

制度扭曲与中国本土企业的出口扩张

张 杰 刘志彪 张少军*

内容提要 本文将社会信用体系缺失和知识产权保护制度缺位的制度层面因素引入 Melitz 以及 G - H - S 模型,构建了一个转型背景下发展中国家的开放经济模型。文章证明了中国社会信用体系缺失导致技术能力较低(规模较小)企业偏好于代工或贴牌方式的出口加工贸易,而使技术能力较强(规模较大)企业倾向于选择自主构建品牌并将产品销售国内或国外市场。而且,在知识产权保护制度缺位条件下,更多相对低技术能力企业“挤入”到代工或贴牌的出口加工贸易生产;相反,从事构建自主品牌且产品销售于国内市场的高技术能力企业的生存空间受到“挤压”,甚至在某些极端情形下这类企业被完全挤出市场。这似乎说明转型背景下某些“特殊”制度层面因素是导致中国本土企业出口扩张的重要内生激励因素之一。

关键词 制度扭曲 出口贸易扩张 转型经济

一 问题的提出

中国本土企业的出口扩张呈现出某些“独特”的特征。在发达国家或某些新兴工业化地区的直接投资、产业转移与外包(outsourcing)的全球价值链分工体系中,中国本土企业(特别是一些中小民营企业)竞相以代工或贴牌(OEM)方式,参与到其中的低技术、低创新、劳动密集型的低端生产制造与组装环节。中国大量出口企业似乎并不看重国内市场,也不想通过打造品牌获取国内市场份额和竞争优势,在国外市场也不追求构建自有品牌,而是依赖于国外采购商或发包者的品牌及其销售终端渠道,以低廉的产品价格来获取国外发包商的生产订单。这一现象与 Krugman(1980)以及 Melitz(2003)的国际贸易理论发生了“背离”与“冲突”。Krugman 提出的“母市场效应”(home market effect)理论认为,一国出口的产品应该是那些已在国内市场取得竞争优势的产品。Melitz(2003)扩展 Krugman 的思想,认为由于企业进入国内或国外市场都需要支付一定数量的有差异的固定成本,企业在规模、技术创新、生产效率等方面的特征差异会对其出口行为产生“自我选择效应”(self-selection)。边际成本最高(生产效率最低)的企业将退出市场,边际成本居中的企业进入国内市场,只有边际成本最低的企业同时进入国内市场与国外市场。

* 张杰、刘志彪、张少军:南京大学经济学院产业经济系 210093 电子信箱:zhangjie0402@tm.com。

本文为 2006 年度国家社会科学基金重点项目“东部地区外向经济发展的理论与对策研究”(批准号为 06AJL005)的阶段性研究成果;教育部人文社会科学重点研究基地 2005 年度重大项目“长三角地区制造业产业链向高端攀升的路径与政策研究”(批准号为 05JJD790084)的阶段性研究成果。作者感谢两位匿名审稿人的中肯建议,当然文责自负。

总体来看,这些基于企业异质性微观层面因素的“新新国际贸易理论”(new - new trade theory) (Baldwin, 2005)基本都围绕这个主题:一国微观企业之所以能够获取出口竞争优势,是由于其利用国内市场获得了某种“特定”竞争优势,比如规模经济、技术创新能力等,从而具备支付出口贸易所需的国外消费者品牌认同、销售渠道开拓、国际交易风险等高额沉淀成本与开拓成本的基础能力。

中国本土企业的出口为什么表现出与经典国际贸易理论不相符的“特殊”行为特征?在发展中国家,由劳动力禀赋或某种自然资源条件决定的生产成本优势被广泛认为是比较优势的来源。但是,如果仅仅依靠劳动力比较优势理论来解释发展中国家内部存在异质性特征(如规模、所有制、自主创新)企业的出口行为差异和国际贸易比较优势来源,可能并不能给予一个全面的解释。事实上,尽管生产成本是决定企业产品价格、竞争优势与出口行为决策的一个重要方面,制度因素所包含的制度成本对企业的影响也不容忽视。

Levehenko (2007)对制度因素与发展中国家出口之间关系的研究,是理解发展中国家出口扩张制度层面因素的一个重要成果。从特定投入品贸易中的不完全契约与制度因素之间互动关系入手,他指出:一国制度质量的提高能够促进该国契约密集型的产业(即技术密集型产业)出口增加,而对于那些制度质量有待提高的发展中国家来说,非契约密集型产业(即劳动密集型产业)因为受到制度环境的约束较小,可能具有出口的制度比较优势。Nunn (2007)经验研究指出,一国对合约的实施与执行效率是其贸易比较优势的重要决定因素之一。对于那些需要特定关系型投资的行业(契约密集型产业,多表现为现代生产型服务业与高创新密度产业)来说,良好的合约实施制度环境可以缓解由于双边锁定(hold - up)问题所导致的投资不足难题,从而降低这些产业发展的制度成本,获取贸易比较优势。

