

金融地理扩张与中国企业加成率提升

——基于银行分支机构网点空间分布的实证研究

宋凯艺¹, 卞元超²

(1. 南京晓庄学院 商学院, 江苏 南京 211171; 2. 南京师范大学 商学院, 江苏 南京 210023)

[摘要]立足于企业周边特定空间尺度上银行分支机构网点空间分布的视角,考察金融地理扩张对企业成本加成率的影响机制和作用效果。研究发现:企业周边1公里、5公里和10公里范围内银行分支机构数量对企业成本加成率具有显著的正向影响,即金融地理扩张有助于促进企业成本加成率的提升;但是这一提升作用在15公里尺度上不再显著,说明金融地理扩张对企业成本加成率的影响效应存在着空间衰减性。机制检验发现,金融地理扩张主要通过成本降低效应、创新引致效应和市场结构效应三个方面影响企业的成本加成率。国有商业银行分支机构扩张对于企业加成率的提升作用并不显著;但是在距离企业较近的空间范围内,非国有商业银行对于企业成本加成率的提升作用更明显。此外,金融地理扩张有助于提升资本密集型企业、中小企业和民营企业的成本加成率,对劳动密集型企业、大企业和国有企业的影响效应不显著。研究结论为破解中国企业低加成率之谜提供了新的视角。

[关键词]银行分支机构;金融地理扩张;成本加成率;空间衰减;成本降低效应;创新引致效应;市场结构效应

[中图分类号]F832.1 **[文献标志码]**A **[文章编号]**2096-3114(2025)04-0090-12

一、引言

自加入世界贸易组织以来,中国实体经济发展蹄疾步稳,制造业企业的生产规模持续扩大,产品种类不断丰富,中国已然成为全球重要的制造业大国。然而在中国制造业强势发展的背后,诸如关键核心技术受制于人、“大而不强”等问题依然存在。尤其是近年来,伴随着中国要素成本的不断上升,以消耗大量资源为代价的粗放型生产模式难以为继,加之国际经济环境复杂性和不确定性日益凸显,中国制造业赖以生存的价格优势正逐渐丧失,“低质、低价、低效益”的国际形象难以摆脱^[1],长期被锁定在全球价值链体系中的中低端环节。提升制造业企业的市场竞争力已然成为中国经济应对新发展阶段、构建新发展格局、实现高质量发展的关键任务和重要目标之一。

从理论上来说,企业出口数量和机会的增加有助于克服企业的高固定成本劣势,促进企业生产率水平提升,进而在市场上获取较高的定价能力和市场份额,带来成本加成率的提升^[2]。然而,遗憾的是,这一结论在中国的实践中却尚未得到充分的验证,中国企业不仅在参与国际分工过程中存在“出口低价之谜”的现象^[3],在国内市场的定价能力也是长期处于较低水平。而中国制造业产品价格处于劣势地位的主要原因在于企业成本加成率过低^[4],这势必会影响到企业竞争优势,从而限制企业产品利润的增值空间,最终导致转型困难。

由于外源性融资一直是中国企业融资的主要来源,外部金融环境的变化便成为影响企业生产经营决策和竞争力提升的一个重要因素。在中国以商业银行和间接融资为主导的金融体系下,长期隐性歧视性垄断政策的存在,导致实体企业广泛面临着融资难、融资贵问题。改革开放以后,中国的金融体系开

[收稿日期]2024-08-31

[基金项目]国家自然科学基金青年项目(72203107);教育部人文社会科学研究项目青年基金项目(23YJC790113);江苏省社会科学基金项目青年项目(23EYC023);江苏省高校哲学社会科学一般项目(2022SJB0596)

[作者简介]宋凯艺(1994—),女,安徽蚌埠人,南京晓庄学院商学院讲师,主要研究方向为金融支持实体经济发展,邮箱:sky9386@163.com;卞元超(1991—),男,安徽六安人,南京师范大学商学院副教授,主要研究方向为企业技术创新。

启了有序的市场化改革和规模扩张,不仅金融业增加值占 GDP 比重持续增加,银行业市场结构也实现了从一元垄断传统体制向多元竞争现代体制的转变。监管部门不断放宽银行业市场进入的政策限制,银行业市场主体越来越多,市场竞争程度逐渐提高,企业周边分布的各类银行分支机构数量不断增加,金融体系在地理空间上的扩张现象日趋明显,这一现象被称为金融地理扩张^[5]。金融地理扩张缩小了银行与企业之间的地理距离,这不仅提高了企业金融资源的可得性和便利性,降低了企业的生产经营成本^[6],还能够有效激励企业的技术创新,优化行业市场结构,从而提升企业的成本加成率。

与本文密切相关的研究文献主要有两支,一支是关于中国企业低加成率的影响因素的研究。早期的学者认为引起企业竞争能力变化的因素皆可能引起企业加成率的变动,这些因素可能来源于企业的内部或外部。就内部而言,一些学者尝试从企业自身特征来探究影响企业加成率的因素,如人力资本和产品质量等^[7-8],尤其是一些实证研究发现中国企业加成率分布存在显著的异质性,如是否为出口企业、是否为国企等^[3-4],这也验证了企业内部属性在决定加成率方面的作用。此外,学者们还从外部环境的角度剖析其对企业加成率的影响,如产业政策和贸易自由化等^[9-10],认为这些因素能够通过影响要素市场定价和最终产品价格,进而引起企业成本加成的变化。其中,融资成本作为影响企业生产边际成本变动的重要因素,其对于企业加成率的影响也成为学者们关注的重要问题^[11]。融资约束程度严重的企业将会面临投资不足、研发创新激励不高等负面效应,阻碍生产效率的提升,从而不利于降低生产边际成本和获得较高的成本加成,制约企业的持续发展^[12]。而金融体系通过提供直接或间接的融资支持、优化资源配置等方式,影响企业的融资成本和资金可得性,进而影响到创新行为和市场竞争力^[13],并导致其成本加成率发生变化。因此,一些文献还将研究视角聚焦到金融体系的改革与发展方面,认为缓解融资约束的金融体系改革是提升企业成本加成与竞争能力的有效途径,如金融市场化改革^[11]。

