

外贸代理制的信息经济学思考

邓力平 陈 涛 詹凌蔚

一、引 言

在我国,推行外贸代理制是当前外贸体制改革的重要方面之一,它是国有外贸企业在市场机制下求生存、谋发展的重要竞争手段。近年来,不少学者运用社会分工理论、市场营销概念及成本—效益分析方法等对我国推行外贸代理制的必然性及可行性进行研究,并取得了可喜的进展。我们认为,对外贸代理制进行研究,还存在另外一条思路,即运用信息经济学的研究方法,从委托代理形式固有的信息不对称现象 (asymmetric information) 入手,对当前讨论较多的几种外贸代理制形式进行分析比较,寻找一种符合中国国情并有利于克服因不对称信息所带来的内在缺陷的较优契约安排形式。本文拟从这个角度出发,主要以出口代理为例,对外贸代理制在我国的推广及优化提出自己的看法。

二、对外贸代理制的基本认识及研究思路

1 为了便于讨论,我们首先将已在国内外实践中出现的外贸代理形式归纳为三种:形式 I:直接代理(又称佣金代理);形式 II:中国现行的出口代理形式(我们称其为中国式风险代理);形式 III:间接代理(又称行纪)。其中形式 I(即直接代理)系指代理人(外贸企业)在代理权限内,以本人(生产企业)的名义同第三人(国外进口商)签订合同,办理进出口业务,并收取一定佣金,代理人对第三人不承担责任,也不享受权利;而形式 III(间接代理)也是国际通行的外贸代理的一种形式,它指间接代理人(行纪人)为本人(委托人)的利益和计算,但以自己名义与第三人(国外进口商)签订合同,并收取一定佣金,同时对第三人承担合同中的义务,享受合同中的介入权;最后,形式 II(中国式风险代理)是中国现存外贸体制的产物,它的产生系以我国外贸经营权的审批制为基础,并在非完全出于双方当事人(本人及代理人)自愿的背景下,由代理人(有外贸经营权的企业)以自己的名义对外订立进出口合同,以帮助生产企业开拓国际市场。显而易见,这三种外贸代理形式在佣金分配、风险划分及约束法规等方面存在着一定差异,为便于后文分析,现将其作一比较并列于下表中:

三种外贸代理制形式的比较

代理形式 \ 比较项目 比较内容	风 险 (代理人)	收 益 (代理人)	约 束 法 规	代理人与本人间 关系(是否自愿)
直接代理(I)	风险=0	佣金>0(中等)	各国民法(或商法)	一般自愿
中国式风险代理(II)	风险>0	相对较小	1991年《暂行规定》及 《对外贸易法》第13条	并非完全自愿
间接代理(III)	风险>>0	佣金较高	各国民法(或商法)	一般自愿

2 进而,我们对当前外贸代理制的改革与现状谈两个基本认识:(1)我国外贸体制改革必须以大力推行外贸代理制作为主要方向之一。长期以来,由于我国外贸经营的计划体制,大部分外贸业务由垄断的外贸专业公司经营,经营方式以收购制为主,但这种做法随着我国经济体制向市场经济的转型以及与国际经济的接轨,其缺陷也越来越突出。对于这点,已有众多文章加以论述,这里不予展开。另一方面,经过试点企业的实践表明,外贸代理制适合于我国社会主义市场经济建设和外贸垄断制解体后的形势,它有利于生产企业扩大对外贸易,降低成本,提高效益。正是基于这些原因,在全国范围内推行外贸代理制已被提上外贸体制改革的日程,尤其是1991年,对外经济贸易部门专门制定了《关于对外贸易代理制暂行规定》(以下简称《暂行规定》),1994年颁布实施的《中华人民共和国对外贸易法》第13条对外贸代理制也做了原则性规定。这都为外贸代理制在国内的真正实施奠定了一定的法律基础。(2)近几年的实践也表明,外贸代理制的推广目前遇到了一系列困难。外贸代理是实现跨国交易的一种较为复杂的方式,它涉及到委托人、代理人、第三者三方的利益、权利及义务分配问题。因此它的顺利推行必须具备一定的内外部条件。而当前我国经济体制在许多方面不同程度的欠缺恰恰使外贸代理制这一新事物与旧的外贸经营方式之间的矛盾显现出来,从而导致了外贸代理制难以有效推广。据资料显示,近些年来,外贸企业代理出口占全国出口总额之比重一般在0~5%,很少超过10%,甚至普遍呈下降趋势。

