

上海出口商品结构的现状、 问题和对策

朱 钟 棣

1996 年上海市的外贸出口总值达 132.38 亿美元,^①比前年增长 14.3%,在全国仅次于年出口总幅达 39.8% 的天津,排名第二。1997 年上海出口 158.99 亿美元,比 1996 年增长约 20%。但是上海传统的出口商品结构水平较低,出口商品档次不高,企业的科技投入不足,产品品牌竞争不过国外名牌,甚至还竞争不过国内其他省市的品牌,新产品的更新换代缓慢,出口后劲不足。本文研究上海出口商品的现状和存在问题,提出一些改进上海出口商品结构的对策措施。笔者认为:上海出口贸易能否在下一世纪进入新一轮的发展轨道,关键是在世纪之交的这几年中能否依靠知识经济的发展,加快科技进步,推进传统出口商品的更新换代。

一、上海出口商品结构的现状

为了便于了解上海出口商品结构的现状,表 1 和表 2 分别列出上海 1997 年出口值在 5 亿美元和 1 亿美元以上的商品及其比重。

表 1: 1997 年上海出口值 5 亿美元以上的商品及其比重

商品名称	出口值:百万美元	比重:%
上海出口总值	15899	100
服装	3355	21.1
纺织品	1817	11.4
黑色金属	1306	8.2
电讯设备及器材	1091	6.9
家用电器	813	5.1
船舶	735	4.6
各类机械	705	4.4
文体用品	632	4.0
箱包及鞋类	599	3.8

表 2: 1997 年上海出口值 1 亿美元以上的商品及其比重

商品	出口值:百万美元	比重: %
上海出口总值	15899	100
日用杂品	342	2.15
塑料	276	1.74
化工原料	240	1.51
有色金属	239	1.50
日用五金器皿	228	1.43
医药原料	202	1.27
油漆、油墨及染料	196	1.23
畜产品	174	1.09
工农具	167	1.05
水产品	155	0.97
汽车、电车、摩托车及零件	152	0.96
丝织品	143	0.90
工艺品类	137	0.86
自行车类	136	0.85
照相制版及电影器材	136	0.85
食品制成品	129	0.81
橡胶及制品	127	0.80
食用动物及其制品	122	0.77

表 1 和表 2 仅仅反映了上海出口商品结构的现状。要分析上海出口商品结构存在哪些问题,还要从纵向上作些历史比较和横向上作些地区比较。本文第二部分分析上海出口商品的结构中究竟存在哪些问题。

二、上海出口商品结构存在的问题

1. 出口商品的结构处于低水平

上海出口商品的低水平结构,具体表现在以下几个方面:

(1) 传统的轻纺产品占了出口商品总值的 2/3 左右,以中低档为主的轻纺产品使整个出口商品结构处于低水平。

1997 年上海出口服装 33.55 亿美元,纺织品 18.17 亿美元。两类商品的出口比重尽管比过去有所下降,但仍然占上海出口商品总值的 32.5%。如果加上丝织品和纺织原料,比重超过了 1/3。1996 年上海出口服装 34.07 亿美元,纺织品 17.45 亿美元,文体用品 6.52 亿美元,箱包及鞋类 5.81 亿美元,日用杂品 4.41 亿美元。这些传统的轻纺产品占了出口总值的 2/3 左右,仍是出口换汇的大头。而电讯设备及器材只有 7.2 亿美元,家用电器只有 5.65 亿美元,船舶只有 4.15 亿美元。这三类附加值较高的出口产品仅占 1996 年上海出口总值的 11.4%。而

服装和纺织品仍是上海 1996 年的第一大出口商品,占了出口总值的 34.6%。这个比重,虽然比 1990 年的 40.7%,1994 年的 41.4%和 1995 年的 36.9%有所下降,但下降的速度不快。相反,机械产品和运输工具的出口比重在 1995 年只有 13.3%。上海出口商品的低水平令人担忧,机电产品出口比重的过小尤其令人担忧。

