



21世纪中国高校法学
系列教材

王先林 著

竞争法学

 中国人民大学出版社

21世纪中国高校法学
系列教材

竞争法学

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

竞争法学/王先林著.

北京: 中国人民大学出版社, 2009

(21 世纪中国高校法学系列教材)

ISBN 978-7-300-10962-6

I. 竞…

II. 王…

III. ①反不正当竞争法-高等学校-教材

②反托拉斯法-高等学校-教材

IV. D912.29

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 112113 号

21 世纪中国高校法学系列教材

竞争法学

王先林 著

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)		010-62511398 (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	北京密兴印刷厂		
规 格	170 mm×228 mm 16 开本	版 次	2009 年 7 月第 1 版
印 张	23 插页 2	印 次	2009 年 7 月第 1 次印刷
字 数	459 000	定 价	35.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

作者简介

王先林，男，1965年生，安徽霍山人。1987年、1990年和2001年分别获得安徽大学、中国政法大学和中国人民大学法学学士、硕士和博士学位。2002～2004年在武汉大学法学院从事博士后研究工作。作为2007～2008年度“中美富布赖特研究学者”在美国乔治·华盛顿大学法学院从事访问研究一年。

1998年被破格晋升为教授。2003年被选聘为安徽省“皖江学者计划”首批讲席教授。曾任安徽大学法学院教授、博士生导师、副院长，现为上海交通大学凯原法学院教授、博士生导师、经济法研究所所长，上海市“曙光学者”。兼任中国法学会经济法学研究会常务理事、中国工商行政管理学会常务理事。曾被聘为商务部WTO贸易与竞争政策专家咨询组成员，国务院法制办公室反垄断法审查修改专家顾问委员会成员，并入选国家知识产权战略专家库。

主要研究方向为竞争法和知识产权法。出版独著、合著十多部，发表学术论文一百余篇。有十多项成果在省级和全国性评奖中获奖，包括安徽省社会科学优秀成果一等奖2项、二等奖1项，上海市决策咨询研究成果二等奖1项、“安子介国际贸易研究奖”三等奖1项。2002年获第三届全国“杰出中青年法学家提名奖”，2004年被教育部、人事部授予“全国模范教师”称号，2005年起享受国务院特殊津贴，2008年入选教育部“新世纪优秀人才支持计划”。

编写说明

本书是中国人民大学出版社组织编写的“21世纪中国高校法学系列教材”中的一种，并获得了上海交通大学教材建设的立项。本书的写作得到了教育部“新世纪优秀人才支持计划”的资助。

如果从1990年的硕士学位论文算起，笔者从事竞争法的学习和研究已近二十年。在这期间，笔者虽然撰写了为数不算少的竞争法论文和若干专著，也合作出版过若干教材（包括主编、副主编），但是单独撰写一本竞争法的教材还是第一次。笔者将本书的撰写视为在竞争法方面的一次全面学习和总结的机会，当然这也是一个不小的挑战。与从事专题研究相比，教材的撰写虽然不一定强调内容的前沿性和学术的深度，但强调内容的准确性和知识的广度，把握好后者亦非易事。在撰写过程中，笔者尽量摆脱专题研究的思维惯性，而按照基础、简明、准确的要求进行，但现在还不敢肯定已达到了这个要求。

本书在结构上由3编、16章组成。第一编“竞争法总论”包括3章，主要阐述竞争和竞争法的基本理论问题以及竞争法的历史发展情况。第二编“反不正当竞争法”包括7章，主要阐述反不正当竞争法的基本原理和制度，重点介绍我国《反不正当竞争法》中六种典型的不正当竞争行为的规制制度。第三编“反垄断法”包括6章，主要阐述反垄断法的基本原理和制度，重点介绍我国《反垄断法》中的四大基本实体制度以及相应的实施制度。在涉及反不正当竞争法和反垄断法的基本实体制度的10章（第五章至第十章和第十二章至第十五章）中分别附上2~3个案例，它们有的是刚刚发生的有影响的案例，有的是竞争法中的经典案例，供读者结合相关理论和制度进行分析思考。本书的最后还附上了历年国家司法考试中涉及竞争法的题目，以方便读者在学习时查阅。

