

文章编号: 1673-1646(2006) 03-0041-04

山西出口贸易对经济增长的影响

王香花

(中北大学 经济管理系, 山西 太原 030051)

摘要: 改革开放以来, 山西经济取得了令人瞩目的成就, 其中出口贸易无疑是促进山西经济快速发展的一个极为重要的因素。文章首先对出口与山西经济增长的关系进行了实证分析, 其次分析了山西出口贸易存在的主要问题, 最后提出了发展山西出口贸易的对策及策略。

关键词: 对外贸易; 出口贸易; 经济增长

中图分类号: F127 **文献标识码:** A

Impact on Economic Growth of Export Trade of Shanxi

WANG Xiang-hua

(Dept. of Economics and Management, North University of China, Taiyuan 030051, China)

Abstract Since reform and opening-up, Shanxi economy has made the remarkable achievement. Undoubtedly export trade is an very important factor to promote economy fast-developing. The article has carried on real example analysis in exporting the relation with Shanxi economic growth at first, secondly has analyzed the subject problem existing in export trade of Shanxi, and put forward countermeasure and tactics of developing export trade of Shanxi finally.

Key words foreign trade; export trade; economic growth

对外贸易的发展对一国经济持续稳定的增长、产业结构的优化发挥着“发动机和助推器的”的作用。从对外贸易的结构来看: 出口贸易的变动可以使出口国充分利用国内各种资源, 直接影响出口国的 GDP, 扩大出口国的就业水平。

一、山西出口贸易对经济增长影响的实证分析

改革开放以来, 山西经济取得了令人瞩目的成就, 其中出口贸易无疑是促进山西经济快速发展的一个极为重要的因素。但对出口贸易与经济增长这两者之间的关系, 基本上都是定性分析, 很少有定量研究。本文运用统计学线性回归的分析方法, 就出口贸易对山西经济增长作出综合的实证分析。

1990年~ 2003年间, 其出口变化情况如图 1 所示。出口总值由 2 630 0亿美元增长到 22 659 9亿美元, 年均增长率 21. 28%。同期山西经济也迅速增长, (见图 1)由 1990年的 429. 273 6亿美元增长到 2003年的 2 456. 590 0亿美元, 年均增长率为 15. 56%。

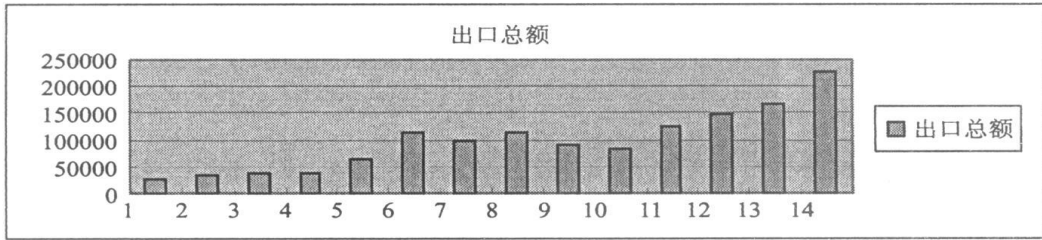
对于经济增长率指标, 过去使用总产出或总产值, 或者是国民收入, 这并不科学, 这些指标要么因转移价值的重复计算而高估, 要么因涵盖的范围不全而低估。现在有了国内生产总值统计数据计算经济增长率就比较合理了。我国学者都采用国内生产总值指标计算经济增长率。本文也采用这种方法。

为了研究山西出口与经济增长的关系, 分别绘

* 收稿日期: 2005-12-09

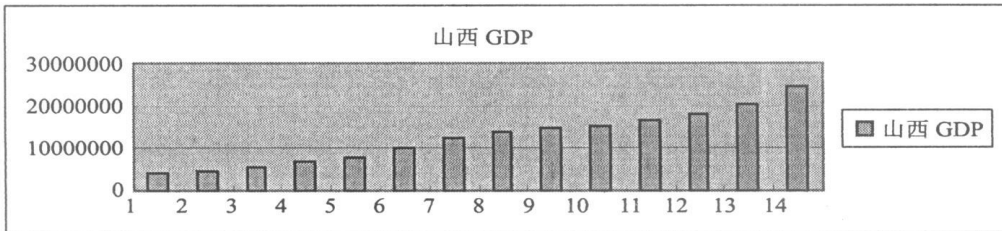
作者简介: 王香花(1972-), 女, 山西代县人, 讲师, 硕士, 从事专业: 国际贸易。

