

中国迈向贸易强国的 理论与对策研究

黄锦明 著

Research in
Theories and Countermeasures for
China's Turning into a
Trade Power



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

中国迈向贸易强国的 理论与对策研究

黄锦明 著

Research in
Theories and Countermeasures for
China's Turning into a
Trade Power



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国迈向贸易强国的理论与对策研究 / 黄锦明著. — 杭州: 浙江大学出版社, 2007.8

ISBN 978-7-308-05452-2

I. 中… II. 黄… III. 对外贸易—研究—中国 IV. F752

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 130147 号

中国迈向贸易强国的理论与对策研究

黄锦明 著

责任编辑 朱 玲

封面设计 俞亚彤

出版发行 浙江大学出版社

(杭州天目山路 148 号 邮政编码 310027)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

经 销 浙江省新华书店

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 浙江中恒世纪印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 14.25

字 数 280 千

版 次 2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-05452-2

定 价 28.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88072522

黄锦明，男，1965年2月生，江西

人，副教授。1983年9月-1987年7月就读于江西师范大学外语系英语专业，获学士学位。毕业后任教于江西财经大学。1990年9月-1991年6月在上海外国语大学中美合作经济学进修班学习。1995年9月-1998年7月就读于复旦大学世界经济系世界经济专业，获硕士学位。1999年6月-7月赴德国纽伦堡大学参加夏季项目进修。现在浙江万里学院商学院任教。

主要研究方向为国际贸易和中国外经贸，已在核心刊物发表学术论文40多篇。

序

我国对外贸易近几年发展迅猛,我国也已成为世界贸易大国,但还不是贸易强国。与世界贸易强国相比,还存在哪些差距?我国如何从贸易大国成功迈向贸易强国?这些都是很值得研究的问题。国内外在这个领域的研究成果,尤其是专著形式的研究成果,还不多见。黄锦明同志在这个领域的研究恰逢其时,具有很强的现实意义,某种程度上可以说弥补了这个领域的研究缺憾。

本专著具有四大特色。

一、结构体系严密完整,中心突出,层层递进

本书第一章提出了贸易强国的衡量的标准,并依照这个标准,从七个方面分析了我国与贸易强国的差距,分析了我国还不是贸易强国的具体表现。在接下来的第二章至第六章,紧紧围绕如何迈向贸易强国的中心和主题进行论述,从理论和实践角度提出了我国如何克服外贸的最薄弱环节、成功迈向贸易强国的战略对策。全书结构体系严密完整,围绕中心和主题进行论述,层层递进。

二、有较多创新点及真知灼见

1. 第一大创新点在于提出的贸易强国衡量标准全面准确,尤其是提出了外贸的微观基础——企业的国际竞争力作为贸易强国的标准;提出了对外直接投资能力作为贸易强国的标准,指出贸易强国必然是对外直接投资强国;提出了具体产业(农业、制造业、服务业)的出口竞争力作为贸易强国的标准,就比同类研究提出的标准有创新。

2. 第二大创新点在于提出我国应从有关国际贸易理论和国际直接投资理论中吸取合理内核和思想精华,以成功迈向贸易强国。作者就这些理论对我国实现贸易强国目标的启示作用,进行了很有针对性的探讨,较有新意。

3. 第三大创新点在于提出我国应该重构外贸的优势基础,建立外贸持续健康发展的长效机制。作者在不同章节里从不同的角度阐述了这一创新观点。

(1)第三章从外贸战略创新的角度阐述如何重构我国外贸的优势基础,提出

我国外贸战略应从比较优势战略转向后发优势战略,从传统出口导向战略转向新型出口导向战略。

作者分析指出,我国的国际竞争力排名虽在上升,但与外贸的排名相比,要落后得多。国际分工模式和贸易发展战略仍然停留在传统比较优势基础上将是被动的,因此,我们要寻找新的战略。作者认为:“提出全面的经济发展战略,来提升我国的经济实力和综合国力,来取代比较优势这种不合时宜的战略,是当务之急。综合国力强、经济科技实力强,再辅之以一定的促进出口的措施,出口自然有竞争力,外贸自然就会强。”这是非常精辟独到的见解。

