

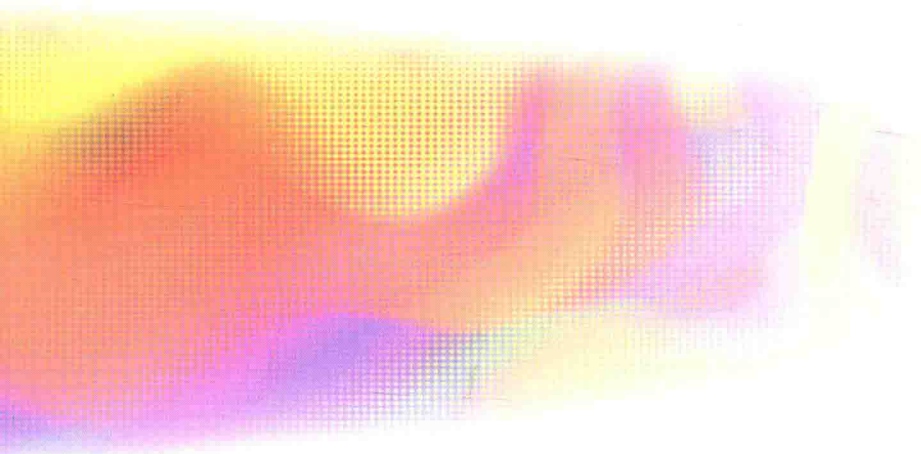


中南财经政法大学经贸系列文库

中国服务业出口的 本地市场效应研究

ZHONGGUO FUWUYE CHUKOU DE
BENDISHICHANG XIAOYING YANJIU

李敬子 / 著



中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press



中南财经政法大学经贸系列文库

中国服务业出口的 本地市场效应研究

ZHONGGUO FUWUYE CHUKOU DE
BENDI SHICHANG XIAOYING YANJIU

李敬子 / 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中国服务业出口的本地市场效应研究/李敬子著.
—北京: 经济科学出版社, 2016. 11
(中南财经政法大学经贸系列文库)
ISBN 978-7-5141-7509-7

I. ①中… II. ①李… III. ①服务业-出口贸易-研究-中国 IV. ①F752.68

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 296073 号

责任编辑: 王柳松
责任校对: 刘 昕
版式设计: 齐 杰
责任印制: 邱 天

中国服务业出口的本地市场效应研究

李敬子 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编辑部电话: 010-88191217 发行部电话: 010-88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http://jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京万友印刷有限公司印装

880 × 1230 32 开 6.25 印张 170000 字

2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷

印数: 0001—1200 册

ISBN 978-7-5141-7509-7 定价: 32.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010-88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010-88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

在服务全球化背景下，中国积极主动地选择了服务业开放战略，通过加入 WTO 和签署双边或区域自由贸易协定来推动服务贸易自由化，并依托劳动力禀赋优势的出口导向型增长模式，服务贸易的出口规模与行业结构呈现出快速扩张和优化发展的态势，成为全球第五大服务贸易出口国。无论是基于产业层面的比较优势理论，还是基于企业 and 产品层面的新新贸易理论都认为服务业出口竞争力取决于其发展水平。然而，中国服务业整体发展水平相对落后，人力资本和技术要素也并不充裕，并且受金融危机爆发以来欧美经济发展不景气、国内中小企业融资困难、劳动力成本上升和原材料价格等因素的影响，中国服务业发展面临着外需不足和成本增加的双重困境，粗放型贸易增长方式难以为继。因此，传统比较优势理论与要素禀赋理论并不足以解释当前中国服务业出口规模及其行业结构的发展变化趋势。

基于此，本书研究为中国服务业出口寻求构建新型比较优势提出了全新的解释维度，即本地市场效应：一国内需市场的稳定和扩大所带来的规模生产和生产效率改进能够促进出口。在推动实施服务贸易开放平衡战略和寻找服务贸易可持续发展路径的背景下，检

验本地市场规模扩大是否会对服务出口产生促进作用具有重要的理论意义和政策意义。本书试图回答以下问题：第一，除比较优势以外，本地市场规模的持续扩大是否也是形成中国服务业出口竞争力的重要因素？第二，需求结构的差异，是否会对中国服务业出口产生影响？第三，在参与区域服务贸易自由化进程中，具有不同资源禀赋和技术水平异质性的服务行业其本地市场效应是否存在着差异？对于这些问题的回答，本书采用了理论分析、数理模型、数值模拟和计量分析相结合的研究方法。

