

专题报告系列  
Special Report Series



PHBS 智库  
北京大学汇丰商学院

# 中国—东盟 制造业的竞争态势与变化

2023年6月



## 摘要

中国和东盟已经成为全球制造业生产和贸易的中坚力量，两者制造业产值合计占全球三分之一强，增长领跑全球。中国和东盟既是全球制成品主要的出口增长来源，同时也是仅次于美国的第二、第三位制成品进口市场，制成品贸易增长也显著高于全球平均水平。

中国制造业的整体国际竞争力显著强于东盟，东盟与中国的差距不断缩小。影响制造业竞争态势主要有两大因素：效率和安全。效率因素帮助东盟在劳动密集型和资源密集型、简单技术密集型制成品方面显著提升竞争力，安全因素帮助东盟提高中级技术密集型、高级技术密集型制成品的竞争优势，但目前后者影响相对小。

中国和东盟的制造业竞争态势概括如下：1. 化学成品及有关产品：中国的竞争力持续增强，出口份额持续扩大，东盟需要更多的依赖海外供应。东盟是未来中国化工行业出口的重要市场。2. 按原料分类的制成品、机械及运输设备：中国的竞争优势小幅下滑，东盟缩小与中国的差距。3. 杂项制品：中国的比较优势下降最为显著，东盟在国际市场上抢夺中国的市场份额。

以新能源汽车、锂电池、太阳能电池为代表的产品成为中国出口的新动力，中国在重视欧美市场的同时，也需积极拓展一带一路沿线国家、东盟及亚太区域市场。中国与东盟的产业内贸易日益密切，电机和电气行业、电信设备、原材料制成品等行业的中国企业需要积极考虑在东盟区域内选择供应商以及直接投资东盟建设生产基地。东盟是中国钢铁、有色企业理想的投资目的地选项。鞋靴、箱包和服装企业要尽快选择产业转移和供应链布局优化。数字化转型是中国制造业转型升级的战略抓手，同时政府必须不断降低企业的制度性交易成本，助力制造业稳步增长。

---

\* 北大汇丰智库国际组（撰稿人：蔡荣）

成稿时间：2023年6月15日

联系人：程云（0755-26032270，chengyun@phbs.pku.edu.cn）

中国和东盟已经成为全球制造业的中坚力量，2011-2021 年以来中国和东盟占全球制造业产值的比重从 25.9% 上升至 35.6%，出口的比重从 22% 上升至 29%。中国已建立起门类齐全、独立完整的现代化工业体系，制造业规模稳居世界第一，未来需要加快转型升级，继续打造国际竞争新优势，从制造业大国迈向制造业强国。东盟地区受到跨国公司的青睐，发挥自身的资源和劳动力优势等，制造业也取得很可观的发展成绩。

在全球产业链重构的背景下，中国和东盟的制造业在国际市场上各自有哪些竞争优势？中国制造业面临哪些挑战？本报告通过对中国和东盟的制造业贸易数据在全球、产业和行业结构层面的竞争分析，尝试回答上述问题，并具体探讨新形势下中国制造业未来的增长潜力和发展机遇。

## 一、中国和东盟是全球制造业最重要的火车头

### 1. 中国和东盟制造业占比超三分之一 增长领跑全球

按照制造业产值排名，2021 年全球前五大制造业国家依次为美国、中国、日本、德国和韩国（图 1），其中中国和东盟的制造业合计占比达到 35.6%，比美国、日本、德国和韩国四国加总（30.8%）还要高出 4.8 个百分点。以绝对值衡量，东盟的制造业规模是中国的 15%；以人均产值衡量，东盟是中国的三分之一。

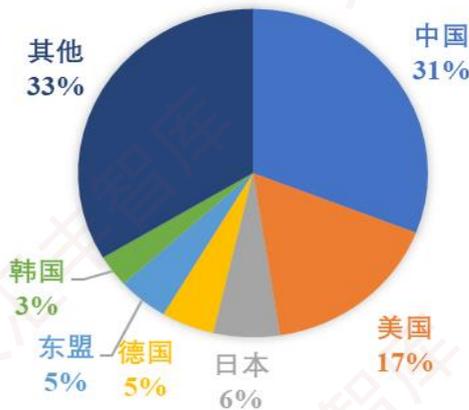


图 1：2021 年全球制造业主要国家和东盟的制造业占比（以 2015 年不变价衡量）

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

2011-2021 年期间，全球制造业产值+36%，中国和东盟制造业分别增长 95% 和 47%，显著领先于美国（16%）、日本（4%）、德国（8%）和韩国（29%），领跑全球。年度制造业增速的数据（图 2）也验证了上述情况。疫情期间，中国和东盟的制造业，相对发达国家，也表现出更强的韧性和快速恢复的能力。

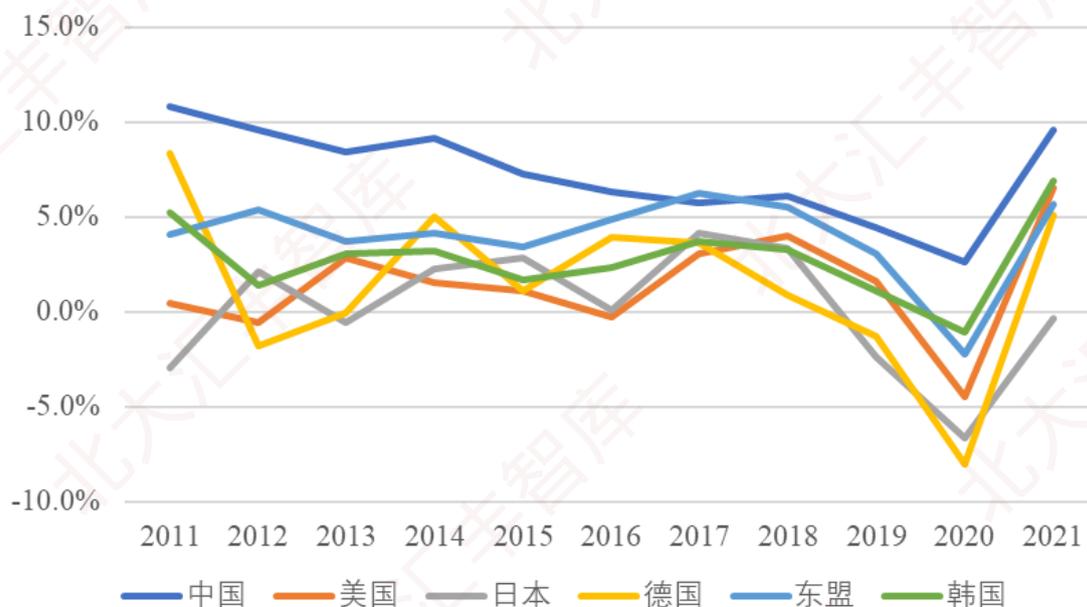


图 2：2011-2021 年制造业前五名国家和东盟的制造业增速

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

## 2. 中国和东盟在全球制成品贸易份额持续提升

2011-2021 年期间，中国和东盟的制成品贸易增长均显著高于全球平均水平，中国、东盟的制成品出口年均增速为 5.4% 和 4.8%，全球制成品出口年均增长 2.6%，中国、东盟的制成品进口年均增速为 3.8% 和 4.0%，全球制成品进口年均增长 2.5%，因而在全球出口市场和进口市场的份额也相应提升。

2011-2021 年期间，前五大制造业国家中，德国、美国、日本和韩国的制成品出口份额均呈现不同程度的下滑，合计下降 5.6 个百分点，中国一枝独秀份额增长了 5.3 个百分点。同时东盟增长了 1.6 个百分点（越南增长了 1.3 个百分点，在东盟国家中遥遥领先）（图 3）。2021 年中国的制成品出口规模为 3.14 万亿美元，东盟的制成品出口规模为 1.23 万亿美元，中国是东盟的 2.55 倍。

2011-2021 年，美国、中国和东盟是制成品进口增长最主要的市场。德国和日本的制成品进口份额均呈现不同程度的下滑，合计下降 1.3 个百分点，美国、中国和东盟分别增长了 1.7、1.3 和 1.1 个百分点（图 4），如果考虑人口规模的因素，东盟自身也是制成品需求增长一个重要新市场。2021 年中国的制成品进口规模为 1.55 万亿美元，东盟的制成品进口规模为 1.12 万亿美元，中国是东盟的 1.39 倍。

