

西部新农村建设中的 公共产品有效供给： 理论、实践与对策

The Effective Supply of Public Goods in
Western Rural Areas under the
Background of the Construction of
New Socialist Countryside:
Theories, Practice and the Countermeasures

叶文辉 著



经济科学出版社
Economic Science Press

西部新农村建设中的 公共产品有效供给： 理论、实践与对策

The Effective Supply of Public Goods in
Western Rural Areas under the
Background of the Construction of
New Socialist Countryside:
Theories, Practice and the Countermeasures

叶文辉 著



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

西部新农村建设中的公共产品有效供给：理论、实践
与对策 / 叶文辉著. —北京：经济科学出版社，2010. 8
ISBN 978 - 7 - 5058 - 9784 - 7

I. ①西… II. ①叶… III. ①农村 - 分配 (经济) -
供给制 - 研究 - 中国 IV. ①F323. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 155530 号

责任编辑：杨 楠
责任校对：韩 宇
版式设计：代小工
技术编辑：董永亨

**西部新农村建设中的公共产品
有效供给：理论、实践与对策**

叶文辉 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销
社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100142
总编部电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www esp. com. cn

电子邮件：esp@ esp. com cn

北京欣舒印务有限公司印刷

季峰装订厂装订

787 × 1092 16 开 14.5 印张 270000 字
2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷
ISBN 978 - 7 - 5058 - 9784 - 7 定价：28.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

序

随着我国经济的快速增长，民众生活已从生存阶段进入到发展阶段。伴随着对物质发展的追求到人的自身发展追求的提升，伴随着由私人产品向公共产品需求的升级，民众不断增长的物质精神需求与政府的公共服务和公共产品供给不足成为当今中国社会经济发展中突出的矛盾。公共产品的有效供给是政府的重要经济职能。

中国城乡的二元社会经济结构已导致农村公共产品的供给危机。随着中国经济发展方式的转变，以经济建设为中心的模式将向经济建设和社会建设并重转型。

农村公共产品有效供给是化解中国“三农”问题的关键。中共中央在2005年《关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》中提出的新农村建设，是一次建设城乡和谐发展的小康社会和化解农村公共产品供给困局的重大契机。当今农村公共产品的供给不足和制度缺陷制约了西部地区新农村建设，西部农村公共产品的有效供给具有重要的现实意义和战略意义。西部的新农村建设有西部大开发的有利条件。西部地区老、少、边、穷因素，以及生态保护、灾害频发，内部差异悬殊的地理地貌、经济社会发展水平，这些与其他地区迥异的特点是我们考虑提高西部农村公共产品供给水平时的重要着眼点。

叶文辉教授的著作《西部新农村建设中的公共产品有效供给：理论、实践与对策》，在对现代市场经济体制下的公共产品理论、公共产品偏好显示机制、地方公共产品有效供给理论进行梳理、评述及凝练的基础上，探讨我国的公共财政框架完善与政府职能转型；对农村公共产品供给制度变迁的脉络进行梳理，并结合当今新农村建设的背景，构建西部地区农村公共产品有效供给的对策体系，探讨契合的供给模式。我相信此书的出版不仅对公共经济学的理论工作者，而且对经济发展方式转变背景下的政府工作人员都会有较大的启迪。为此，我非常愿意向大家推荐本书。

杨光明

云南大学发展研究院教授 博士生导师

2010年5月16日

导 言

一、研究思路

随着中国经济的快速增长，民众生活已从生存阶段进入到发展阶段。伴随着对物质发展的追求到人的自身发展追求的提升，伴随着由私人产品向公共产品需求的升级，民众不断增长的物质精神需求与政府的公共服务和公共产品供给不足成为当今中国社会经济发展中突出的矛盾。作为与发达市场经济体制相协调的公共财政已成为中国财政体制变迁的目标追求，公共产品的有效供给是政府重要的经济职能。

