

国家自然科学基金资助项目(90510010)

南京航空航天大学学科建设项目资助

进入壁垒与现代企业竞争战略分析

耿 弘 著

科 学 出 版 社

北 京

内 容 简 介

本书在回顾、比较与评价进入壁垒文献、提出研究假设、界定进入壁垒内涵的基础上,构建 ISB 分析框架。考察两类不同的制度性进入壁垒的成因,分析其正、负效应,并试图对中国产业制度性壁垒Ⅱ的现状进行深层次分析。从规模经济、绝对成本、产品差异、必要资本量与沉没费用等不同视角探讨结构性进入壁垒的形成、高度、正负面效应等问题,并运用上述的测定方法和效应分析对进入中国产业结构性壁垒进行实证研究。同时在探讨行为性进入壁垒形成机理的基础上,考察了行为性进入壁垒与反垄断间的关系。此外,从制度性、结构性和行为性进入壁垒的视角,对现代企业的竞争战略进行了分析,并就后 WTO 时代中国企业应抉择什么样的竞争战略给出对策建议。

本书可作为高等院校经济管理类专业的本科生、研究生和教师的教学或研究参考书,也可作为政府以及企业相关领域管理人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

进入壁垒与现代企业竞争战略分析 / 耿弘著. —北京:科学出版社,2007
ISBN 978-7-03-020430-1

I. 进… II. 耿… III. ①贸易壁垒-研究②企业-市场竞争-研究-中国 IV. F742 F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 176993 号

责任编辑:王伟娟 赵静荣 李俊峰 苏雪莲 / 责任校对:包志虹
责任印制:张克忠 / 封面设计:耕者设计工作室

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>

印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2007 年 11 月第 一 版 开本:B5 (720×1000)

2007 年 11 月第一次印刷 印张:13

印数:1—3 000 字数:243 000

定价:26.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换(科印))

序 言

——以转轨时期的市场竞争为焦点研究进入壁垒问题

耿弘博士从南京大学企业管理专业毕业已有多年。这些年一直在较为广阔的学术领域辛勤工作。他本来就是理工科出身,最近几年又在管理工程专业做博士后,从事了多年的教学工作,对经济学、政治学、公共管理学、法学等具有较为广泛的兴趣。因此,当他把基于博士毕业论文所撰写的书稿《进入壁垒与现代企业竞争战略分析》交给我看时,我发现,这本主要以实证研究为主的新著,不仅在研究的方法论方面采用了多种角度,如文献法、博弈分析法、案例研究法、比较研究法、归纳与演绎等,而且所涉及的学科也很广,其中至少包括从经济学、政治学、法学等角度的研究。尤其令我感兴趣的是,他运用政府俘获理论,深入地对比转轨时期中国产业市场进入壁垒问题进行了考察。应他的邀请,我欣然为其新著作序。

众所周知,进入壁垒是西方产业组织经济学中考察市场结构问题时的一个重要范畴。目前有进入壁垒理论(Bain 1956; Stigler 1968; Demsetz 1982)、可竞争市场理论(Baumol 1982)以及流动壁垒理论(Caves, Porter 1977)等主要形式。作为进入壁垒理论工作的开创者,贝恩在1959年出版的《产业组织》一书中,提出了S(结构)-C(行为)-P(绩效)分析范式,并运用这种范式研究了垄断竞争关系及市场结构、企业行为和经济绩效三者的联系。以施蒂格勒(Stigler)、戴姆塞茨(Demsetz)为代表的芝加哥学派,一直主要致力于经验研究,他们对结构-行为-绩效的研究传统,长期持严厉的批判态度。学术的争议,不仅仅反映了学者的个人兴趣,更重要的是,在对一系列问题的判断的背后,反映了对待垄断和竞争的根本立场的分歧。

在进入壁垒这一重要问题上,双方也各持己见。例如,如果老厂商的融资利率较新厂商低,在哈佛学派看来就是进入壁垒,而芝加哥学派则认为这是老厂商过去良好的业绩和声誉所导致的累积效应,银行对其有较低的信息成本。同理,对厂商的广告、促销所形成的消费者品牌忠诚度,芝加哥学派也认为不是一种进入壁垒,而是厂商采取的降低消费者搜寻成本的一种有效投资策略,积累的是企业的长期声誉,因而是企业的一种资本。还有,芝加哥学派认为规模经济也不是什么进入壁垒,它是由厂商过去光荣的竞争历史所积累起来的。当企业不断吸引新的消费者时,就表示它的产品有好的信誉,也表示企业会不断成长。不断增长的市场需求机会经过经营者最有效的资源配置,在长期积累中就会出现最低成本下生产产品

的大规模企业。低成本和由此而来的低价格,会进一步刺激消费需求,从而使企业规模进一步扩大,形成良性循环。总而言之,芝加哥学派认为除了政府干预会形成进入壁垒之外,其他因素均不可能为之。

很显然,西方学者是立足于成熟市场经济的基点对进入壁垒问题进行研究的。相比之下,中国学者面对的问题远远没有如此纯粹。对从计划经济向市场经济过渡的中国经济发展来说,学者们更迫切地需要研究由此所形成的大量的危害市场经济顺畅运行的行政壁垒问题。

这些年来,国内一些学者在进入壁垒问题上取得了许多具有一定理论深度和现实指导意义的研究成果。除了从纯粹的法学、经济学角度研究进入问题之外,涉及从企业战略管理角度的一些比较优秀的成果也大量涌现,如陈明森的《市场进入退出与企业竞争战略》(中国经济出版社,2001年),李太勇的《市场进入壁垒》(上海财经大学,2002年),赵农、刘小鲁的《进入与退出的壁垒:理论及其应用》(中国市场出版社,2007年)等著作。从整体上来说,对转轨期中国产业市场进入壁垒问题,还需要更深入的理论思考和实证支持。耿弘博士的这本专著,就是适应这一要求的新的成果。作者在相关文献回顾的基础上,对转轨期中国产业市场进入壁垒以及企业竞争战略选择等问题进行了全面的思考。

虽然凯夫斯(Caves)和波特(Porter)等学者也多视角地考察了进入壁垒问题,内容上囊括了进入壁垒、退出壁垒,又包括同一产业内转移壁垒,但这些进入壁垒理论在中国缺少实践的检验。这就为该书的体系创新提供了某种可能。作者在提出研究假设、界定进入壁垒内涵的基础上,从不同的视角,构建了ISB分析框架,并围绕这一框架确立了自己的研究体系。对转轨期中国产业市场制度性、结构性和行为性进入壁垒的分析,以及变动趋势的预测等问题的研究都有一定的深度。主要表现为:

(1) 作者将制度性进入壁垒分为制度性进入壁垒Ⅰ和制度性进入壁垒Ⅱ,并对中国产业制度性进入壁垒Ⅱ的现状进行了深层次分析,认为提高中国产业组织国际竞争力的关键在于破除制度性进入壁垒Ⅱ。

(2) 与结构性、行为性进入壁垒相比,过渡期中国企业所面临的制度性壁垒Ⅱ(即行政壁垒)要高得多,尤其是地区、部门间的行政壁垒;另外,这种制度性壁垒一定程度上制约了结构性、行为性进入壁垒的形成,从而导致制度性壁垒Ⅱ更高。随着市场化改革的深入,该制度性壁垒呈下降之势。

(3) 目前要提高中国企业的国际竞争力,应最大限度地允许和鼓励国内企业适度市场垄断的兼并与联合。但同时要警惕跨国公司对产业市场的收购兼并进行,只有这样才能加快代表中国产业实力的大企业、大集团的形成进程。

力求做到理论与实践相结合,是该书的显著特色。

第一,作者认为跨国公司以兼并方式大量进入中国,特别是以大量收购兼并手

段进入中国重装备工业,不仅提高了中国产业市场的结构性进入壁垒,而且也提升了中国产业市场的行为性进入壁垒,这就对潜在的或新的中国企业、后进入的跨国公司,构筑起了较高的进入壁垒,进而限制了产业市场的竞争,极易在中国产业市场中取得垄断地位。对此我们应给予足够的重视。

第二,无论是潜在进入的新企业,还是原存企业,只有在分析目标国或地区的市场运行特点与进入壁垒的变化、确立影响进入壁垒的最重要因素的基础上,才能抉择适合自己的进入或防御战略。

第三,竞争与合作是当前中国企业竞争战略的现实选择,而构筑行为性进入壁垒则是中国企业未来竞争战略的重要抉择。

可以说,该书的研究成果将为中国政府科学地制定产业准入、反垄断等政策提供理论依据,进而提升中国产业组织的国际竞争力。同时也为中国加入世界贸易组织(以下简称WTO)后面对全球竞争的我国企业如何抉择适合自己的竞争战略,给出了若干具有一定可操作性的对策及建议。

因此,我认为,《进入壁垒与现代企业竞争战略分析》值得一读,相信该书会得到理论界与实际部门的重视和广大读者的欢迎。

南京大学经济学院院长
教育部文科首批长江学者特聘教授

刘志彪

2007年6月于金陵

目 录

序言

第 1 章 导论	1
1.1 问题的提出与研究意义	1
1.2 相关文献的回顾、比较与评价	4
1.3 研究假设、ISB 分析框架以及几点说明	17
1.4 本书的创新之处	22
第 2 章 进入壁垒：从制度视角分析	23
2.1 两种不同的制度性进入壁垒	23
2.2 制度性进入壁垒 I：表现形式与效应分析	24
2.3 制度性进入壁垒 II：以政府所有权为基础的职能界定过度	36
2.4 制度性进入壁垒 II 的破除：提升中国产业组织国际竞争力的重要路径	39
第 3 章 进入壁垒：从结构角度分析	50
3.1 结构性进入壁垒	50
3.2 结构性进入壁垒：高度测定	61
3.3 结构性进入壁垒：效应分析	69
3.4 结构性进入壁垒：关于中国产业的实证分析	72
第 4 章 进入壁垒：从行为视角分析	85
4.1 阻止进入定价策略行为	85
4.2 阻止进入投资策略行为	88
4.3 驱除进入定价策略行为	91
4.4 行为性进入壁垒与反垄断	94
第 5 章 进入壁垒：ISB 框架中的横向关系分析	96
5.1 政府俘获理论：解读 ISB 框架中横向关系的基础	96
5.2 制度性进入壁垒、结构性进入壁垒和行为性进入壁垒间的相关性	100
5.3 制度性进入壁垒→结构性进入壁垒→行为性进入壁垒	101
5.4 行为性进入壁垒→结构性进入壁垒→制度性进入壁垒	105
第 6 章 制度性进入壁垒与现代企业竞争战略选择	109
6.1 制度性进入壁垒与潜在的或新企业的进入战略	109

