

首都经济贸易大学 2016 年度科研基金项目成果

ZHONGGUO ZHIZAOYE

中国制造业

出口企业加成定价研究

CHUKOU QIYE JIACHENG DINGJIA YANJIU

李胜旗 / 著



贸易大学 2016 年度科研基金项目成果

ZHONGGUO ZHIZAOYE

中国制造业

出口企业加成定价研究

CHUKOU QIYE JIACHENG DINGJIA YANJIU

李胜旗 / 著

中国财富出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国制造业出口企业加成定价研究 / 李胜旗著. —北京: 中国财富出版社, 2017. 1

ISBN 978 - 7 - 5047 - 6289 - 4

I. ①中… II. ①李… III. ①制造工业 - 出口企业 - 计价法 - 研究 - 中国
IV. ①F426. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 254160 号

策划编辑 单元花

责任编辑 单元花

责任印制 方朋远

责任校对 杨小静 张营营

责任发行 邢有涛

出版发行 中国财富出版社

社 址 北京市丰台区南四环西路 188 号 5 区 20 楼 邮政编码 100070

电 话 010 - 52227568 (发行部) 010 - 52227588 转 307 (总编室)

010 - 68589540 (读者服务部) 010 - 52227588 转 305 (质检部)

网 址 <http://www.cfpress.com.cn>

经 销 新华书店

印 刷 北京京都六环印刷厂

书 号 ISBN 978 - 7 - 5047 - 6289 - 4/F · 2676

开 本 710mm × 1000mm 1/16 版 次 2017 年 1 月第 1 版

印 张 12.25 印 次 2017 年 1 月第 1 次印刷

字 数 175 千字 定 价 58.00 元



前 言

改革开放以后，我国制定积极的对外贸易政策，采取出口导向和进口替代结合的经济发展战略，取得了举世瞩目的伟大成就，实现了跨越式增长。2013 年我国货物进出口总额达到 4.16 万亿美元，迅速成为世界第一大货物贸易大国和世界第二大经济体，其中 2013 年我国货物出口额达到 2.2 万亿美元，我国制造业出口额达到 2.1 万亿美元。但是我国制造业出口企业在国际市场面临一系列困境：由于出口产品低价导致中国成为全球反倾销调查最多的国家，中国出口企业成为反倾销最大受害者，此起彼伏的贸易摩擦严重阻碍了中国对外贸易的健康发展；在出口市场的长期发展中，出口企业虽然出口总量不断增加，但由于企业经营绩效差，每年有大约 1/3 的企业选择退出出口市场，如此巨大的市场退出对中国的贸易发展甚至经济发展的稳定性带来危害；在国内企业竞争中，由于产业多数处于价值链中低端，出口企业出现过度集聚，在出口市场由于产品的差异化低，出现出口拥挤现象（叶宁华等，2014），中国的出口企业过度竞争带来了许多负面后果；对于中国出口企业的多产品种类来说，虽然可以显著提高企业的出口数量，但过多生产效率低的产品种类并没有促进企业由价值链的中低端转移到高端，没有提高企业的加成定价能力，出口企业的产品缺乏核心竞争力，企业如果不提高核心产品的技术含量和创新水平，就无法在国际市场上形成具有国际影响力的品牌；另外，企业在出口目的地市场的形象并未获得显著提升，中国出口产品甚至



成为国际市场“低价劣质”产品代名词。因此，从加成定价的视角来研究中国微观企业变得十分必要，不仅有利于提高企业的国际竞争力，而且对中国出口企业的转型升级、改善出口结构、提升中国出口企业在国际市场的形象都具有重要意义。

