

弱势政府条件下的信息载体： 近代上海绸缎商人组织

王玉茹¹，张 玮²

(1. 南开大学 经济研究所, 天津 300071; 2. 上海财经大学 经济学院, 上海 200433)

摘 要:近代上海绸缎业商人行业组织是一种人为创生的私人秩序。它是在市场主体众多、分散,旧有的信用基础、关系被打破正在重建,竞争无序,而晚清北洋政府又无力发展有效的正式制度以规范市场的特定条件下成立的。它作为一种信息机制或者说是信息载体,解决了绸缎业市场声誉机制的重建及维持问题,它是先维持行业的利益,再实现个体正常利润。它在一定时段内对规范绸业市场发挥着重要作用,并通过各种合作将其触角从流通领域延伸到生产领域。

关键词:政府;上海绸缎业商人行业组织;信息载体

中图分类号:F129 **文献标识码:**A **文章编号:**1001-9952(2006)06-0086-12

政府权力是市场的制度基础。经济学一般认为政府是一个提供产权保护且供应公共产品的组织,并为保障市场的有序实施强制性权力。然而,政府的强制性权力也有可能侵犯私有产权,从而破坏市场经济的基础,成为掠夺型政府。因而,对政府权力的约束有效与否明显影响着市场的秩序以及市场规则的演变。综观近代中国政府,晚清政府和北洋政府既不能提供有效的产权保护,强制性干预经济活动的能力又不强,可以说欲干预宏观经济和市场主体却是“心有余而力不足”,尤其是北洋政府时期,所以从这个意义上讲,可以姑且称之为弱势政府。而南京国民政府强制性干预经济的能力则趋强,逐渐“统制经济”,姑且称之为强势政府。两种不同的政府造就不同的市场条件。组织理论认为,当通过合作可以获得市场无法获得的有效收益时,“私人”秩序的经济制度将会确立。^①随着市场的变化,“私人”秩序的经济制度也会变化,并又会作用于市场。本文尝试选取近代上海绸缎业行业组织演化的个案,把它置于弱势政府的背景下,具体分析近代传统行业商人组织作为一种人为创生的“秩序”承载的市场功能,并探讨背后隐藏的经济动机。

收稿日期:2006-03-13

作者简介:王玉茹(1954—),女,天津人,南开大学经济研究所教授,博士生导师;

张 玮(1978—),女,山东莘县人,上海财经大学经济学院博士研究生。

一、始于流通领域的上海绸缎业商人行业组织的创立

近代绸缎业的生产集中于杭、苏、盛、鲁豫，初始生产方式以分散的家庭手工生产为主，由原产地到通商大埠的多级商人构成的流通网络控制着商品的销售渠道。居于通商大埠（如上海）的商人大体可分为两类：“整卖”庄号，它直接深入原产地通过当地的庄号或在原产地设立分庄收购绸缎，然后再批发或兼售；“门市”庄号则从事零售。上海绸缎业市场的庄号也存在两种状态：分散的个体和由个体组成的集体。在宣统二年府绸公所成立以前，上海经营府绸的庄号多于14家，而山东绸“至宣统二年营业日增，交涉日繁，由同业庞、朱、罗诸君发起在沪另组公所”^②，有14家加入公所。此时，入会与否完全取决于庄号自己。譬如，久成南号开设于光绪二十年，而于民国二年入会。^③至民国十三年，公所修改章程，加入一条“凡有新开同业系要先入公所后跑洋行，如违背此条者同业只有相当之法对待”，^④这意味着经营府绸的庄号不能再以分散的个体形态而存在。我们注意到，当时公所的发起人所代表的庄号往往在市场竞争中占据优势，但具有较强市场竞争力的庄号却没有走上另一条道路：即凭借竞争机制实现资本的集中与积聚，再投入到产业里，更新技术，创办工厂。

上海市绸缎业行业组织基本上都发起于该区域绸缎市场“铺户渐增”^⑤，“营业日增，交涉日繁”的情形之下，于是因“生意日繁而交涉亦日增加，恒被外界势力所浸淫，亟思有所以对御。同业签云，莫若注重公所所得一致进行”^⑥而“固结团体，互助协助订规约以谋自治御外侮而图久存”^⑦。由此可以推断，绸缎业市场竞争日趋激烈是促使该行业发起成立行业组织的主要原因之一，似乎意图通过保障团体的利益达到谋求个体的利益。由于绸缎是近代我国一项大宗出口商品，洋行是绸缎的重要买家，所以分析对象可以抽象为两类：绸庄和洋行，我们试图从博弈的角度对行业组织的形成进行理论分析。

参与人：绸庄(1)、洋行(2)。

策略：诚实(H)、欺骗(C)，即绸庄和洋行签订合约后，它们各自有两种策略，按照合同履行(诚实)——绸庄按约提供符合规格的产品，洋行按约支付价款；不按照合同履行(欺骗)——绸庄提供的产品不符合质量标准，洋行不按约如期支付价款。

