

The Theory of Industrial Organization



世纪经济学系列教材

产业组织理论

(本科生用)

吴汉洪 编著

 中国人民大学出版社

F062. 9/41

2007

The Theory of Industrial Organization

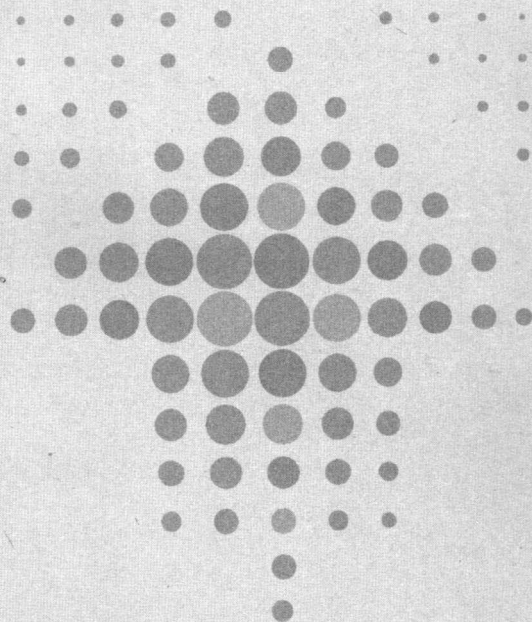


世纪经济学系列教材

产业组织理论

(本科生用)

吴汉洪 编著



 中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

产业组织理论/吴汉洪编著.
北京:中国人民大学出版社, 2007
(21 世纪经济学系列教材)
本科生用
ISBN 978-7-300-08516-6

I. 产…
II. 吴…
III. 产业组织-经济理论-高等学校-教材
IV. F062.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 141006 号

21 世纪经济学系列教材
产业组织理论 (本科生用)
吴汉洪 编著

出版发行	中国人民大学出版社	邮政编码	100080
社 址	北京中关村大街 31 号	010-62511398	(质管部)
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511711	(门市部)
	010-82501766 (邮购部)	010-62515195	(盗版举报)
	010-62515195 (发行公司)		
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教		
经 销	新华书店		
印 刷	北京民族印刷厂		
规 格	170 mm×228 mm 16 开本	版 次	2007 年 10 月第 1 版
印 张	22.5 插页 1	印 次	2007 年 10 月第 1 次印刷
字 数	413 000	定 价	35.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

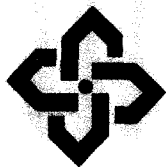


内容简介



产业组织理论是以产业作为研究对象，分析产业经济问题的经济学分支学科，它所涉及的是企业及其所处产业的理论和经验性研究。学习和了解产业组织理论有以下意义：对于一般的读者来说，可以更好地了解我们生活周围的经济现象。对于大多数人来说，除了需要了解某一种商品价格上涨这样的微观经济现象以及通货膨胀这样的宏观经济现象外，有时也需要认识和理解为什么在某一产业会出现价格战和（或）企业兼并等产业经济现象。对企业来说，有利于指导企业制定合理有效的竞争策略。企业在市场上为了获取利润“蛋糕”，除了必须用更好的产品吸引消费者的货币“选票”外，一个非常重要的方面就是分析市场上竞争对手的行为，进而采取相应的竞争策略。对政府来说，有利于政府有关部门认识和评价产业的总体竞争状况，以便扬竞争之长，避竞争之短，制定和执行有效的竞争政策。

本书的内容具有两个特点：第一，采用结构—行为—绩效范式组织本书的材料，但用价格理论方法来阐述和理解相关的材料，与此同时，按照目前产业组织研究主流的风格，将市场中的企业行为作为重点研究对象；第二，强调基础理论的学习和基本能力的培养和训练。本书在编写时，注重对产业组织领域基础理论和基本分析方法的介绍，只是较少地触及经验层面，基本不涉及公共政策问题。



