

经济转型与发展研究系列

南大商学评论

Nanjing Business Review

空间交易成本、市场获得与企业区位

王良举

药品产业的公共政策

——基于国际经验的述评

汪德华 刘启

货币政策、市场时机与企业权益融资

马文超

沿海大城市新移民住房获取能力研究

——以杭州市为例

毛丰付 魏艳 潘加顺

地区经济发展与政治参与

——十七大和十届全国人大各省代表数量及构成的决定因素研究

邢春冰

供应链占资制约企业投资的影响路径分析

——基于制造业外部融资约束的经验研究

李响 刘秉镰 刘军 王海鹏

传统智能和情绪智能测验的信度

——基于中国样本的研究

黄炽森 张凤仪 彭正敏

18

第9卷 第2期

经济转型与发展研究系列

南大商学评论

Nanjing Business Review

18



南京大學出版社

图书在版编目(CIP)数据

南大商学评论. 第18辑 / 刘志彪主编. — 南京:
南京大学出版社, 2012. 6

ISBN 978-7-305-10083-3

I. ①南… II. ①刘… III. ①中国经济—文集 IV.
①F12-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 134453 号

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
网 址 <http://www.NjupCo.com>
出 版 人 左 健

书 名 南大商学评论(第 18 辑)
主 编 刘志彪
执行主编 郑江淮 贾良定
责任编辑 唐甜甜 王抗战 李宝平 耿飞燕
编辑热线 025-83596997

照 排 南京南琳图文制作有限公司
印 刷 常州市武进第三印刷有限公司
开 本 787×1092 1/16 印张 12.5 字数 240 千
版 次 2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-10083-3
定 价 32.00 元

发行热线 025-83594756
电子邮箱 Press@NjupCo.com
Sales@NjupCo.com(市场部)

* 版权所有, 侵权必究

* 凡购买南大版图书, 如有印装质量问题, 请与所购
图书销售部门联系调换

本刊主办单位

南京大学长江三角洲经济社会发展研究中心
教育部人文社会科学百所重点研究基地

南京大学经济转型和发展研究中心
教育部哲学社会科学创新基地

南京大学商学院

《南大商学评论》编辑委员会

主 任 范从来

主 编 刘志彪

编 委 (以姓氏笔画为序)

于津平 马野青 王全胜 王跃堂

安同良 刘志彪 刘 洪 刘春林

张正堂 陈传明 沈坤荣 杨 忠

杨雄胜 范从来 郑江淮 洪银兴

赵曙明 徐志坚 贾良定 葛 扬

韩顺平 裴 平

执行主编 郑江淮 贾良定

执行编委 (以姓氏笔画为序)

王 宇 王 兵 皮建才 曲兆鹏

刘德溯 李 剑 张 骁 张 晔

何 健 杨 雪 郑东雅 俞 欣

姜 嫻 徐小林 黄韞慧 韩 剑

蒋春燕 蒋 彧

编 辑 成 洁

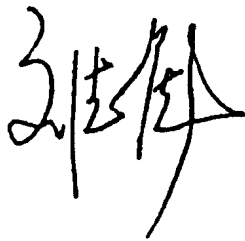
主编的话

《南大商学评论》是由南京大学商学院主办的经济学、管理学类非连续的学术刊物。创刊以来,以其规范、严密、扎实的研究风格受到国内外学者的高度评价,2012年被中国社会科学评论中心评入CSSCI来源刊物。在此我向关心支持本刊物的同仁们表示衷心的感谢!

新一轮的全球化期待中国学术研究像中国经济一样,进入世界学术研究关注的焦点和前沿。为了鼓励源自中国的原创性研究,《南大商学评论》的办刊方向进一步明确为立足于中国经济转型和发展实践,提倡从中国经济管理的实践中发现问题、提炼问题、分析问题和解决问题。

本刊将延续以前的传统,开放式办刊,广泛接受来自国内外学者的自由投稿,采用双向匿名审稿制度,主要发表原创性的规范和实证研究的学术论文,以及案例、综述和评论性的文章。研究领域不限,欢迎从宏观经济学、财政金融、产业组织、国际贸易、比较经济学、企业管理、市场营销、人力资源、电子商务、会计等相关具体领域进行专门化研究的成果。

