

经济管理专业知识

前注：☆的部分是笔记部分，非正式教案。

第一部分 产业组织

●产业政策研究的是：结构、行为、绩效。

一、市场结构

1、市场结构的基本类型

市场结构是指市场主体的构成、市场主体之间的相互作用及相互联系。市场主体是具有独立经济利益的集团、企业和个人，市场主体在市场中的地位、规模和数量比例关系，以及它们的生产技术特点、他们在市场上交换物品的特点等构成了具体的市场。

典型的市場结构包括：完全竞争、完全垄断、少数垄断（寡头垄断）和垄断竞争。

●完全竞争市场的特征：

(1)市场上有众多的买者和卖者，他们中的任何一个人其买或卖的数量在市场份额中只占非常小的比例，以至无法通过自己的买或卖行为影响市场价格。

(2)产品品质均一，具有同质性。

(3)生产要素可以自由流动，即新厂商可以不受任何阻碍进入或退出这一行业。

(4)市场资讯完全，市场的买者和卖者都具有完备的信息。（资讯、信息、情报完全）

●完全垄断市场的特征

(1)厂商数只有一家，单个厂商提供整个行业的全部产品，单个厂商的供给等于整个行业产品的供给。

(2)产品独特，缺乏替代性。他的产品不能被其他产品所替代，它的需求交叉弹性等于零，因此它不会受到任何竞争者的竞争威胁。（其它商品数量影响本产品需求为0）

(3)市场资讯极端缺乏，它是产品市场价格的制定者。由于它是产品的唯一供给者，而且面对的又是众多的消费者，它可以通过供给量的调节等手段来决定市场价格，而众多消费者只能是价格的接受者。

(4)其他厂商无法进入。

(5)★垄断厂商价格的制定以获取最大超额利润为目标。

●垄断竞争市场的特征

(1)买卖人数众多。

(2)产品异质，各个厂商的产品既存在一定的差别，又存在一定的替代性。这里所说的差别不只是不同产品的差别，而是指同类产品之间存在着某差别。

(3)市场讯息灵通但不完全。

(4)在同一产品市场中存在较多的厂商，各个厂商之间都独立经营，互相之间都不存在勾结、操纵市场。厂商的进入和退出都比较容易。

●寡头垄断市场的特征

(1)行业内厂商数量极少，几家厂商供给该行业的大部分产品，每家厂商的产量在行业总产量中占有较大的份额，其产量和价格的变动对整个产品市场具有较大的影响力。

(2)★寡头厂商之间互相依存，每个寡头厂商进行决策时，必须时刻考虑竞争者的反应。

(3)新老厂商进出市场不容易。

(4)产品有可能同质，也可能异质。

(5)市场资讯不完全。

2、四类市场结构的 market 行为特征和 market 效果分析 ☆考点：不同市场的特征。

(1)完全竞争市场

market 行为特征是：市场中企业数目众多而规模小，每个销售者和购买者提供和需要的产品数量非常少，任何销售者和购买者都不能影响 market 价格，market 价格完全由供求关系决定。

market 效果：合理配置经济资源，资源既不过剩也不短缺；最优使用经济资源，企业资源利用效率最高，并能使消费者获得最大的效用或福利。

☆资源充分利用，效率最高，福利最高。

(2)完全垄断

market 行为特征：短期内完全垄断企业为了最大限度获得利润，选择边际收益等于边际成本时对应的产量并因此决定 market 价格，企业获得垄断利润；长期中若无竞争对手进入（主要取决于政府政策），企业可能调整生产设备和厂房规模，获取更大利润。

market 效果：资源配置低效率，新企业不能进入，消费者需求不能充分满足；长期存在超额利润；缺乏竞争，企业生产经营低效；产业生产技术发展缓慢。

(3)垄断竞争

market 行为：企业在价格策略、产品策略和销售策略方面，有多种行为方式，企业之间的价格竞争和非价格竞争非常激烈。

market 效果：由于企业数量多而规模小，产业平均生产成本不能达到最低水平，不能以最佳规模进行生产；产业内不存在长期超额利润；产品多样性满足了消费者的不同需求，企业之间在产品和服务方面的竞争有利于消费者；企业在价格、产品和服务质量方面的激烈竞争会造成各种形式的资源浪费。☆2 贬 2 褒

(4)寡头垄断

market 行为：企业间的依存度较高，任何一个企业调整产品价格或产量都会引起其他企业反应；企业之间倾向于采取协调一致的行为，谋求共同利益最大化；market 价格呈现刚性。

market 效果：存在超额利润；新企业进入困难，产业资源配置与社会需求会有距离，造成资源配置效率损失；企业之间的非价格竞争提高了产品质量，丰富了产品品种，有利于满足购买者的需求；企业为了在非价格竞争中获胜，大量投资于生产技术和产品功能的研究开发。☆2 贬 2 褒

3、行业进入壁垒的概念和分类

行业进入壁垒是指与产业内的原有企业相比，潜在的新进入企业在竞争条件上所具有的不利性。与原有企业的生产经营条件相比，新企业进入行业时会面临着一系列不利因素，这些阻碍新企业顺利进入行业的因素，形成了行业的进入壁垒。

