

为资本而赛跑? ——城市马拉松赛事吸引 FDI 的实证研究

潘春阳, 廖捷

(华东理工大学 商学院, 上海 200237)

摘要:“稳外资”已经成为当前政府经济工作的一大重点,而积极有为的地方政府对于吸引 FDI 具有重要意义,但政府是否积极有为难以在短期内被外来投资者全面观察和准确识别到。为此,文章将举办马拉松赛事视为地方政府向外界传递“有为政府”形象的信号机制和竞争 FDI 的手段,并基于 2009–2018 年中国 286 个地级以上城市的面板数据,探索了城市马拉松赛事对于吸引 FDI 的影响。研究发现:(1)举办马拉松赛事显著促进了 FDI 的流入,平均而言,城市每举办一场全程马拉松赛事能够使 FDI 相应增加约 16%;(2)举办马拉松赛事的“引资效应”在市场规模较大、政府财力较雄厚的举办城市更为明显。文章不但拓展了我们对于地方政府竞争策略以及 FDI 流入决定因素的理解,而且也启发城市政府应在市场发展和财力保障的基础上,积极建设成“有为政府”,通过举办大型体育赛事以吸引外资流入,从而促进高质量的开放型经济发展。

关键词: 马拉松赛事;外商直接投资;地方竞争;有为政府

中图分类号: F062.6 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-9952(2021)02-0124-15

DOI: [10.16538/j.cnki.jfe.20200715.204](https://doi.org/10.16538/j.cnki.jfe.20200715.204)

一、引言

长期以来,地方竞争一直是创造中国经济增长奇迹的重要动力。地方政府通过税收优惠、低价出让土地、改善基础设施,甚至“违规”放松用工和环保标准,以“招商引资”,特别吸引外商直接投资(Foreign Direct Investment, FDI),从而促进当地经济的快速发展。但是,随着中国经济发展进入新常态,各地不同程度地面临增长速度换挡期、结构调整阵痛期、前期刺激政策消化期的“三期叠加”阶段,加之用工成本和环保标准的迅速提高,一些地方传统的竞争手段使用殆尽,传统的竞争优势不复存在(马相东和王跃生, 2018; 桑百川, 2019)。因此,外资进入中国的势头有所减弱。2009–2019年,我国实际利用外商直接投资占全社会固定资产投资的比例从 2.74% 下降至 1.70%;同一时期,实际利用外商直接投资年均增速仅为 1.35%,明显低于 7.83% 的年均 GDP 增长速度。^① 外资“撤离中国”的事件也屡见不鲜。2018年7月,中央政治局会议便将“稳外资”作为经济工作的重要着力点。

在这一新的时代背景下,FDI 竞争变得愈发激烈。越来越多的研究指出,一个积极有为的地

收稿日期: 2020-03-21

基金项目: 上海市教育委员会科研创新计划项目重大课题(2017-01-07-00-02-E00008)

作者简介: 潘春阳(1983–),男,浙江绍兴人,华东理工大学商学院副教授;

廖捷(1997–),男,安徽宣城人,华东理工大学商学院硕士研究生。

^① “外商直接投资年均增速”根据经汇率和物价指数调整的“实际利用外商直接投资额”计算得到。

方政府对于吸引 *FDI* 具有重要意义。这是因为“有为政府”不但能够集中资源,提供基础设施,而且还能够改善营商环境,降低交易成本(林毅夫,2017;倪外,2019)。需要指出的是,一个政府是否积极有为难以在短期内被外来投资者所全面观察和准确识别,因此城市政府必须采取一些创新的竞争策略以展示其积极有为的形象。出于这一目的,近年来,一些城市政府开始大量举办旅游文化节、工商业论坛以及各类体育赛事。

在这些创新策略中,城市马拉松赛事尤为引人注目。2012–2019年,城市全程马拉松赛事从每年15场迅速上升至174场,年均增长42%左右(见图1)。截至2019年,已有160个地级以上城市(超过地级以上城市数量的一半)举办过全程马拉松赛事。^①可见,“马拉松热”已经席卷半个中国。更重要的是,不同于其他体育赛事,马拉松有其自身的特点,它不但具有较大规模的参赛人数(往往在万人以上),而且还需要广阔和高质量的户外赛道。这些特点无不对举办城市的基础设施、生态环境、组织协调、后勤保障等领域提出了较高的要求,因此成功举办马拉松赛事展现了举办地政府较强的资源协调能力和综合管理能力,从而向外界传递了“有为政府”的积极信号。如果这一判断是正确的,那么我们可以进一步推断,举办马拉松赛事的城市能够吸引更多的 *FDI*。本文致力于对这一推断进行实证检验。

本文基于“政府竞争理论”和“信号传递理论”,构建了一个剖析城市政府举办马拉松赛事影响 *FDI* 的逻辑框架。我们认为,在“中国式分权”的制度安排下,具有较强能力的“有为政府”有动力通过举办马拉松赛事以展示其积极有为的形象,从而在引资竞争中获得优势。基于2009–2018年中国286个地级以上城市的面板数据,本文实证检验了相关研究假设。我们发现:举办马拉松赛事的城市能够吸引更多的 *FDI*,且这一“引资效应”在市场规模较大、政府财力较雄厚的举办城市更为明显。在考虑了马拉松赛事的各种测度方式之后,上述“引资效应”依然保持稳健。同时,本文也没有发现城市初始 *FDI* 水平对于举办马拉松赛事具有预测能力,从而在一定程度上否定了“逆向因果”的可能性。总之,市场规模、政府财力和“有为政府”的有机结合才是促进城市高质量开放式发展的重要基础。

无疑,本文的研究与现有的关于“马拉松赛事经济效应”的文献具有密切关联。^②基于美国、德国马拉松赛事的研究表明,赛事能够在短期内(即赛事期间)提振消费并促进旅游业的发展(Baumann等,2009;Wicker等,2012)。针对中国的研究也发现,马拉松赛事对于刺激短期消费和产出、提升城市知名度都具有积极意义(Huang等,2014;周晓丽和马小明,2017)。可见,现有研究主要关注马拉松赛事的短期效应,而本文致力于考察马拉松赛事对 *FDI* 的影响。考虑到 *FDI* 能够产生“技术溢出”并促进东道国的长期增长,因此从这个意义上看,本文揭示了马拉松赛事对城市经济的长期增长效应,这是对现有研究的一个补充。^③

更重要的是,本文的研究也试图与现有的关于“地方政府竞争效应”的文献展开对话。现有文献探索了中国地方政府的各种竞争策略及其经济效应,如基于税收优惠与弱化征管的税收竞争策略(谢贞发和范子英,2015;贾俊雪和应世为,2016)、基于土地出让价格补贴的地价竞争策略(王媛和杨广亮,2016;谢贞发和朱恺容,2019)以及基于各类财政支出和基础设施建设的支出竞争策略(张军等,2007;吴敏和周黎安,2018)。可以说,上述研究都关注地方政府可观测的竞争手段及其经济效应,但在很大程度上忽视了地方政府如何展示其难以观测但又有利于吸引外资的积极有为的自身形象这一问题。本文认为,举办马拉松赛事充当了地方政府传递“有为政府”信

