（上接第10版）但除此之外的中东欧国家与中国的经贸合作都偏少，以黑山为例，2014年与中国的贸易比重仅为0.02%，远远低于波兰、捷克等国。长期以往，容易引起其它中东欧国家的不满，造成多边贸易关系的不协调，对中国与中东欧未来经贸合作产生负面影响。因此，中国应与各国搭建有效的贸易平台，全面协调经贸伙伴合作关系，实现中国与中东欧各国的贸易平衡。

二是，扩大从中东欧国家的货物进口，着力缩小中国与中东欧国家的贸易顺差。中国与中东欧各国的贸易不平衡是中东欧国家长期抱怨的问题。在中国与中东欧各国的贸易总值中自中东欧各国进口额所占比重较少，中国一直处于贸易顺差，近两年中国对中东欧的贸易差额虽有所缩减，但中国仍处于绝对的贸易顺差。长期的贸易顺差会削弱中东欧国家贸易的积极性，随之而来的是越来越多的贸易争端。

三是，对中东欧各国应进行“精准式”合作，实施差异化战略措施，兼顾中东欧各国发展诉求，真正做到互需互补，规模和档次适度。中东欧各国文化各异，民族宗教复杂，自然资源、经济发展水平差异显著。如中东欧16国中爱沙尼亚、拉脱维亚、立陶宛、波兰和捷克这些波罗的海国家和中欧国家的投资环境排名靠前，波兰、罗马尼亚、波罗的海三国的水资源、矿产资源等自然资源丰富，爱沙尼亚、拉脱维亚、捷克等国通讯、汽车、机械制造业等产业较为发达。因而，在与每个国家的经贸合作上，不能将16国作为一个整体，而要面对各国的具体情况，进行“精准式”合作。

四是，在加大与中东欧各国开展货物贸易的同时，扩大中国企业对中东欧国家的投资渠道，促进中国与中东欧贸易的发展。中国企业不仅要从经济利益出发在中东欧国家投资，还应围绕“一带一路”倡议，最终促进中国与中东欧国家的合作交流。已经在中东欧国家投资布局的中国企业应利用先行优势和优质品牌形象，积极搭建平台，嫁接中东欧国家装备制造业和其他行业的先进技术经验，推动中国企业与中东欧国家企业开展跨国直接投资与合作。

二、中国–中东欧贸易活力指数

中国与中东欧贸易活力指数衡量的是中国与中东欧国家贸易发展的速度，体现中国与中东欧国家贸易的成长性。贸易活力指数通过对市场份额增长率和进口增长率加权平均而得，包括中国与中东欧地区的贸易活力指数和中国与中东欧国家的贸易活力指数。该指数的取值越大，说明中国与中东欧的贸易发展速度越快，成长性越足；指数值越小，说明中国与中东欧的贸易发展速度越慢，成长性不足。

我们计算的中国与中东欧地区贸易活力指数显示：2017年2季度中国出口商品在中东欧地区活力指数为20.69点，虽较之2017年1季度环比增加了5.12点，但较之于2016年1季度同比下降了6.52点。2017年1–2季度中国–中东欧地区贸易活力指数低于2016年的平均水平，说明自2017年以来中国与中东欧地区之间的贸易发展速度下降，贸易成长性不足。

而2017年2季度中国与中东欧各国的贸易活力指数计算结果可知，中国出口商品在中东欧16国的贸易活力呈现出一定的空间集聚效应和耗散性。波罗的海三国中的立陶宛与波兰同属于第一梯队，排名第2紧追波兰，说明中国出口商品在立陶宛表现出较强的活力；而这种活力在向外传递时有所耗散，使得中国出口商品在拉脱维亚和爱沙尼亚的活力渐次降低、分属于第三和第四梯队。塞尔维亚与保加利亚的相邻，同属于第一梯队，活力指数排名第3和第4位，而周边国家的贸易活力也呈现出渐次降低的现象。

对比2017年1–2季度和2016年1–2季度中国出口商品在中东欧16国的活力指数及排名发现：中国出口商品在塞尔维亚的活力指数遥遥领先，是同期所有国家中指数值最大的；其次是在罗马尼亚和克罗地亚；中国出口商品在波兰的贸易活力厚积薄发，2016年上半年指数值排在16国最末，之后逐步提升，2017年第2季度跃居榜首。

