

循环经济时代 中国对外贸易的机遇与挑战

■ 易露霞 副教授 张启人 (广东工业大学经管学院 广州 510090)

◆ 中图分类号: F752 文献标识码: A

内容摘要: 循环经济时代, 外贸快速发展中的资源消耗和浪费、环境严重破坏问题越来越受到世界各国的重视。本文分析了循环经济给中国对外贸易的可持续发展所带来的机遇与挑战, 并对协调好贸易与环境的关系提出了相应的对策。

关键词: 循环经济 对外贸易 协调发展 机遇 挑战 对策

在 循环经济时代, 环保浪潮席卷全球, 贸易与环境的协调发展问题引起了世界各国的广泛关注。随着中国越来越多地融入国际社会, 在循环经济时代的大背景下, 中国对外贸易中机遇与挑战并存。循环经济时代中国对外贸易政策的调整覆盖范围大, 链接部门广, 涉及因素多, 见效周期长, 是一项涵盖经济、社会和环境的庞大系统工程, 因此必须长期坚持不懈的坚持走循环经济发展之路。

中国对外贸易发展面临严峻挑战

循环经济是指以资源节约和循环利用为特征的经济形态, 也可称为资源循环型经济。大力发展循环经济可以从根本上改变中国资源过度消耗和环境污染严重的局面, 是中国对外贸易实现可持续发展战略的必然选择。

(一) 快速发展的对外贸易消耗了大量的能源和资源

长期以来, 中国的经济增长在很大程度上都是依赖资源的高消耗来实现, 导致资源的约束矛盾突出。中国对外贸易的快速发展忽视了出口产品对资源的过度依赖问题, 资源利用率较低, 产品的高消耗、高

污染、高投入的情况比较严重, 致使近几年中国接连出现油荒、电荒、煤荒, 凸现经济发展资源“瓶颈”问题, 如果不改变现有的经济发展模式, 中国的对外贸易可持续发展难以为继。

中国现在一个比较突出的问题, 就是在资源、能源短缺的同时, 资源的浪费又非常突出。资源的产出率、回收率和综合利用率低。据统计, 中国每年平均约有 200~300 万吨废钢铁、10~15 万吨废杂有色金属等未被合理回收。在对外贸易快速增长的带动下, 中国能源需求和能源生产增长迅猛, 不但带来中国能源紧张, 还面临能源发展和环境保护尖锐矛盾的严峻挑战。

(二) 快速发展的对外贸易使得环境污染日趋严重

贸易是经济增长的发动机, 对外贸易的持续增长为中国经济发展注入了活力。但是, 受经济利益所驱使, 加之中国环保政策的不完善及科学技术的落后, 很多企业盲目加快开发出口产品, 造成了对生态环境的严重破坏。高耗能产品不但增加了资源和能源紧缺矛盾, 而且大多数高耗能产品还是严重污染环境的产品。有 1/3 的中国土地上都遭遇过酸雨的袭击, 7 大河流中有一半的水资源是完全没用的, 有 1/4 的中国人没有纯净的饮用水, 1/3 的城市人口不得不呼吸被污染的空气, 由于空气和水的污染, 每年中国 GDP 为此损失 8%—15%。

另一方面, 由于受经济利益的影响, 一些地方 GDP 成了衡量政府官员政绩的唯一标准。因此, 许多地方盲目招商引资, 将一些跨国公司以投资形式转移到中国的污染产业和废弃物引入中国。由于发达国家

普遍实行比较严格的污染治理标准, 而中国作为发展中国家, 科技水平低, 经济相对落后, 环境标准相对较低, 为废物的大量引入提供了可能。跨国界污染产业的转移更对中国环境构成长期威胁。

(三) 快速发展的对外贸易凸显贸易环境的恶化

中国加入 WTO 后, 不断受到绿色壁垒和技术性贸易壁垒的困扰。对中国对外贸易造成严重影响的技术标准有农药在食品中的残留量、陶瓷产品含铅量、皮革 PCP 残留量、烟草中有机氯含量、汽油含铅量、机电产品、玩具的安全性、汽车排放标准、保护臭氧层的受控物质、包装物的可回收性指标、纺织品染料等等, 名目繁多, 防不胜防。据商务部抽样调查, 国外技术性贸易壁垒给中国出口企业带来的成本和风险损失逐年递增。2000 年, 66% 的中国出口企业、25% 的出口产品受到技术性贸易壁垒的影响, 造成的损失达到 110 亿美元; 2002 年, 受影响的出口企业和出口产品上升到 71%、39%, 造成的损失超过了 170 亿美元。技术性贸易措施已经取代反倾销, 成为中国出口面临的第一大非关税壁垒。这些标准的实施, 一方面体现社会的进步, 人们对自身利益和环境的高度重视, 但另一方面对于像中国这样的发展中国家却构成了严峻的贸易环境。

