

方言、移民史与区域间贸易*

□高 超 黄玖立 李坤望

摘要:语言和文化差异是影响企业跨国和跨地区贸易的重要因素。本文基于世界银行中国企业调查数据考察了方言距离对企业跨省份销售行为的影响。为了有效地识别因果关系及其深层历史根源,本文利用清代和民国时期的跨区域移民信息构造了方言距离的工具变量。研究表明,方言所代表的地域文化差异是影响中国企业跨区域贸易决策的重要因素:企业所在城市与销售目的市场之间的方言距离越大,企业进入该市场的可能性越小。本文的研究还表明,地域文化差异对区域间贸易的影响是中国历史上大规模移民的经济遗产。

关键词:区域间贸易 方言 地域文化 移民史

一、引言

中国是一个多民族国家,多元文化交融并存,表现之一就是普通话与方言并行不悖。为了规范现代汉语的使用,中国政府从1956年开始推广普通话,1982年将“国家推广全国通用的普通话”写入宪法。经过几十年的努力,普通话已经在全国范围内初步普及。但是,方言并未因此而退出历史舞台。实际上,人们在日常生活中仍在广泛地使用方言,形成了普通话与方言并用的局面。根据《中国语言文字使用情况调查资料》(2006)的统计,全国能够使用汉语方言与人交谈的比例占86.38%,并且有80.82%的人在与家里人交谈时常使用方言。

根据《汉语方言大词典》(1999)和《中国语言地图集》(1987)的划分,中国汉语方言分为九个方言大区:官话、晋语、赣语、徽语、吴语、湘语、客家话、粤语和平话。方言大区之下又可进一步细分为两个方言层级:方言区和方言片。例如,官话方言大区内包含北京官话、冀鲁官话、中原官话、东北官话、胶辽官话、江淮官话、西南官话和蓝银官话等多个次级官话方言区。方言作为语言,或者更准确地说,作为一种口语,一方面是人们表达、沟通的媒介以及经济活动中交流的载体;另一方面是地域文化的重要代表,族群划分和身份识别的重要维度。方言的两重角色对社会经济生活具有深刻影响。

方言地理格局是如何形成的呢?根据历史地理学和汉语语言学的研究,汉语方言的分化以及方言地理格局的演化与形成,是一个长期的历史发展过程,是历史上大规模人口迁移、行政区划、山川阻隔等多种因素共同作用的结果。其中决定性的因素之一是历史上的数次大规模移民(周振鹤、游汝杰,2006),移民引起方言的消亡、更替、融合、并用等变化。方言演化的种种不同形态,与移民数量的多寡、迁徙过程的长短、迁徙距离的远近,以及移民和土著的文化背景等多方面因素有着密切的关系。因此,移民史是方言地理及其经济影响的深层历史动因。

除了方言所代表的多元地域文化,本文的另一个现实背景是巨大的经济体量之下,独具中国特色的既分割又融合的区域经济格局。中国广阔的地理疆域以及不同地区之间普遍存在的贸易壁垒,为我们提供了一个类似国际贸易的空间结构(Poncet, 2003; 2005; 黄玖立、洗

*本文为国家自然科学基金面上项目(编号:71473133、71873071)和中央高校基本科研业务费专项资金“国内贸易成本、地区禀赋与企业的进出口决策”(编号:63182007)的阶段性成果之一。黄玖立为本文通讯作者。

国明,2012;Huang et al.,2015)。有关中国区域间贸易的讨论通常聚焦于两类贸易壁垒:第一类是自然、地理和技术类的因素,第二类则是政策性和制度性的因素。第一类因素与国际贸易类似,主要包括企业在贸易过程中,为克服地理距离所面临的运输和通讯成本(Anderson and van Wincoop,2004),与此密切相关的是交通、通讯等基础设施的完善和便利程度。在第二类因素中,讨论最多的则是普遍存在的地方保护主义所导致的区域市场壁垒(李善同等,2004;Xu and Fan,2012;叶宁华、张伯伟,2017),即在政治集权、经济分权的制度框架之下,地方官员出于本地经济绩效和自身政治晋升的考虑,运用经济、行政、司法等各类手段阻止外地企业进入本地市场,从而达到保护本地企业的目的(周黎安,2004)。此外,从前文有关汉语方言与地域文化的论述中,我们会很自然地意识到,除上述两类传统因素外,很可能还存在着另一类相对隐性的区域贸易壁垒,即由语言、文化的差异所导致的贸易成本(Lameli et al.,2015;Guiso et al.,2009)。这种微妙的“文化壁垒”在现实中往往不易被人们觉察,已有文献也对其关注较少。

基于以上分析,本文将研究主题聚焦于语言、文化差异对区域间贸易的影响,试图回答如下问题:方言所代表的地域文化差异会构成企业跨区域市场进入的障碍吗?或者反过来说,不同地区在方言与文化上的趋近能够推动这些地区之间的贸易吗?进一步地,方言通过何种机制影响区域间贸易?方言影响区域间贸易的深层根源又是什么?

为回答上述问题,本文主要做了如下几项工作:(1)首先根据各地区的方言归属,构造了区域间的方言距离,来度量不同地区之间方言以及地域文化的差异程度,然后结合世界银行调查数据所提供的中国企业跨省销售的信息,实证检验了方言与企业跨区域贸易决策之间的因果关系。(2)如前文所述,历史地理学和汉语语言学的研究认为,影响方言地理格局形成的决定性因素是历史上大规模的人口迁移。因此,我们依据历史学文献中关于大规模移民的记载和研究,收集整理了清代和民国时期大规模跨省份移民的信息,并据此构造了双边历史移民变量作为方言距离的工具变量,从而进一步识别和检验方言影响区域间贸易的历史根源。(3)本文通过排除交流障碍,验证了方言的“文化效应”;在此基础上,从企业定制化生产的角度,进一步识别了方言与地域文化作为非正式制度影响企业区域间贸易的机制。此外,我们还从企业生产率、规模、广告策略等多个维度,考察了方言文化影响在企业层面的异质性。

本文的研究表明:(1)方言距离所代表的地域文化差异是影响企业跨区域贸易决策的重要因素。具体而言,在其他条件一定时,方言距离的增大显著降低了企业跨省份销售的概率,亦即企业更倾向于进入方言与本地接近、地域文化与本地趋同的外省市场。(2)工具变量回归与基准回归的估计结果基本一致,这验证了本文核心结论的可信性。更具有启发意义的是,工具变量的估计结果显示,历史上的移民关系与方言距离具有较强的相关性,并且仅通过方言的渠道影响现今企业的跨区域贸易活动。这表明方言、文化对区域间贸易的影响,可以视为历史上大规模移民的一种长期影响。(3)方言与地域文化作为一种非正式制度是影响企业跨区域贸易的重要机制。而且,方言文化的影响表现出企业层面的异质性:高生产率企业和大企业在跨区域贸易的选择上,受方言文化的约束较小;积极的广告营销策略能够在一定程度上帮助企业克服方言文化障碍。

本文的贡献主要体现在3个方面:(1)本文的研究拓展了方言经济影响这一领域的文献。与已有众多研究不同,本文将目光转向方言文化对企业区域间贸易的影响,并利用历史移民信息构造工具变量,进一步挖掘了这种影响的历史根源。(2)本文的研究丰富了我们对企业在国内区域间贸易行为的理解。由于数据所限,现有关于国内区域间贸易的研究,集中于对区域间贸易壁垒(市场分割、边界效应)及其形成因素、经济影响的测度与分析,鲜有对贸易模式的直接研究,企业层面的微观分析更是凤毛麟角。本文从企业跨区域市场进入的微观行为入手,对中国国内区域间贸易的模式给出了一个基于文化和历史视角的解释。(3)本文为语言、文化与国际贸易这一经典命题提供了一个来自“国内”企业层面的证据。相比于现有基于跨国数据的实证研究,本文基于“国内”企业数据的研究在识别因果关系、具体影响渠道以及考察企业异质性等3个方面具有独特优势。

本文余下的结构安排如下:第二部分是文献综述和研究假说;第三部分是数据与描述;第四部分是模型与估计策略,包含基准分析和工具变量两部分;第五部分报告并分析估计结果;第六部分是进一步讨论,包括影

响机制探讨、稳健性检验和异质性分析3个方面;第七部分为结论与启示。

二、文献综述和研究假说

与国际贸易研究相比,有关国内区域间贸易的研究,无论在数量还是深度方面,都存在明显不足。造成这种局面的主要原因是数据的缺乏。正因此,已有关于国内区域间贸易的研究,大多集中于对区域间贸易壁垒(市场分割、边界效应)及其形成因素(Poncet, 2003; 2005; Xu and Fan, 2012; 潘文卿、李跟强, 2017)、经济影响(郑毓盛、李崇高, 2003; 朱希伟等, 2005; 张杰等, 2010)的测度与分析。有关贸易模式的直接研究很少,特别值得一提的是,徐现祥和李郇(2012)利用1985~2008年中国省际双边铁路货运贸易数据,探讨了中国的省际贸易模式。