① 详见本文第四部分“实证策略”。在不引起混淆的情况下,文中的“地级市”皆指“地级以上城市”。

② 徐成立等(2011)、王克稳等(2018)对马拉松赛事的社会经济效应进行了系统的文献回顾。

③ Papanikos(2015)指出,举办马拉松赛事不但能在短期内提升住宿、餐饮、旅游等消费需求,而且还能在长期中促进商品出口和外资流入,但该文献并未提供相应的经验证据。

息的“信号传递机制”，从而有助于举办城市吸引外资。

本文具有显著的理论价值和政策涵义。本文拓展了学界对于地方政府竞争策略的理解，而且也启发城市政府应在市场发展和财力保障的基础上，积极建设“有为政府”，并通过举办大型体育赛事向外界传递相关信号，从而促进外资流入和高质量开放式发展。同时，本文也丰富了发展中国家FDI决定因素和体育赛事经济效应的相关文献。

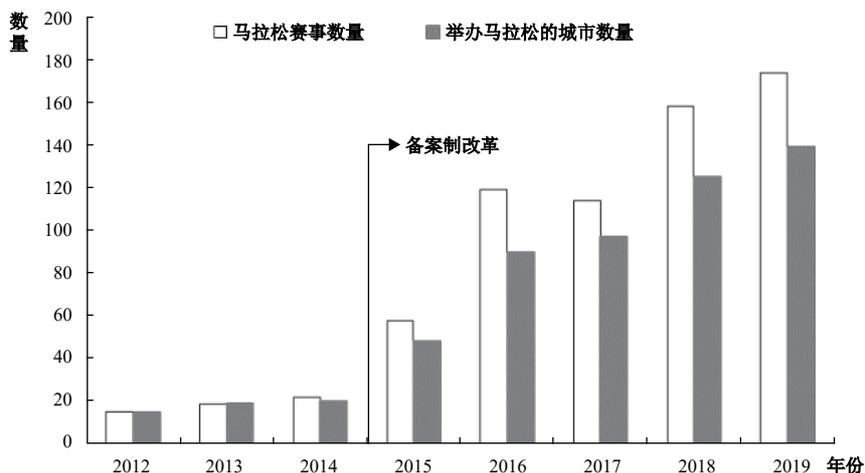


图1 中国城市全程马拉松赛事（2012—2019年）

数据来源：根据中国马拉松官网(<http://www.runchina.org.cn/>)等公开信息整理。

二、研究背景

（一）中国马拉松赛事的发展

马拉松运动源于古希腊，兴盛于欧美，目前已成为风靡全球的体育赛事。改革开放以来，马拉松运动在中华大地逐渐兴起。1981年，北京国际马拉松赛开启了中国马拉松运动的新纪元，成为当时中国最高水平的马拉松赛事，享有“国马”之美誉。1996年，上海国际马拉松赛应运而生，“上马”向非专业选手开放，成为全民健身的标志性活动。2003年，首届厦门国际马拉松赛鸣枪开跑，与北京马拉松形成“一南一北、春秋交替”之势，迅速成为中国著名的赛事品牌。

2012年起，中国田径协会开始对马拉松赛事进行等级评定，共分为金、银、铜牌三类赛事，从此中国马拉松赛事走上了更为规范化管理的道路。2014年10月，国务院印发了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（国发〔2014〕46号），要求简政放权，“取消商业性和群众性体育赛事活动审批”。2015年，中国田径协会全面取消马拉松赛事审批，马拉松赛事迎来井喷式发展。图1展示了从2012年到2019年，中国城市全程马拉松赛事的举办次数和地级以上举办城市的数量，^①不难发现，两者都呈现持续上升的趋势，并从2015年开始加速发展。截至2019年，已有160个地级市举办过全程马拉松赛事。根据《2017中国马拉松年度报告》，马拉松及相关运动直接从业人口达72万，间接从业人口达200万，马拉松产业总规模达700亿。^②总之，马拉松运动的兴起和普及是中国体育事业发展的重大成就之一。

从举办全程马拉松赛事的地区分布（表1）来看，截至2019年，东部地区约有75.86%的地级

^① 马拉松赛事主要有全程、半程、四分之一程三种类型，但以全程马拉松最为典型，管理也最为规范，因此本文根据中国马拉松官网(<http://www.runchina.org.cn/>)统计了全程马拉松的数量和举办城市。

^② 参考搜狐网《2017中国马拉松年度报告赛事数量呈井喷式增长》，2018年1月26日，https://www.sohu.com/a/218808816_314192。

市举办过全程马拉松赛事，位居四大地区之首；西部地区举办过全程马拉松赛事的城市比例接近 50%；中部地区和东北地区的相应比例较低，分别为 46.25% 和 44.12%。从全国来看，近 56% 的地级市已经举办过全程马拉松赛事。^①从举办全程马拉松赛事的频率来看，截至 2019 年，地级市在同一年只举办一场全程马拉松赛事的情况最为常见，占赛事总次数的 83.18%，在同一年举办两场赛事的比例约为 12.12%，举办两场以上的比例仅为 4.70%。

表 1 全程马拉松赛事的地区分布

地区	所在地区地级市总数量(a)	是否举办过全程马拉松赛事?		举办过全程马拉松的城市比例(c/a)
		否(b)	是(c)	
东北地区	34	19	15	44.12%
东部地区	87	21	66	75.86%
中部地区	80	43	37	46.25%
西部地区	85	43	42	49.41%
全国	286	126	160	55.94%

数据来源：作者整理。

(二) 中国马拉松赛事的特征与举办目的

从马拉松赛事的特征来看，该赛事具有参赛人数众多、运动空间巨大、组织管理复杂等重要特征，且根据相关规定，主办方必须获得赛事起点、终点及沿途赛道的赛时使用权，并组建一个至少包含竞赛、安保、交通、医疗、宣传、志愿者等部门的赛事组织委员会。^②因此，城市政府在举办马拉松赛事中具有不可替代的重要作用，只有政府部门才有能力协调各种资源，以改善城市赛道空间、实施赛时交通管制，并提供必要的后勤安保服务，从而为马拉松赛事的顺利举办奠定基础。以 2016 年兰州国际马拉松赛为例，除了中国田径协会、甘肃省体育局、兰州市人民政府三个主办单位和兰州市体育局这一承办单位之外，涉及赛事举办的单位还包括兰州市公安、财政、建设、交通、城管、安监、商务、经合、文旅、卫计、食药等 32 个机关企事业单位。^③可见，成功举办马拉松赛事并非易事，能够反映出举办地政府拥有较强的资源协调和综合管理能力。

