

寡头垄断企业 竞争策略

叶泽 著



科学出版社

寡头垄断企业 竞争策略

叶泽 著

科学出版社
北京

内 容 简 介

不管经济学家和政府对市场结构或者产业集中度有怎样的偏好,在包括自然垄断在内的许多领域中,寡头垄断企业大量存在并在现代社会和经济生活中发挥重要作用。本书将产业组织理论与企业战略管理在企业竞争策略这个领域上结合起来,系统地分析和探讨了寡头垄断企业竞争策略这个新的研究课题。本书内容由寡头垄断企业投资策略、成本策略、产品差异化策略、价格竞争与合作策略、销售策略、并购与退出策略、研发策略以及政策经营策略组成。与一般企业战略研究不同的是,寡头垄断企业竞争策略建立在更加现实和重要的寡头和垄断竞争市场结构的基础上,突出了竞争策略在寡头垄断企业战略中的地位和作用,把政策变量作为策略选择的内生变量,更多地使用了计算管理的研究方法。

本书适合从事企业经营战略研究与咨询的人员,从事相关领域教学和研究工作的大学师生以及政府经济管理部门相关工作人员阅读。

图书在版编目(CIP)数据

寡头垄断企业竞争策略/叶泽著. —北京:科学出版社,2012

ISBN 978-7-03-034685-8

I. ①寡… II. ①叶… III. ①垄断组织-企业竞争-研究 IV. ①F276.8

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第120092号

责任编辑:唐薇 马跃/责任校对:桂伟利

责任印制:阎磊/封面设计:迷底书装

科学出版社出版

北京东黄城根北街16号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

铭浩彩色印装有限公司印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2012年6月第一版 开本:720×1000 1/16

2012年6月第一次印刷 印张:15 1/4

字数:302 000

定价:60.00元

(如有印装质量问题,我社负责调换)

前 言

企业战略管理自产生以来在不到 60 年的时间内经历产生、繁荣、衰退和再兴起的周期性过程。不管这个过程有什么特征，战略管理的研究表现出一种趋势，即越来越脱离传统的企业管理领域，而更加偏向经济学甚至心理学和社会学等领域。这种趋势可以从各种战略管理学派的演进过程中得到证实。如果说早期的结构学派等还有企业管理的研究思维存在的话，那么，现在的学习学派等则已经充满心理学味道。这种发展趋势意味着什么？我个人认为，意味着企业战略管理研究还远没有从 20 世纪 70 年代的衰退中走出来，在大量借鉴和应用其他学科知识和方法的同时，企业战略管理本身却迷失了。

对这个问题的长期思考和探索使我逐渐找到了解决上述问题的方向。在我看来，企业战略管理的迷失主要与其难以应用和应用效果不确定有关。如何改变这种状况，我觉得应该首先从分析哪些企业会研究和实施战略管理开始。管理经济学提出了四种典型的市场结构，并且对相应市场的价格与产量产生的规则与结果进行了分析。显然，在完全竞争与完全垄断的市场结构中，企业是不需要战略的。完全竞争市场中企业只能被动地接受市场价格，按生产能力生产，并获得零经济利润；而完全垄断市场中企业按边际成本定价，并获得垄断超额利润。虽然两种市场结构下企业的决策规则、决策变量和利润的结果有着本质区别，但是，在企业经营战略确定性上是相同的，企业没有也不需要自由发挥的空间。相反，在寡头竞争市场和垄断竞争市场中，由于商品及其他经营条件实际上很难满足古诺和伯川德模型的假设，企业的经营决策不能用标准的模型解释，也没有确定的规则和结果，企业必须有自己的决策。另外，与完全竞争和完全垄断市场结构中企业单边经营行为不影响市场均衡和利润等结果不同，在寡头市场和垄断竞争市场结构中，企业经营行为是相互影响的。一个企业的经营成果不仅取决于自己的经营行为，还取决于其他企业的经营行为。因此，在寡头市场和垄断竞争市场中，企业还需要在考虑竞争对手经营行为基础上对自身经营行为做出相应的策略性的设计和选择，这就是战略的需求。在把寡头企业和垄断竞争的企业合并称为寡头垄断企业之后，对这个问题的思考使我得出了一个新结论：只有寡头垄断企业才有研究和应用战略的需求或者动机，完全竞争和完全垄断市场中的企业实际上没有对战略的需求，也不存在战略。尽管这个结论是在严格的理论假设的基础上得出的，而且仅限于价格和产量决策，可能不完全符合实际情况。但是，这