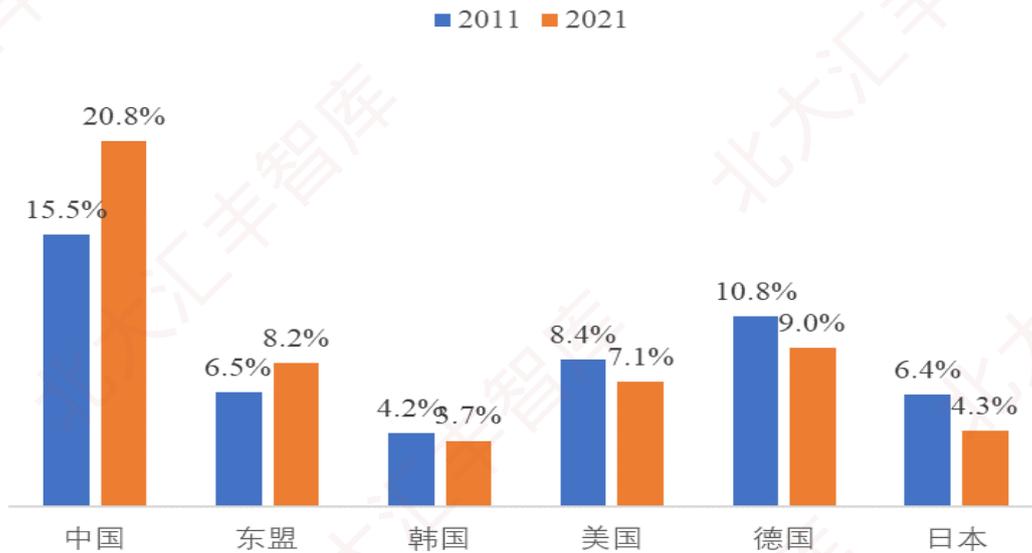


图 3：2011-2021 年主要制造业出口国和东盟的制成品出口份额

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

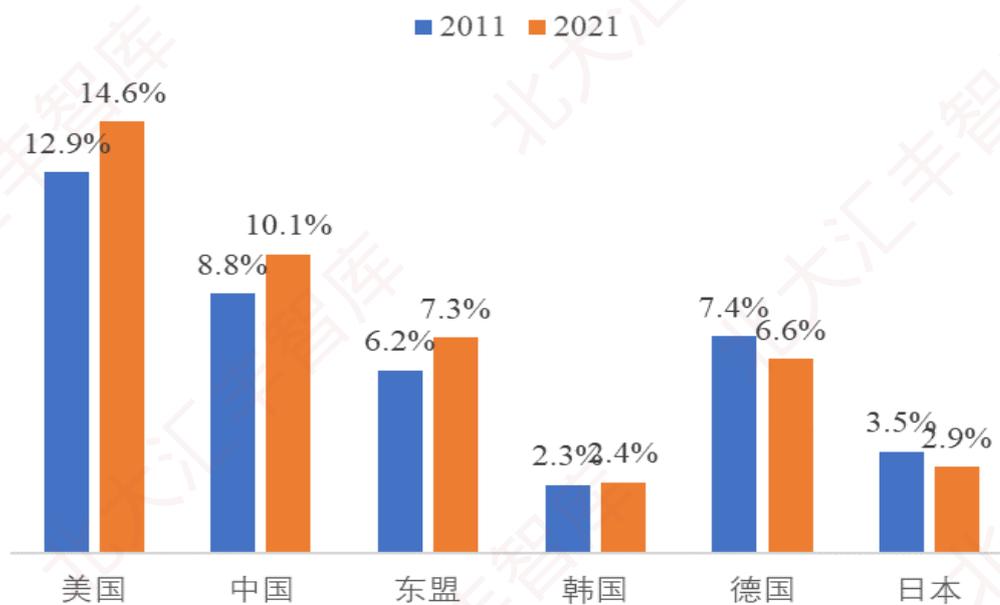


图 4：2011-2021 年主要制造业进口国和东盟的制成品进口份额

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

### 3. 中国制造业整体领先优势，东盟缩小与中国差距

我们综合使用显示性比较优势指数（RCA）<sup>†</sup>和市场份额两个指标，评估和衡量中国和东盟制造业在整体、分类别和行业层面的竞争力以及变化趋势。

首先，制造业的整体竞争力水平，可以用制成品 RCA 和市场份额的绝对值反映。横轴是 RCA 指数，按照值的大小划分为弱竞争优势、一般竞争优势、较强竞争优势和强竞争优势区间，纵轴是市场份额，值越大表明市场份额越大，因此越是远离原点，竞争力越强。

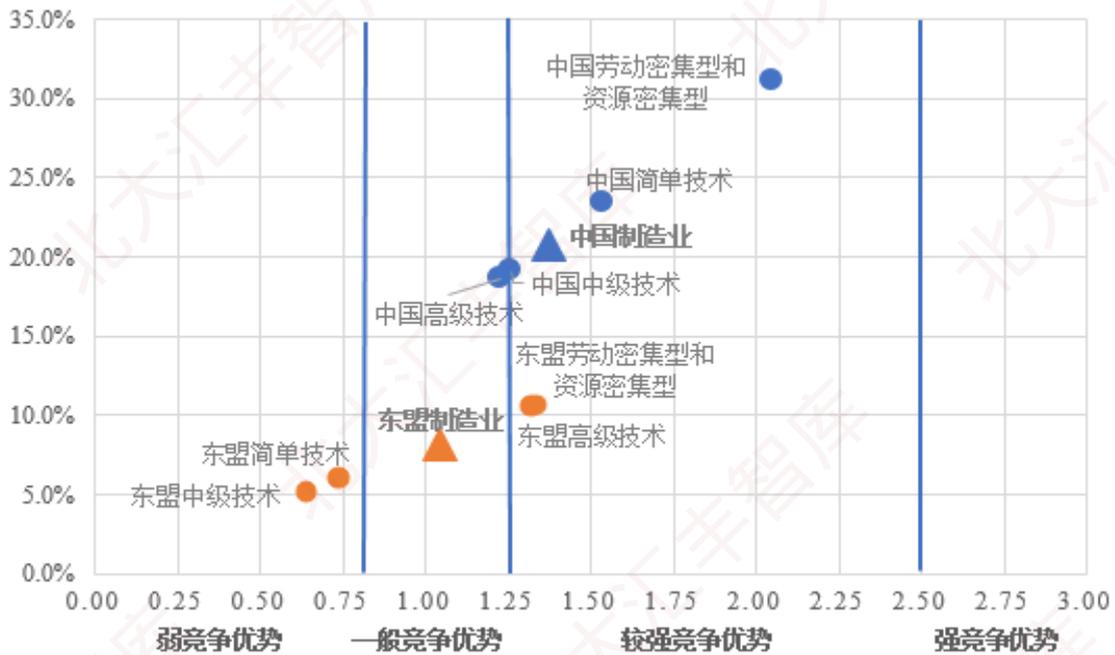


图 5：2021 年中国和东盟的制成品显性比较优势指数（RCA）和市场份额

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

整体而言，2021 年中国制造业的国际竞争力显著强于东盟（图 5）。分类别比较，在简单技术密集型和中级技术密集型制成品方面，中国相比东盟的优势最为突出（出口规模是东盟的 3.8-4 倍），东盟在高技术密集型制成品类别与中国差距最

<sup>†</sup> 显性比较优势指数（RCA）由巴拉萨(B. Balassa, 1965) 提出并用于衡量一国贸易商品在国际市场中的比较优势 (或竞争力)。计算公式为： $RCA_i^k = \frac{X_i^k / X_i}{X_{world}^k / X_{world}}$ ，其中，分子项是 i 国 k 产品的 出口额除以 i 国的总出口额，分母项是全世界 k 产品的出口额除以全世界的总出口额。如果  $RCA \leq 0.8$ ，表示这类商品具有弱竞争优势；如果  $0.8 < RCA \leq 1.25$ ，表示这类商品具有一般的竞争优势；如果  $1.25 < RCA \leq 2.5$ ，表示此类商品具有较强的竞争优势；如果  $RCA \geq 2.5$ ，表示此类商品具有极强的竞争优势。

小（东盟的出口规模是中国的 60%），中国的劳动密集型和资源密集型制成品出口规模是东盟的 3 倍（图 5）。

其次，制造业整体竞争力水平变化的趋势，可以用制成品 RCA 和市场份额的变化来进行衡量。如图 6 所示，第一象限，RCA 和市场份额同时上升，竞争力全面增强，第二象限，RCA 下降而市场份额上升，说明有更强的竞争对手份额上升更快，竞争力相对下滑，第三象限，RCA 和市场份额同时下降，竞争力显著下滑，第四象限，RCA 上升而市场份额下降，竞争力相对加强。



图 6：竞争力变化的四种情况

来源：北大汇丰智库

2011-2021 年期间，中国制造业的竞争力相对下降，东盟制造业的竞争力增强，制成品市场份额均显著上升，这反映了中国和东盟制造业均保持了良好的发展态势。2011-2021 年，中国的制成品 RCA 指数从 1.49 下降至 1.37，处于较强比较优势区间，国际市场份额从 15.5% 上升至 20.8%，上升了 5.3 个百分点，即中国处于第二象限（竞争力相对削弱）；东盟的制成品 RCA 指数从 0.94 上升至 1.04，处于一般比较优势区间，国际市场份额从 6.5% 上升至 8.2%，上升了 1.7 个百分点，即东盟处于第一象限（竞争力增强）（图 7）。



图 7：2011-2021 年中国和东盟的制成品竞争力变化

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

## 二、中国和东盟在制造业贸易上的竞争：效率和安全

效率和安全是影响制造业生产决策的两大因素。东盟的劳动力、原材料和土地等要素成本，与中国相比更低，因此劳动密集型型和资源密集型、简单技术密集型制成品方面东盟的竞争优势更为突出。同时出于对供应链安全性的考虑，许多跨国公司纷纷着手执行“中国+1”或“中国+N”策略，东盟因为其政治中立，且经济增长确定性好成为首选目的地。

中国和东盟在制造业贸易当中的竞争态势演变也客观反映了以上两大因素的影响。总体而言，中国在中级技术密集型产品方面，竞争力全面提升，在劳动密集型和资源密集型、简单技术密集型、高级技术密集型产品方面竞争力相对下滑，而东盟在四个类别上竞争力均有所提升，劳动密集型和资源密集型、简单技术密集型制成品方面提升最显著（图 8），反映出要素成本方面的比较优势是东盟制造业竞争力提升的主要来源，高级技术密集型制成品和中级技术密集型制成品的竞争力提升则主要来自外国直接投资带来的订单增长，以及相关的产业链上下游配套能力逐步提高。

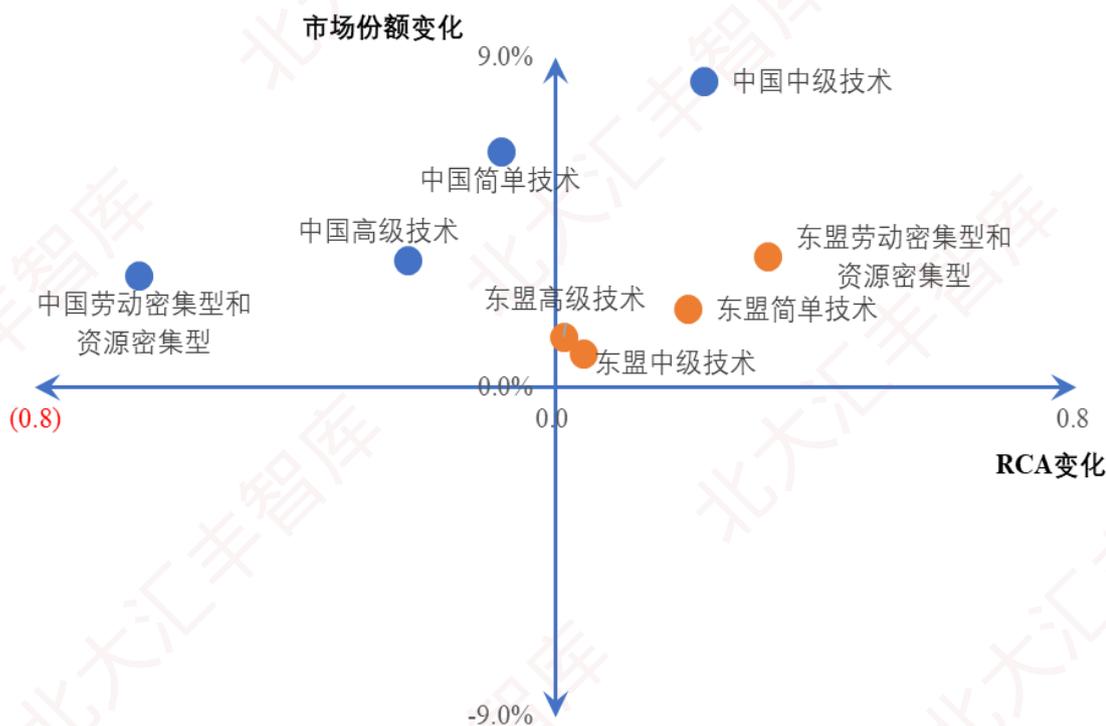


图 8：2011-2021 年中国和东盟各大类制成品的 RCA 变化与市场份额变化

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

## 1. 简单技术密集型、劳动密集型和资源密集型：东盟竞争力快速上升

简单技术密集型制成品主要包括纺织、服装、鞋，其他皮革制品、玩具、简单的金属和塑料制品、家具和玻璃制品等。在纺织、服装和鞋靴类型上（图 9），东盟迅速缩小与中国的差距，中国的竞争优势从极强下降至较强（RCA 指数从 3.24 下降至 2.23），而东盟的竞争优势则从一般上升至较强（RCA 指数从 1.08 上升至 1.65），2011-2021 年中国该类型产品的出口规模从东盟的 4.5 倍下降至 2.6 倍。2011-2021 年期间，中国纺织、服装和鞋靴类型产品的市场份额基本稳定，东盟的市场份额从 7.5% 上升至 12.9% 的历史新高。