进入壁垒有以下几种：

(1)规模经济。新企业若规模过小而不经济，产品价格往往难以弥补成本而不能生存。

(2)产品差别化 产业内原有企业与新企业相比，明显具有产品差别化优势，购买者对原有企业偏好程度高于新进企业的产品。

(3)生产成本和流通成本。原有企业在技术成本、能源和原材料成本、工资成本、资金成本方面都具有优势，新企业在产品成本方面与之拉开了距离。

(4)经济政策和法规。国家对新进入企业的限制政策或法规，也构成了一种进入壁垒。☆长期来说，这才是真正的壁垒。

也可分为两大类：

(1)结构性壁垒。产业本身的特征所产生的阻止新企业进入该行业的障碍，如技术、成本、

消费者偏好、规模经济等。

(2)策略性壁垒。现有厂商采取行动提高结构性壁垒或者采取可置信的威胁性行为阻止新厂商进入。

4、行业退出壁垒的概念和分类

退出壁垒是指行业内的企业停止生产经营，退出产业时，其退出的困难和不利之处是（所必须负担的成本或不能收回的原先的投资）

退出壁垒有以下几种：

(1)资本沉没。企业变卖设备的价格小于设备的净残值，就出来了资本沉没(Sunk Cost)。☆如石油钻井失败，设备投入资金无法回收。

(2)员工安置。企业必须按照劳动政策和法规，安置遣散员工。

(3)国家的政策和法规。

5、规模经济的概念及原因

企业规模是指投入要素在企业的集中程度。☆投入要素：资本和劳动

规模经济指在一个给定的技术水平上，随着规模扩大，产出的增加，则平均成本（单位产出成本）逐步下降。

规模经济是指企业因扩大某种产品的生产规模或经营规模而使收益增加的现象。

钱德勒（☆美产业经济学家）认为：规模经济是当生产或经销单一产品的单一经营单位所增加的规模减少了产生或经销的单位成本时而导致的经济。规模经济表现为，随着企业某一产品生产经营规模扩大，长期平均成本不断下降直至最低化。

规模经济分为生产规模经济和经营规模经济。

生产规模经济的产生原因：

(1)满足最小技术效率的要求。使用大型、高效率准备必须满足最小技术效率的要求，必须在单位时间内承载足够的生产量，才能降低平均生产成本。

(2)分工的利益。生产规模是获得专业化分工效率的前提。

(3)辅助生产节约。在规模扩大的基础上，实现仓储自动化、能源供应自动化和零部件传输自动化，从而极大提高辅助生产的效率。

经营规模经济的产生原因：

(1)采购成本节约

(2)销售成本节约 ☆例：网购

(3)技术开发规模效应

(4)规模管理

(5)融资成本节约

6、范围经济的概念及原因

范围经济则是指在同一核心专长的平台上，随着企业活动的多样化，多项活动共享一种核心专长，从而导致各项活动费用的降低和经济效益提高。

范围经济是指企业生产两种以上产品或经营两种以上劳务时，平均成本下降的现象。

范围经济产生原因：

(1)投入要素具有多重使用价值

(2)充分利用品牌优势和营销网络 ☆例：美亚租片 -> 票务

(3)效率管理的覆盖面扩大：管理者的管理经验和能力得到最大限度的发挥，而不必增加新的投入。

规模经济与范围经济是两个对应的范畴，区别规模经济与范围经济有时很困难，然而，范围经济与产业规模扩大的结果所带来的规模经济毕竟是完全不同的两个概念。一般，“规模”是指经济系统或聚集体的大小（☆一种产品，数量大）；“范围”是指经济系统或聚集体的集合分离程度（☆多种产品）。相应的，规模经济反映的是产出规模与长期平均成本之间存在的经济；范围经济反映了多样化程度与长期平均成本之间存在经济性。

7、交易费用理论的基本观点

- 所谓交易费用是经济制度的运行费用。在市场中交易费用就是利用价格机制的费用，它包括为完成市场交易而搜寻并获得准确的市场信息所付出的费用、谈判和签订契约的费用及监督和维护契约的费用等。

交易费用是交易过程中询价、谈判、合同、热潮等代价。

获得 1982 年诺贝尔经济学奖的英国经济学家罗纳德·科斯认为，市场的交易是要付出代价的，这种代价就是交易费用，包括搜寻的费用（寻找最合适的买家和卖家）、获得及时充分信息的费用（尽力避免因为信息不对称所带来的道德风险）、制定和履行合同的费用（保证交易可以稳定进行）等等。

另一位诺贝尔经济学奖获得者斯蒂格利茨把市场交易费用比做自然界中的“摩擦力”，要想使市场交易的效率更高，就要尽量减小“摩擦力”。 ☆如企业整合

科斯定理认为，如果不存在交易费用，则无论产权如何分配，价格机制都能发挥作用，实现资源的有效配置（产权归谁会影响收入分配）。因此，真正阻碍市场实现效率（市场失灵）的实质因素是交易费用，如果交易费用足够低，许多市场失灵不会存在。

在交易费用概念和分析方法的基础上，发展出产权经济学、新制度经济学和法律经济学等多种经济学分支学科。

8、博弈论的基本概念

博弈论是研究决策主体的行为发生直接相互作用时候的决策以及这种决策的均衡问题的理论。

博弈论的基本概念包括：参与人，行为，信息，战略，支付函数，结果，均衡。 ☆局中人，行动和规则，结果和支付

参与人是指博弈中选择行动以最大化自身利益（效用，利益等）的决策主体（如个人，厂商，国家）。行动是指参与人的决策变量。战略是指参与人选择行动的规则，它告诉参与人在什么时候选择什么行动，例如“人不犯我，我不犯人；人若犯我，我必犯人”是一种战略。这里“犯”与“不犯”是两种不同的行动。战略规定了什么时候选择“犯”，什么时候选择“不犯”。信息是指参与人在博弈中的知识，特别是有关其他参与人（对手）的特征和行动的知识。支付函数是参与人从博弈中获得的效用水平，它是所有参与人战略或行动的函数，是每个参与人真正关心的东西，结果是指博弈者感兴趣的要素的集合，均衡是所有参与人的最优战略或行动的组合。上述的概念中，参与人，行动，结果统称为博弈规则，博弈分析的目的是使用博弈规则预测参与人的行为和均衡。对博弈从不同的角度进行分类。可以将博弈分成合作博弈与非合作博弈。二者之间的区别主要在于博弈的当事人之间能否达成一个有约束力的协议。如果有，就是合作博弈；反之，就是非合作博弈。 ☆合作博弈例：囚徒困境中的集体抵赖。

