

# 中国和拉美主要国家在美国市场上的出口挤占

·王 飞

**内容提要** 本文比较了21世纪以来中国和拉美主要国家在中拉双方共同的重要出口目的地——美国市场上的出口贸易情况，应用市场份额和贸易强度两个指标分析了中拉在美国市场上的出口竞争程度，并应用恒定市场份额模型（CMS）量化分析了在美国市场上中国和拉美主要国家在制成品上的出口挤占情况。实证结果表明，虽然21世纪以来中国在美国市场上的出口竞争力越来越强，但是对拉美国家的出口竞争威胁并没有西方学者认为的那么严重。全球金融危机之后，拉美主要国家受到来自中国的出口贸易竞争程度在减轻，挤出份额也在减少；实证结果还显示，有些国家甚至挤出了中国的出口份额。

**关键词** 中国 拉美 美国市场 贸易竞争 出口挤占 CMS

## 一 引言

进入21世纪以来，中国和拉美及加勒比地区（以下简称“拉美”）的经济都取得了飞速发展。中国经济年均增长率达到9%，经济总量在2010年超过日本而成为全球第二大经济体。拉美自2003年走出阿根廷危机的影响到2008年全球金融危机爆发之前，维持了连续6年的经济高速增长，宏观经济保持稳定，失业率和通货膨胀率稳步下降。近年来“中国因素”在拉美经济发展进程中受到了广泛关注，中国强劲的进口需求带来的初级产品价格和出口额的上升帮助拉美国家实现了经济增长，并迅速走出了全球金融危机的阴影。但是来自中国的竞争因素同样受到关注，尤其是中国出口对于拉美出口的挤出成为关注的热点。

中国和拉美都是全球主要的出口区域。2010年中国出口总额达到15783亿美元，是1980年的87倍，年均增长17.2%；中国出口占世界出口总额的10.46%，成为世界第一大出口国<sup>①</sup>。中国不但大量出口劳动密集型产品和低技术含量产品，也越来越多地出口知识密集型和高技术型产品，覆盖了从纺织品到大多数高附加值工业产品的几乎所有领域。拉美自独立以来就是世界上主要的商品出口地区。1950年拉美占世界出口总量的12.4%。自1980年以来，逐渐结束进口替代战略的拉美国家开始改革出口贸易结构，出口总额显著提升。

进入21世纪以来，世界经济发展趋于稳定，中国强劲的原材料进口需求开始拉动拉美的出口。拉美地区贸易出口增长率在21世纪的头10年为7.4%。由于拉美地区国家之间发展情况差距较大，平均增长率无法反映各国的具体表现。具体到国家和地区层面，南方共同市场和安第斯共同体国家的表现明显优于该地区其他国家，出口年均增长率基本保持在10%以上。

中国作为一个迅速崛起的新兴市场国家，在世界总出口中比重的迅速上升使得中国被拉美这样依靠出口的地区视为一大竞争对手。进入21世纪以来，美国一直是中国主要的出口目的地，中国很依赖对美国的出口。而美国从二战后一直就是拉美国家主要的出口目的地。所以在美国市场上，中国和拉美的出口竞争情况受到学术界的重视。近年来关于中国崛起对拉美出口带来竞争的讨论越来越多，有些人认为中国在美国市场上对拉美的出口份额存在着明显的挤出效应。

中国经济的飞速发展很大一部分是由强劲的出口增长来拉动的，美国是中国最大的贸易伙伴，中国在美国市场份额的扩大必然会伴随其他国家和地区市场份额的损失，而拉美总出口的70%流向了美国，所以研究中拉在美国市场上的贸易竞争情况很有必要。外国学者在以往的研究中用到了扩展的恒定市场份额模型（CMS）、重力模型以及替代弹性的计量经济模型。绝大多数文献都认为中国的出

收稿日期：2012-08-27

作者简介：王飞，男，中国社会科学院研究生院世界经济专业博士研究生。（中国社会科学院研究生院，北京 102488）

<sup>①</sup> 1980年的数据来自中国商务部：《中国商务年鉴2004》；2010年数据来自联合国贸易商品统计数据库（UNCOMETRADE）2011年报告（<http://comtrade.un.org>）。

表1 1980~2010年中国出口商品的结构(单位:亿美元)

	1980		1990		2000		2010	
	金额	%	金额	%	金额	%	金额	%
出口商品总额	181.2	100	620.9	100	2492.1	100	15777.5	100
初级产品	91.1	50.3	158.9	25.6	254.6	10.2	817.2	5.2
工业制成品	90.1	49.7	461.8	74.4	2237.5	89.8	14962.2	94.8
机电产品*	13.9	7.7	110.9	17.9	1053.1	42.3	9334.3	59.5
高新技术产品*	-	-	-	-	370.4	14.9	4924.1	31.2

\* 机电产品和高新技术产品中包含部分相互重叠的商品。

资料来源:中国海关统计。http://www.customs.gov.cn/publish/portal0

从表2我们可以看到,拉美10大出口商品中初级产品占了6个,其中原油占比最大,基本保持在10%以上。在21世纪的头10年,拉美还是依赖于初级产品的出口,并没有实现出口结构的优化和升级。