(2) 出口的工业制成品中劳动密集型产品和低附加值低档次产品占有很大比重。

机制品和初级产品的划分只是一种对出口商品结构的粗浅划分。根据这个划分,机制品已经在上海 1996 年的出口商品中占了 92.7%的比重,出口商品的结构水平似乎很高。但是,上海出口的机制品大部分仍是劳动密集型或低附加值低档次的制成品。例如,我国出口的纺织品是典型的劳动密集型和低附加值商品。按吨纤维美元计算,1993 年意大利最高,达 22 000 美元,美国为 17 400 美元,日本为 14 000 美元,香港地区为 11 400 美元,而我国只有 8 700 美元,是世界平均吨纤维换汇美元数的 2/3。出口的纺织品中低档和中档的产品占多数,而深加工高附加值的服装占的比重不大。例如,上海的纺织品出口占全市出口商品总值的比重在 1995 年和 1996 年分别是 36.9%和 36.8%,其中服装只有一半左右,而且这些占纺织品出口近一半的服装大多数不是高附加值高档次的名牌服装。又如,1995 年上海出口黑白电视机 22 780 台,金额才 86 万美元,平均每台创汇才 37.75 美元;而同期进口显象管 51 909 只,价值 418 万美元,平均每只显象管用汇 80.53 美元。出口商品的低附加值和进口商品的高附加值形成了明显的对比。尤其可悲的是,我国在国际电视机生产的分工中似乎还将处于劣势:1997 年黑白电视机出口量累计达 650 万台,占黑白电视机国际市场需求总量的 42%左右;而每年三四十万台的出口量仅仅是全国定点企业 50 余家 1500 万台黑白电视机生产能力中的一小部分。

(3) 机电产品出口比重提高不快,高附加值高技术的机电出口商品占的比重太小。

近年来在市委和市府的领导下,上海的机电产品出口增长迅速。以包括运输工具、机械设备和仪器仪表在内的机械产品类来说,1990 年出口值只有 4.32 亿美元,1995 年达 11.83 亿美元,1996 年达 17.54 亿美元。但是,机械产品占上海出口总值的比重太小,增长速度也太慢:上述各年分别只有 8.1%、11.9%和 13.3%。整个机电产品在 1996 年的出口值虽然达到 39.36 亿美元,但占上海出口总值的比重只有 26.4%。1995 年上海出口的车床、钻床和磨床分别只有 2 032、982 和 209 台,金额分别只有 406 万、104 万和 398 万美元。这三类机床的创汇总额不但不到机械产品出口总值的 0.52%,而且附加值低,平均每台创汇分别只有 1 998、1 059 和 19 043 美元。而 1994 年和 1995 年从欧洲进口的磨床平均每台用汇 72.2 万美元,几乎是上海出口的磨床的 38 倍。这两年从美国进口的磨床平均每台用汇 108.75 万美元,几乎是上海的 57 倍多。1996 年上海出口船舶 4.15 亿美元,成套设备 1.096 亿美元,电讯设备 7.2 亿美元。这三类附加值高的产品分别只占机电产品出口值的 10.54%、2.79%和 18.29%。而附加值低的自行车、家用电器、机械产品、工农用具、车辆等却占了机电产品出口值的 70%左右。上海出口的机电产品技术水平和附加值之低,由此可见一斑。据说上海出口的机床机身质量不错,如果加上自动化的控制系统,完全可以和进口机床竞争。机械设备和电子仪器的一体化水平低是上海机床卖不出好价钱的根本原因。1995 年和 1996 年机械产品创汇的大头是集装箱、港口起重机和无线电元件。它们的附加值也不高,以港口起重机来说,1994 年和 1995 年每台出口换汇平均只有 261.73 万美元。1995 年出口香港的集装箱每只也只有 2 520 美元。应当说,上海出口的机电产品普遍存在着技术水平低和附加值低这种“双低”现象,贸易条件十分不利。

只是在东南亚爆发金融危机以后,上海机电产品的出口优势才凸现出来。1998年一季度,上海机电产品出口9.52亿美元,比1997年同期增长9.9%。

(4) 上海的六大支柱产业尚未形成出口能力。

1995年上海的汽车制造业、电子电讯设备制造业、电站成套设备制造业、家用(电子)电器制造业、石油化工与精细化工制造业,以及钢铁工业的产值在上海工业产值中占了45%,1996年提高到52.75%。但六大支柱产业出口能力低下。例如,1995年上海只出口了177辆桑塔纳汽车,1996年也不到1000辆,而桑塔纳2000型在1997年第一季度才向东南亚某国出口了51辆。又如1995年出口的不是精炼油而仍然是轻柴油、重石油和燃料油,三者加起来创汇额不到1530万美元。上海出口商品结构和先进的六大支柱产业对不上口,上海仍然在用落后的低水平的产品结构维系着100多亿美元的出口任务。上海出口商品的结构水平低下,由此可见一斑。

