



# WTO 与中国

(三)

王纲 编

## 目录

建材工业 .....	1
市场广阔，优势明显 .....	1
大而不强，慎对冲击 .....	5
强筋壮骨，未雨绸缪 .....	8
房地产业 .....	10
全方位的冲击 .....	10
市场发展强劲 .....	14
未雨绸缪求发展 .....	18
家电业 .....	20
国内竞争火上加油 .....	20
全球市场天地宽广 .....	25
纺织服装业 .....	33
入世的最大赢家 .....	33
海阔天空前程好 .....	38
借风航行有波浪 .....	46
国内市场要提防 .....	50
以创新为核心，提高原料竞争力 .....	55
加强上下游沟通，实现良性循环 .....	58
实施名牌战略，提高国产服装质量 .....	62
上市板块分析 .....	66
食品工业 .....	68
成竹在胸，无惧竞争 .....	68
肉乳酒水前景皆好 .....	69
医药行业 .....	73
告别冷面垄断时代 .....	73
市场看好，前景乐观 .....	75
医药行业改革刻不容缓 .....	78

计算机业.....	82
计算机硬件 .....	82
软件业 .....	85
产学研联合迎挑战 .....	88
互联网与电子商务 .....	93
入世为互联网带来光明 .....	93
电子商务火爆中国 .....	95
网络泡沫：热浪背后有隐忧 .....	103
电子商务发展趋势 .....	113

## 建材工业

入世对国内建材业而言有利有弊，但由于其行业特点决定，短期不会有太大影响，长远看也是利大于弊。

### 市场广阔，优势明显

近年来，我国房地产的发展极大地带动了建筑业发展，1999年我国建筑业完成总产值逾万亿。统计数字显示，1999年施工产值和竣工产值有所增长。全国建筑业企业完成建筑业总产值10423.4亿元，比上年增加361.4亿元，增长3.6%，其中国有建筑业企业完成总产值5099.0亿元，比上年增加78.3亿元，增长1.6%；竣工产值7250.6亿元，比上年增加94.15亿元，增长1.3%，其中国有建筑业企业竣工产值3457.5亿元，比上年减少36.3亿元，下降1.1%。在房屋建筑面积方面，1999年建筑业企业施工面积为14.15亿平方米，比上年增加3877万平方米，增长2.8%，其中新开工面积7.0亿平方米，比上年减少2735.9万平方米，下降3.8%；投标承包工程房屋面积8.4亿平方米，比上年增加4407.2万平方米，增长5.5%。房屋竣工建筑面积为6.7亿平方米，比上年增加1501.4万平方米，增长2.3%，其中竣工住宅面积为3.8亿平方米，比上年增加186.2万平方米，增长0.5%。

1999年，建筑业企业施工的单位工程个数有所减少，建筑业企业正在施工的单位工程60.72万个，比上年减少42317个，下降6.5%，其中新开工的单位工程38.52万个，比上年减少39444个，下降9.3%。与此

同时, 随着全国建筑市场的进一步规范, 1999 年全国工程建设中招标投标工程所占的比例有明显增长, 全年投标承包工程 26.95 万个, 比上年增加 9034 个, 增长 3.5%, 占全部施工工程个数的 44.4%; 竣工的单位工程 38.32 万个, 比上年减少 32297 个, 下降 7.8%。