作者接着分析指出:“后发优势战略和国家竞争优势战略就是两种可供选择的全面经济发展战略。后发优势战略是适合像我国这样的发展中国家的。而国家竞争优势战略基本上是以美国这样的已经建立了成熟现代市场经济体制的发达国家为应用对象提出的。”作者全面深入分析了我国不宜实行比较优势战略的原因,提出我国应该实行后发优势战略,以利于提升我国的比较优势、促进我国竞争优势从低层次向高层次转变。

作者还提出,我国应实施新型出口导向战略,要采取三大类配套措施,建立提高出口商品持久竞争力的长效机制,要废弃传统出口导向战略下直接作用于出口商品数量和价格的鼓励措施,目标是提高出口商品的竞争力、提高抵御国外强势产业、商品和企业对我国国内产业的冲击和损害的能力,维护国内产业安全。这些都是非常有创新的观点。

(2)第四章从提高我国外贸核心竞争力的角度阐述如何重构我国外贸的优势基础,提出了提升我国外贸核心竞争力的三大战略,即完善我国的国家创新系统,建设创新型国家、实施知识产权战略和推行名牌发展战略。

作者提出:“在入世、经济全球化和知识经济竞争的背景下,我们要把知识和技术创新作为经济社会发展的首要推动力量,构建经济贸易可持续发展的技术支持系统,建立迈向贸易强国的长效机制。这就需要我国完善国家创新系统,努力把我国建设成创新型国家,提高自主创新能力。”这些是非常独到的见解。

作者结合我国出口企业在国内外频繁遭遇国外知识产权壁垒的严峻形势,分析指出:“在知识经济时代和入世后,市场竞争的关键不是关税壁垒和配额,而是受法律保护的专利等知识产权。中国要发展,就不能做世界加工厂。实施知识产权战略,大力创造我国的自主知识产权,发展脑力经济,是我国克服国外知识产权保护壁垒、增强国际竞争力的最有效武器。”

作者结合我国品牌的差距,分析指出:“21 世纪国与国之间的竞争、企业与企业之间的竞争就是名牌之间的竞争。由于中国缺少名牌,尤其是缺少世界名牌,在这场全球化市场竞争中,将处于不利地位。目前,世界 500 强已有 400 多家进入中国,许多外国著名跨国公司和洋名牌已成为中国家喻户晓的名词,占据了不少市场。中国能否在全球经济中获得成功,在某种程度上取决于中国公司能否创出为广大消费者和顾客认可并喜爱的名牌,尤其是国际名牌。因此,推行名牌发展战略是我国重大而紧迫的任务。”

(3)第六章从培育我国跨国公司、提高对外直接投资水平的角度阐述如何重构我国外贸的优势基础。

作者分析指出:“企业的行为和产业组织结构对国际贸易的流向和规模有重大的影响,企业是国际贸易和国际直接投资的微观基础,企业是国家优势的承载者、实现者、甚至是创造者。他接着分析指出:“我国对外贸易的最重要的经营主体是外资企业,而贸易方式又是以外资企业在华开展的加工贸易为主,我国企业的外贸自主经营能力较弱。培育我国跨国公司,增强外贸的微观基础,提高对外直接投资水平,对我国迈向贸易强国具有重大的理论意义和现实意义。”

他得出结论:“我国现阶段既要国家的比较优势和要素禀赋这样的传统宏观视角考虑问题,更要以现代国际贸易理论和国际直接投资理论为指导,将国家优势和微观主体的作用很好结合起来,培育我国外贸自主经营和对外直接投资的强大微观基础,打造一批世界级的中国跨国公司,扭转外贸严重依赖外商投资企业的局面,扭转对外直接投资水平低下的局面。”对于如何培育和发展我国的跨国公司,提高对外直接投资水平,作者提出了很好的具体建议。

三、兼顾理论性、知识性和可读性

作者在各章就有关问题进行了深入的理论分析,比如他对国际贸易理论和国际直接投资理论的评述及对我国迈向贸易强国的启示的分析就非常有理论深度。他对如何创新我国外贸发展战略的论述具有很强的理论性。再如,他对我国跨国公司成长路径的分析也非常有理论性。他对我国企业在对外直接投资和跨国经营中应采取的战略模式的分析具有较强的理论性。