个结论是诱人的，因为我们找到了企业战略管理的唯一和真正的客户——寡头垄断企业。

在确定了战略管理的需求企业后，如何针对这个专门对象开展有效的研究就是最重要和最关键的了。十分幸运的是，产业组织理论中特别是寡头垄断企业的策略性行为的研究内容及其分析问题的框架和范式，为寡头垄断企业战略管理提供了重要的而且相对成熟的内容。我在产业组织理论与企业战略管理中寻找共同的要素，结果竞争策略这个在双方看来都最重要的因素很容易被发现了。在持续的研究过程中，我感到产业组织理论中使用的博弈论及信息经济学等知识和方法很好地补充和完善了企业战略管理研究中的不足。特别是在具体战略或者策略上的不足，比如在经典的成本领先等三种总体战略中，几乎没有考虑竞争对手的战略选择，这在实际战略管理中是不可思议的。相反，产业组织理论中关于企业竞争策略的全部内容都是以竞争对手的反应作为前提和基础的。进一步分析，战略管理中把政府政策作为外部环境因素，企业只能在这个前提下寻找机会或者规避风险。而事实上，许多国家寡头垄断企业都把政策作为经营变量，不断主动地寻找政府提供最优的政策，而不是简单和被动地适应政策。因此，当把企业战略管理与产业组织理论在内容与方法等方面结合起来后，我发现自己看到了战略管理研究的新领域，即寡头垄断企业竞争策略。在进一步了解和分析相关领域国内外的研究文献后，我更加坚信了自己的想法。应该说，将战略管理与产业组织理论结合起来研究企业竞争策略的思路，首先来源于1980年美国著名战略管理专家迈克尔·波特在《竞争战略》一书中提出的产业竞争“五力模型”，三种总体竞争策略等一直是战略管理教科书的经典内容。不过，波特并没有沿着这个思路走下去。1998年德国学者哈拉德·维泽所著的《市场竞争中的企业策略》充分吸收了产业组织理论中的博弈论和数理经济学研究方法，为所有企业竞争策略设计了一个统一的数理分析框架。但是，没有明确针对寡头垄断企业这个特殊对象，因此，在具体策略内容上显得缺乏创新。2002年国内有武汉大学刘传江教授最早提出将产业组织理论与战略管理结合起来研究的观点。但是，并没有看到更多的研究成果。因此，对寡头垄断企业竞争策略研究，本书在研究领域提出、研究思路和内容设计以及研究方法等方面都具有创新价值。

本书内容共分10章。第1章是导论，主要指出本书所选研究课题产生的背景，研究内容及其结构，理论创新及其学科定位等。第2章是投资策略，具体有抢先投资、剩余生产能力投资和集中投资策略，并以外资企业在中国水务市场上的抢先投资策略为例分析了策略的具体运用。第3章是成本策略，主要包括转换成本、提高竞争对手成本和市场结构调整策略，并以电煤市场为例分析了市场结构对企业成本的影响效应。第4章是产品差异化策略，主要包括产品横向差异化、纵向差异化和质量差异化策略，并以我国移动通信企业产品和服务差异化进

行了策略应用分析。第 5 和第 6 章分别分析了价格竞争和价格合作策略的具体形式。第 7 章是销售策略,如捆绑和搭配销售策略和长期契约策略等。第 8 章是并购与退出策略,并以我国家电市场并购为例进行了并购说明。第 9 章是研究与开发策略,包括标准竞争策略、专利竞赛策略等内容。第 10 章是政策经营策略,主要分析了政策作为内生变量对寡头垄断企业经营行为的影响,并就企业如何经营政府的政策进行了探讨。围绕寡头垄断企业生产经营决策的 9 个主要方面,本书提出了 28 个典型的策略,并对每个策略按照产生背景与问题、模型、数理分析与模拟计算、策略应用与评价的统一格式进行了分析和研究。总体上看,本书形成了以特定寡头垄断企业作为研究对象的企业战略管理的新理论;以具体战略层面竞争策略作为问题的企业战略管理研究的新领域;以博弈论和信息经济学及数理分析为主要方法的企业战略管理研究的新知识和新方法;以政府政策变量作为内生变量等的新模型和新结论。随着世界范围内不同国家市场经济竞争格局逐步向寡头垄断市场竞争演变,企业迫切需要相关的理论与实践的指导。相信这本书能够适应这方面的需求,甚至在政府决策方面也能产生积极的效果。