在简单技术密集型：其他产品方面（图 9），中国相比东盟有一定的竞争优势，中国的竞争优势较强（RCA 指数在 1.8-2.0 左右），而东盟的竞争优势很弱（RCA 指数从 0.54 上升至 0.74）。在 2011-2021 年期间中国这类产品的世界市场的份额从 19.2% 稳步上升至 29.5%，而东盟在这个类型上世界市场的份额仅微幅上升。

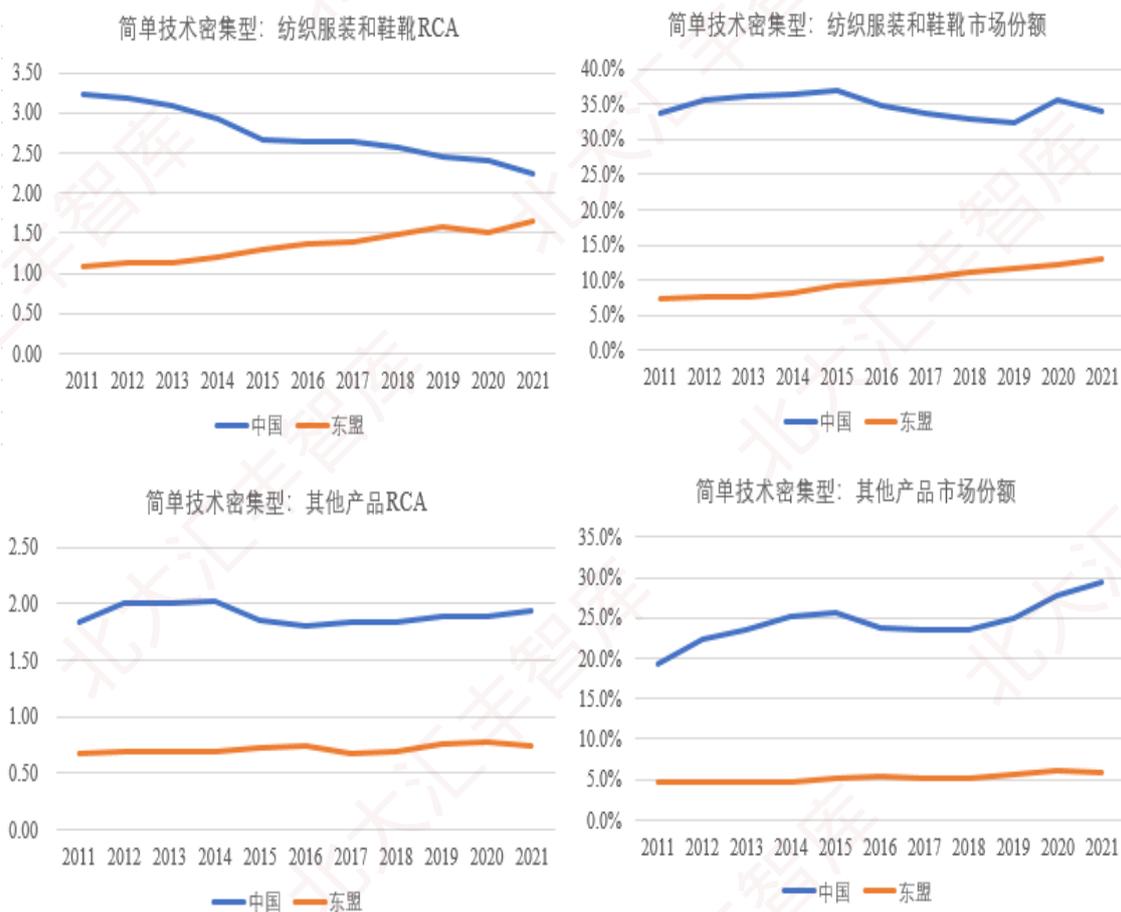


图 9：2011-2021 年中国和东盟的简单技术密集型制成品 RCA 指数和市场份额

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

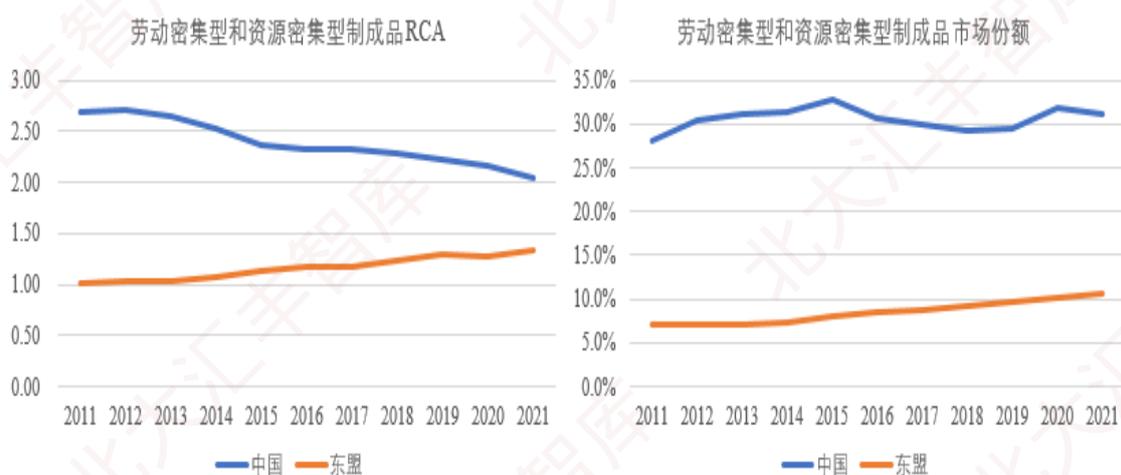


图 10：2011-2021 年中国和东盟的劳动密集型和资源密集型制成品 RCA 指数和市场份额

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

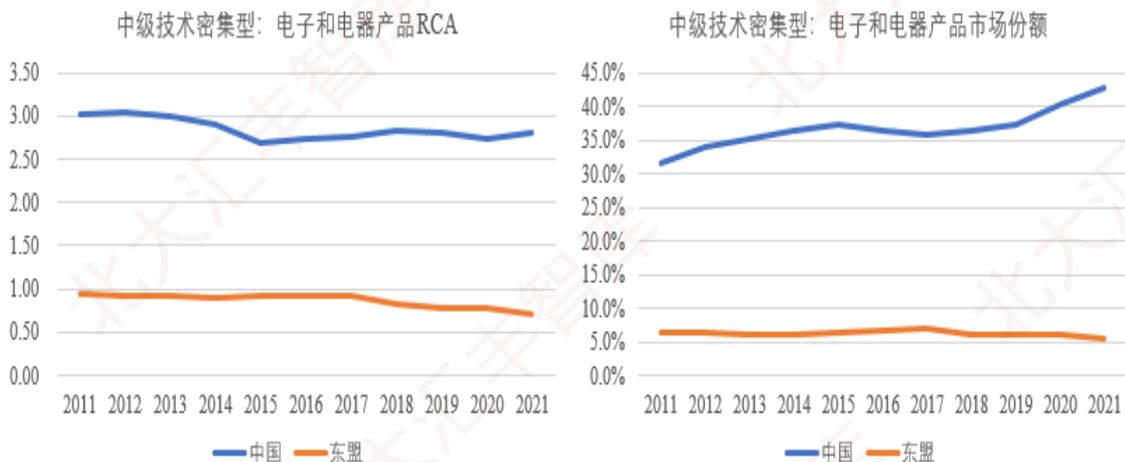
劳动密集型和资源密集型制成品，主要包括：食品饮料，烟草，木材，染料，皮革和有机化学品等。这个产品类型上（图 10），东盟也在迅速的追赶中国，中国的竞争优势从极强下降至较强（RCA 指数从 2.69 下降至 2.05），而东盟的竞争优势则从弱上升至一般（RCA 指数从 1.02 上升至 1.34），2011-2021 年中国该类型产品的出口规模从东盟的 4.0 倍下降至 3.0 倍。2011-2021 年期间，中国劳动密集型和资源密集型制成品类型产品的市场份额基本稳定在 30%左右，东盟的市场份额从 7.0%上升至 10.5%的历史新高。

## 2. 中级技术密集型：中国领先优势持续扩大

中级技术密集型制成品主要包括：电子和电器产品、电子和电器产品零部件，以及除电子和电器产品之外的其他产品，具体包括汽车、工业化学品、机械设备以及比较标准的电子和电器产品等等。中国在中级技术密集型产品上，相对东盟的竞争力优势更为显著，继续扩大领先优势，且世界市场份额也不断提升（图 11）。

在电子和电器产品类型上，中国持续积累竞争优势，东盟和中国的差距不断加大，2021 年中国该类型的出口规模是东盟的 7.8 倍。中国有极强的竞争优势，同时在 2011-2021 年期间占世界市场的份额从 31.6%稳步上升至 42.7%，创历史新高，而东盟在这个类型上竞争优势一般，市场份额小幅下滑。

在电子和电器产品零部件类型上，中国的竞争优势保持稳定，东盟和中国的差距有所扩大。中国有较强的竞争优势，同时在 2011-2021 年期间占世界市场的份额从 13.6%稳步上升至 20.0%，创历史新高，而东盟在这个类型上竞争优势一般，市场份额基本持平。



