

## 一、企业和成本原理

这一部分首先对企业和市场这两种资源配置方式进行介绍和对比，然后对反映企业资源配置效率的最主要指标——成本的构成和影响因素进行分析。

### （一）资源配置的两种方式

我们首先说明为什么市场与企业可以被视为实现同一目标的相互替代形式，然后对二者的效率加以比较。

#### 1. 企业与市场

从经济学角度讲，企业可以被定义为购买资源（生产要素）用来生产和销售产品并获取产品售价与产品成本之间的差价（企业利润）的组织。从这一意义上讲，企业是实现资源配置的一种方式。

同样，从经济学角度讲，市场也具有以价格为杠杆有效配置资源的功能。这里所谓的有效配置资源，是指任何其他资源配置方式都不能在不使其他人福利水平降低的条件下使一个或多个人福利水平提高，这种情况被称做“帕累托最优”（Pareto Opti-

mality)。在资源有效配置的情况下，对社会来讲，增加某种产品生产的惟一方式是减少其他产品的生产以释放资源用于该产品的生产。

这样就提出了一个问题，如果经济个体之间可以通过市场交易有效地配置资源，那么企业从事生产经营活动又有什么优势呢？答案在于通过企业内部的生产配置资源有时要比依赖市场配置更有效率，原因在于市场和企业内部生产的激励机制（Incentive Structure）有所不同。

## 2. 市场的交易费用和机会主义行为

通过企业内部生产进行资源配置和市场配置之间产生差异的一个重要原因是市场交易存在交易费用。交易费用指不同经济主体在市场上进行交易所发生的费用，它包括两个方面的内容：① 获得所需的市场信息的成本；② 在市场交易中，交易人之间谈判、讨价还价和监督合同履行的费用。

由于任何一个交易合同都不可能考虑到所有可能发生的情况（这里所讲的监督合同履行的费用也包括在未预料情况出现时修改合同的费用），一旦市场情况发生变化，交易中的一方发现原来合同的条款不再是最优的，就会寻求某种方式以解除合同或修改合同条款，这种行为称做“机会主义行为”（Opportunistic behavior）。任何时候，两个不相关的交易方在市场上进行交易，这种机会主义行为都可能出现。在企业内部生产和市场交易两种不同情况下，“机会主义行为”的激励机制是不同的。在一个企业内部，如果某个部门针对其他部门采取机会主义行

为，那么整个企业的负责人会采取有效措施阻止这种行为发生，除非这样做能够提高企业的赢利水平；而在市场交易中，则不存在这样的机制。

与此相类似，企业和市场的“争端解决机制”（Dispute resolution mechanism）也不同。企业内部发生争议，管理人员可以用发布命令加以解决；而市场交易双方一旦发生争议，只能寻求法律和其他补救措施。这些措施或者不足以解决问题，或者费用较高。

在以下情况下交易费用往往比较高：

- 交易产品为特殊产品 当某一产品用途比较专门或必须按顾客需求定制时，与某一供应商签订合同的顾客只能从该供应商那里取得货物。特殊产品通常需要专门的设备，除了生产这种特殊产品，这些设备也往往别无用处。在这种存在明显资产特殊性的情况下，如果买方拥有卖方的生产设备，即买卖双方同属于一个所有者，将对买卖双方都有好处。

- 市场环境不断变化 未来环境越不可预测，合同条款越难以确定。人们列举和理解未来可能变化的能力是有限的，所以任何一个合同都不可能考虑到所有的偶然性，这种情况称为“有限理性”（Bounded rationality）。变化的环境使买卖双方都面临着重新谈判、修改合同条款的风险。刚性的价格公式不可能提供快速适应环境变化所要求的灵活性。

