

经济转型与发展研究系列

南大商学评论

Nanjing Business Review

转型经济理论研究

垄断和反垄断的市场秩序

洪银兴 程雪根

后社会主义国家法治形成的障碍：来自俄罗斯的证据

Karla Hoff and Joseph E. Stiglitz

公共执法的经济学理论

A. Mitchell Polinsky and Steven Shavell

劳动分工、专业化与侵占行为

李克 杨小凯

经济危机和政策选择：来自日本的实例

胡志宁

助学贷款的经济学分析

刘民权 许亦玫 俞建拖

转轨经济中银行上市后的软预算约束及监管

王潇

4

南京大学出版社

经济转型与发展研究系列

南大商学评论

Nanjing Business Review

江苏工业学院图书馆
藏书章

4

南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

南大商学评论/刘志彪、郑江淮主编. —南京: 南京大学出版社, 2005. 3

ISBN 7-305-04415-6

I. 南... II. 刘... III. 经济管理—文集
IV. F2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 009830 号

书 名 南大商学评论(第 4 辑)
主 编 刘志彪 郑江淮
出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮编 210093
电 话 025-83596923 025-83592317 传真 025-83328362
网 址 <http://press.nju.edu.cn>
电子邮件 nupress1@public1.ptt.js.cn
sales@press.nju.edu.cn(销售部)
印 刷 常熟华顺印刷有限公司
开 本 787×1092 1/16 印张 13.5 字数 264 千
版 次 2005 年 4 月第 1 版 2005 年 4 月第 1 次印刷
ISBN 7-305-04415-6/F·573
定 价 25.00 元

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购图书
销售部门联系调换

《南大商学评论》编辑委员会

主 任 赵曙明

编 委 (以姓氏笔画为序)

刘志彪 刘厚俊 刘 洪

杨 忠 杨雄胜 沈坤荣

张二震 陈传明 范从来

茅 宁 赵曙明 施建军

洪银兴 陶鹏德 鲁明泓

裴 平

主 编 刘志彪

执行主编 鲁明泓

副 主 编 郑江淮 贾良定

编 辑 何 健

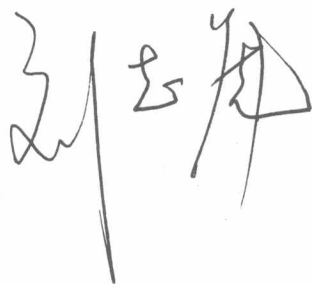
主编的话

《南大商学评论》面世一年多来，得到同仁们的关心和支持，我们在这新年的第一期向各位表示衷心的感谢！

今年南京大学在经济管理类学科建设上又取得了新的重大突破。国家教育部批准我校正式建立国家哲学社会科学创新平台——经济转型和发展研究中心。为了配合该研究中心的建设，我们决定将《南大商学评论》的办刊方向逐步集中在中国经济转型和发展问题上，希望各位同仁从各自的专业领域，立足于中国经验，提出问题，撰写有一定分量的、高质量的论文。

这些问题既可以是经济转型和发展中迫切需要解决和回答的问题，也可以是一般性理论问题。各位专家学者还可以从自己擅长的学科领域进行研究，如宏观经济、财政金融、产业组织、企业等相关领域，探讨具体的转型和发展问题，各种研究方法都可以尝试，各种观点都可以在这里交锋。

欢迎赐稿，谢谢。

A handwritten signature in black ink, appearing to read '刘志远' (Liu Zhiyuan), written in a cursive style.

