

《甘肃省“十五”到 2015 年国民经济和社会发展战略研究》重点课题

区域商品市场论

——21 世纪初甘肃商品市场取位研究

主 编 高新才

副主编 文步高

聂华林

高明亮

兰 州 大 学 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

区域商品市场论:21 世纪初甘肃商品市场取位研究/
高新才著. —兰州:兰州大学出版社,2002.2

ISBN 7 - 311 - 01954 - 0

区... 高... 市场—研究—甘肃省
.F727.42

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 0108356

区域商口市场论

——21 世纪初甘肃高品市场取位研究

主 编 高新才

副主编 文步高 聂华林 高明亮

兰州大学出版社出版发行

兰州市开水路 308 号 电话:8617156 邮编:730000

E - mail: press@onbook.com.cn

http://www.onbook.com.cn

兰州鑫鑫印刷石印刷

开本:850X1168 1/32

印张:8.75

2002 年 2 月第 1 版

2002 年 2 月第 1 次印刷

字数:218 千字

印数:1~1000 册

ISBN7 - 311 - 01954 - 0/F · 253

定价:15.00 元

课题领导小组

组 长 林维邦

副组长 高新才 陈延诚 文步高

成 员 高明亮 龚豫秦 张 驰

王永和 聂华林

序

《21 世纪初甘肃商品市场取位研究》是甘肃省“十五”到 2015 年国民经济和社会发展战略规划的重点研究课题之一。它站在全局的高度,用战略的眼光,立足当前,着眼未来,深刻分析了甘肃省商品市场所处的国际国内环境,在准确把握其现状的基础上,从商品购买力、农产品市场、工业品市场、产业结构、消费模式、市场开发等方面,对 21 世纪初甘肃省商品市场取位进行了全面系统的分析、研究和预测,为政府宏观调控和制定市场取位战略提供了有价值的思路和建议。

当今世界,经济全球化和一体化进程加快,经济资源流动更加市场化,经济联系更加紧密,随着中国加入 WTO,甘肃区域性商品市场的发展将日益受到国际市场的影响;另一方面,在经济全球化趋势的影响下,区域商品市场的个性化趋势愈加突出,参与国际分工和区际分工更加频繁,国际商品贸易在稳定增长的基础上,其结构和格局也发生了新变化。与国际商品市场发展相适应,我国的商品市场也发生了巨大变化。一方面表现为市场外延和显性指标的扩大与增长,另一方面表现为市场内涵的丰富与深刻。同时,我国商品市场在结构和体制上还存在一些不完善的地方,有待进一步改善。这构成了我国商品市场的客观环境,也将决定 21 世纪初乃至以后 15 年内我国商品市场的基本走势。

改革开放以来,甘肃省商品市场的发展以转变机制、放开搞活为主线,取得了很大成就。目前,已初步建立了商品流通的宏观调控体系,建立了一定规模的重要农产品和生产资料省内储备,形成了全省和城乡性的市场信息预测、预报网络;市场化程度明显提高,社会商品零售总额的 90% 以上都是通过市场销售实现的;市

场开放程度进一步扩大,与国内外市场的衔接日益紧密;市场流通体制逐步走向多元化,多种经济成分、多种经营方式、多种流通渠道相互竞争,共同发展;一些跨地区、跨行业的批发公司、批发市场、零售市场、交易所相继建立;市场交易品种、规模及辐射的范围日益扩大;商品供应充足,市场销售活跃,广大人民群众切身感受到了商品市场发展带来的方便和实惠。但同时还存在一些不尽如人意的地方,如,市场发展不够平衡,市场分割和市场封锁还不同程度地存在,市场中介组织和服务网络不够健全,市场法规不够完善,商品的市场占有率比较低,农村商品市场发展缓慢,缺乏一批能够带动甘肃闯国际、国内市场的“名牌”商品等。

