

◎ 资树荣 / 著

国外居民消费需求变动对 中国消费品出口贸易 发展影响研究

The impacts of foreign private consumption
demand changes on the development of
China's consumption goods export trade



经济科学出版社
Economic Science Press

国家社科基金项目 (02CJY028)

the consumption
the development of

国外居民消费需求变动对 中国消费品出口贸易 发展影响研究

◎ 资树荣 / 著

ign private consumption
on the development of
nption goods export trade



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

国外居民消费需求变动对中国消费品出口贸易发展影响研究 / 资树荣著. —北京: 经济科学出版社, 2005. 5
ISBN 7-5058-4895-X

I. 国... II. 资... III. 外国-消费水平-影响-消费资料-出口-研究-中国 IV. F752.62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 030878 号

责任编辑: 齐伟娜
责任校对: 张春艳
版式设计: 代小卫
技术编辑: 邱 天

**国外居民消费需求变动对中国消费品
出口贸易发展影响研究**

资树荣 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销
社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100036
总编室电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京天宇星印刷厂印刷

德利装订厂装订

850 × 1168 32 开 7.5 印张 180000 字

2005 年 6 月第一版 2005 年 6 月第一次印刷

印数: 0001—3000 册

ISBN 7-5058-4895-X/F · 4167 定价: 16.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)



1	绪 论	(1)
1.1	选题意义和国内外研究综述	(1)
1.2	基本思路和主要内容	(5)
1.3	本书的创新之处	(8)
2	关于研究需求因素影响国际贸易发生与增长的理论	(10)
2.1	研究国内需求因素影响本国出口贸易 发生和增长的理论	(11)
2.2	分析国外需求结构与规模的变动影响 本国出口贸易发展的理论	(17)
2.3	探讨国内外需求规模的共同变动影响本国 出口贸易增长的理论	(22)
2.4	小 结	(25)

3	中国出口消费品的界定与消费品出口贸易统计	(27)
3.1	目前国际贸易的统计标准	(27)
3.2	中国出口消费品的范围	(30)
3.3	中国出口消费品名目	(32)
4	中国消费品出口贸易概述	(33)
4.1	中国消费品出口贸易规模	(33)
4.2	中国消费品出口贸易结构	(36)
4.3	中国消费品出口的主要市场	(41)
4.4	中国消费品出口贸易的经济增长 效应分析	(46)
4.5	中国消费品出口贸易发展前景	(52)
5	中国对美日欧韩消费品出口贸易的发展	(56)
5.1	中国对美国的消费品出口贸易	(56)
5.2	中国对日本的消费品出口贸易	(64)
5.3	中国对欧盟的消费品出口贸易	(72)
5.4	中国对韩国的消费品出口贸易	(80)

6	国外居民消费需求结构变动对中国消费品出口贸易发展的影响	(86)
6.1	发达国家与发展中国家居民消费需求结构的变动	(87)
6.2	主要国家居民消费需求结构的变动	(97)
6.3	国外居民消费需求结构变动对中国消费品出口贸易发展的影响	(125)
7	国外居民消费需求规模变动对中国消费品出口贸易增长的影响	(138)
7.1	发达国家与发展中国家居民消费需求规模的变动	(138)
7.2	协整分析原理	(143)
7.3	世界居民消费需求规模变动和发达国家居民消费需求规模变动影响中国消费品出口贸易增长的协整分析	(147)
7.4	美日欧韩居民消费需求规模变动对中国消费品出口贸易影响的协整研究	(156)
7.5	结 论	(165)
8	其他因素对中国消费品出口贸易增长影响的实证分析	(168)
8.1	国内生产总值对中国消费品出口贸易增长的	

国外居民消费需求变动对中国消费品出口贸易发展影响研究 ◀

影响	(170)
8.2 人民币汇率对中国消费品出口贸易增长的影响	(172)
8.3 进口贸易对中国消费品出口贸易增长的影响	(174)
8.4 技术进步对中国消费品出口贸易增长的影响	(175)
8.5 实际外商直接投资对中国消费品出口贸易增长的影响	(176)
8.6 国内固定资产投资对中国消费品出口贸易增长的影响	(177)
8.7 结 论	(178)

9 国外居民旅游需求对中国旅游服务出口贸易增长影响的实证研究

9.1 中国旅游服务出口贸易量迅速增长	(181)
9.2 国外居民来华旅游消费需求倾向的变化	(182)
9.3 国外人均 GNP 变化对中国旅游服务出口增长的影响	(184)
9.4 结 论	(190)