城市举办马拉松赛事的目的日趋多元化，已经超越了体育竞技、健康宣传的传统定位(王克稳等, 2018)。一方面，一些城市政府试图通过举办马拉松赛事拉动消费和旅游，从而促进城市就业和短期经济增长(Huang 等, 2014; 周晓丽和马小明, 2017); 另一方面，一些城市政府致力于将马拉松赛事打造成一张“城市名片”，将举办马拉松赛事作为城市营销的重要手段，以展示城市特色、历史文化和投资环境(徐成立等, 2011; 王克稳等, 2018)。例如，贵州的凉都·六盘水马拉松致力于展示当地凉爽的气候和清洁的环境，兰州国际马拉松赛则向外界展现了兰州百里黄河的风貌，绍兴国际马拉松则以宣传绍兴厚重的历史文化底蕴为定位，沈阳马拉松致力于提升城市的国际形象、吸引投资和促进商贸。^④

总之，从赛事特征和举办目的来看，举办马拉松赛事是举办城市向外界传递“有为政府”信号的宝贵机遇。

① 东部地区包括北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东、海南；东北地区包括黑龙江、辽宁、吉林；中部地区包括山西、安徽、江西、河南、湖北、湖南；西部地区包括内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆。

② 参考中国田径协会发布的《中国马拉松及相关运动办赛指南》(田径字〔2019〕39号)。

③ 参考《兰州市人民政府办公厅关于印发 2016 兰州国际马拉松赛总体方案的通知》(兰政办发〔2016〕62)。

④ 参考新浪网《倾全城之力打造城市马拉松政府究竟图的什么?》，2017 年 7 月 30 日，<http://sports.sina.com.cn/run/2017-07-30/doc-ifyinvwu3612415.shtml>。

三、理论分析与研究假设

政府竞争理论起源于 Tiebout(1956)对公共产品的地方分权提供的开创性研究。在分权的制度背景下,地方政府对流动性要素的竞争,能够遏制政府规模的持续膨胀(Brennan 和 Buchanan, 1980),但有可能形成争相削减税率的“逐底竞争”,从而导致公共产品供给不足(Zodrow 和 Mieszkowski, 1986)。第二代财政分权理论则强调,分权引发的地方竞争硬化了预算约束,提供了维护市场的重要激励(Qian 和 Weingast, 1997)。

在中国,“中国式分权”为地方政府竞争提供了更为丰富的制度背景,也在很大程度上决定了地方政府竞争的目标、动机和手段(Blanchard 和 Shleifer, 2001; 周黎安, 2007; Xu, 2011; 吕炜和靳继东, 2019)。在这一制度安排下,地方政府官员以职位晋升为主要动机,以推动本地经济增长为核心目标,并综合运用税收、土地、支出等多种政策手段,对外部资源(如 FDI)展开激烈竞争,从而促进了中国经济的高速增长。

在吸引 FDI 的过程中,中国地方政府的竞争策略不断演化、创新,从税收优惠、低价出让土地、基础设施建设等传统策略,逐渐转向改善公共服务、打造营商环境等创新的竞争策略,即从“招商政策优惠”转向“制度环境优化”(马相东和王跃生, 2018; 桑百川, 2019)。需要指出的是,相比于传统的税收、土地、支出等传统的竞争策略,改善制度环境的难度更高,需要地方政府拥有较高的综合管理、产业规划和政策创新能力,即离不开“有为政府”的努力(林毅夫, 2017; 倪外, 2019)。同时,相比于优惠政策、基础设施建设等“可见的”竞争手段,一个政府是否积极有为难以在短期内被外部投资者所全面观察和准确识别,这便要求地方政府借助某种机制来传递“有为政府”的信号,从而吸引投资者的注意。

我们认为,举办全程马拉松赛事是传递“有为政府”的一个信号机制。根据经典的“信号传递理论”,我们假设有两种类型的地方政府,即“有为政府”和“无为政府”,前者有能力改善制度环境并举办大型体育赛事,而后者则不具备这些能力。同时,地方政府的“类型”难以被投资者所直接观察。在这种情况下,“有为政府”有激励付出较高的成本来证明和展示自身的高能力,而举办全程马拉松赛事便给“有为政府”提供了这种机会。正如上文所言,举办该项赛事本身需要政府较强的综合管理和资源协调能力,需要付出高昂的“信号传递成本”,而这对于“有为政府”是可行的。但对于“无为政府”来说,成功举办该项赛事将付出更高的成本,甚至高于举办赛事带来的收益,从而导致其没有激励模仿这种高成本的行为。从理论上讲,上述博弈过程满足了“激励相容约束”。我们进一步假设城市政府和外部投资者在博弈中都能获得正的收益,即满足“参与约束”,这便形成了一种“分离均衡”(separating equilibrium),即高能力的“有为政府”选择举办马拉松赛事从而传递出“有为政府”的信号,而低能力的“无为政府”则选择不举办马拉松(至少举办的概率较低)。在这种情况下,外部投资者会根据举办马拉松赛事这一“信号”决定投资的地点和规模。基于上述理论分析,我们提出如下研究假设:

研究假设 1: 举办马拉松赛事能够吸引 FDI 流入。

根据信号传递理论,在满足“激励相容约束”的条件下,“参与约束”的松紧程度是影响信号传递博弈最终结局的重要因素(Spence, 1973, 1974; Mas-Colell 等, 1995; 张维迎, 2012)。当“参与约束”较松,即当有较多的信号接收者(FDI)满足“参与约束”并对马拉松赛事信号作出反应时,该赛事的“引资效应”便越明显。那么,是什么因素影响了 FDI 参与该博弈?这是一个需要进一步回答的问题。

需要指出的是,进入发展中国家的 FDI 往往具有“市场寻求”(market seeking)的动机。一方面,发展中国家国内广阔的中间品和消费品市场有助于提升跨国公司的生产与利润;另一方面,

不少发展中国家具有较强的国际贸易竞争力和广阔的出口市场,FDI可以将其作为出口平台,将所生产的产品销往其他国家(Hanson等,2005;Franco,2013)。不少经验研究也发现,进入中国的FDI具有明显的“市场寻求”动机,即FDI倾向于进入一些具有较大市场规模的城市和地区(Cheng和Kwan,2000;田素华和杨焯超,2012;Salike,2016)。因此我们认为,一个城市的市场规模是影响FDI是否参与信号传递博弈的重要因素。如果城市的市场规模较小,那么FDI的投资收益率便相应较低,面对的“参与约束”较紧,即使存在“有为政府”向其发射积极信号,选择进入该城市的FDI总量也不会很大。相反,如果城市的市场规模较大,那么FDI的投资收益率便相应较高,面对的“参与约束”较松,从而有更大规模的FDI根据信号来决定投资地点,进而放大了“引资效应”。基于此,我们提出以下研究假设:

研究假设2:在市场规模较大的城市,马拉松赛事的“引资效应”更为明显。

根据信号发射理论,“预算约束”也是制约“分离均衡”实现的重要因素。当信号发射者(城市政府)由于预算不足而无法承担信号传递的全部或部分成本时,“分离均衡”便难以充分形成,通过信号传递真实信息的功能便会大打折扣(Spence,1973,1974;Mas-Colell等,1995;张维迎,2012)。无疑,举办马拉松赛事离不开地方政府财力的支撑。在商业赞助有限的条件下,修建和维护赛道等基础设施、赛事后勤服务与安全保障都需要举办地政府进行大量投资,一些城市政府甚至“倾全城之力”打造品牌赛事。^①同时,为了使外来投资者能够在本地安心投资和经营,城市政府还需要耗费大量财力来改善公共服务、营商环境等制度“软环境”。

因此我们认为,一个城市政府的财力强弱是该政府能否缓解信号发射博弈“预算约束”的关键所在。如果城市政府的财力较弱,那么即便是高能力的“有为政府”,举办马拉松赛事的概率也相应较低,从而制约了这一信号传递机制。相反,如果城市政府的财力较强,那么“有为政府”举办马拉松赛事的概率便相应较高,也更有能力改善赛事质量和投资环境,从而强化了这一信号传递机制并放大了“引资效应”。基于此,我们提出以下研究假设:

研究假设3:在政府财力较雄厚的城市,马拉松赛事的“引资效应”更为明显。

综上所述,“研究假设1”致力于揭示马拉松赛事的平均“引资效应”,而“研究假说2”和“研究假说3”则致力于探索该“引资效应”在不同类型城市间的异质性。尽管我们根据相关理论和经验证据给出了上述研究假设,但依然无法完全排除不利于上述研究假设的逻辑,诸如举办马拉松赛事可能发出“劳民伤财”和“形象工程”的负面信号,从而抑制FDI的流入;一些城市政府也可能采用其他策略传递自身积极有为的信号。接下来,我们将对马拉松赛事的“引资效应”进行实证研究。

四、实证策略

(一)模型设定

为了探索城市举办马拉松赛事对FDI流入的影响,本文构建如下基准模型:

$$\ln FDI_{it} = \beta Mar_{it} + \gamma N_{it} + \theta_i + \lambda_t + u_{it} \quad (1)$$

其中, i 表示城市, t 表示年份;被解释变量 $\ln FDI_{it}$ 表示外商直接投资(取对数),核心解释变量 Mar_{it} 表示是否举办了全程马拉松赛事, N_{it} 为一组控制变量(具体构造见下文); θ_i 和 λ_t 分别表示城市和年份固定效应, u_{it} 为随机扰动项;系数 β 捕捉了马拉松赛事的“引资效应”。

^① 参考新浪网《倾全城之力打造城市马拉松政府究竟图的什么?》,2017年7月30日,<http://sports.sina.com.cn/run/2017-07-30/doc-ifyinvwu3612415.shtml>

为了进一步探索马拉松赛事“引资效应”在不同类型城市的异质性,本文进一步构建如下交互项模型:

$$\ln FDI_{it} = \alpha_1 Mar_{it} \times S_{it} + \alpha_2 S_{it} + \beta Mar_{it} + \gamma N_{it} + \theta_i + \lambda_t + u_{it} \quad (2)$$

其中, S_{it} 表示一系列衡量城市的市场规模和政府财力保障水平的变量;系数 α_1 捕捉了马拉松赛事“引资效应”的异质性。根据“研究假设2”和“研究假设3”,可知 $\alpha_1 > 0$ 成立,即在市场规模较大和政府财力较雄厚的城市,马拉松赛事的“引资效应”更大。

(二)变量构造

1. 被解释变量:外商直接投资。外商直接投资是本文的被解释变量,我们采用经过汇率和地区物价指数(以2010年为基年,下同)调整后的城市实际利用外商直接投资金额的对数来衡量,即 $\ln(\text{外商直接投资})$ 。外商直接投资是先进生产技术和管理经验的重要载体,能够通过技术溢出促进中国经济增长(Lu等,2017;江小涓,2019),因而可以被视为高质量开放式发展的标志。

2. 核心解释变量:举办马拉松赛事。举办马拉松赛事是本文的核心解释变量。由于在2015年马拉松赛事备案制改革之前,各个城市举办马拉松赛事都需要报国家体育总局审批。这便意味着,即使城市有意愿和能力举办马拉松赛事,也可能最终无法落实。这必然大限制了城市政府举办马拉松赛事的积极性,同时也限制了城市政府将举办马拉松赛事作为信号传递机制的可能性。而在2015年备案制改革之后,全程马拉松赛事旋即出现快速增长(见图1)。因此我们认为,2015年及之后举办的马拉松赛事才可以被视为城市政府传递“有为政府”信息的信号机制和吸引FDI的竞争策略,而2014年及之前举办的马拉松赛事则并不具备这些功能。

基于上述考虑,我们构造核心解释变量如下:如果城市*i*在*t*年($t \geq 2015$)举办过全程马拉松赛事(不论该年举办过几次),那么 $Mar_{it} = 1$;否则 $Mar_{it} = 0$ 。^①本文只关注经中国田径协会等级评定以及中国马拉松官网公开发布的全程马拉松赛事:一是因为这类赛事在各类马拉松赛事中最为典型,组织最为规范,影响力也最大;二是因为半程等小型马拉松赛事举办场次过多,没有系统准确的历史统计资料。

3. 控制变量。为了缓解遗漏变量偏误,我们引入了以下控制变量:(1)固定资产投资规模。我们采用经各地区固定资产投资价格指数平减后的城市固定资产投资额的对数来衡量,即 $\ln(\text{固定资产投资})$ 。固定资产投资有助于改善城市基础设施,从而为吸引外资流入创造良好的“硬环境”;同时,良好的基础设施也是顺利举办马拉松赛事的基础条件。因此,我们将该变量纳入模型。^②(2)高校学生规模。我们采用各城市高等院校在校人数的对数来衡量,即 $\ln(\text{高校学生数})$ 。大学生数量在一定程度上代表了一个城市的人力资本水平,是吸引FDI的积极因素;而且,大学生群体还是马拉松赛事参赛者和志愿者的重要来源,是促进赛事举办的积极力量。因此,我们也将这一变量纳入模型。(3)人口规模。我们采用各城市户籍人口数量的对数来衡量,即 $\ln(\text{户籍人口})$ 。较大的人口规模代表了城市较大的消费品市场,是吸引FDI的有利因素;同时也意味着有更多的参赛者和观众,从而有助于马拉松赛事的开展。因此,我们将该变量纳入模型。(4)相关区位变量。其一,离港口距离(取对数),我们采用各城市到天津、上海、香港三大港口距离的最小值的对数来衡量,即 $\ln(\text{离港口距离})$ 。其二,地区虚拟变量,包括东部、东北、中部和西部四个地区虚拟变量。上述两类变量反映了城市的区位优势,这可能与FDI和举办体育赛事都相关,因此我们也将它们纳入模型,并利用随机效应模型进行估计。

