

中国无缝钢管在美国市场竞争力的实证研究

林龙辉 向洪金 冯宗宪

摘 要: 本文利用市场占有率、价格、贸易竞争指数以及显示性比较优势指数等指标,从多个视角对我国无缝钢管在美国市场的竞争力进行了实证分析。研究表明,尽管我国无缝钢管在美国市场的占有率远高于其他国家,但是我国无缝钢管在美国市场的贸易竞争指数和显示性比较优势指数都要小于奥地利和西班牙等国家。文章最后就如何提高我国无缝钢管国际竞争力以及规避贸易摩擦事件提出了一些政策性建议。

关键词: 无缝钢管; 美国市场; 显示性比较优势; 竞争力

中图分类号: F764.2 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894(2010)02-0014-07

近年来,我国钢铁行业得到快速发展,钢管产品的产量和出口量都位居全球首位。但与此同时,针对我国钢铁产品的反倾销、反补贴等贸易摩擦事件也是接连不断。近两年来,仅仅美国企业就已经对我钢管产品发起了6起反倾销、反补贴的“双反”调查申请。2009年11月24日,美国商务部作出终裁,以中国油井管存在补贴为由宣称将对相关产品实施10.36%至15.78%的反补贴关税制裁。该案涉及金额约27亿美元,是迄今为止美对华贸易制裁的最大一起案件。

无缝钢管是我国钢铁产品出口中主打产品。根据联合国商品贸易数据库的统计,2008年我国钢铁产品出口总额为484亿美元,其中无缝钢管(HS96代码为7304)产品出口额为90.7亿美元,占钢铁产品出口总额的20%左右。而美国目前又是我国无缝钢管产品的最大的出口地。2008年我国无缝钢管对美出口额为32.67亿美元,占我国无缝钢管产品出口总额的37%。因此,对我国无缝钢管产品在美国市场的竞争力进行深入研究,不仅可以为提升我国钢铁产品的国际竞争力提供借鉴,而且还可以在在一定程度上揭示我国钢铁产品在国际市场屡遭反倾销、反补贴等贸易制裁的原因所在。

基金项目: 本文得到国家自然科学基金项目(项目编号70173012)和西安交通大学“985工程”二期项目(07200701)资助。

作者简介: 林龙辉(1971—),男,福建厦门人,西安交通大学经济与金融学院博士研究生,主要研究方向:国际投资与国际贸易;向洪金(1976—),男,湖南怀化人,在西安交通大学金禾经济研究中心获经济学博士学位,现为湖南大学经济贸易学院的博士后,主要研究方向:国际贸易理论和政策;冯宗宪(1954—),男,浙江宁波人,西安交通大学金禾经济研究中心主任、应用经济学博士后流动站主任,博士生导师,主要研究方向:国际贸易与金融。

近年来,部分学者对我国部分产品的国际竞争力进行了探讨。刘学忠(2007)^[1]利用市场占有率、贸易竞争指数等指标重点考察了我国大蒜产品的国际竞争力大小。谭晶荣、王真千(2008)^[2]运用产品相似度指数和显示性竞争优势指数,对中日韩3国农产品在美国市场的总体竞争关系、竞争强度和竞争力进行了测算。余文娟、李晓钟(2008)^[3]运用国际市场占有率、显示性比较优势指数、贸易竞争指数等指标,对中国和印度纺织品的国际竞争力进行了比较。汪素芹(2005)^[4]利用市场价格、贸易竞争指数从整体上分析了1995~2003年期间我国工业制成品的国际竞争力。金碚等(2007)^[5]利用竞争优势指数和比较优势指数两个指标,对中国加入WTO以后制造业的国际竞争力的现状及变化趋势进行了实证研究。然而在作者收集的文献中,还没有文献对我国钢铁产品的国际竞争力进行深入研究。

