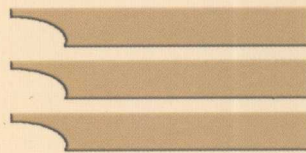


 高等院校经济与管理核心课经典系列教材

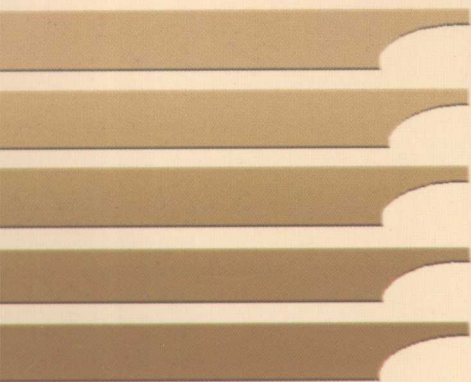
GAODENG YUANXIAO
JINGJI YU GUANLI HEXINKE
JINGDIAN XILIE JIAOCAI



产业经济学

CHANYE JINGJIXUE

肖兴志 张 嫚◎主编



 首都经济贸易大学出版社

 高等院校经济与管理核心课经典系列教材

GAODENG YUANXIAO
JINGJI YU GUANLI HEXINKE
JINGDIAN XILIE JIAOCAI

产业经济学

CHANYE JINGJIXUE

肖兴志 张 嫚◎主编

首都经济贸易大学出版社
· 北 京 ·

图书在版编目(CIP)数据

产业经济学/肖兴志,张嫚主编. —北京:首都经济贸易大学出版社,2007.9

(高等院校经济与管理核心课经典系列教材)

ISBN 978-7-5638-1286-8

I. 产… II. ①肖… ②张… III. 产业经济学—高等学校—教材 IV. F062.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 118659 号

产业经济学

肖兴志 张嫚 主编

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcbs.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京永生印刷有限责任公司

开 本 787 毫米×980 毫米 1/16

字 数 494 千字

印 张 25.75

版 次 2007 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

印 数 1~4 000

书 号 ISBN 978-7-5638-1286-8/F·740

定 价 33.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究



张嫚，汉族，辽宁省抚顺市人，博士，现为东北财经大学经济学教授，中国工业经济学会理事。2002年10月至2003年10月，作为访问学者至英国研修。主持并完成国家自然科学基金青年项目“开放竞争条件下的环境规制与企业竞争力关系研究”，参与并完成多项国家自然科学基金、国家自然科学基金的研究工作；发表论文20余篇，且有多篇被《中国人民大学复印资料》转载，多篇获省、市及学校的优秀科研成果奖励；出版专著《环境规制约束下的企业行为》，译著《产业经济学前沿问题》、《反垄断经济学前沿》，教材《经济学》等多部著作。

出版总序

中国加入世界贸易组织不仅标志着我国成为当今全球最大、最具代表性的国际经济组织的成员,而且标志着我国在融入经济全球化、参与国际经济竞争方面又迈出了决定性的一步,使我国的改革开放和经济发展自此步入了一个崭新的阶段。

入世是一把双刃剑,机遇与挑战并存。

我们已经看到和将要看到的是,经济领域中的竞争会日趋激烈。

经济领域竞争的实质,是人才的竞争;而人才的培养,有赖于教育,尤其是培养高素质专业人才的高等教育。与严酷的现实相比,我们还缺乏一大批既熟悉现代市场经济运行规律和世贸组织规则,又精通专业知识,适应国际竞争需要的高级管理人才和专业人才。

教育是当代科技生产力发展的基础,是科学技术转化为现实生产力的条件,是培养高素质人才和劳动者的根本途径,也是实现管理思想、管理模式、管理手段现代化的重要因素。

《中共中央国务院关于深化教育改革全面推进素质教育的决定》指出:“当今世界,科学技术突飞猛进,知识经济已见端倪,国际竞争日趋激烈。教育在综合国力的形成中处于基础地位,国力的强弱越来越取决于劳动者的素质,取决于各类人才的质量和数量,这对于培养和造就我国 21 世纪的一代新人提出了更加迫切的要求。”

