

上海市公务员录用考试教材

本书适用于上海市公务员考试专业科目考试

2009

最新版



中公教育

经济管理

李永新

主 编

张永生 邓湘树 王学永 宋 震
李 鹏 吴鸿民 李 琳 于天笑
刘 彦 高富锋 戴立兴 翟庆海

编 著

中公教育公务员考试研发中心

赠：资料下载卡，登陆WWW.SHOFFCN.COM下载最新资料

- 精准把握命题趋势
- 独家解析最新题型
- 深度点拨答题技巧
- 系统优化解答思路
- 切实提高专业能力



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

·上海市公务员录用考试教材·

经济管理

·深度辅导教材·

李永新

◇主编

张永生 邓湘树 王学永 宋 震

李 鹏 吴鸿民 李 琳 于天笑 ◇编著

刘 彦 高富锋 戴立兴 翟庆海



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

图书在版编目(CIP)数据

上海市公务员录用考试教材. 4, 经济管理/李永新主

编.—北京:新世界出版社,2008.10

ISBN 978-7-80228-897-3

I. 上… II. 李… III. ①公务员-招聘-考试-中国-
自学参考资料②经济管理-公务员-招聘-考试-中国-
自学参考资料 IV.D630.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 128695 号

经济管理

主 编:李永新

责任编辑:许 华(特约)

责任印刷:李一鸣 黄厚清

封面设计:中公教育设计中心

出版发行:新世界出版社

社 址:北京西城区百万庄大街 24 号(100037)

总 编 室:(86-10)6899 5424 (86-10)6899 6304(传真)

发 行 部:(86-10)6899 5968 (86-10)6899 8705(传真)

版 权 部:+86(10)6899 6306

E-mail: frank@nwp.com.cn(版权部)

<http://www.nwp.cn>(中文)

<http://www.newworld-press.com>(英文)

印刷:三河汇鑫印务有限公司

经销:新华书店

开本:787×1092 1/16

字数:750 千字 印张:50

版次:2008 年 10 月第 1 版 2008 年 10 月第 1 次印刷

书号:ISBN 978-7-80228-897-3

定价:160.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书,如有缺页、倒页、脱页等印装错误,可随时退换。

客服电话:(86-10)6899 8733



与本书相识 将铸就你最后的成功

——一部结合辅导智慧结晶的图书将最终引领你走向成功

中公教育的李永新、张永生、邓湘树、宋震、王学永、李琳、吴鸿民、于天笑、刘彦等老师是公务员考试辅导领域公认的最一流师资,这一团队结合多年辅导智慧,在把握公考最新变化与趋势的基础上,倾心打造了国内最一流的品牌图书——李永新团队系列公考图书。几年来,这一系列图书以其精深的研究与强大的创新成为引领公考的领袖图书,本书具有如下五大特点:

一、多年辅导智慧结晶

中公教育自从2001年开始专业从事公务员考试的深度研究与辅导,在公务员考试培训领域屡建辉煌,已成为公务员考试培训领域的优秀品牌。中公教育以卓越的辅导实力证明只有深入研发才是帮助考生取得成功的关键。中公教育以李永新老师为核心的研发团队将八年辅导经验毫无保留的投入到本书的编著中,使本书真正成为理论与实践完美结合的优秀教材。

二、领袖师资倾力铸造

本书是由中公教育李永新、张永生、邓湘树、宋震、王学永、李琳、吴鸿民、于天笑、刘彦等核心一线研发与授课教师倾力打造。凭借“领袖团队打造精品教材”的强烈信念,将多年授课辅导经验汇于笔下,为考生奉上能够最快速提高公考成绩的深度辅导教材。

三、把握最新公考趋势

本书依照《上海市2008年考试录用公务员和机关工作人员专业科目考试大纲》编写,是公考名师在全面研究了历年来国家及各省市公务员考试全部真题的基础上,分析公务员考试的最新变化、特点和趋势,最终确定的教材内容,注重上海市公务员考试的特点,详细陈述了考试大纲所列知识点,因此本书不仅内容系统全面,而且具有极强的前瞻性、预测性。