建筑业的繁荣为我国建材工业提供了广阔的市场和发展机遇。改革开放以来, 我国建材工业取得了令人瞩目的成绩, 量和质的方面都有了很大的提高, 已经形成了一个门类齐全、且具有相当经济规模的工业生产部门, 水泥、玻璃、陶瓷及一些主要非金属矿产品产量位居世界第一, 成为世界建材第一生产大国。目前全行业有各类企业 22 万余家, 其中乡及乡以上企业 7.3 万家。职工队伍达到了 1300 多万人。1998 年全行业按不变价计算的产值达到 2274 亿元。“八五”期间, 建材业累计引进外资超过 25 亿美元, 为引进技术、促进产品和企业结构调整、改善技术装备等起到了重要作用。不过, 目前主要建材产品进出口数量都不大, 1997 年主要建材产品进出口占国内总产量比例大致为: 作为进口的主要产品建筑卫生陶瓷也仅占 2.24%; 出口中除以非金属矿产品为主外, 水泥占 2.4%, 建筑卫生陶瓷占 6.97%。1990 年建材出口创汇 12 亿美元, 1998 年上升到 30 亿美元, 年均增长 10% 以上。出口商品结构由以原矿和初级加工产品为主, 开始向深加工产品和成套技术装备方面转变。

我国建材工业主要有以下几方面的优势:

1. 劳动力优势。建材工业大都属于劳动密集型的产业, 而我国劳动力资源丰富, 劳动力成本只相当于国际市场主要竞争对手的几分之一或十几分之一。

2. 能源及原材料优势。建材工业兼有窑炉工业和采

矿加工业的特点，多数产品不仅需要消耗大量的能源，而且需要消耗大量非金属矿原料。与诸多竞争对手相比，我国能源价格低，生产建材所需的原料储量大，分布广，且价格较低廉。

3. 运销优势。建材的生产与销售对运输条件的依赖性很大，要求有合理的运销半径。这点在水泥销售表现明显，目前海外水泥厂商主要依赖海运来占领我沿海部分地区市场，但要长驱直入打入广阔的内陆市场，似乎难以想象。

4. 目前，我国出口的大宗建材和非金属矿产品及部分生产设备，因其成本低，向周边国家出口也有一定竞争优势。

建材工业是典型的资源型、耗能型和劳动密集型产业，在欧美已属“夕阳产业”，而在我国还是“朝阳产业”，预计在未来 15 年之内还会有很大的发展。由于建材产品体大价低，要求有一个合理的运销半径，即使入世也不会出现全行业外国产品大量进入，而且目前国内业已存在的供过于求的矛盾还可以通过出口得到部分缓解。特别是当今建材行业现正在向“绿色”建材方向发展，加入 WTO 后，可以通过引进外资，运用外力来调整规模小、污染严重、能耗高的企业，落后的企业将会遭到淘汰，对促进产品结构调整大有好处。因此说，尽管入世对国内建材业有利有弊，但由于其行业特点决定，短期不会有太大影响，长远看也是利大于弊。

入世对国内建材业有利的影响主要表现在以下几方面：

1. 为建材业提供了稳定开放、公平竞争的国际贸易环境，有利于扩大建材对外贸易、引进技术和资金，促

进建材工业的发展。

2.可以使我国享受缔约国最惠国待遇(正常贸易关系)和发达国家的普惠制待遇,为建材市场多元化,对外贸易的多极化创造条件,消除出口市场单一所引发的不平等交换。我国周边国家和地区许多国家和地区都是世贸组织成员,以正常的贸易关系进入这些国家和地区的市场,无疑会对我国建材工业产生积极影响。

3.有利于加速我国建材工业的结构调整。入世意味着要参与国际市场的激烈竞争,这样迫使我们必须按照国际市场要求和国际惯例组织生产经营,必将加速建材工业的结构调整,改变我国建材工业在产品、技术、组织结构不合理的状况,建立起与国际分工相配套的、具有竞争力的产品结构和组织结构。

4.有利于获得更多的技术和经济信息。入世后不但贸易往来更直接、广泛、迅速,而且有关的信息、情报资料的交流也会更及时、全面、详细。这对于国内企业制定生产经营策略和争取主动大有好处。同时,通过掌握国外建材工业发展的动向,在技术、设备、资金、管理等方面加强合作,增强我国建材发展的后劲。

追求生活中的绿色,已经成为人们消费的新观念,这几年,迎合这种需求心理的绿色产品显示出加速发展的趋势。在今年的全国建材商品展销会上,绿色建材的比例就明显多于上届,而且,涉及的领域和品种也比上届更广、更宽。

