

大国市场开拓的 国际政治经济学^{*}

——模式比较及对“一带一路”的启示

黄琪轩 李晨阳

【内容提要】 近年来,中国政府启动了“一带一路”建设,积极推动开拓周边国家市场。世界历史上,四种曾经出现过的大国市场开拓模式可以从不同角度为中国“一带一路”建设提供经验参考。作为世界政治中的两个后来者——德国与日本,19世纪末期至20世纪初期德国“抢占守成大国的市场开拓模式”是危险的,因为它损害了霸权国英国国内的产业利益,推动英德经济竞争升级到军事竞争;20世纪后半期日本“依赖霸权国家的市场开拓模式”是脆弱的,因为它损害了霸权国美国国内的产业利益,促使美国选择限制日本产品进入美国市场,阻断了日本的市场开拓之路。作为世界政治中的两个霸权国——英国和美国,18世纪后期至19世纪后期英国“倚靠边缘国家的市场开拓模式”是摇摆的,因为面临产业损害的边缘国家逐渐出现强大的产业集团反对英国的市场渗透时,这一模式的不可持续性逐步显现;19世纪末开始美国“基于国内开发的市场开拓模式”是稳固的,它让边缘国家国内出现日益依赖美国的产业集团,为美国撬动海外市场提供了强大的战略工具和更大的回旋余地。中国的市场开拓需要避免前三类模式的困境,优先开发国内市场是中国“一带一路”战略获得成功的重要基石。

【关键词】 市场规模;市场开拓;国内市场;国家战略工具;“一带一路”

【作者简介】 黄琪轩,上海交通大学国际与公共事务学院副教授;李晨阳,上海交通大学国际与公共事务学院硕士研究生。(上海 邮编:200030)

【中图分类号】 D815 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1006-9550(2016)05-0103-28

^{*} 本文受上海交通大学文理交叉科研基金项目(项目号:12JCY04)资助。感谢李俊久、陈平以及《世界经济与政治》杂志匿名评审专家的意见和建议。文中可能的疏漏由笔者负责。

近年来,中国政府启动了“一带一路”和“互联互通”建设,积极推动中国开拓周边国家市场。一般而言,大国在崛起过程中,产业逐步升级,资金更加充裕,都会面临对广阔市场更为迫切的需求。从比较历史的视点审视今天中国的“一带一路”战略,不仅有助于我们理解历史上大国市场开拓的成败,也可以为中国实施长远的市场开拓提供战略谋划。

一 历史上大国市场开拓的政治经济分析

大国市场开拓的相关史实主要散见于经济通史及资本主义发展史著作(如《剑桥欧洲经济史》《新编剑桥世界近代史》等)以及国别经济史与专题史著作(如《剑桥美国经济史》《剑桥近代英国经济史》等)。历史经验告诉我们,随着世界各国工业化的逐步展开,尤其是当世界各国在工业化的过程中遭遇时,各方都将致力于拓展更大的市场。对大国市场开拓已有的研究主要集中在以下三个主题上:大国市场开拓的驱动力、大国市场开拓的主体以及大国市场开拓的后果与国际影响。

第一,就大国市场开拓的驱动力问题而言,现实主义强调大国为寻求安全、相对收益、战略通道从而实施市场开拓;从亚当·斯密(Adam Smith)开始,自由主义者强调自利的制造商为经济利益开拓世界市场;马克思强调,不断扩大产品销路的需要,驱使资产阶级奔走于全球各地;列宁、约翰·霍布森(John A. Hobson)等则强调帝国主义国家实施全球市场开拓战略以寻找原料产地以及为过剩的商品寻找销路;建构主义者宣称市场的开拓是理念在推动。不同的理论视角审视市场开拓战略的驱动力有很大的不同。^①

大国市场开拓有着政治和经济双重维度上的意义。在经济上,大国市场开拓为大规模生产创造了外部条件。在1776年出版的《国富论》中,亚当·斯密写道:分工受到市场规模(market extent)的限制。当市场很小的时候,没有人愿意去从事比较专业

^① 现实主义的文献参见 Robert Gilpin, *War and Change in World Politics*, Princeton: Princeton University Press, 1981, p.24; 罗伯特·芬德利、凯文·奥罗克著,华建光译:《强权与富足:第二个千年的贸易、战争和世界经济》,北京:中信出版社2012年版,第266—272页;黄仁伟:《建设新丝路的战略考量》,载《社会观察》,2014年第6期,第10页;戴长征、张中宁:《中国开拓新兴经济体市场的政策方略》,载《学习与实践》,2014年第1期,第43—54页。自由主义的文献参见 Edward Morse, “Transnational Economic Processes,” *International Organization*, Vol.25, No.3, 1971, pp.384—395; 王勇:《国际贸易的政治经济学——全球贸易关系背后的政治逻辑》,北京:中国市场出版社2008年版,第2—25页。马克思主义对此的论述有《共产党宣言》以及列宁的《帝国主义是资本主义的最高阶段》。建构主义的相关论述参见 Craig Parsons, “Showing Ideas as Causes: The Origins of the European Union,” *International Organization*, Vol.56, No.1, 2002, pp.47—84; James Morrison, “Before Hegemony: Adam Smith, American Independence, and the Origins of the First Era of Globalization,” *International Organization*, Vol.66, No.3, 2012, pp.395—428。

的职业。^① 二战以后,生产向大规模生产演进,产业升级和技术进步需要巨大成本,只有足够庞大的市场、足够多的购买力,才能支撑大规模生产。钢铁、汽车、飞机等产业在狭小的市场空间是难以实现发展的。例如,二战后大多数拉美国家都努力发展汽车产业,但是它们的努力无法突破市场规模限制。在20世纪60年代,车辆装配厂的最小生产规模必须达到年产20万辆。当时世界上只有7家公司的年产量能超过100万辆,它们是通用、福特、克莱斯勒、雷诺、大众、菲亚特以及丰田。20世纪50年代,阿根廷每年售出的新车数量为5万辆;到了20世纪60年代,阿根廷最大的汽车公司年产也不过5.7万辆。和其他拉美国家一样,由于受制于狭小的市场规模,阿根廷汽车产业无法实现大规模生产,它生产一辆汽车的成本是美国的2.5倍。^② 有研究将澳大利亚和美国的加利福尼亚州进行对比,二者在19世纪有着类似的起点,但是国内市场狭小使得澳大利亚无法享受规模经济的好处,而美国的加利福尼亚州是一个开放的经济体,它可以直接面对美国其他各州组成的庞大的市场。^③ 因此,现代产业发展需要规模经济,大国市场开拓为现代产业成长创造了外部条件。

在政治上,大国市场开拓既需要政治权力做支撑,也是国家权力的重要构成。罗纳德·芬德利(Ronald Findlay)和凯文·奥罗克(Kevin H. O'Rourke)在其合作的有关贸易政治经济史的著作《强权与富足》中指出,迄今为止,亚当·斯密及其追随者们都认为大部分的军事开支是浪费之举,因为它们挤出了更有效率的私人投资。而亚当·斯密的这种观点建立在一个前提之上,即私人部门所依靠的市场和原料供应始终存在。^④ 但是,这样的假定往往在现实世界中遭遇挑战。就国内市场而言,它的形成需要国家。正如卡尔·波兰尼(Karl Polanyi)所说:经济史向我们揭示,全国性市场的形成,不是靠政府逐步放松对经济控制的结果;相反,它需要政府有意识、强有力地干预才能实现。^⑤ 美国甚至用最为激烈的内战的方式完成了国内市场的统一。就海外市场而言,国家权力是开拓海外市场的重要支撑。英国的海外市场开拓离不开其强大的海军。在1714年到1739年间,英国海军已经取得了无可匹敌的优势地位。^⑥ 有了这

① Adam Smith, *The Wealth of Nations*, Hampshire: Harriman House, 2007, pp.12-13.

② 罗伯特·艾伦著,陆贇译:《全球经济史》,南京:译林出版社2015年版,第129页。

③ 伊恩·麦克莱、艾伦·泰勒:《澳大利亚的经济增长:加利福尼亚州的视角》,载丹尼·罗德里克主编,张宇译:《探索经济繁荣:对经济增长的描述性分析》,北京:中信出版社2009年版,第32—35页。

④ 罗伯特·芬德利、凯文·奥罗克:《强权与富足:第二个千年的贸易、战争和世界经济》,第379页。

⑤ Karl Polanyi, *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*, Boston: Beacon Press, 1944, p.258.

⑥ Jan Glete, *Navies and Nations: Warships, Navies and State Building in Europe and America, 1500-1860*, Vol.1, Stockholm: Almqvist and Wiksell International, 1993, p.257.

样的政治前提,英国的海外市场才能有效拓展。一位旅居英国的法国人写道:“众所周知,这十年中(1804至1813年),世界上任何一个国家,如果没有得到英国的同意,就做不成生意。”^①

汉斯·摩根索(Hans J. Morgenthau)在《国家间政治》一书中指出:地理、自然资源、工业能力、战备、人口、民族性格、国民士气、外交素质以及政府素质等是国家权力的重要构成。^②同时,庞大的市场也是国家权力的重要构成。苏珊·斯特兰奇(Susan Strange)指出美国依靠对庞大而富裕的国内市场的控制获得了讨价还价的力量。对其他工业国家和发展中国家而言,进入美国的市场是极其重要的。而对于那些没有讨价还价能力的国家而言,它们面临的只有暗淡的前景和十分有限的机会。^③因此,对规模庞大的市场的掌控构成了一项重要的国际权力,规模庞大的市场可以成为大国重要的对外政策工具。

第二,就大国市场开拓的实施主体而言,世界大国往往动员多元的主体以实施市场开拓战略,这些主体主要可以分为两类:非官方的行为主体与官方的行为主体。传教士、移民、企业家、银行家等非官方的行为主体积极参与了大国市场开拓战略。而国家作为强有力的国际关系行为体,也积极动员地方政府、外事部门、军队等官方行为主体参与市场开拓战略。^④

第三,就大国市场开拓的国际影响而言,以往的研究指出,大国之间实施市场开拓会加剧大国间市场争夺、恶化大国关系、引发国际冲突和战争;^⑤依附理论学者往往认为,世界大国的市场开拓会固化边缘国家对中心国家的依附关系,也让发展中国家陷入长期的不发达。^⑥

