



人大重阳

研究动态

第 26 期

2013 年 11 月 25 日

欧洲，中国进军发达世界的突破口

中国人民大学重阳金融研究院高级研究员
前英国伦敦经济与商业政策署署长

罗思义

虽然部分欧洲国家的经济目前已有复苏的迹象，但国与国之间的经济水平仍存在较大差异，部分复苏的国家不足以带领欧洲走出经济大危机。能否加快欧洲一体化进程，决定着欧洲能否尽快走出低迷及能否在未来的世界格局中占有重要地位。中国在金融危机之后，利用投资等经济刺激手段推动了 GDP 的快速增长，但在金融优势之外尚存在着制度缺陷，在非金融服务业、制造业和联合大企业方面也处于弱势。未来中国企业的发展战略除了要提升价值链，更要采取“正面进军”



与“农村包围城市”两大策略进入发达国家市场。欧洲是中国进入发达经济体过程中最薄弱的一环，综合考虑政治、经济因素，欧洲经济危机为中国全球化带来了前所未有的机遇。

一、当前欧洲与中国的经济形势与策略分析

（一）欧洲当前的经济形势

任何一个经济体的崛起都得益于特定时期的关键战略。美国崛起的真正原因在于它是世界上第一个大陆规模的经济体，因此它领先其他欧洲国家的竞争力在于人口，而不在于生产力方面。同样人口众多的中国和印度分别位列第二、第三大陆规模经济体，而欧洲能否在此之后成为第四大陆规模经济体还有待观察。从经济角度来看，欧洲经济总量很大，但从政治视角来看，欧洲的凝聚力远远小于部分成员国的实力。欧洲一体化进程不仅对欧洲解决当前经济问题起着至关重要的作用，更将成为欧洲在未来一段时间内关键的战略性问题。

下面两张图显示的是欧洲当前的经济形势。从图 1 可以看出，以德国为中心，包括波兰和法国在内的部分欧洲国家的经济已经从国际金融危机中复苏。图 2 则显示欧盟推行紧缩政策实效不大。一些国土较小的波罗的海国家的经济崩溃和复苏，也无力影响整体形势（图 3）。另外，还有一些小规模经济停滞国家，比如芬兰、卢森堡等，同样也因为国土太小而无法左右欧洲的整体经济形势（图 4）。实际上，目前欧洲最大的问题是英国、西班牙、意大利等主要经济体并没有明显的复苏迹象，而这些国家分别是欧洲排名第三、第四、第五的大经济体（图 5）。

