

第一章 导论

第一节 选题背景及意义

一、选题背景

从 2004 年起，中央连续以一号文件的形式确定了新时期“三农”问题在国家和社会发展中的重要地位，而其中农民问题又是解决“三农”问题的核心所在。2007 年《中华人民共和国农民专业合作社法》颁布后，我国的农民专业合作经济组织得到了迅猛发展，目前合作组织的分布已覆盖了农业产业的各个领域，其生产经营活动也涉及农业生产的各个环节。2012 年中央一号文件指出“支持农民专业合作社兴办农产品加工企业或参股龙头企业”，“扶持农产品收集、加工、包装、储藏等配套设施建设，重点对农民专业合作社建设初加工和储藏设施予以补助”；2014 年中央一号文件提出“要落实和完善相关税收优惠政策，支持农民专业合作社发展农产品加工和流通”；2015 年中央一号文件指出“引导农民以土地经营权入股合作社和龙头企业”，“全面深化供销合作社综合改革，坚持为农服务方向，着力推进基层社改造，创新联合社治理机制，拓展为农服务领域，把供销合作社打造成全国性为‘三农’提供综合服务的骨干力量”。以上中央一号文件均显示出政府提高农民组织化程度，鼓励农民走产供销纵向一体化道路的决心。

农民专业合作经济组织是实现农业、工业、第三产业相互连接、相互影响的



特殊组织,是农产品产业链“纵向组织关系”的重要环节,也是农产品营销渠道的重要渠道成员。在我国西部地区,有农民专业合作经济组织介入的“新型渠道系统”已经开始形成。

营销渠道力是指一个特定渠道成员控制或影响另一个成员行为的能力。弗兰茨和兰文教授将其划分为报酬力、强制力、合约力、参照力、知识力;后来,兰文教授和克鲁格兰斯基教授又补充了信息力,合称“六力模型”。西部地区农民专业合作经济组织,在其产生和发展的过程中,面对主体意识、资源约束和制度环境等具有相对的独特性,形成了强烈的地域特色;而且,作为农业产业化的重要组织形式和发展农村经济的助推器,也为促进西部地区农业与农村社会经济发挥了重要作用。然而,西部地区农民专业合作经济组织大多数仅停留在为农户提供简单的市场信息和技术服务阶段,它虽然进入了农业产业化经营链条但仍处于价值链低端,在营销渠道力上表现为“六力”皆弱。西部地区农民专业合作经济组织营销渠道力的低下,阻碍了农产品增值和农产品渠道整体利益最大化的实现,其自身和农民都难以分享到农业产业化带来的利益,最终导致了农村进步艰难、农业发展缓慢和农民小康目标无法实现。

农民专业合作经济组织营销渠道力的提升既是农民专业合作经济组织市场地位的提升,也是农民市场地位的提升。同时,农业的特殊性决定了对农产品营销渠道的研究不能脱离其与第二产业、第三产业的相互依存。因此,有必要把西部地区农民专业合作经济组织纳入农产品营销渠道系统,并把农产品营销渠道系统纳入产业链之中,探讨有农民专业合作经济组织介入的新型农产品营销渠道系统的创建、维护和发展、创新;探讨基于优化强化纵向组织关系的西部地区农民专业合作经济组织营销渠道力评价与提升的动态体系;研究基于渠道升级、农产品增值、农民增收的营销渠道力利益分享机制;提出基于纵向组织关系优化强化的西部地区农民专业合作经济组织营销渠道力提升的对策建议;包括农户、农民专业合作经济组织、工商企业、政府的对策选择。本项目力图形成以农产品产业链纵向组织关系优化强化促进农民专业合作经济组织营销渠道力提升,以农民专业合作经济组织营销渠道力提升促进农产品产业链纵向组织关系优化强化的互动双赢良性循环。

二、研究意义

基于纵向组织关系的农民专业合作经济组织营销渠道力问题的研究涉及西部地区经济与社会发展的诸多方面,其研究内容和研究成果将会对西部地区社会经济发展,特别是对西部地区的农业和农村发展具有重要意义。



1. 有利于推进西部地区的农业产业化和三次产业的协调发展

农业是我国国民经济的基础,农业问题主要是农业产业化问题,传统的小农经济和农业购销体制不畅是我国农业不能可持续发展的重要原因。本书将基于纵向组织关系的西部地区农民专业合作经济组织纳入农产品营销渠道系统,并把农产品营销渠道系统纳入整体产业链之中,最终会产生两种效果:一是实现规模经济;二是实现产供销一体化,这正是推进农业产业化的必要前提和保证。规模经济和产供销一体化的实现又有利于形成以区域主导产业和特色产业为核心的农业产业集群,进而促进农产品加工业的发展和以服务第一产业和第二产业为中心的第三产业的兴起;同时,农业的特殊性决定了提升农民专业合作经济组织营销渠道力不能脱离其与第二产业和第三产业的依存关系。目前,我国已经过渡到工业反哺农业的发展阶段,第三产业的迅猛发展为第一产业和第二产业的发展提供了便利和可能,农业产业化发展已具备了一定的基础和条件。只有三次产业协调发展,彼此促进,才能提高西部地区农产品的国际国内市场竞争力,实现农业产业的可持续发展。