- 交易产品与信息相关 涉及信息的交易还会产生特殊的困难。例如，一家企业以固定的费用

雇佣一个会计师寻找降低成本的生产方式，几个月后该会计师报告不存在更好的生产方式，第二年这家企业雇佣这位会计做一项类似的工作，不过报酬改为建议所带来利润增加的 1%。这位会计提出了一项建议，企业实施后利润增加了 1 万美元，但企业声称利润增加中有一半应属于新换的经理，只付给会计师 50 美元。前后两种情况中企业和会计师可能都是诚实的，但另一方却可能有受骗的感觉，这是由信息的不对称性所决定的。履行这样的合同成本是很高的，因此产品开发和工程开发一般都在企业内部进行。

· 交易需要广泛的协调 一些产业的运作需要比较广泛的协调工作，在这种情况下通过市场的方式配置资源效率就比较低。以铁路行业为例，火车的运行需要沿途提供大量服务，如顾客服务、后勤服务。虽然从理论上讲可以设计一个计价系统解决这一问题，但这一系统无疑会相当复杂，因此在现实中各个站点必须联合起来，组成一个统一的经营体系，即企业。

在上述交易费用比较高的情况下，通过企业配置资源通常比通过市场配置资源要有效率。

### 3. 企业内部的监督费用

通过企业形式配置资源虽然可以避免交易费用，但会增加监督费用。

监督费用指企业监督其员工行为，以保证资源有效利用所花费的费用。企业内部的激励机制会影响员工的行为，进而影响到内部监督费用的高低。

例如，如果企业雇员领取固定报酬而且工作成果不易衡量，该企业员工就会倾向于不努力工作。年功工资、归于个人名下的养老金、计件工资、奖金、竞赛和给予一定股权都可以促使员工更加努力地工作，从而提高内部效率。

企业规模越大，非市场交易的潜力越大，监督成本也越大。

面对市场交易和内部生产两种选择，企业会根据交易费用和监督费用的大小加以选择。当监督内部工作效率的费用小于市场交易费用时，企业就会选择自己生产，反之，就会通过市场交易购买。

## （二）成本原理

准确地认识成本理论是深入认识产业组织理论的一个必要前提，这是因为：首先，成本是反映企业资源配置效率的一个重要指标，因此产业组织理论也要以成本理论为基石；其次，市场和企业在不同组织方式下的成本运动是产业组织发展的基本动力。

### 1. 企业成本及其分类

成本是对企业为实现一定经济产出所耗费的各种资源的总称。

按照与产出数量之间的关系的不同，成本可以分为固定成本（Fixed costs）和变动成本（Variable costs）。固定成本指不随产出数量变化的成本，如企业开办费、固定资产投资、与产量无关的公司管理费用。按照所支付的成本是否可以在价值上得到补偿，固定成本又可以分为沉入成本（Sunk cost）和可

避免成本 ( Avoidable cost ) 。沉入成本指一旦支出，不论生产与否、生产数量多少都无法重新获得补偿的成本；可避免成本指生产停止时可以避免的成本。

## 2 与企业规模相关的三种效应

在企业的生产经营活动中，企业在同种或不同产品上的生产规模可能会影响到生产成本的高低，具体来说有以下三种情况。

(1) 规模经济 ( Economics of Scale ) 。规模经济也称规模的经济性，指的是生产规模的变动比率与它所引起的收益变动的比率之间的关系。它反映着随着生产规模的变动，单位生产成本变动的趋势。我们可以从不同角度考察规模经济问题。

按照生产规模的变动比率与它所引起的收益变动的比率之间的大小的不同，规模经济有规模经济递增、规模经济不变和规模经济递减三种情况。如以  $Q$  和  $\Delta Q$  分别表示生产规模和生产规模的变动量，以  $Y$  和  $\Delta Y$  分别表示收益和收益的变动量，则可以作出如下定义：如果  $\Delta Y/Y > \Delta Q/Q$  则称规模经济递增；如果  $\Delta Y/Y = \Delta Q/Q$  ，则称规模经济不变 如果  $\Delta Y/Y < \Delta Q/Q$  则称规模经济递减。我们通常所称的存在规模经济是指存在规模经济递增这种情况。

