 所占份额变化	050
表 3 - 5	欧盟 2012 年贸易收支平衡结构	051
表 3 - 6	2012 年欧盟主要贸易大国的贸易收支	052
表 3 - 7	拉美对外贸易的地区分布结构	054
表 3 - 8	拉美商品进出口总额中各地区各类产品所占份额变化	056
表 3 - 9	拉美 2012 年贸易收支平衡结构	057
表 3 - 10	2012 年拉美 4 国贸易收支平衡	058
表 3 - 11	欧洲区域经济制度关系的发展	061
表 4 - 1	世界主要经济体 GDP 规模比较	069
表 4 - 2	2005 ~ 2012 年亚洲需求结构的变动份额	077
表 4 - 3	地区进口结构（以各国自身从世界进口为 100）	084
表 4 - 4	地区进口结构（以各国从地区进口总和为 100）	085
表 4 - 5	金融危机后主要发达国家与亚洲从世界进口比较	087
表 4 - 6	从用途角度划分金融危机后发达国家与亚洲 进口结构的比较	088
表 5 - 1	五个“10 + 1”自贸区的关税削减比率	097
表 6 - 1	中国与亚洲地区的贸易关系	107

表 6-2	中国对世界及亚洲的贸易平衡	108
表 6-3	截至 2012 年地区资本流动 (存量)	111
表 6-4	截至 2010 年中国对亚洲国家对外直接投资的 产业方向构成	112
表 6-5	亚洲主要国家出口产品的技术含量变化	117
表 6-6	亚洲经济发展战略调整对中国的影响	118
表 6-7	按产品类别划分中国对东盟的减税结构	124
表 6-8	2005 ~ 2010 年中国、东盟与发达国家私人消费比较	128
表 6-9	中国—东盟双边贸易依存度	128
表 7-1	东亚其他经济体对日本出口比重变动	133
表 7-2	东亚其他经济体对中国出口比重变动	133
表 7-3	东亚经济体对美国出口比重变动	133
表 7-4	东亚经济体 2000 ~ 2012 年按 BEC 分类的出口 产品结构变化	134
表 7-5	东亚经济体 2000 ~ 2012 年对中国分类出口比重变化	136
表 7-6	东亚经济体 2000 ~ 2012 年对日本分类出口比重变化	137
表 7-7	日本与其他东亚国家的贸易联系紧密度	140
表 7-8	中国与其他东亚国家的贸易联系紧密度	140
表 7-9	美国与东亚国家的贸易联系紧密度	141
表 7-10	中国进口与其他东亚国家的贸易互补性 (1995 ~ 2012 年)	143
表 7-11	中国与其他东亚国家的贸易竞争性 (2000 ~ 2012 年)	144
表 7-12	中国、日本和美国在东亚各经济体最终消费品 出口中的比重变动	146
表 7-13	变量面板单位根检验结果	149
表 7-14	变量 ex2ch、ex2us、gdp 之间面板协整检验结果	149
表 7-15	亚洲国家对美国的出口与其对中国的出口之间的相互 影响关系 (PMG 和 MG 估计结果)	150
表 7-16	亚洲国家对中国出口与其对美国出口的 Granger 因果检验	152



表 7-17 美国从世界各国的消费品进口对中国从世界各国的 消费品进口的影响（系统 GMM 估计）	156
表 7-18 方差分解	161
表 9-1 1991~2011 年世界主要国家的 GDP 变动情况	194
表 9-2 中日韩贸易在三国国际贸易中的地位	198

中国崛起是近年来不容争辩的事实，但是中国崛起所具有的全部地区意义至今并没有得到全面、深入的研究。这一问题不仅关系到中国自身的未来发展，也关系到中国与亚洲地区关系的发展方向。本书将从地区视角对中国与地区新型经济关系的构建展开研究。

