

株洲市主要出口产品的国际竞争力分析

田颖¹, 李卫宁¹, 罗云² ①

(1. 湖南工业大学 商学院, 湖南 株洲 412008 2 株洲市商务局, 湖南 株洲 412007)

摘要: 运用出口优势变差系数与显性比较优势指数分析方法, 解读株洲市出口产品的竞争力状况。结合已形成的出口规模产业进行综合分析, 在此基础上提出增强竞争力、扩大出口的建议。具体对策有两点, 一是保持和发展现有优势产业, 二是培育高新技术产业。

关键词: 株洲; 国际贸易; 国际竞争力

International Competitiveness of Some Main Export Products in Zhuzhou

TIAN Ying¹, LIW erning¹, Luo Yun²

(1. Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412008, China
2. Bureau of Zhuzhou commerce, Zhuzhou Hunan 412007, China)

Abstract Utilization of analysis methods of export superiority coefficient of variation and of the dominant comparison superiority index helps explain the competitive power condition of export products in Zhuzhou. Based on the general analysis of scale export industry, the proposal of enhancing competitiveness and enlarging export expansion is put forward. Two concrete strategies are as follows: firstly the city must maintain and develop its present superior enterprises and second it must cultivate more high-tech ones.

Key words Zhuzhou; international trade; international competitiveness

发展对外贸易关键在于扩大出口, 而扩大出口的重点又在于提高产品的竞争力, 因此深入研究出口产品竞争力的现状、问题及对策是发展的当务之急。在具体的研究过程中, 以描述性分析得出的结论对国际贸易竞争力现状的判断是十分有效的, 但对国际贸易竞争力发展趋势及提升途径需要以实证分析为基础。^{[1]74}

一 问题的提出

株洲市位于湖南省东部, 是国家实施中部崛起战略中重点发展的城市群之一, 也是 2007 年首批两型社会配套改革试验区。近年株洲市经济取得了快速稳定的发展, GDP 年均增幅在 11% 以上, 对外贸易发展规模不断扩大, 但是出口易受国际市场供需影响波动加大, 特别是 2002 年、2007 年出口总额还出现了负增长 (如图 1 所示), 这说明株洲市出口产品在国际市场上的竞争力还不强。因此笔者就这一问题提出研究, 对株洲市的出口产品国际竞争力现状进行分析, 并对

如何利用其潜力提高竞争力提出对策建议。

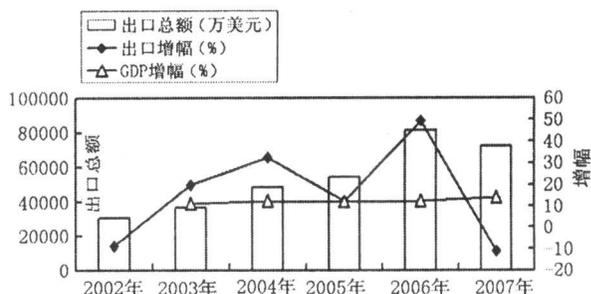


图 1 2001~2007 年株洲市 GDP 增幅情况、出口总额及其增幅情况^{[2]312}

二 株洲主要出口产品及其竞争力分析

(一) 株洲市主要出口产品情况

按商品品种分, 2002~2007 年株洲市的主要出口产品情况为: (1) 全市主要出口的产品比较单一, 6 种商品的出口额几乎占全市一半。(2) 其他商品出口不断增加, 主要出口

① 收稿日期: 2009-02-16

作者简介: 田颖 (1983-), 女, 湖南株洲人, 湖南工业大学商学院硕士研究生, 主要从事企业经营管理研究;
李卫宁 (1963-), 男, 湖南祁阳人, 湖南工业大学教授, 主要从事思想政治教育及高等教育管理研究;
罗云 (1971-), 女, 湖南株洲人, 株洲市商务局外贸科, 主要从事国际贸易研究。

