

原小能◎著

# 推动 出口贸易增长 的 新视角

——基于市场结构的研究

TUIDONG  
ChukouMaoyiZengzhang  
De Xinshijiao

62

334



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

南京财经大学出版基金资助

# 推动出口贸易增长的新视角

## ——基于市场结构的分析

原小能 著



中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北 京

## 图书在版编目(CIP)数据

推动出口贸易增长的新视角/原小能著. —北京:中国经济出版社,2006.12

ISBN 978 - 7 - 5017 - 7819 - 5

I. 推... II. 原... III. 出口—对外贸易—经济增长—研究—中国 IV. F752.62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 124749 号

出版发行:中国经济出版社(100037·北京市西城区百万庄北街3号)

网 址: [www.economyph.com](http://www.economyph.com)

责任编辑:陈 瑞(电话:010-68308641 Email: [rachel8511@sina.com](mailto:rachel8511@sina.com))

责任印制:张江虹

封面设计:白朝文

经 销:各地新华书店

承 印:北京东光印刷厂

开 本:A5 印 张:7.75 字 数:166千字

版 次:2007年3月第1版 印 次:2007年3月第1次印刷

书 号:ISBN 978 - 7 - 5017 - 7819 - 5/F · 6823 定 价:20.00元

---

版权所有 盗版必究 举报电话:68359418 68319282

服务热线:68344225 68369586 68346406 68309176



## 作者简介

○ 原小能，1973年出生于河南省武陟县。1996年毕业于河南大学历史文化学院，获文学学士学位；1999年于河南大学经济学院获经济学硕士学位；2002年于南京大学商学院获经济学博士学位。2005-2006年至澳大利亚悉尼大学访学一年。现为南京财经大学产业发展研究院副教授，主要研究领域为产业组织；多次作为主要研究人员参与国家自然、社科基金和教育部重大研究课题；发表论文近20篇，并有多篇被《新华文摘》、《中国人民大学报刊复印资料》等刊物全文转载。○

TUIDONG  
ChukouMaoyiZengzhang  
DeXinshijiao

原小能 著

# 推动 出口贸易增长 的新视角

——基于市场结构的研究

TUIDONG  
ChukouMaoyiZengzhang  
DeXinshijiao

中国经济出版社  
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

TUIDONG  
ChukouMaoyiZengzhang  
DeXinshijiao

## 基于市场结构研究出口贸易 的增长机制（代序）

改革开放以来20多年来，中国出口贸易量增长了大约50多倍，进出口贸易与GDP的比值逐年上升，“中国制造”的标签已经贴遍了全世界。

令人惊奇的是，在这种戏剧性变化的背后，出现了一个非常奇怪的、值得注意的现象：一方面，我国的对外贸易量目前正以每年20%左右的速度在持续增长，已经超过日本，成为继美国和德国之后的世界第三大贸易大国；另一方面，对外贸易量的超高速增长，并没有逻辑地促进和带来我国本土出口产业的升级。无论是从出口产品的技术知识含量，还是从产品附加价值增值的角度看，都没有得到迅速的提升，相反有些指标还在恶化。如我国出口国际竞争力强的产业，主要是初级资源、鞋类、服装、玩具、家具、消费类电子等传统的劳动密集的产品；产业的附加价值因国际竞争激烈，一直在不断地下降。1981-1987年，中国的增加值率是0.48-0.44之间，相当于英国和澳大利亚的水平。到了20世纪90年代，这个比率一直保持着下降的趋势，至2003年，已经下降到了0.3384（沈利生、王恒，2006）。这种状况影响到我国出口导向战略的可持续性。