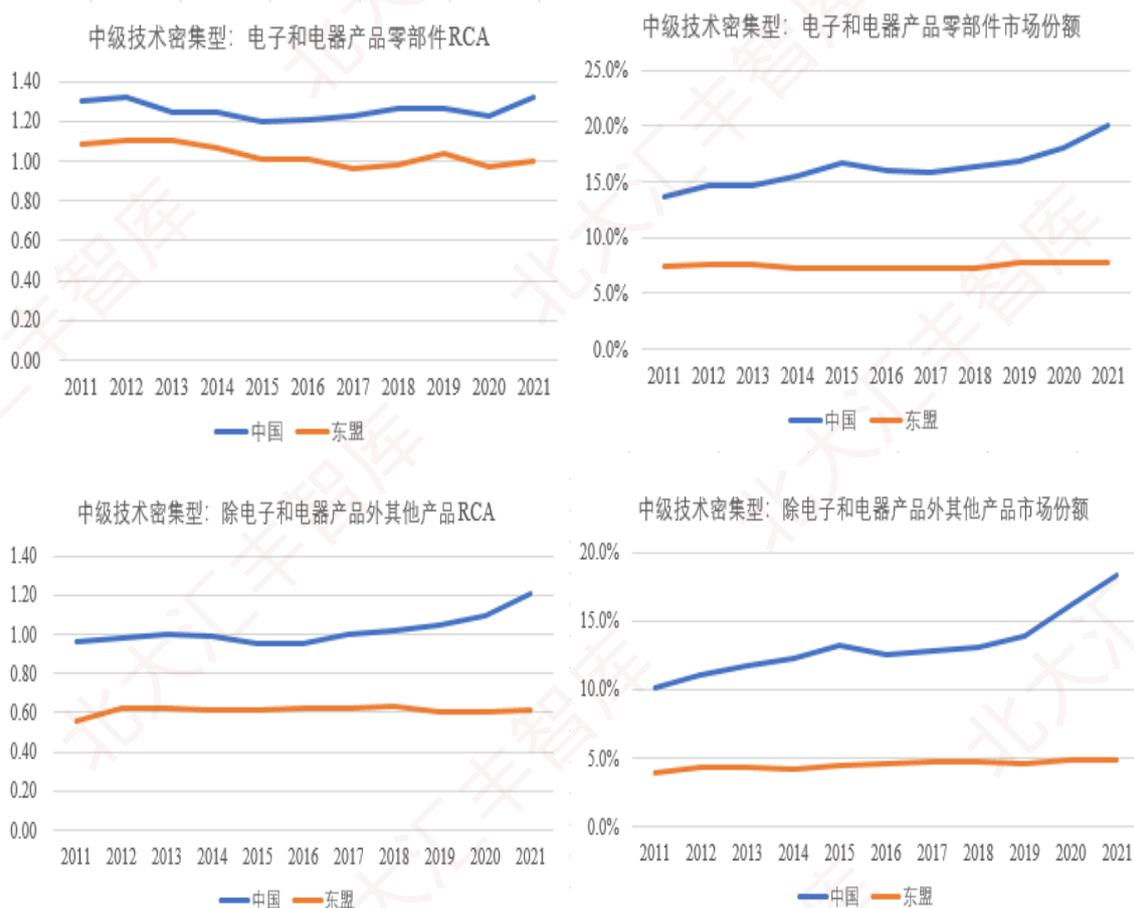


图 11：2011-2021 年中国和东盟的中级技术密集型制成品 RCA 指数和市场份额

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

除电子和电器产品的其他产品类型上，中国的市场份额持续提升，东盟和中国的差距也逐步扩大。中国的竞争优势从一般不断提升，已接近较高区间，同时在 2011-2021 年期间占世界市场的份额从 10.1% 稳步上升至 18.3%，创历史新高，而东盟在这个类型上竞争优势较弱，市场份额微涨。

### 3. 高级技术密集型：电子和电器产品零部件东盟追赶中国

高级技术密集型制成品主要包括：电子和电器产品、电子和电器产品零部件，以及除电子和电器产品之外的其他产品，具体包括复杂的电子(包括通信)和电器产品、航空航天、精密仪表、精细化工以及药品等。在高级技术密集型产品下的电子和电器产品方面，中国 RCA 相对东盟有较大优势，而在电子和电器产品零部件，除电子和电器产品外的其他产品方面中国相对东盟都处于相对劣势，特别是电子和电器产品零部件方面，东盟的市场份额不断提升，而中国的市场份额保持平稳

(图 12)。

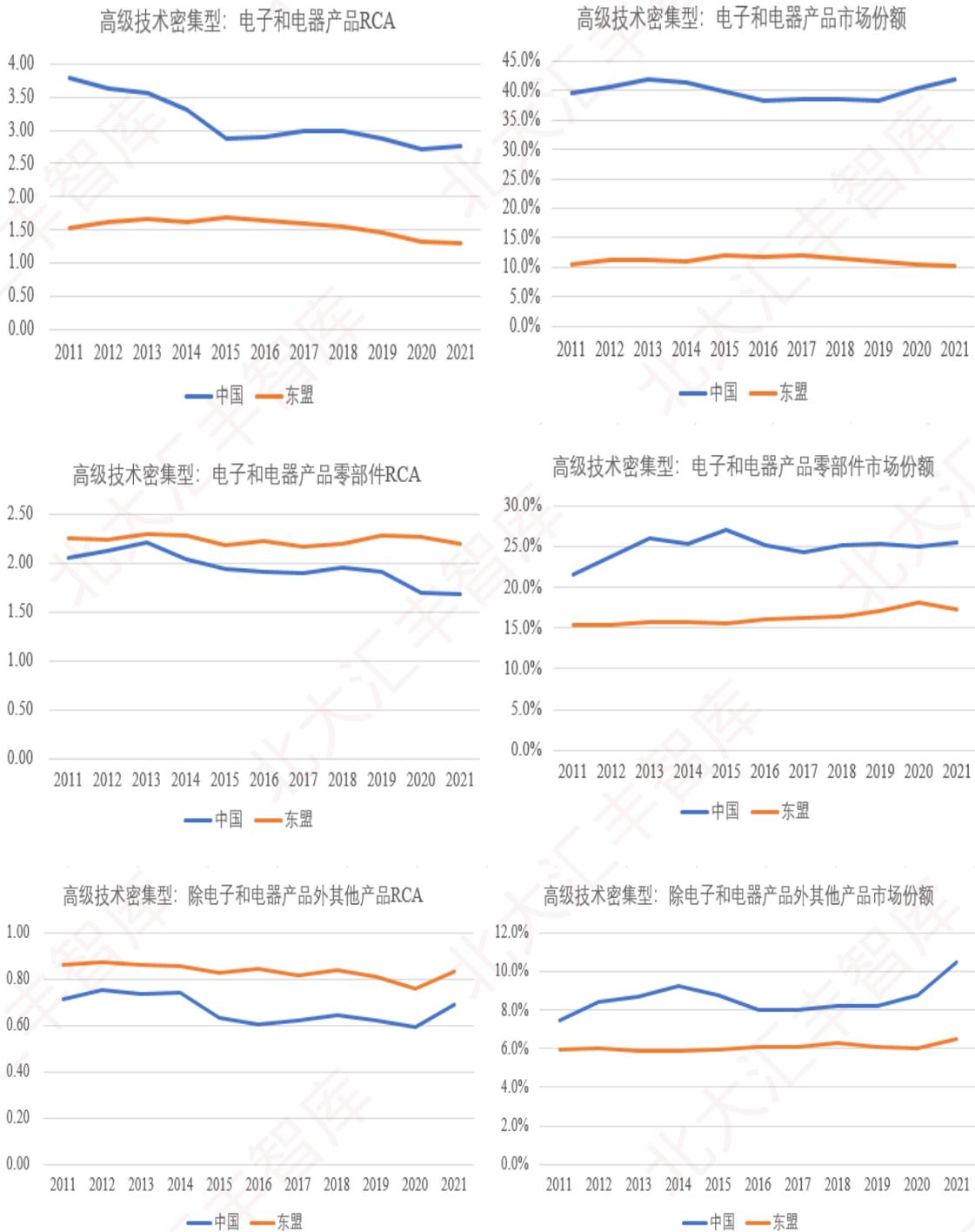


图 12：2011-2021 年中国和东盟的高技术密集型制成品显性比较优势指数和市场份额

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

在电子和电器产品类型上，中国相比东盟有更强的竞争优势和更大的市场领先优势，2021 年中国该类型产品的出口规模是东盟的 4 倍。中国有极强的竞争优

势，同时占世界市场的份额也稳定在 40%，尤其疫情期间市场份额回升至历史高点附近，而东盟在这个类型上具有较强竞争优势，在竞争力方面和中国存在较大差距，市场份额基本稳定，且在疫情期间市场份额还有所回落。

在电子和电器产品零部件类型上，东盟相比中国有一定的竞争优势，东盟蚕食中国的国际市场份额。在 2011-2021 年期间东盟保持了较强的竞争优势，同时占世界市场的份额从 15.5% 稳步上升至 17.2%，疫情期间 2020 年最高达到 18.5%，而中国在这个类型上虽然也具有较强竞争优势，但在 2014 年开始竞争优势有所下降，同时在世界市场的份额也小幅下降。以苹果和三星为代表的跨国公司把东盟作为在中国以外实现供应链多元化的首选目的地，因而不断加码在东盟地区的高科技制造领域投资，并把手机、半导体、电器等生产逐步向东盟转移，就是这一情况的真实体现。

除电子和电器产品的其他产品类型上，中国和东盟的国际竞争优势都比较弱（RCA 指数处于 0.8 及更低水平），东盟比中国略好，这也提示了中国未来制造业转型升级的重点方向。中国和东盟的 RCA 指数自 2011 年以来有所下降，但 2018 年开始世界市场的份额均有所上升，中国上升了 2.5 个百分点，东盟上升了 0.4 个百分点，反映出中国在高级技术密集型产品方面，尽管受到外部限制，仍然在部分行业上有明显的竞争力提升。

### 三、中国和东盟制造业增长的新方向

我们把上述分析竞争力的方法用来分析中国与东盟制成品细分行业的贸易数据（图 13），得到一些制造业增长方向的有趣发现：

- 1) 化学成品及有关产品：中国的竞争力持续增强，出口份额持续扩大，东盟比较优势下降最为显著，需要更多的依赖海外供应。东盟是未来中国化工行业出口的重要市场。预计塑料、有机化学品、医药品、染料、其他化学原料及产品等类别中国向东盟出口继续保持快速增长，无机化学品、精油等类别中国会更多从东盟进口。
- 2) 按原料分类的制成品：中国的竞争优势小幅下滑，东盟缩小与中国的差距。分行业而言，中国与东盟各具优势，贸易和投资预计很活跃。预计纺纱/

织物/制成品及有关产品、金属制品、非金属矿物制品、纸浆、纸及纸板等类别中国对东盟出口保持快速增长，钢铁、有色金属产品中国会更多从东盟进口。在基础设施项目建设快速发展的背景下，东盟的钢铁供需存在巨大缺口，而且地区内铁矿石、煤炭、金属镍、铜、铝、锡等资源储量丰富，东盟是中国钢铁、有色企业理想的投资目的地选项。