支付函数：设绸庄和洋行的合同规定以 $P_{\text{合}}$ 买卖一定规格数量的绸货(X)，该绸货的单位成本是 $c_{\text{合}}$ 。由于信息不对称，绸庄可以通过降低产品的质量而获得额外的收益，生产这种产品的单位成本为 $c_{\text{劣}}$ 。由于19世纪70年代后，丝织品的价格不再由我国市场决定，而逐渐由世界市场决定，洋行作为出口的咽喉在收购价格方面有较大的主动权，可以压低价格或延期付款，进而实际可能以低于合同的价格 $P_{\text{合}} - \epsilon$ 购买绸货， ϵ 是洋行的额外单位所得，也是绸庄的额外单位损失。但是，洋行也只是世界市场价格(P)的接受者，同时，

鉴于西方国家对于合约的保护较为完备,故而可设洋行在世界市场上只能以产品品质和价格一一对应的关系售卖绸货,即符合合同的产品以价格 P 出售,因被欺骗而收到的劣质品只能以价格 $P_{劣}$ 售出。如果双方互为欺骗,那么 $c_{合} < \epsilon + c_{劣}, P > P_{劣} + \epsilon$, 即从欺骗中得到的好处小于因被欺骗而遭受的损失。具体表述如图 1 矩阵。

第一种情况:1 家绸庄,1 家洋行世界市场

在商品交易的初始阶段,买家和卖家甚少,我们可以抽象为 1 家绸庄和 1 家洋行的交易。那么在完全信息静态博弈中,只有一个非合作的 (a_1^2, a_2^2) 均衡是可能的。但是,若这个博弈重复无限进行, (a_1^1, a_2^1) 也是一个可能的策略均衡。若要考察 (a_1^1, a_2^1) 是否是一个策略均衡,就要看参与人是否有激励偏离。

		2	
		诚实 (H) a_2^1	欺骗 (C) a_2^2
1	诚实 (H) a_1^1	$(P_{合} - c_{合})X,$ $(P - P_{合})X$	$(P - c_{合})X - \epsilon X,$ $(P - P_{合} + \epsilon)X$
	欺骗 (C) a_1^2	$(P_{合} - c_{劣})X,$ $(P_{劣} - P_{合})X$	$(P_{合} - c_{劣})X - \epsilon X,$ $P_{劣}X - (P_{合} - \epsilon)X$

图 1 绸庄与洋行博弈图

设 α 是参与者的折现系数,描述了参与人对今天的效用相对于明天的效用的偏好程度。绸庄的折现系数为 α_1 ,洋行的折现系数为 α_2 。容易证明要绸庄没有激励偏离诚实的策略必须满足: $\alpha_1 > (c_{合} - c_{劣})/\epsilon$ 。也就是说,如果绸庄不是追求一锤子买卖的收益,而是追求长期收益,就不会主动偏离诚实的策略。因为绸庄知道一旦它偏离了这个策略,洋行得知后,下一期就不会按约付款,并会“惩罚性”地采取欺骗的策略。如果绸庄想挽回影响,获取长期的利益,必须要付出相当大的成本促使洋行修正从前次博弈中沿袭下来的信念,即要重新建立“信用”。所以,绸庄会坚持诚实的策略而维持“信用”。同样的道理,对于洋行 $\alpha_2 > \epsilon/(P - P_{劣})$ 而言,洋行越是追求长远利益,就越不会偏离诚实的策略。结果, (a_1^1, a_2^1) 就成为一个均衡策略。这个均衡也是实际中最有可能达到的一个均衡,因为有两个原因会使这个均衡成立:第一,存在一个外在的惩罚,比如,政府对交易的保护;第二,博弈历史提供的数据使得参与者可能学会相互信任,建立起一系列的交易规范以保证正常的交易进行。那么,如果随着交易的增加,经营绸缎的绸庄数量增加,会发生什么情况呢?

第二种情况:k 家绸庄,1 家洋行

19 世纪下半期,在我国开设的多是资本雄厚的大洋行,尚未形成以中小洋行竞争为主的格局。随着绸缎销量的增加,从事经营的绸庄数量增加,而销售对象洋行的数量基本保持不变,所以洋行可以在市场上观察到同行的行为,把彼此分散的个体知识转化为共同知识。因而我们可以将市场上的参与者抽象为 k 家绸庄和 1 家洋行进行分析。

