

市场结构与产业保护的有效性

任 勇

自由贸易与保护贸易虽然一直存在着理论之争,但“幼稚产业保护理论”还是被自由贸易论者(如约翰·穆勒)视为可以成立的唯一理由。它不仅给发展中国家保护其幼稚产业提供了充分的理由,而且成为一些发达国家(如日本)发展新兴产业的理论依据。

虽然产业保护已被普遍接受,但各国实施的结果却有较大反差。近几十年来,为保护本国幼稚产业,许多发展中国家付出了相当大的保护代价,但保护的产业却发展滞后,仍然缺乏有效的竞争力。相反,日本和韩国通过大力扶植和保护本国产业,成功地推动了本国经济增长,有些幼稚产业甚至发展成为其支柱产业。这一截然不同的保护成效引发本文所要分析的中心问题——在开放经

济条件下,产业保护的有效性。

随着经济开放度的逐步提高和加入WTO谈判工作的不断深入,我国产业也将逐步全面开放。作为一个发展中国家,我国国内产业未来必然要面临冲击。如何通过产业保护,提高产业竞争力?这已是一个十分现实的问题。

产业是一个微观和宏观中间层次的概念,但产业保护的意义已不仅仅局限于一个中观经济问题,因为成功的产业保护对推动一国经济增长具有十分重要的作用。本文以产业组织理论为分析框架,从市场结构的角
度,对产业保护的有效性以及如何提高我国产业保护的有效性,提出自己的一些看法。

一、产业保护的有效性:市场结构分析

80年代初,“新贸易理论”的产生突破了传统贸易理论的理想化假设前提,提出了更接近现实条件的前提假设:①不完全竞争,②规模收益递增。“新贸易理论”还揭示出由于产品差别化的存在和规模经济的作用,产业内会发生贸易。这就给通过产业保护提高一国产业的国际竞争力,提供了现实的可能性。如日本战后,采用了一种“移动式”产业保护政策,即将一个产业保护一定时期后,移向另一个产业,使保护产业通过自我壮大和技术外溢,提高效率和竞争力。

产业保护过程实际上是在一定期限内资

源配置向保护产业倾斜,它以资源从其他产业流出为代价,即产业保护是有成本的。关键是,产业动态效率的提高带来的总收益是否大于保护成本。合理保护期后,如果该产业仍然效率低下,竞争乏力,则保护失效或低效。判断一个产业保护的有效性主要有三个方面:第一,这种资源倾斜配置能否使资源配置效率提高。第二,产业的国际竞争力是否提高,其表现为出口竞争力增强。第三,技术水平是否进步,以同行业平均国际技术水平为准。

为什么产业保护实效会有较大的差异?

笔者认为其与产业的市场结构密切相关。这种市场结构的分析来自于产业组织经济学。根据 SCP 理论,市场结构(Market Structure)、企业行为(Enterprise Conduct)和市场绩效(Market Performance)三者之间是相互作用的,其中市场结构是逻辑起点。如果我们从保护产业的市场绩效来考察保护的有效程度,那么我们就可以从市场结构开始分析。

如果产业保护政策忽略产业赖以存在的市场结构或割断市场结构与企业行为的相互关系,直接干预企业行为,必然会破坏市场结构。而不合理市场结构反过来影响企业行为,使企业行为发生偏离,导致市场结构更加不合理。如此恶性循环,甚至会造成企业行为背道而驰。这样的市场结构和企业行为所决定的市场绩效一定是低劣的,达不到保护的预期目标。为达到预期目标,政府会进一步干预,这又引发市场绩效的新一轮下降。这种情况下,保护程度越高,期限越长,有效性反而越差。因此,保护的有效性应以合理的市场结构为前提。

提高产业保护有效性的关键是提高市场结构的效率。市场结构的效率,从动态和静态综合来看,主要是指:①创新效率,即以创新为标志的动态发展效率,包括组织创新效率,产品创新效率和技术创新效率。②企业规模效率,即使企业通过达到最佳生产规模,提高资源利用率。③专业分工效率,即通过分工协作,提高生产率,打破区域限制,使社会服务系统专业化。

然而,由于规模经济和进入壁垒等方面的差异,对于同一时点的不同产业和同一产业不同时间来说,最有效率的市场结构各不相同。如对于规模经济显著的产业来说,以小规模企业为基础的原子型市场结构便是低效的,而对于不存在规模经济的产业来说则不然。又如,在不同时点上,同一产业中单个企业在该产业的初创时期,由于生产技术和产品不完善,成本较高,需求较少时,一般规

模相对较小,才能适应市场,这时近乎原子型市场结构便是较为理想的结构,但随着产业的成熟和生产的标准化、批量化,企业较少、规模集中的市场结构便是较有效率的市场结构。所以,最有效率的市场结构因产业而异,因时期而异。

回顾过去几十年来我国的产业保护,有经验,也有教训。从我国被保护产业来看,如汽车、造船、钢铁、家用电器和计算机等行业,多数为与规模经济相联系的不完全竞争市场结构,其中以汽车工业最为典型。我国汽车工业长期受高度保护,但发展严重滞后。韩国汽车工业发展比我国晚 14 年,1995 年产量达 263.1 万辆,列世界第五位,出口 108.3 万辆。^①而我国汽车产量 1992 年才突破百万大关,1995 年年产 145.27 万辆,^②只相当于韩国现代汽车公司的年产量。究其原因,主要是忽略保护产业的市场结构。为提高我国产业保护有效性,我们不妨从决定市场结构的三个主要因素来分析一下。

1. 产业集中度与规模水平

产业适度集中,企业在最佳生产规模下生产,不但可受益于规模收益递增,而且菲利浦斯采用工厂集中度(Firm Concentration Ratios)分析得出集中与生产效率成正比。

我国被保护产业集中度大多偏低,表现为企业分散、规模小,达不到最小有效规模(Minimum Efficient Scale—MES)。如小汽车最小有效生产规模,据专家测算目前应为 40~60 万辆,而我国 1995 年全年产量才达到 33.7 万辆。^③又如,世界公认钢铁经济规模为 800 万吨, MES 规模水平为 400 万吨,而我国年产 600 万吨以上仅有 4 家。如果把 MES 企业产量占全部产量的比例,即主要 MES 企业的市场份额指标记为 D 值,冰箱 MES 按年产 40 万台计,1987 年我国冰箱 D 值仅为 14%,与日本、韩国 D 值均在 90% 以上相比,差距较大。^④

原因在于,第一,我国企业专业分工水平低,阻碍规模经济的形成。过去的计划经济使我国存在大量的“全能工厂”、“通用车间”和“小社会企业”,中间产品生产率低。如二汽内部制造率高达60%(1985年),而日本仅为40%。^⑤第二,过度保护带来超额利润,使企业降低成本和技术创新的动力弱化,并使行业中产生一种期待感,即认为一旦生产过剩、利润减少或行业陷入困难,政府会用“行政指导”给予救济。结果是保护产业中大量低效率企业在MES水平之下运作,浪费资源。

2. 产品差别化

产品差别化是不完全竞争市场结构的一个主要因素。产品的差别化是指市场上各企业的商品,由于各自的消费者形成了特别的偏好,因而具有不完全替代关系的状态。因此,差别化产品有利于满足消费者千差万别的嗜好。

我国由于过去计划体制,产品单一、工业设计落后。80年代初,在短缺经济刺激下,又大量盲目重复引进。而企业消化吸收能力

差,不能开发新产品,生产大多停留在模仿程度上,以致产品雷同。现代经济中,产品差别可表现为消费者对品牌的偏好,即名牌效应。产业保护更是需要保护和树立本国名牌,而我国企业品牌意识还不强。

3. 进入退出壁垒

不完全竞争市场中,企业不能自由进出,行业进入是有壁垒的。主要有规模经济壁垒,投入资金门槛,产品差别和政策性壁垒等。

我国保护产业,一方面进入壁垒往往因为企业规模小、产品差别程度小和投资软约束而降低;另一方面,由于市场机制不健全,沉入成本较大和地方保护主义的存在,大量低效率企业无法退出和产权重组困难,导致保护产业过度竞争。如我国汽车整车厂有120多家,700多个改装厂,2000多个零部件厂。^⑥

因此,提高我国产业保护的有效性首要任务是使市场结构合理化,提高市场结构的效率。

二、政府在产业保护中的作用

产业对规模经济的利用与垄断对竞争的扼制两者之间存在着冲突,即“马歇尔冲突”。如何解决这一冲突?方法是借助于市场外部力量——国家力量,但政府对市场的干预应以既不损害规模经济的作用,又能维护“有效竞争”为原则。

由于市场内在缺陷和市场失灵的存在,“看不见的手”也并非万能的。因此,现代经济中政府控制成分往往与市场成分交织在一起组织生产和消费。

作为产业保护的主体,政府更要担当重要角色。按一些西方经济学家的观点,产业政策就是用于对某些产业的组织形式进行干

预,以避免市场机制的失败可能造成的国家整体利益的损害。如果政府干预不能补救“市场的失败”,反而降低了社会经济效益,就是“政府失败”。因此,政府在产业保护中要尽量减少政府行为的负面影响,发挥积极作用。

1. 维护有效竞争,保持产业内竞争活力

有效竞争理论(克拉克1939年)的提出一方面是针对完全垄断的弊端,另一方面是针对低水平过度竞争的弊端。克拉克认为,如果一种竞争在经济上是有益的,而且根据市场现实条件,又是可实现的,那么这种竞争

就是有效的竞争,或称为“可行性竞争”(Workable Competition)。它是在规模经济和竞争活力之间寻求一种均衡。

在同一产业内部,生产同一商品的企业之间还存在劳动生产率和生产成本上的差异,生产成本低的厂商市场占有率会上升,通过扩大生产占有更多的资源。因此,政府应维护有效竞争,保持产业内竞争活力,从而提高产业效率。实现有效竞争主要要防止过度竞争和不正当竞争。过度竞争是指在资源过剩的产业,生产大于需求,各企业由于各种原因不愿退出,开展破坏性的价格竞争或非价格竞争。不正当竞争是指经营者违反法律规定,损害其他经营者的合法权益,扰乱社会经济秩序的行为(我国《反不正当竞争法》第2条)。在我国实现有效竞争还要打破行政垄断,它不但会扰乱企业微观行为,而且会抑制竞争和分割市场,危害极大。

2. 规范市场行为,使企业通过竞争实现最佳生产规模

按照威廉姆森的交易成本理论,由企业兼并所带来的企业规模的扩大和垄断,能够有利于规模经济的实现,从而使规模经济所

带来的收益超过因规模扩大而带来的资源配置成本。美国芝加哥学派也认为,大企业的较大市场份额带来的高利润,与其说是大企业行使其市场垄断力的结果,还不如说是由于大企业提高了生产效率。

政府首先应规范市场行为,给产业施加竞争压力。利用“淘汰原则”(施蒂格勒 1958年),使企业通过自发的市场行为,如兼并、收购、控股等方式,逐步实现最佳生产规模,如我国彩电行业成长过程就是一个典范。以彩电为例,80年代初,由于投资多元化和决策分散,大量重复引进和重复建设使彩电生产厂多达100多家,生产能力严重过剩,造成彩电行业过度竞争。经过激烈的市场竞争,优势企业通过兼并、收购等方式,逐步扩大生产规模。如彩虹集团1994年收购了内蒙古电视机厂,1996年又控股长春、南通电视机厂。TCL电子集团出资1.5亿港元兼并香港陆代实业公司的彩电项目。1995年长虹产量达306万台,康佳达160万台,形成一定的生产规模。根据统计部门的公布,1996年三季度,前四名国产彩电市场占有率达60.29%,表明彩电行业逐步向国有名牌企业集中。