- 3) 机械及运输设备：中国的竞争优势小幅下滑，东盟缩小与中国的差距。预计电信及声音的录制及重放装置设备、办公用机械及自动数据处理设备、和通用工业机械设备及零件、陆路车辆等类别中国向东盟出口继续保持快速增长。中国与东盟的产业内贸易日益密切，电机和电气行业、电信及声音的录制及重放装置设备行业，中国企业需要积极考虑在东盟区域内选择供应商，以及直接投资东盟建设生产基地。
- 4) 杂项制品：中国杂项制品的比较优势下降最为显著，活动房屋；卫生 水道供热及照明装置、杂项制品两个类别的比较优势上升，其余子行业需要积极选择产业转移和布局东盟供应基地。东盟在鞋靴、箱包和服装产品的竞争力持续提升，在国际市场上抢夺中国及其他国家的市场份额。

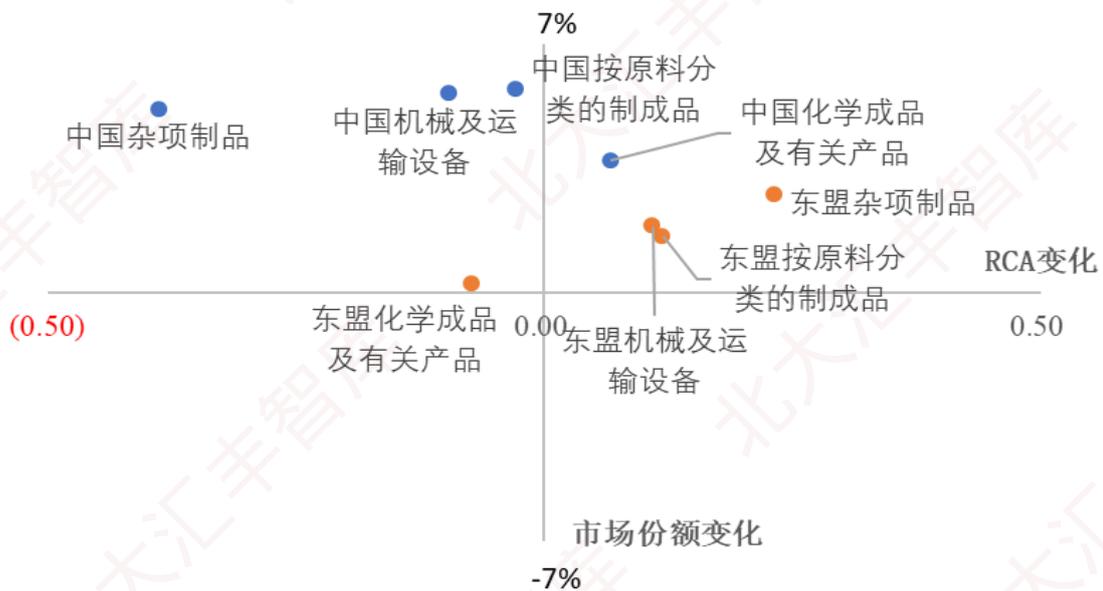


图 13: 2011-2021 年中国与东盟制成品 SITC 分类的 RCA 和市场份额变化

数据来源: UNCTAD, 北大汇丰智库

- 5) 中国的制造业优势子行业开始更新换代，典型的产品是新能源汽车、锂电

池、太阳能电池等。2011-2021年，中国在国际市场份额上升最快的三类产品分别是：活动房屋；卫生 水道 供热及照明装置（+27.0%）、杂项制品（+11.6%）、金属制品（+10.2%）。另外中国在通用工业机械设备及零件（+7.7%）、金工机械（+7.6%）、特种工业专用机械（+6.8%）、有机化学品（+6.8%）等产品上也实现了出口份额快速上涨，同时比较优势指数也同步上升。

- 6) 东盟开始抢占中国传统优势行业的市场，包括鞋靴、箱包和服装等。2011-2021年，东盟在国际市场份额上升最快的三类产品是：鞋靴（+10.8%）、旅行用品、手提包及类似品（+7.6%）、服装及衣着附件（+5.9%），与中国市场份额下降最大的三类产品完全相同。

### 1. 化学产品：中国竞争力持续增强 出口份额继续扩大

中国和东盟在化学成品及有关产品类别上国际竞争力较弱（图 14）。中国在化学产品上的竞争力持续上升，RCA 指数处于弱竞争优势区间（ $RCA < 0.8$ ），小幅上升，但出口市场份额明显上升。同期东盟的化学成品及有关产品的 RCA 指数也处于弱竞争优势区间，小幅下降，而市场份额微增。

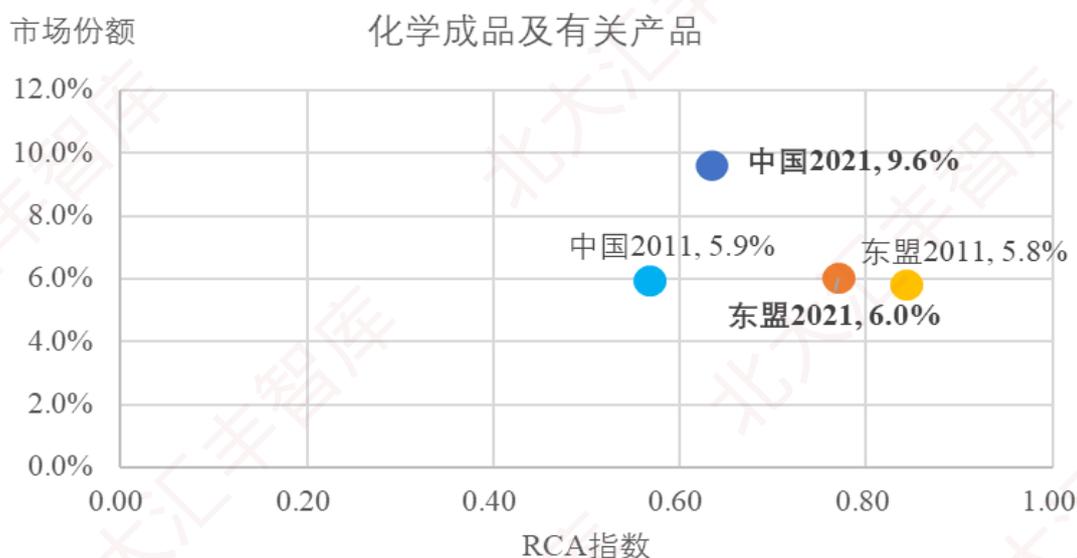


图 14：2011-2021 年中国与东盟化学成品及有关产品的 RCA 和市场份额变化

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

中国在有机化学品、非初级形状的塑料、染料/鞣料及着色料、其他化学原料

及产品等的市场份额提升幅度最大且 RCA 也同步上升(表 1)。东盟的无机化学品、初级形状塑料、精油/香料及盥洗/光洁制品等类别，市场份额增长最快(表 1)。

表 1：2011-2021 年中国与东盟化学产品分类别的 RCA 和市场份额变化

分类	中国		分类	东盟	
	RCA 变化	市场份额变化		RCA 变化	市场份额变化
化学成品及有关产品	0.07	3.7%	化学成品及有关产品	(0.07)	0.2%
非初级形状的塑料	0.23	6.6%	无机化学品	0.12	1.3%
有机化学品	0.21	6.8%	初级形状的塑料	0.09	1.9%
医药品	0.14	3.3%	肥料(272 组货品除外)	0.06	0.8%
初级形状的塑料	0.14	3.7%	精油、香料及盥洗、光洁制品	0.03	1.2%
染料、鞣料及着色料	0.10	4.6%	染料、鞣料及着色料	0.03	0.7%
其他化学原料及产品	0.04	3.7%	其他化学原料及产品	0.00	0.8%
精油、香料及盥洗、光洁制品	(0.01)	1.4%	非初级形状的塑料	(0.04)	0.3%
肥料(272 组货品除外)	(0.06)	3.9%	医药品	(0.05)	0.0%
无机化学品	(0.29)	2.2%	有机化学品	(0.23)	-0.4%

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

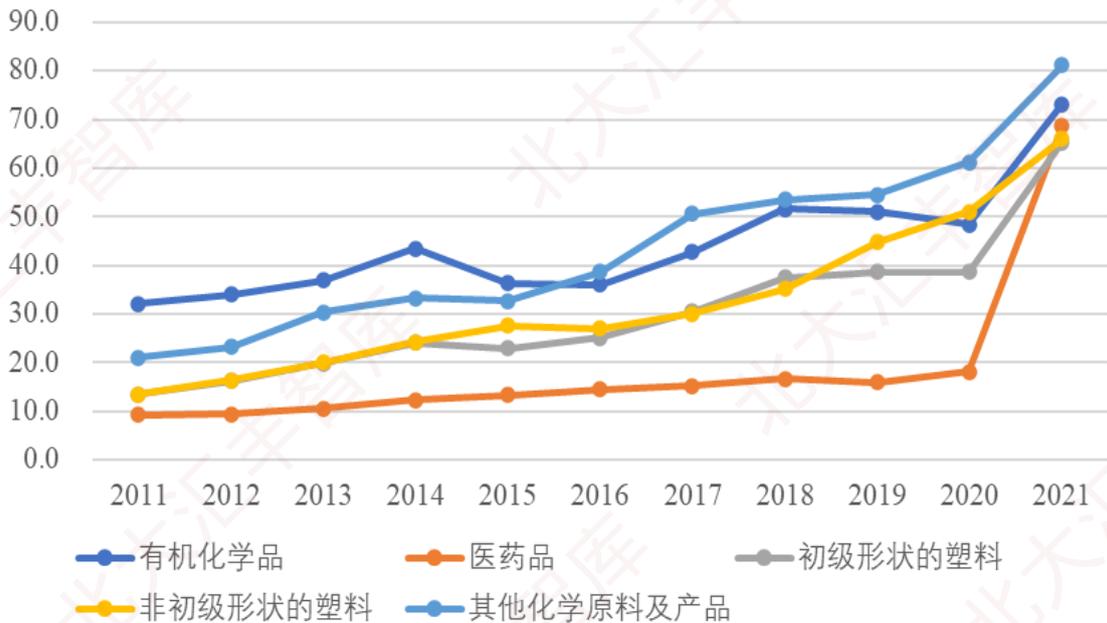


图 15：2011-2021 年中国出口东盟主要的化学产品细分类别

单位：亿美元

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

中国向东盟出口化学产品当中，其他化学原料及产品、非初级形状的塑料、初级形状的塑料、有机化学品的绝对量和增幅也最大，医药品在 2020 年以来短期增速最快（图 15）。预计未来将继续保持快速增长。

