

经济学、管理学类
研究生教学用书

现代产业经济学

Industrial Economics

刘志彪

9

高等教育出版社

经济学、管理学类
研究生教学用书

现代产业经济学

刘志彪

高等教育出版社

内容简介

现代产业经济学是一门实用性强、研究方法可操作的应用经济学,对政府的经济政策和公司的具体经营活动具有重要的战略指导意义。

本书围绕企业、产业、市场这三个经济社会的基本层次,以竞争、垄断及其规模经济的矛盾为中心,重点分析了产业内企业间垄断与竞争的关系结构,探讨了不完全竞争的现实条件下市场结构、企业行为、市场绩效之间的内在联系,以及旨在提高市场绩效的各种公共政策及其效应。

本书也可作为经济学类和管理学类硕士研究生和本科高年级的教科书,也可供研究者参考。

图书在版编目(CIP)数据

现代产业经济学/刘志彪. —北京:高等教育出版社,
2003

ISBN 7-04-011512-3

I. 现... II. 刘... III. 产业经济学 IV. F062.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2002)第088568号

出版发行	高等教育出版社	购书热线	010-64054588
社 址	北京市东城区沙滩后街55号	免费咨询	800-810-0598
邮政编码	100009	网 址	http://www.hep.edu.cn
传 真	010-64014048		http://www.hep.com.cn
经 销	新华书店北京发行所		
印 刷	北京民族印刷厂		
开 本	787×960 1/16	版 次	2003年1月第1版
印 张	22	印 次	2003年1月第1次印刷
字 数	370 000	定 价	30.30元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

前 言

产业经济学是现代经济学中用于分析现实经济问题的新兴应用经济理论。其特点是围绕企业、行业、市场这三个经济社会的基本层次,以竞争、垄断及其规模经济的矛盾关系为中心,重点分析产业内企业间垄断与竞争的关系结构,把不完全竞争的状态作为分析的出发点,研究各种不完全竞争模型的实证及规范含义,探讨市场结构、企业行为、市场绩效之间存在的内在联系,以及旨在提高市场绩效的各种公共政策效应。

我们这样来定义产业经济学的内涵及其研究对象,可能立即会产生争议。其原因是,中国学者习惯于把产业经济学看成是研究工业化过程中,产业之间的关系以及产业内部企业之间关系的新兴应用经济学理论。在这种学科观念指导下,产业经济学既包括产业组织的内容,也包括产业结构的内容,还包括产业关联的内容。这种学科观念主要是受日本经济学家的影响。这种影响在20世纪80年代出版的一本影响非常大的著作,即中国人民大学杨治教授的《产业经济学导论》中表现得最为明显。实际上,产业经济学是英国的叫法。在美国大学里,产业经济学普遍地被称为产业组织理论。名称虽然有差别,但是从内容上看,都是探讨在不完全竞争市场条件下,市场结构、企业行为、市场绩效之间存在的内在联系,以及旨在提高市场绩效的各种公共政策。

尽管如此,我们也不能认为中国学者的学科观念有什么错误。包括产业组织、产业结构、产业关联内容在内的产业经济学,具有明显的中国特色,它虽然把GNP的部门结构分析以及投入产出分析作为自身研究的内容,在学科的逻辑体系上显得不够严密,但是却是一种符合中国国情的现实选择。这是因为,西方发达国家由于市场经济的高度发达,市场机制可以自动解决资源在产业之间的有效配置的大部分问题,因此西方学者可以把主要的精力放在研究产业内部企业之间的关系上,即主要研究产业组织问题。我国在经济过渡时期市场发育严重不良,产业结构的非均衡问题不能像西方发达国家那样,在微观层面上通过企业自身的产量调整和资产重组得到自动解决,而必须发挥政府在产业之间配置资源的能动作用,即要在市场的基础上,大力发挥政府在调整产业结构中的作用。这个发展任务是长期的,而非一蹴而就。因此符合中国国情的产业经济学学科的建设,在重视产业组织研究的同时,也要十分重视对中国产业结

