

本土市场规模与我国产业升级

Bentu Shichang Guimo Yu Woguo Changye Shengji

——理论、案例与政策

张国胜 / 著



人民出版社

本土市场规模与我国产业升级

Bentu Shichang Guimo Yu Woguo Changye Shengji

——理论、案例与政策

张国胜 / 著



人 民 大 学 出 版 社

责任编辑:李椒元

装帧设计:文 冉

责任校对:吕 飞

图书在版编目(CIP)数据

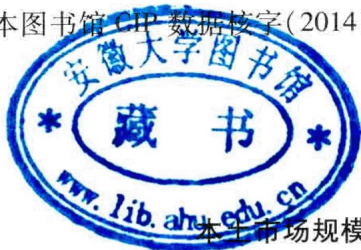
本土市场规模与我国产业升级:理论、案例与政策/张国胜著.

—北京:人民出版社,2015.4

ISBN 978-7-01-013995-1

I. ①本… II. ①张… III. ①市场规模-关系-产业结构升级-研究-中国
IV. ①F124②F121.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第227102号



本土市场规模与我国产业升级

BENTU SHICHANG GUIMO YU WOGUO CHANYE SHENGJI

——理论、案例与政策

张国胜 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京市东城区隆福寺街99号)

北京市文林印务有限公司印刷 新华书店经销

2015年4月第1版 2015年4月北京第1次印刷

开本:710毫米×1000毫米 1/16 印张:17.25

字数:258千字 印数:0,001-3,000册

ISBN 978-7-01-013995-1 定价:33.00元

邮购地址 100706 北京市东城区隆福寺街99号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

版权所有·侵权必究

凡购买本社图书,如有印制质量问题,我社负责调换。

服务电话:(010)65250042

目 录

第一章 导论	1
第一节 问题提出	1
一、一种经济现象引发的思考	2
二、现有文献对这种经济现象的解释	3
三、文献评述与需要进一步研究的问题	6
第二节 研究思路	8
一、总体研究思路	8
二、研究设想与基本观点	10
第三节 结构安排	11
第二章 本土市场规模与国内产业升级:理论模型构建	16
第一节 本土市场规模:内涵、影响因素与经济效应	16
一、本土市场规模的内涵界定	16
二、本土市场规模的影响因素	17
三、本土市场规模的经济效应	19
第二节 产业升级:内涵与动力机制	24
一、产业升级的文献回顾与内涵界定	25
二、产业升级的动力机制	30
第三节 本土市场规模与国内产业升级:作用机理	32
一、本土市场规模对国内产业升级的作用机理	33

