

高速公路产业化及其产业属性探析

樊建强¹, 徐海成²

(长安大学 经济与管理学院, 陕西 西安 710064)

摘要:高速公路产业化可以从多角度来理解,其本质是高速公路市场化。高速公路产业化必然导致高速公路产业的形成与发展。从经济角度分析,高速公路产业具有自然垄断性、外部性、基础性、公益性及网络性等特点,属于具有自然垄断性质的网络型基础产业。

关键词:交通运输工程; 交通运输规划与管理; 高速公路产业化; 网络型基础产业

中图分类号: F54 文献标识码: A 文章编号: 1671-6248(2005)04-0006-04

Analysis of expressway industrialization and its industrial characteristics

FAN Jian-qiang¹, XU Hai-cheng²

(School of Economics and Management, Chang'an University, Xi'an 710064, China)

Abstract: The industrialization of expressway can be comprehended from the many points of view, but the nature of industrialization is marketing. With the development of expressway industrialization, the expressway industry will be formed. From the point of economic view, the industry of expressway is characterized by its natural monopoly, exteriority, commonweal, infrastructure and meshwork. Expressway industry belongs to the infrastructure with quality of meshwork.

Key words: traffic and transportation engineering; planning and managing of transportation; industrialization of expressway; infrastructure with quality of meshwork

自从1988年第一条高速公路——沪嘉高速公路建成通车以来,中国高速公路建设突飞猛进。截止到2004年底,高速公路通车里程已经达到34288 km,仅次于美国。在高速公路发展过程中,为了提高高速公路的经营效率和社会效益,理论界和管理层一直都在进行高速公路的组织形式、经营体制和管理方式的创新,最终探索出产业化发展之路。高速公路产业在中国属于一个新兴产业,由于人们的思维惯性,致使高速公路产业化以及高速公路产业很难被人们所理解,本文对此问题给予简要的论述。

一、高速公路产业化分析

“产业化”在不同的领域,其涵义的差别很大。

在现代经济理论中,简单地讲,“产业化”可以理解成“经营化”和“企业化”。但是对“产业化”做如此理解,其实并没有完全揭示“产业化”的真正内涵,因为某一行业的“产业化”必然涉及到产业组织、产业结构、管理体制、产业政策等方面的变动和协调,决不只是行业的“经营化”和“企业化”,或者说“经营化”、“企业化”仅仅是“产业化”的表面形式。对“产业化”内涵分析要依据具体行业的特点进行。

(一)关于高速公路产业化内涵的界定

目前,学术界对高速公路产业内涵没有统一规范的认识,归纳起来,主要有以下几种论述。

有些学者认为:“广义上讲,产业化指非经济活动向经济活动转化的过程。所谓公路产业化,可定

义为公路由当前的“公共事业”向未来的“公共产业”发育与过渡的过程。”^[1]

另一些学者认为:“高速公路产业化从本质上讲,是指高速公路建设、经营、养护等经济活动的市场化、网络化和效益化。”^[2]

还有一些学者认为:高速公路产业化就是成立以高速公路为主营资产的商业化公司,按照商业化运做模式进行管理的过程,“高速公路产业化实质上就是高速公路企业化”^[3]

(二)对高速公路产业化内涵的理解

从表面上来看,不同学者对高速公路产业化内涵的分析似乎并不统一,但仔细斟酌,其本质上是一致的,只是不过每个人所着眼的角度不相同。

产业化中的“化”既可以理解为一种动态的过程,也可以理解为某一发展阶段的结果。高速公路产业化既可以指高速公路产业的形成过程,也可以指高速公路产业推进过程中产生的一定程度的阶段性结果。如把高速公路视为一种消耗社会资源的基础性事业演化成具有全局性、先导性、基础性的,可以产生经济效益的产业;从排斥高速公路系统内外人力、物力、财力的竞争到鼓励和提倡通过竞争获取资源,这些都可以说是高速公路产业化的不同体现。因此,本文认为,“高速公路产业化”至少应包含以下几个层面的涵义。

