

国内消费者需求偏好与贸易高质量发展

李敬子 何祚宇

(中南财经政法大学 工商管理学院, 湖北 武汉 430073)

摘要:本文聚焦国内消费者需求偏好视角来考察中国贸易高质量发展,采用2000—2014年中国海关数据库、中国工业企业数据库、全国标准信息公共服务平台数据库、WIOD和CEPII数据库,研究了国内消费者需求偏好升级对中国企业进出口产品质量的影响。研究发现:国内消费者需求偏好升级能够有效提升企业进口产品质量,但没有促进企业出口产品质量提升,即中国企业出口产品质量与国内需求偏好升级背离;供需失衡和国内国际标准不对接是导致出口产品质量背离的重要原因;在需求侧,高端需求外移导致国内市场供需脱节,而在供给侧,价值链上游产业和中间产品的供给未能跟上需求偏好升级的步伐则进一步加剧了出口产品质量的背离。因此,把握国内消费者需求偏好升级的契机,构建供需适配的国内大循环体系,推动国内国际标准对接以及价值链上游的供给侧结构性改革,有助于实现贸易高质量发展。

关键词:消费者偏好;出口产品质量;进口产品质量;非位似偏好;供需失衡;产品标准

中图分类号:F746 **文献标识码:**A **文章编号:**1003-5230(2024)03-0110-14

一、引言

加入WTO以来,贸易自由化促使中国出口贸易呈现爆炸式增长,中国贸易总量领先全球。然而,与贸易大国地位不相称的是,中国出口产品质量总体不高,与全球主要经济体存在较为明显的差距,存在被全球价值链低端锁定的风险^[1]。与此同时,近年来伴随着互联网技术革命、共享经济以及移动支付等生产和生活方式的变革,中国呈现出物质型消费需求向服务型消费需求升级的趋势^[2],绿色消费、信息消费、健康医疗、旅游和文化消费等持续增长。当前中国社会的主要矛盾是人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。为满足消费者日益增长的美好生活需要,缓解“有需求、缺供给”的突出矛盾,亟需提升产品质量。党的二十大报告指出,高质量发展是全面建设

收稿日期:2024-02-27

基金项目:国家自然科学基金面上项目“GVC视角下多维贸易成本及其第三国效应:指标测度、理论拓展与经验分析”(71973155);中南财经政法大学中央高校基本科研业务费专项资金项目“非位似偏好与区域本地市场效应:指标测度、理论拓展与经验分析”(2722020JCG051)

作者简介:李敬子(1988—),女,河南新乡人,中南财经政法大学工商管理学院副教授;
何祚宇(1989—),男,湖南岳阳人,中南财经政法大学工商管理学院讲师,本文通讯作者。

社会主义现代化国家的首要任务;2023年中央经济工作会议提出必须把坚持高质量发展作为新时代的硬道理,2024年要坚持稳中求进、以进促稳、先立后破,该工作要求也突出了牢牢把握高质量发展这一首要任务。要实现贸易强国和质量强国目标,亟需转变国内和国际两个市场之间的资源配置和利用方式,从出口导向型经济全球化转向基于内需的经济全球化,逐步形成以国内大循环为主体,国内国际双循环相互促进的新发展格局。2022年中共中央、国务院印发的《扩大内需战略规划纲要(2022—2035年)》强调,实施扩大内需战略和培育完整内需体系是加快构建新发展格局的必然选择;2023年中央经济工作会议也提出必须坚持深化供给侧结构性改革和着力扩大有效需求协同发力,使国内大循环建立在内需主动力的基础上,提升国际循环质量和水平。因此,从内需市场需求偏好变化视角来深度剖析如何实现贸易产品质量升级和破除价值链“低端锁定”具有重要的现实意义。

市场需求和进出口产品质量之间存在不可分割的关系,现有相关的理论和实证研究主要从外部需求规模、外需冲击不确定性以及收入差距等方面进行探讨。Mayer等(2021)研究发现外部需求规模扩大会加剧市场竞争,从而促使企业将更多的资源配置到核心产品上,进而提升核心产品的出口质量^[3];而Beerli等(2020)指出,产品需求规模扩张会促使企业通过增加投资和技术创新来提升产品质量^[4];钟腾龙(2020)的实证研究发现,外部需求引致的市场规模效应和市场竞争效应是影响企业出口产品质量的有效渠道^[5]。此外,Cui等(2017)研究发现在市场需求不确定的情形下,企业往往会结合消费者偏好优先考虑质量战略^[6];而钱学锋和方明朋(2023)则从决策成本的角度出发得出了相反的结论^[7]。在收入差距方面,Markusen(2013)发现若两个国家人均收入水平相同,收入差距较大的国家对高质量产品的需求会更高^[8];Jaravel(2019)指出收入差距扩大会导致创新活动活跃,这是因为高收入阶层消费者会更倾向于购买差异化和高质量产品^[9]。另外一支与本文密切相关的文献是关于需求偏好方面的研究。消费者需求收入弹性是描述消费者偏好的重要途径,它能够衡量当消费者收入变化时,对不同层次产品的需求变化情况,可以很好地用来测算消费者的非位似偏好^[10]。马广程等(2024)基于非位似偏好视角研究了碳市场与宏观经济政策搭配的碳减排效应^[11];李敬子等(2020)研究了非位似偏好下需求结构对服务贸易出口的非线性本地市场效应^[12];何祚宇等(2023)研究了目的市场消费者需求的非位似偏好对中国出口企业创新的倒U型影响^[13]。以上三篇文献中第一篇文献考察了需求偏好变化对环境政策实施效果的影响,后两篇文献则主要考察外部市场需求偏好对出口规模和出口企业创新的影响,尚未有文献从内需偏好视角对贸易高质量发展的影响因素进行探究。在中国人均可支配收入水平不断提高和国内消费结构升级的背景下,国内消费者需求偏好升级与企业进出口产品质量之间究竟是何种关联,目前并没有得到有力诠释,而且关于国内需求偏好作用机制的研究还相对单薄,难以为供给侧结构性改革和结构优化提供实践引导。基于此,本文尝试对上述问题做出回答。

本文的创新之处体现在以下两个方面。(1)研究视角方面,消费者的非位似偏好普遍存在,不同于已有文献关注外需偏好对出口贸易流量和出口企业创新的影响,本文聚焦国内消费者偏好视角来考察中国贸易高质量发展的源泉,研究发现国内消费者需求偏好升级促进了进口产品质量提升,但出口产品质量与消费者需求偏好升级发生了背离。(2)研究内容方面,本文构建了逐层深入的机制分析路径,在本文发现出口产品质量与消费者需求偏好升级存在背离之后,首先从国内供需失衡和国内外标准不对接的角度分析出口产品质量背离的原因。进一步地,本文分别从供给侧和需求侧对较为重要的国内供需失衡机制展开更加深入的探究,并发现需求侧的高端需求外移,以及供给侧的价值链结构性差异,尤其是价值链上游产品和中间品供应不足是导致出口产品质量背离的深层次原因。本研究不仅能够为供给侧结构性改革以及产业链升级的路径建设提供参考,而且能够为供需适配的新发展格局构建和贸易强国建设提供新的分析视角。

