

基于我国烟草产业的 SCP 分析

郑义 (厦门大学厦门大学经济学院经济系 福建厦门 361005)

摘要 利用“结构-行为-绩效(SCP)”分析范式,结合现实数据,详细分析近年来我国烟草产业的市场结构、行为和绩效。

关键词 烟草产业; SCP 分析; 市场行为; 市场绩效

中图分类号 S572 文献标识码 A 文章编号 0517-6611(2011)28-17682-04

SCP Analysis of Tobacco Industry in China

ZHENG Yi (Department of Economics, The School of Economics, Xiamen University, Xiamen, Fujian 361005)

Abstract With the analysis paradigm of “Structure-Conduct-Performance (SCP)” and the realistic data, this paper detailedly analyzed the market structure, conduct and performance of tobacco industry in China in recent years.

Key words Tobacco industry; SCP analysis; Market conduct; Market performance

1987 年以来,烟草产业成了我国中央和地方财政收入的第一大来源,在国民经济体系中占据重要地位。由于烟草消费的特殊性,产业是一个受政策影响很大的行业,行业实行统一领导、垂直管理、专卖专营的管理体制。我国是全世界最大的烟草消费市场,但是由于行业状况“散、乱、低”,烟草业的发展受到了严重制约,行业整体竞争实力相当低下。加入 WTO 后,随着烟草产业的逐步开放,我国烟草产业面临着国际烟草巨头的竞争,行业竞争将越来越激烈。为此,我国于 1998 年开始推行“关、停、并、转”的行业内部改革,从优化资源配置、调整产业结构、完善公司治理等方面入手,在烟草产业的企业组织结构改善上取得了显著效果。笔者运用产业经济学知识,结合烟草业实际数据资料,在 Structure-Conduct-Performance 产业分析框架内,对近年来我国烟草工业的市场结构、企业行为、行业绩效展开详细的分析。

1 烟草产业的市场结构

市场结构主要指厂商之间市场关系的表现和形式,包括买方之间、卖方之间、买卖双方之间以及市场内已有的买卖双方与正在进入或可能进入市场的买卖双方之间在交易、利益分配等方面存在的竞争关系。就烟草产业而言,市场结构是指在市场中烟草企业之间在数量、份额、规模上的关系以及由此决定的竞争形式,其决定因素主要包括市场集中度、企业规模、产品差别化、空间分布、市场进入与退出壁垒等。另外,企业和产业发展、市场变化、经济发展等也会对市场结构变化产生一定的影响。

1.1 市场集中度 集中度是衡量某一市场或行业内厂商之间市场份额分布的一个指标,市场集中度是指某一特定市场中少数几个最大的厂商(通常是前 4 位或者前 8 位)所占有的市场份额。因此,集中度是市场寡占程度的一个指示器。

市场集中度的度量方法可分为绝对法和相对法。常用的绝对法计算指标有“前几位厂商集中度系数(CR_n)”和“赫芬达尔-赫希曼指数(HHI)”；相对法主要采用洛伦兹曲线(Lorenz Curve)和基尼系数(Gini Coefficient)。考虑到计算的简便和数据的可获得性,选取“(CR_n)”和“(HHI)”作为衡量指标。其中,前者的计算较简单,能形象地反映市场的集

中状况,但是无法反映厂商规模分布对集中度的影响;后者虽然直观性较差,却能够敏感地反应出厂商规模分布对集中度的影响。理论上,HHI 指数既考虑了企业总数,又考虑了企业规模分布,避免了集中度标准的缺陷,比 CR_n 更完善。通常 HHI 指数越大,说明市场集中度越高;HHI 指数越小,则市场集中度越低。利用烟草业 1993~2007 年企业的产量数据,可以计算出我国烟草加工业的 CR_n 和 HHI 以考察市场的集中程度(表 1)。