另一支文献主要考察金融地理结构对企业生产决策的影响。我国的金融地理结构基本上可由商业银行网点布局决定^[5],这在某种程度上反映某地区金融资源的供给水平和便利性。金融管制放松政策的实施推动我国银行分支机构的规模实现快速扩张,使得金融资源在地理空间上分布与供给也发生深刻的变化^[14],进而导致企业的实际融资行为呈现“舍远求近”的特征,重塑企业金融资源的触达范围,对企业融资产生重要影响。有研究发现,金融地理扩张有助于缓解企业融资约束^[11],支持企业的创新活动,并促进企业的可持续健康发展。也有学者采用金融地理结构度量企业周边的银行竞争水平,认为企业周边银行分支机构数量越多,表明银行竞争更加激烈,这也有利于促进金融资源的优化配置,降低企业的融资约束,为企业融资提供有利条件^[15-16]。

可以看出,以往研究已经关注到了金融体系发展及其所带来的融资环境的变化是影响企业加成率的关键因素,但是这些研究主要侧重于地区层面的整体规模,强调企业所处的宏观金融环境对企业的经营成本和生产决策的影响,忽略了微观企业所处的具体空间的金融环境异质性和金融资源分布非匀质性。此外,以往文献忽视金融地理扩张还可能会存在激发企业创新活力、改善行业市场结构等间接效应,这亦会影响企业定价能力和市场势力。本文结合中国金融供给侧结构性改革与促进实体经济高质量发展的现实背景,系统地考察以银行分支机构扩张为代表的金融地理扩张对企业成本加成率的影响。通过采用上市公司周边特定空间尺度上(1公里、5公里、10公里和15公里)范围内的银行分支机构数据和基于 DLW 方法测度的企业加成率数据,实证检验了其中的影响效果,发现金融地理扩张显著地促进了企业成本加成率的提升,这种促进作用主要是通过降低企业成本、激励企业创新和调整行业市场结构方面实现的。

本文的边际贡献主要为以下几个方面:第一,以往关于金融体系与企业加成率之间关系的研究主要侧重于地区层面的金融环境对企业成本加成率的影响,忽略了微观企业所处具体空间下的金融环境。事实上,中国金融资源供给的空间分布并非均衡的,微观企业所面临的金融资源可得性也会存在差异^[17]。如果仅从地区整体层面考察金融体系发展对企业加成率的影响,不利于清晰地认识微观企业所面临的具体的金融环境,也不利于更加客观地考察金融机构扩张所产生的微观效应。第二,从理论上来说,金融体系

的发展直接影响到企业的融资成本,因此现有研究主要聚焦在金融体系发展所带来的企业融资成本降低效应,及其与企业加成率的内在联系,忽视金融业扩张还可能会激发企业创新动力、改变行业市场结构,从而影响企业的定价能力和市场影响力。因此,还需进一步从理论和经验上深入考察金融地理扩张影响企业加成率的内在机制和影响效果。第三,相较于以往研究,本文还进一步关注了国有商业银行和非国有商业银行因经营规模和经营范围差异所导致的异质性,以及不同要素密集度企业、不同规模、不同产权属性对于金融地理扩张的敏感性差异,以及由此导致的影响效果的异质性,这有助于更加全面地厘清金融地理扩张与企业成本加成率之间的关系,也为相关政策的科学制定提供针对性的启示。

二、理论分析与研究假设

产业组织理论认为企业成本加成率(即产品价格对成本的偏离程度)是反映企业的市场竞争能力或市场势力、体现企业市场影响力和盈利能力的一个重要指标,影响企业产品成本和价格的因素在一定程度上也会对其市场势力产生作用^[9]。值得关注的是,近些年随着中国银行业管制的逐渐放松,各类型商业银行均加快在全国的网点布局,金融资源在地理空间上呈现扩张性分布,使得微观企业主体的金融资源可得性不仅仅取决于自身经营性质以及融资项目的风险收益性,还会受到其与金融机构的相对地理位置的影响^[13]。金融资源的地理分布不仅仅会影响到金融资源的空间配置效率,以及一国实体经济的转型与发展,还会影响到微观企业的要素使用成本和整体的定价决策,改变企业的技术能力和竞争能力,进而决定企业的成本加成率。

第一,成本降低效应。金融地理扩张有助于增加企业周边的银行分支机构数量,降低企业的融资难度和融资成本,以此带来企业生产成本的下降和成本加成率的上升。首先,企业周围银行分支机构数量的增加能够促进银行间竞争,为抢占市场份额,银行会采用先进的技术手段和提高服务质量来避免陷入“赢者诅咒”陷阱,这有助于改善银企之间的信息不对称问题以及提高银行预期收益^[18],从而削弱传统银行业市场中的市场势力和垄断行为,并促使信贷市场逐渐向买方市场过渡,企业议价能力大幅度提升。因此,企业可通过较低的贷款利率和抵押品价值等有利条件获得贷款,信贷融资成本大大降低。其次,银企地理距离的缩短有助于降低银企之间的交易成本。尤其对于科技手段运用程度较低的中小银行而言,客户分布地理距离较远往往会使信贷管理成本增加、监管难度升级。因此,银行更加倾向于向距离较近的企业提供信贷服务,并与周边企业保持长期的合作关系,二者之间会彼此“锁定”。缩短银行和企业之间的地理距离,有利于降低企业远距离贷款而产生的搜寻成本、交通成本及时间成本^[19],实现双方互赢。最后,企业周边银行密度的增加及银企地理距离的缩短还有助于降低企业非正式交易成本。事实上,企业借贷中的非正式交易成本在银企交易中普遍存在,这也是导致企业融资成本较高的重要因素之一。为了获得信贷资源,贷款对象会通过各种正式或非正式活动,与银行核心人物保持沟通和交流,以获取贷款银行对企业的信任,建立并稳固与银行之间的关系,从而增加获取银行信贷的可能性^[20]。因此,企业周边银行数量的增加会推动借贷双方信息共享程度的提升,在一定程度上会缩减借贷的寻租行为,从而减少企业在寻求沟通交流时产生的非正式交易成本。总体来说,金融地理扩张的背景下,企业周边银行密度的增加能够通过降低企业信贷成本、交易成本以及非正式交易成本等途径来降低企业的生产经营成本,进而促进企业成本加成率的提升。