3 在这种情况下,许多学者针对外贸代理制推行过程中遇到的困难、原因与可能改革方向进行了大量理论探讨,其中在不同程度上涉及到外贸代理制的形式选择问题。这些讨论的焦点主要集中于两点:其一,在目前条件下,是否应立即从现行代理制形式(形式II)向直接代理(形式I)或向间接代理(形式III)转换;其二,假定转换条件不具备,则对于现有的形式II,我们又应从哪些方面对其进行规范及改善。具体说来,目前对上述问题的探讨主要顺着以下两种研究思路展开:

思路I:法律不规范论。这种思路主要从我国现行外贸代理制的外部法律环境出发,认为当前所面临的主要困难在于法律的不规范性及相应造成的代理行为的不可操作性。首先,这一思路强调有关外贸代理制的立法相互不协调。根据《暂行规定》,我们当前应选择的形式为形式II,而这种选择又缺乏民法基础,因为按照《民法》所给出的代理形式应为形式I。这样就造成实际操作部门在具体实施过程中对代理形式选择的矛盾性。其次,这一思路认为现存的外贸代理法规条例对代理行为涉及的三方(生产企业、外贸企业及外国客户)的责、权、利界定不尽合理。这种不足尤其体现于代理人的权、责比例不协调。外贸企业在现行外贸代理制下既不具备间接代理(形式III)中的行纪人所享有的多种权利(如介入权等),又必须承担形式I下所不需承担的较高风险。因此,持此类观点者建议可从以下两条道路择一而行:或由《暂行规定》所规定的外贸代理制向国际通行的间接代理(形式III)过渡,或直接采用民法规定的代理,依据民法规定的直接代理(形式I)来规范现行代理制,这样可使行政规范与法律基础相一致。此外,还有一种观点,认为在中国现有的国情下,鉴于目前代理制形式的冲突,可考虑在修改的统一合同法中规定间接代理(行纪)合同,使民法规定的直接代理(形式I)和合同法中规定的间接代理(形式III)并行。同时为了避免冲突,对民法通则的代理制定细则,使外贸代理的各种形式均有法可依,防止与经济合同修改不一致。

思路II:外部条件不具备论。这种思路认为,目前无论采用什么形式的代理制,其对外部条件都是有一定要求的。而具体到某一给定的外贸代理制形式,又必须在相应的外部条件下才能得到顺利推行。例如,对应于《民法》所规定的形式I,我国目前的外部环境至少在以下两个方

面不具备:一是外贸经营权审批制尚未取消,这形成了推行直接代理(形式I)的主要障碍,因此加快放开生产企业进出口经营权是推行外贸代理制的必要条件;二是市场条件及国有企业内部机制不具备。就市场条件而言,国内市场不成熟这一外部条件不利于代理人与委托人按国际规范的委托代理方式承担责任与义务;而作为委托代理主体的国有生产企业与外贸企业,由于现代企业制度未能得到充分实施,也会对代理制的推广造成相当困难。

以上两种思路分别从法律与外部环境的角度讨论了推行外贸代理制的现状、问题及改革方向,尤其是在外贸代理制的形式选择方面作出了具体分析,这无疑是正确的。然而,我们认为,外贸代理制的顺利推行及具体形式的正确选择,除应具备必要的法律规范与外部环境外,还应具备高效率的内在激励机制,而后者涉及到委托代理制自身在信息拥有、风险安排等一系列因素上的内在结构。因此,关于外贸代理制形式选择的问题,我们建议还必须从信息经济学角度去探讨,以寻找适合中国国情的具体代理形式。

三、委托代理理论与外贸代理制

(一)不对称信息与委托代理一般理论

不对称信息指的是交易的一方参与者拥有但另一方参与者不拥有的信息。近些年来,对交易中不对称信息存在的关注已越来越成为现代经济学的重要部分。在某种程度上,如同“非完全竞争”的市场基本事实一样,不对称信息也是一种市场的常态。因此研究非对称信息条件下交易的最佳契约安排具有相当实际的意义。

分析不对称信息是通过委托代理模型来实现的。信息经济学上的委托代理意义在一定程度上有别于法律上的委托代理,它是泛指任何一种涉及非对称信息的市场。其中:委托人——非知情者(uninformed player),处于信息劣势;代理人——知情者(informed player),处于信息优势。非知情者将不得不因为知情者的信息优势付出更大的交易代价。在这里,拟主要利用两种模型,来为我们分析中国现行外贸代理制提供一个理论框架。

