

文章编号: 1001 - 148X (2004) 08 - 0071 - 03

批发市场中电子中间商问题的分析

张双文

(厦门大学 管理学院, 福建 厦门 361005)

摘要: 随着网络经济的迅速发展, 出现了许多基于网络基础的提供信息服务的具有中介功能的电子中间商。批发市场中产品的质量存在不确定性, 电子中间商能提高市场交易的效率, 但物流和市场交易的分离也给市场的买卖双方带来了新的交易风险。电子中间商可以采用拍卖交易方式, 并建立一个能降低交易风险的信用机制。信用机制的建立会促使电子市场的交易集中于高质量的产品, 且产品的价格要高于传统市场产品价格。

关键词: 批发市场; 电子中间商; 交易效率; 信用机制

中图分类号: F71.36

文献标识码: A

A Research on Electronic Intermediaries in Wholesale Markets

ZHANG Shuang-Wen

(School of Management, Xiamen University, 361005)

Abstract: As electronic commerce becomes increasingly popular, there appear new electronic intermediaries that provide information services for traders. If electronic intermediary services are introduced to wholesale markets where qualities vary, it will not only improve market efficiency by reengineering transaction processes, but also create new transaction risks for market participants because of the separation of product movements from market transactions. Electronic intermediaries can offer market efficiency auctions and establish the trust building processes that reduce risks. Trust building processes by electronic intermediaries can lead to concentration of electronic transactions on high quality products. Thus, average prices in electronic intermediary markets can be higher than in traditional markets.

Key words: wholesale market; electronic intermediaries; transaction efficiency; credit mechanism

一、引言

随着 Internet 的商用发展, 出现了许多基于网络的以提供信息服务中间商功能的新中间商, 我们简称为电子中间商。它作为生产者和消费者进行交易的中间组织, 通过集中交易产生规模效益从而提高交换效率并降低交易费用 (Coyle, 1990)。电子中间商是对传统直销的替代, 是中间商职能和功效在新领域中的发展和延伸。它虽不直接参加生产者和消费者交易活动, 但通过提供一个媒体和场所, 为消费者提供大量的产品和服务信息, 为生产者传递产品服务信息和消费者需求信息, 高效促进生产者和消费者的具体交易实现。可以帮助消除生产者和消费者之间的信息不对称, 从而极大减少中间过程因信息不对称造成的无效交换或破坏性交换, 最大限度降低交易费用, 提高交易效率和质量。

电子中间商极大地促进了买卖双方交易的发展, 这是因为: 第一, 电子中间商大幅度降低了信息交换

和沟通成本, 也降低了为达成交易花费的信息搜索和处理成本 (Porter, 1985); 第二, 通过电子中间商, 买主可以要求卖主提供定制的产品和服务, 卖主也可以直接了解买主的购买行为和市场信息。卖主可以通过电子中间商拓展业务范围和规模, 从而获得更大的规模经济效益。根据提供服务的层次的不同, 电子中间商可以分为简单信息服务提供型和全方位服务提供型。前者一般主要是提供买卖双方的信息, 通过中间商服务买卖双方可以在全球范围内选择成交对象, 选定交易对象后并不直接在网上交易, 而是另外接触和签订合同; 后者是指在网上不仅提供信息服务, 而且还提供全面配合交易的服务, 如网上结算和配送服务等。

批发市场是指进行与零售交易相区别的、商品交易规模较大的商品交换场所。在批发市场中商品交易是批量成交, 它是连接生产和零售的中间环节, 是商品流通的主要环节。批发市场不同于一般的商业组

收稿日期: 2003 - 04 - 13

作者简介: 张双文 (1971 -), 男, 甘肃玉门人, 厦门大学管理学院企业管理专业博士研究生, 研究方向: 企业管理理论。

织, 它是提供服务来获得市场发展, 而不是以利润最大化为目标。批发市场中应充分发挥电子中间商的功能, 通过电子中间商提供的信息服务平台, 使贸易双方能通过网络发现商机, 并能很好地保证交易的公平和公正。本文的目的就是探讨在批发市场上, 电子中间商可以提高交易的效率, 因此必须建立健全的信用机制, 信用机制的建设过程可以促使电子交易集中于高质量产品的交易上。