（一）中国商品在中东欧地区和各国的市场增长率有波动。

市场增长率是当年商品市场份额与上一年市场份额相比的相对变化率，反映商品市场份额的同比增长率，可用来反映中国商品在中东欧地区和各国市场份额增长变化的情况。市场增长率大于0说明中国商品在中东欧的市场份额是增长的，小于0则说明中国商品在中东欧的市场份额是缩减的。中国商品在中东欧地区和各国的市场增长率指标计算结果显示：2011年1季度开始中国出口商品在中东欧地区的市场占有率增速呈波浪式增加，至2014年4季度达到最大值35.28%，之后逐渐下降，2017年1季度达到最小值–10.38%，即市场占有率在这个季度不仅没有增加反而减少了10.38%。但到2017年2季度，中国出口商品在中东欧地区的市场占有率又增长了14.04%。

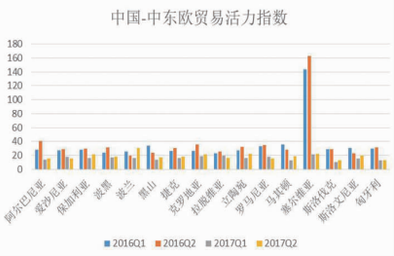

图11 中国与中东欧16国贸易活力指数对比柱形图

对比2016年1、2季度与2017年1、2季度中国出口商品在中东欧16国市场份额的变化情况发现：2017年1、2季度中国出口商品的市场份额增长的仅有7个国家，不到一半，在其它9个国家的市场份额不增反降。而在市场份额上升的7个国家中，仅有波兰与拉脱维亚两国的市场份额增长率高于2016年同期，在其余5国市场份额的增速均低于2016年同期。平均而言，中国出口商品在塞尔维亚的市场份额增长最快，平均每季增长123.29%，在罗马尼亚、克罗地亚与保加利亚平均每季的增长率都大于5%，而在斯洛文尼亚的降速是最快的，平均每季下降11.34%。

综合分析，我们认为2015年以来中国出口商品在中东欧国家的市场份额有所缩减。原因主要有以下几个方面：一是受中国与全球贸易整体下滑的影响；二是受中国与中东欧国家的贸易顺差逐步缩小的影响，2016年中国对中东欧16国的贸易顺差仅为324.25亿美元；三是受2016年中国与部分中东欧国家的贸易负增长的影响。

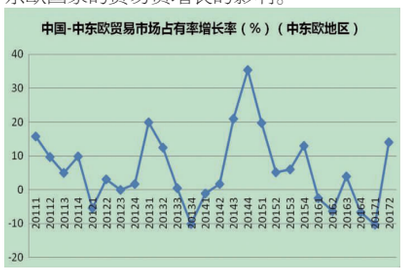

图12 中国商品在中东欧地区市场增长率折线图

中国出口到中东欧地区的21类商品中，只有第5类商品（矿产品），第14类商品（天然或养殖珍珠、宝石或半宝石、贵金属、包贵金属及其制品、仿首饰、硬币）和第21类商品（艺术品、收藏品及古物）的市场份额下降，其余商品的市场份额都是增加的，尤以第3类商品（动、植物油、脂及其分解产品、精制的食用油脂、动、植物蜡）的市场份额增速最大，相比2016年同期增加了200.44%；其次是第2类商品（植物产品）与第11类商品（纺织原料及纺织制品），增速分别为56.21%和54.22%。

（二）2015年1季度以来中东欧国家自中国进口商品的增速普遍下降，使得中国与中东欧国家间的贸易顺差有所缩减。

进口增长率反映的是一国或地区从另一国或地区进口商品的速度，等于当年的商品进口额与上一年商品进口额相比的相对变化率。该指标大于0时说明进口增长率为正，进口商品增加；该指标小于0时说明进口增长率为负，进口商品减少。2012年4季度到2014年4季度中东欧国家从中国进口的商品普遍增加，进口增长率为正值；但从2015年1季度到2017年1季度中东欧国家从中国进口的商品普遍减少，进口增长率为负值，其中，2015年3季度和2017年1季度中国产品的进口增长率下降幅度更接近10%。

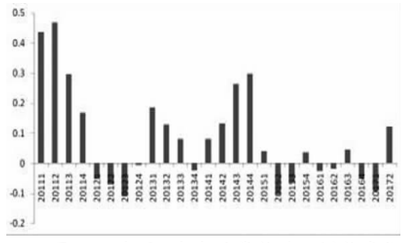

图13 中国–中东欧货物进口增长率指数柱形图

2015年1季度以来，中东欧国家从中国进口商品的速度普遍下降，这与中国对中东欧国家间贸易顺差逐渐缩减密不可分。和中国与中东欧国家货物贸易额的大幅度增长不同，中东欧国家从中国进口商品的速度有所减缓，使得中国对中东欧国家间的贸易顺差规模缩小。

纵观2016到2017年中东欧各国进口中国商品的增长率发现：2016年有10个国家的进口增长率大于0，到2017年1、2季度只有7个国家的进口增长率大于0。这体现出：中东欧各国自中国进口产品的增长幅度正逐步减小，中国对中东欧国家的贸易顺差正逐年下降。

