

进入壁垒与 现代企业竞争战略分析

耿弘著



科学出版社

www.sciencep.com

(F-1085.0101)

进入壁垒与 现代企业竞争战略分析



高等教育出版中心·经管法出版分社

电话: 010-64031823

E-mail: wangweijuan@mail.sciencep.com

销售分类建议: 经济/管理

ISBN 978-7-03-020430-1



9 787030 204301 >

定价: 26.00 元

国家自然科学基金资助项目(90510010)

南京航空航天大学学科建设项目资助

进入壁垒与现代企业竞争战略分析

耿 弘 著

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书在回顾、比较与评价进入壁垒文献、提出研究假设、界定进入壁垒内涵的基础上,构建 ISB 分析框架。考察两类不同的制度性进入壁垒的成因,分析其正、负效应,并试图对中国产业制度性壁垒Ⅱ的现状进行深层次分析。从规模经济、绝对成本、产品差异、必要资本量与沉没费用等不同视角探讨结构性进入壁垒的形成、高度、正负面效应等问题,并运用上述的测定方法和效应分析对进入中国产业结构性壁垒进行实证研究。同时在探讨行为性进入壁垒形成机理的基础上,考察了行为性进入壁垒与反垄断间的关系。此外,从制度性、结构性和行为性进入壁垒的视角,对现代企业的竞争战略进行了分析,并就后 WTO 时代中国企业应抉择什么样的竞争战略给出对策建议。

本书可作为高等院校经济管理类专业的本科生、研究生和教师的教学或研究参考书,也可作为政府以及企业相关领域管理人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

进入壁垒与现代企业竞争战略分析 / 耿弘著. —北京:科学出版社,2007
ISBN 978-7-03-020430-1

I. 进… II. 耿… III. ①贸易壁垒—研究②企业—市场竞争—研究—
中国 IV. F742 F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 176993 号

责任编辑:王伟娟 赵静荣 李俊峰 苏雪莲 / 责任校对:包志虹
责任印制:张克忠 / 封面设计:耕者设计工作室

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

北京市文林印务有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2007 年 11 月第 一 版 开本:B5 (720×1000)

2007 年 11 月第一次印刷 印张:13

印数:1—3 000 字数:243 000

定价:26.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈文林〉)

序 言

——以转轨时期的市场竞争为焦点研究进入壁垒问题

耿弘博士从南京大学企业管理专业毕业已有多年。这些年一直在较为广阔的学术领域辛勤工作。他本来就是理工科出身,最近几年又在管理工程专业做博士后,从事了多年的教学工作,对经济学、政治学、公共管理学、法学等具有较为广泛的兴趣。因此,当他把基于博士毕业论文所撰写的书稿《进入壁垒与现代企业竞争战略分析》交给我看时,我发现,这本主要以实证研究为主的新著,不仅在研究的方法论方面采用了多种角度,如文献法、博弈分析法、案例研究法、比较研究法、归纳与演绎等,而且所涉及的学科也很广,其中至少包括从经济学、政治学、法学等角度的研究。尤其令我感兴趣的是,他运用政府俘获理论,深入地对转轨时期中国产业市场进入壁垒问题进行了考察。应他的邀请,我欣然为其新著作序。

众所周知,进入壁垒是西方产业组织经济学中考察市场结构问题时的一个重要范畴。目前有进入壁垒理论(Bain 1956; Stigler 1968; Demsetz 1982)、可竞争市场理论(Baumol 1982)以及流动壁垒理论(Caves, Porter 1977)等主要形式。作为进入壁垒理论工作的开创者,贝恩在1959年出版的《产业组织》一书中,提出了S(结构)-C(行为)-P(绩效)分析范式,并运用这种范式研究了垄断竞争关系及市场结构、企业行为和经济绩效三者的联系。以施蒂格勒(Stigler)、戴姆塞茨(Demsetz)为代表的芝加哥学派,一直主要致力于经验研究,他们对结构-行为-绩效的研究传统,长期持严厉的批判态度。学术的争议,不仅仅反映了学者的个人兴趣,更重要的是,在对一系列问题的判断的背后,反映了对待垄断和竞争的根本立场的分歧。

在进入壁垒这一重要问题上,双方也各持己见。例如,如果老厂商的融资利率较新厂商低,在哈佛学派看来就是进入壁垒,而芝加哥学派则认为这是老厂商过去良好的业绩和声誉所导致的累积效应,银行对其有较低的信息成本。同理,对厂商的广告、促销所形成的消费者品牌忠诚度,芝加哥学派也认为不是一种进入壁垒,而是厂商采取的降低消费者搜寻成本的一种有效投资策略,积累的是企业的长期声誉,因而是企业的一种资本。还有,芝加哥学派认为规模经济也不是什么进入壁垒,它是由厂商过去光荣的竞争历史所积累起来的。当企业不断吸引新的消费者时,就表示它的产品有好的信誉,也表示企业会不断成长。不断增长的市场需求机会经过经营者最有效的资源配置,在长期积累中就会出现最低成本下生产产品

