

全球化与广东研究文库 陈万灵 肖鸱飞 主编

广东省普通高校人文社会科学重点研究基地重点项目

中国外贸强省指标体系研究 ——对广东的实证分析

蔡春林 沈伯明 陈万灵 著



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

全球化与广东研究文库 陈万灵 肖鹄飞 主编

广东省普通高校人文社会科学重点研究基地重点项目(06JDXM790009)
广东外语外贸大学国际经济贸易研究中心资助

中国外贸强省指标 体系研究

——对广东的实证分析

蔡春林 沈伯明 陈万灵 著

对外经济贸易大学出版社

中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国外贸强省指标体系研究：对广东的实证分析 /
蔡春林，沈伯明，陈万灵著. —北京：对外经济贸易大
学出版社，2010

ISBN 978-7-81134-633-6

I. ①中… II. ①蔡…②沈…③陈… III. ①对外贸
易 - 经济指标 - 研究 - 中国 IV. ①F752.8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 022671 号

© 2010 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

中国外贸强省指标体系研究
——对广东的实证分析

蔡春林 沈伯明 陈万灵 著

责任编辑：王宁

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码：100029

邮购电话：010-64492338 发行部电话：010-64492342

网址：<http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸：170mm × 240mm 12.75 印张 236 千字

2010 年 3 月北京第 1 版 2010 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-633-6

印数：0 001 - 1 500 册 定价：28.00 元

前 言

改革开放 30 多年来，对外开放的政策促进了产品和要素流动，对外贸易获得了快速发展，从而促进了中国经济快速发展。一些沿海省市由于区位条件和历史文化因素被推上了改革开放的最前沿，其贸易增长率和经济发展水平明显高于内陆地区。但是，这些省市外贸快速发展主要依靠增加投入、大规模引进外资和“大进大出”的粗放型贸易模式来实现，出现了不少突出的矛盾和问题。单纯依靠高投入，走扩大规模的外贸发展道路，已经面临一系列困境，粗放的外贸发展模式已到了必须调整的时机。如何调整贸易发展模式和转变外贸增长方式成为一个迫切需要解决的问题。为此，这些省市依靠外贸规模的扩大成为外贸大省，纷纷提出建立“外贸强省”的策略，要加快实现由“外贸大省”向“外贸强省”转变的建设步伐，从而实现外贸增长方式的转变，这是十分可喜的现象。

不过从一些省市提出的外贸强省建设的理念来看，“外贸强省”的概念并不明确，有的把外贸“大省”当作了“强省”。因此，有必要从理论上弄清“外贸强省”的概念，弄清如何评价省市外贸发展水平，如何设计外贸强省的指标体系。理论界对这些问题至今没有给出令人信服的答案。因此，对中国外贸强省指标体系的研究具有重要的理论价值和现实意义：一是对“外贸强省”概念进行科学界定，弄清外贸强省的内涵和条件；二是构建“外贸强省”的评价指标体系，并形成外贸强省的判断依据、理论框架和分析方法；三是有助于弄清外贸发展及“外贸强省”的现实目标，而不至于把“外贸大省”当做“外贸强省”，也不会盲目地称中国是“外贸强国”；四是为各地探讨科学的、合理的外贸增长方式和可持续的发展模式提供理论指导，促进一些“外贸大省”成为真正的“外贸强省”；五是探讨“外贸大省”的发展状况，提出的“外贸强省”发展战略选择和对策对决策有参考价值。

“外贸强省”是一个相对的概念，必须采取比较研究方法，从比较研究中寻求强省指标的“标准值”。为此，本书“立足广东，观照全国”，主要通过考察广东、江苏、上海、浙江和山东五个省市的贸易发展情况，来归纳外贸强省指标体系，并对一些关系性指标进行计量分析和检验。

本书的基本思路是：从对外贸易的基本概念出发，从外贸涉及的开放度、贸



易结构、外商投资、进出口能力等多方面来构建指标体系；然后对多个省市的指标值进行计量分析，通过比较分析确定外贸强省指标体系；利用这些指标体系对广东外贸发展进行分析，并把江苏、上海、浙江和山东等作为参照对象进行比较分析。最后，就广东建设外贸强省的战略问题提出对策建议。