中共中央和国务院的决定为高等教育的改革与发展确定了基本目标和方向。

教材是体现教学内容的知识载体,是进行教学的基本工具,更是培养人才的重要保证。

教材质量直接关系到教育质量,教育质量又直接关系到人才质量。因而,教材质量与人才质量密切相关。

正是由于教材质量在实施科教兴国的发展战略中具有十分重要的作用,我们在策划与组织编写这套教材的过程中倾注了大量的人力、物力和财力。

我们希望奉献给广大教师、学生、读者的是一套经得起专家论证和实践检验的经济与管理专业系列精品教材。

在策划和编写本套教材的过程中,我们贯彻了精品战略的指导思想,使之具有如下特点:

第一,以全面推进素质教育为着眼点,以教育部《普通高等教育教材建设与改革的意见》为指导,面向现代化,面向未来,面向经济全球一体化,充分考虑学科体

系的完备性、系统性和科学性,以适应教学和教材改革的需要,满足培养高素质、创新型、复合型人才的需要,并力求教材在内容质量方面具有体系新、内容新、资料新、方法新的特点。

第二,在广泛调查研究的基础上,通过多所高等院校一批有着丰富教学经验的专家教授论证和推荐,优化选题,优选编者。参加本套教材论证和编写的专家教授分别来自北京大学、清华大学、中国人民大学、中国政法大学、对外经济贸易大学、首都经济贸易大学、东北财经大学、西南财经大学、中南财经政法大学、上海财经大学、武汉大学、北京工商大学、南开大学、天津财经大学、天津商学院、南京大学、华中科技大学、北京科技大学、厦门大学、复旦大学、四川大学、中央财经大学等二十余所国内著名或知名高等院校。

第三,在选择教材内容以及确定知识体系和编写体例时,注意素质教育和创新能力、实践能力的综合培养,为学生在基础理论、专业知识、业务能力以及综合素质的协调发展方面创造条件。在确定选题时,一方面根据教育部的指导性意见收入了各相关学科的专业主干课教材,以利于学生掌握各学科及各专业的基础理论、基本知识;另一方面又在充分学习和借鉴国外经典教材的基础上,编选了部分带有前沿性、创新性的专业教材,以利于中外高等教育在课程设置方面的接轨。

第四,考虑到培养复合型人才的实际需要,本套丛书突破了原有的较为狭隘的专业界限和学科界限,在经济学和管理学两大一级学科的统领下,广纳多个分支学科的基础课、专业基础课、专业主干课教材。这些分支学科和专业包括工商管理、金融学、人力资源管理、物流学、广告学、会计学、市场营销、电子商务、国际经济与贸易等。从纵向上看,各学科、各专业的教材自成体系,完整配套;从横向上看,各学科、各专业的教材体系又是开放式的,相互交叉,学科与专业之间没有明确的界限,以便于各院校、各专业根据自身的培养目标设置课程,交叉选用。

本套丛书自身也是开放式的。我们将根据学科发展的需要、教学改革的需要、专业设置和课程调整的需要,不断加以补充和完善。

本套教材不仅是一大批专家教授多年科研成果的总结和教学实践的总结,而且在编写体例上也有所突破和创新,希望它的问世能够对我国经济与管理人才的培养有所帮助。

出版者

前言

产业经济学是现代经济学中用以分析和解决产业经济问题的新兴应用经济理论。它以产业组织为研究对象,从企业 and 市场两个层次展开,重点分析市场经济条件下产业内企业间的垄断与竞争问题。作为一门独立的应用经济学学科,产业经济学萌芽于19世纪末期马歇尔提出的产业组织概念和市场运行主要矛盾,成长于20世纪30年代张伯伦和罗宾逊夫人提出的垄断竞争理论、40年代克拉克提出的有效竞争概念,形成于20世纪50年代哈佛学派构建的SCP基本框架,并在随后芝加哥学派的全面批判中丰富发展。20世纪70年代以来,随着进退无障碍理论、交易费用理论和博弈论的引入,产业经济学的理论基础、分析手段和研究重点有了实质性突破,产业经济学迎来了新的发展高潮,逐渐成为现代经济学界的“显学”。

在中国逐步完善社会主义市场经济制度的过程中,规模和效率、竞争和垄断、政府与市场的关系既是一个经典的理论问题,又是一个重大的现实问题。产业经济学为理解和解决这些问题及其在体制转轨过程中的新挑战提供了独特视角和分析方法。它从不完全竞争的状态出发,研究各种不完全竞争模型的实证和规范含义,探讨市场结构、企业行为、市场绩效之间存在的内在联系,为政府制定相关产业政策提供理论依据。因此,研究产业经济学具有重要的理论意义和强烈的现实需求。