2 本土市场规模与我国产业升级

二、国内产业升级对本土市场规模的作用机理 39

三、本土市场规模与国内产业升级:相互作用机理的总结 42

第三章 本土市场规模与国内产业升级:基于案例分析的理论模型

调整 44

第一节 工业化国家的本土市场规模与国内产业升级 44

一、美国的本土市场规模与国内产业升级 44

二、日本的本土市场规模与国内产业升级 52

三、瑞士的本土市场规模与国内产业升级 59

第二节 金砖国家的本土市场规模与国内产业升级 63

一、巴西的本土市场规模与国内产业升级:以巴西航空工业公司为例 63

二、印度的本土市场规模与国内产业升级:以印度塔塔汽车公司为例 67

三、南非的本土市场规模与国内产业升级:以南非萨索尔公司为例 71

第三节 本土市场规模与国内产业升级:理论模型的调整与完善 74

一、本土市场规模与国内产业升级之间存在相互的作用机理 74

二、本土市场规模与国内产业升级:作用机理的调整与完善 76

第四章 我国的本土市场规模:特征事实、演化趋势及其对国内产业升级的影响 78

第一节 我国的本土市场规模:特征事实 78

一、我国的本土市场规模:总量分析 78

二、我国的本土市场规模:结构分析 82

三、我国的本土市场规模:存在的问题 87

第二节 我国的本土市场规模:演化趋势 93

一、本土市场规模的总量演化趋势 93

二、本土市场规模的结构演化趋势 96

第三节 本土市场规模演化对我国产业升级的影响	100
一、本土市场规模的总量扩张为我国产业升级提供了新的机遇	100
二、本土市场规模的结构变化对我国产业升级提出了新的要求	102
三、本土市场规模的演化趋势给我国产业升级带来了新的挑战	104
 第五章 我国的产业升级:特征事实、演化趋势及其对本土市场规模的 影响	106
第一节 我国产业升级:特征事实	106
一、我国产业升级:三次产业结构的考察	107
二、我国产业升级:工业内部结构的考察	114
三、我国产业升级:典型行业与企业层面的分析	118
第二节 我国产业升级:演化趋势	122
一、三次产业结构的服务化趋势	122
二、工业内部结构的高技术化与高加工度化趋势	125
三、行业发展的高附加值化趋势	127
四、战略性新兴产业的快速扩张趋势	129
第三节 我国产业升级的演化趋势对本土市场规模的影响	130
一、我国产业升级的演化趋势有助于扩张本土市场规模的总量	130
二、我国产业升级的演化趋势能够影响本土市场规模的结构	132
三、我国产业升级的演化趋势能够影响本土市场规模的条件	134
 第六章 本土市场规模与我国产业升级:作用机理的扭曲	136
第一节 本土市场扭曲与我国产业升级的受阻	136
一、市场竞争的失衡与我国产业升级的受阻	137
二、要素市场的扭曲与我国产业升级的受阻	139
三、政府行为的失范与我国产业升级的受阻	142
四、法治基础的脆弱与我国产业升级的受阻	145
第二节 海外市场偏好与我国产业升级的受阻	147
一、海外市场偏好制约了产业升级的本土市场规模效应	148

4 本土市场规模与我国产业升级

二、海外市场偏好与我国产业升级的企业技术能力锁定	150
三、海外市场偏好与我国产业升级的路径依赖	153
第三节 其他因素影响与我国产业升级的受阻	155
一、国内就业增长的压力与我国产业升级的挑战	155
二、区域经济增长的需求与我国产业升级的挑战	157
三、转换成本的制约与我国产业升级的挑战	159
第四节 我国产业升级的受阻与本土市场规模	161
一、我国产业升级的受阻与本土市场规模的总量扩张	161
二、我国产业升级的受阻与本土市场规模的结构变化	163
三、我国产业升级的受阻与本土市场规模的比较优势	165

第七章 本土市场规模与我国产业升级:构建良性互动机制的政策

选择	166
第一节 良性互动机制中本土市场深化与发展的政策选择	166
一、本土市场深化的政策选择	167
二、本土市场发展的政策选择	170
三、本土市场保护的政策选择	174
第二节 良性互动机制中我国产业升级的方向选择	177
一、需求升级过程中的产品升级与价值链拓展	178
二、本土市场规模演化过程中的产业链条升级与新兴产业发展	181
三、本土市场规模演化过程中的国家价值链构建与全球价值链 拓展	183
第三节 良性互动机制中我国产业升级的政策选择	186
一、良性互动机制中我国产业升级的技术政策选择	186
二、良性互动机制中我国产业升级的组织政策选择	190
三、良性互动机制中我国产业升级的结构政策选择	195
第四节 良性互动机制中其他配套政策的选择	201
一、良性互动机制中本土企业家的培育政策	201
二、良性互动机制中本土企业的组织管理创新政策	203

三、良性互动机制中本土市场与国际市场的协调政策	205
四、良性互动机制中国际经济规则与调节体制的协调政策	207
第八章 结论与展望	209
第一节 研究结论	209
第二节 研究展望	212
参考文献	214
后 记	224

第一章 导 论

第一节 问 题 提 出

无论是在工业化国家还是在发展中国家,产业升级^①都被视为增强经济可持续发展能力的重要途径和基本手段,受到了经济学家与政府部门的广泛关注。但纵观人类经济演化的历史,产业升级是一个漫长而又痛苦的过程,大多数国家都花费了很长的时间来推进产业升级。对我国而言,经历了改革开放以来三十多年的产业扩张之后,各个地区也开始面临产业升级的严峻挑战。尤其是在后金融危机时代,伴随国际经济竞争环境的改变以及国民经济运行中的各种压力,如通货膨胀、人民币升值、能源价格上涨、劳动力成本上升、环保法规的日益趋严等逐步显现,我国产业升级的压力更是日益凸显。然而,自第一次工业革命以来,工业化国家一直主导着全球范围内的产业升级,这样的现实背景使得我国的产业升级面临着两大严峻挑战:一是主要工业化国家为了维护自身的既得利益,高度警惕我国的产业升级,并利用其在国际分工中的优势地位对我国的产业升级进行打压;二是就整体而言,我国企业在技术能力上仍然全面落后于竞争对手,在产业的国际竞争中仍然处于明显不利的地位(张国胜,2011)^②。因此,伴随产业升级正日益成为我国实现国民经济持续、

