

技术创新、交易效率与专业市场制度演化

郑勇军,李 婷

(浙江工商大学 经济学院,浙江 杭州 310035)

摘 要:通过建立一个创新影响传导流程的分析框架,剖析技术创新、交易效率与专业市场制度演化之间的机理,在此基础上论证技术创新是影响专业市场制度演化的关键因素,其传导机理是:技术创新→交易成本、交易收益→交易效率→专业化分工→专业市场制度演化。在此理论分析的基础上,以浙江专业市场为例,对专业市场这一传统的市场组织的未来发展趋势进行展望。

关键词:技术创新;交易效率;专业化分工;专业市场制度演化

中图分类号:F091.354

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2009)04-0001-04

0 引言

流通业已成为我国国民经济的先导产业和基础产业。但众所周知的是,我国流通业发展不仅严重滞后于制造业发展,而且在国际竞争中,明显处在弱势地位。其中一个重要原因在于我国流通业的二元结构特征明显,我国流通业的国际竞争力同时受传统的历史、经济、区域等因素的影响,专业市场是流通产业中比较传统的、重要的流通组织业态。现今,从数量、品种上讲,中国专业市场已得到了迅速发展,专业市场体系初步形成。据统计,2005年全国有各类专业市场近9万家,交易额超过3.4万亿元,其中亿元以上专业市场近3400家,交易额超过2.7万亿元。亿元商品交易市场还呈现出部分重要的大宗消费品成交平稳,生产资料类和耐用消费品快速增长,市场地区集中度有一定加强,部分市场正在迈向国际化等特点。以影响作用而言,中国专业市场经过近十几年的发展,在配置资源、扩大内需、引导生产、搞活流通、形成价格、推动经济发展等方面发挥了重要作用。目前,中国已初步形成了包括粮油、农副产品、日用工业品、生产资料在内的,以农副产品批发市场为重点的,有形市场和无形市场相结合,门类齐全的专业市场体系,成为有中国特色社会主义市场经济体系的重要内容。

但是近年来,随着电子商务、物流等现代技术的创新发展,信息化、网络化趋势不断加强和发展,传统的专业市场的形态已经发生了蜕变,传统专业市场的功能和性质正在逐渐改变。在这个关键的时期能否将先进的技术创新与专业市场相融合,亦或,能否用先进的技术创新嫁接改造

中国传统的专业市场?推进一步,若能够融合、嫁接,则能保持专业市场长期的生命力吗?还能在国民经济中发挥更大的作用吗?本文将着手对上面的学术问题进行机理性的剖析,具体解释技术创新是如何通过提高交易效率而影响专业市场制度的演化。需要补充说明的是,本文主要目的是分析得出技术创新、交易效率与专业市场制度演化之间的机理,至于具体如何用技术创新嫁接改造传统的专业市场,这部分实证性的研究内容笔者将另文细述。

1 技术创新、交易效率与专业市场制度演化之间关系:一个关于制度变迁的框架

在新、旧制度经济学中,关于技术创新与制度创新关系的理论占据重要的位置。旧制度经济学家凡勃仑^[1]特别强调技术创新对制度创新的决定性作用。但是凡勃仑对制度的界定是比较褊狭的,仅仅揭示了道德观念、风俗习惯和意识形态等作为“非正式规则”存在的制度。艾尔斯^[2]认为“人类历史充满了两种力量持续不断的冲突,技术的动态力量不断发生变化,而仪式这种静态力量——身份制、习俗和传统信仰——对抗变迁”。但是,认为只有技术创新是唯一动态因素,实际上否定了制度创新也有其内在的推动力和能动作用。新制度经济学主要的代表人物之一——诺思^[3]认为制度创新对技术创新起决定性作用,正是制度的进步——如专利制度对技术创新的保护——刺激了技术的发展。同时,并不否认技术创新对制度创新的重要作用。但仍然存在的问题是制度创新虽然动态化了,而技术创新却被相对静态化,否定了技术创新对制度创新的决定作用。拉坦^[4]在这个问题上与诺思有所不同,他认为,技术创新与

收稿日期:2007-09-04

基金项目:教育部人文社科专项课题项目(04JD790002)