严峻的形势表明, 在循环经济时代, 节约型和高效率的外贸结构比以往任何时候更重要。遵循环境经济理论, 提高资源和能源的利用效率和再利用率, 优化外贸结构, 提升中国在国际分工中的地位, 切实推动中国外贸由以量取胜转向质量效益型增长型, 才能实现对外贸易的可持续发展。

中国对外贸易可持续发展的机遇

(一) 有利于贸易与环境的协调发展

循环经济是按照生态规律, 利用自然资源和 环境容量, 实现经济活动的生态化, 本质上是一种生态经济, 将清洁生产和废弃物的综合利用融为一体, 倡导在物质不断循环利用的基础上发展经济。其基本原则是减量化, 再利用, 资源化, 基本特征为低消耗, 低排放, 高效率。依据的是自然生态的有机循环原理, 通过将不同的工业企业, 不同类别的产业之间形成类似于

自然生态链的产业生态链,从而达到充分利用资源,减少废物产生,物质循环利用,消除环境破坏,达到提高经济发展规模和质量的目,实现经济与环境的协同发展,最终达到保护日益稀缺的环境资源,提高环境资源配置效率的目的。可见,循环经济是促进人与自然的协调与和谐的经济发展模式。在循环经济时代,充分按照循环经济理论来规划对外贸易,可以最大限度地缓解资源约束矛盾,从根本上减轻对资源的压力和对环境的污染,协调贸易与环境的共同发展,实现经济可持续发展的最终目的。

(二) 有利于提升中国对外贸易的形象

循环经济理论为提升中国对外贸易形象提供了理论依据。多年来,中国对外贸易走的是粗放型增长之路,依靠的是廉价的资源和劳动力,经济结构不合理,出口产品的科技含量不高,因此,大多数企业只能靠低价竞争来赢得市场。一方面,中国出口商品技术含量较低,附加值低,处于全球产业链的末端,为跨国公司打工赚取少量的加工费;另一方面在劳动力成本优势支持下,中国劳动密集型商品以极低的价格形成独特的国际竞争力。

长期以来,中国出口商品对资源过度依赖,而资源利用率又较低,表现在出口商品技术含量低,劳动密集型产品或是粗加工品占了较大的比重,而高科技含量和高附加值的产品的比重偏低。

循环经济强调在社会生产、流通、消费和产生废物的各个环节循环利用能源,发展资源回收利用产业,提高资源的利用率。因此它提倡的是利用“工业食物链”,通过对废弃物进行回收利用,无害化及再生的方式,达到资源的永续利用,促进社会经济的可持续发展,表现出“低开发→高利用→低排放”的特征,这不仅可以大幅度的提高资源的利用率,同时对产品的质量要求也随之提高。在对外贸易中重视和发展循环经济,表现为提高出口产品附加值,提升产品质量,降低对外贸易对资源的过度消耗和对环境的破坏,有利于提升中国对外贸易的良好形象。

(三) 有利于降低对自然资源和能源的依赖

循环经济是以经济、环境和人类社会

协调发展为目的,以产品清洁生产、物质和能源的闭路循环使用、废物高效回收为特征的生态型经济发展模式。循环经济强调对物质和能源的循环反复利用,要求经济活动遵循“资源利用-绿色工业-资源再生”的封闭式资源循环反馈流程,以实现低投入、高效率 and 低排放的生产模式。按照德国1996年颁布的《循环经济法》,工商业者应该从“摇篮到坟墓”地照管其生产的产品,即意味着新产品在开发和研制时就应该考虑废物的清除问题,而且生产必须是在技术上和经济上都可行和可操作。

在中国的“十一五”规划中,把节约资源作为基本国策是根据中国的基本国情决定的,资源短缺已经对中国经济可持续发展构成严重制约。发展循环经济,将节约资源作为基本国策是实现全面建设小康社会目标的重要保障。实现全面建设小康社会目标,面临诸多制约因素,其中惟有资源约束是硬性的,这是未来发展面临的最严峻的挑战。从国内需求看,中国正处在工业化和城镇化加快发展阶段,资源需求量将在现有的基础上还将进一步增大;同时,中国承接发达国家产业转移,又加大了国内资源需求。从国外资源看,随着发达国家经济复苏、发展中国家发展加快,为中国利用国外资源特别是能源会带来更大的难度。另一方面,过多地进口资源,将使中国能源和重要矿产资源对国际市场的依赖面临更大的风险,还会带来一系列经济、政治、外交方面的问题,影响中国经济安全和国家安全。从国内资源供给能力看,实现全面建设小康社会目标,保持经济持续快速增长,资源供给存在相当大的困难。有效缓解资源和能源的约束矛盾,就需要遵循循环经济理论,强化节约资源和能源,大幅度提高资源和能源的利用效率。