构和产业关联关系的研究。我自己在1996年出版的《产业经济学》一书就采用了上述体系。本书作为一本专门研究西方产业经济学的专著性教材,当然应该根据西方经济学家的认识来安排其体系。实际上,即使是西方发达国家,也越来越重视政府在调整产业结构中的作用和功能。近年来西方国家在政府指导下,大力进行衰退产业的调整援助和高科技产业的创新,就是产业结构政策在西方也极其重要的明证。

在发达国家经济学教学中,产业经济学是经济学类专业和工商管理类专业的最重要课程之一,也是政府和工商企业界十分关注的经济理论。

首先,该学科的研究对象十分重要。产业内企业之间的关系,是市场经济条件下最基本、最重要的关系。研究这一关系,对了解实际的市场关系和价格机制作用下的资源配置过程以及经济运行和经济发展过程,具有关键的作用。

其次,该学科具有很强的实践性。它不仅可以为政府的以反垄断和产业合理化为主要内容的公共政策和产业政策提供理论依据和理论指导,而且也可以指导企业制定正确的市场竞争战略。

第三,该学科的研究方法具有可操作性。该课程构造了具有可操作的分析方法体系,使其研究能够尽量地反映实际的市场运行,弥补了过去经济理论偏重于抽象关系的研究、而对实际市场关系以及企业案例研究不足的缺陷。

学习这门课程时,学生应该先修完政治经济学、微观经济学和高等数学。这门课程主要面对经济学学科、工商管理学科的本科高年级学生以及研究生,为其专业课或者专业选修课。

我从1988年开始在南京大学经济学系开设“产业经济学”课程,后来又在商学院为经济学和管理学类专业的本科生、硕士研究生和博士研究生开设该课程,至今已经有十几个年头。我自己这些年不仅积累了一些资料,而且出版或发表了一些相关的著作和论文,如1994年出版的《中国产业发展研究》,1996年出版的《产业经济学》,2001年与我的博士生王国生、安同良合著的《现代产业经济分析》(以上均为南京大学出版社出版)。最近国家教育部经济学学科教学指导委员会把本课程列入经济学专业的必修课程,经过各学校的竞争,最后决定由我主编“产业经济学”课程的教学知识点。

本书的研究得到了国家教育部跨世纪优秀人才培养计划基金以及2001年国家社会科学基金项目(01BJL030)的资助,它实际上是我在繁忙的学术活动、行政工作和社会实践之余,利用节假日和休息时间经历了长达数年的时间一点一滴完成的。在写作的过程中,繁忙的家务都由我妻

子万越承担了,我自己也很少有时间关心女儿刘丹鹭的学习,对此总是感到十分的内疚和不安。由于国内缺乏这一方面的中外文资料,我在前期准备和在美国高访期间,费了许多时间和精力收集和阅读资料,写作过程中参考了大量的英文文献,并进行了许多的综合分析、提炼,也加入了自己的研究成果和理解。写作中经常深深地为自己的知识老化而苦恼,总是觉得力不从心,一再提醒自己只有努力工作方能不误人子弟。虽然我绞尽脑汁想让这本著作少一点错误,但是其中肯定存在着许多不尽如人意之处。这里并不想由此推卸责任,而是要提醒读者睁大眼睛识别错误并予以纠正。

刘志彪

2002年11月于南京大学

长江三角洲经济社会发展研究中心办公楼

责任编辑 刘清田
封面设计 李卫青
版式设计 史新薇
责任校对 俞声佳
责任印制 陈伟光

郑 重 声 明

高等教育出版社依法对本书享有专有出版权。任何未经许可的复制、销售行为均违反《中华人民共和国著作权法》。行为人将承担相应的民事责任和行政责任,构成犯罪的,将被依法追究刑事责任。社会各界人士如发现上述侵权行为,希望及时举报,本社将奖励举报有功人员。

现公布举报电话及通讯地址:

电 话: (010)84043279 13801081108

传 真: (010)64033424

E-mail: dd@hep.com.cn

地 址: 北京市东城区沙滩后街 55 号

邮 编: 100009

目 录

第 1 章 产业经济学的研究方法和流派	(1)
一、产业经济学的研究对象和方法	(1)
二、结构—行为—绩效研究范式	(3)
三、芝加哥学派的研究范式	(10)
四、新产业经济学	(13)
五、本书的逻辑安排	(14)
第 2 章 竞争、垄断和市场势力	(17)
一、竞争模型	(17)
二、成本曲线	(19)
三、垄断与市场势力	(23)
四、市场势力的福利效应	(26)
五、市场势力的收入转移效应	(34)
第 3 章 竞争政策概述	(36)
一、美国反托拉斯政策	(36)
二、美国反托拉斯政策的目标	(40)
三、欧共体的竞争政策	(48)
四、日本的反垄断政策	(53)
第 4 章 主导性厂商	(59)
一、主导性厂商的行为模型	(59)
二、进入限制条件下的市场绩效	(66)
三、对进入问题的深入考察	(68)
四、主导性厂商赢得和维持主导地位的策略	(69)
五、竞争政策:禁止滥用市场支配地位的案例	(74)
六、对竞争政策的进一步讨论	(83)
第 5 章 寡占依赖行为	(87)
一、产业分类与产业集中	(87)
二、数量型寡占的相互依赖模型	(90)
三、价格型寡占的相互依赖模型	(100)
四、对寡占行为的竞争政策	(104)
第 6 章 卡特尔:寡头合谋	(110)
一、卡特尔协议	(111)
二、对卡特尔的忠诚度	(116)

	三、对合谋的公共政策	(122)
第 7 章	结构、行为与获利能力的实证研究	(136)
	一、早期的研究:贝恩的结构—行为—绩效理论	(136)
	二、计量经济研究	(140)
	三、芝加哥学派的批评性研究	(147)
	四、20 世纪 80 年代以来实证研究工作的新进展	(151)
第 8 章	市场结构和公司结构的决定	(159)
	一、决定市场结构的因素之一:规模经济	(160)
	二、决定市场结构的因素之二:产品差别化	(165)
	三、决定市场结构的因素之三:资本需求	(169)
	四、市场集中度的决定:实证研究的几个例子	(171)
	五、公司结构的变化:横向兼并	(173)
	六、公司结构的变化:垂直一体化	(180)
	七、公司结构的变化:多样化兼并	(186)
	八、企业内部组织与效率	(190)
第 9 章	兼并的公共政策	(197)
	一、横向兼并	(198)
	二、市场界定	(202)
	三、横向兼并对竞争的效应	(205)
	四、垂直兼并	(207)
	五、混合多样化兼并	(210)
	六、市场势力与生产效率:两难选择	(213)
	七、美国的兼并指导准则	(216)
	八、欧共体对兼并的公共政策	(221)
	九、日本对兼并的公共政策	(225)
第 10 章	销售努力和研究开发	(229)
	一、产品差别化的基础	(229)
	二、销售努力和产品差别化	(231)
	三、销售努力和分销渠道	(233)
	四、经验证据	(236)
	五、熊彼特假说和技术绩效	(240)
	六、知识产权与竞争政策	(249)
	七、合作研究	(253)
第 11 章	价格歧视和搭配销售	(259)
	一、价格歧视:动机和条件	(259)
	二、一级价格歧视	(261)
	三、三级价格歧视	(264)
	四、二级价格歧视	(267)