① 费尔南·布罗代尔著,顾良、施康强译:《15至18世纪的物质文明、经济和资本主义》(第三卷),北京:三联书店1992年版,第670页。

② 汉斯·摩根索著,徐昕等译:《国家间政治:权力斗争与和平》,北京:北京大学出版社2006年版,第148—188页。

③ 苏珊·斯特兰奇著,杨宇光等译:《国家与市场》,上海:上海世纪出版集团2006年版,第195—196页。

④ 关于非官方行为体参与的市场开拓,参见Gary Magee and Andrew Thompson, *Empire and Globalization: Networks of People, Goods and Capital in the British World, 1850-1914*, New York: Cambridge University Press, 2010。关于官方行为体参与的市场开拓,参见Geoffrey V. Scammell, *The First Imperial Age: European Overseas Expansion c.1400-1715*, New York: Routledge, 1989。

⑤ 关于大国市场开拓引发的国际冲突,参见Nazli Choucri and Robert North, *Nations in Conflict: National Growth and International Violence*, San Francisco: W.H. Freeman, 1975, p.1;黄琪轩:《大国经济成长模式及其国际政治后果——海外贸易、国内市场与权力转移》,载《世界经济与政治》,2012年第9期,第107—130页。

⑥ 关于大国市场开拓引发的依附关系,参见Samir Amin, *Unequal Development: An Essay on the Social Formations of Peripheral Capitalism*, New York: Monthly Review Press, 1976, pp.198-385; Theotonio Dos Santos, "The Structure of Dependence," *American Economic Review*, Vol.60, No.2, 1970, pp.231-236。

首先,从国家规模上看,大国的市场开拓明显有别于小国的市场开拓。大国的市场开拓具有更为显著的经济与安全的外部性,无论市场开拓带来的影响是正面的还是负面的,大国对其他国家包括其他大国的影响更显著。在经济方面,小国往往是国际市场的“价格接受者”,而大国往往是“价格制定者”。大国参与全球经济活动更容易改变全球市场价格,例如美国可以对毛里求斯开放其国内市场而不会影响其国内价格,却无法在对中国开放市场的情况下保持国内市场价格不变。在安全方面,乔安妮·高瓦(Joanne Gowa)等人指出:贸易产生经济资源,而经济资源能转化成军事实力,因此贸易具有安全外部性。^①从海外市场开拓中获益的大国会将其经济收益转化为军事潜力。因此,大国的市场开拓对其他国家而言会带来更多的影响,引发更多的关注,激起更多的反应。

其次,从市场开拓目标方向上看,国内市场开拓和海外市场开拓的政治意涵有着显著差异。吉恩·格罗斯曼(Gene Grossman)和埃尔赫南·赫尔普曼(Elhanan Helpman)研究认为,对创新者而言,面临市场的逐步扩大会产生两个效应:大市场意味着创新者有更多的潜在利润,同时也意味着会出现更多的竞争者。^②对国家而言,这两个相互竞争的效应也同样存在。在这两个相互竞争的效应下,国内市场开拓的收益能实现内部化,而海外市场的开拓则存在收益不对等以及收益归属权的问题。大国实施海外市场开拓是为了获得更多的潜在收益,但是被他国进行市场渗透的国家则可能会遭遇产业依附、去工业化、经济风险增大等问题。此外,海外市场开拓会导致更多的竞争者涌现,只要有竞争,就有获胜者和失败者,在国际关系的无政府状态下,跨国竞争使得失败者难以获得补偿,竞争所带来的收益也难以在国家间分配。

总的来看,学术界关于大国市场开拓的研究已有一定的积累,其中许多成果富有新意和启发性。本文在此基础上试图总结出大国市场开拓的四种模式并进行比较,以期对中国当前的市场开拓提供借鉴。本文试图对德国、日本、英国和美国的四种外部市场开拓模式进行分析并展示:大国市场开拓并非单向的过程,无论是抢占守成大国的市场、依赖霸权国家的市场还是依靠边缘国家的市场,单纯渗透、冲击他国既有市场的市场开拓模式会激起其他国家国内集团的反对与抵触,从而遭遇种种障碍,难以持续下去。同时,本文通过美国的案例展示了大国国内市场开拓和海外市场开拓并非两个孤立的方向和过程,开发并利用庞大国内市场的市场开拓模式能更有效地利用或改

^① Joanne Gowa and Edward Mansfield, "Power Politics and International Trade," *American Political Science Review*, Vol.87, No.2, 1993, pp.408-420.

^② Gene Grossman and Elhanan Helpman, *Innovation and Growth in the Global Economy*, Cambridge: MIT Press, 1991, pp.242-246.

变他国国内偏好结构,获得目标国国内利益集团支持,因而能更有效地开拓海外市场。

如表 1 所示,本文将历史上的大国市场开拓划分为四种类型:一是以 19 世纪末期至 20 世纪初期的德国为代表的“抢占守成大国的市场开拓模式”,二是以 20 世纪后半期的日本为代表的“依赖霸权国家的市场开拓模式”,三是以 18 世纪后期至 19 世纪后期的英国为代表的“倚靠边缘国家的市场开拓模式”,四是以 19 世纪末期 20 世纪初期的美国为代表的“基于国内开发的市场开拓模式”。前三种模式均遭遇了重重危机与障碍:在下面德国、日本和英国的案例中,其市场开拓进程都冲击和损害了他国产业集团的利益,激起了他国国内产业集团的强烈反抗。因此,这三种模式都算不上是成功案例。从 19 世纪末开始,美国用庞大的国内市场作为平台,由此改变他国国内利益偏好结构,获得了他国国内集团的支持,这样的市场开拓模式更具互惠性、长远性和稳固性。本文的第二到第五部分分别展示这四类大国市场开拓模式及其经验教训,第六部分将集中讨论四类模式对“一带一路”建设的借鉴意义。

表 1 四类大国市场开拓模式

模式	代表国家	对他国国内集团的影响	评价
抢占守成大国的市场开拓模式	19 世纪末 20 世纪初的德国	冲击了霸权国英国的国内产业集团利益	危险的模式
依赖霸权国家的市场开拓模式	20 世纪后半期的日本	挑战了霸权国美国的国内产业集团利益	脆弱的模式
倚靠边缘国家的市场开拓模式	18 世纪后期到 19 世纪后期的英国	损害了边缘国家的国内产业利益	摇摆的模式
基于国内开发的市场开拓模式	19 世纪末以来的美国	绑定了边缘国家的国内产业利益	稳固的模式

资料来源:笔者自制。

二 “抢占守成大国的市场开拓模式”及其危险性

从某种意义上讲,从 19 世纪 60 年代到第二次世界大战结束,世界历史被“德国问题”所主导。^① 在德国统一后的前 20 年里,时任德国宰相的奥托·冯·俾斯麦(Otto von

^① David Calleo, *The German Problem Reconsidered: Germany and the World Order, 1870 to the Present*, New York: Cambridge University Press, 1978, p.1.

Bismarck)异常坚定地向其他大国确保:德国不是欧洲和平的威胁。俾斯麦执政时期德国的外交政策是谨慎而自我克制的。但是,随着德国工业化的展开,德国开始致力于拓展海外市场。德国的市场开拓模式可以称之为“抢占守成大国的市场开拓模式”。随着德国海外市场的日益扩大,其海外市场开拓模式的负面影响日益显现:德国的对外市场开拓对当时的霸权国英国尤其是其国内相关产业利益集团构成了显著的冲击,同时催生了德国国内支持对外扩张的利益集团,导致英德两国关系逐步恶化并最终走向战争。

众所周知,德国是第二次工业革命的最大获益者之一。随着工业化的推进,德国的贸易模式呈现“大进大出”的特点。德国的贸易占国民生产总值的比重(即贸易依存度)快速上升,在1900年时为32%,1910年上升为36%,1913年则为40%。德国的进口和出口都严重依赖海外市场。由于工业化的需要,德国对进口的需求主要集中在能源、原料、粮食等工业化急需的领域。从1900年到1913年,德国国内的石油产出增长了140%,但也仅能供应德国1/10的石油需求。到了1913年,德国有57%的原料需要进口。^①因此,德国开始致力于开拓海外市场,以寻找其原料产地和销售市场。

德国的市场开拓模式是积极主动的,德国积极挑战并抢占了霸权国英国的海外市场,影响了英国的海外利益。这样的市场开拓模式导致英国与德国两国国内集团出现了相应的变化。这体现在两点:其一,就英国国内集团而言,德国的大量出口严重冲击了英国的产业利益,导致霸权国英国国内集团的强烈不满,英国国内反德情绪高涨。其次,由于德国致力于抢占海外市场,德国国内越来越多的利益团体与德国的海外利益绑定在一起,推动了英德两国从经济竞争走向军事竞争。第一次世界大战打断了德国这一危险的市场开拓进程。

首先,德国的大量出口严重冲击了英国的产业利益,导致了霸权国英国国内集团的强烈不满,英国国内反德情绪日益高涨。从第二次工业革命的主导产业钢铁行业的情况来看,到1910年,德国钢铁的出口量已经超过英国。更为重要的是,德国钢铁出口抢占了英国的市场份额,出口到了英国视为自留地的地方——澳大利亚、南美、中国和英国本土。德国不仅抢占了英国的海外市场份额,而且德国生产的钢铁已经打入英国市场。^②以钢铁为代表的德国的制成品很快抢占英国市场。德国制成品占据英国进口品的份额在1900年为6%,1913年则升至10.5%。^③

① Dale Copeland, "Economic Interdependence and War: A Theory of Trade Expectations," *International Security*, Vol.20, No.4, 1996, p.28.

② 大卫·兰德著,谢怀筑译:《解除束缚的普罗米修斯》,北京:华夏出版社2007年版,第269、289、326页。

③ Maria Sampanis, *Preserving Power Through Coalitions: Comparing the Grand Strategy of Great Britain and the United States*, Westport: Praeger Publishers, 2003, p.50.

