



中国工业经济学会竞争政策专业委员会
中国工业经济学会产业经济学学科建设专业委员会
教育部人文社会科学重点研究基地——东北财经大学产业组织与企业组织研究中心

反垄断研究

Antimonopoly Review

第1卷 2019年第1辑

于立 主编

非
外
借

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press



中国工业经济学会竞争政策专业委员会

中国工业经济学会产业经济学学科建设专业委员会

教育部人文社会科学重点研究基地——东北财经大学产业组织与企业组织研究中心

反垄断研究

Antimonopoly Review

第1卷 2019年第1辑

于立 主编

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

反垄断研究. 第1卷. 2019年第1辑 / 于立主编. —北京:
经济科学出版社, 2019. 6

ISBN 978 - 7 - 5218 - 0646 - 5

I. ①反… II. ①于… III. ①反垄断法 - 研究 - 中国
IV. ①D922. 294. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 121269 号

责任编辑: 凌 健

责任校对: 杨 海

责任印制: 邱 天

反垄断研究

于 立 主 编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxchs. tmall. com](http://jjkxchs.tmall.com)

固安华明印业有限公司印装

787 × 1092 16 开 9 印张 150000 字

2019 年 6 月第 1 版 2019 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5218 - 0646 - 5 定价: 33.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 打击盗版 举报热线: 010 - 88191661)

QQ: 2242791300 营销中心电话: 010 - 88191537

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

主 编

于 立 东北财经大学/天津财经大学

副 主 编

于 左 东北财经大学

学 术 委 员 (按姓氏笔画排序)

于良春	山东大学	陈智琦	加拿大卡尔顿大学
王先林	上海交通大学	林 平	香港岭南大学
王自力	江西财经大学	秦承忠	美国加州大学圣芭芭拉分校
王晓晔	中国社会科学院	徐士英	华东政法大学
王继平	天津商业大学	唐要家	浙江财经大学
叶光亮	中国人民大学	黄 勇	对外经济与贸易大学
曲 创	山东大学	黄群慧	中国社会科学院
肖兴志	东北财经大学	戚聿东	北京师范大学
时建中	中国政法大学	蒋传海	上海财经大学
张 嫚	东北财经大学	朝 镛	美国路易斯维尔大学
陈勇民	美国科罗拉多大学	谭国富	美国南加州大学

编辑部主任

王建林 东北财经大学

目 录

“产业≠市场”是反垄断经济学的基石	于 立 (1)
经济学理论与买方势力的反垄断分析	陈智琦 (16)
美国法院轴辐式合谋反垄断分析的实践与镜鉴	王继平 (31)
许可回授的反垄断审查	唐要家 (49)
平台厂商市场份额的度量	
——基于获利能力的理论分析与现实验证	曲 创 郭彦彦 (74)
互联网企业涉及双边市场的相关市场界定、市场支配地位认定及滥用	
行为分析	于 左 张容嘉 (97)

CONTENTS

“Industry $\neq$ Market” Is the Cornerstone of Antitrust Economics	YU Li (15)
Economic Theory and Anti-monopoly Analysis of	
Buyer Power	CHEN Zhiqi (30)
American Courts’ Antitrust Analysis of Hub-and-Spoke Conspiracies and	
Its Role of Reference for China	WANG Jiping (48)
Licensed Feedback for Antitrust Review	TANG Yaojia (73)
Measurement of Market Share of Platform—Theoretical Analysis and Empirical	
Test Based on Profitability	QU Chuang GUO Yanyan (96)
Relevant Market Definition of Two-Sided Market, Identification of Dominant	
Position and Analysis of Abuse Behavior of	
Internet Enterprises	YU Zuo ZHANG Rongjia (131)