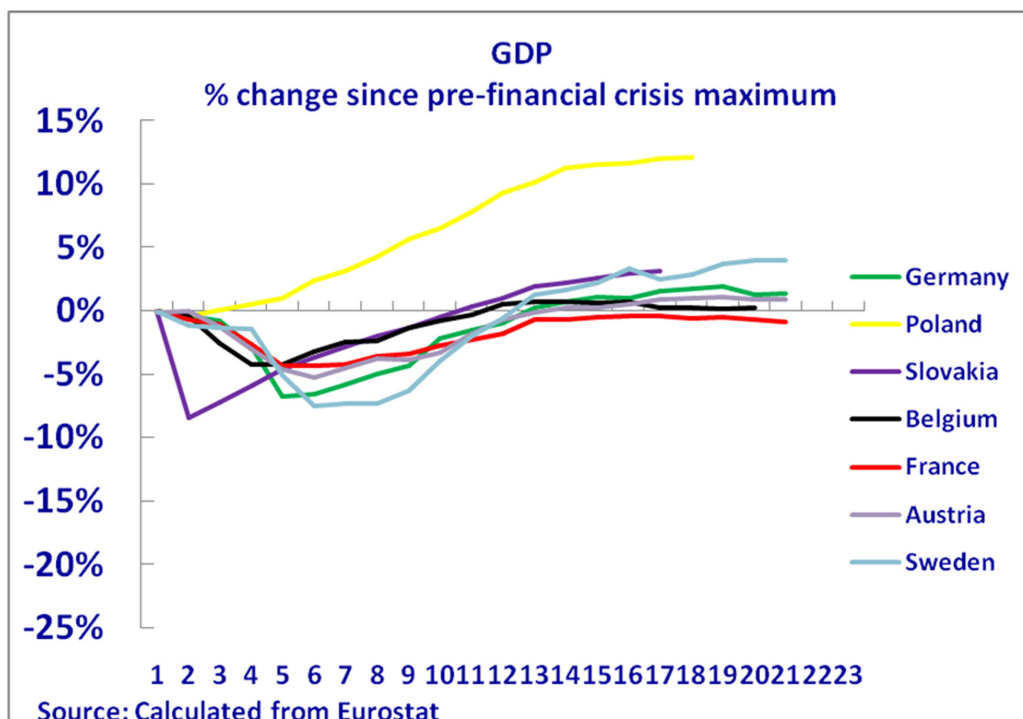


图 1 金融大危机前以德国为中心的欧洲国家 GDP 百分比变化图

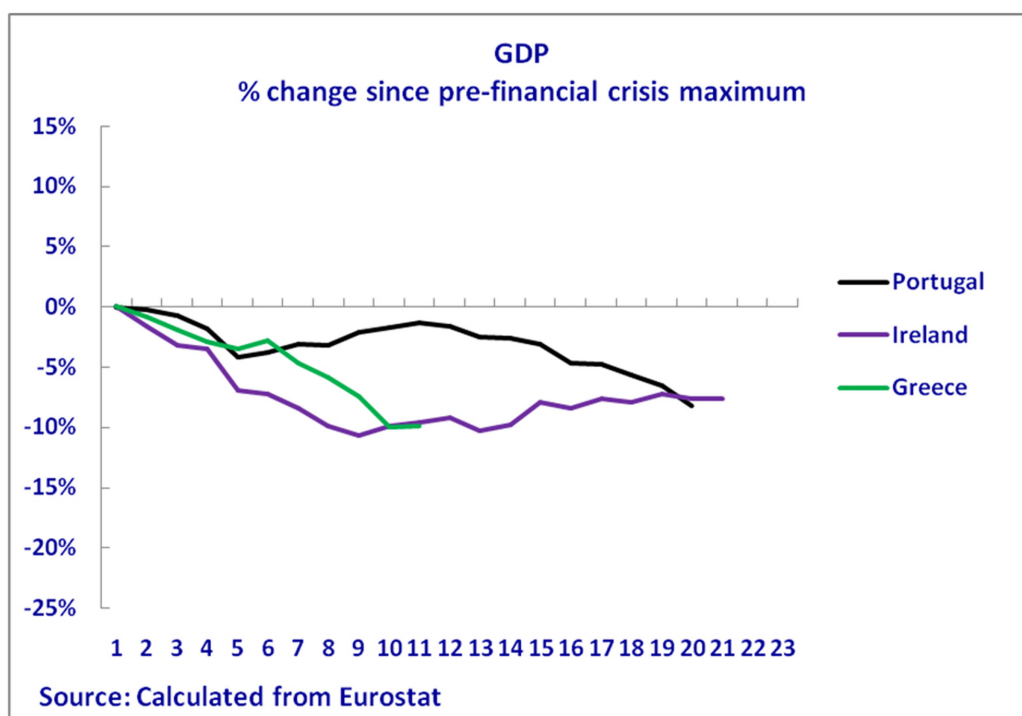


图 2 金融大危机前葡萄牙、爱尔兰与希腊的 GDP 百分比变化图

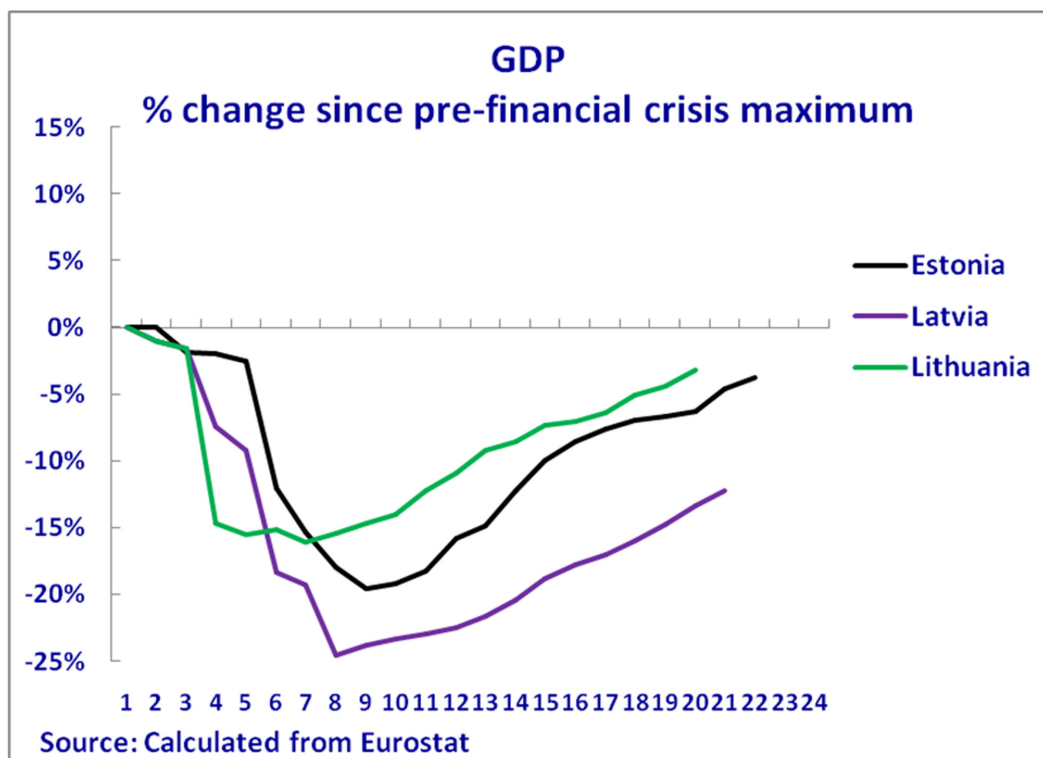