对照上述理论要求和改革目标，中国政府的公共产品供给存在公共支出的职能错位、越位、效率低下问题。中国城乡的二元社会经济结构已导致农村公共产品的供给危机。

农村公共产品有效供给是化解中国“三农”问题的关键。中共中央在 2005 年《关于制定国民经济和社会发展第十一个五年规划的建议》中提出的新农村建设，是一次建设城乡和谐发展的小康社会和化解农村公共产品供给困局的重大契机。当今农村公共产品的供给不足和制度缺陷制约了西部地区新农村建设，西部农村公共产品的有效供给具有重要的现实意义和战略意义。

近二十年来，国内学术界从制度变迁、农民税费负担、现状分析、对策思路等方面围绕农村公共产品供给进行了大量的规范研究和实证分析。迄今为止的文献表明，农村公共产品供给制度的改革已取得了共识，但有些问题仍需进一步探讨：农村公共产品大多有较强的地方性，西部农村老少边穷的特殊因素决定了必须根据西部地区发展的差异和特殊性采取相应的对策和选择供给模式。因此，本书基于公共经济学视角，在对现代市场经济体制下的公共产品理论、公共产品偏好显示机制、地方公共产品有效供给理论进行系统整理、评述以及思想凝练的基础上，探讨中国的公共财政框架完善与政府职能转型；同时，对农村公共产品供给制度变迁的脉络进行梳理，并结合当今新农村建设和西部大开发背景，构建西部地区农村公共产品有效供给的对策体系，探讨契合的供给模式。

二、基本内容安排与观点

本书内容按照公共产品供给理论，中国公共财政定位与改革，中国农村公共产品供给实践与体制变迁，西部农村公共产品供给水平现状及比较，西部财政支农投入比较与宏观经济效应，西部新农村建设背景下公共产品供给模式的顺序展开，包括理论、实践（实证）、改革（对策）三部分内容。

本书在导言之后共安排九章。

第一章对西方公共产品理论进行概述。在对公共产品的定义、基本特征、市场供给的效率进行分析的基础上，对纯公共产品有效供给的局部均衡和一般均衡条件进行了论证，也对现实中更多出现的准公共产品（也称混合品）的有效供给进行了说明。从对公共产品的特征和市场供给的效率探讨中可以得出，作为能提高公众消费效用的产品，公共产品因其本身的特性导致市场供给的效率低下，成为重要的市场失灵现象，为政府和公共经济介入公共产品的供给提供了经济学依据。

第二章对公共产品需求的偏好显示与公共选择理论进行了分析和总结。探讨了揭示公共产品偏好的激励机制，在居民不采取“用脚投票”的前提下，民众通过投票表达对公共产品的偏好和支出价格。本章主要分析了多数票投票规则，介绍了中间投票定理，分析了官僚政府、利益集团在公共产品供给决策中的行为，通过对政治制度即公共选择达到公共产品供给的政治均衡的过程分析可以发现，在有效供给公共产品方面有市场失灵，通过政治选择供给公共产品也会有政府失灵。

在对公共产品的市场供给和政府供给两种方式进行比较分析的基础上，指出两种供给方式并行不悖，公共产品供给的市场失灵和政府失灵则是两种方式各自的机会成本，两种方式各自的缺陷则为另一方的存在提供了经济学依据。指出，公共产品供给的市场失灵是公共经济部门介入的重要条件但非充分条件，因为公共产品供给有市场失灵也有政府失灵，根据不同公共产品程度不一的公共性和私人性，公共产品的供给方式需要在市场和政府两种方式之间求得平衡。上述认识是探索公共产品多元化供给的理论依据，它可促使人们在探索各种公共产品提供和生产方式上解放思想，推动公共产品供给方式和体制的创新。

第三章论述了财政的地方分权理论和地方公共产品的有效供给。首先探讨中央政府与地方政府职能的合理分工，总结资源的配置职能即地方公共产品应由地方供给的理论观点，并对地方公共产品有效配置的蒂布特模型进行了评述，最后对为了实现地方公共产品的有效供给和实现政府财政目标进行的政府间收入转