设时期 1, 第 m 家庄号追求短期利益从而偏离诚实 a_1^1 , 洋行具备学习能力, 那么从时期 2 开始洋行就会拒绝与其交易, 从而该绸庄就被排斥在市场之外, 可以推断, 经过市场的筛选, 留在市场中的最终都是追求长期利益的绸庄。但是洋行面对的是 k 家绸庄, 如果洋行始终坚持诚实的策略, 那么要经过这样的筛选, 洋行所负担的成本是巨大的。如果洋行偏离诚实 a_1^1 , 就会改变绸庄的信念, 它们非常可能退化到非合作的 (a_1^2, a_2^2) , 而这不符合洋行和绸庄的利益。虽然司法制度是解决这一问题的途径之一, 但是这类组织成本高, 需要政府有足够的力量保证它运转有效。在当时有效司法制度缺失的情况下, 洋行便借助买办制度完善自己的信息系统以最大可能的规避风险, 并取得了相当的成功。与此对照, 尽管国内有识之士奔走呼吁以团体之力与洋商抗衡, 但传统大宗出口的丝茶等业商人仍是“心志不齐, 互相倾轧, 势益散涣”^⑧。为什么商人呼声甚切, 却不能固结团体, 为此我们转向绸庄之间的博弈分析。

绸庄是世界市场价格的接受者, 它们进行产量竞争。我们可运用古诺竞争分析绸庄的利润。在分析中, 笔者强调由绸庄与洋行交易所引致的交易成本, 包括搜寻信息、谈判、执行合同的成本和维护信用的成本, 面对一个固定的洋行群体, 这个交易成本可视作达成交易时绸庄的固定成本 V 。^⑨ 为简化分析, 设所有的绸庄面临的需求函数是 $P=1-X$, 各个绸庄选择竞争的策略, 那么第 i 个绸庄的最大化利润: $\max \pi_i = P x_i - V_i$, 可求得 $\pi_i = 1/(k+1)^2 - V_i$ 。绸庄为了提高利润会合谋, 若合谋形成组织, 绸庄会先追求行业的利润最大化, 再按比例进行分配, 另外, 组织的成立还会产生一个组织内的协调成本 H , 为简化分析, 假设成本、销售额等额分配, 这时 $\max \pi^c = P X - (V+H)$, 可求得: $\pi_i^c = 1/4k - (V+H)/k$ 。若要 $\pi_i^c > \pi_i$, 则要 $(V+H)/k - V_i < 1/4k - 1/(k+1)^2$ 。可见, 面对一个相对稳定的洋行群体, 竞争态势下单个绸庄负担的交易成本越高, 合谋的情况下, 组织的协调成本越低, 对这个绸庄而言合谋就越是有利可图。也就是说, 交易成本较低的大绸庄相对小绸庄成立组织的动力不足。有人可能会置疑, 即使从这个角度看, 大绸庄成立组织的动力不足, 但同时它也会看到联合后所带来的利润极有可能高于竞争下利润。我们不应该忽略, 每个成员对其他成员的最优反应是偏离合谋, 它是不能自我实施的, 这时各个绸庄“联合”的策略不是一个有约束的稳定均衡解。这里有两个因素限制这种可能性: 第一, 组织无法约束成员, 因为只有当组织对偏离者的惩罚有效, 即切实影响偏离者的收益时, 惩罚才具备约束力。第二, 相对固定的洋行群体的利益, 各个绸庄之间的竞争可以使 $P_{\text{合}}$ 尽可能的接近于绸庄的成本, 从而增加洋行的利润。成立组织则会增加绸庄讨价还价的能力, 从而限制 $P_{\text{合}}$ 的水平, 使得洋行的利润相对减少。所以洋行不会希望绸庄团结在一起, 如果组织的约束力不强, 只要洋行从外部予以破坏, 组织就会瓦解。可见, 一种制度的出现是既定的市场条件下市场主体多方博弈的结果。

随着政治条件的变化,众多的中小洋行进入了中国市场,打破了大洋行居于主导地位的格局,使得市场条件发生变化,市场主体更多,信息量增加且更为分散。那么,我们可以期待绸庄哪种行为的惯例得以演化,是极端竞争的行为模式,还是建立起一个行业的规章或行为的惯例?

第三种情况:m家绸庄,n家洋行

哈耶克认为是价格体系解决了具有分立、分散甚至是独一无二的私人知识的市场主体之间交流和沟通信息的问题,它是有效率的社会机制。但是在市场主体众多、分散的条件下,极有可能出现以下两方面的问题:第一,市场主体在分散的状态下获取信息、整合知识的成本增加;第二,一旦某一方市场主体偏离诚实的策略,在此匿名市场上有可能演化出不同的制度,而不同的制度对市场交易量的影响也可能会有不同。

府绸公所在《整顿行规十八条》中的第三条规定“各洋行向吾同业购办绸货,须经本公所调查,通过后开列行名张悬本公所内”,在第七条规定“如洋行定货遇市面上落时,洋人看货过于挑剔,任意为难……倘该行果有心为难,除将该事照例了结外,同业须齐心不准与该行交易以抵制之,如有不遵守私与该行交易者察出议罚”。^⑩行规往往是为交易中出现的重大问题而制订的。笔者认为这两条行规以及其他诸如“同业发付各洋行之货无论样子或成交之货,概须由洋行制立收据盖印签字为凭以昭慎重”以及收银方式的规定都是对当时市场状况的一种反映,是绸庄为尽可能的规避风险保证利润而采取的措施。