图 3 金融大危机前爱沙尼亚、拉脱维亚和立陶宛的 GDP 百分比变化图

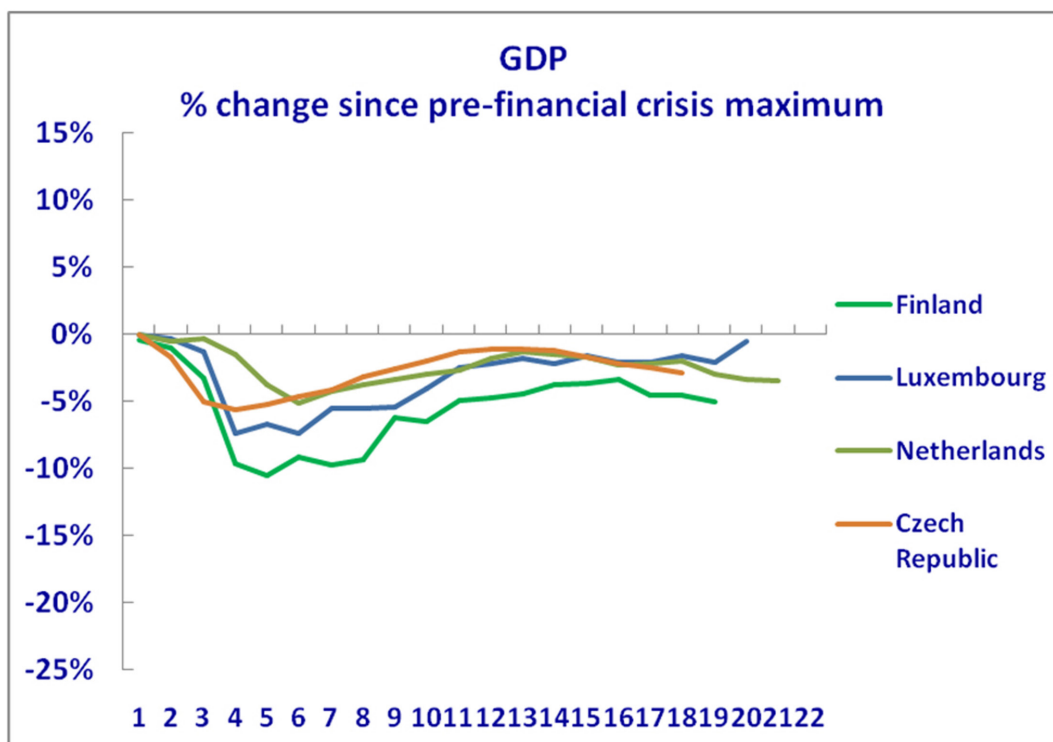


图 4 金融大危机前芬兰、卢森堡、荷兰和捷克共和国的 GDP 百分比变化图

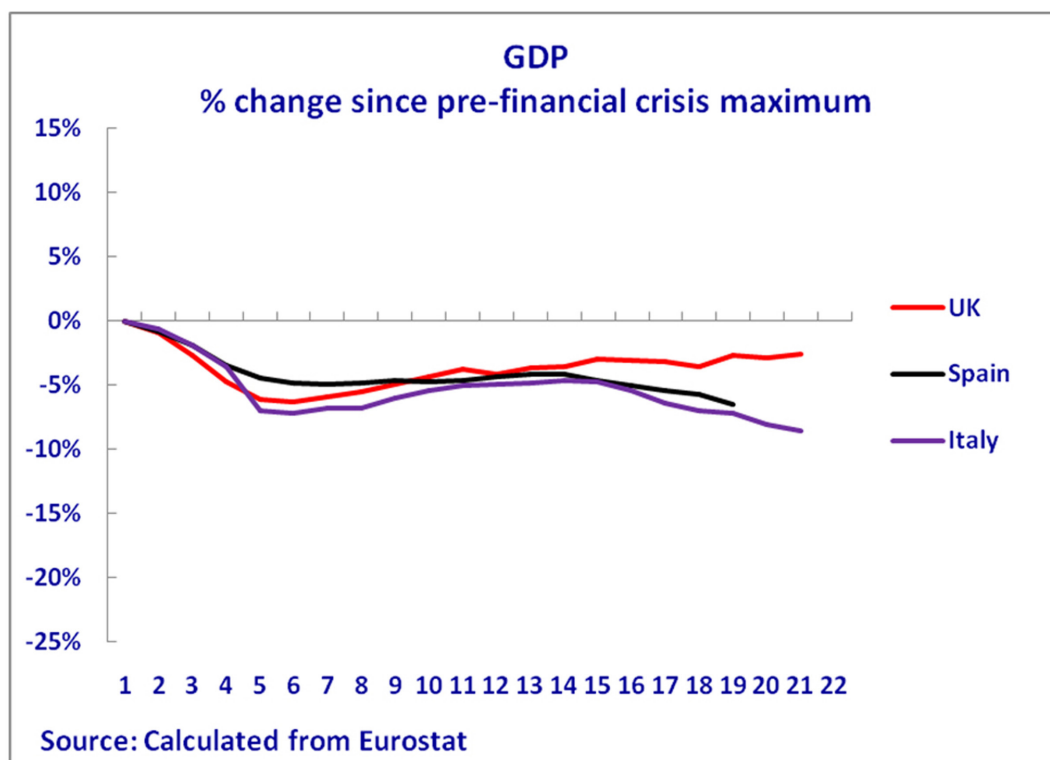


图 5 金融大危机前英国、西班牙和意大利的 GDP 百分比变化图

所以，对当前欧洲经济形势产生影响的欧洲国家实际上可以分成两类：一类是像德国这样的国家，虽然它们本国的经济已经复苏，但其它主要经济体尚未复苏；另一类是为数众多的弱小经济地区，比如希腊，并没有复苏迹象。造成这一局势的根本原因就是欧洲没有形成大陆规模经济体，因此国与国之间的发展水平差距较大。如果欧洲国家能够真正统一成一个整体，那么资源流转将会比现在容易很多。