的大规模企业。低成本和由此而来的低价格,会进一步刺激消费需求,从而使企业规模进一步扩大,形成良性循环。总而言之,芝加哥学派认为除了政府干预会形成进入壁垒之外,其他因素均不可能为之。

很显然,西方学者是立足于成熟市场经济的基点对进入壁垒问题进行研究的。相比之下,中国学者面对的问题远远没有如此纯粹。对从计划经济向市场经济过渡的中国经济发展来说,学者们更迫切地需要研究由此所形成的大量的危害市场经济顺畅运行的行政壁垒问题。

这些年来,国内一些学者在进入壁垒问题上取得了许多具有一定理论深度和现实指导意义的研究成果。除了从纯粹的法学、经济学角度研究进入问题之外,涉及从企业战略管理角度的一些比较优秀的成果也大量涌现,如陈明森的《市场进入退出与企业竞争战略》(中国经济出版社,2001年),李太勇的《市场进入壁垒》(上海财经大学,2002年),赵农、刘小鲁的《进入与退出的壁垒:理论及其应用》(中国市场出版社,2007年)等著作。从整体上来说,对转轨期中国产业市场进入壁垒问题,还需要更深入的理论思考和实证支持。耿弘博士的这本专著,就是适应这一要求的新的成果。作者在相关文献回顾的基础上,对转轨期中国产业市场进入壁垒以及企业竞争战略选择等问题进行了全面的思考。

虽然凯夫斯(Caves)和波特(Porter)等学者也多视角地考察了进入壁垒问题,内容上囊括了进入壁垒、退出壁垒,又包括同一产业内转移壁垒,但这些进入壁垒理论在中国缺少实践的检验。这就为该书的体系创新提供了某种可能。作者在提出研究假设、界定进入壁垒内涵的基础上,从不同的视角,构建了ISB分析框架,并围绕这一框架确立了自己的研究体系。对转轨期中国产业市场制度性、结构性和行为性进入壁垒的分析,以及变动趋势的预测等问题的研究都有一定的深度。主要表现为:

(1) 作者将制度性进入壁垒分为制度性进入壁垒Ⅰ和制度性进入壁垒Ⅱ,并对中国产业制度性进入壁垒Ⅱ的现状进行了深层次分析,认为提高中国产业组织国际竞争力的关键在于破除制度性进入壁垒Ⅱ。

(2) 与结构性、行为性进入壁垒相比,过渡期中国企业所面临的制度性壁垒Ⅱ(即行政壁垒)要高得多,尤其是地区、部门间的行政壁垒;另外,这种制度性壁垒一定程度上制约了结构性、行为性进入壁垒的形成,从而导致制度性壁垒Ⅱ更高。随着市场化改革的深入,该制度性壁垒呈下降之势。

(3) 目前要提高中国企业的国际竞争力,应最大限度地允许和鼓励国内企业适度市场垄断的兼并与联合。但同时要警惕跨国公司对中国产业市场的收购兼并行为,只有这样才能加快代表中国产业实力的大企业、大集团的形成进程。

力求做到理论与实践相结合,是该书的显著特色。

第一,作者认为跨国公司以兼并方式大量进入中国,特别是以大量收购兼并手

段进入中国重装备工业,不仅提高了中国产业市场的结构性进入壁垒,而且也提升了中国产业市场的行为性进入壁垒,这就对潜在的或新的中国企业、后进入的跨国公司,构筑起了较高的进入壁垒,进而限制了产业市场的竞争,极易在中国产业市场中取得垄断地位。对此我们应给予足够的重视。

第二,无论是潜在进入的新企业,还是原存企业,只有在分析目标国或地区的市场运行特点与进入壁垒的变化、确立影响进入壁垒的最重要因素的基础上,才能抉择适合自己的进入或防御战略。

第三,竞争与合作是当前中国企业竞争战略的现实选择,而构筑行为性进入壁垒则是中国企业未来竞争战略的重要抉择。

可以说,该书的研究成果将为中国政府科学地制定产业准入、反垄断等政策提供理论依据,进而提升中国产业组织的国际竞争力。同时也为中国加入世界贸易组织(以下简称 WTO)后面对全球竞争的我国企业如何抉择适合自己的竞争战略,给出了若干具有一定可操作性的对策及建议。

