



暨南大学 经济学文库

产业链纵向关系的演进分析

——以我国家电产业和汽车产业为例

The Evolution of Vertical Arrangement:
A Case Study of China's Household Appliances and Motor Vehicles Industry

黄建军 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



暨南大学 经济学文库

本书为广东省“十一五”哲学社科规划项目“政策推进区域产业升级与产业转移的机制重塑研究”（批准号：GD10CYJ20）成果

产业链纵向关系的演进分析

——以我国家电产业和汽车产业为例

The Evolution of Vertical Arrangement:
A Case Study of China's Household Appliances and Motor Vehicles Industry

黄建军 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

产业链纵向关系的演进分析：以我国家电产业和汽车产业为例/黄建军著. —北京：经济管理出版社，2014. 3

ISBN 978 - 7 - 5096 - 2978 - 9

I. ①产… II. ①黄… III. ①分销—购销渠道—研究 IV. ①F713. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 037400 号

组稿编辑：杨雅琳

责任编辑：杨雅琳

责任印制：司东翔

责任校对：超凡

出版发行：经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址：www.E-mp.com.cn

电 话：(010) 51915602

印 刷：三河市延风印装厂

经 销：新华书店

开 本：720mm × 1000mm/16

印 张：14.25

字 数：216 千字

版 次：2014 年 3 月第 1 版 2014 年 3 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978 - 7 - 5096 - 2978 - 9

定 价：48.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社读者服务部负责调换。

联系地址：北京阜外月坛北小街 2 号

电话：(010) 68022974 邮编：100836

前 言

不同的产业，分销渠道的主要模式是不一样的。以我国的耐用消费品产业为例，对于成熟的家电产业而言，是零售商在控制分销渠道，国美、苏宁这样的零售大卖场是主流分销模式；对于快速成长的汽车产业而言，是生产商在主导分销渠道，独家代理的4S专卖店是主流分销模式。

现实中的分销渠道，也正是产业组织理论所关注的生产商与经销商之间的纵向关系问题。分销渠道的模式不同，生产商与经销商之间的纵向关系也就不同。那么，产业链纵向关系为什么不同？产业链纵向关系的变化受什么因素影响？产业链纵向关系的变化有没有规律可循，演化规律又是怎样的？

本书在企业 and 产业共同演化的框架下，以产业的发展演化作为环境背景，研究了产业链上生产商与经销商之间纵向关系的演化。

本书延伸了斯蒂格勒的思想，将动态的生命周期的纵向一体化理论扩展为生命周期的纵向约束理论。随着产业的发展，在产业形成期，生产商和经销商之间是纵向一体化的；产业形成之后，生产商和经销商之间是纵向分离、纵向约束的。在产业成长期，以生产商主导渠道为主；产业成熟之后，零售商纵向控制会逐渐取代生产商纵向控制，最终，零售商主导下的供销战略联盟使得生产商和经销商之间回归纵向一体化。

本书从斯蒂格勒的产业生命周期理论开篇，产业形成之初，由于市场范围的限制，企业总是全能的，是纵向一体化的；产业形成之后，随着市场需求的扩大，规模经济和横向竞争影响是纵向分离的主要原

因。在将规模经济和横向竞争抽象为产业链上下游厂商的数目之后，通过博弈模型得出了纵向分离的条件，并以此为据，对“格力和国美之争”进行了分析。

在产业高速增长时期，生产商凭借着生产的规模经济性在产业链上占据着优势。生产商会对整个产业链进行纵向控制来保有自己的垄断利润，独占交易是常用的纵向约束工具，生产商通过与零售商签订排他的独占交易契约来达到纵向一体化的效果。本书也对生产商纵向控制策略的选择进行了分析，在详细比较独占交易与共同代理这两种纵向约束的利弊之后，得出产品差异性和逆向选择问题是影响生产商策略选择的关键因素的结论。

随着产业的成熟，市场需求趋向饱和，生产商之间的竞争日渐激烈，生产的规模经济性进入了报酬递减阶段，而买方市场的形成使得零售商在产业链上有了更多的话语权。零售商买方势力的形成，标志着产业链主导权发生了转移，由生产商控制转变为由零售商控制。本书通过建立博弈模型比较了零售商控制下和生产商控制下的社会福利，在零售商控制下，社会福利水平是增进的。因此，由生产商控制转变为由零售商控制，是产业链纵向关系的一种演进。这种演进是供给方规模经济（生产的规模经济）和需求方规模经济（消费的规模经济）交替作用的结果。生产的规模经济受到自然的约束、资源的约束，终会转向报酬递减。生产的规模经济耗尽的时候，也就是消费的规模经济开始起作用的时候，由需求方规模经济继续推动产业链纵向关系的演进，生产商控制转变为零售商控制。