6.2	制度性进入壁垒与原存企业的防御战略	110
6.3	中国加入 WTO 后的经济特点:分析中国加入 WTO 前后我国产业 进入壁垒变化的前提	112
6.4	制度性进入壁垒与 WTO 后中国企业的竞争战略选择	115
第 7 章	结构性进入壁垒与现代企业竞争战略抉择	129
7.1	结构性进入壁垒与潜在的或新企业的进入战略	129
7.2	结构性进入壁垒与原存企业的防御战略	130
7.3	跨国公司的进入对中国产业结构性进入壁垒的影响	132
7.4	结构性进入壁垒与 WTO 后中国企业的竞争战略抉择	136
第 8 章	行为性进入壁垒与中国企业竞争战略选择	143
8.1	行为性进入壁垒:中国产业的现状分析	143
8.2	跨国公司的市场垄断行为与防范策略	144
8.3	构筑行为性进入壁垒:中国企业未来竞争战略的重要选择	150
8.4	竞争与合作:当前中国企业竞争战略的现实选择	152
第 9 章	进入壁垒与中国企业“走出去”战略	156
9.1	“走出去”战略的提出背景	156
9.2	“走出去”的中国企业面临的进入壁垒	158
9.3	“走出去”的中国企业跨越进入壁垒:路径选择	164
9.4	“走出去”的中国企业模式比较:以海尔、TCL、格兰仕为例	170
第 10 章	进入退出壁垒与煤炭业企业竞争战略分析	175
10.1	过度竞争:仍然困扰着当前中国煤炭业的发展	175
10.2	煤炭业过度竞争的成因分析	178
10.3	当前煤炭业市场结构调整:路径选择	183
10.4	煤炭业市场结构调整中企业竞争策略的抉择	187
10.5	新汶矿业集团:靠改革创新提升综合竞争力的典范	188
参考文献	195

第 1 章 导 论

1.1 问题的提出与研究意义

1.1.1 问题的提出

处于转轨期的中国产业,除了个别的资源性或政府严格管制进入的产业外,多数产业呈现出进入过密、产能过剩、竞争过度、集中度偏低和竞争力低下的态势。如何防止这些产业进入过密,提升其国际竞争力是我们目前面临的一大难题。而拥有规模、资本、技术、品牌和管理优势的跨国公司的进入,在中国诸多产业市场中大有形成垄断之势,如微软在操作系统软件业,柯达在感光材料业,摩托罗拉在移动通信业,奥的斯、三菱和迅达在电梯业,P&G 和汉高、利华在洗涤剂业,利乐在无菌软包装业等;随之,滥用市场支配地位的限制竞争行为也会不断发生。显然,怎样阻止和防范这些行为的出现,也是我们当前面临的重大问题之一。面对强大的跨国公司,中国企业在当前和未来的竞争中究竟抉择什么样的战略,同样亦是摆在我们面前的重大问题,而所有这些问题的出现均与进入壁垒有关。

进入壁垒(barriers to entry)是考察产业组织中市场结构问题的一个重要视角。多年以来,有关进入壁垒定义及其内容的争论极大地活跃了对进入壁垒问题的讨论,但学术界对这一问题至今尚未作出一般性解释。^① 这里,笔者首先对文献中常用的进入壁垒的一些定义进行梳理。

贝恩(J. S. Bain)较早提出,进入壁垒是“和潜在的进入者相比,原存厂商所享的有利条件,这些条件是通过原存厂商可以持久地维持高于竞争水平的价格而没有导致新厂商的进入反映出来的”。^②

施蒂格勒(G. J. Stigler)提出的定义侧重于原存企业与潜在的新进入企业之间在需求和成本条件方面的不均等性。具体地说,他所定义的进入壁垒是一种生产成本(在某些或每个产出水平上),这种成本是打算进入一产业的新厂商而非已在该产业内的厂商所必须承担的一种生产成本。^③

① 对进入壁垒争论的一般性论述,参见哥尔特施米德(H. D. Goldschmid)等的《行业集中:新学问》一书,波士顿:小布朗出版。这里转引自劳杰·克拉克[英]:《工业经济学》,经济管理出版社,1990年,第78页。

② J. S. Bain: Barriers to New Competition, Harvard University Press, 1956: 3.

③ G. J. Stigler: The Organization of Industry, Richard D Irwin, 1968: 67.

戴姆塞茨(H. Demsetz)的定义则关注进入壁垒的存在与政府的行为、势力相联系。他认为,任何导致生产成本增加的政府的限制性行为都会产生进入壁垒。^①

克拉克森(K. W. Clarkson)和米勒(R. L. Miller)把进入壁垒定义为由寻求进入某个行业的厂商而不是由已在该行业内的厂商负担的生产成本。进入壁垒与垄断力量相联系。要使垄断力量在长期内持续存在,就必定需要找到某些排斥别人进入市场的办法。^② 卡尔顿(D. W. Carlton)和佩罗夫(J. M. Perloff)指出,从语义上讲,一个进入壁垒就是能阻止企业家在市场中一下子建立一个新企业的任何事物。……“进入壁垒”这个术语经常既指进入的成本又指进入所需的时间。……由于只有当一家厂商拥有了超过潜在竞争者优势的时候,长期利润才得以持续,对长期进入壁垒的合乎逻辑的定义就是一个新竞争者必须发生而那些原存厂商却不必承担的成本。^③

很明显,无论从诠释的角度、侧重点,还是从具体的表达上看,学者们对进入壁垒内涵的理解是存有差异的(见 1.2 节),但是有一点是共同的,即他们都认为进入壁垒是欲进入某产业的潜在的企业或新企业必须承担的(额外)成本或劣势程度。因此,在笔者看来,如果从潜在的企业或新企业进入产业(市场)的角度讲,进入壁垒就是指“潜在企业”或新企业在和原存企业竞争过程中所遇到的不利性障碍(劣势)因素;倘若从原存企业的视角看,则是指市场内原存企业对欲进入该市场的“潜在企业”或新企业所拥有的优势。所以,进入壁垒的大小既反映了潜在的企业或新企业所面临的劣势程度(承担额外成本),也反映了市场内原存企业优势的大小。

1.1.2 研究意义

通过文献的回顾与评价、理论假设的提出、数据的统计分析与建模,对进入壁垒这一论题进行较为系统的、深入的研究,有其理论与现实意义。

从理论研究上说,与西方相比,中国经济学界无论是产业组织理论的重视程度还是在研究水平上,皆相差甚远。近年来,虽有些学者对中国主要产业(行业)的结构(集中度、进入壁垒)、行为与绩效(S-C-P)的问题进行了探讨,但仍存在诸多不足,尤其是在进入壁垒问题上,缺乏系统的规范和实证研究。对进入壁垒问题的探究,将有利于把进入壁垒理论的系统化研究引向深入。

从中国的现状看,对中国市场中进入壁垒进行研究,具有十分重要的现实意义。主要体现在以下几个方面。

① H. Demsetz. Barriers to Entry, *American Economic Review*, 1982, 72: 47~ 57.

② 克拉克森,米勒[美]:《产业组织:理论、证据和公共政策》,上海三联书店,1989年,第563、564页。

③ 丹尼斯·卡尔顿,杰弗里·佩罗夫[美]:《现代产业组织》(上册),上海三联书店,1998年,第152、153页。这个定义改编自施蒂格勒(1968)。

1. 促进资源的合理配置

从资源配置的机制上讲,现代经济学认为,市场机制是资源配置的基础;然而,“没有人为操纵的价格、众多企业都是价格接受者”的理想的完全竞争的市场结构在现实中是不存在的。现实市场往往是竞争和垄断不同程度结合形态的垄断竞争市场。如果产业中存在超过规模经济的要求,造成生产过于集中的企业垄断态势,就会发生诸如垄断价格等卡特尔行为,导致价格扭曲、市场失效和不公平竞争。相反,对拥有过多企业而长期处于低于规模经济要求的产业,必然出现过度竞争,进而导致资源的不合理配置。而判断垄断、竞争是否过度的标准主要是进入壁垒的高低,并且政府可以依据进入壁垒的高低制定相应的产业组织政策(如反托拉斯政策、进入壁垒政策)来限制企业的过度垄断或过度竞争行为,以弥补市场缺陷,实现资源合理的配置。

2. 增强中国产业组织的国际竞争力

中国产业组织的现状是:“大企业不大”、规模经济利用水平低、广告支出少、R&D投入不足、非价格竞争力弱等,造成这样现状的原因是多方面的。例如,政府垄断,缺乏优胜劣汰的市场竞争机制;价格扭曲、行政力量的双重保护,产业竞争过度;地区、部门间行政壁垒过高,兼并机制受阻,企业规模难以迅速扩张;企业规模偏小,自然用于广告、R&D的费用少,经费使用不合理等。因而,要提高和增强中国产业组织的国际竞争力,必须改革政府调节产业组织的模式,发挥市场竞争机制的自组织作用,破除价格扭曲、行政力量的双重保护,制定产业进入壁垒政策,促进有效竞争;铲除地区、部门间壁垒,完善兼并机制;加大广告、R&D投入力度,合理使用经费,提高非价格竞争力。显然,所有这些都将成为研究进入壁垒问题的核心内容。所以说,对进入壁垒问题的研究,有利于中国产业组织国际竞争力的提高与增强。