（二）中国当前经济形势与全球化战略

中国经济正在全球扮演着越来越重要的地位。中国经济的快速腾飞源于其高投资率。笔者认为，在不到 10 年内，以市价计算，中国经济的经济规模将会和美国一样大。根据世界银行的标准，发达经济体的人均 GDP 是每月略超过 1000



美元。目前世界上大约有 16% 的人口达到了这个水平。中国成为发达经济体之后，达到这一收入水平的人数将会翻倍。笔者认为，中国再过 5-7 年会超过美国成为世界上最大的经济体；12-15 年后进入发达经济体的行列；30-40 年后将成为最发达的经济体，届时中国经济体规模将是美国的四倍。

中国在金融危机后之所以能够快速发展，主要是因为中国的经济刺激方案确保了投资的增长。美国经济危机的起因是投资减少，这也恰恰是导致欧洲经济没有快速复苏的问题所在。关于中国经济在未来的变化问题，200 年前的亚当·斯密就证实了当前计量经济的研究结论：经济体将会越来越向资本密集型发展，即投资在经济增长中发挥更重要的作用。中国和印度正是高效利用投资推动 GDP 的增长典范。我们很容易找到众多说明中国强大经济实力的具体数据：以汽车销量来看，中国的汽车市场是全球最大的；中国是全球最大的钢铁生产商；中国生产的水泥比世界上其他国家的总和都要多等。然而，这些并不是中国优势的关键所在。中国的核心优势在于金融方面。图 6 以资金总量而非 GDP 百分占比的形式，展示了中美储蓄中用以投资的份额，可以看出中国的投资额是美国的两倍，美国大约有 2 万亿美元可用来投资，而中国大约有 4 万亿美元。也就是说，在融资方面，中国已经超过了美国。

中国在金融方面非常发达，但是制度缺陷甚于金融优势。在未来几十年的时间内，中国要努力把金融优势转变为制度优势。金融优势和制度缺陷意味着中国经济并非遵循一个简单的从初级产业到制造业，再到服务业的经典发展模式。事实上，中国在第一个发展阶段重点发展的是初级产业，比如石油业、钢铁行业以

