

“十一五”国家重点图书出版规划项目

PEARSON

· 经 / 济 / 科 / 学 / 译 / 丛 ·

Industrial Organization: Theory and Practice
(Fourth Edition)

产业组织 理论与实践

(第四版)

唐·E·瓦尔德曼 (Don E. Waldman) 著
伊丽莎白·J·詹森 (Elizabeth J. Jensen)

 中国人民大学出版社

PEARSON

“十一五”国家重点图书出版规划项目

· 经 / 济 / 科 / 学 / 译 / 丛 ·

Industrial Organization: Theory and Practice
(Fourth Edition)

**产业组织
理论与实践**

(第四版)

唐·E·瓦尔德曼 (Don E. Waldman) 著
伊丽莎白·J·詹森 (Elizabeth J. Jensen)

李宝伟 张 云 武立东 译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

产业组织：理论与实践：第 4 版/（ ）瓦尔德曼，（ ）詹森著；李宝伟等译．—北京：中国人民大学出版社，2014.10
（经济科学译丛）
“十一五”国家重点图书出版规划项目
ISBN 978-7-300-19722-7

I. ①产… II. ①瓦… ②詹… ③李… III. ①产业组织 IV. ①F062.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2014）第 232078 号

“十一五”国家重点图书出版规划项目
经济科学译丛

产业组织：理论与实践（第四版）

唐·E·瓦尔德曼 著
伊丽莎白·J·詹森 著
李宝伟 张 云 武立东 译
Chanye Zuzhi: Lilun yu Shijian

出版发行	中国人民大学出版社	
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码 100080
电 话	010-62511242（总编室）	010-62511770（质管部）
	010-82501766（邮购部）	010-62514148（门市部）
	010-62515195（发行公司）	010-62515275（盗版举报）
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com （人大教研网）	
经 销	新华书店	
印 刷	三河市汇鑫印务有限公司	
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次 2014 年 10 月第 1 版
印 张	35.75 插页 2	印 次 2014 年 10 月第 1 次印刷
字 数	887 000	定 价 75.00 元

《经济学译丛》编辑委员会

学术顾问 高鸿业 王传纶 胡代光

范家骧 朱绍文 吴易风

主 编 陈岱孙

副主编 梁 晶 海 闻

编 委 (按姓氏笔画排序)

王一江 王利民 王逸舟

贝多广 平新乔 白重恩

刘 伟 朱 玲 许成钢

张宇燕 张维迎 李 扬

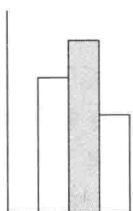
李晓西 李稻葵 杨小凯

汪丁丁 易 纲 林毅夫

金 碚 姚开建 徐 宽

钱颖一 高培勇 梁小民

盛 洪 樊 纲



《经济科学译丛》总序

中国是一个文明古国，有着几千年的辉煌历史。近百年来，中国由盛而衰，一度成为世界上最贫穷、落后的国家之一。1949年中国共产党领导的革命，把中国从饥饿、贫困、被欺侮、被奴役的境地中解放出来。1978年以来的改革开放，使中国真正走上了通向繁荣富强的道路。

中国改革开放的目标是建立一个有效的社会主义市场经济体制，加速发展经济，提高人民生活水平。但是，要完成这一历史使命绝非易事，我们不仅需要从自己的实践中总结教训，也要从别人的实践中获取经验，还要用理论来指导我们的改革。市场经济虽然对我们这个共和国来说是全新的，但市场经济的运行在发达国家已有几百年的历史，市场经济的理论亦在不断发展完善，并形成了一个现代经济学理论体系。虽然许多经济学名著出自西方学者之手，研究的是西方国家的经济问题，但他们归纳出来的许多经济学理论反映的是人类社会的普遍行为，这些理论是全人类的共同财富。要想迅速稳定地改革和发展我国的经济，我们必须学习和借鉴世界各国包括西方国家在内的先进经济学的理论与知识。