^① 即在2014年及之前举办的全程马拉松赛事,以及2015年及之后举办的半程等其他非全程马拉松赛事都被视为0。后文也将2014年及之前的全程马拉松赛事信息纳入解释变量进行稳健性检验。

^② 我们还将反映城市基础设施状况的公路里程(取对数)纳入模型,但并未改变核心结论。限于篇幅,相关结果未汇报,留存备案。

4. 关于市场规模和政府财力的度量。为了验证“研究假设 2”,即探索马拉松赛事的“引资效应”在不同市场规模城市的异质性,我们需要引入反映市场规模的变量。根据上文的分析,进入中国的 *FDI* 具有“市场寻求”的动机,不但注重国内市场规模,包括工业品市场、服务业市场和消费品市场,同时也注重外部的出口市场规模。因此,我们引入城市生产总值、工业增加值、服务业增加值、消费品零售额和出口总额(皆取对数)以分别衡量总体市场规模、工业品市场规模、服务业市场规模、消费品市场和出口市场规模。

为了验证“研究假设 3”,即探索马拉松赛事的“引资效应”在不同政府财力保障水平城市的异质性,我们引入了反映政府财力的变量,包括政府财政支出、政府财政收入和政府税收收入(皆经物价指数平减后取对数)。

(三)数据来源

本文所用数据的来源如下:第一,各城市马拉松赛事的数据主要根据中国马拉松官网(<http://www.runchina.org.cn/>)和 2012 年后经中国田径协会等级评定的赛事信息整理而得。第二,城市级别变量数据来自 *CEIC* 中国经济数据库,并利用对应年份《中国城市统计年鉴》对缺失数据进行补充和修正。为了探索“后危机时代”*FDI* 流动的内在规律,我们将样本首年设定在 2009 年。结合上述两个数据来源并对个别变量的极值进行缩尾处理,我们得到了一个从 2009 年到 2018 年覆盖中国 286 个地级市的面板数据集。

表 2 展示了截至 2018 年“举办过全程马拉松赛事”和“未举办过全程马拉松赛事”两组城市相关变量的基本统计量。通过对比可以发现,举办过赛事的城市在各项指标上都高于未举办过赛事的城市,因此想要准确揭示马拉松赛事的“引资效应”,必须将控制变量引入计量模型,否则可能导致遗漏变量偏误。

表 2 基本统计量

城市特征	单位	举办过赛事的城市		未举办过赛事的城市	
		平均数	标准差	平均数	标准差
ln(外商直接投资)	百万元	7.666	1.931	6.668	1.779
ln(固定资产投资)	百万元	11.577	0.894	11.166	0.754
ln(高校学生数)	千人	3.929	1.514	3.189	1.062
ln(人口规模)	千人	8.232	0.786	8.127	0.587
ln(生产总值)	十亿元	5.099	1.024	4.532	0.724
ln(工业增加值)	十亿元	4.327	1.069	3.799	0.813
ln(服务业增加值)	十亿元	4.192	1.162	3.520	0.778
ln(消费品零售额)	十亿元	4.085	1.145	3.503	0.820
ln(出口总额)	百万元	9.225	2.205	7.993	1.860
ln(财政支出)	百万元	10.162	0.876	9.764	0.553
ln(财政收入)	百万元	9.425	1.183	8.719	0.837
ln(税收收入)	百万元	9.117	1.268	8.329	0.872

五、实证结果分析

(一)基准模型的估计结果

表 3 展示了不同变量设定下马拉松赛事影响 *FDI* 的回归结果,其中,列(1)和列(2)报告了城市和年份固定效应的估计结果,列(3)则报告了控制地理区位和年份虚拟变量的随机效应估计结

果。考虑到同一城市对应误差项的内在相关性,各模型都采用了聚类到城市的稳健标准误。结果显示,举办马拉松赛事的系数在5%或10%的水平上显著为正。由于模型已经控制了反映城市基础设施、人力资本、人口规模等一系列可能同时影响FDI和赛事举办的变量,因而在很大程度上,我们可以将上述相关关系视为因果效应。这意味着,举办马拉松赛事显著促进了FDI流入举办城市,即城市每举办一场全程马拉松赛事能够使FDI相应地增加约16.0%(见列(2)),这一增幅相当于8.6亿元人民币(=FDI样本均值53.960亿元×16.0%)。显然,这一效应规模是不可忽视的。总之,上述结果验证了“研究假设1”,即马拉松赛事的“引资效应”是存在的。

表3 马拉松赛事“引资效应”的基准模型估计结果

	被解释变量: ln(外商直接投资)		
	(1)	(2)	(3)
举办马拉松赛事	0.098 ^{**} (0.050)	0.160 [*] (0.092)	0.203 ^{**} (0.091)
ln(固定资产投资)		0.748 ^{***} (0.108)	0.845 ^{***} (0.093)
ln(高校学生数)		0.016(0.088)	0.277 ^{***} (0.050)
ln(人口规模)		0.433(0.419)	0.093(0.104)
ln(距港口距离)			-0.705 ^{***} (0.088)
年份固定效应	控制	控制	控制
城市固定效应	控制	控制	未控制
地区固定效应	未控制	未控制	控制
观察值	2820	2799	2799
组内R ²	0.002	0.137	0.132
F值/卡方值	3.891	13.626	1112.935
p值	0.000	0.000	0.000
估计方法	固定效应	固定效应	随机效应

注: (1)^{***}、^{**}和^{*}分别表示在1%、5%和10%的水平上显著; (2)中括号[]内为按城市聚类的稳健标准误; (3)没有汇报了常数项的估计结果; (4)卡方适合随机效应模型。下同。

控制变量的系数估计也基本符合预期。根据列(2)的结果可知,固定资产投资的系数显著为正,这说明良好的基础设施是促进FDI流入的积极因素;离港口越近的城市,流入的FDI也越多;同时,城市高校学生数和人口规模皆与FDI呈正相关,尽管系数并不显著。

(二)交互项模型的估计结果

表4展示了马拉松赛事与市场规模交互项模型的估计结果。我们可以发现,除出口市场规模之外,马拉松赛事与总体市场规模、工业品市场规模、服务业市场规模、消费品市场规模的交互项的系数皆显著为正;与出口市场规模交互项的系数也为正,但不显著。这意味着,在市场规模较大的城市,马拉松赛事的“引资效应”更为明显。我们认为,城市较大的市场规模吸引了更多的市场寻求型FDI参与到信号传递博弈之中并对马拉松赛事信号作出反应,从而放大了赛事的“引资效应”。总之,上述结果基本验证了“研究假设2”。

表5进一步展示了马拉松赛事与政府财力交互项模型的估计结果。我们可以发现,马拉松赛事与政府财政支出、税收收入交互项的系数皆显著为正,与政府财政收入交互项的系数为正,并在15%的水平上显著。这意味着,在政府财力较雄厚的城市,马拉松赛事的“引资效应”更大。我们认为,城市较强的政府财力缓解了一些“有为政府”的预算约束,从而使得“有为政府”能够更好地举办马拉松赛事和改善投资环境,从而放大了赛事的“引资效应”。总之,上述结果基本验证了“研究假设3”。