首先，本书从理论层面探究其内在的逻辑联系，拓展了验证本地市场效应的经典引力模型。一方面，首先放松位似偏好假设，将 CD - CES 效用函数与 Stone - Geary 偏好结合，然后将反映非位似偏好的需求结构引入服务业出口贸易模型中，进而将总需求分解为需求规模与需求结构，并分离出不同收入群体对分类型服务业的差异化需求，最后模拟了服务业出口本地市场效应的存在性，深层次地洞悉了需求规模与需求结构对服务业出口的共同作用机制。结果发现，相对总需求是相对需求规模与相对需求结构的增函数，当本国相对需求规模和需求结构均较大时，两者相互强化，从而导致了服务业出口的本地市场效应；另一方面，首次放松服务企业同质性假设，引入服务企业异质性假设，构建了两国框架下的服务企业贸易模型，对本地市场效应的存在及条件进行了理论推导，结果发现服务业的本地市场效应是否成立，取决于两国的相对市场规模、要素禀赋、消费者相对需求偏好、服务贸易自由度、技术差异等因素的影响。

其次，本书分析了中国服务业出口的特征事实，并以经典本地市场效应检验为基准，采用 2000 ~ 2013 年中国与 41 个主要贸易伙伴的服务业双边贸易面板数据，构建基于非位似偏好和服务企业异质性的计量模型，从整体、分类型、分部门服务业验证本地市场效应的存在性。结果发现：

第一，中国整体服务业出口存在本地市场效应，且比较优势对服务业出口的促进作用大于本地市场效应。

服务产品内需市场的扩大，会对出口产生促进作用，增加资本要素禀赋比例、高收入群体数量、提高服务贸易开放水平和技术水平也会对出口产生积极影响，并有利于增强本地市场效应的发挥。内生性检验发现，相对市场规模是外生变量，其与相对出口之间只存在一种因果关系，即一国市场规模的扩大有利于促进服务业出口的增加。面板门槛回归结果发现，当相对市场规模越大时，需求结构对本地市场效应的强化效应越大。

第二，分类型与分部门服务业出口的本地市场效应存在差异性。

就服务功能而言，生产性服务业具有需求规模和需求结构作用的本地市场效应，而消费性服务业仅表现出需求结构作用的本地市场效应；无论是生产性还是消费性服务业，当相对市场规模越大时，需求结构强化本地市场效应的作用越显著。就要素密集程度而言，技术与知识密集型服务业本地市场效应强于资本密集型服务业，而劳动密集型服务业不存在。就分部门服务业而言，运输、建筑、通信、金融、保险、计算机信息和政府服务具有本地市场效应，而旅游、个人文化娱乐服务、版税及许可费服务和其他商业服务不具有本地市场效应。

李敬子

2016.8

第1章 绪论 / 1

- 1.1 研究背景 / 1
- 1.2 研究问题与研究意义 / 4
- 1.3 研究思路与研究方法 / 7
- 1.4 研究内容与结构框架 / 10
- 1.5 可能的创新点 / 13

第2章 文献综述 / 15

- 2.1 服务业的可贸易性 / 18
- 2.2 比较优势与国际贸易 / 21
- 2.3 需求偏好与国际贸易 / 23
- 2.4 本地市场效应 / 26
- 2.5 企业异质性与国际贸易 / 40
- 2.6 服务贸易自由化与国际贸易 / 42
- 2.7 文献述评 / 45

第3章 理论模型 / 47

- 3.1 经典模型 / 47
- 3.2 模型拓展之一：基于非位似偏好的本地市场效应 / 56
- 3.3 模型拓展之二：基于服务企业异质性的本地市场效应 / 66
- 3.4 本章小结 / 73

第4章 经典模型下服务业出口的本地市场效应研究 / 75

- 4.1 中国服务业出口的特征事实 / 75
- 4.2 模型构建 / 84
- 4.3 变量说明与数据来源 / 87
- 4.4 实证结果与分析 / 90
- 4.5 本章小结 / 104

