



今天是:

English >

《拓展中国与非洲商品贸易的策略分析》

作者:	朴英姬	完成时间:	2004-4-1
成果形式:	学术论文	奖项:	
课题类别:			

简介:

中国对非洲有潜力的出口产品分析
朴英姬

内容提要: 近年来,随着经济全球化趋势的愈演愈烈和非洲经济的良好运行态势,非洲大陆广阔的商品市场正备受各国投资者的青睐。据世界银行预测,在未来5至10年里,非洲经济年增长率有望保持在3.5%左右的水平上,目前一些经济发展较快的非洲国家已经成为重要的新兴市场。

当前,中国经济面临的现实问题是许多国内成熟的产业出现生产力过剩,产品过剩的严峻形势,迫切需要寻求海外投资市场和商品销售市场。而中国产品长期以来具备的价廉物美的优势,正适合非洲广大消费者的需求。大力开拓非洲商品市场是中国企业拓展国际市场空间,缓解国内市场压力的现实选择,非洲商品市场将是未来我国实现出口市场多元化的重点地区之一。

关键词: 非洲、中国、出口产品

作者简介: 朴英姬,1974年生,中国社会科学院西亚非洲研究所研究人员。

一、非洲的商品贸易概况

非洲有56个国家和地区,人口超过7.7亿,每年的对外贸易总额在2600亿美元左右,是个不容忽视的广阔市场。由于历史原因,许多非洲国家的经济结构过于单一,工业基础极其薄弱,许多产品在国内无法满足供应,出现很大的商品供应缺口,进口需求旺盛。

近年来,非洲经济发展取得了可喜的成果,非洲对外贸易也随之稳步发展,占世界商品贸易的比重保持在相对稳定的水平上,还有进一步提升的空间(见下表)。

1996—2001年非洲商品贸易总体走势

单位: 亿美元

1996 1997 1998 1999 2000 2001

非洲进口额 1238.56 1309.11 1311.61 1273.04 1312.82 1353.77

非洲进口年增长率(%) 5.70 0.19 -2.94 3.12 3.12

世界进口额 53275.63 55050.22 54260.32 56608.42 63728.75 64388.00

非洲进口占世界比重(%) 2.32 2.38 2.42 2.25 2.06 2.10

非洲出口额 1233.72 1252.70 1048.07 1154.62 1467.14 1432.39

非洲出口年增长率

(%) 1.52 -16.34 10.17 27.07 -2.37

世界出口额 52571.03 54452.41 53706.81 55430.91 61648.40 61624.00

非洲出口占世界比重(%) 2.35 2.30 1.95 2.08 2.38 2.32

非洲商品贸易总额 2472.28 2561.81 2359.68 2427.66 2779.96 2786.16

非洲贸易年增长率(%) 3.62 -7.89 2.88 14.51 0.22

世界商品贸易总额 105846.66 109502.63 107967.13 112039.33 125377.15 126012.00

非洲贸易占世界比重(%) 2.34 2.34 2.19 2.17 2.22 2.21

资料来源:中国对外经济贸易年鉴编辑委员会:《中国对外经济贸易年鉴2001》,北京,中国对外经济贸易出版社2002年,第1174、1175页;

UNCTAD, Handbook of Statistics 2002, Geneva, 2002, pp. 4-7.

非洲商品贸易在总体上有以下几个显著的特点:

第一,从商品贸易额来看,非洲近年来的商品贸易绝对数额呈上升的趋势。2001年非洲外贸总额达到2786.16亿美元,其中进口贸易除1999年外都出现正增长,2000和2001年的增长率均为3.12%,呈现出良性增长的势头,2001年非洲进口贸易额达到1353.77亿美元,非洲的进口商品市场潜力巨大。近年来非洲的出口贸易虽然出现过大大起大落的增减,但整体上依然

