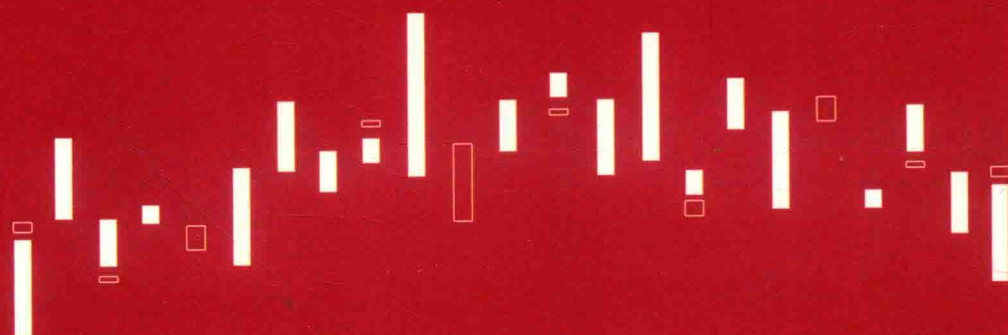


经济增长之梯 与大型企业踏板



张文魁 等 著

Economic Growth Ladder
and the Rungs of Large Enterprises

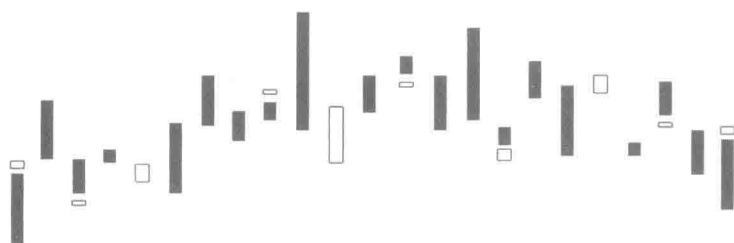
清华大学出版社



经济增长之梯 与大企业踏板

Economic Growth Ladder
and the Rungs of Large Enterprises

张文魁 等 著



清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

一个经济体从低收入达到中等收入状态，不过是迈入增长之门，从中等收入发展为高收入国家，则相当于攀登增长之梯。外向竞争大企业，特别是制造业大企业，是增长之梯不可或缺的“踏板”。中国已经出现了一批大企业，它们的规模扩张和生产率提升的速度更快，在升级转型、产品质量提高和全球贸易等方面有着更好的表现。但是，不少这样的企业，即使算得上踏板，其稳固牢靠程度还不够高，而且当前全球贸易、全球治理陷入巨大纷争之中，中国已有的和潜在的踏板企业能否继续融入全球产业体系、创新体系，面临着严重的不确定性。只有这些挑战都得到正确应对，才能使中国经济增长有更好的前景。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目（CIP）数据

经济增长之梯与大企业踏板 / 张文魁等著. —北京：清华大学出版社，2019
ISBN 978-7-302-52395-6

I. ①经… II. ①张… III. ①大型企业—企业管理—研究 IV. ①F272

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2019）第 038785 号

责任编辑：左玉冰
封面设计：汉风唐韵
版式设计：方加青
责任校对：宋玉莲
责任印制：李红英

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社总机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者：三河市国英印务有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：16.75 字 数：262 千字

版 次：2019 年 4 月第 1 版 印 次：2019 年 4 月第 1 次印刷

定 价：69.00 元

产品编号：082510-01

第一章

绪论：经济增长之梯与外向大企业踏板

一、从增长之门迈向增长之梯.....	2
(一) 进入增长之门.....	2
(二) 攀登增长之梯.....	4
二、经济增长的微观基础.....	6
(一) 新古典经济学和新增长经济学都有局限性.....	7
(二) 国民经济的实际运行.....	8
三、增长之梯的外向大企业踏板.....	9
(一) 企业产出规模的意义.....	9
(二) 竞争性外向型大企业的踏板作用.....	14
(三) 大企业与中小企业之间的辩证关系.....	17
四、企业异质性贸易理论、经济增长的贸易本质和企业规模.....	18
(一) 企业异质性与生产率.....	18
(二) 经济增长的贸易本质.....	20
(三) 生产率指标与经营财务指标、产品质量指标.....	21
五、主要的研究内容.....	23