3. 有利于企业竞争战略的选择

首先,企业究竟选择什么产业进行投资,即进入何种产业,除了要对产业的前景作出前瞻性分析与预测之外,还应着重分析该产业的现状,尤其是对进入壁垒高低的预测,因为它是企业进入产业(进行投资)需付出的额外代价,而且标志着企业进入该产业的难易程度。^①其次,进入壁垒的分析与研究,将为某产业中原存企业制定阻止潜在的或新企业进入的防御战略提供理论基石,也就是说,原存企业可以通过设置和提高规模经济壁垒、必要资本壁垒、产品差异壁垒、绝对成本优势壁垒

^① 耿弘:《企业战略管理理论的演变及新发展》,《外国经济与管理》,1999年第6期,第14~16页。

等战略来阻止潜在的或新企业进入自己所在的产业。同样,潜在的或新企业在制定自己的进入战略时,也必须对进入壁垒作出分析与研究。再次,作为市场主体的企业各自所制定具体的价格与非价格的竞争策略实际上是进入壁垒(如规模经济壁垒、产品差异壁垒等)的具体应用。可见,对进入壁垒问题的探究将有利于企业竞争战略的制定与抉择。

4. 有利于政府反托拉斯政策的制定

如上文所述,进入壁垒与垄断力量相联系。进入壁垒过高,往往导致过度垄断,限制了竞争,从而影响资源的最优配置(即效率)。因此,进入壁垒的存在一直是反托拉斯当局识别反竞争活动的主要根据。很明显,考察进入壁垒问题对于政府制定反托拉斯政策是非常有利的。

1.2 相关文献的回顾、比较与评价

1.2.1 产业组织理论简要回顾

如果追根溯源,一般认为马歇尔(A. Marshall)的新古典经济学是产业组织理论的源头。他的经济理论不仅涉及了垄断问题,指出了被后人称之为“马歇尔冲突”的规模经济和垄断的弊病之间的矛盾,而且涉及了产品差别、生产条件差异和广告费用不同等造成不完全竞争市场的垄断因素问题。在马歇尔看来,许多不同型号的产品,或因其适应不同的需求偏好,或有某些独特的功能,或其中某些拥有专利权等因素都可以使它们的生产为特定工厂所垄断。在这种情况下,那些实际上质量是最好的产品的生产者便不能通过广告进行有效的宣传和利用行销商及其代理人来推销自己的商品。不完全竞争市场上的垄断现象通常是由于追求厂商规模经济及上述多种因素所共同导致的。

在这里,尽管马歇尔所涉及的问题只是散见于其庞大的经济学体系中,但他的这些工作对后来者从事产业组织的研究具有极其重要的启迪价值,因而马歇尔被学者们称为产业组织理论的先驱。

其后,美国哈佛大学教授张伯伦在其著作《垄断竞争理论》中,对马歇尔所涉及的产业组织问题进行了较系统、明确、深入的研究。首先,以分析纯粹竞争为出发点,否定了纯粹竞争存在的条件,提出了垄断竞争的概念。张伯伦认为,完全竞争和纯粹垄断只是两种极端的形态,现实经济则是介于二者之间的“中间状态”,现实的市场既存在竞争因素,也存在垄断因素,二者的并存与交织形成了所谓的“垄断竞争”格局。其根本原因在于:每个厂商提供的产品具有差异性,所以它是一个垄断者;但该产品又具有一定的替代性,因而对生产同类产品的其他企业来说,

它又是一个竞争者。于是,垄断竞争市场结构便形成了。其次,对完全竞争和纯粹垄断两种极端的市場结构及位于这二者之间的“中间状态”的市場结构进行了具体分类,探讨了产业内的市場结构、价格、利润、广告和效率等的相互关系。再次,界定了“产品差别”的内涵及其对市场竞争的影响。在张伯伦看来,对消费者而言,不同的产品差别可能是具体的,也可能是想像的。只要产品的任何品质特征引起购买者的认知差异,使购买者喜好这种产品,而不喜好那种产品,都可能构成产品差别的标准。具体地说,“产品差别”包括这样一些含义:商品的品质、包装等产品本身的差异;产品销售条件、服务态度的不同;消费者“想像”的心理差别,如广告、品牌等。在此基础上,他进一步考察了垄断与竞争的关系,指出产品差别不仅是垄断因素,而且也是一种竞争力量,只要销售量与产品差别有关,那么产品差别的非价格竞争就可能比传统的价格竞争更显重要。此外,他还提出并讨论了企业在市場上的进入与退出问题。在他看来,一个产业的兴起、发展和衰退必然面临着企业的进入和退出问题。企业“进入”某一目标产业的难易程度是决定该企业成本-收益关系的基本因素;伴随着企业进入和退出市場的行为,集团企业和非集团企业也可能在某一点上处于均衡状态。

很明显,上述概念和理论观点的提出,成为现代产业组织理论的重要来源,因而,张伯伦被学者们认为是现代产业组织理论的奠基人。

受张伯伦等人的理论创新和方法转变的启发,1938年,哈佛大学经济学教授梅森(E. S. Mason)成立了一个包括贝恩(J. S. Bain)、凯尔林(C. Kaysen)、迈克尔(J. W. Mckie)、麦克海姆(J. Markham)、艾得曼(M. Addman)在内的产业组织研究小组。他们以深入的个案研究为手段,对各主要行业市场竞争过程的组织结构、竞争行为和竞争结果作了大量的经验实证分析,提出了产业组织的理论体系和研究方向。1959年,贝恩教授(梅森的弟子),在自己的《产业组织论》中首次系统论述了产业组织理论,它是产业组织理论体系形成的标志。贝恩通过对市場结构的形成及其与市場绩效的关系的研究分析,提出“市場结构(market structure)-市場行为(market conduct)-市場绩效(market performance)”(简称S-C-P分析范式),并在市場结构中首次引入“进入壁垒”的概念。他认为进入壁垒是指某一产业中的在位者相对于潜在进入者所具有的优势,这些优势反映在在位者能够把价格提高到竞争性价格水平之上,而又不导致新厂商的进入。贝恩通过调查美国的制造业,以集中度和利润率作为判断市場结构与市場绩效的指标,提出“集中度-利润率”假说,认为在具有寡占或垄断市場结构的产业中,由于存在少数企业的合谋而提高了进入壁垒,削弱了市場的竞争性,使企业产生超额利润,降低了资源配置效率。至此,以梅森和贝恩为代表的哈佛学派,通过经验研究和案例分析,建立起产业组织理论的传统分析框架S-C-P分析范式,即市場结构决定厂商行为,厂商行为决定市場绩效,使产业组织理论逐步成为一门相对独立的经济学科。同时,注重研究市

场结构的哈佛学派成为产业组织理论的正统学派。

哈佛学派的产业组织理论具有以下重要特征:首先,以产业内企业之间的组织关系为研究对象,主要是企业之间的竞争与垄断关系。其次,将市场结构作为研究重心。S-C-P分析范式认为由市场结构、市场行为、市场绩效三个基本部分和公共政策构成产业组织理论,按照市场结构-市场行为-市场绩效-公共政策的顺序进行分析,市场结构决定企业行为,企业行为决定市场运行的经济绩效,通过政府的公共政策调整、改善不合理的市场结构来实现理想的市场绩效。这种顺序中存在着因果关系,但这种因果关系是单向的,因此,存在其不足之处。再次,在公共政策上,积极主张政府采取企业分割、禁止兼并等直接作用于市场结构的公共政策,以恢复和维护市场秩序。最后,在研究方法上偏重于实证研究。

20世纪50年代末,针对哈佛学派的S-C-P分析范式的形成,美国其他大学对产业组织理论也展开研究,其中,以芝加哥大学教授施蒂格勒、德姆塞茨等为代表的学者,在与哈佛学派争论中崛起,被称为“芝加哥学派”。芝加哥学派在研究方法上,注重用严格的经济理论进行分析,强调对理论的经验证明。针对S-C-P分析范式的单向因果关系,提出结构、行为、绩效三者之间应为双向因果关系,信奉市场经济中竞争机制的作用,主张政府应该尽量减少对产业组织实施干预。芝加哥学派认为市场绩效起着决定性作用,企业效率的不同导致不同的市场结构,高集中度的市场是高效率、低成本的结果,一个持续高利润率的产业完全可能是该产业中企业高效经营所致,否则会招致其他企业大量进入而降低利润率。只要市场绩效良好,即使市场是垄断或是寡占的,政府也没有必要进行干预。施蒂格勒重新界定了进入壁垒的内涵,认为其是指新进入企业必须负担,而老企业不需负担的成本。因而实际中几乎不存在真正的进入壁垒。施蒂格勒等人还通过对电力、通信、交通运输等产业的实证研究,检验了政府管制的实际效果——不仅没有达到预期效果,反而产生不良影响(政府管制失灵)。因此,芝加哥学派提倡政府应放松管制、少干预市场以利于市场自由竞争,通过促进资源的合理配置来提高生产活动的效率,满足消费者的需求,实现消费者福利最大化。唯有当市场行为限制了产业、抑制了生产效率的提高、损害了消费者福利时,政府才有必要进行干预。可见,芝加哥学派眼中所崇尚的是效率主义。