约翰·霍布森在其《帝国主义》一书中也描述了德国对英国产业的冲击。他指出,1870年以后英国制造业和贸易方面的优势大大削弱。以德国等新兴国家为代表的制造业和贸易迅速发展。它们的竞争使英国越来越难以销售其过剩产品。它们在不断侵入英国的海外市场乃至英国的属地,同时积极争夺和吞并领土。这损害了英国制造商的利益。因为对英国庞大的纺织业和金属工业而言,这些原本是其用来销售过剩产品的市场。^① 19世纪70年代开始,英国观察家们日益不安地注视着外国工业,特别是德国工业竞争的崛起。^② 德国在食糖、钢铁、纺织品和化学品上的低价格使英国同行感到不安,尤其是像1905年以前的那种贸易衰退时期。^③ 德国的市场抢占侵蚀了英国制造商的市场份额与利润,也影响了英国工人的就业。英国工人开始表达不满,他们要求政府进行社会改革以改善其处境。^④ 更为重要的是,德国抢占市场的同时,挤压了英国与国家安全相关的制造业,这引发了英国人对国家安全的忧虑。当时经济学家与保守主义者威廉·休因斯(William A. S. Hewins)就曾表示过这样的担忧:“假如受到(外国竞争)威胁的某种工业恰好属于你的国防体制基础,那你将处于什么地位呢?”^⑤ 在英国国内,从英国制造商群体到工人,形成了一股强大的反德情绪,影响英国政府的对德政策,英德两国关系随之不断恶化。

其次,由于德国致力于抢占霸权国英国的海外市场,德国国内的经济团体与海外的经济联系日益加强,它们构成了维护德国海外利益的基础,开始积极支持和筹划与英国争夺海外经济和军事利益。这是德国走向军事扩张的国内基础。这样,德国对英国构成的不仅是经济竞争,还构成了军事竞争。

20世纪初,由于遭受资本和制造能力过剩的痛苦,德国加速了其市场开拓的进程。由于巨大的海外利益驱动,德国开始摒弃俾斯麦时期的审慎态度(即德国在领土方面的“心满意足”),开始着手拓展海外势力范围。德国的国内偏好结构逐渐发生了改变:德国各个阶层,尤其是有着巨大海外经济联系的阶层越来越支持海外扩张。崛起的德国金融家、工业家以及工程师开始积极谋划德国海外利益的拓展,对他们来说,

① 约翰·霍布森著,纪明译:《帝国主义》,上海:上海人民出版社1960年版,第59页。

② 查尔斯·威尔逊:《经济状况》,载F.H.欣克利编,中国社会科学院世界历史研究所组译:《新编剑桥世界近代史:物质进步与世界范围的问题1870—1898》(第11卷),北京:中国社会科学出版社1999年版,第80页。

③ W.H.B.考特著,方廷钰、吴良健、简征勋译:《简明英国经济史(1750年至1939年)》,北京:商务印书馆1992年版,第378页。

④ Maria Sampanis, *Preserving Power Through Coalitions: Comparing the Grand Strategy of Great Britain and the United States*, p.46.

⑤ 保罗·肯尼迪著,蒋葆英等译:《大国的兴衰:1500—2000年的经济变迁与军事冲突》,北京:中国经济出版社1989年版,第287页。

为寻求世界市场而进行的斗争不仅与自身利益吻合,也是为德国争取威望的一项使命。^①德国的大银行是德国大企业最大的股东,它们为大企业提供资金,促成企业合并,推动企业形成卡特尔。这些大银行也是谋求德国海外商业利益的重要推动者。海外利益让这些企业家、金融家形成一股强大的力量,积极谋求政府支持。容克地主对英国的仇视代替了他们对城市化和工业化的厌恶,他们在政府的引导下,支持德国的海军建设计划。^②

德国对海外利益的关注使得它从一个以陆军为主的国家走向陆海军并重的国家。在德国海军上将艾尔弗雷德·冯·提尔皮茨(Alfred von Tirpitz)执掌德国海军军部的头三年,德国海军军费以年均13.7%的速度增长,而陆军的军费开支年均增长仅为2.1%。以陆军预算的百分比计算,从1900年到1913年,德国的海军预算急剧攀升:1900年为25%,1905年增至35%,1911年增至55%。^③提尔皮茨认为,德国的工业化“就像自然法则那样不可抗拒”;^④同时,“没有一支能够发动攻势的舰队,德国就不可能发展世界贸易、世界工业,以及在某种程度上的公海捕鱼、世界交往与殖民地”。^⑤曾任柏林大学校长的经济学家古斯塔夫·施莫勒尔(Gustav von Schmoller)甚至认为,在德国,国家应该干预并调整经济事务以促进国家富强,而舰队和海军部的力量以及航海法与海关法的工具的使用应当为本民族和本国的经济利益服务,使之在财富与工业的繁荣方面处于领先地位。^⑥

从上面的描述中我们不难看出,德国的市场开拓模式是主动型的“抢占守成大国的市场开拓模式”。这样的市场开拓模式损害了当时作为守成大国的世界霸主英国的产业利益,引发了英国国内的强烈不满;更关键的是,该模式还从军事上对英国构成了挑战。英国感受到了德国日益激烈的海外竞争压力,英国与德国开始从经济竞争走向军事竞争,直至双方走向第一次世界大战。

这样的市场拓展模式可谓欲速则不达,一战的爆发打断了德国的市场拓展进程。

① 查尔斯·威尔逊:《经济状况》,载F.H.欣斯利编:《新编剑桥世界近代史:物质进步与世界范围的问题 1870—1898》(第11卷),第79页。

② 查尔斯·金德尔伯格著,高祖贵译:《世界经济霸权:1500—1990》,北京:商务印书馆2003年版,第245页。

③ 威廉森·默里、麦格雷戈·诺克斯、阿尔文·伯恩斯坦著,时殷弘等译:《缔造战略:统治者、国家与战争》,北京:世界知识出版社2004年版,第271页。

④ 保罗·肯尼迪:《大国的兴衰:1500—2000年的经济变迁与军事冲突》,第265页。

⑤ M.E.霍华德:《武装力量》,载F.H.欣斯利编:《新编剑桥世界近代史:物质进步与世界范围的问题 1870—1898》(第11卷),第313页。

⑥ 查尔斯·威尔逊:《经济状况》,载F.H.欣斯利编:《新编剑桥世界近代史:物质进步与世界范围的问题 1870—1898》(第11卷),第77—78页。

由于战败,德国的海外利益也没能维系,协约国建立了“波兰走廊”,德国还丧失了全部殖民地,半数以上的钢铁、煤炭和奶牛,失去了 5000 个火车头以及 1/4 的化学和制药生产。1921 年 4 月,协约国组成的赔款委员会公布的德国需要为战争支付的账单总额相当于 350 亿美元的黄金。德国开始经历政治动荡、通货膨胀、失业、独裁、战争以及再次战败。

之所以说德国的市场开拓模式是危险的,是因为这一市场开拓模式最大的问题在于它对霸权国英国国内的产业利益和安全环境构成了直接冲击,促发了英国与德国的霸权争夺战争。在接下来的案例展示中,我们会看到:与 19 世纪末 20 世纪初的英德关系不同,20 世纪后半期的日本并无意挑战美国霸权,但是日本的市场开拓也损害了霸权国美国国内的产业利益,导致美国国内出现反弹,进而促使美国政策调整。

三 “依赖霸权国家的市场开拓模式”及其脆弱性

二战后,战败国日本被美国率领的盟军实施军事占领。由于美苏两国关系日趋紧张以及相关的战略考虑,20 世纪 40 年代末开始,美国杜鲁门政府逐渐改变对日本的政策方针,坚持“让日本站到我们一边(keep Japan on our side)”,^①对日本开展了大量经济援助与技术支持。1951 年,美日签订了《美日安全保障条约》,美军有权在日本领土及其周围驻军。由此,日本成为美国在世界政治舞台上的一个追随者。

日本在安全上对美国的追随也体现在其市场开拓模式上。二战后日本的市场开拓模式可以称为“依赖霸权国家的市场开拓模式”。如前所述,二战之后的日本处于美国军事力量的保护伞之下,因此日本得以将更多的资源集中到经济生产上从而实现对外部市场的开拓,再也不需要像二战前那样依靠自身的军事实力去开拓世界市场。理查德·罗斯克兰斯(Richard Rosecrance)指出,第二次世界大战结束以后,以往强调军事征服、领土占领的“军事—政治的世界(military-political world)”开始变成“贸易世界(trading world)”,各国更加强调通过贸易来增强自身的实力,而日本则变成了“贸易国家(trading state)”。^②在罗斯克兰斯看来,历史上日本通过征服等手段获得外部市场,而二战后日本更强调自由无碍地与他国进行贸易以实现国家利益。但是,罗斯克兰斯赞许的“贸易国家”面临很大的脆弱性。在市场开拓的过程中,日本的角

^① Aaron Forsberg, *America and the Japanese Miracle: The Cold War Context of Japan's Postwar Economic Revival, 1950-1960*, Chapel Hill and London: University of North Carolina Press, 2000, pp.29-51.

^② Richard Rosecrance, *The Rise of the Trading State: Commerce and Conquest in the Modern World*, New York: Basic Books, 1985, pp.23-26.

