Doi:10. 11835/j. issn. 1008-5831. jg. 2020. 09. 001

欢迎按以下格式引用:刘志彪,凌永辉. 中国经济:从客场到主场的全球化发展新格局[J]. 重庆大学学报(社会科学版),2020(6):1-9. Doi:10. 11835/j. issn. 1008-5831. jg. 2020. 09. 001.

Citation Format: LIU Zhibiao, LING Yonghui. From away market to home market: A new pattern of China's economic globalization[J]. Journal of Chongqing University (Social Science Edition),2020(6):1-9. Doi:10. 11835/j. issn. 1008-5831. jg. 2020. 09. 001.

中国经济:从客场到主场的全球化发展新格局

刘志彪,凌永辉

(南京大学 长江产业经济研究院,江苏 南京 210093)

摘要:面对日益复杂的国际经济形势,中国亟需从过去那种瞄准国外市场进行出口导向的客场经济全球化,转向基于内需的主场经济全球化,即在扩大内需条件下更好地联通国内市场和国际市场,以国内市场的发展和壮大来促进和带动国内企业参与国内国际市场双循环。中国进行主场经济全球化的关键在于把内需作为战略基点,增加高级生产要素投入,把全球价值链转化为具有促进产业升级功能的全球创新链。这需要以动态比较优势理论为指导、以国内价值链为依托、以现代化产业集群为载体、以"互联网+"数字经济为契机、以"一带一路"建设为纽带等多方面协同推进。其中,最为重要的基础和前提是加快形成统一、开放、竞争、有序的国内统一大市场,其具体政策取向包括坚决激活和维护市场主体活力、搭建扩大内需的经济平台、更加重视和强调对内开放等。

关键词:内需;双循环;主场;客场;经济全球化;"双循环"新发展格局

中图分类号:F740; F062. 9;F124 **文献标志码**:A **文章编号**:1008-5831(2020)06-0001-09

构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局命题的提出①,标志着中国经济全球化战略出现了重大转变:以前,在经济全球化深入发展的外部环境下,市场和资源"两头在外"对我国快速发展发挥了重要作用;当前,在保护主义上升、世界经济低迷、全球市场萎缩的外部环境下,我国必须充分发挥国内的超大规模市场优势,通过繁荣国内经济、畅通国内大循环为我国经济发展增添动力,带动世界经济复苏。

目前学界对"双循环新发展格局"的内涵提出了一些理解和看法,其中有些认识存在一定的甚

修回日期:2020-08-30

作者简介:刘志彪(1959—),男,江苏丹阳人,南京大学长江产业经济研究院院长,教育部长江学者特聘教授,主要从事中国产业经济与长三角地区发展研究,Email:zbliu@ nju. edu. cn;凌永辉(1989—),男,安徽歙县人,南京大学长江产业经济研究院助理研究员,经济学博士,主要从事产业经济与全球价值链研究,Email:lingyonghui@ nju. edu. cn。

①参见《人民日报》2020 年 7 月 31 日第 01 版,http://paper. people. com. cn/rmrb/html/2020- 07/31/nw. D110000renmrb_20200731_1-01. htm。

至严重的偏差。一种较为典型的误解,是认为中国将要把在国际市场上消化不掉的过剩产能,被迫转移到国内销售,自此开始不依赖国外市场,实行闭关自守政策,重走自我循环的老路。习近平总书记为此多次强调,中国开放的大门不会关闭,只会越开越大。以国内大循环为主体,绝不是关起门来封闭运行,而是通过发挥内需潜力,使国内市场和国际市场更好联通,更好利用国际国内两个市场、两种资源,实现更加强劲、可持续的发展。习总书记上述的论述,从理论上清晰地阐述了以下问题:一是过去的经济全球化是“两头在外”利用西方国家的市场;二是在逆全球化浪潮和疫情冲击的背景下,中国要高举经济全球化大旗,就必须开发和利用我们的内需市场;三是以国内大循环为主体,是为了用内需来更好地联通国内市场和国际市场,更好地利用两个市场和两种资源,而绝不是为了关起门来封闭运行;四是中国发挥内需潜力不仅可以为我国经济发展增添动力,而且可以带动世界经济复苏。