20世纪70年代以来,由于可竞争市场理论、交易费用理论和博弈论等新理论、新方法的引入,产业组织理论研究的理论基础、分析手段和研究重点等发生了实质性的突破,大大推动了产业组织理论的发展。人们将其发展称为新产业组织理论。在研究基础上,新产业组织理论更加注重市场环境 with 厂商行为的互动关系,这种互动关系体现了在逻辑上的循环和反馈链。在方法和工具上,则运用了大量的现代数学的分析工具,尤其是多变量的分析工具。在研究方向上,新产业组织理论更加强调了在不完全市场结构条件下厂商的组织、行为和绩效的研究,尤其是寡头、

垄断和垄断竞争的市场,在理论假设上增加了交易成本和信息的维度。

需要指出的是,20世纪70年代以来的产业组织理论贴上了“新”的标签,但它是在不放弃S-C-P分析框架的前提下,对正统学派的产业组织理论进行了修正和补充。相对于正统产业组织理论而言,新产业组织理论的基本特征可概括为“理论倾向”,因此也有学者将新产业组织理论称为理论产业组织理论,而将正统产业组织理论称为实证产业组织理论。

20世纪80年代后期以来,从事产业组织理论研究的经济学家们认识到了理论研究 with 实证分析之间的不平衡,这直接引发了包括计量经济学分析、案例研究和实验经济学在内的新一轮经验研究开始出现,以至于20世纪80年代被人们称为“实证产业组织理论的复兴时代”。在这一过程中,新产业组织理论的经济学家们亦开始从事评价公共政策的理论研究和寻求可以实证的理论假说研究,如兼并能否提高效率、掠夺性定价会不会造成严重后果以及政府管制是不是弊大于利等。

从对产业组织理论的简要回顾中,不难发现,西方产业组织理论正处在趋于理论与实证的融合过程之中。

1.2.2 进入壁垒理论的回顾、比较与评价

1. 贝恩的进入壁垒理论

贝恩(Bain)既是产业组织领域研究中的主流学派——哈佛学派的主要代表人物(还包括他的恩师梅森等)之一,又是对进入壁垒理论进行开创性研究的主要学者。一方面,作为梅森开创性工作的主要继承和发展者,贝恩在1959年出版了《产业组织》一书,在该书中他提出S(结构)-C(行为)-P(绩效)分析范式,并运用这种范式研究了垄断竞争关系及市场结构、企业行为和经济绩效三者的联系;正是由于贝恩等人十分强调结构对行为、绩效的决定作用,所以哈佛学派又称为结构主义学派。另一方面,贝恩在产业组织理论研究过程中经常为这样的问题疑惑不解,即为为什么很多关于厂商之间如何开展竞争、竞争如何产生的文献中都没有考虑到潜在竞争的威胁力量,把研究重点过多地放在原存于产业内的企业之间的竞争之上,而没有转移到产业的“外部条件”上?他认为潜在的竞争比现实的竞争可能更具威胁性。要研究潜在竞争,进入壁垒则是一个不可避免的问题。因此,他在1956年出版的《新竞争的壁垒》一书中第一次提出“进入壁垒”的概念,从此“进入壁垒”被引入到对产业市场结构分析之中。

在《新竞争的壁垒》中,贝恩给出了“进入壁垒”的定义,并论述了他所定义的进入壁垒的四个来源:①规模经济性。进入之初或进入后的早期就实现大规模生产的困难以及合理的批量规模在市场上的占有率,限制了潜在的或新企业的出现(或进入)。②绝对成本优势。贝恩把这一来源分为四类:一是原存企业在专利和商业技

巧上的垄断优势;二是原存企业有效控制了重要生产要素的供给;三是如果一个要素的供给受到限制,进入发生之后会大大提高原存企业和新企业的要素价格水平;四是原存企业相对容易筹到低成本的资金的优势。③产品差别优势。在以产品差别性为特征的市场中,消费者对原存企业产品的偏好,使得原存企业比新进入企业处于更有利的地位。在贝恩的实证研究中,他发现进入的产品差别壁垒常常是很重要的。④资本需求量。贝恩认为,巨大的资本需求阻止了新厂商(企业)的进入。他在《新竞争的壁垒》中,运用调查表数据得到他认为是 20 个制造业市场中资本需要量壁垒的估计。②在对进入壁垒问题的探讨中,贝恩的研究被公认为具有开创性,但由于在结构(S)与绩效(P)中更应抉择谁作为研究重点的不同以及对 S-C-P 分析范式中存在的是正向、单向还是反向、双向互动关系的看法不一,预示着贝恩的进入壁垒理论将要受到严峻的挑战。

2. 施蒂格勒、戴姆塞茨的进入壁垒观

自 20 世纪 60 年代起,施蒂格勒(Stigler)、戴姆塞茨(Demsetz)等来自芝加哥大学的经济学者在对哈佛学派及主流的结构主义理论的批判过程中,逐渐形成了具有“芝加哥传统”特性(即维护市场机制、鼓励竞争、反对政府干预)的芝加哥学派。他们认为,产业组织及反托拉斯问题,应当通过价格理论和竞争理论的透镜来研究。如施蒂格勒在《产业组织》(1968 年)一书中,就特别注重判断集中及定价的结果是否提高了效率,而不像结构主义那样,只看是否损害了竞争。在结构、行为和绩效三方面,芝加哥学派更注重对绩效的研究,强调绩效的重要作用,他们甚至提出,是绩效或行为决定了结构,而不是相反。所以,他们不赞成进入壁垒限制竞争从而影响资源最佳配置的结构主义观点,极力主张改写由贝恩首创的进入壁垒理论。在他们看来,问题的关键是看是否存在人为的进入壁垒。

施蒂格勒在研究厂商的规模究竟是由规模经济、进入壁垒还是由其他因素决定时,对进入壁垒也给出了定义。在施蒂格勒看来,厂商规模是由需求条件和成本条件决定的;那么,进入壁垒被限制在新厂商承担的高于原存厂商的(额外)成本这一意义上,它是影响个别厂商需求条件的一种力量。换言之,规模经济决定了厂商规模而不是扮演进入壁垒的角色。在这里,不难看出,施蒂格勒研究进入壁垒的目的是研究厂商规模,而不是像贝恩那样试图回答在什么条件下潜在的竞争可以促使市场竞争结果的产生。鉴于二者的研究目的以及定义方式上的差异,自然在构成进入壁垒的因素(或来源)上也会产生重大的分歧,如规模经济、资本需要量、产品差别化在贝恩那里视为进入壁垒,而按施蒂格勒的标准,它们则不是进入壁垒。与

① 劳杰·克拉克[英]:《工业经济学》,经济管理出版社,1990年,第87、88页。

② 克拉克森,米勒[美]:《生产组织:理论、证据和公共政策》,上海三联书店,1989年,第570页。

贝恩的进入壁垒理论相比,施蒂格勒的进入壁垒观的内容要窄得多。在施蒂格勒看来,规模经济是原存企业首先进入某产业的报酬,资本需要量也是原存企业首先进入某产业要付出的代价,而产品差别则是已进入企业耗费资金建构起来的高誉,这些都是第一个进入者必须承担的,而非进入壁垒。因而,在施蒂格勒那里,突出了政府管制(进入控制)构成壁垒的作用。

戴姆塞茨试图把进入壁垒的概念限定在政府制定的进入限制条件的范围内。他认为,任何增加生产成本的政府的限制都构成了进入壁垒。换言之,并非由市场自然产生的政府限制活动所造成的生产成本的额外增加,就表明存在进入壁垒。他用城市的出租车营业作为例子,如果出租车营业者持有的官方牌照限制了他们的数量,使得一些想经营出租车的人得不到牌照,显然对出租车经营者须持有官方牌照的规定就是进入壁垒。然而,按戴姆塞茨的说法,即使出租车牌照的颁发不受限制,如果它们增加了出租车营业的成本,从而人为限制了进入,也仍会构成进入壁垒。为了论证自己的观点,戴姆塞茨于1982年提出了“产权进入壁垒”概念,^①认为只要产权存在,壁垒就存在;它不是保护原存的企业,就是保护新进入的企业,因而壁垒的撤除并不一定就能符合正当的原则。问题不在于是否应当有这种保护,而在于应该怎样去保护,这一判断标准只能看产业经济系统中总体效率是否提高。正是由于芝加哥学派极为注重效率标准,所以人们也称其为“效率学派”。

很显然,贝恩的进入壁垒理论与戴姆塞茨的进入壁垒观的差别更大。戴姆塞茨认为,即使在所有竞争性价格上都可以得到出租车牌照,要求出租车经营者持有牌照的规定仍是一种进入壁垒;贝恩绝不会接受这种观点,因为在这种情况下,无论出租车营业者还是牌照发行者都不可能获取超额利润。^②

3. 阻止与驱除进入壁垒理论

这类进入壁垒是定价策略与进入条件相互作用的结果。它们大多是原存企业为阻止新企业进入而主动采取的相应策略行为所形成的,主要包括阻止进入壁垒和驱除进入壁垒。

(1) 阻止进入壁垒。在集中程度较高的寡头垄断行业中,为数不多的原存企业很容易相互协调,制定统一的行业价格,把行业利润率限制在既能获取经济利润,又能对潜在的或新企业构成进入壁垒的程度。而一旦潜在的进入可能性消失,再将价格提高。这种“阻止进入定价策略”(entry-limit-pricing)行为主要是针对行业利润率较高造成的诱发因素而言的,它所形成的壁垒称为阻止进入壁垒。早期的阻止进入定价模型归功于贝恩(1965)、莫迪格里安尼(Modigliani 1958)和西洛斯拉

^① H. Demsetz: Barriers to Entry, *The American Economic Review*, March 1982, 72: 47- 52.

