“一带一路”沿线国家对中国产品市场的依赖度及中国的对策*

冯永琦　黄翰庭

内容提要：研究“一带一路”沿线国家对中国经济的依赖度，对推进“一带一路”建设及中国与沿线国家实现“合作共赢”具有重要的意义。文章从不同地区和国家的角度考察了中国作为“一带一路”沿线国家市场提供者的地位，且与美国进行了比较，从中分析了“一带一路”沿线国家对中国产品市场依赖度及发展前景。文章认为，东南亚国家及蒙古国对中国具有较高的市场依赖度，其他国家对中国市场的依赖度相对较低，特别是中东欧国家，对中国市场的依赖度最低。“一带一路”沿线国家对中国的初级产品和中间产品市场还会保持相对较高的市场依赖度，而对中国最终资本品和最终消费品市场依赖度不高，但未来对中国最终消费品市场的依赖度会进一步增强。中国应高度重视进口贸易的政策管理与结构优化，充分发挥对外市场提供者的积极作用，以促进经济全球化和推进“一带一路”建设的进程。

关 键 词：“一带一路”　市场提供者　市场依赖度　产品市场

作者简介：冯永琦，吉林大学经济学院副教授；
黄翰庭，吉林大学经济学院博士研究生

一、问题的提出

“一带一路”倡议是中国国家领导人从统筹国内和国际两个大局的角度出

* 本文得到国家社科基金青年项目“‘一带一路’背景下离岸人民币海外循环机制研究”（项目编号：17CJY063）的资助。感谢《当代亚太》匿名评审专家的意见和建议。文责自负。

《当代亚太》2017 年第 3 期，第 128～156 页。
Journal of Contemporary Asia-Pacific Studies（Bimonthly）

发，为实现中国和平崛起和中华民族伟大复兴所做出的战略规划。2013 年 9 月至 10 月间，中国国家主席习近平在访问哈萨克斯坦和印度尼西亚时，先后提出共建"丝绸之路经济带"和"21 世纪海上丝绸之路"的倡议构想。[①] 此后不久，中国政府将"一带一路"倡议正式纳入国家发展议程当中，并有条不紊地施以顶层设计。中国将全面推进新一轮对外开放，发展开放型经济体系，为亚洲和世界发展带来新的机遇和空间。[②] 李克强总理在 2017 年 3 月所做的《政府工作报告》中指出，扎实推进"一带一路"建设，推动互联互通、经贸合作、人文交流，坚持共商共建共享，使"一带一路"成为和平友谊纽带、共同繁荣之路。[③]"一带一路"构成了中国全方位对外开放的战略新格局和周边外交战略的新框架。从开放的内涵上来讲，从"引进来"转向"走出去"，"引进来"和"走出去"更好地结合，以开放促改革；从开放的深度上来讲，顺应世界区域经济一体化发展趋势，以周边为基础加快实施自由贸易区战略，实现商品、资本和劳动力的自由流动。[④] 从本质来看，"一带一路"倡议是通过"互通互联"[⑤] 来体现"合作共赢、开放包容"的本质，共商、共建、共享是"一带一路"建设秉持的原则。[⑥]

既然是"互通互联"，就意味着既有"走出去"，同时又有"走进来"。也就是说，在"一带一路"建设下，中国不仅对其他国家产生影响，其他国家也会对中国产生影响。在这个相互影响的过程中，如果中国能为其他国家带来积极影响，那么必然会有利于"一带一路"倡议的顺利推进；同样，如果其他国家也能给中国带来积极影响，这也符合我们推动"一带一路"建设

① 习近平：《弘扬人民友谊 共创美好未来——在纳扎尔巴耶夫大学的演讲》，载《人民日报》2013 年 9 月 8 日，第 3 版；习近平：《携手建设中国—东盟命运共同体——在印度尼西亚国会的演讲》，载《人民日报》2013 年 10 月 4 日，第 2 版。

② 习近平：《弘扬和平共处五项原则建设合作共赢美好世界——在和平共处五项原则发表 60 周年纪念大会上的讲话》，载《人民日报》2014 年 6 月 29 日，第 2 版。

③ 《2017 年政府工作报告》，中国国防部网站，2017 年 3 月 5 日，http://www.mod.gov.cn/shouye/2017-03/05/content_4774492.htm。

④ 李新：《复兴两条"丝绸之路"开创对外开放新局面》，中国国务院新闻办公室网站，2014 年 6 月 26 日，http://www.scio.gov.cn/ztk/dtzt/2014/31055/31063/Document/1373808/1373808.htm。

⑤ "互通互联"即为以政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通为主要内容，加强合作。

⑥ 习近平：《"一带一路"建设不是中国一家的独奏，而是沿线国家的合唱》，央广网，2016 年 1 月 14 日，http://news.cnr.cn/dj/20160114/t20160114_521140107.shtml。

的初衷。实际上，是否能够为对方带来积极的影响，也就是合作共赢如何实现的问题。

“一带一路”沿线国家对中国具有较强的经济依赖度，是顺利推进“一带一路”建设以及实现“合作共赢”的重要基础。“一带一路”沿线国家经济发展水平和宗教文化背景差异较大，实现“合作共赢”必然面临诸多挑战，而实现“合作共赢”的基础就是寻找共同利益。一般来说，经济依赖度和依存度越高的区域，其共同利益就越大。因此，增强和提升中国与“一带一路”沿线国家之间经济的相互依赖度，是推进“一带一路”建设的重要着手点。

除了贸易结合度、显示比较优势指数等指标外，[①] 一国对外提供产品市场的程度，也是体现其他国家对该国经济依赖度较为直接的衡量标准和重要的研究视角。例如，中国作为“一带一路”沿线国家产品市场提供者的地位越高，这些国家对中国经济的依赖程度也就越高。在“一带一路”倡议实施过程中，为了寻找中国与“一带一路”沿线国家的共同利益和为实现“合作共赢”奠定基础，中国应该努力增强“一带一路”沿线国家对中国经济的依赖度，这就需要进一步提升中国作为“一带一路”沿线国家市场提供者的地位。

“市场提供者”的提法最早是由日本经济企划厅于 1988 年提出的，[②] 并且其主张通过扩大进口的政策来促使日本成为东亚地区的“市场提供者”。国内学者对该问题的研究主要以东亚地区为对象。丛涛指出，日本逐渐增加从东亚区域内的进口，并不断调整从东亚进口的商品结构类型，从最初的只进口原材料等初级产品转向进口工业制成品，这使得日本作为东亚区域内市场提供者的地位日趋提高。[③] 李晓最早提出了中国的东亚市场提供者问题，并指出中国会成为东亚地区主要的市场提供者和经济增长的“火车头”。[④]

---

① 贸易结合度是指一国对某一贸易伙伴国的出口占该国出口总额的比重，与该贸易伙伴国进口总额占世界进口总额的比重之比。显示比较优势指数是测算国际贸易中比较优势的指标，用来表示一个国家的产品在某个市场上的比较优势。

② 参见日本经济企划厅国际地域协作促进研究会编：《地域主义抬头条件下日本的选择》，1988 年版，第 145 页。

③ 丛涛：《日本能成为东亚的市场提供者吗？》，载《日本研究》1996 年第 1 期，第 20～25 页。

④ 李晓：《中日经济关系在东亚经济发展中的地位与作用》，载《世界经济与政治》1995 年第 1 期，第 41～45 页。

近年来，许多学者对中国作为东亚区域内市场提供者地位的问题进行了研究。一部分研究认为，中国作为东亚区域内市场提供者，在降低对区域外市场依赖方面的作用并不突出。中国的崛起促进了亚洲的内部分工，但没有为亚洲创造出一种区域贸易的自动引擎，亚洲生产的最终产品仍然依赖于外部市场。① 东亚地区产品出口依赖于欧美国家的状况没有随着中国的崛起而改变，尽管中国市场变得重要了，但其所占份额仍然有限。② 但也有学者认为，中国的东亚市场提供者地位呈不断上升趋势，并能够对东亚经济发展产生重要作用。随着中国经济增长和市场的扩大，中国可以推动东亚地区结构的调整，从而减轻东亚各经济体的结构性缺陷。③ 如何准确衡量中国吸纳东亚产品的真实能力，是反映中国融入东亚区域生产网络程度的关键。④ 中国在东亚经济发展中的作用已经逐渐由区域出口平台向区域市场提供者的角色转变。⑤

对于中国作为东亚地区最终产品市场提供者的问题，学者们也较为关注。中国作为东亚地区最终产品市场提供者的地位已超过日本，但主要以资本品为主。⑥ 中国虽然在现阶段还不能被算作地区内的最终产品市场提供者，但正在逐步向这一目标迈进。⑦ 还有学者考察了中国成为区域内最终产品市场提供者的影响因素。刘志雄等认为，经济增长的速度、东盟对华投资的增

---

① Guillaume Gaulier, Francoise Lemoine and Deniz Ünal-kesenci, "China's Emergence and the Reorganisation of Trade Flows in Asia", *China Economic Review*, Vol. 18, No. 3, 2007, pp. 209-243.

② Gabor Pula and Tuomas A. Peltonen, "Has Emerging Asia Decoupled? An Analysis of Production and Trade Linkages Using the Asian International Input-Output Table", ECB Working Paper, No. 993, 2009.

