



鲁政委：疫情推高的出口份额会有持久性吗？



文/蒋冬英、鲁政委（兴业银行首席经济学家）



2020 年的新冠疫情冲击,出人意料地令我国出口占全球的份额突破了之前的“玻璃顶”而再创新高。2021 年上半年,我国出口继续超预期增长,出口份额继续稳步抬升。更为细致的观察显示,这种抬升具有国别和商品的普遍性:分经济体看,1-3 月我国出口份额在多数经济体均较去年同期抬升,抬升份额在 0-12 个百分点不等;分商品看,六成以上商品对美国出口市场份额均有所抬升,且抬升幅度前 100 名均匀分布在产品各类。

纵观疫情以来近两年的情况,表面上看起来,似乎主要是海外疫情反复构成了我国出口市场份额上升推动力量;但是,疫情冲击是突如其来的,疫情冲击对很多经济体影响都是相似的,在疫情迁延两年之后,中国因疫

情而致的出口优势仍未被撼动。事件塑造历史，事件偶然的背后，其实是我国的全产业链优势，是我国企业家在市场驱动下对各种机会敏锐的把握。

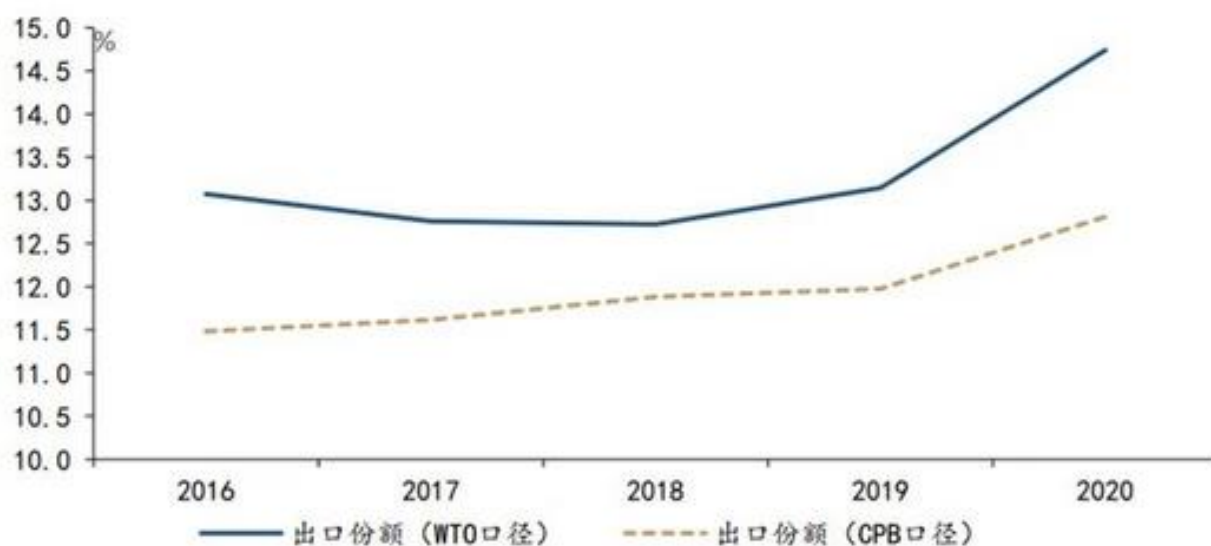
展望未来：一方面，全球生产继续修复但进程缓慢，我国出口份额将冲高有所回落，但不会退到疫情之前。欧美发达经济体、拉丁美洲、非洲及中亚等新兴经济体生产未及疫情前水平，同时我国生产远超疫情前水平，折射疫情前出口份额“顶”或为后疫情时期的出口份额“底”；另一方面，随着占全球市场份额较高的发达经济体生产修复，我国出口市场份额短期新高之上仍有顶。伴随发达经济体市场份额修复而新兴经济体市场份额下降，2021年下半年出口市场份额或较上半年有所收窄，但全年出口市场份额仍有望再创新高，全年出口增速有望维持在15%以上的水平。

受疫情影响，2020年我国出口市场份额录得有数据记录以来的最高值。进入到2021年，出口市场份额基本稳固，并未出现此前市场担忧的下降问题。在此，本文重点解析我国出口市场稳固之谜。