党中央实施西部大开发战略和国际国内商品市场的发展变化,都将对甘肃省商品市场的发展产生深远影响。如何正视现实,抢抓机遇,科学、合理、准确地为甘肃商品市场的发展定位,积极主动地参与到国际国内商品市场的分工合作当中去,就显得非常重要。

今后甘肃商品市场的目标取位,应该根据甘肃的产业基础和国内外市场发展的趋势,突出发展优势产业、培育主导产业和特色产业;加强第一产业,提高第二产业,发展第三产业;以市场需求为导向,以产品结构调整为重点,不断提高产品的商品率和市场竞争力;改变目前商品市场过分集中于中心城市和大城市的状况;特别要注意发展农村商品市场,要在“特色”二字上狠下功夫。只有这样,甘肃的商品市场才会在比较优势上取得突破,从而在西北、全国、乃至国际市场上占有一席之地。值得高兴的是,《21世纪初甘肃商品市场取位研究》在上述方面已作了深入探讨,取得了一些积极的成果,对指导我们甘肃省商品市场的发展将产生积极的意义。

甘肃省发展计划委员会主任 邵克文

二 一年七月十六日

目 录

序.....	(1)
第一章 区域商品市场的国际国内环境分析.....	(1)
第一节 国际商品市场现状及变化趋势.....	(1)
第二节 国内商品市场现状与变化趋势	(20)
第二章 甘肃经济发展与商品市场的分析与评价	(55)
第一节 甘肃经济发展变化趋势分析	(55)
第二节 甘肃商品市场的分类及其特征	(61)
第三节 甘肃商品市场的总体评价	(68)
第三章 甘肃商品购买力的特点与发展趋势	(73)
第一节 甘肃商品购买力的特点	(73)
第二节 商品购买力发展趋势的条件分析	(84)
第三节 城乡居民消费品购买力的发展趋势	(89)
第四章 甘肃农产品市场分析	(94)
第一节 农产品市场的现状	(94)
第二节 粮食产销趋势分析.....	(101)
第三节 其他农产品产销分析.....	(110)
第四节 农产品生产与加工的布局建议.....	(113)
第五章 甘肃工业品市场分析.....	(116)
第一节 日用工业品市场需求现状.....	(116)
第二节 日用工业品需求分析.....	(122)
第六章 甘肃商品市场取位与布局.....	(127)
第一节 商品市场取位的依据及原则.....	(128)
第二节 主要商品市场情况分析.....	(134)

第三节	商品的目标市场取位.....	(141)
第四节	商品市场的目标取位.....	(153)
第五节	商品市场选择与布局.....	(158)
第七章	甘肃产业结构变动、主导产品选择与产业政策 ...	(164)
第一节	产业结构现状.....	(165)
第二节	产业结构变化趋势.....	(170)
第三节	未来的主导产业群选择.....	(181)
第四节	产业发展的宏观政策建议.....	(191)
第八章	商品市场取位中的消费政策.....	(201)
第一节	社会经济成长阶段、消费模式与消费政策的关系	(201)
第二节	农村消费模式的特点及政策建议.....	(211)
第三节	城镇居民消费模式的特点与消费政策建议	(220)
第九章	国际商品市场的开发对策.....	(230)
第一节	发展中国家的国际市场战略与开发国际市场	(230)
第二节	国际市场选择.....	(235)
第三节	开发国际商品市场的宏观政策建议.....	(243)
第十章	市场营销策略的选择.....	(249)
第一节	国内市场细分及目标市场选择.....	(249)
第二节	各类市场的营销策略.....	(259)
附 录		(266)
参考文献		(270)
后 记		(271)

第一章 区域商品市场的 国际国内环境分析

第一节 国际商品市场现状及变化趋势

当今世界经济发展的显著特征之一是经济全球化趋势。在这种趋势的推动下，各国乃至各地区之间的经济联系日益紧密。随着国际参与度的逐渐提高，区域商品市场的发展将日益受到国际商品市场状况的深度影响。因此，研究和把握国际商品市场的现状及未来的变化趋势对研究区域商品市场的发展具有十分重要的意义。