二、理论分析

随着收入水平提高,消费者对商品的品质、品牌、个性化、健康和文化等方面的需求不断增加,消

费结构升级促使相应的企业提供更高质量的产品和更优质的服务来满足消费者的相关需求,这种供需双方的互动能够推动经济高质量发展。当消费者对某一特定市场中的某种产品需求增加时,该市场中的企业会更多地进行资本投资来发明和采用新的技术以提升产品质量^[5]。在深度剖析内需偏好与贸易高质量发展关系之前,我们先对两者的相关性进行初步探讨。借鉴 Khandelwal 等(2013)和 Caron 等(2014)的算法^{[14][10]},并采用 2000—2014 年中国海关数据库、WIOD 和 CEPII 数据库,我们测算了 2000—2014 年 WIOD 行业层面的需求收入弹性和中国进出口企业 HS8 分位标准化产品质量,并将后者合并到企业产品所在的行业层面,以刻画进出口产品质量以及其与国内消费者需求偏好的关系,见图 1 和图 2。

由图 1 可知,加入 WTO 以来中国进口产品质量持续高于出口产品质量,这也印证了当前中国社会的主要矛盾,企业所生产的产品难以满足国内消费者的需求。在图 2 中,我们发现了一个有趣的现象:国内消费者需求偏好升级与进口产品质量正相关,但与出口产品质量负相关,出口产品质量与消费者需求偏好升级发生了背离。这再次回应了当前中国的主要矛盾:国内市场提供的产品质量难以充分满足人民日益增长的美好生活需要。根据历年《中国统计年鉴》数据进行的测算发现,随着国内人均可支配收入不断增加,中国食品和衣着人均消费支出占比明显下降,城镇居民食品和衣着消费占比由 2000 年的 49.4% 下降到 2014 年的 44.9%,2019 年则进一步下降到 34.4%;而教育、文化、娱乐和医疗保健等服务型消费快速增长,其占比从 2000 年的 27.5% 上升到 2014 年的 34.8%,2019 年则进一步上升到 48.2%。国内需求偏好升级促进了消费者对高质量产品的消费和进口,这是显而易见且符合直觉的。Linder(1961)的需求偏好相似理论指出^[15],一般而言出口是国内需求和生产的延伸,因此在理论上国内消费者需求偏好升级应该能够带来企业出口产品质量的提升,但是在全球价值链时代,企业的生产行为并不依赖于本国需求,消费者对高质量产品的需求并没有有效激发国内企业生产和出口更高质量的产品,国内供需双方之间产生明显的脱节和供需失衡现象,从而导致企业出口产品质量与国内需求偏好升级的背离。接下来,我们将探讨内需偏好升级未能引致出口产品质量提升的原因。

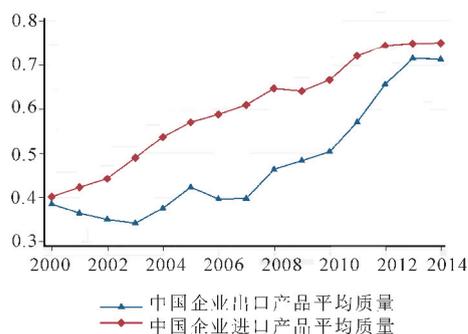


图 1 2000—2014 年中国企业进出口产品平均质量

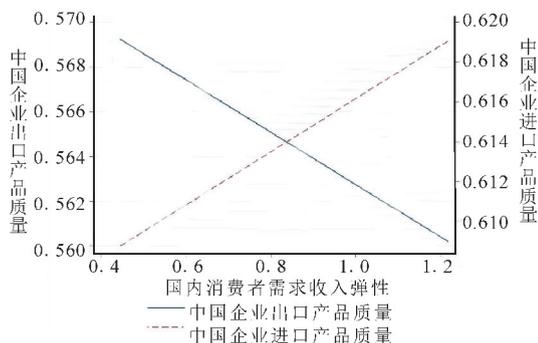


图 2 国内消费者需求收入弹性与中国企业进出口产品质量

注:产品质量以及国内消费者偏好的算法见下文指标测算部分。

第一,国内供需失衡是导致出口产品质量与需求偏好升级背离的重要原因。中国经济的快速发展,一方面得益于高水平对外开放所推动的贸易增长,另一方面也带来了国内居民收入的不断提升。但这两者之间潜在的内部矛盾将会导致国内供需失衡,供给和需求的脱节则会导致中国出口产品质量与国内消费者需求偏好升级背离。外向型经济的发展依赖本国的比较优势和国外的需求,而中国在参与全球价值链分工体系初期所拥有的比较优势在于劳动密集型产业,并在不断的发展中积累了大量的低端制造业产能,而且巨大的沉没成本导致产业转型过程缓慢。然而,在需求侧,随着经济的不断发展和市场经济体制不断完善,国民收入水平持续攀升,国内消费水平也随之提升,消费者对低端产品的需求日渐下降,而对高端产品和服务的需求不断增加,出口企业高度依赖外部市场的需求,无法同步转型升级,这就导致相关高端需求外移,从而带来了出口产品质量与国内需求偏好升级的背

离。与此同时,在供给侧,产业的转型和升级不能一蹴而就,而是分行业分阶段进行的,在产业升级过程中,部分高科技新兴产业往往对价值链上游的稀缺资源以及高技术高附加值的中间产品产生新的需求,而国内产业链无法满足相关需求。此外,由于中国立足于全球价值链的生产体系,尤其是长期以来的加工贸易模式,大量出口企业深深融入全球价值链,形成了以两头在外为特征的生产分工体系,这也使得出口企业的产出背离了国内市场的需求,从而导致供给侧的价值链失衡,这是国内供需失衡导致出口产品质量背离的更深层次原因。

第二,国内国际产品标准的不对接割裂了国内和国外市场,加剧了出口产品质量的背离。标准是经济活动和社会发展的技术支撑,标准化水平的高低体现了市场主体的创新活跃度和成熟度。中国近年来积极加快推进标准国际化战略实施,然而由于工业基础和技术路线的差异,部分行业产品和工艺的国内国际标准存在不同程度的差异,即国内国际标准不对接。进一步地,标准的不对接加剧了国内国际市场的分割,企业可能针对不同市场采取不同的生产和质量控制标准。如果企业更多地关注国际市场的需求,那么它们在国内市场的产品质量可能与消费者的期望不符,这将进一步加剧出口产品质量背离的问题。

基于上述分析,我们提出如下推断:国内消费者需求偏好升级促进了进口产品质量提升,但没有有效激发国内企业出口产品质量提升;国内潜在供需失衡和国内国外标准不对接是导致出口产品质量背离的重要原因,具体到供需失衡的表现,高端需求外移以及价值链的生产供给结构导致了出口产品质量的背离。

三、指标测算与特征事实

(一)国内消费者需求偏好的指标测算与特征事实

1. 国内消费者需求偏好的指标测算

在测算核心变量国内消费者偏好时,我们借鉴 Caron 等(2014)和李敬子等(2020)的方法^{[10][12]},将国内消费者每年行业层面的需求收入弹性作为代理变量。为了计算不同国家不同行业的需求收入弹性,首先,我们要计算不同国家不同行业的总需求,包括国内需求和国外需求。WIOD 包含国家产业间的投入产出信息,据此能够测算出每个国家在每个行业上的总需求,我们使用 D_{nk} 代表 n 国对 k 行业的总需求,将其除以该国的总人口可以得到 n 国对 k 行业的人均需求 $x_{p_{nk}}$ 。进一步地,本文基于双边贸易成本和出口国固定效应来计算 n 进口国 k 行业所受的总外部影响 φ_{nk} ^①。其次,本文将总外部影响、各国人均 GDP 即 e_n 与分行业需求放入式(1)中进行回归,所估计的参数 $\widetilde{\rho_1 \sigma_k}$ 为各行业需求收入弹性。最后,将 $\widetilde{\rho_1 \sigma_k}$ 按照式(2)分解到国家行业层面,即可得到每个国家每个行业的需求收入弹性 η_{nk} 。

$$\ln x_{p_{nk}} = \alpha_k + \rho_1 \sigma_k \ln e_n + \mu_k \varphi_{nk} + \xi_{nk} \tag{1}$$

$$\eta_{nk} = \widetilde{\rho_1 \sigma_k} \frac{\sum_k \widetilde{x_{p_{nk}}}}{\sum_k \widetilde{x_{p_{nk}}} \widetilde{\rho_1 \sigma_k}} \tag{2}$$

具体地,我们采用 2000—2014 年 WIOD 和 CEPII 数据库,计算了 43 个国家或地区(除 ROW 之外)所有 56 个行业的需求收入弹性,并从中选取中国 2000—2014 年所有行业层面的需求收入弹性作为本文的核心解释变量。

2. 国内消费者需求偏好的特征事实

由于非位似偏好的存在,消费者对不同部门产品的需求是异质性的。上文我们将 WIOD 和 CEPII 数据库结合,测算了国内市场行业层面的需求收入弹性,为国内消费者偏好异质性提供了一个可量化的维度。目前对于这一维度特征事实的认识是相当有限的,因此对上述指标进行特征事实分析是非常必要的。图 3 和图 4 分别为 2000—2014 年中国消费者需求收入弹性变动的趋势图和核密度图。

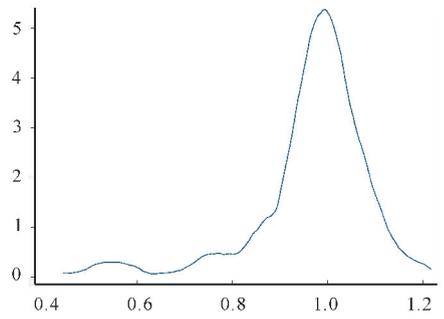
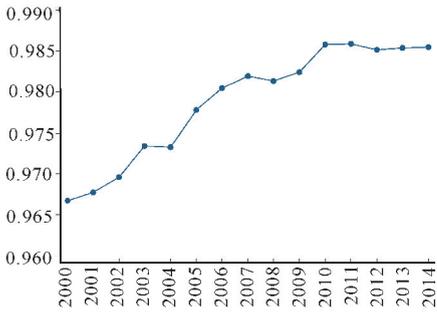


图3 2000—2014年中国消费者需求收入弹性的变动趋势 图4 2000—2014年中国消费者需求收入弹性的核密度图

由图3可以看出,在样本期间,消费者需求收入弹性呈现明显的上升趋势。这表明随着中国经济的持续增长和国内消费者收入水平的不断提高,消费者对产品的需求偏好呈现出一种升级趋势。这可从两个方面进行解释:首先,消费者需求升级以及产品档次提升导致不同行业的需求收入弹性整体上升;其次,消费者在高需求收入弹性的产业中消费份额增加,进一步促使国内消费者需求收入弹性上升。此外,从图4的核密度图可以看出,中国消费者的需求收入弹性集中在0.4~1.3,这表明分行业的需求收入弹性差异显著,呈现出明显的非位似特征;并且,从总体上看,消费者消费的产品主要是正常商品,它们的需求收入弹性都分布在1附近。值得注意的是,我们还发现了两个较为离群的小波峰,一个集中在0.55附近,另一个集中在0.75附近。通过对数据的进一步分析,我们发现集中在0.55附近的小波峰为WIOD中的“c23”行业(机械设备修理和安装业);集中在0.75附近的小波峰为WIOD中的“c1”行业(农作物和动物生产、狩猎业)。“c23”行业是一个需求收入弹性极低的行业,那么该行业是一个低端的制造业吗?为了进一步了解该行业,我们对其所包含的HS编码的商品进行了核对,发现这些商品主要包括一些低端的消费品,比如塑料餐具、不锈钢餐具、蜡烛、图钉和橡胶制品等,还有一些初级产品或简单的中间产品,比如沥青、麻绳、螺丝、铰链和稀土材料等,可见该行业确实属于低端的制造行业。而对于“c1”行业而言,农业一直以来都被认为是低需求收入弹性的行业,且随着经济的发展,其在GDP中所占的份额逐步下降。由此可以看出,我们测算的指标是正确且合理的。

(二) 中国企业进出口产品质量的测算

为了更为准确地测算中国企业进出口产品的质量,我们借鉴Khandelwal等(2013)的需求信息回归推断法^[14],通过估计式(3)来测算企业—产品—目的国—年份层面的出口产品质量。我们在正文中仅列出了企业出口产品所在行业的产品质量的具体算法,企业进口产品质量的算法与之是完全对应的,即将出口替换为对应层面的进口。

$$\ln q_{fidi} + \sigma_h \ln p_{fidi} = \varphi_i + \varphi_{dt} + \xi_{fidi} \quad (3)$$

式(3)中, q_{fidi} 和 p_{fidi} 分别为t年企业f的i产品在出口目的市场d的需求量和价格; σ_h 为HS3分位上的替代弹性,它来自Broda和Weinstein(2006)的研究^[16]; φ_i 为HS8分位产品固定效应; φ_{dt} 为目的市场—年份联合固定效应。通过控制产品间的个体差异和目的市场的需求冲击等,可得企业—目的市场—产品—年份层面的出口产品质量 m_{fidi} 为式(3)所估计出来的残差除以 $\sigma_h - 1$ 。为了使不同企业—目的市场—产品—年份层面的出口产品质量具有可比性,我们借鉴施炳展(2014)、刘啟仁和铁瑛(2020)的方法^{[17][2]},将产品质量在HS8分位进行标准化处理,从而得到标准化出口产品质量 $quality_{fidi}$ 。

当前存在大量的多产品出口企业,且部分企业的出口横跨多个行业,例如,小米和华为既生产手机,也生产大量品类的白色家电甚至汽车,这些企业不同行业的产品质量可能存在较大的差异,因此,

本文使用企业—行业—年份维度的产品质量作为被解释变量。将上文标准化之后的产品质量加总到企业—行业—年份维度的具体计算步骤如下：首先，将 2000—2014 年中国海关数据库中各年份的 HS 编码统一至 HS2002 版本，然后将 HS2002 与 ISICrev3 进行匹配，再将 ISICrev3 和 ISICrev4 对应匹配，并将 ISICrev4 与新版 WIOD 中 56 个行业对应匹配^②。然后，按照企业—产品—目的市场层面的贸易额进行加权，将其加总到企业—行业层面，可得企业—行业—年份层面的出口产品质量 $exquality_{fkt}$ ，计算公式为：

$$exquality_{fkt} = \sum_{i,d} \frac{\text{export}_{fidt}}{\text{export}_{fkt}} \times quality_{fidt} \quad (4)$$

式(4)中， export_{fidt} 为 t 年企业 f 的 i 产品在出口目的市场 d 的出口额， export_{fkt} 为 t 年企业 f 在 k 行业(WIOD 中行业)的出口总额。

四、实证分析

(一) 计量模型构建

为了分析国内消费者需求偏好升级对企业进出口产品质量的影响效应，我们构建计量模型如下：

$$quality_{fkt} = \beta_0 + \beta_1 \text{demandpref}_{kt} + \alpha_1 Z_{kt} + \alpha_2 Z_{ft} + \delta_f + \delta_k + \delta_t + u_{fkt} \quad (5)$$

式(5)中，被解释变量 $quality_{fkt}$ 为 t 年企业 f 在 k 行业的出口产品质量或进口产品质量；核心解释变量 demandpref_{kt} 为 t 年消费者对 k 行业的需求偏好； Z_{kt} 和 Z_{ft} 分别为行业层面和企业层面的控制变量； δ_f 、 δ_k 、 δ_t 分别为企业固定效应、行业固定效应和时间固定效应， u_{fkt} 为扰动项。

控制变量包括两个维度。第一，行业层面变量：市场集中度，采用赫芬达尔—赫希曼指数表示，该指数越小表明行业竞争越激烈，我们将出口市场集中度($exhyhhi$)、进口市场集中度($imhyhhi$)分别作为分析国内消费者需求偏好升级对中国企业出口、进口产品质量影响的控制变量，计算公式为 $exhyhhi_{kt} = \sum_f (\text{export}_{fkt} / \text{export}_{kt})^2$ 、 $imhyhhi_{kt} = \sum_f (\text{import}_{fkt} / \text{import}_{kt})^2$ ，其中 export_{fkt} 、 import_{fkt} 分别为 t 年企业 f 在 k 行业(WIOD 中行业)的出口额和进口额， export_{kt} 、 import_{kt} 分别为 t 年所有企业在 k 行业的总出口额和总进口额。第二，企业层面变量。具体包括：企业规模(\lnsize)，采用企业从业人数的对数表示；人均资本量(\lnkl)，采用资本劳动比的对数表示，其中资本采用固定资产净值平均余额衡量；企业年龄(\lnage)，采用年份减去开业年份加 1 的对数表示。其中，行业层面变量来自中国海关数据库，企业层面变量来自中国工业企业数据库，本文根据企业名称、企业电话号码后六位、企业邮编及法人代表等变量，对 2000—2014 年中国海关数据库和工业企业数据库进行匹配。

(二) 需求偏好与中国企业进出口产品质量

需求偏好升级是高质量发展的动力源泉，消费者对高品质、个性化产品的需求将改变企业的进口和生产决策，这种供需互动能够推动经济的高质量发展。为了验证本文的理论推断，我们通过计量模型(5)进行实证检验，回归结果如表 1 所示。其中，第(1)~(3)列检验了国内消费者需求偏好对进口

表 1 需求偏好对进出口产品质量的影响

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	进口	进口	进口	出口	出口	出口
demandpref	0.0133 *** (0.0004)	0.0125 *** (0.0021)	0.0129 *** (0.0021)	-0.0117 *** (0.0003)	-0.0102 *** (0.0021)	-0.0073 *** (0.0021)
常数项	0.6028 *** (0.0004)	0.4861 *** (0.0020)	0.4947 *** (0.0026)	0.5745 *** (0.0003)	0.4995 *** (0.0022)	0.5224 *** (0.0026)
控制变量	否	否	是	否	否	是
企业、行业、年份固定效应	否	是	是	否	是	是
Adj R ²	0.0002	0.5877	0.5880	0.0002	0.7240	0.7239
观测值	5913005	2088803	2059745	7349891	1613664	1585471

注：括号内为标准误，*、** 和 *** 分别表示在 10%、5% 和 1% 的水平上显著，下表同。

产品质量的影响,第(4)~(6)列检验了国内消费者需求偏好对出口产品质量的影响。

由表 1 可知,国内消费者需求偏好升级能够有效提升进口产品质量。一方面,消费者需求偏好升级带来了更高质量、更多样化产品的需求,这样的需求能够激励企业进口更高质量的产品,优化完善供应链,以满足消费者对高质量产品的需求;另一方面,为了满足消费者需求偏好升级所带来的日益增长的物质和文化需求,中国一直致力于推行高质量、高水平开放的政策,不断降低进口贸易壁垒,从而扩大了中国进口市场的容量,激发了中国进口市场的活力,这也促进了国外供应商的竞争,从而提升了进口产品质量。因此,消费者对高品质产品的追求能够推动需求端的进口产品质量升级,这是完全符合一般性预期和经济直觉的。然而值得注意的是,国内消费者偏好升级并没有提高中国企业的出口产品质量,反而显著降低了出口产品质量,出口产品质量与消费者需求偏好升级发生了背离。这是值得我们警觉和进一步探索的,这也与当前中国社会的主要矛盾一致,即人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾,企业所生产的产品难以满足国内消费者的需求。下文我们将重点探讨出口产品质量与国内消费者需求偏好升级背离的原因。

(三)稳健性检验

1. 内生性讨论

虽然国内消费者的偏好主要受其收入水平等因素的影响,而非中国出口企业的影响,但不可否认的是,贸易发展可能会通过规模经济和全要素生产率提升促进地区经济发展和人均收入提高,从而使行业和区域间的收入差距拉大,进而影响消费者的需求偏好。为了缓解潜在的反向因果关系问题,本文试图通过选取工具变量,使用两阶段最小二乘法来进行估计。第一,借鉴周茜等(2020)构造工具变量的思路^[18],我们采用同年度世界其他国家同一行业需求收入弹性的均值作为工具变量 I。不同国家同一行业的特征、发展和消费习惯等具有相似性,因而世界其他国家相同行业平均的需求收入弹性与中国同类行业需求收入弹性存在一定的相关性;并且世界其他国家行业平均的需求收入弹性在很大程度上并不会受中国经济政策和产业政策的影响,也不会对中国企业进出口产品质量产生直接的影响,因此工具变量 I 具有较好的外生性。采用工具变量 I 的回归结果见表 2 第(1)列和第(2)列。第二,根据现有研究的普遍做法,本文将核心解释变量的一阶滞后项作为工具变量 II,同样使用两阶段最小二乘法进行估计,结果见第(3)列和第(4)列。

表 2 内生性讨论

	采用工具变量 I		采用工具变量 II	
	(1) 进口	(2) 出口	(3) 进口	(4) 出口
demandpref	0.0182 *** (0.0023)	-0.0096 *** (0.0021)	0.5509 *** (0.0684)	-0.7275 *** (0.0784)
常数项	0.3422 *** (0.0027)	0.4746 *** (0.0024)	0.2398 *** (0.0633)	1.4740 *** (0.0721)
不可识别检验	1.5e+06 ***	1.1e+06 ***	1358.344 ***	815.116 ***
弱识别检验	5.0e+08 ***	5.8e+08 ***	1360.414 ***	816.114 ***
控制变量	是	是	是	是
企业、行业、年份固定效应	是	是	是	是
Centered R ²	0.3162	0.6630	0.3634	0.6524
观测值	1836976	1405123	1110795	838808

由表 2 可知,对工具变量的不可识别 KP rk LM 检验均拒绝了原假设,说明内生变量消费者需求偏好相对于工具变量可识别,弱工具变量识别 KP rk Wald F 检验值也均大于给定显著性水平下的临界值,表明工具变量在解释国内消费者需求偏好时不存在弱工具变量问题。并且,使用工具变量缓解内生性问题后,国内消费者需求偏好升级依然显著提升了中国企业进口产品质量,显著降低了中国企

业出口产品质量。因此,在缓解了潜在的反向因果问题之后,本文核心结果依然成立。

2. 其他稳健性检验

为了确保上文实证研究结果的可靠性,我们采取多种方法进行稳健性检验。第一,为了防止因变量测度导致的回归偏差,我们借鉴樊海潮和郭光远(2015)的方法^[19],将替代弹性替换为5重新测算了企业进口产品质量,同时采用施炳展(2014)的方法重新测算了企业出口产品质量来进行稳健性检验^[17],结果见表3第(1)列和第(2)列。第二,考虑到消费者更多直接消费的是最终品,因而我们采用最终品需求替代上文中的总需求重新测算了国内消费者需求收入弹性,相应的回归结果见第(3)列和第(4)列。第三,考虑到金融危机以后,消费者的需求结构和需求偏好可能有较大的变化,同时中国企业的进出口产品质量也可能受到了一定的影响,为了尽量排除该影响,我们剔除了2008年和2009年金融危机冲击年份的数据来进行稳健性检验,结果见第(5)列和第(6)列。第四,为克服潜在异常值的影响,我们对所有连续型变量进行上下各2%的缩尾处理,以减轻异常值对回归结果的干扰,结果见第(7)列和第(8)列。由回归结果可知,无论是更换被解释变量和核心解释变量测度方法,还是排除金融危机冲击和潜在异常值等,均发现国内需求偏好升级显著提升了企业进口产品质量,降低了企业出口产品质量,回归结果与上文基准回归一致,再次验证了本文结论的稳健性。

表 3 稳健性检验

	更换被解释变量测算		更换解释变量测算		排除金融危机冲击		排除潜在异常值	
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	进口	出口	进口	出口	进口	出口	进口	出口
demandpref	0.0130*** (0.0022)	-0.0096*** (0.0023)	0.0212*** (0.0021)	-0.0109*** (0.0022)	0.0191*** (0.0023)	-0.0104*** (0.0025)	0.0059*** (0.0022)	-0.0105*** (0.0022)
常数项	0.5010*** (0.0026)	0.5184*** (0.0028)	0.4889*** (0.0026)	0.5192*** (0.0027)	0.4870*** (0.0029)	0.5270*** (0.0030)	0.5051*** (0.0027)	0.5209*** (0.0026)
控制变量	是	是	是	是	是	是	是	是
企业、行业、年份固定效应	是	是	是	是	是	是	是	是
Adj R ²	0.5814	0.4164	0.5881	0.4164	0.6243	0.7546	0.5895	0.7309
观测值	2059745	1585471	2059745	1585471	1726941	1299597	2059745	1585471

(四) 出口产品质量与国内消费者需求偏好升级背离的原因探析

1. 供需失衡

本文借鉴何祚宇等(2022)的研究^[18],从供需匹配的角度,测算每个HS8分位产品的潜在供给缺口和潜在需求不足。我们认为畅通国内大循环的一个直接有效途径是将国内进口企业和出口企业间的产品进行匹配,一方面可以将出口产品转向国内销售,以此增强国内大循环的动力,另一方面通过企业间的精准匹配可以识别当前中国的供需失衡状况。

首先在每个HS8分位产品*i*上,建立如表4所示的供需匹配矩阵。

表 4 国内进出口企业间的供需匹配

出口企业 \ 进口企业	国内进出口企业间的供需匹配					
	企业 1	企业 2	企业 3	……	企业 <i>f</i>	
企业 a	$\tau_{1a}P_{ia}$	$\tau_{2a}P_{ia}$	$\tau_{3a}P_{ia}$	……	$\tau_{fa}P_{ia}$	
企业 b	$\tau_{1b}P_{ib}$	$\tau_{2b}P_{ib}$	$\tau_{3b}P_{ib}$	……	$\tau_{fb}P_{ib}$	
……	……	……	……	……	……	
企业 g	$\tau_{1g}P_{ig}$	$\tau_{2g}P_{ig}$	$\tau_{3g}P_{ig}$	……	$\tau_{fg}P_{ig}$	
保留价格	P_{i1}^*	P_{i2}^*	P_{i3}^*	……	P_{if}^*	
最优价格	$\tau_{1g}P_{ig}$	$\tau_{2g}P_{ig}$	$\tau_{3g}P_{ig}$	……	$\tau_{fg}P_{ig}$	

表4中,横向的企业1,2,……,f表示该HS8分位产品的进口企业,纵向的企业a,b,……,g表示该HS8分位产品的出口企业。 P_{if}^* 表示企业f对产品*i*的保留价格,即企业在产品*i*上愿意接受的最高

价格。其中任意一个出口企业 g 为进口企业 f 所提供的供给价格可以表示为 $\tau_{fg}P_{ig}$, 其中 τ_{fg} 表示出口供给者 g 与需求者 f 之间的交易成本, P_{ig} 为出口供给者 g 产品 i 的供给价格。我们假设出口供给者 g 是进口需求者 f 对产品 i 的最优匹配供给者, 进口需求者 f 对产品 i 所能够获得的最优供给价格为 $\tau_{fg}P_{ig}$, 即 $\tau_{fg}P_{ig} = \min\{\tau_{fa}P_{ia}, \tau_{fb}P_{ib}, \dots, \tau_{fg}P_{ig}\}$ 。在最优供给价格下, 进口需求者 f 将会对出口供给者 g 形成相应需求。在现实中, 即使我们能够在国内大市场中为相应的进口需求者找到在价格和质量上均满足条件的国内供给者, 但供给者的产量往往不能与需求者的需求量完美契合, 从而出现供需失衡和供给侧结构调整的问题。

借鉴何祚宇等(2022)的算法^[20], 对产品 i 的需求者 f 而言, 其需求额可以表示为如下形式。

$$E_{if}^o = E_f \times S_{if}^o \quad (6)$$

式(6)中 E_{if}^o 为需求者 f 对产品 i 的需求额, E_f 为需求者 f 的总需求额, S_{if}^o 为需求者 f 在最优匹配价格 $P_{if}^o = \tau_{fg}P_{ig}$ 下对产品 i 的需求占总需求的份额。进一步地, 这里的产品 i 实际上对应了企业一产品层面的需求, 因此我们可以反推出每一个企业产品在最优匹配价格下的需求量 q_{if}^o 。

$$q_{if}^o = \frac{E_{if}^o}{P_{if}^o} = \frac{E_{if}^o}{\tau_{fg}P_{ig}} = q_{ifg}^o \quad (7)$$

式(7)中 $P_{if}^o = \tau_{fg}P_{ig}$ 为考虑交易成本后需求者 f 所能获得的最优价格。因此, 对于每一个出口供给者而言, 可以测算出潜在供需匹配后进口需求者的总需求为: $q_{ig}^o = \sum_f q_{ifg}^o$ 。

进一步地, 我们假设在初始情况下, 出口供给者 g 对产品 i 的原出口量为 q_{ig} 。如果 $q_{ig}^o > q_{ig}$, 则说明实现潜在供需匹配后所需的产品数量大于供给者 g 在产品 i 上的原始出口量, 为了满足国内进口者的需求, 供给者需要扩大产能。由此, 总供给的潜在缺口 $Q_{supplygap} = \sum_{i,g} w(q_{ig}^o - q_{ig})$ 。其中 w 为条件变量: 当 $q_{ig}^o > q_{ig}$ 时, $w = 1$; 当 $q_{ig}^o < q_{ig}$ 时, $w = 0$ 。如果 $q_{ig}^o < q_{ig}$, 则说明供给者 g 在产品 i 上的产出足够但国内潜在需求不足。此时, 总的潜在需求不足情况 $Q_{demandgap} = \sum_{i,g} w^*(q_{ig} - q_{ig}^o)$ 。同样的, w^* 为条件变量: 当 $q_{ig}^o < q_{ig}$ 时, $w^* = 1$; 当 $q_{ig}^o > q_{ig}$ 时, $w^* = 0$ 。

在实际的计算中, 为了便于加总和分析, 我们最终测算的是供给者 g 供给产品所在行业 k 层面的潜在供给缺口额 $supplygap_{gk}$ 和潜在需求不足额 $demandgap_{gk}$, 其表达式分别如式(8)和式(9)所示。

$$supplygap_{gk} = \sum_{i \in k} w(q_{ig}^o - q_{ig})P_{ig} \quad (8)$$

$$demandgap_{gk} = \sum_{i \in k} w^*(q_{ig} - q_{ig}^o)P_{ig} \quad (9)$$

进一步地, 按照企业对不同 HS8 分位产品的出口份额, 我们将上述供给缺口或需求不足加权平均到企业产品所在行业层面, 用于测算相应企业产品所在行业层面的潜在供给缺口或潜在需求不足, 这里的行业对应 WIOD 中的大类行业。

本文使用上述潜在供给缺口和潜在需求不足作为供需失衡的代理变量, 构造了如下的回归方程, 用于分析供需失衡对国内消费者需求偏好出口效应的影响。

$$\begin{aligned} exquality_{fkt} = & \beta_0 + \beta_1 demandpref_{kt} \times imbalance_{fkt} + \beta_1 demandpref_{kt} \\ & + \beta_3 imbalance_{fkt} + \alpha_1 Z_{kt} + \alpha_2 Z_{ft} + \delta_f + \delta_k + \delta_t + u_{fkt} \end{aligned} \quad (10)$$

式(10)中, $imbalance_{fkt}$ 为每年企业 f 的 k 行业产品的供需失衡, 我们分别用企业 f 的 k 行业产品的潜在供给缺口 $supplygap_{fkt}$ 和潜在需求不足 $demandgap_{fkt}$ 度量; Z_{kt} 和 Z_{ft} 分别对应式(5)中行业层面和企业层面的控制变量。此外, 我们还控制了企业、行业和时间固定效应, u_{fkt} 为扰动项。式(10)的回归结果如表 5 第(1)列和第(2)列所示, 其中第(1)列是基于潜在供给缺口的回归结果, 第(2)列是基于潜在需求不足的回归结果。

由表 5 第(1)列和第(2)列可知, 无论是潜在供给缺口还在潜在需求不足, 其与国内需求收入弹性交互项的回归系数均显著为负, 这说明当供需失衡越严重, 即供给缺口或需求不足增大时, 企业出口

产品质量与国内消费偏好升级的背离加剧,国内供需失衡是出口产品质量背离的诱因。我们认为,首先,出口导向型政策带来了生产和消费的脱节,从而使得供需失衡。中国经济的高速发展立足于经济全球化的发展与中国高度开放的政策导向,这也使得中国积累了大量的低端产能,随着消费者收入的提高和对品质的追求,国内市场需求结构发生变化,对高品质产品的需求增加,但现有的生产结构和产品供给无法迅速适应这一变化,导致供需失衡。进一步地,由于国内高质量差异化的产品供给不足,以及国内企业在品牌、设计、技术等方面与国际高端产品存在差距,国内的高端需求外移,从而加剧了供需失衡的发生。其次,早期中国产业链定位低端,高科技、高附加值的中间产业存在供给不足的问题。随着经济的发展和产业链的不断升级,国内企业对价值链上游的高科技高附加值的中间产品需求增加,而国内相应的研发和制造发展相对迟缓,从而导致价值链结构化的失衡,加剧了国内供需失衡的问题。为了对上述可能性进行进一步探索,下文将从高端需求外移以及 GVC 结构性差异视角来探寻出口产品质量与国内消费者需求偏好升级背离的原因。

2. 国内国际标准不对接

2021 年中共中央、国务院印发的《国家标准化发展纲要》指出,标准是经济活动和社会发展的技术支撑,是国家基础性制度的重要方面。标准化水平的高低体现了市场主体的创新活跃度和成熟度。党的十八大以来,标准化事业进入“全面提升期”。习近平总书记在致第 39 届国际标准化组织大会的贺信中指出,“标准助推创新发展,标准引领时代进步”“中国将积极实施标准化战略,以标准助力创新发展、协调发展、绿色发展、开放发展、共享发展”。中国近年来正积极推进标准国际化战略实施,加快形成推动高质量发展的标准体系。为了探究国内国际采用标准差异对出口产品质量与国内消费需求偏好升级背离的影响,我们基于国家标准化管理委员会(SAC)的全国标准信息公共服务平台^③,对标准数据进行了爬取。该数据库提供了标准的生效日期、废止日期、版本更新以及标准的不同分类情况,包括基于实施效力的标准分类、是否采用国际标准和基于采纳国际标准程度差异的分类等信息,其中每条标准都是根据国际标准分类号(ICS)进行编码。首先,我们对标准信息公共服务平台上的所有已废止和现行标准数据进行采集,并按照每条标准对应的国际标准分类号,以及每条标准号下的标准数量、采标情况和标准实施年份进行整理。其次,我们将 ICS 编码与 HS 编码进行匹配,并进一步将标准信息匹配到企业层面。匹配时基于标准所涉及产品名称与内容进行对照,为最大程度地保证匹配的精准度,我们选取最细化的标准和产品分类进行匹配,按照产品名称和内容尽可能准确地检索两库内互相对应的产品类目,以保证匹配结果的可靠性。最后,我们根据中国海关数据库中的企业和产品 HS 编码,测算出每年每家企业所使用的各种标准的数量。基于国内国际采用标准的对接程度,可以将其分为等同采用、修改采用和非等效采用,其中非等效采用是指国家标准不等效于国际标准,国家标准与国际标准在技术上有重大差异,因而我们采用企业层面的非等效采用标准数来衡量企业所面临的国内国际标准差异(mismatchsta)。我们采用类似式(10)交互效应的做法,来分析国内国际标准差异对国内消费者需求偏好出口效应的影响,回归结果见表 5 第(3)列。

由表 5 第(3)列可知,国内国际采用标准差异及其与国内消费者需求收入弹性交互项的回归系数均显著为负,这说明当企业所面临的非等效采用的标准越多,国内国际采用标准差异越大时,企业出口产品质量与国内消费偏好升级的背离越严重,可见国内国际采用标准不对接也是出口产品质量背离的诱因。标准作为一种市场信号,不仅向消费者传递质量信息,有效减少市场失灵的问题,而且也反映了市场的需求,为相关领域内的企业确立了技术聚焦点。随着中国经济的开放和发展,各种产品的标准认证变得越来越重要,企业在产品生产过程中往往会执行不同的标准,从而满足不同市场目的地的要求。如果国内国际标准不对接,那么企业往往需要生产同时满足国内标准以及国际标准的产品,这将给企业生产带来较大的成本和负担。因此,企业可能会选择在国内市场和国际市场生产不同标准的产品,或者有一些出口企业会选择执行国际标准生产产品,而放弃国内需求,这都会带来出口产品质量与国内消费者需求偏好升级之间的背离。

	(1)	(2)	(3)
	潜在供给缺口	潜在需求不足	国内国际标准差异
demandpref×supplygap	-0.0006 *** (0.0001)		
demandpref×demandgap		-0.0004 ** (0.0001)	
demandpref×mismatchsta			-0.0002 *** (0.0001)
demandpref	-0.0050 ** (0.0022)	-0.0083 *** (0.0021)	-0.0133 ** (0.0064)
supplygap	0.0009 *** (0.0001)		
demandgap		-0.0005 *** (0.0001)	
mismatchsta			0.0002 *** (0.0001)
常数项	0.5950 *** (0.0025)	0.6007 *** (0.0025)	0.6684 *** (0.0079)
控制变量	是	是	是
企业、行业、年份固定效应	是	是	是
Adj R ²	0.7231	0.7233	250206
观测值	1562662	1562662	0.7171

(五)进一步讨论

当前中国致力于构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，国内的供需适配对于新发展格局的构建尤为重要。在上文的研究中，我们发现供需失衡是出口产品质量与国内消费者需求偏好升级背离的重要原因，为了进一步剖析供需失衡的内在原因，我们试图从高端需求外移以及价值链结构性差异的角度进行讨论。

1. 高端需求外移

马斯洛的需求层次理论认为，消费者对产品的需求除了满足基本的吃、穿、用等物质需求以外，还有社交需求和尊重需求等，而高档品能够给消费者带来额外的、更高层次的价值。随着中国人均可支配收入的不断增长，国内高收入群体的比重也在不断增加，当国内供给无法满足其需求时，国内高收入群体消费更多来自发达国家的高质量产品，从而导致高端需求外移。为了探究上述影响，我们参考世界银行的划分方法，将全世界经济体划分为高收入、中等偏上收入、中等偏下收入和低收入四组，并将后三个收入组合并为中低收入组，最终将中国企业进口来源地划分为高收入地区与中低收入地区两类。对于进口企业，我们计算了每年每个企业进口高收入地区的产品组合份额，即企业进口高收入地区的 HS6 分位产品一目的地组合数量占比，用于衡量高端需求外移，将其作为被解释变量的回归结果见表 6 第(1)列。

表 6

高端需求外移与价值链结构性差异的表现

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
	高端市场需求外移	价值链上游	价值链下游	中间品	最终品
demandpref	0.0200 *** (0.0034)	-0.0203 *** (0.0034)	0.0057 ** (0.0028)	-0.0322 *** (0.0028)	0.0294 *** (0.0029)
常数项	0.6783 *** (0.0042)	0.5330 *** (0.0043)	0.5170 *** (0.0033)	0.5419 *** (0.0035)	0.4984 *** (0.0037)
控制变量	是	是	是	是	是
企业、行业、年份固定效应	是	是	是	是	是
Adj R ²	0.6000	0.7195	0.7354	0.7235	0.7384
观测值	2059745	675815	909656	1030519	839281

由表 6 第(1)列可知,国内消费者需求偏好升级显著增加了来自高收入地区的进口产品组合份额,表明国内消费者偏好升级会导致来自高收入国家的进口增加,可见消费者需求偏好升级的确导致中国高端需求外移。加入 WTO 以来,中国通过出口导向型战略和投资驱动政策,以及利用丰富的劳动力资源融入全球价值链,实现了长达几十年的高速增长并跃居成为世界第一的货物贸易出口大国,但这种模式过于关注国外市场,难以打造高端品牌和高质量产品以满足国内消费者对多样化和高端产品的需求,忽视国内市场的高质量需求导致品牌消费需求外流。同时由于国内品牌在技术研发、品牌塑造、市场推广等方面相对滞后,使得消费者对一些国内产品的信任度和认可度不高。相反,国外品牌在长期的市场竞争中已经建立了较高的品牌知名度和口碑,消费者对其产品的质量和性能有较强的信心。当消费者需求偏好升级时,会更倾向于选择国外品牌,以满足其对高品质产品的期望。这种现象在一定程度上导致国内高端需求外移,使得国内品牌在高端市场竞争中面临较大的挑战。因此,国内消费者需求偏好升级未能有效拉动供给侧结构性改革,难以有效带动产品质量提升,导致出口产品质量背离。

2. 价值链结构性差异

借鉴何祚宇等(2023)的方法^[13],本文测算了企业在价值链中的位置,并按 GVC 位置的中位数将企业分为价值链上游企业和下游企业。同时根据国际贸易商品的广义经济分类方法(BEC),将 HS6 分位产品与 BEC 进行匹配,并基于产品用途差异,将产品划分为中间品和最终品两类,分别计算了企业—行业层面的中间品质量和最终品质量,并根据式(5)进行估计,回归结果如表 6 第(2)~(5)列所示。

由回归结果可知,出口产品质量背离现象存在于价值链上游企业和中间品出口企业,但并不存在于价值链下游企业和最终品生产企业,即在价值链下游出口产品质量提高与需求偏好升级是同步一致的,最终品生产企业也是如此。当中国消费者对高端消费品需求增加时,国内最终品生产商能够回应这样的需求,不断提升产品质量,但是在更上游的供给侧,产品质量并没有得到相应的提升。一方面,距离消费端越近,企业越能够了解消费者的真实所需,进而能够生产更加满足消费者需求的产品,这反映了消费者需求升级对最终产品和价值链下游企业产品质量的拉动作用。另一方面,在更上游的供给侧,企业的产出并没有跟上国内需求偏好升级的步伐,尤其是价值链上游的稀缺资源和高科技高附加值产业,国内供应能力升级较为缓慢,非常依赖外部的核心技术和中间产品,从而阻碍了国内上游企业的产品质量升级。因此,中国需要加快高端化、智能化制造业发展,提升上游行业的产品质量,增强高技术产品的供给能力,构建高质量的国内供应网络。

五、主要结论和启示

本文聚焦国内消费者偏好视角来考察中国贸易高质量发展,采用 2000—2014 年中国海关数据库、中国工业企业数据库、全国标准信息公共服务平台数据库、WIOD 和 CEPII 数据库,测算了国内不同行业的需求收入弹性、企业的进出口产品质量、供需匹配下的国内潜在供给缺口和需求不足以及企业所面临的国内国际标准不对接程度,研究了国内消费者需求偏好升级对中国贸易高质量发展的影响。研究发现:(1)国内消费者需求偏好升级能够有效提升企业进口产品质量,但没有促进企业出口产品质量提升,即中国企业出口产品质量与国内需求偏好升级背离;(2)供需失衡是导致出口产品质量背离的重要原因,相关产品国内潜在供给缺口越大、潜在需求越不足,出口产品质量背离越严重;(3)国内国际采用标准差异越大,企业出口产品质量与国内消费者需求偏好升级的背离越严重;(4)在需求侧,高端需求外移导致国内市场供需脱节;而在供给侧,价值链上游产业和中间产品的供给未能跟上需求偏好升级的步伐则是出口产品质量背离的深层次原因。

基于上述的研究结论,我们得到如下启示。第一,为了加快推进贸易高质量发展,中国应当把握消费者需求偏好升级契机,促进高质量产品的进口,激发市场活力,从而提高国民生活水平。第二,构建供需适配的国内大循环体系,引导国内企业立足本国需求组织生产和研发活动,以提高产品质量,服务国内需求,推动需求偏好升级与经济高质量发展相互促进。第三,提高国内标准的制定和执行力度,加强与国际标准对接,支持企业生产“同线同标同质”产品,消除国内国际标准差异带来的市场分割,促进国内国际双循环的高质量发展。第四,加强国内品牌建设,提高国内品牌的影响力和认可度,增强消费者对国内品牌的信心,增加国内高质量产品供给,防止高端需求外移。第五,加快产业结构调整,发展新质生产力,推动制造业向高端化、智能化、绿色化方向发展,同时还需要加大对科技创新的支持力度,实现核心技术的自主可控,提升上游高技术行业的产品质量,增强国内高技术行业的供给能力,形成高质量的国内供应网络。

注释:

①总外部影响的测算思路如下。首先,根据引力模型,以某出口国的 k 行业对 n 进口国的出口额为被解释变量,对出口国行业固定效应、进口国行业固定效应以及包含距离等的对称贸易成本和非对称贸易成本变量进行回归。这里贸易成本变量包含双边距离、是否接壤、是否拥有共同语言、是否有殖民关系、是否为临海国家、是否签订共同的 RTA、是否使用共同货币、是否隶属相同的法律体系来源等对称贸易成本变量和非对称出口国特定边境效应变量。其中,是否为临海国家,可以通过谷歌世界地图进行识别,其他变量数据均来自 CEPII 数据库。其次,根据出口国行业固定效应估计值、贸易成本变量及其回归系数来计算该进口来源国的外部影响。最后,对 n 进口国的所有进口来源国对应行业的固定效应加总,并结合双边贸易成本的影响,进而可得到 n 国 k 行业进口额所受外部影响的总和估计值 φ_{nk} 。

②新版世界投入产出数据库(WIOD)包含 56 个行业,涉及农业、工业和服务业三大产业,由于本文需要通过中国海关数据库测算进出口产品质量,因而在回归分析中我们根据中国国家统计局印发的《国民经济行业分类》,剔除了 WIOD 中的服务业 C27—C56,保留了 WIOD 中与商品贸易有关的行业 C1—C26。此外,在将中国海关数据库中 HS6 分位产品代码与 WIOD 中 56 个行业匹配过程中,我们发现极少数 HS6 分位代码的产品被归并到了 WIOD 中的服务业,然而考虑到中国海关统计的是商品贸易,而且归并到服务业的海关 HS 代码产品数量极少,为了防止服务业对本文分析带来系统性的影响,本文将其剔除。

③我们从全国标准信息公共服务平台官网中爬取了 82000 多条不同行业的标准数据,有些标准是涵盖金融、旅游等服务业的标准,我们仅选出与商品贸易相关的产品标准。

参考文献:

- [1] 刘啟仁,铁瑛. 企业雇佣结构、中间投入与出口产品质量变动之谜[J].管理世界,2020(3):1—23.
- [2] 迟福林. 消费新时代的发展逻辑与改革选择[J].人民论坛·学术前沿,2019(2):6—12.
- [3] Mayer, T., Melitz, M. J., Ottaviano, G. I. P. Product Mix and Firm Productivity Responses to Trade Competition[J]. Review of Economics and Statistics, 2021, 103(5): 874—891.
- [4] Beerli, A., Weiss, F. J., Zilibotti, F., Zweimüller, J. Demand Forces of Technical Change Evidence from the Chinese Manufacturing Industry[J]. China Economic Review, 2020, 60(C): 101157.
- [5] 钟腾龙. 外部需求与企业出口产品质量[J].中南财经政法大学学报,2020(1):147—156.
- [6] Cui, L., Wu, K. J., Tseng, M. L. Selecting a Remanufacturing Quality Strategy Based on Consumer Preferences[J]. Journal of Cleaner Production, 2017, 161(9): 1308—1316.
- [7] 钱学锋,方明朋. 跨国相关的外部需求不确定性与企业出口质量——基于需求侧增质成本的视角[J].中国工业经济,2023(11):100—117.
- [8] Markusen, J. Putting Per-capita Income Back into Trade Theory[J]. Journal of International Economics, 2013, 90(2): 255—265.
- [9] Jaravel, X. The Unequal Gains from Product Innovations: Evidence from the Us Retail Sector[J]. Quarterly Journal of Economics, 2019, 134(2): 715—783.
- [10] Caron, J., Fally, T., Markusen, J.R. International Trade Puzzles: A Solution Linking Production and Preferences[J]. The Quarterly Journal of Economics, 2014, 129(3):1501—1552.
- [11] 马广程,曹建华,丁徐轶. 非位似偏好、碳市场与异质性政策协调的减排效应[J].中国工业经济,2024(2): 42—60.
- [12] 李敬子,陈强远,钱学锋. 非位似偏好、非线性本地市场效应与服务贸易出口[J].经济研究,2020(2): 133—147.

- [13] 何祚宇,李敬子,陈强远. 目的市场异质性消费者偏好与中国出口企业创新[J].数量经济技术经济研究, 2023(8):131—153.
- [14] Khandelwal, A., Schott, P., Wei, S. Trade Liberalization and Embedded Institutional Reform: Evidence from Chinese Exporters[J]. *American Economic Review*, 2013, 103(6): 2169—2195.
- [15] Linder, S.B. *An Essay on Trade and Transformation*[M]. New York: Wiley & Sons, 1961: 107—109.
- [16] Broda, C., Weinstein, D.E. Globalization and the Gains from Variety[J]. *Quarterly Journal of Economics*, 2006, 121(2): 541—585.
- [17] 施炳展. 中国企业出口产品质量异质性:测度与事实[J]. *经济学(季刊)*, 2014(1):263—284.
- [18] 周茜,许晓芳,陆正飞. 去杠杆,究竟谁更积极与稳妥[J]. *管理世界*, 2020(8):127—148.
- [19] 樊海潮,郭光远. 出口价格、出口质量与生产率间的关系:中国的证据[J]. *世界经济*, 2015(2):58—85.
- [20] 何祚宇,高重阳,李敬子. 中国外部循环内部化的潜力、短板与福利——基于保留价格和供需匹配的视角[J]. *中国工业经济*, 2022(6):24—41.

Domestic Consumer Demand Preferences and High-quality Development of China's Trade

LI Jingzi HE Zuoyu

(School of Business Administration, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan 430073, China)

Abstract: This paper focuses on the perspective of domestic consumer demand preferences to examine the high-quality development of China's trade. Using the China Custom Database, Chinese Industrial Enterprises Database, National Public Service Platform for Standards Information Database, WIOD and CEPII database from 2000 to 2014, this study investigates the impact of the upgrading of domestic consumer demand preferences on the import and export product quality of enterprises in China. This paper finds that the upgrading of domestic consumer demand preferences can effectively improve the quality of imported products, but it does not promote the quality of the exported products, that is, the quality of exported products deviates from the upgrading of consumer demand preferences. Supply-demand imbalance and the mismatch between the domestic and international standards are important reasons for the deviation of export product quality. In the demand side, the outward shift of high-end demand leads to a disconnect between supply and demand within the domestic market. In the supply side, the industries in the upstream of the value chain and the supply of intermediate products have failed to keep up with the pace of demand upgrading, which further exacerbates the deviation of export product quality. We should seize the opportunity of consumer demand upgrading, build a domestic circulation system that matches supply and demand, promote the alignment of domestic and international standards, and carry out supply-side structural reforms in the upstream of the value chain, thereby achieving high-quality development of trade.

Key words: Consumer Preferences; Export Product Quality; Import Product Quality; Non-homothetic Preferences; Supply-demand Imbalance; Product Standards

(责任编辑:易会文)