寡头垄断企业竞争策略,是在我 2007 年入选教育部新世纪优秀人才支持计划时作为研究课题提出来并正式开始研究的,至今有 5 年多的时间。我的 4 届研究生喻苗、袁玮志、彭俊达、钟宏、曹永泉、常新菊、何姣参与了本书的研究与写作工作。长沙理工大学为本书的出版提供了部分资助。湖南省哲学社会科学重点研究基地“现代企业管理研究中心”也为本书提供了平台支持。在此,向为本书提供支持的相关单位和参与本书写作的我的学生们表示衷心的感谢。

叶 泽

2012 年 3 月 5 日

目 录

前言

1 导 论	1
1.1 寡头垄断企业竞争策略研究的新领域	1
1.1.1 战略管理理论的发展	1
1.1.2 产业组织理论的发展	3
1.1.3 寡头垄断企业竞争策略的新领域	6
1.2 研究内容与意义	10
1.2.1 研究内容	10
1.2.2 研究意义	13
1.3 理论定位与创新	14
1.3.1 理论定位	14
1.3.2 特色与创新	16
2 投资策略	18
2.1 抢先投资策略	18
2.1.1 模型假设与分析	19
2.1.2 策略实施和评价	20
2.1.3 外资企业在中国水务市场上的抢先投资策略	22
2.2 剩余生产能力投资策略	25
2.2.1 斯潘斯模型	27
2.2.2 迪克赛特模型	35
2.3 集中投资策略	37
2.3.1 模型假设与分析	37
2.3.2 策略实施和评价	39
3 成本策略	44
3.1 转换成本策略	44
3.1.1 模型假设与分析	46
3.1.2 转换成本的构成和估算	47
3.1.3 策略实施和评价	50
3.2 提高竞争对手成本的策略	51

3.2.1	模型假设与分析	52
3.2.2	策略实施和评价	55
3.3	市场结构调整策略	55
3.3.1	市场结构因素	56
3.3.2	市场结构对均衡价格的影响	57
3.3.3	市场均衡价格模型	59
3.3.4	买方市场结构对均衡价格的影响	62
4	产品差异化策略	67
4.1	横向差异化策略	69
4.1.1	线性城市模型	69
4.1.2	圆周城市模型	72
4.2	纵向差异化策略	74
4.2.1	模型假设与分析	74
4.2.2	策略实施和评价	75
4.3	质量差异化策略	78
4.3.1	模型假设与分析	78
4.3.2	策略实施和评价	79
5	价格竞争策略	92
5.1	限制性定价策略	92
5.1.1	限制性定价策略概述	93
5.1.2	米尔格罗姆和罗伯茨限制性定价模型	96
5.1.3	施乐公司的限制性定价	111
5.2	掠夺性定价策略	112
5.2.1	米尔格罗姆和罗伯茨模型	114
5.2.2	萨隆纳模型	115
5.3	价格战策略	118
5.3.1	模型分析与假设	119
5.3.2	策略实施和评价	121
6	价格合作策略	125
6.1	重复博弈中的默契合谋策略	126
6.1.1	触发策略	126
6.1.2	温和策略	127
6.1.3	促成合谋的因素	129
6.2	合作性的价格领导策略	132
6.2.1	模型假设与分析	133

6.2.2 策略实施和评价	136
6.3 最惠消费者定价策略	136
6.3.1 模型假设与分析	137
6.3.2 策略实施和评价	139
7 销售策略	141
7.1 捆绑和搭配销售策略	141
7.1.1 模型假设与分析	141
7.1.2 策略实施和评价	143
7.2 长期契约策略	145
7.2.1 模型假设与分析	146
7.2.2 日本钢铁市场的长期购买契约	149
7.3 垄断企业捆绑销售的策略效应	149
7.3.1 通过捆绑销售进行价格歧视的局限	150
7.3.2 捆绑销售的策略效应	151
7.3.3 捆绑销售阻止进入的策略原理	153
7.3.4 分析和结论	153
8 并购与退出策略	156
8.1 纵向并购策略	156
8.1.1 双重加价模型	157
8.1.2 投入品可替代性模型	159
8.1.3 策略实施和评价	161
8.2 横向并购策略	162
8.2.1 同质产品市场下的并购模型	162
8.2.2 存在产品差别化的价格设定模型	165
8.2.3 圆周城市模型	168
8.3 退出策略	176
8.3.1 基本模型	177
8.3.2 存在资金约束的策略性退出模型	178
8.3.3 不同资金约束条件下的结论比较及其决策价值	181
9 研究与开发策略	184
9.1 标准竞争策略	184
9.1.1 模型假设与分析	185
9.1.2 策略实施和评价	189
9.2 专利竞赛策略	190
9.2.1 模型假设与分析	190

