

# 产品保险助推企业跨区域发展

## ——基于异地子公司新设和撤并的证据

周冬华 彭剑飞 胥文帅\*

**摘要:** 保障国产首台(套)重大技术装备的应用推广是首台(套)保险制度有效实施的关键。基于异地子公司新设和撤并视角,本文以首台(套)保险为切入点考察产品保险在全国统一大市场建设中的作用。研究发现,产品保险能够帮助企业克服市场分割障碍,破除首台(套)产品异地市场的推广难题,从而降低销售宣传型异地子公司水平。此外,产品保险对异地子公司的替代性作用在营商环境较差、地区信任水平较低、自愿型投保和保险公司共同承保的企业中更为明显。最后,产品保险促进更多的商品要素在更大的范围内自由流动,由此助推全国统一大市场建设。

**关键词:** 产品保险;跨区域发展;统一大市场

**DOI:** 10.13821/j.cnki.ceq.2025.02.09

## 一、引言

跨地区发展是企业拓展客户资源、提高资源配置效率、增强市场竞争优势的有效战略路径(Lu et al., 2010)。但长期以来,我国企业发展区域性特征仍然较为明显,企业跨地区经营受到严重阻碍(刘志彪和孔令池,2021),进而导致我国区域经济表现出不平衡、不充分的特征。然而,由于存在信息劣势、消费者缺乏信任以及政府干预等诸多限制(方军雄,2008;潘红波和余明桂,2011;宋渊洋和黄礼伟,2014),跨地区发展导致企业面临较高的市场交易成本。为规避市场交易成本,企业往往通过建立异地子公司的方式来构建与异地市场稳定的商业关系(曹春方等,2015),但异地子公司的建立方式只是将市场交易成本内部化,给企业带来高额的内控成本(朱凯等,2019)。为此,中共中央国务院于2022年3月发布了《关于加快建设全国统一大市场的意见》,旨在建设更加高效、公平、开放的全国统一大市场以降低市场交易成本。因此,探寻更为有效的外部手段帮助我国企业突破跨地区的发展障碍,不仅在微观上对当下企业发展至关重要,在宏观上也是助力全国统一大市场建设、实现经济高质量发展的内在要求。

从既有研究来看,大量学者从制度、技术等宏观视角提出了跨区域发展的解决之道。

\* 周冬华,江西财经大学会计学院;彭剑飞、胥文帅,上海财经大学会计学院。通信作者及地址:周冬华,江西省南昌市双港东大街169号,330013;电话:13517093636;E-mail:loxil982@126.com。作者感谢国家自然科学基金面上项目(71972091)的资助,感谢匿名审稿人和主编的宝贵意见,文责自负。

陈刚和李树(2013)发现,提升地方司法独立性的地方高院院长异地交流制度可以打破地区之间的市场分割;马述忠和房超(2020)认为,电子商务的发展使得企业以线上销售的方式突破线下市场分割的跨区域贸易障碍;梁若冰和汤韵(2021)指出,高速公路连接提升了企业异地贸易而降低了本地贸易,促进了更大区域范围的市场整合;何小钢和罗奇(2022)则发现,信息通信技术和应用能帮助企业打破地区之间的贸易壁垒,提升企业的跨省销售水平。然而,产品保险作为破除跨地区发展障碍的机制之一,近年来受到实务界的广泛讨论<sup>①</sup>,学术界却对此缺乏相应的研究。

2015年3月3日,财政部、中国工业和信息化部、原中国保监会三部委联合推出了首台(套)保险,将清洁高效发电、轨道交通等14个发展较为迫切的重大技术装备纳入保险试点范围。首台(套)保险作为产品保险的特殊类型,针对首台(套)重大技术设备,由政府提供保费补贴,旨在化解首台(套)产品市场推广难题,是推动中国制造业实现高端转型的重要金融制度创新。<sup>②</sup>从保险政策内容来看,首台(套)保险既有助于企业获得政府支持,减少本地政府对资源流出以及异地政府对资源流入的诸多干预;还通过市场化的运作方式将产品质量缺陷相关损失转嫁给保险公司,提升了异地消费者对首台(套)产品的信任,打消了异地消费者的使用顾虑。因此,首台(套)保险对集团异地子公司具有替代性作用,企业集团因而有动机减少具有类似功能但却带来大量内部管控成本的异地子公司。这为厘清产品保险对企业边界的影响以及保险业在助推全国统一大市场建设中的作用提供了契机。

基于此,本文以2010—2020年沪深A股上市公司为研究样本,实证检验首台(套)保险对集团异地子公司的影响及其作用路径。本文研究发现,首台(套)保险显著抑制了集团异地子公司水平,具体表现为显著降低了销售宣传型异地子公司的新增数量,并主动撤销了更多的该类功能型异地子公司。此外,首台(套)保险能帮助企业克服地区之间的市场分割障碍,破除首台(套)产品异地市场的推广难题,从而促使企业集团减少具有类似功能的异地子公司。进一步地,首台(套)保险对异地子公司的替代性作用在营商环境较差、地区信任水平较低、自愿型投保及保险公司共同承保的样本中更为明显。最后,首台(套)保险促进更多的商品要素在更大的范围内自由流动,由此助推全国统一大市场建设。

区别于以往的文獻,本文的贡献主要集中于以下三点:

第一,本文基于产品保险的视角研究全国统一大市场建设的作用机制。现有文献主要考察了养老保险制度在统一全国劳动力市场中的作用(黄永颖等,2023),但尚未有文献研究产品保险如何通过破除市场分割影响全国统一大市场建设。本文检验了首台(套)保险帮助企业突破市场分割障碍、促进首台(套)产品异地市场推广,从而撤并销售及宣传类功能性异地子公司。本文的研究结论有利于提升保险行业在建设全国统一大市场中的作用。

<sup>①</sup> 众多新闻媒体以及实务界人士对于保险在助力构建全国统一大市场中的作用进行了讨论([https://www.financialnews.com.cn/ll/gdsj/202207/t20220704\\_250395.html](https://www.financialnews.com.cn/ll/gdsj/202207/t20220704_250395.html); <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1729807475487715275&wfr=spider&for=pc>),访问时间:2025年3月7日。

<sup>②</sup> 屈信明、常碧罗,“保险添底气 创新增动力”,《人民日报》,第18版,2022年5月30日。

第二,本文基于异地子公司的成本视角补充了集团公司异地子公司研究。现有关于集团发展的研究主要基于政企纽带(夏立军等,2011)、市场分割(曹春方等,2015)、地区信任(曹春方等,2019)、税收优惠(赵仁杰和周小昶,2022)等视角考察了集团在异地建立子公司所带来的收益。而本文从异地子公司的成本视角,考察了产品保险对集团异地子公司的替代作用。研究结论不仅从全新视角考察了产品保险对企业边界的影响,也拓展了有关集团异地发展的研究。

