

当代世界学术名著



竞争策略与 竞争政策



競争の戦略と政策

[日] 柳川 隆 川滨 升 / 编著
胡秋阳 李 玥 / 译

 中国人民大学出版社

013057758

F270
2465

当代世界学术名著



竞争策略与 竞争政策

[日] 柳川 隆 川滨 升 / 编著
胡秋阳 李 玥 / 译



F270
2465



北航 C1668179

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

竞争策略与竞争政策 / (日) 柳川 隆, 川滨 升编著; 胡秋阳, 李玥译.
—北京: 中国人民大学出版社, 2013. 6
(当代世界学术名著)
ISBN 978-7-300-17477-8

I. ①竞… II. ①柳… ②川… ③胡… ④李… III. ①企业竞争—研究
IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 128429 号

当代世界学术名著

竞争策略与竞争政策

(日) 柳川 隆 川滨 升 编著

胡秋阳 李 玥 译

Jingzheng Celue Yu Jingzheng Zhengce

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http: //www. crup. com. cn http: //www. ttrnet. com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京东君印刷有限公司		
规 格	155 mm×235 mm 16 开本	版 次	2013 年 7 月第 1 版
印 张	18.75 插页 2	印 次	2013 年 7 月第 1 次印刷
字 数	287 000	定 价	48.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



北航

C1668179

“当代世界学术名著” 出版说明

中华民族历来有海纳百川的宽阔胸怀，她在创造灿烂文明的同时，不断吸纳整个人类文明的精华，滋养、壮大和发展自己。当前，全球化使得人类文明之间的相互交流和影响进一步加强，互动效应更为明显。以世界眼光和开放的视野，引介世界各国的优秀哲学社会科学的前沿成果，服务于我国的社会主义现代化建设，服务于我国的科教兴国战略，是新中国出版工作的优良传统，也是中国当代出版工作者的重要使命。

中国人民大学出版社历来注重对国外哲学社会科学成果的译介工作，所出版的“经济科学译丛”、“工商管理经典译丛”等系列译丛受到社会广泛欢迎。这些译丛侧重于西方经典性教材；同时，我们又推出了这套“当代世界学术名著”系列，旨在译介国外当代学术名著。所谓“当代”，一般指近几十年发表的著作；所谓“名著”，是指这些著作在该领域产生巨大影响并被各类文献反复引用，成为研究者的必读著作。我们希望经过不断的筛选和积累，使这套丛书成为当代的“汉译世界学术名著丛书”，成为读书人的精神殿堂。

由于本套丛书所选著作距今时日较短，未经历史的充分淘洗，加之判断标准见仁见智，以及选择视野的局限，这项工作肯定难以尽如人意。我们期待着海内外学界积极参与推荐，并对我们的工作提出宝贵的意见和建议。我们深信，经过学界同仁和出版者的共同努力，这套丛书必将日臻完善。

中国人民大学出版社



序 言

企业为争夺顾客而展开各种形式的竞争。竞争促使企业把更好的产品以更低的价格销售给消费者从而给消费者带来效益。同时，竞争也是企业活力的源泉和成长的动力。日本企业的竞争力在于顾客取向的观念和扎实的产品制造，但利用以亚洲为首的低工资资源企业的不断追赶和以美国企业为主的先进的商务模式正使日本企业受到双面夹击，这就要求日本企业拿出更为精干的经营策略。深思熟虑的企业行为，虽然此行为兼顾了企业获利和消费者利益双方，但同时也限制了企业之间的竞争，有给消费者造成损失的危险。企业需要关注增收策略，而国家则需要考虑企业和消费者双方的利益，在促进正当竞争的同时



限制不正当的竞争手段。

本书摄取企业竞争过程中的代表性策略，考察对这些策略的社会评价及施行政策的必要性。这样的主题在大学社科学系的竞争政策、经济法（反垄断法）、产业组织理论、市场营销论等各类科目中都有所涉及。本书旨在作为此类科目的教科书或参考书以供阅读。读者群设想为经济学系、法学系、管理学系和商学系的本科2到4年级学生，以及法律、管理学系研究生课程和经济学系研究生课程的学生。不过，也希望关心竞争策略和竞争政策的政府及企业界人士阅读。

