# 产业经济学硕士论文

来源：网络 作者：沉香触手 更新时间：2024-02-05

*中国现代化进程中的产业经济思想是指自中国近代以来,在产业发展过程中人们对三次产业发展的态度、认识、观点及思想政策主张。下面是范文网小编为大家推荐的产业经济学硕士论文，供大家参考。 产业经济学硕士论文范文一：新媒体在产业经济学中的定位研究论...*

中国现代化进程中的产业经济思想是指自中国近代以来,在产业发展过程中人们对三次产业发展的态度、认识、观点及思想政策主张。下面是范文网小编为大家推荐的产业经济学硕士论文，供大家参考。

产业经济学硕士论文范文一：新媒体在产业经济学中的定位研究论文

关键词： 新媒体 产业经济学 蓝海战略 核心价值

[摘要]：在当今新媒体发展的探索中，由于缺失产业经济学的审视，对新媒体的认识存在不少误区和错位。本文从产业经济学的角度，运用产业价值链理论对新媒体的构成进行分析，同时借助蓝海战略指向新媒体产业形成的路径，力图为新媒体产业的核心价值创新和商业模式选择提供一种新的思路。

当今新闻传播界，新媒体成为一个最热门的话题。业界，忙于圈地烧钱，抢道起跑;而在学界，则忙于发表文章，抄抄拼拼。然而，在这一片熙熙攘攘之下，我们对新媒体的传播规律、媒介形态、运营模式等到底了解多少呢?学界能为新媒体发展提供什么样的理论支持呢?本文试图从产业经济学角度来审视新媒体，探讨新媒体产业的构成与形成，期望为新媒体产业化发展提供一种思路。

一、新媒体的经济学观照

202\_年10月24日，据信息产业部的最新统计显示，到9月底，全国手机用户超过4.43亿户，平均约每3人拥有1部手机。我国手机拥有量位居世界第一。202\_年7月，中国互联网络信息中心发布的数据表明，目前中国网民总人数为12300万人，位居世界第二。由此可见，中国拥有新媒体发展的巨大的潜在市场。

先拿网络来说吧，在经历前些年的网络泡沫之后，在去年，网络媒体似乎又掀起了新一轮风险投资热：

202\_年8月5日，百度公司在美国纳斯达克挂牌上市，并创下202\_年互联网泡沫以来五年间纳斯达克IPO首发上市日涨幅最高的纪录。

202\_年8月11日，雅虎宣布以10亿美元以及雅虎中国的全部资产换取阿里巴巴40%的股份及35%的投票权，开创了国际互联网巨头的中国业务交由中国本地公司主导经营的先例。

202\_年11月7日，北京奥组委宣布，搜狐成为北京202\_年奥运会互联网内容服务赞助商。这是奥运会历史上第一次设立互联网内容赞助类别。

然而，中国互联网的盈利情况其实并不喜人，我们不禁担心这些新媒体是否虚火上升。从国内外Web2.0网站的发展来看，美国是技术驱动最明显的市场之一，但许多最成型网站的结局都是被互联网巨头和大财团收购。因此，有人不客气地指出：Web2.0并不是一块肥沃的土地，太多人耕耘就成了沙漠。Web2.0创业的浪潮太高就会有泡沫，破灭恐怕也是迟早的事情。[1]笔者认为，新媒体的钱途取决于其盈利空间和商业模式，而这又是建立在人们对新媒体的清醒认识和基本判断之上。

新媒体(new media)概念的提出可以追溯到近40年前。1967年，美国CBS技术研究所所长发表了一份开发EVR(电视录像)商品的计划，第一次提到了新媒体这个词语。1969年，美国传播政策总统特别委员会主席罗斯托在向尼克松提交的报告中，也多处使用新媒体，从此，新媒体开始在美国社会流行并扩展到全世界。与传统媒体不同的是，新媒体极具弹性，随着数字技术的急速发展，几乎每隔几天就会出现一个新的媒介产品，并在没有经过精确确定之前被归结到新媒体中间。例如，以前联合国科教文组织曾定义：新媒体是网络媒体。直到今天，人们对新媒体的定义也是五花八门：