③ 张蕴岭：《东亚区域合作的新趋势》，载《当代亚太》2009 年第 4 期，第 4～16 页。

④ 李晓、张建平：《东亚产业关联的研究方法与现状——一个国际/国家间投入产出模型的综述》，载《经济研究》2010 年第 4 期，第 147～160 页。

⑤ 冯永琦：《东亚区域的生产分工、产品需求结构与贸易模式转型》，载《当代亚太》2011 年第 3 期，第 41～56 页；Xiao Li and Yibing Ding, "From Export Platform to Market Provider: China's Perspectives on Its Past and Future Role in a Globalized Asian Economy", *Third World Quarterly*, Vol. 36, No. 11, 2014, pp. 2098-2111。

⑥ 李晓、冯永琦：《中日两国在东亚区域内贸易中地位的变化及其影响》，载《当代亚太》2009 年第 6 期，第 26～46 页。

⑦ 李晓、付竞卉：《中国作为东亚市场提供者的现状与前景》，载《吉林大学社会科学学报》2010 年第 2 期，第 17～28 页；丁一兵、刘璐、傅缨捷：《中国在东亚区域贸易中的地位变化与其经济结构调整》，载《国际商务》2013 年第 4 期，第 5～14 页；张坤：《东亚新贸易模式的形成与转型——基于中国地位及作用的考察》，载《世界经济研究》2013 年第 10 期，第 75～80 页。

加以及中国—东盟自由贸易区（CAFTA）的建立，都对中国成为东盟市场提供者起到了促进作用。[①] 王姗姗等认为，人民币汇率的稳定性、人民币资本项目可兑换改革、加工贸易的格局、经济增长的结构特别是由消费引领的经济增长结构，是现阶段直接影响中国作为东亚区域最终产品市场提供者地位的因素。[②] 此外，一些学者还考察了人民币实际有效汇率变动对贸易结构的影响，进而对中国市场提供者地位产生的影响。[③] 中国作为东亚最终消费品市场提供者的地位将会提升，而作为东亚最终资本品市场提供者的地位可能下降或变化不大。[④]

这些研究基本上都是以东亚区域的市场提供者问题为研究对象，分析中国、日本甚至美国作为东亚产品市场提供者地位的变化，且普遍认为中国当前作为东亚地区市场提供者的地位呈不断上升的趋势，并随着中国经济实力的不断提升和改革的逐步深入，未来可能成为区域最终产品市场的提供者。但是，这些研究只是进行现象上的阐述，对中国对外提供市场能力提升的影响因素和带来的影响没有深入分析，也没有分析中国为东亚区域外国家提供产品市场的发展情况，更没有从国际关系的角度分析中国对外市场提供者地位提升的战略意义。

本文以“一带一路”沿线国家对中国产品市场的依赖度为研究对象，从不同类型产品、不同地区和国家的角度对中国提供的产品市场进行细分，考察中国作为“一带一路”沿线国家市场提供者的地位和结构变化及发展趋势。掌握“一带一路”沿线国家对中国产品市场的依赖度，并明确其战略意义，提出中国关于如何充分利用“一带一路”沿线国家对中国产品市场依赖度的对策，为如何推进“一带一路”建设提供思考。

全文分为五部分：“一带一路”沿线国家对中国产品市场依赖度的分析；

---

① 刘志雄、王新哲：《中国作为东盟产品市场提供者的实证研究》，载《经济问题探索》2013年第1期，第84～88页。

② 王珊珊、黄梅波：《人民币成为东亚区域计价结算货币的影响因素研究——基于最终产品市场提供者的视角》，载《经济经纬》2015年第3期，第144～148页。

③ 黄锦明：《人民币实际有效汇率变动对中国进出口贸易的影响——基于1995～2009年季度数据的实证研究》，载《国际贸易问题》2010年第9期，第117～122页；冯永琦：《人民币实际有效汇率变动的进口贸易转型效应》，载《世界经济研究》2014年第3期，第21～26页。

④ 冯永琦、黄翰庭：《中国作为东亚市场提供者的地位与前景研究》，载《世界经济研究》2016年第8期，第59～70页。

“一带一路”沿线国家对中美产品市场依赖度的比较；实证分析“一带一路”沿线国家对中国产品市场依赖度的影响因素；提出“一带一路”沿线国家对中国产品市场依赖度的发展前景；“一带一路”沿线国家对中国产品市场依赖度的战略意义及中国的对策。

二、“一带一路”沿线国家对中国产品市场的依赖度

“一带一路”沿线国家众多，不同国家特点不一。本文首先从地理位置的角度对“一带一路”沿线国家进行划分，主要分为东南亚地区、南亚地区、中亚地区、独联体地区、西亚地区、中东欧地区等六大区域，① 这样以便从总体上考察中国为“一带一路”沿线国家提供的产品市场状况。

（一）市场提供指数

为了方便分析中国作为“一带一路”沿线国家市场提供者地位的现状及变化趋势，我们引入“市场提供指数”（MP 指数）概念。A 国对 B 国 i 产品的市场提供指数为 B 国对 A 国的 i 产品出口占 B 国对世界 i 产品总出口的比例，即 A 国对 B 国 i 产品的 MP 指数：

$$MP^{i}_{AB} = \frac{EX^{i}_{BA}}{EX^{i}_{BW}} \times 100$$

其中，EX^{i}_{BA}表示 B 国对 A 国的 i 产品出口，EX^{i}_{BW}表示 B 国对世界的 i 产品出口。A 国对 B 国 i 产品的 MP 指数反映了 B 国对 A 国在 i 产品市场上的依赖程度。MP^{i}_{AB}介于 0 和 100 之间。MP^{i}_{AB}越高，B 国对 A 国在 i 产品市场上的依赖程度就越高，当然，MP 指数也可以应用于区域之间。本文根据联合国广义分类法（BEC）对中国为“一带一路”沿线国家提供的产品市场进行了细分，主要分为四类产品：初级产品、中间产品（包括零部件和半成

① “一带一路”沿线国家涉及东亚、南亚、中亚、西亚和中东欧地区的 65 个国家，但是由于相关数据的不可获得性和无效性，最终只统计和研究 45 个国家。其中，东南亚地区包括 8 个国家，分别为新加坡、马来西亚、印度尼西亚、泰国、柬埔寨、越南、菲律宾和文莱；南亚地区包括 6 个国家，分别为印度、巴基斯坦、孟加拉、斯里兰卡、马尔代夫和尼泊尔；西亚地区包括 10 个国家，分别为伊朗、伊拉克、土耳其、以色列、沙特阿拉伯、阿曼、阿联酋、卡塔尔、科威特和塞浦路斯；独联体 7 国地区包括俄罗斯、乌克兰、白俄罗斯、格鲁吉亚、阿塞拜疆、亚美尼亚和摩尔多瓦；中亚地区包括哈萨克斯坦和吉尔吉斯斯坦 2 个国家；中东欧地区包括 11 个国家，分别为波兰、立陶宛、爱沙尼亚、拉脱维亚、捷克、斯洛伐克、匈牙利、斯洛文尼亚、克罗地亚、罗马尼亚和保加利亚；另外，蒙古国单独列出，不包含在这 6 个地区中。

品）、最终资本品和最终消费品。[①] 所以，将会有四种不同的市场提供指数，分别为初级产品市场、中间产品市场、最终资本品市场和最终消费品市场提供指数。总体上看，中国对“一带一路”沿线国家的市场提供指数越高，“一带一路”沿线国家对中国市场的依赖度就越高。

（二）不同地区对中国不同类型产品市场的依赖度

东南亚国家对中国产品市场依赖度较高，主要体现在初级产品和中间产品市场方面。自2000年以来，中国对东南亚地区的初级产品市场提供指数长期保持在20左右，2015年上升到近40；中国对东南亚地区的中间产品市场提供指数也呈持续上升趋势，从1999年的3.74上升到2013年的13.52，之后出现小幅下降趋势，到2015年为12.32（见图1）。[②] 东南亚地区对中国初级产品和中间产品市场较高的依赖度与中国—东盟自由贸易区的建立和发展密切相关。中国—东盟自由贸易区提升了中国为东盟国家提供的产品市场规模，尤其在蔬菜水果、糖料作物、肉类产品和糖类产品方面，对中国的市场需求更加旺盛。[③] 但是，东南亚国家对中国最终资本品和最终消费品市场的依赖度并不高。中国对东南亚地区的最终资本品市场提供指数在2009～2012年超过10，近两年维持在8左右。中国对东南亚国家最终消费品市场提供指数也不高，但是从2008年以来呈明显上升趋势，从2008年的3.37上升到2015年的6.29（见图1）。[④]

南亚地区对中国初级产品市场依赖程度较高，但对其他产品市场依赖程度并不高。如图1所示，2001年以后，中国对南亚地区的初级产品市场提供指数

① 在BEC分类法下，初级产品对应的产品名称和BEC编码包括：用于工业的粮食类初级产品（111）、未列名工业供应品的初级产品（21）、燃料和润滑油类的加工品（31）；中间产品对应的产品名称和BEC编码包括：运输设备除外的资本货品的零件附件（42）、运输设备的零件附件（53）、用于工业的粮食类加工品（121）、未列名的工业供应加工品（22）、燃料和润滑油类的加工品（32）；最终消费品对应的产品名称和BEC编码包括：用于家庭消费的初级食品和饮料类产品（112）、用于家庭消费的加工过的食品和饮料类产品（122）、客用汽车（51）、非工业用运输设备（522）、未列名的耐用、半耐用、非耐用消费品（61、62、63）、运输设备除外的资本货品（41）、工业用运输设备（521）；最终资本品对应的产品名称和BEC编码包括：运输设备除外的资本货品（41）、工业用运输设备（521）。

② 根据联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade Database）提供的数据计算，参见https：//comtrade.un.org/data/。

③ 周曙东、崔奇峰：《中国—东盟自由贸易区的建立对中国进出口贸易的影响——基于GTAP模型的模拟分析》，载《国际贸易问题》2010年第3期，第54～59页。

④ 根据联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade Database）提供的数据计算。

迅速上升，2005～2010 年期间高达 50 左右，但近几年来呈持续下降态势，到 2015 年已降至 14.78。中国对南亚国家的中间产品市场提供指数最高为 6.45、最终资本品市场提供指数最高仅为 3.05。2015 年，中国对南亚地区中间产品、最终资本品和最终消费品市场提供指数分别为 5.60、2.85 和 0.83。① 由于巴基斯坦、孟加拉国、尼泊尔、斯里兰卡等国工业基础均较为薄弱，对外贸易以出口资源型经济产品和农产品等初级产品为主。南亚对中国贸易结合度较低，贸易联系相对松散，多年来南亚主要以欧洲和美国为主要出口市场。② 尽管东亚地区与南亚地区各自发展速度都很快，但它们均以第三方为主要目标市场，彼此没有强烈的相互引力，因而也就没有增进双方经济联系的内在动力。③ 虽然近年来中国与南亚贸易合作发展较快，但主要是中国对南亚地区出口贸易的迅速增长，从而导致南亚对中国贸易逆差迅速扩大。例如，2015 年中国对印度提供的产品市场规模为 133.95 亿美元，而同期中国对印度出口贸易额达到 582.62 亿美元。④ 可见，作为南亚市场的提供者，中国的地位还有很大的提升空间。