第二章

从增长之门到增长之梯：以浙江作为中国缩影

一、开启增长之门：中小企业大量涌现并成长推动经济增长.....29

 （一）解放生产力的制度创新催生了大量中小企业.....29

 （二）市场经济体制为中小企业蓬勃发展奠定了基础.....34

 （三）加入世界贸易组织后中小企业加速腾飞.....36

二、搭建增长之梯：大企业崛起成为经济高质量增长的踏板.....39

 （一）经济发展进入新阶段，大企业培育成为发展重点.....39

 （二）大中型企业崛起成为拉动经济新增长的主要源泉.....41

 （三）大企业通过产品质量升级及结构优化拉动经济增长.....45

三、增长之梯的持续：目标与路径.....49

第三章

中国的大企业及其踏板作用分析

一、对有关文献的讨论.....55

 （一）“关键少数”企业.....55

 （二）大企业如何生成.....57

二、大企业的界定.....58

 （一）数据.....58

 （二）本书对大企业的界定.....59

 （三）大企业的平均增长速度.....63

三、大企业的主要特征.....64

 （一）规模分布逐步偏大.....64

 （二）重化工和机械电子类数量增长快.....65

 （三）国企占比呈显著下降趋势.....67

 （四）大企业全要素生产率和增长率普遍高于其他企业.....69

(五) 大企业的年龄从双峰分布到年轻化	73
四、假说和模型	75
(一) 计量模型	75
(二) 对大企业是否存在“踏板”作用的检验	76
(三) 大企业踏板作用与学习效应	78
(四) 东部和中部地区的大企业溢出作用更加明显	80
(五) 几乎所有制造业行业均存在显著的大企业溢出作用	82
五、主要发现及其政策意义	83

第四章

制造行业龙头企业的变迁与发展

一、制造业上市公司行业龙头的变迁	89
(一) CSRC汽车制造业	89
(二) CSRC计算机、通信和其他电子设备制造业	91
(三) CSRC专用设备制造业	92
(四) CSRC电气机械及器材制造业	93
(五) CSRC化学原料及化学制品制造业	95
(六) CSRC医药制造业	96
(七) CSRC食品制造业	97
(八) 纺织服装业	98
二、研究企业兴衰的文献综述	100
(一) 一些分析框架	100
(二) 案例分析法	104
三、“资源—能力—意愿—机遇”的框架与解释	105
(一) 本章分析框架的构建	105
(二) 对8个行业上市公司龙头变迁的分析	108
四、小结与启示	125

第五章

产业升级中的大企业表现

一、产业结构升级中的大企业	130
(一) 经济持续增长与产业结构变迁	130
(二) 主导产业升级与大企业转型发展	132
二、价值链升级	134
(一) 沿着全球价值链进行产业升级	134
(二) 价值链升级的多种形式	135
(三) 新兴产业的价值链升级	136
三、质量升级	143
(一) 攀登质量阶梯	143
(二) 几大行业的质量升级情况	144
四、结语	155

第六章

出口龙头企业更替与贸易质量变迁

一、中国企业出口产品的质量变迁	159
(一) 中国企业出口产品技术含量明显提高	159
(二) 中国企业技术产品出口快速增长	162
(三) 中国出口前50位产品发展变迁有新亮点	163
二、中国各类企业出口变迁情况	167
(一) 外商投资企业和非国有本土企业成为出口主力	168
(二) 非国有本土企业的出口增速最高	170
(三) 非国有本土企业出口以一般贸易为显著特点	171
(四) 非国有本土企业一般贸易增值率较高	172
三、中国出口龙头企业变迁情况	173