作者在对我国对外经济贸易的历史和现实进行分析时,采用横向比较和纵向比较的方法,引用的数据资料非常丰富详实,既有早期数据,也有最新的数据(包括 2006 年的数据),尤其是国内数据资料非常多,并进行了很有条理地梳理,用以论证有关问题,具有较高针对性和可信度。他对有关概念和范畴(如贸易强

国、加工贸易、产业内贸易、外贸战略、现代农业、先进制造业、国际直接投资、跨国公司等的分析评介,对有关问题的国内外研究(包括争论)的综述,非常全面精要。

作者绘制了很多图表,很直观,文字表述通顺贴切。用深入浅出的方法进行理论和对策分析,避免了晦涩难懂的毛病。同时,数据资料丰富新颖,理论性和知识性强,避免了肤浅的毛病。因而具有较强的可读性。

四、具有较强的决策参考作用和实践指导作用

该书就我国如何迈向贸易强国这一中心问题进行了全面深入的理论和对策研究。如:我国应如何从国际贸易理论和国际直接投资理论吸取合理内核。我国外贸战略应进行创新,应从比较优势战略转向后发优势战略,应实行新型出口导向战略。为了提升我国外贸的核心竞争力,我国应废弃“以市场换技术”战略,转而应该完善我国的国家创新系统,建设创新型国家;实施知识产权战略;推行名牌发展战略。我国应发展现代农业,以提高农产品出口竞争力;应发展先进制造业,应完善加工贸易,以提高我国制成品出口竞争力。对提高我国服务出口竞争力提出了很好的对策建议。就如何使我国成为对外直接投资强国提出了一些有针对性的对策建议,如:完善我国跨国公司的治理机制、完善我国政府在对外直接投资中的作用,选择适当的跨国公司成长路径。

书中提出的理论观点和对策建议对我国政府部门完善战略和政策,以实现从贸易大国迈向贸易强国的目标,有较强的决策参考作用。对我国企业,尤其是外经贸和对外直接投资企业,如何开展对外贸易、提高对外投资和跨国经营水平,积极促进贸易强国目标的实现,有较强的实践指导作用。对我国外经贸专业的学生和教研人员,有较高的参考价值。

闫国庆^①

2007年2月于浙江万里学院

^① 闫国庆,浙江万里学院商学院院长,博士、教授。

前 言

一、研究的目的和意义

1978 年我国对外贸易进出口总额只有 206.4 亿美元,占世界贸易总额的比重居世界第 35 位。1980 年我国出口总额为 181.2 亿美元,世界排名第 26 位。在 1984—1991 年期间,我国外贸地位一直在世界第 15 位和第 16 位之间徘徊。在 1992—1998 年期间,我国的外贸地位一直在世界的第 10 位和第 11 位之间徘徊。自 2000 年以来我国的贸易地位以每年上升一位的速度直线上升,摆脱了在低位徘徊的局面。2000 年我国出口总额达 2492.1 亿美元,已成为世界第七大出口国。2001 年我国进出口总额突破 5000 亿美元大关。2002 年我国进出口总额达到 6200 亿美元,2003 年我国外贸进出口总值达 8512.1 亿美元,比上年增长 37.1%,一跃成为世界第四大贸易国。2004 年美国外贸总额 29230 亿美元,居世界第一位,贸易逆差 6470 亿美元;德国外贸总额 19490 亿美元,居世界第二位,贸易顺差 1330 亿美元。2004 年中国进出口总额突破 1.15 万亿美元,比 1978 年增长 53.4 倍,出口 5933.6 亿美元,进口 5613.8 亿美元,超过日本,成为世界第三大贸易国,仅次于美国和德国,出口和进口均列世界第 3 位,中国对外贸易总额占世界贸易总额的比重由 2001 年的 4.0% 上升到 2004 年的 6.2%。2004 年,日本外贸总额 12480 亿美元,居世界第 4 位,贸易顺差 700 亿美元。2005 年,我国进出口贸易总额第二次突破 1 万亿美元大关,高达 1.42212 万亿美元,贸易大国的地位得以巩固,稳居世界第 3 位,是 2000 年贸易规模的 3 倍。中国作为贸易大国的崛起,必将对世界经济产生重大而深远的影响。

