

市场规模优势研究：理论逻辑与前景展望^{*}

欧阳晓 袁 礼 汤凌霄

内容提要：市场规模优势是大国经济发展的重要优势，并成为构建新发展格局的客观基础。市场规模优势研究源于斯密提出的“市场范围假说”，20 世纪中期以来经济学家按照“市场规模优势的绩效—培育市场规模优势—发挥市场规模优势”的线索进行了长期探索：以内生经济增长理论和新贸易理论等为基础，国内外研究从内循环和外循环双视角探析市场规模优势的绩效，采用理论模型和经验数据论证技术进步、出口贸易和生产率中市场规模效应的存在性及作用机制。在此基础上，围绕中国经济增长和高质量发展的典型事实，中国学者开辟了研究市场规模优势的新道路，即探索形成强大国内市场 and 发挥超大规模市场优势的机制，培育中国经济增长新优势和国际经济竞争新优势。围绕构建新发展格局进行深入分析和理论拓展，在此基础上的理论创新可能成为中国经济学研究的边际贡献。

关键词：市场规模 技术创新 出口贸易 发展模式

作者简介：欧阳晓，上海大学经济学院特聘教授，200444；

袁 礼（通讯作者），湖南师范大学商学院副教授，410081；

汤凌霄，湖南师范大学商学院教授，410081。

中图分类号：F113 **文献标识码：**A **文章编号：**1002-8102(2023)09-0091-17

一、引言

党的二十大报告指出，要“依托我国超大规模市场优势，以国内大循环吸引全球资源要素，增强国内国际两个市场两种资源联动效应”。《中共中央 国务院关于加快建设全国统一大市场的意见》指出，“建设全国统一大市场是构建新发展格局的基础支撑和内在要求”，要“加快建设高效规范、公平竞争、充分开放的全国统一大市场，全面推动我国市场由大到强转变”。这就明确揭示了中国经济发展新阶段国情变化的新特点，提出了培育经济增长新优势的总体思路。首先，中国已

^{*} 基金项目：国家社会科学基金重点项目“大国效应、内生能力与新发展阶段经济转型机制研究”（22AJL001）。感谢匿名审稿人以及编辑部对本文的宝贵意见与建议。感谢湖南师范大学陶文娜博士研究生参与收集资料 and 讨论。当然，作者文责自负。袁礼电子邮箱：toto57@163.com。

经形成超大规模的国内市场。我国有 14 亿人口,人均国内生产总值已经突破 1 万美元,是全球最大和最有潜力的消费市场,具有巨大增长空间。根据国情变化的新特点,必须把发展立足点放在国内,更多依靠国内市场实现经济发展。其次,发挥国内超大规模市场优势是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(简称“新发展格局”)的客观要求。畅通国内经济大循环和联结国际经济大循环,需要构建完整的产业链、供应链和创新链,这有赖于形成强大的国内市场,吸引全球优质要素资源促进经济高质量发展。显然,发挥市场规模优势是构建新发展格局和打造经济发展新优势的出发点和立足点,系统地梳理市场规模优势研究的理论逻辑和基本观点,将为我们深刻地理解新发展格局和经济增长新优势提供重要的理论借鉴。

大国经济的重要特征就是必须实现内部可循环,并且提供巨大国内市场和供给能力,支撑带动外部循环(刘鹤,2020)。正是立足大国经济的这一特征,中国依托人口众多、资源丰富和国土面积广阔等特点,以及近年来统一程度不断提高,规模庞大、供求多元的国内市场,形成了市场规模优势(国务院发展研究中心课题组,2020)。市场规模优势具体是指具有庞大的国内市场需求和规模,能够激励技术创新,吸引要素资源,促进专业化分工和产业集聚,推动高水平开放,通过内循环和外循环推动经济增长。大规模国内市场能够形成创新激励效应、规模经济效应、空间集聚效应和本地市场效应,这些都是市场规模优势的重要组成部分,亦是市场规模优势研究关注的焦点问题。

追溯市场规模优势的理论渊源,早在 1776 年,亚当·斯密就在《国富论》中阐述市场规模对于经济增长的影响,提出“分工起因于交换能力,分工的程度,因此总要受交换能力大小的限制,换言之,要受市场广狭的限制”,即“市场范围假说”。该假说强调交换能力和市场规模的大小决定分工的精细化和专业化强度,并影响规模经济程度。在古典经济学框架下,市场规模通过深化分工和提高专业化程度推进经济增长。而杨格继承和发展了斯密的“市场范围假说”,将企业内分工拓展到企业间分工,并指出劳动分工取决于市场规模,而市场规模也取决于劳动分工,二者互相影响和促进,形成一个不断演化的过程(Young, 1928)。以 Rosenstein-Rodan(1943)和 Murphy 等(1989)为代表的“大推进”理论,强调市场规模是影响投资和生产是否有效的关键因素。新古典经济学从规模报酬递增视角解释市场规模对经济增长的影响机制,马歇尔提出市场规模的扩张可通过知识溢出效应、中间投入品共享效应和劳动力蓄水池效应带动产业集群,形成外部规模经济(Marshall, 1890)。

由于规模经济意味着不完全竞争市场,如何在新古典框架下实现规模报酬递增和不完全竞争市场的融合成为理论难题。Dixit 和 Stiglitz(1977)首次将规模报酬递增和垄断竞争市场模型化,为规模经济理论的发展奠定了数理基础,继而推动市场规模优势的理论进展,并形成两条研究主线。第一条主线是在内生增长理论框架下,诠释创新过程中规模经济的有效性,研究内循环中人口规模对经济增长和技术进步的长期影响;第二条研究主线是以新贸易理论的“本地市场效应”(Home Market Effects)^①为基础,在外循环中探析本地市场规模对分工和出口的影响,并进一步考虑要素的跨区域流动和异质性企业生产率特征,识别、分解集聚效应、选择效应和群分效应对大规模市场生产率优势的作用。两条研究主线各自独立又相互影响,不仅丰富了市场规模优势的理论基础和经验支持,而且勾勒出了市场规模优势理论的发展脉络。同时,随着中国等新兴大国的崛起和大

^① 可以翻译为“本地市场效应”“本土市场效应”或“国内市场效应”。钱学锋和梁琦(2007)在一个系统的文献综述中指出翻译成“本地市场效应”适用范围更广,笔者认可这一观点。

国效应的显露,国内学者探讨了中国经济的市场规模,分析了市场规模优势发生作用的机制。纵览国内外文献,关注市场规模优势的研究卷帙浩繁,考虑到这一问题是需求引致创新理论、内生增长理论、新贸易理论、新经济地理理论、新新贸易理论和新新经济地理理论等长期关注的焦点,而这些理论也奠定了市场规模优势的研究基石,因而本文主要基于内循环和外循环,从技术创新、出口贸易、产业集聚和生产率等角度对市场规模优势研究进行归纳总结。

本文按照“市场规模优势的绩效—培育市场规模优势—发挥市场规模优势”这一思路,梳理市场规模优势研究的演进逻辑。第二部分回顾自需求引致创新理论以来,内生增长理论中规模经济效应的演进轨迹,从内循环视角阐述经济规模和人口规模对技术进步和经济增长的影响。第三部分以新贸易理论、新经济地理理论和新新贸易理论为基础,基于外循环视角阐述开放经济下本地市场效应的发展脉络,并从集聚效应、选择效应和群分效应等多重视角诠释市场规模对生产率的作用机制。第四部分阐述如何扩大国内市场需求、培育市场规模优势以及构建新发展格局最后是总结性评论及未来研究展望。

二、国内市场规模、技术进步与经济增长

Robinson(1963)提出假说,认为在一个大国中,研究和开发可能产生更大的收益。在创新概率相同的条件下,针对广阔市场规模所进行的技术创新更能够获得高额利润,技术进步天然朝向大规模市场,而规模经济也几乎成为所有创新增长模型的重要特征。

(一)需求引致创新理论

基于市场销售量与发明专利之间的正相关关系,Schmookler(1966)在熊彼特创新理论的基础上,提出“需求引致创新”理论。创新是一种受市场驱动追求利润的经济活动,市场需求对技术创新和技术进步存在较强的正向影响(Griliches 和 Schmookler,1963)。市场需求规模扩张对创新及经济增长的正向激励作用也在行业经验研究中得到验证(Zhang 和 Nie,2021)。但这支研究因缺乏微观理论基础而难以刻画市场规模对创新的作用机制,内生增长理论的发展则为解决该难题提供了微观理论框架。Acemoglu 和 Linn(2004)以内生化技术进步为基础,构建数理框架诠释市场规模通过利润驱动机制对技术创新的影响,即市场规模越大,则从事创新的利润越大,利润驱动下企业进行研发活动的动机越强。