综上,我们可以清晰地看到,在当前及未来较长一段时期内,中国经济将沿着从客场经济全球化到主场经济全球化的路径进行深度调整。为此,本文重点分析以下问题:中国经济从客场到主场进行全球化战略调整的背景是什么?主场经济全球化的基本内容和实现机制是什么?中国尽快启动主场经济全球化有何政策取向?对这些问题的科学回答,有助于我们更好地认识和把握“双循环新发展格局”的形成路径,进而加快推动中国经济实现高质量的创新发展。

一、从客场到主场:中国全球化战略调整的背景

众所周知,中国过去以瞄准国外市场进行出口导向的经济全球化战略,在改革开放 40 多年中取得了巨大的成功。这一战略有一个非常重要的特点,就是它利用的是西方国家的市场,技术、设备甚至原材料等也从国外取得,产成品再销售到国外市场。也可以简单地说,这一全球化战略的实施,是在客场进行的。这种客场经济全球化为什么能取得巨大的成功?内在的原因还是因为我国在生产要素方面存在着巨大的比较优势,嵌入全球价值链后进行全球竞争,拥有其他国家难以比拟的巨大的竞争优势。特别是在发达国家跨国公司的主导下,生产环节按照比较优势理论进行全球布局,形成了从研发设计、原材料供应、零配件生产、深度组装最终品到市场销售的纵向价值链分工。这种价值链分工模式为改革开放后的中国经济参与国际经济大循环提供了有利契机,并且将廉价劳动力禀赋等比较优势转化为出口竞争优势[1],最终在出口的拉动下实现了经济高速增长。

更深入地考察中国企业的全球价值链嵌入方式,可以发现,在改革开放初期,中国企业主要是通过争取跨国公司发包订单的方式直接嵌入全球价值链,而在中国加入世界贸易组织(WTO)之后,中国企业往往先加入地方制造业集群,集群再抱团嵌入全球价值链[2]。在前一种方式下,国内企业主要集中在资源品初级加工和深加工行业、纺织和服装等劳动密集型行业等,重点依赖西方发达国家的国际市场实现一定的工艺升级和产品升级;在后一种方式下,集群内的企业容易形成较为发达的生产和技术网络,且依托公共机构提供的平台式服务和企业集体行动,能够在一定程度上增加本土企业在国家大买家面前的讨价还价能力。

从中可以清楚地看到,在出口导向的经济全球化战略下,中国经济主要是在生产组装等低附加值环节进行国际代工,而研发设计、品牌营销等高附加值环节被发达国家牢牢控制。这种在客场进行的经济全球化虽然毫无疑问地促进了中国本土企业的生产效率提升,但这些本土企业无论是沿着生产者驱动型全球价值链,还是沿着购买者驱动型全球价值链,都难以实现真正的转型升级。换

句话说,中国企业被锁定在了全球价值链的中低端环节。特别是在2008年世界金融危机之后,越来越发现客场经济全球化,(从大国发展的角度看)是一种不可持续发展的战略。它的主要问题,一是过于依赖西方国家的市场,对自身发展资源利用不足,尤其是不能有效地用好自己逐步成长的市场容量这一重要的竞争优势;二是长期为别人进行国际代工,不仅难以在竞争中培育出自主品牌和技术并取得高附加值,而且容易在复杂多变的国际环境中遭遇某些国家的抵制,或被别人掌握主动而丧失发展的自主性;三是中国自身的比较优势也在发生变化,随着发展水平的提升,廉价要素不再是国家竞争优势,逐步形成的超大规模市场才是真正的优势;四是可以利用中国庞大的内需,作为拉动中国继续成长的内生动力机制,也可以为世界经济成长作出中国该有的贡献。