## 2. 按原料分类的制成品：中国在纺织和金属制品类别优势突出

按原料分类的制成品，中国的国际竞争力较强，东盟的国际竞争力较弱，东盟的差距在缩小（图 16）。中国的 RCA 处于较强竞争优势区间（ $1.25 < RCA \leq 2.5$ ），小幅下滑，2021 年市场份额比 2011 年上升 5.7 个百分点；东盟的 RCA 处于弱竞争优势区间（ $RCA < 0.8$ ），有所上升，2021 年市场份额比 2011 年上升 1.6 个百分点。



图 16：2011-2021 年中国与东盟按原料分类的制成品的 RCA 和出口市场份额变化

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

中国在纺纱/织物/制成品及有关产品、金属制品的比较优势最为突出，出口份额增幅最高（图 17 和表 2）。中国向东盟出口纺纱/织物/制成品及有关产品、金属制品增长也最为突出，2021 年纺纱/织物/制成品及有关产品占中国出口东盟总额的 7.3%，金属制品占中国出口东盟总额的 4.6%（图 18）。另外软木及木制品（家具除外）、钢铁、纸及纸板；纸浆、纸及纸板、有色金属等产品类别，中国和东盟的 RCA 指数比较接近，产业内贸易日益密切（图 19-20），中国从东盟的进口增速更为迅猛。



图 17：2021 年中国和东盟按原料分类的制成品细分类别的显性比较优势指数 RCA

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

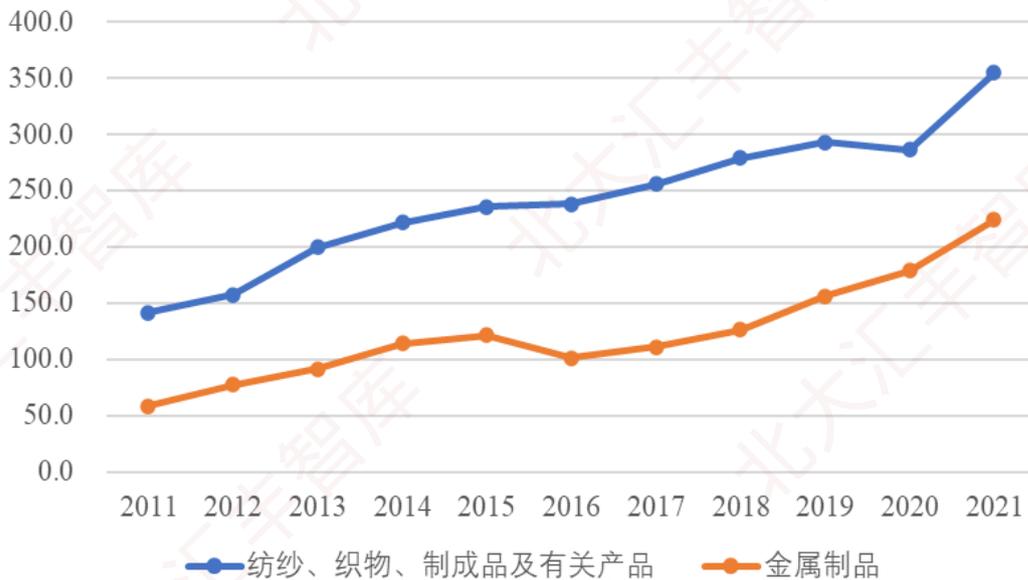


图 18：2011-2021 年中国向东盟出口纺纱及相关产品、金属制品金额 单位：亿美元

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

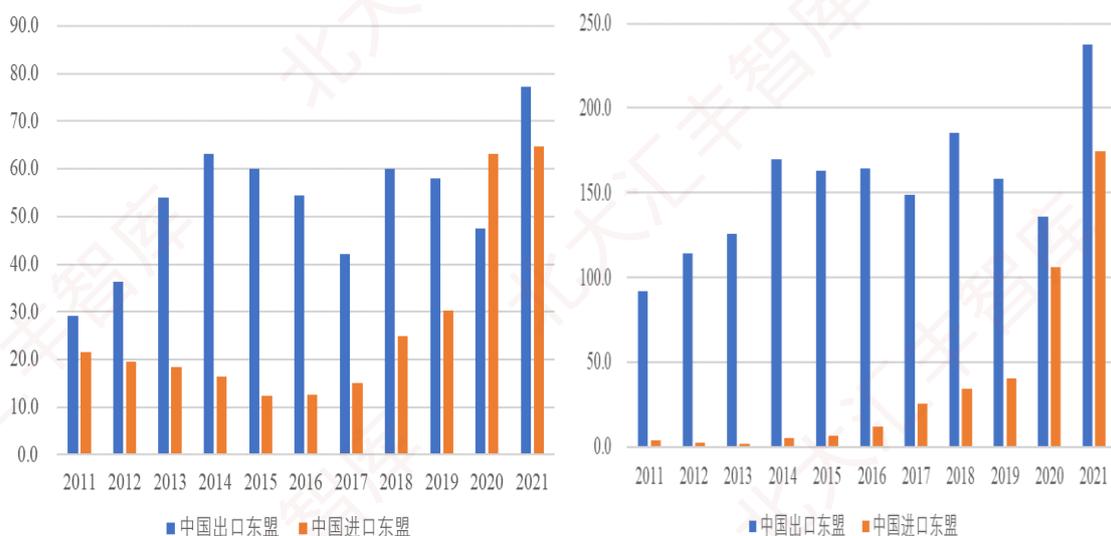


图 19：2011-2021 年中国与东盟软木及木制品贸易额 图 20：2011-2021 年中国与东盟钢铁贸易额

品贸易额

单位：亿美元

单位：亿美元

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

表 2：2011-2021 年中国与东盟按原料分类的制成品分类别的 RCA 和市场份额变化

分类	中国		分类	东盟	
	RCA 变化	市场份额变化		RCA 变化	市场份额变化
按原料分类的制成品	(0.03)	5.7%	按原料分类的制成品	0.12	1.6%
皮革、皮革制品及已鞣毛皮	0.27	6.6%	钢铁	0.55	4.7%
纸及纸板；纸浆、纸及纸板	0.21	6.3%	皮革、皮革制品及已鞣毛皮	0.51	4.5%
金属制品	0.12	10.2%	非金属矿物制品	0.12	1.4%
非金属矿物制品	0.08	6.1%	有色金属	0.06	1.2%
钢铁	(0.06)	3.9%	纺纱、织物、制成品及有关产品	0.00	0.7%
有色金属	(0.10)	1.1%	金属制品	(0.03)	0.3%
橡胶制品	(0.18)	3.1%	橡胶制品	(0.05)	1.0%
纺纱、织物、制成品及有关产品	(0.30)	9.6%	纸及纸板；纸浆、纸及纸板	(0.06)	0.3%
软木及木制品(家具除外)	(0.35)	2.2%	软木及木制品(家具除外)	(0.68)	-3.4%

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

中国在皮革/皮革制品及已鞣毛皮、纸及纸板；纸浆、纸及纸板、金属制品、非金属矿物制品等的市场份额提升幅度最大且 RCA 也同步上升（表 2），是未来重要的出口增长方向。而东盟在钢铁、皮革/皮革制品及已鞣毛皮类别上，比较优势

和市场份额上升最快。

### 3. 机械及运输设备：中国和东盟的产业内贸易日益密切

机械和运输设备类别，中国的国际竞争力较强，东盟的国际竞争力一般，东盟与中国的差距有所缩小（图 21）。中国的 RCA 处于较强竞争优势区间（ $1.25 < RCA \leq 2.5$ ），小幅下滑，2021 年市场份额比 2011 年上升了 5.6 个百分点；东盟的 RCA 处于一般竞争优势区间（ $0.8 < RCA \leq 1.25$ ），小幅上升，2021 年市场份额比 2011 年上升了 1.9 个百分点。

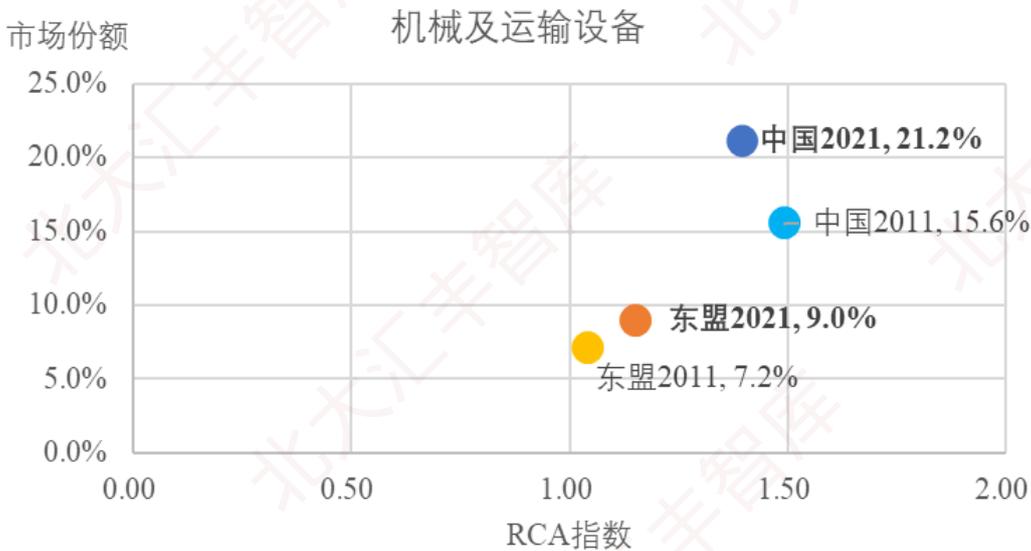


图 21：2011-2021 年中国与东盟机械及运输设备的 RCA 和出口市场份额变化

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

中国在电信及声音的录制及重放装置设备、办公用机械及自动数据处理设备和通用工业机械设备及零件的比较优势最为突出（图 22）。东盟则在电力机械/器具及其电气零件、动力机械及设备的比较优势更大。

中国与东盟双边贸易中最大的商品类别（按 2 位 SITC 代码划分）电力机械、器具及其电气零件，2021 年占到总贸易额的 43.3%。中国和东盟这个类别的比较优势较强，且 RCA 指数比较接近，产业内贸易发展势头强劲，显示中国和东盟在电机和电气产业层面有日益密切的协同发展趋势（图 23）。而且这个类别上中国是东盟的贸易逆差国。这提示了中国的电机和电气企业需要积极考虑在东盟区域内选择供应商，以及直接投资东盟建设生产基地。另外，电信及声音的录制及重放装置设