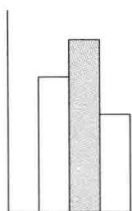
本着这一目的，我们组织翻译了这套经济学教科书系列。这套译丛的特点是：第一，全面系统。除了经济学、宏观经济学、微观经济学等基本原理之外，这套译丛还包括了产业组织理论、国际经济学、发展经济学、货币金融学、公共财政、劳动经济学、计量经济学等重要领域。第二，简明通俗。与经济学的经典名著不同，这套丛书都是国外大学通用的经济学教科书，大部分都已发行了几版或十几版。作者尽可能地用简明通俗的语言来阐述深奥的经济学原理，并附有案例与习题，对于初学者来说，更容易理解与掌握。

经济学是一门社会科学，许多基本原理的应用受各种不同的社会、政治或经济体制的影响，许多经济学理论是建立在一定的假设条件上的，假设条件不同，结论也就不一定成立。因此，正确理解掌握经济分析的方法而不是

生搬硬套某些不同条件下产生的结论，才是我们学习当代经济学的正确方法。

本套译丛于 1995 年春由中国人民大学出版社发起筹备并成立了由许多经济学专家学者组织的编辑委员会。中国留美经济学会的许多学者参与了原著的推荐工作。中国人民大学出版社向所有原著的出版社购买了翻译版权。北京大学、中国人民大学、复旦大学以及中国社会科学院的许多专家教授参与了翻译工作。前任策划编辑梁晶女士为本套译丛的出版做出了重要贡献，在此表示衷心的感谢。在中国经济体制转轨的历史时期，我们把这套译丛献给读者，希望为中国经济的深入改革与发展做出贡献。

《经济科学译丛》编辑委员会



前言

就如违背意愿吃饭有害健康一样，
若没有兴趣而学习就不会有收获。

——达·芬奇 (Leonardo da Vinci)

我们写这本书是为了帮助学生们学习产业组织。由于产业组织领域在最近 30 年变化很大，我们在科尔盖特大学和汉密尔顿学院教授的产业组织课程也相继发展了；这本书反映了我们在教学过程中学到的许多新东西。产业组织学科已经不再主要依赖经验主义，而是更依赖反映基本规律的理论模型。为了适应这种变化，本书把博弈论当作分析厂商和产业行为的基本方法。由于产业组织学科已经开始从重视经验转向重视理论发展，我们担心这个领域曾经建立的有价值的经验传统被抛弃。经过长时间的实践，我们发现把现代产业组织理论和一系列经验案例结合起来讲授时，学生学习的效果更好。

从本书的第一版开始，我们的总体目标是写成一部内容详尽的教材，包括最新的理论和事例，以及丰富的吸引学生的经验案例。在第四版中我们还加入了新的应用实例并且插在各个章节中；我们也继续提供这个领域内不断完善观点，鼓励学生们对不同理论解释进行对比。在第四版中，我们相信我们能达到这些目标。

我们相信，与市场上其他同类书相比，本书更适合本科生。本书面对的读者是至少完成了一学期的微观经济学课程的学生。因为实质上理解所有素材所需的数学技巧水平与理解一个标准的微观经济学教材所需的数学技巧水平等同。除了注释之外，我们避免过多使用微积分；只要可能，我们都用数字化的例子而不是更多概括和抽象的数学公式来得出结论。多年来我们发现学生们能以很快的速度领会一个数字化的例子。本书也可以作为本科生经济学或者商业课程的基础教材，还可以作为研究生的产业组织或者商业公共政策课程的参考书。

我们想突出本书的几个优点。第一个优点是我们在分析厂商行为理论、完全竞争和垄断开始。接着我们讨论不同市场的市场结构问题。随后我们讨论垄断行为和与可识别的垄断权力相关的问题。

第 7 章开始分析寡头垄断行为，这一章整体讲述博弈论的要点。在这章之后我们用一个简单的博弈论方法分析后面的寡头垄断行为。把博弈论作为一个基础分析框架，能够帮助学生们理解不同的寡头垄断行为模型之间的共同关系。没有这一框架时，学生们