9.2.2	策略实施和评价	192
9.2.3	专利竞赛的经验	193
9.3	合作研发与非合作研发策略	193
9.3.1	企业在研发阶段和产品竞争阶段都不合作	195
9.3.2	企业在研发阶段合作但在产品竞争阶段不合作	195
9.3.3	两阶段合作并形成垄断联合体	195
9.4	多元化垄断企业的研发策略	196
9.4.1	模型假设与建立	197
9.4.2	结论比较与分析	200
10	政策经营策略	204
10.1	俘虏策略	204
10.1.1	模型假设与分析	207
10.1.2	我国乳业市场上的管制俘虏现象	208
10.2	上限价格策略	209
10.2.1	价格上限管制政策	209
10.2.2	模型假设与分析	212
10.2.3	合谋基础上的价格上限策略	213
10.3	最大化投资策略	221
10.3.1	模型假设与分析	222
10.3.2	策略实施和评价	227
	参考文献	229

1 导 论

寡头垄断企业竞争策略是作者提出来的一个新的研究领域。本章从企业战略管理理论和产业组织理论发展的内在逻辑与企业战略管理的实际需要的双重角度，说明了这个新领域产生的必然性及其理论与现实意义，并对本书的主要研究内容、研究方法及其特色与创新等问题进行了分析和说明。

1.1 寡头垄断企业竞争策略研究的新领域

从战略管理和产业组织理论发展的逻辑和企业战略管理需要的历史角度，可以看出寡头垄断企业竞争策略研究的新领域出现的客观必然性。

1.1.1 战略管理理论的发展

企业战略管理理论自 20 世纪 60 年代产生到现在，在理论观点上主要经历以下四个阶段^[1]。

第一，六七十年代的战略管理理论。20 世纪 60 年代初美国著名管理学家钱德勒的著作《战略与结构：工业企业史的考证》开创了企业战略问题研究的新领域。钱德勒分析了环境、战略和组织之间的相互关系，提出了“结构追随战略”的观点，认为企业经营战略应当适应环境即满足市场需求，而组织结构又必须适应企业战略，随着战略的变化而变化，形成了“环境—战略—组织理论”战略思想^[2]。在此基础上，对战略构造问题的进一步研究形成了两个不同的学派。设计学派以哈佛商学院的安德鲁斯教授为代表，这个学派认为，制定战略的过程中要分析企业的优势与劣势、环境所带来的机会与造成的威胁；高层经理人是战略制定者，并且还必须督导战略的实施；战略构造模式应是简单而又非正式的^[3]。计划学派以安索夫为杰出代表。安索夫在其 1965 出版的《公司战略》一书中首次提出了“企业战略”这个概念，认为战略是一个组织打算如何去实现其目标和使命，包括各种方案的拟订和评价，以及最终将要实施的方案。计划学派主张，战略构造应是一个有控制、有意识的正式计划过程；企业的高层管理者负责计划的全过程，而具体制订和实施计划的人员必须对高层负责；通过目标、项目和预算的分解来实施所制订的战略计划等。初期的战略管理理论关注战略构造的过程和实现方式，但是，并没有提出具体的战略形式。

第二，80 年代的战略管理理论。20 世纪 80 年代初，以哈佛大学商学院的迈克尔·波特为代表的竞争战略理论取得了战略管理理论的主流地位。波特认为，

企业战略的核心是获取竞争优势，而影响竞争优势的因素主要有两个方面：企业所处产业的赢利能力，即产业吸引力；企业在产业中的相对竞争地位，即企业竞争力。因此，竞争战略必须选择有吸引力的、高潜在利润的产业，并逐步在所选择的产业中确定自己的优势竞争地位。波特进一步提出了著名的产业竞争的“五力”模型和三种基本战略，说明企业可以通过选择和执行一种基本战略影响产业中的五种作用力量，改善和加强企业的相对竞争地位，获取市场竞争优势^[4]。波特所提出的行业竞争结构分析理论得到了学术界的普遍认同，并且成为企业战略管理实践中最重要和广泛使用的模型之一。波特虽然提出了成本领先等具体的战略形式，但是，他的理论核心并没有放在具体的战略形式上，与初期的战略管理理论相同，仍然强调的是战略的形成及其作用方式。