(一) 企业出口规模增加但集中度进一步下降	173
(二) 越来越多的中国民营龙头企业进入国际市场	174
(三) 中部地区龙头企业出口平均规模增长更明显	174
(四) 少数国有、外资、民营企业成长为龙头企业	175
(五) 出口前50位企业产品质量较高	177
(六) 中国电子产品等竞争力较强	180
四、基本结论	182
第七章	
出口产品质量：衡量踏板质量的一个视角	
一、引言	186
(一) 国际贸易与经济增长	186
(二) 出口产品质量视角	187
二、数据描述	192
(一) 数据库	192
(二) 关键变量	193
三、实证分析	196
(一) 中间品进口	196
(二) 企业规模	198
(三) 稳健性检验	202
四、中间品进口、我国制造业上游产能与出口产品	206
(一) 国内上游制造能力的重要性	206
(二) 一些分析结果	206
五、质量变动的动态分析	210
(一) 考虑企业的进入与退出	210
(二) 回归结果	211
六、结论	212

第八章

企业出口决定：生产率与企业规模的分析

一、问题的提出	214
(一) 异质性企业贸易理论的主要结论	214
(二) 中国出口企业的生产率悖论	215
(三) 具体行业具体分析	216
二、特征事实	219
(一) 出口企业的生产率略高于非出口企业	219
(二) 出口企业的企业规模远大于非出口企业	220
(三) 出口企业所占比重与企业规模正相关	221
三、模型设定和变量说明	222
(一) 企业规模与生产率	222
(二) 模型设定	223
四、回归结果与分析	225
(一) 基准回归结果及分析	225
(二) 稳健性分析	227
五、结论和政策启示	229

第九章

总结及政策讨论

一、研究的逻辑	232
(一) 攀登增长之梯的微观视角	232
(二) 基于本土的外向竞争大企业是“关键少数”	234
二、大企业的形成与表现	234
(一) 大企业的形成与大企业的作用	235
(二) 一个典型地区攀登增长之梯的历程	237

三、政策讨论之一：踏板大企业是政府扶持出来的吗.....	238
（一）关于政府扶持和产业政策的分歧	238
（二）竞争中形成的大企业才有竞争力	239
四、政策讨论之二：国有大企业可以成为增长之梯的踏板吗.....	241
（一）对国有企业的一些争议	241
（二）混合所有制改革之难	243
五、总结性评论.....	244
.....	
参考文献	246
.....	
后 记	258

第一章

绪论：经济增长之梯与 外向大企业踏板

随着中国发展阶段的转折和经济增速的放缓，如何判断未来增长态势、挖掘增长潜力、争取稳健速度，就成为一个越来越受关注的议题。无论是学术界还是决策层，都已经比较广泛和比较充分地认识到，当一个经济体从中等收入状态向高收入状态攀爬的时候，实现增长方式转变和产业体系升级，是一条必由之路。本章试图探讨，在这条道路上，在全球竞争环境中，企业营业规模以及营业规模扩张背后的因素，有什么样的意味，以及这样的意味是否有政策含义。作为绪论，本章的基本意图就是要揭示，如果把从中等收入迈向高收入看作攀登增长之梯，那么，基于本土但又有全球竞争力的外向型企业群体的生成与壮大，则是这把梯子必不可少的踏板。否则，攀登增长之梯的进程难以成功完成。

一、从增长之门迈向增长之梯

经济增长是国家繁荣、人民生活水平提高的必由之路。但是，实现经济增长，在不同阶段有不同的难度。许多事实和研究都表明，在较为贫穷的低收入阶段，获得较高速度的经济增长相对而言比较容易，但度过这一阶段之后，经济增速就会下滑，实现经济增长就会变得更加困难。

（一）进入增长之门

毫无疑问，经济增长是人们生活水平提高的基础。美国经济学家克拉克（Clark, 2007）把工业革命之前的世界称为马尔萨斯世界，他的研究发现，即使在英格兰这个被认为在中世纪已经达到较高生活水平的地区，在18世纪之前，实际工资曲线基本上是平坦的，而在工业革命以后，工资水平持续明显上升，

