当 代 世 界 学 术 名 著

PEARSON

美国产业结构

（第十二版）

[美] 詹姆斯·W·布罗克（James W. Brock）／主编
罗宇 潘碧玥 胡善斌 王杰彪 秦旭 等／译
吴汉洪／校

中国人民大学出版社

当 代 世 界 学 术 名 著



美国产业结构

（第十二版）

[美] 詹姆斯·W·布罗克（James W. Brock）/主编

罗宇 潘碧玥 胡善斌 王杰彪 秦旭 等/译

吴汉洪/校

中国人民大学出版社

·北京·

图书在版编目（CIP）数据

美国产业结构：第12版/（美）布罗克主编；罗宇等译．—北京：中国人民大学出版社，2011.12

ISBN 978-7-300-14751-2

Ⅰ.①美… Ⅱ.①布… ②罗… Ⅲ.①产业结构-研究-美国 Ⅳ.①F171.21

中国版本图书馆CIP数据核字（2011）第231289号

当代世界学术名著

美国产业结构（第十二版）

[美] 詹姆斯·W·布罗克 主编

罗宇 潘碧玥 胡善斌 王杰彪 秦旭 等译

吴汉洪 校

Meiguo Chanye Jiegou

出版发行	中国人民大学出版社		
社　　址	北京中关村大街31号	**邮政编码**	100080
电　　话	010－62511242（总编室）	010－62511398（质管部）	
	010－82501766（邮购部）	010－62514148（门市部）	
	010－62515195（发行公司）	010－62515275（盗版举报）	
网　　址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com(人大教研网)		
经　　销	新华书店		
印　　刷	北京东君印刷有限公司		
规　　格	155mm×235mm 16开本	**版　　次**	2011年12月第1版
印　　张	32.5插页2	**印　　次**	2011年12月第1次印刷
字　　数	521 000	**定　　价**	65.00元

版权所有　侵权必究　　印装差错　负责调换

“当代世界学术名著”
出版说明

中华民族历来有海纳百川的宽阔胸怀，她在创造灿烂文明的同时，不断吸纳整个人类文明的精华，滋养、壮大和发展自己。当前，全球化使得人类文明之间的相互交流和影响进一步加强，互动效应更为明显。以世界眼光和开放的视野，引介世界各国的优秀哲学社会科学的前沿成果，服务于我国的社会主义现代化建设，服务于我国的科教兴国战略，是新中国出版工作的优良传统，也是中国当代出版工作者的重要使命。

中国人民大学出版社历来注重对国外哲学社会科学成果的译介工作，所出版的“经济科学译丛”、“工商管理经典译丛”等系列译丛受到社会广泛欢迎。这些译丛侧重于西方经典性教材；同时，我们又推出了这套“当代世界学术名著”系列，旨在迻译国外当代学术名著。所谓“当代”，一般指近几十年发表的著作；所谓“名著”，是指这些著作在该领域产生巨大影响并被各类文献反复引用，成为研究者的必读著作。我们希望经过不断的筛选和积累，使这套丛书成为当代的“汉译世界学术名著丛书”，成为读书人的精神殿堂。

由于本套丛书所选著作距今时日较短，未经历史的充分淘洗，加之判断标准见仁见智，以及选择视野的局限，这项工作肯定难以尽如人意。我们期待着海内外学界积极参与推荐，并对我们的工作提出宝贵的意见和建议。我们深信，经过学界同仁和出版者的共同努力，这套丛书必将日臻完善。

中国人民大学出版社

目 录

第 1 章 农业 …… 1

Ⅰ. 结构 …… 3

Ⅱ. 行为 …… 17

Ⅲ. 表现 …… 23

Ⅳ. 公共政策 …… 27

Ⅴ. 结论 …… 34

第 2 章 石油业 …… 36

Ⅰ. 结构和结构变化 …… 38

Ⅱ. 行为和绩效 …… 57

Ⅲ. 公共政策 …… 62

Ⅳ. 结论 …… 66

第 3 章 电力行业 …… 69

Ⅰ. 历史 …… 70

Ⅱ. 结构 …… 75

Ⅲ. 管理实施方式 …… 94

Ⅳ. 绩效 …… 102

Ⅴ. 公共政策 …… 109
Ⅵ. 结论 …… 116

第 4 章 烟草业 …… 120
Ⅰ. 历史 …… 121
Ⅱ. 市场结构 …… 126
Ⅲ. 市场行为 …… 130
Ⅳ. 市场绩效 …… 135
Ⅴ. 公共政策问题 …… 140
Ⅵ. 结论 …… 152

第 5 章 啤酒业 …… 154
Ⅰ. 历史 …… 155
Ⅱ. 结构 …… 158
Ⅲ. 行为 …… 173
Ⅳ. 绩效 …… 179
Ⅴ. 结论 …… 184

第 6 章 汽车业 …… 189
Ⅰ. 历史 …… 190
Ⅱ. 产业结构 …… 192
Ⅲ. 产业行为 …… 204
Ⅳ. 产业绩效 …… 209
Ⅴ. 公共政策 …… 218
Ⅵ. 结论 …… 222

第 7 章 音乐制品行业 …… 224
Ⅰ. 历史 …… 226
Ⅱ. 市场结构 …… 231
Ⅲ. 经营管理 …… 235
Ⅳ. 业绩 …… 241
Ⅴ. 公共政策 …… 243
Ⅵ. 结论 …… 249

第 8 章 电信业 …… 253
Ⅰ. 历史 …… 255
Ⅱ. 市场结构 …… 262
Ⅲ. 市场行为 …… 273
Ⅳ. 市场绩效 …… 277
Ⅴ. 公共政策 …… 281
Ⅵ. 结论 …… 287

第 9 章 航空业 …… 289
Ⅰ. 历史 …… 290
Ⅱ. 结构 …… 294
Ⅲ. 行为 …… 308
Ⅳ. 绩效 …… 314
Ⅴ. 公共政策 …… 316
Ⅵ. 结论 …… 323

第 10 章 银行业 …… 326
Ⅰ. 历史 …… 329
Ⅱ. 结构 …… 331
Ⅲ. 行为 …… 346
Ⅳ. 绩效 …… 349
Ⅴ. 公共政策 …… 355
Ⅵ. 结论 …… 360

第 11 章 医疗保健业 …… 362
Ⅰ. 历史 …… 364
Ⅱ. 产业结构 …… 367
Ⅲ. 行为 …… 382
Ⅳ. 绩效 …… 387
Ⅴ. 公共政策问题 …… 395
Ⅵ. 结论 …… 403

第 12 章 公共会计产业 …… 406
Ⅰ. 历史 …… 407

Ⅱ. 产业结构 …… 410
Ⅲ. 行业行为 …… 420
Ⅳ. 行业表现 …… 426
Ⅴ. 公共政策 …… 434
Ⅵ. 结论 …… 441

第 13 章 大学体育业 …… 444
Ⅰ. 历史 …… 446
Ⅱ. 结构 …… 449
Ⅲ. 行为 …… 453
Ⅳ. 绩效 …… 464
Ⅴ. 公共政策 …… 470
Ⅵ. 结论 …… 478

第 14 章 自由企业经济中的公共政策 …… 481
Ⅰ. 美国的反托拉斯传统 …… 482
Ⅱ. 反托拉斯政策受到攻击 …… 486
Ⅲ. 结论 …… 499

译后记 …… 503

第1章 农 业

布鲁斯·W·马里恩
(Bruce W. Marion)和
詹姆斯·M·麦克唐纳*
(James M. MacDonald)

在美国，我们食用的绝大部分食品都由农业提供，因此农业毫无疑义是美国经济中的重要组成部分。然而，农业的重要性还远不止这些简单的事实。在农业生产率低的国家，人口中的绝大部分需要去生产食物；只有很少一部分人能够腾出时间来接受教育，进行投资品的生产，或进行其他经济增长所必需的活动。事实上，在提高国民单位收入的众多相关因素中，农业雇佣劳动力占所有劳动力百分比的下降是最重要的一个因素。在世界上最穷的国家，50%～80%的人口以农业为生。与之相比，在西欧只有不到5%的人口以农业为生，这一比例在美国仅仅为2%。

---

* 麦克唐纳博士在本书中发表的观点仅属作者个人观点，不代表美国农业部（U. S. Department of Agriculture）。

简而言之，经济增长通常依赖于农民的表现。反过来，农民的表现依赖于农业的组织形式、农业的市场结构以及农业科研教育机构。在美国，各州由国家捐地成立的大学和联邦政府扮演了独特的角色，这种独特颇具国际性；它们是促进关于美国农业生产率发展的研究和教育发展的最初源泉。

本书介绍了除农业外其他产业的公司，与商业企业相比，农场的所有权和经营权使它们显得与众不同。大部分农场被家庭所拥有和经营，同时许多非家庭拥有的农场企业被相互之间非常了解的一些业主和运营商所拥有和经营。只有很小一部分农场企业被大众控制的企业所拥有和经营。这就是说，农场企业的规模有向小型化发展的趋势，同时农场企业的决策也由一个人或很少的一部分人做出。农场企业几乎没有对产出品和投入原材料价格的控制力，因此它们所扮演的角色是典型的价格接受者。尽管可能在竞争市场中经营，但农场企业还是频繁地面临产品的买方垄断力量和原材料的卖方垄断力量。由于产品和原材料的价格会发生剧烈的波动，并且农业产出又在很大程度上被天气和疾病所左右，因此农场企业面临着巨大的金融风险。

农场通常是小型家庭所有制的企业，但是这并不意味着农业是经济停滞产业——美国农业产出的增长持续许多年超过了经济中的其他产业。农场的家庭所有制也不意味着众多农场方面的企业决策与家庭决策密不可分。家庭成员可能将农场工作和非农场工作混同，同时家庭也可能选择将农场利润重新投资于农场企业或其他农场外的机会。农场企业的扩张决策常常与家庭结构相联系，特别是家庭成员的年龄和家庭中的下一代在经营农场企业方面的兴趣。又因为农业与单个务农家庭联系紧密，因此企业风险也就成为了家庭金融风险，这种企业风险与家庭所有关系之间的联系驱动了许多农场企业的决策。这些联系也驱动了政治活动中农民的参与，政府的政策对农业经济起到了重要的影响作用。

我们对本章的内容进行了有组织的安排，以利于更清晰地阐释产业组织中的一些重要概念。我们最重要的着眼点是帮助读者理解农业中驱动竞争的力量。与本书中其他产业相比，农业非常独特；它的结构和竞争性行为都被完全竞争理论所完美刻画。

Ⅰ. 结 构

农业由许多商品构成。在构成农业的这些商品中，很大一部分商品有着截然不同的市场和销售渠道。在很大程度上，农业中的竞争被代表性的单个商品生产和销售所影响。例如，橘子、牛肉、牛奶和生菜等是一些生活必需品，当我们被困荒岛时，它们能使我们免于被饿死。这些食品在相互之间间接竞争的农场里生产，同时它们也有着非常不同的产品周期和销售渠道。

农民和风险

基于某些原因，农业是一个高风险产业。在生产开始前，经营者必须在土地、结构和设备方面投入大量资金。然后，他们雇用劳动力，并承担生产农作物和养殖家畜的直接费用。这些费用都是在还未实现任何农产品销售的情况下所必需的。一旦农作物被播种，上述的投入在短时期内就不能够被轻易调整。因此，对许多农产品而言，短期的市场供给曲线是非常缺乏弹性的，如图 1—1 所示。此外，在投入了一定的资本、劳动力和材料之后，农业的产出依然可能由于天气和疾病等不可预期的因素而剧烈变动。因此，市场的供给曲线会产生不可预期的平移，如图 1—1 中的 S_0 到 S_1 之间的移动。