色是“搭便车者”,依赖美国市场,并享用着美国创造的自由贸易环境。因此,日本的市场开拓模式是消极被动的,同时它的市场开拓模式与德国模式具有类似的缺陷:日本的海外市场开拓冲击了霸权国美国国内的产业利益,引发了霸权国美国国内相关产业利益集团的强烈反应。

二战结束以后,在美国的积极推动下,资本主义世界建立了相对统一的世界市场。由于对抗苏联的需要,美国鼓励日本和欧洲出口增长。美国也容忍日本长期保持贸易顺差,乃至鼓励日本对美实施歧视性的贸易政策。日本则利用全球资本主义市场,尤其是美国的市场,在经济重建中取得了惊人的成就。

巴里·艾肯格林(Barry Eichengreen)对比了二战之后中日两国的贸易情况,认为当时日本取得的成就堪比今日的中国。1955年至1971年,日本出口以平均每年17%的速度增长,达到其产出增速的1.5倍以上。1959年至1969年间,日本的出口额增长了4倍,随后的两年里又增长了1/3。^①尤其值得注意的是,这一时期,美国的国内市场长时期对日本开放。如表2所示,日本产品占美国进口品的份额在20世纪50年代为3.9%,60年代达到10.8%,70年代为13.3%,80年代达到高峰,为18.5%。也正因如此,美国对日本的贸易逆差从20世纪60年代中期开始出现并且不断扩大。

美国主导的世界资本主义市场尤其是开放的美国市场为日本的产品提供了庞大的市场容量。但是,日本对国际市场尤其是美国市场高度依赖,却没有掌握主导权,主导权掌握在美国手中。这一市场开拓模式面临很大风险。当霸权国家提供国内市场的意愿降低时,日本这样的被动型市场开拓模式则难以为继。美国对日本开放市场意愿的降低很大程度上是因为日本依靠外部市场的产业成长冲击了美国国内的产业利益,早在20世纪五六十年代,美日两国就在纺织品贸易中发生过摩擦。进入20世纪70年代后,日本对美国产业利益的冲击愈发明显,而这样的冲击在汽车、电视机等行业体现得尤其显著。

从汽车产业来看,1979年第二次石油危机以后,日本汽车在美国的销量迅速飙升。1980年,日本超过美国成为世界上最大的汽车生产国。^②进入20世纪80年代以后,日本的汽车占美国进口汽车总量的67%,占美国市场汽车销售额的20%。1980年,丰田汽车在美国市场销售了70万辆,是1970年的3.5倍。与此同时,美国的三大汽车公司全部亏损,这是通用汽车公司自1921年以来的第一次亏损。而克莱斯勒公

① 巴里·艾肯格林著,张群群译:《全球失衡与布雷顿森林的教训》,大连:东北财经大学出版社2013年版,第66页。

② 托马斯·麦格劳著,赵文书等译:《现代资本主义:三次工业革命中的成功者》,南京:江苏人民出版社2006年版,第480页。

司则是依靠政府的贷款担保才摆脱了困境。随着日本汽车不断涌入美国市场,美国汽车产业开始出现保护主义的声音;20世纪70年代中期,全美汽车工人联合会(United Auto Workers)开始公开呼吁配额与反倾销政策;到了80年代初期,许多美国国会议员已经意识到由于来自日本的产业竞争,汽车产业的衰落已成为一项政治议题,汽车产业也成了更大范围的政治活动的关注焦点,而非仅仅是一个在经济意义上具有重要意义的产业。^①

表2 二战后中日出口对比

进出口 年份	日本		中国	
	年均出口 增长率(%)	在美国进口中 所占份额(%)	年均出口 增长率(%)	在美国进口中 所占份额(%)
20世纪50年代	12.4	3.9		0.2
20世纪60年代	16.6	10.8		0.0
20世纪70年代	14.6	13.3	13.5	0.2
20世纪80年代	5.3	18.5	25.0	1.4
20世纪90年代	2.3	15.6	23.4	6.4
21世纪前10年	3.5	10.7	22.4	10.4

资料来源:巴里·艾肯格林:《全球失衡与布雷顿森林的教训》,第66页。

就彩电行业来看,从1975年开始,在短短的18个月间,美国市场上日本彩色电视接收器所占的份额就从15%迅速上升到40%。1966年到1970年间,美国电视机接收器工厂的平均就业人数就从6万多人下降到4万多人,4年间该产业的就业人数下降了32%。^② 日本的产品已经严重影响了美国的产业安全与就业。1955年,美国有27家工厂制造电视机,但是到了20世纪80年代,仅剩下一家。^③ 因此,美国电子工业工会与制造业主向政府请愿,要求美国政府采取措施,阻止日本对美国产业的进一步损害。在这样的背景下,美国政府于1974年通过了贸易法案,对日本的产品实施

① Douglas R. Nelson, "The Political Economy of U.S. Automobile Protection," in Anne O. Krueger, ed., *The Political Economy of American Trade Policy*, Chicago and London: The University of Chicago Press, 1996, pp.135-136.

② John Walsh, "International Trade in Electronics: U.S.-Japan Competition," *Science, New Series*, Vol.195, No.4283, 1977, pp.1175-1177.

③ Andrew Gordon, *A Modern History of Japan: From Tokugawa Times to the Present*, New York: Oxford University Press, 2003, p.293.

配额。^①

1980年的《科学》杂志援引美国众议院的报告指出：“我们相信，日本工业化的成就及其经济目标对美国造成的冲击，会跟当时苏联的人造卫星上天给美国带来的冲击一样严重。”^②因此，面对日本的经济冲击，美国开始考虑选择性地封闭国内市场。美日双方展开了激烈的贸易谈判，美国利用掌控的庞大国内市场，不断迫使日本接受“自愿”的出口限制。1972年，美国迫使日本接受对纺织品的自愿出口限制，而这样的限制一直持续不断：1969年和1978年针对日本的钢铁，1977年针对彩电，1981年至1993年针对汽车。^③日本与美国的经济竞争冲击了美国国内的产业利益，导致强烈的国内反对，最终让美国选择限制日本产品进入美国市场，阻断了日本的市场开拓之路。

由于严重依赖霸权国美国的市场的同时缺乏对该市场的控制能力，二战后日本的市场开拓历程遭遇了瓶颈。如表2所示，到了20世纪80年代，日本年均出口增长率下跌至5.3%（在20世纪70年代为14.6%）。日本产品在美国进口产品中所占份额从20世纪80年代的18.5%下跌到21世纪第一个10年的10.7%。日本市场开拓模式的脆弱性日益显现。

德国与日本同为世界经济中的后来者，二者均需要在工业化的过程中开拓市场，它们的市场开拓也都对世界经济霸权构成了冲击和挑战。德国与日本二者相同的是，它们均对霸权国国内的产业利益构成了冲击，无论是在当时的英国还是后来的美国，其国内都出现了强大的反对集团。二者所不同的是，德国对当时霸权国家英国的挑战除了经济上的，更是安全上的。德国“抢占守成大国的市场开拓模式”是危险的赌博，要么德国成为世界霸权，要么战败灭亡。日本对美国的挑战主要是经济上的，日本“依赖霸权国家的市场开拓模式”同样是赌博，但是日本却没有决定胜负的筹码。

四 “倚靠边缘国家的市场开拓模式”及其摇摆性

曾号称“日不落帝国”的英国的市场拓展模式是典型的“倚靠边缘国家的市场开拓模式”。这一模式曾为英国的工业革命做出过巨大贡献，但是却后劲乏力。

18世纪初期，英国对欧洲的出口大约占英国出口总额的4/5。^④到了18世纪晚

① John Walsh, "International Trade in Electronics: U.S.-Japan Competition," p.1176.

② Constance Holden, "Innovation: Japan Races Ahead as U.S. Falts," *Science, New Series*, Vol.210, No.4471, 1980, p.751.

③ Andrew Gordon, *A Modern History of Japan: From Tokugawa Times to the Present*, p.293.

④ Phyllis Deane, *The First Industrial Revolution*, New York: Cambridge University Press, 1979, p.57.

期,这一比重降低至30%。^①这是由于欧洲各国的工业都处于成长期,各国政府往往遵循重商主义学说,推行贸易保护主义政策。欧洲各国的制造商人开始形成抵制英国产品的反对力量,和各国政府一道筑起贸易壁垒,抵制英国产品,使得英国产品四处碰壁,难以在欧洲市场打开销路。因此,英国不得不开拓新的海外市场,到更为遥远的海外寻找新的销路。

从18世纪中期开始,英国的市场开拓有了很大的转向,其重心开始远离欧洲,放到了更遥远的美洲大陆、非洲以及东方。1760年前后,英国与欧洲的贸易相对下降,而它与欧洲以外的贸易额却在上升。1700年到1701年间,英国出口至欧洲的商品占其出口总额的85%;1797年至1798年,这一数值降为30%。^②在面临欧洲强敌的时候,拓展其他相对落后国家和地区的海外市场相对容易。

在英国开发的边缘地带中,美洲和非洲是重要的市场。如表3所示,在1700年和1701年间,美洲大陆的殖民地共购买了10%的英国出口商品;1770年,这一比例增加到了约37%;1797年,这一比例达到了约57%。因此,有学者指出,英国与美洲的贸易是英国海外贸易的最重要部分。^③在同一时期,非洲也为英国提供了可观的海外市场。而且英国利用其在非洲的优势地位,将其他国家排挤出了非洲的市场。如表4所示:在17世纪中期,英国对西非的制成品出口还不到当地制成品进口额的约15%,而一个世纪之后,即到了18世纪中期,西非进口的制成品当中,86.5%为英国的产品。

表3 英国出口商品在欧洲与美洲的比重 (单位:%)

年份 \ 地区	欧洲	美洲
1700	85.3	10.3
1750	77.0	15.6
1770	49.2	37.3
1797—1798	30.1	57.4

资料来源:S.L. Engerman, “Mercantilism and Overseas Trade, 1700–1800,” in Roderick Floud and Donald McCloskey, eds., *The Economic History of Britain Since 1700, Vol. I*, Cambridge: Cambridge University Press, 1994, p.188.

① Maxine Berg, *The Age of Manufactures: 1700–1820. Industry, Innovation and Work in Britain*, London: Routledge, 1994, p.103.

② 费尔南·布罗代尔:《15至18世纪的物质文明、经济和资本主义》(第三卷),第669页。

③ Patrick K. O'Brien and S.L. Engerman, “Exports and the Growth of the British Economy from the Glorious Revolution to the Peace of Amiens,” in Barbara Solow, ed., *Slavery and the Rise of the Atlantic System*, Cambridge: Cambridge University Press, 1991, p.200.

表4 西非进口的英国制成品与其他国家制成品的比重 (单位:%)

地区 年份	英国制成品所占的份额	其他国家制成品所占的份额
1658,1659,1660	14.2	85.8
1680,1681,1682	29.8	70.2
1684,1685,1693	49.5	50.5
1701—1703	60.5	39.5
1752—1754	68.0	32.0
1782—1784	71.4	28.6
1834—1836	77.9	22.1
1854—1856	86.5	13.5

资料来源:Joseph Inikori, *Africans and the Industrial Revolution in England: A Study in International Trade and Economic Development*, Cambridge: Cambridge University Press, 2002, Appendix 9.1, p.512。

表5展示了各个地区占据英国出口的大致份额。18世纪末期,北美大陆与西印度群岛占据了最为重要的份额。同时,英国也在积极开拓印度等亚洲市场。早在1760年,英属印度的孟加拉地区政治权威垮台,英国在这一地区的贸易量开始急剧扩展,英国商人享有的特权也随之扩大。18世纪60年代,东印度公司对英属孟加拉的出口每年为40万英镑左右,70年代上升到了100万英镑。^①

表5 18世纪英国出口地区分布 (单位:%)

年份 地区	1700—1701	1750—1751	1772—1773	1797—1798
欧洲	85	77	49	30
北美	6	11	25	32
西印度群岛	5	5	12	25
东印度群岛与非洲	4	7	14	13

资料来源:Phyllis Deane, *The First Industrial Revolution*, New York: Cambridge University Press, 1979, p.58, table 2。

注:此处北美指北美大陆。

英国对边缘国家的市场开拓很大程度上是把边缘国家变成英国的原料产地和销售市场,从某种程度上讲,英国的工业革命得以成功推进与边缘市场的开拓密不可分。

^① P.J. Marshall, *The New Cambridge History of India, Vol.II, Part 2: Bengal, The British Bridgehead.Eastern India 1740-1828*, Cambridge: Cambridge University Press, 1987, p.104.