2. 有利于改善西部地区农村社会关系和农村发展滞后的局面

在西部地区,农村户籍的人口约占总人口的2/3,户籍制度将我国经济分割为城乡对立的二元经济,城乡之间经济发展和文化水平差异呈现不断扩大的趋势。西部地区农村发展滞后,在国际和国内市场的双重挤压下,孕育着社会、经济甚至政治的危机。中央政府和地方政府都对西部地区农村发展非常重视,给予政策和资金上的巨大扶持。缩小城乡差距,改变西部地区农村落后的局面,一方面要大力发展城市劳务产业,推进农村劳动力转移;另一方面就是实现农业的产业化和农民的就地城镇化。提升西部地区农民专业合作经济组织的营销渠道力,目的就是立足于西部农村地区,提高西部地区农民的组织化程度,使农民分享农产品营销渠道整体优化所产生的收益,即农民能够在自己的土地上分享农业产业化和第二产业、第三产业发展带来的好处,实现增收的目标,这客观上缓解了城乡对立的矛盾,改善了农村的社会关系。农业产业化和三次产业的协调发展,最终会形成农村优势资源的集聚,出现以地区农业主导产业和特色产业产供销一体化经营为生存基础的小城镇,农民实现了就地城镇化,加上政府政策、资金和技术上的扶持,农村发展严重滞后的局面得以改变。

3. 有利于提高西部地区农民的素质和实现农民职业化

西部地区的农民问题,不仅是提高农民收入的问题,更重要的是提高农民的政治意识和法律意识,使农民能够主宰自己的命运,在政治和法律上成为农村的主人。被称为良心学者的李昌平2000年就发出了“农民真苦、农民真穷、农民真危险”的呼唤,农民问题是制约西部地区社会经济发展的重大问题,是“三



农”问题的核心。农民专业合作经济组织是在农民自愿的基础上建立的以共同经营为手段的互利经济组织，其产生、发展、不断壮大和逐步成熟的历史就是我国农民成长和进步的历史。基于纵向组织关系的西部地区农民专业合作经济组织营销渠道力问题的实质就是，提升农民在市场中的地位，提高农民在营销渠道系统中的报酬力、强制力、合约力、参照力、知识力和信息力。“六力”的提升必然伴随着农民收入的增加、政治意识和法律意识的增强，农民科技文化等自身综合素质的提高，当家做主，成为农村的真正主人。三次产业的协调发展和农产品营销渠道的优化会促进农业发展的专业化和标准化，促进渠道成员的劳动分工，使农民“有其利、有其权、有其教”，根据自己的优势和特长分别从事农业生产、农产品加工和农产品销售产业链条中的某种职业，实现农民的职业化。农民的职业化是西部地区农产品应对国际国内激烈的农产品市场竞争的必然选择，也是西部地区农民国际化和城乡一体化的出路。

此外，本书本身是对农产品营销理论的丰富，也为中央政府和地方政府决策提供了现实依据，在理论研究与实践总结方面均具有创新性。

第二节 相关概念界定

一、纵向组织关系

关于纵向组织关系的研究一般是在产业链的基础上进行的。产业链的划分是一种纵向关联的划分，它是以某种或某系列的产品或服务为线索，寻找导致这些产品满足需求的，从原材料的提供到市场销售等前后关联的一系列经济活动。

本书认为：一个产品在经历多个阶段后成为最终产品，每一个参与企业（组织）的相互联系，则因为这个产品而连接起来呈现“纵向关系”，这种“纵向关系”可以通过契约、产权和网络连接起来。纵向组织关系主要包括纵向一体化、纵向约束和中间形式等。纵向一体化又包括后向一体化和前向一体化。

为方便起见，下文中将“纵向组织关系”简称为“纵向关系”。

二、西部地区

从地理区域上讲，我国西部地区主要由西南五省、市、自治区（重庆、四



川、云南、贵州和西藏)、西北五省区(陕西、甘肃、青海、新疆、宁夏)、内蒙古、广西以及湖南的湘西和湖北的恩施两个土家族苗族自治州组成。其土地面积681万平方公里,占全国国土面积的71%;目前有人口约3.5亿人,占全国人口总数的28%。西部地区与12个国家接壤,陆地边境线长达1.8万余公里,约占全国陆地边境线的91%。历史上穿越西部地区的“丝绸之路”曾是中国对外交流的第一条通道。总体上,西部地区疆域辽阔,人口稀少,是我国少数民族聚集的地区,也是我国经济欠发达区域。改革开放后,经济得到了迅猛发展,但由于各种要素禀赋的约束和长期以来国家非均衡战略的实施,我国西部地区和中东部地区的差距呈现不断扩大的趋势,这不仅影响着西部地区人民生活条件的改善,也同样制约着国家和社会的协调发展,促进西部地区的改革与发展已成为摆在我们眼前的重大课题。

三、农民专业合作经济组织

“农民专业合作经济组织”是一个在我国特有的概念,基本对应于国际合作经济界的“合作社”概念。在国际合作经济界,有Cooperatives, Farmer Cooperatives, Agricultural Cooperatives, Rural Cooperatives, Cooperative Organizations等称谓,不过常见的为前三者,后两者极少见到。然而,合作社无疑是合作经济最典型的组织形式。国际社会关于合作社的定义、价值观、原则以及作用及如何发挥优势,形成了很多共识。1995年国际合作社联盟(ICA)代表大会通过了《国际合作社联盟关于合作社定义、价值和原则的详细说明》。国际合作社联盟关于合作社的定义是“合作社是自愿联合起来的人们,通过联合所有与民主控制的企业来满足他们共同的经济、社会、文化的需求与抱负的自治联合体,他们按企业资本公平出资,公正地分担风险、分享利益,并主动参与企业民主管理”。