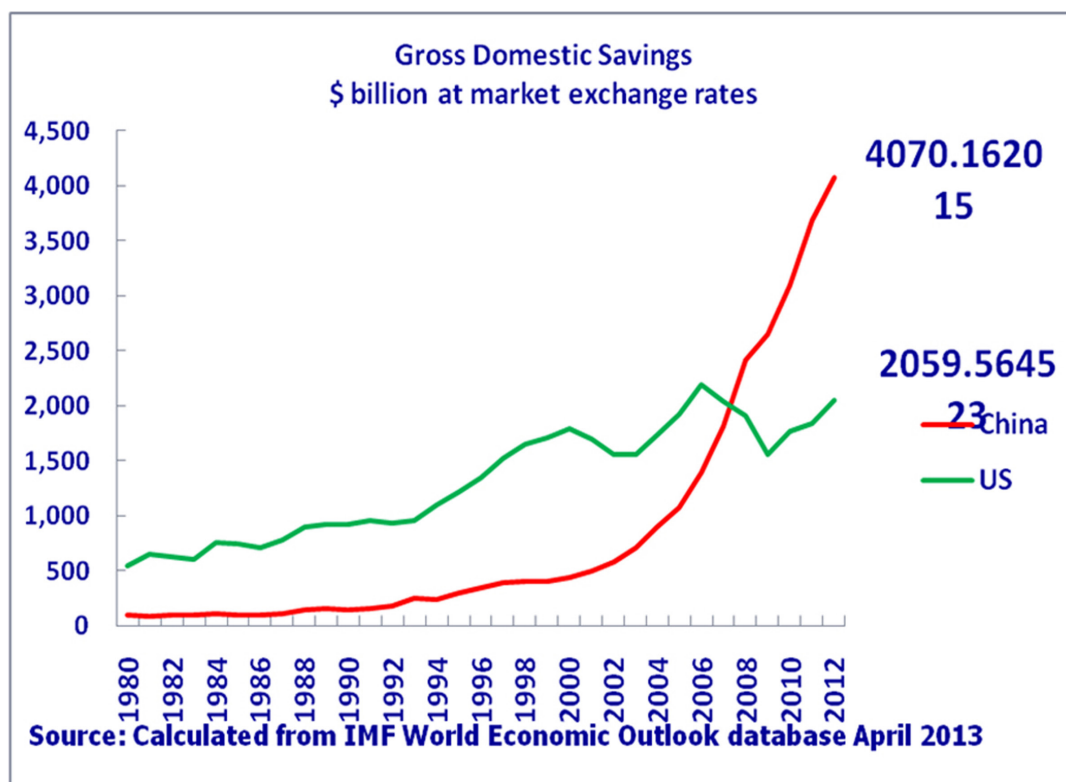


图 6 以市场汇率计价的中美两国国内总储蓄

及采矿业等。但第二个阶段的重心就放在以银行业为中心的金融服务行业，第三个阶段是制造业，最后一个阶段是非金融服务业。

二、中国企业的发展分析和对策

(一) 中国企业发展的现状分析

根据福布斯全球企业 2000 强数据显示，众多领域的中国企业都比它们的外国竞争者要小。以市场价值计算，中国的 GDP 占到美国的一半，但中国企业的



营业额只有美国的四分之一。这表明，与美国相比，中国的机构制度实力远不如 GDP 具有竞争力。

World Sector Percentage by Country by Revenue							
Sector	China	US	Japan	Germany	France	UK	Total all countries \$bn
Construction	29.1%	4.0%	16.0%	5.4%	16.8%	1.8%	1,095
Primary Products	11.0%	21.9%	7.4%	3.6%	5.3%	7.8%	9,168
Financial Services	9.2%	21.4%	7.1%	5.3%	7.7%	7.8%	6,902
Non-Financial Services	3.5%	43.6%	17.9%	4.4%	4.7%	5.2%	8,875
Manufacturing	3.4%	32.3%	19.1%	8.3%	5.0%	2.7%	9,308
Conglomerates	1.9%	51.9%	0.0%	11.1%	0.0%	0.5%	880
Total	7.2%	30.0%	13.0%	5.6%	5.8%	5.5%	36,231
Source: Calculated from Forbes 2000 2012 Edition							

表 1 各行业部门收益占各国国家总收益的百分比

表 1 显示了 2000 家公司在不同行业的收入占比，进而展示出中国经济的优势与劣势。我们可以发现，在制造业里，中国企业的收入是世界第一，这是因为其在基础设施建设方面的巨大优势。中国在初级产品上占据强有力的地位，但是



在非金融服务业、制造业和联合大企业方面处于弱势。在金融服务业，中国银行业在收入，特别是市场资本化方面很发达，但在其它行业表现平平。中国在出口方面十分薄弱。虽然中国是强大的制造业出口国，但根据以往的情况，中国制造业的产品大多数出口到国外企业。中国的研发仍处于劣势，尽管已经加大了在研发领域的经费投入，仍然不及其竞争对手美国和日本。除了上述情况，中国的另一个劣势是仍然缺乏“国际化城市”，缺乏像纽约、伦敦或是新加坡那样的全球化劳动力来源地（表 2）。

Foreign born population		
	% of population	Equivalent to number in Shanghai (million)
Los Angeles	36.2%	8.4
New York	33.7%	7.8
Frankfurt	27.8%	6.4
London	27.0%	6.2
Singapore	18.3%	4.2
Tokyo	2.4%	0.6
Shanghai	0.9%	0.2
Beijing	0.5%	0.1
Benton-Short, L.M., Price, M. and Friedman, S., 2005, 'Globalization From Below: ranking world cities', <i>International Journal of Urban and Regional Research</i> , Vol. 29, 945-959. China Daily 6 May 2011, Shanghai from Shanghai Sirly 9 October 2011		