第三，90年代早期的战略管理理论。随着信息技术迅猛发展，企业竞争环境日趋复杂，不得不把眼光从外部市场环境转向内部环境，注重对自身独特的资源和知识（技术）的积累，以形成企业独特的竞争力。1990年普拉哈拉德和哈默（Prahalad and Hamel）在《哈佛商业评论》发表了《企业核心能力》，由此形成了战略理论中的核心能力学派。普拉哈拉德和哈默认为，不同企业具有不同的包括知识、技术等在内的独特资源，这些资源不能在企业间自由流动，其他企业无法得到或复制，企业有效利用这些资源的方式就产生了企业的核心竞争能力，形成了竞争优势。核心能力理论强调企业内部条件对保持竞争优势以及获取超额利润的决定性作用，在弥补波特偏重企业外部分析的理论缺陷的同时，其本身也存在过分关注企业的内部可能导致企业内外部分析失衡的不足^[5]。虽然1995年David J. Collins和Cynthia A. Motgomery在《资源竞争：90年代的战略》的文章中对企业的资源和能力做了更加深入的分析，提出了基于企业的资源观，但是本质的思想没有发生变化。

第四，90年代后期战略管理理论的新发展。20世纪90年代战略联盟理论的出现，使企业战略理论从强调竞争转移到强调竞争合作，认为竞争优势构建在自身优势与他人竞争优势结合的基础上。1996年美国学者穆尔（James F. Moore）所著的《竞争的衰亡》的出版标志着战略管理理论的指导思想发生了重大突破。穆尔从生物学中的生态系统这个独特的视角来描述企业活动，提出了“商业生态系统”这个全新的概念，打破了传统的以行业划分为前提的战略理论的限制，力求“共同进化”。穆尔站在企业生态系统均衡演化的层面上，把商业活动分为开拓、扩展、领导和更新四个阶段。建议高层经理人员经常从顾客、市场、产品、过程、组织、风险承担者、政府与社会等七个方面来考虑商业生态系统和自身所处的位置。系统内的公司通过竞争可以将毫不相关的贡献者联系起来，创造一种崭新的商业模式。在这种全新的模式下，制定战略应着眼于创造新的微观经济和财富，发展新的循环以代替狭隘的以行业为基础的

战略设计^[6]。

从战略管理理论发展的水平和逻辑可以看出, 战略管理始终以战略的来源及其作用机制为主要内容, 却对究竟有哪些可以采用的战略研究得十分不够。作者看来, 目前的战略管理理论更像是战略管理的哲学和方法论, 而不是真正的战略管理。真正的战略管理应该告诉企业在什么情况下可能采用什么战略, 每种战略实施后会获得怎样的结果。从这个意义上讲, 本书初步解决了后面的问题, 可以认为是战略管理理论发展在内容上的一种自然延伸。

1.1.2 产业组织理论的发展

寡头垄断企业竞争策略属于企业战略的内容, 但是, 却来源于产业组织理论, 是企业战略理论与产业组织理论在寡头垄断企业竞争行为或者策略方面的一个结合部。当我们用企业战略的视角重新组织产业组织理论中企业策略性行为的研究成果时, 自然就形成了寡头垄断企业竞争策略这个非常特殊而有挑战性的研究领域。

产业组织理论是 20 世纪 30 年代以来在西方国家产生和发展起来的, 以特定产业内部的市场结构、市场行为和市场绩效及其内在联系为主要研究对象, 以揭示产业组织活动的内在规律性, 为现实经济活动的参与者提供决策依据, 为政策的制定者提供政策建议为目标的一门微观应用经济学。产业组织理论在其发展过程中出现过三个主要的学派, 即哈佛学派 (harvard school)、芝加哥学派 (chicago school) 和 20 世纪 80 年代以来在交易费用理论影响下发展起来的新产业组织理论 (new industrial organization)。由于它们在时间上具有继承性, 因此, 也可以认为是三个阶段。