## 大而不强，慎对冲击

虽然入世对我国建材行业的发展大为有利，但就总体而言，我国建材工业还是比较落后的，概括为四个字就是“大而不强”。

“大”主要指产量大、企业数量大、职工数量大、能源消耗大。据有关部门统计，建材工业年消耗能源折合标煤达 1.8 亿吨，占全国一次能源消费总量的 1/6 左右。

“不强”主要体现在规模、技术、产品结构等方面，与世界先进水平相比，存在着相当大的差距。突出表现为“五低”：劳动生产率低，全员劳动生产率分别相当于全国平均水平的 49% 和 64%。集约化程度低，大中型企业比重不到 0.5%，行业集中度不但大大低于国际平均水平，也远低于国内相近工业平均水平。科技含量低，为数众多的小企业设备陈旧，技术落后，由此造成了环境污染严重、能耗高、占用土地多等问题。市场应变能力低，缺乏国际竞争力。经济效益低，特别是国有建材企业经济效益普遍不高，以至 1998 年出现行业性的净亏损。

与周边经济发达国家和地区比较，我国建材工业所具有的劣势也是显而易见的：

1. 多数企业尚未真正建立现代企业制度，管理体制存在弊端，经营者墨守陈规，缺乏参与国际市场竞争的管理人才和运作机制。

2. 生产技术总体水平不高。我国建材企业中大多是中、小型，设备落后，技术力量薄弱，使得产品在质量、品种、资源利用上都与国外存在一定的差距，特别是品

种与性能不能适应现代建筑业发展的需要。

3.企业规模比较小，生产集中度低。生产规模上不去影响成本降低，生产过于分散必然制约着市场竞争能力的提高。

4.布局不尽合理，交通运输不发达。特别是我国的水泥企业主要集中内地，加上交通运输网络不健全，导致内地水泥供过于求，沿海地区供应相对偏紧，从而给进口水泥以可乘之机。

客观地分析，目前国内建材企业所具有的优势是相对的，只能在今后保持一段时间，随着入世后外商在国内投资办厂，这种优势将不复存在。而国企自身存在的劣势则是短期内难以克服的。

入世对我国建材行业不利的影响主要有：

1.入世使我国建材竞争面扩大、竞争对手增多、竞争力度加大。一些管理、技术、工艺和装备落后的国内企业将面临倒闭威胁。

2.我国整体关税将大幅度降低，建材行业作为较成熟的产业，入世后绝大部分产品不仅不会作为幼稚产业而受到保护，还有可能为平衡电子信息、汽车等幼稚产业的高保护性关税而被有意识降低税率。

3.目前，我国建材企业所用的大部分原燃材料以及运输价格都低于国际市场。加入 WTO 后，国内市场与国际市场接轨，我国建材的生产成本会提高，获利能力降低；而国际建材的生产成本会下降，获利能力加强，从这个意义讲会削弱我国建材的国际竞争力。

4.受资金等因素的限制，我国发展大型建材项目难度较大，加入 WTO 后，国外质优价廉的建材产品进入我国市场是不可避免的，某些合资项目，外方要求使用

进口建材也是常见现象。另外，我国的一些建材生产设备在使用中的问题较多，缺乏与进口设备竞争的能力，这一市场可能会被挤占。

就建材行业内部主要产品而言，入世的稍不利影响略有差异：

目前水泥进出口总量占我国水泥生产总量比例低。水泥的远距离运输对包装要求很高，运输成本高，销售具有明显的区域性，短期影响不会太大。水泥出口主要集中在海螺、冀东、柳州等几家大企业，这些企业在经历亚洲金融危机以后，适应国际市场变化能力有所增强。但是，入关以后，原来一些三资企业90%外销的约定将不复存在（如，山东大宇水泥公司），这对国内市场的冲击不可小视。但由于国内正在淘汰落后小水泥，会为大水泥空出一块市场空间。