因此,我认为,《进入壁垒与现代企业竞争战略分析》值得一读,相信该书会得到理论界与实际部门的重视和广大读者的欢迎。

南京大学经济学院院长
教育部文科首批长江学者特聘教授

刘志彪

2007年6月于金陵

目 录

序言

第 1 章 导论	1
1.1 问题的提出与研究意义	1
1.2 相关文献的回顾、比较与评价.....	4
1.3 研究假设、ISB 分析框架以及几点说明	17
1.4 本书的创新之处.....	22
第 2 章 进入壁垒：从制度视角分析	23
2.1 两种不同的制度性进入壁垒.....	23
2.2 制度性进入壁垒 I：表现形式与效应分析	24
2.3 制度性进入壁垒 II：以政府所有权为基础的职能界定过度	36
2.4 制度性进入壁垒 II 的破除：提升中国产业组织国际竞争力的重要 路径.....	39
第 3 章 进入壁垒：从结构角度分析	50
3.1 结构性进入壁垒.....	50
3.2 结构性进入壁垒：高度测定	61
3.3 结构性进入壁垒：效应分析	69
3.4 结构性进入壁垒：关于中国产业的实证分析	72
第 4 章 进入壁垒：从行为视角分析	85
4.1 阻止进入定价策略行为.....	85
4.2 阻止进入投资策略行为.....	88
4.3 驱除进入定价策略行为.....	91
4.4 行为性进入壁垒与反垄断.....	94
第 5 章 进入壁垒：ISB 框架中的横向关系分析	96
5.1 政府俘获理论：解读 ISB 框架中横向关系的基础	96
5.2 制度性进入壁垒、结构性进入壁垒和行为性进入壁垒间的相关性	100
5.3 制度性进入壁垒→结构性进入壁垒→行为性进入壁垒	101
5.4 行为性进入壁垒→结构性进入壁垒→制度性进入壁垒	105
第 6 章 制度性进入壁垒与现代企业竞争战略选择	109
6.1 制度性进入壁垒与潜在的或新企业的进入战略	109

6.2	制度性进入壁垒与原存企业的防御战略	110
6.3	中国加入 WTO 后的经济特点:分析中国加入 WTO 前后我国产业 进入壁垒变化的前提	112
6.4	制度性进入壁垒与 WTO 后中国企业的竞争战略选择	115
第 7 章	结构性进入壁垒与现代企业竞争战略抉择	129
7.1	结构性进入壁垒与潜在的或新企业的进入战略	129
7.2	结构性进入壁垒与原存企业的防御战略	130
7.3	跨国公司的进入对中国产业结构性进入壁垒的影响	132
7.4	结构性进入壁垒与 WTO 后中国企业的竞争战略抉择	136
第 8 章	行为性进入壁垒与中国企业竞争战略选择	143
8.1	行为性进入壁垒:中国产业的现状分析	143
8.2	跨国公司的市场垄断行为与防范策略	144
8.3	构筑行为性进入壁垒:中国企业未来竞争战略的重要选择	150
8.4	竞争与合作:当前中国企业竞争战略的现实选择	152
第 9 章	进入壁垒与中国企业“走出去”战略	156
9.1	“走出去”战略的提出背景	156
9.2	“走出去”的中国企业面临的进入壁垒	158
9.3	“走出去”的中国企业跨越进入壁垒:路径选择	164
9.4	“走出去”的中国企业模式比较:以海尔、TCL、格兰仕为例	170
第 10 章	进入退出壁垒与煤炭业企业竞争战略分析	175
10.1	过度竞争:仍然困扰着当前中国煤炭业的发展	175
10.2	煤炭业过度竞争的成因分析	178
10.3	当前煤炭业市场结构调整:路径选择	183
10.4	煤炭业市场结构调整中企业竞争策略的抉择	187
10.5	新汶矿业集团:靠改革创新提升综合竞争力的典范	188
	参考文献	195

第1章 导 论

1.1 问题的提出与研究意义

1.1.1 问题的提出

处于转轨期的中国产业,除了个别的资源性或政府严格管制进入的产业外,多数产业呈现出进入过密、产能过剩、竞争过度、集中度偏低和竞争力低下的态势。如何防止这些产业进入过密,提升其国际竞争力是我们目前面临的一大难题。而拥有规模、资本、技术、品牌和管理优势的跨国公司的进入,在中国诸多产业市场中大有形成垄断之势,如微软在操作系统软件业,柯达在感光材料业,摩托罗拉在移动通信业,奥的斯、三菱和迅达在电梯业,P&G和汉高、利华在洗涤剂业,利乐在无菌软包装业等;随之,滥用市场支配地位的限制竞争行为也会不断发生。显然,怎样阻止和防范这些行为的出现,也是我们当前面临的重大问题之一。面对强大的跨国公司,中国企业在当前和未来的竞争中究竟抉择什么样的战略,同样亦是摆在我们面前的重大问题,而所有这些问题的出现均与进入壁垒有关。