以亚当·斯密 (Adam Smith) 为代表的古典经济学认为, 市场机制能够自动地引导资源最优配置。19 世纪末期, 以马歇尔为代表的新古典经济学看到现实经济活动中存在垄断现象, 并指出垄断会带来垄断利润的产生或均衡价格的上升, 妨碍资源的最优配置, 这种规模经济与垄断之间的矛盾被称为“马歇尔悖论” (Marshall's Dilemma)^[7]。1933 年英国剑桥大学经济学家琼·罗宾逊 (J. Robinson) 的新著《不完全竞争经济学》和 1936 年美国哈佛大学教授 E·张伯伦的著作《垄断竞争理论》几乎不约而同地问世, 两部著作围绕着竞争和垄断的关系进行了更接近实际的全面探索, 修正和发展了西方传统经济学中的竞争-垄断理论。张伯伦和罗宾逊提出垄断竞争理论, 认为由于存在产品的差异性, 现实当中典型的市场结构并非完全竞争, 而是垄断竞争。在垄断竞争市场结构中, 厂商具有一定的决定价格的“市场力量”, 这种力量会使垄断利润长期存在。因此, 单靠市场机制的自发作用是不足以实现资源最优配置的, 而必须由政府出面
对垄断势力加以干预, 才能确保市场的适度竞争。垄断竞争理论引发了人们对一

系列现实问题的深入思考,如政府应该用什么样的管制方法才能减少垄断势力对市场机制的逆向影响?什么样的市场结构才能保持适度竞争?市场结构合理化的评价标准是什么?等等。对这些问题的思考和研究导致了产业组织理论的产生和发展。最早的产业组织理论由哈佛大学的梅森(E. Mason)和贝恩(J. Bain)等提出。1959年,贝恩出版了第一部系统阐述产业组织理论的教科书《产业组织》,标志着哈佛学派正式形成。哈佛学派以实证的截面分析方法推导出企业的市场结构、市场行为和市场绩效之间存在一种单向的因果联系,并形成了“结构(structure)-行为(conduct)-绩效(performance)”分析范式,简称SCP范式。哈佛学派认为,行业集中度高的企业总是倾向于提高价格、设置障碍,以便谋取垄断利润,阻碍技术进步,造成资源的非效率配置。因此,政府必须通过各种政策限制市场集中程度,保持市场适度竞争。

20世纪60~70年代,美国经济中出现了“滞胀”现象,国际竞争实力下降,不少研究者和分析家将导致经济不景气的主要原因归咎于哈佛学派主张的强硬的反垄断政策。于是,从20世纪70年代后期开始,以斯蒂格勒(J. Stigler)为代表的芝加哥大学学者对哈佛学派的观点展开了激烈抨击,并逐渐形成了产业组织理论中的“芝加哥学派”。芝加哥学派认为,垄断竞争理论将企业规模的扩大与垄断势力的提高等同起来是不对的。因为企业规模的扩大和集中度的提高完全有可能是由技术因素或规模经济的内在要求决定的,并不单纯是为了获取垄断利润。SCP范式过于简单武断,企业的市场结构、市场行为和市场绩效之间并不是一种简单的单向因果关系,而是双向的、相互影响的多重关系。企业规模的扩大不仅不会造成资源的浪费,反而会因平均成本的降低而提高资源的利用效率。对企业规模与竞争度之间的关系问题,则根据鲍莫尔(Baumol)的“可竞争市场理论”(contestable market theory)做出了合理的解释,只要潜在竞争者在进入和退出市场时是完全无障碍的,不管市场结构如何选择,企业的定价和产量选择将总是被迫处于一种“无显著超额利润的均衡约束下”,并不会如哈佛学派指出的大企业任意确定价格并获取高额垄断利润的结果^[8]。因此,芝加哥学派提出,不能以集中度的高低和规模的大小作为判断一个企业是不是垄断企业的标准,也不应该毫无区别地对大企业实行强硬的反托拉斯政策,主张根据企业绩效的好坏作为判断标准,放松对大企业的不必要管制。

芝加哥学派放松管制的政策主张极大地影响了美国甚至其他国家的产业组织政策。20世纪80年代以来,为保护本国企业在国际竞争中的优势地位,西方国家普遍放宽对企业规模或者市场集中度的限制,结果导致巨型跨国企业集团已成为现代产业结构的一个重要特征。对这种产业组织现象的思考和研究导致了以威廉姆森为主要代表的新产业组织理论的出现。新产业组织理论吸收交易费用理论等现代经济学理论,对市场集中度等问题给出了新的解释。如企业规模或边界不

