

精品课程系列教材·校级

产业经济学 教程与案例

精品课主持人 干春晖◎编著



Industrial Economics
Text and Cases



机械工业出版社
China Machine Press

精品课程系列教材 · 校 级

产业经济学

教程与案例

精品课主持人 干春晖◎编著



Industrial Economics
Text and Cases



机械工业出版社
China Machine Press

本书是一本反映产业经济学最新研究成果的入门教材,在准确全面地把握产业经济研究前沿的基础上,以通俗易懂、深入浅出的方式介绍了产业经济学的理论知识和基本方法,运用规范的产业经济学分析框架对中国的10个重要产业进行了分析,清晰地展现了中国产业经济的发展现状,具有较强的知识性和实用性。本书的显著特色是:国际产业经济理论前沿与中国产业经济发展实践相结合,理论分析与案例研究相结合。

本书既可作为大中专院校经济管理类专业教材,也可供本科期间未学习过产业经济学课程的研究生作为教材和教学参考书使用。本书还适合所有对中国产业经济理论和实践感兴趣的读者阅读。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

图书在版编目(CIP)数据

产业经济学:教程与案例/干春晖编著.-北京:机械工业出版社,2006.7

(精品课系列教材·校级)

ISBN 7-111-19084-X

I.产… II.干… 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(2006)第043417号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:石美华 版式设计:刘永青

北京诚信伟业印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2006年7月第1版第1次印刷

184mm×260mm·27.5印张

定价:42.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010)68326294

投稿热线:(010)88379007

出版前言

从“华章教育”品牌推出伊始，华章一直秉承“全球采集内容，服务中国教育”的理念，经过近十年的引进、翻译、出版、推广国外优秀教材的历练，培养了一支专业的策划出版及校园营销推广的教育出版队伍。在“十一五”期间将与国内广大院校的老教师们共同合作，以严谨的治学态度及全面服务的专业出版精神，陆续推出大批具有国内一流教学水平的“精品课程系列教材”。

精品课程是具有一流教师队伍、一流教学内容、一流教学方法、一流教材、一流教学管理等特点的示范性课程，是教育部实施的“高等学校教学质量与教学改革工程”的重要组成部分，是教育部深化教学改革，以教育信息化带动教育现代化的一项重要举措。它的有序实施将有助于促进以互联网为核心的现代信息技术在教学中的广泛应用，使广大希望接受高等教育的人群共享国内各高校的优质教学资源，同时进一步促进高校中的名师、教授多上讲台，全面提高教育教学质量，造就数以千万计的专门人才和一大批拔尖创新人才，提升我国高等教育的综合实力和国际竞争能力。

自2003年精品课程建设项目持续推进以来，国内高校中的优秀教师纷纷在总结本校富有历史传统而又特色突出的课程教学方法与经验的基础上，充分运用现代网络传播技术将优质的教学资源上网共享，使国内其他高校在实施同类课程教学的过程中能够借鉴、使用这些优质的教学资源，在更大范围内提高高等学校的教学和人才培养质量。经过三年多的共同努力，已经建立起了较为齐全的各门类及各专业的校、省、国家三级精品课程体系，期间先后有总计750门课程通过了专家评审，获得了“国家精品课程”称号。未来两年，还将有同等数量的课程加入这个行列。

这些各个层次的精品课程建设过程都比较充分地体现了教育部所要求的七个重点，即：具有科学的建设规划；配备高水平的教学队伍；不断进行教学内容和课程体系的改革；使用先进的教学方法

和手段；注重建设系列化的优秀教材；高度重视理论与实践两个环节；切实激励各方人员共同参与。也正因为这样的多方面积极参与，使得我国的高等教育在近年来由精英教育转向大众教育的跨越式发展中取得了教学质量上的突破与飞跃。精品课教材作为精品课程的要件之一，比以往教材更加具有实践检验性，教学辅助资源经过不断地更新与补充更加丰富，是精品课教学团队智慧的共同体现。

