

浅议农村市场抵御伪劣商品的信息措施

安徽农业大学管理学院 王丘 黄世祥

[摘要] 本文针对近年来伪劣商品在农村市场盛行的现象,探讨信息在农村市场抵御伪劣商品中的重要作用,提出加强普法教育及科普宣传,加强消费信息导向和预警功能,发挥媒体的信息放大作用,选择合适的信息传播工具,营造安全的消费环境等信息措施。

[关键词] 伪劣商品 信息措施

1. 信息缺失及信息不对称是伪劣商品盛行的土壤

伪劣商品在农村市场盛行的原因虽然复杂多样,但信息缺失及信息不对称是伪劣商品盛行的土壤。伪劣商品往往以低价大量侵入市场,而受伪劣商品侵害的多是在经济实力和信息实力上处于劣势的消费群体,如务农人员、“农民工”。在缺乏商品质量信息的状况下,只要能满足最低的生理需要,价格低廉是此类消费者的必然选择。除质量信息的缺失之外,道德信息、法律信息的缺失,也将助长伪劣商品的盛行。在“阜阳劣质奶粉案”于2004年3月曝光的前一年,该地区工商部门早已公布过33种劣质奶粉的“黑名单”,但身处农村的消费者并不知此“黑名单”的存在,依然选择价格便宜的“奶粉”,因信息缺失造成孩子重度营养不良直至死亡。

世界银行《1998/1999年世界发展报告——知识与发展》,将知识分为两类,即技术知识(如关于耕作、卫生保健或会计的知识)及有关属性的知识(如产品质量、借款人的信用度或雇员的勤奋度),并将有关后者的不平衡性称为信息问题。技术知识水平的提高非一日之举,我国至今依然存在着几千万的“文盲”且大多分布于农村,此外,还存在大量接受过文化教育的“科盲”与“法盲”。所谓“x盲”就是对某类技术信息处于相对缺乏状态,低于社会平均信息水平。据报道,“广东毒酒”的制造者多是文化水平和收入水平“双低”的农民,面对低成本高利润的诱惑,在不知甲醇为何物,不知制造的“商品”可害死人命的状况下,用工业酒精大肆勾兑出多达几十吨的“致命酒”,致使多人中毒死伤。提升国民的整体技术知识水平是我国必须解决的事关国家长远发展的宏观问题。而对于有关属性的知识的不平衡性问题却是与当事人密切相关的微观问题。解决此类问题的最有效途径就是充分发挥信息在经济活动中的作用。

2. 信息在打击农村伪劣商品市场中的作用

2.1 可以快速提升国民整体信息意识。信息无处不在,但要获取有价值的信息却必须具有信息意识。我国农村消费者的信息缺失原因复杂,但消费者信息意识薄弱却是主因之一。2004年4月,西安“宝马”体彩案的受害者刘亮爬上了广告牌,随即引起媒体的广泛关注,从而引爆“体彩”造假内幕,最终将不法者绳之以法,还公道于“彩民”。刘亮是一个17岁的农村青年,他的这种制造“热点”的行动也从一个侧面反映出他具有较强的信息意识。诸如此类的“亮点”报道经常出现于媒体,但亮点闪现的另一面也说明我国消费者整体资金

被严重挤占,导致企业进入恶性循环。通过对经营杠杆系数的敏感性分析知道,在影响的销售量和价格两种因素中,价格比销售量更加敏感。因此,在结合企业产品定价过程中,应优先综合考虑产品的价格因素:对于价格弹性较小的产品,提高产品价格;对于价格弹性较大的产品,在考虑价格和销售量敏感性的同时,应采取薄利多销的价格策略。对此,企业应加快营销推广,对积压产品采取薄利多销的价格策略,增加企业的销售量,从而提高企业的资金流动速度,使企业的发展逐步步入正轨。