建筑卫生陶瓷现行进口关税较高，入世后，进口陶瓷较原来有竞争优势，特别是高档建筑卫生陶瓷，对国内市场会有一定冲击。

平板玻璃由于国内市场业已严重供大于求，且国内“三资”企业占有很大比重，质量也可以，入世不会有太大影响。

新型建筑材料影响可能会大些。国外新型建材较为发达，入世后国外产品国内生产可能会对国内市场带来较大冲击，但也会提高国内新型建材整体水平。

## 强筋壮骨，未雨绸缪

综上所述，入关对我国建材企业来说，是机遇，也是挑战。从当前看，为提高建材行业加入 WTO 后的整体竞争能力，应采取以下对策措施：

### 1. 转变观念，适应国内外统一大市场。

入世意味着各缔约国将对我国开放市场，我们也要敞开国门。这就要求国企必须有外向经营观念，善于掌握在国际大市场浪潮中畅游的经营艺术。同时，还要树立自强观念、公平竞争观念、尊重知识产权观念、遵从国际惯例观念、以质取胜观念、依法经营观念、尊重人才观念和投机风险观念。

### 2. 加快国企改革，转机建制，提高市场竞争能力。

必须加快国有企业改革步伐，政企分开，从企业的实际出发选择改制形式，进行规范性的公司制改革，建立现代企业制度，同时，将企业改革与改组、改造和加强管理结合起来，切实加强企业管理，降低成本，推进技术创新，提高产品质量，不断开发新品种，真正实现国企体制和机制上的转变。

### 3. 重视技术引进与进口设备的消化吸收工作。

为了赶上国际先进水平，我国建材企业必须加速设备的更新与改造，并引进国外的先进设备。在设备引进过程中，除了要注意防止盲目引进与重复引进外，还应认识到，设备进口绝不等于技术引进，若不注意消化吸

收,就会始终受制于人。因此,必须将技术引进的重点从“硬件”转向许可证贸易、技术服务、合作生产等“软件”项目上来,在不侵犯别国产权的前提下,尽量以较少的资金投入进行有效的技术扩散,努力提高吸收、创新能力,提高整体行业的技术水平。

4.开拓多元化市场,合理调整与优化出口地区结构。改变过去建材出口市场单一,80%以上集中在亚洲、其中又有80%集中在韩国、港澳和日本的局面。出口市场的过分狭窄,不仅使出口缺乏多元化贸易灵活的调节机制,也加大了受国际性或某些国家和地区政治、经济形势造成的风险。因此,加入WTO后,我国建材行业应加速市场格局优化并建立起产品灵活流动的出口机制。

5.加强科工贸联合,将科研成果迅速转化为生产力,保持我国建材产品在资源上的优势。加入WTO后,我国必须加速企业技术改造,重视产品科技开发,开展节能降耗,建立有效的科研转化体系,将现有高校及科研单位的技术成果迅速转化为生产力,提高产品的档次、质量和增加花色品种,以保持我国在产品成本上的优势。

6.充分利用好国内外两个市场。加入WTO后,要求我们重视国际市场的开拓,减少因国外产品大量渗透而带来的产品剩余,使国际市场成为减少国内市场波动的调节手段,同时又以国内市场为依托,使之成为应付国际市场变化、调节出口产品走向的缓冲机制。

最后,需要特别指出的是,加入WTO乃是当今世界潮流,大势所趋。我国的加入获得的将不仅仅是经济利益上多少好处,更重要的是争取在国际市场上享有与其他成员国平等的权力和义务。我们谈中国建材工业入世的优劣势也好、利与弊也罢,目的也只有一个,就是