按照规模经济的来源，规模经济可以分为两类，即企业水平的内部规模经济和行业水平上的外部规模经济。

外部规模经济指在假定厂商规模报酬不变的情况下，行业或社会所具有的报酬递增性，它来自厂商

没能完全利用的知识或信息。整个行业的生产规模越大，各个厂商间信息交流就越多，它们的成本因此会有越大幅度的下降。或者说，外部规模经济意味着，尽管各个厂商的平均及边际成本可能会由于其产出扩大而上升，但它们还是可以由于同一行业内其他厂商产出的扩大而得到降低。

内部规模经济指单个企业水平上的报酬递增，即厂商通过自身生产规模的扩大，可以提高生产率，降低平均成本，从而获得规模报酬。这是因为较大规模的厂商能克服技术设备的不可分割性，使生产能力得到更充分的利用；同时，某些管理费用并不随生产规模的扩大同比例增加。由于内部规模而产生的规模经济递增又可以分为三种情况：①产品生产规模的经济性。当某种产品的生产达到一定规模后，就可以进行专业化分工，每个劳动者专门从事某一特定的劳动。这样做有利于劳动者积累劳动经验，提高劳动生产率。专业化分工是规模经济的初始形态，也是规模经济形成的最基本因素。它普遍存在于各种社会经济活动中，对此亚当·斯密很早就有过论述。工厂规模的经济性。指由生产某种产品所特有的技术和设备所决定的规模经济。它主要包括以下几个方面：一是生产活动的连续性，如采用连续流水线可以大大降低汽车装配的成本；二是扩大工厂规模使得对生产过程进行更细的分工和机械化操作成为可能；三是大量销售可以节省流通费用；四是大量采购原材料可以降低原材料采购价格和单位采购成本。公司规模的经济性。指由于公司规

模的扩大，产品的种类和生产活动的种类都增加，由于存在关联性，各种产品的生产过程可能从某些活动中共同受益，产生协同效应。例如，一个同时生产电子产品和机械产品的公司可以利用两方面的优势开发出独特的机电产品。

我们上面所谈的规模经济，主要是对单个企业利用规模经济的状况的考察，那么如何对整个经济或者某一特定行业利用规模经济的状况进行考察呢？在实践上，人们通常用集中度这一指标来对比不同经济体或者行业间利用规模经济状况的不同。所谓集中度，是指市场上少数企业，如最大的四家、八家或十家企业在产量、销售额、资产总额等方面对某一行业的支配程度，一般是用这几家企业的某一指标（通常用销售额）占该行业的百分比来表示。某一行业的市场集中度越高，表明少数企业的相对规模越大，市场的垄断程度越高，少数企业对市场的支配力越强。

(2) 范围经济 (Economics of Scope) 。范围经济指这样一种情况，即如果两种或两种以上产品的生产过程都使用某一特定的投入要素，而且这种要素投入只能以某一最小数量的倍数的方式取得，那么同时生产这些产品的企业就可以在一个较大的产出量上分摊这一要素投入的成本，从而降低这两种或多种产品的单位成本。<sup>①</sup> 不难看出，范围经济存在的

<sup>①</sup> Robert M. Grant. *Contemporary Strategy Analysis*. 2nd ed. Blackwell Publishers Ltd. 1995 378

原因与规模经济存在的原因很相似，两者的主要区别是通过范围经济获得的成本降低来自于多种产品的生产量的扩大。要素投入只能以某一最小数量的倍数的方式取得，反映了某些经济活动的“门槛”限制，如某些设备价值昂贵且不可分割。我们可以从有形资源、无形资源和管理技能的分享三个方面来考察范围经济产生的具体原因。

· 有形资源 有形资源上的范围经济来自于消除不同产品或服务生产过程中重复操作的活动。例如，分销和服务网络通常不因产品的不同而表现出高度的专业化。建立单个销售网点往往需要某个最低限额的固定资产投资，因此同时分销多种产品有利于降低单位产品的分销成本。最近一些年，发达国家一些有线电视服务公司和电话公司之间相互进入对方的业务范围，就是为了分摊网络成本。在一些技术密集型产业中，由于研究与开发（R&D）费用构成了产品成本中最主要的部分（这些产业也被称做 R&D 导向的产业<sup>①</sup>），为了分摊在研究与开发设施上的高额费用，很多企业都进行多样化经营，索尼和飞利浦公司就在这方面拥有竞争优势。