作者简介:郑勇军(1965-),男,浙江武义人,浙江工商大学现代商贸研究中心常务副主任,经济学院教授,研究方向为制度经济学、区域经济发展战略和产业组织等;李婷(1983-),女,江苏淮安人,浙江工商大学产业经济学硕士研究生,研究方向为商贸流通发展。

制度创新之间互相影响,相互依赖,必须在一个持续的相互作用的逻辑中进行分析。在这些理论背景下,笔者更倾向于技术创新与制度创新的相互决定作用。但从文章核心的问题层面上看,笔者在此要讨论的重点是技术创新与专业市场制度融合的机理,所以研究的侧重点也会放在技术创新对专业市场制度演化的决定作用这一方面。我们提供这样一个作为分析基础的框架:可以在技术创新和专业市场制度演进中间契入一中间的对象——交易效率,来寻觅它们之间的变量关系,并在此基础上,在实践的层面上对我国专业市场未来的发展趋势作概括性的展望。其结构框架如下图:

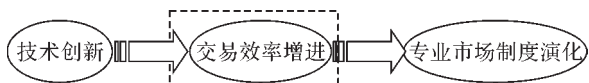


图1 创新影响传导流程框架^[5]

2 创新影响传导阶段性的微观剖析

创新影响传导流程图已经给出了传导的一个链式的宏观结构框架,在此为了深化研究,在本节将丰富结构框架,将该图大致分成两个阶段,并对两个阶段进行微观描述和剖析。

就广义上而言,在熊彼特提出创新定义之后,曼斯菲尔、弗里曼、范·杜因等都对技术创新提出不同的定义和看法。这是因为技术创新是一个涉及面广而且又十分复杂的过程,从不同角度去研究,就会赋予技术创新以不同的定义。C·弗里曼曾把技术创新分为渐进性创新、根本性创新和技术革命。不过,从贴近现实的专业市场运作角度来考察技术创新,本文中我们倾向于将它划分为现代信息技术创新和现代管理技术创新两大类。具体而言,现代信息技术包括电子商务、物流、管理信息系统等技术;现代管理技术主要包含了供应链管理和管理战略定位。当然与之相关的还有其它的技术,但是在这里我们将排除对交易效率、专业市场制度创新影响较小或几乎没有影响的技术。

对于本文中技术创新是如何通过交易效率这一中间变量决定专业市场制度的演化,到此还是处在黑箱的分析环境之中,下面让我们探究黑箱中的机理。

先将第一阶段细化为(如下图所示):

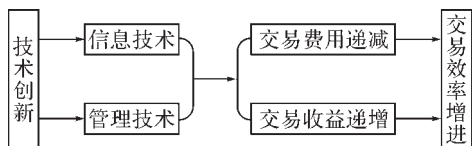


图2 第一阶段微观剖析

图2是较之图1对第一阶段的描述更为详尽地说明技术创新决定交易效率增进的机理。关于这一阶段的机理,我们需要将交易效率定义为交易收益与交易费用之比,也就是说交易收益越大,交易费用越小,则交易效率越高。这便给以下的探讨进一步腾出了空间。

关于交易费用的权威定义^[6],科斯在《企业的性质》中认为交易费用(或称交易成本)是获得准确的市场信息所

需要付出的费用,以及谈判和经常性契约的费用。威廉姆森认为,交易费用分为两部分:一是事先的费用,即为签订契约、规定交易双方的权利、责任等所花费的费用;二是签订契约后,为解决契约本身所存在的问题,从改变条款到退出契约所花费的费用。最后交易费用概念扩展到包括度量、界定和保证产权(即提供交易条件)的费用,发现交易对象和交易价格的费用,讨价还价的费用,订立合约的费用,执行交易的费用,监督违约行为并对之制裁的费用,维护交易秩序的费用,等等。

在现代信息技术背景下,现代物流技术的运用,实现了库存量和库存结构的管理科学化,减少了资金的占用率以及保管费的支出。同时,电子商务为经营者和客户提供了一个信息化的平台,将大量的商流由数字化的信息传递,从而节省了为签订契约、规定交易双方的权利、责任等所花费的费用,具体包括差旅费、人工费和购买的手续费等,降低了购买的成本。再者,随着管理信息系统的网络规模逐渐增大,和交易相关的商业信息也会形成规模效应,带来信息利用率的提高、信息使用成本和交易成本的降低。