“产业 $\neq$ 市场”是反垄断经济学的基石

于 立*

东北财经大学产业组织与企业组织研究中心

天津财经大学法律经济分析与政策评价中心

[内容提要] 反垄断经济学 (Anti-monopoly Economics) 是法律经济学 (Law and Economics) 的一个重要分支。正如法律经济学是用经济学的理论和方法研究法律问题一样, 反垄断经济学是用经济学的理论和方法研究反垄断或竞争政策问题。进一步说, 反垄断经济学的基础是产业经济学 (或产业组织理论), 但两者的基本假定有所不同。产业经济学的基本假定是“产业 = 市场”, 而反垄断经济学的基本假定是“产业 $\neq$ 市场”。掌握了“产业 $\neq$ 市场”的要义, 便有了理解反垄断经济学及竞争政策的“金钥匙”, 可避免反垄断工作陷入许多误区。笔者致力于十年内构建成本理经济学 (Economics of Jurisprudence) 的基本理论框架, 此文所述思想内容将构成其组成部分。

[关键词] 产业 $\neq$ 市场; 竞争力; 竞争政策; 反垄断经济学; 法理经济学

一、“产业 = 市场”的假定

产业经济学 (或产业组织理论) 的基本假定是“产业 = 市场”, 这可以说是“公理”。产业经济学中的“产业”一般是指“生产相同产品的企业集合”。这个定义有几层要义。一是“产业”与行业并无差别, 英文也都是

* 作者系中国工业经济学会副会长 (兼任竞争政策专业委员会主任)。曾任天津财经大学副校长、国务院反垄断委员会专家咨询组成员、国务院学位委员会学科评议组成员。现任东北财经大学产业组织与企业组织研究中心学术委员会主任、天津财经大学法律经济分析与政策评价中心学术委员会主任。

“Industry”，汉语中常说“三次产业”和“工业行业”只是约定俗成而已。二是“产品”包括实物商品和无形服务（Goods and Services），无需总是强调，那种只有实物商品才有价值的旧观点早已过时。三是“相同产品”（Homogeneous Product）的规定过于严格，稍有差异就可能分属不同产业，这与“完全竞争”市场条件下的产品定义有同样的问题。“相同”到什么程度的产品才属于同一产业？应用研究中很难把握。四是虽然强调“企业”，从生产或供给的角度定义概念，但在市场经济条件下，不可能脱离需求而单独研究“供给侧”。

基于“产业 = 市场”的假定，还要明确以下三组概念之间的关系。

（1）“产品结构与产业结构”：如果产品划分越来越粗，或者产业划分越来越细，两者会存在交叉重合，甚至在某一点上，产品结构将等于产业结构，如果产业不是指生产者而是生产结果的话。国家统计局《国民经济行业分类标准》（GB/T4754 - 2017）也是分成门类（1 位数）、大类（2 位数）、中类（3 位数）、小类（4 位数）的。统计数据可以作为产品结构和产业结构研究的基础，但一般不能直接计算市场结构，这取决于产业是否等同市场。

（2）“产业结构与市场结构”：产业结构说的是产品种类间的比例关系或产业之间的比例关系，市场结构说的是生产这些产品（同一产业内部）的企业间的竞争（或垄断）状况格局。如果“产业 = 市场”，则产业结构等于市场结构。传统产业经济学分析中的 SCP 范式（Structure-Conduct-Performance Paradigm）就隐含假定：“产业 = 市场”（Industry = Market）。如果“产业 $\neq$ 市场”，产业结构则不等于市场结构，SCP 范式就不能直接适用。这一点，似乎有的产业经济学家也经常模糊不清。

（3）企业供求曲线与产业供求曲线：假如忽略产业与市场的区别或者“产业 = 市场”的假设条件成立，那么企业供求曲线与产业（市场）供求曲线有这样的对应关系：产业（市场）需求曲线是由该市场中所有需求者（可以是中间需求和最终消费者）个体需求曲线的“横向加总”，反映的是在每一个价格水平上，需求者愿意购买的商品（服务）数量之和。而产业（市场）供给曲线则是由该市场中所有生产者（企业）供给曲线的“横向加总”，反映的是每一个价格水平上，生产者愿意供给的商品（服务）数量之和。这里要特别注意，适用“横向加总”的商品（服务）必须是“私用品”（Private

Goods, 如大多数商品和服务), 具有“争用性”(Rivalrous, 有人译为“竞争性”)和“限用性”(Excludable, 有人译为“排他性”)的特点。如果是“非争用”(Non-Rivalrous)也“非限用”(Non-Excludable)的“共用品”(Public Goods, 如空气、国防、传染病防治), 则要采取“纵向加总”原则, 反映的是既定数量情况下, 需求者愿意“分摊”的价格。