在出口目的地方面,中国和拉美都实现了多样化。欧盟、美国、日本和东盟都成为中国主要的出口目的地。而拉美向美国出口的比重在下降,中国已成为其新的出口目的地之一。但这一情况在拉美整个区域中是不平衡的,地区大国在贸易目的地多元化方面取得的突破要远大于中美洲和加勒比地区国家。其中巴西自2008年以来对发展中国家的出口额已经超过了发达国家(欧盟、美国和日本)的出口总量,同时对非传统市场(非洲、中东和亚洲)的出口增速超过了对传统市场的出口增速。墨西哥的出口则集中在美国和加拿大,其中出口到美国的份额占其出口总额的80%以上,但这一数值在减少,2010年已经降到79.97%。<sup>④</sup>

① D. Lederman, M. Olarreaga, and G. Perry, "Latin America and the Caribbean's Response to the Growth of China and India: Overview of Research Findings and Policy Implications", paper prepared for the Program of Seminars at the World Bank and IMF Annual Meetings held in Singapore, Office of the Chief Economist for Latin America and The Caribbean at The World Bank, August, 2006.

② J. Blázquez - Lidoy, J. Rodríguez, and J. Santiso, "Angel or Devil? China's Trade Impact on Latin American Emerging Markets", in *Working Papers*, No. 252, OECD Development Center, 2006.

③ G. Hanson and R. Robertson, "The Evolution of Mexico's Manufacturing Exports: A Gravity Framework for Evaluating Supply and Demand Factors", in *IDB Working Paper*, 2006.

④ Instituto Nacional de Estadística y Geografía, "Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 2011". http://www.inegi.org.mx/

口增长对拉美在第三方市场上的出口是有负面影响的,中国在一定程度上挤占了拉美国家的出口份额。只有少数学者持不同意见。如莱德曼(Lederman)认为中国在第三方市场上并没有挤占拉美的份额<sup>①</sup>。利多伊(Lidoy)使用了包含620种不同商品的数据库,研究1998~2004年期间34个经济体(包括15个拉美国家)受到中国竞争的情况。<sup>②</sup>他们发现在美国市场上中国与拉美的产品不存在相应的贸易竞争,因为中国是一个原材料的净进口国和制造业产品的出口国,所以主要出口初级产品的拉美国家受到的竞争较小。汉森(Hanson)和罗伯逊(Robertson)研究了墨西哥、巴西、阿根廷和智利4个国家的贸易情况,在解释拉美国家在世界市场中出口份额下降的原因时,来自中国的竞争只被当成了次要因素。<sup>③</sup>

## 二 中国和拉美的出口比较

中国自2001年加入WTO之后,充分利用全球化和世贸组织的规则,迅速提升了自己的进出口贸易实力,尤其是在低技术制成品方面取得很大的成果。拉美的出口规模本身就很大,所以我们先比较这两个地区在总贸易量以及占世界比重上的变化。

中国贸易出口总额在2002年后开始超过拉美,并且两地区之间的差额越来越大。2003年中国总出口比拉美地区高出600亿美元,到2010年这一数字已经上升到7000亿以上,增长了10倍以上。中国贸易出口的迅速增加使得中国出口占世界出口的比重迅速上升,到2010年已超过10%。而拉美虽然在这10年中贸易额也有所增加,但是增加的份额相对于中国来说很小。从两个区域出口贸易总量占世界出口总量的比重看,拉美比较平稳,一直保持在接近于6%的水平,可以说拉美出口贸易与世界出口贸易几乎是同步增长的,并没有明显上升或者是下降。

在出口商品结构方面,中国的出口集中在工业制成品。从2008~2010年中国10大出口商品看,除了液晶器件之外都是SITC一位编码“7”目下的商品。根据表1的数据我们可以看到,中国出口商品结构中最重要的是初级产品比重大幅下降(从1980年的50.3%下降到2010年的5.2%),而工业制成品比重则显著上升(从1980年的49.7%上升到2010年的94.8%)。可以说中国在改革开放30年中基本实现了出口结构的优化。

表2 2001~2010年拉美10大出口商品比重(%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
原油	10	12.1	12.9	11.9	14.5	15.7	9.3	10.6	8.7	10
客车	5.6	5	4.2	3.4	3.3	3.6	3.9	3.8	3.5	4.1
铁矿石	-	-	-	-	-	-	-	2.1	2.2	4
精炼铜	1.5	-	-	2.1	2.2	3	3.4	3	2.8	3.4
电视广播接收机	1.9	2	1.8	1.7	1.9	2.5	3.2	2.9	3	2.7
矿石和精矿铜	-	-	-	-	1.6	2.4	2.9	2.3	2.1	2.6
大豆	-	-	1.8	1.7	1.5	-	1.7	2.2	2.4	2.4
电话和电报设备	-	-	-	-	-	-	1.8	2.2	2.7	2.4
石油产品	3.5	2.1	2.3	3.8	4.7	4.7	2.8	4.3	3.1	2
机动车辆组成零件	1.7	2	1.9	1.9	1.8	1.8	2.3	-	-	1.8
合计	24.2	23.2	24.9	26.5	31.5	33.7	31.3	33.4	30.5	35.4

资料来源: ECLAC, *Statistic Yearbook for Latin America and the Caribbean 2011*, Santiago, Chile, 2011.

