



浙江省哲学社会科学规划  
后期资助课题成果文库

# 集体声誉下虚假认证的 形成机理与治理机制

Jiti Shengyuxia Xujia Renzheng De  
Xingcheng Jili Yu Zhili Jizhi

鲍宗客 著

中国社会科学出版社



浙江省哲学社会科学规划  
后期资助课题成果文库

# 集体声誉下虚假认证的 形成机理与治理机制

Jiti Shengyuxia Xujia Renzheng De  
Xingcheng Jili Yu Zhili Jizhi

鲍宗客 著

中国社会科学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

集体声誉下虚假认证的形成机理与治理机制 / 鲍宗客著. —北京: 中国社会科学出版社, 2017. 8

ISBN 978 - 7 - 5203 - 0876 - 2

I. ①集… II. ①鲍… III. ①认证机构 - 监管制度 - 研究 - 中国 IV. ①F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 210430 号

---

出 版 人 赵剑英  
责任编辑 宫京蕾  
责任校对 秦 婵  
责任印制 李寡寡

---

出 版 中国社会科学出版社  
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号  
邮 编 100720  
网 址 [http: //www. csspw. cn](http://www.csspw.cn)  
发 行 部 010 - 84083685  
门 市 部 010 - 84029450  
经 销 新华书店及其他书店

---

印刷装订 北京市兴怀印刷厂  
版 次 2017 年 8 月第 1 版  
印 次 2017 年 8 月第 1 次印刷

---

开 本 710 × 1000 1/16  
印 张 17. 5  
插 页 2  
字 数 295 千字  
定 价 75. 00 元

---

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换

电话: 010 - 84083683

版权所有 侵权必究

本书系浙江省社科规划课题成果，资助项目为浙江省哲学社会科学规划后期资助项目（16HQZZ06）。

# 序

认证是解决消费者和企业间因信息不对称导致的逆向选择问题的一种重要机制。经过一百多年的发展，认证制度逐渐成熟、完善，并成为全世界产品市场的检验标准。中国的第三方认证制度起步较晚，在改革开放初期，中国政府才开始引入国际标准化组织，开始探索认证试点工作，1981年，中国加入国际电子元器件认证组织，并同期成立了中国第一个产品认证机构——中国电子元器件认证委员会。20世纪90年代，中国开始慢慢建立并广泛推进各种产品的认证制度，在这一时期内，中国逐渐形成了产品质量认证管理体系。

然而，由于体制上的原因，中国的认证制度由不同部门分别引入：国家质量监督局、国家出入境检验检疫局、地方政府，甚至卫生、工商部门都开展认证业务。在多头管理的背景下，认证行业面临着一系列的突出问题，如重复收费、重复认证、多重标准、监管不力等。这些问题的存在不仅使得认证市场秩序混乱，认证机构的质量和声誉受到破坏，同时也阻碍了国家对认证机构、认证产品的直接监管，甚至影响了中国对外的经济交流，成为影响加入世贸组织的制约因素等。为解决多头监管的问题和加入世界贸易组织的需要，国务院对中国的认证产业进行了重大的市场化改革，成立国家认证认可监督管理委员会（简称“国家认监委”）对全国范围内（港澳台除外）的认证认可工作进行统一的管理、综合协调和监督，并逐步建立了23个部委局参加的认证部际联席会议制度和专家咨询委员会。

国家认监委成立之后，行业认证标准可以概况为以下两点：①统一的认可体系，国家认监委授权中国合格评定国家认可中心作为唯一的认可机构，独立开展认证机构能力资格、实验室能力资格、检查机构能力资格的认可活动；②统一的认证标准，国家公布统一的目录，确定统一适用的国家标准、技术规则和实施程序，制定统一的标志标识，规定统一的收费

标准。

可以说,中国的认证体系是依靠政府的力量自上而下建立起来的。在这种政府主导的认证产业发展模式下,绝大部分认证标准都由政府制定,然后以授权的方式委托给具有资质的多家认证机构同时执行,这导致同一种认证证书有众多不同的认证机构在发放,或者说多家认证机构在共同生产某一认证信息,属于“单委托—多代理”的形式。这就使得中国的认证产业嵌入了集体声誉的特征。这种制度背景亦是我們开展认证产业研究的基础。