第二,创新引致效应。金融地理扩张有助于激励企业技术创新,形成创新引致效应,这也有助于降低企业生产经营的边际成本,导致企业成本加成率上升。创新是企业获取竞争优势和市场影响力的主要途径之一,同时技术创新成果还可以在各部门之间传播和共享,实现企业生产运营成本的降低和效率的提升,提高企业加成率^[21]。但是,长期以来,中国企业缺乏技术创新的积极性,这不仅是由于技术外部性和知识产权保护的落后,更是因为企业缺乏足够的资金。由于技术创新的不确定性、高投入性、高风险性和长周期性,其对于外部融资来源具有较强的敏感性^[22]。在更多依赖外源融资和银行债务融资

的情况下,银行业的发展便成为影响企业技术创新的重要因素^[23],金融地理扩张后,更多的资本要素缓解了企业所面临的融资约束,降低企业的研发成本,激励企业更多地投入资金进行技术研发,从而也带来了更高的生产率和更好的产品品质,提升了企业在市场中的整体地位和定价能力^[24],这也有助于进一步增强企业的成本加成率。

第三,市场结构效应。金融地理结构的变化带来的行业竞争效应也会影响企业定价能力和市场影响力,进而作用于企业的成本加成率的提升。长期以来,中国间接融资模式体系下不同类型的企业的融资状况差异较大,存在明显的“规模歧视”和“所有制歧视”,导致以较多低效率在位企业为主的行业市场结构难以被撼动,并长期占据优质的市场资源,最终演变为“僵尸企业”,妨碍新企业进入和高效率企业的规模扩张,从而不利于企业间的资源优化配置^[25]。但是,在金融地理扩张后,随着企业周围银行密度的增加,特别是中小银行数量的增加,鉴于其处理“软信息”的低成本优势,大量潜在进入企业和中小企业可能会更加容易获得关系型贷款^[26]。更为重要的是,新企业的进入通过学习在位企业的先进技术手段和管理经验,可以快速地实现生产效率的提升,这会进一步强化市场竞争,优化行业的市场竞争结构。不仅如此,新进入企业对长期低效率的在位企业势必会形成威胁,导致低效率企业选择退出或者通过提高技术创新来加快转型升级和提高生产效率来避免破产退出^[27],这也会强化行业内企业之间的相互竞争。在激烈的市场竞争中,企业不断通过改进生产工艺,优化管理制度,降低边际成本,推出更加具有差异化的高品质商品,以此获取更高的市场份额和定价能力,从而提升其成本加成率。

基于此,本文提出研究假设 H。

假设 H:以银行分支机构空间扩张为代表的金融地理扩张能够降低企业的生产经营成本,促进企业的技术创新,激励行业市场竞争,从而带来企业成本加成率的提升。

三、研究设计

(一) 数据来源与处理

本文数据主要由两个部分构成:银行分支机构数据和上市公司数据。其中银行分支机构数据来源于中国银保监会公布的全国金融机构金融许可证信息,可据此获取各商业银行分支机构详细信息,如地址和经纬度信息等。企业层面数据来自 CSMAR 上市公司数据库,考虑到上市公司员工结构数据统计始于 2007 年,本文将样本区间设定为 2007 年至 2023 年。在此基础上,本文对上市公司数据做如下处理:(1)仅保留制造业企业样本(即行业代码 C);(2)剔除存在 ST、PT 等上市状态不正常的企业样本;(3)剔除企业经营异常的样本,例如主营业务收入小于 0、资不抵债等;(4)对所有连续变量在样本区间内进行两端缩尾 1% 处理。

(二) 模型设定

为了实证考察金融地理扩张对企业成本加成率的影响效应,本文构建如下计量经济学模型:

$$Markup_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 Bank_{it} + \alpha_i \sum Control_{it} + \sum Year + \sum Industry + \sum City + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

其中, i 表示微观企业个体; t 表示样本年份; α_0 表示截距项; $Bank$ 表示企业周边 1km、5km、10km 以及 15km 范围内的商业银行分支机构数量,用来反映金融地理扩张程度; α_1 表示金融地理扩张对企业加成率的影响效应; $Markup$ 为企业成本加成率,利用结构方程模型估算得出^[2]; $Control$ 为一系列控制变量,包括企业规模、资本密集度、年龄、所有权性质、盈利能力、偿债能力、行业集中度; α_i 为各控制变量的影响系数。 $Year$ 、 $Industry$ 和 $City$ 为时间虚拟变量、行业虚拟变量和地区虚拟变量,分别控制时间趋势、行业差异和地区差异可能对模型估计的影响, ε_{it} 表示残差项。

(三) 变量说明

1. 金融地理扩张 ($Bank$)

本文以企业周边商业银行分支机构数量(主要包括国有商业银行、股份制商业银行、城市商业银行

和农村商业银行)来对金融地理扩张进行测度。这种方法强调金融机构的外生地理位置的经济效应,可以在很大程度上缓解内生性问题。

变量获取方法:首先,根据中国银保监会发布的全国金融机构金融许可证信息查询全国各类商业银行分支机构详细的批准成立日期及地址和经纬度信息等;其次,根据国泰安数据库上市公司基本信息数据中的企业地址和名称,使用高德地图 API 地理编码接口解析得到上市公司办公地址的经纬度;最后,利用金融机构和上市公司的经纬度数据,采用空间距离坐标公式计算得到企业与所有银行分支机构的空间距离,并以企业为圆心,分别在以 1km、5km、10km 和 15km 为半径的圆域内计算银行分支机构数量,以此来表示中国金融地理扩张的程度,得到企业层面的金融地理扩张程度指标,并取对数。

2. 企业成本加成率(Markup)

本文采用结构方程模型通过估计生产函数和产出弹性来间接测算企业成本加成率水平,此法可以降低不可观测因素所致的估算偏差以及解决潜在的内生性问题。由于不同的生产函数设定形式,企业加成率估算结果可能存在差异。本文遵循相同生产技术的企业在产量既定条件下实现成本最小化的原则^[2],设定了考虑时间滞后项的超越对数生产函数形式,来估算不同企业的加成率水平^[4]。