(二)内生增长理论:规模效应

肇始于 20 世纪 80 年代中期的内生增长理论将规模报酬递增融入经济增长框架下,从供给视角诠释技术创新和技术进步过程中的规模效应。Romer(1990)为规模报酬递增的数理模型化做出了开拓性贡献,指出知识非竞争性使生产函数具有规模报酬递增特征,对经济增长具有重要性,强调在不完全竞争市场下企业家追逐利润最大化的作用,并引入线性知识生产函数。他指出,新知识的生产存在正向的外溢效应,知识存量的积累能够提高研发生产率。知识存量的增长率和经济增长率是人口规模的增函数,人口增长将导致经济体出现爆炸式增长。可见,在其他条件不变的情形下,经济体的人口数量越多,人力资本规模越大,知识存量 and 经济增长就越快。大规模经济体的增速超过小规模经济体,呈强规模效应。这一强规模效应体现在如下两方面:一是在投入研发的人力资本份额不变的条件下,若经济体人口越多,则从事研发的人力资本规模越大,技术创新成功率越高,技术进步率和经济增长率越快;二是经济规模越大,通过创新获得的垄断利润越高,企业发现新知识的动机越强,技术进步率越高。Romer(1990)的内生增长模型是基于 Dixit 和 Stiglitz

(1977)的垄断竞争框架,以产品种类增加刻画技术创新的,新产品出现不会导致旧产品的淘汰,且能扩大市场规模。而 Grossman 和 Helpman(1991)则将创新诠释为高质量新产品对低质量旧产品的替代,创新会引导垄断利润流向创新企业,带动企业动态更迭。

上述第一代内生经济增长理论对知识生产函数的设定受到了实证研究的质疑,即研发投入的人力资本呈指数型增长,但生产率增长却基本保持稳定。1950—1987年,美国从事技术创新的科研人员由20万人增长至100万人,但全要素生产率和人均产出却并未出现明显增长,第二次世界大战以后 OECD 国家也出现类似现象(Jones, 1995)。这一现象在美国产业层面的经验研究中亦得到验证(Ngai 和 Samaniego, 2011), Bloom 等(2020)基于产业、产品和企业等多维度证据,发现研发投入大量增长,研发生产率反而出现急剧下降趋势,新知识的发现越来越难。针对强规模效应的质疑, Segerstrom(1998)等发展了第二代半内生增长理论,设定知识存量的边际生产率递减,即相同数量的研发人员投入,生产的新知识减少,新知识发现的难度递增。为维持长期经济增长,研发投入必须持续增加,而均衡稳态下研发投入占总人口的比重恒定,人口增长率是影响长期增长的重要因素。正是由于新知识的发现难度递增,知识存量的增长率是经过参数平减后的总人口增长率,而人均收入的增长率取决于人口规模增长率和生产函数的规模报酬递增程度。

对比两代内生增长理论,第一代内生增长理论认为人口规模扩张带来的研发投入增加将使经济体爆炸式增长。第二代半内生增长理论则通过引入新知识发现难度递增的特征,克服人口增长率引发的爆炸式增长问题,使强规模效应被弱规模效应取代,人口规模仅影响人均收入水平,不改变其长期增长率,而经济规模越大则长期人均收入越高。但若设定新知识发现难度递减,则即使在人口增长停滞条件下,也可能出现爆炸式经济增长,如人工智能技术可能导致经济奇点的出现(Aghion 等, 2018)。实证研究多支持第二代半内生增长理论对知识生产的设定(Bloom 等, 2020)。

第二代半内生增长理论验证,规模效应存在的关键并非在于线性知识生产函数,人口规模的增长与知识的非竞争性相结合才能维持人均收入持续增长(Jones 和 Tonetti, 2020)。但该理论发现中长期增长率与人口规模增长率成比例变化,却不受研发投入的影响,这一结论仍备受争议:一方面,实证证据显示经济体增长率与人口增长率的相关性不强,原因可能在于知识的跨国和跨区域流动性,而如何界定知识流动的边界有待回答;另一方面,尽管第二代半内生增长理论仍强调知识非竞争性造成的市场失灵,但长期增长率不受研发投入影响,研发支持政策难以影响经济增长率的结论也与经验事实不符。

为解决第二代半内生增长理论与经验事实不符的问题, Young(1998)等提出第三代熊彼特完全内生增长理论,同时考虑产品种类增加和质量提升两类创新,设定产品种类和企业数量是人口规模的增函数,而产品质量提升则与研发投入相关,研发支持政策可促进产品质量提高。他们发现人均收入的增长率最终取决于产品种类增加和质量提升两类创新的速率。产品种类是人口数量的增函数,而产品质量提升的速率随研发投入增加而提高,存在正向的外溢效应。长期经济增长率取决于研发投入占总人口的份额。一方面,该模型将研发投入分摊至不同类型的产品上,而产品种类与人口规模同速增长,故能够以产品种类增加平滑人口规模增加引发的研发投入增长,避免第一代内生增长理论中人口规模增加导致的爆炸式增长;另一方面,该模型能克服第二代半内生增长理论中的“半内生性”问题,其完全内生性特征使研发支持政策可通过提高研发投入份额推动长期经济增长。但第三代熊彼特完全内生增长理论的缺陷在于:其一,该模型仍依赖线性知识生产函数才能刻画长期经济增长并避免爆炸式增长;其二,人口增长率依然是影响长期经济增长的重要因素,这仍受到强烈质疑,研究也尝试修正相关假定,以获得与经济事实相吻合的模型结论。

(三) 市场规模影响技术进步的有效性检验

不仅人口规模影响技术进步的经验研究推动了内生增长理论的演进和更迭,检验技术进步和经济增长过程中规模效应的有效性亦是研究的焦点(Barro 和 Sala-i-Martin, 1995)。中国学者结合中国经验数据,探讨国内市场规模引致技术创新的机制。范红忠(2007)根据 Romer(1990)关于新技术的产生是在市场利益驱动下追求赢利结果的思路,提出“有效需求”规模假说,从研发成本和市场结构的角度,实证检验了市场规模引致技术创新的动力作用。徐康宁和冯伟(2010)提出基于本地市场规模效应的技术创新道路,即内生于本地市场并通过合作创新形成中国企业的创新能力,它适用于大规模制造的现代企业。周怀峰(2008)则遵循马克思关于市场竞争是改进技术和提高劳动生产率的动力的思路,主要从竞争激励的角度分析了国内市场规模对技术创新的影响。刘志彪(2012)认为国内市场规模可以形成吸引创新要素的“虹吸效应”,并通过实证分析发现市场规模越大的区域拥有吸引创新要素集聚的基础设施越多,品牌效应越强。欧阳峤和汤凌霄(2017)从总结中国创新道路及其经验入手,分析了庞大市场规模促进技术创新的作用,并通过比较中国、美国、韩国与新加坡高新技术产品进出口额的数量,论证大国技术创新的市场规模优势。

总之,超大规模性具有丰富的内涵,市场规模能够通过需求侧和供给侧共同作用于技术创新(欧阳峤、汤凌霄, 2017; 国务院发展研究中心课题组, 2020)。需求引致创新理论从需求侧阐述了创新过程中的规模优势,以总量销售收入表征市场规模的大小。而内生增长理论侧重从供给侧剖析研发的市场规模优势,以人口规模表示经济体的市场规模。但在协调理论与现实之间的矛盾,推动理论发展的同时,内生增长理论过多地讨论模型的建模技术设定,而忽视了市场对技术创新的反馈效应。事实上,供给与需求应相互作用形成动态均衡关系,一方面以巨大的国内市场需求牵引创新技术供给,另一方面提高创新能力以适应和创造市场需求。整体而言,现阶段研究创新市场规模优势的理论需要一个统一的框架,既要能考察和分离不同内涵的市场规模对创新的异质性作用机理,也要能体现市场需求对新技术的响应和反馈。

三、国内市场规模、出口模式和生产率提升

规模效应对开放经济条件下的分工和出口模式具有重要影响,以 Krugman(1980)等为代表的新贸易理论从国际贸易视角解释规模效应引起的人均收入分化,指出实际的人均收入随经济规模扩张而增加(Ramondo 等, 2016)。