●博弈论的主要思想

博弈论可以分为合作博弈与非合作博弈。二者之间的区别主要在于博弈的当事人之间能否达成一个有约束力的协议。如果不能，称为非合作博弈（Non-cooperative Game），非合作博弈是现代博弈论的研究重点。比如两家企业 A、B 合作建设一条 VCD 的生产线，协议由 A 方提供生产技术，B 方提供威望和设备。在对技术和设备进行资产评估时就形成非合作博

弈，因为每一方都试图最大化己方的评估值，这里 B 方如果能获得 A 方关于技术的真实估价或参考报价这类竞争情报，则可以使自己在评估中获得优势；同理，A 方也是一样。至于自己的资产评估是否会影响合作企业的总体运行效率这样的“集体利益”，则不会非常重视。这就是非合作博弈，参与人在选择自己的行动时优先考虑的是如何维护自己的利益。合作博弈强调的是集体主体，团体理性（Collective Rationality），是效率、公平、公正；而非合作博弈则强调个人理性、个人最优决策，其结果是有时有效率，有时则不然。博弈论非常强调实践和信息的重要性，认为时间和信息是影响博弈均衡的主要因素。在博弈过程中，参与者之间的信息传递决定了其行动空间和最优战略的选择；同时，博弈过程中始终存在一个先后问题（Sequence Order），参与人的行动次序对博弈最后的均衡有直接的影响。

9、信息不对称产生的问题（☆新内容）

信息不对称是信息不完全的典型情况，指的是交易中的一方拥有另一方所得不到的信息。日常生活中某些商家就有可能利用自己的信息优势，用漫天要价、以次充好等方法欺骗消费者，证券市场上的虚假陈述、内幕交易、庄家操纵等都属于信息不对称产生的问题。

从经济学上说，由于交易双方对相关信息占有的不对称而导致在交易完成前后分别发生“逆向选择”（交易前）和“道德风险”问题（交易后，也称委托代理问题，委托人不具有信息优势的一方，代理人是具有信息优势的一方）。

“逆向选择”应该定义为信息不对称所造成市场资源配置扭曲的现象。譬如，二手车市场应该率先成交质量较好的旧车，可实际上却是质量较次的旧车。因为，二手车市场按车的平均质量定价，质量较好的旧车，其质量高于价格，车主不愿意进入这个市场，而质量较差的旧车，其质量却低于价格，该市场就会充斥质量较差的旧车。旧车交易就不像一般的商品市场那样，交易的序列按质量由高向低排列，而是由低向高排列成交。保险市场也是如此，保险公司希望获得较为健康的客户，以减少保险公司的理赔，可实际上相对病弱的客户更有投保的积极性，于是保险公司往往拥有的客户不是由健康向病弱排列，而是倒过来，这才是“逆向选择”。它与信息不对称有关，如果买方知道旧车的价格高于它的质量，他们不买；如果保险公司完全知道投保人的情况，并要求病弱者多付保费，“逆向选择”也就不会发生。如果旧车的出售者诚实得不想赚质量低于价格的差价，投保人也坦诚得乐意多付保费，“逆向选择”同样不会发生。显然，“逆向选择”的含义与信息不对称和机会主义行为有关，却绝不是这两者所能够涵盖得了的。因为，高质量的旧车主了解自己车的质量与价格的关系，保险公司也了解自己的优良客户，它们既没有信息的不对称，也没有机会主义行为。所以，“逆向选择”只能是制度安排不合理所造成市场资源配置效率扭曲的现象，而不是任何一个市场参与方的事前选择。

“道德风险”指的是人们享有自己行为的收益，而将成本转嫁给别人，从而造成他人损失的可能性。“道德风险”主要发生在经济主体获得额外保护的情况下，它具有非常普遍一般的意义。譬如，美国联邦储备银行为了避免银行经营失败引发社会问题，所以要给商业银行提供贷款保护，这就可能引发道德风险。因为，商业银行，包括所有的经济主体都要追求利润最大化，它们一定要将贷款（经营）规模扩张到边际成本等于边际收益的阶段，如果没有联储的保护，它们享有贷款规模的边际收益与边际成本对等，这就没有道德风险。但如果联储提供保护，商业银行贷款（经营）的风险相应下降，防范风险的成本为联储承担，商业银行的边际成本下降，它们势必相应扩大信贷规模，从而更多地享有贷款的收益。这种利用保护而获得额外利益的行为肯定是非道德的，或者是道德水平下降的。社会承担的风险随着商业银行道德水平的下降而提高，因为，社会承担风险来自商业银行的行为，在没有保护的情况下，商业银行造成的风险小，社会承担的风险也不大。在联储提供保护的情况下，商业银行扩大信贷规

模，社会承担的风险相应扩大，但是，商业银行承担的部分仍然不变，差额部分则为联储承担。显然，没有联储的保护，商业银行的道德水平不下降，社会遭受损失的可能性就小，这就是额外的保护引发的道德风险。在这个过程中，商业银行追求利润最大化的本性和行为没变，只不过联储保护与否改变了它们的边际成本，刺激信贷规模和风险的相应变化，所以，商业银行既没有机会主义行为，也不存在事后的选择问题。只要有保护降低经济主体的边际成本，就难免会引发“道德风险”，匈牙利经济学家科尔纳关于计划经济对企业的“父爱主义”，势必导致企业效率下降的论断，就是对“道德风险”的最好注释。

