# 浙江省出口产品国际竞争力实证分析(1)论文

来源：网络 作者：梦里花落 更新时间：2025-03-10

*【论文摘要】 本文采用出口产品及市场相似度指数测算浙江与主要出口省份的出口产品及市场结构，基于显示性比较优势指数（RCA Index）和贸易专业化指数(TC Index)评估浙江与广东、山东、江苏、福建的国际竞争力。实证结果表明浙江与其他4...*

【论文摘要】 本文采用出口产品及市场相似度指数测算浙江与主要出口省份的出口产品及市场结构，基于显示性比较优势指数（RCA Index）和贸易专业化指数(TC Index)评估浙江与广东、山东、江苏、福建的国际竞争力。实证结果表明浙江与其他4省份出口产品结构相似度较低，但出口市场相似程度较高；从产品类别看，浙江绝大多数出口产品尤其是传统劳动密集型产品仍保持着较强的竞争力；从横向看，浙江相对其他四个出口强省保持着较强的竞争优势，多数产品的RCA指数值位列前三，但要警惕“制成品比较优势陷阱”，主要表现在高新技术产品和机电产品的出口量较少，RCA指数较低，总体竞争力不强。

【论文关键词】 浙江 出口相似度 RCA指数 TC指数 国际竞争力

一、问题的提出 浙江是我国的经济大省和外贸强省之一，外贸出口保持快速增长势头，2006年全省GDP和出口额为15649亿元和1009亿美元，分列全国第四位和第一位；外向型经济以制造业出口为主，出口贸易经对济增长起着很大的推动作用。但浙江的出口产品以劳动密集型的纺织品服装、鞋类、箱包、灯具等为主，与国内其他主要出口省份的贸易结构相近，出口商品及市场分布相似度较高；浙江省制造业在形态上以集聚（Agglomeration）产业为主，随着经济的发展带动劳动、土地、水电等要素成本的上升，劳动密集型产品的竞争优势正受到削弱，同时面临着来自越南、菲律宾等后发国家同类产品的竞争；虽然国际经济一体化的趋势在不断加强，但国家间贸易保护主义却不断抬头，不断遭遇美国、欧盟、土耳其等国家提起的反倾销、反补贴、特别保障措施、纺织品特保和337调查等贸易摩擦，浙江出口到国际市场的商品屡屡受阻。

二、浙江出口结构相似度测算 选取浙江、广东、江苏、福建、山东5省2005年出口金额前20位的产品，可以看出之各省出口产品结构高度相似，浙江与广东、江苏、福建、山东分别有

1

3、

1

5、

9、8类完全相同的出口产品，其中鞋类、纺织服装、旅行用品及箱包、家具及零件等劳动密集型产业均是5省的主打出口产品，下文利用计量方法定量地评估出口结构相似度。 本文利用世界贸易组织(WTO)和联合国贸发会（UNCTAD）下属的国际贸易中心(ITC)的出口相似度指数(export similarity index， ESI）测算浙江与国内主要出口省份的产品相似度指数和市场相似度指数。

1.产品相似度指数。衡量任意两国或两组国家在第三方市场或世界市场出口产品的相似程度，其指数计算方法为： Sp(ij，w)=[Min(Xkiw/Xiw)，(Xkjw/Xjw)]100，式中Sp(ij，w)表示i国和j国出口到市场W的产品相似度指数，i、j代表所要比较的两国，W表示第三国市场或世界市场（本文为世界市场），X表示出口，K表示产品。

该指数的变动范围在0和100之间。如果两国某商品的出口在第三市场(或世界市场）的分布完全相同，该指数为100；若完全不相似，该指数为0。

近年来浙江与广东、山东、江苏、福建4省份出口产品相似度指数基本保持平稳；其中浙江与山东出口产品相似度程度最高，2005年相似度指数达到42.57，而与江苏的相似度最低，2005年该数据仅为26.02，主要是因为江苏出口以加工贸易为主。根据H-O理论，浙江与东部主要出口省份要素禀赋类似，决定了其出口产品结构的相似性。

但实证结果却相反，2005年浙江与广东等四省的产品相似度最高为42.75，最低仅为26.02，这表明产品相似度程度较低，产品之间的竞争程度不高，主要原因是浙江与其他4省份出口产品种类比较相似，但出口量的差异导致实际计算的产品相似度指数并不高。 2.市场相似性指数。

市场相似性指数的公式为:Sm(ij，w)=[Min(Xkiw/Xiw)，(Xkjw/Xjw)]100，式中Sm(ij，w)表示i国和j国出口到市场W的产品相似度指数，如果两国某商品的出口在第三市场（或世界市场)的分布完全相同，该指数为100;若完全不相似，该指数为0。 2002年以来浙江与主要出口省份的市场相似度指数保持平稳且相似程度较高;2005年浙江与江苏的市场相似度指数为84.05，出口市场高度雷同，同年浙江与福建相似指数最低但也达到55.76。