我们看到, 美国是中国和拉美共同的主要出口目的地。因为美国是世界上第一大进口国, 而且是拉美和加勒比地区国家最重要的贸易伙伴, 因此有必要对中国和拉美在美国市场上的出口竞争程度进行量化分析。

### 三 中国和拉美出口竞争性分析

这一部分运用市场份额和贸易强度指标从总体上把握中国和拉美主要国家在出口方面的竞争程度。这两个指标从不同角度对各国贸易出口总额进行测度, 虽然无法细化到每种商品层面, 但能够定性分析出中拉之间是否存在竞争性。

#### (一) 市场份额

市场份额 (Market Share, MS) 是指某一时期内特定国家出口到美国所有商品的贸易额占美国当年进口总额的百分比。市场份额指标从总体上反映了目标国出口的竞争力水平。

$$MS_t^i = \frac{\sum_i imports_{ri}^t}{\sum_i \sum_c imports_{ci}^t} \quad (1)$$

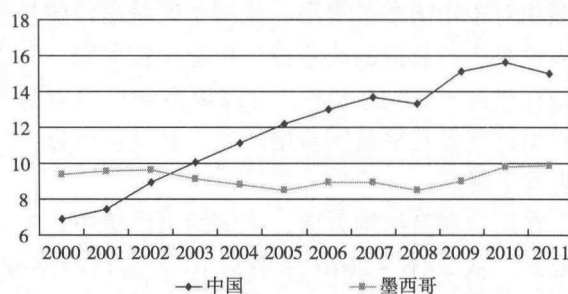
其中  $t$  代表时期, 通常为一年,  $i$  代表商品种类,  $r$  代表目标国,  $c$  代表所有对美国市场出口的国家, 有  $r \in c$ 。那么在 (1) 式中, 分子代表目标国在  $t$  时期对美国的所有出口, 分母代表美国  $t$  时期所有国家全部商品的进口总和。

显然, 市场份额的增加代表了出口竞争力的提高。美国是世界上最大的贸易进口国, 根据美国国家统计局的数据显示, 1992 年美国商品进口额为 5365.3 亿美元, 到 2000 年这一数值已达到 12305.7 亿美元, 2011 年美国全年进口 22352.8 亿美元。<sup>①</sup> 回顾过去 20 年, 几乎每 10 年美国进口额

就会翻一番, 如何利用好美国这个大市场已经成为各国的战略主题。

中国和拉美 7 大国每年出口到美国的贸易总额是分层次的。中国和墨西哥为第一类, 巴西、哥伦比亚和委内瑞拉为中间值, 其余国家则比较少。首先看中国和墨西哥之间的竞争。由于墨西哥是北美自由贸易区成员, 所以其出口的大部分 (80%) 流向美国, 可以说美国是其最重要的贸易伙伴。根据图 1 显示, 中国占美国进口的份额从 2003 年开始超过了墨西哥, 并且两国之间的差距在扩大。2000 年美国从中国进口占其进口总额的 6.9%, 从墨西哥进口占 9.38%; 到 2011 年, 中国的份额上升到 15%, 但墨西哥仍然保持在不到 10% 的水平。这 10 年来, 墨西哥出口占美国的市场份额保持了相对的稳定性, 我们没有看到中国在美国市场上对墨西哥出口份额的挤占。

图 1 中国和墨西哥占美国进口的份额 (%)



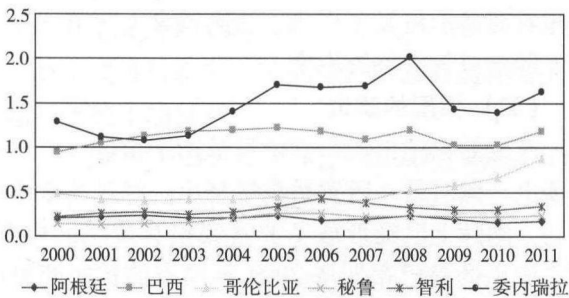
资料来源: 根据美国国家统计局相关数据计算。  
<http://www.census.gov>

再来看拉美其他主要国家。由于这些国家相对

① 美国国家统计局。 [http://www.census.gov/foreign-trade/Press-Release/current\\_press\\_release/](http://www.census.gov/foreign-trade/Press-Release/current_press_release/)

于墨西哥来说贸易更加多元化，对美国的出口额占美国进口总额的比重较小。在 2000~2011 年期间，尽管这些国家在美国市场上的份额有一些上升或下降，但都是在很小的区间内变动。除阿根廷 2011 年的市场份额略低于 2000 年之外，其余国家都实现了市场份额的小幅增加（图 2）。所以，我们可以得出和墨西哥相同的结论，即从贸易总量上看，中国占美国进口的市场份额的增加并没有威胁到拉美主要国家。

