

# 德国产业竞争力与竞争优势分析

傅钧文

**摘 要:**本文从制造业和服务业入手,分析了当代德国的产业竞争优势。

**关键词:**德国; 产业竞争力; 竞争优势

**作者简介:**上海社会科学院 世界经济研究所 研究员 上海 200020

**中图分类号:**F151.651

**文献标识码:**A

**文章编号:**1005-4871(2003)04-0010-06

德国是世界公认的仅次于美国和日本的第三大经济强国,这一点也为严密的定量分析所证实。迈克尔·波特在他的《国家竞争优势》一书中对包括德国在内的8个发达国家70年代初到80年代中期的竞争优势作了分析。近20年过去了,德国的竞争优势又发生了何种变化呢?

## 一、德国制造业的国际竞争力

产品在国际市场上的占有率从一个侧面反映了生产同类产品的产业的国际竞争力。迈克尔·波特通过对产品的国际市场占有率的统计,分析了1985年德国最具国际竞争力的前50个行业的竞争优势,这些产业分布在从机械制造、汽车制造、飞机制造、电器设备制造到化工、钢铁、采矿等一大批产业集群上。

表1从一个侧面反映了近年德国的优势产业的

格局。在2000年,德国商品贸易出口占世界出口总额的8.9%,市场占有率高于这一比率的商品有38类,这些商品相对于其他德国出口商品而言具有较强的竞争力,这些商品占当年德国全部出口的44.9%。这一比率低于美国和日本。

用该表与1985年相比(尽管二者分类的数据数取位不同)仍可以看出,一些行业尤其是机械和化工行业依然保持着强大的竞争力(如022、724、726、742、583、533、598),还有一些机械行业的竞争力有明显的增强(如743)。另有一些行业从默默无闻到知名商品(如641、642),这些行业的发展可能与许

张幼文、黄仁伟:《2003 中国国际地位报告》,上海远东出版社2003年4月版,第160~172页。

迈克尔·波特:《国家竞争优势》(中文版),华夏出版社2002年版,第344页。

多国家进入信息社会,知识经济获得快速发展而导致需求增加有关。当然也有一些行业衰退了(如674),甚至有一些行业完全失去了国际竞争力,退出

了优势产业的行列(如321的煤和焦炭)。这些行业的衰退既有与周边国家和地区的竞争性加剧等外部因素,也有德国经济结构没有及时调整等内部因素。

表1 2000年德国38类国际竞争力较强的商品

SITC	商品类名	顺序	世界市场占有率(%)	SITC	商品类名	顺序	世界市场占有率(%)
726	印刷机械、装订机械	1	31.1	713	内燃机及其零件	20	13.1
742	液体泵及其他	2	24.1	678	钢管、铁管	21	12.6
724	织物和皮革加工机械	3	22.6	775	家用电器	22	12.4
745	其他非电动式机械和工具	4	21.9	782	货车及特种车辆	23	12.2
783	陆路机动车辆	5	19.3	892	报刊杂志、票证等印刷品	24	12.2
022	鲜奶、奶粉	6	18.6	541	药品	25	12.1
749	轴承等非电动式机械的零件	7	17.1	772	电路开关、连接设备	26	12.0
533	颜料、油漆及其他	8	17.1	893	其他人造塑料制品	27	11.7
736	金属加工机械及零件	9	16.4	641	纸张、纸板	28	11.7
583	聚乙烯等诱导体	10	15.4	515	有机化合物	29	11.5
598	其他混合的化工产品	11	15.2	784	汽车零件、附属品及其他	30	11.4
743	鼓风机、压缩机、离心机等	12	14.8	714	引擎及其零件	31	11.1
744	起重等搬运物品用机械	13	14.6	674	通用钢板	32	10.9
695	手工工具、机械用工具	14	14.1	582	酚醛、聚酯等重合物	33	10.7
728	工业用加工机械及零件	15	13.8	716	回转电机及其零件	34	10.5
792	航空器及其零件	16	13.7	682	铜材	35	10.3
874	测量分析用仪器	17	13.6	778	其他电气设备	36	10.0
699	锁、装璜用和家具用金属饰品	18	13.5	741	加热用或冷却用设备及零件	37	9.8
642	纸制品	19	13.3	684	铝材	38	9.7