然而,无论在政界还是在学术界,大家都清醒地认识到,虽然我国目前是贸易大国,但还不是贸易强国。我国与美国、德国、日本、英国和法国等世界公认的贸易强国相比,还有相当大的差距。我国提出,到 2020 年我国外贸总额比 2000 年翻两番,实现从贸易大国向贸易强国的转变。那么贸易强国的标准是什么?我国与贸易强国的具体差距何在?如何实现从贸易大国向贸易强国的跨越?研究这些问题具有重大的现实意义和深远的历史意义。笔者试图研究我国迈向贸

易强国的理论与对策问题,希望对我国外贸竞争力的提升和贸易强国地位的确立有所裨益。

二、研究的基本框架

本书第一章提出了贸易强国的衡量标准,并从我国外贸的核心竞争力——技术和品牌、企业的国际竞争力、出口商品结构、外贸经营主体、贸易方式、服务出口、对外直接投资等多个角度分析了我国与贸易强国的差距。

第二章阐述了国际贸易理论和国际直接投资理论对我国迈向贸易强国的启示。笔者先对重商主义、地域分工说、比较优势理论、新要素贸易理论、产业内贸易理论等国际贸易理论进行评介,论述其对我国迈向贸易强国的有益启示。然后对 FDI 的主流优势理论、关于发展中国家和中小企业的对外直接投资理论的内容进行评介,论述其对我国通过流出型 FDI 确立贸易强国地位的有益启示。

第三章论述了我国迈向贸易强国必须进行外贸战略创新的问题。首先介绍了国内外对改革开放至“入世”前夕我国外贸战略性质的争论,提出了笔者的判断意见。然后介绍了国内对我国贸易战略取向的理论争论情况,即我国贸易战略应该以比较优势理论,还是以竞争优势理论、后发优势理论为基础,相应地是实行比较优势战略,还是实行竞争优势战略和后发优势战略等创造比较优势的战略。笔者论述了我国应该实行后发优势战略的原因以及在全球化和加入 WTO 的背景下,我国应如何实行新型的出口导向战略。

第四章论述了提高我国外贸核心竞争力的对策。分析了科技进步对国际贸易的影响,分析了我国“以市场换技术”这种产业技术战略成效微弱的原因,据此提出我国应转到提高自主创新能力的战略上来。笔者提出,完善我国的国家创新系统,把我国建设成创新型国家,以及实施知识产权战略,是提高我国自主创新能力的根本对策。最后阐述了我国应如何推行名牌发展战略。

第五章论述了提高我国农产品、制成品、服务出口竞争力的对策。首先分析了我国农产品出口的现状、问题和未来发展的有利和不利环境。然后结合农业“入世”,提出我国应发展现代农业,提高农产品出口竞争力。阐述了提高我国制成品出口竞争力的两大对策:一是发展先进制造业,二是完善我国的加工贸易,促使其转型和升级。分析了我国发展服务贸易、提高服务出口竞争力的重要性和紧迫性,提出了提高我国服务出口竞争力的一些对策,如加快发展服务业,奠定服务出口的产业基础;建立和完善服务出口的促进体系;建立服务贸易保障机制;重点培育服务出口的若干部门。

第六章论述了培育和发展我国跨国公司、提高我国对外直接投资水平的对策。首先分析了培育我国跨国公司、提高对外直接投资水平的重大意义,然后阐述了完善我国跨国公司治理机制的对策,完善我国政府在促进对外直接投资中的作用的对策。阐述了我国跨国公司成长路径的选择问题,认为应该选择部分跨越式的成长路径。论述了我国企业提高对外直接投资水平的思路。最后分析了我国企业在对外直接投资和跨国经营过程中如何学习和借鉴外国跨国公司的战略模式。