本文所使用的数据来自世界银行在2003年对中国企业所做的抽样调查。该数据的独特之处在于其提供了被调查企业的跨省份销售信息,这使得研究企业跨区域贸易的行为成为可能。本文的工作与如下几篇文献有一定联系:黄玖立和冼国明(2012)、Huang等(2015)以及叶宁华和张伯伟(2017)。这几篇文献与本文的共同之处在于,都利用了世界银行调查数据提供的中国企业跨省份销售的信息。前3篇文献利用这套独特的数据,将中国国内区域间贸易置于异质性企业贸易理论(Melitz, 2003)的视角下来考察,发现生产率的异质性不仅是影响企业出口行为的重要因素,而且对于解释企业在国内区域市场的行为同样适用。叶宁华和张伯伟(2017)则着重考察了地方保护对企业市场扩张选择的影响。本文在这些文献的基础上,从企业跨区域市场进入的微观行为入手,对中国国内区域间贸易的模式给出了一个基于文化和历史视角的解释。

本文的研究还拓展了有关方言的经济影响的研究。已有文献大体可以归为两类,一类关注地区内部方言的多样性所带来的影响,另一类则关注不同地区之间方言的差异性所带来的影响。现有文献中,第一类研究主要考察了方言的多样性对经济增长(徐现祥等, 2015)、地区开放(李光勤等, 2017)和社会信任(黄玖立、刘畅, 2017)等方面的影响,这些研究均验证了方言复杂性的负面影响,在一定程度上可以相互印证。

在第二类研究中,一部分文献从个体层面考察方言差异的影响。比如, Falck等(2012)、李秦和孟岭生(2014)以及刘毓芸等(2015)分别以德国和中国为背景,考察了方言对人口和劳动力流动的影响。Chen等(2014)研究了流入上海的劳动力所掌握的上海方言对其收入的影响。戴亦一等(2016)考察了方言对公司治理的影响,发现董事长与总经理的方言一致性能够显著降低上市公司的代理成本。此外,魏下海等(2016)还考察了方言技能对流动人口创业选择的影响。另一部分文献则关注方言差异对区域发展的影响,比如, Herrmann-Pillath等(2014)、高翔和龙小宁(2016)、阮建青和王凌(2017)、刘毓芸等(2017)及林建浩和赵子乐(2017)分别从市场分割、行政区划、市场制度、资源配置和技术扩散的角度,考察了方言差异对区域发展的影响。

本文的研究与第二类文献联系更加密切。与已有文献不同,本文将目光转向方言文化对企业区域间贸易的影响,并进一步挖掘了这种影响的历史根源,从而为我们从文化和历史的角度理解中国区域经济发展提供了新的视角和证据。

方言对区域间贸易的影响,与语言对国际贸易的影响在本质上是—致的,都属于语言影响贸易即商品的跨区域销售。在国际贸易研究的经典框架——引力模型中,语言因素是必备的要件。然而,长期以来,在大多数研究中,“共同语言”通常只是作为控制变量的“配角”出现,往往并非研究者们关注的焦点。近年来,经济学家通过吸收语言学的研究成果,深入探讨了语言、文化对国际贸易的影响及其机制,并运用跨国数据予以检验(Melitz, 2008; Lohmann, 2011; Melitz and Toubal, 2014; Egger and Lassmann, 2015; Fidrmuc and Fidrmuc, 2016)。已有文献认为,语言大体上通过两种途径影响国际贸易。其一,显而易见地,两个国家使用相同或者相近的语言,可以显著降低沟通成本。一方面,如果两个国家的语言比较相近,那么,其中一国的国民学习和掌握另一国的语言就比较—容易,比如很多讲西班牙语的人也能讲(至少可以听懂)葡萄牙语;另一方面,对于那些不会外语的人来说,相近语言的翻译成本也通常比较低。其二,语言的相近性往往意味着两国在文化与历

史方面的关联,而这种关联对双边贸易的影响不可低估。比如,巴西主要使用葡萄牙语,正是因为巴西历史上曾是葡萄牙的殖民地,而且长达300多年。历史上的关联是两国之间经济贸易往来密切的重要因素。

类似地,方言对国内区域经济的影响也表现在两个方面:一方面,方言差异导致语言沟通方面的障碍,会为区际经济贸易往来带来额外的交易成本;另一方面,方言不仅反映着当地的风俗习惯和文化传统,而且在深层次上反映着其使用者的特质,比如思想观念和思维方式。使用同一种方言的人之间更容易形成身份和心理上的归属感和认同感,从而增进彼此间的互动、信任与合作。借用Guiso等(2009)的分析,前者体现的是方言的“交流效应”,反映的是方言作为语言的维度;后者体现的是方言的“文化效应”,反映的是方言代表地域文化的维度。

本文以中国为研究对象,考察方言对区域间贸易的影响,实际上是在一国之内考察语言、文化对贸易的影响(Lameli et al., 2015)。事实上,普通话在全国范围内初步普及、方言与普通话并用的现实背景,恰好为我们揭示方言影响企业跨区域贸易的具体渠道提供了理想的条件:普通话的普及可能会使方言差异对人们沟通交流的阻碍作用大大降低,但是,“乡音”中所蕴含的乡土情结、地域归属感以及身份和心理上的认同感是很难磨灭的。因此,方言更有可能通过“文化”而非“交流”渠道来影响企业的跨区域贸易决策。这其中的现实逻辑也不难理解:企业在商务谈判、营销推广等商业活动中通常会使用普通话,方言差异已不大可能构成企业在市场开拓过程中的语言障碍;但是,方言、“口音”背后所反映的文化差异和心理距离,会成为一种无形的交易成本(或者反过来说它是润滑剂),对企业的行为产生微妙的影响。

那么,更进一步的问题则是:“文化效应”具体意味着什么呢?本文认为,在中国这样一个转型经济体中,产权保护和契约执行等正式的法律制度尚不完善。在这种背景下,方言与地域文化及其所表征的身份认同和人际信任,事实上扮演着非正式制度的角色,往往是构成商业“软”环境的重要元素。换言之,企业在跨区域贸易决策的过程中,不仅会关注外省份市场的制度环境,还会特别考虑地域文化的因素。因此,方言作为地域文化的重要载体,会通过非正式制度的渠道影响企业的跨区域贸易行为。

文化、制度等因素的经济影响往往存在更深层次的历史动因(Nunn, 2009)。比如,Acemoglu等(2001)和La Porta等(1997, 1998)等一些经典研究发现,殖民统治的历史对一国制度的塑造与形成具有深刻影响,而这些制度又会影响一国当今的经济发展。因此,殖民统治的历史是制度影响经济发展的深层动因。鉴于此,为了更加准确地识别方言、地域文化对区域间贸易的影响,本文试图进一步探究这种影响的深层动因。如前文所述,汉语方言地理格局的形成与演化,是一个长期的历史发展过程,是历史上大规模人口迁移、行政区划、山川阻隔等多种因素共同作用的结果。在这些因素之中,历史上的大规模移民是决定性的因素,移民引起方言的消亡、更替、融合、并用等变化。方言演化的种种不同形态,与移民数量的多寡、迁徙过程的长短、迁徙距离的远近,以及移民和土著的文化背景等多方面因素有着密切的关系。周振鹤和游汝杰(2006)鲜明地指出:“人口的迁徙在促使文化发展的同时,也使语言发生很大的变化。方言是语言逐渐分化的结果,而语言的分化往往是从移民开始的。……所以很显然,移民史可以用来解释方言的部分成因,反过来方言现象也可以为移民史提供佐证,两者的关系极其密切。”由此可见,移民史决定了方言地理的格局,而方言所代表的地域文化差异又会影响现今企业跨区域贸易的行为。因此,可以说,移民史是方言地理及其经济影响的历史根源。换言之,方言对区域间贸易的影响,可以视为历史上大规模移民的一种长期影响。

基于上述分析,本文提出如下研究假说。

假说1:在其他条件一定时,方言距离的增大显著降低了企业跨省份销售的概率,亦即企业更倾向于进入方言与本地接近、地域文化与本地趋同的外省市场。

假说2:方言对区域间贸易的影响,是历史上大规模移民的长期影响:历史上的移民关系与方言距离正向相关,并且仅通过方言的渠道影响现今企业的跨区域贸易活动。

假说3:方言与地域文化作为一种非正式制度是影响企业跨区域贸易的重要机制。

三、数据与描述

(一)数据说明

本文所使用的数据,一方面是企业区域间贸易的数据,另一方面是方言的数据。企业层面的数据来自世界银行在2003年对中国企业的投资环境所做的抽样调查(investment climate survey)。样本中被调查企业共计2400家。调查问卷共有两份,一份为企业的高级经理人(senior manager)设计,要求填写关于企业在研发创新、品牌与质量认证、市场环境、与客户、供应商及政府的关系、公司治理结构以及税务等方面的信息;另一份问卷为企业的会计(accountant)与人事经理(personnel manager)设计,要求填写关于企业在财务、股权结构、人力资本和融资结构等方面的信息。第一张问卷要求填写企业在2002年的信息,第二张问卷中的大部分问题要求回溯至1999年,少数问题回溯至2000年。

该数据具有较好的代表性。空间上,这些企业分布在中国15个省份的18个城市,东、中、西部城市各6个。东部6个城市为大连、本溪、杭州、温州、深圳和江门;中部6个城市为长春、哈尔滨、南昌、郑州、武汉和长沙;西部6个城市为南宁、重庆、贵阳、昆明、西安和兰州。在中部和西部,每个城市调查150家企业;在东部,每个城市调查100家企业,样本内共计2400家企业。全部企业分布在10个制造业行业和4个服务业行业。

