

# 中国制造业集中与市场结构分析<sup>\*</sup>

魏后凯

从广义的角度看,市场结构是指规定构成市场的卖者(企业)相互之间、买者相互之间以及卖者和买者集团之间等诸关系的因素及其特征。然而,除少数特殊产业外,买方市场一般比较分散,加上现有的产业分类是按照卖方(企业)来划分的,卖方市场的资料也容易收集,因此,目前学术界一般仅从狭义的角度来考察市场结构,即主要分析特定产业内企业之间以及企业和消费者之间的关系和特征。一般地讲,规模经济、进入壁垒、产品差别和市场集中是市场结构的主要构成要素,而且这些要素往往相互影响、相互交织在一起。这里,主要从市场集中的角度来探讨中国制造业的市场结构问题。

## 一、市场结构分类的集中度标准

自美国学者贝恩采用集中度指标对市场结构进行分类以来,集中度指标已经成为国际上衡量市场结构状况的重要指标之一。60年代以来兴起的芝加哥学派、新奥地利学派,虽然对哈佛学派的SCP范式(Structure - Conduct - Performance)提出了挑战,但并不否认集中作为定义市场垄断、竞争性的主要方法的重要地位。近年来,在一些实证研究中,虽然从进入壁垒、产品差别、政府管制等角度研究市场结构的文献大量涌现,但由于资料的限制,目前对制造业市场结构进行全面系统的分类,仍有赖于集中度标准。

早在50年代,美国学者贝恩就根据前4位和前8位集中率( $CR_4$ 和 $CR_8$ )指标,将不同产业的市场结构分为高度寡占型、高度集中寡占型、中(上)集中寡占型、中(下)集中寡占型、低集中寡占型、原子型6种类型。依据这一分类标准,贝恩对50年代美国产业的集中程度和市场结构进行了测定。然而,由于贝恩所采用的分类标准范围较窄,按照这种分类方法将无法包括全部产业在内。同时,由于美国的产业集中度较高,贝恩把 $CR_4 < 30\%$ 或 $CR_8 < 40\%$ 作为原子(竞争)型结构的标准,可能并不适合其他国家特别是发展中国家的情况。1995年,在我国521个制造业行业中, $CR_4 < 30\%$ 和 $CR_8 < 40\%$ 的行业分别占67.0%和64.4%。

在贝恩分类的基础上,日本学者植草益根据1963年的统计资料,将日本产业市场结构粗分为寡占型( $CR_8 \geq 40\%$ )和竞争型( $CR_8 < 40\%$ )两类。其中,寡占型又细分为极高寡占型( $CR_8 \geq 70\%$ )和高中寡占型( $40\% \leq CR_8 < 70\%$ );竞争型又细分为低集中竞争型( $20\% \leq CR_8 < 40\%$ )和分散竞争型( $CR_8 < 20\%$ )。日本通产省1966年对494个制造业行业的市场结构分类,就采用了这一分类标准。随后,越后和典采用4个集中度指标,将日本产业

<sup>\*</sup> 本文为作者博士论文的一部分。我的导师周叔莲教授以及中国人民大学李悦教授、中国社会科学院吕政研究员、金碚研究员、郭克莎研究员、国务院发展研究中心刘世锦研究员、陈小洪研究员和国家经贸委马建堂研究员等提出了许多很好的意见。在此表示感谢!

## 中国制造业集中与市场结构分析

### 中国产业发展论坛

的垄断和竞争类型分成 5 类: A 型(极高寡占产业),  $CR_1 = 70\%$ ; B 型(高寡占产业),  $CR_3 = 80\%$ ,  $CR_5 = 100\%$ ; C 型(中寡占产业),  $CR_{10} = 80\%$ ; D 型(准中寡占产业),  $CR_{10} = 50\%$ ; E 型(低集中产业),  $CR_{10} = 50\%$ 。

显然,上述按集中率标准划分的市场结构类型,忽视了企业之间的规模分布特征。即使两个产业的集中率相同,但由于企业规模分布的差异,其垄断竞争程度也将会有所不同。比如,在  $CR_3$  相同的条件下,如果首位企业集中率非常高,且与第 2 位企业集中率差别较大,则首位企业垄断程度高,会导致首位企业的主导型企业行为;如果前 2、3 位企业的集中率基本相同,而以后企业的集中率较小,则居前 2、3 位企业的垄断程度较高,会导致其集团控制性市场行为;如果前 8 位企业的集中率差别不大,则相互间竞争性就较强。为弥补这一缺陷,日本公正交易委员会在市场结构分类中,除了采用集中度标准外,还考虑了企业数和集中度差距标准。

自 70 年代以来,一些国家相继开展的工业普查工作,为采用赫芬达尔指数(简称 H 指数)进行市场结构分类提供了基础。例如,日本公正交易委员会曾采用赫芬达尔指数,将日本 394 种产品的市场结构分为 6 种类型,即高位寡头垄断 I 型( $H > 3000$ )、高位寡头垄断 II 型( $1800 < H < 3000$ )、低位寡头垄断 I 型( $1400 < H < 1800$ )、低位寡头垄断 II 型( $1000 < H < 1400$ )、竞争 I 型( $500 < H < 1000$ )、竞争 II 型( $H < 500$ )。按照这种方法,日本主要产品的 38.8% 属于高位寡头垄断型,27.9% 属于低位寡头垄断型,33.3% 属于竞争性。很明显,采用赫芬达尔指数作为市场结构分类的标准,既考虑了企业数的大小,也考虑了企业的规模分布特征,避免了以集中率作为分类依据的缺陷。