商品占全市比重不断下降。(3)其他商品的出口一直以来数额很小,没有形成规模。

表1 近六年株洲市主要出口产品情况表^{[2]312}

	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
未锻造的锌合金	7706	6689	5366	4981	17559	5062
家用陶瓷器皿	4334	5613	7528	9538	11924	12426
摩托车	3116	4263	3219	3952	2673	2166
烟花爆竹	283	737	1001	690	795	1000
仲钨酸铵	217	407	357	1073	943	309
旅行用品及箱包	178	372	605	658	600	668
轴承	233	287	324	302	298	332
合计	15850	17961	18043	20121	33849	21963
占全市出口比例	52%	41%	37.25%	37%	41.65%	30.4%

(二)国际贸易竞争力指数分析

下面采用出口优势变差指数(P)、显性比较优势指数(RCA)来分析株洲主要出口产品的竞争力。

1.出口优势变差指数(P)常用于分析一个时期内,何种产品具有更强或更弱的出口竞争率。其表达式为: $P = (Gi -$

$Go) \times 100$ 式中: Gi 为 i 产品出口增长率, Go 为总出口增长率。当 P 在 $[-10, 0]$ 之间,表示具有弱竞争劣势,在 $[-10, -\infty]$ 表示具有强竞争劣势,在 $[0, 10]$ 之间,表示具有弱竞争优势,在 $[10, \infty]$ 之间具有强竞争优势。^{[3]82}

表2 株洲市主要出口产品的出口优势变差指数

	2003年 增长率	2004年 增长率	2005年 增长率	2006年 增长率	2007年 增长率	2003P	2004P	2005P	2006P	2007P
总出口增长率	19.81	32.55	12.31	49.41	-11.2					
未锻造的锌合金	-13.20	-19.78	-7.17	252.52	-71.17	-33.01	-52.33	-19.48	203.11	-59.97
家用陶瓷器皿	29.51	34.12	26.70	25.02	4.21	9.70	1.57	14.39	-24.39	15.41
摩托车	36.81	-24.49	22.77	-32.36	-18.97	17.00	-57.04	10.39	-81.77	-7.77
烟花爆竹	160.42	35.82	-0.31	15.22	25.79	140.61	3.27	-13.61	-33.99	36.99
仲钨酸铵	87.56	12.29	200.56	-12.16	-67.23	120.57	-20.26	188.25	-61.57	-56.03
旅行用品及箱包	108.99	62.63	8.76	-8.81	11.33	89.18	30.00	-3.55	-58.22	22.53
轴承	23.18	12.89	-6.77	-1.32	11.41	3.37	-19.66	-19.08	-50.73	22.61

数据来源:根据株洲统计年鉴中数据计算所得

表2计算了株洲市主要出口产品的出口优势变差指数,可以看出,2003~2006年株洲市出口总额年增幅均保持在12%以上,而2007年出口总额首次出现负增长。而主要的出口产品,除家用陶瓷器皿稳步增长以外,其他产品每年出口额增减不一。未锻造的锌合金除2006年外其余4年的P远小于-10,增速明显慢全市增速,在全市出口产品中表现出强竞争劣势,2006年P值大幅增长,一反常态表现出强竞争优势;烟花爆竹、旅行用品及箱包、轴承2003~2006年的P值不断下滑,均从竞争优势转为强竞争劣势,到2007年P值有所反弹;家用陶瓷器皿、摩托车、仲钨酸铵则表现出波浪形变化,每年的变差较大,易受市场供需变化影响。2006年P值除未锻造的锌合金外,其余商品的P值均在-10以下,这主要因为2006年锌的年均交易价格比2005年上涨137%,未锻造的锌合金出口额大幅增长,为株洲市出口总额贡献高达46.7%,因而缩小了其他出口产品的相对出口增幅。

该方法计算具有侧重出口实绩,简单明了,避免了许多繁杂运算及近似的估计,在用于产品总体分析时容易抹杀部分种类出口增长的实际情况。所以我们结合“显示”比较优势法来综合分析产品出口竞争力,以互相弥补彼此存在的缺陷,使研究更具有说服力。