二、批发市场中的电子中间商

批发市场具有商品集散的功能, 可以产生交易的规模效益, 减少交易次数, 加快商品的流通速度。批发市场的生命力就在于其能够吸引、汇集各地的客户和商品, 然后发散到各地, 顺利实现商品使用价值的让渡和价值的转移。由于这种集散功能, 来自各地的大量商品的同场竞争, 便于比较和按质论价, 有利于反映商品价值和供求关系的价格迅速形成。此外, 批发市场信息来源多, 可以作为一个良好的收集、整理、发布信息的场所, 能起到信息中心的作用。作为批发交易在空间上的集中, 批发市场改变了整个交易过程的组织结构, 可以产生经济信息传输效能的放大作用, 从而比分散批发交易具有更高的经济效率, 极大地促进了商品流通及整个社会经济的发展。

在传统批发市场上, 物流和市场交易是同步进行的。先由卖方把商品运到批发市场上, 买主可以调查产品的质量, 并可以进行讨价还价。通过谈判或拍卖的方式, 确定批发价格, 将商品出售给买主, 买主再把商品运出批发市场, 分散到各个销售网点出售给最终消费者。而在电子虚拟市场上, 物流和市场交易是分离的, 它主要提供的是信息交换场所, 买卖双方的交易通过在线交易完成。而具体的物质、资金交换等实体交易活动在在线交易后由买卖双方再直接进行。

在批发市场上, 可以通过电子中间商为批发商建立电子虚拟市场, 任何只要符合条件的产品都可以在虚拟市场内展示和销售, 批发商可以任意购买。卖主一般只拥有产品, 但不能决定其价格, 他是价格的接受者, 而非价格的制定者, 因此, 批发市场电子中间商需要提供决定产品价格的一种机制, 如电子拍卖和电子谈判。另外, 由于批发市场产品的质量参差不齐(即使产品来自相同的生产者也会出现质量的不同), 对于买主更需要详细的产品信息。

在批发市场上, 以信息技术为基础的电子中间商通过网络虚拟空间让交易双方直接进行信息交流和沟通, 密切了交易双方的关系, 增加了交易的透明度, 从而降低了交易中的信息成本, 使传统交易中存在的信息不对称和信息搜索成本高的问题得以解决。同时, 信用成为交易实现的前提, 参加交易的双方必须有良好的信用, 否则交易的风险会随着市场全球化增大。

三、电子中间商可以提高批发市场的交易效率

市场运作的效率主要取决于所获得的信息(包括产品本身信息、供给信息以及买主对产品的需求信息)的数量和可靠程度。没有正确的信息, 市场交易的效率将非常低下, 甚至无法运作。电子中间商服务可以提高批发市场中搜寻、契约信息和达成贸易等活

动的效率。电子中间商服务在交易范围上突破了传统交易受地理位置的限制, 交易对象选择范围扩大, 同时, 电子中间商通过收集、过滤、整理信息, 向买卖双方提供有用的信息, 让买卖双方能够方便地获取商品信息, 这样会明显降低买主的搜寻成本。电子中间商还能提供近期的交易信息, 包括近期交易的产品数量和成交价格, 这种交易后的信息有助于使买卖双方对市场价格有更好的了解, 有助于买卖双方的决策。此外, 网上的交易平均成本很低, 虽然通过信息技术实现网上交易有一个进入成本门槛, 但它可以明显降低交易费用, 总的网上交易成本会随着交易数量的增大而显著降低。

我国批发市场大都采取原始的对手交易方式。对手交易的最大缺陷是市场透明度低, 价格的形成不能充分体现公正、公开和公平的原则。由于对手交易的市场透明度低, 交易人对对手的获利预期模糊不清, 刺激了交易人的投机取向。另外, 交易中双方的利润分割模糊, 造成价格形成无序, 人为因素和各种随机因素的影响权重过大, 价格波动幅度大。而且对手交易谈判需要寻找多个交易对手, 无法通过交易次数的集约化和商品储存的集中化来实现规模经济和节约交易费用, 这种分散性导致交易成本过高从而经常致使市场交易失败。