第三,本文基于首台(套)保险的视角补充了产品保险经济后果的研究。现有关于产品保险的研究主要探究了影响企业参与产品保险意愿的因素,具体包括公司规模(Mayers and Smith, 1982)、财务状况(Hoyt and Khang, 2000)、风险承担能力(Beatty et al., 2005)等内部因素以及企业声誉(Fei and Schlesinger, 2008)和客户要求(Regan and Hur, 2007)等外部因素,也有个别文献从研发投入和风险管理的角度考察了产品保险的经济后果(Viscusi and Moore, 1993; Beatty et al., 2005),却鲜有文献从产品保险视角来探究企业边界的选择问题。本文以首台(套)保险为切入点,考察了首台(套)保险对参保企业异地子公司的影响,研究结论不仅丰富了产品保险经济后果研究,而且有助于监管部门正确评估首台(套)保险的政策效果。

## 二、制度背景与研究假说

### (一) 制度背景

首台(套)重大技术装备是指运用原始创新、集成创新或引进技术消化吸收再创新,拥有自主知识产权的核心技术和自主品牌,却尚未取得市场业绩的成套装备或单机设备。改革开放以来,我国制造业持续快速发展,产业体系日趋完善,为进一步提升装备制造业的国际竞争力,国务院先后印发《国务院关于加快振兴装备制造业的若干意见》《装备制造业调整和振兴规划》等文件,出台了相应的金融政策支持,包括设立专项资金、加大信贷支持力度、提供融资便利等,促使一大批重大技术装备实现突破。尽管取得了显著成效,我国装备制造业依旧大而不强,与世界发达国家相比仍有较大差距,主要原因在于国产重大技术装备面临市场初期应用瓶颈,进而影响我国装备制造业的高端转型(孙宏涛,2018)。因此,为解决首台(套)产品的市场推广难题,财政部、中国工业和信息化部、原中国保监会三部委于2015年联合推出引导我国高端产业高质量发展的第一个长效的金融机制,首台(套)保险应运而生。

与传统的金融工具相比,首台(套)保险既发挥了政府的引导性,又突出了市场的作用。一方面,制度上由工业和信息化部指定产品指导目录,确定保险范围;由银保监会(现为国家金融监督管理总局)和保险行业协会指导保险公司定制保险产品;由中央财政对重大技术装备的前三套或前三批次合同保险费用给予保费补贴。三部委联合行动、统筹推进,各地政府组织协调、任务落实,提升了企业参保的积极性。另一方面,设计上将质量风险、责任风险等突出风险集中打包,按照“风险共担、利益共享”的经营原则鼓励由多家保险公司组建共保体,并采取生产方投保,购买方受益的补偿模式直接将赔款补偿给

首台(套)产品的购买方,打消了市场对首台(套)产品的顾虑,激发了市场主体的活力。<sup>①</sup>

## (二) 研究假说

交易成本理论认为,市场与企业是资源配置的两种替代性方式,前者通过价格机制驱使要素资源流动,后者则通过内部企业家权威来实现资源配置,二者的最优边界取决于市场交易成本与企业内部管控成本的权衡(Coase, 1937)。一方面,由于市场分割与地方保护,企业资源跨区域流动面临来自政府的制度性约束;另一方面,进入异地市场后企业能否取得收益,还取决于异地消费者对其产品的认可。而建立异地子公司是帮助企业进入异地市场,获得异地消费者认可,以规避外部交易成本的重要途径(曹春方等, 2015),但这需要以额外的非生产性支出或企业税负为代价(朱凯等, 2019)。首台(套)保险不但有助于企业获得政府支持,缓解市场分割对企业异地销售与资源流动的限制;还通过市场化的运作方式将产品质量缺陷相关损失转嫁给保险公司,打消异地消费者对首台(套)产品的使用顾虑,进而降低企业寻找交易对手、缔结契约及契约不适应的交易成本。因此,在首台(套)保险的加持下,企业使用市场的交易成本大幅下降,为了规避内部管控成本过高而带来的效率损失,企业有动机减少具有类似功能的异地子公司。

首先,首台(套)保险能帮助企业获取政府支持,克服市场分割障碍进入异地市场。作为国家层面推出引导我国高端装备制造业高质量发展第一个长效的鼓励机制,也是中央财政对工业领域首次实行保费补贴的保险险种,首台(套)保险自试点以来,一直受到各地政府的高度重视,首台(套)保险政策也要求地方政府在首台(套)产品的应用推广上承担更多的责任。<sup>②</sup>因此,认购首台(套)保险能帮助企业获取财政补贴及政治关系等诸多收益,从而有助于企业获取当地政府支持,减少对企业资源流出的限制。此外,随着我国创新改革的步伐加快,加强自主研发、掌握核心技术,实现国产技术替代,进而摆脱国外发达国家的科技掣肘成为地方政府的施政重心(吕铁和贺俊, 2019; 刘云等, 2023)。因此,首台(套)保险的购买向外界传递出企业自主研发能力强、技术先进的积极信号,表明首台(套)保险的企业产品销售可以为异地带入更先进的生产理念与科技资讯,从而促进地方企业技术进步与高质量发展。这有助于首台(套)保险企业获得异地政府认可,减少对企业产品流入的限制。可见,首台(套)保险有助于企业突破市场分割障碍进入异地市场。

其次,首台(套)保险对于投保的产品具有认证作用,有利于投保企业获取异地市场的信任。长期以来,国产的重大技术装备质量参差不齐导致用户不敢买或不愿买。潜在用户对全新推出的高新技术产品的性能、质量不了解,造成了突破型创新的首台(套)产品在上市初期往往难以打开市场。首台(套)产品的潜在客户担心未经过市场检验又价格高昂的设备能否达到预期的技术水平、生产能力和安全运转等,难以作出购买决策。因此,首台(套)产品推出之初,一般面临着销售难的问题。首台(套)保险机制在很大程

<sup>①</sup> 三部门主要负责人就《关于开展首台(套)重大技术装备保险补偿机制试点工作的通知》答记者问, [https://www.miit.gov.cn/jgsj/zbes/zdjszb/art/2020/art\\_2f074d4719564d9fa10288abfa23923d.html](https://www.miit.gov.cn/jgsj/zbes/zdjszb/art/2020/art_2f074d4719564d9fa10288abfa23923d.html), 访问时间:2025年3月7日。

<sup>②</sup> 来源于首台(套)重大技术装备保险补偿机制政策的解读, <https://www.miit.gov.cn/ztzl/liszt/sttdjszbbxbxjczsdgz/zcjd/index.html>, 访问时间:2025年3月7日。

度上缓解了客户的担忧。作为兼具转嫁质量风险与责任风险的定制化创新型综合保险,首台(套)保险一方面可以缓解企业因产品质量缺陷导致用户修理、更换或退货所需要付出的代价,另一方面也能够帮助企业避免因产品质量缺陷造成用户财产损失或发生人身伤亡所需要承担的责任。企业参保首台(套)保险后,将新技术装备因潜在质量缺陷所导致的经济赔偿转嫁给了保险公司,从而打消了用户单位对新技术装备的使用顾虑。此外,作为国家层面推动的保险险种之一,首台(套)保险的购买一定程度上相当于对产品质量的官方保证。在首台(套)保险“保险公司-国家政府”的双重认证之下,首台(套)产品迅速获得异地市场认可,产品收入大幅度提高。

