

市场分割和国内跨区域市场扩张

文争为,王琪红

(重庆大学公共管理学院,重庆 400044)

摘要: 我国经济已经转向高质量发展阶段,亟需从国内市场需求和供给侧激发增长的内在生活力。基于世界银行2005年的中国企业调查数据,实证研究了市场分割对企业国内跨区域市场扩张的影响,并就此讨论了市场供需失衡的两种情形。研究发现:(1)市场分割显著抑制了企业向省外市场扩张并加剧了其在省内市场的过度扩张,在一系列稳健性检验下,该结论保持稳健。(2)市场分割对企业国内跨区域市场扩张的影响随企业异质性的不同而不同。民营企业省外市场扩张受到的抑制作用最强,外资企业次之,国有企业最弱;国有企业省内市场扩张受到的促进作用最大,民营企业次之,外资企业最小。高生产率、大规模、资本密集型企业受到的影响相对较小。此外,沿海城市和内陆城市的企业受到的影响也存在差异。(3)这种影响显著加剧了市场的供需失衡,具体表现为市场分割通过省内市场的过度扩张机制加剧了企业内部的产能过剩,并通过省外市场扩张的阻碍机制损害了企业通过提高全要素生产率、研发创新和人力资本水平实现质量升级的内在发展路径,进而导致市场内低质量产品供给过度而高质量产品供给不足的双重失衡。

关键词: 市场分割;跨区域市场扩张;异质性影响;供需失衡;产能过剩;高质量发展

中图分类号: F272.3 **文献标识码:** A **文章编号:** 1671-9301(2020)02-0032-13

DOI:10.13269/j.cnki.ier.2020.02.003

一、引言

改革开放促使我国企业得以普遍性和大范围地在国内外市场进行扩张选择,长期以来,出口贸易对我国经济增长的拉动作用有目共睹,大量学者自然地将研究重点放到企业的出口扩张上。但随着我国人口红利的逐渐消失以及全球贸易格局的复杂变化,过去依赖劳动力比较优势和外需驱动的外向型经济发展模式越来越显现出其内在的脆弱性^[1],当前我国经济已经转向高质量发展阶段,对外迫切需要提升出口产品竞争力,对内则需着力解决人们日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,而这势必要求更多的学者将目光转向企业的国内市场扩张行为。

部分学者已经注意到我国属地经营现象严重^[2]的现实,大量企业被局限在当地经营,难以实现跨区域市场扩张^[3]。从企业层面来说,跨区域市场扩张有助于企业扩大知识存量^[4]、提高生产率水平^[5]、抵御市场冲击^[6]和优化资源配置^[7]。从国家层面来说,Krugman^[8]认为拥有相对较大国内市场需求的国家将成为净出口国,钱学锋和黄云湖^[1]进一步指出本地市场效应是我国除外生要素禀赋优势之外的另一个出口内生比较优势,戴翔等^[9]的研究也表明国内市场规模扩大对实现价值链攀升有重要意义。我国企业在国内跨区域市场扩张方面表现不佳,不仅影响到企业自身的发展壮大,而

收稿日期:2020-01-05;修回日期:2020-02-15

作者简介: 文争为(1974—),女,四川安岳人,管理学博士,重庆大学公共管理学院副教授,研究方向为开放宏观理论和政策研究;王琪红(1995—),女,湖北孝昌人,通讯作者,重庆大学公共管理学院硕士研究生,研究方向为贸易经济。

基金项目: 国家社会科学基金重点项目(15AZD022)

且还会严重削弱整体的出口竞争力,拖累我国出口贸易由“外需驱动”转向“内需驱动”的步伐。

那么,到底是什么原因造成了上述现象呢?一个不容忽视的事实是,各地方政府通过对外地企业征税或设置行政性壁垒保护辖区内企业^[10],致使各省级区域之间长期处于“以邻为壑”的市场分割状态。这种市场分割割裂了区域间的经济联系^[11],扭曲了区域间的资源配置效率^[12],抬高了我国企业跨区域的交易成本^[13],进而阻碍了企业的国内市场扩张并迫使企业转向出口^[14-16]。然而现有文献多将研究重点放在市场分割和出口的关系上,缺乏对国内市场扩张的关注。基于此,本文尝试对市场分割如何影响企业的国内跨区域市场扩张问题进行再讨论。此外,本文拓展了关于二者造成的经济后果的讨论。

我国经济已经进入新常态,产品市场的供需失衡问题变得更为明显:一方面企业陷入产能过剩困境而消费者的消费动力不足(供过于求);另一方面消费者的需求日益旺盛,企业供给却不平衡不充分(供不应求)^①。供需失衡显然会损害供需双方的福利,不利于我国经济的可持续发展,那么这种双重失衡的内在机理是什么呢?总的来说,本文尝试利用世界银行2005年的中国企业调查数据,研究市场分割对企业国内跨区域市场扩张的影响,并就此讨论我国供需失衡的两种情形。

从现有文献来看,有关市场分割、跨区域市场扩张以及供需失衡的讨论还不够完整和全面。朱希伟等^[14]、张杰等^[15]、赵玉奇和柯善咨^[16]讨论了市场分割与出口的关系;宋渊洋和黄礼伟^[3]、曹春方等^[18]、叶宁华和张伯伟^[13]重点研究了目标市场的市场分割或地方保护与跨区域市场扩张的关系;王文甫等^[19]、杨振兵^[20]、何欢浪和张曼^[21]分析了地方政府干预或市场分割与产能过剩的关系,张国胜和刘政^[2]则讨论了属地经营、省际市场扩张与产能过剩的关系。与这些文献相比,本文的贡献表现在:(1)本文聚焦于企业所在地的市场分割,利用微观数据探究了市场分割-跨区域市场扩张-供需失衡逻辑链条的存在性及作用机制,从而对市场分割与跨区域市场扩张的关系进行了再验证,并拓展了对二者作用造成的经济后果的讨论。(2)党的十九大报告强调“坚持去产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板,优化存量资源配置,扩大优质增量供给,实现供需动态平衡”,本文将市场分割、跨区域市场扩张和供需失衡联系起来,有助于理解我国当前供需失衡的内在原因,还为相关部门进一步深化供给侧结构性改革提供了文献支持。

二、理论模型

(一) 市场分割、市场进入和企业利润

本部分主要参考赵玉奇和柯善咨^[16]的模型设定,分析市场分割如何影响企业的市场进入策略。假设消费者的效用函数如下:

$$U = \left[\int_{w \in \Omega} q(w)^\rho dw \right]^{1/\rho} \quad (1)$$

其中 $0 < \rho < 1$, Ω 代表产品集, $q(w)$ 代表产品 w 的需求量, $\sigma = 1/(1-\rho)$ 代表产品间的替代弹性。根据式(1)推导出需求函数 $q(w) = p(w)^{-\sigma} P^{\sigma-1} M$, 其中 $p(w)$ 代表产品 w 的价格, 市场总体价格指数 $P = \left[\int_{w \in \Omega} p(w)^{1-\sigma} dw \right]^{1/(1-\sigma)}$, M 代表市场消费总支出。

本文假定:(1)企业仅使用生产要素——劳动力 l , 且满足: $l = l_o + q/\varphi$, φ 为生产率。(2)企业所在的国内市场可划分为本市市场 $city$ 、省内市场^② in 和省外市场 out 。(3)企业进入本市市场 $city$, 仅需支付进入成本 f_{city} , 无运输成本; 进入省内市场 in , 需支付进入成本 f_{in} 和运输成本 τ_{in} ; 进入省外市场 out , 由于市场分割 S 的存在, 会同时抬高企业的进入成本 $f = f_{out} + \lambda S$ 和运输成本 $\tau_{out} = \eta S$ 。根据上述论述, 可得到企业在各个市场的利润函数满足:

$$\pi_{city} = M(P\rho\varphi)^{\sigma-1}/\sigma - f_{city} \quad (2)$$

$$\pi_{in} = M(P\rho\varphi/\tau_{in})^{\sigma-1}/\sigma - f_{in} \quad (3)$$

$$\pi_{out} = M(P\rho\varphi/\eta S)^{\sigma-1}/\sigma - f_{out} - \lambda S \quad (4)$$