加成定价一直是国内外学者研究的热点和难点问题之一，一个困难的问题是如何测算企业层面的加成定价，产业组织理论从行业的角度进行了不少的研究，分析了行业层面的企业加成定价，但从微观领域进行的研究还不多。最新的理论成果是 Loecker 和 Warzynsik (2012) 利用生产函数经验法，从企业层面通过基于边际成本加成率来测算企业的加成定价能力，不仅解决了长期困扰的内生性问题，更是利用企业的投入产出数据获得最可信的估算方法。正是由于微观领域计算方法的建立，加成定价的测算可以进一步拓展到国际贸易领域，那么利用这种方法对中国出口企业进行研究变得十分有意义。但是，本书在对中国出口企业的加成率进行测算后，发现中国出口企业普遍缺乏加成定价能力，中国出口企业的加成定价能力从国别上来看不仅低于美国、日本、法国等发达国家，甚至低于印度等发展中国家，中国出口企业的加成定价缺失给企业的产品价格和企业经营绩效都带来不利后果。因此，提高中国出口企业的加成定价到一个合理的地位十分必要。本书将从企业的产品开发、产品质量、出口空间分布和国家之间的贸易政策不确定性等方面进行研究，这里既深入企业的产品种类进行研究，也考虑到出口企业的目的国市场因素，同时，在出口企业进行国际竞争的时候，不得不面对国家贸易政策的不确定性，从外部因素对企业的影响来分析，从而全面地研究出口企业加成定价的影响机制。

本书共分为七章。第一章导论包括研究背景、问题提出、研究意义、本书结构和本书的创新点。第二章分析了加成定价定义的界定、加成定价对出口带来的影响、已有文献对加成定价的测算和在开放经济条件下国内外对加



成定价的相关文献。第三章测算了中国出口企业的加成定价，从行业、区域、纵向和国际层面进行了对比分析，并在中国出口企业加成定价缺失的基础上分析了中国出口贸易所面临的复杂市场竞争环境。第四章到第六章是本书的实证部分，为了更加详尽地分析加成定价的影响机制，分别从产品层面、出口目的国市场和贸易政策不确定性的角度进行了研究。本书第四章从企业产品开发的角度进行分析，过多的产品种类范围并没有提高出口企业的加成定价，但是企业的核心产品有利于企业的加成定价提高，中国出口企业应该转向到核心产品的创新和升级。第五章从质量和出口空间的角度进行分析，中国出口到发达国家的产品质量要高，但是随着距离的增加企业的加成定价却是减少的，这对于企业分析出口目的地市场提供了重要的理论参考。第六章从外部性的角度进行了分析，贸易政策不确定性一直处于难以衡量的状态，借鉴最新的理论成果，验证了贸易政策不确定性对中国出口企业的影响，在贸易政策不确定性降低后，更加有利于出口的加成定价提高。第七章为结论和未来的研究展望。

本书的主要结论有：第一，中国出口企业普遍处于加成定价缺失的现状，由此给中国出口企业在反倾销调查、企业绩效、出口市场的退出等方面带来一系列的消极影响，不利于中国出口企业的竞争力提高，也不利于中国出口贸易的长期稳定发展；第二，中国出口企业的产品种类过多且集中在价值链低端，缺乏具有核心竞争力的产品，中国出口企业应将更多的研发精力投入到对核心产品的开发和升级中，利用核心产品进入国际市场，提升企业产品的品牌效应，形成中国加成定价更高的跨国企业和具有国际影响力的自主品牌；第三，本书认为中国出口企业的产品质量对加成定价有显著的提升作用，发达国家地区对高质量的产品需求更大，但是随着距离的增加企业的加成率更低，发达国家的市场竞争更加激烈，企业在对出口目的地的市场进行选择的时候，要充分考虑企业的加成定价和可能的市场风险；第四，本书认为贸



易政策不确定性降低有利于出口企业提高加成定价能力，中国政府应该加快与其他国家进行贸易政策的商议和谈判，通过贸易政策不确定性降低，促进中国出口企业在国际市场不断提高加成定价，促进中国出口企业在国际市场进行高效的投资，获得更高的回报。

作者

2016 年 7 月



目 录

1 导论	1
1.1 研究背景和问题提出	1
1.1.1 研究背景	1
1.1.2 问题提出	8
1.1.3 研究意义	10
1.2 主要内容与本书结构	12
1.2.1 研究的主要内容	12
1.2.2 本书结构	14
1.3 研究方法与本书的创新点	15
1.3.1 研究方法	15
1.3.2 本书的创新点	17
2 文献综述	20
2.1 加成定价的概念	20
2.1.1 加成定价的概念界定	20
2.1.2 加成定价对全球价值链分工地位的影响	22
2.1.3 加成定价对企业出口行为的影响	24
2.1.4 加成定价对企业经营绩效的影响	25