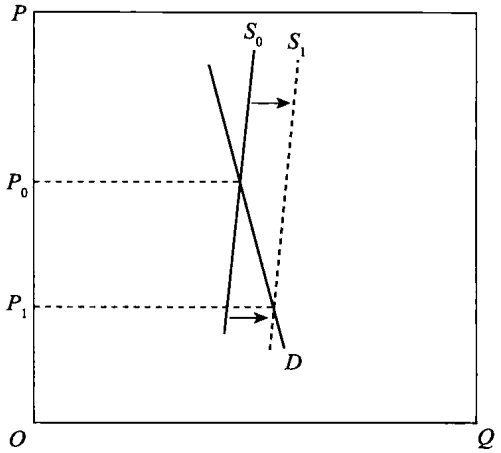


图 1—1 农业中的价格风险

对大部分农产品而言，市场需求曲线在价格方面也是相当缺乏弹性的，如图 1—1 所示。这是因为食物是一种必需品，而且人们也只能消费他们所需的食物。另外，绝大部分商品几乎没有很好的替代品，同时，这些商品又各自在加工食品的总生产费用中占有相应份额。由于供给曲线和需求曲线缺乏弹性，不可预期的供给冲击或需求冲击将会导致价格的剧烈波动——这就是农民除产量或产品风险外所面对的价格风险的本质。

图 1—2 提供了一个农业中价格风险的例子，这个例子展示了艾奥瓦州的农民在 1997—2006 年间接受的谷物价格。谷物价格几乎没有任何趋势，但是随时间波动得非常剧烈。虽然谷物的平均价格是每蒲式耳 2.23 美元，但是年度价格在低点每蒲式耳 1.04 美元和高点每蒲式耳 3.20 美元之间波动。谷物价格的年度平均变化为每蒲式耳 40 美分，或平均价格的 18 个百分点。

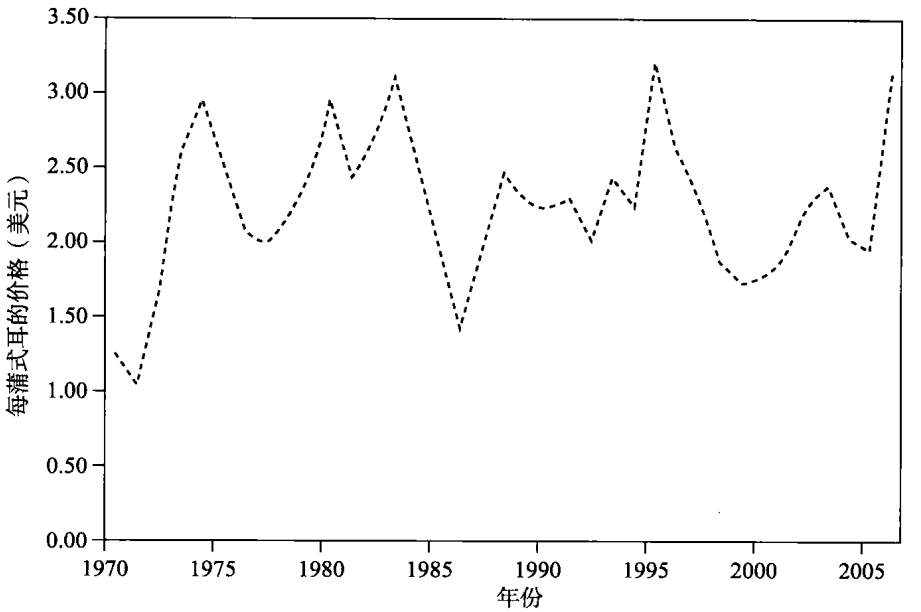


图 1—2　艾奥瓦州农民的年度谷物价格，1970—2006 年

图 1—3 跟踪了艾奥瓦州哈丁县从 1970 年到 2006 年的谷物产出情况，并以此说明了产出风险。在美国谷物产量有很强的上升趋势，哈丁县也不例外，每年每英亩平均 1.96 蒲式耳的上升量带动了产出的上升趋势，预期的产出从 1970 年的每英亩 96 蒲式耳上升至 2006 年的每

英亩167蒲式耳。

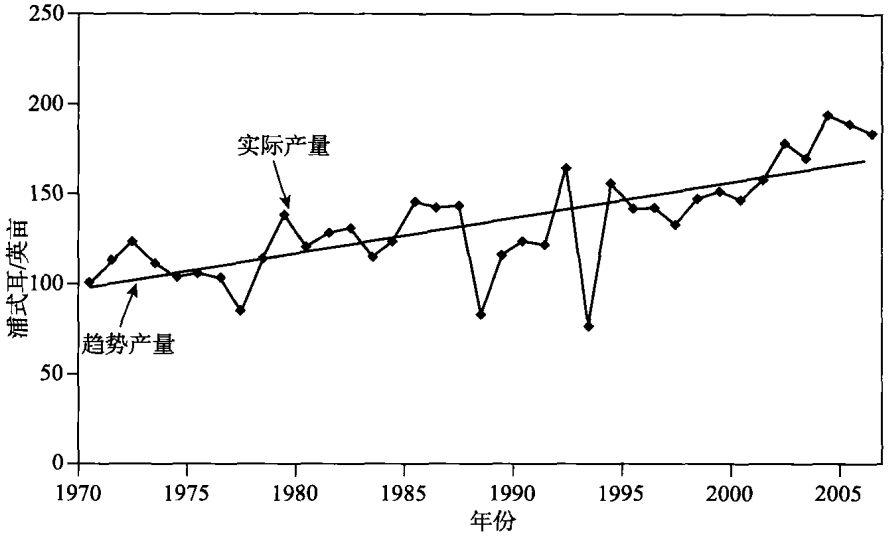


图1—3 艾奥瓦州哈丁县的谷物产量，1970—2006年

然而，增长并非是稳定的。这是由于气候问题（比如干旱或龙卷风，或者是不常见的非常利于农作物生产的天气）能够导致增长围绕趋势剧烈波动，同时也就导致了上面所提到的产出风险。例如，1993年，哈丁县的实际谷物产量是每英亩77蒲式耳，比趋势产出每英亩141蒲式耳低46%；与此相对，此前一年的实际产出是每英亩165蒲式耳，比趋势产出高19%。如此宽泛的波动，在许多农作物和种植农场中都是非常普遍的，这些波动的加总能够导致不同年份间产出和收益的剧烈波动。

虽然农产品的短期供给曲线趋向于无弹性，但是简单的市场进入（或退出）机制使得大部分商品的长期供给曲线具有弹性。此外，快速增长的生产力也使得长期供给曲线向右移动。从需求的角度看，国内农产品的需求增长被较低的人口增长率和较低的商品需求收入弹性所限制。这些关于长期供给和需求的演变蕴涵着两个重要的含义。第一，农产品的实际价格一直在稳步下降，这将使得那些不能够充分利用新技术来节约成本的农民面临巨大的未来收入风险。第二，国外市场对农业来说非常重要。

在美国，大约有20%的农产品被出口，而农产品的出口份额占到了整体出口份额的10%。出口对于农作物非常重要——几乎一半的小

麦产成品和四分之三的棉花产成品被出口。出口份额直接占据了谷类作物的20%和大豆产成品的30%。美国也出口10%～15%的国产的家禽肉、牛肉和猪肉，这些动物都是用谷物和大豆饲养的。虽然农业出口超过进口，但是二者之间的差距近几年在不断缩小，同时，农业进口目前占据了国内农产品供给总量的18%。进口品既包括一些在本地无法种植的热带作物，比如咖啡、香蕉、可可粉等，也包括一些重要的竞争产品，比如奶酪、鲜花、糖、蔬菜和红色肉类。

国际贸易为美国农民创造了更加广阔的销售机会，但是同时也产生了风险。外汇汇率的波动和其他国家宏观经济的发展都能导致进出口量的剧烈变化。农业正是处于国际贸易协商中最有异议的纠纷的中心。这些纠纷包括工业化国家给予农民补贴的争论，许多国家的农产品进口限制和食品安全的争论。农民在寻求对风险的控制，而他们试图控制和减少风险的努力在许多政府政策和农业组织设计上都有所反映。

农业结构的发展趋势

图1—4总结了一些美国农业结构中关键因素的长期发展趋势。农场的数量，在1935年达到6 800 000的峰值，在随后的四十年里剧烈

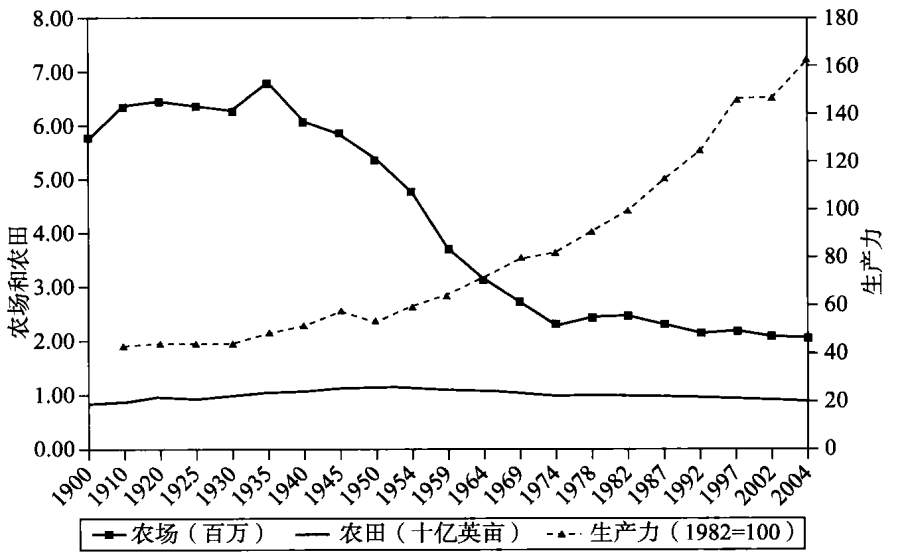


图1—4　农场、农田、农业生产力的发展趋势

资料来源：农业和农田：USDA-NASS；生产力：USDA-ERS。

下降，到1974年下降到2 300 000。从1974年开始，下降的速度显著减慢，到2002年农业普查时记录在案的农场有2 100 000个。

相比于农场数量的变化，农田总量的下降非常缓慢，从1950年的峰值11.6亿英亩下降到2002年的9.38亿英亩。最后，农业生产力在第二次世界大战后加速增长。美国农业部（USDA）的生产力数据衡量了与农场投入增长（土地、劳动力、资本，同时也包括中间投入，比如化肥、能源和种子）相对应的农场产出的增长，数据表明在1950—2004年间增长了206%，相当于每年2.1%的增长速度。

图1—4表明农场的规模在20世纪80年代中期之后保持稳定，但是这种外观上的稳定具有一定的误导性，因为许多在2002年被记录为农场的地方可能以20世纪80年代的标准是不能被记录的。政府将农场定义为任何一个在一年内销售了（或销售过）1 000美元农产品的地方，而这个定义没有根据通货膨胀和农产品定义的改变进行调整。

表1—1列出了对农场经营者进行年度大型调查所得到的数据，该表对农场规模的分布给出了进一步说明。表中所示的三年中每一年的农场数量大约为2 100 000。但是超过半数的农场销售额小于10 000美元，而其中的大部分农场销售额更接近1 000美元，而非10 000美元（农场可以通过销售12头肉牛、五头奶牛的奶、25英亩的玉米或3英亩蔬菜来实现10 000美元的销售额）。虽然超小型农场在农场数量中所占的份额不断上升，但是在农产品产量中所占的份额却很小，同时还在下降。超小型农场的发展反映了许多人对乡村生活的向往。

一旦我们考虑了超小型农场，表1—1就展示了农场向大规模经营发展的剧烈连续性结构重组。小型农场，尤其是销售额在10 000到25 000美元之间的商业导向家庭式农场，在农场总量和产量中所占的份额持续下降，与此同时，这些产量转移到了超大型家庭农场和非家庭农场上。2003年，大约有66 000家家庭农场至少有500 000美元的销售额，它们占了所有农产品产出的45%；而14年前的1989年，经过通货膨胀调整，大概只有远远少于目前数量的39 000家农场至少有500 000美元的销售额，它们占了所有农产品产出的32%。

家庭农场包括独资、合伙和家庭企业，在这些形式中有血缘或婚姻关系的人掌握了至少一半的股票。表1—1也展示了农场从1989年向非家庭经营模式的显著转变，而非家庭经营农场的产出份额则占到了所有产出的14%。这种转变部分是由大型多元化公众公司的生产所造成的，尤其是在生猪生产和肉牛饲养方面，但是转变在很大程度上