(一) 新贸易理论:本地市场效应

新古典贸易理论在完全竞争和规模报酬不变的条件下,强调要素禀赋的差异既是比较优势的重要来源,也决定着贸易模式,但难以解释不断增长的产业内贸易规模。Krugman(1980)构建了新贸易理论框架,最早提出“本地市场效应”来阐述经济规模对贸易和专业化模式的影响。他在 Dixit 和 Stiglitz(1977)多样性偏好和垄断竞争市场结构下,设定各类产业中包含多类产品,产品生产成本包括固定成本和常数边际成本,生产呈规模报酬递增特征;同时,引入冰山运输成本,即产品在运输过程中将“融化”一部分,融化的部分即为运输成本。研究发现,在具有运输成本和规模报酬递增的世界中,一国将专业化生产国内市场需求相对较大的产品,并成为该产品的净出口国。Helpman 和 Krugman(1985)将垄断竞争贸易框架嵌入比较优势的完全竞争贸易框架,在要素价格和商品价格均等化条件下实现二者的完美融合。在两国、两部门 and 单一生产要素框架下,他们分别设置了同质化、规模报酬不变的完全竞争部门和差异化、规模报酬递增的垄断竞争部门,将 CES

型下层差异化产品效用函数嵌入 CD 型上层两部门产品效用函数,再次验证了本地市场效应,即一国国内市场需求扩大将使其成为垄断竞争部门产品的净出口国,同时进口完全竞争部门产品。

由于本地市场效应的理论框架建立在偏好、市场结构、同质性产品、两个国家和要素价格均等化等一系列严格的假设条件上,这些假设的调整将在多大程度上影响本地市场效应的稳健性仍值得探究。为此,理论研究从同质性部门、贸易成本、异质性企业、跨国公司和多国框架(Behrens 等, 2009; Crozet 和 Trionfetti, 2008; Melitz, 2003)等多重视角修正和放松模型假设,探析本地市场效应的存在条件。尽管本地市场效应的稳健性仍存在争议,但运输成本和规模报酬递增是该效应存在的基本条件。在规模报酬递减条件下,国内市场对某一产品的较大需求将使该国成为产品的净进口国(Krugman, 1980),这也为实证层面检验各类贸易理论和本地市场效应的适用性提供了可行路径。

具体而言,经验研究主要通过两类方法检验本地市场效应是否存在。第一类方法发端于 Davis 和 Weinstein(2003),检验跨国、跨地区生产结构和需求结构的相关性,并在回归方程中引入要素禀赋变量,分离市场规模和要素禀赋对贸易模式的影响,识别本地市场效应是否存在。应用这一方法解释贸易结构的经验研究显示,本地市场效应对国际贸易模式的影响有限,对区域贸易模式的解释力较强(Crozet 和 Trionfetti, 2008)。其原因可能在于不同国家贸易成本、技术水平和要素价格存在较大差距。同时,该方法直接应用多国多部门经验检验两国、两部门理论,势必造成估计结果偏误。为此,研究者尝试构建多国数理框架,考虑国内市场需求和外部市场准入性,重新检验本地市场效应的有效性(Davis 和 Weinstein, 2003)。该方法的缺陷在于需求结构与供给结构冲击的相关性会导致估计结果出现非一致性。

第二类方法是利用引力模型估计和对比不同行业产品的出口收入弹性,以检验本地市场效应是否存在。若价格加成和贸易成本高的产品出口收入弹性大,则验证本地市场效应存在。但采用总量数据估算引力模型,跨产业变量缺失将导致其难以准确识别双边贸易中的本地市场效应。为此, Hanson 和 Xiang(2004)采用倍差引力模型,选择具有相同贸易成本的国家作为研究样本,将产业分为高运输成本、强规模经济和低运输成本、弱规模经济两大类,发现本地市场效应在高运输成本行业中更显著。引力模型不仅可用于解释制造业的生产和贸易模式,也适用于诠释服务业的本地市场效应。

沿着国际学术界的研究思路,国内学者从理论和实证角度分析本地市场规模影响出口贸易的机制。钱学锋和梁琦(2007)将本地市场效应解释为“在一个存在报酬递增和贸易成本的世界中,那些拥有较大国内市场需求的国家将成为净出口国”,并在回顾本地市场效应理论背景的基础上,比较系统地梳理了它的理论模型和经验证据的新近发展,从而为国内学者开展国内市场规模效应的研究提供了条件。最初的研究主要是证明本地市场效应的存在性和差异性。张帆和潘佐红(2006)使用 Krugman 模型和 Davis 模型,运用中国各省市主要产业的生产、需求和资源禀赋资料,发现本地市场效应在影响中国地区生产和贸易的类型上起着显著作用。黄玖立和李坤望(2006)通过实证分析发现,地区市场规模和出口开放程度显著地影响各省区人均收入的增长速度。因此,在控制市场规模因素的条件下各省区呈现明显的收敛趋势。同时,市场规模效应在不同地区和产业间的表现有所区别。邱斌和尹威(2010)通过细分贸易模式,发现本地市场效应在一般贸易中比在加工贸易中更为显著,制造业的行业开放度、贸易结构和空间集聚程度可以影响本地市场效应的发挥。

后来的研究侧重于本地市场效应影响出口贸易的机制分析。易先忠等(2014)分析了制度环

境对出口产品结构的影响及其门槛效应,发现制度环境高于门槛值时,国内市场规模扩张促进出口产品结构多元化;而低于门槛值时,国内市场规模扩张则导致更加集中的出口产品结构。毛艳华和李敬子(2015)在产业垂直关联下构建两国框架的服务企业贸易模型,通过实证分析发现生产性服务业具有本地市场效应,技术和知识密集型服务业的本地市场效应高于资本密集型服务业。刘志彪(2012)提出中国第二波全球化战略将是在扩大内需条件下的深化全球化,即基于内需的全球化战略,通过开放和挖掘本国的市场,最大限度地利用国外的高级生产要素。戴翔等(2017)分析了发展中国家本地市场规模扩大诱发的价值链高端生产环节的梯度推移,提出充分利用全球价值链增值环节区位配置的“市场需求”作用机制,将本土市场规模优势转化为参与国际竞争的新优势。

(二) 新经济地理理论:大规模市场的集聚效应

在本地市场效应的框架下,不存在消费者和生产者的跨区域转移,因而市场规模被视作外生变量。新经济地理学考虑要素的跨区域流动,实现市场规模的内生化,对该问题做出了开创性贡献,也拓展和延续了新贸易理论,为本地市场效应奠定了更坚实的理论基础。本地市场效应可引导劳动力跨区域流动,对产业集聚的形成机制、变化趋势、均衡状态和产业生产率提升具有较强的解释力,是新经济地理学的核心内容之一(Krugman 和 Venables, 1995; Krugman, 1991)。以 Krugman(1991)中心外围模型为代表,在两部门、两地区和两要素框架下,设定农业部门为完全竞争部门,采用非自由流动要素进行生产;工业部门为垄断竞争部门,采用自由流动要素进行生产。一方面,大规模市场能够促进产业集聚,生产更多差异化的产品类型,使价格指数降低,从而提高当地的实际工资水平,生活成本效应使劳动力向大规模市场转移,循环积累形成向心力,即市场规模效应;另一方面,大规模市场形成的产业集聚将强化价格竞争,劳动力规避竞争形成离心力,即市场拥挤效应。两类效应的权衡决定了大规模市场能否形成产业集聚,以及本地市场效应的强弱。

新经济地理学清晰地解释了大规模市场形成产业集聚的微观机理,为经验研究奠定了理论基石(Ciccone 和 Hall, 1996)。实证研究通过估算生产率对集聚经济的弹性系数,验证市场规模对生产率的正向影响源于集聚效应(Combes 等, 2012)。集聚效应对企业生产率形成的正向外部性源于同一产业内部和不同产业经济活动的集聚,前者称为“本地化经济”,而后者则是“城市化经济”(Fujita 和 Thisse, 2013)。本地化经济能利用大规模市场中密集的劳动力市场,使企业根据市场变化调整劳动力需求,改善技能劳动与岗位的匹配机制;同时,各企业的技能劳动者交流生产经验和技能,可增强技术溢出效应以提高生产率。Chaney 和 Ossa(2013)引入有序性任务构成的生产函数,发现市场规模扩张可以强化劳动力市场的深度分工,提高企业生产率。而城市化经济则强调不同产业在大规模城市所产生的集聚。经验研究尝试分离本地化经济和城市化经济对集聚效应的贡献,发现本地化经济的贡献率较强,但城市化经济在轻工业和知识密集型产业中更为显著(Duranton 和 Puga, 2000)。