冷战结束后，国际商品经济出现了许多新变化和新特点，不仅迎来了一个新的增长期，而且成为国际经济关系中一个最为活跃和重要的组成部分，成为各国间加深相互合作的最具活力的推动力量。从全球范围看，90年代以来，国际贸易总的发展形势是：市场扩大，速度加快，结构优化，格局转变；贸易自由化进程加速，区域合作加强；各国“经济外交”活跃，市场更加开放，对外贸易在各国经济中的作用明显上升。与此同时，在国际经贸关系中，各国利益的交融和碰撞互相交织，竞争明显激烈。围绕制定“国际贸易规则”的矛盾和斗争十分尖锐。当前，面对21世纪的经济的发展，各国都在纷纷调整政策，制定新战略，加紧开拓海外市场，以利于自身在国际市场上占有更多的份额，处于更加有利的地位。

一、国际商品市场发展的基本态势

自 90 年代以来,由于受经济全球化和区域集团化、贸易和投资自由化、信息技术革命、跨国公司大发展和世界经济形势走好等因素的推动,国际贸易总体上呈稳定上升态势,并且增长速度明显快于 80 年代。特别是自 1994 年起随着世界经济的复苏,国际商品市场在经过 90 年代头几年的疲软后重新恢复强劲增长。根据国际货币基金组织提供的资料,国际商品和服务贸易的年均增长率在 1988~1997 年期间为 4.5%,而在 1990~1996 年期间则提高到 6.2%。最近七年,国际商品和服务贸易额接连突破 4 万亿美元、5 万亿美元和 6 万亿美元三个大关,由 1989 年的 3.73 万亿美元上升到 1996 年的 6.533 万亿美元。其中,国际商品贸易额由 1989 年的 3.005 万亿美元增加至 1994 年的 4.188 万亿美元和 1996 年的 5.206 万亿美元;国际服务贸易额由 1989 年的 7250 亿美元增至 1996 年的 1.27 万亿美元,1997 年国际贸易增长 9%,比 1996 年提高了 2 个百分点,贸易总额创 6.7 万亿美元的新纪录。1998 年贸易总额稳中有落,达到 5.7 万亿美元,扣除价格因素,增长 7.4%。据世界银行和其他国际组织预测,90 年代下半期至下世纪头十年,世界经济仍将保持稳定的增长势头,年均增长率可达 3% 左右。与此相适应,世界贸易在今后十五年间将保持较快的增长,预计年增长率可达 6% 左右,2000 年世界商品贸易总额可望达到 5.6 万亿美元,2010 年可达到 10 万亿美元。

国际贸易的增长速度快于世界产出的增长速度,而且速度差距在拉大,这是九十年代国际贸易发展的又一重要特征。据世界贸易组织统计,在八十年代中期以前,国际贸易与世界产出的增长率较为接近。在 1974~1984 年期间,国际贸易年增长率只比世界产出增长率平均高出 0.5 个百分点,但在此后的十年里,差距明显拉大,国际贸易年增长率比实际产出增长率平均高出 3.5 个

百分点。到 1994 年和 1995 年，国际贸易与世界产出的增长率差距则分别扩大为 9.3% 比 3.9% 和 9.5% 比 3.6%。国际贸易速度的加快，使经济全球一体化趋势更加显著。

国际贸易快速发展的原因是多方面的，主要有：

第一，全球经济恢复增长，市场需求增加，投资扩大。90 年代世界经济增长虽不及 80 年代前期水平，但总体上说已步入稳定增长阶段，1991~2000 年全球 GDP 年平均增长率为 2.4%。特别是 1994 年以来，随着西方国家逐渐走出经济衰退，世界经济开始复苏。据测算，1991~1995 年全球 GDP 增长率为 1.9%，而 1996 年至 2000 年全球 GDP 年平均增长率将达 3.0%。在总体增长态势下，发达国家经济增长趋于均衡，发展中国家保持强劲增长，转轨国家经济状况继续改善。与此相应，世界市场的消费需求和投资需求不断扩大。