信息经济学理论表明,集体声誉是对个体声誉的一种替代。这意味着,市场无法识别个体声誉以及个体行为特征,那么,认证机构的认证行为也就无法被市场所观测,集体声誉所引发的“搭便车”动机很可能使中国的认证机构天然缺乏提高自身执业能力和进行诚实认证的激励,从而内生性地促使认证机构进行虚假认证。就现阶段而言,我们发现中国认证市场的虚假认证现象非常普遍。那么,认证市场的虚假认证问题是否与中国认证产业所存在的制度背景有关?本书以这一问题为切入点,一方面,剖析集体声誉下中国认证市场的虚假认证问题是如何形成的,探讨其形成机理;另一方面,尝试设计治理虚假认证问题的有效机制,以期提升中国认证产业的诚实认证水平。

具体来说,本书总共分为八个章节,第一章和第二章是导论和虚假认证的内涵及理论基础,研究包括虚假认证概念的界定、认证的运行机制以及虚假认证形成的相关基础理论;第三章和第四章是中国认证产业集体声誉的特征、成因和集体声誉下中国认证市场的现状,研究包括中国认证产业集体声誉的特征,中国认证产业集体声誉形成的策略性、制度性成因以及在集体声誉约束下中国认证机构的分布特征、认证市场所存在的问题等;第五章是集体声誉下虚假认证的形成机理,探讨集体声誉的存在,认证市场的虚假认证问题是如何形成的,研究包括技术型与合谋型虚假认证的形成机理;第六章和第七章是集体声誉下虚假认证治理的内部惩罚机制和政府监管机制,研究包括从行业内部和外部两个手段来治理虚假认证的问题;第八章是研究结论与政策建议。

最后,应该指出的是,由于笔者的水平有限,错误或不当之处在所难免,诚恳地欢迎同行专家和读者批评指正,提出宝贵的意见。

鲍宗客

2016年1月

# 目 录

|                        |      |
|------------------------|------|
| 第一章 导论 .....           | (1)  |
| 第一节 选题背景与研究意义 .....    | (1)  |
| 一 选题背景 .....           | (1)  |
| 二 研究意义 .....           | (4)  |
| 第二节 相关文献综述 .....       | (6)  |
| 一 认证行为的相关研究 .....      | (6)  |
| 二 行业治理的相关研究 .....      | (13) |
| 三 集体声誉的相关研究 .....      | (16) |
| 四 相关文献的评述 .....        | (21) |
| 第三节 本书的研究工作 .....      | (22) |
| 一 研究内容 .....           | (22) |
| 二 可能的创新点 .....         | (28) |
| 第二章 虚假认证的内涵及理论基础 ..... | (29) |
| 第一节 认证的发展历程 .....      | (29) |
| 一 认证的起源 .....          | (29) |
| 二 认证的发展 .....          | (31) |
| 三 认证的发展模式 .....        | (37) |
| 四 中国认证产业的引进和发展 .....   | (40) |
| 第二节 认证的功能及运行机制 .....   | (48) |
| 一 认证体系的构成 .....        | (48) |
| 二 认证的功能 .....          | (49) |
| 三 认证的运行机制 .....        | (53) |
| 第三节 虚假认证的概念界定 .....    | (59) |
| 一 虚假认证的现有定义 .....      | (59) |