二 出口企业面临的制度约束

朱希伟等(2005)对市场分割成本和中国出口贸易扩张之间的内在联系进行了研究。他们认为,中国出口企业的行为之所以与经典国际贸易理论模型不相符,是由于国内市场分割这种外在“扭曲”制度因素的存在。中国严重的地方保护主义造成的市场分割,直接导致国外市场进入成本低于本国外地市场进入成本,造成本土企业既无法依托国内市场发挥规模经济,又面临高昂的地区市场进入成本,从而使本土企业普遍选择国外市场而非国内市场。相对于大规模企业来说,多数民营性质的小规模企业更容易受到这种市场分割成本的影响,因为小企业自身实力有限,对于市场分割和进入壁垒所造成的市场进入成本更为敏感。

朱希伟等人的研究虽然对中国企业的出口行为决策动机做出了一定合理成分的解释,但是不能解释如下现象:随着中国市场一体化进程和市场分割现象逐步消除(李善同等,2004;白重恩等,2004;陈敏等,2007),中国的出口贸易扩张不仅没有出现缩小的趋势,反而呈现出加速增长,而且参与者更为广泛(大量民营中小企业参与出口)。我们认为信用成本和知识产权保护或执行制度缺位可能是切合中国现实、更具有解释力的制度因素。

首先,企业的生存与发展与企业的现金流和融资能力紧密相关,而这与一国社会信用体系的发展程度密切联系。对于大多数发展中国家来说,金融体系发展滞后和金融抑制是较为普遍的现象,意味着发展中国家众多小企业和民营企业普遍面临信贷配给式的外部融资约束困境。中国企业在针对本土市场的销售时,普遍面临被拖欠货款的情形,这种企业间的相互拖欠和“三角债”式的社会信用体系缺失现象,在企业外部融资普遍受到约束的状况下,就会成为严重干扰企业现金流运转和正常组织生产的关键

因素。由于国内销售终端企业对投入品供应企业的“恶意拖欠行为,使投入品供应企业选择出口,虽然利润比在本土市场低(出口企业受到掌握国外市场销售终端或品牌的国外大买家或跨国公司的压榨),但是考虑到在出口贸易信用证和离岸价(FOB)贸易方式保证前提下,绝大多数出口企业都能在一个确定的预期期限内(国内出口企业的信用证期限一般为3个月)收回销售款。这表明综合来看,中国企业的出口净收益要大于产品销售本土市场的净收益,因此,多数企业选择出口就成为社会信用体系普遍缺失制度环境约束下的一种理性行为选择。相对大企业来说,中国的民营小企业普遍面临更高的金融约束和信用成本,因此,其选择代工方式出口的激励动机将会更为强烈。

其次,知识产权保护制度或执行机制的缺位,也对中国本土企业的出口行为决策产生了广泛影响。中国微观企业之间普遍呈现出一种“技术模仿——套利——低成本竞争”行为特征。一家企业通过研发投入开发出一种新产品,或者通过设备引进、消化吸收生产出一种新产品后,大量后发企业或跟随企业迅速“一哄而上”,模仿性引进设备甚至是更先进的设备进行生产。对于通过自主研发开发某种新产品的先入企业来说,无论是在技术开发,还是在生产设备选择、组织管理和市场开发方面都面临很大风险;对于通过引进国外生产设备生产某种新产品的先入企业来说,在技术开发上风险低,但在选择设备、市场开发等方面的风险较大。当先入企业的新产品得到国内消费者的认可后,为跟随企业提供了低风险或者无风险的套利机会。跟随企业通过两种方式进行技术溢出或转移:一是通过人力资本介质的溢出渠道,通过挖先入企业的关键技术人员来获取先入企业的隐性技术知识和技术诀窍;二是通过产品介质的反向工程渠道获取先入企业的显性技术知识和产品工艺流程。这样,后发企业或跟随企业无需高昂的前期研发投入,就可获取新产品的生产技术、工艺流程、管理经验乃至市场销售渠道(张杰、刘志彪,2007a)。这导致先入企业无法实现创新投入的充分补偿和收回,甚至造成“先创新找死,不创新等死”的博弈结局。为了避免这种“技术模仿——套利——低成本竞争”的负面效应,对于多数微观企业来说,最为切实可行的生存方法就是选择以贴牌或代工方式的出口加工贸易。一方面,稳定的国外市场销路和相对完善的知识产权保护制度,可以使得企业避免陷入从事国内市场销售所面临的恶性竞争;另一方面,较为稳定的批量出口会帮助企业尽快达到成本降低型的规模经济竞争优势,从而为企业确立在国内市场的低成本竞争优势。

再次,从政府的管制上看,中国放开了制造业,但支柱性服务业却基本上是管制的,如电信、金融、城市的基础设施建设等。即使从制造业来看,如汽车和一些重化工业也存在管制性准入条件,所以大量的“标准型”竞争企业(多为中小民营企业)被压到了技术含量较低、市场充分竞争、依赖劳动密集型要素的制造业和服务业。