有着向上攀升的态势。

第二，从非洲商品贸易与世界商品贸易的对比来看，非洲的对外贸易，无论是进口贸易还是出口贸易，占世界贸易的份额都长期保持在相对稳定的低水平状态，到2001年仍低于2.5%。可见，虽然非洲的外贸有了一定的增长（1996年至2001年非洲外贸总额增长了12.7%），但若想在世界商品贸易市场上打下稳固的基础，还有很长的路要走。

第三，从进出口贸易状况来看，近年来非洲的贸易状况出现了由贸易逆差到贸易顺差的转变。从1996年至1999年的四年中，非洲的对外贸易持续出现逆差，1999年的贸易逆差达到了118.42亿美元。2000年，随着世界商品市场的逐渐活跃，非洲的出口大幅度增长，非洲的对外贸易状况有所好转，出现了较大的贸易顺差（154.32亿美元），这种状况继续到2001年（贸易顺差为78.62亿美元）。

第四，从进出口商品结构来看，非洲进口的主要商品类别为制成品，其次为食品和燃料，出口的主要商品类别为燃料，其次为制成品和食品。2000年，非洲进口的制成品占进口总额的70.6%，食品占15.3%，燃料占7.7%，初级农产品占2.3%；出口的燃料占出口总额的65.6%，制成品占16.9%，食品占9%，初级农产品占3.7%。

第五，从进出口贸易对象国来看，非洲进、出口的主要对象国均是西方发达的工业化国家。多年来，非洲对西方发达的工业化国家出口额占非洲出口总额的60%以上（2001年为69.9%），进口额占非洲进口总额的60%左右，2001年这个比例为59.6%。2001年非洲出口的前十位贸易对象国分别为：美国、法国、意大利、英国、西班牙、德国、荷兰、比利时、日本和瑞士；非洲进口的前十位贸易伙伴国分别为：法国、美国、德国、英国、意大利、日本、西班牙、荷兰、比利时和瑞典。

二、中国对非洲有潜力的出口产品

非洲大多数国家的农业和石油工业是其国民经济的主导，制造业发展滞后，由于农业机械化程度低，非洲农产品的自给率也较低。这种状况决定了非洲国家多以初级农、矿产品和石油、天然气等初级产品的出口为主，进口商品主要是制成品、半成品以及粮食产品等。与非洲的外贸进出口结构不同，中国的出口商品结构中，以工业制成品为主，初级产品的比重很低，2001年仅为9.9%。在工业制成品中，机械与运输设备的比重最高，2001年为39.6%，其次是杂项制品，占出口总额的32.7%，轻纺产品、橡胶制品、矿冶产品及其制品的比重也较高，占16.5%；在初级产品的出口中，食品及主要供食用的活动物的比重较高，占4.8%，其次是矿物燃料、润滑油及有关原料，占3.2%。

目前，中国对非洲出口的主要商品为机电产品、服装、纺织品、轻工产品、粮油食品、通讯产品、药品等，从非洲进口的商品主要有原油、原木、铁矿和各类矿产品。可见，中国与非洲的进出口商品结构具有较强的互补性，这种长期存在的互补性使得中国产品大力开拓非洲商品市场具有现实的可能性。

针对当前非洲进口商品结构的特点，即进口需求集中在工业制成品上，尤其以机电产品、轻纺产品为主，并且受自然灾害、疾病传播等的不利影响，粮食、药品的进口也较多，同时中国在这些产品上也具有较强的出口优势，在未来几年中国对非洲出口的重点产品应集中在这些产品上，以下逐一分析对非洲有潜力的出口产品。

