

# 会计信息的公共产品属性 及其市场均衡

梅世强

会计信息一旦披露就具有了公共产品的属性。公共产品具有私人产品所没有的消费特征——非排他性和非竞争性。任何人都不会被排除在消费会计信息之外。在一定的会计信息产出水平下,向一个额外的消费者提供该信息产品不会引起产品成本的增加,即消费者人数的增加所引起的产品边际成本等于零。会计信息的公共产品属性给会计信息市场机制带来一个问题——搭便车,即消费者享受了会计信息的好处,却不愿分担会计信息的生产成本,而依赖于他人对生产成本的承担。由此产生的会计主体供给不足或者需求过度导致会计信息市场失灵,这就需要一种机制使市场重新达到均衡状态。

## (一)政府和私人部门的会计信息生产效率比较

除了搭便车问题使私人部门不愿提供公共产品之外,还有一个原因是私人部门提供公共产品的低效率。假定会计信息可以分别由政府或者私人部门生产。

政府生产会计信息可以有两种选择:当产销量在一定范围内时,由于增加一个消费者的边际成本为零,从而价格也为零,因此,可以选择向社会免费提供会计信息以增加社会福利;但当产销量超过一定值时,为了维护会计信息市场,政府会选择收费,其收费水平应等于生产会计信息的边际成本,这样也可以实现社会福利最大。

如果没有任何政府干预,由私人部门生产会计信息,很可能产生低效率,因为私人部门的利润最大化动机将导致收费水平的提高与消费者剩余

的减少。私人部门生产会计信息必然出现卖方垄断的状况,虽然垄断厂商得到了垄断利润,但也会因此造成社会福利净损失。这表明私人部门生产公共产品的效率较低。

## (二)会计信息市场的均衡

实现公共信息产品资源配置最优化的可能途径主要有两个:非强制性的“模拟市场机制”和强制性的支付规制机制。

### 1、非强制性的“模拟市场机制”途径

由于公共产品不可能与普通私人产品一样在市场上买卖,所以实现公共产品生产均衡的障碍是消费者不能正确地显示自己的消费偏好。经济学家们设想了很多种方案来模拟私人产品市场机制,让消费者充分显示自己对公共产品的消费偏好,以实现公共产品的市场均衡。最著名的应当是林达尔方案。这种方法是强制性的,它涉及的是社会成员一致的、自愿达成的协议。假设社会成员都能、也愿意正确地显示自己的偏好,在任何私人产品市场上都没有干预,因为竞争压力促使价格等于边际成本,由政府来确定每一社会成员应该承担的公共产品成本,即每一个人对公共产品支付的价格。因此,林达尔方案关键之处是必须正确了解每个消费者对公共产品的偏好,根据每个人的偏好确定公共产品的成本分担方案,从而使所有消费者消费同等数量的公共产品。否则,有些消费者将改变自己的需求。

但是,林达尔方案应用在会计信息市场上并不适合。首先,会计信息的消费者是无法确知的。其次,即使能够确

知某一个会计主体所生成与披露的会计信息的消费者群体,也无法正确显示每个消费者对会计信息的消费偏好。这就是搭便车问题。对于私人产品来说,消费者面临的是既定的价格,这能使他们显示对该产品的真正偏好。但对于公共产品,因为其消费是非排他性的,个人无论付费与否,能得到的公共产品的总量是相同的。因此,人们往往会显示对公共产品没有需求从而不承担公共产品的成本。由于每个人对公共信息产品都会显示较低的边际支付愿望,林达尔方案所产生的会计信息产品供给的均衡水平将会远低于最优水平。

### 2、强制性支付规制机制

无论是林达尔方案还是后来的需求显示机制和竞叫选择机制,都试图解决公共产品的市场均衡问题。但其出发点都是建立在消费者能够正确显示自己的消费偏好的假设上,因此,可以称之为“说实话机制”。由于消费者偏好信号偏差及交易费用过高,导致模拟市场的方案并没有合理解决搭便车问题。从目前情况看,纯粹的市场机制无法解决公共产品的市场均衡问题。那么,替代的次优方案只有政府的规制。由政府制定会计信息市场生产规制,强制要求会计主体支付信息生产成本,按照政府规制的数量、质量和时间对外披露会计信息产品,消费者均免费消费同等数量、相同质量标准的会计信息。这种模式可以称为“强制性支付规制”。

强制性支付规制一方面可以遏制会计主体会计信息生产的不足及选择性披露动机,另一方面将所有会计信息生产者都置于一个统一的市场平台上,最大限度地减少由于会计信息失真对竞争优势的损害。同时,这种政府强制性规制机制也能够一定程度地限制会计信息消费者对会计信息的不合理需求,引导其进行合理的信息消费。

(作者单位:天津大学管理学院)

责任编辑 屈艳贞