☆有额外保护而放任自己的行为，如买了车保险，放任车被偷盗、损坏。

二、市场行为

1、倾销与反倾销的概念

倾销指的是这样一种国际价格策略，即通过在国外市场实行低于国内水平的售价来获利。它要求两个基本条件：首先，出口商在国内市场具有一定的垄断地位，而国际市场上该产品的价格弹性大于本国国内；其次，要存在地理或关税上的壁垒，使得倾销到国外的商品不再低价流入国内市场。

倾销有可能刺激竞争，促进贸易和产业发展，也施益于部分国外消费者。但可能存在恶性倾销，或称“掠夺性倾销”，即出口商不惜成本代价，以驱赶其他竞争者为目的，在国际市场上以低价来占领市场，这里价格往往低于成本价格。这种价格策略对于进口国的消费者和相关产业，从长期角度看，是有可能产生威胁和影响的。

当国外出口商通过在进口国实行低于国内市场（或可参照的第三国正常市场价格，或要素核算价格）的价格，且这种“价格歧视”对进口国家的相关产业带来实质性损害时，即进口国相关生产行业的市场份额迅速减少、许多企业亏损甚至倒闭、大量工人失业时，进口国将根据本国的反倾销法律提起诉讼，如果裁定倾销事实成立并征收反倾销税，出口国的这种产品将在该国失去原有的价格优势。所以，反倾销的直接目的应该是针对倾销而采取的保护本国产业的措施。

2、企业并购的形式与动因

企业并购是企业兼并和收购的简称。兼并通常是指一家企业以现金、证券或其他形式购买并取得其他企业的产权，使其他企业丧失法人资格或改变法人实体，并取得对这些企业决策控制权的经济行为。收购是指企业用现金、债券或股票购买另一家企业的部分资产或股权，以获得该企业的控制权。收购的对象一般有两种：股权或资产。

兼并与收购的区别：

(1)在兼并中，被合并的企业作为法人实体不复存在；在收购中，被收购的企业可仍以法人实体存在，其产权可以部分转让。

(2)兼并后，兼并企业成为被兼并企业新的所有者和债权债务的承担者，是资产、股权、债务的一同转换；在收购中，收购企业是被收购企业的新股东，以收购出资的股本为限承担被收购企业的风险。

(3)兼并多发生在被兼并企业财务状况不佳、生产经营停滞半停滞之时，兼并后一般高速度生产经营，重新组合其资产；收购一般发生在企业正常生产经营状态，产权流动比较平和。企业并购的形式可以从以下几个方面来考察：

从企业并购的行业角度可分为三类：一是横向并购，指同属于一个产业或行业、生产或销售同类产品的企业之间发生的并购行为。二是纵向并购，指生产过程或经营环节紧密相关的企业之间的并购行为。又可分为向前并购，即向其产品的后加工方向并购；向后并购，即向其产品的前加工方向并购。三是混合并购，指生产和经营彼此没有关联的产品或服务的企业之

间的并购行为。

从企业并购付款的方式可分为四种：

(1)用现金购买资产。

(2)用现金购买股票。

(3)以股票购买资产，即并购公司向目标公司发行并购公司自己的股票以交换目标公司的大部分或全部资产。

(4)用股票交换股票，一般是并购公司可直接向目标公司的股东改发行股票以交换目标公司的大部分或全部股票，通过这种形式目标公司往往会成为并购公司的子公司。

从并购企业的行为可分为两种：一是善意并购，又称白袍骑士，指并购企业以比较公道的价格，提供较好的条件完成并购。二是敌意并购，又称黑袍骑士，指并购企业采取未先与目标企业经营者协商而秘密地收购目标企业分散在外的股票，使目标企业不得不接受。

从公司法角度可把企业合并分成吸收合并、新设合并和购受控股权益三种形式。

[吸收合并，即兼并，是指两个或两个以上的公司合并中，其中一个公司因吸收（兼并）了其他公司而成为存续公司的合并形式。在合并中，存续公司仍然保持原有的公司名称，有权获得其他被吸收公司的资产和债权，同时承担其债务，被吸收公司从此不复存在。

新设合并，又称创立合并或联合，是指两个或两个以上公司通过合并同时消亡，在新的基础上形成一个新建董事会和管理机构。

购受控股权益，是指一家企业购受另一家企业时达到控股百分比股份的合并形式。所谓控股股份，在理论上指持有投票权的股票即普通股的 51%。在公司规模较大、股权比较分散的情况下，只需较少的股份就可达到控股的目的。]

企业并购的一般动因体现在以下几方面：

(1)获取战略机会。并购者的动因之一是要购买未来的发展机会，当一个企业决定扩大其在某一特定行业的经营时，一个重要战略是并购那个行业中的现有企业，而不是依靠自身内部发展。[原因在于：第一，直接获得正在经营的发展研究部门，获得时间优势，避免了工厂建设延误的时间；第二，减少一个竞争者，并直接获得其在行业中的位置。企业并购的另一战略动因是市场力的运用，两个企业采用统一价格政策，可以使他们得到的收益高于竞争时的收益，大量信息资源可能用于披露战略机会，财会信息可能起到关键作用，如会计收益数据可能用于评价行业内各个企业的盈利能力；可被用于评价行业盈利能力的变化等，这对企业并购十分有意义。]

(2)发挥协同效应。主要来自以下几个领域：在生产领域，可产生规模经济性，可接受新技术，可减少供给短缺的可能性，可充分利用未使用生产能力，在市场及分配领域，同样可产生规模经济性，是进入新市场的途径，扩展现存分布网，增加产品市场控制力；在财务领域，充分利用未使用的税收利益，开发未使用的债务能力；在人事领域，吸收关键的管理技能，使多种研究与开发部门融合。