|                            |      |
|----------------------------|------|
| 二 信息质量视角下虚假认证的概念界定 .....   | (60) |
| 三 信息质量视角下虚假认证的分类 .....     | (61) |
| 第四节 虚假认证的形成及治理理论基础 .....   | (62) |
| 一 经济人自利性 .....             | (62) |
| 二 信息不对称理论 .....            | (63) |
| 三 委托—代理理论 .....            | (65) |
| 四 行业监管理论 .....             | (66) |
| 本章小结 .....                 | (70) |
| 第三章 中国认证产业集体声誉的特征和成因 ..... | (71) |
| 第一节 集体声誉的界定 .....          | (71) |
| 一 声誉 .....                 | (71) |
| 二 集体声誉 .....               | (72) |
| 第二节 集体声誉的产生根源 .....        | (73) |
| 一 外部环境与集体声誉形成 .....        | (73) |
| 二 产业集群与集体声誉形成 .....        | (74) |
| 三 个体声誉受阻与集体声誉的形成 .....     | (76) |
| 第三节 集体声誉的模式划分 .....        | (78) |
| 一 依据发展阶段划分 .....           | (78) |
| 二 依据主导主体划分 .....           | (79) |
| 第四节 中国认证行业的集体声誉特征 .....    | (82) |
| 一 外生性 .....                | (82) |
| 二 双边性 .....                | (84) |
| 第五节 中国认证行业集体声誉的制度性成因 ..... | (85) |
| 一 行业认证标准 .....             | (86) |
| 二 市场准入制度 .....             | (88) |
| 三 违规惩罚制度 .....             | (91) |
| 第六节 中国认证行业集体声誉的策略性成因 ..... | (92) |
| 一 认证机构的市场竞争 .....          | (93) |
| 二 消费者搜寻认证机构的动机 .....       | (94) |
| 三 企业选择认证机构的策略性动机 .....     | (95) |
| 本章小结 .....                 | (96) |



|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| 第四章 集体声誉下中国认证市场的现状 .....        | (99)  |
| 第一节 中国认证行业概述 .....              | (99)  |
| 一 中国认证产业种类 .....                | (99)  |
| 二 中国认证证书的分布 .....               | (105) |
| 三 中国认证机构的分布 .....               | (107) |
| 第二节 中国认证产业存在的问题 .....           | (108) |
| 一 认证制度 .....                    | (108) |
| 二 认证行为 .....                    | (110) |
| 三 行业竞争 .....                    | (111) |
| 四 认证标准 .....                    | (112) |
| 五 认证人员 .....                    | (114) |
| 第三节 中国认证市场的现状——一个调查案例 .....     | (115) |
| 一 认证分级制度实施概括 .....              | (115) |
| 二 重大事故核查 .....                  | (115) |
| 三 专项监督检查和确认审核工作调研状况 .....       | (117) |
| 本章小结 .....                      | (123) |
| 第五章 集体声誉下中国认证行业虚假认证的形成机理 .....  | (124) |
| 第一节 集体声誉与技术型虚假认证的形成 .....       | (124) |
| 一 模型基本假设 .....                  | (124) |
| 二 个体声誉和集体声誉并存时认证机构的均衡技术投入 ..... | (126) |
| 三 仅存在集体声誉时认证机构技术投入的扭曲 .....     | (130) |
| 第二节 集体声誉与合谋型虚假认证的形成 .....       | (133) |
| 一 模型的基本假设 .....                 | (133) |
| 二 合谋型虚假认证的生成条件 .....            | (136) |
| 三 认证行业的集体声誉特性对合谋型虚假认证的强化 .....  | (138) |
| 第三节 共享集体声誉的成员数量与虚假认证的强度 .....   | (139) |
| 一 模型基本假设 .....                  | (140) |
| 二 认证市场的两阶段模型 .....              | (142) |
| 三 共享集体声誉的成员数量对虚假认证强度的影响 .....   | (144) |
| 本章小结 .....                      | (145) |
| 第六章 集体声誉下虚假认证治理的内部惩罚机制 .....    | (147) |
| 第一节 集体内部惩罚机制的内涵及分类 .....        | (147) |