2.1.5 加成定价对产品价格与反倾销的影响	26
2.2 加成定价的测算方法	27
2.2.1 加成定价的直接测算法	27
2.2.2 加成定价的经验测算法	29
2.3 开放经济条件下企业加成定价的研究	32
2.3.1 出口企业与非出口企业的对比分析	32
2.3.2 关于加成定价影响因素的研究	33
2.4 中国对出口企业加成定价的研究	34
2.4.1 中国出口企业与非出口企业的对比分析	34
2.4.2 进口贸易对于国内企业加成定价的影响	35
3 中国出口企业加成定价的测算方法与特征	36
3.1 测算方法	36
3.2 中国出口企业加成定价缺失的特征	40
3.2.1 行业比较	40
3.2.2 区域比较	42
3.2.3 纵向比较	44
3.2.4 国际比较	45
3.3 中国出口企业加成定价缺失下的发展现状	47
3.3.1 价值链分工体系下的不利地位	47
3.3.2 微薄利润下的大量出口企业退出	48
3.3.3 过度集聚与出口市场拥挤	49
3.3.4 出口市场低价竞争	51
3.3.5 出口企业面临频繁反倾销调查	52



4 产品种类、核心产品与中国出口企业加成定价	54
4.1 研究问题	54
4.2 理论分析	57
4.3 实证模型与数据说明	62
4.3.1 计量模型设定	62
4.3.2 数据说明	64
4.3.3 产品种类范围描述	66
4.4 估计结果及分析	69
4.4.1 基于产品范围估计结果	69
4.4.2 分位数回归结果	72
4.4.3 分样本回归结果	74
4.4.4 基于核心产品种类的回归结果	82
4.4.5 基于核心产品种类的稳健性检验	85
4.5 本章小结	87
5 质量、出口空间分布与中国出口企业加成定价	89
5.1 研究问题	89
5.2 中国企业出口时空现状描述	94
5.3 实证模型与数据说明	100
5.3.1 计量模型设定	100
5.3.2 数据说明	106
5.4 估计结果及分析	108
5.4.1 基本估计结果	109
5.4.2 分样本回归结果	112
5.4.3 稳健性检验	117



5.5 本章小结	120
6 贸易政策不确定性与中国出口企业加成定价	123
6.1 研究问题	123
6.2 理论分析	127
6.3 实证模型与数据说明	131
6.3.1 计量模型设定	131
6.3.2 数据说明	137
6.3.3 现状描述	138
6.4 估计结果及分析	139
6.4.1 基本估计结果	139
6.4.2 分样本回归结果	143
6.4.3 稳健性检验	151
6.5 本章小结	157
7 结论与未来研究展望	160
7.1 主要结论与政策建议	160
7.1.1 主要结论	160
7.1.2 政策建议	163
7.2 未来的研究方向	166
参考文献	169



1 导论

1.1 研究背景和问题提出

1.1.1 研究背景

产品定价一直以来都是经济学研究的核心问题之一，它在市场经济条件下为买卖双方建立了沟通的桥梁，不仅决定了企业的发展利益关系，也对经济社会发展过程中的利益分配和资源配置产生重要影响。在自然经济条件下，社会分工不发达，社会生产力非常低下，商品之间缺乏交换活动，商品的价格理论并未产生。产品定价理论随着商品经济的发展而产生，商品的交换范围不断扩大，价格成为商品交易的中心，社会生产的各种商品也以价格为中心进行生产和分配。随着经济的发展，价格成为社会关注的问题。早在 19 世纪，许多经济学家就开始关注产品价值产生的源泉与对社会利益的影响，亚当·斯密在其经典著作《国富论》中写道：“一切人都要依赖交换而生活，或者说，在一定程度上，一切人都成为商人，而社会本身，严格地说，也成为商业社会……从来也不用向他们说我们需要什么，只要向他们说什么是他们的利益所在。”这种市场机制被亚当·斯密用“看不见的手”来形容，也就是说价格在市场机制中发挥了指挥和协调作用，引导企业朝着有利的方向进行发展，也对社会中的成员产生了信息传导和资源分配的作用。从亚当·斯密的自由经济理论开始，产品定价逐步成为经济学理论的重要内容。以马歇尔为代表的新古典学派，最早建立经济学的边际分析理论，通过静态均衡和边



