

“MUSHICHANG XIAOYING” LILUN
JIQI YINGYONG YANJIU

“母市场效应”理论 及其应用研究

祁 飞 / 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

“母市场效应”理论 及其应用研究

祁 飞 / 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

“母市场效应”理论及其应用研究 / 祁飞著. —北京:
经济科学出版社, 2016. 10

ISBN 978 - 7 - 5141 - 7289 - 8

I. ①母… II. ①祁… III. ①市场效应 - 研究
IV. ①F713. 50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 232369 号

责任编辑: 周国强

责任校对: 王苗苗

责任印制: 邱 天

“母市场效应”理论及其应用研究

祁 飞 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)

北京密兴印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 11.5 印张 210000 字

2016 年 10 月第 1 版 2016 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 7289 - 8 定价: 58.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(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))

“MUSHICHANG XIAOYING” LILUN
JIQI YINGYONG YANJIU

本研究得到湖南省社科基金一般项目（15YBA296）、湖南省“十二五”重点建设项目产业经济学、湖南省高校科技创新团队“农地流转与农业经营方式转变创新团队”、湖南省社会科学研究基地“现代农业经营方式研究基地”的资助。

前 言

2008年，我在复旦大学攻读经济学博士学位，师从李慧中教授。恰逢李老师当时有个教育部项目“扩大内需与中国对外贸易的母市场效应”。李老师让我主要参与他这个项目的研究，我万分高兴。当时，相对于其他还没有固定研究方向的博士同学来说，我早早找到了方向，的确是幸运之极。从此，我和“母市场效应”理论结下了不解之缘。

根据李老师课题的研究思路，我们当时对于“母市场效应”的研究是在新贸易理论的框架下进行的，主要是从新贸易理论的角度解读该理论，课题研究的主要目的在于检验中国制造业对外贸易“母市场效应”的存在性。为此，我们做了大量的实证研究工作。我们既检验了中国制造业总体对外贸易“母市场效应”的存在性，又检验了制造业各子部门“母市场效应”的存在性，由于数据来源的不同，我们在考察制造业子部门时，又区分了产品层面的HS码和ISIC码。在传统劳动力比较优势日减的情况下，我们做这些研究主要是为了寻求制造业出口在规模经济上的新优势。就这样，我们基本完成了该项目研究的主要内容，而我也顺利完成我的博士学位论文，从复旦大学经济学院毕业了。

2013年，回到家乡二本高校作为一名普通教师的我，开始思考这样的问题：我们从前一直检验“母市场效应”的存在性，如果它存在了，那又会怎样？是不是单纯只有贸易上规模经济优势这样的含义？于是，我开始着重从“母市场效应”理论的经济地理学含义出发来拓宽对于这一主题的研究。于是，有了我自己主持的教育部项目“母市场效应与中国区域不平衡的内生性

研究”。我开始利用这一理论来探讨中国区域不平衡的内生性问题，用它作为工具去考察中国明显早已形成的沿海与内地的中心—外围模式。

上述两个课题的研究成果构成了本书的主要内容。当然，我们对于“母市场效应”理论的研究主要是在新贸易理论和新经济地理学的框架下进行的。然而，当前从贸易理论上来讲，人们除了关心区域和行业层面的异质性外，更加关注厂商层面的异质性，并逐渐涉及产品垂直差异化、出口目的地的异质性，甚至是消费者的非位似偏好等问题；从新经济地理学角度来看，同样也涉及不同生产力水平厂商的区位选择问题，而本书的研究还没有过多涉及这些问题，而上述这些更为前沿的领域，则是本书的作者正在进行和未来需要进一步研究的问题。

祁 飞

2016年8月

第一章

导论 / 1

第一节 问题的提出 / 2

第二节 国内外研究现状评述 / 4

第三节 研究思路与内容安排 / 6

第四节 本书的特色与创新之处 / 7

第二章

寻找中国制造业出口新优势 / 9

第一节 内需拉动型增长 VS 出口拉动型增长 / 10

第二节 中国制造业出口面临的问题 / 14

第三节 寻找中国制造业出口新优势 / 17

第四节 本章小结 / 20

第三章

“母市场效应”理论及其拓展 / 21

第一节 克鲁格曼的框架 / 22

第二节 假定的放松 / 24

	第三节 “母市场效应” 的强度 / 39
	第四节 本章小结 / 47
第四章	“母市场效应” 的经验研究路径 / 49
	第一节 探讨需求和产量关系 / 51
	第二节 探讨出口和市场大小的关系 / 53
	第三节 本章小结 / 56
第五章	中国制造业对外贸易模式：“母市场效应” VS 比较优势效应 / 57
	第一节 绝对市场大小对出口的影响 / 59
	第二节 “母市场效应” VS 比较优势效应 / 61
	第三节 本章小结 / 66
第六章	“母市场效应”：基于产品层面的经验研究 / 67
	第一节 模型 / 68
	第二节 基于产品层面的经验研究 / 72
	第三节 本章小结 / 80
第七章	中国制造业对外贸易的“母市场效应” ——基于 ISIC 面板数据的研究 / 83
	第一节 本章研究的背景 / 84