由于网络可以使买卖双方不受空间的限制, 这样可以借鉴发达国家的经验, 在批发市场电子中间商中实行拍卖交易。网上拍卖就是通过网上拍卖实现交易, 交易双方通过拍卖竞价确定价格。首先, 拍卖时, 买主通过互联网轮流公开竞价, 在规定的时间内价高者赢得购买权。采用拍卖交易, 交易指向集中明确, 可以使买主的搜寻与谈判费用更低。另外, 可以实行卖方委托交易制, 产品数量、质量、规格等信息由市场集中掌握并统一报告, 能较好保证交易的公平和公正。其次, 产品的质量会经过拍卖方的检验认定, 可以避免在传统批发市场中商品质量缺乏可信度, 事后也易发生纠纷而造成的交易的执行和监督成本较高的问题, 使得交易效率大大提高。再次, 如肉类、花卉等产品具有鲜活易腐的特点, 成熟后必须及时收获卖掉, 很难储存起来待价而沽。拍卖交易时一般建有价格保护制度, 从而可大大降低卖主的上市风险。最后, 可以将生产相似产品的卖方联合起来, 统一将产品委托给拍卖方, 由其统一组织拍卖。通过电子中间商的拍卖, 使得买主由传统市场上彼此独立的竞争者转化为具有共同利益的同盟者, 从而大大改善了买主的市场地位。

四、电子中间商也会增加新的交易风险

在交易成本分析中, 有两个重要的有关人性的假设, 即交易中的机会主义和有限理性。信息不对称是导致交易中机会主义的根本原因, 如果交易双方无法全面、及时、准确地了解对方的真实信息, 交易双方就可能利用对方不能完全了解自己真实信息的缺陷, 提供虚假信息蒙蔽对方, 以对方的损失来谋取自己的短期利益。西蒙(1988)认为人们“主观上追求理性, 但客观上只能有限地做到这一点”。人们的决

策并非总是准确无误，而是存在风险，如果一项决策因出现事前未能预料的情况而无法继续执行，那么就需要重新谈判解决问题，甚至要修订原来的合同，这样就会增加交易成本。

在我国批发市场中，交易者的进入门槛比较低，对进场交易的经营者资格审查程序比较简单，一般对进场交易的人数、经营者资本拥有量、经营信誉等重要的事项没有严格的规定。这一做法的好处是保证了批发市场的最大社会性参与，但给市场交易秩序的管理带来困难，造成了批发市场中的产品质量的不确定性，同时也会带来买卖双方的信用风险。

产品质量的不确定性会导致市场的崩溃，而由于信息的不对称引发产品质量的不确定性，则会在电子市场中产生柠檬问题（低质商品排斥优质商品），导致市场效率低下，资源浪费严重。在电子市场中，买卖双方进行交易时，会受到潜在机会主义的影响：贸易伙伴会隐藏或扭曲其收益的信息来损害与其进行交易的另一方。在线交易中的物流与市场交易的分离增大了交易风险和质量的确定性，买主在没有实地调查产品的信息基础上来制订购买决策，这样就会受到卖主不完全和扭曲信息所带来的风险。由于产品的质量依赖于供应商来提供，市场交易中电子网络的应用无疑会放大这种信息不对称现象。如果电子中间商没有确保反映产品的准确信息，或未配备保护买主以免被误导的手段，那么买主根本不会采用这种新的在线交易服务。

在批发市场中的电子市场交易中，信用风险主要来自三个方面：（1）来自买方的信用风险。对于买方来说，可能在网络上使用信用卡进行支付时恶意透支、使用伪造的信用卡骗取卖方的货物或拖延货款等，卖方需要为此承担风险。（2）来自卖方的信用风险。卖方不能按质、按量、按时寄送消费者购买的货物，或者不能完全履行所签订的合同，造成买方的风险。（3）买卖双方都存在抵赖的情况。传统交易时，交易时可以直接面对面进行，信用风险比较容易控制。而在网上交易时，交易双方很难面对面交流，信用风险很难控制，加之物流与资金流在空间上和时间上是分离的，因此如果没有信用保证网上交易是很难进行的。这就要求进行网上交易的买卖双方必须有良好的信用，而且也要求电子中间商能建立一个有效的信用机制降低信用风险。