近几年来,供应链管理技术的运用和管理战略定位的变化等科学管理技术的创新,也带来了交易费用的降低。在供应链管理技术的影响下,以及与现代商业企业建立联盟关系下,提高了对渠道的控制能力,将专业市场流通网络的末梢伸入连锁超市和大型商场,不仅提高了中上游位置的分销环节的市场渗透及渠道规划能力,降低渠道控制的成本,也节约了单个中小企业生产的产品进入超市、商场等现代商贸组织的渠道建设成本。另外,管理战略定位变化,最明显的就是原先是以类似于完全竞争的分散经营为主要的特征,现在将众多的厂商、零售商和消费者联系在一起,经营主体呈现出集中化趋势,在产销各个环节建立起多极化的产销连通体,出现一批有较强经济实力的公司化运作的经营大户,降低了传统方式的事后调节成本和资源利用成本,从而降低了交易费用,扩大了专业市场的积聚效应。

单独从交易费用的角度分析还不足以全面地看待问题,现在让我们再在规范的和更加可以检验的意义上,来对技术创新之于交易效率的决定作用的另一考察方面——交易收益进行阐述。

现代信息技术和管理技术的创新的运用在开始的时候存在研究开发的初始成本,主要用来铺设现代化的商流与物流网络,与后来可变的劳动投入和技术投入相比支出较大。但是,一旦形成规模之后,专业市场为众多的中小企业建立共享式的购销网络,不仅是商品的集散中心和信息中心,而且还有大量的商品交易会 and 商店作为网络的末梢扩展到城乡各地。网络越大,专业市场内的商品流、信息流以及物流巨大和辐射面广所形成的购销规模经济优势越强,单位交易服务的平均成本不断下降。换言之,专业市场获得了递增的交易规模收益。收益递增也来源于专业市场

的范围经济性和联结经济性。范围经济获得收益递增的根本原因在于信息、知识技术等软要素的共享性。对于专业市场中不同形式的流通服务过程而言,交易信息、知识技术等共同的要素不受资产专用性的束缚。流通的信息化程度越高,软要素在经营过程中的投入比重越大,由范围经济实现的收益就越明显。可见,软要素的共享性推动了范围经济的产生与发展。但是当信息化发展到信息化阶段时,数个交易的主体通过信息网络相互联结,并与组织外部资源建立起一种新型的竞争协同关系,将交易信息、知识技术等视为共同要素多重使用创造出乘数效应,这就是所谓的“联结经济性”。专业市场正在向网络组织化方向发展,不仅是范围经济性和联结经济性所导致的结果,同时也成为推动边际收益递增的更为强大和持久的动力^[7]。

技术创新引致交易费用的递减和交易收益的增进,从而促进交易效率的提高。这使得距离我们的研究目标又接近了一步,但是,中间变量——交易效率提高又是如何决定影响专业市场制度演化呢?第二阶段的分析将会给出较详细的论述。

再将第二阶段细化为(如图3所示):

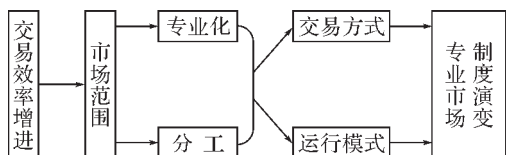


图3 第二阶段微观剖析

事实上,交易效率的增进促成了交易对象的扩大,市场范围势必增大;另一方面,交易效率的提高,交易风险就会降低,从而市场中可选择的交易集合扩大,容量增大;另外,交易效率的提高有助于信息数量的增加和质量的提高,这也促成了市场范围的增加。市场容量扩大直接为专业化程度的提高和分工的深化提供了可能。

所谓专业化就是一个人或组织减少其生产活动中的不同职能的操作的种类;或者说,将生产活动集中于较少的不同职能的操作上。分工就是两个或两个以上的个人或组织,将原来一个人或者组织生产活动中所包含的不同职能的操作分开进行^[8]。斯密在其《国富论》中指出分工受市场范围的限制,这就是被斯蒂格勒称为的“斯密定理”。19世纪,李嘉图、黑格尔、马歇尔对分工提出过阐述。在20世纪,被后人称之为“杨格定理”的“分工一般的取决于分工”包含两层含义:劳动分工取决于市场规模;市场范围又取决于劳动分工。市场规模引致分工的深化,分工的深化又引致市场规模的扩大。