图 2 其他拉美国家占美国的进口份额 (%)



资料来源：根据美国国家统计局相关数据计算。

<http://www.census.gov>

## (二) 贸易强度

市场份额指标能够反映出一国同其他国家相比在美国市场上的出口表现。但相对于出口国自身在整个世界贸易中的地位，要反映其在美国市场上的出口份额是否达到了预期的水平，就需要用贸易强度 (Trade Intensity, TI) 指标来衡量。这个指标从相对意义上描述出口国在某一市场上的竞争力表现，即衡量一国在某一出口市场上的竞争力是否达到了其在整个世界市场上的平均水平。贸易强度反映了同世界市场相比出口国同美国市场联系的密切程度，或者说对美国市场的开发程度。公式如下：

$$TI_{ij} = \frac{X_{ij}/X_{iw}}{M_{jw}/M_{ww}} \quad (2)$$

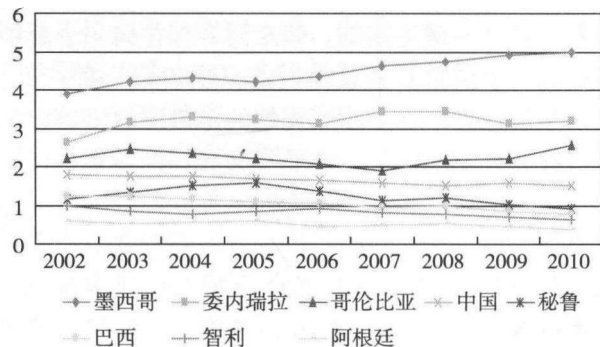
其中，X 代表出口，M 代表进口。i 表示出口国，j 表示美国。于是  $X_{ij}$  表示 i 国对美国的出口额， $X_{iw}$  表示 i 国对世界的出口额， $M_{jw}$  表示美国从世界的进口额， $M_{ww}$  表示世界总进口。若结果大于 1，表明出口国对美国的出口大于依据其在全球贸易中的份额所预期的出口，或者说对美国市场的开发程度高于对世界市场开发的平均水平。

下面比较 2002~2010 年期间中国和拉美 7 大国出口对美国市场的贸易强度值。其中墨西哥、委内瑞拉、哥伦比亚、中国、秘鲁和巴西的出口强度

值均超过了 1 (后两个国家的出口强度在近年有所下降，秘鲁降至略低于 1 的水平，巴西从 2007 年开始连续 4 年低于 1)，表明这些国家在美国市场上的份额超过了按照它们各自在世界出口市场上的份额预期达到的水平。换言之，这些国家对美国市场的开发程度很显著。其中，墨西哥、委内瑞拉和哥伦比亚 3 个国家充分利用了地缘优势，其贸易强度都在中国之上。另外，位于南美洲的智利和阿根廷对美国出口的贸易强度是比较低的，同属于南美洲的秘鲁和巴西近年来贸易强度已降到了 1 以下。所以从贸易强度角度来看，拉美 7 大国按照地理位置很自然地分成了两组，对美国出口呈现出不同的贸易强度，中国则扮演了分界线的角色。

通过对比绝对指标，我们大概了解到各国对美的出口强度值，还应该从历年的变化情况考查各国贸易强度的变化。图 3 显示的是近年来各国对美贸易强度的演进。我们可以清晰地看到，墨西哥、委内瑞拉和哥伦比亚 3 国一直保持在前 3 位而且贸易强度值保持稳定，从 2002 年起贸易强度值有所上升。其中墨西哥的贸易强度最大，与其他国家之间的差距也在拉大。相对于这 3 个国家，中国、巴西、秘鲁、智利和阿根廷在美国市场上的贸易强度在减弱。2010 年，除中国外，另外 4 个拉美国家的贸易强度值已经降到 1 以下。中国对美出口的贸易强度指标从 2002 年的 1.79 下降到了 2010 年的 1.49。智利和阿根廷的贸易强度一直在 1 以下，说明这两国并不以美国为最重要的出口市场，从历史上看，这两国的出口目的地也呈现出多元化特点。

图 3 2002~2010 年中国和拉美 7 大国对美贸易强度的变化趋势



资料来源：根据联合国贸易商品统计数据库 2011 年报告 (<http://comtrade.un.org>) 和美国国家统计局 (<http://www.census.gov/>) 相关数据计算并绘制。

#### 四 中国在美国市场上对拉美出口贸易的挤出实证

在关注了中国和拉美主要国家贸易出口在总量方面的竞争程度之后,有必要具体从商品层面定量分析中拉之间出口份额的挤占程度。中国经过改革开放之后的产业调整,初级产品出口比重下降,而拉美还是依赖于初级产品的出口。最近“再工业化”被众多拉美国家重新提出,工业制成品的出口代表着拉美国家出口和技术结构优化以及产业结构升级的方向。因此这一部分重点从制成品方面论证出口份额的挤占程度。