进入壁垒(barriers to entry)是考察产业组织中市场结构问题的一个重要视角。多年以来,有关进入壁垒定义及其内容的争论极大地活跃了对进入壁垒问题的讨论,但学术界对这一问题至今尚未作出一般性解释。^①这里,笔者首先对文献中常用的进入壁垒的一些定义进行梳理。

贝恩(J. S. Bain)较早提出,进入壁垒是“和潜在的进入者相比,原存厂商所享的有利条件,这些条件是通过原存厂商可以持久地维持高于竞争水平的价格而没有导致新厂商的进入反映出来的”。^②

施蒂格勒(G. J. Stigler)提出的定义侧重于原存企业与潜在的新进入企业之间在需求和成本条件方面的不均等性。具体地说,他所定义的进入壁垒是一种生产成本(在某些或每个产出水平上),这种成本是打算进入一产业的新厂商而非已在该产业内的厂商所必须承担的一种生产成本。^③

① 对进入壁垒争论的一般性论述,参见哥尔特施米德(H. D. Goldschmid)等的《行业集中:新学问》一书,波士顿:小布朗出版。这里转自劳杰·克拉克[英]:《工业经济学》,经济管理出版社,1990年,第78页。

② J. S. Bain: Barriers to New Competition, Harvard University Press, 1956: 3.

③ G. J. Stigler: The Organization of Industry, Richard D Irwin, 1968: 67.

戴姆塞茨(H. Demsetz)的定义则关注进入壁垒的存在与政府的行为、势力相联系。他认为,任何导致生产成本增加的政府的限制性行为都会产生进入壁垒。^①

克拉克森(K. W. Clarkson)和米勒(R. L. Miller)把进入壁垒定义为由寻求进入某个行业的厂商而不是由已在该行业内的厂商负担的生产成本。进入壁垒与垄断力量相联系。要使垄断力量在长期内持续存在,就必定需要找到某些排斥别人进入市场的办法。^② 卡尔顿(D. W. Carlton)和佩罗夫(J. M. Perloff)指出,从语义上讲,一个进入壁垒就是能阻止企业家在市场中一下子建立一个新企业的任何事物。……“进入壁垒”这个术语经常既指进入的成本又指进入所需的时间。……由于只有当一家厂商拥有了超过潜在竞争者优势的时候,长期利润才得以持续,对长期进入壁垒的合乎逻辑的定义就是一个新竞争者必须发生而那些原存厂商却不必承担的成本。^③

很明显,无论从诠释的角度、侧重点,还是从具体的表达上看,学者们对进入壁垒内涵的理解是存有差异的(见 1.2 节),但是有一点是共同的,即他们都认为进入壁垒是欲进入某产业的潜在的企业或新企业必须承担的(额外)成本或劣势程度。因此,在笔者看来,如果从潜在的企业或新企业进入产业(市场)的角度讲,进入壁垒就是指“潜在企业”或新企业在和原存企业竞争过程中所遇到的不利性障碍(劣势)因素;倘若从原存企业的视角看,则是指市场内原存企业对欲进入该市场的“潜在企业”或新企业所拥有的优势。所以,进入壁垒的大小既反映了潜在的企业或新企业所面临的劣势程度(承担额外成本),也反映了市场内原存企业优势的大小。

1.1.2 研究意义

通过文献的回顾与评价、理论假设的提出、数据的统计分析与建模,对进入壁垒这一论题进行较为系统的、深入的研究,有其理论与现实意义。

从理论研究上说,与西方相比,中国经济学界无论是对产业组织理论的重视程度还是在研究水平上,皆相差甚远。近年来,虽有些学者对中国主要产业(行业)的结构(集中度、进入壁垒)、行为与绩效(S-C-P)的问题进行了探讨,但仍存在诸多不足,尤其是在进入壁垒问题上,缺乏系统的规范和实证研究。对进入壁垒问题的探究,将有利于把进入壁垒理论的系统化研究引向深入。

从中国的现状看,对中国市场中进入壁垒进行研究,具有十分重要的现实意义。主要体现在以下几个方面。

① H. Demsetz. Barriers to Entry, *American Economic Review*, 1982, 72: 47~57.