制了 1990年~ 2003年间山西出口总额与 GDP 变化的散点图



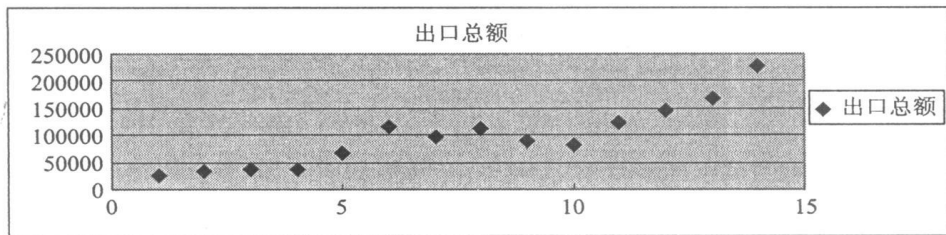
数据来源: 山西统计年鉴 (2004) 注: 横坐标 1-14 分别对应于 1990~2003 年

图 1 山西 1990年~ 2003年出口变化情况表



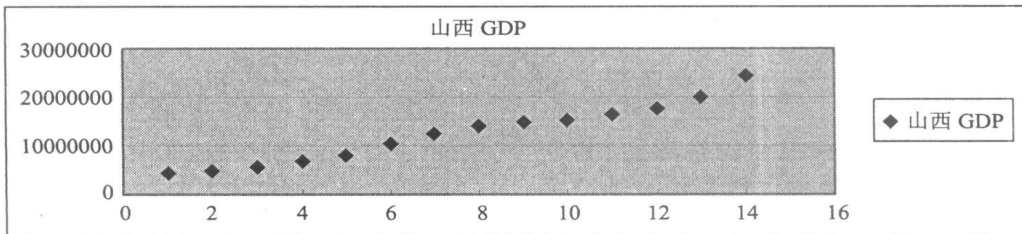
数据来源: 山西统计年鉴 (2004) 注: 横坐标 1-14 分别对应于 1990~2003 年

图 2 山西 1990年~ 2003年 GDP变化情况表



数据来源: 山西统计年鉴 (2004) 注: 横坐标 1-14 分别对应于 1990~2003 年

图 3 山西 1990年~ 2003年出口总额变化散点图



数据来源: 山西统计年鉴 (2004) 注: 横坐标 1-14 分别对应于 1990~2003 年

图 4 山西 1990年~ 2003年 GDP变化散点图

从散点图可以看出: 1990年~ 2003年间山西出口与 GDP总体趋势相同, 所以考虑建立 GDP与出口总额的线性回归模型 通过对山西 1990年~ 2003年 GDP及出口数据 (见表 2)进行回归分析, 经过模型的筛选, 建立如下模型:

$$\ln \text{GDP} = C_0 + C_1 \ln \text{CK}$$

其中: $\ln \text{GDP}$, $\ln \text{CK}$ 分别为山西 GDP 出口总额的对数, CK 为山西出口总额。

运用 E-views 软件进行分析得到如下结果:

$$\ln \text{GDP} = 7.008695 + 0.813874 \ln \text{CK}$$

$$\begin{pmatrix} 0.753002 \\ 9.307673 \end{pmatrix} \quad \begin{pmatrix} 0.066529 \\ 12.23340 \end{pmatrix}$$

$$R^2 = 0.925768 \quad SE = 0.159146$$

其中: R^2 为普通最小平方的拟合优度; SE 为单一样本点普通最小平方的估计误差

模型拟合良好, 同时可以看出: 山西出口与经济增长成正相关关系, 出口每增加 1%, 就会引起 GDP 增加 0.813874%, 可见, 山西出口对经济增长具有显著的拉动效应 大力发展出口可以带动山西经济快速、稳定增长。

表 1 1990年~ 2003年山西出口总额与 GDP的对照表

单位: 万美元

年份	出口总额	山西 GDP
1990	26 300	4 292 736
1991	32 200	4 685 131
1992	37 200	5 511 228
1993	38 100	6 716 279
1994	65 400	8 057 709
1995	114 367	10 344 762
1996	97 700	12 260 194
1997	113 382	13 811 309
1998	89 321	14 860 799
1999	83 940	15 067 845
2000	123 687	16 438 100
2001	146 824	17 799 700
2002	166 194	20 175 400
2003	226 599	24 565 900