基于以上分析,本文提出如下研究假说:

**假说** 其他条件不变的情况下,首台(套)保险降低了参保企业的异地子公司水平。

### 三、研究设计

#### (一) 样本选择和数据来源

##### 1. 数据来源

本文以2010—2020年沪深A股上市公司为初始研究样本。<sup>①</sup>首台(套)保险的数据来源于中华人民共和国工业和信息化部官方网站<sup>②</sup>,课题组连续多年对该数据进行跟踪,并通过手工整理构建了本文的数据基础。子公司存量信息以及撤销信息数据来源于CSMAR数据库,本文在CSMAR数据的基础上,通过企查查、百度地图等方式,对缺失的子公司信息进行了补充,整理获得了详细的子公司地区分布数据,并将其与母公司地区数据匹配,从而构建了母公司-子公司-年度数据集。其他财务数据以及公司治理数据来自CSMAR数据库。根据研究惯例,本文对样本进行如下处理:(1)剔除金融、保险类上市公司;(2)剔除ST、\*ST类上市公司;(3)剔除样本期间数据存在严重缺失的上市公司。经过上述处理,本文初步得到618 737个“母公司-子公司-年度”样本以及25 781个“母公司-年度”观测值,其中包括147家处理组母公司(在样本期内购买了首台(套)保险的上市企业),1 370个处理组“母公司-年度”观测值,以及3 281家对照组母公司(在样本期内未购买首台(套)保险的上市公司),24 411个对照组“母公司-年度”观测值。另外,为了避免极端值的影响,本文对所有连续变量进行了1%和99%的缩尾处理。

##### 2. 倾向得分匹配

(1) 匹配方法。企业是否购买首台(套)保险可能并不随机,而是由某些特征因素所决定的。因此,为了缓解由此导致的模型设定偏误问题,参考孟庆斌等(2019)的做法,选取企业参保前一年一系列特征变量作为协变量,并采用一比一、无放回倾向得分匹配法构建回归样本。具体而言,参考《关于开展首台(套)重大技术装备保险试点工作的指导

<sup>①</sup> 2015年3月,财政部、中国工业和信息化部、原中国保监会三部委联合组织的首台(套)重大技术装备保险补偿机制试点工作电视电话会议在京召开,标志着我国首台(套)重大技术装备保险补偿机制试点工作正式启动。此后,各地企业陆续参保首台(套)重大技术装备保险。由于首台(套)重大技术装备保险于2015年开始推行,将样本起点设定为2010年可以保证推行前后的时间长度相同。

<sup>②</sup> 中华人民共和国工业和信息化部, <https://www.miit.gov.cn>。

意见》等政策性文件以及产品保险影响因素的研究,本文从企业的异地子公司水平、创新水平、公司财务和公司治理等角度选取如下特征变量组成协变量,包括异地子公司数量、异地子公司新增数量、异地子公司撤销数量、企业规模、总资产收益率、资产负债率、营业收入增长率、企业年龄、现金持有水平、董事会规模、股权集中度、产权性质、研发强度并加入行业虚拟变量。

(2) 匹配结果。经过如上匹配过程,本文最终得到了实证研究样本,包括81个实验组公司,675个处理组“公司-年度”样本;80个对照组公司,780个对照组“公司-年度”样本。本文对匹配前后的实验组与对照组进行了组间差异检验,检验结果表明<sup>①</sup>,在匹配之前,多数特征变量存在显著差异,而在匹配之后,所有特征变量的差异性检验结果均不显著,这说明倾向得分匹配过程较好地缓解了模型设定偏误问题,应用匹配后的样本开展实证检验较为合理。

## (二) 关键变量度量

### 1. 集团异地子公司数量

基于集团公司数据集,本文按照母、子公司是否分属于不同地区来定义异地子公司,并在母公司-年度层面将异地子公司数量进行加总,由此对集团异地子公司的数量水平进行刻画。同时,不同类型的异地子公司承担着不一样的职能。例如,销售宣传型异地子公司是扩大产品知名度、拓宽市场营销渠道、打通异地市场的重要主体。因此,根据本文逻辑,首台(套)保险主要对异地销售子公司具有替代性作用。基于此,本文在计算异地子公司水平时,主要考虑销售宣传型异地子公司<sup>②</sup>。具体而言,参考曹春方等(2015)的做法,采用集团销售宣传型异地子公司数量的对数( $Croallsub_{i,t}$ )作为集团异地子公司水平的度量指标。然而,异地子公司的数量变化实质上存在新设和撤销两个方向。因此,为了直观体现产品保险对异地子公司的影响,本文进一步在母公司-年度层面将销售宣传型异地子公司新增数量以及异地子公司撤销数量进行加总,从新设和撤销两个方向刻画了异地子公司的变化情况。具体而言,采用集团销售宣传型异地子公司新增数量的对数( $Cronewsub_{i,t}$ )以及撤销数量的对数( $Croexitsub_{i,t}$ )进行衡量。

### 2. 产品保险的度量

由于上市公司并未对企业购买产品保险的情况进行披露,因此以往的研究很难对企业产品保险的情况进行准确刻画。而财政部、中国工业和信息化部、原中国保监会三部委自2015年联合开展首台(套)保险试点工作以来,每年都会对购买首台(套)保险的企业进行公示,从而为本文的研究提供了契机。此外,由于本文的其余变量均是以公司合并报表为基础计算的,因此,为保持量纲上的一致性,本文将上市公司集团内各关联公司参保首台(套)保险的情况均计算在内(即上市公司本身或其子公司等关联公司购买了首台(套)保险,则认为上市公司参保了首台(套)保险)。在此基础上,若上市公司集团购买

<sup>①</sup> 限于篇幅,倾向得分匹配结果见附表A1,感兴趣的读者可在《经济学》(季刊)官网(<https://ceq.ccer.pku.edu.cn>)下载。

<sup>②</sup> 限于篇幅,销售宣传型异地子公司的识别方式见附录I。

了首台(套)保险,则参保当年及之后  $Ins$  取值为 1, 否则取值为 0。

### (三) 实证模型构建

为了检验产品保险对集团异地子公司水平的影响,本文设计如下双重差分模型:

$$Crosub_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Ins_{i,t} + \sum Controls_{i,t} + Firm_i + Year_t + \varepsilon_{i,t}, \quad (1)$$