资料来源:笔者根据联合国《2000 国际贸易统计年鉴》的数据计算。

与美国和日本相比,德国优势产业格局的特点是:第一,少数属于天然资源性产业也跨入了竞争力较高产业的行列,其种类虽然比美国少,但比日本多(如022)。第二,加工机械类产业表现突出,如724、726、742、745、749商品都是世界市场占有率最高的。第三,化工医药类商品的竞争力处于世界前列,如533和583是世界市场占有率最高的,541、515和598的市场占有率仅次于美国。如果从商品的用途来看,德国的竞争力体现在生产加工最终消费品的中间产品,而其最终消费品的竞争力较弱。

## 二、德国服务业的国际竞争力

在当今,一国的国际经济地位的确立和提升不

仅通过货物贸易,而且还通过服务贸易来实现;一国竞争优势不仅体现在能否形成竞争力强的制造业,还体现在能否形成竞争力强的服务业。

德国是世界上仅次于美国的服务贸易大国(世界第三大服务贸易出口国和第二大服务贸易进口国),也是欧盟成员国中最大的服务贸易国,其规模约占欧盟15个成员国总额的四分之一。2000年德国服务贸易出口838.9亿美元,进口1340.2亿美元,出现501.3亿美元的逆差,是欧盟最大的服务贸易逆差国。服务贸易中竞争力最强的是政府服务、保险服务和金融服务(见表2)。德国服务业绝大多数业务在国内,服务贸易的出口比率2000年只有13.3%,不及美国的一半。

**政府服务** 政府服务贸易涉及国际组织、驻外使领馆和海外驻军等的当地费用的支付和收受。一国政府服务贸易额的大小很大程度上取决于该国的政治因素。在政府服务贸易上,德国的出口居世界第三,进口居世界第四,产生19.8亿美元的盈余。德国的政府服务贸易商竞争力较强可能是因为德国为驻在其国内的国际组织和驻军提供服务较多。

**保险服务** 德国保险服务贸易收入主要靠其实力雄厚的再保险业务。早在1852年德国就诞生了世界上第一家专营再保险业务的公司,至今德国仍保持着再保险大国的地位,在世界20强再保险人排名榜中,德国独占四家,其中慕尼黑再保险公司

(Munich Rt.)长期保持世界第一再保险人的地位。该公司业务广泛,世界各国保险人每当遇到技术含量高的保险业务,都会不约而同地选择该公司为后盾。近年来,该公司购并了美国非寿险再保险第三大公司的美国再保险公司,进一步巩固了其在世界再保险业中的领导地位。

此外,德国其他保险业务也在世界上占有一席之地,如安联保险(Allianz)和格宁保险(Gerling)是德国第一、第二大保险集团公司,他们都在全球几十个国家拥有营业网点,其中后者也是全球唯一一家由家族拥有的大型保险集团,它在2001年通过与瑞士再保险公司合作,成为世界第二大信用保险公司。

表2 2000年德国服务贸易的竞争力

单位:10亿美元;%

	出口	进口	进出口收支	竞争力指数
运输服务	19.91	25.32	- 5.41	- 12.0
旅游服务	17.59	47.08	- 29.49	- 45.6
政府服务贸易	3.41	1.43	1.98	41.2
运输与旅游以外的民间服务贸易	42.97	60.20	- 17.23	- 16.7
电讯服务	1.44	3.15	- 1.71	- 3.7
建筑服务	3.55	4.70	- 1.15	- 13.9
保险服务	2.06	1.52	0.54	15.1
金融服务	4.10	3.31	0.79	10.7
计算机与信息服务	3.72	4.84	- 1.12	- 12.9
专利等使用费	2.82	5.45	- 2.63	- 31.8
其他商业服务	25.09	34.03	- 8.94	- 15.1
文化与娱乐服务	0.20	3.19	- 2.99	- 88.2
合计	83.89	134.02	- 50.13	- 23.0

竞争力指数 = (出口 - 进口) / (出口 + 进口) × 100

资料来源:笔者根据国际货币基金组织(IMF)《国际收支统计年鉴2001》的数据计算。

**金融服务** 与美、日等其他国家分业经营的银行体系不同,德国的商业银行大都是“全能银行”。全能银行制度被认为具有以下优势:第一,全能银行同时经营商业银行业务和证券业务,可以做到优势互补。第二,全能银行制度由于改变了银行的收入来源结构和利润结构,因而有利于降低和分散银行自身的风险,同时实现银行有别于规模经济的“范围经济”。第三,可促进银行业务的创新,增强银行的综合竞争

力。德国的全能银行制度并没有影响银行经营的稳定性,实际上,德国银行倒闭的数量却一直低于分业经营的美国和日本的银行业。在1997年的东南亚金融危机中,虽然包括美国在内的许多国家的金融受到很大影响,但德国金融业却能相对稳定。