西亚地区对中国初级产品和中间产品市场依赖度迅速上升。如图 1 所示，中国对西亚国家的初级产品市场提供指数从 2006 年的 10.85 上升到 2015 年的 35.75。中国对西亚国家的中间产品市场提供指数从 2008 年的 3.37 上升到 2015 年的 12.31。⑤ 这与中国近年来对石油等能源类初级产品需求的迅速上升有重要关系。西亚地区国家对中国中间产品市场依赖度也较高。中国对西亚地区的最终资本品市场提供指数最高仅为 4.02，最终消费品市场提供指数始终在 1.0 以下。⑥ 这主要是由于西亚国家大部分为世界产油大国，以石油和天然气为主的能源资源产品是该地区对外贸易中具有比较优势的产品，且这些产品主要表现为初级产品和相关半成品的中间产品。这正好与中国对石油、天然气等资源的较强需求相吻合。西亚对中国的出口最主要是矿

---

① 根据联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade Database）提供的数据计算。

② 李迎旭：《“一带一路”战略下中国与南亚贸易的合作基础、推进机会与实现机制》，载《甘肃社会科学》2016 年第 2 期，第 128～133 页。

③ 周小兵：《东亚与南亚地区间经济关系及发展趋势》，载《南亚研究》2011 年第 2 期，第 69～84 页。

④ 根据联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade Database）的数据计算。

⑤ 同上。

⑥ 同上。

物燃料、润滑油和相关原料、化学品及有关产品，且决定中国与西亚地区的这种产业间贸易的要素禀赋差异在一定时期内恐难改变。①

中亚地区对中国中间产品市场的依赖度较高，但对其他类型产品的市场依赖度不高。如图 1 所示，中国对中亚地区的中间产品市场提供指数在 1999 年以后维持在 10 以上，2015 年达到 25.08。2010～2013 年期间，中国对中亚国家的初级产品市场提供指数保持在近 15 的水平，但 2014 年有所下降，2015 年为 8.37。虽然目前中亚地区对中国最终资本品和最终消费品市场依赖度不高，但有进一步上升的趋势。2015 年，中国对中亚国家的最终资本品市场提供指数、最终消费品市场提供指数分别为 5.62 和 4.43。② 由于中国与中亚各国双方商品贸易的竞争性小、互补性强（其中互补性最强的是燃料、矿产品和制成品），中亚国家向中国出口的产品主要是石油、天然气、金属矿砂、皮革及皮革制品和纺织纤维等。③ 中亚国家对中国进口产品的依赖度高于中国对中亚国家进口产品的依赖度，中国还没有建立起以自身为核心的区域大市场。为了促进中国与中亚国家的贸易发展，有必要进一步提升中国作为中亚国家市场提供者的地位。④

中东欧地区和独联体 7 国对中国产品市场依赖度都不高。中国对中东欧国家所有产品市场提供指数都很低，只有一年的最终资本品市场提供指数超过 2。中国对独联体 7 国中间产品、最终资本品和最终消费品市场提供指数都不高，几年来基本都维持在 5.0 的水平上。近年来，中国对独联体 7 国的初级产品市场提供指数快速上升，从 2010 年的 5.34 上升到 2015 年的 11.87（见图 1）。⑤ 中国与中东欧国家的贸易依存度较低，但在全球金融危机及欧洲主权债务危机爆发之后，中国市场对中东欧国家的重要性逐渐变强。总体上看，中国与中东欧国家间的贸易关系还处于调节余缺、互通有无的初级合作阶段。⑥

---

① 韩永辉、罗晓斐、邹建华：《中国与西亚地区贸易合作的竞争性和互补性研究——以“一带一路”战略为背景》，载《世界经济研究》2015 年第 3 期，第 89～98 页。

② 根据联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade Database）提供的数据计算。

③ 江丽、高志刚：《中国与中亚五国商品贸易发展的比较研究》，载《亚太经济》2014 年第 6 期，第 91～96 页。

④ 高新才、王一婕：《丝绸之路经济带背景下中国与中亚国家贸易互补性研究》，载《兰州大学学报（社会科学版）》2016 年第 2 期，第 14～20 页。

⑤ 根据联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade Database）提供的数据计算。

⑥ 张秋利：《中国与中东欧国家货物贸易互补性研究》，载《山西大学学报（哲学社会科学版）》2013 年第 3 期，第 111～115 页。

中国与独联体多数国家的经济合作从零起步，且由于经济结构畸形和自身产业缺乏竞争力，独联体国家大多以出产资源和原料为主。① 独联体 7 国对中国产品市场依赖度较低。例如，以独联体中的重要国家俄罗斯来说，由于中俄两国融入全球生产链的程度出现不同方向的发展，中国不断往价值链的高端移动，俄罗斯原有的技术优势大幅减弱，两国间的产业内贸易水平极低。② 俄罗斯和其他独联体国家的出口产品多为初级产品，且其他独联体国家是俄罗斯制成品的最大市场，其中 48％的机械产品、23％的化工产品和 19％的各种轻工业制成品都出口到独联体国家。③

另外，蒙古国并没有包含在上述六大地区中，因为蒙古国对中国产品市场的依赖度已经达到很高的程度。如图 1 所示，中国对蒙古国的初级产品市场提供指数长期以来在 80 以上，近两年来甚至接近 100。大部分年份，中国对蒙古国中间产品市场提供指数都在 20 以上，但最近两年下降到 13 左右。中国对蒙古国最终资本品市场提供指数波动很大，1998～2000 年超过 70；2004～2006 年中国对其最终资本品市场提供指数超过 50，但近两年下降到 7 左右。中国对蒙古国最终消费品市场提供指数上升很快，2015 年达到 17.67。④ 中国已经连续 15 年成为蒙古国最大的贸易伙伴国和第一大投资来源国，中蒙双边贸易额也在过去的十年中猛增了近 20 倍，2015 年，中蒙双边贸易额达 53 亿美元，占到蒙古国全年贸易总额的 62.6％。⑤

总体看来，在“一带一路”不同地区中，东南亚地区和西亚地区对中国初级产品和中间产品市场具有较高的依赖度；南亚地区对中国初级产品市场具有较高的依赖度；中亚地区对中国中间产品市场具有较高的依赖度。这些地区对中国其他类型产品市场依赖度较低，同时，中东欧地区和独联体 7 国对中国所有产品市场依赖度都不高。而这六个地区以外的蒙古国对中国初级

① 孙壮志：《中国与独联体经贸及金融合作空间广阔》，载《中国银行业》2014 年第 3 期，第 70～73 页。

② 周念利、黄宁：《中俄政治与经贸关系发展的非对称现象分析及应对》，载《东北亚论坛》2014 年第 2 期，第 67～78 页。

③ 刘瑶、马括：《后危机时代俄罗斯与独联体国家的贸易关系分析》，载《俄罗斯研究》2014 年第 4 期，第 3～19 页。

④ 根据联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade Database）提供的数据计算。

⑤ 何茂春、田斌：《“一带一路”的先行先试：加快中蒙俄经济走廊建设》，载《国际贸易》2016 年第 12 期，第 59～63 页。

产品、中间产品和最终消费品市场的依赖度都比较高。

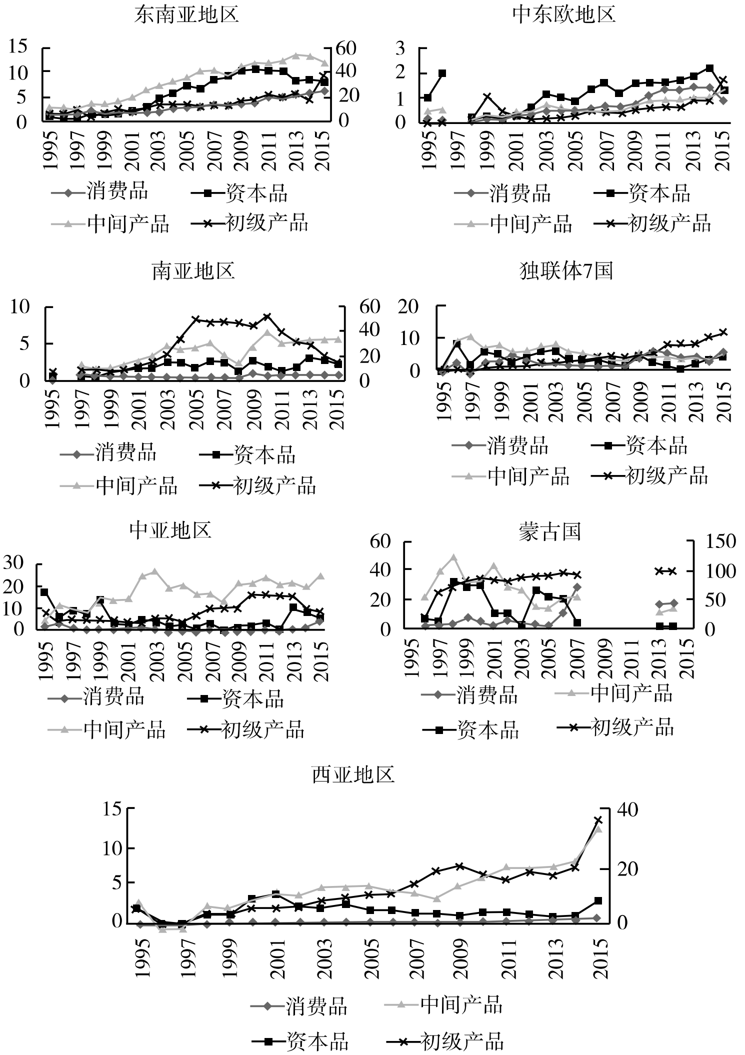

图 1　中国对“一带一路”沿线国家不同地区的市场提供指数

注：在东南亚、南亚、中东和蒙古国图中，右轴表示的是中国对这些地区的初级产品市场提供指数。

资料来源：作者根据联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade Database）**的数据计算整理。参见** https：//comtrade.un.org/data/。