作者简介

吴汉洪，男，广西崇左人。经济学博士，中国人民大学经济学院教授、博士生导师，中国人民大学产业经济与竞争政策研究中心主任，北京外国经济学说研究会秘书长。中国《反垄断法》审查修改专家小组成员。

主要著作包括：《西方寡头市场理论与中国市场竞争立法》、《经济学基础》、《管理经济学》和《宏观经济指标分析》等；代表性论文有“卡特尔限制竞争行为的规制”、“企业并购需要反垄断法加以规制——一个经济学分析的视角”和“竞争规则：构建和谐生活的一项重要制度建设”等；主要译著包括：《产业组织经济学和竞争法律术语解释》、《美国产业结构》、《经济指标解读》和《经济学的困惑和悖论》等。

曾获中国人民大学十大教学标兵称号和宝钢教育基金会颁发的优秀教师奖。参与编写的国家级教材《西方经济学》曾获教育部普通高等学校优秀教材一等奖和北京市哲学社会科学优秀成果一等奖。



总 序

“21 世纪经济学系列教材”在中国人民大学经济学院及相关财经院系广大教师的共同努力下终于逐步推出。这是中国人民大学经济学院建院以来的重要成果之一，也是国家教育部中国人民大学经济学理论人才培养基地的重要成果。

中国人民大学经济学院最早成立于 1988 年，由著名经济学家黄达任首任院长。1998 年经济学院进行了调整，下设经济学系、国际经济系、经济研究所以及中国改革与发展研究院。中国人民大学经济学院的前身可以追溯到 1951 年创办的中国人民大学经济学系。建国初期，经济学系曾为我国培养了大批马克思主义经济理论人才和经济工作者，更重要的是，在改革开放时期，为推进社会主义市场经济理论做出了积极的贡献。经济学院重建以后，在理论创新、教学改革、队伍建设等方面都取得了辉煌的成就。1991—1998 年，经济学院共承担国家社会科学基金科研项目 55 项，获得国家和省部级科研奖 31 项。1998 年，经过严格评审，中国人民大学经济学院被教育部确定为国家经济学理论人才培养基地。

经济学院在经济学教材建设方面做出了重要的贡献。早在五六十年代和改革开放初期，《政治经济学概论》、《政治经济学简明教程》、《〈资本论〉典故注释》、《帝国主义政治经济学》、《经济学说史》、《中国近代经济史》等，就曾作为我国高校经济学专业的权威性教材，影响了几代经济学子。近些年来，经济学院又出版了《政治经济学》、《社会主义市场经济通论》、《现代西方经济学》、《发展经济学》、《世界经济》、《国际经济学》、《国际贸易教程》等教材，以及研究生教材

《西方经济学》等；此外，还翻译了包括萨缪尔森的《经济学》和斯蒂格利茨的《经济学》等著名的国外经济学教材。这些教材都在全国产生了重要的影响。

在进入 21 世纪的今天，中国人民大学经济学院及相关财经院系的中青年教师和科研人员，在老一辈经济学家的指导下，由中国人民大学理论经济学人才培养基地具体组织和策划，在总结过去教材建设经验尤其是改革开放以来经验的基础上，结合经济全球化的新形势、新格局，经过反复研究论证和精心写作，又推出了“21 世纪经济学系列教材”。这套系列教材包括《政治经济学》、《西方经济学》、《财政学》、《货币银行学》、《国际经济学》、《统计学》、《会计学》、《计量经济学》、《世界经济学》、《国际贸易教程》、《经济学说史》、《〈资本论〉解读》、《信息经济学》、《产业组织理论》、《世界经济史》、《中华人民共和国经济史》、《马克思主义经济思想史》、《产业经济学》、《当代西方经济学流派》、《国际贸易结算与融资》等 20 多种。这套教材也是“国家经济学理论人才培养基地”的专用教材。这套系列教材作为经济学院的标志性教材和中国人民大学经济学理论人才培养基地的重要研究成果，坚持了马克思主义经济学基本理论，同时也反映了经济学理论的最新研究成果，具有基础性、通用性、创新性、前瞻性等特点。我们希望，通过这套教材的推出，进一步锻炼教师队伍，提高教学水平；同时，我们也希望通过这套教材的使用，不断探索经济学科的教学和科研的新路子，为经济学在中国的发展做出进一步的贡献。

