

国外双高出口商品的发展情况与我国的对策

朱钟棣

我国出口工作的努力方向是加强双高商品的出口。双高出口商品即高科技含量高附加值出口商品在当今世界市场上的发展情况如何? 我们应当采用哪些对策来迎头赶上? 笔者对这两个问题作些探讨。

一、国外双高出口商品的发展情况分析

1. 国际贸易中畅销的双高出口商品在知识经济兴起的时代将是“知识创新型”的商品

根据美国商业周刊评选出来的 1998 年度全球最佳创新产品,可以得知最佳创新产品,无一不是用最新知识最新技术创新出来的受人欢迎的新产品。所谓“知识创新型”,一是指它们同老一代商品相比较,知识技术的创新程度有了极大的提高,例如棕榄 TOTAL 公司的牙膏,索尼公司的笔记本电脑和摄录放影机;二是指这些创新商品给消费者带来了更大程度的满足,而这种新的消费享受是老一代产品用传统技术所不可能提供的,例如吉列公司的刮胡刀,辉瑞药厂的伟哥。

2. 知识和技术创新上落后的公司其产品将被市场迅速淘汰,而加快创新的公司却有可能迅速赢得市场 在竞争日趋激烈的今天,每个有能力的公司都在不断地进行着知识和技术创新。一个公司或者企业想在竞争中站稳脚跟,就必须在知识和技术创新上比竞争对手做得更好、更快。曾经在市场上叱咤风云,后来因为创新不力而几乎被市场遗忘,近年来因为加快知识和技术创新而重塑辉煌的典型,当推苹果电脑公司。20 世纪 80 年代初,苹果电脑公司的产品 Macintosh 曾经是电脑市场的一种响当当的产品,但是知识含量的不足和科技开发的滞后使得这种电脑在市场上几乎销声匿迹。近年来苹果电脑公司奋起直追,加大研究开发力度,1998 年其创新产品 iMAC 电脑的销售在全世界电脑市场引起轰动,被

济安全”。“维护国家经济安全”已成为我国对外开放新阶段的一个新的主题,成为在坚持对外开放这一基本国策的前提下如何提高开放效益、维护国家利益、实现经济长期稳定发展的一个新主题。对这一问题的认识,需要从经济全球化特别是金融全球化的角度去研究。

亚洲金融危机发生以来,对其原因的研究已相当广泛,我国的对策研究也有不少成果。从国家经济安全问题上进行研究以及对十五大所提出的这一问题的研究是一种更深层次的研究。关于邓小平理论的金融思想和对外开放战略的研究已有大量成果,把金融问题与开放问题联系起来的研究也是一个新的视角。

(作者单位:上海社会科学院世经所)

美国商业周刊评为最佳创新产品。1999年2月2日又成功地推出了全新的四种款式的电脑 Power Macintosh G3。据介绍,其 CPU 的速度高达 400MHz,高速缓存和内存系统使得其他厂家用 PH 生产的电脑望尘莫及。苹果电脑的这四款创新电脑在图形、图象处理甚至色彩上都占有明显优势。苹果电脑公司的市场地位正在迅速恢复和扩大。

3. 知识经济使得一些行业每个雇员所创造的附加值提高得更快,这些行业将是国际贸易中具有潜在竞争力的行业 我们用知识经济中走在最前列的美国作为对象,选择的时期是 1985 年到 1996 年,因为这段时期是美国产业用知识和技术来武装自己,进行大规模的技术改造和设备更新的时期,是美国的产业走向知识经济的第一阶段或者奠基阶段。通过比较美国各行业每个雇员附加值的产出和增长情况,我们发现,这 12 年间,美国商品制造业每个雇员平均的附加值增长速度是 83.4%。任何超过这个平均增长速度的行业,被认为其出口商品的潜在竞争力高于美国商品出口的总体情况,因为它的人均附加值增速超过了行业的平均水平。这样的行业按其人均附加值的增速排名是:烟草,饮料,电子控制类机器,炼油,工业化学,有色金属,钢铁,其他化学,纸品,皮革制品,非电子控制的机器。