三、"一带一路"沿线国家对中美产品市场依赖度的比较

（一）对中美初级产品市场依赖度的比较

当前，中国为"一带一路"沿线国家提供初级产品市场的优势明显高于美国。从中美两国分别对33个"一带一路"沿线国家①的最终资本品市场提供指数来看，2015年，中国对这些"一带一路"沿线国家的初级产品市场提供指数大于10的有12个国家，其中6个是东盟国家，3个是独联体国家，中国对蒙古国、泰国、菲律宾和越南的初级产品市场提供指数都超过20，这些国家对中国初级产品市场的依赖度非常高；而美国对"一带一路"沿线国家的初级产品市场提供指数大于10的只有2个国家，为印度和越南（见表1）。2015年，美国对"一带一路"沿线国家的初级产品市场提供指数高于中国的有8个国家，② 而同年中国在这一指标上高于美国的有25个国家，主要为东南亚国家、中亚国家和独联体国家。

从其发展历程来看，2000年以来，中国作为"一带一路"沿线国家初级产品市场的地位迅速提升。2000年，中国对"一带一路"沿线国家的初级产品市场提供指数大于10的只有3个国家，为蒙古国、泰国和越南，而美国却有5个国家，为印度、印度尼西亚、泰国、菲律宾和亚美尼亚。同年，美国对"一带一路"沿线国家的初级产品市场提供指数高于中国的有20个国家，而中国在这一指标上高于美国的只有13个国家。③ 可以明显地看出，2000年时美国为"一带一路"沿线国家提供初级产品市场的优势明显高于中国。但此后初级产品在中国进口中所占份额大幅上升，从2000年的20%左右上升到2014年的36%左右。自2006年以来，以铁矿石、铜矿石、矿物油为代表的非农业型初级产品代替中等技术产品成为中国第一大进口商品。④ 初级产品进口规模的迅速上升，主要是由于近年来中国对能源、矿产原料等

① 由于有些国家年份数据不全，所以这里只列出了33个国家的相关数据。

② 这8个国家包括印度、新加坡、马其顿、沙特阿拉伯、以色列、摩尔多瓦、匈牙利和塞尔维亚。

③ 这13个国家包括越南、马来西亚、巴基斯坦、柬埔寨、哈萨克斯坦、爱沙尼亚、斯洛文尼亚、罗马尼亚、白俄罗斯、阿塞拜疆、塞尔维亚和俄罗斯。

④ 魏浩、赵春明、李晓庆：《中国进口商品结构变化的估算：2000～2014年》，载《世界经济》2016年第4期，第70～94页。

产品的需求大幅提升，并受到人民币升值因素的推动。[①] 可见，2000～2015年间，中国作为“一带一路”沿线国家初级产品市场的地位有较大幅度的提升。

表 1　中美对“一带一路”沿线国家的初级产品市场提供指数比较

	中国					美国					
国家排序	1995	2000	2005	2010	2015	1995	2000	2005	2010	2015	国家排序
蒙　古	—	86.53	89.70	—	96.61	10.58	16.15	8.54	4.61	12.45	印　度
泰　国	6.15	18.35	17.57	26.01	40.83	—	7.50	9.99	10.04	11.50	越　南
菲律宾		6.59	8.27	23.74	33.37	13.15	10.01	8.69	7.04	7.95	印度尼西亚
越　南		21.17	19.67	22.87	21.97	17.08	20.46	11.67	11.79	5.91	泰　国
马来西亚	3.19	6.01	7.39	14.23	17.36	5.12	6.44	3.90	3.96	5.84	新加坡
格鲁吉亚	—	0.10	1.72	6.02	16.89	4.98	7.72	0.53	1.07	4.86	马其顿
阿尔巴尼亚	—	0.00	3.74	20.74	16.00	4.63	6.49	5.89	3.90	4.18	以色列
乌克兰	—	0.05	1.78	10.95	14.80	—	10.87	6.05	4.08	3.64	菲律宾
俄罗斯	—	2.14	6.02	6.93	13.33	—	4.21	4.05	1.88	3.49	巴基斯坦
印度尼西亚	6.70	7.99	10.02	15.67	12.40	—	7.09	4.33	1.63	2.65	阿尔巴尼亚
巴基斯坦	—	4.40	7.99	23.94	11.79	—	2.86	3.95	1.54	1.72	保加利亚
柬埔寨	—	1.99	0.54	30.76	11.23	—	—	1.04	0.30	1.56	塞尔维亚
印　度	3.46	5.39	38.53	41.25	8.81	0.48	0.32	0.61	0.48	1.42	爱沙尼亚
哈萨克斯坦	5.54	3.37	3.96	16.21	7.96	3.84	5.43	4.35	2.62	1.40	马来西亚
新加坡	3.55	5.72	13.25	14.13	5.01	—	0.69	2.62	4.09	0.72	俄罗斯

注：由于篇幅所限，这里只列出2015年中国对“一带一路”沿线国家初级产品市场提供指数大于5的国家。中美对应的国家排序均以2015年市场提供指数的高低进行。

资料来源：作者根据联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade Database）的数据计算整理。https：//comtrade.un.org/data/。

（二）对中美中间产品市场依赖度的比较

当前，中国为东南亚国家、中亚国家和部分独联体国家提供中间产品市场的优势明显高于美国，而为西亚国家和中东欧国家提供中间产品市场的优

① 冯永琦、裴祥宇：《中国进口贸易结构变化与经济增长关系实证研究》，载《经济问题探索》2013年第10期，第100～108页。

势明显低于美国。从中美两国分别对45个“一带一路”沿线国家[①]的最终资本品市场提供指数来看，2015年，中国对这些“一带一路”沿线国家的中间产品市场提供指数大于10的有8个国家，而美国有4个国家（见表2）。其中，中国对柬埔寨、哈萨克斯坦和巴基斯坦的中间产品市场提供指数都超过20，美国对以色列的中间产品市场提供指数超过20。这些国家对中国或美国中间产品市场的依赖度都非常高。2015年，美国对“一带一路”沿线国家的中间产品市场提供指数高于中国的有25个国家，主要是西亚国家和中东欧国家。而同年中国在这一指标上高于美国的只有17个国家，主要为东南亚国家、中亚国家和部分独联体国家。

从其发展历程来看，2000年以来，中国作为“一带一路”沿线国家中间产品市场提供者的地位迅速提升，特别是对于东南亚国家而言。2000年，中国对“一带一路”沿线国家的中间产品市场提供指数大于10的国家只有蒙古国，而美国却有9个国家。[②] 其中，美国对以色列和菲律宾的中间产品市场提供指数都超过20。同年，美国对“一带一路”沿线国家的中间产品市场提供指数高于中国的约有40个国家，而中国在这一指标上高于美国的只有5个国家，包括蒙古国、越南、吉尔吉斯斯坦、乌克兰、白俄罗斯。可以明显地看出，2000年时美国为“一带一路”沿线国家提供中间产品市场的优势明显高于中国，而2015年中国为东南亚国家、中亚国家和部分独联体国家提供中间产品市场的优势明显高于美国。这说明2000～2015年间，中国作为“一带一路”沿线国家中间产品市场的地位大幅提升。这主要是由于中国是加工贸易大国所致，其中间品贸易的进口份额占到了GDP的12％左右，占到了总进口贸易额的50％以上，这与中国经济社会的发展阶段也是相符合的。[③]

① 由于有些国家年份数据不全，所以这里只列出了45个国家的相关数据。

② 这9个国家包括以色列、菲律宾、印度、马来西亚、斯里兰卡、亚美尼亚、泰国、新加坡和巴基斯坦。

③ 顾振华、沈瑶：《中国进口需求弹性的再计算》，载《国际贸易问题》2016年第4期，第50～61页。

表 2　中美对"一带一路"沿线国家的中间产品市场提供指数比较

	中国					美国					
国家排序	1995	2000	2005	2010	2015	1995	2000	2005	2010	2015	国家排序
柬埔寨	—	6.71	1.76	0.15	28.63	31.74	42.64	44.90	30.63	27.11	以色列
哈萨克斯坦	4.58	0.06	21.94	22.63	22.44	—	17.47	13.61	14.54	19.17	斯里兰卡
巴基斯坦	—	5.67	5.92	12.56	20.05	16.23	19.93	13.83	9.19	13.53	印　度
越　南	—	5.27	6.76	15.19	17.22	28.77	24.96	10.94	10.09	10.95	菲律宾
新加坡	2.91	4.61	9.33	11.81	15.96	—	0.65	4.90	7.84	9.51	越　南
马来西亚	3.62	3.61	8.08	14.31	14.85	3.81	2.50	5.09	6.70	8.11	爱沙尼亚
泰　国	3.27	6.01	8.74	11.84	14.00	12.89	14.07	10.24	6.05	7.62	泰　国
印度尼西亚	3.88	5.17	9.37	8.94	12.08	17.80	17.85	13.26	7.29	7.27	马来西亚
菲律宾	1.91	2.12	11.49	9.22	7.83	0.56	4.13	7.33	4.86	7.20	立陶宛
蒙古国	—	34.12	14.32	—	9.09	0.46	1.02	0.63	3.53	6.28	阿　曼
约　旦	0.05	0.04	0.10	3.23	7.58	14.67	13.78	7.83	5.59	6.05	新加坡
卡塔尔	—	1.30	1.66	3.36	7.06	5.54	6.68	4.52	3.70	5.88	印度尼西亚
阿　曼	0.77	0.03	0.51	4.66	6.17	—	—	1.91	0.61	5.86	巴林
以色列	0.24	0.90	1.60	4.17	6.00	5.38	9.05	8.14	3.56	5.34	土耳其
马其顿	0.00	0.08	1.01	5.16	5.82	9.67	8.42	4.79	4.17	4.92	俄罗斯
俄罗斯	9.47	6.79	6.87	5.08	5.52	—	11.31	9.07	2.95	3.58	巴基斯坦