移,进行了理论分析。

第四章在借鉴西方公共产品供给理论和公共财政的基本思想基础上,探讨了中国公共财政的特征和政府的公共产品供给改革思路。首先从新中国财政经济史的角度评述新中国财政体制变迁过程,分析了各时期财政体制变迁的内容、效率,并用公共财政理论总结了以往财政体制的制度性缺陷;其次分析了中国财政体制向公共财政目标发展的现实性和必然性,论述中国公共财政的重要特征,分析当今政府在公共产品供给的错位,探讨供给方式、体制上的创新及改革方向。

明确界定在市场经济体制下政府的经济职能就是为公众和企业提供公共产品。不同于以往文献多从中国的特殊性探讨公共财政的特征,这里更多从市场经济体制下政府供给公共产品的经济职能这一共性,总结中国公共财政应具有的主要特征。认为,中国各级政府的经济职能需要更多借鉴现代市场经济国家和地区经验来进行改造与转型。指出,中国共产党提出的“为人民服务”、“三个代表”以及“为民办实事”应用于财政实践中,就是公共财政意识和财政民主的体现。

提出了鼓励公共产品第三类方式供给的政策主张。公共产品市场供给失灵的一个主要的理由是“搭便车”现象的存在,但现实中不乏公共产品的自愿和私人供给,这一点为我们探讨一部分公共产品供给的非政府方式提供了经验参考,对利用各种社团提供公共产品将有所启迪。公共产品供给有多种方式,中国还缺乏民间团体、社团供给的有效形式,为了扩大公共产品供给,增加各种俱乐部产品供给,化解社会矛盾,政府可鼓励以民办方式供给某些公共产品,如鼓励民间社团、慈善组织举办公益事业。通过引入社会的力量,形成“市场—政府—社会”三层互动的公共产品供给模式。

第五章从中国乡村治理制度变迁的视角梳理农村公共产品供给制度变迁的脉络,探讨农村公共产品供给的着力点和对策。应用经济史、制度经济学的理论方法和成本—收益法,比较不同历史时期的乡村公共产品供给体制优势与劣势。结合对中国秦代以来的国家财政、乡村财政与社会运转的经济史梳理,顺着中国不同历史时期的乡村治理制度变迁的脉络分析农村公共产品供给体制的演变,进而探讨当今农村公共产品有效供给的着力点与对策。

结合对乡村社会治理制度变迁的分析,对中国农村公共产品供给制度进行比较,明确提出了统筹城乡社会经济发展必须统筹城乡公共产品供给以及农村公共产品供给体制的改革思路。更多立足经济角度,也兼及社会因素,探讨了不同供给体制产生的经济原因和社会因素。特别剖析了与家庭联产承包责任制相比,人民公社制度下公共产品供给体制的制度优势和缺陷,通过对改革前后的农民税费负担量的比较,否定了改革后农民负担高于改革前的看法,并解释了为什么在改革后而不是改革前农民负担问题得到关注的制度原因。强调并论证了农村问题特

别是公共产品供给体制要有根本性转变，必须统筹中国城乡社会公共产品供给。

第六章就新农村建设的实施和目标，探讨西部农村公共产品的有效供给。阐述了实施社会主义新农村建设的必要性与可行性，提出，公共产品有效供给是建设新农村的有力保障，农村公共产品供给不足已成为建设新农村的严重障碍，农村公共产品供给制度缺陷是导致农村政策悖论的根本原因。对有关农村建设运动的借鉴研究发现，新农村建设的紧迫性和必要性愈发强烈。中国总体上已经到了“以工促农、以城带乡”的发展阶段，中国的经济发展成就特别是财政实力为新农村建设提供了可能性、可行性。进而建立基于西部特殊性的西部农村公共产品供给对策体系。

第七章利用统计数据对近年来西部地区与其他地区在农村公共产品供给水平上的差距，以及西部地区各省份差距进行比较分析。基于西部各省份数据，对各地农村公共产品供给水平进行了比较评价。通过计量分析，对各地不同类别的农村公共产品供给水平进行评析，指导公共产品供给的具体实践与政策着力点。

第八章对近年来西部地区财政支农投入情况进行比较分析。从总量和结构方面重点分析了西部地区财政对农业的支持力度，并与中部、东部典型省份相比较，提出加大财政支农投入发展现代农业的对策与建议。采用计量方法对财政支农总量和各部分支出的宏观效应进行实证分析，提出财政支农结构调整的建议。

