

出口跟随:国内生产网络微观视角下的 贸易身份转换*

廖赛男 包群

内容提要: 凭借日益复杂的国内生产网络关系,出口行为通过国内客户-供应商之间的供应链溢出进行逐级传导,使得中国企业出口呈现出网络型扩张的微观新特征。通过构建国内生产关联和出口决策的理论模型,并使用2009—2016年中国上市企业的客户-供应商数据,研究发现:(1)间接出口优势显著提高企业新进入出口市场的概率,证实了从间接出口到直接出口的典型事实,且出口身份转换主要体现在自身出口能力欠佳的中小型企业 and 出口意愿更强烈的行业;(2)间接生产率溢出和出口信息溢出是促进企业出口身份转换的两个重要渠道,供应商更可能紧随客户销往与其目的地相同或者相近的国外市场;(3)有过间接出口经历的企业在出口生存和出口产品质量方面表现更好,出口产品范围更为集中,而企业出口身份转换后仍然倾向于保留原有的间接出口关系。本研究对双循环新发展格局下的国内外市场联动机制提供了一种新的微观解释。

关键词: 国内生产网络 间接出口优势 贸易身份转换

一、引言

间接出口是一种普遍存在但又较少受到关注的新型贸易现象。大量国内企业虽然不能直接参与国际贸易活动,但是仍然可以通过向出口企业提供国内中间投入品、作为出口企业的国内供应商间接融入国际市场分工(Dhyne et al., 2021; 包群和廖赛男, 2023)。已有文献大多集中于对直接出口企业行为的关注,然而一个引人注意的典型事实是即便对于中国这样高出口外向度的国家而言,也仅有有限的企业能够成功克服国际市场进入壁垒成为直接出口商(Melitz, 2003; Eaton et al., 2011)。显然,间接出口企业具备一种得天独厚的先天性出口优势:虽然本身并没有直接出口行为,然而通过与出口企业建立紧密的国内供应链联系,不仅可以及时获取国际市场信息动态,还可以通过间接出口外溢提升生产率,从而更便利地转换为出口企业。作为联系国内市场与国际市场的重要纽带,出口企业在国际市场获得的溢出效应能否传递给上游国内供应商,从而推动后者直接进入国际市场呢?习近平总书记强调“使国内市场和国际市场更好联通,更好利用国际国内两个市场、两种资源”,本文正是基于国内生产网络的微观视角,从国内客户-供应商关系考察间接出口企业的贸易身份转换,为理解我国企业出口的网络型扩张现象提供了一种新解释。

间接出口企业的存在反映了国内生产分工格局的网络化特征,即现代商业环境中企业之间通过日益复杂的企业间生产关系,形成了千丝万缕的紧密商业联系(Bernard & Moxnes, 2018; Bernard et al., 2022; Arkolakis et al., 2023)。区别于传统简单的国内分工体系,国内生产网络的出现为客理解新出口企业的扩张路径提供了新颖的解释角度。尽管国内外学者已经从不同角度探讨了中国出口扩张的原因(Eckaus, 2006; Feng et al., 2012; 朱希伟等, 2005; 钱学锋和熊平, 2010; 马述忠和张洪胜, 2017),但是由于缺乏企业层面的交易数据,已有文献往往忽视了企业之间的国内生产分工关

* 廖赛男,西南财经大学国际商学院,邮政编码:611130,电子信箱:liao sn123@163.com;包群(通讯作者),南开大学经济学院,邮政编码:300071,电子信箱:ba oqun@yeah.net。本研究得到国家社会科学基金重大项目(23ZDA054)、国家社会科学基金重点项目(21AZD024)和国家自然科学基金项目(72341022)的资助。作者感谢匿名审稿专家提供的建设性意见。当然,文责自负。

联对出口行为的影响,因此难以准确捕捉国内生产网络在对外贸易中的重要作用。在错综复杂、紧密交织的国内生产网络中,任何企业都不是独立的“孤岛”,这也决定了企业个体的出口行为除了取决于自身的出口能力以外,更与企业所处的国内生产网络关系密切相关,尤其是受到客户出口外溢的影响。当间接出口企业转换为直接出口企业后,同样会遵循这一规律促使它们自身的上游供应商进入出口市场,以至于这一出口身份转换效应将沿着国内生产网络逐渐向上游扩散,最终表现出整体性的出口网络扩张。因此,本文不仅从国内生产网络视角为理解中国出口扩张路径和对外贸易的快速增长提供了关键启示,而且也为双循环新发展格局下的稳外贸工作提供了重要思路。

相比于传统内销企业,间接出口企业究竟具备何种先天性出口优势?总体而言,国内生产网络中的客户-供应商关系带来的间接出口优势主要可以总结为两点:一是间接出口的生产率外溢效应,即供应商从出口客户的国际市场竞争经验中获取更多的出口技术学习与吸收机会,从而提升自身的生产率水平(学习效应)。二是间接出口的信息外溢效应,即出口客户在特定目的地市场的已有经历可以帮助国内供应商更好地了解与掌握国际市场信息动态,这也意味着供应商通常会跟随国内客户出口到与其目的地相同或者相近的市场(跟随效应)。显然,无论是学习效应带来的生产率提升,还是跟随效应引发的出口信息外溢,都会帮助供应商更顺利地克服出口市场进入成本,从而实现出口身份的转换。

大量研究表明,出口竞争对企业经营具有重要意义(Van Biesebroeck, 2005; Atkin et al., 2017; Garcia-Marin & Voigtländer, 2019)。本文希望明确的是,出口学习收益是否仅局限于出口企业自身。从国内生产网络视角而言,间接出口企业虽然自身无法直接出口,但仍有可能凭借国内生产网络关系间接享受出口外溢好处、提高企业生产率(包群和廖赛男, 2023),以至于在突破出口临界生产率后增加企业直接参与贸易的可能性。^①信息贸易壁垒是企业出口面临的另一个关键难题,并对潜在出口进入者的出口决策产生重要影响(Fernandes & Tang, 2014; Chaney, 2014; Dickstein & Morales, 2018; Eaton et al., 2021)。这些不确定性包括出口程序、国外客户搜索、国外消费者偏好、竞争和法律环境以及不同的文化和商业惯例等方面的信息摩擦(Allen, 2014)。面对普遍存在的国际市场信息摩擦和不确定性,企业不仅可以通过自身的出口经验积累来调整出口信息动态(Albornoz et al., 2012; Morales et al., 2019; 孙楚仁和梁晶晶, 2020),还可以通过向邻近的本土出口企业学习来及时获取国际市场信息(Koenig et al., 2010; Fernandes & Tang, 2014)。值得强调的是,与已有文献关注基于地理邻近性产生的出口信息外溢不同,本文基于国内生产网络关系,考察出口客户通过国内供应链将出口信息传递给上游供应商,从而为后者减少信息贸易壁垒提供有效帮助。大量文献均强调信息溢出更可能发生在直接贸易伙伴之间,而不是非贸易伙伴之间,而网络的重要性之一也恰恰在于它有助于加快信息的流动和扩散(Chaney, 2014; He & Lugovskyy, 2019; Di Ubaldo & Siedschlag, 2022)。

本文的核心观点是,相较于传统内销企业,间接出口企业具备获取生产率外溢与国际信息外溢两个重要出口优势,从而能更顺利地转换为直接出口企业。就这一意义而言,企业出口能力不仅与自身生产率水平和国际信息获取途径密切相关,而且也高度依赖于企业在国内生产网络中的客户-供应商关系,从而揭示了国内生产网络解释企业出口行为的重要作用。事实上,部分学者已经关注到国外客户网络关系在建立新出口贸易关系中的作用(Chaney, 2014; Morales et al., 2019; He & Lugovskyy, 2019),然而这些文献研究的均是已经成功出口的企业如何实现下一步的出口继续扩张。与之不同,本文聚焦于企业从国内市场向国际市场的首次转型,这是企业后续继续扩大出口范围与

^① 近期文献开始关注企业间的生产率溢出,为生产网络对生产率的传播和扩散提供了经验证据(Serpa & Krishnan, 2018; Alfaro-Urena et al., 2022)。本文则强调生产网络的生产率提升效果不仅产生于国内企业之间,而且也可以将国际市场经验沿着国内供应链不断延伸,并且对企业直接出口决策产生影响。

出口规模的基础,对企业发展和成功“走出去”具有重要意义。

显然,试图客观考察国内生产网络在企业出口身份转换中的作用,面临的一个关键研究难题是间接出口企业身份的准确识别。本文通过整合2009—2016年CSMAR供应链研究数据库提供的客户-供应商关系数据与海关贸易商品交易数据,首先对间接出口企业样本进行了如下界定:自身没有发生出口行为;通过向至少一个客户提供中间品或服务而间接出口。依据这一身份识别准则,发现了2009—2016年间中国企业间接出口行为的三个特征事实:^①第一,间接出口行为是一种广泛存在的现象。样本企业中通过间接出口方式参与国际市场的制造业企业比例高达54.86%。第二,出口身份转换的存在,即间接出口经历有助于企业转换为直接出口。具体地,在直接出口之前存在间接出口经历的出口企业平均占比58.40%,相比之下,没有间接出口经历的企业平均占比38.62%。这一结果直观地反映出大多数企业在直接出口之前的确存在间接出口经历。第三,出口身份转换的时长。本文发现,大多数企业在从事间接出口3年以内开始转向直接出口参与,占比为82.32%,其中间接出口2年以后转向直接出口的情况占比最高,为43.43%。平均而言,出口身份转换之前间接出口年数的均值为2.51年,这也证实了通过为出口客户提供中间品或者服务,间接出口学习获益能够帮助企业在经历一段时间之后顺利进入国际市场。