四、教材知识重点明晰

上海的专业科目考试包括的知识内容庞杂,涉及的专业领域也较多,考生复习难度较大。本书对于每个章节的重点、难点等知识点都作出了明确的标识,并对所有知识点作出系统化的梳理。非常便于考生阅读学习和掌握。

五、教材难度紧贴考试

上海市的专业科目考试越来越难,尤其 2007 年以后,难度系数更是明显加大。而与越来越难的公务员考试不成正比的是目前市面上大多数辅导教材相对简单,造成考生备考容易,却无法应对考场的尴尬。众所周知,一直以来中公教育李永新老师主编教材都是难度和内容完全契合真考的公务员考试辅导教材。新版依旧不负众望,达到了真正为广大考生提供有效指导的最终目标。

中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。

中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。

中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。

中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。

中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。

中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。

中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。

中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。

中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。

中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。中公教育李永新老师主编教材,难度系数紧贴考试,是广大考生备考的必备之选。

目 录

第一部分 产业组织	(1)
1.1 市场结构	(1)
1.1.1 市场结构的基本类型	(4)
1.1.2 各类市场结构的行为特征和效果分析	(4)
1.1.2.1 完全竞争的市场行为特征和市场效果分析	(4)
1.1.2.2 完全垄断的市场行为特征和市场效果分析	(5)
1.1.2.3 垄断竞争的市场行为特征和市场效果分析	(7)
1.1.2.4 寡头垄断的市场行为特征和市场效果分析	(8)
1.1.3 行业进入壁垒的概念和分类	(10)
1.1.4 行业退出壁垒的概念和分类	(10)
1.1.5 规模经济的概念及原因	(11)
1.1.5.1 规模经济的概念	(11)
1.1.5.2 规模经济的原因	(11)
1.1.6 范围经济的概念及原因	(11)
1.1.7 交易费用理论的基本观点	(11)
1.1.8 博弈论的基本概念	(12)
1.1.8.1 博弈论	(12)
1.1.8.2 博弈论的基本概念	(12)
1.1.8.3 博弈的分类	(13)
1.1.9 信息不对称产生的问题	(13)
1.1.9.1 信息不对称的一般原理	(13)
1.1.9.2 逆向选择	(13)
1.1.9.3 道德风险	(14)
1.2 市场行为	(14)
1.2.1 价格歧视	(14)
1.2.2 倾销与反倾销的概念	(15)

1.2.2.1	什么是倾销与反倾销	(15)
1.2.2.2	倾销与反倾销的实质	(15)
1.2.2.3	倾销的经济学定义	(16)
1.2.2.4	倾销的法律定义	(16)
1.2.2.5	反倾销案例	(17)
1.2.3	企业并购的形式与动因	(17)
1.2.3.1	企业并购的形式	(17)
1.2.3.2	企业并购的动因	(18)
1.2.4	企业纵向一体化的收益和成本	(19)
1.2.4.1	企业纵向一体化的收益	(19)
1.2.4.2	企业纵向一体化的成本	(20)
1.2.5	企业技术创新的目的	(20)
1.2.6	技术创新与市场结构的关系	(20)
1.3	市场绩效	(21)
1.3.1	市场绩效的衡量方法	(21)
1.3.2	帕累托效率的概念	(25)
1.3.3	市场失灵的概念和原因	(25)
1.3.4	外部性的概念	(26)
1.3.5	公共物品的概念	(27)
1.4	产业组织政策	(27)
1.4.1	产业组织政策的目标和实施手段	(27)
1.4.1.1	产业组织政策的具体目标	(27)
1.4.1.2	实现产业组织政策的手段	(27)
1.4.1.3	产业组织政策可以分为三种基本类型	(29)
1.4.2	政府管制与放松管制	(29)
1.4.2.1	政府管制	(29)
1.4.2.2	放松管制	(30)
1.4.3	反垄断政策	(30)
	第一部分综合练习题	(32)
	第二部分 产业结构	(44)
2.1	产业成长与演进	(44)
2.1.1	产业分类方法	(44)
2.1.1.1	两大部类分类法	(44)
2.1.1.2	计划体制分类法	(44)
2.1.1.3	三次产业分类法	(44)