如前文所述,已有文献鲜有对贸易模式的直接研究,企业层面的微观分析更是凤毛麟角。造成这种局面的主要原因是数据的缺乏。然而,本文所使用的数据最独特之处在于由企业高级经理人回答的E13问题:“贵公司是否销售产品至外省?”如果“是”,则要求进一步指出外销的具体省份。该问题提供了每家企业的跨省份销售信息。依据此问题,我们构造了本文的被解释变量——某企业是否进入特定省份市场的二元变量,是为1,否为0。该变量刻画的是企业在2002年跨区域贸易的决策和行为,具有“企业—所在城市—外销省份”3个维度,其中企业所在城市(即抽样城市)18个,外销省份29个^①。由此可见,本文的样本只包括产品销售到至少一个外省份市场的企业,而不包括不进入外省份市场的企业。

本文所使用的方言数据,来自中山大学岭南学院徐现祥教授团队收集、整理并公开发布的“1986年中国各县方言归属数据”。该数据集是依据《汉语方言大词典》(许宝华、宫田一郎主编,中华书局,1999年)系统整理所得。《汉语方言大词典》将汉语方言从粗到细依次划分为方言大区、方言区和方言片,按照1986年的行政区划记录了各县方言。由于1986~2002年(被解释变量的年份)期间,中国行政区划发生了较大调整,主要表现为“县改市”和“地区”改“市”。在此过程中,地级行政单位所辖的县或县级市有一定调整。因此,本文首先将1986年与2002年的行政区划匹配对应起来,然后在原始数据的基础上,依据2002年的行政区划,确定了区县级行政单位的方言归属。

在确定了区县级行政单位的方言归属后,本文进一步构造并计算方言距离。本文数据上的一个缺憾在于,企业所在地为城市信息,而外销市场为省份信息(并不清楚具体进入了该省份的哪些地区),因此只能构造和计算从“市”到“省”的方言距离。本文借鉴刘毓芸等(2015)的做法,通过如下两步构造并计算方言距离:(1)首先确定企业所在城市所辖区县与销售目的省份所辖区县之间的方言距离,具体赋值规则如下:当二者属于同一方言片时,方言距离为0;当二者属于同一方言区的不同方言片时,方言距离为1;当二者属于同一方言大区的不同方言区时,方言距离为2,当二者属于不同的方言大区时,方言距离为3。(2)在此基础上,根据各区县人口占比,利用(1)式计算得到企业所在城市*i*到外销省份*j*的方言距离 dia_dist_{ij} :

$$dia_dist_{ij} = \sum_{p=1}^P \sum_{q=1}^Q popu_p \cdot popu_q \cdot dia_dist_{pq} \quad (1)$$

其中, dia_dist_{pq} 为企业所在城市*i*所辖区县*p*到外省份*j*所辖的区县*q*的方言距离, $popu_p$ 为区县*p*的人口占*i*市总人口的比重, $popu_q$ 为区县*q*的人口占*j*省份总人口的比重。采用这一方法,本文计算得到了从18个抽样城市分别到29个销售目的省份的共计522(=18×29)对双边方言距离。

(二)初步描述

在展开细致的实证分析之前,我们首先通过对样本中企业区域间贸易的简单描述,来建立起对方言与区域间贸易的直观认识。我们聚焦样本中抽样城市数量较多,并且地域文化特征比较明显的两个地区:东北地区和西南地区。表1列示了东北地区每个抽样城市排在前三位的销售市场。表中第二列和第四列分别列示了抽样城市和销售目的省份所在的方言区。最后一列报告的是,在该抽样城市中,销往对应外省份市场(第三列)的企业数目占该市跨省份销售企业总数的比重;第三列所列示的排在前三位的销售市场,即为该比重在除本省份和西藏外的29个省份中排在前三位的省份。如表1所示,东北地区各个城市排在前三位的销售市场非常集中,主要是东北三省、山东和北京。抽样城市与销售目的省份一方面表现出方言归属的一致性,另一方面也表现出地理上的邻近性。比如,长春市的跨省销售企业中,有超过70%的企业将产品销往辽宁,紧随其后的是黑龙江和北京;长春与辽宁、黑龙江既同属东北官话区,又在地理上与两省份接壤。类似地,本溪市的跨省份销售企业进入最多的外省份市场则是吉林、黑龙江和山东。

表2列示了西南地区每个抽样城市排在前三位的销售市场。与东北地区的情形类似,西南地区城市的主要销售市场多为在方言和地理上比较相近的西南省份。比如,南宁市跨省份销售企业进入最多的外省份市场依次是广东、云南、贵州、湖南。这4个省份一方面与南宁使用相近的方言,即西南官话或粤语,另一方面也均与南宁所在的广西接壤。

通过上述对东北地区和西南地区的局部分析,不难发现,方言差异与企业跨区域贸易之间的关系十分密切:与本地区方言相近的省份,通常也是本地企业进入最多的外省份市场。但与此同时,我们也注意到,方言与地理之间具有高度的相关性:方言接近的省份通常也是地理上邻近的省份。因此,我们很自然地会疑问:方言与区域间贸易是否存在因果关系?影响企业跨区域贸易的究竟是文化因素,还是地理因素?基于东北地区和西南地区的局部分析所发现的结论,是否具有-般性?本文接下来将利用系统的微观数据,通过更加严谨的实证分析来回答这些问题。

四、模型与估计策略

(一)估计模型

在第二节中,我们已经详细说明了基准回归模型中的被解释变量和核心解释变量的构造与计算。被解释变量是*i*城市的企业*f*是否进入*j*省份市场的二元变量($trade_{ijf}$),是为1,否为0,具有“企业—所在城市—外销省份”3个维度。核心解释变量是城市*i*到外销省份*j*的方言距离(dia_dist_{ij})。考虑到被解释变量是一个二元变量,本文在回归中同时使用非线性的probit模型(使用极大似然法来估计)和线性概率模型(使用最小二乘法来估计),来识别和估计方言距离对企业跨区域贸易决策的影响,以保证估计结果在回归模型和估计方法方面的稳健性。本文所选取的控制变量,依据其作用分为两大类:第一类是双边变量,此类变量既影响双边方言距离,又影响双边贸易,因此需要加以控制以克服选择偏差(selection bias);第二类变量包括影响跨省份贸易的城市、行业、销售目的

表1 东北地区企业的主要销售市场

抽样城市	方言区	主要销售市场	方言区	占外销企业比重
大连市	胶辽官话	山东	冀鲁、胶辽、中原官话	67.24%
		北京	北京官话	67.24%
		吉林	东北官话	62.07%
本溪市	东北官话	吉林	东北官话	68.57%
		黑龙江	东北官话	54.29%
		山东	冀鲁、胶辽、中原官话	54.29%
长春市	东北官话	辽宁	东北、胶辽官话	71.93%
		黑龙江	东北官话	64.91%
		北京	北京官话	55.26%
哈尔滨市	东北官话	吉林	东北官话	72.46%
		辽宁	东北、胶辽官话	68.12%
		北京	北京官话	59.42%

数据来源:作者根据世界银行2003年中国企业投资环境调查数据整理、计算所得。

表2 西南地区企业的主要销售市场

抽样城市	方言区	主要销售市场	方言区	占外销企业比重
南宁市	西南官话、粤语	广东	粤语	75.81%
		云南	西南官话	54.84%
		贵州	西南官话	51.61%
		湖南	湘语、西南官话	46.77%
重庆市	西南官话	四川	西南官话	79.46%
		贵州	西南官话	59.82%
		湖北	西南官话	54.46%
		广东	粤语	52.68%
贵阳市	西南官话	湖南	湘语、西南官话	70.51%
		重庆	西南官话	69.23%
		四川	西南官话	67.95%
		广西	西南官话、粤语	65.38%
昆明市	西南官话	贵州	西南官话	54.55%
		广东	粤语	51.52%
		四川	西南官话	45.45%
		广西	西南官话、粤语	40.91%

数据来源:作者根据世界银行2003年中国企业投资环境调查数据整理、计算所得。

省份以及企业等多个维度的特征变量,控制这些变量意义在于,尽可能吸收影响企业跨省份贸易的因素,从而提高估计的精度。具体地,本文的基准回归模型可以表示为如下条件概率的形式:

$$\Pr(\text{trade}_{ij} = 1 | X) = \Phi(\alpha \text{dia_dist}_{ij} + \beta_1 \ln \text{Dist}_{ij} + \beta_2 \text{border}_{ij} + Z_i + Z_j + \lambda_i + \eta_j) \quad (2)$$

其中, $\ln \text{Dist}_{ij}$ 为 i 市到 j 省份省会的球面地理距离的对数; border_{ij} 为 i 市所在省份与 j 省份是否为邻省份的二元变量,是为 1, 否为 0。这两个双边变量度量的是地理上的邻近性。地理上的邻近性一方面影响企业在贸易过程中的运输成本,另一方面与方言距离密切相关,因此必须加以控制。 λ_i 和 η_j 分别表示企业所在城市和所属行业哑变量,分别控制影响企业跨省份贸易特定的城市和行业因素。