三 理论模型

(一)转型条件下 G - H - S模型的扩展

本文借鉴 Melitz(2003)以及 Grossman, Helpman和 Szeidl(2003)(以下简称 G - H - S)的思路,假定一国的企业(本文关注的是本土企业)只使用劳动作为投入,具有线性的成本函数 $l = k + c(\cdot) /$,其中, k 表示企业的固定成本, $c(\cdot)$ 表示企业的可变成本, \cdot 表示企业技术能力(企业规模),企业技术能力越强,可变成本越低(企业规模越大,越容易达到规模经济,企业可变成本越低)。对于固定成本 k ,我们假定由 g 与 f 两部分构成。 g 表示信用成本,刻画发展中国家社会信用体系的缺位。企业之间普遍存在着贷款拖欠现象,特别是处于销售终端、掌握销售渠道的销售商或分销商对生产企业存在较为普遍的贷款拖欠现象。从中国现实情形来看,企业间贷款拖欠主要表现为采用一批货款压一批货款以及生产企业长期将

一笔货款提供给销售商使用,对于生产企业来说相当于额外增加了一笔固定成本投入。 f 表示品牌构建成本,诸如广告之类的投入需要企业事先拿出一笔钱,类似于企业购买设备投资效果。为了分析方便,我们这里假定在国内市场与国外市场进行品牌建设具有相同的成本。可变成本 $c(\cdot) = c(x, y)$, $c(\cdot)_x > 0$, $c(\cdot)_y > 0$,这其中, x 表示构成该企业单位产品边际生产成本(或者理解为包含运输成本的生产成本),取值为 1 或 w , $w < 1$ 。 $x = 1$ 表示高生产成本(包含出口的运输成本), $x = w$ 表示低生产成本。之所以假设 $w < 1$ 是基于如下事实:相对于国内市场消费者,国外市场的消费者对产品的质量、工艺、品质与品种有着更为苛刻的要求,而且出口国外的产品面临更高、更为苛刻且快速升级的环保、安全、专利标准进入壁垒要求。这就使得针对出口的产品生产相对于国内市场的产品生产有着更高的边际成本要求。为了刻画在全球或国内价值链分工体系下,处于全球价值链强势地位的品牌商或发包商对处于价值链中弱势地位的代工企业进行纵向“压榨”的客观现实(张杰、刘志彪, 2007b),我们在企业的可变成本函数中引入了 y ,表示由于市场势力的不同,处于价值链终端环节的销售商对处于生产环节的企业由于特定关系性资产所产生的“hold-up”型交易成本或者说纵向压榨成本,其取值为 1 或 w ,且 $w < 1$, $y = 1$ 表示高纵向压榨成本, $y = w$ 表示低纵向压榨成本。无论是对国内还是国外企业,只要是处于价值链的生产制造或组装上游环节,在买方市场条件下,由于其拥有的市场势力相对于处于掌握销售终端环节的销售商的市场势力较弱,普遍存在生产利润被销售商“剥削”或“压榨”情形,这就相当于增加了企业的可变成本;相反,对于拥有自主品牌的企业来说,由于拥有相对于价值链终端环节的经销商或销售商较强的市场抵消势力和贸易利益谈判力,就会相应降低企业的被纵向压榨成本,也就降低了企业的可变成本。

根据中国的实际情况,我们把国内企业的生产成本决策抽象为四种典型类型(见表 1)。为了符合一般事实特征,下列一些基本条件要得到满足:自主品牌销售于国外市场的可变成本大于为国内企业贴牌企业的可变成本,即要求 $c(1, w) > c(w, 1)$;自主品牌销售于国外市场的总成本要大于自主品牌销售于国内市场的总成本,即 $f + c(1, w) > f + g + c(w, 1)$,即要求 $c(1, w) > c(w, 1)$ 。

表 1 中国本土企业的四种生产决策行为描述

不同情形的企业决策选择	固定成本	可变成本
情形 A:为国外跨国企业或国际大买家贴牌(外向型加工贸易)	0	$c(1, 1)$
情形 B:为国内买家贴牌(内向型加工贸易)	g	$c(w, 1)$
情形 C:自主品牌销售于国外市场	f	$c(1, w)$
情形 D:自主品牌销售于国内市场	$f + g$	$c(w, w)$

参照 Melitz(2003)的思想以及 Grossman 等(2003)的做法,我们假定不同国家的代表性家庭具有如下的相同效用函数,即:

$$U = x_0 + \sum_{j=1}^J \frac{1}{\mu_j} X_j^{\mu_j}, \quad 0 < \mu_j < 1 \quad (1)$$

x_0 表示竞争性条件下的一种标准性同质性产品的消费量, X_j 是指 j 产业的产品所组合而成的消费指数, $j \in [1, \dots, J]$,对于产业 j ,其消费指数为(2)式的常替代弹性函数形式(CES)形式。我们假定对于任

根据我们对江浙粤 2005~2007年实地跟踪调查,企业之间(下游环节对上游环节)、企业与销售商之间的货款拖欠已成为一个影响企业发展的极为重要的一般现象。我们 2006年在浙江温州的调查显示,掌握销售终端的销售商对供应商的货款拖欠或占用期平均为 6~24月,有的甚至高达 3年,这种信用成本已成为影响中小企业生存与发展的最为重要、最为关键的制度因素之一。