2. RCA 指数(显性比较优势指数)是测度贸易产业国际

竞争力较常使用的指标之一,具有较高经济学分析价值。通常指一国某产品出口在全世界该产品出口中的份额与该国内所有产品的出口在世界总出口中的份额的比率。^{[4]99}在中国市场开放的条件下,市场的国际竞争也越来越激烈,因此可以把RCA指数经过适当改造后用于分析国内市场的国际竞争。

$$公式为: RCA = (Xi/Xt) / (Yi/Yt)$$

式中 Xi 表示株洲第 i 类商品出口额, Xt 表示株洲商品出口总额, Yi 表示全国第 i 类商品出口额, Yt 表示全国商品出口总额。一般而言, $RCA < 1$,说明该产业处于比较劣势,越接近0劣势越明显; $RCA > 1$,说明该产业处于比较优势,取值越大比较优势越大。

结合表2,从表3的计算结果分析可知:

(1) 2002~2006年,虽然株洲市主要出口产品出口增幅放慢,出口优势变差系数下降,但大部分产品的RCA指数不仅远远大于全国,而且均大于1,即株洲市主要出口产品总体上具有比较优势。特别未锻造的锌合金、陶瓷、烟花爆竹、仲钨酸铵具有很强的出口竞争力,它们的RCA指数都远大于10,其中未锻造的锌合金的RCA指数能维持在150~200的高位,未锻造的锌合金、陶瓷烟花爆竹的RCA指数在逐年增加。仲钨酸铵RCA指数在前两年表现的竞争力极强,但出口量、优势变差系数、RCA指数都在逐年大幅递减。

表3 株洲市主要出口产品的 RCA 指数

RCA	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
未锻造的锌合金	209.30	157.24	179.60	180.20	182.85	80.54
家用陶瓷器皿	19.28	22.44	23.65	26.52	21.40	61.17
摩托车	6.50	10.63	14.23	21.7	30.86	9.50
烟花爆竹	10.72	27.51	35.38	24.06	20.74	40.15
仲钨酸铵	228.00	381.88	265.00	245.47	81.89	43.31
旅行用品及箱包	0.43	0.88	1.19	1.26	0.82	1.04
轴承	3.33	4.10	3.49	2.99	2.31	3.61

数据来源: 根据中国海关网站和株洲统计年鉴中数据计算所得

(2) 近几年, 旅行用品及箱包、轴承受国际市场需求状况、出口政策等影响较大, 出口量, 出口优势变差系数、RCA 指数都在上下波动, 变化不大, 出口竞争力优势不强。摩托车的 RCA 指数表现较强的竞争力, 但却在逐年下降, 出口量也在逐年萎缩。

综上所述, 株洲具有一定出口规模, 且竞争力较强的贸易产业主要为: 以未锻造的锌合金为重点的有色金属加工业; 陶瓷、烟花爆竹为主的传统制造业。旅行用品及箱包、轴承等产品虽已形成一定规模但近年来一直没有大的突破, 出口竞争力一直徘徊不前。摩托车、仲钨酸铵等产品有竞争优势逐步减弱, 出口在逐年萎缩。

三 提高主要出口贸易产业竞争力的对策

要提高株洲市出口产品的竞争力, 必须培育一批有着国际竞争优势的产业。产业结构调整的方向在于: 保持和发展现有优势产业, 培育高新技术产业。对于株洲出口中一直占有优势的产业, 如未锻造的锌合金、陶瓷等行业继续发挥其比较优势, 拓展技术创新能力, 提高这些产业的技术含量。同时要大力发展高科技支撑的新型行业, 培育新的竞争优势, 要想取得国际贸易的长期优势, 必须在技术上领先。

(一) 扶持和发展现有优势产业

1. 未锻造的锌合金。综合表 1 及表 3 的分析, 株洲主要出口贸易产业中, 未锻造的锌合金的优势最为明显, 在中国市场上具有极强的国际竞争力。株洲市现已成为未锻造的锌合金的重要生产基地, 其生产厂家株洲冶炼集团股份有限公司(以下简称株冶)是中国最大的锌及锌合金生产出口基地, 也是亚洲最大的湿法炼锌企业之一, 其锌产量占全国总产量的 12.8%, 世界总产量的 3.5%, 株洲锌的冶炼在中国市场具有竞争优势, 但与发达国家技术相比则较落后。产出效率低, 经济效益不高, 2007 年锌业务毛利率仅为 1.07%, 总体停留在低附加值的资源性产品。因此, 要面对国际竞争的压力, 一要做好深加工提升以有色金属制造业为主导的竞争力。以资源密集型产品作为出口导向, 虽能获得一定的比较利益, 但从长期来看, 不能缩短与发达国家的经济差距, 会跌入“比较优势陷阱”。^{[5]21} 株洲应研发新技术提升冶炼效益, 同时做好深加工提高附加值。二要实施资本经营。在有色金属矿资源日渐紧缺的情况下, 要想获得稳定的原材料渠道, 首先充分利用大型企业在资金和技术上的优势, 积极与目前急需资金与技术的矿区联合办厂, 进行矿石的开采和初