第二，世界贸易自由化程度提高，贸易壁垒相对减小，世贸组织成员国已增加至 131 个，未加入世贸组织的一些国家也在“自觉”向世贸组织原则靠拢以争取早日加入。该组织正在发挥具有普遍性意义的经贸组织的作用。乌拉圭回合最后文件的基本规则已得到世贸组织成员和多数非成员的接受和执行。世贸组织对世界贸易纠纷的裁处也得到普遍的接受和认同。根据 1994 年乌拉圭回合多边贸易谈判所取得的成果，缔约国将在 1986 年基础税率基础上把关税平均削减 40%。这标志着各国在完善世界多边贸易体制、规范国际贸易竞争规则和加快全球贸易自由化方面都取得了新的进展。

第三，世界投资活跃，跨国公司的直接投资带动了全球商品和服务的流动。1997 年全球跨国直接投资突破 4,000 亿美元，这样巨大的投资包含资金、技术、服务、设备、人才的全面流动。绝大多数的跨国投资额直接计入了世界贸易量。

第四，科学技术的进步使信息产业更加发达，并使货币和货

物的周转和流通大大加快。无纸贸易已越来越普遍。信息技术的发达对贸易的另一贡献是减少了许多不必要的流通环节，从而降低了交易成本，节约了资源和人力，从而使世界贸易量迅速扩大。

第五，发展中国家对世界贸易贡献巨大。发展中国家一类是东亚、拉美的新兴市场增长带，另一类是南亚、非洲等后起的大市场。1997年，这两类地区贸易活动都有大幅度增加。大多数发展中国家克服了自身的困难，努力开放市场减少壁垒，扩大进口，成为当今乃至今后最富活力的贸易增长区。

二、国际商品市场的特点及发展趋势

国际商品贸易在稳定增长的基础上，近年在结构和格局上展现出一些新的特点，这些特点将决定21世纪初国际商品市场的发展趋势。

（一）高新技术产品迅速兴起，势必成为未来的主导产品

在世界出口商品结构中，随着工业制成品贸易不断发展和扩大，其世界贸易中的比重有所增加，而初级产品贸易虽也有所扩大，但增长速度相对较慢，其世界贸易中的比重则有所下降。从近十年的世界贸易来看，在世界贸易中工业制成品贸易年平均增长9.8%，而初级产品贸易年增长仅为2.2%。目前工业制成品贸易占世界出口贸易总额的73%以上，初级产品贸易则不足27%。在制成品贸易中，高新技术产品贸易最为活跃，所占比重迅速上升。据统计，在经合组织成员国中，高科技产品出口占整个制造业产品出口的比重已由1974年的15%上升到1993年的25%，其中美国上升到37.3%，日本和英国分别上升到36.7%和32.6%。到1996年，美国和日本的高科技产品出口已占到他们制造业产品出口的约40%。在国际贸易中，有关信息和电信产品贸易的年平均增长率在1983~1993年期间高达两位数，成为增长最快的出口制成品，其世界商品总出口中的比重由1980年的5%

提高到 1995 年的 10%。据分析, 2000 年信息技术产品的贸易额将由 1995 年的约 6 000 亿美元增至 1 万亿美元以上。令人可喜的是, 近年来发展中国家也加入了制成品和高新产品出口的行列, 他们出口商品的构成已大为优化, 过去长期以出口初级产品为主的局面大为改观。发展中国家的制成品出口已占到其总出口的 60% 左右, 占全球制成品出口总额的比重已由 1970 年的 5% 增至 1993 年的 22%。最近几年这一比重又有所提高。随着全球可持续发展战略的推行和各国环保意识的提高, 各种环保产品和“绿色”产品发展迅速。“绿色”产品的开发在世界新开发产品中的比重从 1985 年的 0.5% 上升到 1993 年的 10%。新成立的世贸组织创设了环境和贸易委员会。“贸易环境”议题将成为世贸组织主持下的首轮多边贸易谈判的优先议题, 这预示着多边贸易体制将对贸易与环保问题作出灵敏反应。国际标准组织 (ISO) 的环境管理委员会技术委员会制定了环境管理国际标准, 即 ISO14000, 以便控制企业、产品, 服务的环境影响。可以预计, “绿色”产品将成为 21 世纪世界经济发展战略的重点。据经合组织 (OECD) 预测, 世界环保产品交易及环保劳务市场将从 1990 年的 2 000 亿美元增加到 2000 年的 3 000 亿美元。

