

第四节 当代国际贸易理论新发展

本节主要内容：

发展的背景

内容：

- 产业内贸易理论
- 公司内贸易理论
- 产品内贸易分工理论
- 异质性企业贸易理论（新新贸易理论）
- 数字经济与数字贸易理论
- 国家竞争优势理论

发展背景

20世纪中期的第三次科技革命对国际贸易格局产生了巨大影响，国际贸易中出现了传统比较成本、要素禀赋理论无法解释的现象：

- 一是发达国家之间相互贸易的比重迅速上升，并逐渐成为占主体的国际贸易类型，而且，在发达国家之间的相互贸易中，发生在同一个产业部门内部的贸易越来越成为贸易的主要形式，如美国和日本在汽车产业部门内部的贸易。这种现象传统理论无法解释，按照比较成本和要素禀赋理论，国际贸易应该发生在要素禀赋不同的国家之间的不同要素密集型产业之间，如美国和中国在汽车和服装之间的贸易；
- 二是跨国公司内部贸易迅速发展，特别是20世纪90年代以来，随着要素流动性的加强和经济全球化程度的日益加深，跨国公司在全球范围内开展同一产品内的垂直专业化分工，导致零部件、中间产品贸易迅速发展。而传统理论都是以国家作为单位的，贸易的主体是比较成本、要素禀赋不同的国家，没有涉及公司的作用；
- 当代经济学家对这些现象进行了深入研究，提出了产业内贸易理论、公司内贸易理论和产品内贸易理论（或称垂直专业化理论）。

- 本世纪80年代，西方国际经济学家还构建了异质性企业贸易理论，主要从企业微观层面上揭示企业的异质性，如生产率的差异、产品生产能力的差异等对企业出口等决策的影响以及由此产生的新贸易利益来源。由于前面的产业内贸易理论原来被称为新贸易理论，所以异质性贸易理论也被称为新新贸易理论。
- 上述理论都是解释某一种贸易现象的，有学者从全面的角度强调国际贸易分工中的国家竞争优势的作用，使国际贸易分工理论更具说服力和全面性。这就是国家竞争优势理论
- 下面我们按照这个线索加以学习



一、产业内贸易理论



(一) 产业内贸易的概念

国际贸易从产品内容上大致可以分为两种类型：

产业间贸易(inter-industry trade)：一国进口和出口属于不同产业部门生产的商品，也称部门间贸易。如出口服装，进口汽车。

产业内贸易(intra-industry trade)，也称为部门内贸易，即一国既出口同时又进口某种同类型制成品。在这里，相同类型的商品是指按国际商品标准分类法统计时，至少前3位数都相同的商品，也就是至少属于同类、同章、同组的商品，既出现在一国的进口项目中，又出现在该国的出口项目中。如一国既出口汽车，又进口汽车

产业内贸易的特点

- 产品流动的双向性

产业间贸易单向：根据比较优势，一国出口X产品，进口Y产品

产业内贸易既进口又出口：既进口汽车，又出口汽车

- 产业内贸易的产品具有相似性

由于属于同类产品，因此具有消费的可替代性

例如不管是高档汽车，还是低档汽车，都是代步工具，可以替代

- 产业内贸易的产品生产中使用相似的要素投入

由于产业内贸易对象是同类产品，因此投入的要素相似

如此，进出口产品不是自己不能生产，也不完全是因为成本和价格原因

因

基础：规模经济、产品差异化、不完全竞争（后面分析）

产业内贸易水平的衡量： 产业内贸易指数

产业内贸易的发展程度可用产业内贸易指数来衡量。从某一产业的角度分析,产业内贸易指数的计算公式为:

$$A_i = 1 - \frac{|X_i - M_i|}{X_i + M_i} \quad (1)$$

式中 X_i 指一国 i 产品的出口额, M_i 指该国 i 产品的进口额。 A_i 代表 i 产品的产业内贸易指数, A_i 在 0~1 之间变动: A_i 愈接近 1, 说明产业内贸易的程度愈高; A_i 愈接近 0, 则意味着产业内贸易程度愈低。

从一个国家的角度来看,产业内贸易指数由各种产品的产业内贸易指数加权平均数求得,它表示一国产业内贸易在对外贸易总额中的比重。其计算公式为

$$A = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n |X_i - M_i|}{\sum_{i=1}^n X_i + \sum_{i=1}^n M_i} \quad (2)$$

式中 A 表示某国所有产品综合产业内贸易指数, n 表示该国产品的种类。其他字符的含义与公式(1)相同。

因为 A_i 越接近 1, 是因为后面分数中 X_i 与 M_i 越接近, 即一国既出口又进口 i 产品, 且规模相近; 反之, 如果 A_i 越接近 0, 则后面的分数越接近 1, 即 X_i 、 M_i 中有一个接近 0, i 产品主要表现为单向流动

(二) 产业内贸易的理论分析

偏好相似论

市场结构理论



林德(Linder, 1961)的偏好相似论

- 最早试图对产业内贸易现象作出理论解释的是瑞典经济学家林德(Linder)。他在1961年出版的《论贸易和转变》一书中提出了偏好相似理论，第一次从需求角度对国际贸易的原因作出分析。

- **偏好相似论基本观点：**

一国的出口产品最初是为满足国内需求

产品的出口结构、流向及贸易量大小决定于本国需求偏好

需求偏好决定于该国的平均收入水平。



- **产品的出口是以国内需求为基础的**

林德认为，工业产品的生产最初都是以满足国内需要为目的的，只有随着国内市场扩大，产品具有国际竞争力以后，才可能出口。

原因有三 →



1、产品生产初期之所以以国内需求为基础，是因为，企业家对国内市场的熟悉程度远远超过对国外市场的熟悉程度，在工业生产初期他们更看重国内市场的获利机会。

企业家不可能生产一种在国内无市场需求的新产品。只有当产品在国内市场站稳了脚跟，且企业规模发展到足够大的时候，企业家才会想到扩大市场范围，通过产品出口来获取国外利润。出口是国内市场扩大的结果。



2、新产品、新技术的发明其动力首先来自本国需求

新产品、新技术的发明是因为本国的具体环境和特殊问题需要转化，才推动人们去从事技术革新和发明创造 → 生产规模扩大，只有生产扩大超过需求增长时，才促使生产厂商向国外出口。

3、只有国内需要的商品才具有相对成本优势

一种新产品要使它最终适合市场需求，需要在生产者和消费者间不断进行信息交流。国内这种交流成本低，而如果市场在国外，则这种交流的成本会很高昂。



两国产业内贸易程度决定于两国消费者偏好相似程度

两国消费者需求偏好越相似，产业内贸易的可能性越大：

两国需求偏好越相似，则一国代表性需求的商品也越容易在另一国找到市场，因而这两个国家之间的贸易量越大。

两国需求偏好越完全一样，则两国的进出口结构也可能一样，一国所有可能进出口的商品也是另一国所有可能进出口的商品。



需求偏好的相似程度决定于平均收入水平

•为什么发达国家间产业内贸易量大?

收入水平进而需求偏好相似

•为什么收入水平相差较大的发达国与发展国家间也会发生产业内贸易

收入分配不均使发达国家低收入者需要对方向同类低档产品，
发展中国家高收入者需要对方向同类高档产品



结论——

- **结论：**

两国人均收入水平相近，其需求偏好就相似，两国产业内贸易范围最大；

两国人均收入水平相差大，其需求偏好就相异，两国产业内贸易存在障碍；

两国中一国是比较优势的产品在另一国没有需求，则两国无从发生贸易。

- **偏好相似论的贡献及其启示**

贡献：从需求角度解释了产业内贸易现象，弥补了传统理论的不足

启示：一国必须高度重视国内需求的作用

不足：单从需求角度解释产业内贸易是不足的



市场结构论



- 传统的国际贸易理论假设前提很多，前面我们已经指出有九大假设前提。最主要有两点：

规模收益不变

市场完全竞争

- 这些假设前提毫无疑问与当今社会经济生活相去甚远

- **以克鲁格曼 (Krugman, Paul)为代表的经济学家**吸取以往国际贸易理论的合理因素，创建了一个新的分析框架，提出**新贸易理论**：

利用产业组织理论和市场结构理论来解释国际贸易新现象，**用不完全竞争、规模报酬递增、产品差异化**来构造新的理论模型，分析产业内贸易基础。

这个实际上也进一步验证了比较成本理论的科学性：比较成本理论作了一系列抽象，得出了国际贸易的一般规律。要对具体的国际贸易现象做出解释可以把前提加以放松，从而得出反映具体贸易现象的理论

- 保罗·克鲁格曼：

各国参与国际分工的基本原因有两个，这两个原因都有助于各国从贸易中获益：**第一，进行贸易的国家存在着千差万别。第二，国家之间通过贸易能达到生产的规模经济。**现实生活中的各种国际贸易模式反映了上述两种贸易动机的相互作用。

——保罗·克鲁格曼：《市场结构和对外贸易》



市场结构论对产业内贸易的解释

总体分析框架：

- **供给方面：**

 - 规模经济

 - 同类产品的差异化与垄断竞争

- **需求方面：**

 - 消费者偏好的多样性

 - 各国消费者需求的部分重叠

- **产业内贸易的发生：**

 - 两国产品结构和消费层次结构的重叠

- 在学习该理论之前，我们首先学习规模经济的有关概念及其对国际贸易的影响

规模经济可以分为外部规模经济和内部规模经济

- **外部规模经济**

指产业层次上的规模经济，又称外部经济，是指单个厂商从同产业内其他厂商的扩大中获得的生产率提高和成本的下降。

(例如如果一国汽车产业发展壮大了，则该国汽车行业的厂商都可以从中受益：技术外溢带来生产效率提高，配套能力增强、市场扩大带来成本降低)

外部规模经济不仅指一国国内同一产业的扩大,而且指世界同一产业的扩大。由于国际贸易的存在，世界上同一产业的扩大必然通过各种途径促进一国厂商生产率提高和成本下降。

厂商一般不必为获得外部经济而付费，这也就是我们说的正外部性

外部规模经济可分为技术外部经济和货币外部经济

- **技术外部经济：**

指厂商通过同一产业或相关产业中其他厂商的技术外溢和从干中学获得技术和知识，从而带来市场效率提高和成本下降

- **货币外部经济：**

指厂商从同一产业或相关产业的聚集中获得的市场规模效应，包括从这些产业的集中和扩展中便捷、廉价、可靠地获得原材料、中间品、技术工人和专门化服务，从而获得生产率的提高和成本的降低。

外部规模经济对国际贸易的影响

- **发生的行业：**主要是资本、技术密集型产业，这些行业对规模经济要求高
- **四方面影响：**

第一，出口与外部规模经济的良性循环：当存在外部经济且其他条件相同时，大规模从事某一行业产品生产的国家往往具有较低的生产成本，因为能够廉价生产某种产品的国家一般会大量生产该种产品。强烈的外部经济会巩固现有的贸易模式：那些原先大量生产某些产品的国家倾向于维持自己的大生产者地位。

第二，出口的先发优势：谁率先生产并出口具有外部经济特征的产品，将因此获得先发优势，巩固自己在国际市场的位置

第三，战略性贸易政策的使用

率先生产并出口具有外部规模经济特征的产业的国家的国家将因为规模经济而获得超额利润，并给后来者树立进入门槛（市场份额要求，低成本优势），这迫使后发国家实施战略性贸易政策，为本国企业创造进入条件。（这将在第六章学习）

第四，外部规模经济的利得

外部规模经济毫无疑问有利于率先进入者，可以获得超额利润。

对后发国家可能有利，可能不利：后发国家可以从技术外溢中获益，但当市场被国外垄断时则会受损

对消费者福利也是可能受益可能受损：外部规模经济带来成本降低，厂商可以降低价格；但如果厂商实行垄断，**以外部经济为基础的贸易有可能会使一国的福利水平比没有贸易时下降。**

外部规模经济对国际贸易的影响案例：以瑞士和泰国钟表生产为例（下页图）

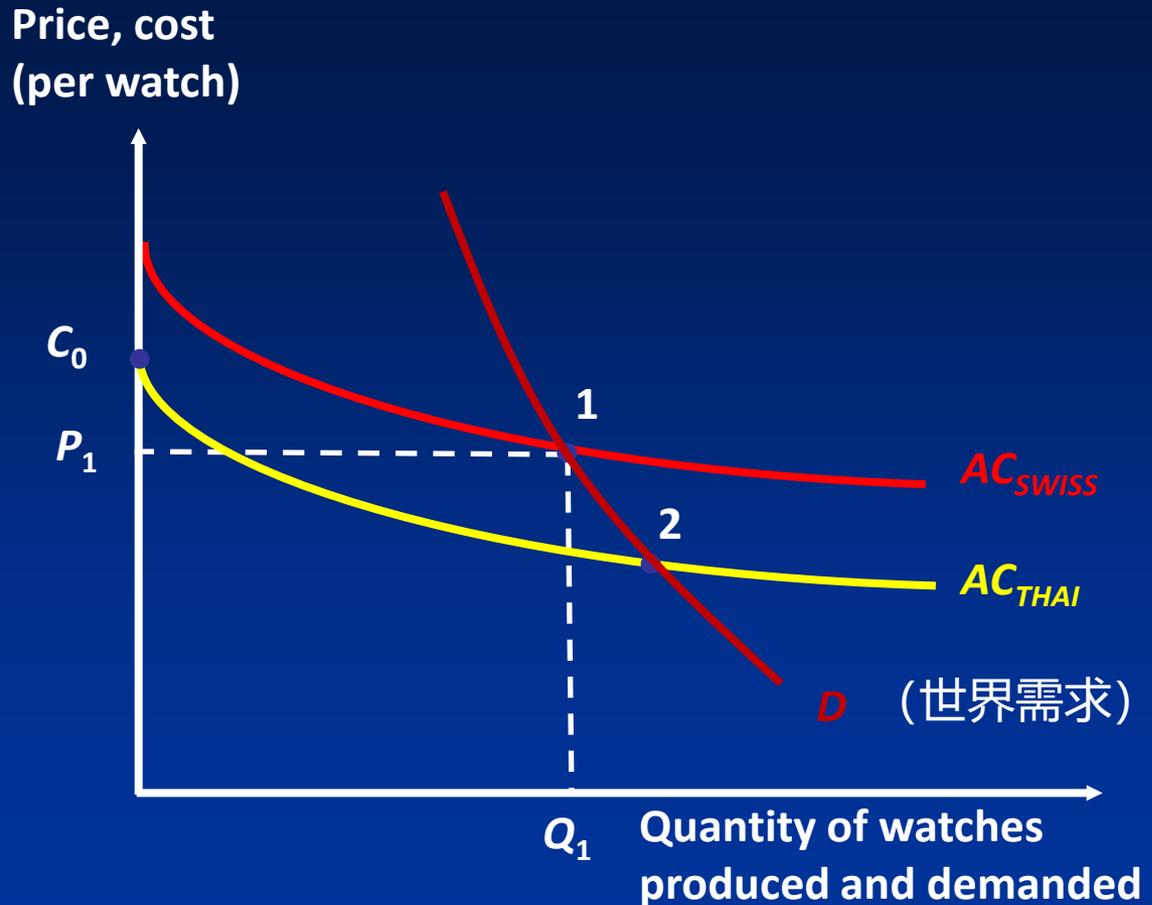
假设世界钟表市场需求曲线为D

瑞士率先进入钟表市场，并依靠外部规模经济，随着生产规模扩大，生产平均成本降低，为 AC_{swiss} ，从而决定了世界市场价格为 P_1 ，产量为 Q_1

泰国生产成本低于瑞士，其平均成本为 AC_{THAI} ，但因为瑞士率先进入，并确定了世界市场价格为 P_1 ，泰国厂商想进入，在 P_1 上端的那段 AC_{THAI} 就面临亏损。