由于上述分类仍然有些粗略,到 80 年代初期,日本公正交易委员会在实施产业组织政策的实践中,开始以赫芬达尔指数为基础,并考虑到集中率差别和企业数量,对市场结构进行综合性分

类。具体划分方法是:首先按前述的 H 指数标准将市场结构分为 6 大类,在此基础上,再依据前几位企业集中率差别和企业数量细分为不同的小类。这种市场结构分类方法考虑的指标较多,产业划分具体细致,能够准确地把握各产业内企业的集中与分散程度,可以为政府对某些产业采取具体的“企业兼并”或“反垄断”措施提供客观标准和依据。

在国内,学术界利用中国的系统资料对市场结构进行详细分类还不多见。毛林根曾利用 1985 年工业普查资料,并依据植草益( $CR_3$ )和日本公正交易委员会(H 指数)的分类标准,对 98 个工业小类行业的市场结构进行了研究。其基本结论是:分散竞争是中国工业市场结构的主题和总体特征,这种分散竞争型结构主要是由于大规模产业集中度过低造成的。由此他认为,中国工业根本不存在所谓“反垄断”的经济性垄断问题<sup>[1]</sup>。由于毛林根所采用的是 1985 年的数据,目前情况已经发生了很大的变化。而且,他所分析的 98 个行业是国务院全国工业普查领导小组办公室公布大中型企业数据所选定的行业,而并非是按照统计抽样精心筛选出来的,因而其结论并非能较好地反映中国工业市场结构的实际情况。

前些年,盛斌在一项研究中,根据卖方集中度以及其他指标将中国制造业的市场结构分为两类:一类是卖方集中度低于 10%,厂家众多,工业成本费用率很低,无明显的规模经济,产品差异很小或较小,且能够自由进入的行业为完全竞争;另一类是卖方集中度在 10%~50% 之间,厂商数目相对较少,工业成本费用率较高,存在较显著的规模经济,产品差异中等或较大,且有一定的进入壁垒的行业为垄断竞争。由于所有行业的卖方集中度均没有超过 50%,因此他认为在中国不存在寡头垄断的市场结构<sup>[2]</sup>。

显然,由于分析方法和数据存在严重的缺陷,盛斌的这一结论是错误的。从理论上讲,采用两位数大行业的集中率数据进行市场结构分类是不科学的。即使撇开这一点不说,盛斌所采用的这

种分类也十分粗略,具有明显的缺陷。首先,在行业分类上,他所分析的行业有些是两位数大行业(如建材),有些是3位数中行业,还有的是4位数小行业,这些行业的集中度显然缺乏可比性;其次,所采用的集中率指标没有标明是 $CR_4$ 还是 $CR_8$ ,而且在所分析的23个行业中,有10个行业集中率数据不全或者缺乏。这样市场结构的分类只能是凭主观判断。

## 二、中国制造业的市场结构状况

由以上分析可知,各个国家因市场结构特征不同,所采用的分类标准也具有一定差异。美国、日本等经济发达国家,由于市场发育程度较高,市场势力较强,因而所采用的市场结构分类标准一般也较高。中国目前仍处于体制转型时期,虽然经过20多年的改革开放,现已基本形成了社会主义市场经济体制的雏形,但要建立一个较为完善的市场经济制度框架,仍有很长的路要走。因此,如果不加改进直接采用美日学者提出的标准,可能并不一定适合中国市场结构的实际情况。

由于中国制造业的集中度很低,市场结构呈现出高度分散化的特点,因此,在对中国制造业市场结构进行分类时,可以将寡占型适当合并,而对竞争型市场结构进一步细分。按照这一基本原则,并参考日本公正交易委员会的划分标准,首先采用H指数将市场结构分为6种基本类型,即高度寡占型( $H=1800$ )、低度寡占型( $1000 < H < 1800$ )、低集中竞争型( $500 < H < 1000$ )、分散竞争型( $200 < H < 500$ )、高度分散型( $100 < H < 200$ )和极端分散型( $H < 100$ )。在此基础上,再根据前8位集中率( $CR_8$ )和企业数量大小,对各种基本类型进行细分。分析结果见表1。

从大的分类来看,中国制造业市场结构呈现出典型的高度分散特征。高度寡占型市场结构虽有35个行业,但其销售收入

份额仅占1.95%。即使是低度寡占型市场结构,43个行业的销售份额也仅占3.82%。二者合计销售份额只占5.77%。而极端分散型市场结构有173个行业,销售份额占49.74%;高度分散型市场结构有98个行业,销售份额占11.22%。这说明,目前中国制造业有一半以上的行业处于高度分散状态,这些行业实现的销售收入占全部制造业的3/5左右。

从细分类来看,在24种市场结构类型中,极端分散IV型、分散竞争II型和IV型、极端分散II型和III型的销售份额均在5%以上。这5种市场结构共有192个产业,销售份额占69.56%。除此以外,低集中竞争II型、高度分散II型和IV型、极端分散I型的销售份额在3%~5%之间,这4种市场结构共有102个行业,销售份额占15.77%。其他15种市场结构虽拥有227个行业,但其销售收入仅占全部制造业的14.7%。特别是在一些寡占型行业,其销售份额一般都很小。