4. 知识经济有可能使得一些行业每个雇员附加值的增长速度更大程度地超过工资的增长速度,超过程度越是大的行业,其出口商品越具有现实的竞争力 在当代高科技不断向各个生产行业扩散的情况下,只有那些人均附加值的增长速度大大超过工资增长速度的行业,才表明资本要素科技含量的增大,才能在国际贸易中不断提高自己出口商品现实的竞争力。为了说明这个问题,我们再次选择在高科技向生产领域扩展方面走在各国前列的美国来作为考察的对象。根据美国各行业 12 年来工资的数据,我们可以看到,美国有 9 个行业(烟草,有色金属,工业化学,饮料,炼油,电子控制机器,钢铁,纸品,玻璃制品),其人均附加值的提高速度远远超过工资的提高速度,也超过了美国全部商品制造业平均下来的两个增速之比 1.254。这说明,这 9 个产业现实出口竞争力的提高,快于美国商品制造业的平均水平。

5. 随着双高产品出口的加强,初级产品由于技术含量低,在世界市场上的销售价格相应地不断降低 按大类来划分,初级产品出口价格指数的不断下降,可以用下表来反映。下表按非燃料类初级产品、农产品、饮料、肥料、粮食、原材料、金属矿产品、石油和钢铁初级产品这几个大类,列出了它们 1980~1997 年的价格指数。如果 1990 年的价格指数是 100,则下表中这几类初级产品 1997 年的出口价格指数都比 1980 年有了明显的降低。

可见,作为双高出口商品的对立面,初级产品出口价格下降的趋势已经不容置疑。只要

1980~1997 年大类初级产品出口价格指数

大类初级产品	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
非燃料初级产品	174	133	100	93	86	86	101	103	101	107
农产品	191	145	100	96	88	93	112	110	110	117
饮料类	253	239	100	91	73	79	135	127	111	156
肥料类	179	130	100	100	90	79	85	87	105	109
粮食类	191	124	100	97	94	93	97	98	108	106
原材料类	145	103	100	97	92	104	114	113	112	104
金属矿产品	132	102	100	87	81	70	77	85	78	82
石油	224	173	100	83	78	69	63	63	78	76
钢铁初级产品	110	88	100	96	83	86	84	90	84	81

今后初级产品生产中知识和科技的含量继续相对降低,这种趋势难以扭转。

6. 面对双高出口商品的挑战,传统产业如果不积极采用新知识和新技术,就会逐渐消亡;反之则可以重塑辉煌 美国玩具业 90 年代中期之前的逐渐衰败和 90 年代中期之后的逐渐兴旺,是传统产业通过与高新技术结合重新焕发青春的典型。90 年代初美国玩具业一年销售额是 200 亿美元,大部分玩具是进口货。这种缺乏高新技术的玩具在芭比娃娃的成功销售之后就逐渐失去了市场。传统的玩具业转向萧条。90 年代中期之后,美国玩具业的业主把玩具业重新定义为休闲和家庭娱乐业,加强了智力玩具的生产与进口,有个性、知识含量高的玩具异军突起。纽约 NOODLE KADOODLE 玩具公司 1998 年的销售额比前一年提高 16%;因特网玩具店的销售更提高了 30%。

纺织业是另一个衰败的传统产业通过高新技术重新走向辉煌的典型。1995 年以后,世界纺织品的销售增长只有 3.9%。扣除人口增长因素,实际上几乎是零增长。没有什么知识含量的棉花,1999 年 1 月在纽约的价格比 1998 年夏天的价格下跌了 30%;日本 1998 年 10 月毛线的库存创了 11 年来的最低水平;德国在 1994~1996 年传统的纺织成衣厂倒闭了 7 000 家,而 1997~1998 年间纺织成衣业的倒闭风还在继续。在一片萧条声中,部分纺织业厂家开始进军高新技术,用科技知识来重新武装自己。日本开发出一种新型生丝,色泽金黄,十分可爱。价格也随即升了上去,达到每千克 6 000~7 000 日元。台湾地区和韩国等亚洲国家开发出高科技纺织品和无纺布,比一般衣着面料的销售速度快 3 倍以上。

7. 高新技术的武装可以使得一国商品制造业整体上的竞争能力明显地高于其他竞争对手 20 世纪 70 年代和 80 年代,由于日本和欧洲一些国家商品制造业的崛起,全世界都认为美国的商品制造业已经日暮途穷,竞争不过其他发达国家。但是 20 世纪 90 年代美国的商品制造业在高新技术的武装下,其按人口平均的附加值生产,每年附加值的实际增长率,每年附加值按人口平均的实际增长率,都超过了其他发达国家。值得指出的是,在知识经济兴起之前的 70 年代和 80 年代,美国这 3 项指标落后于其他发达国家;但是在 90 年代美国的商品制造业开始用高新技术武装自己,这 3 项指标的增长速度明显提高,而其他发达国家却明显地下降,形成了鲜明的对比。

