

寡头

市场条件下

贸易竞争与联盟的

博弈研究

姚洪心◎著

GUATOU SHICHANG
TIAO JIAN XIA

MAO YI JING ZHENG YU LIAN MENG DE BO YI YAN JIU



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

寡头

市场条件下

贸易竞争与联盟的(博弈研究)

GUATOU SHICHANG
TIAO JIAN XIA

MAO YI JING ZHENG YU LIAN MENG DE BO YI YAN JIU



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

寡头市场条件下贸易竞争与联盟的博弈研究/姚洪心著. - 北京: 中国经济出版社, 2009. 8

ISBN 978 - 7 - 5017 - 9226 - 9

I. 寡… II. 姚… III. 国际贸易—市场竞争—研究
IV. F740. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 062070 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

责任编辑: 焦晓云 (电话: 010 - 68319290, E-mail: jiaoxiaoyun@126.com)

责任印制: 张江虹

封面设计: 任燕飞设计室

经 销: 各地新华书店

承 印: 潮河印业有限公司

开 本: 880mm × 1230mm 1/32

印张: 6.375 字数: 151 千字

版 次: 2009 年 8 月第 1 版

印次: 2009 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 9226 - 9/F · 8172

定价: 20.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 由我社发行部门负责调换, 电话: 68330607

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282
12390

国家版权局反盗版举报电话:

服务热线: 68344225 68341878

目 录

第1章 绪 论

1.1 问题的提出	1
1.1.1 寡头竞争市场的形成和贸易竞争战略的演变	2
1.1.2 产业内贸易的发展和贸易竞争战略的调整	5
1.1.3 垂直专业化贸易的产生和贸易竞争战略的创新 ...	8
1.2 问题研究方法的前提假设的确定	12
1.2.1 博弈分析方法运用的合理性解释	12
1.2.2 博弈应用过程中必须遵循的前提条件	14
1.3 寡头市场条件下贸易竞争 与合作的博弈研究综述	15
1.3.1 自由贸易条件下竞争模型的国际研究现状	16
1.3.2 贸易政策干预下竞争模型的国际研究现状	18
1.3.3 贸易联盟模型的国际研究现状	23
1.3.4 我国在相关领域的研究现状	26
1.3.5 当前研究中存在的问题	28
1.4 本书的目的与研究内容	31
1.4.1 本书的研究目的	31
1.4.2 本书的研究内容	32

第2章 无政府干预条件下的贸易竞争模型

2.1 完全信息条件下出口贸易竞争模型	36
2.1.1 完全信息条件下的贸易竞争静态模型	37
2.1.2 完全信息条件下企业出口贸易竞争的动态博弈	40
2.1.3 不完全信息条件下贸易竞争博弈战略均衡	43
2.2 信号博弈	47
2.2.1 基于 FDI 和出口贸易的信号博弈均衡	49
2.2.2 信号均衡条件下福利水平的改变	54
2.3 相关市场贸易竞争的博弈模型	56
2.3.1 相关市场条件下寡头策略模型	58
2.3.2 相关市场条件下贸易竞争的福利效应	66

第3章 基于政策干预条件下的贸易竞争模型

3.1 关税干预条件下贸易竞争模型	72
3.1.1 基本模型	73
3.1.2 关税政策与市场进入战略的改变	74
3.1.3 关税政策与产品差异化竞争战略	82
3.2 出口补贴条件下企业贸易竞争均衡	95
3.2.1 出口补贴条件下第三国市场贸易竞争模型	96
3.2.2 出口补贴条件下相互市场贸易竞争模型	101
3.2.3 WTO 出口补贴规则约束下的可操作战略行为	104
3.3 R&D 补贴条件下贸易竞争模型	113
3.3.1 R&D 补贴条件下的贸易竞争基本模型	115
3.3.2 技术可溢出条件下单边 R&D 补贴 和企业竞争战略	120
3.3.3 技术可溢出条件下双边 R&D 补贴 和企业战略选择	124