本书花了两年的时间才写完。尽管本人尽了最大努力，但书中肯定还会存在这样或那样的问题。诚恳地欢迎读者朋友按照教材的标准对本书提出批评建议，以便于今后的改进。

王先林

2009年3月于上海交通大学

目 录

第一编 竞争法总论

第一章 竞争、竞争理论与竞争政策	3
第一节 竞争的含义和性质	3
第二节 竞争理论的基本问题	11
第三节 竞争政策的基本问题	21
第二章 竞争法基本理论问题概述	28
第一节 竞争法的概念和调整对象	28
第二节 竞争法的体系构成和立法模式	30
第三节 竞争法的性质和地位	33
第四节 竞争法的特征和基本原则	36
第五节 竞争法的基本价值和政策目标	42
第六节 竞争法上的知识产权问题	46
第三章 竞争法的历史发展	53
第一节 竞争法的产生和发展概述	53
第二节 美国竞争法的产生和发展	60
第三节 欧盟竞争法的产生和发展	64
第四节 日本竞争法的产生和发展	69
第五节 我国台湾地区竞争法的产生和发展	74
第六节 我国竞争法的产生和发展	78
第七节 国际竞争法的产生和发展	82

第二编 反不正当竞争法

第四章 反不正当竞争法基本问题概述	91
第一节 反不正当竞争法的概念和性质	91
第二节 不正当竞争行为的界定和构成要件	94

第三节	反不正当竞争法中的一般条款问题	101
第四节	我国《反不正当竞争法》的实施问题	107
第五节	我国《反不正当竞争法》的修订完善	109
第五章	禁止市场混淆制度	114
第一节	市场混淆行为及其法律规制概述	114
第二节	假冒他人注册商标	117
第三节	仿冒他人知名商品特有的名称、包装、装潢	121
第四节	擅自使用他人企业名称或者姓名	124
第五节	虚假表示商品质量	126
【案例与思考】		129
第六章	禁止商业贿赂制度	135
第一节	商业贿赂及其法律规制概述	135
第二节	商业贿赂行为的认定	139
第三节	商业贿赂行为的法律责任	142
【案例与思考】		143
第七章	禁止虚假宣传制度	145
第一节	虚假宣传行为及其法律规制概述	145
第二节	虚假宣传行为的认定	148
第三节	虚假宣传行为的法律责任	152
【案例与思考】		153
第八章	禁止侵犯商业秘密制度	157
第一节	商业秘密及其法律保护概述	157
第二节	商业秘密的认定	164
第三节	侵犯商业秘密行为的认定	170
第四节	侵犯商业秘密行为的法律责任	175
【案例与思考】		177
第九章	禁止不正当有奖销售制度	181
第一节	有奖销售行为及其法律规制概述	181
第二节	不正当有奖销售行为的认定	185
第三节	不正当有奖销售行为的法律责任	189
【案例与思考】		189
第十章	禁止商业诋毁制度	191
第一节	商业诋毁行为及其法律规制概述	191
第二节	商业诋毁行为的认定	194
第三节	商业诋毁行为的法律责任	198
【案例与思考】		198

第三编 反垄断法

第十一章 反垄断法基本问题概述	205
第一节 反垄断法的概念和制度框架	205
第二节 反垄断法所规制的垄断	208
第三节 反垄断法中的适用除外制度	213
第四节 反垄断法中的相关市场界定	222
第十二章 禁止垄断协议制度	235
第一节 垄断协议概述	235
第二节 垄断协议的法律规制	243
第三节 行业协会垄断行为的法律规制	252
第四节 垄断协议的法律责任	257
【案例与思考】	259
第十三章 禁止滥用市场支配地位制度	263
第一节 市场支配地位的认定	263
第二节 滥用市场支配地位行为的法律规制	268
第三节 若干典型的滥用市场支配地位行为	272
第四节 滥用市场支配地位行为的法律责任	283
【案例与思考】	284
第十四章 控制经营者集中制度	288
第一节 经营者集中概述	288
第二节 经营者集中的法律规制	293
第三节 经营者违法集中的法律责任	307
【案例与思考】	309
第十五章 禁止行政性垄断制度	314
第一节 行政性垄断概述	314
第二节 行政性垄断行为的法律规制	319
第三节 行政性垄断行为的法律责任	324
【案例与思考】	326
第十六章 反垄断法的实施制度	329
第一节 反垄断执法体制	329
第二节 反垄断执法程序制度	334
第三节 反垄断法律责任制度	338
第四节 反垄断法的域外适用制度	347
附 录 历年国家司法考试中涉及竞争法的试题	353