(三) 新新贸易理论:本地市场效应的再讨论

新贸易理论虽然能够解释要素禀赋结构相似国家之间大规模的产业内贸易,但对称性假设却忽视了异质性企业生产率差异对出口的影响。伴随着国际贸易的实证研究由宏观产业走向微观企业层面,并非所有的企业都存在出口行为,出口企业的规模和生产率远超非出口企业这些经验事实逐渐得到关注(Helpman 等, 2004)。为此,新新贸易理论尝试构建存在异质性企业的垄断竞争理论框架,解释企业出口行为和特征,诠释出口选择效应(Melitz, 2003; Melitz 和 Ottaviano, 2008)。在具有异质性企业的动态产业模型下, Melitz(2003)演绎了国际贸易对产业内资源配置及

产业生产率的影响,发现开展贸易将导致高生产率企业进入出口市场,低生产率企业退出市场,资源向高生产率企业流动,这成为新新贸易理论的奠基石。在异质性生产率和固定出口成本的假设下,本国市场规模越小,出口国的市场规模越大,从事生产但不进行出口的企业占比就越低,而出口企业数量占比越高。这也为理论和实证层面纳入异质性企业生产率和出口对企业的筛选作用,重新讨论本地市场效应的强弱提供了研究思路。

Okubo(2009)将异质性企业框架融入连续部门的比较优势模型,发现贸易模式源于比较优势,但工资率却与市场规模呈比例变化,从工资层面验证了本地市场效应。在异质性企业模型下,Arkoulakis(2010)进一步引入内生市场准入成本,基于此,Eaton等(2011)结合法国数据校准参数拟合模型,发现若制造业产品国内需求增加一倍,则其价格指数将下降20%,验证了本地市场效应。Erhardt(2017)进一步考虑两类差异化产品部门,演绎出口选择通过工资机制对本地市场效应的影响,发现产品差异化程度低的部门具有更强的本地市场效应。有别于新贸易理论的企业同质性假设,在异质性企业框架下,产品替代弹性与市场规模效应具有正相关关系。

正是由于CES效用函数下价格加成与市场规模不相关的假设与现实经验数据相背离,Melitz和Ottaviano(2008)将供给侧和需求侧特征相融合设定贸易模型,进一步引入市场规模对企业生产率均衡分布的影响以实现可变价格加成的内生性,发现市场规模扩张可通过增加产品种类,提高企业生产率,降低价格加成等方式扩大企业生产销售规模,提高企业利润,并降低企业进入成功率,进一步加剧市场竞争程度和强化选择效应。Mayer等(2014)发现大规模出口市场中竞争更为激烈,引致价格加成下降。市场规模变化将同时影响产品总需求和市场竞争程度,经济一体化使市场规模扩张,市场竞争程度提高。这对不同企业存在异质性影响,形成市场再配置效应,使高生产率企业降低价格加成和提高市场份额,低生产率企业难以存活并退出市场,最终导致产业生产率提高(Melitz和Trefler,2012)。Felbermayr和Jung(2018)发现当国内贸易成本与市场规模呈正相关关系时,市场规模对生产率的正向影响将被削弱。他们指出,大规模市场的企业平均生产率水平较低,但也拥有更多可供使用的要素投入类型,可通过选择效应和工资效应影响生产率,外部规模经济程度决定两类效应的强弱,即大规模市场对生产率的总体影响,以实现数理模型与实证结论的一致性。

(四)新新经济地理理论:大规模市场的选择效应和群分效应

新经济地理学在垄断竞争框架下考察大规模市场通过集聚效应对生产率的正向影响,难以刻画市场规模对不同生产率企业的异质性影响,以及市场规模与不同生产成本企业的相互影响。而企业生产率的异质性为这支研究提供了新思路,新新经济地理理论将异质性企业融入新经济地理理论,阐述异质性企业的区位选择行为对生产率的内生作用机制,即“选择效应”:大规模市场的竞争加剧将导致企业优胜劣汰,仅高生产率企业才能存活,低生产率企业将退出市场或退向规模较小的市场,这一内生选择机制也形成大规模市场的生产率溢价(Melitz和Ottaviano,2008)。正是由于低生产率企业为规避竞争而退向小规模市场的动机更强,企业异质性可能增强市场拥挤效应;但也不乏研究发现企业生产率分化可通过自选择效应提高出口企业比重,从而形成经济活动集聚(Gaspar,2018)。

可见,市场规模可通过集聚效应和选择效应影响企业生产率(Behrens等,2014),若采用回归方程估计两类效应对生产率的影响,内生性可能会造成估计偏误。Combes等(2010)采用工具变量法避免集聚效应与生产率之间的内生性问题,分离选择效应对生产率的影响,结果生产率对集聚程度的弹性系数明显下降,暗示大规模市场确实通过选择效应对生产率提升发挥作用。但该方

法难以直接估算选择效应对生产率变化的贡献,如何准确估算、识别集聚效应和选择效应对大规模市场生产率的贡献成为研究关注的焦点。识别两类效应对生产率贡献的主流方法是根据企业生产率和边际成本分布,测算其均值、方差和分位数,判断集聚效应和选择效应的贡献。当大规模市场通过集聚效应正向影响生产率时,作用对象为所有企业,因而生产率分布将向右平移;而当市场规模通过选择效应作用于生产率时,低生产率企业为规避竞争退出市场,企业生产率的分布将呈现左截尾特征。各国的经验研究验证了大规模市场的高生产率水平源于选择效应(Combes 等,2012)。

近年来,这支文献关于异质性的讨论不再局限于企业生产率和生产成本,逐渐开始向企业产品质量、居住区位、劳动力技能等方向拓展(Fujita 和 Thisse,2013)。特别是考虑企业生产率和劳动力技能的异质性,分析群分效应及其对大规模市场生产率的影响,即各类企业和劳动力的区位选择行为不同,同类企业和劳动力向某类市场聚集并改变生产率水平(Forslid 和 Okubo,2014,2015; Eeckhout 等,2014)。大规模市场的选择效应使高生产率企业向大规模市场集聚以获得更大的市场份额,而低生产率企业为逃避竞争更有动机迁往小规模市场,由此产生群分效应。群分效应的作用方向和强度,可能影响集聚效应和选择效应,并进一步强化或弱化大规模市场的生产率优势(Behrens 等,2014)。Forslid 和 Okubo(2015)考虑运输成本对不同生产率企业的异质性影响,发现中等生产率企业将定位于大规模市场,而高生产率和低生产率企业均选择定位于小规模市场。虽然上述研究验证了群分效应将弱化大规模市场的生产率优势,但也不乏研究得到相反结论。Gaubert(2018)构建理论框架演绎异质性企业的空间区位选择行为,分析市场规模通过群分效应对总量生产率和福利的影响,并采用法国企业微观数据对模型进行估计,结果表明群分效应对大城市生产率溢价的解释力超过 50%。Forslid 和 Okubo(2014)通过引入产业和企业的异质性固定成本,发现群分效应是大规模市场生产率溢价形成的主要原因,并选择日本制造业微观数据为样本,证实了高生产率企业和低生产率企业均选择定位于大规模市场。

整体而言,已有文献对于企业异质性框架下本地市场效应的有效性,以及市场规模正向影响生产率的条件仍缺乏系统和深入的讨论。虽然已有研究指出了经济体内部的区域间贸易成本可能弱化规模经济效应,但少有研究考虑发展中国家制度因素形成的国内市场分割,缺少能够处理和分解绝对规模、国际贸易成本、国内贸易和制度成本影响规模效应的理论研究(Ramondo 等,2016)。新新贸易理论聚焦于市场规模与价格加成、贸易成本之间的相关关系,但对需求结构影响的关注不够(Mayer 等,2014)。同时,已有研究大多单独考察产业间或产业内需求结构的非位似偏好,但同时关注产业内和产业间非位似偏好的研究较少(Matsuyama,2019)。