第5章 基于非位似偏好的本地市场效应研究 / 106

- 5.1 模型构建 / 106
- 5.2 变量说明与数据来源 / 111
- 5.3 实证结果与分析 / 114
- 5.4 本章小结 / 130

第6章 基于服务企业异质性的本地市场效应研究 / 131

- 6.1 模型构建 / 131
- 6.2 变量说明与数据来源 / 134
- 6.3 实证分析 / 136
- 6.4 本章小结 / 159

第7章 结论与政策建议 / 161

7.1 主要研究结论 / 161

7.2 政策建议 / 163

7.3 研究局限性与未来研究方向 / 165

参考文献 / 169

附录 / 185

后记 / 188

绪 论

1.1 研究背景

(1) 服务全球化已成为当前经济全球化的主导力量和重要内容

服务全球化是近十余年来经济全球化进程中最鲜明的阶段特征,影响广泛深刻,与就业、增长、分工体系、结构平衡、全球治理、可持续发展等全球经济发展中的重大议题密切相关(Bryson, Daniels, 1998; Grünfeld, Moxnes, 2003; 江小涓, 2008; 程大中, 2008; 裴长洪, 2014)。根据 WTO 国际贸易统计数据库,1980~2000年,国际服务贸易的年均增长率为6.62%,比同期货物贸易年均增长率高0.69个百分点;2000~2013年,国际服务贸易的年均增长率更高达8.91%,比同期货物贸易年均增长率高0.46个百分点。相应地,服务贸易在全球贸易总额中的比例由2000年的20.84%提高到2013年的21.89%,服务业跨国投资在全球投资总

额中的比例也由 2000 年的 52.95% 上升到 2012 年的 70.40%。这些证据表明,服务全球化已经成为全球化的主导力量和重要内容。在这一过程中,科技创新、服务业 FDI 和制度变革对服务业发展走向全球化起到了主要的推动作用(裴长洪,杨志远,2012),尤其是缔结“区域服务贸易安排”等措施带来的区域服务贸易自由化,已成为全球服务贸易快速增长的重要加速器(周念利,2012)。目前,受区域服务贸易规则与相关承诺约束的服务贸易,已占全球服务贸易总额的 80% 以上。

(2) 中国参与区域服务贸易自由化程度不断加深

由于“多哈回合”谈判受阻甚至一度中止,促使目前全球性的区域贸易自由化迅猛发展。在过去 30 年中,许多国家实施了单边、双边或多边贸易自由化战略,中国也不例外。服务业市场开放是中国新一轮对外开放的重点领域。根据商务部官方网站资料,目前,中国正与 32 个国家(地区)建立 20 个自贸区,如:中国香港、中国澳门、中国台湾、智利、巴基斯坦、东盟、新西兰、新加坡、秘鲁、哥斯达黎加、瑞士、韩国、澳大利亚等。此外,中国在国内设立上海、广东、天津、福建四大自由贸易试验区,全面提高开放型经济水平,完善互利共赢、多元平衡、安全高效的开放型经济体系。

(3) 中国服务业发展面临外需不足和成本增加的双重困境

长期以来,中国低廉的劳动力成本和外商直接投资是拉动经济出口增长的主要推动力。然而,在当今纷繁复杂的国际形势下,中国在促进服务业发展过程中遇到了一系列问题和难题。比如,自 2003 年以来,“长三角”和“珠三角”等经济发达地区出现了“民工荒”现象,凸显出中国劳动力供给的结构性问题,无限劳动力供给特征逐渐消失,刘易斯拐点已初见端倪(蔡昉,2007);“民工

荒”现象暴露出中国长期依靠要素比较优势的发展局限性。随着中国经济快速发展,《中华人民共和国劳动法》等关于劳工权益、权利保障的逐渐完善,劳动力工资上升成为必然趋势;国际产业逐渐向中国周边的发展中国家转移,这些发展中国家如越南、老挝等利用更廉价的劳动力优势来复制中国的出口导向型发展模式;欧盟部分国家主权信用评级下降引发的欧债危机;来自美国、欧盟、澳大利亚等发达国家或地区的贸易壁垒,如中国自“入世”以来共遭遇贸易救济调查案件842起,涉案金额736亿美元;^①金融危机爆发以来,欧美经济发展不景气、失业率上升,“量化宽松”导致美元贬值;国内企业赋税较重,融资成本增大、物价不断上升和大宗原材料价格波动等带来的生产成本上升。这些内外部经济冲击所带来的外需不足和营商成本日益增长的双重困境,成为制约中国服务业发展的障碍和“瓶颈”。