显然,合作社的定义基本也可适用于我国人们平时称谓的“农民合作经济组织”“农民专业合作经济组织”“农业合作经济组织”或“农民专业合作组织”“农民合作组织”等,尽管这些称谓的外延更复杂。上述称谓的共同特点是:由农业从业者为了谋求、维护和改善其共同利益,按照自愿、公平、民主、互利等原则,通过共同经营活动建立起来的经济组织。就农民专业合作经济组织而言,类型多样,称谓颇多,如专业合作社、专业协会、专业技术协会、产业化协会、研究会、联合体等,并无具体统一的定义,只是相对强调组织成员的同业性。

我国很多学者提出了农民专业合作经济组织的概念。其中蒋桂珍提出的概念比较有代表性,赵晓峰在《农民专业合作社制度演变中的“会员制”困境及其超越》一文中提出:农民专业合作经济组织是由从事同类产品生产经营或有某种



共同经济需要的农民,为了取得规模效应或抗衡经济领域中的垄断力量,降低交易、学习成本,增加借款机会,自愿组织起来,在技术、资金、信息、购销、加工、储运等环节自我管理、自我服务、自我发展,以提高市场竞争能力、增加成员收入为目的的专业性合作组织^①。

本书认为,农民专业合作社经济组织应该蕴含以下三个基本特征:一是参加合作经济组织的对象以农户为主;二是合作经济组织是围绕农民专业生产,提高同类产品生产的市场竞争力;三是采取合作与联合的方式,开展生产经营活动。发展农民专业合作社经济组织,主要是围绕农产品的专业化生产,开展产前、产中、产后的经营活动,为其成员专业生产谋求最大的经济效益。参与农民专业合作社经济组织成员单元是农户,考核一个农民专业合作社经济组织带动能力强弱,或一个地区农民专业生产组织化程度高低,主要考核参与农民专业合作社经济组织的农户数量,或农民专业合作社经济组织在一个区域所覆盖的农户比例。

为方便起见,下文中将“农民专业合作社经济组织”简称为“农合组织”。

四、营销渠道

营销渠道的概念容易混淆,有时被认为是商品从生产商到消费者或其他最终用户的通路,有时是通过各种不同代理商品的名称来定义的,还有其他以贸易为目的而联合在一起的松散企业联盟构成的。

大多数概念的混淆可能来自不同的观点:①制造商也许会集中于所需的不同的经销商,将其产品送达客户,所以它是以产品通过这些不同的中间商来定义渠道的;②人们期望中间商,如批发商、零售商能从各个制造商那里承担更多库存,承担与它们功能相适应的风险,也就将营销渠道看作是商品的产权流动的描述;③消费者也许会将营销渠道简单地看作是他们与产品生产商之间大量的中间商。研究人员还观察到经济体系中营运的营销渠道会在结构方面和营运效率上加以描述。

根据这些不同的现象,营销渠道就有了不同的定义。

美国著名的市场营销专家斯特恩(2001)认为,营销渠道是使产品或服务顺利地被使用或消费而相互配合起来的一系列独立组织。

美国学者伯特(2004)认为,营销渠道是与公司外部关联的、达到公司分销目的的经营组织。在此基础上,他提出了多渠道系统理论。

^① 赵晓峰.农民专业合作社制度演变中的“会员制”困境及其超越[J].农业经济问题,2015(2):25-29.



卡夫兰(2004)认为,营销渠道由相互依赖的机构组成,他们致力于促使一项产品或服务能够被使用或消费这一过程。

诺森步鲁姆(1999)则认为,营销渠道由外部契约组织构成,这些组织通过渠道的管理运作来实现分销目标。在生产者与消费者之间,有营销能力的独立机构若与生产者或独立机构相互之间达成一份能将产品销往预定市场顾客的合约,则可以说某一营销渠道被建立起来。

本书认为,尽管上述关于营销渠道的定义有所差别,但一致认为营销渠道必须具备以下三个特征:

其一,营销渠道由一系列相互依赖的独立组织组成,按照巴瑞·倍尔曼的说法,这些独立组织包括顾客、制造商、批发商与零售商,以及营销研究企业、仓储公司、运输公司、保险公司、银行、广告公司和咨询公司。营销渠道中多个主体的并存,决定了营销渠道的效率并不决定于渠道中某一个组织或机构,而是依赖于所有成员的相互配合。

其二,营销渠道的运作是一个过程而不是一个事件,这一过程包括从产品、服务提供商到最终顾客之间的所有活动、这些活动的多样性、继起性,意味着渠道中一个销售活动完成后,与最终顾客之间的关系尚未完成。

其三,营销渠道中相互独立的成员通过契约连接在一起共同运作一个过程的目的,是促使一个产品或服务能够被使用和消费,被最终顾客或企业顾客所使用和消费。

五、营销渠道力

1. 营销渠道力概念

营销渠道力是指一个特定渠道成员控制或影响另一个成员行为的能力。弗兰茨和兰文教授将其划分为报酬力、强制力、合约力、参照力、知识力,后来,兰文教授和克鲁格兰斯基教授又补充了信息力,合称“六力模型”,如图1-1所示。