对我国出口导向战略问题的研究,长期以来,一个主要的视角是林毅夫等人所强调的比较优势理论(1999)。他们认为,中国是初级要素特别是劳动资源丰富而资本要素稀缺的国家。当开放战略把自己定位于专业化生产初级要素产品时,所具有的比较优势会使其产出增加并使其出口具有竞争力;同时会使缺少比较优势的资本品进口增加。这样,国际贸易的规模就成为内生变量。对本国比较优势偏离度越小,其产出就越有国际竞争力,出口就越多;同时不具有比较优势的资本品产业产出会减少,相应地对其进口会增加。但是由于有竞争力的出口会带来更多的收入,使得该国有条件实现这种进口。这一理论基本上反映了过去我国东部地区贸易量迅速增长的历史轨迹。但是该理论对东部地区未来出口导向战略的调整,存在着较大的不稳定性。

其中问题之一是:当东部地区把自己定位于专业化生产劳动密集产品时,并不能够排斥其他初级要素密集的经济体也作为竞争者加入的竞争。当某些可能具有更强竞争优势的劳动密集型经济体进入全球化市场(如印度、越南等),而地区的商务成本不断上升、产业升级因种种原因出现滞后时,再继续把竞争优势集聚于原来的初级要素,可能非但难以实现出口收入的持续增加,反而会陷入“贫困化增长”的不良格局。

问题之二是:案例研究证明,以不适当的方式把自己定位于专业化生产劳动密集型产品,很容易在全球价值链的网络中,被走“高端道路”的先进国家的先进企业俘获,很容易在市场势力不均衡的这种网络中,被长期锁定在产业链的低端走“低道路”,其产业升级的任何实质性的努力,都会遭到来自高端企业

的阻击,因而只能长期维持粗放型增长模式。

另一些学者运用 Gereffi 等人(1994, 2005)的全球价值链(global value chain, GVC)理论,把出口导向战略的调整与升级问题,放在 GVC 中本地企业升级的框架内论述(张辉, 2005)。这种微观视角的分析,要比林毅夫等人的宏观分析更为具体。GVC 理论认为在经济全球化背景下,通过 GVC 形式的贸易量,要大大高于公司内贸易和公平市场交易形式的贸易量。而且,通过价值链中的动态学习和创新机制,可以逐步改进中国在产品内国际分工的地位。按照 Gereffi 的看法, GVC 中本地企业的升级,与 GVC 的形式和治理模式有密切的关系。一般而言,在购买者驱动的价值链中,全球性大买家出于竞争和自身利益的考虑,会鼓励下游各个层次的供应商和分包商加快工艺升级和产品升级。产业升级的次序将会遵循“工艺升级→产品升级→功能升级→链条升级”的线索,同时 OEM→ODM→OBM 的转换,被视为产业升级的主要路径(Gereffi, 1999; Humphrey & Schmitz, 2002)。应该指出的是,目前这种升级途径仍然局限于个别案例的研究,总体来说只是 GVC 理论中的一个研究假设,实际的传导机制究竟是什么,为什么会出现这种次序的“自动传递”效应?理论上并不清楚。而理解这个问题,却是目前处于 GVC 低端的中国本土出口产业升级的关键问题。

从理论上讲,贸易是经济增长的发动机之一,一国所达到的贸易量,对其经济发展具有根本性的拉动作用。中国贸易发展与本土产业升级之间的悖论,一定具有某种内在的传统经济理论解释不清的原因。原小能博士的这本以学位论文为基础写成的著作,独辟蹊径,以现代产业组织理论的分析工具为基础,



全面地解释了中国贸易量超高速增长的原因，同时，又分析了中国产业组织结构和市场结构的升级对贸易发展和升级的影响机制问题。这种具有理论一致性的解释，是在全球化北京避免早期拉美国家的“贫困增长”、提升中国外向型经济水平的重要研究课题，它具有深刻的宏观经济意义和政策决策作用。

我想，她之所以选择这样一个研究视角，是与她对这个问题的下列看法有密切关系的：长期以来，人们对出口贸易增长机制的研究，多是集中在贸易汇率、出口商品结构、出口目标市场的结构分布等传统方面。但在目前人民币升值压力日益加大的情况下，依靠汇率来维持出口增长必然难以维继；而调整出口商品结构，转变经济增长方式，提高出口产品中高技术、高附加值产品的比例，这虽然是保持我国出口持续增长的理想模式，但立足于我国的现实，与发达国家技术差距的缩小也是难以一蹴而就的，而且在很多领域，这种技术差距还在不断扩大；出口市场多元化的主要优点是可以分散风险，避免出口的大幅度波动，但要想通过此来加快出口增长也有不少困难。因此，就需要从新的视角来分析推动中国出口增长的新机制。

