

财 经 博 士 论 丛



CAIJING BOSHI LUNCONG

李成威 著

公共产品的需求与供给 评价与激励

中国财政经济出版社

财经博士论丛

公共产品的需求与供给：
评价与激励

Demand for and Supply of Public Goods
——Evaluations and Incentives

李成威 著

中国财政经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

公共产品的需求与供给：评价与激励/李成威著. —北京：中国财政经济出版社，2005.3

(财经博士论丛)

ISBN 7-5005-7961-6

I. 公… II. 李… III. ①分配(经济) - 需求 - 研究②分配(经济) - 供给制 - 研究 IV. F014.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 011278 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.com.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码：100036

发行处电话：88190406 财经书店电话：64033436

北京中兴印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

850 × 1168 毫米 32 开 8.75 印张 194 000 字

2005 年 3 月第 1 版 2005 年 3 月北京第 1 次印刷

印数：1—1500 定价：20.00 元

ISBN 7-5005-7961-6/F·6977

(图书出现印装问题，本社负责调换)

序

李成威同志的博士论文《公共产品的需求与供给：评价与激励》即将付梓，我作为导师自然倍感欣喜。

公共产品是西方财政理论中的一个核心范畴，西方财政学者往往用市场失灵与公共产品的提供来解释政府征税的必要性。自亚当·斯密时代以来，对公共产品问题的分析一直是财政理论研究的主题之一，近三百年的财政思想史一直显现出这一问题的重要性，因为提供公共产品在任何国家都是政府部门的一项基本职能，也是国家财政的资源配置等职能所涉及的主要领域。如果缺乏对公共产品的需求和有效供给问题的分析，财政的职能和政府部门的作用就无法得到充分的说明。

按许多财政学者的认识，公共经济（或者往小范围说“公共财政”）的细胞形式就是“公共产品”。因此，按照马克思对资本主义生产方式的研究从资本主义社会经济的细胞形式“商品”开始分析，对公共经济或公共财政问题的分析从“公共产品”开始分析也就是非常顺理成章的，正如商品的属性蕴涵着资本主义社会一切矛盾的胚芽，公共产品的属性也必然蕴涵着公共经济或公共财政矛盾的基础。由此可见，该论著的研究对于确立一个公共经济或公共财政的基本分析的框架，构建公共财政学的理论大厦具有明显的基础性作用和重要的学术价值。再联想到当前我国正在构建公共财政体制，我国财政税收领域的法治建设状况正在深刻地影响着国家政治生活和整个社会的法治进程的现实，联想到

建设政治文明下的法制化的市场经济所要求的公共财政体制的重要性，就更感到这种基础性理论研究的重要了。

《公共产品的需求与供给：评价与激励》对公共产品理论作了系统的概括和总结，从庇古、萨缪尔森、林达尔到布坎南，从“公地的悲剧”、“囚犯的困境”到“集体行动的逻辑”、“公共事物的治理之道”……作者在西方财政、经济学者的思维中跋涉，从一个新的高度、一种新的视角审视，办求到达一种新的境界，终于形成了自己的分析思路和基本框架，创造性地阐述了这样一个基本观点：公共产品的需求和供给分析的实质就是对公共产品的评价和激励分析。鉴于在公共产品需求分析中要考虑公共产品的宏观影响，作者引入了公共产品评价论，并以此作为公共产品需求分析的基本框架。公共产品评价论包括微观角度的公共产品评价论和宏观角度的公共产品评价论，其中涉及到通过立法机构投票表决反映其对公共产品的评价，也涉及到对公共支出在实现宏观经济稳定职能中实际发生的作用进行评价，作者还就此提出了衡量公共支出对经济稳定增长作用的指标、评价公共支出维持物价稳定作用的指标、评价公共支出收入分配功能的指标等。而公共产品的供给问题，实际上是关于公共产品融资、管理以及监督等的激励制度安排，作者引入了公共产品激励论，并以公共产品激励论作为公共产品供给分析的逻辑基础和主线。公共产品激励论包括公共产品偏好表露机制和公共产品供给管理激励机制，作者力图解决公共产品的资金筹措问题，并提出了一个供给管理激励分析的基本框架，提出了私人、集团和政府提供公共产品上的分工，阐述了评价和激励理论的应用——公共产品的立项与管理。

