

郭培勋 编著

ZHONGJIEZUZH
LILUNYUSHIWU

中介

组织理论与实务

——中介组织发展模式



山东人民出版社

F 713.6

F713.6
G827

郭培勋 编著

中介 组织理论与实务

中介组织发展模式
江苏工业学院图书馆
藏书章

山东人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

中介组织理论与实务—中介组织发展模式/郭培勋编著.
—济南:山东人民出版社,2009.12
ISBN 978-7-209-05124-8

I. 中… II. 郭… III. 中介组织—商业管理—经验—
山东省 IV. C932.82

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第224245号

责任编辑:麻素光

封面设计:张丽娜

中介组织理论与实务—中介组织发展模式

郭培勋 编著

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社址:济南市经九路胜利大街39号 邮编:250001

网址:<http://www.sd-book.com.cn>

发行部:(0531)82098027 82098028

新华书店经销

山东新华印刷厂临沂厂印装

规格 16开(169mm×239mm)

印张 12.75

字数 200千字 插页2

版次 2009年12月第1版

印次 2009年12月第1次

ISBN 978-7-209-05124-8

定价 26.00元

如有质量问题,请与印刷厂调换。电话:(0539)2925659

序

→ Preface

随着我国加入世界贸易组织和社会主义市场经济体制的逐步完善,中介组织在经济活动中的重要作用日益突显。培育并促进各类中介组织的成熟发展,已成为我国深化机构改革、实现政府职能转变、完善社会主义市场经济、尽快与国际社会接轨以及建设现代市场体系的重要内容,也是构建公平社会、推进国家社会现代化进程的必然要求。党的十七大报告中指出,“完善社会主义市场经济体制,要规范发展行业协会和市场中介组织”,所以,如何科学发展中介组织已经成为我国经济管理部门和中介行业亟待解决的问题。

“十二五”将是我国经济和社会发展的关键时期,也是完善社会主义市场经济体制和对外全面开放的关键时期。我们将以邓小平理论和“三个代表”重要思想以及党的十七届三中、四中全会精神为指导,落实科学发展观,坚持以发展为主线,以规范促发展,以发展促调整,通过脱钩转制、分类指导、职能到位、健全法规,形成社会和经济监督管理、社会和经济服务的合力,建立与社会主义市场经济相适应的社会中介组织管理、发展和运行机制。健全有利于社会中介组织发展和规范的规章制度,培育和发展一批符合经济社会发展方向、布局合理、门类齐全、素质较高、规模较大的社会

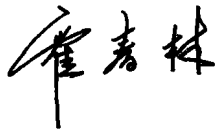
中介组织,使其成为经济建设和社会发展中最为活跃的组织要素,成为联系政府与社会、政府与市场、政府与企业的桥梁和纽带。为此,必须深入研究中介组织的基本理论问题,从实践中探讨和总结中介组织发展的经验和面临的问题,进而研究探索中介组织改革的方向和出路。

招标投标行业作为中介组织的一支生力军,近年来逐步得到社会各界的认可,发展势头迅猛。而齐信招标有限公司作为全国招标行业首家获得省级服务名牌的企业,是我国招标中介行业的一面旗帜,总结和探索齐信招标有限公司的成功管理经验,对于促进我国中介组织的和谐、快速发展有现实的指导意义。本书在体系设计和内容取舍上,别具一格,更多地借鉴了齐信招标有限公司董事长郭培勋博士在实践中总结的“6Z”(体制、机制、资质、素质、品质、价值)理论,并适当兼顾该理论的整体性和系统性,形成了中介机构的基本理论框架。

相信本书对促进我国中介组织发展的理论和实践研究是一个有力的推动和贡献。

衷心地祝贺本书在齐信招标有限公司成立十周年之际出版发行。

是为序。



二零零九年十一月

(中国招标投标协会常务副会长)