本文构建理论模型阐释间接出口优势的产生机制,并实证考察了间接出口优势对企业出口身份转换的实际影响。本文发现,与对照组企业相比,拥有间接出口优势的企业的确更有可能转换为直接出口企业,从而证实了企业出口身份转换事实的存在性。为了准确识别间接出口优势对出口身份转换的因果影响,本文分别考虑了企业出口自选择、其他混淆特征、同时性事件、出口企业本地化集聚等可能的替代性解释,并使用工具变量法进行因果识别。事件研究法提供的证据使我们相信,这一发现并不是因为间接出口企业选择了生产率较高且增长较快的企业作为其国内供应商的结果。同时,我们也尝试了一系列的稳健性检验,均较好地支持本文的核心结论。本文进一步检验了间接出口优势的两类重要来源:生产率外溢与出口信息外溢。尤其是借助丰富的客户-供应商数据,得以从国内商业伙伴出口目的地与出口产品一致性角度识别出口信息外溢的存在。此外,本文还进一步详细探讨了直接出口身份的选择、转换后企业销售结构的调整和出口表现。

本文可能的边际贡献体现在三个方面:第一,引入网络异质性考察企业出口行为,为基于国内客户-供应商关系理解企业出口背后的决定因素提供了有益的研究补充。在复杂的现代生产网络体系中,任何企业都不是孤立的个体存在,而是通过错综复杂的商业往来关系彼此互相影响,这决定了在研究企业出口参与的决定因素时,不仅需要关注企业生产率、融资约束等个体异质性(Melitz, 2003; Manova, 2008),而且需要关注企业所处的国内生产环境与商业合作伙伴的影响,从而在更宽泛的生产网络视角下理解企业出口行为。第二,研究基于客户-供应商关系的出口溢出效应在企业出口决策中的关键作用,是对已有出口溢出效应研究的有益补充。大量学者关注空间邻近出口企业的横向溢出效应(Koenig et al., 2010; Fernandes & Tang, 2014),但是却难以界定出口企业究竟与哪些邻近企业存在联系并获得出口外溢。本文关注基于客户-供应商关系的纵向出口溢出效应对企业出口决策的影响,不仅避免了对同一地区企业可能并不存在实际联系的担忧,还有助于打破出口溢出效应在空间地理距离上的限制。包群和廖赛男(2023)研究表明,与出口商的生产关联能够帮助国内企业间接获取出口学习收益,但是该研究忽略了沿着客户-供应商关系的出口信息溢出与扩散或许是企业决定是否直接出口更重要的优势。第三,研究基于生产网络关系的出口跟随效应,从一个新颖的视角解释了潜在出口进入者的首次出口决策和出口企业扩张路径。已有学者注意到网络效应在国际贸易中的重要性,从国际生产网络的形成与演变中来考察在位出口企业

^① 因篇幅所限,特征事实的相关内容详见本刊网站登载的附录1。

的国外市场扩张路径 (Albornoz et al., 2012; Morales et al., 2019; Eaton et al., 2021), 尤其是着眼于企业如何通过现有国外客户寻找新客户 (Chaney, 2014; He & Lugovskyy, 2019)。遗憾的是, 由于缺乏详细的国内企业间交易数据, 国内生产网络对企业出口的重要作用还未得到足够的研究重视。^① Dhyne et al. (2021) 使用比利时企业间交易数据构建国内生产网络, 证实了间接出口企业的广泛存在。本文则进一步讨论了上游供应商可以凭借间接出口优势实现出口身份的转换, 从国内企业的客户-供应商关联视角为潜在进入者首次出口决策和出口企业数量扩张路径提供了新思路, 从而揭示了国内生产网络在出口贸易中的重要性。

二、理论分析与研究假说

本文在 Melitz (2003) 异质性企业模型的基础上, 将间接生产率溢出效应渠道和出口信息溢出效应渠道纳入统一框架, 分析企业通过国内生产网络间接出口的经历对出口身份转换的影响。

(一) 基本模型设定

借鉴 Melitz (2003) 异质性企业模型的基本设定, 假设国外市场是垄断竞争的, 国外市场 x 的代表性消费者对差异化产品的偏好满足常替代弹性 (CES) 效用函数, 不同产品之间的替代弹性用 σ 表示, 并且满足 $\sigma > 1$ 。假设每个企业只生产单一产品, 企业的生产率为 φ_i , 单一劳动要素成本为 ω 。可以得到, 企业毛利润为:^②

$$V\pi_i = \lambda_{ix} \left(\frac{1}{\sigma} \right)^{\sigma} \left(\frac{\sigma - 1}{\sigma\omega} \right)^{\sigma - 1} \varphi_i^{\sigma - 1} \quad (1)$$

与 Melitz (2003) 的假设一致, 企业进入国外市场需要支付出口进入成本 F_{ix} 。在进入国外市场之前, 企业并不知晓出口进入成本的具体大小, 只对 F_{ix} 有一个估计。参考 Fernandes & Tang (2014), 假设企业对 $\ln F_{ix}$ 的先验信念服从均值为 u 、方差为 $1/v$ 的正态分布:

$$\ln F_{ix} \sim N \left(u, \frac{1}{v} \right) \quad (2)$$

其中, u 越大表明进入成本越大, v 越大反映了企业对进入成本的先验知识越少。进一步可以得到, u 和 v 越大则出口进入成本的期望值也越大, 即:

$$E(F_{ix}) = \exp \left(u + \frac{1}{2v} \right) \quad (3)$$

为了简化模型, 假设只存在两期, 即间接出口期 ($t - 1$) 和直接出口期 (t)。使用 $G = (V, \alpha)$ 表示企业间的网络连接结构, 该结构由一系列的企业 V 和有向网络的边 α 组成。如果企业 $i, j \in \alpha$, 则表示企业 i 和 j 之间存在直接生产联系, 即企业 j 是企业 i 的客户; 否则表示两个企业不存在直接生产联系。边的权重 $\alpha_{ij} \in \alpha$ 是企业 i 供应给企业 j 的产品占企业 i 销售总额的比例, 反映了企业 i 和 j 之间的联系强度。假设企业 i 知道客户 j 在 $t - 1$ 期的出口额为 $E_{j,t-1}$ 。企业 i 是否出口则取决于当期出口净利润的期望值是否大于零。

(二) 间接出口的生产率溢出

首先分析间接出口的生产率溢出效应渠道在企业出口身份转换中的作用。借鉴 Girma et al. (2015) 的做法, 假设企业在 $t - 1$ 期需要内生地决策一笔投资 $y_{i,t-1}$, 以从生产网络中吸收出口客户传递的知识与技术溢出, 从而推进自身的技术进步和生产率提升。假设企业在整个间接出口期间

^① 基于国内客户-供应商的微观配对数据, 新近文献也重点关注国内生产网络关系的形成与决定因素, 尤其是关于国内商业关系的地理分布以及供应商选择问题 (Bernard et al., 2019; Arkolakis et al., 2023)。然而, 已有文献还较少关注国内生产网络的存在对企业出口参与决策的影响, 这也是与本文研究的重要区别。

^② $\lambda_{ix} = R_x P_x^{\sigma - 1}$, R_x 表示国外市场 x 的总消费水平, P_x 为总价格指数。

进行学习,学习的最终成果在 t 期兑现。企业 i 从客户 j 获得的生产率溢出 $\gamma_{ij,t}$ 取决于企业 i 与出口客户 j 之间的联系强度 $\alpha_{ij,t-1}$ 、客户的出口额 $E_{j,t-1}$ 和企业自身的吸收能力 $f(y_{i,t-1})$:^①

$$\gamma_{ij,t} = \kappa_i \alpha_{ij,t-1} E_{j,t-1} f(y_{i,t-1}) \quad (4)$$

进一步可得,企业 i 从客户网络中获得的加总溢出效应为 $\gamma_{i,t}^{cust} = \sum_{j=1}^J \gamma_{ij,t}$ 。不失一般性,假设企业的生产率进步如(5)式所示,^②表明企业在 t 期的生产率水平取决于上一期的生产率水平 $\varphi_{i,t-1}$ 和从出口客户获得的溢出效应 $\gamma_{i,t}^{cust}$ 。

$$\varphi_{i,t}(\varphi_{i,t-1}, \gamma_{i,t}) = \left(\varphi_{i,t-1}^{\frac{1}{\beta}} + \gamma_{i,t}^{cust} \right)^{\beta} \quad (5)$$