本书认为，零售商买方势力作为一种抗衡势力，可以抗衡生产商的垄断，但是零售商滥用买方势力或形成垄断势力会给消费者带来新的灾难。渠道冲突的解决办法是渠道合作，零售商主导下的供销战略联盟是一种好的选择。供销战略联盟作为一种准纵向一体化，是产业链纵向关系进一步演进的表现，也是产业克服衰退、螺旋式上升发展的一种好的选择。

本书以我国的家电产业和汽车产业为现实案例，验证了上述产业链纵向关系的演化规律。通过产业生命周期的实证，我国家电产业所处的生命周期阶段是在成长后期、成熟前期，零售大卖场是主流分销

模式，是经销商控制；我国汽车产业所处的生命周期阶段是在成长前期，4S专卖店是主流分销模式。依据演化理论并借鉴我国家电产业的演化经验，本书预测，汽车超市将会得到长足发展，汽车经销商的渠道权力将大大增加，汽车生产商和经销商将更多地进行合作。

黄建军

2014年1月

目 录

第①章 导 论 / 001

- 第一节 问题的提出 / 001
- 第二节 研究对象及方法 / 003
- 第三节 全书框架与内容安排 / 004
- 第四节 本书创新点 / 007

第②章 相关文献综述 / 009

- 第一节 关于纵向一体化和纵向分离的研究 / 009
 - 一、哈佛学派的分析 / 009
 - 二、芝加哥学派的分析 / 010
 - 三、后芝加哥学派的分析 / 011
- 第二节 关于独占交易和共同代理的研究 / 015
 - 一、独占交易对竞争的影响 / 015
 - 二、独占交易的完全排他与部分排他 / 019
 - 三、独占交易与共同代理的权衡 / 023
- 第三节 关于零售商买方势力的研究 / 025

第③章 产业链纵向控制和产业生命周期：企业和产业共同演化的视角 / 029

- 第一节 企业和产业的共同演化 / 029
 - 一、产业演化 / 029

二、企业和产业的共同演化 / 032

第二节 产业链、产业链纵向关系和产业链纵向控制 / 034

一、本书所研究的产业 / 034

二、产业链 / 036

三、产业链纵向关系和产业链纵向控制 / 038

四、产业链纵向控制的策略选择 / 038

第三节 产业生命周期 / 039

一、产业生命周期的各个阶段 / 039

二、产业生命周期各阶段的变量特征 / 042

第四节 产业链纵向控制和产业生命周期的关系 / 044

第④章 我国家电产业和汽车产业的生命周期 / 047

第一节 产业生命周期的实证方法 / 047

一、计算判断法 / 047

二、曲线拟合法 / 048

第二节 我国家电产业的生命周期 / 051

一、我国家电产业的发展历程 / 051

二、我国家电产业的 SCP 分析 / 054

三、我国彩电产业的生命周期 / 059

四、我国空调产业的生命周期 / 062

第三节 我国汽车产业的生命周期 / 065

一、我国汽车产业的发展历程 / 065

二、我国汽车产业的 SCP 分析 / 068

三、我国汽车产业生命周期的初步判断 / 074

四、我国汽车产业生命周期的拟合 / 076

第⑤章 从纵向一体化到纵向分离 / 078

第一节 斯蒂格勒的生命周期的纵向一体化 / 078

第二节 产业生命周期之初：产业的形成 / 079

- 第三节 纵向一体化：形成期的纵向关系 / 081
- 一、纵向一体化的含义 / 081
 - 二、纵向一体化的福利分析 / 082
 - 三、纵向一体化理论与西方国家反垄断政策的演变 / 086
- 第四节 纵向分离的条件 / 089
- 一、纵向分离 / 089
 - 二、文献回顾 / 090
 - 三、供销产业链的模型 / 094
- 第五节 格力和国美之争的案例分析 / 097

第六章 从独占交易到共同代理 / 102

- 第一节 产业生命周期的演化：从成长期到成熟期 / 102
- 第二节 生产商主导下的独占交易 / 103
- 一、生产商和零售商之间的独占交易 / 103
 - 二、生产商选择独占交易的动机 / 104
 - 三、独占交易的福利分析 / 107
 - 四、生产商主导的产业链 / 111
- 第三节 共同代理使得零售商主导产业链成为可能 / 112
- 一、生产商和零售商之间的共同代理 / 112
 - 二、零售商主导产业链成为可能 / 113
 - 三、生产商选择共同代理的利弊 / 114
- 第四节 生产商和零售商的策略选择以及福利比较 / 117