“师者，所以传道授业解惑也。”教材是体现教学内容和教学要求的知识载体，是教师进行教学活动的基本工具，是提高教学质量的重要保证。精品课程教学团队中优秀的老师们集多年治学经验与教学实践撰写出版相关教材，也是精品课程建设的一个重要方面。华章作为专业的出版团队，长久以来背负“传承专业知识精华，服务中国教育事业”的使命，遵循“分享、专业、创新”的价值观，实践着“国际视野、专业出版、教育为本、科学管理”的出版理念，愿与高等院校的老师共同携手，为中国的高等教育事业愈加国际化而努力！

为更好地服务于精品课程配套教材的出版，华章不仅密切关注高校的优秀课程建设，而且还将利用自身的优势帮助教师完善课程设置、提供教辅资料、准备晋级申报、推广教学经验。具体详情可访问专门网站<http://www.hzbook.com/jpkc.aspx>，并可在线填写出版申请，欢迎您与我们合作。投稿专线：010-88379607；hzjg@hzbook.com

华章经管出版中心

2006年6月6日

前言

产业经济学是以产业作为研究对象,分析现实经济问题的新兴应用经济学,它在我国发展的历史并不长。出于教学的需要,我一直在为我的学生寻找一本合适的产业经济学入门教材,这本教学用书应该符合两个条件:首先,应该能够对现代产业经济前沿理论进行较全面和通俗的介绍;其次,要从产业经济学视角对中国产业发展现实进行审视和思考,使学生学习应用这些理论分析具体产业的方法,同时了解中国主要产业发展的基本情况。我所能找到的大部分本版教材在第一方面较薄弱,而引进版教材则往往不太适合多数中国读者的知识背景,更不可能介绍和分析中国产业经济的实践。因此我产生了编写一本产业经济学入门教材的想法。

本书试图改变产业经济学教材理论介绍较枯燥、内容广散、与中国产业发展实际联系不紧密等不足,注重理论阐述与实证分析相结合,融合中外产业经济发展的理论与实践,系统反映产业经济领域的研究内容;既展现产业经济理论的整体面貌,又分析研究中国产业发展的现实,将理论与实践有机结合;同时,力图浓缩产业经济理论之精华,使初学者在阅读那些较晦涩的高级产业经济学引进版教材之前,就能较充分地理解产业经济学的基本原理和分析方法,把握产业组织理论的发展方向,培养运用产业经济学理论分析问题的基本能力,并为进一步学习高级产业经济学和其他经管类课程打好基础。

本书是上海财经大学重点建设教材之一,也是上海财经大学校级精品课《产业经济学》课程建设的成果之一,网络教学资源详见课程网站<http://iclass.shufe.edu.cn/teacherweb/users/gch/bn/index.htm>。为了便于教师开展教学活动,本书配有幻灯片(PPT),具体事宜可联系Marketing@hzbook.com。

本书由我负责拟定全书的框架和提纲,并撰写部分章节的内容。参加上篇“产业经济学理论”部分撰写的作者有尚永胜、闫星宇、姚

VI

瑜琳、周习、胡春燕、余典范、戴榕、李雪、吴一平、刘乃全、龚仰军、刘勇等同志，参加下篇“中国产业组织分析”编写的作者有姜涛、牟清、蔡世婷、张瑞静、蔚力兵、余梅芳、许少波、周海蓉、魏明、应瑛、赵音璇等同志。

于春晖

2006年4月

目 录

出版前言 前言

上 篇

产业经济学理论

第一章 导论 / 3

- 第一节 产业经济学的研究对象和学科性质 / 3
- 第二节 产业经济理论的渊源和发展 / 8
- 第三节 产业经济学研究的意义和方法 / 19
- 第四节 本书的结构 / 22