然而,受长期计划经济体制的影响,产业经济学在中国的发展历史并不长,学科定位也颇费周折。早期学者习惯于将产业经济学看做是研究工业化过程中产业之间比例关系的应用经济理论,重视产业结构及相关政策的研究,而对产业经济领域的核心内容——产业组织问题的研究起步较晚。而实际上对于主流经济学界而言,对产

产业经济学

业经济学的学科定位早已形成共识,即产业经济学就是产业组织理论。自20世纪80年代中期以来,中国学者在产业组织领域形成了不少研究成果。可以说,产业经济学在中国已渡过了简单介绍期,进入成长期,不过尚未达到成熟期,在许多方面仍需沿着主流产业经济学的分析框架,结合中国产业问题的实际进行深入研究。本书就是我们在此方向所作的一种尝试。

本书力求系统反映现代产业经济学的学科体系和研究成果,希望能够全力将现代产业经济理论的精华呈现在读者面前。具体地,本书具有如下特点:

1. 本书将产业经济学锁定于产业组织理论,以产业组织和企业组织作为研究对象,关注与其密切相关的反垄断政策和规制政策。这不仅符合主流经济学界有关产业经济学学科定位的国际共识,顺应国内相关分歧日益缩小的趋势,而且具有坚实的理论基础,符合中国产业经济学发展的新要求。

2. 本书系《高等院校经济与管理核心课精典系列教材》之一,为适应这一定位之需,在写作上力争做到概念准确、论述严密,采用学术界较为公认的观点进行科学阐述,形成比较严密的理论体系,行文生动易读。章节体系包括要点、正文、专题、案例、小结和复习思考题,力求论述清晰严谨、案例生动务实、习题具有启发性,帮助读者理解产业经济学的基本原理和分析方法,把握学科发展方向,培养学生运用产业经济学理论分析问题的基本能力,为其进一步学习高级产业经济学和其他经济管理类课程打好基础。

3. 本书注重理论阐述与实证分析相结合,国外先进理论与中国本土实践相结合,在系统完整地阐释本学科的基本理论、知识和方法的同时,十分重视具体知识的应用,力求使读者在应用理论知识分析具体问题的过程中加深对产业经济学的理解。

本书按照“结构—行为—绩效—政策”的逻辑顺序展开,共计十八章。第一、二章介绍学科发展和企业理论,构成全书的导论部分。第三至九章讨论市场结构问题,分别从产品差异、企业兼并、进入与退出壁垒三个方面展开,着重分析了垄断、合作寡头垄断和非合作寡

头垄断三种市场结构,这是产业经济研究的基本出发点。第十至十五章讨论企业行为问题,主要包括价格歧视、定价行为、纵向约束、信息、广告与研发。第十六章讨论市场绩效,为探讨产业政策明确目标导向。第十七、十八章研究分析了反垄断和规制政策。

本书由东北财经大学肖兴志、张嫚两位教授负责大纲的总体设计,由肖兴志、张嫚、孙阳、李红娟、王钠共同编写,最后由肖兴志、张嫚负责全书的修改总纂。在本书写作过程中,中国工业经济学会常务副会长、中国社会科学院学部委员、中国社会科学院工业经济研究所所长吕政研究员,中国工业经济学会副会长、产业经济学学科建设委员会副主任委员、国务院学位委员会学科评议组成员、东北财经大学产业组织与企业组织研究中心主任于立教授,中国工业经济学会副理事长、东北财经大学经济学院院长王询教授,均给予了悉心指导和热情支持,首都经济贸易大学出版社的领导和编辑为本书的出版也付出了辛勤的劳动,在此表示诚挚的谢意!