随着交易量的增大,自由进出的市场并不能通过反复筛选的方法把追求短期利益采取欺骗策略的参与者完全驱逐出市场,货品以次充好,不按约支付的情况比比皆是。根据公所成立后的记载,民国九年久成号因“无耻之徒将次货冒充鹿牌出售以冀鱼目混珠得遂其私欲”^⑪申请商标保护,而公所本身给成员商标备案予以保护的事实说明追求长期利益的参与者受到了追求短期利益参与者的冲击。^⑫从这个简单的事实出发,我们分析这种冲击对绸庄的影响。

首先,最为直接的一个影响是受骗的一方根据博弈的历史调整关于博弈对手策略选择的信念系统,降低自己的期望收益($E(U)$),并相应决定自己的具体行为。简化地说,在时期 t 追求长期利益的洋行(参与者2)认为绸庄会采取欺骗策略的概率为 \bar{q}_t ,则洋行采取诚实 a_2^1 的策略的期望收益的当期值为 $E(U_{2t}(a_2^1)) = (1 - \bar{q}_t)(P - P_{\text{合}t})X_t + \bar{q}_t(P_{\text{劣}} - P_{\text{合}t})X_t$ 。设世界市场的绸缎价格不变,合同价格、交易数量与洋行的信念会随着时间而变化,且 $\bar{q}_{t+1} = \bar{q}_t \pm \lambda(a_1^1, a_1^2)$,也就是 $t+1$ 期洋行关于绸庄策略选择的信念 \bar{q}_{t+1} 会在 \bar{q}_t 的基础上依据对绸庄行为的观察而调整 λ ,那么 $t+1$ 期洋行采取诚实 a_2^1 的策略的期望收益的当期值为 $E(U_{2(t+1)}(a_2^1)) = (1 - \bar{q}_{t+1})(P - P_{\text{合}(t+1)})X_{t+1} + \bar{q}_{t+1}(P_{\text{劣}} - P_{\text{合}(t+1)})X_{t+1}$ 。若在市场上洋行观察到 t 期绸庄和洋行的交易,绸庄的违约率

很高,那么洋行会调高 $t+1$ 期认为绸庄会采取欺骗策略的概率,即 $\bar{q}_{t+1} > \bar{q}_t$ 。这时,如果洋行不改变它的策略,合同的价格 $P_{\text{合}t+1} = P_{\text{合}t}$,可以看出,这样洋行的期望收益是减少的,所以,洋行一定会在 $t+1$ 期相同品质货品的合同中降低定货的价格,使 $P_{\text{合}t+1} < P_{\text{合}t}$,而这无疑会减少追求长期利益的绸庄的收益。更为糟糕的是,价格越低,就越容易出现劣质品排挤合格品的现象,洋行又会调低对绸缎品质的估计,产生类似“柠檬市场”的状况,这个过程实际上是绸业声誉丧失的过程,这种无序的竞争市场对追求长期利益的绸庄造成巨大的冲击。

第二个影响是增加了参与者的交易成本。随着市场主体的增加,不仅搜集、谈判、执行合同的成本增加,而且显著地提高了参与者维护声誉的成本。久成号为把自己的绸疋与意图鱼目混珠的不耻之徒的区别开来,“不惜重资精印五彩双鹿牌单鹿商标两种附于河南绸疋之面以为标识”^⑧。单个绸庄的交易成本可用 $V_i(m, n)$ 表示, $\frac{\partial V_i(m, n)}{\partial m} > 0, \frac{\partial V_i(m, n)}{\partial n} > 0$, 即随着绸庄的数量增加,绸庄为维护自己声誉增加了使自己与其他绸庄区别开来的成本,这项成本对大绸庄的影响甚于小绸庄。随着洋行的数量增加,绸庄用于搜集、谈判、执行合同的成本增加。设绸庄面临的需求函数是 $P = 1 - X$ 。在分散竞争的态势下,第 i 个绸庄 $\max \pi_i = P x_i - V_i(m, n)$, 可得 $\pi_i = 1/(m+1)^2 - V_i(m, n)$ 。若绸庄合谋,按比例分享收益、分担交易费用(假设均分),则 $\max \pi^c = P X - (V(m, n) + H(m))$, 可得 $\pi_i^c = \frac{1}{4m} - \frac{(V(m, n) + H(m))}{m}$ 。若要 $\pi_i^c > \pi_i$, 则要 $\frac{(V(m, n) + H(m))}{m} - V_i(m, n) < \frac{1}{4m} - \frac{1}{(m+1)^2}$ 。