② 克拉克森,米勒[美]:《产业组织:理论、证据和公共政策》,上海三联书店,1989年,第563、564页。

③ 丹尼斯·卡尔顿,杰弗里·佩罗夫[美]:《现代产业组织》(上册),上海三联书店,1998年,第152、153页。这个定义改编自施蒂格勒(1968)。

1. 促进资源的合理配置

从资源配置的机制上讲,现代经济学认为,市场机制是资源配置的基础;然而,“没有人为操纵的价格、众多企业都是价格接受者”的理想的完全竞争的市场结构在现实中是不存在的。现实市场往往是竞争和垄断不同程度结合形态的垄断竞争市场。如果产业中存在超过规模经济的要求,造成生产过于集中的企业垄断态势,就会发生诸如垄断价格等卡特尔行为,导致价格扭曲、市场失效和不公平竞争。相反,对拥有过多企业而长期处于低于规模经济要求的产业,必然出现过度竞争,进而导致资源的不合理配置。而判断垄断、竞争是否过度的标准主要是进入壁垒的高低,并且政府可以依据进入壁垒的高低制定相应的产业组织政策(如反托拉斯政策、进入壁垒政策)来限制企业的过度垄断或过度竞争行为,以弥补市场缺陷,实现资源合理的配置。

2. 增强中国产业组织的国际竞争力

中国产业组织的现状是:“大企业不大”、规模经济利用水平低、广告支出少、R&D投入不足、非价格竞争力弱等,造成这样现状的原因是多方面的。例如,政府垄断,缺乏优胜劣汰的市场竞争机制;价格扭曲、行政力量的双重保护,产业竞争过度;地区、部门间行政壁垒过高,兼并机制受阻,企业规模难以迅速扩张;企业规模偏小,自然用于广告、R&D的费用少,经费使用不合理等。因而,要提高和增强中国产业组织的国际竞争力,必须改革政府调节产业组织的模式,发挥市场竞争机制的自组织作用,破除价格扭曲、行政力量的双重保护,制定产业进入壁垒政策,促进有效竞争;铲除地区、部门间壁垒,完善兼并机制;加大广告、R&D投入力度,合理使用经费,提高非价格竞争力。显然,所有这些都将成为研究进入壁垒问题的核心内容。所以说,对进入壁垒问题的研究,有利于中国产业组织国际竞争力的提高与增强。

3. 有利于企业竞争战略的选择

首先,企业究竟选择什么产业进行投资,即进入何种产业,除了要对产业的前景作出前瞻性分析与预测之外,还应着重分析该产业的现状,尤其是对进入壁垒高低的预测,因为它是企业进入产业(进行投资)需付出的额外代价,而且标志着企业进入该产业的难易程度。^①其次,进入壁垒的分析与研究,将为某产业中原存企业制定阻止潜在的或新企业进入的防御战略提供理论基石,也就是说,原存企业可以通过设置和提高规模经济壁垒、必要资本壁垒、产品差异壁垒、绝对成本优势壁垒

^① 耿弘:《企业战略管理理论的演变及新发展》,《外国经济与管理》,1999年第6期,第14~16页。

等战略来阻止潜在的或新企业进入自己所在的产业。同样,潜在的或新企业在制定自己的进入战略时,也必须对进入壁垒作出分析与研究。再次,作为市场主体的企业各自所制定具体的价格与非价格的竞争策略实际上是进入壁垒(如规模经济壁垒、产品差异壁垒等)的具体应用。可见,对进入壁垒问题的探究将有利于企业竞争战略的制定与抉择。

4. 有利于政府反托拉斯政策的制定

如上文所述,进入壁垒与垄断力量相联系。进入壁垒过高,往往导致过度垄断,限制了竞争,从而影响资源的最优配置(即效率)。因此,进入壁垒的存在一直是反托拉斯当局识别反竞争活动的主要根据。很明显,考察进入壁垒问题对于政府制定反托拉斯政策是非常有利的。

1.2 相关文献的回顾、比较与评价

1.2.1 产业组织理论简要回顾

如果追根溯源,一般认为马歇尔(A. Marshall)的新古典经济学是产业组织理论的源头。他的经济理论不仅涉及了垄断问题,指出了被后人称之为“马歇尔冲突”的规模经济和垄断的弊病之间的矛盾,而且涉及了产品差别、生产条件差异和广告费用不同等造成不完全竞争市场的垄断因素问题。在马歇尔看来,许多不同型号的产品,或因其适应不同的需求偏好,或有某些独特的功能,或其中某些拥有专利权等因素都可以使它们的生产为特定工厂所垄断。在这种情况下,那些实际上质量是最好的产品的生产者便不能通过广告进行有效的宣传和利用行销商及其代理人来推销自己的商品。不完全竞争市场上的垄断现象通常是由于追求厂商规模经济及上述多种因素所共同导致的。