新媒体是音/视频技术与因特网的结合。[2]

新媒体，是新兴的数字媒体、网络媒体，它是建立在计算机信息处理技术和互联网基础之上的各种媒介的总和。[3]

所谓新媒体是一个相对的概念，新相对旧而言。这里有两个概念，一个是出现，是指以前没有出现的;一个是影响，所谓影响就是受计算机信息技术影响而产生变化的，这两种媒体形态是我们现在说的新媒体。[4]

新媒体是一种既超越了电视媒体的广度，又超越了印刷媒体的深度的媒体，而且由于其高度的互动性、个人性和感知方式的多样性，它具备了以前任何媒体都不具备的高度。新媒体是互动式数字化复合媒体。[5]

新媒体的内涵是：20世纪后期，在世界科学技术发生巨大进步的背景下，在社会信息传播领域出现的建立在数字技术基础上的能使传播信息大大扩展、传播速度大大加快、传播方式大大丰富，与传统媒体迥然相异的新型媒体。新媒体的外延是：光缆电信通信网、都市型双向传播有线电视网、图文电视、电子计算机通信网、大型电脑数据库通信系统、通信卫星和卫星直播电视系统、高清晰度电视、互联网-手机短信-多媒体的互动平台、多媒体技术以及利用数字技术播放的广播网等。[6]

从这些新媒体概念中，我们看到更多的是从媒介技术的层面上来定义，从传播学的视角来审视。从经济学的角度来看，我们对新媒体还存在着认识上的误区和盲点。笔者认为新媒体的成长须经历三个阶段：新的媒介技术新的媒介形态新的传媒产业。媒介和媒体是有区别的。媒介更多的首先是指传播的介质，它带有更多的技术特征，比如说印刷媒介用的技术手段是纸、印刷机器等，而电子媒介用的技术手段是无线电波、有线电缆等。而媒体是一个经济学的概念。产业经济学意义上的媒体，是指可以进行产业经营的传媒经济实体。在这个视域里，我们对新媒体的不少认识是模糊的。

误区之一：传播渠道等于传播媒体。新的媒介技术可以给我们提供一种新的传播渠道，但如果没有内容，那它就不能成为新的传播媒体。例如数字技术用于电视，它在电视传播中把模拟信号变成了数字信号，从而推出数字电视。但如果它只是让传播的图像更清晰，并没有增加新的传播功能，那它也不能算是新的传播媒体。这也是导致了当前的数字电视整体转换不顺的原因之一。

误区之二：媒介产品等于传播媒体。新的媒介产品可以形成一种新的媒介形态，例如博客，这种网络个人日记已成为一种新的传播载体。但它能否成为真正的传媒呢?其实，博客在欧美并不盛行，外国人不喜欢通过写网络日志来表达自己的思想感情和政治抱负，所以博客近10年来一直处于互联网的边缘地带。或许中国人表达自己思想的途径太闭塞，以至于在互联网上也必须去访问量最大的新浪开博客。 自202\_年博客网获得千万美元风险投资之后，国内一下子涌现出19家博客服务提供商(简称BSP)，但到202\_年数百万博客人群分拨站队，新浪名人博客、搜狐IT博客、和讯财经博客以及MSN日志各就其位。写的写，看的看，广告商却并不认可。网友的一句调侃正中中国博客网站的七寸。

近年来，以博客为代表的Web2.0概念推动了中国互联网的发展。Web2.0概念的出现标志互联网新媒体发展进入新阶段。在其被广泛使用的同时，也催生出了一系列新的媒介形态事物，比如Blog，RSS，WIKI，SNS交友网络等。对于这些新出现的媒介产品或媒介形态，能否成为新媒体的明日之星?我们可以放在产业经济学视域下进行扫描，从而作出新媒体产业现状的基本判断。下面我们先来认识一下媒体产业。

二、新媒体的产业构成

通常认为媒体有两大构成：渠道(管道)和内容。其实作为一个产业，还应加上媒体运营的商业模式，没有这个媒体是无法在市场经济中存活的，更谈不上产业发展了。对于媒体产业，渠道、内容和商业模式三者缺一不可，那么这三者关系又是怎样的呢?