由于我们的理论水平和对社会主义市场经济规律的认识所限，特别是随着知识经济时代的到来，我们的传统知识包括传统的经济学知识，也要不断更新，所以这套教材还会存在许多不足之处。希望通过这套教材的出版，与经济学同仁一起研究和探讨，进一步提高经济学教材的编写水平，提高经济学教学和科研质量，为经济学的发展做出新的贡献。

丛书编委会

2000 年 11 月



目 录

第一章 导论	1
第一节 产业组织理论发展的历史.....	1
第二节 产业组织研究的意义和方法.....	3
第三节 本书的特点和结构.....	6
本章习题.....	7
第二章 微观经济学若干知识的简单回顾	8
第一节 需求和消费者剩余.....	9
第二节 成本和生产者剩余	13
第三节 总剩余与福利最大化	19
本章习题	27
第三章 市场结构	30
第一节 市场结构的含义和基本形态	31
第二节 影响市场结构的因素	40
第三节 市场集中与市场势力	47
第四节 市场进入壁垒	51
本章习题	56
第四章 基本寡头模型	59
第一节 古诺模型	60

第二节	伯特兰模型	75
第三节	斯塔克尔伯格模型	84
第四节	三种模型福利效应的比较	89
本章习题		92
第五章	合谋	94
第一节	卡特尔	95
第二节	重复相互作用和默契合谋	103
第三节	价格战	108
第四节	促成合谋的因素	114
本章习题		119
第六章	价格歧视	122
第一节	价格歧视的动机和条件	124
第二节	一级价格歧视	128
第三节	二级价格歧视	133
第四节	三级价格歧视	142
本章习题		151
第七章	纵向关系	153
第一节	双重加价模型	154
第二节	零售企业之间的竞争	163
第三节	生产企业之间的竞争	169
本章习题		172
第八章	产品差异化	175
第一节	产品差异的基本含义	176
第二节	两种产品差异的简单模型	179
第三节	区位模型	190
第四节	不完全信息和转换成本	204
第五节	垄断竞争模型	207
本章习题		213
第九章	策略性行为	216
第一节	进入遏制	217
第二节	掠夺性定价	227
第三节	广告	233
第四节	兼并	242

本章习题·····	247
第十章 研究与开发 ·····	250
第一节 市场结构和研究与开发动机·····	251
第二节 研究与开发的基本模型·····	257
第三节 研究与开发竞争的动态性·····	266
本章习题·····	271
第十一章 市场绩效 ·····	274
第一节 市场绩效的衡量指标·····	274
第二节 市场绩效的综合评价·····	282
第三节 市场绩效的实证研究·····	287
本章习题·····	296
第十二章 产业组织的经验研究 ·····	297
第一节 美国汽车业的产业组织分析·····	297
第二节 市场结构与市场绩效的经验研究简述·····	314
本章习题·····	319
 附录 英汉术语对照·····	 320
参考文献·····	347
后记·····	350



第一章

导 论

第一节 产业组织理论发展的历史

产业组织 (Industrial Organization) 或称产业经济学 (Industrial Economics), 是经济学的一门分支学科。它的研究对象是各产业内厂商之间的关系, 主要研究厂商、产业和市场为什么以现有的形式组织起来, 这样的组织形式和结构如何影响市场的运行和绩效。产业经济学的发展历程可以用该领域的两次高潮来描述。第一次高潮始于 20 世纪 30 年代, 第二次高潮则从 20 世纪 70 年代开始。