本书汲取和引用了国内外许多专家学者的研究成果,在此对这些专家学者表示衷心的感谢!不足之处,恳请学界同仁和读者批评指正。

肖兴志
2007年9月

目 录

第一章 引言 / 1

第一节 研究对象 / 2

第二节 学科形成与发展 / 6

第三节 研究方法 / 16

本章专题 日本的产业经济学研究 / 18

本章小结 / 20

复习思考题 / 20

第二章 企业理论 / 22

第一节 企业性质与分类 / 23

第二节 生产函数 / 26

第三节 成本理论 / 35

第四节 规模经济与范围经济 / 43

本章专题 罗纳德·哈里·科斯与其企业理论 / 46

本章案例 海尔集团的海外经营策略 / 47

本章小结 / 48

复习思考题 / 49

第三章 市场结构的决定 / 50

第一节 市场结构的类型 / 51

第二节 市场结构的影响因素 / 56

第三节 市场结构的度量 / 59

本章案例 集中度指标的缺陷 / 65

本章小结 / 67

产业经济学

复习思考题 / 68

第四章 垄断 / 69

第一节 垄断的均衡分析 / 70

第二节 自然垄断 / 78

第三节 买方垄断 / 82

本章案例 垄断行业的“免费午餐” / 85

本章小结 / 86

复习思考题 / 87

第五章 合作寡头垄断 / 88

第一节 卡特尔的均衡分析 / 89

第二节 默契串谋 / 96

第三节 串谋的经济影响 / 99

第四节 串谋的法律约束 / 102

本章专题 石油输出国组织简介 / 106

本章案例 1 从 Utah Pie Co. 诉 Continental Baking 等公司案看
串谋的经济影响 / 107

本章案例 2 南非的钻石卡特尔 / 109

本章小结 / 109

复习思考题 / 111

第六章 非合作寡头垄断 / 112

第一节 库诺模型 / 113

第二节 斯坦克尔伯格模型 / 119

第三节 伯川德模型 / 123

第四节 埃奇沃斯模型 / 127

本章案例 沃尔玛与家乐福之争 / 130

本章小结 / 130

复习思考题 / 131

产业经济学

第七章 垄断竞争与产品差异 / 132

第一节 垄断竞争的均衡分析 / 133

第二节 差异产品 / 137

第三节 差异产品与区位模型 / 141

本章案例 可口可乐公司的“新可乐” / 150

本章小结 / 151

复习思考题 / 151

第八章 企业兼并 / 153

第一节 兼并的含义与类型 / 154

第二节 兼并的效率与福利 / 158

第三节 兼并的法律约束 / 166

本章专题 兼并术语 / 171

本章案例 1 欧洲企业兼并动因 / 172

本章案例 2 宇通成功兼并策略 / 174

本章小结 / 175

复习思考题 / 176

第九章 进入与退出 / 177

第一节 进入障碍 / 178

第二节 退出障碍 / 185

第三节 进入障碍与退出障碍的关系 / 188

本章案例 1 阻止进入的策略性行为 / 191

本章案例 2 保险业的进退障碍 / 192

本章小结 / 193

复习思考题 / 193

第十章 价格歧视 / 195

第一节 价格歧视行为 / 196

第二节 价格歧视的类型 / 197

第三节 价格歧视的效率与福利 / 204

第四节 价格歧视的法律约束 / 209

本章案例1 垂直一体化与价格歧视 / 211

本章案例2 网络营销中的价格歧视策略 / 212

本章小结 / 214

复习思考题 / 215

第十一章 定价行为 / 216

第一节 线性与非线性定价 / 217

第二节 驱逐竞争对手定价 / 221

第三节 捆绑销售 / 228

第四节 拍卖定价 / 231

第五节 定价行为的法律约束 / 234

本章案例 美国政府与特伦顿陶瓷案 / 237

本章小结 / 237

复习思考题 / 238

第十二章 纵向约束 / 239

第一节 纵向约束的含义与类型 / 240

第二节 维持转售价格 / 246

第三节 特许经营 / 250

第四节 纵向约束的法律限制 / 253

本章案例1 独家交易 / 255

本章案例2 美国反垄断法第一案——美国诉奈特案 / 256

本章小结 / 258

复习思考题 / 258

第十三章 不完全信息 / 260

第一节 不完全信息与不对称信息 / 261

第二节 逆向选择 / 265

产业经济学

第三节 信号传递 / 268

第四节 道德风险 / 270

第五节 委托—代理与机制设计理论 / 272

本章案例 1 超级市场的货物寄存服务 / 275