反映了由少数不相关个人所拥有和经营的少数持股人公司生产的转变。

表 1—1　　美国农业结构的最近发展趋势

项目	1989	1995	2003
农场数量	2 148 740	2 068 000	2 121 107
	所占农场总量的百分比		
家庭农场			
销售额小于 10 000 美元	49.5	48.4	57.2
销售额为 10 000～249 999 美元	43.3	44.2	34.0
销售额为 250 000～499 999 美元	4.1	3.6	4.0
销售额超过 500 000 美元	1.8	2.2	3.1
非家庭农场	1.2	1.5	1.7
	所占农产品产量总价值的百分比		
家庭农场			
销售额小于 10 000 美元	2.1	2.0	1.6
销售额为 10 000～249 999 美元	40.2	35.6	25.5
销售额为 250 000～499 999 美元	19.9	14.9	14.4
销售额超过 500 000 美元	31.6	33.1	44.7
非家庭农场	6.2	14.5	13.7

资料来源：USDA，Economic Research Service，1989 and 1995 Farm Costs and Returns Survey and 2003 Agricultural Resource Management Survey，Phase Ⅲ。销售额按 2003 年美元折算，使用的是农产品生产者价格指数。

大型农场的改变发生在几乎每一个产品品种上。表 1—2 展示了 1987—2002 年间生产特定商品的代表性企业规模如何变化。在这个案例中，“代表性”表示一种中间规模，这种规模以上的稍大些的和以下的稍小些的农场的产出份额各占一半。比如，1987 年一半的小麦由至少能收获 200 英亩以上小麦的农场来生产，另一半产量则由小麦种植面积较小的农场来完成（一块 4 840 平方码的田地，略小于一块正常大小为 5 333 平方码的足球场）。到 2002 年，中间规模的小麦农场收获 450 英亩，是 1987 年农场规模的两倍多。其他的农作物也表现出了类似的改变，大多数的中间规模都粗略地以 15 年为一个阶段翻倍。在这个案例中，企业规模的增长反映了整个农业规模的增长，同时也反映了农场将它们的土地大部分都投入到主营商品种植上的专业化趋势增强。

表 1—2　　按商品划分的公司规模的改变，1987—2002 年

商品	1987	2002
	代表性面积收获[a]	
大田作物		
玉米	200	450
大豆	243	480
小麦	404	784
棉花	450	920
蔬菜类		
芦笋	160	236
生菜	946	2 225
土豆	350	810
甜玉米	100	222
西红柿	400	700
木本作物		
苹果	83	129
杏仁	203	361
橙子	450	1 015
	代表性年销售额[b]	
家禽/家畜		
烤仔鸡	300 000	520 000
生猪	1 200	23 400
肥牛	17 532	34 494
	代表性牧群规模[c]	
奶牛	80	275

a. 按农场规模排列的种植收获的中位数。对于这个代表性的规模，每一种商品有一半的产量由规模在其之上的农场生产，另有一半由规模在其之下的农场生产。

b. 按农场规模排列的销售数量的中位数。对于这个代表性的规模，每一种商品有一半的销售额由规模在其之上的农场完成，另有一半由规模在其之下的农场完成。

c. 按农场规模排列的牧群规模的中位数。对于这个代表性的规模，有一半的奶牛由牧群规模在其之上的农场拥有，另有一半由牧群规模在其之下的农场拥有。

资料来源：作者基于未出版发行的美国农业调查数据计算得出。

虽然家畜和家禽的生产也表现出了类似的趋势，但是我们测度企业中间规模却是建立在不同的基础上——销售烤仔鸡、生猪和饲料肉牛的饲养企业的数量，以及奶牛场的牧群规模。① 这里我们也看到了戏剧性的变化。在1987年，拥有不多于80头奶牛的农场占据了全国奶牛放牧数量的一半；到2002年，农场的中间规模增加了两倍多，达到了275头奶牛。生猪部门甚至表现出了更大幅度的改变：在2002年，代表性的生猪企业比1987年的代表性企业规模大20倍。

表1—3将内容按规模级别排列，提供了农场财务的信息，并暗示了结构改变的原因。从平均意义上看，农场规模越大，利润越多。

平均的营业利润率的变动范围从最小规模的农场的－98%到最大规模的18%*。（营业利润是通过将现金花费和经营者的时间成本从总收入中扣除而计算出的，非常小的“业余”农场会有日常开销，但却只有很少的总收入。）因此，许多非常小型的农场表现出负的农业净收入。此外，尽管在每一类规模的农场中，利润率超过10%的农场都占据一个显著的比例，然而，规模大的农场比规模小的农场中有更大的比例其利润率超过10%。既然小型农场有着低利润，在许多情况下还是亏损的，那它们的所有者和经营者又是如何维持的呢？表1—3中略微偏下的部分解释了家庭农场的收入来源。家庭收入的年平均值从经营最小规模农场的60 000多美元到经营最大规模农场的200 000多美元。相比之下，全美国家庭收入的平均值在2003年为59 100美元（收入的中位数是43 300美元）。从平均来看，农场经营者并非一个低收入群体。

平均来看，最小型农场的经营者在农业上亏损，但是他们的损失被更为重要的农业外收入补偿。在小型商业农场的经营者间（销售规模在10 000美元到250 000美元之间），农业收入是对他们更为重要的农业外收入的补充。许多这种类型的家庭兼职经营小型的谷类和畜牧生意。更大型农场的经营者从农业中获得可观的家庭收入，同时他们也从农业外雇佣中获得收入；一个家庭成员可能有一份劳务工作，也可能经营其他生意。

---

① 烤仔鸡此处指的是用于烧烤的嫩仔鸡——常见于超市和快餐店，有时称为炸鸡。饲料肉牛是在大规模商业饲养场里用成比例谷物专门饲养的牛，这区别于在牧场和草地上放牧的牛。

* 英文原书为18.5%，疑有误，故做此修改。——译者注

表 1—3 从农场规模来看公司财务业绩和家庭收入

项目	按销售级别划分的家庭农场（千美元）				非家庭农场
	<10	10～25	250～500	500+	
	农场企业表现				
营业利润率[a]	−98.0	−13.3	10.5	18.0	23.3
有以下表现的农场的百分比					
亏损	42.7	33.1	18.2	16.7	28.5
盈利>10%	21.6	30.3	50.6	60.1	57.2
农场家庭收入（美元）					
平均家庭收入	60 841	64 340	105 862	221 800	
（中位数）	（45 351）	（48 528）	（83 244）	（118 982）	
农业收入	−4 405	8 280	64 376	175 198	
农业外收入	65 246	56 060	41 486	46 602	
劳动所得[b]	50 276	40 914	30 056	32 384	
非劳动所得[b]	14 970	15 146	11 430	14 218	

a. 营业利润率=100%×(农场净收入+利息−经营的劳务和管理支出)/农场总收入。

b. 劳动所得：工资和劳务所得，农业外自营收入。非劳动所得：包括利息和分红，社保收入或其他公共项目的津贴，生活费，养老金，资产或信托净收益，私人养老金，来自家庭外居民的经常性捐款，非农业财产的净租金收入，矿区租赁的特许权使用费。

资料来源：USDA Economic Research Service，数据来自 2003 年农业资源管理调查研究。

平均水平隐瞒了什么？

前面的讨论表明了全国范围内农场规模和利润间的关系。重要的技术经济正在驱动农场规模的增长。但是如果我们没有同时意识到其他两个农业结构的重要因素，我们就是粗心的。首先，虽然农场规模越来越大，但是大型农场通常也只是非常小型的企业。其次，注意表 1—3 中各类农场企业财务的不同表现，这表明许多小型农场还是保持可经营状态。尽管三分之一的小型商业农场表现出亏损，但接近三分之一表现出至少有 10%的可观的营业利润率。最后，虽然许多最大型农场报告在 2003 年盈利了，但是有六分之一的最大型农场在 2003 年报告了亏损。事实上，我们综合表 1—1 到表 1—3 的数据，能够意识

到营业利润率不小于10%的绝大部分农场的规模依然很小。

受当地气候条件、自然灾害和商品价格波动的影响，农场财务业绩的差异为衡量农场风险提供了一个指标。这种差异也为衡量农场经营技巧和持续性能提供了一个指标。盈利性的小型农场几乎在所有商品领域都能找到，包括水果和蔬菜经营者，家禽和家畜生产者，业余的大田作物种植者和特种作物种植者（例如，枫树糖浆和高丽参）。一些农场在小型重点产品和服务上发现了不为主流供应商提供的缝隙市场。农民能够通过产品生产的市场导向接触到缝隙市场——比如，通过当地农贸市场、网络零售商或直接向餐馆销售。他们也能够生产具有特殊多样性的产品，比如家传番茄、波尔肉用山羊、油菜花和其他烹调蔬菜、用于制作豆腐的大豆或猕猴桃。缝隙市场也存在于那些生产中使用特殊栽培技术的产品上，比如在农场自由放养的鸡、有机蔬菜或牧场放养的奶牛。一些产品结合了所有三个特点——市场化、产品多样化和特殊栽培技术。

有机农业覆盖了一系列重要的缝隙市场。有机农作物是指生产者在种植过程中没有使用传统的杀虫剂或合成化肥，而是在种植过程中对害虫、疾病和种子进行管理，以动物粪便作为肥料所生产出来的农作物。有机猪肉、家禽、鸡蛋和牛奶生产者们在使用有机饲料的同时避免使用抗菌素和刺激生长激素。消费者对有机产品的需求增长迅猛，导致了有机产品显著的价格优势，并为生产者提供了很好的经济机会。反过来，农民和土地都向有机作物生产方向转变；经过认证的有机农田面积增长了45%，然而牧场和放牧面积在2000—2005年间增长了两倍以上。尽管如此，有机农作物仍然只占了美国农业很小的一部分，大概仅占全美种植面积和牧场面积的0.5%。①

小型农场在缝隙市场中比在传统商品市场中占有更重要的地位，尤其是在缝隙市场的早期阶段。一旦这些市场的规模增长，较大型的农场通常就会逐渐参与进来。例如，大型农场在有机农业中的地位越来越重要，表现出了一定的规模经济。因为进入缝隙市场通常很容易，所以缝隙市场有吸引追逐高回报的进入者的趋势。他们的进入常常会侵蚀早期进入者已经取得的超额竞争利润。

---

① 有机产品已经大举进入了水果和蔬菜领域，占据了胡萝卜种植面积的6%、生菜种植面积的4%和苹果种植面积的3%。奶牛中有1%经过有机认证。另外，有机产品掌握着显著的价格优势，因此，在各个领域中有机产品都比相同数量的普通产品价值份额高出1.5到3倍。

商品市场

虽然农场在不断向大型化发展，但是，在几乎所有的农产品市场上，农民仍然是价格接受者。这就意味着在众多的农产品销售者中，没有一个单独的销售者能够影响价格。相同的说法不能适用于农产品的买方——购买农产品的谷仓经营者、加工者、包装者和零售商。尽管仍然存在一些竞争性市场，在这些市场上农民将产品出售给众多买家，然而越来越多的农产品要面对存在买方垄断的市场，在这些市场上只有少量买家。买方垄断的力量源于以下几个方面：

全国性生产高度集中。大型生产者的合并导致一些商品加工企业已经变得高度集中，在某些情况中，这是由于产品的规模经济所致，而在另外一些情况中，这是由于广告和产品差异的影响。例如，四家最大的饲料肉牛包装食品生产厂合起来占全美市场的份额从1980年的36%上升到了2005年的80%。全国性的生产集中措施在许多行业都突然增加。这些行业包括生猪屠宰、家禽加工、液态奶生产、谷物和油籽加工业以及大部分日常消费食品加工行业，比如啤酒业。①

运输费用。由于高昂的商品运输费用，许多商品市场是地方性或区域性的，而非全国性的。例如，饲料肉牛通常被运输至100英里内的屠宰加工厂。行业内主要的全国性公司不可能在每个地方市场都很活跃——比如，虽然Smithfield购买了美国东南部生产的大部分生猪，但是在俄克拉何马州和堪萨斯州市场可能并不活跃。在这些市场中，尽管会有5～6个全国性的买主，但是一个农民通常有可能只接触1个或2个与当地市场有关系的全国性买主。