单纯由技术因素决定，而由技术、交易费用和组织费用等因素共同决定。另外，新产业组织理论在研究思路和方法上也提出了自己的新观点。传统产业组织理论以静态的实证分析方法为主要手段，以给定的产业结构为前提，将企业之间存在的各种差异看成是决定产业竞争状态的外生变量。对特定企业和产业的实际行为进行静态截面观察，然后再将分析结果与企业的市场绩效相联系，从而得出了集中度高的企业必然具有垄断厂商的行为特征，并占有非法垄断利润的 SCP 单向因果联系的分析范式，并由此提出了强硬的反托拉斯政策主张。新产业组织论认为，传统产业组织理论所使用的这种静态分析方法过于依赖经验性的统计分析，缺乏理论依据和正式的市场分析模型，其结论并不具备一般规律性^[9]。SCP 分析范式是对典型事实进行有意排列的结果，事实上各变量间的联系只应被看作具有某种相关性，而并不一定是因果关系。SCP 分析范式仅仅适合于短期静态分析，长期中市场结构、市场行为和市场绩效之间的关系并非呈现出单向因果联系^[10]。仅仅因此，新产业组织理论的研究重点就从结构环节转向了行为环节。由于行为属性具有很强的不确定性，研究方法上很难再沿用传统的实证手段，因此新产业组织理论采用了以推理演绎为主的研究方法。例如，为了预测和说明寡头厂商的各种策略行为对均衡结果产生的影响，采用博弈论方法将各种可能的对策模型化，并通过逻辑推理的方法来对寡头厂商的决策行为做出各种预见性推测。新产业组织理论主张，不能以企业规模大小或是价格水平的高低作为判别企业是否具有垄断特征的标志，而只能将企业行为作为判别垄断的依据。因此，政府政策的重点应该放在规范企业的竞争行为方面，以反不正当竞争行为作为主要政策目标，而不是去限定企业的规模和结构。新产业组织理论使用的推理演绎法虽然比实证分析法更有理论逻辑性，但是却缺乏实证数据的有力支持。为了克服这个缺陷，新产业组织理论开始寻求一种更具实证支持的理论研究方法。例如，在寡头企业定价问题上，已不再只是笼统抽象地讨论行业定价的博弈问题，而是更多地深入到具体行业的定价行为中去进行实证观察，并通过大量案例研究和分析来验证先前的各种推断。这些情况表明，过去那种将实证归纳研究方法与推理演绎研究方法截然分开的局面正在趋向于融合^[11]。

另外，新产业组织理论将政府政策也纳入研究的范围。哈佛学派在政府管制问题上因循了西方主流学派的观点，将政府政策看成是影响经济活动的外生变量，对政府管制的必要性和有效性深信不疑。芝加哥学派的主要代表人物斯蒂格勒在《管制者能管制什么？》和《管制经济学》两本书中分析了政府管制的成本和收益问题，将政策作为影响经济活动的内生变量，指出厂商是政府管制政策的需求者，他们为了自身的利益，会向政策的提供者（政府官员）支付“价格”，以获取政府政策的保护。

产业组织理论的研究重点从市场结构到市场行为的转变，特别是到具体行业

寡头垄断企业竞争行为的转变，政策变量从外生到内生的转变，研究方法从静态截面数据到动态不完全信息博弈论方法的转变，都说明了寡头垄断企业策略性行为的重要性。虽然这种分析是站在行业政策角度做出的，但是，所得的结论对寡头垄断企业也具有相同的意义。至少企业知道政策或者企业间关系即产业组织是如何影响自身市场绩效的，政策可能会怎样变化？针对对手竞争的策略行为，自己的最优策略应该是什么。因此，将产业组织理论中寡头垄断企业策略性行为研究的成果应用到企业战略管理中不仅是可能的，而且丰富了战略管理的内容、方法和视角。

1.1.3 寡头垄断企业竞争策略的新领域

本书从企业战略管理角度，提出了寡头垄断企业竞争策略这个新的研究领域。提出这个新领域的原因以及这个新领域成立的理由主要有以下三点。

第一，寡头垄断企业已经是现代经济生活的一种普遍和重要的现象。

微观经济学将市场结构划分为完全竞争、完全垄断、寡头竞争和垄断竞争四种典型结构，本书所指的寡头垄断企业是指后两种市场结构的企业。考虑到分析和研究的需要，本书对这两种企业不做严格的区分。寡头垄断企业从形成机制上可以分为三种，第一种是行政性寡头或者垄断企业，指政府通过产权安排所形成的行业性寡头垄断企业。目前我国国有资产管理委员会管理的百余家中央企业就属于这种企业。第二种是由于自然资源等条件所形成的自然垄断企业，如依赖煤矿资源的煤炭企业和具有自然垄断属性的网络型企业等。第三种是经济性寡头垄断企业，是通过自身积累和发展特别是技术创新等而形成的企业，如微软公司等。由于行政性垄断和自然垄断是企业本身难以控制的，本书所指的寡头垄断企业主要指经济性寡头垄断企业，但不排除行政性垄断和自然垄断企业。