|      |                              |       |
|------|------------------------------|-------|
| 一    | 集体内部惩罚机制的内涵 .....            | (147) |
| 二    | 集体内部惩罚机制设计思路 .....           | (149) |
| 三    | 内部惩罚的隐性契约机制 .....            | (151) |
| 四    | 内部惩罚的显性契约机制 .....            | (152) |
| 第二节  | 集体声誉下虚假认证治理的隐性契约惩罚机制 .....   | (153) |
| 一    | 模型基本假设 .....                 | (153) |
| 二    | 均衡分析 .....                   | (156) |
| 三    | 隐性契约治理虚假认证的条件 .....          | (158) |
| 第三节  | 模型的扩展：显性契约惩罚机制 .....         | (170) |
| 一    | 显性契约惩罚机制设计 .....             | (171) |
| 二    | 均衡分析 .....                   | (172) |
| 三    | 集体成员之间的重新谈判对惩罚机制有效性的影响 ..... | (173) |
| 本章小结 | .....                        | (174) |
| 第七章  | 集体声誉下虚假认证治理的政府监管机制 .....     | (176) |
| 第一节  | 政府监管机制概述 .....               | (176) |
| 一    | 政府监管的内涵 .....                | (176) |
| 二    | 罚款机制 .....                   | (178) |
| 三    | 浮动监管机制 .....                 | (179) |
| 第二节  | 罚款机制对集体声誉下虚假认证治理的有效性分析 ..... | (180) |
| 一    | 模型基本假设 .....                 | (180) |
| 二    | 演化博弈的均衡分析 .....              | (181) |
| 三    | 演化博弈结论 .....                 | (187) |
| 第三节  | 浮动监管对集体声誉下虚假认证治理的有效性分析 ..... | (188) |
| 一    | 浮动监管的机制设计 .....              | (188) |
| 二    | 均衡分析 .....                   | (190) |
| 第四节  | 行业准入制度对行业认证效率的改进 .....       | (191) |
| 一    | 模型基本假设 .....                 | (191) |
| 二    | 自由进入的博弈分析 .....              | (192) |
| 三    | 行业准入制度对认证行业的影响 .....         | (194) |
| 第五节  | 集体声誉约束下认证产业政府监管最优水平分析 .....  | (196) |
| 一    | 模型基本假设 .....                 | (196) |
| 二    | 动态博弈分析 .....                 | (197) |

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| 三 最优监管水平的影响因素分析 .....        | (201) |
| 本章小结 .....                   | (202) |
| 第八章 研究结论与政策建议 .....          | (204) |
| 第一节 研究结论 .....               | (204) |
| 第二节 集体声誉下治理虚假认证的政策建议 .....   | (206) |
| 一 总体思路 .....                 | (206) |
| 二 把握行业发展方向, 引导其合理发展 .....    | (207) |
| 三 加大行业监管力度 .....             | (209) |
| 四 依托行业协会, 建立第三方监管机制 .....    | (211) |
| 五 通过确定连带责任, 提高第三方认证的风险 ..... | (214) |
| 六 优化认证行业市场结构 .....           | (220) |
| 七 建立认证行业的反馈机制 .....          | (222) |
| 第三节 研究不足与展望 .....            | (223) |
| 附录1 认证管理办法 .....             | (225) |
| 附录2 认证证书和认证标志管理办法 .....      | (237) |
| 附录3 强制性产品认证目录分类 .....        | (242) |
| 附录4 自愿性认证业务分类目录 .....        | (246) |
| 附录5 中国认证机构目录 .....           | (252) |
| 参考文献 .....                   | (255) |
| 后记 .....                     | (269) |

# 第一章

## 导 论

认证是解决消费者和企业间因信息不对称导致的逆向选择问题的一种重要机制。现阶段，中国认证市场所面临的突出问题是经过认证的产品频频被曝出与其真实质量不符，认证的产品达不到规定的认证标准，认证产业充斥着虚假认证现象。那么，如何识别虚假认证、如何剖析其内在机理以及如何通过有效措施治理认证市场的虚假认证现象将是本书需要探讨的议题。

### 第一节 选题背景与研究意义

#### 一 选题背景

认证是指由认证机构证明产品、服务、管理体系符合相关技术规范或者标准的合格评定活动。作为解决消费者和企业之间因信息不对称导致的逆向选择问题的一种重要机制（Glazer et al.，2008；Miller et al.，2005），认证的重要性已经得到普遍认可，一方面，认证可以从源头上规范生产流程、提高产品质量、确保产品安全，从而有利于保护消费者的健康和安安全；另一方面，认证可以规范市场秩序、加速商品流通、增强企业国际竞争力、促进国际贸易的发展，从而维护国家利益。认证的发展水平也相应成为衡量一国市场体系健全程度的重要标志，欧美等发达国家将认证视为国民经济运行所必需的“技术基础设施”和市场经济中的“高速公路”。需要指出的是，认证发挥作用的前提是认证机构对产品进行客观、公正、公平的评定，披露产品的真实质量信息。