值得关注的是塞尔维亚，中国出口的产品在该国不仅活力指数在所有16国中遥遥领先，而且进口增长率稳步上升。2014年，中国与塞尔维亚的双边货物贸易额为5.4亿美元，同比下降17.5%。其中，塞尔维亚自中国进口额4.2亿美元，同比下降1.7%，中国自塞尔维亚进口1.1亿美元，同比下降48.7%，中国顺差3.1亿美元。2015年，中国与塞尔维亚双边贸易额为5.5亿美元，同比增长2.3%。其中，塞尔维亚自中国进口4.2亿美元，同比下降2%，中国自塞尔维亚进口1.3亿美元，同比增长18.44%，中国顺差2.8亿美元。而在2016年，无论是中国对塞尔维亚的出口还是塞尔维亚对中国的进口都发生了较大变化，中国出口到塞尔维亚4.34亿美元，同比增长4.38%，中国自塞尔维亚进口1.62亿美元，同比增长20.76%。受此影响，中国出口货物在塞尔维亚的活力指数和进口增长率都是最大的。

2017年10月中国制造的大功率电力机车在塞尔维亚正式上线经营，2017年11月由中国企业联合体承建的匈塞铁路塞尔维亚境内贝尔格莱德至旧帕佐瓦正式开工，这已经或将为塞尔维亚能源供应提供高效的动力保障，使得中国出口货物在塞尔维亚的活力指数和进口增长率指标进一步增大。而在21类商品中，中国出口到塞尔维亚的主要商品是电机、音响设备、电视设备、机械设备等，塞尔维亚出口到中国的主要商品为烟草制品、矿石矿渣、电机、木及木制品等。

（三）中东欧地区自中国进口的21类商品中只有5类商品的进口额是增长的。

为了具体反映中东欧地区从中国进口每类货物的增减变化情况，我们还计算了单类商品的进口增长率，它等于中东欧地区自中国进口每一类商品的进口额与上一年相比的相对变化率。由中东欧地区自中国进口21类商品的增长率（表3）可以看出：2017年2季度中东欧地区自中国进口的第21类商品（艺术品、收藏品及古物）是增速最大的，增速为30.74%，其次是第18类商品（光学、医用仪器及设备、精密仪器及设备、钟表、乐器、上述物品的零附件），从中国进口的增速为8.52%。第14类商品（珍珠、宝石或半宝石、贵金属及其制品）的进口不增反降，减速为–14.00%，此外，第2类商品（植物产品）、第3类商品（动植物油脂及其分解产品）、第9类商品（木及木制品、稻草、秸秆、针茅或其他编结材料制品）以及第17类商品（车辆、航空器、船舶及有关运输设备）的进口均是缩减的，减速为–10%。

对比2016年1–4季度与2017年1–2季度各类商品进口平均增长率发现：2016年中东欧地区自中国进口商品的平均增长率普遍高于2017年的平均增长率。2016年除第15类商品（贱金属及其制品）、第5类商品（矿产品）和第2类商品（植物产品）的进口负增长外，其余各类商品的进口均是正增长的，第21类商品（艺术品、收藏品及古物）的进口增长率最大。而2017年1–2季度仅有6类商品的进口是增长的，第21类商品仍然是平均增长率最大的，第5类商品（矿产品）却是平均增长率最小的。

总体而言，中东欧地区自中国进口的货物中艺术品和仪器设备的进口增长率最大，其中精密仪器设备、光学制品、钟表乐器是高端工业制成品，也是中国产业结构调整中重点发展的产品类型，此类产品出口的大幅度增长有助于国内产业结构调整。而矿产品、植物产品、动物产品和木制品皆是资源密集型产品，此类产品随着中国产业结构的调整，出口额正逐年下降。

表3 中东欧地区自中国进口单类货物的进口增长率(%)