一、出口份额下降了吗？

2020年新冠疫情爆发以来，我国出口逆势上扬，出口占全球的份额录得有数据记录以来的最高值。在不同统计口径下，我国出口份额绝对水平不一但节奏一致，参见图表1。目前，市场较为关注的为WTO统计口径的出口份额。考虑到目前WTO公布的月度数据样本不全，可能会带来分析偏差，本文选用荷兰经济分析局（CPB）公布的全球出口样本数据进行观察。

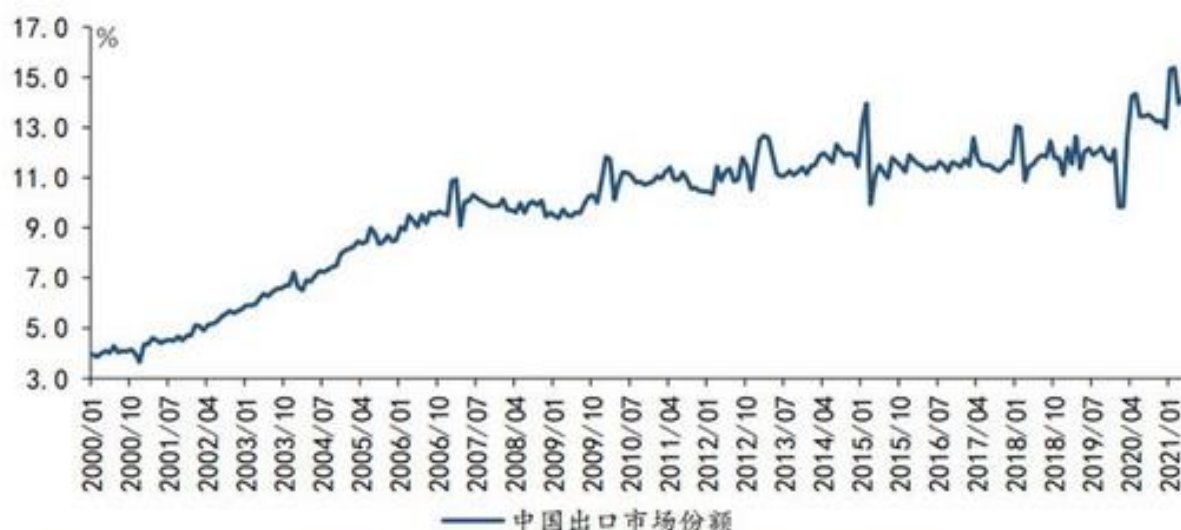
图表 1：中国出口市场份额（CPB口径与WTO口径）



资料来源：CPB、WIND、兴业研究

此前，市场普遍预期疫情推升的我国出口份额可能具有暂时性；伴随疫情对全球贸易的影响弱化，我国出口市场份额也将弱化。然而，荷兰经济研究局数据显示，2021 年市场份额不仅没有弱化，反而强于去年同期。具体表现在：疫情爆发以来的出口市场份额单月峰值出现在 2021 年 2 月，创下 15.4% 的历史记录；同时，2021 年 1-5 月出口市场份额稳定在 13.6 以上的水平，高于去年 12.8% 的均值，参见图表 2。