3. 控制变量

本文选取以下控制变量:(1) 企业规模(Size),利用企业总资产对数来表示。(2) 企业资本密集度(Klratio),采用企业固定资产净值与总资产的比值来表示。(3) 所有权性质(State),根据企业控股情况将其划分为国有企业与非国有企业(国有企业赋值为 1,非国有企业赋值为 0)。(4) 企业年龄(Age),利用调查年份与企业成立年份之差的绝对值来表示。(5) 企业盈利能力(Profit),利用企业净资产收益率(企业净利润与净资产的比值)来衡量。(6) 企业负债水平(Debt),采用企业总负债与总资产的比值表示。(7) 行业集中度(HHI),本文采用依据企业营业收入计算的赫芬达尔 - 赫希曼指数对行业集中度进行度量。本文主要变量的说明及描述性统计见表 1^①。

表 1 主要变量的说明及描述性统计

	变量符号	变量名称	均值	中值	最小值	最大值
解释变量	Bank1	1km 范围内银行分支机构数	1.7440	1.7918	0	4.9767
	Bank5	5km 范围内银行分支机构数	3.8962	3.9890	0	6.8469
	Bank10	10km 范围内银行分支机构数	5.0344	5.1417	0	7.6866
	Bank15	15km 范围内银行分支机构数	5.6283	5.7557	0.6931	8.0147
被解释变量	Markup	加成率	0.7367	0.7002	0.1001	1.7409
	Size	企业规模	21.9957	21.8608	17.5453	27.2986
	Klratio	资本密集度	0.2270	0.2025	0.0010	0.9018
	State	所有权性质	0.3067	0	0	1
控制变量	Age	企业年龄	2.8936	2.9443	0.6931	4.1896
	Profit	盈利能力	0.0732	0.0721	-8.3928	21.8980
	Debt	负债水平	0.4097	0.4020	0.0075	0.9961
	HHI	行业集中度	0.0736	0.0540	0.0190	0.8050

四、实证检验与结果分析

(一) 基准回归

本文对式(1)的计量经济学模型进行了估计,以识别金融地理扩张对企业加成率的影响效应。表 2 汇报了企业邻近 1km、5km、10km、和 15km 内银行分支机构数量与加成率水平的回归结果。

①为了避免变量间有严重的多重共线性导致模型结果存在偏差,本文采用方差膨胀因子(VIF)对各自变量进行多重共线性检验,结果显示所有变量的 VIF 均在 1—1.3 之间,VIF 均值为 1.13,这说明本文所选取的变量不存在多重共线性问题。

由表2所示的估计结果发现,企业邻近1km、5km、10km和15km内的银行分支机构数量与加成率水平的回归系数均为正值。企业邻近1km、5km和10km范围内银行分支机构数量对企业成本加成率的影响系数分别在1%、5%和10%水平上是显著的,这表明随着企业周边1km、5km和10km范围内银行分支机构数量的增加,企业的成本加成率水平随之提升,即距离企业较近范围内的银行数量的增加有利于企业加成率的提高。但随着空间尺度的扩大,金融地理扩张的影响系数呈现下降趋势,说明伴随着空间范围的增加,金融地理扩张对企业成本加成率的影响效果在逐渐降低。此外,基于15km空间尺度的系数均不显著,说明在15公里范围内,银行分支机构数量的增加对企业加成率的影响效应已经不再明显。总的来说,企业周边银行分支机构数量对企业加成率存在显著的促进作用,但这一影响随着空间范围的扩大而逐渐弱化,这在一定程度上说明企业在获取银行贷款方面也存在着地理阈值半径。

(二) 内生性和稳健性检验^①

1. 双重差分模型

2009年中国证监会颁布《关于中小商业银行分支机构市场准入政策的调整意见(试行)》^②,该政策的实施将对长期受到指标约束的城市商业银行等中小银行的分支机构扩张产生较大的外生冲击,并在现实中也形成了一股金融地理扩张的风气。这一政策为我们考察金融地理扩张对企业成本加成率的促进作用、解决内生性问题提供了一个较好的准自然实验条件。具体地,本文以政策时间2009年为节点,并根据2009年政策实施前城市商业银行是否在该城市设立分支机构为标准来划分实验组和对照组,双重差分模型估计如式(2):

$$Markup_{i,t} = \alpha_0 + \beta Treat_i \times Post_{2009} + \sum_j \alpha_j Control_{i,t}^j + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

其中 $Treat$ 表示企业所在城市是否设立城市商业银行的虚拟变量(设立的处理组城市赋值为1,未设立的控制组城市赋值为0)。 $Post_{2009}$ 表示2009年政策冲击的时间虚拟变量,即2009年之后年份(含)取值为1,之前年份为0。系数 β 捕捉政策实施前后处理组和控制组企业成本加成率水平变化的平均差异,若系数显著为正,说明金融地理扩张对企业加成率的产生正向影响。

表3列(1)为双重差分方法的估计结果,显示双重差分项($Treat \times Post$)显著地正向影响企业加成率水平,这也意味着控制内生性关系后,中国金融地理扩张确实对企业市场影响力产生正向的激励作用,同时也说明基准回归结果较为稳健。

2. 工具变量法

本文选择1984年各地区银行分支机构数量作为工具变量(IV_1)^[15]:一方面,1984年中国银行业开始向专业化、市场化阶段发生转变,四大专业银行打破严格的专业分工和界限,正式剥离政策性业务,良

表2 基准回归估计结果

	1km	5km	10 km	15 km
<i>Bank</i>	0.0103 *** (0.0032)	0.0030 ** (0.0012)	0.0024 * (0.0014)	0.0010 (0.0012)
<i>Size</i>	0.0203 *** (0.0036)	0.0248 *** (0.0031)	0.0244 *** (0.0031)	0.0247 *** (0.0030)
<i>Klratio</i>	0.3136 *** (0.0275)	0.3127 *** (0.0232)	0.2935 *** (0.0234)	0.2798 *** (0.0236)
<i>Age</i>	0.0241 * (0.0132)	0.0110 (0.0108)	0.0075 (0.0107)	0.0066 (0.0107)
<i>State</i>	-0.0184 ** (0.0088)	-0.0244 *** (0.0076)	-0.0204 *** (0.0075)	-0.0187 ** (0.0075)
<i>Profit</i>	0.0478 *** (0.0092)	0.0600 *** (0.0085)	0.0591 *** (0.0084)	0.0588 *** (0.0084)
<i>Debt</i>	-0.5792 *** (0.0222)	-0.5731 *** (0.0184)	-0.5688 *** (0.0184)	-0.5692 *** (0.0184)
<i>HHI</i>	-0.3423 *** (0.0632)	-0.3495 *** (0.0538)	-0.3518 *** (0.0538)	-0.3544 *** (0.0538)
<i>Industry</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>City</i>	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>R²</i>	0.0727	0.0724	0.0723	0.0719