如果企业 i 决定在 t 期进入国外市场,那么 t 期净利润的期望值为:

$$E(\pi_{i,t}) = D_{ix} \left[\varphi_{i,t-1}^{\frac{1}{\beta}} + \kappa_i J_{i,t-1} f(y_{i,t-1}) \right]^{\beta(\sigma-1)} - y_{i,t-1} - E(F_x) \quad (6)$$

其中, $D_{ix} = \lambda_{ix} (1/\sigma)^{\sigma} [(\sigma-1)/\sigma\omega]^{\sigma-1}$ 。 $J_{i,t-1} = \sum_{j=1}^J \alpha_{ij,t-1} E_{j,t-1}$ 表示企业在 $t-1$ 期的间接出口额。最大化期望利润,并根据包络定理推导可以得到:^③

$$\frac{\partial E(\pi_{i,t}^*)}{\partial J_{i,t-1}} = \frac{D_{ix} \beta (\sigma-1) \left[\kappa_i f(y_{i,t-1}^*) + \kappa_i J_{i,t-1} f'(y_{i,t-1}^*) \frac{\partial y_{i,t-1}^*}{\partial J_{i,t-1}} \right]}{\left[\varphi_{i,t-1}^{\frac{1}{\beta}} + \kappa_i J_{i,t-1} f(y_{i,t-1}^*) \right]^{1-\beta(\sigma-1)}} > 0 \quad (7)$$

根据(7)式,当企业 i 在 $t-1$ 期的间接出口额越高时,企业 i 出口的期望利润越高。随着间接出口额的提高,当企业出口的期望利润大于零时,企业选择由间接出口转换为直接出口。据此,得到假说1。

假说1:间接出口经历通过生产率溢出效应渠道提高企业出口身份转换的可能性,并且间接出口额越高,企业生产率溢出效应和出口期望利润越大,从而出口身份转换的可能性也越大。

(三)间接出口的信息溢出

关于国外市场的出口信息是影响企业出口决策的另一个重要因素。间接出口企业作为潜在的出口进入者,能够在与出口客户之间频繁的交易往来中,得到国外市场的相关信息动态,从而更新对国外市场信息的了解。假设 $t-1$ 期出口到国外市场的下游客户拥有关于国外市场进入成本的准确信息 $\bar{u}$,并且这种信息会沿着国内生产网络向上游传递给其供应商。同时,信息在传递过程中会面临噪声 ε_{ij} 的干扰。假设来自不同下游客户所传递出口信息的噪声互相独立,且服从均值为零的正态分布。噪声的高低与上下游企业 i,j 之间的联系程度 $\alpha_{ij,t-1}$ 和下游客户的出口表现 $E_{j,t-1}$ 有关。故而,下游客户 j 传递给国内上游供应商 i 的出口信号 $S_{ij,t-1}$ 服从均值为 $\bar{u}$ 、方差为 $1/\alpha_{ij,t-1} E_{j,t-1} \rho^2$ 的正态分布:

$$S_{ij,t-1} \sim N \left(\bar{u}, \frac{1}{\alpha_{ij,t-1} E_{j,t-1} \rho^2} \right) \quad (8)$$

进入国外市场之前,企业 i 自身关于出口进入成本的先验信念服从均值为 $\bar{u}$ 、方差为 $1/\bar{v}_i$ 的正态分布:

① κ_i 为常数。假设 $f(\cdot)$ 满足 $f'(\cdot) > 0, f''(\cdot) < 0, f(0) = 0$ 。

② 假设满足 $0 < \beta < 1, \beta(\sigma-1) < 1$ 。

③ 因篇幅所限,推导过程详见本刊网站登载的附录2。本文也推导了企业最优投资随着间接出口额的变化情况,见附录2。

$$\ln F_{ix,t-1}^{prior} \sim N\left(\bar{u}, \frac{1}{\bar{v}_i}\right) \quad (9)$$

根据 DeGroot (2004), 企业 i 接收到这些信号后, 在 t 期更新其关于出口进入成本的先验信念。更新后的后验信念为:

$$\ln F_{ix,t}^{post} = \frac{\bar{v}_i}{\bar{v}_i + \sum_{j=1}^J \alpha_{ij,t-1} E_{j,t-1} \rho^2} \ln F_{ix,t-1}^{prior} + \sum_{j=1}^J \frac{\alpha_{ij,t-1} E_{j,t-1} \rho^2}{\bar{v}_i + \sum_{j=1}^J \alpha_{ij,t-1} E_{j,t-1} \rho^2} S_{ij,t-1} \quad (10)$$

由此, 可以得到 $\ln F_{ix,t}^{post}$ 服从如下正态分布:

$$\ln F_{ix,t}^{post} \sim N\left(\bar{u}, \frac{1}{\bar{v}_i + \rho^2 J_{i,t-1}}\right) \quad (11)$$

上式表明, 间接出口额越高的企业越能够接收到更加准确的出口信息。进而可得, 企业进入国外市场的期望利润为:

$$E(\pi_{i,t}^*) = D_{ix} \left[\varphi_{i,t-1}^{\frac{1}{\beta}} + \kappa_i J_{i,t-1} f(y_{i,t-1}^*) \right]^{\beta(\sigma-1)} - y_{i,t-1}^* - \exp\left(\bar{u} + \frac{1}{2(\bar{v}_i + \rho^2 J_{i,t-1})}\right) \quad (12)$$

进一步地, 将期望利润对 $J_{i,t-1}$ 求偏导, 可以得到:

$$\frac{\partial E(\pi_{i,t}^*)}{\partial J_{i,t-1}} = \frac{\partial E(\pi_{i,t}^*)}{\partial J_{i,t-1}} + \frac{\exp\left(\bar{u} + \frac{1}{2(\bar{v}_i + \rho^2 J_{i,t-1})}\right) \rho^2}{2(\bar{v}_i + \rho^2 J_{i,t-1})^2} > 0 \quad (13)$$

(13) 式右侧的第二项反映了出口信息溢出渠道带来的影响, 该影响大于零。因此, 间接出口额越高表明企业能够从国内生产网络中获取的出口信息越准确, 降低了期望进入成本, 从而提高了企业出口的期望利润。随着间接出口额的提高, 当企业出口的期望利润大于零时, 企业做出直接出口决策。据此, 得到假说 2。

假说 2: 间接出口经历通过出口信息溢出效应渠道增加企业出口期望利润, 提高企业出口身份转换的可能性。并且间接出口额越高, 企业出口期望利润越高, 从而出口身份转换的可能性也越大。

三、估计策略与数据说明

(一) 估计模型设定

为检验间接出口经历是否提高了企业直接进入出口市场的可能性, 本文首先设定如下基准模型:

$$EntryEx_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 IDTex_{it} + \gamma Controls_{it} + \delta_i + \delta_t + \varepsilon_{it} \quad (14)$$

其中, 下标 i 和 t 分别表示企业和年份。被解释变量 $EntryEx_{it}$ 为表示企业是否直接进入出口市场的虚拟变量, 即如果企业当年在海关有出口记录时取值为 1, 否则取值为 0。反映间接出口经历的核心解释变量 $IDTex_{it}$, 分别采用如 (15) 式和 (16) 式所示的两种方法进行测度:

$$IDTex1_{it} = \sum_{q=1}^3 \frac{1}{q} idtdum_{i,t-q} \quad (15)$$

$$IDTex2_{it} = \ln\left(1 + \sum_{q=1}^3 \frac{1}{q} idtex_{i,t-q}\right) = \ln\left(1 + \sum_{q=1}^3 \frac{1}{q} \sum_{j \in I_i} s_{ij,t-q} \times \exp_{j,t-q}\right) \quad (16)$$

具体而言, 鉴于 82.32% 的企业在出口身份转换之前的年数在 3 年以内, 因此本文依据衰减效应对应滞后 1—3 年的间接出口状态和间接出口额进行加权。其中, $idtdum_{i,t-q}$ 为虚拟变量, 反映 i 企业在 $t-q$ 年是否存在间接出口。 $idtex_{i,t-q}$ 为连续变量, 反映 i 企业在 $t-q$ 年的间接出口额。 $s_{ij,t-q}$ 表示

$t - q$ 年企业 i 对客户 j 的销售额占其总销售额的比例。 $exp_{j,t-q}$ 表示 $t - q$ 年客户 j 的直接出口额。 $Controls_{it}$ 表示一系列企业层面的控制变量。此外,模型还控制了非观测的企业固定效应 δ_i 和年份固定效应 δ_t 。 ε_{it} 为随机扰动项。

模型中的控制变量包括:(1)企业规模(*Size*),采用总资产的自然对数衡量;(2)企业年龄(*Age*),采用当年年份减去企业开业年份再加1的自然对数衡量;(3)资本密集度(*KL*),采用总资产与营业收入的比值衡量;(4)资金流动性(*Liquidity*),采用流动资产与流动负债的比值衡量,数值越大表示资金流动性越高,企业受到的融资约束越小;(5)外资股份占比(*Foreign*),采用境外发起人持股数与股本总数的比值衡量,用以控制外商直接投资可能对企业出口决策的影响;(6)实际税率(*Tax*),采用所得税费用与税前利润总和的比值衡量;(7)企业进口额(*Imp*),采用与海关数据匹配得到的企业进口额衡量,同样取自然对数值,用以控制进口对企业出口决策的可能影响。