第4章 贸易联盟——一种竞争思想的延续

4.1 关于贸易联盟的理论框架	130
4.1.1 对贸易联盟现象的战略透视	131
4.1.2 贸易联盟的动因解析	133
4.2 贸易联盟的合作博弈解释	137
4.2.1 合作博弈方法的应用	138
4.2.2 合作博弈思想对贸易联盟的启示	142
4.3 贸易卡特尔联盟	144
4.3.1 卡特尔联盟的经济解释	146
4.3.2 案例分析1——无缝钢管企业的 贸易卡特尔联盟	150
4.3.3 案例分析2——石墨电极卡特尔联盟	154
4.4 贸易战略联盟	156
4.4.1 贸易竞争的对抗均衡	157
4.4.2 贸易战略联盟均衡	159
4.4.3 出口战略联盟的影响	164

第5章 结 语

5.1 本书的主要结论	167
5.2 本书的主要创新	169
5.3 研究展望	172

参 考 文 献

致 谢

第 1 章

绪 论

1.1 问题的提出

在经济全球化背景下,国际贸易领域发生了深刻的变革,并呈现出三大显著的特征:寡头竞争市场、垂直专业化贸易和产业内贸易。传统国际经济理论在完全竞争市场的假设下运用比较优势、要素禀赋差异、重叠需求和产品生命周期等理论阐释了出口贸易的动机。但是,随着不完全竞争和寡头市场格局的出现,行业内的企业数量锐减,大型企业争夺国际市场的竞争不断加剧,影响国际贸易均衡的主导因素由自然禀赋导致的各国间价格比差异逐渐转化为寡头市场格局下供给方之间的策略互动。同时,垂直专业化和产业内贸易的出现加剧了贸易格局向寡头竞争状态的演化。在垂直专业化贸易中,企业通过兼并和联盟共享技术、设备、市场甚至品牌,导致行业集中度大幅提高。而产业内贸易则使得企业在具有完全和部分替代的产品类别上相互竞争,由于这类竞争具有此消彼涨的特点且各贸易企业有效地整合了各种优势资源,从而导致行业中的竞争强度加剧,而竞争行为对贸易均衡的影响亦更加深刻而持久。在国际贸易背景改变的条件下,企业为了获得贸易竞争优势必须考虑适应环境的战略和手段,在战略制定中不但应以市场消费偏好为导向,也需要充分重视竞争者的战略意图和

选择,并据此做出理性而灵活的战略反应。20 世纪以来,贸易收益在 GNP 总量中所占的比重越来越大,各国政府开始注重运用产业和贸易政策干预市场,期待通过关税、配额和出口补贴等手段增强本国企业的国际竞争力。由于政府和地区性贸易组织的介入,贸易竞争机制向更加复杂的系统转化,而贸易竞争均衡也成为不同利益集团实力对抗和策略博弈后的一种妥协。当前,由于寡头竞争前提下贸易竞争与联盟对各国生产利润、消费者剩余、社会福利水平及世界经济总体收益都具有深远的影响,同时,各国政府的战略贸易政策的制定也和贸易竞争与联盟的需要紧密关联,故对贸易竞争与联盟的机理进行深入研究具有重要的理论价值和现实意义。

1.1.1 寡头竞争市场的形成和贸易竞争战略的演变

寡头竞争(Oligopoly)是一种介于垄断和完全竞争之间的市场状态。传统国际经济学研究中通常设定完全竞争的假设条件,单个企业的贸易战略调整不能产生对市场的影响。在寡头市场条件下,贸易企业在国际市场上制定竞争战略时必须考虑竞争者的产量、价格、产品差异化程度和 R&D 投入水平等变量以便做出相应的战略反应。竞争者不再是完全竞争市场上价格的被动接收者,也不是垄断市场上唯一的价格制定者,企业具备影响本地和国际市场产量与价格的有限能力。市场的最终属性需要这些数量很少的竞争对手共同促成,单方追求贸易利润最大化的措施在竞争者战略约束下很难实现预期目的。可见,寡头竞争格局的存在是供给方的策略信念与反应策略能够改变市场格局的必要条件。当前统计数据和实证分析的结果表明:西方主要工业国在每一个产业都出现了从国内寡头竞争向国际寡头竞争过渡的局面。目前全球十大化学公司、十大半导体公司分别垄断了各自行业 90% 以上的