第九章基于大量调研和走访，通过案例分析，提出西部新农村建设中的公共产品供给模式。由于西部各地在总体经济水平、产业结构、地理条件、文化背景等方面都存在很大的差异，农村公共产品供给不可能按照统一的模式进行。在社会主义新农村建设和西部大开发的背景下，要根据各地区的不同情况，实施相配套的农村公共产品供给模式，这样才能发挥当地的优势，切实提高农村公共产品的供给水平。这些模式包括城乡统筹发展模式、产业带动发展模式、社会事业优先发展模式、市场机制诱导发展模式、劳务输出发展模式、全社会动员协作发展模式。

目 录

导 言	(1)
第一章 公共产品的特征与公共产品供给的均衡分析	(1)
第一节 公共产品的特征与分类	(1)
第二节 “搭便车”问题与公共产品供给	(5)
第三节 公共产品的最优供给	(11)
第二章 公共产品需求的偏好显示与公共选择	(23)
第一节 公共产品偏好的显示机制	(24)
第二节 公共选择研究的方法与投票者的行为分析	(26)
第三节 通过政治制度提供公共产品：多数票规则下的政治均衡	(29)
第四节 各种集团的决策与公共产品供给	(35)
第三章 地方公共产品的供给与财政分权理论	(41)
第一节 公共部门职能的合理分配	(41)
第二节 地方公共产品的有效供给	(43)
第三节 俱乐部理论与蒂布特模型	(49)
第四节 政府间收入转移理论	(52)
第四章 新中国财政体制变迁与政府的公共产品供给职能的定位	(59)
第一节 新中国成立以来的财政制度变迁	(59)
第二节 确立公共财政目标的现实性	(63)
第三节 中国公共财政的基本特征	(65)
第四节 中国政府公共产品供给职能的错位和调整	(69)
第五节 公共产品供给形式的多元化	(71)

第五章 中国农村公共产品供给体制的变迁和改革	(77)
第一节 中国乡村社会治理制度的历史演变	(78)
第二节 中国农村公共产品供给体制的变迁	(86)
第三节 农村公共产品有效供给的着力点与对策	(97)
第六章 新农村建设的实施与西部农村公共产品有效供给	(108)
第一节 社会主义新农村建设的必要性与可行性	(108)
第二节 建设社会主义新农村的有力保障：农村公共产品的有效供给	(116)
第三节 大开发和新农村建设背景下的西部农村公共产品供给	(119)
第七章 西部新农村建设中公共产品的供给现状	(130)
第一节 西部农村公共产品供给现状与对策	(130)
第二节 西部农村公共产品供给水平的综合评价	(159)
第八章 西部财政支农与农村公共产品供给	(167)
第一节 财政对农业总的支出情况比较	(168)
第二节 分阶段财政对农业支出各科目的比较与建议	(171)
第三节 财政支农的宏观效应分析：以云南为例	(184)
第九章 西部新农村建设中农村公共产品供给模式	(200)
第一节 各地新农村建设的经验、启示与存在的问题	(200)
第二节 农村公共产品有效供给模式选择	(204)
参考文献	(215)

第一章 公共产品的特征与公共产品供给的均衡分析

西方市场经济国家对社会经济加强了干预力度，导致政府的公共开支不断攀升。政府干预的重要理论基础之一就是市场在公共产品（public goods）供给上的失灵，进而可以这样说，政府和公共经济部门的存在意义就是为社会提供广泛的公共产品供给。因此，对公共产品供给理论的研究不仅能为人们加深市场经济下政府职能的理解，也能为正在完善市场经济体制的中国政府职能的准确定位和国营企业的改革提供重要启示。

公共产品理论是 20 世纪以来创立和发展起来的，已经形成较为完善的理论体系，成为公共经济学的重要理论基石。它涉及许多问题，包括公共产品的定义，社会中公共产品与私人产品的最佳配置或组合，一个完全竞争的市场能否满足公共产品供给的最优条件，在一个既有公共产品又有私人产品的社会中，经济取得一般均衡的必要条件与充分条件，等等。本章将对上述问题加以考察。