表 1 烟草产业的 CR_n 和 HHI

Table 1 The CR_n and HHI of the tobacco industry in China

年份 Year	企业产量 CR_4 Enterprises' output CR_4 //%	企业产量 CR_8 Enterprises' output CR_8 //%	品牌产量 CR_{10} Brands' output CR_{10} //%	企业产量 HHI Enterprises' output HHI
1996	15.54	25.25	1.61	
1997	15.28	24.60	1.59	
1998	17.41	27.01	15.64	0.017 5
1999	17.34	27.22	15.03	0.017 9
2000	17.77	28.19	13.75	0.018 3
2001	16.81	27.08	13.17	0.017 6
2002	16.00	26.28	15.90	0.017 3
2003	16.11	26.63	17.50	0.018 2
2004	17.01	29.32	21.70	0.021 7
2005	22.19	37.89	26.48	0.028 9
2006	26.00	44.12	31.93	0.037 2
2007	31.35	52.06	37.76	0.053 3
2008	-	-	39.50	-

注:数据来源于 1996~2008 年《中国烟草年鉴》。

Note: Data are from China Tobacco Yearbook from 1996 to 2008.

贝恩最早使用绝对集中度指标对产业的垄断和竞争程度进行分类研究,他依据产业内前 4 位和前 8 位企业绝对集中度指标,将集中类型分为 6 个等级。按照贝恩分类法,由表 1 可知,我国烟草产业的集中度总体偏低,行业发展不成熟。2007 年以前烟草业 CR_4 低于 30%,属于竞争型市场结构,近几年,随着我国烟草企业并购重组,烟草业的市场集中度逐步提高,但是与欧美等发达国家相比,我国的市场集中度仍然偏低。1999 年穆迪公司的研究表明,早在 20 世纪中期,美国的烟草行业就已经形成成熟的寡头垄断市场结构, CR_4 达到 90%;1999 年,美国、英国、日本的这一指标分别达到 97.5%、91.5% 和 99%,而在我国,这一指标仅为 17.34%,远低于发达国家。

2002 年以后,我国烟草业的 HHI 指数稳步提高,从 2002 年的 0.017 3 增加到了 2007 年的 0.053 3。HHI 指数的变化说明 2002 年前后,行政垄断等体制性障碍对烟草业的发展

制约很大,烟草业的工商分离改革加快了市场结构的转变,弱化了体制性障碍和非市场因素的影响,使得烟草业的产业重组和组织结构优化取得了实质性的进展,烟草产业集中度与品牌集中度显著提高。

1.2 产品差异化及空间分布 产业组织理论认为产品异质是导致同类产品不完全替代的主要原因之一,因而提供差异化的产品和服务成为企业提高市场地位、构筑进入壁垒的重要手段。卷烟产品的物理性差别不大,造成产品差别化的主要原因是消费者的主观差异、地理位置差别等。由于我国财税制度的特殊性,烟草企业的地理位置差别成了我国卷烟产品差别化的主要原因。烟草行业是一个高税行业,卷烟产品又是一个消费替代性很弱的特殊消费品,各地政府从取得财政收入角度考虑,都有投资烟草行业、保护本地烟草企业发展的冲动。突出表现为各地都生产、销售本地的烟,严格限制外地烟进入本地区销售。有的地方不管本地区是否具备发展烟草工业的客观条件,都盲目地将烟草工业作为经济支柱产业加以扶持和鼓励,纷纷培育本地的卷烟工业和品牌,严格限制外地烟草产品进入本地,这些地方保护主义措施,人为地割裂了市场,破坏了全国统一市场的形成。据 2005 年烟草快讯的数据显示,我国 32 家烟草重点企业中,除红塔集团、曲靖卷烟厂、红河卷烟厂、昆明卷烟厂、上海烟草集团和黄果树烟草集团外,其他企业在省内的销售量都占了其销售总量的 60% 以上,有的甚至高达 70%^[1]。虽然近年来国家一直在为建立高效、顺畅的烟草流通市场而努力,但是烟草消费的区域特性并没有太大的改变,这也是一些低效的本土小品牌得以存在的根本原因。