再进一步而言,交易效率的提高节约了交易成本,这才是导致市场范围增大的基本动力。一般来说,交易活动的空间范围越广,交易对象越多,交易集合范围越大,交易信息量越多,交易费用的数额越高。交易费用是市场容量的函数。很显然,市场范围扩张的历史,就是单位交易费用不断减低的过程。市场容量不可能无限地扩张,是因为存在着正的交易费用。既定的单位交易费用决定了既定的市场范围。可以把市场看成是一个大的网络,网络效应意味

着在一个各部分相互依赖的经济系统中,系统内部的个体的效率不仅与其他人的效率有关,而且与参与网络的人数有关,一般参与的人越多,网络效应就越明显。在专业市场之中,每个人都根据比较优势选择商品交易活动链上的一个环节作为“主业”,专业化商人及配套服务供应商之间,围绕某一类商品的贸易活动组成一种互动的社会网络关系,这种社会网络关系使处在网络的每一个节点上的专业化商人的资源能量产生放大效应。市场范围越大,这种放大效应就越明显,分工和专业化的发展速度越快。

沿着以上的思路逻辑研究下去,专业化程度的提高和分工的深化最终可能导致的是专业市场制度的演变。

专业市场制度是指约束专业市场中的流通主体在商品流通过程中的相互关系、界定彼此的权利与义务的一系列正式和非正式规则的总和,是利益相互抗衡的个人或组织之间的交易活动的收敛。具体包括专业市场交易方式制度以及运行模式制度。

随着分工和专业化的进一步发展,生产的迂回性也进一步增强,生产者离消费者越来越远,市场交易者数量也越来越多,一对一的交易方式已经不复使用。随着生产的迂回程度不断地提高,市场中的层次也越来越多,信息传导维数的增加直接导致信息指向性的不确定,从而增加交易成本。这就对专业市场交易方式制度的演化提出新的要求。一对一的交易方式将被一对多、多对多的交易方式所取代,传统交易被网络交易取代。更全面而准确地说,电子商务推动分散信息平台向信息集散中心转化,从而网上发布标准化信息、在线洽谈、在线支付、汇票结算制度、远期交易等开始出现并得到进一步的发展。利用物流信息技术促使货运有形市场向现代物流转型,该转型要求专业市场提供全方位的服务,即包括信息、仓储、运输服务,还包括配货、分发和各种客户需要的配套服务,使专业市场成为连接各个经营户、客户、企业和物流公司的中间环节,市场服务实现网络化、联盟化、信息化,以实现现代化的物流方式。内部信息管理系统决定专业市场由单一的物业管理者向服务中介转变。由于其拥有摊位管理、财务管理、客户管理、人事管理、决策支持系统(DSS)等职能,从而改变了市场内部业主和市场管理者之间、业主和业主之间、业主和客户之间的通讯方式。

再者,专业化和分工使得市场流通服务差异化,从而促使市场结构产生垄断性。从理论上讲,市场结构即市场的竞争—垄断的程度可以表达为市场容量和最适生产规模之比。当最适生产规模增大,则市场中能够容纳的数量减低,市场的垄断程度提高。专业化和分工给专业市场带来较高的市场需求增长率,进而提高其市场占有率,形成对特定市场的控制力量,使之带有垄断性。网络经济中的专业市场遵循收益递增的规律,这在第一阶段的分析中已经明确地表述过。专业市场的收益递增改变了适度规模的限制,因此专业市场最终会发展成为一种垄断的组织形式。作为收益递增的技术融合的专业市场,垄断利润是其不断创新的回报和动力,因而采用集中化战略追求垄断的

地位,获取相当数量的垄断利润已经成为合理的选择。一旦实现了垄断,其固有的规模优势使得其它小的专业市场很难凭价格和产品的优势赢得市场。这是一种基于物质资源的价格竞争,这种竞争是在非人格化的市场上利用价格这一“看不见的手”实现资源的重新配置。