（一）机电产品

非洲国家普遍存在经济结构单一，工业基础薄弱的现实问题，因此工业制成品需要很大比例的国际供给，而机电产品是非洲需求最大的工业制成品，具有广阔的市场空间。

自1995年以来，中国机电产品的出口额逐年增加，连续七年成为中国出口第一大类产品。2001年机电产品出口额为1187.9亿美元，占全国出口总额的44.6%。目前，中国对非洲出口的第一大类产品就是机电产品，中国对南非、埃及、阿尔及利亚、突尼斯、摩洛哥等国的出口均以机电产品为主，可见中国的机电产品在非洲市场上已初具规模。但是中国企业在不断夺占非洲机电产品市场的同时，没有注重出口结构的优化，造成长期以来中国对非洲出口的机电产品以小五金、小农具等消费类机电产品为主，产品档次低，缺乏自己的优质名牌产品。近年来中国对非洲出口的机电产品中，具有较高技术含量和附加值的机电产品正在逐渐增加，农业机械、汽车、摩托车、彩电、空调以及各种用于农副产品加工和建材生产的小型成套设备纷纷进入非洲市场。可见，若要进一步拓展机电产品在非洲的市场份额，就要勇于进军非洲的中、高档机电产品市场，具有较高技术含量和附加值的机电产品将是未来几年中国对非洲最有潜力的出口产品。

1、家电产品

近年来，非洲家电产品的需求量增长速度很快，年均增长率达到5.5%，由于非洲的家电工业基础薄弱，产品无法实现自给，大部分设备、配套部件和原材料都需要进口，进口的空间很大。

中国的家电工业自改革开放以来，不断蓬勃发展，基本上形成了规模经济，进入到产业升级的阶段，同时造就了许多知名的民族家电品牌，如海尔、长虹等，许多家电产品早已跨出国门，走向世界。目前中国已经成为世界上彩电、VCD机和电风扇等家电产品的最大生产国，国内彩电的年生产能力达到4000万台，接近全球彩电总产量的1/3，电冰箱、家用空调器、洗衣机、彩管等产品也已成为全球的主要生产国。2001年，我国家电工业在世界经济增长缓慢的国际背景下仍有较快的增长，许多家电产品的生产量位居世界前列，如空调器产量超过2300万台，微波炉产量达到1818万台，洗衣机产量达到1334万台，电冰箱产量达到1349万台。随着我国家电产品出口的快速增长，其出口量占总产量的份额也在不断扩大，2001年全国微波炉出口量占当年总产量的69%，电饭锅占57%，电冰箱占33.6%，空调器占25%，洗衣机占11.7%。可见，中国的家电产品已经具有较显著的国际竞争优势，进一步扩展家电产品的出口市场具有可行性。

当前，我国家电产品的主要出口市场是欧盟成员国，约占家电出口市场份额的1/4，但近年来欧盟对于进口的机电产品不断设置新的环保壁垒，对于我国家电产品维持和拓展欧盟的市场份额设置重重障碍。因此我国家电产品急切寻求新的出口市场，而非洲大陆无疑将是具有开发潜力的出口市场之一。

目前中国的家电产品在非洲所占的市场份额很少，如在非洲第二大进口市场埃及，中国的家电产品几乎没有市场份额，仅有收音机、录音机等技术含量低的简单组装产品，而大型的家电产品多为韩国品牌，如三星、LG等，由于埃及的家

行业正处于成长期，对于家电产品的进口量很大，中国应充分发挥家电产品的出口竞争优势，不断拓展非洲家电产品的进口市场空间。

2、摩托车

在非洲，由于消费水平和道路交通状况所限，摩托车是许多国家主要的交通工具，市场需求量很大。

中国已经连续七年成为世界摩托车生产第一大国，2002年我国摩托车的产量达到1292万辆，约占世界总产量的50%，比2001年增长了4.9%。从2000年开始，摩托车出口成为中国机电产品出口的新增长点，2001年，中国共出口摩托车288万辆，出口额7.4亿美元，出口国家和地区150多个，比上年增加了23个，主要出口东南亚、美洲、非洲等地区，特别是对越南的出口，占了中国摩托车出口总量的60%以上。由于目前越南摩托车市场的秩序混乱，国内市场也逐渐趋于饱和，中国摩托车出口企业正努力拓展其他海外市场，而非洲无疑将是国内企业关注的焦点。

