

中國對外商品貿易需求偏好相似理論的再驗證 Re-validation of Theory of Preference Similarity in China's Commodity Trade

秦依漫^{1*} 楊雅芬² 吳少婷² 楊國樑³
Emo Qin Ya-Fen Yang Shao-Ting Wu Grant G.L. Yang

摘要

需求偏好相似理論認為國際貿易是國內貿易的延伸，產品的出口結構、流向及貿易量的大小決定于本國的需求偏好；而一國的需求偏好又決定于該國的平均收入水平，因此大量貿易額應該存在於具有相似需求的國家。當前中國對外貿易呈現出經濟總量接近發達國家，平均收入卻屬於發展中國家水平；且各國在不同類別商品貿易性質各異，對於需求偏好相似理論是否成立則需進一步驗證。本文分別以1995年~2019年間，中國與發展中、轉型和發達經濟體之間，國內生產毛額與平均收入水平對一般商品與通信技術商品（ICT）的貿易結構進行實證分析，以檢驗中國的對外貿易結構是否符合需求偏好相似理論。研究結果顯示需求偏好相似理論在中國對外貿易上存在顯著的滯後效應，而需求偏好相似理論較能驗證在中國對轉型經濟體間，以經濟總量衡量的貿易，此結論在一般商品與ICT商品上並無差異。

關鍵詞：需求偏好相似理論、一般商品、信息和通信技術產品、貿易結構

Abstract

The theory of Preference Similarity holds that international trade is an extension of domestic trade, and the export structure, flow and volume are determined by the preference of the country which is determined by the average income level. Substantial trade should therefore exist in countries with similar needs. Currently, foreign trade of China shows that the total economic volume is close to that of developed countries, but the average income belongs to the level of developing countries. Moreover, the nature of trade in different categories of commodities varies from country to country, and further verification is needed on whether the theory of Preference Similarity is true. Based on total GDP and average income level, this paper discusses the trade structure of general commodities and information, communication and technology commodities (ICTs) between China and developing, transition and developed economies from 1995 to 2019. The results show that the theory of Preference Similarity has a significant lag effect on China's foreign trade and can be verified on the trade between China and transition economies in terms of total GDP. This is true for both general commodities and ICTs.

Keywords: Preference Similarity Theory, General Commodities, ICTs, Trade Structure

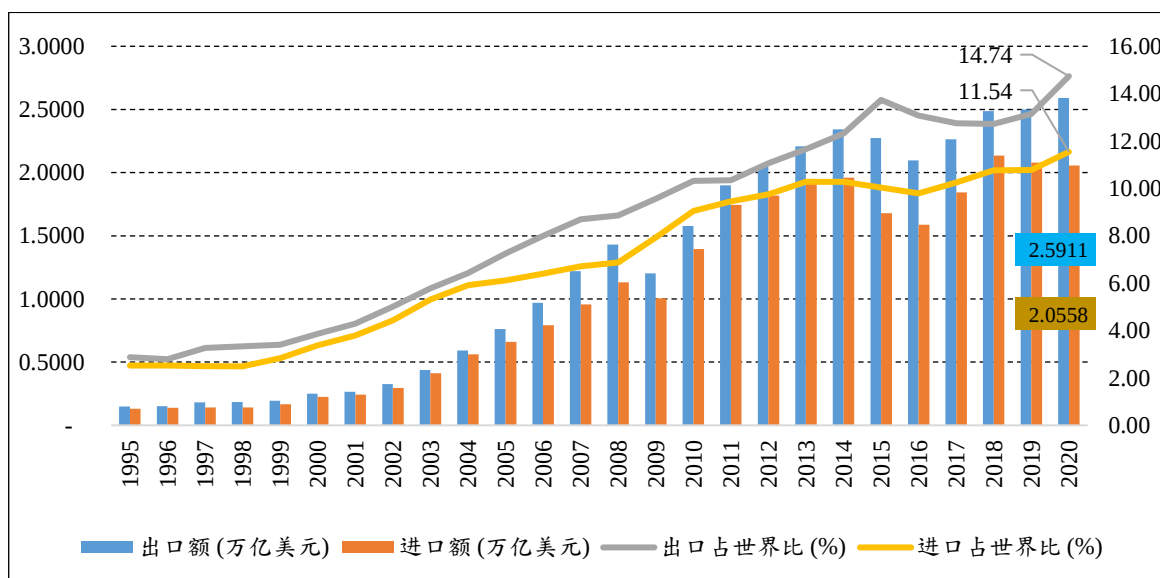
¹ 廈門大學嘉庚學院國際商務學院國際經濟與貿易專業1062566952@qq.com*通訊作者