近年来，除上述传统的分析视角外，经济全球化条件下的产业组织问题研究，也开始进入学者们的关注视野。主要有两种研究视角：一是运用产业组织理论和工具，致力于国内企业规模、市场集中度等产业组织问题的研究，并与发达国家的相应行业加以比较，强调企业规模经济的实现和竞争力的提高，但这种研究的重心基本上侧重于国内产业组织结构优化问题，还没有系统地关注产业组织因素与出口贸易联系机制和作用机制问题；二是在全球价值链框架下，运用全球买方和卖方的

市场势力、纵向压榨等概念,分析贸易量的形成、价值链中企业升级等问题。这种分析很容易使人联想到20世纪60-70年代流行的“依附经济”理论,对发展中国家的贸易和产业升级问题产生悲观主义的看法。

我说原小能博士的这本著作在研究思路上是独辟蹊径的,就在于她把产业组织因素与出口贸易问题巧妙地联系起来了,着力分析两者的作用机制问题。我们知道,随着国内竞争的国际化,我国企业在国内市场上的竞争与合作,不但直接影响企业在国内市场上的销售和盈利,而且也会影响到其在国外市场上的销售激励和销售能力,这样,国内的市场结构就与出口贸易产生了直接的联系。因此,从理论上来说,国内市场结构与出口贸易必然会存在着密切的作用机制;另一方面,在我国经济的实践中,产业组织调整政策的设计和实施也一直是我国宏观经济调控的重要方面,那么,产业组织政策调整的最终目标应该是什么?如何能够在高效配置国内资源的基础上提高企业的国际竞争力?何种市场结构最有利于出口贸易的增长?这一系列问题也迫切需要我们做出理论上的阐述。

在上述理论和现实的基础上,原小能博士的新著从产业组织的角度出发,对市场结构与出口贸易的关系,以及它们之间的作用机制进行了详细分析,并运用中国的经济数据对此进行了检验,得出了一些有意义的结论,提出了一些能够改善我国市场结构,促进出口贸易发展的政策建议。综观全书,我觉得主要有这么几个特点:

首先,该书是对产业组织理论和国际贸易理论的综合性和渗透性研究。研究的重点放在国内市场结构与出口贸易之间的

作用机制上。本书各章分别从理论高度分析了市场集中度、企业规模、企业进入、产品差别等市场结构因素对出口贸易的影响，建立了一些说服力较强的数理模型，并且还以汇率变动和反倾销政策为例，说明了市场结构对贸易政策效果的影响。

其次，在规范分析的基础上，该书还利用中国制造业的相关数据，对市场结构与出口贸易的关系进行了实证检验。指出企业规模、产品差别和外来直接投资进入对出口贸易的作用最为明显，国内企业进入和市场集中度的效应很弱。并根据此实证结果，分析了中国转型经济发展阶段的特殊性。

再次，在规范和实证分析基础上，针对我国经济发展的现状，提出了一系列调整产业组织，优化市场结构，促进出口贸易发展的有效途径。其中关键的是要减少行政干预，消除行政垄断，使资源按照市场机制的作用进行流动和配置；另外要降低产业进入和退出壁垒，鼓励企业兼并重组，加快企业规模成长，提高资本利用效率；强化产品差别，增强企业非价格竞争能力也是一个重要的有效途径。

因此我觉得，本书对有志于产业经济学和国际贸易理论交叉关系研究的学者和学生、对那些站在国际经济角度考虑中国外向型经济发展战略的政策研究、政策制定人员是会有实际的帮助的。同时我也希望，原小能博士能够在今后的教学和研究中，取得更多、更好的成就。