际效应结合的方法来研究市场经济下的价格形成与运行的机制,资源的稀缺性和市场的供给需求成为产品价格的重要影响因素,这也是在市场经济条件下研究商品价格的理论基础。进入 20 世纪后,以张伯伦和罗宾逊为代表的经济学家从不完全竞争的角度,分析了市场竞争环境不同而对市场价格产生的影响。随着微观经济理论不断发展,市场定价成为企业经营分析的一个重要内容,由于企业在市场中拥有一定程度的竞争优势,企业具有一定的市场力量能够对产品进行定价。但是令人遗憾的是,现有关于企业的定价行为不仅难以做出具体衡量,而且都局限于国内企业,缺乏对中国出口企业定价行为的研究。随着国际经济环境的不断变化,出口企业面临的贸易冲突和贸易摩擦复杂多变,企业在追求利润最大化的条件下,如何进行产品选择是企业定价行为的一个重要内容,同时,国际出口市场的外部环境的变化将对出口企业产生深远影响,因此,系统研究中国出口企业的加成定价行为变得十分必要。

改革开放以后,中国制定积极的对外贸易政策,采取出口导向和进口替代结合的经济发展战略,取得了举世瞩目的伟大成就,实现了跨越式增长。2013 年中国货物进出口总额达到 4.16 万亿美元,迅速成为世界第一大货物贸易大国^①,从经济总量来看也已经成为世界第二大经济体,如图 1-1 所示,其中 2013 年中国货物出口额达到 2.2 万亿美元,中国制造业出口额达到 2.1 万亿美元,制造业在中国出口贸易中具有举足轻重的地位,虽然在 2009 年由于金融危机的影响制造业出口有所下降,但制造业在中国出口贸易中的比重从 2002 年始一直维持在 90% 以上。中国制造业企业正积极融入全球价值链为形态的国际分工之中,党的“十六大”报告明确指出,中国将实施“走出去”战略作为对外开放新阶段的重大举措。最近,中央提出建设“丝绸之路经济带”和“21 世纪海上丝绸之路”的重大战略决策,经济全球化已经成为

① 根据国家商务部网站: <http://www.mofcom.gov.cn/article/ae/ag/201403/20140300504002.shtml>。