表1 1995年中国制造业的市场结构(521个行业)

市场结构类型(大类)	分类标准			细分类(小类)	产业数(个)	销售份额(%)
	H指数	$CR_8$ (%)	企业数量			
A. 高度寡占型	H 1800	$CR_8 > 90$	1~20	A <sub>1</sub>	11	0.14
			20~70	A <sub>2</sub>	9	1.16
			10~40	A <sub>3</sub>	5	0.14
			40~300	A <sub>4</sub>	10	0.51
B. 低度寡占型	1000 H < 1800	$CR_8 < 90$	8~20	B <sub>1</sub>	9	0.11
			20~80	B <sub>2</sub>	11	0.37
			30~150	B <sub>3</sub>	11	1.58
			150~950	B <sub>4</sub>	12	1.76
C. 低集中竞争型	500 H < 1000	$CR_8 < 55$	10~100	C <sub>1</sub>	19	0.65
			100~1400	C <sub>2</sub>	12	3.38
			60~200	C <sub>3</sub>	12	0.71
			200~850	C <sub>4</sub>	11	2.15
D. 分散竞争型	200 H < 500	$CR_8 < 40$	40~150	D <sub>1</sub>	30	1.29
			150~950	D <sub>2</sub>	24	12.01
			40~250	D <sub>3</sub>	26	0.84
			250~4000	D <sub>4</sub>	38	12.26
E. 高度分散型	100 H < 200	$CR_8 < 25$	90~300	E <sub>1</sub>	30	1.50
			300~1500	E <sub>2</sub>	28	4.72
			170~500	E <sub>3</sub>	21	1.78
			500~2300	E <sub>4</sub>	19	3.22
F. 极端分散型	H < 100	$CR_8 < 15$	270~800	F <sub>1</sub>	43	4.45
			800~6000	F <sub>2</sub>	34	9.78
			350~1500	F <sub>3</sub>	38	7.30
			1500~21000	F <sub>4</sub>	58	28.21

资料来源:根据1995年全国工业普查光盘资料计算。

# 中国制造业集中与市场结构分析

## 中国产业发展论坛

极端分散 IV 型是中国制造业市场结构的最主要类型。在这种市场结构中, H 指数不到 100, CR<sub>8</sub> 不到 15%, 企业数均在 1500 个以上, 有的甚至高达 2 万。这种市场结构共有 58 个行业, 销售收入占全部制造业的 28.21%。分散竞争 II 型和 IV 型是另外两个重要的市场结构类型。前者有 24 个行业, 销售份额占 12.01%; 后者有 38 个行业, 销售份额占 12.26%。此外, 高度分散 II 型和 IV 型也是较为重要的市场结构类型, 二者分别拥有 34 和 38 个行业, 销售份额分别占 9.78% 和 7.30%。

很明显, 我国制造业的集中度与其市场规模大小密切相关。为了考察市场规模对制造业市场结构的影响, 我们按销售规模大小将 521 个制造业小行业分为 3 种类型: 一是大规模行业, 年销售规模在 80 亿元及以上。这类行业共有 143 个产业, 1995 年销售额为 36282.64 亿元, 分别占全部样本行业的 27.4% 和 79.5%。二是中规模行业, 年销售额在 15 亿元及以上, 但不到 80 亿元。这类行业共有 211 个行业, 1995 年销售额为 8284.37 亿元, 分别占样本行业的 40.5% 和 18.1%。三是小规模行业, 年销售额在 15 亿元以下。这类行业共有 167 个产业, 1995 年销售额为 1089.58 亿元, 分别占样本行业的 32.1% 和 2.4% (见表 2)。可见, 小规模行业虽然产业数约占 1/3, 但销售额所占比重很小。

分析结果表明, 3 类行业的市场结构特征具有较大的差异。在大规模行业中, 极端分散型结构有 76 个产业, 销售额占 52.1%; 如果加上分散竞争型结构, 二者的产业数占 69.9%, 销售额占 80%。在中规模行业中, 产业数和销售份额的分布都呈

现出典型的金字塔型结构, H 指数越小, 产业数和销售份额就越多。而在小规模行业中, 产业数和销售份额分布呈现出“菱形”结构, 即中间大、两头小。但不管怎样, 无论是大规模行业还是中、小规模行业, 分散型结构 (H 指数在 500 以下) 都占主导地位, 只不过大规模行业的情况更为严重一些。从寡占比例来看, 如按行业数计算, 大规模行业为 7.0%, 中规模行业为 9.5%, 小规模行业为 28.7%; 如按销售份额计算, 大规模行业为 4.9%, 中规模行业为 7.6%, 小规模行业为 20%<sup>①</sup>。

### 三、制造业市场结构的国际比较

对制造业的市场结构进行国际比较, 必须采用大体相同的产业分类标准。如果采用不同的产业分类标准, 或者所选择的产业范围不同, 将无法进行比较。因为集中度的大小受行业特征和产业分类标准影响较大。同样是前八位集中度, 二位数产业与四位数产业差别极大, 如果按产品、品种