注:括号内为聚类至企业个体的稳健标准误,*、**、***分别表示在10%、5%、1%水平上显著。下表同。

^①限于篇幅,内生性和稳健性检验仅报告了以企业周边5km银行分支机构数据衡量的金融地理扩张的结果。

^②该政策明确提出已在省会(首府)城市设有分行的股份制商业银行和城市商业银行,若在该城市所在省份或自治区内的其他城市再申请设立下设分行和支行,将不再受到数量指标控制。

好的外部金融市场环境推动商业银行设立分支机构,银行间竞争格局开始有所显现,这与本文的核心解释变量存在明显的相关性,满足工具变量相关性的要求;另一方面,1984年中国金融机构体系仍以四大国有银行为主,各银行资金主要流向特定方向,计划经济色彩依然浓重,金融资源配置市场化程度不高,这就弱化企业加成率对银行分支机构选址的影响效果,满足工具变量外生性的要求。

此外,结合中国商业银行市场准入管制放松政策的颁布来构建新的工具变量,本文将1984年中国各区域银行数量与银行业放松管制事件相乘(IV_2)。关于该工具变量的构造,中国银监会于2007年发布了《关于允许股份制商业银行在县域设立分支机构有关事项的通知》,并在2009年发布了《关于中小商业银行分支机构市场准入政策的调整意见(试行)》等文件,逐步放松了对股份制商业银行和城市商业银行分支机构设立的管制,商业银行进入市场壁垒逐渐降低,并明显加快空白区域银行网点布局的进程,因而2007年和2009年成为中国银行分支机构扩张的重要节点。根据上述文件颁布的时间节点,将样本区间划分为1998年—2006年、2007年—2009年、2011年—2023年三个区间,并分别赋值为1、2、3,进而将其乘以1984年的城市银行数量^[28],本文采用两阶段最小二乘法进行估计。

表3列(2)和列(3)为 IV_1 的两阶段最小二乘法的估计结果,列(4)和列(5)为 IV_2 的两阶段最小二乘法的回归结果,无论哪种工具变量,第一阶段回归结果显示工具变量的系数显著为正,F值统计量远大于10,表明工具变量选择较为合理;第二阶段的回归结果显示工具变量拟合值的系数也显著为正,说明中国银行业分支机构的扩张对企业成本加成率产生明显的促进作用,工具变量法也进一步证明基准回归结果的稳健性。

表3 内生性和稳定性检验估计结果

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
$Treat \times Post$	0.0260 [*] (0.0137)							
IV		0.0063 ^{**} (0.0031)		0.1754 ^{***} (0.0532)				
$Bank$			0.0436 ^{***} (0.0145)		0.0176 ^{***} (0.0034)	0.0058 ^{**} (0.0026)	0.0024 ^{**} (0.0010)	0.0422 ^{**} (0.0200)
$Controls$	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
$Industry$	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
$Year$	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes		Yes
$City$	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes		Yes
地区层面因素						Yes		
$Year \times City$							Yes	
R^2	0.2014	0.1592	0.0627	0.0945	0.0891	0.1088	0.0752	0.0757

3. 考虑地区层面因素的影响

为了降低因遗漏地区因素造成的内生性干扰,本文做了如下检验:第一,进一步控制地区层面可能会同时影响银行分支机构设立以及企业加成率的特征变量,包括地方GDP增长率水平($Rgdp$)、第二产业占生产总值比重($Igdp$)、人口密度($Person$)。第二,在基准回归模型中进一步加入时间和地区的交叉固定效应,也可降低随时间和地区变化的未知因素带来的估计偏差。

表3列(6)为控制地区层面因素之后的金融地理扩张与企业成本加成率之间关系的估计结果,结果显示仍然存在显著的正向效应;列(7)为控制地区时间交叉固定效应后的回归结果,本文发现企业周边银行分支机构的数量对企业成本加成率的促进作用仍然明显。

4. 替换核心变量

本文选取企业周边特定地理空间范围内金融机构的总体数量(包含所有类型的金融机构)对金融地理结构进行表征,表3的列(8)为替换核心变量的回归结果。从稳健性检验结果可以发现,基准回归模型结果具有较好的稳健性。

(三) 异质性分析

1. 基于不同类型银行的分析

金融地理扩张过程中国有商业银行和非国有商业银行对于企业加成率的提升效应可能存在着异质

性特征。第一,大型国有商业银行的业务覆盖全国范围,且更容易获得大型企业、国有企业及地方融资平台等优质项目,赚取较为稳定的收益。此外,基于国有银行特殊的组织构架,它们在放贷过程中更多地依赖于企业的“硬信息”,也有现代化的技术手段和能力获取企业的这些信息,而不会过于依赖于地理距离。因此,企业周边大型国有商业银行分支机构及营业网点的增加可能并不会直接影响该企业的金融可得性和成本加成率。第二,股份制商业银行及城市商业银行等非国有银行具有产权、规模和利息成本劣势,在服务国有企业、大型企业及地方政府基建项目上风险较高,往往会更加积极地关注本区域内和网点周边企业的信贷项目。中小商业银行在组织框架、信息获取以及信贷决策市场化程度等方面的优势,在支持本区域内企业的生产经营效率会更高,尤其是部分股份制商业银行、城市商业银行和农村商业银行等中小银行往往与本地企业保持较好的信贷关系,客户的地理位置较为集中。因此,本文认为企业周边非国有商业银行分支机构数量的增加对于提升企业的成本加成率的影响更明显,而且这种影响效应更多存在于离企业越近的地理范围之内,即该影响可能会具有明显的空间衰减特征。关于上述不同类型银行分支机构数量变化对企业加成率的估计结果如表4所示。

表4 银行类型异质性的估计结果

	1km		5km		10km		15km	
	国有银行	非国有银行	国有银行	非国有银行	国有银行	非国有银行	国有银行	非国有银行
<i>Bank</i>	0.0008 (0.0006)	0.0145 ** (0.0063)	0.0015 (0.0012)	0.0097 ** (0.0042)	0.0002 (0.0002)	0.0037 * (0.0021)	0.0001 (0.0001)	0.0011 (0.0012)
<i>Controls</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Industry</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>City</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>R²</i>	0.0719	0.0823	0.0798	0.0800	0.0723	0.0822	0.0701	0.0799