第二章 产品差异 / 25

- 第一节 产品差异定义及溯源 / 25
- 第二节 产品差异和市场势力 / 31
- 第三节 产品差异的策略运用 / 33

第三章 进入壁垒 / 38

- 第一节 进入壁垒概述 / 39
- 第二节 结构性进入壁垒 / 41
- 第三节 策略性进入壁垒 / 46
- 第四节 进入壁垒的福利效应 / 52

第四章 策略性行为 / 58

- 第一节 新产业组织与策略性行为 / 58
- 第二节 限制性定价 / 60
- 第三节 掠夺性定价 / 64

第五章 定价实践 / 72

- 第一节 价格歧视 / 73
- 第二节 传统的定价实践 / 79
- 第三节 信息产品定价 / 86

第六章 产品选择、成本与生产能力 / 94

- 第一节 空间先占权与产品扩散策略 / 94
- 第二节 预告产品信息 / 95
- 第三节 提高转换成本 / 96
- 第四节 捆绑销售与搭配销售 / 99
- 第五节 提高对手成本 / 102
- 第六节 过度生产能力投资 / 103

第七章 企业并购 / 108

- 第一节 企业并购概述 / 108
- 第二节 横向并购：福利权衡 / 114
- 第三节 纵向并购：降低交易费用与稳定经营环境 / 119
- 第四节 混合并购：资产利用与风险降低 / 123

第八章 创新与研发 / 128

- 第一节 创新与研发的基本概念 / 128
- 第二节 研发与创新激励 / 135
- 第三节 企业规模、市场结构与研发 / 141

第九章 广告 / 149

- 第一节 广告经济学：历史视角 / 149

- 第二节 广告强度 / 154
- 第三节 广告与市场结构 / 157
- 第四节 广告与价格竞争 / 164
- 第五节 广告与市场绩效 / 166
- 第六节 虚假广告与广告监管 / 169

第十章 合作策略性行为 / 172

- 第一节 合作策略性行为概述 / 172
- 第二节 默契合作策略性行为 / 176
- 第三节 明确合作策略性行为 / 178
- 第四节 合作策略性行为的存在性与不稳定性 / 186
- 第五节 合作策略性行为的公共政策 / 191

第十一章 规制经济学 / 194

- 第一节 规制经济学的发展 / 195
- 第二节 政府规制的类型、目标及执行机构 / 198
- 第三节 政府规制政策 / 200

第十二章 反垄断经济学 / 215

- 第一节 垄断的经济分析 / 215
- 第二节 垄断的社会成本和收益 / 217
- 第三节 反垄断政策 / 220

第十三章 产业结构与政策 / 227

- 第一节 产业及产业结构 / 227
- 第二节 产业结构的演进规律 / 230
- 第三节 产业结构优化 / 233
- 第四节 产业结构政策 / 238

第十四章 产业布局与政策 / 243

- 第一节 产业布局的理论发展 / 243
- 第二节 产业布局的指向性、原则与规律及战略 / 248
- 第三节 产业布局政策 / 253

第十五章 产业关联 / 260

- 第一节 投入产出经济学原理 / 261

- 第二节 投入产出经济学的诞生背景和理论渊源 / 263

- 第三节 实物型投入产出模型 / 266

- 第四节 价值型投入产出模型 / 269

- 第五节 投入产出模型应用 / 275

下 篇

中国产业组织分析

第十六章 钢铁工业 / 285

- 第一节 历史 / 286
- 第二节 市场结构 / 287
- 第三节 市场行为 / 291
- 第四节 市场绩效 / 293
- 第五节 公共政策 / 295

第十七章 汽车工业 / 298

- 第一节 历史 / 299
- 第二节 市场结构 / 306
- 第三节 市场行为 / 311
- 第四节 市场绩效 / 316
- 第五节 公共政策 / 318

第十八章 石油业 / 320

- 第一节 历史 / 322
- 第二节 市场结构 / 323
- 第三节 市场行为 / 326
- 第四节 市场绩效 / 329
- 第五节 公共政策 / 331

第十九章 煤炭业 / 334

- 第一节 历史 / 335
- 第二节 市场结构 / 336
- 第三节 市场行为 / 339
- 第四节 市场绩效 / 343
- 第五节 公共政策 / 345