在这里,尽管马歇尔所涉及的问题只是散见于其庞大的经济学体系中,但他的这些工作对后来者从事产业组织的研究具有极其重要的启迪价值,因而马歇尔被学者们称为产业组织理论的先驱。

其后,美国哈佛大学教授张伯伦在其著作《垄断竞争理论》中,对马歇尔所涉及的产业组织问题进行了较系统、明确、深入的研究。首先,以分析纯粹竞争为出发点,否定了纯粹竞争存在的条件,提出了垄断竞争的概念。张伯伦认为,完全竞争和纯粹垄断只是两种极端的形态,现实经济则是介于这二者之间的“中间状态”,现实的市场既存在竞争因素,也存在垄断因素,二者的并存与交织形成了所谓的“垄断竞争”格局。其根本原因在于,每个厂商提供的产品具有差异性,所以它是一个垄断者;但该产品又具有一定的替代性,因而对生产同类产品的其他企业来说,

它又是一个竞争者。于是,垄断竞争市场结构便形成了。其次,对完全竞争和纯粹垄断两种极端的市場结构及位于这二者之间的“中间状态”的市場结构进行了具体分类,探讨了产业内的市場结构、价格、利润、广告和效率等的相互关系。再次,界定了“产品差别”的内涵及其对市场竞争的影响。在张伯伦看来,对消费者而言,不同的产品差别可能是具体的,也可能是想像的。只要产品的任何品质特征引起购买者的认知差异,使购买者喜好这种产品,而不喜好那种产品,都可能构成产品差别的标准。具体地说,“产品差别”包括这样一些含义:商品的品质、包装等产品本身的差异;产品销售条件、服务态度的不同;消费者“想像”的心理差别,如广告、品牌等。在此基础上,他进一步考察了垄断与竞争的关系,指出产品差别不仅是垄断因素,而且也是一种竞争力量,只要销售量与产品差别有关,那么产品差别的非价格竞争就可能比传统的价格竞争更显重要。此外,他还提出并讨论了企业在市場上的进入与退出问题。在他看来,一个产业的兴起、发展和衰退必然面临着企业的进入和退出问题。企业“进入”某一目标产业的难易程度是决定该企业成本-收益关系的基本因素;伴随着企业进入和退出市場的行为,集团企业和非集团企业也可能在某一点上处于均衡状态。

很明显,上述概念和理论观点的提出,成为现代产业组织理论的重要来源,因而,张伯伦被学者们认为是现代产业组织理论的奠基人。

受张伯伦等人的理论创新和方法转变的启发,1938年,哈佛大学经济学教授梅森(E. S. Mason)成立了一个包括贝恩(J. S. Bain)、凯尔林(C. Kaysen)、麦克尔(J. W. Mckie)、麦克海姆(J. Markham)、艾得曼(M. Addman)在内的产业组织研究小组。他们以深入的个案研究为手段,对各主要行业市场竞争过程的组织结构、竞争行为和竞争结果作了大量的经验实证分析,提出了产业组织的理论体系和研究方向。1959年,贝恩教授(梅森的弟子),在自己的《产业组织论》中首次系统论述了产业组织理论,它是产业组织理论体系形成的标志。贝恩通过对市場结构的形成及其与市場绩效的关系的研究分析,提出“市場结构(market structure)-市場行为(market conduct)-市場绩效(market performance)”(简称S-C-P分析范式),并在市場结构中首次引入“进入壁垒”的概念。他认为进入壁垒是指某一产业中的在位者相对于潜在进入者所具有的优势,这些优势反映在在位者能够把价格提高到竞争性价格水平之上,而又不导致新厂商的进入。贝恩通过调查美国的制造业,以集中度和利润率作为判断市場结构与市場绩效的指标,提出“集中度-利润率”假说,认为在具有寡占或垄断市場结构的产业中,由于存在少数企业的合谋而提高了进入壁垒,削弱了市場的竞争性,使企业产生超额利润,降低了资源配置效率。至此,以梅森和贝恩为代表的哈佛学派,通过经验研究和案例分析,建立起产业组织理论的传统分析框架S-C-P分析范式,即市場结构决定厂商行为,厂商行为决定市場绩效,使产业组织理论逐步成为一门相对独立的经济学科。同时,注重研究市