国际市场,十大轮胎企业则一直占据着世界轮胎市场 80% 以上的份额。在航空制造业,自麦道公司被波音公司兼并后,全世界只剩下波音公司和欧洲空中客车工业公司。在汽车领域,美国两大汽车公司和大众、戴勒姆 - 克莱斯勒、丰田等少数厂商控制着全球 90% 以上的汽车生产和销售。在钢铁领域,10 ~ 12 家大企业控制着世界 2/3 的钢产量。在移动通讯领域,诺基亚、爱立信、摩托罗拉、松下、西门子和飞利浦手机占据了国际市场绝大部分份额。在全球寡头市场结构趋于形成的条件下,贸易竞争格局出现了以下新的特征:

首先,巨型寡头之间的有限竞争决定了市场的产量和价格。大型国际寡头由于资金充分、技术设施先进并且吸纳了大量的专业人才,这些大量创新要素的结合导致产品和技术更替加快,市场竞争的强度更高且影响范围也更广阔。巨型寡头企业在设计自己的竞争战略时必须考虑到竞争者的反应行为,如果寡头企业之间不计后果相互竞争,将导致双方两败俱伤的市场状态。所以,超大型企业之间的竞争是一种激烈的有限竞争,它一般不能将竞争对手完全逐出市场,却必须通过塑造核心竞争力以巩固现有的市场份额。比如:计算机行业中的巨型企业 Microsoft、IBM 和 Dell,可乐饮料行业中的双头垄断者 Coca - Cola 和 Pepsi 在制定价格和产量战略时都必须考虑到市场总体的容量和竞争者预期来选择合适的策略变量,同时,这些企业也都具有维持市场的独特资源和战略属性。尽管寡头企业在产品系列和技术更新上竞争激烈,然而在某种产品市场趋于成熟时,一种多方认可的市场格局亦能够被长期维持下去。

其次,各国政府通过修改立法确保国际寡头企业的竞争优势。由于国际寡头在成本、资金和技术上具有强大的竞争优势,各国政府为了保持本国企业在市场中的份额避免其过于分散地参与竞

争,均在相关法规上进行了相应的调整。20世纪80年代,当美国企业丧失了大部分传统产业市场时,人们认为是政府执行了过于严格的反托拉斯法,致使企业不能通过联合与兼并扩大规模,缺乏与日本、欧洲大型企业争夺国际市场的实力。里根政府修改了《横向合并指南》,规定今后司法部在审批合并与兼并申请时,允许企业以提高效率为目标进行合并。进入20世纪90年代,经济全球化的进程促使各国贸易竞争进一步加剧。1992年,美国政府再次修改了《横向合并指南》且明确指出:合并只要不是为了产生或增强市场势力或者推动行使市场势力的合并,都将被批准。同时,西方其他工业国也采取类似措施放松对合并的限制,仅1997年上半年,欧盟内部的跨国合并与兼并就达1051件,涉及资产额达460多亿美元。1997年,日本政府决定对《禁止垄断法》进行修改,解除了半个世纪以来对控股公司的限制,允许企业在必不报批的条件下成立总资产在3000亿日元以下的控股公司。这样,由于政府对竞争中经济规模作用的认识,促使各贸易企业向大型化发展,大量中小企业及品牌在主要行业中共同参与国际竞争的状态已经被替代。由于大型企业在国际市场中竞争对象是有限且明确的,为使寡头利润量极大化,国际寡头间在相互竞争的同时,也可能形成在价格和产量上的串谋和联盟行为,对相关问题的研究将具有理论和实践的意义。