经常告诉我们不同的寡头垄断行为模型是杂乱且易混淆的。

本书的另一个优点是讨论了许多案例，包括各种各样的反垄断案例。产业组织是一门充满好的故事和案例研究信息的学科。整本书我们提供了许多案例，帮助学生体会理论和实际的紧密结合。我们重复使用了一些行业，包括石油、汽车、航空、计算机和食品行业。因此，学生不仅可以理解产业组织方面的理论和实证工作，而且可以看到在扩展他们关于该领域的知识方面案例研究的重要性。

我们希望本书中列举的许多故事将使本书更容易阅读，并且能使多数学生感兴趣。虽然内容很浅显，但本书会提供给学生必要的理论知识，使他们获得大量的关于厂商行为和公共政策的知识，如反垄断、干预、反干预和国际贸易等。

产业组织的学习可以采取多种方式。我们把本书分成三个主要部分：

1. 产业组织的基础。

在第1章我们讲述了这门学科的简单历史，并且解释了产业组织的两种研究方法的区别：结构—行为—绩效（SCP）方法和芝加哥学派方法。这一章也介绍了美国的反垄断政策。第2章检验了厂商理论，包括厂商的边界的讨论和厂商的成本。第3章回顾了基本的微观经济学理论——完全竞争和垄断，并且检验了美国应对垄断的反托拉斯政策。第4章介绍美国的市场结构、市场的进入和退出以及兼并，包括兼并对市场结构的影响和应对兼并的反托拉斯政策。第5章讨论了与垄断相关的三个重要模型：主导厂商模型、可竞争市场和网络经济学。第6章回顾了市场结构和经济绩效之间关系的主要论断，并且谈到了过去60年产业组织学者建立的经验上的规则，以及对这种规则的解释。

2. 现代产业组织：博弈论和策略行为。

第7~12章是核心章节，普遍但并非全部地应用博弈论的观点检验行为。我们努力使晦涩的博弈论模型变得更容易让学生理解。我们把第10章全部作为关于共谋的案例研究，第12章全部是关于阻止进入市场的非定价策略，如增加对手成本和产品多样化等问题的研究。第11章和第12章的附录仔细研究了更高级的博弈论模型。

3. 商业实践。

第13章开始探讨产品多样化理论，特别是强调了产品多样化的空间模型。第13章也检验了垄断竞争市场的产品多样化的福利影响，以及受不对称信息影响的市场中的产品多样化。第14章是关于广告的新的独立的一章。第14章扩展了产品多样化的一般主题，检验了产品多样化和广告之间的密切联系的更多细节。第14章调查研究了广告和产品质量之间的关系，以及几个重要的新实证产业组织研究所提供的新见解。第15章调查研究了市场结构与技术进步率之间的关系。第15章还包括非常详细的熊彼特的创新破坏理论，考虑了美国的专利制度。第16章和第17章从理论角度分别探讨了价格歧视和纵向一体化。我们还在附录中包含了更进一步的话题，例如非线性需求曲线下价格歧视的福利影响，以及非纵向兼并情况下的投入品替代问题。最后，第18章介绍了关于公共设施干预的传统理论，以及反干预领域的最新发展。本书包括对美国的干预和反干预的历史研究，暗示了竞争而不是干预通常是达到经济效率的最好方式。