注：由于篇幅所限，这里只列出 2015 年中国对"一带一路"沿线国家中间产品市场提供指数大于 5 的国家。中美对应的国家排序均以 2015 年市场提供指数的高低进行。

资料来源：同表 1。

（三）对中美最终资本品市场依赖度的比较

当前，美国为绝大部分"一带一路"沿线国家提供最终资本品市场的优势明显高于中国。从中美两国对 43 个"一带一路"沿线国家[①]的最终资本品市场提供指数来看，2015 年，中国对这些"一带一路"沿线国家的最终资本品市场提供指数大于 10 的有 5 个国家，而美国有 8 个国家，且主要以东南亚国家为主。其中，美国对以色列和巴基斯坦的最终资本品市场提供指数超过 20。2015 年，美国拥有的最终资本品市场提供指数高于中国的超过 30 个

① 由于有些国家年份数据不全，所以这里只列出了 43 个国家的相关数据。

国家。而同年，中国拥有的最终资本品市场提供指数高于美国的只有 10 个国家。①

从其发展历程来看，2000 年以来，虽然中国作为“一带一路”沿线国家最终资本品市场提供者的地位迅速提升，但总体上看依然没有超过美国。2000 年，中国对“一带一路”沿线国家的最终资本品市场提供指数大于 10 的国家只有蒙古国一个国家，而美国却有 12 个国家。② 其中，美国对以色列、马来西亚、新加坡、菲律宾、巴基斯坦、泰国和亚美尼亚的最终资本品市场提供指数都超过了 20。同年，美国拥有的最终资本品市场提供指数高于中国的有近 40 个国家，而中国拥有的最终资本品市场提供指数高于美国的只有 5 个国家，包括哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、俄罗斯、白俄罗斯和摩尔多瓦。可以明显地看出，2000 年时美国为“一带一路”沿线国家提供最终资本品市场的优势明显高于中国。2000～2015 年间，中国作为“一带一路”沿线国家最终资本品市场的地位有很大幅度的提升，其中对东亚地区该产品市场地位的提升更为明显。中国的最终资本品主要来源于日本以及亚洲“四小龙”。例如，中国对新加坡的最终资本品市场提供指数就高于美国对新加坡的该指数。从整个东亚地区来看，中国作为东亚最终资本品市场提供者的地位已经超过美国，③ 但对于大部分“一带一路”沿线国家来说，中国的最终资本品市场提供者地位与美国相比还有一定的差距。

表 3　中美对“一带一路”沿线国家的最终资本品市场提供指数比较

	中　国					美　国					
国家排序	1995	2000	2005	2010	2015	1995	2000	2005	2010	2015	国家排序
斯里兰卡	—	1.82	1.73	0.84	31.97	26.41	39.42	31.11	25.07	27.13	以色列
菲律宾	—	0.43	10.50	19.26	18.65	—	27.23	16.71	13.05	21.63	巴基斯坦
蒙古国	—	72.98	52.92	—	14.63	35.09	29.12	42.22	20.47	19.92	马来西亚
新加坡	1.39	2.56	7.59	6.70	12.14	—	28.21	22.81	31.63	18.72	菲律宾

① 这 10 个国家包括白俄罗斯、波黑、俄罗斯、黑山、吉尔吉斯斯坦、柬埔寨、马来西亚、斯里兰卡、乌克兰和新加坡。

② 这 12 个国家包括以色列、马来西亚、新加坡、菲律宾、巴基斯坦、泰国、亚美尼亚、印度尼西亚、土耳其、匈牙利、斯里兰卡和印度。

③ 冯永琦、黄翰庭：《中国作为东亚市场提供者的地位与前景研究》，第 59～69 页。

马来西亚	0.87	1.96	4.32	12.78	10.78	23.49	23.66	15.50	14.09	17.06	泰　国
柬埔寨	—	0.31	9.81	0.34	7.50	37.21	17.72	16.26	9.18	15.27	印度尼西亚
以色列	2.13	0.88	2.65	4.28	6.33	—	1.25	19.25	12.41	15.10	越　南
也　门	—	—	5.40	2.68	6.19	28.67	28.27	20.08	13.60	10.46	新加坡
吉尔吉斯斯坦	1.92	3.66	3.77	11.05	5.87	14.87	13.27	15.97	9.23	9.31	印　度
俄罗斯	—	3.38	7.38	5.49	5.63	—	—	30.31	15.19	8.77	也　门
泰　国	0.78	1.53	11.75	14.93	5.34	4.45	15.57	6.26	3.88	8.59	匈牙利
哈萨克斯坦	18.15	2.00	2.33	0.90	4.53	0.33	0.01	1.77	44.10	7.72	哈萨克斯坦

注：由于篇幅所限，这里只列出 2015 年美国对“一带一路”沿线国家最终资本品市场提供指数大于 5 的国家。中美对应的国家排序均以 2015 年市场提供指数的高低进行。

资料来源：同表 1。

（四）对中美最终消费品市场依赖度的比较

当前，对绝大部分“一带一路”沿线国家来说，中国作为最终消费品市场提供者的地位与美国相差甚远。从中美两国对 41 个“一带一路”沿线国家的最终消费品市场提供指数来看，[①] 2015 年，中国对“一带一路”沿线国家的最终资本品市场提供指数大于 10 的国家只有蒙古国；而美国对“一带一路”沿线国家的最终资本品市场提供指数大于 10 的有 12 个国家，主要为东南亚和南亚国家。其中，美国对菲律宾、越南、斯里兰卡、柬埔寨、印度尼西亚、巴基斯坦和印度这 7 个国家的最终消费品市场提供指数都超过 20，这些国家对美国最终消费品市场严重依赖。2015 年，美国拥有的最终资本品市场提供指数高于中国的国家超过 30 个。而同年，中国拥有的最终资本品市场提供指数高于美国的国家只有 8 个。[②]

2000 年以来，对绝大部分“一带一路”沿线国家来说，虽然美国作为最终消费品市场提供者的地位有所下降，但中国作为最终消费品市场提供者的地位提升缓慢，与美国相比差距依然很大。2000 年，中国对“一带一路”沿线国家的最终资本品市场提供指数大于 10 的只有哈萨克斯坦一个国家，而美国却有 17 个国家，其中对蒙古国、柬埔寨、罗马尼亚、卡塔尔、菲律宾、斯里兰卡、马尔代夫的最终消费品市场提供指数都超过 40。同年，除俄罗斯和哈萨克

① 由于有些国家年份数据不全，所以这里只列出了 41 个国家的相关数据。

② 这 8 个国家包括蒙古国、阿联酋、俄罗斯、格鲁吉亚、哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、科威特和塞尔维亚。

斯坦之外，美国拥有的最终消费品市场提供指数都高于中国。可以明显地看出，2000 年时，中国为“一带一路”沿线国家提供最终消费品市场的地位也远落后于美国。2000～2015 年间，中国作为“一带一路”沿线国家最终消费品市场的地位上升幅度不大，只有对东南亚国家的新加坡、泰国、菲律宾、印度尼西亚和马来西亚的最终消费品市场提供指数有明显提高。中国对外提供消费品市场的进口来源地相对集中，以发达国家为主体，主要为美国、西欧和日本等。① 并且，中国消费品进口需求在总进口需求中所占比重一直不高。这使中国“一带一路”沿线国家提供消费品市场的规模相对有限。

表 4　中美对“一带一路”沿线国家的最终消费品市场提供指数比较

	中　国					美　国					
国家排序	1995	2000	2005	2010	2015	1995	2000	2005	2010	2015	国家排序
蒙古国	—	6.42	4.96	—	29.98	—	48.99	27.43	59.02	37.40	菲律宾
俄罗斯	—	9.50	4.04	14.42	9.48	—	7.49	29.77	31.13	34.12	越　南
科威特	0.06	—	—	0.95	8.08	—	48.34	42.14	26.06	31.56	斯里兰卡
越　南	—	6.42	3.20	3.16	7.79	—	73.76	68.58	55.23	27.90	柬埔寨
新加坡	1.37	2.54	6.57	8.83	7.73	25.03	32.30	35.13	30.84	24.82	印度尼西亚
泰　国	2.70	1.25	2.49	3.69	6.52	—	35.14	35.53	27.98	24.26	巴基斯坦
阿联酋	—	0.13	0.96	1.35	4.26	19.48	25.95	25.00	18.07	20.80	印　度
菲律宾	—	1.03	1.08	1.86	4.17	—	71.28	35.56	10.31	17.14	罗马尼亚
塞尔维亚	—			5.03	3.97	25.64	28.85	26.35	14.67	14.44	马来西亚
印度尼西亚	0.72	0.61	1.04	2.05	3.94	—	32.87	25.45	16.17	14.34	泰　国
马来西亚	0.89	0.56	1.89	2.24	3.41	—	81.25	72.60	—	11.21	蒙古国
哈萨克斯坦	1.69	12.34	0.14	0.45	3.19	19.90	44.78	0.92	0.71	10.51	马尔代夫
斯洛伐克	0.70	0.01	0.48	4.10	2.69	13.29	18.49	16.81	9.59	9.34	新加坡
柬埔寨	—	0.12	0.07	0.56	2.45	—	—	22.23	17.44	5.12	巴　林

注：由于篇幅所限，这里只列出 2015 年美国对“一带一路”沿线国家最终消费品市场提供指数大于 5 的国家。中美对应的国家排序均以 2015 年市场提供指数的高低进行。

资料来源：同表 1。

① 陈丽芬：《中国消费品进口现状及促进政策研究》，载《国际贸易》2012 年第 8 期，第 33～37 页。

四、影响“一带一路”沿线国家对中国产品市场依赖度的因素

根据上述分析，“一带一路”沿线国家对中国初级产品市场有较强的依赖，部分“一带一路”沿线国家对中国中间产品市场有较强的依赖，绝大部分“一带一路”沿线国家对中国最终资本品市场的依赖度很低，而对中国最终消费品市场的依赖度最低。随着“一带一路”建设的推进，以及中国国内经济结构的调整，“一带一路”沿线国家对中国各类产品市场的依赖度还会进一步发生变化。因此，考察影响“一带一路”沿线国家对中国产品市场依赖度的影响因素具有重要意义。