数据来源: 山西统计年鉴(2004)

以看出: 在初级产品中, 资源类产品占非常大的比重, 2003年仅煤炭、焦炭两大产品的出口就占全部出口总值的 54.13%, 而在制成品出口中, 高科技产品仅有 434.30 万美元, 占出口总值的 0.2%, 机电产品出口虽然一直保持稳定增长, 但占出口总额的比例也仅仅有 13.49%。这种出口结构受到资源的有限性、不可再生性以及国家出口配额、许可证等政策因素的多方面制约, 阻碍了出口总量的提升。从企业组织结构看, 全省出口经营主体结构单一、实力不强。目前, 我省有出口实绩的企业不到 150 家, 还不足有经营权企业的三分之一。

近年来我省出口经营主体的所有制结构虽有所调整, 但国有企业仍占了大头(表 3), 2003 年国有企业出口 15.75 亿美元, 增长 24.92%, 占全省出口总值 69.52%; 从出口市场结构来看, 对少数发达国家和地区市场的依存度过大, 市场多元化格局尚未真正形成。目前我省出口主要集中在欧美、日韩和东南亚地区, 占出口总额的比重高达 70% 以上, 而对于广大的拉美、非洲、中东、澳洲、俄罗斯以及东欧等国家和地区的出口规模较小。从贸易方式来看, 当前我省出口贸易方式仍以一般贸易为主, 2003 年山西省一般贸易出口 21.92 亿美元, 增长 37.02%, 占出口总值的 96.73%; 加工贸易逐年下滑, 补偿贸易和利用国际信贷推动大型成套设备出口等过去曾被我省企业有效利用的贸易方式, 现在也日渐萎缩。从利用外资来源看, 来自欧美大跨国公司的投资较少, 且主要集中在工业领域。第二产业利用外资仍以采掘业和制造业为主, 制造业的深加工和技术档次都不算高。从对外承包工程和劳务合作来看, 有经营权的企业结构单一, 国有企业“唱独脚戏”, 境外承揽项目以二手承包工程和低层次的劳务为主, 市场多元化程度也很低。

二、山西出口贸易存在的主要问题

1. 总量偏小

作为中部欠发达省份, 由于我省基数较低, 虽增幅较高, 但总量不大, 与全国相比仍未摆脱“资源大省、外经贸小省”的总体特征。山西外经贸各项指标在全国所占的份额少, 对全省经济的外向带动作用不强。2004 年, 全省进出口贸易额为 90.71 亿美元, 占全省 GDP 的 9.1%, 占全国进出口总额的 0.38%; 实际利用外商投资金额 2.34 亿美元, 占全国的 0.48%, 且主要集中在工业领域, 第一、第三产业利用外资较少; 对外承建工程和劳务合作营业额 5 064 万美元, 占全国的 0.42%。

2. 结构不优

从产品结构来看, 我省出口商品资源型、初级化的问题非常突出。2003 年我省出口商品中初级产品占 71.11%, 制成品占 28.89%。从 2003 年 1~12 月山西省主要出口商品结构分析表(表 2)可

表 2 山西省主要出口商品结构分析表(2003 年 1~12 月)

商品名称	出口数量		累计出口金额		占全省出口 比重(%)	接收发货地口径统计	
	数量(万吨)	同比(%)	出口总额(万吨)	同比(%)		数量(万吨)	出口额(万美元)
煤炭	1 607.08	11.41	46 360.74	9.36	20.46	1 158	135 741
焦炭	656.75	6.54	76 529.71	75.12	33.77		
金属镁	15.82	32.72	24 231.84	52.12	10.69		
玉米	65.49	71.35	6 960.11	81.16	3.07		
耐火粘土(铝矾土)	39.85	17.33	3 099.54	23.04	1.37		
活性炭	6.13	20.63	2 641.85	19.71	1.17		
未锻造的铝及铝材	3.29	-12.81	4 581.52	-9.37	2.02		
家用、装饰用陶瓷器皿	1.93	-14.38	1 006.95	-17.43	0.50		
玻璃制品			32 11.86	51.51	1.58		
机电产品			27 388.30	28.88	13.49		
高新技术产品			434.30	-29.41	0.21		
总计			196 446.72		20.46		