这样，作者通过建立公共经济或公共财政的公共产品评价论——激励论分析框架，将公共产品的需求与供给与财政职能、财

政支出、财政收入、财政预算体制、财政政策、财政管理、财政监督各个层面的联系进行了理性的剖析，通过公共产品评价与公共产品激励的对接，实现了公共产品需求与有效供给的对接，这不仅对公共财政理论体系的构建起着重要的基础性作用，对于整个市场经济理论与公共经济或公共财政理论的对接也起到了重要的基础性作用。而作者又具体运用公共产品评价方法，对某些具有典型意义的公共产品的评价进行了实地调查、问卷研究，运用统计资料进行了大量的测算、分析。作者成功地把西方较为规范的公共产品理论与中国“公共产品的需求与供给”的实践有机地结合起来，在归纳、提炼的基础上总结出一些指导实现公共产品有效供给的经验，为公共产品的立项和管理提供了理论基础，为公共支出的绩效评价找到了理论渊源，为化解公共经济或公共财政的基本矛盾提供了理论依据，对于改进我国公共财政的管理、推动财政税收体制改革、提高政府绩效都有较大的现实意义，给人以耳目一新的感觉。面对如何丰富公共产品的理论内涵、如何合理解释“公共产品的需求与供给”，实现政府宏观经济职能的难题，作者知难而上，积极探索，具有创新意义。

李成威同志是一位年轻的经济学家，自迈入经济学殿堂就全神贯注地投入，博览群书、刻苦钻研、潜心修学，在攻读博士学位的过程中参与完成了多项国家级和省部级科研课题的研究，取得了一系列科研成果。他对学术问题的浓厚兴趣、他的勤奋好学、执着探索是难能可贵的，尤其是在外部世界充满各种诱惑的情形下他能静下心来，脚踏实地、调查研究更加令人称道。

“人类总得不断地总结经验，有所发现，有所发明，有所创造，有所前进。”“在科学上没有平坦的大道，只有不畏劳苦沿着陡峭山路攀登的人，才有希望达到光辉的顶点。”构建公共经济或公共财政宏伟的理论大厦需要一代又一代的经济学家添砖加

瓦。希望李成威同志继续努力，不断探索财政经济领域新的问题，并衷心祝愿他将来取得更大的学术成就。

湯貢亮

二〇〇五年二月九日

内 容 提 要

本书主要目的是力图为公共经济理论搭建公共产品评价论——激励论分析框架，并着力阐述这样一个基本观点：公共产品的需求和供给分析的实质是对公共产品的评价和激励分析。

本书分为三个部分共六章。第一部分（第一章）是总论；第二部分（第二至五章）是公共产品的需求分析；第三部分（第六至七章）是公共产品的供给分析。

第一章为总论。在本章中为了对公共产品的需求进行分析，引入公共产品评价论，并以公共产品评价论作为公共产品需求分析的基本框架。公共产品评价论包括公共产品的微观角度的公共产品评价论和宏观角度的公共产品评价论。产品的需求分析就是以事后评价为基础的对产品消费的事前评价。因此，公共产品的需求分析的实质是人们对公共产品的评价分析。换句话说，从各个角度分析人们对公共产品的评价，实际上就是分析人们对公共产品的需求。

为了对公共产品的供给进行分析，本书引入公共产品激励论，并以公共产品激励论作为公共产品供给分析的基本框架。公共产品激励论包括公共产品偏好表露激励机制和公共产品供给管理激励机制。公共产品的供给中存在两个激励问题，一是消费者公共产品偏好表露激励，该激励在受益原则的情况下，解决公共产品的融资问题；二是对安排生产的激励，并不是所有的公共产品的消费者（提供者）都直接参与公共产品的生产，他们可能要

委托某些机构对公共产品的生产作出安排，因此，在公共产品生产安排的时候，存在消费者和安排生产的机构之间存在委托代理关系，这种委托代理关系的存在，便产生了激励问题。

第二章是微观角度的公共产品评价理论。微观角度公共产品评价方法包括显示偏好方法和表达偏好方法。显示偏好方法包括交通成本法和资产选择法，表达偏好方法包括或有评价方法、投票评价方法和心理评价方法。这些评价方法都从一个侧面对公共产品的需求进行了揭示。可以说正是由于这些方法，使公共产品的需求分析从纯理论问题转化为可操作的技术问题。

第三章是第二章的延伸，是对其中部分理论的实证分析。该章运用交通成本方法和或有评价方法分别对国家图书馆提供的阅览服务和天保工程评价进行了实证研究。

第四章是宏观角度的公共产品评价理论。公共支出宏观效果评价是考察公共支出在实现宏观经济稳定中的作用，这是一个整体评价框架，该整体评价框架由多个子模块组成。

公共支出宏观效果评价是对公共支出在实现宏观经济稳定职能中实际发生的作用进行评价。从公共支出影响宏观经济稳定的作用机制理论分析来看，公共支出实现宏观经济稳定是通过影响经济增长水平、就业水平、物价水平、收入分配状况、产业发展与地区经济协调等发生作用的。因此，评价公共支出宏观效果的几个子模块就应该是评价公共支出对经济稳定增长的作用、评价公共支出对提高就业水平的作用、评价公共支出维持物价稳定的作用、评价公共支出的收入分配功能、评价公共支出对产业结构优化的作用、评价公共支出对促进区域经济协调发展的作用。