(二) 国际服务贸易发展迅速

国际服务贸易涉及金融、保险、运输、旅游、工程承包、电信和咨询服务等行业和部门。在 70 年代, 服务贸易与商品贸易的增长速度基本持平, 但从 80 年代起, 随着信息和通信技术的发展以及信息产业的崛起, 服务贸易的发展明显快于商品贸易。据联合国有关机构统计, 在 1980~1995 年期间, 国际服务贸易共增长 277.7%, 估计商品贸易只增长 127.7%, 从而使服务贸易在国际贸易中的比重相应由 15% 增至 22%。1970 年, 世界服务贸易总额只有 710 亿美元, 而到 1980 年则猛增至 3 830 亿美元, 10 年间增长 5 倍多。1980 年以后国际服务贸易依然保持着迅猛增长的势

头，年平均增长率约 5%，是同期国际商品贸易年平均增长率 2.5% 的两倍。到 1993 年，世界服务贸易额达到 1.03 万亿美元，在全球贸易总额中的比重超过四分之一。从服务贸易部门构成看，保险、银行和通讯等私人服务增长尤其快，超过了在传统上占重要地位的旅游和运输，在世界服务贸易出口额中已占到 46%，旅游次之，约占 30%，运输占第三位，约为 24%。其中，服务贸易的技术、知识密集化趋势明显。专利等使用费的明显增长，使国际间知识产权交易日益繁荣。美国在该领域具有绝对优势。其他国家除英国和瑞典有少量顺差外，无一例外地呈逆差状态，表明国际知识产权交易的发展很不平衡。从世界服务贸易的总体格局来看，西方发达国家仍是主角。美国既是全球最大的服务出口国，又使全球最大的服务进口国。1995 年，美国、日本、德国、英国、法国、意大利 6 国的服务出口额占国际服务出口总额的 48%。1996 年，服务出口额居世界前十位的除中国的香港（居第九位）外，都是西方发达国家，而服务进口额居世界前十位的则全部是西方发达国家。然而，发展中国家在世界服务贸易中的地位近年来也于上升，特别是亚洲服务贸易发展尤为迅速。亚洲在世界服务出口中所占比重已从 1990 年的 9.6% 上升到 1994 年的 9.8%，已经超过所有发展中国家地区服务出口的一半。今后国际服务贸易仍将快速发展。根据世界银行等国际组织的预测，未来 5 到 15 年世界服务贸易将继续保持较快增长，增长速度继续高于商品贸易。未来 10 年世界服务贸易年增长率将保持在 10% 左右。到本世纪末世界服务贸易额接近 2 万亿美元，占全球贸易比重的三分之一。2010 年世界服务贸易占全球贸易的比重将可能达到二分之一，世界服务贸易额接近 5 万亿美元。另据美国估计，到本世纪末，仅全球信息技术服务贸易就可望由 1996 年的 2 340 亿美元增至 4 000 亿美元。此外，1997 年美国还提出了一个《全球网络贸易框架》报告，声称要与世贸组织（WTO）合作，宣布互联网络