据统计,从1688年到1815年,至少一半以上的新增工业品被出口到海外。^①从拉动第一次工业革命的纺织业来看,在英国工业革命时期,接近2/3的纱织品都出口到海外市场。^②棉纺织品海外市场为英国制造商提供了持续与庞大的产品需求,1800年,英国棉纺织品用于出口的比例超过60%,用于国内消费的还不足40%。^③

英国这一“倚靠边缘国家的市场开拓模式”的后劲乏力主要来源于以下几个方面。其一,英国开发边缘地带导致英国的金融产业形成一个外向型的集团,这个集团会重视海外利益而忽视英国本土利益。其二,世界经济出现周期性的波动会导致保护主义的加剧。其三,崛起的新兴大国开始在世界范围内抢占原料产地和产品销售市场,英国开始面临与日俱增的国际压力。其四,英国的市场开拓导致了边缘国家“去工业化”的历程,损害了边缘国家相关产业集团的利益,而当边缘国家开始将工业化提上日程的时候,英国的产品就会遭遇抵制,乃至打断英国市场开拓的进程。

首先,英国开发边缘地带导致英国的金融产业形成一个外向型的集团,这个集团会重视海外利益而忽视英国本土利益。英国的对外投资从19世纪50年代与60年代开始增长,到1870年至1914年间,英国每年的净投资额能达到该时期英国年储蓄的30%。^④伦敦作为英国的金融中心更面向外部世界,而非英国北部的制造业城市。“英国通常更加关心墨西哥发生的事情而不是其本国内部的事情,更加关心发生在加拿大而不是威尔士的罢工。”^⑤更糟糕的是,英国甚至为其潜在的竞争对手提供了大量的资金。

其次,世界经济会出现周期性的萧条,这会增大各国保护主义的压力。1873年至1896年间出现了一轮世界经济萧条。这一时期英国的物价下跌了22%,美国物价下跌32%,其他国家物价的下跌则更为显著。^⑥面临经济萧条的压力,各国保护主义压

① Patrick K. O'Brien, "Deconstructing the British Industrial Revolution as a Conjuncture and Paradigm for Global Economic History," in Jeff Horn, Leonard Rosenband and Merritt Roe Smith, eds., *Reconceptualizing the Industrial Revolution*, Cambridge: The MIT Press, 2010, p.27.

② Knick Harley, "Trade: Discovery, Mercantilism and Technology," in Roderick Floud and Paul Johnson, eds., *The Cambridge Economic History of Modern Britain, Vol.1: Industrialization, 1700-1860*, Cambridge: Cambridge University Press, 2008, p.186.

③ Joseph Inikori, *Africans and the Industrial Revolution in England: A Study in International Trade and Economic Development*, Cambridge: Cambridge University Press, 2002, p.436.

④ Roderick Floud and Paul Johnson, eds., *The Cambridge Economic History of Modern Britain, Vol.2: Economic Maturity, 1860-1939*, New York: Cambridge University Press, 2004, p.191.

⑤ Youssef Cassis, *Capitals of Capital: The Rise and Fall of International Financial Centres 1780-2009*, Cambridge: Cambridge University Press, 2010, p.84.

⑥ 杰弗里·弗里登著,杨宇光译:《20世纪全球资本主义的兴衰》,上海:上海人民出版社2009年版,第7页。

力增大。法国在19世纪80年代以及1892年两次上调关税。瑞典在1892年加强了工业保护。意大利在1878年征收了适度的关税,又在1887年大幅上调关税。俄罗斯在1877年、1885年与1891年大幅上调了工业关税。奥地利、匈牙利和西班牙也分别在19世纪70年代与80年代转向贸易保护。巴尔干半岛国家则进一步转向了更高层次的贸易保护。^①更为雪上加霜的是,在殖民地市场上,其他大国也在与英国进行商业竞争的同时向其新属地征收关税。^②

再次,迅速崛起的德国成为英国强大的竞争对手。驻扎在世界各地的德国领事们竭力推动德国的对外贸易,在小亚细亚抢占殖民地,在东非、西非、中国以及其他地方推行殖民政策和保护地政策,为德国商业势力寻找出路。^③不仅如此,德国的中欧大陆政策试图在中欧建立德国领导下的相对封闭的关税同盟。

最后,也最为重要的是,英国的市场开拓损害了边缘国家的工业,招致了来自边缘国家国内的反对,而当边缘国家开始工业化的时候,英国的产品就会遭遇抵制。美洲是英国巨大的市场。为了限制北美和英国展开竞争,英国制定一系列措施,如《1699年羊毛法》(Wool Act of 1699)、《1732年帽子法》(Hat Act of 1732)以及《1750年铁法》(Iron Act of 1750)等,禁止北美殖民地制作和生产上述产品。在美国独立战争之前,英国与北美殖民地的冲突就已经开始。北美内部逐渐形成反对宗主国的力量。英国颁布的《印花税法》促使了矛盾的爆发,1765年,几个殖民地领袖决定抵制英国货物,使用北美自己生产的商品而不用英国产品。若干殖民地议会公开支持当地商人签署的不进口协议,北美民众对此的支持迅速扩大。穿戴本土纺织的土布而抵制英国进口的华贵衣物成为风潮。北美城镇的工匠对抵制行动表示出强烈的支持,因为不进口英国产品意味着他们与英国制造商的竞争告一段落。失业的工匠和劳工则看到,如果没有廉价英国商品的涌入,他们就有机会卖出自己生产的产品。1768年,塞缪尔·亚当斯(Samuel Adams)发动了对英国产品的大规模抵制活动。1774年第一届大陆会议上通过的大陆联盟决议鼓励北美发展本土制造业,要求从1774年12月1日起,抵制所有英国产品。^④

北美的故事并非孤例,类似的情景在印度重演。为了维护在印度的市场,英国迫

① Paul Bairoch, "European Trade Policy, 1815-1914," in Peter Mathias and Sidney Pollard, eds., *The Cambridge Economic History of Europe, Vol. VIII: The Industrial Economies: The Development of Economic and Social Policies*, New York: Cambridge University Press, 1989, pp.69-93.

② 保罗·肯尼迪:《大国的兴衰:1500—2000年的经济变迁与军事冲突》,第286页。

③ 约翰·霍布森:《帝国主义》,第65页。

④ 埃里克·方纳著,王希译:《给我自由:一部美国的历史》(上),北京:商务印书馆2010年版,第226—243页。

使印度保持经济的开放,很多前现代的手工业产品生产者由于面临更加富有效率英国生产者的竞争而濒临破产。^①例如,为了保护英国纺织业的发展,英国在印度采取进口关税保护等一系列措施,沉重打击了印度纺织业,也对印度纺织工人的生活水平造成极大损害。1813年到1830年间,印度与英国的贸易结构发生了变化:印度从一个纺织品的出口国转变成了原棉的出口国。同时,印度开始进口英国的纺织制成品。^②1812年,英国对印度棉纺品的出口仅仅10万多英镑;到了1829年,英国出口到印度的棉纺织品达到了近190万英镑。^③有学者推算,如果设定英国1900年工业化指数为100,那么在1750年,印度工业化指数为7,1800年为5,1860年下跌至3,1913年进一步下跌至2。^④

1905年,印度境内大范围爆发了旨在提倡购买印度本土产品以及抵制英国进口产品的斯瓦德希运动(Swadeshi Movement),这一运动的高峰期持续至1908年,^⑤而这背后正是因英国产品涌入而利益受损的印度民族工业集团对现状的不满,可谓英国市场开拓进程不断摇摆的一个缩影:由于边缘地带开始工业化,英国对边缘国家的市场开拓导致边缘地带出现“去工业化”的趋势,最终激起这些边缘地带国内团体纷纷奋起反抗,抵制英国商品,支持民族独立。英国的市场开拓进程被打断,而市场开拓的中断也使得英国的霸权国地位摇摇欲坠。

五 “基于国内开发的市场开拓模式”及其稳固性

和英国类似,美国也将市场开拓的目标国家选定为边缘国家,然而,两国的市场开拓模式存在重大区别:美国立足国内,而英国则依赖海外。在以美国为代表的“基于国内开发的市场开拓模式”中,美国优先开发国内市场,然后用庞大的国内市场作为权力工具,通过改变市场开拓目标国家的国内偏好结构,获得了其国内产业利益集团支持,有效避免了来自市场开拓目标国家国内的反对与阻碍,为崛起时期的美国提供

^① Morris D. Morris, “Towards a Reinterpretation of Nineteenth-Century Indian Economic History,” *The Journal of Economic History*, Vol.23, No.4, 1963, pp.606-618.

^② Ramkrishna Mukherjee, *The Rise and Fall of the East India Company*, New York: Monthly Review Press, 1974, pp.222-283.

^③ Huw V. Bowen, *The Business of Empire: The East India Company and Imperial Britain, 1756-1833*, Cambridge: Cambridge University Press, 2006, pp.254-255.

^④ Paul Bairoch, “International Industrialization Levels from 1750 to 1980,” *Journal of European Economic History*, Vol.11, 1982, p.281.

^⑤ Manu Goswami, “From Swadeshi to Swaraj: Nation, Economy, Territory in Colonial South Asia, 1870 to 1907,” *Comparative Studies in Society and History*, Vol.40, No.4, 1998, pp.609-636.