目录

CONTENTS

1	垄断和反垄断的市场秩序	洪银兴 程雪垠
22	后社会主义国家法治形成的障碍：来自俄罗斯的证据	卡拉·霍夫 约瑟夫·E·斯蒂格利茨
38	公共执法的经济学理论	A·米切尔·波林斯基 斯蒂芬·谢弗
74	劳动分工、专业化与侵占行为	李克 杨小凯
95	经济危机和政策选择：来自日本的实例	胡志宁
115	助学贷款的经济学分析	刘民权 许亦玫 俞建拖
133	转轨经济中银行上市后的软预算约束及监管	王 潇
147	中国银企关系合约的非市场化性质分析	李一鸣
159	正反馈交易与股票市场过度反应	李诗林 李 扬
178	非理性行为与市场效率的新诠释	方壮志 黄春兴
195	劳动市场制度对劳动供给的影响	樊 明

CONTENTS



- 1 Market Order of Monopoly and Anti-monopoly
Hong Yinxing and Cheng Xueyin
- 22 The Transition from Communism
Karla Hoff and Joseph E. Stiglitz
- 38 The Economic Theory of Public Enforcement of Law
A. Mitchell Polinsky and Steven Shavell
- 74 Division of Labor, Specialization, and Theft Behavior
Li Ke and Yang Xiaokai
- 95 Economic Crisis and Policy Options: The Case of Japan
Hu Zhining
- 115 The Economic Analysis of Student Loans
Liu Minquan, Xu Yimei and Yu Jiantuo
- 133 Banks, Stock Markets and the Soft Budget Constraint in Transition Economy
Wang Xiao
- 147 Contractual Nature and Construction of Bank-corporation Relation
Li Yiming
- 159 Study on Positive Feedback Trade and Stock Market Overreaction
Li Shilin and Li Yang
- 178 Irrational Behaviors and an Extended Interpretation of Market Efficiency
Fang Zhuangzhi and Huang Chunxing
- 195 The Impact of Labor Market Institution on Labor Supply
Fan Ming

垄断和反垄断的市场秩序

洪银兴 程雪垠*

【内容提要】 现代经济实践提出的课题是对垄断不能一概否认,需要区分两类市场的垄断。一类是行业垄断,也就是在完整行业内形成的独家垄断。行业垄断形成有两种情况,一种是自然垄断,一种完全是由政府管制的原因造成的垄断(即行政垄断)。在这里可以将行业垄断定义为限制进入市场的垄断。这里的反垄断内容很明显,由非自然垄断原因(行政垄断)产生的行业垄断应该打破,其途径就是打破政府管制;而自然垄断行业在维持垄断的同时需要引入竞争。另一类是在没有全行业垄断的市场上的垄断,也就是在非限制进入(即自由进入)的市场上的企业垄断。这里主要是指在某个细分的市场和产品上具有垄断势力的企业垄断。在这里,垄断很大程度上是效率提高和组织演变的结果。一定范围的垄断形成可能降低和克服交易成本,形成有组织的市场,这是垄断的正面相应。在这里的反垄断就不是一般的对反垄断形成,而是要反其利用垄断地位所采取的反竞争、操纵市场的行为。

【关键词】 垄断 反垄断 市场秩序

现代经济的一个重要特点是,几乎在所有的产业部门中都不同程度地存在垄断。就如制度经济学家加尔布雷斯所说:“垄断势力控制了大部分现代产业,这才是我们这个时代经济运行的真相。”^① 垄断限制生产要素的自由流动,

* 洪银兴,南京大学商学院,电子邮件: Yinxing @ nju. edu. cn;程雪垠,电子邮件: stigler @ sohu. com

① 加尔布雷斯,《我们时代的生活》,江苏人民出版社。

限制竞争。在我国现实中存在的垄断相当部分不是自然形成的,而是计划经济的遗产。现在要建设社会主义统一市场,促进商品和生产要素在全国市场(特别是不同行业间)的自由流动,提高资源的配置效率,需要区别不同市场实施有区别的反垄断措施。在限制进入的市场上需要打破行政垄断,而在自由进入的市场上不是一般的反对垄断企业的形成,而要反垄断行为。

一 垄断悖论

在过去相当长的时期中,垄断一直与低效率相联系,因而一直被排斥。现代经济发展的实践证明,垄断并不一定低效率,它有负效应,也有正效应。

1. 哈佛学派和芝加哥学派之争

虽然经济学家在基本方面取得了共识,但对于垄断的形成、垄断势力运作的效率及其对福利的影响方面,仍然存在广泛而深刻的分歧。这种分歧导致了反垄断政策的不同倾向。这种分歧突出反映在哈佛学派和芝加哥学派之争。