欢迎赐稿,谢谢。



目录

-
- 1** 空间交易成本、市场获得与企业区位 王良举
-
- 27** 药品产业的公共政策
——基于国际经验的述评 汪德华 刘 启
-
- 46** 货币政策、市场时机与企业权益融资 马文超
-
- 66** 沿海大城市新移民住房获取能力研究
——以杭州市为例 毛丰付 魏 艳 潘加顺
-
- 84** 地区经济发展与政治参与
——十七大和十届全国人大各省代表数量及构成的
决定因素研究 邢春冰
-
- 100** 供应链占资制约企业投资的影响路径分析
——基于制造业外部融资约束的经验研究
李 响 刘秉镰 刘 军 王海鹏
-

116 传统智能和情绪智能测验的信度
——基于中国样本的研究 黄炽森 张凤仪 彭正敏

127 理解团队多样性:理论、机制与情境
章 振 张 燕 侯立文 王新江

147 员工考核方法对组织绩效的影响研究
——以组织结构为调节变量 王炳成 丁 浩

168 网络零售商的品牌个性、享乐性购物价值与关系
质量
——理论模型与实证检验 吕新闻 尤树洋 贾良定

CONTENTS

- 1** Spatial Transaction Cost, Market Access and Firm Location
Liangju Wang
-
- 27** The Public Policies of Pharmaceutical Industry
—A Survey Based on International Experience
Dehua Wang Qi Liu
-
- 46** Monetary Policy, Market Timing and Equity Financing
Wenchao Ma
-
- 66** Research on Housing Acquisition Capability of New Immigrants in Costal Big Cities
—A Case Study of Hangzhou
Fengfu Mao Yan Wei Jiashun Pan
-
- 84** Regional Economic Development and Political Participation
—Determinants of Provincial Number and Composition of Representatives in the 17th NCCPC and the 10th NPC
Chunbing Xing
-

-
- 100** The Analysis of the Impact Paths of Trade Capital Occupation and Investment

—An Empirical Research Based on the Financial Constraint in Manufacturing Industry

Xiang Li Binglian Liu Jun Liu Halpeng Wang

- 116** Reliability of General Mental Ability and Emotional Intelligence Tests of Chinese Respondents

Chi-Sum Wong Millissa F. Y. Cheung Kelly Z. Peng

- 127** Review on the Work Group Diversity

Zhen Zhang Yan Zhang Liwen Hou Xinjiang Wang

- 147** The Effects of Employee Appraisal Method on Organizational Performance

—Organizational Structure as Moderators

Bingcheng Wang Hao Ding

- 168** Brand Personality of Web Vendors, Hedonic Shopping Value, and Relationship Quality

—Theories and Testing

Xinwen Lv Shuyang You Liangding Jia

空间交易成本、市场 获得与企业区位^①

王良举*

【摘要】 改革开放以来,中国制造业向沿海地区集聚趋势明显,逐渐形成了较为明显的中心-外围格局。为了解释中国制造业的空间分布模式,本文引入企业区位的新经济地理分析框架阐述企业区位的决定机制,并使用中国 280 个地级区域的三位数制造业数据对企业区位选择进行了负二项分布面板数据回归。研究发现,一个地区较高的市场获得水平和完善的交通基础设施会吸引企业在该地区选址。中国沿海地区自身较大的市场规模和出口导向型战略引起制造业企业在这些地区集聚,而这种空间集聚又进一步提高了沿海地区的市场获得水平,在累积因果循环机制作用下,沿海地区成为中国制造业的中心地带,而中西部地区则成为外围地区。

【关键词】 市场获得 空间交易成本 企业区位 负二项分布

【JEL 分类】 C33 R30 R12

一 引 言

经济活动空间分布不均匀是世界范围内普遍存在的特征事实。改革开放

① 本文得到教育部基地重大项目(批准号:2009JJJD790057)和安徽高校省级自然科学基金项目(批准号:KJ2012Z001)的资助。本文部分数据的获取及处理得到周末博士的大力支持,在此表示诚挚谢意。感谢王永培博士提出的建设性意见。

* 王良举,中国人民大学商学院博士研究生,安徽财经大学工商管理学院讲师,电子邮件:acwlj@163.com。

以来,中国沿海地区凭借初始的市场规模优势、良好的地理条件以及中央政府给予的倾向性的优惠政策吸引了制造业企业在该地区集聚。初始的市场规模优势在累积循环机制的作用下被放大,进一步吸引企业在沿海地区集聚。最终形成了中国制造业空间分布的“中心-外围”模式(范剑勇,2006)。那么,中国制造业空间分布模式形成的内在机理是什么?决定企业在中国各地区分布的因素是什么?