提醒国内业界同仁务必保持清醒的头脑，知己知彼，扬长避短，苦练内功，使国企能够尽早强筋壮骨，迎接挑战。

## 房地产业

### 全方位的冲击

加入 WTO 后，将对我国的房地产市场产生什么影响，房地产业又将如何面对由此而来的机遇和挑战呢？

从总体上看，“入世”将首先对中国房地产业的市场体系构成全方位的冲击。

房地产业从广义来说包括房产、地产的开发、建设、物业的生产、经营和管理等各项活动和服务。加入 WTO，中国首先面临的是国际间壁垒的消除。外资将大量涌入中国房地产业。全球规模最大的特许经营房地产中介体系——美国 21 世纪不动产将在珠江三角洲各大城市拓展市场。遍布全球 29 个国家和地区的 21 世纪不动产体系于 1999 年正式进入中国市场，致力于在中国大陆发展房地产中介的特许加盟事业，考察并接纳合适的房地产中介机构及投资者加入 21 世纪不动产特许经营体系，并将凭借其在海外近 30 年的经营拓展经验帮助加盟商快速成长，以其强大的电子商务系统、培养体系、广告支持为加盟商提供最有效的服务。至今，21 世纪中国不动产已在上海成立办事处，在厦门、福州等城市的市场合作正在进行中。

外资的大量涌入将会给国内原有的市场体系带来巨大的冲击，尤其是年轻的中国房地产业，将面临三大挑

战。

1.对房地产企业的挑战。现代经济学一再证明,市场经济的根本动力机制是经济主体不断地追逐利润,使之极大化。国际房地产业平均利润率大约是6%至8%,中国由于刚刚发展,市场不规范而有的导致高达30%以上的利润率,即使现在房地产业降温以后,人们估计还在10%至15%左右,这会诱使外企的大量涌入,而中国的房地产刚刚兴起,无论是管理经验和技术水平、人员素质还是服务层次都远远低于外国企业,在信息不灵通、企业没有规模效益的情况下,定会在竞争中处于极端劣势。

加入WTO,房地产业及其相关行业,包括房地产建筑业和服务业,将会引入国外同行的竞争。房地产的投资开发、规划设计、建筑和服务水平均要有所提高,房地产项目更需要符合市场的需求。同时,由于房地产需求的增加,房地产业及相关行业的发展空间会增大,但是由于引入了强劲的国外竞争对手,新增的市场需求及原有的市场份额都有被国外同行抢占的可能,由此加速了市场的优胜劣汰。

2.对房地产业市场体系的挑战。市场经济实为法制经济,法律的健全和规章的完善是其存在和发展的必要条件,房地产业也是如此。它的市场大体划分为:土地的一级市场,在中国采取政府公开拍卖、招标、协议等方式将土地的合作权出售或划拨给开发者或使用者的;房地产的开发市场,其中涉及资金筹措和建筑施工;房地产交易市场,主要是产权的转让或使用权的转让。市场的结构和市场交易的复杂性,客观上要求有完备的法制体系,由于中国市场经济体制的不完善,必然会造成该

市场建设步伐的缓慢，虽有一定的市场管制，但在外国企业的激烈竞争下，必定会暴露出许多漏洞，这对市场自身的发展将会产生不利的后果。

3.对房地产价格机制的挑战。目前的房地产市场具有不完全竞争市场的特点，加入WTO，境外实力雄厚的“国际游资”会不遗余力地渗透到此行业中，追逐短期的高额利润，一方面会进一步扩大竞争的不完全性，另一方面又由于房地产的产品替代率低，这种竞争的态势会随之长期化，进而从价格竞争演变为市场份额的争夺，而这种寡头垄断式的竞争最终会破坏整个房地产服务市场价格体系，即“房产服从于地产”的原则。中国推行的是土地使用权的有偿转让，房产和地产是连在一起的，房产的所有权可以是私人的，但地产的所有权仍是国家的，由于市场的垄断，必定会使房产的出卖、转租脱离土地产权的处理，造成出售房产变成了高价卖地，给中国本来就很脆弱的市场添加“泡沫”的成份。