2.1.1.4	资源集约分类法	(44)
2.1.1.5	标准产业分类法	(45)
2.1.1.6	按照社会再生产过程中各产业之间的衔接关系分类	(45)
2.1.1.7	按照产业演进的历史分类	(45)
2.1.2	产业结构变化的趋势	(45)
2.1.3	产业结构变化的动因	(46)
2.2	产业关联	(47)
2.2.1	产业关联的方式	(47)
2.2.2	投入产出方法的基本原理和基本假设	(49)
2.2.2.1	投入产出方法的基本原理	(49)
2.2.2.2	投入产出方法的基本假设	(50)
2.2.3	中间需求与最终需求的概念	(50)
2.2.4	产业关联效应系数的经济涵义和分析	(50)
2.2.4.1	直接消耗系数	(50)
2.2.4.2	完全消耗系数	(51)
2.2.5	产业波及效果的分析	(51)
2.2.5.1	产业波及效果以及分析工具	(51)
2.2.5.2	产业波及效果现状分析	(53)
2.2.5.3	产业波及效果分析的其他应	(56)
2.3	产业结构政策	(57)
2.3.1	产业政策与市场机制的关系	(57)
2.3.2	主导产业选择的基准及适用条件	(59)
2.3.2.1	主导产业的选择基准	(59)
2.3.2.2	主导产业选择的适用条件	(60)
2.3.3	不同类型的产业政策	(60)
2.3.3.1	支柱产业支持政策	(60)
2.3.3.2	衰退产业援助政策	(60)
2.3.3.3	幼小产业保护政策	(61)
2.3.3.4	产业技术政策	(61)
	第二部分综合练习题	(63)
	第三部分 经济增长与经济发展	(76)
3.1	基本概念与一般原理	(76)
3.1.1	经济增长与经济发展的概念	(76)
3.1.1.1	经济增长的概念	(76)
3.1.1.2	经济发展的概念	(76)

3.1.2	工业化的含义与基本特征	(76)
3.1.2.1	工业化的含义	(76)
3.1.2.2	工业化的基本特征	(77)
3.1.3	发展水平的度量	(77)
3.1.4	内生增长理论的含义	(78)
3.1.5	二元结构的基本含义	(80)
3.1.6	经济发展中的制度因素	(81)
3.1.7	制度变迁理论的基本思想	(82)
3.2	经济发展战略与策略	(85)
3.2.1	进口替代与出口导向战略	(85)
3.2.1.1	进口替代战略	(85)
3.2.1.2	出口导向战略	(86)
3.2.2	比较利益和要素禀赋的概念	(87)
3.2.2.1	比较利益的概念	(87)
3.2.2.2	要素禀赋的概念	(88)
3.2.3	关税的作用	(88)
3.2.3.1	维护国家主权和经济利益	(88)
3.2.3.2	保护和促进本国工农业生产的发展	(88)
3.2.3.3	调节国民经济和对外贸易	(89)
3.2.3.4	筹集国家财政收入	(89)
3.2.4	外国直接投资的作用和消极影响	(89)
3.2.4.1	外国直接投资的作用	(89)
3.2.4.2	外商直接投资的消极影响	(90)
3.2.5	国际贸易对经济发展的贡献	(90)
3.2.6	WTO 对中国产业发展的影响	(94)
3.2.6.1	加入 WTO 对中国产业发展的影响	(94)
3.2.6.2	我们的产业发展对策	(95)
3.2.6.3	具体的对各产业发展影响分析	(96)
3.2.7	可持续发展的概念	(100)
3.3	区域经济与区域经济发展战略	(100)
3.3.1	增长极理论	(100)
3.3.2	梯度转移理论	(101)
3.3.2.1	梯度转移理论的内容	(101)
3.3.2.2	自梯度转移理论的局限性	(101)
3.3.3	点轴开发模式	(102)
3.3.4	区域发展的基本—非基本原理	(102)
3.3.4.1	古典区位论中与区域工业化差异成因有关的理论与思想	(102)