一、我国无缝钢管对美国出口的现状

目前我国是全球最大的无缝钢管生产和出口国。从2001年正式加入WTO以来,我国无缝钢管行业的产能急剧扩张,而国内市场需求有限,对外出口成为解决我国无缝钢管行业过剩产能的主要途径。根据我国钢铁信息网公布的统计数据,2008年我国无缝钢管产量为2 018万吨,同比增长11.0%,出口609.1万吨,对国外市场依赖度达30%。

1996~2008年期间,我国无缝钢管出口经历了两个主要阶段,在我国正式加入WTO之前,即在1996~2001期间,我国无缝钢管产品出口贸易一直处于较低的水平,在1996年出口额为1.45亿美元,到2000年也只有1.78亿美元,但是从2001年开始,我国无缝钢管出口额得到迅猛发展,2007年、2008年更是出现“井喷”式增长,到2008年我国无缝钢管出口额已高达90.7亿美元,比2007年增加了近1倍,是1996~2006年期间的出口总额1.4倍;1996~2001年期间我国无缝钢管出口额年均增长率为18%,2001~2008年期间我国无缝钢管出口额年均增长率高达72%。

美国目前是全球无缝钢管最大的需求市场,而中国则是美国无缝钢管最大的进口来源地。2000~2008年期间,美国对无缝钢管的进口额呈不断上升趋势。2000年美国对无缝钢管的进口额为10.57亿美元,到2008年增加到75.91亿美元,比2000年增加了6倍多,年均增长率高达33.5%。

表1 2008年无缝钢管对美出口额排在前10的国家及其对美出口额(单位:亿美元)

排名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
出口国	中国	德国	日本	奥地利	西班牙	加拿大	墨西哥	阿根廷	意大利	法国
出口额	32.67	6.75	5.99	3.72	3.16	3.14	2.9	2.82	2.47	2.12

资料来源:作者根据联合国商品贸易数据库的数据整理得到。

表1表明,2008年无缝钢管对美国出口额排在10位的国家分别是中国、德国和日本等,其中中国对美国出口32.67亿美元,对美国出口额超过其余9个国家对美国出口额的总和,为美国无缝钢管最大的进口来源国。

但是需要指出的是,在2004年以前,日本和德国分别是美国无缝钢管最大的两个进口来源国,而我国在2004年无缝钢管对美国的出口额还处于较低的水平,但是从2005年开始,我国无缝钢管对美国出口出现快速增加,并一举超过德国和日本,成为美国最大的进口来源地。

同我国无缝钢管对全球出口情况一样,我国无缝钢管对美国出口也经历了两个主要阶

段, 2000~2003年期间对美出口额处于较低水平, 维持在0.7亿美元上下, 在2004~2008年期间对美出口额迅猛增长, 从2004年的1.79亿美元增加到2008年的32.67亿美元, 短短4年间增加了近20倍。

二、实证分析

本文运用市场占有率、出口价格指数、显示性比较优势指数和出口相似性指数4个指标, 以便从不同视角来衡量我国无缝钢管在美国市场的竞争力大小。在4位联合国标准国际贸易分类标准(HS96)中, 无缝钢管(Seamless Steel Pipe)的HS代码为7304。^①为了便于比较分析, 我们选取2008年无缝钢管对美国出口额前10位的国家作为考察对象(见表1), 考察期为2000~2008年。实证所需的数据主要来源于联合国商品贸易数据库(COMTRADE)。^②

1. 市场占有率 国际市场占有率(Export Market Share)是指出口国的某类产品的出口额占某个国际市场上该类产品出口总额的百分比。国际市场占有率是衡量某个国家产品国际竞争力的最常用的指标。国际市场占有率越高, 表明这个国家产品的国际竞争力越强, 反之越弱。其计算公式如下:

$$MKS_i = \frac{X_i}{X_w} \quad (1)$$

其中的 MKS_i 为*i*国产品的国际市场占有率, X_i 为*i*国产品的出口额, X_w 为该所有国家或地区同类产品对某国际市场的出口总额。根据公式(1)计算得出2000~2008年各国无缝钢管在美国市场的占有率如表2所示。

