第一图书网, tushu007.com

<<东亚区域内贸易扩张研究>>

图书基本信息

书名：<<东亚区域内贸易扩张研究>>

13位ISBN编号：9787505882799

10位ISBN编号：7505882791

出版时间：2009-7

出版时间：经济科学出版社

作者：王峰

页数：265

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

本书共分为六章。
第1章为导论，主要介绍研究背景与意义、研究方案与主要研究内容、研究难点、创新与不足等问题。
第2章总结了贸易扩张、区域内贸易扩张的相关理论，提出用垂直专业化分工解释东亚非制度性区域内贸易扩张的研究方向。
第3章为东亚区域内贸易扩张的演进与特征，对本书的研究对象进行了初步的经验观察。
第4章是本书的理论框架，从影响因素和动力机制两个层面探讨了东亚区域内贸易扩张的原因。
第5章是本书的实证部分，以中国为例对东亚区域内贸易扩张进行了统计分析和计量分析。
第6章为东亚区域内贸易扩张的影响及中国未来的政策选择。
最后为本书的结束语，总结本书的主要结论、政策建议和需要进一步研究的问题。
本书的主要结论如下： 第一，世界近代史以来，东亚区域内贸易的变动都是在以欧美为主导的世界市场中实现的。
其中，第二次世界大战前东亚地区的贸易主要是由“政治主导”的内向型贸易，区域内贸易份额较高；第二次世界大战后到20世纪70年代末，东亚地区的贸易主要是由“经济主导”的外向型贸易，区域内贸易的份额较低；20世纪80年代至今，东亚地区的贸易主要是由“技术主导”的垂直专业化贸易（既有内向贸易，也有外向贸易），区域内贸易的份额较高。
因此，东亚区域内贸易份额经历了一个“高位一低位一高位”的“u”形路径，每一次变动都反映了当时的国际分工格局。
第二，东亚总体对区域内贸易的依赖增加，而中国对区域内贸易的依赖减少；东亚总体对美国市场的依赖减少，而中国对美国市场的依赖增加。
美国从东亚的进口中有一半是来自中国，中国已经转移了东亚其他国家对美国的出口。
第三，东亚区域内贸易扩张主要是中间产品的贸易扩张，最终产品的区域内吸纳比重降低。
这反映了东亚区域内贸易是以生产为导向的贸易，而非消费为导向的贸易；是外部需求派生的贸易，而非内部需求拉动的贸易。
东亚区域内贸易的扩张并不是对区域外贸易的替代。
第四，中间产品贸易扩张是东亚区域内贸易扩张的直接推动力。
中间产品通过变不可贸易产品为可贸易产品和贸易量的重复计算两种膨胀机制促进了东亚区域内贸易的扩张，而区域外对最终产品需求的增加是东亚区域内中间产品贸易增长的源动力。
伴随着科技进步和国际产业转移，垂直专业化分工成为当代国际分工的主要形式，它导致了生产的垂直分离，并改造了传统的贸易关系。
垂直专业化分工必须放在全球的视角下来进行考察，又必须借用区域的便利条件；它是比较优势、规模经济和地理因素三者的完美结合，落实在东亚就形成了区域生产网络。
区域生产网络带来了区域内中间产品的流动性增加，从而导致了东亚区域内贸易的扩张。
第五，东亚进口的区域内贸易份额大于出口，中国对东亚区域内贸易扩张的贡献率最大。
以中国为例对东亚区域内贸易扩张进行实证研究得出：垂直专业化分工和外部需求是东亚区域内贸易扩张的主要原因，而供给力量和内部需求对东亚区域内贸易扩张的影响较小。
第六，东亚区域内贸易扩张造成了全球经济失衡和原材料价格的上涨；带来了东亚成员经济增长、开放度提高以及经济周期协动性增强；导致了中国频繁的贸易摩擦、巨额的外汇储备、过剩的生产能力和巨大的资源浪费。
为了克服贸易扩张的消极影响，实现产业结构升级和经济增长方式的转变，中国未来的政策选择包括：进一步降低消费品的关税并推动最终产品的区域一体化、促进加工贸易转型升级、积极推动对外直接投资、大力吸引服务业外国直接投资和承接国际服务外包。