3.3.4.2	市场区位论中与区域工业化差异成因有关的理论与思想	(103)
3.3.4.3	区域经济发展理论	(103)
3.3.4.4	新经济地理学	(104)
3.3.4.5	区域经济发展战略的理论基础	(104)
3.3.5	产业布局的影响因素	(104)
3.3.5.1	地理位置因素	(105)
3.3.5.2	自然因素	(105)
3.3.5.3	人口因素	(105)
3.3.5.4	社会经济因素	(105)
3.3.5.5	科学技术因素	(105)
3.3.6	区域分工的意义和形式	(106)
3.3.6.1	区域分工的意义	(106)
3.3.6.2	成本学说	(108)
3.3.6.3	要素禀赋学说	(108)
3.3.7	区域经济政策的目标和内容	(109)
3.3.7.1	概念	(109)
3.3.7.2	区域经济政策的目标	(109)
3.3.7.3	区域经济政策的内容	(110)
3.4	循环经济	(111)
3.4.1	循环经济的内涵和意义	(111)
3.4.1.1	循环经济的内涵	(111)
3.4.1.2	发展循环经济的意义	(111)
3.4.2	产业生态学的基本思想	(112)
3.4.3	循环经济的评价方法和指标体系	(113)
3.4.3.1	循环经济的评价方法	(113)
3.4.3.2	循环经济评价指标体系	(113)
3.4.4	循环经济的实践	(114)
3.4.4.1	新型工厂——科技工业园区的实践	(114)
3.4.4.2	我国发展循环经济存在的主要问题	(114)
3.4.4.3	我国发展循环经济的对策建议	(115)
3.4.4.4	我国循环经济的内涵和基本特征	(116)
3.4.4.5	我国循环经济的发展模式	(118)
第三部分	综合练习题	(121)
第四部分	城市经济与管理	(133)
4.1	城市化与城市体系	(133)

80f)	4.1.1	城市经济规模的概念	(133)
80f)	4.1.1.1	聚集经济与城市经济规模	(133)
40f)	4.1.1.2	城市经济规模与城市经济增长	(133)
40f)	4.1.1.3	城市经济适度规模、合理规模和最佳规模	(134)
40f)	4.1.2	城市聚集经济的成因和作用	(134)
80f)	4.1.2.1	城市聚集经济的成因	(134)
80f)	4.1.2.2	城市聚集经济的作用	(135)
80f)	4.1.3	城市化与工业化的关系	(135)
80f)	4.1.4	城市化的内涵和动力	(136)
80f)	4.1.4.1	城市化的内涵	(136)
80f)	4.1.4.2	城市化的动力	(136)
80f)	4.1.5	城市化的发展阶段与基本形式	(138)
80f)	4.1.5.1	城市化的发展阶段	(138)
80f)	4.1.5.2	城市化的三种基本形式	(139)
80f)	4.1.6	城镇体系的形成、特征和类型	(140)
80f)	4.1.6.1	城镇体系的概念	(140)
80f)	4.1.6.2	城镇体系的形成	(140)
0f)	4.1.6.3	城镇体系的特征	(141)
f)	4.1.6.4	城镇体系的类型	(142)
f)	4.1.7	中心城市的类别与作用	(142)
f)	4.1.7.1	中心城市的类别	(142)
f)	4.1.7.2	中心城市的作用	(142)
5f)	4.2	城市经济管理问题	(144)
8f)	4.2.1	城市人口、就业与土地利用的基本问题	(144)
8f)	4.2.1.1	城市人口的概念	(144)
8f)	4.2.1.2	城市人口变化的原因	(144)
f)	4.2.1.3	城市规模的概念	(146)
f)	4.2.1.4	城市劳动力市场供给的影响因素	(146)
f)	4.2.1.5	城市劳动力市场需求的影响因素	(146)
2f)	4.2.1.6	城市就业增长的收益	(147)
8f)	4.2.1.7	城市就业增长的成本	(148)
8f)	4.2.1.8	土地价格的决定因素	(148)
f)	4.2.1.9	土地利用分区制的内涵	(148)
	4.2.1.10	土地利用分区的市场效应	(148)
8f)	4.2.2	促进城市经济发展的政策措施	(149)
8f)	4.2.3	城市经济开发区的种类和作用	(152)
	4.2.3.1	经济技术开发区	(152)