关于垄断的形成。哈佛学派认为,垄断地位的获取大都是通过策略性的行为,主要通过勾结、排斥两种手段获得。这些行为主要是损害了竞争而不是提高了效率。而芝加哥学派则认为,垄断主要来自于效率。企业之所以能够获得垄断地位,是因为他们在技术、管理等方面具有竞争优势,不断扩大其市场份额的结果。除此之外,芝加哥学派更强调,垄断是一种组织市场运作的有效形式,它能够使整个产业的生产成本趋向于最低。在这两种不同的认识下,哈佛学派主张对垄断进行严厉打击,而芝加哥学派则主张比较宽松的反垄断政策。

关于垄断的维持。垄断是否能够在—个自由进入的市场上维持其地位,是经济学家争论的核心。垄断的可维持性(sustainable)是指在没有政府干预的情况下,垄断企业是否能够把价格制定在竞争性价格之上,而不引发新的进入。垄断是否能够维持决定了政府是否需要采取反垄断政策,如果垄断是不可维持的,政府就不需要采取深入的反垄断政策;而如果垄断是可以维持并不断强化的,则需要政府进行干预。两派的分歧主要集中在进入壁垒的有效性上。哈佛学派认为,由于进入壁垒的存在,垄断地位能够维持下去;芝加哥学派则认为,长期而言,进入壁垒终将缺乏牢固的经济基础而垮掉,垄断企业只能暂时地维持垄断价格。

关于垄断势力行使的有效性。一旦获得了垄断地位,企业就拥有了影响市场的力量,能够将价格定于边际成本之上,这就是市场力量,或垄断势力的

概念。在现实中,合谋、掠夺性定价、阻止进入、价格歧视是其中的几种代表性行为。这些力量的运用可以用来打击、甚至逼走竞争对手,可以用来操纵价格和产量、榨取消费者福利。哈佛学派认为,这些行为都是反竞争性的,使市场变得缺乏竞争性和垄断化。而芝加哥学派则倾向于认为,这些行为在实施中受到许多外在和内在的约束。比如,合谋不稳定、阻止进入可能得不偿失等等。因此,他们怀疑这些行为的有效性。更重要的是,难以将这些行为与正常的商业行为区分开来,如果一概反对,则妨碍了企业的正常经营和提高效率的创新活动。当然,如果某项活动确实影响了竞争,芝加哥学派也是坚决反对的。

对于哈佛学派和芝加哥学派的争论,我们不能得出芝加哥学派赞成垄断,而哈佛学派赞成竞争的这种简单结论。事实上,他们都是从“如何使市场更具竞争性”出发来研究问题的,相对而言,芝加哥学派更崇拜市场。他们相信市场在长期而言是有效的,芝加哥学派经济学家例如斯蒂格勒、德姆塞茨、威廉姆森、鲍莫尔等,怀疑垄断企业在自由进入的市场中维持垄断的能力。如果市场上出现垄断,他们更愿意将其归结为效率的原因。因此,站在这一立场的经济学家赞成较宽松的规则,其目的是尽可能地减少对市场提高效率(例如利用规模经济降低成本、不断演化的产业组织结构等)的能力的干预。他们非常担心对市场力量的干预导致市场行为的扭曲,甚至担心正是这些干预维持了垄断。而哈佛学派的观点则可以概括为:垄断性的市场是无效的,垄断势力是强大且能够维持的,需要严厉的反垄断政策来打击他们,保护竞争。