10 结束语

10.1 研究结论	(191)
10.2 政策建议	(196)
10.3 相关的需要进一步研究的问题	(204)

附录：中国出口消费品名目	(206)
参考文献	(217)
后 记	(228)



绪 论

1.1 选题意义和国内外研究综述

1.1.1 选题意义

改革开放以来,中国出口贸易获得了快速发展,在世界贸易中的地位迅速上升。1981年,中国出口贸易值为220.1亿美元,居全世界第19位,1999年上升到第9位,占世界出口总值的3.5%。近年来,中国出口贸易的高速增长趋势非常明显。2000年,中国出口贸易值为2492亿美元,占世界出口总值的3.9%,居全世界第7位;2001年出口值为2661亿美元,占世界出口总值的4.3%,居全世界第6位;2002年出口值上升到3256亿美元,占世界出口总值的5.1%,居全世界第5位;2003年出口值上升到4383亿美元,居全世界第4位。国

民经济的出口依存度随之节节攀升。1997 年,中国的出口依存度为 20.3%,2000 年为 23.1%,2002 年达到了 25.7%,2003 年上升到 31%。出口贸易的这种良好发展,促进了国民经济的持续快速和稳定增长,对增加就业和积累外汇发挥了积极作用,尤其在宏观经济波动时期,出口贸易的效应更是明显。在新的社会经济发展时期,如何保持中国出口贸易的持续增长呢?这就首先需要从理论上研究能够促使中国出口贸易进一步增长的原因和条件。

按产品最终用途划分,中国出口商品可分为三大类:投资品、消费品和中间产品。可以说,中国出口贸易增长的主体是消费品的出口增长。在改革开放初期,中国全部出口商品中,已有 40% 以上是消费品,1987 年消费品占到了一半,1992 年全部出口商品中消费品突破六成,占到 61.39%。此后,消费品出口占全部出口商品的比重一直保持在 60% 以上,高的年份接近于 70%。正是消费品出口贸易的增长形成了全部商品出口贸易的高速增长。因此,把消费品出口贸易作为对象进行研究具有重要意义。

出口贸易发生与增长的原因表现在供给和需求这两个基本方面,在这中间有贸易政策、贸易关系、运输成本,甚至政治因素等的影响。在这里,我们主要探讨需求因素的影响,也就是研究国外居民消费需求的变动对中国消费品出口贸易的影响程度和规律。长期以来,学术界比较注重从供给角度、贸易政策、贸易关系等方面研究中国出口贸易的发展,提出有关的贸易发展战略,成果较多,而从需求方面的研究并不系统,也不多。在 1997 年亚洲金融危机发生之后,人们比较重视国外宏观经济的变动对中国出口贸易的影响,但没有将之作为一个经

常性的课题进行探讨。

我们期望采取定性与定量相结合的方法研究国外居民消费需求变动对中国消费品出口贸易的影响,尤其注重运用有关计量经济学的分析方法定量研究国外居民消费需求规模的变动对中国消费品出口贸易的影响程度和规律,这也是计量经济学的方法在国际贸易研究中的应用。这些工作有利于丰富国际贸易原因之一的需求因素的研究。在经济全球化和消费全球化趋势下,这方面的研究所得对国家宏观经济管理部门和企业经营决策具有较好的参考价值。

1.1.2 国内外研究综述

19 世纪,穆勒的相互需求学说、马歇尔的提供曲线理论分析了需求对国际贸易的影响。接着从需求方面探讨国际贸易发生与增长的是 20 世纪 60 年代林德提出的偏好相似理论,在林德等人研究的基础上,波特的国家竞争优势理论阐述了需求因素影响一国出口产品竞争力和促进出口的重要性。对此,一些学者进行了实证研究,如瑞士宜家家具(克鲁伯和里奥德,1975)、美国商业电视剧和设备(波特,1990)、意大利陶瓷砖(波特,1990)等。不过,林德和波特等人的研究对象是发达工业国家的贸易,探讨的是发达工业国家国内需求对本国消费品出口贸易的影响。

20 世纪 50 年代,发展经济学家刘易斯等人提出了牵引增长论,该理论论述了发展中国家的出口对发达工业国家的依赖性,表明发达国家的进口需求制约着发展中国家的出口和经济增长。80 年代,以美国著名经济学家克莱因教授为代表,对

东亚出口导向性经济发展战略提出了质疑,认为其他国家如果效仿东亚国家的做法大力发展出口贸易必然导致发达国家的贸易保护主义,因为发达国家的进口需求增长有限,尤其是对消费品的进口需求增长不可能满足发展中国家出口的需要。显然,这些理论和观点重视国外的需求因素对出口国出口贸易的影响。他们在探讨国外需求对出口国出口贸易的影响时,还用 OLS 法定量计算了这种影响的大小。