4.2.3.2	高新技术产业开发区	(152)
4.2.3.3	保税区	(152)
4.2.3.4	边境经济合作区	(152)
4.2.3.5	旅游度假区	(152)
4.2.3.6	开发区的经济作用	(153)
4.2.4	地方政府的职能和作用	(153)
4.2.4.1	政府的基本职能	(153)
4.2.4.2	地方政府的作用	(154)
4.2.4.3	政府管理运行的职能	(154)
4.2.4.4	市场经济条件下的地方政府职能与作用	(155)
4.2.5	政府失效的含义与寻租问题	(155)
4.2.5.1	政府失效的含义	(155)
4.2.5.2	寻租问题	(156)
4.2.6	提升政府能力的战略与途径	(156)
4.3	城市财政与城市金融	(157)
4.3.1	城市财政的职能与作用	(157)
4.3.1.1	财政的涵义与特征	(157)
4.3.1.2	城市财政的职能	(157)
4.3.1.3	城市财政的作用	(159)
4.3.2	税收的经济效应	(159)
4.3.2.1	税收效应概述	(159)
4.3.2.2	税收对消费的效应	(160)
4.3.2.3	税收对企业生产的效应	(160)
4.3.2.4	税收对储蓄的效应	(160)
4.3.3	城市金融机构的种类及其在城市经济中的作用	(161)
4.3.3.1	城市金融的种类	(161)
4.3.3.2	城市金融在城市经济中的作用	(162)
4.3.4	城市金融市场的组成及其作用	(163)
4.3.4.1	城市金融市场的组成	(163)
4.3.4.2	城市金融市场的作用	(166)
4.4	上海城市经济	(166)
4.4.1	上海市支柱产业概况	(166)
4.4.1.1	上海信息产业概况	(166)
4.4.1.2	上海金融产业概况	(167)
4.4.1.3	上海商贸产业概况	(168)
4.4.1.4	上海汽车制造产业概况	(169)
4.4.1.5	上海成套设备产业概况	(169)

(152)	4.4.1.6 上海房地产业概况	(169)
(152)	4.4.2 上海市工业产业的特点	(172)
(152)	4.4.3 上海市工业产业的调整和优化	(173)
(152)	4.4.3.1 需要积极调整的工业产业	(175)
(153)	4.4.3.2 需要继续发展的重点产业	(175)
(153)	4.4.3.3 都市型产业	(175)
(153)	4.4.3.4 扶植与培养新的经济增长点	(175)
(154)	4.4.4 上海城市功能定位及发展战略	(176)
(154)	4.4.4.1 上海城市功能定位	(176)
(155)	4.4.4.2 上海城市发展战略	(177)
(155)	第四部分综合练习题	(178)
(156)	上海市 2008 录用公务员专业科目考试《经济管理》试题本	(191)

第一部分 产业组织

1.1 市场结构

市场结构的含义

所谓结构,一般是指构成某一系统的各要素之间的内在联系及其特征。在产业组织理论中,产业市场结构是指企业市场关系的特征和形式。市场关系主要有以下几种:

1. 卖方(企业)之间的关系;

2. 买方(企业或消费者)之间的关系;

3. 买卖双方的关系;