第二十章 彩电业 / 348

- 第一节 历史 / 348

第二节 市场结构 / 349

第三节 市场行为 / 353

第四节 市场绩效 / 356

第五节 产业政策 / 358

第二十一章 医药制造业 / 361

第一节 历史 / 362

第二节 市场结构 / 362

第三节 市场行为 / 367

第四节 市场绩效 / 369

第五节 公共政策 / 371

第二十二章 商业银行业 / 374

第一节 历史 / 374

第二节 市场结构 / 375

第三节 市场行为 / 380

第四节 市场绩效 / 382

第五节 公共政策 / 385

第二十三章 保险业 / 388

第一节 历史 / 389

第二节 市场结构 / 390

第三节 市场行为 / 394

第四节 市场绩效 / 397

第五节 公共政策 / 401

第二十四章 电信业 / 404

第一节 历史 / 404

第二节 市场结构 / 407

第三节 市场行为 / 410

第四节 市场绩效 / 413

第五节 规制政策 / 414

第二十五章 民航运输业 / 416

第一节 产业技术经济特征与演进
过程 / 417

第二节 市场结构 / 420

第三节 市场行为 / 423

第四节 市场绩效 / 426

第五节 公共政策 / 429

上 篇

产业经济学理论

第一章

导 论

我希望你们会发现本书将有助于引领你们研究真实世界的市场。

——斯蒂芬·马丁 (Stephen Martin)

产业经济学 (industrial economics) 是国际上公认的相对独立的应用经济学科,也是近年来经济学理论研究最活跃、成果最丰富的领域之一。产业经济学是介于微观经济学和宏观经济学之间的“中观经济学”,它以产业 (industry) 为研究对象,研究和探索个别产业内企业间的竞争、合作关系及其对经济绩效的影响和相应的公共政策,同时也研究产业间不同产业之间的结构关系和经济技术关联及相应的产业政策。在产业经济学中,以同一市场上具有竞争关系的企业为研究对象的产业组织理论是其核心内容。本章分三节,分别介绍产业经济学的研究对象和学科性质、产业经济学的理论渊源和发展及产业经济学研究的意义和方法。

第一节 产业经济学的研究对象和学科性质

一、产业经济学的研究对象

产业经济学的研究对象主要是产业。那么什么是产业呢?在英文中,产业 (industry) 既可泛指国民经济中的各个产业部门,如工业、农业、服务业,也可指更具体的行业部门,如钢铁业、纺织业、食品业、造船业等,因此产业是一个较为模糊的概念。从产业的形成过程来看,产业是社会生产力和分工不断发展的产物。随着社会生产力的发展,人类社会渐次发生了三次大规模的社会分工:第一次大分工发生在原始公社的新石器时代,使畜牧业从

农业中分离出来；第二次社会大分工发生在原始公社末期和奴隶社会初期，使手工业从农业中分离出来；第三次社会大分工发生在奴隶社会初期，出现了专门从事商品买卖的商人阶层，形成了独立的商业。18世纪下叶的产业革命，直接导致了工业的形成并使其成为经济发展的主导力量。机器大工业极大地促进了社会分工，提高了劳动生产率。马克思在考察社会分工时，将其区分为3种形式：“单就劳动本身来说，可以把社会生产分为农业、工业等大类，叫做一般的分工；把这些生产大类分为种和亚种，叫做特殊的分工；把工厂内部的分工，叫做个别的分工。”一般分工形成了农业、工业、商业等大类；基于一般分工的特殊分工，使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；而起源于商业的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。一般分工形成的产业，可称其为广义的产业；而由特殊分工形成的产业，是狭义产业概念。那么以什么样的“相同特征”来划分产业呢？