□ 第四版的变化

我们很高兴收到了有关《产业组织》前三版的良好反应，也很高兴能够有机会对本书内容进行改进。根据同事、学生对本书的回馈，同时结合我们以本书为教材的课堂教

学经验，我们在第四版做了一些重要的改变。

本书主要的改变是有关产业组织领域的演变的论述。我们在第5章中扩大了有关网络经济学的讨论。同时，我们在第6章充分地修正了有关实证研究的讨论，删除了一些结构—行为—绩效调查研究的材料，并大量补充了有关新实证产业组织理论的讨论。我们加入了一个对新实证产业组织理论的理论基础的重要讨论和更多的有关新实证产业组织理论的实例。我们在第8章扩展了伯特兰模型的内容，将带有产能限制的伯特兰—埃奇沃思模型包括进来，同时第9章的内容包括了在一些不确定环境下的闸门价格模型。也许与第三版相比最重要的改变是将前版的一个有关产品多样化和广告的章节分成了两章：关于产品多样化问题的第13章和关于广告问题的第14章。在第13章中，对产品多样化的空间模型进行了彻底的讨论。而第14章——一个新的独立的有关广告的章节——增加了两个主要的部分。其中一部分检验了关于广告和质量的关系的理论和实证工作，另一新的部分展示了新实证产业组织理论如何运用于探究广告对行为和绩效的影响。在第15章中，我们对使用专利引证而不是专利数量去测量科技进步率进行了实证部分的扩充。在第17章中，有关纵向关系，我们主要增加的内容是关于转卖价格维持协议的，包括一个关于互联网零售业务的广泛引入是如何影响转卖价格维持的问题的实例。在第18章有关干预和反干预的讨论中，增加了关于金融市场干预问题的章节，同时，删除了一些陈旧的资料。我们继续了第三版中的做法，在一些合适的理论章节部分加入了一些反垄断的材料。更重要的是，在这一版中，我们更新了一些实例和应用，同时删除了那些我们认为已经过时的材料。

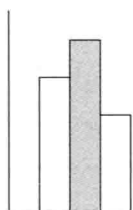
我们仍然在努力将本书打造成一本灵活的教科书，使本书可以通过各种各样的方式被全部或部分讲授。一个学期的课程可以全部讲完本书。半个学期的课程可能要决定教授的重点是理论部分还是政策部分。下面提供一些可以参考的时间安排：

在一个学期的课程中，前半学期教授第1~10章，后半学期教授第11~18章。

在强调理论部分的半学期课程中，教授第1~9章和第11~17章，并且有选择地删减一些关于反垄断政策的章节。

在强调政策部分的半学期课程或有关商业的公共政策的半学期课程中，或是在商学院课程中，教授第1~6章、第9~10章以及第12~18章。

为了便于读者复习和学习，我们在每章结尾提供了小结，对每章重点加以总结。书末给出了奇数编号的问题的答案。本书结尾列出了词汇表，以防学生遗忘重要术语，例如，比较“确定信息”和“完全信息”的不同。



目 录

第 1 章	导言	1
	1.1 学习产业组织的两种方法	3
	1.2 静态与动态模型	5
	1.3 理论和经验论	6
	1.4 政府和产业组织	6
	1.5 经济全球化和产业组织	10
	1.6 本书的总体方法	10
	小结	11
	关键词	11
	讨论题	11
	注释	12
第 2 章	厂商和生产成本	13
	2.1 新古典厂商	13
	2.2 厂商理论	14
	2.3 现代企业结构	17
	2.4 利润最大化的产出水平	25
	2.5 成本概念：单一产品厂商	26
	2.6 成本理论：多元化生产企业	34
	小结	36
	关键词	36
	讨论题	37
	问题	38
	注释	38

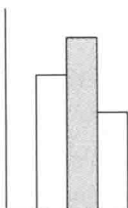
第 3 章	竞争和垄断	41
	3.1 完全竞争经济	41
	3.2 福利经济学简介	47
	3.3 垄断经济	50
	3.4 福利比较	53
	3.5 现值和折现	57
	3.6 针对垄断的反托拉斯政策	59
	小结	65
	关键词	66
	讨论题	66
	问题	67
	注释	69
第 4 章	市场结构	70
	4.1 单一市场的集中度	71
	4.2 进入和退出	77
	4.3 兼并	91
	小结	105
	关键词	106
	讨论题	106
	问题	108
	注释	108
第 5 章	垄断行为	111
	5.1 主导厂商价格领导模型	111
	5.2 可竞争市场：市场控制力的阻碍？	117
	5.3 网络经济学	120
	小结	125
	关键词	126
	讨论题	126
	问题	127
	注释	127
第 6 章	产业组织的实证研究	129
	6.1 结构—行为—绩效	129
	6.2 测定 SCP 模式的统计学工具	130
	6.3 测量问题	134
	6.4 市场结构的测定	136
	6.5 早期的结构—行为—绩效研究	137
	6.6 计量经济学研究	138
	6.7 SCP 研究中的概念问题	140
	6.8 价格和集中度水平	143