本书共计11名作者是以经济学或法学为背景，在经济学系、法学系和管理学系在职的学者。本书的一个主要特色是各章由经济学家和法学者相互学习，共同执笔。第1章和第2章分别是经济学和法学角度的序章，此后各章则均由经济学家和法学者共同执笔。各章中讲解了经济学和法学的一般理论，并尤其注意补充了丰富的事例以帮助对现实的理解。对于不太熟悉经济学的读者，第0章对本书所运用的经济学内容进行了讲解，并在数学附录中对其中的数学部分进行了解说。同时，对于不太熟悉法学的读者，第2章介绍了竞争法的概要，并在条文附录中刊载了日、美、欧等国的相关条文。具备经济学初级水平知识的读者可从第1章开始，但如果希望从基础性的经济学开始学习的读者可从本书最初开始阅读。这些均是其他类似书籍所不具有的特点。

本书的各位作者在自2000年以来的4年里，定期举行了有关竞争政策及产业组织理论的研究书籍及教科书、欧美主要判例的解读文献等的轮读研讨会。在决定写作本书以作为该研讨会的成果之一之后又历经了2年。

已有的产业组织理论教科书中，对于一线实践中如何运用这些理论写得不够充分。本书则通过与法学学者的共同作业，更通俗易懂地讲解了如何解读现实的案例。另一方面，从法学角度来看，尽管人们指出没有对反垄断法的经济学理解是难以运用该法的，但却没有用过理解法律所需要的形式讲解产业组织理论的著作。相对于欧美有很多面向司法家传达产业组织理论的标准认知的好书，我国却没有与之匹敌的。本书就是要填补这一空缺。

由众多不同领域的作者共同写作这样一本书，往往容易在总体上欠缺整体感。我们在本书的写作过程中进行了多次的碰头，每次都要

对原稿展开讨论。最终我们认为本书既发挥了由不同领域作者组成这一好处，也在总体上取得了整体感。如有不完善的地方，我们希望能够在今后进一步加以改进，如蒙指点将不胜荣幸。

本书的作者中缺少了一位重要的人物，就是已故的千本木修一先生（前滋贺大学经济学系教授）。他认为在从经济学视角进行研究的同时，经济学和法学进行共同研究对于竞争政策而言是多么重要，认为在双方之间存在的空隙成为我国竞争政策的桎梏，甚至曾与本书的作者之一谈起打算去正式接受法学教育。带着这样的问题意识，千本木先生成为本研究会的召集人，并在研究会中发挥了积极的作用。千本木先生在去世的2000年12月12日的四天之前，还参加了研究会，去世的消息无疑是个意外的噩耗。本书是对千本木先生遗志的回应，愿以此书作为追悼。

最后，承蒙有斐阁编辑部的秋山讲二郎先生对本书出版的关照，在此深表谢意。

2006年4月
编者

执笔者介绍（依执笔排序）

柳川 隆（神戸大学大学院経済学研究科教授）（第0章、第1章、第7章、数学入門）

瀬領真悟（同志社大学法学部教授）（第2章、第4章、条文附录）

依田高典（京都大学大学院経済学研究科助教授）（第3章、第10章）

林 秀弥（名古屋大学大学院法学研究科助教授）（第3章）

吉野一郎（名古屋商科大学総合経営学部教授）（第4章、第8章）

中野 桂（滋賀大学経済学部助教授）（第5章、第6章）

川濱 升（京都大学大学院法学研究科教授）（第5章、第6章、第8章）

泉水文雄（神戸大学大学院法学研究科教授）（第7章、第9章）

山根智仁（大阪商科大学経済学部講師）（第9章）

和久井理子（大阪市立大学大学院法学研究科助教授）（第10章、第11章）

后藤剛史（南山大学経営学部助教授）（第11章）

目 录

第 0 章 竞争的经济学分析工具	1
1. 完全竞争市场的实证分析	2
2. 完全竞争市场的规范分析	16
3. 不完全竞争市场的经济学分析	22
注释	26
参考文献	26
第 1 章 对竞争的经济学分析及竞争政策	27
1. SCP 范式	29
2. 双寡头垄断市场	30
3. 企业的策略与竞争的激烈程度	37
4. 寡头垄断市场	39
5. 竞争与市场结构	42
6. 企业行为、市场结构和对竞争的介入 = 竞争政策	47
结语	51
注释	51
参考文献	52



