

假冒伪劣产品的经济学分析

2011-02-21 18:55:07

王露

(西南财经大学, 四川 成都 611130)

【摘要】在现实的市场中,存在着很多假冒伪劣产品。当前,打假难,打不死,制假售假现象屡禁不止。假冒伪劣产品不但损害消费者与正品厂商的权益,还扰乱了市场秩序,社会危害很大。本文从假冒伪劣产品产生的根源进行分析,并对此提出了解决之策。

【关键词】假冒伪劣产品 经济学分析 信息不对称

一、假冒伪劣产品存在的根源

假冒伪劣产品的存在有其经济学原因,根据其成因不同,可以分为两种:信息对称条件下存在的假冒伪劣产品,信息不对称条件下产生的假冒伪劣产品。

(一)信息对称条件下假冒伪劣产品存在的原因

在市场经济环境下,价格作为一种信号,被用来判断商品质量的优劣。第一类假冒伪劣产品,实际上可以从价格上进行判断,它们通常价格低廉。比如:七匹狼品牌的服装如果卖价是几十元每套,那么我们可以明确知道,这个产品不是正品。类似这样的产品,我们称之为信息对称条件下的假冒伪劣产品,因为可以通过价格信号识别其质量。明知是伪劣产品,为何还存在呢?这是因为市场上存在对这类产品的需求。此类产品价格低廉,而对此类产品有需求的消费者,也主要是由于受制于购买力约束。在假冒伪劣产品能够满足其消费需求时,也就是可以达到一定效用,他们会明知是假冒品,但仍然购买。当然,还有一些情况可以解释,当使用者与购买者不是同一个人时,购买者可能会明知是假冒品,也还会购买。如单位用假冒产品派发福利,或者送假礼等。

当前,这类产品的购买者一般都是低收入群体,比如在农村就存在大量的伪劣产品市场,低档需求使得大量的假冒伪劣产品源源不断的涌入。总之,这类产品出现的主要原因是购买力约束。

(二)信息不对称条件下的假冒伪劣产品的存在原因

由于市场机制中信息不对称现象的存在,使得假冒伪劣产品的出现在经济学上“合理”。价格作为一种信号,有时是失真的,它经常被人为的抬高以隐藏商品的真实信息。很多制假商通过将假冒品的价格定在与正品一样的水平,用以混淆消费者。由于信息不对称,假冒品可以按正品的价格销售,从而达到获取暴利的目的。这种假冒伪劣品,就是信息不对称条件下的假冒伪劣产品。这类产品出现的原因从以下两个方面分别讨论:一是地下窝点制假,二是企业法人制假。

地下窝点制假的一个重要原因就是搭便车行为。地下窝点是非法存在的,它们没有自己的企业形象,它们将其他正品企业的品牌形象当成是一种公共品。它们通过窃取其他企业的形象来达到获利的目的。

对于企业法人制假来说,制假动机主要是由于获取巨额利润的短期行为。由于存在委托代理问题以及产权不明问题,企业经营者容易为实现短期利润不顾企业形象。甚至即使没有以上两方面问题,企业也可能有铤而走险的短期行为。

二、假冒伪劣产品的危害

对于第一类假冒品,由于这类产品在出售时,其质量是消费者能辨别的。即购买者在购买时就已经知道这是假冒伪劣产品,因而它存在于市场,就说明了它是有真实的消费群众的。实质上,它可以不归为假冒品,我们可以看做是厂商的独立产品;因为它的价格信号表明了它是正品以外的另一种商品,并且它给正品带来的影响也不会很大,实质上它利用正品来获取利润的空间并不是很大,也不会分流正品的客户群,因为它面对的是正品的消费群以外的消费群。但它确实有社会危害,如厂家不明,质量不可靠,出现质量问题时,消费者的合法权益得不到保障。

对于第二类假冒伪劣品来说,消费者在购买时,并不能辨认出来。制假者利用正品的品牌效应,销售假冒伪劣品。这类假冒品由于不能被消费者辨认出来,因而它们一旦进入市场,就会直接分流正品厂商的消费群,影响消费者对正品的评价;从而损害正品厂商的利益。

因而治理假冒伪劣产品可以维护市场正常竞争秩序,保护正品厂商与消费者的合法权益。

三、假冒伪劣产品的治理思路

对于第一类假冒品,治理方案主要从以下方面考虑。一方面从消费者着手,提高其自我保护的意识,让他们意识到购买假冒伪劣产品的危害性,降低市场对假冒伪劣产品的需求,使得假冒伪劣产品无立足之地。另一方面加强对市场的监管,减少假冒伪劣产品的供给。从需求与供给两方面,治理这类假冒伪劣产品。

对于第二类假冒品,本文提出以下治理方法:

对于生产正品的厂商来说,他们可以设立专卖店,让消费者更容易辨认出假冒伪劣产品。从现实情况来看,专营模式确实在应付假冒伪劣产品问题上,很有成效,可以杜绝其他厂商制造假冒伪劣品夹杂在正品中混水摸鱼,因为这种经营模式有效地将正品与假冒伪劣品分割开来。

厂商还可以加大产品宣传以及加强防伪技术,提供辨伪的技术,如给每个产品配置查询号以供查询,使造假者无法仿制。而对于消费者来说,需要提高自身辨认真假的能力,了解一些关于产品的基本常识;对于市场监管者来说,一方面要加快市场法制建设,加强严格质量监督管理制度与交易管理制度。另一方面提高对生产假冒伪劣产品的厂商以及销售者的处罚力度,提高对制假者的震慑力度。完善消费者权益保护法与产权保护法,畅通信息公布渠道与加强投诉管理。

参考文献:

- [1]王晓东. 假冒伪劣的经济学分析. 经济理论与管理, 2004 (5).
 - [2]任坤秀. 假冒伪劣产品的经济学分析. 世界标准化与质量管理, 2002 (7).
 - [3]文泽华, 候彦利. 假冒伪劣屡禁不止的原因及对策. 中国证券期货, 2009 (10).
 - [4]罗莉如, 武志. 析假冒伪劣产品的现状、根源、及其治理对策. 兰州商学院学报, 2001 (6).
- (备注:以出刊内容为准)

主管：中国人民银行昆明中心支行 版权所有：《时代金融》杂志社

网络实名：时代金融、时代金融杂志、时代金融杂志社、《时代金融》编辑部

社址：昆明市正义路69号

电子邮箱：yndsjr@126.com 电话：010-57107535 0871-3212464

版权所有 未经许可不得复制或建立镜像

电信与信息服务业务经营许可证：京ICP备案中 组织机构代码：79718261-3