

## 摘 要

当今世界正面临着百年未有之大变局，外部环境错综复杂，劳动力成本和环境成本的不断攀升以及中美贸易摩擦的持续升温给我国出口带来了许多不稳定因素，使得原本支撑我国出口高速增长的低要素成本优势不断被削弱。根据“十四五”规划建议，要立足国内大循环，坚持扩大内需这个战略基点，加快培育参与国际合作和竞争的新优势。现阶段，我国的对外贸易正处于由高速增长转向高质量增长的关键时期，如何通过内需市场培育出口竞争新优势成为亟待解决的重要问题。

不论是从消费需求水平来看还是从消费需求结构来看，国内市场中居民消费需求都呈现多样化、多层次的特征，即存在着多层次的市场需求，这种多层次的市场需求可能对企业的出口技术复杂度产生影响。然而，结合现有文献，目前仍缺乏全面系统的研究探讨多层次市场需求对微观企业生产与出口活动的影响。鉴于此，本文基于 2003—2016 年中国 A 股上市公司数据、海关数据与城市统计年鉴数据，以城乡人均消费支出比值衡量居民消费水平差异，以城乡人均恩格尔系数比值衡量居民消费结构差异，以此来刻画国内多层次市场需求特征，进而探究其对上市企业出口技术复杂度的影响。研究结果表明：（1）消费需求水平差异对企业出口技术复杂度具有显著负向影响，消费需求结构差异对企业出口技术复杂度具有显著正向影响，这一结论在内生性检验和稳健性检验下依然成立。（2）国内多层次市场需求对企业出口技术复杂度的影响因企业所处地区、企业所属行业、企业规模以及企业所处城市规模而存在异质性。具体而言，国内多层次市场需求对东部地区企业、技术密集型和资本密集型企业、小规模和大规模企业以及大中型城市的企业影响更为显著。（3）机制检验结果表明，消费需求水平差异会通过规模效应和研发效应抑制企业出口技术复杂度的提升，而消费需求结构会通过规模效应、研发效应和多样化效应促进企业出口技术复杂度的提升。

本文的研究结论为相关政策制定提供了理论参考。一方面，应关注国内市场的大规模特征，致力于缩小地区间差距，提高居民就业和消费水平，以充分发挥我国大规模市场对培育企业出口竞争新优势的积极推动作用；另一方面，应积极引导企业利用国内差异化需求结构的特征，在消费结构升级相关政策的引导下，灵活进行梯次产品创新，通过提升出口技术复杂度来增强在国际市场的竞争力。

**关键词：**多层次市场需求；企业创新；企业出口技术复杂度

## Abstract

The world today is facing unprecedented changes in a century, the external environment is complicated, labor costs and environmental costs continue to rise and the trade friction between China and the United States continues to heat up for the sustained and stable growth of China's exports have brought many unstable factors, making the low factor cost advantage that originally supported the rapid growth of China's exports continue to weaken. According to the recommendations of the "14th Five-Year Plan", we should base on the internal circulation, adhere to the strategic basis of expanding domestic demand, and accelerate the cultivation of new advantages in participating in international cooperation and competition. At present, China's foreign trade is in the critical period of transforming from high-speed growth to high-quality growth. How to cultivate new advantages of export competition through domestic demand market has become an important problem to be solved urgently.

Whether from the perspective of the level of consumer demand or from the perspective of the structure of consumer demand, the consumer demand in the domestic market presents diversified and multi-level characteristics, that is, there is multi-level market demand, which may have an impact on the export technical complexity of enterprises. However, combined with the existing literature, there is still a lack of comprehensive and systematic research on the impact of multi-level market demand on the production and export activities of micro-enterprises. In view of this, based on the data of China's A-share listed companies from 2003 to 2016, customs data and urban statistical yearbook data, this thesis measures the difference in residents' consumption level by the ratio of urban and rural per capita consumption expenditure, and the difference in residents' consumption structure by the ratio of urban and rural per capita Engel's coefficient, so as to depict the characteristics of domestic multi-level market demand. And then explore its influence on the export technical complexity of listed enterprises. The results show that: (1) The difference of consumer demand level has a significant negative impact on the technological complexity of export, and the difference of consumer demand structure has a significant positive impact on the technological complexity of export. This conclusion is still valid under the endogeneity test and robustness test. (2) The influence of domestic multi-level market demand on the export technology complexity of enterprises is heterogeneous depending on the region of the enterprise, the industry of the enterprise, the size of the enterprise and the size of the city. Specifically, the influence of domestic multi-level market demand on enterprises in eastern China, technology-intensive and capital-intensive

enterprises, small and large-scale enterprises and medium and large-scale cities is more significant. (3) The mechanism test results show that the level of consumer demand has a negative impact on the technological complexity of enterprises' export through scale effect and research and development effect, and the structure of consumer demand promotes the improvement of technological complexity of enterprises' export through scale effect, research and development effect and diversification effect.