不可逆转的潮流。在这些机会之下，中国企业必须积极融入全球市场竞争中去，不断“走出去”，扩大中国企业在国际市场的影响力，形成更多拥有自主品牌的世界知名跨国企业。

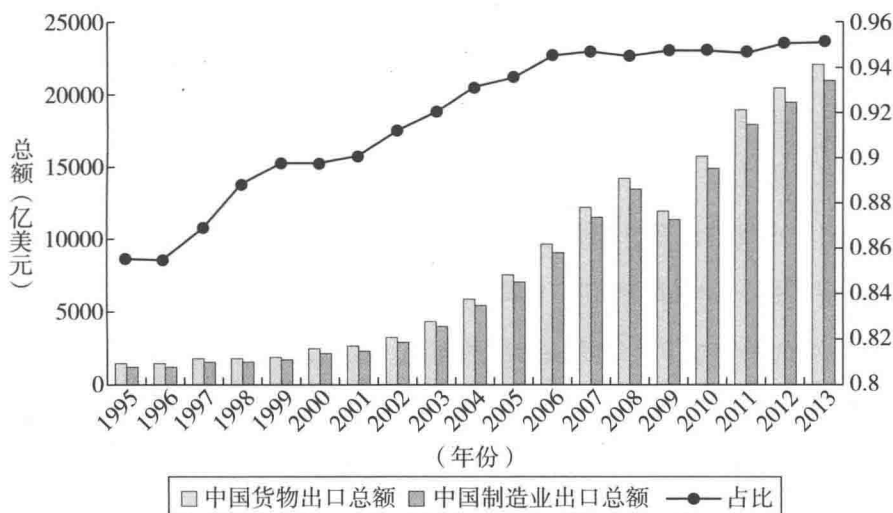


图 1-1 1995—2013 年中国制造业出口与货物出口总额

数据来源:《中国统计年鉴》

随着中国进出口贸易的不断繁荣，我们发现中国出口贸易出现了“量增价跌”等贸易条件恶化的情况，中国出口的产品在国际市场上成为“低价劣质”的代名词，中国出口企业由于产品价格过低而屡受进口国反倾销调查，承受了全球最多的贸易争端，根据统计，全球有一半的反倾销调查是针对中国出口企业^①。而对于中国出口企业来说，企业的经营绩效并不高，从利润率的角度来看，企业的利润并没有随着贸易的快速增长而同步增长，甚至出现由于企业利润率下降而亏损的局面，2000—2006 年出口企业的利润率均值仅为 6.23%^②，不少企业选择退出出口市场，在金融危机的冲击下，大量出口

① 根据世界银行 1995—2012 年全球反倾销数据库统计结果。

② 借鉴已有文献，利润率采用营业利润与企业销售额的比值来衡量。



企业破产倒闭。从中国出口企业与发达国家的跨国企业相比来看,企业的利润率和加成定价能力都显著偏低,中国出口企业的产品技术含量低、产品质量不高、产品的价格低等问题十分突出,这些并未实质改善中国出口贸易的结构,对于中国企业“走出去”带来了重重阻碍。从中国出口的结构来看,改革开放以来的高速增长主要依靠出口企业的“量”的扩张,这种“粗放型”增长方式建立在资源消耗和环境破坏的基础上,出口企业由于在国际市场上的定价能力缺失,为获得更多的市场份额,往往采取低价竞争的策略,造成了出口市场的混乱、出口企业的绩效低下,并且增加了中国与进口国之间的贸易摩擦,势必影响到中国对外贸易的健康持续发展,这也是中国在“走出去”的大背景下必须尽快解决的问题。根据相关数据库,我们计算出美国、日本、印度和中国出口产品的价格与世界平均价格的比值,根据图 1-2 所示,中国出口产品的价格不仅低于美国、日本,甚至低于印度的出口产品,但是我们也发现中国出口价格与美国、日本和印度之间的差距在缩小,特别是 2008 年金融危机以后,这种差距特别明显,在全球经济不景气的条件下,美国、日本、印度的出口产品价格都在降低,中国出口产品价格却在微弱的上升之中,只是还不太明显,我们也要注意印度与中国一样同为发展中国家,但其出口产品的价格明显要高于中国。出口低价竞争不仅对中国出口贸易带来巨大危害,也是中国急切需要解决的一个问题,而企业对于产品的定价不仅受到国际市场的需求和销售影响,还受到企业产品的成本、产品的质量、市场竞争、法律、运输方式和贸易政策等多方面因素的制约,因此,对于出口产品的定价已经成为一个非常复杂又极为重要的关键环节。

从异质性企业和出口市场环境的视角切入,可以发现中国出口贸易存在种种困境的一个突出原因是出口企业加成定价能力的缺失,导致了我国每年有大量的企业退出出口市场。借鉴 Disney 等(2003)的经验,假如企业 i 在 t 期存在,而在 $t+1$ 期不存在,则企业 i 为退出企业。根据上述定义,

