

# 对专业市场的一种交易费用经济学解释

金祥荣 柯荣住

(杭州大学金融与经贸学院)

根据科斯交易费用的经典理论,通过企业组织对市场组织的替代,使原料阶段到顾客(消费者)阶段的流通渠道伸向企业内部,形成内部组织化,由此可以减少交易上的种种浪费和不确定性,以降低交易费用。科斯理论的经典意义在于包含内部组织化在内的企业组织,比起互不协调的、相互竞争的独立经济主体之间的市场交易,具有更明显的效益。

因此,从科斯的立场看,产品销售并不是关于市场中的独立主体之间的交换过程问题。而是把其交换过程内部组织化,并转换为一个更有效的内部交易过程的企业一般活动体系的问题。这里销售管理的制度前提是企业的存在。目的是通过形成外延组织,节省交易费用。这种外延组织既包括选择形成流通渠道这种企业狭义的外延组织,也包括到消费阶段为止的广义的外延组织,即扩大企业的知名度、开发各种新产品,对固定客户提供服务等。但是,专业市场(典型是第一代专业市场或农村专业市场)降低交易费用的途径却是把上述交换过程或两类(两层)外延组织外部化,而不是内部化;不是通过内部化过程来实现企业对市场的替代,而是通过外部化过程来实现“前店后厂”式的市场对企业的“倒替代”,形成一个可供共同享用的销售网络。因此进入专业市场的企业大多不通过或不靠自己的商标、品牌、厂牌来扩大企业知名度来拓展市场;而是依靠专业市场的知名度,通过专业市场搜索、集中和反馈各种信息,这不仅能增加交易量,而且可以大大节省单位交易量的市场交易费用。

那么,究竟是什么决定企业采取这种降低交易费用途径的呢?我们将先建立一个市场交易方式演变的抽象模型,然后以此为基础,探讨现实中市场交易方式和组织选择的决定因素。

## 一、交易方式或交易组织演变的一般理论

只有当一种交易方式和市场组织能给交易各方带来交易费用的节约时,它才有可能被创新。在这里,我们要先舍弃掉产品的技术特征,只对买卖双方的构成和交易方式的演变进行抽象分析。

假定存在  $n$  个卖方和  $m$  个买方,它们进行一种  $n$  对  $m$  的交易。我们假定发生交易所要搜索的关系次数就是交易成本高低的指标,那么  $n$  对  $m$  的交易中,互相搜索信息所要发生的关系次数为  $k(n, m) = n \cdot m$ ,这便是  $n$  对  $m$  人的交易在没有市场组织下的交易费用的度量。这种交易的成本极高,属于一种最原始的交易方式。如果各交易方为了节约交易费用发展了一个有形的古典式市场,例如一个集市,那么交易费用便可大大降低, $n$  个卖方和  $m$  个买方不必直接地搜索对方的信息。通过市场,买卖双方可以集中地获取对方的信息,只需搜索市场上的信息便可,这里发生的关系次数便降为  $k(n, m) = m + n$

从  $n$  对  $m$  个人的直接交易发展到以市场为中介的交易,是一场伟大的变革过程,这无疑

大大地降低了交易成本,集市这种市场组织正是在这种背景下产生的。但是这种交易组织的交易费用并非是最底的,这就发展成一种通过订货或长期契约来建立一种长期稳定的供货关系的交易(假定  $n > m$ )。

$n$  个卖方中有  $m$  个卖方和  $m$  个买方订立了长期的供货关系,它们无需通过市场搜索其他主顾的信息。剩下  $n - m$  个卖方,如果剩余的  $n - m$  个人只对  $m$  个买方中的唯一一个发生交易,则有  $k(n, m) = n$ ,如果是和  $m$  个买方中任何一个都发生交易,则  $k(n, m) = m(n - m + 1)$ 。这第三种交易方式关系数目介于  $n$  和  $m(n - m + 1)$  之间。

第三种交易方式还可以有所发展,而形成第四种情形。这里出现了一个规模较小的调剂产品余缺的市场,因为已经有  $m$  个卖方和它的大宗买方订立合约,剩下的  $n - m$  个卖方,可以通过一个小规模的市场和  $m$  个买主发生交易。在这种情况下,关系数目  $k(n, m) = n + m$ 。这与第二种的交易方式的交易费用相同,但和第二种相比其市场规模已大大缩小。