两个学派的理论都对美国的反垄断政策产生过很大的影响,在近几十年内,芝加哥学派的理念在美国反垄断政策中占据了主流。

(1) 垄断形成的合理性

产业从竞争性到垄断性(包括寡头垄断和独家垄断)的演化一般体现的是生产方式的革命性变化,垄断体现和利用了规模经济。例如,在福特汽车的流水线发明之前,汽车大都是手工的,汽车行业由分散、独立、小规模的汽车制造商组成。而现代的汽车工业一般由大规模生产的寡头企业组成。因此,垄断势力伴随着大规模生产、流水线的生产方式,在工业化的过程中产生,它反映了技术、产业组织、经济结构的深刻变化。

与垄断相关的规模经济最明显的有两类,其一是网络供应系统的规模经济效益,其二是与巨额固定成本相关的生产上的规模经济。

以网络供应系统的存在为基础的配送阶段的规模经济效益,主要表现在公共领域,如电、热力供应、煤气和自来水。不论哪个行业,都有为提供从生产设备到用户的室内服务所需的网络设备。还有电话行业,也形成了将该项服务的所有用户都以电话线联结起来的网络组织。在这些领域中,配送系统的成本占到总成本的相当比例,特别是这种网络供应系统,规模(利用者数和距离)越扩大,越需要庞大的固定资本投资。在这些固定成本在总成本所占比重

很大的产业,一般来讲,需求量越多,固定成本就越可分散在每一需求上,因而也越能收到规模经济效益。这些建立在网线和管道基础上的规模经济便是自然垄断形成的主要说明因素。

由行业生产技术的特征决定某些行业需要巨额固定成本,例如汽车行业、石油化工行业等。规模经济与企业提供产品的成本结构有密切关系。一般而言,固定成本越大,变动成本越小,固定成本越高,产业中的企业数量越少;企业数量越少,其垄断势力越大,价格越偏离边际成本,则规模经济的效益越明显。这是行业内出现寡头垄断的主要说明因素。

现代企业,尤其是大企业,进行单一产品生产只是属于例外。绝大多数是多产品企业,进行联合生产。在这种情况下,同一种资源有可能被不同产品的生产过程所共享,因此形成了联合生产的范围经济的基础。范围经济可以用下述式子来定义:

$$C(q_1, q_2) < C(q_1, 0) + C(0, q_2)$$

其中, $C(q_1, q_2)$ 表示企业同时生产两种产品 q_1 和 q_2 时候的联合成本, $C(q_1, 0)$ 和 $C(0, q_2)$ 表示企业分别单独生产 q_1 和 q_2 的总成本。该式表明企业对两种产品进行联合生产要比分开生产更加经济,这种经济性使企业规模得以不断壮大,甚至形成垄断的趋势。因为很多产品可以从同样的中间产品和加工过程中生产出来。以范围经济为基础而实现多样化,带来公司的扩张。最终这些行业都形成了寡头垄断。

范围经济来源于同一个企业资源被不同的生产过程共享,因此带来的成本增量很小。在传统的对范围经济的研究中,主要集中于生产过程中联合生产的经济性。最近的研究表明,除了生产环节以外,在诸如研发、销售渠道,甚至商誉上面,都存在明显的范围经济效益。这些在不同价值链位置的范围经济构成了企业得以成长为跨国公司,演变为垄断性市场结构的原动力。因此范围经济和规模经济一起,是技术特征方面形成垄断的重要决定因素。

(2) 垄断的正面和负面效应

以上关于垄断形成的合理性本身就说明了垄断的正面效应。这里还要进一步明确垄断的效率福利效应。其主要表现是,垄断与技术进步和效率提高相联系。对垄断最热烈的肯定来自经济学家熊彼特,他从长期和动态的角度肯定了垄断在组织创新、技术进步、促进生产方面的作用。

在现代经济中,垄断是市场所选择的一种组织形式。在传统的理论中,垄断是同腐朽、停滞、垂死联系在一起的。按此理论,企业间的联合、资本的集中常常要以不形成垄断为限度。这就成为通过资本集中的途径以降低竞争费用的阻力。实际情况是,由分散的生产走向生产的大规模集中,甚至出现寡头垄断的市场,本身是市场经济发展的结果。现代市场经济是不可能建立在分散的原子型企业基础上的。相互竞争的企业在达到势均力敌的境地,为避免两