二、“产业 $\neq$ 市场”的假定

“完全竞争”和“完全垄断”的两种极端市场结构现实中很难满足, 但作为“参照系”又意义重大, 必不可少。与此类似, 现实中多是“产业 $\neq$ 市场”的情况, 但“产业=市场”作为“参照系”也是意义重大, 必不可少。

由于不同产品或服务间的替代关系, 不同产业的产品可能属于同一市场, 或者同一产业中有所差别的产品也可能属于不同市场。一般情况下, 经济学都是假定产业供求曲线等于市场供求曲线(即“产业=市场”), 才有市场均衡价格。但还原到现实经济中, 这个假定经常不能满足, 即出现“产业 $\neq$ 市场”问题。如果“产业 $\neq$ 市场”, 原有假定下的经济学结论就必须修正。

反垄断经济学中的“市场”一般都是指“相关市场”(Relevant Marke, 包括商品市场、区域市场、时点市场等), 通常并不等同于产业。这是反垄断经济学对一般经济学提出的挑战。至于人们常说的“Marketing”, 指的是企业的市场营销行为, 与反垄断经济学中的市场没有多大必然关联。

一般的经济学理论多是假定“产业=市场”, 而反垄断经济学的基础假定却是“产业 $\neq$ 市场”。反垄断执法的主要工作包括控制经营集中、限制垄断协议和防止滥用市场支配地位, 即使有时无需界定相关市场(如适用“当然违法”原则的“横向垄断协议”), 也都要求从市场的角度考虑问题, 单从产业角度难以得出正确结论。现实中可分“同产业-多市场”, “多产业-同市场”两种类型。下面试举几个典型且有趣的例子, 说明“产业 $\neq$ 市场”的含义和道理。

(1) “一对多”模式——例如, 房地产业包括全国无数的区域性市场, 这主要是由于房地产属于“不动产”的缘故。实际上, 房地产业还应区分“房产”和“地产”两个商品市场, 否则有许多重要问题说不清楚。影响竞争, 造成垄断的主要因素在于土地, 而不是房产。对基于房产对地产的依附

关系所形成的“纵向限制”，反垄断机构介入显然不够。

(2) “一对三”模式——例如，整个电力产业至少是由发电市场、输（配）电市场和售电市场三者组成，有时考虑区域因素后，还会分出更多细分市场。发电市场和售电市场的竞争性较强，而输（配）电市场涉嫌垄断较多。整个电力产业不是一个市场。

(3) “一对三”模式——再如，整个数字音乐产业是由数字作品市场、数字制品市场和数字网传市场三部分组成。其中版权的知识价值依次减少，数字品（Digital Goods）“边际成本为零”的特征越来越明显。竞争政策关注的重点也因此应该有所区别，一是上游环节的版权保护，重在“保”；二是下游环节的“滥用市场支配地位”，重在“反”。整体来看，涉及知识产权的市场，应该“保反兼顾”。应该说，目前有关方面还缺少这种理念。当前社会热议的“知网”（CNKI）涉嫌垄断问题，正说明对数字品市场加强反垄断的必要性。

(4) “二对一”模式——例如，城市网约车服务业是分别属于电子商务的“网约”和交通运输乘客的“运送”两个产业共同完成的一项市场服务。网约车服务英语称“Car-hailing”，不是传统的“计程车”（Taxi），也不是通常所说的“出租车”（Car-rental）。如果计程车也使用“网约”软件，那么性质上也变为“网约车”。对这一问题的忽略使现实中的有关政策明显偏离方向，反垄断机构应该重点关注：一是“网约”中的“算法”，二是城市政府“画地为牢”的行政垄断。