在 20 世纪 30 年代前, 传统的微观经济理论虽然对垄断问题有所涉及, 但并未予以足够的重视。从 20 世纪初起, 西方国家的企业规模不断扩大, 生产集中程度不断提高。美国 20 世纪 20 年代股票市场的繁荣促进了美国企业的第二次兼并浪潮, 许多行业转变为垄断行业。

正是在这样的背景下, 美国哈佛大学的张伯仑 (E. H. Chamberlin) 和英国剑桥大学的罗宾逊 (J. Robinson) 于 1933 年分别出版了《垄断竞争理论》(*The Theory of Monopolistic Competition*) 和《不完全竞争经济学》(*The Economics of Imperfect Competition*) 两部著作。在《垄断竞争理论》一书中, 张伯仑对竞争和垄断的概念以及竞争与垄断的关系进行了新的解释和论证。他认为, 在现实经济中, 竞争和垄断不是截然分开的, 现实的市场既不是纯粹竞争的, 也不是纯粹垄断的, 而是竞争和垄断

的混合，其根源在于产品差别。按照张伯仑的解释，产品差别可以是物质上的（如在产品的质量、式样、规格、颜色、包装等方面的差别），也可以是观念上的（如由于某些原因所造成的消费者主观上认识的差别）。从产品差别这一概念出发，张伯仑指出：一方面，由于产品差别使得任何一种产品的生产者都可能拥有对自己产品的垄断性，因此每一个生产者都可能成为垄断者；另一方面，每一种产品又会受到替代品的竞争，因此每一个生产者也都是竞争者。总之，现实经济中，大量存在的是“垄断的竞争者”和各种“垄断竞争”现象。罗宾逊在《不完全竞争经济学》一书中指出，在现实经济中，竞争本身就使得市场成为不完全的，而不完全的市场又导致不完全竞争。传统的经济学总是首先分析完全竞争，而把垄断竞争当作特例。她的《不完全竞争经济学》则要倒过来，先分析垄断，而把完全竞争当作一个特例。

在张伯仑等人的理论影响下，20 世纪 30 年代，哈佛大学的梅森（E. S. Mason）率先开设了产业组织课程。1938 年，以梅森为中心，由贝恩（J. S. Bain）、凯森（C. Kaysen）、麦克尔（J. W. Mckie）、麦克汉姆（J. Markham）和艾德曼（M. Addman）等人组成了一个产业组织研究小组，该小组以案例研究为手段，分析美国主要行业的市场结构。1939 年，该小组出版了第一批主要行业在 1935 年市场集中程度的资料。1957 年，梅森出版了他自 1936 年以来的论文集《经济集中和垄断问题》（*Economic Concentration and Monopoly Problem*）。梅森指出，产业组织理论在主要依靠实证与制度研究的同时，还需要有一个更一般的分析结构。梅森特别强调了把市场结构和其他客观市场条件作为识别市场行为一般模式的关键因素的重要性。继梅森之后，梅森当年的博士生贝恩继续强调市场结构的重要性。特别是，贝恩在产业进入壁垒或问题上做过重要的研究工作，他把进入壁垒同市场集中和产品差别一起看作市场结构的关键要素。在贝恩看来，竞争是结构问题，判断一个行业是否具有竞争性，不能只看市场行为（如价格行为）或市场绩效（如是否存在超额利润），而应看该行业市场结构是否高度集中，是否实际上由一个或多个寡头控制，此外还要看进入该行业的进入壁垒是否过高，以致扼制了新厂商加入竞争。贝恩在 1959 年出版的《产业组织》（*Industrial Organization*）一书被认为是他的上述思想的代表作，该书被推崇为产业经济学的经典著作。该书在产业经济学发展史上的意义在于提出了著名的“结构—绩效”范式或贝恩范式。