五、美国关于价格歧视的公共政策	(268)
六、欧共体和日本关于价格歧视的公共政策	(275)
七、搭配销售和公共政策	(277)
第 12 章 垂直约束	(284)
一、关于垂直约束的经济理论	(285)
二、美国对垂直约束的公共政策	(296)
三、欧共体和日本对垂直约束的公共政策	(305)
第 13 章 开放条件下的产业经济学	(314)
一、贸易和投资:产业层面的微观分析	(315)
二、汇率波动、国内价格和市场绩效	(321)
三、市场结构与贸易及投资:经验研究	(323)
四、对外贸易和国内市场绩效	(325)
五、总结及推论	(325)
第 14 章 高技术产业的动态竞争与竞争政策	(328)
一、高技术产业的动态竞争:技术范式的转移	(329)
二、传统反垄断标准:在界定市场和评估市场势力中的缺陷	(332)
三、评价高技术产业竞争的新方法和新视野	(337)
四、对中国制定竞争政策的启示	(339)

第1章 产业经济学的研究 方法和流派

一、产业经济学的研究对象和方法

现代西方产业经济学的主题是研究产业内部的公司行为和策略,以及这些行为和策略的政策含义。产业经济学研究的产业范围十分广泛,它既研究一般的工业或制造业企业的行为,也研究初级产业和服务业中的公司行为,但始终以企业、行业和市场三个层面及其相互关系为核心;它既研究竞争性产业内的公司运行,同时也研究那些非竞争性的产业内的公司活动,如处于自然垄断的企业和公用事业企业。

在某种程度上说,现代西方产业经济学也称为“产业组织”理论,它有时与“价格理论”之间并没有什么实质性的区别(Stigler, 1968, p. 1)。价格理论运用微观经济学模型分析个人和企业的市场行为和市场结构,设计针对市场运行的公共政策,以及对公共政策的效果进行实证分析。近年来,西方产业经济学因价格理论的发展而成为热门,主要是因为价格理论在交易成本分析、博弈论和可竞争市场分析三方面取得了大量的成就,赢得了广泛的学术支持(丹尼斯·卡尔顿·杰弗里·佩罗夫, 1998, p. 6)。

产业经济学与微观经济学,特别是与公司理论一样,都研究产业内部的公司行为。它们之间的区别不在于对这个主题的研究是多还是少,而在于除了基础理论之外,其研究内容上存在的重要差别。特别是在初中级水平上,微观经济学课程通常集中分析竞争、垄断等市场结构。这种研究的假设是简单的,结论也是显而易见的。相反,产业经济学最重要的应用是有关寡占市场问题。在这种市场中,公司既不是完全垄断者又不是完全竞争者,而是介于两者之间。总的来说,在现实世界中我们所发现的公司和市场类型大都属于此类。

产业经济学中的企业,与微观经济学中的企业具有重要的差别。在后者中,出于研究资源配置规律的需要,所有的公司都是那种抽象的、典型的、无方差的、一般的、无具体生命特征的实体,更看不到企业内部的运行结构,企业被作为经济运行中的“投入产出黑箱”:输入生产要素,然后产出所需要的产品。微观经济学所做的这种抽象,大大地限制了它对工商企业实践活动进行指导的可能性。与此相反,产业经济学中的企业,是

具体的和有生命的法律实体,不仅要研究它在行业、市场中与其他企业和政府的关系,而且要打开“黑箱”,研究其内部的结构,如内部的组织结构和内部的资源配置效率问题等。因而产业经济学对工商企业具体的实践活动具有重要的战略指导意义。

微观经济学与产业经济学的关系,就像普通物理学中研究物体运动问题一样,先不考虑空气阻力和摩擦力,然后才在实际的分析中加入这些复杂的情况。产业经济学是在微观经济学的基础上,逐步向完全竞争模型中加入现实世界的摩擦参数,如有限信息、交易成本、进入壁垒、调整价格的成本、政府行为等,以便深入地分析市场中的企业如何组织以及它们如何在现实世界中进行竞争(丹尼斯·卡尔顿、杰弗里·佩罗夫,1998, p.3)。

产业经济学和微观经济学之间还有另一个方面的重要区别。前者相对来说十分关注政府的政策问题,并把它作为基本的问题来研究。在市场经济发达国家,政府对工商企业的政策问题主要涉及到反托拉斯政策、经济规制和工商企业的公共所有权等三个方面。在所有的经济学科中,只有产业经济学才特别关注反托拉斯政策。产业经济学需要回答:在什么类型的市场上,企业才能行使控制价格的垄断势力?在什么类型的市场上,卡特尔才能运行?在什么类型的市场上,卡特尔才会崩溃?企业用什么样的方法,才会使市场环境缺乏竞争?如果企业行使了策略性行为,那么政府对它能做什么,政府应该针对它做什么?政府所建立的竞争规则,是不是可以有效地改善市场运行的绩效?