第三,各国政府通过贸易和产业政策干预寡头竞争市场。为了增强本国企业在寡头市场的竞争力同时改善本国的福利水平,各国政府通常采用关税、出口补贴、配额和自愿出口限制来干预国际贸易。尽管在WTO/GATT规则下,各参与国必须减让关税和限制配额,非关税贸易壁垒仍然无处不在。据统计,目前非关税壁垒措施共有2500多种,而WTO关于非关税措施的约束协议只有9项。当前常见的非关税壁垒主要有:配额和许可证、政府采购、补

贴与反补贴、海关估价与报关手续、进口检验、产品标准、环境标准、安全要求、倾销与反倾销、金融管理等。其中最为隐蔽、保护程度高的贸易壁垒应属进口检验、产品标准、环境标准、安全要求和反倾销措施,通常概括为“技术性壁垒”、“环境壁垒”和“反倾销措施”。这些壁垒比关税壁垒具有更大的灵活性和隐蔽性,它对生产和贸易的扭曲作用甚至大于关税,对本国企业具有更直接而有效的保护作用。尽管这种贸易干预的方法有很多具体措施,但最终通过两个途径实现其干预效果,即影响出口企业的生产成本或者产量来贯彻其战略意图,比如:关税壁垒就是直接地提高出口方的生产成本,而技术壁垒则是通过制定环境检验标准间接地提升贸易对手的生产成本并限制其出口量。

命题 1.1.1a 在全球市场向寡头市场格局演化过程中,出口寡头企业在国际市场上选择竞争战略时必须考虑竞争对手的反应,贸易均衡成为双方理性战略反应的结果。同时,由于在市场上形成双头或者多头竞争态势,在研究方法上分析两三个企业间相互的市场博弈过程具有代表性,由此经济逻辑导出的结论对贸易现实具有指导意义。

命题 1.1.1b 在国际寡头竞争中,政府通过法律和经济手段干预市场,一方面保护本国的产业和改善本国福利水平,同时也提高了本国企业的竞争能力。在国际寡头竞争市场的研究中,必须综合考察政府和企业的决策对贸易均衡产生的影响。

1.1.2 产业内贸易的发展和贸易竞争战略的调整

产业内贸易(Intra-Industry Trade)是指一个国家出口同时又进口某种同类型产品。相同类型的商品是指按国际商品标准分类法(SITC)统计时,至少前3位数都相同的商品,即至少属于同类、同章、同组的商品。Michaely^[1](1962)通过对36个国家数据的计

算发现,发达国家之间的进出口商品组成有较高的相似性,发展中国家之间的进出口商品则相似性较小。Barlas^[2] (1966)将这种同类产品之间的贸易称为产业内贸易(Intra-Industry Trade),同时也被其他研究者定义为双向贸易(Two Way Trade)或者贸易重叠(Overlap)。比如:日本向美国出售丰田、本田汽车的同时又从美国进口通用、福特汽车,尽管汽车属于同类产品,但是在品质、构造和设计上仍然存在差异化。当前,各国产业内贸易的比重都存在上升趋势,以欧盟各国的产业内贸易发展进程为例(见表1-1),我们不难发现,发达程度较高国家的产业内贸易比重比发达程度较低的国家更高。新贸易理论的解释是发展水平和消费偏好近似的国家容易出现生产趋同的状态,这一方面使得企业在市场上的贸易竞争加剧,同时,由于生产技术、设施和人才需求的近似也为企业的国际合作提供了相应的机会。因而,产业内贸易是贸易竞争与联盟格局形成的重要因素。

表1-1 欧盟各国相互贸易中的产业内贸易状况(未调整的G-L系数)