企业进入省外市场 *out* 的生产率准入门槛满足:

$$\varphi_{out}^* = [(f_{out} + \lambda S)\sigma/M]^{1/(\sigma-1)}(P\rho)^{-1}\eta S \quad (5)$$

求导得到: $\partial\varphi_{out}^*/\partial S > 0$, $\partial\pi_{out}/\partial S < 0$, $\partial\pi_i/\partial M > 0$, $\partial\pi_i/\partial\tau_i < 0$, $\partial\pi_i/\partial f_i < 0$, 下标 *i* 对应不同市场。这说明: 市场分割会抬高企业进入省外市场的生产率准入门槛, 并压低企业在省外市场的利润; 市场规模扩大, 有助于提升企业利润水平; 随着进入成本和运输成本的增加, 企业的利润下降。

(二) 市场分割、跨区域市场扩张和供需失衡

本部分主要通过经验分析, 论述市场分割-跨区域市场扩张-供需失衡逻辑链条的存在性和发生机制。首先, 我们讨论市场分割如何影响企业的跨区域市场扩张。市场机制下, 企业会基于利润最大化原则理性地进行市场扩张^[13]。换言之, 企业会优先选择利润最大化的市场进行扩张, 直至实现资源最优配置。上述理论部分的分析证实市场分割的存在会抑制企业在省外市场利润的提高, 自然地, 我们推测市场分割会致使企业减少国内省外市场份额 a_{out} , 并相应地增加非省外市场份额^③。由于本文集中讨论的是国内跨区域市场扩张, 我们预测省内市场份额 a_{in} 会相对提高^④。其次, 我们讨论跨区域市场扩张与供需失衡的两种情形。一方面, 随着企业的发展和规模壮大, 企业开拓大市场的需求日益强烈, 市场分割却使企业局限在省内市场, 这将可能导致企业的生产能力超过市场的需求水平, 进而造成产能过剩, 即供过于求的情形; 另一方面, 由于市场分割的存在, 大量企业无法实现跨区域经营, 会造成市场内的资源配置失衡, 同质化产品供给过度的同时, 多样化和高质量产品的供给却不足, 进而造成供不应求的情形。最后, 根据上述论述, 本文提出研究假说如下:

假说 1: 市场分割会降低企业的省外市场份额, 并相应提高企业的省内市场份额。

假说 2: 市场分割会通过抬高省内市场份额加剧企业的产能过剩状况, 并通过压低省外市场份额降低企业的供给质量。

三、模型估计和变量选取

(一) 模型设定

本文讨论的是市场分割对企业国内跨区域市场扩张的影响, 相应的计量模型设定如下:

$$outshare_{jkm} = \alpha_0 + \alpha_1 mseg_k + \alpha_2 X_{jkm} + \eta_k + \lambda_m + o_j + \xi_{jkm} \quad (6)$$

$$inshare_{jkm} = \beta_0 + \beta_1 mseg_k + \beta_2 X_{jkm} + \eta_k + \lambda_m + o_j + \xi_{jkm} \quad (7)$$

其中 $outshare_{jkm}$ 和 $inshare_{jkm}$ 分别表示省份 *k* 行业 *m* 内的企业 *j* 的省外市场份额和省内市场份额, $mseg_k$ 代表省份 *k* 的市场分割程度, X_{jkm} 为控制变量, η_k 、 λ_m 、 o_j 分别代表省份、行业和企业所有制固定效应, ξ_{jkm} 为误差项。

(二) 数据说明

本文使用的是世界银行 2005 年的中国企业调查数据, 该调查以我国除西藏自治区和港澳台地区外的 30 个省份 120 个城市中的 12 400 家企业为采样对象, 报告了企业在 2004 年的基本信息、投资环境影响因素、客户关系、供应关系、劳动力、基础设施服务、国际贸易、融资状况、高管信息、政府关系和财务信息等内容, 部分调查问题还详细追溯到企业在 2002—2004 年的情况。本文对数据的预处理包括: 剔除员工人数低于 10 人以及属于废弃资源和废旧材料回收加工业(国民经济行业大类代码对应“43”)的企业。

(三) 变量选取和说明

1. 市场分割变量(*mseg*)。本文主要根据吕越等^[22]的方法测算该变量。首先, 本文选择了《中国统计年鉴》中除西藏自治区外的 30 个省份的 9 类商品^⑤的零售价格分类指数, 计算省份间的相对价格:

$$|\Delta Q_{ij}^k| = |\ln(p_{ij}^k/p_{ji}^k) - \ln(p_{i-1}^k/p_{j-1}^k)| = |\ln(p_{ii}^k/p_{i-1}^k) - \ln(p_{jj}^k/p_{j-1}^k)| \quad (8)$$

其中 i, j 为不同的省份 t 为时间 k 为产品类别, 根据式 (8), 可以得到 435 对省市组合及每年 3 915 个 $|\Delta Q_{ijt}^k|$ 。其次, 根据 $q_{ijt}^k = |\Delta Q_{ijt}^k| - |\Delta \bar{Q}_i^k|$ 去均值, 并计算任意省市间的方差 $var(q_{ijt}^k)$, 得到各省市的市场分割程度 $var(q_{nt}^k) = [\sum_{i \neq j} var(q_{ijt}^k)] / N$, 其中 n 为地区, N 为省份组合数目。最后, 我们进行标准化处理, 得到市场分割变量。

2. 省外市场份额(*outshare*)和省内市场份额(*inshare*)。世界银行 2005 年的中国企业调查数据直接给出企业 2004 年的本市、省内、省外和海外销售比例信息, 据此, 我们直接得到省外市场份额变量和省内市场份额变量, 二者满足 $0 \leq outshare \leq 1$, $0 \leq inshare \leq 1$, $0 \leq outshare + inshare \leq 1$ 。

3. 控制变量(X)。综合考虑数据指标情况以及文献研究现状, 本文选取了下述控制变量: (1) 全要素生产率(*ln tfp*)。基于调查数据中企业在 2002—2004 年的相关指标, 使用 LP 方法测算。一般来说, 企业要实现跨区域经营, 往往需要承担一定的市场进入成本, 相应地可能存在生产率阈值^[13]。(2) 企业规模(*ln size*)。使用企业员工人数的对数值衡量。规模不同的企业在经营决策、组织管理与资源配置等方面存在一定的差异, 规模较大的企业往往积累了更多的知识与经验, 也拥有更多的资源, 其更有能力开展高质量生产活动^[23], 相应地在跨区域经营方面可能表现更佳。(3) 企业年龄(*ln age*)。使用 2005 和企业成立年份之差的数值衡量。成立时间较长的企业往往积累了更多的市场经验、技术知识以及人脉关系, 因此在跨区域经营方面可能更具实力和优势, 但另一方面企业内部诸如禀赋过时、组织僵化、管理效率低下等问题可能更为突出^[24], 导致其跨区域经营的动力和表现可能弱于成立不久的企业。(4) 资本密集度(*ln k1*)。使用人均净固定资产的对数值表示。资本和劳动力不仅是企业生产环节中必要的投入要素, 而且是企业竞争优势和比较优势的重要来源, 相应地, 资本密集型企业与劳动密集型企业跨区域市场表现上很可能存在差异。(5) 融资水平(*finance*)。用利息支出与企业核心业务收入之比衡量。为顺利开展生产经营活动, 企业往往需要承担诸如购买生产要素、产品研发、市场营销等前期成本, 当企业内部无法满足资金需求时, 就需要借助外部融资渠道进行补足^[25], 对于要额外支付市场进入成本的跨区域经营企业而言, 其融资需求可能更为强烈, 因此企业融资能力可能会影响其跨区域市场表现。(6) 企业利润率(*profit pct*)。使用核心业务利润和核心业务收入之比衡量。该指标能够反映企业的盈利状况, 一来盈利状况良好的企业可能更具跨区域经营的经济实力, 二来盈利状况不佳的企业也可能更多地转向跨区域市场寻求机会。(7) 高管受教育水平(*gm*)。根据问卷中对“高级经理的教育水平”的回答得到, 并对其重新排序, 使该指标取值越大时, 对应的受教育水平也越高。企业管理人员作为各项决策的制定者和实施者, 其个人特征也可能对企业跨区域经营状况产生影响, 比如进取心强烈的管理者更可能做出市场扩张的决定, 拥有丰富社会资源的管理者更可能帮助企业克服跨区域经营的障碍。

