

西南五省(市)区外贸发展比较研究

何伟福

(厦门大学人文学院,福建厦门 361005)

摘要:文章从对外贸易规模和地位、出口商品结构及贸易方式等方面比较分析了西南5省(市)区四川、重庆、广西、云南、贵州外贸发展的状况,发现西南地区对外贸易在全国处于劣势,并结合西南地区的实际,提出了发展外贸的若干建议。

关键词:区域经济;西南地区;对外贸易;比较

一、西南5省(市)区对外贸易现状比较

对外贸易规模和地位、出口商品结构、出口企业经营主体结构、贸易方式等是衡量一国或地区对外贸易发展水平的重要指标。通过分析这些指标,可以看出一国或地区的对外贸易发展状况。

1、外贸进出口规模及地位。自2003年以来,西南5省(市)区的对外贸易取得了显著成绩,进出口总值从2003年的150.81亿美元增加到2007年的421.63亿美元,增长了约180%。比较表1中5省市区各年度进出口总值可知,各省市区对外贸易发展态势良好,但外贸进出口规模和地位有很大差异。从总体上来看,自2003年到2007年,西南5省市区外贸进出口规模,按从大到小顺序排列,依次为四川、广西、云南、重庆、贵州。近几年来,贵州对外贸易发展较快,但排名前四位的四川、广西、云南、重庆外贸发展更迅猛,因此,贵州外贸进出口规模与四川、广西、云南、重庆的差距越来越大。

表1 2003~2007年西南5省(市)区进出口总值比较

(单位:亿美元)

年份	四川	广西	云南	重庆	贵州
2003	56.40	31.92	26.70	25.95	9.84
2004	68.70	42.88	37.50	38.57	15.14
2005	79.00	51.83	47.40	42.93	14.04
2006	110.20	66.74	62.30	54.70	16.17
2007	143.85	92.80	87.80	74.45	22.73

资料来源:2003~2007年西南5省(市)区国民经济与社会发展统计公报。

2003~2007年,西南5省(市)区进出口总值年均增长速度按从大到小的顺序排列,依次是重庆33.6%、云南31.82%、广西30.92%、贵州28.92%、四川26.66%,贵州外贸进出口年均增速位于第四位,分别低于重庆、云南、广西年均增速4.68、2.9、2.0个百分点,但同时高于四川2.26个百分点。2007年,西南5省(市)区外贸进出口总值平均比上年增长37.4%,增幅比全国平均水平(23.5%)高13.9个百分点。其中,同年增幅最大的是云南(40.9%),其次是贵州(40.5%),增幅排列后三位的分别是广西(39.2%)、重庆(36.0%)、四川(30.5%)。贵州近五年外贸进出口年均增速之所以高于四川,2007年增长速度在西南5省(市)区中列第二位,同年四川外贸进出口总值增长速度排末位,一是由于

近几年来贵州根据国家宏观形势和政策,积极调整对外贸易战略,扩大对外贸易领域和范围,改善外贸软硬环境和工作机制,对外贸易取得了长足进步。二是由于四川是西南地区的外贸进出口规模最大的省,进出口基数大,每增加一个百分点都十分不易,所以增长速度相对缓慢。

2、出口商品结构比较。机电产品和高新技术产品出口规模及占出口比重是反映外贸竞争力的重要指标。以2006年为例,西南5省(市)区机电产品出口规模和占全国机电产品出口(5494.2亿美元)比重从大到小排列依次为:四川,24.5亿美元,0.45%;重庆,22.59亿美元,0.41%;广西,8.1亿美元,0.15%;云南,4.5亿美元,0.08%;贵州,1.73亿美元,0.032%。排名第一、第二的四川和重庆,机电产品出口规模大约是广西3倍、云南的5倍还多;排在前四位的四川、重庆、广西、云南的机电产品出口额分别是贵州的14.16倍、13.06倍、4.68倍、2.6倍,由此对比可以看出,贵州机电产品出口与四川、重庆、广西、云南的差距非常明显。2006年西南5省(市)区机电产品出口额占各省出口比重,按从大到小排列,依次是:重庆,67.4%;四川,37%;广西,22.5%;贵州,16.7%;云南,13.2%。从这组数据看,贵州排名第四位,位居云南之前,这是因为云南出口绝对数(33.9亿美元)大于贵州出口绝对数(10.39亿美元)。