The findings of this thesis provide theoretical reference for relevant policy making. On the one hand, we should pay attention to the large-scale market characteristics of domestic market demand, narrow the gap between regions, improve the employment and consumption level of residents, and give play to the positive effect of China's large-scale market cultivating enterprises' new advantages in export competition; on the other hand, it actively guides enterprises to make good use of the characteristics of differentiated domestic demand structure, and under the guidance of relevant policies to promote the upgrading of consumption structure, flexibly carry out echelon new product innovation, and enhance their competitiveness in the international market by improving their export technological complexity.

**Key Words:** Multi-level; Enterprise innovation; Technological complexity of enterprises' exports

## 目 录

1	绪论	1
1.1	研究背景与意义	1
1.1.1	研究背景	1
1.1.2	现实意义	1
1.1.3	理论意义	2
1.2	文献综述	2
1.2.1	消费需求相关研究	2
1.2.2	企业出口技术复杂度相关研究	5
1.2.3	消费需求与企业出口	6
1.2.4	文献评述	8
1.3	研究内容与方法	8
1.3.1	研究内容	8
1.3.2	研究方法	10
1.4	本文创新点与不足之处	11
1.4.1	创新点	11
1.4.2	不足之处	11
2	理论基础与机制分析	13
2.1	理论基础	13
2.1.1	本地市场效应理论	13
2.1.2	需求引致创新理论	14
2.2	机制分析	14
2.2.1	消费需求水平差异影响企业出口技术复杂度的机制分析	14
2.2.2	消费需求结构差异影响企业出口技术复杂度的机制分析	15
3	国内多层次市场需求与企业出口技术复杂度的度量与现状分析	18
3.1	国内多层次市场需求的度量与现状分析	18
3.1.1	国内多层次市场需求的度量	18
3.1.2	国内多层次市场需求的现状分析	18
3.2	企业出口技术复杂度的度量与现状分析	22
3.2.1	企业出口技术复杂度的度量	22
3.2.2	企业出口技术复杂度的现状分析	23
3.3	国内多层次市场需求与企业出口技术复杂度的相关性分析	25

4	国内多层次市场需求影响本土企业出口技术复杂度的实证分析.....	27
4.1	研究设计.....	27
4.1.1	数据来源与样本选择.....	27
4.1.2	计量模型设计.....	27
4.1.3	变量说明.....	28
4.1.4	描述性统计.....	28
4.2	基准回归分析.....	29
4.3	内生性处理.....	31
4.4	稳健性检验.....	33
4.5	机制分析.....	34
4.5.1	中介变量选取.....	34
4.5.2	回归结果分析.....	35
4.6	异质性分析.....	37
4.6.1	地区异质性.....	37
4.6.2	行业异质性.....	38
4.6.3	企业规模异质性.....	40
4.6.4	城市规模异质性.....	41
4.7	门槛效应分析.....	42
5	研究结论与政策建议.....	44
5.1	研究结论.....	44
5.2	政策建议.....	45
	参 考 文 献.....	47
	致 谢.....	52

## 图目录

图 1.1 研究框架图.....	10
图 3.1 2003—2023 年我国城镇和农村人均消费水平及其差异变化.....	19
图 3.2 2003—2023 年我国居民恩格尔系数变化 (%).....	20
图 3.3 2003—2023 年我国城乡消费结构差异变化.....	20
图 3.4 2003—2016 年我国上市企业出口技术复杂度变化.....	24
图 3.5 2003—2016 年消费需求水平差异与企业出口技术复杂度拟合情况.....	25
图 3.6 2003—2016 年消费需求结构差异与企业出口技术复杂度拟合情况.....	26

## 表目录

表 3.1 消费需求水平差异排名前五和后五的城市 .....	21
表 3.2 消费需求结构差异排名前五和后五的城市 .....	21
表 3.3 2003—2016 年异质性企业出口技术复杂度水平 .....	24
表 4.1 变量描述性统计 .....	29
表 4.2 基准回归结果 .....	30
表 4.3 内生性检验回归结果 .....	32
表 4.4 稳健性检验 .....	34
表 4.5 机制检验结果 .....	36
表 4.6 地区异质性 .....	37
表 4.7 行业异质性 .....	38
表 4.8 企业规模异质性 .....	40
表 4.9 城市规模异质性 .....	41
表 4.10 门槛效应检验结果 .....	43
表 4.11 门槛效应分析结果 .....	43





# 1 绪论

## 1.1 研究背景与意义

### 1.1.1 研究背景

当今世界正面临着百年未有之大变局，外部环境错综复杂，劳动力成本和环境成本的不断攀升以及中美贸易摩擦的持续升温给我国出口的持续稳定增长带来了许多不稳定因素，使得原本支撑我国出口高速增长的低要素成本优势不断被削弱。不论是从外部的经济环境还是从我国的对外贸易发展历程来看，我们都不应继续沿用“以外部需求为驱动”的出口增长策略。现阶段，我国对外贸易正在经历从高速增长到高质量增长的关键转变，亟待培育新的出口竞争优势。