4. 变量的统计特征。表 1 报告了各变量的基本统计情况, 表 2 报告了各解释变量之间的相关系数情况。显然, 高管受教育水平(*gm*)和企业规模(*ln size*)之间的相关系数绝对值最大, 为 0.348, 这说明变量之间的相关关系较弱, 出现多重共线性问题的可能性较小。

四、市场分割和跨区域市场扩张

(一) 基准回归结果

本文的被解释变量取值范围限于

$[0, 1]$, 对应选取双受限 Tobit 估计模型进行回归分析, 结果如表 3 所示。第 (1) 列至第 (4) 列对省外

表 1 描述性统计

变量	观测值	均值	中位数	标准差	最小值	最大值
<i>outshare</i>	12 393	0.394	0.300	0.348	0.000	1.000
<i>inshare</i>	12 393	0.209	0.100	0.251	0.000	1.000
<i>mseg</i>	12 394	0.200	0.190	0.152	0.000	1.000
<i>ln tfp</i>	12 281	6.665	6.599	0.833	1.324	11.953
<i>ln size</i>	12 394	5.619	5.561	1.479	2.303	13.502
<i>ln age</i>	12 394	2.279	2.197	0.790	1.099	7.602
<i>ln k1</i>	12 379	10.739	10.840	1.441	1.204	22.474
<i>finance</i>	11 869	0.019	0.006	0.134	0.000	8.007
<i>profit pct</i>	12 394	0.127	0.103	0.150	-3.157	4.849
<i>gm</i>	12 380	5.578	6.000	0.998	1.000	7.000

表 2 相关性分析

	<i>mseg</i>	<i>ln_{tfp}</i>	<i>ln_{size}</i>	<i>ln_{age}</i>	<i>ln_{kl}</i>	<i>finance</i>	<i>profitpct</i>	<i>gm</i>
<i>mseg</i>	1.000							
<i>ln_{tfp}</i>	0.057 ***	1.000						
<i>ln_{size}</i>	0.033 ***	0.332 ***	1.000					
<i>ln_{age}</i>	0.030 ***	-0.001	0.276 ***	1.000				
<i>ln_{kl}</i>	0.058 ***	0.208 ***	0.208 ***	0.078 ***	1.000			
<i>finance</i>	-0.010	-0.106 ***	0.024 ***	0.068 ***	0.047 ***	1.000		
<i>profitpct</i>	0.048 ***	0.071 ***	0.065 ***	0.043 ***	0.091 ***	-0.135 ***	1.000	
<i>gm</i>	0.072 ***	0.254 ***	0.348 ***	0.081 ***	0.268 ***	0.025 ***	0.132 ***	1.000

注: 各变量间计算的是 Pearson 相关系数, *、**、*** 分别对应 10%、5%、1% 的显著性水平。

表 3 基准回归: 市场分割和跨区域市场扩张

	<i>outshare</i>				<i>inshare</i>			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
<i>mseg</i>	-4.481 2 *** (-10.171 7)	-4.055 5 *** (-9.344 5)	-3.960 4 *** (-8.766 0)	-3.967 8 *** (-8.925 4)	5.116 5 *** (11.777 6)	5.047 0 *** (11.562 5)	5.093 7 *** (11.138 6)	5.093 0 *** (11.130 8)
<i>ln_{tfp}</i>		0.037 2 *** (6.798 7)	0.030 0 *** (5.344 6)	0.025 3 *** (4.511 8)		0.010 0 ** (2.358 2)	0.008 8 ** (2.033 1)	0.009 3 ** (2.131 8)
<i>ln_{size}</i>		0.042 6 *** (13.927 4)	0.037 2 *** (11.902 5)	0.032 0 *** (9.996 8)		-0.009 4 *** (-4.002 9)	-0.011 6 *** (-4.812 2)	-0.011 3 *** (-4.565 1)
<i>ln_{age}</i>		-0.018 9 *** (-3.618 5)	-0.023 3 *** (-4.419 9)	-0.023 1 *** (-4.411 8)		0.012 3 *** (3.069 0)	0.010 4 ** (2.541 3)	0.010 6 *** (2.587 9)
<i>ln_{kl}</i>			0.038 2 *** (12.222 9)	0.033 6 *** (10.673 6)			0.014 6 *** (6.030 7)	0.015 0 *** (6.105 2)
<i>finance</i>			0.036 5 (1.219 1)	0.080 8 * (1.726 0)			0.049 3 ** (2.078 3)	0.043 6 * (1.705 4)
<i>profitpct</i>				0.288 0 *** (7.585 1)				-0.035 1 * (-1.702 7)
<i>gm</i>				0.021 9 *** (4.774 9)				-0.001 2 (-0.346 1)
<i>Constant</i>	1.298 2 *** (11.182 0)	0.740 1 *** (5.947 0)	0.355 8 *** (2.682 3)	0.294 2 ** (2.234 6)	-1.636 1 *** (-11.635 4)	-1.664 6 *** (-11.439 6)	-1.823 5 *** (-11.755 4)	-1.820 2 *** (-11.712 6)
<i>Ownership</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Industry</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Province</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>N</i>	12 393	12 280	11 759	11 746	12 393	12 280	11 759	11 746

注: 括号内为系数的 *t* 统计量, *、**、*** 分别表示 10%、5%、1% 的置信水平, 回归结果聚类至企业层面的标准误, 并控制企业所有制、行业、省份固定效应。

市场份额进行回归, 在依次加入控制变量后, 市场分割的系数始终为负, 且达到了 1% 的置信水平, 这说明市场分割会显著抑制企业向省外市场扩张; 第(5)列至第(8)列对省内市场份额进行回归, 在逐步加入控制变量后, 市场分割的系数始终在 1% 的置信水平上保持为正, 这说明市场分割会显著促进企业向省内市场扩张。就控制变量来看, 全要素生产率、企业规模、资本密集度、融资水平、企业利润率均会显著促进企业向省外市场扩张, 与预期一致, 企业年龄却显著抑制了企业向省外市场扩张, 这可能是因为企业成立时间越久, 则越依赖原有的市场和经营策略, 缺乏向省外市场扩张的进取心^[26], 回归结果也表明企业年龄会显著提高企业的省内市场份额。全要素生产率、资本密集度、融资水平的提升同样会显著促进企业向省内市场扩张, 但其系数明显较小, 这说明它们对企业向省外市场扩张的提升作用更大。一般来说, 省外市场更为广阔, 对应的市场需求更大, 当企业发展到一定水平时, 随着本地和省内市场需求逐渐饱和, 企业转向省外市场扩张的动力和实力都更为强健, 企业规模和企业利润率对省内市场份额显著的抑制作用一定程度上验证了这一点。高管受教育水平的回归结果说明企业高管的受教育水平越高, 越会促进企业进行省外市场扩张, 但其对企业省内市场扩张行为的影响并不显著。综上所述, 本文的假说 1 得到验证。