黄锦明

2006年4月

目 录

第一章 我国还不是贸易强国	001
第一节 贸易强国的衡量标准	001
第二节 我国外贸核心竞争力方面的差距	002
第三节 我国企业国际竞争力的变化及其差距	007
第四节 我国外贸经营主体结构和加工贸易及其缺陷分析	013
第五节 我国出口商品结构变化及其缺陷分析	020
第六节 我国服务贸易及其缺陷分析	028
第七节 我国贸易条件和外贸增长方式及其缺陷分析	031
第八节 我国对外直接投资水平低	035
第二章 国际贸易和直接投资理论对我国迈向贸易强国的启示	039
第一节 重商主义及其启示	039
第二节 亚当·斯密“地域分工”说及其启示	045
第三节 比较优势理论及其启示	050
第四节 国际贸易新要素理论及其启示	052
第五节 产业内贸易理论及其启示	055
第六节 FDI 的主流优势理论及其启示	062
第七节 其他国际直接投资理论及其启示	071
第三章 迈向贸易强国的外贸战略创新	078
第一节 外贸发展战略的内涵与分类	078
第二节 对我国贸易发展战略性质的判断	080
第三节 关于我国贸易发展战略取向的理论争论	085
第四节 比较优势战略在我国实施的不适用性分析	090
第五节 后发优势战略在我国实施的可行性分析	095

第六节 实行新型出口导向战略·····	100
第四章 提升我国外贸核心竞争力·····	112
第一节 科技进步对国际贸易的影响·····	112
第二节 “以市场换技术”战略的评价·····	115
第三节 创新型国家与国家创新系统·····	119
第四节 完善我国国家创新系统,建设创新型国家 ·····	124
第五节 应对国外知识产权壁垒,实施知识产权战略 ·····	131
第六节 推行名牌发展战略·····	136
第五章 提高我国农产品、制成品和服务出口竞争力 ·····	143
第一节 我国农产品出口发展的概况和环境·····	143
第二节 发展现代农业,增强我国农产品出口竞争力 ·····	150
第三节 发展先进制造业,提高我国制成品出口竞争力 ·····	156
第四节 完善我国加工贸易,促进加工贸易转型升级 ·····	161
第五节 提高我国服务出口竞争力·····	165
第六章 培育我国跨国公司,提高对外直接投资水平 ·····	176
第一节 培育我国跨国公司、提高对外直接投资水平的理论和 现实意义·····	176
第二节 完善我国跨国公司的治理机制·····	179
第三节 完善我国政府在对外直接投资中的作用·····	186
第四节 我国跨国公司成长路径的选择·····	190
第五节 我国企业提高对外直接投资水平的思路·····	196
第六节 学习和借鉴国外跨国公司的战略模式·····	202
结 语·····	209
参考文献·····	210
后 记·····	215

第一章 我国还不是贸易强国

第一节 贸易强国的衡量标准

国内一些专家、学者从不同的角度提出了贸易强国应该达到的标准。汪毅夫认为,“贸易强国至少应具有以下标志:①外贸增长方式从数量增长型转为质量、效益型;②本国企业掌握、控制出口产品的关键技术、知识产权、品牌及国际销售渠道;③出口产品以高附加值产品为主;④工业制成品以高科技制品为主;⑤出口企业具有较高的国际市场竞争能力、较高的企业管理水平、较高的参与国际合作的能力、较高的抵御国际市场风险的能力;⑥出口企业或出口企业工会具有对抗国外反倾销的能力”。^①

曲如晓认为,贸易强国有五大特征:①经济与贸易高度发达,对世界经济贸易影响力强。②位于国际分工价值链的顶端。③拥有大批跨国公司和众多的国际知名品牌。④国际经济贸易规则的制定者。⑤服务贸易发达。^②

孙杭生提出,贸易强国的指标体系应该包括贸易规模指标、核心竞争力指标、贸易结构指标、盈利性指标、贸易环境条件。^③

参考上述专家的观点,笔者认为贸易强国的衡量标准应该包括以下七大部分:①核心竞争力指标:本国控制了出口商品的核心要素——技术、品牌。②外贸微观基础,即本国民族企业是外贸的经营主体;拥有一批综合实力很强的跨国公司。③贸易商品结构指标。出口商品结构实现了从初级产品为主向工业制成品为主的转变;工业制成品中的资本密集型、技术密集型产品出口所占的比重超过初级产品和劳动密集型产品;以及衡量资本和技术密集型产品国际竞争力的