Z_i 和 Z_j 分别表示企业特征变量和销售目的省份的特征变量。依据国际贸易理论,这些变量具体包括^②: (1) 企业生产率($\ln VA$)。根据异质性企业贸易理论,企业生产率的异质性是影响企业跨国(或跨区域)市场进入的关键因素(Melitz, 2003; 黄玖立、冼国明, 2012; Huang et al., 2015)。在本文中,企业生产率具体定义为人均增加值,即增加值(产品销售收入减去中间投入)与雇员人数之比,为 2000~2002 年 3 年的平均值。(2) 企业规模($\ln Scale$),用企业的雇员人数表示,具体定义为 1999~2002 年 4 年的企业平均雇员人数。(3) 企业资本密集度($\ln KLR$),即资本劳动比,定义为 2000~2002 年企业固定资产账面价值与雇员人数之比的 3 年平均值。(4) 企业年龄($\ln Age$),定义为 2002 减去企业成立的年份。(5) 企业的所有制形式,包括“是否为国有企业”(SOE)与“是否为外资企业”(Foreign)两个二元变量,其中外资企业包括中外合资企业或跨国公司的分支或子公司。这样,企业所有制形式的基准类别即为内资非国有企业。(6) 广告(AD)。广告是重要的营销策略和市场开拓手段,与企业的跨区域市场进入关系密切。因此,本文依据问卷中的 D2 问题构造了度量企业广告策略的变量。D2 问题要求被调查企业在互联网、报纸、广告牌、杂志、电视、收音机 6 种形式中选择本企业的广告策略。我们以企业采用的广告策略的数目,作为度量企业营销力度的变量。此外,目标市场的经济规模和购买力水平是影响企业进入决策的关键因素,故基准回归模型还控制了销售目的省份的国内生产总值($\ln GDP$)和人均国内生产总值($\ln GDP_p$),均为 1992~2002 年的平均值,数据来自《中国统计年鉴》。

(二) 工具变量

就内生性问题而言,本文的核心解释变量是区域间的双边变量,被解释变量是企业层面的变量,因此不太可能存在逆向因果关系的问题,但是仍有可能存在遗漏变量的问题。具体而言,为了克服遗漏变量偏差,研究中应尽量排除那些既影响区域间贸易、同时又与区域间方言距离相关的因素的干扰。因此,本文在基准回归中控制了双边地理距离和是否邻省份的虚拟变量,以排除地理距离因素的干扰。但是即便如此,我们仍然不能保证基准回归已经排除了全部“混淆”因素(confounding factors)的干扰,亦即除地理距离因素之外,仍有可能存在难以观测和度量的其他因素既影响区域间贸易同时又与方言距离相关。

在本文的背景下,这类遗漏变量主要是反映区域之间差异性(或者反过来说,相近性)的双边因素,比如地区之间的制度差异、方言以外其他维度的文化差异等。这些反映区域之间差异性的双边因素,一方面可能与区域之间的方言差异具有相关性,另一方面又是构成区域间贸易成本的潜在因素,可能会影响企业的跨区域贸易行为,但是这类因素通常难以准确地刻画和度量。因此,本文采用工具变量回归的目的之一是进一步解决潜在的内生性问题,以保证本文估计结果的可信性和稳健性。另一方面,本文也试图通过工具变量的方法,识别和检验移民作为方言文化经济影响的历史根源。

如前文所述,历史地理学和汉语语言学关于移民与方言之间关系的深入研究,为本文进一步采用工具变量的实证策略提供了扎实的依据(周振鹤、游汝杰, 2006)。鉴于历史移民对于汉语方言地理的决定性影响,本文依据历史学文献中关于大规模移民的记载和研究,收集和整理了清代和民国时期大规模跨省移民的信息,以双边移民作为方言距离的工具变量。清代和民国是距今最近且足够漫长的一个历史时期,对今天的地域文化有着直接而深刻的影响。而且,历史上的大规模移民多由灾荒、战乱引发,比语言文化因素更具外生性和随机性,同时又不大可能对现今企业的行为产生直接影响。因此,选择清代和民国时期的双边移民作为工具变量是合适的。

本文依据的历史学文献是葛剑雄教授主编、曹树基教授撰写的《中国人口史·第五卷》(复旦大学出版社, 2001年)和《中国移民史·第六卷》(福建人民出版社, 1997年)。这两部著作代表了目前中国人口史和移民史研究的最高水平,学术权威性为历史学界所公认。《中国移民史·第六卷》比较全面地论述了清代和民国时期发生的历次大规模移民活动。依本文的研究需要,理想的情形是:获得样本中18个城市与除本省份和西藏外29个省份之间522对双边移民人口的数量,从而准确地刻画历史上这些地区之间的移民关系。然而,历史文献记载的模糊性和局限性,使得理想的情形很难实现:中国历史记载普遍缺乏精确的统计,有关“量”的记录和描述多使用约数,因此仅能大体推断移民的规模和影响。少量略详细的移民统计,鉴于当时的社会条件,也往往仅限于局部地区,远不能满足本文的数据需要。鉴于此,本文通过细致梳理《中国人口史·第五卷》和《中国移民史·第六卷》中对历次移民迁徙路线的论述,系统收集和整理了历次移民中迁移人口的主要来源地和迁入地,从而构造了一个双边移民的二元变量作为方言距离的工具变量,具体定义为:在清代和民国时期的历次大规模移民活动中,如果双方之间一方曾是另一方的主要移民来源地,则赋值为1,否则为0。

清代和民国时期是中国历史上最后一个发生多次大规模移民的时期,对后世人口、文化的地理格局具有深刻影响。因此,在本小节的最后,我们对清代和民国时期移民的历史脉络做一个简要的归纳和概述。清兵入关实际上可看作满族人口由关外向关内的迁移,也标志着清代人口大规模迁移的开始。在西南地区,由于明末清初战争导致人口锐减,四川成为清代前期移民的重点,来自湖南、湖北、广东、江西等省的移民大量迁入,史称“湖广填四川”。此外,湖南、湖北以及江西等省人口大量迁入贵州和云南,与“湖广填四川”共同构成清代前期的西南移民潮。乾隆、嘉庆年间,来自湖南、安徽及四川的移民大批迁入陕西,形成了对清代前期开始的“湖广填四川”的延续。在东南地区,最显著的是闽、粤客家人的移民活动:闽西移民迁入浙南山区;粤东移民迁入沿海平原,也有相当数量的移民迁入广西。此外,福建、广东移民大规模渡海迁台,构成台湾史上最大的移民浪潮。在北方,山东、河北移民迁往关外,早期主要迁入辽宁,然后逐渐扩展至东北全境,到民国时期达到高潮,史称“闯关东”。清代后期的战争导致了大量的人口死亡,引发新的移民运动。江苏、浙江等地的移民在太平天国战争中大量迁入上海,带来了上海的繁荣。西部回民战争结束以后,来自河南、山西的移民迁入陕西关中平原以及甘肃。在光绪大灾结束以后,来自河南、湖北等地的人口迁入山西灾区。民国时期,在开放边疆移民的背景下,大量人口迁入北方边外地区。此后,未再有大规模的移民活动,人口分布趋向稳定。表3列示了本文在基准回归和工具变量回归中所涉及变量的描述统计。

五、估计结果

(一)基准估计结果

表4报告了根据(2)式的基准估计结果。前三列是基于最小二乘法估计的线性概率模型的回归结果,后三列是基于极大似然法估计的probit模型的回归结果。为了解释估计系数的经济学含义,并且便于与线性概率模型的估计结果相比较,本文报告的probit模型的估计系数均为平均边际效应。第(1)、(4)两列控制了双边变量、企业特征变量和销售目的市场的特征变量;第(2)、(5)两列进一步控制企业所属行业的哑变量;最后,第(3)、(6)两列同时控制企业所属行业和所在城市的哑变量。

估计结果显示,方言距离的估计系数在1%的水平上显著为负,即在控制了地理距离、是否邻省等双边因素以及企业特征变量、销售目的地特征变量、企

表3 变量描述统计

变量	含义	观测值数目	平均值	标准差	最小值	最大值
被解释变量						
<i>trade#</i>	市场进入	33618	0.398	0.490	0	1
双边变量						
<i>dia_dist</i>	方言距离	522	2.489	0.602	0.355	3
<i>migration#</i>	双边移民	522	0.178	0.383	0	1
<i>lnDist</i>	地理距离取对数	522	7.048	0.572	5.075	8.137
<i>border#</i>	共同边界	522	0.165	0.371	0	1
企业特征变量						
<i>lnVA</i>	人均增加值取对数	1161	2.872	1.593	-4.546	10.184
<i>lnScale</i>	雇员人数取对数	1161	5.268	1.513	0	11.303
<i>lnKLR</i>	资本劳动比取对数	1161	4.055	1.414	-3.419	12.210
<i>lnAge</i>	企业年龄取对数	1161	2.378	0.876	0.693	3.951
<i>AD#</i>	广告手段数	1161	1.808	1.695	0	6
<i>SOE#</i>	是否为国有企业	1161	0.273	0.446	0	1
<i>Foreign#</i>	是否为外资企业	1161	0.102	0.303	0	1
销售市场特征变量						
<i>lnGDP</i>	GDP取对数	30	7.489	0.884	5.323	8.952
<i>lnGDP_p</i>	人均GDP取对数	30	8.637	0.540	7.658	10.124