(二) 稳健性检验

1. 使用反向指标。市场分割的对立面是市场一体化,本文参照豆建民和崔书会^[27]的研究,使用市场分割指标倒数的平方根表示市场一体化指标(*integration*),并且同时使用樊纲等^[28]提供的市场化指数(*market*)予以衡量。结果如表4的第(1)、(2)、(5)、(6)列所示,市场一体化变量和市场化指数变量均会显著提高企业的省外市场份额、降低企业的省内市场份额。此外,本文还使用省份公路密度(*highway*)和铁路密度(*railway*)作为市场分割的反向指标进行回归,结果如表4的第(3)、(4)、(7)、(8)列所示,公路密度变量和铁路密度变量均会显著提高企业省外市场份额并降低企业的省内市场份额。这些回归结果在反方向上验证了本文的研究结论。

表4 稳健性检验:反向指标

	<i>outshare</i>				<i>inshare</i>			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
<i>integration</i>	1.218 8*** (8.919 6)				-1.568 0*** (-11.131 8)			
<i>market</i>		0.176 9*** (8.925 4)				-0.227 0*** (-11.130 8)		
<i>highway</i>			0.722 9*** (8.925 4)				-0.927 8*** (-11.130 8)	
<i>railway</i>				10.655 4*** (8.925 4)				-13.677 0*** (-11.130 8)
<i>Controls</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Ownership</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Industry</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Province</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>N</i>	11 469	11 746	11 746	11 746	11 469	11 746	11 746	11 746

注:括号内为系数的*t*统计量,*、**、***分别表示10%、5%、1%的置信水平,回归结果聚类至企业层面的标准误,并控制企业所有制、行业、省份固定效应。

2. 内生性问题。本文的被解释变量和核心解释变量分别属于企业、省份层面的变量,通常省份变量能够对微观企业带来普遍性的影响,而单个企业除非规模巨大或是具备其他特殊特征,否则往往难以影响省份层面的变量,因此市场分割和市场份额之间存在双向因果关系的可能性相对较小,但回归中仍然可能出现因遗漏变量等导致的内生性问题,因此本文有必要对此进行处理。现有文献中常见的解决办法包括引入滞后项和使用工具变量,尽管后一个方法深受学者推崇,但由于其依赖工具变量的选取,当工具变量选择不当时,其效果还不如前一个方法^[29]。综合考虑实际情况,本文仅通过引入核心解释变量一阶滞后项和全部解释变量一阶滞后项的方法处理内生性问题,表5报告了相关结果。对不同市场份额进行回归,市场分割一阶滞后项和市场一体化一阶滞后项的系数符号与基准回归结果一致,本文的研究结论保持稳健。

表5 稳健性检验:内生性问题

	<i>outshare</i>				<i>inshare</i>			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
<i>mseg_lag</i>	-4.688 6*** (-8.925 4)	-4.681 8*** (-8.695 1)			6.018 2*** (11.130 8)	6.106 9*** (11.004 1)		
<i>integration_lag</i>			0.996 4*** (8.877 0)	0.995 5*** (8.650 1)			-1.287 8*** (-11.120 4)	-1.307 5*** (-10.993 0)
<i>Controls</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Ownership</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Industry</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Province</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>N</i>	11 746	11 730	10 974	10 969	11 746	11 730	10 974	10 969

注:表中奇数列仅核心解释变量使用一阶滞后项,偶数列所有解释变量使用一阶滞后项。调查数据中高管的任职时间绝大部分超过一年,因此高管受教育水平指标的一阶滞后项使用原值表示,其他解释变量的一阶滞后项则根据企业在2002—2004年的相关指标整理得到。括号内为系数的*t*统计量,*、**、***分别表示10%、5%、1%的置信水平,回归结果聚类至企业层面的标准误,并控制企业所有制、行业、省份固定效应。

3. 其他稳健性检验。第一, 替换回归模型。考虑到企业的市场份额存在零值的情况, 为了避免结果的偏误, 本文采用零膨胀泊松回归模型进行稳健性检验, 回归结果如表 6 第(1)列和第(2)列所示, 市场分割显著降低了企业的省外市场份额并抬高了企业的省内市场份额, 与基准回归结果一致。第二, 替换被解释变量。本文参照张国胜和刘政^[2]的做法, 以 50% 的市场份额为分界点, 构建市场份额离散变量 (*newshare*), 该指标取值越大, 表明企业越少开展跨区域经营活动。第(3)列回归结果显示市场分割系数显著为正, 这说明市场分割显著抑制了企业的跨区域经营活动。第三, 替换解释变量。本文基于 14 类价格指数^⑥重新计算了市场分割指标, 回归结果如第(4)列和第(5)列所示, 市场分割显著降低了企业的省外市场份额并增加了其省内市场份额, 再次证实本文的基准回归结果是稳健的。第四, 考虑市场份额之间的相互关系。本文分别在回归式中加入相应市场份额变量重新回归, 结果如第(6)列和第(7)列所示, 在考虑二者之间的联系后, 市场分割系数的符号仍然保持稳健。

表 6 其他稳健性检验

	零值偏误		离散化	14 类价格指数		相互关系	
	<i>outshare</i>	<i>inshare</i>	<i>newshare</i>	<i>outshare</i>	<i>inshare</i>	<i>outshare</i>	<i>inshare</i>
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<i>mseg</i>	-3.661 4*** (-3.225 6)	0.198 1** (2.340 5)	11.768 3*** (3.249 9)	-4.913 3*** (-8.925 4)	6.306 6*** (11.130 8)	-2.996 4*** (-7.017 4)	4.506 9*** (9.983 4)
<i>inshare</i>						-0.490 9*** (-32.892 2)	
<i>outshare</i>							-0.249 2*** (-26.103 4)
<i>Controls</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Ownership</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Industry</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Province</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>N</i>	11 746	11 746	9 159	11 746	11 746	11 746	11 746

注: 调查数据中市场份额指标的绝大部分原始取值为整数, 满足零膨胀泊松回归模型的要求, 相应第(1)列和第(2)列被解释变量不再缩小至 [0, 1] 范围。括号内为系数的 *t* 统计量, *, **, *** 分别表示 10%、5%、1% 的置信水平, 回归结果聚类至企业层面的标准误, 并控制企业所有制、行业、省份固定效应。

(三) 异质性分析

1. 企业所有制类型。表 7 中分样本回归的结果表明: 市场分割显著降低了不同所有制企业的省外市场份额, 其影响呈现国有企业 < 外资企业 < 民营企业的特征; 市场分割显著提高了不同所有制企业的省内市场份额, 其影响呈现国有企业 > 民营企业 > 外资企业的特

表 7 异质性分析: 企业所有制

	<i>outshare</i>			<i>inshare</i>		
	国有 (1)	外资 (2)	民营 (3)	国有 (4)	外资 (5)	民营 (6)
<i>mseg</i>	-2.713 9*** (-3.072 9)	-3.649 8*** (-3.886 2)	-4.059 4*** (-6.903 4)	13.735 8*** (22.724 9)	3.499 5*** (2.904 3)	5.285 5*** (8.291 7)
<i>Controls</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Industry</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Province</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>N</i>	1 508	1 959	8 279	1 508	1 959	8 279

注: 括号内为系数的 *t* 统计量, *, **, *** 分别表示 10%、5%、1% 的置信水平, 回归结果聚类至企业层面的标准误, 并控制行业、省份固定效应。