因此这时就需要泰国政府在泰国厂商进入之初实施战略性贸易政策，给本国厂商加以扶持，例如给予补贴，或通过征收进口关税限制瑞士手表进口

1. 只存在外部规模经济。
2. 泰国生产手表的平均成本低于瑞士。
3. 瑞士首先建立手表工业。
4. 瑞士以价格 P_1 销售手表，低于泰国从事生产的初始成本 C_0 。



启示：在历史因素决定一国的生产模式中外部经济发挥了很大的潜在作用，而且它使一些已经形成的专业化生产模式得以持续下去，即使这些国家已不再拥有比较优势。

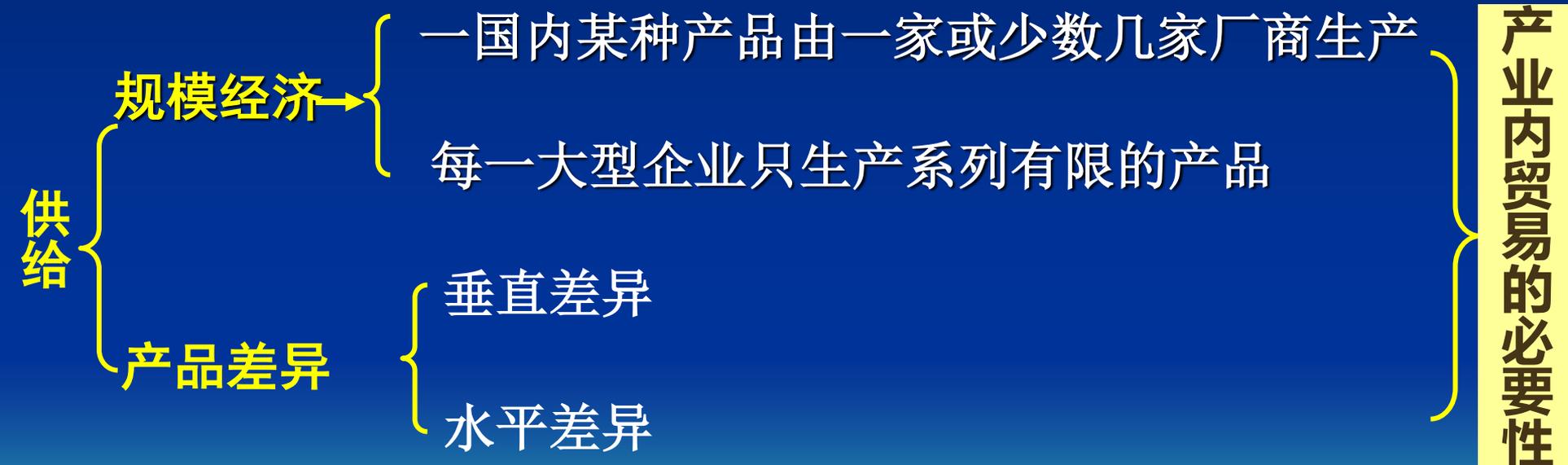
内部规模经济

- **内部规模经济**：指单个厂商层次上的规模经济，是指厂商的单位产品生产成本在一定范围内是随着厂商生产规模的扩大而下降。
- **内部规模经济产生的原因**：由于生产要素的不可分性，随着生产规模的扩大，分摊到单位产品中的机器设备、管理费用会降低，从而产品的平均成本降低。
- 市场结构论主要运用内部规模经济与产品差异化、需求差别来解释产业内贸易的原因

从供给角度

产品差别与规模经济对产业内贸易的影响框架

- 规模经济是导致产业内贸易的必要基础。
- 规模经济和产品差异化之间存在着密切的联系。



规模经济和产品差异作用的结果说明一国大规模厂商从规模经济角度出发不可能生产所有系列的同类差异化产品，而只会生产有限系列产品。讲解见后面

产品差异化

- 在传统贸易理论中假设同类产品是同质的，如英国和葡萄牙的葡萄酒是同质的，产品市场是完全竞争的，产品价格主要由成本决定。但实际上大多数工业品的市场是垄断竞争性市场：一方面，各种产品类似并有一定的替代性，因此互相竞争；另一方面，产品又不完全一样，各有一定特征，所以各自又有一定的垄断性。这样，产品差别，即企业产品所具有的区别于其他同类产品的主观上或客观上的或大或小的特点，成为普遍的现象。
- 产品的客观差别可以分为两种类型：垂直差别和水平差别。
- 垂直差别：产品根本特性在其程度上的差别，即同一种产品在档次上的差别。这种差别主要体现在产品的质量等级上。
- 水平差别：具有完全相同的根本特性并属于同一档次的同类产品，在规格、款式之间的差别。
- 总之，由于质量等级不同，规格、款式不同，同一种商品存在着根本特性一致下的不同层次。这是造成垄断竞争市场格局的重要原因。比如汽车的根本特性是代步工具，但从垂直差别角度有高中低档的差别；从水平差别角度看，同为高档汽车，又有品牌、规格的差别。

内部规模经济、产品差异化 对产业内贸易的影响

内部规模经济是导致产业内贸易的必要基础。这是因为：

- 一方面，规模经济促进了各国在各产业内部发展专业化生产，使建立在产业内专业化分工基础上的产业内贸易得以迅速发展；
- 另一方面，规模经济和产品差异化之间存在着密切的联系：

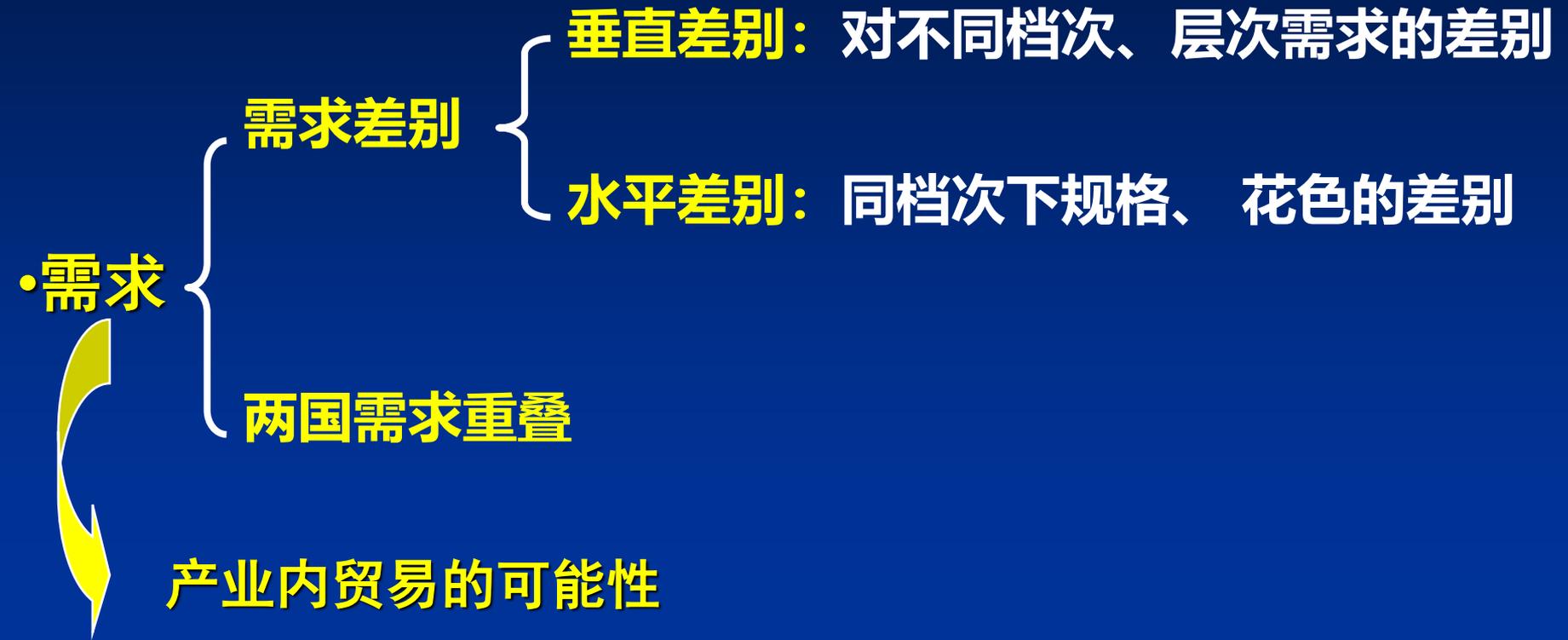
正是规模经济的作用，使得众多的生产同类产品的企业在竞争中优胜劣汰，形成一国内某种产品由一家或少数几家厂商来生产的局面，大型企业进而能发展成为出口商。

由于规模经济的制约作用，每一国的大型企业只能生产出系列有限的产品来，同时各国生产的产品又各具特色。

产品差异的存在既是促进企业走向专业化、大型化的因素，从而能获得经营上的规模效益，也为生产者的相互竞争提供了市场，为消费者的多样化选择提供了物质保证。可以说，规模经济和产品差异化之间的相互作用，是导致产业内贸易的基础性原因。

通俗地说，由于规模经济和产品差异化的共同作用，一国厂商不可能生产出所有的同类差别化产品，需要开展产业内贸易

需求差别与产业内贸易



在前面学习比较成本、要素禀赋理论时我们知道，它们都有一个共同的假设前提，假设各国消费者需求是一样的，但现实中消费者的偏好是极其多样化而互有差别的。

- 消费者的需求差别同样可以分为垂直差别和水平差别：

消费者需求的垂直差别：消费者对同类产品中不同质量等级的选择，主要受收入水平的制约；

水平差别：消费者对同类、同一质量等级产品的不同规格或款式的选择上，主要取决于主观偏好。

- 消费者需求不同层次的多样性，需要有相应的产品多样化来予以满足。当两国消费者需求存在重叠的时候，两国就存在产业内贸易的可能性

- **产业内贸易的现实发生：两国供给结构和需求结构的重叠**

发达国家间的产业内贸易：

当我们同时考察两个或两个以上国家的供给和需求状况时，就会发现不同国家的产品层次结构和消费层次结构存在重叠现象。

对发达国家来说，由于不同发达国家的经济发展水平相近，其产品层次结构和消费层次结构大体相同。这就是说，甲国厂商提供的各种档次的同一种类产品基本上能够为乙国的各种层次的消费者所接受；反过来说，甲国的各种层次的消费者也能接受乙国厂商提供的各种档次的同类产品。这种重合是发达国家之间产业内贸易的前提和必要基础。

由于发达国家经济发展水平、收入水平相近，消费者偏好相似，他们的产业内贸易基本在同一个水平层次上开展同类差异化产品贸易，我们称为**水平型产业内贸易**

发达国家与发展中国家之间的产业内贸易：

发达国家与发展中国家之间的产品层次结构与消费层次结构也有部分重叠。

发展中国家能够提供适合发达国家消费者的产品，发展中国家消费者也能够接受发达国家的部分产品。例如，一个发展中国家高收入阶层中的消费者和一个发达国家低收入阶层的消费者都要购买某种牌号的经济车。不同国家的消费者对同一规格的产品有相同的需求是普遍的现象。发展中国家的产品层次结构与发达国家的消费层次结构以及发达国家的产业内贸易与发展中国家消费层次结构的这种双向重叠，使得发达国家与发展中国家的产业内贸易成为可能

在发达国家与发展中国家的产业内贸易中主要表现为发达国家向发展中国家出口同类的中高级产品，发展中国家向发达国家出口同类低级产品。这种在不同水平层次上开展的产业内贸易我们称之为垂直型产业内贸易。

同质产品垄断厂商的相互倾销与产业内贸易

- 同质产品的产业内贸易指两国之间发生具有完全替代性的同质产品的双向贸易现象。
- **Brander、Krugman(1983)假定**：有两家企业，即本国企业和外国企业，生产完全相同产品，并且每一企业的产出决策以假定另一企业产出不变为前提 **→** 在寡头垄断市场模式下，当市场存在分割时，即使两国特征、生产函数和消费函数均相同，寡头垄断企业也可以通过在对方市场进行倾销，从而发生同质产品的产业内贸易现象。
 - ↳ 对于同质产品而言，即使不存在产品成本差别、要素禀赋及消费者偏好差异，也会由于企业的销售策略而发生产业内贸易现象。
- 同质产品垄断厂商出口倾销模型——

在下一页图中，我们假设有本国和外国两家厂商生产同类同质的产品，其生产技术水平、消费者需求完全一致。假设图中左边是本国厂商的情形，右边是外国厂商的情形，横轴代表产品数量，纵轴代表价格。

假设两国垄断厂商面临的需求曲线是一样的，斜率相同。本国厂商的需求曲线为 D_d ，外国厂商为 D_f ，其各自的边际收益曲线为 MR_d 和 MR_f 。所谓边际收益我们在微观经济学中已学习过，前面第二章也已介绍过，是指厂商每增加一个单位产品生产所增加的收益。我们回忆一下，对垄断厂商而言，他要增加产品销售，就要降低价格，收益其边际收益曲线在需求曲线下方。