第
一
编



竞争法总论



第一章

竞争、竞争理论与竞争政策

第一节 竞争的含义和性质

一、竞争的基本含义和类型

竞争法是规范竞争行为、调整竞争关系的法律规范。因此，在学习和研究竞争法的问题之前有必要对竞争的基本问题有所了解。

竞争是一个广泛存在于自然界和人类社会的现象，因而竞争概念的使用领域是非常广泛的。在生态学上，竞争被认为是同种或异种个体间为了争夺共同资源而相互施加不利影响的现象。竞争主要发生在共同资源有限的情况下，例如一方对食物或配偶的需求得到满足，使另一方饥饿或得不到机会“传宗接代”；但有时资源并不缺乏，双方仍互相施加不利影响，如两个植株都释放抑制对方生长的交互作用剂。前者被称为掠夺式竞争，后者被称为干扰式竞争。自从达尔文发表进化学说^①以来，人们越来越认识到竞争在生物进化上的意义。同种生物间竞争的结果是优存劣汰，这使种群得以保持在与资源适应的范围内而不至于降低生活质量。异种生物在有限的共同资源面前是不会长期共处的，这称为竞争排除原理，其结果或是一方失败，或是一方改变了对资源的需求，也即双方选取不同的资源。这种自然生物生态意义上竞争的动因在于生物种群的生存和繁衍本能，受自然规律支配。从生物进化的角度看，人类本身也正是从自然界的残酷竞争中生存和发展起来的“地球之花”。

在人类社会领域，社会个体之间、社会群体之间也是充满了竞争，体现在政治、军事、经济、文化、科技、体育等各个方面。这种竞争展现了人类社会内部错综复杂的关系，竞争的目的也更为丰富、复杂，既有本能层次的生存和繁衍目的，也有精神层面和物质层面获取更多满足与利益的驱动因素。人类社会竞争的

^① 其《物种起源》中有人们熟悉的名言——“物竞天择，适者生存”。

表现形式多种多样,其中最残酷、最极端的形式便是战争和武装冲突,但其主要还是缘于生存发展资源的稀缺或者经济利益的考量。在当代,经济竞争成为人类社会竞争的最主要、最基本的形式。用于生存、发展和享受的资源的稀缺性与成功机会的稀缺性是人类社会竞争产生的根本动因。人类社会领域中竞争的结果,是生产力不断发展,生产关系不断变革,上层建筑不断改进,文明程度逐步提高,大国兴衰不断变化。因此,竞争是世界的普遍规律,而且从总体上说,竞争是推动事物发展、前进的动力。

对于社会领域的竞争的概念可以从不同的角度进行概括。基于竞争主体、竞争范围、竞争动因和竞争目标的四要素,有人对竞争的一般含义进行了界定,即:竞争是指在一定时空之下,由于(成功或生存)机会和相关资源的稀缺性,某个(类)主体为了实现某个(组)目标而在某个点、层次或范围内与同类或相关主体之间进行角逐和博弈或对抗的行为、现象、过程或状态。^①通俗地说,竞争是两个以上的社会主体为了自身生存或发展而与其他主体进行某种形式的角逐和较量的活动或过程。

对于这种范围广泛的竞争,可以从各种不同的角度对其进行分类。例如,根据主体的不同,可以分为国家间竞争、企业间竞争、政党间竞争等;根据空间范围的不同,可以分为国际竞争、国内竞争、地区内竞争等;根据领域的不同,可以分为政治竞争、军事竞争、经济竞争、文化竞争、科技竞争、体育竞争等。由于经济领域的竞争是现代社会主要的和基本的竞争形式,所以经济竞争也成为主要的研究对象,以至于在没有特别限定情况下所说的竞争一般就是指经济竞争,并且主要表现为经营者在市场上的竞争。这种竞争当然是经济学研究的对象,同时也是调整某种经济关系的法律(竞争法)的调整对象,因而是本书所研究的对象。