目录

→ Contents

序/1

第1章 前言/1

1.1 中介组织发展初识/2

1.1.1 中介组织是社会分工的产物/2

1.1.2 中介组织是企业协调机制与市场协调机制之间的“第三种协调机制”/3

1.1.3 中介组织是公共部门与私人部门之间的“第三部门”/5

1.1.4 综述/6

1.2 国外中介组织的发展及启示/7

1.2.1 国外中介组织的运行机制/8

1.2.2 国外中介组织的运作特点/10

1.2.3 国外中介组织发展的启示/11

1.3 我国中介组织的发展状况及存在问题/13

1.3.1 我国中介组织的发展状况/13

1.3.2 加快发展我国中介组织的重要性/15

1.3.3 我国中介组织存在的主要问题/16

1.4 技术路线与内容架构/19

1.4.1 研究方法/19

1.4.2 研究路线及研究框架/19

第2章 概述/21

- 2.1 中介组织的含义辨析/21
 - 2.1.1 国外学者对中介组织的界定/22
 - 2.1.2 我国学者对中介组织的界定/23
- 2.2 中介组织的分类/24
 - 2.2.1 社会中介组织/25
 - 2.2.2 市场中介组织/33
 - 2.2.3 各类中介组织的区别与联系/38
- 2.3 中介组织的基本特征/40
 - 2.3.1 社会中介组织的基本特征/40
 - 2.3.2 市场中介组织的基本特征/42

第3章 交易成本分析/45

- 3.1 相关交易成本理论概述/45
 - 3.2 营利性中介组织的制度/50
 - 3.2.1 从制度安排角度分析中介组织的产生/50
 - 3.2.2 中介组织产生与发展的基本制度要求/54
 - 3.2.3 中介组织能够长期存在的条件/57
 - 3.3 代理类中介组织的交易成本分析/61
 - 3.3.1 外部性交易成本与内部化/61
 - 3.3.2 内部性交易成本与市场化/62
 - 3.3.3 交易成本最小与经济代理类中介组织的定位/62
- 案例:上海某商业地产项目的伙伴合作模式的招标成本评价体系/64

第4章 管理体制/66

- 4.1 理顺管理体制是中介组织健康发展的基础/66
- 4.2 中介组织发展模式的趋向分析/67
 - 4.2.1 中介组织应以市场为价值取向/67
 - 4.2.2 中介组织民间化或非政府化的发展趋势/68
- 4.3 中介组织的现行管理模式/68
 - 4.3.1 政府型管理模式/68
 - 4.3.2 市场型管理模式/74
- 4.4 中介组织的发展模式/79
 - 4.4.1 中介组织的专业化发展模式/79

4.4.2	中介组织的多元化战略模式/80
4.4.3	中介组织的联合发展模式/81
	案例:齐信招标有限公司的发展模式/81
第5章	运作机制/83
5.1	中介机构运作机制的概念界定/83
5.1.1	机制/83
5.1.2	运作机制/84
5.1.3	中介机构运作机制/84
5.2	中介组织的人才激励机制/85
5.2.1	人才准入机制/85
5.2.2	人才竞争机制/86
5.2.3	人才利益机制/86
5.2.4	人才培养机制/87
5.2.5	人才考评机制/87
5.2.6	人才激励机制/88
5.2.7	人才退出机制/90
5.3	政府部门对中介机构的管理机制/91
5.4	中介组织的法律保障/93
5.4.1	中介组织的法律地位/93
5.4.2	中介组织的法律保障/94
5.5	我国招标投标中介组织的培育/94
	案例:齐信招标有限公司的运作机制/96
第6章	基本资质/97
6.1	关于资质研究的理论/97
6.1.1	资质的含义/97
6.1.2	资质的构成/100
6.2	中介组织的基本资质与要求/103
6.2.1	中介组织的基本资质/103
6.2.2	中介组织的基本资质要求/106
6.3	资质模型在中介组织中的应用/112
6.3.1	资质模型/112
6.3.2	资质模型在中介组织人力资源管理中的应用/115