卖方通过电子中间商向买方提供十分详尽的产品信息，但这种方法能否生效，将依赖于广告、信誉、保证的可信度，也就是买主是否相信卖主。由于信息的不对称性，仍难以消除信息及质量的不确定性，这就要求作为第三方的电子中间商提供相应的可以信赖的信息和质量信息。因为买主在做购买决策时只是基于电子化的描述，电子中间商应该能提供严格的产品评估。批发市场的电子中间商可以看作一个社会机构，类似于消费者协会和行业协会来建立一套严格的产品质量评价过程，在线交易的产品都要经过电子中间商的质量考核，达到质量合格标准的方能进行交易。电子中间商可对卖主的产品进行质量等级划分，

通过为买主提供高质量的产品，来消除在线市场交易中的柠檬问题。另外，电子中间商也可建立一套解决买卖双方争议的标准程序。当电子中间商像分销商一样向其分销的产品提供质量担保时，它就向买方传达了直接的信息，使买主最大限度降低由于在交易时无法对产品质量进行调查而要承担的交易风险。柠檬问题的解决需要依靠能给买主提供可靠信息的可以信赖的电子中间商。电子中间商以第三方的身份提供产品的质量信息，从而消除了批发市场由于质量不确定问题而失灵的可能。质量不确定问题愈严重，对有效电子中间商的需要就愈强烈。

五、结论

在批发市场中，电子中间商能提高市场效率，但同时也带来了新的交易风险。电子中间商是随着电子商务的发展而兴起的，在交易主体、交易对象、交易过程上都表现出与传统中间商不同的特征。相对于传统的批发市场，虚拟市场中产品质量信息不对称问题更加突出，柠檬问题更加严重，这些都严重的影响着批发市场的交易效率。另外，缺乏信用是阻碍电子商务发展的最大障碍，电子中间商要克服这种在线交易带来的交易风险，就必须建立一个信用机制。

由于批发市场上产品的质量参差不齐，且买主处于信息不对称的不利选择地位，买主搜寻高质量产品的成本通常都比较高。在难以确定市场商品的具体质量的情况下，买主可以根据高质量产品所传递的市场信号——高价格，来了解到产品的质量。买主也更愿意为高质量的产品支付较高的价格，来降低交易中的不确定性。另外，电子中间商要花费成本去获得测试技巧、了解产品质量以保证所提供信息的真实性，以保护交易双方，使其能购买到高质量的产品。所以在电子市场上，市场交易的对象集中于高质量的产品，并且由于降低了交易风险，所以产品的平均价格要比传统市场中的产品价格高。

我们在本文中讨论的电子中间商是为交易双方提供一个服务平台，独立于买卖双方以第三方的身份提供产品的质量、价格以及交易双方的交易记录、信用等信息。交易时买卖双方要交纳一定佣金，即这些信息的提供会产生一定的成本，但电子中间商也要获取一定收益。所以，相应会引发一个问题，电子中间商会不会与买方或卖方串通起来，向交易的另一方提供虚假信息，从而产生电子中间商的败德行为。

电子中间商参与交易的最根本动机是要从信息的提供中获得一定的收益，在交换关系上，电子市场的特点是由传统市场纯粹一次性交易转变为密切伙伴式的重复性交易，电子中间商与买卖双方存在多次博弈关系（提供的信息不是一次性的）。另外，电子中间商可以出售许多卖主的产品，多个产品的电子中间商如果与某个“作假”的买主或卖主勾结，买卖双方发现电子中间商提供的信息是虚假的，那么他们将会停止使用电子中间商提供的其它服务，其结果电子中间商无法从信息的提供中获益。这种“信息溢出”效应会促使电子中间商尽可能搜集提供真实可靠的信息，同时，电子中间商可对“作假”的一方进行惩罚，鼓

文章编号: 1001 - 148X (2004) 08 - 0074 - 03

在 WTO 和 APEC 框架下建立 中韩贸易自由区

张 曦, 谷永芬

(哈尔滨商业大学 国际贸易学院, 黑龙江 哈尔滨 150028)