第一节 公共产品的特征与分类

一、公共产品的特征

公共产品一词最早由林达尔（Lin-dahl）在 1919 年提出。不过早期学者如休谟、斯密等，虽没提出这一用词，但针对事物公共性论述了公共产品问题。

公共产品是具有共同消费性质，用于满足社会公共需要的物品和服务，它是私人产品的对立物。相对于私人产品的特性来说，公共产品的特性有：

1. 效用的不可分割性

效用的不可分割性（Non-divisibility），是指公共产品是面向整个社会共同提供的，具有共同受益或联合消费的特点，其效用为整个社会的成员所共享，而不能将其分割为若干部分分别归属于个人或厂商享用。

2. 受益的非排他性

非排他性（Non-excludability）是指要将不为公共产品付费的个人或厂商排除在公共产品的受益范围之外，在技术上不可能或技术上可行但排他成本高昂到在经济上不可行。

3. 消费的非竞争性

非竞争性（Non-rivalness）是指个人或厂商对公共产品的消费并不排斥、妨碍其他人或厂商对它的享用，也不会因此减少其他人或厂商享用该公共产品的数量和质量。非竞争性包含两方面的含义：

第一，产品数量既定的前提下，因消费者增加对供给者带来的边际生产成本为零。

第二，拥挤成本为零。每个消费者的消费都不影响其他消费者的消费数量和质量，这种产品不但是共同消费的，也不存在消费中的拥挤现象。

因此可将公共产品定义为能以零的边际成本向所有社会成员提供同等数量的物品。

由上述的第二个和第三个特性，还可以派生出公共产品的另一特征，即消费的非拒绝性。任何人不可能拒绝享受公共产品的利益，即处于公共产品效应覆盖范围的消费者必然和自然地受到该产品的服务和影响，而不以其是否希望、愿意和需要这些消费和服务的意志为转移，或者说，拒绝享用公共产品是违法的，如居住在一国的公民都要接受国防保护，不可能把自己所得到的国防保护转让给他人。

在公共产品的两个基本特征即非竞争性和非排他性中，非竞争性是公共产品的基本属性，而且，非竞争性是由公共产品自身的因素决定的，而非排他性则是由外生因素决定的。此外，非竞争性的存在使得限制消费和使用成为一种不合意的行为。^①同时完全满足上述基本特性的物品称为纯公共产品，即指面向全体社会成员共同提供且在消费或使用上不具有竞争性、受益上不具有排他性的物品或服务；与此相对应的是纯私人产品，指那种只向为其付款的个人或厂商提供的，且在消费上具有竞争性，很容易将未付款者排除在受益范围外，并且其消费不会带来外部效应的物品或服务。可见，纯公共产品和纯私人产品都是极端抽象的经

^① 根据公共产品非竞争性的特点，即增加消费或使用的边际生产成本或拥挤成本为零，具有信息性质的知识都是公共产品，新技术和新发明大都具有很低的竞争性，特别是在当今社会大量出现的各种以知识产权形式存在的软件，这些软件都具有一经开发成功便可以很低的生产成本复制的特点，具有较强的非竞争性，对这些产品通过各种技术性或制度性的排他作为私人产品来提供，还是作为公共产品来供给，都会存在实现资源的帕累托效率配置与激励产品供给难以两全的境地。因此，现代社会在由工业社会向后工业社会转型的形势下，关于知识产权的保护与兼顾社会福利最大化的确是一个难题。

济学假设概念，在实践中难以找到完全同时满足非竞争性和非排他性两个条件的物品，就是作为最典型的公共产品例子的国防，它最终都具有竞争性，考虑到计划生育、限制移民等现象则还有排他性，具有完全的竞争性和排他性的纯私人产品虽然不少，但在二者之间存在着大量既有公共产品特性、又有私人产品特点的混合产品或广义的准公共产品（狭义的准公共产品是指具有利益外溢性特征的产品，如教育）。