案例:齐信招标有限公司基本资质/124

第7章 人员素质/126

7.1 中介组织人才素质现状/127

7.1.1 员工素质的概念/127

7.1.2 中介组织人员素质现状/128

7.1.3 招标中介组织人员的基本素质要求/129

7.1.4 员工素质提升策略/130

7.2 核心员工激励/135

7.2.1 成长激励/136

7.2.2 培训和教育激励/138

7.2.3 授权激励/139

7.2.4 成就激励/140

7.2.5 企业文化激励/142

案例:学习型组织——齐信招标有限公司/144

第8章 形象塑造与品质建设/145

8.1 中介组织形象的含义和内容/145

8.1.1 中介组织形象的含义/145

8.1.2 中介组织形象的基本功能/146

8.1.3 中介组织形象的具体内容/147

8.2 中介组织的诚信建设——形象品质塑造的基石/149

8.2.1 诚信的含义/150

8.2.2 中介组织诚信的含义/152

8.2.3 中介组织诚信建设的重要性和必要性/154

8.2.4 加强中介组织诚信建设的对策/156

8.3 中介组织的品质打造——形象塑造的关键和有力保障/159

8.3.1 中介组织的服务质量——形象塑造的有力保障/159

8.3.2 中介组织的品牌塑造——形象塑造的关键/164

案例:齐信招标有限公司的品质铸造/170

第9章 核心价值/174

9.1 中介组织价值观的内涵和特征/174

9.1.1 中介组织价值观的内涵/174

9.1.2 中介组织价值观的特征/177

9.1.3	中介组织的核心价值体现/178
9.2	中介组织价值观的作用/178
9.3	中介组织价值观管理的流程与方法/181
9.3.1	中介组织共享价值观的提炼/181
9.3.2	中介组织共享价值观的培育/182
9.3.3	中介组织共享价值观的传播/184
9.3.4	中介组织共享价值观的强化/184
9.3.5	中介组织共享价值观的评估/184
9.4	中西方中介组织价值观的比较/185
9.4.1	东西方中介组织价值观管理的区别/186
9.4.2	东西方中介组织价值观管理的融合/187
	案例:实现价值,是做好中介机构的灵魂/188
	参考文献/189
	后 记/195

中介组织是政府与社会、企业之间的桥梁和纽带,其发展状况是衡量市场经济是否完善的一个重要标志,是建设中国特色社会主义及构建和谐社会的重要内容。胡锦涛总书记在十七大报告中指出,要“加快推进政企分开、政资分开、政事分开、政府与市场中介组织分开”,为此就必须发展和完善我国的中介组织。

中介组织的发展与繁荣是成熟市场经济的典型标志。随着社会主义市场经济体制的不断完善与发展,大力发展中介组织成为我国近期的一项重要任务。中介组织的发展既是一个实践性问题,也是一个理论性问题。中介组织也是现代人进行有序的交际、交易和工作、生活所不可或缺的重要组成部分。但迄今为止,中国对中介组织的发展模式研究还只是处于起步阶段,对于中介组织的认识缺乏理论共识。这样的现状,无论是对充分发挥、利用中介组织的作用促进市场经济的健康发展,还是对探究规范、约束的途径使中介组织在法制化的轨道上有序运行,都会产生极其不利的影 响。因此,从中介组织的基本内涵分析入手,力求能够对中介组织有一个科学的认识和准确的把握,是构建中介组织理论框架的最基础性的工作之一。

1.1 中介组织发展初识

1.1.1 中介组织是社会分工的产物

人类社会早期主要由初级社会群体(如家庭)构成。随着生产力的发展,初级社会群体的功能不能与之相适应,几次大的社会分工应运而生。工业革命后出现了大量的专业化组织,这些组织大大推动了生产力的发展和社会的进步。当代社会是一个高度分工的社会,原来的组织不断分化,出现了众多复杂的组织,其中包括中介组织。

从经济意义上探讨,社会分工是社会生产方式的选择,是人们进行生产活动时的行为选择。从微观层次(企业或个人)看,生产方式体现为微观经济单位在一系列生产活动中所作的选择,人们为了提高劳动效率,把原来由一个人完成的活动分解为许多不同的最基本的单位,由两个或两个以上个人(组织)来完成。这种职能的分离为交换行为的产生提供了重要条件,“交换的主观上的动机在于人类互通有无的本性,但其客观的社会及技术根源无疑在于专业化分工的存在”。随着交换的主体、客体与时空的扩展,市场得到了进一步发展。可见,分工的深化促进了市场的演进。

随着分工的不断深化,市场中出现了各种类型、职能不同的市场组织,中介组织也居于其中。中介组织是随分工细化而逐渐产生的,如果从时间维度上进行分析,中介组织的产生发展也有一个演进的过程。最初主要是以商人形式出现的中介组织,它较简单地处于生产与消费之间;随着分工的演进、交换的不断深入,商人的职能又在横向与纵向上得到分解,特别是随着经济活动链条的不断延伸,纵向和横向分工之后的商人的职能有进一步细化的诉求,介于生产与消费链条中的商人愈加分化裂变。这样,提供商人职能以外的服务专业化组织或个人便逐步产生和发展。这种专业化的组织和个人,为促进市场上各种交易(不仅仅是生产与消费之间的交易,而是包括所有市场上的个人或企业之间的生产及非生产的交易)顺利进行而产生,其特点不在于领域的细化,而在于职能和技术的细化,精通专业化知识(或拥有较充分的信息)成为这种专业化组织的重要特点。其中,大量的具有专业化知识(或拥有较充分的信息)的专业化组织或个人便是现代意义上的中