4. 结论

综上,在东北老工业基地改造过程中,结合经营杠杆作用,得出以下几点结论:(1)在企业改造决策过程中,由于影响息税前利润的几大因素敏感性不同。同时,企业客观上也不可能对所有因素进行调整。因此,笔者认为企业应以这几大因素的敏感性大小的优先顺序对企业经营决策进行调整。其顺序如下:价格、销售量、变动成本、固定成本。(2)销售量的变动直接产生了经营杠杆的变动,而价格、变动成本、固定成本的变动是不会产生传统意义上的杠杆变动,所以企业只有扩大市场,提高产品销售量,才能使企业充分利用杠杆作用。(3)在东北老工业基地的改造过程中,面临的市场风险,经营风险不同。因此,企业应针对自身条件和情况,权衡利弊,选择适当的营销策略,最大限度发挥经营杠杆作用,使整个改造过程发挥最好效果。例如:在市场潜力巨大时,企业应采取薄利多销的策略,最大限度的获取利润。在市场饱和时,企业应走奇异性发展道路,生产特色产品,通过提高特色产品售价来获取最大利润。(4)结合东北不同地区的现实情况,在改造过程中,我们应加强对整个工业基地的调查研究,重点进行宏观结构调整,因地制宜,充分发挥各地区区位优势,发展优势经济,从而达到改造的目的。

[参考文献]

- [1]周晓波,叶丽丽.经营杠杆与财务杠杆的实证分析.会计之友,2002;(4)
- [2]宋冬林.关于东北老工业基地调整改造的主要问题和思路.吉林大学社会科学学报,2004;(1)
- [3]宋冬林.振兴东北老工业基地的资金“入口”与市场“出口”.税务与经济,2004;(1)

信息意识的薄弱和整体信息环境的落后。

2004年初,“禽流感”在东南亚肆虐,我国政府未雨绸缪,提早进行相关知识与信息的广泛介绍与宣传,但这只是信息发布者的单方行为,信息是否发挥效用关键还是取决于信息受众的接收与利用。经历2003年“非典”考验的中国国民无形中增强了整体信息意识,安徽省第一例“禽流感”,就是养鸡专业户通过报纸、电视所获取的信息加以判断而向相关部门反映最终得以证实的,这样,不仅避免了“禽流感”的大规模蔓延,而且使受灾户的损失降到最低。由于信息受众信息意识的提高,使信息发布者的单方信息行为演变为信息接收者与发布者双向交流的信息行为。信息意识的增强直接对经济活动产生影响,我国禽类市场并未因“禽流感”造成严重经济损失,反而使制售者更加注重商品品质,使消费者的消费心理更加成熟稳定。

2.2 有利于在不对称信息条件下缔结对双方有利的“均衡”合同。伪劣商品的盛行主要是因为制售伪劣商品者与消费者之间的信息不对称,制售者掌握着关于商品质量的私有信息,并因此获取高额经济利益。解决这一问题的最有效途径就是让此类私有信息变成公共信息,巩固公共信息基础实质上就是巩固市场存在的基础。中央电视台的“焦点访谈”近期追踪报道了某县制售劣质食用油的事件,从食用油的原料收购到生产到销售进行了全程追踪,将制售者的私有信息毫无遗漏地暴露于消费者面前,成为人人皆知的公共信息,该劣质油市场随即萎缩。伪劣商品的盛行,使处于信息劣势的消费者对市场丧失信心,让优质商品制售者蒙受损失,如阜阳劣质奶粉案、金华劣质火腿案的曝光,就给正规生产厂家和经销单位造成巨大损失。在伪劣商品盛行的非对称信息的市场环境中,拥有优质品的信息优势方如果再隐藏自己的私有信息,将会导致信息劣势方缺乏信任,最终使市场的运行效率下降甚至使市场消失。此时,优质品的制售者必将会主动显示信号,让处于信息劣势方的消费者相信其商品品质,如阜阳劣质奶粉案发生后,几十个正规奶粉生产厂家齐聚合肥发表宣言,发起“市场保卫战”。在非对称信息条件下,信息劣势方如果能设计出对双方均有利的“合同”,使信息优势方不得不“说真话”和“努力干”,就会使市场运行效率提高。让伪劣商品制售者的私有信息变成公共信息,可以刺激优质商品制售者显示自己关于商品品质的私有信息,让处于信息劣势的消费者恢复对市场的信任,有利于在非对称信息条件下缔结对双方当事人都有利的“均衡”合同。