1.3 进入和退出壁垒 我国烟草产业是具有行政垄断的法定垄断行业,因此进入壁垒的因素主要是法律性壁垒和政策性壁垒,具体表现为烟草专卖管理体制。此外,烟草加工业存在显著的规模经济性,对新企业就有很高的规模经济壁垒。年产 30 万箱的生产规模是烟草加工业最小最优的适度经济规模,因此若要在市场竞争中形成基本的价格竞争力,就必须克服这一壁垒,而烟草加工业对规模经济的这种要求,也直接导致了同样较高甚至更高的必要资本量壁垒,必要资本量越大,新企业进入市场的难度也就越大。卷烟制造是一个大规模的自动产规模是烟草加工业最小最优的适度化生产过程,成套专用设备需用量大,一次性投入资本较高。另一方面,烟草税一直是我国财政收入的重要来源。实行产地征税,意味着随着烟草制品的省际流动,卷烟税由消费地区向生产地区转移。统一的税制和税率,确保了国家总税收收入不会因省际烟草制品的流动而减少,因此中央政府关注的重要问题是如何有效地从烟草产业动员和集中税收。但是烟草产品的流入与流出对不同地方财政收入有重要的意义,就烟草生产大省来说,烟草制品的调出,必然从消费目的地转移进大量收入,只要增加烟草制品的产量,就会增加地方财政收入;而对于卷烟净流入省市,外省烟草制品流入,意味着本地区在财政收入方面的机会损失,由此自然会产生扶持本地区烟草产业的行为倾向,对省外烟草产品进行抵制,就造成了地方贸易壁垒,不仅使那些经济效益高、创税力强的优势企业不能得到很好的发展,由于关闭任何一个卷烟生

产厂家必然会触动当地政府的财政收入,地方政府纷纷采取行政干预的手段力争使本辖区的卷烟工业不被成为关闭或兼并的对象,客观上提高了卷烟工业企业的退出壁垒,阻碍了中国烟草工业的企业结构调整。因此我国烟草业的进出壁垒都较高,不利于产业结构的调整和优化^[2]。

1.4 市场结构类型 魏后凯利用 1995 年工业普查资料,对我国 521 个制造业小行业的市场结构进行了研究。针对我国制造业的集中度很低,市场结构呈现出高度分散化特点的实际状况,他参考日本公正交易委员会的划分标准,首先采用 HHI 指数将市场结构分为 6 种基本类型。在此基础上,根据前 8 位集中度(CR_8)和企业数量的多少对各种基本类型进行细分(表 2)。魏后凯认为,目前我国制造业市场结构属于一种典型的高度分散型的竞争型市场结构,绝大部分的市场集中度很低,产业组织高度分散化。因此,从提高资源配置效率和增进消费者福利的角度,我国应该建立一个促进有效竞争为基本目标的适度集中的寡头主导型市场结构^[3]。

表 2 中国制造业的市场结构

Table 2 The market structure of China's manufacturing

市场结构类型 Types of market structure	分类标准 Standard of classification		企业个数 The number of enterprises	细类 Fine species
	HHI	$CR_8 // \%$		
A 高度寡占型 A High oligopolistic type	$HHI \geq 0.18$	≥ 90	1 ~ 20	A1
		< 90	20 ~ 70	A2
			10 ~ 40	A3
			40 ~ 300	A4
B 低度寡占型 B Low oligopolistic type	$HHI < 0.01$	≥ 75	8 ~ 20	B1
			20 ~ 80	B2
		< 75	30 ~ 150	B3
			150 ~ 950	B4
C 低度集中型 C Low centralized type	$0.1 \leq HHI \leq 0.18$	≥ 55	10 ~ 100	C1
			100 ~ 1 400	C2
		< 55	60 ~ 200	C3
			20 ~ 850	C4
D 分散竞争型 D Disperse competitive type	$0.05 \leq HHI \leq 0.1$	≥ 40	40 ~ 150	D1
			150 ~ 950	D2
		< 40	40 ~ 250	D3
			250 ~ 4 000	D4
E 高度分散型 E High dispersive type	$0.02 \leq HHI \leq 0.05$	≥ 25	90 ~ 300	E1
			300 ~ 1 500	E2
		< 25	170 ~ 500	E3
			270 ~ 800	E4
F 极端分散型 F Extreme dispersive type	$0.01 \leq HHI \leq 0.02$	≥ 15	270 ~ 800	F1
			800 ~ 6 000	F2
		< 15	300 ~ 1 500	F3
			1 500 ~ 21 000	F4