如上所述，从19世纪末期“马歇尔两难”（Marshall's dilemma）提出开始，经济理论和政策就一直努力探索解决规模经济与垄断之间的矛盾。总体上看，在20世纪70年代芝加哥学派产生以前，主流经济学理论和哈佛学派在认识和处理规模经济与垄断的两难问题上的态度和政策是明确的。认为垄断对经济和社会福利的消极影响是难以估量的，为了维护竞争可以或者不得不牺牲规模经济，因此，必须执行严格的反托拉斯政策。在解决“马歇尔两难”问题上，20世纪70年代芝加哥学派提出了偏向规模经济或者垄断的革命性观点，主张对寡头垄断企业采取宽容的放松管制政策。事实上，芝加哥学派对后来美国和世界其他国家的反垄断政策都产生了重要影响，并且一直保持至今。作为放松反垄断政策的结果，世界范围内的不同行业产生了大批寡头垄断企业，使寡头垄断企业成为现代经济生活中的一种普遍现象。研究表明，20世纪40~60年代，西方国家工业集中度缓慢增长。60~80年代，西方国家工业集中则

呈现下降趋势。但进入 90 年代后,由于经济全球化进程的加快、第五次企业并购浪潮的推动、信息网络技术的应用以及政府放松反垄断政策执行等多重因素的影响,西方国家工业集中度由下降转为上升,并逐步形成全球范围内的寡头垄断市场结构^[12]。90 年代企业并购的结果是催生出一批“巨无霸型”企业,它们在通信、石油、金融、医药等行业占据主导地位,成为工业资本与金融资本融合的超级寡头。美国拥有 100 亿美元以上资产的特大型企业从 1960 年开始出现,1970 年只有两家,1992 年增至 49 家,1998 年上升为 220 家。其他西方发达国家的特大型企业也不断增多。英国、德国和日本这三个国家资产在 100 亿美元以上的特大型工业公司从 1970 年的 1 家上升到 1991 年的 56 家。而到 1998 年,仅日本在全球 500 强中资产超过 100 亿美元的特大型企业就达 85 家之多。这些巨型寡头企业占有的资产、产值、销售额及利润的份额都远远高于其他企业,成为行业游戏规则的制定者和价格操纵者。事实上,目前多个行业全球范围内的寡头垄断格局已经形成。例如,目前全球 10 大化学公司、10 大半导体公司分别垄断了各自行业 90% 以上的国际市场;10 大轮胎企业则一直占据着世界轮胎市场 80% 以上的份额。在航空制造业,自麦道公司被波音公司兼并后,全世界只剩下波音公司和欧洲空中客车工业公司;在汽车领域,美国两大汽车公司外加大众、戴勒姆-克莱斯勒、丰田等少数厂商控制着全球 90% 以上的汽车生产和销售;在钢铁领域,10~12 家大企业控制着世界钢产量的 2/3;在移动通信领域,诺基亚、爱立信、摩托罗拉、松下、西门子和飞利浦手机占据了国际市场绝大部分份额^[13]。

特别值得指出的是,如表 1-1 所示,我国社会主义市场经济建设中也出现了明显的产业集中现象。①1993~2003 年我国制造业各行业的基尼系数^①从总体上看呈上升趋势,制造业 20 个行业中仅三个行业的地区基尼系数有所下降,其他产业的集中程度均有所提高^[14]。②如果以基尼系数 0.65 作为界定集中度高的标准,2003 年的数据显示共有 8 个行业的基尼系数超过了 0.65,属于集中度高的行业;从行业属性来看,高技术行业的集中程度普遍较高。③1993 年与 2003 年的基尼系数比较可以看出,共有 6 个行业的地区基尼系数上升幅度超过 0.1,说明这些行业存在集中度加强的趋势。根据上面的数据,我国制造业也开始进入寡头垄断竞争时代。

寡头垄断企业虽然数量有限,但是却是社会财富创造和技术革新的主要力量,因此也是现代经济生活中没有被引起足够重视的重要现象。在企业管理包括战略管理中单独针对寡头垄断企业进行研究,在研究思路上具有重要的战略意义。

① 产业的地区间基尼系数用来衡量产业空间集中程度,介于 0~1;系数值越高,意味着产业集中度越高,反之则越低。