1970 年，美国的谢勒（Ferderic. M. Scherer）出版了《产业市场结构和经济绩效》（*Industrial Market Structure and Economic Performance*）一书。该书集梅森和贝恩的上述思想之大成，折衷了来自各方面的意见，提出了“市场结构—市场行为—市场绩效”的分析范式，将贝恩范式又向前推进了一步，最终形成了产业经济学中的哈佛学派的理论框架。谢勒认为，市场结构首先决定了市场行

为，继而决定了市场绩效。与贝恩不同，谢勒更强调了行为的作用。

总之，上述与梅森、贝恩等人相联系的产业经济学的发展被看成是这一领域发展的第一次高潮。它有时被称为哈佛传统或哈佛学派。该学派形成了著名的“结构—行为—绩效”分析范式。有时人们用 S-C-P 范式来表示，按照这个范式，市场结构决定行为，行为产生市场绩效。哈佛学派常常依据松散的理论，强调经验性的产业研究。因此可以说，产业经济学发展的第一次高潮具有经验主义性质。

产业经济学发展的第二次高潮始于 20 世纪 70 年代，它主要是理论性的。其原因可以归结为三方面。首先，哈佛学派的“结构—行为—绩效”范式缺少深厚而明确的理论基础。从一种显示一个产业的收益随该产业的集中而增长的回归分析中能得出什么结论呢？它也许暗示，在相当集中的产业中存在市场势力，这样的产业的绩效可能不是最优的。但是这种分析很少说明形成集中或市场势力的原因，也不能告诉人们政府干预是否能够以及以何种方式改善市场绩效。哈佛范式的其他问题包括：处理市场绩效的多维概念问题，特别是将其作为回归分析中的因变量时难度更大；实证研究中过分依赖于把主观的统计分类数据作为分析单位而随之产生的局限性等等。其次，20 世纪 70 年代以前，经济理论（除少数例外）很不重视产业组织，产业经济学也没有像竞争性一般均衡理论所做的那样精致。自 20 世纪 70 年代以来，许多一流的理论家对产业经济学感兴趣了。最后，当时博弈论（Game Theory）获得了新生，特别是非合作博弈论，成为分析策略冲突的标准工具，给这一领域带来了一种统一的方法论。

在产业经济学中，人们把始于 20 世纪 70 年代的产业经济学的发展统称为“新产业经济学”，以区别于哈佛学派或哈佛传统。

第二节 产业组织研究的意义和方法

一、产业组织研究的意义

观察我们所处的现实世界，除了微观经济现象和宏观经济现象外，还有许多所谓的产业经济现象：许多产业都是由少数几家企业构成的；在某些行业中的企业，生产同质的或者几乎完全相同的产品，而另一些行业中的企业靠出售差异产品，使自己有别于竞争对手；某国政府决定放松该国某一产业的市场准入标准，等等。作为研究产业或市场中企业之间垄断和竞争关系的经济学分支学科，产业组织理论对产业经济现象的研究具有重要意义。

其一，有助于人们对产业经济现象的认识。在基础物理学中，研究物体运动

时一般先不考虑引力和摩擦力，然后才在分析中加入这些复杂情况。相类似地，在基础的微观经济学中，主要考察理想化的模型，如对完全竞争模型的考察中，企业是价格的接受者，生产的产品是同质的，而且企业在做决策时，还拥有完全的信息。显然，完全竞争模型描述的情况在现实中是不存在的。虽然产业组织理论与微观经济学都研究微观意义下的市场（产业）的运行，但两者的一个明显不同，就是产业组织理论更关注于不完全竞争的市场现实。在现实中，企业间的竞争方式复杂多变，激烈的价格战、眼花缭乱的广告、价格联盟、并购以及研究开发活动等等都可能成为媒体和公众关注的焦点和热点。产业组织理论通过研究不完全竞争环境中的企业关系和行为，不仅使理论更接近于现实，而且为人们认识和理解现实市场或产业中的经济现象提供了解释和指导。