[日]堀内昭义、吉野直行:《现代日本的金融分析》,东京大学出版社1992年版,第141-163页。

自上世纪60年代起,德国的银行开始向海外拓展,德国银行靠着其谨慎的经营风格受到各国储户和投资者的好评。70年代是德国银行国际化步伐最快的时期,例如德国最大的私人银行德意志银行从70年代开始将该行机构发展方面的重点逐渐转向海外。1976~1977年,该行相继在东京、巴黎、伦敦等地开设分行,之后又把发展的重点放到意大利、美国和亚太地区,成为业务活动区域广泛的跨国银行。到1997年底,该行的海外机构已遍布50多个国家和地区,占全行机构总数的比重的30%,海外机构雇员达到全行人数的30%,海外业务收入比例占收入比例的49%,海外资产占总资产的比重达58.1%。德国的银行在海外的经营战略之一是将银行服务的对象锁定为当地的富人,为富裕人群开发特殊或度身定制的服务,从而在近年获得良好的回报。

当然,德国的服务贸易中也有弱项。从表2可以看出,德国的服务贸易逆差的最大项目是旅游和“运输与旅游以外的民间服务贸易”项下的文化与娱乐服务。

旅游服务 德国人喜欢旅游,越来越多的德国人更喜欢到国外旅游度假,2000年德国有约4930

万人次出国旅游,来自外国的游客只有1690万人次,由此造成的旅游收支逆差占整个德国服务贸易逆差的二分之一以上。目前,德国是发达国家中工作时间最少的国家,2000年全年工作总时间(法定工作时间+加班时间)仅为1525小时,大大少于美国的1986小时和日本的1970小时。

文化与娱乐服务 文化与娱乐服务贸易中影视和音乐是主要部分。目前德国的电影票房收入中,美国好莱坞影片占80%以上,德国本国影片占10%。

音乐是德国人生活中不可缺少的组成部分,德国造就了各个不同时期的音乐大师,如贝多芬、巴赫、门德尔松等,柏林爱乐乐团更是享誉世界。尽管如此,德国年轻人听得更多的并不是本国的古典音乐,而是激情四射的外国现代音乐。

IMF并没有公布表2中的“其他商业服务”的详细分类数据,但根据该统计项目的含义,它类似于OECD服务贸易统计中的“专业服务贸易”。表3反映德国在专业服务方面竞争力较弱,其中“农业与采矿业的指导”竞争力最弱,这说明随着这两个行业在国民经济中的比重逐渐降低,相关技术力量也面临后继乏人的状况。

表3 2000年德国专业服务贸易的竞争力

单位:10亿美元;%

	出口	进口	进出口收支	竞争力指数
法律、会计、审计以及咨询	2.69	7.66	-4.97	-48.0
广告与市场调查	1.05	4.01	-2.96	-58.5
研究与开发	4.11	4.08	0.03	0.4
工程设计	2.61	3.76	-1.15	-18.1
农业与采矿业的指导	0.03	0.13	-0.10	-62.5
其他专业技术服务	3.61	1.00	2.61	56.6
企业内服务贸易	1.58	3.75	-2.17	-40.7
合计	15.68	24.38	-8.70	-21.7

资料来源:笔者根据经济合作与发展组织(OECD)《Statistics on International Trade in Services 2001》的数据计算。

《国际金融报》,2000年02月28日。

《新财富》,2002年第10期。

<http://www.trade-embassy-china.de/2cankaoziliao.htm>

[日]《Data-book 国际劳动比较2003》,日本劳动机构2002年版,第167页。

另一方面,德国的专业服务贸易中“其他专业服务”的竞争力最强。根据“其他专业服务”的涵盖范围,它包括会展服务等内容。德国的会展服务得到世界各国的公认,国际上有150个左右的重要专业博览会,其中大约2/3是在德国举办的。此外,德国每年还要举办大约180个地区性的及大量小规模展览会。柏林、法兰克福、汉堡、汉诺威、科隆、莱比锡、慕尼黑都已成为德国最重要的博览会城,每年春季举办的汉诺威博览会是世界上最大的工业博览会。

### 三、德国的竞争优势

虽然每个国家国情各不相同,各国竞争优势也各有差异,但一个国家的竞争优势总是由一些因素组成的。这里集中从知识与技术型人力资源、企业竞争环境、企业技术创新环境与企业战略四个方面来论述德国的竞争优势,笔者认为,这四个方面都会在供给和需求两个方面提升一国产业的竞争力。