败俱伤,必然要主动地寻求相互合作:或者签订某种分配市场的合约,或者联合为一个企业,由此在一定范围形成的垄断会减轻各自的竞争费用,由此节约社会资源。这也体现资源配置的效率。

垄断利润刺激着企业采取更加富有进取精神的行为。正是有可能获得超过正常回报的垄断地位,企业才有动力去发明创造、提高竞争力,去承担不可预测的风险。一个合法性的垄断地位的例子是专利权,它通过保护专利者一定时期的垄断地位而刺激创新。从这个角度看,垄断利润反映了风险收益。

基于垄断可能来自于高效率,而不反对争取垄断地位,不意味着垄断负面效应的消失。经济分析清楚地表明,垄断的存在会扭曲资源配置效率和损害社会福利。垄断降低产量、提高了价格,导致资源配置的扭曲、收入分配的不合理以及创新动力的丧失等。其主要表现是:

(1) 垄断者缺乏竞争的压力,因此,对降低成本、改善服务、进行技术创新的激励相对于竞争性的市场来说要低得多。例如,希克斯曾经指出“最好的垄断利润是平静的生活”。

(2) 垄断者维持垄断地位的努力造成资源浪费。在垄断地位是由政府管制(如特许地位)带来的时候,垄断者可能会使租金耗散在寻租过程中。在自由进入市场中,垄断地位取决于竞争力的时候,垄断者会维持过多的生产能力、过大的广告支出等策略行为来阻止进入,使垄断利润浪费在竞争费用上。

现实中垄断的最大的负面效应来自于行业垄断。行业垄断限制竞争者进入。垄断势力可能危害正常的竞争秩序,例如寡头之间的相互勾结、主导厂商排斥新的进入者等,都将削弱正常的竞争。行业垄断实际上有两种类型,一种是自然垄断行业,一种是非自然垄断,完全是由政府的行政权力造成的。因此,行业垄断又称为行政垄断。行政垄断有自我强化的倾向,即使自然垄断不再明显,垄断也很难打破。事实上,很多行业随着技术变化和市场范围的扩张,已经具备了竞争的属性,由一家法定企业来进行垄断的做法明显不符合效率的要求。

根据垄断悖论的分析,垄断的正效应包含着其负面效应的可能。因此在发挥垄断的正面作用时需要采取必要的防止其负面作用的措施。基于垄断的悖论和垄断的正负效应并存,在实施反垄断政策的时候,应该谨慎从事。总的来说,反垄断关注的重点是垄断地位的非法获得和运用垄断势力的垄断行为,将垄断区分为自由进入市场的垄断与限制进入市场的垄断,有利于采取不同的政策对待不同的垄断,防止一刀切的贸然做法。

二

自由进入市场上的垄断

在自由进入的市场中,企业能够通过自己的策略性行为获取垄断地位、运

用垄断势力。这些垄断行为是反竞争的,但类似的行为也有可能是企业追求效率的结果,因此在这里,要辩证地看待这些行为的动机和可能产生的后果,充分认识其正面效应和负面效应。

策略性行为可以分为两类,第一类是企业之间的合作性行为,例如形成同业协会、卡特尔、组建托拉斯联盟、进行合并,都能使它们作为一个整体对市场中的消费者拥有市场力量;第二类是企业的非合作行为,例如排斥竞争对手、掠夺性定价将对手赶出市场、阻止潜在对手进入市场等,这些行为将直接减少竞争对手。在实践上将不利于市场竞争的垄断行为与追求效率的正常竞争行为进行区分会有一定难度。

在企业的合作性行为中,合作有可能是促进产业组织的效率的;在企业的非合作性行为中,一个企业能够在市场上成长为垄断企业,很可能是它比其他企业更有效率和竞争优势。以下将具体分析几种主要的垄断行为。^①