(二)数据来源及处理

本文的数据来源主要有三个:第一, Wind 金融终端。本文分析使用的上市企业基本信息和财务数据均来自 Wind 金融终端,选取 2009—2016 年中国 A 股上市企业为初始研究样本,并借鉴文献中的惯用方法对初始样本进行筛选。第二, CSMAR 供应链研究数据库。该数据库包含上市企业前五大客户销售信息、地理距离、客户集中度等基本信息。第三, 中国海关交易数据库。根据研究需要将每个企业-产品-出口目的国层面的月度数据加总为企业-年度数据,样本期间为 2000—2016 年。

由于本文核心指标涉及滞后 1—3 期的间接出口关系,因此需要使用 2006—2016 年的客户-供应商关系来构建企业间生产网络。本文对原始客户-供应商关系进行处理:剔除“合计”类别;剔除没有客户具体名称、非企业类客户和非 A 股上市企业的样本;剔除销售额在前五大客户间排序与销售份额在前五大客户间排序不一致的样本,以及前五大客户销售份额之和大于 1 的样本。剩余可用于实证分析的客户-供应商关系共 41216 条,涉及节点企业 44860 个。将企业间生产网络中出现的所有节点企业与海关进出口数据中的企业进行匹配,用以准确识别企业出口类型和计算相关贸易指标。考虑到企业的出口模式具有一定的路径依赖,如果企业在间接出口之前已经存在直接出口经验,则后续年份的直接出口更可能是直接出口模式的延续,而并非间接出口经历的作用。因此,在主要回归中剔除了在间接出口之前已经开始从事直接出口的企业样本,^①匹配控制变量后并对所有变量进行前后 1% 的缩尾处理,最终得到 5157 个企业-年份观测值。^②

四、基本实证结果及分析

(一)基准回归

表 1 报告了间接出口经历影响企业直接出口决策的基准回归结果。前两列使用全样本进行回归,后两列使用限制样本进行回归。^③第(1)、(3)列使用的核心解释变量为 $IDTE_{x1}$,第(2)、(4)列使用的核心解释变量为 $IDTE_{x2}$ 。每一列均控制了企业固定效应、年份固定效应以及其他企业层面变量。可以发现,核心估计系数均至少在 5% 的水平上显著为正。从经济显著性看, $IDTE_{x1}$ 每增加 1 个单位,使得企业直接进入出口市场的概率提高 1.87 个百分点,占平均企业出口市场进入概率的 17.37%; $IDTE_{x2}$ 每增加 10 个单位,使得企业直接进入出口市场的概率提高 3.90 个百分点,占平均企

① 这里主要是指间接出口前 3 年内是否存在直接出口。需要特别指出的是,在后文部分回归中需要比较有间接出口经历的出口企业与没有间接出口经历的出口企业之间的差异时,也将这部分企业纳入样本。

② 因篇幅所限,主要变量的描述性统计详见本刊网站登载的附录 3。

③ 限制样本指,对于发生出口身份转换的企业,剔除首次直接出口年之后的年份,即主要关注出口身份转换当年的效应。因篇幅所限,除特别注明外,后文所有实证结果均使用全样本进行回归,使用限制样本的结果基本类似。

业出口市场进入概率的 36.97%。上述结果表明,在国内生产网络视角下,确实存在从间接出口到直接出口的出口身份转换现象,这是已往研究忽略的一个重要出口事实。

表 1 基准回归结果

变量	全样本		限制样本	
	(1)	(2)	(3)	(4)
	<i>EntryEx</i>	<i>EntryEx</i>	<i>EntryEx</i>	<i>EntryEx</i>
<i>IDTE_{x1}</i>	0.0187*** (0.0064)		0.0100** (0.0044)	
<i>IDTE_{x2}</i>		0.0039*** (0.0012)		0.0027*** (0.0010)
<i>Size</i>	-0.0052 (0.0047)	-0.0058 (0.0047)	-0.0003 (0.0038)	-0.0005 (0.0038)
<i>Age</i>	0.1766*** (0.0519)	0.1736*** (0.0515)	0.1601*** (0.0471)	0.1577*** (0.0466)
<i>KL</i>	0.0005 (0.0033)	0.0002 (0.0033)	0.0006 (0.0028)	0.0002 (0.0027)
<i>Liquidity</i>	-0.0285 (0.0234)	-0.0306 (0.0234)	-0.0222 (0.0161)	-0.0236 (0.0161)
<i>Foreign</i>	0.0571 (0.0682)	0.0563 (0.0685)	0.0337 (0.0577)	0.0306 (0.0581)
<i>Tax</i>	-0.0026 (0.0074)	-0.0018 (0.0074)	0.0007 (0.0073)	0.0013 (0.0073)
<i>Imp</i>	0.0504*** (0.0014)	0.0502*** (0.0015)	0.0523*** (0.0017)	0.0520*** (0.0017)
Firm FE、Year FE	Yes	Yes	Yes	Yes
adj.R ²	0.8190	0.8193	0.7134	0.7142
观测值	5157	5157	4658	4658

注：***、**和*分别表示在 1%、5% 和 10% 的水平上显著。小括号内数值是回归系数在企业层面聚类的稳健标准误。下表同。

(二)因果识别讨论^①

1. 替代性解释 1：企业出口自选择

一个可能的替代性解释是,是否只有生产率较高且增长较快的企业才能够成为直接出口企业的国内供应商,而在此之后生产率继续提高达到出口生产率临界值,最终实现直接出口。为了处理这种可能存在的企业出口自选择,本文以上市企业的首次间接出口行为作为冲击,采用事件研究法进行分析。本文同时采用双向固定效应模型和 Sun & Abraham (2021) 提出的异质性稳健估计量进行检验,结果均表明企业是由于成为出口企业的国内供应商之后才得到生产率的显著提升,而并非因为企业原本具有较高或增长较快的生产率,从而否定了企业出口自选择的替代解释。

2. 替代性解释 2：其他混淆特征的干扰

一个潜在的担忧是,出口身份转换效应可能并非客户是出口企业的缘故,而是因为客户具有资金实力雄厚、信息获取能力强等优势。本文特别关注当客户是上市企业或外资企业时,这些优势同样存在。尤其是,外资企业不仅能够从外国母公司获得人才、技术、资金等方面的支持,进而可能为其上游供应商带来生产率溢出,而且它们熟悉国外市场的相关信息,同时也拥有较高的出口参与

^① 因篇幅所限,因果识别讨论部分的补充内容和检验结果详见本刊网站登载的附录 4。

度。这使得我们难以断定出口身份转换究竟是由于间接出口导致的,还是由于成为上市企业或外资企业的供应商等其他混淆因素带来的结果。为了排除这一干扰,本文检验了为上市企业或外资企业供应中间品或服务的经历是否能够提高企业直接出口的概率。回归结果支持了本文结论的稳健性。

3. 替代性解释3:其他可能事件的干扰

本文进一步考虑,是否在出口身份转换之前企业内部发生了某种特殊事件,从而影响企业前后不同的出口方式选择。更换高管可能是影响企业出口决策的重要事件,例如更换之前的高管可能倾向于国内销售,而更换之后的高管则同时注重出口。尤其考虑到董事会更换高管的目的主要是为了提高经营绩效、扩展公司业务,而开拓国际市场正是促进企业发展的有效途径。为了消除这一情况的干扰,剔除了在出口身份转换的当年或前一年发生更换高管的企业,包括更换董事长和更换总经理。结果表明间接出口经历对直接出口决策的影响并不受更换高管事件的影响。

4. 替代性解释4:出口企业的本地化集聚

既有文献表明,向邻近出口企业学习的行为同样可以获取溢出效应,帮助企业成功进入出口市场。这引起的一个可能担忧是,造成这种出口身份转换现象的原因可能仅是出口企业的本地化集聚,即因为企业和出口客户是邻近企业,从而溢出效应的发生主要依赖于空间距离邻近。为了排除这一替代性解释的干扰,剔除了企业与出口客户在同一省份或同一城市的样本,发现在排除了出口企业本地化集聚的影响后,本文的核心结论仍然保持稳健。

5. 内生性问题:工具变量方法

考虑到仍然可能存在其他潜在内生因素的干扰,从而导致估计结果偏误,本文采用上一年企业与网络中所有出口企业间接商业关系强度的均值(*Irwe*)作为企业当年间接出口的工具变量。间接商业关系强度越大,企业越有可能与出口企业建立直接商业关系,即间接出口关系。根据已有研究,企业往往沿着垂直供应关系搜寻新商业关系,并通过筛选现有商业网络的邻域确定最终的交易伙伴,而且网络距离越近则建立新商业关系的概率也越高(Chaney, 2014; Carvalho & Voigtländer, 2014),因此本文认为间接出口经历与工具变量之间满足相关性要求。另外,至少2年以前与网络中所有出口企业2个步长及以上的商业关系对企业当年直接出口决策的影响较小,从而工具变量也满足外生性要求。工具变量方法的检验结果再次支持了本文的核心结论。