表2 2000~2008年我国及有关国家无缝钢管在美国市场的占有率 (单位: %)

年份 出口国	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
中国	7.08	6.23	6.95	8.99	12	20.2	26.7	32.6	43
德国	18.8	16	19.3	13.3	12	13.5	11.6	10.8	8.89
日本	21.8	28.8	23.3	20.8	15.6	15.5	14.1	12.8	7.89
奥地利	7.55	7.27	5.67	7.93	8.42	7.62	7.61	6.26	4.9
西班牙	5.97	4.58	4.83	4.57	6.37	5.21	4.15	3.76	4.16
加拿大	3.76	4.36	5.54	8.15	5.13	5.59	4.85	5.15	4.14
墨西哥	2.35	3.74	3.06	5.34	2.9	2.1	1.5	2.62	3.82
阿根廷	2.99	2.75	3.52	3.38	3.9	1.75	1.5	3.02	3.72
意大利	4.51	4.6	3.67	4.61	4.09	4.31	3.2	3.63	3.26
法国	9.31	6.83	7.63	4.59	5.52	4.31	3.9	4.59	2.79

资料来源: 作者根据联合国商品贸易数据库(COMTRADE)有关数据计算得到。

从表2可以看出, 在2005年以前, 位居美国无缝钢管进口市场占有率前3位的国家分别是日本、德国和法国, 但是, 从2005年开始, 我国无缝钢管在美国市场占有率快速攀升, 在2005年便超过日本和德国, 在美国市场占有率位居首位, 到2008年我国无缝钢管在美国市场的占有率高达43%, 远远高于其他国家, 几乎占据了美国无缝钢管进口市场的半壁江山。从表2还可以发现, 在2000~2008年期间, 随着我国无缝钢管市场占有率的不断上升, 除墨西哥等个别国家外, 日本、德国等主要的无缝钢管出口国在美国市场的占有率都有不同程度

的下降。

2. 市场价格指数 市场价格是衡量各国产品国际竞争力的另一个重要指标。各国无缝钢管在美国市场的价格等于美国的进口额比上进口量,具体结果如表3所示。

表3 2000~2008年我国及有关国家无缝钢管在美国市场的价格变化情况(单位:美元/kg)

出口国	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
中国	0.62	0.66	0.76	0.66	0.85	1.08	1.23	1.34	1.46
德国	1.09	1.09	1.28	1.13	1.17	1.78	1.99	2.17	2.26
日本	1.69	1.97	1.93	1.89	2.05	2.87	3.72	4.06	4.01
奥地利	0.76	0.73	0.81	0.81	1.01	1.48	1.62	1.62	1.69
西班牙	1.12	1.21	1.77	1.04	1.57	2.34	2.3	3.79	3.85
加拿大	2.75	2.9	2.45	1.15	1.34	2.0	2.38	2.32	2.4
墨西哥	0.86	0.76	0.75	0.82	0.93	1.42	1.69	1.83	2.07
阿根廷	0.76	0.89	0.97	0.92	1.01	1.69	1.95	2.22	2.31
意大利	0.91	0.88	1.28	1.12	1.13	1.79	2.25	2.65	2.75
法国	1.1	1.36	1.53	1.48	1.17	2.13	2.39	3.18	3.47
全球	1.06	1.11	1.19	1.04	1.14	1.58	1.76	1.9	2.18

资料来源:同表2。

从表3可以看出,在2000~2008年期间,我国以及其他国家的无缝钢管在美国市场的价格都呈不断上升趋势,但是各国出口的无缝钢管在美国市场的价格存在较大的差异,我国以及奥地利等国的无缝钢管价格较低,而日本、法国、西班牙等国出口的无缝钢管价格较高,以2008年为例,日本的无缝钢管在美国市场的价格最高,为4.01美元/kg,其次是西班牙(3.85美元/kg)和法国(3.47美元/kg),而在所选的10个出口国中,我国出口的无缝钢管在美国市场的价格最低,为1.46美元/kg。