① 在现有的产业经济学术语中,产业升级是一个非常宽泛的概念,有些学者基于宏观视角称之为产业结构升级、有些学者则基于微观视角将其称之为价值链升级(或企业升级),有些学者泛泛采用产业升级的说法。本土直接采用产业升级的说法,但给出了严格的经济学定义——微观机制作用下产业内价值增值的宏观涌现。

② 张国胜:《本土市场规模与产业升级:一个理论构建式研究》,《产业经济研究》2011年第4期。

稳定、健康、均衡发展的关键,如何有效推进国内产业升级已成为一个重大的现实问题与政策命题。

一、一种经济现象引发的思考

长期以来,基于自然资源、劳动力、资本、技术的“比较优势”是探讨产业升级的基础,国家的产业升级也遵循着劳动密集型产业→资本密集型产业→技术密集型产业的演化路径。但近年来,以金砖四国(BRICs)^①为代表的发展中大国的崛起引起了广泛的关注,四国也涌现出了诸如等阿拉克鲁士公司(巴西)、安博威航空制造公司(巴西)、兰博西制药集团(印度)、塔塔集团(印度)、Surgutneftgas 公司(俄罗斯)、联想集团(中国)、华为投资控股有限公司(中国)等著名的世界企业,四国的世界 500 强企业也由 2000 年的 17 家迅速增长到 2012 年 102 家^②,其所属行业也由 2000 年的能源、矿业等自然垄断行业拓展到 2012 年的消费品、能源、信息技术、矿业、电信、银行、设备制造等多个领域^③。金砖四国的这种产业变迁在一定程度上改变了全球产业竞争的格局,并且其影响力还在不断的扩散(Antoine Van Agtmael, 2006)^④。尽管这些企业的崛起历程各异,但企业所属的国家都具有以下几个共同特点:庞大的人口规模与高速的经济增长,国家经济规模的成长空间巨大^⑤,国内消费市场正处于持续扩张时期并日益成为世界上最富有吸引力的新兴市场(Emerging Market)。异质的崛起历程与“同质”的内部市场规模表明,金砖四国的本土市场需求可能对其国内的产业发展与升级产生了重要影响,二者之间

① BRICs 是巴西(Brazil)、俄罗斯(Russia)、印度(India)和中国(China)四国英文全称第一个字母的缩写,引文 BRICs 与 BRICK(砖块)的读音相似,故媒体形象地以金砖四国译称。

② 2012 年中国的世界 500 强企业包括了香港、中国台湾的世界 500 强企业。

③ 根据网络资料 <http://mnc.people.com.cn/n/2012/0711/c54816-18492567.html>; <http://finance.people.com.cn/BIG5/8215/71100/71106/4817813.html>;等整理所得。

④ Antoine Van Agtmael: The Emerging Markets Century, Free Press, 2006.

⑤ 根据高盛公司的预测,到 2040 年,金砖四国的经济规模将超过目前经济实力最强大的 7 个工业化国家的经济规模(即 G7,分别是美国、日本、德国、法国、英国、意大利和加拿大)。

有可能存在某种相应的作用机理^①。

对于我国而言,在过去的三十多年里,无论是人口规模与经济增长速度,还是消费市场与经济发展潜力都远远超过了金砖四国中的其他三国,这种国内市场规模的优势是绝大多数发展中国家所不具备的。有些学者甚至认为,伴随我国中等收入群体的出现与快速扩张,中国正在由制造业大国转变为全球最主要的消费型经济体之一,并开始扮演全球产品购买者的角色。在这样的背景下,中国国内市场规模的优势已成为现阶段中国最大的比较优势(Brandt, L., Thun, E., 2010)^②。因此,中国需要从战略高度来看待“市场在中国”的宝贵内需资源(毛蕴诗、李洁明, 2010)^③。从这些逻辑出发,如果理论上存在国内市场规模对本土产业升级的作用机理,我国市场规模的优势不但能够为国内产业升级提供新的思路,而且能够为国内产业升级突破工业化国家的打压提供可能。