企业区位决定因素的研究一直是区域经济学、贸易理论和新经济地理学等学科研究的热点。古典区位理论和传统贸易理论强调,地理位置、资源禀赋等先天的第一本质(first nature)因素决定了企业的区位和空间集聚水平。而新经济地理学(new economic geography, NEG)理论强调第二本质(second nature)因素对企业区位的影响。NEG 理论认为,由于规模报酬递增和运输成本的存在,企业趋向于在市场规模更大的地区选址,这会降低该地区的价格指数,从而会增加对该地区的产品需求,进而吸引更多的企业在该地区集聚。也就是说企业区位是内生决定的。

按照 NEG 理论的基本观点,企业选择区位时更关注该地区与周边市场联系的密切程度,既包括产品的市场潜能,也包括要素投入的可获得程度。因为在规模报酬递增和存在运输成本的条件下,拥有较大的市场潜能,意味着拥有较好的接近顾客(前向联系)和供应商(后向联系)机会,更容易吸引企业在该地区选址。由于运输成本的存在,较大的本地市场规模对于在报酬递增条件下生产差异化产品的企业具有更大的吸引力。拥有较大的本地市场的企业一般销售的更多。销售中的规模经济进一步降低了企业的成本、提高了企业的利润。这会促进本地现有企业扩大生产规模并吸引新的企业进入。贝伦斯等(Behrens, Lamorgese and Ottaviano, et al., 2004)将克鲁格曼(Krugman, 1980)建立的双区域模型扩展为多区域模型,考虑不同的需求规模和交通设施水平(决定了一个地区的可进入性)的影响。研究显示:一个地区对企业的吸引力是由市场规模、可进入性和竞争三个因素共同构成的。这三个因素对企业区位决定的影响机制可分为以下三种:① 良好的交通条件和优越的地理位置是吸引企业选址的关键因素之一。马丁和罗格斯(Martin and Rogers, 1995)研究认为,跨国企业倾向于在拥有良好的交通基础设施的国家投资设厂,因而对于政府决策来说,政策引导下的基础设施投资将决定一国工业发展的布局。戴维斯和温斯顿(Davis and Weinstein, 1996)基于 OECD 国家数据的研究结果并不支持需求较大的地区的产业份额更大的假设。戴维斯和温斯顿(Davis and Weinstein, 2003)使用同样的数据,但将本地需求和可进入性结合起来度量本地需求规模,研究结果强烈支持需求较大的地区具有更大的产业份额的假设。这说明交通基础设施对企业区位选择是至关重要的。② 与上述发现不同,贝伦斯等(2004)研究表明,较大的本地市场规模和更好的可进入性并不总是能形成更大的产业规模。特别是,如果一个拥有相当规模的本

地需求和良好的可进入性的地区非常靠近另外一个拥有更大的本地需求规模和更好的可进入性的地区,那么这个地区可能会处于“节点阴影”(hub shadow)之下而被遗忘。最终,该地区的产业规模可能会小于另一个市场规模较小并且可进入性较差的地区。因为可进入性较差的地区与先进地区相距较远,因而受到先进地区的竞争较少。③ 当从双区域模型扩展到多区域模型,动态的本地市场效应并不总是成立。一个地区市场需求的增加或交通条件的改善并不总是会导致产业规模更大比例的扩大,反而可能会导致该地区产业份额的下降。因为,可进入性的增加使得本地企业面临来自其他地区企业更激烈的竞争。

区别于其他理论,NEG 理论从市场规模或市场获得效应假设出发,注意到市场规模本身可能是内生决定的。克鲁格曼(Krugman, 1991)通过引入劳动力的流动性说明了这一点。市场规模或市场获得的微小差异通过前后向关联效应的作用可能会导致生产模式和收入水平的根本性改变。本地市场需求的增加会吸引企业在该地区选址,企业数量的增加引起当地工资水平上升,这会吸引更多的劳动力向该地区迁移,并进一步扩大该地区的市场规模,形成了累积循环式的经济集聚。