3. 贸易竞争指数 市场占有率和价格两个指标都比较直观地反映了一个国家产品的国际竞争力,但是这两个指标易受到出口国汇率、经济总量等宏观经济波动的干扰。贸易竞争指数很好地克服了这两个指标的不足。贸易竞争指数(Trade Comparative Index)是指一个国家某类产品的净出口额与该类产品的进出口总额的比率。该指标剔除了有关国家的通货膨胀、汇率变化等宏观经济波动的影响,也排除了因国家经济规模的不同而导致的国家间指标的不可比较性,因此,不同时期、不同国家在同一国际市场上的贸易竞争指数是可比的。其计算公式为:

$$TC_i = (X_i - M_i) / (X_i + M_i) \quad (2)$$

(2)式中 TC_i 表示i国的贸易竞争指数, X_i 表示i国产品对某国际市场的出口额, M_i 表示i国从该国际市场的进口额。

TC指数的取值范围为-1至1。一般认为,当 $0.8 \leq TC \leq 1$ 时,表明该产品在国际市场具有非常显著的竞争优势;当 $0.5 \leq TC < 0.8$ 时,表明该产品较为明显的竞争优势;当 $0 \leq TC < 0.5$ 时,表明该产品具有竞争优势;当 $-0.5 \leq TC < 0$ 时,表明该产品处于竞争劣势;当 $-0.8 \leq TC < -0.5$ 时,表明该产品处于比较明显的竞争劣势;当 $-1 \leq TC < -0.8$ 时,表明该产品处于明显的竞争劣势。

表4 2000~2008年我国及有关国家无缝钢管在美国市场的贸易竞争指数

年份 出口国	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
奥地利	0.997	0.995	0.994	0.963	0.997	0.997	0.999	0.993	0.995
日本	0.956	0.973	0.98	0.984	0.96	0.908	0.961	0.933	0.99
西班牙	0.971	0.986	0.967	0.934	0.969	0.896	0.909	0.728	0.945
法国	0.862	0.91	0.815	0.707	0.795	0.91	0.815	0.83	0.925
德国	0.942	0.958	0.973	0.939	0.945	0.967	0.922	0.906	0.896
阿根廷	0.873	0.805	0.92	0.929	0.929	0.848	0.883	0.849	0.887
意大利	0.823	0.849	0.728	0.7	0.762	0.885	0.825	0.78	0.779
中国	0.896	0.72	0.688	0.608	0.561	0.666	0.753	0.678	0.757
全球	0.342	0.339	0.258	0.309	0.368	0.41	0.442	0.356	0.527
墨西哥	-0.42	-0.11	-0.27	-0.12	-0.21	-0.25	-0.22	-0.11	-0.09
加拿大	-0.72	-0.64	-0.56	-0.39	-0.53	-0.43	-0.43	-0.39	-0.316

资料来源：同表2。

从表4可以看出,在所选的10个国家中,除墨西哥和加拿大的贸易竞争指数值为负外,其余8个国家的TC指数值都大于0,这表明墨西哥和加拿大的无缝钢管在美国市场处于竞争劣势,而其余8个国家的无缝钢管在美国市场都具有不同程度的竞争优势;在考察期内,贸易竞争指数值最高的是奥地利、其次是日本、西班牙、法国等,我国排在第8位,仅高于墨西哥和加拿大。因此,贸易竞争指数表明,我国无缝钢管在美国市场的竞争优势要逊于奥地利、日本、西班牙等多个国家。