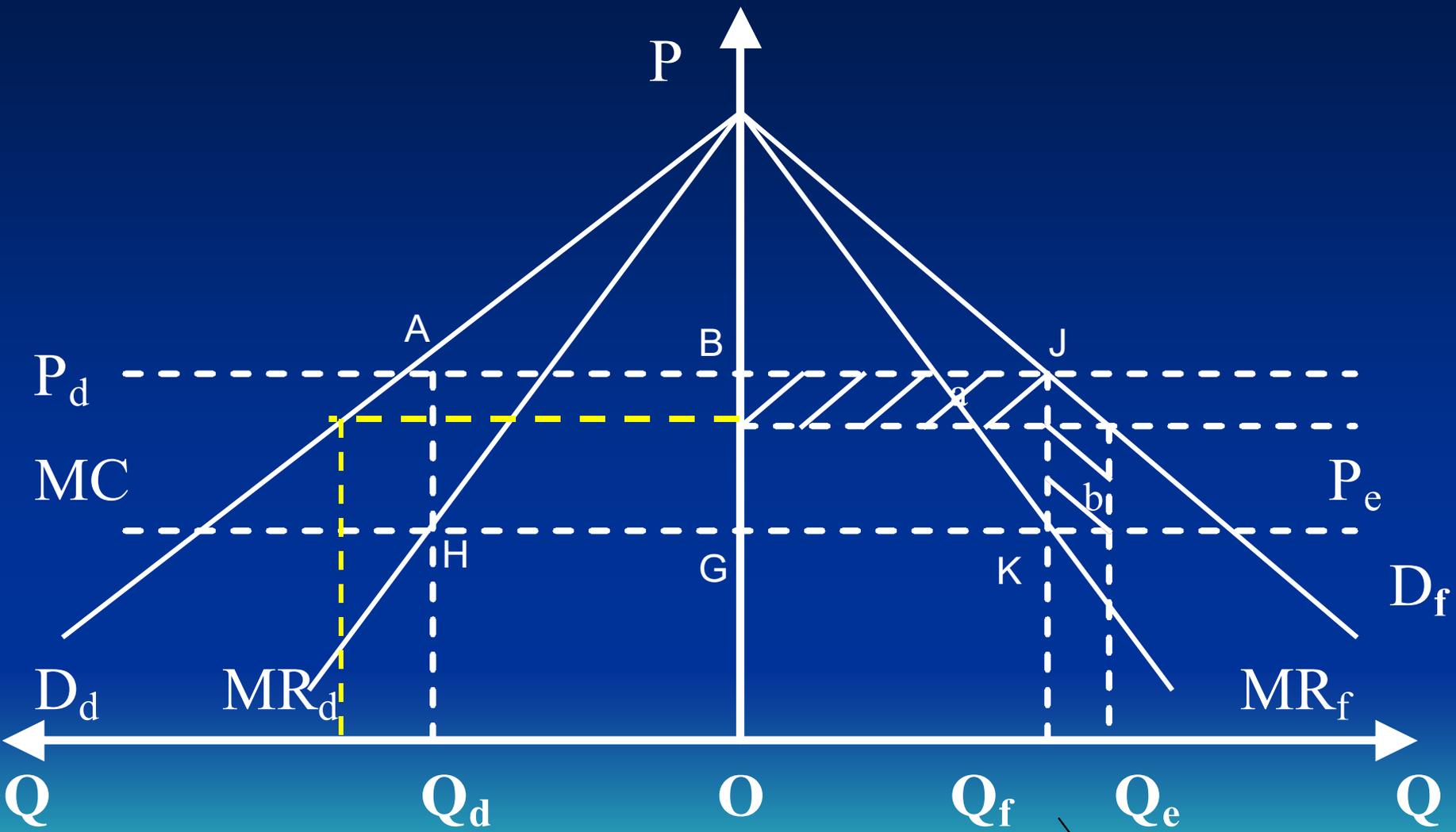
在假设两国厂商的边际成本相同，且保持不变，为图中的 MC 。

这样，在贸易前两国各自生产满足国内产品需要时，两国的产量和国内价格由边际收益曲线和边际成本曲线的交点所决定。本国产量也是需求量是 Q_d ，外国是 Q_f ，两者相等。两国国内价格皆为 P_d 。本国厂商价格高于成本的部分 $ABGH$ 即为本国厂商的超额利润。由于假设两国情况一致，外国厂商的超额利润 $BJKG$ 与本国厂商相同。

现在本国厂商在垄断国内市场基础上试图以较低的价格向对方倾销该商品，比如价格为 P_e 。当价格为 P_e 时，外国需求量增加到 Q_e ，本国厂商就可以在外国增加 $Q_f Q_e$ 的销售，获取 b 的超额利润；外国厂商也会采取相同的策略，在本国市场获取同样的超额利润。

这一轮相互倾销会导致两国同质产品的产业内贸易，贸易量为 $Q_f Q_e$ ，各自从对方市场获取 b 的超额利润。但与此同时，双方国内市场价格都会降至 P_e ，双方各自损失 a 的超额利润。厂商的净利润损益就取决于增加的 b 与损失的 a 的比较。消费者是从中获益了，消费增加，价格降低。

同质垄断出口厂商的相互倾销与产业内贸易



产业内贸易与公司特定优势

- 产业内贸易理论表明，产业内贸易的产生除了需求重叠外，更主要的在于市场结构的原因，即不完全竞争市场中的产品差别、规模经济。
- 产品差别和规模经济在现实中体现为公司特定的垄断优势。

公司特定竞争优势的主要表现

- 一是规模经济优势

→公司依靠规模经济可以获得低成本的优势

- 二是知识资产的优势

→公司特有的专利、专有技术和独特的管理、销售模式可以生产差别化产品，从而获取垄断优势。

- 公司特定优势,进而产业优势的差别促进了发达国家间的产业内贸易，同时意味着在产业内贸易中



国际贸易基础从国家优势（比较优势）
向产业优势、公司优势转变

公司特定优势与

发达国、发展国之间的产业内贸易

就一国而言，其产业优势与公司优势不一定是平衡的：一国整体产业处于优势，但同时某些差异化产品上其公司处于劣势，如发达国家的汽车产业；一国整体产业处于劣势，但同时某些差异化产品上其公司可能处于优势，如发展中国家的汽车产业，这样产业优势与公司优势的不平衡使发达国家与发展中国家也可以开展产业内贸易

- 发达国家：

整体产业优势中的局部公司劣势

- 发展中国家：

整体产业劣势中的局部公司优势

产业内贸易的利益

- 就生产而言

效益依托规模优势而不断提高

外溢效应可以促进生产技术水平提高和经济增长

- 消费者

从产品多样化或更便宜的价格水平中得到更大的满足，从而提高社会福利程度。



产业内贸易理论的总结

总的来说，造成产业内贸易现象的主要原因是产品差别、规模经济、消费者偏好差别以及国家之间产品层次结构和消费层次结构的重合。各个国家的公司或产业的国际竞争力对产业内贸易的格局起决定性作用，而不是依赖于各国由于生产要素禀赋不同而造成的相对优势。当两国要素禀赋结构相似而无多少产业间贸易发生，且规模经济占重要地位和产品高度差异化时，从生产规模化和产品多样化中获得的利益就会超过常规的比较利益，产业内贸易便成为贸易利益的主要来源。这些利益明显地表现在两个方面：一是生产效益将依赖于规模优势而不断提高；二是消费者可以从产品多样化或更便宜的价格水平中得到更大满足，从而提高社会福利程度。



产业内贸易对中国的启示

产业内贸易是目前国际贸易的主要现象，其基础是规模经济、产品差异化和垄断竞争所决定的公司优势和产业竞争优势，一国要真正提高自己的国际分工单位，就必须努力培育这方面的优势。

- 要求我国对外贸易战略的转变

从发挥比较优势向创造竞争优势（公司优势，产业优势）转变

- 美国制裁中兴的启示

我国电子产业大而不强，公司优势与产业优势不足，国际竞争力不强



二、公司内贸易理论

跨国公司的迅猛发展是当代世界经济的突出现象。在世界贸易中，有相当一部分属于公司内贸易，即跨国公司的母公司与子公司或子公司之间的国际贸易。

联合国贸发会议估计，跨国公司公司内贸易约占世界贸易的40%左右，跨国公司公司内及相互间贸易约占世界贸易的80%。



公司内贸易的概念

- 公司内贸易是指跨国公司的母公司与子公司、子公司与子公司之间的国际贸易。
- **公司内贸易与一般国际贸易的区别与联系**

联系：公司内贸易属于国际贸易，是因为在公司内贸易中，当母子公司、子子公司分布在不同国家时，商品的运动跨出了国界，是两个相对独立的实体之间进行的商品交换，贸易的结果对各实体所在国的国际收支均产生影响。

区别：

公司内贸易的主体： 双方都处于共同所有权控制之下，进行交换的市场是跨国公司的内部市场而非公开的国际市场；

公司内贸易的价格： 是跨国公司内部由行政力量制定的转移价格和调拨价格，规避了市场机制，服务于公司的整体战略，从而使价格与成本并不一定一致；

公司内贸易的客体： 公司内贸易的商品大多是中间产品，特别是跨国公司独有的专利、技术，这反映了同一生产部门内专业化分工的深化，而且很大程度上是产品内分工的结果

• 公司内贸易与产业内贸易的联系——



公司内贸易与产业内贸易的联系

第一, 发生的国家相近: 主要发生在发达国家

第二, 发生的领域相同

主要分布在资本技术密集型产业领域

费斯特纳和海尔穆特(Forstner and Helmut):

1985年22个发达国家间产业内贸易比重最大的产业: 合成原料、
电力机械、航空、有机化学、办公机械、医药化工等。

1987年32个国家不同行业跨国公司内部贸易: 母公司内部出口占公司总出口比重最高的为——计算机、汽车、机械、石油、
电子、医药化工。

第三, 二者的微观主体相同: 主要是发达国家的跨国公司

公司内贸易的理论解释

- **跨国公司为什么要进行公司内贸易：**

绕过成本过高的外部市场让交易在公司内部进行，以降低交易成本。

- **跨国公司为什么能进行公司内贸易**

与公司的直接投资行为联系在一起。没有国际直接投资，跨国公司不在国外设立分支机构，就谈不上公司内贸易。因此有的学者把公司内贸易理论归入对外直接投资理论，将贸易与直接投资结合起来进行研究，以探寻公司内贸易发展的规律性。对此，我们将在第九章中进行详细的分析。

公司内贸易理论的理论基础

- **理论基础：**新制度经济学的交易成本理论、内部化理论
- **代表人物：**

(美) 科斯 (Coase): 1937发表《企业的性质》，提出交易成本理论
(1991年诺贝尔经济学奖)

- **交易成本重要概念：**

市场失效：市场并不是像新古典经济学认为的是完全有效的，厂商只要按照市场价格信号从事生产即可。现实中市场不完全，市场信息分布不均 →

交易成本：由市场不完全引起的搜寻信息的成本，谈判签约成本，监督合约履行成本，违约的成本等等 →

市场内部化：既然市场不完全产生交易成本，那不通过公开市场，而是把市场建在企业内部，通过公司行政力量安排建议，就可以避免交易的不确定性，减少交易成本 →

企业的性质：是一种制度安排,是市场的替代物

企业的边界：企业行政成本（协调成本，人员成本等） = 市场交易成本。如果企业规模过大，企业行政成本超过市场建议成本，就是不经济的

公司内贸易与交易成本的内部化

- 就跨国公司进行公司内贸易的直接动机而言，它反映了公司试图绕过成本高的外部市场而让交易在公司内部进行，以降低交易成本。
- 国际贸易中的市场不完全性表现在：政府对贸易的干预和限制，跨国公司拥有的知识资产和技术缺乏合理的定价机制，市场信息交流的不完全导致的市场联系的时滞、中间产品供应不稳定等。这样，在外部市场上进行的贸易会引致许多附加成本，例如寻找合适的贸易价格的成本、贸易商之间讨价还价的签约成本、与接受合同有关的风险成本，以及由一方违约所引起的损失成本等。此外，制定国际贸易长期合同还涉及汇率变动等方面的风险，也会使外部市场的交易成本提高。
- 正是为了克服市场的不完全性和交易成本过高的劣势，跨国公司才实行市场的内部化。

公司内贸易的五方面利益

- **第一，获得协调业务活动的利益**

跨国公司管理、控制和规划生产，尤其是协调关键投入要素移动的能力通过内部化得到提高。大公司可将研究、开发、生产和销售联为一体，对“上游”和“下游”的生产点进行国际性最优化选择和协调，以降低成本、提高效益。

- **第二，通过差别性定价的策略掌握市场力量**

例如，根据不同市场的需求价格弹性，可以在不同市场采用不同的价格，使公司总体利润最大化：对需求价格弹性比较高的地区，实行较低价格，以扩大销售量，增进整体利润；对需求价格弹性低的地区实行高价，因为价格提高引起的需求量下降较少，同样可以带来整体利润增加。

- **第三，避免外部市场的不确定性**

内部化通过长期的或永久性的内部供需安排可以避免外部市场的不确定性，将相互有联系的活动在跨国公司母公司统一的控制下进行，用公司内贸易渠道将它们连接起来，从而确保生产的正常连续进行。比如，可以避免公开市场上由于上游供应商提价或破产对公司生产的影响。

- **第四，可消除知识资产在市场转移中的不确定性**

知识资产市场是不完全的。这种不完全表现在：

从买方来看，存在着“买方的不确定性”：知识和技术的市场价值往往取决于其保密程度，买方在购买和使用诸如专利技术等知识资产之前无法确切判断它的价值；

从卖方来看，由于担心买方购买知识资产并利用这些资产发展为自己的竞争对手，所以往往有控制这些优势的愿望。

这种买卖双方的“不确定”会影响双方交易的积极性，导致市场的低效率。而**通过公司内贸易**，把知识资产的买卖双方整合在一个所有者主体下，**通过公司内部市场**来进行技术贸易，则可避免这种不确定性，防止公司的技术和知识优势的流失。

第五，内部贸易定价产生的利益

跨国公司可以运用调拨价格来规避不同国家之间的税收差异、外汇管制等，从而增进公司整体利益。

例如：

如果东道国所得税比较高，跨国公司可以通过提高进口价格、降低出口价格的办法，把利润转到低税或免税地去实现；

如果东道国要实行外汇管制，跨国公司也可以通过上述方法抽逃资金；

大家想想，如果东道国货币有升值趋势或贬值趋势，跨国公司会怎么做啊？



- 如果东道国货币有升值趋势，跨国公司在公司内贸易中会通过降低进口价格、提高出口价格的方法，增加出口收汇，使外币流入东道国，等东道国货币升值后，可以换得更多外币；
- 如果东道国货币有贬值趋势，相反，跨国公司在公司内贸易中会通过提高进口价格、降低出口价格的方法，使外币加快流出东道国，以规避东道国货币贬值带来的损失，因为东道国货币贬值后，跨国公司在当地同等的本币营收换取得外币减少。所以，当一国本币面临贬值趋势时，都会发生外资抽逃现象

公司内贸易对我国的启示

- 公司内贸易的迅速发展是当代国际贸易的重要现象。公司内贸易的载体是跨国公司，作为公司内贸易基础的公司优势主要表现为一国所拥有的跨国公司的数量及其规模、研发能力、市场力量等。它直接影响一国在国际贸易分工中的地位和贸易利益。
- 我国也必须大力发展我国的跨国公司，以培育公司内贸易的微观主体，增强我国企业对国际资源的整合能力，提高我国的国际贸易分工地位

三、垂直专业化贸易理论

(产品内贸易分工理论)



理论产生的背景

1970s—1980s, 跨国公司全球化战略——→在全球范围内配置生产要素与全球价值链的形成——→各国发挥自己的要素优势专注某产品价值链的一环节中间产品贸易增加, 垂直方向的贸易链延长, 国际贸易额激增——→贸易性质发生变化: **为生产而贸易, 不再仅为贸易而贸易。**也就是说, 在产业间贸易、产业内贸易中, 贸易对象是完整的最终产品, 各国基于比较优势、要素禀赋差异和规模经济等开展分工和贸易, 可以获取更高的商业利润、消费者增进福利, 这是为互通有无开展的贸易活动, 是为贸易而贸易。而产品内分工中中间产品的贸易是为了确保下游生产和最终产品生产的完成, 是为生产而贸易。