西方当代经济学的发展日益怀疑政府在市场经济中的功能和作用,鼓吹自由放任的竞争。实际上,任何怀疑公共政策对工商企业重要性的人,都应该注视当代资本主义国家越来越严重的产业集中和经济势力集聚的趋势,关注跨国公司的全球垄断趋势和国际经济集团化趋势,如1973年10月之后石油输出国组织(OPEC)对世界经济的影响。但是近年来值得注意的倾向是,国际上大的跨国兼并此起彼伏,强强联合形成了新一轮兼并浪潮,且这些兼并大都得到有关国家反垄断主管机关的批准。在全球经济一体化的背景下,许多国家关心的不再是企业的绝对规模,而是其相对规模,并且以全球市场作为标准,认为有些强强联合提高了效率,促进了全球范围内该领域的竞争,对消费者是有利的。不同国家的反垄断主管机关对垄断有不同的分析方法,为此各国反垄断主管机关需要增进交流、加强合作。

在美国,有两种思想流派的争论长期主导着产业经济学的分析。发源于哈佛大学的结构—行为—绩效学派认为,垄断势力的个体行动是许

多市场中的持续性特征。依此观点,妨碍市场有效运行的最严重的障碍,是某些公司所采取的策略性行为,它阻止了另一些公司在相对公平基础上的有效竞争。通过从事这种策略性行为,公司可以获得和保持控制产品价格的市场势力。这一观点的政策含义就是:政府应该制定一种相对高水平的竞争政策,以便限制具有支配性市场地位的企业行使有害的策略性行为。

另一种思想流派追溯其来源应该是芝加哥大学,这一学派采取了与哈佛学派十分不同的学术立场。芝加哥学派认为,除非政府采取高强度的权力干预,否则某个公司所能够做的事情,其他任何有效率的公司也同样能够做到。依此观点,垄断势力的主要来源是政府对市场的干预。政府有目的的或者愚蠢的干预,都会阻止公司之间的有效竞争。除了公开的合谋必须禁止外,政府对于试图改善市场绩效的事情,所能够做的和应该做的都很少,因此他们的政策主张是鼓励采取一种自由放任的政策。

欧洲产业经济学对结构—行为—绩效传统作了很大的发展。在欧共体中,保持竞争性市场的政策目标一直为另一个目标所调和,即进一步使欧洲经济一体化。欧共体试图限制在其边界内的公司和成员国家所采取的策略性行为,其目的不仅是为了改善市场绩效,而且是为了实现经济一体化,这是判断欧共体政策行动的最重要的方面。

日本改善市场绩效的方法,一直是更多地强调政府管理而不是自由放任。政府作为经济发展中的一种刺激因素完全符合日本的社会传统,这种状况一直从封建时代延续到其成为工业化国家(Hirschman and Yui, 1981)。日本的反托拉斯政策是二次大战后盟国占领军当局所留下来的遗产,相对于政府所倡导的积极干预的产业政策来说,它只发挥了次要的作用。

中国经济学家从20世纪80年代中后期开始引进西方的产业经济学。由于受日本产业经济学体系和结构的影响,同时受制于自身经济发展程度的限制,产业政策不仅包括产业组织政策,而且包括产业结构政策。由于经济过渡时期市场发育不良,产业结构的非均衡问题不能完全指望通过市场调节得到自动解决,而必须充分发挥政府的能动作用。可以这样说,作为发展中的大国经济,中国产业政策对市场的调控力度是很大的,同时由于有关法律和政策不完善、不配套,市场又处于严重的非均衡状态,产业政策运作的效果也有待评估和改善。