市场内现有的买方、卖方与正在进入或可能进入该市场的买方、卖方之间的关系。简而言之,上述关系在现实市场中的综合反映就是市场的竞争和垄断关系。因此,从根本上说,市场结构是一个反映市场竞争和垄断关系的概念。市场结构是决定市场的价格形成方式,从而决定产业组织的竞争性质的基本因素。

影响市场结构的主要因素有市场集中度、产品差别化程度、市场进入和退出壁垒、市场需求的增长率、市场需求的价格弹性,以及短期的固定费用和可变费用的比例等。其中,前三项是影响市场结构或市场竞争和垄断关系的三个主要因素。决定市场结构的上述诸因素是相互影响的,当决定市场结构的某一因素发生变化时,就会导致市场结构中其他因素的变化,从而使该产业整个市场结构的特征发生变化。例如,当市场需求的增长率大幅度上升时,若其他条件相同,则会使新企业的进入壁垒降低,使卖者的集中程度下降,使整个市场结构更富于竞争的性质。

(一) 集中度

1. 集中度的含义

集中度包括卖方集中度和买方集中度。卖方集中度是指特定产业的生产经营集中程度,一般用该产业中最大的主要厂商所拥有的生产要素或其产销量占整个产业的比重来表示。一般来说,如果集中度高,就表明在特定产业中少数大厂商拥有较强的经济支配能力,或者说具备了一定程度的垄断能力。因此,不管这少数大厂商在主观上是否有使用垄断力量的动机,但集中度高已经表明了他们在客观上具有垄断力量。

2. 影响集中度的因素

因为集中度反映的是产业生产经营的集中程度,所以,该产业内厂商的规模和市场容量就是两个直接影响因素。

(1) 厂商规模变化与集中度

某产业的市场容量既定,少数大厂商的规模越大,集中度就越高;反之,则相反。

(2) 市场容量变化与集中度

市场容量的变化与集中度的基本关系是:市场容量扩大容易降低集中度,市场容量缩小或不变容易提高集中度;市场容量缩小或不变对提高集中度的促进作用大于市场容量扩大对降低集中度的作用。原因是大厂商经常在市场容量缩小或不变时加强兼并,而在市场容量扩大时

率先发展;只有出现很高的市场容量增长率并超过大厂商扩张的速度时,才有可能导致集中度的降低。

(二)产品差别化

产品差别化是指在同类产品的生产中,不同厂商所提供的产品所具有的不同特点和差异。厂商制造差别产品的目的是为了引起购买者对该厂商产品的特殊偏好,从而在市场竞争中占据有利地位。因此,对厂商来说,产品差别化是一种经营手段,一种非价格竞争手段。例如,生产牙膏的厂商可以通过各种方法使其生产的牙膏和同类产品相比具有特色(双氟、儿童防龋、清凉薄荷口味等),以致对一部分消费者产生强烈吸引力,专爱使用该厂商生产的牙膏。

产品差别化与产品之间的替代性是基本同等的概念。同类产品因它们对于需求者来说可以互相替代,所以被归为同类。完全的替代性是指产品之间在使用性能、结构、外观、广告宣传以及售后服务等方面不存在任何差别,需求者完全把它们视为同一产品。因此,说两个产品是完全替代的,也就是说这两个产品无差别。但现实中无差别的产品或完全替代性几乎是不存在的,同类产品之间是不完全替代关系或部分替代关系,即它们几乎都是差别化产品。

形成产品差别化的原因可以简单地概括为:质量或设计方面的差异;消费者对要购买的商品的基本性能和质量不了解引起的差异,如不是经常被购买和设计复杂的耐用品;由卖者的推销行为,特别是广告和服务所引起的牌号、商标或公司名称的差异;同类商品销售者地理位置的差异。