(三)稳健性检验^①

1. 非线性概率模型

考虑到被解释变量为二元选择变量,也采用非线性概率模型 *xtlogit* 进行重新检验,表明本文的核心结论对于不同的估计模型均是稳健的。

2. 替换核心解释变量

基准回归中,根据衰减效应对滞后1—3年的间接出口状态和间接出口额进行加权。为了进一步保证结论的稳健性,考虑间接出口经历的两种替换度量。第一,无衰减效应。第二,0-1变量。检验结果表明,本文对间接出口经历指标的度量是稳健的。

3. 间接出口关系的重要性

考虑到对企业越重要的出口客户,带来的溢出效应更大、更显著,对企业出口概率的影响也更大。为此,根据出口客户的排序划分为两类:第一、二大客户和第三至五大客户。之后重新计算间接出口经历指标,并对基准回归结果进行再检验。结果显示只有通过前两大客户间接出口才能带来显著的出口身份转换效应,而通过第三至五大客户间接出口带来的效应不显著。这一结果从侧

^① 因篇幅所限,稳健性检验结果详见本刊网站登载的附录5。

面证明了出口身份转换事实的存在性,也表明考虑第五大客户之后的间接出口意义不大。

4. 至少6年以上观测值的企业

实际上,证监会从未强制要求全部上市企业披露前五名客户和供应商的名称。这引起的一个担忧是,是否会因为企业商业关系不全,导致识别不准确的问题,进而造成估计偏误。为了排除这一担忧的干扰,我们仅保留在样本期间至少拥有6年以上观测值的企业,进行重新检验,再一次有力支持了本文核心发现的稳健性。

五、影响机制与扩展性分析

(一)影响机制

1. 间接生产率溢出：出口学习效应

出口贸易需要支付高昂成本,因此只有当企业生产率水平突破出口生产率临界点之后,企业才能克服出口的固定成本,成为新出口商(Melitz,2003)。根据理论模型部分的分析可知,间接出口经历有助于提高企业生产率,并且能够通过这种生产率溢出效应渠道提高出口身份转换的可能性。为了检验间接生产率溢出效应在出口身份转换中的作用,将基准回归中的被解释变量替换为企业全要素生产率进行估计,全要素生产率采用 TFP 和 $TFP2$ 两种指标度量。^①间接生产率溢出效应渠道的回归结果报告在表2,可以发现核心估计系数均至少在5%的水平上显著为正,这反映出企业确实通过从事间接出口提高了自身生产率。同时,生产率对企业出口决策的积极影响长期以来得到了众多贸易文献的广泛支持(Melitz,2003;张杰等,2009;钱学锋等,2011)。因此,这一经验结果较好印证了研究假说1。^②

表2 机制分析：间接生产率溢出效应

变量	TFP		$TFP2$	
	(1)	(2)	(3)	(4)
$IDTex1$	0.0588*** (0.0197)		0.0158** (0.0067)	
$IDTex2$		0.0068** (0.0033)		0.0023** (0.0011)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes
Firm FE、Year FE	Yes	Yes	Yes	Yes
adj.R ²	0.7955	0.7953	0.4419	0.4416
观测值	5146	5146	5157	5157

2. 出口信息溢出：出口跟随效应

在既有研究中,因信息的复杂性难以量化,直接衡量出口信息溢出效应是一项具有挑战性的任务。如果出口信息溢出效应的作用能够降低企业面临的国外市场风险和不确定性,提高企业出口身份转换的可能性。我们有理由相信,由于企业通过间接出口经历获取的国外市场信息主要来自客户出口目的国市场,因此企业在直接出口参与时也会更加倾向于选择出口到这些国家或邻近国家。为了检验出口信息溢出效应的机制作用,本文尝试采用以下四种实证策略进行探究。

(1)出口目的国的同一性。这一检验将基准回归模型扩展到出口目的国维度,目的是考察企业

^① TFP 和 $TFP2$ 分别表示采用Akerberg et al.(2015)方法和Schoar(2002)方法测算得到的全要素生产率,测算步骤详见本刊网站登载的附录4。

^② 作为间接生产率溢出渠道的补充性证据,本文检验结果还表明间接出口有助于提高企业研发创新水平、降低平均生产成本,以及客户出口质量越高则间接出口企业获得的生产率溢出效应越大。因篇幅所限,回归结果详见本刊网站登载的附录6。

对一国的间接出口经历是否会提高该企业对该国直接出口的概率。扩展后的回归模型如(17)式所示。其中, $EntryEx_{imt}$ 表示企业 i 在 t 年是否直接进入 m 国市场的虚拟变量。 $IDTEx_{imt}$ 为反映间接出口经历的核心解释变量。^①此外,模型还控制了企业-出口目的国固定效应 δ_{im} 和出口目的国-年份固定效应 δ_{mt} 。这一回归结果报告在表3的第(1)列和第(2)列,可以发现核心估计系数均显著为正,表明企业对 m 国的间接出口经历确实显著提高了企业直接出口到 m 国的可能性。

$$EntryEx_{imt} = \beta_0 + \beta_1 IDTEx_{imt} + \gamma Controls_{it} + \delta_{im} + \delta_{mt} + \varepsilon_{imt} \quad (17)$$

表3 机制分析:出口信息溢出效应1

变量	出口目的国的同一性		出口目的国的邻近性		出口目的国的重合率
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	$EntryEx_m$	$EntryEx_m$	$EntryEx_m$	$EntryEx_m$	$SameRatio$
$IDTEx1_m$	0.0510*** (0.0053)		0.0233*** (0.0051)		
$IDTEx2_m$		0.0097*** (0.0011)		0.0025** (0.0011)	
$IDTE_{exper}$					0.1234*** (0.0434)
控制变量	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
Firm-Country FE、Country-Year FE	Yes	Yes	Yes	Yes	No
Industry FE、Year FE	No	No	No	No	Yes
adj.R ²	0.4708	0.4701	0.6748	0.6747	0.0653
观测值	65805	65805	65805	65805	2033

(2)出口目的国的邻近性。降低对一国的出口信息不确定性,不仅能够增加企业进入该国市场的概率,还可以增加企业进入出口目的国邻近国家的可能性(Morales et al.,2019;孙楚仁和梁晶晶,2020),Morales et al.(2019)称这种贸易现象为“扩展引力”。本文进一步检验企业对一国的间接出口经历能否提高企业进入该国所在区域的其他国家市场的概率。^②具体而言,将(17)式中的被解释变量替换为企业 i 在 t 年是否直接进入 m 国所在区域内其他国家市场的虚拟变量,这一估计结果报告在表3的第(3)、(4)列。结果显示核心估计系数同样均显著为正,并且系数大小与前两列相比有所减小,这表明企业通过生产网络关系探索国际市场进入的出口扩张路径同样存在“扩展引力”现象。^③

(3)出口目的国的重合率。本文进一步检验有间接出口经历的出口企业相对于没有间接出口经历而直接进入出口市场的企业,在出口目的国重合率($SameRatio$)方面是否存在显著差异。出口目的国重合率指的是,企业当年直接出口目的国与上一年间接出口目的国重合数量占企业当年直接出口目的国总数量的比重。估计模型如(18)式所示, $IDTE_{exper}$ 表示企业在直接出口之前是否存在间接出口经历的虚拟变量, δ_g 表示行业固定效应。这一检验结果报告在表3的第(5)列,可以发现估计系数显著为正。这表明相比于那些完全依靠自身能力拓展国际市场的企业,从间接出口转向直接出口的企业与下游客户的出口目的国重合率更高,从而有力地反映了出口信息溢出效应在

① 因篇幅所限,目的国维度间接出口经历指标计算公式详见本刊网站登载的附录7。

② 借鉴联合国地理区划(UN geographical divisions)的分组方式,将世界上的国家和地区划分为7组,撒哈拉以南非洲、北非和西亚、中亚和南亚、东亚和东南亚、拉丁美洲和加勒比地区、大洋洲、欧洲和北美地区。

③ 限制样本中的估计系数也为正,但是统计上并不显著。这一结果背后的经济学逻辑符合“扩展引力”理论,反映出企业首先凭借间接出口经历直接进入间接出口目的国市场,在随后的年份中才逐渐将出口市场扩展到与间接出口目的国邻近的同区域内其他国家市场。

企业出口身份转换中的机制作用。

$$SameRatio_{it} = \pi_0 + \pi_1 IDTExper_i + \gamma Controls_{it} + \delta_g + \delta_t + \varepsilon_{it} \quad (18)$$

(4)出口产品相近度与出口目的国跟随。考虑到如果企业出口产品与客户出口产品相同或者相近时,它们面临的目标客户也会相同或者相近,从而间接出口经历将帮助这些企业从出口客户获取更多、更准确的国外市场相关信息。这不仅使得企业更容易实现出口身份转换,同时还更可能直接跟随客户出口到客户出口目的国。具体而言,本文采用客户-供应商出口产品相近度来判断企业出口产品与客户出口产品的相近程度,^①并使用虚拟变量 *HighProxm* 表示。为了检验出口信息溢出效应渠道是否受客户-供应商出口产品相近度的影响,在(17)式和(18)式引入间接出口经历与 *HighProxm* 的交互项,回归结果报告在表4。^②可以发现,单项和交互项的估计系数均至少在10%的水平上显著为正,这表明无论客户-供应商出口产品是否相同或者相近,间接出口经历都显著提高了企业与客户出口到相同国家的概率,但是当供应商出口产品与客户出口产品相同或者相近时,这一效应更加显著,从而进一步支持了出口信息溢出在出口身份转换中的机制作用。至此,上述检验结果较好地印证了研究假说2。