根据上述“外贸强省”的基本内涵和研究思路，本书共分为8章，具体结构如下：第1章是导论，阐述本书的选题背景及意义、研究方法、研究文献综述、中国外贸强省指标体系研究思路。第2章探讨外贸强省参与贸易全球化程度的指标，主要有出口占GDP的比重、进出口占GDP的比重、由进口满足的省内最终需求的份额、与省内出口相联系的数量占GDP的份额、省内中外国控制的附属公司的贸易全球化程度、产业出口倾向、省内需求渗透率、国外商品的渗透率、与母公司相关的贸易全球化程度、生产和分销过程的国际一体化程度、贸易地理方向的多元化程度、资本所有权基础上的贸易差额等内容。第3章探讨外贸强省宏观表现指标，主要有外贸强省的贸易规模与速度指标、外贸强省的贸易方式结构指标、外贸强省的贸易商品结构指标、外贸强省的贸易主体结构指标、外贸强省的贸易市场结构指标、外贸强省的贸易地区结构指标等。第4章探讨微观以及产业层面贸易表现指标，包括产业层面贸易表现指标、产业内贸易的份额、产业竞争力、国际强势产业比较、微观层面贸易表现指标、产品层面贸易表现指标、企业层面贸易表现指标等。第5章是关于自主出口品牌对于衡量外贸强省的重要意义，主要强调自主出口品牌和增强企业创新能力是实现外贸由大变强的重要途径。第6章是外贸强省能耗指标。从各省市对总体能源的消耗、电力的消耗、能耗指数等分指标来分析外贸发展对环境资源的影响，目的是强调外贸强省必须考虑节约资源和保护环境。这要求企业加强技术进步，提高产品附加值，并节约资源和保护环境，从而实现从粗放型转变为集约型，促进各省市外贸发展走上可持续发展之路。第7章是对中国外贸强省指标体系进行系统化梳理，形成指标体系即一级指标、二级指标、三级指标和四级指标构成，对外贸强省指标赋值，并确定各指标权重，计算粤、苏、沪、浙、鲁外贸强省指标体系的分值。第8章是关于广东外贸强省建设的战略思路。对外贸强省的认识必须把外贸发展与区域经济发展结合起来，重新审视贸易发展模式，创新贸易发展战略，必须更多地关注内需和民生消费，促使区域经济持续均衡发展。

中国外贸强省指标体系是一个系统工程，从理论和现实的角度对外贸强省贸易指标进行梳理分析和取舍，寻求合适的指标构成中国外贸强省指标体系，为中国外贸强省指标体系的建立提供依据。经过分析确定了以下外贸强省指标体系：一是衡量一些省市参与贸易全球化程度的指标体系；二是从宏观层面反映一些省

市贸易的整体状况的指标体系，包括进出口规模与速度指标、贸易方式结构指标、进出口商品结构指标、进出口主体结构指标、进出口市场结构指标；三是从产业层面反映贸易的指标体系，包括产业内贸易份额指标、产业竞争力指标；四是从微观层面反映贸易的指标体系，分为产品层面贸易表现指标、企业层面贸易表现指标；五是与创新和自主出口品牌有关的指标体系，包括中国名牌产品数、中国世界名牌产品数等。六是外贸的社会成本指标体系，主要指外贸能耗及资源环境指标，这些指标与外贸强弱呈负相关。按照这个指标体系对广东、江苏、上海、浙江、山东的有关数据进行量化分析，得到竞争力水平的评分，其大小顺序为：广东 87.75 分，上海 83.83 分，江苏 82.02 分，浙江 73.28 分，山东 69.56 分，外贸强省的判定标准是 80 分以上，广东、上海和江苏成为全国外贸强省市，浙江和山东进出口贸易相对较弱。