8. 一国今天高新技术出口商品的增长,是过去长期研究开发费用支出增加和专利数量增加的结果 下表列出了一些国家 1981~1995 年每百万人口中从事研究开发的科学家和工程师数量,同期每百万人口中从事研究开发的技术人员数量,同期研究开发支出占 GNP 的百分比,以及 1990 年和 1996 年这两年专利费和许可费的收入和支出情况,1995 年居民和非居民专利申请情况;也列出了这些国家 1996 年高新技术商品的出口金额和这种出口占全部商品出口的比重,以显示前期的研究开发(R&D)费用和今天高新技术出口增加之间的联系。可以看到:凡是 1996 年高新技术出口比重比较大的国家,例如新加坡,马来西亚,爱尔兰,美国,荷兰,英国,日本和澳大利亚,它们今天高新技术商品的出口状况之所以较其他国家为好,或者是 1996 年之前 15 年间上述 3 项研究开发指标领先于其他国家的结果,或者是 1990 年和 1996 年专利发明领先的结果。

二、推进我国“双高”型商品出口的几点对策

我国当前货物贸易出口中双高型货物贸易的出口情况并不理想。我国双高型货物出口

一些国家 1996 年高新技术商品的出口和前期研究开发与专利概况

国家	1981 - 1995 年 每百万人中从 事 R&D 的科 学家和工程师 人数	1981 - 1995 年每百万人 中 从 事 R&D 的 技 术人员数量	1981 - 1995 年 R&D 支 出占 GNP 的 百 分 比 (%)	1996 年高 新 技术商品出 口金额与占 全部商品出 口比重(百万 美元)(%)	专利和 许可费 (百万美元) 收入 支出				1995 年 专利申 请数量	
					1990	1996	1990	1996	居民	非居民
新加坡	2512	1524	1.1	73701	71	-	-	-	10	11871
马来西亚	87	88	0.4	39448	67	0	0	0	141	3911
爱尔兰	1871	510	1.4	23192	62	38	94	591	927	44660
美国	3732	-	-	198000	44	16635	29973	3138	7322	127476
荷兰	2656	1774	1.9	46651	42	1086	2361	1751	2852	4460
英国	2417	1019	2.2	85035	40	2540	4725	2992	3625	25355
日本	5677	869	3.0	151000	39	2866	6683	6051	9834	335061
澳大利亚	2477	943	1.4	6226	39	162	251	827	1089	9325
韩国	2636	317	2.8	44433	39	37	185	136	2431	59249
墨西哥	95	27	0.3	24179	32	73	122	380	360	436
法国	2537	2926	2.5	68655	31	1295	1860	1629	2627	16140
以色列	-	-	2.2	5654	30	63	142	73	172	1266
德国	3016	1607	2.6	110000	25	1987	3320	3797	5866	51948
加拿大	2322	978	1.6	30715	24	-	-	-	-	3039
中国	537	187	0.6	26938	21	0	-	0	-	10066
巴西	163	58	0.4	4448	18	12	32	54	529	2757
智利	-	-	0.8	388	18	1	63	37	51	181
印度尼西亚	-	-	-	4676	18	0	0	0	0	-
印度	151	114	0.8	2350	10	1	1	72	90	1545
巴基斯坦	54	76	-	269	3	0	6	0	21	21

注:数据资料来自世界银行的(World Development Indicators 1998 CD-ROM), 5.12 Science and Technology.

与大部分其他国家相比较,出口金额偏小,比重太低。如果按人口平均,则双高型货物出口的人均金额还要低得多。

同时,我们也可以用一些行业是否在国际贸易中具备显性比较优势,来间接地反映这些行业与国际上的其他竞争对手相比,“双高”相对含量的多少。所谓显性比较优势,指一国某个行业出口金额同其进口金额的比值。如果这个比重大于 1,我们可以说该行业具备显性比较优势,比值越大则显性比较优势也越大;反之则相反。目前,我国在造纸、化工、能源、钢铁及主要金属产品、汽车、采矿等行业不具备显性比较优势;而在医药(主要是中药材)、非耐用消费品、酒类、纺织服装和食品行业中,具备显性比较优势。因此,在缺乏显性比较优势的行业中,迫切需要提高出口商品的双高含量,以扭转出口小于进口的颓势。