其中,被解释变量  $Crosub_{i,t}$  表示公司  $i$  在  $t$  年的异地子公司水平,具体而言,分别使用销售宣传型异地子公司总数( $Croallsub_{i,t}$ )、新增数量( $Cronewsub_{i,t}$ )以及撤销数量( $Croexitsub_{i,t}$ )来进行衡量。核心解释变量  $Ins_{i,t}$  为企业是否参保首台(套)保险的虚拟变量,若公司  $i$  在  $t$  年参保了首台(套)保险,则当年及之后  $Ins_{i,t}$  取值为 1, 否则取值为 0。 $Controls_{i,t}$  为一组控制变量,主要包括资产规模、资产负债率、公司成长性、董事会规模、研发强度等公司特征变量,以及公司所处地区的经济发展水平的地区变量。另外,为了对随个体变化的非时变不可观测因素以及不随个体变化的时变不可观测因素加以控制,本文在回归模型中进一步加入了个体固定效应( $Firm$ )以及年度固定效应( $Year$ )。具体变量定义如附表 A2 所示。

## 四、实证结果分析

### (一) 变量描述性统计

表 1 报告了主要变量的描述性统计。首先,表 1 的结果显示,企业销售宣传型异地子公司总量  $Croallsub$  的均值和标准差分别为 1.1160、1.0956,最小值、中位数及最大值分别为 0.0000、0.6931、5.5175,表明不同上市公司之间的异地子公司水平存在较大差异。其次,分异地子公司变化方向来看,异地新增子公司数量  $Cronewsub$  的均值和标准差分别为 0.6074、0.7949,最小值、中位数及最大值分别为 0.0000、0.0000、4.4308;异地撤销子公司数量  $Croexitsub$  的均值和标准差分别为 0.1347、0.3795,最小值、中位数及最大值分别为 0.0000、0.0000、2.5649,表明在异地新增子公司是集团异地子公司水平变化的主要路径,企业集团不会轻易撤销已经建立的异地子公司。进一步地,参保首台(套)保险  $Ins$  的均值为 0.1306,说明样本中仅有大约 13% 的上市集团公司参保了首台(套)保险,我国首台(套)保险业务尚处于初步发展阶段。

表 1 样本描述性统计

变量	观测值	均值	标准差	最小值	中位数	最大值
$Croallsub$	1 455	1.1160	1.0956	0.0000	0.6931	5.5175
$Cronewsub$	1 455	0.6074	0.7949	0.0000	0.0000	4.4308
$Croexitsub$	1 455	0.1347	0.3795	0.0000	0.0000	2.5649
$Ins$	1 455	0.1306	0.3371	0.0000	0.0000	1.0000
$Size$	1 455	23.1027	1.3095	20.9608	23.0551	25.5285
$Roa$	1 455	0.0333	0.0363	-0.0424	0.0287	0.1121

(续表)

变量	观测值	均值	标准差	最小值	中位数	最大值
<i>Lev</i>	1 455	0.5217	0.1642	0.2139	0.5354	0.7971
<i>Growth</i>	1 455	0.2542	0.3625	-0.2222	0.1657	1.1982
<i>Age</i>	1 455	2.3448	0.6728	0.6931	2.5649	3.1355
<i>Cash</i>	1 455	0.1618	0.0886	0.0410	0.1437	0.3641
<i>Board</i>	1 455	2.3371	0.2314	1.9459	2.3026	2.7726
<i>Top1</i>	1 455	37.1795	14.5614	15.5700	35.5000	65.2200
<i>Soe</i>	1 455	0.6172	0.4862	0.0000	1.0000	1.0000
<i>Rd</i>	1 455	0.0016	0.0039	0.0000	0.0000	0.0150
<i>Gdp</i>	1 455	0.0994	0.0467	0.0175	0.0941	0.2124

## (二) 基准回归结果

### 1. 产品保险与异地子公司数量

表 2 报告了首台(套)保险与企业销售宣传型异地子公司数量的回归结果。首先,从异地子公司总量来看,表 2 列(1)中 *Ins* 的估计系数为-0.2061,并在 1%水平上显著,表明首台(套)保险显著降低了集团销售宣传型异地子公司数量。其次,分具体变化方向来看,表 2 第(2)列中,*Ins* 的估计系数为-0.1075,并在 5%水平上显著;表 2 第(3)列中,*Ins* 的估计系数为 0.1100,并在 1%水平上显著,表明首台(套)保险不但抑制了新增的销售宣传型异地子公司数量,而且提高了撤销的销售宣传型异地子公司数量,从两个方向共同作用于异地子公司水平。进一步地,从经济意义看,以第(1)列的结果为例,如果当期认购首台(套)保险,将使企业异地子公司总数降低 0.2061,相对于样本期间企业异地子公司的均值 1.1160 而言降低了 20%左右(-0.2061/1.1160×100%)。这说明,无论是在统计意义还是经济意义上,企业参保首台(套)保险改变了集团的子公司分布,降低了集团销售宣传型异地子公司数量,支持了本文的研究假说。

表 2 首台(套)保险与异地子公司数量

变量	$Croallsub_{i,t}$ (1)	$Cronewsub_{i,t}$ (2)	$Croexitsub_{i,t}$ (3)
<i>Ins</i>	-0.2061*** (-3.205)	-0.1075** (-1.994)	0.1100*** (2.631)
控制变量	控制	控制	控制
常数项	控制	控制	控制
公司	控制	控制	控制
年份	控制	控制	控制
N	1 455	1 455	1 455
Adj.R <sup>2</sup>	0.668	0.566	0.268

注:\*\*\*、\*\*、\*分别表示在 1%、5%、10%水平上统计显著;括号中为 *t* 值,下同。

## 2. 产品保险与异地子公司撤销模式

单独从撤销视角来看,企业集团既有可能是基于首台(套)保险的作用而主要撤销上述功能性异地子公司,也可能是由于异地子公司经营状况不佳而被动撤销异地子公司。基于此,本文进一步从撤销模式的视角,来考察首台(套)保险的作用。

具体而言,本文将因“破产”“清算”而撤销的异地子公司设定为被动撤销的异地子公司,将因“注销”“出售”“撤资”“转让”而撤销的异地子公司设定为主动撤销型异地子公司,并按照不同的撤销模式将异地子公司数量在母公司-年度层面进行加总,进而探究不同模式下首台(套)保险的影响。

回归结果如表3所示,在主动撤销型异地子公司样本中,*Ins*的估计系数为0.0703,并在5%水平上显著;而在被动撤销型异地子公司样本中,*Ins*的估计系数不显著。以上结果表明,首台(套)保险能够帮助企业进入特定市场,从而促使企业集团主动撤销具有类似功能的异地子公司。

表3 首台(套)保险与异地子公司撤销模式

变量	主动撤销	被动撤销
	(1)	(2)
<i>Ins</i>	0.0703** (2.089)	0.0048 (0.732)
控制变量	控制	控制
常数项	控制	控制
公司	控制	控制
年份	控制	控制
<i>N</i>	1 455	1 455
Adj. <i>R</i> <sup>2</sup>	0.236	0.004