(4) 中国服务业出口规模快速扩张,行业结构不断优化

服务业与服务贸易的发达程度,是一国经济社会发展水平的基本标志,中国服务业的飞速发展为中国又快又好地发展提供了坚实基础和发展源泉(Coffey, Polese, 1989; 江小涓, 李辉, 2004; 王恕立, 胡宗彪, 2012)。作为全球最大的发展中国家,中国围绕加快转变经济发展方式、实现国民收入倍增计划和迈向中等发达国家行列等目标,积极主动地选择了服务业开放战略,通过加入WTO和签署双边或区域自由贸易协定推动服务贸易自由化,实现了服务业出口规模的快速增长和行业结构的优化调整。

根据联合国贸发会议数据库,2000~2013年,中国服务出口额由304.30亿美元增加到2060.18亿美元,年均增长率达15.85%,

^① 资料来源:中华人民共和国商务部网站。

即使在 2005 ~ 2013 年经历全球金融危机时期,中国服务出口年均增长率也达到 13.58%,远高于同期世界服务出口 7.88% 的年均增长率,也高于欧盟 28 国 6.59%、美国 7.70% 和日本 3.74% 的年均增长率;同时,中国服务业出口总额排名由 2000 年的第九位上升到 2013 年的第五位。在服务出口规模快速增长的同时,中国服务出口结构也发生了较大变化。2000 ~ 2013 年,中国生产性服务出口年均增长率为 20.25%,远高于消费性服务 9.38% 的出口年均增长率。从分部门来看,旅游、运输等传统服务出口占全部服务出口的比重明显下降,两部门合计下降了 22.03%,而建筑、计算机和信息、保险、金融等现代服务部门的出口比重则分别上升了 3.20%、6.32%、1.59% 和 1.29%。从竞争力来看,计算机和信息、建筑、金融、保险等生产性服务业贸易竞争力指数,分别从 2000 年的 0.15、-0.25、-0.11、-0.92 增加到 2013 年的 0.44、0.47、-0.07、-0.69。这种贸易结构的优化,反映了中国服务出口已逐步形成了新的竞争优势。

1.2 研究问题与研究意义

1.2.1 研究问题

问题一:除比较优势以外,本地市场规模的持续扩大是否也是形成中国服务业出口竞争力的重要因素?

基于以上背景事实,从国际贸易理论的角度来看,中国服务贸易的出口规模与行业结构呈现出快速扩张和优化发展态势的理论机制是什么?无论是基于产业层面的比较优势理论,还是基于企业 and 产品层面的新新贸易理论都认为,服务业出口竞争力取决于本国服

务产业的发展水平。但是，目前中国的服务业整体发展水平还相对落后，并且人力资本和技术要素相对也并不充裕（裴长洪，杨志远，2012）。因此，传统比较优势理论并不足以解释目前中国服务业出口及其行业结构的发展变化状况。本书认为，在服务全球化背景下，中国服务出口还存在另一种作用机制，即本地市场效应（Home Market Effect）：一国内需市场的稳定和扩大，所带来的规模生产和生产效率改进能够促进出口（Krugman, 1980）。这一作用机制有别于传统比较优势理论，后者强调国内需求市场规模较大的国家将成为净进口国。那么，除了由要素禀赋引致的比较优势以外，中国服务业发展是否还存在其他促进服务业出口的作用机制？本地市场规模的持续扩大，能否成为中国服务业出口竞争力的重要因素？

问题二：需求结构的差异是否会对中国服务业出口产生影响？

重叠需求理论认为，一国平均收入水平是影响其需求结构的最主要因素，收入水平不同，对不同产品的需求偏好也会改变，两国之间消费的偏好越相似，需求结构越相近，贸易往来就越密切。在全球各国收入水平不断提高的同时，各国之间收入差距不断拉大，消费者对不同产品的收入弹性也会不同，从而导致各国的需求结构也会存在差异且不断改变。在未来较长一段时期内，中国服务出口和本地市场需求都将处于不断发展变化的动态环境中。随着全球各国收入差距扩大所带来的需求偏好和服务贸易政策环境的不断变化，需求结构差异会对中国服务出口产生什么影响？这也是本书研究探讨的重要问题。

问题三：在参与区域服务贸易自由化进程中，具有不同资源禀赋和技术水平异质性的服务行业，其本地市场效应是否存在着差异？

异质性贸易理论认为，由于企业需要支付一定的固定成本才能出口，企业出口生产率水平存在一个临界值，只有高于该临界值的高生产率企业才会选择出口，中等生产率企业只在本地市场经营，

而低于这一生产率水平的企业则会被市场淘汰而退出市场。由于服务业存在构成多样、性质差异和目标多元等复杂性,并且各服务业分行业的资源禀赋、技术水平千差万别,导致生产效率差异显著,那么,在参与区域服务贸易自由化进程中,不同类型服务行业的本地市场效应是否又存在着差异呢?