在市场主体众多分散的情况下,由显性组织补充分散的市场主体沟通、传达信息的价格机制,使得市场主体更为有效地获取信息。集体中单个绸庄承担的交易费用低于分散交易下单个绸庄负担的交易费用。集体可以统一规定交易方式,诸如如何交割货款等,并可集体分享关于洋行的信息而降低交易费用。然而,笔者认为这还不足以说明绸庄选择成立组织,通过组织来降低交易费用这个问题。正如前面所分析的,在政府对市场秩序的保护无效时,声誉机制的受损给追求长期收益的绸庄造成了巨大的冲击,要减少这种冲击造成的损失,就必须重建维持绸业的声誉机制,所以要格外注意由维护声誉所产生的成本,它显著地随从业同业的增加而上升。显然,绸庄要重建声誉既然不能有效依靠政府的保护,那么只能靠私人制度解决。无疑,要单个绸庄承担这样的成本是巨大的,所以我们可以看到在竞争中具有优势地位的绸庄会倡导建立行业组织,实现“自律”,以团体规范、约束成员的行为,赋予组织“重视保育,间或发现害群者,则义务所在是必群趋而攻之以尽保育良善之责任”^⑨。所以,行业组织的成立主要是为了解决声誉机制的重建及维持问题,通过先维持

行业的利益再实现个体的正常利润,而不是“为了各个体在最大限度地实现自身利益的同时不损害其他个体的利益,即行业的整体利益”^⑤。在这种情况下成立的行会组织,并不会强制要求所有的同业都加入,而是规定只要愿意缴纳绸捐并遵守公所定章即可自愿入会。是什么使得行业组织成为一个稳定的有约束的均衡解呢?

从同业内部看,由个体承担它交易所必须负担的交易成本远远高于团体下它所承担的交易成本。由公所对洋行进行资力、信用方面的调查,调查通过后开列行名张悬本公所内,凡是公所成员均可分享信息;开拓外洋市场方面,由公所公推代表参加丝绸赛会,“所有一切川资旅费如公费不足由本所补贴”,^⑥以集体之力弥补个体力之不足;公所对同业商标进行专册记载,“倘有抵触或类似者,审查员应即提出劝告避让以免冒充之嫌”^⑦,从内部自我保护牌号,规范竞争;一些交易惯例以规章的形式确定下来,而不用再分别与洋行讨价还价;若有洋行违背公所定章,则由组织实施集体惩罚,“将其名注销,同业概不准与其交易以资惩戒”^⑧;发生纠纷由公所出面解决,“凡遇有同业违犯定章或彼此意见不洽或与洋行交易有发生困难或造次等事,由当事者提出理由陈诉于本公所或由本公所提出意见交付评议会决议时,应由议董据理公断或和平调解,设或不能妥洽,则请总董出任调停双方和解,倘一方有提出不服理由则由总董定期召集全体会员以待公决”^⑨;公所承担与政府打交道的责任,在税收等方面力求为成员谋得相当的待遇以尽量减少产生自流通的成本,力求为会员争取相对稳定的政策环境以尽量减少因此引发的不确定性问题,并在政府诸如海关的相关政策发生改变时,及时协调行业以作出应对。这些无疑规范了绸业的交易标准(或规范),并使得绸庄的交易成本下降。但是,如果没有有效的惩罚措施,成员绸庄依然是有激励偏离的,譬如与公所不允之洋行进行交易以获取收益。为使得这个组织成为一个自我实施的组织,公所规定了“同业与各洋行交易均须照本公所定章,倘有紊乱规目察出公同议罚”^⑩,罚则包括罚银,视情节轻重,从二百五十两至每件五百两不等,或按照成交之银数提三成充作公所经费;罚则重者有“倘同业有违犯规章遇应罚而不肯受罚者,公决同业与客帮一律与其断绝交易并在本所除名”^⑪。另外,公所形成了一套内部监督的制度,除设有正式的审查员外,还鼓励会员之间相互监督。民国八年,“三晋川号报告同业中有与未签字及不出箱纸等费之洋行私自交易有违定章,请求开会整顿案”;同年,就同业售货与某国问题案,“凡本所同人均一律为调查纠察员,如察出同业有不遵今日议案,得有确实之证据报告本所,经本所查实者得按罚款之数提出百分之四十给予酬劳”^⑫。

从同业外部看,洋行与商人行业组织之间既有斗争的一面,也有一致利益的一面。从有关洋行和公所纠纷的档案材料可以判断出,洋行会违背公所的定章,出现意图抵制公所定章的事情,但是往往不成功,受到公所会员的集体