垄断组织建立的需要将导致专业市场运行模式制度的变化。凭借供应链管理推进单一链式化向多元链式化发展,使得专业市场的分销模式可建设成为蛛网式配销模型。该模型中专业市场位于蛛网的中心,功能和角色如同网中控制全局的蜘蛛,在各地建立的不同级别的配送中心和专卖店是蛛网上各个节点,每一个节点都会以最快的速度和控制中心联系起来并得到最快的反馈。各个蛛网节点集合零售、批发、商务洽谈、仓储、配送、信息收集发散和反馈等功能,其目的就是为了能帮助中小型生产商推动商品更有效地、更广泛地进入不同区域目标市场。这个全新的蛛网贸易配销系统将使整个商业流通过程顺畅,并比过去扩大了信息流量和客流量,使交易更便捷和高效。同时专业市场本身也拥有了更广阔的发展空间和赢利机会,更有利于获得市场垄断地位和垄断利润。另一方面,专业市场组织的运行模式要向横向联合和连锁演变路径转变。

3 我国专业市场组织未来发展趋势概括性展望

从高度概括的层次来理解,上述的分析可以总结为:我国的专业市场需要运用电子商务、现代物流和连锁经营等现代流通方式进行嫁接改造。这一方面将有助于我国专业市场在国际范围内扩展流通网络,另一方面将大大提高其流通网络的运作效率,降低经营成本,最终使专业市场在服务、信息、物流等领域形成全方位的国际竞争力。

基于技术创新决定专业市场制度演变相关机理的研究,我们认为我国专业市场组织未来将向横向联合和连锁演变路径转变。应积极探索以特大型龙头市场为核心,以资产为纽带,按股份制方式组建市场集团的新路子。通过组建市场集团,在各市场主办者利益基本一致的前提下,对同类市场进行重新分工,克服市场之间的过度竞争;扩

大市场规模,提高市场的知名度,增强市场的辐射力和竞争力;增强各大商城公司的资金实力,为龙头市场实施多元化经营战略创造条件,拓展龙头商城公司的发展空间。同时,鼓励知名度较高、基础较好的商城公司如浙江的义乌小商品市场、海宁皮革城、绍兴中国轻纺城等接管上海、江苏等大中型城市的专业市场,并逐步把这些市场改造成成分市场,运用先进的电子商务、物流、管理信息系统等技术建立蛛网式分销系统。这一方面有利于专业市场网络的拓展,增强专业市场的辐射力,更好地发挥大型专业市场的集散功能优势;另一方面也有利于加强专业市场与大中城市之间的经济联系,及时收集大中城市的各种市场信息,重塑专业市场的信息集聚功能优势。再者,沿海地区通过到外地特别是内陆地区、边贸地区甚至境外开办连锁市场等方式,加快专业市场的网络化进程,增强专业市场的辐射能力。

我们探讨技术创新、制度变迁与市场组织演进之间的影响关系,不仅是一种有价值的理论分析尝试,更重要的是,如果这一分析随着研究的深入而日臻完善,并能够利用这一研究指导现实中的问题,那么,它将会对决策的制定和实施具有重要的参考价值。

参考文献:

- [1] 凡勃仑.有闲阶级论[M].上海:商务印书馆,1964.
- [2] C·E·AYRES.The Theory of Economic Progress[M].University of North Carolina Press,1944:176.
- [3] 诺思·托马斯.西方世界的兴起[M].北京:华夏出版社,1999.
- [4] 拉坦.财产权利与制度变迁[M].上海:三联书店,1994:338-339.
- [5] 何大安.市场体制下的投资传导循环及其机理特征[J].中国社会科学,2002(3):64-65.
- [6] 威廉姆森.企业制度与市场组织[M].上海:三联书店,1996:25.
- [7] 马龙龙.流通产业组织[M].北京:清华大学出版社,2006:232.
- [8] 盛洪.分工与交易[M].上海:三联书店,1991:33.

(责任编辑:王尚勇)

Technology Innovation, Trade Efficiency and Specialized Market System Evolvement

Zheng Yongjun, Li Ting

(College of Economics, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310035, China)

Abstract: With establishing analysis framework of innovation affects conduct flow, this article dissects essence of technology innovation, trade efficiency and specialized market system evolvement. On this basis, it argues that innovation is a main effective factor which affects market system evolvement. The essence is as follows: technology innovation → trade cost, trade income → trade efficiency, specialized divisions → specialized market system evolvement. In the end, it forecasts future trend of specialized market.

Key Words: Technology Innovation; Trade Efficiency; Specialized Divisions; Specialized Market System Evolvement