表 4 马拉松赛事在不同市场规模下的“引资效应”

	被解释变量: ln(外商直接投资)				
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
马拉松×ln(生产总值)	0.171*(0.092)				
ln(生产总值)	0.815**(0.319)				
马拉松×ln(工业增加值)		0.179**(0.084)			
ln(工业增加值)		0.330(0.201)			
马拉松×ln(服务业增加值)			0.161*(0.085)		
ln(服务业增加值)			0.672*(0.365)		
马拉松×ln(消费品零售额)				0.193*(0.100)	
ln(消费品零售额)				1.310*** (0.465)	
马拉松×ln(出口总额)					0.062(0.052)
ln(出口总额)					0.033(0.047)
举办马拉松赛事	-0.793(0.544)	-0.676(0.431)	-0.585(0.441)	-0.717(0.499)	-0.421(0.563)
控制变量	控制	控制	控制	控制	控制
年份固定效应	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
观察值	2 790	2 780	2 780	2 777	2 563
组内 R^2	0.153	0.148	0.148	0.151	0.174
F 值	12.676	12.469	12.336	12.373	13.166
p 值	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

表 5 马拉松赛事在不同政府财力下的“引资效应”

	被解释变量: ln(外商直接投资)		
	(1)	(2)	(3)
马拉松×ln(财政支出)	0.243*** (0.089)		
ln(财政支出)	0.893*** (0.275)		
马拉松×ln(财政收入)		0.099(0.069)	
ln(财政收入)		0.789*** (0.189)	
马拉松×ln(税收收入)			0.127*(0.071)
ln(税收收入)			0.490*** (0.178)
举办马拉松赛事	-2.424** (0.991)	-0.851(0.720)	-1.063(0.726)
控制变量	控制	控制	控制
年份固定效应	控制	控制	控制
城市固定效应	控制	控制	控制
观察值	2 793	2 796	2 501
组内 R^2	0.160	0.164	0.182
F 值	13.461	13.994	14.057
p 值	0.000	0.000	0.000

值得指出的是,表 4 和表 5 显示,举办马拉松赛事变量本身不再与 FDI 呈正相关,且在个别模型中还呈现显著负相关关系。这很可能是因为市场规模较小或政府财力较弱的城市,举办马拉松赛事并不能发出“有为政府”的信号,反而是发出了“劳民伤财”或“形象工程”的负面信号,从而阻碍了 FDI 的流入。同时,表 3 的估计结果显示,城市的总体市场规模、服务业市场规模和消费品市场规模都与 FDI 呈显著正相关,工业品市场规模也在 12% 的显著性水平上与 FDI 呈

正相关,这再次印证了流入中国的FDI具有“市场寻求”的特征。同时,出口市场规模的系数并不显著,这在一定程度上意味着进入中国的FDI并没有显著的寻求出口平台的动机,这与Branstetter和Foley(2010)的观点是一致的。

(三)稳健性分析

必须指出的是,威胁本文核心结论——马拉松赛事存在“引资效应”——的潜在因素之一便是“测量误差”,即基准模型的核心解释变量可能没有很好地反映城市举办马拉松赛事的真实情况,因此我们考虑了以下情况进行稳健性分析:

第一,备案制改革前的马拉松赛事。在基准模型核心解释变量的构造中,事实上我们忽略了备案制改革之前(即2014年及之前)的相关赛事信息,而这些赛事可能也存在一定的“引资效应”。基于此,我们修正了核心解释变量的构造:如果城市*i*在*t*年举办过全程马拉松赛事,那么 $Mar_{it} = 1$;否则为0。表6中的列(1)展示了相应的估计结果,发现新解释变量“包括备案制改革前赛事”的系数显著为正,平均而言,城市每举办一场全程马拉松赛事能够使FDI增加约13.9%,这与表2中列(2)的估计结果(16.0%)较为接近,这再次验证了“研究假设1”。

第二,马拉松赛事的具体举办时间。根据本文统计,尽管马拉松赛事在全年12个月都有举办的记录,但有将近70%是在每年下半年、50%的赛事是在每年第四季度举行的。因此,马拉松赛事的“引资效应”可能存在一定的滞后,即在下半年举办的马拉松赛事可能并不会对当年的FDI产生影响,而是对下一年的FDI产生作用。基于这一考虑,我们将赋值规则调整为:如果*i*城市在*t*年上半年($t \geq 2015$)举办了全程马拉松赛事,那么 $Mar_{it} = 1$;如果*i*城市在*t*年下半年($t \geq 2015$)举办了全程马拉松赛事,那么 $Mar_{i,t+1} = 1$;否则为0。表6中的列(2)展示了相应的估计结果。我们发现,新解释变量“滞后半年处理的赛事”的系数显著为正,平均而言,城市每举办一场全程马拉松赛事能够使FDI增加约10.4%,这略小于基准模型表2中列(2)的估计结果,但依然不违背“研究假设1”。

第三,马拉松赛事的参赛人数。基准模型的核心解释变量“举办马拉松赛事”仅仅考虑了城市是否举办过该项赛事,但并没有考虑各城市举办马拉松赛事本身的差异性,特别是赛事规模的差异性。因此,我们用2015年备案制改革后马拉松赛事的参赛人数(取对数)来替代原来的核心解释变量,并重新进行回归。表6中的列(3)展示了相应的估计结果。我们发现,新解释变量“ln(马拉松参赛人数)”的系数显著为正,平均而言,马拉松参赛人数每增加1%就能使FDI增加0.126%,这不但验证了“研究假设1”,而且还丰富了该研究假设的内涵。

第四,当年举办马拉松赛事次数。基准模型的核心解释变量也没有考虑某城市在当年举办一场以上全程马拉松赛事的情况。事实上,的确有个别城市在同一年份举办过2—3场全程马拉松赛事。因此,我们用2015年备案制改革后各城市每年举办全程马拉松赛事的总次数来替代原来的核心解释变量,并重新进行回归。表6中的列(4)展示了相应的估计结果。我们发现,新解释变量“当年举办赛事次数”的系数显著为正,平均而言,城市每增加一场全程马拉松参赛就能使FDI增加14.0%,这依然验证了“研究假设1”。

总之,在用不同方式缓解核心解释变量的测量误差之后,新解释变量前的系数皆显著为正。可见,马拉松赛事存在积极“引资效应”的结论是比较稳健的。如果进一步用上述新变量来构造交互项模型,我们依然可以发现,新解释变量与市场规模、政府财力水平相关变量交互项的系数也大多显著为正,这说明“研究假设2”和“研究假设3”也依然成立。^①

^① 限于篇幅,相关估计结果未汇报,留存备索。

表 6 马拉松赛事不同测度方式下的“引资效应”

