

限制性贸易壁垒有助于促进产品 出口目的地多样化吗

——基于我国企业出口产品的目的地行为研究

金则杨 靳玉英

摘要：2008年金融危机以来，兴起了新一轮针对中国的贸易壁垒。本文利用细分到HS6分位水平的全球贸易壁垒数据库、微观的企业出口数据以及中国工业企业数据库，集中研究了我国出口产品遭到的限制性贸易壁垒对该产品目的地多样化的影响，并且从风险分担的角度对企业的目的地多样化行为进行了新的解释。主要结论有：第一，为了克服单个市场存在的风险，当我国企业在面临限制性贸易壁垒时，会进行产品目的地的多样化；第二，企业遭受壁垒产品新进入的市场不仅包括未对该产品施加壁垒的市场，还包括已经对该产品施加壁垒的市场；第三，第一、三类壁垒会显著地促进企业产品的目的地多样化，但第二类壁垒则不会；第四，企业遭受壁垒产品的出口目的地多样化行为在“一带一路”国家尤其显著，表明遭受壁垒产品在出口目的地多样化中更青睐“一带一路”沿线国家。

关键词：限制性贸易壁垒；目的地多样化；扩展边际；“一带一路”

[中图分类号] F741.2 [文献标识码] A [文章编号] 1002-4670 (2020) 05-0146-15

引言

2018年7月11日，美国政府公布拟对华2000亿美元产品加征关税，这将使得美国对华制裁涉及商品规模达到2500亿元，这2500亿美元商品涉及二十二个商品大类，且大多数都集中在通信、电子、机械设备、家具等行业，这将对我国相关行业产品的出口造成强大的压力。我国有些出口企业过分依赖美国市场甚至仅有美国市场，这将对该企业的经营产生巨大的打击，如果想要避免这种来自单个出口目的地的偶然风险，就需要目的地多样化。

[收稿日期] 2019-03-22

[基金项目] 国家社会科学基金重点项目“我国金融周期与实体经济周期相互作用研究”(18AZD010)；中央高校基本科研业务费专项资金资助“贸易壁垒与企业出口动态：来自中国微观企业的证据”(CXJJ-2018-330)。

[作者信息] 金则杨：上海财经大学商学院博士研究生 200439 电子邮箱 jinzeyang_eco@foxmail.com；靳玉英：上海财经大学商学院教授。

目的地多样化是对以往出口市场选择理论的延伸,以往研究认为地理位置、语言、文化、过去出口的经验甚至CEO的经历会影响企业的出口市场选择。这些因素本质都是通过影响出口成本或者信息搜寻成本来影响企业的出口选择,地理位置是出口成本,语言、文化、出口经验以及CEO经历是信息交流和搜寻的成本,本文通过研究2008年金融危机,对我国新一轮的贸易壁垒从企业出口风险的角度对目的地多样化行为提出了一个新的解释。

对于国家层面或者行业层面的贸易数据,几乎没有文献对目的地多样化进行讨论。首先,宏观贸易数据中出口目的地变化是非常微小的,当一个企业退出某个市场,但有其他企业仍然出口到那个市场,甚至还会有新的企业进入这个市场,因此我们无法观测到目的地的变化。除非放在很长的时间尺度下,否则我们很难在短时间内观测到宏观层面出口目的地的变化;其次,在以往李嘉图模型或者H-O模型中,出口到新市场总是一件“好”的事情,因为这意味着出口国相对于进口国是具有比较优势的,目的地多样化只是这种比较优势的副产品。但实际上做出是否出口到新市场决策的个体是每个企业,现有的Melitz模型认为企业出口需要付出一个固定成本,根据Melitz模型中的利润最大化条件,具有较高生产率的企业才能出口到新市场、进而进行目的地多样化。本文认为企业目的地多样化的另一个重要动机是需要分散来自单个出口市场的风险。

企业出口的风险来自多个方面,包括政治、外交、宗教和贸易政策等,从2008年至今全球主要国家的政治、外交政策都比较平稳,但次贷危机引发以美国为首的全球性贸易保护主义持续至今,且有愈演愈烈之势。2009—2017年间,在全球遭受限制性贸易壁垒频次最多的是中国,其次是德国和意大利,分别达到4147次、2974次和2553次,中国已经成为全世界贸易保护措施直指的第一目标国,而且涉及手段多样,累计达35种贸易壁垒。多种类、高频率的贸易壁垒为我们的研究提供了丰富的壁垒数据,而中国海关数据库为我们提供了丰富的出口信息,通过把两者结合为我们提供了基础的数据样本。

本文的贡献主要有以下几点:第一,就中国出口产品在美国次贷危机之后至今受到的来自全球范围内的限制性贸易壁垒进行了较为全面的描述性统计,有助于掌握中国出口所受到的贸易保护主义状态;第二,首次就中国出口产品受到的限制性贸易壁垒对其出口目的地多样性的影响从全球的角度予以分析,并从风险分担的角度进行了解释;第三,就不同大类的贸易壁垒对于企业—产品出口目的地多样性的影响做了比较研究;第四,探讨了限制性贸易壁垒对中国出口向“一带一路”国家转移的作用。

一、文献综述与假设提出

有两类文献与本文目的地多样化的概念相关,第一是现有的出口市场选择理论。即讨论是哪些因素会影响企业出口到新市场,如企业倾向于进入与老的出口市场地理或者文化相似的市场(Wang and Yong, 2013^[1]; 陈勇兵等, 2015^[2]), 与出

口国有着共同边境或者共同语言的市场 (Fabling et al., 2012)^[3], 以往的出口经验会促进企业进出新的市场 (Lawless and Martina, 2013)^[4]。这些影响因素都直接或者间接地影响企业的出口成本, 进而影响企业进入新的市场, 最终影响企业目的地的多样化。

另外, 企业的出口目的地多样化也包含在广义的扩展边际的概念中, 当我们使用宏观国家层面或者行业层面的出口数据时, 出口的扩展边际更多的是指出口的商品种类, 也就是我们常说的“出口多样化”或者“出口结构”。已有大量文献研究了出口多样化对经济增长的重要作用 (刘修岩和吴燕, 2013^[5]; 韩剑, 2009^[6])。但在企业层面的微观出口数据上, 扩展边际不仅包含出口种类的变化, 还包括每个出口商品目的地数量的变化, 也有学者将其单独区分称之为“三元边际” (施炳展, 2010)^[7]。

无论是出口扩展边际还是现有的市场选择理论, 贸易壁垒对目的地多样化的影响研究仍然十分有限, 并且本文在现有的出口成本的角度之外, 从企业出口风险的角度对目的地多样化行为提出了新的解释。企业如果出口到单一市场 (如美国), 一旦美国市场发生政治、经济、外交的重大变化, 企业的出口将受到极大的影响, 为了规避这种依靠单一市场产生的经济波动, 企业就应该主动地进行目的地多样化。Haddad 等 (2013)^[8]使用 133 个国家的贸易数据研究发现, 贸易自由化可以通过出口多样化影响其经济增长, 对于一个出口目的地相对分散的国家, 贸易自由化可以有效地降低其经济增长的波动水平。Beverelli 等 (2015)^[9]认为, 出口目的地多样化可以降低其来自贸易对象国的总体风险, 因为在一个市场的出口受到影响之后, 其他市场能够有效地减少这种负面效应。可见对于一个国家, 相对分散的目的地是有利于经济更加平稳的增长的, 相对于国家, 单个企业出口的目的地数量更少, 目的地多样化对于单个企业分散风险的作用应该是更加显著的。AlKathiriet 等 (2017)^[10]在研究中东的石油贸易时也发现, 石油市场上的买家倾向于从多个国家购买, 卖家也倾向于卖给多个国家以防止对某个市场的过于依赖, 即便有些目的国的距离更远, 需要承担更多的运输成本。总之, 出口厂商在遭受来自单一市场或者单一行业的冲击时, 拥有更丰富的“产品-目的地”组合的出口企业拥有更强的抵御风险的能力。

限制性贸易壁垒是企业出口产品受到的来自出口目的地的一种限制, 这也是企业在出口时面临的最重大的风险。在企业的某种产品遭受这种贸易壁垒时, 其出口额会下降 (鲍晓华和朱达明, 2014^[11]; 王孝松等, 2014^[12]; 王孝松等, 2015^[13]), 甚至会导致该产品退出壁垒市场 (Fontagné and Orefice, 2018)^[14]。企业在遭遇到来自某个市场的贸易壁垒风险时, 出于风险分担的需求, 会试图进入其他市场以减少这种风险可能造成的损失, 即进行目的地多样化。根据现有的 Melitz 模型, 当企业在某个市场遭受贸易壁垒之后企业进入新市场是需要付出固定成本的, 因此理论上企业是缺乏足够的动力进行目的地多样化的 (Melitz, 2003)^[15]。但是企业为了分散依赖单个市场的风险, 会主动地进行目的地多样化, 特别是当企业在某个市场遭受了贸易壁垒时, 这种效果就更明显。2008 年次贷危机之后兴起的贸易保护浪

潮为我们研究提供了丰富的数据，让我们可以观测到每个国家针对中国 HS6 水平上的各种贸易壁垒。

但现有关于限制性贸易壁垒与出口目的地之间关系的研究文献仍然比较有限。Shepherd (2010)^[16]研究发现，出口成本、关税水平和国际运输成本对出口目的地多样化有着显著的影响，关税作为限制性贸易壁垒的一种，确实促进了目的地多样化，但这里的关税仍然还是通过影响出口成本进而影响企业进入新的目的地。Chandra (2016)^[17]在研究美国的反倾销措施对于中国出口企业行为的影响时发现，贸易壁垒的采用会增加中国企业对第三方市场的出口，也从某种程度上说明了贸易壁垒会促进企业的目的地多样化。王孝松等 (2014)、鲍晓华和朱达明 (2014) 分别研究了反倾销和技术性壁垒对于出口边际的影响，但是两者均是使用宏观出口数据，宏观数据里扩展边际很难观测到出口目的地的变化，这里的扩展边际更多的是出口产品种类的变化。Fontagné 和 Orefice (2018) 研究了在技术性壁垒下的法国出口企业的动态行为，发现技术性壁垒会导致企业的该产品退出遭受壁垒的原市场，并且试图进入其他未对该产品实施壁垒的市场，这是与本文研究内容最为接近的研究，但该文仅探讨了技术性壁垒这一种贸易壁垒，且年份局限于 1997—2007 年。本文不仅使用次贷危机后的贸易壁垒数据，对目前使用的各种贸易壁垒进行了比较分析，还对贸易壁垒下企业目的地多样化行为的原因进行了可能的解释。可见现有文献对于贸易壁垒与企业目的地多样化行为的研究还不充分，本文旨在从企业—产品角度借助四个命题探讨限制性贸易壁垒对我国出口目的地多样化的影响。

企业进入新市场会付出一定的固定成本，该成本会限制企业产品的目的地多样化行为。在企业的出口产品遭受限制性贸易壁垒后，对于该产品，在目的地选择行为上存在两种力量：一种是开拓新市场以弥补在被施加壁垒市场的损失，这样该产品的出口目的地可能增加；另一种是开拓新市场需要成本，这会弱化企业开拓新市场的动机，如果不去开拓新市场，该产品出口目的地数量将由于其退出被施加壁垒的市场而减少。基于这两种力量，本文就限制性贸易壁垒对企业遭受壁垒产品出口目的地的作用提出假设一。

假设一：限制性贸易壁垒是否会导致企业遭受壁垒产品的目的地多样化？

如果假设一的答案是肯定的，即限制性贸易壁垒会导致企业将遭受壁垒产品的出口目的地多样化，那么有关何种市场会被作为目的地多样化的新市场便成为一个值得继续探求的问题。Fontagné 和 Orefice (2018) 就法国企业在遭受技术性壁垒时企业产品行为的研究发现，企业的某种产品在遭受壁垒之后该产品会向未对其施加壁垒的市场转移。据此，本文把“企业—产品”出口的目的地分为两类，即对该产品施加壁垒的目的地和未对该产品施加壁垒的目的地。检验中国企业在为遭受壁垒产品开拓新市场时是否在这两种市场间存在偏好，在此提出假设二。

假设二：企业在为遭受壁垒产品实现目的地多样化时，是否只在未对该产品实施壁垒的市场进行？

根据本文的统计，中国遭受来自全世界的贸易壁垒措施累计 35 项，剔除使用

频次少于10次的壁垒类型之后还剩21类, 本文将根据壁垒的特性以及实施对象将其分为三大类。那么不同大类的壁垒种类是否对企业产品的出口目的地多样化行为有不同的作用, 在此提出假设三。

假设三: 不同大类的壁垒种类是否对企业产品的出口目的地多样化行为有不同的影响?

本文统计发现, 对我国实施限制性贸易壁垒的前十大来源国分别是美国、阿根廷、俄罗斯、印度、巴西、德国、土耳其、波兰、法国和意大利。其中美国、阿根廷、巴西、德国、法国等都是非“一带一路”国家, 而在“一带一路”国家中我国产品受到限制性壁垒则较少。“一带一路”是我国今后加强国际经济合作的重点区域, 有关我国企业在出口产品遭受壁垒后其出口目的地多样化策略是否与国家加强“一带一路”沿线国家合作倡议相一致, 这很值得研究。为此, 本文提出假设四。

假设四: 企业出口产品在非“一带一路”国家遭受限制性壁垒时, 企业在对该产品进行出口目的地多样化中是否对“一带一路”国家更加青睐?

二、数据说明与描述性统计

(一) 数据说明

本文研究所用数据分别来源于中国工业企业数据库、中国海关数据库和全球贸易壁垒数据库^①。全球贸易壁垒数据库是一个即时记录自2008年11月起至今各国政府对其他国家所采取的可能影响国际商务的措施数据库。这些措施涉及对商品与服务的贸易、国际投资和移民等产生影响的措施。其中, 就贸易措施根据其国际贸易可能产生的作用做了正面、负面和中性三类属性的区分。由于本文考察的是限制性贸易壁垒对企业出口目的地多样化行为的作用, 为此只从该数据库中遴选出具有负面属性的贸易措施, 即限制性贸易壁垒。这个数据库提供了每一项贸易措施所针对的HS6位产品代码。中国海关数据库中的企业出口产品信息也可细化到HS6位代码。根据这两个数据库中均包括的HS6位产品代码字段, 本文将两个数据库进行匹配, 得到本文的核心数据集。

由于企业—产品层面海关出口数据在2013年后的不可得和全球贸易壁垒数据库始于2009年, 本文所用数据的时间跨度确定为2009—2013年。在与全球贸易壁垒数据库进行匹配之前, 我们对中国工业企业数据库和中国海关数据库的原始数据进行了如下处理: 一是删掉信息缺失的样本, 包括没有企业代码、总资产、工业总产值等信息的样本; 二是删除了一些变量值明显不符合实际的数据, 比如产出、总资产为负值等; 三是仅保留营业状态的企业; 四是使用Winsor方法处理了数据库中的极值; 五是海关数据由月度按照企业—产品加总到年度。之后, 参考Brandt等(2012)^[18]的数据匹配方法, 把中国工业企业数据库和中国海关出口数据库进行匹配。接下来我们将这个合并后的数据, 以年份、海关HS6位编码和国家名称与

^①全球贸易壁垒数据库网址: <http://www.globaltradealert.org/>。

全球贸易壁垒数据库再次进行匹配,得到本文所需的最终数据。

(二) 适用于我国出口产品的来自全球各国的限制性贸易壁垒特征

作为世界第一大出口国,中国的出口受到来自众多国家的限制性贸易壁垒约束。这一点在美国次贷危机带来全球经济衰退之后越发显著。2009—2017年间,全球贸易壁垒数据库的数据显示,中国共遭受了35类限制性贸易壁垒,累计4147次。本文剔除了累计使用次数少于10次的14种限制性贸易壁垒类型^①。为此,表1中只有关于我国出口产品受到的21种壁垒的统计信息。

根据壁垒的特性和作用方式,本文将保留的这21类壁垒分为如下三大类:第一类是出口对象国直接针对出口产品的壁垒,包括反倾销、进口关税、反补贴、进口关税配额、保障措施、进口许可证、进口非关税壁垒、贷款担保、禁止进口、进口配额和进口内部关税11类。第二类是出口对象国给予本土企业的直接的扶植性措施,而这些措施不直接针对本土企业的市场可获得性,具体包括政府贷款、金融资助、税收或社保减免、生产补贴、利率支付补贴、紧急援助和公共采购优惠7类。第三类是出口对象国政府通过对本国产品购买的要求和激励来为本土产品直接争取市场的措施,包括政府采购本土化、本地购买和本地化购买激励3类。

1. 关于各类壁垒分布的描述性统计

表1对我国出口产品受到的各类限制性贸易壁垒的频次进行了统计。从壁垒使用的频次来看,反倾销和进口关税是使用最多的壁垒类型,均达到了1000次以上;使用100次以上的壁垒种类还包括政府采购本土化、反补贴、政府贷款、进口关税配额和保障措施。从年份上看,除了2017年,我国出口每年遭受的贸易壁垒频次都在400次以上,其中2011—2013年是遭受贸易壁垒最多的年份,分别达到了553次、520次和548次。

根据对我国出口采取限制性贸易壁垒的频次多少,我们将2009年—2017年间针对我国出口产品采用的限制性贸易壁垒的来源国进行排序,具体如表2所示。对我国出口使用限制性壁垒最多的前十个国家分别是美国、阿根廷、俄罗斯、印度、巴西、德国、土耳其、波兰、法国和意大利。这十国对我国出口采取的限制性壁垒数共占到我国出口受到来自全球所有限制性壁垒的47.66%。其中,美国对我国出口产品采用限制性贸易壁垒数占我国出口受到限制性壁垒总数的比重最高,达到15.15%,其余9国占比相差不大,基本在2%和6%之间。在三类壁垒中,我国出口产品受到的第一类壁垒所占比重最大,占到受到壁垒总数的约2/3。在所使用壁垒的构成上,除了美国偏爱使用第三类壁垒(达到了壁垒使用总数的48.96%)外,其他国家更多地使用直接作用于进口品的第一类贸易壁垒,占比均超过了50%。

^①样本期间使用累计少于10次的14种壁垒类型分别是:消费补贴、贸易支付措施、本地劳动力、进口监控、贸易平衡措施、技术性贸易壁垒、国家援助、实物补贴、竞争性贬值、卫生和植物检疫措施、未分类工具、公共采购准入、本地业务和反规避调查。

表1 2009—2017年我国出口遭受的各种壁垒情况

单位：次

壁垒类型	壁垒大类	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	总计
反倾销	1	197	214	245	234	158	81	115	138	104	1486
进口关税	1	100	87	140	124	139	109	170	60	77	1006
政府采购本土化	3	47	36	38	41	37	53	45	40	9	346
反补贴	1	3	9	20	6	56	40	11	8	21	174
政府贷款	2	15	12	15	19	24	13	34	25	4	161
进口关税配额	1	0	6	15	8	14	24	4	23	21	115
保障措施	1	20	10	22	12	10	11	7	7	3	102
金融资助	2	7	4	14	9	14	16	15	13	5	97
税收或社保减免	2	8	9	10	9	12	11	9	16	6	90
进口许可证	1	7	3	6	3	5	6	6	31	17	84
进口非关税壁垒	1	3	7	8	7	38	10	5	1	3	82
生产补贴	2	4	2	2	2	0	23	12	17	0	62
本地购买	3	2	8	3	3	6	6	10	8	4	50
利率支付补贴	2	7	2	1	3	8	5	8	7	0	41
贷款担保	1	7	1	0	3	7	6	4	5	2	35
禁止进口	1	5	4	8	5	7	3	0	1	0	33
进口配额	1	1	3	2	13	3	5	1	3	0	31
紧急援助	2	14	6	0	4	3	1	2	0	0	30
本地化购买激励	3	3	3	2	2	2	1	5	2	2	22
公共采购优惠	2	0	0	0	10	4	4	0	0	1	19
进口内部关税	1	0	1	2	3	1	7	2	0	2	18
合计		450	427	553	520	548	435	465	405	281	4084

注：由作者整理得到。

表2 2009—2017年我国遭受限制性贸易壁垒的来源国分布

单位：次

排名	国家	总频次	占比	第一类壁垒	第二类壁垒	第三类壁垒
1	美国	628	15.15%	217	94	305
2	阿根廷	253	6.11%	233	3	12
3	俄罗斯	205	4.77%	111	56	27
4	印度	193	4.58%	153	12	21
5	巴西	196	4.18%	134	19	17
6	德国	119	2.90%	93	25	0
7	土耳其	114	2.76%	110	0	2
8	波兰	103	2.51%	77	25	0
9	法国	94	2.31%	77	17	0
10	意大利	95	2.29%	75	17	1
	前十大国合计	1933	47.55%	1280	268	385

注：由作者整理得到。

2. 关于“企业—产品”层面出口目的地的描述性统计

由于本文统计的壁垒种类众多,且同一出口产品在某一市场可能会先后遭到多次壁垒,因此把某产品的目的地分为两类:未遭受壁垒的目的地和遭受壁垒的目的地。表3把基于“企业—产品”层面平均目的地个数进行了统计。我们分别统计了“企业—产品”维度的平均出口目的地数量,“企业—产品”层面被施加壁垒的平均目的地个数和未被施加壁垒的平均目的地个数,显然后面二者之和构成“企业—产品”层面的平均出口目的地数量。同时我们又把出口的产品进行了分类:在任意市场至少遭受了一个壁垒的产品(壁垒=1)和从未在任何市场遭受壁垒的产品(壁垒=0)。我们进一步观察不同种类产品的不同类型目的地的数量。

在表3中,以2009年为例,首先观察前三列数值,针对全样本,“公司—产品”层面的平均目的地个数为3.86,但遭受壁垒的产品其平均目的地个数为12.57,对于未遭受壁垒的产品,其平均目的地个数为2.25。这说明企业出口的在某些市场遭受了壁垒的产品,通常其出口目的地更多。数据的中间三列主要分析在“企业—产品”层面的所有目的地中受壁垒的目的地个数,在全样本中,“企业—产品”层面的遭受壁垒目的地的平均个数为0.71,其中对于至少遭受一次壁垒的产品,受壁垒的目的地的平均个数为4.58(一个“企业—产品”样本可能同时在多个目的地被施加壁垒),对于未遭受壁垒的产品,受壁垒目的地的平均个数自然为0。与中间三列类似,最后三列分析未遭受壁垒产品的目的地个数,针对全样本“公司—产品”组合的未遭受壁垒目的地的平均个数为3.14,至少遭受一次壁垒的产品其未被施加壁垒的目的地的平均个数为7.99,对于在任何市场都未被施加壁垒的样本,其目的地的平均个数为2.25。7.99远大于2.25,这说明相对于在任何市场上都未被施加壁垒的“企业—产品”样本,在某些市场被施加壁垒的“企业—产品”样本的出口市场更多样化。

观察2009—2013年的平均值,至少遭受一次壁垒的“企业—产品”样本的平均目的地个数、遭受壁垒的目的地个数和未遭受壁垒的目的地个数分别是11.47、4.50和6.97,远大于未遭受壁垒“企业—产品”样本分别对应的2.35、0和2.35这三项值。可以发现,无论是总的目的地个数,还是遭受壁垒的目的地个数或者未遭受壁垒的目的地个数,至少遭受一次壁垒的“企业—产品”样本在这三项的值均远大于未遭受壁垒的“企业—产品”样本在这三项的值。总的来看,企业遭受壁垒的产品其目的地更多。可以推测,企业遭受壁垒的产品多样化出口目的地的动机更强,原因很可能是为了规避遭受壁垒的风险和损失。同时,从表3“有产品遭受壁垒的目的地个数”一栏中“壁垒=1”可见,在有被施加壁垒的“企业—产品”样本中,平均遭受壁垒的目的地个数为4.58,远大于全样本的遭受壁垒的平均目的地个数0.71,这说明企业对其出口产品的目的地多样化行为很可能不仅仅发生在向未遭受壁垒的市场拓展,同样也可能在遭受壁垒的不同市场间拓展。

表3 企业—产品的平均目的地个数的统计

年份	目的地个数			有产品遭受壁垒的目的地个数			产品未遭受壁垒目的地个数		
	全样本	壁垒=1	壁垒=0	全样本	壁垒=1	壁垒=0	全样本	壁垒=1	壁垒=0
2009	3.86	12.57	2.25	0.71	4.58	0.00	3.14	7.99	2.25
2010	4.02	10.74	2.19	0.86	4.01	0.00	3.16	6.73	2.19
2011	4.27	13.25	2.59	0.73	4.67	0.00	3.53	8.59	2.59
2012	4.33	10.97	2.32	1.06	4.57	0.00	3.27	6.40	2.32
2013	4.38	10.91	2.38	1.09	4.68	0.00	3.28	6.23	2.38
合计	4.19	11.47	2.35	0.91	4.50	0.00	3.28	6.97	2.35

注：由作者整理得到。

四、实证分析

本文的实证研究主要关注两个层面：一是限制性贸易壁垒对于出口目的地数量的作用；二是针对限制性贸易壁垒对企业出口产品新市场进入行为的作用是否存在“一带一路”沿线国家的偏好。

（一）研究设计

本部分主要针对贸易壁垒对企业出口产品目的地数量的作用。在此将对核心解释变量和被解释变量进行定义，模型设计如下：

$$y_{ist} = \alpha + \beta_1 barrier_{ist} + \beta_2 asset_{ist} + \beta_3 age_{ist} + \pi_{HS2,t} + \mu_i + \varepsilon_{ist} \quad (1)$$

下标的 i 、 s 、 t 分别代表公司、HS6 六位产品代码和年份。由于壁垒涉及到多个国家，包括国家维度，但是被解释变量为目的地数量，不涉及国家维度，现将解释变量“限制性贸易壁垒”（简称壁垒）定义为虚拟变量，只要该公司的该产品在任意一个出口目的地被施加壁垒，该变量即为 1，否则为 0。被解释变量包括三个，即前文描述性统计中“企业—产品”维度下的三种目的地个数，为“企业—产品”组合的目的地总数，即企业 i 的产品 j 的出口的目的地数量，本文后续的“企业—产品”组合均基于此定义。按目的地是否被施加贸易壁垒进行分类，“企业—产品”层面的目的地可以分为两类，一类是该产品遭受壁垒的目的地，还有一类是该产品未遭受壁垒的目的地。

由于公司开拓新市场需要克服一定的固定成本，需要有一定的实力，为此选择企业规模和企业年龄来代表企业的实力。此外，本文还控制了公司层面和“HS2 行业—年份”的固定效应。

（二）回归结果

1. 基准回归

在表 4 中，第（1）、（3）、（5）列分别表示当期的回归结果，第（2）、（4）、（6）列分别表示跨期的回归结果。第（1）、（2）列回归的结果显著为正。这与之前的描述性统计结果相一致，意味着限制性贸易壁垒会促进出口产品目的地的多样化，这个结果在当期和跨期均成立。这样，命题一得到肯定性的验证。

第（3）列—第（6）列的回归结果均显著为正，结果表明无论是当期还是跨期，无论是目的地总数、遭受壁垒的目的地数目还是未遭受壁垒的目的地数目，企业在实施目的地多样化策略时不仅会进入未对该产品施加壁垒的市场，而且会进入

已经对该产品施加壁垒的市场。这个结果对假设二进行了初步回答,但企业将产品进入已经对该产品施加壁垒的市场,这个结果似乎令人疑惑,本文接下来将对此进行进一步研究。

表4 基准回归

变量	目的地个数		遭受壁垒的目的地个数		未遭受壁垒的目的地个数	
	当期 (1)	跨期 (2)	当期 (3)	跨期 (4)	当期 (5)	跨期 (6)
壁垒	0.8884*** (0.004)	0.6091*** (0.007)	1.1746*** (0.003)	0.6502*** (0.008)	0.3177*** (0.004)	0.1824*** (0.005)
总资产	0.0212*** (0.002)	0.0030 (0.002)	0.0052*** (0.001)	0.0023 (0.003)	0.0224*** (0.002)	0.0018 (0.003)
公司年龄	0.0002 (0.000)	-0.0001 (0.000)	0.0001 (0.000)	-0.0001 (0.001)	0.0001 (0.000)	0.0002 (0.000)
观测值数目	2 481 533	1 118 478	2 481 533	1 118 478	2 481 533	1 118 478
R-squared	0.474	0.520	0.732	0.559	0.334	0.355
公司固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
HS2-年份固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制

注:回归第(1)、(3)、(5)列为当期数据的回归,回归第(2)、(4)、(6)列为跨期回归。所有回归方差均聚类到公司层面,*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$ 。下同。

2. 基于分壁垒种类的回归分析

企业在出口产品未被实施壁垒的市场进行目的地多样化容易理解,对于企业将产品向已经对该产品施加壁垒的市场进行目的地多样化的动机,可能是不同市场的壁垒类型差异所致。实际上,三种壁垒对于同一产品的限制性效应是存在差异的。例如,靳玉英等(2018),就美国对中国产品采取限制性贸易壁垒后的市场退出行为的研究发现,与另两类壁垒相反,以给企业税收优惠等旨在给企业补贴这种类型的壁垒即第二类壁垒并未带来企业的退出行为。那么不同种类的贸易壁垒在对企业出口目的地的多样化上是否会有不同的效用,我们在本部分将对此进行研究,表5是对三种壁垒各自在出口产品目的地多样化上的作用比较结果。

表5 分壁垒种类的回归分析

变量	第一类壁垒		第二类壁垒		第三类壁垒	
	当期 (1)	跨期 (2)	当期 (3)	跨期 (4)	当期 (5)	跨期 (6)
壁垒	0.2706*** (0.003)	0.2173*** (0.008)	-0.0001 (0.004)	-0.0549*** (0.008)	0.9712*** (0.011)	1.1300*** (0.018)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
观测值数目	2 481 533	1 118 478	2 481 533	1 118 478	2 481 533	1 118 478
R-squared	0.316	0.442	0.310	0.438	0.339	0.523
公司固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
HS2-年份固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制

注:第(1)、(2)列中,解释变量为第一类壁垒;第(3)、(4)列,解释变量为第二类壁垒;第(5)、(6)列,解释变量为第三类壁垒。所有被解释变量均为“企业—产品”维度下的出口目的地数量。

观察表5的回归结果可以发现,不同壁垒种类对企业的出口目的地多样化有着不同的影响。回归(1)列、(2)列和(5)列、(6)列均显著为正,表明第一类

壁垒和第三类壁垒会促进企业产品的出口目的地多样化,但回归(3)列的结果却不显著,即第二类壁垒的目的地多样化效果并不明显。这也与我们的推测相一致,企业目的地多样化的动机来自于风险分担,由于第二类壁垒削弱了出口到该市场的产品相对竞争力的程度,企业将该产品退出该市场的动机相对较弱,从而也就缺乏足够的动机去进行出口目的地的多样化。

这个结果也再一次印证了不同壁垒种类对于企业的相同产品的作用效果是存在差异的,这也对假设三进行了肯定性的回答。在表5的基准回归中,我们对假设二进行了初步回答,即企业不仅在未遭受壁垒的市场进行目的地多样化,还会在遭受壁垒的市场进行目的地多样化。而在表6的结果中又发现,不同的壁垒类型对企业相同产品的目的地多样化行为的影响是存在差异的。据此,我们在一定程度上可以推测,企业的出口产品可能在被施加不同类型的贸易壁垒的市场间转换,这对企业的产品为什么在受壁垒市场进行目的地开拓这一问题进行了解释,下面将对此进行验证。

表6 产品遭受的某类壁垒对其在存在其他两类壁垒的新市场开拓行为的影响

变量	第一类壁垒		第二类壁垒		第三类壁垒	
	当期(1)	跨期(2)	当期(3)	跨期(4)	当期(5)	跨期(6)
壁垒	0.0061*** (0.001)	0.0083*** (0.001)	0.1507*** (0.003)	0.0729*** (0.004)	0.0517*** (0.002)	0.0502*** (0.003)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
观测值数目	2 481 533	1 118 478	2 481 533	1 118 478	2 481 533	1 118 478
R-squared	0.281	0.342	0.239	0.279	0.140	0.179
公司固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
HS2-年份固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制

注:第(1)、(2)列结果的解释变量为第一类壁垒,被解释变量为遭受第二、三类壁垒的目的地数目之和;同理,第(3)、(4)列结果的解释变量为第二类壁垒,被解释变量为遭受第一、三类壁垒的目的地数目之和;第(5)、(6)列结果的解释变量为第三类壁垒,被解释变量为遭受第一、二类壁垒的目的地数目之和。

在表6中,以第X类壁垒为解释变量,以遭受其他两类壁垒的目的地数量之和为被解释变量,以此来验证企业的某种产品在遭受某类壁垒之后是否会进入对该产品施加其他类型壁垒的市场,从而实现该产品的市场多样化。表7表明,各项检验结果均十分显著。可见,在某产品遭受某种壁垒时,企业确实会让该产品进入对该产品施加其他类型壁垒的市场。这意味着企业在产品遭受限制性贸易壁垒后将该产品目的地多样化的行为是广泛存在的,并不仅限于未对该产品实施过壁垒的市场,还会进入已经对该产品实施过壁垒的市场,这个结果也是对假设二的进一步验证。换言之,企业会将遭受壁垒的产品新进入到对该产品施加其他类型壁垒的市场。例如,企业的产品在一个市场受到了第一种壁垒的约束,它可能会寻求进入到对该产品施加第二、三类壁垒的市场。主要原因在于不同大类壁垒之间是存在很大的差异的,不同种类的壁垒对企业的出口限制行为不同,比如第二类壁垒对企业的目的地多样化没有显著的影响。对于这些实施了第二大类壁垒的市场,企业仍然会选择进入,甚至每一大类的不同小类壁垒之间也存在差异,所以这就使得企业在曾

经实施壁垒的市场的目的地多样化行为变得十分普遍。

3. 向“一带一路”沿线国家的新市场开拓效应分析

从描述性统计中可以发现,我国出口产品遭受的壁垒主要来自于美国、阿根廷、德国等非“一带一路”沿线国家,而“一带一路”沿线国家市场广大,且限制性贸易壁垒普遍较低。加强与“一带一路”国家的经济合作,对于我国深度参与国际分工,掌握新一轮国际经济秩序构建中的主导权具有至重要意义。贸易是国际经济合作的核心内容之一。在美国次贷危机后,以美国为代表的贸易保护主义在各国普遍实行,我国出口已成为最大的被冲击对象。这一轮贸易保护主义对于我国与“一带一路”沿线国家的贸易行为会产生怎样的影响?我国出口受非“一带一路”沿线国家限制性贸易壁垒为主的冲击是否会促使中国企业更重视“一带一路”沿线国家的出口市场?为此,本文在此检验非“一带一路”沿线国家针对中国产品的限制性贸易壁垒是否导致中国企业的出口向“一带一路”沿线国家拓展,从而实现出口产品在“一带一路”沿线国家市场的多样化。

这里的解释变量为非“一带一路”沿线国家对我国出口产品所施加的贸易壁垒,被解释变量为“企业—产品”组合在“一带一路”沿线国家的目的地数目。与前面相一致,这里同样分为总的目的地数目、遭受壁垒的目的地数目和未遭受壁垒的目的地数目。

表7 “一带一路”沿线国家的转移分析

变量	目的地个数		遭受壁垒的目的地个数		未遭受壁垒的目的地个数	
	当期(1)	跨期(2)	当期(3)	跨期(4)	当期(5)	跨期(6)
壁垒	0.9179*** (0.007)	0.9402*** (0.008)	0.3287*** (0.004)	0.3247*** (0.004)	0.8770*** (0.007)	0.9086*** (0.008)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
观测值数目	2 481 508	1 118 453	2 481 508	1 118 453	2 481 508	1 118 453
R-squared	0.423	0.513	0.222	0.280	0.418	0.509
公司固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
HS2-年份固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制

注:第(1)、(3)和(5)列为基于当期数据的回归结果,第(2)、(4)和(6)列为跨期回归结果。

在表7的回归结果中,无论是当期还是跨期、无论是出口产品被施加壁垒的市场还是未被施加壁垒的市场,结果都显著为正。这意味着企业出口产品在非“一带一路”沿线国家遭受了贸易壁垒,企业会将该产品在“一带一路”沿线国家进行出口目的地的多样化,这个多样化行为在未对该产品实施壁垒的国家和已对该产品实施壁垒的国家均存在。这一实证结果回答了假设四,在非“一带一路”国家遭受的限制性壁垒时,企业倾向于在“一带一路”国家进行出口产品目的地的多样化。

(二) 稳健性检验

为保证前文结果的稳健性,本文基于如下两种方式进行了稳健性检验。

1. 保留所有的壁垒种类

2009—2013 年全球对中国使用的贸易壁垒一共 35 项，本文剔除了使用频率低于 10 次的壁垒种类 14 项，仅保留了剩下的 21 项。在这部分的稳健性检验中，我们保留所有壁垒种类，其他方法与基准回归完全一致，结果见表 8 的“Panel A”，可以发现结果与表 5 的基准回归完全一致。

2. 加总到“年份—产品”层面

把本文用到的微观企业数据在公司层面进行加总，即把中国工业企业数据库和中国海关数据库的配对数据加总为一个“年份—产品”维度的面板数据，然后根据产品代码和年份与全球贸易壁垒数据库进行配对，得到“年份—产品”层面产品是否遭受壁垒的数据。基于此数据再次进行回归分析，并且控制了 HS2 行业和年份层面的固定效应，具体结果见表 8 的“Panel B”。可以发现，使用加总的产品层面数据进行分析，得到的结果仍然是显著的。这两个稳健性检验的结果都表明我们的结论是稳健的。

表 8 稳健性检验

Panel A	目的地个数		遭受壁垒的目的地个数		未遭受壁垒的目的地个数	
	当期	跨期	当期	跨期	当期	跨期
壁垒	1.4709*** (0.004)	1.3939*** (0.007)	2.6915*** (0.003)	1.0579*** (0.011)	1.4489*** (0.004)	1.4048*** (0.007)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
观测值数目	2 481 533	446 601	2 481 533	446 601	2 481 533	446 601
R-squared	0.565	0.634	0.650	0.507	0.560	0.632
公司固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
HS2-年份固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
Panel B						
壁垒	2.1834*** (0.020)	2.0095*** (0.041)	3.0100*** (0.017)	2.0845*** (0.045)	2.0202*** (0.020)	1.9118*** (0.040)
观测值数目	22 635	5 651	22 635	5 651	22 635	5 651
R-squared	0.572	0.582	0.732	0.571	0.550	0.573
年份固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
HS6 固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制

注：Panel A 方差聚类到公司层面，Panel B 的方差聚类到产品层面，*** $p < 0.01$ ，** $p < 0.05$ ，* $p < 0.1$ 。

五、结论与启示

本文基于中国工业企业数据库与中国海关数据库，同时与全球贸易壁垒数据库相结合，就来自全球范围的针对中国出口商品的限制性贸易壁垒对中国企业出口产品目的地选择的影响进行研究。对于这一问题，本文从以下四个具体命题进行了探讨，分别是：企业在产品遭受贸易壁垒时是否会选择将该产品的目的地多样化？这种多样化是仅仅只在该产品未遭受贸易壁垒的目的地中进行还是也会在该产品遭受壁垒的目的地中进行？不同类型壁垒是否对企业产品的目的地多样性有不同的作用？企业在产品遭受贸易壁垒时是否会将该产品向“一带一路”沿线国家转移？

本文得到的主要结论如下：第一，限制性贸易壁垒会促进企业将遭受壁垒产品的目的地多样化；第二，这种限制性壁垒促进企业遭受壁垒产品目的地多样化的行为不仅存在于未对该产品实施壁垒的目的地，还存在于已对该产品实施壁垒的目的地；第三，不同类型壁垒对出口产品目的地多样化的作用不同，第一类和第三类壁垒对企业产品的目的地多样化有显著的促进作用，但第二类壁垒的作用不明显；第四，企业会倾向于将遭受壁垒的产品在“一带一路”沿线国家进行目的地多样化。

以上结论具有重要的政策含义：首先，我国企业在出口产品遭受限制性贸易壁垒时，会自发地对该产品的出口目的地多样化，这有助于抵御单个市场的不确定风险，这是贸易壁垒对我国出口的一个积极影响。其次，不同种类的贸易壁垒对企业的作用存在差异，在面临国外不同的贸易壁垒时我国应有针对性地采取应对措施。最后，当出口在某个市场遭遇限制性贸易壁垒时，企业会将该产品向“一带一路”沿线国家转移，这说明来自美国为首的非“一带一路”沿线国家的贸易保护主义行为将促进我国以出口为载体的与“一带一路”沿线国家的经济一体化，基于此我国在制定相应政策时可以对企业作相应的引导。

[参考文献]

- [1] WANG L, YONG Z. Does Experience Facilitate Entry into New Export Destinations? [J]. *China and World Economy*, 2013, 21 (5): 36-59.
- [2] 陈勇兵, 李梦珊, 赵羊等. 中国企业的出口市场选择: 事实与解释 [J]. *数量经济技术经济研究*, 2015, 32 (10): 20-37.
- [3] FABLING R, GRIMES A, SANDERSON L. Whatever Next? Export Market Choices of New Zealand Firms [J]. *Papers in Regional Science*, 2012, 91 (1): 137-159.
- [4] LAWLESS, MARTINA. Marginal Distance: Does Export Experience Reduce Firm Trade Costs? [J]. *Open Economies Review*, 2013, 24 (5): 819-841.
- [5] 刘修岩, 吴燕. 出口专业化、出口多样化与地区经济增长——来自中国省级面板数据的实证研究 [J]. *管理世界*, 2013 (8): 30-40.
- [6] 韩剑. 出口多样化与经济增长: 理论及对中国的经验研究 [J]. *国际贸易问题*, 2009 (8): 23-29.
- [7] 施炳展. 中国出口增长的三元边际 [J]. *经济学 (季刊)*, 2010, 9 (4): 1311-1330.
- [8] HADDAD M, LIM J J, PANCARO C, et al. Trade Openness Reduces Growth Volatility When Countries are Well Diversified [J]. *Canadian Journal of Economics*, 2013, 46 (2): 765-790.
- [9] BEVERELLI C, NEUMUELLER S, TEH R. Export Diversification Effects of the WTO Trade Facilitation Agreement [J]. *World Development*, 2015, 76: 293-310.
- [10] ALKATHIRI N, AL-RASHED Y, DOSHI T K, et al. “Asian Premium” or “North Atlantic Discount”: Does Geographical Diversification in Oil Trade Always Impose Costs? [J]. *Energy Economics*, 2017, 66: 411-420.
- [11] 鲍晓华, 朱达明. 技术性贸易壁垒与出口的边际效应——基于产业贸易流量的检验 [J]. *经济学 (季刊)*, 2014 (4): 1393-1414.
- [12] 王孝松, 吕越, 赵春明. 贸易壁垒与全球价值链嵌入——以中国遭遇反倾销为例 [J]. *中国社会科学*, 2017 (1): 108-124.
- [13] 王孝松, 翟光宇, 林发勤. 反倾销对中国出口的抑制效应探究 [J]. *世界经济*, 2015 (5): 36-58.
- [14] FONTAGNÉ L, OREFICE G. Let's Try Next Door: Technical Barriers to Trade and Multi-destination Firms

- [J]. *European Economic Review*, 2018, 101: 643–663.
- [15] MELITZ M J. The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity [J]. *Econometrica*, 2003, 71 (6): 1695–1725.
- [16] SHEPHERD B. Geographical Diversification of Developing Country Exports [J]. *World Development*, 2010, 38 (9): 1217–1228.
- [17] CHANDRA P. Impact of temporary trade barriers: Evidence from China [J]. *China Economic Review*, 2016, 38: 24–48.
- [18] BRANDT L, BIESEBROECK J V, ZHANG Y. Creative Accounting or Creative Destruction? Firm-level Productivity Growth in Chinese Manufacturing [J]. *Journal of Development Economics*, 2012, 97 (2): 339–351.

(责任编辑 武 齐)

Can Restrictive Trade Barriers Help to Diversify the Export Destinations —An Analysis on the Export Destination-diversification of Chinese Firms

JIN Zeyang JIN Yuying

Abstract: Since the financial crisis in 2008, a new round of trade barriers against China has emerged. Using the matching data of annual surveys conducted by the National Bureau of Statistics (NBS), China Customs Database and the Global Trade Barrier Database from 2009 to 2013, this paper focused on the destination restrictive trade barriers (RTBs) impacts on the destination-diversification of Chinese firms. In this paper, we proposed a new perspective of risk-sharing, through which we analyzed the destination-diversification adopted by the Chinese firms with products being restricted. The main conclusions are: Firstly, the RTBs are likely to promote the diversification of export destinations to reduce the risks of exporting to a single market; Secondly, when a product is imposed RTBs in certain export destinations, the firms tend to enter new markets, which may include both destinations that have and have not implemented barriers on this product; Thirdly, the first and third types of the RTBs may significantly promote the export destination-diversification, but the second type of RTBs may not; Fourthly, the export destination-diversification adopted by Chinese firms is particularly significant in the Belt and Road countries (regions), which implies that the Belt and Road countries (regions) are more preferred when Chinese firms diversify their export destinations.

Keywords: Restrictive Trade Barriers; Destination-diversification; Extensive Margin; Belt and Road Initiative