中国的认证产业兴起于20世纪80年代中期，伴随着国际大环境和市场化改革的影响，中国的认证产业获得了飞速的发展，认证产业被视为一

个朝阳产业。越来越多的企业意识到认证对于拓展开国内外市场的重要性，它们把取得质量认证资格看作是赢得顾客青睐从而在激烈的市场竞争中生存和发展的一项重要手段，以达到增进企业管理水平、建设企业品牌、提高企业信用的目的。那么，企业必然会千方百计创造条件积极开展认证工作。

据初步估计，中国的认证产业至少有 5000 亿元的一次性市场和 200 亿元的年费市场。<sup>①</sup> 巨大的利益蛋糕使得很多国际认证机构都纷纷抢滩中国，国内各种规模的认证机构更是如雨后春笋般涌现。截至 2014 年 12 月 31 日，分布在全国各省、市、自治区的拥有自愿性产品认证业务资格的国内外认证机构已经达到 175 家，认可实验室 8172 个；认证产业规模也迅速扩大，获得认证机构颁发的现行有效认证证书达 123 万张，认证证书总量已经连续 11 年位居世界首位，直接从事认证工作的人数已达 10 万多人，各类获证企业及组织达 45 万多家。<sup>②</sup> 另外，还有数千家咨询和培训机构活跃在认证领域。可以说，认证已经深入到中国经济和社会发展的各个角落，在市场经济中发挥着重要作用。

然而，与这一现象形成鲜明对比的是，中国认证市场所面临的突出问题是经过认证的产品频频被曝出质量造假问题，认证产品与其真实质量不符，达不到规定的认证标准，如寿光白菜检测出违规使用农药化肥、重庆有机猪肉用普通猪肉代替，甚至连三鹿奶粉、双汇火腿、锦湖轮胎等中国驰名商标都先后出现严重的质量问题。认证市场充斥着虚假认证现象，据不完全统计，中国目前这种虚假认证问题的案例有上万个之多。具体来说，主要表现在以下两个方面。

一是认证机构降低认证质量。一方面，认证机构主动降低认证质量。在行业认证机构数量急剧增加的情形下，认证机构之间出现了激烈的市场竞争。为了追求经济利益、争夺客户资源，一些认证机构往往采取降低认证价格等不正当手段进行恶性竞争。然而，价格竞争必然导致认证机构节约成本、缩减开支，致使认证机构在现场检查时减少审核程度，降低审核标准，缩短检测工作量，甚至部分认证机构在审核过程、管理过程中虚构

<sup>①</sup> 刘宗德：《基于微观主体行为的认证有效性研究》，博士学位论文，华中农业大学，2007 年。

<sup>②</sup> 中国国家认证认可监督管理委员会，[www.cnca.gov.cn/#](http://www.cnca.gov.cn/#)。

认证工作，伪造相关文件和档案。还有一些认证机构为达到争夺客户资源的目的，主动向生产企业保证可以拿到认证证书。另一方面，认证机构被动降低认证质量。部分生产企业并非通过提高产品质量而获得认证标志，而是千方百计通过认证咨询机构的出谋划策，寻找容易俘获的认证机构合作，从而达到购买认证证书的目的。根据慧聪食品工业网的报道，通过正常认证程序获得绿色认证大概需要2万元左右，而只要生产企业缴纳4万元的认证费用，产品的绿色食品认证就能确保拿下，绿色食品认证制度正在演变为一手交钱一手拿证的生意。

二是认证机构资质造假，没有资质的认证机构发布大量虚假认证信息。一部分社会组织及协会虽然具备了相应的技术条件和检测设备，但在没有得到国家认监委的许可和授权下获得认证资质，而私自从事相关认证活动，这属于彻头彻尾的认证资质造假。2006年，随着佳洁士牙膏、两面针牙膏、乐天口香糖等涉嫌利用“牙防组”虚假宣传的事件曝光之后，全国“牙防组”召开新闻发布会时承认“牙防组”认证和国家认证认可监督管理委员会批准的法定认证不是一回事，“牙防组”的认证也不是权威认证。很多组织机构打着国字号的名头进行认证活动，实际上提供的认证并不具备强制力和可靠性，也并非国家有关部门授权的官方认证。类似的虚假认证事件还包括“数字电视高清认证”“绿色建材产品认证”“绿色建材市场认证”等。<sup>①</sup>