^② 劳杰·克拉克[英]:《工业经济学》,经济管理出版社,1990年,第80页。

比尼(Sylos-Labini 1962),^①他们在寡头垄断定价理论中引入进入壁垒概念。贝恩曾作出这样的假定:原存企业追求长期利润最大化,它们将选择最适合于它们目的的策略。这迫使原存企业要考虑到潜在的进入,并制定限价阻止进入的发生。实际上,贝恩区分了与此有关的四种可能情况,其中第三种情况是进入条件可以有效地阻止进入,这时原存企业选择限价来阻止进入。莫迪格里安尼在他的一篇重要论文中,考察了规模、产量与阻止进入定价的关系。发现在一定的需求条件下,最小有效规模和和次最佳规模上生产成本的不利条件,一般都影响到阻止进入定价的确定。而意大利经济学家西洛斯-拉比尼则提出著名的假设:新进入企业期望原存企业在它们进入新企业后仍维持目前的产出水平。以这种假设为前提,潜在进入企业可以估计它们的进入会在多大程度上降低行业的价格,以及这种进入是否值得。特别是,在这一假设条件下,原存企业能够算出如何确定限价才会刚好阻止进入的发生。然而,阻止进入定价策略的主要缺点是它假设原存企业通过把价格降到阻止进入水平的方式对付来自新竞争者的威胁。这种做法有点既害人又害己。从原存企业的观点看,让价格相对自由并保证对利润的追求,比利用其他非价格变量阻止进入要好得多。于是,产生了另一种阻止进入行为——“阻止进入投资策略”(entry-limit-investment)。在需求增长率较高的行业中,尽管存在各种进入壁垒,但因为需求增长很快,也会对其他企业形成诱惑。因此,原存企业根据对行业需求的预测,适当多增加一些生产能力的投资,经常保持一定的过剩生产能力,这样也可成功地阻止新企业的进入。

斯宾塞(A. M. Spence)探究了生产能力作为阻止进入的因素的观点。他认为,过剩的生产能力起着阻止进入的作用,因为它展示了原存企业方面对行业市场的承诺。更具体地说,由于在进入发生前原存企业已或多或少地在生产能力上做了不可逆转的投资,这使新进入企业更加相信,假如它们进入市场,竞争将会加剧。正是这种过剩对进入预期所产生的影响,代表了阻止进入的手段。^②在这里,“阻止进入投资策略”这一行为主要是针对行业需求增长率较高造成的诱发因素而言的,它所形成的壁垒也称为阻止进入壁垒。

(2) 驱除进入壁垒。该壁垒是由于驱除对手行为(predatory pricing,又称掠夺性定价)所形成的。这种定价行为策略是指产业内具有明显竞争优势或较强实力的原存厂商为了把竞争对手挤出市场和吓退意欲进入该市场的潜在对手而暂时降低自己的产品或服务的价格,忍受亏损,等对手退出市场后原存厂商再行提价,从而获得长期的垄断利润。卡尔顿和佩罗夫认为,在大多数对掠夺性定价所作的定义

^① 参见丹尼斯·卡尔顿,杰弗里·佩罗夫[美]:《现代产业组织》(下册),上海三联书店,1998年,第569页。

^② 参见劳杰·克拉克[英]:《工业经济学》,经济管理出版社,1990年,第91~99页。

中,厂商将价格压低至其成本以下,这常常受到法律的限制。^① 这种策略不仅可以挤掉原存的竞争对手,同时也可以阻止其他潜在的或新企业的进入,达到“一箭双雕”的效果,从而形成一种进入壁垒。

4. 鲍莫尔的可竞争市场理论

如上文所述,贝恩给进入壁垒下定义的目的是在回答什么条件下潜在的进入才会导致完全(理想)竞争的市场效果。实际上,他把完全竞争视为理想的标准。1982年,鲍莫尔在其代表作《可竞争市场与产业结构理论》一书中,提出了可竞争市场理论(contestability theory),并声称这一理论将对产业组织理论产生革命性的影响。主要体现在以下两点:①这一理论把可竞争市场视作替代完全竞争市场的、更能揭示现实经济的理想标准,可竞争市场标准可以扩充到规模收益递增的领域,如自然垄断。一定程度上可以说,鲍莫尔的可竞争市场理论的产生受到施蒂格勒进入壁垒观的影响与启迪。根据施蒂格勒的定义,他认为既然新进入、原存厂商的成本和需求条件相同,新进入的厂商可实行和原存厂商争夺市场的战略,或实行“打了就跑”的战略(hit and run entry),即在最佳规模上生产,假如价格下跌到无利可图甚至亏本的程度,就可以退出。因而问题不在最佳规模的大小,而在进退是否方便,即沉没成本(sunk cost)的大小,一个自然垄断产业也可以是“可竞争的”。②克服了传统产业组织理论中关于市场结构与企业行为那种单一的和既定的逻辑关系,而强调企业行为对市场结构的反向因果联系。在鲍莫尔看来,“可竞争”概念是指在沉没成本不大的情况下,企业可以自由地进入或退出有关行业(市场),由于企业具有这种快速进出市场的行为能力,使得相关行业中经常存在着潜在进入企业的威胁。因此,该行业中原存企业必然会努力降低成本,促进创新和扩大经营规模。于是,企业行为既改变了市场结构,又影响了经济运行绩效。

显而易见,沉没成本成为鲍莫尔理论的核心概念。他认为,只要沉没成本不大,就存在新企业随时进入市场的潜在压力。即使市场上只有一家或少数几家企业,也可能因潜在进入压力而获得较好的资源配置效率和社会福利。因而,这一理论具有重要的政策含义:为克服由于规模经济原因形成的自然垄断所可能产生的不利影响,政府可根据可竞争市场理论的要求制定相应的管制政策或规章,尽可能保持着潜在的竞争压力,以此约束大企业的行为。这是其一。其二,鲍莫尔的可竞争市场理论的进入壁垒主要强调沉没成本,沉没成本是唯一造成进入壁垒的根本原因。如果不存在沉没成本,即使存在规模经济、产品差别化也不足以构成进入壁垒。

^① 丹尼斯·卡尔顿,杰弗里·佩罗夫[美]:《现代产业组织》(下册),上海三联书店,1998年,第555页。

5. 流动壁垒

近些年来,随着跨产业流动的要素种类越来越多,产业市场的范围越来越广,因而凯夫斯和波特^①等学者从更广泛的视角,即从进入壁垒、沉没成本、退出壁垒等方面全面考察了进入壁垒问题,并在此基础上,提出了“流动壁垒”概念。凯夫斯和波特经过研究发现,同一产业内部,有些企业的表现十分相似,而有一些企业的表现却大相径庭。于是,他们把整个产业细分为一些不同的群体或企业簇——这就是后来被人们称为策略群组的一些企业组合,并认为流动壁垒是产业中的一些结构性因素,是主要阻止各个企业在不同的策略群组之间的移动,或保护成功企业不受其他企业侵犯的结构性因素。

根据经济合作组织欧洲转型经济合作中心的定义,^②流动壁垒是指那些阻碍厂商进入或退出某一产业、从某一产业的某一细分市场转向另一细分市场的所有因素。显然,流动壁垒概念的提出,拓宽了进入壁垒的研究视角,它是包括进入壁垒、退出壁垒和在同一产业内转移壁垒的总称。

6. 对进入壁垒理论的总体性评价

从上文所展述的内容上看,不难发现,西方学者对进入壁垒理论的论争至少让我们得出以下两点启示。

第一,为进行较为系统的考察进入壁垒提供了可能。贝恩从价格(P)能否与边际成本(MC)相近的角度给进入壁垒下了定义,并认为规模经济、绝对成本优势、产品差别优势以及资本需要量是形成进入壁垒的四个来源;而施蒂格勒则从成本的视角定义了进入壁垒,极力主张改写由贝恩首创的进入壁垒理论,指出规模经济、产品差别优势、资本必要量都不能形成进入壁垒,因为它们也是原存企业首先进入目标产业要付出的代价。^③因而,施蒂格勒突出了政府管制(进入控制)构成进入壁垒的作用。与他同属一个学派的戴姆塞茨则更直截了当地从政府限制的角度界定了进入壁垒的内涵,并认为任何增加生产成本的政府的限制都构成进入壁垒。此外,从定价策略与进入条件相互作用的结果来看,厂商的阻止进入和驱除进入行为亦构成进入壁垒。此外,沉没成本是鲍莫尔的可竞争市场理论的核心概念,在他

① R. Caves, M. Porter: From Entry Barriers to Mobility Barriers, *Quarterly Journal of Economics*, 1977, 9: 241~ 267.

② OECD: Glossary of Industrial Organization Economics and Competition Law, Centre for Co-operation with European Economies in Transition, Paris, 1993: 58.