表 2 不同规模类型制造业的市场结构特征 (1995)

市场结构类型	H 指数	大规模行业 (S ≥ 80 亿元)		中规模行业 (15 亿元 ≤ S < 80 亿元)		小规模行业 (S < 15 亿元)		
		产业数 (个)	销售份额 (%)	产业数 (个)	销售份额 (%)	产业数 (个)	销售份额 (%)	
高度寡占型	H < 100	1800	3	1.4	9	3.3	23	9.1
低度寡占型	1000 < H < 1800	7	3.5	11	4.3	25	10.9	
低集中竞争型	500 < H < 1000	12	6.8	16	6.2	26	14.6	
分散竞争型	200 < H < 500	25	27.9	41	19.4	52	30.5	
高度分散型	100 < H < 200	20	8.3	48	22.3	30	24.4	
极端分散型	H < 100	76	52.1	86	44.5	11	10.5	
总计		143	100	211	100	167	100	

注: S 为 1995 年制造业行业的销售规模。

表 3 中、美、日制造业市场结构比较

项目	国家	寡占型		竞争型		产业数 (个)	寡占比例 (%)
		高寡占型	一般寡占型	低集中竞争型	分散竞争型		
		70% CR <sub>8</sub>	40% CR <sub>8</sub> < 70%	20% CR <sub>8</sub> < 40%	CR <sub>8</sub> < 20%		
按产业数计算 (%)	中国 (1995)	12.3	23.2	34.7	29.8	521	35.5
	美国 (1972)	27.5	38.8	26.4	7.3	356	66.3
	美国 (1992)	25.8	43.0	25.3	5.9	458	68.8
	日本 (1966)	25.6	28.8	26.6	19.0	554	54.4
按产出计算 (%)	中国 (1995)	3.0	23.0	26.9	47.1	521	26.0
	美国 (1972)	30.6	37.7	24.1	7.5	356	68.3
	美国 (1992)	24.4	45.7	21.4	8.5	458	70.1

注: 中国制造业产出按销售收入计算, 美国按发货额 (Value of Shipments) 计算。

资料来源: (1) 中国数据根据第三次全国工业普查资料计算。(2) 日本数据来自通产省《生产集中度调查报告书》, 1966 年; 转引自毛林根: 《结构·行为效果: 中国工业产业组织研究》, 第 169 页, 上海人民出版社, 1996。(3) 美国数据根据 US Census Bureau: Concentration Ratios in Manufacturing (1947 ~ 1992) 中各行业数据汇总计算。

甚至品牌计算,则又是另外一种情形。表3是采用植草益的分类方法,对中国、美国和日本制造业市场结构的分类。表中所分析的制造业行业,全部是四位数小行业。

从表中可以看出,无论是按产业数计算还是按产出额计算,中国寡占型产业所占的比重远低于美国和日本,而分散竞争型产业比重则远高于美国和日本。总体上看,美国和日本高寡占型产业比重一般在25%~30%之间,而1995年中国只有12.3%。美国一般寡占型产业比重大体保持在40%左右,日本60年代在30%左右,而中国目前只有23%左右。相反,美国分散竞争型产业比重不到10%,日本按产业数计算为19%,而中国按产业数计算为29.8%,按销售收入计算则高达47.1%。从寡占比例来看,1995年中国制造业按产业数计算只有35.5%,按销售收入计算仅有26%,均远低于美国和日本的水平。

表4是按照赫芬达尔指数对中国和美国制造业市场结构的分类。1995年,在中国521个制造业小行业中,寡占型产业(H1000)仅有78个,占全部行业数的15.0%,销售份额仅占5.8%;而在1992年美国447个制造业行业中,寡占型产业有106个,占全部行业数的23.7%,销售份额占23.0%。相反,在中国制造业市场结构中,极端分散型产业(H<100)占33.2%,销售份额占49.7%,而美国这两个比重分别只有7.6%和10.2%。相比较而言,中国制造业中低集中竞争型产业比重较低,但分散竞争型和高度分散型产

表4 中国和美国按H指数划分的市场结构比较

市场结构类型	H 指数	中国(1995)			美国(1992)		
		产业数(个)	产业比重(%)	销售份额(%)	产业数(个)	产业比重(%)	销售份额(%)
高度寡占型	H > 1800	35	6.7	2.0	43	9.6	13.4
低度寡占型	1000 H < 1800	43	8.3	3.8	63	14.1	9.6
低集中竞争型	500 H < 1000	54	10.4	6.9	123	27.5	23.0
分散竞争型	200 H < 500	118	22.6	26.4	122	27.3	33.5
高度分散型	100 H < 200	98	18.8	11.2	62	13.9	10.3
极端分散型	H < 100	173	33.2	49.7	34	7.6	10.2
总计		521	100	100	447	100	100
寡占比例(%)			15.0	5.8		23.7	23.0

资料来源:根据第三次全国工业普查光盘资料和US Census Bureau: Concentration Ratios in Manufacturing (1992 Census of Manufactures Report, MC92-S-2)中各行业数据计算。

业比重与美国相差不大。由此可见,极端分散型产业比重太高,这是当前中国制造业市场结构存在的主要问题,必须引起注意。

综上所述,无论是与美国还是与日本相比,目前我国制造业市场结构都属于一种典型的高度分散的竞争型市场结构,绝大部分行业的市场集中度很低,产业组织高度分散化。近年来,随着国内市场竞争的加剧以及企业兼并重组步伐的加快,我国产业组织结构已出现逐步改善的趋势,但过去长期形成的这种高度分散化状况并没有得到根本改变。要完全改变这种高度分散化的产业组织状况,还需要今后进行长期不懈的努力。

#### 四、关于中国的原子型市场结构

在学术界,一般把卖方市场高度分散的结构称之为“原子型”结构。在这种市场结构中,卖方集中度很低,企业规模很小,数量很多,而且规模分布比较均匀。这4个方面的特征是判断一个行业是否属于“原子型”结构的重要依据。谢勒曾采用集中率指标,将前4位卖方集中率不到20%的结构归为“原子型”结构<sup>[9]</sup>。按照谢勒的这一划分标准,在1995年中国521个制造业行业中,“原子型”产业有259个,占全部样本行业的49.7%,销售收入占58.4%。然而,前4位卖方集中率并没有反映企业的规模分布情况。即使一个行业的前4家集中率不到20%,但首位企业的市场份额也可能超过10%甚至15%。在这种情况下,首位企业将具有较强的市场势力。显然,这样的行业不能算是“原子型”产业。

在国内,也有一些学者从规模经济的角度来界定“原子型”结构。比如,秦海将许多小企业生产相同的产品,或者企业生产规模均未能达到其他国家同类企业的生产能力,称之为“原子型”的竞争结构<sup>[10]</sup>。这一界定暗含的一个假定前提是:其他国家的企业生产规模是比较适中的,且不存在“原子型”结

## 中国制造业集中与市场结构分析

### 中国产业发展论坛

构。显然,这一假定前提是不成立的。在欧美日等发达国家,许多产业同样存在着“原子型”的结构,只是没有中国这么普遍而已。如果按照谢勒的划分标准,在1992年美国制造业市场结构中,原子型产业占全部产业的16.4%,发货额占15.3%。

事实上,“原子型”市场结构是一个中性的概念。它是现实经济中客观存在的一种结构类型,既有其合理的一面,也有其不合理的一面。从形成原因的角度看,这种市场结构大体有3种类型:一是立足当地市场的地方性产业,如碾米、糕点、石灰、砖瓦制造、修理服务业等;二是一些规模经济不显著的产业,如玩具、制鞋、家具、服装、竹藤棕草制品等;三是达不到最小有效规模,缺乏规模效益的产业。对于前两类产业,由于存在合理的销售半径问题,或者规模经济不十分明显,这样就决定了卖方市场的分散化特点。对于后一类产业,虽然存在着最小有效规模,但大多数企业都达不到这一要求,从而导致规模效益的丧失和资源的浪费。因此,从行业特点的角度看,只有这一类“原子型”产业属于不合理的范畴。

如果单纯从集中度的角度看,大体可以把H指数不到200的行业称为原子型产业,包括前述的高度分散型产业和极端分散型产业<sup>⑤</sup>。这些产业主要集中在纺织、普通机械、非金属矿物制品、金属制品、化学原料及化学制品、专用设备、电气机械及器材、食品加工等行业。这些行业所拥有的原子型产业,合计占全部原子型产业数的62%(见表5)。然而,从原子型产业所占的比重来看,该比重超过75%的主要有塑料制品、服装及其他纤维制品、木材加工及竹藤棕草制品、金属制品、皮革毛皮羽绒及其制品、造纸及

纸制品、纺织、印刷等8个大行业,超过60%的有非金属矿物制品、普通机械、橡胶制品、食品加工、家具、医药等大行业,而低于20%的只有仪器仪表及文化办公用机械、化学纤维、电子及通信设备、烟草加工等4个大行业。这说明,在目前中国各个制造业行业中,原子型结构是一种普遍存在的现象。

除了集中度较低以外,企业数量众多是原子型产业的另一个重要特征。在上述271个原子型产业中,绝大部分行业(256个)的企业数均在200家以上,70%的行业在500家以上,42%的行业在1000家以上。由于企业数量众多,自然就影响了行业集中度的提高,尤其是采用H指数作为集中度的衡量指标时。

为了进一步分析原子型市场结构的特征,我们设计了集中率差距指数(简称D指数)。该指数为CR<sub>4</sub>与CR<sub>8</sub>之

表5 中国制造业行业的市场结构特征(1995)

产业名称	产业数 (个)	市场结构类型						原子型产业 比重(%)	原子型产业 分布(%)
		A	B	C	D	E	F		
13 食品加工业	23	1	1	3	4	6	8	60.9	5.2
14 食品制造业	31	1	2	6	9	6	7	41.9	4.8
15 饮料制造业	13	1	1	1	4	3	3	46.2	2.2
16 烟草加工业	3	1		2				0	0
17 纺织业	33	1	2	4	10	16		78.8	9.6
18 服装及其他纤维制品制造	4						4	100.0	1.5
19 皮革毛皮羽绒及其制品业	13	1		1	3	8		84.6	4.1
20 木材加工及竹藤棕草制品业	9				1	3	5	88.9	3.0
21 家具制造业	5				2	1	2	60.0	1.1
22 造纸及纸制品业	5		1			2	2	80.0	1.5
23 印刷业记录媒介的复制	4			1			3	75.0	1.1
24 文教体育用品制造业	15	3	1	1	4	3	3	40.0	2.2
25 石油加工及炼焦业	4	1			1	1	1	50.0	0.7
26 化学原料及化学制品制造业	43	1	5	4	11	8	14	51.2	8.1
27 医药制造业	5			1	1	1	2	60.0	1.1
28 化学纤维制造业	13	2	3	4	2	2		15.4	0.7
29 橡胶制品业	10	1			2		7	70.0	2.6
30 塑料制品业	9						9	100.0	3.3
31 非金属矿物制品业	33			1	8	9	15	72.7	8.9
32 黑色金属冶炼及压延加工业	4				2	1	1	50.0	0.7
33 有色金属冶炼及压延加工业	14	2	2	2	5	1	2	21.4	1.1
34 金属制品业	26			2	1	4	19	88.5	8.5
35 普通机械制造业	35		3	1	6	7	18	71.4	9.2
36 专用设备制造业	49		7	4	20	7	11	36.7	6.6
37 交通运输设备制造业	36	12	2	7	6	5	4	25.0	3.3
40 电气机械及器材制造业	30		2	4	8	9	7	53.3	5.9
41 电子及通信设备制造业	21	4	6	4	5	1	1	9.5	0.7
42 仪器仪表及文化办公用机械	31	5	5	5	10	5	1	19.4	2.2
总计	521	35	43	54	118	98	173	52.0	100.0

注:原子型产业指H指数不到200的高度分散型和极端分散型产业。

比,其值在 0.5~1.0 之间变动。如果 D 指数值为 0.5,表示在前 8 位企业中,前 4 位企业和后 4 位企业各占市场的一半。如果 D 指数值为 1.0,表示行业的销售份额全部集中在前 4 位企业。因此,集中度差距指数在一定程度上可以反映企业规模分布的不均匀程度。按照 D 指数值的大小,大体可以把原子型市场结构分为两类:

一是准原子型市场结构。这类产业尽管集中度较低,企业数量较多,但规模分布并不均匀,D 指数值大于 0.65。1995 年,我国共有 123 个这类行业,销售额约占全部制造业的 28.3%。主要代表性行业有:中成药、丝针织品、制帽、电器设备元件、玻璃钢、炼铁、磷肥、轴承、食用植物油、毛纺、面粉制品、农药制剂、变压器、甘蔗糖、电子元件、铝制品、锅炉、肉制品、蔬菜罐头、糖果、日用陶瓷、印染、石油制品、汽车零部件、无机盐、化学药品原药、建筑卫生陶瓷、纸制品、涂料、服装、纺织设备、制鞋、毛织业、毛针织品、灯具、复合肥料、矿山设备、啤酒、摩托车零部件、化学药品制剂、电风扇等。在这类行业前 20 位企业的规模分布中,首位或前几家企业销售份额较大,而其后的企业规模几乎成均匀分布。

二是典型原子型市场结构。这类产业不仅集中度较低,企业数量较多,而且规模分布比较均匀,D 指数值小于 0.65。1995 年,我国共有 148 个这类行业,销售额约占全部制造业的 32.6%。也就是说,目前我国约有 1/3 的制造业行业呈现出典型的原子型市场结构。这类结构的主要代表性行业有:碾米、自行车、齿轮、汽车车身、冷饮品、电焊机、衡器、丝制品、添加剂、原电池、锻压设备、有色金属压延加工、氮肥、建筑用玻璃制品、水果罐头、炊事用具、铁制小农具、胶合板、火柴、制茶、化妆品、建筑机械、绢纺、内河船、棉针织品、蓄电池、水泥制品、铁合金、农药原药、日用玻璃制品、石棉、天然矿泉水、缫丝、金属切削机床、炼焦、饼干、环保机械、钟表、电动机、棉制品、酒精、皮鞋、镁冶炼、棉纺、木制家具、水泥、电容器、砖瓦、刨花板、石灰、皮箱、糕点、电线电缆、塑料鞋、文具、玩具、

教学仪器、白酒、纸浆、乳制品、配合及混合饲料、机制纸、泵、革皮服装、棉织、金属门窗、染料等。在这类行业前 20 位企业的规模分布中,各企业的规模均很小,而且差别不大,分布十分均匀。

除了地方性产业和规模经济不显著的产业外,大量的原子型市场结构的存在必然会带来规模经济效益的损失,导致资源配置效率的下降,并对消费者福利产生负面的影响。比如,产品质量得不到保障,售后服务难以跟上,因生产成本较高导致价格较高,技术和环保标准较低,消费者在购买商品时要花费大量的搜寻成本,等等。更为重要的是,这些企业的小规模、分散化是与非专业化紧密联系在一起。许多制造业企业都是全能型工厂,各企业之间缺乏专业化分工协作。因此,可以认为,当前我国制造业的组织分散问题,并非单纯是一个规模小的问题,更重要的是一个非专业化的问题。