1. 企业兼并

企业间联合和重组的一大任务就是推动企业达到规模经济。其路径:通过资本集中培植大企业。这是由相关行业所需要的最低限度规模决定的,如石化行业、汽车制造行业、摩托车行业等等。在这些行业中通过重组建立达到并超过最低限度规模的企业,克服由于重复建设所造成的生产同类产品的企业都达不到规模经济的状况。

科斯依据其交易成本理论将企业定义为对市场的替代,实际上也指出了在企业间存在外部分工并存在市场交易的条件下,通过企业间的联合和集团化,将外部分工内部化,企业间的外部交易变为企业内的管理协调,具有克服企业间竞争和降低市场交易费用的意义。

企业兼并重组的行为极大地改变了产业结构,钱德勒在《企业规模经济与范围经济——现代资本主义原动力》一书中,从商业史的角度详细剖析了钢铁、石油、铝、汽车等行业如何从竞争性的市场演化为寡头型的市场结构。在这个过程中,兼并起到至关重要的作用。通过兼并来减少竞争对手,是大企业最常用的策略行为之一。

兼并的动机大致可以分为三种。第一种是为了实现生产或销售上的规模和范围经济;第二种是为了获取收购对象潜在价值的“敌意收购”;第三种是旨在垄断的收购。旨在垄断的收购主要是横向收购,通过消灭竞争对手来获取垄断势力,它比合谋获得的垄断势力更强。如果没有新进入者的威胁,垄断者能够控制产量,提高价格,获取比原有的市场结构中更高的利润。

因此,兼并并不都是垄断行为。在第一种和第二种兼并中,它可能会改善产业的组织结构,增加产权市场的流动性和对经理层的外部约束,有可能增进社会福利。这是兼并的正面效应。

然而旨在垄断的兼并对竞争的潜在破坏是明显的,因为兼并的结果减少了竞争对手的数量。一方面,将原来的竞争对手兼并,直接减少了竞争;另外,兼并使产业集中度上升,提高了寡头合谋的可能性。

考虑到兼并的正面和负面效应,在发达国家的反垄断案例中,仅当兼并可能获得相当大的垄断势力时,谢尔曼法才适用。如美国司法部兼并准则所示。

表 1 美国司法部兼并准则(横向兼并)

1. 当四个最大厂商市场销售额达到或超过该产业销售额的 75% 时,占有下述市场份额的两个厂商若兼并,一般将会遇到干预:	
主 兼 厂 商	被 兼 厂 商
4%或以上	4%或以上
10%或以上	2%或以上
15%或以上	1%或以上
2. 当四个最大厂商的市场销售额小于该产业销售额的 75% 时,占有下述市场份额的两个厂商间的兼并,通常将会遇到干预:	
主 兼 厂 商	被 兼 厂 商
5%或以上	5%或以上
10%或以上	4%或以上
15%或以上	3%或以上
20%或以上	2%或以上
25%或以上	1%或以上

可以看到,当市场上存在着巨大的集中趋势时,兼并很可能会遇到干预。

对垄断地位的判断,牵涉到某一行业的市场范围问题。过去有一种影响政策规定的观点:某个行业不能只剩下一两个企业,否则就产生垄断。与此相关的疑问是,某个行业的市场范围有多大? 是区域市场? 还是全国市场,还是世界市场? 如果某种产品面对的是全国市场,区域内某个行业剩下一两个企业就不能算是垄断。就如飞机制造,在美国,波音和麦道合并其在国内的份额显然是超过上述规定的份额,但它面对的是空中客车之类的世界市场范围的竞争者,这时的市场份额就不能用国内市场标准来限制。