市场结构的哈佛学派成为产业组织理论的正统学派。

哈佛学派的产业组织理论具有以下重要特征:首先,以产业内企业之间的组织关系为研究对象,主要是企业之间的竞争与垄断关系。其次,将市场结构作为研究重心。S-C-P分析范式认为由市场结构、市场行为、市场绩效三个基本部分和公共政策构成产业组织理论,按照市场结构-市场行为-市场绩效-公共政策的顺序进行分析,市场结构决定企业行为,企业行为决定市场运行的经济绩效,通过政府的公共政策调整、改善不合理的市场结构来实现理想的市场绩效。这种顺序中存在着因果关系,但这种因果关系是单向的,因此,存在其不足之处。再次,在公共政策上,积极主张政府采取企业分割、禁止兼并等直接作用于市场结构的公共政策,以恢复和维护市场秩序。最后,在研究方法上偏重于实证研究。

20世纪50年代末,针对哈佛学派的S-C-P分析范式的形成,美国其他大学对产业组织理论也展开研究,其中,以芝加哥大学教授施蒂格勒、德姆塞茨等为代表的学者,在与哈佛学派争论中崛起,被称为“芝加哥学派”。芝加哥学派在研究方法上,注重用严格的经济理论进行分析,强调对理论的经验证明。针对S-C-P分析范式的单向因果关系,提出结构、行为、绩效三者之间应为双向因果关系,信奉市场经济中竞争机制的作用,主张政府应该尽量减少对产业组织实施干预。芝加哥学派认为市场绩效起着决定性作用,企业效率的不同导致不同的市场结构,高集中度的市场是高效率、低成本的结果,一个持续高利润率的产业完全可能是该产业中企业高效经营所致,否则会招致其他企业大量进入而降低利润率。只要市场绩效良好,即使市场是垄断或是寡占的,政府也没有必要进行干预。施蒂格勒重新界定了进入壁垒的内涵,认为其是指新进入企业必须负担,而老企业不需负担的成本。因而实际中几乎不存在真正的进入壁垒。施蒂格勒等人还通过对电力、通信、交通运输等产业的实证研究,检验了政府管制的实际效果——不仅没有达到预期效果,反而产生不良影响(政府管制失灵)。因此,芝加哥学派提倡政府应放松管制、少干预市场以利于市场自由竞争,通过促进资源的合理配置来提高生产活动的效率,满足消费者的需求,实现消费者福利最大化。唯有当市场行为限制了产业、抑制了生产效率的提高、损害了消费者福利时,政府才有必要进行干预。可见,芝加哥学派眼中所崇尚的是效率主义。

20世纪70年代以来,由于可竞争市场理论、交易费用理论和博弈论等新理论、新方法的引入,产业组织理论研究的理论基础、分析手段和研究重点等发生了实质性的突破,大大推动了产业组织理论的发展。人们将其发展称为新产业组织理论。在研究基础上,新产业组织理论更加注重市场环境 with 厂商行为的互动关系,这种互动关系体现了在逻辑上的循环和反馈链。在方法和工具上,则运用了大量的现代数学的分析工具,尤其是多变量的分析工具。在研究方向上,新产业组织理论更加强调了在不完全市场结构条件下厂商的组织、行为和绩效的研究,尤其是寡头、

垄断和垄断竞争的市场,在理论假设上增加了交易成本和信息的维度。

需要指出的是,20世纪70年代以来的产业组织理论贴上了“新”的标签,但它是在不放弃S-C-P分析框架的前提下,对正统学派的产业组织理论进行了修正和补充。相对于正统产业组织理论而言,新产业组织理论的基本特征可概括为“理论倾向”,因此也有学者将新产业组织理论称为理论产业组织理论,而将正统产业组织理论称为实证产业组织理论。

20世纪80年代后期以来,从事产业组织理论研究的经济学家们认识到了理论研究 with 实证分析之间的不平衡,这直接引发了包括计量经济学分析、案例研究和实验经济学在内的新一轮经验研究开始出现,以至于20世纪80年代被人们称为“实证产业组织理论的复兴时代”。在这一过程中,新产业组织理论的经济学家们亦开始从事评价公共政策的理论研究和寻求可以实证的理论假说研究,如兼并能否提高效率、掠夺性定价会不会造成严重后果以及政府管制是不是弊大于利等。