2.3 对法律威慑力及政府信服力的体现具有放大效应。“阜阳劣质奶粉案”一经曝光,立即引起党中央国务院的重视,并成立专案组来安徽调查取证,案发两个月后,当地政府相关部门的责任人受到严肃的党纪行政处分,售假者移交司法部门接受刑事处罚,受害人家属得到精神安慰和一定的经济补偿,造假者正在严查重办。安徽省太湖县农民向中央电视台反映“南优3号”棉种发芽率问题,经央视报道后,省政府相关部门很快查清了事实,还“公道”于民。媒体对制售伪劣者重拳打击的连续报道,对法律威慑力及政府信服力的体现起到了放大效应。市场价格体系在非对称信息环境下并非万能,当价格信号显示失灵时政府的作用显得异常重要,伪劣商品的盛行使价格信号的显示失灵,此时,只有依靠政府加以管制才能使市场正常运行。法律是政府调节市场的重要手段之一,市场也只有在法治的前提下才能公开、公正、公平的运行。信息对法律威慑力及政府信服力的放大效应,将巩固优质商品制售者在市场中的合法地位,增强消费者对市场的信心,抵御伪劣商品对市场的冲击,提高市场的运行效率。

3. 农村市场抵御伪劣商品的信息措施

3.1 加强普法教育及科普宣传。尽管我国政府出台了一系列旨在打击伪劣,保护消费,规范市场的法律、法规,但真正为普通百姓了解的并不多,因此,必须加强普法教育。法律常识能让制售伪劣者知道自己所要付出的“代价”,能让消费者明确不仅要用法律武器捍卫权利,同时也须履行与市场不法行为作斗争的责任和义务。“王海现象”即反映出我国消费者维权意识的觉醒,加大普法教育必将会使社会涌现出更多王海式的维护消费者权利的“卫士”。近期曝光的制假案件均涉及食品安全,以至一位人大代表感叹:“坐在餐桌前没办法安心吃饭!”大力进行科普宣传已刻不容缓。科普宣传的受众往往无特定指向,受众中即包括消费者也包括制售者。加强科普宣传可以在短期内让暂时无法摆脱贫困的消费者在选购廉价品时提高对商品质量的鉴别能力,增强防范意识,例如央视《每周质量报告》每期都请专业人士讲授如何识别商品真伪,笔者即从中学会鉴别龙口粉丝的真假。很多伪劣商品制售者文化水平不高,科普知识匮乏,只看到诱人的经济利益却对严重后果茫然不知。普法教育和科普宣传将大大减少“法盲”、“科盲”的人数,提高国民整体文化素质。

3.2 加强消费信息导向和预警功能。法律、道德等约束系统的反应存在时滞问题是正常的,此时,信息系统若能充分发挥预警功能和导向功能,就可以正确引导生产和消费,变后馈反应为前馈反应,缩短现实发展和约束系统应变之间的时间差距,加快约束体系的反应速度。央视七套曾及时报道辽宁沈阳发现大量假化肥,并跟踪调查到销售流向,提醒农民一经发现立即举报,因预警及时,未造成重大损失,已受骗的农户也及时得到相应补偿,没有影响春耕生产。在强化信息系统导向和预警功能方面,政府责无旁贷。消费信息从小处说涉及百姓生活,从大处说关系国计民生,我国加入WTO后,市场与国际接轨,生产者和消费者同样面临来自国内与国际的机遇和挑战。例如,消费发达的国家视包括我国在内的发展中国家为“洋垃圾”倾销地,政府应利用信息系统引导消费者摒弃来自国外的伪劣商品,选购同类国产的合格商品。

3.3 发挥媒体的信息放大作用。伪劣商品在农村市场盛行,除了法治问题、道德规范问题、人的素质问题之外,一个重要因素是信息的非对称性:公共知识基础不坚实,个别知识持有者利用信息优势能够获取

“企业集群式”对外投资 ——我国中小企业跨国经营的新途径 东南大学经济管理学院 张昕

[摘要] 加入WTO之后,走跨国经营之路成为我国广大中小企业的必然选择。本文在论述了跨国经营过程中单个游离中小企业容易受到资源、成本、创新能力、品牌等的制约的基础上,提出了“企业集群”式对外投资应成为我国中小企业跨国经营的新途径,并进一步论述了这一投资方式所具有的独特优势。最后对促进我国中小企业集群式对外投资的措施进行了探讨。

[关键词] 企业集群 中小企业 跨国经营

跨国经营是指国内企业通过对外直接投资,在国外建立子公司或分支机构,并以此为基础展开的跨国界的以赢利为目的的经营活动,在我国加入WTO之后,广大中小企业为了寻求经营机会、保护和扩大原有市场、克服贸易壁垒、追求优惠政策及获取技术,走跨国经营之路成为必然的选择。但是在跨国经营的过程中,单个游离中小企业势单力薄,仅仅依靠个体力量单枪匹马闯入国际市场难度很大,向大企业发展也不可能在短期内完成,组建大集团又往往减少了企业的灵活性,在这种情况下具有“小企业、大群落”特点的“企业集群式”对外投资兼具了小企业的灵活柔韧和大企业的品牌、实力,成为我国中小企业跨国经营的最佳选