(1) 报酬力。报酬力是指渠道成员A服从B影响时,B回报A的能力。回报通常以很实际的经济效益形式出现,作为一方成员服从另一方成员意愿的酬劳。

(2) 强制力。强制力也可以说是惩罚的权力,是指制造商可以在渠道不服从自己时对其进行制裁的能力。

(3) 合约力。合约力来自渠道成员自身的行为准则,该准则规定一个成员可依法对其他成员施加影响,其他成员有义务接受这种影响。

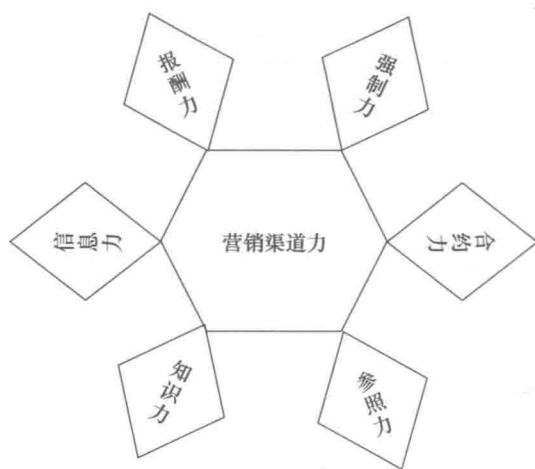


图 1-1 营销渠道“六力模型”

资料来源：笔者整理。

(4) 知识力。知识力是指渠道成员在特定领域赋予另一个渠道成员的知识或对知识的感知。是渠道成员通过自己所掌握的专业知识对其他渠道成员产生影响的行为。

(5) 参照力。参照力即追随力，渠道成员一方认为另一方影响自己行为的企图有利于自己目标的实现，产生随从行为。

(6) 信息力。是由于一个渠道成员能得到真实信息资料而产生的，反映渠道成员市场信息收集、分析与判定的能力。

2. 西部地区农合组织营销渠道力的组成结构

在市场体系中，渠道直接关系着营销组织的市场服务能力和市场覆盖面。而市场服务能力的保证决定于该组织的渠道力。渠道力强的营销组织，可以有效整合整个渠道资源，通过对各成员进行协调、组织和控制，保证市场服务能力。农合组织作为农产品营销过程中的重要成员，其渠道力的强弱，直接影响着农产品从生产地向市场推送的能力和质量，也决定着其市场竞争能力。因此，识别自身的渠道力，并提升渠道力，是每个农合组织应加以重视的问题。影响农民专业合作社经济组织渠道力的因素很多，量化难度较大。杨振环（2008），鑫颖（2013）沿用“六力模型”，结合西部特征提出了西部农民合作经济组织的渠道力评价指标体系，程艳霞（2008）依据企业渠道力的内涵，提出关系力、控制力、整合力和创新力组成的渠道力评价指标体系。



目前,西部地区农产品仍然以单个家庭单位进行生产为主,农合组织的发展大部分都处于初创期,还没有达到规模化和品牌化,农民对农合组织的了解不够深入。因此,农合组织对各成员的作用力的大小主要取决于该组织给各成员带来的利益的大小,主要体现在报酬、知识服务、信息的共享和提供,以及合约保障性等方面。

因此,本书仍然沿用兰文教授和克鲁格兰斯基教授提出的“六力模型”,即报酬力、强制力、参照力、知识力、合约力和信息力。

第三节 理论综述与研究现状

一、纵向组织关系理论综述与研究现状

1. 国外相关研究

(1) 纵向关系的含义。纵向关系本身有两层意义:第一,表示组织结构的现状,即单个经营主体向某个产品多个阶段延展的程度;第二,指企业的策略行为,即企业通过兼并建立新的生产或销售设施进入加工或销售阶段的行为(克拉克,1990)。产业的纵向关系是指一个产品形成的全部过程中,各个企业在原材料采购、生产、销售以及相关的产品支持,如信息、技术、人事、服务中的产业地位与市场行为的结合,它可以通过产权或契约连接起来。威廉姆森(1977)认为纵向关系也是一种经济组织,是组织经济学关注的核心问题,是要解释经济活动在企业、市场和一些混合经济组织方式之间的配置问题。

(2) 分工理论与纵向关系。亚当·斯密(1776)所著《国富论》关于劳动分工的著名论断指出市场发育程度和市场规模制约着分工和专业化生产程度,即“斯密定理”^①。亚当·斯密分析了分工的原因、程度和结果,为纵向关系理论提供了研究对象。斯密定理阐述了专业化的原因,理论研究的重点不同,形成了不同的研究分支。亚当·斯密认为分工和专业化必然导致产生规模经济,技术要素使劳动分工进一步深化,产生规模报酬递增,导致企业边界逐步扩大。斯密时代之后的一段时间内,经济学者研究一直致力于提高专业化程度,并把它视同于提高效率 and 节约资源。穆勒(1869)从节约生产成本和管理成本角度阐述规模生

^① 亚当·斯密:《国民财富的性质和原因的研究》[M].北京:商务印书馆,1972:16-20.