结果显示企业周边1km、5km和10km范围内非国有商业银行分支机构数量对企业成本加成率具有显著的正向影响,但是在15km尺度上,这种影响效应不再显著,验证了非国有商业银行分支机构的空间扩张可以促进企业成本加成率的提升,且存在着明显的空间阈值,这也说明以中小银行为主的分支机构的扩张有利于提高企业成本加成。因此,提高中小银行占比、优化银行业市场结构是实现金融高质量发展的重要途径。国有商业银行分支机构数量对企业成本加成率的正向影响效应在四个空间尺度上均不显著,这与我们的预期是一致的。

2. 基于不同要素密集度企业的分析

依据企业对生产要素的依赖程度,本文将制造业企业划分为劳动密集型企业 and 资本密集型企业两类^①。第一,劳动密集型企业的资本和技术的有机构成较低,以大量简单的活劳动力为主,产品附加值较小,更多地受到劳动力成本的影响,对外部金融环境变化的敏感性较低。第二,资本密集型企业则具有较高的资本和技术有机构成,对活劳动的需求相对较少,需要大量的资本要素投入为其提供支持,仅仅依靠内源融资可能无法满足自身的资金需求,还需通过银行信贷和资本市场筹资等外源性融资方式。伴随着金融地理扩张,资本密集型企业与金融机构相对地理位置的缩短,会大大提升这些企业获取外部信贷资源的可得性和便利性,从而降低企业生产成本、激励企业技术创新和调整行业市场结构,促进这些企业成本加成率的提升。因此,本文预期相对于劳动密集型企业来说,金融地理扩张对资本密集型企业成本加成率的影响效应更加明显。

表5显示了企业周边不同空间尺度上银行分支机构数量对不同要素密集度企业成本加成率的影响效应。可以发现,无论是何种空间尺度上,企业周边银行分支机构数量对劳动密集型企业成本加成率的影响

^①不同密集度企业划分依据是以企业实际资本存量与企业从业人员的比值的中位数为界,该值前50%样本企业为资本密集型企业,后50%样本企业为劳动密集型企业。

效应均是不显著的,说明金融地理扩张并未对劳动密集型企业的市场势力产生显著影响。但是,资本密集型企业周边 1km、5km 和 10km 范围银行分支机构数量对企业成本加成率的影响效应是显著为正的,说明金融地理扩张可以提升企业的成本加成率,而距离扩大至 15km 范围时,这种提升效应不再显著。

表 5 企业要素密集度异质性的估计结果

	1km		5km		10km		15km	
	劳动密集型	资本密集型	劳动密集型	资本密集型	劳动密集型	资本密集型	劳动密集型	资本密集型
<i>Bank</i>	0.0005 (0.0006)	0.0173 *** (0.0051)	0.0006 (0.008)	0.0094 ** (0.0042)	0.0004 (0.0009)	0.0059 ** (0.0029)	0.0002 (0.0007)	0.0031 (0.0020)
<i>Controls</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Industry</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>City</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>R²</i>	0.0826	0.1083	0.0765	0.0972	0.0748	0.0942	0.0745	0.0922

3. 考虑“产权歧视”和“规模歧视”的分析

第一,相较于国有企业和大型企业^①,民营企业和中小企业的可抵押资产较少、“硬信息”不足形成的银企之间信息不对称程度较高,缺乏国家信用背书和隐形担保,长期以来难以得到银行信贷的支持^[29]。因此,伴随着金融体系的规模扩张,企业周边的银行分支机构增加提升了企业获取银行信贷的便利性,降低了银企之间的信息不对称,从而有助于降低成本,即金融地理扩张对民营企业和中小企业加成率的影响可能更加明显。第二,国有企业和大型企业具有产权性质和规模优势,其原本就是各类型商业银行重点追捧的信贷对象,较少受到融资约束,对于外部金融环境变化缺少敏感性。另外,此类型企业还承担着一定的社会责任,是各级政府实现宏观经济调控、维持地方稳定的重要载体^[17],生产经营模式和企业加成率水平相对较为稳定,不易受到外部环境的影响。在金融地理扩张的背景下,民营企业和中小企业对融资成本的下降具有更加强烈的反应,其成本加成率的提升效应也更加明显。而商业银行分支机构数量对国有企业和大型企业成本加成率的影响效果可能并不显著。表 6 中 Panel A 和 Panel B 分别报告了不同空间尺度上金融地理扩张对大型企业和中小企业、国有企业和非国有企业成本加成率的影响效果。

表 6 企业规模和产权特征异质性的估计结果

Panel A								
	1km		5km		10km		15km	
	大型企业	中小型企业	大型企业	中小型企业	大型企业	中小型企业	大型企业	中小型企业
<i>Bank</i>	0.0013 (0.0009)	0.0181 *** (0.0056)	0.0010 (0.0008)	0.0160 *** (0.0041)	0.0008 (0.0008)	0.0152 *** (0.0047)	0.0002 (0.0004)	0.0050 (0.0050)
<i>Controls</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Industry</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>City</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>R²</i>	0.0955	0.0648	0.0914	0.0682	0.0913	0.0665	0.0900	0.0657
Panel B								
	1km		5km		10km		15km	
	国有企业	民营企业	国有企业	民营企业	国有企业	民营企业	国有企业	民营企业
<i>Bank</i>	0.0093 (0.0066)	0.0276 *** (0.0057)	0.0067 (0.0048)	0.0126 *** (0.0041)	0.0035 (0.0046)	0.0109 *** (0.0035)	0.0021 (0.0039)	0.0020 (0.0043)
<i>Controls</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Industry</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>Year</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>City</i>	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes	Yes
<i>R²</i>	0.0788	0.0825	0.0734	0.0809	0.0711	0.0794	0.0699	0.0788