公共产品作为正常物品，同私人产品一样要进入个人的消费效用函数或厂商的生产函数。个人的效用可看做是私人产品的消费量与公共产品消费量的函数。

有学者对公共产品定义进行了扩展，认为，基于非竞争性和非排他性这些本源属性的公共产品界定不能解释人类社会发所导致的某些“公共产品”与“私人产品”之间的相互转变。公共产品的性质更多地取决于政府的政策和人类的集体行为，故在区分产品的本源属性与社会所赋予的现实属性的基础上对公共产品的定义进行扩展，即“公共产品”是指那些具有非排他性的产品，或者说那些具有事实上消费公共性的产品。^①

二、公共产品的分类

根据公共产品的两个基本特性，可将社会产品划分为同时满足非竞争性和非排他性的纯公共产品、具有完全竞争性和排他性的纯私人产品，以及介于上述二者之间具有部分公共产品特性、部分私人产品特性的准公共产品等三大类。这样可将公共产品分为纯公共产品和准公共产品，但按上述界定，准公共产品范围较广，从指导实践的需要出发，我们把准公共产品的研究限定在具有较强利益外溢性的产品上。政府提供的更多的是这类产品，关于政府公共支出范围的争论也大多集中在这些产品上。按公共产品的使用领域，可分为消费型的公共产品和生产投入型的公共产品即公共生产要素（如公共信息性质的天气预报）；按公共产品的空间范围，可分为国际性公共产品、全国性公共产品、地方性公共产品、社区性公共产品；按公共产品提供者的身份，可划分为公有公共产品、私人生产的公共产品；按公共产品存在的形态，可将其分为物质性的公共产品、精神性或服务性的公共产品，如灯塔、路灯等以实物形态存在，而政府维护社会秩序的服务以劳务形式存在；根据消费者对公共产品消费数量的选择性，可分为选择性公共产品和非选择性公共产品，如广播、电视等属于选择性公共产品（optional public goods），因人们可以选择消费其不同数

^① 马恩涛：《公共产品识别：基于本源属性还是现实属性》，载于《财经科学》2009年第12期。

量，而国防则属于非选择性公共产品，因为所有公民都必须消费国家提供的所有防务；公共产品分类要立足其本质属性，它是以社会共同需要为出发点，体现社会一般利益共享，为维护和促进其所依附的社会经济制度的发展和完善的产品，由此，根据社会共同需要、利益共享和维护、促进社会经济制度发展和完善的程度不同，可以将公共产品分为维护性公共产品、经济性公共产品和社会性公共产品。^①

作为部分是公共产品、部分是私人产品的准公共产品（或称准私人产品）又可根据其特性分为拥挤的公共产品、可计价格的公共产品。拥挤的公共产品指那些在吸纳更多的消费者之后，人数过多或拥挤将降低现有消费者收益的公共产品，当达到拥挤点之后，吸纳一个额外消费者的边际成本不为零。可计价格的公共产品指那些其收益可以定价的产品，如私人俱乐部产品以及供给会导致利益外溢即具有正外部性的私人产品。而公共产品可以被看做外部性的特殊情形，即纯粹外部经济性的产品。增加一个消费者但没有成本加到其他人身上的公共产品，具有大量的利益外溢性。外部经济和公共产品源自共同使用特性，即受益的非排他性，它们之间的区别在于影响私人利益的程度，外部经济是个人或厂商行为的无意副产品，相比所产生的外部利益，私人利益对个人来说被推测是相当大，大到足以促使个人或厂商首先采取行动；而对公共产品来说，相比提供产品所花费的成本，任何个人得到的利益都是相当小，小到个人不会主动提供它。

根据各种产品受益的竞争程度或拥挤程度，可将政府提供的产品用布朗德尔（Blundell，1988）公式加以区分。

$$g_i = \frac{g}{N^\alpha} \quad (1.1)$$

式（1.1）中， g_i 为每个人消费的产品数量， g 为产品的供给总量， N 为人口规模， α 为拥挤系数， $0 \leq \alpha \leq 1$ 。如果 $\alpha = 0$ ，该产品为公共产品。此时 $g_i = g$ ，也就是说，每个人消费的是该物品的供给总量；如果 $\alpha = 1$ ，政府提供的是私人产品，产品效用可以分割，每个社会成员得到 $\frac{g}{N}$ 份额的效用；如果 $0 < \alpha < 1$ ，该物品是混合物品或准公共产品。