③ 这里,笔者并不完全同意施蒂格勒的解释。原存企业首先进入政府管制或限制的某产业也不是完全免费。本书的作者把进入壁垒界定在:潜在的或新企业相对于原存企业处于劣势之地位,而不论及原存企业在进入某产业(市场)当初是否付出过代价。

看来, 沉没成本是唯一造成进入壁垒的根本原因。而流动壁垒既包括进入壁垒、退出壁垒, 又包括同一产业内转移壁垒。

很显然, 学者们在哪些要素构成进入壁垒的问题上, 各持己见, 莫衷一是, 然而这恰恰为我们较为系统地对进入壁垒问题进行研究提供了可能。

第二, 为企业如何制定自己的进入、防御战略提供了若干路径选择。这是因为, 潜在的或新企业进入某产业以及原存企业防御竞争对手进入自己产业的策略制定, 都将不同程度地受到上述主要因素的影响。很明显, 这些因素自然成为企业制定自己的进入、防御战略的路径选择。

然而, 我们从西方学者关于进入壁垒问题的论争中获得启示的同时, 不能不指出其研究存在值得深化之处: 西方学者关于进入壁垒问题的论争是站在各自的角度上进行的, 因此, 对进入壁垒问题缺乏系统的考察。虽然凯夫斯和波特等学者也是多视角地考察了进入壁垒问题, 内容上囊括了进入壁垒、退出壁垒, 又包括同一产业内转移壁垒, 但对这些壁垒缺乏较系统深入的分析。这是其一。其二, 事实上, 形成企业进入壁垒的因素是多方面的, 这些因素对进入壁垒形成以及企业进入、防御战略制定的影响会因国情的不同而不同。由于西方学者立足于自己的国情, 故更多地研究了成熟市场经济条件下的进入壁垒, 而对从计划经济向市场经济过渡的国家所形成的行政壁垒(即制度性进入壁垒^①, 详见本书第2章)是难以理解和诠释的。这一点往往为缺乏对进入壁垒进行系统的考察的西方学者所忽视。其三, 西方学者对进入壁垒问题的研究大多局限于一国的国内经济, 而对开放条件下进入壁垒的探讨尚显不足。尽管巴克利等学者将进入壁垒的概念引入至国际商学领域, 提出了国际化企业实现跨国进入的内外部壁垒的概念, 并将这种内外部变量因素的相互影响及作用定义为进入壁垒,^①但他们缺乏对进入壁垒进行较系统的研究。当然, 由于研究的偏好、方法、时空以及国情了解上的差异, 对此不应作过多的苛求。

1.2.3 企业战略管理理论的演变及新发展

竞争战略是一个非常复杂的概念, 不同的学者对其研究存有不同的看法。如保罗·克鲁格曼认为, “对于一个国家的经济, 竞争战略是毫无意义的词, 偏执于竞争战略不仅是错误的, 而且是危险的”。而迈克尔·波特则认为, “由于‘国家’这个因素可以凸显竞争优势是如何被创造出来并得以保持, 所以了解国家竞争战略在国际竞争中的角色就显得至关重要”。实际上, 面对全球激烈的市场竞争, 没有哪个国家、哪个产业、哪个企业不关注和重视自己的竞争战略。然而, 竞争战略的复杂性使

^① P. J. Buckley: Development in International Business Theory in the 1990s, *Journal of Marketing Management*, 1991, 2.

得人们很难形成一致公认的理论分析框架和结论,因此,在这里需要对企业战略管理理论文献进行回顾。

无论在管理理论还是管理实践中,战略管理理论皆占据着十分重要的地位。从发展的先后顺序上看,它大体可以分为:以环境为基点的经典战略管理理论、以产业(市场)结构分析为基础的竞争战略理论和以资源、知识为基础的核心竞争力理论。^①

1. 以环境为基点的经典战略管理理论

20世纪60年代初,美国著名管理学家钱德勒(Chandler)《战略与结构》一书的出版,开了企业战略问题研究之先河。钱德勒在这部著作中,分析了环境、战略和组织结构之间的相互关系。他认为,企业经营战略应当适应环境,满足市场需要,而组织结构又必须适应企业战略,随着战略变化而变化。因之,他被公认为是研究环境-战略-结构之间关系的第一位管理学家。其后,就战略构造问题的研究,形成了两个学派:“设计学派”(design school)和“计划学派”(planning school)。

设计学派是以哈佛商学院安德鲁斯(Andrews)教授及其同仁们为代表。他们在主张经营战略是使组织(企业)自身的条件与所处环境的机会相适应的基础上,建立了将战略构造分为制定与实施两大部分的基本模型。该学派认为,首先,在制定战略过程中要分析企业的优势与劣势、机会与威胁。因为,这将涉及企业的竞争环境和企业发展的外部极限。其次,高层的经理人员应是制定战略的设计师,并督导战略的实施。再次,战略构造的模式应是简单而又非正式的,而且最好的战略应该具有创造性、灵活性。

几乎与设计学派同时产生的计划学派则是以安索夫(Ansoff)为杰出代表。1965年安索夫出版了《公司战略》一书。以他为代表的计划学派主张: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,而具体制定和实施计划的人员必须对高层管理者负责;通过目标、项目、预算的分解来实施所制定的战略计划等。1972年安索夫在《企业经营政策》杂志上发表了“战略管理思想”一文,正式提出“战略管理”的概念,为后来的企业战略管理理论的发展奠定了基础。1979年安索夫又出版了《战略管理》一书,系统地提出了战略管理模式。他认为,战略行为是对其环境的适应过程以及由此而导致的企业内部结构化的过程。这是其一。其二,企业战略的出发点是追求自身的生存与发展。

从以上所展述的内容中,不难看出,尽管这一时期学者们的研究方法各异(有“方法丛林”之称)、具体主张不尽相同,但总体上说,其核心思想是一致的,主要体现在以下几点:①企业战略的基点是适应环境。企业所处的环境往往是企业自身难

^① 耿弘:《企业战略管理理论的演变及新发展》,《外国经济与管理》,1999年第6期,第14~16页。

以左右的,因而企业制定战略必须充分考虑环境的变化。只有适应环境变化,企业才能求得生存与发展。②企业战略的目标在于提高市场占有率。要求企业战略适应环境变化是为了满足市场需求,获取理想的市场占有率,这样才利于企业生存与发展。可以说,企业如何获取理想的市场占有率在经典战略管理中居于核心地位。③企业战略的实施要求组织结构变化与之适应。经典战略管理实质是一个组织对其环境的适应过程以及由此带来的组织内部结构化的过程。因而,在战略实施上,势必要求企业组织结构要与企业战略相适应。这些核心思想为企业战略管理理论的形成与发展奠定了基础。然而,需指出的是,以环境为基点的经典战略理论至少存在以下不足之处:①该理论缺少对企业将投入竞争的一个或几个产业进行分析与选择,它从现存的产业市场出发,要求企业所适应的环境实质上是已结构化的产业市场环境,这势必导致一方面企业所追求的生存与发展空间十分有限;另一方面,企业往往被动地适应环境,处于被动地追随领先者的困境之中,充其量只能是战略的追随者。②该理论缺乏对企业内在环境的考虑,它只是从企业的外部环境(即现存的、已结构化的产业市场环境)来考察企业战略问题。某种意义上说,这些不足之处为推动企业战略管理理论的发展提供了契机。

2. 以产业(市场)结构分析为基础的竞争战略理论

经典战略理论缺陷之一是忽视了对企业竞争环境进行产业分析与选择。一定程度上弥补了这一缺陷的是波特(Porter 1980),他将产业组织理论中结构(S)-行为(C)-绩效(P)这一分析范式(Bain 1959)引入企业战略管理研究之中,提出了以产业(市场)结构分析为基础的竞争战略理论。

波特认为,企业赢利能力取决于其选择何种竞争战略,而竞争战略的选择应基于以下两点考虑:①选择有吸引力的、高潜在利润的产业。不同产业所具有的吸引力以及带来的持续赢利机会是不同的,一个选择朝阳产业的企业要比选择夕阳产业更利于提高自己的获利能力,因为,一个企业所选择的那个产业的内在赢利能力是决定该企业获利能力与机会的重要因素。②在已选择的产业中确定自己优势的竞争地位。一般说来,在一个产业里,不管它的吸引力以及提供的赢利机会如何,处于优势竞争地位的企业要比劣势企业更有利可图。在这里,要正确选择有吸引力的产业以及给自己的竞争优势定位,必须对将要进入的一个或几个产业的结构状况和竞争环境进行分析。

在《竞争战略》一书中,波特提出了著名的由五方面竞争力量——进入威胁、替代威胁、现有竞争对手的竞争、客户、供应商讨价还价的能力——所形成的竞争模型,认为产业的吸引力、潜在利润是源于这五个方面的压力相互作用的结果。而“战略制定的关键就是要深入到表面现象之后分析竞争压力的来源。对于表象之后的压力来源的认识可使公司的关键优势与劣势突现出来”(迈克尔·波特 1997)。这

里,不难发现,企业可以通过其战略对五方面竞争力量发生影响,并影响产业(市场)结构,甚至改变某些竞争规则,从而赢得竞争优势,提高自己的赢利能力。波特的研究,正是按照这样的思路展开的,他首先构建一个制定竞争战略的模型,分析了决定产业因潜在利润而带来吸引力的五方面竞争力量,在此基础上,提出了赢得竞争优势的三种通用战略,即总成本领先战略、标新立异战略和目标集聚战略;并通过对各个具体产业如零散型产业、新兴产业、走向成熟的过渡产业、夕阳产业以及全球性产业等的环境进行分析,把上述三种通用战略加以具体化。

在企业战略管理理论的演变中,与经典战略理论相比,竞争战略理论更前进了一步。它指导企业在分析产业(市场)结构和竞争环境的基础上制定竞争战略,从而使企业克服了经典战略可能造成的现存于无吸引力的产业。然而,同经典战略理论一样,竞争战略理论仍缺乏对企业内在环境的考虑,因而无法合理地解释下列问题:为什么在无吸引的产业能够有赢利水平很高的企业,而在吸引力很高的产业却又存在经营状况很差的企业?受一些高潜在利润的诱使,企业进入与自身竞争优势毫不相关的产业进行多元化经营,最后这些企业缘何大多以失败告终?等。波特后来对此缺陷有所认识,于是在此后的著作《竞争优势》(Porter 1985)中,从企业的内在环境出发,提出以价值链为基础的战略分析模型,试图弥补原有理论的不足。但是就价值链的分析方法而言,它几乎涉及企业内部所有方面,存在着对主要方面(如特定技术和生产方面)重视不足的局限性。在这样的情形下,以资源、知识为基础的核心竞争力理论迅速发展起来。

3. 以资源、知识为基础的核心竞争力理论

近些年来,信息技术的迅猛发展使竞争环境更加恶劣,使得企业不得不把目光从关注其外部产品市场环境转向其内在环境,积累自身独特的资源、知识(技术),形成特有的竞争力(核心竞争力)。20世纪80年代中期“资源观”(resource-based view)和90年代初“知识观”(knowledge-based view)的提出正是对这种转变的积极响应,故把这一时期企业战略管理理论称为以资源、知识为基础的核心竞争力理论。