传播渠道是由媒介技术所支撑的。麦克卢汉认为，媒体可以指任何一种能延长人的能力的技术。这种技术决定论至今仍然让媒介技术的发明者们兴奋不已。比如说数字电视，如果只是视频图像清晰度的提高和传输节目套数的增加，那么它就是一种新的媒介技术而已。如果基于数字技术这一平台，开发出互动电视、手机电视等，那就是不同于传统电视的一种新的媒介形态和传播载体了。只要媒体构成的基本要素有别于传统媒体, 才能称得上是新媒体。否则, 最多也就是在原来的基础上的变形或改进提高。[7]就目前推出的数字电视和数字广播还只是模拟广播电视的升级换代产品而已。

传播渠道与传播媒体的界限有时是比较模糊的。分众传媒开创了新的传播渠道楼宇电视，一下子吸引了众多广告商的目光，似乎创造了一个新媒体的分众神话。江南春也携此赴美国纳斯达克成功上市。但是，如果仅仅是依靠注意力空缺时间的强制性来为其提供存在的合理性，那么它所提供的资讯将有可能沦为污染环境的噪音，成为人们躲不开的媒体。[8]在这个渠道相对过剩，内容相对稀缺的时代，没有内容的媒介仅仅是一个传播载体而已。因此，这种设置在商务楼宇、飞机列车、医院学校里的液晶电视播放屏，这些缺乏自身内容的大小分众的发展必然会很快碰到天花板。内容是划分传播渠道与传播载体的重要标志。

新的媒介技术决定新的媒介形态，而新的媒介形态又决定新的传播内容。例如车载移动电视，它播出的节目乍一看与传统电视节目差不多，都是一种视听传播。其实不然，我们仔细分析一下，在公交汽车上嘈杂的环境里，谁又能听清楚电视荧屏里的声音呢?视听传播其实上已变成了以视觉传播，因此它的内容定制也应有所改变。新的媒介形态必定对应新的受众群体、新的接收行为和新的媒介环境。

目前，许多传统媒体纷纷开设了自己的网站，进军新媒体领域。但是，这些新媒体网站大多是依托传统媒体的内容供应，看起来是节省了运营成本，但由于没有根据新媒体特性开发的内容产品，没有形成新的受众市场需求，增值空间也就十分有限。例如，时下谈论最多的手机电视、手机电影和手机报纸，都是一种基于3G(第三代移动通信技术)技术基础上开发的移动媒体。其实，3G手机早在多年前已进入实验阶段，但为什么还迟迟未能投入商业运营呢?其中一个重要的原因就是还没有找到合适的商业模式，包括与之相应的内容服务。

仓促上阵的新媒体投资者和运营者往往忽略了影响新媒体发展最重要的一环，就是它能够为市场和用户提供什么样的内容产品。换句话说，就是什么样的媒介产品是市场和用户所需要的?这就要从媒体特性、传播方式、接收方式、盈利模式等各方面来综合考察，遗憾的是人们大多还是沿用传统媒体的思路：手机+电视=新的传播渠道+传统电视节目，那么谁愿意在窄小的手机屏幕上观赏一集45分钟的电视剧或一部90分钟的电影呢?对此，上海移动通信股份有限公司与上海文广集团202\_年2月4日联手推出中国第一部短剧《新年星事》，每集3分钟，共13集。为了庆祝中国电影100周年，由中博传媒公司拍摄的系列电影短片《聚焦这一刻》，由8部独立的影片组成，每部影片长3分钟。然而，这些内容仍然是由传统媒体从业人员制作的。新媒体的内容制作完全不同于传统媒体。例如，手机的短信和彩铃，相对传统媒体就是一种全新的文本。故此，他们的创作者基本上不是传统新闻媒体从业人员。