² 廈門大學嘉庚學院國際商務學院國際經濟與貿易專業

³ 廈門大學嘉庚學院國際商務學院副教授

1. 中國對外貿易與其在經濟總量與人均收入的矛盾性

1995年至2019年間，世界經濟保持穩步增長，國際貿易與投資呈現大幅度的增加趨勢。中國經濟在25年的時間裡保持平穩快速發展，國內生產總值（GDP）從2006年開始高速增長；同時，國家出臺一系列進出口調控政策效應開始顯現，進出口商品結構得到進一步優化，外貿發展方式取得新進展。據聯合國統計，2020年，中國全年進出口貿易總額達到4.6469萬億美元，占世界比13.13%；其中出口額2.5911萬億美元，占世界比14.74%，進口額2.0558萬億美元，占世界比11.54%，出口、進口、進出口總額規模均創歷史新高，中國出口占國際市場份額穩步提升（如圖1所示）。



資料來源：聯合國數據庫UNCTADSTAT

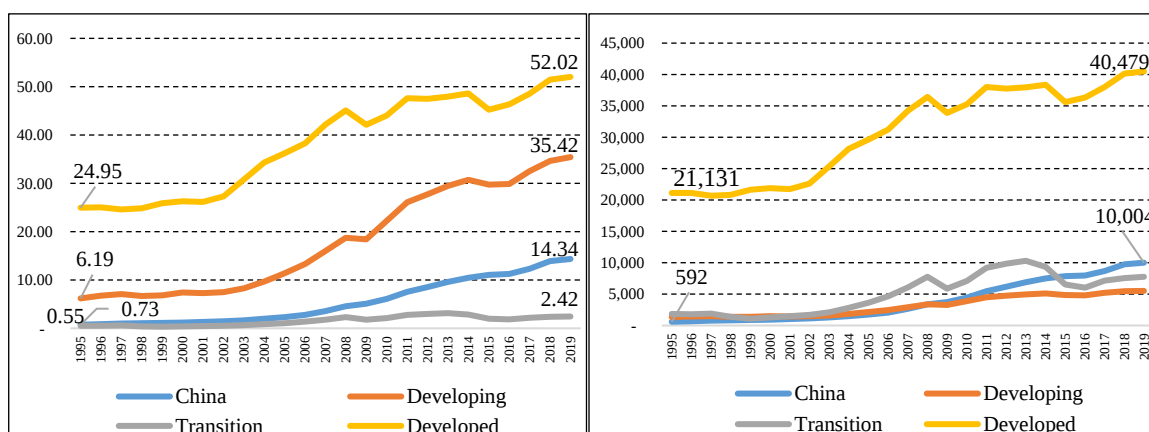
圖1. 中國全年進出口貿易總額與占世界比

在貿易國別方面，中國在1995年~2004年以發達國家的貿易為主。從2005年開始，與發展中國家的貿易達到5,582.38億美元，超過發達國家並且貿易差值不斷拉大；與新興市場國家的雙邊貿易額強勁增長，成為2007年中國外貿的新亮點，其中對俄羅斯、印度和巴西出口分別增長79.9%、64.7%和54.1%，自三國進口分別增長12.1%、42.4%和42.0%；同時，與東盟、中國香港地區、韓國、中國臺灣進出口也保持較快增長，增速分別達到25.9%、18.8%、19.1%和15.4%，與經濟轉型國家的貿易也在穩步上升，在2019年達到1,837.47億美元。

Linder（1961）的需求偏好相似理論（Theory of Preference Similarity）認為，赫克歇爾-俄林理論（Heckscher-Ohlin Model, H-O Model）對於初級產品或自然資源密集型產品的貿易模式具較好解釋能力，但是這一理論不足以解釋製成品的貿易模式；而一種產品要成為出口產品，首先必須滿足本國需求再行出口，產品被本國生產和消費是其成為出口產品的必要條件，原因在於出口是市場擴大的結果。企業家對國外市場不可能像對國內市場那樣熟悉，不可能想到一個國內不存在的需求；因而出口是市場擴大的結果，而不是開端，產品發明來自於國內市場需求。一國本身的需求才是技術革新和發明創造的推動，出口的工業品必須先有一個國內市場，才能獲得相對優勢，因為要使一種新產品最終適合市場需要，在生产者和消費者之間必須反復地交流信息；如果消費者和市場在國外，則取得信息的成本相當高昂。

需求偏好相似理論認為當平均收入水平越高，對消費的需求的質和量都會提高，對先進的資本設備需要也越高，因此兩國人均收入相同，需求偏好相似，彼此貿易範圍可能最大；但如果人均收入水平相差較大，需求偏好相異，兩國貿易則存在障礙。若兩國中一國具有某種產品的比較優勢，而另一國沒有對這種商品的需求，則兩國無從發生貿易；因此，各國應當出口那些擁有巨大國內市場的製成品，即大多數人需要的商品。一國在滿足市場需求的過程中，可以從具有相似偏好和收入水平的國家獲得出口該商品所必需的經驗和效率，因此具有相似偏好和收入水平的國家之間的貿易量最大（朱寶憲，1986）。然而這一理論對低收入的發展中國家是否適用？發展中國家的製成品貿易模式該是如何？

以中國為例，圖2顯示中國的GDP總量由1995年的0.73萬億美元快速增加到2019年的14.34萬億美元（19.5倍），並已成為全世界僅次於美國的第2大經濟體；人均GDP也從1995年的592美元增加為2019年的10,004美元（16.9倍），但仍與發展中國家處於同一水平，並與發達國家有4倍以上差距。因此，需求偏好相似理論是否仍存在於中國與發展中國家（以人均收入而論）以及中國與發達國家（以經濟生產總量而論）的國際貿易，實有值得進一步探索的必要。



資料來源：聯合國數據庫UNCTADSTAT

圖2. 1995年~2019年各經濟體以國內生產毛額與平均收入水平衡量的比較

ICT是指信息、通信和技術的組合（Information、Communication、Technology，ICT）⁴，它是信息技術與通信技術相融合而形成的一個新的概念和新的技術領域，也是在線測試儀的簡稱。ICT作為一種技術，不僅可提供基於寬帶、高速通信網的多種業務，也不僅是信息的傳遞和共享，而且還是一種通用的智能工具。ICT服務不僅為企業客戶提供線路搭建、網絡構架的解決方案，還減輕企業在建立應用、系統升級、運維、安全等方面的負擔，節約企業運營成本，因此受到企業用戶的歡迎。

伴隨各國經濟環境、技術水平和資源要素的不斷變化，ICT產業在全球範圍內的分工也不斷細化和深化。當前，ICT產業的區域佈局呈現美國領跑高端芯片、基礎軟件等領域，日本在上游材料和裝備方面占優，韓國存儲領域更為強勢，歐盟傳感器技術水平領先，而中國則在整機集成領域地位突出。各國在ICT產業鏈的不同環節發揮個別優勢，分工協作，促進全球ICT產業的繁榮壯大。

⁴ 依照聯合國數據庫分類，ICT商品包括：Computers and Peripheral Equipment, Communication Equipment, Consumer Electronic Equipment, Electronic Components, Miscellaneous等。

信息和通信技術的技術除了在企業運營的重要性外，更重要的是讓經濟落後的國家有更多機會獲得先進的信息和通信技術（王文雅，2014）。隨著通訊與運輸技術的不斷革新以及經濟全球化的發展，距離對於雙邊貿易的制約性不斷下降；許多國家紛紛成立促進信息和通信技術發展的組織，信息技術相對落後的國家若不抓住機遇迎頭趕上，隨著信息技術的不斷發展，有信息技術的較發達國家和沒有信息技術的較不發達國家間的經濟差距將越來越大。當今互聯網等信息技術的進步，大幅縮短各國間的信息距離，企業瞭解國外信息的成本大為降低；企業在全球內的區位選址已不僅只是為了追逐市場，競爭力也非全然來自於較近的市場距離（王紹媛與張曉磊，2013），致使需求偏好相似理論在貿易結構的適用性受到質疑。

本文探討需求偏好相似理論在一般商品與ICT商品間的一致性，並以1995年~2019年中國與發展中、轉型與發達國家間的一般商品貿易與ICT商品貿易，檢驗以國內生產毛額與平均收入水平衡量的需求偏好相似理論是否成立，並進一步驗證中國在ICT商品間的貿易是否因為與夥伴國經濟水平差距較小而增加，以提供需求偏好相似理論在一般商品以外的實證。

2. 需求偏好相似理論評述

基於需求偏好相似理論，企業首先應選擇國內市場巨大的產業進行出口貿易，同時最有可能發生在偏好相似的國家之間（往往是相鄰國家市場），因此，國際化經營往往表現為漸進式。根據Linder的理論，國際貿易被視為國內貿易的延伸，因此產業一開始往往表現為國內經營，待國內市場飽和後或因偶然機會（被動地）才向外延伸到國際市場；根據需求偏好相似原則，首先選擇的是相鄰國家市場，而後才是全球市場。Linder還認為，一國將出口那些國內需求規模大或具有代表性需求的产品，這是因為廠商往往對國內的機會更敏感，對新產品的不斷改進也只有為國內消費者接受的情況下，帶來顯著的成本降低。

需求偏好相似理論的基本觀點是，重疊需求是國際貿易產生的一個獨立條件；兩國之間的需求結構若是接近，則兩國之間進行貿易的基礎就越雄厚。當兩國的人均收入水平越接近時，則重疊需求的範圍也就越大，兩國重疊需求的商品都有可能成為貿易品；如果各國的國民收入不斷提高，則由於收入水平的提高，新的重疊需求的商品便不斷地出現，貿易也相應地不斷擴大，貿易中的新品種就會不斷地出現。因此，收入水平相似的國家，互相間的貿易關係就可能越密切；反之，如果收入水平相差懸殊，則兩國之間重疊需求的商品可能很少，貿易的密切程度也就很小。

需求偏好相似理論基於兩個假設條件。首先是需求結構不同的假設（或稱消費者行為假設）：在一國之內，需求受消費者的收入水平決定。不同收入階層的消費者偏好不同，收入越高的消費者越偏好奢侈品，收入越低的消費者越偏好必需品，但如果消費者收入水平相同，則其偏好也相同；一般情況下，一國對該國平均檔次的商品的需求量最大，其成為代表性需求。其次是兩國需求重疊的假定：廠商根據消費者收入水平與需求結構來決定其生產方向與內容，而生產的必要條件是對其產品存在有效需求。如果兩國的平均收入水平相近，則兩國的需求結構也必定相似；反之，如果兩國的收入水平相差很大，則其需求結構也必存在顯著的差異。

在此基礎上，貿易按照以下流程進行：一國人均收入水平提高=>對工業製成品尤其是奢侈品的需求增加（恩格爾定律）=>帶動本國工業製成品生產增加，結果使產量的增加超過需求的增長，從而有能力出口=>對於這類產品，只有收入水平相近

的國家才會有較多的需求，因而出口對象國是收入水平相近、需求相似的國家，使得兩國間貿易量增大。

張英與劉渝琳（2007）選取2001年~2005年中國與各國的貿易額數據，論證需求偏好相似理論適用於所有收入水平相似國家之間的貿易，從而將需求偏好相似理論的應用拓展到發展中國家間的貿易；蔣國洲與吳洪瑋（2009）運用數理模型，驗證2007年中國外貿國別結構與需求相似理論相吻合；佟東（2014）通過對文化產品和服務同主要貿易夥伴在需求上具有重疊性的分析，認為需求偏好相似理論適用於分析中國文化貿易；孫建軍（2014）也實證浙江省文化產品對外貿易符合需求偏好相似理論，尤其文化產品的生產能力、消費能力與其在國際市場的競爭優勢，在文化產品貿易中發揮重要作用。然而現實經濟是一個非常複雜的系統，國際貿易發生的原因與國際貿易格局的形成，其背後的影响因素相當複雜；一個國家貿易需求的形成也受多方面因素的影響，即使是同一個國家在不同的階段，受各種因素的影響程度也有很大的差別。

中國貿易情況的實證結果部份偏離了需求偏好相似理論，導致這種偏離性的原因眾多。例如，國家之間存在對最終產品和中間產品的不同的國內需求，並且這種不同的需求影響貿易格局；然而影響需求的因素是相當複雜的，僅憑國民收入水平的高低來決定需求水平的論斷，實難充分解釋現實經濟生活。黨軍與馮宗憲（2007）認為產業結構優化和出口商品結構改變，造成國際貿易比較優勢結構的調整和改變，進而引起一國貿易方式的改變與貿易方向的調整；黃娟（2009）實證中國文化貿易反而發生在收入水平差距較大的國家之間，即偏離需求偏好相似理論的結果。

霍步剛（2008）檢驗中國文化貿易偏離需求偏好相似理論，認為文化貿易具有不同於貨物貿易的兩個特點：一是表現在平均收入水平僅決定文化貿易的交易數量，不決定文化貿易的內容；另外，貨物貿易交易的是有形產品，而文化貿易交易的是無形產品，這種產品的消費與供給是同時進行的。而且文化貿易的內容取決於一個國家民族文化的情結，這種情結難以在短期內改變；因此文化貿易在收入水平相當的情況下，兩國之間的產業內貿易不如貨物貿易明顯。二是文化貿易比貨物貿易更有可能發生在相鄰國家市場，因為文化傳播具有地域上的便利性和文化趨同性，文化趨同又表現為邊境附近文化接受的漸進性；而漸進式國際化經營的產業往往是國內外需求偏好相似的產業，一開始表現為國內經營，待國內市場飽和後或因偶然機會才被動地向外延伸到相鄰國家市場，而後才是全球市場。趙有廣（2009）認為文化產品的消費著眼於文化產品的審美、情感、道德、宗教等的內容，以及由此引起的心理愉悅、甚至精神刺激、快感。產品如果不能滿足消費者的這些需求，無論供給方如何促銷，產品還是賣不出去，因此文化產品是需求決定生產和貿易，研究需求才有可能生產出適銷對路的文化產品並擴大貿易量。例如馮千駒（2020）以2003年~2015年貿易數據，從貿易規模、空間佈局和商品結構三個維度，分析中國與“一帶一路”沿線支點國家文化貿易現狀，顯示中國對沿線國家文化貿易存在較大出口潛力，其中英國和德國的出口潛力最大，希臘的出口潛力最小。從商品層面看，視聽媒體、出版物、新媒體、視覺藝術、工藝品和文化設計類商品出口潛力較大，表演藝術和視聽媒體類商品出口潛力較小。

需求偏好相似理論不能用於解釋中國的貿易狀況，還有收入水平結構上的差異。個人的消費函數是個人收入水平的增函數，因而每個人的收入水平將會影響消費者在各類水平或垂直產品上花費的分配比例；同樣，國家間人均收入和收入分配的不同，是造成國內需求水平結構和層次不同的主要原因。非相似的效用函數能解釋不

同收入水平和收入分配的國家之間，對水平或垂直各種產品上不同國內需求的各種形式，但影響需求的經濟因素眾多且複雜，儘管收入對消費的影響力很大，但不同的收入水平並非就意味著具有不同的需求偏好；換言之，收入水平與需求偏好不具有絕對的相關性。此外，Le（2014）認為相對國家規模的不對稱影響，是造成需求偏好相似理論偏離的因素；即使貿易夥伴國具有相同的收入水平和需求偏好，在開放市場經濟條件下，由於要素、技術稟賦和生產工藝不同，導致商品與服務的相對價格差異，以及政府對貿易的管制和區域貿易協定，都會導致貿易結構偏離需求偏好相似理論（李國疆與曹永琴，2005）。例如王紹媛與張曉磊（2013）以中國與印度在太陽能 and 風能開發領域存在需求相似性為例，兩國合作前景較好；但是在核能開發領域即使存在高度的需求相似性，在短期內也不會出現高水平的雙邊合作。

上述的因素使需求偏好相似理論只能在滿足一定的前提假設下才能發揮作用，面對複雜的現實經濟生活，需求偏好相似理論的解釋能力則大打折扣；而上述的分析具有一般性，因此也同樣適於對中國貿易結構的解釋，即中國的貿易結構無法充分滿足符合需求偏好相似理論。

3. 需求偏好相似理論計量模型分析

3.1 模型的建立

本文根據1995年~2019年中國的外貿結構進行實證分析，以檢驗中國的外貿情況是否偏離需求偏好相似理論。根據1995年~2019年中國與貿易夥伴進出口貿易總額（TRADE）、中國與貿易夥伴國民生產總值差額絕對值（DGDP）以及中國與貿易夥伴人均收入水平的差額絕對值（DGDPC）分別取對數，並依據發展中經濟體（developing economies）、轉型經濟體（transition economies）和發達經濟體（developed economies）三類貿易夥伴，針對一般商品與ICT商品構建含滯後變數的回歸方程模型：

$$\ln \text{TRADE}_i = \alpha_0 + \alpha_1 \ln \text{TRADE}_{-1} + \alpha_2 \ln \text{DGDP}_i + \alpha_3 \ln \text{DGDP}_{-1} + \varepsilon_i \quad (1)$$

$$\ln \text{TRADE}_i = \beta_0 + \beta_1 \ln \text{TRADE}_{-1} + \beta_2 \ln \text{DGDPC}_i + \beta_3 \ln \text{DGDPC}_{-1} + e_i \quad (2)$$

其中 $\ln(\cdot)$ 為各變數的對數， i 為貿易夥伴， ε 與 e 為誤差項；（1）式與（2）式分別以國民生產總值與人均收入水平，針對一般商品與ICT商品進行衡量。

3.2 中國與發展中經濟體

本部分通過利用Eviews10.0針對中國與發展中經濟體貿易結構進行多元線性回歸，模型結果如表1所示。一般商品模型以經濟總量衡量顯示滯後效果顯著影響雙邊貿易，貿易滯後彈性為正且接近1；以當期經濟總量差額表示的需求偏好相似在滯後期（-1.5152）而非當期（1.4406）獲得驗證，顯示中國與發展中經濟體在一般商品貿易的關係持續且穩定，不因經濟總量差異而有所改變。一般商品模型以人均收入衡量顯示滯後效果顯著影響雙邊貿易，貿易滯後彈性為正且接近1；以當期人均收入差額表示的需求偏好相似在當期獲得驗證，但其彈性相對過小（-0.0640）且不具統計顯著性，顯示中國與發展中經濟體在一般商品貿易的關係持續且穩定，不因人均收入差異而有所改變。

表1. 中國與發展中經濟體貿易結構模型

	一般商品		ICT商品	
	經濟總量模型	人均收入模型	經濟總量模型	人均收入模型
C	1.4230	0.7339	-1.5377	1.8978
(t-統計量)	(1.0332)	(1.3205)	(-0.5037)	(4.1335)**
LTRADEG ₋₁	0.9916	0.9813	0.7183	0.8573
	(11.2809)**	(32.5806)**	(5.0008)**	(19.9255)**
LGDPG	1.4406	-0.0640	1.2220	-0.0134
	(4.9674)**	(-1.7014)	(2.6818)*	(-0.3700)
LGDPG ₋₁	-1.5152	0.0301	-0.9062	0.0212
	(-6.2201)**	(0.8013)	(-2.7796)*	(0.5919)
R^2	0.9940	0.9848	0.9839	0.9754
$\bar{R}^2$	0.9931	0.9825	0.9807	0.9705
D-W	1.6720	1.6982	2.2447	1.8714

* 表示顯著水平在95%以上；** 表示顯著水平在99%以上

ICT模型以經濟總量衡量顯示滯後效果亦顯著影響雙邊貿易，貿易滯後彈性為正但稍弱（0.7183）；以當期經濟總量差額表示的需求偏好相似在滯後期（-0.9062）而非當期（1.2220）獲得驗證，顯示中國與發展中經濟體在ICT商品貿易的關係持續且穩定，不因經濟總量差異而有所改變。ICT商品模型以人均收入衡量顯示滯後效果亦顯著影響雙邊貿易，貿易滯後彈性為0.8573；以當期人均收入差額表示的需求偏好相似也在當期獲得驗證，但其彈性相對過小（-0.0134）且不具統計顯著性，顯示中國與發展中經濟體在ICT商品貿易的關係持續且穩定，不因人均收入差異而有所改變。

3.3 中國與轉型經濟體

針對中國與轉型經濟體貿易結構進行多元線性回歸，模型結果如表2。一般商品模型以經濟總量衡量顯示滯後效果顯著影響雙邊貿易，貿易滯後彈性為正且稍大於1；以當期經濟總量差額表示的需求偏好相似在當期（-0.9851）而非滯後期（0.8398）獲得驗證，顯示中國與轉型經濟體在一般商品貿易滿足需求偏好相似理論。

表2. 中國與轉型經濟體貿易結構模型

	一般商品		ICT商品	
	經濟總量模型	人均收入模型	經濟總量模型	人均收入模型
C	1.1644	0.7981	3.3123	0.5869
(t-統計量)	(1.9366)	(1.6956)	(1.9149)	(0.8621)
LTRADEN ₋₁	1.0712	0.9505	1.0105	0.8818
	(10.2537)**	(21.4685)**	(7.5932)**	(11.3774)**
LGDPN	-0.9851	0.3510	-2.0058	0.5550
	(-2.4029)*	(4.2184)**	(-1.9947)	(3.1278)**
LGDPN ₋₁	0.8398	-0.3238	1.8119	-0.4840
	(2.4285)*	(-3.8773)**	(2.0310)	(-2.5001)*
R^2	0.9787	0.9861	0.9584	0.9681
$\bar{R}^2$	0.9755	0.9841	0.9501	0.9617
D-W	1.9339	2.1339	2.2423	2.6722

* 表示顯著水平在95%以上；** 表示顯著水平在99%以上

中國與轉型經濟體貿易一般商品模型以人均收入衡量亦顯示滯後效果顯著影響雙邊貿易，貿易滯後彈性為正且接近1；以當期人均收入差額表示的需求偏好相似在滯後期（-0.3238）而非當期（0.3510）獲得驗證，但其彈性雖具統計顯著性但幅度不大。

中國與轉型經濟體在ICT商品貿易模型中，以經濟總量衡量顯示滯後效果亦顯著影響雙邊貿易，貿易滯後彈性為正且稍大於1；以當期經濟總量差額表示的需求偏好相似在當期獲得驗證（-2.0058），顯示中國與轉型經濟體在ICT商品貿易較能滿足需求偏好相似理論。ICT商品模型以人均收入衡量顯示滯後效果亦顯著影響雙邊貿易，貿易滯後彈性為0.8818；以當期人均收入差額表示的需求偏好相似在滯後期獲得驗證，其彈性適中（-0.4840）且具統計顯著性，顯示中國與轉型經濟體在ICT商品貿易的關係持續且穩定，不因人均收入差異而有所改變。

3.4 中國與發達經濟體

針對中國與發達經濟體貿易結構進行多元線性回歸，模型結果如表3所示。綜言之，中國與發達經濟體無論在一般商品模型或ICT商品模型，無論以經濟總量衡量或人均收入衡量均具有高度的一致性。表3顯示滯後效果顯著影響中國與發達經濟體雙邊貿易，貿易滯後彈性為正且均接近1；以當期經濟總量差額表示的需求偏好相似在滯後期（彈性約-1.4左右）而非當期（彈性約1.5~1.8）獲得驗證且具統計顯著性，顯示中國與發達經濟體無論在一般商品模型或ICT商品模型，無論以經濟總量衡量或人均收入衡量，均未能滿足需求偏好相似理論的假設。

表3. 中國與發達經濟體貿易結構模型

	一般商品		ICT商品	
	經濟總量模型	人均收入模型	經濟總量模型	人均收入模型
C	-5.1884	-1.5313	-2.7759	-0.2108
(t-統計量)	(-1.6690)	(-1.0828)	(-0.5408)	(-0.0813)
LTRADED ₋₁	0.9032	0.9179	0.8540	0.8638
	(19.9525)**	(21.4424)**	(11.7358)**	(11.9088)**
LGDPD	1.8332	1.7797	1.6584	1.5354
	(6.3293)**	(6.7688)**	(4.6249)**	(4.5684)**
LGDPD ₋₁	-1.4140	-1.4577	-1.3911	-1.3456
	(-4.1069)**	(-4.7565)**	(-3.3115)**	(-3.4581)**
R^2	0.9955	0.9958	0.9869	0.9869
$\bar{R}^2$	0.9948	0.9952	0.9842	0.9842
D-W	2.3908	2.3256	2.5773	2.4595

* 表示顯著水平在95%以上；** 表示顯著水平在99%以上

4. 結語

需求偏好相似理論與要素稟賦理論各有其不同的適用範圍，要素稟賦理論主要解釋發生在發達國家與發展中國家之間的產業間貿易（Inter-industry trade），即工業品與初級產品或資本密集型產品與勞動密集型產品之間的貿易；而需求偏好相似理論則適合於解釋發生在發達國家之間的產業內貿易（Intra-industry trade），即製造業內部的水平式貿易。因此，需求偏好相似理論是對要素稟賦理論的發展和完善。