其二，有助于企业作出正确的决策。在市场经济中，企业为了生存和发展，常常会作出各种决策。企业决策的基础和前提是对企业所处的市场环境的认识 and 了解。产业组织理论通过对市场或产业中企业关系和行为的考察，让人们逐步理解和掌握一种考察和分析市场的方法和框架，进而能更好地认识企业所处的市场环境。在现代社会中，一个企业作出的正确决策强烈地依赖于企业决策者对其所处的市场环境，尤其是竞争环境的理解和认识。

其三，有助于政府制定切合实际的竞争政策。市场经济归根到底是一种竞争经济，竞争是市场经济有效运行的前提和基础。市场经济的现实告诉人们，竞争既有巨大的积极作用，也会带来一定的消极后果。市场竞争利弊共存的事实，客观上向人们提出了竞争需要控制这一课题。为了保证市场经济的健康发展，为了扬竞争之长，避竞争之短，需要作为社会管理者的政府制定有效的竞争政策为市场竞争过程创造和保持所需的制度框架，确立市场竞争的“游戏”规则。竞争政策是指政府为保护和促进市场经济中的有效竞争而采取的行动措施，制定正确的法规条例和设立的监督实施机构的总和。竞争政策的基本目标是保护和促进竞争，使市场竞争机制和价格机制发挥有效的调节功能。不言而喻，政府制定和执行正确的切合实际的竞争政策是一项极具挑战的任务，其关键之点在于对竞争控制的“度”的把握。对市场竞争控制不足或控制过度都会使市场运行处在一种不健康的状态上。产业组织理论通过对市场结构和企业行为的研究，能够使人们（包括政府部门的相关人员）更深入地认识市场结构和企业行为间的相互关系及其对市场配置资源效率的影响。对于竞争政策的制定者和执行者来说，对市场竞争的有效控制依赖于对现实市场竞争现象的准确判断和评价。而在这方面，产业组织理论能够提供智力上的支持。

二、产业组织研究方法

按照美国学者卡尔顿和佩罗夫的说法^①，研究产业组织至少有两种主要方法：一是由哈佛学派所倡导的结构—行为—绩效范式，二是价格理论，即是用微观经济学模型来解释企业行为及市场结构。现依次简述如下。

图 1—1 显示了结构、行为和绩效的基本内容和相互之间的关系。

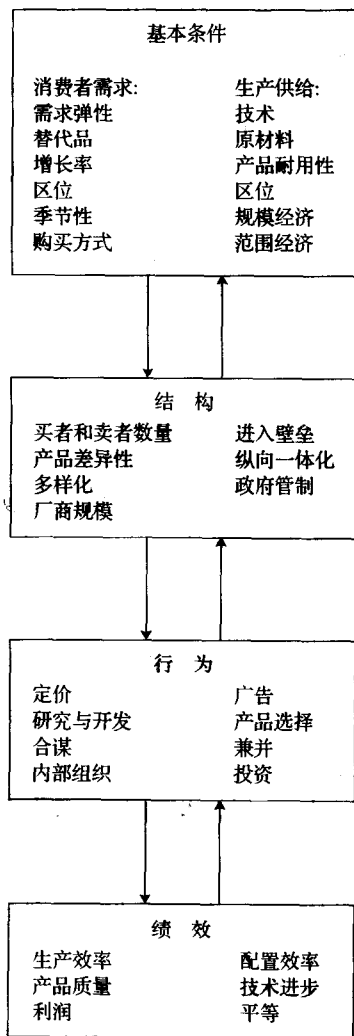


图 1—1 结构、行为和绩效

① [美] 丹尼斯·卡尔顿, 杰弗里·佩罗夫:《现代产业组织》, 4 页, 上海, 上海三联书店, 1998。

一般来说,在产业组织研究中,基本条件是外生给定的,基本条件包括市场需求和市场供给两个方面。市场需求方面的决定因素包括商品的需求弹性,替代品的情况、季节性、购买方式以及产品的耐用性等。市场供给方面的决定因素主要包括:生产要素的可获得性、生产的技术状态、产品的使用寿命、以及产业规模经济和范围经济的情况,等等。