第五章研究公共产品偏好表露激励机制。偏好表露的根本目的是解决免费搭车问题，解决免费搭车问题也就是要求根据消费者从公共产品中得到的好处负担相应的成本，使公共产品能够被

提供出来。所以，偏好表露激励的根本目的是解决公共产品的资金筹措问题。较为理想的偏好表露激励机制应该既能对消费者实现有效的偏好表露激励，又不存在预算资源的浪费。但这种机制只能存在于理想之中。

第六章研究公共产品供给管理激励机制。本章先分析公共产品提供和生产的各个主体。这些主体包括公共产品集团、政府和私人。这些主体在提供公共产品情形中存在委托代理关系。主体的大小、性质和关系等对公共产品供给管理激励产生重大的影响，本章对此进行了详细的分析。综合起来，公共产品供给主体之间的关系可以粗略地分为两种类型，第一种类型是委托代理关系加采购关系；第二种类型是双重委托代理关系。这两种类型关系所产生的激励问题存在一定的差别，因此它们的激励机制也是不一样的。

总之，本书认为微观角度对公共产品的评价，可以确定个人对公共产品的需求，进而确定个人总体对公共产品的需求。宏观角度对公共产品的评价，确定社会总体对公共产品（公共支出）的需求。这些需求虽然确定了，但不一定能够满足，它们的满足程度取决于公共产品是否能够有效供给，而公共产品的有效供给则需要解决两个激励问题，第一个激励问题是公共产品的偏好表露激励，该激励在受益原则的前提下解决公共产品的融资问题，但仅仅有了资金也不一定能够有效地供给公共产品满足需求，还必须解决公共产品的供给管理激励问题。设立有效的激励机制，使供给中的各个主体按照最优的原则行事，个人和社会总体对公共产品的需求才能真正满足。

关键词：公共产品需求 公共产品供给 公共产品评价 公共产品激励

Abstract

The main purpose of the book is trying to build up public goods evaluation theory—the analysis frame of incentives, such a basic point will be elucidated in this book; analysis of the supply and demand of public goods is the analysis of the evaluations – incentives upon public goods.

The book is consisted of three sections six chapters in total. Section one (chapter 1) is introduction; section two (chapter 2 – chapter 5) is the demand analysis of public goods; section three (chapter 6 – chapter 7) is the supply analysis of public goods.

Chapter 1 is introduction. Public goods evaluation theory is introduced to analyze demand for public goods and as its basic framework. The theory includes evaluation both from microscopic and macroscopic perspective. The analysis of goods' demand is the pre – evaluation upon the consumption of goods based on the post – evaluations. So the analysis of demand for public goods demand is people's evaluation analysis on public goods, in other words, to analyze people's evaluations on public goods from all kinds of perspective is actually to analyze people's demand for public goods.

In order to analyze the supply of public goods, the book has witnessed the introduction of the incentives theory upon public goods, which will be acted as the basic framework to analyze public

goods supply. The incentives theory upon public goods consists of the incentives system to reveal the preference of the public goods and the incentives system to manage the supply of public goods. In the course of supplying public goods exists two incentives problems: one is the incentives to reveal the consumers' preference on public goods, by which, under the principle of profits, to solve the problem of financing public goods; the other is the incentives to arrange production, because not all consumers(providers) of public goods will participate directly in the production of public goods, there exists a kind of entrusted - agency relation between consumers and the institutions arranging production in the course of arranging public good. So long as the entrusted - agency relation exists, the incentives problem will occur inevitably.

Chapter 2 is public goods evaluation theory from microscopic perspective, which is consisted of Revealed preference methods and Stated preference methods. The former included Travel Cost Method and Property Value Approach as well; the latter includes Contingent Evaluation Methods, Voting Evaluation Method and Psychological Evaluation Method. These evaluation methods reveal demand for public goods from a respect. These methods make the analysis of public goods demand transfer from a pure theoretical problem to an operable technical problem.

Chapter 3 is extended by chapter 2, which is the positivism analysis of its partly theories. Using Travel Cost Method and Contingent Evaluation Method, a positivism study has been conducted in chapter 3 upon the reading service provided by the National Library and the evaluation on the project of natural forests

reserve.

Chapter 4 is public goods evaluation theory from macroscopic perspective. The evaluation of the macroscopic effect upon the public expenditure is just to observe the role the public expenditure plays in fulfilling the stability of macroscopic economy, which is an integrative evaluations framework consisting of several sub - patterns.