1 从产业化性质的角度定位

从产业化性质的角度来看,高速公路产业化就是要改变高速公路传统的“事业”身份,从而将其转变为一种可以给投资者带来收益的“产业”。也就是说,高速公路产业化要改变高速公路纯公共物品、纯公益性物品的传统思维定势,转而将高速公路变为一种可以“市场化”的准公共物品,充分发挥市场机制在其发展过程中的作用。

高速公路要从政府单独生产和提供的方式转变为由市场多元投资主体(政府、企业、个人、外国投资者等)共同提供,按市场规律发展,并且由市场机制对其价值进行补偿的生产方式。这就是有些学者所认为的由“公共事业”转变为“公共产业”。当然要实现这种转变,必然牵扯高速公路融资方式、组织形式、管理体制等方方面面的转变。

2 从组织形式的角度定位

从组织形式的角度来看,高速公路产业化是高速公路的“企业化”。所谓产业,简单地讲是指具有某类共同特性的企业集合。因此,高速公路产业化可以看作是一种“企业化”,通过组建高速公路建设、经营、养

护相分离的公司或三位一体的公司,以高速公路为主营资产,兼营相关业务。企业是市场的主体,同时也是产业存在的主体,因此,产业化过程中必须组建符合市场经济活动规律的企业。而企业的性质则可以多种多样,既可以是政府为主的国有公司,也可以是民营企业,或是混合性质的股份公司等。

3 从追求目的的角度定位

从追求目的的角度来看,高速公路产业化是高速公路的“效益化”,也就是说,高速公路产业化应该确保高速公路经营企业获得一定的经济收益。从政府角度来看,高速公路产业的形成和发展本身是要提供一种利益激励机制,以此多渠道筹集建设资金,促使高速公路网络的快速形成,产生尽可能多的社会效益。

但是高速公路经营企业的出现,必然使得企业追求的目标和政府追求的目标不可能完全一致,因为企业作为市场主体,追求自身利益最大化,而政府则从整个社会角度出发,追求社会效益最大化,从而相互之间可能产生矛盾。这种追求目标的不一致,完全可以通过合理的制度安排和必要的政府管制措施来消除,从而使政府和企业所追求的社会效益和经济效益达到均衡,出现“双赢”状态。

4 从效益实现形式的角度定位

从效益实现形式的角度来看,高速公路产业化可以认为是一种“网络化”。高速公路产业网络化的要求是由高速公路产业本身的经济属性所决定的。从经济属性角度分析,高速公路产业是一种自然垄断产业,而自然垄断产业最大的特性体现在规模经济方面。因此,要提高高速公路产业的微观效益和宏观效益,就必须在高速公路产业化过程中,不断提升整个高速公路建设的网络化水平,以此增强高速公路产业的网络效益和辐射能力,大大发挥其整体优势。

5 从政府管理的角度定位

从政府管理的角度来看,高速公路产业化实际上也意味着政府管理职能的转变。政府对高速公路产业的管理,要从过去的事业管理方式转变为产业化以后规范的行业管制方式。高速公路实行产业化经营以后,政府进行行业管制的目标主要有两个。一是给社会公众提供一条质优价廉的高速公路。行业管制的目的就是政府部门通过管理促使社会福利达到最优。二是使高速公路经营企业营运良好,其投资能够获得社会平均利润。上述两个目标在行业管制过程中应该同时实现,缺一不可。实施高速公

路产业化以后,行业管理面对的是新情况、新目标,因此政府部门必须彻底改变直接管人、管物、管资金的部门管理方式,实行管理创新。行业管制的重点应该体现在产业进入管制、市场结构管制、收费标准管制、投资管制以及服务质量管制等方面。

6 从产业化的本质定位

从产业化的本质来看,高速公路产业化就是高速公路的“市场化”。所谓市场化,一方面通过一定的制度安排,使市场机制和市场规律在高速公路的建设、经营、养护等经济活动中发挥作用,从而实现公路资源的优化配置,提高公路建设、经营、养护等活动的效率。另一方面,市场化则隐含着要通过高速公路产业化来理顺政府、企业、公路使用者之间的关系,用市场规律规范各方的行为。因此,从这个角度来讲,高速公路产业化的本质就是高速公路的市场化。