图中向下方的箭头表明了基本条件决定市场结构,进而决定了企业的市场行为,最终决定了市场的绩效。应该说,哈佛学派对产业组织的研究基本上是按照“基本条件—结构—行为—绩效”的线索和关系展开的。后来人们注意到,从基本条件到市场结构和市场行为以及市场绩效的关系并非是单向的,而可能是双向的,图中向上方的箭头后映了这种认识。例如,企业通过广告行为可能影响消费者的偏好,进而影响市场结构;企业的研究开发行为可能会改变生产技术,从而影响相关的市场结构,等等。相对而言,结构—行为—绩效范式对产业组织的研究比较强调经验性研究,注重从经验观察中获取结论。尽管“结构—行为—绩效”方法也受到了许多批评和责难,但这一产业研究的方法仍被认为是产业组织研究的非常一般的方法。

价格理论方法强调新古典经济学价格理论对所观察到的产业经济现象进行解释的能力。这种方法认为产业组织问题仍然应该从价格理论的视角来研究。芝加哥学派的代表人物、美国经济学家斯蒂格勒是这一分析方法的早期提倡者。按照这种方法,产业组织研究和课程是以正规的经济理论为基础的。

对于产业组织研究的上述两种方法,由于它们分属哈佛学派和芝加哥学派,似乎容易将它们对立起来,但从产业组织研究的方法论角度看,这两种方法并非是对立的,而是相互补充的。两种方法各有利弊,完全可以优势互补。

第三节 本书的特点和结构

本书适用于普通高等学校经济、管理专业的本科生。从这一基本定位出发,本书的内容具有如下两个特点。

第一,在全书的整体框架安排上,将上节所述的产业组织的两种研究方法一起来。本书采用“结构—行为—绩效”范式组织本书的材料,但用价格理论方法来阐述和理解相关的材料。与此同时,按照目前产业组织研究主流的风格,将市场中的企业行为作为重点研究对象。

第二,强调基础理论的学习和基本能力的培养和训练。现代的产业组织领域,其内容和范围已十分庞杂。既有理论层面的知识,又有经验层面的内容,还经常涉及公共政策问题。作为该领域的教员,要在一个学期给学生介绍该领域的基本内容,一定应有所取舍。本书编写者认为,普通高等学校本科生对产业组织领域知识的掌握应以夯实基本理论和基本方法为着眼点和着重点。基于这一认识,并考虑到学时和篇幅的限制,本书在编写时注重对产业组织领域基础理论和基本分析方法的介绍,只是较少地触及经验层面,基本不涉及公共政策问题。

现将除第一章外本书的结构说明如下。

第二章对与产业组织理论相关的微观经济学知识进行了简要回顾。主要说明了需求与消费者剩余、成本与生产者剩余、总剩余与福利最大化。

第三章介绍了市场结构的基本内容,包括市场结构的基本形态、市场结构的一些因素、市场集中与市场势力和市场进入壁垒。

第四章至第十章从理论上考察了企业在市场中的各种行为。第四章论述了三个基本的寡头模型,即古诺模型、伯特兰模型和斯塔克尔伯格模型。第五章从理论的角度考察了合谋问题。第六章论述了价格歧视问题。第七章考察了企业的纵向关系。第八章分析了产品差异化。第九章考察了市场中企业的策略性行为。第十章分析了企业的研究与开发活动。

第十一章论述了市场绩效,包括市场绩效的衡量指标、市场绩效的综合评价和市场绩效的应用分析。

本书的最后一章,即第十二章,用简要的篇幅说明了产业组织的经验研究。

本章习题

1. 说明产业组织理论与微观经济理论的关系。
2. 说明产业组织研究的意义。
3. 如何看待经济理论与经验证据的关系。