

W
EILIE SHANGPIN ZHILI YANJIU

伪劣商品 治理研究

● 阮平南 著

江西高校出版社

伪劣商品治理研究

阮平南 著

江西高校出版社

图书在版编目(CIP)数据

伪劣商品治理研究/阮平南著. —南昌:江西高校出版社, 2008.11

ISBN 978 - 7 - 81132 - 173 - 9

I. 伪... II. 阮... III. 假冒伪劣商品 - 工商行政管理 - 行政执法 - 研究 - 中国 IV. D922.294

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008) 第 168252 号

出版发行	江西高校出版社
社 址	江西省南昌市洪都北大道 96 号
邮 政 编 码	330046
总编室电话	(0791)8504319
销 售 电 话	(0791)8529392
网 址	www.juacp.com
印 刷	江西教育印刷厂
照 排	江西太元科技有限公司照排部
经 销	各地新华书店
开 本	890mm × 1240mm 1/32
印 张	6.625
字 数	200 千字
版 次	2008 年 11 月第 1 版第 1 次印刷
印 数	1 ~ 2000 册
书 号	ISBN 978 - 7 - 81132 - 173 - 9
定 价	19.50 元

版权所有 侵权必究

前 言

分工与合作是人类的永恒的话题。随着科学技术的进步,分工与合作的范围不断扩大,人类生产的专业化程度也越来越高。专业化产生了专门知识和技能,因此提高了劳动生产率。分工使得担当不同工作的人相互间具有不同的知识和信息优势,因此可以说信息不对称也是分工的产物。

分工产生的专门知识在提高各自效率的同时也提高了整个社会的效率,在一定程度上促成了帕累托最优的产生,而逐利是这种结果的一个主要动因,因此可以说人们在追求自身利益的同时,促成了社会整体效率的提高,即所谓的“看不见的手”。另一方面,具有不同知识和信息优势的企业或个人在追求自身利益的同时,也可以利用这些信息和知识优势通过侵害他人的利益来满足自己的利益。这里的侵害包括两种情况,一是存在于市场交易中的各种欺骗行为,包括伪劣商品现象;一是存在于企业内部,即企业内处于不同岗位上的人侵害企业的利益,比如不合理的职务消费、偷懒等现象,而这正是委托代理关系中的不完全代理问题。

在价格体系这个评价框架下,一方面,分工可能导致同样的付出产生不同的结果,这是一种结果的不公平而非机会的不平等,它是内生于市场的。另一方面,分工将导致个人或企业的弱化,一个员工在一个企业内部某个岗位工作一定的时间后,他将严重地依附于企业,这在事实上产生了严重的不平等,由此将产生巨大的不公平。单个企业也存在类似问题,因为存在资产的专用性问题,一个企业在面临快速的变化时要改变自己的经营方向不是一件很容易的事情。这种内在的不公平和不平等也是导致企业和员工欲利用一切手段改善自身状况的原因之一,比如企业欲利用各种机会增强自身的实力,包括制售伪劣商品,通过生产或销售伪劣商品先积累资本、扩大规模;而员工也会利用工作之机为自身获取利益,或利用工作时间干私活,或利用职务之便侵害企业利益以谋取私利。

当然,是否存在信息不对称,有关人员就一定会利用这种机会来侵害他人的利益,由逐利变成自私地侵害他人的利益以满足自己。这个问题的答案并不完全在市场内部,也不完全是经济的问题! 它的根本解决途径在于道德伦理建设;在于经济社会的快速发展后的社会平稳发展,从而导致整个社会心理预期的稳定;在于整个社会的价值理念的改变。

从上面的分析可以看出,信息不对称和逐利性是伪劣商品产生的原因之一。但信息不对称和逐利性是分工的产物,是内生于市场的。也就是说,只要有分工就可能存在伪劣商品现象。但在我国计划经济时代并没有出现大量的伪劣商品的现象,而市场经济时期却大量存在伪

劣商品。当然,这并不是说计划经济时代信息不对称和逐利性没有显现出其负面性,各种偷懒、不作为等低效率的现象就是它们的表现之一,只是由于计划经济体制下的各种其他机制的作用而抑制了伪劣商品的产生。