(5) “二对一”模式——再如，高铁在500~1000公里行程范围内面临航空业的高度替代性竞争。研究表明，500公里以下高铁出行是主导，1000公里以上航空出行是主导。这样，500~1000公里行程内的竞争关系便是“高铁和航空虽分属两个产业，却同属一个市场”。甚至可以设想，即使高铁公司有不受政府规制的定价权，也不一定能获取正常利润。因为，在面临高速公路和航空业的竞争时，乘客会“用脚投票”，选择替代高铁的出行方式。基本结论自然是，竞争政策对高铁产业是适用的，航空产业的市场竞争更是激烈。这两个产业都远远不能构成“自然垄断”。

三、一项难以完成的任务

《中华人民共和国反垄断法》（以下简称《反垄断法》）第九条规定，

“国务院设立反垄断委员会，负责组织、协调、指导反垄断工作，履行下列职责：（一）研究拟订有关竞争政策；（二）组织调查、评估市场总体竞争状况，发布评估报告；（三）制定、发布反垄断指南；（四）协调反垄断行政执法工作；（五）国务院规定的其他职责。国务院反垄断委员会的组成和工作规则由国务院规定。”

从2008年《反垄断法》开始实施至今，国务院反垄断委员会及其下设的执法机构，在各方面都取得了较大的成绩，唯独第九条中的第二款：“组织调查、评估市场总体竞争状况，发布评估报告”，落实情况有待加强。尽管实际上也做了大量的工作，并曾经对汽车、电力、农药、互联网等多个行业立项招标，组织进行相应行业的竞争状况评估，但十多年没有正式公开发布一项竞争状况评估报告，无论是整体经济的还是分产业的。

其中的根本原因在于《反垄断法》立法之初，就忽视了“产业 $\neq$ 市场”的反垄断经济学公理。产业或行业标准分类是统计机构——例如国家统计局和联合国统计署（UNSD），依法、定期发布统计数据的基本依据，但统计工作中的产业或行业通常并不对应具体的市场。反垄断意义上的“相关市场”，因时因势而变，不可能事先预定。所以说，市场竞争状况评估先要界定相关市场，统计数据不能直接使用。更不要说，统计数字经常使用不变价格，这就与市场的本意距离更远。

四、产业经济学的学科偏误

不同于国内的经济学科分类（包括国家社会科学基金委学科分类、国务院学位委员会学位分类和教育部学科分类），国际上公认的经济学科分类（如JEL分类）并不强调理论经济学和应用经济学，或微观经济学与宏观经济学的划分。在经济学文献分类系统（Journal of Economic Literature, JEL）^①中，反垄断经济学是法律经济学（第K类）的一个重要分支。

反垄断的经济学基础是产业经济学或产业组织理论（JEL中的第L类）。2008年中国开始实施《反垄断法》，并在其第九条第一款正式提出“竞争政

^① JEL Classification System/EconLit Subject Descriptors. American Economic Association. Retrieved 1 June 2017.

策”的概念以来，习惯于接受旧产业经济学理念的人很难转过弯来。倒是没有系统学过产业经济学的人，反而更容易理解反垄断经济学理论和竞争政策的主旨和精髓。

例如，国内比较有名的产业经济学教材都很偏爱投入产出模型，并用于研究产业关联关系，其实这其中存在很多误解。投入产出表作为一种统计表格，依赖相对固定不变的“产业”分类，这种“产业”分类本质上与市场界定几乎无关联，被人不明就里地建立在“产业 = 市场”的假定之上。从产业与市场关系角度说，投入产出模型的假定条件都太强，虽然数学公式很完美，但经济学含义却很有局限性。具体说，在投入产出模型中，“产业 = 市场”的假定包括这样几个含义：（1）同质性假定：每个产业部门只生产一种同质产品，不同产业部门的产品之间不能相互替代。生产方面和消费方面都是如此。（2）比例性假定：产业部门消耗的各种投入量和该部门的总产出成正比，规模收益不变。（3）价格不变假定：不同时期的投入产出表或数据比较时，须按某种基期固定价格进行计量加总。但这种不变价格最多相当于同度量系数（如能源核算中的标准煤），不能反映经常变化的市场供求状况。（4）直接消耗系数 a_{ij} 不变假定：生产过程中要素投入比例固定不变，不能优化调整。总之，投入产出模型本质上属于计划经济理念，不符合市场经济要求。没有考虑到产品的差异性，需求与供给的替代性，价格体系、投入比例和规模收益的可变性，等等。