在国内学术界,学者们探讨了中国消费品出口贸易的影响因素,这方面的文献有不少,归纳起来有三大类。一是探讨了影响中国消费品出口贸易的国内因素,学者们大多以比较优势或竞争优势为理论基础,从供给的角度研究了中国一些消费品出口量和出口结构受到的影响。二是探讨了影响中国消费品出口贸易的国外因素,有的从世界经济情况的变化看中国消费品出口受到的影响。三是探讨了中外双边或多边贸易关系对中国消费品出口贸易的影响,研究较多的是中国加入 WTO 带来的影响。

从国内学术界的研究特点看,研究对象上较多地研究纺织品、农产品和服务等消费品的出口,没有专门研究出口量较大的其他轻工及电子类消费品的出口,更重要的是没有系统地研究中国消费品的出口问题;研究内容上没有专门探讨中国消费品出口是如何受国外居民消费需求变动的影响,也就没有揭示出这种影响的深层次原因;研究方法上运用计量经济模型进行实证分析的有:棉花贸易价格(卢锋,2000)、加入 WTO 后劳动密集型消费品的出口市场份额(王直等,1997)等,不过人们比较多地运用计量工具实证分析了中国全部出口商品贸易发展的影响因素,例如,吴建伟(1999、2001),魏巍贤

(2000、2001), 赖明勇与许和连 (2002), 谢建国和陈漓高 (2002), 吴江 (2000), 刘宇等 (2003), 向铁梅 (2003) 等, 而没有实证研究影响中国消费品出口贸易增长的因素, 更没有实证分析国外居民消费需求变动对中国消费品出口贸易增长的影响。

然而, 以上中外学者的研究工作无疑为我们的研究提供了一定的基础, 本书主要研究国外居民消费需求结构和消费需求规模的变动对中国消费品出口贸易的影响。以协整分析方法和误差修正模型为主定量研究了国外居民消费需求规模的变动对中国消费品出口贸易的影响程度和规律, 并比较了不同国家的影响大小。以定性分析方法为主, 阐述了国外居民消费需求结构对中国消费品出口贸易结构和规模的影响。我们力求从结构和规模两个方面分析清楚, 国外居民消费需求对中国消费品出口贸易的影响程度和规律究竟是怎样的。

1.2 基本思路 and 主要内容

1.2.1 基本思路

研究需要起点和理论基础。本书首先评述了关于需求因素影响国际贸易发生与增长的理论, 研究对象是中国消费品出口贸易, 而目前国内外没有系统、连续的中国消费品出口贸易统计数据, 作者必须进行这方面的统计工作, 并要对中国出口消费品的范围加以界定。实际上, 这项研究需要投入较大的工作

量去收集和整理数据，这些工作是本研究的起点和理论基础。接着阐述了中国消费品出口贸易的发展状况，然后集中研究国外居民消费需求结构和规模的变动对中国消费品出口贸易发展的影响，最后进行总结并提出关于中国消费品出口贸易发展和消费品工业发展的一些看法。

1.2.2 主要内容

1. 对各个时期研究需求因素影响国际贸易发生与增长的理论进行了综述。把这些理论分为三种类型，即：一是研究国内需求因素促使本国出口贸易的发生和增长，这类理论揭示了国内需求结构和需求规模的变动以及消费者的性质对本国出口贸易发生和增长的影响，包括偏好相似理论和国家竞争优势理论；二是分析国外需求结构与规模的变动影响本国出口贸易的增长，主要有恩格尔定律、牵引增长论和合成谬误论等；三是探讨国内外需求规模的共同变动对本国出口贸易增长的影响，是指国际贸易乘数理论。对这些理论给予了一定的评述。本书是研究国外居民消费需求结构与规模的变动对中国消费品出口贸易的影响，与第二、第三类理论直接有关，研究结果对其中的牵引增长论和合成谬误论的合理部分是一种肯定，对它们不合理的部分则是一种批判。

2. 阐述了中国消费品出口贸易的发展。由于目前国内外没有系统的、连续的中国消费品出口贸易统计数据，本书界定了出口消费品范围，从而以历年《中国海关统计年鉴》为依据统计了1983年以来的中国消费品出口值，包括出口总值、各类消费品出口值和国别出口值。在此基础上，研究了中国消