资料来源: 山西省商务厅 2004 年 2 月 13 日对外公布

表3 全省进出口贸易方式、企业类型一览表

项目		2003年1~12月出口		2003年1~12月进口	
		金额(万美元)	同比增长(%)	金额(万美元)	同比增长(%)
按贸易方式分	一般贸易	219 236	37.02	71 810	22.66
	加工贸易	7 052	16.37	4 579	52.89
	其它贸易			5 378	34.49
按企业性质分	国有企业	157 523	24.92	53 521	4.5
	外商投资企业	26 390	64.02	14 837	84.1
	集体企业	16 765	59.09	3 955	16.8
	私营企业	25 921	92.50	9 490	318.2

资料来源: 山西省商务厅 2003年外经贸运行情况通报 2004年 01月 17日

3. 缺乏品牌, 企业竞争力不足

山西有很多知名的特产, 却没有在外贸中凸显优势, 比如人们耳熟能详的山西老陈醋、沁州黄小米和红枣。山西芦笋出口占全国芦笋出口一半以上, 但却要依靠外省企业代理才能打开国际市场, 损失了很多外汇收入。在这种情况下, 政府有关部门应该扶持山西的优势产业和潜力产业, 帮助企业在外贸发展中做大做强, 保护企业创造的品牌。企业也要积极吸纳外贸方面的优秀人才, “科技兴晋”, “人才兴晋”, 山西的外贸发展才会一天更比一天强。

三、全面提升山西出口贸易的策略

1. 保持产业适度、快速增长, 增加外贸出口规模, 增强产业竞争力

没有竞争就没有竞争力, 只有融入世界产业发展体系, 积极参与国际竞争才会有竞争力, 离开了国际竞争, 产业国际竞争力就无从谈起。为此要坚持对内、对外开放, 鼓励企业间的国内竞争, 然后, 开放市场, 进行国际竞争, 鼓励国有企业、非国有企业, 国内企业、外商投资企业, 以及大、中、小型企业共同发展、公平竞争, 通过优胜劣汰的市场选择, 形成更具竞争力的企业群体结构。这是培育和增强山西产业国际竞争力的根本方向。

推进产业组织结构调整和实现规模经济。针对我省目前多数企业规模相对较小的状况, 采取措施, 适当提高其生产集中度。省政府要从政策和体制上推动企业之间购并、产权交易和境外上市, 为跨行业、跨地区、跨国集团形成和发展创造条件, 进而扩大其出口规模和比重。推动中小企业与大企业分工协作, 提高生产专业化水平, 促进大企业与中小企业融合发展, 以大企业的力量带动中小企业的技术进步和产业升级, 沟通不同层次的技术转

换, 促进技术结构的升级和优化。发挥政策效应促进产品出口。

2. 充分发挥产业比较优势, 挖掘产业竞争潜力

立足比较优势, 发展竞争优势, 是增强山西出口贸易国际竞争力的基本战略。应当承认, 山西资源密集型与劳动密集型产品的优势依然存在, 因此, 对于山西多数地区、多数企业来讲, 要想在国际贸易中盈利, 主要还得依靠三个较为低级要素: 廉价劳动力、模仿与引进、地方特色资源。具体来说, 山西出口贸易中具有竞争优势的仍为煤炭、焦炭、金属镁等初级产品。为此, 必须高度重视提高山西传统产业的竞争力, 把山西的比较优势变为竞争优势, 不断提高产品的技术含量和附加值, 增强产品的国际竞争力。

3. 高度重视技术创新, 提高产业技术创新能力

实施“科技兴贸”战略是推进山西出口商品结构实现优化升级的主要措施, 是加快山西由贸易小省向贸易大省、贸易强省转变的根本途径, 是提高山西外贸竞争力的关键。当前, 我国东部沿海地区正在抓住世界科技革命带来的契机, 大力调整出口产业与产品结构, 发展高新技术产业和用高新技术改造提升传统产业, 以实现新一轮外贸出口和外向型经济的大发展。山西地处内陆, 通往国际市场的运输距离长、运输费用高, 体积大、附加值低、技术含量低的出口产品越来越丧失竞争优势。只有依靠科技, 全面提升出口产品技术含量, 才能创造持续的国际竞争力。政府有关部门要制定促进利用高新技术改造传统出口产业的政策, 积极引导外资参与高新技术产业化发展及传统产业的技术改造, 特别是要鼓励和扶持技术含量高、产品附加值高、市场前景好、资源消耗少的高技术项目。要加快重点园区建设, 建立、培育一批省、市高新技术产品出