4.显示性比较优势指数 贸易竞争指数虽然剔除了进出口国汇率以及经济总量变化干扰,却没有考虑一个国家整体对外贸易水平以及全球整体贸易水平对某种产品国际竞争力的影响。为了克服贸易竞争指数的缺陷,世界银行经济学家Balassa(1987)^[6]最早提出了显示性比较优势指数(Revealed Comparative Advantage Index)。RCA指数是指一个国家某种产品的出口额占其出口总额的份额与全球该类产品出口额占全球出口总额的份额的比率。该指标反映了一国某一产品的出口与世界平均出口水平的相对优势,它剔除了国家总量波动与世界总量波动的影响,较好地“显示”了该产品的相对优势,因而是衡量一国产品或产业国际竞争力最具说服力的指标之一。RCA指数的计算公式如下:

$$RCA_i = (X_i / X_{it}) / (X_w / X_{wt}) \quad (3)$$

其中 RCA_i 表示*i*国无缝钢管在东盟进口市场的显示性比较优势, X_i 为*i*国无缝钢管对东盟的出口额, X_{it} 为*i*国所有产品对东盟的出口总额, X_w 为全球无缝钢管对东盟的出口总额, X_{wt} 为全球所有产品对东盟的出口总额。

按照公式(3)计算得出的RCA指数的取值范围在0和无穷大之间。如果 $RCA_i > 1$,说明*i*国该类产品在国际市场上具有显示性比较优势,RCA指数值越大则该国产品的显示性比较优势也越大;如果 $RCA_i < 1$,说明*i*国该类产品在国际市场上不具有显示性比较优势,或者说具有显示性比较劣势;如果 $RCA_i = 1$,说明*i*国该类产品在国际市场上既没有显示性比较优势也没有显示性比较劣势。

从表5可以发现,在考察期内,阿根廷、奥地利、西班牙3国的显示性比较优势的指数值要高于其他国家,以2008年为例,无缝钢管在美国市场RCA指数值前3位的国家依次是阿根

表5 2000~2008年我国及有关国家无缝钢管在美国市场的显示性比较优势指数

年份 出口国	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
阿根廷	11.4	9.98	12.3	12.8	14.6	6.14	6.73	12.7	13
奥地利	28.4	20.9	17.4	22.5	21.6	21	17.2	11.6	12.6
西班牙	12.2	9.68	9.58	8.36	12.3	9.89	7.65	6.85	7.78
中国	0.83	0.67	0.63	0.72	0.87	1.34	1.68	1.94	2.61
德国	3.92	3.12	3.63	2.49	2.31	2.68	2.44	2.25	1.93
意大利	2.17	2.18	1.74	2.26	2.12	2.3	1.8	2.01	1.88
法国	3.84	2.6	3.16	2	2.58	2.15	1.96	2.18	1.34
日本	1.82	2.62	2.25	2.24	1.79	1.89	1.78	1.72	1.19
墨西哥	0.22	0.33	0.27	0.5	0.28	0.21	0.14	0.25	0.38
加拿大	0.2	0.23	0.31	0.47	0.3	0.33	0.3	0.33	0.26

资料来源：同表2。

廷(13)、奥地利(12.6)和西班牙(7.78),中国的RCA指数值为2.61排在第4位。但需要注意的是,在2004年之前,我国无缝钢管在美国市场的RCA指数值都小于1,在10个国家中排在第8位,仅高于墨西哥和加拿大。因此,显示性比较优势指数同样表明,我国无缝钢管在美国市场的竞争力并不明显。

四、结语及政策性建议

本文从市场占有率、价格、贸易竞争指数和显示性比较优势指数等多个不同视角,对我国无缝钢管在美国市场的竞争力进行了比较全面的考察。得出的主要结论是,同其他国家相比,虽然我国无缝钢管在市场占有率和价格两个指标上具有竞争优势,但是,贸易竞争指数和显示性比较优势指数都表明,我国无缝钢管在美国市场的竞争优势并不明显。由于无缝钢管是我国钢铁产品中的主要出口产品,而美国又是我国无缝钢管最主要的出口市场,因此,本文的研究结论对于认识我国钢铁产品的国际竞争力具有很强的参考性。

近年来,我国钢铁产品出口贸易得到快速发展,成为我国主要出口产品之一。但是,钢铁产品也是遭遇国外反倾销、反补贴最频繁的产品。为了提高我国钢铁产品的国际竞争力,同时有效地规避贸易摩擦事件,基于本文的研究结果,我们提出了以下政策性建议:

1. 提高技术含量, 增加产品的附加值 目前我国出口钢铁的产品中,以粗加工的产品为主,依托我国低廉的劳动力成本,在国际市场主要采取低价竞争策略,以获取市场份额。本文的研究结果表明,在2008年我国无缝钢管在美国市场的价格要低于其他几个主要的出口国,市场份额远高于其他国家,这是导致美国商务部2009年11月份最终决定对我国无缝钢管采取征收反补贴税的一个主要原因。不但如此,近年来国际铁矿石价格的快速飙升以及我国劳动力成本的不断上涨,低价竞争策略也难以维持。因此,调整产品结构,提高产品的技术含量,是提高我国钢铁产品国际竞争力的根本途径。

2. 规范出口秩序, 提高行业集中度。目前我国钢铁企业有数千家,但是规模大的企业并不多。以钢管行业为例,2008年全国钢管生产企业大约有2200家,产量前10位的企业总产量不到全国总量的30%。产能过剩、产品对外依赖度高以及行业集中度低,这些是

我国钢铁行业的基本特征, 不仅容易引发市场无序竞争, 而且削弱了中国钢铁企业在世界市场的话语权。坚持总量控制和淘汰技术落后企业, 规范行业准入标准, 加强新建、扩建项目管理; 同时要推进钢管行业的重组和兼并, 提高行业集中度。

3. 未雨绸缪, 建立政府、行业和企业联动的贸易摩擦预警与应对机制 近年来, 欧盟、美国等国家纷纷对我国出口的钢铁产品采取反倾销、反补贴等贸易制裁措施, 每年造成的经济损失高达数十亿美元。因此我国政府以及行业协会应该建立健全信息服务体系, 建立起有效的应对出口反倾销等贸易摩擦事件的预警机制, 做到未雨绸缪, 防止我国出口企业陷入到反倾销、反补贴等贸易摩擦事件的深渊。

(作者单位: 西安交通大学)

注 释:

- ① 由于无缝钢管主要用于作为油气的输送管道, 因此也常称油井管。
- ② 联合国商品贸易数据库公布有全球近200个国家或地区1962~2008年期间非常详细的双边或多边贸易数据; 其网址是 <http://comtrade.un.org/>。

参考文献:

- [1] 刘学忠. 我国大蒜国际竞争力的比较分析[J]. 国际贸易问题, 2007, (6): 55~61.
- [2] 谭晶荣, 王真千. 中日韩3国农产品在美国市场的竞争关系分析[J]. 国际贸易问题, 2008, (9): 42~46.
- [3] 汪素芹. 我国工业制成品出口贸易结构与竞争力实证分析[J]. 国际贸易问题, 2005, (6): 21~25.
- [4] 余文娟, 李晓钟. 中国与印度纺织品出口竞争力比较[J]. 对外经济贸易大学学报, 2008, (1): 23~27.
- [5] 金碚, 李钢, 陈志. 中国制造业国际竞争力现状分析及提升对策[J]. 财贸经济, 2007, (3): 3~10.
- [6] Balassa, B. Comparative Advantage, Trade Policy and Economic Development. Harvester Wheatsheaf, New York, 1987.

An Empirical Analysis on the Competitiveness of China's Seamless Steel Pipe in the American Market

LIN Long-hui XIANG Hong-jin FENG Zong-xian

Abstract: By using of market share, price index, trade competitive index and revealed comparative advantage index, this paper tries to explore the competitiveness of China's seamless steel pipe in American market during 2000-2008. The empirical results show that though China's seamless steel pipe occupied a greater market share and price advantage in American market, the other two indices indicate that the competitiveness of China's seamless steel pipe is inferior to Austria and Spain. This study finally provides some advices on how to improve the competitiveness of China's seamless steel pipe in American market.

Key words: seamless steel pipe; American market; revealed competitive advantage; competitiveness