为推进我国双高型货物的出口,笔者提出的对策如下:

1. 根据国际产品生命周期所揭示的产业转移趋势,推动技术成熟度高的国有企业抓住机遇,加强出口 国际产品生命周期揭示了这样一个趋势,随着一个产业成长过程的递移,生产中的优势来自不同的要素。例如,电脑产业在导入期的比较优势来自研究开发的科学技术这个要素;在成长期的比较优势来自资本和高技术劳动者的充沛供给;在成熟期则除了继续需要一定数量的资本之外,更需要大量的一般技术劳动者。不同发展水平的各国由于在这些要素上的供给情况不同,可以在某一产业的不同发展阶段相继形成出口优势。观察当前国际产品生命周期的转换,钢铁、造船这些产业的比较优势早已从美国日本转移到韩

国等亚洲发展中国家,而且正在从韩国转向我国。而在我国,能接住这个国际产业转移接力棒的企业,能向世界规模的市场提供充分供给能力的企业,非大型和特大型国有企业莫属。因此,采用一切手段把技术达到国际水平的国有钢铁、造船等企业推向国际市场,实在是合乎天时地利人和的举措。另一方面,我国的一些大型和特大型国有企业,已经具备了走向国际市场的技术能力和生产能力。例如宝钢,1998年双高产品达到205.18万吨,占坯材钢的23.14%。在世界钢铁市场普遍不景气的1998年,宝钢有6万吨管线钢打入土耳其市场,G105高强度钻杆站稳美国市场,汽车板材也首次成功地出口。1998年宝钢全年钢铁出口106万吨,保税区销售89万吨,创汇总额达0.5亿美元。宝钢良好的出口业绩,来自钢铁技术国际上的领先水平。高炉炼铁煤比利用系数的高低代表着当今世界冶金工业的技术水平。1999年1月,宝钢三座高炉平均吨铁煤比达到210.4千克,吨铁焦比下降到291千克,利用系数高达2.281吨/立方米日。其中,一号高炉吨铁煤比达到233.8千克,吨铁焦比下降到267.4千克,利用系数高达2.328吨/立方米日,均创历史最好水平,达到了世界先进水平。而欧洲一些高炉月平均吨铁煤比在180-200千克,日本是114千克左右,吨铁焦比在378千克左右,利用系数低于2。宝钢技术水平的国际领先十分明显。可见用高新技术武装起来的大型国有企业,完全可以在国际产品生命周期的变化过程中抓住机会,提高自己货物商品的出口竞争力。对于那些在国内市场上已经饱和的产品来说,应当鼓励一些有竞争能力的大中型国有企业去国外投资设厂,就地生产,就地销售。我国一些生产家电产品例如彩电、冰箱的大中型国有企业,完全可以根据国际产品生命周期的变迁,把多余的生产能力转移到发展程度比我国差一些,对家电产品有大量潜在需求的国家中去。这些设备的向外转移,可以带动国产零部件和配件的出口,可谓是一举多得。

2. 对双高型产品出口企业的政策支持应当从财政扶持转向金融扶持 当前我国对出口企业的政策支持偏重于财政扶持。出口退税等财政手段固然有助于降低出口企业的成本,提高它们的竞争力,但是也带来不少副作用:那就是增加国家的财政负担,也易于被一些骗税的不法分子钻空子。实际上,国外较多使用的出口支持手段是金融手段,例如商业银行的低息贷款,进出口银行的贴息贷款,托收行的保理业务,保险公司的出口保险和出口信用保险,以及扶持力度更大的出口卖方信贷甚至买方信贷。开展好金融手段对双高型出口企业的扶持,关键是解决好金融企业的风险控制问题和风险转移的手段。为此,需要进出口部门和金融部门共同努力,协同培育我国金融体系促进出口特别是双高型产品出口的能力。金融手段实际上把国家对出口的扶持转化为银行保险公司等金融企业和出口企业之间的业务往来,改变过去直接由国家财政部门出面干预的做法。应当象国际上通用的扶持政策一样,金融手段对出口企业的扶持是阳光普照,而财政手段扶持则是少数企业的吃小灶。