## 五、建立适度集中的寡头主导型市场结构

虽然产业组织理论对垄断问题给予高度重视,并提出了各种理论模式,但在现实生活特别是制造业中,并不存在纯粹的垄断,即一个卖方控制了行业销售的 100%。即使是 4 个主要卖方控制了总销售 80% 以上的高度集中型市场结构,在现实生活中也并不多见<sup>④</sup>。大多数制造业活动都属于卖方集中度不高不低的,即“(在有大量买主的情况下)处于少数制造商对市场松散的控制”之下的市场结构<sup>⑤</sup>。对于这种市场集中度适中,大、中、小企业之间以寡头企业为核心的分工发达、竞争中又有合作的市场组织形式,一些学者将之概括为“寡头主导,大、中、小共生”型市场结构<sup>⑥</sup>。

显然,无论是高度集中还是高度分散的市场结构都具有诸多弊端。高度集中的市场结构容易产生垄断,而垄断所带来的弊端和造成的社会福利净损失,已得到人们的广泛认同。当然,高集中度并非与垄断程度呈现出完全对应的关系,尤其是当采用集中度指标来衡量市场集中时更是如

## 中国制造业集中与市场结构分析

### 中国产业发展论坛

此。一种典型的情况是:前4位卖方集中度超过80%,但其规模分布比较均匀。在这种情况下,前4家企业之间的竞争有可能十分激烈。但如果采用赫芬达尔指数来进行衡量,这种市场结构的集中度并不太高,仍有可能属于低度寡占型结构。同样,高度分散的原子型市场结构不仅会带来规模经济效益的损失和资源配置效率的下降,而且会对消费者福利产生负面影响。

因此,从提高资源配置效率和增进消费者福利的角度看,我们今后需要的将是一个以促进有效竞争为基本目标的适度集中的寡头主导型市场结构。这种市场结构是一个产业内适度集中、企业间充分竞争,以大企业为主导、大中小企业协调发展的“寡头主导型”市场结构。所谓适度集中,是指市场集中度处于适中的水平,既有利于提高资源配置效率,又有利于增进消费者福利的集中区间。总体上讲,这种寡头主导型市场结构具有3个明显的特征:

一是市场集中度适中。从中国制造业的情况来看,大体是指 $CR_4$ 在35%~65%之间, $CR_8$ 在45%~75%之间,或者H指数在500~1800之间。这里所指的3个集中度标准,均是指按4位数小行业计算的集中度。当然,由于制造业行业较多,各行业的情况具有很大差异,因此,各个具体行业的适度集中区间应该有所不同。一般说来,规模经济比较显著的行业,适度集中区间的上下限应该高一些;而规模经济不太明显的行业,适度集中区间应该低一些。1995年,中国制造业中这种集中度适中的行业数大约占18%~20%,市场份额大约占10%~21%,均远低于美国1992年的比重(见表6)。

二是存在着主导企业。所谓主导企业,通常是指市场份额较大,具有一定的市场势力或市场支配力的大企业。虽然在符合库诺特模型条件的情况下,H指数能够作为衡量市场支配力的一个简单的典型统计量,但在现实生活中,更直观的指标是考察单个企业所占有的市场份额。由于市场份额大小受市场或产业分类的影响,因而就需要采取多种不同的指标。一般地讲,如果一个企业的市场份额在4位数小

表6 中国和美国制造业适度集中的产业比重

	中国(1995)			美国(1992)		
	产业数(个)	产业比重(%)	销售份额(%)	产业数(个)	产业比重(%)	发货额比重(%)
35% $CR_4 < 65%$	94	18.0	15.7	186	40.6	30.8
45% $CR_8 < 75%$	102	19.6	21.0	187	40.8	39.4
500 $H < 1800$	97	18.6	10.7	186	40.6	32.0

注:中国为521个行业,美国为458个行业。资料来源:同表4。

行业中占15%以上,或者在3位数行业中占10%以上,或者在2位数大行业中占5%以上,就可以把该企业称之为主导企业。这些主导企业对市场定价、产品产量和标准等均具有一定的影响。即使市场份额相同,企业销售规模相差较大,其市场支配力也具有一定差异。

三是大、中、小企业之间存在着分工合作关系。在这种分工合作关系中,大中规模的主导企业因市场势力较强,通常形成企业间组织的核心层,而一些小型企业围绕这一核心层,向“小而精、小而专”的方向发展。目前,在我国一些制造业行业中,虽然已经形成了一些主导企业,但大、中、小企业之间的分工合作关系并不明显,许多小型企业与大中型企业一样,都是一些“大而全、小而全”的全能厂。由此导致资源配置效率的下降,享受不到专业化分工所带来的效益。

很明显,适度集中概念的提出具有十分重要的政策含义。为建立一个以有效竞争为基本目标的适度集中的产业组织结构,政府产业组织政策一般有两种不同的目标取向:一是扶持优强企业的发展,提高行业的集中程度,以增强产业国际竞争能力;另一是实行反垄断政策,防止经济力量过分集中。在一些发展中国家,如韩国自“二战”之后,为提高产业国际竞争能力,曾把扶持大企业、提高产业集中度作为主要的政策目标。相反,在大多数国家,特别是欧美、日本等主要发达国家,由于市场集中程度较高,产业组织政策一般以反垄断为主要目标。

