

市場失靈



賣方有責

一輛價值一百幾十萬元的平治或寶馬汽車，在二手車市場售價多少？十萬元？五萬元？三萬元？可能一萬元都成交！一輛價值三幾十萬元的日本私家車，在二手車市場又值多少錢？三萬元？一萬元？三兩千元也不出為奇！

經濟學中有個名堂稱為「市場失靈」(Market Failure)，其中「二手車市場」是個經常被引用的例子。眾所周知，但凡新車落地，身價便立即會插水式下跌，經濟學家作出了研究，認為二手車售價低廉，皆因市場上慣性傳遞不完全訊息，即是賣家不會將所出售的二手車的品質坦誠告訴買家，買家因為得不到可靠的訊息和品質保證，所以不願意付出較高價錢購買，導致賣家認為二手車不會賣得好價錢所以不會提供好貨品，如此形成惡性循環，結果導致市場失靈效應。

在香港，市場失靈效應除了在二手車市場衍生，亦同樣在香港銀髮市場出現。銀髮消費者因為不能透過正常消費而獲取滿足，因此提不起消費意欲，而市場供給者卻接收不到消費者的訊息，甚至錯誤演繹訊息，以為是消費者欠缺消費力，因而不投放資源去研發市場。

與二手車的市場失靈所不同之處，在銀髮市場中，不是賣家不坦誠告訴消費者，而是他們漠視消費者的要求，然而兩者結果都是一樣，就是造成市場失靈。而導致市場失靈的責任在於供應者。

無論是二手車市場也好，銀髮市場也好，在市場經濟主導大前提下，市場供應者本應該採取主動態度，主動瞭解市場需要，主動出擊，爭取市場。更何況消費者已發出訊息，為何供應者仍充耳不聞？

香港的銀髮市場，仍有待具洞悉先機的市場先導者出現，才能蓬勃成長。✔