二、高速公路产业内涵分析

高速公路产业化必然促使高速公路产业的形成和发展。产业是介于企业和国民经济之间的一个层次,是指具有某类共同特性的企业集合。“某类共同特性”是将企业划分为不同产业的基准和依据。而产业究竟由哪些特性的企业来集合,这要服从于经济分析的需要,因此产业划分很难得出前后一贯的分类原则。

本文认为高速公路产业是指以高速公路为资产,向消费者提供高效、快捷、舒适、经济、安全的通行服务、以追求一定利润回报为目的的企业集合。高速公路产业的主体是高速公路经营企业,具体包括高速公路建设企业、高速公路收费经营企业、高速公路养护企业等,其核心是高速公路收费经营企业。从实践来看,收费还贷型组织与收费经营型组织,从本质上分析,都是高速公路产业的主体,前者类似于国营企业;而后者则属于民营企业或股份制企业。

三、高速公路产业经济属性分析

高速公路产业作为关系国计民生的基础产业,具有自然垄断性、外部性、基础性、公益性及网络性等经济特点。高速公路产业的经济特点由高速公路本身的技术特性和自然特性所决定。

(一)高速公路产业具有自然垄断性

所谓自然垄断,是指因为自然条件造成的对产品和服务的控制。传统的自然垄断与规模经济紧密相联,自然垄断是一种自然条件,它恰好使市场只能容纳一个最适度规模的公司。自然垄断存在与否的

决定性的判断标准是:市场需求必须小的只有一家成本不断降低的企业就能满足。

1 高速公路垄断性的表现

首先,高速公路是一种交通基础设施,本身具有不可分割的固有特性。也就是说,一条高速公路经营实体不论由多少家企业或私人组建而成,政府既不可能在不长的平行距离内,在同一运输通道设置多条高速公路,也不应该将同一段高速公路分解成多个互相竞争的经营实体,因此高速公路不可分割的固有特性决定了其经营具有垄断性质。

其次,在一般情况下,一条高速公路的服务规模按照远景交通需求来设计,在远景交通预测年限内,交通需求的增长需要一个缓慢的过程,因此,绝大多数高速公路建成以后,短期内会出现利用率不充分、通行能力相对过剩的现象,这就使得在需求没有大幅度增加的情况下,不可能出现一条与现有高速公路平行的、相互竞争的高速公路,从而确保了现有高速公路的垄断地位。另外,高速公路产业在中国实行的是政府特许制,政府特许在一定程度上也就意味着垄断。

2 高速公路规模经济效益显著

首先,高速公路一旦修建,其规模及成本是固定的,在达到最优的运量之前,每增加一个使用者就会降低其他使用者的平均成本。随着使用者人数的增加,每个使用者平均成本降低幅度在逐渐减少。直到由于增加拥挤而带来的边际成本刚好等于其他使用者由于把固定成本分摊到再多一个使用者身上而带来的负担的下降额,此时达到规模经济。

其次,从高速公路本身的技术特点来看,也具有明显的规模经济特性。据调查,“高速公路从4车道上升为6车道,投资规模增加1.5倍,通行能力却增加2倍;高速公路从4车道上升为8车道,投资规模增加2倍,通行能力却增加4倍。世界银行专家理论研究表明,规模收益不变的高速公路车道数是24车道。”^[4]正是由于高速公路具有规模经济性,因此在一个特定的区间,只要一家高速公路经营企业所经营高速公路发挥作用,就可以满足该区间公路交通的需求。

以上两点充分说明高速公路产业具有自然垄断性。

(二)高速公路产业具有很强的外部性

外部性是一个经济当事人的行为影响他人的福利,而这种影响并没有通过货币形式或市场机制反映出来。高速公路产业是一个外部性明显的产业,其外

部性主要体现在两个方面,即外部经济和外部不经济。高速公路产业的外部经济主要表现在高速公路的建设经营会促进沿线经济发展,促使沿线土地增值、增加相连接的高速公路企业的车流量等等。而高速公路产业的外部不经济主要表现在公路建设经营过程中的环境污染、噪音、水污染等诸多方面。所有这些外部经济效应和外部不经济效应都是由高速公路的建设和经营所引起的,但是其所产生的效益和成本并没有由高速公路产业主体——高速公路经营企业承担,这就表现出高速公路产业的外部性特征^[5]。