二、现有文献对这种经济现象的解释

从现有文献来看,上述命题的研究更多地还是集中在本土市场(Home Market)与产业增长、产品出口,以及国内市场需求与产业的国际竞争力等方面。代表性文献有克鲁格曼的本土市场效应假说(Home Market effects)、罗尔夫·韦特的国内市场需求和国际贸易理论、迈尔克·波特的国家竞争优势理论等^④。

在本土市场效应假说中,克鲁格曼(1980)认为,通过报酬递增与贸易成本的假定,本土市场的超常需求能够引发大规模生产与高效率,使得该国在满足本土需求之外还能捎带出口;换句话说,那些拥有较大国内市场需求的国家

① 张国胜:《本土市场规模与产业升级:一个理论构建式研究》,《产业经济研究》2011年第4期。

② Brandt, L., Thun, E. The Fight for the middle: Upgrading, Competition, and Industrial Development in China. World development, 2010(38). 1555-1574.

③ 毛蕴诗、李洁明:《从“市场在中国”剖析扩大消费需求》,《中山大学学报(社会科学版)》2010年第5期。

④ 周怀峰:《大国国内市场与产业国际竞争力:一个一般分析框架》,中国社会科学出版社2009年版。

4 本土市场规模与我国产业升级

依托规模经济的优势将能成为净出口国^①。以此为基础,戴维斯和温斯坦(1999,2003)通过研究日本和 OECD 国家间的产出分布与需求数据进一步证实了本土市场效应的存在^②;而其他学者则基于戴维斯和温斯坦的研究方法,并利用其他国家的产出和需求数据不但再次证实了本地市场效应的存在,而且发现对于具有规模经济的产品而言,更大的国内市场同时意味着更强的出口竞争力。国内研究也发现本土市场效应在决定我国地区间生产和贸易的类型上起着显著作用,尤其是纺织、木材家具、化学工业、金属冶炼、运输设备、电子通讯设备以及其他制造业等方面,其产出主要是由本土市场效应决定(张帆、潘佐红,2006)^③。黄玖立(2006,2008)的研究也证实了地区产业增长与地区市场规模有着密切的关系,工业部门的报酬递增使得国内市场规模具有显著的“增长效应”(Growth Effect),目前除少数资源依赖型产业和本地需求依赖型产业之外,市场规模较大的省份在大多数产业方面的增长都明显快于市场规模较小的省份^④。

从某种程度上讲,罗尔夫·韦特(1996)的国内市场需求和国际贸易理论与克鲁格曼的本土市场效应假说有着类似之处;或者说,罗尔夫·韦特受到本土市场效应假说的启发。在国内市场需求与国际贸易理论中,罗尔夫·韦特不但从静态与动态、层次与结构等维度探讨了国内市场需求,而且基于这些维度分别研究了国内市场需求对国际贸易的影响^⑤。从静态的需求结构来看,一个国家内部的产品出口与其国内市场规模的大小紧密相关,市场规模越大的国家其产品出口就越容易;从动态的需求结构来看,产业竞争力的提升与其国内市场规模的扩张紧密相关,一般而言市场规模的扩张都有助于企业提升产业的竞争优势;从静态的需求层次来看,纵向差异的生

① [美]保罗·克鲁格曼:《地理与贸易》,张兆杰等译,中国人民大学出版社 2000 年版。

② Davis, D., Weinstein, D., *Economic Geography and Regional Production Structure: An Empirical Investigation*. *European Economic Review*. 1999, 43(2), 379-401.