四、国内市场规模、统一市场和新发展格局

根据斯密提出的“市场范围假说”,广阔的市场有利于分工和专业化,从而提高劳动生产率水平。沿着这个思路,大国需要培育国内统一市场,进而避免市场分割而减弱市场规模优势。李斯特(1928)认为“大国努力的主要目标总是生产力在国内的结合”,而要实现国家的富强即工业化,首先必须掌握自己的国内市场。本塞尔(2008)分析了支撑 19 世纪晚期工业化的发展政策,认为其中最基本的且构成美国所有发展政策特色的因素是一个维护不受约束的国内统一市场的政治框架;Romer(1996)认为统一而庞大的国内市场是美国 19 世纪经济增长的一个独特要素,它同资源丰富这另一个独特要素之间的交互作用创造了技术领先优势,从而奠定了美国崛起的基础。

同时,国外学术界对当代中国的国内市场整合趋势做出了两种不同的判断:Naughton(1999)认

为随着中国渐进式改革的持续推进,国内市场在总体上走向整合;Young(2000)则认为中国改革在推动经济快速增长的同时使国内市场趋于分割,这是渐进式改革和中国式增长的代价。本文主要阐述国内学者关于培育国内市场规模、建设国内统一市场和构建新发展格局的研究。国内关于市场规模效应的研究开始于21世纪初期(张帆和潘佐红,2006;黄玖立和李坤望,2006;钱学锋和梁琦,2007),沿着国际学术界的研究思路,从理论和实证角度分析本地市场规模如何影响出口贸易和技术创新。在此基础上,按照“经济增长动力—扩大国内需求—形成强大国内市场—建设全国统一市场—构建新发展格局”的线索,学者们围绕着中国经济增长和转型发展,探索怎样形成强大国内市场和建设全国统一市场,构建新发展格局,从而推动中国经济持续增长和高质量发展。

(一) 大市场培育理论:扩大国内需求和建设统一市场

国内市场规模优势是发展中大国特别重要的经济优势,也是中国经济发展新阶段最重要的资源。然而,怎样才能形成和发展庞大的国内市场呢?首先,国内市场是依托国内需求形成的,扩大国内需求是培育庞大国内市场的基本途径。国内学者的观点,一是通过增加消费和投资需求,形成庞大规模的国内需求和国内市场(刘伟,2016;洪银兴,2013;黄群慧,2021);二是通过充分就业和增加收入,培育有效需求和挖掘市场潜力(沈坤荣、赵倩,2020;陈彦斌,2020)。同时,国内学者从需求侧与供给侧良性互动的视角探索培育国内市场的路径,即提升供给适配性引领创造新需求的能力。供给侧改革的主要目标,一是市场在资源配置中充分发挥作用。总需求和总供给的平衡包括数量和结构的相互匹配,需要提高资源配置的效率,通过市场化矫正资源错配机制(方福前,2018)。二是重塑中国经济发展新阶段的增长新动力。一个具备广阔内部市场的国家在跨越贫困增长阶段后,经济持续增长的主要动力转向国内,应该根据需求转换轨迹调整供给结构(王燕武等,2016)。三是更好地掌握和利用庞大的国内市场。供给侧存在结构性问题,使得国内庞大市场并没有由我们自己掌握,所以要通过供给侧改革增强供给结构对需求变化的适应性和灵活性(郭克莎,2022)。

中国经济发展过程中遇到的区域市场分割问题,使如何形成统一的国内市场成为学术界研究的重点,探讨的主要内容有四个问题。(1)理论逻辑。有两种讨论视角,第一种是从扩展市场范围的角度分析,认为构建国内统一市场有利于培育和扩大国内市场规模,为构建新发展格局提供基础支撑(欧阳晓,2019)。第二种是从降低交易成本和贸易成本的角度分析,认为建设国内统一市场能够破除各种市场壁垒和贸易壁垒,提升交易效率,降低经济运行的制度性交易成本(刘秉镰和朱俊丰,2018;刘志成,2022)。(2)分割程度。吕冰洋和贺颖(2020)采用价格法系统测算各城市的商品市场分割程度,并分析了影响商品市场分割的地区因素。刘秉镰和朱俊丰(2018)利用省际面板数据分析区域市场分割的影响因素,考察了空间邻近效应及其影响机制。(3)阻碍因素。多数学者从体制机制的角度分析,如刘志彪(2022)概括为纵向政府治理因素、横向政府治理因素和垄断企业因素,深层原因在于追赶战略的决策结构、动力结构和协调结构。也有学者另辟蹊径,王晓东和张昊(2012)认为作为非政府因素的流通渠道及流通组织也影响统一市场构建,流通改革形成了“分枝状”的渠道结构,且因为有助于制造商实现价格歧视等原因而在路径依赖中不断自我强化。(4)实现路径。任兴洲等(2015)提出以市场机制促进商品和要素优化配置,削弱地方利益和地方保护的经济动因,按照法治化要求建立有效的市场规则。刘志彪和孔令池(2021)提出要推动政府目标函数、动力结构和行为方式转型,构建面向国内产业链和价值链的竞争机制,中央集权和地方分权的制衡机制,以及有助于深化区域合作的制度整合机制。

2018年以后,培育和形成“强大国内市场”的问题引起学术界关注。欧阳晓(2019)认为“强大

国内市场”是综合性的概念,主要特征是市场容量巨大、市场供给充分、市场质量优良、市场环境完善和市场内聚力强。易先忠(2019)强调整理解“强大国内市场”不能局限在市场规模和需求质量层面,要放宽到国内市场发挥作用的条件维度,包括对国内需求的本土供给能力,国内需求引致创新的能力和国内需求发挥的国际化程度等。在培育和形成强大国内市场的路径方面,一是需求侧和供给侧相结合。经济高速增长主要是由需求扩张拉动的,经济进入新常态之后的长期增长趋势主要取决于内需增速的变化,影响需求长期增速的既有供给结构问题,也有需求结构问题,长期增长政策应把供给侧结构性改革与需求侧结构性改革结合起来(郭克莎和杨阔,2017)。从供给侧看,应该适应居民消费升级趋势,满足居民对优质产品和服务的多层次需求(徐朝阳、张斌,2020)。二是整合度和开放度相结合。刘志彪和孔令池(2021)提出尽快形成国内市场一体化、高度开放、充分竞争和有序运行的格局,通过深化改革消除阻碍统一市场形成的纵向政府治理因素、横向政府治理因素和垄断企业因素。盛斌和赵文涛(2020)分析了地区全球价值链、市场分割与产业升级的关系,主张打破地区间市场分割和完善市场竞争环境,从而破解产业升级的困境。

(二) 大国发展格局理论:依托国内市场规模构建新发展格局

立足中国庞大的国内市场和供给能力,在分析培育和形成“强大国内市场”路径的基础上,学者们在开放经济视野下进一步探讨如何发挥市场规模优势,依托国内市场构建新发展格局。按照“国家规模特征—国内市场规模—构建新发展格局”的线索,核心问题是扩大国内市场规模和发挥市场规模优势。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,就是典型的大国经济发展格局。自张培刚(1992)提出发展中大国应该成为发展经济学的重要研究对象以后,国内学者对大国经济发展机制进行了长期探索。欧阳峤(2013)提出“大国效应”和“大国内生能力”的概念,认为大国经济具有市场潜力大、资源总量大、经济规模大以及产品多样性、区域差异性和经济完整性等特征,可以通过国内需求和资源推动国民经济稳定发展;大国内生能力就是超大规模国家由于具有资源丰富和市场广阔的优势,依靠国内资源和国内市场就可以推动经济自主协调发展。国务院发展研究中心课题组(2020)认为中国经济具有“超大规模性”,这是依据超大规模的人口、国土空间、经济体量和统一市场所形成的叠加耦合效应;中国人口众多,内需潜力巨大,超大规模的市场可以为经济持续增长提供支撑。在分析大国经济规模效应的基础上探讨大国经济发展形式,江小涓(2010)从总需求角度提出大国双牵引增长模式,通过中国数据实证分析发现内需是总需求的主体,而外需起辅助作用。欧阳峤(2013)选取 5 个典型大国的数据进行比较分析,证明国内市场需求是大国经济发展的主要需求动力,而且发展中大国国内需求在经济发展中的作用呈上升趋势。