如果我们选择一个度量市场交易相对于  $n$  对  $m$  的直接交易的相对效率的度量  $F(n, m) = \frac{n-m}{n+m}$ ,我们可以得到以下结论:

(1) 当  $n = 1$  或  $m = 1$ ,即存在买方或卖方独家垄断的情况下,  $F(n, m) < 1$ ,这时,古典式市场组织的存在将失去意义,实际上也不会出现。

(2) 当  $n = 2, m = 2$ ,即买卖双方都是双寡头垄断时,  $F(n, m) = 1$ ,这时古典市场组织的存在对交易费用并无影响。

(3) 在不满足上述条件的任何情况下,  $F(n, m) > 1$ ,这表示这时的古典市场组织或交易方式是有效率的,而且交易者越多市场带来的交易费用的节约也越明显( $\frac{F}{n} > 0, \frac{F}{m} > 0$ ),但相对效率的增加却是递减的( $-\frac{2F}{n^2} < 0, -\frac{2F}{m^2} < 0$ )。而且对于给定的相对交易费用节约程度 [ $F(n, m)$  固定],  $m$  对  $n$  或  $n$  对  $m$  边际替代率是递减的( $-\frac{m}{n} < 0$ ),这说明了古典式市场交易方式降低交易费用的途径来自众多交易方的“原子式”竞争,竞争越充分(即  $n$  越多,  $m$  也越多),则市场的效率越能得到体现,充分的竞争是古典式市场存在的充分条件,但非必要条件。

## 二、现实中交易方式和交易组织选择的决定因素

现实中,商品的供求可分为两方面,一种是经典文献所分析的数量上的供求,另一种是产品多样性下关于产品种类的供求,这两方面是不同的。

假定市场上一个代表性厂商的供给为:

$$G^s = \{Q_1^s, Q_2^s, \dots, Q_n^s\}$$

$G^s$  便是一个商品供给的集合或可称商品空间,商品的种类  $n$  即是空间  $G^s$  的维数,一般受其资产专用性程度的影响; $Q_i^s (i = 1, 2 \dots n)$  则为空间  $G^s$  在各个维度上的坐标(或分量),受其规模经济性的影响。产量和产品种类生产都受其投资总量的约束,生产者的最优化选择往往是

---

这里的商品种类的分类涉及到目录级别的选择问题,选择那一级目录应由商品间互补程度的大小来决定。

选择  $n$  和  $Q_i^s (i = 1, 2 \dots n)$  的恰当组合。

同样,对于市场上的消费者(买方)他的商品需求便为:

$$G^d = \{Q_1^d, Q_2^d, \dots, Q_m^d\}$$

则他的商品量的需求  $Q_i^d (i = 1, 2 \dots m)$  是受其预算约束的影响,而同时他对产品种类的需求  $m$  还要受其偏好的多样性的影响,每一个理性的消费者也追求  $Q_i^d (i = 1, 2 \dots m)$  和  $m$  的恰当组合,市场上的一般均衡是对所有厂商的总供给的集合  $G^s = [G_1^s, G_2^s \dots G_n^s]^T$  能由消费者(买方)的商品需求的集合  $G^d = [G_1^d, G_2^d \dots G_m^d]^T$  和非负参数向量  $\alpha = (\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_p)$  ( $\forall i$  有  $\alpha_i > 0$ ) 线性表示,即  $G^s = \alpha \times G^d$ 。

但是对于个别生产者(卖方)和消费者(买方),  $n$  和  $m$  及  $Q_i^d$  和  $Q_i^s$  不一定完全相等,这就可以组合成多种不同的情况,每一种情况对应的交易方式会有所不同,下面我们对此逐一分析。