第一节 选题背景、意义

一 研究背景

本书主要依托的背景主要有：

第一，历史经验表明地区已经成为世界上各国（或地区）活动的重要平台^①。这种平台地位主要表现在以下几个方面：①地区是区内各经济体开展经济活动的主要平台，如欧盟区内贸易占其全部对外贸易的70%左右，也就是说，欧盟的主要经济活动是发生在区内成员之间，而不是区内与外部经济体之间。②地区也是区内经济体实施对外战略的基础平台，包括自由贸易区推行、金融一体化等方面。当今比较成熟的地区市场主要是欧洲和北美地区，这两个地区不仅集中了世界主要发达国家，且经济总量也位居世界前

① 卡赞斯坦认为应加强地区研究。〔美〕彼得·卡赞斯坦：《地区构成的世界：美国帝权中的亚洲和欧洲》，秦亚青等译，北京大学出版社，2007。



列。同时，这两个地区市场制度建设也达到了当今的最高水准，尤其是欧盟已经走向高级一体化阶段。相比之下，拉美、非洲等地区不仅经济发展水平低，其地区市场制度建设水平也低，至今尚无统一的地区合作制度安排。与过去相比，亚洲无论是经济发展水平，还是地区市场制度建设水平都得到了显著提高。

第二，经过多年发展，亚洲已经步入新的发展阶段。作为世界制造中心，以中国为产品最终加工组装的亚洲一直以欧美等发达国家为出口目的地，通过采取出口导向型战略实现了一个又一个增长奇迹。然而，2008年全球金融危机爆发之后，世界经济格局发生了较大的变化，发达国家因深陷次贷危机、债务危机而难以在短时期内重回世界经济增长的中心舞台，这使得亚洲国家不得不重新调整经济发展战略，面向本国或本地区市场，以此替代发达国家在其经济增长中所发挥的作用。另外，亚洲经济群体性崛起也为亚洲步入新的发展阶段奠定了基础，这是此次金融危机之后亚洲发生的较大变化之一。1997年亚洲金融危机爆发时，亚洲经济体尚不能依靠自身力量实现经济增长，美国等发达国家的市场依然是亚洲经济体摆脱危机的主要力量。时至今日，随着人均收入水平的提升，亚洲国家逐渐具备了自主发展的能力，能够依靠自身和区内力量实现下一步的经济发展^①。也因此，地区市场整合成为亚洲经济体共同关注并努力践行的目标。当然，这一转变可能是一个中长期的进程。

第三，中国崛起使中国有能力成为亚洲市场整合的主要参与者甚至是建设者。改革开放以来，经过30多年的发展历程，中国已经成为亚洲地区乃至世界中的新崛起大国，在2010年GDP超过日本成为世界第二大经济体、亚洲地区第一大经济体之后，中国与亚洲地区经济关系也步入了新的阶段，中国有能力成为引领亚洲走向自主发展道路的领导者。

中国构建地区市场所具有的战略利益包括以下三方面。

一是延长中国经济发展的战略机遇期。当今中国国际战略机遇期内涵和条件发生变化的重要表现是，现有的外部环境已经难以满足中国工业化进程

^① Akyüz认为全球金融危机后，由于发达国家经济缓慢增长和高失业率，亚洲不可能回到快速的出口导向增长轨道上，亚洲国家不仅要重建内需和外需平衡，也要通过从出口导向向内需和区内贸易增长的转移启动产业重构。Yılmaz Akyüz, "The Global Economic Crisis and Trade and Growth Prospects in East Asia," ADB Economics Working Paper Series No. 242, January 2011。

和经济发展的客观要求，特别是相对于中国经济实力的增长，外部市场条件已经发生较明显的改变。为稳定中国经济增长与工业化进程，也为中国今后实施对外战略提供必要的经济基础平台，在发达国家这一传统市场持续不振和中国国内市场尚未完全启动的前提下，中国有必要调整传统的对外战略思路，积极构建亚洲地区市场，以此创造中国经济发展新的国际战略机遇期。

二是维系中国与亚洲经济体之间存在的共同利益。中国经济的快速增长、经济规模的快速扩张，最先使亚洲生产规模扩张超过了外部市场规模的扩张，外部市场的约束已经处于临界状态。解决的路径要么是外部市场进一步扩张，满足亚洲不断增加的产品供给，要么是亚洲自身进行模式内调整。目前来看，现实的解决途径是亚洲自身进行模式转型的调整。随着中国与地区经济关系步入新的阶段，即从过去以生产关系为主转向以互为市场关系为主，这次结构调整主要是以中国结构转型为中心，同时带动周边国家进行必要的结构调整。