##### (一) CMS 模型的理论基础

恒定市场份额模型 (Constant Market Share Model, CMS) 由泰森斯基于 1951 年首次应用于国际贸易的分析中,近几十年来已成为衡量一国出口竞争力的有效工具。在这个模型的分析框架中,一国的出口变化被分成 4 个部分:国际出口总增长因素、市场层面、商品层面和竞争力层面因素。CMS 模型假定如果一国竞争力保持不变,那么随着时间的变化,该国在目标市场中的份额应当保持不变。用 CMS 方法推算出的出口增长与实际增长之差可以归结为竞争力的影响。在 4 部分变化中,前 3 项代表了一国在某一市场上出口份额的保持,统称为结构层面;最后一项则给出了出口份额的变化,称为竞争力层面。<sup>①</sup> 在后一层面上最能说明竞争力的是价格因素,即不同国家在目标国市场上出口份额的变化归根结底是由于价格的不同造成,即需求是价格的函数。

所以出口价格与出口市场份额之间关系的变动正是该模型的理论基础。假定同时存在向一个市场出口的两个国家,并且他们都只出口同一种产品。那么在第三方市场上相互竞争的出口国的出口需求可以被表示成<sup>②</sup>:

$$\frac{q_1}{q_2} = f\left(\frac{p_1}{p_2}\right) \quad (3)$$

其中  $q_1$  代表国家 1 的出口额,  $p_1$  代表国家 1 的出口价格。同理,国家 2 的价格和出口额采取相应的形式。于是这一函数关系表示出了商品在两个国家间的基本替代形式。贸易竞争实际上就是价格的竞争。当然这种价格反映了一国出口的竞争力,包括了禀赋、技术、运输成本等要素。我们还需要对公式进行进一步修改:

$$\frac{p_1 q_1}{p_2 q_2} = \frac{p_1}{p_2} \times f\left(\frac{p_1}{p_2}\right) \quad (4)$$

$$\Rightarrow \frac{p_1 q_1}{p_1 q_1 + p_2 q_2} = \left(1 + \frac{p_2 q_2}{p_1 q_1}\right)^{-1} = \left\{1 + \left[\frac{p_1}{p_2} \times f\left(\frac{p_1}{p_2}\right)\right]^{-1}\right\}^{-1} = g\left(\frac{p_1}{p_2}\right) \quad (5)$$

其中  $p_1 q_1 / (p_1 q_1 + p_2 q_2)$  就是国家 1 在第三方市场上的出口份额,  $g(p_1/p_2)$  是一个以两国之间出口价格比率为自变量的函数。于是我们可以将国家 1 在第三方市场的出口份额表示成关于两国间出口相对价格的函数。这就意味着,除非两国之间的相对商品价格发生变化,否则国家 1 在第三方市场上的出口份额保持不变。

##### (二) 模型的改进

改进的恒定市场份额模型被用来衡量在第三国市场上两国对另一国贸易竞争挤出。经过几十年的发展,国际上已经形成了非常完整和成熟的模型。本文应用的是巴蒂斯塔 2008 年提出的扩展的恒定市场份额模型<sup>③</sup>。跟传统模型相比,这个模型将一国在一定时期内在另一国市场上出口总份额的变化分解成两个部分:竞争效应和产品组成效应。

$$\Delta K_H = \sum X_{Hi}^t \times \Delta m_i + \sum M_i^{t+1} \times \Delta K_{Hi} \quad (6)$$

其中,  $K_H$  代表美国所有进口总额中 H 国所占份额;

$X_H$  代表 H 国出口到美国的贸易总额;

$m_i$  代表商品 i 在美国全部进口额中的份额;

$M_i$  代表美国进口商品 i 的贸易总额;

t 和 t+1 分别代表年份。

在 (6) 式中,第一部分是产品组成效应,第二部分则代表了竞争效应。

如果在第三国市场上只有两个出口国家在竞争,那么一国出口份额的增加必然以另一国出口份额的减少为代价。但在现实中,在美国市场上的贸易竞争是在很多国家之间展开的,有些国家出口竞争力增强,市场份额上升,另一些国家则会因为出口竞争力的减弱而丢掉出口份额。所以很有必要将一国丢掉的市场份额进一步分解,看看是因为

① A. Merckies and T. Meer, "A Theoretical Foundation for Constant Market Share Analysis", in *Empec*, Vol. 13, 1988, pp. 65-88.

② 孙笑丹:《国际农产品贸易的动态结构与增长研究》,中国农业科学院博士后研究报告,北京,经济科学出版社,2007年。

③ Chami Batista, "Competition between Brazil and other Exporting Countries in the US Import Market: A New Extension of Constant - Market - Shares Analysis", in *Applied Economics*, Vol. 40, No. 19, 2008, pp. 2477-2478.