2. 传统出口商品的优势和竞争力均有所下降

上海传统的出口商品中优势产品地位削弱,具体表现在缺乏有影响的品种,靠低价竞销打开销路而不是靠质量和档次取胜。

(1) 纺织品出口以纱布和低档服装为主,附加值不高。

纺织品是我国也是上海传统的创汇产品。1978年我国出口纺织品和服装24.31亿美元,1988年达113.3亿美元,1992年253.35亿美元,1994年355.48亿美元,占全国出口总值的比重达29.37%。而上海的这个比重更高,如前所说,1995年、1996年和1997年上海出口的纺织品和服装占出口总值的比重在连续几年下降后还有36.9%、34.6%和32.5%。出口比重重大不是坏事。问题在于这些纺织品档次价低而缺乏创汇能力。据统计,我国出口的服装属低档次,平均每件售价才4美元。造成这种情况的原因是纺织品和服装前向生产过程中使用的原料面料低劣。加工的深度不够,牌子不响,价值不高。面料、加工和牌子是决定出口商品价值的主要因素,三者相互联系,缺一不可。例如,我国丝绸的品质堪称世界第一,但是由于缺少世界著名的品牌,大部分丝绸只能作为原料出口,或者作为外国服装厂家的定牌生产点。好的丝绸面料只为我国带来少量工本费收入,而名牌销售的大笔收入落入外商口袋中。上海的名牌“三枪”、“开开”、“海螺”、“金兔”、“飞马”只在少数国家有影响力。意大利服装出口的换汇能力是我国的5.8倍,靠的是世界著名的品牌。

(2) 轻工业产品的出口优势因为低附加值、低档次和低卖价这种“三低”状况而下降。

轻工业品一直是上海出口的大头。近年来占出口额的比重始终在22%左右。轻工业品的出口不但以低附加值、低档次和低卖价的“三低”产品为主,而且这种“三低”有愈演愈烈的趋势,情况十分堪忧。例如,1994年和1995年上海分别出口了自行车138万辆和168.7万辆,平均每辆的卖价从42.2美元下降到33美元,售价大大低于国内的批发价。又如,这两年多能缝纫机的出口量从2917架猛增到36443架,但每架的售价却从72美元猛跌到36美元以下,价格跌去50%。轻工业品中的家用电器,早已在我国形成规模生产能力。例如,彩电的产量早在1988年就突破1000万台,其后的7年每年产量平均增加10.3%;高档组合音响在1995年的产量已达到2465.71万台,音响市场供大于求的格局从1996年延续到1997年;摄像机的产量在1995年也已经达到4.625万台。但是产品档次的低下,技改力度的不足和品牌的缺乏使得我国处于成熟期的家电产品出口能力明显不足。上海家电产品出口的“三低”反映在以下数

据中:1995 年上海出口彩电 20 168 台,每台平均创汇不到 92 美元;出口录音机 138 243 台,平均每台创汇 21.8 美元;出口电冰箱 13 539 台,平均每台 98.3 美元。再以近年来在国内家电产品市场处于销售增长期的微波炉来说,国产品的价格只有 700 元到 1 500 元,而进口微波炉的售价却在 1 200 ~ 3 400 元。原因就在进口微波炉的技术含量高。美国惠而浦公司在 1995 年首创了“双重微波”技术,解决了均匀加热的难题,售价比一般微波炉提高 40% 左右。另一家广东的微波炉生产企业格兰仕,1993 年一次性拿出建厂 14 年以来的全部积蓄,从日本、美国和意大利引进了全套具有 90 年代水平的微波炉生产技术和设备,并投入大量的资金和人力开发出电脑型、烧烤型微波炉,一下子成为全国微波炉生产企业中的龙头老大,市场占有率达到 25% 以上,并开始批量出口。可见,“三低”的状况完全可以通过技术改造来加以克服。上海轻工业产品生产和出口中的另一个问题是缺少名牌。据北京名牌资产评估事务所的评价,1996 年中国最有价值的前 20 个品牌中,上海居然没有一个。国际市场是相信名牌的。一旦名牌在手,就可以大大提高卖价。例如,上海轻工集团公司的“三五牌”不锈钢制品,由于在国内市场上的知名度高,甚至在欧美发达国家的售价也可以比同类产品高上 10% 到 20%。名牌是金字招牌,“麦当劳”凭借这三个字,就要在我国拿走 50% 以上的纯利润,“肯德基”在我国开设了 133 个分店,一年拿走 7.3 亿美元。可见,创立名牌是何等重要。通过加大技改力度,提高出口商品的科技含量,是改变上海轻工业产品“三低”状况,提高出口量和换汇能力的根本途径。