该理论存在这样的理论假设:假定企业具有不同资源(这里的资源包括知识、技术等),形成了独特的能力;资源不能在企业间自由流动,对属于某企业特有的资源,其他企业无法得到或复制;企业利用这些资源的独特方式是企业形成竞争优势、实现战略管理的基础。

该理论认为,企业经营战略的关键在于培养和发展企业的核心竞争力。所谓核心竞争力是“组织中的积累性学识,特别是关于如何协调不同的生产技能和有机结合多种技术流的学识”。因此,核心竞争力的形成要历经企业内部资源、知识、技术等积累和整合过程。正是通过这一系列的有效积累与整合,形成了持续的竞争优势。

势,为获取超额利润提供保证。很明显,与企业外部条件相比,企业内部条件对于企业竞争优势的保持以及超额利润的获取具有决定性作用。这表现在战略管理实践上,要求企业从自身资源和能力出发,在自己拥有一定优势的产业以及关联产业进行多元化经营,从而避免受产业吸引力诱导而盲目地进入不相关产业进行经营。

该理论进一步地认为,并不是企业所有的资源、知识和能力都能形成持续的竞争优势。只有当资源、知识和能力同时符合珍贵的(能增加企业外部环境中的机会或减少威胁的资源、知识、能力才显珍贵)、异质的(企业独一无二的、没有被当前和潜在的竞争对手所拥有的)、不可模仿的(其他企业无法获得的)、难以替代的(没有战略性的等价物)标准之时,它们才成为核心竞争力,并形成企业持续的竞争优势。因而,要培养和发展核心竞争力,企业应首先分析自身的资源、知识和能力的状况,然后依据上述标准,选择其中某一方面或几个方面,充分发挥这一方面或几个方面的优势,并在所选择的方面成为最擅长者。显然,核心竞争力理论克服了波特的价值链分析模型对企业内部所有方面涵盖的局限性。此外,在选择那些可能成为核心竞争力的同时,还应关注未来新的核心竞争力的培养。而要培养新的核心竞争力,必须提高产业预见能力。为此,企业应根据对人的需求欲望、技术发展、社会大趋势等前瞻性的预测,从完全想像的市场出发来构想未来的产业,培养新的核心竞争力,从而使自己永久地保持核心竞争能力的领导地位,成为未来产业的领先者。

作为企业战略管理理论的新发展,以资源、知识为基础的核心竞争战略理论对当前众多大公司特别是跨国公司的战略行为给予了较合理的“解”,对代表中国产业实力的大企业、大集团核心竞争力的培育也颇有现实的指导意义。

很显然,上述战略管理理论文献的回顾与梳理,为本书所要考察的竞争战略提供了清晰的背景。本书的现代企业竞争战略的研究更多地侧重于以产业(市场)结构分析为基础的竞争战略理论,即与该理论密切相关,但与以环境为基点的经典战略管理理论,与以资源、知识为基础的核心竞争力理论亦存有一定的相关性。

1.3 研究假设、ISB 分析框架以及几点说明

1.3.1 研究假设

通过对进入壁垒文献的回顾、比较与评价,提出以下研究假设:

第一,在向市场经济体制转变的条件下,两种不同的制度性进入壁垒的区分主要与政府职能界定有关;

第二,不同类型的进入壁垒具有不同的高度,其高度都是可以从定性或定量的角度进行量化的;

第三,在一定条件下,各类进入壁垒之间存在着相互影响、相互制约的关系;

第四,各类进入壁垒不同程度地影响着潜在的或新企业进入目标产业以及原存企业防御竞争对手进入自己产业的策略制定,且这种影响因国情的不同而不同。

1.3.2 ISB分析框架

根据研究假设的提出,笔者试图从以下三个视角(I-S-B)和六个因素^①对企业进入壁垒进行系统的考察和分析,从而形成制度性壁垒、结构性壁垒和行为性壁垒这三个不同类型的进入壁垒。如图 1-1 所示。

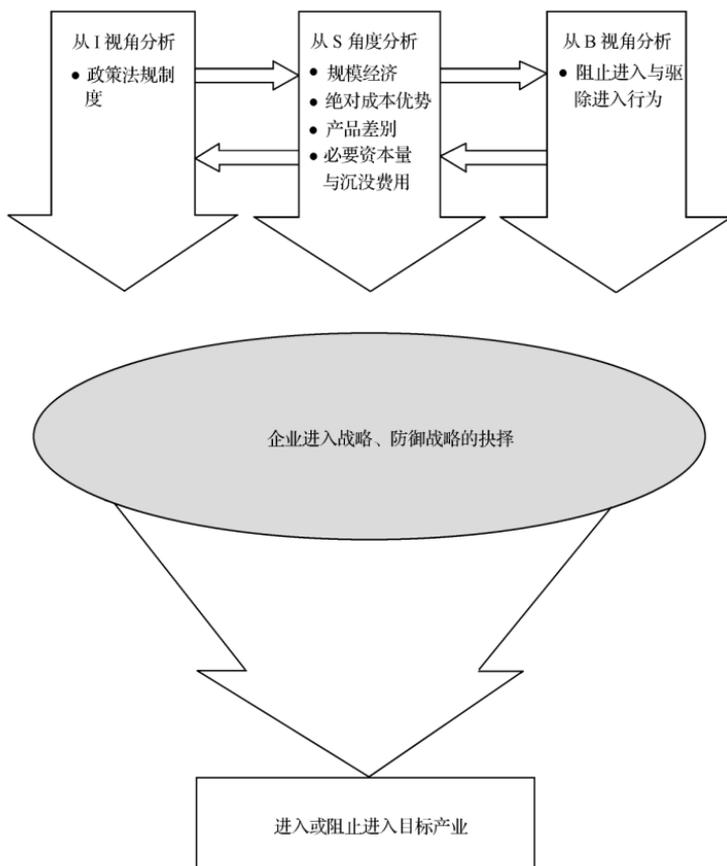


图 1-1 ISB 分析框架

^① 研究进入壁垒的视角和形成进入壁垒的因素可能很多,以致不能穷尽,但笔者选择了三个重要视角和六个主要因素对企业进入壁垒进行系统的考察与分析。这里的“重要”与“主要”只代表笔者自己的看法。

从制度(institution)视角上说,政府为了克服“市场失败”而采取的政策或法规^① 制度等干预经济的手段所形成的壁垒可归结为制度性进入壁垒。

在某些产业中,新企业开业需获准许和执照,企业进出口需获有关的许可证,以及与政府有关的管制、专利制度、关税与非关税贸易政策等^②,这些都属政策、法规制度因素,它们将成为潜在的或新企业进入目标产业的壁垒。

从厂商间结构(structure)角度上看,规模经济、绝对成本优势、产品差别、必要资本量与沉没费用所形成的壁垒可归结为结构性进入壁垒。

由于必要资本量与沉没费用同规模经济之间具有较大的关联性,故笔者在考察结构性进入壁垒时,将必要资本量与沉没费用一并纳入规模经济范畴内进行展述。

从厂商行为(behavior)视角上讲,厂商自身的阻止与驱除进入行为所构成的壁垒可归结为行为性进入壁垒。

厂商自身的阻止进入策略行为包括“阻止进入定价策略”行为和“阻止进入投资策略”行为。前者是指寡头垄断行业中原存企业相互协调,保持合适的利润率,适当调低价格,提高潜在的或新企业的进入壁垒。后者是根据可能的需求变化,通过投资维持适当的过剩能力,从而阻止潜在的或新企业乘需求增长之隙进入目标产业市场。

而采取驱除进入策略行为的厂商,往往是为了把竞争对手挤出市场和吓退意欲进入该市场的潜在对手而暂时降低产品价格,忍受亏损,等对手退出市场后厂商再行提价。这种策略行为不仅可以挤掉原存的竞争对手,而且也可以阻止其他潜在的或新企业的进入。

需要指出的是,ISB 分析框架是建立在 S(结构)-C(行为)-P(绩效)分析范式的基础之上的。实际上通过 ISB 分析框架所考察的进入壁垒只是市场结构中的一个问题。这是其一。其二,从横向上看,ISB 分析框架存在着相互关联性,主要体现在两方面:一方面,在一定的体制下,制度性、结构性和行为性进入壁垒之间相互影响。如在计划经济条件下,政府强烈地干预经济,往往导致制度性壁垒在直接影响着结构性壁垒(如规模经济壁垒等)的同时,还通过结构性壁垒间接地影响着行为性壁垒。另一方面,随着市场化改革的深入,政府对经济的干预趋于“适度”,大企业、大集团^③(即压力集团)不断涌现,致使结构性、行为性壁垒将呈上升之势,这些

① 从政治学的视角来看,议(国)会是立法机关,但因国情的不同,政府机关往往拥有或被赋予的一定的立法权限。如中国的全国人大(立法机关)就赋予了中国政府行使行政立法的权力。因而,这里的法规所形成的壁垒与立法机关制定的法律所形成的壁垒不同。笔者把前者归结为制度性进入壁垒。

② 这里也包括因过度地干预经济所形成的制度性进入壁垒 II。详见第 2 章。

③ 从政治学视角看,这些大企业、大集团又称为利益集团或压力集团。

压力集团常常通过游说等方式影响政府干预经济的政策。从壁垒视角看,这里的结构性、行为性壁垒对制度性壁垒也产生影响。其三,从纵向上看,制度性、结构性和行为性壁垒共同影响着企业(厂商)进入、防御战略抉择的行为,但影响程度不同。其四,全书围绕 ISB 这一分析框架确立以下研究体系。