上面的论述实际上是从理论上对伪劣商品的产生和治理进行了分析。具体来讲,伪劣商品的存在侵害了消费者的利益,对消费者的经济、人身以及精神等方面造成了巨大的危害,它动摇人的基本生存权,这远远超越了人们的心理底线,从而动摇人们最基本的价值观念(生存与公平)和价值取向,破坏了社会的公平与稳定,严重影响了社会正常运行的秩序;同时伪劣商品的存在扭曲了社会资源的合理配置,破坏了经济的正常运行秩序。因此伪劣商品的治理目标为:杜绝危及人民生命安全和身体健康的伪劣商品现象的产生,减少伪劣商品对经济运行秩序的破坏,保障社会的可持续健康发展。

本书从系统的观点出发,认为伪劣商品的治理有赖于社会各方力量的综合作用和各种机制的协调配合,其中政府应该发挥主导作用。书中对政府、正品厂商、消费者的打假策略进行了分析,建立了一个预防伪劣商品发生的综合体系。本书采取了“预防为主,兼用打击”的治理思路,以避免“末端治理式”打假的局限性;在设计制度的过程中充分考虑到了博弈主体的重塑和归位及其能力建设等问题,考虑到了各主体的内外约束问题。

作 者

2008 年 10 月

目 录

第一章 绪 论	1
第二章 伪劣商品现象的成因与危害分析	9
第一节 伪劣商品的危害分析	9
第二节 伪劣商品现象的成因分析	16
第三节 伪劣商品治理结构的构建	35
第三章 打假的主体和对策研究	39
第一节 打假主体分析	39
第二节 打假对策分析	44
第四章 防范体系的建立	67
第一节 防范主体分析	68
第二节 防范措施	69
第三节 防范体系综述	103
第五章 基于中间商行为分析的伪劣商品治理研究	105
第一节 中间商的角色导论	105
第二节 中间商在伪劣商品流通中的行为分析	113
第三节 政府的监管机制	131

第四节 中间商的信誉体系	144
第六章 基于政府行为分析的伪劣商品治理研究	151
第一节 基本概念	152
第二节 政府官员的行政动力分析导论	155
第三节 政府及其政府官员的目标分析	157
第四节 激励与监督约束制度的建立	159
第五节 政府官员的选择与道德建设	183
附录 伪劣商品的市场内生性机理分析	192
参考文献	198

第一章 绪 论

近年来伪劣商品现象泛滥,给人们的生活、生产带来了巨大的危害,引起了社会、政府的广泛关注。在市场经济条件下,商品的范围越来越广,种类也多种多样,因此伪劣商品的表现形式也多种多样。本章在描述各种各样的伪劣商品现象的基础上,对本书所指的伪劣商品进行了界定,同时从现实的角度研究了伪劣商品治理的必要性和治理思路。

一、伪劣商品的概念

国家质量技术监督局(现为国家质量监督检验检疫总局)原副局长潘岳指出了伪劣商品现象的六种形式:冒用他人的厂名、厂址,与此行为连带的盗用商标;以不合格商品冒充合格商品;冒用或伪造质量标志;以假充真,用一种商品冒充特性不同的另一种商品;以次充好,用低规格、低等级、低档次的商品冒充高规格、高等级、高档次的商品;掺杂掺假。

在 GB/T 19000—2000 中,质量是指产品一组固有特

性满足要求的程度。“要求”是指明示的或隐含的必须履行的需求或期望。因此,劣质商品具体来讲至少包括以下三种情况:商品没有达到其说明书或包装上已经说明的特性以及功能,没有满足一些不言而喻的商品要求和没有满足国家强制标准的要求等。

因此,从性质上讲可以将伪劣商品具有两面性:第一个方面即“劣”;第二个方面即人们通常所说的“假、冒、伪”,统称为“伪”。因此,综合来讲现实中的伪劣商品在形式上又可具体分为三种类型:伪而不劣型、劣而不伪型、又伪又劣型。伪而不劣型商品在质量能达到前述三种质量要求,这种商品的使用价值与正品无明显区别,但由于其假冒了名牌商品,会影响正品厂商的正常利润与市场份额。劣而不伪型商品通常特指正品厂商出售的次品,虽以正品出售,质量却不尽如人意。又伪又劣型商品既冒用名牌又质量低下,属于完全彻底的伪劣商品,对社会造成的危害也最大。