(3) 出口的农副产品仍以加工程度低的原料为主。

虽然农副产品在上海的出口总值中所占的比重已经从 1994 年的 10.3% 和 1995 年的 10.14% 下降到 1996 年的 3.27%,但是原料型的农副产品加工程度低,换汇能力自然也低。例如,1994 年和 1995 年上海出口的芝麻平均每吨才换汇 678.65 美元;出口的薄荷脑每吨才 1.23 万美元;出口的活鳗鱼每吨才 1.615 万美元。这些农副产品的出口不但价值低,而且耗竭资源。如果能提高加工程度,把芝麻加工成芝麻浆,薄荷脑加工成中成药,活鳗鱼加工成鳗鱼干,则不但能提高创汇能力,而且可以减少资源的浪费。这方面,合资企业给我们提供了榜样:中泰合资的大江股份公司不满足于鸡肉出口量占上海的 90% 和全国的 25%,近年来开发出加工程度较高的冷冻鸡肉和烤串类食品投放国际市场,大大提高了产品的附加值。

3. 生产企业的科技投入少,研究开发能力不足

(1) 与国外比较,我国的研究开发投入不足。

研究与开发(R&D)开支在 GNP 中所占比重的大小多少能反映一国政府和企业对科技进步和科技投入的重视程度。据亚洲华尔街日报 1995 年 10 月 7 日报道,1992 年,日本的这个比重最高,达 2.98%。以下的亚洲国家和地区及其比重依次是韩国 2.33%,台湾省 1.79%,新加坡 1.27%,马来西亚 0.8%,中国 0.71%,印尼 0.25%,泰国 0.17%。中国的这个 0.71% 和两年前的 1990 年持平,没有增加也没有减少。两年以后的 1994 年,中国研究开发经费占 GNP 的比重下降到 0.51%,而同年的印度达到 0.9%,德国、日本和美国都达到 2.9%。印度由于重视科技投入,1996 年高科技产品的出口大幅增长,达 10 亿多美元。据统计,90 年代前 5 年中印度高科技产品的出口创汇能力每年平均以 25% 的速度在增加,远远超过印度其他工业品的出口增幅。1992 ~ 1995 年,印度信息技术产业的生产规模每年的增长速度是 32%。印度软件年产值在 1996 年已经超过 10 亿美元,其中 70% 可供出口,预计 2000 年前软件出口平均每年增长 30%。^②印度发展高科技产业的直接效应是提高了高科技产业本身的出口能力,间接效应是带

动了其他产业的科技水平,整个国家的竞争力也由此得到加强。再从科学家和工程师的人均科研经费来看,我国也少得可怜,1994年的数字表明,印度、韩国、日本、美国和德国人均科研经费开支高于我国十几倍到几十倍。据计算,我国各种生产要素对经济增长的贡献率,资本和劳动投入约占72%,技术进步只有28%,而发达国家技术进步对经济增长的贡献率达到50~70%,一般发展中国家也有30%以上。