经济学意义上的竞争是指,经济主体在市场上为实现自身的经济利益和既定目标而不断进行的角逐过程。它有三个标志:第一,存在一个赖以生存的市场;第二,存在至少两个以上的生产者或消费者;第三,竞争参与者之间是相互对立、相互制约的。因此,竞争表现为参与者之间内有动力、外有压力的持续不断的市场较量过程。^②

虽然在经济领域,竞争一词可能是指存在竞争的市场状态,也可能是指竞争过程或竞争机制,还可能是指竞争行为,但是从法律调整的角度来看,主要是指竞争行为。世界多数国家和地区都有对竞争行为进行调整的法律,但很少有对竞争直接进行定义的。不过,我国台湾地区“公平交易法”第4条对此有明确的规定:“本法所称竞争,谓二以上事业在市场上以较有利之价格、数量、品质、服务

^① 参见伍业峰:《竞争概念辨析与竞争理论初探》,载《经济师》,2005(11)。

^② 参见陈秀山:《现代竞争理论与竞争政策》,4页,北京,商务印书馆,1997。

或其他条件，争取交易机会的行为。”这个定义反映了经济竞争的实质方面，可资借鉴。日本《禁止私人垄断及确保公正交易法》第2条第4款也规定：“本法所称‘竞争’，是指两个以上事业者在通常的事业活动范围内，且无须对该事业活动的设施或者形态加以重要变更而实施或者能够实施下列行为的状态：一、向同一需要人提供相同或类似的商品或劳务的；二、从同一供给人取得相同或类似的商品或劳务的。”^①

基于此，这里对竞争法所调整的经济竞争进行大致的概括，即：竞争是指两个或者两个以上的经济活动主体（经营者）在特定的市场上通过提供有利的价格、数量、质量、服务或其他条件，争取交易机会以获得更大经济利益的行为。对于这个定义，可以作进一步的分析说明。

首先，竞争的主体是两个或者两个以上的经济活动主体，主要是经营者。“经营者”是我国有关经济立法的习惯表达，而且往往有明确的定义。例如，我国《反垄断法》第12条第1款即规定：“本法所称经营者，是指从事商品生产、经营或者提供服务的自然人、法人和其他组织。”我国《反不正当竞争法》第2条第3款也有类似的表述，即“本法所称的经营者，是指从事商品经营或者营利性服务（以下所称商品包括服务）的法人、其他经济组织和个人”。因此，经营者的范围是非常广泛的，实际上是所有从事或者参加市场竞争的经济活动主体。而且，市场竞争发生在至少两个经营者之间，单个经营者是不存在市场竞争的（尽管其内部的组成单位或者个人之间仍然存在某种形式的竞争，但这是另外一个问题了）。虽然市场竞争本身发生在直接从事或者参加经济活动的经营者之间，但是有些不直接作为经营者从事或者参加市场竞争的主体，其行为会对他人之间的市场竞争发生直接或者间接的影响，这方面的典型是我国《反垄断法》所规定的“行政机关和法律、法规授权的具有管理公共事务职能的组织”，或者我国《反不正当竞争法》所规定的“政府及其所属部门”；此外，还有虽不直接从事市场经营活动但往往会影响该行业市场竞争的行业协会，以及虽不直接经营但影响其他经营者经济活动的事业单位、社会团体和自然人，如医院、学校、单位内部职工等。因此，在一些国家的竞争法中，任何人、任何团体都可能因为其某一特定行为而被视为参与或者影响了经济竞争，因而都是经济竞争关系的主体。因此，从狭义上讲，竞争的主体就是直接从事或者参加经济竞争活动的经营者；而从广义上讲，竞争的主体还包括虽不直接从事或者参加经济竞争活动但会影响他人之间经济竞争活动的其他经济活动主体。在进行有关的竞争立法或者法律解释时，可以根据其立法宗旨和调整范围，对竞争的主体作出相应的限定。