才走出马尔萨斯陷阱。在工业革命之前的一两千年里，总体而言，这个星球上的人们生活水平几乎没有实质性提高，大多数人一辈子都在为自己和家人的温饱而辛勤劳作。麦迪森（2003）的研究表明，在工业革命之前的几百年里，中国的人均国内生产总值（GDP）增长几乎是停滞的，西欧的人均 GDP 在 11 世纪前还有所下降，此后一直到工业革命前，其增速也是缓慢的，而自工业革命以来，人均 GDP 总体上呈现陡峭上升趋势，富裕国家和其他国家在经济增速方面出现明显分野。彭慕兰（2016）也描述了类似现象，并将其称为“大分流”。而中国近代以来的历史，特别是 1978 年以来改革开放的历史，更是清晰地将经济增长与人民生活水平、国家综合实力的关系呈现在世人面前。

因此，在资源、环境、生态可以承载的前提下，追求较高的经济增速，当然是国家的政策目标，也是人们的自然期盼。不过，要取得这样的结果，特别是在较长时期里维持这样的结果，并不是一件容易的事情。Gill 和 Kharas（2007）的分析表明，即使在第二次世界大战之后的全球发展浪潮中，大多数低收入经济体，在短暂的较快增长之后，就落入所谓的“中等收入陷阱”。麦迪森项目（Madison Project, 2010）的数据显示，在 1960 年的 101 个中等收入体中，到 2008 年，只有日本、韩国、新加坡、中国台湾、中国香港及以色列、西班牙等 13 个经济体进入高收入行列。这里所谓的低收入、中等收入和高收入，都是基于世界银行设定的人均国民收入（人均 GNI）指标来判定的，世界银行每过几年会根据几大主要货币的购买力变化来调整低收入、中等收入、高收入的评判标准。从 20 世纪末到现在，低收入国家和中等收入国家的分界线在人均 GNI 1 000 美元上下波动，中等收入国家和高收入国家的分界线在人均 GNI 11 000—13 000 美元波动，其中中等收入还分为下中等收入（lower-middle income）和上中等收入（upper-middle income）。由于大多数国家的国内生产总值与国民收入相差不大，所以学者们也常常用人均 GDP 替代人均 GNI 作为收入评判标准。根据当时标准，中国在 1998 年之前属于低收入国家，1998 年成为下中等收入国家，2008 年成为上中等收入国家。这种划分标准尽管有一定的局限性，但还是大致反映了各国经济发展的真实水平，因而基本上得到了世界性认可。

总的来看，在一个跨国贸易与投资兴盛、技术转移便利、工业化元素充裕的

时代，一个经济体在贫穷状态下，即依照世界银行按人均国民收入划分的标准，处于低收入状态下，以较快的速度发展经济并脱离低收入状态，从而进入下中等收入乃至上中等收入状态，并不特别困难，但进入中等收入状态之后，尤其是接近上中等收入状态之后，保持较高速度经济增长就变得越来越困难，许多经济体都会受到增速明显下滑的困扰（刘世锦等，2011）。笔者把在低收入状态下以较快的速度促进经济增长，称为进入经济增长之门。进入经济增长之门，需要做的事情既不算简单，也谈不上复杂：通过国内资金筹集或者引入外资并引进技术与设备，启动初始的工业化；通过初步使用农药化肥和农业机械以提高农业效率，并将劳动力转移到工业部门；通过初级产品或者劳动密集型工业制成品以及少数其他工业制成品的出口，力争基本的外汇平衡，等等。如果能将这个基础上的经济增长保持一二十年，就很有机会摆脱低收入状态，成为一个中等收入经济体。

为了以较形象的方式来描述这一过程，笔者使用了“增长之门”这一词汇。这一词汇虽然罕见，但罗德里克（2009）在他的著作《相同的经济学，不同的政策处方》中，也恰恰使用了这一词汇：一个经济体不需要采取大规模的制度改革，也可以开启增长之门。本书这里使用这个词汇，比罗德里克来得更具体，即从低收入状态迈进中等收入状态；而且，与稍后出现的“增长之梯”相对应，所以更具有针对性。与攀登“增长之梯”相比，进入“增长之门”并不费劲。