货物类别	2016年					2017年		
	1季度	2季度	3季度	4季度	平均	1季度	2季度	平均
1	–0.64	4.89	1.39	5.78	2.85	3.89	4.27	4.08
2	–18.04	–12.76	0.42	–1.06	–7.86	–0.25	–10.24	–5.25
3	4.14	1.32	2.77	2.81	2.76	–15.44	–12.21	–13.82
4	4.80	7.83	2.21	2.38	4.31	–0.78	–0.02	–0.40
5	–25.49	–28.04	–19.97	6.38	–16.78	16.72	–1.39	7.67
6	–1.25	4.96	1.45	6.40	2.89	6.02	0.33	3.17
7	5.99	6.57	1.30	2.27	4.03	–0.39	–4.03	–2.21
8	2.50	3.96	4.96	–0.84	2.64	–10.41	–2.33	–6.37
9	2.09	2.39	–0.26	1.54	1.44	–2.68	–11.68	–7.18
10	4.41	10.19	7.72	3.52	6.46	–5.56	–5.10	–5.33
11	11.62	12.87	6.99	0.07	7.89	–8.13	–6.02	–7.08
12	11.06	14.98	6.41	1.75	8.55	–8.41	–6.21	–7.31
13	4.90	4.69	3.31	0.40	3.32	–4.98	–5.16	–5.07
14	–23.86	15.51	29.78	9.09	7.63	–4.54	–14.00	–9.27
15	–9.83	–3.56	–0.87	3.98	–2.57	2.61	3.20	2.90
16	3.66	9.69	2.96	–1.71	3.65	–5.89	–6.06	–5.97
17	6.51	16.22	4.66	0.86	7.06	–7.03	–10.89	–8.96
18	12.71	16.39	11.93	5.62	11.66	12.29	8.52	10.41
20	9.33	13.64	7.99	2.58	8.38	–2.76	–5.34	–4.05
21	33.46	–39.31	193.34	102.00	72.38	26.19	30.74	28.47

（四）进一步提升中国与中东欧国家贸易活力的对策

综合对中国与中东欧地区和各国贸易活力指数计算和分析的结果，我们认为：自2015年以来中国与中东欧地区和国家间的贸易发展速度下降，贸易成长性不足；中东欧地区和国家自中国进口商品的速度普遍下降，使得中东欧与中国的贸易逆差逐步缩小。鉴于此，我们提出以下几项激发中国与中东欧贸易活力的措施：

一是，根据中东欧国家经济发展特征，选择波兰、匈牙利和捷克为重点国家，打造中国与中东欧国家的“境外经贸合作产业园区”，推动双方在工程承包、计算机等领域的合作，构建中国与中东欧国家经贸合作的多样化网络布局。

二是，加强双边基础设施合作，实现中国装备制造业“走出去”，帮助中东欧国家产业转型升级，也有助于化解国内产能过剩。大部分中东欧国家工业化水平较低，基础设施建设相对落后，对于铁路、机场、港口、核电、电信等基础设施建设存在巨大需求。而包括装备制造业在内的工业领域产能过剩一直以来成为阻碍中国经济发展的重要问题。加强中国与中东欧各国基础设施合作，实现双边基础设施建设的有效对接，一方面可以实现中东欧国家转型升级，推动各国经济发展，另一方面，也有助于推进中国与中东欧国家产能合作，实现产能要素在全球中的有效配置，化解中国产能过剩的问题。

第三，促进中国在高铁、核能等高端装备制造业的技术输出。中国在高铁、核能等高端装备制造业上已处于国际领先地位，不仅具有丰富的经验和先进的技术，且拥有一批国际竞争优势的新产品与新技术。加强先进技术的出口对于扭转中国产品在欧洲市场以往的廉价、质次的负面认知，深入开拓中东欧市场，塑造中国企业在中东欧市场的良好形象有重要意义。

三、中国–中东欧贸易潜力指数

2015年11月24日，李克强总理在中国–中东欧国家第五届经贸论坛开幕式上致辞时表示，中国和中东欧16国不仅有高度的政治互信，也有巨大的贸易和投资潜力。贸易潜力是指隐藏的、未被开发出来的贸易能力，贸易发展的可能性。为了反映“一带一路”倡议实施前后中国与中东欧16国贸易潜力的变化情况，我们基于贸易引力模型测算并编制了2007–2016年中国与中东欧16国的进口潜力指数和出口潜力指数，并通过加权平均得到贸易潜力总指数。

（一）过去10年，中国与中东欧各国的贸易潜力有所波动，但各国潜力排名相对稳定。

中国与中东欧各国贸易潜力总指数的计算结果显示：整体上来看，中国与波黑、克罗地亚、拉脱维亚、黑山、罗马尼亚和斯洛文尼亚等国的贸易潜力指数值较小，这些国家属于与中国未来贸易潜力巨大型国家，中国对这些国家的出口和进口远低于这些国家人口与现有生产力的需求。因而，通过加强与这些国家的双边交流合作，扩大双边贸易往来的力度，能使贸易双方获得更大的经济利益。中国与阿尔巴尼亚、捷克、爱沙尼亚、匈牙利、立陶宛和斯洛伐克等国的贸易潜力指数相对较大，这些国家属于潜力再造型国家，中国对这些国家的出口和进口增长空间有限，有待于挖掘新的贸易增长点。而中国与保加利亚、马其顿、波兰和塞尔维亚等国的贸易潜力指数相对居中，这些国家属于贸易潜力尚可进一步开拓型国家，中国与这些国家进行双边贸易时，应借鉴与潜力再造型国家发展贸易的方式，在维护原有贸易关系的同时积极开发新的贸易增长点，以保证双方贸易具有可持续性。