	6.9 另一种方法：沉没成本和市场集中度	145
	6.10 新实证产业组织理论	149
	小结	157
	关键词	158
	讨论题	158
	注释	160
第 7 章	博弈论：理解寡头垄断行为的框架	163
	7.1 什么是博弈论？	163
	7.2 简单零和博弈	165
	7.3 囚徒困境博弈	167
	7.4 重复博弈	169
	7.5 混合策略博弈	170
	7.6 序贯博弈	173
	小结	176
	关键词	177
	讨论题	177
	问题	177
	注释	180
第 8 章	垄断理论的发展	181
	8.1 基于数量决定的模型	181
	8.2 斯坦伯格模型	194
	8.3 伯特兰模型	199
	小结	207
	关键词	207
	讨论题	207
	问题	208
	注释	208
第 9 章	共谋：一个显著的囚徒困境	210
	9.1 再次回到囚徒困境	210
	9.2 保持有效共谋的另一个策略：闸门价格策略	217
	9.3 从卡特尔的一个成员厂商看共谋协议	226
	9.4 影响有效共谋难易的因素	232
	9.5 针对共谋的反托拉斯政策	237
	小结	244
	关键词	245
	讨论题	245
	问题	246
	注释	247
第 10 章	运转中的卡特尔	249
	10.1 达成有效共谋的尝试方法	249

	10.2 解决办法有多成功?	267
	小结	270
	关键词	271
	讨论题	271
	注释	273
第 11 章	寡头垄断行为：进入和阻止进入的定价策略	275
	11.1 限制定价	275
	11.2 掠夺性定价	289
	小结	298
	关键词	298
	讨论题	298
	问题	299
	注释	300
	附录 Kreps 和 Wilson 掠夺性定价模型的细节	301
第 12 章	市场控制：进入和阻止进入的非定价策略	306
	12.1 过剩生产能力	306
	12.2 增加对手成本	311
	12.3 从做中学	316
	12.4 产品多样化	321
	12.5 定价策略与非定价策略阻止进入者的实证说明	325
	小结	327
	关键词	327
	讨论题	327
	问题	328
	注释	329
	附录 产品多样化回顾	331
第 13 章	产品多样化	338
	13.1 产品多样化的类型	338
	13.2 产品多样化的理论分析	339
	13.3 产品多样化情况下的伯特兰模型	345
	13.4 垄断竞争和多样性的最优数量	347
	13.5 不对称信息条件下的产品多样化	352
	13.6 先行者的产品多样化优势	358
	小结	361
	关键词	362
	讨论题	362
	问题	362
	注释	363
第 14 章	广告	365
	14.1 广告的社会收益	365