③ 张帆、潘佐红:《本土市场效应及其对中国省间生产和贸易的影响》,《经济学季刊》2006 年第 5 期。

④ 黄玖立、黄俊立:《市场规模与中国省区的产业增长》,《经济学季刊》2008 年第 4 期。

⑤ [瑞典]罗尔夫·韦特:《国内需求如何影响国际贸易格局》,刘莉译,《经济资料译丛》1997 年第 3 期。

产部门及其国内市场规模的大小与产品出口的多少之间存在明显的正相关关系;从动态的需求层次来看,国内消费者在消费水平上的相互攀比及其对高质量产品的需求,也会促使国内企业的技术创新并保持产品的国际竞争优势^①。

在国家竞争优势理论中,迈克尔·波特(2002)认为国内市场需求是产业获取国际竞争优势的关键要素。这主要表现在以下几个方面:首先是由于地缘、文化、语言、法规等因素的影响,企业一般对最接近他们的本土客户需求最为敏感。这也就是说较之于外国竞争对手而言,本土企业可以及早发现国内市场中的客户需求,产业或产业环节的竞争优势就可以由此产生。其次是身处国内市场的本土企业对客户需求也有着更充分的认识与更多的自信,企业内部的技术、管理人员也可以与客户直接面对面地沟通,从而更好地把握客户的多样性需求。第三是国内市场的本土客户对产品、服务的要求和挑剔程度也能影响企业的竞争优势,内行且挑剔的本土客户不但有助于国内企业维持国际竞争优势,而且是国内企业创造国际竞争优势的动力源泉。不过需要强调的是,迈克尔·波特并不认为国内市场的大小与产业竞争优势紧密相关,在开放的经济条件下,高度国际化的企业也可以从其他国家的市场来累计本身的规模经济;不但如此,小国只要能善于发挥本国的优势,也照样能在某些特殊产品的规模上占优。例如芬兰生产的破冰船或具有破冰能力的远洋货轮,就明显与其国内市场规模不相关^②。

在新的历史条件下,国内学者在上述研究的基础上也开始探讨我国的市场需求与国内产业升级。代表性观点有:由于国内市场是产业形成国际竞争力的基础,我国就需要着眼于大国市场需求的规模优势,积极利用国内市场涵养来提升本土产业的国际竞争力(周怀峰,2009)^③,并通过集中优势资源发展高端产业、利用区域要素差异扩大产业选择范围、通过战略性产业政策培育国

① 周怀峰:《大国国内市场与产业国际竞争力:一个一般分析框架》,中国社会科学出版社2009年版。

② [美]迈克尔·波特:《国家竞争优势》,李明轩等译,华夏出版社2002年版。

③ 周怀峰:《大国国内市场与产业国际竞争力:一个一般分析框架》,中国社会科学出版社2009年版。

际竞争优势等方式促进国内的产业结构升级(欧阳晓,2011)^①。由于在产业价值链中高端市场需求对价值转移与增值的影响,本土企业可以在不放弃已有的国际市场需求和份额的基础上,由依赖国际市场转化为以国际、国内市场并重,并依托国内市场的规模优势与高端需求来构建国家价值链,从而以此来推动国内的产业升级(刘志彪、张杰,2009)^②。由于市场需求规模能够分摊研发成本、影响市场结构以及技术创新效率,因此本土企业所具有的自主创新能力与国内市场的有效需求规模存在线性相关性(范红忠,2007)^③;不但如此,由于多样化的市场需求能够为标准创立提供切入点,而具有规模优势的市场需求能够为标准推广提供强势的安装基础,因此技术标准的形成也存在明显的“大国效应”(张米尔、游洋,2009)^④;从这些逻辑出发,徐康宁、冯伟(2010)等学者认为借助于本土市场规模^⑤对技术创新的促进作用,中国存在本土市场规模效应的第三条技术创新路径,这也是我国产业升级的一种战略选择^⑥。

三、文献评述与需要进一步研究的问题

尽管上述文献揭示了国内市场需求的重要作用,并明确了国内市场需求与产业增长、产品出口与国际竞争力的关系,但由于产业升级的内涵远远超过了产业增长、产品出口与国际竞争力的范畴,这些研究显然无法理清本土市场规模对产业升级的作用机理;而国内学者的研究尽管涉及了本土市场规模与我国产业升级,但并没有系统性地处理这个议题。正是基于我国产业升级的严峻挑战、金砖四国的产业实践的异质现象、我国市场规模的比较优势以及既有文献的研