其次，竞争的范围或者领域是在经济活动中，具体是在特定的市场上。由于

^① 但是，该法第四章（股份的持有、干部的兼任、合并及营业的受让）所规定的竞争，不包括实施或者能够实施该款第2项规定行为的状态。

现代社会所讲的经济竞争要以商品经济为基础，通过商品交换来实现（排除暴力掠夺或者权力强制分配），所以这种竞争总是发生在一定的市场范围内。由于市场上的总资源是有限的，所以笼统地说，市场上的所有经营者之间都有竞争关系。但是，受到关注的和需要法律规制的竞争主要还是在特定市场上经济主体之间的具体竞争。竞争发生在特定的市场上并不意味着竞争主体一定是提供相同或类似商品或劳务的经营者，具体的市场范围可以根据分析的角度和法律调整的性质而有所不同。例如，反不正当竞争法关注的竞争发生的特定市场的范围往往更为广泛，而反垄断法关注的竞争发生的特定市场的范围相对较为狭窄。进一步说，对相关市场的界定常常是反垄断法分析的首要问题或者前提。在对特定竞争的市场范围进行界定时，涉及相关产品和服务种类的确定（相关商品市场）、地域范围的确定（相关地域市场）以及时间因素方面的考虑（相关时间市场）。界定的市场范围不同（例如在地域上可以是全球市场、若干国家的共同市场、全国市场、国内的区域市场、某个城市甚至更小的地区市场），有关主体的市场地位和实力就不同，其行为对市场竞争的影响程度也有很大差异，因此在法律上往往需要区别对待。

再次，竞争的动因和目标是争取交易机会，最终是为了获得更大的经济利益。由于经济领域的竞争不同于其他领域的竞争，竞争是通过在特定市场上的商品交换来进行的，而一定市场的交易机会总是有限的，所以这种竞争的动因和目标就是争夺有限的交易机会，表现为尽可能争取更多的客户，扩大市场占有份额，增大销售额，提高利润率，以最大限度地获得经济利益。虽然竞争者在竞争过程中也可能牺牲其眼前或局部利益，如在一定时期采取薄利多销甚至低价倾销的手段，但这仍然是为了获得根本的和长远方面的经济利益。

最后，竞争的手段是提供有利的价格、数量、质量、服务或其他条件。通过市场、以争取交易机会为目标的竞争，要想取得竞争中的优势，就要采取各种手段吸引更多的顾客，这就要为顾客提供相对于竞争对手来说更有利的交易条件，例如更有利的价格、数量、质量、服务等。虽然竞争在本质上意味着某种排挤和争夺，每一个竞争者为了达到自己所追求的目的，在其使用某种竞争手段或者方法时在客观上都会给竞争对手造成一种不利的竞争条件，但竞争所使用的手段仍然有是否正当与合法之分。这就是说，竞争者在排除对手进行交易机会的争夺时所使用的手段，可能是符合公认的商业道德规范和法律规则的，也可能是违反这些道德和法律准则的。市场机制可能在一定范围内约束和矫正某种竞争失范的行为（例如明显不诚信的经营者最终在市场上无立足之地），但是仅靠这种市场自发的约束是不够的，而且从根本上说，这种情况恰恰是市场失灵的一个方面的表现。因此，为了维护市场竞争的秩序，法律就需要对竞争者采取的竞争手段进行规范。

从广义上讲，竞争包括卖者之间的竞争、买者之间的竞争以及买者和卖者之间的竞争。这些竞争活动都是与供求关系和价格变动联系在一起的。在商品生产

者（卖者）之间的竞争中，竞争的压力会把以有货币支付能力为条件的社会所需要的商品量提供给市场，并能迫使生产者削减超过有支付能力的需求的商品的供给。在买者之间的竞争中，竞争的压力会使购买者把市场上的商品量吸收掉，并能促进供不应求的商品供给量的增加。而买者与卖者之间的竞争，会使商品的市场价格由于供求的变动不断偏离并又重新趋于市场价值，从而调节商品生产和商品流通，调节商品生产者之间、商品生产者和消费者之间的经济利益关系。通常所讲的竞争主要是指卖者之间的竞争，即卖方相互之间为争取有利的生产和销售条件，就商品和服务的价格、质量与其他条件所进行的较量。前面关于竞争的有关分析，也主要是基于卖者之间的竞争。竞争法主要调整的是卖者之间的竞争，但也调整买者之间的竞争以及卖者与买者（如供应商与零售商）之间的竞争，尽管后者主要由合同法加以调整。由于竞争法上的竞争主要是经营者之间的竞争，所以一般不包括消费者之间的竞争。