	14.2 广告的社会成本.....	366
	14.3 广告和市场结构.....	370
	14.4 作为阻止进入者方法的广告.....	378
	14.5 著名品牌的广告策略.....	379
	14.6 产品多样化和竞争加剧.....	380
	14.7 实例.....	380
	小结.....	384
	关键词.....	385
	讨论题.....	385
	问题.....	385
	注释.....	386
第 15 章	技术变革和产品研究与开发.....	388
	15.1 熊彼特和“创新破坏”.....	388
	15.2 技术变革.....	390
	15.3 市场结构、企业规模和技术进步的关系.....	390
	15.4 企业规模的影响.....	399
	15.5 实证.....	401
	15.6 专利制度经济.....	406
	15.7 专利、知识产权和法律.....	411
	小结.....	413
	关键词.....	414
	讨论题.....	414
	问题.....	414
	注释.....	415
	附录 博弈论与专利竞赛.....	417
第 16 章	价格歧视.....	420
	16.1 价格歧视的类型.....	420
	16.2 双重收费、搭售和捆绑销售.....	432
	16.3 价格歧视的分配效应.....	442
	16.4 对竞争的影响.....	443
	16.5 反垄断：价格歧视和《鲁宾逊-帕特曼法案》.....	444
	小结.....	452
	关键词.....	453
	讨论题.....	453
	问题.....	454
	注释.....	456
	附录 非线性需求的价格歧视的福利影响.....	457
第 17 章	纵向兼并及纵向关系.....	459
	17.1 纵向关系是对经济问题的一种解决方式.....	459
	17.2 达到联合利润最大化的一种替代方法.....	462

	17.3 纵向关系的竞争效应	469
	17.4 反垄断：针对贸易的纵向限制的公共政策	479
	小结	488
	关键词	489
	讨论题	489
	问题	490
	注释	490
	附录 投入品替代问题	492
第 18 章	干预和反干预	496
	18.1 干预的基本经济原理：传统公共设施干预	496
	18.2 美国的干预运作	498
	18.3 同回报率干预相关的效率问题	500
	18.4 干预在其他市场的传播	504
	18.5 干预和反干预运动	506
	小结	517
	关键词	517
	讨论题	517
	问题	518
	注释	519
	词汇表	521
	奇数编号的问题的答案	533
	译后记	553



最初研究是以完全竞争为假设条件的，经济学家发现这种方式的便利，所以他们给出了完全竞争的假定。

学习初级微观经济学的学生会欣赏“完全竞争”这个假定，就像教过初级微观经济学课程的教师一样。产业经济学课程一般会用大量时间分析完全竞争的企业和产业。在入门课程中学生经常问为什么我们在研究汽车、计算机或者手机产业时假定市场是完全竞争的，怎么能假定这些产业的市场中有这么多的销售商，怎么可能没有厂商或者厂商联合对价格进行控制，怎么能假定汽车产业具有同质产品。当这些问题被提出时，我们会告诉学生他们提的问题很出色，并且经济学家将完全竞争模型作为其他产业结构进行比较的标杆。但是很明显，许多产业并不是严格地与模型假定保持一致。我们也告诉那些有兴趣去更多地了解这些问题的学生们，学习产业组织课程是有意义的。

产业组织学科已发展成传统微观经济学的分支。微观经济学课程检验了消费者、生产者和政府之间的相互作用关系，尤其强调用两个传统的模型：完全竞争和垄断模型。也有一些教材涉及**垄断竞争**（monopolistic competition）模型和**寡头垄断**（oligopoly）模型，但大多数传统的教材很少关注这些模型。

完全竞争模型假定有大量的买者和卖者，他们都是价格的接受者。垄断模型做出相反假设：只有一个可以完全控制价格的卖者。尽管这些模型容易在理论上加以解释，但没有一个是对最真实的市场的描述。完全竞争很确切地描述了一些市场，比如农业、零售业、一些服务业和股票市场。然而，完全竞争在制造业和矿产开采业中却很少见。

垄断模型在现实中也很少见。例子包括公共事业，如你所在地区的电力或者是天然气供应；在大多数社区的有线电视供给者，还有小的、分散的乡镇的食品市场或者加油站也是垄断的。但是，在这两种纯粹的市场形式中，垄断比完全竞争的情况要少得多。从美国人口普查局的数据上看，在结构上，多数市场都既不是完全竞争的也不是垄断的，而是处在两者之间的一种状态。这种“处在两者之间”的产业被分为寡头垄断或者垄断竞争两类。产业组织经济学家认识到完全竞争模型和垄断模型不能准确描绘大多数现实