了更大的回旋余地,也为美国全球市场开拓奠定了坚实基础。

众所周知,孤立主义是美国外交政策中执行时间最长的战略。除了几次短暂的例外,孤立主义战略从18世纪末到二战结束一直主导着美国的外交政策。美国不仅在外交上呈现孤立主义的特点,在市场开拓模式上也具有类似的特征。

19世纪的美国尽管同样面临着产能过剩的问题,但是却没有进行海外市场开拓。美国工商业者靠未开发的国内市场推动经济发展。乃至有人指出,美国如此广袤,以至于无需海外殖民地。事实上,美国在境内有两大“殖民地”,那就是内战后的南方和西部。因此,1865年至1897年,美国工业制成品的出口始终徘徊在国民收入的1%。^①

美国之所以能凭借国内市场,很大程度上来源于美国自身得天独厚的优势。与当时的其他国家相比,美国的民众拥有巨大的集体财富,他们拥有比其他国家更强劲的消费能力。^②美国有着庞大的国内市场、家庭收入很高而且分配比较平均、人口的地理分布广泛。^③同时,美国的优势也离不开美国自身的市场开发。通过南北战争、西进运动、保护性关税以及收入分配政策,美国极大地拓展了国内市场。

南北战争以前,美国国内市场存在南北分隔。南北战争让北部各州用武力干涉建立了统一的美国市场。北方的胜利有着重要的意义,它维护了国家主权原则,挫败了各州与地方控制州际贸易的企图。^④美国统一的国内市场得以形成与巩固,这是美国开发国内市场的基础。

美国内战结束后的20多年里,政府对西部的开拓进一步加强,美国的疆界稳步向西推进。随着美国西进运动的扩展,美国中西部地区所占的经济份额显著上升。1810年,美国中西部的人口仅占美国总人口的4%,1840年上升到17%,1900年进一步上升至40%。1840年,西部地区创造的总收入还不及美国收入总额的1/5,仅为17%,到了1920年,这个数字上升到54%。^⑤西进运动开辟了新兴的市场,美国庞大的国内市场开始具备了体量上的基础。

与此同时,美国抬高关税以保护国内新兴产业。19世纪60年代中期到1900年,

① 凯文·纳里泽尼著,白云真等译:《大战略的政治经济学》,上海:上海世纪出版集团2014年版,第40页。

② Richard Franklin Bense, *The Political Economy of American Industrialization, 1877-1900*, New York: Cambridge University Press, 2000, p.291.

③ David Mowery and Nathan Rosenberg, *Paths of Innovation: Technological Change in 20th-Century America*, New York: Cambridge University Press, 1998, pp.175-176.

④ Richard Franklin Bense, *The Political Economy of American Industrialization, 1877-1900*, p.292.

⑤ Stanley Engerman and Robert Gallman, eds., *The Cambridge Economic History of the United States, Vol.2. The Long Nineteenth Century*, New York: Cambridge University Press, 2000, p.323, p.51.

美国关税税率大致维持在 40%—50% 之间,是当时世界上最高的关税之一。^① 这一举措为美国产业成长提供了稳固的国内市场基础。19 世纪 90 年代,许多在美国旅行而较有远见的英国实业家已经看到,美国庞大而又受到保护的国内市场带来的无穷的需求促使美国钢铁业巨擘将生产计划的规格提高到英国不可能实现的地步,并且产量在上升的同时价格也在下降:1875 年钢轨的成本是 160 美元/吨,到了 1898 年这一价格只是 1875 年的 1/10 多一点。^②

此外,与欧洲大陆相比,美国的收入分配比较均衡,由此培养了广大民众的购买能力。1783 年美国赢得独立后,政府对财产进行了再分配。独立战争以后,美国政府没收了继续效忠英国的移民即“效忠派”的财产,进行了第一次财产分配。第二次财产分配发生在 19 世纪 60 年代的内战时期,美国政府没收了反叛州奴隶主的奴隶和土地,这又是一次收入分配的重大调整。此外,美国政府在内战时期颁布的《宅地法》规定,申请者只需缴纳 10 美元登记费,并在该土地上住满 5 年,就可以免费拥有该土地的所有权。美国建立了一个更为平等的社会。在 1900 年的时候,美国 3/4 的家庭拥有自己的土地。与之形成鲜明对比的是:在美国大部分家庭拥有土地的同时,拉美则没有实现这样平等化的举措。^③ 19 世纪中期,拉美不到 5% 的耕地由家庭来经营。家庭农场(雇工不超过 4 人的农场)所拥有的土地仅占阿根廷耕地的 5%,在巴西是 3%,在哥伦比亚是 3%,在墨西哥为 2%。与此形成鲜明对照的是,在美国,这个数字为 60%。^④

19 世纪后半期至 20 世纪初期,美国社会逐步形成消费型社会,美国不仅有效地消化了其经济成长过程中创造出的巨大产能,还形成了具有强大进口消费能力的国内市场。据统计,1899 年至 1912 年,美国年均进口量增长率达到 7.9%,相比之下,1899 年至 1913 年英国年均进口量增长率仅为 4.9%。^⑤ 同时,美国日益扩大的国内市

① Gary Walton and Hugh Rockoff, *History of the American Economy*, Mason: South-Western, Cengage Learning, 2013, p.181.

② 查尔斯·威尔逊:《经济状况》,载 F.H.欣斯利编:《新编剑桥世界近代史:物质进步与世界范围的问题 1870—1898》(第 11 卷),第 72 页。

③ Jorge Domínguez, “Explaining Latin America’s Lagging Development in the Second Half of the Twentieth Century: Growth Strategies, Inequality, and Economic Crises,” in Francis Fukuyama, ed., *Falling Behind: Explaining the Development Gap Between Latin America and the United States*, New York: Oxford University Press, 2008, pp.82-86.

④ Sebastian Edwards, *Left Behind: Latin America and the False Promise of Populism*, Chicago: The University of Chicago Press, 2010, pp.173-174.

⑤ Victor Bulmer-Thomas, *The Economic History of Latin America Since Independence*, New York: Cambridge University Press, 2003, p.71.

场增大了美国崛起的战略回旋余地,庞大的国内市场也成为美国打开边缘地带市场的对外战略工具。

19世纪末开始,受益于第二次工业革命生产能力不断提升的美国将目光投向了海外市场。1873—1896年的经济萧条使得欧洲贸易保护盛行,关税壁垒高筑,市场开拓难度极大。因此,美国和18世纪的英国一样,把目光投向边缘市场,开始在拉美和东亚寻找新的市场。美国与英国的不同之处在于,美国拥有比英国更加庞大的国内市场规模,这为美国市场开拓的目标国家提供了广阔的市场,从而获得了这些国家的国内支持,美国的市场开拓进程也更加稳固与持续。

美国对拉丁美洲的市场开拓就是这一逻辑的一个有力佐证。美国能打开拉美市场,美国国内市场这一广阔的平台功不可没;因为拉美需要美国市场,美国才能开拓拉美市场。事实上,欧洲国家很早就开始涉足拉美市场,例如,19世纪中期拉美仅同英国的进出口额就分别占到了拉美进出口总额的各1/3,^①但是从19世纪中后期开始,美国对拉美地区的重要性逐渐显著。如图1所示,1880年至1913年间美国来自拉美地区的进口额总体呈明显上升趋势。1913年,拉美大多数国家的主要出口市场是美国。拉美21个国家中,至少有11个国家把美国视为它们最主要的市场。1913年,洪都拉斯、巴拿马、波多黎各等国将80%以上的出口商品销往美国,古巴、墨西哥销往美国的商品则占其出口总额的70%以上。此外,美国还是巴西、哥伦比亚等国的主要市场。同年,拉美地区对美国的出口额占到了出口总额的29.7%,而此时拉美地区对英国的出口额占总出口额的比例下降到了20.7%。^②

在1870年到1913年间,拉丁美洲国家经历了出口引导的发展,研究者往往称这一时期为“出口导向的工业化(*export-oriented industrialization*)”。在这一时期,拉美年均出口的增长率为3.4%,像墨西哥这样主要依赖美国市场的国家,其出口增长率达到5.4%。^③ 拉美出口部门的发展也带动了本国城市化水平的提升以及工人与中等阶层收入的增长,并扩大了制造业产品的市场。^④ 更重要的是,出口为工业化提供了资金盈余。在出口导向增长的时代到来之前,拉美国家只有一些零星的手工业。出口带来了拉美地方工业成长,包括铁器、烟草制品、纺织业、家具、玻璃器皿、制药、皮具、肥

① Victor Bulmer-Thomas, “British Trade with Latin America in the Nineteenth and Twentieth Centuries,” Institute of Latin American Studies, Occasional Papers, No.19, 1998, p.8.

② Victor Bulmer-Thomas, *The Economic History of Latin America Since Independence*, pp.73-74.

③ Richard Salvucci, “Export-Oriented Industrialization,” in Victor Bulmer-Thomas, John Coatsworth and Roberto Cortes-Conde, eds., *The Cambridge Economic History of Latin America, Volume 2*, New York: Cambridge University Press, 2006, pp.252-253.

④ Victor Bulmer-Thomas, *The Economic History of Latin America Since Independence*, pp.127-128.