注:数据来源于参考文献[4]。

Note: Data are from reference [4].

运用魏后凯对我国制造业市场结构的分类方法对照表 1 中数据可知,烟草业 2001 年 $CR_8 = 27.08\%$, $HHI = 0.0176$, 是一种较为典型的“极端分散型”市场结构。但是 2007 年烟草业的 $CR_4 = 31.35\%$, $CR_8 = 52.06\%$, $HHI = 0.0533$, 已经演进为“分散竞争型”的市场结构。从制造业的实际情况来看,大体上 CR_4 为 35% ~ 65%、 CR_8 为 45% ~ 75% 或 HHI 指数为 0.05 ~ 0.18 是比较适中的市场集中度。所以,按照“寡头主导型”市场结构目标,烟草业与“产业内适度集中”的要求仍有一段距离,尤其是面对国外烟草巨头的挑战,烟草业产业重组的任务仍然十分艰巨。

2 烟草企业的企业市场行为

目前,烟草业是我国国内唯一一个仍在产、供、销环节全

部实行专卖制度的产业,其主要目的是为了保证国家的财政收入。在这样的背景下,与其他竞争性行业的企业相比,烟草业企业的行为具有很多独特性。

2.1 定价行为 自20世纪80年代初我国烟草业实行国家专卖制度以来,国家烟草专卖局最初对卷烟价格实行政府定价、严格管理,后来有一段时期曾逐渐放松过管制,但由于宏观经济环境的变化,近年来烟草业经济运行的波动较大,烟草专卖局又重新加强了对卷烟价格的宏观控制。2003年以来,卷烟价格实行宏观调控和微观规制并重的体制。在宏观调控方面,为了适应国家和行业改革的发展需要,国家烟草专卖局全面加强卷烟价格管理,在调拨和批发环节实行以统一价格为目标的价格核准制,在零售环节推行卷烟零售明码标价。统一卷烟批发价格,从形式上看,是典型的价格卡特尔。销售同一卷烟品牌的企业以市场为基础,共同商定一个大家都能够接受的批发价格来销售,任何一家企业不得高于或低于约定的批发价格。通常卡特尔行为会严重损害竞争机制,导致效率低下和消费者福利的损失,但是,卷烟价格卡特尔却与一般的卡特尔有实质上的差别,有其特殊的意义^[5],主要体现在3个方面。①国家对烟草实行专卖制度,其根本目的之一就是为国家创造垄断利润(财政收入)。在全行业实行卷烟统一批发价格,是实现垄断利润最大化最便利的方式。有步骤、规范和可操作地实施这一政策,是对国家烟草专卖制度的落实和完善。②实行卷烟统一批发价格不以限制竞争为目的,主要是为遏止卷烟的非正常流动。凡是存在地下渠道与合法渠道竞争的地方,不仅执法成本巨大,而且最终的必然结果是卷烟供过于求,价格下滑,品牌形象受到严重伤害甚至退出市场,生产商、批发商和零售商的利益均受到严重影响。所以,统一卷烟批发价格是非常必要的。③统一卷烟批发价格,可以在消费者利益不受损害的情况下增加企业利益,从而增加国家利益,实现社会总剩余的最大化。统一卷烟批发价格并不是简单提高卷烟批发价格,而是按照卷烟产品的主市场确定批发价格,高的降下来,低的提上去,因此消费者总剩余不受影响。企业可以发现和培育真实的目标市场需求,降低交易成本和市场风险,增强竞争力,实现生产者剩余最大化。同时,卷烟是国家控制的特殊商品,实行“高价重税”是许多国家的通行做法。