第八章

第二节 模型 / 89

第三节 基于 ISIC 面板数据的经验研究 / 95

第四节 本章小结 / 100

扩大内需,充分发挥制造业部门“母市场效应”的作用 / 103

第一节 中国的内需结构 / 104

第二节 消费不足成因分析 / 107

第三节 消费结构分析 / 109

第四节 对当前扩大内需政策的一些思考 / 111

第五节 本章小结 / 112

第九章

“母市场效应”与区域不平衡的内生性 / 115

第一节 “母市场效应”与区域不平衡的传导机制 / 117

第二节 决定区域不平衡程度的微观经济变量 / 121

第三节 区域不平衡的成因:比较优势还是“母市场效应”? / 124

第四节 “母市场效应”带来的区域福利和政策含义 / 125

第五节 简要评论 / 127

第十章

中国区域不平衡成因的经验研究：比较优势 VS 新经济地理 / 129

第一节 对区域不平衡的评估 / 132

第二节 计量分析 / 135

第三节 结论和进一步研究的构想 / 141

第十一章

结论、政策建议和需要进一步研究的问题 / 143

第一节 全书概要及主要结论 / 144

第二节 政策建议 / 147

第三节 需要进一步研究的问题 / 158

参考文献 / 160

附表 / 172

后记 / 175

“母市场效应”理论
及其应用研究

Chapter 1

第一章 导 论

第一节 问题的提出

改革开放以来,中国经济持续高速增长,很大程度上来源于出口的拉动。但是随着全球经济格局的变化,特别是最近爆发的全球金融危机,出口拉动型增长正面临越来越多的问题。正如帕利(Palley, 2002)所言,发展中国家依赖出口拉动经济增长会有如下弊端:第一,会限制其国内市场的发展,同时加剧发展中国家之间的贸易竞争。第二,出口拉动型增长通过创造过度投资导致金融市场不稳定。第三,长期来看,会导致发展中国家贸易条件的恶化;最重要的是,由于出口拉动型经济增长对外需的过度依赖,当出现金融危机时,发达国家经济的衰退和滑坡会直接影响发展中国家经济的增长。从2009年开始,中国的出口增长明显减缓,出口对GDP的拉动为负,制造业许多部门特别是劳动力密集部门出口下降不少,这说明外需的缩减,伙伴国经济的衰退对中国制造业出口造成了很大的影响,对外需的过度依赖使中国经济受全球经济形势恶化的影响严重。同时中国的出口结构不合理,顺差主要还是来源于高度劳动密集部门,出口面临着成本上升导致的不可持续性。出口拉动经济增长并非发展中国家的最优策略,发展中国家应将经济增长方式转向内需拉动。20世纪末的亚洲金融危机及此次全球金融危机的爆发,不少出口拉动型增长的发展中国家都逐渐将经济增长方式由外需转向内需拉动,扩大内需也是中国今后相当长一段时间主要的经济政策之一。2008年国务院提出了扩大内需促进经济增长的十项措施,2011年又将扩大内需这一经济政策纳入“十二五”规划纲要,这意味着中国正部署经济社会由外需向内需的转型。我们不禁要问,在降低对出口的依赖,将经济增长方式由外转内时,中国出口拉动经济增长的政策是否已经过时?内需的扩大对中国制造业出口从量上和结构上将造成何种影响?在出口面临困境,劳动力成本上升成为必然趋势时,中国制造业出口优势从何而来?这一系列问题是本书关注的第一块重要内容。