2007年–2016年中国与立陶宛的贸易潜力指数均值为1.73，2016年为1.72，是中东欧16国中贸易潜力指数较大的国家；2007年–2016年中国与克罗地亚的贸易潜力指数均值最小，指数值仅为0.56，2016年更是只有0.48；2007–2016年与中国的贸易潜力指数排名上升幅度最大的是波黑，排名由2007年的第13名上升到2016年的第2名。

立陶宛虽不是中东欧国家中与中国贸易发展的领跑者，但它与中国的合作已经驶入加速道，加上立陶宛得天独厚的地理位置优势，辐射7亿人口的区位优势，以吸引外资为基调的政策环境优势和高素质低成本的劳动力优势，立陶宛成为中东欧16国中与中国贸易潜力最大的国家之一，也是“一带一路”上值得中国关注的“潜力股”。2007年到2016年的10年间，立陶宛与中国的贸易潜力不仅没有下降，反而有所上升，2016年贸易潜力总指数更高达1.72。

克罗地亚在全球金融危机辐射下，经济增速放缓，2012年更在全球经济下滑的整体环境下发生了经济衰退，GDP同比下降2%。2013年克罗地亚经济继续下滑，GDP同比下降1%。2015年，标准普尔更将克罗地亚的评级展望由“稳定”降至“负面”。克罗地亚经济下滑使得中国与克罗地亚的货物贸易发展缓慢。2014年中国与克罗地亚进出口总额5.56亿美元，同比下降23%；其中，中国自克罗地亚进口0.68亿美元，同比下降10.6%，中国对克罗地亚出口5.86亿美元，同比下降24.2%。受此影响，2014年中国与克罗地亚的贸易潜力下降到35.98，为近10年来最低。之后随着“一带一路”倡议的实施，中克两国贸易缓步发展，2016年中国与克罗地亚的贸易潜力指数回升到0.48，但仍是中东欧16国中与中国贸易潜力最小的。

中东欧16国中，中国最小的贸易伙伴是波黑，2016年双边贸易额仅为1.07亿美元，比2015年同比减少了5.4%。中国与波黑的贸易潜力指数也由2007年的1.40下降到2016年的0.65，下降幅度超过50%。

（二）过去10年，中国对中东欧各国的出口潜力指数增减变动不大，但排名略有波动。

出口潜力指数衡量的是中国向中东欧各国的出口相对该国经济总量仍可上升的空间大小。基于中国对中东欧各国的出口额计算的出口潜力指数绘制的柱形图（图14）可知：2007–2016年中国对波黑、克罗地亚、拉脱维亚、黑山、罗马尼亚和斯洛文尼亚等国的出口潜力指数值较小，说明这些国家属于潜力巨大型国家，中国对这些国家的出口仍低于这些国家经济发展的需求，可通过全方面构建双边贸易潜道，加大交流合作来扩大中国产品对这些国家的出口，对贸易双方带来更大的经济利益。中国对保加利亚、马其顿、波兰和塞尔维亚等国的出口潜力指数在16国居中，中国对这些国家的出口潜力仍可进一步开拓。而中国对立陶宛、匈牙利、捷克和波兰的出口潜力指数比较大，中国对这些国家的出口潜力已充分发挥，中国产品出口到这些国家的上升空间有限，中国应着力开发新的贸易增长点，以拉动中国产品出口新一轮的上涨。

（三）过去10年间中国对中东欧16国的进口潜力总体变动不大，但阿尔巴尼亚、波黑和塞尔维亚三国的进口潜力变动幅度最显著。

进口潜力指数衡量的是中国从中东欧各国的进口额相对于各国的经济总量仍存在的上升空间。基于所绘制的中国与中东欧各国的进口潜力指数柱形图（图15），我们发现：2007–2016年间，中国自克罗地亚、拉脱维亚、波兰、斯洛文尼亚、捷克和黑山等国的进口潜力相对较小，这些国家属于进口潜力巨大型国家，中国从这些国家的进口与该国经济总量所能支撑的出口相差较大，中国可着力加大从这些国家的货物进口。中国自爱沙尼亚、匈牙利、保加利亚、斯洛伐克、阿尔巴尼亚和马其顿的进口潜力指数较大，这些国家属于潜力再造型的国家，在现有条件下中国已无法扩大自这些国家的货物进口，有必要挖掘新的进口增长点。