· 无形资源 无形资源也可以在不同业务单位之间分享，品牌、公司声誉和技术都可以从一个业务单位转移到另一个业务单位，而无须在经营上实现真正的一体化。在一个公司内部，这些资产具有

<sup>①</sup> David Yoffie. *International Trade and Competition*. McGRAW-HILL Publishing Company, 1990. 10

“公共产品”的特征，只需要增加微不足道的额外成本就可以被其他部门利用。

管理技能 对从事多样化经营的企业来说，各个部门的营销、产品开发和市场应变活动不必集中进行，但彼此间却可以分享经验。例如，菲利普·莫里斯将其在烟草产品方面的营销技能应用于所属的米勒酿造公司，取得了巨大的成功。除了职能部门的管理经验外，公司内的一般管理能力也可以在不同部门间分享。

(3) 学习经济(Economics of Learning)。学习经济又称学习效应(Learning Effect)、学习曲线(Learning Curve)、经验曲线(Experience Curve)。这一概念是由波士顿咨询集团(BCG)在1968年提出来的，是指随着累计生产量的增加，生产产品的单位成本会趋于下降。之所以会出现这种现象，原因在于同一工作的重复进行可以提高劳动者的熟练程度，缩短进行同一工作所需的时间，降低浪费和废品率，改进不同工作间的协调程度，从而降低单位产品成本。一般来说，生产过程越复杂，学习经济的效果越明显。

在一般性的论述中，人们通常将上述三种经济笼统地称为规模经济，在下文论述中也是如此。

## 二、市场结构及其影响因素

### （一）市场结构及其演变

#### 1. 四种市场结构

市场结构指各个产品市场由于企业的规模及规模的分布、进入障碍和进入条件、产品差异、厂商成本结构和政府管制的程度等方面因素的不同而显示出的不同的竞争特征。一般来说，市场结构影响着企业在市场上的行为和市场运行的绩效，企业的行为和市场绩效反过来也影响着市场的结构。

根据通常的分类，市场结构可分为四种主要类型。

（1）完全竞争市场。完全竞争市场必须同时具备如下条件 ① 市场上存在数量极多的小规模买者或卖者，每个买者或卖者所提供或购买的产品数量都只占市场总量的很小比重，以致每个买主或卖主都不能对市场价格产生任何影响。也就是说，任何一个买者或卖者都只是价格的接受者而不是价格的决定者。② 所有卖者向市场提供的产品都是同质的，对买者来说不存在任何差别。③ 各种生产资源

(或称生产要素)可以在不同行业间自由流动、进入或退出市场。④买者和卖者掌握着完全的市场信息,可以作出最佳的消费选择和生产决策。

由于完全竞争市场的上述要求非常严格,在现实经济中很难完全满足,因此完全竞争市场往往只是作为一种与现实情况相对照的理想状态,用于对竞争关系和过程进行典型分析。

(2) 完全垄断市场。完全垄断市场又称纯粹垄断市场,指一个厂商控制一个行业的全部供给的市场结构。在垄断市场上,不存在相近的替代品,由于各种条件的限制新企业也无法进入。完全垄断市场是与完全竞争市场相对的另一极端,它是一种基本不存在竞争因素的市场类型。这种市场类型常常存在于公用事业部门,一些具有超强实力的大企业凭借其技术上的垄断性和雄厚财力短期内也可能形成垄断。在完全垄断市场上,由单个垄断厂商构成了一个行业。

(3) 垄断竞争市场。垄断竞争市场又称不完全竞争市场,是指一种既有垄断因素又有竞争因素的市场结构。它的基本特征是:卖者的数量较多,彼此间存在着竞争;进入和退出该行业比较容易;产品之间存在着差异,这种差异既可以来自于产品的客观特性,也可以来自于产品的主观特性,如品牌、包装等;各个厂商的产品之间可以相互替代;交易双方能够得到较充分的市场信息。