备、办公用机械及自动数据处理设备和通用工业机械设备及零件也是中国向东盟出口增长最快的几个类别（图 24）。



图 22：2021 年中国和东盟机械和运输设备分类别的显性比较优势指数 RCA

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

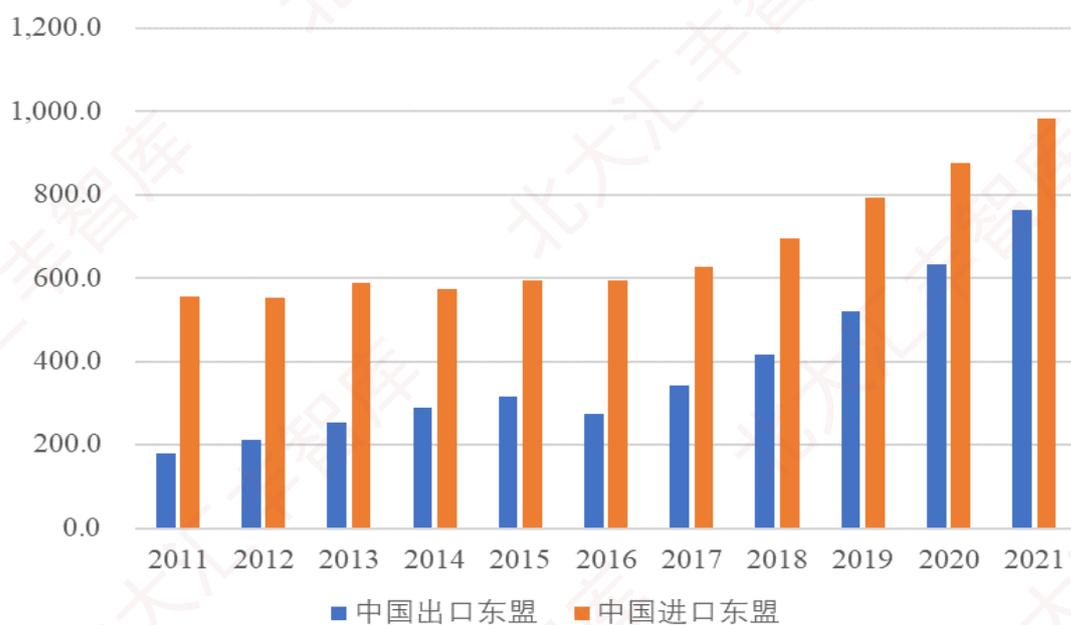


图 23：2011-2021 年中国与东盟电力机械、器具及电气零件的贸易额

单位：亿美元

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

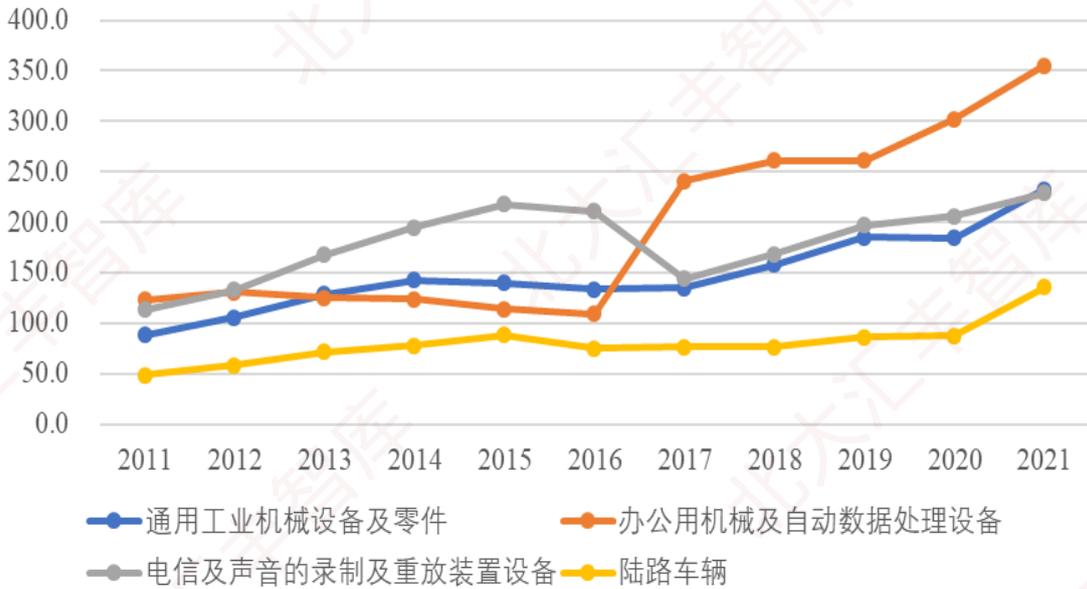


图 24: 2011-2021 年中国出口东盟机械和运输设备的优势细分类别 单位: 亿美元  
数据来源: UNCTAD, 北大汇丰智库

表 3: 2011-2021 年中国与东盟机械及运输设备分类别的 RCA 和市场份额变化

分类	中国		分类	东盟	
	RCA 变化	市场份额变化		RCA 变化	市场份额变化
机械及运输设备	(0.10)	5.6%	机械及运输设备	0.11	1.9%
金工机械	0.30	7.6%	电信及声音的录制及重放装置设备	0.60	5.6%
特种工业专用机械	0.24	6.8%	动力机械及设备	0.38	3.4%
陆路车辆	0.17	4.8%	特种工业专用机械	0.16	1.8%
通用工业机械设备及零件	0.13	7.7%	陆路车辆	0.06	0.8%
动力机械及设备	(0.01)	3.6%	金工机械	0.01	0.5%
电力机械、器具及其电气零件	(0.09)	6.1%	其他运输设备	0.00	0.7%
电信及声音的录制及重放装置设备	(0.35)	8.5%	通用工业机械设备及零件	(0.06)	0.1%
其他运输设备	(0.57)	-2.7%	电力机械、器具及其电气零件	(0.25)	0.0%
办公用机械及自动数据处理设备	(1.12)	-0.1%	办公用机械及自动数据处理设备	(0.29)	-0.5%

数据来源: UNCTAD, 北大汇丰智库

中国在金工机械、特种工业专用机械、陆路车辆和通用工业机械设备及零件的比较优势上升最为突出, 这四类商品的出口份额增幅也较高(表 3)。值得注意的

是，电信及声音的录制及重放装置设备在比较优势相对下降的情况下，2011-2021年的出口市场份额仍然提高了 8.5 个百分点，在机械及运输设备的类别中名列第一，而且在 2018-2021 年市场份额还上升了 3.5 个百分点。

而东盟在电信及声音的录制及重放装置设备、动力机械及设备的比较优势上升最快，市场份额也提升较快，在这两个细分类别上中国和东盟同时赢得更多的世界市场份额（表 3）。考虑到中国和东盟的比较优势变化趋势，电信及声音的录制及重放装置设备也是中国企业需要重点考虑到东盟开展直接投资，主动把生产从国内向东盟转移的一个行业。

#### 4. 杂项制品：东盟蚕食中国的市场份额

杂项制品，中国的国际竞争力较强，东盟的国际竞争力一般，东盟在这个类别上追赶中国的势头最为强劲。中国的 RCA 处于较强竞争优势区间( $1.25 < RCA \leq 2.5$ )，有一定的下滑，2021 年市场份额比 2011 年上升了 5.2 个百分点；东盟的 RCA 处于一般竞争优势区间( $0.8 < RCA \leq 1.25$ )，上升幅度较大，2021 年市场份额比 2011 年上升了 2.8 个百分点（图 25）。