**知识与技术型人力资源** 德意志民族是一个勤劳和充满智慧的民族,无论在科技领域还是在人文科学和社会科学领域,她都涌现过许多举世仰慕的泰斗。尽管德国天然资源并不丰富,但德国拥有现代产业发展所需要的人力资源。守时、勤恳、清洁、严谨、直率、务实、敬业、谦逊朴实、讲求条理、办事认真是德国人的美德,德国人一直对生活质量的的要求甚高。从而造就了德国精密耐用的产品,也形成了德国优越的自然环境。

德国的教育体系有过辉煌的历史,培养出了许多世界级的科学家;德国独特的“双轨制”职业培训制度曾培养出训练有素的技工成为50至70年代经济起飞的中坚力量。但面对新形势和新要求,德国的教育制度却显得老迈不堪,所提供的人才在质和量上都难以符合社会的需求。经合组织(OECD)调查表明,德国15岁学生的成绩在32个主要工业化国家中名列第21位。1993年至1995年期间,有工程和数学学历的本土毕业生减少了五分之一。而这些领域的学生曾经是德国机械产业领先于世界的竞争优势之一。对此,德国近年把改革教育制度,提高人的素质放在重要位置,同时加紧引进生物技术和信息技术专业的人才,以适应欧盟提出的建设“知识欧洲”的要求。

**企业竞争环境** 德国政府管理社会经济生活的理论基础是社会主义市场经济,虽然人们对其内涵的理解不尽相同,但可以用一句话来概括,即经济效率+社会公正,效率依然是第一位的,市场机制运作的前提依然是竞争。德国除了在保护竞争方面设立严格的法律外,还制订了竞争秩序方面的法律法规,而政府则以严格执法而著称,这说明了德国的社会主义市场经济与其他发达国家一样,也是一个法制下的市场经济。

德国还形成了许多产业集群,在一个区域内,许多企业进行激烈的同业竞争,又进行多种形式的协作,如联合开发新产品,开拓新市场,建立生产供应链等,由此形成竞争与合作互动的机制。1995年政府制定了在2000年以前建立欧洲第一的生物产业集群的计划,该计划最终在1999年完成。由此,德国慕尼黑地区、莱茵河一带集聚了欧洲最多的生物相关企业。众多的生物企业的集聚极大地提高了德国在这一方面的竞争力,2001年德国生物技术产品销售额增长率达30%以上,金额超过10亿欧元。

**企业技术创新环境** 2000年德国的研究与开发经费支出结构表明,德国企业投入的份额占65.9%,尽管如此,德国企业在许多方面(如研发经费的总投入、专利申请数等)已被美国和日本拉开了差距。

受德国“全能银行”模式的影响,在德国创业资本筹集体制中,银行扮演了主要贷款人的角色。德国的创业投资金额占据了欧洲的13%,在欧洲仅少于英国,但远远低于美国。德国并不缺乏有创意的人才和创业投资所需要的资金,缺的是企业家的精神,而企业家精神的高低与一国的文化背景有关。

创新环境差尤其反映在德国的中小企业上,中小企业缺乏高质量管理和技术人才状况迄今未能得到有效缓解。中小企业参加技术培训的人员数量上按比例多于大型企业,但这些受训专业人员很快会流失到大企业中去。

戴超平:《国际服务贸易》,中国金融出版社1997年版,第352页。

[美]《国际论坛先驱报》,2003年2月7日。  
《全球科技经济瞭望》,2003年第2期。

另外,由于国内缺乏诱人的发展前景,加之税收沉重,企业没有活力,缺乏鼓励和创新气氛,不少优秀的专家移居美国等国。联邦政府确定了新的研究目标,到2010年国家私人研究与开发投入将占国民生产总值的3%。同时政府还积极推进科技的国际合作,为德国企业进入国际市场创造条件。

**企业战略** 在全球化浪潮中,德国不仅大力发展对外贸易,而且也在全球范围作生产据点的布局,进行对外投资。联合国贸易与发展会议《世界投资报告》显示,截至2001年德国对外直接投资累计额达5138.4亿美元,超过日本的3001.2亿美元,次于美国、英国和法国。许多对外直接投资是近年德国大企业集团靠资本运作,大量收购和兼并他国企业而产生的,如戴姆勒与克莱斯勒合并后,收购目标又对准了日本和韩国的汽车企业;德意志银行、安联保险等公司也通过购并,使经营规模在世界范围名列前茅。

与日本一样,德国也面临劳动力成本居高不下的问题,为此,许多大企业大力进行结构调整,把一部分加工利润低的工序转移至国外,国内从事附加值高的工序,或者放弃传统产业,向高科技产业转型。

