

## 人民币汇率升值是中国外贸行业发展的新机遇

文/马慧敏

人民币汇率升值，有利于改变长期依赖于低价优势竞争的出口产品结构；有利于改变长期依赖于规模扩张经营的外贸企业结构；有利于改变长期依赖于少数贸易对象的国际市场结构；有利于改变长期依赖于出口单一增长的对外贸易结构。为中国外贸行业提供了新的发展机遇。

2005年7月21日，中国人民银行宣布自该日起，美元对人民币交易价格调整为8.11，同时，中国的汇率制度由“以市场供求为基础的、单一的、有管理的浮动汇率制度”改为“以市场供求为基础、参考一揽子货币进行调节、有管理的浮动汇率制度。”这一宏观经济决策拉开了人民币对美元汇率升值的序幕，在短短的一年多时间里，人民币汇率不断创新高。到2007年3月底，人民币对美元汇率由汇改前的8.2765升值到7.7342，累计升值7.01%。与此同时，中央银行在2007年初发布的2006年第四季度货币政策执行报告中表示，今后要进一步增强人民币汇率弹性。这一政策取向将导致人民币汇率升值步伐的加快，必将对中国的投资、消费、外贸等领域产生重大的影响。就目前来看，人民币升值这一中国市场经济和经济金融形势发展过程中的重要的宏观经济政策，对以自然资源优势、劳动力优势为主要竞争力的中国外贸行业的影响更为显著。

分析汇率制度改革后中国外贸行业的情况，我们可以看出，人民币汇率升值对中国外贸行业产生了较大的影响，但同时也为中国外贸行业提供了新的发展机遇。

### 一、人民币汇率升值有利于改变长期依赖于低价优势竞争的出口产品结构

考察汇改前后中国初级产品、工业制成品出口增速变化图（图1），我们可以看到，由于出口生产安排有一定的延续性，在汇改启动的头几个月，中国出口产品结构中初级产品、工业制成品出口同比增长速度并没有受到太大的影响，但是四个月以后，特别是2006年1月以后，初级产品、工业制成品（特别是初级产品）出口同比增速大幅下降，表明中国长期依赖于低价优势竞争的产品结构正在发生明显的改变，人民币汇率升值，为改变出口产品结构提供了新的机遇。

图1

人民币汇率升值，以外币标价的出口产品的相对价格会上升，最终会影响出口产品的国际竞争力，进一步地，这种不利影响对于不同的需求价格弹性的商品而言是有很大的差异的。对于需求价格弹性较大的产品来说，价格的提高会引起销售量的大幅减少，汇率升值对出口的影响较大，而对于需求价格弹性较小的产品来说，价格提高不会引起销售量的大幅减少，汇率升值对出口的影响就比较小。

中国的出口产品主要集中在劳动密集型和资源密集型的传统的低档大宗商品上，这些商品标准化程度高，多样化程度低，属于技术含量低，产品差异小的商品，其需求的价格弹性比较大，在国际市场上的竞争优势在很大程度上依赖于较低的商品价格和较低的劳动力成本因素所获得的。当人民币汇率以较大的幅度升值时，在国际市场价格不变的情况下，由于升值所引起的劳动力成本和生产成本的相应提高，必然会导致其本来就很低的利润的下降，甚至出现亏本。

可见，面对人民币升值的压力，出口产品的经营者只有充分利用升值所带来的进口能源、原材料和先进技术设备的进口价格优势，调整出口产品结构，投资高技术、高附加值的资本密集型产品的生产，开发具有自主知识产权和自主品牌的高附加值产品，最终通过产品高技术含量、多样化的差异竞争来保证出口产品的较小的需求价格弹性，才能实现在人民币升值过程中出口产品的可持续发展。所以，人民币汇率升值对于改变长期依赖于低价优势竞争的出口产品结构具有较大的积极作用。

### 二、人民币汇率升值有利于改变长期依赖于规模扩张经营的外贸企业结构

考察汇改前后人民币对美元汇率变动情况，我们可以看出，自2005年7月汇改以来，人民币对美元的汇率持续走高，累计升值幅度达到了7.07%。人民币汇率的升值所引起的外汇折算差异，通过改变企业的资产、负债、收入和成本等帐面价值直接影响了企业的经营业绩。另外人民币升值提高了资本成本和收入，也改变了不同行业的增长速度，使不同行业的业绩出现了分化。人民币升值的压力必定会促使外贸企业重新思考新的发展战略和思路，为改变外贸行业的企业经营结构提供新的机遇。

由于中国的主要出口产品生产中没有更多的核心技术，生产和经营具有投入小，进入门槛低的特点。所以当外贸经营权放开，外贸行业由垄断行业转变成一般竞争性行业时，较大部分企业，特别是那些中小型的、分散的、没有稳定客源、没有稳定的出口货源渠道和出口主导产品的企业不

但将经营的产品集中在这些劳动力密集、技术含量低的大宗产品的经营上，而且还进行了大规模的生产经营投资，忽视产品质量和产业结构的优化，企业缺乏核心竞争力和抗风险能力，产生了一些低质量、低效率的企业，同时也出现了由于供给过剩使行业内的企业不得不将价格降低到接近或低于平均成本的状态，引起了以生产能力过剩为特征的过度竞争。人民币升值将降低出口产品在国际市场的价格竞争力，在一些发展中国家同类产品技术和质量提高得相当快，提供价廉物美商品的能力不断提高的情况下，使中国出口产品失去一部分市场，一些出口产品不得不转向国内市场，从而加剧了国内市场的竞争，最终将使一部分企业在激烈的国际、国内市场竞争中处于劣势，面临淘汰出局的境地。