中的市场。然而这个学科根植于由亚当·斯密在 18 世纪和艾尔弗雷德·马歇尔在 19 世纪建立起的传统厂商理论。寡头垄断理论最重要的理论突破是由奥古斯丁·古诺和约瑟夫·伯特兰在 19 世纪创造的。¹

历史上，垄断竞争理论发展的一个重要理论贡献是由爱德华·张伯伦在 20 世纪初做出的。²垄断竞争是指市场中有大量的买者和卖者，容易进入，产品具有差异性。垄断竞争市场的例子包括家具、服装、珠宝、纺织品和餐饮业。张伯伦理论的重心在于关注产品差异和研究厂商而不是产业，这一点与斯密和马歇尔不同。推动张伯伦研究的动力之一是他相信之前的模型对现实的解释力比较差，因为现实中厂商竞争不仅仅以价格为基础，也以产品差异性为基础。垄断竞争理论是一个主要的突破，因为它帮助填补了市场运行机制的理论和其经验观察之间的巨大空缺。它很快被融入主流的经济学思想中，并且在十年内垄断竞争理论就被吸收到每一本微观经济学理论教科书中。

遗憾的是，垄断竞争模型被证明也像完全竞争和垄断模型一样存在许多问题。模型存在着非常有限的预测能力，并且没有几个预测结果能够经受住严格的批评。尽管它有缺点，但垄断竞争模型把产品差异、与产品差异相联系的向下倾斜的需求曲线等概念引入经济学理论，并且强调进入壁垒的关键作用。张伯伦模型第一次建立了完全竞争和垄断模型之间的理论联系，并且最终促成新的寡头垄断理论的产生和传统产业组织理论的发展，并把范例与结构、行为和绩效连接起来。

在他开创性的工作中，张伯伦也讨论了寡头垄断，但是比他讨论的垄断竞争简略。寡头垄断指一种市场结构，相对而言，在这种市场结构中少数几家厂商控制市场。许多产业都是寡头垄断的实际例子，包括制造业，如汽车、制药、谷类产品、软饮料、啤酒、智能机以及平板电视。早期的关于寡头垄断与经济绩效的关系的理论著作几乎都没得出有力的结论，但是引导经济学家们（包括乔·贝恩）去实际检测这种关系。³早期经验研究发现，一个产业的几个厂商控制着市场能获得更高的利润；这被解释为企业共谋来提高价格。

产业组织发展成一个重要的经济学领域，与现代厂商理论的发展紧密相连。在完全竞争和垄断竞争两个标准模型中，厂商并非用好的判断力指导其行为。在两个模型中，所有厂商都追求利润最大化，并且所有厂商应对成本上涨的对策都是提高价格。但是 20 世纪 20 年代的产业案例研究建议，现实的厂商不要采取这种机械的反应。相反，案例研究表明厂商考虑的控制因素包括价格、产出以及广告支出。比如，伯里与米恩斯发现寡头垄断厂商追随行为型目标，而不是利润最大化。⁴寡头垄断企业控制主要经济变量的认识引出了一系列新的问题。寡头垄断厂商能否参与关系到定价、调查和发展、广告、兼并以共谋的策略行为来影响未来市场结构 and 经济绩效？

一旦经济学家认识到厂商控制了主要的可选变量，在分析结构、行为、绩效的关系方面，主要的注意力就从产业转移到厂商上。那些强调厂商控制市场的经济学家经常拒绝利润最大化的假设，而是重点强调厂商选择可替代的行为目标的能力。

正如上述讨论提到的，微观经济学理论经常强调理论上的严密，而忽略了解释现实的准确性。产业组织课程侧重从相反的方向强调对现实的准确描述。然而，你们即将学到的产业组织课程也不会忽略理论。事实上，近些年理论已经在这个领域占据越来越重要的地位。但是，产业组织经济学家不会用完全竞争或者垄断的假定分析谷类生产行业。相反，产业组织经济学家认识到分析谷类生产行业的最好方法——在理论与经验两个层