征。外资企业受到的影响小于民营企业, 这可能是因为外资企业作为跨国公司全球生产经营网络中的一员, 享有母公司在生产运营、研发创新、人才管理、市场营销等方面提供的经验和支持, 其往往更能够克服跨区域市场经营的障碍, 获得较好的市场表现, 而且在我国外资企业在一定程度上享受政府部门给予的“超国民待遇”, 其受市场分割的影响可能较小^[15]。国有企业省外市场扩张受到的影响较小而省内市场扩张受到的影响较大的原因可能是: 其一, 由于国有企业承担调控经济、保障民生等方面的政策性任务, 政府部门往往在补贴、融资、市场进入等方面对其给予支持, 因此国有企业省外市场扩张受市场分割的影响相对较小; 其二, 刘瑞明^[10]指出各地方政府为保护辖区内效率相对低下的国有企业, 往往通过设置各种行政性壁垒阻碍外来企业的进入, 这说明市场分割的存在很可能促进了国有企业在省内市场扩张。

2. 企业生产率和规模。高超等^[30]指出生产率和规模是决定企业能否克服区域间贸易的市场进入成本、实现跨区域经营的关键因素。为考察市场分割对不同生产率和规模的企业跨区域市场扩张的影响是否存在差异,本文首先按城市层面的生产率中位数将企业分为高生产率组(*high*)和低生产率组(*low*)。回归结果如表8第(1)列至第(4)列所示,市场分割会抑制不同生产率水平的企业向省外市场扩张,并促进其省内市场份额的提高,且影响程度均呈现高生产率组<低生产率组的特征。其次本文按城市层面的企业规模中位数将企业分为大规模组(*big*)和小规模组(*small*)。回归结果如表8第(5)列至第(8)列所示,市场分割的影响保持显著,且呈现大规模组<小规模组的特征。这说明生产率较高、规模较大的企业更能克服市场分割的影响,而生产率较低、规模较小的企业将受到较大影响。

3. 要素密集度和城市特征。首先,本文根据城市层面的资本密集度中位数将企业分为资本密集型企业(*capital*)和劳动密集型企业(*labor*)。回归结果如表9第(1)列至第(4)列所示,市场分割显著降低了资本密集型企业 and 劳动密集型企业的省外市场份额,并显著提高了其省内市场份额,其中资本密集型企业受到的影响弱于劳动密集型企业。这可能是因为在生产活动中往往需要投入更多的资本,对先进设备的需求也更大,生产率和技术水平相对更高,相应更能克服跨区域经营的种种障碍。其次,本文根据张耀军和任正委^[31]的方法,将120个城市中的样本分为沿海城市组(*sea*)和内陆城市组(*land*)。回归结果如表9第(5)列至第(8)列所示:市场分割对沿海城市企业的省外市场扩张无显著影响,但会显著抑制内陆城市企业的省外市场扩张;市场分割显著抬高了内陆城市企业的省内市场份额,但却显著降低了沿海城市企业的省内市场份额。内陆城市样本的结果与本文的主要结论一致,但沿海城市样本的结果出现了较大差异,这可能是因为在沿海城市直接毗邻海岸线,地理环境优越,贸易更为繁荣和发达,开放程度也更高,面临市场分割条件下的沿海城市企业可能更倾向于拓展海外市场^①,而不是国内跨区域市场。与此一致,李伟和贺灿飞^[32]发现我国的出口企业主要集聚在东部沿海地区,技术密集型产业也主要集聚于沿海城市群核心城市。

表8 异质性分析:企业生产率和规模

	生产率分组				规模分组			
	<i>outshare</i>		<i>inshare</i>		<i>outshare</i>		<i>inshare</i>	
	(1) <i>high</i>	(2) <i>low</i>	(3) <i>high</i>	(4) <i>low</i>	(5) <i>big</i>	(6) <i>small</i>	(7) <i>big</i>	(8) <i>small</i>
<i>mseg</i>	-3.994 5*** (-6.835 2)	-4.222 8*** (-6.151 0)	4.946 3*** (8.064 6)	5.108 3*** (7.612 0)	-3.592 8*** (-6.965 7)	-4.671 1*** (-6.153 1)	4.396 0*** (7.744 2)	6.041 0*** (7.868 7)
<i>Controls</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Ownership</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Industry</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Province</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>N</i>	5 780	5 966	5 780	5 966	5 845	5 901	5 845	5 901

注:括号内为系数的*t*统计量,*、**、***分别表示10%、5%、1%的置信水平,回归结果聚类至企业层面的标准误,并控制企业所有制、行业、省份固定效应。

表9 异质性分析:要素密集度和城市特征

	要素密集度				城市特征			
	<i>outshare</i>		<i>inshare</i>		<i>outshare</i>		<i>inshare</i>	
	(1) <i>capital</i>	(2) <i>labor</i>	(3) <i>capital</i>	(4) <i>labor</i>	(5) <i>sea</i>	(6) <i>land</i>	(7) <i>sea</i>	(8) <i>land</i>
<i>mseg</i>	-3.367 0*** (-6.352 1)	-4.722 3*** (-6.283 4)	5.025 1*** (7.262 2)	5.098 9*** (8.055 8)	0.142 5 (0.733 1)	-3.792 6*** (-8.413 7)	-2.223 3*** (-8.449 6)	5.118 9*** (11.302 1)
<i>Controls</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Ownership</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Industry</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Province</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>N</i>	5 875	5 871	5 875	5 871	3 239	8 507	3 239	8 507

注:括号内为系数的*t*统计量,*、**、***分别表示10%、5%、1%的置信水平,回归结果聚类至企业层面的标准误,并控制企业所有制、行业、省份固定效应。

五、市场分割、跨区域市场扩张和供需失衡

(一) 市场分割、跨区域市场扩张和供过于求

本部分集中讨论市场分割是否通过影响企业的国内跨区域市场扩张行为加剧了市场供过于求的情形,本文采用中介效应模型进行验证:

$$overcap_{jkm} = \alpha_0 + \alpha_1 mseg_k + \alpha_2 X_{jkm} + \eta_k + \lambda_m + o_j + \xi_{jkm} \quad (9)$$

$$overcap_{jkm} = \beta_0 + \beta_1 mseg_k + \beta_2 outshare_{jkm} + \beta_3 inshare_{jkm} + \beta_4 X_{jkm} + \eta_k + \lambda_m + o_j + \xi_{jkm} \quad (10)$$

我们通过构造产能过剩变量 (*overcap*),代表市场供过于求的情景,具体采用1与企业产能利用率的差值衡量,其他变量与上文一致,不作详述。结果如表10所示,第(1)列中市场分割系数显著为正,说明市场分割显著加剧了企业的产能过剩;第(2)列和第(4)列为本文的基准回归结果;第(3)列加入省外市场份额变量,市场分割系数符号保持稳健,系数绝对值变化不大,省外市场份额系数为负,但并不显著;第(5)列加入省内市场份额变量,市场分

表10 市场分割、跨区域市场扩张和产能过剩

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>overcap</i>	<i>outshare</i>	<i>overcap</i>	<i>inshare</i>	<i>overcap</i>	<i>overcap</i>
<i>mseg</i>	0.574 9*** (2.901 5)	-3.967 8*** (-8.925 4)	0.566 2*** (2.850 3)	5.093 0*** (11.130 8)	0.511 2** (2.574 2)	0.517 0*** (2.599 8)
<i>outshare</i>			-0.003 8 (-0.625 8)			0.003 8 (0.609 4)
<i>inshare</i>					0.031 3*** (3.8454)	0.032 9*** (3.8428)
<i>Controls</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Ownership</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Industry</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Province</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>N</i>	11 746	11 746	11 745	11 746	11 745	11 745