2. 合谋

企业之间可以通过合并形成单一的垄断企业。这些主动性行为是合作性的。它们也可以通过企业之间的勾结和联合来赚取消费者剩余,因此是反竞

争性的。如果处于同一个行业之内的企业之间的联合行动,能够像一个垄断者那样行事,就获得了提高价格的垄断力量。

斯蒂格勒认为,虽然寡头垄断是一种较弱的垄断形式,但并非弱到可以任其自由行动。合谋直接限制了竞争,提高价格减少产量,侵害了消费者利益,具有明显的反竞争性。

我们以双寡头模型为例,揭示合谋如何提高价格和降低产量。假定两家寡头具有同样的成本,决策变量为产量,由市场决定其价格,市场的反需求函数为 $p = f(Q) = f(q_1 + q_2)$ 。企业1的利润函数为: $\pi_1 = pq_1 - cq_1 = f(q_1 + q_2) \cdot q_1 - cq_1$ 。根据其利润最大化行为,可以推出:

$$f(q_1 + q_2) - c + q_1 \frac{df}{dQ} (1 + \frac{dq_2}{dq_1}) = 0$$

根据相同的逻辑,企业2的利润最大化行为推出:

$$f(q_1 + q_2) - c + q_2 \frac{df}{dQ} (1 + \frac{dq_1}{dq_2}) = 0$$

令 $\frac{dq_2}{dq_1} = \lambda$ 为企业1的推测变量,企业1对于企业2的一种推测:企业2会对企业1的产量做出如何反应。当 $\lambda = 0$ 时,均衡为纳什—古诺均衡。当 $\lambda = 1$ 时,均衡为合谋。分别如下图的 NC 和 CC' 。

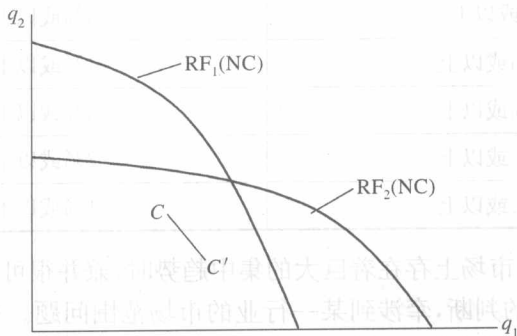


图1 双寡头市场中的均衡

上图所示,两条反应函数交点(NC)为纳什—古诺均衡(Nash-Cournot Equilibrium),它是两个寡头独立行动时候非合作博弈的均衡点。 CC' 是两家企业等利润曲线的切点的连线,它代表两个寡头进行合谋时可能的均衡点。在 CC' 上,一家企业利润的增加只能以另外一家企业利润的减少为代价。直线上有一点是垄断利润点,使两家企业的联合利润最大化,达到两家企业合成一家时的最高利润。

理论证明,合谋时两家企业的产量都小于独立行动的产量,成功地限制产量使两家寡头拥有了提高市场价格的能力。

在商业活动中,竞争者之间通常采取巧妙的方式来避免竞争。在拍卖中通过合谋回避竞争的典型案例如1998年美国政府诉Addston管钢公司案。Addston管钢厂及其五个伙伴作出了排除相互之间竞争的安排,竭力控制竞争性拍卖条件下的管钢价格。当买者要求竞拍时,该集团预先安排一个管钢厂为中标者,确定其可以接受的竞拍价格,并安排其他人提出更高的价格,保证其中标。

更进一步,六个钢管厂联合组成一个联合管钢公司,六个公司的市场基本覆盖全国。联合管钢公司把市场分割为三个区域,防止彼此之间的相互竞争。一些城市被叫做保留市场,作为排他性特权被分配给单个的成员,其他成员不能进入该市场与得到排他性权利的公司争夺客户;另一些城市被定义为联合管道公司的公共财产,在该区域,不管是哪一个企业中标和实际生产了钢管,其利润在成员中共享。中标者的地位是在集团内部商议分配的。最后剩下的是自由区域,各成员公司可以在该区域自由竞争,是市场中惟一真正竞争的部分。通过这种安排,这六个钢管厂避免了价格竞争。该安排最终被法院判定为非法,原因是它不具有任何增进效率或提高生产率的作用,完全是为了限制竞争。