这里为了分析的方便,我们假设只有两个国家, $n = 1$ 为发展中国家, $n = 2$ 为发达国家。

何一国或地区的家庭具有相同的商品组合的消费指数:

$$X_j = \left[\sum_{i=0}^{n_j} x_j(i)^{1-\sigma_j} \right]^{1/\sigma_j}, \quad 0 < \sigma_j < 1 \quad (2)$$

这里, $x_j(i)$ 是指 j 产业中第 i 种产品的消费量, n_j 是在 j 产业中的产品种类。产业 j 中任何两种产品的替代弹性为 $1/(1-\sigma_j)$ 。我们假定 $\sigma_j > \mu_j$, 这里所表达的含义是在一个产业内任何两个产品的替代弹性要大于任何两个不同产业间产品之间的替代弹性。

由 (1) 与 (2) 式的条件可知, 代表性企业在不同国家面临如下的需求函数:

$$x_j^n = \frac{1}{\sigma_j} (1-\sigma_j) M^n (X^n)^{(\mu_j - \sigma_j)/(1-\sigma_j)} (p_j^n)^{-1/(1-\sigma_j)} \quad (3)$$

由上面假设条件可知 $p = \frac{1}{\sigma_j} \frac{c(\cdot)}{C(\cdot)}$, 结合需求函数 (3) 式我们知道代表性企业的最大化利润函数为:

$$\pi = (1-\sigma_j) \bar{Y} c_j^{1/(1-\sigma_j)} - k \quad (4)$$

这里, $\bar{Y} = M^n (X^n)^{(\mu_j - \sigma_j)/(1-\sigma_j)}$, $c_j^{1/(1-\sigma_j)} = c(\cdot)^{1/(1-\sigma_j)}$, \bar{Y} 表示世界市场规模, 对任何一个企业来说, 它可以视做一个给定的外生变量。代表性企业在四种不同生产决策选择情形下, 其生产利润函数分别为:

$$\pi_A = \frac{(1-\sigma_j) \bar{Y}}{C(1, 1)} \quad (5)$$

$$\pi_B = \frac{(1-\sigma_j) \bar{Y}}{C(\cdot, 1)} - g \quad (6)$$

$$\pi_C = \frac{(1-\sigma_j) \bar{Y}}{C(1, w)} - f \quad (7)$$

$$\pi_D = \frac{(1-\sigma_j) \bar{Y}}{C(\cdot, w)} - (f+g) \quad (8)$$

由 $C(\cdot, w) < C(\cdot, 1) < C(1, w) < C(1, 1)$ 可知, 决策 D 的斜率大于决策 B 的斜率, 决策 B 的斜率大于决策 C 的斜率, 决策 C 的斜率大于决策 A 的斜率。那么, 对于决策 A 和决策 B, 由 $\pi_A = \pi_B$ 有:

$$\pi_A = \pi_B \Leftrightarrow \pi_{A \times B} = \frac{g}{(1-\sigma_j) \bar{Y}} \left[\frac{1}{C(\cdot, 1)} - \frac{1}{C(1, 1)} \right]$$

同理, 我们可得出:

$$\pi_A = \pi_C \Leftrightarrow \pi_{A \times C} = \frac{f}{(1-\sigma_j) \bar{Y}} \left[\frac{1}{C(1, w)} - \frac{1}{C(1, 1)} \right]$$

$$\pi_B = \pi_C \Leftrightarrow \pi_{B \times C} = \frac{g-f}{(1-\sigma_j) \bar{Y}} \left[\frac{1}{C(\cdot, 1)} - \frac{1}{C(1, w)} \right]$$

$$\pi_B = \pi_D \Leftrightarrow \pi_{B \times D} = \frac{f}{(1-\sigma_j) \bar{Y}} \left[\frac{1}{C(\cdot, w)} - \frac{1}{C(\cdot, 1)} \right]$$

$$\pi_A = \pi_D \Leftrightarrow \pi_{A \times D} = \frac{f+g}{(1-\sigma_j) \bar{Y}} \left[\frac{1}{C(\cdot, w)} - \frac{1}{C(1, 1)} \right]$$

$$\pi_C = \pi_D \Leftrightarrow \pi_{C \times D} = \frac{g}{(1-\sigma_j) \bar{Y}} \left[\frac{1}{C(\cdot, w)} - \frac{1}{C(1, w)} \right]$$

(二)企业信用成本大于品牌构建成本 ($g > f$)情形

1. 当且仅当 $1 < \frac{g}{f} < \bar{h}$, 表示企业信用成本大于企业品牌构建成本, 但是企业信用成本还没有达到远大于企业品牌构建成本的情形, 且

$$\frac{1}{C(\cdot, w)} + \frac{1}{C(1, 1)} < \frac{1}{C(1, w)} + \frac{1}{C(\cdot, 1)}$$