### (三) 稳健性检验

本文从以下几个方面来进行稳健性检验<sup>①</sup>:(1)进行平行趋势检验,以验证双重差分模型的有效性;(2)使用三部委联合试点首台(套)保险政策来作为企业参保首台(套)保险的工具变量;(3)进一步考察首台(套)保险对其他类型异地子公司的作用来进行安慰剂检验;(4)为了排除基期特征对本文研究结论的干扰,将企业参保前一年的所有控制变量与企业参保前后的时间虚拟变量进行交互,并加入模型中进行控制;(5)分别使用集团内参保公司数量以及集团内参保产品数量来考察参保强度对异地子公司数量的影响;(6)为了排除企业集团可能基于精简组织架构的考虑而同时减少本地子公司和异地子公司数量的担忧,从总量、新设和撤销三个维度构建了集团销售宣传型本地子公司占比以及异地子公司占比来考察首台(套)保险对集团子公司分布的影响;(7)为了排除宏观形势变化的影响,进一步通过剔除宏观形势波动较大、宏观经济情况较差的样本来进行稳健性检验。以上回归结果均支持本文主要结论。

① 限于篇幅,其他稳健性检验结果见附录II。

## 五、进一步分析

### (一) 作用机制检验

参考陆铭和陈钊(2009)以及大量研究市场分割文献的做法,以国家统计局提供的16类商品零售价格指数为基础,采用相对价格指数法来衡量市场分割程度<sup>①</sup>,并在此基础上构建如下回归模型对首台(套)保险影响集团异地子公司数量的作用机制进行检验:

$$SegR_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Ins_{i,t} + \sum Controls_{i,t} + Firm_i + Year_t + \varepsilon_{i,t}, \quad (2)$$

其中,  $SegR_{i,t}$  代表企业集团设立异地子公司所面对的市场分割程度。参考朱凯等(2019)的做法,将市场分割指数计算至母公司-年度层面,具体而言,  $SegR_{i,t} = \sum$  母公司所处地区与异地子公司所处地区的市场分割指数 /  $\sum$  母公司所处地区与全国各地区的市场分割指数,  $SegR_{i,t}$  越大,代表集团面对的市场分割程度越高。其余变量含义同上文所示。

表4第(1)列的回归结果显示,  $Ins$  的系数显著为负,表明首台(套)保险降低了企业集团所面对的市场分割程度,初步支持了本文的推断。进一步地,本文以企业集团参保首台(套)保险前所面对的市场分割程度行业-年度中位数将样本分为高低两组,分别检验首台(套)保险在不同市场分割程度下对企业异地子公司数量的影响。回归结果如第(2)—(7)列所示。第(2)—(3)列中,  $Ins$  的系数显著为负,第(4)列中,  $Ins$  的系数显著为正;而第(5)—(7)列中,  $Ins$  的系数均不显著,表明市场分割程度越高,首台(套)保险对异地子公司数量的抑制作用越强。综合上述结果,首台(套)保险帮助企业突破市场分割限制的有效性得以证明。

表4 首台(套)保险、市场分割与异地子公司数量

变量	全样本	市场分割程度高			市场分割程度低		
	$SegR_{i,t}$	$Croallsub_{i,t}$	$Cronewsub_{i,t}$	$Croexitsub_{i,t}$	$Croallsub_{i,t}$	$Cronewsub_{i,t}$	$Croexitsub_{i,t}$
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
$Ins$	-0.0919** (-2.040)	-0.1823** (-1.998)	-0.1457* (-1.889)	0.2199*** (3.622)	-0.0188 (-0.201)	0.0541 (0.716)	-0.0492 (-1.433)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
常数项	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
公司	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
年份	控制	控制	控制	控制	控制	控制	控制
$N$	1 455	967	967	967	472	472	472
Adj. $R^2$	0.629	0.653	0.557	0.287	0.590	0.436	0.075

然而,异地子公司数量的减少可能带来异地收入的同步降低,在这种情况下则无法证明首台(套)保险替代异地子公司突破市场分割限制的命题。基于此,本文进一步构建

<sup>①</sup> 与现有研究保持一致,本文使用的商品零售价格指数包括食品、饮料烟酒、服装鞋帽、纺织品、家用电器及音响器材、文化办公用品、日用品、体育娱乐用品、交通通信用品、家具、化妆品、金银珠宝、中西药品及医疗保健用品、书报杂志及电子出版物、燃料、建筑材料及五金电料等16类(桂琦寒等,2006)。具体计算过程见附录III。

如下模型对首台(套)保险破除异地市场推广难题的有效性进行证明:

$$CrosaleFee_{i,t}/CrosalePart_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Ins_{i,t} + \sum Controls_{i,t} + Firm_i + Year_t + \epsilon_{i,t}, \quad (3)$$

其中,被解释变量为异地市场推广,分别使用异地销售费用率( $CrosaleFee_{i,t}$ )和异地收入占比( $CrosalePart_{i,t}$ )加以衡量。异地销售费用率( $CrosaleFee_{i,t}$ )为企业异地销售费用<sup>①</sup>与异地收入的比值。异地收入占比( $CrosalePart_{i,t}$ )为企业异地收入与总收入的比值。若首台(套)保险降低了企业的异地销售费用率但未改变企业的异地收入占比,则说明企业集团在节约了异地子公司进行异地推广、销售所付出的代价后却并未导致异地收入水平的降低,从而证明了首台(套)保险跨越市场分割限制的有效性。另外,本文还进一步检验了首台(套)保险对异地收入总额  $Crosale_{i,t}$  (具体采用异地收入总额的对数来进行衡量)和本地收入总额  $Homsale_{i,t}$  (具体采用本地收入总额的对数来进行衡量)的影响,以使论文逻辑更加严谨。其他变量含义不变。

回归结果如表5所示,首先,表5第(1)列的回归结果显示,  $Ins$  的估计系数显著为负,说明首台(套)保险促进异地子公司数量的减少并带来产品推广、销售成本的降低;其次,表5第(2)列的回归结果显示,  $Ins$  的估计系数显著为正,表明首台(套)保险在降低异地销售费用的同时,异地收入占比不但没有降低,反而有所增加;进一步地,表5第(3)列中,  $Ins$  的估计系数显著为正,而第(4)列中,  $Ins$  的估计系数为正却不显著,表明首台(套)保险带来异地收入水平的提升却并未造成本地收入的降低。综合以上结果,首台(套)保险替代异地子公司打破市场分割限制的有效性得到证明。

表5 首台(套)保险与企业异地市场推广

变量	$CrosaleFee_{i,t}$ (1)	$CrosalePart_{i,t}$ (2)	$Crosale_{i,t}$ (3)	$Homsale_{i,t}$ (4)
$Ins$	-0.0043** (-1.975)	0.0186** (2.520)	0.3630** (2.137)	0.4111 (0.603)
控制变量	控制	控制	控制	控制
常数项	控制	控制	控制	控制
公司	控制	控制	控制	控制
年份	控制	控制	控制	控制
$N$	1 455	1 435	1 435	1 455
Adj. $R^2$	0.789	0.442	0.573	0.516