特别是在住宅业市场上，中国企业将面临新的国际竞争。入世之后以下几点应引起业界高度重视：

1.国外保险业的介入。在住宅领域中涉及到保险业的首先是住房抵押贷款的担保及证券化问题，国外保险业已有几十年经营住房抵押贷款的发展历史和丰富的海外经营经验。其次是在住宅销售之后，若发现达不到相应的等级，由谁来负责向用户赔偿的问题？国外的做法是由保险公司负责赔偿。同样，对于施工质量、门窗和管道等各种住宅部品质量等问题的索赔，都应当考虑到保险机制的介入。而目前中国保险业基本没有介入这一领域，在开放保险业之后，中国将面临国际上的竞争。

2.国外信息产业的介入。在当前中国住宅小区建设

中，电信网、卫星电视网、有线电视网（统称三网）都已进入，与此相关的小区智能化技术与设备也快速发展，不少外国企业看好这一领域，先期介入的企业中不乏在国外知名度很高的公司，如美国休斯网络公司等。中国的信息产业在入世之后不可能不对外开放，所以国内信息产业界应抓住时机，尽早占领这一领域。21世纪，信息产业会进入每一个家庭，并将对人们的生活、工作模式产生巨大的影响，住宅不仅是工作之余的生活场所，同时也成为工作场所。网上学习、交流、娱乐大大丰富了住宅的功能，因此住宅的功能和质量需要预留适当的发展空间。

3.住宅新技术及材料、部品的引进。中国的住宅产业是一个巨大的市场，无论是国外的房地产开发商，还是材料、部品厂商，都密切关注这一市场。当前由于关税高，价格降不下来，国外企业大都瞄准中国的高档住宅。在中国入世之后，国外产品的质量和价格将同时形成竞争力。中国即将淘汰、禁用一些产品，国内生产企业需要一定资金和时间进行产品结构调整，国外产品将会趁虚而入，占领国内市场。北美、欧洲的木材业，一直设法进入中国市场。当关税降低之后，外国木材进口量将加大，用于住宅建设。当中国取缔了粘土实心砖之后，国外的集成化住宅结构体系及建房技术都有可能被中国接受。因此，国内住宅产业应做好充分准备。

4.外国汽车的引进。入世之后，外国汽车将逐步以比现在低得多的价格进入中国市场，中国也正在启动汽车消费，汽车进入千家万户之后，对住宅的设计、小区的规划乃至城市规划都提出了新的课题。如在1994年开始设计的某小康住宅小区，当时规划的小区停车位比例

达到 30%，有不少设计人员反对这一方案，认为太高。但在今年验收时发现，随着汽车进入家庭的步伐加快，小区的停车位大大不足，又不得不增建多层停车场。业界人士在规划设计时应适度超前，要考虑到入世后人们需求与消费的变化。

## 市场发展强劲

2000 年中国房地产开发投资将继续保持理性的、相对稳定的发展势头，居民普通住宅建设规模将进一步扩大，商品房的销售将持续好转，全国房地产业将呈较强劲发展势头。

随着 2000 年福利分房的停止和新房改政策的全面推行，全国住房市场将会更快地发展。

中国 2000 年将进一步拓展住宅金融业务，商业银行将广泛开展个人购房抵押贷款业务，住房公积金制度将更加完善，这将在很大程度上提高个人购房能力，推动住房建设和消费。此外，经济活动的频繁，意味着职工收入的增加和就业机会的扩大。随着关税的下降，居民的日常开支也将降低。这些因素，均有利于居民积累购房资金，使住宅类房地产需求增加。同时，随着汽车关税的逐年降低，汽车拥有量的迅速增加，邻近城市的郊区住宅和其他房地产需求增加也将更加明显。另外，适合外商使用的高档住宅需求，特别是租赁需求也会增加。

目前住宅产业正成为中国国民经济新的增长点，住宅正逐渐成为新的消费点。在刚刚过去的 1999 年，全国房地产开发完成投资 4010 亿元，比上年同期增长 11%；商品住宅施工面积达 4.1 亿平方米，增长 19.6%。1999