我们会发现存在如图 1 的均衡解 (即企业决策次序为 A - B - D)。这表明, 在 $(0, \theta_{A \times B})$ 时, 企业的最优决策是 A; 在 $(\theta_{A \times B}, \theta_{B \times D})$ 时, 企业的最优决策是 B; 在 $(\theta_{B \times D}, \theta^0)$ 时, 企业的最优决策是 D。这里所表达的含义是, 在一个经济体中, 当由于社会信用扭曲所造成的企业间贷款拖欠成本大于企业构建品牌的成本且小于

某个特定“阈值”时, 微观企业的生产最优决策次序是: 技术能力最弱 (企业规模较小) 的企业从事为跨国企业或国际大买家贴牌的外向型加工贸易生产; 技术能力 (企业规模) 处于中等水平的企业从事为国内买家贴牌的内向型加工贸易生产; 技术能力最强 (企业规模最大) 的企业从事自主品牌销售于国内市场。相反, 从事构建自主品牌销售于国外市场的企业则被挤出。

2 当且仅当 $\bar{h} < \frac{g}{f} < \tilde{h}$, 表示企业信用成本远大于企业品牌构建成本的情形, 且

$$\frac{1}{C(\cdot, w)} + \frac{1}{C(1, 1)} < \frac{1}{C(1, w)} + \frac{1}{C(\cdot, 1)}$$

我们发现会存在如图 2 的均衡解 (最优边界 A - C - B - D)。这表明在

$(0, \theta_{A \times C})$ 时, 企业的最优决策是 A; 在 $(\theta_{A \times C}, \theta_{B \times C})$ 时, 企业的最优决策是 C; 在 $(\theta_{B \times C}, \theta_{B \times D})$ 时, 企业的最优决策是 B; 在 $(\theta_{B \times D}, \theta^0)$ 时, 企业的最优策略是 D。在一个经济体中, 当

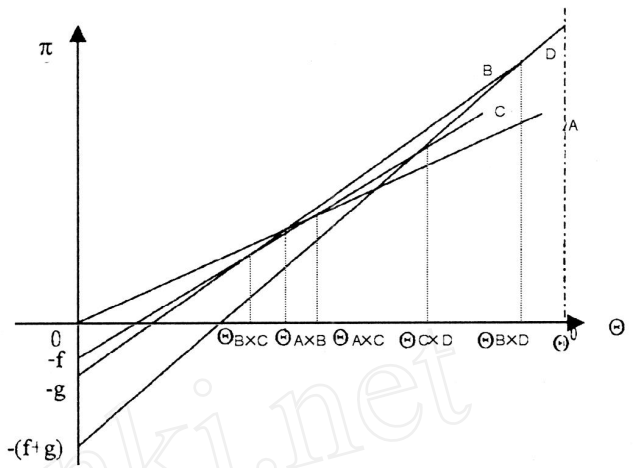


图 1 条件 $1 < \frac{g}{f} < \bar{h}$ 状态 A、B、C、D 四种情形下企业不同决策选择的最优组合

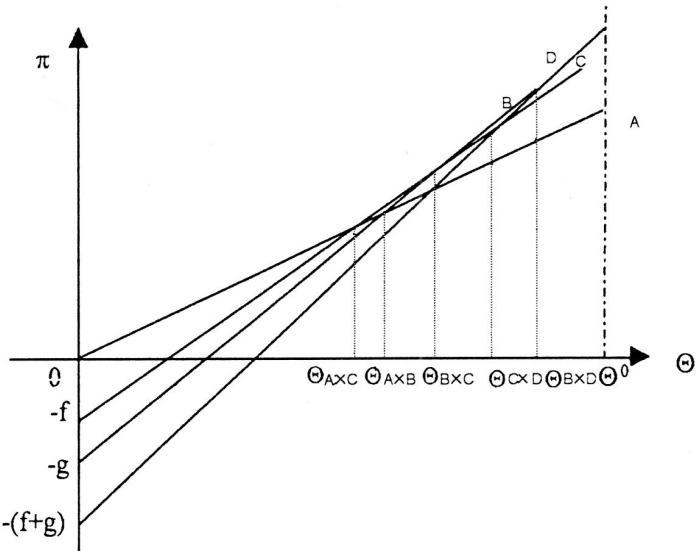


图 2 条件 $\bar{h} < \frac{g}{f} < \tilde{h}$ 状态 A、B、C、D 四种情形下企业不同决策选择的最优组合

这里, $\bar{h} = \frac{C(1, w)/C(1, 1) - C(\cdot, 1)}{C(\cdot, 1)/C(1, 1) - C(1, w)}$ 且可证明 $\bar{h} > 1$ 。

经过简单数值模拟我们发现, 当 $c(1, w) \gg c(\cdot, 1)$ 时, 该式容易得到满足。

由于篇幅限制, 全文有关均衡解的证明过程均省略了, 读者如有兴趣可向作者索取。

为了切合发展中国家相对发达国家的技术落后情形, 我们假定发展中国家企业技术能力 (企业规模) 与发达国家相比是有限的, 即存在一个企业技术能力 (企业规模) 边界 θ^0 。