注:括号内为系数的*t*统计量,*、**、***分别表示10%、5%、1%的置信水平,回归结果聚类至企业层面的标准误,并控制企业所有制、行业、省份固定效应。

割系数符号保持稳健,系数绝对值较第(1)列减少11.08%,省内市场份额系数显著为正;第(6)列同时加入省外和省内市场份额变量,市场分割系数符号保持稳健,系数绝对值较第(1)列减少10.07%,省外市场份额系数并不显著,省内市场份额系数显著为正,这说明省内市场份额的增加会显著加重企业的产能过剩,市场分割主要通过促进企业在省内市场的过度扩张,进而加剧了市场内的供过于求情形,这验证了假说2的前半部分。

(二) 市场分割、跨区域市场扩张和供不应求

本文已经验证了市场分割会抑制企业向省外市场扩张,并相应导致企业在省内市场的过度扩张,这种过度扩张进而导致企业产能过剩。产能过剩反映出市场中对现有产品的有效需求不足的现实,这种不足或许还可以从两方面来解读:一方面市场分割抑制了企业向省外市场扩张,企业在省内市场的过度进入和过度供给导致了市场内产品的同质化,消费者无法获取省外企业提供的多样化产品;另一方面,企业无法实现省外市场扩张,违背其发展的市场规律,加之省内市场企业的过度集中,抑制了企业间的市场化竞争,拉低了企业的供给质量。这实际上说明了市场供需失衡的第二种情形——供不应求,即市场中缺乏多样化和高质量的产品供给。

关于多样化的产品供给,前文我们已经验证市场分割抑制了企业进入省外市场和导致企业在省内市场的过度扩张。本部分我们主要对高质量的产品供给进行验证,由于数据的局限性,我们无法直接获取企业的产品质量数据,只能进行间接验证。考虑到高质量产品与企业生产率水平^[33-37]、研发创新水平^[37-40]、高技能劳动力水平^[41-44]之间存在明显的正向关系,本文分别采用全要素生产率、研发创新水平、人力资本衡量企业的供给质量,按下述中介模型进行验证:

$$supply_{jkm} = \alpha_0 + \alpha_1 mseg_k + \alpha_2 X_{jkm} + \eta_k + \lambda_m + o_j + \xi_{jkm} \quad (11)$$

$$supply_{jkm} = \beta_0 + \beta_1 mseg_k + \beta_2 outshare_{jkm} + \beta_3 inshare_{jkm} + \beta_4 X_{jkm} + \eta_k + \lambda_m + o_j + \xi_{jkm} \quad (12)$$

其中,被解释变量供给质量(*supply*)使用三个指标予以表示:(1)全要素生产率(*ln**tfp*),采用LP

方法计算; (2) 研发创新水平 (*innov*) ,采用企业研发支出和核心业务收入之比表示; (3) 人力资本 (*human*) ,采用企业中大学及以上学历员工占比表示。其他变量与前文一致 不再赘述。

1. 全要素生产率。结果如表 11 所示: 第 (1) 列中市场分割系数显著为负,说明市场分割会显著降低企业的生产率水平; 第(2)列和第(4)列与基准回归结果一致; 第(3)列加入省外市场份额变量,其系数显著为正,说明省外市场扩张会显著提高企业的生产率水平,市场分割系数符号保持稳健,绝对值下降了 6.43%,这表明市场分割通过抑制企业的省外市场扩张进而降低了企业的生产率水平; 第(5)列加入省内市场份额变量,市场分割的系数保持显著,但绝对值变大,省内市场份额系数为正,但并不显著,这说明省内市场扩张并不是市场分割影响企业生产率水平的作用渠道; 第(6)列同时加入两种市场份额变量,省外市场份额系数显著为正,省内市场份额系数不显著,而且市场分割的系数绝对值下降了 2.65%,这再次表明市场分割主要通过抑制企业的省外市场扩张行为来降低企业的生产率水平。

2. 研发创新水平。结果如表 12 的第(1)列至第(4)列所示: 第(1)列中市场分割系数显著为负,表明市场分割会显著抑制企业的研发创新; 第(2)列中省外市场份额系数显著为正,表明企业的省外市场扩张会显著促进企业进行研发创新,市场分割的系数绝对值下降了 15.77%,说明市场分割会通过抑制企业的省外市场扩张进而抑制企业的研发创新; 第(3)列中省内市场份额系数显著为负,说明企业的省内市场扩张会抑制企业进行研发创新,市场分割系数绝对值下降了 6.33%; 第(4)列同时加入两个变量,省外市场份额系数保持稳健,省内市场份额系数变得不再显著,市场分割系数对应下降了 16.34%,这表明市场分割主要通过抑制企业的省外市场扩张来降低企业的研发创新水平。

表 11 市场分割、跨区域市场扩张和供给质量: 生产率

	(1) <i>lnfp</i>	(2) <i>outshare</i>	(3) <i>lnfp</i>	(4) <i>inshare</i>	(5) <i>lnfp</i>	(6) <i>lnfp</i>
<i>mseg</i>	-0.878 6 *** (-3.135 3)	-3.984 4 *** (-8.962 4)	-0.822 1 *** (-2.925 6)	5.078 9 *** (11.123 4)	-0.899 5 *** (-3.192 3)	-0.855 3 *** (-3.032 0)
<i>outshare</i>			0.024 1 ** (2.267 4)			0.029 2 *** (2.608 2)
<i>inshare</i>					0.010 3 (0.704 0)	0.022 3 (1.448 9)
<i>Controls</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Ownership</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Industry</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Province</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>N</i>	11 703	11 713	11 702	11 713	11 702	11 702

注: 表中为使用全要素生产率一阶滞后项作为控制变量进行回归的结果。此外,不使用全要素生产率作为控制变量进行回归,研究结论仍保持稳健,限于篇幅,该回归结果未报告。括号内为系数的 *t* 统计量,*、**、*** 分别表示 10%、5%、1% 的置信水平,回归结果聚类至企业层面的标准误,并控制企业所有制、行业、省份固定效应。

表 12 市场分割、跨区域市场扩张和供给质量: 研发创新水平和人力资本

	<i>innov</i>				<i>human</i>			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
<i>mseg</i>	-0.105 9 *** (-3.312 2)	-0.089 2 *** (-2.831 8)	-0.099 2 *** (-3.092 0)	-0.088 6 *** (-2.796 3)	-0.394 8 ** (-2.304 8)	-0.292 0* (-1.730 5)	-0.411 1 ** (-2.390 6)	-0.335 1 ** (-1.988 0)
<i>outshare</i>		0.007 1 *** (7.843 8)		0.007 1 *** (7.391 3)		0.044 0 *** (9.467 3)		0.050 6 *** (10.516 4)
<i>inshare</i>			-0.003 3 *** (-3.784 6)	-0.000 4 (-0.444 9)			0.008 1 (1.392 3)	0.029 0 *** (4.804 6)
<i>Controls</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Ownership</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Industry</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>Province</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>N</i>	11 747	11 746	11 746	11 746	11 745	11 744	11 744	11 744

注: 括号内为系数的 *t* 统计量,*、**、*** 分别表示 10%、5%、1% 的置信水平,回归结果聚类至企业层面的标准误,并控制企业所有制、行业、省份固定效应。

3. 人力资本。结果如表 12 的第(5)列至第(8)列所示:第(5)列表明市场分割会显著降低企业的人力资本水平;第(6)列表明企业向省外市场扩张显著提高了企业的人力资本水平,市场分割系数绝对值下降了 26.04%,说明市场分割会通过抑制企业向省外市场扩张进而降低企业的人力资本水平;第(7)列表明企业的省内市场扩张对其人力资本水平的影响并不显著,市场分割的系数绝对值略有增加,说明省内市场扩张不是市场分割影响企业人力资本水平的渠道;第(8)列同时加入两个变量,省外市场份额系数保持稳健,省内市场份额系数显著为正,市场分割系数绝对值对应下降了 15.12%,这表明市场分割主要通过抑制企业的省外市场扩张来降低企业的人力资本水平。