在垄断竞争的条件下,各个厂商的产品互有差异,行业的概念就难以定义。为此,西方学者提出了

生产集团这一概念，认为可以将生产近似产品的厂商归结为生产集团，每个集团构成一个行业。划分生产集团的标准主要有两种：一种是从供给角度出发，将能够较容易地调整其生产设施、用来生产其他企业产品的所有生产者归结为一个生产集团或行业。例如在美国，搬运车（Van）和轻型卡车（Light truck）的生产者通常被视为在一个行业内竞争，因为两者可以在同样的工厂里生产；另一种是从需求角度出发，如果认为不同厂商的产品属于具有很强替代性的产品，则可以把这些厂商归结为一个生产集团或行业。例如，如果消费者从价格角度将宝马、本田和沃尔沃汽车视为不同的替代品，则可以认为它们同属一个行业；反之，如果消费者不愿意以本田取代宝马，则可以认为它们分属不同的行业。通常，按照需求角度定义的行业概念要比按照供给定义的行业概念窄一些，因此，在实践中人们大多从供给角度定义行业，而从需求角度定义市场。<sup>①</sup>在垄断竞争市场上，由于产品存在差异，各个厂商对自己所生产的产品有一定程度的垄断。垄断竞争市场是现实经济中最普遍的一种市场结构，一般的日用工业品市场都属于这种类型。

（4）寡头垄断市场。寡头垄断市场又称寡头市场，指少数厂商完全控制一个行业的市场结构，其特征是厂商为数不多，彼此间相互依赖、相互影响，每

<sup>①</sup> Robert M. Grant. *Contemporary Strategy Analysis*. 2nd ed. Blackwell Publishers Ltd, 1995

个企业都能了解其他企业的行为和一般行为特征，在决定自己的行动前必须考虑其他企业可能作出的反应。按照产品之间是否存在差异，寡头垄断市场又可分为差别寡头市场和纯粹寡头市场。寡头垄断市场也是一种普遍存在的市场结构，西方国家的许多重要行业都被少数几家厂商所控制。如美国汽车工业控制在通用、福特和克莱斯勒（克莱斯勒公司现已与德国宝马公司合并）三大厂商手中。

在上述四种市场结构类型中，习惯上把第一、三两种结构统称为竞争性市场结构，把第二、四两种结构统称为垄断性市场结构。需要加以注意的是竞争性市场结构并不一定不存在垄断，垄断性市场结构也并不一定不存在竞争。

## 2. 市场结构和产业组织理论的历史演变

对于市场结构与竞争效率之间的关系最早作出全面、系统论述的经济学家是英国的亚当·斯密(Adam Smith, 1723—1790)。1776年亚当·斯密发表了其代表作《国富论》，全面阐述了其自由竞争理论。斯密认为，作为经济运行主体的“经济人”在追求个人利益时会与社会公众利益发生冲突，只有在市场活动受到“看不见的手”的约束与调节的情况下，才能实现个人利益与社会利益的协调与统一。而且只有在完全自由竞争的条件下，“看不见的手”才能充分发挥作用。只有在完全竞争条件下，市场价格与厂商成本完全一致、各个厂商被动地成为价格的接受者时，才能使生产和消费的数量最大化，从而实现社会福利的最大化。因此，斯密主张发展“自

由放任”(Laissez-faire)的资本主义反对任何形式的垄断和政府干预。这种看法在当时的流行，是有其历史原因的。

众所周知，市场经济是在商品经济高度发展的基础上产生的。商品经济从 15 世纪末 16 世纪初在欧洲封建社会末期开始萌芽到 18 世纪最终确立用了几百年的时间。而市场经济发展至今，先后经历了自由竞争为主导、垄断竞争为主导和寡头垄断为主导的三个阶段，这三个阶段反映了商品经济从初级阶段向高级阶段发展的历史演进过程。