外部性的存在实质上是对市场有效配置资源的一种破坏,将导致市场对资源的低效率配置。但是如果能够采取必要措施,将这种外部性“内部化”,则会完成对资源配置的纠正。但是,对于高速公路产业而言,由于自身和其引发的外部性很强,不可能将其完全“内部化”,因此势必对资源的配置效率产生影响。

(三)高速公路产业具有基础性

高速公路产业属于国民经济中基础设施产业。交通运输、电力、通讯等基础设施是社会的先行资本,为其他产业创造投资机会。这些基础产业的发展必须先于其他产业,它们构成了社会的基础和国民经济的先行成本。基础产业一般在产业发展中为其他产业的发展提供生产资料和生产条件,而且是具有较高感应度的产业。

从高速公路的经济及社会属性看,高速公路产业为国民经济运行提供支撑条件,国民经济运行对其有很高的依赖性。高速公路产业的基础性体现在两个方面:一是高速公路产业所提供的服务是其他生产部门进行活动的基础性条件,其他产业的发展不可能不利用高速公路等交通设施;二是高速公路所提供的服务构成了其他部门产品或服务的成本。因此,高速公路等基础设施被称为社会先行资本,它们所提供的产品或服务的性能和价格的变化,必然会对其他产业产生一系列连锁反映^[6-8]。

作为基础产业的高速公路产业,处于产业发展链条的上游地位,是其他产业发展的基础,因而在工业化的初级阶段及经济起飞阶段,应该将其列为优先发展产业,以避免出现有效供给不足、甚至成为经济增长“瓶颈”现象的发生,因此适度超前发展也是高速公路产业发展的一个规律。

(四)高速公路产业具有公益性

高速公路产业的公益性特点是由其公共物品属性决定的。从经济属性上分析高速公路,属于“准公

共物品”,同时具有“市场性”和“公益性”两大特性,将高速公路产业化经营,实质上是充分利用其市场属性。但是,“产业化”的高速公路并没有、也不可能完全消除其“公共物品”的基本属性,因此高速公路产业具有公益性特点。

高速公路的公益性主要体现在以下几个方面:首先,在于其功能上,高速公路是国防基础设施,是国家行政管理的支撑条件,决定了其国家利益的优先性;其次,在于其物态依附关系上,高速公路是建筑在国家资源——土地之上的附属物,高速公路经营企业对土地只有使用权而没有所有权,依附于土地之上的高速公路必须向每位公民提供服务;第三,在资产终极归属上,高速公路属于国有资产。高速公路产业的公益性特点决定了高速公路收费经营权的时限性,当高速公路收费经营期满后,高速公路应无偿交还国家,从而成为公共物品^[9]。

(五)高速公路产业具有网络性

高速公路网络性特点是由其技术特性和经济特性共同决定的。从技术角度分析,高速公路作为交通流的载体,具有整体性和不可分割性。任何截取或人为分割将无法充分发挥高速公路的功能,只有在高速公路成带状或网状条件下,高速公路的功能才能够得到最大限度的发挥。从经济角度分析,高速公路产业属于网络型产业,具有自然垄断性,这就使高速公路规划、建设和运营需要专门机构进行统一管理,确保高速公路网络的形成。同时网络型产业由于沉淀成本高、资产专用性强,一般具有规模经济效应和范围经济效应。而要在高速公路产业中实现这种效应,就要求高速公路必须连接成网状结构,形成干线通道和网络,才能够体现高速公路产业的网络效益和辐射吸引力,发挥高速公路产业的整体优势。

四、结 语

高速公路产业化发展是中国交通基础设施投融资体制改革的产物。其根本目的是弥补国家建设资金不足,加快高速公路建设,促进国民经济发展。在高速公路产业化实施中,本质是通过发挥市场竞争机制、供求机制、激励机制的作用,实现交通基础设施领域人、财、物等资源的有效配置和充分利用。高速公路产业化必然导致高速公路产业的形成和发展,高速公路产业是与高速公路有关的企业(建设企业、经营企业、养护企业等)的集合。由于高速公路产业