## (二) 异质性分析

基于前文的研究结论,本文进一步结合异地子公司所处地区环境以及首台(套)保险制度设计两方面,来考察首台(套)保险对集团异地子公司的影响。

### 1. 基于地区环境的拓展性研究

(1) 地区营商环境的影响。已有研究发现,异地市场的营商环境越好,该地政府对经济资源配置的干预和管制越少,企业越容易进入该市场进行交易;而异地市场的营商环

<sup>①</sup> 由于财务报表附注并未对归属于不同地区的销售费用进行划分,因此本文按照收入费用的配比原则,以异地收入占比为权重近似计算得到异地销售费用。具体而言,异地销售费用=销售费用总计×异地收入占比。

境越差,企业越容易受到当地行政审批、市场准入等诸多制度性约束,其在异地的发展相对受限(夏后学等,2019),建立异地子公司则是企业突破制度性约束的重要途径(曹春方等,2015)。而首台(套)保险能帮助企业获取政府支持,克服诸多制度性约束进入异地市场。因此,本文进一步从地区营商环境的视角来探究首台(套)保险对异地子公司数量的影响。

具体而言,参考张三保等(2020)的研究,采用其基于“市场、政务、法律政策、人文”等四个维度计算的营商环境指数来衡量地区层面的营商环境水平,并通过以下两个步骤对样本进行处理:(1)将所有子公司所处地区的营商环境指数按照均值计算至母公司-年度层面;(2)将样本按照上述指标的行业-年度中位数进行分组回归。分组回归的结果如附表A3所示,首先,附表A3第(1)—(3)列中,*Ins*的估计系数均不显著,而在第(4)—(5)列中,*Ins*的估计系数显著为负,第(6)列中,*Ins*的估计系数显著为正,表明首台(套)保险能有效应对营商环境较差地区对企业进入特定市场形成的经营障碍,促使企业减少具有类似功能但需要大量内部管控成本的异地子公司。

(2)地区信任水平的影响。已有研究发现,信任能够稳定交易双方的心理预期、降低由彼此间信息不对称产生的交易成本,克服不完备市场存在的契约难以有效执行的问题(Williamson, 1973)。因此,异地市场的社会信任水平越低,企业在该地区所面临的交易成本越高,建立异地子公司并与异地企业更密切地进行谈判与交易,是企业获取交易对手信任、内部化市场交易成本的重要方式(Khanna and Yafeh, 2007)。而首台(套)保险作为兼具转嫁质量风险与责任风险的定制化创新型综合保险,能有效打消异地消费者对首台(套)产品的使用顾虑,提升其对首台(套)产品的信心,降低市场交易成本,因此企业集团有动机以此替代具有类似功能但需要付出大量内部管控成本的异地子公司。基于此,本文进一步从地区信任水平的角度来探究首台(套)保险的作用。

具体而言,参考申丹琳和江轩宇(2022)的研究,采用中国综合社会调查(CGSS)数据中各地区回答“非常同意”和“比较同意”者占回复人数总数的比重作为该地区社会信任水平的度量指标<sup>①</sup>,并通过以下两个步骤对样本进行处理:(1)将所有子公司所处地区的社会信任水平按照均值计算至母公司-年度层面;(2)将样本按照上述指标的行业-年度中位数进行分组回归。分组回归的结果如附表A4所示,首先,附表A4第(1)—(3)列中,*Ins*的估计系数均不显著,而在第(4)—(5)列中,*Ins*的估计系数显著为负,第(6)列中,*Ins*的估计系数显著为正,表明首台(套)保险能显著提升信任水平低的消费者对首台(套)产品品质的信任,有效应对信任水平较差地区对企业在异地进行销售宣传的推广难题,进而促使企业减少具有类似功能的异地子公司。

## 2. 基于首台(套)保险制度设计的拓展性研究

(1)投保动机的影响。根据政策规定,首台(套)保险的补贴期一般不超过3年。<sup>②</sup>因此,企业既有可能是基于政策性目的而将投保时间设定为3年以下,也可能是因为自

<sup>①</sup> 受访者回答的问题为:“总的来说,您同不同意在这个社会上,绝大多数人都是可以信任的。”

<sup>②</sup> 《首台(套)重大技术装备保险试点工作的指导意见》规定,由于首台(套)重大技术装备一般需要3年左右时间完成应用验证,以确保技术成熟、质量稳定,因此,补贴期限暂定不超过3年。

愿性动机而在保险补贴期结束之后,依然选择为首台(套)产品投保。基于此,本文首先从投保动机的视角来考察首台(套)保险的作用。

具体而言,本文将样本按照投保首台(套)保险的时间分为两组,其中投保3年以下为政策性投保,3年以上则为自愿性投保。表6报告了按照投保动机分组回归的结果。表6的回归结果显示,在政策性投保样本组中,*Ins*的估计系数均不显著,而在自愿性投保样本组中,*Ins*的估计系数至少在5%水平上显著,表明首台(套)保险补偿机制充分发挥了财政资金“四两拨千斤”的杠杆作用,实现了财政资金扶持效应的放大。企业集团在经过3年政策补贴期意识到首台(套)保险市场推广的有效性之后,自愿继续进行投保并以此替代具有类似功能的异地子公司。

表6 首台(套)保险与异地子公司数量:基于投保动机的影响

变量	政策性投保			自愿性投保		
	<i>Croallsub<sub>i,t</sub></i>	<i>Cronewsub<sub>i,t</sub></i>	<i>Croexitsub<sub>i,t</sub></i>	<i>Croallsub<sub>i,t</sub></i>	<i>Cronewsub<sub>i,t</sub></i>	<i>Croexitsub<sub>i,t</sub></i>
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Ins</i>	-0.0709 (-0.979)	-0.0354 (-0.538)	0.0177 (0.348)	-0.3653*** (-3.716)	-0.1970** (-2.559)	0.2145*** (3.328)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
常数项	控制	控制	控制	控制	控制	控制
公司	控制	控制	控制	控制	控制	控制
年份	控制	控制	控制	控制	控制	控制
<i>N</i>	1 344	1 344	1 344	1 374	1 374	1 374
Adj. <i>R</i> <sup>2</sup>	0.684	0.574	0.200	0.667	0.568	0.285

(2) 承保模式的影响。根据政策规定,首台(套)保险在承保方式上鼓励由多家保险公司组建共保体方式,按照“风险共担、利益共享”的经营原则进行承保,但符合要求的保险公司也可单独承保。因此,首台(套)保险对集团异地子公司水平的影响因共保企业数量的不同而表现出差异。共保企业越多,为企业进行背书的保险公司就越多,首台(套)保险打破市场分割的能力就越强,企业更倾向于用保险来替代异地子公司进入特定市场的功能。基于此,本文进一步从保险公司承保方式的角度来探究首台(套)保险对集团异地子公司水平的影响。