为全球自由贸易区。并预测到 2000 年，互联网络上的贸易额将从 1996 年的不到 10 亿美元增至 50 亿至 100 亿美元。

（三）国际贸易方式与交易渠道发生了显著变化

知识经济时代即将到来，当今，更加完备的知识信息和网络手段，改变着国际贸易中的交易方式和开拓着新的交易渠道。

第一，由于 EDI 技术的广泛应用，贸易磋商发生在电脑网络上，大大地简化了贸易的中间环节，降低了贸易成本，增加了贸易机会，从而提高了企业的国际竞争能力。

第二，国际贸易的支付工具发生了变化，电子钞票将最终取代现金和信用卡。贸易双方在使用电子钞票时实际是交换有关信息，这些信息传输到相关业务的银行后，由银行来代替交易双方结算，这样既可节省费用，又可以使结算更加快速安全方便。

第三，各种远程服务贸易将不断涌现。医生足不出户就可以为病人会诊，职工在家也可办公，未来的学生可以通过信息高速公路等选修国外大学开设的课程，成为不出国的留学生。专家、学者在电脑上可以与外国同行交流信息，探讨各种学术问题。总之，在知识经济时代，不同国家的消费者将能从计算机网络上享受到来自世界的各种服务。

第四，直接贸易将成为主要贸易方式。由于生产者和消费者可以在网络上进行商务洽谈，达成交易，因此，传统贸易中的中间商，代理业务将会减少。

（四）发达国家在世界贸易中的优势明显，发展中国家总体地位上升

从世界贸易的静态格局来看，目前西方发达国家仍占据明显的优势地位，起着主导作用。以 1996 年为例，世界上最强的十大贸易国（地区），除中国的香港外，其余 9 个均为西方发达国家。稳居前三位的美国、德国和日本，三国合计在国际商品和服务出口总额中所占比重达到 29.4%，其中美国占 20.8%，德国占

9.4%，日本占7.2%；如果加上法国、英国、意大利和加拿大，即西方七国所占比例则达到48.7%；如以发达国家为一方，发展中国家为另一方作对比，则前者占67.9%，后者占32.1%（商品出口贸易比重分别是66.4%和33.6%）。也就是说，世界贸易格局的现状是：发达国家约占三分之二，发展中国家约占三分之一；在发展中国家，亚洲占21.7%，非洲占1.9%，拉美占4.2%，中东欧占4.2%。从动态角度进行考察，由于90年代发展中国家的进出口贸易的增长速度明显快于发达国家，特别是一批新兴市场国家（地区）的崛起，国际贸易格局已发生了有利于发展中国家的变化。进入90年代，发展中国家商品进出口贸易的增长速度较明显超过发达国家，有的年份甚至超过1倍以上。如在1992年和1993年，发展中国家商品出口增长率分别为10.1%和7%，而发达国家仅分别为4.8%和3%；同期商品出口增长率，发展中国家分别为15%和10.3%，发达国家则相应为4.9%和2.2%。另据世贸组织（WTO）统计，1990～1996年期间，国际商品贸易年均增长速度最快的前五位都是发展中国家，居出口前五位的是马来西亚（18%）、菲律宾（17%）、中国（16%）、泰国（16%）和新加坡（15%）；居进口前五位的是阿根廷（34%）、波兰（28%）、泰国（18%）、菲律宾（18%）和中国（17%）。

由此可见，现在的贸易格局，与发达国家在战后一个相当时期内占据世界市场四分之三以上份额的情况已经有了很大不同。当今，发展中国家已经成为国际贸易新的增长源，其贸易地位和影响力正在日益增强，而且今后这一发展趋势会更加明朗。据世界银行发表的《1997年全球经济前景和发展中国家》报告预测，发展中国家从现在到2020年期间，每年可实现5%至6%的经济增长，他们占世界总产出的比重将由目前的六分之一增至近三分之一，从而将为发达国家的出口提供越来越重要的市场。在1992～2020年期间，发展中国家从发达国家进口的份额可望从25%增至