图表 2：中国出口占全球市场份额

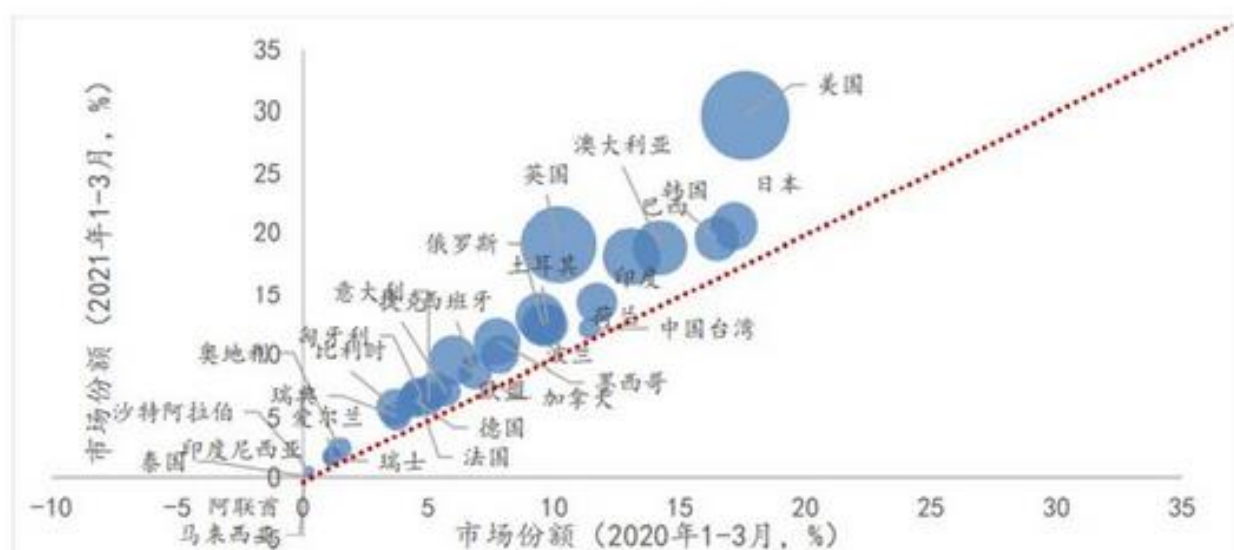


注：荷兰经济分析局公布的贸易数据与WTO公布贸易数据绝对值有差异，但走势基本一致。

资料来源：CPB、兴业研究

分出口目的地看，2021 年上半年市场份额的上升具有普遍性。数据观察显示，相比于 2020 年 1-3 月，我国出口在主要经济体市场份额均有所上抬，上升份额在 0-12.0 百分点不等，参见图表 3。其中，在美国市场份额上升较为明显，上升了 12.0 个百分点至 32.1%。