可见，人民币升值必然会迫使企业实现从规模扩张的粗放型的经营模式向以提高企业核心竞争力为目标的强调质量和效益的集约型的经营模式的转变，而对于那些单纯依靠规模扩张和劳动力优势生存的企业将可能在激烈的市场竞争中被淘汰（唐震斌，2006）。所以，人民币汇率升值对于改变长期依赖于规模扩张经营的外贸企业结构具有较大的积极作用。

### 三、人民币汇率升值有利于改变长期依赖于少数贸易对象的国际市场结构

考察汇改前后中国对主要贸易伙伴国出口数量变化的情况（图2），我们可以看到，中国对主要贸易伙伴国出口增速放缓，呈现了下降趋势。造成这样一个变化的原因之一就是中国长期以来外贸进出口大都以美元结算，多元化市场和多元化货币结算所具有的规避市场风险和汇率风险的优势没有得到充分的利用和发挥。人民币升值的压力必定会促使企业通过开拓国际市场、拓展结算工具来规避风险，为改变国际市场结构提供新的机遇。

图2

中国的主要贸易伙伴集中在欧盟、美国、日本和东南亚国家和地区，与这些国家的贸易额占总贸易额50%以上，说明中国对外贸易对这些主要贸易伙伴的依赖程度比较大，受这些国家的市场波动和经济政治变化因素的影响风险比较大，企业经常面临着由政治和经济因素所带来的贸易摩擦的风险。近年来，中国出口商品遭遇国外反倾销和保障措施调查明显增加，被反倾销立案的数目分别为：2001年55起，2002年51起，2003年47起，2004年57起，2005年，中国对外贸易摩擦更是进入了“高发期”，多次受到美国、欧盟、印度等多个国家和地区的反倾销调查，成为世界上遭受反倾销调查最多的国家。此外，反补贴、绿色壁垒、技术壁垒等也已经成为其他国家对中国出口产品施加压力的手段。这种对主要贸易伙伴的高度依赖性主要是由中国主要以初级产品、劳动密集型产品为主的产品结构导致了与生产类似产品的国家之间没有互补性，只能与发达国家进行产业间贸易的性质所决定的（胡均民，2006）。人民币汇率升值的压力，迫使企业调整出口产品结构，更多地投入资本密集型产品和高技术含量产品的生产，为出口企业在与发达国家进行贸易的同时，又能够与一些发展中国家进行一部分产业间贸易，实现国际贸易市场的不断扩大提供了可能。

可见，在通过由人民币汇率升值与汇率制度的改变而实现的产品结构的调整和产品档次的升级的基础上，企业必然会在巩固欧盟、美国、日本、香港等传统市场的同时，大力拓展南美、东南亚、南亚、中东、非洲、东欧、俄罗斯等新兴出口市场。只有这样，才能一方面防范单一市场的不稳定风险，另一方面可以根据各个国家和地区的金融政策规定，选择多货币结算，规避单一货币的升贬值风险（沈一线，2006，），提高对汇率变动的抵抗能力，减少少数市场波动带来的影响。所以，人民币汇率升值对于改变长期依赖于少数贸易对象的国际贸易市场结构具有较大的积极作用。

### 四、人民币汇率升值有利于改变长期依赖于出口单一增长的对外贸易结构

考察汇改前后中国出口贸易和进口贸易增速我们可以发现，汇改以后，中国外贸行业的出口增速明显下降，进口增速明显提高，出口增速低于进口增速。表明中国长期依赖于出口单一增长的对外贸易结构正在发生显著的改变，人民币汇率升值，为改变中国对外贸易结构提供了新的机遇。

中国对外贸易长期以来实行的是以“重出口，轻进口”为主要特征的出口导向战略，这一战略的实施在推动中国经济增长的过程中发挥了巨大的作用，但同时也产生了对出口的依存度过高，不仅使中国的经济增长和就业面临着潜在的风险，而且也产生了企业过度依靠廉价劳动力的价格优势出口，单方面的贸易顺差引起其他国家反倾销诉讼频繁；劳动密集型出口行业的低成本、低市场准入引起的投资过度供给所导致的企业低价恶性竞争；以及只重视价格，不重视国际市场需求而引起的出口贸易和就业易受到国际经济形势波动影响等一系列问题和矛盾。人民币汇率升值由于其外汇折算对进口和出口的影响截然不同，具体地，有利于进口的增长，不利于出口的增长，所以当人民币汇率升值时，必然会引起出口的减少和进口的增加，这样就能从根本上改变中国进口贸易和出口贸易严重不均衡的局面。

可见，人民币汇率升值，不仅能够抑制以劳动力资源和自然资源为基础的出口的增长，推动消费品和生产资料等进口的增长，提升国民福利，缩短国内企业与经济发达国家企业的差距，而且通过进出口贸易结构的调整，有助于缓和中国和主要贸易伙伴之间的关系，减少贸易摩擦，对中国经济的可持续发展有着重要的意义。所以，人民币汇率升值对于改变长期依赖于单一出口增长的贸易结构具有较大的积极作用【基金项目：上海市重点学科(第二期)——开放经济与贸易资助项

相关链接

国内外建筑行业ERP及其应用比较研究  
北京都市型工业发展现状及其对策研究  
从加工贸易到服务加工贸易转型的探讨  
化妆品企业称雄中国市场的策略漫谈  
针对建筑施工企业投标策略方法  
流通企业开拓农村市场问题研究  
我国机械行业面对的形势与对策  
对生产制造企业借鉴作业成本法的思考  
人民币汇率升值是中国外贸行业发展的新机遇

本网站为集团经济研究杂志社唯一网站，所刊登的集团经济研究各种新闻、信息和各种专题专栏资料，均为集团经济研究版权所有。

地址：北京市朝阳区关东店甲1号106室 邮编：100020 电话/传真：（010）65015547/ 65015546

制作单位：集团经济研究网络中心