根据“十四五”规划建议，要加快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。要坚持扩大内需这个战略基点，协同推进强大国内市场和贸易强国建设，形成全球资源要素强大引力场，促进内需和外需、进口和出口、引进外资和对外投资协调发展，加快培育参与国际合作和竞争新优势。同时，党的二十大报告进一步指出要把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机地结合起来，增强国内大循环的内生动力和可靠性。这一系列重大决策部署都强调了要通过内需市场来培育我国开放型经济的竞争新优势。当前，我国的内需市场呈现出一个多层次的消费格局：一方面，奢侈品消费在近几年迅速扩张，我国已于2016年成为全球最大的奢侈品市场。根据《2021—2022年中国奢侈品报告》，2022年中国奢侈品消费额达到9,560亿元，同比增长17%，占全球奢侈品消费额的38%。另一方面，主打低价策略的拼多多在2022年实现了3.25万亿元的全年成交额（GMV），同比增长33%，这充分反映出中低消费群体对价廉商品的多样化需求。由此可见，国内市场中居民消费需求日益呈现出多样化、多层次的特点，即存在着多层次的市场需求。然而，关于这种多层次市场需求对微观企业生产与出口活动的影响，目前尚缺乏全面系统的深入研究。鉴于此，本文将从市场需求角度出发，探究国内多层次的市场需求对企业出口技术复杂度的影响及其作用机制。

### 1.1.2 现实意义

目前我国低要素成本优势不断被削弱，“外需驱动型”的出口增长模式已不再适用于我国的经济的发展。同时，国家政策正呼吁利用内需市场来培育我国开放型经济的新竞争优势。鉴于我国内需市场具有明显的分层特征，本文将探究国内多层次的市场需求对企业出口技术复杂度的影响，进而对国家战略和企业出口策略的制定与实施提供一定帮助。主要包括：第一，战略上可以服务于国家以内需市场探寻竞争新优势的目标。第二，

有助于形成一个以消费者与生产商之间高效互动为中心的消费环境，将各种层次的消费需求转化为本地企业创新出口的驱动力。第三，能够为中国出口企业在探索提升出口技术复杂度的策略时提供有益参考。

### 1.1.3 理论意义

本文主要基于消费需求视角，探究国内多层次的市场需求对企业出口技术复杂度的影响及其具体路径。相对于现有的研究，本文扩展了国内需求与企业出口的相关研究，并具有一定的边际贡献。第一，从研究视角来看，当前有关扩大内需的相关研究以及促进企业出口的相关研究较为丰富，但多侧重于供给侧，鲜有从需求侧探究其对企业出口技术复杂度的影响，因此本文的研究视角相对新颖。第二，从研究内容来看，在消费需求的度量上，现有研究多聚焦于消费需求水平或消费需求结构的单一维度，而本文从消费需求的水平和结构两个维度出发，度量国内多层次的消费需求并探究其影响效应，从而拓展了相关研究内容，有助于更全面地理解中国国内市场的需求特性。

## 1.2 文献综述

### 1.2.1 消费需求相关研究

#### (1)消费需求的内涵

消费需求作为推动经济增长的关键因素，是市场经济不可或缺的一部分，同时也是经济活动的起点。对于消费需求的内涵，马克思（1979）将其定义为社会经济对商品的需求，以及在生产和交换过程中对商品需求的总和。而西方经济学家后续普遍认为消费需求是指在一定时期内消费者购买的商品和服务的数量（高鸿业，2007）。可以看出，消费需求是指消费者对各种商品或服务的消费意愿和支付能力的总和。随着我国社会经济的持续增长和人们在物质、文化等方面的素养不断提升，消费需求开始呈现出多元化、复杂性和多维度的特点，这也使得消费需求受到多方面因素的影响。

#### (2)消费需求的测度

理论界在对消费需求的长期研究中，形成了许多分析方法和衡量消费需求的指标。从具体的消费需求测度来看，学者们主要从消费需求水平和消费需求结构两个维度出发来度量消费需求。

居民的消费需求水平是反映居民的生活水平以及城乡发展情况的重要指标，故许多学者通过测度消费需求水平来衡量居民的消费需求，主要指标包括消费支出、社会消费品零售总额、城乡收入等。一方面，许多学者认为消费支出能够较为全面地反映出我国居民的消费情况，故使用城镇居民消费支出与农村居民消费支出分别衡量城镇居民消费需求与农村居民消费需求（蔡强和田丽娜，2017；廖春萍，2020），以及用人均消费支

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/678070062121007006>