第2章 竞争的法律与政策	53
1. 确保市场竞争的司法体系	54
2. 应对市场的失灵：规制法、业务法、知识产权法	63
注释	66
参考文献	67
第3章 市场界定	68
1. 基于需求替代弹性的市场界定	70
2. 市场界定中的其他话题	79
结语	86
参考文献	86
第4章 合谋及协调策略	87
1. 卡特尔与寡头垄断市场均衡	88
2. 卡特尔的不稳定性	90
3. 长期持续关系中的卡特尔	95
4. 促成卡特尔的因素与卡特尔规制	100
5. 卡特尔规制	103
结语	105
注释	106
参考文献	106
第5章 横向一体化	108
1. 横向合并的数量竞争模型	110
2. 横向合并的价格竞争模型	113
3. 其他的问题	116
4. 横向合并的实证分析	118
5. 反垄断法对横向企业一体化的规制	120
参考文献	124
第6章 价格歧视	127
1. 价格歧视的类型	128
2. 一般性的非线性定价	135
3. 价格歧视和反垄断法	138
参考文献	142
第7章 纵向一体化	144
1. 纵向一体化的效率	146

2. 纵向一体化的反竞争效果	156
3. 纵向一体化与反垄断法	159
结语	164
注释	165
参考文献	165
第 8 章 进入阻止及排斥策略	167
1. 哪些策略性行为是竞争政策上的问题行为	168
2. 进入阻止策略	170
3. 掠夺性定价策略	180
4. 直接性排斥策略	190
结语	192
注释	192
参考文献	194
第 9 章 纵向约束	196
1. 纵向约束及其类型	197
2. 转售价格维持和地区代理制	199
3. 转售价格维持行为和法律上的规制	206
4. 对搭售、排他性交易的经济学分析	210
5. 搭售、排他性交易和法律规制	218
结语	221
注释	221
参考文献	222
第 10 章 网络外部性与技术标准	224
1. 标准的分类	225
2. 什么是网络外部性	227
3. 网络外部性与经营策略	232
4. 技术标准与反垄断法 (1): 对形成过程的约束	238
5. 技术标准与反垄断法 (2): 对妨碍获取的约束	244
结语	247
参考文献	247
第 11 章 技术开发与竞争政策	249
1. 作为激励系统的专利制度	250
2. 知识产权制度的存在意义和优化设计	253



3. 私人垄断扩张行为和基于反垄断法的规制	261
4. 竞争环境与研发的私人激励及竞争政策	265
结语	268
注释	269
参考文献	270
数学入门	272
1. 微分	272
2. 偏微分和全微分	274
3. 最大化和最小化问题	276
4. 比较静态分析	277
阅读指南	279
条文附录	282
I 日本	282
II EC法	285
III 美国法	286

第0章 竞争的经济学分析工具

本章介绍分析竞争所需的经济学方法。经济学中分析竞争的是微观经济学（micro-economics）^[1]。微观经济学由不含价值判断的实证分析和包含价值判断的规范分析组成。

分析消费者如何需求（消费）产品（商品）以及分析企业如何供给（生产）产品是微观经济学实证分析课题的一个方面。另一个方面是分析价格和交易量在供求相遇的市场上是如何决定的，以及价格和交易量是如何基于市场情况的各种变化而变化的。评价市场成果以及考察改善市场成果的政策是规范分析的课题。

根据市场的不同，供给某产品的企业数量有所不同。企业数量足够多、进入市



场和退出市场是自由的、企业供给的商品是同质的和信息是完全的，满足这四个条件的市场被叫做完全竞争市场。所谓信息是完全的，是指商品的特征和价格等信息完全为消费者所了解。本章第一节就此完全竞争市场进行实证分析，第二节进行规范分析。第三节及下一章之后的内容中将分析企业数量只有 1 个亦或非常少的不完全竞争市场。卖家的数量一多，各个企业就不具有设定价格的价格支配力，而只是作为给定市场价格下的价格接受者（price-taker）来决策生产多少。但在市场只有一家企业的垄断情况下，该企业具有价格支配力。只有少数企业的寡头垄断则介于完全竞争和垄断之间，虽然企业没有独自决定价格的力量，但价格也并非是完全给定的。在寡头垄断市场上，企业之间相互影响，各个企业需要斟酌其他竞争对手企业的行为进而决定自己的行为。此类不完全竞争市场在现实的市场中多有存在，企业制定的竞争策略、政府制定的竞争政策等在这里就变得尤为重要。本节所涉及的不完全竞争市场是四个条件中除了企业数量少以外其他完全竞争市场条件得到满足的情况，之后的章节里会分析不满足其他条件的情况。

1. 完全竞争市场的实证分析

1.1 对完全竞争市场的经济分析的概述

对完全竞争市场的实证分析，内容包括解释消费者的商品需求行为和各个企业的商品供给行为，以及解释价格和交易量在供求相遇的市场上是如何决定的。^[2]消费者和企业是基于什么样的原理来决定需求量和供给量的呢？经济学一般设想消费者的行为是基于个人的满足度即效用（utility）的最大化，而企业的行为则是基于利润（profit）的最大化。