抵制,如八巴利洋行不允照章免除货箱包扎纸张案。更有意思的是由华顿洋行“印度小行”买货后延不付银案引发公所作出如下决议:“各印度小行买货,同业为求稳妥安全起见,如该行无买办保证者,成交后即付现银并不得扣除佣金以资分别而杜危害”^⑧。但是,我们难以据此作出洋行与绸业商人行业组织是完全对立的判断。因为中国绸缎的出口渠道主要由洋行控制,“在各国通都大邑著名区域”并没有“自设商业机关直接运销”,而致消息不灵通,“受洋行之欺饰”。^⑨例如,出口法国有两种销法:第一,如巴黎之各大铺托在华坐庄(立兴洋行等经理)代购现货或择繁货销场最广而最易脱手者预定期限,由在华坐庄之洋行向绸商订购,限期交货;第二,则专为贩卖者之组织,先于在华坐庄随时以最廉之价收下,汇集马赛海口或巴黎税关货栈,寄存关上或在关中之货栈内租一室以存之。^⑩另外,民国十三年前,公所并没有强制凡是经营府绸的同业都必须加入公所。所以,如果洋行认为公所完全不符合它们的利益,也可以选择抵制公所而转向与公所外的绸庄交易。但是在府绸公所的档案里并未见到这样的记载。直到民国十三年,因客帮与洋行交易就“洋行佣金箱纸存票等”事项与公所的章程不同,公所召集临时会议“为同业交易被客帮破坏应商善后办法紧急动议案”全体表决通过“如欲顾全双方睦宜及维持行规,须该号加入本所,遵照章程办理庶不致有违定例而伤同业情感”。^⑪这说明公所作为一个行业组织的复杂性及变化,也折射出洋行占公所之间关系的变化:第一,公所是从事府绸经营的绸庄重建和维护府绸声誉的手段、载体,在降低成员交易成本的同时,由集体信用弥补并支持了以市场为基础的个人信用,这也降低了洋行的交易风险及交易费用。所以,从这一点说,洋行没有足够的激励去彻底破坏行业组织,而只是和公所在组织框架下就具体利益,如半税存票、箱纸费等讨价还价。第二,公所所固结的团体区别于客帮,两者既有合作也有竞争的关系。对洋行而言,两者是替代的关系,何者与洋行的关系紧密可以反映出府绸市场链的变化。如果洋行和客帮建立了关系,那么最起码洋行可以增加与公所讨价还价的筹码,这样公所的反映选择是把客帮纳入到公所的范围之内,这使得它在上海的经营带有了垄断性。公所恰恰是这样做的。客帮的反应选择是什么呢?从材料看,客帮认可了公所章程的制约,而这种商人行业组织的内部固结性则限制了洋行交易对象的选择范围。

综合以上的分析,笔者认为始于流通领域的上海绸缎业商人行业组织成立于特定市场条件下,即市场主体众多、分散,旧有的信用基础、关系被打破正在重建,竞争无序,而政府又无力发展正式制度以提供解决的手段等,它主要是为了解决声誉机制的重建及维持问题,通过先维持行业的利益再实现个体正常利润的途径,而它的作用机理就在于作为一种人为创生的秩序,“有助于经济中行为人不依据价格来分散行动或行使价格机制的成本过高时传递大量的有关行为预期行动的信息”,^⑫它成为一种信息机制或者说是信息载体,承载的信息

是上海绸缎业商人行业组织稳定存在的基础,在这一基础上,商人行业组织成为一个有约束的由稳定行为策略构成的自我实施的均衡解,并成为因市场需求和政府政策反复无常等因素导致的“不良”市场状态下减少交易风险、降低交易费用的“一种提高效率的机制”^⑧。由于市场条件是不断变化的,它为了维护自身的稳定性,需要对外来的同业冲击形成约束,故而有可能形成一个行业的区域垄断,事实上,它也具有了垄断性,而且这个行业的区域垄断的存在基础最有可能是它所承载的信息,除此之外,就没有什么能够约束成员了。