非洲对摩托车需求较大的国家是尼日利亚和贝宁。尼日利亚每年进口的摩托车有30—50万辆，其中70%是二手车，而从中国进口的都是新车，由于二手车多数需要经过改装后才能销售，并且存在性能差、耗油多、维修费用高等劣势，无法长期占据非洲摩托车的市场份额，因此中国的摩托车在尼日利亚市场上有着巨大的销售发展空间。在贝宁，摩托车是其主要的交通工具，贝宁的摩托车市场也是以二手车为主，且存在污染严重、售价不低的问题，目前政府正采取措施限制二手车进口，这为我国摩托车扩大对贝宁的出口提供了机遇。

3、农业机械

在非洲，尽管许多国家的农业在国民经济中占主导地位，但农业机械化还远未实现，农业机械的使用率还很低，农产品的加工水平也很低。近30年来，非洲初级农产品出口的国际市场份额在逐步缩小，许多非洲国家急需提高农业生产率，实现农产品的深加工，开发新品种，以提高农产品在国际市场上的竞争优势，因此农业机械将是非洲市场上受广泛欢迎的产品。

近年来，我国的农业机械产品出口逐年增长，据海关统计，2002年中国各类农业机械产品的进出口额为33.41亿美元，比2001年增长28%，其中出口额为13.86亿美元，增长27.4%，在全国机电产品出口总额中所占比重为0.9%。我国农业机械的出口市场广阔，遍布世界6大洲171个国家和地区，具有较大的发展潜力。2002年我国拖拉机零件对非洲市场的出口呈现出较大幅度增长，比2001年增长了42.79%。

目前我国对尼日利亚和坦桑尼亚农机产品的出口成倍增长，苏丹是我国农业排灌机械及零件的主要出口国家之一。南非和尼日利亚的土地面积都比较广阔，适宜多种农作物的生长，具备发展种植业和养殖业的良好条件，对农业机械的需求也比较旺盛，可以作为中国农业机械对非洲出口的重点国家。由于中国的农业机械产品价廉物美，正适合非洲当前的经济发展水平，在非洲的市场前景将非常广阔。

(二) 纺织产品

长期以来，非洲纺织业的基础普遍薄弱，即使在埃及，纺织业作为其工业支柱，仍然面临着生产技术落后，设备陈旧，缺乏技术工人和高质量原料等问题。由于许多非洲国家的纺织工业落后，每年需进口大量纺织品来满足国内的消费需求。在加蓬，纺织品和服装几乎没有出口，每年从欧洲、美国、亚洲和非洲的其它一些国家进口。塞内加尔每年进口的印花布占其纺织品进口总额的50%，其中绝大部分的印花布从中国进口。

中国是世界上最大的纺织品贸易国，出口额占全球纺织品服装出口总额的1/7以上。纺织工业是中国出口创汇的支柱产业，2001年中国纺织品出口创汇额达到520.8亿美元，占全国出口总额的20.7%，其中服装的出口额为312亿美元，占纺织品出口总额的60%。2002年我国纺织品出口又有所增长，出口额超过600亿美元，这是由于中国加入WTO后，对世贸组织成员国出口享受比从前更多的关税优惠，使中国纺织品在国际市场上的价格优势更加突出，增加了产品的竞争力。尽管如此，我国纺织品服装出口以量取胜的局面仍未改观，2002年中国纺织品在出口总量增加的同时，出口价格大幅下降，其中纱线出口量增加28.43%，价格下降13.61%，服装出口量增加17%，价格下降5.49%。2002年我国服装的出口价格比5年前下降了30%，其中梭织服装下降27%，针织服装下降33%。

