

准公共产品的性质： 定义、分类依据及其类别

□陈其林 韩晓婷

(厦门大学 经济研究所 福建 厦门 361005)

有关准公共产品性质问题研究的深入或突破,是认识和缓解教育、医疗改革现实困难的一项基础性工作。准公共产品是介于公共产品与私人产品之间的、兼具部分公共产品和部分私人产品性质的某类产品。以产品消费的匀质性和非匀质性为依据,可将准公共产品划分为维持型如社会的公共设施、发展型如教育、经营型如医疗等三种类别。这种划分是有助于我们探讨不同类别的准公共产品最有效的供给方式。

关键词: 准公共产品; 产品消费的匀质性; 维持型、发展型与经营型准公共产品

中图分类号: F287.7 文献标识码: A 文章编号: 1003—5656(2010)07—0013—09

一、公共产品、私人产品与准公共产品

以需求或消费的社会方式为依据,各种产品可大致划分为公共产品、私人产品与准公共产品等三种类型。经济学通常将公共产品定义为每个人对这种产品的消费,都不会导致其他人对该产品消费减少的产品。而私人产品指的则是一个人对这种产品消费后,其他人便不能再次消费的产品。非排他性、非竞争性是公共产品需求或消费的基本特征。与公共产品的特征相对应,私人产品具有排他性、竞争性的性质^①。准公共产品指的是介于以上两类产品之间的、兼具部分公共产品和部分私人产品性质的某类产品,现实生活中,诸如医疗服务、非义务教育以及某些需要付费使用的基础设施等,均属于准公共产品。

通常认为,公共产品的非排他性、非竞争性,是基于以下两个基本因素共同作用的结果:一是社会全体成员的共同利益。例如,一个国家的国防、社会重大疾病疫情的防范与控制等等,均直接关系到社会每一位成员的根本利益。此类产品的公益性质和公益目标直接、明了,社会的每个成员都可以消费此类产品,从这类产品中获益;二是存在着“排他”的技术性难题——或者是不能将某些特定的个体排除在此类产品的消费之外,或者用于排他的成本远远大于排他带来的收益,比如市区道路、市政照明设施等。由此,公共产品又可以被表述为不论个人是否愿意购买,都能使整个社会每一成员获益的物品。

与公共产品不同,私人产品的排他性、竞争性,首先在于此类产品是满足社会个体成员各自不同的消费偏好和需求,因而与社会成员的个人利益直接相关。其次,没有“排他”的技术性难题,不仅可以将某些个体排除在此类产品的消费之外,而且因排他而带来的收益会大于用于排他的成本。因此,有偿消

^①公共产品的公益性质可以用 $X_k = X_i^k$ ($i = 1, \dots, I; k = J+1, \dots, J+K$) 来表示,即对于任何消费者 i ,他个人消费就等于集体消费;

私人产品的性质可以用 $X_j = \sum_{i=1}^n X_i^j$ ($j = 0, \dots, J$) 来表示,即产品 X_j 的消费总量等于所有个人消费 i 的总和(新帕尔格雷夫经济学大辞典

(3) [M]. 北京: 经济科学出版社, 1996, 1133).

费是私人产品排他性、竞争性的具体实现形式。

由此看来,社会的公益目标和产品排他的技术性难度,基本可以被视为决定公共产品的非排他性、非竞争性的主要因素。但是,产品的公益性质与排他技术不可行之间呈完全耦合状态的情况并不普遍。在现实的产品世界中,属于纯粹的公共产品形态的,其实是一个很小的种类^①。人们经常面对的,是处于公共产品与私人产品之间、属于中间形态的准公共产品:较之公共产品,它具有部分的排他性和竞争性;较之私人产品,它具有部分的非排他性和非竞争性。准公共产品之所以存在,一般而言,是因为上述的两个决定因素之间没有达到完全耦合的程度,或者两个因素各自作用的方向相悖,即产品消费越来越属于或接近于社会的公益目标,而产品消费的排他性技术则简便易行,排他的成本日益降低。

从动态的角度看,公共产品与准公共产品之间的界限,具有较大的不确定性。在某种情况下,两者之间会发生逆向性的转化。比如,即使是在产品排他技术较为简便且成本低廉的条件下,社会或政府也会依据公益目标的要求,消除准公共产品甚至私人产品的全部或部分的排他性,使其转变为公共产品或准公共产品。现行的义务教育就是准公共产品转变为公共产品的一个典型事例^②。也有相反的情况,原来一些作为公共产品使用的基础设施比如道路、桥梁等,现在成了准公共产品,某类如拥有轿车的消费者必须支付一定的费用,才能使用或通过。