注:#表示该变量为二元或离散变量。

业所属行业和所在城市的固定效应以后,方言距离仍然显著降低了企业跨省销售的概率,亦即在其他条件一定时,企业更倾向于进入方言与本地接近、地域文化与本地趋同的外省市场。更具体来说,企业所在城市与销售市场的方言距离每增大一个层级,比如从同一方言片到同一方言区的不同方言片,企业进入该市场销售产品的概率平均降低大约4个百分点。由此可见,即便排除了与运输、通讯等与贸易成本密切相关的地理因素,方言与地域文化对企业区域间贸易的影响仍然不可忽视。这表明,即便是一国之内的区域间贸易,语言、文化因素也是贸易成本的独立来源。此外,如表4所示,基准估计结果具有良好的稳健性,并未因估计方法、回归模型以及控制变量的不同而发生明显改变。

如表4所示,其余变量的估计结果^③也与理论预期基本一致,比如地理距离对企业的跨省贸易有显著的负向影响,这与引力模型是一致的;企业的生产率 and 规模对跨省市场进入具有正向影响,这与异质性企业贸易理论是一致的;此外,如我们所预期的,估计结果显示,企业采用的广告策略的数目与其市场开拓行为正向相关。

(二)工具变量估计结果

表5报告了工具变量的估计结果。第(1)列为基于极大似然法的IVprobit估计结果,第(2)、(3)两列是两阶段最小二乘法的估计结果。由前两列可知,工具变量回归的估计结果显示,方言距离对企业的跨区域贸易选择有显著的负向影响。相比于基准估计结果,工具变量回归的估计结果没有明显改变,估计系数仍然在1%的水平上显著为负,估计系数的绝对值略有提高。这表明,基准估计结果是可信的,本文的核心结论具有良好的稳健性。

由第(3)列的第一阶段回归的估计结果可知,双边移民与方言距离显著正相关,一定程度上反映了历史移民对方言地理形成的影响。此外,在第一阶段回归中,工具变量双边移民的F统计量(即t统计量的平方)高达1352.03,远远超过Staiger和Stock(1997)弱工具变量检验的临界值10。显然,本文不存在弱工具变量的问题。

在第(4)~(7)列,本文将工具变量双边移民加入回归模型。在第一种情形,我们没有在模型中控制方言距离,而是直接考察历史上的双边移民对现今企业跨区域市场进入的影响,估计结果显示,历史移民对企业跨省贸易有显著的正向影响;此后,我们在模型中进一步控制方言距离。估计结果显示,在控制方言距离以后,双边移民变量的估计系数的绝对值大幅降低,而且不再具有统计显著性;而方言距离的估计系数仍然显著为负,估计系数的绝对值与基准回归的估计结果基本一致。这表明,历史上的移民活动通过塑造方言和地域文化影响当今企业的行为,而且方言和地域文化是这种影响的唯一作用渠道。这一方面表明历史上的移民关系作为方言距离的工具变量,很好地满足了外生性,或更准确地说,排他性的条件(exclusion restriction);另一方面,也直观地表明,方言、文化的经济影响实际上可以视为历史上移民活动的一种长期影响。

表4 基准估计结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	LPM	LPM	LPM	Probit	Probit	Probit
<i>dia_dist</i>	-0.0398*** (0.00728)	-0.0431*** (0.00704)	-0.0438*** (0.00879)	-0.0394*** (0.00723)	-0.0437*** (0.00686)	-0.0452*** (0.00802)
双边控制变量						
<i>lnDist</i>	-0.0946*** (0.0103)	-0.0930*** (0.0102)	-0.103*** (0.0101)	-0.0931*** (0.0102)	-0.0911*** (0.0102)	-0.100*** (0.0106)
<i>border</i>	0.0822*** (0.0154)	0.0825*** (0.0149)	0.0741*** (0.0125)	0.0776*** (0.0148)	0.0777*** (0.0144)	0.0706*** (0.0124)
企业特征变量						
<i>lnVA</i>	0.0534*** (0.00207)	0.0497*** (0.00198)	0.0495*** (0.00206)	0.0542*** (0.00222)	0.0501*** (0.00206)	0.0499*** (0.00215)
<i>lnScale</i>	0.0577*** (0.00201)	0.0536*** (0.00208)	0.0540*** (0.00208)	0.0557*** (0.00195)	0.0512*** (0.00201)	0.0516*** (0.00201)
<i>lnKLR</i>	-0.0157*** (0.00197)	-0.0159*** (0.00193)	-0.0142*** (0.00198)	-0.0155*** (0.00204)	-0.0153*** (0.00200)	-0.0140*** (0.00204)
<i>lnAge</i>	-0.0122*** (0.00420)	-0.00760*** (0.00428)	-0.00405*** (0.00423)	-0.0107*** (0.00415)	-0.00625*** (0.00420)	-0.00145*** (0.00415)
<i>AD</i>	0.0545*** (0.00191)	0.0550*** (0.00192)	0.0546*** (0.00188)	0.0519*** (0.00179)	0.0525*** (0.00177)	0.0521*** (0.00171)
<i>SOE</i>	0.0416*** (0.00664)	0.0495*** (0.00699)	0.0490*** (0.00720)	0.0416*** (0.00671)	0.0482*** (0.00699)	0.0464*** (0.00718)
<i>Foreign</i>	-0.0239*** (0.00967)	-0.0462*** (0.0100)	-0.0369*** (0.0107)	-0.0237*** (0.00928)	-0.0455*** (0.00944)	-0.0368*** (0.0100)
销售目的省份特征变量						
<i>lnGDP</i>	0.0510*** (0.00556)	0.0515*** (0.00550)	0.0508*** (0.00466)	0.0522*** (0.00573)	0.0526*** (0.00566)	0.0515*** (0.00483)
<i>lnGDP_p</i>	0.0412*** (0.00887)	0.0416*** (0.00841)	0.0419*** (0.00723)	0.0404*** (0.00857)	0.0412*** (0.00810)	0.0417*** (0.00668)
<i>Sector Dummy</i>	NO	YES	YES	NO	YES	YES
<i>City Dummy</i>	NO	NO	YES	NO	NO	YES
adj. R ²	0.170	0.195	0.208			
pseudo R ²				0.136	0.159	0.171
N	33618	33618	33618	33618	33618	33618

注:(1)***、**、*分别表示1%、5%、10%的统计显著性水平;(2)括号内为在城市-省份层面聚类的稳健标准误差;(3)probit模型的估计系数为平均边际效应。

六、进一步讨论

本节将从3个方面对方言文化对区域间贸易的影响展开进一步讨论。首先,影响机制的分析。我们首先通过控制普通话水平、将样本范围缩小至官话区和北方方言区的方式,进一步排除交流障碍,从而更加准确地识别方言的“文化效应”;在此基础上,我们从企业定制化生产的角度,进一步识别方言与地域文化作为非正式制度影响企业区域间贸易的机制。其次,稳健性检验。我们通过使用方言距离的替代指标、剔除移民城市以及依据行业分样本回归3种方式,来检验本文核心结论的稳健性。最后,我们考察企业在生产率、规模和广告策略方面的异质性与方言文化影响的交互效应。

(一)方言的“文化效应”检验

如前文所述,一般认为,方言的影响大体通过两个渠道起作用:(1)方言差异造成的语言不通,从而导致沟通方面的障碍,即方言的“交流效应”;(2)方言差异所反映的文化观念和思维方式的差异,影响着人们彼此之间在身份和心理上的归属感和认同感,即方言的“文化效应”。本文认为,在普通话基本普及、方言与普通话并用的现实背景下,方言差异已不大可能构成企业在市场开拓过程中的语言障碍,但是,方言、“口音”背后所反映的文化差异和心理距离,会成为一种无形的交易成本,对企业行为产生微妙的影响。

为此,本文借鉴刘毓芸等(2015)和戴亦一等(2016)的做法,采用两类方式排除交流障碍,从而更加准确地识别方言的“文化效应”。第一类方式是控制企业所在省份和销售目的省份的普通话水平。本文采用《中国语言文字使用情况调查资料》统计的全国31