国 家	1961	1967	1972	1977	1985	1988	1990	1992	1993	2000
比利时	0.51	0.56	0.49	0.57	0.56	0.57	0.58	0.60	0.66	0.72
丹 麦	0.30	0.37	0.41	0.44	0.42	0.44	0.43	0.47	0.57	0.61
法 国	0.60	0.69	0.67	0.71	0.68	0.67	0.67	0.72	0.79	0.80
德 国	0.47	0.56	0.57	0.57	0.60	0.59	0.61	0.68	0.72	0.71
希 腊	0.02	0.06	0.08	0.10	0.15	0.15	0.16	0.15	0.18	0.19
爱尔兰	0.22	0.28	0.36	0.45	0.30	0.38	0.38	0.41	0.45	0.49
意大利	0.44	0.56	0.57	0.56	0.52	0.51	0.51	0.51	0.54	0.59
荷 兰	0.54	0.57	0.59	0.59	0.60	0.62	0.61	0.67	0.71	0.66
葡萄牙	0.04	0.10	0.13	0.14	0.24	0.25	0.30	0.31	0.34	0.48
西班牙	0.10	0.16	0.29	0.38	0.47	0.56	0.57	0.60	0.62	0.65
英 国	0.51	0.67	0.65	0.71	0.62	0.59	0.64	0.68	0.70	—
欧 盟	0.48	0.56	0.57	0.59	0.58	0.58	0.59	0.64	—	—

$$GL_i = \frac{(X_i + M_i) - |X_i - M_i|}{(X_i + M_i)}$$

其中, X_i 和 M_i 表示国家 i 产业的出口额和进口额。

首先,产业内贸易促使各国企业强化竞争战略。在产业内贸易的条件下,由于产品属于相同类别,即使存在局部功能、设计和服务上的差异,也无法排除在使用价值上的替代属性。因此,贸易竞争的激烈程度远远高于在产业间贸易的状况,尤其是在具有高附加值和高技术产品的市场对抗之中。苑涛^[3](2000)的资料表明:在对发达国家的主导和新兴产业的产业内贸易指数的分析中,西方七个工业化国家进行产业内贸易的热点是与科学技术密切联系的新兴产业和主导产业的产品,比如,在医用电子设备产业内贸易中,七国中有五个国家的 GL_i 指数在 50% 以上;在输电设备贸易中,七国有六国 GL_i 指数在 60% 以上;在办公设备贸易中,七国中有六国 GL_i 指数在 60% 以上。因此,在贸易竞争中,强调发挥资源优势的产业间贸易往往发生在发达国家和发展中国家之间,而发达国家间和发展中国家间进行的往往是产业内贸易。这样,由于产业内贸易在贸易总额中所占的比重越来越大,促使行业内出现国际双头和多头的竞争状态。

其次,在产业内贸易格局下,贸易联盟也成为一种合理的选择。由于市场需求的多样化和产品差异化导致产业内贸易的发生,从产品供应流程的角度考虑,贸易企业可能在销售环节上和竞争对手你争我夺,但在研制、设计、规划和环保方面却具有共同的利益。美国 MCI 公司总裁丹尼尔·阿克逊说:“由于充分利用了 100 家联盟公司的智能、技术和资源的优势,MCI 公司每年可节约 3~5 亿美元的研究费用。”同样,从产品供应的类型考虑,两国企业可能在近似程度高的产品项目上相互较量,由于同类产品存在技术、功能和服务的细化,却会在差异化程度较高的产品上合作开发

市场,比如:丰田和福特汽车公司经常在现有的车型上激烈竞争,却又建立战略联盟关系共同开发功能设计上存在差异的新型轿车市场。这种合作战略的形成一方面取决于产品供应商的利害权衡,同时也取决于消费者的选择能力,消费者收入水平越高,产品选择空间越大,就越倾向于用差异化产品满足多样化需求。