- 垂直专业化概念——

垂直专业化概念及特征

概念

某个产品包含延展到许多国家的、相互关联的纵向生产与贸易链, 每一个国家凭借其在某个环节上的比较优势或竞争优势, 从事专业化生产并贸易。

垂直专业化三特征 (Hummels,2001)

a、商品包含两个或以上的生产阶段;

只有这样才可能进行生产环节的分工

b、两个或以上的国家参与生产和价值增值过程;

如果生产环节在一国国内, 就称不上国际分工

c、至少一个国家在其生产过程中使用进口投入品, 产出的部分产品必须被出口。
(说明该国专注该环节)



垂直专业化的度量

垂直专业化指数：体现在出口商品中的进口中间品价值 (Hummels)：

$$VS_i = [A / (D+E)] \times E$$

= (进口中间品 / 加工后的产品) × 出口额

式中: VS_i —跨国公司*i*的垂直专业化程度;

A—进口中间投入品;

D—国内销售额、 E—出口部分。

垂直专业化的其他提法

- “价值链切片”
- “外包化生产”
- “生产的非一体化”
- “碎片化生产”
- “模块化生产”
- “多阶段生产”
- “内部生产专业化”

垂直专业化的理论解释

- 比较优势
- 规模经济
- 不完全竞争



比较优势与垂直专业化

- 在垂直专业化的各个环节也存在资本、劳动、技术和土地等要素投入比例的差异
- 各国不同生产主体参与哪一环节的生产和贸易，最初取决于其拥有的生产要素状况。
- 垂直专业化分工与贸易扩大了不同国家的企业参与国际贸易分工的机会：

在垂直专业化中，一国企业不需具有完整产品层面的比较优势，只需在产品某一个环节或工序上有特殊的比较优势，就可以参与到垂直专业化中来。

- 因此，垂直专业化有利于国际贸易规模的扩展。

规模经济与垂直专业化

规模经济对垂直专业化的作用可从生产和交易两方面解释：

- **生产角度：**

如果**特定产品不同生产环节的有效规模不同**，当产品在一国或地区内以完整的生产过程从事生产时，只能依据某个关键生产环节的有效规模（即短板）来安排整体生产规模，有效规模较大的生产环节进而最终产品规模受制于“**木桶效应**”，难以达到规模经济。

借助垂直专业化中生产环节的分解，可以将具有不同有效规模的生产环节安排到不同的国家或地区，以充分利用各国厂商的规模经济优势（服务于本国厂商和外国厂商），突破环节短板对其他环节规模发挥的制约，降低生产成本



规模经济与垂直专业化

- 从交易角度

生产环节的分解和全球配置，需要所在国家提供完善的交通、通讯、公共设施等相关服务。

就固定成本分摊而言，这类生产性服务环节具有明显的规模经济特征。交通、通讯设施建好后，使用者越多，分摊的固定成本越低。

因此，制造业的垂直专业化促进了服务业的发展，使服务业的规模经济得到发挥，有利于交易成本的降低，从而进一步促进产品生产环节的分解，提高垂直专业化的深度与广度。

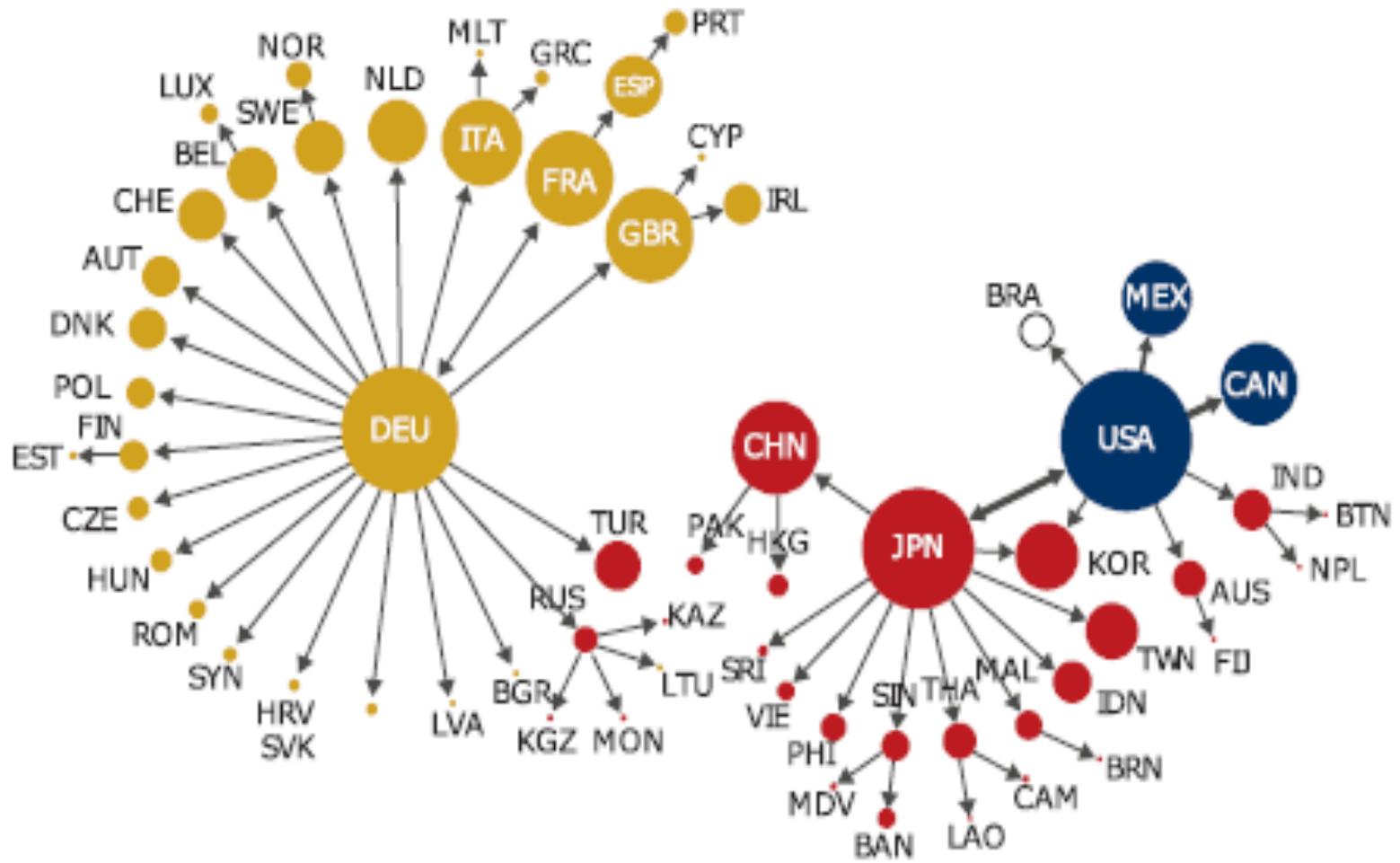
不完全竞争与垂直专业化

- 当某国厂商最初依靠所在国的比较优势，或自身的规模及资本、技术等方面的竞争优势进入产品内分工的某个环节，在规模经济的作用下，它在该环节的生产规模将不断扩大、成本不断降低，并产生环节上的品牌优势，从而确立自己在该环节的优势地位。

我国台湾地区的鸿海集团虽然最初从事代工，但依靠规模优势在代工环节赢得优势，与苹果等跨国公司之间形成相互依赖的关系

垂直专业化理论对我国的启示

- 改革开放以来，我国充分发挥自己的比较优势，融入国际分工体系，促进了经济贸易的迅速发展。在20世纪80年代，我们主要发挥劳动相对丰富的优势生产劳动密集型产品与发达国家进行产业间分工与贸易。90年代以后特别是中国入世以后，随着经济全球化的迅速发展和中国制度环境的逐渐改善，我国发挥自己的要素优势，逐步融入到跨国公司主导的全球产品内分工体系中，使得我国逐步成为全球价值链中心。
- 根据日本学者孟博等（Meng et al, 2018)的研究，中国崛起成为全球供应链中心，在一定程度上反映了这样一个事实：中国进入全球贸易体系与全球价值链的分工密不可分。
- 在关于中间品出口贸易的供应中心的研究中，孟博等使用轮辐图对贸易网络的结构进行可视化：如果一个经济体是另一个经济体的最大贸易伙伴，或者其中一个经济体占与另一个经济贸易的25%以上，则将两个经济体连接起来。
- 据此，2000年，他们确定全球贸易体系的中心是德国、日本和美国（下图1）。2000年至2017年间，欧洲和北美的格局没有发生重大变化，而中国取代了日本在亚洲的地位，成为附加值出口商品的全球供应中心（下图2）。



Source: Meng et al. (2018)/Oxford Economics

图1 2000年的世界贸易网络结构图

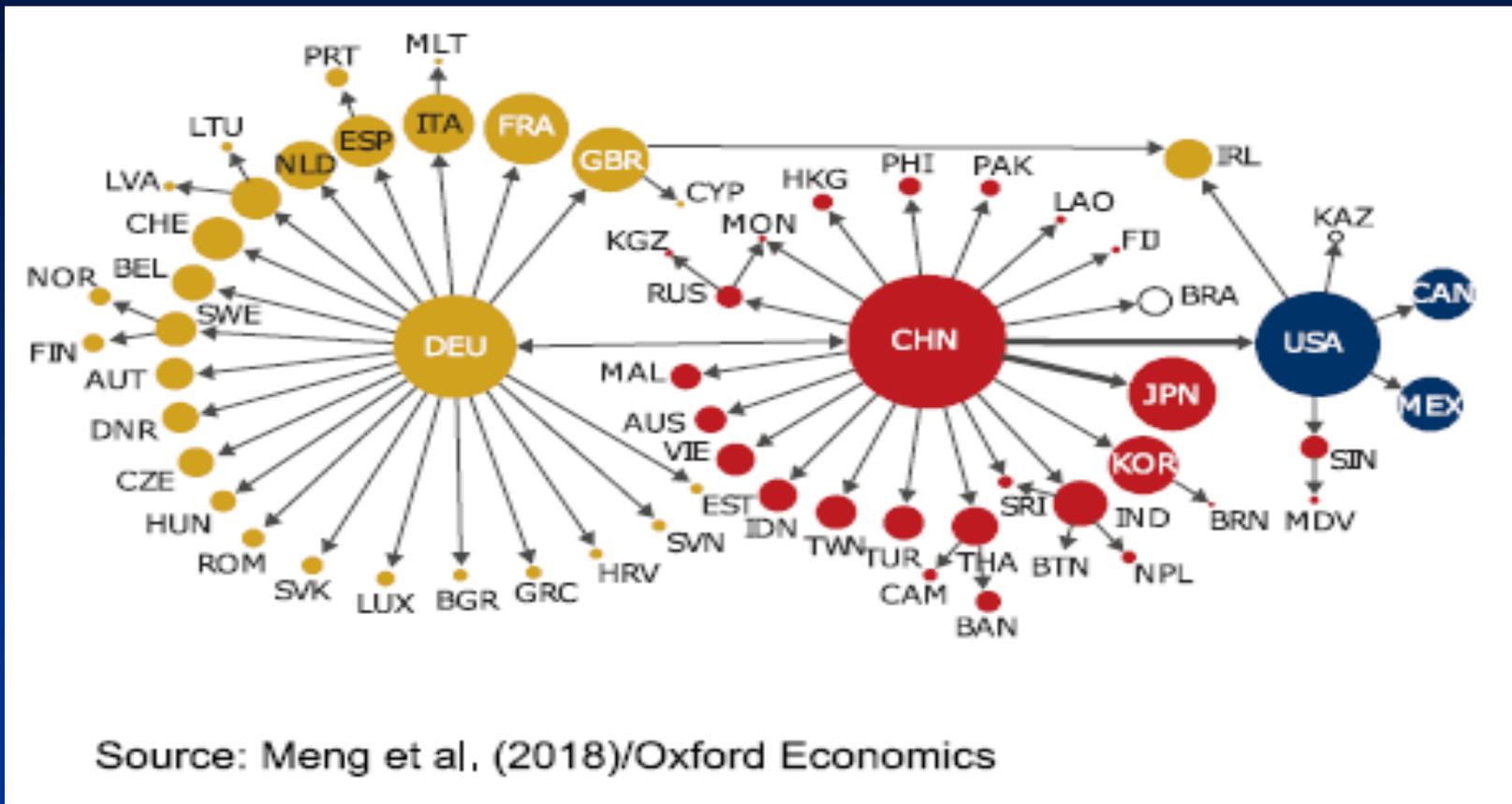


图2：2018年的世界贸易网络结构图

到2017年，中国不仅在亚洲，更在世界上占据了中心地位，连接了欧洲（德国）和北美（美国）的区域中心。这个贸易圈的不断扩大，反映出中国在全球贸易中所占份额的整体上升。

- 但在中国全球价值链中心地位提高的同时，我国总体上仍处于国际价值链的低端，在机械、电子等资本技术密集型行业，核心技术、核心工艺、高附加值环节总体上还掌握在发达国家跨国公司手中。
- 在贸易保护主义甚嚣尘上、逆全球化使得政治因素对全球价值链分工影响加大的背景下，这不仅制约着我国的产业升级，甚至影响到某些产业、企业的生存。因此，我国不能一味满足于发挥要素比较优势参与全球价值链分工（产品内分工、垂直专业化贸易分工）中的劳动密集环节、标准化环节，而要创造动态比较优势、创造竞争优势，实行价值链升级，逐步提升我国所处的价值链环节，提升我国的国际分工地位。



我国在资本技术密集型产业、环节严重依赖发达国家

- 中国汽车及其零部件的进口中，美、德、意合计占比40%；
- 中国机械设备及其零部件的进口中，美、德、意、法、英的进口占比为40%；
- 发动机类：美、德、英、法、意五国占比合计为75%；
- 医药、医疗器械：美、德、法、意占比总和达到56%；
- 航空航天及其零件产品：中国从美国、法国的进口就占到全部进口的83%；
- 半导体产品方面：中国的半导体及零部件与设备进口，主要来自于中国台湾地区、韩国、日本、马来西亚与美国

产品内分工/全球价值链分工下的价值链升级路径

经济全球化条件下的价值链升级一般遵循工艺流程升级、产品升级、功能升级和链条升级的演变路径：

- **工艺流程升级**。通过生产系统的重组或采用先进技术来提高价值链内部某环节的效率和生产质量。例如，借助大数据、云计算、人工智能、数字技术等新技术改造提升生产工艺流程和技术，实现材料、人员、工位的优化配置；加强生产模式创新，实行柔性制造，面向消费者建立“需求定制+参与制造”和“产品+服务”的新型智能化制造模式；实施“互联网+”，推进技术创新、产业组织创新、管理创新，对传统低端工艺流程进行高端化改造；推广节能环保新设备、新工艺，推动制造业生产方式变革。
- **产品升级**。加大技术改造力度，大力推广智能制造、数字化制造，提高核心基础零部件、中间产品的性能，提高产品的性能稳定性、质量可靠性和环境适应性，提高企业产品质量和生产效率，提高产品附加值和国际竞争力