2006年西南5省(市)区高新技术产品出口额,按出口规模和占全国高新技术产品出口(2815亿美元)比重从大到小排列,依次是:四川,9.7亿美元,0.34%;云南,6.7亿美元,0.24%;重庆,1.36亿美元,0.05%;广西,1.06亿美元,0.04%;贵州,0.32亿美元,0.01%。排名第一、第二的四川和云南,高新技术产品出口额比排名后三位的重庆、广西、贵州占绝对优势;排名前四位的四川、云南、重庆、广西高新技术产品出口规模分别是排在末位的贵州的30倍、21倍、4.25倍、3.31倍,因此,贵州高新技术出口在西南地区中处于落后地位,想赶超其他省份非常困难。如果按照2006年高新技术产品出口额占各省外贸市场的比重大小排列,依次为:云南19.6%,四川14.7%,重庆4.06%,贵州3.1%,广西2.9%。这一指标排序贵州位居广西之前,是因为广西同期外贸出口额(35.99亿美元)远大于贵州出口额(10.39亿美元)的缘故,广西为贵州的3.5倍。

3、贸易方式比较。2007年西南5省(市)区一般贸易出口按从大到小的顺序排列,依次是四川97.8亿美元、广西65亿美元、云南64.7亿美元、重庆63.6亿美元、贵州19.56亿美元。虽然贵

州一般贸易出口额排名在末位,但贵州一般贸易比上年增长49.6%,增幅仅次于云南(52%)居西南第二位,排名在广西(39.5%)、重庆(34.8%)、四川(21.1%)之前,说明贵州外贸出口以一般贸易为主。

2007年,5省(市)区加工贸易进出口规模从大到小顺序依次排列为:四川36.5亿美元、云南11.6亿美元、广西9.5亿美元、重庆5.1亿美元、贵州3.02亿美元。比较以上数据不难看出,四川、云南、广西无论是一般贸易还是加工贸易,发展都较快;重庆排名较后;贵州排名在最后,并且与排名前四位的差距很大,四川、云南、广西、重庆加工贸易规模分别是贵州的12.1倍、3.8倍、3.2倍、1.7倍。

4、外贸经营主体比较。2007年,西南地区私营企业进出口规模最大的的是四川,仅出口就达37.2亿美元;广西(38.1亿美元)位居第二,重庆(24.9亿美元)排名第三,云南(23.2亿美元)居第四,贵州的私营企业进出口规模太小(1.98亿美元),排名最后一位。虽然贵州私营企业进出口规模最小,但增长速度却是最快的,达57.7%;其他省份私营企业进出口在同期增幅分别为云南50.4%、广西53.9%、重庆31.1%、四川30.7%。这表明贵州的私营企业发展迅猛,是贵州创新私营企业发展机制,采取切实可行的措施促进私营经济发展的结果。

2005~2007年,西南5省(市)区外商投资企业进出口值如下表2。

表2 2005~2007年5省区外商投资企业进出口总值

(单位:亿美元)

省区	四川	重庆	广西	云南	贵州
2005	14.9	15.6	17.9	4.0	2.7
2006	29.0	20.5	22.0	4.9	1.9
2007	49.7	30.2	28.9	5.6	2.5

从表2可以计算出,2005~2007年外商投资企业进出口总值增长最快的是四川,增长2.34倍;其次是重庆、广西,分别增长0.94倍、0.61倍;云南增长0.4倍,贵州负增长-0.09倍。

从国有企业进出口规模来看,云南国有企业实力明显较强,2007年外贸进出口总值为55亿美元,在西南地区排名如果不是第一,至少也是第二,因四川省国有企业同期出口为27.3亿美元,缺乏进口统计数据;云南国有外贸企业进出口总值占同年全省外贸进出口总值的62.6%,国有外贸企业在云南外贸中仍然保持主体地位。同期广西、重庆、贵州国有企业外贸进出口总值分别是22.9亿美元、19.1亿美元、17.7亿美元,分别占各省市当年外贸进出口总值的24.7%、25.7%、77.9%,由此看出,贵州国有企业在外贸进出口中占有主体地位。2007年四川国有企业出口额占全省出口比重的31.7%,几乎占外贸出口的三分之一。

二、西南5省市区对外贸易中存在的主要问题

近几年来,西南地区对外贸易发展迅速,在推动西南5省(市)区经济发展过程中发挥了重要作用,但同时在发展中也存在一些问题:

一是经济的开放度较低。外贸依存度和出口依存度在一定程度上可以反映一国或地区经济的外向型程度。2007年全国及西南各省区外贸依存度分别是:全国66%、四川10%、广西12%、重庆14%、云南14%、贵州6%;出口依存度分别是:全国37%、四川

6%、广西7%、重庆8%、云南8%、贵州4%。2007年西南5省市区外贸依存度太低,最高的重庆和云南也只是14%,最低的贵州仅6%;5省市区同年平均外贸依存度为11.2%,低于全国平均值54.8个百分点,如果与东部发达地区相比差距更大。2007年出口依存度最高的云南和重庆也不到10%,5省市区平均出口依存度仅为6.6%,低于同期全国平均水平30.4个百分点。这说明目前西南地区经济的开放度还远远不够,外向型经济发展严重滞后,在一定程度上制约着对外贸易的规模和质量。