① 欧晓晓:《大国综合优势》,格致出版社、上海三联书店、上海人民出版社 2011 年版。

② 刘志彪、张杰:《从融入全球价值链到构建国家价值链:中国产业升级的战略思考》,《学术月刊》2009 年第 9 期。

③ 范红忠:《有效需求规模假说、研发投入与国家自主创新能力》,《经济研究》2007 年第 3 期。

④ 张米尔、游洋:《标准创立中的大国效应及其作用机制研究》,《中国软科学》2009 年第 4 期。

⑤ 通过整合国内学者的各种说法(国内市场需求规模、本土市场需求规模、母国市场需求规模、母国市场规模等),本书采用“本土市场规模”的说法;并借鉴克鲁格曼(1980)的本土市场概念,将本文市场规模界定为一个国家内部足以满足产业内生演化的有效需求总和,详细研究见本书第二章的第一节。

⑥ 徐康宁、冯伟:《基于本土市场规模的内生化产业升级:技术创新的第三条道路》,《中国工业经济》2010 年第 11 期。

究不足,本研究报告认为需要在这方面展开新的研究,并重点关注以下问题:

1. 本土市场规模的内涵、外延及其影响因素,如何基于经济学的理论逻辑严格界定一个国家的本土市场规模?在开放经济条件下,本土市场规模具有什么样的经济效应?产业升级的内涵、外延及其影响因素,如何基于经济学的理论逻辑严格界定产业升级?在开放的经济条件下,如何勾勒产业升级的动力机制?

2. 本土市场规模对国内产业升级存在什么样的影响:积极的驱动作用、消极的抑制作用或是没有作用?从经济学理论的逻辑架构与研究观点来看,是否存在本土市场规模影响国内产业升级的传导路径与作用机理?与此同时,国内的产业升级是否也能够影响(或如何影响)本土市场规模?换句话说,本土市场规模与国内产业升级之间是否存(或存在什么样的)相互作用机理?

3. 如果在理论上存在本土市场规模与国内产业升级的相互作用机理,那么在实践中能否找到相应的案例来证明这种作用机理?如果存在这种作用机理并能找到相应的案例,那么美国、日本、瑞士等大、小工业化国家的产业升级,是否存在不一样的特征与路径?金砖国家的本土市场规模与国内产业升级是否也能够佐证上述作用机理?如何基于工业化国家与金砖国家的案例,进一步完善本土市场规模与国内产业升级的作用机理?

4. 我国的本土市场规模的特征事实(总量规模、结构特征、影响因素等)、演化趋势及其对国内产业升级的影响?我国产业升级的特征事实(三次产业结构、工业内部结构、行业与企业层面等维度的产业升级)、演化趋势及其对本土市场规模的影响等?

5. 我国的本土市场规模与国内产业升级是否和理论上的本土市场规模与国内产业升级相吻合?这也就是说,我国是否具备了本土市场规模与国内产业升级的良性互动机制所需要的市场条件、规制政策与激励政策等?如果不具备,那么现阶段是哪些因素导致了本土市场规模与我国产业升级之间传导路径的受阻与作用机理的扭曲?

6. 如何基于理论上的作用机理、工业化国家与金砖国家的经验教训,以及我国的本土市场规模、产业升级的演化及其作用机理的扭曲,构建本土市场规模与我国产业升级的良性互动机制?基于这样的目标,我国该如何选择相应

的政策干预,即该如何选择本土市场的深化与发展政策、国内产业升级的方向与政策,以及如何完善其他一些配套政策等。

上述所有问题实际上都涉及一个关键问题:既然本土市场规模已成为现阶段我国最大的比较优势,那么我国该如何利用本土市场规模的比较优势来推进国内的产业升级,并以此实现本土市场规模与我国产业升级的良性互动?显然,对于这个问题的回答,不但能够为我国产业升级提供新的思路并为突破工业化国家的打压提供可能,而且关系到产业结构优化与经济发展方式转变的理论探讨,因此这是一个重要的现实问题与理论课题。

第二节 研究思路

本研究报告所要做的主要工作就是以“本土市场规模”为中心概念,通过探讨本土市场规模与国内产业升级的作用机理,分析我国的本土市场规模、产业升级的演化及其作用机理的扭曲等,来构建本土市场规模与我国产业升级的良性互动机制。