由于社会信用“严重扭曲所造成的企业间货款拖欠成本远远大于企业构建品牌的成本时,微观企业的最优决策次序是:技术能力最弱(企业规模最小)的企业从事为跨国企业或国际大买家贴牌的外向型加工贸易生产;技术能力较低(企业规模较小)的企业从事自主品牌销售于国外市场;技术能力较强(企业规模较大)的企业从事为国内买家贴牌的内向型加工贸易生产;技术能力最强(企业规模最大)的企业从事自主品牌销售于国内市场。

(三)企业构建品牌成本大于信用成本($f > g$)情形

当且仅当 $0 < \frac{g}{f} < 1$, 且 $\frac{1}{C(\cdot, w)}$
 $+\frac{1}{C(1, 1)} < \frac{1}{C(1, w)} + \frac{1}{C(\cdot, 1)}$ 时,我
 们发现会存在如图 3 的均衡解(最优边
 界次序 A - B - D)。这表明当 $(0,$
 $\Theta_{A \times B}$ 时,企业的最优决策是 A; 当

$(\Theta_{A \times B}, \Theta_{B \times D})$ 时,企业的最优决策是
 B; 当 $(\Theta_{B \times D}, \Theta^0)$ 时,企业的最优策
 略是 D。在一个经济体中,社会信用扭
 曲所造成的企业间货款拖欠成本小于

企业构建品牌成本时,该经济体中微观企业的
 最优决策次序是:技术能力较低(企业规模较小)的企业从事为跨国企业
 或国际大买家贴牌的外向型加工贸易生产;技术能力中等(企业规模中
 等)的企业从事为国内买家贴牌的内向型加工贸易生产;技术能力较强(企业
 规模较大)的企业从事构建自主品牌且销售于国内市场;因为面临出口国外市
 场的高额进入成本,企业不会选择构建品牌销售国外市场的出口活动,即这类
 企业被“挤出”。

(四)加入技术模仿与复制扭曲系数 t 后的企业决策模型

对于多数发展中国家来说,企业技
 术能力的提升与制度环境的质量存在
 较大关联性。由于知识产权保护制度
 缺位,或者更为普遍的是知识产权执行
 机制的缺位,发展中国家微观企业普遍
 面临技术创新被模仿或复制。被模仿
 和复制的程度越大,企业间的技术能力越是趋近于同质化和低端化(张杰、刘志彪, 2007b)。对于发展中
 国家的微观企业来说,由于知识产权保护或执行机制缺位所导致的企业间模仿或复制行为盛行,会对微

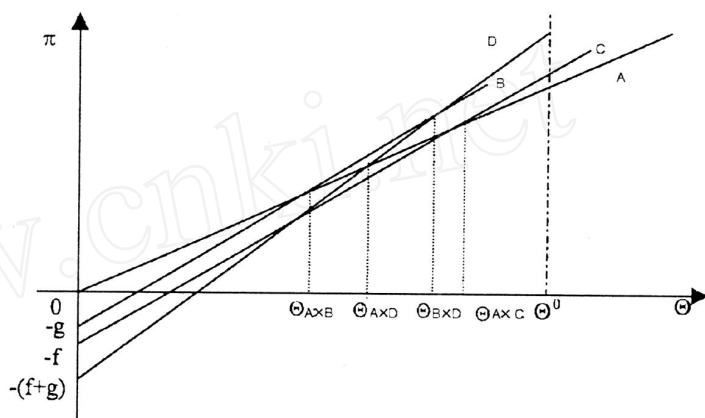


图 3 条件 $0 < \frac{g}{f} < 1$ 状态 A、B、C、D 四种情形下
 企业不同决策选择的最优组合

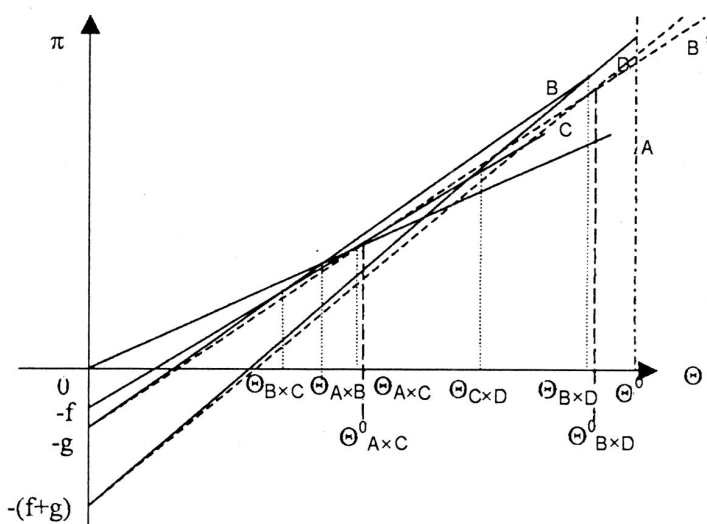


图 4 加入模仿与复制系数 t 后图 1 的变化

观企业的决策模型,由于知识产权保护或执行机制缺位所导致的企业间模仿或复制行为盛行,会对微

观企业产品的技术研发投入成本与收益决策动机造成复杂影响。换言之,企业必须加大研发力度才可维持一定的技术能力,或者说企业进行原有数量的研发投入只能获取比以前小的技术能力竞争优势。