(2) 上海企业的科技投入滞后于国内其他厂家,产品在全国的市场地位下降严重。

我国科技投入的不足还表现在企业研究开发能力的不足上。以电冰箱来说,国外的环保意识强,早在90年代初就对冰箱生产过程中采用何种制冷剂 and 发泡剂提出了“禁氟”的要求。无氟冰箱生产工艺复杂,研制和生产线改造需要大量的科技和资金投入。而且,不同的氟里昂替代方案需要不同程度的资金和技术投入,在国际市场上的受欢迎程度也不同。替代氟里昂的技术,在美日流行的是R134,欧洲流行的是碳氢化合物,我国独立研制的是混合工质方案。前两种方案投资大,技术要求高,成本一般比有氟冰箱高12%左右。后一种方案虽然节省技改投资,但无法打入国际市场。据估计,我国现有的20多家冰箱生产厂家,70条有氟冰箱生产线进行氟里昂替代的技术改造,至少需要2.6亿美元。迫于环保要求和竞争压力,海尔和科龙先行一步,在经过多年小批量生产后,1997年计划生产的冰箱中50%属无氟冰箱。新飞则早在1994年就建成了年产60万台绿色冰箱。而上海的上菱生产的“绿色”冰箱含氟还有50%,由于没有资金和技术的及时投入,1996年才开始小批量生产全无氟冰箱。上海最大的冰箱厂尚且由于资金和科技投入的滞后而未能形成出口能力,双鹿等其他厂家更是无力外销。科技投入的不足使得上海的冰箱生产厂家不但在国外没有市场,在国内的市场份额也在不断缩小。上菱仅在上海市场有36.7%的市场占有率,而在北京只有0.64%,在广州只有0.14%的教训告诉我们,及时和足量的科技投入,是在国内外市场上站稳脚跟的关键。由于科技投入方面落后于国内其他厂家而丧失了国内市场占有率的上海产品还有空调和洗衣机。据国家信息中心独家专递的排行榜表明,如果把上海合资企业生产的冰箱排除在外,上海生产的空调,上菱在上海本地的市场占有率只有1.22%,排行第12位,在北京则更小,市场占有率只有0.22%,排行第15位;而在广州干脆被挤出了前15名。洗衣机的情况也是如此:不考虑合资企业,上海生产的水仙和申花在本地的市场占有率分别只有9.63%和1.11%;在北京只有水仙进入前15名,排行第13,市场占有率仅为1.45%;而在广州,这两个品牌的洗衣机同样被挤出了前15名。此外,根据国内贸易部商业信息中心对11类消费品国内生产占有率的调查,上海的金星彩电在全国市场的占有率只有1.1%,排名第8,而四川长虹占有率是17.2%,排名第1;上菱冰箱4.5%,排名第5,而排名第1的是青岛海尔,市场占有率是23.5%;水仙洗衣机3.0%,排名第6,全国排名第1的是无锡小天鹅,市场占有率29.8%;电风扇、微波炉、燃气具和冰柜类产品中上海的产品均未进入前9名;上海只有三枪内衣在针织内衣类排名全国第1,市场占有率达26.1%;开开、舒乐和海螺在衬衫类中分别排名全国第2、第3和第4,市场占有率也分别是8.3%、6.6%和4.4%。上海一些企业科技投入的不足导致竞争力的下降和市场占有率的缩小,在国内市场尚且如此,何来国际市场上的销路?

(3) 企业科技投入不足的原因分析。

经分析,上海企业科技投入不足的原因主要有以下几点:

首先是认识问题和体制问题。我国的大多数企业对科技投入的重要性认识不足。厂长经理们满足于眼前的销路,不抓研究开发以图明天的发展;满足于地方市场和国内市场,不去下

功夫用高科技含量的产品来开发国外市场。体制上的问题,即老的科技管理体制尚未得到根本性的扭转,具体表现在科技活动所需要的经费、人才、信息、设备等等的使用不便,管理僵化。实际上,只要企业领导人的认识提高了,内部和外部的管理能适应加大科技投入的需要,企业舍得在科技投入上下功夫,必然会有好报酬。海尔集团化钱设立了综合研究中心,产品开发中心,生产手段开发中心,计量检测中心,科技协作中心,到1995年底,投入7000多万元为技术中心配置了国际领先水平的设计手段和产品快速评价系统。做到每5~7天开发一个新产品,每4~5天诞生一项专利。4年间,新产品为海尔集团创造产值60亿元,利税5.8亿元。又如,乐凯胶片公司1990年起紧紧咬住柯达、富士等世界名牌胶片,集中优势科技力量生产出新一代BR100彩卷。到1992年开发出更新一代的GBR100彩卷,拍摄效果达到柯达至尊金奖100彩卷水平。当前,乐凯在国内市场的占有率达到25%,全部产品中已有1/4出口到国外。

第二是企业效益下降,亏损增加,无力维持和增加必要的技改资金,更无法开展前瞻性很强和风险很大的新产品研究和开发工作。

第三是出口货源日益乡镇企业化,而乡镇企业习惯于当二传手,即生产大城市转移过来的定型产品,少有改良现有产品和进行技术改造的做法。

第四是上海企业和外资企业联营或合资生产的产品大多数是劳动密集型产品和低档次产品。一方面,这种合资或联营企业本身的技术含量就不高;另一方面,即使技术含量高,这种合资或联营方式自诞生之日虽可满足外商降低劳动成本的要求,但却需要待以时日才能提高企业整体的技术水平,发挥科技投入所带来的效益。