(四) 有利于应对贸易壁垒

加入WTO以来,限制中国产品出口的国外的绿色壁垒和技术性贸易壁垒对中国对外贸易的影响已不容忽视。目前中国出口企业遭遇国外绿色壁垒及技术性贸易壁垒造成的损失年均约200亿美元,机电产品和农产品损失最为严重,其次为纺织服装,其表现形式是进口国所有技术要求(包括产品测试、注册、认证、检验检疫、标签标识、包装)在不断提高。

当今世界由于社会的发展和进步,人

们对环境的重视程度比以往任何时候都高,因生态环境的破坏而引起的自然灾害更是提高了消费者的环境保护意识和可持续发展观念,因此,世界各个国家以保护环境、维护生产和消费安全以及人类健康为目的,通过立法或制订严格的强制性技术法规,对国外商品进行准入限制。发达国家更是凭借其雄厚的经济和科技实力,不仅要求末端产品符合环保要求,而且规定从产品的研制、开发、生产到包装、运输、使用、循环利用等各环节都要符合环保要求。如欧盟明确要求包装物的95%必须是能够回收利用的材料。而中国仍然是一个发展中国家,无论是经济基础还是技术水平与发达国家相比都存在很大差距,这些环保标准的设立自然成为中国外贸出口的壁垒。如果中国大力发展循环经济,遵从可持续发展规律,重视贸易与环境的协调发展,使中国的出口产品符合资源、环保等方面的标准,那么绿色壁垒和技术壁垒对中国而言就不再是壁垒。

中国对外贸易与环境协调发展的对策

(一) 提高循环经济对中国对外贸易可持续发展重要性的认识

在循环经济时代,中国对外贸易的可持续发展必须符合循环经济理论的原则。循环经济提倡统筹协调经济增长和社会发展与保护自然资源和生态环境相结合,以资源的高效利用和循环利用为核心,优化资源配置,提高资源运行效率,节约资源消耗,减少环境污染,实现人与自然的和谐,走出一条科技含量高、经济效益好、资源消耗低、环境污染少、以人为本的新型外贸发展道路,以最少的资源消耗、最小的环境代价实现最好的对外贸易的可持续发展。

遵循循环经济原则是外贸企业提高经济效益,谋求生存与发展的迫切需要。随着时代的发展,人们对环境越来越关注,如果外贸企业不对环境担负起社会责任,必将受到国家法律与环保方面政策的约束,从而丧失生存与发展的资格;在经济全球化发展过程中,企业必须采用符合国际贸易中资源和环境保护要求的技术和标准,才能有效突破绿色壁垒和技术性贸易壁垒的限制,解决这些问题的关键就是要节约

使用资源,循环利用资源,保护环境。因此,依照循环经济规律发展外贸,已经成为提高对外贸易经济效益,谋求生存与可持续发展的一项重要而又紧迫的任务。

(二)提倡资源节约型、环境友好型的外贸发展

在大力提倡建设资源节约型、环境友好型社会的今天,中国经济建设和对外贸易的发展必须坚持开发节约并重、节约优先,按照循环经济的减量化、再利用、资源化的原则,大力推进节能、节水、节地、节材的外贸可持续发展方式。在对外贸易的发展中,全面推行清洁生产,形成低投入、低消耗、低排放和高效率的节约型外贸增长方式。积极开发和推广资源节约、替代和循环利用技术,加快对外贸企业节能降耗的技术改造,对在外贸企业中的消耗高、污染重、技术落后的工艺和产品实施强制性淘汰制度,实行有利于资源节约的价格和财税政策。进一步开展循环经济园区的试点工作,深入探索发展环保、节约资源的外贸发展模式。

(三)加大环境保护力度

在大力发展循环经济的时代,对外贸易的发展自然更应该坚持和维护环境保护立法,保护好自然生态的平衡。外贸一切活动都要考虑从源头防治污染和保护生态,坚决改变外贸企业先污染后治理、边治理边污染的状况,切实解决外贸企业中那些影响经济社会发展特别是严重危害人民身体健康的问题。加大环保执法力度,对外贸企业实施排放总量控制、排放许可和环境影响评价制度。而对那些环保意识强、环保工作做得好的企业,给予更多的鼓励和优惠政策。保护好自然生态是对外贸易可持续发展的根本,因此,对外贸易的发展要符合自然生态的保护,严格执行保护优先、开发有序的政策,坚决杜绝外贸生产中的不合理的资源开发和生态环境破坏,切实做到遵循循环经济理论,在资源节约、环境友好的基础上进一步发展中国的对外贸易。