我们设定存在一个技术模仿与复制系数 t , $0 < t < 1$, 在考虑了存在技术模仿和复制的经济体中, 微观企业的技术能力为 $\bar{w} = \frac{w}{1+t}$, 企业可变成本变为

$(1+t) \frac{c(x, y)}{1+t}$, 该式表明企业要维持

原有的技术能力水平, 必须增加可变成本。根据前文对中国典型事实的分析, 我们假定只有从事国内市场的企业会遭受技术模仿和复制的影响, 因此决策 B 和决策 D 的可变成本分别为 $(1+t) \frac{c(\cdot, 1)}{1+t}$ 和 $(1+t) \frac{c(\cdot, w)}{1+t}$, 而 A、C 的

可变成本可视做不变 (这里我们假定产品销售国外的出口企业在一定程度上可避开国内市场“逆向工程”和“套利行为”式的模仿和复制行为, 因此企业可变成本不会受到技术模仿和复制的影响)。

从图 4 可看出, 在加入了技术模仿和复制系数 t 后, B 和 D 的斜率变得平缓一些, 与图 1 对比我们会发现: 选择决策 A 的企业从区间 $(0, \Theta_{A \times B}^0]$ 扩张到 $(0, \Theta_{A \times B}^t]$, 表明更多企业、更高技术能力企业选择从事加工贸易贴牌生产; 相反, 从事构建品牌专营于国内市场的企业受到挤压。

从图 5 可看出, 加入技术模仿和复制系数 t 后, 与图 2 情形对比我们有如下发现: 在一个国内信用制度严重“扭曲”导致企业信用成本远远大于企业构建品牌成本以及知识产权保护制度缺失导致技术模仿与复制系数 t 提高企业可变成本的情形下, 选择决策 A 的企业区间不变, 选择决策 C 的区间由 $(\Theta_{A \times B}^0, \Theta_{B \times C}^0]$ 扩张到 $(\Theta_{A \times B}^t, \Theta_{B \times C}^t]$, 而选择决策 D 的企业则有可能被挤出原有技术能力边界之外。将图 6 与图 3 对比我们可看出, 加入技术模仿与复制系数 t 后, 选择决策 A 的企业从区间 $(0, \Theta_{A \times B}^0]$ 扩张到 $(0, \Theta_{A \times B}^t]$ 。这表明更多企业、更高技术能力企业会被“挤入”到从事加工贸易贴牌生产; 相反, 从事构建品牌专营于国内市场的空间则被压缩。