- **功能升级**。通过对价值链各增值环节的重新组合，增加新功能或放弃低附加值的**功能，来提高整体竞争优势的一种升级方式**。例如，加快价值链核心环节和优势环节整合，选择重点环节加大投入、做大做强；增强自主创新能力，掌握核心技术和关键环节，逐步向研发设计、品牌售后等高附加值环节延伸；加强各层次工程技术管理人才培养，弘扬企业家精神、工匠精神，提高各层次人才技术创新、工艺创新、管理创新能力。**功能升级在产品升级和链条升级之间起着承上启下的作用，通过功能升级为链条升级做好准备。**
- **链条升级**。利用从所在价值链中获得的能力或资源实现向另外一条产业链条转移的升级方式。例如通过在生产环节的技术、管理功能的积累，从生产环节向研发设计、营销服务环节转换。

全球价值链背景下我国价值链升级路径

- 1、嵌入：**继续发挥我国的要素优势、产业配套齐全、配套成本低的优势，进一步扩大开放，改善营商环境，吸引跨国公司投资，主动嵌入跨国公司主导的全球价值链。在此过程中，积极开展工艺流程升级、产品升级，提升产品质量和生产效率，并开展功能升级，为价值链升级做好准备；
- 2、联盟：**在我国和外国跨国公司旗鼓相当的高科技领域，如人工智能、5G、新能源汽车等，可以与跨国公司结成战略联盟，进行研发、生产领域的合作，促进双方共同发展；
- 3、重点突破：**从国家安全、经济安全、产业安全角度，一些关键技术、关键环节是买不来、换不来、转移不来的，为此要集中国内力量，重点研发，重点突破；
- 4、充当链主：**对我国有技术优势的行业，通过对外投资（如“一带一路”），构建以我为主的全球价值链；发挥我国超大规模的国内市场优势，吸聚全球先进生产要素，从事研发创新，构建以我为主的全球创新链；
- 5、在参与全球价值链（GVC）分工的同时，发挥国内不同地区的要素优势，构建国内价值链（NVC），带动国内相关产业和整体经济发展**

四、新新贸易理论：异质性企业贸易理论



异质性企业贸易理论发展的背景

- 在以日本为主的世界各国，出口额在国内生产总值中占有很大比例。但是，学者们发现，从事出口的企业只有极少数。根据伯纳德（Bernard et al. 2007）的研究，2000年在美国开工的550万家企业中，出口企业只占4%，而且在这些出口企业中，排名前10%的少数企业却占有美国出口总额的96%。进而又发现，出口企业的生产率高于非出口企业。
- 但是，新旧贸易理论都没有能够对“出口企业是少数高生产率的企业”这一事实做出解释。传统的贸易理论和新贸易理论（产业内贸易理论）都没有设想，在某个产业，当企业A从事出口的时候，同一产业的企业B不从事出口这一情况。这是因为，传统贸易理论和新贸易理论都是以国家为单位的，都假定一国国内在各个产业内从事出口的都是生产率相等的具有代表性的企业（即假定企业是同质的），因此他们解释不了一国国内为什么有的企业出口，有的企业从事对外直接投资，有的企业面向国内市场。
- 为此，21世纪初，以美国经济学家马克·梅里兹（Melitz 2003）为代表的一批经济学家，提出了异质性企业贸易理论，将企业异质性引入分析框架，从微观企业生产率差异角度解释其对国际贸易、国际投资抉择的影响

异质性企业贸易理论的提出

梅里兹（Melitz 2003）根据存在不同生产率的企业这一实际情况，设计了只有少数高生产率企业从事出口的模型。梅里兹（2003）理论的基本思想是，只有高生产率的企业能够得到足够利润，用来负担出口所需要的高额固定成本（冰山成本）。

进而赫尔普曼（Helpman et al. 2004）扩展了梅里兹模型，提出了生产率依出口企业、FDI企业的顺序逐级升高这一模型，即能够担负FDI的高额固定成本（如国外投资设厂的成本）的只有生产率高的企业。这些“梅里兹式模型”成为根据企业层面数据进行实证研究的理论基础。

异质性企业贸易理论基本内容

1、产品进入国际市场（出口）比国内市场面临更高的固定成本，而对外直接投资面临的固定成本又高于出口

（1）产品进入国际市场的成本高于国内市场

- 通常而言，企业生产经营过程中会面临边际成本和固定成本。边际成本指增加一单位产品生产而增加的成本，通常指原材料等变动成本。而固定成本主要是指开发新产品需要支出的成本、为生产而进行的固定资产的投入以及市场进入成本。
- 企业无论是选择进入国内市场还是进入国外市场，都会面临着一定的边际成本和固定成本。在各种成本中，尤其是市场进入的固定成本，其大小与市场的国内、国外选择密切相关



- 通常而言，进入国外市场的成本要比进入国内市场的成本更高：出口到国外市场不仅要面临着长距离运输等高额成本，而且国外市场相比国内市场更为复杂。比如：了解国外市场的商品信息要比国内更为复杂和困难；由于各国的经济政策不同、法律规定不同、语言不同、风俗习惯和文化背景等均不相同，与国外的客户建立客户关系会更加复杂和困难。因此，出口企业要进入国外市场，就必须克服这些困难和解决上述一系列复杂性问题，为此就要付出比进入国内市场更高的固定成本（这种成本通常也被称为冰山成本）

(2) 对外直接投资（FDI）的成本高于产品出口

- 进入国外市场除了通过出口这一形式外，企业还可以通过开展对外直接投资而直接服务国外市场。
- 与出口相比，对外直接投资这一市场进入模式，面临的进入固定成本更高：因为出口对于企业来说只是建立外部市场交易渠道，而对外直接投资则是通过内部化过程建立跨国界的“内部”市场，相当于两家工厂合并并建立一体化的控制系统的过程。这一过程付出的固定成本要比两家企业在外部市场建立简单的业务联系成本要高的多。另外，绿地投资还要付出新建厂房的固定成本

2、在同种产品的生产经营中，较高的固定成本使得只有生产率高的企业才选择出口或对外直接投资。

异质性企业贸易理论认为，生产相同产品的不同企业往往具有不同生产率，即企业在生产率方面具有异质性。正是由于进入市场存在着固定成本，并且进入国内市场和进入国外市场的固定成本存在显著差异，因此具有不同生产率的企业会有不同的选择决策行为：

- **生产率最高的企业：**往往具有较高的利润率，能够克服较高的固定成本，不仅选择在国内市场经营，而且也会选择通过对外直接投资服务于国外市场；
- **生产率较高的企业：**其利润水平可以克服出口面临的较高固定成本，企业不仅选择在国内市场经营，同时还会选择通过出口服务于国外市场；
- **生产率较低的企业：**其利润水平相对较薄，无法克服进入国外市场所面临的固定成本，因此只能留在国内市场经营；
- **生产率最低的企业：**其利润水平不仅难以克服进入国外市场的固定成本，甚至无法满足进入国内市场面临的固定成本，因而最后只能选择退出市场，被市场所淘汰。这也是市场竞争机制中优胜劣汰的体现
- **以上模式分析的是固定成本与同种产品异质性企业的市场进入模式**

3、多产品出口企业需要比单一产品出口企业更高的生产率

- 异质性企业贸易理论不仅回答了上面的为什么同种产品的生产企业中有些能够成为出口企业，而有些只能在国内市场销售的问题。与此同时，该理论还回答了为何会存在多产品出口企业问题。
- 从实践角度来看，从事国际贸易的企业往往集中于少数大企业，这些大企业不仅在某一市场上的某一产品的出口规模会更大，而且通常也是多种产品出口企业，或者说将多种产品出口到更多的市场。多产品出口企业是国际贸易中的一个典型化事实。



异质性企业贸易理论认为：由于进入市场是需要固定成本的，而进入市场的本质是“产品”进入市场，对于多产品生产企业来说，每一种产品生产和进入市场都会面临着固定成本问题。与单产品生产企业不同的是，多产品生产企业除了付出更多的市场进入固定成本外，还需要建立一个总部来协调多产品的生产，从而产生额外的固定成本。因此，基于异质性企业贸易理论的基本逻辑：

- 在出口企业中，只有生产率最高的企业，才有足够高的利润从而能够支付更高的市场进入成本和产品生产协调成本，进而成为多产品生产企业；
- 生产率次高的企业，受利润水平的限制，只能支付单一产品进入国外市场的固定成本，从而成为单一产品出口企业。



异质性企业贸易中的贸易利益

传统贸易理论和新贸易理论强调了国家在产业间和产业内分工中，通过资源优化配置获得福利增长，而异质性企业贸易理论认为除了上述渠道外，企业间和企业内资源优化配置同样可以提升贸易利得，从而在更为微观的层面提供了有关贸易利益的理论阐释。

- 传统贸易理论从产业间分工的资源优化配置角度，分析了贸易利益的来源，认为产业间分工发挥了各国的比较优势、要素禀赋优势，提高了资源优化配置的效率；
- 新贸易理论从规模经济、产品差异化角度分析了产业内分工的资源优化配置所能带来的贸易利益——成本降低，消费者选择和消费者主权增加
- 异质性企业贸易理论进一步从相同产品生产的企业间资源优化配置，以及多产品生产和出口企业内部资源优化配置，阐释了贸易利益的来源。

1、单产品、企业间的资源优化配置与贸易利益

根据异质性企业贸易理论，从封闭走向开放，由于相同产品的不同生产企业之间生产率并不相同，面对进入国外市场的固定成本，生产率较高的企业可以获得国外市场，提升其在同一产品生产中的行业份额；生产率较低的企业由于无法支付出口固定成本，只能在国内销售；生产率最低的生产企业，由于受到高生产率企业扩大生产规模、从而在要素市场上产生的巨大竞争压力（比如对劳动力需求增加拉升了劳动力成本），最终只能放弃生产、退出市场。低生产率企业退出市场所释放出来的生产资源，就会流入高生产率企业。如此：

从封闭走向开放以后，即便所有生产企业的生产率保持不变，但由于企业间的优胜劣汰，使资源流向效率更高的企业，带来资源在企业间的分配调整和优化配置，从而最终提升了整个行业的平均生产率水平，整个社会福利水平也就由此得到了提高。

基于资源在企业间的优化配置从而带来的行业平均生产率水平的提高，被认为是继传统比较优势和规模经济效应之后，又一重要的贸易利益来源。

2、多产品企业内的资源优化配置与贸易利益

从封闭走向开放意味着市场规模的扩大。市场规模的扩大，一方面提高了企业的预期收入水平，另一方面更大的市场规模意味着可以容纳更多的企业。在上述两种因素的共同驱动下，在市场可自由进入和自由退出的假定下，会有更多的企业选择进入市场，从而加剧市场竞争。

激烈的市场竞争不仅使生产率较低的企业被淘汰出局，实现资源在企业间动态调整和优化配置，同时，对于多产品生产企业来说，为了提升竞争力，也会选择在多种产品中选择更加具有竞争力、利润更大、产品特性更高、固定成本更低的产品，放弃那些竞争力相对较弱、利润相对较小、产品特性相对较低、固定成本相对较高的产品生产，从而实现了资源在企业内部的优化配置。生存下来的多产品企业生产率得以进一步提升，整个行业的生产率平均水平也得到了进一步提升，促进了社会福利水平的提高。

异质性企业贸易理论的贡献

在传统贸易理论和新贸易理论的基础上，异质性企业贸易理论做了进一步拓展和深化，其对贸易理论的发展突出表现为从以往的产业间和产业内，进一步细化到企业这一微观层面。概括起来，主要有三个方面

- 第一，在假设条件上，异质性企业贸易理论更加符合现实。

传统贸易理论和新贸易理论对同一行业内企业生产率差异的研究不够，甚至假定同一行业或者同一产品生产的所有企业都是同质的，从而无法充分描述行业内企业竞争的特征与经济后果。

异质性企业贸易理论突破了企业同质性的假定，其理论核心就在于承认企业层面的非对称性和差异性。这种假定更加符合现实。

- 第二，在分析层面上，异质性企业贸易理论拓展到微观企业层面。

传统贸易理论和新贸易理论的分析，主要是从国家在产业间和产业内分工角度开展的。虽然新贸易理论分析也涉及到了产品异质性问题，但其着眼点并非企业异质性，而是基于规模经济等基本理论解释了存在产品异质性时产业内分工和贸易问题。

与此不同的是，异质性企业贸易理论深入到企业微观层面，回答了为何同种产品的生产企业，有些成为出口企业而有些则仅仅为内销企业，并且指出国际贸易导致的资源在企业间和企业内的优化配置是贸易利益的另一重要渠道和来源。

- 第三，在产品维度上，异质性企业从以往的单产品的单一维度分析，拓展至多产品维度分析。

传统贸易理论和新贸易理论分析，多假定每个厂商只生产一种产品，也就是说，即便是从产品层面，也仅仅涉及到单产品问题。这一点与实践现象并不相吻合，因为大多企业实际上都是多产品生产和出口企业。

异质性企业贸易理论，从现实中存在多产品生产和出口企业这一更加符合实际的特征事实出发，利用企业异质性即生产率差异解释了多产品出口企业的存在性和合理性。



异质性企业贸易理论的启示

该理论从企业的异质性角度说明了贸易的好处，蕴涵着丰富的政策含义：

1、对于落后国家和地区来讲，应积极参与国际国内分工，提高对外开放水平，这有利于促进资源在企业间的优化配置，发挥优胜劣汰效应，提高行业生产率水平。因此，对外开放政策非常重要，有利于本地的经济发展。

Bernard等模拟了全球范围内贸易壁垒削减5%的情形，研究结果是贸易额上涨了39%，总生产率也由于低生产率企业倒闭和高生产率企业扩张出口而上升。

2、企业异质性是国际贸易的微观基础，企业生产率的高低决定了企业进入国际市场的能力与模式，因此，一国要提高自己的国际贸易地位，应该大力培育生产效率高、竞争力强的企业。

异质性企业贸易理论的不利影响

该理论表明，基于企业异质性的自由贸易可能给落后地区带来负面影响：

1、市场开放可能对落后地区某些产业发展带来冲击。例如，一些技术含量高但对地区未来经济发展却颇为关键的产业，可能由于外国高效率企业的进入而衰退，所以在引进外部企业的同时，需要考虑这些企业对本地区相关产业的带动效应；

2、自由贸易导致了资源在企业间和企业内的重新配置，使利润和市场份额向高生产率企业转移，这反过来可能导致垄断而造成整体市场效率的损失；

3、如果一国优势企业集中于部分地区（如我国沿海地区），将会造成对外贸易的高度集中，在这些地区形成良性循环，从而拉大地区差距，固化地区分工。

五、国家竞争优势理论



国家竞争优势理论提出的背景

- 历史背景

随着20世纪六、七十年代日本的快速赶超，美国对日本的贸易逆差加大，如何提高美国的国家竞争力成为美国举国关注的问题。1983年时任美国总统里根成立国家竞争力委员会，波特(Micheal E. Porter)负责产业竞争力问题的研究，1991年向国会提交《国家竞争优势》报告，报告中有关提高国家竞争优势的因素系统可以用来对当今国际贸易作出解释。