费品出口贸易的发展规模、出口结构变化、出口市场及其经济增长效应。1992年以来,中国消费品出口值占全部出口贸易值的比重保持在60%以上,高的年份接近70%。出口增速最快的是消费类电子产品,在不久的将来会成为第一大出口消费品,目前出口值最高的是轻工类消费品。美国、日本、欧盟、韩国是中国主要的消费品出口市场,在将来很长时间内仍然是。本书还对中国消费品出口贸易发展的原因进行了阐述。

3. 分析了国外居民消费需求结构的变动对中国消费品出口贸易的影响。在对1980年以来国外居民消费需求结构变动进行研究的基础上,从六个方面分析了这些变动对中国消费品出口贸易结构和规模的影响。(1)发达国家恩格尔系数不断下降,而交通通讯支出比重、医疗健康支出比重和娱乐教育文化比重持续上升,对中国消费品出口结构和规模的变化产生了一定的影响。(2)发达国家服装鞋类支出比重和家具家用设备支出比重以下降为主要趋势,但大部分国家下降很慢,且一些发达国家这两个比重呈现波动性变化,这些变化影响着中国服装与消费类纺织品、相关轻工类消费品、家用电器等的出口。(3)大部分发展中国家的恩格尔系数不断下降,交通通讯支出比重、医疗健康支出比重和娱乐教育文化支出比重不断上升,同样促进了中国消费品出口的增长,且有利于中国开拓消费品出口市场。(4)处于不同收入水平的发展中国家服装鞋类支出比重和家具家用设备支出比重变化不一样,对中国消费品的出口具有不同的影响。(5)20世纪90年代以来,各国居民信息消费和娱乐休闲消费的快速增加推动了中国消费类电子产品出口的迅速增长。(6)20世纪90年代以来,绿色消费的兴起对中国消费品的出口产生了双重影响,既促进了同时也

阻碍了中国消费品出口贸易的发展。

4. 以协整分析法和误差修正模型为主定量分析了国外居民消费需求规模的变动对中国消费品出口贸易增长的影响, 还与其他因素的影响进行了比较。以 1983 ~ 2002 年间的对象, 分析了世界居民消费需求规模和发达国家居民消费需求规模的变动对中国消费品出口贸易增长的影响, 并分析了国内生产总值、实际外商直接投资、全部商品进口值、固定资产投资、技术进步、人民币汇率等对中国消费品出口贸易增长的影响。以 1988 ~ 2002 年间数据为对象, 分析了中国对美国消费品出口贸易增长受美国居民消费需求规模变动的影响, 中国对日本消费品出口贸易增长受日本居民消费需求规模变动的影响, 中国对韩国消费品出口贸易增长受韩国居民消费需求规模变动的影响 (1989 ~ 2002 年), 以及中国对欧盟消费品出口贸易增长受欧盟居民消费需求规模变动的影响 (1990 ~ 2002 年)。

5. 实证研究了国外居民旅游消费需求对中国旅游出口贸易的影响。如果前面是研究中国有形消费品出口问题, 那么这里是探讨旅游这种无形消费品的出口问题。实证分析了国外居民来华旅游消费需求倾向、国外居民旅游支付能力和人均 GNP 的变化对中国旅游出口贸易增长的影响。

1.3 本书的创新之处

本书在以下几个方面有一定程度的创新。

第一, 对中国出口消费品范围进行了界定并对出口值进行

了统计,从而比较系统地阐述了中国消费品出口贸易的发展,使人们对 20 世纪 80 年代以来中国消费品出口贸易的发展状况有了更清楚的认识和了解。

第二,运用协整分析方法和误差修正模型研究了世界居民消费需求规模的变动和发达国家居民消费需求规模的变动对中国消费品出口贸易增长的影响程度和规律,同时研究了中国对单个国家的消费品出口贸易增长受该国居民消费需求规模变动的影 响程度和规律,并得出了有意义的结论。

第三,以定量分析为基础,把国内生产总值、实际外商直接投资、全部商品进口值、固定资产投资、技术进步、人民币 汇率等因素和国外居民消费需求规模的变动对中国消费品出口 贸易的影响进行了比较并得出了结论。

第四,在对国外居民消费需求结构变动进行详细分析的基础 上,比较系统地阐述了国外居民消费需求结构变动对中国消 费品出口贸易的影响。

第五,定义和计算了国外居民对中国的旅游消费需求倾向 的变化,得出各国居民来华旅游消费需求倾向一般是上升的、 亚洲地区国家的居民来华旅游的消费需求倾向较高的结论。也 定量研究了国外人均 GNP 的变化对中国旅游服务出口贸易增 长的影响,因为人均 GNP 的变化决定了居民跨国旅游需求的 变化。