随着时间的推移,市场的变化,上海绸缎业商人行业组织也在变化,这体现在它的功能的扩展上,它不仅在流通领域中发挥作用,而且其触角延伸到生产领域发挥作用。

二、上海绸缎业商人行业组织向生产领域的扩展努力

产品质量关乎绸庄的声誉,进而决定绸货的销路。一旦产品质量不符合需求,失去信用,那么这种产品就会有替代品,而逐渐被排斥出市场。山东绸初始为上海出口府绸大宗,但畅销后日渐“出货低次,杆短面窄,分轻浆重”,重浆、熏磺之弊窠丛生,于是,“各洋行乃试办河南绸样子寄销欧美,彼邦人士见其绸身细密光洁,杆足面宽,又无粗松及浆水诸弊,咸喜改用”。^⑨处于销地的绸庄就面临改良绸缎,维持府绸的声誉而保障销路的问题。前面已分析,府绸公所的成立在流通领域中把追求短期利益的绸庄排除在外以维持声誉,但不应忽略的是,在分析中实际隐含了一个条件,即公所的绸庄能够提供给洋行符合质量标准的绸缎。因此,这就涉及到处于流通领域的绸庄如何才能获得符合要求的绸缎的问题,因而这必然要追溯到生产领域。根据府绸公所的同业牌号录可知,成员经营绸货的方式有三种:一是运销府绸;二是专售山东或河南本机自织府绸;三是产地设厂造铁机改良白府绸。^⑩从中可判断,绸庄获得绸货的方式是收购,自产(分散到机户生产),或设厂生产。从产权理论及委托—代理理论上讲,设厂生产最易控制产品质量,而分散的机户生产则容易由信息不对称引发道德风险使产品的质量不符规格。^⑪在府绸的生产中,是以机户分散生产为主,因此产生了由分散生产引发的对产品监管的问题。有记载“河南绸向来出货精良全仗产绸诸处商会以及同业之公议社定章周到:生绸定有包炼,浆次定有罚规,不哄不骗乃得有此成绩”,但是随着销场旺盛,“货快包炼者改为估疋。自此端一开,竟是大坏!买客图一时之便利,冀可多收多买;机户则目光更短,惟利自图,以致杆短面窄粗稀上浆百弊丛生”。处于国内流通媒介终端的上海府绸绸庄则“力求改良,革其旧染之恶习”。^⑫从档案资料看,民国四年即有“集大资本创立一国货外销工厂,选购铁制织机……设工场于山东省产煤较近之区域或有瀑布左近之处”之呼声,^⑬民国八年在对府绸的调查报告里关于扩充产额方法一项中也提出“组织公司采用机械使出货较多,身色匀净,不

难扩张销路”。^⑧但从现有的材料看，这样良好的愿望并没有成为现实。

府绸公所为了最大可能地保证绸缎的质量，它力图逐渐向生产领域渗透，具体采取的措施大致可以分为三个层次。

(1)公所单独行动阶段，手段以依靠官厅办理劝导产地机户为主。民国四年，久成号庞竹卿提议公所亟应整顿鲁绸，并拟具整顿改良意见书以期革除鲁绸熏磺、上浆之弊，具体“经国货维持会、上海总商会转请农商部维持整顿，蒙农商部准予所请，咨行山东巡按使转知产地官厅竭力维持，广为劝导以资整顿”。^⑨官厅所做的也就是批具白纸告示，印刷多本，分发并于织户较多地方委派妥员携带告示前往详细讲演以资劝导而冀改良，^⑩并未见到官厅对于机户生产不合格之绸货有何法律上的制裁。如果我们认可费孝通先生在《江村经济》一文中对近代中国从事手工生产的农民追求的是眼前利益，而不会考虑到长远利益的判断，那么官厅的劝导与眼前由熏磺、上浆等获得的利益相比是多么的无力。在劝导一年后，公所意识到“整顿改良之法非由同业结合团体入手办理不可”。^⑪

(2)流通领域中不同团体合作阶段，包括跨区域合作。民国五年，公所“联同业以结团体共筹革除积弊之法”，由上海烟台同业绸商联合团体共同组织成立“整顿鲁绸南北联合会”，手段以对绸货实行市场准入为主。整顿鲁绸南北联合会制定了《整顿鲁绸改良纲目十七条》，确定了实行日期并把这个纲目分送到产绸各地的织绸厂和机户，同时呈请山东省立案。在纲目中详细规定了各种鲁绸长短宽窄的标准，尤其重要的是它对于同业的购买行为作出了规定：“第三条，本会整顿各绸梢码，一经议妥，凡我同业无论由何处购买必须遵守定章注定梢码，不得贪图价贱私买短梢窄面。倘有故违会章，按货值百分之十议罚，如不遵章认罚，本会即认为同业之公敌，除登报声明其劣迹外，永与断绝关系以杜弊端；第十四条，凡有定购异样梢面各绸，本章程中未经规定者，须依定购时所指尺码为标准，不得以短码或窄面现货收下充作定货，违者照第三条之规定处以罚金”。^⑫在这里需要考察的是这样的定章执行力如何。从理论上讲，参与者同业可选择的策略有两种：遵守定章和违反定章。但是由于受掌握资料所限，还不能抽象出参与者同业的支付函数，因而笔者尚无法对作为市场准入规则的定章是否是一稳定均衡作出理论上的分析。定章实行一年后，根据民国六年公所春季常会的记载以“上海贩卖商之地位，若不从产地根本上实施改革殊属徒费手续难收成效”^⑬为判断，这一定章的执行力是可质疑的。公所为控制绸缎的质量保证绸货的声誉，不得不继续向生产领域扩张它的作用。

(3)渗透到生产领域阶段。民国六年，整顿鲁绸南北联合会决定先行敦促产地昌邑成立事务所，然后再由各方努力，意图从产地实施改革，手段以直接监督绸货品质为主。昌邑事务所由昌邑全体同业各商号各机户共同商议组成，它应隶属于整顿鲁绸南北联合会，它的意图是先将熏磺、窄面、短梢三种弊