产,探讨规模生产的优势。马克思政治经济学对分工协作、工场手工业及机器大工业做了深刻地描述,阐述了产业内的分工关系。他认为,协作与单个劳动之间是一种 $1+1>2$ 的关系,技术条件与资本的累积程度是企业规模的决定因素^①。

从古典经济学到新古典经济学,主要研究的都是分工与专业化(也是早期的纵向关系形式)的形成原因问题。但这些研究,仅限于从分工与专业化的角度分析经济组织和市场结构的形成和深化规律,没有从现实中存在的企业之间与企业内部纵向关系方面分析产业和企业的演化规律,这显然是不全面的。

(3) 产业组织理论视野下的纵向关系研究。纵向一体化是企业典型的市场行为,它由一定的市场结构所决定,反之又直接影响着市场结构,并形成一定的市场绩效。纵向一体化属于产业组织理论的研究范畴。

1) 垄断动机。“二战”结束后,早期的有关产业组织的理论研究,从垄断方面来分析企业纵向一体化行为的较多,研究认为纵向一体化可以增强企业的垄断势力,增加更多的垄断利润。具体表现为以下几个方面:

第一,双边垄断。假若销售商和生产商都是垄断厂商之时,都会增加一次垄断加成,消费者将面临两次加成,形成所谓的“双边垄断”。通过构建简单的模型可以证明^②,双边垄断将产生高价格、低产出的结果,不仅是消费者,厂商也因双边垄断而遭受损失。

第二,排挤行为与进入壁垒。肯尼斯·W. 克拉克森等学者认为,在某些情况下,一个强有力的纵向一体化企业能把未纵向一体化的企业挤出去^③。

贝恩(1968)也有过类似的研究,他认为通过纵向一体化可以使非一体化的竞争者们处于不利的地位,被削弱、被消灭或被排除。

纵向一体化行为不仅排挤已存在的市场竞争者,还可以增加进入壁垒,阻止潜在的竞争者进入,形成垄断。贝恩对进入壁垒做过深入的研究,斯蒂格勒(1955)也注意到,一体化“成为排除新竞争者的一种可用的武器,具体作用是使得进入那些已联合成一体化的资本需要量提高了”。

第三,价格歧视。价格歧视是由芝加哥学派研究并提出的对纵向一体化行为的主要诠释。通过纵向一体化,垄断者利用价格歧视,赚取更多的消费者剩余,在没有一体化的情况下这种可能性要小得多。

2) 产业生命周期。产业生命周期理论是由斯蒂格勒(1951)研究并提出

① 吴易风. 马克思主义经济学和西方经济学 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2001: 56-59.

② 丹尼斯·卡尔顿, 杰弗里·佩罗夫. 现代产业组织 [M]. 上海: 上海人民出版社, 1998: 764-768.

③ 肯尼斯·W. 克拉克森, 罗杰·勒鲁瓦·米勒. 产业组织: 理论、证据和公共政策 [M]. 上海: 上海三联书店, 1989: 523-524.



的。斯蒂格勒从“斯密定理”出发,诠释了纵向一体化。斯蒂格勒的研究观点集中在特定产业存在成本—规模关系的差异上,他认为,一个产业的纵向一体化程度应该随着该产业的生命周期变化而变化。新兴产业由于市场规模的限制,存在大量的纵向一体化,与斯密的观点是一致的。

3) 不确定性。纵向一体化能够获得比较确定的投入要素供给,比较确定的产品市场,避免原材料和产品市场的不确定性带来的损失。肯尼斯·阿罗研究了上游产品供给的不确定性和下游企业未来需求信息的不确定性对纵向一体化的激励问题^①。他提出前一生产阶段的企业和后一生产阶段的企业获得的信息不同时,纵向一体化可以改进两个生产阶段的资源配置。

(4) 交易费用理论中企业纵向关系的由来和演绎。交易费用理论提出了交易费用的概念,该观点被大家广泛接受,逐渐成为现代经济学发展的主流。因为“说明了纵向一体化的存在问题,也就说明了企业的存在;理解了纵向一体化的程度,也就理解了企业和市场的边界问题”^②。

1) 纵向一体化的产生源于科斯对企业边界的考察和研究。科斯在《企业的性质》(1937)一文中指出,市场和企业是“两种可相互替代的协调生产的手段”。他认为既然价格机制那么完美,企业就没有存在的理由。因此,“企业的本质特征是对价格机制的取代”。

科斯的《企业的性质》被后来的经济学家们公认为是现代企业理论的奠基之作。科斯在开启“企业黑箱”的同时,也将纵向一体化问题纳入了这一框架之中。尽管科斯研究的是企业存在问题,纵向一体化作为一种企业的组织形式可以由此推广,企业既然是替代市场的形式,一体化企业自然也是替代市场的组织形式之一。纵向一体化和交易成本概念都是在科斯理论体系中被归纳和总结出来的。

2) 奥利弗·威廉姆森对纵向一体化研究的理论支持。在科斯思想的基础上,奥利弗·威廉姆森(1971)摒弃了科斯对交易成本产生原因的分析,在交易成本理论基础上进一步发展了企业边界理论,形成科斯—威廉姆森模式。科斯—威廉姆森模式指出由于人的有限理性和机会主义倾向的存在,使得维持市场中交易主体之间的契约关系的成本高于企业内部的组织成本,企业对交易双方的契约越难控制则越倾向于一体化,相反可能选择非一体化。应该承认,科斯—威廉姆森模式及其发展具有很强的解释力,可是缺乏实证分析。

斯密定理给出了专业化的产生原因,科斯—威廉姆森学说则说明了一体化的

① 肯尼斯·阿罗. 信息经济学 [M]. 北京: 北京经济学院出版社, 1989: 216-228.

② 陈郁. 企业制度和市场组织——交易费用经济学文选 [M]. 上海: 上海人民出版社, 1996: 3.