(3)提高管理效率。其一是企业现在的管理者以非标准方式经营，当其被更有效率的企业收购后，更替管理者而提高管理效率，当管理者自身利益与现有股东的利益更好地协调时，则可提高管理效率，如采用杠杆购买，现有的管理者的财富构成取决于企业的财务成功，这时管理者集中精力于企业市场价值最大化。此外，如果一个企业兼并另一企业，然后出售部分资产收回全部购买价值，结果以零成本取得剩余资产，使企业从资本市场获益。

(4)获得规模效益。企业的规模经济是由生产规模经济和管理规模经济两个层次组成的，生产规模经济主要包括：企业通过并购对生产资本进行补充和调整，达到规模经济的要求，在保持整体产品结构不变的情况下，在各子公司实行专业化生产。管理规模经济主要表现在：由于管理费用可以在更大范围内分摊，使单位产品的管理费用大大减少。集中人力、物力和财力致力于新技术、新产品的开发。

此外，并购降低进入新行业、新市场的障碍，可以利用被并购方的资源，包括设备、人员和目标企业享有的优惠政策；出于市场竞争压力，企业需要不断强化自身竞争力，开拓新业务领域，降低经营风险。

3、企业纵向一体化的收益和成本

企业纵向一体化是指由企业进行所有的与自己产品有关的设计、制造和销售活动，将不同经营环节实行纵向的内部结合。

纵向一体化的收益：

- (1)降低厂商的交易成本
- (2)确保重要投入品的稳定供给
- (3)有效控制自己产品的质量，保持声誉所产生的效益
- (4)避免政府的限制或管制，减少税收
- (5)增强或创造市场势力，提高利润水平
- (6)纵向一体化也是厂商进行价格歧视的手段。

成本：

- (1)自己供应投入品或销售产品的成本，可能会高于由市场竞争厂商供应或销售的成本
- (2)随着厂商规模的扩大，管理的难度和成本都将增大
- (3)需要大量的法律费用。

4、企业技术创新的目的

企业技术创新大致上有两个目的：

- (1)获取新产品、新技术暂时带来的产品差别化（或暂时垄断的）利润；
- (2)改变以后阶段的市场环境，降低以后阶段的生产成本，阻止新厂商的进入。

5、技术创新和市场结构的关系

(1)从必要性来说，

- ①完全竞争市场和垄断竞争市场技术创新动力比较强，主要是出于第一个目的，即暂时获取差别化的利润；
- ②寡头垄断市场技术创新动力也比较强，即可能出于第一个目的，即在非价格竞争中获胜并牟取利润，也可能出于第二个目的，即阻止新厂商进入；
- ③完全垄断市场技术创新动力最弱。

(2)从可能性上来讲，

- ①由于完全竞争市场和垄断竞争市场上厂商利润比较小，有时不具备技术创新所需要的巨额资金投入；
- ②相反垄断市场特别是寡头垄断市场，厂商往往拥有技术创新所必需的巨额资金。

综合来说，寡头垄断市场的技术创新可能性最强。

三、市场绩效

1、市场绩效的衡量方法

市场绩效是在一定的市场结构下，通过一定的市场行为，实现一定的市场效果，主要表现在市场配置效率、技术进步、产业规模结构效率（规模经济的实现程度）、企业经营和内部组织的效率（企业的内部资源配置）等方面。

通常用利润或价格与成本间关系来衡量市场绩效，包括收益率、价格——成本加成和托宾 q 等指标。

收益率是每单位投资的盈利水平，是利润的一种衡量办法。

价格——成本加成指标就是勒纳指数，勒纳指数 $= (P - MC) / P$ ， P 是产品价格， MC 是生产该

产品的边际成本。

衡量市场绩效的托宾 q 指标就是一家厂商资产的市场价值与其资产重置成本的比率。如果 q 大于 1，意味着该行业厂商能获得比保证资产成本收益率更高的收益率，这只有在具有长期市场壁垒的行业才存在。

☆托宾 $q = (\text{股份} \times \text{股数}) / \text{资产重置成本}$ 。资产重置成本，即资产在市场上能卖多少钱，或买同样资产需多少钱。

2、帕累托效率的概念

经济学最重要的一个概念就是帕累托效率；帕累托效率这个概念是意大利经济学家帕累托在将近百年前定义的。什么叫帕累托效率，就是说，如果我们达到这样一种状态，除非有人受到损害，就不可能有任何人的处境得到改善，这就达到帕累托效率。改善一些人而同时不损害所有其他人的过程，称为“帕累托改进”。所以还能够帕累托改进的状态，就不是帕累托最优的状态。

3、市场失灵的概念和原因

市场失灵是指市场机制在配置资源和分配收入时有缺陷，不能引导资源有效率地配置，或（和）不能使收入分配公平。

导致市场失灵的原因很多，主要有两类：一类可称为完全竞争市场的条件不满足，如垄断、信息不对称、外部性和公共产品，另一类是完全竞争市场的结果不可取，如收入分配不公和消费者偏好不合理等。

4、外部性的概念

所谓外部性或外部影响（externality）是指生产或消费者在自己的活动中产生了一种有利影响或不利影响，这种有利影响带来的利益（收益）或不利影响带来的损失（成本）都不是消费者和生产者本人所获得或承担的，前者称为外部收益，后者称为外部成本。例如植树对环境的好处与工厂对周围造成的污染，前者带来外部收益，后者带来外部成本。在外部收益和外部成本存在的情况下，私人收益和社会收益、私人成本和社会成本就不一致，社会收益由私人收益加上外部收益构成，社会成本由私人成本和外部成本构成。

5、公共物品的概念

如果一种物品即具有非竞争性也具有非排他性，它就是纯粹的公共物品。所谓非竞争性，指同一单位产品一个人享用时，如果其他人同时享用不会降低使用者效用的情况，或者说这个产品一旦提供，多增加一个消费者的边际成本为零。所谓非排他性，指一个人使用某种物品时不能排除其他人同时从该物品中获得效用。