模型I:隐藏行动的道德风险模型(moral hazard with hidden action):签约后代理人所选择的行动以及代理人所面临的自然状态(为不受代理人控制的外生变量,如市场状况、交易背景等)是委托人所观察不到的,委托人只能观测到由代理人行动和自然状态所共同决定的交易结果。而委托人的目标是设计激励合同使代理人从自身利益出发选择对委托人有利的行动。

模型II:逆向选择模型(adverse selection model):逆向选择发生于签约前,委托人不知道代理人的状况、类型及代理人的私人信息。因此逆向选择模型要解决的问题是通过一种契约设计来获取代理人的私人信息。

(二)中国现行外贸代理制(形式II)实践中的契约机制缺陷

运用委托代理一般理论,我们首先来探讨一下现行外贸代理制形式所存在的主要问题,归纳起来,从信息经济学的角度看,这些问题至少包括以下三个方面。

1 信息不对称的放大。在一般的条件下,外贸代理人拥有国际市场信息,以及自己业务能力、交易磋商的信息,而委托人则不完全拥有这些信息。而现行的外贸体制和代理制形式扩大了这种信息不对称倾向:(1)外贸代理制中存在着“一顶帽子大家戴”的情况,即由于外贸经营权没有放开,无外贸权的企业挂靠有外贸经营权的企业,使合同产生法律纠纷的隐患,同时使委托人认定外贸代理人的资格和真实业务能力存在障碍。同时使一些信誉良好的代理人退出市场,不愿做代理业务,因此这个市场上存在逆向选择问题,这也是外贸代理制推而不广的原因之一。(2)信息的拥有是一个不断积累的过程,几十年来的收购制使生产企业处于与国际市

场隔离的状态,在推行代理制后,生产企业依然处于信息劣势,与国际市场仍处于半隔离状态

(3)现行外贸代理制中由于委托合同不规范,常以订单代替委托合同,关于代理人如实报告交易信息的代理人基本义务,没有在法律上确立下来。同时现行代理制缺乏补偿条款,使代理人唯恐交易成功后,委托人甩开代理人直接同外商签约,因此产生“互不信任”,从而产生机制缺陷下的信息封锁与保密,即会出现前述的道德风险问题

2 风险分担缺陷 现行外贸代理制做法使外贸公司垫付资金,且产生所谓“拿 1% 的手续费,承担 100% 风险”的状况,而生产企业承担的风险接近于零。由于一些生产企业无外贸经营权,从而成为被动的风险中立者。但代理人承担全部风险,应意味着委托人只能得到固定收入,其余利润应由代理人所有。现行做法对代理费用的计算标准是采用硬性的收费标准,即合同标的 0.5%—1%,且一般只能收取代理费。这种做法实际上使外贸代理人通过合同所获得的利益限制在一定范围之内,必然导致合同产出与利益的不均衡分配

3 激励机制的缺陷。根据生产博弈模型来分析,在不对称信息下,外贸代理制的合同应是一种奖惩合同,根据外贸代理人的业务水平、积极工作水平进行奖惩。现行外贸代理制下,由于委托合同不能使代理人选择委托人所希望的行动,同时由于佣金不合理,使外贸代理人在出现合同纠纷时消极应诉、索赔,从而产生外部效应。从这个角度说,现行外贸代理制契约设计中,委托人并没有把自己的效用最大化建立在外贸代理人的激励相容约束条件之上。而激励机制应是一个动态系统:一方面代理人的激励来自于委托人的利益让与,另一方面,外贸代理人的积极行动增大了合同产出增加的可能性,从而促进生产企业增加对外贸企业的激励

(三)从委托代理理论看我国外贸代理制的形式选择。

如前所述,目前中国外贸代理制的发展有三种选择:一是改变现行外贸代理制形式,由形式II 向直接代理(形式I)发展;二是从形式II 直接向间接代理(形式III)发展;三是在现行代理制形式II 的框架下,完善法规,健全机制,疏通信息渠道,减少信息不对称所带来的效率损失。从信息经济学角度看,以上三种选择在具体实施中都各有利弊,因此,任何关于外贸代理制改革的举措都必须充分考虑到在信息拥有因素及其对应的风险分布权衡利弊,据中国具体国情作出正确选择。以下将就其作出具体分析:

其一,三种代理制形式优劣比较。

对于直接代理(形式I)来说,由于委托人可观测到代理人的选择同时也可观察到外生变量(即代理人所选择的自然状态),且委托人可参与交易磋商的全过程,因此委托合同可建立在代理人的工作努力程度之上,从而激励相容约束是多余的。委托人可设计强制合同,根据进出口合同及代理人的工作努力程度确定佣金的支付,因此代理人没有选择消极工作的余地。这种方式下,委托人是风险中性的,最优合同要求代理人的收入应是相对固定的,不享受合同的其它利润,但同时也不承担风险

行纪(形式III)与中国现行外贸代理做法都是以代理人的名义对外签约,因此代理人履行委托义务的行动在某种程度上都存在着对委托人的道德风险。然而行纪由于规定了代理人的直接履约权和介入权及规范了指定价格交易及其余利润归代理人所有的权利,使代理人权利和风险都相应增大。由于行纪使代理人真正成为风险中立者,承担全部风险,且取得更大利益,因此行纪相应地克服了信息不对称带来的交易效率降低的缺陷,对代理人激励来自于代理人对自己潜在利益与风险的关注,出于这种内在动力的驱使,代理人如同为自己工作一样,不会选择消极工作。

以上分析表明形式I 与形式III在克服信息不对称方面较形式II 而言有相对优势,但这并

并不意味着照搬国际通行的形式I、III即可成为解决我国外贸代理制所遇到困难的一条坦途。这是因为,一方面信息不对称问题作为代理形式的固有内在缺陷,无论在形式I、II、III中都是不可避免的。因此,我们在形式转换过程中必须对这一问题引起充分重视。例如:现行代理制下,代理人常常抱怨他们必须承担100%的风险,而要求尽快推行直接代理(形式I)。事实上,按照米尔利斯阐述的原理,代理人所承担的风险大小应与其所占有的信息优劣程度成比例。因此可以认为外贸企业目前承担100%风险与其在代理过程中占有信息绝对优势是相协调的。这样,如果转向直接代理(形式I),如何在降低代理人风险的同时也降低代理方在信息上的绝对优势则成为我们必须注意的一个重要问题。另一方面,以上分析的形式I与形式III均是在理想市场状态下才能较好地解决了保险与激励问题,而在现有中国市场条件下,由于非市场行为而导致的信息不对称必然会成为交易中不可回避的风险。因此推行国际规范只是努力方向,施行起来还须假以时日。

其二,完善中国现行外贸代理制:对信息不对称的克服

如果目前从形式II向形式I、III转换时机尚不成熟,我们应做的就是现有形式II的条件下,努力克服包括信息不对称在内的各种弊端与问题,在这里我们拟提出五个对策。

对策I:外贸代理人资格的认定。对于现行外贸代理制的代理人来说,如果其通过某些渠道将自己的类型信息和能力信息传递给处于信息劣势的委托人,则可以实现事前交易的改进。实现信息传递的渠道是:(1)外贸企业传递其无形资产价值,如信誉、政府认证等。(2)委托代理合同中强调代理人的法人资格权,以及无法人资格权的违约内容。这样,无法人资格权的代理人则不会轻易从事此项业务,这也从间接传递了外贸代理人的真实背景。

对策II:应该有效地实现对代理人的奖惩。按照米尔利斯—霍姆斯拉姆条件,信息不对称下,代理人的收入应有更大的波动性,因为代理人的行动不可完全观测,为了实现有效奖惩,可将另一些除代理人行动之外的其它可观测信息写入合同,如商品的国际市场可比成交价格,以及竞争对手签约价格等,这样委托人对代理人的激励不仅依赖于产出,还可依赖于此可观测变量。而且当此可观测变量包含有关代理人行动的信息时,即使在信息不对称状态下,也可达到交易的最优实现。

对策III:力图使委托合同标准化,制定共同的合同条件。比如代理人如实的交易报告义务,就应是合同的一项基本条款,也是代理人的基本义务。另外,可以制定补偿条款以解决代理人对委托人不信任而产生的信息封锁问题。从国际实践上看,对代理制定统一法规及代理合同标准是一种趋势。

对策IV:佣金设计应合理化,而不宜采取硬性规定,以实现对代理人的激励。以德国的贸易代理业务为例:德国所有行业的平均佣金率为3%,但技术含量高的产品佣金率一般为18%,而大宗消费品则为2%。因此借鉴国外做法,我国对机电产品等高附加值产品出口尤其不应采取固定佣金形式。同时在中国目前现实下,佣金不仅包括代理费用,还应包括合同的一部分利益让与,这和代理人相应承担部分风险是相对应的,同时应以外销合同为基础签定委托代理合同,以实现对代理人的有效奖惩。