哪些国家的份额增加而对该国原先的出口份额进行了挤出。

巴蒂斯塔对模型进行了改进,认为原先模型并没有考虑在第三方市场上贸易出口国自身的出口增长率。他提出了一个新的方法,将两国之间的出口增长率考虑到竞争效应的组成中去。换言之,如果一国往美国出口份额的增加慢于另一国,那么这个国家出口份额的损失可能是另一国出口份额增加的挤出。

一国(H)在商品*i*上被中国(C)挤占的市场份额可以表示为:

$$\Delta K_{HCi} = \sum K_{Hi} \times K_{Ci}^t - \Delta K_{Ci} \times K_{Hi}^t \quad (7)$$

对上式进行求和,可以得出所有商品种类上丢失给中国的市场份额:

$$\sum \Delta K_{HCi} = \sum \Delta K_{Hi} \times K_{Ci}^t - \sum \Delta K_{Ci} \times K_{Hi}^t \quad (8)$$

对公式(7)进行改写:

$$\Delta K_{HCi} = \left( \frac{\Delta K_{Hi}}{K_{Hi}^t} - \frac{\Delta K_{Ci}}{K_{Ci}^t} \right) \times K_{Hi}^t \times K_{Ci}^t \quad (9)$$

因为  $x_{Hi}^t = \frac{X_{Hi}^t}{M_H^t}$ , 并且  $K_{Hi}^t = \frac{X_{Hi}^t}{M_i^t} = x_{Hi}^t \times \frac{M_H^t}{M_i^t}$

将这个结果带入公式(9),可以得到:

$$\Delta K_{HCi} = \left( \frac{\Delta K_{Hi}}{K_{Hi}^t} - \frac{\Delta K_{Ci}}{K_{Ci}^t} \right) \times x_{Hi}^t \times \frac{M_H^t}{M_i^t} \times K_{Ci}^t \quad (10)$$

进而可以改写成:

$$\frac{M_i^t}{M_H^t} \times \Delta K_{HCi} = \left( \frac{\Delta K_{Hi}}{K_{Hi}^t} - \frac{\Delta K_{Ci}}{K_{Ci}^t} \right) \times x_{Hi}^t \times K_{Ci}^t \quad (11)$$

最后将所有商品加总可以得到:

$$\frac{1}{M_H^t} \times \sum M_i^t \times \Delta K_{HCi} = \sum \left( \frac{\Delta K_{Hi}}{K_{Hi}^t} - \frac{\Delta K_{Ci}}{K_{Ci}^t} \right) \times x_{Hi}^t \times K_{Ci}^t \quad (12)$$

### (三) 实证分析

#### 1. 目标国选取

拉美有33个国家,各自出口的专业化程度和出口商品及地区结构各不相同,大体上可以分成3个区域。(1)南美洲国家,主要代表是巴西、阿根廷和智利等大国。这些国家经济发展水平较高,并且出口的商品结构和地区结构比较多样化,其贸易总和占拉美地区一半以上。(2)中美洲地区,主要指以哥斯达黎加、尼加拉瓜为代表的中美洲国家。这些国家自然资源丰富,经济发展对美国的依赖较深,并且有一定的工业生产能力,制成品出口初具规模。(3)加勒比地区,该地区国家自身经济实力很小,由于靠近美国,其工业生产主要是以美国为出口目的地,但由于其贸易规模与前两组国

家相比太小,所以不是本文考察的重点。

我们根据拉美次区域的实际情况,再加上跟中国的贸易合作关系,选出巴西、阿根廷、秘鲁、智利、哥伦比亚、墨西哥和委内瑞拉这7个地区最大的国家为代表。这些国家涵盖南美洲和中美洲主要国家,还包括北美自由贸易区的成员。我们还需要选取2个中美洲国家以保证数据的全面性。哥斯达黎加是中国的重要贸易伙伴,在全球已经和中国建立自由贸易区的10个国家和地区中,哥斯达黎加是拉美除了智利和秘鲁之外的第3个签约国。另外拉美地区有很多国家还保持着与台湾地区的“邦交关系”,所以我们选取尚未与中国建交的尼加拉瓜为代表。

#### 2. 数据选取

根据联合国贸易商品统计数据,按照联合国SITC第三版的分类标准,本文重点关注制成品方面(SITC 5-8)来自中国的竞争。按照SITC两位编码计算,选取2001年、2007年和2010年这3个年份的数据。2001年12月中国加入世界贸易组织,所以这一年的数据代表了中国贸易最大开放之前的情况。2007年是全球金融危机之前的数据,2010年则是最新的可得数据。当然我们知道全球金融危机之后由于美国自身经济增长的衰退,从拉美各国的进口普遍下降,但哥伦比亚和哥斯达黎加等国出口到美国的贸易总额却在增加。本文不关注2008~2009年期间的情况,因为金融危机之后拉美的出口已经恢复,重点关注2010年的情况,然后跟2007年比较,就可以看出危机前后的变化。

在数据类别方面,根据传统的H-O贸易理论,一国应该集中生产出口其具有相对优势的产品,并且充分利用规模经济带来的报酬递增,带来福利的增进。拉美自然资源丰富,专业化生产资源密集型产品并且大量出口。中国最初的贸易开放其实也是走资源密集型道路,但由于中国特殊的国情,真正贸易的增强是由劳动密集型工业品的出口带动的。近年来中国出口产品的技术含量在加强,2010年初级产品的出口只占总出口的5.2%。另外有学者提出,拉美走出本轮金融危机的有效途径就是走技术创新之路,全面提升国内生产力水平,优化出口结构。所以本文只比较在制成品方面中国和拉美之间在美国市场上的竞争。