事实上，在中国有钱就能买认证已经不再是黑幕，而是最普通的常识。种种隐秘的潜规则，使本该是诚信砝码的各种认证体系，成为新的利益蛋糕。生产企业依靠花钱买认证来提高产品的售价，认证机构通过出售认证证书获取利润，由认证产业链衍生出的认证咨询、认证中介、认证代理等各类身份不明的认证服务机构则为这一畸形的认证牵线搭桥。总的来说，认证在减轻信息不对称的同时，自身也存在着严重的信息不对称，如果认证机构不能提供独立、公允的认证，其和生产企业存在着经济上的利益关系，那么，这种认证就会提供错误的市场信号，其不仅是无效的，而且还是有害的。

如果经过认证的产品是一个虚假认证的产物，认证市场充斥着虚假认

---

<sup>①</sup> 李响：《中国认证机构信誉缺失的低效率均衡及改进》，硕士学位论文，大连理工大学，2011年。

证行为，那么造成的社会危害可想而知：几十万人组成的庞大的认证产业，为数众多的企业进行过或正在申请认证，这其中产生的社会成本有多大？而这样的成本支出获得的产出仅仅是一些不可靠的认证产品，这样的认证不仅没有任何价值，还会造成极大的资源浪费和社会危害。一方面，虚假认证会加大消费者甄别产品质量的难度，消费者的购买决策会被误导，甚至被不合格的认证产品所伤害，给消费者带来巨大的经济损失和严重的身心伤害，使得消费者不再信任认证产品；另一方面，一旦产品质量问题曝光，企业的品牌价值会大打折扣，甚至面临破产倒闭的风险，使得整个社会的认证制度、信用体系都会受到严重的扭曲，最终造成政府公信力的下降。那么，通过有效措施治理认证机构的虚假认证问题就变得十分紧迫和必要。

## 二 研究意义

目前，认证产业作为一种新兴服务业还没有引起国内理论界的足够关注，对于中国认证产业内认证机构的各种认证乱象，为数不多的现有研究将其归结为市场准入门槛不高（王丽丽，2010）和政府监管的缺位（陈艳莹等，2012），却忽略了很重要的一点，即中国的认证产业并不像发达国家那样以自下而上的方式在市场演进的过程中自发生成，而是在加入世贸组织的压力下，依靠政府的力量自上而下建立起来的。

在这种政府主导的认证产业发展模式下，绝大部分认证标准都由政府制定，然后以授权的方式委托给取得资质的多家认证机构同时执行，这导致同一种认证证书有众多不同的认证机构在发放，或者说多家认证机构在共同生产某一认证信息，属于“单委托—多代理”的形式。由于商品上只显示统一的认证标志而没有说明是由哪家认证机构具体进行的认证，认证机构在产品市场上变成了“隐形人”，消费者无法直接识别每个认证机构的认证质量，这使得中国的认证产业实际上成为与“海南豇豆”“寿光白菜”等区域农产品类似的集体声誉行业。认证丑闻每一次曝光后，社会质疑的并不是出问题的具体认证机构而是相关认证标志的整体公信力，就是这种集体声誉效应的直接表现。

集体声誉所引发的“搭便车”动机很可能使中国的认证机构天然缺乏提高自身执业能力和进行诚实认证的激励，从而内生性地促使认证机构

进行虚假认证,并使得认证市场呈现低效率均衡的特征。近年来,中国政府不断加大对认证产业的监管与规制,但虚假认证的问题一直没有得到较好的解决,应该与现阶段中国认证产业面临的集体声誉特征存在直接的关系。那么,要想切实治理认证机构的虚假认证行为,必须针对认证行业的集体声誉特点进行机制和政策上的创新。

