

新制度经济学与品牌经济学分析范式的比较研究

刘 华 军

(山东大学经济学院, 山东 济南 250100)

[摘 要] 交易费用与选择成本是新制度经济学与品牌经济学分析范式的核心, 为了清楚地区别二者, 本文从分析的基本单位、分析范式的核心范畴、时代背景与理论背景、考察影响和制约人类行为的局限条件的视角、二者与资源配置的关系、理论的应用等七个方面对新制度经济学与品牌经济学进行了系统的比较研究。

[关键词] 新制度经济学; 品牌经济学; 交易费用; 选择成本; 范式; 比较研究

[中图分类号] F064.2

[文献标识码] A

[文章编号] 1000-971X(2007)05-0005-04

一、引言

20世纪60年代以来, 经济学最为引人瞩目的发展之一就是新制度经济学(New Institutional Economics)的出现和发展。到1975年, 归入新制度经济学麾下的各种研究已呈波澜壮阔之势, 此后十年更是以几何级数的速度在发展^[1]。新制度经济学的创始人科斯和主要代表人物诺思于1991年和1993年先后被授予诺贝尔经济学奖, 充分说明新制度经济学越来越受到人们的重视。交易费用(Transaction Cost)乃新制度经济学具有理论基础意义的最基本的范畴和分析工具。2005年以来, 由国内孙日瑶、刘华军等为代表的经济学者通过引入“选择成本”(Choice Cost)这个概念, 创立了以此概念为核心范畴和分析范式的新兴应用经济学——“品牌经济学”(Brand Economics)。可以说从品牌经济学诞生的那天起, 选择成本就成为了品牌经济学具有理论基础意义的最基本的范畴和分析工具。为了避免学术界对交易费用和选择成本两个范畴以及分别建立在此基础上的新制度经济学和品牌经济学分析范式的混淆, 本文从分析的基本单位、核心范畴、时代背景和理论背景、考察影响和制约人类行为的局限条件的不同视角、二者与资源配置的关系、理论的应用等七个方面对二者进行系统的比较和研究。

二、分析的基本单位: 交易与选择

交易(transaction)和选择(choice)分别是新制度

经济学和品牌经济学研究的基本分析单位。交易指的是交互影响的行动, 即经济社会中人与人之间的交互活动。把交易作为比较严格的经济学范畴建立起来并做了明确界定和分类的是旧制度经济学家康芒斯, 他认为交易是人类活动的基本单位, 是制度经济学的最小单位。“使法律、经济学和伦理学有相互关系的单位, 必须本身含有‘冲突、依存和秩序’这三项原则。这种单位是‘交易’。一次交易, 有它的参与者, 是制度经济学的最小的单位。”^[2]如果把交易作为经济分析的基本单位, 那么经济学就很难对“鲁宾逊·克鲁索”的行为做出解释, 因为在他没有和其他人有交互的活动, 只有在“星期五”这个“人”出现以后, 才会有人与人之间的“交互影响的行动,” 才会有交易。然而, 在鲁宾逊·克鲁索一个人的世界里, 尽管没有交易, 但是他的任何行为却都是选择行为。因此, 可以说人类的一切行为皆是选择行为, 这是经济学的共识。不管是经济社会中人与人之间的交互影响的行动, 即新制度经济学分析的基本单位“交易”, 还是鲁宾逊·克鲁索一个人的世界, 尽管他没有与任何人有“交易”(当然, 在“星期五”出现以后就有了), 但是鲁宾逊·克鲁索还是要“选择”, 选择“捕鱼”还是“打猎”等等, 因此人类的一切行为都是由选择所组成的。而经济学就是研究人类选择行为的科学, 是以推断人的选择行为来解释现象的科学。经济学里最重要的一门理论, 即价格理论(price theory)

[作者简介] 刘华军(1979—), 男, 山东广饶人, 山东大学经济学院博士生, 品牌经济研究中心成员, 研究方向: 品牌经济学。

也通常被称作“选择理论”(choice theory)。经济学家所说的选择是,人的欲望是无限的,但用于满足欲望的资源是有限的,所以要决定用什么资源、用多少资源去满足什么欲望。这就是资源配置问题,经济学的目标正是要实现资源配置的最优化。而品牌经济学分析的基本单位就是“选择”,更为确切地是“品牌选择”。交易有费用存在,即交易费用;选择有成本存在,即选择成本。此乃新制度经济学与品牌经济学分析范式的核心。

三、分析范式的核心范畴:交易费用与选择成本

交易费用概念是由科斯创立的。科斯在 1937 年发表的《企业的性质》一文,标志着交易费用范畴的创立和交易费用理论的初步形成^[3]。在该文中,科斯将交易费用解释为“利用价格机制的成本”。在 1960 年的《社会成本问题》中,科斯首次明确使用了交易费用概念,并且对交易费用的内容作了进一步的界定。他说:“为了进行市场交易,有必要发现谁希望进行交易,有必要告诉人们交易的愿望和方式,以及通过讨价还价的谈判缔结契约,督促契约条款的严格履行,等等,这些工作常常是花费成本的,而任何一定比率的成本都足以使许多无需成本的定价制度中可以进行的交易化为泡影。”^[4]在 1991 年接受诺贝尔经济学奖的演讲中,科斯进一步补充说:“谈判要进行,契约要签订,监督要实行,解决纠纷的安排要设立,等等。这些费用后来被称为交易费用。”^[5]具体到交易费用的内容,科斯在《企业的性质》一文中,认为交易费用至少包括三个方面:(1)发现相对价格的工作。进行市场交易并不是如正统的完全竞争理论所假定的那样:价格信息为既定的并为所有当事人所掌握。相反,价格是不确定的、未知的,要将其转化为已知,进行市场交易的当事人必须付出代价。(2)谈判和签约的费用。市场交易过程不一定是顺利的,因为交易人之间常会发生纠纷、冲突,这就需要讨价还价,签订和履行合约,甚至诉诸于法律。这些都要花费一定的费用。(3)其他方面的不利因素或成本。此外,对交易费用的内涵与外延的研究,还有张五常、威廉姆森、诺思等人,在此不再赘述。

选择成本概念由孙曰瑶、刘华军 2006 年发表的《经济永续增长的品牌经济模型》一文中首次提出^[6],在该文中,选择成本是作为假设条件而存在的。此后,孙曰瑶 2006 年在《自主创新的品牌经济学研究中》一文中,明确了交易费用的内涵^[7]。所谓选择成本就是通过交易费用,目标顾客获取一组品

牌信息之后,从中选择一个品牌所花费的成本。事实上,选择成本是通过详细考察人们的品牌选择行为而提出的,选择成本是的确存在的。比如当选购者在超市、商场、学校、证券市场、期货市场等市场中,通过花费一不定的交易费用,获取了一组品牌信息之后,即解决了信息不完全的问题,从中最终选择一个品牌,仍然需要发生一定的比较费用,这个比较费用就是目标顾客对品牌的选择成本。图 1 通过对消费者选择过程的描述,表明了其中的交易费用与选择成本。

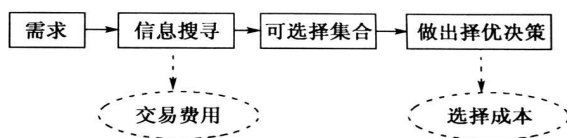


图 1 选择过程中的交易费用与选择成本

四、时代背景与理论背景

交易费用与选择成本分别作为新制度经济学与品牌经济学分析范式的核心范畴,他们的“发现”既有其时代背景,也有其理论背景,二者存在着区别与联系。

1. 时代背景。科斯 1937 年的《企业的性质》一文标志着新制度经济学及交易费用分析范式的产生,而科斯的这篇论文的产生是离不开当时的时代背景的,这个背景就是 20 世纪初至 30 年代发生在西方国家的两次企业合并浪潮和苏联十月社会主义革命后计划经济体制的实践。在《企业的性质》一文中,科斯谈到了他为什么要研究企业的性质这个问题。他是从对这样两个问题的思考开始的:一是既然传统经济学讲市场是配置资源的最好机制,为什么还会出现企业和企业的合并?他的结论是:企业和企业合并可以节约交易费用。二是企业合并可以节约交易费用,那么为什么还会有市场交易呢?为什么不在一个大企业内进行所有的生产活动呢?科斯的结论是:企业规模的扩大会增加管理费用,所以企业的规模决定于它代替市场节约的交易费用和由此引起的管理费用在边际上的相等。科斯由此成功地用交易费用解释了企业的性质。

选择成本提出的时代背景则是发生在 20 世纪 90 年代以后的选择的“爆炸式”增长和人们面对这种增长进行选择时的困难。20 世纪 90 年代以来,由于科技的巨大进步和生产力的迅速提高,生产由短缺进入到过剩或相对过剩阶段,此时可供人们的选择也产生了巨大膨胀,人们在选择时逐渐变得“不堪重负”。正如施瓦茨在《别无选择》的序言中指出,

当人们别无选择时,生活近乎无法忍受。当选择的机会不断提升时,随之而来的自主支配和自由的权利却积极而强有力地影响我们的生活,并成为我们的消费文化。然而,随着选择范围持续地增加,负面因素也逐渐浮现,致使我们不堪重负。这时选择不但没给人更大自由,反倒削弱了人们自由的权利,甚至可以说是自由的残暴^[8]。选择的“爆炸式”增长使我们处于一个品牌时代,当人们按照品牌进行选择时,“不堪重负”的姿态不见了,品牌成为了品牌时代人们选择商品和服务的一个简单的工具和手段。品牌节约了消费者在选择过程中的选择成本,使选择变得顺畅了,选择过程中的“摩擦”和“阻力”变小了。

2. 理论背景。

交易费用与选择成本提出的理论背景有相似之处,即都是对新古典经济学的反思。不同之处在于二者是从不同角度、不同视角入手对新古典经济学的反思。

新古典经济学以完全竞争的市场经济为现实背景,价格理论是其理论核心。在它看来,价格机制是如此完美,它将社会结成高效运行的有机体。在这个有机体中,任何混乱都不会出现,或者更准确地说,混乱一旦出现,价格机制通过市场可以自动、迅速、无成本地把混乱状态调整到应有的秩序。以“消费者选择理论”为例,消费者选择理论刻画的是消费者在局限条件下的效用最大化这一原则,用数学形式表达为:

$$\text{Max}U(x, y) \quad (1)$$

$$\text{s. t. } P_x \cdot x + P_y \cdot y \leq m \quad (2)$$

新古典经济学并未考察选择过程中的成本的原因有两个,其一是其理论建立的假设,是完全信息假设,换言之,在新古典经济学那里,所有价格信息都是完备的,消费者都是知道的,因此价格机制才是那么的完美,协调和指挥着消费者的选择;其二是消费者完全理性假设,即传统经济理论认为消费者完全有能力求解最大化效用,求解的过程无任何困难和成本。也就是说,传统的经济理论建立的基础就是“利用价格机制无摩擦、无成本”,“消费者在求解效用最大化的过程中无成本”。然而现实却不是如此,科斯指出“发现相关价格的工作”是有成本的,也就是消费者在获取(2)式中的价格信息过程中是有成本的,也就是交易费用。其次在(1)式即消费者获取了价格信息之后的求解效用最大化过程中也是需要计算、权衡、比较等等工作的,这些工作是要花费

时间的,这个时间就是选择成本。

五、人类选择行为的局限条件:不同视角的考察

经济学中经济体系运行的最根本原则是:局限条件下的利益最大化或成本最小化。此处的“局限条件”指的是“影响和制约人类行为选择行为的局限条件”,“局限条件”意义重大,因为经济学上的任何创新无不是对局限条件的调查和处理。如斯密在《国富论》中把影响和制约人类行为的局限条件归结为价格,从价格角度看待一切局限条件。将经济学的基础理论总结为一条向右下方倾斜的需求曲线和一条向右上方倾斜的供给曲线,即供求分析架构,是马歇尔对经济学的最大贡献,这是大家共识,原因在于供求分析全面总结了人类行为的局限条件。从需求曲线看,局限条件是价格,从供给曲线看,局限条件是成本。供求分析在高人的掌握之下,之所以乾坤无限,威力无穷,乃是因为高手对局限条件的处理高人一等^[9]。新制度经济学就是从交易费用角度看待影响和制约人类行为的局限条件的,人们追求“在收益一定条件下的交易费用最小化”;品牌经济学则是从选择成本角度看待影响和制约人类行为的局限条件的,人们追求的则是“利益一定条件下的选择成本最小化”。二者是对人类选择行为的局限条件从不同视角的考察。但二者都是价格理论的应用与拓展,只不过是扩大了局限条件的范围。

六、基本定理:对资源配置的影响

交易费用这个概念从“诞生”的那天起就与“制度”紧密地联系在一起。其中最重要的制度是产权制度安排。交易费用或制度的重要性在于交易费用或制度对资源配置效率的影响,这就是科斯定理所阐述的内容。科斯第一定理为:在交易费用为零的条件下,产权制度安排会对资源配置产生影响。而科斯第二定理则提出了解释不同产权制度安排对资源配置效率与产权制度安排无关;科斯第二定理为:当存在正的交易费用的条件下,产权制度安排对资源配置效率影响的标准,即交易费用的大小或高低,换言之,一种交易费用低的产权制度安排会促进资源配置效率的提高,而一种交易费用高的产权制度安排会阻碍资源配置效率的提高。正是在科斯第二定理的基础上,诺思提出了“制度变迁理论”,简言之,产权越明确,交易费用就越低,资源配置效率越高,从而促进经济增长。

选择成本则是与“品牌信用度”、“品牌品类度”紧密联系在一起。品牌的功能就是降低消费者在品牌选择过程中的选择成本。与科斯定理类似地,

在选择成本为零的条件下(自然状态),品牌与资源配置无关,这可以称为“品牌经济学第一定理”。然而事实上,选择成本为零的情况是不存在的,现实中,选择成本是大于零的。在选择成本为正的条件下,品牌是重要的,品牌信用度的高低影响了资源配置。在品牌信用度较高的条件下,选择成本较低,则选择效率较高,可以促进资源配置;反之则阻碍资源配置。^{[10][11][12]}此可以称为“品牌经济学第二定理”。

七、理论应用

对于交易费用理论的应用,正如科斯本人所说:针对存在交易费用,或许最重要的应用就是出现了企业。^[13]此外,20世纪70年代以来,一些学者致力于将已有的交易费用理论和产权理论应用于企业制度的研究,分析企业的目标和行为,由此形成了以张五常为代表的企业性质理论和以阿尔钦和德姆塞茨为代表的企业产权结构理论。有些学者则将交易费用理论和产权理论应用于经济史研究,分析近代社会制度的变迁,由此形成了以诺思为代表的制度变迁理论。近十几年来,有些学者还将交易费用理论和产权理论应用于人力资本问题研究,由此形成了人力资本产权理论。

对于以选择成本为分析范式的品牌经济学来说,由于其刚刚起步,因此该理论还处于建立基础框架阶段。不过刘华军2006年的一系列文章已经将品牌经济学应用到金融工程学中的不确定性研究^[14]、经济增长研究^[12]、企业动态增长研究^[15]、供应链问题研究等等,实际上,在品牌时代,品牌经济学的“选择成本分析范式”可以广泛地应用到国际贸易、金融工程、区域经济、政治经济学及一切非经济领域。

八、小结

本文从分析的基本单位、核心范畴、时代背景和理论背景、考察影响和制约人类行为的局限条件的不同视角、二者与资源配置的关系、理论的应用等七个方面对新制度经济学和品牌经济学分析范式进行了系统的比较研究,以避免学术界对交易费用和选择成本两个范畴以及分别建立在此基础上的新制度经济学和品牌经济学的分析范式的混淆。

参考文献:

- [1] 威廉姆森. 资本主义经济制度[M]. 北京: 商务印书馆, 2002.
- [2] 康芒斯. 制度经济学[M]. 北京: 商务印书馆, 1962.

- [3] 科斯. 企业的性质[A]. 现代制度经济学(上卷)[M]. 北京: 北京大学出版社, 2003.
- [4] 科斯. 社会成本问题[A]. 则 产权利与制度变迁[M]. 上海: 上海三联书店, 1994.
- [5] 科斯. 生产的制度结构[A]. 论生产的制度结构[M]. 上海: 上海三联书店, 1994.
- [6] 孙曰瑶, 刘华军. 经济永续增长的品牌经济模型[J]. 福建论坛(人文社会科学版), 2006, (02)
- [7] 孙曰瑶. 自主创新的品牌经济学研究[J]. 中国工业经济, 2006, (04).
- [8] 巴里·施瓦茨. 无从选择[M]. 北京: 中国商务出版社, 2005.
- [9] 向松祚, 张五常. 经济学[M]. 北京: 朝华出版社, 2005.
- [10] 刘华军. 品牌的经济学分析: 一个比较静态模型[J]. 财经科学, 2006, (08).
- [11] 刘华军. 品牌经济学的理论基础: 引入品牌的需求曲线及其经济学分析[J]. 财经研究, 2007, (01).
- [12] 刘华军. 现代经济增长的 综合分析框架: 分工- 制度- 品牌模型[J]. 财贸研究, 2006, (04).
- [13] 科斯. 科斯的评论[A]. 经济解释[M]. 北京: 商务印书馆, 2000.
- [14] 刘华军. 不确定性、品牌与确定性[J]. 云南财贸学院学报(社会科学版), 2006, (03).
- [15] 刘华军. 企业增长的动态理论: 品牌模型和应用[J]. 当代财经, 2006, (09).
- [16] 刘华军. 基于品牌拉力的供应链博弈分析[J]. 广西财经学院学报, 2006, (06).