(下转 49页)

资总额的 0.7%。从各方面来看, 1998 年以来山西省的开发程度均呈下降趋势。

根据比较优势理论, 任何地区都有自己的比较优势, 只要有正确的发展战略和准确的产业定位, 就能够增强山西的竞争力和吸引力, 营造山西金融洼地; 只要能不断改善地区金融生态环境, 就能够吸引越来越多的资金流入该地区。因此, 地方政府、人民银行、金融监管部门要协同配合, 积极推进山西金融生态环境的改善。一是要认真做好金融风险监测、预警工作, 完善全省金融稳定预警指标体系, 密切关注金融机构的风险状况, 特别是对高风险金融机构, 及时提示风险隐患, 对可能出现危机的金融机构, 尽快制定风险处置预案, 实时跟踪监测, 力争做到及时防范和化解风险。依法妥善做好金融机构市场推出工作, 努力维护全省金融稳健运行。二是积极促进改善山西省信用环境, 充分发挥人民银行征信管理机构的作用, 承担综合管理和监管职责, 对征信市场统筹规划、协调和有效管

理。三是地方政府要帮助金融部门打击恶意逃废金融债务行为, 减少银行资产损失, 真正实现企业与银行共赢。

参考文献

- [1] 孔祥毅. 百年金融制度变迁与金融协调 [M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2002.
- [2] 孔祥毅. 山西金融机制创新研究 [M]. 山西省高级专家基金 2004 年项目, 2005.
- [3] 殷德生. 体制转轨中的区域金融研究 [M]. 上海: 上海学林出版社, 2000.
- [4] 李健. 金融创新与发展 [M]. 北京: 中国经济出版社, 1998.
- [5] 山西经济社会形势分析与预测 (2004 年) [M]. 山西: 山西人民出版社, 2004.
- [6] 山西经济社会形势分析与预测 (2005 年) [M]. 山西: 山西经济出版社, 2005.
- [7] 张君洲. 中国区域金融分析 [M]. 北京: 中国经济出版社, 1995.

(上接 44 页)

口基地, 发挥重点园区高技术产业集中、信息快、机制活、人才多等有利条件, 充分利用国家赋予园区的有关政策, 积极引导园区内的企业开拓国际市场, 促进高新技术产品的出口。要鼓励山西具有比较优势的企业和科研院所走出国门, 开展境外投资, 在国外建立高新技术产品生产加工基地、设计研发中心、销售网络和售后服务网络, 并开展国内高新技术产品出口代理业务。

4. 实施名牌战略, 提高出口商品国际竞争力

山西产品要在国内外市场上形成竞争优势, 还必须实施名牌战略。要树立名牌就是外贸竞争力的意识, 通过实施“政府推动, 企业争创, 社会支持”的名牌培育方式, 大力发展山西名优特新产品; 要以名牌产品为龙头, 积极开展品牌营运和资本重组, 壮大品牌实力, 带动山西工业结构和出口结构的调整; 从产品设计、原料生产开始, 加强对优势拳头产品生产与加工的全面质量管理和标准化生

产, 支持企业开展 ISO 9000、ISO 14000 等国际质量体系和环境体系认证, 推进出口拳头产品质量技术标准的国际化; 要加强对名牌的宣传和保护, 为名牌的健康成长创造一个良好的社会环境。

参考文献

- [1] 赖明勇, 许和连, 包群. 出口贸易与经济增长 [M]. 上海: 上海三联书店, 2003.
- [2] 山西省统计局. 山西经济年鉴 [M]. 太原: 山西经济出版社, 1999-2003.
- [3] 山西省统计局. 山西统计年鉴 [M]. 北京: 中国统计出版社, 1999-2003.
- [4] 王继明. 入世后过渡期山西工业的竞争力分析与对策研究 [J]. 太原理工大学学报: 社会科学版, 2004(3).
- [5] 于晓媛. 全面提升山西外贸总量的战略思考 [J]. 理论探索, 2004(2).