第七章 从生产商控制到零售商控制 / 131

- 第一节 从生产商控制到零售商控制概述 / 131
- 第二节 零售商买方势力的形成 / 132
- 一、买方势力和卖方势力 / 132

二、零售商买方势力的界定 / 133

三、零售商买方势力形成的原因 / 134

四、零售商买方势力的形成标志着产业链控制权力的转移 / 140

第三节 零售商行使买方势力的纵向约束行为 / 142

第四节 零售商纵向控制的经济效应 / 143

一、零售商垄断势力的福利分析 / 143

二、零售商抗衡势力的福利分析 / 144

三、零售商纵向控制的社会经济效应 / 148

第五节 零售商控制的现实分析 / 149

一、我国零售商经营规模与买方势力的现状分析 / 149

二、产业链上零供冲突问题 / 153

三、零售商主导的供销战略联盟 / 154

第八章 我国家电产业和汽车产业的分销渠道 / 159

第一节 我国家电产业的分销渠道 / 159

一、我国家电产业分销渠道的演化过程 / 159

二、几种典型的家电分销渠道模式 / 162

三、国美的专业连锁经营模式 / 168

四、我国家电产业分销渠道的发展趋势 / 174

第二节 我国汽车产业的分销渠道 / 175

一、我国汽车市场的发展前景 / 175

二、我国汽车分销渠道的演化过程 / 177

三、汽车4S店模式 / 178

四、汽车产业会出现“国美”、“苏宁”吗? / 182

五、我国汽车分销渠道的发展趋势 / 184

第三节 家电产业与汽车产业分销渠道的比较结论 / 185

第九章 结论与思考 / 187

第一节 本书主要的研究结论 / 187

第二节 本书不足与未来研究展望 / 189

附录 / 191

参考文献 / 202

后记 / 214

第一章 导 论

第一节 问题的提出

2004年3月9日，家用电器（以下简称家电）专业连锁大卖场国美向全国各地国美分部下发了关于“清理格力库存”的通知，这引发了空调生产老大格力的强烈抵制。此后，双方交涉未果，冲突激化，珠海格力电器有限公司（以下简称格力）产品撤出了国美电器控股有限公司（以下简称国美）所有的门店，一场格力、国美之争由此拉开了序幕。

格力、国美之争，又一次让人感受到了零售商的强势。三十年河东，三十年河西。曾几何时，经销商们为了能够销售家电制造商的新产品，不得不仰人鼻息；而现在，国美、苏宁零售连锁巨头“挟渠道而令天下”，动辄举起价格战大旗，并且对生产商施加各种各样的纵向控制手段。生产商的产品要上货架，不仅要缴纳进场费、管理费，承担各种各样的促销费，还要接受“先卖货后结算”的方式，被占用大量的现金资源，其间种种，尽显被动。所有的这些迹象表明，家电生产商和零售商在渠道控制权上的地位已经置换。

零售商纵向控制的实施导致供销之间矛盾四起，尤其以家电产业和生活日用品产业最为突出。如2002年9月30日，山西省代理商

联合扩大会议决定，从10月1日起，包括宝洁、福临门、百威啤酒等众多知名品牌的100多家供应商联合停止向华宇超市供货。2003年，家乐福超市因收取高额通道费，上海炒货协会的11家炒货生产商联合抵制向家乐福供货。2004年，又爆发了一场格力与国美之争……

格力、国美之争实际上是渠道控制权的争夺。格力撤出国美所有门店之后，为了缓解销售的压力，开始加强自有渠道的建设。格力带领着它的区域销售公司，在全国各地建立格力专卖店，直接面对消费者。然而，不管怎样，零售大卖场肯定是家电销售的主流渠道^①，家电专卖店只能作为补充和延伸。

家电产业是零售商控制渠道，但是，在汽车产业，情况就决然不同了。

2005年4月1日，商务部、发改委、国家工商总局发布了《汽车品牌销售管理实施办法》，并从10月1日正式施行。《汽车品牌销售管理实施办法》规定，今后汽车销售都要经过生产商的授权。品牌专卖对经销商的限制较多，造成汽车生产商和经销商之间的关系不平等，使汽车分销渠道牢牢掌控在生产企业的手中。