本小节将首先简单说明需求和供给，之后对市场进行分析。表示某个商品市场中的价格和需求量关系的曲线叫做需求曲线。是指在给定收入和其他产品的价格等该商品价格以外其他变量的值（成为给定条件）的基础上，消费者对应于该商品的价格的需求量。而表示价格和供给量关系的曲线叫做供给曲线。是指在技术及劳动力市场等给定条件下，企业对应于该商品的价格生产多少。以下 1.2 的内容是

导出需求曲线，1.3的内容是导出供给曲线。

市场上的需求曲线可以通过对各个消费者的需求量的加总得到，市场上的供给曲线可以通过对各个企业供给量的加总得到。图0—1所示的就是市场的需求曲线和供给曲线。纵轴取商品的价格，横轴取商品的数量（需求量和供给量）。直线 D 为需求曲线，表示给出该商品价格时的需求量。需求曲线被描绘为向右下方倾斜，这是表示在高价格上需求量少，在低价格上需求量大。直线 S 为供给曲线，表示给出该商品价格时的供给量。供给曲线被描绘为向右上方倾斜，这表示在低价格上供给量小，在高价格上供给量大。

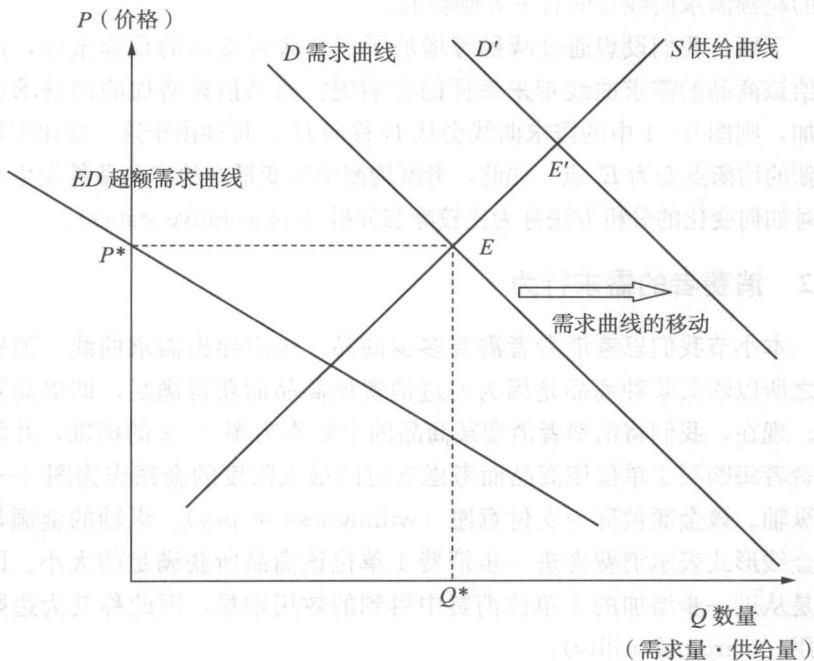


图0—1 需求曲线、供给曲线、超额需求曲线

市场上会成交怎样的价格和数量呢？我们设想在如图0—1所示的需求曲线和供给曲线的市场上存在一个竞卖人。竞卖人出示一个价格后调查需求量和供给量，如果该价格下的需求多于供给，则提高价格；如果供给多于需求则调低价格。如此持续地进行调查需求量和供给量的过程，最终将找到一个需求量和供给量相等的价格。这一状态在图中就是 E 点，被称为均衡（equilibrium）。所谓均衡，就是变量取某值



且不会变动的状态。均衡下的价格就是均衡价格。虽然实际上并不存在竞卖人，但微观经济学一般设想基于亚当·斯密称之为“看不见的手”的市场力量（价格机制），均衡点会自动到达。

若要基于价格机制实现均衡，均衡需是稳定的（stable）。所谓均衡是稳定的，是说从均衡偏离时会回到均衡。假如需求大于供给价格上升则需求与供给的差距就会缩小。反之，假如供给大于需求价格下降则供给与需求的差距也会缩小。所以需求和供给的差距会伴随价格的调整逐渐缩小，向均衡靠近。可见，稳定均衡的条件就是需求与供给的差即过剩需求需要伴随价格的上升而缩小，也就意味着图 0—1 所示的超额需求曲线是向右下方倾斜的。