#### 3. 实证结果

公式(12)左边给出了在美国市场上H国由于中国而失掉的总出口份额,右边括号中的部分反

映在  $t$  时期内中国和  $H$  国在美国市场出口份额的变化。当中国市场份额增加, 即中国市场份额的增速超过  $H$  国时, 这一部分的取值为负数。

中国自 2001 年加入 WTO 之后对美国出口迅速增加, 无论是总额还是比例方面都得到了很大的提升。尤其是制成品方面, 利用中国相对低廉的劳动力优势靠低价格竞争, 出口到美国的制成品比重在增加。表 3 给出的是根据公式 (12) 计算出的代表国家在美国市场上因为中国而丢失的制成品市场份额。

表 3 美国市场上拉美国家因为中国而丢失的制成品市场份额 (%)

	2001 ~ 2007	2007 ~ 2010
阿根廷	-5.40	-0.94
巴西	-9.40	-6.42
智利	-0.84	-1.90
哥伦比亚	-1.80	0.43
哥斯达黎加	-11.33	21.06
墨西哥	-11.53	-1.43
尼加拉瓜	4.17	0.82
秘鲁	-3.68	-4.32
委内瑞拉	-1.07	-0.22

资料来源: 根据联合国贸易商品统计数据库 2011 年报告相关数据计算。http://comtrade.un.org

从相互贸易挤占角度看, 尼加拉瓜在两个时期

表 4 SITC 一位编码下拉美各国在美国市场被中国挤出的制成品份额 (%)

编码	2001 ~ 2007				2007 ~ 2010			
	SITC5	SITC 6	SITC 7	SITC 8	SITC 5	SITC 6	SITC 7	SITC 8
阿根廷	-0.06	-2.24	-0.35	-2.76	-0.31	0.90	-0.59	-0.94
巴西	-0.03	-1.18	-5.37	-2.81	-0.10	-1.76	-3.27	-1.29
智利	-0.20	-0.06	-0.01	-0.57	-0.11	-1.54	-0.13	-0.13
哥伦比亚	-0.02	-0.70	-0.16	-0.92	-0.03	0.03	0.02	0.41
哥斯达黎加	0.01	-0.20	-2.66	-8.48	-0.15	0.12	22.37	-1.29
墨西哥	-0.03	-0.63	-7.68	-3.19	-0.03	-0.01	-1.20	-0.20
尼加拉瓜	0.00	-0.02	1.32	2.88	0.00	0.02	1.01	-0.21
秘鲁	-0.01	-2.01	-0.03	-1.62	0.00	-2.24	-0.03	-2.06
委内瑞拉	-0.09	-0.68	-0.21	-0.10	-0.08	-0.07	-0.06	-0.02

资料来源: 根据联合国贸易商品统计数据库 2011 年报告相关数据计算。http://comtrade.un.org

首先看尼加拉瓜, 全球金融危机前该国挤出中国份额的产品主要集中在机械及运输设备 (SITC 7) 和合金制成品 (SITC 8) 上<sup>①</sup>, 而中国 10 大出口产品中有 9 项属于机械及运输设备这一类别, 所以说尼加拉瓜给中国带来了竞争, 尽管竞争程度并不大。金融危机之后尼加拉瓜只在机械及运输设备上挤出

都挤占了中国的份额, 即在美国市场上尼加拉瓜制成品出口份额的增加是以中国份额的相应减少为代价的。哥伦比亚和哥斯达黎加在第一个时期内被中国挤出, 但在全球金融危机之后的 4 年中实现了对中国的挤出。其余国家都是负值, 即在两个时期中都被中国挤出了市场份额。

从两个时期的挤出程度看, 尽管尼加拉瓜的表现一直优于中国, 但挤出份额在减少。哥斯达黎加和哥伦比亚两国都是在 2001 ~ 2007 年期间受到了中国的挤出, 其中哥斯达黎加被挤出的份额较多 (11.33%)。但两国在全球金融危机之后实现了份额的提升, 特别是哥斯达黎加, 挤出中国 21.06% 的份额。除智利和秘鲁外, 其余国家被挤出的份额都有所下降, 其中墨西哥的下降幅度最大 (减少 10% 左右)。阿根廷和委内瑞拉在 2007 ~ 2010 年期间并没有被中国挤出多少份额。

关注了制成品整体层面的情况, 我们有了总体把握, 但具体到商品层面基础的份额实证更为重要, 有利于更深入把握中国在美国市场上到底在哪些产品上挤出了拉美, 又在哪些产品上受到拉美出口的挤出。表 4 是具体到产品层面上, 中国在美国市场上对拉美主要国家制成品方面的份额挤出。