	被解释变量: ln(外商直接投资)			
	(1)	(2)	(3)	(4)
包含备案制改革前赛事 滞后半年处理的赛事 ln(马拉松参赛人数) 当年马拉松举办次数	0.139*(0.081)	0.104*(0.059)	0.126**(0.055)	0.140**(0.054)
控制变量	控制	控制	控制	控制
年份固定效应	控制	控制	控制	控制
城市固定效应	控制	控制	控制	控制
观察值	2799	2799	2799	2799
组内 R^2	0.136	0.135	0.138	0.138
F 值	13.618	13.582	13.699	13.745
p 值	0.000	0.000	0.000	0.000

(四)对逆向因果的讨论

另一个威胁本文核心结论的内生性问题便是“逆向因果”，即存在这样一种可能，马拉松赛事倾向于在外商投资较多的城市举办。如果上述判断成立，那么即便核心解释变量“举办马拉松赛事”的系数显著为正，也不能说明是马拉松赛事促进了 FDI 的流入；相反，这可能意味着是 FDI 推动了马拉松赛事的举办。在没有恰当工具变量的情况下，我们无法完全排除上述可能，但我们依然可以利用一些间接证据来否定“逆向因果”存在的可能性。

表 7 探索了城市初始时期的 FDI 水平与城市是否举办马拉松赛事之间可能存在的关联。我们将城市在 2015 年及之后是否举办过全程马拉松赛事(是=1; 否=0)作为被解释变量，并分别选取 2008 年、2010 年、2012 年和 2014 年作为初始年份进行截面 OLS 回归。可以发现，在控制相关变量的情况下，初始年份 FDI 的系数皆不显著，即 FDI 对城市马拉松赛事举办与否并没有预测能力。这一结果从侧面否定了“逆向因果”关系的存在。

表 7 城市初始 FDI 水平与马拉松赛事的举办

	被解释变量: 举办过马拉松的城市(是=1; 否=0)			
	(1)	(2)	(3)	(4)
ln(外商直接投资)	-0.006(0.027)	0.001(0.026)	0.017(0.024)	0.021(0.022)
控制变量	控制	控制	控制	控制
观察值	273	278	279	281
调整的 R^2	0.124	0.099	0.100	0.098
F 值	15.089	10.312	10.308	10.377
p 值	0.000	0.000	0.000	0.000
初始年份选择	2008 年	2010 年	2012 年	2014 年

六、结论与启示

实现经济向更高形态发展，跟上全球科技进步步伐，都要继续利用好外资(习近平, 2017)。当前，“稳外资”已经成为政府经济工作的一大重点。本文将举办马拉松赛事视为城市政府向投资者传递“有为政府”形象的信号传递机制和竞争 FDI 的创新策略，并基于 2009–2018 年中国 286 个地级以上城市的面板数据，实证检验了城市马拉松赛事对于吸引 FDI 的作用。我们至少

发现了两个重要结论:第一,举办马拉松赛事显著促进了FDI的流入,平均而言,城市每举办一场全程马拉松赛事能够使FDI相应地增加约16%,相当于8.6亿元人民币。第二,马拉松赛事的“引资效应”在市场规模较大、政府财力较雄厚的举办城市更为明显。同时,城市的市场规模、固定资产投资、离港口较近的区位优势都是促进FDI流入的积极因素。

本文的研究不但拓展了学界对地方政府竞争策略的理解,丰富了发展中国家FDI决定因素和体育赛事经济效应的相关文献,而且也具有丰富的政策启示。

第一,打造有为政府是开放发展的关键。在全球价值链收缩重构、国内经济发展模式转型的大背景下,继续依赖税收、土地和基础设施建设等传统竞争手段来吸引外资必然难以为继。各城市政府应着力打造“有为政府”,不断提高综合管理能力和公共服务水平,构建良好的营商环境,用“制度优化”替代“政策优惠”。在此基础上,将“有为政府”与创新竞争策略(如举办马拉松赛事等重大活动)有机结合,从而达到吸引外资流入的目的。

第二,扩大市场规模是开放发展的基础。广阔的国内市场是中国经济的最大优势,也是国际产业资本寻求的目标。城市政府在吸引FDI的过程中要围绕市场发展做文章,通过破除户籍制度等要素流动壁垒,促进生产要素高效集聚,从而培育本地工业品市场、服务业市场和消费品市场的发展,并创造公平竞争的市场环境,将“有为政府”和“有效市场”有机结合,从而更好地发挥马拉松赛事的“引资效应”。

第三,巩固政府财力是开放发展的保障。充足的财力是城市政府履行自身职责、为社会提供公共产品和服务的前提条件。城市政府应通过壮大实体经济扩大税基,从而充实政府可支配财源,同时也应有效控制地方政府债务规模,切实防控系统性风险,将“有为政府”和“财力保障”有机结合,进而发挥马拉松赛事的“引资效应”。对于财力较弱的城市政府,切不可盲目跟风举办大型体育赛事,以免向外界传递“形象工程”“劳民伤财”等负面信号,反而不利于外资的流入。

尽管本文采用覆盖全国、跨越10年的城市面板数据对马拉松赛事的经济效应展开了系统研究,但本文依然不可避免地存在一些不足之处:首先,本文从理论上将举办马拉松视为城市政府传递“有为政府”信息的机制,但尚不能从实证上清晰地识别这一点。其次,限于数据,本文尚未考虑参赛选手质量、赛事天气、赛道特征等微观因素,从而在很大程度上忽视了不同场次马拉松赛事的异质性。最后,本文核心解释变量的内生性问题也未得到彻底解决。

参考文献:

- [1]贾俊雪,应世为. 财政分权与企业税收激励——基于地方政府竞争视角的分析[J]. 中国工业经济, 2016, (10): 23-39.
- [2]江小涓. 新中国对外开放70年: 赋能增长与改革[J]. 管理世界, 2019, (12): 1-16.
- [3]林毅夫. 中国经验: 经济发展和转型中有效市场与有为政府缺一不可[J]. 行政管理改革, 2017, (10): 12-14.
- [4]吕炜, 靳继东. 始终服从和服务于社会主义现代化强国建设——新中国财政70年发展的历史逻辑、实践逻辑与理论逻辑[J]. 管理世界, 2019, (9): 1-15.
- [5]马相东, 王跃生. 新时代吸引外资新方略: 从招商政策优惠到营商环境优化[J]. 中共中央党校学报, 2018, (4): 112-121.
- [6]倪外. 有为政府、有效市场与营商环境优化研究——以上海为例[J]. 上海经济研究, 2019, (10): 61-68.
- [7]桑百川. 外商直接投资动机与中国营商环境变迁[J]. 国际经济评论, 2019, (5): 34-43.
- [8]田素华, 杨烨超. FDI进入中国区位变动的决定因素: 基于D-G模型的经验研究[J]. 世界经济, 2012, (11): 59-87.
- [9]王克稳, 李慧, 耿聪聪, 等. 马拉松赛事旅游的国际研究述评、实践启示与研究展望[J]. 体育科学, 2018, (7): 80-91.
- [10]王媛, 杨广亮. 为经济增长而干预: 地方政府的土地出让策略分析[J]. 管理世界, 2016, (5): 18-31.
- [11]吴敏, 周黎安. 晋升激励与城市建设: 公共品可视性的视角[J]. 经济研究, 2018, (12): 97-111.