产品易变质。虽然农民可以为了寻求一个更好的价格而储存谷物和油菜籽，但是家畜一旦饲养过重就会贬值。许多新鲜的蔬菜水果变质很快，牛奶必须每天更换，产品容易变质的特点限制了农民寻求更好价格的选择。

品种多样性。农民被越来越多地要求生产特殊差异化的商品。例如，纽约市2006年禁止餐馆使用反式脂肪，由于在生产时低亚麻油酸大豆提供了不含反式脂肪酸的大豆油，这导致了对低亚麻油酸大豆的

① 通过对96个可比食品加工产业分析，各产业中被四大领导企业占据的货物份额从1967年的47%上升到1992年的61%。遗憾的是，除了某些指定产业，最近几年的可比图形无法取得。参考Rogers，Richard T.，"Structure Change in U. S. Food Manufacturing，1958－1997，" *Agribusiness*，17 (2001)：3－32。

需求浪潮。最近 Monsanto 和 Pioneer/Dupont 都开发了低亚麻油酸大豆的不同新品种。这个产业面临的风险是让农民种植新的品种和使用大豆压榨工厂去加工它们；这意味着要为不含反式脂肪的大豆油创造一条相应的新渠道。这里有一个关于土豆的过去的例子。白色圆土豆被用于制作薯条，黄褐色土豆更适合用于制作冰冻土豆。这两条不同的渠道被两个不同的买家群体所关注，而且只是间接竞争。直接的消费者需求也导致了多样化和人工栽培的品种，比如有机食品、自由放养的小鸡和火鸡、无激素牛奶和猪肉。在这些情况下，相对较小的市场规模意味着农民只能面对有限的一些买家。

信息不对称。经济学理论表明竞争性的市场需要大量的消息灵通的买家和卖家。许多农产品的买家每天交易数百次，然而出售农产品的农民也许一年之中只交易几次。结果，买家对关于市场选择的信息把握更为到位，他们可能会使用这些知识去发展某些区域性买方垄断的力量。

虽然商品市场常常表现出高度的买方集中趋势，但是农民很少面对纯买方垄断——也就是只有一个买者。他们可以有一些选择，如果货物可以存储或运输，他们还可以扩展他们的选择空间。农民在种植特定产品前还是有很广泛的选择空间的。但是潜在的买方垄断力量会对农民的选择造成重大影响，同时，也会对市场机制的设定起到强烈影响。以下的讨论检验了几个这样的机制。

纵向联系：合同

现在越来越多的农民采用与加工商签订合同的销售方式。2004 年，产品买卖合同占美国农产品总价值的 39%，而在 1991 年和 1969 年，相应的比例分别是 28%和 12%。

合同的使用情况随商品的不同差别很大（见图 1—5）。某些农产品主要由依靠合同的生产者生产，比如烤仔鸡、鸡蛋、甜菜、生猪、牛奶、某些水果和加工蔬菜等。那些生产者通常面临只有几个买家的情况，同时，商品的易变质和高昂的运输费用限制了他们的选择。相比而言，合同则很少被食品和谷物大豆生产者们使用，这是由于这些商品耐存储和容易长途运输，同时也有更多的买家。农民通过在产品周期结束前或开始前与买家就合同条款进行协商，能够避免产品收获时只有一个买家的最残酷的买方垄断情况的发生。

在产品收获前，农民使用买卖合同确认买家，制定运输计划和建

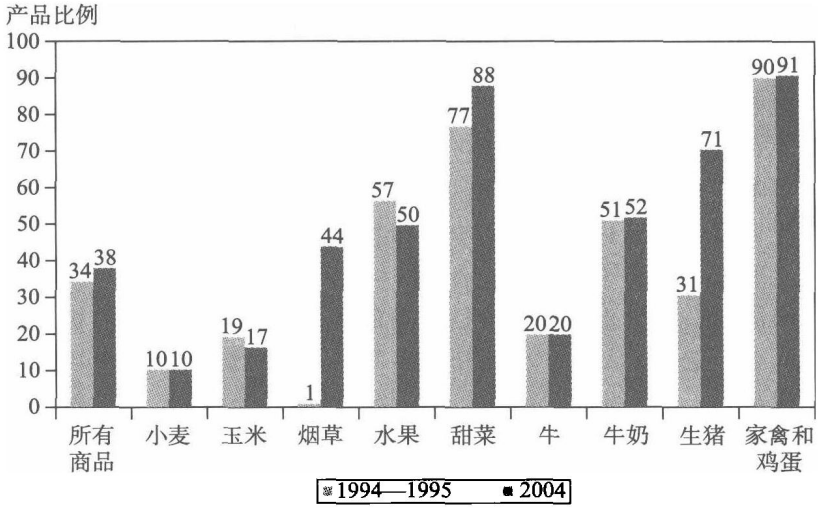


图 1—5 指定商品的合同销售额，1994—1995 年和 2004 年

立定价方式。价格可能在合同签订的时候就被确定，也可能和全国或区域的相应商品参考价格绑定。价格的确定方式常常包括一系列根据产品特点制定的额外补贴和折扣，比如生猪的肥瘦程度或谷物的油脂比例。农民可以通过使用买卖合同控制价格风险，确定产品的市场销路，在高质量产品上获得更好的市场回报。买家可以通过合同确保理想品质产品的及时供应。其交易费用与现场协商交易相比也会有所降低。

农民也可以介入生产合同，这在家畜和家禽产业应用广泛。签订生产合同的农民提供服务——通常针对商品生产过程的某一单独阶段；在大多数情况下，他们没有商品的所有权，也不销售商品。例如，在烤仔鸡行业，农民从收购商那里接受仔鸡，比如泰森食品或珀杜食品，这些收购商提供饲料、兽医用品、运输服务、有关生产的指导手册以及建议。这些收购商有孵化厂、饲料厂和加工厂。农民提供房屋、设施和劳动力，6～8 周后小鸡长到了可以上市的重量，这个时候收购商将小鸡收集起来送往屠宰加工厂。

生产合同在许多商品上广泛应用。奶农们通常和特定的经营商签订合同，让经营商饲养奶农们的小牛犊以长成为奶牛。一些肉牛拥有者与饲养厂签订合同，由它们将动物饲养至可以上市的重量后，再由它们卖给屠宰厂。在园艺方面，收购者提供小树苗给农民，让农民将

树苗栽培到市场需求的大小，然后将这些成熟的树苗销售给大的零售商。种子公司和农民签订合同以收获作物成熟后的种子。

签订了生产合同的农民通常都会收到一笔服务费。他们不用面对随市场商品价格变化而变化的价格。例如，烤仔鸡的养殖者一般会对每只小鸡每磅重量收取 4～6 美分。尽管服务费用的支付仍然会随着饲养者的喂养情况和小鸡死亡率的不同而变化，但是生产合同通常消除了独立养殖者要面对的几乎所有的价格风险和收益风险。普通的养殖者通常要面对由天气等因素带来的收益风险。

合同的一个功能是转移价格波动的风险。当然，其他的机制也存在；例如，玉米、大豆、小麦和许多商品通过活跃的期货市场来转移价格风险。[①] 合同的另一个目的是改善产品的综合质量，按时按量地完成满足买家偏好的产品。生猪合同增长迅猛，确保了农民按加工商和消费者的需求生产精瘦生猪。在谷物和大豆的例子中，联邦评级的使用确保绝大多数人获得了理想的品质。

合同同时也是一种转移决策控制的方式。例如，在烤仔鸡行业中，这种方式作为一种工具，有力地发展了紧致协调和高效的垂直组织。在烤仔鸡行业中，像泰森食品或 Pilgrim Pride 和 Gold Kist 这样的收购商拥有孵化厂、饲料厂和烤仔鸡加工厂。它们与养殖者签订合同，让他们喂养由收购商提供的小鸡。这种高度紧凑而协调一致的集团表现优秀，它们有先进的技术和极高的效率。在第二次世界大战期间，鸡肉作为一种奢侈的食品只在特殊场合食用，小鸡被饲养在农村的小鸡群中。现在，鸡肉是我们日常生活中最便宜的肉类之一，那些与收购商签订了合同的饲养者负责饲养小鸡。烤仔鸡的名义价格事实上在过去的 50 年间保持一致：在 1948 年，活鸡每磅的价格是 36 美分，到了 2001 年每磅的价格是 39.3 美分（见图 1—6）。烤仔鸡的产量从 1945 年的 11 亿磅活鸡直线上升到 2001 年的 424 亿磅。

那些为泰森食品、Pilgrim Pride 和其他食品公司饲养烤仔鸡的农民们有时被认为是受契约约束的雇工，他们基本无法控制经营方向。这也许是真实情况，但是农民在 50 年前接受这种安排也是经过权衡

① 如果农民选择使用期货合约，期货合约就允许农民在种植作物之前就锁定收获时的价格。比如，在本章开始写作时的 3 月中旬，芝加哥交易所 2007 年 12 月的玉米合约为 4.05 美元每蒲式耳。玉米种植带的农民可能选择卖空 12 月的玉米合约，这也许是为了赎回合约（极少发生），也许是为了当玉米收获时买回合约以对冲交易。在其中任意一种情况下，他们都保证以 4.05 美元作为卖出价格，放弃任何更高的卖出价。

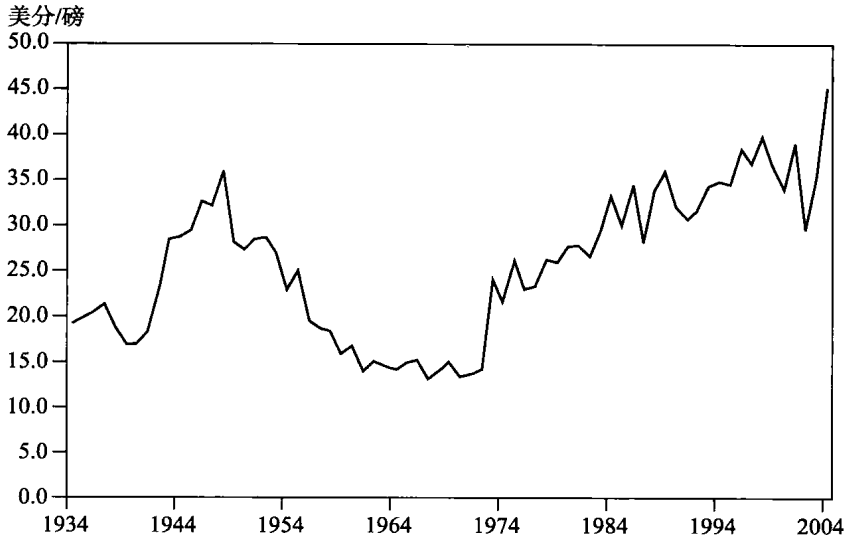


图 1—6 烤仔鸡活重价格，1934—2004 年

资料来源：USDA-NASS.