近年来，由于受美国颁布的《非洲增长和机会法案》(AGOA)的激励，一些非洲国家的纺织业发展迅速，如莱索托纺织业的迅速发展就得益于此，目前莱索托已成为非洲最重要的纺织品加工区域，对美国出口的纺织品也已经连续三年位居撒哈拉以南非洲之首。毛里求斯纺织业的迅猛发展也是受益于西方发达国家允许其纺织品、特别是成衣制品无配额进入欧美市场的原因。可见，当前非洲纺织业发展较快的国家均是与发达国家给予的出口配额优惠密不可分的，出口政策的导向性对于非洲国家纺织业的蓬勃发展息息相关。但是根据世界贸易组织《纺织品与服装协定》(ATC)的规定，到2004年12月31日，国际纺织品服装贸易中的数量限制(即配额限制)将完全取消。那时候，非洲国家将无法借助于发达国家给予的配额优惠扩大纺织品的出口，莱索托、毛里求斯等国纺织品出口的优势将有所削减。而中国目前还有100多亿美元的纺织品(占中国纺织品出口总量的25%)受到欧、美等发达国家的配额限制而无法实现出口，当这些国家按照《纺织品与服装协议》的规定逐步放松进口配额限制后，中国的纺织品出口将会有新的机遇。

尽管如此，由于我国纺织品服装出口多为技术含量不高的中、低档产品，而且主要的出口对象国是美国、日本、欧盟等发达国家，近年来这些发达国家不断设置的非关税壁垒事实上阻碍了我国纺织品出口增长的步伐，如欧盟对纺织品进口提出越来越苛刻的生态环保要求，进口的纺织品要符合《生态纺织品标准》，致使我国出口到德国的纺织品中约有15%的产品未通过“生态”检验。为进一步扩大我国纺织品服装的出口，一方面我国应不断提升出口纺织品的技术含量，力争达到发达国家的进口标准；另一方面，还应积极拓展其他出口市场，实现出口市场的多元化。中国纺织品服装长期以来具有的价廉物美的优点，非常符合当前非洲人民的消费需求，因此开拓非洲纺织品市场应作为实现我国纺织品出口市场多元化的重点地区。

（三）鞋类产品

鞋类产品是中国轻工产品中对非洲出口的强项。非洲的制鞋业发展水平参差不齐，只有少数国家的鞋类制品可以满足国内需求并实现出口，突尼斯是非洲鞋类产品的出口大国，主要出口到欧洲国家。大多数非洲国家的制鞋业发展滞后，每年需要大量进口鞋类产品。乌干达每年对鞋类产品的需求总量约为1060万双，其中60%以上需要通过进口解决。此外，刚果（金）、布隆迪、卢旺达等国，由于连年战争或内乱，工业生产受到很大影响，鞋类产品的产量也满足不了当地市场的需要，每年的进口量很大。

中国是世界鞋类产品的制造和出口大国，鞋类产品的产量占世界总产量的53%，鞋类产品是我国出口商品中仅次于机电产品、纺织品服装的第三大创汇产品。2001年中国出口的鞋类产品共计39.6亿双，出口额达到96.8亿美元。我国鞋类产品的出口以中、低档的塑胶鞋、纺织面鞋为主，皮鞋的出口数量虽有所增加，但价格却远远低于国外相关产品。目前，我国鞋类产品的平均单价不仅远远低于意大利、巴西、韩国等国，甚至已经低于越南等国，且出口价格呈现下降的趋势，1997年我国鞋类产品的出口平均单价为2.79美元/双，1998年下降到2.65美元/双，2001年又下降到2.48美元/双，其中除纺织面鞋的单价上升14.47%以外，其余均有不同程度的下降，塑胶鞋下降0.96%，皮鞋下降5.06%，其他鞋下降20.33%。造成我国鞋类产品出口价格下降的主要原因是出口企业数量过多，出口秩序混乱，此外出口市场过于集中也是不容忽视的原因之一。目前我国鞋类产品的出口市场主要集中在美国、欧盟和日本等国，对于非洲、南美等市场的开发还远远不够。

为分散鞋类产品的出口风险，除加强鞋类出口企业的行业自律，减少恶性竞争以外，实现出口市场多元化也是其中的关键环节。由于中国鞋类产品的出口以中、低档产品为主，正适合非洲当前消费水平的需要，因此努力开拓非洲市场是实现我国鞋类产品出口市场多元化的理想选择。