原因。两者互为补充,形成了纵向关系问题的基本理论框架。

3) 克莱因等学者从可占用性准租角度对纵向一体化的阐述。克莱因、克劳福德等学者认为,纵向一体化是避免机会主义者占有专有性资产准租的好方法。他们得出的结论是:“可占用性专用准租越低,交易者依靠契约关系而不是共同所有的可能性越大。反之,由共同或联合所有的一体化的可能性越大,资产所包含的可占用性专用准租就越高”^①。

4) 其他学者从不同角度对纵向一体化的考察和研究。在科斯—威廉姆森学说的基础上,德姆塞茨、哈特、阿尔钦、张五常等经济学家,共同研究构建了新制度经济学的企业理论,他们分别从不完全契约理论、代理理论、团队学说、企业能力理论、剩余索取权等方面对企业的纵向一体化动因进行了分析和演绎。概括起来,主要形成了三个研究领域:

第一,以产权关系理论为研究工具,研究企业的纵向一体化形成的主要原因和后果。格罗斯曼(1981)、哈特(1983)等认为,对交易成本起决定性作用的是合约的不完整性^②。完整的合约可以消除机会主义行为,但现实经济中存在不确定性,并且实现明晰所有权益的成本很高,客观上讲合约是不可能完备的。弗鲁博顿、苗切特(2006)认为交易费用可分为市场型交易费用、政治型交易费用和管理型交易费用。市场型交易费用有搜寻信息费用、讨价还价和决策费用、监督和执行费用等。管理型费用有建立组织的费用和组织决策、监督等运行费用。

第二,将企业之间的纵向关系认为是契约关系,用现代契约理论主要观点分析企业纵向关系的形成和变化规律,这一理论的代表人物主要是张五常(1983)。他认为,市场与企业并无本质差别,只是契约安排的两种不同形式。企业不仅是节约交易费用的产物,而且也是一种市场关系,企业并非为取代“市场”而设立,而仅仅是用“要素市场”取代“产品市场”,意味着“一种合约取代另一种合约”^③。

第三,以德姆塞茨(1972)为代表的基于能力、知识的企业理论。该理论不强调交易费用,从企业的“生产”属性出发,把企业看作一个知识产品库。企业能力理论认为,企业的纵向一体化边界不仅取决于组织成员个体所拥有的知识和能力,而且取决于企业作为一个整体所拥有的知识和能力。可见,企业的合理

① 本杰明·克莱因,罗伯特·克劳福德,阿尔曼·阿尔奇安.纵向一体化、可占用性租金与竞争性缔约过程,企业制度与市场组织——交易经济学文选[M].上海:上海人民出版社,1996:110-153.

② 桑福德·格罗斯曼,奥利弗·哈特.所有权的成本和收益:纵向一体化和横向一体化的理论[J].政治经济学杂志,1986(4):691-719.

③ 张五常.企业的契约性质,企业制度与市场组织[M].上海:上海三联出版社,1995:241-164.



边界存在于知识利用效率的最大化。

以上三个方面的研究是相互独立的,没有把产权、契约放在统一的分析框架下研究,所以对部分问题的解释缺乏统一规范的结论。

(5) 企业纵向关系行为与市场圈定。市场圈定问题是 20 世纪 80 年代以来纵向关系讨论的一个重要问题。市场圈定形式包括纵向一体化和纵向约束。市场圈定指的是一种商业行为,该行为限制若干买者与一个卖者接触的通道,或者限制若干卖者与一个买者接触的通道^①。

埃文和布莱特(2000)认为,纵向市场圈定可以看作一个技术选择的过程。它们把技术分为两类:标准技术和非标准技术。上游企业生产中间产品,在面对竞争对手时选择技术,可以选择三种策略,即分离、纵向一体化标准化技术和纵向一体化非标准化技术。如果纵向一体化非标准技术,带来对下游市场的绝对圈定,这样,竞争对手将无法进入被圈定的下游市场,因此,这样的策略是最优的。

2. 国内相关研究

20 世纪 90 年代初期,我国学者关注企业纵向关系的研究。早期主要是对国外的文献进行分类,介绍国外与纵向关系相关的研究成果。随着现代产业组织理论的发展和国内市场条件的变化和新经济思想的冲击,国内学者开始将纵向关系理论与中国的具体问题相结合,研究成果丰硕。主要包括以下几个方面:

(1) 纵向一体化成因及影响研究。主要从产业组织理论引入开始的。国内学者中,金培(1998)和刘志彪(1996)等系统地将产业组织理论引入中国,同时也对纵向一体化问题做了描述;孙经纬(1997)对企业理论和纵向一体化做了全面的综述;李元旭(2000)对资产专业化与纵向一体化的成因理论进行分析;胡雅君(2006)对企业纵向一体化选择问题做了实证研究;唐建新、李青原(2010)首次系统地实证检验了处于新兴与转轨经济时期的中国企业纵向一体化程度的决定因素,及其改善企业生产效率分析。但以上分析仅是对国外现有理论的综合,虽然提出在中国应用的可能性,但没有做出规范性分析。

(2) 纵向一体化和纵向约束的分析研究。中国许多学者对纵向一体化和纵向约束等问题开展规范分析,如企业纵向兼并的原因(程桂秋等,1999)、垄断的纵向控制和一体化(唐小鹅等,1999)以及销售阶段的激励控制问题(郭文新等,1999),基于零售商垄断势力的纵向约束(张赞,2006)^②、制造商与零售

① [法] 泰勒尔. 产业组织理论 [M]. 张维迎译. 北京: 中国人民大学出版社, 1997: 109-113.

② 张赞. 基于零售商垄断势力的纵向约束. [J]. 财经问题研究, 2006 (3): 17-18.