中国自阿尔巴尼亚进口的潜力在2007年到2016年间发生了大幅度的下跌，由2.84跌到1.04，下跌幅度超过50%。中国对波黑的进口潜力在过去10年间也发生显著的变化，由2007年的2.33下跌到2016年的0.98，下跌幅度超过100%。

中东欧16国中，与中国的出口潜力和进口潜力都有显著变化的是阿尔巴尼亚。阿尔巴尼亚出口货物的集中度非常高，集中在鞋、帽、鞭及其零件、人造花和人发制品等产品，这些产品与中国出口产品具有高度重合性，从而影响了中国自阿尔巴尼亚的货物进口，使得中国对该国的进口潜力大幅度下降。中国对阿尔巴尼亚的出口潜力变化方向与进口潜力的变化方向正好相反，中国对该国的出口潜力指数有大幅度的增长。2010年1–4月，中国向阿尔巴尼亚出口约0.799亿美元，同比下降20.3%，但2016年中国向阿尔巴尼亚的出口达到4.08亿美元，同比增长8.8%，中国成为阿尔巴尼亚第三大进口来源地。

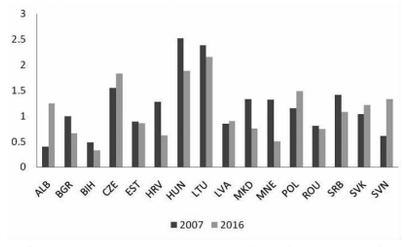

图14 中国–中东欧出口潜力指数柱形图

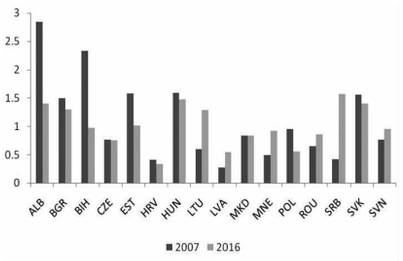

图15 中国–中东欧进口潜力指数柱形图

（四）进一步挖掘中国与中东欧国家贸易潜力的措施

针对中国与中东欧国家贸易潜力普遍变化不大，但波黑、克罗地亚等国的贸易潜力一直偏小的现状，我们提出以下几条进一步挖掘中国与中东欧国家贸易潜力的措施：

一是，在加大与中东欧各国开展货物贸易的同时，加快贸易和投资自由化与便利化进程，创造更加自由开放的贸易投资环境，提升通关效率，降低商品流通成本。中国政府应大力推动与“一带一路”国家签署地区多边投资保护协定，放宽市场准入，扩大开放合作领域，为双、多边投资项目提供共同的法律保护和争议解决依据。

二是，采用多种方式搭建中国与中东欧各国商品贸易的渠道和平台。中国与中东欧国家由于过去经贸联系较少，中东欧的商品缺少大规模进入中国市场的渠道和平台。因此，中国与中东欧国家应搭载“一带一路”的顺风车，充分利用已有的中东欧班列，利用大数据和云计算技术构建中国企业与中东欧企业跨境电商的合作平台，提高跨境电子商务平台在双方贸易合作中的使用频率，特别是在农产品、动植物源产品上的应用，切实加强中国与中东欧国家的贸易往来。

四、中国–中东欧贸易信心指数

为了解中东欧贸易从业者及专家学者对中国与中东欧贸易的信心程度，我们对义乌小商品市场及生产资料市场商家、广州广交会商家和专家学者进行了问卷调查，调查结果显示：2017年4季度对中国与中东欧贸易的信心指数为131.4点，贸易信心位于较强区域，表明无论是贸易从业者还是专家学者均看好中国与中东欧国家的贸易，对中国与中东欧贸易持积极乐观的态度。

但义乌小商品市场及生产资料市场商家、广州广交会商家和专家学者对中国–中东欧贸易的信心程度则略有不同。专家学者对“一带一路”建设十分关注，普遍赞誉“一带一路”倡导的开放包容、和平发展、互利共赢理念对中国与中东欧16国贸易的促进作用，因而对中国与中东欧贸易的信心最强，贸易信心达到156.7，高于总体23.5点。而义乌小商品市场及生产资料市场商家、广州广交会商家的中国–中东欧贸易信心虽然也处于较强的区域，但皆比总体低，分别为123.21点和129.47点。究其原因，主要是因为受交通设施、电商化水平和信息不对称等因素影响，中国与中东欧国家在贸易和投资方面的规模与期望值相比，落差较大，很多合作项目的落实存在困难，这些都拉低了商家对中国–中东欧贸易的信心。而义乌小商品市场商家信心指数低于广交会商家的信心，一部分原因来自于广交会商家规模大多超过义乌商家，且与中东欧的合作更为长久稳定，更了解中国与中东欧贸易的发展情况及“一带一路”倡议将带来的贸易红利。