为什么公共产品与准公共产品之间会发生逆向性转化?一个可以解释的因素是产品排他技术的发展。随着科学技术的不断进步,用于产品消费排他的技术方式和种类越来越多,变得日益可行。当排他的技术由不可行变为可行时,原来的一些纯粹的公共产品,现在则转变为准公共产品。

排他技术是必要条件,在排他技术可行的条件下,实现公共产品向准公共产品转化的决定性因素是社会的效率原则。当“公益性质”带来效率的严重损失时,如果排他技术可行,社会将通过各种方式或手段,赋予产品的排他性,以提高产品的供给效率,使公共产品转化为具有某种程度的排他性的准公共产品。

与此相对应,社会的“公益目标”则是解释私人产品向准公共产品、或准公共产品向公共产品转化的一个重要因素。在严格的意义上,“公益目标”不是经济学概念,而是一个现代社会不可回避并与社会所有成员相关的伦理学准则。经济学从不否认社会“公益目标”的存在及其具有的实际作用。在更多的场合,“正外在性”或许是“公益目标”更具经济学意义、更为具体的替代性概念^③。从这个角度看,准公共产品的存在,其实是社会或政府依据“公益目标”干预或校正“市场失灵”的具体结果之一。随着人类文明程度的不断提高,可能有越来越多的私人产品被社会赋予某种程度的公益性质,成为准公共产品。

社会或政府的干预或校正,主要是通过财政并辅之以其它行政手段,以遏制或削弱私人产品的排他性或竞争性予以实现的。一方面,这种干预或校正的范围、力度,主要取决于社会某个发展阶段的主流意识形态、社会伦理准则、社会经济发展水平以及政府财力的大小。另一方面,削弱产品的排他性或竞争性,其实是对市场机制某种程度的抑制或排斥。因此,此类干预或校正将导致效率的某种程度的损失。总体上,干预或校正的力度越大,效率损失的程度越大。因此,“公益目标”推动了私人产品向准公共

^①公共产品存在有形和无形两类形态,诸如社会公共设施等是有形产品,无形产品包括政府及其相关部门提供的服务等。本文讨论的是公共产品的有形形态。

^②在当今世界的许多国家,义务教育就是免费教育,是公共产品,不仅不收课本费、学杂费,有的还补助住宿费、午餐费,校车免费接送等。在“十一五”之前,我国的义务教育其实是准公共产品,是有偿消费。“十一五”期间,我国的义务教育正在快速地向免费教育转变,一些地区已经完成了这种转变。

^③正外在性是“公益”,负外在性是“公害”。减少“公害”也构成“公益”。新帕尔格雷夫经济学大辞典(3)[M].北京:经济科学出版社,1996,1120-1121.

产品、准公共产品向公共产品的转化,而效率原则的作用则相反,是公共产品向准公共产品、准公共产品向私人产品转化的主要动因。在效率与公平(公益性)这两个基本原则形成的张力中,公共产品与准公共产品、私人产品与准公共产品之间会发生顺向或逆向的转变。

在以往的一些文献中,虽然一些经济学家也注意到某些公共产品具有重要的“私人因素”,将此类产品称之为混合产品或“不纯粹的公共产品”,譬如收费的国家公园、道路等^①,但没有严格地区分公共产品与准公共产品。本文以是否有偿消费为依据,将混合产品称之为准公共产品,并且是一个与公共产品相区别的单独的产品类别。

从产品需求或消费的角度看,公共产品与准公共产品、私人产品的全部区别,在于前者是免费消费,后者是有偿消费。免费消费既是排除市场机制对公共产品配置或调节作用的结果,也是确保公共产品的公益性质或公平性的前提^②。因为是有偿消费,市场机制对准公共产品仍然具有基本的配置或调节作用。不同的是,较之私人产品,准公共产品的消费目标属于或接近于公益目标,需要政府依据社会的伦理准则予以衡量和校正。换言之,准公共产品的消费既需要社会或政府的介入和校正,也受市场机制的调节。