因此,无论是从理论上还是从国外的经验看,为促进和维护市场的有效竞争,建立一个适度集中的市场组织结构,今后产业组织政策应该实行双重目标取



向:一方面,要主要依靠市场的竞争机制,并辅之以行政和法律的手段,扶持那些具有竞争力的优势企业的发展,以提高行业的集中程度,防止过度竞争造成资源的浪费;另一方面,又要尽快完善法律规章制度,反对各种形式的垄断,包括行政性垄断和经济性垄断,防止经济力量过分集中。也就是说,今后我国的产业组织政策既要反过度竞争,但同时也要反垄断,尤其是行政性垄断。这种双重的政策目标取向,反映了产业组织政策的二元性特点。如何正确处理好这种二元性,将是今后产业组织政策能否有效实施和发挥作用的关键。

(作者单位:中国社会科学院工业经济研究所;责任编辑:尚增健)

#### 注释

杨治:《产业经济学导论》,中国人民大学出版社,1985,第141页。

集中率是指规模最大的前几家企业的销售额占整个市场或行业的份额。在进行行业分析中,美国一般计算前4、8、20、50位大企业的集中率,日本一般计算前3、4、5、8和10位大企业的集中率,而英国主要计算前5位大企业的集中率。

Joe S. Bain, *Industrial Organization*, New York: Harvard University Press, 1959.

植草益:《产业组织论》,第16页,筑摩1982年版。

(上接第22页)造原则和方法的应用,本文最后初步设想了如何构造我国经济增长相关的量化指标体系。

国内一些学者强调,构造我国经济转型的指标体系,必须参考国际经验。笔者认为,参考国际经验是必要的,但不能直接照搬国外的研究。构造我国经济转型的量化指标体系,更重要的是要依靠我国学者本身的不懈努力。首先,中国经济转型的实践是空前的,与任何其它国家都有着根本的不同;其次,笔者始终认为,对于中国经济,中国的学者有着更深的理解。

(作者单位:中山大学岭南学院;责任编辑:蒋东生)

#### 注释

这里,“可能”一词的含义与权重的实证依据相联系,见后文中对于权重选择标准的讨论。

不同的指标存在相关关系有两个可能的原因:一是两个指标的经济含义本身就是相关的;二是指标在含义上不相关,但却

越后和典:《工业经济——产业组织论》,密涅瓦书房,1983。

毛林根:《结构·行为·效果:中国工业产业组织研究》,上海人民出版社,1996,第128页。

赫芬达尔指数是衡量产业集中状况的重要综合性指标,它是指某行业内所有企业的市场份额的平方和。若市场份额按0到100的百分比值计算,H值范围则从最小到10000。H指数越大,说明市场集中度越高;反之,H指数越小,则市场集中度越低。

植草益:《产业组织论》,中国人民大学出版社,1988年,第42页。

毛林根:《结构·行为·效果:中国工业产业组织研究》。

毛林根:《结构·行为·效果:中国工业产业组织研究》。

盛斌:《中国制造业的市场结构和贸易政策》,《经济研究》,1996年第8期。

这里,寡占比例为高度寡占型和低度寡占型行业数或销售额占全部行业数或总销售额的比重。

参见约翰·伊特韦尔、默里·米尔盖特、彼得·纽曼编:《新帕尔格雷夫经济学大辞典》,第三卷,经济科学出版社,1992。

秦海:《对中国产业过度竞争的实证分析》,《改革》,1996年第5期。

H指数为200,大体相当于CR<sub>4</sub>为20%,CR<sub>8</sub>为30%,但H指数考虑了企业的数量和规模分布特征。

前4位卖方集中度超过80%的产业数占制造业行业数的比重,1995年中国为3.4%,1992年美国为5.5%。但在一些面积较小的国家,这一比重相对高一些,如1963年日本为9.0%,法国为14.2%,英国为23.8%。如果按销售份额计算,这一比重将更低。

约翰·伊特韦尔、默里·米尔盖特、彼得·纽曼编:《新帕尔格雷夫经济学大辞典》,第三卷,经济科学出版社,1992。

孙天琦:《合作竞争型准市场组织的发展与产业组织结构的演进》,《改革》,2001年第1期。

因为样本容量较小而出现偶然的统计相关。在小样本的情况下,后者是不可控的。此时,我们应尽量做到指标在经济含义上的不相关。

#### 主要参考文献

(1) Barro, R., 1991, "Economic Growth in a Cross Section of Countries", *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 56, pp. 407 - 443.

(2) Fraser Institute, Annual Report Series of *Economic Freedom of the World*.

(3) Gelb, A., G. Jefferson and I. Singh, 1993, "The Chinese and East European Routes to Reform", *Manuscript*.

(4) Heritage Foundation and Dow Jones & Company, Inc., Annual Report Series of *Index of Economic Freedom*.

(5) World Economic Forum, Annual Report Series of *The Global Competitiveness Report*.

(6) 陈宗胜:《中国经济体制市场化进程》,上海人民出版社,1999年。

(7) 江晓薇、宋红旭:《中国经济市场经济度的探索》,《管理世界》,1995年第6期。

(8) 李忠:《对我国经济市场化程度的几种不同判断》,《经济学动态》,1996年第9期。

(9) 联合课题组:《中国国家竞争力报告(1997)》,中国人民大学出版社,1998年。

(10) 卢中原、胡鞍钢:《市场化改革对我国经济运行的影响》,《经济研究》,1993年第3期。

(11) 张曙光、赵农:《市场化及其测度——兼评中国市场经济体制市场化进程研究》,《经济研究》,2000年第10期。