的，他们借此转嫁了价格风险。当时，在这个领域内，饲养者们一般在签合同时有许多企业可供选择。现在这种情况一去不复返。最大的 4 家烤仔鸡制造商目前占据了全国 55%的市场份额；最大的 10 家占到了 74%的市场份额。烤仔鸡收购商集中趋势的增强导致了当地市场交易数量的下降。许多烤仔鸡饲养者在他们的地区只有 1 个或 2 个收购商可供签定合同。就合同条款进行协商基本是不可能的。

Ⅱ. 行 为

因为“市场价格”在单个商品的交易中扮演了中心的角色，同时也提供了市场信号和收益分配的办法，所以维护开放和竞争的市场（通常指现货交易市场）益处相当可观。市场的开发和竞争要看价格的决定是通过拍卖、私人协议、政府进行价格管理还是公式定价。自 20 世纪早期以来，美国农业部的价格报道就已经提供了许多商品和地区的市场日报表、周报表和月报表。这种方式将准确的价格和数量信息快速传播，有助于现货市场的平稳运行。

事实上，买卖合同的使用者们一般使用现货市场的价格指数来设

定他们自己的基准价格。然而，由于农民和他们的顾客都向合同（这些合同的条款通常不是按照市场报告来制定）市场转移，现货市场的容量在萎缩。同时，现货市场对市场整体的代表性也在不断减弱。在某些情况下，曾经作为全国参考市场的现货市场变得相当的“瘦”。使用它们作为全国性价格的基准颇具争议。

“瘦市场”问题的一个例子是出现在肉牛市场的情况。肉牛交易在20世纪末转向合同交易，由于没有现货市场或合同交易情况的报道，许多市场日报告变得没有信息价值。随着对市场报告信心的衰退，越来越多的交易转向合同交易。相应地，国会通过了《家畜强制性报告法案》，该法案要求披露生猪、肉牛、羊羔和批发肉制品业的销售合同条款。一旦新的报告制度开始提供全面的信息，规模可观的肉牛交易就回到了现货市场，地区市场间的价格变化更紧密地互相联系在一起。

美国奶酪业提供了另外一个关于“瘦市场”问题的例子。几十年来，威斯康星州绿湾的全国奶酪交易所的价格被用作散装切达奶酪的全国参考价格。少量的买家和卖家每周五早上见面30分钟交易车辆装载的500磅一桶或40磅一块的切达奶酪。有时几周没有任何一车的交易，有时几周会有好几车的奶酪交易。虽然在全国奶酪交易所中成交的份额占全美奶酪制造业不到1%，但是全国奶酪交易所的价格已经成为全国90%的散装奶酪的定价标准公式。

这种情况所反映的影响力对几个主要的奶酪生产企业而言颇具吸引力，它们无法抗拒。卡夫食品公司作为美国奶酪销售业的统治者（大约占零售市场份额的40%），其奶酪销售中的三分之一由自己制造，另外三分之二从其他制造商处购买。卡夫公司购买的所有奶酪都是依据全国奶酪交易所的价格来定价的。虽然卡夫公司是美国散装奶酪的最大购买者，但是经过六年的调查，我们发现它同时也占据了全国奶酪交易销售额的74%。随着1988年菲利浦莫里斯公司对卡夫公司的收购，卡夫食品公司承受了增加奶酪经营利润的压力。通过周期性地在全国奶酪交易所出售成车奶酪，卡夫食品公司能够打压奶酪收购价，而在销售期稳定和提高成品的奶酪销售价格，进而增加利润。一项威斯康星州的调查报告[①]确认了市场操控的发生。其后，全国奶酪交易市

① Mueller, Willard F., Bruce W. Marion, Maqbool H. Sial and F. E. Geithman. Cheese Pricing: A Study of the Cheese National Exchange. Department of Agricultural and Applied Economics, University of Wisconsin-Madison, March 1996.

场被关闭，取而代之的是芝加哥商品交易所的奶酪现货市场。尽管这种改变没有完全改善“瘦市场”的问题，但是这种举措显然是在向正确的方向推进。

奶酪行业的例子也说明了政府在价格水平和波动方面的政策影响。数十年来，美国的农场牛奶价格由联邦政府通过商品信用公司以政策制定的价格水平购买散装奶酪来支持（见图 1—7）。因为在 1980—1988 年间价格支持水平通常高于市场出清价格，所以商品信用公司购买了大量奶酪。市场的供给和需求没有起到影响作用；价格实质上被政府管制。然而，如图 1—7 所示，价格支持水平在 20 世纪 80 年代大幅下跌，市场力量（包括全国奶酪交易所的交易）在价格发现上发挥了重要作用。自 1988 年起，奶酪价格变得更加具有波动性。这是由于供给和需求力量现在被反映在了价格之中。尽管由市场来决定价格在大部分领域都受到欢迎，然而这种机制同时也会激发操控市场的动机。

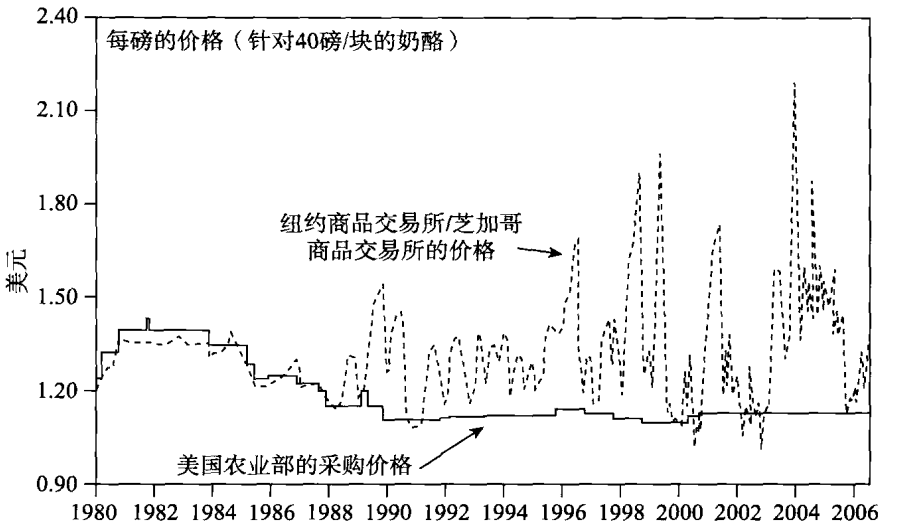


图 1—7 切达奶酪价格，1980—2006 年

农民市场力量的矛盾

单个农民在几乎所有的农产品上都是价格接受者。生产产品的农民数量非常庞大，然而单个农民只占了产品生产的极小的份额。即使他们完全退出生产或是将他们的产量翻番，他们对市场的价格也没有影响。这是农业很令人沮丧的地方之一。肥料、种子、饲料、柴油机

和设备供应者等农业投入的供应商们通常都是基于自身的产品投入和市场情况制定价格。对于农民而言，市场价格则由非人为市场因素决定，在这个价格上他们可能盈利也可能不盈利。由于没有对农产品价格的控制能力，价格的波动可能导致在某些年份农民的利润可观而在另一些年份则亏损严重，这种情况下农民显得相当无助。他们主要的控制只是针对生产成本。

因为同农民进行买卖交易的公司有强大的市场力量，所以农民在此情况也处于弱势。农业原料产业，比如农业机械、种子、汽油和杀虫剂制作商通常相对集中于一些主要公司。同时，正如已经提到过的，农产品加工业也相对集中于几家特大型公司。事实上，尽管有大约16 000家食品加工企业，在1995年的时候最大的20家占了行业总价值的50%，媒体广告的75%。这些公司是真正的庞然大物。

为了取得某种程度的定价力量，农民常常组成合作社或寻求政府保护以免除市场变化的影响。但是同样地，农民谋求持续的市场力量存在困难，这是由于一个核心原因：基本上不存在市场进入障碍。① 类似农业这样的产业进入非常简单，因此垄断者享受垄断租金的能力非常有限。

然而，这并不是说农民合作社在食品和纤维系统的力量平衡上起不到一点作用。经济理论和经验证据都表明开放成员制的合作社能够减少市场力量的不完美，同时使农民和消费者都获益。因此，合作社在食品和纤维经济中有重要作用。不论如何，尽管合作社能够有效应对农民在原料和产品市场上面对的市场力量，可是它们在取得持久性市场影响方面还是存在困难。

因为单个农民通常无法控制自己产品的价格，所以1922年的《卡珀-沃尔斯特德法案》赋予了农民在不违背《谢尔曼反托拉斯法案》（也称《谢尔曼法案》）第一部分（禁止通过联合或合谋阻碍交易）的前提下，通过合作社联合销售他们的农产品的权利。2002年，近1 560家农业销售合作社在美国向市场销售了700亿美元的农产品。② 这些合

① 尽管进行农业活动的资金要求可能很可观（需要接连投入数百万美元），然而能够筹集到必需资金的潜在进入者并不缺乏，他们可以从投资者或放贷者处得到资金。进一步而言，因为实现规模经济的企业规模并没有大到影响市场价格，所以农业市场极少表现出与规模相联系的进入障碍。

② 也有1 200家农业投入合作社有250亿美元的销售额（参考 Farmer Cooperative Statistics，2002，USDA，Service Report 62，June 2004）。

作社中的大部分是“初次处理者”或对农场产出提供了一点附加值的装配者。例如，合作社的谷仓向当地农民购买玉米、大豆、小麦和其他谷物，通过货船运输到公司的加工厂，将粮食和油菜籽加工成人们的日常食品（比如面粉、食用油、早餐麦片等）、动物饲料或用于出口。

这意味着大部分的合作社在进行产品交易而不能够使产品具有差异性，因此就只有很低程度的市场力量。合作社和投资者拥有的公司所销售的2号黄色玉米和A级牛奶都是一样的。因此，尽管合作社已经为它们的农民成员提供了在市场上销售的渠道和可供选择的销售对象，但它们通常还是无法长期保持市场力量。

可能的例外是合作社长期规划成员的产出和发展品牌产品。兰奥莱克斯黄油、韦尔奇葡萄、森海德干果、新奇士橙、佛罗里达天然柑橘、蓝钻石坚果、优鲜沛蔓越莓都是这方面的例子。这再一次说明了阻碍市场进入的情况出现或缺失对市场力量的获得程度有极大影响。大部分的合作社实行开放会员制度，这就是说，它们接受任何有意愿加入的农民。由于采取了开放会员制，如果一家合作社能够为它的产品取得优势价格并向它的成员支付这一优势价格，那么其他农民就会很快加入这家合作社，从而这家合作社要销售的产量就会急剧增加，最终将导致销售价格的下跌。①

优鲜沛合作社的例子说明了许多合作社所面对的两难境地。作为主导蔓越莓销售的合作社，优鲜沛成立于20世纪50年代后期。到20世纪70年代，它的销售额已经占蔓越莓行业的90%。在20世纪70年代和80年代之间，优鲜沛有闯劲地推出了几个新品种，是一家高度成功、颇具市场导向的合作社。它的销售额从1972年的8 700万美元上升到1987年的73 600万美元。②

虽然蔓越莓的供给发展很迅速，但是20世纪70年代晚期、80年代和90年代早期混合果汁市场的爆炸式发展导致了蔓越莓的需求仍然远远超出了供给。正如图1—8所示，在20世纪50年代、60年代和70

① 全国葡萄种植者合作社拥有韦尔奇品牌和加工设备，它是一个例外。这家合作社实行封闭的会员制度，同时严格控制从会员那里收购的葡萄数量。全国葡萄/韦尔奇因此取得了市场供给的控制权，成功地为韦尔奇产品维持了一个优势价格，支付给农民一个令人满意的价格。

② Jesse, Edward V. and Richard T. Rogers, The Cranberry Industry and Ocean Spray Cooperative, Food System Research Group Mono. 19, University of Wisconsin-Madison, Jan. 2006.