202\_年4月底，上海文广新闻传媒集团下属上海电视台正式获国家广电总局批准开办以电视机、手持设备为接收终端的视听节目传播业务。这是广电总局在国内发放的首张IPTV业务经营牌照。最近国家广电总局正式颁布了自主研发的手机电视标准(CMMB)。国家发改委高新技术产业司表示：一定要按照对国际奥委会的承诺，在举办的202\_年奥运会的城市提供3G服务。新媒体不仅需要新的技术新的渠道，更需要新的内容和新的商业模式。

南方广播影视传媒集团副总裁张惠建认为在未来三年里，他们的新媒体付费收入将超过广告收入。清华大学陆地教授对此并不认同，他认为;只要是传统电视众多公共频道的运营模式不变，不管是什么视频，除非有突出的差异化内容，否则，新媒体视频会被迫走广播运营模式的路子。也就是说，必须依靠广告来维生。[9]

媒体还有大众媒体和个人媒体、新闻媒体和娱乐媒体之分。按照过去美国的标准，受众人口达到总人口的四分之一才能算是大众传媒。在传媒高度分众化的今天，这样的标准显然已不现实。现在有人把手机、博客称之为个人媒体，但如果没有一定数量的受众，从经济学角度来看就是没有足够的市场宽度，那就很难形成规模效益，成为具有商业开发价值的媒体产业。202\_年，我国网络广告达到31亿元，仍不及被视为弱势媒体的广播广告市场(34亿元)。在网络出版中网络游戏占一半以上，202\_年是36亿，预测202\_年将达83.4亿元人民币。虽说手机电视和手机报纸的资费具有巨大的市场潜力，但目前还没有成为事实。因此，目前以网络、手机为代表的新媒体，与3000多亿的中国传媒产业相比，所占市场份额还是很小，还没有形成与传统媒体抗衡的新媒体产业。那么，新媒体产业成长的路径在哪里呢?

三、开创新媒体的蓝海

在市场经济中，一个媒体就是一个企业，传媒业就是一个产业。按照美国著名战略管理学家迈克.波特的理论，产业是由相关的产业集群所组成，而这些产业集群是形成一个链式结构，我们把它叫做产业链。无论是何种形态产业链，还是哪个层面的产业链，其本质是以价值为纽带将能够决定和影响节点产业产品主要价值部分连接所构成的链。[10]因此，产业链就是价值链。新媒体能否形成产业，关键看它的产业价值链有没有形成，或者说打造出新媒体的产业价值链?

如何打造产业链?周新生教授认为产业链打造最主要的内容是产业链伸展的方向和范围，即考虑是横向同业伸展，还是向上下游纵向伸展，还是按相关业务作延伸。[11]这是一种传统产业经济学理论。目前，我国新媒体产业链的打造基本上是按此思路，它的内容供应和商业模式大多还是建立在传统媒体产业价值链的延伸上。例如网络媒体的商业模式，目前还是以传统媒体的广告盈利模式为主。其实，网络媒体的广告效果并不明显，据中国互联网络信息中心调查：网民最反感的，第一位是网络病毒(29.2%)，第二位是网络广告(20.9%)。为于网络广告，网民们还会使用拦截工具来对付。由此可见，经营广告并不一定就是网络媒体最好的盈利手段和商业模式。那么，它的商业模式又有什么呢?许多网络媒体都在不断地探索。过去几个，新浪在旅游、网络游戏、即时通讯和搜索等方面进行了很多尝试，但大部分都失败了。新浪CEO曹国伟无奈地表示，除了内容和广告，新浪不擅长别的。难道新媒体不能找到新的商业模式吗?