在欧美，主流的产业经济学也被称为产业组织学（industrial organization），研究的是市场的运行，特别是企业拥有市场权力（market power）的不完全竞争市场的运行^①，主要关注同一市场上企业的行为及其与市场结构演变过程的密切关系，以及与此相关的公共政策。在欧美的主流产业经济学者看来，“产业”与“市场”是同义词，是指一定区域内（如一国、或一个地区）生产（或提供）具有相同功能和替代功能的产品和服务的企业的集合，实质上就是具有竞争关系的卖方企业的集合，这主要是从供给角度入手研究市场。

然而在中国的学术传统中，产业经济学并不完全等同于产业组织学。从20世纪50年代起，由于实行计划经济，在学科体系建设上承袭前苏联模式，产业的概念主要是指计划经济中的“行业”、“部门”，如农业、工业、商业等，相应地设立了农业经济学、工业经济学和商业经济学等学科。改革开放后，日本等国经济增长的奇迹吸引了中国的经济学者，日本政府通过产业政策优化产业结构的做法被认为是经济增长的重要推动力量。中国产业经济学受日本的影响较深，重视产业结构和产业政策的研究。由于我国长期实行计划经济，资源配置的效率极为低下，产业布局很不合理，产业间的比例关系严重失调，在社会主义市场经济体制尚未建立的情况下，通过产业政策等调控手段调整产业布局、优化产业结构无疑对改善资源的配置、促进经济增长具有重要作用，因此产业政策、产业布局调整和产业结构的优化升级成为20世纪80年代中国产业经济研究的重点。从20世纪80年代中后期开始，欧美主流的产业经济理论逐渐被引入中国，中国的产业经济研究开始转型。随着社会主义市场经济体制的逐步完善，企业间的竞争关系日益成为经济生活中关注的焦点，而某些产业中的垄断及其规制问题成为改革和理论探讨的重点，产业组织理论逐渐成为中国产业经济学的核心内容。然而，由于我国正处于经济体制的转轨时期，市场体系仍不完善，产业结构的非均衡问题不能完全通过市场调节得到自动解决，应该继续发挥政府利用产业政策等工具对市场的调控作用。所以

① Lynne Pepall, Daniel J. Richards, George Norman. Industrial Organization: Contemporary Theory & Practice [M]. 3rd edition. New York: South-Western, 2004: 3.

目前中国对产业经济学比较一致的看法是应该“东西合璧”，即将以产业组织和公共政策为主要内容的欧美产业经济学体系与以产业结构和产业政策等为重点的日本产业经济学体系整合在一起，既研究生产同类或有密切替代关系的产品（或服务）的企业之间的竞争行为及其对经济绩效的影响和相关公共政策，同时也研究社会再生产过程中大类部门之间、制造业各行业之间、行业内各中间产品之间的经济技术关联和比例关系，以及相应的产业政策，包括产业组织、产业结构、产业关联和产业布局等内容。

基于对产业经济学的以上认识，产业作为产业经济学的研究对象，有两层含义^①：① 在产业组织层面上，当我们分析同一产业内企业间的市场关系时，“产业”是指“生产同类或有密切替代关系的产品、服务的企业集合”。因为生产同类或具有替代关系的企业在产品市场上发生竞争关系，企业间的竞争行为和竞争程度影响市场对资源的配置效率。以产品市场上具有竞争关系的企业集合——产业为研究对象，分析企业间的竞争行为和市场关系，才有可能对产业内的企业是否具有市场权力及市场运行的经济绩效做出判断，进而制定促进竞争、提高效率的产业组织政策。② 当我们考察整个产业的状况，以及不同产业间的结构和关联关系时，产业的含义则更为宽泛，“产业”可以定义为“使用相同原材料、相同工艺技术或生产相同用途产品的企业的集合”。以这类企业组成的产业为对象，研究社会再生产过程中企业间错综复杂的中间产品或最终产品的供给与需求关系，才有可能认识各产业部门间的经济技术联系、比例关系及其变化规律，并通过制定和实施科学的产业政策优化产业结构、提高资源在产业间的配置效率。