具体而言,本文将样本按照承保的保险公司数量是一家还是多家划分为独立承保和共同承保进行分组回归。回归结果如表7所示,首先,在独立承保的企业样本中,除第(1)列中,*Ins*的估计系数在5%的水平上显著为负外,其余两列*Ins*的估计系数均不显著;而在共同承保的企业样本中,首台(套)保险显著抑制了企业集团的异地子公司总量及新增数量,并提升了异地子公司的撤销数量,表明“共同体”的承保模式最大化了首台(套)保险跨越市场分割的功能,企业集团因而有动机减少功能相似但却带来大量管控成本的异地子公司。

表 7 首台(套)保险与异地子公司数量:基于承保模式的影响

变量	独立承保			共同承保		
	<i>Croallsub<sub>i,t</sub></i>	<i>Cronewsub<sub>i,t</sub></i>	<i>Croexitsub<sub>i,t</sub></i>	<i>Croallsub<sub>i,t</sub></i>	<i>Cronewsub<sub>i,t</sub></i>	<i>Croexitsub<sub>i,t</sub></i>
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Ins</i>	-0.1718** (-2.305)	-0.0624 (-0.988)	0.0644 (1.425)	-0.3828*** (-4.032)	-0.2583*** (-3.521)	0.2559*** (2.930)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制	控制
常数项	控制	控制	控制	控制	控制	控制
公司	控制	控制	控制	控制	控制	控制
年份	控制	控制	控制	控制	控制	控制
<i>N</i>	1 389	1 389	1 389	1 329	1 329	1 329
Adj. <i>R</i> <sup>2</sup>	0.669	0.565	0.233	0.682	0.578	0.259

### (三) 宏观经济分析:地区参保强度与商品要素流动

全国统一大市场建设的关键在于打通制约经济循环的关键堵点,促进商品要素资源在更大范围内自由流通。因此,为了直观展示产品保险促进全国统一大市场的作用路径,本文进一步构建如下模型,从宏观视角来考察产品保险的影响:

$$GoodsFlow_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 Area\_ins_{i,t} + \sum Controls + Area + Year + \epsilon_{i,t}, \quad (4)$$

其中,被解释变量  $GoodFlow_{i,t}$  表示地区  $i$  在  $t$  年的商品要素流动,分别使用商品要素流动的深度( $GoodsFlow\_depth_{i,t}$ )以及商品要素流动的广度( $GoodsFlow\_scope_{i,t}$ )来进行衡量。具体而言,商品要素流动的深度( $GoodsFlow\_depth_{i,t}$ )使用地区  $i$  在  $t$  年流动到其他地区的货运总量<sup>①</sup>与本地区生产总值的比值来进行衡量,该值越大,说明本地流动到异地的商品要素越多;商品要素流动的广度( $GoodsFlow\_scope_{i,t}$ )使用地区  $i$  在  $t$  年流动到其他地区货运总量的赫芬达尔指数,该值越小,说明本地流出的商品要素更加分散,商品要素在更大范围内自由流通。

核心解释变量  $Area\_ins_{i,t}$  代表地区  $i$  在  $t$  年参保首台(套)保险的程度。分别使用地区参保首台(套)保险的公司数量( $Area\_ins\_company_{i,t}$ )以及参保首台(套)保险的产品数量( $Area\_ins\_product_{i,t}$ )进行衡量。参考曹春方等(2017)的研究, $Controls_{i,t}$  为一系地区层面的控制变量<sup>②</sup>, $Area$  和  $Year$  分别代表地区和年份固定效应。

回归结果如表 8 所示,首先,第(1)—(2)列的回归结果显示, $Area\_ins\_company$  与  $Area\_ins\_product$  的系数均显著为正,表明地区参保首台(套)保险的公司与产品越多,商品要素跨地区流动越多;其次,第(3)—(4)列的回归结果显示, $Area\_ins\_company$  与  $Area\_ins\_product$  的系数均显著为负,表明地区参保首台(套)保险的公司与产品越多,商品要素跨地区流动的范围越广。

① 省际铁路货运量数据来源于《中国交通年鉴》,省际货运总量=省际铁路货运量×(出发地货运总量/出发地的铁路货运量)。各地区的铁路货运量与货运总量来源于《中国统计年鉴》。

② 控制变量数据均来源于《中国统计年鉴》,具体变量含义见附录 IV。

表8 宏观经济分析:地区参保强度与商品要素流动

变量	<i>GoodsFlow_depth<sub>i,t</sub></i>	<i>GoodsFlow_depth<sub>i,t</sub></i>	<i>GoodsFlow_scope<sub>i,t</sub></i>	<i>GoodsFlow_scope<sub>i,t</sub></i>
	(1)	(2)	(3)	(4)
<i>Area_ins_company</i>	0.3733*** (5.048)		-0.0005** (-2.244)	
<i>Area_ins_product</i>		0.2369*** (4.234)		-0.0003** (-2.134)
控制变量	控制	控制	控制	控制
常数项	控制	控制	控制	控制
地区	控制	控制	控制	控制
年份	控制	控制	控制	控制
N	330	330	330	330
Within. R <sup>2</sup>	0.163	0.149	0.174	0.170

最后,本文以2010—2020年的工商注册信息大数据为基础,从宏观层面考察首台(套)保险是否确实对销售宣传型异地子公司具有替代性作用,以检验研究结论的外部有效性。回归结果如附录V所示,地区参保首台(套)保险的公司与产品越多,销售宣传型异地子公司的数量越少。综合以上结果,产品保险促进商品要素更多地在更大的范围内自由流动,由此助推全国统一大市场建设。

## 六、政策含义

本文的研究结论具有如下政策启示作用:第一,首台(套)保险对集团销售宣传等功能性异地子公司具有明显的替代作用。因此,装备制造业应当借助首台(套)保险克服市场分割障碍,解决首台(套)产品推向异地市场的难题,优化集团组织结构,实现企业的高质量发展。第二,政府推行首台(套)保险的试点工作目前已初显成效,有关部门应当吸取试点过程中的宝贵经验,进一步优化首台(套)保险补偿激励机制。特别地,要进一步发挥财政资金“四两拨千斤”的杠杆作用,引导企业从政策性投保转向自愿性投保,实现财政资金扶持效应的放大。第三,首台(套)保险由多家公司共同承保的共保体运作模式有效降低了保险公司和客户的经营风险,强化了首台(套)保险功能。相关部门应当制定出更加有效的首台(套)保险产品。特别地,引导保险公司从独立承保转向共同承保模式,按照“风险共担、利益共享”的原则实现生产方企业-保险公司-购买方企业“共同富裕”。第四,面对新的宏观经济形势,要充分发挥首台(套)保险在助力全国统一大市场建设中的作用,装备制造业也应当充分利用首台(套)保险抵御营商环境差、信任水平不足地区的消极影响,开发弱势市场,利用国内超大规模市场的资源禀赋优势反哺自身,实现我国制造业格局由“制造大国”向“制造强国”转变。