介组织。市场中的中介组织随之逐渐升级换代,新的中介组织不断产生,其媒介生产与消费的作用更加强化,不仅在生产与消费之间,而且在生产与生产之间以及消费与消费之间发挥作用,在市场经济的发展中扮演着重要角色,并逐渐成为市场发育程度的标志。

社会分工的深化促进了中介组织的形成与发展(张雁,2004),但认识止于此显然不行。其实,中介组织的健康有序发展又促进了社会分工的进一步深化。我们可以借助诺贝尔经济学奖获得者科斯的“交易成本理论”来解释这个问题。科斯认为,市场存在交易费用,企业是否实行前向或后向一体化,取决于企业组织成本与市场交易成本的边际比较。如果市场交易成本大于企业组织成本,则整个生产在企业内进行,反之则通过市场途径解决。经济运行过程中,中介组织就是为企业提供各种中介服务,诸如信息、咨询、融资等,它们为企业之间的合作牵线搭桥。无疑,中介组织的存在与发展,大大降低了市场的交易费用,促进了企业间更多的合作,促进社会分工向纵深发展。实践正好验证了这个观点,现实中,中介组织繁荣的国家或地区,社会分工发达,专业化水平高,有利于企业做大做强。

综上所述,中介组织是社会分工的产物,随着分工的深化不断演进。在市场经济中,分工与中介组织形成互动关系,它们相互作用,相互促进,相得益彰。

1.1.2 中介组织是企业协调机制与市场协调机制之间的“第三种协调机制”

分工理论很好地揭示了中介组织的逻辑起点与发展轨迹,现代企业理论则从企业之间的关系角度探讨中介组织产生的必然性与重要性。现代企业理论创始人科斯在1937年发表的《企业的性质》中,第一次提出了“交易成本”的概念,认为由于市场交易存在诸如签约、监督履约和追索违约等相关的交易费用,这样就有必要形成一个替代性的组织——企业,并允许由企业家权威来支配资源,从而达到节约上述利用市场机制所产生的交易费用的目的。因此,企业组织是市场机制的替代品。市场交易费用与组织协调管理费用相等的均衡水平确定了组织的边界。

科斯的交易成本理论虽然奠定了现代企业理论的基础,但也遭到了异议。其中,就有学者责问,企业与市场难道真的有截然分明的边界?企业与市场有没有共同之处?它们是怎样联系的?

近几年兴起的网络组织理论为这些问题提供了很好的注解。该理论提

出:无论是在市场之中还是企业内部,市场机制和组织机制都是共同存在的,也就是说,市场和企业不是相互对立的,而是相互联结,相互渗透的。这种相互联结和相互渗透,最终导致了企业间复杂易变的网络结构和多样化的制度安排。理查德森从企业能力的角度,区分了“相似性活动(similar activities)”和“互补性活动(supplementary activities)”(理查德森,1972),从而为网络组织的存在奠定了理论基础。他认为,企业倾向于从事与其自身能力相适应的活动,即“相似活动”,但企业所从事的只是某种分工活动,这种分工活动不是孤立的,而是社会经济活动价值链中的一环,因此,企业间的活动是互补的。互补性活动需要由不相关的能力去从事,所以需要由不同的企业来进行。互补性活动的协调既不可能全部由一个企业承担,也不可能完全通过执行平衡供给和需求功能的市场来承担,而必须由企业之间的合作来承担。于是,理查德森扩展了潘罗斯的企业成长理论,提出了企业之外(市场)、企业之内(科层)的协调机制之外的第三种协调机制——企业间协调机制。理查德森从互补性角度分析企业间制度安排的支持性观点就是资源依赖论。该观点认为,在企业间协调方面,为了获得和保有资源,企业必须与环境交互作用。资源的内在化并非是企业的必然选择,有很多资源可从外部获得。可见,企业之间存在着一种“联结经济性”,这就意味着企业间活动需要复杂多样的制度安排。现实中,企业呈现集群化发展趋势,还涌现出很多虚拟企业、战略联盟等“中间组织”。无论是“企业簇群”还是“中间组织”,它们都有着共同的诉求:实现信息共享、知识技术共享、品牌共享与系统共享,以获得“联结经济”效益。比如,通用汽车公司就有数百家紧密或松散型关联协作企业。试想,如果没有很多中介组织的优质服务,通用能成为今天这样举世闻名的跨国公司吗?