喻国明教授认为：所谓产业价值链指的是以某项核心价值或技术为基础，以提供能满足消费者某种需要的效用系统为目的、具有相互衔接关系的资源优化配置与组合。[12]就是说新媒体产业的构建或者说其产业价值链的形成，是由其核心价值所决定的。目前，许多新媒体是在传统媒体产业链上延伸，也就是说这些新媒体还是建立在传统媒体的核心价值上。如许多传统媒体的网站和增值业务是作为传统媒体的衍生产品，这种附属关系必然制约了它的发展。

有什么办法摆脱传统产业的桎梏呢?这是一个产业发展的战略问题。金教授和莫博涅教授为此写出了一部颠覆传统的战略思维新著《蓝海战略》，他们把已知产业称之为红海，把未知产业称之为蓝海，并如何开创蓝海提出了一整套系统方法。蓝海战略给我们开创新媒体产业以启示。

蓝海是怎样开创出来的呢?两位教授指出，价值创新是蓝海战略的基石。论及传媒业，就是说决定新媒体产业的商业模式不是建立在传统媒体的核心价值上，而是建立可以建立在自己的核心价值上，从而形成属于自已的价值链。那么，如何做到价值创新呢?蓝海战略有两个重要的原则：重建市场边界，超越现有需求是实现价值创新的关键一步。要做到这一点，企业需要挑战两种常规战略做法：一种是只关注现有顾客;另一种是追求市场细分，满足顾客间的细微差异。[13]对于媒体，受众就是顾客。目前，无论是楼宇电视还是移动电视，都是在原有受众市场细分上做文章，也就是说在原有的传媒广告市场蛋糕里切下一小块。这样做的话，一来竞争加剧成本提高，二来细分的市场份额也不会很大。江南春宣称开创了 蓝海， 分众传媒只做广告，不做内容。其实他们开创的只是广告业的蓝海，而不是传媒业的蓝海。

新媒体要甩脱与传统媒体的竞争，开创属于自己的全新市场，就要寻找新的受众并满足他们的需求。因此，对于新媒体，它们不应只把视线集中在顾客身上，还需要关注非顾客;它们不应着眼于顾客的差别，而应基于顾客强烈关注的共同点来建立自己的业务项目。[14]比如，对于传统媒体，不看新闻只玩游戏的年轻人是非受众，但在网络媒体里，他们却可以成为的受众，成为新媒体市场的宠儿。

还是说回手机电视的内容供应。不论是乐视传媒拍摄的手机电视剧《约定》，还是中博拍摄的电影短片集聚焦这一刻，都采用胶片拍摄的方式。其中乐视还租用了拍摄美国大片的设备，制作成本达到300万。电影人由此乐观地认为，电影短片市场的出路就在新媒体。这一价值实现还是基于传者的单向传播，核心价值还是建立在传统媒体之上。实际上，价格不菲的胶片拍摄效果在手机屏幕上根本上无法得到体现。无论是聚焦这一刻，还是未来移动影像发展计划，都还局限于专业电影人在手机媒体上的表达。传者与受众的分立是传统媒体的价值观。新媒体的商业模式可以有很多种，但都应建立在与传统媒体迥然不同的核心价值之上。 超级秘书网

全民参与、互动效应才是新媒体发展的最大驱动力。WSFF是由洛杉矶一家移动技术公司发起的手机电影节，现在全世界每年数以万计的手机用户自己拍摄手机电影参加这一比赛。由于WSFF的巨大成功，这家公司专门建立了频道用于播放手机电影。WSFF的目标是像戛纳电影节一样，成为最大的手机视频节目交易市场。喻国明教授认为，网络媒体第三代盈利模式是基于网络全新的内容生产DIY(Do It Yourself)，就是自己动手制作，没有专业资质的限制，想做就做，每个人都可以利用DIY做出一份表达自我的产品来。DIY就是全民出版，全民传播。被誉为数字时代的麦克卢汉的保罗.莱文森提出两个观点：一个是媒介的使用者是内容，另一个是处处皆中心，无处是边缘[15]。受众同时也是内容的创造者，传播的双向互动成为自我价值的实现，也就成为新媒体超越现有需求的核心价值。