本研究針對中國與發展中、轉型與發達經濟體，選擇一般商品與ICT商品之間貿

易總量，以經濟總量與人均收入水平進行需求偏好相似理論的驗證，結果顯示需求偏好相似理論在中國對外貿易上存在顯著的滯後效應，而需求偏好相似理論較能驗證在中國對轉型經濟體間，以經濟總量衡量的貿易，此結論在一般商品與ICT商品上並無差異。本研究實證需求偏好相似理論無法完全解釋中國對外的貿易結構與貿易關係，也無法驗證收入水平相近的國家之間存在產業內貿易的基礎。

需求偏好相似理論對於解釋第二次世界大戰以來迅速發展的發達國家之間的產業內貿易具有特別的意義，因為國內需求的構成和層次上的差異，對國際貿易格局有重要影響；而國內需求在國際化的過程中，若廠商具有動態或外在規模經濟特徵，則廠商會獲得長期的競爭優勢；且國內消費者之間的競爭與效仿，也為國內供應廠商提供刺激創新的豐富土壤；此外，對某個產品門類國內需求的高增長，會對公司的國際競爭力有正面影響。現實經濟是一個複雜的系統，各國收入水平不一定能真實反映需求偏好，決定需求偏好的因素眾多且複雜，即使貿易夥伴國具有相同的收入水平和需求偏好，在開放市場經濟條件下，由於要素、技術稟賦和生產工藝不同，導致商品與服務的相對價格差異，以及政府對貿易的管制和區域貿易協定，都會導致貿易結構偏離需求偏好相似理論。

由於區域貿易協定具有貿易創造與貿易移轉的功能，締約國之間實行互惠的貿易政策，會產生締約國雖與區域貿易協定外的國家具有相似的收入水平與需求偏好，但由於互惠政策產生的貿易協定內外價格差異，導致雙邊貿易總額無法充分顯示收入水平的相似性。在當前區域貿易協定廣泛存在下，各國間的進出口與貿易總額並非由需求相似所決定，貿易創造與貿易移轉的功能進一步削弱需求偏好相似理論在現實經貿的解釋能力。

參考文獻

1. 朱寶憲(1986)。偏好相似理論與發展中國家間的製成品貿易。清華大學學報(哲學社會科學版)，2，58-66。
2. 王文雅(2014)。淺析中美貿易規模的影響因素。商場現代化，13，22-22。
3. 王紹媛、張曉磊(2013)。中印新型能源貿易合作研究-基於修正的需求相似理論。新興經濟體發展與廣東對外經貿合作新機遇-中國新興經濟體研究會2013年會暨新興經濟體合作與發展論壇，13-21。
4. 張英、劉渝琳(2007)。從需求偏好相似理論預測中國-東盟自由貿易區的貿易前景。國際經貿探索，9，59-63。
5. 蔣國洲、吳洪璋(2009)。中國外貿結構與需求相似理論吻合性的實證檢驗-基於2007年數據的分析。廣東外語外貿大學學報，20(2)，36-39。
6. 佟東(2014)。基於偏好相似理論的我國文化產業走出去戰略研究。上海文化，10，9-15。
7. 孫建軍(2014)。基於需求偏好相似理論的浙江文化產業貿易發展研究。現代經濟信息，5，386-387。
8. 党軍、馮宗憲(2007)。對華貿易摩擦與我國對外貿易地理方向調整-基於收入需求偏好相似理論的分析。人文地理，5，66-68+93。
9. 黃娟(2009)。基於林德模型的中國文化貿易現狀的實證分析。價格月刊，8，70-72。
10. 霍步剛(2008)。中國文化貿易偏離需求相似理論的實證檢驗。財經問題研究，7，15-18。

11. 趙有廣 (2009)。文化貿易中重疊需求因子的分析與設計。鄭州大學學報 (哲學社會科學版), 42(2), 66-70。
12. 馮千駒 (2020)。增長動因與貿易潛力—基於中國與“一帶一路”沿線支點國家文化產品貿易的實證分析。紹興文理學院學報 (人文社會科學), 40(6), 92-100。
13. 李國疆、曹永琴 (2005)。中國貿易中的需求偏好相似理論的實證分析。雲南財貿學院學報, 3, 27-32。
14. Le, D. N. (2016). Linder hypothesis and trade of quality differentiated good: A case of cosmetic industry of China. *Modern Economy*, 7(3), 307-313.
15. Linder, S. (1961). *An Essay on Trade and Transformation*. New York: Wiley.

收稿日期: 2021-04-27
責任編輯、校對: 江雅軒、潘清