综上所述,本文的回归结果表明市场分割主要通过抑制企业向省外市场扩张进而损害了企业依靠全要素生产率、研发创新、人力资本水平的提升实现质量升级的内生发展路径,这进一步意味着企业供给质量的下降,以及市场内高质量产品供给的不足,与理论假说 2 的后半部分一致。

六、结论

本文利用世界银行 2005 年的中国企业调查数据,实证研究了两个问题:第一,市场分割如何影响企业的国内跨区域市场扩张;第二,二者的相互作用如何影响市场的供需状况。研究发现:(1)市场分割显著阻碍了企业的省外市场扩张并加剧了其在省内市场的过度扩张。(2)市场分割对民营企业省外市场扩张的抑制作用最强,外资企业次之,国有企业最弱;对国有企业省内市场扩张的促进作用最强,民营企业次之,外资企业最弱。高生产率、大规模的企业更容易克服市场分割带来的影响。资本密集型企业相比劳动密集型企业受到的影响更小。不同于内陆城市的企业受到了显著影响,沿海城市企业的省外市场扩张受到的影响不显著,省内市场扩张则受到了显著的抑制影响。(3)市场分割主要通过促进企业在省内市场过度扩张的机制加剧了企业的产能过剩状况,这可以解释市场中的供过于求现象;市场分割主要通过阻碍企业在省外市场扩张的机制抑制企业全要素生产率、研发创新和人力资本水平的提升,进而导致市场内同质化产品过度供给、多样化和高质量产品供给不足,这可以解释市场中的供不应求现象。

改革开放以来,我国经济的持续增长被誉为“增长奇迹”,但随着国际贸易格局的复杂调整以及我国经济转向高质量发展阶段,过去长期依赖外部需求和人口红利支撑的粗放型经济增长模式将难以应对国内外市场的双重施压,如何通过扩大内需和供给侧结构性改革推进需求和供给侧的市场化配置,激发经济增长的内在活力,成为我国目前亟待解决的重要难题。本文通过研究市场分割、国内跨区域市场扩张以及供需失衡的内在联系,为理解当前我国企业内在竞争力不足和市场供需失衡的现状提供了文献支持,本文的启示意义包括:(1)市场分割严重违背了企业发展的市场化规律,无论是抑制企业的省外市场扩张还是促进企业在省内市场的过度扩张均会带来严重的经济后果,不仅阻碍了企业通过提高全要素生产率、研发创新和人力资本水平实现质量升级的内生竞争力提升路径,而且加剧了企业的内部产能过剩,进而导致市场内低质量产品供给过度而高质量产品供给不足的双重失衡。本文的结论表明打破地域间的市场分割、清除市场壁垒、促进市场统一和市场化机制的良好运行对于提高企业内在竞争力和缓解社会主要矛盾有重大意义。(2)市场分割对广大的民营企业影响较为明显,具备高生产率、大规模、资本密集型特征的企业或许能够继续存活,但对于我国普遍存在的中小微企业来说,威胁或许是致命的。此外,各地方政府试图通过实行市场分割政策扶持当地企业发展的“初衷”未必全能如愿,部分沿海城市的企业或许能够通过出口谋求发展机遇,但绝大部分内陆城市企业的出口之路却难以畅通。而且,随着国内要素禀赋优势消失以及全球贸易自由化进程受阻,如果地方政府不考虑整体经济发展效益,着眼于局部经济发展的“如意算盘”将必然落空。本文的结论暗示着打破市场分割的势在必行和迫在眉睫,考虑到该进程无法一蹴而就,本文的结论还表明在市场化改革进程中,广泛存在的中小微企业亟待相关部门进行政策上的引导和扶持。

注释:

- ①高鸿业^[17]指出“我国当前经济生活中的问题是,经过多年的投资和出口的需求强力拉动,经济尽管有了飞速发展,但是不但增长方式是粗放式的,全要素生产率不高;而且经济结构不合理,需求结构中投资比重明显过高,消费比例较低。就是在消费结构中,随着经济和收入的上升,高端需求正在与日俱增,服务需求旺盛,但供给结构远远与此不相适应,无效和低端供给过多,一些传统行业产能过剩,有效供给不足,生产要素难以从无效供给领域向有效供给领域流动。”
- ②本文的省内市场特指不包括企业所在城市在内的省内市场。
- ③企业的各市场份额满足 $a_{city} + a_{in} + a_{out} + a_{sea} = 1$, 其中 a_{sea} 代表海外市场份额。
- ④从地理毗邻位置来说,一般情况下,本市市场 $city$ 中的企业,先进入省内市场 in ,再进入省外市场 out ,最后才到达海外市场 sea 。
- ⑤包括粮食、油脂、水产品、饮料烟酒、服装鞋帽、纺织品、日用品、化妆品和燃料。
- ⑥包括粮食、油脂、水产品、饮料烟酒、服装鞋帽、纺织品、家用电器及音像器材、日用品、交通、通信用品、化妆品、中西药品、书报杂志和燃料。
- ⑦本文以企业的海外市场份额为被解释变量区分沿海和内陆城市样本进行回归,结果表明市场分割显著促进了沿海城市内的企业进行海外扩张,但对内陆城市样本而言,市场分割系数并不显著,这说明市场分割对内陆城市企业海外扩张行为的影响并不明显。

参考文献:

- [1]钱学锋,黄云湖.中国制造业本地市场效应再估计:基于多国模型框架的分析[J].世界经济,2013(6):59-78.
- [2]张国胜,刘政.属地经营、省际市场扩张与产能过剩治理[J].财贸经济,2016(12):116-132.
- [3]宋渊洋,黄礼伟.为什么中国企业难以国内跨地区经营?[J].管理世界,2014(12):115-133.
- [4]LUO Y, TUNG R L. International expansion of emerging market enterprises: a springboard perspective [J]. Journal of international business studies, 2007, 38(4): 481-498.
- [5]BALDWIN J, YAN B. Market expansion and productivity growth: do new domestic markets matter as much as new international markets? [J]. Journal of economics & management strategy, 2012, 21(2): 469-491.
- [6]CIESLIK J, KACIAK E, THONGPAPANL N. Effect of export experience and market scope strategy on export performance: evidence from Poland [J]. International business review, 2015, 24(5): 772-780.
- [7]CAVES R E. Multinational enterprise and economic analysis [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- [8]KRUGMAN P. Scale economies, product differentiation, and the pattern of trade [J]. American economic review, 1980, 70(5): 950-959.
- [9]戴翔,刘梦,张为付.本土市场规模扩张如何引领价值链攀升[J].世界经济,2017(9):27-50.
- [10]刘瑞明.国有企业、隐性补贴与市场分割:理论与经验证据[J].管理世界,2012(4):21-32.
- [11]赵奇伟,熊性美.中国三大市场分割程度的比较分析:时间走势与区域差异[J].世界经济,2009(6):41-53.
- [12]李元旭,宋渊洋.地方政府通过所得税优惠保护本地企业吗——来自中国上市公司的经验证据[J].中国工业经济,2011(5):149-159.
- [13]叶宁华,张伯伟.地方保护、所有制差异与企业市场扩张选择[J].世界经济,2017(6):98-119.
- [14]朱希伟,金祥荣,罗德明.国内市场分割与中国的出口贸易扩张[J].经济研究,2005(12):68-76.
- [15]张杰,张培丽,黄泰岩.市场分割推动了中国企业出口吗?[J].经济研究,2010(8):29-41.
- [16]赵玉奇,柯善咨.市场分割、出口企业的生产率准入门槛与“中国制造”[J].世界经济,2016(9):74-98.
- [17]高鸿业.西方经济学(宏观部分·第七版)[M].北京:中国人民大学出版社,2018:406.
- [18]曹春方,周大伟,吴澄澄,等.市场分割与异地子公司分布[J].管理世界,2015(9):92-103+169+187-188.
- [19]王文甫,明娟,岳超云.企业规模、地方政府干预与产能过剩[J].管理世界,2014(10):17-36+46.
- [20]杨振兵.对外直接投资、市场分割与产能过剩治理[J].国际贸易问题,2015(11):121-131.
- [21]何欢浪,张曼.央地关系、地方保护与我国各省产能利用率的实证分析[J].软科学,2018(5):10-13.
- [22]吕越,盛斌,吕云龙.中国的市场分割会导致企业出口国内附加值率下降吗[J].中国工业经济,2018(5):5-23.