- **理论背景：**

有关国际贸易的经典理论多属于**经济学分析方法**，**主要从成本、价格差异角度分析国际贸易产生的原因**，**强调市场看不见的手的作用。**

波特认为，各国、企业之间存在利益冲突，不完全竞争下各国应致力于国际竞争力的提高，以获取更多利益，从管理学角度强调看得见手的作用。



- 在《国家竞争优势》发表之前，波特研究的重点是**企业战略和企业的竞争力**问题。波特将其在企业竞争力领域的研究心得扩展到产业和国家的层面，进而形成了国家竞争优势理论。



波特认为，企业可以将自己的竞争优势建立在两个不同的层次上：

- “低成本竞争优势”：低层次
- “产品差异型竞争优势”：高层次



低成本竞争优势的来源：

- 特殊的资源优势（较低的劳动力和原材料成本）
- 其他竞争者使用较低的成本也能够取得的生产技术和生产方法、发展规模经济。

产品差异型竞争优势的来源：

- 对设备、技术、管理和营销等方面**持续的投资和创新**，
创造出更能符合客户需求的差异型产品

差异型竞争优势相对于低成本竞争优势的特点：

- 能够为企业带来更高的收益，因而代表更高的生产率水平；
- 更难被竞争对手模仿从而更可能长期保持



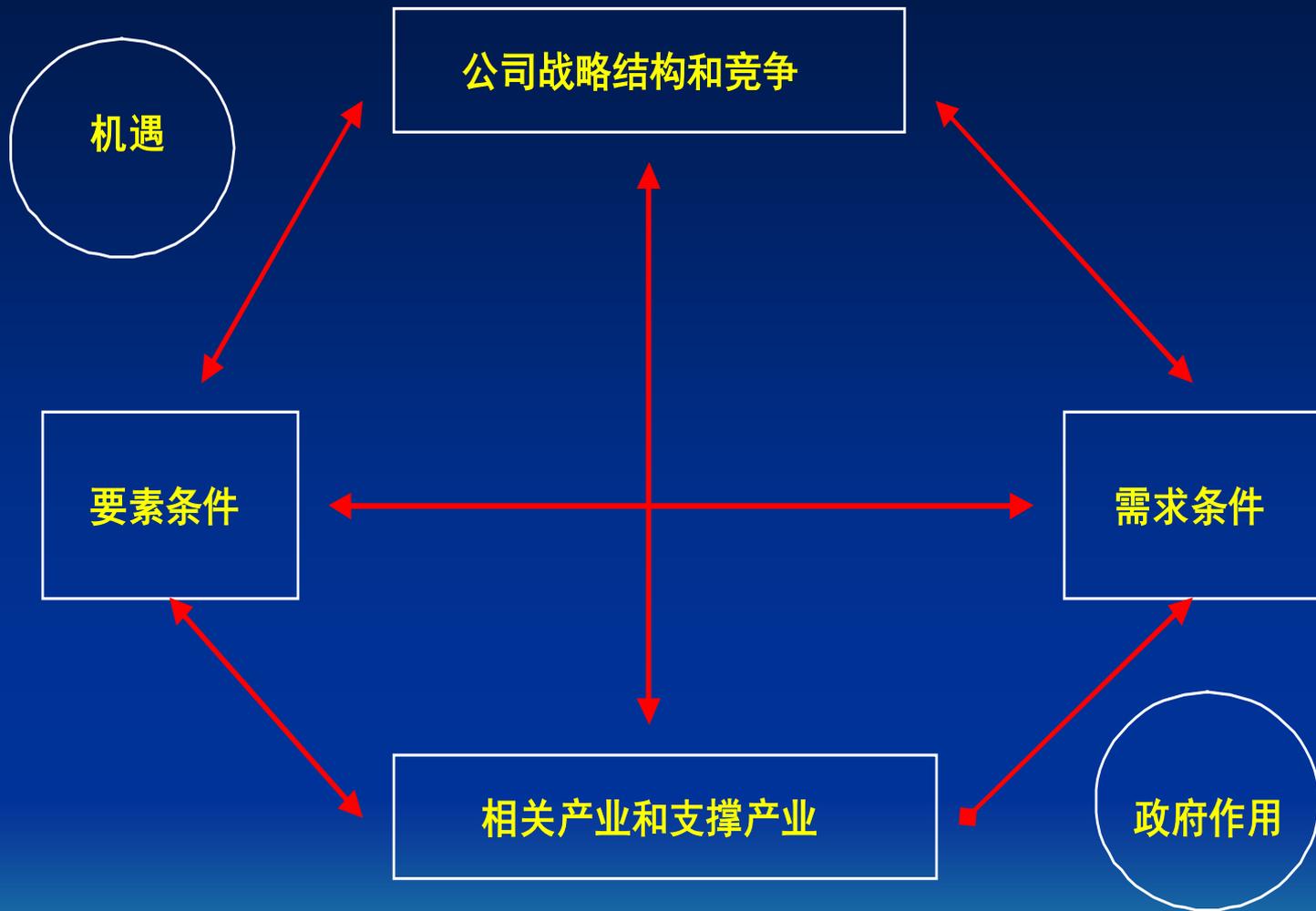
- 为了创造高层次的竞争优势，企业唯一的选择是进行持续的投资和创新 →

一个有利于企业的持续投资和创新的环境对企业创造高层次竞争优势来说至关重要。

- 在国家竞争优势理论中，波特提出的“钻石体系”模型正是对这种投资和创新环境的描述。

波特指出：一国兴衰的根本在于能否在国际竞争中赢得优势，而取得国家竞争优势的关键在于国家是否有合适的创新机制和充分的创新能力。而这又主要决定于四组基本因素，即要素条件，国内需求条件，相关产业与支撑产业，公司的战略、结构和竞争。这四组因素中的每一个都可单独发生作用，并同时作用于其他因素。四者组成一个系统，共同决定国家竞争优势。另外，国家竞争优势还受到机遇和政府作用的影响，但由于两者要通过四组基本因素影响国家竞争优势，所以属于辅助因素。因此，国家竞争优势理论实际上是研究这四组因素的性质及其相互作用的理论。由于这四组因素画图构成一个菱形，因此也称菱形机制





1、要素条件与国家竞争优势

- 波特认为，一个国家如果拥有对某一产业十分重要的某类低成本要素禀赋或独特的高质量要素禀赋，该国的公司就可能在該产业获得竞争优势。
- 要素包括人力资源、物质资源、知识资源、资本资源和基础设施等。它们不仅包括数量，还包括要素的质量，以及获得这些要素的成本。
- **根据产生机制和所起作用，要素可分为基本要素和推进要素。**

基本要素是指一国先天拥有或不需太多投资便能得到的要素(如自然资源、地理位置、非熟练劳动力等)。

推进要素是指必须通过长期投资和培育才能创造出的要素(如高质量人力资本等)

对于国家竞争优势的形成而言，后者更为重要。这是因为随着科学技术的发展，对基本要素的需求减少，靠基本要素获得的竞争优势难以持久。而只有推进要素才是稀缺的，这不仅因为它需要较复杂的私人和社会投资，而且要创造推进要素，创造机构本身就需要高级的人力资源和技術资源。因此，推进要素才是竞争优势的长远来源。

在特定条件下，一国某些基本要素上的劣势反而可能刺激创新，使企业在可见的瓶颈、明显的威胁面前为提高自己的竞争地位而奋发努力，最终使国家在推进要素上更具竞争力，从而创造出动态竞争优势。但这种劣势向优势的转化是有条件的：

第一，要素劣势刺激创新要有一定界限，如果企业处处处于劣势，则会使企业在过大竞争压力下被淘汰；

第二，企业必须从环境中接受到正确的信息，从而知道挑战的严重性；

第三，企业要面对一个相对有利的市场需求、国家政策及相关产业条件。



要素根据其作用和专门性又可分为一般要素和专门要素：

- 一般要素是指适用范围广泛的要素，如一般的港口、受过普通高等教育的雇员等；
- 专门要素则是指专门领域的专业人才、特殊的基础设施、特定领域的专门知识等专业性很强的要素，比如专门供集装箱装卸的港口、研究所毕业的专业人才等。越是高级的要素，越可能是专门要素。
- 专门要素比一般要素更能为一国创造持久的竞争优势：因为一般要素提供的仅是基本类型的竞争优势，它们的供给在许多国家都能得到，容易被取代或失去作用。而专门要素的获得不仅需要更专一、更具风险性的投资，而且通常需要以丰富的一般要素为基础，在更复杂或更具专业性的生产中不可或缺，特别是在高新技术产业领域。

2、国内需求与国家竞争优势

可归纳为以下三个方面的作用：

- (1) 老练挑剔的买主与产品高标准的建立
- (2) 前瞻性的买方需求与国内公司的创新
- (3) 国内需求的增长及独立的买主数量与一国竞争优势

具体来说：

传统的国际贸易理论主要从供给角度分析一国产业和产品比较优势产生的原因，不考虑国内需求对产品国际竞争力的影响。但波特认为，国内需求直接影响一国公司和产品的竞争优势。其作用表现在以下三个方面：

(1)老练、挑剔的买主有助于产品高标准的建立。买方的高质量要求会使国内公司在买方压力下，努力改进产品质量、性能和服务。

(2)前瞻性的买方需求有助于国内公司在国际竞争中取得领先地位。这是因为在一国的买方需求领先于其他国家的情况下，国内公司将率先意识到新的国际需求的来临，并积极从事新产品的研发，使公司自身不断升级换代。另一方面，领先的国内需求还会使公司的新产品更容易在国内找到市场，使公司的新产品和公司得到发展的机会。



(3)国内需求的增长速度及独立的买主数量会对一国竞争优势产生影响。国内需求增长迅速可以鼓励公司尽快采用新技术，扩大生产规模，实现规模效益；相反，若国内需求增长缓慢，国内市场较快达到饱和，从积极的角度看，则会迫使公司提前向海外扩张，占领国际市场。而众多独立的买主可以为公司提供更多、更全面的需求信息，促进公司实行多元化生产，减少经营风险。另外，产品研发人员基本在国内，公司对国内需求的敏感比对国外需求更强烈；公司国内经营业绩的比较常常影响甚至左右经营者的自尊心和荣誉感，迫使其重视满足国内需求。

基于以上原因，波特认为，国内需求的重要性是国外需求所取代不了的。来自国内需求的信息常常在公司决策中占支配地位，一件产品的设计几乎总是首先反映国内需求的。



波特：

- 由于国内买方与公司在地理、文化上接近，他们最容易使公司嗅到最新的、最高层次的需求，并在买方压力下比国外竞争者更快创新，提供更先进的产品，并确立产品质量、性能和服务方面的高标准，从而赢得竞争优势，形成生产和消费良性循环。
- 相反，买方要求越低，容易使厂商安于现状，产品质量，服务提高得越慢。因此，买方市场的培育是获取国家竞争优势的重要途径。



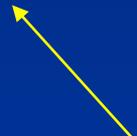
3、相关产业和支撑产业

- **相关产业**

共用某些技术、共享同样的营销渠道和服务而

联系在一起的产业或具有互补性的产业

家用空调与冰箱



- **支撑产业：**

某一产业的上游产业，如钢铁业是机械业的支撑

产业



相关产业与国家竞争优势

相关产业对某一产业的促进:

- **促进有关产业的创新**

先进的相关产业一旦进入某一产业，其新资源、新技术和新的竞争方法往往会促进有关产业的创新和升级

- **相关产业的国际成功可带动有关产业的国际成功**

共享营销渠道和服务，使有关产业从生产当初便能够

迅速打开市场



支撑产业与国家竞争优势

支撑产业对下游产业的作用：

- 提供低成本投入，降低下游产品成本；
- 不断与下游产业合作，促进后者创新

帮助下游公司看到利用新技术的新方法、新机会，让其尽快得到新信息和供应商的新创产品；

有竞争力的供应商还充当把信息和创新从一个公司传到另一个公司的渠道，从而使整个行业的创新速度加快。

为什么瑞士军刀受游客青睐？钢铁业发达

波特眼中产业及相关产业的重要性

- 产业是国际竞争力的载体：

“产业在一国国际竞争力中起着关键作用。如果一个国家能在那些劳动生产率提高最快、新技术发明发展最快的产业中领先，国家的整体劳动生产率的提高速度就会高于其他国家。每个时代都有这样的关键产业，如果一个国家在某一时期这样的相关产业中占据优势，该国就会拥有较强的国际竞争力。”

“当我们提到某个经济强国的竞争力时，首先想到的一定是其一个或几个极具国际竞争力的优势产业”

- 产业竞争力离不开相关产业、产业集群的支持——

- **波特：**

一个国家如果有许多相互联系的、有竞争力的产业，该国便容易产生新的有竞争力的产业，有竞争力的几种相关产业往往同时在一国产生。

一国要使自己的某一产业具有国际竞争优势，必须注意相关和支撑产业的发展，通过产业分布的集中、信息的交流，取得地方经济和集团经济效果，建立起强大的产业集群。

知识拓展：产业集群能产生产业发展的自加强机制——

产业集群与产业发展自加强机制

- 产业聚集或簇群化含义：

即**产业呈现区域集聚发展的态势**，指在某个特定产业中相互关联的、在地理位置上相对集中的若干**企业和机构的集合**。

国际上比比皆是的产业集群：

- 美国加州的硅谷、
- 明尼阿波利斯的医疗设备业群
- 底特律的汽车业群
- 马赛诸塞州的制鞋业群

意大利萨斯索罗瓷砖产业集群——

意大利萨斯索罗的瓷砖产业集群

- 意大利产业区经济以普通的劳动密集型制造业、以中小企业为主。其品牌的巨大吸引力和国际竞争力主要来自产业集群
- 意大利北部城市摩德纳 (MODENA)，有一个以生产瓷砖闻名的工业小镇——萨斯索罗。这个只有几万人的小镇生产着世界上30%的瓷砖，全球65%的高档瓷砖从这里出口到世界各地。

萨斯索罗瓷砖产业集群

- 在萨斯索罗与瓷砖产业有关的企业200多家，有许多与之配套的模具、釉料、包装材料、仓储、运输等各类服务企业，它们为瓷砖生产企业提供尽善尽美的服务；全镇一半以上的人从事着与瓷砖产业相关的工作
- 专业化咨询顾问公司在工厂管理、物料管理、财务、广告、营销等方面的作用发挥得淋漓尽致。
- 这里的行业协会为瓷砖企业提供了如大宗采购、各类会展、国际市场调查、人才培养与交流、法律事务、财务咨询等方面的服务，还代表企业出面与政府或工会协调有关产业政策和社会福利等方面的问题。
- 尽管这里的大部分企业以家族形式存在，但他们对工程师、生产专家、维修工人、服务技师、设计人员等专业人才十分尊重。