2.2 兼并行为 兼并是市场集中的重要途径,是推动行业结构调整的有效手段。我国全年的烟草总销售收入和利润还比不上1个奥驰亚公司,这表明我国烟草产业在组织结构和产品结构上有较严重的不合理。我国在21世纪初有110多家烟草工业企业,近年来,在国家政策的推动下,卷烟工业企业积极实施企业组织结构调整,10万箱以下规模小的烟厂已基本关闭,10万~30万箱卷烟产业企业联合兼并重组整合的步伐不断加快。在企业联合重组中坚持以名优品牌扩张为支撑,通过实施百牌号战略,明确重点扶持的发展牌号,有效地促进了产品结构调整和卷烟牌号整合。以培育“两个十多个”为目标,大力推进卷烟工业企业组织结构调整,平稳关闭兼并和联合重组107家中小型烟厂,目前,全国具有独立法人资格的卷烟产业企业减少到30家;2008年,品牌数量持续压缩,全产业在销品牌167个,比2007年减少33个;

在产品品牌155个,比2007年减少了18个;在产规格873个,比2007年减少了11个;销量超过100万箱的重点骨干品牌9个,比2007年增加了1个,其中,“白沙”品牌2008年的销量超过200万箱,“红梅”、“红河”、“红塔山”、“黄果树”、“双喜”、“云烟”、“黄山”、“七匹狼”的销量均在100万箱以上,“七匹狼”在2008年的销量比2007年增加了约20万箱,一举跨入销量过百万箱卷烟品牌行列。中国烟草产业向着其最终目标——培育形成一批年产销规模在500万箱以上的、具有国际竞争力的跨区域大型卷烟工业集团,迈出了成功的一大步。表3中的数据很好地显示了我国烟草业的企业和品牌数量的变化。

表3 我国烟草工业企业数量变化情况表

Table 3 The changing amount of tobacco companies in China

年份	企业数量	品牌数量
Year	The number of enterprises//家	The number of brands//个
1993	185	
2000	151	1 181
2001	143	1 049
2002	123	758
2003	84	584
2004	57	494
2005	44	325
2006	31	226
2007	31	173
2008	30	155

注:数据来源于《中国烟草年鉴》,2001~2007年《国家烟草专卖局工业年报》和中国烟草在线网站。

Note: Data are from *China Tobacco Yearbook*, *Industrial Annual Report of State Tobacco Monopoly Administration* from 2001 to 2007 and China tobacco online website.

3 烟草产业的市场绩效

产业组织理论中的市场绩效是指在一定的市场结构中,由一定的市场行为所形成的价格、产量、成本、利润、产品质量和品种以及技术进步等方面的最终经济成果。一般通过利润率指标、勒纳指数和贝恩指数这3个常用指标来描述和评价市场绩效。考虑到这些指标建立在不完善的理论假定基础上,无法同实际经济活动的目标完全吻合,而且在计算过程中存在基础数据不足和偏差,笔者从产业经济活动的目标来分析我国烟草业的市场绩效。

3.1 资源配置效率 从1996~2007年我国卷烟制造业的主要经济指标统计(表4)可知,2002年是一个十分重要的转折点,2002年以后烟草业的企业个数明显减少,效率逐年提高,充分说明了近年来烟草业的一系列改革政策是有实际效果的。与理想的完全竞争相比,垄断企业可以通过以较高的价格和较低的产量提供商品,攫取一部分消费者剩余,同时还导致一部分永久性损失,即社会福利净损失,或称效率损失。同时,在大型垄断企业内部存在着资源配置的低效率状态,即X非效率(大企业病)。随着烟草业产业集中度的不断提高,如何最大限度地降低效率损失必将成为一个需要认真研究解决的重要问题。

3.2 规模结构效率 规模经济通常指产品的单位成本随规模即生产能力的提高而逐渐降低的规律。形成规模经济的主要原因是:企业规模的扩大可以大大增强企业的竞争能力以及承担亏损和抗风险能力,同时可大量减少采购成本和销售费用。产业的规模结构效率反映了产业经济规模和规模

效益的实现程度,以及产业内企业之间的分工协作水平的程度和效率,是衡量市场绩效的重要方面。李保江等通过对我国卷烟工业企业的规模经济性进行实证研究^[4],验证了如下结论:卷烟工业是适合按照大集团、大公司的形式来组织生产和经营的,我国卷烟工业企业也存在着较为明显的规模收益递增性。在对我国卷烟工业企业进行战略性结构调整过程中,应该把重心放在真正地把企业“做大做强”上面。加入 WTO 后,国内卷烟市场必将与国际市场不断融合,这对长期以来一直基于封闭的国内市场而生存的卷烟工业而言,无疑是十分严峻的挑战。面对国外烟草公司强大的竞争压力,我国烟草业只有尽快实现产业集中,真正把优势企业“做大做强”,才可能在未来卷烟市场的激烈竞争中得以继续生存和发展。

表 4 1996~2007 年烟草业经济指标统计

Table 4 The economic indicators statistics of the tobacco industry from 1996 to 2007

年份 Year	利税 Taxes 亿元	产量 Output 万箱	企业个数 The number of enterprises	产量增长率 Growth rate of output//%	利税增长率 Increase rate of taxes//%
1996	683.70	3 401.698	168		
1997	742.70	3 377.000	169	-0.73	8.63
1998	763.00	3 374.000	160	-0.09	2.73
1999	768.60	3 340.000	152	-1.01	0.73
2000	821.70	3 334.900	151	-0.15	6.91
2001	980.10	3 402.000	143	2.01	19.28
2002	1 168.54	3 467.000	123	1.91	19.23
2003	1 319.41	3 581.000	84	3.29	12.91
2004	1 649.95	3 747.200	57	4.64	25.05
2005	1 818.25	3 877.820	44	3.49	10.20
2006	2 100.08	4 043.600	31	4.28	15.50
2007	2 618.80	4 282.760	31	5.91	24.70

注:数据来源于《中国烟草年鉴》和中国烟草在线网站。

Note: Data are from *China Tobacco Yearbook* and China tobacco online website.

3.3 产业技术进步 产业技术进步渗透于产业市场行为和结构结构的许多方面,并最终通过经济增长表现出来。其反映了一种动态的经济效率,是衡量经济绩效的一个重要方面。烟草业具有产品的物质结构和用途单一、市场销售中品牌效应十分显著和制造产品所需原料、技术及工艺流程高度同一,资产专用性极强,比较适合于大规模的机械化生产等显著特点,而在技术进步方面大企业比小企业更具创新性,所以烟草产业的规模化经济对推动整个产业的技术进步有着重大意义。由于目前在科技投入、新产品开发、技术引进和消化吸收等方面的数据限制,不能定量研究烟草业企业规

模和技术进步的关系。但是现代经济发展的经验表明,技术创新是推动一个国家和地区经济发展的根本动力。从长远发展来看,我国烟草业要不断提升总体竞争实力,稳定国内市场,逐步抢占国际市场,就必须依靠科技进步和科技创新,通过创新来推动产业结构升级和持续增长。