年代早期这段时期中，种植者价格从每桶 10 美元涨到了每桶 20 美元，到了 80 年代和 90 年代价格升至每桶 40 美元。在最近这段时期，市场出现了严重的不均衡。种植者因为价格的提高种植了新的杂交品种作物，收成是原来品种的两到三倍。修建蔓越莓的苗床每英亩要花费 25 000～40 000 美元，但是一旦建成就会持续 100 年或更久结出果实。因此，即使 1998—1999 年蔓越莓价格大跌，产量还是下降很小。同时，苗床的花费是一项沉没成本，种植者没有经济上的激励因素废弃它们。没有了对成员和非成员产量的控制，优鲜沛就没有能力使产量的增长缓和，因此，产量变动和需求的增长相一致。伴随着从新的种植园收成的产量，种植者价格从 1997 年的每桶 64 美元垂直下落到 1999 年的每桶 17 美元。

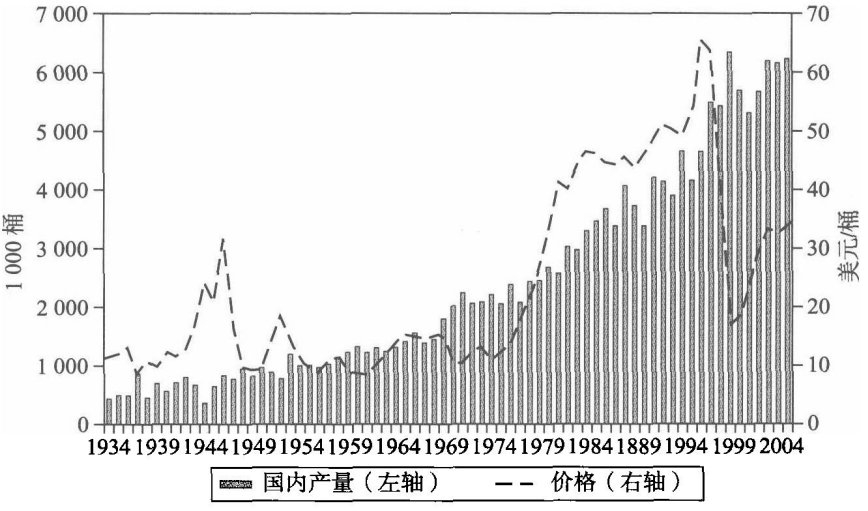


图 1—8　美国蔓越莓产量与价格变化图，1934—2005 年

因为进入蔓越莓加工业相对容易，所以在 20 世纪 80 年代和 90 年代这段时期内新的公司进入市场与优鲜沛合作社竞争。这些新公司大部分都供应一般果汁，从而削弱了优鲜沛合作社在全国蔓越莓市场上的影响。由于蔓越莓市场制度的帮助，优鲜沛合作社和整个产业都在逐渐恢复。也许，如果优鲜沛合作社拥有封闭的会员制度，忽略混合果汁市场的高速发展（混合果汁市场具有普遍性），专注于那些由它自身的品牌带来高回报的产品，那么它就能够在市场崩溃时在某种程度上保护自身品牌和成员利益。

Ⅲ. 表 现

农业表现中最吸引人的特点是它的生产力长时期地高速增长。表1—4提供了一些例子，对比了几种主要商品的平均产出趋势。在第一次世界大战前，美国农民从每英亩种植玉米的田里能够收获26蒲式耳的玉米。2001—2005年间，玉米产量的平均水平大概为每英亩143蒲式耳。早期，每头奶牛的牛奶产量的平均水平大约是3 840磅，但是到了2006年，牛奶产量达到了每头奶牛接近20 000磅！

产量是衡量生产力增长的一个“单因素”测量方式，这个指标有力地说明了我们在农业上是如何用基本相同的土地投入提供了满足庞大人口的需求的食品。尽管这种衡量方式非常有用，然而有时它们也会起到误导作用，这是由于某些产量的增长是由另外一些原材料投入的大量增加所致，比如资金设备、肥料、除草剂和杀虫剂。对生产力更加精确的测量方式被称为全因素测量方式，这种测量方式在测量时涵盖了所有农业原材料的投入。美国农业部在第二次世界大战后的时期发展了这种测量方式。

图1—4跟踪了美国农业部的生产力序列。在1950—2004年间，美国农业的全要素生产力每年平均增长2.1%，增长相当显著。与此相对，美国劳动统计局的统计数据显示，相同时期的私人非农业多要素生产力每年增长1.15%。生产力出众的表现体现在价格趋势上：在1980—2005年间，农产品的价格仅仅上升了15%，而消费者综合价格水平上升了122%。①

表1—4　　美国农业产出，1910—2005年

农作物	度量单位	1910—1914	1945—1949	1965—1969	1982—1986	2001—2005
玉米	蒲式耳/英亩	26.0	36.1	48.7	109.3	1434
小麦	蒲式耳/英亩	14.4	16.9	25.9	37.1	40.8
土豆	英担/英亩	59.8	117.8	205.2	283.9	373.6
甜菜	吨/英亩	10.6	13.6	17.4	20.4	21.8

① 根据农产品生产者价格指数和城市消费者价格指数。

续前表

农作物	度量单位	1910—1914	1945—1949	1965—1969	1982—1986	2001—2005
棉花	磅/英亩	201.0	273.0	505.0	581.0	747.4
大豆	蒲式耳/英亩	n.a.	19.6	24.2	30.7	39.4
牛奶	磅/每头牛	3 840	4 990	8 260	12 730	18 810

注：此处的产出量取的是每五年的平均值，这种做法是为了平滑与年度相关的气候波动。

资料来源：U.S. Department of Agricultural，National Agricultural Statistics Service.

技术上的变革是驱使农业生产力增长的动力。农业上广泛使用的创新包含了许多新的知识，这些知识体现在以下几个宽泛的领域：

设备。经过了一段时间，一系列创新允许机械力量代替人力和动物力量；更大、更快和更可靠的机械现在被使用在了农业生产的所有阶段。近年来，农业设备综合采用了电力和信息方面的先进技术，以便更好地监控生产过程和应用农业化肥。例如，全球定位系统使得农民能够在监控大片农田的收成的同时，准确地进行相应的生产操作（比如施肥措施等）。

农业化工品。早期的创新导致了一系列发展，商品化肥取代了动物肥料，杀虫剂、除草剂和杀真菌剂被用于控制害虫、杂草和疾病。更多最近的创新导致了许多改进，这些改进包括几乎所有的化学产品和操作。

遗传学，包括种子和庄稼的改进以及家畜的饲养。作物饲养的研究导致了拥有改良品质的高产品种的出现，这些品种适合当地的气候和病虫害条件。相同的时期，家畜和家禽遗传学方面的改良也导致了肉制品和奶制品领域每头动物和每单位饲料产出的可观提升。

新的种子品种大多依赖遗传学改良，一种生物的基因被移植到另一种生物上，同时，被移植的基因也会成为接受基因移植的生物基因的固定组成部分。这种转基因作物（GMOs）在美国被广泛应用于三种主要农作物领域：接近90%的大豆种植面积，65%的棉花种植面积和40%的玉米种植面积都被种植了抗杂草和病虫害的品种。农民采用转基因品种，主要是由于这些品种的产量高或比其他品种花费低，同时能够减少土地的化学品使用量。虽然在美国广泛使用的转基因作物拥有减少生产费用的“投入优势”，但是其他的转基因作物具有吸引消费者的“产品优势”，比如含维生素A的大米，富含抗氧化剂的菜籽油，或成熟速度慢的水果。

转基因作物富有争议，它引起了环境和食品安全方面的关注。消费者的接受情况也发生了变化。一些转基因作物在美国被允许销售，在欧洲却不被允许销售。另外，欧盟（欧洲联盟）要求所有具有转基因成分的食品加上标注，然而美国只要求那些改变显著的转基因作物加上标注。这种不同的对待方式反映了欧洲和美国的消费者对转基因作物的接受是有明显差别的。这已经成为国际贸易协商中一个重要的争议。很难判断政府反对转基因产品在多大程度上是出于保护本国生产者的考虑。由于非转基因作物在欧洲有着可行的市场，因此维持美国非转基因作物的完整性非常重要。

虽然创新成为了农业生产力增长的基础，但是农民很少亲自进行创新活动。大部分创新反而是由非营利部门的研究者进行的。这些机构包括大学、政府研究所和基地，或是原材料供应商，比如种子、化工品或设备公司。这就导致农业生产力的增长依赖研究的激励和机遇，以及相关领域创新的发展和创新被农民接受的速度和效果。

农民有很强的动机采纳新的技术。由于单个农民是价格接受者，他们能够改善收入的主要方式是节约生产费用或增加产量。因此，他们会很快接受那些新的节约费用或增加产出的技术。一项技术的早期接受者只能得到暂时的收益；节约费用的技术将会导致产品总供给的提升，进而使早期接受者的价格和利润下滑，随后的接受者被迫使用新的技术仅仅只是为了能够留在行业内。这种现象被称为技术跑步机。因为这样的事实，所以农业部门已经非常先进，生产力增长的好处大部分由农产品的消费者们享受。

一些制度的创新在使农民更快地接受新技术以及在农民间传播新技术方面做出了贡献。例如，农业推广系统、联邦政府提供的连带融资、州和县政府以及由国家捐地成立的大学雇用了许多该领域的专家和地区机构向农民提供建议和新的信息。私人供应者也提供了信息，通过在家禽、生猪和蔬菜生产中使用生产合同，他们能够更直接地传播创新。开始于20世纪30年代的信用创新也使得从那时起，接受创新变得轻松。

有些人争论道，由于减少了价格风险，商品采购计划导致了对创新更迅速的接受和生产力更快的增长。特别需要注意的是，农业方面生产力增长的改进开始于20世纪30年代，并在下一个十年加速增长。更进一步地，这并非时间上的巧合，商品采购计划也是在20世纪30年代推出的。该计划通过减少农民面临的金融风险，导致新技

术被广泛接受。

这种观点非常重要，因为它表明了长期积累收益的事实：如果商品采购计划真的引起了生产力每年增长1%或更多，那么由降低的费用导致的收益比由扭曲的价格信号造成的损失更为重要。然而，其他因素似乎也解释了图1—4中体现的加速。特别地，公共部门和私人在科学和研究方面的投资和发展在生产力开始上升之前就已经加速，其后又持续扩张了许多年。扩张计划和金融创新直接促进了新技术的接受，它们在20世纪30年代和其后也持续扩张。因为其他的因素能够解释创新和传播，所以商品采购计划加速创新接受的观点没有被广泛认可。

图1—4中所表现的生产力没有考虑到现代农业对环境造成的压力。农作物的生产导致了化学品在土地上的大量使用。化肥、除草剂和杀虫剂的使用污染了地下水源和降低了附近小溪、河流的水质；这些化学品通过这些河流扩散，对海湾和海岸造成了重大的环境危害。这些化学品也可能对农业经营者和工人们造成潜在的健康威胁。

现代产业化饲养家禽和家畜的经营者们将大量的生猪、小鸡、火鸡、奶牛和肉牛集中在拥挤的空间里饲养。因为这样做同时也集中了动物和家畜的排泄物，所以也产生了另外一系列潜在的威胁。排泄物散发出来的气味严重地影响了周围的空气质量。虽然动物的排泄物可以作为肥料播撒在周围的农田里，但是大量集中的排泄物播撒在田里会导致水污染。一些可供选择的处理办法减轻了水污染，却产生了空气污染。存储设备一旦损坏，就会酿成河流系统的灾难性事件。

从经济学角度分析，我们可以将农业活动造成的污染视为负的外部性。当农业活动只考虑到非赔偿性成本时，就很可能引起价格系统的失灵而无法全面反映成本。经济学家常常建议通过价格系统的调整来解决外部性问题。这就是说，通过税收措施产生不经济或通过补偿行动来缓解外部性。联邦保护计划常常致力于补助农业上缓解外部性的行动，与此同时联邦和州的其他政策致力于直接管理违反规定的行为。例如，在许多州“产业化的家畜饲养农场”在被批准建设前，必须有州和县相关机构批准的粪便处理计划；同时必须与水流之间保留一定距离的缓冲带，不能够在土地结冰期排放排泄物。一些农业化学品比如DDT已经被禁止使用；其他的则被受限制地使用。

竞争带来了难以缓解的压力，迫使农民用可用的资源生产更多的产出，同时这些由生产力提高带来的成果使得消费者能够以更低的价格和更高的品质享受到农产品。然而，在进行竞争的过程中，市场的

运行并没有考虑到其中涉及的人们的命运和感受。现代农业不仅迫使许多家庭农场退出市场，而且也影响到了当地社会的经济可行性。超大型农场通常忽略当地商场，直接从制造商那里购买补给品，把产出卖给远方的购买者。因此，小型家庭农场的衰落也导致了许多农村经济的衰落。

对美国农业和食品系统表现的评价基于我们使用的标准。如果我们所要求的目标是食品生产和运输系统的高效、低价和广泛接受以及安全的食品，那么美国的系统能够得到很高的评分。如果我们所要求的目标是一个具有高质量产品、多样化基因、环境效益和乡村社会发展效益的系统，那么美国的系统得到的评分就会比较低。美国用以取得高生产力和低食品价格的产业模式是通过一致化来提高效率的模式。比如口味、对环境的影响、健康和食品的安全、动物的待遇、对小型农场和乡村社会的影响等受到的关注远远小于人们预期的正常水平。这就是市场竞争的弱点之一；不能简单地被市场价格所反映的性质几乎得不到生产者或消费者的关注。①

