

# 中国企业交易成本过高分析 及解决之道

夏正荣

**摘 要：**交易成本过高是中国企业面临的巨大挑战，努力降低交易成本是中国企业必须解决的问题。本文从实证研究和原因分析两个方面论证了中国企业交易成本过高这一事实。从微观层面来说，诚信缺失是造成中国企业交易成本过高的主要原因，而诸如战略联盟、产业集群、供应链整合等可以扩大企业边界的中间组织是降低中国企业交易成本过高的主要形式，因为这些中间组织的共同特征是，通过企业间的多种形式的合作，可以减少交易的不确定性和机会主义行为，从而降低交易成本。

**关键词：**交易成本过高；诚信缺失；中间组织；合作

**中图分类号：**F27 **文献标识码：**A **文章编号：**1006-1894(2006)03-0028-04

## 一、交易成本过高是中国企业面临的巨大挑战

很长时间以来，中国一向将劳动力成本低当做竞争世界市场的有力武器。我国企业主要是依靠在资源竞争上的绝对优势和比较优势，即以国内大量廉价的劳动力、土地和资金等初级资源优势，生产具有价格竞争力的产品参与国际竞争。另外一方面，中国社会和中国经济都处于转型期，转型期造成的固有矛盾，包括制度不完善，政府管理经济的方式带有较多的计划经济残余，地方保护主义盛行、行业协会的准官方性质、现代企业制度尚未完全建立、腐败和社会存在普遍的诚信缺失现象等等，这一切又造成中国企业交易成本比较高。这是中国企业最大的劣势。随着经济全球化趋势的进一步发展和中国改革开放的进一步深入，越来越多的跨国公司进入了中国。这些跨国公司除了原有的资金雄厚、技术领先、管理先进等优势之外，又通过使用中国的生产要素和中国企业一样拥有低成本的优势，加之跨国公司在中国享有的某些超国民待遇使其交易成本可以低于中国企业。因此，中国企业不仅在国际市场上早已面对国际水平的竞争，在国内市场上也面对着国际水平的竞争，而且是更残酷的竞争。

为了赢得竞争以及生存和发展的权利，中国企业必须在保持低生产成本优势的同时，要千方百计地降低交易成本。这是中国企业面临的巨大挑战。

## 二、中国企业交易成本过高的实证研究和原因分析

**1. 中国企业的交易成本对利润影响的实证研究** 尽管从理论或者知觉上,我们可以轻易地认定,中国企业的生产成本较低而交易成本过高,但是我们遍寻相关的文献,都无法找到确凿的证据来证明这一看似简单的判定。即使是在主流的交易成本经济学或者新制度经济学的论述当中,我们也很少看到对交易成本的实证研究或者统计研究。

我们试图通过梳理中国企业的相关数据,了解交易成本的高低对企业利润有何影响。

为考察中国企业的交易成本的具体情况,我们以部分代表性的行业的几个主要影响利润率和费用的数据做为考察对象,主要包括产品销售收入、管理费用、销售费用、财务费用、利润总额。同时为了增加各个行业之间的可比性,我们又计算出了各个行业的相对费用比率,即为管理费用、销售费用、财务费用、利润总额与销售收入的比率,就是管理费用率、销售费用率、财务费用率、利润率。主要研究这3个费用比率对于利润率的关系和影响。而代表性的行业包括相关的上游行业、中游行业及其下游的消费品行业。主要是煤炭开采和洗选业、石油和天然气开采业、纺织业、通信设备、计算机及其他电子设备制造业、仪器仪表及文化、办公用机械制造业、通用设备制造业、造纸及纸制品业、食品制造业、医药制造业。

我们采集了从2004年2月到2005年3月的13组有效数据作为考察对象。

|        | 管理费用比率    | 销售费用比率    | 财务费用比率    | 销售利润率     |
|--------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 05-Mar | 0.0625705 | 0.0420268 | 0.0132225 | 0.1067269 |
| 05-Feb | 0.063531  | 0.0433527 | 0.0135162 | 0.1024255 |
| 04-Dec | 0.0616383 | 0.0439623 | 0.0132467 | 0.0957794 |
| 04-Nov | 0.0605504 | 0.0439013 | 0.0134005 | 0.0981232 |
| 04-Oct | 0.0609343 | 0.0440866 | 0.013519  | 0.0966623 |
| 04-Sep | 0.0612026 | 0.0443875 | 0.0134891 | 0.0960416 |
| 04-Aug | 0.0616652 | 0.044522  | 0.0137058 | 0.0952893 |
| 04-Jul | 0.0620103 | 0.0447036 | 0.0137857 | 0.0945216 |
| 04-Jun | 0.0622102 | 0.0447659 | 0.0139485 | 0.0943538 |
| 04-May | 0.061622  | 0.0452118 | 0.0145573 | 0.0941243 |
| 04-Apr | 0.0623675 | 0.0453611 | 0.0148674 | 0.0930805 |
| 04-Mar | 0.0642299 | 0.0463973 | 0.0154772 | 0.091839  |
| 04-Feb | 0.0662899 | 0.047085  | 0.0155576 | 0.0945997 |

资料来源:中国经济信息网,作者整理

从上表中我们可以看出,管理费用大概占销售收入的6%以上,销售费用占4.4%左右,财务费用大概只有1.3%左右,销售利润率10%左右。从总量而言,管理费用在3项费用中最大,销售费用其次,财务费用最小。

我们经过仔细分析发现,其实在这3项费用中间与销售利润率影响最大的是销售费用。销售费用是指企业在销售商品过程中发生的费用,是企业交易成本的主要部分。经过计算我们得到以下的相关系数:

销售费用率与利润率的相关系数为-0.7944,管理费用率与利润率的相关系数

为-0.0824, 财务费用率与利润率的相关系数为-0.5953。

以上的数据说明, 尽管销售费用占销售收入的比重不大, 但是销售费用率和销售利润率呈现最明显的负相关关系。这表明, 企业的交易成本对企业利润有最明显、最直接的影响。必须指出的是, 上述的实证研究我们仅证明了销售费用率对利润率有显著性的影响, 从而证明了交易成本对利润有明显的影响, 但并未用来证明中国企业的销售费用率即交易费用率仅为4.4%左右, 因为众所周知的是, 中国企业的许多管理费用开支, 如企业负责人的开支费用等, 实际上都是隐含的交易费用。

**2. 中国企业交易成本过高的比较分析** 为了证明中国企业交易成本过高, 我们以中美两国的医药分销业为例对两者的交易成本进行比较分析。中国目前约有17 000家医药商业单位, 数量有余而实力不足。而在美国只有3家左右的大型医药批发公司负责全国的药品批发。美国医药批发企业的利润率较低, 为1.55%, 但由于其规模较大, 总体仍可保持赢利。而中国医药商业企业缺乏规模效应, 行业集中度大幅度低于美国, 费用率偏高, 其毛利率平均为12.69%, 费用率平均为12%, 纯利率则只有0.7%左右, 不到美国的一半。

中国企业成本费用率指标的费用主要部分就是交易成本, 包括销售成本, 公关成本, 接待费用等名目繁多的各项费用。中美医药分销业的比较分析仅是一种实证, 如果我们对中国企业交易成本过高的原因作出分析, 就会发现, 中国企业交易成本过高是一个普遍和必然的现象。

**3. 中国企业交易成本过高的原因分析** 造成中国企业交易成本过高的原因很多, 包括制度不完善, 政府管理经济的方式带有较多的计划经济残余, 地方保护主义盛行、行业协会的准官方性质、现代企业制度尚未完全建立等等。从微观层面说, 企业诚信缺失是造成中国企业交易成本过高的主要原因。

中国企业诚信缺失的现象非常普遍, 典型例子俯拾皆是, 从早期的银广厦事件到2004年的中航油新加坡公司事件, 一系列上市公司造假事件触目惊心。中国社会科学院民营经济研究中心主任刘迎秋教授在其主持的《中国民营企业竞争力报告 No. 1》(民营企业蓝皮书)<sup>①</sup>中披露, 近年来民营企业的诚信问题已经从制假售假“升级”到随意编造经营业绩、制造良好的企业数据、上市圈钱、操纵基金、欺骗投资者等手段。在“诚信成本”不高的情况下, 民营企业的成长带有很强的机会色彩, 靠一项优惠的政策或者打政策的“擦边球”和玩政策方面的“猫捉老鼠”游戏就能产生一个民营企业, 而且确实存在个别民营企业家的“原始积累”就是通过一些不诚信的手段完成的。

### 三、诚信缺失提高了市场交易的成本

根据新制度经济学和信息经济学的理论解释, 交易成本是客观存在的, 因为专业化分工和信息的不完全、不对称造成的市场交易的不确定性和机会主义行为是客观存在的。然而在一个诚信缺失的市场环境里, 交易成本会显著提高。

比如, 假定市场上有a、b两个专业生产者, 分别生产x、y两种产品。x产品的专业化经济不显著(如提供早点), 内行知道的信息并不比外行知道的多多少。而生产y产品的专业是专业化显著的专业(如生产电视机), 在内行不提供真实信息的情况下, 外行是很难知道关于y产品生产的真实情况的, 即就y产品的生产而言, a、b之间存在着很强的信息

不对称。b专业生产者生产的y产品的产量有两种可能:1和2,它们出现的概率均为1/2。当产量为1时,b拥有更有利的贸易条件,y产品的价格也高。当产量为2时,b的贸易条件恶化,相对y产品的要价也低。在通常情况下,a专业生产者会认为b专业生产者有说谎的可能性,即当真实产量为2时,b会为获得有利的贸易条件和较高的价格做此选择,所以a会根据这种可能性和y产品产量的概率预期( $3/2$ )作出决策。反之,在诚信缺失的市场环境里,a会认为b有说谎的必然性,所以a或者放弃交易,造成对双方有利的分工不能实现,整个社会的交易成本随之提高;或者会投入更多的时间、精力和费用去了解b的真实产量,造成a的交易成本大幅提高。

#### 四、中间组织是降低交易成本的重要途径

**1. 中间组织降低交易成本的路径** 根据交易成本理论,一系列中间组织形态,因其不涉及组织的扩张,却又实实在在地扩大了企业内部环境与外部环境的分界线,而实现了既可避免组织过于庞大,又可通过分享信息、技术和市场获得外部资源,并克服市场交易不确定性和机会主义行为的目的。中间组织建立的企业间的合作机制使企业获得了一种成本最低的制度安排。这一新的制度安排,是中间组织活力与创新精神的源泉,也是与中间组织之外力量相抗衡的基础。与此同时,中间组织在合作安排上的灵活性,对变化莫测的经济环境的良好的适应能力,也使企业能够形成灵活的经营机制并与迅速发展技术和市场保持同步。此外,由于中间组织不涉及反垄断法对企业规模膨胀的制约,还可以避免反垄断制裁。可以说,中间组织是一种兼有企业内部组织和外部市场的有利因素而避免了两弊端组织形式。

**2. 合作是最大的竞争力** 扩大企业边界的中间组织形式很多,主要有战略联盟、产业集群和供应链整合。无论是“市场组织化”还是“组织市场化”,这些中间组织的共同特征都是,通过企业间的信息、技术、管理、营销等多方面的合作,实现了有效沟通和互信,减少了交易的不确定性和机会主义行为,从而降低了交易成本。

因此,在诚信缺失的市场环境里,面对国外企业的激烈竞争,中国企业必须通过创建多种形式的中间组织,强化合作多赢的理念,去争取生存和发展的权利。合作是最大的竞争力。

(作者单位:上海对外贸易学院)

注释:

① 民营企业竞争力四忧.中国经济时报.2005-03-24.

参考文献:

- [1] 威廉姆森.治理机制[M].北京:中国社会科学出版社,2001.
- [2] 卡尔顿,佩罗夫.现代产业组织[M].上海:上海三联书店,上海人民出版社,1998.23—32,730—741.
- [3] 麦克贝思,弗格森.开发供应商伙伴关系[M].上海:上海远东出版社,2000.110—123.
- [4] 迪屈奇.交易成本经济学——关于公司的新的经济意义[M].北京:经济科学出版社,1999.29—64.
- [5] Rosenfelds.(1996), Business Cluster Works: Prospects for Regional Development. Regional, Technology Strategies Inc, Chapel Hill, NC.
- [6] [德]阿尔弗雷德·韦伯.工业区位论[M].李刚剑等译,北京:商务印书馆,1997.
- [7] [美]迈克尔·波特等.未来的战略[M].徐振等译,成都:四川人民出版社,2000.
- [8] 赖辉荣,苏雪萍.信用缺失的成因及治理对策[J].湖北社会科学,2002,(5).
- [9] 李杨,薛凯.遭遇尴尬:首家信用体系建设为何冷场[J].半月谈,2002,(10).