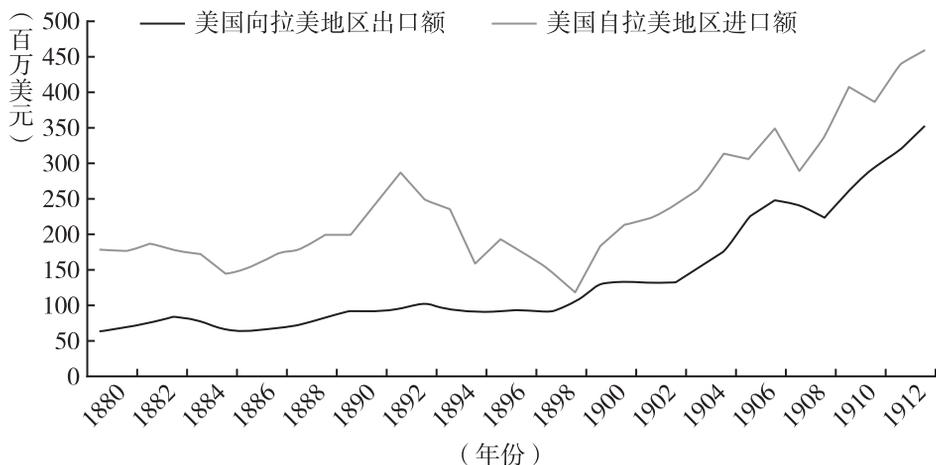


图1 美国向拉美地区出口额以及自拉美地区进口额变化趋势图(1880—1913年)

资料来源:United States, Bureau of the Census, *Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1970*, Washington, D.C.: US Department of Commerce, Bureau of the Census, 1975, pp.903-907.以上系列数据由1880—1913年历年美国与美洲地区进出口额减去与加拿大进出口额计算所得。

皂等,因此这一时期被称为“工厂时代的黎明(*dawn of the factory age*)”。^① 20世纪初期,拉美国家农业占国民生产总值的比重已经降到50%以下,1900年,阿根廷的农业产出占总产出的49%,这一比率在墨西哥为29%,秘鲁为40%;1910年,这一比率在巴西达到36%,在乌拉圭达到44%;1920年,这一比率在委内瑞拉达到35%。^② 同时,拉美国家工业品产出占国内生产总值(GDP)的比重逐步提升,墨西哥达到12.3%,阿根廷达到16.6%,巴西达到12.1%,智利达到14.5%。^③ 无论是在规模上还是在结构上,此时拉美资本密集型的出口加工业已经和世界其他地方相当。巴西和墨西哥的纺织业使用着世界上最先进的纺织设备和技术。^④ 要知道,在1914年的英国,使用旧式走锭纺纱机的比率仍高达98%—99%。^⑤

① William Glade, “Latin America and the International Economy, 1870-1914,” in Leslie Bethell, ed., *The Cambridge History of Latin America, Vol.4*, New York: Cambridge University Press, 2006, p.20.

② Richard Salvucci, “Export-Oriented Industrialization,” p.289.

③ Victor Bulmer-Thomas, *The Economic History of Latin America Since Independence*, p.134.

④ Colin Lewis, “Industry in Latin America Before 1930,” in Leslie Bethell, ed., *The Cambridge History of Latin America, Vol.4*, pp.276-278.

⑤ Michael Dintenfuss, *The Decline of Industrial Britain: 1870-1980*, London and New York: Routledge, 1992, p.21.

随着拉美工业化的展开,拉美国国家出口的工业产品也在逐步增加。尽管这一时期拉美的出口仍以农产品为主,拉美的工业产品主要满足国内需求,但是工业品也逐步开始出口。1859年到1861年间,拉美国国家出口的硝酸盐化肥占其出口比重的0.7%;1899年到1901年间,这一比重提升至6.2%;1911年到1913年间,又增加到7.6%。^①在1930年以前,拉美国国家已经有了15%—20%的制成品出口。^②鉴于美国此时是拉美最大的出口市场,美国为拉美的发展做出了重要贡献。这与前面英国案例中印度的“去工业化”迥然不同。

由于美国为拉美国国家提供了庞大的国内市场,美国的市场也逐渐变得比英国等欧洲国家重要,拉美国国家也更加愿意对美国开放自己的市场。如图1所示,1880年至1913年,美国对拉美地区的出口额也不断增长。在第一次世界大战前的10年间,美国出口的工业品中,2/3以上产品都销往边缘市场。^③美国通过自身庞大的市场容量撬动了拉美市场。尤其对拉美北部国家而言,美国在一战前出口到这些国家的商品占其进口商品总额的54.1%,而英国则跌落至12.3%。1913年,在洪都拉斯、海地等国家,美国产品占其进口额的比率接近70%,而在波多黎各则接近90%。^④

第二次世界大战之后,美国也将这样的市场开拓模式运用到了西欧和亚洲。美国广阔的市场为盟友提供了通过产品出口促进国内经济复苏的机会,也与盟友形成了关系更为紧密的政治经济战略利益共同体,这让美国在面对与苏联的长期竞争时更加得心应手,游刃有余;同时,美国也借此推动了自身全球市场的开拓。值得我们注意的是,19世纪末以来美国的市场开拓模式有别于我们前面所描述的德国、日本与英国的市场开拓模式之处在于:美国依靠德国、日本和英国都不具备的规模庞大的国内市场,为市场开拓目标国家的特定产业提供了出口市场,重塑了目标国家的国内偏好结构,使得目标国家形成强大的国内政治经济联盟支持对美经济联系,这让美国的市场开拓更具稳固性和持久性。这与德国、日本和英国遭遇目标国国内产业集团的反对与抵制可谓大相径庭。正如安德鲁·莫拉夫斯克(Andrew Moravcsik)所指出的那样:对外经济政策需要国内微观基础,国内群体的偏好在国家对外经济政策中有着举足轻重的地位。^⑤

① Enrique Cardenas, Antonio Ocampo and Rosemary Thorp, "Introduction: The Export Age," in Enrique Cardenas, Antonio Ocampo and Rosemary Thorp, eds., *An Economic History of Twentieth-Century Latin America, Volume 1*, New York: Palgrave, 2000, p.12.

② Richard Salvucci, "Export-Oriented Industrialization," p.291.

③ 凯文·纳里泽尼:《大战略的政治经济学》,第40页。

④ Victor Bulmer-Thomas, *The Economic History of Latin America Since Independence*, pp.76-77.

⑤ Andrew Moravcsik, "Taking Preferences Seriously: A Liberal Theory of International Politics," *International Organizations*, Vol.51, No.4, 1997, pp.513-553.

19世纪后半期美国与夏威夷王国(Kingdom of Hawaii)的经济互动是体现这一国际政治经济学逻辑的绝佳案例。^①

19世纪上半期,由于庞大的美国市场对夏威夷王国的地主、商人等群体而言有着巨大的吸引力,种植了大量蔗糖的夏威夷王国就希望和美国签署贸易互惠条约。然而,美国国会则一度拒绝和夏威夷王国签署这样的条约,而夏威夷王国寻找替代市场的努力也并未成功,因为其他大国难以在短时间内取代美国的市场地位。1873年,夏威夷出口到美国的蔗糖为1480万磅,而出口到澳大利亚、新西兰的蔗糖为700万磅,出口到英属哥伦比亚的为120万磅。^②

由于担心英国、德国等其他大国染指夏威夷,1875年,美国政府开始允许夏威夷生产的蔗糖免税出口到美国,附带条件就是夏威夷王国要避免其他大国势力的渗透。需要注意的是,尽管夏威夷王国对美国的诉求是经济上的,但美国对夏威夷的政策目标却是政治导向的,因为夏威夷王国特殊的地理位置将夏威夷和美国整个亚太利益联系在一起。如果此时夏威夷被英国或者德国所控制,美国在亚太地区的利益就会受到威胁,而签署互惠条约正是用美国庞大的国内市场绑定夏威夷,用经济杠杆以实现其政治目的。在和美国签署贸易互惠条约之后,夏威夷王国的蔗糖生产迅速扩张,速度惊人。此时,夏威夷王国生产的92%的蔗糖都出口到美国,而出口到英国的仅占3.75%。^③同时,蔗糖生产商在夏威夷国内成为最为重要的经济利益集团,势力不断扩大。此时的夏威夷国内偏好结构已经被美国所重塑。

随后,事情向更加有利于美国的方向发展。1890年,美国国会通过了《麦金利关税法》,该法案规定所有进入美国的蔗糖都不用支付关税,并且美国国内生产的蔗糖会得到每磅两美分的补贴,这让夏威夷的蔗糖产业面临利益严重受损的可能性,美国广阔市场的诱惑使得蔗糖产业的种植园主进一步倒向美国。1893年,夏威夷的种植园主联合起来推翻了土著女王,夏威夷王国灭亡。1898年,夏威夷正式并入美国,成为美国第50个州。

我们可以看到,以美国为代表的“基于国内开发的市场开拓模式”优先开发国内市场,用庞大的国内市场撬动边缘国家市场开拓,开拓了拉美市场。我们通过美国和夏威夷互动

^① Ravi Abdelal and Jonathan Kirshner, “Strategy, Economic Relations, and the Definition of National Interests,” *Security Studies*, Vol.9, No.1, 1999, pp.123-133.

^② Ravi Abdelal and Jonathan Kirshner, “Strategy, Economic Relations, and the Definition of National Interests,” p.127.

^③ Ravi Abdelal and Jonathan Kirshner, “Strategy, Economic Relations, and the Definition of National Interests,” p.129.

的历史也看到,这样的模式通过开发庞大的国内市场,能有效改变他国国内偏好结构,在他国国内塑造强大的经济集团支持双方的经济联系,更好地实现自身的战略利益。国内市场开发为崛起时期的美国提供了更广阔的回旋余地,也为其全球市场开拓奠定了基础。

六 比较历史视角下的中国“一带一路”

以上4种类型的大国市场开拓模式为我们审视今天中国的“一带一路”提供了借鉴。在此,我们首先需要回答:当前中国的市场开拓更靠近哪种模式?事实上,无论是日本模式、德国模式还是英国模式,都可以在中国的市场开拓进程中找到影子。长期过度依靠美国市场让中国的市场开拓接近“日本模式”;中国迅速崛起,其海外利益诉求不断增加也让中国同时面临“德国模式”的风险;中国对边缘市场的开拓也存在陷入“英国模式”的可能性。

改革开放后的很长一段时期,中国的市场开拓接近日本“依赖霸权国家的市场开拓模式”。这一模式的形成离不开国际环境的变迁以及中美关系的改善。从1972年美国尼克松访华到1979年中美两国建交,中美关系的改善为中国的改革开放提供了重要的外部环境。随着中美关系的改善,中国日益融入世界贸易体系。中国经济和日本一样,融入美国主导的国际市场,同时也严重依赖美国国内市场,不断增长的贸易不平衡与美国经常项目上的逆差一直让中美两国贸易摩擦不断。美国经济分析局(U.S. Bureau of Economic Analysis)数据显示:2015年,中美双边货物贸易总额为6011.88亿美元,其中,美国从中国进口4843.71亿美元,美国向中国出口1168.17亿美元,美国对中国货物贸易逆差3675.54亿美元,占美国货物贸易逆差总额的48.41%。中国经济对美国的依赖为中国带来发展机遇的同时,也让中国市场开拓的脆弱性和风险性增强。