本章案例 2 从两则典故看激励机制设计 / 276

本章小结 / 276

复习思考题 / 277

第十四章 广告 / 278

第一节 广告的含义与类型 / 279

第二节 广告作用与企业决策 / 283

第三节 广告决策与福利影响 / 287

本章案例 1 追求美誉度还是追求知名度——以备受争议的脑白金广告为例 / 295

本章案例 2 新兴的互联网广告媒体 / 296

本章小结 / 297

复习思考题 / 298

第十五章 研究与开发 / 299

第一节 技术变迁与创新 / 300

第二节 市场结构、企业规模与创新激励 / 305

第三节 企业研发动机与策略性研发 / 311

第四节 研究与开发的公共政策 / 314

本章案例 1 是什么让铱星陨落——摩托罗拉“铱星计划”失败案例 / 317

本章案例 2 永续经营:技术、创新、利润一个都不能少——访理特管理顾问有限公司的技术和创新管理专家 Richard Granger / 318

本章小结 / 319

复习思考题 / 321

产业经济学

第十六章 市场绩效的衡量 / 322

第一节 市场绩效的界定 / 323

第二节 市场绩效的衡量指标 / 325

第三节 市场绩效的综合评价 / 329

第四节 市场结构与绩效关系的实证分析 / 337

本章案例 1 中国石化产业的市场绩效 / 341

本章案例 2 中国保险产业的集中度与利润率 / 344

本章小结 / 346

复习思考题 / 347

第十七章 反垄断政策 / 348

第一节 反垄断政策的含义与形成 / 349

第二节 反垄断法的主要约束对象 / 352

第三节 相关市场的界定 / 358

第四节 反垄断法的实施原则 / 360

本章案例 高压锅市场的界定 / 363

本章小结 / 364

复习思考题 / 365

第十八章 规制政策 / 366

第一节 规制政策概述 / 367

第二节 规制方法 / 371

第三节 放松规制与激励性规制 / 376

本章案例 拉美公用事业的放松规制和激励性规制 / 383

本章小结 / 385

复习思考题 / 386

参考文献 / 387

第一章 引言

本章要点

产业经济学以产业为研究对象,分析特定市场的运行,是一门独立的应用经济学学科。本章在界定产业经济学研究对象的基础上,介绍了学科发展与研究方法,梳理了产业经济学主要流派的思想方法。

学习本章应重点掌握:产业经济学学科定位;哈佛学派、芝加哥学派、新产业组织理论学派、新奥地利学派和新制度学派;案例研究方法、经济计量分析法、博弈论方法等。

第一节 研究对象

一、产业的概念与分类

顾名思义,产业经济学(industrial economics)的研究对象为产业。那么何谓产业呢?产业(industry)即是指国民经济中按照一定社会分工原则,为满足社会需要而划分的从事产品生产和作业的各个部门,是社会生产力和社会分工不断发展的产物。一般分工形成了农业、工业、服务业等大类。基于一般分工的特殊分工,农业内部分为种植业、畜牧业、林业和渔业;工业内部分为冶金、造船、机械、电子、食品、纺织、造纸等产业部门;而服务业则分化为商业、金融、通信、旅游、教育、信息、生活服务等部门。因此,产业是由社会分工形成的具有某类相同特征的企业集合。

首先,产业既然是一些具有相同生产或产品特征的企业集合,其经济行为就不同于单个企业的经济行为,其发展变化会给经济总量带来一些影响,但又不能代表经济总量的全部变化,因此,产业是介于单个经济主体和国民经济总量间的中间层次。如果把国民经济看做一个大系统,把单个经济主体(厂商、家庭)看做该系统的要素,那么产业就是由某些具有共同特征的要素构成的子系统。对子系统的研究显然不同于对整体或要素的研究,但却与要素和整体密切相关,即涉及单个企业和消费者家庭以及国民经济总体^①。

其次,产业的形成源于社会分工。一般分工形成的农业、工业和服务业,可称其为广义的产业;而由特殊分工形成的产业,则是狭义产业概念。实际上,无论是广义的产业,还是狭义产业,其本质都是由一些具有某些相同特征的企业组成的集合或群体,这就引出定义产业的第三个关键问题,选择什么样的“相同特征”作为企业分类和集合的标准。

根据不同标准进行的产业分类具有不同的用途,具体地有以下三种分类方法^②。

(一)三次产业分类法

三次产业分类法是新西兰经济学家费希尔最先提出的。这种方法根据产品(包括

① 芮明杰.产业经济学[M].上海:上海财经大学出版社,2005:6.

② 于立,钱勇,张嫒.产业经济学学科定位涉及的几个基本概念[M]//于立,肖兴志.产业经济学的学科定位与理论应用.大连:东北财经大学出版社,2002:3-4.