从上述指数可以看出，浙江与广东等省份对出口市场的争夺非常激烈。

三、出口产品国际竞争力的测算 出口产品国际竞争力的指标有贸易专业化系数TC和显性比较优势指数RCA。贸易竞争指数也称净出口竞争指数，是指一个国家或地区某种产品的净出口额或贸易差额在该类产品中所占的比重，其模型为 TC=（Ve-Vi）/(Ve+Vi) Ve代表某类产品的出口额，Vi代表某类产品的进口额，TC的取值范围在-1和1之间，若TC≥0.8，则该产品具有很强竞争力；若0.5≤TC＜0.8，则该产品具有较强竞争力；若0≤TC＜0.5，则具有强竞争力；若TC=0，则该产品具有一般竞争力;若-0.5≤TC＜0，则该产品具有低竞争力；-0.8＜TC＜-0.5则具有较低竞争力;TC≤-0.8，则具有很低的竞争力。

贸易专业化指数从产品的进出口的数量来分析某类产品在国际市场上的表现，具有简单、直观的特点，能够快速反应产品在某一时点或连续某一阶段产品竞争力的变化。 从贸易专业化系数看，2002年～2006年5年间浙江平均TC指数以0.40位居第一，其次是福建、山东、广东和江苏，说明浙江的出口产品具有强竞争力，并且与其他4省份相比竞争力最强，这与浙江省出口产业形态上以集群为主，规模经济及产业前向后向联系降低运输等生产成本，表现在出口时具有一定的价格优势。

显性比较优势指数RCA是巴拉萨(Balassa，19

6

5)提出用以测度国际竞争力的工具，该指数被定义为一经济体某种商品或服务的出口占世界该种商品或出口的比率与该经济体总出口占世界总出口的比率之比;RCA指数又称“相对出口绩效指数”(REP），反映了一个国家某类产品(或服务)的比较优势，以及竞争优势所形成的实际结果，是产业国际竞争力强弱的重要衡量指标之一。其公式为： RCA=(Xki/Xi)/(Xkw/Xw)，Xki、Xi分别表示某i国k产品的出口和总出口，Xkw、Xw则表示世界k产品的出口和总出口，一般认为RCA≥2..5，则该产品具有很强的竞争力；若1.25≤RCA<2.5具有较强的竞争力;若0.8≤RCA<1.25，则具有一般的竞争力;若RCA<0.8 则具有弱的竞争力。

从横向比较看，在主要出口产品RCA指数排序中浙江均居于前三位，说明浙江与其他省份相比出口产品的竞争力普遍较强；虽然部分出口产品的绝对值较小，如成品油的RCA仅为0.59，具有弱竞争力，但与横向的山东（0.27）、广东(0.13）、福建(0.20）、江苏（0.25）相比，仍具有相对较强的竞争力。相对竞争力最弱的是自动数据处理设备零件，RCA指数均小于其余四省。

四、结论及政策建议 从TC指数和RCA指数的综合计算结果，可以看出： 1.与主要出口省份相比，浙江无论从宏观层面还是微观的产品层面都具有较强的竞争力，尤其是纺织品、茶叶、服装、钢铁或铜制标准紧固件、轴承、合成有机染料无论从RCA绝对值还是相对排序都表明具有非常强的竞争力。 2.浙江具有竞争力的出口产品仍然以劳动力密集型的低端产品为主，如纺织品、服装、鞋类、旅行用品及箱包、塑料制品等；随着近年来土地、劳动力、水电等成本的增加，浙江制造业竞争力不断削弱。

3.虽然浙江的出口仍然保持着一定的竞争力，集中在劳动密集型产业，这些产业将转向生产成本更低的地区，如果固守这些目前还具有一定竞争力的产业不可避免地陷入“比较优势陷阱”；应尽快实现产业的结构升级，生产高附加值产品，向品牌、研发、设计延伸，走出微笑曲线的弧底。 参考文献: Balassa，Bela(19

7

7).“Revealed Comparative Advantage Revisited:An Analysis of Relative Export Shares of the Industrial Countries，1953～1971” [J]，The Manchester School of Economic & Social Studies.1977，vol.45，issue 4，pp.327～44 Pingsun Leung.Junning Cai.A Review of Comparative Advantage Assessment Approaches In Relation To Aquaculture Development.forthcoming in Special and System Selection for Sustainable Aquaculture(Blackwell) 黄亦君:浙江省出口贸易比较优势分析.绍兴文理学院学报（自然科学版）[J].2005年08期 卢向南吴倩李慧巍:从统计数据看浙江高新技术产品出口竞争力.科技进步与对策[J].2004

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn