

【社会纵横】

民族地区城乡商品市场集群发展研究

张海燕

(吉首大学 商学院, 湖南 吉首 416000)

摘要: 民族地区城乡商品市场集群发展具有降低交易费用、促进城乡商品市场一体化、带动相关产业集群发展、实现区域经济协同发展、消除城乡“二元经济结构”的重要意义。但在民族地区城乡商品市场集群建设中,存在着城乡交易效率和消费差异巨大,缺乏有效规划和规范管理以及市场集群和产业集群联动效应不明显等问题。在此基础上,本文提出了加强政府指导、大力发展流通及相关行业、加强区域合作、实施商品市场集群利益相关者共同治理的建议。

关键词: 民族地区; 城乡商品市场集群; 交易成本; 二元结构

中图分类号: F304.3

文献标识码: A

文章编号: 1006-2815(2010)01-0074-05

Study on the Development of Urban and Rural Commodity Market Cluster in Ethnic Area

ZHANG Hai-yan

(Business School of Jishou University Jishou 416000 China)

Abstract: The development of urban and rural commodity market cluster in ethnic area has the significances of lowering transaction costs promoting the integration of urban and rural commodity market driving the development of related industry cluster achieving the coordinated development of regional economic and eliminating “dual economic structure” of urban and rural areas. However in the process of building urban and rural commodity market cluster in ethnic area there are some problems such as the great differences existing between transaction efficiency and consumption of urban and rural areas the lack of effective planning and regulation the shortage of linkage effects between market cluster and industry cluster and so on. On this basis this paper put some related recommendations such as strengthening the government guidance developing the circulation and the related industries strengthening regional cooperation and implementing the governance of stakeholders of commodity market cluster.

Key words: ethnic area urban and rural commodity market cluster transaction costs dual structure

专业市场的发展促进了市场群落的涌现。在我国,一些经济发达的东部沿海地区,若干个相互区别又相互联系的专业市场在一个较小的地理空间内聚集,便形成了市场群落。市场群落从规模经济和范围经济的角度,将专业市场上出现的那种空间上分布趋于集中,经营范围不断分化,单位经营规模扩张的现象,称为“市场集群”。目前鲜有对民族地区商品市场集群的论述。因此,研究商品市场集群对民族地区城乡

经济的发展与和谐社会的构建有重要的理论与现实意义。

一、民族地区城乡商品市场集群建设的意义

1 民族地区城乡商品市场集群的建设有利于降低交易费用,促进城乡商品市场一体化进程和民族地区商品贸易发展。科斯(1937)认为,交易费用是经济运行系统的“摩擦力”,交易费用不可消除,只能尽量降低,而经济运行中应运

收稿日期: 2009-08-13

基金项目: 国家社科基金(06BJY093) 2009年湖南省教育厅重点科研基金项目(09A076)

作者简介: 张海燕(1970-),女,甘肃兰州人,教授。研究方向:农产品市场。

而生的经济组织就是抑制、减少交易费用的产物。商业集群作为商品贸易中特殊的组织形式,兼具市场的优势,能有效降低交易费用。如商品市场集群中,大量商品销售商聚集在一个较为集中的地理区域内,消费者可以花费较少的时间搜寻自己所需商品的信息,降低了消费者的搜寻成本。同时,集群巨大的品牌效应和健全的规章制度,有利于吸引大量的消费者,增加交易发生的频率,减少交易过程中的摩擦,从而大大降低交易费用。即使交易中发生了摩擦,只要集群内能提供良好的机制,及时解决问题,交易费用同样也可以降低。此外,由于商品集群内商户共用基础设施,共享进货渠道,一方面可以实现外部规模经济效应,降低商户的经营成本;另一方面,有利于集群内部公共产权的界定,降低交易的条件费用。总之,降低商品交易费用是商品市场集群的共性,民族地区城乡商品市场集群建设也同样具有这一作用。

民族地区城乡商品市场集群建设,通过集聚数量众多的商业企业,强化集群的品牌效应,有利于吸引大量的市场主体参与市场交易,提高市场集群内交易频率、交易量,降低商品交易的平均成本。而商品交易成本的降低是交易效率提高的显著表现,交易效率的改进会促进分工和贸易的发展,加速市场一体化进程。民族地区城市和农村具有不同比较优势,而具有不同比较优势的地区形成一体化市场的一般机制是:地区之间的比较优势驱使地区之间进行分工和相互贸易,比较优势越大,驱动力就越强。但是这种力量会受到交易效率的制约,交易效率的改进会促进分工和贸易的发展,进而促进统一的市场形成。^[1]民族地区城乡商品市场集群建设,有利于降低交易成本,提高交易效率,进而促进民族地区城乡商品市场一体化进程,而一体化的统一市场又必然会推动交易效率的提高和交易费用的降低,进一步促进分工与民族贸易的发展。

2 民族地区城乡商品市场集群建设有利于实现市场与产业互动,以商业集群带动相关产业集群的发展

专业市场与产业集群相互促进,互为发展的前提。产业集群形成的需求聚集效应,能吸引众多的消费者,易于开拓市场;产业集群形成的需求聚集效应和供给聚集效应,能降低产品的价格,利于专业市场形成竞争优势,成为其生存和发展的动力和支撑。同时,专业市场促进相关产业集群的形成和发展,专业市场作为我国现阶段一种比较高效的产品交易市场,可以促进分工的深化,进而促进产业集群的形成,专业市场上的信息优势,能促进区域内产业集群的良性发展。^[2]专业市场与产业集群耦合联动,从外在形式看,是生产与流通产业集群的融合,是产业集群范围的拓展;从内在机理看,是生产与流通产业集群互动共进的过程,是生产与流通产业集群融合循环积累不断强化的过程。^[3]

商品市场集群是指在一定的地理区域内,出现的多个既区别联系又相互博弈的“条状、块状、片状”的市场(这些市场联成一体)。商品市场集群包含着各类专业市场及其他非专业市场。因而,商品市场集群与产业集群之间也必然存在

着某种内在联系,而且,商品市场集群的发展与产业集群之间具有耦合联动机制。

我国民族地区城乡商品市场集群的建设有利于促进民族地区城乡产业集群的发展及农业的发展,实现产业与市场的互动。我国民族地区的农村,由于缺少农产品销售的专业市场,农产品的商品化比率低,农民消费水平低。通过大力发展商品市场集群,加速农产品的流通速度,一方面,能够增加农民收入,提升农村的消费能力;另一方面,能够为民族地区产业集群,尤其是农业产业化发展创造市场需求。市场集群贸易空间集聚效应促使更大区域内的市场需求集聚到集群内,进而使产业集群内的企业面对一个辐射半径和需求更大的市场。市场需求的扩大进一步促进了产业集群规模的扩张和经济效率的提高。从而,以商品市场集群的发展来带动相关产业的集群发展。

3 民族地区城乡商品市场集群建设有利于搭建城乡经济协作平台,促进民族地区经济协同发展

民族地区商品市场集群建设能够促进民族地区区域经济发展,增强区域城乡协作能力,促进城乡一体化的进程。目前,我国民族地区经济发展过程中,区域协作和城乡协作能力比较薄弱,相邻的区域间以及同一区域内不同地区间产业结构同构现象严重。商品市场集群的建设对产业结构有着重要的影响。一方面,商品市场集群建设为城乡经济协作搭建了平台,城乡可以借搭商品市场集群实现供需的互补和相关产业的深化发展,如农村借助商品市场集群深化农业产业链分工,加快农产品深加工和农业产业化发展,而城市工业产品则可以通过商品市场集群进入广大农村市场,扩大销售范围和提高市场份额,有利于调整产业结构,促使产业结构的转型、升级和优化。另一方面,相邻的区域也可以通过商品市场集群实现产业发展的协调,避免产业同构,实现区域经济的协同发展。商品市场集群中专业市场的兴起往往传递着该地区某种产业竞争优势的信号,同时,该专业市场又对相邻区域该产业内的企业具有较强的吸附效应,因而相邻的区域往往可以通过专业市场的信号显示和吸附效应实现产业的分工和互补,进而,提升整个区域内经济效率。

此外,当一个地区的商品市场集群发展到一定程度时,便会形成一个地区的商贸和物流中心,推动当地经济快速健康发展。例如,湖南西部的怀化市,依托其独特的区位条件,通过实施“商贸兴市,流通先行”的发展战略,以“发展大商贸、建设大市场、搞活大流通”为目标,着力构建湘、黔、桂、鄂、渝五省(市、区)周边区域性商贸流通中心城市,有力地促进了该市商贸流通业的迅猛发展,销售额以每年30%的高速递增。

4 民族地区城乡商品市场集群建设有利于缩小城乡差距,消除城乡“二元经济结构”

目前,民族地区的城乡差距仍在日益扩大,二元经济特征非常明显,市场的二元性现象也很明显(在这里,市场的“二元性”是指现代化意义上的城市市场与传统意义上的落

后的农村市场并存的局面,而且这种差距越来越大)。而且,农村商品市场与城市商品市场之间存在一定程度上的隔绝。很多民族地区的农村商品市场发展很不完善,农村地区商品市场的发展仍未完全脱离计划经济的影响,民族地区民族贸易及民族贸易政策对民族地区的农村商品市场影响深远。特别是处在边远的农村地区,民族贸易类企业的经营方式与经营对象对边远地区商品市场有着关键的影响。城乡商品市场集群的建设能够促进城乡商品市场网络的形成,这些网络将城乡商品市场连成一体,形成“片状”、“块状”的商品市场集群。

此外,民族地区城乡商品市场集群的建设有利于推动城镇化的发展,消除城乡“二元经济结构”。城市化与市场化是相伴而行的,相互促进,相得益彰。“二元经济结构”的消除离不开农业劳动力向非农业的转移。只有当农业劳动生产力得到极大提高,非农产业得到飞速发展,能够大量地吸收从农业中转移的剩余劳动力时,城乡“二元经济结构”才得以消除。市场是城市经济及城镇化的重要因素,市场与城镇之间有着天然的联系。市场本身及围绕市场所形成的第三产业群体是城镇经济的主要内容。商品市场作为市场的最重要的组成部分,是城镇经济发展的主导与核心,商品市场的发展壮大,有利于区域之间商品、资金、信息等的流通。同时,民族地区城乡商品市场集群建设,必然会推动民族地区城乡商品市场的基础设施建设,促进农业劳动力向非农产业的转移。

二、民族地区城乡商品市场集群建设中的主要障碍

我国民族地区城乡商品市场集群建设已经取得了一定的成绩,特别是民族地区城市商品市场集群建设成就瞩目,城市商品市场集群无论在集群的规模上还是在集群吸纳的就业人数上都相对令人满意。但是,我国民族地区城乡商品市场集群在建设过程中仍然存在不少问题与障碍,这些障碍严重制约了商品市场集群作用的发挥。

1. 民族地区城乡巨大的交易效率差异和消费差异

杨小凯、Yang and Rice等研究表明,城乡差距起因于城市和乡村产业的劳动分工差别,而这种劳动分工差别则受制于不同的交易效率。农村居民居住分散与城市距离远,所以农村的交易效率低,而城市居民相互间居住距离近,因而交易效率高,这种不同的交易效率差别将导致城乡“二元结构”出现。目前,我国民族地区城乡商品市场集群建设中存在明显的“二元结构”问题。农村商品市场集群是马路连市场,市场靠马路,市场内的商品档次低,集群规模小,集群品牌效应弱,集群内的企业与企业之间的信息交流相对较少。城市商品市场的集群规模大,往往是很多商品市场呈“片状”或“块状”地连在一起,这些商品市场之间的联系紧密,市场内的企业与企业之间的竞争激烈。显然,农村商品市场集群的交易效率要远低于城市商品市场集群。当然,这种商品市场集群

的差异一方面是由于农村人口居住分散造成的。我国民族地区大多地处西部地区,地广人稀。如在639个民族县中,行政区域土地面积达到5966845 km²;2000年总人口达到15150万人,其中乡村人口达到12282万人,人口密度十分小。民族地区农村人口密度小,便难以形成稳定高效的商品市场集群。另一方面,则是源于农业产业化和商品化程度低。农业是国民经济的基础,民以食为天,我国民族地区农村生产力低下,农民所生产的粮食主要来自自给,农产品的商品化率不高。这样农民收入增加缓慢,农村地区的购买力低下,从而供给和需求不足共同制约了农村地区商品市场集群的发展。

此外,城乡居民消费差异也制约了民族地区城乡商品市场一体化建设的进程。在我国,厂商为了适应农民的购买能力,往往把产品人为地分为城市产品和农村产品,农村产品虽然价格低廉,但成本更低,性价比不对称,农民反而需要支付更高的价格。而在民族地区的城市,由于商品市场集群的档次较高,规模较大,各种商业步行街集群、小商品批发市场集群、农产品批发市场、购物中心或大型的购物超市、专业化的商品市场大量存在,商家竞争激烈,城市消费者能够购买到物美价廉的商品,得到更多的实惠。显然,这是一种不恰当的供应歧视(或价格歧视)。^[4]厂商这种盘剥农村消费者的价格歧视进一步加剧了城乡商品市场的“二元性”结构。因而,我国民族地区农村商品市场集群建设如果不能克服这些不恰当的价格歧视,将会加剧农村商品市场集群与城市商品市场集群的“二元性”,阻碍民族地区城乡商品市场一体化建设的进程。

2. 民族地区城乡商品市场集群建设缺乏有效规划与规范管理

西部民族地区由于所处地域往往为边远山区,市场规划往往受到地形特征和城镇规划的制约,难以形成合理的布局,市场分割现象突出。如湘西自治州不管是首府吉首,还是其他地方,商品市场分割现象都很明显,在农村地区尤为突出。在很多乡镇,仍然保留着原始的商品集市贸易——赶“边边场”的习惯。这里的商品市场由于没有固定的市场摊位和固定的销售商,还不是现代意义上的商品市场。在吉首市的吉信镇,每5天赶一次“边边场”,“赶场”的地点都集中在吉信镇公路的两旁,这天很多农民都从家里挑来自己要卖的商品,而且买回自己需要的商品。在这里,一旦“边边场”结束,市场就随之消失,由于没有固定的可以避雨雪的市场基础设施,这种集市贸易会因为天气的转变而终止。

其次,市场调控不力,重复建设,商品市场总体素质不高,组织化程度低,产品竞争力弱,管理体制不顺,多头管理,重收费轻管理现象严重,而且市场法规不完善。在我国民族地区城乡商品市场集群的税收征管中也存在着一些问题。比如说,税源监控难,有些商户是临时开设的,未办理税务登记。另外,还有一些商户企业流动性大,在激烈的市场竞争中,容易被淘汰,停业业难以控制。此外,业户经营成本高,

费挤税现象突出,这样也导致了税收征管过程中遇到种种实际困难。

再次,信息披露制度不健全,严重的信息不对称导致假冒伪劣产品充斥。信息不对称(Information asymmetric)是相对于信息对称而言的,是指信息在各主体之间的分布不均,与客观现实存在偏差。信息充分是传统市场均衡理论的前提,但是现实生活中,人们对信息的掌握并不总是均衡的,信息不对称充斥着我们生活的每个角落。由于人们在阅历、职业、年龄、性别等方面的差别,使他们之间信息分布呈现出明显的不对称,他们对信息的掌握及分辨能力也很不对称。加利福尼亚大学的乔治·阿克洛夫(George Akerlof)教授指出,在商品市场上,当商品的卖方对产品质量比买方有更多信息时,低质量产品将会驱逐高质量商品,从而使市场上商品质量持续下降,即“市场柠檬化”现象。而且,当商品买卖双方掌握的商品价格信息不对称时,常会加剧讨价还价行为,商品交易成本上升,交易效率下降。民族地区地处偏远西部地区,交通落后,信息流通不畅。再加上缺乏健全的信息披露制度,这样,在商品市场上常常出现假冒伪劣商品和质低价高的商品。在民族地区城乡商品市场集群的商品交易过程中,存在着缺斤短两,欺骗消费者的行为。如2004年,新疆昌吉州制售假冒伪劣商品现象严重,该市工商行政系统共查处经济违章案件涉案金额11970万元,其中案值万元以上的大要案件580起,在查处的案件总数中,打假案件267起,涉案金额793.43万元,捣毁制假窝点22个,查扣假冒伪劣商品共计22大类98个品种,价值105.6万元。

3 民族地区城乡商品市场集群与产业集群联动效应不明显

民族地区城乡商品市场集群建设过程中,产业集群与市场集群间缺少互动,主导产业带动商品市场集群效应不明显,农产品市场集群没有有效促进农业产业结构的调整与优化升级。

湘鄂渝黔边区的产业集群与市场集群间联动效应不明显。湘鄂渝黔边区旅游资源十分丰富,旅游资源禀赋是旅游产业集群的基础。^[5]因而,可以通过旅游产业集群和商品市场集群的联动发展带动湘鄂渝黔边区经济的发展。然而,目前该区域的旅游商品集群现象尚不明显,旅游商品基本上出现在旅游区,而且旅游商品的营销方式单一,营销渠道单一,基本上是通过导游的介绍与推销,尚未形成具有极大吸引力和品牌效应的商品市场集群。

另外,农业作为该区的重要产业,虽然农业产业化加快,但专业性的农产品市场集群尚未建立。湘西地理气候特殊,湘西州政府结合实际,在稳定发展粮食生产的基础上,加大支柱产业建设力度,巩固提升已建成的椪柑、烤烟、植物油三大支柱产业,突出培育和发展猕猴桃、茶叶、百合、高山和大棚反季蔬菜四大新兴支柱产业。按照湘西州政府的目标,到2010年,粮食产量达到90万吨,2010年全州水果总面积发展到100万亩,其中椪柑55万亩,橙柚15万亩,猕猴桃15万

亩,桃、李、梨、柿时鲜水果15万亩,总产量50万吨。全州种植反季蔬菜10万亩,大棚蔬菜5000亩。茶叶种植面积发展到6万亩,产量增加到2万担以上。百合面积发展到8万亩,实现产值1亿元以上。烤烟稳定种植面积20万亩,确保产量40万担。油菜面积稳定到90万亩以上,油菜籽产量达到180万担以上。届时,如果全州各地区仍未建立起多处专业性的农产品商品市场集群,那么如此大量的农产品便会出现流通不畅。政府和行业协会虽然能够在农产品销售过程中,帮助农民寻找到市场,但是,这毕竟要花费大量的搜寻成本。如果全州各地的农产品市场集群已经建立,大量的农产品囤积在农产品市场中,便能够吸引大量的批发商前来批发。据笔者调查,在湘西州,由于缺乏农产品专业市场,每到柑橘成熟时节,便有大量的外地商贩慕名而来,以低价大量地收取柑橘,用货车运往目的地。但由于对此地十分陌生,便需要花费大量的时间去搜寻有关信息,交易成本上升。有些地方的农民,由于没有及时找到批发商,大量柑橘便在等待中腐烂变质。因此,建立大量的专业性农产品市场,实现商品市场集群和产业集群联动发展集群迫在眉睫。

三、民族地区城乡商品市场集群建设的途径

我国民族地区城乡商品市场集群建设需要解决城乡商品集群建设过程中所遇到的问题。前面从三个方面论述了目前民族地区城乡商品市场集群建设过程中所遇到的主要问题。针对上面的问题,这里提出以下解决措施,完善我国民族地区城乡商品市场集群建设。

1 加强政府的正确指导,引导城乡商品市场集群发展

商品市场集群的建设是一项系统的复杂工程,需要政府的正确指导。由于市场具有一定的盲目性与滞后性,市场经济主体的行为具有逐利性,在商品市场集群建设过程中,难免具有短期行为。譬如,在商品市场集群的基础设施建设,房地产开发商会受利润的驱使,哄抬房价,如果政府部门不加以宏观调控,会致使入群的门槛太高,很多商户无法进入。另外,商品市场集群的规划选址也很重要。由于民族地区多处山地,选出一块合适的地方发展市场集群显得非常困难。一方面,集群的选址不能离市区太远,如果离得太远,可能会出现“有场无市”;另一方面,也要考虑到当地地形的影响。

同时,政府应通过“筑巢引凤”的方式引导,甚至强制培育城乡商品市场集群建设。如凤凰古城内的民族工艺品步行街就是一种形式。政府在引导培育商品市场集群时,要防止经营户简单的“扎堆”或“拉郎配”现象,而应主要通过通过对入群企业采用相关优惠政策、降低入群门槛的方式,吸引经营者、金融服务机构、中介机构等成批进入。同时,提供相应的公共资源和便利的政府服务。一方面,要防止出现恶性竞争、“柠檬”市场,耗竭集群优势;另一方面,政府应积极协助商品市场集群发挥其区域品牌效应、与外界交流的窗口和桥梁效应。政府可以通过电视台、旅游局、政府网站、民族特色

产品博览会等途径加以宣传。

其次,政府应加强对商品市场集群的管理。如果一个集群没有一项群内大家共同遵守的规章制度,没有相应的争议解决规则,集群竞争力就很难提升。因此,这需要政府的正确引导与大力支持,在政府的主导下设立专门的非政府服务机构,解决群内的争端与环境建设问题。另外,还需要加强群内的文化建设,打造群内独有的文化,特别是群内企业间需建立起诚信机制,打击不诚信行为。

总之,政府一方面通过完善制度管理,实现城乡商品市场的规范化管理;另一方面,重在为民族地区城乡商品市场建设创造良好的外部环境,尤其是以社会资本为主的软环境。

在使商业集群获得满意集群租金的情况下,通过自我强化机制,实现商品市场集群与区域社会资本相互促进、共同发展的良性互动。

2 大力发展商品流通业及相关服务业

民族地区各级政府应加快商品流通业发展,鼓励商贸流通企业成长,重点扶植几个商贸流通企业,大力推动商品市场集群发展。因为商品市场集群建设需要强大的物流运输能力作支撑,目前,民族地区城乡物流企业奇缺,物流运输能力滞后,制约着商品流通。特别是民族地区的农村,根本不存在物流企业,很多地方利用长途客车运输货物,货主将货物堆上长途汽车的顶棚,借此运输。这样,一方面,货物运输能力相当有限,货物运输效率非常低,进而提高了商品运输成本;另一方面,货物在运输过程中的毁损状况严重,毁损比率高。显然,只有成立专业性的物流公司,才能满足民族地区农村商品物资的流通。例如,湖南西部的怀化市一直把商品流通业和商贸企业的建设作为地方工作的重点,在很大程度上促进了商品市场集群的发展和壮大。

城乡商品市场集群的建设还需要其他相关服务行业的发展。因为任何商品市场并不是孤立存在的,商品市场集群的发展需要餐饮服务业为其提供起码的生活需要。当群内企业与其他顾客商户在商品买卖过程中出现经济上的纠纷时,需要相关部门加以协调,需要法律机构的参与。有时,同一部门为了维持群内的秩序,需要成立相关的行业协会等。因而,在建设城乡商品市场集群的同时,应鼓励相关服务行业的发展。

3 加强民族地区各级政府间合作,打破地区封锁,加快城乡商品市场一体化进程¹⁹

商品市场集群的发展应该突破区域行政规划的限制,加强各级政府的合作,打破市场一体化进程的人为阻隔。商品市场集群的发展有着自身的经济规律,有时会突破行政规划的限制,将市场的触角伸向每个有着吸引力的角落,民族地区城乡政府应该加强合作,将导致市场分割的人为因素与干扰降到最低,促进商品市场集群朝着健康有序的方向发展。

城乡商品市场差距的存在是客观的,在正视这种差距的同时,我们不能无视这种差距的扩大。只有慢慢缩小这种差

距,经济结构的二元性现象才能得到最终消除,然后实现一元性经济。在消除市场“二元结构”过程中,一方面,我们要加强民族地区农村商品市场集群的建设,让广大的农村地区变为农产品商品市场集群的集中区,增强农村地区商品集群对城市市场的吸引力,实现城乡商品市场集群的互补性。另一方面,改变农村农民的习惯,将部分民族地区周期性的“边边场”集市,发展成为习惯性的“日集市”,提高商品买卖的频率,增加商品交易量。另外,我国民族地区农村商品市场要消除厂商不恰当的价格歧视,提高农村商品集群市场上商品的性价比,增强农民的商品性价比意识和商品质量意识。鼓励商品生产厂商同等对待城乡商品市场。

4 实施利益相关者共同治理,提升民族地区城乡商品市场集群竞争力¹⁹

在民族地区城乡商品市场集群中,存在着大量利益相关者,如城市管理者、房地产开发商、商铺所有者、商铺经营者、商品供应商及行业协会等。由于他们共同参与城乡商品市场集群,每个参与者的行为都影响商品市场集群租金的创造和分配,并最终影响商品市场集群竞争力。而商品市场集群的竞争力主要体现在市场集群内的商业文化,组织的竞争协调能力,学习能力,商品销售者与供应商的关系,以及城市管理者、房地产开发商、商铺所有者、商铺经营者等利益相关者共有的价值观中。当各利益相关者缺乏共有的价值观时,便会出现各自为政的短期行为,都在极力追求自身利益最大化。图1显示了市场集群竞争力形成机理。

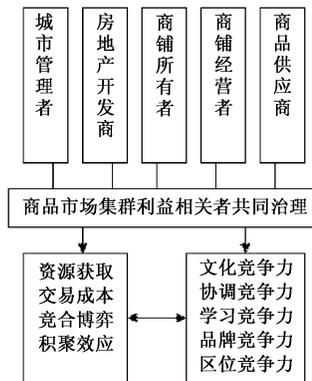


图1 商品市场集群竞争力形成机理图

从图1中我们可以看出:民族地区商品市场集群的竞争力由民族地区商品市场集群的文化竞争力、群内的协调竞争力、群内商户企业的学习竞争力、整个集群的品牌竞争力及集群所在地的区位优势所产生的竞争力共同构成。这些竞争力影响着该市场集群的资源获取能力,其中包括信息的获取及政府优惠政策的获得。集群的竞争力还影响着交易成本的大小,当集群与供应商保持着良好的合作关系时,群内企业或商户的商品信息搜寻成本便会降低,与供应商的摩擦便会减少,这些都会降低交易成本。另外,当群内商户与顾

(下转第83页)

3 财务约束机制

为了防止权力失衡而导致的治理效率损失, 社会责任导向的财务治理需要建立适当的监督约束。

(1) 建立利益关系人代表进入监事会的共同监督制度。为了发挥利益关系人代表的监督作用, 要求监事会独立于企业的经济利益, 具体包括: 监事的报酬不与公司经营绩效挂钩; 监事的任免权必须通过利益关系人(代表)的谈判; 监事会及其成员可以独立地、平等地对企业的经营行为行使监督职权。

(2) 加强企业在社会和环境方面的业绩审计, 让利益关系人代表进入企业内部审计委员会, 监督企业在社会和环境方面的重大财务行为; 政府有关部门可以建立企业社会责任报告数据库, 通过互联网公布企业的社会和环境业绩, 保证利益关系人可以及时获得相关信息。

(3) 在完善法律约束的同时, 充分发挥新闻媒体对企业行为的约束。新闻媒体作为一种人们可以低成本获得企业社会责任信息的监督形式, 将使企业及其经营者面临着越来越大的外部压力。

参考文献:

[1] Tirole J. Corporate Governance. *Econometrica* [J]. 2001, 69 (1): 1 ~ 35.

[2] Francesco Perrini, Mario Minoja. Strategizing Corporate Social Responsibility: Evidence from an Italian Medium-sized Family-owned Company [J]. *Business Ethics: A European Review*

2008, 17 (1): 47 ~ 63.

[3] Ruth V. Aguilera, Cynthia A. Williams. 2006. *Corporate Governance and Social Responsibility: a Comparative Analysis of the UK and the US*. Corporate Governance, Volume 14, Number 3, May, 147 ~ 158.

[4] Amir Bamea. 2005. *Essays on Corporate Social Responsibility*. A Thesis for Degree of Doctor (UMI), the University of British Columbia, Canada, 1 ~ 110.

[5] Yohanes E. Riyanto and Linda A. Toolsema. 2007. *Corporate Social Responsibility in a Corporate Governance Framework*. Working paper NO. 0703, Department of Economics, National University of Singapore, 1 ~ 24.

[6] 许刚. 利益相关者财务治理的结构与机制研究 [D]. 长沙: 湖南大学, 2004.

[7] Raghuram G. Rajan and Luigi Zingales. 2000. *The Governance of the New Enterprise*. NBER Working Paper NO. 7958, 1 ~ 32.

[8] Post J.E., Preston L.E., Sachs S. 2002. *Managing the Extended Enterprise: the New Stakeholder View*. *California Management Review*, 45 (1): 6 ~ 28.

[9] Hart S. L. and Milstein M. B. 2003. *Creating Sustainable Value*. *Academy of Management Executive*, 17 (2): pp. 56 ~ 67.

[10] 李心合. 利益相关者财务论 [J]. *会计研究*, 2003 (10).

[11] 道格拉斯·诺思. *理解经济变迁过程* [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2008, 57.

(曹陇华 编发)

(上接第 78 页)

客保持良好的关系时, 也能降低交易成本。当集群内的商户在经营商品上产生互补且集群内商户经营的商品品种繁多时, 便能产生整合效应与范围经济。商品市场集群所在地的区位也影响着集群的商业范围, 当群处在城市繁华地段或乡村的交通枢纽时, 便会形成集聚效应, 更多的企业或商户、客户便会聚集于此。

显然, 上述推理都是建立在集群内各利益相关者能相互合作且有共同价值观的基础上。然而, 如何才能形成合作和共同的价值观呢? 这需要利益相关者共同参与集群的治理, 共享集群租金, 并形成相互制约和彼此协同的内在网络关系。所以, 实施利益相关者的共同治理, 是提升民族地区城乡商品市场集群竞争力的关键。

参考文献:

[1] 吴向鹏. 分工、市场分割与统一市场建设 [J]. *重庆邮电学院学报(社会科学版)*, 2006 (1).

[2] 刘天祥. 产业集群与专业市场的互动机制研究 [J]. *经济研究导刊*, 2007 (1).

[3] 余明龙, 郭玉华. 专业市场与产业集群耦合联动机理研究 [J]. *重庆工商大学学报(西部经济)*, 2006 (3).

[4] 李继云, 普希宁. 西部欠发达地区二元经济结构转换研究 [J]. *改革与战略*, 2007 (12).

[5] 王兆峰. 湘鄂渝黔边区旅游产业集群竞争力提升研究 [J]. *吉首大学学报(社会科学版)*, 2006 (2).

[6] 王兆峰, 张海燕. 民族地区农产品市场创新与民族贸易发展研究 [M]. 长沙: 中南大学出版社, 2007, 6.

(文 言 编发)