受学科偏误影响，甚至不少的产业经济学专业的博士、硕士论文也都存在常识性错误。典型的例子如，有的学位或学术论文直接计算全国房地产的市场集中度，不明白房地产业是由众多的区域市场组成的，强行计算的结果丝毫不反映市场状况。又如，有的学位或学术论文直接计算中国烟草业的市场结构与行业绩效，不明白中国实行的是烟草专营体制，本质上属于行政垄断，简单计算不能反映真实的烟草市场结构。

五、产业利润率与竞争程度成反比规律

社会上越来越接受竞争促进效率的理念，但有一点容易使人混淆，那就是产业利润率与产业竞争程度的关系。应该分清的是，竞争促进效率提升是

对整体经济而言，而对于某一具体产业来说，竞争程度越高，该产业的利润率有可能越低。或者说，某个产业的垄断程度越高，利润率也越高。这两种现象可统称为“产业利润率与竞争程度成反比规律”，是一种“整体与个体”之间的对立统一关系。

例如，为什么中国加入 WTO 之后，一段时间内开放程度较高从而面临国际竞争压力大的产业，利润率都有下降（产业总利润另当别论）？而石油、银行、烟草等行业的情况却相反？另外，一些“过度竞争”或“超强竞争”（Hyper-competition）的产业，还会出现“全产业亏损”？这种情况下，产业利润率是否可以用于评价产业绩效？这种产业利润率与竞争程度“成反比”的现象，是不是一种普遍规律？出现这种现象的根本原因是什么？

其实道理并不复杂，完全可以用产业与市场的关系予以解答。产业利润率反映的是“产业”绩效水平，竞争程度指的是“市场”竞争状况。假设同时有甲乙两个产业，甲产业竞争程度高，但退出障碍（Barriers to Exit）大；同时，乙产业竞争程度低，但进入障碍（Barriers to Entry）大。这种情形下，结果无疑是甲产业利润率低，乙产业利润率高。因此，评价产业绩效必须同时考虑竞争程度和进退障碍两个因素。

由此还可得出以下几点结论，厘清围绕产业经济学的有关误解。

（1）整体经济中，如果有的产业是竞争的，而有的产业是垄断的，那么相关的产业绩效比较评价就会失真。利润率的产业不一定效率就差，利润率高的产业不一定效率就好。

（2）在竞争程度高而利润率的产业，如果市场封闭，退出障碍大，那么就会较长时期存在产能过剩和僵尸企业；反之如果市场开放，没有退出障碍，就不会较长时期存在产能过剩，无僵尸企业。同理，在竞争程度低而利润率高的产业，如果市场封闭，进入障碍大，就可能较长时期存在垄断利润；反之如果市场开放没有进入障碍，也就不会较长时期存在垄断利润。中国现实经济中，两种情况都不少见。

（3）竞争程度低的产业一般会存在“X-非效率”（X-inefficiency）^①。X-

^① Leibenstein, H. (1966). Allocative Efficiency vs. “X-Efficiency”. The American Economic Review, 392-415.

非效率原本是指在垄断企业的组织内部,由于外部竞争压力小、内部层次多而复杂等原因,从而导致企业内部资源配置效率低下。这个道理用于分析行政垄断或竞争程度低的产业绩效也是成立的。

(4)但也有例外情况,诺贝尔经济学奖得主威廉姆森曾对企业兼并可能促成的效率提升与垄断效应提出一个“权衡理论”(Trade-off)^①,如果经营者集中增进的经济效率——协同效应(Synergy Effects)明显高于兼并带来的效率损失——包括单边效应(Unilateral Effects)和协调效应(Coordinated Effect),就要求反垄断执法机构采取“合理推定”的原则(Rule of Reason)加以权衡,不能简单一味否定。