3. 出口商品生产企业要适应知识经济兴起时代多品种小批量的时代 工业经济时代某种型号的产品一旦定型,生产企业的任务只是加强管理,提高质量,降低成本。对于定型的产品来说,质量比创新更重要。但是知识经济条件下新产品不可能有定型这个概念,新产品的创新永远比定型老产品的质量重要。为适应这个变化,出口商品生产企业应当认识到多品种小批量是适应市场变化的根本途径。据最近几年国际高新技术产品展销会上的订货情况分析,大批量的订货趋于减少。例如电脑的主要配套部件生产批量每年平均减少25%,也就是说每四年这些部件更新一次。数控机床生产批量年均减少7.5%。更有专家预测,即使最常用的机床,到2005年生产批量也不会超过100台。这就要求我国出口商品

的生产企业加强加快新产品的研究开发和形成生产能力的速度,在机制上作出必要的调整。

4. 外贸产品生产企业应当尽量贴近顾客,了解其不同的需求,实行出口商品根据顾客不同要求定制的生产方式和出口方式 当代,越来越多的贸易商品开始采用根据顾客意愿定制的方式。小批量国际货物贸易的发展甚至进入为顾客定制的阶段。传统的贸易方式只有在服装和一些大型设备的设计制造上实行定制。今天,在电脑网络的帮助下,许多在国际贸易中需要批量生产和交易的商品开始实行定制方式。例如,电脑可以根据不同顾客对不同配置的要求用不同的方式来组装,山地自行车的设计可以根据不同销售地点不同的路况重新设计,甚至洋娃娃也能定制。

5. 扶持和鼓励双高型私营企业的出口 近年来一批私营企业的业务发展迅速。随着私营企业自营出口权的进一步下放,1999年2月8日又有第二批41家私营企业获进出口权。不少私营企业具有生产和出口双高型产品的能力。当前的对策不但是给予其进出口权,而且在信贷和融资,管理和税收上加强扶持,起码是与国有企业一视同仁的扶持。私营企业相对于其他企业来讲机制比较灵活,让它们在国际市场上竞争,有助于培育这些企业生产和出口双高型产品的能力,也有助于带动我国其他企业的出口能力。

6. 根据知识经济时代的要求,积极改进贸易实务的运作方式 EDI和因特网上的电子商务发展趋势惊人,不迎头赶上,就有被淘汰的危险。此外,商品检验和运输方式都应当配备最新的技术手段,简化环节,提高检验质量,加快运输速度。我国的远洋船队素以庞大著称,在今天知识经济条件下,应当配备一些机动灵活,能满足顾客特殊要求例如保鲜保质要求的小型船,并积极与其他运输方式协作,最好是组建专门从事综合联运的新公司,做到门到门的快速、及时、方便、安全的货运服务。

7. 外贸产品的生产企业和经营企业应当学会新的营销方式 网络营销成本低,见效快,外贸产品的生产企业和经营企业不能轻视这块营销阵地。此外,当代国际市场上的商品广告制造已经开始用高科技来制作和传播。例如,电脑设计的广告片投入巨大,但收效明显。网上传播的广告需要公司自己有专门的技术人员来保障其传播质量。我国的外贸企业也应当积极配备这方面的专门人才,以便在广告等营销方式上上一个台阶。此外,国外一些大型的跨国企业早已发展起全球的物流配送网络,用联网电脑来管理,大大提高了发货送货的速度,节约了仓储和运输费用,从而和其竞争对手相比,在效率和成本上处于优势地位。而这种全球联网的物流仓储系统,需要公司的规模达到一定的程度。我国目前数千家中小型的外贸公司根本没有能力这样做。建议按经营产品的门类组建全国性的大型外贸企业,而不应当是数千家散兵游勇式的中小公司各自为战。目前各地同门类产品经营公司是这个大企业或者大公司的分公司,以便在更大范围内,起码是在全国范围内组成公司自己的物流和仓储网络。相反,鼓励目前规模已经过小的外贸公司去扩展经营品种的范围,虽然在短期内可以提高一些公司的效益,但在长期内,肯定竞争不过国外那些专业经营的大公司。与其等到那个时候再来扩大我国公司的规模,不如现在就去这样做,以便尽快培植起我国大型外贸公司的竞争能力。

8. 在国家经贸委和外经贸部分别设立高新技术产品生产领导小组和出口协调小组 加强高新技术产品出口的关键是培育高新技术产品的生产能力。国家经贸委通过重点产业布局的调整,培育措施的落实和扶持政策的实施,可以加快知识型创新产品的生产能力培养,提供源源不断的出口货源。没有这些货源,对外经贸部门再努力也是无源之水,无本之