#### 四、小结——兼论经济强国竞争优势的共性

当今世界经济波谲云诡,一国不进则退,各国无不为形成自己的竞争优势并在国际经济舞台上争得一席之地而全力以赴。表现在:

第一,实施既有竞争又有规制的市场经济制度。自由竞争是市场经济最基本的运行机制,通过竞争,可以促进企业优胜劣汰,使资源优化组合,提高经济的效率。但竞争具有两重性,没有约束的竞争反过来又会破坏竞争。经济强国长期的实践表明,完善的市场经济除了应该提倡自由竞争、保护竞争以外,

还要规范竞争,使得竞争公平、有序、良性。给企业提供一个公平竞争的环境,让企业在这一环境中实现有序竞争和良性竞争是这些国家提高竞争力和保持较高竞争力的基础条件之一,也是这些国家走向强国的起点。

第二,重视科学教育的作用,发展知识经济,注意保护知识产权。大多数经济强国的战后竞争优势更多的并不是来自天然的恩赐,而是通过本国不懈的努力和创造而形成的。在开放经济的环境下,初级生产要素供给越来越丰富,因而在经济发展中的作用越来越小。一国只有长期坚持不懈创造性地发展高级生产要素,才能在国家间竞争中脱颖而出。经济强国的当代经济发展走的都不是大量消耗资源的粗放经济道路,而是走依靠建立在包括发达的科学教育、科学的决策和严格的管理在内的高级生产要素基础之上的高效集约经济道路而实现的。

第三,企业跨国发展已成为经济强国增强企业国际竞争力进而增强整个国家竞争优势的重要战略环节。在经济全球化的大背景下,经济强国普遍按照价值链和产业链的要求,抢占价值链和产业链的两端,控制核心技术和高附加值环节,而将制造组装能力向外转移,发展海外生产基地,建立面向全球开发和配置资源的高效生产体制,形成全球性生产体系,以此更大规模地占领国际市场和强化本国的国家竞争优势。同时,经济强国在开放经济的条件下注意保护本国产业,实施以我为主的开放,既最大限度地享受开放的利益,又注意不对国内产生过大的冲击。

第四,在国际市场上崛起一群有竞争力的产业。这些产业既可以是制造业,也可以是服务业。支撑这些产业的是各国形成的各具特色的产业集群,各国许多政策最终是为了形成产业集群而安排的。

责任编辑:池正杰

同第14页注。

<http://r0.unctad.org/wir/pdfs/wir02-fs.de.en.pdf>.

## DEUTSCHE INHALTSANGABE

### **Systemmerkmale der Spareinlagenversicherung in Deutschland sowie Anregungen für China**

**He Guangwen/ Feng Xingyuan**

Aufgrund der Analyse des deutschen Spareinlagenversicherungssystems fasst der Artikel die Systemmerkmale der deutschen Spareinlagenversicherung und ihre Bedeutung für die Reform, Stabilität und Entwicklung des chinesischen Banksystems zusammen.

### **Analyse der Industrie wettbewerbsfähigkeit und Wettbewerbsvorteile in Deutschland**

**Fu Junwen**

Ausgehend von Herstellungs- und Dienstleistungsbranche analysiert der Artikel die industriellen Wettbewerbsvorteile im gegenwärtigen Deutschland.

### **Forschung auf der Betriebseinheit der Nationalen Technologischen Innovation von Deutschland**

**Liu Qiang/ Zhao Xiaojie**

Einer der grundlegenden Gründe für ökonomisches Wunder von Deutschland ist die leistungsfähige technologische Innovationskapazität der deutschen Unternehmen und das vollkommene und leistungsfähige nationale Innovationssystem, das sie stützt. Dieser Artikel arbeitet auf dem nationalen Innovationssystem von Deutschland aus der Perspektive der Funktion und des gegenseitigen Einflusses zwischen Makroklima, Regierung, Unternehmen, wissenschaftlichen Forschungsanstalten, Universitäten und Vermittlerorganisationen aus, um seine grundlegende Struktur und Betriebseinheit zu umreißen.

### **Forschung über Direktinvestition der EU in die Provinz Zhejiang**

**Ren Huizhong**

Angesichts der derzeitigen Lage der Direktinvestition der EU in die Provinz Zhejiang gibt der Artikel Vorschau auf die Chancen der Direktinvestition der EU in der Provinz Zhejiang, analysiert die Entwicklungstendenz der Direktinvestition der EU in der Provinz Zhejiang und stellt strategische Maßnahmen zur weiteren Anziehung und Nutzung der Direktinvestition aus der EU.