Ⅳ. 公共政策

联邦政府支持农业研究和农业研究成果向农民的推广，生产和散播用于改进农业市场运行的信号，同时还有对农作物保险的补助和针对农民的信用工程。政府通过一些项目向生产牛奶和糖的农民提供可观的直接补助。这些项目包括限制进口和从国内市场移除部分产量以提高农产品价格。但是现在纳税人对农民的补助主要通过三种主要的补贴方式提供给农民：保护性补贴、特别紧急补贴和商品采购计划。在过去的数十年间，这种补贴从70亿美元（1996年）增长到超过240亿美元（2005年）（见表1—5）。保护性补贴在2005年有28亿美元，其中有18亿美元根据保护储存项目（CRP）用于停止作物在易受侵蚀

① 有些农场在公平人道地对待它们的员工和家畜、拒绝生产转基因作物和家畜、减少杀虫剂和激素的使用以及保持水土资源等方面表现突出。一些组织试图发展新的机制，允许消费者选择由这些农场生产的产品，为家庭农场提供合理的回报。例如，家庭农场联合会希望提供一个认证章给在相应标准下生产的产品。许多当地和区域性的机构有相似的目标，它们允许消费者选择一种不同于主流系统的食品制造系统和销售系统所生产的食品。就像有机运动，这些努力是否会带来广泛的影响，有待将来的验证。欧洲国家强调把更多的重点放在去了解生产不同食品的农场类别上。

的土地里耕种。CRP 最初包括在 1985 年的农业法案中，目前从农业生产中迁移出了 3 700 万英亩土地（面积比艾奥瓦州的区域稍大），并签订了 10～15 年的合同，要求这些土地被栽种上草皮、树木或是实施其他保持土壤的措施。这是一个在环境保护者和户外运动者间非常流行的项目。在 CRP 的执行中，登记的土地所有者收到与他们的土地市场租金相对应的年金补贴。因为 CPR 减少了美国用于种植农产品的土地总面积，所以这个项目支撑了商品价格。

表 1—5　　联邦政府对农民的直接补贴，2003—2006 年

项目类型	2003	2004	205	2006
		百万美元		
商品采购	11 486	10 060	18 405	13 951
直接补贴	6 704	5 242	5 199	5 250
反周期补贴	2 301	1 122	4 074	4 185
地方发展方案和营销贷款收益	774	2 990	5 407	2 060
其他商品补贴	1 707	706	3 725	2 456
保护项目	2 167	2 320	2 767	2 900
特殊紧急项目	3 142	583	3 168	1 338
总计：所有直接补贴	16 795	12 963	24 340	18 196

资料来源：USDA Economic Research Service，at www. ers. usda. gov/Briefing/FarmPolicy/.

CRP 是致力于解决农业对环境影响的一系列政策工具之一。其他初步执行的政策之中，环境质量激励项目（EQIP）致力于促进环境质量的改善。美国农业部在 2005 年为该项目花费了 99 500 万美元向那些田地里采取了多种措施的农民提供技术支持、成本支持和激励费用。从 1985 年起，政府也开始寻求商品采购计划执行过程中的杠杆效用，那些希望得到商品采购补贴的供应者必须达到环境方面的最低要求。例如，威斯康星州西南部地区的农民必须有一个持续计划，并严格按照计划参与玉米、大豆、牛奶或其他作物的联邦计划。由于联邦政府对农民的补贴大部分是通过商品采购计划提供的（2005 年为 75%），因此这种承诺机制是非常重要的环境政策工具。大部分农民都希望符合条件以便参加商品采购计划，同时也意识到合理的保护措施也符合他们的长远利益。

从 20 世纪 30 年代以来，商品采购计划就成为了农业政策争论的

核心，同时也成为了农业贸易协商的主要话题。支持者们认为农业的高风险可能会使农民不敢在发展生产力的技术上投资，而政府的项目则能够控制这样的风险。他们同时还认为此类风险对大田作物尤为重要，而大田作物正是大部分商品采购计划花费的中心。

批评者则声称这些项目没有改善生产力，却把纳税人的收入向相对高收入家庭转移，同时也加剧了环境危害。更广泛地，批评者还认为美国的商品采购计划和其他工业化发达国家的类似政策导致了产品激增和市场价格的走低。反过来，如此多的在世界范围内广泛交易的商品的价格走低损害了其他地方的生产者，尤其是那些低收入国家的生产者。①

美国商品采购计划最初是针对种植传统作物的土地，比如大麦、玉米、燕麦、花生、大米、高粱、大豆、高地棉花、小麦等。如今的项目有三个特色工具：直接补贴、反周期补贴和营销贷款。②

直接补贴是提供给历史上在商品采购计划内登记的田地（被称为基础英亩）经营者。每英亩获得的补贴根据土地过去的产量和由法律规定的依商品不同而变化的单位蒲式耳补偿金来确定。

反周期补贴是当市场价格低于目标价格时提供给农民的补贴。根据商品种类的不同，目标价格由法律制定。补贴制定的基础和直接补贴一样（基础种植面积和过去的平均产量），通常在商品的目标价格和市场价格之间变化。

营销贷款是第三种主要的工具。指定商品的生产者在丰收后会收到一笔贷款，费用根据特定商品的每单位产出确定，同时要以产出作为抵押担保。偿还的款项可以是贷款费用（加上利息），也可以是另外一个供选择的还款费用，这种情况允许生产者按商品的市场价格偿还贷款，有时会低于贷款费用。例如，2006 年玉米的贷款费用是每蒲式耳 1.95 美元；在玉米收获后，农民能够依据每蒲式耳借到 1.95 美元，如果价格跌到 1.75 美元，农民可以以 1.75 美元的价格偿还贷款，因

---

① 这是巴西在世界贸易组织（WTO）的议程中，针对美国农业政策提出的争论的实质。美国占全球棉花出口份额的 40%，巴西作为棉花的重要出口商和生产者，认为美国的商品采购计划使得世界的棉花价格走低，从而损坏了巴西生产者的利益。它们已经通过世界贸易组织的争端机制寻求解决。

② 国会制定了农业政策和商品采购的工具，并以立法形式将其命名为农业法案。该法案每隔 4～7 年修订一次。虽然商品贷款的使用随时间变化而改变，但是自 20 世纪 30 年代起，它已经成为农业政策的重要工具。直接补贴和反周期补贴则是相对较晚采取的措施。其他用以抬高市场价格的工具，比如种植面积控制和市场配额，在过去曾被广泛使用。

此就实现了每蒲式耳 20 美分的收益。这样的补贴在市场价格下降的时候增加，与其他工具不同的是，该补贴是依据当前产出确定的。

商品补贴对农民收入的影响

图 1—9 用玉米生产作为例子说明了商品补贴对农民收入的影响。假定每英亩产出 140 蒲式耳玉米，那么直线 a—b—c—d 表示了当价格从每蒲式耳 1.50 美元上升到 3.00 美元时，每英亩的收入从 210 美元变动到 420 美元。①

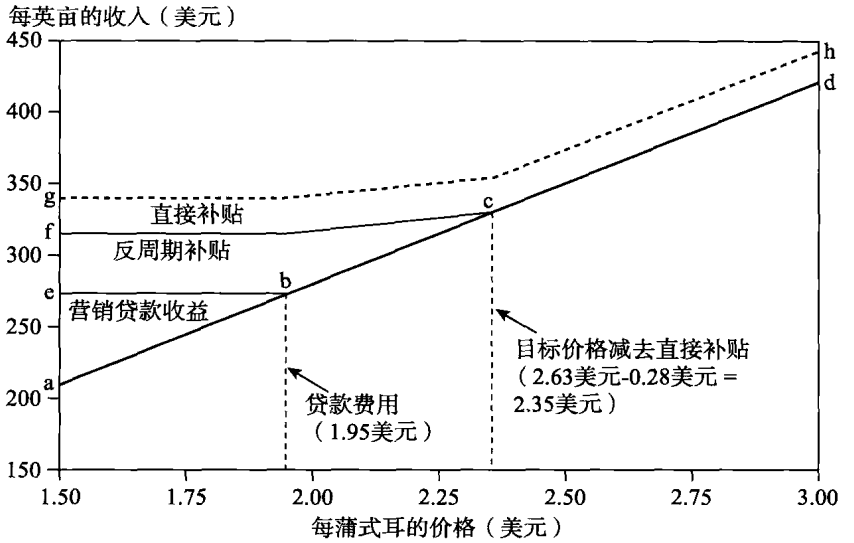


图 1—9　商品项目对收入的影响——以玉米为例

注：这幅图以每英亩产出 140 蒲式耳玉米的田地为例来说明问题，图中的三个关键参数决定了商品的补助：每英亩玉米基础种植面积将按产量为 102.4 蒲式耳/英亩的标准获得直接补贴，并按 114.4 蒲式耳/英亩的标准获得反周期补贴。

营销贷款在市场价格降到低于 1.95 美元时（假设是 2006 年的贷款价格）提供收益；这个项目为农民设定了有效的低价并把收入曲线移动到了 e—b—c—d。反周期补贴是当市场价格低于每蒲式耳 2.35 美元时提供的补贴（目标价格 2.63 美元减去直接补贴 0.28 美元）。同

① 这些分析是经济学家 Paul Westcott、Edwin Young 和 Michael Price 在他们的一份报告中提出的。*The 2002 Farm Act: Provisions and Implications for Commodity Markets*（USDA Economic Research Service, Agriculture Information Bulletin No. AIB778, November 2002）。

时，反周期补贴的规模随着价格从2.35美元下跌到1.95美元而上升。当与营销贷款补贴结合使用时，反周期补贴将收入曲线移动至f—c—d。最后，直接补贴占到了每蒲式耳28美分而且不随市场价格变化而变化。这三个项目共同作用使得收入和市场价格之间的关系移动到了折线g—h。

采用了三个项目后的收入（折线g—h）比单纯的市场收入（直线a—b—c—d）对市场价格变化的敏感性要低。因为每英亩的补贴随市场价格反方向剧烈变动，所以随着年份的不同补贴的差别会非常大。当商品价格较低的时候，补贴组成了受到市场价格影响的商品收入的主要份额。

近来玉米市场上戏剧性的发展说明了市场力量和政府项目之间的交互作用。2005年11月时，伊利诺伊州当地玉米收购的平均价格为每蒲式耳1.75美元。在这个价格上，每英亩土地有140蒲式耳产出的农民能够就每基础英亩玉米获得368.20美元的收入——245美元来自市场价格，123.20美元来自政府补贴。但是可用于混合汽油燃料的酒精的爆炸性需求增长使得作为酒精原料的玉米需求出现了大幅度的增长。截至2006年12月，伊利诺伊州当地玉米收购价格上升到每蒲式耳3.53美元。市场价格102%的上升使得政府补贴中的营销贷款和反周期补贴被取消。因此，每基础英亩玉米可获得的预期收入仅仅增长了45%，达到每英亩533.40美元（494.20美元来自市场价格，39.20美元来自直接补贴）。

商品项目影响产出和市场价格了吗？

这是项目评估中的一个关键问题，答案依情况不同而变化。为了理解其中原因，我们要仔细观察项目设计。

直接补贴的多少依据登记的种植面积、补贴率和历史产量。因为任何年份的产出水平都不会影响当年的直接补贴水平，因此农民短期内没有积极性去生产更多产品。事实上，只要农田被用于农业方面，即使没有生产作物，直接补贴也是会发放的。[①] 从一个长远的角度看，直接补贴计划可能会激励农民保持他们的基础种植面积，这是因为他

① “用于农业方面”包括放牧和将土地闲置。结果，没有耕种的土地所有者也可以得到补贴。补贴的接受者不能够将他们的土地改为种植水果或蔬菜。这种限制措施控制了水果和蔬菜的产量，进而为水果和蔬菜的种植者带来了间接的收益。

们期望将来的补贴根据他们的实际种植情况而更新。在这样的想法下，与没有项目相比，项目的结果可能是更多的农田被用于种植玉米、小麦和其他项目商品。

类似于直接补贴，反周期补贴没有与当前的产量联系，而是基于农作物的基础种植面积的历史产出。因此，既然补贴没有影响农民从农作物那里得到的期望边际收益，经济学理论表明这些补贴将导致产量的增长。尽管这样，农民依然要面对风险。只要基础的作物被种植，反周期补贴就减少了与价格相关的收入风险。