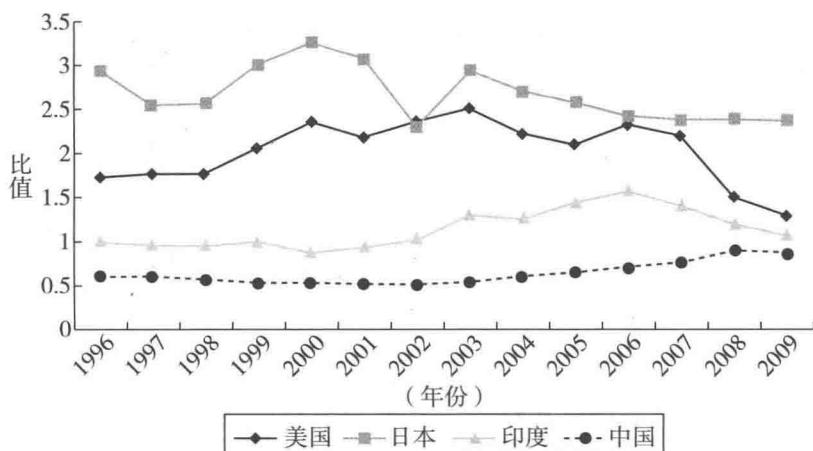


图 1-2 1996—2009 年美国、日本、印度和中国出口产品价格与世界平均价值的比值
数据来源: BACI 数据库

我们利用 2000—2006 年中国工业企业数据库与海关进出口数据库匹配结果,测算出企业的年均退出率达到 29.7%,每年大量的企业选择了退出出口市场。这说明中国出口贸易虽然在出口额上保持着较快增长,但出口市场背后隐藏着的微观企业动态变化非常剧烈,从出口贸易来看,在国际市场的竞争中企业面临的各种风险更大,出口企业必须克服国际市场上的层层困难。根据表 1-1 所示,从企业的所有制来看,民营企业的经营波动性更大,国有企业的出口相对稳定,特别是面对出口市场环境变化的时候,民营企业有更大的退出率,但是我们也必须注意到民营企业对中国经济的稳定和发展发挥着越来越重要的作用。从出口企业的区域分布来看^①,东部地区的企业退出出口市场的比例最高,中国出口企业的分布更多地集中在东部沿海地区,东部地区的出口企业如果加成定价能力无法获得实质性提高,实现企业的转型升级,那么在出口市场中将会出现更多的企业退出。从企业

① 其中东部地区包括北京、天津、上海、河北、江苏、浙江、福建、山东、广东、海南和辽宁;中部地区包括山西、安徽、江西、河南、湖南、湖北、吉林和黑龙江;西部地区包括内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆。



的行业属性来看,我们将企业划分为劳动密集型、资本密集型、资源密集型、高技术密集型和低技术密集型行业^①。退出率高的行业主要集中在劳动密集型、资源密集型和低技术密集型行业,这些行业主要依靠了中国的劳动力成本低廉和资源优势,通过低工资和以牺牲环境为代价扩大出口,在低技术密集型行业,投资成本低、产品的技术含量低,由于这些行业的进入门槛非常低,大量的企业进入出口市场导致过度竞争现象。

表 1-1 2000—2005 年中国制造业出口企业的退出率 (%)

年份 企业类别	2000	2001	2002	2003	2004	2005
国有企业	0.187	0.131	0.189	0.276	0.389	0.279
民营企业	0.289	0.203	0.297	0.361	0.315	0.322
外资企业	0.294	0.229	0.254	0.312	0.293	0.267
东部	0.343	0.309	0.321	0.369	0.356	0.312
中部	0.331	0.308	0.288	0.371	0.338	0.331
西部	0.314	0.247	0.245	0.303	0.317	0.267
劳动密集	0.379	0.265	0.273	0.348	0.327	0.281
资本密集	0.285	0.145	0.159	0.201	0.229	0.186
资源密集	0.361	0.278	0.271	0.321	0.316	0.272
高技术密集	0.232	0.156	0.142	0.191	0.228	0.177
低技术密集	0.332	0.238	0.236	0.296	0.314	0.271

数据来源:作者计算所得

① 其中劳动密集型行业包括纺织制造业,纺织、服装、鞋、帽制造业,皮革、毛皮、羽毛及其制品业,家具制造业和文教体育用品制造业;资本密集型行业包括饮料制造业、烟草制造业、化学纤维制造业、黑色金属冶炼及压延加工业、有色金属冶炼及压延加工业和金属制品业;资源密集型行业包括农副食品加工业,食品制造业,木材加工及木、竹、藤、棕、草制品业,造纸及制品业,石油加工,炼焦及核燃料加工业,非金属矿物制品业,废弃资源和废旧材料回收加工业;高技术密集型行业包括化学原料及化学制品制造业,医药制造业,专用设备制造业,通信设备、计算机及其他电子设备制造业和仪器仪表及文化、办公用机械制造业;低技术密集型行业包括印刷业和记录媒介的复制业、橡胶制品业、塑料制品业、通用设备制造业、交通运输设备制造业、电气机械及器材制造业和工艺品及其他制造业。