通过分析国内市场和国际市场的关系,研究逐步深入到大国经济发展格局问题。一是从借鉴国际经验的角度出发,如贾根良(2010)借鉴李斯特的国家生产力理论和美国学派的国民经济学说,认为大国经济崛起需要保护主义战略,中国经济需要实现向国内大循环经济发展战略转型;二是从构建价值链的角度出发,如刘志彪(2009)认为中国在发展外向型经济过程中融入被“俘获”的全球价值链治理结构,需要依托高速成长的内需市场构建国家价值链,并利用内需市场的规模效应培育全球价值链链主;三是从发挥经济发展优势的角度出发,如张占斌(2020)认为要掌握发展主动权,就应该发挥中国作为世界最大市场的潜力和作用,依托强大内需增强经济韧性;四是从构建理论逻辑的角度出发,如黄群慧(2021)基于现代化理论的阶段论、模式论和动力论,提出新发展格局的“阶段—模式—动力”三维理论逻辑,强调新发展阶段通过“自主自强”和“自主创新”驱动经济现代化。有的学者探讨了构建双循环新发展格局的具体路径,陈文玲(2020)认为中国有超大

规模市场的可持续发展红利,有完备的制造业配套体系和供应链,而且中国正在成为具有强大进口、出口、转口能力的全球性贸易中心,从而提供了构建新发展格局的必要性和可能性;杨翠红(2022)提出中国超大规模市场优势和完备产业链,在亚洲价值链构建过程中起到了关键作用,应当加大对外开放的深度和广度,以区域全面经济伙伴关系协定和“一带一路”倡议为主要抓手,构建“中国+N”的亚洲价值链布局。

从经济循环系统的角度描述以国内需求为主的大国经济发展模式,必然是以国内大循环为主体,国内国际双循环相互促进的发展格局;中国的选择体现了非线性的规律,经历了从选择发展外向型经济的“跳跃”,最后回归到典型的大国经济发展格局(欧阳峤、汤凌霄,2022)。构建新发展格局是中国基于自身资源禀赋和发展路径探索出来的,以自立自强为本质特征的,突破关键核心技术“依附性”,具有“替代性”的一种经济现代化模式(黄群慧,2021)。中国在经济走向高质量发展和迈向高收入国家的转型时期提出“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”的战略目标,是中国经济学的重要理论创新,其理论贡献在于:(1)超越了以往仅从国内需求和国内市场为主来分析大国发展格局的观点,研究视角拓展为国内经济循环系统,从而涵盖了更加全面、丰富和深入的内容;(2)超越了以往将国内需求、国内市场与国外需求、国外市场分割开来的观点,更加重视国内循环系统与国际循环系统的联结,特别强调进入国际循环系统的产业选择和时机选择;(3)超越了以往主要停留在宏观思路上的观点,更加深入地分析形成强大国内市场的机制,提出了一整套相应的政策思路 and 措施。

五、总结和研究深化的方向

(一)总结性评述

自20世纪中期以来,按照“市场规模优势的绩效—培育市场规模优势—发挥市场规模优势”的逻辑线索,经济学家长期关注和探索市场规模优势理论。一方面,国内外学者从内循环和外循环视角,研究市场规模对技术创新和出口贸易的影响机制。以Romer(1990)为代表的内生增长理论描述了封闭经济下创新的规模经济优势,而以Krugman(1980)为代表的新贸易理论则诠释了国际分工和出口的市场规模优势。两支理论既彼此独立,又相互促进、融合发展。其一,两支理论利用不同的机制阐释市场规模优势,但基本结论都强调规模效应。由于大国比小国更加富有的结论与经验事实相悖,如何定义一个统一的市场范围和精准界定市场规模的边界,是两支理论协调数理模型和经验事实的关键。其二,两支理论出现交叉融合发展趋势,在开放条件下考虑市场规模对技术创新的影响时,将市场规模的范围由国内市场拓展至国际市场,研究出口市场规模扩张对企业技术创新的影响(Aghion等,2022)。另一方面,伴随着中国经济的高速增长以及庞大市场规模的逐渐形成,中国学者开辟了研究市场规模优势的一个新领域,即探索培育强大国内市场和发挥超大规模市场优势的路径。一是在寻求经济增长动力的过程中,探索扩大国内需求和形成强大国内市场,进而培育大国经济新优势;二是在认识国家经济规模特征的基础上,探索大国经济发展模式,研究形成大国内生能力和实施基于内需的全球化战略,进而构建新发展格局。以上领域的理论研究实现了中国经济学的创新,为发展经济学做出了杰出的理论贡献。

(二)研究深化的方向

在加快构建新发展格局的背景下,应进一步深化和拓展市场规模优势理论研究,特别是构建需求侧和供给侧相结合的分析框架,分析影响市场规模优势发挥的制度性门槛效应,通过产业链、

创新链和价值链的连接,探索培育中国经济发展新优势和国际经济竞争新优势的路径。在此基础上的理论创新可能成为中国经济学研究的边际贡献。

第一,从需求侧和供给侧相结合的视角研究市场规模效应。法国经济学家萨伊提出供给自动创造需求的原理,英国经济学家凯恩斯创立了需求管理的理论,但是他们主要关注总量均衡。中国经济学家不仅主张供给侧管理和需求侧管理相结合,而且强调总量均衡和结构均衡相结合。怎样沿着这条思路开展深化研究和系统分析?一是根据发展中大国经济转型时期的特点,纳入市场规模因素,构建将需求侧和供给侧、总量均衡和结构均衡相结合的分析框架,实现宏观经济学理论创新。二是在这个综合框架下深入分析通过需求机制和供给机制实现市场规模促进大国技术创新的机制,探索依托市场规模畅通国内经济循环和选择性进入国际经济循环的路径。

第二,深入剖析发挥市场规模优势的条件和制度性门槛。事实表明,市场规模在有的国家发挥作用较好,而在一些国家却不够好,它在经济发展的某个阶段只能助推经济增长而没有促进价值链的攀升。为此,需要研究市场规模发挥作用的一些条件,通过分析主要相关因素及其影响机制,准确把握各种自然因素和非自然因素影响市场整合程度和质量水平的方式,在此基础上构建形成强大国内市场的评价指标体系。同时,应该重视市场规模优势发挥的制度性条件,寻找阻碍市场规模优势发挥的正式制度和非正式制度因素,特别是具体考察制度性因素影响市场规模作用于技术创新、出口贸易以及劳动生产率提升的机制,研究制度环境影响市场规模优势的门槛效应,进而提出培育和发挥市场规模优势的逻辑思路和应用方案。

第三,系统研究以连接产业链、创新链和价值链发挥大国市场规模优势的机制。构建大国经济双循环发展格局,内在的深层逻辑就是产业链、创新链和价值链的连接问题,即在国内经济循环中怎样构建完整的产业链、创新链和价值链,这根链条在什么条件下实现同国际产业链、创新链的连接,从而达到“完整性”和“高层次”的目标。同时,需要拓展研究区域差异性和企业异质性假设下的本地市场效应,以及通过什么样的条件培育大国市场规模优势的机制;探索将技术创新内生化为产品种类增加和产业质量提升,引入空间区位选择和技能劳动的流动性,演绎超大规模市场如何通过内循环和外循环提高创新成功率;研究依托国内市场规模虹吸全球高端生产要素和创新资源,提高出口产品质量和优化出口产品结构,进而培育国际经济竞争新优势的机制和路径。

参考文献:

1. 陈文玲:《当前国内外经济形势与双循环新格局的构建》,《河海大学学报(哲学社会科学版)》2020 年第 4 期。
2. 陈彦斌:《形成双循环新发展格局关键在于提升居民消费与有效投资》,《经济评论》2020 年第 6 期。
3. 戴翔、刘梦、张为付:《本土市场规模扩张如何引领价值链攀升》,《世界经济》2017 年第 9 期。
4. 范红忠:《有效需求规模假说、研发投入与国家自主创新能力》,《经济研究》2007 年第 3 期。
5. 方福前:《中国式供给革命》,中国人民大学出版社 2018 年版。
6. [德]弗里德里希·李斯特:《政治经济学的国民体系》,陈万煦译,商务印书馆 1997 年版。
7. 郭克莎:《突破结构性制约的中国探索与创新》,《中国社会科学》2022 年第 10 期。
8. 郭克莎、杨阔:《长期经济增长的需求因素制约——政治经济学视角的增长理论与实践分析》,《经济研究》2017 年第 10 期。
9. 国务院发展研究中心课题组:《充分发挥“超大规模性”优势 推动我国经济实现从“超大”到“超强”的转变》,《管理世界》2020 年第 1 期。
10. 洪银兴:《依靠扩大内需实现经济增长——学习党的十八大精神》,《南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学)》2013 年第 5 期。
11. 黄玖立、李坤望:《出口开放、地区市场规模和经济增长》,《经济研究》2006 年第 6 期。
12. 黄群慧:《新发展格局的理论逻辑、战略内涵与政策体系——基于经济现代化的视角》,《经济研究》2021 年第 4 期。