最后是企业缺乏必要的融资渠道来注入必要的研究开发资金。当前银企关系的紧张固然造成企业即使手中有值得开发的新产品也会告贷无门,缺乏国外企业那种多样的直接融资渠道,使得企业可行的研究开发规划也只能束之高阁。资本市场上的风险投资机制尚未形成,缺乏为追求高风险高回报的投资者开辟的投资渠道和激励机制。

三、提高上海出口商品结构水平的几点对策

上海当前所具备的有利条件是明显的:第一,近年来外贸出口与其他产业相比较,呈超前发展趋势。1997年上海出口值接近160亿美元,比1996年和1995年分别增长了20.1%和37.3%,比1990年则增长了199%。上海的外贸出口随着上海经济的改革开放进入了快速增长的轨道。第二,外贸出口在上海经济中的地位和作用加强。进出口贸易不再是外贸公司的事情,有外贸自主权的大中型企业、三资企业、乡镇企业,都积极参与了进出口业务。一方面是大量的出口商品带动了有后向联系的各个产业和加工企业;另一方面进口的设备和技术促进了有前向联系的各个产业和生产企业的生产率的提高。第三,产业结构和产品结构的优化,产品科技含量的提高,正在逐步提高出口商品的附加值。产业结构的优化和六大支柱产业正在逐渐形成新的出口商品来源。上海组织实施了“龙头计划”后,1996年出现了60种出口金额达5000万美元的“龙头商品”,它们的出口金额超过了50亿美元。其中出口金额超过1亿美元的有20种商品,居前5位的是钢材、电视机及音响设备、钢板、集装箱、真丝绸服装。第四,浦东新区的出口潜力初步显示出来。1996年浦东新区出口27.92亿美元,比上年增加7.6%,在全市出口总值中的比重提高到21.09%。第五,加工贸易有了长足的发展。1996年上海共签订了加工贸易合同共32999份,进出口合同总金额为61.71亿美元,全年来料加工完成出口

15.23 亿美元,比上年增加 67%。^③

为进一步提高上海出口商品的结构水平,本文在调查研究和广泛听取外贸部门意见的基础上,提出以下一些对策或建议,供有关部门参考。

1. 选好支柱产业,加快出口能力的培养

如前所说,上海支柱产业并未形成出口能力。老的六大支柱产业应当加以筛选,淘汰在国内的相对竞争力已经下降的家用电器,加大对国内的相对竞争力在上升的汽车制造业和电站成套设备及大型机电设备制造业的支持力度,保持对国内相对竞争力略有上升的电子通信设备制造业、石油化工及精细化工工业和钢铁工业的支持力度。要迅速培育现代医药和生物工程,航空航天设备制造,新材料新能源开发利用,以及绿色农业这样一些近期内能形成出口能力的新支柱产业。支柱产业的选择及其出口能力的培养是一件需要高瞻远瞩的事情,又是一件难度很大的事情。支柱产业的选择及其出口能力的培养,应当在与国内兄弟省市的比较和国际竞争对手的比较中去进行。要用相对的眼光和相对的力度去判断选择和支持力度的得当与否。对于那些以知识经济为基础,21 世纪大有发展前途的产业,尤其要加大支持力度。

2. 加快第三产业的发展,加大服务贸易的出口

第三产业的发展和服务贸易的出口是国民经济发展到一定阶段的必然结果。据上海统计部门报告,上海 1997 年人均 GDP 在全国率先突破 3000 美元,上海的第三产业也在 1998 年第一季度首次和第二产业并驾齐驱,各占 GDP 比重的 49.3%。当代一些发达国家例如美国在商品贸易是连年赤字,但是服务贸易却连年顺差。这说明经济发展到一定程度出口主要依靠的不是实物商品,而是服务商品。上海应当利用自己在国内金融、信息、航运、咨询等具体的服务产业上的相对优势,加快服务贸易的出口。上海再去和兄弟省市一起竞争家用电器等自己并不具备优势的商品出口,不啻为一种扬短避长,上海加快第三产业发展,加大服务贸易出口才是一种扬长避短。