表 2 各国出生人口对比表

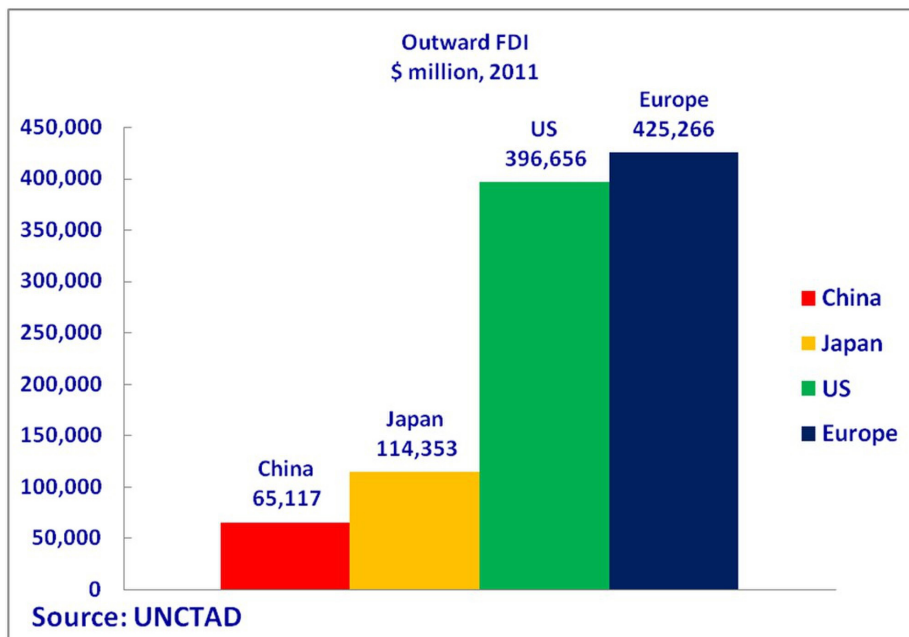


图 7 中国、日本与美国的海外年均投资柱状图

尽管一些公司在市场营销和品牌推广方面的水平已有了极大提高，但中国在这两方面的能力仍然薄弱。在全球排名前一百的品牌中，中国只占了 13 个，而美国是 40 个。中国在金融公司方面也并没有真正占主导地位。尽管中国有海尔和中石油这样的企业，但中国企业的海外生产依然薄弱。从图 7 可以看出，与其他主要经济中心相比，中国在海外年均投资依旧较低，远远落后于其他国家。要获得可以掌控海外巨额投资的能力尚需时日。所以在接下来的五年，中国经济真正的大发展将会在银行业而非制造业。

（二）中国企业的发展策略

1、向上游价值链转移

中国企业的国际策略是向上游价值链转移。以 iPod 为例（表 3），继美国之后，中国劳动力是参与 iPod 生产最多的。然而，参与 ipod 生产的美国工程师占



49.3%，但中国的工程师只占 0.5%。也就是说，中国收入只占到 iPod 的 2.2%，这与其创造的附加值是一致的。因此，中国公司采取提升价值链的策略是必要的，这样才能提升和国际上其他企业竞争的實力。

iPod-related wages by country and category 2006 - % of total				
	Production	Other non-professional	Engineering & other professional	Total
US	0.1%	20.6%	49.3%	70.1%
China	1.7%	N/A	0.5%	2.2%
Philippines	0.9%	N/A	0.4%	1.3%
Japan	2.7%	N/A	7.0%	9.6%
Singapore	1.3%	N/A	0.2%	1.5%
Korea	1.7%	N/A	1.7%	3.4%
Thailand	0.2%	N/A	0.1%	0.2%
Taiwan	0.1%	N/A	0.8%	0.8%
Other	0.0%	9.1%	1.8%	10.9%
Total non-US	8.5%	9.1%	12.4%	29.9%
Total	8.6%	29.7%	61.7%	100.0%

Source: Calculated from Greg Linden, Jason Dedrick and Kenneth L. Kramer 'Innovation and Job Creation in a Global Economy: The Case of Apple's iPod' Personal Computing Industry Centre, UC Irvine January 2009.