摘要: 面对区域经济一体化和全球贸易自由化的大趋势, 在 WTO 和 APEC 框架下建立中韩贸易自由区, 具有坚实的经贸基础, 有利于双方福利水平的提高和经济的可持续发展。但在推进贸易与投资自由化的进程中, 应分阶段、分地区逐步推进。

关键词: 中韩贸易自由区; 福利水平; 贸易与投资自由化

中图分类号: F741.2

文献标识码: B

中韩两个世界贸易大国自 1992 年正式建交以来, 双边经贸关系发展迅速, 年贸易额已突破 440 亿美元, 相互成为对方的主要贸易伙伴。在中韩间建立一个涵盖贸易、投资、知识产权、环境、鼓励竞争等多项内容的新型贸易自由区, 对于进一步加强两国更大范围、更深层次的经贸合作, 加快两国产业结构的调整和经济的可持续发展, 最终促进双方福利水平的提高意义重大。

一、建立中韩贸易自由区的福利效应分析

(一) 静态分析

VINER 指出贸易自由区 (FTA) 既可能增加成员国的福利水平, 也可能降低成员国的福利水平, 其最终效应依赖于贸易创造 (CREATION) 规模与贸易转移 (DIVERSION) 规模的相互对比。

收稿日期: 2003 - 07 - 28

作者简介: 张曦 (1974 -), 男, 陕西人, 哈尔滨商业大学国际贸易研究生。

基金项目: 黑龙江省教育厅骨干教师创新能力资助项目。项目编号: 1053GD57; 中国商业联合会资助项目 GD204。

1. 贸易创造。贸易创造是指通过消减成员国的关税水平, 减少或取消贸易壁垒, 使对国内较高成本产品的消费转向成员国较低成本的产品, 其结果是将国内低效率生产转移给成员国高效率的生产, 优化国际资源配置, 增加消费者剩余, 提高进口国和出口国的福利水平。

2. 贸易转移。贸易转移是通过成员许诺优惠的市场进入条件, 导致产品从较低成本的区域外国家或地区进口转向从较高成本的成员国进口, 其结果是将区域外的高效率生产转移给区域内的成员国的低效率生产, 恶化国际资源配置, 减少进口国的政府税收, 降低进口国的福利水平。

建立中韩贸易自由区, 一方面会产生贸易创造, 扩大双方具有比较优势的产品向对方市场的出口, 增加国民福利; 另一方面, 中韩两国同为 WTO 和 APEC 的成员国, 双方的关税水平在未来几年内将降低到较低水平, 贸易壁垒也将较原来大幅缩减, 不会带来太多的贸易转移。总之, 尽管我们无法对建立中韩贸易自由区给双方带来的福利水平的变化做出准确的估测, 但至少相信不会带来福利水平的下降或下降很小。

(二) 动态分析

励买卖双方提供真实信息, 这种简单的惩罚机制在动态市场中非常有效。尽管为此电子中间商必须付出较高的成本, 但多次博弈的收益之和必定会大于单次串通获得的收益, 这也是电子中间商权衡作出的理性选择。此外, 批发市场中存在多个电子中间商, 他们间的相互竞争也会迫使他们尽可能提供高质量的信息。

参考文献:

- [1] Theodore H. Clark and Ho Geun Lee, Electronic Intermediaries: Trust Building and Market Differentiation [J]. Proceeding of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences - 1999.
- [2] J. Christopher Westland, Transaction risk in electronic commerce [J]. Decision Support Systems 33 (2002), 87 - 103.

- [3] 黄敏学. 电子虚拟市场的演进与交易[M]. 武汉大学出版社, 2002.
- [4] [美] Soon - Yong Choi, Dale O. Stahl, Andrew B. Whinston, 电子商务经济学[M]. 电子工业出版社, 2000.
- [5] 李泽华. 关于发展我国鲜活农产品拍卖市场的思考[J]. 农业经济问题, 2002, (7).
- [6] 李金明. 我国水产品批发市场中存在的问题与对策[J]. 内陆水产, 2002, (7).
- [7] 肖杨波. 网络经济条件下质量不确定性与市场效率问题探讨[J]. 改革与战略, 2002, (22).
- [8] 吴俊, 邵兵家. 电子商务中介效率的博弈论分析[J]. 经济管理 新管理, 2002, (2).

(责任编辑: 席晓虹)