本书对外贸强省建设提出了以下战略思路：

第一，必须正确认识外贸强省，正确评估各省自身的外贸发展水平，并把外贸发展与区域经济发展结合起来。要求广东在制定贸易政策时，必须理清外贸发展思路，不应该因为货物贸易实力较强就将自己定位为贸易强省。而应该更多地看到自身的弱势指标，采取针对性的政策措施加以调整，促使贸易发展，从而促进经济发展。

第二，重新审视贸易发展模式，创新贸易发展战略。国内外形势都发生了很大的变化，传统的贸易模式不适应环境变化，必须重新审视贸易发展模式，进行深刻的变革和调整，创新贸易发展战略。

第三，注重外贸发展与环境保护的关系。外贸发展对环境的影响已经显现出来，如果考虑到环境污染问题，将环境污染的社会成本加进去，那么外贸发展所带来的利益就会大打折扣。所以，在落实科学发展观、构建和谐社会的今天，外贸发展一定要注重环境保护问题，从产业政策、税收政策入手，引导出口企业注重环境治理，将环境成本内部化，实现外贸与环境的协调发展。

第四，正确认识加工贸易的战略地位，促进加工贸易转型升级。加工贸易对区域经济发展产生了较强的“外溢效应”：加工贸易企业在产品、技术、管理方面示范作用，技术与管理人员的流动传播了先进的技术与管理。随着改革的深入推进，加工贸易本身面临着转型，亟待提高其在全球生产价值链中的地位，必须提高加工贸易的技术含量，增强自主创新能力，培育自主品牌，向产业链的高端转移。

第五，大力培育服务业发展，增强服务贸易竞争力。服务业在经济发展中的地位已经显现，第三产业占 GDP 的比重逐步上升。广东的服务贸易信息平台建



设很不完善，服务贸易统计数据很不健全。广东必须抓住粤港澳服务业合作的机遇，大力培育广东自身的服务业企业，提高其竞争力，使其在新一轮的外贸发展中处于领先地位。

第六，将贸易利益转化为促进省市经济发展的能力。对外贸易的发展为各省市的经济社会发展提供了强大的动力支持，必须进一步将贸易收益转化为促进省市经济社会发展的能力。

第七，增强外贸社会责任和促进民生事业发展。外贸发展 30 多年已经使外贸成为实现社会稳定、均衡和可持续发展的动力，那就必须进一步让更多的社会成员分享到外贸发展所带来的利益，在社会保障、社会福利、社会救助等方面承担更多的外贸社会责任，促进民生事业发展。

目 录

前言

第 1 章 导论	(1)
1.1 问题的提出及研究意义	(1)
1.2 研究对象及研究方法	(2)
1.3 关于外贸强省指标的研究概况	(4)
1.4 研究思路及主要研究内容	(7)
第 2 章 中国外贸强省参与贸易全球化程度的指标	(10)
2.1 OECD 经济全球化指标体系及其借鉴	(10)
2.2 对外贸易值占 GDP 的比重	(13)
2.3 产业出口倾向	(14)
2.4 国际进口与省市内需求渗透率	(14)
2.5 国外商品的渗透率	(16)
2.6 跨国公司的贸易全球化程度	(16)
2.7 生产和分销过程的国际一体化程度	(18)
2.8 贸易地理方向的多元化程度	(19)
2.9 资本所有权基础上的贸易差额	(19)
第 3 章 中国外贸强省宏观层面贸易表现指标	(21)
3.1 外贸强省的贸易规模与速度指标	(21)
3.2 外贸强省贸易方式的结构指标	(42)
3.3 外贸强省的贸易商品结构指标	(65)
3.4 外贸强省的贸易主体结构指标	(69)
3.5 外贸强省的贸易市场结构指标	(84)
3.6 外贸强省的贸易地区结构指标	(85)