竞争也可分为部门内的竞争和部门间的竞争（直接竞争和间接竞争）。部门内的竞争是生产同一种商品的各个经营者之间为了更有利地销售商品和获得超额利润而进行的较量，也就是在同一市场上进行交易机会的直接争夺。部门间的竞争则是不同部门的经营者为了更有利的投资而进行的较量，这种竞争的结果是不同部门的利润趋于平均化。有些不同部门的产品之间存在某种替代关系（如煤炭与石油部门之间，公路、铁路与航空部门之间），因而这些产品的经营者之间也存在着某种程度上的竞争。

二、竞争的基本条件和属性

竞争是商品经济的产物，商品经济是经济竞争产生的基本条件。在原始社会，部落成员内部不存在经济方面的竞争，部落之间只存在军事和暴力竞争。在自然经济状态下，生产的目的是使用价值的获取和积累，人与人之间不存在现代意义上的经济竞争。在商品经济条件下，三方面的因素引起了竞争的发生：首先是主体人格平等，否定了暴力剥夺；其次是主体利益独立，否定了无偿占有和平均分配；最后是有较高度度的专业化和固定的分工，使得人们为交换而生产，交换使人们形成了前所未有的社会经济关系，劳动也成了社会劳动，因而劳动产品必须接受市场的检验。这个过程，就是竞争。具体说来：

首先，商品经济中使用价值与价值的矛盾是产生竞争的一个重要内因。商品生产者生产商品的使用价值不是为了满足自己的需要，而是为了把它卖出去，实现商品的价值。为此，当商品生产出来后，其主人都必须把它投入市场参加交换过程。在交换中，生产者力图把自己有限的商品换得更多的货币，而购买者却力图用自己有限的货币换得更多的商品，这就必然产生竞争。

其次，生产商品的个别劳动时间与社会必要劳动时间的矛盾是产生竞争的另

一个重要内因。商品的价值不是由个别劳动时间而是由社会必要劳动时间决定的。在市场上，商品就是按照由社会必要劳动时间决定的社会价值即市场价值出售。但在实际生活中，各个商品生产者的生产条件不同，生产同样的商品耗费的个别劳动时间不同，因而商品就有不同的个别价值，各个商品生产者为了把自己商品的个别价值实现为社会价值，追求自身的经济利益，就必然发生激烈的竞争。

最后，商品供求状况及其变化则是市场竞争发展的外部原因。各种类型的竞争都受供求状况的影响。就卖者之间的竞争来说，在商品供过于求时，竞争就会很激烈；而在商品供不应求或者卖者能够独自或联合控制供应量的情况下，卖者之间便没有真正的竞争或者竞争受到很大的限制。

市场竞争的客观基础是商品生产者之间经济利益上的差别，并以获取物质利益为主要内容。这就决定了竞争是商品经济的本质属性，是商品经济的强制规律，它与价值规律是并存的，它们同为商品经济的产物，与商品经济不可分割。马克思说：“……社会分工则使独立的商品生产者互相对立，他们不承认任何别的权威，只承认竞争的权威，只承认他们互相利益的压力加在他们身上的强制，正如在动物界中一切反对一切的战争多少是一切物种的生存条件一样。”^① 恩格斯说：“……一种没有竞争的商业，这就等于有人而没有身体，有思想而没有产生思想的脑子。”^②