作者简介

王峰，女，1977年4月出生，祖籍河南南阳，童年时期生活在黑龙江省佳木斯市。
2008年6月获中国人民大学经济学院世界经济专业博士学位。
曾任教于广东外语外贸大学国际经济贸易学院，目前为深圳大学经济学院讲师，主讲微观经济学、跨国公司、国际经济学和国际贸易等课程。
在《世界经济与政治论坛》、《世界经济研究》、《（经济与管理研究》、《国际经贸探索》等经济类核心期刊发表论文8篇，出版译著1部，主持深圳大学人文社科基金项目1项，作为主要成员参与国家社科基金和教育部课题两项。

书籍目录

第1章　导论　1.1　研究背景与意义　1.2　研究方案与主要研究内容　1.3　研究难点、创新与不足第2章　文献综述　2.1　贸易扩张的研究进展　2.2　区域内贸易扩张的研究进展　2.3　东亚区域内贸易扩张的研究进展　2.4　对现有文献的总体评论第3章　东亚区域内贸易扩张的演进及特征　3.1　东亚区域内贸易扩张的历史沿革　3.2　东亚区域内贸易扩张的现状　3.3　东亚区域内贸易扩张的特征：国际比较　3.4　本章小结第4章　东亚区域内贸易扩张的原因研究　4.1　东亚区域内贸易扩张的影响因素　4.2　东亚区域内贸易扩张的动力机制　4.3　本章小结第5章　东亚区域内贸易扩张的实证分析——来自中国的证据　5.1　中国来自东亚区域内贸易的描述性统计分析　5.2　中国来自东亚区域内贸易的计量分析　5.3　本章小结第6章　东亚区域内贸易扩张的影响及中国未来的政策选择　6.1　东亚区域内贸易扩张的影响　6.2　中国未来的政策选择　6.3　本章小结结束语附录　BEC商品分类参考文献后记

章节摘录

（4）垂直专业化贸易与公司内贸易。
公司内贸易是指跨国公司的母公司与其海外子公司、子公司与子公司之间跨越国界的交易行为。
跨国公司通过对外直接投资，在东道国建立子公司，并进行公司内贸易的“内部一体化”过程可以绕过贸易壁垒、进人他国市场；防止知识资产泄漏，降低外部市场不完全的交易成本；以及利用转移价格牟取高额利润。
但是，由于国际分工的进一步深化，跨国公司不必通过海外子公司进行全部的海外生产活动，而是将其非核心的生产环节“外包”给东道国的企业去做。
这些东道国的企业与跨国公司并没有产权归属关系，只是在业务往来上受到跨国公司的控制，有人称之为“外部一体化”过程。
跨国公司是通过核心环节的“内部化”和非核心环节的“外部化”实现着全球生产的整合。
重在研究中间产品贸易的“垂直专业化贸易”不仅包括“内部化”的公司内贸易，也包括“外包”的公司间贸易（或称距离型贸易，arms-leg trade）。
“垂直专业化贸易”与“公司内贸易”是一种交集的关系。
同时，由多个国家的多个独立的跨国公司以垂直专业化生产为纽带而紧密联系的垂直专业化贸易，是生产组织的较高级形态；而跨国公司内部贸易是生产组织的较低级形态。
（5）垂直专业化贸易与产业内贸易。
不少文献认为，东亚区域内贸易扩张是由于产业内贸易的增长，尤其是垂直型产业内贸易的增长。
这里有必要澄清一下垂直专业化贸易与产业内贸易、尤其是垂直型产业内贸易的区别与联系。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com