

浙江对外贸易转型升级研究

陈肖枫

(浙江工商大学)

【摘要】 改革开放以来，特别是加入 WTO 以来，浙江对外贸易迅速发展。但是随着国际和国内环境的变化，粗放型的外贸发展方式面临转型升级的压力。因此，我们提出要借鉴全球价值链理论对浙江对外贸易进行转型升级。建议通过政府、行业协会和企业三方的联动，实现浙江外贸方式的转变，推动浙江由外贸大省向外贸强省转变。

【关键词】 浙江；对外贸易；转型升级

改革开放以来，浙江省对外贸易发展迅速，在其推动下，浙江经济也取得了快速发展。浙江对外贸易呈现出增长速度快、总量大、在全国对外贸易总量中所占比重大、私营经济总用突出、外贸顺差大、出口产品多处于产业链低端，产品附加值小等特点。加入世贸组织以来，在国外市场进入门槛大幅降低的刺激下，浙江对外贸易更是呈现出爆发式发展。但是，由于浙江对外贸易的扩张多属于依靠大量消耗资源、能源和破坏环境为代价的粗放型扩张方式，所以对内会造成资源、能源价格上涨，环境破坏严重，对外会引发贸易摩擦，频繁遭遇双反调查。做为中国的外贸大省，依靠粗放型的外贸扩张方式显然是难以为继的，为实现由外贸大省向外贸强省转变，必须实现浙江对外贸易的转型升级。

一、浙江对外贸易的现状和问题

十一届三中全会以来，在国家外贸促进政策的刺激下，浙江对外贸易取得了长足发展。进入新千年后，中国顺利加入 WTO，浙江的外贸发展更是迅速增长。综合分析，浙江外贸发展总体呈现出以下几个特点：

1. 外贸总值迅速扩张，顺差大幅增加

1978 年浙江进出口总额只有 0.7 亿美元，1986 年，我国的改革开放由农村扩展到城市，从而进入全面改革局面，当年浙江进出口总额为 12.9 亿美元，其中出口 10.9 亿美元，进口 2 亿美元。到 2005 年浙江外贸进出口总额突破 1000 亿美元大关，达到 1073 亿美元，随后仅用三年时间，2008 年就突破了 2000 亿美元关口，达到 2111 亿美元。到 2008 年，浙江进出口总值达到 2111.3 亿美元，其中出口和进口值分别为 1542.96 亿美元、568.4 亿美元，与 1986 年数据相比，分别增长了 163 倍、141 倍和 282 倍。

外贸总值快速扩张的同时，浙江外贸顺差也大量增加。2002 年浙江以 169 亿美元的贸易顺差居全国首位，2004 年浙江的外贸顺差总额又在全国首次超过 300 亿美元，与全国的贸易顺差基本持平。近年来，浙江贸易顺差还有不断扩大的趋势。巨额贸易顺差的存在，一方面为我国带来了大量的外汇储备，从此我们再也不必担心因外汇供应不足而影响国家关键技术和设备的引进进程。但是大量的外汇结余增加了人民币的汇率压力，导致人民币的升值问题成为国际社会热炒的话题，并据此频频向中国政府施压。另一方面，出口的迅速扩张对国外同等产品和替代品造成了致命打击，为了维护本国生产者和民众的利益，国外政府往往会通过反补贴、反倾销等方式限制中国产品的出口。

2. 对外贸易主体动态演化，私营经济作用日益突出（见表 1）

表1 浙江出口总值构成（2001-2007年）

项目	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
总值	100	100	100	100	100	100	100
总值中：							
国有企业	45	38	31	25	21	17	14
三资企业	30	31	31	33	35	38	37
集体企业	17	17	17	15	13	10	9
私营企业	6	12	19	26	30	34	39
总值中：							
工业制成品	92	93	94	94	95	96	96
初级产品	8	7	6	6	5	4	4

资料来源：浙江省统计年鉴2008年。

表1数据显示，2001年浙江省进出口总额中，国有企业占比为45%，排名第一，私营企业所占比重最小，占比为仅为6%。但是，随着中国加入世贸组织的一步步深入，浙江进出口总值中国有企业所占的比重在一步步缩小，而私营企业所占比重在逐渐增加。2004年，国有企业在进出口总值中所占比重首次跌破30%，为25%，2006年又得破20%，降到17%，到2007年又降到14%。反观私营企业在进出口总值中所占比重，2002年突破10%，达到12%，随后一路凯歌，2004年突破20%达到26%，2006年站上30%台阶，2007年达到39%。