（二）攀登增长之梯

当成为中等收入经济体之后，根据 Eichengreen 等（2011）的研究，经济增速明显下滑是一个比较普遍的现象，维持较高的经济增速变得越来越困难。不过，即使经济增速明显下滑，但若仍能保持一个明显高于美国等前沿经济体的增速并维持较长时间，也有机会迈入高收入行列，但令人沮丧的事实是，只有少数国家和地区成功应对了这个阶段的经济增长困难，从而跨越了“中等收入陷阱”而实现了高收入，而大多数国家却长时期落入“中等收入陷阱”之中（Gill 和 Kharas, 2007）。由于从中等收入迈向高收入这一进程，比在低收入状态下启动较快经济增长并迈向中等收入，也即进入“增长之门”的征途，困难得多，因此

笔者把这一进程，特别是从上中等收入迈向高收入这一最为艰难时段，称为攀登“增长之梯”。就中国的具体情况而言，1998年进入下中等收入国家行列之后大约10年里，经济增长总体上相当强劲，但2008年成为上中等收入国家之后，情况迥然不同。在2008年之后的几年里，中国经济增速开始经历巨大波动，起初人们以为这是受到全球金融危机冲击的缘故，但到了2012年之后，经济增速开始呈现趋势性明显下滑，就有越来越多的学者认识到现今阶段保持较高经济增长的艰难性。显然，“登梯”要比“进门”更加费劲。

攀登增长之梯，的确要比迈入增长之门艰难得多。这个难度，当然不是来自人们攀登台阶需要消耗更多体力的直观感受，而是因为从中等经济体迈入高收入经济体，以及在高收入的基础上继续增长，将面临所谓的转型升级问题，以及如何提升创造力、如何与前沿国家进行水平竞争等问题，这比进入增长之门所需要的资本筹集和投入、工业企业的设立和投产、技术与设备的引进和学习使用、初级产品和劳动密集型产品的生产与出口，要难得多。所谓转型，实际上就是从主要依赖要素投入和要素从第一产业到第二产业的自然的、简单的转移，转向主要依赖创新和要素在产业之间和企业之间的复杂转移，并在工业扩张速度趋势性放缓的压力下大力发展商业化的服务业并提高其效率；所谓升级，不仅仅是指技术更新更高的产业不断替代以前的产业，更是指在每个产业，特别是从事贸易的制造业行业，企业尽量往价值链和质量阶梯的高处爬升；而与前沿国家进行水平竞争，不但会面临创造力方面的短板制约，也可能会遭遇前沿国家的直接反制。显然，从经济学的增长核算角度来看，攀登增长之梯，必然意味着在全球竞争环境中，全要素生产率的持续提高和对前沿国家的追赶。在这些方面，从许多国家的经验来看，包括从东亚一些比较成功的经济体来看，并不容易获得成功，Wiess（2005）就对此作了专门分析。特别是在一个日益全球化的开放环境中，对于那些善于以产业政策促进制造业发展的经济体而言，随着人均GDP的上升，如果仍要保持较快经济增速，就必须提升附加值更高的产品的出口，必须提高其主要产业在全球价值链中的位置，就必须在一个开放体系中保持国际收支的基本平衡和汇率波动的合理化，其面临的政策挑战恰恰是：以前行之有效的促进产业发展的政策，在促进升级转型方面并不那么有效（艾肯格林等，2015）。