① 汪毅夫. 贸易大国走向贸易强国的政策选择. 中国对外贸易, 2005(4)。

② 曲如晓. 中国成为贸易强国的战略路径. 经济理论与经济管理, 2005(9)。

③ 孙杭生. 我国确立贸易强国地位的指标体系研究. 价格理论与实践, 2006(5)。

指标,如贸易竞争力指数和显性比较优势指数较高。④外贸增长方式:从数量增长型转为质量、效益增长型,有较强盈利能力。⑤在具体的产业产品,如农产品、制成品、服务等领域,具有较强的出口竞争力,能够抵御外来产品和企业的冲击。⑥具有较强的对外直接投资能力,能够通过投资,带动本国的出口发展。在贸易投资自由化和一体化日益发展的现实情况下,这一点显得非常重要。⑦具有较强的参与制定和影响全球多边、区域多边和双边经贸规则的能力。

目前,美国、日本、德国、法国、英国是世界公认的贸易强国,我国与它们在对贸易方面相比,还存在较大差距。参照这些标准,从接下去的第二节开始到第八节详细分析了我国还不是贸易强国的具体表现。

第二节 我国外贸核心竞争力方面的差距

科学技术创新能力、国际名牌是当代国际经济贸易竞争力的核心因素和决定力量。欧洲、美国、日本贸易强国拥有众多的国际先进技术专利、知名品牌,我国与之相比存在较大差距。我国出口产品缺乏具有自主知识产权的核心技术和品牌,这是制约我国成为贸易强国的重要因素。

一、我国在科技创新能力方面的差距

(一)我国科技创新能力差距的概况

虽然我国科技发展水平在不断进步,科研队伍的规模和水平在提高,但是目前我国科技原始创新能力、关键技术创新能力和系统集成能力仍然较弱,以发明专利为衡量指标的技术核比较弱。

根据瑞士洛桑国际管理发展学院发布的《国际竞争力年度报告》,2004年,在科技创新能力方面,中国在占世界国内生产总值92%的49个主要国家中仅排名第24位,处于中等偏下水平。我国科技国际竞争力连年下降,这是我国国际竞争力大类指标中唯一连续下降的指标。我国与发达国家科技创新能力的主要差距表现在关键技术自给率低和发明专利数量少等方面。在专利总数中,发明专利仅占1/4。我国的专利占世界总额的1.8%,发明专利有世界影响的只占0.2%。我国知识创新能力相对不足,我国专利指标国际竞争力排世界第21位,基础科学研究指标列世界第32位。而最近完成的对信息、生物、新材料、能源、资源环境和先进制造等六大领域的调查表明,我国科技总体研发水平落后发达

国家 5 年左右。我国企业科技投入所占比例不高,技术创新能力较弱;我国研发投入占 GDP 比值 2003 年仅为 1.13% (不到美国的 1/15), 2004 年为 1.23%, 2005 年达到 1.3%, 依然偏低。我国对外技术的依赖度超过 50%; 我国科技对经济增加值的贡献率还不到 40%。目前我国经济增长质量总体不高, 20 多年来我国经济的持续增长, 从总体上看主要依靠增加物质资本、劳动投入和大量使用各类资源, 经济增长投入大、消耗高、对环境破坏大、效益低的局面没有得到根本改变。

(二) 具体行业的核心技术和关键设备的差距

2004 年, 我国经济总量居世界第 6 位, 制造业总量居世界第 4 位, 有 170 多个产品的产量居世界第 1 位, 外贸额排名居世界第 3 位。中国轻工业联合会的一份统计资料显示, 我国家具、家用电器、日用陶瓷、文教体育用品、自行车、钟表、缝纫机、皮革、电光源与灯具、制笔、乐器、玩具、眼镜、羽绒等行业出口额都名列世界出口额前茅。日用陶瓷出口量占世界出口总量的 65%, 自行车行业出口贸易量占世界的 70%, 家用电器行业产品已出口到世界 200 多个国家和地区。