（一）主要影响因素的选择

需求因素是国际贸易产生和变动的重要影响因素。从理论的发展来看，似乎不应再把“需求”处理成一个假设，而应探讨“需求”作为独立变量对贸易关系和贸易格局的影响。[①] 国家内部需求的差异是形成不同国际贸易关系和贸易模式的重要因素，[②] 贸易关系和格局变动的动因要到需求结构中去找。[③] 所以，本文认为，中国和“一带一路”沿线国家的经济总需求，即经济发展总量是影响沿线国家对中国产品市场依赖度的重要因素。

例如，“一带一路”沿线国家的经济总量越大，就越容易带动这些国家对中国的出口规模。同样，中国经济总量对中国作为“一带一路”沿线国家市场提供者地位的提升具有重要作用。这里将中国经济总量分解成三部分，即国内总消费、国内总投资和国内政府支出。中国国内消费能力的上升会增加对消费品的需求，国内投资能力的上升也必然会增加对资本品的需求，而对这些产品的需求不仅在国内实现，也可以通过进口途径来实现。国内消费、投资和政府支出的增长会直接带动对相关产品的进口需求。这里分别用私人消费、固定投资和政府消费来衡量中国的国内消费、投资和政府支出水平。

① 钟伟：《需求模式与贸易结构》，载《南京社会科学》1998 年第 11 期，第 29～34 页。

② Rolf Weder，“Domestic Demand，Comparative Advantage，and the Pattern of Trade”，*Swiss Journal of Economics and Statistics*，Vol. 131，No. 3，1995，pp. 377-388；Rolf Weder，“How Domestic Demand Shapes the Pattern of International Trade”，*World Economy*，Vol. 9，No. 3，1996，pp. 273-286.

③ 阳中良：《需求贸易理论与我国的绿色贸易战略》，载《现代经济探讨》2006 年第 9 期，第 68～72 页。

同时，汇率也是重要的影响因素。汇率发生变动时，中国进口商面临的进口成本也会发生变动。例如，当人民币贬值时，进口成本会上升，这不利于中国市场提供者地位的提升。同样，人民币升值会相对降低进口成本，这对于进口需求弹性较大产品的影响更为明显。由于这里要考察中国对“一带一路”沿线国家不同地区的市场提供情况，所以，需根据人民币对“一带一路”沿线不同国家货币的汇率水平以及这些国家对中国的贸易权重，计算出中国对不同地区的有效汇率指数，以衡量人民币对不同地区的汇率变动情况。[①]

综上，影响“一带一路”沿线国家对中国产品市场依赖度的因素主要包括：“一带一路”沿线国家不同地区的经济总量、中国的国内私人消费、国内政府消费、国内固定投资、人民币对“一带一路”沿线国家不同地区的有效汇率。

（二）基于面板模型的实证分析

这里将上述影响“一带一路”沿线国家对中国产品市场依赖度的因素作为模型中的自变量，[②] 因变量为中国对“一带一路”沿线不同地区各类产品的市场提供指数。所有变量的样本区间为 1995 ～2015 年。通过建立变截距固定系数面板模型来衡量“一带一路”沿线国家对中国不同产品市场的依赖度。

首先检验模型中系数是否对全部截面都一致，考虑如下两个假设：

$H_2：\beta_1 = \beta_2 = \cdots = \beta_N$

$H_2：a_1 = a_2 = \cdots = a_N$

$\beta_1 = \beta_2 = \cdots = \beta_N$

在假设 H_2 下构建检验统计量 F_2：

① 例如，东亚地区 8 个国家货币兑人民币的有效汇率指数的计算为：以 1995 年为基期先计算这 8 个国家货币分别兑人民币的双边汇率指数，再根据这 8 个国家分别对中国市场出口占 8 个国家对中国总出口的比重作为有效汇率指数的权重，加权计算得出。同理，也可计算出其他地区货币对人民币的有效汇率指数。

② 中国国内私人消费、政府消费和固定投资数据来源于各国宏观经济指标数据库（EIU Country data），https：//eiu. bvdep. com/countrydata/ip；“一带一路”沿线国家经济总量数据来源于万德数据库（Wind 资讯），http：//www. wind. com. cn/；“一带一路”沿线国家货币兑人民币的双边汇率来源于全球外汇交易商万达外汇（OANDA）官方网站，https：//www. oanda. com/lang/cns/fx-for-business/historical-rates。

$$F_2 = \frac{(S_3 - S_1)/[(N-1)(k+1)]}{S_1/(NT - N(k+1))} \sim F[(N-1)(k+1), N(T-k-1)]$$

在假设 H_1 下构建检验统计量 F_1：

$$F_1 = \frac{(S_2 - S_1)/[(N-1)k]}{S_1/(NT - N(k+1))} \sim F[(N-1)k, N(T-k-1)]$$

经计算得出：$F_2 = 4.3$，$F_1 = 1.06$，F_2 大于 5%显著水平下相应的 F 值，因此拒绝假设 H_2，F_1 小于 5%显著水平下相应 F 值，因此接受假设 H_1。为了消除趋势因素的影响，变量采用对数的形式。

通过变截距固定系数面板数据模型进行如下估计：

$$lnY_{ijt} = c_i + \beta_1 ln\, gdp_{jt} + \beta_2\, lnr_{jt} + \beta_3\, lnpc_t + \beta_4 ln\, gc_t + \beta_5 ln\, fi_t + \varepsilon_{it}$$

其中，Y_{it} 表示 t 时期中国对“一带一路”沿线 j 地区 i 类产品的市场提供指数，i 为 BEC 分类编码，gdp_{jt} 表示 t 时期“一带一路”沿线 j 地区内全部国家的国内生产总值之和，r_{jt} 为 t 时期人民币对 j 地区货币的有效汇率水平，pc_t 代表 t 时期中国国内私人消费，gc_t 代表 t 时期中国国内政府消费，fi_t 代表 t 时期中国国内固定投资总额。

对上述模型进行估计，可以得到不同解释变量对中国为“一带一路”沿线六个区提供产品市场的影响情况，如表 5 所示。第一，国内私人消费的影响最为显著，但影响方向并不统一，对中国为中亚地区和独联体地区提供市场的影响为正，而对中国为东南亚地区、西亚地区和南亚地区提供市场的影响为负。第二，国内政府消费对中国为西亚地区提供市场的影响为正，对中国为中亚地区提供市场的影响为负。第三，国内固定投资对中国为东南亚地区、南亚地区和中东欧地区提供市场的影响为正，对中国为中亚地区提供市场的影响为负。第四，地区货币对人民币有效汇率对中国为东南亚地区和中亚地区提供市场的影响为负，说明地区货币对人民币有效汇率的下降，即人民币对这些地区货币的升值将有利于提升中国对这些地区的市场提供者地位。第五，多数地区经济总量的影响并不显著，只有中亚地区和东南亚地区经济总量对中国为其提供市场有显著影响，中亚地区经济总量的提升将有利于中国作为其市场提供者地位的提高。

表 5　中国分别为六大地区提供产品市场的估计结果

解释变量	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6
	南亚地区	中亚地区	东南亚地区	独联体 7 国	西亚地区	中东欧地区
$lngdp_t$	−3.014*	5.204***	−2.381*	−0.074	−0.754	−0.980
lnr_t	−0.045	−8.793***	−2.738*	−0.234	0.004	−0.110
$lnpc_t$	−4.884**	21.436***	−2.878*	4.984*	−6.560***	−4.427
$lngc_t$	1.409	−23.546***	2.839	−2.555	8.110***	2.568
$lnfi_t$	4.685***	−4.124**	1.878***	−1.522	−0.893	2.582*

注：*，**，*** 分别表示在 10%，5%，1%的置信水平上通过显著性检验。

五、"一带一路"沿线国家对中国产品市场依赖的前景

下面将分别基于影响"一带一路"沿线国家对中国产品市场依赖的不同因素，以及中国为"一带一路"沿线国家提供的不同产品市场两个角度，分析"一带一路"沿线国家对中国产品市场依赖的前景。

（一）基于不同影响因素角度的分析

第一，从中国国内私人消费的影响来看，中国对"一带一路"沿线国家中的中亚国家、独联体 7 国和东南亚国家的市场提供者地位会有一定的提升。长期以来，中国国内私人消费的增长幅度有限，没有带来对外部最终消费品的显著增加。中国私人消费增长的初期主要被国内市场消化，只有当中国私人消费的增长达到一定程度时，情况才可能会发生改变。[①] 2016 年，最终消费支出在中国 GDP 贡献率中占有的比重达到 64.6%，[②] 这说明消费支出拉动经济增长的作用有所提高。这有利于中国对东南亚国家、中亚国家和独联体 7 国的最终消费品市场提供能力的提升。

第二，中国国内固定投资规模与中国作为大部分"一带一路"沿线国家市场提供者地位的提升有着明显的正相关关系。目前，中国经济增长速度放缓，国内固定投资增长速度也在放缓。国内固定投资增长速度的下滑并未给中国作为"一带一路"沿线国家市场提供者地位的提升带来不利影响，且这种下滑并不意味着国内固定投资不增长，只是实际增长率会保持较低水平，

① 冯永琦、黄翰庭：《中国作为东亚市场提供者的地位与前景研究》，第 59～69 页。
② 参见万德数据库（Wind 资讯）。

但也全维持在 5％以上的水平。[①] 这就决定了其对中国作为“一带一路”沿线国家市场提供者地位的提升依然具有重要的支撑作用，对于南亚地区和东南亚地区而言尤其如此。