①不同规模企业划分依据是以企业总资产对数的中位数为界,该值前 50% 样本企业为大规模企业,后 50% 样本企业为中小规模企业。

Panel A 和 Panel B 中所示的估计结果显示,不管是在何种空间尺度上,大型企业和国有企业周边商业银行分支机构数量对其成本加成率的影响效应均是不显著的,但是在 1km、5km 和 10km 的空间尺度上,中小企业和民营企业周边商业银行分支机构数量对其成本加成率的影响效应均是显著为正的,而在 15km 的尺度上这种影响效应也不再显著。这验证了本文的预期,即商业银行网点扩张给予处在融资劣势的中小企业和民营企业更多的便利性和可得性,有利于缓解中国金融机构信贷配置过程中存在的结构性失衡问题,从而提升了这些企业的成本加成率。

(四) 影响机制检验

上述研究发现以企业周边特定空间范围内商业银行分支机构数量为代表的金融地理扩张显著地促进企业成本加成率的提升。为了识别成本降低效应、创新引致效应和市场结构效应是否为二者之间的作用路径,本文分别以企业成本、创新能力和行业市场结构作为被解释变量,以金融地理扩张作为核心解释变量,建立计量经济学模型进行实证检验。

本文选取如下影响机制变量:第一,成本降低效应(*Cost*)。金融地理扩张影响企业成本加成率的成本降低效应主要由企业信贷成本、交易成本以及非交易成本等构成。考虑到企业非交易成本主要来源于非生产性活动,相关数据难以识别和获取,在会计处理上,通常将其产生的成本通常计入差旅费、招待费等非生产性支出项目,因此本文使用管理费用来衡量企业产生的非交易成本,而企业的交易成本与信贷成本分别使用销售费用与

表 7 金融地理扩张影响企业加成率的传导渠道检验结果

	<i>Cost</i> (1)	<i>Innovation</i> (2)	<i>Structure</i> (3)
<i>Bank</i>	-0.0113 *** (0.0009)	0.0098 *** (0.0028)	-0.0033 *** (0.0010)
控制变量	Yes	Yes	Yes
固定效应	Yes	Yes	Yes
R ²	0.0560	0.6976	0.0258

利息支出来加以衡量,即企业成本降低效应表示为销售费用、管理费用与利息支出之和在营业收入中的比重。第二,创新引致效应(*Innovation*)。本文采用全要素生产率(LP 法核算)来捕捉企业创新效应,企业全要素生产率越高表明创新引致效应越大。第三,市场结构效应(*Structure*)。本文采取各个企业的销售额在该行业销售总额的比重的平方来衡量,这可以减少口径变化所致的大规模企业未被纳入统计范围所造成的不利影响。表 7 分别报告了成本降低效应、创新引致效应和市场结构效应的估计结果。^①

结果显示,企业周边商业银行分支机构数量与企业成本之间的关系显著为负,说明金融地理扩张有利于降低企业信贷成本、交易成本及企业非交易成本;企业周边商业银行分支机构数量与企业创新能力的关系显著为正,表明金融地理扩张有利于提高企业技术创新水平;企业周边商业银行分支机构数量与行业市场结构的关系显著为负,反映了金融地理扩张降低了行业集中度,优化行业市场结构。

五、结论性评述

本文基于 DLW 方法测度企业成本加成率指标,实证检验了金融地理扩张对企业成本加成率的影响效果,得出如下结论:第一,以企业周边商业银行分支机构数量为代表的金融地理扩张有助于企业加成率的提升,但这一关系随着空间尺度的增加而逐渐弱化,即在 15km 空间尺度上,金融地理扩张的影响效应不再显著。经过一系列稳健性检验后,结果依然稳健。第二,不同类型商业银行分支机构扩张对企业成本加成率的影响效应存在差异,企业周边国有商业银行分支机构数量的增加对企业成本加成率的影响效应是不显著的,企业周边非国有商业银行分支机构数量有助于提升企业的成本加成率,但是这种提升效应仅存在于 1km、5km 和 10km 范围内。第三,金融地理扩张对企业成本加成率的影响效应还因企业要素密集度而异,即金融地理扩张有助于提升资本密集型企业的成本加成率,但由于劳动密集型

^①限于篇幅,这里仅报告了基于 5km 空间尺度的估计结果。事实上,基于 1km 空间尺度的估计结果与 5km 的结果基本一致,而 10km 和 15km 的估计结果缺乏显著性。如有需要,可向作者索取。

企业对外部金融环境变化不敏感,这一影响在劳动密集型企业中并不显著。第四,以企业周边商业银行分支机构数量反映的金融地理扩张有助于缓解中小企业或民营企业的“产权歧视”和“规模歧视”问题,提升这些企业的成本加成率;金融地理扩张对国有企业和大型企业成本加成率的影响效应不显著。第五,作用机制表明,金融地理扩张主要通过成本降低效应、创新引致效应和市场结构调整效应三个方面影响企业的成本加成率。

本文的研究结论为企业成本加成率的提升提供新的解释,也对中国金融供给侧结构性改革提供了更多的政策启示。第一,提升金融地理扩张的普惠性,金融地理扩张与企业生产率之间的关系存在着显著的空间衰减性,这意味着企业选址和银行网点布局过程中双方应当考虑协同选址,在特定的地理空间内形成实体经济集群和金融机构集群,特别是过于依赖外部融资的企业,如中小企业、非国有企业和资本密集型企业。第二,非国有商业银行分支机构的扩张更有利于提高企业加成率水平,这说明中小银行的发展可以更好地满足实体经济的融资需求,因此还需继续优化银行体系结构改革,在控风险的基础上继续降低各类中小银行的市场准入门槛。未来需进一步扩大股份制商业银行、城市商业银行和农村商业银行等地方性中小银行网点布局,同时引导国有大型商业银行适当降低信贷投放门槛,并鼓励各类型商业银行坚持差异化市场定位,优化地区银行业市场结构体系及金融资源的空间地理分布体系,这对于服务实体经济提质增效,助力企业转型升级和地方经济可持续发展意义重大。第三,考虑到金融机构还可发挥降低企业成本负担、引导企业增加创新投入、优化行业竞争的功能,政府和金融中介应当积极采取各种措施,如合理制定贷款利率、减费让利等政策,降低企业信贷成本、交易成本和非交易成本,加大对企业研发创新的支持力度,防止各行业某些企业的过度垄断,为连接金融体系与实体经济高质量发展提供更多的中间渠道。

参考文献:

- [1] 刘敬仁,黄建忠. 异质出口倾向、学习效应与“低加成率陷阱”[J]. 经济研究, 2015(12): 143-157.
- [2] Loecker J D, Warzynski F. Markups and firm-level export status[J]. American Economic Review, 2012, 102(6): 2437-2471.
- [3] Kee H L, Tang H. Domestic value added in exports: Theory and firm evidence from China[J]. American Economic Review, 2016, 106(6): 1402-1436.
- [4] 盛丹,王永进. 中国企业低价出口之谜——基于企业加成率视角[J]. 管理世界, 2012(5): 8-23.
- [5] 戴美虹. 金融地理结构、银行竞争与营商环境——来自银行分支机构数量和企业失信的经营证据[J]. 财贸经济, 2022(5): 66-81.
- [6] 张伟俊,袁凯彬,李万利,等. 商业银行网点扩张如何影响企业创新:理论与经验证据[J]. 世界经济, 2021(6): 204-228.
- [7] 王煌,黄先海,陈航宇,等. 人力资本匹配如何影响企业加成率:理论机制与经验证据[J]. 财贸经济, 2020(1): 110-128.
- [8] Bellone F, Musso P, Nesta L, et al. International trade and firm-level markups when location and quality matter[J]. Journal of Economic Geography, 2016, 16(1): 67-91.
- [9] 诸竹君,宋学印,张胜利,等. 产业政策、创新行为与企业加成率——基于战略性新兴产业政策的研究[J]. 金融研究, 2021(6): 59-75.
- [10] Loecker J D, Goldberg P K, Khandelwal A K, et al. Prices, markups, and trade reform[J]. Econometrica, 2016, 84(2): 445-510.
- [11] 李宏亮,谢建国. 融资约束与企业成本加成[J]. 世界经济, 2018(11): 121-144.
- [12] Syverson C. What determines productivity? [J]. Journal of Economic Literature, 2011, 49(2): 326-365.
- [13] 蔡庆丰,陈熠辉,林焜. 信贷资源可得性与企业创新:激励还是抑制? ——基于银行网点数据和金融地理结构的微观证据[J]. 经济研究, 2020(10): 124-140.
- [14] 姚晓明,朱晟君. 中国银行业基层网点的空间演化机制[J]. 地理研究, 2020(2): 384-398.
- [15] 李志生,金陵,孔东民. 分支机构空间分布、银行竞争与企业债务决策[J]. 经济研究, 2020(10): 141-158.
- [16] Braggion F, Ongena S. Banking sector deregulation, bank-firm relationships and corporate leverage[J]. Economic Journal, 2019, 129(618): 1-24.

- [17] 卞元超,白俊红. 金融地理扩张与中国企业劳动收入份额的变迁[J]. 金融研究,2024(3):56-74.
- [18] Hollander S, Verriest A. Bridging the gap: The design of bank loan contracts and distance[J]. Journal of Financial Economics, 2016, 11: 399-419.
- [19] Agarwal S, Hauswald R. Distance and private information in lending[J]. Review of Financial Studies, 2010, 23: 2757-2788.
- [20] 张璇,王鑫,刘碧. 吃喝费用、融资约束与企业出口行为——世行中国企业调查数据的证据[J]. 金融研究,2017(5):176-190.
- [21] Ding S, Sun P, Jiang W. The effect of import competition on firm productivity and innovation: Does the distance to technology frontier matter[J]. Oxford Bulletin of Economics and Statistics, 2016, 78(2): 197-227.
- [22] 吕铁,王海成. 放松银行准入管制与企业创新——来自股份制商业银行在县域设立分支机构的准自然试验[J]. 经济学(季刊),2019(4):1443-1464.
- [23] Cornaggia J, Mao Y, Tian X, et al. Does banking competition affect innovation[J]. Journal of Financial Economics, 2015, 115(1): 189-209.
- [24] Barone G, Cingano F. Service regulation and growth: Evidence from OECD countries[J]. Economic Journal, 2011, 121(555): 931-957.
- [25] 吴晗. 银行业结构、融资依赖与行业生产率——基于异质性企业动态视角[J]. 中国经济问题,2017(4):77-87.
- [26] 雷震,彭欢. 银行业市场结构与中小企业的生成:来自中国1995—2006年的证据[J]. 世界经济,2010(3):109-125.
- [27] Aghion P, Blundell R, Griffith R. The effects of entry on incumbent innovation and productivity[J]. The Review of Economics and Statistics, 2009, 91(1): 20-32.
- [28] 盛斌,王浩. 银行分支机构扩张与企业出口国内附加值率——基于金融供给地理结构的视角[J]. 中国工业经济,2022(2): 99-117.
- [29] 张杰,吴书凤,金岳. 中国金融扩张下的本土企业创新效应——基于倒U型关系的一个解释[J]. 金融研究,2021(4):55-72.

[责任编辑:苗竹青]

Financial Geography Expansion and Increasing Chinese Enterprises' Cost-plus Rate: An Empirical Study Based on the Spatial Distribution of Bank Branches

SONG Kaiyi¹, BIAN Yuanchao²

(1. Nanjing Xiaozhuang University, Business School, Nanjing 211171, China;

2. Nanjing Normal University, Business School, Nanjing 210023, China)

Abstract: Based on the perspective of the spatial distribution of bank branches and outlets on the specific spatial scale around the enterprise, this paper examines the impact mechanism and effect of financial geographic expansion on the enterprises' cost-plus rate. The study finds that the number of bank branches within 1km, 5km and 10km around the enterprise have a significant positive impact on the cost-plus rate, that is, the expansion of financial geography helps to promote the increase of the enterprises' cost-plus rate; However, the promoting effect is no longer significant at the scale of 15km, indicating that the impact has a spatial decay. The mechanism test finds that the impact between the two mainly through cost reduction effect, innovation-induced effect and market structure effect. The expansion of branches of state-owned commercial banks does not have a significant effect on increasing the cost-plus rate of enterprises; However, in the spatial range closer to the enterprise, non-state-owned commercial banks have a more significant effect. In addition, the expansion of financial geography helps to increase the cost-plus rate of capital-intensive, small, and medium-sized enterprises and private enterprises, but no significant impact on labor-intensive, large and state-owned enterprises. This study provides a new explanation for the mystery of the low cost-plus rate of Chinese enterprises.

Key Words: bank branches; financial geography expansion; cost-plus rate; spatial decay; cost reduction effect; innovation-induced effect; market structure effect