中国–中东欧贸易信心指数包括贸易势头信心、贸易收益信心和贸易前景信心等三大核心指标，这三大核心指标具体又由7个分类指标构成。

（一）2017年4季度对中国与中东欧贸易势头较有信心。

对中国–中东欧贸易势头的信心反映了义乌小商品市场及生产资料市场商家、广州广交会商家和专家学者对中国–中东欧贸易发展趋势的预期。2017年4季度，中国与中东欧贸易势头信心为125.49点，处于较乐观区域，表明商家和专家学者普遍对中国与中东欧贸易发展的趋势较为看好。

2017年4季度贸易势头信心的三个分类指标中，贸易从业者和专家学者对贸易势头的总信心为126.84点，略高于总体水平。受全球贸易放缓态势延续的影响，我国出口贸易维持低位运行，出口贸易势头的信心低于总水平1.33点，为124.16点。而义乌小商品城与生产资料市场商家的出口势头信心仅为114.58，处于不太乐观区域。贸易从业者和专家学者对进口贸易势头的信心为125.45点，略高于对出口贸易势头的信心。这一方面是由于2017年1季度以来中国经济运行稳中有升，带动对锻轧铜及铜材等大宗商品进口量增加；另一方面是由于中国产业、消费升级势头明显，带动对机电产品、电子技术产品进口需求的增长，2017年1–4月，中国自中东欧16国进口机电产品38亿美元，增长18.7%。

（二）2017年4季度对中国与中东欧贸易收益的信心不太乐观。

2017年4季度中国–中东欧贸易收益信心为123.3点，其中义乌小商品城和生产资料市场商家的收益信心为115.77，落入贸易信心不太乐观区域，广州广交会商家对贸易收益的信心也仅为121.06，皆低于专家学者对中国–中东欧贸易收益的信心。

我们对中国与中东欧贸易收益信心的调查从贸易带动就业和贸易带动收入两方面来衡量中国与中东欧贸易的收益。无论是义乌小商品市场与生产资料市场商家还是广州广交会商家对贸易带动收入的信心都处于不太乐观区域，分别为111.31点和115.75点，而对贸易带动就业的信心为120.24点和126.38点。这说明，中国与中东欧贸易还未进入收益期，“一带一路”倡议的利好还未体现出来。“坐而言不如起而行”，要把倡议变为现实，需要不断深化中国与中东欧国家的贸易合作。

（三）2017年4季度对中国与中东欧贸易的前景非常乐观。

2017年4季度中国–中东欧贸易前景信心为148.37点，对贸易前景非常有信心。其中，义乌小商品城与生产资料市场商家对中国与中东欧贸易前景的信心为138.39，广州广交会商家对中国与中东欧贸易前景的信心为148.8，专家学者对中国与中东欧贸易的前景信心为172.22，全部处于非常乐观的区域。说明无论是从业者还是专家学者都普遍认为，中国与中东欧国家间存在巨大的贸易机会，即使当前贸易回报不高，也不影响他们对未来贸易前景持乐观态度。

中国与中东欧贸易前景信心包括贸易进入时机和贸易进入意愿两方面内容。贸易从业者和专家学者对中国与中东欧贸易进入时机的信心为144.41，进入意愿的信心为152.34。这表明：中国与中东欧贸易的潜在进入者具有较高的进入意愿，一旦条件具备，将有很大可能转变为中东欧贸易从业者。

五、中国–中东欧贸易阻力指数

中东欧16国的地理位置和经济社会发展程度各不相同，地理位置上有中欧、波罗的海沿岸和东南欧的区别，经济组织上有欧盟国家和非欧盟国家、欧元区国家和非欧元区国家的区别。由于各国语言、文化、宗教、社会习俗、经济规模等方面均存在着差异，使得中东欧各国的发展需求也呈现差异化。在中国与中东欧国家的经贸合作中，贸易阻力逐步成为限制双边贸易往来的重要障碍之一。为了准确地把握中国与中东欧国家间的双边贸易往来存在的阻力，有必要对直接影响中国与中东欧国家贸易往来的阻力进行科学测度。我们基于引力模型计算了中国与中东欧地区的贸易阻力指数，结果见表4。

2007–2016年间中国与中东欧各国的贸易阻力变动不大，指数值稳定在0.25附近，说明中东欧各国对中国进出口商品的限制性措施并未发生显著变化。具体来看，2016年中国与中东欧地区的贸易阻力指数为0.247，较上一年下降了0.0012，较2007年下降了0.0011。据中国海关统计数据，中国与中东欧地区进出口贸易从2013年的551亿美元增至2015年的562亿美元，占同期中国与欧洲进出口贸易的比重由7.5%升至9.1%。这说明，随着中国与中东欧地区经贸关系持续升温，双边的合作交流日益频繁，贸易阻力有所减少。