四、产业组织政策。

1、概念

●产业组织政策，是指为了获得理想的市场效果，由政府制定的干预市场结构和市场行为，调节企业间关系的公共政策。

2、目标

产业组织政策的具体目标可细化为 6 个方面：

(1)企业应达到并有效利用规模经济，市场的供给主要应由达到经济规模的企业承担，企业应有较高的开工率；

(2)不应出现某些产业或企业长期获得超额利润或长期亏损的情况，各产业的资本利润率长期看应比较均等；

(3)较快的技术进步，主要是技术进步和产品开发、革新活动有效且比较充分；

(4)不存在过多的销售费用；

(5)产品的质量和服务水平较高，并具有多样性，以适应提高大众福利和消费水平的要求；

(6)能够有效地利用自然资源。

●我国产业组织政策的目标是：

(1)促进企业合理竞争，实现规模经济 and 专业化协作，形成适合产业技术经济特点和我国经济发展阶段的产业组织结构；

(2)对规模经济效益显著的产业，应形成以少数大型企业（集团）为竞争主体的市场结构；

(3)对产品由大量零部件组成的产业，应形成大中小企业合理分工协作、规模适当的市场结构；

(4)对规模经济效益不显著的产业，应鼓励小企业的发展，形成大中小企业并存、企业数目较多的竞争性市场结构。

3、实施手段

产业组织政策的实施手段主要有：

(1)计划手段，即通过国家规划，贯彻实施产业组织政策的手段；

(2)经济手段，该手段是实现产业组织政策的主要手段，政府通过财政补贴、加速折旧、减免税收或增加税收等手段来影响产业的组织状况；

(3)法律手段，国家通过制定有关产业组织的法律、法规来影响市场结构和市场行为，实现产业组织的优化；

(4)组织手段，政府设置专门的组织结构，负责产业组织政策的制定和实施，这是实现产业组织政策目标的组织保证。

当然，产业组织政策得以有效实施的基础和前提条件是必须存在一种接受合理产业组织政策诱导，并能在实践中校正产业组织政策失误的微观经济基础和健全的市场体系。从这个意义上看，培育企业自组织力量，完善企业自组织能力，发挥市场机制的积极作用，始终是产业组织政策发挥促进产业组织优化作用的基础性条件。

4、政府管制

政府管制是指政府介入产业市场的经济活动，对市场行为进行规范或干预。政府管制可以分为直接管制和间接管制。直接管制是指政府直接控制产业的运行，管制相关的市场行为；间接管制是指政府依法规范企业的行为，维护市场秩序。

管制的基本含义是政府对企业市场活动的直接干预。

Spulber 认为管制是由行政机构制订并执行的，直接干预市场配置机制和间接改变企业和消费者的供需决策的一般政府管制或特殊行为。

王俊豪认为，政府管制是由具有法律地位的、相对独立的政府管制者，依照一定的法规对被得所采取的一系列行政管理与监督行为。

维斯卡西（Viscusi）等学者认为，政府管制是政府以制裁手段，对个人或组织的自由决策的一种强制性限制。政府的主要资源是强制力，政府管制就是以限制经济主体的决策为目的而运用的这种强制力。

日本学者植草益对政府管制所下的定义是：社会公共机构依照一定的规则对企业的活动进行限制的行为。这里的社会公共机构或行政机关一般被称为政府。

在政府管制概念的诸要素中，最关键的是作为政府管制依据和手段的各种法规。无论是当选

还是规定，他们都是政府制定的，具有相当的强制力。

政府管制又分为经济性管制和社会性管制。植草益认为，经济管制是指在自然垄断和存在信息偏载的领域，主要是为了防止发生资源配置低效率和确保利用者的公平利用，政府机关用法律权限，通过许可和认可等手段，对企业的进入和退出、价格、服务的数量和质量、投资、财务会计等有关行为加以管制。

政府管制的形式主要有：信息管制、质量管制、进出管制、资格管制等等。

5、放松管制

即政府减少对产业的控制，通过允许竞争企业自由进入市场和扩展业务、放开价格管制、不再限制合并等措施引导企业领先市场力量进行自由竞争，期望通过竞争的压力使企业不断改善经营管理，提高服务水平，满足国民经济发展的需要。

20 世纪 70 年代，西方国家普遍出现“滞胀”的经济状况，反映出凯恩斯主义的失灵，政府管制的恶果（技术低效、服务劣质、成本虚增、品种单一）也越来越明显。于是在 70 年代，80 年代，兴起“放松管制”的浪潮，美国在 20 世纪 70 年代起陆续放松了航空、铁路、公路、石油的管制，80、90 年代对电信、网络和广播等产业也逐渐放松管制。

6、反垄断政策

垄断也称独占，指对市场的控制，以及对竞争过程的阻滞。垄断会削弱市场价格机制发挥作用，影响资源的配置效率。

各国反垄断政策可以分为控制市场结构和控制市场行为两方面。

(1)控制市场结构：主要是降低过高的市场集中度或抑制集中度上升；降低进入壁垒或制止其上升；在产品差别化特别显著时，采取降低措施等。

(2)控制市场行为：例如禁止限制交易的契约、结合与合谋；禁止垄断或企图垄断的联合；禁止采取不公正的竞争方法、不公平的甚至欺骗性的行为。

更广泛地说，反垄断措施还包括：制定行之有效的反垄断法，采取事后处理和预警性的事前处理等。

●●附录：去年考纲中的部分内容

1、市场集中度与度量

市场集中度是指产业市场上大企业的数量，以及他们的规模分布。企业规模大，在市场销售产品的数量多、市场占有率高，企业对市场价格的影响作用就大。而且高集中度的市场上企业数量少，企业之间比较容易达到协议，相对容易形成对市场的控制。