然而,过去的经济全球化为什么没有在自己的主场进行?这是因为国内市场发育不足或不良,既无法消化日益增长的供给能力,也无法引导或决定资源配置。由于人均收入低、消费能力差,如果企业仅仅瞄准国内市场,就没有办法实现销售以实现扩大再生产。经济转轨中虽然我国居民收入水平有了迅猛的增长,但是由于国内市场分割或市场主体的信用不足,企业发现国内市场往往是看起来较大,而实际可利用的规模和效能并不大,即使能高成本地实现销售,也经常长期被拖欠甚至收不回货款,此时企业就更愿意选择出口销售。换言之,在国内需求和供给"双弱"的情形下,中国本土企业要参与国际生产和贸易,那么进行在客场的经济全球化就是必然选择[3]。

然而,近年来的国内国外经济环境发生了深刻变化,使得国内企业进行主场经济全球化既紧迫必要,也切实可行。一方面,从国外经济环境变化看,由于国际金融危机使西方发达国家提供市场的能力日益衰退,现有逆全球化趋势已经无法容忍中国这种超级产能的提供者,而且这些发达国家特别是美国对于经济服务化和金融化的一些基本立场也正在转变,希望通过制造业回归复兴、制造业出口倍增计划等"再工业化"手段,谋求全球价值链"高端回流"。另一方面,从国内经济环境变化看,作为中国过去主要的比较优势,劳动力及其他要素的偏低价格正在补涨,使一些标准化的、同质性较强的中间品很容易被成本更低的国外中间品供应商所替代,导致全球价值链"中低端分流"。在这种双重压力下,中国"基于本国低端生产要素充分利用别国市场"的经济全球化战略难以为继,必须转到"利用本国的市场用足国外的高级生产要素"的主场经济全球化战略。

二、主场全球化:基本内容与实现机制

中国实施主场经济全球化战略的关键,在于利用内需更好地联通国内市场和国际市场,通过增加对产业部门高级生产要素的投入,增加知识资本、人力资本、技术资本密集的高级生产者服务的投入,把全球价值链转化为具有促进产业升级功能的全球创新链。简单来说,主场经济全球化就是要利用内需对全球开放中国市场,让中国市场成为全球开放市场,成为包含在全球市场内的一个有机组成部分。

实际上,世界市场或全球市场不是一个地理学概念,不是用区域来划分的,而是一个开放与否的概念:如果一个市场只对本国开放,就是国内市场,如果对全球各国开放,就是全球市场。这样,当中国市场也成为全球市场之后,一是内需就成为实现全球化战略转型的工具、资源和手段;二是中国新一轮的全球化将在自己国家的主场进行,内需市场开放是更大的对外开放;三是可以利用内需来促外需,即一方面用内需虹吸全球先进生产要素为我所用,发展创新经济和进行产业升级,另一方面依托于庞大的内需,实现规模经济和差异化的优势,鼓励中国企业走出去、走上去和走进去。

由此可见,在主场经济全球化中,内需是最重要的战略基点,高级生产要素投入是不可或缺的必要条件,从全球价值链到全球创新链的转化是努力实现的战略目标。

首先,从内需来看,经济新常态以来出现了稳步增长,但内需不足的问题仍然困扰着中国经济的可持续发展。按照需求主体的视角,内需反映了国内市场主体的有效需求,即来自国内的对商品和服务的需求,直接体现为国内市场主体的国内消费、国内投资以及进口需求。在国家统计局的统计口径下,内需就等于消费项加上投资项②,总需求等于消费项、投资项、出口项之和,因而内需率就是内需与总需求之比。按此公式计算,中国的内需率在 1978—1991 年间的均值约为 91.4%,在 1992—2000 年间的均值约为 84.2%,在 2001—2008 年间的均值约为 76.7%,在 2009—2018 年间的均值约为 81.6%。显然,在改革开放初期,中国的内需占比是比较高的,在加入 WTO 前后一段时期内则处在较低水平,2008 年国际金融危机后开始出现稳步回升,这反映了中国经济增长的主要驱动力由外转内的变化趋势。不过,进一步详细剖解中国经济的内需结构,就可以看到内需仍然不足的结构性短板。这主要表现为,一是消费需求远小于投资需求,二者之比常年维持在 6∶4左右,而根据发达国家和中等收入国家的发展经验,消费率一般维持在 80%左右,投资率则在 15%至 20%之间[4];二是消费需求结构内部的不平衡,包括居民消费水平显著偏低、居民消费中的城乡差异较大、居民消费需求的层次不高等方面。因此,无论从短期还是从中长期来看,扩大内需是中国实施主场经济全球化战略的基本立足点。