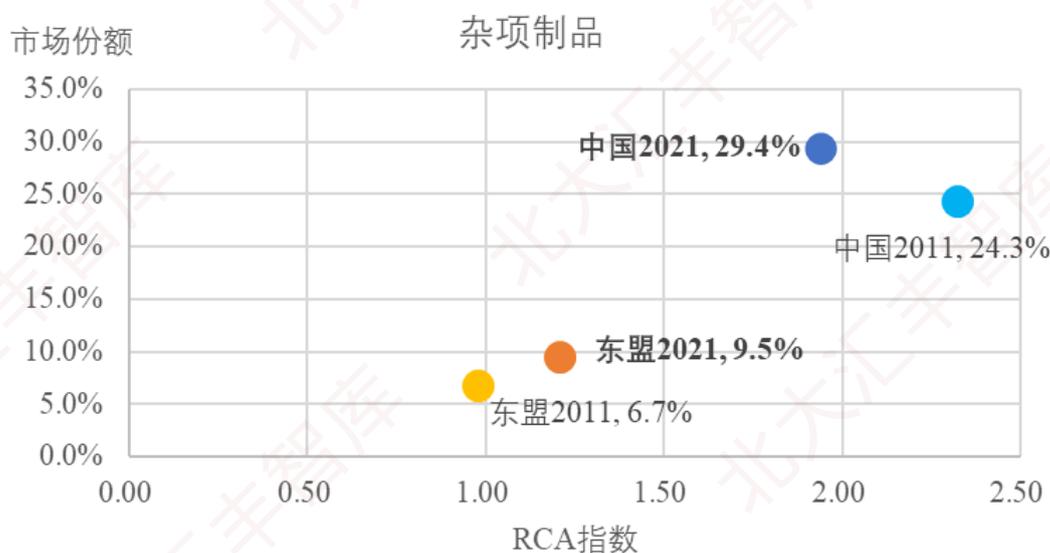


图 25：2011-2021 年中国与东盟杂项制品的 RCA 和出口市场份额变化

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

中国在在活动房屋；卫生 水道 供热及照明装置、杂项制品两个类别的比较优势最为突出（图 26），家具及其零件：褥垫及类似填充制品、旅行用品/手提包及

类似品的比较优势也较强。东盟则在鞋靴、服装及其衣着附件也有较强的比较优势。

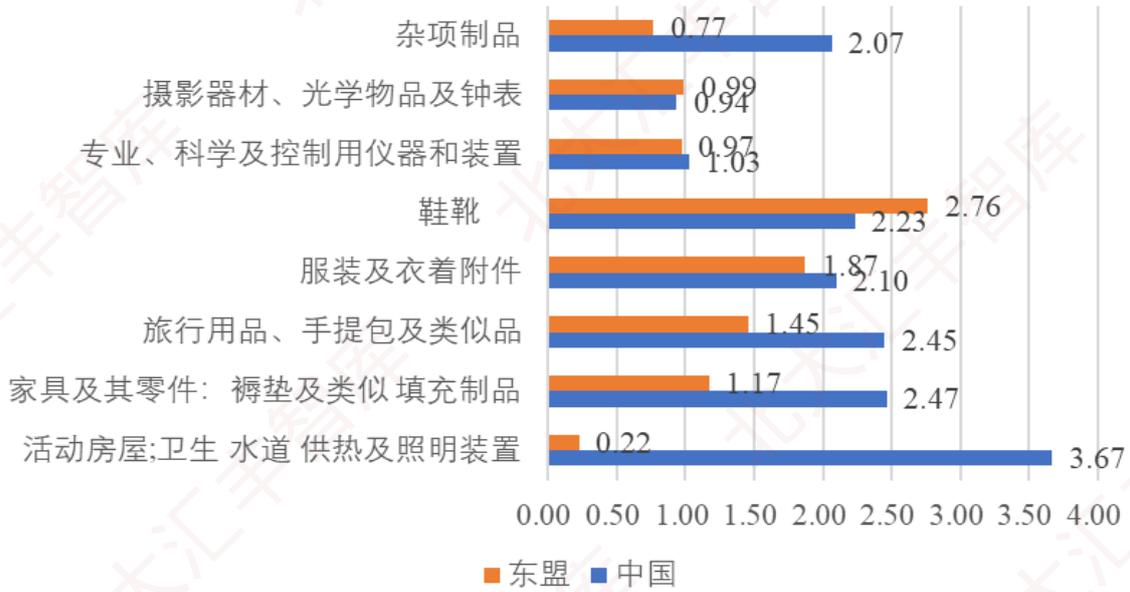


图 26： 2021 年中国与东盟杂项制品分类别的显性比较优势指数 RCA

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

表 4： 2011-2021 年中国与东盟杂项制品分类别的 RCA 和市场份额变化

分类	中国		分类	东盟	
	RCA 变化	市场份额变化		RCA 变化	市场份额变化
杂项制品	(0.39)	5.2%	杂项制品	0.23	2.8%
活动房屋;卫生 水道 供热及照明装置	0.92	27.0%	鞋靴	1.18	10.8%
杂项制品	0.17	11.6%	旅行用品、手提包及类似品	0.91	7.6%
摄影器材、光学物品及钟表	(0.12)	3.2%	服装及衣着附件	0.60	5.9%
专业、科学及控制用仪器和装置	(0.20)	2.8%	专业、科学及控制用仪器和装置	0.31	3.1%
家具及其零件：褥垫及类似填充制品	(0.48)	6.7%	家具及其零件：褥垫及类似填充制品	0.27	3.0%
服装及衣着附件	(1.31)	-3.7%	摄影器材、光学物品及钟表	0.09	1.6%
鞋靴	(1.39)	-3.9%	活动房屋;卫生 水道 供热及照明装置	(0.09)	-0.4%
旅行用品、手提包及类似品	(1.94)	-8.6%	杂项制品	(0.22)	-0.8%

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

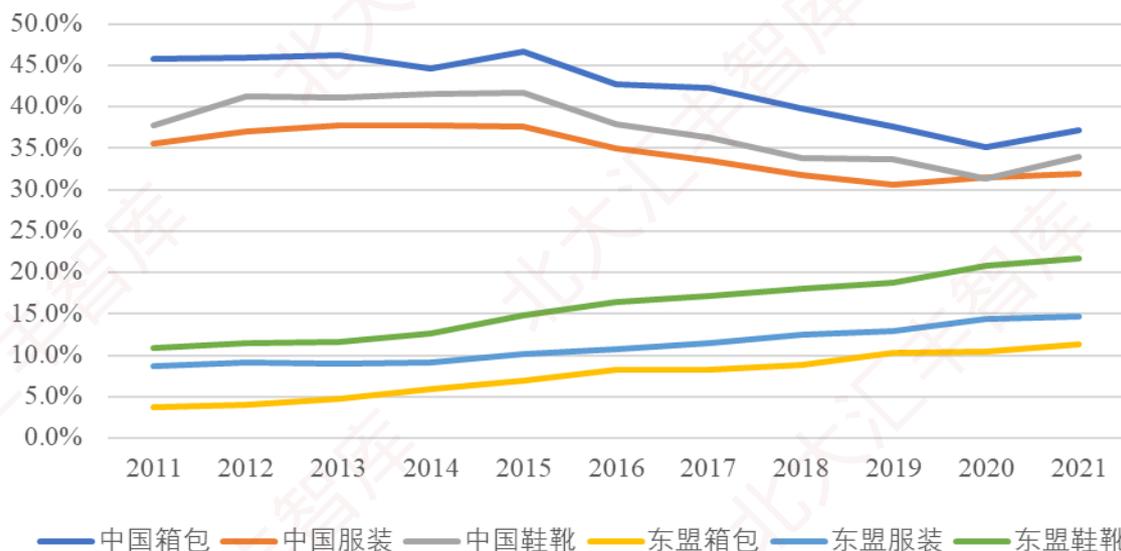


图 27：2011-2021 年中国与东盟箱包、服装和鞋靴的市场份额

单位：%

数据来源：UNCTAD，北大汇丰智库

杂项制品的八个类别中，中国仅在活动房屋；卫生 水道 供热及照明装置、杂项制品两个类别的比较优势上升，市场份额上升，其余六个类别的比较优势下降，而且旅行用品/手提包及类似品、鞋靴、服装及衣着附件的市场份额分别下降了 8.6%、3.9%、3.7%。东盟在中国优势下降的六个品类中均做到比较优势上升，市场份额上升，尤其是在旅行用品/手提包及类似品、鞋靴、服装及衣着附件品类，不断蚕食中国及其他出口国家的市场份额（图 27）。

#### 四、 结论和建议

中国和东盟的制造业产值占全球三分之一强，增长领跑全球。中国和东盟既是全球制成品主要的出口增长来源，同时也是仅次于美国的第二、第三位制成品进口市场，制成品贸易增长显著高于全球平均水平。

中国制造业的整体国际竞争力显著强于东盟，东盟与中国的差距持续缩小。影响竞争态势主要有两大因素：效率和安全。1) 效率竞争：东盟的劳动力、原材料和土地等要素成本，与中国相比更低。2) 安全权衡：许多跨国公司出于供应链安全性的考虑着手执行“中国+1”或“中国+N”策略，东盟因为其政治中立，且经济增长确定性好成为首选目的地。

东盟在四个产业类别上竞争力均有所提升，劳动密集型和资源密集型、简单技术密集型制成品方面提升最显著，反映出要素成本方面的比较优势是东盟制造业竞争力提升的主要来源，高级技术密集型制成品和中级技术密集型制成品的竞争力提升则主要来自外国直接投资带来的订单增长，以及相关的产业链上下游配套能力逐步提高，目前看后者影响相对较小。

中国和东盟的制造业分行业竞争态势概括如下：

- 1. 化学成品及有关产品：中国的竞争力持续增强，出口份额持续扩大，东盟比较优势下降最为显著，需要更多的依赖海外供应。**东盟是未来中国化工行业出口的重要市场。预计塑料、有机化学品、医药品、染料、其他化学原料及产品等类别中国向东盟出口继续保持快速增长，无机化学品、精油等类别中国会更多从东盟进口。
- 2. 按原料分类的制成品：中国的竞争优势小幅下滑，东盟缩小与中国的差距。**中国与东盟各具优势，贸易和投资预计很活跃。预计纺纱/织物/制成品及有关产品、金属制品、非金属矿物制品、纸浆、纸及纸板等类别中国对东盟出口保持快速增长，钢铁、有色金属产品中国会更多从东盟进口。
- 3. 机械及运输设备：中国的竞争优势小幅下滑，东盟缩小与中国的差距。**预计电信及声音的录制及重放装置设备、办公用机械及自动数据处理设备、和通用工业机械设备及零件、陆路车辆等类别中国向东盟出口继续保持快速增长。
- 4. 杂项制品：中国的比较优势下降最为显著，东盟赢得更多的市场份额。**活动房屋；卫生 水道 供热及照明装置、杂项制品两个类别的比较优势上升，其余子行业需要积极选择产业转移和布局东盟供应基地。东盟在鞋靴、箱包和服装产品的竞争力持续提升，在国际市场上抢夺中国及其他国家的市场份额。

中国制造业面临的机遇、挑战及应对：

- 1. 中国制造业出口的优势子行业开始更新换代，典型的产品是新能源汽车、锂电池、太阳能电池等。**电信及声音的录制及重放装置设备、办公用机械及自动数据处理设备、通用工业机械设备及零件和特种工业专用机械，活

动房屋;卫生 水道 供热及照明装置、杂项制品, 金属制品、皮革制品、纸浆及纸板、非金属矿物制品等是中国制造业出口增长的优势产品和新动力。中国企业不仅要重视北美和欧盟发达国家市场, 也可以利用一带一路合作、RCEP 协定等积极拓展一带一路沿线国家、东盟及亚太国家和地区。

2. 中国与东盟的产业内贸易日益密切, 主要行业和产品包括: 电机和电气行业、电信及声音的录制及重放装置设备行业, 软木及木制品、钢铁、纸浆及纸制品、有色金属等。中国企业需要积极考虑在东盟区域内选择供应商, 以及直接投资东盟建设生产基地。
3. 东盟是中国钢铁、有色企业理想的投资目的地选项。东盟的钢铁和有色金属产品比较优势 and 市场份额快速上升, 东盟的基础设施项目建设需求增长迅速, 钢铁供需存在巨大缺口, 而且地区内铁矿石、煤炭、金属镍、铜、铝、锡等资源储量丰富。
4. 东盟的部分制造业子行业已开始蚕食中国的市场份额, 典型行业包括鞋靴、旅行用品/手提包及类似品、服装及衣着附件等。中国的相关子行业可以主动选择产业转移和供应链布局优化。
5. 数字化转型是制造业转型升级的战略抓手, 同时政府不断降低企业的制度性交易成本, 助力制造业稳步增长。中国制造业长期面临成本和竞争压力, 为了提升竞争优势并提高市场份额, 制造业迫切需要依托数字化、智能化技术实现降本增效和转型升级。另外, 政府通过深化“放管服”改革, 推动企业税费、融资、用工、用地、物流等显性成本下降, 提升外商投资便利化, 切实规范政府采购和招投标等措施, 不断降低企业制度性交易成本。

【声明】 本文版权为北大汇丰智库所有



## PHBS 智库

北京大学汇丰商学院

北大汇丰智库 (The PHBS Think Tank) 成立于 2020 年 7 月，旨在整合北京大学汇丰商学院各院属研究中心，统筹协调资源，重点从事有关宏观经济、国际贸易与投资、金融改革与发展、粤港澳大湾区可持续发展、城市与乡村发展、海上丝路沿线国家经济贸易与合作等领域的实证分析与政策研究，打造专业化、国际化的新型智库平台。北大汇丰智库由北京大学汇丰商学院创院院长海闻教授兼任主任，智库副主任为王鹏飞、巴曙松、任颀、魏炜、林双林。



北大汇丰智库微信公众号



**PHBS** 智库  
北京大学汇丰商学院

深圳市南山区丽水路2199号北京大学汇丰商学院 518055

Peking University HSBC Business School, Xili University Town, Shenzhen, China

TEL: (+86)755 2603 2270 EMAIL: [thinktank@phbs.pku.edu.cn](mailto:thinktank@phbs.pku.edu.cn)

<http://thinktank.phbs.pku.edu.cn>