第4章 中国外贸强省产业与微观层面贸易表现指标	(88)
4.1 中国外贸强省产业层面贸易表现指标	(88)
4.2 中国外贸强省微观层面贸易表现指标	(94)
第5章 中国外贸强省自主出口品牌指标	(111)
5.1 自主出口品牌对于外贸强省的意义	(111)
5.2 自主出口品牌指标	(113)
第6章 中国外贸强省资源与环境成本指标	(122)
6.1 国内资源成本指标	(123)
6.2 地区电力消耗量	(124)
6.3 地区废气排放量	(128)
6.4 地区单位能源消耗指标	(131)
第7章 中国外贸强省指标体系的构建	(135)
7.1 中国外贸强省指标体系的构建	(135)
7.2 中国外贸强省各指标权重的确定	(137)
7.3 中国外贸强省指标体系的分值确定	(140)
7.4 粤、苏、沪、浙、鲁外贸强省指标体系的分值	(141)
7.5 反映服务贸易发展的指标	(150)
第8章 广东外贸强省建设的战略思路	(161)
8.1 外贸强省的辩证认识	(161)
8.2 重新审视贸易发展模式与创新贸易发展战略	(162)
8.3 关注外贸发展与环境保护的关系	(163)
8.4 加工贸易的战略地位与转型升级	(163)
8.5 大力培育服务业和增强服务贸易竞争力	(165)
8.6 提升区域经济发展的贸易动力	(167)
8.7 增强外贸社会责任和促进民生事业发展	(170)
参考文献	(177)
后记	(185)

表格目录

表 3.1	1978 ~ 2007 年广东出口情况	(22)
表 3.2	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的出口情况	(23)
表 3.3	2007 年中国出口额前十位省市	(23)
表 3.4	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的出口增长速度	(24)
表 3.5	1978 ~ 2007 年广东进口情况	(25)
表 3.6	2007 年中国进口前十位省市	(26)
表 3.7	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的进口变化	(27)
表 3.8	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的进口增长速度	(27)
表 3.9	1978 ~ 2007 年广东进出口总额及其增长率	(30)
表 3.10	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的进出口变化	(31)
表 3.11	1978 ~ 2007 年广东贸易差额变化	(32)
表 3.12	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的贸易差额变化	(33)
表 3.13	2007 年中国贸易顺差前十位省市	(34)
表 3.14	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的货物 TC 指数比较	(35)
表 3.15	粤苏沪浙鲁的货物贸易 TC 指数相关性分析	(35)
表 3.16	2007 年全国主要省市的外贸依存度状况对比	(38)
表 3.17	1978 ~ 2007 年广东外贸依存度	(38)
表 3.18	2001 ~ 2007 年广东一般贸易情况	(42)
表 3.19	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一般贸易出口变化	(43)
表 3.20	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一般贸易出口增长率	(44)
表 3.21	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一般贸易出口比重	(46)
表 3.22	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一般贸易进口额	(47)
表 3.23	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一般贸易进口增速	(47)
表 3.24	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一般贸易进口所占比重	(48)
表 3.25	广东加工贸易与进出口贸易的比较	(49)
表 3.26	2002 ~ 2007 年广东加工贸易情况	(51)
表 3.27	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的加工贸易出口额	(52)
表 3.28	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的加工贸易出口增速	(53)

表 3.29	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的加工贸易出口所占比重	(54)
表 3.30	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的加工贸易进口额	(55)
表 3.31	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的加工贸易进口增速	(56)
表 3.32	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的加工贸易进口所占比重	(57)
表 3.33	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他贸易方式出口额	(57)
表 3.34	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他贸易方式出口增速	(58)
表 3.35	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他贸易方式出口所占比重	(59)
表 3.36	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他贸易方式进口额	(60)
表 3.37	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他贸易方式进口增速	(61)
表 3.38	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他贸易方式进口所占比重	(62)
表 3.39	2007 年中国主要省市出口方式比较	(62)
表 3.40	2007 年中国主要省市进口方式比较	(63)
表 3.41	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的出口贸易方式比率	(64)
表 3.42	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的进口贸易方式比率	(65)
表 3.43	1985 ~ 2006 年中国外贸及机电产品进出口总值表	(66)
表 3.44	粤苏沪浙鲁的机电产品进出口情况	(68)
表 3.45	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的外商投资企业出口额	(70)
表 3.46	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的外商投资企业出口所占比重	(71)
表 3.47	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的外商投资企业出口增速	(71)
表 3.48	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的外商投资企业进口额	(72)
表 3.49	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的外商投资企业进口所占比重	(73)
表 3.50	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的外商投资企业进口增速	(73)
表 3.51	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的国有企业出口额	(74)
表 3.52	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的国有企业出口增长率	(75)
表 3.53	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的国有企业出口所占比重	(76)
表 3.54	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的国有企业进口额	(77)
表 3.55	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的国有企业进口增速	(78)
表 3.56	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的国有企业进口所占比重	(78)
表 3.57	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他企业出口额	(79)
表 3.58	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他企业出口增速	(80)
表 3.59	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他企业出口所占比重	(81)
表 3.60	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他企业进口额	(82)
表 3.61	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他企业进口增速	(82)
表 3.62	2007 年粤苏沪浙鲁的不同所有制出口企业比较	(83)