我们可以运用哈佛管理学院 Michael E. Porter 教授的价值链理论来进一步说明这个问题。Porter 教授认为,企业生产经营活动的目标是创造价值的最大化,每项价值活动根据其在生产经营过程中的不同位置被划分到一系列生产环节中,企业所有的生产环节共同构成企业的价值链。在企业众多的价值活动中,并非每个环节都有利于企业的价值最大化。企业的主要价值创造,实际来自价值链中某些关键的价值活动,这些真正创造价值的活动,被称为企业价值链上的“战略环节”。企业能力学派的代表 Prahalad 和 Hamel 认为,企业是一个能力体系或能力的集合,企业能力最终决定企业的竞争优势与经营绩效(Prahalad & Hamel, 1990)。而在动态复杂环

境下,企业持久竞争优势的源泉是企业的核心能力,即企业内嵌化的具有范围经济效应的知识与组织技能。因此,企业要想创造价值最大化和获得持久竞争优势,就必须在一个或几个具有比较优势的战略环节上优化资源配置和培育核心能力,特别是整合企业内部与外部资源的能力。基于这些原因,企业常常采用“外包”策略。所谓外包,是指由企业内部生产的投入要素(有形要素、知识产权、服务等)转变为从外部供应商处购买,其实质是企业通过战略创新对战略环节予以重新定位,集中有限的资源,建构自己的核心能力,提升核心竞争力。当然,企业的外包活动须以中介组织为纽带,以节约交易成本,提高经济效益。

因此,联结经济性的获得很大程度上依赖于中介组织。正是在此意义上,我们说中介组织是企业协调机制与市场协调机制之间的“第三种协调机制”。

1.1.3 中介组织是公共部门与私人部门之间的“第三部门”

国家机制与政府组织、市场机制与企业组织,是现代社会运行的两套基本的组织机制。实践证明,这两套组织机制尽管是社会进步和经济发展不可或缺的,但又都存在着很大的局限性,即政府失灵和市场失灵。亚当·斯密所设想的完全自由竞争市场机制很难实现,市场天生的缺陷是外部不经济,市场的逻辑是唯利是图,所以,必然会出现垄断与不正当竞争,市场不可能通过供求法则以价格信号机制自动达到资源的合理配置。而人们在市场失灵转而求助于政府时,又容易发生政府失灵。正如布坎南所说,市场的缺陷并不是把问题交给政府去处理的充分条件,政府与市场一样存在缺陷。可见,有许多社会问题和经济问题是市场或政府解决不了或解决不好的。对于市场失灵与政府失灵同时存在的问题,常用的对策是完善市场机制的功能和提高政府组织的管理效能。但市场这只“看不见的手”与政府这只“看得见的手”并不能涵盖整个社会管理领域,在国家领域(公域)和市场领域(私域)之外存在非政府及非营利的“第三域”。20世纪80年代初以来,各主要发达国家和国际组织相继采取了扩展社会力量、市场力量来抑制国家干预的政策。对迅速壮大发展、领域宽广的“第三域”,需要建立和发展“第三只手”,这“第三只手”就是第三部门。

很多时候,学者们将“第三部门”(the Third Sector)和“非营利组织”(Nonprofit Organizations)交替使用。在西方,“第三部门”代表着公/私领域二元建构基础上的一种社会中介机制,发挥着既不同于政府的社会事务

管理功能,又履行异于一般商业经营的社会服务义务,它成为建立公民秩序和维护社会公正的一个重要来源(熊跃根,2001)。第三部门是依法建立的具有非营利性、非党派性、一定志愿性、自主管理的致力于社会问题解决的社会组织,它主要指各种社会中介组织和各种民众组织。从目前西方国家第三部门发展来看,其潜力是巨大的,它为解决政府失灵和市场失灵提供了新的可能,第三部门与其社会机制将是社会管理与发展的又一基本组织体系,发挥着政府、市场不可替代的作用。