三、提高我国产业保护有效性的决策

针对我国现实经济发展情况和市场结构状况,我们应采取符合我国国情的保护措施,提高保护的有效性。

1. 企业生产经济规模化,促进企业横向联合和专业分工

政府根据行业特点,制定保护产业的最小规模水平作为企业进入条件,促使产业内企业通过有效竞争优胜劣汰,鼓励横向联合;促进专业化分工,提高中间产品生产。尽管横向联合会形成垄断,在美国受严格限制,但由于我国企业组织结构和规模结构不

合理,适当的横向联合有利于提高我国资源配置效率。如韩国汽车工业起步时,就确定现代等三家汽车公司的发展重点,规定每家公司必须达到的规模和汽车发动机生产规模。1980年,又要求生产商按车型明确分工,从而实现规模经济。韩国汽车工业的成功经验值得我们借鉴。

2. 产业竞争力内在化,注重培育国有名牌

现代经济中,无论是产业内贸易,还是产业内竞争,产业竞争力都体现在可替代产品

之间的内在化竞争。而且,同类产品的竞争加剧明显表现为名牌产品之间的激烈竞争。发展民族经济是产业保护的主要目标,但开放经济条件下,民族工业难以用生产主体来区分,保护和树立本国名牌是振兴民族工业的重要手段。

3. 市场秩序法制化,完善产业政策法规

公平合理的市场秩序有赖于一个完备的法律体系。任何控制都是在“自控”和“他控”共同作用之下,对市场的法律监控也不例外。政府应以市场“自控”为基础,制定和完善企业产权制度和行业管理制度,并结合财政金融法规,引导和规范市场主体,保护其合法权益,维护有效竞争和反垄断。但仅有“自控”是不够的。在我国市场主体缺位、生产要素市场发育不全和市场信息反馈能力弱的条件下,市场有序运行需要一个强有力、高效率的政府实施“他控”。所以,产业保护的过程要求有一系列产业政策法规的支持和引导,如日本1925年颁布的《输出协会法》和《重要输出品工业协会法》“已开日后产业政策先河”(C·约翰逊《通产省和日本的奇迹》)。对相对垄断性规模经济,日本政府一直实行“松弛”政策,1952年颁布的《企业合理化促进法》就鼓励企业生产集中。我国产业政策法方面只有一个纲领性、操作性差的《农业法》,有关产业组织、技术和布局等方面未有立法,

维护竞争秩序的《反垄断法》还未出台。因此,当务之急是加大法制建设力度。

4. 外资引进理性化,提高引进技术消化能力

产业保护往往需要引进外资和先进技术,但方式方法十分重要。外国直接投资,如果在一国市场中形成垄断,就有可能通过垄断利润外流,使该国经济福利恶化。日本和韩国大多是通过间接投资引进技术和管理方法生产替代品,先在本国积累资本和经验,并与本国优势相结合,从而提高产业竞争能力。如日本从50~70年代花费近60亿美元,共引进26000项技术,这使它集中了几乎全世界半个世纪发明的先进技术,并通过改造使其效率提高30%。

另外,外国直接投资企业中,外方往往控制关键技术,限制产品研究开发。如合资企业生产的桑塔纳、奥迪轿车为发达国家80年代前5年产品,切诺为老产品的“212吉普”系列。虽然外方鼓励提高零部件国产率,但严格限制开发新车型。而韩国汽车工业的成功在于把技术引进与自主开发能力相结合。

我国目前已成为第二大外资引进国,1996年外汇储备突破1000亿美元。这种情况下,我们应适当调整外资政策。这并非要排斥外资,而是使外资结构和投向更合理,使引进外资与发展民族工业良性循环。

注:

① 《Business Korea》Mar 1996 Vol. 13 No. 3 Page 15。

②③ 《中国统计年鉴》1996年。

④ 马建堂《组织与行为》第86页。

⑤ 盛洪《分工与交易》第69页。

⑥ 《工业经济》1996年第6期第113页。