从消费者的角度又可以把伪劣现象分为知假买假和不知假买假,对于知假买假的问题本书不作深入的研究。本书的伪劣商品主要是指又伪又劣型和劣而不伪型商品。在下文中,将生产伪劣商品的厂商称为伪劣厂商,将生产正品的厂商称为正品厂商。进一步,本书所讨论的伪劣商品特指卖者提供的有形商品的质量特性未达到买者根据商品说明书、品牌等商品特征以及社会正常的生产技术水平等因素所建立的合理预期。所谓“有形商

品”,即不包括假冒身份、假唱等欺骗买者的行为。

二、伪劣商品治理概论

在我国现实的经济社会中,伪劣商品充斥市场,其现象被认为是破坏市场秩序,侵害正品厂商和消费者利益的顽症。伪劣商品存在着巨大的外部性,加上其内在的信息不对称,造成了市场失灵现象,极大地歪曲了社会资源的配置效率;它破坏社会资源的配置,造成整个社会的福利损失,而且大大降低了经济运行质量和运行效率,甚至危及经济运行的安全。伪劣商品在降低社会的整体运行效率的同时,伪劣厂商也极大地降低了其他主体的效率,侵害了他人应得的利益,因此,给人们带来了巨大的不公平感。伪劣商品给人们的生命安全和身体健康带来了巨大的危害,也极大地动摇了人们的基本价值观念,即生存和平等,破坏了社会有序运行的基础。

本书的目的主要是通过分析伪劣商品的成因,找出抑制伪劣商品产生的方法,最大限度地减少伪劣商品对社会的危害。

近年来所发生的伪劣商品现象,比如假奶粉、假白酒事件都直接地威胁到了人们的身体健康和生命安全。据笔者对中央电视台“每周质量报道”栏目中的案例进行统计,发现目前最受人们关注的是食品、药品等密切关系群众身体健康和生命安全的商品的质量问题。研究减少或消除这类商品带来的危害的方法是本书的一个基本目标

之一。本书研究的最终目标是研究抑制伪劣商品的产生,减少其带来危害的方法,以确保经济社会的正常运行秩序。

本书的主要思路是构建一套针对伪劣厂商的内外约束机制,并通过行政、法律、经济、技术(信号传递)、道德伦理等手段,引导、约束厂商的行为,从而达到抑制伪劣商品产生的目标。

三、相关研究综述

1. 伪劣商品成因研究综述

1970年,美国经济学家 Akerlof 在“The Market for ‘lemons’: Quality Uncertainty and the Market Mechanism”一文通过柠檬模型分析旧车市场指出:对交易双方来说,有关产品质量的信息是不对称的,得出“如果仅凭市场机制的作用,劣货最终会把良货驱逐出市场”的结论。Akerlof 的论文使人们看到了假冒伪劣现象产生的本质原因。该文章为治理伪劣商品提供了一种分析问题的思路和研究方法,同时也留出极大的空间来研究模型的不断扩展。

斯宾塞是信号传递理论的开创者,在 1974 年他提出了著名的劳动力市场模型。该模型设计了合理的机制将信息公开化,减少由于信息不对称而引起的不正当谋利行为,这对研究有效的防治伪劣商品的对策有很好的借鉴意义。

其实,假冒伪劣商品泛滥成灾的原因是多方面的,国

内许多专家和学者也从不同的角度分析了伪劣商品的成因,主要观点可归纳如下。

杨波、袁莉列出了假冒伪劣商品屡禁不止的七大根源:市场经济趋利性是假冒伪劣商品存在的根本动力;对市场主体的监督管理不到位是假冒伪劣商品产生的根本原因;地方保护主义是假冒伪劣商品的保护伞;市场交易行为不规范是假冒伪劣商品泛滥的催化剂;对造假售假者的惩罚不力是假冒伪劣商品流通的定心丸;消费者缺乏自我保护能力是假冒伪劣商品的方便门;腐败是假冒伪劣商品泛滥的重要条件。他们的分析确实揭示了假冒伪劣商品产生的一些原因,但更偏重于社会学的角度,对有关经济制度、市场现状和产权关系等方面的分析涉及较少。