13. 贾根良:《政治经济学的美国学派与大国崛起的经济学逻辑》,《政治经济学评论》2010年第3期。
14. 江小涓:《大国双引擎增长模式——中国经济增长中的内需和外需》,《管理世界》2010年第6期。
15. [美]理查德·富兰克林·本塞尔:《美国工业化的政治经济学:1877~1990》,吴亮、张安、商超、田启家译,长春出版社2008年版。
16. 刘秉镰、朱俊丰:《区域市场分割的影响因素及其空间邻近效应分析——基于1989—2014年中国省际面板数据》,《经济地理》2018年第10期。
17. 刘鹤:《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》,《人民日报》2020年11月25日。
18. 刘伟:《经济新常态与供给侧结构性改革》,《管理世界》2016年第7期。
19. 刘志彪:《从融入全球价值链到构建国家价值链:中国产业升级的战略思考》,《学术月刊》2009年第9期。
20. 刘志彪:《基于内需的经济全球化:中国分享第二波全球化红利的战略选择》,《南京大学学报(哲学·人文科学·社会科学)》2012年第2期。
21. 刘志彪:《全国统一大市场》,《经济研究》2022年第5期。
22. 刘志彪、孔令池:《从分割走向整合:推进国内统一大市场建设的阻力与对策》,《中国工业经济》2021年第8期。
23. 刘志成:《加快建设全国统一大市场的基本思路与重点举措》,《改革》2022年第9期。
24. 吕冰洋、贺颖:《迈向统一市场:基于城市数据对中国商品市场分割的测算与分析》,《经济理论与经济管理》2020年第4期。
25. 毛艳华、李敬子:《中国服务业出口的本地市场效应研究》,《经济研究》2015年第8期。
26. 欧阳晓:《促进形成强大国内市场》,《光明日报》2019年5月14日。
27. 欧阳晓:《大国内生能力和经济发展》,《光明日报》2013年3月27日。
28. 欧阳晓、汤凌霄:《大国创新道路的经济学解析》,《经济研究》2017年第9期。
29. 欧阳晓、汤凌霄:《大国发展格局论:形成、框架与现代价值》,《经济研究》2022年第4期。
30. 钱学锋、梁琦:《本地市场效应:理论和经验研究的新近进展》,《经济学(季刊)》2007年第3期。
31. 邱斌、尹威:《中国制造业出口是否存在本土市场效应》,《世界经济》2010年第7期。
32. 任兴洲、王微、王青等:《建设全国统一市场:路径与政策》,中国发展出版社2015年版。
33. 沈坤荣、赵倩:《中国经济高质量发展的能力基础、能力结构及其推进机制》,《经济理论与经济管理》2020年第4期。
34. 盛斌、赵文涛:《地区全球价值链、市场分割与产业升级——基于空间溢出视角的分析》,《财贸经济》2020年第9期。
35. 王晓东、张昊:《中国国内市场分割的非政府因素探析——流通的渠道、组织与统一市场构建》,《财贸经济》2012年第11期。
36. 王燕武、龚敏、卢盛荣、李文溥:《需求结构升级转换背景下的供给侧结构性改革》,《中国高校社会科学》2016年第3期。
37. 徐朝阳、张斌:《经济结构转型期的内需扩展:基于服务业供给抑制的视角》,《中国社会科学》2020年第1期。
38. 徐康宁、冯伟:《基于本土市场规模的内生化产业升级:技术创新的第三条道路》,《中国工业经济》2010年第11期。
39. 杨翠红:《从新发展格局出发前瞻国际国内产业转移趋势》,《国家治理》2022年第15期。
40. 易先忠:《国家规模、制度环境和外贸发展方式》,北京大学出版社2019年版。
41. 易先忠、欧阳晓、傅晓岚:《国内市场规模与出口产品结构多元化:制度环境的门槛效应》,《经济研究》2014年第6期。
42. 张帆、潘佐红:《本土市场效应及其对中国省间生产和贸易的影响》,《经济学(季刊)》2006年第1期。
43. 张培刚:《新发展经济学》,河南人民出版社1992年版。
44. 张占斌:《国内大循环》,湖南人民出版社2020年版。
45. 周怀峰:《国内市场需求对技术创新的影响》,《自然辩证法研究》2008年第8期。
46. Acemoglu, D., & Linn, J., Market Size in Innovation: Theory and Evidence from the Pharmaceutical Industry. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 119, No. 3, 2004, pp. 1049–1090.
47. Aghion, P., Bergeaud, A., Lequien, M., & Melitz, J., The Heterogeneous Impact of Market Size on Innovation: Evidence from French Firm-level Exports. *Review of Economics and Statistics*, 2022, pp. 1–56.
48. Aghion, P., Jones, B. F., & Jones, C. I., Artificial Intelligence and Economic Growth. In Agrawal, A., Gans, J., & Goldfarb, A. (eds.), *The Economics of Artificial Intelligence: An Agenda*. Chicago: University of Chicago Press, 2018, pp. 237–282.
49. Arkolakis, C., Market Penetration Costs and the new Consumers Margin in International Trade. *Journal of Political Economy*, Vol. 118, No. 6, 2010, pp. 1151–1199.

50. Barro, R. J., & Sala-i-Martin, X., *Economic Growth*, Cambridge, Massachusettes, MIT Press, 1995.
51. Behrens, K., Duranton, G., & Robert-Nicoud, F., Productive Cities: Sorting, Selection, and Agglomeration, *Journal of Political Economy*, Vol. 122, No. 3, 2014, pp. 507 – 553.
52. Behrens, K., Lamorgese, A. R., Ottaviano, G. I., & Tabuchi, T., Beyond the Home Market Effect: Market Size and Specialization in a Multi-country World. *Journal of International Economics*, Vol. 79, No. 2, 2009, pp. 259 – 265.
53. Bloom, N., Jones, C. I., Van Reenen, J., & Webb, M., Are Ideas Getting Harder to Find. *American Economic Review*, Vol. 110, No. 4, 2020, pp. 1104 – 1144.
54. Chaney, T., & Ossa, R., Market Size, Division of Labor, and Firm Productivity. *Journal of International Economics*, Vol. 90, No. 1, 2013, pp. 177 – 180.
55. Ciccone, A., & Hall, R. E., Productivity and the Density of Economic Activity. *The American Economic Review*, Vol. 86, No. 1, 1996, pp. 54 – 70.
56. Combes, P. P., Duranton, G., Gobillon, L., & Roux, S., Estimating Agglomeration Economies with History, Geology, and Worker Effects. *Agglomeration economics*. Chicago: University of Chicago Press, 2010.
57. Combes, P. P., Duranton, G., Gobillon, L., Puga, D., & Roux, S., The Productivity Advantages of Large Cities: Distinguishing Agglomeration from Firm Selection. *Econometrica*, Vol. 80, No. 6, 2012, pp. 2543 – 2594.
58. Crozet, M., & Trionfetti, F., Trade Costs and the Home Market Effect. *Journal of International Economics*, Vol. 76, No. 2, 2008, pp. 309 – 321.
59. Davis, D. R., & Weinstein, D. E., Market Access, Economic Geography and Comparative Advantage: An Empirical Test. *Journal of International Economics*, Vol. 59, No. 1, 2003, pp. 1 – 23.
60. Dixit, A. K., & Stiglitz, J. E., Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity. *American Economic Review*, Vol. 67, No. 3, 1977, pp. 297 – 308.
61. Duranton, G., & Puga, D., Diversity and Specialisation in Cities: Why, Where and When does It Matter. *Urban Studies*, Vol. 37, No. 3 – 4, 2000, pp. 533 – 555.
62. Eaton, J., Kortum, S., & Kramarz, F., An Anatomy of International Trade: Evidence from French Firms. *Econometrica*, Vol. 79, No. 5, 2011, pp. 1453 – 1498.
63. Eeckhout, J., Pinheiro, R., & Schmidheiny, K., Spatial Sorting. *Journal of Political Economy*, Vol. 122, No. 3, 2014, pp. 554 – 620.
64. Erhardt, K., On Home Market Effects and Firm Heterogeneity. *European Economic Review*, Vol. 98, 2017, pp. 316 – 340.
65. Felbermayr, G., & Jung, B., Market Size and TFP in the Melitz Model. *Review of International Economics*, Vol. 26, No. 4, 2018, pp. 869 – 891.
66. Forslid, R., & Okubo, T., Spatial Sorting with Heterogeneous Firms and Heterogeneous Sectors. *Regional Science and Urban Economics*, Vol. 46, 2014, pp. 42 – 56.
67. Forslid, R., & Okubo, T., Which Firms Are Left in the Periphery? Spatial Sorting of Heterogeneous Firms with Scale Economies in Transportation. *Journal of Regional Science*, Vol. 55, No. 1, 2015, pp. 51 – 65.
68. Fujita, M., & Thisse, J. F., *Economics of Agglomeration: Cities, Industrial Location, and Globalization*. Cambridge, Cambridge University Press, 2013.
69. Gaspar, J. M., A Prospective Review on New Economic Geography. *The Annals of Regional Science*, Vol. 61, No. 2, 2018, pp. 237 – 272.
70. Gaubert, C., Firm Sorting and Agglomeration. *American Economic Review*, Vol. 108, No. 11, 2018, pp. 3117 – 3153.
71. Griliches, Z., & Schmookler, J., Inventing and Maximizing. *American Economic Review*, Vol. 53, No. 4, 1963, pp. 725 – 729.
72. Grossman, G. M., & Helpman, E., Quality Ladders in the Theory of Growth. *Review of Economic Studies*, Vol. 58, No. 1, 1991, pp. 43 – 61.
73. Hanson, G. H., & Xiang, C., The Home-market Effect and Bilateral Trade Patterns. *American Economic Review*, Vol. 94, No. 4, 2004, pp. 1108 – 1129.
74. Helpman, E., & Krugman, P. R., *Market Structure and Foreign Trade: Increasing Returns, Imperfect Competition, and the International Economy*. Cambridge: MIT press, 1985.