二是出口商品结构不合理。西南地区出口商品资源型、初级化、以低价格数量扩张为主的问题仍非常突出,而机电和高新技术产品出口严重不足。2006年西南5省市区机电和高新技术产品出口总额分别是61.42亿美元、19.14亿美元,仅占同期全国机电产品和高新技术产品出口总额的1.12%、0.68%,与广东、浙江、上海、福建、山东等沿海发达地区相比,差距相当大,5省市区机电和高新技术产品出口总额及在全国同类产品的出口中所占比重远远不及发达省份。如同期广东、浙江、山东机电产品出口额占全国机电产品出口比重分别达34.9%、9.97%、3.37%,高新技术产品出口占全国同类产品出口比重分别为37.10%、3.61%、2.30%。

三是贸易方式不合理。西南5省市区进出口商品中还是以一般贸易为主,一般贸易比重偏大而加工贸易比重偏小。2007年,广西、四川、云南、重庆、贵州一般贸易进出口占各省市进出口商品的比重分别达70.0%、68.0%、73.7%、85.4%、86.1%,5省市区一般贸易进出口总值占全部进出口商品的比重平均为76.6%,比当年全国平均水平(44.5%)高出32.1个百分点;而加工贸易进出口分别占各省市进出口比重的10.2%、25.4%、13.2%、6.9%、13.3%,5省市区这一比重平均为13.8%,较同期全国平均水平(45.4%)低31.6个百分点。说明西南地区贸易方式仍以一般贸易为主,加工贸易虽取得可喜成绩,但还相当不够。

四是出口企业经营主体结构不合理,国有企业在西南5省市区中仍然保持外贸出口的主体或支柱地位,外商投资企业和其他企业的比重偏小。以2007年贵州为例,国有企业出口占全省出口总额的62.8%,超出全国平均水平40.2个百分点;外商投资企业出口比重为17.4%,低于同期全国平均水平41个百分点。同期广东国有企业、外商投资企业出口所占份额分别为18.7%、65.0%。这表明外商投资企业对西南地区外贸出口的拉动作用还不大,需要进一步提高外商投资企业出口的规模 and 水平。

五是出口市场结构不尽合理。西南5省市区出口市场主要集中在欧美、日韩、东南亚和我国香港等地区,约占出口总额比重的70%,对少数国家和地区市场的依存度过大,而对广大的拉美、非洲、中东、俄罗斯及东欧等国家和地区的出口规模较小,市场多元化格局尚未真正形成。假若其他因素不变,一般而言,外贸出口受制于进口国政治、经济和军事等因素变化的影响。由于出口市场结构相对过于集中,不利于出口企业规避风险,也极易导致出口企业之间的无序竞争(如低价倾销等),使西南地区的外贸出口面临极大的不确定性和风险。

三、结论与建议

通过以上比较分析,我们不难得出如下结论:包括四川、重庆、广西、云南、贵州在内的西南5省(市)区对外贸易发展滞后于全国水平,更加滞后于东部发达地区水平,也滞后于本省(市)区经济社会发展的需要。就西南5省(市)区而言,由于历史的、交

通等原因,经济发展在全国处于落后水平,尽管对外贸易取得了长足的发展,但还是处于相对劣势地位,这可以从进出口规模、出口产品结构、贸易方式等指标反映出来。西南5省(市)区经济的开放度偏低的现象制约了经济的发展,不利于西南在西部地区的崛起。西南地区的对外贸易发展滞后已成为制约西南各省(市)区经济发展和崛起于西部的重要原因之一。同时也表明西南地区对外贸易具有较大的发展空间。

党的十七大报告提出,要拓展对外开放广度和深度,提高开放型经济水平;要扩大开放领域,优化开放结构,提高开放质量。我们认为,要实现西南地区对外贸易又好又快发展,需要加强以下几方面的工作:

第一,要解放思想,更新观念,扩大开放。在经济全球化的背景下,随着我国经济的不断发展,改革开放的深化扩大,综合国力和国际影响力的增强,这对西南地区对外贸易提出了新的更高的要求,同时也对加快对外贸易的发展提供了更加广泛的舞台。因此,要不断更新观念,解放思想,深刻认识对外贸易对西南发展的重要意义;要一切从实际出发,充分考虑西南地区的区位、产业发展水平、资源禀赋、现实条件等内部因素,同时,又要考虑全国、西部、沿海、沿江及周边对外开放的态势、国家宏观调控政策等外部因素;既不能好高务远、一味“追赶”发达地区,也不能安于现状、无所作为,必须找准符合西南地区实际的定位,把中央实现又好又快发展的要求同西南地区的实际结合起来,制定准确的对外贸易发展目标和战略,大力发展开放型经济,提高开放型经济水平。积极引导企业参与国际竞争,提升产业竞争力。鼓励各种性质的企业公平竞争、共同发展,通过市场选择实现优胜劣汰,形成更具竞争力的企业集群。