二、结构—行为—绩效研究范式

竞争是效率和创新的推动力。但众所周知的是,生活要舒适,需要的

却是更少而不是更多的竞争。对其他人宣传竞争,而对自己则寻求保护以避免竞争,这种事情在经济生活中太平常了。这样的保护时常被合理化。经济学家早就批评这样自相矛盾的讨论,并通过鼓吹制订和宣传反托拉斯法来保护有效竞争,以达到较低的价格、更高的效率、更快的产出增长和更强的创新能力的理想目标。

经济学家关注具有市场势力的个体行为的传统,至少可以追溯到亚当·斯密。他写道:

从事相同贸易的人们,即使在结婚和转移时,也很少聚到一起,就是碰到一起,他们的会谈也常是掩人耳目的阴谋,或是提高价格的诡计(1937, p. 128)。

关注这一焦点问题的经济学家,如乔·贝恩(Joe Bain)、爱德华·梅森(Edward Mason),发展了“结构—行为—绩效”的产业经济分析框架,即极其著名的哈佛学派的产业经济学分析范式。该范式最简单的图示可以参见图 1-1。根据该框架的基本观点,市场结构决定市场中企业的行为,同时公司的行为又决定了市场绩效的各个方面,其影响方向是固定的。下面分别给予阐述。

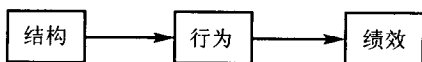


图 1-1 线性的结构—行为—绩效范式

1. 结构

完全竞争模型假设在一个产业中,有许多的买者和卖者,交易的是标准化的产品,具有无成本且容易进入的特点,拥有充分信息和完全的知识。偏离这种完全竞争条件的市场,可以用下述构成市场结构的基本要素来描述。

(1) 卖者的数量和规模分布。产业内厂商数目的多少影响到厂商间相互串谋或勾结的能力,当产业内厂商数目降低时,因谈判、协商等的交易成本下降,易形成相互间的串谋而持续地提高价格。一种竞争性市场包括了许多的买者和卖者,它们谁也不能影响价格。从社会的观点来看,这种产业是最有利的(这在第 2 章中会进行精确的论述)。在长期中,竞争性产业将以价格等于机会成本的方式供给产品。相反,一个垄断性市场由仅有的一个卖者供给产品,这个单一的卖者就能限制产出,并把价格保持在生产的机会成本之上,一些仅仅愿意支付产品生产成本的消费者就不能够得到它。经济学家坚信,像这种限制产出的垄断,是一种无效率的组织生产的方式。

在现实市场运行中,经常有很少几个卖者能够像一个垄断者那样行事,这种市场是产业经济学要给予特别关注的。关于卖者规模的分布的问题,我们主要关注的是那种有一个非常大的卖者和若干小的卖者所组成的市场结构。在这种市场中,非常大的卖者也有可能像一个垄断者那样行事,它的市场行为与产业中具有若干大致平均规模的企业是完全不一样的。

(2) 买者的数量和规模分布。买者也可能具有垄断势力。买者垄断是指市场中存在着数量较少、规模较大的买主,买主可以将要素或投入品的价格定在竞争水平以下,从而获取最大化利益(刘志彪、王国生,2000)。由于买者在最终消费品市场中一般处于数量多、购买频繁、分散零星的状态,因此与卖方的集中程度相比较,往往处于弱者的角色。尽管与供给面的市场势力问题相比较,经济学对市场中买者的数量和规模分布的研究一直显得相对不足,但是近年来对买方垄断问题的研究正在加强,不过这种研究因资料和信息约束,大部分限制在中间产品领域。在企业的买卖关系领域中,其中一个具有重要影响的是抵消市场势力的理论。这个理论的要点大概说,一个市场中一部分势力的集中,将会引起这个市场中另一部分均衡势力的集中。当少数大的买者与少数大的卖者进行讨价还价时,如当汽车制造商购买钢铁和橡胶轮胎时,对卖者来说,要把其价格持续地提高到边际成本以上是非常困难的。所以买者的数量和规模分布,是影响市场行为和市场绩效的一个非常重要的市场结构要素。