试题市场集中度的指标：

(1)集中率（公式略）：集中率指标在世界上许多国家被广泛采用，利用集中率指标计算市场集中度时，一般取产业内最大的 4 或 8 家企业来计算大企业的市场占有率。有些国家将产业中最大 8 家企业集中率 70%以上的称为“极高位集中”，在 69%-40%之间的称为“高位、中位集中”，在 39%-20%的称为“低位集中”，未达 20%的称为“非集中”。

(2)赫芬达尔指数（公式略）：一个行业中各厂商所占行业总资产百分比的平方和。

(3)洛伦茨曲线。经济学中用于反映收入平均程度的洛伦茨曲线，也用来表现企业的规模分布和集中度。横轴表示由小到大排列的企业累计数的百分比，纵轴表示企业的市场占有率。对角线表示均等分布，对角线右下方曲线是产业的企业规模分布曲线，称为洛伦茨曲线，它偏离对角线的距离越大，企业规模分布越不均匀，大企业的相对集中度越高。

●基尼系数。根据洛伦茨曲线，可以计算基尼系数。公式如下：

基尼系数= $A/(A+B)$ 。

A 为洛伦茨曲线与均等分布曲线之间的面积，B 为等边三角形的面积减去 A 后的剩余部分。如果基尼系数为 0，则企业规模分布均等；如果基尼系数为 1，表明产业内只存在一家企业。基尼系数越小，企业规模分布越接近于均等，越大说明集中程度越高。

2、产品差别化的概念和原因

产品差别化是指产业内相互竞争的企业所生产的产品之间可替代不完全。具体地说，产品差别化是指企业向市场提供的产品或销售产品过程中的条件，与同产业内的其他企业相比，具有可以区别的特点。

产品差别化的原因有：

- (1)物理差异。指产品的设计、结构、功能等方面的差异。
- (2)心理差异。指企业的广告宣传和其他促销手段的差异。
- (3)服务差异。指企业在售前和售后提供的服务内容和质量的差异。
- (4)空间差异。指生产或销售同一种产品的企业分布在不同的地点。

3、可竞争市场的基本特征

可竞争市场理论由经济学家鲍莫尔等人提出，他们认为决定市场进入壁垒或退出壁垒的关键因素是沉没成本（厂商进入市场时投入而退出市场时不能收回的固定成本），沉没成本等于零或很低时，厂商能够自由进入或退出某个市场或行业，这个市场就是可竞争市场，即使该市场是垄断。其基本特征是：如果该市场存在盈利机会，潜在的厂商会迅速进入，现有厂商也不会采取抵制性措施，而市场上的盈利机会一旦消失，想退出的厂商能够立即退出市场；即使市场是垄断的，垄断厂商也不能获得垄断利润，市场将稳定在竞争均衡的价格水平上，并且这种竞争均衡能够长期维持。

4、阻止进入定价

当一家已有厂商将其价格和产出定在某一水平，以至新的进入者进入该行业时，发现所剩下的需求不中心使它盈利，那么这家已有厂商就运用了阻止进入定价（limit pricing）。

5、掠夺性定价

某家厂商为将竞争对手挤出市场或吓退意欲进入市场的潜在对手，主动将价格压低至成本以下，待对手退出市场之后再行提价，就是说厂商通过承担短期损失来换取长期利益，这就是掠夺性定价（predatory pricing）。

6、价格歧视的概念

为了追求利润最大化，垄断厂商可以运用非统一定价，向不同消费者出售同样产品时索取不同价格，或者视消费者购买量不同制定不同的价格。这种非统一定价的方式称为价格歧视。（☆价格差别化）

7、卡特尔组织的形式和目的

若干个厂商为垄断市场而结成同盟，协调各自的行动以实现共同的利润最大化，这样的组织叫做卡特尔。

卡特尔的主要形式包括价格领导制（一个寡头厂商首先定价，其他厂商跟随定价）、主导厂商定价制（少数寡头厂商定价并确立自己的需求曲线，其他一些小厂商跟随）等。

卡特尔组织的目的是避免相互之间的竞争，实现共同利润最大化；小厂商跟随定价可能是出于节约信息成本的目的（让支配厂商去研究市场以确定价格，小厂商无偿利用相关信息）。

8、广告的目的和类型

广告的目的是造成产品差异。在产品其他方面和价格不变的情况下，广告有可能吸引更多的顾客购买自己的产品。

广告的类型主要是两种：

(1)提供纯粹的信息，使消费者在产品特性空间中了解不同竞争性产品的存在和位置，从而作出明智的决策；

(2)劝说，即利用广告来影响消费者的偏好，或强化消费者对本企业产品的偏好（所谓的品牌忠诚度），并提高消费者转向其他替代产品的心理成本。

第二部分 产业结构

一、产业成长与演进

（一）产业分类方法

目前觉的分类方法主要有：

1、三次产业分类法：该方法由英国经济学家费希尔首先提出。即一、二、三次产业的分类方法。

2、生产要素分类法：即按照劳动、资本、知识等生产要素的比重或者对各生产要素的依赖程度对产业进行分类的方法。（☆劳动密集型、资本密集型、科技密集型）

3、两大部类分类法：产业按产品的基本经济用途分为生产资料生产和消费资料生产两大类。

4、农轻重分类法：按产品的生产部门分类，以两大部类原理为基础，为实现国民经济范围的协调发展需要，将经济活动中的物质产生部门分成农业、轻工业、重工业三大部门。

（二）产业结构变化的趋势

产业结构的演进是沿着以第一产业为主导到第二产业为主导，再到第三产业为主导的方向发展的。从产业结构演进的顺序看，产业结构由低级向高级发展的各阶段是难以逾越的，但各阶段的发展过程可以缩短。从演进角度看，后一阶段产业的发展是以前一阶段产业充分发展为基础的。产业结构的超前发展会加速一国经济的发展，但有时也会带来一定的后遗症。