75. Helpman, E., Melitz, M. J., & Yeaple, S. R., Export versus FDI with Heterogeneous Firms. *American Economic Review*, Vol. 94, No. 1, 2004, pp. 300 – 316.
76. Jones, C. I., & Tonetti, C., Nonrivalry and the Economics of Data. *American Economic Review*, Vol. 110, No. 9, 2020, pp. 2819 – 2858.
77. Jones, C. I., Time Series Tests of Endogenous Growth Models. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 110, No. 2, 1995, pp. 495 – 525.
78. Krugman, P., & Venables, A. J., Globalization and the Inequality of Nations. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 110, No. 4, 1995, pp. 857 – 880.
79. Krugman, P., Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*, Vol. 99, No. 3, 1991, pp. 483 – 499.
80. Krugman, P., Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade. *American Economic Review*, Vol. 70, No. 5, 1980, pp. 950 – 959.
81. Marshall, A., *Principles of Economics*. London: Macmillan, 1890.
82. Matsuyama, K., Engel's Law in the Global Economy: Demand-Induced Patterns of Structural Change, Innovation, and Trade. *Econometrica*, Vol. 87, No. 2, 2019, pp. 497 – 528.
83. Mayer, T., Melitz, M. J., & Ottaviano, G. I. P., Market Size, Competition, and the Product Mix of Exporters. *American Economic Review*, Vol. 104, No. 2, 2014, pp. 495 – 536.
84. Melitz, M. J., & Ottaviano, G. I. P., Market Size, Trade, and Productivity. *The Review of Economic Studies*, Vol. 75, No. 1, 2008, pp. 295 – 316.
85. Melitz, M. J., The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity. *Econometrica*, Vol. 71, No. 6, 2003, pp. 1695 – 1725.
86. Melitz, M., J., & Trefler, D., Gains from Trade When Firms Matter. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 26, No. 2, 2012, pp. 91 – 118.
87. Murphy, K. M., Shleifer, A., & Vishny, R. W., Industrialization and the Big Push. *Journal of Political Economy*, Vol. 97, No. 5, 1989, pp. 1003 – 1026.
88. Naughton, B., How Much Can Regional Integration Do to Unify China's Markets. Conference on Policy Reform in China, 1999.
89. Ngai, L. R., & Samaniego, R. M., Accounting for Research and Productivity Growth across Industries. *Review of Economic Dynamics*, Vol. 14, No. 3, 2011, pp. 475 – 495.
90. Okubo, T., Firm Heterogeneity and Ricardian Comparative Advantage within and across Sectors. *Economic Theory*, Vol. 38, No. 3, 2009, pp. 533 – 559.
91. Ramondo, N., Rodríguez-Clare, A., & Saborío-Rodríguez, M., Trade, Domestic Frictions, and Scale Effects. *American Economic Review*, Vol. 106, No. 10, 2016, pp. 3159 – 3184.
92. Robinson, E. A. G., *Economic Consequences of the Size of Nations*. London: Macmillan, 1963.
93. Romer, P. M., Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, Vol. 98, 1990, pp. S71 – S102.
94. Romer, P. M., Why, Indeed, in America? Theory, History, and the Origins of Modern Economic Growth. *American Economic Review*, Vol. 86, No. 2, 1996, pp. 202 – 206.
95. Rosenstein-Rodan, P. N., Problems of Industrialisation of Eastern and South-eastern Europe. *The Economic Journal*, Vol. 53, No. 210, 1943, pp. 202 – 211.
96. Schmookler, J., *Invention and Economic Growth*. Cambridge: Harvard University Press, 1966.
97. Segerstrom, P. S., Endogenous Growth without Scale Effects. *American Economic Review*, Vol. 88, No. 5, 1998, pp. 1290 – 1310.
98. Young, A. A., Increasing Returns and Economic Progress. *The Economic Journal*, Vol. 38, No. 152, 1928, pp. 527 – 542.
99. Young, A., Growth without Scale Effects. *Journal of Political Economy*, Vol. 106, No. 1, 1998, pp. 41 – 63.
100. Young, A., The Razor's Edge: Distortions and Incremental Reform in the People's Republic of China. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 115, No. 4, 2000, pp. 1091 – 1135.
101. Zhang, X., & Nie, H., Public Health Insurance and Pharmaceutical Innovation: Evidence from China. *Journal of Development Economics*, Vol. 148, 2021, pp. 1 – 27.

Research on the Advantage of Market Size: Theoretical Logic and Prospects

OUYANG Yao (Shanghai University, 200444)

YUAN Li, TANG Lingxiao (Hunan Normal University, 410081)

Summary: The big market size is an important advantage for the economic development of large countries. Giving full play to the advantage of market size is the starting point and foothold for building a “dual circulation” and creating new advantages for economic development. Systematically combing the theoretical logic and basic views of the research on the advantage of market size will provide an important theoretical reference for us to deeply understand the dual circulation and new advantages for economic growth.

The study of market size advantage originated from Smith’s “market scope hypothesis.” Since the mid – 20th century, economists have conducted long-term explorations based on the clues of “the performance of market size advantage-cultivating market size advantage-exerting market size advantage.” Based on the endogenous economic growth theory and the new trade theory, studies have explored the performance of market size advantage from both internal and external circulation perspectives, using theoretical models and empirical data to demonstrate the existence and mechanism of market size effects on technological progress, export, and productivity. These studies not only enrich the theoretical foundation and empirical support of the market size advantage, but also outline the development context of the market size advantage theory.

On this basis, with the expansion of Chinese economy and market, and centering on the typical facts of China’s economic growth and high-quality development, Chinese scholars have opened up a new way to study the advantages of market size, that is, to explore the mechanism for cultivating and strengthening the large domestic market and giving play to the advantages of the super large market. First, in the process of seeking the power of economic growth, explore ways to expand domestic demand and form a strong domestic market, thereby cultivating new economic advantages for large countries. Secondly, based on the understanding of the characteristics of national economic scale, explore the development pattern of large countries, study the formation of endogenous capabilities of large countries, and implement the globalization strategy based on domestic demand, and the path of constructing “dual circulation.” The research in the above fields has resulted in innovations in Chinese economics and made outstanding theoretical contributions to development economics.

Future research may consider in-depth analysis and theoretical expansion centering around the construction of “dual circulation,” especially the construction of an analytical framework combining the demand side and supply side, analyzing the institutional threshold effect that affects the market size advantage, and exploring the path to cultivate new advantages for China’s economic development and for international economic competition through the connection of the industrial chain, innovation chain and value chain. Theoretical innovation based on these may become marginal contribution to Chinese economic research.

Keywords: Market Size, Technological Innovation, Export Trade, Development Model

JEL: L10, O31, F12

责任编辑:世 晴