表5 工具变量估计结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	IVprobit	2SLS		Reduced Form			
		second stage	first stage	LPM	LPM	Probit	Probit
<i>dia_dist</i>	-0.0657*** (0.0205)	-0.0681*** (0.0223)			-0.0422*** (0.00872)		-0.0437*** (0.00794)
<i>migration</i>			-0.342*** (0.00929)	0.0233*** (0.00762)	0.00886 (0.0107)	0.0222*** (0.00704)	0.00753 (0.0105)
双边控制变量							
<i>lnDist</i>	-0.0959*** (0.0074)	-0.0978*** (0.00770)	0.129*** (0.00733)	-0.107*** (0.00652)	-0.101*** (0.0109)	-0.105*** (0.00626)	-0.0989*** (0.0113)
<i>border</i>	0.0656*** (0.01)	0.0683*** (0.0107)	-0.149*** (0.00944)	0.0785*** (0.00950)	0.0722*** (0.0122)	0.0746*** (0.00885)	0.0690*** (0.0119)
企业特征变量							
<i>lnVA</i>	0.0499*** (0.0019)	0.0495*** (0.00191)	0.0000666 (0.00186)	0.0495*** (0.00191)	0.0495*** (0.00206)	0.0499*** (0.00190)	0.0499*** (0.00215)
<i>lnScale</i>	0.0516*** (0.002)	0.0540*** (0.00205)	-0.0000590 (0.00199)	0.0540*** (0.00205)	0.0540*** (0.00208)	0.0516*** (0.00199)	0.0516*** (0.00201)
<i>lnKLR</i>	-0.01403*** (0.00209)	-0.0142*** (0.00206)	0.0000753 (0.00199)	-0.0142*** (0.00206)	-0.0142*** (0.00198)	-0.0141*** (0.00209)	-0.0140*** (0.00204)
<i>lnAge</i>	-0.00144 (0.00341)	-0.00405 (0.00346)	-0.00000602 (0.0034)	-0.00405 (0.00346)	-0.00405 (0.00423)	-0.00137 (0.00341)	-0.00145 (0.00415)
<i>AD</i>	0.052*** (0.0015)	0.0546*** (0.00157)	0.0000393 (0.00156)	0.0545*** (0.00157)	0.0546*** (0.00188)	0.0521*** (0.00151)	0.0521*** (0.00171)
<i>SOE</i>	0.0463*** (0.0066)	0.0490*** (0.00677)	-0.000304 (0.00663)	0.0490*** (0.00678)	0.0490*** (0.00720)	0.0465*** (0.00660)	0.0464*** (0.00718)
<i>Foreign</i>	-0.0367*** (0.00861)	-0.0369*** (0.00880)	-0.000232 (0.008975)	-0.0369*** (0.00882)	-0.0369*** (0.0107)	-0.0369*** (0.00862)	-0.0368*** (0.0100)
销售目的省份特征变量							
<i>lnGDP</i>	0.0527*** (0.00332)	0.0523*** (0.00338)	0.0865*** (0.00311)	0.0464*** (0.00308)	0.0501*** (0.00450)	0.0470*** (0.00315)	0.0508*** (0.00467)
<i>lnGDP_p</i>	0.044*** (0.0055)	0.0446*** (0.00569)	0.0690*** (0.00664)	0.0399*** (0.00522)	0.0428*** (0.00724)	0.0389*** (0.00510)	0.0425*** (0.00673)
<i>Sector Dummy</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>City Dummy</i>	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
<i>adj. R²</i>		0.208	0.499	0.206	0.208		
<i>pseudo R²</i>						0.170	0.171
<i>N</i>	33618	33618	33618	33618	33618	33618	33618

注:(1)***、**、*分别表示1%、5%、10%的统计显著性水平;(2)括号内为标准误差;(3)ivprobit和probit模型的估计系数为平均边际效应。

估计结果如表6所示,第(1)和(2)列报告了控制企业所在省份和销售目的省

份的普通话水平的估计结果,第(3)~(6)列报告了官话区和北方方言区两个子样本的估计结果。我们看到,方言距离的估计系数与基准回归基本一致,仍然显著为负。这表明,在进一步排除了“交流效应”干扰后,方言距离仍然对企业的跨区域贸易有显著的负向影响,从而进一步验证了方言的“文化效应”。

(二)作为非正式制度的方言与地域文化

前一小节通过排除语言交流因素的干扰,验证了方言的“文化效应”是影响区域间贸易的重要渠道。那么,更进一步的问题则是:“文化效应”具体意味着什么呢?在本小节,我们通过考察方言对不同类型产品贸易的异质性影响,进一步识别方言作为地域文化的代表影响区域间贸易的具体机制。

Rauch(1999)根据差异性程度,将产品分为有交易场所(organized exchanges)的产品、有参考价格(reference prices)的产品、两者都没有(neither)的差异性产品。三类产品从“同质性”(homogeneous)到“差异性”(differentiated)依次递进。Rauch(1999)、Rauch和Trindade(2002)研究表明,相比于同质性产品,差异性产品的国际贸易受语言、移民关系等文化因素的影响更大。Nunn(2007)在此基础上进一步研究发现,国际贸易中产品的差异性、专用性程度越高,对交易的制度环境越敏感,因而良好的契约制度是贸易比较优势的重要来源。这背后的道理不难理解:根据不完全契约理论(Grossman and Hart, 1986),企业所生产产品的差异性程度越高,专用性越强,在市场交易中面临事后违约的风险就越大,就越依赖于契约的有效执行,因而对契约制度环境也就越敏感。

然而,在中国这样一个转型经济体中,产权保护和契约执行等正式的法律制度尚不完善。在这种背景下,方言与地域文化及其所表征的身份认同和人际信任,事实上扮演着非正式制度的角色,往往是构成商业“软”

环境的重要元素。换言之,企业在跨区域贸易决策的过程中,不仅会关注外省份市场的制度环境,还会特别考虑地域文化的因素。依此逻辑,本文试图考察方言文化的影响在产品类型方面的异质性,从而识别方言与地域文化作为非正式制度影响企业区域间贸易的机制。问卷中的E9问题调查了企业定制化生产(产品无法出售给其他客户)的比重。不同于标准化产品,定制化产品是基于顾客个性化需求生产的“专用性”产品,其购销行为属于典型的双边关系特定型契约,产品价值在购销契约之外将会大大降低。本文根据定制化生产的比重,将样本内企业区分为不从事定制化生产和从事定制化生产的企业。我们预期,由于定制化产品具有高度差异性和专用性,其交易活动对方言与地域文化的影响更为敏感,因此方言对从事定制化生产的企业的跨区域贸易的影响更大。

估计结果如表7所示,与预期相一致,定制化生产与方言距离交乘项的估计系数显著为负,即从事定制化生产的企业对方言文化的影响更为敏感。这间接验证了方言与地域文化作为非正式制度的影响机制:从事定制化生产的企业进入方言距离较远的

表6 方言的“文化效应”检验

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	控制普通话水平		官话区		北方方言区	
	LPM	Probit	LPM	Probit	LPM	Probit
<i>dia_dist</i>	-0.0499*** (0.00721)	-0.0510*** (0.00687)	-0.0503** (0.0203)	-0.0395** (0.0198)	-0.0504** (0.0243)	-0.0419*** (0.0142)
<i>putonghua_firm</i>	0.00174*** (0.000248)	0.00180*** (0.000248)				
<i>putonghua_dest</i>	-0.000124 (0.000282)	-0.000170 (0.000287)				
双边控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
企业特征变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
销售省份变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
行业固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
城市固定效应	不控制	不控制	控制	控制	控制	控制
adj. R ²	0.198		0.188		0.191	
pseudo R ²		0.162		0.155		0.159
N	33618	33618	6224	6224	7651	7651

注释:(1)***、**、*分别表示1%、5%、10%的统计显著性水平;(2)括号内为在城市-省份层面聚类的稳健标准误差;(3)probit模型的估计系数为平均边际效应。下同。

表7 作为非正式制度的方言与地域文化:企业定制化生产

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	LPM	LPM	LPM	Probit	Probit	Probit
<i>dia_dist</i>	-0.0475*** (0.00877)	-0.0391*** (0.00885)	-0.0310*** (0.0102)	-0.0490*** (0.00799)	-0.0415*** (0.00809)	-0.0328*** (0.00979)
<i>dia_dist</i> × <i>custom</i>		-0.0120*** (0.00211)	-0.0234*** (0.00857)		-0.0106*** (0.00210)	-0.0230*** (0.00867)
<i>custom</i>	-0.0274*** (0.00553)		0.0300 (0.0224)	-0.0240*** (0.00551)		0.0324 (0.0227)
双边控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
企业特征变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
销售省份变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
行业固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
城市固定效应	不控制	不控制	控制	控制	控制	控制
N	32052	32052	32052	32052	32052	32052
adj. R ²	0.206	0.207	0.207			
pseudo R ²				0.171	0.171	0.171

外地市场的倾向更低,或者反过来说,从事定制化生产的企业更愿意或更容易进入地域文化与本地更加接近的市场。这意味着在契约制度不完善的条件下,地域文化所蕴含的认同感和信任感一定程度上能够为契约执行提供保证,从而降低事后违约风险。

(三)稳健性检验

首先,我们使用方言距离的替代指标,来考察本文核心结论的稳健性。本文在第二节中已经说明,由于数据所限,我们仅知道*i*市的企业是否进入*j*省销售,但并不清楚具体进入了*j*省份的哪些地区。因此,我们采用按人口占比加权的方式计算了*i*市到*j*省份的方言距离。本小节我们换一种思路,即从“市场”的角度,来考虑方言距离。试想,如果一家企业进入外省份销售,那么它最有可能或者主要会销往哪个地区呢?一个相对合理的推断是省会。省会是一省份的政治和文化中心,通常也是省份内经济最发达的城市,对于一省份的经济发展举足轻重。省会对于外省份企业的特别吸引力在于,稠密的人口造就了充足的市场规模和潜力,这使得省会城市通常市场开放程度较高。我们可以观察到,省会城市通常外地商品种类最丰富,拥有的外地企业分支机构数量最多。基于这些认识,本文认为,省会很可能是跨省份销售企业在外省份最主要的销售市场,因此,有必要聚焦企业所在城市与外省份省会的方言差异。于是,我们用*i*市到*j*省份省会的方言距离,重新考察方言文化对企业跨区域贸易决策的影响。

此外,我们注意到,在本文所涉及的抽样城市和省会城市的范围内,城市内部的方言归属比较一致,即其所属全部或大部分区县同属于一个方言片,暂且称之为主导方言片。于是,我们选择每个城市的主导方言片作为该市的方言归属,然后基于此构造了关于*i*市与*j*省份省会方言一致性的3个二元变量:“是否同属一个方言大区”(dia1)、“是否同属一个方言区”(dia2)和“是否同属一个方言片”(dia3),来直接考察城市之间在不同方言地理层级上的一致性对企业跨区域贸易的影响。3个变量的赋值规则均为:是为1,否为0。