（三）产业结构变化的动因

1、需求因素。

在需求因素中，对产业结构变动影响最大的是个人消费结构。这是因为个人消费结构不仅直接影响着最终产品的生产结构和生产规模，而且间接地影响中间产品的需求，进而影响中间产品的产业结构。

消费和投资的比例关系直接决定了消费资料产业和资本资料产业的比例关系。

作为需求重要组成部分的投资需求也是影响产业结构的关键变量。不同方向的投资是改变已有产业结构的直接原因：对创造新的需求投资，将形成新的产业而改变原有的产业结构；对部分产业投资，将推动这些产业比没有投资的那部分产业以更快的速度扩张，从而影响原来的产业结构；对全部产业投资，但投资比例不同，则会导致产业结构的相应变化，最终影响到整体产业结构的变迁。

2、要素禀赋

在一个开放的经济环境中，比较优势就会因为资源的转移和流动而遭到弱化，国与国间的产业分工以及产业结构形态也就会出现新的变化。从运行机理上看，要素的流动与集聚首先

被微观主体——“企业”吸纳之后，才形成对发展的积极作用的。这种作用主要体现为：加速企业规模的壮大，改变现有产业结构比；要素在增长潜力高、效益高的企业迅速集中，大大促进了本地区主导产业的形成；扩大了当地市场容量，提高了本区收入水平，有利于在全国空间范围内形成层次分明、梯度明显的产业分工格局。

3、贸易活动。

随着社会的发展、制度的完善，社会的分工必然要求打破地区的界限，产生地区与地区之间的贸易往来。一般而言，贸易主要包含两个大类：一是国与国间的国际贸易；二是国内地区间的区际贸易。两种贸易形式都将诱发产业结构的变化。

4、技术进步

技术进步将分别影响需求、供给结构，从而导致产业结构的变化。

二、产业关联

（一）产业关联的方式

- 1、单向联系和多向联系。☆多向联系例如：钢铁与机械。
- 2、顺向联系和逆向联系
- 3、直接联系和间接联系

（二）投入产出方法的基本原理和基本假设

1、基本原理

投入产出表也称里昂惕夫表或产业联系表。投入产出表是以矩阵的形式，记录和反映一个经济系统在一定时期内各部门之间发生的产品及服务流量和交换关系的工具。

表格略，用公式可表现为：

中间需求+最终需求=总需求

中间投入+附加值=产业总产出

产业附加值=中间需求

中间投入=每个产业的中间需求

最终总需求=产业总产出

2、基本假设

- (1)产业活动的独立性
- (2)产业产出的单一性
- (3)规模报酬的不变性
- (4)技术的相对稳定性
- (5)价格体系的公正性

（三）中间需求与最终需求的概念

中间需求反映了某一产业部门的产品中有多少作为其他产业所需求的原料（中间需求）。衡量中间需求程度的指标是中间需求率，它是指各产业部门的中间需求和该产业部门的总需求之比。

最终需求反映某一产业部门的产品中有多少作为最终需求（消费、投资、政府购买、出口）使用的数量（最终需求）。

（四）产业关联系数的经济涵义和分析

- 1、直接消耗系数。反映某部门在单位产品生产过程中对各部门产品的消耗量。直接消耗系数刻画了部门之间的直接联系。
- 2、产业的前向关联系数。就是通过供给联系与其他产业部门发生的关联，其含义指产业*i*每一单位最终产出所需中间投入各产业的数值总和。产业后向关联就是通过需求联系与其他产业部门发生的关联，其含义是产业*j*每一单位产出所需各产业投入总和的数值。
- 3、中间投入率是某个产业部门的生产过程中的中间投入与总投入之比。某产业部门的中间投入率越高，该产业的附加价值率就越低，反之亦然。

（五）生产波及效果的分析

波及效果分析，是指当投入产出表中的某一系数发生变化时，对表中其他系数可能产生影响的分析。一般来讲，波及效果基本上有两种形式：第一种形式是当最终需求项发生变化时，对整个经济系统产生的影响；第二种形式是附加价值有所变化时，对经济系统的影响。

三、产业结构政策

（一）主导产业选择的基准及适用条件

目前，选择和确定主导产业的理论主要有以下几种：

- 1、收入弹性基准。该理论认为：凡是收入弹性大于1的产业，其增长速度高于人均国民收入的增长率，应作为主导产业。☆收入弹性=需求增长/收入增长，收入弹性大于1，说明当收入增长时，需求的增加大于收入的增加。
- 2、生产率上升基准。这里所说的生产率是指全要素生产率，即产出对全部投入要素之比，而不仅仅是对某一种投入要素（如资本）之比。
- 3、产业关联度基准。所谓产业关联度就是指各产业之间的相关程度。
- 4、过密环境基准。要求选择能满足提高能源的利用效率、强化社会防止和改善公害的能力、并具有扩充社会资本能力的产业作为主导产业。☆产业与自然的关系
- 5、丰富劳动内容基准。要求在选择主导产业时考虑到发展能为劳动者提供舒适安全和稳定的劳动场所的产业。☆产业与人的全面发展

（二）不同类型的产业政策

1、支柱产业扶持政策。包括：

- 一是直接的行政干预，包括配额制、技术引进管理、政府直接投资等；
- 二是间接诱导，包括税收减免、融资支持、信息与技术援助、行政指导等。

2、衰退产业援助政策。包括：

- 一是资金方面的援助和调整手段；
- 二是劳动力方面的援助和调整手段。

3、幼稚产业保护政策（☆德国：李斯特）。包括：

- 一是关税保护政策；
- 二是非关税保护政策。

4、产业技术政策。包括：

一是确定产业技术的发展目标和具体计划；
二是技术进步促进政策。