同时,随着这些年中国对外贸易的发展,中国区域经济发展不平衡程度正在加剧,中国沿海与内地的收入鸿沟正不断拉大。这一不平衡已形成了一

个显著的中心—外围模式：沿海区域的农业就业和产出份额正不断下降，而制造业特别是出口型企业则高度集中，成为经济发展的中心，而广大中西部地区则似乎已成为逐渐“去工业化”的外围地带。虽然从2006年开始，这种状况得到了一定程度的缓解，但是沿海区域的人均GDP还是超过全国人均GDP将近60%，沿海区域的出口虽然占全国总出口的份额呈现缓慢下降的趋势，但在2012年还是占到了83%；而内地的人均GDP则低于全国人均GDP的10%，同时其出口占全国总出口的份额虽然在缓慢上升，但即使在最高的2012年，也才占到17%。对外贸易往往通过厂商区位的选择从而改变一国内部的经济地理，引起区域不平衡发展。如果我们寻求到贸易上新的比较优势，却反而加剧了国内区域不平衡发展，这将与中国“和谐社会”“共同富裕”等目标背道而驰。因此，既要发展贸易经济，又要促进区域协调发展将是本书关注的第二块重要内容。

而上述两块内容我们可以统一用一个理论从理论上和实证上做出解释和分析。这一理论就是“母市场效应”（Home Market Effects）理论。“母市场效应”理论由克鲁格曼（Krugman, 1980）首次提出，是指在规模报酬递增，产品差异化情形下，一国如果对某种产品有较大的国内需求，那么该国会成为该种产品的净出口国。“母市场效应”理论意味着行业内需对出口的促进作用，学界常常使用该理论来检验新贸易理论。从第一块内容来看，我们完全可以利用“母市场效应”理论在贸易上的含义进行解释分析。因为制造业部门往往具有规模报酬递增的特征，符合“母市场效应”存在的一些前提假定，如果我们做中国制造业对外贸易“母市场效应”的经验研究，就可以弄清楚不同的制造业部门其内需和出口的关系，从而探讨扩大内需政策对制造业出口结构的影响。而且“母市场效应”理论意味着规模经济也是贸易的重要动因，如果中国制造业一些部门存在着“母市场效应”，那么我们就可以在劳动力比较优势日减的情况下，寻求到内需扩大导致的规模经济优势，这对于巩固和提高中国对外贸易的地位具有重要意义。对于这块内容的研究主要体现在对“母市场效应”理论本身的探讨上面。

如果我们只认识到“母市场效应”理论在贸易上的含义，停留在对该理论进行理论上的探讨和实证上的检验，则难免片面。实际上，克鲁格曼（Krugman, 1991）在其新经济地理学模型中将“母市场效应”与厂商的区位

决策结合在一起,认为“母市场效应”的存在是导致厂商空间集聚的必要条件,强烈的“母市场效应”会导致中心—外围(core-peripheral)模式的形成。目前,这一理论作为新贸易理论的重要组成部分和新经济地理学范式的重要特征,正受到学界越来越多的关注。虽然“母市场效应”对中国经济发展产生很强的正外部性,但如果不去考察“母市场效应”所带来的产业在空间上的不平衡分布所导致的区域发展不平衡,是不可思议的。因为从“母市场效应”的经济地理学含义来讲,“母市场效应”会导致产业在区域的集聚,从而导致区域间产业结构的差异和区域间部门内生产力水平的差异,这两种差异均会导致区域发展的不平衡。本书将利用“母市场效应”的经济地理学含义从理论和实证上去探讨上述第二块重要内容。对于这块内容的研究主要体现在“母市场效应”理论的应用上。

第二节 国内外研究现状评述

一、对“母市场效应”理论已有研究简要述评

自从克鲁格曼(Krugman, 1980)提出“母市场效应”理论之后,随后的经济学家对“母市场效应”进行了众多理论和实证上的研究工作。理论上,主要是对克鲁格曼(Krugman, 1980)模型的诸多假定进行放松和修改,并对影响“母市场效应”强度的参数进行考察(Davis, 1998; Amiti, 1998; Head & Ries, 2002; Larch, 2003; Toulemonde, 2005; Holmes & Stevens, 2005; Yu, 2005; Suedekum, 2006; Crozet & Trionfetti, 2008; Behrens et al., 2009)。这些研究着重分析了运输成本、产品替代弹性、异质性企业、跨国公司、多国情形等对“母市场效应”存在性的影响,同时藤田昌久等人(Fujita et al., 1999)、奥塔维亚诺(Ottaviano, 2001)还着重分析了“母市场效应”所带来的横向福利含义和全球福利含义。实证研究上,主要是对“母市场效应”的存在性进行检验,分成两条路径:一是将“母市场效应”理解为需求对产量的放大效应,从需求和产量的线性关系来进行考察(Amiti, 1998; Davis & Weinstein, 1996, 1999, 2003; Head & Ries, 2001等);二是