表 3.63	2007 年粤苏沪浙鲁的不同所有制进口企业比较	(83)
表 3.64	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他企业进口所占比重	(84)
表 4.1	2006 年全球 500 强企业的行业分布情况	(91)
表 4.2	上海 2007 年二季度八大行业企业景气指数	(94)
表 4.3	2007 年二季度山东企业景气指数	(105)
表 4.4	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的加工贸易差额	(110)
表 4.5	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的加工贸易所占比重差额	(110)
表 5.1	粤苏沪浙鲁的有效“中国名牌产品”情况	(115)
表 6.1	1995 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的电力消耗量	(126)
表 6.2	1995 ~ 2006 年中国各省市的电力消耗量	(126)
表 6.3	2007 年粤苏沪浙鲁的废气排放量	(129)
表 6.4	2006 年中国各省市的废气排放情况	(129)
表 6.5	2005 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的能源消耗指标	(131)
表 6.6	2005 年中国各省市的能源消耗指标	(132)
表 6.7	2006 年中国各省市的能源消耗指标	(133)
表 7.1	中国外贸强省指标体系	(138)
表 7.2	2006 年粤苏沪浙鲁的四级指标加权后的最终分值	(141)
表 7.3	2007 年粤苏沪浙鲁的四级指标加权后的最终分值	(143)
表 7.4	2006 年粤苏沪浙鲁的三级指标的最终分值	(145)
表 7.5	2007 年粤苏沪浙鲁的三级指标的最终分值	(146)
表 7.6	2006 年粤苏沪浙鲁的二级指标的最终分值	(147)
表 7.7	2007 年粤苏沪浙鲁的二级指标的最终分值	(147)
表 7.8	广东外贸的强势、中势及弱势指标	(148)
表 7.9	2006 年度上海国际服务贸易统计数据	(152)
表 7.10	2006 年度浙江国际服务贸易统计数据	(152)
表 7.11	服务贸易信息平台建设情况	(154)
表 7.12	广东重要年份国际服务贸易概况	(154)
表 7.13	2001 ~ 2007 年中国服务贸易各行业差额	(155)
表 7.14	2006 年中国及上海和浙江服务贸易竞争力指数	(156)
表 7.15	1996 ~ 2007 年中国服务出口及其影响因素数据一览表	(157)
表 8.1	1990 ~ 2007 年服务业占 GDP 的比重	(165)
附表 1	2007 年中国主要省市进出口总值表	(174)
附表 2	2006 年广东 50 强企业	(175)