表 3 各国参与 iPod 生产的部门收益情况百分比表



2、两大根本发展战略：“正面进军”与“农村包围城市”

从根本上来说，中国企业有两大发展战略。第一个是“正面进军”，即以部分企业打入发达经济体的竞争市场。这只适用于中国的优势行业，比如银行业、农业以及制造业的一些部门。第二个是“农村包围城市”战略，即中国企业先打好国内市场的基础，然后立足其他发展中国家市场，最后进入发达国家市场这一核心竞争市场。

(1) “正面进军”战略

我们首先需要了解的是“正面进军”战略。中国还要花大概 10 年才能开发出创新产品。所以，在消费品牌极端重要的制造业领域，中国企业可以通过“成本创新”进入发达国家市场。中国的优势是成本创新，西方国家也逐渐意识到中国这一优势。成本创新有助于中国通过多种市场方式建立起自身优势。中集集团就是成本创新的绝佳例子。作为世界最大的集装箱生产商，中集集团从生产普通集装箱起步，进而从德国格拉夫公司买入一条生产线，生产制造工序更为复杂、更具价值的冷藏集装箱。中方技术人员对此重新改进了四次，使其效率远远高于德国原装生产线水平。在生产一个集装箱的过程中，材料成本占花费的 33%，制造成本占 46% 的比例。中国能拥有如此具有竞争力的价格，靠的是生产盈利能力。

(2) “农村包围城市”战略

到目前为止，“农村包围城市”是中国企业参与国际化进程最常采用的策略。这一策略利用中国国内市场的快速发展以及发展中经济体的快速增长，来形成生产规模，同时把收入的大部分投入到研发中，以此逐渐打入发达经济体市场，这是一个有效的循环策略。目前，发展中经济体的增长快于发达国家经济体，“金砖”



国家就是“世界中等收入国家崛起”中最大的经济体。中国企业发展将越来越多地利用世界经济增长格局的转移方式，即中国的贸易将越来越向发展中国家经济体转移，这就是贸易领域的“农村包围城市”。

三、中国与欧洲的合作前景

欧洲是中国进入发达经济体过程中最薄弱的一环，因而欧洲在中国的“正面进军”与“农村包围城市”策略中必将占有重要地位。由于政治和经济原因，中国难以将日本和美国视作切入点。而欧洲对中国的政治干预较少，所以中国在未来大可以将目光投向欧洲。以下是两个中欧合作的典型案例：

1. 中国工商银行拥有南非渣打银行 20% 的股份，两者在非洲为基础设施建设融资。中国工商银行还向俄罗斯铁矿项目融资，以提高铁矿石产量。此外，中国工商银行也忙于在欧洲其它国家巩固其地位。

2. 华为是全球第二大通讯供应商，现在公司的总收益有 75% 以上来自于海外市场。华为的“农村包围城市”战略产生了很好的效果，其世界通信业中的排名仅次于爱立信。价格低廉的华为手机日前进军英国低端智能机市场，在英国拥有长久的电信设备供应商。华为不仅聘请了欧洲设计师为其打造国际化形象，更以英国为目标市场，旨在提高品牌意识。

由上述案例可知，中国企业在国际竞争中若与欧洲加强合作，局势将会比较乐观。目前中欧在政治、经济方面的良好互动正印证了这一点。



结论

最后，总结欧洲与中国当前的形势，我们可以得出如下结论：

- 1、欧洲不会很快从经济危机中复苏。欧洲经济一体化的建立是一个艰难的过程，因而危机还会持续一段时间。
- 2、中国在发展中国家已经有了一定地位和相应发展战略，这是外界无法撼动的。
- 3、出于政治原因，中国企业在短期内不可能在美国和日本立足。未来五至十年内，欧洲将成为中国企业进军发达经济体市场的突破口。