其次,从高级生产要素投入来看,主场经济全球化就是要发挥巨大内需的虹吸效应,吸引国内外的创新要素在国内市场形成集聚,发展创新驱动型经济。众所周知,在过去的客场经济全球化格局中,中国经济是以低端要素加入全球价值链,接收处于价值链高端的发达国家跨国公司的发包,在全球价值链底部利润最薄弱的环节进行国际代工。这充分显示了中国过去对低端生产要素拥有的比较优势。然而,随着土地供给日趋紧张、资源环境约束持续加大、企业生产要素成本不断上涨,这种低端产业的比较优势正在逐步丧失。因此,实施主场经济全球化战略其实是为了适应这种前提条件的根本性变化而必须作出的重大调整,从利用低端要素比较优势转向利用大规模的国内市场竞争优势。在这一过程中,需要更多地基于内需来争取国内外高级的创新要素,提高对创新要素的全球配置能力。譬如,利用内需市场的规模效应,培育中国的巨型跨国公司,促使其发展为全球价值链的“链主”,形成以出口产品差异化和低成本竞争优势为特征的全球性垄断竞争格局。实际上,就主场经济全球化所依据的产业内容而言,中国不仅要依靠创新要素促使制造业崛起,要成为世界先进的制造大国,也要使现代生产性服务业崛起尤其是知识、技术和人力资本密集的高级生产性服务业的崛起,促进先进制造业与生产性服务业形成产业互动[5],加快建设以先进制造业和服务业为主导的现代产业体系。

再次,从全球价值链到全球创新链的转化来看,主场经济全球化是要在更高水平的对外开放中加速实现中国本土产业的转型升级。全球创新链是指企业在全球范围内搜索可利用的知识资源、关注资源使用权并且具备高度开放性的价值网络创新模式。这种创新模式具有典型的市场需求导向,强调价值创造和价值增值;同时,它也拥有多个创新主体,强调对各种各样创新资源的高效整

②由于国家统计局的指标解释指出,最终消费支出指“常住单位从本国经济领土和国外购买的货物和服务的支出”,因而支出法 GDP 中的消费需求实际上已包括进口需求。

合[6]。更为重要的是,全球创新链体现了“创新环节全球分工、创新资源全球配置、创新能力全球协调、创新核心自主可控”等特征,因而国内企业积极主动地参与全球创新链,就意味着中国本土产业从全球价值链底部向处于两个高端的经济活动进行攀升,即向研发、设计和网络、营销、品牌、市场等“非实体性活动”等实现转型升级。不过,需要指出的是,在从全球价值链转向全球创新链过程中,构建本土企业主导的国内价值链显得尤为关键。从概念来讲,国内价值链是基于国内市场的有效需求发育而成,由本土企业掌握价值链的核心环节,且在国内市场获得自主研发创新能力以及品牌和销售终端渠道的价值链高端竞争力,为进一步在区域或全球市场巩固和优化价值链分工体系奠定了基础。随着国内价值链的发展和成熟,国内本土企业可以实现从供应商角色到发包商角色的转换,以及从价值链中的“被俘获者”到价值链的治理者和控制者的转型,并最终实现从全球价值链到全球创新链的转化。毫无疑问,全球价值链是全球创新链的基础和起点,而后者是前者的战略目标,因而从全球价值链转向全球创新链,也是“中国制造”向“中国创造”的转变。

最后,必须进一步强调指出,基于内需市场进行主场的经济全球化,并不是要鼓吹“闭关锁国”,而是要建立“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。这种双循环的新发展格局,显然不是不要国外市场,更不是要封闭起来搞自我经济循环,而是要让国内市场在资源配置和经济成长中起决定性作用,改变中国参与国际产业竞争的形式、方式和途径,不仅要以国内大市场体系循环代替“两头在外、大进大出”的单循环格局,而且要让国内市场与国际市场链接起来,以国内市场发展和壮大促进和带动国内企业参与国际市场循环。为此,本文将主场经济全球化的实现机制概括为以下几个方面。