(三)行业进入壁垒

1.进入壁垒的含义

进入壁垒又称进入障碍或进入门槛,是指产业内已有厂商对准备进入或正在进入该产业的新厂商所拥有的优势,或者说是新厂商在进入该产业时所遇到的不利因素和限制。

由于市场容量和生产资源是有限的,新厂商一旦进入某一产业,必须与该产业内的原有厂商展开争夺市场和资源的竞争。进入壁垒的大小反映了新厂商在进入该产业过程中所遇到困难的大小。如果某产业的进入壁垒大,就意味着新厂商在进入该产业时遇到的困难大,一般厂商难以顺利进入,相对而言,该产业的竞争程度就要弱一些,垄断程度就要强一些。因此,进入壁垒是影响市场垄断和竞争关系的一个重要因素,也是市场结构的一个基本因素。

2.形成进入壁垒的原因

(1)规模经济障碍。新厂商在进入某一产业的初期,一般难以充分享受规模的经济性,相对于产业内已有的厂商,其生产成本必然较高,这就是规模经济障碍。产生规模经济障碍的原因有两个:一是由于筹资困难,新厂商进入产业时的生产规模远小于最佳生产规模。对规模经济性显著的产业,小规模生产可导致单位产品生产成本大量增加,远远超过原有厂商的平均生产成本。二是即使克服了筹资的困难,新厂商在生产经营的初期也难以获得与最佳生产规模相适应的市场份额,也即有了发挥规模经济的生产能力,但由于市场所限,或者开工率比较低,或者产品积压,或者低价销售,结果都对新厂商不利。

(2)绝对费用障碍。原有厂商一般都占有一些稀缺的资源和生产要素。例如,在原料占有上的优势、对专利和技术诀窍的占有优势、产品销售渠道和运输条件上的优势、人才优势等。新厂商要进入某产业和原有厂商竞争,就要获取这些资源,所需的费用就是绝对费用。由绝对费用引起的新厂商成本大幅度增加,被称为绝对费用障碍。

(3)产品差别化障碍。产品差别化障碍是指买者对原有厂商产品的偏好程度高于新厂商产

品,以致引起新厂商产品进入市场的困难。一般来说,原有厂商利用广告宣传和其他促销手段,其产品和商标已为买者所熟悉,其市场形象和信誉已经确立。新厂商欲使自己的产品占领市场,必须先让买者了解自己的产品,树立形象和信誉,这需要投入大量资金、加强广告宣传、建立销售网络和服务系统、培训销售人员等。这样,新厂商的销售费用必然大于超过原有厂商,其产品成本也随之大量增加。

(4)政策和法规障碍。国家对新建企业的行政管理以及相关的经济政策和法规,也不同程度地形成了新厂商进入某些产业的障碍。例如,在某些产业中,开设企业需要经过复杂的批准程序,购买国外技术和进口设备、原材料都需要批准发证,资金的筹措分配也受到政策和法规的制约。

(四)行业退出壁垒

1.市场退出壁垒的含义

所谓退出,是指某个厂商停止作为卖方的行为,从那个产业撤退。退出包括破产和转产两种情况。从理论上讲,某个厂商长期经营亏损、资不抵债,不能正常进行生产经营,就应该退出该产业,转产或破产,但实际上这样的厂商由于受到种种限制,很难从该产业中退出,那些对退出的限制就是该厂商在退出该产业时所遇到的障碍,即退出壁垒。

2.形成退出壁垒的原因

(1)沉没成本障碍

厂商投资形成的固定资产(设备、厂房及其他建筑物等)由于用于特定产品的生产及销售而变得特殊化,在很多情况下不容易将厂商特定用途的固定资产转用或转卖给生产和销售其他产品的厂商。当厂商退出一个产业向其他产业转移时,由于部分设备的专用性特别强,厂商在转产时不得不废弃这些设备,这些设备的价值就不能收回。这种不能收回的费用就叫沉没成本,它是厂商退出产业时的一种损失,也就构成了厂商退出时的障碍。

(2)解雇费用障碍

在大多数情况下,厂商退出某个产业时需要解雇工人。解雇工人要支付退职金、解雇工资,有时为了让工人改行,还需要培训费用和转移费用。这些费用就是厂商在退出某产业时要付出的代价,也就构成了厂商退出时的障碍。