综合产业的以上两种含义，可以把产业定义为：产业是由提供相近产品和服务，或使用相同原材料、相同工艺技术，在相同或相关价值链上活动的企业共同构成的集合。应该注意的是，对产业的界定服从于我们的研究目标，产业的边界并不是一成不变的。当我们研究产业内企业的竞争行为时，产业是指生产同类或有密切替代关系的产品的企业集合，在产品差异普遍存在的情况下，两个企业是否属于同一产业，取决于企业生产的产品之间是否有“密切的”替代关系。虽然产品的替代程度在理论可以通过两种产品的需求交叉价格弹性来衡量，但交叉价格弹性的值达到多少时，就可认定两个企业同属一个产业，这仍需具体分析。技术变化也会引起产业边界的调整，新技术的使用改变了产品间的替代关系，使本来属于不同产业的企业演变成为同一产业、同一市场的竞争关系，出现所谓产业融合的现象，如互联网、通信网和有线电视网络产业相互融合而形成新的产业形态。在研究产业结构等问题时，产业的定义有较大的伸缩性，既可以有较宽泛的含义，如第一产业、第二产业和第三产业，也可以狭义地使用，如石油产业、汽车产业等。在研究现实问题时，根据研究的需要可采取不同的标准对产业进行分类，常见的分类方法主要有：三次产业分类法和标准产业分类法（详见第十三章）。

二、产业经济学的学科性质及研究领域

（一）产业经济学的学科性质

按照目前中国教育部和国务院学位委员会颁发的学科分类目录，经济学分为理论经济学

① 杨公朴，产业经济学[M]。上海：复旦大学出版社，2005：3-4。

和应用经济学两大类,产业经济学属于应用经济学中的二级学科。产业经济学以产业为研究对象,以理论经济学为基础,研究产业经济活动的基本特征及其变动规律,既不同于以单个市场主体(企业、消费者)为研究对象的微观经济学,又不同于以国民经济总量为研究对象的宏观经济学。

微观经济学研究在市场经济条件下生产要素和产品价格的形成机制,以及价格作为资源配置的信号如何发挥作用并实现资源的最佳配置效率。它以个量分析为主要特点,研究单个的、抽象的生产者和消费者的行为及相互间的关系,在经济理性(市场主体在经济活动中总是追求自我利益的最大化)的假定下,运用局部均衡和一般均衡分析的方法,研究单个市场主体(家庭、企业)在资源约束的情况下,如何做出经济选择:消费者在收入约束的情况下如何选择消费品的数量;企业在生产技术既定的情况下,如何选择生产要素的使用数量和产品的产量。消费者对各种产品的需求与生产者对产品的供给决定着每一种产品的产量与价格,如果市场是完全竞争的,通过市场价格的自行调节,市场将协调企业和消费者的选择,最终实现资源的最优配置。因此在微观经济中,重点分析的是单个市场主体的行为及完全竞争市场下的资源配置效率。

宏观经济学的特点则是总量分析,它以国民经济中经济总量的变化及其规律作为研究分析对象,考察国民收入的形成、分配和使用。它从分析国民收入循环入手,分析其形成及分配,研究国民收入总供给和总需求之间的均衡关系以及由于不均衡所带来的诸如通货膨胀、失业等问题,并分析财政和货币政策对国民收入及其均衡关系的影响。

如果把全部经济活动看成是一个集合或系统,则经济活动中单个市场主体(企业和消费者)则是这个集合的基本元素或细胞,而产业则是按一定标准组成的子集合或子系统。宏观经济学研究的是整个集合的基本特征和规律,在考察国民收入的决定时,一般只讨论社会再生产过程中的最终产品的形成及计量问题,可以把中间产品的生产和交换即产业之间的关系抽象掉。而微观经济学研究集合中元素的基本特性和相互之间的关系,在微观经济分析中,以“代表性消费者”和“代表性企业”来分析市场的需求、供给和均衡问题,尽管微观经济学中也涉及厂商和市场理论,但主要分析的是完全竞争条件下的“代表性企业”及其集合,抽象掉了企业的具体内容。产业经济学以产业这一子集合为研究对象,研究这一子集合的基本特征、其中企业间的现实竞争关系以及不同子集合之间的相互关系,覆盖了被宏观、微观经济研究所忽略的领域。因此,从研究对象看,产业经济是介于微观经济学和宏观经济学之间的“中观经济学”。