了中国的份额。再来看哥斯达黎加。金融危机后该国总体挤出中国 21.06% 的份额, 但具体到商品层面上, 我们发现该国在化学品和相关产品 (SITC 5) 和合金制成品上仍然是被中国挤出的, 但在机械及

① SITC6 代表根据原材料种类划分的制成品。



运输设备上哥斯达黎加从被中国挤出(-2.66%)变成了挤占了较大的份额(22.37%)。

在每一个商品大类上都被中国挤出的国家有巴西、智利、墨西哥、秘鲁和委内瑞拉。阿根廷和哥伦比亚则在个别商品大类上没有被中国挤出。无论在哪个时期,所选国家在化学品和相关产品上被中国挤出的份额都可以忽略,即在一大类上中国并没有挤出拉美国家多少份额。中国对拉美挤出最显著的部门是机械及运输设备(尼加拉瓜除外),这也充分印证了比较优势理论,因为中国在这个部门拥有更高的比较优势。

## 五 结论

通过对在美国市场上中国挤出拉美国家市场份额的计算,我们发现挤出程度并不是很严重。尤其是全球金融危机之后中国对于所选拉美国家的挤出在减少,在2007~2010年期间,阿根廷、哥伦比亚、墨西哥、哥斯达黎加、尼加拉瓜和委内瑞拉在制成品方面可以说没有受到来自中国的竞争。跟以前的研究结果不同,墨西哥受到来自中国的竞争很小。另外,尼加拉瓜、哥斯达黎加和哥伦比亚都挤出了中国的份额。尼加拉瓜还没有与中国建交,哥斯达黎加已经与中国建成了自由贸易区,这两个国家相同的结果足以代表拉美各国与中国之间的具体竞争和合作情况。

影响一个国家出口竞争力的因素包括价格因素和非价格因素。价格因素就是比较成本优势,细化之后就是禀赋、规模经济和运输成本。非价格因素包括产品质量、营销策略和政府政策。分析贸易竞争,我们还是得从比较优势理论入手。国际贸易的基础是生产技术的相对差别以及由此产生的相对成本的差别。每个国家都应根据“两利相权取其重,两弊相权取其轻”的原则,集中生产并出口其具有“比较优势”的产品,进口其具有“比较劣势”的产品。

首先值得关注的是禀赋。虽然像新加坡等缺少资源的国家通过转口贸易获得了经济发展的成功,但禀赋仍然是最重要的自主增长的基础。中国虽然自然资源丰富,但人均水平却落后于世界平均水平,更无法与资源丰富的拉美国家相比。中国拥有世界上最多的人口,并且拥有6.4亿的劳动力。基于这一劳动力优势,中国工人的工资相对较低,所以产品得以在世界市场上以相对低价参与竞争。而

拉美国家工会力量非常强大,再加上历史上“精英模式”的影响,工资水平比中国要高得多。显然中国产品在市场上的竞争优势是由劳动力要素的比较优势支持的。

其次是生产率,即技术发展水平。传统上中国的低工资水平反映出中国制成品部门低下的劳动生产力。跟墨西哥和巴西这两个拉美大国相比,中国的生产率水平要低很多,但在生产率水平的变动趋势上,中国的增速要明显快于拉美国家。<sup>①</sup>按照这一趋势,不久的将来中国在一些产品上的生产率水平将实现对拉美国家的技术赶超。

最后是规模经济和政府作用。中国作为世界经济总量第二大的国家,充分利用了规模经济的优势,出口的份额不断增大。尤其是在资本和技术密集型产品的生产上,充分发挥上下游产品生产链的作用,节约生产成本,提高经济效益。经济总量的差别对中国和拉美吸收外国直接投资(FDI)也扮演了不同的角色,而FDI又对出口贸易有溢出作用。政府作为“看得见的手”调节宏观经济,保持经济增长的稳定性,有助于保证国家的出口竞争力。中国政府充分利用财政和货币政策“逆经济风向行事”,在不同时期实现宏观经济“软着陆”,并在全球金融危机后提出“保增长,促就业”的宏观经济运行基调,实现了经济的平稳运行,这对中国保持出口竞争力产生了重要影响。而拉美国家则受其自身经济发展战略变化的影响,直至进入21世纪之后才开始采取反周期的积极经济政策来应对宏观经济的不稳定性。全球金融危机之后拉美国家的出口受到很严重的影响,最近拉美国家贸易保护主义有抬头的趋势,因此拉美贸易政策仍然有很大的不确定性。

中国的发展对拉美而言可以说是一个有可能助其改变单一出口模式的契机。面对来自中国的竞争,拉美各国可以通过不断提升自己的商品质量和出口的整体竞争力,从而确保其在美国市场上的出口份额。与此同时,墨西哥和中美洲国家更应该利用好距离美国市场近的优势,加快国家基础设施建设,提高公路、港口、铁路和机场效率,以降低交易和运输成本。

(责任编辑 黄念)

<sup>①</sup> Rhys Jenkins, "The Impact of China on Latin America and the Caribbean", in *World Development*, Vol. 36, No. 2, 2008, pp. 235 - 253.