虽然我国制成品产量和出口量规模很大, 但普遍未掌握核心技术, 核心技术的知识产权控制在外国企业手中, 产品中的关键设备受制于人。我国在计算机、通信设备乃至彩电、空调、微波炉等主要产品生产领域都没有掌握核心技术, 从软件、材料、元器件、集成电路、专用设备到最终产品, 关键部分大多数依赖进口。不仅光纤制造装备的 100%、集成电路芯片制造设备的 85% 被进口产品占领, 中国电子信息制造业所用芯片更是悉数来自国外, 甚至空调的核心部件——压缩机都要依赖进口。商务部统计显示, 仅 2004 年上半年, 我国用于芯片进口的外汇即达到 262 亿美元。据中国科学技术促进发展研究中心有关专家调查, 彩电、计算机、DVD 和手机是我国电子信息产业的主要出口产品, 这 4 种产品的关键技术的知识产权多数不在我国企业手中。在 DVD57 项关键技术中, 我国企业掌握的只有 9 项, 还都是非核心技术; 在个人计算机 114 项关键技术中, 我国企业掌握专利的有 69 项; 我国是最大的电视机生产和出口国, 在彩电 114 项关键技术中, 我国企业掌握专利的 72 项, 其中包括 10 项非核心技术, 缺乏出口竞争力。在手机的 65 项关键技术中, 我国企业掌握专利的只有 33 项。截至 2004 年底, 我国境内共有彩电企业 68 家, 实际年产量 7328.8 万台——绝对是世界上最大的电视机生产国。然而, 这 7000 多万台电视机中使用的核心视频处理芯片均为进口。目前, 我国在芯片方面的技术水平至少与国外相差 10~15 年。

国外企业在华发明专利的申请注册数呈上升趋势。例如, 在一些重要的高新科技领域, 如医药、微电子、通讯、化工、航空、航天等, 外国在华的专利申请占

我国专利申请总量的 80%,有些领域甚至达到了 90%。信息技术中 85% 的发明专利由外企拥有。从 1998 年至 2000 年,日本松下电器公司在我国拥有 2197 项专利,超过我国所有 IT 企业共 1190 项的专利总和。这就意味着未来 10~20 年里,这些领域的中国市场将被国外大公司所垄断,而且这种垄断是合法有效的。

由于许多产品缺乏核心技术,只能用人家的技术进行生产,这样,我们的产品走到哪里别人的收费就跟到哪里。例如,早在 20 世纪 80 年代,当国内的一些彩电企业通过代理商进入北美市场之后,拥有多项彩电专利技术的美国无线电公司就声称其 47 项专利技术被侵权,要求中国企业支付相应费用。而为了不丧失北美市场,中国企业不得不付出昂贵的“入门费”。2002 年,欧洲主要的彩电供应商——法国汤姆逊公司通过政府渠道起诉中国彩电专利侵权,中国彩电企业再次受阻于欧洲市场的大门口。

2002 年,持有 DVD 技术专利的 3C 联盟和由日立、松下等六大 DVD 技术开发商结成的 6C 联盟,开始向中国 DVD 生产商索要专利费,涉及专利使用费的项目达到 1000 多项。现在,中国 DVD 生产企业每生产 1 台 DVD 就要向 6C 联盟缴纳 13.8 美元、向 3C 联盟缴纳 5 美元、向汤姆逊公司缴纳 1~1.5 美元的专利费,大幅增加了 DVD 的制造成本(占产品总价的 $1/4 \sim 1/3$)。按 2001 我国 DVD 每年 3473 万台的出口量计算,我国企业要缴纳 8.68 亿美元的专利使用费。目前,国内 DVD 平均市场售价 90 美元,扣除经销商利润、零售税及流通税费,生产商的实际所得不会超过 80 美元。如果再把每台近 20 美元的专利使用费打入生产成本,我国 DVD 生产商几乎已经无利可图。随之我国 DVD 生产企业已由 2004 年 100 多家减少为 2005 年的 20 多家。

我国机电产品和高新技术产品的出口渠道和专利技术基本上都掌握在外资企业手里。在我国计算机行业,两项最主要的核心技术都是国外的,一个是英特尔芯片,一个是微软的操作系统。尽管科技含量较高的手提电脑和手机的出口,仍然保持我国出口额最大的前两项地位,但由于缺乏核心技术,我国每年不得不将每一部国产手机售价的 20%、计算机售价的 30% 支付给国外的专利持有者。

二、我国在品牌方面的差距

品牌即商标,名牌即著名商标。名牌具有高质量、高美誉度、高知名度、高市场占有率、高价值、高效益的特质。世界知名品牌的多少同样是一个国家科技水平和经济实力的重要标志。一个国家拥有国际一流的名牌越多,就拥有越多的