使用“增长之梯”来描述从中等收入状态发展成高收入状态并持续增长这一过程，不但与“增长之门”相对应，而且有其合理的源头。“阶梯”（ladder）这个词汇，尽管至今并没有被用于描述经济增长的阶段转换，但19世纪德国著名经济学家李斯特正是用“梯子”（英文也翻译为“ladder”）这个词，来形容工业化过程中国家对某些产业的保护性政策，他说：英国爬上了工业化的楼层时，就把自己曾经使用的梯子一脚踢开，不再允许德国使用这个梯子来爬上工业化楼层。当今，一些重要的经济学家在研究增长方式转变和产业升级时，有的直接使用了这个词汇，有的虽然没有直接使用，但语言表述中已经包含攀爬阶梯的意思。例如，阿吉翁和霍依特（2004）在他们的著作《内生增长理论》中就说：基于创造性破坏的基本内生增长模型，也被称为质量阶梯（quality ladder）模型；熊彼特模型关注的是质量改进型创新，使旧产品过时。实际上，在新增长理论中，内生增长理论所谓的质量改进型创新，也叫垂直型创新，就是指在质量阶梯上攀升。Grossman 和 Helpman（1991）在分析经济增长的诸因素时，也直接使用了“质量阶梯”这一词汇。Brant 和 Thun（2016）在分析中国的产业升级和经济增长时，更是直接使用了“阶梯”这个词，而且非常贴切。Altomonte 等（2012）在分析欧洲企业的国际竞争力中，就直接用“攀登竞争阶梯”（climb the competitiveness ladder）这样的语言，来描述那些在国际竞争中胜出的企业的艰难性。

因此，从增长之门迈向增长之梯，是追求经济持续增长以成为高收入国家并在此基础上继续向上发展的不可回避的议题。

二、经济增长的微观基础

要攀登增长之梯，首先应该正确地理解经济增长机制。恰恰是这一点，经济学并不能令人满意。研究经济增长的主流宏观框架，忽略了经济增长的微观基础，导致“只见森林、不见树木”的局面。要想真正理解经济增长，就必须审视其微观基础。

（一）新古典经济学和新增长经济学都有局限性

研究经济增长的主流路径是新古典路径，其局限性并不仅仅在于把全要素生产率当成一个有待解释的因素。在新古典经济学当中，生产函数的核心要素——资本和劳动投入，其实也只是作为结果的资本形成总量和劳动力投入总量，生产函数根本没有解释资本是如何形成的、劳动投入是如何实现的。而实际上，资本不会自动形成，劳动投入不会自动实现。兰德斯（2010）的研究发现，即使在几百年前，推动英国工业革命的决定性因素并不是蒸汽机的出现，而是工厂制的出现，是工厂制的生产单位开始大量使用借贷资本和雇佣劳动，并刺激了对蒸汽机的使用和后续的技术改进。事实上，即使在现在，在那些经济增长乏力的贫困地区，不但存在大量剩余劳动力，也存在不少没有被用于促进增长的资金，因为我们能够观察到：越是贫困的地区，剩余的资金和可以节俭出来的资金，越是被用于赌博、酗酒和非生产性高利贷等活动，而没有转化为生产性资本；这些地区的储蓄资金常常被借贷到外地企业去成为生产性资本，而没有在当地形成资本。当然，新古典经济学更没有解释全要素生产率是如何提高的，全要素生产率只是作为一个无法解释的“余值”而存在。所以，新古典模型实际上只能对已经实现的增长进行分解核算，并不能解释经济增长机制，也就是说，新古典模型实际上只知道一些结果（不是全部结果）而不知道原因，特别是当经济增长的微观领域发生重大变革、微观基础出现显著变化、结构性改革获得突破时，基于新古典体系的那些模型就无能为力了。不过，由于新古典体系比较成熟和精巧，在此基础上发展出的许多分析工具和模型已得到广泛使用，所以关于经济增长的研究也很难完全脱离这个体系。也许不完全脱离新古典框架，但又在某些方面走出这个框架去做一些微观方式的分析，是最现实的研究路径，而本书也将不得不在这个范式内开展分析。

被称为新增长经济学的内生增长理论，实际上就是想突破成熟的新古典框架。不过内生增长研究路径也有很大局限性：一是把创新收窄到研发投入，以及人力资本的形成，这显然是片面的，并不能深入、完整解释全要素生产率是如何提高的，甚至也不符合“创新”这一词汇的原意，因为无论是熊彼特所论述的创新，