二、准公共产品类别划分的依据

作为一个大类,源于公平或效率原则的作用、由私人或公共产品转化而来的准公共产品,还可以作进一步分类。

产品的社会属性(产品消费的社会性质)与物理的或自然的属性,或许是讨论准公共产品分类依据的切入点。笔者以为,公益性不是准公共产品类别划分的基本依据:首先,分类依据必须具有相对明晰和稳定的特征。尽管公益性是个客观存在^③,但产品消费的公益性和私人性之间的边界却不十分明晰,因为产品消费的社会性或公益性的获得和确立,是一个历史过程,处于动态的变化之中;其次,公益性是准公共产品的共有属性,差别仅在于程度强弱的不同,但它们之间的这种强弱差别很难测度或评定,因而也要被排除在分类的直接依据之外;最后,公益性不是天然的,它实质上是一种后天的“赋予”,是社会或政府运用各种手段实现外部矫正的产物。在私人产品转化为准公共产品的过程中,这种外部“赋予”性质的强弱,不仅取决于外部矫正的力度,而且还受到私人产品“其它性质”的作用:假定外部矫正的力度相同,其公益性的强度差别一定源自于私人产品的“其它性质”;假定公益性强度相同,私人产品的“其它性质”必然要求外部矫正的力度有所不同。

这种“其它性质”源自产品的物理的或自然属性。在产品各种的自然属性中,其中的两类属性对于准公共产品类别的划分是至关重要的:一是排他的技术可行性;一是匀质性即产品品质的均等性。产品的匀质性属性^④是消费匀质性存在的自然基础。所谓消费的匀质性,指的是在既定的时空条件下,基于产品匀质性之上的、不同消费者对某类产品消费在质或量上的等同性,在同类产品的消费中,一些消费

^①新帕尔格雷夫经济学大辞典(3)[M].北京:经济科学出版社1996,1136.

^②有意思的是,因为是无偿消费,人们往往会忽视公共产品的存在及其作用。只是在发生公共产品缺损的条件下比如市区某条道路的路灯不亮时,人们才会切身感受到它的存在和作用。

^③公益性是经济学家们始终关注的一个问题。在经济理论发展史上,亚当·斯密虽然没有明确地界定“公共利益”,却以“论君主或国家的费用”为题,列举和阐述了公共利益的基本构成,如国防费用、司法经费、公共工程和公共机关的费用(包括教育设施),等等。(亚当·斯密著.国民财富的性质和原因的研究(下卷)[M].北京:商务印书馆,1997,27.)

^④关于产品的匀质性属性,马克思在《资本论》第1卷论述货币的材料时曾经涉及:“金银天然不是货币,但货币天然金银”这句话已为金银的自然属性适于担任货币的职能而得到证明。……一种物质只有分成的每一份都是匀质的,才能成为价值的适当的表现形式。”资本论:第1卷[M].第107页。

者消费产品的品质或数量,一般不会劣于或少于另一些消费者。与匀质性相对应的是非匀质性,产品的非匀质性则会导致消费的非匀质性特征。消费的非匀质性指的是,在既定的时空条件下,不同消费者对某类产品的消费在质和量上不具备均等性,也就是说,在同类产品的消费中,一些消费者消费产品的品质或数量往往会优于或多于另一些消费者。

关于消费的匀质性,可从被消费产品的质与量两个维度予以衡量。质的等同性指的是被消费产品在品种、质量等方面具有的同质性。如果是同品种、同品质的产品,其消费量可按照产品约定俗成的社会尺度,从时间或数量等方面去测度:假定时间不变,产品的消费量直接取决于被消费产品的数量;假定单位时间内被消费产品的数量不变,时间长短就是产品消费量多少的决定性因素。即使是时间和数量之间是一种动态组合,其消费量的测度也是相对简单明了的。但是,如果同类产品存在着品质上的差别,显然,不同品质的产品直接影响消费者消费的满足程度,相应的,其消费量的测度方式就会复杂些。如果消费属于不同种类、不同品质产品的组合类型,其消费量的测度则更加复杂。质的等同性与否,决定了量的测度方式的难易程度。因此,测度方式的简单或复杂,其实是不同产品的消费匀质性存在某种差异的具体反映:消费匀质性愈强,其测度方式愈简便易行;反之亦然。