(3) 产品差别化。在完全竞争的简单模型中,相互竞争的企业出售的是高度标准化的产品。然而在现实世界中这种情况是不可能出现的,任何产品在品种、等级、规格、花色、交货期、信用条件、售后服务等方面,总是会有一定程度上的差别,处于供给方的企业最起码在产品出售的时间以及地理位置上会有差别。随着产品差别化程度增加,不同生产者的产品之间就越来越难以替代,生产差别化程度高的产品的生产者就越来越有可能像一个垄断者那样行事。因此产品差别化这一因素可能会使产业的绩效下降。

产品差别化的内涵是十分复杂的。例如人们可以预计到,随着汽水市场产品差别化程度的增加,单个生产者控制其品牌汽水价格的能力也会增加。虽然汽水的价格可能提高了,但是人们选择品牌汽水的空间却被拓宽了:你是要拿1元买仅有的一种汽水呢,还是拿1.5元在5种汽水之间进行选择呢?显然这是一个在市场势力与多样化之间进行两难选择的社会偏好问题,社会偏好决定具体的选择结果,并在此之间建立起一定的均衡关系。

(4) 进入条件。经济学家所说的进入条件,是指那种影响一个公司进入市场决策的不同因素,如一个公司究竟应该具有多大的规模才可以有效率地进行生产?一个公司进入市场的最低投资量究竟应该多大才能开始初步的经营?如果一个公司进入市场失败了,它的投资有多少可以通过出售得以收回,有多少将会沉淀在市场中?如果要成功地运营,需要什么样的销售努力?已经进入市场的在位企业对新进入的竞争者将会如何反应?这些问题都会对企业进入市场的决策产生影响。进入障碍可分为四种类型:绝对成本优势、规模经济、资本需求和产品差别化。哈佛学派认为它是市场结构影响厂商行为的最重要因素,有利于解释市场中公司的数量和规模分布。由于进入条件决定已经进入的公司与能够进入的公司之间的潜在竞争的性质,所以它不但会以自己的方式影响市场绩效,也会通过其效应影响市场结构。如在进入壁垒过高的情况下,产业内企业数量过少,企业之间的竞争肯定不足。

2. 行为

在完全竞争的市场上,一个公司可以市场价格卖出它所有想出售的产品,但是仅仅是用市场竞争价格。在这种环境中,公司没有动力去刊登广告,没有动力对竞争者所做的事情做出应有的反应,或者没有动力对新的进入行为进行有效的阻止。在一个无成本进入和容易进入的竞争性市场中,企业具有合谋的动力,但是任何这种合谋的企图都注定要失败。在竞争性产业中,即使所有的小公司都能够协调成为一个卡特尔,新公司也照样能够进入市场。这与不完全竞争时的情况有很大的不同。

(1) 合谋。在正常情况下,出于任何理由为合谋而辩护都是不可取的。因为如果独立的公司之间可以共同协调其行为,它们就可以限制该利益共同体的产出,并把其产品的价格提高到边际生产成本以上,增加每一个公司的利润。

一旦价格提高到边际成本以上,一个卡特尔就创造了这样一种环境:每一个成员都有增加产量的动力,新公司也有进入市场的动力。如果卡特尔成员相互欺骗,每个成员都偷偷增加其产量,价格将会下跌,限产的企图就会失败。如果新公司进入市场,卡特尔将不得不削减自己的产量,或者总产量将增加,控制价格的企图就会归于失败。在这两种情况下,合谋是否能够得以保持,主要取决于市场结构中的一些关键变量,如公司的数量和规模分布,产品差别化以及进入条件等,这在第6章中将会具体论述。

(2) 策略性行为。在不完全竞争的市场上,已有的生产者可能会阻止新公司的进入。它们可以通过压低价格来达到这一目标,使进入变得