直接从内需和出口的关系来考察 (Feenstra, 2001; Schumacher, 2003; Weder, 2003; Hanson & Xiang, 2004 等)。国内对“母市场效应”的研究理论上如钱学峰、梁琦 (2007) 对该理论进行了系统深入的介绍, 而更多的是一些实证上的检验, 如张帆、潘佐红 (2006) 关于中国省间贸易“母市场效应”的存在性检验, 范剑勇、谢强强 (2010) 对中国区域“母市场效应”存在性的检验, 祁飞 (2011, 2012)、李慧中等 (Huizhong Li et al, 2012) 关于中国制造业对外贸易“母市场效应”存在性的检验。

二、对区域不平衡问题的研究

关于区域不平衡的上升有几种重要的解释: 比如经济分权、倾斜的区域政策、市场分散。对外贸易和外商投资这一内生因素是有竞争性的解释之一。对中国内生的区域发展不平衡的研究主要分成两条路径: 一是直接考察贸易开放度和 FDI 对区域不平衡的影响 (Chen & Fleisher, 1996; Gao, 2004; Fu, 2004; 陆铭, 陈昭, 2004; Kanbur & Zhang, 2005; Amiti, 2005 等); 二是考察产业集聚与区域不平衡发展的关系。新经济地理学理论在全球化与国内发展不平衡之间的逻辑链条提供了一些启迪: 对外贸易会影响到内部的经济地理, 并导致产业空间上的集中, 由于分散的要素市场, 不平衡的产业地理分布会导致区域收入不平衡 (Fujita, Krugman & Venables, 1999; Venables, 2000; Ottaviano, 2002; Baldwin, 2003)。大部分关注生产集聚模式的经验研究文献一般都是研究美国和欧盟 (Krugman, 1991; Ellison & Glaeser, 1997; Kim, 1995; Brulhart, 1998; Amiti, 1999; Midelfart-Knarvik et al, 2000), 只有极少部分的经验研究文献去考察中国的区域专业化和产业集聚模式, 而且这一模式仍然是模棱两可, 富有争议 (Gao, 2003; Wen, 2004; Bai et al, 2004; Ge, 2006; 等等)。

综观目前学术界对“母市场效应”的研究, 无论是理论上还是实证上, 其着眼点还是在对其存在性的考察上。理论分析一直围绕模型的假定进行展开, 在不同的假定下, 众多学者都各自寻求到了“母市场效应”存在所依赖的条件; 而实证上, 国外学者往往研究 OECD 国家、欧盟等发达国家制造业对外贸易或者区域贸易“母市场效应”的存在性, 国内学者对于中国省间、

区域间“母市场效应”的存在性都有考察，这些实证工作基本上都发现了“母市场效应”的存在性。这些研究对于我们深入了解“母市场效应”理论本身极有帮助。但是，这些研究并没有考察中国制造业对外贸易“母市场效应”的存在性，并没有很好地直观地回答扩大内需的经济政策对于中国制造业出口量和出口结构造成的影响，而这将是本书的主要工作之一。同时上述考察区域内生发展不平衡的文献，为我们了解区域不平衡的成因及应对提供了极好的启示，但其并没有采取更加直观便利的视角和工具。如果我们以“母市场效应”作为分析视角和工具去看待和处理中国区域不平衡发展的内生性问题，走出中国区域协调发展的困境，将是一个崭新的思路。实际上钱学峰、梁琦（2007）曾经对“母市场效应”理论可能会应用在区域经济发展问题上有过一些启发性的说明，而范剑勇、谢强强（2010）也曾从经济地理学的视角看待过中国区域不平衡发展问题，但那些说明和分析仅仅是启发性的，点到即止的，并没有深入下去。

第三节 研究思路与内容安排

本书分成了两大块内容。第一块内容是对“母市场效应”理论本身进行理论上的探讨和实证上的检验；第二块内容是对“母市场效应”理论在区域经济协调发展问题的应用上进行理论和实证探讨。具体思路是：首先将对“母市场效应”在理论上的存在性及其强度进行考察，探讨“母市场效应”存在的必要条件，同时对“母市场效应”的实证检验路径作一介绍；然后将集中探讨中国制造业对外贸易“母市场效应”的存在性。既考察制造业总体，又具体到制造业各子部门；然后本书将探讨“母市场效应”理论本身所蕴含的扩大内需政策含义及和扩大内需政策配套的一些政策。然后利用业已存在的“母市场效应”去分析区域不平衡的内生性问题，既做理论探讨又做实证检验。框架安排如下。

第一章 导论。

第二章 试探性寻找中国制造业出口新优势，引出“母市场效应”带来的国内市场规模优势将是中国对外贸易新的比较优势之源。