影响企业区位选择的因素众多,地理位置(Von Thünen, 1826)、交通条件(Weber, 1909)、资源禀赋(Ohlin, 1935)、税收(De Mooij and Ederveen, 2003)和补贴政策(Head, Ries and Swenson, 1999)等因素均受到学者们的广泛关注。本文采用 NEG 分析框架,重点考察市场获得(market access, MA)^①和空间交易成本^②这两个新经济地理因素对企业区位选择的影响,从而为中国制造业空间分布模式的形成提供一个新的解释。本文结构安排如下:第二节对中国制造业区位分布的特征事实进行总结性描述;第三节基于 NEG 分析框架阐述企业区位的形成机制;第四节是计量模型的设定和变量说明;第五节报告了计量结果并进行了解释;最后一节总结全文研究的主要内容以及得出的政策含义。

二 中国制造业区位分布的特征事实

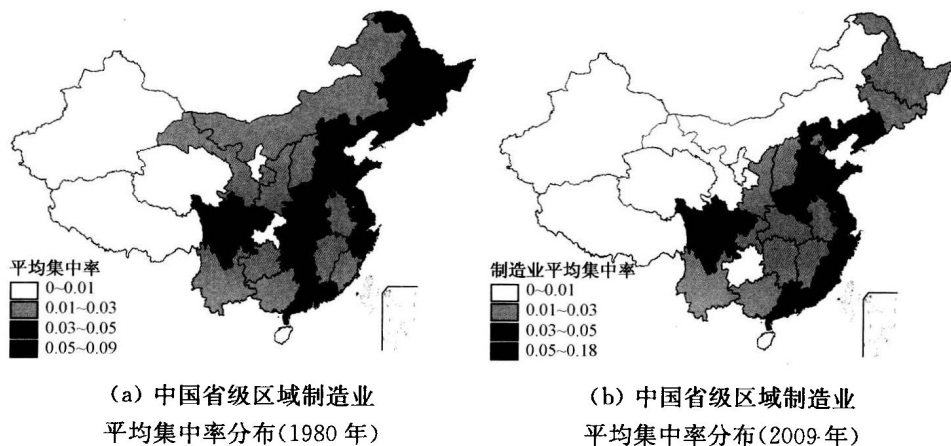
制造业对自然条件的依赖程度相对较低,更易受到新经济地理因素的影响

① market access 也被译为市场准入(范剑勇、张雁, 2009),但笔者认为译为市场获得可能更为准确。通俗地说,一个地区的市场获得就是周边地区(包括本地)对该地区生产的产品的需求之和。

② 空间交易成本是指一切由距离因素造成的障碍和成本。包括运输成本、信息成本、贸易障碍和关税等。为简化分析,我们将运输成本近似看做空间交易成本,具体的我们用交通基础设施作为空间交易成本的度量。交通基础设施越完善,空间交易成本越低。

响而产生空间集聚。规模报酬递增和前后向关联的正反馈效应,往往导致制造业生产在空间上向某些具有特定优势条件的地区集中。观察中国制造业的空间分布可以发现,改革开放以来,省与省之间制造业平均产业集中率差异逐渐扩大,制造业空间集聚的趋势非常明显。改革开放初期的1980年,各省制造业平均产业集中率的变异系数是0.682,而2009年这一指标值上升到1.206。

从中国各省制造业平均集中率分布图(图1)可以非常清晰地看到30年间制造业的空间集聚过程。1980年,中国制造业空间分布仍然呈现一定的分散化现象,具体表现在:①东北地区制造业重要性非常明显,尤其是辽宁省的制造业平均集中率超过了8%,仅低于江苏省;②南部沿海地区的制造业平均集中率为0.0872,仅高于大西北地区;③北京、天津和上海三大直辖市尽管面积较小,但制造业份额并不低,上海的制造业平均集中率为0.0722,仅略低于江苏省和辽宁省,位居全国第三位,而北京和天津的制造业平均集中率均高于0.03。相比之下,到了2009年,中国制造业的空间分布已经发生了显著的变化:①东北地区制造业重要性下降明显,辽宁的制造业平均集中率下降为0.0396,而黑龙江和吉林的制造业平均集中率低于0.02;②山东、江苏、浙江、福建和广东等沿海省份制造业平均集中率上升明显,山东、江苏和广东三省的制造业平均集中率均大于0.1,浙江省的平均集中率为0.097,福建省的制造业平均集中率为0.051;③上海、北京、天津三大直辖市制造业份额下降明显,上海的制造业平均集中率下降为0.0334,而北京和天津的制造业平均集中率均低于0.02;④中西部地区大多省份的制造业平均集中率均有不同程度的下降。总体来看,1980年制造业平均集中率超过0.08的仅有江苏省和辽宁省,制造业平均集中率低于0.02的有14个省份。到了2009年,制造业平均集中率超过0.08的省份有4个,而制造业平均集中率低于0.02的省份增加到21个。