第二,提高利用外资水平,改善外贸出口结构。根据西南地区外贸出口中加工贸易比重偏低的实际,今后西南各省区应将出口贸易与招商引资结合起来。一方面通过招商引资吸收国外的资金和先进技术,实施技术创新,开发新产品;另一方面利用外商的分销网进入国际市场,扩大西南各省市区外贸在国际市场的占有率。要进一步提高利用外资的水平,利用外资要以制造业为主,在扩大机电产品和高新技术产品出口的同时,加快农产品的加工增

值和出口创汇步伐。要通过利用外资和外贸进出口,改造西南地区的支柱产业和传统产业,改造、提升国有企业。不断优化出口商品结构,降低“两高一资”产品的出口比重,提高以磷化工为代表的化工产品的附加值和创汇能力。要实施出口企业经营主体和出口市场的多元化战略,逐步提高外商投资企业、其他企业在出口中的比重;努力开拓国际市场,在继续做好东盟、日本、香港、美国、欧盟等传统市场出口的基础上,开辟并增大拉美、非洲、中东、俄罗斯及东欧等国家和地区市场出口的比重。

第三,着力改善投资软硬环境,提高外贸出口竞争力。进一步转变政府职能,创新基础设施环境和制度环境,营造良好的投资氛围。一方面要继续加快交通、运输、电力、能源和邮电通讯等基础设施建设;另一方面,加强法制环境、金融环境建设,加强外贸运行监测与协调机制,完善各种对外贸易服务体系包括对外贸易政策体系、公共信息服务体系,培育外经贸中介服务组织,加快物流系统建设,改善外经贸发展软环境,为外商生产提供快捷方便的配套服务,以吸引更多的外商来投资,促进西南地区产业结构的升级换代,提高外贸竞争力。

参考文献:

- [1] 1978年~2007年中国国民经济和社会发展统计公报, 中国发展门户网
- [2] 根据2006年国家和西南地区各省国民经济和社会发展统计公报有关数据计算得出,省市数据网
- [3] 根据2006年国家和西南地区各省国民经济和社会发展统计公报有关数据计算得出,省市数据网
- [4] 国家统计局贸易外经统计司编《2007中国贸易外经统计年鉴》, 中国统计出版社, 2007.658; 2007年西南5省区国民经济和社会发展统计公报, 省市数据网
- [5] 根据2007年全国及西南各省份国民经济和社会发展统计公报计算得出, 省市数据网
- [6] 杨晓东, 胡勇. 贵州对外贸易发展状况实证分析[J]. 贵州财经学院学报, 2007.87~9

(上接第105页) 销手段上,除了要加强传统的广告、人员推销、营业推广、公共关系等营销方式和手段以外,在全球信息化、网络化发展的今天,还应该充分的利用网络营销不受时空限制、减少中间环节、信息传递准确迅速的特点,大力推广网络营销,为乡村旅游品牌化发展注入更多的活力。

5、加强管理,为乡村旅游品牌化发展保驾护航。乡村旅游品牌一旦形成,并不意味着就能一劳永逸了。在品牌发展过程中,会出现各种新的问题和矛盾。要实现品牌的长远发展就必须依靠长期的、严格高效的 brand 管理,做好形象管理、营销管理和质量管理等各项管理工作,不断的对品牌进行修正、完善和提高,以创造出更大的价值。尤其是在质量管理方面,乡村旅游品牌的竞争力在很大程度上取决于品牌的质量,因而根据市场需求的发展,建立和不断完善严格的质量管理制度和体系,提高乡村旅游从业人员的质量意识和业务素质,以最大限度地提高游客的满意度,成为

品牌管理工作的关键所在。

四、结论

未来旅游业的发展将会面临着更加激烈的竞争,旅游业品牌经营的时代已然来临。然而,品牌的塑造不是一蹴而就的,需要不断的探索和长久的积累,乡村旅游品牌化的道路,任重而道远。

参考文献:

- [1] 黄静. 品牌管理[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2005.10~12
- [2] 蒲楠. 打造品牌[M]. 北京: 中国纺织出版社, 2004.48~50
- [3] 葛丽芳. 论我国旅行社的品牌化经营[J]. 财贸研究, 2003; (5): 107~109
- [4] 曹新向. 我国旅游品牌化存在的问题及对策[J]. 西北农林科技大学学报, 2007; 7(3): 86~89