第一,以动态比较优势理论为指导,推进本土企业实现市场和技术的双重追赶。中国经济过去以廉价的生产要素参与全球产业分工,是与静态比较优势理论相一致的。然而,静态比较优势无法解释为什么一个国家或地区在某些特定产品上拥有技术优势,因而不适用于指导中国在赶超战略下实现市场和技术的双重追赶目标。相反,动态比较优势理论强调大国经济国内市场对内生创新的引致作用,而大国经济具有规模性、内源性、多元性等特征,这意味着本土企业可以更容易地利用国内市场获得专业化分工、规模经济以及范围经济等创新前提,如果某种特定产品的创新一旦成功,就能在全球产品市场形成竞争优势,从而实现市场和技术的双重追赶。尤其是对于一些作为产业基础的关键部门(如半导体的加工设备、电子产业的高档芯片等),是我国产业链体系中明显的短板,同时也是静态比较优势理论下缺乏竞争力的部门,但这些部门的重要性却是不言而喻的,因而必须以动态比较优势理论为指导进行“扬长补短”。

第二,以国内价值链为依托,培育本土的“链主”企业和“隐形冠军”企业。国内价值链不仅是从全球价值链向全球创新链升级过程中的重要过渡阶段,而且在国内价值链中的地理临近效应(既包括地理空间邻近,也包括文化习俗邻近)也使得本土企业与消费者需求的联系更为紧密,进而更容易获取领先用户、细分市场等需求信息。这样一来,一部分企业就可以通过掌握领先用户获得先行者优势,且最有可能成为该行业规则的制定者,有利于实现从供应商角色到发包商角色的转换,以及从全球价值链中的“被俘获者”到国内价值链的治理者和控制者的转型,同时也有一部分企业可以通过抓住细分市场的商业机会迅速填补市场缝隙,并在这些细分市场上精益求精,最终成为行业中的“隐形冠军”企业。显然,这些“链主”企业和“隐性冠军”企业是实现全球创新链重要的微观主体。

第三,以现代化产业集群为载体,实现产业链与创新链的融合发展。在近期的疫情冲击下,全球产业链的纵向分工或将趋于缩短,进而导致跨国技术溢出减缓、贸易一体化规模收缩,但在横向分工上或将趋于区域化集聚,这反映了原先分布在不同国家、不同企业的生产工序和环节,将回缩到具有一定规模的国家内或若干邻近国家组成的区域内,形成产业集群式发展。这为我国推动在主场进行经济全球化提供了重要机遇,因为在这种内向化的演变趋势下,产业集群与国内市场需求的产业联系大大得到改善。实际上,产业集群是市场经济在一定时空范围内自然演化的结果,但政府可以在产业集群初步成型之后有意加以培育,尤其是发挥我国的新型举国体制优势,围绕重点产业链布局若干产业集群与国家创新体系形成对接,使之成为实现产业链与创新链融合发展的最重要的空间载体。

第四,以“互联网+”数字经济为契机,促进存量优化和增量创新相结合的产业结构调整。“互联网+”数字经济的本质在于互联网与国民经济中各产业部门的嵌套、融合,重塑整个产业链上下游生态。一方面,用数字经济改造传统产业,延长产业生命周期,优化经济存量;另一方面,基于数字经济发展物联网、云计算、社会计算、大数据、人工智能等新兴产业,创新经济增量,从而促进产业结构调整和升级。譬如,自 2015 年以来,我国先后共有近 100 个城市设立了跨境电子商务综合试验区,试验区利用“互联网+”搭建了线上“单一窗口”和线下“综合园区”平台,不仅使政府部门间可以实现信息互换、监管互认、执法互助,而且也有利于汇聚物流、金融等配套设施和服务,进而为跨境电子商务打造完整产业链和生态圈。跨境电子商务为推动经济一体化和全球化提供了技术基础,极大地拓宽了本土企业进入国际市场的途径。

第五,以“一带一路”建设为纽带,塑造以中国制造、中国创造为关键技术谱系的国际生产体系。在全球产业链出现一定程度松动的情况下,“一带一路”建设将面临新的任务和重要合作机遇,不仅要继续深化国际产能合作,而且更要在此基础上将其与国内价值链相互衔接,在沿线国家积极引入国内价值链上本土龙头企业的品牌和标准,塑造以中国制造、中国创造为主的国际生产体系。在经济全球化横向分工的区域化集聚趋势中,中国应以更加开放的理念和态度,基于“一带一路”建设加快布局这种“以我为主”的区域产业链体系,这是推动主场经济全球化的一种有效路径选择。譬如,在当前疫情仍然严峻的形势下,可以把抗击疫情与新基建相结合,为沿线国家提供抗疫经验、必要的医疗服务和物资,在网络信息技术和医疗健康等基础设施领域提供援助和加强合作,这是应对中国主导的全球产业链松动的具体办法之一。

三、中国启动主场全球化的政策取向

实施在国内主场展开的经济全球化战略,其基本前提是假设国内形成了强大的内需或超级市场规模优势,且这个市场可以给全球的资源和要素提供更多的发展机会。我国新的战略资源观,也要由过去要素的性价比高的比较优势,转向现在的国内强大市场优势。未来国内强大市场甚至可能是我国的绝对优势,是国家产业安全的保障和竞争力的来源。从党的十八大、十八届三中全会到十九大报告,都提出要建设统一开放、竞争有序的市场体系,让内需规模名列世界前茅的要求。但一个不能否认的事实是,我国还没有真正建成国内统一大市场,行政区经济、市场信用度不足、行政垄断以及对内开放不足等,是目前中国市场发育中迫切需要解决的重要问题,它们会给双循环的企业造成很高的交易成本,阻碍通过内需支撑形成全球产业链集群。这需要进一步坚持市场取向改

革,尤其是要大力推进要素市场化改革。近期,《中共中央国务院关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》提出要重点突破要素市场的改革难题。这就意味着要素市场改革是中国统一市场形成的难题也是突破口和关键环节,从而成为实现中国经济全球化发展战略重大调整的基础。如果无法实现这种由客场市场利用向主场市场利用的转型,那么我国就仍然要把经济转型升级和进一步发展的希望,寄托在西方国家及其市场上,这是根本无法完成的任务。因此,建成统一、开放、竞争、有序的市场体系,就成为形成国内市场为主体、双循环新发展格局的前提和基础。

基于上述分析,我们提出中国启动主场经济全球化的政策取向,主要包括以下几个方面。

一是从供给视角看,要坚决刺激和维护市场主体活力,创造主场经济全球化的内生动力。市场主体是市场经济体制的微观基础,具有决策独立性、地位平等性、目标趋利性、行为灵活性等最重要的特征。这些特征决定了市场经济配置资源的效率,是推动在主场进行经济全球化的基本保障。截至 2019 年,我国的市场主体数量达 1.23 亿户,其中企业 3 858 万户,个体工商户 8 261 万户,它们毫无疑问是国家经济活动的主要参与者、就业机会的主要提供者、技术进步的主要推动者。在当前的严峻国际形势和新冠疫情冲击下,市场主体的信心和活力尤其需要得到维护和激发,否则,不仅主场经济全球化缺乏动力,而且也会对国内经济社会稳定造成不利影响。当然,强调市场主体并不是不要政府,而是要求政府更好地发挥作用:一方面,政府对市场的干预要与其职能和能力相配合,使这种干预减少到最适当的限度;另一方面,适当的政府干预,也必须在法治国家的框架下进行,目的是为市场主体的发展创造有利的外部环境。显然,这是在新时代背景下的新型的政府和市场关系。近年来,浙江、湖南、江西、广西、辽宁等地正在积极探索的链长制,就在一定程度上体现了新型的政府和市场关系。简单来说,所谓链长制,其实就是由政府牵头负责、以市场机制为基础的产业链管理制度。在实施链长制的条件下,处于高层次的链长可以设法搭建交流平台,如创设产业教授、论坛等制度;要求政府投入的大学、研究机构的实验室,要制度化地对产业界开放;以及可以让产业界收购兼并应用型研究所,等等。

二是从需求视角看,要搭建扩大内需的经济平台,以此虹吸全球创新资源。这些平台主要有:(1)制造业平台。强大的制造业是现代科技的受体和载体,中国在相当长的时期中将需要进一步发挥现代制造业的增长功能。譬如,在专业化分工作用下,现代制造业部门的生产更加迂回化,进而通过产业关联产生规模更大、范围更广的中间需求。中国构建现代制造业平台将毫无疑问地成为扩大内需的主要先锋和主体力量。(2)城镇化平台。根据国际经验, 城镇化的前期主要是投资驱动。一旦完成了基础设施的基本投资,城镇化扩大内需的功能将转化为消费拉动。根据国家统计局数据,2019 年全国年末城镇人口比重仅为 60.6%,而户籍人口城镇化率更是只有 44.4%。这意味着中国目前至少存在 2 亿多人没有实现进城落户,再加上大量的农业转移人口需要解决进城落户问题,因而中国仍然有近一半的人口需要城镇化。因此,城镇化进程的加快,特别是新型城镇化的推进,将有利于扩大以消费需求主导的内需市场。(3)生产性服务平台。生产性服务业作为把高级技术、人力资本和智力资本引进商品生产过程的“飞轮”,普遍具有资金、技术要素密集型特征,是决定现代产业国际竞争力的主要投入因素。中国建设金融、商务、物流、设计、技术服务等各类生产性服务业,将直接吸收国内外高级要素。(4)居民消费平台。这是基于最终需求推进主场经济全球化的最重要的平台。通过进一步深化收入分配制度改革来扩大中等收入者比重,将国内需求潜力直接和间接地转化为国内需求优势。因为中等收入者群体是扩大国内有效需求、形成需求与供给相

契合的重要力量,而高收入阶层更多地消费奢侈品,低收入阶层以基本需求为主,后两者对扩内需的作用很有限。(5)国内价值链平台。国内价值链本身就是基于国内市场需求发育而成,它是由本国企业掌握产品价值链的核心环节,在本国市场获得品牌和销售终端渠道以及自主研发创新能力的产品链高端竞争力,然后进入区域或全球市场的价值链分工生产体系。这种分工体系重新整合了本土企业赖以生存和发展的产业链关联和循环系统,使国内市场形成较大规模的现代产业集聚,从而虹吸国内外的创新资源。

三是从开放视角看,要更加重视和强调对内开放,加快发展国内统一大市场。诚然,对外开放仍然是我国必须坚持的一项基本国策,2020年的《政府工作报告》也明确指出,"要坚定不移扩大对外开放,稳定产业链供应链,以开放促改革促发展",但与对外开放相比,当前对内开放更加凸显出紧迫性和重要性,而且进一步对内开放也是对外开放的前提和基础。一方面,就国民属性来讲,对内开放就是对本国国民开放,强调对本国国民放松、解除管制,将经济选择权公平地赋予居民和企业自身,以激发它们的生产性努力,进而到达提升生产效率和改善收入分配的目标,否则,无论是市场组织、个人还是社会机构都会缺少成长的空间,市场机制将很难在资源配置上逐步替代计划和行政机制,最终也就无法形成现实的可利用的超大规模市场。另一方面,就空间属性而言,对内开放就是推进区域经济一体化发展,并在此基础上相互开放。我国过去对内开放不足的一个典型表现就是地区间行政壁垒严重,各地区呈现出严重的市场非一体化格局,或称为"碎片化经济",这不仅妨碍了资源配置效率的提升,而且影响了地区间按现代产业链的要求进行分工协作的可能性。譬如,东部沿海的长三角地区,虽然是全国最发达的经济区域之一,但地区间的非一体化导致产业部门难以在市场竞争基础上形成科学合理的协同布局,盲目重复建设情况十分严重。当前大力推进长三角区域一体化高质量发展,其深层次的目的就在于促进地区间市场的相互融合,为全国统一市场的最终形成奠定坚实基础。

四、结论与展望

本文的主要研究结论是:第一,中国从过去的客场经济全球化转向主场经济全球化,即基于内需实施深度全球化战略,这是在面对国外逆全球化潮流和国内比较优势动态变化下的主动调整。第二,内需是主场经济全球化最重要的战略基点,高级生产要素投入是不可或缺的必要条件,从全球价值链到全球创新链的转化是主场经济全球化的战略目标。第三,主场经济全球化的最终实现,需要尽快形成以动态比较优势理论为指导、以国内价值链为依托、以现代化产业集群为载体、以"互联网+"数字经济为契机、以"一带一路"建设为纽带的协同推进机制。第四,中国启动主场经济全球化也需要国家政策保障,包括在供给层面坚决保护市场主体活力,创造主场经济全球化的内生动力;在需求层面搭建扩大内需的经济平台,以此虹吸全球创新资源;在开放层面更加重视和强调对内开放,加快发展国内统一大市场。

推进在主场进行的经济全球化,具有十分重要的战略意义:其一,它有助于促成将我国处于分割状态的"行政区经济"聚合为开放型区域经济,把区域分散狭窄的市场聚变为国内统一强大规模市场;其二,从利用别人市场转变为利用自己市场,从根本上转变了我国经济全球化的发展模式和机制,在发挥比较优势的同时实现产业发展的自主可控要求;其三,国内强大市场的形成,有利于我国虹吸全球先进创新要素。如果我国可以据此塑造一些吸收全球先进生产要素的平台,如全球性

宜居城市来广泛吸收先进的高技术人才,那将极大地推动创新经济格局形成,从而有利于实现产业链向中高端攀升和经济高质量发展。因此,主场经济全球化的战略构想理应成为我国“十四五”规划制定中的重要参考依据,必须给予高度的重视和认真的研究。本文所做的工作是从经济学理论视角对中国启动主场经济全球化的背景、基本内容、实现机制以及政策取向进行了重点探讨,具有一定的启发性价值。未来的研究任务可以侧重从实证方面进行深入展开,有助于加深对主场经济全球化的认识和理解。

参考文献:

[1]刘志彪, 张杰.我国本土制造业企业出口决定因素的实证分析[J].经济研究,2009(8):99-112,159.

[2]刘志彪,吴福象.“一带一路”倡议下全球价值链的双重嵌入[J].中国社会科学,2018(8):17-32.

[3]凌永辉,刘志彪.内需主导型全球价值链的概念、特征与政策启示[J].经济学家,2020(6):26-34.

[4]丁学东.关于扩大内需的几点思考[J].管理世界,2009(12):1-6.

[5]凌永辉,张月友,沈凯玲.中国的产业互动发展被低估了吗?[J].数量经济技术经济研究,2018,35(1):23-41.

[6]杨忠,李嘉,巫强.创新链研究:内涵、效应及方向[J].南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学),2019,56(5):62-70,159.

From away market to home market: A new pattern of China's economic globalization

LIU Zhibiao, LING Yonghui

(*Yangtze Industrial Economic Institute*, *Nanjing University*, *Nanjing 210093*, *P. R. China*)

Abstract: Faced with the increasingly complex situation of global economy, China's pattern of economic globalization needs a drastic change in direction from focusing on away market to home market. The new pattern of economic globalization performs greater connectivity of domestic and foreign markets based on expanding domestic demand, and drives domestic enterprises to participate in the dual cycle of domestic and foreign markets with the development and growth of the domestic market. The key to China's economic globalization in home market is to use domestic demand as a strategic basis, increase the input of advanced production factors, and transform the global value chain into a global innovation chain that can promote industrial upgrading. This need coordinated work which includes the theory of dynamic comparative advantage as guidance, the domestic value chain as support, the modern industrial clusters as carriers, the Internet Plus digital economy as opportunities, and the Belt and Road Initiative as links. Moreover, the most important basis and precondition is to make the domestic market unified, open, competitive and orderly as soon as possible. Its specific policy directions are resolutely protecting the vitality of market entities, building economic platforms to expand domestic demand and paying more attention to opening up internally.

Key words: domestic demand; dual cycle; home market; away market; economic globalization; the “dual cycle” new development pattern

(责任编辑　傅旭东)