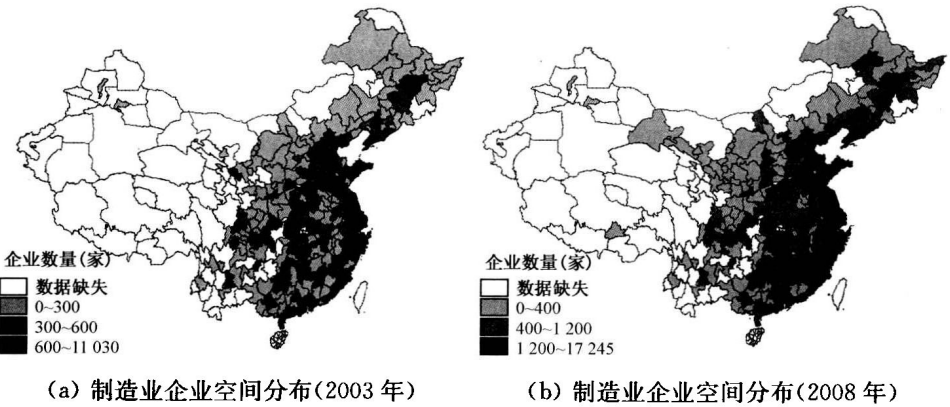


注:作者使用 Arcview3.2 软件绘制。1980 年数据根据第二次工业普查资料中 1980 年各省制造业二位数行业的从业人员数计算得到,2009 年数据根据《中国工业经济统计年鉴 2010》计算得到。

图1 中国省级区域制造业平均集中率空间分布

从以上分析不难发现,改革开放以来中国制造业集聚主要发生在环渤海、长三角和珠三角地区。制造业平均集中率排在前四位的省份全都属于上述三大地区。在三大地区内部,同样存在制造业比重的相对变化。珠三角地区的广东省地处中国改革开放的最前沿,凭借优越的地理位置和优惠政策支持,制造业增长强劲,制造业平均集中率跃居全国首位,达到 0.175,远远高于其他省份。上海的制造业平均集中率下降明显,但江苏和浙江两省的制造业稳步增长,使得长三角地区整体的制造业平均集中率保持上升,长三角地区仍是中国最大的制造业基地。环渤海地区的辽宁省制造业平均集中率下降明显,但山东省制造业平均集中率明显上升,环渤海地区整体的制造业平均集中率基本保持不变。

上述分析是基于对各省级区域制造业空间分布格局的考察。由于中国的省级区域是一个较大的地理分析单元,各省份内部各地区间在资源禀赋、自然条件以及经济发展水平等方面均存在着明显的差异,因此基于省级区域这样一个较大的空间单元的分析可能难以真实反映中国制造业空间分布的具体情况。下面我们使用中国地级区域制造业企业数据,对中国制造业空间分布的情况进行更加详细的考察。从地级区域制造业企业的空间分布图(见图 2)可以看到,环渤海、长三角和珠三角三大城市群是制造业企业分布最为密集的地区;此外,内陆地区的成都、武汉、郑州等省会城市也是制造业企业分布较为密集的地区。总体来看,中国制造业空间分布大致呈现以沿海地区为中心,以其他地区为外围的中心-外围格局。



(a) 制造业企业空间分布(2003 年) (b) 制造业企业空间分布(2008 年)

注:作者使用 Arcview3.2 软件绘制。数据来源于中国工业企业统计数据。

图 2 中国地级区域制造业企业空间分布

三 企业区位选择的 NEG 模型

揭示不同区位对企业的吸引力以及企业空间集聚模式存在显著差异的主要原因,是 NEG 理论研究的基本内容。在企业自由选择区位的背景下,寻找对企业最具吸引力的区位的特征,并对观察到的企业空间分布模式给出合理的、令人信服的解释,是 NEG 研究的中心内容。下面,我们借鉴海德、迈耶(Head and Mayer, 2004)以及库姆斯、迈耶和蒂斯(Combes, Mayer and Thisse, 2008)的方法,建立一个刻画制造业区位形成机制的 NEG 模型。