3. 加大科技投入,提高出口商品的科技含量

上海和全国其他省市相比,科技投入的比重比较大。例如,1990~1996 年,上海全社会科技经费投入从 28.25 亿元增加到 134.72 亿元。但是,和发达国家 R&D 经费占 GDP 的比重在 2~5%相比,上海的这个比重太小,只从 1990 年的 1.36%增加到 1996 年的 1.41%。上海还须大力加大科技投入,才能赶上发达国家水平。应当看到,加大科技投入到产生效益有一个时滞。例如,上海 1990 年起加大科技经费投入,到 1993 年起高新产值在工业总产值中的比重才开始有所增加,从 1993 年 12.1%增加到 1996 年的 14.78%。又如,1990 年科技经费投入增加滞后效益反映在另一个指标,高技术出口产品值占出口总值的比重,也在 1993 年才开始增加,从 1993 年的 4.67%增加到 1996 年的 7.45%。科技投入时滞效应要求上海提前加大这种投入,并且持之以恒,不断加大,才能有所收获。

4. 加快上海航运中心的建设

航运中心的建设有助于当地进出口贸易的发展和产品结构的变化。上海近年来在航运中心的建设上取得了成就:1997 年吞吐量 1.62 亿吨,排名全球第四大港;集装箱吞吐量 252.7 万

TEU,比1996年增长28%以上,占我国大陆沿海港口集装箱吞吐量的1/4。但是,上海欲在2005年初步建成国际航运中心,还要抓紧做好以下几件事。一是深水航道和深水码头的建设。上海目前的航道只有7米,要加深到12米半,10万吨货轮和第五代集装箱轮才能进出上海港。二是鼓励国外航运界的巨头落户上海。当前,全球20家最大的班轮公司已经全部落户上海,集装箱航线达到106条,每月集装箱航班有437班。上海应当鼓励干线航线经过上海,这样才能发展起转口贸易。三是加深经济贸易向内的辐射力度和深度。鼓励江浙两省、长江三角洲乃至整个长江流域的出口商品和货源到上海出口,逐渐形成上海和内地省市出口商品上的分工与合作,加快上海某些出口商品的生产向内地的转移,推动上海出口商品的升级换代。四是加快航交所和EDI的建设,以促进上海航运业的效率和繁荣。航交所能以市场化的方式充分协调航运能力的供给方和需求方,EDI则加快了和其他港口的联系,方便航运信息的传递和业务的处理。

5. 引进技术含量高的外资落户上海和浦东

在上海本地的研究开发能力不足的情况下,积极引进那些携带高新技术的外资落户上海或浦东,可以极大程度地提高上海出口商品的结构水平。例如,1997年6月开业的上海通用汽车公司和泛亚汽车技术中心总投资15.7亿美元,以国际上90年代中后期的轿车制造技术为起点,制造出的中高档轿车可以大大提高我国轿车的生产能力和出口能力。此外,投资浦东金桥的比利时贝尔公司、德国的西门子公司、荷兰的飞利浦公司、日本的NEC公司,都为上海或浦东带来了现代技术。一些跨国公司的出口商品,大大提升了当地出口商品总体上的结构水平。上海和浦东在外资政策上应当重点鼓励带有高新技术而出口比重又很大的外国公司落户。积极配合跨国公司当地化的策略,输送熟练劳动者、技术人员和管理人员去跨国公司工作,学习生产技术和管理经验,加快高新技术在上海或浦东的扩散效应,提高上海本地企业和本地产品的技术含量。

6. 恰当发挥政府的推动作用

政府在产业结构的调整和出口商品结构的提高中有很多作用是不可替代的。例如,政府对上海整体产业结构调整上的安排和对高新技术产业的支持,政府在结构调整过程中对下岗人员的补助和关心,政府推动投融资体系改革朝着更有利于风险投资机制形成的方向发展的能力和作用,政府对港口道路和通讯设施建设的负责,都是其他人或公司所替代不了的。但是政府的作用不能包办一切。政府作用的恰当发挥是指政府推动、协调作用的份量得当,而不是指政府代替企业 and 公司去完成本来应当由它们来完成的研究开发、产品升级和出口销售工作。

此外,提高金融体系的工作效率,为出口贸易提高可靠的金融服务;加大人力资源的开发和教育方面的投入等,也是关系到上海出口商品结构提高的重要举措。

(作者单位:上海财经大学)

注释:

① 132.38亿美元是见报数,实际出口总值是149.089亿美元。

② 经济日报,1996年6月14日,第四版。

③ 上海金融报,1997年1月11日,第二版。