产业集群与产业发展自加强机制

(1) 提高企业劳动生产率

- 促进产业内部的劳动分工——无限细化
(浙江温州乐清低压电器、苍南金乡镇徽章分工的细化)
- 使厂商能够有效地获得供应商的服务——零库存
- 及时得到市场竞争的信息——各类厂商的云集
- 招聘到合适的员工——人才洼地与技术关联
- 低价获得公共物品或服务——规模效应

当产业集聚发展时，“空气中弥漫着产业的气味” (马歇尔)

产业集群与产业发展自加强机制

(2) 提高企业创新能力

- 促进同一产业不同企业、员工间的非正式交流。

“隐含知识”、“缄默知识”通过购买难以获得，但通过同行间“一点就通”而得到

- 便于风险投资家了解行业动态，降低投资风险，使高科技产业易于获得风险投资

美国风险投资2/3集中加州、麻省、纽约

加州集中于硅谷，麻省集中于128公路

产业族群与产业发展自加强机制

(3) 产业聚集能够提高企业竞争能力

- 积聚加剧竞争

市场的争夺、相互间直接的比较带来竞争的压力

- 短兵相接促使先进企业不断创新，后进企业不断模仿与超越，标新立异
- 竞争对手可以分摊市场开发的成本

产业族群与产业发展自加强机制

(4) 产业集群的吸聚作用——“马太效应”

- 吸引外来者进入

一般地，产业集群存量每增加10%，该地被未来投资者选中的机会增长5—7%。

- 吸引衍生公司加盟

集聚区内分离独立出来的公司从情感、产业联系往往倾向于靠近母公司

(5) 形成产业的地域品牌

珍贵的无形资产，生命力强于企业、个别产品品牌
极大降低消费者搜寻成本

- 案例：中国两种类型的产业集聚与产业竞争力提升——



浙江的传统产业集聚与竞争优势

- **1980s前**:浙江经济增速低于全国平均, 经济实力全国中下。

- **1980s后**:资源贫乏的浙江跃为经济大省, 离不开产业积聚:

区域产业积聚途径: 少数企业率先生产某单一产品,随后各种相关产品、原材料供应、交通运输等随企业集聚规模的扩大而发展, 形成集群。

海宁皮革, 嵊州领带, 黄岩塑料模具, 绍兴纺织, 诸暨、义乌袜业, 温岭泵业, 苍南印刷等。

- **浙江产业集群优越性**: 区域分工体系内, 企业各有分工, 优势互补, 信息共享, 相互学习, 族群文化使企业相互信任、讲究信誉。

- 浙江产业集群广泛分布在149多大小工业行业,涉及企业15万家左右

- **产业聚集创造出浙江传统产品的国际国内竞争优势**

昆山IT产业集聚

- IT产业是昆山开发区的基础\支柱产业,高度集聚。

以台资企业为主,形成了大中小企业分工合作、上下游联动、配套功能完善的产业集群。在南亚、仁宝等龙头企业的带动下,昆山电子信息产业发展已经形成了“葡萄串”,电脑及周边产品生产企业高度密集,形成了一条完善的产业链。

- 昆山集聚了数百家数码相机、笔记本电脑、手机、液晶显示屏、复印机、扫描机、通讯电缆、印刷线路板等IT生产企业,遍及开发区和玉山、张浦、千灯、周市等镇。
 - 众多的中小企业和民营企业生产印刷线路板、铜箔基板、IT产品的内外包装等为之配套,产品自营出口外还为国内著名家电企业生产配套,有力地促进了昆山工业经济的发展。
- 

产业集群在当代经济全球化中的作用

- 一方面，经济全球化 → 产业全球化
- 另一方面，由于技术迅速发展，产品更新换代频繁和对低成本的极度追求，新兴产业只有形成产业集群才能够具有国际竞争力，以共享劳动市场，最低成本地享受专业性服务，并在企业间、产业间、上下产业链间享受充分的技术外溢效应。
- 当代国际产业转移与产业集群的关系 ——

- **当代国际产业转移与产业集群的相互作用：**
 - 产业转移促进了集群的形成**
 - 集群反过来吸引更大的产业转移**
- **随着产业集群优势的不断扩大，产业转移往往呈现加速趋势，不具备集群优势的企业竞争中难以立足。**
- **产业转移中的集群现象为发展中国家提高国家的持久竞争力提供了重要机遇**
- **波特：产业集群在全球化中的作用——**



波特：

产业集群在全球化中的作用

“要在一个全球经济体中保持竞争优势，通常必须高度本地化，竞争力也是来自一个特定国家或区域中，高度专精于专业化的技能和知识、机构、竞争、相关行业，以及精明的顾客。地利之便、文化和组织上的条件，会让企业取得特别管道、特殊关系、更佳的信息、强有力的诱因，以及其他在生产成长方面的优势，而这些都不是远地资源所能企及的。标准化的元件、信息和技术很容易通过全球化取得，但是更高层面的竞争仍然有其地域局限。进入21世纪后，地点只会更重要”

（迈克尔·波特：《竞争论》（中译本），中信出版社2003年版，第252—253页）

- UNCTAD:

“产业集聚优势已经超越低成本优势，成为吸引外
资投向的主导力量。” 重视区域产业集群在全球生产组织
中所发挥的作用，推动产业联系将成为新的投资政策关
注焦点。”

(——UNCTAD: 《2001世界投资报告》)

4、公司的战略、结构和竞争 与国家竞争优势

不同国家的公司在目标、战略和组织方式上都大不相同，其竞争优势来自于对它们的选择和搭配上

管理模式要适合国情



案例1

- “小就是美”在意大利广为流传。意大利成功的产业经济区和具有国际竞争力的产业，大都由经济规模比较小、以合作代替结盟的企业组成，避开标准化产品，原因？
- 意大利在国际上有优势的产品主要是舞厅照明、家具、鞋、羊毛制品和打包机等等。
- 这些行业规模经济不十分显著，需要重视差异化竞争、重视设计。可以通过松散的附属公司之间的合作，从事生产。适应这种环境，意大利的公司组织形式因而以中、小企业为主，实行集中突破战略，集中力量生产有独特风格和按顾客要求定做的小批量产品。
- 这种组织形式和经营战略使意大利企业在开展新产品，适应市场变化等方面特别具灵活性。

案例2

- 在德国，许多公司的高层管理人员有技术背景，他们喜爱以有条不紊的方式来改进产品和生产工艺，而对看不见、摸不着的东西不感兴趣。这些特征使德国在工程和技术含量高的产业(如光学、化工)十分成功。适应这种需要，产品的设计开发、生产过程就要采取严密、细致的管理模式，以满足高精度生产的要求。

案例3 在培育跨国经营主体方面

- 日、韩采用了**综合商社**的方式，并取得了成功。这是因为日、韩历史上都是高度集权统治的国家，家庭统治根基深，封建财阀势力强大。因此，综合商社适合日韩的国情，能够取得关系企业的支持。
- **日本企业的重要特征：企业系列化——**

日本的企业系列化

- 企业系列化是日本产业组织的特有形式。

它以大银行为核心，以综合商社为事业开拓者，以制造企业为基础而形成以环状或相互持股为依托的供、产、销一条龙形式的大型企业集团，其特点是具有极强的垄断性、排他性。

(美国学者称之为铁幕关系)

- 美国经济学家加里·萨克森豪斯对系列企业的定义：
一个宁愿从自己内部而非外部购买东西的集团。

- 综合商社不适合美国国情——

小资料：日本、韩国的综合商社

- 综合商社，是以贸易为主体、以产品为后盾、以金融为纽带，具有交易、金融、生产、情报、组织协调等多种功能的国际化、集团化、实业化、多元化的跨国公司。它是20世纪50年代二战结束后日本实行出口导向发展战略的开路先锋，后为韩国、印尼等国效仿。二战结束后，日本为了实现“贸易立国”、“经济起飞”，着力培养自己的大企业，其中重要的举措是允许战败后初期被解散的大财阀(即家族企业)重新合并，组成了内外贸兼营的“综合商社”。
- 日本综合商社的优势体现在：第一，雄厚的人才优势。它们拥有“明治维新”开始后就从事外贸业务而培养起来的外贸人才。第二，内外贸兼营使其外贸业务有坚实的国内基础。第三，金融与实业的支持。它们与金融寡头、大企业集团相互参股；另外，国家在其发展初期还给予优惠金融支持，提供低息贷款。依靠这些优势，综合商社在20世纪50~60年代发展迅速，并在当时日本的原材料、设备进口和产品出口方面发挥了重要作用。70年代以后，随着日本大企业自身进出口部门的设立，综合商社开始向综合化、实业化转变，并成功渡过了所谓“寒冬期”、“夕阳期”，保持了活力。目前，日本九大综合商社的出口占日本出口量的一半左右。
- 日本综合商社的成功给韩国以启示。为此，韩国政府在20世纪60~70年代大力扶植本国的大企业组成综合商社，带动了韩国出口贸易和对外投资的发展。
- 日本与韩国综合商社属于两种不同的发展模式：日本的综合商社主要从家族企业自身发展而成；作为后来者，韩国的综合商社是依靠政府推动发展起来的。发展中国家为适应公司内贸易的发展趋势，在贸易型跨国公司的培育方面可借鉴日韩综合商社的某些做法。

美国《国外销售公司法》与美欧贸易纠纷

- 美国曾试图模仿日本，发展美国式综合商社，以促进美国对外贸易发展，减少美国贸易逆差
- 1984年7月18日美国通过《国外销售公司法》，规定拥有国外销售公司的美国出口商可享受相应的税收优惠。
- 欧盟指责这是单边贸易保护政策，多次向世贸组织申诉。
- 2002年1月，世贸组织裁定该法违规，并规定如果2003年底前美国不取消该法，欧盟可以对美国的商品加征总额达40亿美元的关税。
- 为什么综合商社在美国难以成功：美国是后起的资本主义国家，综合商社的体制没有根基

国内竞争与国家竞争优势

波特：激烈的国内竞争不是一种浪费，相反是创造和保持竞争优势的最有力的刺激因素

- 国内竞争者面临相同的要素条件、需求条件，要想在竞争中获胜，必须差异化，从而可以减少外国竞争者的渗透
- 正常竞争条件下的模仿效应和人员交流效应可提高整个产业的创新速度
- 强化竞争程度，促进产业升级
- 国内竞争过于剧烈会迫使企业走向海外

可部分抵消贸易保护的消极影响

波特：国内企业的竞争不仅竞争市场份额，而且竞争人、竞争技术，还有或许是最重要的，即竞争“炫耀权”，给企业以巨大压力

两组辅助因素：

机遇和政府作用

- **机遇：**

重要的新发明、重大技术变化、投资成本的剧变(如石油危机、导致石油成本的飙升)，外汇汇率的重大变化，突然出现的世界或地区性需求、战争等。

- **机遇的重要性：**

可能打断事物发展的正常进程，使后来者获得后来居上的机会，赢得竞争优势。

- **机遇作用途径：**

根本上取决于四种决定因素，通过四种因素起作用



政府作用与竞争优势

- **政府可对四种因素施加影响，从而对国家竞争优势产生作用：**

比如，政府可以通过教育政策，培育人才要素；通过需求政策，培育需求市场；通过产业政策，促进产业发展；通过体制改革，促进企业竞争等等

- **它非决定因素，而是辅助因素。**
- **政府不可能通过政策扶持创造有竞争力的产业，而应选择提高生产率的制度、政策和法律，为企业创造有利的环境。**
- **波特强调：**

本币贬值不能提高竞争力 **→** **企业无需努力就可以使产品的国际市场价格下降，出口增加，从而使企业忽视长期竞争优势的研究和产业升级，因此**
当时里根政府的美元贬值是错误的

国家竞争优势理论的贡献



1、提出了一个重要的分析工具

国家竞争优势理论从全新的角度，探讨一个国家如何在不完全竞争中创造和保持竞争优势，并指出了决定国家竞争优势的因素系统。这为我们分析各国竞争优势的基础、预测其发展方向以及长远发展潜力提供了一个非常有用的分析工具。

分析四种因素和两组辅助因素的范围、品质和交互作用的方式，将它们同其他国家相比较，我们就能发现一国的竞争优势在什么领域，有多大，是否可能持久，从而就能比较容易回答过去的理论长期不能回答的问题：为什么各国的竞争优势不同，哪些国家能获得哪些比较优势。

2、强调动态的竞争优势

(1)强调创新对竞争优势的作用

传统比较利益理论强调静态的比较优势，或者说没有分析比较优势的动态变化，因此它不能解释为什么日本、韩国等要素稀缺国家能在许多领域取得竞争优势，而许多要素丰富的国家都长期落后？

波特从动态比较优势角度解决了这一问题：

竞争优势取决于一国的创新机制，不断创造的要素(即推进要素)比静态要素更能持久，其优势会随着知识的积累而增加；相反，静态的要素禀赋创造的竞争优势会随着要素禀赋的消耗而减少。

日、韩的竞争优势正是来自要素稀缺威胁下的不断创造的要素优势。



(2) 竞争优势的四个发展阶段（动态化）

- 要素推动阶段

竞争优势主要取决于一国在生产要素上拥有的优势

- 投资推动阶段

竞争优势主要取决于资本要素，相关产业尚不够发达，先进技术依赖国外

- 创新推动阶段

竞争优势来自R&D，创新愿望和创新能力

- 财富推动阶段

企业创新、竞争意识明显下降，回避竞争，注重保持地位；通过影响政府政策保护自己。经济发展缺少强有力推动

(但这一点遭到西方学者的质疑，他把罗斯托有关一个国家经济发展的四阶段套用到国家竞争优势的动态发展)

3、强调国内需求的重要性

- 传统国际贸易理论中，国内需求对竞争优势的影响很小，因而被忽略。原因：

传统理论中，富国讲究的消费者有对高质量产品的要求，但他们也有生产高质量产品的能力，因此高质量产品的生产和消费之间**存在相关关系，但不存在因果关系。**

- 波特理论特别强调国内需求对一国竞争优势的决定性作用，从而弥补了传统理论对需求的忽视。



4、强调国家在决定企业竞争力方面的作用

- 传统贸易理论，反对国家干预，主张自由贸易。原因：

以自由竞争为前提，贸易利益能在贸易伙伴间平等分配。

- 波特理论中，国家对创造竞争优势的作用无可取代

政府可对四组基本因素施加影响



国家竞争优势理论的特点： 能否将其视为一种国际贸易理论？

- 国家竞争优势理论所要解释的是企业或行业国际竞争力的来源。因此，国家竞争优势理论直接构成一种国际贸易理论。
- 国家竞争优势理论虽然也讨论“低成本竞争优势”（基本要素、一般要素），但是，该理论的重心在于解释企业、行业和国家如何形成“产品差异型竞争优势”。从这个角度看，属于“新贸易理论”的范畴。
- 它既能解释产业内贸易、公司内贸易，也能解释产业间贸易（要素条件）