商的纵向约束效应研究及反垄断法适用分析（张锡杰，2014）^①。目前上述研究基本符合经济学的范畴，但基本假设和推论与中国实际相差较大，基本分析的方法和研究也没有超越外国研究水平。

郭桂霞（2005）在硕士学位论文中，将 VI^② 和 ED^③ 这两种竞争策略作为分析的对象，纳入同一个研究问题，对纵向一体化、排他性销售与双寡头竞争中的非对称均衡进行了研究。

艾青（2005）在博士学位论文《纵向一体化的并购效应研究》中，对于纵向一体化的并购动因和并购效应进行了实证研究，探讨了横向扩张与纵向一体化之间的相关性。

（3）产业的纵向关系研究。周勤（2003）在纵向关系的产业组织研究中认为，产业的纵向关系是一个最终产品形成的过程，各个企业在原料采购、生产和销售与此相关的产品支持，如信息、人事、技术、服务中的产业地位与市场行为的结合。这种关系可以通过契约和产权的不同组合连接起来。企业纵向关系包括企业纵向结构关系和企业纵向行为关系两个层次。纵向结构关系包含纵向一体化、渐变一体化、纵向约束三个范畴。周勤构建了一个新古典经济学的研究模式，将纵向一体化和纵向约束纳入统一框架中，是这一理论研究的重要进展。

侯淑霞（2007）依据产业组织理论和制度经济学理论，研究了世界乳业和中国乳业发展现状，进一步分析世界乳业典型国家乳品产业链纵向组织关系，对中国乳品产业链纵向组织关系和现状进行系统分析与总结，对中国乳品产业链主要的纵向组织关系类型——纵向约束下的关系行为开展深入研究，提出了中国乳品产业链纵向组织关系的演变原因，进而指出了中国乳品产业链纵向组织关系的目标模式和优化整合的路径。

侯淑霞（2008）研究政府在乳品产业链纵向组织关系整合过程中的关键作用，并构建了中国乳品产业链纵向组织关系的保障体系。

侯淑霞、郝娟娟、姜海燕（2008）以“公司+奶站+农户”为例，系统分析乳业产业链纵向组织关系的经济学实质，提出目前在中国占主导地位的纵向约束的乳业产业链的联结方式的不完备性。即出现了制度的不均衡，因而产生了新的制度需求。研究出新的乳业产业化经营的组织模式以形成新的纵向组织关系。

侯淑霞、王雪瑞（2010），依据强制性因素和诱致性因素对我国乳业产业链

① 张锡杰，制造商与零售商的纵向约束效应研究及反垄断法适用分析，[D]，东北财经大学，2014。

② VI 指下游企业向上游企业的整合。

③ ED 指下游企业向零售环节的整合。



纵向组织关系演变的影响,结合乳品产业在国民经济中的地位、作用及其自身发展规律,建立了乳品产业链纵向组织关系的演变模型,对我国乳品产业链纵向组织关系进行了实证分析。

侯淑霞、钟敏(2010),从纵向组织关系演变的市场前提与需求诱因及其供给动因分析了中国乳品产业链纵向组织关系演变的原因。中国乳品产业链纵向组织关系的发展是政府主导的强制性制度变迁和外部经济机会主导的诱致性变迁共同作用的结果,其中政府主导的强制性制度变迁是主因。

张学会、王礼力(2014)根据陕西省果蔬类合作社的调研数据,利用层次分析法测量反映合作社纵向一体化水平的各项指标,得出蔬菜合作社总体一体化水平较高,水果合作社产后一体化水平较低的结论。

胡求光、李平龙(2015)基于渔业企业实行纵向一体化的动因及其对企业绩效影响的框架,选取13家A股上市的渔业企业为研究对象,计算出水产品加工企业纵向一体化的指数,并建立面板数据模型进行了验证。渔业企业纵向一体化程度呈上升趋势,企业规模和市场集中度与企业绩效呈正相关关系,企业资产负债率与企业绩效呈负相关关系^①。

(4)纵向一体化理论在中国的应用研究。主要包括以下几个方面:

第一,对纵向一体化的产业分析,如电信、电力、石油等公共事业部门(叶泽芳,1999;于良春等,1999;付雅观,2005),认为这些产业具有纵向一体化的特征。对某些运用一体化理论可以取得市场地位的策略问题的分析,例如在零售业中的纵向一体化(李军等,1999),医疗保险与医疗费用控制纵向一体化研究(张亚东,2003),汽车业纵向一体化提高企业绩效的研究(朱美华,2012),行政垄断对中国石油产业纵向一体化影响分析(宋靖,2013)^②,中国草原畜牧业后向纵向一体化动因初探(龚彦如,2015)。研究指出目前在一些竞争激烈的行业,比较适合采用纵向一体化战略,有利于稳定和扩大市场。周勤(2003)从理论上检验了使纵向一体化存在的最优条件,并将这一理论框架应用于实际经济问题的分析中。邹奎(2004)的硕士学位论文,从棉种产业纵向一体化的角度研究中国棉种产业的发展,指出中国棉种产业纵向协调仍处于初级发展阶段。

第二,是在中国经济开放条件下,跨国公司的一体化对中国企业和市场结构的影响(李太勇,1999),可能引起产业分工等问题对宏观经济的影响(胡春力,1999),中国企业跨国并购绩效影响因素的实证分析(陈雯,2007;刘帅,

① 胡求光.纵向一体化对中国渔业企业绩效的影响研究.[J].农业经济问题,2015(4):87-89.