超额经济利益。因此,必须发挥媒体的信息放大作用,巩固基础公共知识,让委托人和代理人在相对公平、诚信的信息环境中缔结互利的经济契约。伪劣商品的制售者就是隐瞒商品质量信息而非法获利,如此信息环境下,制售者与消费者之间很难形成长期稳定的买卖关系,制售者的个别信息一旦通过传媒的放大变成众人皆知的公共知识后,制售者自然而然丧失了可非法牟取超额经济利益的信息优势,这也是伪劣商品无法在较稳定的消费群体中长期存在的原因。媒体的信息放大作用还能加大信息管理、舆论监督的力度,因此,媒体应不断强化正面信息,正确引导舆论导向。信息对人的意识起着潜移默化的影响,信息整体素质的提高离我们并不遥远。中国人受几千年儒家文化的熏陶,从众心理强,示范效应显著。对正面信息进行大面积强火力的宣传,让正确的生产和消费理念深入人心,可为市场规范化打下良好基础。

3.4 选择合适的信息传播工具。据2003年度的科学知识度调查结果显示,在中国人获取信息的主要方式中,占第一位的仍然是电视,我国的电视机拥有量居世界首位。信息效用的发挥受两方面的制约:其一是信息资源的开发程度,其二是信息的传播水平,只有选择了合适的信息传播工具,才能提高信息的传播水平。根据我国农村消费者的现状,笔者认为,在消费信息的传播上应充分发挥电视的重要作用,经过“村村通”工程的实施,已形成基本上覆盖全国的电视网,近两年,数字电视正逐步走入百姓家中,更增强了电视的互动功能。对整个社会经济系统而言,通过信息系统在可能的地方消除时间延迟,将原因与存在地理距离或时间距离的结果相连接就可避免社会经济系统的剧烈动荡,信息系统此时成为至关重要的神经系统。现代经济稳定健康的发展依赖于信息系统的迅捷反应,因此,在选择信息传播工具时须把握“随需而变”的原则,传统与现代相结合,普及化与高端化相辅相承,将广播电视、报刊杂志、计算机网络、移动通信等各种传播工具加以整合,形成无缝联接的信息传播网,让信息准确、及时、安全、通畅地送达终端用户手中。

3.5 营造安全的消费环境。为广大农民营造安全的消费环境,须“德治”与“法治”双管齐下。“法治”就是建立健全法律、法规体系,真正做到“执法必严,违法必究”。“严管重罚”在一定程度上可有效减少违法行为的发生。“广东毒酒案”所用的工业酒精属于危险化工产品,按规定想要获取并非易事,但事实上,伪劣白酒的制造者却无需任何证明即可轻易大批量购买;阜阳劣质奶粉虽在一年前即被工商部门定为不合格商品却未及时采取有效的打击措施。目前,少数执法部门对待伪劣商品的制售仅采用少量罚款的方式加以处罚,大大削弱了执法力度,客观上助长了伪劣商品制售者的嚣张气焰。法律有滞后性但管理者接受新思想并没有滞后性,体制改革已进行多年,但多头管理、“踢皮球”这些体制弊端仍在作祟,真正的“法治”必须从根本上加大政府体制改革力度。

“德治”就是通过正面信息的宣传强化,帮助信息受众树立正确的道德观、人生观。文化环境或称文化氛围可起到约束及监督作用,在众人都诚实、公正的环境下,如果想制售伪劣商品就会受到社会舆论的谴责,背负沉重的心理压力。比如“乡里乡亲,知根知底”,就是由于信息具有对称性,让人不得不做真实的事,说真实的话。在公平、诚信的市场环境下,制售者能从稳定的客户源中长期获利,而消费者也能了解正确的消费信息选购到称心如意的商品,形成“双赢”。营造安全的消费环境需从多方面入手,但无论采取何种措施,信息都将起到举足轻重的促进作用。

[参考文献]

[1] 乌家培等. 信息经济学. 高等教育出版社. 2002

[2] <http://www.xinhuanet.com.cn>. :郭莹玉、吴俊. 从广州“毒酒”事件看农民工的“餐桌危机”. 2004. 3. 26

[3] 何薇. 涉农大案——严打. 新安晚报. 2004. 6. 12