## 参考文献

- [1] Beatty, A., A. Gron, and B. Jorgensen, "Corporate Risk Management: Evidence from Product Liability", *Journal of Financial Intermediation*, 2005, 14(2), 152-178.
- [2] 曹春方、夏常源、钱先航, "地区间信任与集团异地发展——基于企业边界理论的实证检验", 《管理世界》, 2019年第1期, 第179—191页。
- [3] 曹春方、张婷婷、范子英, "地区偏袒下的市场整合", 《经济研究》, 2017年第12期, 第91—104页。
- [4] 曹春方、周大伟、吴澄澄、张婷婷, "市场分割与异地子公司分布", 《管理世界》, 2015年第9期, 第92—103页。
- [5] 陈刚、李树, "司法独立与市场分割——以法官异地交流为实验的研究", 《经济研究》, 2013年第9期, 第30—42页。
- [6] Coase, R. H., "The Nature of the Firm", *Economica*, 1937, 4(16), 386-405.
- [7] 方军雄, "政府干预、所有权性质与企业并购", 《管理世界》, 2008年第9期, 第118—123页。
- [8] Fei, W., and H. Schlesinger, "Precautionary Insurance Demand with State-Dependent Background Risk", *Journal of Risk and Insurance*, 2008, 75(1), 1-16.
- [9] 桂琦寒、陈敏、陆铭、陈钊, "中国国内商品市场趋于分割还是整合: 基于相对价格法的分析", 《世界经济》, 2006年第2期, 第20—30页。
- [10] 何小钢、罗奇, "信息技术应用与跨区域贸易——基于中国企业跨省销售的微观视角", 《经济管理》, 2022年第9期, 第47—63页。
- [11] Hoyt, R. E., and H. Khang, "On the Demand for Corporate Property Insurance", *Journal of Risk and Insurance*, 2000, 67(1), 91-107.
- [12] 黄永颖、张克中、鲁元平, "统一大市场建设: 养老保险省级统筹与劳动力市场一体化", 《数量经济技术经济研究》, 2023年第1期, 第25—45页。
- [13] Khanna, T., and Y. Yafeh, "Business Groups in Emerging Markets: Paragons or Parasites?", *Journal of Economic Literature*, 2007, 45(2), 331-372.
- [14] 梁若冰、汤韵, "交通改善、企业贸易与区域市场整合——基于增值税发票的经验研究", 《财贸经济》, 2021年第10期, 第36—51页。
- [15] 刘云、郭栋、黄祖广, "我国高档数控机床技术追赶的特征、机制与发展策略——基于复杂产品系统的视角", 《管理世界》, 2023年第3期, 第140—158页。
- [16] 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, 第20—36页。
- [17] Lu, Y., L. Zhou, G. Bruton, and W. Li, "Capabilities as a Mediator Linking Resources and the International Performance of Entrepreneurial Firms in an Emerging Economy", *Journal of International Business Studies*, 2010, 41(3), 419-436.
- [18] 陆铭、陈钊, "分割市场的经济增长——为什么经济开放可能加剧地方保护?", 《经济研究》, 2009年第3期, 第42—52页。
- [19] 吕铁、贺俊, "政府干预何以有效: 对中国高铁技术赶超的调查研究", 《管理世界》, 2019年第9期, 第152—163页。
- [20] 马述忠、房超, "线下市场分割是否促进了企业线上销售——对中国电子商务扩张的一种解释", 《经济研究》, 2020年第7期, 第123—139页。
- [21] Mayers, D., and C. W. Smith, "On the Corporate Demand for Insurance", *The Journal of Business*, 1982, 55(2), 281-296.
- [22] 孟庆斌、李昕宇、张鹏, "员工持股计划能够促进企业创新吗? ——基于企业员工视角的经验证据", 《管理世界》,

- 2019 年第 11 期,第 209—228 页。
- [23] 潘红波、余明桂,“支持之手、掠夺之手与异地并购”,《经济研究》,2011 年第 9 期,第 108—120 页。
- [24] Regan, L., and Y. Hur, “On the Corporate Demand for Insurance: The Case of Korean Nonfinancial Firms”, *Journal of Risk and Insurance*, 2007, 74(4), 829-850.
- [25] 申丹琳、江轩宇,“社会信任与企业劳动投资效率”,《金融研究》,2022 年第 9 期,第 152—168 页。
- [26] 宋渊洋、黄礼伟,“为什么中国企业难以国内跨地区经营?”,《管理世界》,2014 年第 12 期,第 115—133 页。
- [27] 孙宏涛,“‘首台套’保险制度研究”,《中国保险报》,第 7 版,2018 年 4 月 12 日。
- [28] Viscusi, W. K., and M. J. Moore, “Product Liability, Research and Development, and Innovation”, *Journal of Political Economy*, 1993, 101(1), 161-184.
- [29] Williamson, O. E., “Markets and Hierarchies: Some Elementary Considerations”, *American Economic Review*, 1973, 63(2), 316-325.
- [30] 夏后学、谭清美、白俊红,“营商环境、企业寻租与市场创新——来自中国企业营商环境调查的经验证据”,《经济研究》,2019 年第 4 期,第 84—98 页。
- [31] 夏立军、陆铭、余为政,“政企纽带与跨省投资——来自中国上市公司的经验证据”,《管理世界》,2011 年第 7 期,第 128—140 页。
- [32] 张三保、康璧成、张志学,“中国省份营商环境评价:指标体系与量化分析”,《经济管理》,2020 年第 4 期,第 5—19 页。
- [33] 赵仁杰、周小昶,“区域性税收优惠与企业异地投资的避税效应”,《财贸经济》,2022 年第 11 期,第 59—74 页。
- [34] 朱凯、潘怡麟、张舒怡、陈信元,“管制下的市场分割与租值耗散——基于企业集团跨地区经营的视角”,《财经研究》,2019 年第 4 期,第 4—16 页。

## The Insurance for Product Quality Promote Cross-Region Development: Evidence from Starting New Subsidiaries and Existing Subsidiaries in Different Locations

ZHOU Donghua\*

(Jiangxi University of Finance and Economics)

PENG Jianfei XU Wenshuai

(Shanghai University of Finance and Economics)

**Abstract:** We take the first-set insurance as an entry point to examine the role of product insurance in the construction of the unified national market from the perspective of starting new subsidiaries and existing subsidiaries in different locations. We find that product insurance helps companies remove the key barriers that impede economic circulation and makes it easier for companies to sell their initial products into different markets, which prompts companies to reduce the level of sales promotion of non-local

---

\* Corresponding Author: ZHOU Donghua, School of Accounting, Jiangxi University of Finance and Economics, No. 139 Shuanggang East Street, Nanchang, Jiangxi 330013, China; Tel: 86-13517093636; E-mail: loxi1982@126.com.

subsidiaries. Furthermore, the substitution effect of product insurance on off-site subsidiaries is more pronounced in firms with poorer business environment, lower levels of social trust, voluntary type of insurance and co-insurance by insurance companies. Finally, product insurance promotes the free flow of more commodity elements over a broader range, thereby boosting the construction of a unified national market.

**Keywords:** product insurance; cross-regional development; unified national market

**JEL Classification:** G22, D21, D23