- [23]程虹 陈太义.管理如何提升产品质量?——来自中国企业-劳动力匹配调查(CEES)的经验证据[J].产业经济研究,2019(3):88-100.
- [24]LODERER C F,WAELCHLI U.Firm age and performance[R].University of Bern working paper MPRA 26450,2010.
- [25]MANOVA K.Credit constraints ,heterogeneous firms ,and international trade [J].Review of economic studies ,2013 ,80(2):711-744.
- [26]黄玖立 ,冼国明.企业异质性与区域间贸易:中国企业市场进入的微观证据[J].世界经济,2012(4):3-22.
- [27]豆建民 崔书会.国内市场一体化促进了污染产业转移吗? [J].产业经济研究,2018(4):76-87.
- [28]樊纲 王小鲁 ,马光荣.中国市场化进程对经济增长的贡献[J].经济研究,2011(9):4-16.
- [29]赵伟 韩媛媛 赵金亮.融资约束、出口与中国本土企业创新:机理与实证[J].当代经济科学,2012(6):98-108+126.
- [30]高超 黄玖立 李坤望.方言、移民史与区域间贸易[J].管理世界,2019(2):43-57.
- [31]张耀军 任正委.基于 GIS 方法的沿海城市人口变动及空间分布格局研究[J].地域研究与开发,2012(4):152-156.
- [32]李伟 贺灿飞.中国出口产业的空间格局演变[J].经济地理,2017(3):96-105.
- [33]VERHOOGEN E A.Trade ,quality upgrading ,and wage inequality in the Mexican manufacturing sector[J].The quarterly journal of economics,2008 ,123(2):489-530.
- [34]HALLAK J C ,SIVADASAN J.Productivity ,quality and exporting behavior under minimum quality requirements [R].NBER working paper No.14928,2009.
- [35]CRINO R ,EPIFANI P.Productivity ,quality and export intensities [R].UFAE and IAE working paper No.824,2010.
- [36]樊海潮 郭光远.出口价格、出口质量与生产率间的关系:中国的证据[J].世界经济,2015(2):58-85.
- [37]施炳展 邵文波.中国企业出口产品质量测算及其决定因素——培育出口竞争新优势的微观视角[J].管理世界,2014(9):90-106.
- [38]FARUQ H.New evidence on product quality and trade [R].CAEPR working paper No.2006-019,2006.
- [39]KUGLER M ,VERHOOGEN E.Prices ,plant size and product quality [J].The review of economic studies,2011 ,79(1):307-339.
- [40]ANTONIADES A.Heterogeneous firms ,quality and trade [J].Journal of international economics,2015 ,95(2):263-273.
- [41]BRAMBILLA I ,LEDERMAN D ,PORTO G.Exports ,export destinations ,and skills [J].American economic review,2012 ,102(7):3406-3438.
- [42]FLACH L. Quality upgrading and price heterogeneity: evidence from Brazilian exporters [J].Journal of international economics,2016 ,102:282-290.
- [43]FIELER A C ,ESLAVA M ,XU D Y.Trade ,quality upgrading and input linkages: theory and evidence from Colombia [J].American economic review,2018 ,108(1):109-146.
- [44]铁瑛 何欢浪.城市劳动供给与出口产品质量升级——“成本效应”抑或“技能效应” [J].国际贸易问题,2019(9):26-39.

(责任编辑:李 敏)

Market segmentation and domestic cross-regional market expansion

WEN Zhengwei , WANG Qihong

(School of Public Administration , Chongqing University , Chongqing 400044 , China)

Abstract: China's economy has turned to high-quality development stage , and it is extremely necessary to stimulate endogenous growing vitality from the demand and supply sides of domestic market. Based on Chinese enterprise survey data of the World Bank in 2005 , this paper empirically investigates the influence of market segmentation on enterprises' domestic cross-regional market expansion , and discusses two situations of imbalance between market supply and demand. The study finds that: (1) Market segmentation significantly inhibits enterprises' expansion to the market outside the province and intensifies its overexpansion in the market of the province. After a series of robustness tests , this conclusion still remains

(下转第72页)

How does government subsidy affect the capacity utilization rate of Chinese enterprises?

CAO Yajun¹, MAO Qilin²

(1. School of International Economics and Trade, Henan University of Economics and Law, Zhengzhou 450046, China;

2. School of Economics, Nankai University, Tianjin 300071, China)

Abstract: Improving the utilization rate of enterprises' capacity is the key to solve the problem of overcapacity in China's manufacturing industry. This paper systematically studies the impact and mechanism of government subsidies on enterprises' capacity utilization rate by using large-scale micro data in China. The study finds that in general, government subsidies significantly improve the utilization rate of enterprises' capacity, which has the characteristics of sustainability, and gradually increases with the extension of subsidy time. The mechanism test shows that the promotion of production efficiency and the expansion of export scale are the important channels for the government subsidies to improve the capacity utilization rate of enterprises. Further heterogeneity analysis shows that the government subsidies play a greater role in improving the capacity utilization of private enterprises and enterprises in the eastern region. Finally, this study also examines the impact of different intensity subsidies on enterprises' capacity utilization rate, and finds that only medium intensity subsidies can significantly improve enterprises' capacity utilization rate, while high intensity subsidies tend to inhibit the improvement of enterprises' capacity utilization rate; we examine the mechanism behind this, and find that high intensity subsidies can significantly increase the rent-seeking cost of enterprises, resulting in high non-productive expenditure, which is not conducive to the improvement of enterprises' capacity utilization rate. This paper evaluates the economic effect of government subsidies from the perspective of overcapacity governance. On the one hand, it enriches the research of government subsidies and enterprise behavior. On the other hand, it provides a new way for the governance of overcapacity and the promotion of enterprises' capacity utilization rate.

Key words: government subsidy; capacity utilization rate; rent-seeking cost; productivity; export; propensity score matching

.....
(上接第 44 页)

robust. (2) The influence of market segmentation on enterprises' domestic cross-regional market expansion differs with enterprise heterogeneity. Private enterprises suffer the strongest inhibiting effect during market expansion outside the province, followed by overseas-funded enterprises and state-owned enterprises respectively. State-owned enterprises are mostly promoted during market expansion in the province, followed by private enterprises and overseas-funded enterprises respectively. High productivity, large-scale, capital-intensive enterprises are relatively less affected. Moreover, the enterprises in coastal cities and inland cities also suffer different effects. (3) Such influence significantly intensifies market supply and demand imbalance. To be specific, market segmentation worsens enterprises' overcapacity via the mechanism of market overexpansion in the province, and damages enterprises' endogenous development path for quality upgrade by improving total factor productivity, R&D innovation and human capital level through obstruction mechanism of market expansion outside the province, thus resulting in double imbalance of low-quality products excessive supply and high-quality products undersupply in the market.

Key words: market segmentation; cross-regional market expansion; heterogeneous effect; imbalance between supply and demand; overcapacity; high-quality development