图示目录

图 3.1	1978 ~ 2007 年广东出口情况	(22)
图 3.2	2007 年中国出口额前十位省市	(24)
图 3.3	1978 ~ 2007 年广东进口情况	(26)
图 3.4	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的进口规模	(27)
图 3.5	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的进口增速	(28)
图 3.6	1978 ~ 2007 年广东进出口总额及其增长率	(31)
图 3.7	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的进出口规模	(32)
图 3.8	1978 ~ 2007 年广东贸易差额情况	(33)
图 3.9	2007 年中国贸易顺差前十位省市	(34)
图 3.10	1978 ~ 2007 年广东外贸依存度	(39)
图 3.11	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一般贸易出口额	(44)
图 3.12	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一般贸易出口增长率	(45)
图 3.13	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一般贸易出口所占比重	(46)
图 3.14	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一般贸易进口额	(47)
图 3.15	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一般贸易进口增速	(48)
图 3.16	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的加工贸易出口所占比重	(54)
图 3.17	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的加工贸易进口额	(55)
图 3.18	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的加工贸易进口增速	(56)
图 3.19	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他贸易方式出口额	(58)
图 3.20	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他贸易方式出口增速	(59)
图 3.21	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他贸易方式进口额	(60)
图 3.22	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他贸易方式进口增速	(61)
图 3.23	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的出口贸易方式比率	(65)
图 3.24	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的外商投资企业出口额	(71)
图 3.25	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的外商投资企业出口增速	(72)
图 3.26	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的外商投资企业进口额	(73)
图 3.27	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的外商投资企业进口增速	(74)
图 3.28	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的国有企业出口额	(75)



图 3.29	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的国有企业出口增长率	(76)
图 3.30	2004 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的国有企业进口额	(77)
图 3.31	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他企业出口额	(80)
图 3.32	2001 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的其他企业出口增速	(81)
图 3.33	2007 年广东出口额前 5 位地市	(86)
图 3.34	2007 年广东出口增幅较大的地市	(86)
图 4.1	2002 年以来广东企业家信心指数和企业景气指数走势	(101)
图 4.2	2002 年以来江苏企业家信心指数和企业景气指数走势	(101)
图 4.3	2000 年以来上海企业家信心指数和企业景气指数走势	(103)
图 4.4	2001 年以来浙江企业家信心指数趋势	(104)
图 4.5	2001 年以来浙江企业景气指数趋势	(104)
图 4.6	2002 年以来山东企业景气指数和企业家信心指数变化情况	(105)
图 5.1	2007 年粤苏沪浙鲁的“中国世界名牌产品”数	(120)
图 6.1	2007 年粤苏沪浙鲁的废气排放量	(129)
图 6.2	2005 ~ 2006 年粤苏沪浙鲁的单位工业增加值能耗	(132)
图 7.1	2006 年粤苏沪浙鲁的三级指标的最终分值比较	(146)
图 7.2	2007 年粤苏沪浙鲁的三级指标的最终分值比较	(147)
图 7.3	2006 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的一级指标的最终分值	(148)
图 8.1	产业分工链条的“微笑曲线”	(164)
图 8.2	1985 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的城镇居民人均年可支配收入	(167)
图 8.3	1985 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的农村居民人均年纯收入	(168)
图 8.4	1985 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的城镇居民人均年消费性支出	(168)
图 8.5	1985 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的农村居民人均年消费支出	(169)
图 8.6	1985 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的城乡居民人均年收入差距	(170)
图 8.7	1985 ~ 2007 年粤苏沪浙鲁的城乡居民人均年消费差距	(172)

专栏目录

专栏 2.1	OECD 关于经济全球化指标的分类	(11)
专栏 2.2	衡量各省市参与贸易全球化的指标体系	(11)
专栏 3.1	加工贸易的分类	(50)
专栏 4.1	影子利率	(99)
专栏 4.2	企业景气调查	(102)
专栏 4.3	加工贸易新政策	(108)
专栏 5.1	申请“中国名牌产品”称号的企业指标要求	(118)
专栏 5.2	“中国名牌产品”的评价指标	(118)
专栏 5.3	申请“中国世界名牌产品”的企业指标要求	(120)
专栏 5.4	“中国世界名牌产品”的评价指标	(121)