现在看来,具体的一项行为——例如企业兼并,其正负效应孰大孰小,主要取决于产业内、企业外的竞争压力。这里,还没有考虑相关行为的公平问题或收益分配。

例如,中国烟草产业已经连续五年利税总额超过万亿元。这是否说明烟草产业绩效就如此高呢,显然不是。其实,由于烟草是一种容易上瘾、难戒的“有害品”(Demerit Good),政府对其采取专卖制度,产业利税总额中绝大部分属于“寓禁于征”的税(每年近万亿元),是众多烟民的“健康损失”和经济损失,还有负外部性(二手烟)问题,并不是烟草产业生产者对社会的贡献。烟草产业的销售利润率实际上只有10%左右。其产值中正负效应相抵后会大打折扣,甚至可能弊大于利。

六、市场配置资源的三个层次与政府作用

中共十八届三中全会做出了关于全面深化改革若干重大问题的决定并着重指出:“经济体制改革是全面深化改革的重点,核心问题是处理好政府和市场的关系,使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用”。问题的核心便是落实《反垄断法》,保证市场配置资源的决定性作用,同时应该明确的是,竞争政策是更好发挥政府作用的首选工具。

具体说,市场配置资源分三个层次。第一是企业层次,企业内部投入要

^① Williamson, O. E. (1968). Economies as an Antitrust Defense: The welfare tradeoffs. The American Economic Review, 58 (1): 18-36.

素通过优化配置,使各项要素的边际投入产出率均等;同时企业之间生产要素顺畅流动,企业优胜劣汰。第二是产业层次,产业内部资源优化组合;同时产业之间企业无障碍进退,产业利润率趋于平均化。第三是国家层次,国家内部统一市场,资源跨区域(跨产业)无障碍流动;同时国家之间实现自由贸易和全球化。这三个层次大体对应着经济学体系中的管理经济学、产业经济学和国际经济学。

在这三个层次中,产业间利润率平均化是整体经济资源优化配置的必要条件,也是马克思在《资本论》中提出的重要规律。正是从这个意义上,可以说产业经济学(或产业组织理论)是涵盖资源配置“三个层次”的核心,是连接管理经济学和国际经济学的纽带。其余的经济学学科,如法律经济学、制度经济学、组织经济学都是“外围”。

理解产业间利润率平均化规律,需要注意以下几点:

(1) 利润率指标指的是“资本利润率”,不是销售利润率(可薄利多销,也可厚利少销),也不是成本利润率(与销售利润率道理相反)或劳动利润率(资本的有机构成不同,无法比较)等指标。

(2) 产业间利润率平均化是长期动态趋势,不是每时每刻都能平均。而且企业通过各种创新(技术创新、管理创新)获得短期的超常利润,不仅允许,更应合理鼓励。但以此为借口,人为添乱(如对人口正常流动限制、无理的产业准入限制、因小失大的地方保护和利益集团),阻碍竞争的政策性阻碍必然导致资源误配或错配。

(3) 产业间利润率平均化、产业结构优化、价格体系合理化是“三位一体”、互为表里的。或者说,价格体系扭曲条件下,产业间利润率也会发出扭曲信号,产业结构也就不可能优化。“产业=市场”时,产业间企业进退无障碍,资源顺利转移,既无产能过剩,也无僵尸企业,正常利润率趋于平均化,或者是企业的经济利润(超额利润)趋于零;产业间存在较大的进入退出障碍时,才会出现严重的产能过剩和僵尸企业。

(4) 这里需要强调的一点是,一般来说,个别企业获得超额利润(经济利润),经常不足为虑;但产业间利润率相差过大,且持续时间较长,则应引起社会关注。因为,在有效的市场竞争中,过高的企业利润率会吸引其他企业进入。而产业利润率过高,则很可能是政策性进入退出障碍或行政垄断造

成的。

(5) 更好地发挥政府作用最重要的就是发挥竞争政策的作用，而政府作用的主要任务一是提供良好的法律和政策环境，尽量减少要素转移、企业进退、产业兴衰的“交易成本”或制度成本；二是通过财政、税收等政策工具，建立公平竞争的市场秩序，纠正引起资源错配的价格信号。