消费的匀质性是相对的,既取决于消费者个人的消费偏好,也受被消费产品的匀质性属性决定。并且,从某个特定的角度看,产品消费的非匀质性会对个人的消费需求或者偏好起着规范和制约的作用。如果消费具有质的同一性,即使存在着消费量的差异,因为用于测度消费量的方法简单明了,社会用于控制或解决这种量的差别的方法也是简便易行或成本低廉的。在现实中,确实存在着这种由产品的自然属性而引致的消费非匀质性现象。一些产品,无论某个消费者采取何种手段,他的消费在质上与其他消费者总是具有基本等同性,量的差异也是易测可控的,一般不会产生一个或一部分人消费的严重不均等的问题,比如高速公路、桥梁、公园、剧院等;另一些产品则不同,由于品质、种类、数量和时间都是可变的,因而具有消费的非匀质性特征。无论社会采取何种措施,在这些产品的消费中,一个或一部分人消费的质与量不均等的问题总是无法避免。比如医疗,因为病情不同,一些患者总是比另一些患者需要消费更多的产品和服务,即便病情相同,一些患者消费的产品或服务完全有可能多于或优于另一些患者。

消费的非匀质性或匀质性特征,是准公共产品得以分类的直接依据。这样,以上由逻辑演绎而来的问题就有了一个初步的答案:在私人产品转化为准公共产品的过程中,基于社会或政府外部矫正力度之上的公益性,与产品消费的非匀质性特征相关,产品消费的非匀质性特征越强,所需要的外部矫正力度就越大;相反的推论则是,产品消费的非匀质性特征越强,如果其外部矫正的力度越大,其公益性就愈是被削弱。

由产品的自然属性而引致的消费的非匀质性或匀质性特征,往往被排除在经济学的视野之外。这是因为经济学的研究是围绕着私人产品及其为此实现的资源配置的效率问题而展开。消费的非匀质性是经济理论逻辑展开的一个既定前提,是市场经济的动力机制,也是通过市场或货币机制予以解决的。因此,在市场机制的选择中,消费的非匀质性是一个隐含的基本前提,而不是独立的经济问题。

但是,在准公共产品的分类问题上,消费的非匀质性或匀质性特征,则是一个相对独立的存在,具有不可或缺的理论意义。譬如,消费的非匀质性就是公共产品得以存在、维系的至关重要的条件。在没有市场机制配置作用(相对于公共产品而做的假定)的非排他性条件下,消费的非匀质性为排除消费者之间的争夺提供了可能性。反过来看,如果产品的消费是非匀质性的,即使该产品不具稀缺性或稀缺性较弱,

由消费的非匀质性而产生的消费不足或过度消费,也将导致消费者之间的“拥挤”或争夺,产生资源利用的低效率和浪费,甚至引致该产品供给体系的崩塌。准公共产品一般均具有消费的非匀质性特征,因而存在着消费不足或过度消费的可能性和现实性。消费不足意味着准公共产品的公益性没有得到基本的保证。过度消费则是消费者对产品的过度占有,如果任其存在、发展,自然会产生资源利用的低效率和浪费。如“无病呻吟”、“小病大养”、“三爱征”即爱逛医院、爱拿药、爱检查^①等等。

值得注意的是,对于消费的非匀质性而产生的消费不足和过度消费,市场机制的作用是双向、背反的,即在对过度消费产生必要抑制的同时,引致消费不足现象的扩大和加重。因此,由消费的非匀质性可以进一步衍生两个基本的结论:其一,消费的非匀质性是准公共产品存在的自然基础。某类产品消费的非匀质性特征愈强,该类产品就越是要采取准公共产品而不能是公共产品的形式;其二,社会或政府介入的基本目标就在于:既要弥补消费不足使准公共产品的公益性得到基本的实现,又要能够抑制过度消费,提高资源的利用效率。

在以往的经济学文献中,一些经济学家以排他性(非排他性)、竞争性(非竞争性)之间的不同组合为依据,将准公共产品划分为两种类型即拥挤性产品与俱乐部产品,并据此选择准公共产品的供给方式。