私营企业进出口总值的占比增加和国有企业进出口总值占比减少的可能解释为：一方面，私营企业产权明晰，机制灵活，在利益的驱使下，会不故一切的开拓国际市场。而国有企业则受体制诟病影响，尾大不掉，难以适应激烈的国际竞争。另一方面浙江省是民营经济大省，所以在加入WTO后民营资本快速进入出口市场并迅速发展是有其客观存在基础的。

然而，由于私营企业受利益驱使，往往会选择短平快的方式积累资本。这就会产生诸如假冒名牌、以次充好、竞相压价、破坏生产地自然环境等后果。其结果是国际贸易摩擦增多，外贸总额增速放缓、浙江国际形象恶化。2005年，浙江省商务厅副厅长金永辉在浙江应归国际贸易新闻发布会上透露，2002-2005年期间，浙江共遭遇美国、欧盟、土耳其、印度等18个国家提起的反倾销、反补贴、保障措施、特别保障措施、纺织品特保和337调查等贸易摩擦案件116起，涉案直接金额28亿美元，分别占到全国的1/3和1/4左右。

3. 贸易结构趋于优化，但仍需改善

表2显示，2007年浙江省对外出口产品中，机电产品出口值达到555.8亿美元，居浙江省对外出口商品首位，并大大高于居于第二位的服装及衣着附件产品出口值的185.93亿美元。高新技术产品的出口值也达到了101亿美元之多。机电产品附加值高，技术要素投入多，生产效率和出口效益要远远高于传统的纺织服装产业。这说明，浙江出口产品的附加值是有所提高的。另外，由表1可以看出，浙江出口产品中工业制成品所占的比重是逐步提高的，初级产品所占的比重则是逐渐减少的。我们知道，商品的加工环节越多，生产者从总获取的利益也就越多。浙江出口产品中工业制成品的逐年增加也恰恰说明浙江生产者从出口产品中所获得的利益时逐年增加的。

表2 2007年浙江省出口主要商品情况

单位：万美元

项目名称	出口值	排名
机电产品	5557980	1
服装及衣着附件	1859328	2
纺织纱线、织物及制品	1700570	3
高新技术产品	1017360	4
农副产品	722936	5
家具及其零件	428998	6
鞋类	383975	7
手持或车载无线电话机	318092	8
汽车零件	229679	9
塑料制品	194183	10

资料来源：浙江统计年鉴2008.

虽然表2中显示，浙江2007年出口产品中机电产品和高新技术产品都有较大额度，但是，我们应当看到，在出口商品的前十名中，高新技术产品和高附加值产品仅占很小的份额，其余的产品都是资源、能源消耗较多的产品。浙江生产的手持或车载无线电话机的核心技术都被国外厂商控制，浙江企业只是生产技术含量较低的外壳、键盘或者电池。

从浙江出口产品的附加值来看，除了高新技术产品外，其他要么只是组装环节（机电产品）、要么是以资源能源大量消耗为代价的生产（制鞋、塑料和汽车零件等）。对外贸易的效益并没有与对外贸易的数量同步发展。

二、浙江对外贸易的转型升级的紧迫性和必要性

1. 紧迫性。长期以来，凭借浙江商人的创业精神和浙江本土的地理优势，浙江对外贸易取得了长足发展，但是，浙江是一个资源、能源小省，工业生产的原料和能源大多依靠从外界获取。长期以来，地方政府和企业都以赚取外贸顺差和大额利润为目标，走的是粗放型发展的道路。近年来，随着浙江对外贸易总额的逐年增长，浙江企业对资源、能源产品的需求大幅增加，在国际能源和资源价格变动时，以数量和低价取胜的浙江企业在国际市场上就回去举步维艰。另外，以大量消耗能源和资源为代价的生产方在面对国外各种贸易壁垒是往往显得手足无措，于是很多厂商在国外强大的关税和技术壁垒压力下就不得不放弃国外市场，甚至破产倒闭。