(四)积极应对新贸易保护主义

发展循环经济是中国应对新贸易保护主义的迫切需要。入世以来,我国对外贸易迅速发展的同时,所遭遇的贸易摩擦也与之成正比,其中涉及到的环境壁垒、绿色壁垒等给我国的外贸出口造成了比较大

的经济损失。在经济全球化的发展过程中,关税壁垒作用日趋削弱,而一些发达国家利用环境壁垒、绿色壁垒等非关税壁垒对本国贸易实行保护,他们为了保护本国利益,在资源、环境等方面,设置了不少自己容易达到、而发展中国家目前难以达到的技术标准,不仅要求末端产品符合环保要求,而且规定从产品的研制、开发、生产到包装、运输、使用、循环利用等各环节都要符合环保要求。面对日益严峻的贸易保护主义,我国必须高度重视,积极应

对,尤其是要全面推进清洁生产,大力发展循环经济,逐步使中国产品符合资源、环保等方面的国际标准,这样就可以在资源和能源消耗相对较少的基础上,增强企业的国际竞争力,应对贸易保护主义。

参考文献:

- 1.姜悦榕.发展循环经济,全面建设小康社会[J].中国软科学,2004
- 2.毛如柏,冯之浚.论循环经济[M].经济科学出版社,2003

◀上接32页

度和行为分析来看,在产品销售过程中要保证顾客满意,必须使顾客总价值大于顾客总花费 $CTV \geq CTC$,即使顾客满意水平 $S = f(P, E) \geq 0$ 。

其中, P 为产品认知绩效,反映的是消费者在选购和消费产品之后,对该产品其他另外四个层次认知和使用; E 为顾客期望,反映的是消费者在购买产品之前,对产品属性和功能所形成的基本认知和要求。由于除一般产品层次之外,其它四个产品层次都是动态变化的,因此,消费者的顾客满意度水平也是一个非确定的因变量,并且是每个产品层次相互作用和变化的结果。本文的这种认识,在分析思路与美国学者R·L·Oliver提出的“期望-实绩”理论较为一致。

理论模型的实践意义

P·科特勒在多年理论与实践研究的基础上,最先提出产品的三层次结构理论,然后又将其发展为产品的五层次结构说,是对产品概念及其内涵的一个重大发展,有着极为重要的理论意义。首先,在指导思想上将产品看成是一个动态和有生命的概念,要求人们在选购和消费产品的过程中逐层认识,认识其丰富的内涵和包含的全部价值,丰富了对产品内涵和外延的认识;其次,在分析思路从基于企业和生产者主导的产品生产,转向基于顾客和消费者主导的产品需求,将“顾客至上”面向市场需求视为产品开发的最高境界,从而确立了消费者在产品设计和生产中的主导作用;同时,在实际分析过程中又坚持产品是一个双向动态的概念,把企业的产

品设计与开发、购买者的产品选购与消费联系起来,为实现产品从形式到内容、从使用价值到消费体验的高度统一。

科特勒产品的五层次结构理论,在市场营销的实践中也具有特别重要的意义:首先,可以帮助生产者在产品开发中端正自己的位置,面向市场和顾客需求设计 and 生产产品,处理好产品内涵和价值形成过程中与消费者使用的双向互动关系;其次,可以帮助和指导消费者正确地认识和选购产品,特别是帮助他们了解产品效用和价值变化的动态规律,以便在选购和使用过程中提高产品的消费价值;再次,对于市场营销等中心环节来说,如何为购买者提供从售前、售中、售后的信息咨询和礼遇服务,并注意顾客需求的可变性和其他因素的影响具有十分重要的意义;最后,对于价格昂贵、技术含量高的贵重产品,生产者对消费者进行必要的使用指导和售后服务,在市场管理和实践中具有重要作用和永恒的意义。

参考文献:

- 1.侯鹏.营销终极[J].商业文化,1998
- 2.葛松林.世纪之交的营销学[J].中国流通经济,1998
- 3.常永胜.20世纪营销理论的变革与进展[J].南方经济,2000

作者简介:

宋咏梅(1970.3-),甘肃平凉人,陕西师范大学博士研究生,西安科技大学教师,主要从事经济管理教学研究。

孙根年(1961.3-),陕西西安市人,陕西师范大学教授、博士研究生导师,主要从事区域经济教学研究。