目前,各种社会中介组织在西方各国甚为发达。数量众多、形式多样、功能发达且覆盖面广、渗透性强的社会中介组织已成为成熟的市场经济机制的重要组成部分,包括有关的研究咨询服务机构、各种商会、企业管理协会、行业协会、会计师事务所、律师事务所、公证机构、社会保障基金会以及各种各样的代理机构等。美国现有行业协会 20 多万个,仅全国性的中介组织就有 21911 个,由社会中介组织提供的公共服务占有相当比例。据一份调查显示,“非营利机构提供了政府出资的所有社会服务的 56%,就业和训练服务的 48%,保健服务的 40%。政府是它们迄今为止最为重要的收入来源”。在日本、德国、意大利等国,每一行业参加协会的企业通常占本行业企业总数的 90% 以上(金太军,2003)。亚洲的新兴国家也不例外,比如新加坡,政府部门雇员为 6.2 万人,非政府公共机构雇员为 5.1 万人。作为第三部门重要主体的社会中介组织,在公共部门与私人部门之间进行沟通协调,承上启下,起到政府功能和市场效率的放大效应,使政府宏观管理措施在微观的企业层面得以贯彻。

1.1.4 综述

综上所述,中介组织发展既是一个实践性问题,也是一个理论性问题。对于中介组织的发展,我们可以归纳为以下三点:

(1) 在社会分工理论看来,中介组织是社会分工的产物,随着分工的深化而不断演进;同时,中介组织的发展又促进分工进一步深化。我国大力发展中介组织,无疑有助于社会分工的进一步深化,延伸产业链。尤其是在经济全球化的今天,我们一定要抓住机遇,充分利用经济全球化带来的区域资源成本差异优势,融入国际化分工体系,提升国际竞争力。

(2) 现代企业理论认为,中介组织是企业协调机制与市场协调机制之间的“第三种协调机制”。现代产业出现集群化、网络化发展趋势,呈现集中化同分散化并存的局面。集中化是指产业的集中度越来越高,很多产业往

往以几家大公司为龙头,集聚众多企业,形成“联结经济效应”。与集中化相伴生的就是分散化,集群企业倾向于专业化生产,以培育其核心能力,获得竞争优势。我国目前产业集群化程度较低,企业的国际竞争力不强,究其原因,与我国欠发达的中介组织是息息相关的。

(3) 公共管理理论把中介组织看做是公共部门与私人部门之间的“第三部门”。“第三部门”是在公共部门和私人部门之外的一种社会组织,也就是社会中介组织。正是由于市场失灵与政府失灵并存,“第三部门”就有了很大的发展空间。经济学家强调,市场“无形的手”与政府“有形的手”应起“互补”作用,人们往往狭义地理解互补的含义,认为互补即互相补充,其实,互补的一个重要含义是互相促进。但“无形的手”与“有形的手”相协调的成本很高,而社会中介组织能使这种交易成本大幅度降低,推动市场与政府失灵问题的解决,提高社会运行效率,增加社会福利。

1.2 国外中介组织的发展及启示

中介组织不是商品经济、市场交换发展的任何阶段都存在的,它是商品经济发展到一定阶段的产物,是随着市场交换的发展逐步建立起来的,在诸多市场中介组织中产生最早、发展最快、存在最为普遍的要算经纪人,包括经纪自然人和经纪事务所等经纪机构。因此,我们以经纪人的出现和经纪活动为典型代表来阐述中介组织产生和发展的历史过程。

在人类社会经济史上,商品经济经历了四个发展阶段:第一是商品经济的萌芽阶段。在原始社会末期,由于生产力有了一定的发展,在各个原始部落之间存在着剩余产品,它们把一些剩余产品进行交换,这种交换采取物与物的交换形式:W—W。例如10斤小麦=一张羊皮,这种商品交换是“简单的、个别的或偶然的价值形式”。第二是简单的商品经济阶段。大约在奴隶社会末期和封建社会,人们的交换行为使某种商品作为一般等价物过渡到金属货币充当一般等价物,这时产生了真正意义的商品生产和商品交换,商品流通的方式是:W—G—W。此时的劳动产品并未在全社会普遍采取商品形式表现出来,自然经济还占有相当的统治地位。第三是发达商品经济阶段。在这个历史阶段,一切劳动产品普遍采取商品形式,劳动力也成了商品。资本主义生产方式占统治地位的社会财富,表现为“庞大的商品堆积”