三是推动中国对外战略的实施。如前所述，地区是一国经济发展和对外战略实施的重要平台。作为一个有影响力的大国，中国同样需要统一的地区市场，以确保中国战略利益的实现。当然，对地区而言，这也是中国实现和平崛起的现实基础，有助于消除中国崛起对地区各经济体造成的冲击，最终实现共同崛起的目标。

二 研究价值

本书在以下几个方面可能与现有的研究有所不同。

第一，理论贡献。本书将在地区层面上建立一个关于市场与工业化关系的一般性分析框架。迄今为止，现有的工业化理论仅限于对一国工业化开展分析与研究工作，对于由众多国家构成的地区层面的工业化研究工作尚未开展。与世界其他地区不同的是，当前亚洲正处于地区性的工业化进程之中^①，尽管不同发展水平的经济体处于不同的工业化阶段，有的正在从农业社会向工业社会过渡，有的正在调整工业内部结构，从劳动密集型产业向资本技术密集型产业转型，部分人均 GDP 水平较高的经济体正在从技术密集型向知识密集型产业发展，或从工业社会向后工业社会过渡，但是，共同的利益要求和面临的问题使得亚洲经济具有某些共性的特征，如如何解决工业

^① 拉美地区也有类似的特点，但是普遍性方面还不足以与亚洲媲美。



化面临的市场约束问题成为共同关注的话题，这也是为什么当今亚洲国家在一体化进程方面有提速的态势。因此，本书试图建立一个地区层面的市场与工业化关系分析框架，以此讨论未来的亚洲经济发展路径和中国可采取的战略作为。

第二，学术价值。本书将从地区角度展开研究工作，这一点与现有的研究也有所差异。目前的研究工作主要是从中国角度来看待中国经济转型，如从外需转向内需，并在此基础上讨论中国与地区经济关系的走向。仅从中国角度讨论地区市场问题存在一定的缺陷：一方面，在发达国家市场趋于约束的前提下，亚洲市场建设关系到中国工业化进程的稳定性，因此，中国的经济发展需要地区的繁荣、稳定来支持。另一方面，中国是亚洲地区第一大经济体，其战略方向的变化将引起地区结构性变化，中国不能不考虑地区中其他经济体的利益诉求，因而仅仅从中国角度考虑显然不足以全面深入地把握中国与地区经济关系的走势，也难以提出基于共同利益的地区战略设想。

第三，现实意义。中国要发挥地区大国的影响力或主导作用，首要条件是中国也必须成为地区市场的提供者。这既是中国面临的一次新的历史机遇，也是一个相当大的挑战。世界发达国家是在一个相对长的工业化时期中完成市场能力提升的，因此在步入后工业化阶段后，能够成为世界市场的主要提供者。而中国尚处于工业化进程之中，可能没有充足的时间按照传统的工业化道路完成市场能力培育之后再成为地区市场的提供者，而是提前进入市场提供者这一身份转化的阶段。这样，未来一定时期内，中国不仅仅是地区的生产者，更主要的是地区最终产品的消费者。如果中国能够成功地实现自身市场的扩张，并将这种扩张延伸到地区，中国也就能成为真正的“地区大国”。

目前中国正处于一个有利的时机。作为地区中的大国，中国与地区的关系正在发生一些新的变化，中国是有可能在上述地区发展方向的转变中做出贡献的。伴随着中国的崛起，亚洲经济体正处于经济发展与结构转变的关键时期，对经济发展的内在要求为中国建立与亚洲经济体新型经济关系创造了前提或条件。不过，亚洲多数经济体属于“小国”，它们对地区市场的“溢出”效应有限。而中国的经济规模使其有成为地区市场的主要贡献者的先天条件。实际上，中国对地区产品的消费是近年中国与亚洲地区关系变化中的一个突出现象。经过多年的发展，中国已经从地区的生产者演化为地区的生产者（加工组装）与消费者（对地区中间产品的消费）了。2008年全球