端揭出认真查办公议,明定期限一律截止。清水重浆须禁用粉浆以除弊窦,须将清水货及上浆货切实调查,著令分门别类,不可以假混真致失信用。并规定如有违犯定章者,当予以相当之处分以儆将来,公议罚则另订之。^④上海绸缎业商人行业组织为改良绸货的品质而力图向生产领域扩展,但是我们看到的历史事实却是绸货品质日渐下跌的趋势并没有得到扭转。究其原因,是罚则问题未能妥善解决。在商人行业组织没有司法权力的情况下,罚则如何能成为有效约束条件并在事实上发挥与法规相同的效力,这是商人行业组织必须解决的问题。

绸货品质日渐下跌是多方因素交叉作用的结果,然而笔者更关注的是:是否只有采用企业的组织形式才可以实现产品的标准化,实现社会化大生产?是否能通过其他的制度依托市场实现产品的标准化,在市场中借助其他制度实现社会化大生产?从公所的努力来看,它似乎选择了以社会组织的形式去控制分散生产的产品质量的策略,而不是借助公所的力量组织公司直接进入生产领域而控制产品质量的策略。

综合以上的分析,我们认为在弱势政府条件下,上海绸缎业商人行业组织是个体在无序的市场下降低交易成本和风险以期获得正常利润而采取的应对措施,上海绸缎业商人行业组织支持了绸缎业市场的信用,对规范绸业市场发挥着重要作用,这不仅体现在本区域单个团体的作为上,而且还体现在不同团体之间的自发合作,包括跨区域的合作上。但是,历史没有给上海绸缎业商人行业组织充分的时间让其独立、自发演化。南京国民政府于1929年颁布了《工商同业公会法》,1930年1月公布了《工商同业公会法施行细则》,强制原有的同业组织合并改组成为统一的“同业公会”。就上海市绸缎业而言,原八个独立的绸缎业商人行业组织合并改组成立上海市绸缎业同业公会,自此,商人行业组织的演化进入强势政府阶段。

注释:

① Williamson, O. The Economic Institutions of Capitalism, A Division of Macmillan, Inc. New York, 1985.

②⑤③⑤⑥⑦上海市档案馆, Q116-1-23.

③上海市档案馆, Q116-1-24.

④上海市档案馆, Q116-1-35.

⑤上海市档案馆, S230-1-8.

⑥⑦⑩上海市档案馆, Q116-1-14.

⑧商霖:整顿丝茶策,引自《皇朝经济文编》,卷四十九,第1页。

⑨但是,绸庄的规模不同,投入的资本(人力资本、物质资本)不一,这些资本一旦沉淀就很难改变用途,形成经营绸庄的“专用资产”,因而从绸庄规模的大小可以折射出绸庄的信誉度,这是一个信号显示,有可能通过影响洋行的信心而降低交易成本。所以,笔者认

为大绸庄和小绸庄所负担的交易成本有如下的关系: $V_{大} \leq V_{小}$, 等号意味着, 在交易的初始阶段, 大小绸庄都要付出同样的努力才能获得市场。

⑩⑬⑱⑳上海市档案馆, Q116-1-26。

⑪⑬⑳㉑上海市档案馆, Q116-1-20。

⑫没有直接的证据证明公所成立以前是否有这种冲击, 但是笔者认为两者处于的市场状态是相同的, 因而可以推断这种冲击是存在的。

⑮ 彭南生:《行会制度的近代命运》, 人民出版社 2003 年版, 第 102 页。

⑯⑰㉓㉔上海市档案馆, Q116-1-17。

㉑㉒㉓上海市档案馆, Q116-1-19。

㉗㉘安德鲁·肖特:《社会制度的经济理论》, 上海财经大学出版社 2003 年版, 第 168 页, 第 194 页。

㉙㉚上海市档案馆, Q116-1-43。

㉛上海市档案馆, Q116-1-15, 24。

㉜对传统行业的生产方式的分析是一个复杂的问题, 笔者将在以后另作具体分析。

㉝上海市档案馆, Q116-1-19。

㉞上海市档案馆, Q116-1-19, 30。

An Information Carrier under Weak Government: Shanghai Merchant Silk Association

WANG Yu-Ru¹, ZHANG Wei²

(1. Institute of Economics Research, Nankai University, Tianjing 300071, China;

2. School of Economics, Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai 200433, China)

Abstract: Shanghai merchant silk association created by merchants themselves used to play an extremely important role in modern disordered silk market characterized by mass and dispersed marketer participants, being-reconstructing credit system, and disordered competition environment while the central government didn't have the power to establish an effective formal institution regulating the market. Acted as an information carrier, the association contributed to reconstruct and maintain the reputation mechanism of the silk market, protecting normal individual profit through guaranteeing industry benefits. With a considerably important role in regulating the market, it has also had its influence exerted over the production field via all kinds of cooperation.

Key words: weak government; Shanghai Merchant Silk Association; information carrier

(责任编辑 金 澜)