- [12]习近平. 营造稳定公平透明的营商环境加快建设开放型经济新体制[N]. 人民日报, 2017-07-18(01).
- [13]谢贞发, 范子英. 中国式分税制、中央税收征管权集中与税收竞争[J]. 经济研究, 2015, (4): 92-106.
- [14]谢贞发, 朱恺容. 工业地价补贴、地区竞争与产出效应[J]. 财政研究, 2019, (4): 3-22.
- [15]徐成立, 刘买如, 刘聪, 等. 国内外大型体育赛事与城市发展的研究述评[J]. 上海体育学院学报, 2011, (4): 36-41.
- [16]张军, 高远, 傅勇, 等. 中国为什么拥有了良好的基础设施?[J]. 经济研究, 2007, (3): 4-19.
- [17]张维迎. 博弈论与信息经济学[M]. 上海: 格致出版社, 2012.
- [18]周黎安. 中国地方官员的晋升锦标赛模式研究[J]. 经济研究, 2007, (7): 36-50.
- [19]周晓丽, 马小明. 国际体育赛事对举办城市旅游经济影响实证分析[J]. 经济问题探索, 2017, (9): 38-45.
- [20]Baumann R W, Matheson V A, Muroi C. Bowling in Hawaii: Examining the effectiveness of sports-based tourism strategies[J]. *Journal of Sports Economics*, 2009, 10(1): 107-123.
- [21]Blanchard O, Shleifer A. Federalism with and without political centralization: China versus Russia[J]. *IMF Staff Papers*, 2001, 48(1): 171-179.
- [22]Branstetter L, Foley C F. Facts and fallacies about U.S. FDI in China[A]. Feenstra R C, Wei S J. China's growing role in world trade[M]. Chicago: University of Chicago Press, 2010.
- [23]Brennan G, Buchanan J M. The power to tax: Analytical foundations of a fiscal constitution[M]. New York: Cambridge University Press, 1980.
- [24]Cheng L K, Kwan Y K. What are the determinants of the location of foreign direct investment? The Chinese experience[J]. *Journal of International Economics*, 2000, 51(2): 379-400.
- [25]Franco C. Exports and FDI motivations: Empirical evidence from U.S. foreign subsidiaries[J]. *International Business Review*, 2013, 22(1): 47-62.
- [26]Hanson G H, Mataloni R J, Slaughter M J. Vertical production networks in multinational firms[J]. *Review of Economics and Statistics*, 2005, 87(4): 664-678.
- [27]Huang H Y, Mao L L, Kim S K, et al. Assessing the economic impact of three major sport events in China: The perspective of attendees[J]. *Tourism Economics*, 2014, 20(6): 1277-1296.
- [28]Lu Y, Tao Z G, Zhu L M. Identifying FDI spillovers[J]. *Journal of International Economics*, 2017, 107: 75-90.
- [29]Mas-Colell A, Whinston M D, Green J R. Microeconomic theory[M]. Oxford: Oxford University Press, 1995.
- [30]Papanikos G T. The economic effects of a marathon as a sport tourism event[J]. *Athens Journal of Sports*, 2015, 2(4): 225-240.
- [31]Qian Y Y, Weingast B R. Federalism as a commitment to preserving market incentives[J]. *Journal of Economic Perspectives*, 1997, 11(4): 83-92.
- [32]Salike N. Role of human capital on regional distribution of FDI in China: New evidences[J]. *China Economic Review*, 2016, 37: 66-84.
- [33]Spence A M. Market signaling[M]. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1974.
- [34]Spence M. Job market signaling[J]. *The Quarterly Journal of Economics*, 1973, 87(3): 355-374.
- [35]Tiebout C M. A pure theory of local expenditures[J]. *Journal of Political Economy*, 1956, 64(5): 416-424.
- [36]Wicker P, Hallmann K, Zhang J J. What is influencing consumer expenditure and intention to revisit? an investigation of marathon events[J]. *Journal of Sport & Tourism*, 2012, 17(3): 165-182.
- [37]Xu C G. The fundamental institutions of China's reforms and development[J]. *Journal of Economic Literature*, 2011, 49(4): 1076-1151.
- [38]Zodrow G R, Mieszkowski P. Pigou, Tiebout, property taxation, and the underprovision of local public goods[J]. *Journal of Urban Economics*, 1986, 19(3): 356-370.

Running for Capital? An Empirical Study on the Impact of City Marathons on FDI

Pan Chunyang, Liao Jie

(Business School, East China University of Science and Technology, Shanghai 200237, China)

Summary: For a long time, local governments have implemented various of competition strategies, including tax incentives, land granting, and infrastructure construction, in order to attract foreign direct investment (FDI), which promoted the rapid growth of China's economy. However, as China's economic development enters the stage of "new normal", these traditional competitive strategies have been exhausted and the related traditional competitive advantages no longer exist. In this new context, various innovative competitive strategies are continuously emerging. Among them, the holding of full marathons is particularly eye-catching. We argue that the successful holding of this event demonstrates the strong resource coordination and comprehensive management capabilities of the host government, thus sending a positive signal of an "effective government" to the investors, which is conducive to attracting FDI.

Based on the "government competition theory" and the "signaling theory", this paper constructs a theoretical framework to analyze the internal mechanism of city marathons affecting FDI inflows. We argue that under the institutional arrangement of "China's style decentralization", the "effective government" with strong capability has the incentive to hold marathons in order to convey its positive image and gain an advantage in the competition for FDI. Based on the panel data of 286 prefecture-level and above cities in China from 2009 to 2018, this paper empirically tests the relevant research hypotheses. We find that cities hosting marathon events can attract more FDI inflows, and this "attracting capital effect" is more obvious in those host cities with larger market sizes and richer governments. After correcting various measurement errors of marathon events, the "attracting capital effect" remains robust. Meanwhile, we do not find that the initial level of FDI in cities has predictive power for holding marathon events, thereby negating the possibility of "reverse causality" to a certain extent. Therefore, the combination of market size, government financial resources, and "effective government" serves as an important foundation for promoting cities' high-quality open development.

This paper has significant implications both in theory and policy. It deepens the academic's understanding of local government competition strategies, and also inspires city governments to actively build "effective governments" on the basis of market development and financial guarantees, and send positive signals to the outside world by holding large-scale sport events, thus promoting FDI inflows and high-quality open development. At the same time, this paper also enriches the relevant literature on the FDI determinants in developing countries and the economic effects of sport events.

Key words: marathon events; foreign direct investment; regional competition; effective government

(责任编辑 景行)