下面，我们设想通过减税等增加了消费者可支出的预算金额，这会该商品的需求曲线带来怎样的影响呢？如果预算增加的话需求也增加，则图 0—1 中的需求曲线会从 D 移向 D' 。可知由于这一变化市场上新的均衡点变为 E' 点。如此，考察均衡中的变量在给定的条件发生变化时如何变化的分析方法称为比较静态分析（comparative statics）。

1.2 消费者的需求行为

本小节我们思考消费者需要多少商品，进而导出需求曲线。消费者之所以购买某种商品是因为通过消费该商品而获得满足，即提高效用。现在，我们将消费者消费某商品的个数作为图 0—2 的横轴，并将消费者每购买 1 单位该商品而考虑支付的最大限度的金额作为图 0—2 的纵轴。该金额被称为支付意愿（willingness to pay）。纵轴的金额是以金钱形式表示消费者进一步消费 1 单位该商品所获满足的大小。因为是从进一步增加的 1 单位消费中得到的效用增量，因此称其为边际效用（marginal utility）。

在图 0—2 中，消费者对该商品最初的 1 单位消费最多肯支付 300，对第 2 个单位的消费最多肯支付 200。一般认为，消费者在通常情况下会伴随消费量的增加减少对进一步增加 1 单位消费支付的最大限度金额。

那么，在消费者的支付意愿如图 0—2 所示给定的情况下，消费量会有多少呢？消费者会把自己的支付意愿与实际价格进行比较来决定购买几个单位。例如，如果该商品的价格是 1 个 100 的话，这个消费者应该会购买 3 个。该消费者对第 1 个商品肯支付 300，而价格只是

100, 因此会购买。对第 2 个商品肯支付 200 而价格只是 100, 因此也会购买。同样的第 3 个商品也会购买。不过, 当到了第 4 个商品时, 消费者为此的支付意愿只有 80 却需要支付 100, 因此不会购买。由此可知, 消费者会购买 3 个单位的商品。

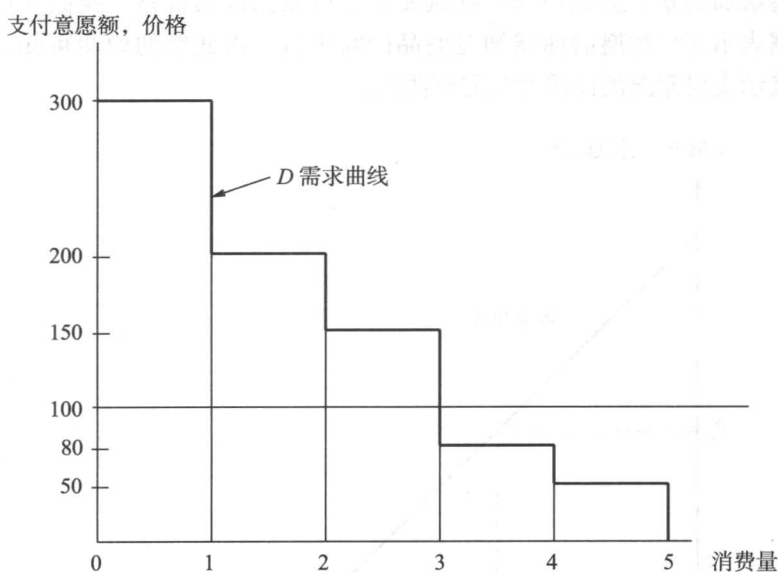


图 0—2 消费需求的决定和需求曲线的数值例

下面, 我们由图 0—2 导出需求曲线。需求曲线表示的是给出价格时与之相应的需求量这一对应关系。为了得到需求曲线, 我们像上面的例子那样来考察一下购买量在 100 以外的价格下会是多少。假如价格到 150 为止, 则虽然价格有所上升但消费量应该不会有变化。因为支付意愿在到第 3 个商品时仍然要比价格高或者相等, 因此会进行 3 个单位的消费。但如果价格从 150 进一步提高到 200 的话, 由于不购买第 3 个商品更好, 因此消费量会减少到 2 个单位。如果价格进一步地升到高于 250 低于 300 的话, 则只会有 1 个单位的消费。如果价格上升到 300 以上则完全不会有购买。

由此可知, 需求曲线是一条连接了图 0—2 中柱状图外侧的线, 并在价格达到 300 以上时需求量为 0。这就是图 0—2 中用粗线表示的需求曲线 *D*。当价格给定时, 在该价格上画一条横线, 其与需求曲线 *D* 相交之处就决定了需求量。