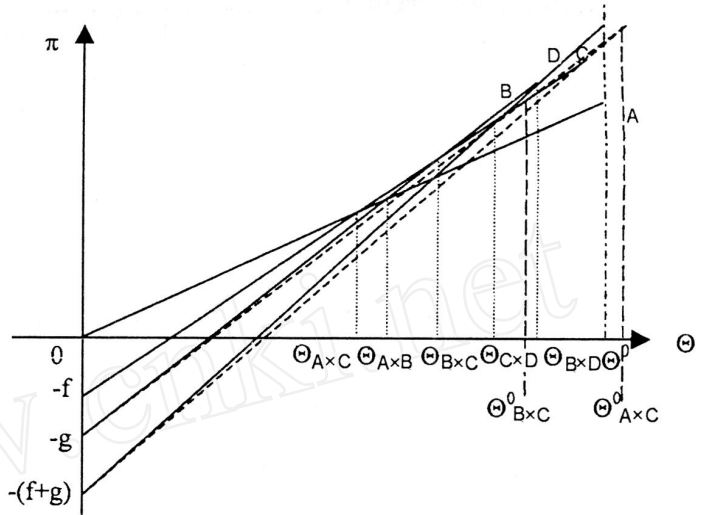


图 5 加入模仿与复制系数 t 后图 2 的变化

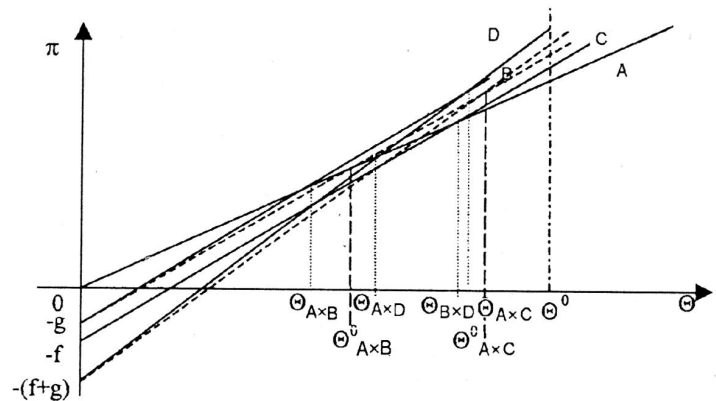


图 6 加入模仿与复制系数 t 后图 3 的变化

四 结论

从中国的经验事实出发, 本文提出实现对外开放的转型国家普遍存在社会信用体系缺失所导致的企
世界经济 * 2008年第 10期 · 10 ·

业间货款拖欠,以及知识产权保护制度缺位所导致的企业间“技术模仿——套利——低成本竞争”行为这两个重要假设。在存在社会信用体系缺失这一条件下,当企业信用成本小于或略大于企业构建品牌成本时,企业的生产决策遵循如下规律:技术能力较低的企业从事为跨国企业或国际大买家贴牌的外向型加工贸易生产;技术能力中等的企业从事为国内买家贴牌的内向型加工贸易生产;技术能力较强的企业从事构建自主品牌且销售于国内市场;而构建品牌出口国外市场的企业则被“挤出”。当企业信用成本远远大于企业构建品牌成本时,企业生产决策遵循如下规律:技术能力最弱的企业从事为跨国企业或国际大买家贴牌的外向型加工贸易生产;技术能力较低的企业从事自主品牌销售国外市场;技术能力较强的企业从事为国内买家贴牌的内向型加工贸易生产;技术能力最强的企业从事自主品牌销售于国内市场。在知识产权保护制度缺位这一条件下,更多相对低技术能力企业被“挤入”到为跨国企业或国际大买家贴牌的外向型加工贸易生产;相反,从事构建自主品牌且销售国内市场的高技术能力企业的生存空间被挤压,甚至在某些极端情形下被完全“挤出”市场。

需要指出的是,中国本土企业的出口扩张事实上是与中国现发展阶段的劳动力比较优势密切相关,本文的解释并不能排斥劳动力比较优势对中国本土企业的出口扩张所应具有的基础性作用。本文的出发点和立足点是为中国本土企业的出口扩张和不同规模(技术)企业的出口决策行为差异提供另一个视角的解读。

参考文献:

- 白重恩、杜颖娟、陶志刚、全月婷(2004):《地方保护主义及产业地区集中度的决定因素和变动趋势》,《经济研究》第4期。
- 陈敏、桂琦寒、陆铭、陈钊(2007):《经济开放与国内市场一体化进程:来自中国经济转型的证据》,复旦大学工作论文。
- 李善同、侯永志、刘云中、陈波(2004):《中国国内地方保护问题的调查与分析》,《经济研究》第11期。
- 张杰、刘志彪(2007a):《套利行为、技术溢出介质与中国地方产业集群的升级困境与突破》,《当代经济科学》第3期。
- 张杰、刘志彪(2007b):《需求因素与全球价值链形成:兼论发展中国家的“结构封锁型”障碍与突破》,《财贸研究》第6期。
- 朱希伟、金祥荣、罗德明(2005):《国内市场分割与中国的出口贸易扩张》,《经济研究》第12期。
- Aw, Bee - Yan; Chung, Sukkyun and Roberts, Mark J. “Productivity and Turnover in the Export Market: Micro - level Evidence from the Republic of Korea and Taiwan (China).” *World Bank Economic Review*, 2000, 14, pp. 65 - 90.
- Baldwin, R. E. “Heterogeneous Firms and Trade: Testable and Untestable Properties of the Melitz Model.” *NBER Working Paper No. 11471*, 2005.
- Bernard, A. B. and Jensen, J. B. “Exceptional Exporter Performance Cause, Effect, or Both?” *Journal of International Economics*, 1999, 47, pp. 1 - 25.
- Clerides, S. K.; Lach, Saul and Tybout, J. R. “Is Learning by Exporting Important? Micro - dynamic Evidence from Colombia, Mexico and Morocco.” *Quarterly Journal of Economics*, 1998, CXIII, pp. 903 - 947.
- Grossman, G. M.; Helpman, E. and Szeidl, A. “Optimal Integration Strategies for the Multinational Firm.” *Discussion papers in Economics*, No. 25, 2003.
- Krugman, Paul “Scale Economics, Product Differentiation, and the Pattern of Trade.” *American Economic Review*, 1980, 70(5), pp. 950 - 959.
- Levehenko, Andrei “Institutional Quality and International Trade.” *MF Working Paper WP/04/231*, 2004.
- Metz, M. “The Impact of Trade on Intra - industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity.” *Econometrica*, 2003, 71(6), pp. 1695 - 1725.
- Nunn, Nathan “Relationship - Specificity, Incomplete Contracts and the Pattern of Trade.” *The Quarterly Journal of Economics*, May, 2007, pp. 569 - 600.
- Yeaple, S. R. “A Simple Model of Firm Heterogeneity, International Trade and Wages.” *Journal of International Economics*, 2005, 65, pp. 1 - 20.

(截稿 2008年 2月 责任编辑:杜亚平)