对策V:政府不应局限在仅仅以行政手段强行推动代理制的实施。因为委托代理交易方式是通过市场内在要求来推动的,西方的现代商业代理制之所以盛行不衰,在很大程度上是由于市场和时间的共同作用,逐渐克服机制缺陷而成熟起来的。因此中国外贸代理制在目前过渡阶段,需要的是政府不断地创造和完善外部条件以向更有效的交易形式发展。具体说来,政府在推行代理制所起的主要作用应包括疏通信息渠道,进一步下放外贸经营权。(下转第15页)

常态的买方市场,使市场竞争更加过度。因此,坚持财税政策和金融政策适度从紧,完全正确。当然,这也不排斥因势利导地作些微调,恰如其份地支持某些基础设施项目、大型企业集团、高新技术开发以及企业兼并、破产和再就业工程,但不是也不该全面地扩大社会需求。

保持和发挥买方市场的积极效应,扭转过度竞争和不正当竞争,关键还在实行两个根本性转变,并具体落实为结构调整。通过经济增长方式的集约化和经济体制的市场化以及调整结构,使长线缩短,短线(指高新技术产业,当前和今后始终是卖方市场)拉长,经济结构优化了,过度的买方市场转化为适度的买方市场,过度的市场竞争转化为适度的市场竞争,买方市场和市场经济的优越性才能有充分的体现和发扬。这也不是简单的事,要做很多工作,包括健全市场的法制建设、处理好政府与市场的关系、提高企业作为市场竞争主体的经营水平等。这不是削弱或淡化市场竞争,而是把市场竞争引向正途,使企业参与市场竞争的路径从简单的降低价位而转向降低成本、优化服务,进而创造新的市场需求。增加需求,必须以提高经济增长质效为基础,当前在农村市场的潜力更大。实行这些转换,固然要有行政导向、政策导向和产业导向,而更根本则是市场导向、消费导向和顾客导向。在此过程中,优化价格的市场形成机制,使价格真正成为结构调整和市场平衡的基本手段,无疑是十分重要的。

应当指出,在商品市场成为买方市场的同时,资本、技术、人才、信息等生产要素市场基本上还是卖方市场。某些公共产品在垄断状况下,也未形成买方市场。这种不对称,同样限制了商品买方市场的成长和完善。建立生产要素的买方市场,重要一环在唤醒买方的约束机制和强化卖方的激励机制,前者特别是要严格制止不负责任的投资行为。当然,有些资源如技术和土地,相对地说是稀缺的;但在当前,却又带有卖方市场色彩,亟待纠正。放眼未来,或许要到市场经济框架基本建成之日,才是买方市场走向规范有序之时。

(作者工作单位:江苏省社会科学院) 责任编辑:肖峰

(上接第 38页)

建立外贸代理业务公司的审评机制,界定外贸代理人的法人资格权,以克服逆向选择问题。在这个问题上,不妨借鉴韩国做法。《韩国对外贸易法》中明文规定了只有具有一定业务渠道的代理人才能有从事进出口代理业的资格。

四、结 论

本文从信息经济学角度对我国外贸代理制的现状及改革思路作了具体分析。通过以上论述,我们认为,在现实国情制约下,如果立即在全国推行出口直接代理(形式I)或间接代理(形式III),则政府部门必须对这一过程必然出现的信息不对称现象的延伸引起充分重视,采取相应克服措施。目前较为可行的是,在现行外贸代理制(形式II)框架下,通过完善激励机制及风险分担机制,大力发挥政府部门在疏通信息等方面的作用,使信息不对称所带来的责权利不平衡及相应的效率损失降到最小,从而推动我国外贸代理制的发展。

主要参考文献:

Eric Rasmusen (1994), *Game and Information*, Cambridge Blackwell Publisher

Spence, A. M., (1974), *Market Signaling* Cambridge Mass Harvard University Press

Mirrless J., (1971) "An Explanation in the Theory of Optimum Taxation", *Review of Economic Studies* April

邓力平:“诺贝尔经济学奖与优化税制理论”,《税务研究》1997年第 1期

张月姣:“三足鼎立分天下”,《国际贸易》1997年第 2期

(作者工作单位:厦门大学国际贸易系) 责任编辑:肖峰