刘志彪

2006年10月31日于南京大学

长江三角洲经济社会发展研究中心办公室

## 中文摘要

市场结构对出口贸易的影响，是近年来开放经济条件下产业组织理论和国际贸易理论所关注的重要问题之一。一般认为，国内市场的竞争不仅影响企业在国内市场上的销售和盈利水平，而且它也会影响到企业在国外市场上的销售激励和销售能力。因此，从国内市场结构的角度，研究它与出口贸易之间的联系，是当代产业经济理论的传统之一。中国学者一般习惯于从比较利益、竞争优势等方面研究市场结构与出口贸易之间的关系，而产业经济学在这一方面却有自己独到的视角。作为一种研究的尝试，本书以此为出发点，试图对市场结构与出口贸易之间的作用机制进行深入分析，并运用中国的经济数据对此进行检验，提出一些能够改善我国市场结构，促进出口贸易发展的政策建议。

本书的理论分析结论主要有以下几个方面：

### 1. 市场集中度与出口贸易负相关

在国内为不完全竞争的情况下，随着企业数量和竞争程度的增加，每个企业所面临的需求减少，产品销售价格下降，如果国外为竞争性的市场结构，国内企业出口的相对收益就会增加，它就会减少在国内的销售，增加出口；如果国外为垄断性的市场结构，国内外企业进行寡头垄断博弈，双方博弈的结果就是相互出口。因此，企业数量较多、竞争程度较强的国家就

会有较多的出口。

## 2. 企业规模与出口贸易正相关

企业规模可以从生产成本和交易成本两个方面对出口贸易产生影响。在一定的条件下,企业的规模越大,生产成本越低,竞争力越强,出口就越多。在交易成本方面,大企业在出口方面的交易成本要低于小企业,小企业的这种劣势会抵消它在出口方面的激励。当市场体系不断完善、国内交易成本逐渐降低时,小企业的出口倾向会小于大企业。因此企业规模与出口呈现出正相关关系。

## 3. 企业进入(包括外来直接投资企业进入)与出口贸易正相关

进入壁垒的降低会直接降低新进入企业的成本,从而使其更具有竞争性,这同时就会减少原有企业的利润,降低产品价格。当产品在国际市场上竞争时,在其他条件不变的情况下,产品价格的降低就会提高产品的出口竞争力,增加出口。对于外来直接投资进入来讲,不仅会通过上述机制发生作用,而且其与国内原有企业的竞争也可以直接增加其出口,因此外来直接投资的进入会增加国内的出口。

## 4. 产品差别与出口贸易正相关

产品差别越大,产品种类越多,越容易满足消费者的差别性偏好,出口量也就会越大。当有关差别性产品的信息对消费者来说是不完全时,差别性产品生产者为了成功地售出产品,还必须付出一定的成本来传递信息,因此,与同质性产品相比,生产和出口差别性产品的企业要付出更多的信息传递成本。这时差别性产品出口成功的可能性又会受到企业规模的影响。大

企业出口差别性产品的能力和倾向较强。

本书还以汇率变动和反倾销政策为例，说明了市场结构对贸易政策效果的影响。

第一，当国内市场结构为不完全竞争时，企业拥有一定的市场势力，所以当出口者所在国家的货币贬值时，出口者相对于国外竞争者的成本就下降，这使它能增加市场份额，拥有更大的市场势力。增加的市场势力反过来又使出口者提高价格，从而造成不完全的汇率“转嫁”效应，这种不完全的“转嫁”会进而影响到汇率变动的效果。

第二，反倾销虽然是维护公平贸易秩序的一种手段，但在不完全竞争下，过多地使用反倾销手段，也会影响到产业的出口。反倾销针对的主要是价格竞争，当国外出口企业和国内企业的价格竞争因反倾销而受到限制时，它就会转而更注重产品的质量博弈。在现实的许多反倾销诉讼中，以较低价格在国内销售质量较低产品的国外企业往往容易面临反倾销诉讼，所以在价格设定方面受到限制时，出口的国外企业会转而积极地改进产品质量。如果这时国内企业倾向于采用低质量决策，就会造成国外企业生产的产品质量高于国内企业，国内企业在国际市场的竞争中失利。