40%。在此期间，经合组织出口增长的每一个美元中约有 50 美分将来自发展中国家。同时世界银行认为，今后二十五年，中国、印度、印度尼西亚、俄罗斯和巴西这五个发展中大国，将在全球市场中起更加重要的作用。目前，五大国在国际贸易中所占的比重不到 10%，到 2020 年，他们所占比重可能提高一倍，超过欧盟，而中国则将成为仅次于美国的世界第二大贸易国，从而对世界资源分配、生产、贸易和定价产生重大影响。不过在这里也应看到另一种倾向，即发展中国家贸易发展不平衡现象还相当严重，他们之间的贸易发展差距在拉大。据联合国开发计划署提供的资料，最近 10 年，有 44 个发展中国家外贸在国内总产值中的比重出现了下降趋势。占全球人口 10% 的最贫困国家仅占全球贸易总额的 0.3%，只有 20 年前所占份额的三分之一。

(五) 跨国公司大力向世界市场扩张，成为世界贸易的主要承担者

据联合国贸发会议秘书处的最新统计，目前全世界大约有 4 万家跨国公司母公司和 25 万余家设立在世界各地的子公司，其生产总值占世界国内生产总值的 25%，到 1995 年底，全球跨国直接投资累计总额约为 26 000 亿美元。跨国公司国外分支机构销售额在 5 万亿美元以上，在总额为 25 万亿美元的世界经济中所占份额约为 20%。跨国公司的贸易已成为当今世界进出口贸易的一个主要因素。一家跨国公司内部的一体化国际生产体系实际上构成了一个商品与劳务贸易内部市场。世界商品和服务中大约三分之一是在跨国公司内部，即在母——子公司和子——子公司之间进行的（即公司内贸易），不同跨国公司之间进行的贸易占世界贸易额的另外三分之一。正因如此，跨国公司的发展已成为当今世界经济一体化发展的重要助推剂。进入 90 年代，跨国公司之间的兼并和建立战略联盟之风越吹越烈。与 80 年代的兼并浪潮不同，如今的兼并浪潮更主要的是为了扩大规模效益，提高科技水平，增强

实力，加强在世界市场上的竞争能力和垄断地位。今后跨国公司 will 主宰世界贸易，特别在高科技产业方面。这是因为跨国公司具备投资资本雄厚和技术力量强大的明显优势。全球跨国公司所属分支机构创造利润的很大部分被统一用来进行再投资（例如，在美国的跨国公司用于再投资的资金占总利润额高达 50% 以上）。而在全世界民用研究和开发活动中，80% 是在跨国公司系统内进行，在所获专利方面，以跨国公司为主的商业发明占 50% 左右。跨国公司所拥有的适合于市场需求的名牌产品、雄厚的资金、高额的科技投入和珠网式的营销网络，构成了它在国际市场上极其强大的竞争能力。乌拉圭回合通过的与贸易有关的投资措施 (Trims) 协议的实施，将有助于矫正世界贸易与投资中现存的扭曲现象，从而为跨国公司大发展提供更多的机遇和保证。

(六) 发达国家争夺世界市场的斗争向纵深发展，市场竞争日趋激烈

90 年代以来，随着世界经济全球化以及国际贸易和投资自由化的发展，一方面大大加深了各国间的合作依存关系，同时也使各国特别是西方大国之间争夺世界市场的斗争达到了前所未有的程度，发展中国家和发达国家在国际贸易中所承担义务和获得的利益也越来越不平衡。大国之间的贸易争夺战主要表现在美日、美欧和日欧之间的市场争夺上。美国一马当先，积极采取全方位的进攻战略，发动一个个强劲的贸易攻势。但欧盟和日本也不示弱，他们纷纷采取对策，发挥自身优势，力争主动，力避成为输家。美国通过制定和实施国家出口战略和新型市场战略，积极推动建立美洲自由贸易区和加紧向非洲和中亚市场渗透的手段来巩固现有市场主权，推进未来市场占有。

在经贸关系上，美国对欧盟及其成员国也是见市必夺，有力必争，不断施加各种压力，指责对方搞贸易保护主义，并把欧盟列为设置贸易壁垒的四个贸易集团之一。在赫尔姆斯——伯顿法