余慧芬、夏兴园提到:分析假冒伪劣商品存在的机理,最好的工具是博弈论和信息经济学。假冒伪劣商品的产生是一个真、假商品制售者之间的博弈过程。他们在商品市场上通过策略性竞争,各自取得一定的市场份额并以一定的均衡形态共存。对于假品的制售者来说,最好的策略就是价格上与真品价格“混同”,这样既能在市场上留住一部分顾客,又能将假冒伪劣产品销售出去,从而牟取高额的不法利润。而真品制售者的最佳策略就是继续生产真品,从而保住一定的市场份额。虽然他们的分析很到位,但是他们始终将制假者和售假者混为一谈,没有注意到他们之间的差别。

周黎安、崔兆鸣指出:卖方对利润的贪婪追求同样也是技术进步和质量改进的强大动力,这关键看厂商所面临的市场约束条件;消费者买了假货不诉诸法律解决也许完全是出于理性的计算,比如想免费搭车等。至于说法制不健全和地方保护主义确实揭示了问题的一个方面,即合约的实施效力问题,但这种解释往往忽略了一个重要事实:运用法律手段来监督产品质量的成本——包括货币成本和时间成本——是非常高昂的,尤其在不对称信息场合,作为中立的司法机关也难以获得违约方的私人信息,裁决费用很高。这正是大多数消费者受骗上当之后并不诉诸法律的根本原因。与通常的观点不同,他们认为主要是我国现阶段过于分散化的市场结构和特定的企业产权制度导致了我国众多生产者和中间商时间视野过短,对声誉投资缺乏关注,致使产品的假冒伪劣问题愈演愈烈。可见,他们更多强调的是事前方面的原因,而且首次将生产者和中间商区分开来分析他们对伪劣商品成因的影响。

本书后文将对伪劣商品成因的问题进行了深入的研究。

2. 伪劣商品治理对策研究

在分析了假冒伪劣商品的成因和危害之后,研究治理假冒伪劣商品的对策是最为关键的。然而从理论上进行研究的学者并不多,下面就几种较为典型的观点归纳如下:

谢识予通过建立一个完全但不完美信息的双价市场交易博弈模型提出伪劣商品现象严重程度取决于制假者的伪装成本,有效地提高其伪装成本即可达到削减伪劣商品的目的。

王志江将此模型动态化,把买卖双方博弈分为三个阶段,通过不同方案的效用比较来说明厂商与消费者的选择策略。但该模型亦没有考虑到劣品的罚没成本和商品的选择限制,有待进一步完善。

吴敬业、刘洪波通过分析政府和企业伪劣商品的适度控制问题,求出了企业打假费用的最佳投入区间,推导出企业打假费用投入与销售收入的函数关系式。打假费用投入分析为企业确定合理适度的打假费用提供了依据,企业可根据自己资金占有量的实际情况做出打假决策。虽然此模型的实用性有待验证,但我们可以从中得到启发,可将打假费用投入作为限制因素,用于正品厂商和劣品厂商的博弈分析。

涂锦在厂商与消费者博弈中,增加了消费者对劣品斗争的成本项,从而使厂商与消费者博弈模型更加完善。同时,她提出正品厂商和劣品厂商的博弈模型,并引入风险成本因素,这是分析伪劣商品现象的一个较新的角度,但分析方法与他人雷同。

上述研究均具有片面性,本书作者在上述研究的基础上认为伪劣商品的治理包括打假和预防伪劣商品的产生和流通,提出了政府监管模型,通过博弈分析得出了博

弈双方纳什均衡解,表明了政府监管部门的查处概率分别与厂商劣行所得、厂商劣行成本、厂商正常收入、监管部门惩罚力度成比例关系,为政府打假的力度、频率提供了参考。同时,本书作者还就伪劣商品的预防体系、中间商与政府在伪劣商品治理中的作用进行了分析。

第二章 伪劣商品现象的成因与危害分析

第一节 伪劣商品的危害分析

制售伪劣商品对国家、正品厂商和消费者均造成了很大的危害。具体来讲,售伪劣商品对国家的危害主要体现为造成国家税收流失、破坏市场秩序、恶化投资环境和损害国家信誉;对正品厂商的危害主要体现为挤占其市场份额,增加经营成本,减少企业利润,以及侵害无形资产;对消费者的危害主要体现在人身的、经济的、精神的等多方面的伤害。以上所述的多方面的危害,直接构成了治理伪劣商品的动因,同时也表明了防治工作的紧迫性和重要性,是治理伪劣商品的切入点。本章将使用经济学等有关知识从理论上来分析伪劣商品的危害。

用经济学的话语来讲,伪劣商品的危害主要在于其