因此,本书以中国认证产业存在的特殊制度背景为出发点,引入集体声誉这一新视角,研究集体声誉下认证产业虚假认证的形成机理,并尝试从行业内部和政府两个方面设计机制治理虚假认证行为,以期提升中国认证产业的诚实认证水平。由于目前有关虚假认证的研究普遍忽略了认证标准的制定权和执行权相分离所导致的集体声誉问题,本书能够填补这方面研究的不足,为治理虚假认证行为提供新的思路,并有望在行业集体声誉成因的分析框架、集体内部惩罚和行业监管方面取得创新性的成果,具有一定的理论价值。

在实际应用价值方面,一方面,有效率的认证可以增强中国经济的国际竞争力。在近些年的国际贸易中,以认证为主要形式的技术壁垒是西方发达国家贸易保护的重要手段,中国企业的产品进入欧美等国境内必须通过其所要求的各种质量认证,否则贸易无法实现。如果中国企业的产品是依靠国内认证机构提供虚假认证从而获得的各种认证证书,那么,中国企业的产品必然无法通过欧美等国的检验标准。据不完全统计,中国每年遭受技术性贸易壁垒造成的损失高达三百多亿美元(于永娟,2012)。因此,通过治理行业的虚假认证,提高认证的有效性,能够促使中国按照世贸组织规则和国际惯例规范市场秩序,培育和壮大中国经济的国际竞争力,突破国外的技术贸易壁垒,保护民族工业、维护国家利益。

另一方面,虚假认证的治理可以刺激国内消费需求。近些年,产品质量问题频现使得消费者和企业之间存在严重的信任危机,国内消费市场一直得不到有效的改善,严重制约着现阶段中国内需的扩大,提高认证行业的效率无疑是解决这一问题的一个重要途径。本书提出的在集体声誉下治理虚假认证的政策建议能够为政府管理部门规范认证行业的发展提供新的政策思路,对通过完善认证机制以促进内需扩大,加速中国经济的增长方式向内需驱动转变具有重要的现实意义。



## 第二节 相关文献综述

### 一 认证行为的相关研究

自维斯库西 (Viscusi, 1978) 最先提出第三方认证可以有效解决消费者和企业之间因信息不对称导致的逆向选择问题后, 认证就成为理论界研究的一个热点。从产业组织的角度来看, 认证机构的市场行为直接影响着认证产业的市场绩效。虽然理论上认证机构是一个独立、公平、如实披露产品质量信息的第三方, 但在现实当中, 对利润的追求很可能会使认证机构的行为偏离上述原则, 认证机构出具的产品质量报告很可能会与真实情况不符。目前, 很多研究采用新产业组织理论的研究范式, 通过构建以博弈论为基础的微观经济模型, 来考察认证机构的各种认证策略, 主要涉及以下几类: 信息披露策略, 虚假认证行为, 虚假认证的形成以及虚假认证的治理等。

#### (一) 信息披露策略

这类研究强调, 认证机构虽然能够掌握申请认证的生产企业的质量信息, 但其并不一定会把全部信息都披露给买方, 在诚实认证的前提下, 认证机构会策略性地对所披露信息量的多少进行选择。利兹里 (Lizzeri, 1999) 在研究认证机构的信息披露行为时发现, 在不存在认证合谋的条件下, 市场中的认证机构的收益水平往往取决于其披露信息量的多少。如果认证机构进行诚实认证, 那么对于完全垄断的认证机构, 不披露任何有价值的信息能够使其获取最大的利润。随着机构数量的不断增加, 披露较多的信息能够使得认证机构获取更多的利益。一旦认证市场达到完全竞争状态, 认证机构将向市场披露产品质量的所有信息, 此时社会的福利实现最大化。

佩拉凯和克萨达 (Peyrache 和 Quesada, 2003) 扩展了利兹里 (1999) 关于认证机构策略性揭露的分析, 他们的模型中包括生产企业的声誉和差异化效应。格拉 (Guerra, 2001) 通过建立一个包括消费者、生产企业和认证机构的三方博弈模型对垄断认证机构进行研究时发现, 如果消费者在采纳认证机构披露的信息之前能够对生产企业的产品质量进行一个初步的判断, 那么垄断认证机构将会披露少量有价值的信息, 比如产品