第三，从人民币对“一带一路”沿线国家货币有效汇率水平的影响因素来看，中国作为“一带一路”沿线国家市场提供者地位也不会有很大提升。这主要是由于这个影响因素对中国作为“一带一路”沿线国家市场提供者地位提升的影响不十分显著或者正负影响基本相当，并且人民币大幅升值的空间并不大。“8·11”汇改以前，人民币汇率变化很有规律，每年大约保持 2％的升值或者贬值幅度，但“8·11”汇改颠覆了这种简单的适应性预期框架，导致人民币贬值预期急剧上升。[②] 即使汇率贬值预期逐渐回稳，人民币双向波动也必然成为最主要的特征。

第四，政府消费支出和“一带一路”沿线国家的经济总量对中国作为“一带一路”沿线国家市场提供者地位提升的作用有限。尽管中国在公共投资和民生方面的支出还会进一步上升，但政府消费支出的增加只对中国作为西亚国家市场提供者地位的提升有正向影响。“一带一路”沿线国家的经济总量上升仅有助于中国作为中亚国家市场提供者地位的提升，而对于中国作为大部分国家市场提供者地位的提升并没有正向推动作用。所以，“一带一路”沿线国家对中国产品市场的依赖度主要取决于中国内部经济发展和需求的提升。

（二）基于不同类型产品角度的分析

第一，从初级产品的角度来看，中国为“一带一路”沿线国家提供的初级产品市场的规模还会进一步上升，但上升的空间有限，这也会限制“一带一路”国家对中国初级产品市场总体依赖度的进一步提升。2015 年，中国对东南亚地区、西亚地区的初级产品市场提供指数已接近 40，对南亚国家的初级产品市场提供指数已从几年前的 50 左右明显下降，对独联体 7 国和中亚国家的初级产品市场提供指数会有所上升。[③] 但由于国内经济增速放缓，国内对于扩大再生产等所需的能源矿产等初级产品规模会有所下降，致使中国

---

① 参见万德数据库（Wind 资讯）。

② 余永定、肖立晟：《论人民币汇率形成机制改革的推进方向》，载《国际金融研究》2016 年第 11 期，第 3～13 页。

③ 根据联合国商品贸易统计数据库（UN Comtrade Database）的数据计算整理。

作为"一带一路"沿线国家初级产品市场提供者地位提升的空间有限。

第二，从中间产品的角度来看，中国作为"一带一路"沿线国家中间产品市场提供者的地位也会进一步上升。中国为东南亚国家、南亚国家和西亚国家提供的中间产品市场规模进一步上升的趋势更加明显，中间产品主要集中在和初级产品相关的半成品方面。但是，随着中国本土企业能力提升、外资企业本土化战略的实施等，一些技术含量较低的零部件、半制成品不再从国外进口，而是由本土的配套内资企业生产。[①] 而大部分"一带一路"沿线国家中间产品的技术含量并不高，这是制约中国为"一带一路"沿线国家提供中间产品市场地位提升的重要因素。

第三，从最终资本品和最终消费品的角度来看，中国作为"一带一路"沿线国家最终资本品市场提供者的地位不会有很大的变化；而中国作为最终消费品市场提供者的地位会有一定程度的上升，但上升的速度可能不会很快，上升的地区主要是东南亚国家、中亚国家和独联体 7 国。

综上所述，"一带一路"沿线国家对中国的初级产品和中间产品市场还会保持相对较强的市场依赖，而对中国最终资本品和最终消费品市场依赖度不高，但对中国最终消费品市场的依赖度会进一步上升。同时，从不同地区来看，东南亚国家以及蒙古国对中国具有较高的市场依赖度，其他地区对中国市场的依赖度相对较低，特别是中东欧国家对中国市场的依赖度最低。可见，中国同大部分"一带一路"沿线国家的经济依赖度还有待提高，应该同更多沿线国家加强经济合作，为实现"合作共赢"奠定必要的经贸基础。

六、中国的对策

针对"一带一路"沿线国家对中国产品市场依赖度的变化，中国应有相应的对策。

（一）高度重视进口贸易的政策管理与结构优化

中国宏观经济管理的思路需要做出重大转变和调整，应当从供给与需求两端同时发力，即需求管理与供给管理并重。在需求方面，部分领域扩大需

① 魏浩、赵春明、李晓庆：《中国进口商品结构变化的估算：2000～2014 年》，第 70～94 页。

求还是必要的；在供给方面，主要是放松管制和约束，增加有效供给。① 由于出口贸易是需求的重要内容，长期以来国家比较重视和强调出口，但在经济增长的结构性减速阶段，外部需求的增长空间有限，单纯强调出口贸易增长已经很难改善经济增长的潜在条件。因此，需要把进口贸易作为供给管理的重要手段，发挥进口贸易改善经济增长潜在条件的积极作用。这是中国经济增长结构性减速阶段需要研究和解决的新课题。②

优化进口贸易结构是改善经济供给面的重要内容。对于一国宏观经济管理部门而言，除了强调需求管理以外，进口贸易结构调整也是一种重要的管理手段。在进口贸易结构的调整中，要重视不同类别进口数量与结构的优化，适当增加资本品进口比重，相对缩小初级品进口比重的增长速度，稳定并着力优化中间品进口结构，适当增加消费品进口比重。③ 一般来说，进口促进国内经济发展的机制主要有：最终品进口引发的竞争效应、中间品进口引致的技术外溢效应、进口商品质量优于国内产品的质量提升效应、进口商品导致国内商品供给种类增加的多样化效应，等等。④ 可见，进口贸易的政策管理与结构优化能够有效促进国内产业结构转型和升级。

（二）高度重视中国对外最终产品市场提供者的地位及作用

作为最终需求的代表，最终产品（主要是最终消费品）进口国或者说最终产品的市场提供者往往在贸易与分工体系中居于相对更加主动、更具有决定性的地位。⑤ “一带一路”沿线国家对中国最终产品市场依赖度的提升，将会极大推进“一带一路”建设进程，实现中国与沿线各国“合作共赢”的目标。

在包含一定数量经济体的区域中，以最终产品需求为主的产品需求结构使区域内各经济体之间的依赖度更加紧密。因为最终产品需求要比中间产品需求具有更大的稳定性。中间产品需求模式更容易受到产品生产链或产业升级的影响而发生变化，而最终产品需求模式形成后很难改变，会增强区域内

---

① 胡鞍钢、周绍杰、任皓：《供给侧结构性改革——适应和引领中国经济新常态》，载《清华大学学报（哲学社会科学版）》2016 年第 2 期，第 17～22 页；丁任重：《关于供给侧结构性改革的政治经济学分析》，载《经济学家》2016 年第 3 期，第 13～15 页。

② 裴长洪：《我国经济发展新理念的若干分析》，载《经济研究》2013 年第 7 期，第 4～19 页。

③ 同上，第 4～19 页。

④ 魏浩、赵春明、李晓庆：《中国进口商品结构变化的估算：2000～2014 年》，第 70～94 页。

⑤ 丁一兵、刘璐、傅缨捷：《中国在东亚区域贸易中的地位变化与其经济结构调整》，第 5～14 页。

各经济体之间的依赖度。[①] 区域内最终产品贸易比重较高的地区，区域经济合作往往进行得较为顺利和迅速。例如，欧盟是建立在内需主导型贸易模式基础上的，区域内的最终产品需求较强，这是欧盟区域经济合作的重要经济基础。[②] 即便在一个国家的对外经济往来中，拥有较高的最终产品市场提供者地位将十分有利于该国国际经济地位的提升以及国际经济事务中话语权的争夺。例如，中国通过市场开放和扩大内需成为东亚地区最终产品的市场提供者，不仅能降低东亚区域对外部市场的依赖，提高东亚经济体应对外部经济波动和冲击的能力，还将增加东亚各经济体对人民币的实际需求，提高人民币的被接受程度，推动人民币发展成为区域内的结算货币。[③]

当前，在中国对外提供的最终产品市场中，无论是消费品还是资本品都较有弹性，从弹性标准差的大小来看，最终产品的进口需求弹性的波动幅度均高于初级产品和中间产品。[④] 这说明中国对外提供最终产品市场的不稳定因素要明显高于所提供的初级产品和中间产品市场。“一带一路”沿线国家对中国最终产品市场的依赖度，特别是最终消费品市场的依赖度要远低于美国。因此，要重视和积极发挥中国为“一带一路”沿线国家提供最终产品市场的地位及作用。

（三）积极推动与周边国家经济走廊的重点建设

“一带一路”沿线国家各类产品对中国依赖度日益上升，这不仅说明中国经济发展能够带动“一带一路”沿线国家经济的共同发展，而且也表明中国经济的国际影响力也在日益提升。但是，中国经济国际影响力具有典型的“亚洲化”特点，即亚太地区国家出口对中国的依赖度比其他地区国家的依赖度要高。[⑤] 从前文的分析中也可知，周边地区如东南亚国家、中亚国家以及蒙古国对中国初级产品和中间产品市场的依赖度相对较高，这有利于中国同周边国家经济合作的开展。因此，可以重点建设和这几个地区相关的经济走廊。

---

① 冯永琦：《东亚区域的生产分工、产品需求结构与贸易模式转型》，第 41～56 页。

② 冯永琦：《东亚与欧盟区域的产品需求结构与贸易模式》，载《亚太经济》2011 年第 2 期，第 40～45 页。

③ 李晓、付竞卉：《中国作为东亚市场提供者的现状与前景》，第 17～28 页。

④ 顾振华、沈瑶：《中国进口需求弹性的再计算》，载《国际贸易问题》2016 年第 4 期，第 50～61 页。

⑤ 魏浩：《中国进口商品的国别结构及相互依赖程度研究》，载《财贸经济》2014 年第 4 期，第 69～81 页。

经济走廊建设是推进“一带一路”倡议的重要支柱。随着“一带一路”建设的推进，现已经形成中蒙俄、新亚欧大陆桥、中国—中亚—西亚、中国—中南半岛、中巴、孟中印缅六大经济走廊。在推进各经济走廊建设时可齐头并进，也可从实际情况出发重点加快一两个经济走廊建设先行先试的步伐。①