为什么家电专卖店在家电分销渠道中不胜重任，而汽车4S专卖店却是汽车分销的主流模式？为什么在家电产业链上，零售商控制渠道，而汽车产业链上却是汽车制造商通过独占交易契约来纵向限制经销商销售其他竞争对手的产品？为什么汽车分销中没有出现像国美、苏宁那样的零售巨头？

不同的产业，分销渠道的模式是不同的，生产商与经销商之间的纵向关系也是不一样的。那么，产业链纵向关系为什么不同？产业链纵向关系的变化受什么因素影响？产业链纵向关系的变化有没有规律可循，演化规律又是怎样的？

这些问题，正是本书所尝试回答的。

^① 本书主要讨论城市一、二级市场，在偏远的农村三、四级市场，家电制造商的自建渠道可以发挥更大的作用。

第二节 研究对象及方法

本书是以产业链上生产商和经销商之间的纵向关系作为研究对象，去研究产业链纵向关系的演化及演化规律的。受到斯蒂格勒（Stigler）产业生命周期理论的影响，本书对产业链纵向关系的研究也是以产业生命周期作为环境背景的。

本书研究的是产业链纵向关系的生命周期演进，在产业组织理论的基础上，使用了多种研究方法。

第一，演化方法与均衡方法相结合。本书的研究思路和内容安排是演化的体现，沿着产业形成→产业成长→产业成熟，从纵向一体化到纵向分离、从独占交易到共同代理、从生产商控制到零售商控制。在具体进行理论分析的时候，使用的是产业组织学的静态分析方法——均衡分析方法^①。

第二，产业组织的研究方法。除传统的哈佛学派的SCP分析之外，本书在分析企业纵向控制行为的时候，采用了博弈论的分析方法。从产业组织理论的发展历程来看，博弈论方法的引入被称为一个革命，导致了新产业组织理论的产生。新的产业组织理论和传统的产业组织理论相互融合，是现代产业组织学发展的大势所趋。

第三，理论分析和实证分析相结合。本书以我国的家电产业和汽车产业为典型案例来验证本书理论分析的结果。首先，使用计量分析的方法，实证分析了我国家电产业和汽车产业所处的生命周期阶段；其次，通过产业实践的案例分析，验证了在不同产业生命周期下，产业分销渠道的演化、产业链上生产商和经销商纵向关系的演化。

^① 正如本书所构建的模型，都是假设企业是同质、追求自身利润最大化的。企业的行为受到横向结构和纵向结构的影响，最终反映在企业的利润所得上。不过，受后芝加哥学派的影响，本书更重视对企业行为的研究。

第三节 全书框架与内容安排

本书围绕理论分析和产业实证这两条研究思路，对产业链纵向关系的生命周期演进进行了研究。一方面，在产业和企业共同演化的视角之下，以产业生命周期为环境背景，利用后芝加哥经济学派对企业纵向控制行为的研究得出一般的理论结论；另一方面，以我国的家电产业和汽车产业为典型案例来验证理论结论。

根据上述研究思路，本书的具体研究技术路线如图 1-1 所示。总而言之，本书就是以我国的家电产业和汽车产业为案例，研究产业链纵向关系是怎样随着产业生命周期的演变而变化的。