（四）粮食产品

非洲人均可耕地面积是亚洲的两倍，然而粮食生产却远远满足不了需要，自给率只有77%。由于农业技术落后、内战频仍和自然灾害等多种原因，非洲面临越来越严重的粮食短缺问题。目前非洲有4000多万人口正在和饥荒作斗争，目前在撒哈拉以南非洲有23个国家面临粮食危机，许多国家严重依赖粮食进口，粮食问题已经成为制约非洲经济发展的“瓶颈”。在科特迪瓦，政府每年都要支付约1亿美元来进口大米。世界粮食计划署宣布，南部非洲的津巴布韦、马拉维、赞比亚、莫桑比克、莱索托和斯威士兰等6个国家面临长期的粮食短缺。

在粮食作物中，水稻的种植最为广泛，是全世界半数以上的人口赖以生存的日常食品。水稻是我国重要的粮食作物，常年播种面积和总产量均居我国粮食作物的首位。中国是世界水稻生产大国，水稻播种面积占世界水稻播种面积的20%，仅次于印度；水稻年均总产占世界水稻总产的35.26%，居世界第一。由于中国在优良品种的选育与增产方面掌握了世界先进技术，水稻平均单产为世界平均数的1.6倍。我国是世界上出口大米最多的国家，每年平均出口大米100—120万吨，2001年我国大米出口总量为186万吨，出口额为32.9亿美元。虽然我国是大米的出口大国，但出口的大米品质却不高，主要针对第三世界国家出口，科特迪瓦是我国大米出口的第一大市场。

此外，近年来我国小麦生产技术不断提升，2002年国内优质专用小麦面积已达到1.09亿亩，占小麦总面积的31%，初步解决了专用小麦的进口替代问题。从2002年起，中国成为小麦的净出口国，并首次实现食用小麦的出口，食用小麦的出口，将促进我国国产优质小麦的生产、种植和品种优化，为扩大小麦出口提供保障。目前，世界上主要小麦出口国，如美国、澳大利亚和加拿大等国均遭受严重旱灾，小麦产量普遍下降，出口锐减，这也为我国小麦出口创造了机遇。而且由于非洲人民喜食面包，对于小麦的需求量很大，每年需大量进口，未来我国小麦出口应重点开拓非洲大陆的广阔市场。

（五）中药产品

目前非洲大陆正面临疾病流行、缺医少药的局，对于药品的需求量急剧增加。在加纳，由于现有的制药厂规模小，国内的药品种类匮乏，每年需要进口4000万美元的药品。乌干达国内只有4家小型的制药厂，主要是来药包装和来料生产，无法满足国内需要，每年需进口3000至4000万美元的药品。可见，非洲大陆的药品进口市场非常巨大。

中国是中药材王国，是世界天然药物资源最丰富的国家之一，中医药在我国有着五千年的历史，有着完整的理论与实践系统。中药具有安全有效、毒副作用小的优点，在调整人体内环境方面有着西药无可比拟的功效，因此中药产品正受到国际药品市场的青睐。目前，中国的中药产品已经进入非洲市场。2001年，中国对非洲的中药出口已经达到976万美元，其中中成药为548万美元，占56%。据国家中医药管理局提供的消息说，最受非洲人民喜欢的中成药品种是清凉油，仅这一品种就占中成药出口总额的80%以上；其次是中药材，占中药产品出口总额的38%。目前，中国对非洲出口中药产品的国家有37个，2001年出口额超过100万美元的国家有，南非、尼日利亚、摩洛哥和贝宁四个国家。

长期以来，我国中药产品的传统出口市场是亚洲地区，占60%以上的市场份额，近年来由于我国中药产品的出口价格呈现下跌的趋势，在非洲市场上将更具有价格竞争优势，因此未来几年应努力开拓非洲药品市场。

——本文刊载于《亚非纵横》2004年第2期。