命题 1.1.2a 在产业内贸易发展迅速的前提下,企业在同质产品市场上的竞争加剧。

命题 1.1.3a 在产业内贸易发展迅速的前提下,企业由于在产品的技术开发、资源供应、市场开发上可能存在共同利益,从而促进了贸易联盟的出现。

1.1.3 垂直专业化贸易的产生和贸易竞争战略的创新

垂直专业化贸易出现在全球经济一体化和各国经济相互依赖程度加强的条件下。由于各国企业在生产复杂产品的过程中拥有不同的比较优势,必须把生产过程扩展到全球范围之内才能实现资源组合的优化。当前,高技术产品生产的中间环节(Intermediate Inputs)增多,如果一个企业完成从资源到最终产品的生产流程,需要承担更多的运输和营销网络构建的成本,因此,将整个生产流程分解,由本国企业控制关键生产环节,然后把剩余的任务交给不同的其他国家企业共同完成,这样可以降低单个企业的生产和组织成本。根据 Hummels^[4]等(1998)的定义,垂直化贸易必须满足以下条件:①最终产品之生产过程为连续多阶段;②至少存在两个以上的参与国家且每个国家从事一个以上专业化生产阶段;③在生产过程中,至少某一生产阶段必须跨过国界。由于垂直专业化贸易强调不同国家企业间的分工与协作,使得出口战略中合作的类型丰富起来。第一种合作类似企业内贸易(Intra-Firm Trade),即跨国企业的母公司将子公司(Subsidiary)分散到全球各地(或兼并

本地企业)并将其作为一个供应部门构成企业整体的价值链。比如,耐克(Nike)运动鞋的研发与产品设计主要集中在欧洲,鞋品元件的制造在中国台湾与韩国,鞋品组装在中国、泰国、马来西亚、菲律宾等国家和地区,最后的营销和配送则主要以北美和西欧为主。第二种类型类似于战略联盟,由独立的企业形成一个生产协作网络,这种类型形态相对松散,但是,针对经营环境的变化可以做出快速的调整。同时,由于这种形态的垂直专业化贸易不存在组织成本、运输成本的分担,企业总成本下降幅度更大。由于第一类联合涉及到产权归属问题,本书侧重研究的是第二类,即在具有独立产权的企业之间形成的贸易联盟。

当前,垂直专业化贸易的发展势头迅猛,Hummels、Rapoport 和 Yi^[5](2001)用 VS 指数计算了世界主要国家的垂直专业化程度,结果表明,许多国家垂直专业化程度在 1970~1998 年间呈增长趋势,并且占这些国家出口比重越来越大。Hummels(1998)的资料显示:除日本外的七个西方主要工业化国家,垂直专业化贸易占贸易总量的增长与贸易总量占总产值的增长呈正相关趋势。尽管美国垂直专业化贸易占贸易总量的百分比和贸易总量占总产值的百分比是七个国家中最低的,但其垂直专业化贸易占贸易总量仍然由 20 世纪 70 年代末的 5.1% 上升到 90 年代的 7.1%,而贸易总量占总产值的百分比也由 20 世纪 70 年代末的 17.5% 上升至 90 年代的 28%,两者均具有正相关发展趋势。

首先,垂直专业化贸易和国际贸易分工的细化推动了国际战略联盟的发展。垂直专业化强调各国企业之间的优势互补,从整体上优化产品的供应链,所以各国企业可以从资源与零部件供应、技术开发直到市场开发中取长补短、合作经营,这种联盟关系的形成有助于企业降低成本和扩大市场规模。当前这种类型的联盟存在多种形式,比如联合利润、战略联盟、虚拟企业和企业网络等。