估计结果如表8所示。由表8的第(1)列和第(5)列可知,企业所在城市到外省份省会的方言距离的估计系数依然显著为负,只是估计系数的绝对值较基准回归的估计结果略小。这表明,使用不同的方言距离指标并不影响本文的核心结论。其余各列报告了分别加入3个方言一致性二元变量时的估计结果。3个二元变量的估计系数均显著为正。这从方言一致性的角度再次验证了本文的结论,表明企业更倾向于进入方言与本地接近、地域文化与本地趋同的外省市场。

剔除移民城市。在样本中的18个城市中,深圳是经济发展水平最高的城市,同时也是改革开放后新崛起的“移民城市”。深圳的常住居民中有大量来自全国各地的外来人口,因此地域文化特征相对较弱。所以,当地企业跨区域市场进入时在语言文化的考量上,可能会与其他城市有所不同。为了保证估计结果的可靠性和稳健性,我们将深圳市的企业剔除后,重新估计回归模型。

考虑行业异质性。样本内全部2400家企业分布在4个服务业行业和10个制造业行业。我们通过计算发现,在样本内1616家制造业企业中,有1008家将产品销售到外省,跨省份销售企业的比重超过67%;相比之下,在样本内784家服务业企业中,仅有256家企业进入外省份市场,占比仅为32.65%,不及制造业比例的一半。因此,服务业和制造业企业在跨省份销售行为方面存在显著差异。因此,考虑到制造业与服务业之间的异质性,我们依据行业分样本回归,考察本文核心结论的稳健性和普遍性。

表9报告了剔除移民城市以及制造业、服务业分样本回归的估计结果。如表9前

表8 稳健性检验(I):方言变量替代指标

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
	LPM	LPM	LPM	LPM	Probit	Probit	Probit	Probit
<i>dia_dist</i>	-0.0324*** (0.00690)				-0.0327*** (0.00671)			
<i>dia1</i>		0.0286*** (0.00709)				0.0282*** (0.00727)		
<i>dia2</i>			0.0854*** (0.0175)				0.0848*** (0.0174)	
<i>dia3</i>				0.0472** (0.0232)				0.0492** (0.0234)
双边控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
企业特征变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
销售省份变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
行业固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
城市固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
adj. R ²	0.207	0.206	0.208	0.206				
pseudo R ²					0.171	0.170	0.171	0.170
N	33618	33618	33618	33618	33618	33618	33618	33618

四列所示,在制造业企业和服务业企业的子样本内,方言距离的估计系数均显著为负。由此可见,无论是制造业企业还是服务业企业,都不能摆脱文化因素对商业决策的影响。如(5)、(6)两列所示,剔除深圳企业后的估计结果与基准估计结果基本一致。这表明,本文的核心结论具有良好的稳健性和普遍意义^④。

(四)企业异质性与方言的影响

异质性企业贸易理论,顾名思义,强调从企业异质性的角度来解释出口行为(Melitz, 2003)。相比于非出口企业,出口企业往往具有更高的生产率和规模。因为只有高生产率企业、大企业有能力承担出口行为引致的贸易成本,从而在国际贸易中获利。黄玖立和冼国明(2012)、Huang等(2015)研究表明,这一逻辑同样适用于企业在国内区域间的贸易。因此,本小节试图考察企业异质性与方言文化影响的交互效应,即生产率、企业规模这些影响企业跨区域市场进入的关键因素,能否在一定程度上缓解方言文化差异的阻碍作用呢?

此外,如前文所述,广告是重要的营销策略和市场开拓手段,与企业的跨区域市场进入关系密切。广告对企业跨区域贸易的推动,主要体现在对不对称信息问题的克服:一方面,广告通过传播有关产品功能、品质的信息,增进潜在顾客对产品的了解;另一方面,根据信息经济学的理论,企业可以通过广告,向市场发送有关产品品质和企业实力的“信号”,从而树立企业品牌,赢得市场的信任。这两点都有助于企业开拓外地市场,参与跨区域贸易。所以,我们还将特别关注广告在放松方言文化约束中所扮演的角色。

估计结果如表10所示,我们在3组回归中分别加入了企业生产率、企业规模、企业广告手段数与方言距离的交乘项。估计结果显示,3个交乘项的估计系数显著为正;同时,方言距离的估计系数仍然显著为负,企业生产率、规模和广告手段数的估计系数仍然显著为正。这表明,高生产率企业和大企业在跨区域贸易的选择上,受方言文化的约束较小;积极的广告营销策略能够在一定程度上帮助企业克服方言文化障碍。

七、结论与启示

语言、文化与贸易是文化经济学和国际贸易领域的经典问题。中国深厚的历史传统和广阔的地理疆域,一方面孕育了多元的地域文化和语言上的“南腔北调”,另一方面促成了中国巨大的经济体量和既分割又融合的区域经济格局,这为检验这一经典命题提供了天然的试验场。

本文通过构造区域间的方言距离,度量不同地区之间方言以及地域文化的差异程度,然后结合世界银行调查数据所提供的中国企业跨省销售的信息,实证检验了方言与企业跨区域贸易决策之间的因果关系;在此基础上,我们依据历史学文献中关于大规模移民的记载和研究,收集整理了清代和民国时期大规模跨省移民的信息,并据此构造了双边历史移民变量作为方言距离的工具变量,从而进一步识别和检验了方言影响区域间贸易的历史根源。此外,本文通过排除交流障碍,验证了方言的“文化效应”;并从企业定制化生产的角度,进一步识别了方言与地域文化作为非正式制度影响企业区域间贸易

表9 稳健性检验(II)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	制造业		服务业		剔除移民城市	
	LPM	Probit	LPM	Probit	LPM	Probit
<i>dia_dist</i>	-0.0427*** (0.00913)	-0.0439*** (0.00846)	-0.0491*** (0.0146)	-0.0505*** (0.0148)	-0.0425*** (0.00877)	-0.0438*** (0.00805)
双边控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
企业特征变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
销售省份变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
行业固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
城市固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
N	27892	27892	5726	5726	32285	32285
adj. R ²	0.225		0.189		0.210	
pseudo R ²		0.187		0.162		0.173

表10 方言影响的企业异质性

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	生产率		企业规模		广告	
	LPM	Probit	LPM	Probit	LPM	Probit
<i>dia_dist</i>	-0.0671*** (0.0111)	-0.0706*** (0.0122)	-0.0790*** (0.0157)	-0.0736*** (0.0165)	-0.0580*** (0.00881)	-0.0559*** (0.00910)
<i>dia_dist</i> ×lnVA	0.00807*** (0.00289)	0.00888*** (0.00294)				
<i>dia_dist</i> ×lnScale			0.00667** (0.00275)	0.00541** (0.00268)		
<i>dia_dist</i> ×AD					0.00772*** (0.00287)	0.00615** (0.00272)
lnVA	0.0298*** (0.00744)	0.0284*** (0.00755)	0.0497*** (0.00206)	0.0500*** (0.00215)	0.0497*** (0.00206)	0.0501*** (0.00215)
lnScale	0.0542*** (0.00208)	0.0518*** (0.00201)	0.0378*** (0.00701)	0.0385*** (0.00686)	0.0544*** (0.00208)	0.0519*** (0.00201)
AD	0.0546*** (0.00188)	0.0521*** (0.00171)	0.0546*** (0.00188)	0.0521*** (0.00171)	0.0355*** (0.00700)	0.0368*** (0.00654)
双边控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
企业特征变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
销售省份变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
行业固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
城市固定效应	控制	控制	控制	控制	控制	控制
N	33618	33618	33618	33618	33618	33618
adj. R ²	0.208		0.208		0.208	
pseudo R ²		0.171		0.171		0.171

的机制。最后,我们还从企业生产率、规模、广告策略等多个维度,考察了方言文化的影响在企业层面的异质性。本文研究表明:

第一,方言所代表的地域文化差异是影响企业跨区域贸易决策的重要因素。具体来说,在控制了地理距离、边界等双边因素以及企业特征变量、销售目的地特征变量、企业所属行业和所在城市的哑变量以后,方言距离显著降低了企业跨省销售的概率;亦即在其他情况一定的条件下,企业更倾向于进入方言与本地接近、地域文化与本地趋同的外省市场。

第二,工具变量回归与基准回归的估计结果基本一致,这验证了基准回归的可信性。更具有启发意义的是,工具变量回归结果显示,历史上的移民关系与方言距离具有较强的相关性,并且仅通过方言的渠道影响现今企业的跨区域贸易活动。这表明,方言、文化对区域间贸易的影响,可以视为历史上大规模移民的一种长期影响。

第三,方言与地域文化作为非正式制度是影响企业跨区域贸易的重要机制。而且,方言文化的影响表现出企业层面的异质性:高生产率企业和大企业在跨区域贸易的选择上,受方言文化的约束较小;积极的广告营销策略能够在一定程度上帮助企业克服方言文化障碍。

本文的研究为中国企业的国内跨区域贸易行为提供了一个基于文化和历史视角的解释,同时也为语言、文化与国际贸易这一经典命题提供了一个来自“国内”企业层面的证据。本文的研究发现也具有一定的政策启示。中国作为一个历史悠久、疆域广阔、文化多元的大国,文化、历史等深层和长期因素对企业跨地区贸易的影响不可忽视,这在一定程度上构成了国内区域经济融合的一种壁垒。但是,本文从非正式制度的角度对方言与地域文化的解读也意味着,传统因素对企业行为和经济绩效的影响与正式制度的完善与健全程度密切相关,即产权保护与契约执行等市场经济的基础性制度越完善,越能消解传统因素对企业的“束缚”。因此,进一步深化改革,完善市场经济的制度基础,对于激发企业家精神、推动国内区域经济在更深层次上融合具有重要意义。