■ 第 1 章 ■

导 论

1.1 问题的提出及研究意义

改革开放 30 多年来,对外开放的政策促进了产品和要素流动,对外贸易获得了快速发展,从而促进了中国经济快速发展。一些沿海省市由于区位条件和历史文化因素被推上了改革开放的最前沿,在中国改革开放中作出了历史性的贡献。在推动开放型经济发展的进程中,沿海省市贸易增长迅速和经济发展水平明显高于内陆地区。这些为改革开放作出重要贡献的省市,依靠贸易规模的扩大成为外贸大省市。进入 21 世纪以来,进出口总额排在前位的几个外贸大省市主要是广东、上海、江苏、北京、浙江、山东、福建、天津、辽宁、河北等,它们的外贸总额占到全国的 90% 左右。一些省市纷纷提出建立“外贸强省”策略,加快实现由外经贸大省向外经贸强省转变的建设步伐。广东省委省政府在 2002 年初提出了“由外贸大省变为外贸强省”的工作目标,曾举行“外向带动——建设外经贸强省论坛”积极探讨外经贸强省建设的举措^①。这说明“外贸强省”成为各个省市发展外贸的重要目标。

实际上,各个省市一直主要是依靠增加投入和大规模引进外资来实现外贸快速发展。在外贸获得迅速发展的同时,也出现了不少突出的矛盾和问题。近几年,人民币对美元升值已经给一些省市的外贸发展带来了不小的阻力,说明一些外贸大省市面临国际市场影响带来的风险,并不是“外贸强省”;外贸大发展也带来了巨大的社会成本,导致资源浪费和环境污染,严重影响到人们的生存和发

^① 人民日报·华南新闻,2003-02-19.



展。可见，单纯依靠高投入，走扩大规模的外贸发展道路，已经面临一系列困境，粗放的外贸发展模式到了必须调整的时机。党的十七大报告在论述完过去五年的成绩以后，认为“在看到成绩的同时，也要清醒地认识到我们的工作与人民的期待还有不小差距，前进中还面临不少困难和问题，突出的是：经济增长的资源环境代价过大……”，并指出要加快转变外贸增长方式，立足以质取胜，调整进出口结构，促进加工贸易转型升级，加快培育中国的跨国公司和国际知名品牌，大力发展服务贸易，促进经济发展方式的转型等。

可见，从各个省市提出的外贸强省建设的理念来看，“外贸强省”的概念并不明确，有的把外贸“大省”当作了“强省”。这就提出一个重要问题，对外贸易规模是否越大越好？“外贸大省”是否就是“外贸强省”？如何界定“外贸强省”？采用什么指标来衡量？可见，外贸强省指标体系成为一个重要问题。研究中国外贸强省指标体系首先要面对的问题就是中国能否称得上是外贸强国？如果不能，那中国是否存在外贸强省？如果存在，那外贸强省又怎么界定？外贸强省的指标体系又该如何设计？对于这些问题，都需要作出明确的回答。

理论界对上述问题至今没有给出令人信服的答案。本书有必要对“外贸强省”进行理论探讨，旨在弄清省市外贸发展水平的评价方法，构建外贸强省的评价指标体系。所以，对中国外贸强省指标体系的研究具有重要理论价值和现实意义：一是对“外贸强省”概念进行科学界定，弄清外贸强省的内涵和条件；二是构建“外贸强省”的评价指标体系，并形成“外贸强省”的判断依据、理论框架和分析方法；三是有助于弄清外贸发展及“外贸强省”的现实目标，而不至于把“外贸大省”当做“外贸强省”，也不会盲目地妄称中国是“外贸强国”；四是为各地探讨科学的、合理的外贸增长方式和可持续的发展模式提供理论指导，促进一些“外贸大省”成为真正的“外贸强省”；五是对外贸大省发展状况进行探讨，提出外贸强省的发展战略和对策。

1.2 研究对象及研究方法

本书“立足广东，观照全国”，主要通过考察广东、江苏、上海、浙江和山东五个省市的贸易发展情况，来归纳外贸强省指标体系，重点探讨广东外贸未来发展战略。选取这五个省市，似乎是预先选定了可能的“强省”——粤、苏、沪、浙和鲁，然后设计一套指标来证明它们中某省某市“强”，有些“先入为主”。其实，之所以选取这五个省市作为研究对象，主要是出于以下考虑：第