1.2.2 研究意义

在推动实施服务贸易开放平衡战略和寻找服务贸易可持续发展路径的背景下,检验本地市场规模扩大是否会对服务出口产生促进作用具有重要的理论意义和现实意义。

1. 理论意义

迄今为止,有关本地市场效应的理论与经验研究大多集中于货物贸易,对服务贸易的涉及相对较少,尤其是对发展中国家服务贸易的研究更少。目前,基于服务业的本地市场效应研究还处于起步阶段,对本地市场效应在服务业发展中的内在机理和产生效应还存在很大的发展空间。对于这些研究,亟须相应的理论模型来支撑。

本书对中国服务业出口的本地市场效应研究,将为中国服务业出口寻求与构建新型比较优势提供一个全新的解释维度和有力的理论支撑。同时,本书首次尝试对经典本地市场效应模型进行拓展,通过放松位似偏好和企业或行业同质性假设,基于非位似偏好和服务企业异质性假设构建了更适于现实背景下服务业本地市场效应验证的理论模型。理论模型的拓展,丰富了服务贸易理论,为研究服务贸易其他选题提供了思路。

2. 现实意义

新常态背景下,中国正致力于加快经济结构的战略性调整,而

贸易转型是中国经济结构调整的重要内容，也是决定其成败的重要因素之一。长期以来，已有的关注点几乎都集中于货物贸易的转型，但完整意义上的贸易转型问题不仅包括货物贸易，还应包括服务贸易，后者的重要性趋于上升。然而，由于欧债危机等外部冲击导致外需市场不足，人民币升值，中国国内物价不断上升和原材料短缺等带来的生产成本上升，各种服务贸易管制与壁垒等严重制约了中国服务业的发展，服务贸易整体竞争力较弱。中国《服务贸易发展“十二五”规划纲要》指出，努力扩大服务出口和扭转服务贸易逆差是当前中国服务贸易发展战略中需要着力解决的问题。^①

党的十八大报告提出，要积极培育中国出口竞争新优势。本书基于本地市场效应理论，揭示了中国服务贸易快速发展的深层次动因与机制，为进一步发掘支撑服务贸易发展的内生动力提供了一个新的分析视角，对服务业对外贸易政策的制定具有一定的参考价值和借鉴意义。

1.3 研究思路与研究方法

1.3.1 研究思路

本书围绕中国服务贸易出口的本地市场效应的存在性，讨论了贸易自由化、需求结构、技术水平和资源禀赋差异对中国服务业出口的影响。具体而言，本书主要围绕以下三个问题开展：首先，除比较优势以外，本地市场规模的持续扩大是否也是形成中国服务业

^① 资料来源：中国经济网。

出口竞争力的重要因素？其次，随着全球各国收入差距不断扩大，需求结构差异会对中国服务业出口产生什么影响？最后，在参与区域服务贸易自由化进程中，具有不同资源禀赋和技术水平异质性的服务行业其本地市场效应是否存在差异？

遵循以上问题，本书的研究思路如下：首先，通过梳理相关文献，掌握目前研究服务贸易出口影响机制的广度和深度，基于现有文献定性研究与定量研究的不足，明确本书的研究重点：通过检验本地市场效应的存在性，探索影响服务业出口的新的作用机制。其次，关于本地市场效应的检验，经典理论模型通过分析相对市场规模与相对出口之间的关系是否为正进行验证，在此基础上，本书考虑在实证模型中加入贸易自由化因素，分析服务业开放程度加深能否作为服务业出口的加速器。接着，本书放松经典模型中位似偏好、企业或行业同质性的假设，基于非位似偏好和服务企业异质性假设，构建更贴近现实的理论模型，并对理论模型中相对市场规模、相对需求结构等变量与相对出口之间的关系进行数值模拟。然后，构建计量模型，采用中国 41 个服务业主要贸易伙伴的 11 个分部门双边贸易数据，定量验证理论模型部分的结论，检验服务业出口的本地市场效应。最后，总结全书的主要研究结论，并进一步提出未来的研究方向。本书的逻辑关系，如图 1-1 所示。

1.3.2 研究方法

研究方法上，本书采用理论分析、数理模型、数值模拟和计量分析相结合的研究方法。在理论分析方面，基于比较优势、贸易自由化、需求偏好、异质性企业理论、本地市场效应理论等，分析服