当然，新媒体产业的发展还受政治历史、人文环境和传媒制度等诸多非市场因素的影响。 新闻集团在进军中国传统媒体市场受阻之后转身新媒体。202\_年9月，默多克将其在凤凰卫视19.9%的股权出售给中移动。同时，新闻集团与中移动签定战略合作协议，准备推出无线原创音乐平台。202\_年10月，默多克宣布他的中国妻子邓文迪正在帮助将旗下的社交网站My Space带入中国。My Space是默多克去年耗资5.8亿美元收购的美国著名交友网站。这个被形容为一场豪赌的事件，能否就此开创出新媒体产业的蓝海呢?我们拭目以待。

但是，蓝海战略中有一点是要质疑的，就是是否存在泾渭分明的红海和蓝海吗?新媒体和传统媒体在时空、差异化内容、服务模式三个方面都应形成互补，以形成跨平台(Cross Media)传播。 [16]三网合一、新旧媒体的融合，使得新旧产业之间的界线在模糊，这对于新媒体产业核心价值的重构到底意义何在?这是需要我们考虑的。

[注释]

[1]朱泉峰：《Web2.0生死劫：Blog东方洗礼 视频同门相残》，《计算机世界》，202\_年10月25日

[2][美]J.R.Dominick等，[中]张海鹰：《电子媒介导论》，复旦大学出版社，2 202\_年4月版，第123页

[3]卢涵：《后媒体时代的传媒竞合》广电集团进军新媒体的机遇与挑战，新世纪出版社，202\_年版，第136页

[4]熊澄宇：新媒体与文化产业(上)，中国新闻传播学评论(CJR)

[5]吴征：《媒体业发展趋势与新媒体的文化使命》

[6]蒋宏 徐剑：《新媒体导论》，上海交通大学出版社，202\_年4月版，第14页

[7]周进：《新媒体之我见》,《广播电视研究》，202\_年第3～4期

[8]苏东：《分众模仿秀：创意的盛宴，还是概念泡沫?》，《新营销》，202\_年10月号，第50页;

[9]郭春：《粤家军潜入新媒体》，《中国广播影视》，202\_年9月下半月，第31页

[10]周新生：《产业链与产业链打造》，《广东社会科学》，202\_年第4期，第30页;

[11]周新生：《产业链与产业链打造》，《广东社会科学》，202\_年第4期，第31页;

[12]支英珉：《新传媒帝国竞争格局下的品牌、资本和产业化》，中国水利水电出版社，202\_年8月版

[13][韩]W.钱.金 [美]勒妮.莫博涅 著 吉宓 译 《蓝海战略》，商务印书馆，202\_年5月版，第115页;

[14][韩]W.钱.金 [美]勒妮.莫博涅 著 吉宓 译 《蓝海战略》，商务印书馆，202\_年5月版，第116页;

[15][美]保罗.莱文森著，何道宽译，《数字麦克卢汉信息化新纪元指南》，社会科学文献出版社，202\_年10月版，第117页

[16]曹慎慎：《新与旧的竞合之道》，《中国广播影视》，202\_年9月下半月，第38页

产业经济学硕士论文范文二：浅谈招商引资的产业经济学角度研究论文

摘 要: 从产业种类、产品、技术、整体结构等方面分析了外商投资对我国产业结构变动的积极影响及其启发意义。

关键词: 外商 投资 产业结构

经过20多年的发展，我国已成为世界上经济最具吸引力的国家之一，我国已成为世界上最大的外资吸收国，202\_年，我国吸收外商投资达到540亿美元。外商投资的大量涌入，对我国产业结构的变动产生了巨大的影响。外资充分利用我国改革开放的优惠政策和劳动力资源丰富的比较优势，投资传统产业和相关产业, 极大地推动了我国产业结构的调整和升级。