在正式卡特尔被法律非法化的国家,大多数合谋都是以隐蔽和默契的方式进行的,但其实质与正式的契约安排是一致的。

3. 掠夺性定价和价格竞争

掠夺性定价可以说是垄断者惯用的行为。一般是行业中的主导厂商将价格定于边际成本之下,使竞争对手无利可图,迫使竞争对手离开市场。掠夺性定价以减少市场上的竞争对手为目的,达成此目的后,主导厂商获得垄断地位,再提高价格。掠夺性定价属于伤害性的非合作策略行为。掠夺性价格在国际贸易中的另一种表述就是倾销。

要成功地将竞争对手驱逐出市场,必须让对手深信,只要对手一日不撤离该行业,它就会一直把价格定于成本之下。很显然,只有发动掠夺性定价战略的在位者比竞争对手更能够忍受长期的低价时,该策略才能有望成功。在位厂商要使自己的承诺更加可信,往往通过大规模的沉没成本投资、维持较大的生产能力、激烈的价格竞争来传递信号。

虽然理论上的描述是清晰的,但要在现实中辨别掠夺性定价是充满矛盾的。因为企业降低价格有可能是由于它的低成本,由于低成本而制定低的价格,是一种正常的商业竞争行为。如果一家厂商比另一家厂商效率更高,那么前者推行低价从而控制市场是自然的事。

考虑到这种可能性,如果反掠夺性定价法规执行过严,出于怕招致诉讼的恐惧,有效率的厂商将因此不敢降价和扩大市场份额。若是这样,那么反掠夺性定价的反垄断法就起到了限制竞争而不是保护竞争的作用。因此,在掠夺

性定价的判例中,需要仔细考察“掠夺方”的力量、动机以及对市场的实际影响,才能够证明其非法性。在美国,相对于固定价格的合谋等反托拉斯诉讼来说,法院对掠夺性定价和价格竞争行为要宽松得多。

4. 其他垄断行为

垄断行为的普遍形式是分割市场。具体做法是上游制造商分配给各经销商一定的地理区域,不允许其他分销商在该地区经营。这样,一个大市场被分割成不同的小市场,在不同地区进行销售的经销商之间不能够直接争夺客户,由此避免零售商之间降价促销的竞争活动。这种方式大大降低了品牌内竞争,使制造商能够维持其产品的价格。一些奢侈品的销售往往采取这种方式。例如,通用汽车公司一般在一个城市只设置一个经销商。

限制价格竞争更加直接的方式是转售价格维持(RPM)。制造商可以制定零售商售价的最低限度,使之能够控制其产品对消费者的零售价格。RPM固定了零售商的销售价格,因此使零售商之间难以进行价格竞争,直接降低了品牌内竞争,具有明显的反竞争效应。这种行为都受到法律严厉打击,美国于1975年开始,法院将零售价格维持看成是固定价格的一种形式,所有零售价格维持成为本身违法行为。

此外,垄断行为还有捆绑销售。指的是两种商品必须同时购买,只需要其中一件商品的消费者将不得不同时购买另一件商品。垄断者一般在捆绑商品的市场拥有垄断势力,它通过将被捆绑产品与捆绑商品在一起“捆绑”销售,将一个市场中的垄断地位扩展到另一个市场。它具有一定的排斥竞争对手的效应。

三 自由进入市场上的反垄断

为了对付日益强大的垄断势力,需要采取有效的反垄断措施,制约垄断势力,维持良好的市场竞争秩序,达到社会福利的最大化。对垄断力量的约束,从理论上讲可以分为两个层次:第一个层次是市场本身的约束,本质是消费者的自由选择和企业之间的竞争。消费者在不同竞争对手之间选择产品的行为能够击败单个企业提高价格获取超额利润的努力。由于竞争的力量,单个企业难以支配市场。第二个层次是通过反垄断法,约束企业通过策略性行为获取垄断地位、行使垄断势力。通过反垄断法维持市场秩序是发达市场经济国家采取的主要反垄断政策,对竞争性行业和垄断性行业都适用。

但是,反垄断也有效率问题。针对反竞争低效率的垄断实施反垄断显然是有效的。但是如果针对与效率提高相关的垄断实施反垄断,则可能是