^① 杨静：《马克思主义视角下的西方公共产品理论批判性解读》，载于《教学与研究》2009年第8期。

第二节 “搭便车”问题与公共产品供给

一、“搭便车”问题的提出

如果一个商品是非竞争性的，那么增加另一个消费者的边际消费成本就是零，所以商品的有效利用就要求一个零价格。而零价格显然不能提供收入来补偿任何固定成本，所以这样的商品不可能由私人企业按效率产量来提供。

如果一个商品呈现非排他性特征，那么对消费者收费就是不可行的，私人企业就不能取得收入来补偿成本。如果一个商品既有非竞争性又有非排他性，那么消费者个人没有对该种商品表达真实偏好的激励，他们可以搭便车，即从其他人付费资助的那些商品中免费受益。如果人们可以消费某种物品而不一定为此付款，那么，就会千方百计“保持沉默”，期望其他人承担提供这种物品的成本，他们就可可在无个人成本的情况下享受这种物品，这就是“免费搭车者”的策略。所谓免费搭车者（free rider）就是试图享受公共产品的利益而不承担公共产品融资成本的人。如果每个人都采取免费搭车策略，这种策略显然会失败；如果每个人都想免费搭车，那么，就没有任何物品能被提供，任何人想免费搭车都是不可能的。倘若所有公民都采取免费搭车策略，那么国家预算也就没有了资金来源，也就没有了共同利益的存在基础。采取免费搭车策略的人总是假定其他人仍在承担公共产品提供的成本。这样，在所涉及的人数很多，而且在自愿支付制度的情况下，人们采取免费搭车策略就会使纯公共产品供给的均衡数量低于其效率数量；换言之，纯公共产品成本的自愿分担制将导致公共产品供给的数量不足。

由于“搭便车”问题的存在，便产生了一个典型的市场失灵的情形，即市场无能力使公共产品供给达到帕累托最优。既然在公共产品的消费过程中不存在一种类似于竞争市场中和谐的激励机制，从而就难以避免搭便车的问题，那么由政府集中计划生产并根据社会福利原则来分配公共产品就成为解决搭便车问题的一个重要选择。

二、“搭便车”问题的实际意义和公共产品的私人自愿供给

根据纯公共产品的定义，人们经常认为公共产品的私人供应会处于帕累托无效率状态；同时，因存在对公共产品的偏好正确显示问题，即免费搭车问题，公共产品市场是无法存在的。然而实际上，“我们周围有大量的公共物品，其数量

很可能比我们根据免费搭车倾向理论所预期的要多，……而且也有许多集团和个人不会隐藏他们对公共物品的偏好”。^① 根据经验来看，存在着许多公共产品由私人供应的例子，例如对饥荒的救济、私人资助的医学研究、私人赞助的电台等。换句话说，可以说由自愿捐资提供公共产品的情况甚至可以在相当大的群体中发生。随之而来的许多问题是，这是一种无效率的形式吗？现实生活中免费搭车问题有多重要？对这种可以观察到的行为，应当做出怎样的解释？

第一，私人供应是在缺乏个人价格（即林达尔价格）情况下，对公共供应某一产量时产生的无效结果进行纠正的一种手段。比如，如果公共产品的现有数量和收取的价格没有最大化个人效用，那么个人便通过自愿行为把公共产品的产出推到最大。

第二，诚实本身可能是一种社会规范，而不只是效用最大化的结果，“在这一领域，和在其他某些领域一样，经济理论倾向于认为，人们只有当诚实具有经济激励时才会这么做，……这个假定在其最极端的形式上几乎是不能成立的”。^② 在诚实为一种社会规范的社会里，人们不会期望虚假地表示偏好，除非不诚实带来的收益达到一种临界水平。当收益不确定时，人们也许会感到策略的选择太复杂或太消耗时间，从而倾向于讲真话：“既然我无法找到绕过这种体系的方法，我还是说出真情”。^③