② 宋靖.行政垄断对中国石油产业纵向一体化影响分析.[D].东华大学,2013:33-36.



2013), 中国企业的跨国并购战略、国内市场的多元化行为与并购绩效的关系研究(徐明霞, 2014)^①。

二、农民专业合作社理论综述与研究现状

1. 国外相关研究

国外合作经济理论是随着资本主义市场经济的产生和发展而推进的。由于人们对西方合作社的观点不同, 出发点和归宿点各异, 可分为两大派系: 改革派和进化派。

(1) 改革派。改革派认为合作是对资本主义经济体系的改革, 作为一种重新分配收入与财富, 消除或协调劳动与经营、生产者与消费者之间利益冲突的手段, 最终目标是改造资本主义, 以另一种制度取而代之。他们往往对资本主义制度持不妥协和的批判态度。改革派的观点主要包括合作联邦学派和社会主义学派。

合作联邦学派认为合作是一种在社会中起支配作用的经济体制。德国的汉堡学派及法国的尼姆学派, 从主要理论观点看, 都应属于这一派别。该理论在西欧及北欧有一定的影响。

社会主义学派观点认为合作运动的最终目标是社会主义, 合作仅是达到目标的手段。该派的理论主要流行于西欧一些国家(如芬兰、比利时和西德等)与社会党关系集团的合作组织之中。

(2) 进化派。进化派认为合作是资本主义体系的一个有机组成部分, 合作是资本主义内部的一种进化和发展的方式, 该派的最终目标是完善资本主义制度。该派理论影响的合作组织往往更侧重于合作的经济方面, 对社会目标不予重视。主要学派有以下几种:

其一, 竞争尺度学派。该派以美国的艾德温·诺斯等为代表, 他们把合作作为尺度来衡量资本主义体系的功效, 合作运动视为牵制资本主义阴暗面的手段。

其二, 萨皮罗学派。在西方合作运动中, 只有独萨皮罗学派的思想是来源于农业实践活动, 又指导农业经济活动。

其三, 美国学派。他们是以合作学者埃米里扬若夫的合作经济理论为思想基础。认为合作是一种市场现象表现, 合作社是独立的经济主体间的不完全联合, 合作仅合并了各个企业的一个或多个功能。

关于合作社的投资理论和产权界定方面的研究。Chaddad (2005) 认为合作

^① 徐明霞. 中国企业的跨国并购战略、国内市场的多元化行为与并购绩效的关系研究. [D]. 华南理工大学, 2014 (6): 43-49.



社中的模糊产权界定引发“搭便车”、投资组合、水平拓展等问题,认为投资要对将来收益存在预见性,资本的边际收益对合作社投资都具有正向、显著影响,得出所有合作社在进行投资决策时都会面临资本被套牢问题的结论。拥有大量的永久资产和低信贷风险的小规模合作社较拥有较少永久资产和高信贷风险的大规模合作社被资本限制会更少。新型合作社对剩余索取权的限制更少,但合作社仍然要依靠使用控制制度创新来维持组织效率。Rey 和 Tirole (2007) 提出一个有关进入政策投资和合作社成长的动态投资理论基础,揭示出合作社区别性政策会影响合作社的生存能力和社会效率,研究在大多数情况下,即使当合作社能在一个“单干模式”基础上独立存活,在与其它组织形式的竞争中,也是一个弱者,强调了进入政策包括在静态效率和创新之间标准的社会协调。

2. 国内相关研究

我国农村股份合作企业兴起于 20 世纪 80 年代中后期,1990 年农业部颁布了《农民股份合作企业暂行规定》以后,农村股份合作企业参与到农村改革的大潮之中,经济学界对这方面的理论研究也日益增多。1991~1992 年,有关股份合作企业产权问题的研究讨论较多,研究的热点是股份合作企业的性质以及股份合作企业是不是一种独立的企业组织形式。这一时期的理论讨论基本是在农经学界展开的,提出的观点较多。1992 年底,农业部又出台了《关于推行和完善乡镇企业股份合作制的通知》,加快了乡镇企业股份合作制改革的步伐。农村股份合作企业的改革实践活动,有力地推动了理论界对其企业制度和产权构成的研究。学者更多地关注股份合作企业的基本制度。研究特点:争论焦点相对集中,围绕着政府关于股份合作企业制度安排而进行的,参加讨论的学者范围也逐步扩展到整个经济学界,其中不少著名的经济学家加入了研究行列。

近年来,学术界关注农合组织的发展,理论和实证研究成果斐然。具体包括以下内容:对农民合作的必然性和变革趋势分析(陈吉元,2001);通过案例分析,研究改革开放后各类农合组织的发育历程和影响发展因素分析、合作经济组织的作用和国家与合作经济组织的关系(苑鹏,2001);揭示农合组织产生的原因及作用等(张晓山,2002);将影响农合组织发展的因素归结为产品特征、生产集群、合作成员和制度环境因素等,在制度环境因素方面又包括宏观体制、法律法规、行政介入以及文化影响等(黄祖辉,2002);对江苏农合组织的发展调查研究,对政策措施,评价和总结,运用新制度经济学的基本理论,对我国农业合作社的创新成本探讨,分析较高的创新成本对我国农合组织创新的约束作用等(孙亚范,2003、2004);对农合组织的制度创新及形成模式研究,并对影响各种模式的新型合作经济组织形成因素分析(黄珺,2005);以 23 省 176 个农业合作组织的问卷调查为基础,分析我国农合组织的负责人、登记注册、组织和管理制