立陶宛、阿尔巴尼亚与匈牙利三国对中国进出口货物的限制性措施相对较多，贸易阻力指数偏大，位于中东欧16国贸易阻力的前三位，而这将不利于这三国进一步发展与中国的贸易往来。此外其他国家的贸易阻力排名不太稳定，排名跳跃度较大。

值得关注的是，2016年中国与阿尔巴尼亚的贸易阻力上升到第一位，指数值为0.261，但较之最后一位的波黑贸易阻力仅高出0.0262，这说明中东欧各国的贸易限制性措施相对均衡，各国间的量级相差不大，中国与中东欧各国的经贸合作有待于进一步沟通、发展。

表4 2007–2016年中国与中东欧16国贸易阻力指数

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
阿尔巴尼亚	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.26	0.25	0.25	0.26	0.26
保加利亚	0.25	0.25	0.24	0.24	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
波黑	0.24	0.24	0.23	0.23	0.23	0.23	0.24	0.25	0.24	0.23
捷克	0.25	0.24	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
爱沙尼亚	0.24	0.24	0.24	0.25	0.25	0.25	0.24	0.24	0.24	0.24
克罗地亚	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.24	0.24	0.24
匈牙利	0.25	0.25	0.26	0.26	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
立陶宛	0.25	0.25	0.25	0.26	0.25	0.26	0.26	0.25	0.25	0.25
拉脱维亚	0.24	0.24	0.24	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.24
马其顿	0.25	0.25	0.24	0.24	0.25	0.25	0.24	0.24	0.24	0.24
黑山	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26	0.25	0.24	0.25	0.25	0.25
波兰	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
罗马尼亚	0.24	0.24	0.25	0.25	0.25	0.25	0.24	0.24	0.25	0.25
塞尔维亚	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
斯洛伐克	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.24	0.25	0.24	0.25	0.24
斯洛文尼亚	0.24	0.24	0.24	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25

六、结论与建议

为了全方位、定量地描绘2007–2016年中国与中东欧16国贸易发展状况，我们以中国与中东欧各国的进出口贸易数据为基础，编制了中国–中东欧贸易指数系列，包括2010年1季度到2017年2季度的中国–中东欧贸易竞争力指数和中国–中东欧贸易活力指数，2007–2016年中国–中东欧贸易潜力指数和中国–中东欧贸易阻力指数和2017年4季度中国–中东欧贸易信心指数。基于上述指数计算结果，我们发现：

1、从地区层面来看。近两年中国与中东欧地区之间的贸易发展减速，中国出口货物在中东欧国家的竞争力同比和环比都略有下降，贸易成长性不足；虽然竞争力有所下降，中国出口货物在中东欧地区仍处于比较优势地位，市场占有率较之前仍有所上升；此外，中国与中东欧各国的贸易潜力仍值得期待，从事进出口贸易的企业和专家学者都对中国与中东欧贸易的机会和势头非常乐观。

2、从国家层面来看。中国出口到捷克、波兰等国的货物市场占有率和竞争力在中东欧16国中始终居于前列，但中国与这些国家的贸易潜力却有待于进一步地开发；中国与波罗的海国家的贸易联系相对不太密切，同期出口到立陶宛、拉脱维亚等波罗的海国家的货物市场占有率和竞争力在中东欧16国中始终居于后几位，但与波罗的海国家的贸易潜力却是中东欧各国最高的；中国与东南欧国家的贸易是最具活力的，中国出口货物市场占有率的增长幅度也是最大的，贸易潜力还可进一步挖掘。

3、从货物层面来看。由于中国和中东欧国家的优势产品皆为机电产品，使得中国出口货物与中东欧地区进口货物的重合度并不高，货物相似性指数小于0.4，双边贸易的互补性还有待提高。21类货物中，中国货物市场占有率比较高、具有显示性比较优势的是技术密集型的机电产品、机械设备和运输产品，以及劳动密集型的纺织品和原料、家具、玩具和杂项制品。尤其是以纺织品、鞋帽制品、家具玩具为代表的工业制成品在中东欧地区的国际竞争力非常强，这也是中东欧贸易从业者最具有贸易信心和认为最有贸易势头的产品。

依据中国与中东欧贸易指数计算的结果，上海对外经贸大学“一带一路”经贸指数研究院和中国华信能源有限公司从地区、国家和货物三个层面提出进一步促进中国与中东欧贸易的建议：

1、从地区层面来看，应充分考虑中东欧国家在“一带一路”倡议实施中的经济和政治作用。一方面，中东欧国家与欧盟构成了统一的欧洲市场，16个中东欧国家中有11个国家已加入欧