1. 假设环境

考虑一个只包括制造业和农业的两部门经济体。制造业部门使用劳动力和资本两种要素生产差异化的制成品,农业部门使用劳动力作为唯一的要素投入生产同质的农产品。制造业部门是不完全竞争的,并且具有报酬递增的特征,生产差异化制成品;农业部门是完全竞争的,生产单一的同质农产品。劳动力可以在部门间自由流动但不能跨区域流动,当地劳动力的供给能够保证当地对农产品的需求,这意味着两个部门劳动工资水平相同且等于 1(即 $w_A = w_B = 1$);资本可以在地区间自由流动,资本由全部劳动者所有,假设每个劳动者拥有 1 个单位的资本;制成品 i 的生产成本为:

$$C[q(i)] = fr + mq(i) \quad (1)$$

其中, f 为固定的资本需求, r 为资本的价格(利息率), m 为边际劳动需求。

假设整个经济体的劳动力数量为 L 。地区 A 的劳动力份额为 θ ($\theta \geq 1/2$), 地区 B 的劳动力份额为 $1 - \theta$ 。两个地区的相对要素禀赋相同,因而均不存在赫克歇尔-俄林类型的比较优势,但地区 A 具有市场规模优势。该经济体全部资本存量等于全部的劳动力规模 L 。

2. 市场出清

由于每个企业的固定资本需求相同,因此市场出清时,该经济体企业总数为:

$$N^* = L/f \quad (2)$$

这样,

$$n_A = \frac{\lambda L}{f}, n_B = \frac{(1-\lambda)L}{f} \quad (3)$$

其中, λ 表示在 A 地区投资的资本份额。 $(\theta - \lambda)L < 0$ (即劳动份额小于资

本份额)可以度量 A 地区(规模较大地区)输入的资本量。

地区收入水平由下式给出:

$$Y_A(\lambda)=[1+r_A(\lambda)]\theta L \quad (4)$$

$$Y_B(\lambda)=[1+r_B(\lambda)](1-\theta)L \quad (5)$$

由于资本所有者不能在地区间流动,因此空间均衡时名义资本收益率在各地区是相同的:

$$r_A(\lambda)=r_B(\lambda)=r(\lambda) \quad (6)$$

由企业利润最大化的一阶条件,并根据 $w_A=w_B=1$,我们可以得到:

$$P_A^*=\frac{m\sigma}{\sigma-1}, P_{AB}^*=\frac{\tau m\sigma}{\sigma-1} \quad (7)$$

其中, P_A^* 是地区 A 生产的制成品 i 的均衡价格, P_{AB}^* 是制成品 i 在地区 B 的销售价格。 σ 表示任意两种制成品之间的替代弹性,并且 $\sigma>1$ 。 $\tau(\tau\geq 1)$ 为冰山类型的运输成本,意味着把 τ 个单位的制成品从地区 A 运输到地区 B,最终只有 $1/\tau$ 个单位的制成品能够到达,其余部分在运输途中损失。而且我们假设运输成本由消费者承担。

地区 A 的价格指数为:

$$P_A=\frac{m\sigma}{\sigma-1}(n_A+\phi n_B)^{-1/(\sigma-1)} \quad (8)$$

其中, $\phi\equiv\tau^{-(\sigma-1)}\in[0,1]$ 是空间贴现因子(spatial discount factor),与运输成本和产品替代弹性呈反向变化。鲍德温等(Baldwin, Forslid and Martin, et al., 2003)首次用 ϕ 来表述贸易自由度(freeness of trade)。如果 ϕ 等于 1,那么地区之间不存在空间交易成本,即完全的自由贸易;当 ϕ 等于 0 时,地区之间的空间交易成本无限大,仅存在本地的贸易,不存在地区间的贸易。

由(8)式可知,企业的均衡价格与其空间分布无关,但是任何有利于规模较大地区的企业空间分布的变化,均会使得该地区的价格指数下降,从而对本地区产品的需求会增加。这一效应是空间交易成本下降带来的。同时,由于该地区生产更多的差异化产品,因而每种产品的市场会变小,使得该地区生产的各种制成品的需求减少,这就是所谓的市场拥挤效应(market-crowding effect),会阻碍企业进一步向该地区集聚。

由于资本可以在地区间自由流动,因此均衡的企业利润水平为 0(但能获得正常利润):

$$\pi_A\equiv p_A^*q_{AA}+p_{AB}^*q_{AB}-m(q_{AA}+\tau q_{AB})-fr(\lambda)=0 \quad (9)$$

用 $q_A=q_{AA}+q_{AB}$ 表示地区 A 生产的制成品数量,则由(7)式和(9)式可以得到: