

企业特性与出口行为关系透析

黄辉¹ 尹延芳²

- (1. 上海对外贸易学院国际经贸学院, 上海 201620;
2. 上海对外贸易学院人文社科部, 上海 201620)

摘要:企业出口行为是成本—收益权衡的结果;除了产业背景,企业内在的特性影响决定企业选择出口背后的成本和收益;企业特性构成主要体现在企业区位、企业规模和技术水平等要素上。企业内在的特性是可以塑造的。企业应重视创造和利用区位优势、规模经济和技术创新等特性,以提高出口倾向与出口强度。

关键词:企业特性;出口行为;企业区位;企业规模;技术创新

中图分类号:F752.62 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-1894(2012)03-0022-05

一、企业出口行为的内涵及表现形式

一般而言,企业出口行为指企业为了实现自身的目标最大化而从事的面向国际市场的设计、生产、销售和服务等活动,行为的结果是满足外国购买者的需求。作为微观决策,企业选择产品出口实际是一系列成本、收益比较的结果。

首先,与选择产品国内销售相比,企业选择出口背后的成本、收益比较更为复杂。从成本角度看,出口企业不仅要考虑生产成本,还必须考虑进入国外市场的运输成本和信息成本;同时,贸易政策也会带来国内销售没有的成本和风险。从收益角度看,企业可以通过产品出口扩大生产规模,降低成本,获得规模经济,另外也可能获得范围经济。当然,除了直接的经济收益,企业通过与外国竞争者竞争和外国消费者互动可能获得改善管理、提高质量、降低成本等方面的信息,带来“出口中学”(learning by

exporting)收益。

其次,企业出口行为是企业实现国际化经营的一种途径。在全球经济一体化背景下,国际经营成为企业的必要选择,企业国际化战略的主要路径有产品出口和对外直接投资。无论是产品出口还是对外直接投资都能使企业产品获得更广阔的海外市场,但两种不同的国际化路径带来的企业成本影响不同。产品出口带来的成本包括运输成本和国外市场调研、建立海外营销网络等费用,对外直接投资会带来固定资产投资等固定成本。因此,企业选择产品出口这样的国际化路径主要是基于成本比较的结果。

企业出口行为表现为两个连续的决策过程:出口倾向和出口强度。出口倾向(export propensity)(Javalgi, Lawson 和 White, 1998),^[1]也称出

收稿日期:2012-03-18。

作者简介:黄辉,男,上海对外贸易学院国际经贸学院讲师;尹延芳,女,上海对外贸易学院人文社科部讲师。

口可能性(probability),是指企业决定是否出口,即选择产品在国内销售还是在国外销售,它是企业出口行为决策的第一步;出口强度(export intensity)(Baldauf, Cravens 和 Wagner, 2000)^[2]是指出口企业的出口额占全部销售额的比率,比率越大,出口强度也越大,企业国际

化程度也越高。

企业究竟是选择国内销售还是出口?如果出口,出口额又是多少?对于这些出口行为问题究竟如何解释?只有从企业特性这一内部因素中寻求答案,笔者认为企业的特性在影响决定企业决策背后的成本和收益,最终影响企业的选择。

二、企业特性与企业出口行为的关系

国际贸易理论认为,影响企业出口行为的因素分为外部环境与企业特性(内部因素)(Baldauf, Cravens 和 Wagner 2000),^[2]外部环境包括本国的贸易政策,如出口退税、关税、配额、奖励或补贴,国际市场规模,目标市场的政治与社会文化环境。^①作为单个企业来讲,外部环境是不可控制的,企业只能积极利用或主动适应。企业特性包括企业大小或规模、创新、出口经历、人力资本、资本强度、企业区位等要素,企业特性是企业专有的,是管理者可控制的。作为企业来讲,在外部环境一定的前提下,应最大限度地发挥企业特有的优势,克服企业自身的劣势。在经济全球化浪潮中,在同样的外部环境下,有的企业有出口业绩,而有的企业没有出口业绩,主要是企业特性差异造成的。笔者认为,影响企业出口行为的内在特性主要包括企业区位、企业规模和技术优势3方面。

(一)企业区位

企业区位对企业出口的影响主要通过两个途径:一是企业所在的地理位置对运输成本的影响。一般来说,运输成本由陆路运费和海运运费组成,企业位于沿海港口城市或离港口较近,陆路运输成本低,而在内陆地区由于远离港口运输成本较高,随着油料、燃料价格的上涨,这种差异将越来越明显。二是企业区位的溢出效应。企业区位的溢出效应是指企业特定区位产生的外部经济,即企业所在区位的企业出口活动对其他企业的有利影响。溢出效应有多种形式:(1)出口企业的区位集中使建设专门的运输设施成为可能,如储藏设施或铁路线。(2)出口企业的信息外部化使得区位

所在企业很容易获取国外市场的信息,从而使信息成本大大降低。跨国公司是信息溢出的主要来源地。信息溢出的一个中间渠道是国内企业通过信息外部化向在东道国的外国子公司的出口活动学习,因为子公司是跨国公司的一部分,较容易获取外国市场的信息。出口会涉及较高的固定成本(Greenway, Sousa 和 Wakelin, 2004),^[3]如:国外营销网络的建立,交通设施的建设,广告的投入,对外国消费者偏好、市场结构、竞争者和法规等方面的研究,而跨国公司已经有了经营外国市场的知识和经验,这些知识从跨国公司向国内企业转移,就构成了信息溢出。跨国公司成为了当地企业出口的催化剂,构成了企业区位的重要因素。孟加拉国服装出口增长是引人入胜的案例之一。该国原先没有服装出口,但自从一家韩国服装出口企业进入该国以后,引发该国建立了几百家国内服装出口企业,现在服装已成为孟加拉国外汇收入的最大来源。(3)出口企业的区位集中引发了国际货运代理企业、报关企业、商检、海关等专门服务机构应运而生,从而降低交易成本和缩短出口交货的时间,如著名的小商品的国际集散地,每次出口往往品种多但数量少,一只集装箱内装有几十种商品,这给货物报关和商检带来很大的不便,为了缩短小商品的报关和检验时间,地方海关和商检局在该地专门设立了办事处,并正在筹建海陆联运的运输方式。

(二)企业规模

规模经济理论是在20世纪70年代末兴起,经过80代的不断发展与完善,它已成为继技术差异理论和要素禀赋理论作为解释国际分工和国

际贸易产生的另一个重要理论。规模经济理论根据市场规模对贸易和生产的影响不同分为两大对立的理论观点:一是以克鲁格曼(1980)^[4]的国内市场规模效应,在规模报酬递增、垄断竞争、产品异质化和运输成本条件下,较大市场规模的国家由于规模报酬递增而成为商品的净出口国;企业要么全部出口,要么都不出口;运输成本的变化,对任何一个国家而言,不能影响出口企业的份额,只是影响每家企业的出口数量。二是 Medin (2003)^[5]的出口市场规模效应,在现实经济生活中,在同一产业内,出口企业与非出口企业同时存在,这是为什么呢?一个原因是存在与出口有关的固定成本,固定成本包括非关税贸易壁垒、市场调查、广告投入、跟外国消费者建立联系、外国销售网络的建设、适应外国标准与法规等等所需费用。这种固定成本成为企业出口的一个重要障碍,它仅仅使一部分企业能够从出口中获利,这样贸易成本的变化不仅影响出口企业的份额,也影响每家企业的出口数量。如果外国出口市场规模较大,因而对本国(这里为小国)产品的进口需求也较大,由于本国制造企业数量较少,为了满足外国需求,使得出口企业份额和每家企业出口数量增加,这样市场规模较大的外国成为净进口者,而市场规模较小的本国则成为净出口者。

企业除了考虑国内市场或出口市场对该企业的销售额影响以外,更重要的是考虑企业本身的规模和为出口所花费的成本。企业规模一般是用企业职工人数或销售额来表示,成本包括生产成本和贸易固定成本。企业在作出出口决策的时候,除了考虑生产成本以外,必须考虑贸易固定成本。贸易固定成本是一种沉没成本,它是已经发生因而不受出口或不出口决策影响的资本投入。企业以利润最大化和风险最小为原则,如果预期的出口收入足以抵补因出口而带来的固定成本,则企业选择出口,但同时必须承担因不能达到预期出口额而带来的固定成本不能完全或完全不能抵补而造成部分或全部损失的风险。

一般来讲,规模较大的企业因拥有专门化的管理资源(如营销技术)、规模经济优势(指规模越大,平均成本越小,呈规模报酬递增)、外部资源

(如融资^②)的获取能力和消化(或承担)风险的能力,出口倾向较大,在国际市场表现较好;而小企业因不愿意或无法承担出口行为而带来损失的风险和外部资源的利用能力较弱,出口倾向小。国外大量的实证研究也证明了这个结果,如 Javalgi, White 和 Lee(2000)^[6]利用美国中西部 20 204 家制造企业,以职工人数和销售额为衡量企业规模的指标,从总体水平和产业类型(按 2 位数 SIC 码分类法)实证研究了企业规模与出口倾向之间的关系。在职工人数方面,出口企业的平均职工人数为 121.43 人,非出口企业的平均职工人数为 33.86 人,出口企业是非出口企业的 3.5 倍。另外,无论从总体水平还是产业水平逻辑回归也证明,企业职工人数越多,出口可能性越大,但服装业和木材业例外;在销售额方面,按照销售额的大小分为低、中、高 3 个规模等级,低等规模销售额小于等于 490 万美元,中等为 500 万美元~4 990 万美元,高等为 5 000 万美元及以上。低等规模中,出口企业占低等规模企业总数的比重为 23.2%,非出口的比重为 76.8%,说明在低等规模中,企业出口倾向较小。在中等规模中,出口企业占中等规模企业总数的比重为 57.9%,非出口的比重为 42.1%。高等规模中,出口企业占高等规模企业总数的比重为 70.9%,非出口的比重为 29.1%,说明出口倾向较大。另外,从总体水平逻辑回归也证明了,出口企业的销售水平与非出口存在显著差别,但从产业水平,16 个产业中只有 5 个产业(它们是服装、木材、纸、化工和初级金属)随着销售额的增加出口倾向也随之增加。

但是,值得一提的是,企业规模与出口倾向之间并非呈正相关,而是呈倒 U 字型,即随着企业规模的扩大,出口倾向也随之增大,但企业规模有一个上限,超过这个规模,企业出口倾向会下降,这是因为规模大的企业在国内拥有较大的市场份额,因而出口的动力就会下降。

(三)技术创新

技术创新与国际贸易之间关系的理论最早是在 1966 年由雷蒙德·弗农提出。弗农的产品周期理论认为,在新产品引进、发展阶段,技术领先

国家出口;在产品标准化、成熟阶段,技术跟随者出口;在产品衰退阶段,欠发达国家出口,产品出口与技术的动态变化呈现出密切联系。后来,克鲁格曼借鉴弗农的经典思想建立了北—南模型,该模型假定:①世界有两个国家组成,一个是有技术创新的北方国家,一个是没有技术创新的南方国家;②两种产品,老产品和新产品;新产品在北方生产,老产品在南方生产。由于北南之间进行不间断的技术创新和技术转让,北方国家开发的新产品先由北方国家出口,然后才由南方国家出口,因此便产生了贸易,贸易实质上是由国家之间的技术差距引起的。这种技术差异理论已成为解释国际分工和国际贸易产生的三大理论之一。由于知识的历史积累^③和国家技术创新促进政策的不同,当前世界知识和技术资源分配存在严重的不均衡,发达国家如美国、日本和德国占用了大量的 R&D 经费和专利技术,而发展中国家却相当贫乏,这样发达国家拥有技术要素禀赋优势,成为技术创新的发源地、技术的领导者和高新技术产品的巨大和持续出口者,例如在过去 20 年中,美国高新技术产业出口占世界高新技术总出口的比重始终保持在 19%~26% (Seyoum, 2004),^[7]而发展中国家由于缺乏初始的技术积累,成为技术创新的吸收地、技术的追随者和高新技术产品的持续进口者,但也有例外,如新加坡和中国。

三、结 语

本文主要从企业内在特性视角解释了企业的出口行为,有别于传统贸易理论主要从产业角度对国际贸易活动的分析。企业内在特性主要有企业区位、企业规模、技术优势等方面构成,企业可以通过获得区位优势、规模经济和技术优势培育国际贸易竞争力。

(1) 当地出口企业或跨国企业的出口活动的区位集中,将对企业的出口决定产生积极的影响。因此,厂址尽可能地选择在工业园区或经济技术开发区,以发挥区位的要素集聚效应和信息与技术的溢出效应。另外,企业的区位应选择在沿海港口城市,以降低工厂到港口的运输成本。

技术创新不仅是维持和提升国家国际竞争力的源泉,同时也是企业参与国际竞争的法宝。企业可以在国内市场销售低质量的产品,但要想在国外市场销售必须生产高质量的产品,因为进口国为了限制进口或为了人类动植物健康安全和环境保护而设置种种技术壁垒,而技术创新可以提高生产率(或减少成本),或为国际市场开发新的产品并在异质产品市场获得竞争力,或可以突破技术壁垒,进而影响一个企业的出口地位。技术创新按知识来源可以分为内部和外部两大类型,内部创新包括产品创新和工艺创新,创新的投入一般用 R&D 的支出来表示,规模大的企业一般都建立正规的研究与开发部门,投入大量的 R&D 经费,生产大量的专利产品。国外很多实证表明,R&D 经费投入越多(或专利数量越多),企业出口倾向越高,出口强度越大;但现在有很多中小规模企业没有成立正规的研究与开发部门,R&D 经费投入几乎为零,创新主要来自于外部知识的购买。这些企业通过购买体现在新的技术设备或其他来源中的知识来实现创新,投资先进的资本设备可以改进其产品质量、提高其生产率、开发新产品、降低原材料的使用量和雇用较少的劳动力,因而资本设备的投资同样可以增加企业的出口竞争力。

(2) 企业规模越大,企业出口倾向越显著,出口业绩也越好,但企业规模有一个上限,超过这个界限,出口倾向会减弱。因此,应适度培育企业的规模,发挥规模经济优势。

(3) 技术创新是非价格竞争优势的源泉。对设有正规研究与开发部门的企业来说,投入的 R&D 费用越高,则企业出口倾向和出口强度越大,而对没有正规研究与开发部门的企业来说,对先进设备的投资越多,则企业出口倾向和出口强度也越大。因此,对规模较大或技术密集的企业应注重 R&D 的投入,而对规模较小或传统产业的企业更应注重对先进资本设备的投资。

注 释:

① 文化社会环境由外国独特的风俗、语言、宗教组成,政治环境包括经济(如汇率)和法律(如进口限制)(Baldauf, Cravens 和 Wagner, 2000)。

② 出口企业的生产往往是订单生产,接到订单以后,必须马上采购原材料,投入生产,按时交货,这时需要较多的流动资金,而大企业 with 银行建立了良好的信用关系,融资相对较便利。

③ 知识需要不断的积累,没有积累就没有创新,知识实质是积累和创新不断相互作用的历史沉淀物,由于受到专利制度的限制和国家战略的需要,技术的溢出绝大多数只能在一国范围内,这样一国的初始知识存量决定了一国的比较优势。

参考文献:

- [1] G. Javalgi, Rajshekhar, Lawson, Diana and White, D. Steven. Firm Characteristics and Export Propensity: A Comparison of Manufactures and Manufacturing-based Service Providers[J]. International Business Review, 1998, (7).
- [2] Baldauf, Artur, W. Cravens, David and Wagner, Udo. Examining Determinants of Export Performance in Small Open Economies[J]. Journal of World Business, 2000, (35).
- [3] Greenway, David, Sousa, Nuno and Wakelin, Katharine. Do Domestic Firms Learn to Export from Multinationals[J]. European Journal of Political Economy, 2004, (20).
- [4] Paul, Krugman. Scale Economies, Production, and the Pattern of Trade[J]. The American Economic Review, 1980, (70).
- [5] Medin, Hege. Firms' Export Decision — Fixed Trade Costs and the Size of the Export Market[J]. Journal of International Economics, 2003, (61).
- [6] G. Javalgi, Rajshekhar, White, D. Steven and Oscar Lee. Firm Characteristics Influencing Export Propensity: An Empirical Investigation by Industry Type[J]. Journal of Business Research, 2000, (47).
- [7] Seyoum, Belay. The Role of Factor Conditions in High-technology Exports: An Empirical Examination[J]. Journal of High Technology Management Research, 2004, (15).

An Analysis on the Relationship between Firm Characteristics and Export Behavior

HUANG Hui YIN Yan-fang

Abstract: Enterprise export conduct is the result of balance between cost and benefit. Besides, industry background, and enterprise intrinsic properties decide the costs and benefits of export. Enterprise intrinsic properties mainly include location, scale and technical level of enterprises and they can be molded. Enterprises should put emphasis on creating regional advantages, scale advantages and technology advantages in order to improve their export propensity and export strength.

Key words: enterprise properties; export behavior; location of enterprise; scale of enterprise; technical innovation