郑永年指出,改革开放以来,中国与西方资本主义国家的关系可以分为三个阶段:第一个阶段是“引进来”,第二个阶段是“接轨”,第三个阶段是“走出去”。当中国经济迅速成长,产业逐步升级,逐渐“走出去”的时候,引发的问题就开始凸显。“中国的经济影响力已经很快走出亚洲,开始走向非洲、拉丁美洲、中东,甚至是全球资本主义大本营的美国和欧洲。对西方国家尤其是美国来说,中国影响力的崛起,无论是通过何种方式崛起,无疑是一种新的挑战。”^①而且,由于中国的产业升级伴随大量对美出

^① 郑永年划分了中国经济与世界资本主义国家关系的三个阶段:“引进来”“接轨”与“走出去”,同时指出了“走出去”阶段可能遇到的挑战。参见郑永年:《中国与全球资本主义:冲突、合作与和平发展》,载《国际政治研究》,2007年第1期,第1—8页。

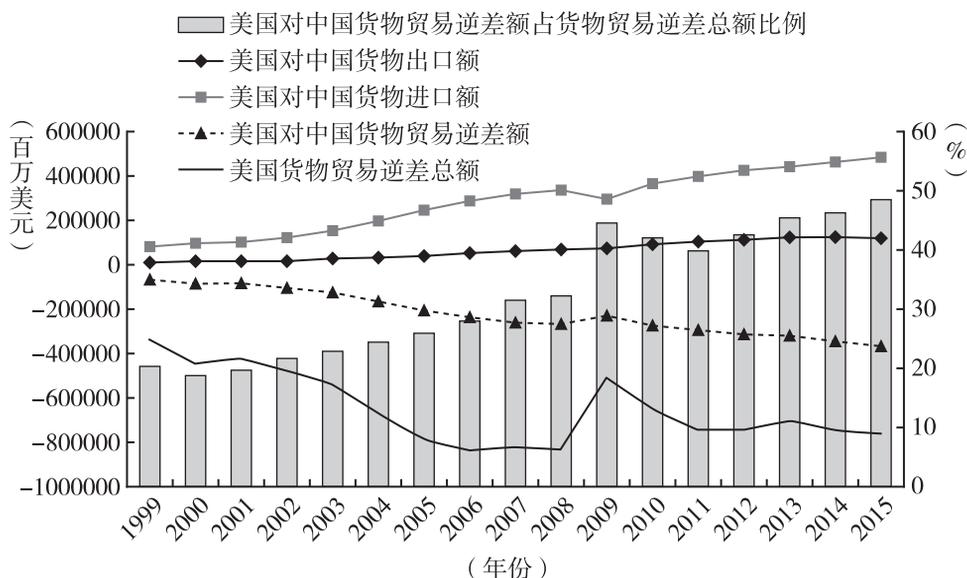


图2 1999—2015年美国对中国货物贸易额变化示意图

资料来源:U.S. Bureau of Economic Analysis, <http://www.bea.gov/>, 登录时间:2016年3月25日。

口,受到冲击的美国产业界对中国的态度日益转变。例如,2011年中国资深外交官吴建民在接受香港《文汇报》专访时谈到:“美国中期选举期间出现了29个针对中国的电视广告,说明有人有意识地将矛头引向中国,这是第一次;在中美出现摩擦时,过去美国企业界会站出来为中国讲话,现在美国企业界却保持沉默,这也是第一次。”^①美国民众及企业家对中国的态度在发生转变,这在很大程度上也因为中国严重依赖美国的市场开拓模式,劳动密集型的产业出口冲击了美国的劳工,不断升级的中国新兴产业开始对美国资方构成挑战,美国国内集团的对华情绪开始转变。

中国的市场开拓模式既包含了“日本模式”的要素,在美国方面看来,也可能倒向“德国模式”。随着中国的经济增长,中国海外利益诉求日益增多,中国海军建设成绩斐然,西方大国尤其是美国日益担心中国市场开拓走向“德国模式”。美国总统奥巴马在2011年11月的亚太经济合作组织峰会上提出美国重返亚太战略。2012年6月,美国国防部部长提出了亚太再平衡战略,指出美国将在2020年前向亚太地区转移一批海军战舰,届时60%的美国战舰将部署在太平洋。

^① 张建华、杨帆、葛冲:《欧美日疑华,三个“第一次”前所未见:中国外交临密集挑战》,载《文汇报》(香港),2011年1月10日。

如前所述,德日两国的市场开拓模式均伴随严重的问题。主动型的德国市场开拓模式是危险的,它不仅对霸权国英国的军事安全带来了冲击,还对英国国内的产业利益构成了冲击,引发了英国国内强大的反德势力的成长。德国与英国的经济竞争最终走向军事竞争,以致引发第一次世界大战,并打断了德国的市场开拓进程。被动型的日本市场开拓模式是脆弱的,尤其在于它对霸权国美国的经济产生了冲击,激起了美国国内强大的反日力量,日本与美国的经济竞争最终让美国选择限制日本产品进入美国市场,妨碍了日本的市场开拓之路。

如果说日本与德国的市场开拓模式是我们过去形成的、现在需要避免的问题,那么英国的市场开拓模式则是我们现在可能出现的、将来需要防止的问题。产能过剩是当下困扰中国产业结构调整和经济运行的突出矛盾。当前中国传统的钢铁、有色金属、建材、化工等行业已出现产能过剩,并且过剩状况逐渐向光伏、风电等新兴产业拓展。随着“一带一路”战略的提出,学界和产业界不少人寄希望于向外转移产能,利用产能输出化解产能过剩的矛盾。然而,如果“一带一路”战略仅把目光停留在解决产能过剩,那么中国的市场开拓模式可能会陷入“英国模式”。

从周边国家来看,近年来,印度尼西亚等国日益形成经济民族主义的浪潮,其中一部分矛头就指向中国商品和中国企业。从更远的拉美国家和地区来看,有关拉美“去工业化”趋势的讨论日益增多。在1985年,制造业部门就业占拉美就业总额的25.5%;到2006年,这一比重下降到21.6%。^①有学者研究指出,随着中国出口拉美国家的工业产品的竞争力不断提高,大量中国产品的涌入是导致拉美出现“去工业化”的诱因之一。^②更有甚者,拉美某些媒体报道经常出现关于中国的负面词汇。^③

历史事实表明,从19世纪末开始,英国很难避免其经济陷入长期的相对衰退,因为大英帝国没有稳固的国内市场,它既无法有效地化解全球经济下行的压力,也无法用国内市场作为对外战略工具来迫使其他国家开放国内市场。尤其是英国向边缘国家输出商品的做法忽视了这些国家的国内偏好结构,损害了这些国家的产业利益,使得这些国家国内形成经济集团以抵制和削弱英国的海外市场开拓。如果中国的“一带一路”战略在输出商品的同时不给予他国国内偏好结构足够的重视,那么将可能在相关国家的国内塑造类似的反对团体。况且,当面临他国国内经济集团抵制的时候,

① David Brady, Yunus Kaya and Gary Gereffi, “Stagnating Industrial Employment in Latin America,” *Work and Occupations*, Vol.38, No.2, 2011, p.180.

② Kevin Gallagher and Roberto Porzecanski, *The Dragon in the Room: China and the Future of Latin American Industrialization*, Stanford: Stanford University Press, 2010, pp.39-56.

③ 江时学:《中国与拉美关系:是处困难期,还是最佳期?》,载《当代世界》,2016年第1期,第10页。

中国缺乏英国可以采用的对外政策工具。因为当时英国对一部分殖民地还存在直接控制,但是直接殖民等手段在当前的世界政治中已不是一个可供选择的方案。因此,当前采纳英国式的市场开拓模式可能遭遇的摇摆性会更为显著。

那么摆在面前的选择只剩下市场开拓的“美国模式”,而这一模式恰恰为中国未来的市场开拓提供了有效的借鉴。这一模式具有两个显著的优势:首先,随着全球化的日益深入,国家日益卷入世界经济,庞大的国内市场成为化解国际竞争压力和抗拒全球经济风险的强大基础。在面对全球经济波动、国际市场争夺压力增大的时候,美国仍可以依靠开发国内市场来推动技术进步、产业升级与经济增长。其次,庞大的国内市场作为对外经济战略的重要筹码,凭借其庞大的国内市场,美国可以通过操纵国内市场准入,在国际市场开拓的过程中与他国互换市场,成为撬动他国国内经济集团的杠杆。这样的对外经济战略工具则是德国、日本与英国都不具备的。

事实上,不是所有的国家在市场开拓的过程中都可以采纳美国模式。戴维·莱克(David Lake)指出,英国和美国霸权的一个显著差异就是美国有着庞大的国内市场。^① 这样一个庞大国内市场的先天优势是英国所不具备的。众所周知,从有争议的霸权荷兰到中等规模的英国,直至市场广阔的美国,世界政治经济霸权国家的国内市场体量不断上升。与此同时,世界制造业从纺织业逐步过渡到钢铁业、汽车制造业再到远程宽体客机等高端制造业,世界制造业规模也越来越大,这意味着大国的政治经济竞争对国内市场容量的要求越来越高。随着越来越多的国家参与到全球化时代的国际竞争,越来越多的国家受制于全球市场波动,庞大的国内市场所发挥的作用就会越来越大。当一国拥有一个庞大的国内市场时,它平衡国际市场波动、化解全球经济风险与撬动他国市场的回旋余地就会越来越大。

同时,不是具备庞大国内市场潜力的国家就能拥有庞大市场,从美国的经验来看,庞大的市场不仅仅需要广袤的土地和丰裕的人口,还需要购买力进行支撑,从而消化掉年复一年出现的巨大的产能。^② 因此,对外经济战略需要稳固的国内基础。因此,中国“一带一路”战略的基础在国内市场,而国内市场的形成需要有效的开发,优先开发国内市场是中国“一带一路”战略成功的重要基石。

(截稿:2016年4月 责任编辑:主父笑飞)

^① David Lake, “British and American Hegemony Compared: Lessons for the Current Era of Decline,” in Michael Fry, ed., *History, the White House and the Kremlin: Statesmen as Historians*, New York: Pinter Publishers, 1991, pp.106-122.

^② Allyn Young, “Increasing Returns and Economic Progress,” *The Economic Journal*, Vol.38, No.152, 1928, p.532.