一、总体研究思路

本报告的总体研究思路如图 1-1 所示:

首先基于现阶段我国产业升级的严峻挑战、金砖四国的产业实践的异质现象、我国市场规模的比较优势、既要文献研究的不足等提出问题——理论上存在本土市场规模与国内产业升级的作用机理吗?其次基于经济学理论的逻辑架构与研究观点,通过比较研究、调查研究并围绕产业升级的案例现象与现有文献,推导本土市场规模与国内产业升级之间的传导路径与作用机理,构建研究的理论框架。然后分析我国的本土市场规模与产业升级的特征事实、演化趋势及其存在的主要问题等,明晰是哪些因素导致了本土市场规模与我国产业升级之间传导路径的受阻与作用机理的扭曲。最后基于理论指导、现状分析与问题分析,研究该如何构建本土市场规模与我国产业升级的良性互动机制,并以此为基础形成最终的研究报告。

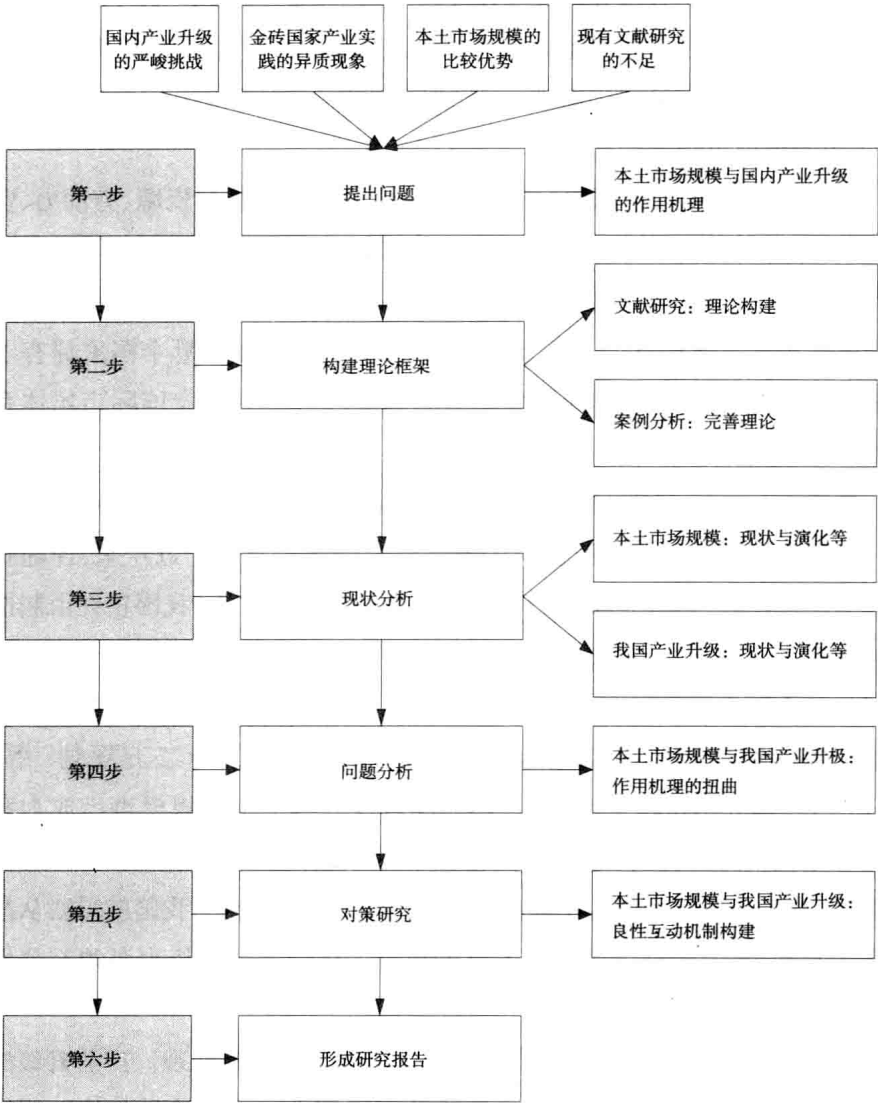


图 1-1: 总体研究思路