国家竞争优势理论的特点

- 更立足于国际竞争和经济发展的微观基础
- 从国家竞争到公司竞争
- 强调获得性要素（高级要素）的作用



比较优势与竞争优势的关系

- 国家竞争优势理论是对比较优势理论的发展与超越，是对当代国际贸易现实的逼近。
- 从静态的比较优势到以创新为基础的竞争优势，是国家竞争优势理论对传统理论的突破，是两者之间的根本区别。
- 但竞争优势创造的目的是为了获得比较利益，有竞争优势的产品在国际贸易中也具有比较优势，因此，竞争优势理论没有超脱比较成本的分析方法。
- 林毅夫：两者分析对象不同，同属国际贸易理论，比较优势是竞争优势的基础

国家竞争优势理论

对我国的启示



竞争优势在当代国际经济中的重要性

- 世界经济日益一体化和全球化。
- 在这一浪潮中，国际生产要素流动日益频繁，每个国家都逐渐被纳入到以国际分工为基础的全球网络中，国际竞争日益激烈和直接。
- 在全球竞争中，任何一个国家不再可能依靠基于禀赋条件的比较优势，通过保护来改善自身的国际贸易分工地位，而只能通过竞争优势的创造，才能提高自己的竞争力，增进本国人民的福利
- 国际竞争力成为几乎所有国家共同关注的问题

这一理论对中国具有一定的借鉴意义。用该理论分析我国现状可清楚看到中国的竞争优势与存在问题：

- **高级要素的缺乏；**
- **产业的大而不强，产业配套能力强，但核心环节缺乏竞争力；**
- **虽然有超大规模的国内需求优势，但由于社会保障体制不健全，国内需求并没有有效激发；**
- **国内竞争受到地域、体制的限制，市场分割严重，统一的国内大市场建设任务艰巨**

国际贸易新理论、新新贸易理论与传统贸易理论的区别与联系



区别

1)前提的不同

- **传统理论：**规模收益不变，产品同质 → 市场完全竞争。在当时技术进展不快的情况下，符合社会经济主流。
- **新理论、新新理论：**规模经济，产品非同质，企业非同质 → 竞争是垄断竞争。

2)贸易的模式不同

- **传统理论：**资源禀赋差异为基础 → 产业间贸易
- **新理论、新新理论：**规模经济、产品差别、消费者偏好的差异、企业异质性 → 产业内贸易、产品内贸易、公司内贸易、同一企业多产品贸易

3) 贸易分工格局

- **传统理论**：要素禀赋一定，生产技术水平不变
分工是基于禀赋差异的产业间分工
- **新理论、新新理论**：规模经济、公司优势可以培育，生产要素特别是推进、专门要素可以创造且更重要，企业生产率存在差异 → 分工格局是动态的，公司、国家的作用特别重要。

4) 贸易利益分配：

- **传统理论**：基于比较成本的分工 → 双方互有需求，地位平等贸易利益自动分配，自由贸易
- **新理论、新新理论** → 规模经济、产品差别、公司优势 → 垄断竞争，贸易利益不可能平均分配、市场处于次优 需要政府适当干预以纠正市场扭曲，更有利于贸易的发展，需要注重公司优势、企业能力的培育

联系

- **新贸易理论、新新贸易理论虽然对传统理论作了多方面的发展，但并不是对后者的否定，而是对比较优势产生原因的进一步探索，其分析方法从基本上都属于比较优势的分析方法，最终都体现在贸易产品的比较优势、比较利益上**

数字贸易理论

- 随着**数字技术的进步**与广泛运用，**数字产业**加速国际化发展，**跨境数据流动**在国际经贸活动中扮演着愈发关键的角色，**数字贸易**在这一进程中应运而生。
- **2020年初新冠疫情爆发**更是加速了**数字贸易**各业态发展，软件和信息服**务**、**大数据营销推广**、**在线教育**、**在线办公**、**网上问诊**、**网络游戏**、**社交媒体**、**搜索引擎**和**电子商务**等逆势增长，**数字贸易**是新一轮全球竞争的**焦点**。

一、数字贸易的内涵及特点

- 在数字经济蓬勃发展的背景之下，多样化的数字产品在市场上涌现，各国之间的跨境贸易模式也随着数字经济的发展逐渐向数字贸易过渡
- 目前，世界范围内尚无统一标准界定数字贸易，部分研究从界定数字经济的内涵出发，对数字贸易的内涵与特点展开探究。

1、数字经济

- “数字经济”一词最早出现于20世纪90年代。

1998年，美国商务部发布了《新兴的数字经济》报告，数字经济的提法正式成型；

2016年，G20杭州峰会通过的《二十国集团数字经济发展与合作倡议》指出，数字经济是以使用数字化的知识和信息作为关键生产要素、以现代信息网络作为重要载体、以信息通信技术的有效使用作为效率提升和经济结构优化的重要推动力的一系列经济活动。

《中国数字经济白皮书(2020)》也认为，数字经济是以数字化的知识和信息作为关键生产要素，以数字技术为核心驱动力，以现代信息网络为主要载体，通过数字技术与实体经济深度融合，不断提高数字化、网络化、智能化水平，加速重构经济发展与治理模式的新型经济形态。

虽然当前各国对于数字经济的概念界定存在差异，但一般都认可数字经济是数字技术或数字化创新驱动下，以数据作为重要生产要素的新型经济形态。



2、数字贸易

数字贸易是数字经济的延伸和应用。

目前国际和国内社会对数字贸易的内涵和定义仍未达成共识，主要争议在交易形式、交易性质和交易标的方面。国际上，对数字贸易概念的理解存在两种说法：

一是“宽口径”定义。

经济合作与发展组织（OECD）、世界贸易组织（WTO）、国际货币基金组织（IMF）在其历年更新的《数字贸易测度手册》中指出，数字贸易的定义是“所有通过数字化形式订购和交付的贸易”，从交易形式划分，包括数字订购贸易、数字交付贸易、数字中介平台赋能贸易等三个部分。其中：

- **数字订购贸易**与电子商务概念可互相替代；
- **数字交付贸易**指的是服务贸易的数字化转型部分，主要是指通过线上形式交付的贸易内容；
- **数字中介平台赋能贸易**指的搜索引擎、社交媒体等互联网平台促成的贸易和平台本身提供的有偿和无偿中介服务。

这三个部分贸易有互相重叠、交叉的部分。例如，跨境电商服务同时属于数字订购、数字交付和数字中介平台赋能服务类型。美国国际贸易委员会（USITC）在2014年的报告中也对此概念有所提及。

二是“窄口径”定义。

美国国际贸易委员会（**USITC**）在2013年的报告中将数字贸易界定为“通过数字化交付的服务贸易”，其交易标的以无形的服务和信息为主，不包括在线订购的货物商品和有数字对应物的实体货物，如以实体光盘或其他硬件介质出售的书籍和软件、音乐和电影。

最终 **USITC**和美国国会研究服务中心（**CRS**）都采用了“窄口径”定义，为其制定数字贸易政策和参与全球规则谈判提供了理论依据。

“宽口径”和“窄口径”定义的区别在于前者涵盖了跨境电子商务，后者则认为数字贸易是服务贸易中的分支，不涵盖跨境电商类的货物贸易。

综合来看，数字贸易是以数字技术为内在驱动力，以信息通信网络为主要交付形式的跨境交易活动：

- 从交易性质来看，数字贸易包括通过数字化形式交付的服务贸易和数字中介平台赋能的贸易；
- 从交易标的来看，数字贸易的主要标的是服务、信息和数据，以及通过数字化手段进行的货物贸易
- 从交易范畴来看，数字贸易是货物贸易和服务贸易的分支



3、数字贸易对国际贸易的影响

作为一种新型贸易形态，数字贸易是新一代信息通信技术与全球产业链、价值链深度融合的产物。其影响体现在以下方面：

- 数字作为一种生产要素，丰富了生产要素的内涵
- 数字技术拓展了国际分工的广度和深度
- 数字贸易依托互联网技术，显著提高贸易效率

数字贸易以互联网为基础、以数字交换技术为手段、以互联网传输为媒介，不仅改变了许多商品和服务的生产和交付方式，而且直接缩短时空距离、降低交易成本、提高效率和效益，其结果则是简化了贸易流程，增加了贸易机会。

- 数字贸易对象多为知识产权密集型的产品和服务，具有高知识、高技术、高互动、高创新的特征。

数字贸易向客户提供的服务是知识密集型的，非其他一般服务，强调与客户之间通过高度互动来实现。

更重要的是它具有高度的创新功能，在为客户提供产品服务的同时，数字贸易主体必须不断创新、吸收新知识、学习新技术，创造出适合技术和生产发展新要求的知识应用模式，而且作为客户的创新合作者，在创新过程中扮演着推动者、传播者和发起者的多重角色。



- 最后，随着云计算、大数据、移动互联网、社交媒体等新技术的不断涌现，数字贸易形式不断增加。

云计算、大数据、移动互联网、社交媒体等新技术的发展不仅拓展和扩充了数字贸易产品服务的种类范围，为客户提供了更为广阔的商品服务选择空间和余地，而且适应和激发客户的特殊化个性需求，能够满足客户高效、方便、快捷的产品和服务需要，满足实时性、交互性、低成本、个性化的需求



二、当前我国数字贸易发展过程中存在的问题

1、数字贸易总体实力亟待提升

- 全球数字贸易发展速度快于货物贸易和服务贸易。全球金融危机后，在贸易保护主义抬头、新冠肺炎疫情冲击的情况下，数字贸易表现出更加明显的优势，其增速明显快于其他贸易增速。
- 美国等西方发达国家数字经济起步早，技术优势明显，处于领导地位。2020年全球3.1万亿美元的数字贸易出口中，发达国家占据了77.5%的份额。当前比较具有影响力的数字贸易规则也全部是由发达国家主导制定。
- 数字贸易是我国贸易模式创新的重要组成部分，跨境电商贸易伙伴覆盖全球，是全球跨境电商生态链最为完善的国家之一。我国数字贸易规模居全球第二，但出口规模仅居全球第六，且服务贸易数字化程度严重偏低。2022年，我国可数字化交付的服务贸易规模2.51万亿人民币，同比增长7.8%。

- 近年来中国跨境电商行业发展迅速，成为全球性的电子商务大国。中国电商企业巨头在全球前15家中占据了4家，阿里巴巴更是成为全球前三的电商企业。
- 中国数字经济与贸易发展的成就更多体现在规模上，在核心竞争力上与美国等发达国家还有着很大差距。

2020年美国数字贸易顺差为1782亿美元，约占美国全部服务贸易顺差的65%，且在逐年提高。而中国数字服务贸易直到最近几年才实现贸易顺差，排名全球前列的数字贸易企业大多为通过互联网平台提供货物贸易的企业，而美国的数字贸易企业则主要是数字内容服务提供商、数字搜索引擎服务提供商、云计算的互联网服务提供商等数字贸易上游企业。

2、数字贸易规则重构面临欧美的外部竞争压力

- 数字贸易规则的制定是平衡各方利益、技术水平、隐私保护等因素综合作用的结果。

现阶段，数字贸易领域不仅有较高的数字产品关税壁垒，而且还存在跨境数据流动、数据本地化、知识产权保护、准入门槛等诸多隐性的非关税壁垒。

作为全球数字贸易的领导者和网络多元化的积极推动者，美欧两大经济体一直在为制定符合自身利益的数字贸易规则进行争论。美国从本国经济利益出发，在国际交往中一直奉行“美国优先”、“美国至上”的理念，主张将数字贸易条款纳入区域贸易协定，力图将“美版”数字贸易规则在全球范围内推广，主导全球数字贸易规则的制定。

3、数字贸易相关法律法规体系不健全，法律监管不完善

- 双循环新发展格局下，国内国际两个市场人员、信息、数据等要素流动更加频繁，资源在全球范围内的配置效率进一步提升，跨境贸易范围不断扩大，数据流动的国别界限日渐模糊。在此情形下，个人隐私保护和数据安全日趋重要，但我国数字贸易相关法律法规体系还不够完善。

一是数据流动及监管方面缺乏具体法律规制。

- 我国仅在《网络安全法》中确立数据跨境流动基本规则，对于数据的收集、整理、传输、存储、使用以及监管等方面，未做出详细的规制，规定过于宽泛，其落地实施仍依赖于后续出台更加具体的实施细则。
- 目前在实践层面，移动支付、跨境支付等应用广泛，对数据风险防范、数据主体权益保护、国家安全维护等方面具有强烈的利益诉求，立法和制度设计明显滞后于实践需要。再加上公民诚信意识、日常个人信息的自我保护意识淡薄，在数字贸易过程中消费者的个人隐私信息随时面临泄露风险。

- 美国和欧盟一直是全球数字贸易发展的“领头羊”，围绕“跨境数据自由流动”和“数据存储本地化”两个议题一直争论不休。

欧盟把个人隐私保护放在首位，要求必须在保证个人隐私安全的前提下开展数字贸易。

美国由于拥有Facebook、微软、亚马逊等大批跨国数字巨头企业，在社交媒体、搜索引擎、电子商务、云计算等领域均处于全球主导地位，开放的跨境数据流动更加符合企业自身发展需要，因此美国并不要求数据本地存储、限制平台企业的民事责任。

欧盟和美国数字贸易竞争力的不同决定了两国在个人隐私保护和数据安全的立场存在差异。

- 与欧盟、美国不同的是，我国数字贸易起步晚，发展迅速，但是数字贸易规则制定严重落后于数字企业的市场实践，加强个人隐私和数据信息安全立法应是未来规范数字贸易发展亟需重点考虑的内容。

- 美国和欧盟一直是全球数字贸易发展的“领头羊”，围绕“跨境数据自由流动”和“数据存储本地化”两个议题一直争论不休。

欧盟把个人隐私保护放在首位，要求必须在保证个人隐私安全的前提下开展数字贸易。

美国由于拥有Facebook、微软、亚马逊等大批跨国数字巨头企业，在社交媒体、搜索引擎、电子商务、云计算等领域均处于全球主导地位，开放的跨境数据流动更加符合企业自身发展需要，因此美国并不要求数据本地存储、限制平台企业的民事责任。

欧盟和美国数字贸易竞争力的不同决定了两国在个人隐私保护和数据安全立场存在差异。

- 与欧盟、美国不同的是，我国数字贸易起步晚，发展迅速，但是数字贸易规则制定严重落后于数字企业的市场实践，加强个人隐私和数据信息安全立法应是未来规范数字贸易发展亟需重点考虑的内容。

二是数字贸易方面法律缺乏系统性

数字贸易在通关、商检、消费者权益等方面的法律分散于《对外贸易法》《海关法》等不同法律中，未形成统一的数字贸易法。

三是个人信息和知识产权保护法律不完善。

我国在个人信息保护和在线消费者保护方面的法律尚待完备，在电子签名、电子认证、信用体系等方面未形成统一标准;数字产品的易复制、易修改和易传播等性质，加大了对知识产权保护的挑战，我国现行《知识产权保护法》尚未完全涉及，亟待完备