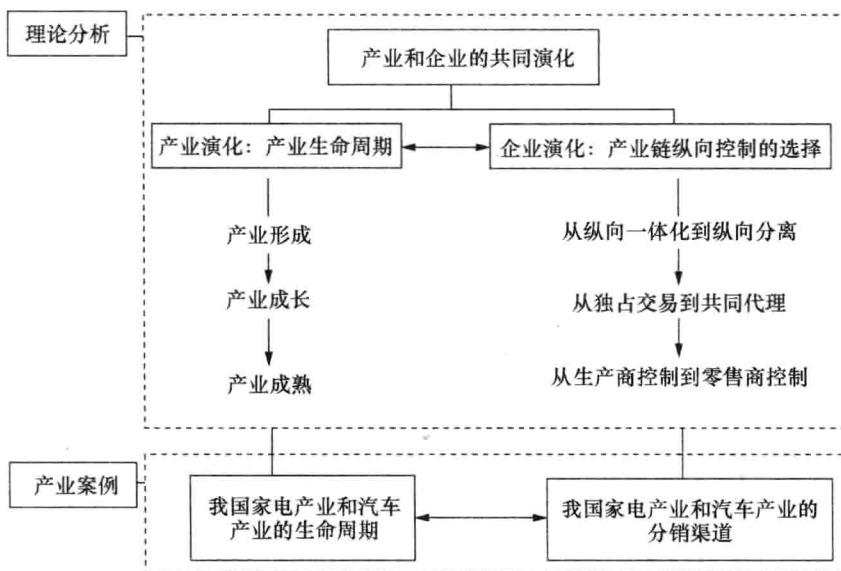


图 1-1 分析框架

基于上述分析框架，本书具体的章节安排和研究要点如下：
全书共分为九章。

第一章是导论。对本书的选题、研究对象、研究方法和内容安排等进行了说明。

第二章是相关文献综述。对关于纵向一体化和纵向分离的研究、关于独占交易和共同代理的研究、关于零售商买方势力的研究进行了阐述。

第三章是产业链纵向控制和产业生命周期：企业和产业共同演化的视角。给出了研究视角，采用共同演化的视角，来研究随着产业生命周期的演变，企业的纵向控制行为的转变情况。在这一章里，对本书接下来用到的理论、基本概念以及简化假设一一进行了说明。

第四章是我国家电产业和汽车产业的生命周期。阐述了产业生命周期的实证方法，并对我国家电产业的生命周期和我国汽车产业的生命周期进行分析。

第五章是从纵向一体化到纵向分离，讨论从斯蒂格勒的生命周期理论开始。在产业的形成期，受到市场范围的限制，产业链是纵向一体化的；此后，随着产业的发展，市场范围不断扩大，为了追求规模经济收益，生产商和零售商纵向分离。本书受到后芝加哥学派的影响，认为除规模经济以外，横向竞争也是导致纵向分离的重要影响因素。因此，本书构建了一个博弈模型，将规模经济因素和横向竞争因素抽象为产业链上下游企业的数目，推出了产业链纵向分离的条件。在模型结论的基础上，就格力、国美之争这一经典案例进行了分析和解释。

第六章是从独占交易到共同代理，对纵向一体化、独占交易和共同代理进行了比较。产业链分离之后，在产业高速成长的时期，生产商主导产业链。生产商偏好选择独占交易这样的纵向约束工具来获得纵向一体化的效果，强化产品的差异性。产业进入成熟期之后，买方市场形成，消费的力量大过生产的力量，零售商在产业链上有了更多的话语权。零售商有能力主导产业链时，并不愿意与生产商签订独占交易这样的排他契约，而更合意共同代理的方式。本书建立了一个博弈模型，分析了生产商和零售商对纵向控制策略的选择，并比较了生产商主导下的独占交易和零售商主导下的共同代理。就社会福利水平

来看，零售商主导下的共同代理会给消费者带来更多的剩余，导致社会福利的增加。就这一点而论，产业链纵向关系由生产商控制演变为零售商控制是有效率的。

第七章是从生产商控制到零售商控制。本书进一步指出，零售商买方势力的形成是产业链控制权转移的主要标志。零售商买方势力更多的是一种抗衡势力，抗衡生产商的垄断势力，给消费者带来福利。但是，如果零售商有了更多的垄断势力或者滥用买方势力，那就会给社会带来新的灾难。零供冲突已经成为了不得不解决的产业问题，该问题可以通过零售商和生产商加强合作、建立供销战略联盟来解决。因为零售商在产业链上有着更多的势力，所以零售商也有更多的责任去主导供销战略联盟的建立，实现产业链的准纵向一体化，促使产业在更高的层次上进一步发展。

本书的第五章、第六章和第七章是理论部分。阐述了随着产业的形成和发展，企业的纵向控制行为会怎样演变，从纵向一体化到生产商控制，再到零售商控制，最后回归准纵向一体化。这三章构成了动态的生命周期的纵向约束理论。

第八章是我国家电产业和汽车产业的分销渠道。对我国家电产业的分销渠道和我国汽车产业的分销渠道进行了分析与比较。

第九章是结论与思考。总结了本书的研究结论并对未来的研究方向进行了展望。

本书的第四章和第八章是本书的实证案例分析部分。以我国的家电产业和汽车产业为例，家电产业是成熟产业，是经销商在控制分销渠道，国美、苏宁这样的零售大卖场说了算；仍处于成长期的汽车产业，分销渠道仍是生产商在主导，独家代理的4S专卖店还是主流分销模式。

借鉴我国家电产业分销渠道的演化经验，本书对汽车产业的未来分销渠道做了一个预测，认为多品牌汽车超市将会有长足发展，零售商的渠道权力将大大增加，而生产商的渠道权力则会受到限制，生产商和经销商在未来会进行更多的合作。