加工。既确保矿产资源的稳定, 又减少运费开支, 同时参与了利润最丰厚的矿产资源环节的利润分配。

2. 陶瓷、烟花爆竹等传统产业。株洲醴陵出口的主要是日用陶瓷。根据前文所分析的目前陶瓷产业在全国出口行业具有强的出口优势, 结合醴陵的实际情况其优势来源可以归结为: 一是成本相对较低, 醴陵生产陶瓷年代久远, 拥有大批熟练的技术人员, 生产原料本地化。二是政府扶持, 拥有省级陶瓷科技工业园, 政府给与生产企业一系列的财政税收的优惠政策。不利因素主要有: (1) 醴陵虽已拥有各类陶瓷生产企业百余家, 生产企业存在经营分散, 规模不足的问题, 年产值过亿元的企业仅 2 家。(2) 产品同质化趋势严重, 产品出口价格低廉。(3) 近年来出口额的快速增长主要是依靠出口陶瓷数量的增加, 但企业的品牌成长率却与出口数量不成正比。(4) 由于陶瓷行业是一个高耗能的行业, 国家在宏观上限制高耗、高污染的企业盲目重复发展, 从而对陶瓷行业进行控制。醴陵的烟花鞭炮和陶瓷都是传统产业, 发展现状类似。

传统产业的外贸企业要发展壮大, 在目前的出口竞争力上取得突破, 就应积极采取措施及时调整产品结构, 开发高科技附加值的产品, 并在一定程度上控制生产成本, 提高产品的品牌力。需做好以下几个方面: 一要加强行业协会功能, 引导企业走向合作互赢。由于陶瓷、烟花鞭炮的出口企业多为中小企业, 资金、技术和人才和开拓国际市场的能力有限。行业协会不仅可为企业提供全面快捷的国际市场信息, 还能为企业进入国际市场提供技术支持和法律帮助。此外, 行业协会对同类企业的出口商品种类、出口价格和出口市场的协调, 可以防止企业之间低价无序竞争。二要组建企业集团。要形成有影响力的品牌, 必须要保证有一定的规模, 才能产生规模经济效益, 实现规模的最大化和成本最小化。醴陵陶瓷业、烟花鞭炮的企业繁多却生产基地比较集中, 可以借助通过改组、改制、兼并等多种途径壮大企业规模实力, 努力形成一批规模较大、实力较强、品牌卓越、个性化强、产品质量好、花色品种多、管理水平高的企业集团, 构建一个打入国际市场的联合舰队。

(二) 培育高新技术产业

株洲市必须加快产业结构调整, 目前重点加快制造业发展和高新技术产业的发展, 利用株洲的有利地缘优势, 承接珠三角、长三角制造业转移, 建设一批以高技术为基础, 在国际上有着较强竞争力的名牌企业。 (下转第 45 页)

完成各项财务指标, 缺乏一定的灵活性和弹性; 但是人本化财务管理更关注的是在计划的指引下, 根据变化的环境, 灵活处理财务管理过程, 引导企业的财务活动, 使企业财务管理工作的开展适应环境的变化和满足企业自身的需要。二是关注和谐, 传统的财务管理具有很浓的刚性色彩, 具有很强的强制性, 对不遵守合约或者各项管理制度的相关者均要进行严厉的惩处, 往往和竞争对手或者在企业内部形成一种非人性化的氛围; 而人本化财务管理强调以人为本, 采取非强制方式, 对财务活动的组织和财务关系的处理从推进式转变为牵引式, 对外而言, 也由过去简单化的债权债务关系变为合作关系, 由过去的竞争对手关系变为互利共赢关系。