在这一历史演进过程中，自由竞争阶段持续的时间比较长，其原因是多方面的。首先，新兴的商品经济社会形态取代自然经济社会形态的更替需要一个较长的历史时期。其次，在商品经济发展初期，生产力水平、技术水平、生产的社会化程度都比较低，企业的规模比较小，市场交易费用比较低；同时，由于企业管理尚处于经验管理阶段，水平不高，内部监督费用随企业规模扩大上升很快，大型企业在成本上不具备优势。这样，以众多水平相近的小型企业之间不受约束的“原子式竞争”(Atomic competition)为特征的自由竞争因有利于经济的成长和壮大而获得了发展。斯密主张用市场供求关系这只“看不见的手”来自动调节市场供给与需求，恰是揭示了商品经济发展初期的这种要求。斯密所处的历史时期，正是从工场手工业到机器大工业的过渡时期。

工业革命完成之后，资本主义生产方式的主导地位得以确立，机器大工业成为生产的主要形式。

随着生产力和科学技术的发展与进步，分散化、小规模的自由竞争式小手工业生产方式被日趋集中的大规模生产方式所取代，一批大型和超大型的生产集团在主要的产业部门逐渐形成，垄断竞争性的市场结构开始占据主导地位。马歇尔在其 1890 年出版的《经济学原理》一书中，在论及生产要素问题时，在萨伊 (Say) 的生产三要素 (劳动、资本和土地) 的基础上，首次提出了第四生产要素，即“组织”。马歇尔的经济理论第一次触及到了产业组织理论中的一些基本问题，如垄断市场的存在、导致不完全竞争市场形成的因素、规模经济与竞争的矛盾等，对自由竞争理论提出了一定质疑。马歇尔所处的时代是以自由资本主义的发展为基本特征的，垄断还只是个别的现象。到 20 世纪初，垄断资本主义已经形成，垄断资本对国家经济生活的影响已经大大强化了。随着生产的日趋集中，企业规模不断扩大，垄断、卡特尔、托拉斯等垄断组织和形式有了相当大的发展。1933 年，张伯伦的《垄断竞争论》和罗宾逊的《不完全竞争经济学》相继发表，否定了纯粹竞争存在的条件，提出了垄断竞争的概念和企业间的相互制约问题，正式奠定了垄断竞争理论的基础。此后许多经济学家进一步就此提出了自己的看法，例如熊彼特 (Schumpeter) 1950 年提出了著名的“熊彼特假说”，认为要实现技术进步与创新，在市场上居支配地位的大企业的存在是必要的。“熊彼特假说”的实质是指出了技术交易的交易成本太高，无法通过市场交易实现，必须在企业内部完成。1959 年，美国经济

学家 J.S. 贝恩的《产业组织》一书的出版，标志着产业组织理论的形成。

第二次世界大战以后第三次科技革命和信息技术的发展，使得现代科技发展和产业更新形成了大投入、短周期的特征，一般的中小型企业难以承受，寡头竞争成为国民经济特别是一些重要产业中占据主导地位的市场结构。20 世纪 80 年代以来，关于行业内贸易、知识经济和规模经济的探讨更引出了“新经济理论”。

行业内贸易 (Intra-Industry Trade, 缩写 IIT) 指不同国家之间行业内部的双向贸易。按照传统的赫克歇尔 - 俄林理论，国际贸易是在不同国家、不同行业、不同商品之间进行的以产业间专业化生产为基础的商品交换，如工业品与初级产品的交换、劳动密集型产品与资本密集型产品的交换。但在现实世界中，行业内贸易的存在是一个不容忽视的事实。特别是第二次世界大战以后，工业化国家之间的制成品贸易在国际贸易之中所占的比重不断上升。就处于不同经济发展阶段的国家而言，国家的经济发展水平越高，行业内贸易占总贸易额的比重越大。以 1978 年为例，在欧洲、北美和日本，行业内贸易占总贸易额的 60% 以上，而在没有快速实现工业化的低收入及中等收入国家，这一数值仅为 21% ~ 26%。行业内贸易理论从产品差异性、偏好相似性和规模经济等几个方面对上述现象做了解释。

知识经济指随着自然科学技术和社会科学知识的发展，比较多地使用知识和提供知识的科研人员