从对产业组织理论的简要回顾中,不难发现,西方产业组织理论正处在趋于理论与实证的融合过程之中。

1.2.2 进入壁垒理论的回顾、比较与评价

1. 贝恩的进入壁垒理论

贝恩(Bain)既是产业组织领域研究中的主流学派——哈佛学派的主要代表人物(还包括他的恩师梅森等)之一,又是对进入壁垒理论进行开创性研究的主要学者。一方面,作为梅森开创性工作的主要继承和发展者,贝恩在1959年出版了《产业组织》一书,在该书中他提出S(结构)-C(行为)-P(绩效)分析范式,并运用这种范式研究了垄断竞争关系及市场结构、企业行为和经济绩效三者的联系;正是由于贝恩等人十分强调结构对行为、绩效的决定作用,所以哈佛学派又称为结构主义学派。另一方面,贝恩在产业组织理论研究过程中经常为这样的问题疑惑不解,即为为什么很多关于厂商之间如何开展竞争、竞争如何产生的文献中都没有考虑到潜在竞争的威胁力量,把研究重点过多地放在原存于产业内的企业之间的竞争之上,而没有转移到产业的“外部条件”上?他认为潜在的竞争比现实的竞争可能更具威胁性。要研究潜在竞争,进入壁垒则是一个不可避免的问题。因此,他在1956年出版的《新竞争的壁垒》一书中第一次提出“进入壁垒”的概念,从此“进入壁垒”被引入到对产业市场结构分析之中。

在《新竞争的壁垒》中,贝恩给出了“进入壁垒”的定义,并论述了他所定义的进入壁垒的四个来源:①规模经济性。进入之初或进入后的早期就实现大规模生产的困难以及合理的批量规模在市场上的占有率,限制了潜在的或新企业的出现(或进入)。②绝对成本优势。贝恩把这一来源分为四类:一是原存企业在专利和商业技

巧上的垄断优势；二是原存企业有效控制了重要生产要素的供给；三是如果一个要素的供给受到限制，进入发生之后会大大提高原存企业和新企业的要素价格水平；四是原存企业相对容易筹到低成本的资金的优势。^③产品差别优势。在以产品差别性为特征的市场中，消费者对原存企业产品的偏好，使得原存企业比新进入企业处于更有利的地位。在贝恩的实证研究中，他发现进入的产品差别壁垒常常是很重要的。^①④资本需求量。贝恩认为，巨大的资本需求阻止了新厂商(企业)的进入。他在《新竞争的壁垒》中，运用调查表数据得到他认为是 20 个制造业市场中资本需要量壁垒的估计。^②在对进入壁垒问题的探讨中，贝恩的研究被公认为具有开创性，但由于在结构(S)与绩效(P)中更应抉择谁作为研究重点的不同以及对 S-C-P 分析范式中存在的是正向、单向还是反向、双向互动关系的看法不一，预示着贝恩的进入壁垒理论将要受到严峻的挑战。

2. 施蒂格勒、戴姆塞茨的进入壁垒观

自 20 世纪 60 年代起，施蒂格勒(Stigler)、戴姆塞茨(Demsetz)等来自芝加哥大学的经济学者在对哈佛学派及主流的结构主义理论的批判过程中，逐渐形成了具有“芝加哥传统”特性(即维护市场机制、鼓励竞争、反对政府干预)的芝加哥学派。他们认为，产业组织及反托拉斯问题，应当通过价格理论和竞争理论的透镜来研究。如施蒂格勒在《产业组织》(1968 年)一书中，就特别注重判断集中及定价的结果是否提高了效率，而不像结构主义那样，只看是否损害了竞争。在结构、行为和绩效三方面，芝加哥学派更注重对绩效的研究，强调绩效的重要作用，他们甚至提出，是绩效或行为决定了结构，而不是相反。所以，他们不赞成进入壁垒限制竞争从而影响资源最佳配置的结构主义观点，极力主张改写由贝恩首创的进入壁垒理论。在他们看来，问题的关键是看是否存在人为的进入壁垒。

施蒂格勒在研究厂商的规模究竟是由规模经济、进入壁垒还是由其他因素决定时，对进入壁垒也给出了定义。在施蒂格勒看来，厂商规模是由需求条件和成本条件决定的；那么，进入壁垒被限制在新厂商承担的高于原存厂商的(额外)成本这一意义上，它是影响个别厂商需求条件的一种力量。换言之，规模经济决定了厂商规模而不是扮演进入壁垒的角色。在这里，不难看出，施蒂格勒研究进入壁垒的目的是研究厂商规模，而不是像贝恩那样试图回答在什么条件下潜在的竞争可以促使市场竞争结果的产生。鉴于二者的研究目的以及定义方式上的差异，自然在构成进入壁垒的因素(或来源)上也会产生重大的分歧，如规模经济、资本需要量、产品差别化在贝恩那里视为进入壁垒，而按施蒂格勒的标准，它们则不是进入壁垒。与

① 劳杰·克拉克[英]：《工业经济学》，经济管理出版社，1990 年，第 87、88 页。

② 克拉克森，米勒[美]：《生产组织：理论、证据和公共政策》，上海三联书店，1989 年，第 570 页。