1 外商投资带来大量新产品和新技术，形成了新的产业

外商投资企业中，技术水平普遍高于国内原有水平。例如，北京市的一项调查表明，北京市工业系统的外商投资项目中，81%引进国外先进技术，使这些企业技术水平提高了15年左右。北京GE航卫的CT机令我国在这一领域的生产水平前进了30年，上海英特尔引进了全球性能最优的台式机微处理器封装与测试生产设施。这种情况不仅在机电等资本技术密集型产业普遍存在，而且在传统的劳动密集型产业中也较为普通，在轻纺等行业中从事外来加工贸易的企业，其技术水平、产品档次远远高于原来的国内企业。

最好的例子就是我国IT产业的发展。20世纪90年代以来，大量外商来华投资于IT制造业，其中既有INTEL、IBM、NOKIA等著名跨国公司，也有大量隐姓埋名为跨国公司从事OEM生产的台资企业，使得我国从一个电子工业相对落后的国家迅速崛起为世界IT产业最重要的硬件制造基地之一，对国际IT产品市场产生了巨大的影响。

2 外商投资促使了出口产品种类增多，结构优化

产品的出口竞争力是产业国际竞争力的直接表现，出口产品结构是产业结构的外在反映。过去10年，我国外商投资产品结构的动态优化趋势十分明显。早期我国外商投资以纺织、服装、玩具、鞋帽等劳动密集型产品为主，随着越来越多的外商企业来华投资，机电产品的比重越来越高。202\_年，外商出口机电产品1 169.93亿美元，占外商出口产品总额的65%，占全部机电产品出口的74.3%。外商出口产品中，计算机、通讯设备、视听产品占有重要的地位。202\_年，外商出口高新技术产品606.26亿美元，同比增长了46.2%。

3 外商投资提高技术开发能力，促进了技术进步

外商投资企业的技术与管理外溢效应通过三种途径促进了相关工业的技术进步与产业升级。第一条途径是产品的扩散与竞争，由于大量外资企业是兼顾国际国内两个市场的，由外资企业带来的大量新产品投入国内市场，一方面培育了国内需求，另一方面也为国内企业开发与生产同类产品提供了示范，移动通讯市场的扩张与制造业的发展就是明证。第二条途径是外资企业对配套企业的订货要求与技术支持，大大提高了国内配套企业的技术水平与产品质量，使其产品能够达到国际市场的要求。20世纪90年代中期以来，外资企业国内增值率和国内采购不断提高，形成了跨区域的采购网络，同时，在我国沿海地区形成了一些产业特征明显的产业聚集带。第三途径就是技术与管理人员的流动，传播了先进的技术与管理。广东省通过与外资合作，结合广东的实际，建立了一条依据国内大中型企业建立技术中心，使大部分科技活动进入企业的科技体制改革之路。这种科技生产一体化适应机制开始与发达国家现行机制相接近，成效显著，使广东的科技成果转化率和企业的科技活力有了明显的提高。

4 外商投资促进了高新技术产业的发展

外商投资在我国高新技术产业的飞速发展中起了巨大的作用。20世纪90年代中期以来，我国高新技术产业实现了高速增长。1998～202\_年，高新技术产业工业总产值平均增长超过24%，高出全部工业产值15个百分点，对工业总产值增长的贡献率达到35%，高新技术产品的出口占全国出口额的比重上升到25%左右。202\_年，我国高新技术产业工业生产值突破2万亿元，比上年增长23.26%，高新技术产品出口额达677亿美元，增长45.7%，高出全国外贸出口增幅达23.4个百分点，其中，外商投资占高新技术产业增加值的一半以上，占申请专利数的2/3，占出口值的3/4，这个趋势随着我国外资引进的不断增长而加速发展。

5 外商投资促进了产业结构整体上的升级换代

产业结构中很重要的一个问题是产业内部农业、工业、第三产业这三大产业的比例关系。改革开放以前，我国虽然经过40多年的发展建设，三大产业的结构比例沿着世界产业结构演变规律发展，即农业比重下降，工业比重上升，第三产业开始发展，但是从总体上来看，我国产业结构仍然低级、僵化，严重制约了我国经济发展质量和水平的提高。改革开放以后，外资的大量涌入极大地促进了我国产业结构的升级和换代，三大产业的结构比例已越来越符合世界产业经济发展的先进水平。其具体表现是，农业在产业结构中的比重迅速下降，农业结构调整和质量的提高成为农业发展的主要任务;工业继续成为经济增长的主导，且经过20世纪80年代的以轻工业为主导、90年代加快基础工业的发展以后，轻重工业之间、加工工业与基础工业之间不协调的矛盾得到基本解决，提高工业产品国际竞争力、改善国际分工地位和促进工业结构升级成为工业发展的主要矛盾;第三产业主要是交通运输及邮电通信业、建筑业得到较快发展，交通运输对国民经济的瓶颈制约得到缓解。

外商投资对我国区域经济产业结构的变化影响也很大。最具代表性的就是广东省产业结构的变化。20世纪80年代，随着对外开放政策的实行，广东省依托毗邻港澳的区位优势，首先成为了香港密集性产业外迁的首选之地，与香港形成前店后厂经营模式，即生产在广东，决策、销售、设计在香港等地，在此基础上形成的三来一补则成为广东农村工业发展的主要形式，初步形成了一定规模的家电业。与此同时，广东依托港资成为全国出口加工和转口贸易的重要基地。90年代中期以后，广东承接全球信息技术浪潮，大力改造原来的工业结构，在台资的带动下，一些地方如东莞等地迅速实现了由传统产业向信息产业的转移，成为全国乃至全球最大的电脑外设生产基地。据统计，改革开放20年来，广东省固定资产投资总额中30%为外商投资。珠江三角洲地区的外资经济占到整个地区经济的80%以上，外商投资成为了广东产业结构升级与优化的重要原因。

在长江三角洲地区，据统计，上海市实际利用外资总额每增加100亿美元，上海市国内生产总值中第一产业所占比重将下降0.217%，第二产业所占比重将下降2.92%，第三产业所占比重将上升3.12%。

近年来，江苏省的电子及通信设备制造业迅速崛起，大有赶超广东之势，这与跨国公司的大量进入是有密切关系的。20世纪90年代中期以来，随着市场竞争的加剧，江苏省许多地方利用毗邻上海的区位优势、优惠政策，加大吸引外资的力度，苏州工业园、昆山经济技术开发区都成为吸聚外资的典型。一些港台企业移资北上，台湾的几大电脑以及电脑相关设备厂商都开始在江苏投资，从1991～202\_年，台商总共投资江苏427.6万美元，其中投资电子及电器产品制造业166.9万美元，占总投资的39%。有人预计，三年之后苏州可能取代东莞成为世界电脑硬件生产的首要中心。与此同时，许多跨国公司进入江苏，进行投资，带动了江苏产业结构的升级，如菲利普、西门子、富士通、东芝、爱立信、三星等世界著名跨国公司在江苏电子行业投资了31家企业，协议外资金额达5.85亿美元，仅荷兰菲利普公司就投资了5家企业。超级秘书网

综上所述，外商投资对我国产业结构的升级换代作出了重大贡献，这对我国经济发展较落后的省份和地区产业结构的演进是很有指导意义的。以湖北省为例，近几年来，湖北省吸引的外资大量增加，202\_年达到了9.4亿美元(直接投资)，但与我国经济较发达的省份和地区相比，差距仍然很大。产业结构的升级、优化是经济发展水平提高的重要促进力量，湖北省要想提高本省的经济发展水平，必须下大力气，改善投资环境，硬软件措施相配套，加强吸引外资，使外资输入的规模和质量上一个档次和台阶，以促进湖北省的产业结构合理化、高度化，促进湖北省经济的发展。

参考文献

1 张婧.加工贸易对我国产业结构升级的推动作用[J].统计与决策，202\_(4)

2 田素华.外资对东道国的产业结构调整效应分析[J].上海经济研究，202\_(2)

3 盛世豪.产业结构演变与专业化竞争优势[J].浙江社会科学，202\_(3)

4 周杰文.湖北省外商投资企业投资环境研究[J].理论月刊，202\_(10)

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！