由于浙江企业缺乏法律常识和品牌意识，出口的产品经常会仿冒国际品牌或国内品牌，还有一些企业会盗用其它受法律保护的技术。其结果是，本地生产企业的创新动力不足，长久发展乏力。

2. 必要性。一是对外贸易的方式是经济增长方式的重要体现，早在2004年，中央经济工作会议就已经提出要实现经济增长方式和外贸增长方式的转变。当前，我国经济在以胡锦涛总书记的领导下，走得是科学发展的道路，经济发展方式正在向科学、可持续的方向迈进。在此条件下，浙江的对外贸易应当更加注重从传统的粗放型扩张向集约式发展转变，走科学发展观指导下的可持续发展外贸发展道路。二是改革开放前，由于政治因素影响，我国经济一直与国际经济相分离。改革开放后，为了迅速融入国际经济体系，我国从上到下主动嵌入到了国际经济体系之中。到现在，中国已经是国际贸易中不可取少的一员。但是，由于经济发展起步晚，起点低。我们融入国际经济体系中时，浙江所从事的只是发达国家生产过程中不愿再生产的资源能源消

耗大、技术含量较低、附加值较低的环节。多数情况下我们只是国际产业链上的加工环节，我们所处的位置也只是附加最低或者较低的价值增值环节。虽然低水平的贸易促进了中国的经济增长、解决了大量的就业问题，但是长此以往，我国经济永远都会成为发达国家的附庸，永远只是发达国家的代工厂。为了改变此现状，浙江省必须利用已有的经济基础，加快技术改造和创新，积极向价值链的高端环节跃进，实现从中国贸易大省向贸易强省的转变。

三、浙江对外贸易转型升级的思路

浙江对外贸易之所以会出现量增价不增的低效益现象，究其根源，主要是因为浙江对外贸易产品的产业层次过低，生产环节附加值过小造成的。因此浙江对外贸易转型升级的关键点就在于外贸企业和外贸产业的升级。

关于产业升级，上世纪 80 年代我国就已经有学者注意到并明确提了出来，此后，产业升级一直成为我国政府产业政策的主要内容之一。但是官方文件提的最多的还属产业结构的优化。作者认为，升级浙江外贸应当从企业和产业两个层面来考虑。

从企业层面考虑，升级应当代表产品的升级，具体表现为企业生产产品品质由低品质向高品质的迈进。但是，从更广泛的意义上讲，升级应该包括企业由低附加值到高附加值、由落后的生产方式向先进的生产方式、劳动密集向资本和技术密集，由竞争优势不足向富有竞争优势转变的一个长期过程。所以，企业层面的升级应当是一个动态的过程。对于浙江的外贸企业，应当着力提高自身的生产效率和产品品质。依靠高品质基础上的低价来赢得国际市场的青睐。

从产业层面考虑，当前学术界讨论最多的升级方式莫过于基于全球价值链的升级。所谓全球价值链（Global Value Chain），是指为实现商品或服务价值而连接生产、销售、回收处理等过程的全球性跨企业网络组织，涉及从原料采集和运输、半成品和成品的生产和分销，直至最终消费和回收处理的整个过程，它包括所有参与者和生产销售等活动的组织及其价值、利润分配。

学者们在研究全球价值链理论下的产业升级时，趋向于公认两种升级路径。一种是以前学者们讨论最多的从 OEM(贴牌生产)到 ODM(自主设计生产)再到 OBM(自主品牌生产)。

另一种是：工艺流程—>产品升级—>功能升级—>链条的升级。所谓工艺流程升级，实际上指的是应用更为先进的生产方式，提高同等产品生产的效率，追求的是在最短的时间里生产最多的产品。引进新的产品生产线或者改进原有的生产方式和技术水平，提高产品自身的品质或者生产更为新颖的产品，提高产品的竞争力，获取更多收益。功能的升级是指根据生产者在价值链中所处的位置，向价值链的两端升级，包括标准设计、产品设计、品牌和营销渠道构建与控制，通过向这些高附加值环节的升级获取更多的价值增值。由于不同的产业链有不同的利润水平和价值增值水平，所以当企业有足够的生产能力时往往会选择从价值增值小的产业转向价值增值高的行业，这就是链条升级。

