

现代市场经济专题丛书

总主编 纪宝成

现代产业组织与竞争

王文潭 著

高等教育出版社

内 容 简 介

现代产业组织理论是研究企业和市场的组织形式及其相互影响的一门学科,它所研究的中心问题是企业和市场的组织方式对经济运行效率特别是市场竞争效率的影响。在产业组织理论中;“产业”主要是从供给的相互替代性角度加以划分的,一个产业就是指生产同一类或具有密切相互替代关系的商品的所有生产者的集合。

本书将在介绍有关基本理论的基础上对市场结构和竞争效率之间的关系进行理论和实证分析,最后对我国产业组织和竞争的现状进行分析并提出建议。

图书在版编目(CIP)数据

现代产业组织与竞争/王文潭编. —北京:高等教育出版社, 2001
(现代市场经济专题丛书/纪宝成主编)
ISBN 7-04-009814-8

I. 现... II. 王... III. 产业组织—市场竞争—研究—中国 IV. F423.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 01033 号

现代产业组织与竞争
王文潭 著

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市东城区沙滩后街 55 号
电 话 010-64054588
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
邮政编码 100009
传 真 010-64014048
经 销 新华书店北京发行所
排 版 高等教育出版社照排中心
印 刷
开 本 787×960 1/32
印 张 3.5
字 数 60 000
版 次 年 月第 版
印 次 年 月第 次印刷
定 价 7.10 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换。

版权所有 侵权必究

此为试读,需要完整PDF请访问: www.

责任编辑	李 芸
封面设计	李卫青
责任绘图	宗小梅
版式设计	史新薇
责任校对	尤 静
责任印制	

序

本丛书旨在简明扼要地介绍现代市场经济特别是社会主义市场经济知识,主要供非专业人士阅读。

既是普及性读物,又是研究性成果;去芜杂,存精华,求新意;中国国情,国际视野,学术前沿,时代气息——这些,就是本丛书作者们的共同追求。

我们期望,对于那些试图花最少的时间较为系统地了解市场经济某一方面或若干方面基本理论、基本知识和前沿问题的人来说,按其所需,有所选择地阅读这套丛书,将会对他们拓展理论视野、增加有关知识有所助益。

恳切地期待着读者们的批评与指正。

纪宝成

2000年2月28日

于中国人民大学宜园1楼

目 录

序言	1
一、企业和成本原理	1
(一)资源配置的两种方式	1
(二)成本原理	5
二、市场结构及其影响因素	11
(一)市场结构及其演变	11
(二)影响市场结构的因素	25
三、企业的市场行为分析	47
(一)企业的定价行为	47
(二)企业的非价格竞争行为	55
四、产业内的垄断与竞争分析	66
(一)产业垄断程度的度量	66
(二)垄断对经济运行效率的影响	68
五、我国产业组织的特征及对策	75
(一)我国产业组织的特征	75
(二)我国产业组织优化的主要障碍和 对策	90
参考文献	101

序 言

产业指在同一市场上进行竞争的所有企业的集合,这里的市场则是指在供给或需求上可以相互替代的企业或消费者的集合。由于市场可以从供给和需求两个不同角度加以划分,产业也可以从供给和需求两个不同角度加以划分。从需求的角度看,如果顾客认为两个企业的产品属于相近的替代品,这两个企业就可以被视为在同一个市场上竞争,同属于一个产业;从供给的角度看,如果两个生产者可以很容易地调整其生产设施用来生产对方的产品,这两个企业也可以被视为在同一个市场上竞争,同属于一个产业。一般来说,以需求方面的替代性为标准划分出的产业范围要比以供给方面的替代性为标准划分出的产业范围窄一些。同时,由于不同分析者对不同商品和生产者之间替代性大小的判断会存在很大不同,因此很难形成整齐划一的产业分类。各个研究者往往根据各自的研究目的,划分出不同层次的产业分类。一般来说,产业可以划分为三个大的层次,第一个层次是以同一商品市场为单位划分的产业,第二个层次是以技术、工艺的相似性为根

据划分的产业 ,第三个层次是大致以经济活动的阶段性为根据将国民经济划分为若干大部分所形成的产业。为了更好地反映供给和需求方面市场竞争的情况 ,我们可以在市场和产业之间做一点人为的区分 ,即以需求方面的替代性为标准来划分(消费者)市场 ,而以供给方面的替代性为标准来划分(生产者)产业。

产业的形成和发展是一个历史过程 ,随着社会生产力的发展和社会分工的不断深化 ,产业之间的划分也会越来越复杂。

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更有效率。

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 ΔQ 分别表示生产规模和生产规模的变动量,以 Y 和 ΔY 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。②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。③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。^①不难看出,范围经济存在的

^① 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^①),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

^① David Yoffie. International Trade and Competition. McGRAW-HILL Publishing Company, 1990. 10