第三，偏好显示可能不很重要的原因还在于，决策并不是由个人直接进行的，而一般是由选出的代表来进行的。

第四，利他主义也是对私人捐资供应公共产品的一种解释。如果个人关心他的福利，他们就有动机使其捐赠的资金达到超出其边际收益等于这样做时产生的边际成本那一点上。这一推理表明，个人很可能有着更强烈的动机去提供公共产品。应该看到，它却并不能说明最后结果是否符合帕累托效率，平等和效率是不可兼得的。利他主义概念迫使我们考虑问题时，不再局限于以自利为动机的行为。许多人都出于责任感而做出行动，这类似于道义这一思想。

第五，私人自愿供给公共产品的案例分析。灯塔经常被引为纯公共产品的一个例子。在灯光所及范围内的任何一艘船，都无法被排除在外，因此使免费搭车成为可能。所以谁会存在激励去独自供应灯塔服务？这时候市场肯定是失灵的吗？但是，实际上早期的灯塔并不是公共供应或投资的。相反，它们往往是由船

^{①②} Johansen, L. (1977), "The theory of public goods: misplaced emphasis?", *Journal of Public Economics*, 7, P. 148.

^③ Bohm, P. (1971), "an approach to the problem of estimating the demand for public goods", *Swedish Journal of Economics*, 73, P. 56.

主出于自愿而捐资兴建的。科斯就研究过实际发生的情况^①。1610 ~ 1675 年,“三一塔”(即英国灯塔当局)没有建造任何灯塔,而私人建起的灯塔当时已有 10 座。灯塔的主人可以向船主收费。这种收费是船货和该船经过灯塔次数的函数。19 世纪 20 年代处于使用中的 46 座灯塔,其中有 12 座最初是由私人建造和营运的。该怎么解释这种状况?可能存在这样的情况:一小部分人从公共产品中受益的量大大超出了他们的成本,因而即使其他人不愿支付任何成本,他们也准备承担全部成本。如果货物和船的价值足够大,船主就会愿意自己出资承担灯塔的费用。在这些例子中,你无法排除免费搭车者,可是这并不重要,该公共产品将由私人自愿供应。

三、小社会中公共产品供给的自发解

下面介绍关于合作提供公共产品的一个模型,此模型由林达尔在 1919 年提出,并由布坎南在 1968 年将其扩展。

两个试图使各自利益最大化的人,可通过协商联合提供公共产品使他们的集体利益达到最大化。让我们假定 I 和 J 两个人拥有的独立效用函数为:

$$U_I = (X, Y_I), U_J = (X, Y_J) \quad (1.2)$$

式 (1.2) 中, X 是公共产品, Y 是以货币代表获得的其他所有物品。 I 和 J 都把自身利益限于自己的消费,但每人都从额外提供的公共产品中得到效用。

假定这里的公共产品是对外防务,以保护这个两人社会免遭外部入侵。防务由能够微量购买其服务的“防御者”提供。但是,作为一种公共产品,一方所购买的任何水平防务对双方都有同等可获性,并不能撤出。然而,他们对防务的评价是不相同的。我们首先假定 I 和 J 之间的协商是无成本的,然后再放松这个假定。这两个人的需求在图 1.1 中分别为 D_I 和 D_J , 并且可以不变的边际成本 MC 获得防务,因而不存在生产者剩余。对公共产品的集体需求应垂直加总为 D_{I+J} (对这一问题将在下一节加以说明), 我们就能看到,独立行动的任何一方都不会购买帕累托有效率的防务量 (Q^*)。但是,正如我们进一步会看到的,两人能相互合作自愿购买帕累托有效率量,从而减少或消除对政府干预的需要。为了说明如何达到一种有效率的自愿解,假定严格从私利出发的 I 决定购买 Q_I 的数量 (这里回避了该问题的另一面,即一方或双方可能采取策略行动以让对

^① R. H. Coase, "The lighthouse in economics", *Journal of Law and Economy*, 17 (2) (1974), pp. 357 - 376.