在产品市场少数寡头企业只存在两种选择:采用非合作态度可能导致市场上激烈的价格战,否则,转而采纳合作对策形成联盟,共同分享垄断利润。尽管类似于 Cartel 联盟的合作形态是违反垄断法的,然而在信息经济高度发达状态下,企业可以形成更多灵活的联合形式,而且这种联盟本身可以是无契约的自强化行为,法律的限制很难具体生效。由于 Cartel 联盟常受到政府的限制和消费者的申诉,而国际战略联盟不涉及资产产权分割,网络式联合体更加优化资源组合,其合作形式快捷、灵活,在国际市场发展迅速。20 世纪 90 年代后,国际战略联盟主要集中在三大地区:北美 4 万个、亚洲 2 万个、欧洲 1.7 万个。1989 年全球范围内战略联盟共产生 860 个,1995 年联盟缔结发生最为频繁,多达 9000 多个,2000 年则为 4400 多个。在发达国家中,战略联盟数量最多的依次为:美国、日本、英国、加拿大和德国。美国的国际战略联盟占全球的 43%,其中与日本、英国、加拿大、德国和中国的企业结成联盟的约占其跨国联盟总数的 60%;1998 年,日本企业建立的战略联盟数目相当于其 1995 ~ 1997 年三年之和,达到 2270 个。

其次,垂直专业化贸易促成政府制定新的贸易政策和产业政策。由于垂直专业化贸易出现后,各国产业的边界一定程度上模糊了:即很多国家的企业存在产业链的前端,如果本国限制最终产品的进入,则本国企业的出口市场也会相应萎缩;同时,在属于相同大类的差异化产品进入市场后,政府设定关税也会存在困难。因此,各国政府的产业政策由强调削弱外国企业竞争力转为提升本国企业的竞争力。通过提供出口补贴、R&D 补贴、横向技术协作和设定专项资金提升特定产品的竞争力,而这些产品是具有特定市场指向和利润潜力的。这样,以前在高科技产品中不具有竞争力的发展中国家也可以改变只出口初级产品的状态,在某些技术领域和发达国家的产

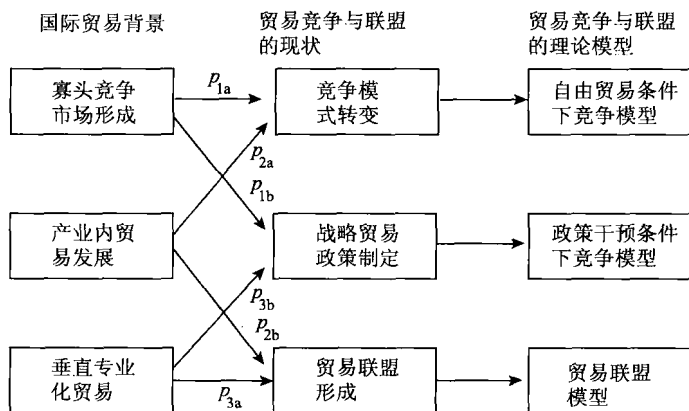
品竞争。在中日贸易中,日本向中国出口照

相机、复印机、医疗仪器、计量仪器、物理分析仪器、化学分析仪器、电器测定仪器、温控器等,中国现在也开始在纺织品、农产品之外出口照相机、复印机和钟表。所以,在垂直专业化的背景下,政府政策的改变将影响到国际市场的贸易均衡状况。

命题 1.1.3a 垂直专业化贸易和国际贸易分工的细化使得各国企业优势互补,推动了战略联盟的产生和发展。

命题 1.1.3b 垂直专业化贸易促使政府制定新的贸易政策以强化本国企业的竞争力。

综合上述推论,贸易背景的演变对贸易战略制定的影响主要是通过促成贸易竞争模式的改变、贸易政策的制定和贸易联盟的形成而体现出来,这为下文的三类模型分解奠定了理论基础,将上述推论结合起来可以推理出以下论文研究框架:



上图中 p_{1a} 表示命题 1.1.1a, P_{2a} 表示命题 1.1.2a, 以此类推。

图 1.1 国际贸易背景的改变对贸易竞争与联盟理论的影响