市场经济是以商品经济为基础的，是其高级发展形态，它以市场作为资源配置的基础性方式和手段，充分发挥市场机制的作用。在市场经济条件下，要实现对社会资源最有效、最合理的配置，就必须遵循商品生产的价值规律。而价值规律的实现是离不开竞争机制的，其调节资源和经济活动的作用是通过竞争来实现的。正如恩格斯所指出的：“只有通过竞争的波动从而通过商品价格的波动，商品生产的价值规律才能得到贯彻，社会必要劳动时间决定商品价值这一点才能成为现实。”^③ 竞争是市场经济活动的核心，支配着每一个经营者。在竞争机制作用下，整个社会经济才会充满活力。因此，竞争是市场最基本的运行机制，其他机制（供求机制、价格机制等）都要通过竞争机制来实现。从这个角度看，竞争是市场经济的内在属性和固有规律。竞争作为伴随市场经济而存在的体制要求和体制现象，构成了市场经济体制的内在要素，市场经济运行过程自始至终表现为竞争过程。^④

本来，既然竞争是商品经济的产物，那么有商品经济就必然有竞争。但由于人类历史上首先出现的商品经济是以私有制为基础的，其中最发达的又是资本主

① 《马克思恩格斯全集》，第23卷，394页，北京，人民出版社，1972。

② 《马克思恩格斯全集》，第1卷，604页，北京，人民出版社，1956。

③ 《马克思恩格斯全集》，第21卷，215页，北京，人民出版社，1965。

④ 参见陈秀山：《现代竞争理论与竞争政策》，1、4页，北京，商务印书馆，1998。

义的商品经济，同时，由于长时期来传统观念认为社会主义经济不是商品经济，至少在全民所有制经济领域没有真正的商品关系，这样合乎逻辑的结论也就必然是竞争只是私有制经济特别是资本主义商品经济所特有的东西。人们在观念上形成了一种定式，似乎竞争是资本主义的专利，它所带来的只能是欺诈、侵吞和掠夺，因而“竞争”在我国一直被视为贬义词，人们忌讳竞争，害怕竞争，甚至谈“争”色变。直到20世纪80年代我国实行经济体制改革以来，竞争才和商品经济一道被重新认识，得以恢复其应有的意义。事实上，既然社会主义社会仍然存在商品经济，那么也就必然存在竞争，尽管社会主义竞争与资本主义竞争在性质、形式和后果等方面存在重要的区别。

把握竞争产生的基本条件和属性，可以使我们更深刻地理解为什么在计划经济体制下只能开展劳动竞赛，无法展开竞争。在计划经济体制下，我们虽然避免了竞争的残酷性和种种弊端，但也必然会失去竞争带来的更大利益。下面就对竞争的利与弊进行分析。

三、竞争的积极作用和消极影响

（一）竞争的积极作用

竞争的积极作用也就是竞争的功能。对此，有不同的分析。有人认为竞争的独特功能有三：一是适应与协调功能，即经济活动主体适应价格信号的变化以调整自己生产经营活动的功能；二是刺激与创新功能，即经济活动主体在“优胜劣汰”的压力下提高经济效益与推动技术进步的功能；三是分配与监督功能，即通过竞争实现对经济活动主体按效率进行初次分配，这种分配客观上也对竞争者形成监督的功能。^① 有人认为竞争有两个重要的经济功能，即选择功能和激励功能。^② 具体来看，竞争作为市场经济的最基本的运行机制，其具有多方面的积极作用。

首先，竞争使稀缺资源得到合理配置。在市场经济体制下，某种资源如何使用、使用多少是通过竞争过程来实现的。通过不断的竞争和交换，每一种资源最终都会卖给出价最高者，即投入了最有效的利用，亦即实现了所谓的帕累托最优，也就是说，社会资源分配的任何调整，都不可能再增进任何人的福利，而同时又不减少其他人的福利。竞争能最大限度地调动经营者的积极性，并给经营者造成可能失败的压力，通过无情的优胜劣汰，使社会资源得到合理配置，并使经济活动充满活力、健康发展。

其次，竞争推动经济技术进步。在竞争的市场中，经营者只有降低成本，提

^① 参见陈秀山：《现代竞争理论与竞争政策》，8~10页，北京，商务印书馆，1997。

^② 参见〔美〕约瑟夫·E·斯蒂格利茨：《社会主义向何处去——经济体制转型的理论与证据》，周立群等译，127页，长春，吉林人民出版社，1998。