

比较优势和战略优势 ——国际贸易学中的智慧

许斌*

发表于《经济学家茶座》2003年第4期 63-65页

比较优势（Comparative advantage）和战略优势（Strategic advantage）是现代国际贸易学中的两个重要概念。在这篇短文中我将讨论这两个概念中包含的智慧（wisdom）。自然界和人的生活充满了复杂性，因而经济学中的智慧只能算是“小智慧”。但它们对我们还是有一定启迪的。

说到比较优势，不能不提和它相对应的一个概念，绝对优势（Absolute advantage）。后者很好理解。你比我会理财，你在理财方面对我有绝对优势。中国的彩电制造技术比越南强，中国在彩电制造上对越南有绝对优势。

绝对优势和劣势是不是决定了人与人之间的分工关系或者国与国之间的贸易关系呢？乍一看这似乎是顺理成章的。你比我会理财，在我们这两个人团队中当然是你来理财。中国比越南会生产彩电，当然是中国向越南出口彩电。

但仔细一想，这个推理不能成立。你比我会理财，但你比我更会推销产品。在我俩这个团队中谁来理财，谁来营销？答案是：为了团队的总体利益，你只能忍痛割爱，将帐本留给我。我是不如你会理财，但我在推销产品上能力更差。将帐本给我能够为你腾出时间去搞营销。在我们这个团队中，你的比较优势是营销，而我的比较优势是理财。我们的分工合作关系是建立在比较优势之上，而不是绝对优势之上。为什么会这样？因为你的时间精力是有限的。尽管你什么都比我行，但你不能什么都自己做。当然你可以选择什么都自己做，但那样你得到的收益会少于和我合作你所得的份额。同样道理，尽管中国在彩电生产上对越南有绝对优势，但在电脑生产上的绝对优势更大。因而中越贸易中会是中国向越南出口电脑，越南向中国出口彩电（这是个假设性的例子，现实中的贸易关系取决于诸多因素）。两国的贸易关系是建立在比较优势而不是绝对优势的基础上。

比较优势这个概念告诉我们，对一个各方面都强大的国家或个人，聪明的做法不是仰仗强势，四面出击，处处逞能或事必躬亲，而是将有限的时间、精力和资源用在自己最擅长的地方。反之，一个各方面都处于弱势的国家或个人也不必自怨自艾，抱怨自己的先天不足。要知道，“强者”的资源也是有限的。为了它自身的利益，“强者”必定留出地盘给“弱者”。比较优势理论的精髓就是我们中国人所说的“天生我材必有用”。

*作者系中欧国际工商学院经济学与金融学教授

现在让我们来谈一下另一个概念，战略优势。在两个国家或个人能力有差异时，比较优势理论告诉我们他们将如何分工。当两个国家或公司或个人旗鼓相当时，就不存在什么比较优势或劣势了。他们的胜负取决于谁拥有战略优势。简单而言，战略优势并不是资源和能力上的领先，而在于谁先占领战略制高点。一个经典的例子是波音公司和空中客车公司的竞争。假定由于规模经济的作用，世界大型客机的市场只能容纳一个盈利的企业；如果两个企业参与这个市场会是两败俱伤，无利可图。假定波音和空中客车在飞机制造技术上不相上下，哪个公司会拥有世界客机市场？答案是谁先进入这个市场谁就成为这个市场的独霸。先行进入会成为阻止后来者进入的壁垒。如果波音公司已经在世界客机市场上，空中客车公司基于自身利益的考虑会选择进入这个市场，尽管它有同样的技术能力。战略优势有时被称为“先行者优势”，就是我们中国人所谓“先下手为强”。是不是后来者一定“遭殃”呢？并不是这样。战略优势是可以转换的。在波音和空中客车的例子中，如果欧盟许诺给空中客车客机制造以补贴，那么空中客车就会进入市场，因为所得补贴可以弥补竞争导致的亏损。如果波音没有类似的补贴，竞争导致的亏损会迫使其退出市场。在这个例子中，欧盟的补贴政策将空中客车的“后行者劣势”转化为战略优势。

战略优势和比较优势有一个本质的不同。建立在比较优势基础上的分工合作创造出额外的收益，从而导致双赢局面。而建立在战略优势基础上的竞争不创造额外收益，只是对既定收益的争抢，因而本质上是你死我活的零和博弈。这是两个反差极大的概念。在我看来，比较优势的理念带给我们平和的心态，指导我们有所为，有所不为。它让我们认识到人与人之间相互依存和相互尊重的重要性。而战略优势的理念则给我们以警示，告诉我们掌握先机的价值。同时提醒我们竞争中合作的必要性。如何在生活中平衡地运用比较优势和战略优势的智慧则需要超出经济学的更大的智慧了。