产品的非排他性、非竞争性可以被具体解读为:其一,由于技术上的排他成本过高或者根本无法排他,每个社会成员都具有消费该产品的权利,或者该产品具有不能排除任何人无偿消费的性质;其二,在既定的供给条件下,一个人的消费可能性或消费量与他人的消费量无关^②,或者一个人对该产品的消费并不会减少该产品为其他人带来的收益。这意味着,对于公共产品,任何个人都不能、也不具备过度消费的可能性。与非排他性、非竞争性相对应,所谓产品的排他性,指的是每个社会成员必须通过付费或其它有偿的方式,才能获取消费该产品的权利。如果人们不愿意或者不付费则无法消费该产品。产品的竞争性可以被理解为,一个人的消费利益均与其他人所获利益有关,一个人对某种产品的消费会减少其他消费者对该产品的享用数量。

排他性是竞争性的必要条件。排他性导致物品的稀缺性。稀缺是物品排他性的自然基础,排他性则是物品稀缺性的社会条件。任何物品,只要是排他的,就具备稀缺性。而稀缺性则又是竞争性得以产生和保持的基本条件。当某种物品稀缺并且排他时,一个人希望或能够获取的消费量取决于他的支付能力及其愿意支付的价格。在市场经济条件下,排他性与竞争性之间存在着一种稳定的、内在的对应关系,并且对产品消费和资源配置起着基本的、决定性的作用。

“拥挤性产品”(A. A. 沃尔特斯,1996)被看作是非排他性与竞争性之间组合的结果。那么,在既定的时空条件下,该产品的消费通常会出现以下两种情形:其一,该产品稀缺,但具有消费的匀质性特征,“拥挤”将会产生,比如免费公路或城市道路的交通拥堵;其二,该产品稀缺并具有消费的非匀质性特征,那就不仅是“拥挤”,消费者之间还会出现争夺甚至暴力侵占。

显而易见,“拥挤”将带来效率损失,但这种损失将由参与其中的消费者共同承担。以交通拥堵为例,减少效率损失的解决之道,一是增加供给,比如我国的许多城市正在大兴土木,希望用以高架桥为代表的立体交通解决“出行难”的问题。一是提高消费者参与消费的成本,如提高购车、养车的成本。再就

^①一个比较典型的案例是,台湾一对老夫妇一年上医院700多次,平均一天两次,家里的一个冰箱,塞满了各种药品。台湾健保:医疗制度乌托邦? [N]. 南方周末,2006-04-06.

^②新帕尔格雷夫经济学大辞典(3) [M]. 北京:经济科学出版社,1996,1134.

是改变“拥挤性”产品的性质组合,以排他性替代非排他性^①,或者采用行政配置方式,按照预设的规则作出硬性分配,规定什么人可以消费,什么人不可以消费,什么人最少要消费多少,什么人最多能消费多少^②,或者以有偿消费的方式即市场去解决因“拥挤”而产生的效率损失问题。

“拥挤”确实可以被用来描述非排他性条件下经常出现的人们获取物品的行为和状况。但是,“拥挤性”产品的供给方式是一个多项选择,在大多数场合,以排他性替代非排他性,可以说是其中的一个最优选择。因此,以非排他性与竞争性组合为依据,却推理、演绎出一个否定自身选择依据的结果(供给方式)。显然,这个选择依据自身的可靠性值得质疑。

在理论意义上,这种组合分类隐含着一个理论上的疏忽,即没有充分地考虑“拥挤”与竞争之间的区别。在非排他性与竞争性之间的组合中,“拥挤”与竞争已经被当作是不需要任何前提条件就可以相互替代的概念,两个概念的内涵是完全等同的。其实,“拥挤”与竞争并不是完全可以相互替代的概念。广义上的竞争,“是个人(或集团或国家)间的角逐;凡两方或多方力图取得并非各方均能获得的某些东西时,就会有竞争。”^③在此意义上,拥挤被包括在竞争中,是广义竞争的一种行为和状态。而本文讨论的则是经济学意义上的竞争,指的是市场上供求双方内部及其相互之间以价格为主要手段展开利益角逐的行为和状态,是与排他性完全对应的。它与“拥挤”在内涵上有着明显的区别:竞争性以排他性为前提,又必然导致排他性的结果。“拥挤”并不一定以排他性为前提,更确切地说,是非价格竞争的一个结果:拥挤虽然会导致效率损失的后果,但因为这种后果是由参与其中的消费者共同承担,因而是一种可以长期维持的状态。而竞争则是市场或经济行为,是提升效率的一个基本手段,其优胜劣汰的后果,由失败者全部承担。在这个意义上,竞争与拥挤是不能相互替代的。

至于俱乐部产品,被一些经济学家定义为“排他性与非竞争性组合”的产品。其实,俱乐部产品只是一种规模扩大了私人产品。它与私人产品的区别,不在于其性质的不同,而是规模的大小。它的非竞争性源于排他性,其较强的排他性有效地阻止了他人即外部人的进入,从而足以使“俱乐部”内部每个人消费的可能性与其他成员的消费量并不直接相关。从本文的视角看,它甚至不是一种真正意义上的准公共产品。

三、三种类别的准公共产品

划分准公共产品类别的目的,是为了寻求不同类别的准公共产品最有效的供给方式。在准公共产品中,各类产品消费的非匀质性程度是不同的。有些产品消费的非匀质性较弱,其市场性即排他性、竞争性也随之较弱;非匀质性程度愈高,产品的市场性即排他性、竞争性愈强。相应地,在既定的条件下,社会或政府“赋予”的非排他性强度也应随之变化。由此产生了各类准公共产品供给方式的不同。

以产品消费的非匀质性或匀质性特征与产品的排他性、竞争性的内在关系为依据,本文将准公共产品大致划分为维持型、发展型和经营型三种类别。

维持型准公共产品。在三种类别的准公共产品中,维持型准公共产品消费的非匀质性特征最弱,甚至可以忽略不计,因而其排他性、竞争性也最弱。此类产品的大多数均为社会的硬公共设施,如有偿消费的国家公园、博物馆、音乐厅、电影院、体育场馆、付费的高速公路等等。维持型准公共产品消费的一

^①据媒体报道,新加坡已着手实施关于机动车城市道路收费措施。

^②其实,行政配置方式也是一种排他性。为了不使问题更为复杂,本文对此问题不予讨论。

^③新帕尔格雷夫经济学大辞典(1)[M].北京:经济科学出版社,1996:577.

个显著特征是,被消费产品的品质、种类、数量以及时间都是既定的,个人的消费不以个人对产品的持续性占有为前提条件,消费行为呈流动形态并且受时间因素的约束。在某个时间段内,消费者以付费的方式或进公园游览,或进博物馆参观,或进体育场观赏比赛,或驾车通过高速公路从甲地到达乙地等等,每个消费者之间消费的质与量并没有明显的差别。一旦越过这个时间段,其消费行为也随之结束,一般不会产生消费者消费不足或过度消费的问题。即使存在质量的差别,譬如在电影院或音乐厅等类似的场合,因位置的不同而产生的消费者满足程度上的差别,均可以通过简便易行、成本可忽略不计的方法予以解决,诸如采取不同的收费标准,让处在最佳观赏位置上的消费者多付费,处在欠佳位置的消费者少付费的方法。类似的方法还有电影放映结束后的清场,规定高速公路上A地点抵达B地点需要的最长时限等等。

维持型准公共产品弱的非匀质性特征,以及与之相对应的弱排他性、弱竞争性本身表明,它实际上是社会公共产品的一个特殊种类。因此,此类产品具有的排他性,主要基于以下两方面因素:一是为了防止因“拥挤”而导致效率损失而必须做出的制度安排;二是为筹措必要的维修或护理费用,以防止设施破损造成的低效运营,维持或提高它的运营效率。维持型准公共产品的竞争性基本可以被表述为:在既定的供给条件下,一个人的消费可能性与他人的消费量无关。

维持型准公共产品弱的排他性和竞争性,在其成本曲线的变动上得以体现:从成本与其产出量的关系看,在既定的供给条件下,其固定成本并不随产出量的变化而变化。同样,它的可变成本也不会随着产出的变化而变化。由于维持型产品初始产出的边际成本与总成本相等,在既定的产出能力下,其新增产出的边际成本为零(也就是说,一个人的消费等于集体的消费,在既定的供给条件下,新增消费者消费的边际成本为零)。不过,维持型准公共产品的成本曲线也会发生变化,只是在本文的视角内,这种变化是一种特例,被排除在我们的观察之外:如果维持型产品的产出量超过其供给能力后,其可变成本不变,固定成本(主要是其中的维护费用)会快速上升,其时,总成本上升,边际成本也同时上升,边际成本线斜率为正。以收费道路为例,在道路既定的承载能力范围内,任何个人的消费均不会引起总成本的变动。然而,当道路承载能力达到饱和时,多增加一个消费者,道路的受损机率提高,修复以及维护费用也随之增加。实际经验表明,在这种情况下,后增加的消费者的消费量对道路的损耗程度,要远远大于先前的消费者或消费量,进而单位修复费用随消费量的增加快速上升,边际成本逐渐增大,总成本增加。总体上,维持型产品的投入往往是一次性的,由参与其中的消费者共同分担其必要的管理、维护费用。在既定的供给条件下,如果不考虑维护费用,维持型准公共产品的总成本与它的初始投入相等,其效率的提升与投入不直接相关。

发展型准公共产品。“发展型准公共产品”指的是以教育为典型意义、关乎国民人文素质如知识水平、文化素养等社会软性公共设施。如果不做具体说明,以下的“发展型准公共产品”与“教育”的外延和内涵是相互等同并替代使用的。

作为最具典型意义的发展型准公共产品,教育的构成随社会发展的变化而变化,教育产品的排他性与社会每个成员接受义务教育(即免费教育)的水平线密切相关。水平线以下的义务教育原则上属于公共产品类别。水平线之上的教育则是准公共产品类别。假如社会将义务教育的水平线确定为大学^①,大

^①基本可以认定,美国义务教育的水平线仍在大学以下。薛涌在撰文介绍美国高等教育的现实及其相应的制度安排时说,在美国上大学,大部分人用不着自己缴学费,至于“一些读书不好的中产阶级子弟,因为功课不佳,拿不到优等生的奖学金,最后大学费用大部分要自己支付”。由此看来,奖学金实际上是针对学业好坏的一种奖惩制度,而不是关于大学义务教育的制度安排。南方周末[N]. 2005-12-22.

学以上的研究生教育则是准公共产品。是否接受社会水平线以上的教育,由个人依据自己的发展预期以及作出的选择而定。水平线的上下取决于社会的发展程度,进而教育产品的排他性会随着社会的发展发生变化。至于社会如何实施义务教育,不同的国家有不同的制度安排。现阶段,我国的教育由义务教育(即九年制免费教育)和非义务教育两部分构成。

个人所受的教育年限的长短,是教育消费的非匀质性在量上的表现。所受教育的年限越长,其教育消费的量越大,反之亦然。在现行的教育体制下,这种量的差别被“定格”为学历水平的差异。不过,在给定的教育时段内,个人的教育消费量基本上是匀质的。通常情况下,在同一个时段内,任何人都不可能同时在两所学校上课,也不可能一辈子都呆在学校内,永远不毕业。在此期间,依据“有教无类”的基本原则,教育提供的消费量对于任何人都是相同的。因滞留如留级而引起的时间延长,实际上是对受教育者的一种惩罚,而不是过度消费。对于任何个人,在既定的时段内,教育一般不具备过度消费的可能性。

教育消费的非匀质性,集中体现在被消费产品的品质差别上,不仅非义务教育存在着品质上的差别,即使是在作为公共产品的义务教育中,这种品质差别也是较为突出的。现阶段令我国各级教育主管部门十分棘手、在义务教育中几成顽症的“择校热”,就是教育消费非匀质性演变、发展的产物。“择校热”存在的直接原因是教育的优质资源稀缺,根本原因却是源于教育产品消费的非匀质性特征。家长、学生围绕着幼儿园、小学、初中优质资源激烈争夺的现象进一步证明,以产品自然属性为基础的消费匀质或非匀质性特征,对于社会产品的分类具有决定性的意义。消费匀质性是公共产品不可或缺的自然属性,如果某种公共产品具有消费的非匀质性,消费者对该类产品的争夺或竞争是不可避免的。因此,在义务教育中,相对于优质资源,消费不足是一个长期存在的现象。

发展型准公共产品的竞争性可具体表述为:一个人的消费可能性与消费该产品的人数或该产品的供给条件有关。在既定的供给条件下,消费者的消费量一般不会随供给或者需求任何一方的变化而发生明显的变化。

与维持型产品不同的是,发展型准公共产品成本中的固定部分如教学楼、学生宿舍、用于教学的各种附属设施会因产出量的变化而变化,而可变成本如教师报酬等,也会随产出水平提高而增加。即使其他条件不变,在既定的供给条件下,边际成本即多增加一个单位额外产出而增加的成本始终大于零,是一个正值。如果考虑上述各项成本构成会随着社会发展水平提高而需要不断改善,教育的总成本会始终向右上方倾斜,并大于其初始投入。与维持型产品一样,当消费需求超过既定的供给条件时,必须追加对教育的投入,以确保教育产品持续、有效地供给。此时,教育的总成本出现跳跃式的上升,边际成本也在瞬间上升。在新的既定的供给条件下,其总成本与边际成本曲线的变化又恢复到原有状态。因此,发展型准公共产品供给规模的扩大和效率的提升与投入相关。

经营型准公共产品。本文以“经营型准公共产品”概括医疗以及与其性质相近的一类准公共产品。一般而言,医疗有广义、狭义之分:广义的医疗,其实是由社会构建的医疗服务体系,包括社区医疗、疾病控制、预防免疫、公共卫生、妇幼保健以及由医院提供的临床医疗服务等,其中的疾病控制、预防免疫、公共卫生等属于公共产品范畴;狭义的医疗,指的是消费者需要付费的、由医院提供的包括妇幼保健以及依附医院系统的社区医疗或服务。如果不做具体说明,以下讨论的经营型准公共产品,是狭义的医疗服务。

医疗产品消费的非匀质性,在品质与消费量两个维度上均存在着明显的差别。医疗产品品质的高

低直接决定着患者的消费质量。高品质的医疗产品无疑会提高患者治愈的可能性和现实性。由于高品质的服务会降低误诊的几率,不仅减少患者的痛苦,节省治疗时间,甚至能挽救或延缓患者的生命,而且也会为患者节约医疗费用。医疗产品的消费,以患者占有产品为条件,依据病情的严重程度,患者或住院或用药或消费其他医疗设施和辅助材料等,由此产生消费量上的差别。如果病情严重,患者对医疗产品的消费量以及需付的费用也随之增大。

在准公共产品的类别中,医疗产品的排他性、竞争性与私人产品别无二致。历史上,医疗产品的公益性往往是通过一些医生或医疗机构的自发行为而实现。所谓“悬壶济世”、“救死扶伤”则是社会公众对此类自发行为的一种褒奖和肯定。由某些医生或医疗机构的自发行为发展为社会或政府的自觉行为,医疗由私人产品转变为准公共产品,是人类社会理性程度和文明水平提高的具体表现。但是,将一种私人产品转变为准公共产品并使其公益性得以实现和保持,其困难是显而易见的。迄今为止,在严格意义上,还没有一个国家能够完全、圆满地解决好这个问题。

由于医疗产品直接关系人们的生命健康及其生活质量水平,因而由医疗产品消费的非匀质性而产生的消费不足,具体表现在以下两个方面:一是患者对优质医疗资源的争夺或竞争。无论病情轻重,每个患者均希望减少疾病带来的痛苦,为保持或提高健康水平和生活质量而获得优质医疗资源;二是在排他性条件下,一些有严重疾病的患者可能因无力支付高额甚至巨额费用而失去看病就医的机会。前者是“看病难”,后者则谓之“看病贵”。

与前两类准公共产品不同的是,经营型准公共产品存在着消费者过度消费的可能性。出于对生命健康和生活质量水平的关注和追求,如果政府赋予经营型准公共产品的“非排他性”过大,以至于医疗产品失去排他性或排他性过弱,则会出现上文提及的“三爱征”即爱逛医院、爱拿药、爱检查,导致部分消费者对医疗资源甚至优质医疗资源的过度占有和过度消费。因此,既要解决消费不足问题,保证社会公益性得以实现和保持,又要抑制过度消费,消除资源浪费,提高供给效率,确实是一个两难选择。这也是社会或政府“赋予”医疗产品“非排他性”的真实困难所在。

经营型准公共产品的成本曲线与私人产品的成本曲线无异。在一定的供给条件下,其固定成本不变,可变成本却随产出的增加呈现出先递减后递增的变化趋势。总成本线的变化由固定成本和可变成本共同作用。在经营性准公共产品的生产中,规模报酬递减规律的作用十分显著,即边际成本的最低点与总成本线的拐点相对应:在这点之前,边际成本递减,总成本线的斜率也递减;在这点之后,边际成本递增,总成本线斜率递增。经营型准公共产品的供给效率与投入规模直接相关。在一定供给条件下,如何确定合理的供给规模是提高经营性准公共产品供给效率的关键。

(收稿日期:2010—04—07 责任编辑:谭晓梅)