综合分析企业层面升级和产业层面升级的两种途径，我们可以看出，企业升级实际上包含于产业层面的升级，而产业层面升级的第一种路径实际上与第二种方式的功能升级。从贴牌生产到自主设计生产，实际上就是功能升级的一种，从自主设计生产到自有品牌生产，是功能升级的更高级阶段。

在实际操作中，应当根据各个地区所处的价值链的不同环节，灵活的选择嵌入价值链的升级方式。但是，我们要强调的是，对处于价值链低端环节的企业，如果还处于原始资本的积累阶段，不当过度的求高求新，应当在战略上看准更高附加值的增值环节，而在战术上则要循序渐进，等待资本足够多时，在逐步按照价值链的升级方式获取更多价值。

由于浙江的对外贸易产品的生产多是加工环节，在产品设计和流通环节则少有涉足。因此，浙江对外贸易的升级方式也应当遵从由工艺流程到链条的升级方式，但是并不一定要循规蹈矩，只要条件允许，可以直接从生产制造环节直接过度到附加值更多的其他链条。

四、政策建议

浙江对外贸易在全球价值链中主要处于低端的生产制造环节，应当通过政府、企业和行业三方面的共同努力，实现外贸效益的提高和可持续发展，从而加快浙江由外贸大省向外贸强省转型的进程。

1. 政府层面

一是多方支持，促进创新。实现全球价值链下的升级，重点是进行创新。工艺流程的升级靠的是管理方式、组织方式和生产流程的创新；产品升级依靠的是技术的革新和富有开拓性的思想；功能升级靠的是战略的创新。因此，政府应当通过税收、金融支持和政策支持等方式鼓励和推动企业进行创新。必要的时候，政府应当组织生产企业对行业公共难题进行共同技术攻关，降低企业的创新投入风险和成本。

二是合理立法，公正执法。创新是实现浙江对外贸易的重要条件。而创新的思想或者产品成果是需要法律保护的。某个企业的创新产品如果不能得到保护，那么他们投入到创新中的成本就难以收回，企业的创新积极性就会受到打压。所以从政府层面应当制定相关的法规，净化市场竞争。对于那些冒用他创新技术和品牌的不良企业要严惩不贷，绝不姑息。

2. 行业层面

行业协会应当积极把握国内外市场的变换趋势，紧密跟踪国外政策法规变动趋势。主动承担起辅导企业规避国外技术和政策风险的责任。定期组织相关企业间的交流，帮助企业把握行业发展趋势。对于行业共同技术难题，应响应国家号召，组织企业共同克服。

3. 企业层面

一是严把产品质量关。在大规模生产的同时，为了减少国外市场的抵触情绪，企业应当严把产品的质量关，这就需要企业投入更多的资源到技术改进和创新环节之中。

二是树立品牌意识，积极打造高美誉的国际品牌。由于没有自己的品牌，很多有着过硬生产能力的浙江企业这能走贴牌生产的路子。这种方式下，企业只能在生产环节赚取少量的加工费，而流通环节的大量附加值则进入外国品牌囊中。因此，企业应当积极主动地创立自己的品牌，增加对品牌宣传方面的经费投入。

三是从战略层面考虑对价值链上最高价值的追求。外贸企业应当不安于获取低端价值的现状，积极筹备，瞄准价值增值高的环节。更为重要的是，企业要善于分析和发现新的机会，争取创建全新的价值链条，并根据所在产业特征，掌控该价值链的核心环节。

参考文献：

[1]查志强. 重构浙江外贸战略一对转变浙江外贸增长方式的若干思考[J]. 浙江经济, 2005.

[2]李力. 论我国对外贸易增长方式转变[D]. 东北财经大学硕士论文, 2005, 12.

[3]王晓凤. 转变浙江对外贸易增长方式研究[D]. 浙江工商大学硕士论文, 2007, 3.

[4]耿协威. 转变外贸增长方式, 促进对外贸易可持续发展[J]. 经济论坛, 2005, 7. 在战术上则要循序渐进, 等待资本足够多时, 在逐步按照价值链的升级方式获取更多价值。