(下转第17页)

平和企业生产单位产品投入的生产资源(或生产成本)一定的条件下,如果目标市场中顾客对产品的需求方向和强度完全一致,企业严格按照目标市场中顾客的价值需求方向和强度进行价值设计,价值实现后,产品对顾客的价值总额 V 达到最大值,社会总剩余 $V-C$ 也达到最大,从整个社会看是最优的^[7]。同时,顾客获得了较多价值剩余,企业也实现了较多利润。因此,这种以目标市场中顾客的需求方向和强度为依据的价值设计体现了双赢的选择。

顾客的价值需求方向和强度是动态变化的,这就要求企业不仅要把握消费者价值需求情况的总体变化规律,而且关键要把握本企业目标市场中顾客的价值需求变化趋势。因此,企业对目标市场中顾客的价值需求情况的详细调查不是一劳永逸的,而要经常进行。企业研发新产品要紧跟企业目标市场中顾客的价值需求情况的变化,不断推出满足顾客需要的新产品,适时调整企业的价值设计以实现企业价值,从而最大限度地实现目标利润^[8]。

四、结 语

由于不同的顾客受外部环境和自身条件的影响,对价值需求的方向和强度不同,并且顾客的价值需求的方向和强度是动态变化的。因此,企业以有限的资源取得较多利润,其关键在以下几点。

(1)一切以顾客的需要为中心,从目标市场的选择到价值的设计都要建立在对市场详细调查的基础

之上。了解顾客偏好的差异性,针对不同偏好的顾客推出不同产品。

(2)企业的技术研发也要以市场的详细调查为基础,这样不仅能够推出适销对路的产品,而且能节约大量的研发费用。

(3)企业应改变传统的经营理念,牢固树立以消费者为中心的现代化经营理念,这是企业最终取得成功的关键所在。

参考文献:

- [1] 张明力.基于顾客价值供求模型的价值决策分析[J].哈尔滨工业大学学报(社会科学版),2003(3):41-44.
- [2] 徐 萍.消费心理学[M].上海:上海财经大学出版社,2001.
- [3] 宋小敏.市场营销案例[M].武汉:武汉工业大学出版社,2003.
- [4] 黄有亮,徐向阳,谈 飞,李希胜.工程经济学[M].南京:东南大学出版社,2000.
- [5] 王方华.市场营销学[M].上海:复旦大学出版社,2002.
- [6] 曹俊杰.城乡居民消费观念差异之比较[J].经济问题,2004(3):51-54.
- [7] 张断光.论创新预期价值与企业技术创新[J].经济问题,2004(5):37-38.
- [8] 张 晶.市场需求战略的定位和创新[J].长安大学学报(社会科学版),2003,(增刊):214-216.
- [4] 袁剑波.公路经济学教程[M].北京:人民交通出版社,2001.
- [5] 周 方.自然垄断行业改革与反垄断法自由价值的体现[J].长安大学学报(社会科学版),2003(3):20-22.
- [6] 李 婷,郑名洛.中国特许经营法律规制初探[J].长安大学学报(社会科学版),2004(3):63-66.
- [7] 谢军占.非收费公路可持续发展中的资产管理问题研究[J].长安大学学报(社会科学版),2004(3):9-13.
- [8] 王利彬,吴群琪.关于中国收费公路收费理论的探讨[J].长安大学学报(社会科学版),2005(3):12-14.
- [9] 周国光,秘惠琴.公路上市公司可持续发展的基本思路[J].长安大学学报(社会科学版),2005(1):9-12.

(上接第9页)

具有自然垄断性、外部性、基础性、公益性及网络性等经济特点,因此可以将其定位为具有自然垄断属性的网络型基础产业。

参考文献:

- [1] 王国清.论中国公路的产业属性及高速公路产业化[J].西安公路交通大学学报,2000(4):68-71.
- [2] 徐海成.高速公路产业属性及发展规律[J].交通运输工程学报,2002(3):85-88.
- [3] 周洪波.公路产业化的融资与定价问题[J].经济论坛,2003(1):62-63.