(3)结合生产障碍

结合生产在许多产业中存在。例如,在石油精炼产业中,从汽油到轻油、煤油、重油等多种产品用石油结合生产。现在,即使重油市场上的需求显著下降,但降低重油生产量却有限度。这样,结合生产的产业即使其一部分市场需求下降,但作为结合生产结果的一部分要单独退出是相当困难的。

(4)政策和法规障碍

政府为了达到一定的目的,往往通过制定政策和法规来限制生产某些产品的厂商从产业中退出。例如,在电力、邮电、煤气等提供公共产品的产业中,各国政府都制定了相应的政策和法规来限制厂商的退出。

一般来说,构成进入壁垒的因素往往同构成退出壁垒的因素紧密相关,因此,在一般情况下,进入壁垒低的行业,退出壁垒也可能较低,这种行业的竞争性就比较强;相反,进入壁垒高的行业,退出壁垒也可能较高,这种行业的垄断性就比较强。

1.1.1 市场结构的基本类型

根据竞争和垄断程度的不同,并参照厂商数目、产品差别程度、进入市场的难易程度以及厂商对产量和价格的控制程度等因素,一般把市场分为四种类型:完全竞争市场、垄断竞争市场、寡头垄断市场和完全垄断市场。

1.1.2 各类市场结构的行为特征和效果分析

1.1.2.1 完全竞争的市场行为特征和市场效果分析

完全竞争又叫纯粹竞争,是指不受任何障碍和干扰,没有外力控制的竞争类型。完全竞争市场是不存在垄断、竞争程度最高的市场。在一个以完全竞争为特征的市场中,任何一个买者或卖者都不能依据其个人的购买或销售行为影响价格。完全竞争市场是一种非常理想化的市场。

(一)完全竞争市场的特点

1.产业集中度很低

市场上拥有很多的买者和卖者,每个卖者提供的产品数量与每个买者购进的产品数量在市场总量中所占的比例很小,因此,市场集中度很低,没有一个买者或卖者对市场价格有显著的影响力。价格是由市场总供给和总需求决定的,对于每个买者和卖者而言,他只能是价格的接受者,而不是影响者。

2.产品同一性很高

即所有的产品都是同质的标准化产品,它们在原料、加工、包装、服务等方面完全一样,可以互相替代。消费者必须能在他们相信是相同产品的许多生产者间选择,他们可以随机购买任何一个生产者的产品,甚至对每个厂商出售的同质产品没有偏好,厂商也无法根据自己出售产品的某些特点来控制价格。同时,产品必须可分到这种程度,即其少量部分或是可以购买的,或至少是可以租用的,这个假定消除了竞争市场中潜在的进入壁垒问题。

3.不存在任何进入与退出的壁垒

产业市场中不存在资金、技术或法律的进入和退出壁垒,新的企业进入该市场或原有的企业退出该市场都是完全自由的。在该产业的预期利润率很高的情况下,就会有很多企业试图进入,而如果产业的利润率下降到低于正常水平的时候,企业则不断退出。

4.完备的市场信息,即买者和卖者拥有包括价格和产品质量在内的全部相关市场信息。假设所有的买者和卖者都是理性的,那么,他们必须根据有关市场的全部信息(包括现在和未来的价格信息)进行决策,从而不会出现有人以高于市场的价格进行购买,或以低于市场的价格进行销售的情况。完备信息使得交易双方能够充分比较,优胜劣汰,促进竞争,同时使买卖双方都能作出最优的决策。

(二)完全竞争市场的市场行为

1.完全竞争条件下的市场价格

在完全竞争市场结构条件下,市场价格等于平均收益,即 $P=AR$ 。因为在完全竞争的条件下,市场价格完全由供求关系决定。每个规模很小的企业出售多少商品,对市场价格均不产生影响,它们只是既定市场价格的接受者。同时,在完全竞争的条件下,企业的边际收益(每增加销售单位产品使总收益的增加值)等于平均收益,等于市场价格,即 $MR=AR=P$ 。

2.企业短期利益最大化的行为选择