1.  $n < m$ ,  $G^s$  中至少有一个  $i$ , 使  $Q_i^s > Q_i^d$ 。这类产品供给的多样性程度比需求的多样性程度小,对于一个厂家来说,它无法也不可能生产各种各样、品种齐全的产品,但是它却可以大批量生产某一类商品(例如某一款式的西服,某一种式样的纽扣);而同时,对于一个买方(消费者、中间商)来说它的需求往往是多样的,它所想知道的产品的种类往往要超过一个厂商所能供给的产品种类,一个厂家在产品种类上的供给满足不了买方的需求( $n < m$ ),但是它对一种商品的量上的需求却不会很大,如个人消费服装,它不可能全部购买某一厂家的某款式的所有服装而只能买一件两件,这时,消费者在某种商品量上的需求又小于供方的供给( $G^s$  中至少有一个  $Q_i^s > Q_i^d$ )。在这种情况下,卖方必须同时搜索多个买方的信息以便发生交易时使它的产品数量余额为零,买方也必须同时搜索多个卖方的信息以便满足它的多样性的需求。服装类商品便是典型的例子。在这里,一般说由大商场来代替专业市场也是不合算的,大商场不可能搜索到象专业市场所能达到的这么多种类产品的信息,它一般更大程度上只能充当类似于一个服装店(批发商)这样的功能。而且更进一步说,如果  $n$  比  $m$  大出越多,  $Q_i^d$  比  $Q_i^s$  大出越多,这时专业市场的作用越明显。这在浙江经济事实中很易得到证明,大量由家庭工厂分散生产的经济模式,要由大商场去搜索产品信息承担交易的成本是极为高昂的。这正是诸如义乌小商品市场、桥头纽扣市场特别发达的重要原因。

2.  $n > m$ ,  $G^d$  中至少存在一个  $i$  使  $Q_i^s < Q_i^d$ 。这类产品看起来似乎有可能与第一种情形相类似,可以通过外部化的组织进行交易。但是这和第一种情况的不同主要是:(i) 有些产品,由买者去搜索卖方的种类信息和由卖方去搜索买方的种类信息的难易程度(搜索成本)是不同的。同样由买方去搜索卖方的数量信息和由卖方去搜索买方的数量信息的难易程度(搜索成本)也不一样,例如服装和汽车配件两种商品,对于前者,由卖方去搜索买方的种类信息是较难的;对于后者,由卖方去搜索买方的种类信息却是较易的(因为汽车零件一般都有一定的标准)。这就会导致同样是  $n$  对  $m$  的直接交易,由于它的信息搜索的方向和性质不同,它的交易

$\forall i$  表示“对于任意的  $i$ , 有 ...”,下面同。

义乌小商品市场有摊位 23000 个、面积几十万平方米、产品 10000 多种,而杭州最大的商场的柜台只有几千多平方米、商品几百种。

费用也不一样。这会影响到专业市场的形成和规模。(ii)和第一种情况的另一重要区别是,如果买方的种类需求很单一,也即说它的资产的专用性程度很强而量上的需求经常不能被满足时,长期的订货关系甚至垂直一体化更为可能,通过市场交易不是最节约的。当然这也受到契约的监督和实施费用的影响。

总的来说,这类产品的组织外部化的要求不会比第一种产品强烈,这是由于资产专用性程度的影响使这类产品更有可能采用垂直一体化的交易,它是符合威廉姆逊分析范式的。

(3)  $\forall i$  有  $Q_i^s > Q_i^d, n > m (i = 1, 2, \dots, m)$ ;  $\forall i$  有  $Q_i^s < Q_i^d, n < m (i = 1, 2, \dots, n)$ 。对于这两类产品,完全可通过建立一种长期契约关系来进行交易。前者,如笨重的能源产品和轻小螺钉螺帽变压器等,宜由多个买方向一个卖方进货,发生的关系数目  $k(n, m) = m$ ; 后者如晴纶、棉纱、棉花等产品,可通过多个卖方向一个买主供货的方式进行交易,发生的关系数目为  $k(n, m) = n$ 。它们都比建立一个专业市场的关系数目  $k(n, m) = n + m$  少。这些产品甚至也可能不必要建立诸如那样的市场。这类产品的专业市场的形成是由于后面所要分析的交易技术(工具)和制度因素造成的,它将随着制度的规范而萎缩。也将在较短时间内被第三种或第四种交易方式所替代。

4.  $\forall i: Q_i^s = Q_i^d, n \begin{matrix} > \\ < \end{matrix} m$ ; 或  $\forall i: Q_i^s \begin{matrix} > \\ < \end{matrix} Q_i^d, n = m$ 。在这几种情况下,建立长期的合约关系都是可能而且有效的。对于这几类产品,在初期虽然可以通过有形市场如集贸市场等形式来进行交易以达到交易费用的节约,但却不是最优的,其必然为具有更低的交易费用的交易方式所代替。

综合起来,前面各种不同类型产品的适宜的交易方式可由下表(表1)给出:

从表1中可以看到,除右上角那种情况外,其它的所有情况都不宜采用如专业市场或旅行社这种市场交易外延组织外部化交易方式,而通过建立第四种市场如商店、百货公司进行交易,更大程度上符合科斯意义上的组织内部化的交易。这是我们对什么样的产品适宜于建立诸如专业市场这样的外部化组织的销售形式的详尽说明。这可以从历史和现实中得到证明。当然,这里也应考虑浙江省经济中的小批量、小规模的分散式经营对形成右上角这种市场交易制度的重要作用。它主要是影响了即使不必采用组织外部化进行销售的产品也加入采用组织外部化销售的行列,这使实际进入专业市场的产品类型的外延比由一般意义上所确定的产品类型的外延要大。这也是专业市场大量产生于以小规模企业为主的浙江省的原因。由此,也可以作这样的判断,专业市场是使浙江省的“轻、小、集、加”经济发展模式能向全国市场伸展的重要制度前提,也是这一模式具有竞争力的重要效率来源。

### 三、我国专业市场形成的因素分析

在我国特殊的体制背景下,主要与在城市的国合商业交易制度形成对比,专业市场还有另一种降低交易费用的因素,这主要包括以下几方面:

1. 专业市场是面对国合销售渠道的“体制壁垒”而诱发的制度创新。我国拥有一系列规

---

现实中如标准化系列的变压器、低压电器的专业市场便是一例。温州柳市的电器市场以后有可能走这样的路子。这可以在温州苍南宜山的晴纶和棉纱专业市场的发展历程中找到证实,那里的专业市场和义乌小商品市场有很大不同,那里已产生了“中间商”、“代理商”等销售方式来替代专业市场,大量的棉花棉纱交易已是通过场外进行。

表 1

$\frac{n}{m} > 1$	$\frac{n}{m} = 1$	$\frac{n}{m} < 1$
$\forall i: Q_i^s > Q_i^d$ 多个买方对一个 卖方的长期契约	$\forall i: Q_i^s > Q_i^d$ 多个买方对一个 卖方的长期契约	至少有一个 $i$ 使 $Q_i^s > Q_i^d$ 外部化的市场交 易,如专业市场等
$\forall i: Q_i^s = Q_i^d$ 多个买方对一个 卖方的长期契约	$\forall i: Q_i^s = Q_i^d$ 单个买方和单个 卖方的长期契约	$\forall i: Q_i^s = Q_i^d$ 多个卖方对一个 买方的长期契约
至少有一个 $i$ 使 $Q_i^s < Q_i^d$ 垂直一体化	$\forall i: Q_i^s < Q_i^d$ 多个卖方对一个 买方的长期契约	$\forall i: Q_i^s < Q_i^d$ 多个卖方对一个 买方的长期契约

说明:当  $n > m$  时,  $i = 1, 2, \dots, m$ ; 当  $n = m$  时,  $i = 1, 2, \dots, n$ 。

规模大,体系复杂的国合销售渠道,但它主要为城市国有大中型企业所独占,主要适应于计划体制下的产品供销体制,乡镇企业、个体、私营企业很难进入。又因为最初被“拒之门外”的这些小企业,难以直接动用现代化的传播媒介、公关手段等营销方式,所以它们只能选择简单的人员购销方式来采购原材料和推销产品,形成成千上万的农民购销大军。由于缺乏规模经济效益和市场的秩序性,这种交易形式具有较高的交易成本,而专业市场把大量的卖者集中在某一固定地点,使具有信息优势的卖主的摊位固定下来;采用较为标准化的交易和企业经营形式,有利于抑制各交易主体的机会主义倾向。这既有利于卖者,也有利于买者。从这个角度讲,专业市场是成千上万农民在无法进入国合销售渠道时“逼”出来的制度创新,它是一种迫不得已的选择。但是一旦选择,就有了“路径依赖”性。

2. 专业市场管理中“体制灰区”的存在。不可否认,专业市场交易中存在着体制灰区,这体现在税收和租金方面,专业市场的税负较低,很多地方政府为了吸引客商,采取低税等优惠条件。如采取一次性征税、包税等形式,使专业市场得到了较多税收优惠,优惠政策还体现在政府对摊位占用土地、建市场征用土地等方面的地价优惠,也使摊位房租成本下降,而房租和税收两项可占影响专业市场可比成本的因素比例高达 20% 以上。