(6) 对于后者，典型的例子就是烟草业主营业务销售利税率超过 100% 的假象。如前所述，烟草是特殊的“有害品”，在国家获得巨额财政收入的同时，不仅对直接消费者有害，还有二手烟的“负外部性”。因此，除各产业统一的税种（如所得税）之外，那些“寓禁于征”的税种（如消费税），不能视为烟草业的“贡献”，而是给社会造成的“危害”。当然，如果某些产业存在“正外部性”（如基础教育、基础性研发、公共卫生），市场激励会有所不足，政府给予鼓励，使其可以获得正常所得，这也是政府的责任。

(7) 正如存在“市场失灵”一样，发挥政府作用应该设法避免“政府失灵”。总的原则是“两利相权取其重，两害相权取其轻”。

人们常说市场是“看不见的手”，政府是“看得见的手”，需要“两手都要硬”。其实，市场配置资源是自发的客观规律，正如水向低处流一样，主观上只剩下一手，即“政府之手”。主观之手或竞争政策作用发挥得好，才能实现资源的优化配置。这时，也就实现了“产业 = 市场”的根本要求。

七、竞争力的真正含义

反垄断经济学中的核心概念之一就是“竞争力”（Competitiveness）。但人们对竞争力的理解却大不相同，经常出现违背其本意的现象。这里从三个层次加以说明。

第一层次：企业竞争力（Firm Competitiveness）。企业竞争力比较准确的定义是：某个企业在给定的市场中，相对于同一市场中的其他企业，销售和供给商品、服务的能力与绩效水平。这个定义有三个要点：一是“在同一市场内”，不是指同一产业内，因为同一产业不一定是同一市场。如汽车本是高度竞争的行业，但如果国家通过高额关税阻碍了国际竞争，这种情况下即便企业国内市场份额较高也不说明具有国际竞争力。企业在多个市场中存在交

又补贴能力则另当别论。二是相对于同一产业中的其他企业，行政垄断或专营制度下没有竞争对手，如烟草总公司和中盐公司，并不说明具有企业竞争力。三是销售能力与绩效水平的统一，亏本情况下市场份额越大则越亏损，那不属于企业竞争力，如中国高铁总公司。如果考虑到有关企业的外部性，或者有时企业实施了“驱除对手定价”（Predatory Pricing），短期或局部产生亏损也要另当别论。

企业竞争力通常与所在市场（不是产业，除非产业 = 市场）的集中度有关，大体反映企业的市场支配地位，但与其市场份额没有必然直接关系，市场份额需要与市场进退障碍或市场竞争程度综合考虑。

第二层次：产业竞争力（Industrial Competitiveness）。产业竞争力首先是一个国家（或地区）概念，是指该国家（地区）的某些产业与其他国家（地区）的实力（创新程度、生产效率、市场份额和持续获利能力）比较。企业竞争力概念是成立的，但没有一般意义上的产业竞争力。即使是指某个国家中的某个产业在全球市场的竞争力，也必须注意该产业完全可能有外资企业或外资控股（参股）企业。另外，还必须注意，产业通常还要细分。以飞机制造业为例，发动机、机身、关键零部件等都是可细分的产业，构成不同的市场，笼统地说，飞机产业或整机市场的竞争力没有意义。手机市场也是同样道理，GDP 意义下的手机产值与 GNP 意义下的增加值相去甚远。所以说，产业竞争力有时可能是伪概念。

第三层次：国家（地区）竞争力（Global Competitiveness）。国家（地区）层次的竞争力更加不注重经济总量。例如，由《世界经济论坛》（World Economic Forum）定期发布的《全球竞争力报告（指数）》（Global Competitiveness Report Index）对国家（地区）竞争力描述，依据的是制度建设、基础设施、宏观经济稳定性、健康、教育、商品市场、劳动市场、金融市场、创新能力、市场规模等 12 项指标，几乎不考虑 GDP 总量。中国排名在世界前 25 ~ 30 名之间。又如，《2018 年全球软实力研究报告》发布的“软实力 30 强”，中国排第 27 位，远远低于 GDP 总量世界第 2 的排名。该报告对于国家软实力的评判主要依据 6 个类别（政府、文化、教育、全球参与度、企业和数字化）的客观数据与全球民意调查，从而产生软实力指数排名。

总之，企业竞争力符合反垄断经济学意义下的竞争实力本意。产业竞争