(三) 财务管理方法柔性化

传统的财务管理强调采用强制性、固定性的制度化方式进行企业资金(包括筹资、融资以及分配)、人力资源等的管理, 其方法也是程序化的; 而人本化的财务管理方法和手段显得非程序化和弹性化。比如, 为了缩短财务预算周期, 用并行工程的方法来编预算; 改过去的刚性责任中心为柔性责任中心, 科技人员在企业内部自由流动解决生产经营中的问题, 财务管理要采用相应的办法去支持企业的各种创新活动。通过合理加大产品设计的投入, 既满足用户的质量需要和调动科技人员的积极性, 又降低企业总成本。这些都需要财务管理的方法更加柔性化。财务管理主要是资金的管理, 其内容包括资金的筹集、使用和分配。人本化的财务管理渗透在财务管理的各个环节。就其融资来说, 在人本化

的财务管理下, 其方式和渠道得到了进一步拓展, 企业在充分考虑市场经济环境和企业自身情况的基础上, 灵活选择筹资方式; 同时, 还将其融资纳入影响其他财务状况的因素之中。在投资方面, 柔性主要表现在企业投资规模可大可小、投资形式多样化、投资内容多元化、企业可灵活调整投资结构、可进行不同情况的投资战略分析、灵活运用投资策略和方法等; 并且企业日常经营活动、资本收付经常会发生变化, 如企业现金需要量的突然增加、存货供应缺货或突然中断、材料价格上涨、企业信用政策的改变等, 所有这些都增加企业资本营运的柔性, 企业也就会随时对资本营运进行相应的调整。在资金分配(即企业的收益分配)方面, 人本化的财务管理强调根据企业不同时期、不同经营环境和条件, 充分考虑企业利益相关者(债权人、股东、管理当局、政府以及社会整体)的需要, 及时调整企业的资金分配政策。

参考文献:

- [1] 邓志辉. 浅议当代管理发展趋势[J]. 企业经济, 2005(7).
- [2] 邓志辉. 浅谈当代管理新趋势: 柔性管理[J]. 经济师, 2006(10).
- [3] 陈志勇. 推进企业柔性财务管理初探[J]. 财政监督, 2007(7).
- [4] 杨雪燕. 知识经济与中国财务管理创新研究[D]. 武汉理工大学硕士毕业论文, 2001(11).

责任编辑: 徐 蓓

(上接第 41 页)

首先, 要依靠株洲一批大型企业和优势行业, 发展配套产业, 拉长产业链, 加速产品升级换代, 形成特色产业集群, 走出一条老工业发展的新路子。通过大企业办小企业、主辅分离、产品零部件扩散等多种方式, 使企业规模迅速扩大, 拓展和升级产业、产品结构。其次, 政府必须建立良好的制度和法律保障, 营造良好的创新创业环境, 激发科技人员技术创新的动力和热情, 实施加大对企业科技开发活动和新兴产业发展的税收优惠活动, 适当加大投入新技术研发的开发和研究经费。最后, 企业是市场竞争的主体, 企业必须用发展的眼光做好企业的长期规划, 提高企业产品的技术含量和附加值, 加大企业研发力度, 提高产品的精度和质量, 以国际化的高标准来进行产品研发和生产, 从而使产品具有较高的国际竞争优势。^{[6]43}

参考文献:

- [1] 黄 磊, 周彩红. 长三角制造业的国际竞争力分析[J]. 市场营销导刊, 2007(2).
- [2] 株洲市统计局. 株洲统计年鉴 2007[M]. 株洲, 2008.
- [3] 李 菲, 秦 升. 中国制造业国际竞争力的显示性指标分析[J]. 统计与决策, 2007(3).
- [4] 王金河. 山东省农产品出口竞争力实证分析[J]. 农业考古, 2008(3).
- [5] 李 曼. 比较优势理论与竞争优势理论关系探究[J]. 国际商务研究, 2008(6).
- [6] 王三兴. 论我国高新技术产品出口存在的问题与对策[J]. 开放视觉, 2008(11).

责任编辑: 徐 蓓