4 总结

我国的烟草业经过 20 多年的发展取得了令人瞩目的成绩,经济效益逐年稳步增长,成为国家财政收入的支柱产业。但由于历史形成的产业结构布局、烟草业高额税利形成的地方利益驱动,使得烟草行业当前的产业结构仍需要很大程度地调整。从促进有效竞争的目标出发,我国烟草业需要的是一个产业内适度集中、企业间充分竞争,以大企业为主导、大中小企业协调发展的“寡头主导型”市场组织结构。所谓适度集中,是指市场集中度处于适中的水平,既有利于提高资源配置效率,又有利于增进消费者福利的集中区间。无论是从理论上还是从国外的经验看,为促进和维护市场的有效竞争,建立一个适度集中的产业组织结构都是必须的。

今后一段时期我国烟草产业组织政策应该实行的目标取向是:重点依靠市场的竞争机制,并辅之以必要的行政和法律手段,扶持具有竞争力的优势企业,以提高产业的集中程度,防止过度竞争造成资源的浪费,完成行政性垄断向经济集中型垄断的转变;同时,要尽快完善法律和行政规章制度,在遏止各种形式的破坏竞争的垄断行为的同时,加强对形成经济集中型垄断结构的烟草业的政府规制。近期,由于当前我国烟草业面临的主要问题是集中度过低导致的产业低效问题,因此,应把产业组织政策的重点放在提高产业集中度上^[5]。

参考文献

- [1] 张全在. 中国烟草产业组织结构的实证分析[J]. 中国烟草学报, 2006(6): 3-10.
- [2] 吕忠信. 中国烟草经济研究[M]. 合肥: 中国科学技术大学出版社, 2003: 60-70.
- [3] 魏后凯. 市场竞争、经济绩效与产业集中——对中国制造业集中与市场结构的集中研究[M]. 北京: 经济管理出版社, 2003: 170-175.
- [4] 刘伟. 经济转轨过程中的产业重组[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2005: 95.
- [5] 黄剑文. 我国烟草业市场结构分析[J]. 金融与经济, 2007(9): 79-81.
- [6] 张志龙. 烟草行业市场结构优化与体制改革[J]. 中国经贸导刊, 2009(8): 30-31.
- [7] 于良春, 薛蕾. 中国烟草工业市场结构与绩效的实证分析[J]. 山东理工大学学报, 2006(3): 18-22.

(上接第 17636 页)

品供给模式不仅可以提高供给效率分散政府的压力和减轻地方政府财力不足的负担,同时可以有效的改善广大农村地区公共物品严重不足的现状。按照“多予、少取、放活”的原则,构建多元化的供给体系^[10]。充分发挥政府力量、市场的力量、非政府组织的力量进而形成一个良性的供给体系,是当前所急需的。此外,在构建政府为主导的多元化的农村公共物品供给体系的同时,一定要积极培养政府部门公务员的服务理念,转变政府职能并加快服务型政府建设的步伐,进而为农村的公共物品的有效供给和农村的繁荣奠定基础。

参考文献

- [1] 保罗·A·萨缪尔森, 威廉·D·诺德豪斯. 经济学[M]. 胡代光, 等译. 北京: 首都经济贸易大学出版社, 1996.
- [2] 朱天飏. 比较政治学[M]. 北京: 北京大学出版社, 2006.
- [3] 庞绍堂. 公共物品论——概念的解析延拓[J]. 公共管理高层论坛, 2007(1): 237-248.
- [4] 布坎南. 民主财政论[M]. 穆怀朋译. 北京: 商务印书馆, 1999.
- [5] 黄志冲. 农村公共产品供给机制创新研究[J]. 现代经济探讨, 2006(10): 28-30.
- [6] 石洪斌. 农村公共物品供给研究[M]. 北京: 科学出版社, 2009.
- [7] 张琨. 中国农村公共产品供给[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2008.
- [8] 亚当·斯密. 国民财富的性质与原因研究[M]. 太原: 山西经济出版社, 2010.
- [9] 高鸿业. 西方经济学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2004.
- [10] 睢当臣. 农村公共产品供给结构研究[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2009.