第 1 章为导论部分。在这部分,首先,探求进入壁垒这一问题的由来及其研究意义;其次,在回顾、比较与评价进入壁垒文献、提出研究假设、界定进入壁垒内涵的基础上,构建 ISB 分析框架。

第 2 章从执照、批文、许可证、关税非关税贸易政策、专利制度以及以政府所有权为基础的职能界定过度等不同角度考察两类不同的制度性进入壁垒的成因,分析了其正、负面效应;并在此基础上对中国产业制度性进入壁垒 II 的现状进行了深层次的分析,认为提高中国产业组织国际竞争力的关键在于破除制度性进入壁垒 II。

第 3 章则从规模经济、绝对成本、产品差异、必要资本量与沉没费用等不同的视角考察了结构性进入壁垒的形成、高度、正负面效应等问题,并运用上述的测定方法和效应分析对中国产业结构性进入壁垒进行实证研究。

第 4 章对形成行为性进入壁垒的阻止进入定价策略行为、阻止进入投资策略行为和驱除进入定价策略行为进行理论分析,探讨这些行为的作用机理,同时对行为性进入壁垒与反垄断的关系进行了考察。

第 5 章在梳理政府俘获理论的基础上,从制度性进入壁垒→结构性进入壁垒→行为性进入壁垒以及行为性进入壁垒→结构性进入壁垒→制度性进入壁垒这两个视角对进入壁垒问题进行了综合考察。

第 6 章从制度性进入壁垒的角度,就潜在的或新企业如何抉择自己的进入防御战略以及原存企业怎样选择自己的防御战略问题进行了探讨。同时在分析中国加入 WTO 前后我国产业进入壁垒变化的基础上,给出中国加入 WTO 后我国企业竞争战略的选择路径。

第 7 章则从结构性进入壁垒的视角,就潜在的或新企业如何抉择自己的进入防御战略以及原存企业怎样选择自己的防御战略问题进行了研究。接着,考察了跨国公司的进入会给中国产业结构性进入壁垒带来什么样的影响问题,并在此基础上,就中国加入 WTO 后我国企业应抉择什么样的竞争战略给出对策及建议。

第 8 章是在第 4 章研究的基础上,对中国产业行为性进入壁垒的现状进行了分析,并就目前跨国公司在市场中的市场垄断行为进行了剖析,提出防范对策;同时,对中国企业目前和未来应选择何种竞争战略发表了自己的看法。

第 9 章从进入壁垒的角度探讨了中国企业如何实施“走出去”的战略问题,分析了“走出去”的中国企业所面临的进入壁垒,就中国企业如何跨越这些壁垒给出了若干路径选择。此外,还以海尔、TCL、格兰仕为例,对“走出去”的中国企业模式

进行了比较研究。

第10章从进退壁垒的视角对中国煤炭业的发展进行了分析,认为过度竞争仍然困扰着当前中国煤炭业的发展,探讨了引致煤炭业过度竞争的成因,并就当前煤炭业市场结构调整以及处于调整中的煤炭企业如何抉择自己的竞争策略,给出了具有一定可操作性的对策与建议。最后,通过靠改革创新提升综合竞争力的新汶矿业集团案例,对上述的研究进行了实证的诠释。

1.3.3 几点说明

1. 企业进入壁垒与产业进入壁垒

研究企业进入壁垒就是考察企业在进入目标产业过程中所遇到的壁垒,如果从产业的角度讲,这一壁垒就是产业进入壁垒。所以,应当说这两个概念是同义的。同时,对产业进入壁垒的实证分析,实际上也是对企业进入该目标产业将会遇到的进入壁垒进行分析。

2. 进入壁垒的效应分析

本书是从正负两方面对进入壁垒进行效应分析,但需说明的是,这种正负两方面的效应未必与保护产业安全措施以及利于企业自身的进入、防御战略措施相一致;换言之,负面的效应很可能成为保护产业安全以及利于企业自身的进入、防御战略的路径选择。此外,由于行为性进入壁垒具有类似于规模经济壁垒的正负效应,^①因此在第4章中没有对行为性进入壁垒的效应进行分析。

3. 进入壁垒的高度测定

理论上说,进入壁垒的高度都是可以测量的。但本书并没有探讨制度性进入壁垒和行为性进入壁垒高度的测定,主要是基于这样的考虑:尽管可通过交易和批准及分配等方面的制度与规定来计量制度性壁垒的高度,但统计数据难以获得;而行为性进入壁垒的高度虽可通过产业超额利润率的高低来衡量,然而,实际生活中利润率的高低是多种因素作用的结果,故本书未对二者加以考察。尽管如此,人们对其高度要作出基本判断并不困难。例如,政府对目标产业制定的政策、法律较多,该产业的制度性壁垒较高;反之,该产业的制度性壁垒则较低。目标产业中处于寡头地位的厂商较多地采用阻止或驱除进入策略行为,该产业的行为性壁垒较高;反之,该产业的行为性壁垒则较低。

^① 这是因为,形成行为性进入壁垒的原存企业是以较大的规模为前提条件的。

1.4 本书的创新之处

虽然本书的分析大部分是构建在前人研究成果的基础之上,但笔者在考察转轨时期中国产业进入壁垒变化以及面对这样变化的中国企业应选择何种竞争战略等问题中,试图作出以下创新。

1.4.1 理论方面创新

在进入壁垒的研究上,西方学者进行了开拓性的研究,并形成了进入壁垒理论。但由于西方学者往往立足于自己的国情,故更多地研究了成熟市场经济条件下的进入壁垒,而对转轨国家所形成的行政壁垒(即制度性进入壁垒Ⅱ)是难以理解和诠释的。因此本书的研究成果将利于拓展和深化西方的进入壁垒理论。这是其一。其二,西方学者关于进入壁垒问题的论争是站在各自的角度上进行的,因而,对进入壁垒问题缺乏系统的考察。虽然凯夫斯和波特等学者也是多视角地考察了进入壁垒问题,内容上囊括了进入壁垒、退出壁垒,还包括同一产业内转移壁垒,但对这些壁垒缺乏较系统深入的分析,这就为本书的体系创新提供了可能。因此,笔者在提出研究假设、界定进入壁垒内涵的基础上,从不同的视角,构建了 ISB 分析框架,并围绕这一框架确立了自己的研究体系。

1.4.2 应用方面创新

本书的研究成果将为中国政府科学地制定产业准入、反垄断等政策提供理论依据,进而提升中国产业组织国际竞争力。同时也为中国加入 WTO 后面对全球竞争的我国企业如何抉择适合自己的竞争战略给出了若干具有一定可操作性的对策与建议。

第2章 进入壁垒：从制度视角分析

从制度的视角看,潜在的或新企业在进入目标产业过程中,要遇到因政府为了克服“市场失败”而采取的政策或法规制度等干预经济的手段所形成的壁垒,笔者把这一壁垒称之为制度性进入壁垒。根据政府对经济干预的程度、范围(即政府职能界定)的不同,可把这一壁垒区分为两种不同的制度性进入壁垒。

2.1 两种不同的制度性进入壁垒

竞争性市场机制是实现资源合理配置的基础。在这一机制中,作为市场供给主体的企业,根据市场价格信号决定生产量的多少。当市场价格能够实现相当高的利润率,则有潜在的或新厂商进入该产业;反之,企业则从该产业中退出来。通过这种动态的调整,使资源合理地各产业间和产业内各企业间进行分配。然而,在现实中,这一竞争性市场机制在分配资源时,往往存在着诸如风险、垄断、外部性、公共财产等“市场失败”,为有效地弥补、维持市场机制,需要政府从公共立场做出适度的干预、管制经济等行为。而政府管制主要包括对市场进入的管制和价格管制。基于紧扣本书的考虑,在这里,主要是考察政府在管制(或限制)市场进入方面所制定的政策、法规制度等问题。

首先,政府为了弥补“市场失败”而从公共立场做出适度的干预、管制经济等行为,如对执照、批文、许可证管制以及关税与非关税贸易政策、专利制度的制定等。笔者将政府这种适度的干预、管制经济的行为所形成的壁垒归结为制度性进入壁垒Ⅰ。

其次,在向市场经济体制转变的条件下,如果政府仍然对经济进行过度的干预和管制,即以政府所有权为基础的职能界定过度,那么笔者就将政府这种过度的干预、管制经济的行为所构成的壁垒归结为制度性进入壁垒Ⅱ。这种壁垒又称为行政壁垒,如中国地区、部门间所设置的行政壁垒。^①

① 对于制度性进入壁垒Ⅱ(行政壁垒)的分类,学术界尚未形成统一看法。有的学者将其分为地区垄断、部门垄断、官商垄断三种;有的将其划分为地方贸易壁垒、部门贸易壁垒、政府限定交易、设立行政性公司四种;有的则分为行政性公司垄断、地方行政垄断、国家指定专营、行业壁垒四种;有的却只将其简单概括为行业垄断和地方垄断。本书的分析更倾向于后者(即第四种看法),将行政壁垒(制度性进入壁垒Ⅱ)分为两大类:地区性垄断和行业性垄断。地区性垄断又称块块垄断,即地方政府过度干预、限制竞争的范围仅限于一定地域范围内的行政性垄断。该垄断可以是跨行业的,但不是跨地区的;其主要表现为地方政府及其所属部门滥用行政权力(即行政干预过度),限制外地商品进入本地市场或者本地商品流向外地市场,从而使全国本应统一的市场分割成一个个狭小的地方市场;而行业垄断也称条条垄断,即某一经济行业的主管部门或职能部门过度干预、限制竞争的范围仅限于一定行业部门的行政性垄断。该垄断可以是跨地区的,但不是跨行业的,其主要表现为行业主管部门行政干预过度,限制或阻碍本部门的经营者与其他部门经营者的交易,使其所支持的企业在某些方面处于人为的垄断地位,从而不公平地实现竞争。