中巴经济走廊、中蒙俄经济走廊和中国—中亚—西亚经济走廊可以进行重点建设，由此产生的示范效应也能有效地推动“一带一路”倡议在其他地区的进展。中巴经济走廊是“一带一路”的旗舰项目，② 诸多相关建设项目已在进行中。③ 中巴经济走廊起步较早，发展也较快。关于中蒙俄经济走廊，其建设规划纲要已经公布。④ 中国与蒙古国、俄罗斯的贸易结构具有很强的互补特征，中蒙贸易潜力在“一带一路”倡议下迅速提升，但中国与俄罗斯两国双边贸易潜力尚未充分发挥，仍有进一步扩大的空间。⑤ 这与前文分析的蒙古国对中国产品市场具有很强的依赖度，而俄罗斯对中国产品市场依赖度不高有很大关系。2008 年金融危机后，俄罗斯与独联体国家的贸易往来相对其他国家明显地表现出离心力，金融危机显著减弱了独联体国家与俄罗斯的贸易关系。⑥ 在诸多外部因素下，中俄之间将步入“超常态”发展新机遇，

---

① 何茂春、田斌：《“一带一路”的先行先试：加快中蒙俄经济走廊建设》，载《国际贸易》2016 年第 12 期，第 59～63 页。

② 在 2016 年 8 月 9 日召开的“丝绸之路经济带”（新疆·克拉玛依）论坛上，沙祖康对“中巴经济走廊”的最新进展进行介绍时谈及。参见光明网，http：//economy. gmw. cn/2016-08/09/content _21385550. htm。

③ 包括卡西姆港燃煤电站项目、萨希瓦尔燃煤电站项目、喀喇昆仑公路二期改扩建工程、卡拉奇—拉合尔高速公路（苏库尔至木尔坦段）、瓜达尔港建设与运营项目、巴基斯坦 ML-1 号铁路干线升级与哈维连陆港建设项目、卡洛特水电站、拉合尔轨道交通橙线、恰希玛核电项目、卡拉奇核电项目等。

④ 2016 年 9 月 13 日，国家发改委公布《建设中蒙俄经济走廊规划纲要》，标志着“一带一路”框架下的第一个多边合作规划纲要正式启动实施。“中蒙俄经济走廊”建设下的满洲里综合保税区项目已经完成，中蒙二连浩特—扎门乌德跨境经济合作区、策克口岸跨境铁路、中蒙“两山”铁路、莫斯科—喀山高铁项目、乌力吉公路口岸建设等项目正在进行中。

⑤ 刘威、丁一兵：《中蒙俄经济合作走廊贸易格局及其贸易潜力分析》，载《商业研究》2016 年第 10 期，第 24～31 页。

⑥ 刘瑶、马括：《后危机时代俄罗斯与独联体国家的贸易关系分析》，载《俄罗斯研究》2014 年第 4 期，第 3～19 页。

双边经贸规模将会全方位提升。[①] 中蒙俄经济走廊可以借助“一带一路”契机，实现经济带与欧亚联盟对接，与蒙古国的草原之路对接，东三省老工业基地与远东开发战略和蒙古国矿业立国战略对接。[②] 对于中国－中亚－西亚经济走廊来说，西亚和中亚国家对中国初级产品和中间产品市场具有较强的依赖度，中国与中亚五国特别是哈萨克斯坦建立了比较紧密且稳定的贸易关系。[③] 在中国－中亚－西亚经济走廊的建设中，应该契合中国经济发展的转型升级和中亚五国非资源产业发展的需求，发挥中国市场巨大、技术先进和资金雄厚等优势，加强中国对中亚五国的传统贸易产品的投资，以深加工产品代替初级产品出口，扩展合作产业领域和创新合作方式。[④] 长期来看，中国还应发展促进与西亚在石油能源中下游领域如石化等行业的战略合作，强化与西亚在能源全产业链的协作互动。[⑤]

（四）高度重视同“一带一路”沿线国家政治互信与战略互信的建设

在“一带一路”倡议的实施过程中，“一带一路”沿线国家以及中国周边国家的地缘政治、经济和文化传统各异，经济上的深化合作很容易受到政治、安全等因素的影响。例如，印度已经加入了亚洲基础设施投资银行（AIIB）、金砖国家开发银行等“一带一路”的融资机制，并正在同中国、孟加拉国、缅甸共同建设孟中印缅经济走廊；另一方面，印度在地缘政治、安全和国家战略上却抵制甚至敌视“一带一路”战略。[⑥] 中俄之间的政治交往虽然紧密，但经贸关系发展十分滞后，本来能够直接带动经贸关系发展的领域也恰恰是当前两国缺乏长期战略互信的领域。[⑦] 南海问题也无

---

① 姜振军：《中俄共同建设“一带一路”与双边经贸合作研究》，载《俄罗斯东欧中亚研究》2015 年第 4 期，第 41～47 页。

② 李新：《中俄蒙经济走廊助推东北亚区域经济合作》，载《俄罗斯东欧中亚研究》2015 年第 4 期，第 25～33 页。

③ 高新才、王一婕：《丝绸之路经济带背景下中国与中亚国家贸易互补性研究》，载《兰州大学学报（社会科学版）》2016 年第 2 期，第 14～20 页。

④ 马骥、李四聪：《中国与中亚五国贸易互补性与竞争性分析——以“丝绸之路经济带”为背景》，载《新疆财经大学学报》2016 年第 1 期，第 5～13 页。

⑤ 韩永辉、罗晓斐、邹建华：《中国与西亚地区贸易合作的竞争性和互补性研究——以“一带一路”战略为背景》，载《世界经济研究》2015 年第 3 期，第 89～98 页。

⑥ 李晓：《“一带一路”战略实施中的“印度困局”——中国企业投资印度的困境与对策》，载《世界经济与政治》2015 年第 5 期，第 19～42 页。

⑦ 周念利、黄宁：《中俄政治与经贸关系发展的非对称现象分析及应对》，载《东北亚论坛》2014 年第 2 期，第 67～78 页。

疑对中国与东南亚国家经贸深入合作发展带来一定影响。为了解决中国与“一带一路”沿线国家之间类似的问题，应该高度重视政治互信与战略互信建设。

（五）积极发挥对外市场提供者的作用以继续倡导经济全球化

美国总统特朗普上台后，开始收缩对外经济战略。特朗普想通过政治手段支持美国出口，包括服务业和制造业产品的出口，限制进口，为美国短期经济发展支撑一个国际市场空间。① 美国可能会不顾世界贸易组织（WTO）的规则，大胆采取更多的贸易保护主义措施。② 同时，美国对促进贸易全球化方面责任的放弃，使全球化发展到了又一个转折点。在 2017 年 3 月召开的二十国集团（G20）成员国央行行长与财长会议的最后公报中，竟然不再把促进自由贸易列入其中，删除了有关“促进世界贸易，反对贸易保护主义”的条文，取而代之的是“公平贸易”的提法。这是近 50 年来世界顶级经济协商机制首次不再把促进自由贸易、反对贸易保护主义作为己任。作为世界第一和第三大贸易国，中国和德国均对美国的做法表示了反对。③

当美国不再愿意积极推进经济全球化的时候，世界格局也将随之发生一定程度的变化。这对中国来说既是机遇又是挑战。中国应该在未来的国际经贸领域继续倡导经济全球化，继续推动贸易自由化。一方面，中国要加快经济结构转型和产品升级的步伐，提高科技创新能力和产品竞争能力。另一方面，在“一带一路”建设中，作为全球最大市场之一，中国要充分发挥对外市场提供者的作用，④ 提高在对外经贸往来中的话语权和影响力，进一步促进经济全球化和贸易自由化。

---

① 朱民：《特朗普的经济政策将如何影响全球?》，载《第一财经日报》2017 年 3 月 6 日，第 A11 版。

② 何帆、朱鹤、韩国成：《特朗普贸易新政下，中国如何化挑战为机遇》，中国新闻网，http://finance.chinanews.com/cj/2017/03-21/8179589.shtml。

③ 中国当天呼吁，G20 成员国应促进全球贸易和投资，坚定不移地反对保护主义，维护多边体制的有效性。德国也做了大量劝说工作，但德国提出的在公报之外签署一份促进自由贸易原则性条款的建议也被美国拒绝。

④ 2017 年 5 月 14～15 日，中国在北京主办了“一带一路”国际合作高峰论坛。在高峰论坛最终的 76 大项成果中含有一项“中国将从 2018 年起举办中国国际进口博览会”。这在一定程度上说明，中国积极对外提供产品市场已经具有重要的现实意义。

U. S.-China relations at any particular point in time. Over several decades, the U. S. and China have come to a tacit agreement on this issue, and have also developed relevant and regularized mechanisms for communications, achieving an effective level of "control" over the impacts of arms sales on relations between the two states. The implicit understanding reached between the U. S. and China with respect to arms sales to Taiwan is manifested through the following: in implementing its arms sales policy towards Taiwan, the U. S. follows an unwritten rule of no sales of sensitive arms; mainland China does not react overly assertively in response to limited arms sales that do not cross its redline, instead handling such matters pragmatically; the two governments maintain regularized high communications channels and address any potential damage to their relations before and after arms sales take place.

Key Words: Sino-U. S. Relations; Cross Straits Relations; American Arms Sales to Taiwan; Control

About the Author: Chen Yiyuan is a Post-Doc at the School of International Studies of Peking University

Level of Market Reliance on Chinese Products and China Policies of One Belt One Road Countries

Feng Yongqi and Huang Hanting

Abstract: This article considers from the vantage point of various OBOR countries China's status as a market provider to such states, and compares this with the role of the United States. In this way, it assesses the level of dependence and prospects for development of OBOR states on China as a market provider. It argues that Southeast Asian states and Mongolia have a high level of market reliance on primary and intermediary products from China, while other states, especially Middle Eastern and European states, have relatively low dependence. At present levels of market reliance on China's final capital products and final consumption products are low, however that on China's final consumption products will increase in the future. China should pay careful attention to export trade policy and structural optimization, as well as take full advantage of its role as a supplier to foreign markets.

Key Words: One Belt One Road; Market Supplier; Level of Market Reliance; Product Market

About the Authors: Feng Yongqi is an Associate Professor at the School of Economics of Jilin University; Huang Hanting is a PhD Student at the School of Economics of Jilin University