本书还对利用中国制造业的相关数据，对市场结构与出口贸易的关系进行了实证检验。结果表明：市场结构诸要素对出口贸易的作用力是不同的。其中，企业规模、产品差别和外来直接投资进入对出口贸易的作用最为明显，而国内企业进入和市场集中度的效应很弱。这种结果可能与中国的发展阶段有关。因为对国内企业进入和集中度因素来说，它们的效应都是在市

场机制的作用下增强市场的竞争性，激励企业提高生产率，增加出口。但在我国，经济发展层次还较低，出口产品的档次也都比较低，低质低价产品所占的比重很大，生产进入壁垒也相对较小，与此相对应，多数制造业的集中度都比较低，企业所拥有的市场势力较小，主要还是依靠产品降价来进行竞争，竞争已经比较激烈。另一方面，我国还处于转型阶段，市场经济还不成熟，因而某些竞争不足的行业的竞争约束还主要是来自于行政干预和行政垄断，市场机制的作用难以有效发挥。因此，在这两种情况下，国内企业进入和集中度降低的传导效应就会受到制约，因而使这两个因素的作用力较低。

研究表明，市场结构对出口贸易发展有重要影响。因此调整产业组织，优化市场结构，也是促进出口贸易发展的有效途径。在我国产业组织的调整中：①要减少行政干预，消除行政垄断，使资源按照市场机制的作用进行流动和配置；②要降低产业进入壁垒，促进充分竞争，使企业在竞争中不断提高生产效率，增强竞争力；③要降低产业退出壁垒，鼓励企业兼并重组，提高资本利用效率；④要在市场竞争中加快企业规模成长，通过竞争使具有核心竞争力的企业扩大规模，增强产业的出口能力；⑤要强化产品差别，增强企业非价格竞争能力。

## 英文摘要

### Market Structure and Export

The influence of market structure on export has been one of the most concerned issues in the fields of industrial organization and internal trade research. It is generally believed that domestic market competition will not only influence the sale and revenue level in the domestic market, but also have some impact on the selling incentive and selling capability of a firm in foreign markets. Therefore, the study of the connection between the domestic market structure and export has been one of the traditions of contemporary industrial economics. Different from some Chinese scholars who tend to study the relationship between market structure and export in the field of comparative advantage or competitive advantage, scholars engaged in industrial economics have their unique perspective. Starting from this special view point, the present research attempts in a tentative way to have a profound analysis of the functioning mechanism of market structure and export, test the mechanism with Chinese economic data, and make some suggestions for the improvement of China's market structure, and enhance export development.

The present research comes to the following conclusions on the basis of theoretical analysis:



1. The market concentration ratio is connected negatively with export. Under the condition of imperfect competition in the domestic market, with the increase in the number of firms and the degree of competition, each firm faces the problem of reduced demand, and the sales price will become lower as a result. If the foreign market structure is competitive in nature, the relative revenue of export of domestic firms will increase, and as a result these firms will reduce their sales in the domestic market, and increase their export. If the foreign market structure is oligopolistic or monopolistic, the firms at home and abroad will fall into an oligopolist game that will lead to mutual export. Therefore countries with more firms and greater competition will have comparatively more export.

2. The firm size is positively related with export. The size of a firm can influence export in the two aspects of product costs and transaction costs. Under certain condition, the greater the size of a firm, the lower the product cost, and the greater the competitiveness, the greater the export. As for product cost, the export cost of a major firm is lower than a minor firm, and this disadvantage of a minor firm will neutralize its incentive for export. With the perfection of the market and the gradually lowering of the trade cost in the domestic market, the export intensity of a minor firm will be smaller than a major one, hence the positive relationship between the size of a firm and its export.

3. The firm entry including foreign direct investment is related with export in a positive way. The decrease of entry barriers will lower