图表 3：中国在全球各国市场出口份额（疫情vs后疫情）

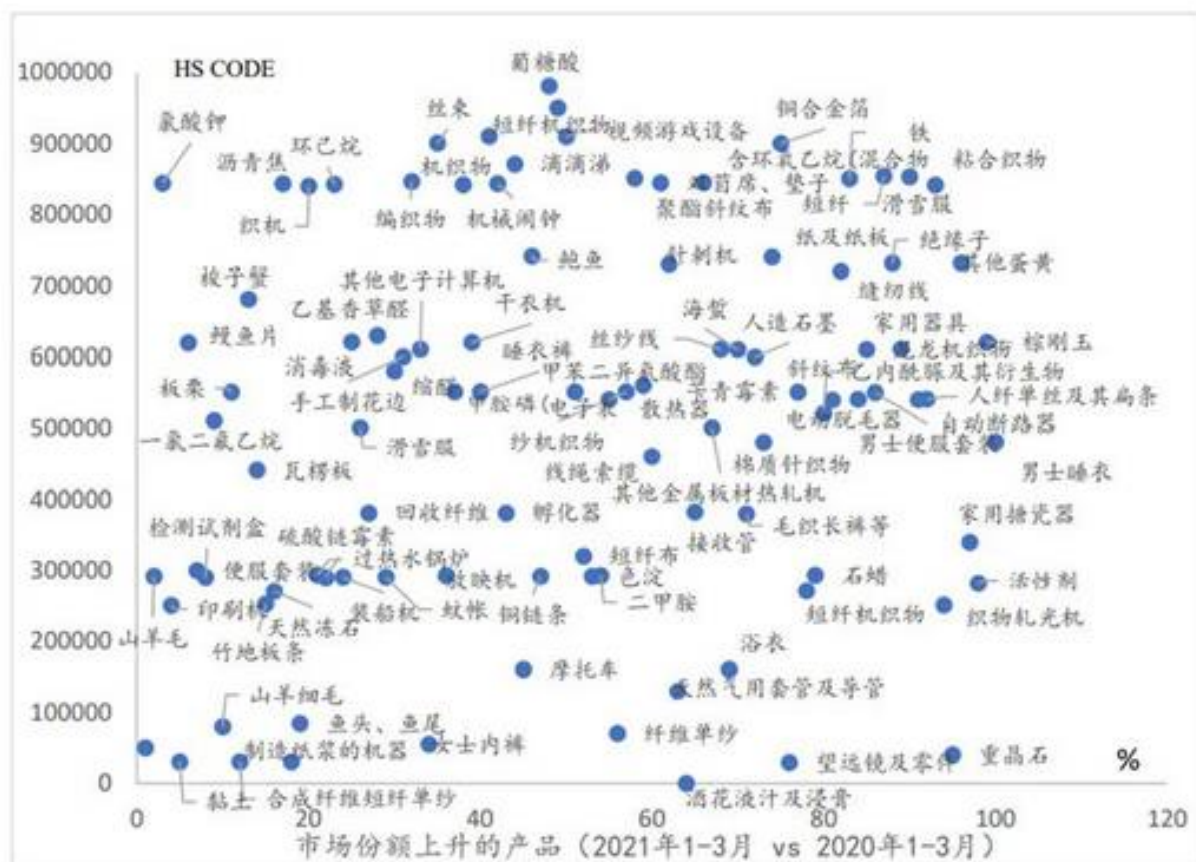


注：红色虚线为45度分界线，在红色虚线上方表示市场份额上升，气泡大小为上升幅度

资料来源：CEIC、兴业研究

分产品看，多数产品在美出口均现份额上升。根据 USITC 公布的数据，在 4149 个有效样本中，2021 年 1-3 月有 2622 个样本较去年同期市场份额上升，占比 63.2%，所涉出口金额为 946.3 亿美元，占有效样本出口总值比值为 83.5%。具体从 HS6 分位产品看，本文选取上升幅度前 100 名产品发现，产品均匀分布在各品类。即除检测试剂、消毒剂、纺织纱线等与防疫物资相关的物品外，其他产品如食品类产品（鳗鱼片、板栗等）、机械制造品（印刷机、造纸机、锅炉、装船机等）、化学原材料及制品（一氯二氟乙烷、沥青焦等）均有分布，参见图表 4。

图表 4：中国对美国出口市场份额上涨前100项产品



注：HS采用六位数编码，把全部国际贸易商品分为22类，98章。章以下再分为目和子目。商品编码第一、二位数代表“章”，第三、四位数代表“目”（Heading），第五、六位数代表“子目”（Subheading）。前6位数是HS国际标准编码，HS有1241个四位数的税目，5113个六位数子目。有的国家根据本国的实际，已分出第七、八、九位数。

资料来源：USITC、兴业研究

二、出口市场稳固之因：外力和内功

进入后疫情时代，我国出口市场份额并未如此前市场预期而下降。相比于 2020 年 1-3 月，我国出口市场份额在多数国家、多数产品赢得了市场份额保卫战。我国出口份额之所以维持高位，既有疫情反复的外力，也有出口竞争力抬升的内功。

第一，从外力看，海外疫情反复既稳定了防疫物资需求也抑制了海外

供给修复。一方面，疫情期间，防疫物资出口市场份额普遍上升，防护服、口罩、红外线测温仪、外科手套等出口市场份额上升份额均在 20%以上，参见图表 5。后疫情时期，市场普遍预期伴随疫苗广泛接种，我国防疫物资出口市场份额或现回落。然而事实却是，病毒变异叠加疫苗接种不均衡，2021 年全球新增病例不减反增，且新增病例峰值超出 2020 年，参见图表 6。在稳定增长的市场需求支撑下，我国防疫物资出口份额保持基本稳定。以对美国出口为例，除护目镜外，多数防疫物资对美出口市场份额上升，参见图表 7。

图表 5：疫情前后我国防疫物资出口市场份额

品类	HSCODE	出口总值（亿美元）		出口市占率（%）		出口排名	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
口罩	630790	54.46	537.51	44.50	80.70	1	1
防护服	621010	9.23	110.51	43.50	83.90	1	1
检测试剂盒	382200	3.14	19.10	1.13	5.74	18	5
红外线测温仪	902519	6.87	24.70	20.91	43.62	1	1
呼吸机	901920	7.64	28.93	9.82	22.24	3	1
病员监护仪	901819	6.15	12.92	5.01	8.64	4	4
护目镜	900490	14.37	18.82	41.80	49.50	1	1
外科手套	392620	22.39	64.04	60.30	79.50	1	1

资料来源：UNCOMTRADE、兴业研究

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_34076