(作者单位:高超,南开大学经济学院国际经济贸易系、中国特色社会主义经济建设协同创新中心;黄玖立,南开大学经济学院、经济与社会发展研究院;李坤望,南开大学经济学院国际经济贸易系。责任编辑:李逸飞)

注释

①由于缺乏西藏自治区的方言信息,本文所考虑的销售目的省份不包括西藏(事实上,样本内进入西藏销售的企业非常少。因此,剔除西藏对本文的分析影响很小)。这样,在全国31个省级行政单位中,去掉企业所在的“本省份”和西藏,每家(外销)企业都面临共计29个潜在的销售目的省份。

②这些变量除代表企业所有制的二元变量、广告手段数(离散变量)外,均取对数。

③回归中的控制变量不是研究所关注的重点,其估计结果也不一定具有因果性。因此,本文对控制变量的估计结果只做适当参考,不做细致分析。

④此外,本文还依据企业所有制(国有企业、外资企业、民营企业)和企业所在地区(东、中、西部)分样本回归,估计结果与基准估计结果基本一致(篇幅所限,未在正文中报告)。

参考文献

(1)Acemoglu, D., S. Johnson and J. A. Robinson, 2001, “The Colonial Origins of Comparative Development: An Empirical Investigation”, *American Economic Review*, Vol.91, pp.1369~1401.

(2)Anderson, J. and E. van Wincoop, 2004, “Trade Costs”, *Journal of Economic Literature*, Vol.42, pp.691~751.

(3)Chen, Z., M. Lu and L. Xu, 2014, “Returns to Dialect: Identity Exposure through Language in the Chinese Labor Market”, *China Economic Review*, Vol.30, pp. 27~43.

(4)Egger, P. and A. Lassmann, 2015, “The Causal Impact of Common Native Language on International Trade: Evidence from a Spatial Regression Discontinuity Design”, *Economic Journal*, Vol.125(584), pp.699~745.

(5)Falck, O., S. Heblich, A. Lameli and J. Südekum, 2012, “Dialects, Cultural Identity and Economic Exchange”, *Journal of Urban Economics*, Vol.72, pp.225~239.

(6)Fidrmuc, J. and Jarko Fidrmuc, 2016, “Foreign Languages and Trade: Evidence from a Natural Experiment”, *Empirical Economics*, Vol.50, pp.31~49.

(7)Grossman, S. J. and O. D. Hart, 1986, “The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration”, *Journal of Political Economy*, Vol.94(4), pp.691~719.

(8)Guiso, L., P. Sapienza and L. Zingales, 2009, “Cultural Biases in Economic Exchange?”, *Quarterly Journal of Economics*, Vol.124(3), pp.1095~1131.

- (9) Herrmann-Pillath, C., Libman, A. and Yu, X., 2014, "Economic Integration in China: Politics and Culture", *Journal of Comparative Economics*, Vol.42(2), pp.470-492.
- (10) Huang, J., Y. Wang, and Q. Bao, 2015, "Firm Productivity and Sales Destinations: Evidence from Within China", *Economic Inquiry*, Vol.53(1), pp.205-219.
- (11) Lameli, A., V. Nitsch, J. Sudekum and N. Wolf, 2015, "Same Same But Different: Dialects and Trade", *German Economic Review*, Vol.16(3), pp.290-306.
- (12) La Porta, Rafael, Florencio Lopez-de-Silanes, Andrei Shleifer and Robert Vishny, 1997, "Legal Determinants of External Finance", *Journal of Finance*, Vol.52, pp.1131-1150.
- (13) La Porta, Rafael, Florencio Lopez-de-Silanes, Andrei Shleifer and Robert Vishny, 1998, "Law and Finance", *Journal of Political Economy*, Vol.106, pp.1113-1155.
- (14) Lohmann, J., 2011, "Do Language Barriers Affect Trade?", *Economics Letters*, Vol.110, pp.159-162.
- (15) Melitz, J., 2008, "Language and Foreign Trade", *European Economic Review*, Vol.52, pp.667-699.
- (16) Melitz, M., 2003, "The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity", *Econometrica*, Vol.71(6), pp. 1695-1725.
- (17) Melitz, J. and Farid Toubal, 2014, "Native Language, Spoken Language, Translation and Trade", *Journal of International Economics*, Vol.93, pp.351-363.
- (18) Nunn, N., 2007, "Relationship-Specificity, Incomplete Contracts and the Pattern of Trade", *Quarterly Journal of Economics*, Vol.122(2), pp.569-600.
- (19) Nunn, N., 2009, "The Importance of History for Economic Development", *Annual Review of Economics*, Vol.1, pp.65-92.
- (20) Poncet, S., 2003, "Measuring Chinese Domestic and International Integration", *China Economic Review*, Vol.14(1), pp.1-21.
- (21) Poncet, S., 2005, "A Fragmented China: Measure and Determinants of Chinese Domestic Market Disintegration", *Review of International Economics*, Vol.13, pp.409-430.
- (22) Rauch, J., 1999, "Networks versus Markets in International Trade", *Journal of International Economics*, Vol.48, pp.7-35.
- (23) Rauch, J. and V. Trindade, 2002, "Ethnic Chinese Networks in International Trade", *Review of Economics and Statistics*, Vol.84, pp.116-130.
- (24) Staiger, D. and J. H. Stock, 1997, "Instrumental Variables Regression with Weak Instruments", *Econometrica*, Vol.65(3), pp.557-586.
- (25) Xu, Z. and J. Fan, 2012, "China's Regional Trade and Domestic Market Integrations", *Review of International Economics*, Vol.20(5), pp.1052-1069.
- (26) 曹树基:《中国移民史(第六卷):清民国时期》,福建人民出版社,1997年。
- (27) 曹树基:《中国人口史(第五卷):清时期》,复旦大学出版社,2001年。
- (28) 戴亦一、肖金利、潘越:《乡音》能否降低公司代理成本?——基于方言视角的研究,《经济研究》,2016年第12期。
- (29) 高翔、龙小宁:《省级行政区划造成的文化分割会影响区域经济吗?》,《经济学(季刊)》,第15卷第2期(2016年1月)。
- (30) 黄玖立、刘畅:《方言与社会信任》,《财经研究》,2017年第7期。
- (31) 黄玖立、冼国明:《企业异质性与区域间贸易:中国企业市场进入的微观证据》,《世界经济》,2012年第4期。
- (32) 李光勤、曹建华、邵帅:《语言多样性与中国对外开放的地区差异》,《世界经济》,2017年第3期。
- (33) 李秦、孟岭生:《方言、普通话与中国劳动力区域流动》,《经济研究》,2014年第1卷第4期。
- (34) 李善同、侯永志、刘云中、陈波:《中国国内地方保护问题的调查与分析》,《经济研究》,2004年第11期。
- (35) 林建浩、赵子乐:《均衡发展中的隐形壁垒:方言、制度与技术扩散》,《经济研究》,2017年第9期。
- (36) 刘毓芸、戴天仕和徐现祥:《汉语方言、市场分割与资源错配》,《经济学(季刊)》,2017年第16卷第4期。
- (37) 刘毓芸、徐现祥、肖泽凯:《劳动力跨方言流动的倒U型模式》,《经济研究》,2015年第10期。
- (38) 潘文卿、李跟强:《中国区域间贸易成本:测度与分解》,《数量经济技术经济研究》,2017年第2期。
- (39) 阮建青、王凌:《语言差异与市场制度发展》,《管理世界》,2017年第4期。
- (40) 魏下海、陈思宇、黎嘉辉:《方言技能与流动人口的创业选》,《中国人口科学》,2016年第6期。
- (41) 许宝华、宫田一郎:《汉语方言大词典》,中华书局,1999年。
- (42) 徐现祥、刘毓芸、肖泽凯:《方言与经济增长》,《经济学报》,2015年第2卷第2期。
- (43) 徐现祥、李郁:《中国省际贸易模式:基于铁路货运的研究》,《世界经济》,2012年第9期。
- (44) 叶宁华、张伯伟:《地方保护、所有制差异与企业市场扩张选择》,《世界经济》,2017年第6期。
- (45) 张杰、张培丽、黄泰岩:《市场分割推动了中国企业出口吗?》,《经济研究》,2010年第8期。
- (46) 郑毓盛、李崇高:《中国地方分割的效率损失》,《中国社会科学》,2003年第1期。
- (47) 中国社会科学院、澳大利亚人文科学院:《中国语言地图集》,香港朗文出版(远东)有限公司,1987年。
- (48) 中国语言文字使用情况调查领导小组办公室:《中国语言文字使用情况调查资料》,语文出版社,2006年。
- (49) 周黎安:《晋升博弈中政府官员的激励与合作——兼论我国地方保护主义和重复建设问题长期存在的原因》,《经济研究》,2004年第6期。
- (50) 周振鹤、游汝杰:《方言与中国文化》,上海人民出版社,2006年。
- (51) 朱希伟、金祥荣、罗德明:《国内市场分割与中国的出口贸易扩张》,《经济研究》,2005年第12期。