产业经济学以理论经济学为基础,研究产业经济活动的基本特征和规律,探讨制定产业政策的理论基础和方法,指导国民经济中各产业的运行和发展,实现资源在产业内、产业间的有效配置,具有鲜明的实践性和应用性,因此产业经济学也是一门应用经济学学科。

(二) 产业经济学的研究领域

依照产业经济学的研究传统,产业经济学的研究领域主要涵盖以下4个方面。

1. 产业组织

产业组织理论是产业经济学的微观领域,主要研究生产同类或有密切替代关系的产品、

服务的企业组成的产业,分析市场和产业的运行,特别是企业之间的竞争和合作行为。在现实经济生活中,产业内企业间的关系是复杂多变的,这些关系的变化关乎企业在产业内的生存和发展,决定产业内资源配置的效率,影响资源在产业间的流动。随着市场和技术条件的变化,市场逐渐趋向于寡占结构,企业间基于策略互动关系的竞争行为日益成为产业组织的中心内容。通过对市场运行过程中企业间竞争关系的分析研究,可以对不同的市场结构和企业行为对经济绩效的影响做出判断,从而为政府制定产业组织政策、维持有效的市场竞争秩序、改善和提高经济效率提供实证依据和理论指导。

2. 产业结构

产业结构理论是产业经济学的宏观领域,主要研究产业间的相互联系与联系方式。产业结构研究既包括广义产业间的关系,诸如三次产业之间的关系,又包括狭义产业间的关系,如制造业内部各产业之间的关系。产业在经济活动中承担着资源转换器的功能,正是通过资源在产业间的流动,社会实现了对资源的有效配置。产业结构及其演化规律主要反映经济发展过程中产业间的资源占有关系,体现了资源在产业间配置的基本状况和变动趋势,也是制定促进产业发展和经济增长的产业政策理论依据。产业结构研究一般不涉及过于细致的产业分类及产业之间中间产品的复杂供求关系,因此在产业经济学中属于“宏观”领域。

3. 产业关联

产业关联理论又称产业联系理论,它是产业经济学的“中观”领域,主要研究不同产业之间的投入品和产出品相互运动形成的实物或价值形态的技术经济联系。它以生产技术和工艺的相似性为依据来划分产业,运用由美国经济学家瓦西里·列昂惕夫(Wassily Leontief)提出的投入产出分析模型,把一个国家在一定时期内所进行的社会再生产过程中各个产业部门间通过一定的经济技术关系所发生的投入产出关系加以量化,对各经济系统间在生产、交换和分配上的关联关系进行分析,然后利用产业间特定的关联关系,为经济预测和经济规划服务。产业关联理论运用较为细致的产业分类和数量分析方法,可以精确、量化地研究产业之间的相互依存关系,能很好地反映各产业的中间投入和中间需求。在产业经济学中,产业关联研究的是介于产业结构和产业组织之间的“中观”领域。

4. 产业布局

产业布局主要研究产业在区域内的空间分布及规律以及产业布局与区域经济发展之间的内在联系。产业离不开其赖以生存的空间载体,产业布局是一国或区域经济发展的基础。产业布局反映的是产业的区域分工与协作关系和资源在空间上的配置关系。合理的产业布局会优化资源配置,有利于发挥各区域的独特优势,促进区域经济的协调发展。

产业政策的研究内含于对产业组织、产业结构和产业布局等的理论研究中。产业政策是政府为实现其特定的目标,推进产业结构的优化升级,规范市场内垄断竞争秩序而实施的干预性、指导性措施^①。实施产业政策是为了弥补或修正市场在资源配置中的固有缺陷,调节

① 胡立君,等.产业结构与产业组织互动关系的实现机理研究[J].中国工业经济,2005(5):50-57.