3. 专业市场交易主体的行为较国合销售渠道更追求效率。专业市场尤其摊位经营是以股份合作、个体私营经济为前提的,以追求利润最大化为唯一目标。而适应于原来的计划经济体系的国合销售渠道却并非如此。在市场经济体系下,前者的行为更接近于经济理性,而后者往往存在行为的制度扭曲,所以前者交易的效率往往是较高的。专业市场中的摊位经营者对进货的相对价格及其变化,各项成本—收益的核算具有更理性的反应。据调查,仅进货渠道就使专业市场的产品比国有商场具有 10% 左右的成本优势。此外,专业市场中的摊位经营机制和国合销售渠道也是不同的,前者是一种能提供激励、监督并分担风险的有效率的机制,而后者往往不能提供足够的激励和有效地分担风险,这也使得二者在经营绩效上产生较大的差别。专业市场的激烈竞争往往能使最有经营才能的人成为经营者,所以,专业市场这种交易费用的降低来源于一种效率更高的交易组织制度或市场制度对另一种市场制度(国合商业组织)的替

代,这把许多城市的国有企业的和大型乡镇企业(实施科斯式交易费用效率化的大企业)的产品也被吸引“下乡”入场。近年来,专业市场发展又进入一个以农村为主走向城市为主的新阶段,许多名牌企业也进入专业市场的事实更体现了这一点。但是,这种市场的替代显然不同于科斯意义上的企业对市场的替代,而是由于体制效率或“制度落差”所致。

4. 中小企业普遍存在科斯式降低交易费用途径的障碍。这表现在:收入需求弹性低、以轻小商品为主、规模经济不显著的非国有经济(包括中小型国有企业)推行科斯式的内部化组织的市场交易,是得不偿失的;上述类型的企业经营者管理素质和能力低下,是另一种障碍,是使组织成本急剧上升的因素;制度歧视的制度环境,非国有经济“化私为公”、国有经济“化公为私”的制度预期,是各种所有制企业资本积累、扩大规模从而实施科斯式降低交易费用意识形态障碍。这些障碍导致了企业不愿意建立一体化的内部组织化销售网络,就使得诸如专业市场这样的交易方式大有用武之地。

5. 其它宏观经济体制方面的因素。例如合同仲裁,违约监督赔偿制度及其执行效率等,也会影响企业间订立长期契约的交易费用。在这些制度不完善或保障不力的情况下,企业间很难建立互相信任的关系,而更愿意采取机会主义行为,从而使本可以通过建立长期契约关系从事交易的企业也宁愿选择专业市场这种短期交易方式。

#### 四、结论

通过前面的分析,我们简单地归纳以下几点:

1. 专业市场作为一种市场交易方式,具有“技术上”的效率。它特别适应于一些特定类型的商品,如服装、玩具等。对这类商品一般有  $Q_i^s/Q_i^d > 1$ 、 $n/m < 1$ ,后式比值愈小,专业市场的技术效率愈明显。但对于其它各种类型的产品,采用专业市场交易就未必是最优的。而且从动态角度看, $Q_i^s/Q_i^d$  和  $n/m$  也不是一成不变的。一般地说, $Q_i^s$  受生产的规模经济程度的影响, $n$  受资产的专用性程度的影响; $Q_i^d$  体现了需求量的大小, $m$  则受需求多样性的影响。它们的变化及相互关系的变动会对专业市场的规模和存在产生持久而重要的影响。这会使以后的专业市场发展产生分野,不能满足上述条件的商品的专业市场将萎缩。而且上述条件仅是一种必要条件而非充分条件,它还要受交易技术、交易工具和手段发展的影响。

2. 我国专业市场的兴起,是对科斯的企业替代市场这一交易费用节约经典理论的挑战。符合前文所述技术特点的小规模生产企业不该通过对企业的交易过程及其外延组织内部化,而应通过专业市场将其外延组织外部化来实现市场对企业的替代,以降低交易费用。

3. 企业规模大小或规模边界决定取决于生产成本和交易成本这两项成本的综合比较和最小化。对于那些生产上规模经济不显著,而可以通过交易的外延组织外部化即通过专业市场实现市场替代企业来大大节约交易费用的生产企业来说,实现小规模经营更好。

4. 体制转换将影响专业市场的演化。在我国特定的体制背景下,专业市场的产生和发展并非完全由上述技术性因素及一般规律所决定,而可能会产生一批不符合上述条件的专业市场,或者人为地扩大由一般规律所决定的专业市场规模。而这将随体制规范,如“制度落差”、体制“灰区”的消失而收缩。

(责任编辑:禾子)(校对:世纪)