表4 机制分析：出口信息溢出效应2

变量	(1)	(2)	(3)
	<i>EntryEx_m</i>	<i>EntryEx_m</i>	<i>SameRatio</i>
<i>IDTEx1_m</i>	0.0396*** (0.0074)		
<i>IDTEx1_m×HighProxm</i>	0.0197** (0.0095)		
<i>IDTEx2_m</i>		0.0078*** (0.0015)	
<i>IDTEx2_m×HighProxm</i>		0.0034* (0.0020)	
<i>IDTExper</i>			0.1113** (0.0440)
<i>IDTExper×HighProxm</i>			0.0835* (0.0496)
控制变量	Yes	Yes	Yes
Firm-Country FE、Country-Year FE	Yes	Yes	No
Industry FE、Year FE	No	No	Yes
adj.R ²	0.4709	0.4701	0.0694
观测值	65805	65805	2033

(二)哪些企业更容易实现出口身份转换？^③

1. 出口意愿差异

考虑到一些行业本身较难从事直接出口贸易,从而它们的出口意愿很低,比如电力、热力、燃气及水生产和供应业,交通运输、仓储和邮政业等。这部分行业的企业可能很难从间接出口转为直接出口,而更多只能通过间接参与国际分工的形式获得全球化的好处。相反,对于出口密集型行业的间接出口企业而言,它们直接出口的意愿更强烈,从而在获得外溢效应以后发生出口身份转换的动

① 因篇幅所限,客户-供应商出口产品相近度的计算方法详见本刊网站登载的附录8。

② 客户-供应商出口产品相近度较高时,企业更多直接跟随客户出口到客户出口目的国,因此出口产品邻近度的影响在出口目的国邻近性的检验中并不成立。

③ 因篇幅所限,这一部分的回归结果详见本刊网站登载的附录9。

机也更强。我们根据企业是否归属于出口密集型行业来反映企业的出口意愿,使用虚拟变量 EI 标识。交互项模型的回归结果与预期一致,即相对于低出口意愿企业,高出口意愿企业的间接出口经历明显提高了其直接出口参与的概率并且效应相对基准回归更大。

2. 直接出口能力限制

大型企业本身在生产效率、资金实力等方面具有明显优势,单凭自身竞争力足以直接开拓国际市场。与之不同的是,中小型企业通常受制于出口能力而只能在国内销售。尤其是不同规模企业在获取国外市场信息方面也存在明显差异(Dickstein & Morales, 2018)。因此,对于国际市场拓展能力欠佳的中小企业而言,可能更加依赖于以国内生产网络为依托的间接出口关联,通过吸收出口企业的溢出效应提高自身生产能力、降低出口不确定性,从而增加其直接进入出口市场的可能性。为了对此进行验证,本文按照企业总资产的中位数将企业划分为大型企业和中小型企业,用虚拟变量 SME 表示。交互项模型的估计结果同样印证了预期,即出口身份转换效应确实集中体现在缺乏直接出口能力的中小型企业中。

(三)进一步分析

1. 直接出口身份选择^①

本文进一步感兴趣的是出口身份转换后直接出口身份的选择。就现实情况而言,间接出口企业达到出口门槛后,仍然面临两种直接出口身份选择:一是仅从事直接出口,并放弃原来的间接出口方式(即纯直接出口);二是在直接出口的同时,继续保留原来的间接出口关系(即同时出口)。为了进行这一检验,考察间接出口经历分别对企业转换为纯直接出口和同时出口的影响。结果发现间接出口经历对企业转换为同时出口的影响显著为正,但是对企业转换为纯直接出口的影响不显著。这表明尽管间接出口企业通过学习效应在后期成功进入国际市场,但是这些企业往往也倾向于同时保留原有的间接出口关系。主要原因在于,国际市场中存在着各种不确定性的经营风险,对于已经与其他直接出口企业建立了供应关系的企业而言,即使其直接出口后也不会放弃已有的间接出口关系而仅从事单一的直接出口。这一结果不仅进一步证实了间接出口关系的重要性,同时也为深入理解出口身份转换事实提供了有益启示。

2. 出口身份转换与企业销售结构调整^②

我们已经得知,即使企业实现出口身份转换,也仍然会继续保留原有的间接出口关系。那么很自然地会进一步考虑,企业的销售结构会发生怎样的调整?具体地,本文回答三个小问题:第一,企业是否会减少对出口客户的供应?第二,企业对其他内销客户的供应会发生何种变化?第三,企业总销售额会发生何种变化?新发展格局背景下,对这些问题的准确回答有助于我们进一步理解,出口身份转换到底是导致企业由内销转为出口(即国际市场对国内市场的替代),还是市场扩张和销售总量的变化(即国内市场和国际市场的协同联动、相互促进)。我们首先使用全样本进行检验,结果表明出口身份转换后企业对出口客户和内销客户的销售额均未发生显著变化,但是总销售额有明显提高。有趣的是,当使用限制样本进行检验时发现,出口身份转换当年,企业对内销客户的销售额有所下降,总销售额没有明显变化。可能的解释是,由于生产规模的短期限制,在出口身份转换当年企业只能将原本面向内销客户的产品销往国外市场;然而在出口身份转换之后的几年,企业不断适应和调整生产结构和安排,并且通过出口学习效应不断提高生产效率,使得对内销客户的供应水平逐渐恢复,总销售额也显著提高。^③

① 因篇幅所限,这一部分的回归结果详见本刊网站登载的附录10。

② 因篇幅所限,这一部分涉及的指标度量 and 回归结果详见本刊网站登载的附录11。

③ 本文也考虑在全样本基础上剔除转换当年的样本,发现出口身份转换对内销客户的供应显著增加,详见本刊网站登载的附录11。

值得强调的是,企业对内销客户的供应由转换当年的明显下降到之后显著回升,一定程度上体现了出口身份转换后的国外市场扩张对国内销售的促进作用。本文继续考察这一促进作用是由于扩大了对原有内销客户的销售额(即集约边际),还是由于增加了新内销客户数量(即广延边际)。回归结果表明出口身份转换后企业对原有内销客户的销售额并没有发生明显变化,但是企业建立了更多新内销客户关系,内销客户的分散度也显著提高。其背后的经济学逻辑是,转换后企业生产的边际成本下降,提高了产品的国内市场竞争力,从而吸引了更多新客户(Oberfield, 2018; Bernard et al., 2022; Arkolakis et al., 2023)。由此可见,从短期看国际市场可能对国内市场存在一定的替代效应,但是从中长期看出口身份转换有利于企业销售总量的增长和整体的市场扩张,尤其是帮助企业建立更多新国内客户关系。这在一定程度上反映了国内、国外两个市场的协同联动与相互促进。

3. 出口身份转换与企业出口表现^①

本文还希望了解,与不通过间接出口而直接进入国外市场的企业相比,出口身份转换企业在出口市场上的表现是否存在差异?我们主要关注的出口表现包括出口生存、出口规模、出口强度、出口质量和出口产品种类。本文采用离散时间分析Cloglog模型和AFT模型进行出口生存分析,结果表明有间接出口经历的企业发生出口“失败”事件的可能性更低,在国际市场上的生存年限明显更长。本文进一步发现有或者没有间接出口经历的企业在出口规模方面并未呈现明显差异;有间接出口经历的企业其出口强度相对更弱,表明其更多兼顾国内市场。有趣的是,我们发现间接出口经历的企业出口产品质量更高、出口产品种类更少。^②这样的结果反映出,尽管有间接出口经历的企业出口产品范围更窄,^③但是凭借独特的间接出口优势,其出口产品质量却相对更高,从而有助于企业在激烈的国际竞争中探索与发展出一条产品类别“少而精”的专业化出口模式之路。由此可见,间接出口经历不仅为降低企业直接出口参与不确定性和提高企业出口表现提供了一个崭新思路,同时还为企业出口之后努力迈向全球价值链中高端奠定了可靠基础。

六、结论与启示

现代商业环境中企业之间由于日益复杂的生产关系而呈现高度发达的网络化特征,导致企业之间存在着千丝万缕的紧密联系。本文从国内生产网络这一新颖视角切入,着重关注出口企业通过国内生产合作对上游国内供应商直接出口决策的影响效应,主要研究发现如下:首先,本文研究证实,间接出口经历显著提高了企业直接进入出口市场的概率。这种从间接出口到直接出口的贸易身份转换现象恰恰是被以往研究忽略的一个重要出口事实。为了避免可能存在的内生性问题,我们展开了详实的因果识别讨论,包括排除了出口自选择、其他混淆特征、更换高管事件和出口企业本地化集聚等替代性解释的干扰,并尝试使用企业与所有出口企业间接商业关系强度的滞后值作为工具变量进行两阶段估计,结果均支持了本文的核心结论。其次,间接生产率溢出效应和出口信息溢出效应是企业从间接出口转向直接出口的两个主要渠道。为了应对国际市场上激烈的竞争环境和严苛的产品标准,出口企业不仅对国内供应商提出了更高的生产要求,同时还愿意将在参与国际化分工中学习到的技术、知识和经验传递给国内上游供应商,从而帮助它们达到出口生产率临界值,最终实现直接出口。对出口信息溢出效应的检验发现,企业对某个国家间接出口的经历不仅提高了对该国直接出口的概率,而且提高了企业在之后年份进入该国所在区域其他国家的概率。

^① 因篇幅所限,这一部分的回归结果详见本刊网站登载的附录12。

^② 出口产品质量采用需求信息倒推法进行测算(Hallak & Sivadasan, 2013; 施炳展和邵文波, 2014),出口产品种类采用企业出口HS6位码产品类别数衡量。

^③ 出口产品种类更少的原因,可能是有间接出口经历的企业通过下游出口客户获取更准确的出口信息,从而对产品定位更加准确;也可能是这些企业出口能力仍然相对有限,因此仅能集中生产少数种类产品。

最后,本文考察了出口身份转换对企业经营绩效的实际影响。尽管企业成功从间接出口转换为直接出口,但是这些企业往往倾向于同时保留原有的间接出口关系。由于生产能力限制,出口身份转换当年企业减少对内销客户的供应,总销售额没有明显变化。在随后的年份中,企业对内销客户的供应水平逐渐回升,总销售额情况显著提升,尤其还帮助企业建立更多新国内客户关系。总体而言,企业对出口客户的供应一直保持在较稳定的水平。

本文研究不仅为深入理解出口身份转换这一重要出口现象提供了直接的经验证据,而且也对全球化工格局下我国企业的出口策略选择与贸易政策制定提供了有益的启示,尤其是从国内生产网络视角下为实现中国出口增长提供了研究借鉴。长期以来出口贸易在中国经济增长中扮演了重要的外部推动力角色,然而当前逆全球化浪潮使得中国出口发展面临着前所未有的深层次困境,贸易保护主义兴起、多边经贸合作趋向停滞给中国企业的出口行为带来了严重的存活危机,要求我们必须对当今世界经济新形势下的出口贸易增长转变理论认识与调整政策。

第一,将出口优势牢筑在国内生产网络的内部支撑基础上。以往对中国企业出口行为的理论解释主要侧重于对海外市场中国企业出口竞争力的培育,强调企业自身国际竞争能力提升对出口行为的影响。然而,正如本文研究所揭示的,随着当今全球贸易网络和国内分工体系变得日益复杂和多变,出口发展不仅取决于企业自身的生产率水平等微观特征,而且与企业所处的国内商业网络环境与生产合作关系密切相关,离不开国内生产关系对企业出口行为的内部支持作用。在双循环发展的新格局建设中,出口企业无疑扮演着关键的纽带角色。一方面,出口企业直接决定了中国企业在对外贸易分工格局中的地位。另一方面,出口企业又通过与国内的客户-供应商的生产关联影响着国内市场运行,需要充分发挥出口企业联通国内、国外两个市场的链接作用,更好地实现两个市场的协同联动与相互促进。无论是生产效率的提升,还是国际市场信息的获取,都需要企业积极利用国内商业伙伴带来的合作机会与外溢效果,充分发挥大国经济环境下的内部市场优势,使得企业出口发展牢固地构建在内部市场支撑基础上,形成对外贸易发展的新质出口优势,尤其应重视国内生产网络环境对广大中小型企业进入海外市场的重要意义。区别于自身出口能力较强的大型企业,为数众多的中小型企业受限于企业规模、创新能力等因素,难以单纯凭借自身生产率的提升来克服高昂的出口进入成本,也无法克服信息渠道单一的弊端及时获取国际市场的动态信息。因此,充分发挥国内生产网络的内部支撑作用,为广大中小型企业创造潜在出口机会,通过间接出口外溢让更多的国内企业获得国际市场进入机会,对我国出口贸易整体增长具有重要意义。

第二,畅通国内生产网络的有效运行。本文研究证实了间接出口外溢在出口身份转换过程中的重要承接作用,然而这一现象的发生绝非大国经济内部运行的必然产物,而是需要通过充分调动丰富的国内生产要素资源,打破与消除国内生产网络可能存在的内部流通障碍,构建稳定、高效运行的国内生产链关系,从而更好地发挥出口间接外溢的作用。国内生产网络对于大国经济的出口贸易增长尤其重要。与小国经济有限的内部市场不同,大国经济网络中企业之间的分工与合作关系变得日益复杂与多元化,需要谨慎选择潜在商业合作伙伴与生产网络位置,充分发挥大规模市场经济中的优势互补与信息共享,从而形成大国经济生产体系的整体网络优势。在国内生产网络环境中,众多位于网络边缘地带的中小型企业需要借助其他商业伙伴的作用来获取出口市场信息,同时居于网络中心位置的大型公司也离不开数目众多的中小型合作对象的国内供应链支撑来保障出口稳定发展,从而形成了事实上的共同出口局面。因此,需要努力打通生产要素流通环节与国内统一大市场建设,通过畅通国内大循环来提高供应链上的流通效率,最大程度吸收与利用参与国际化分工的潜在收益,进而提升中国企业参与国际循环的质量和水平。同时,必须认识到由于大国经济市场规模的特征,也容易出现不同形式的区域贸易壁垒与市场信息摩擦,导致企业难以及时、有效地搜寻与匹配到适宜的客户或者供应商关系,从而制约大国经济网络优势的发挥。

第三,高度重视贸易政策的国内生产链外溢作用。本文从微观层面发现了出口客户对国内供应商的外溢作用,同时也对我国贸易政策制定提供了新的研究借鉴。虽然贸易政策主要针对出口企业这一特定群体,然而考虑到国内生产网络的重要性,这一对外政策的实施效果无疑还会通过出口企业的国内网络合作关系逐步扩散与传递,从而在更大空间范围内影响到国内市场运行与生产链关系。换言之,如果忽略贸易政策通过国内生产网络链条产生的外溢效果,必然会低估贸易促进政策对大国经济发展的整体影响。从贸易政策的制定与实施而言,我们不仅需要考虑贸易政策对出口企业自身的影响,而且还需要将其通过国内生产网络产生的外溢作用综合考虑,更为精准地挑选与识别贸易政策的锚定企业。与那些位于国内生产网络边缘地带的企业相比,位于网络中心位置的核心企业显然具有更多样化的国内生产关联与合作关系,对国内产业链的整体带动作用更为明显,因而需要重点支持国内生产网络位置更关键的核心企业,将对外贸易政策实施效果与国内生产链关系充分结合。

第四,积极发挥对外贸易发展中的共同出口作用。依托于国内生产网络的支撑作用,企业不仅在海外市场具备同时出口身份,而且也会通过国内供应链关系形成内部分工协调,表现出一种更紧密的合作关系。与没有任何间接出口经历的企业相比,通过国内生产网络获取间接出口机会的企业无论是在出口产品质量还是海外市场存活方面都表现得更为突出,这也是客户与供应商之间共同出口的优势所在。深度融入全球化工体系不仅对出口企业自身具有重要意义,而且对其国内上游供应商与下游客户的贸易决策与存活表现同样产生了深远影响。通过生产率外溢与信息共享,那些出口能力强的国际市场领导者可以为国内生产合作伙伴提供潜在的出口机会,带动更多的国内商业合作伙伴克服国际市场进入壁垒,从而使得中国出口贸易发展表现出一种宏观层面的整体网络性扩张活力。特别重要地,当前中国出口贸易发展面临着前所未有的困顿局面,更需要位于同一国内生产链条的关联企业加强彼此之间的分工合作与优势互补,增强出口企业的整体存活韧性,抱团取暖一起渡过贸易危机。由于局部地区的贸易风险也会通过国内生产网络产生危机扩散,这也要求国内客户与供应商共同努力防范潜在的贸易风险冲击,降低国外市场信息壁垒导致的出口不确定性与出口失败风险,努力规避与缓解源自国际市场的贸易危机对国内经济运行的负面影响,最终实现当前国际经济新形势下的出口贸易高质量发展。

参考文献

- 包群、廖赛男,2023:《国内生产网络与间接出口外溢:基于客户——供应商关系的证据》,《管理世界》第8期。
- 马述忠、张洪胜,2017:《集群商业信用与企业出口——对中国出口扩张奇迹的一种解释》,《经济研究》第1期。
- 钱学锋、王菊蓉、黄云湖、王胜,2011:《出口与中国工业企业的生产率——自我选择效应还是出口学习效应?》,《数量经济技术经济研究》第2期。
- 钱学锋、熊平,2010:《中国出口增长的二元边际及其因素决定》,《经济研究》第1期。
- 施炳展、邵文波,2014:《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》,《管理世界》第9期。
- 孙楚仁、梁晶晶,2020:《君向潇湘我向赣:空间邻近性与企业出口市场的扩张模式》,《世界经济》第6期。
- 张杰、李勇、刘志彪,2009:《出口促进中国企业生产率提高吗?——来自中国本土制造业企业的经验证据:1999-2003》,《管理世界》第12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。
- Akerberg, D. A., K. Caves, and G. Frazer, 2015, "Identification Properties of Recent Production Function Estimators", *Econometrica*, 83(6), 2411—2451.
- Albornoz, F., H. F. C. Pardo, G. Corcos, and E. Ornelas, 2012, "Sequential Exporting", *Journal of International Economics*, 88(1), 17—31.
- Alfaro-Urena, A., I. Manelici, and J. P. Vasquez, 2022, "The Effects of Joining Multinational Supply Chains: New Evidence from Firm-to-Firm Linkages", *Quarterly Journal of Economics*, 137(3), 1495—1552.
- Allen, T., 2014, "Information Frictions in Trade", *Econometrica*, 82(6), 2041—2083.

- Arkolakis, C., F. Huneeus, and Y. Miyauchi, 2023, "Spatial Production Networks", NBER Working Paper, 30954.
- Atkin, D., A. K. Khandelwal, and A. Osman, 2017, "Exporting and Firm Performance: Evidence from a Randomized Experiment", *Quarterly Journal of Economics*, 132(2), 551—615.
- Bernard, A. B., and A. Moxnes, 2018, "Networks and Trade", *Annual Review of Economics*, 10, 65—85.
- Bernard, A. B., E. Dhyne, G. Magerman, K. Manova, and A. Moxnes, 2022, "The Origins of Firm Heterogeneity: A Production Network Approach", *Journal of Political Economy*, 130(7), 1765—1804.
- Bernard, A. B., A. Moxnes, and Y. U. Saito, 2019, "Production Networks, Geography, and Firm Performance", *Journal of Political Economy*, 127(2), 639—688.
- Carvalho, V. M., and N. Voigtländer, 2014, "Input Diffusion and the Evolution of Production Networks", NBER Working Paper, 20025.
- Chaney, T., 2014, "The Network Structure of International Trade", *American Economic Review*, 104(11), 3600—3634.
- DeGroot, M. H., 2004, *Optimal Statistical Decisions*, Hoboken, State of New Jersey, USA: John Wiley & Sons.
- Dhyne, E., A. K. Kikkawa, M. Mogstad, and F. Tintelnot, 2021, "Trade and Domestic Production Networks", *Review of Economic Studies*, 88(2), 643—668.
- Di Ubaldo, M., and I. Siedschlag, 2022, "Could Spillovers from Multinationals Affect the Trade Activities of Local Firms?", *Economics Letters*, 221, 110899.
- Dickstein, M. J., and E. Morales, 2018, "What do Exporters Know?", *Quarterly Journal of Economics*, 133(4), 1753—1801.
- Eaton, J., M. Esclava, D. Jenkins, C. J. Krizan, and J. R. Tybout, 2021, "A Search and Learning Model of Export Dynamics", NBER Working Paper, 29100.
- Eaton, J., S. Kortum, and F. Kramarz, 2011, "An Anatomy of International Trade: Evidence from French Firms", *Econometrica*, 79(5), 1453—1498.
- Eckaus, R. S., 2006, "China's Exports, Subsidies to State Owned Enterprises and the WTO", *China Economic Review*, 17(1), 1—13.
- Feng, L., Z. Li, and D. L. Swenson, 2016, "The Connection between Imported Intermediate Inputs and Exports: Evidence from Chinese Firms", *Journal of International Economics*, 101, 86—101.
- Fernandes, A. P., and H. Tang, 2014, "Learning to Export from Neighbors", *Journal of International Economics*, 94(1), 67—84.
- Garcia-Marin, A., and N. Voigtländer, 2019, "Exporting and Plant-level Efficiency Gains: It's in the Measure", *Journal of Political Economy*, 127(4), 1777—1825.
- Girma, S., Y. Gong, H. Görg, and S. Lancheros, 2015, "Estimating Direct and Indirect Effects of Foreign Direct Investment on Firm Productivity in the Presence of Interactions between Firms", *Journal of International Economics*, 95(1), 157—169.
- Hallak, J. C., and J. Sivadasan, 2013, "Product and Process Productivity: Implications for Quality Choice and Conditional Exporter Premia", *Journal of International Economics*, 91(1), 53—67.
- He, S., and V. Lugovskyy, 2019, "Breaking into New Markets: Relying on Networks and Spillovers", Working Paper.
- Koenig, P., F. Mayneris, and S. Poncet, 2010, "Local Export Spillovers in France", *European Economic Review*, 54(4), 622—641.
- Manova, K., 2008, "Credit Constraints, Equity Market Liberalizations and International Trade", *Journal of International Economics*, 76(1), 33—47.
- Melitz, M. J., 2003, "The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity", *Econometrica*, 71(6), 1695—1725.
- Morales, E., G. Sheu, and A. Zahler, 2019, "Extended Gravity", *Review of Economic Studies*, 86(6), 2668—2712.
- Oberfield, E., 2018, "A Theory of Input-Output Architecture", *Econometrica*, 86(2), 559—589.
- Schoar, A., 2002, "Effects of Corporate Diversification on Productivity", *Journal of Finance*, 57(6), 2379—2403.
- Serpa, J. C., and H. Krishnan, 2018, "The Impact of Supply Chains on Firm-level Productivity", *Management Science*, 64(2), 511—532.
- Sun, L., and S. Abraham, 2021, "Estimating Dynamic Treatment Effects in Event Studies with Heterogeneous Treatment Effects", *Journal of Econometrics*, 225(2), 175—199.
- Van Biesebroeck, J., 2005, "Exporting Raises Productivity in Sub-Saharan African Manufacturing Firms", *Journal of International Economics*, 67(2), 373—391.

Export Following: Trade Identity Transformation from Domestic Production Network Micro-perspective

LIAO Sainan^a and BAO Qun^b

(a: School of International Business, Southwestern University of Finance and Economics;

b: School of Economics, Nankai University)

Summary: A notable typical fact is that, even in highly export-oriented economies like China, only a limited number of firms can successfully overcome barriers to entry into international markets to become direct exporters. Nevertheless, a vast number of indirect exporters can still integrate into the global market division of labor indirectly by supplying inputs to direct exporters and serving as their domestic suppliers. Indirect exporters possess inherent and unique export advantages: although they do not engage in direct export activities, their close domestic supply chain linkages with exporters allow them to access timely information on international markets. Moreover, they experience productivity gains through indirect export spillovers. These combined advantages facilitate their transformation into direct exporters. This study is interested in examining whether, within domestic production networks, exporters acting as critical intermediaries between the domestic and international markets, can effectively transfer the spillover benefits acquired from foreign markets to their domestic suppliers, thereby promoting the latter to directly enter international markets. This is not only the core research question of this paper but also vividly reflects a new pattern of development that features positive interplay between domestic and international economic flows. General Secretary Xi Jinping emphasized the importance of enabling better connectivity between the domestic and international markets and better employing the two markets and resources. From the micro-level perspective of domestic production networks, this paper explores the trade identity transformation of indirect exporters through domestic customer-supplier linkages, providing a novel interpretation of the network-based expansion phenomenon in China's firm export.

This paper initially develops a theoretical framework of indirect production linkages and firm export decisions. Subsequently, customer-supplier transaction data from Chinese listed firms is integrated with Chinese customs transaction records from 2009 to 2016 to perform the empirical analysis. The findings are as follows. First, indirect export advantages significantly increase the probability of firms entering new export markets, confirming the typical fact of transforming from indirect to direct export. This transformation of export identities is primarily observed among small and medium-sized enterprises (SMEs) with poorer export capabilities and in industries with a stronger desire to export. Second, indirect productivity spillovers and export information spillovers are two important channels that facilitate the transformation of firms' export identities. Suppliers are more likely to closely follow their customers into foreign markets that closely resemble their customers' export destinations. Third, firms transforming to direct exporters tend to retain their existing indirect export linkages. Due to short-term production capacity constraints, these firms experience a temporary decline in their supply to domestic customers during the year of their export identity transformation. However, this supply gradually rebounds over time, notably facilitating the establishment of additional linkages with new domestic customers. Moreover, firms with prior indirect export experience perform better in export survival and export product quality and demonstrate a more focused export product portfolio.

The contributions of this paper are as follows. First, this paper incorporates network heterogeneity to examine firms' export behavior, providing valuable insights into the determinants of firm exports through domestic customer-supplier linkages. Second, compared to the extensive literature on horizontal spillover effects driven by spatial proximity to exporters, this study investigates the role of vertical export spillover effects through customer-supplier linkages in firms' export decisions. As such, it provides a meaningful contribution to the existing research on export spillovers. Third, this paper explores how suppliers can capitalize on indirect export advantages to transform into direct exporters. By exploring this process through the lens of customer-supplier linkages, it offers a novel perspective on the initial export decisions of potential entrants and the pathways for expanding the number of exporters. This analysis highlights the critical role of domestic production networks in export trade.

Keywords: Domestic Production Networks; Indirect Export Advantages; Trade Identity Transformation

JEL Classification: F27, F71, F74

(责任编辑:陈小亮)(校对:王红梅)