To value the macroscopic effect of the public expenditure is to valuate public the role that the public expenditure actually plays in maintaining the stability of macroscopic economy. From the perspective of theoretical analysis upon the functional mechanism in which the public expenditure influences the stability of macroscopic economy, public expenditure realizing the stability of macroscopic economy is performed by influencing growth rate, employment rate, price level, the state of income distribution, industrial development and the coordination regional economy. So to valuate the sub - patterns of the macroscopic effect of the public expenditure is supposed to value the effect of the public expenditure upon the stable development of the economy, upon improving the employment rate, upon the maintaining the price stability, upon the optimizing the industrial structure, upon the prompting the harmonious development of regional economy.

Chapter 5 has studied the incentives mechanism of revealing preference of public goods. The ultimate goal of the revealed preference is to solve the problem of free pick - up, which requires consumers bear relevant cost while enjoying advantages brought about by public goods, and then public goods can be provided at

last. So the fundamental aim of revealed preference incentives is to solve the problem of financing public goods. Its ideal way should effectively incentives consumers to reveal their preference while never waste the budget resource at the same time, which can only exist in ideal.

Chapter 6 has studied the management incentives mechanism of public goods supplying. Every subjects providing and producing public goods have been analyzed at first, which include groups, government and individuals. there exists a entrusted agency relation between these subjects. The scale, nature and relation cause great effect on public goods supply management incentives, this chapter includes the detailed analysis. To sum up, the relation between all kinds of supplying subjects can be arranged into two categories: one is the entrusted agency relation plus purchasing relation; the other is the relation of dual entrusted agency. For there are some differences in incentives problems resulting from such two relations, their encouraging mechanism is also different.

In a word, to valuate public goods from the microscopic perspective, individual demand on public goods can be determined and then furthermore the total demand by individuals can also be ascertained. To valuate public goods from the macroscopic perspective, the demand by the whole society upon public goods (public expenditure) can be determined. Although such demands are all determined, but it does not follow that these demands can be satisfied. The degree by which such demand can be satisfied relies on whether or not the public goods can be sufficiently supplied, which hinges upon the solution of two incentives problems. The first

incentives problem is the incentives to reveal the preference of public goods, which under the principle of benefit will solve the problem of financing public goods, but mere capital does not make sure that the public goods can be sufficiently supplied and demands satisfied, so the second problem that managing incentives problem upon the supply of public goods must be solved. To establish effective incentives system, to urge all subjects in supply to act according to the optimum principle, the demand of individuals and the society as a whole upon public goods can be satisfied in a real sense.

Key words: Demand for Public Goods Supply of Public Goods Evaluations of Public Goods Incentives of Public Goods

目 录

导 论	(1)
一、问题的提出和选题的意义	(1)
二、研究现状	(4)
三、基本概念的定义	(10)
四、研究的重点、难点、理论创新及不足之处	(13)
五、研究的思路与结构安排	(14)
第一章 公共产品需求和供给的基本分析：评价和激励	
.....	(17)
第一节 公共产品供求分析的基本框架	(17)
第二节 公共产品的需求分析：公共产品评价	(20)
一、公共产品需求与公共产品评价	(20)
二、传统公共产品需求理论述评	(22)
第三节 公共产品的供给分析：公共产品激励	(30)
一、公共产品供给与公共产品激励	(30)
二、传统公共产品供给理论述评	(38)
第二章 微观角度的公共产品评价理论	(45)
第一节 公共产品评价问题	(45)
一、西方经济学对个人福利的度量	(45)
二、公共产品评价方法	(47)

第二节 显示偏好方法	(49)
一、显示偏好	(49)
二、公共产品的交通成本评价	(51)
三、公共产品的资产选择评价	(53)
四、公共产品的投票评价	(57)
第三节 表达偏好方法	(63)
一、公共产品的或有评价	(63)
二、公共产品的心理学评价	(70)
第四节 多元评价理论	(72)
第五节 小结及公共产品评价加总问题的进一步探讨	(75)
一、小结	(75)
二、公共产品评价加总问题的进一步探讨	(77)
第三章 微观角度公共产品评价经验研究	(79)
第一节 交通成本法的经验研究	(79)
一、评价目标说明——国家图书馆	(79)
二、基本模型	(81)
三、经验研究	(88)
第二节 或有评价方法的经验研究	(94)
一、评价目标说明——天保工程	(94)
二、或有评价调查设计	(96)
三、调查实施	(98)
四、调查结果	(98)
第四章 宏观角度的公共产品（公共支出）评价	(110)
第一节 公共支出宏观效果评价的理论分析	(110)