营销贷款能够明显影响到产出和商品价格。图 1—10 使用了标准的需求和供给曲线，用均衡价格 P^e 和均衡产量 Q^e 描述这种机制是如何起作用的。在这个项目的条款中，贷款费用设定了农民接受的最低价。结果，供给曲线围绕贷款费用发生转动，从 SS' 变动到 SS^L，这就使得供给曲线在贷款费用之下的价格水平上都变得缺乏弹性。[①] 最终，产量增加到 Q^L，而市场价格下跌到 P^L。

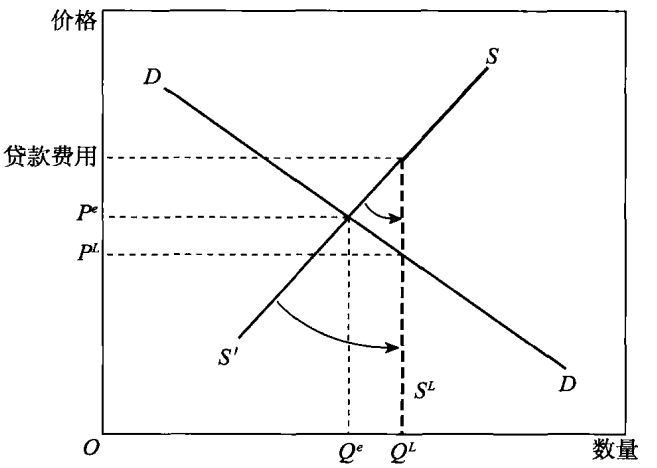


图 1—10　营销贷款项目的影响

当价格相当低的时候，营销贷款起的作用实际上是使农民免于被迫接受低于贷款费用的价格。由于这种因素，营销贷款的实施较没有提出时极大地促进了产量，所以它降低了市场价格并增加了价格的变

① 如果贷款费用为农民设定了一个有效的最低价格，那么从理论上农民就会生产与贷款费用相一致的产量而不论市场价格下跌多少。因此，供给量将与低于贷款费用的市场价格无关。

动。我们能够使用经济分析的标准工具去估计这些政策可能带来多大程度的产量和价格影响。

需要注意的是，这个项目对产量的影响基于两个方面，一是在贷款费用和均衡价格之间的楔形区域；二是供给的价格弹性。例如，假设贷款费用比均衡价格高10%，供给的价格弹性是0.2，那么这个项目的影响就是提升2%的产量；更大的价格弹性将导致更大的产出影响。

给定供给的上升，市场价格将会下跌到与需求相对应的水平，这也是由需求的价格弹性带来的交互影响。因此，如果需求的价格弹性是−0.5，产出增长了2%，那么市场价格就会下跌4%［2×(1/(−0.5))］以减少部分额外的需求。这样供给量和需求量就会平衡。需求的弹性越小，平衡供给和需求的价格下降就要越多。

在分析中有一个另外的复杂因素。营销贷款仅提供给国内（美国）的生产者，因此只直接影响美国的供给。但是大部分被营销贷款所覆盖的产品在全球出口市场上都在进行交易；相关的需求也就是世界需求。因此，通过在分析中加入美国在全球出口中所占的份额，美国所生产的产量的变化对世界价格的影响就可以得到近似解决。这就使得价格受到的影响与美国产量的变化、美国的出口份额和世界的需求弹性相对应。

当我们评价美国商品项目的影响时，供给弹性是一个关键因素。那些认为项目对世界价格有强烈影响，将使得价格下跌8%～15%（依据商品而定）的人通常认为供给对价格非常敏感，弹性大约为1.0。与此相对应，那些认为项目对世界价格影响非常小的人相信供给弹性非常小，在0.2到0.4的范围内变动。①

谁从补贴中获益？

商品补贴仅仅针对一些特定商品的生产者，这些商品主要是大田作物。由于农作物的生产逐渐向大型农场转移，因此补贴也就相应向这些农场转移，流向了大型农场和高收入经营者。截至2003年，美国农业部数据显示大部分（50.1%）的商品项目补贴流向了那些每

① 所有的政府保护商品的总体供给弹性通常要比单一商品小得多，比如玉米，这是因为玉米的生产可以通过将原本种植其他作物的田地转为种植玉米而得到扩充。因此，如果其他商品的支持政策没有发生变化，那么单一商品的支持政策的变化将导致更大的产量和价格影响。

年家庭收入至少为 75 770 美元的农场经营者，超过四分之一的补贴流向了那些收入至少为 160 142 美元的农场经营者。

然而，补贴并非将每一美元都转移到了农场经营者的家庭收入中。这是因为补贴拉高了农场经营的费用，而这部分费用主要是田地租赁方面的费用。大约有半数的美国农田是租赁的，而大型农场经营者通常租赁得更多。农业补贴增加了每英亩农田的价值，农民之间的土地租赁的竞争将会使得付给土地所有者的租金上升。进一步而言，如果补贴导致产量提升和饲料价格下降，那么部分收益就能够被家畜饲养者所分享。这就导致了支持商品项目的选民包括土地所有者、直接获得收益的农民、其他由于这些项目而获得高收益或低原材料投入价格的农民。因为农民和土地所有者从项目中获得了可观的收益，所以他们有非常高的积极性通过政治活动支持这些项目。

Ⅴ. 结　论

美国农业没有突破自身的局限。然而，从效率、生产力和成本的角度看，在过去一个世纪美国农业有着出色的表现。生产力的持续快速发展，以及美国消费者在这当中获得的益处是各种因素综合作用的结果。这些因素包括渴望生产力改进的微型农业结构，由国家捐地成立的大学、联邦政府和私人企业中的技术革新者，以及农业中长期市场力量的缺失。在美国，农业与完全竞争产业的表现非常相似。公共部门已经成为美国农民重要的合作伙伴，农业从公共部门的技术创新中获得了很大收益。

拓展阅读建议

出版物

Gardner，Bruce L. *American Agriculture in the Twentieth Century*. Cambridge：Harvard University Press. 2002.

Marion，Bruce W. and NC 117 Committee，*The Organization and Performance of the U. S. Food System*，Lexington，MA：Lexington Books. 1986.

Winston, Mark L. *Travels in the Genetically Modified Zone*. Cambridge: Harvard University Press. 2002.

网 站

U. S. Department of Agriculture. Economic Research Service. *Briefing Rooms*. http: //www. ers. usda. gov/Briefing/

第2章　石油业

——斯蒂芬·马丁
(Stephen Martin)

一个公司最有价值的资产是它的消费者。

——商学院的名言

就像在恐龙绝迹很久以后化石脚印标示出了庞大的恐龙经过的印记一样，原油价格的波动记录标示出了世界石油市场的变迁。在图2—1中显示了主要政治事件的记录：1973年10月的阿拉伯—以色列战争，1979年1月伊朗国王的统治被推翻，1981年1月在伊朗—伊拉克战争中伊朗人民的反攻，第一次和第二次海湾战争以及卡特里娜飓风。在大多数情况下，经济的变化并非是戏剧性的，并且这些变化有长久而持续的效果，它是政治运动的基础，

见图 2—1。[①] 下面是其中的一些经济变化：

- 中东原油储备所有权和控制权的变化，使得以西方为主导的垂直型的国际石油公司（巨头公司）转变为国有石油公司。
- 在欧佩克（OPEC）控制之外的新的主要石油供给者的发展。
- 市场上需求方节省能源的技术和供给方高科技含量的生产技术的扩散。
- 国有公司按垂直型结构向提炼和销售方向发展。
- 国际主要公司对国有化的石油产区的回报。

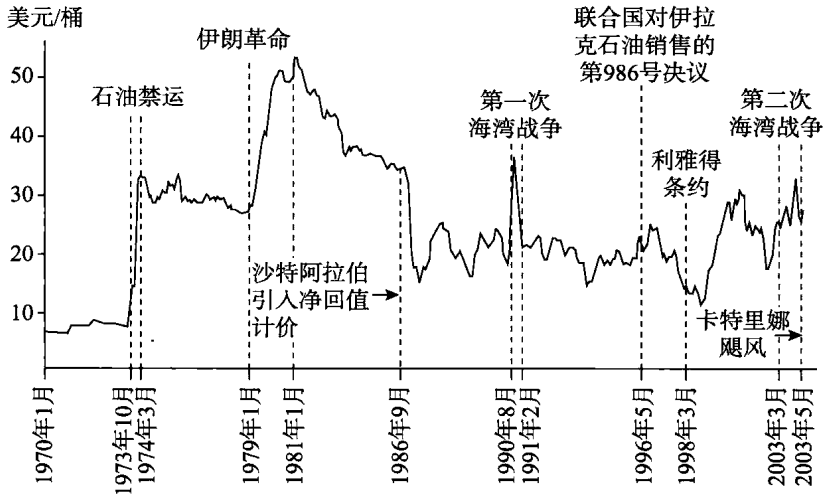


图 2—1　每桶原油的实际价格，1970 年 1 月—2006 年 12 月（2006 年美元）

原油市场是一个世界市场，而且对产业经济学的学生来说也是一个内容丰富的教学课题。它说明了公司可以轻而易举地在一定程度上进行共谋，而进行完全共谋可能颇费一些周折；它也说明市场结构的内生性，以及对水平型市场绩效来说垂直型市场结构的重要性；它说明了政府在市场化过程中缺乏信用，而且对它的理解也不够。

我们将考察决定世界石油市场和美国国内市场的经济和政治力量。我们将要回答的问题是：产业特征已经使什么因素发挥了市场力量？还要通过什么因素发挥市场力量？产业化的特征限制了什么因素发挥

① 图 2—1 基于的名义价格数据来源于美国能源局的能源信息部：http://tonto.eia.doe.gov/dnav/pet/pet_pri_imcl_k_m.htm。

市场力量？石油巨头的角色是什么？较小的、独立的石油公司的角色又是什么？政府的政策怎样影响市场？产业经济学对未来市场的可能表现又能有什么建议呢？

Ⅰ．结构和结构变化

石油工业由四个垂直关联的阶段构成：生产、提炼、销售和运输。生产包含了勘探和从地下含油层中开采石油和天然气；含油层可能和地面离得很近以至于石油都能渗出地面，或者需要在离海岸几英里的石油钻井平台上进行大规模钻探。提炼阶段生产出了最终产品，包括从原油到发动机使用的汽油以及飞机燃料。批发商和零售商将这些产品分送到消费者手中。将这三个垂直阶段连接起来的是一个特殊的运输工业，包括管道、油轮、驳船和卡车，这些运输工具将原油从产地运到加工厂，再从加工厂运到商人手中。

理论上讲，这四个垂直关联阶段的工作可以由独立的公司来完成，某些时候在某些区域情况就是这样。但是纵观该产业的整个历史，趋势就是公司将各个垂直阶段联合起来，沿着从生产到分配这样一条线来运作。这些垂直的关系在决定结构关系上已经是而且继续会是关键因素。

国际巨头的控制

在紧接着第二次世界大战后的十多年里，世界石油市场主要由七家垂直型的石油公司控制着。“七姐妹”（Seven Sisters）实际上是八家公司[①]，包括了法国的公司 Compagnie Francaise des Pétroles（简称为 CFP，后简称为 Total）。这些公司中有五个本部在美国，而且这五个中有三个［埃克森（Exxon）、美孚（Mobil）和雪佛龙（Chevron）］是 1911 年具有划时代意义的反托拉斯案的幸存者，该判决解散了标准石油托拉斯（Standard Oil Trust）。[②] 另外的两个是英国石油公司

① 之所以称为“七姐妹”，是为了在英文中押头韵。

② 从某种意义上讲，它们是第二代的幸存者，每一个都是标准石油公司幸存下来的联合体。埃克森公司联合了新泽西标准石油公司和英美石油公司；美孚，在它的发展历程中曾被叫做索克尼真空公司，联合了纽约的标准石油公司和真空石油公司；而雪佛龙公司联合了加利福尼亚的标准石油公司和肯塔基的标准石油公司。

(BP) 以及荷兰皇家/壳牌公司 (Royal Dutch/Shell)。英国政府拥有BP公司一半的股权。CFP公司25%的股权为法国政府所拥有，这是一个高效率的公用事业公司。这两个例子都证明了政府早期坚定不移的信念，即“石油事关重大，不能由石油公司一手把持”①。

1950年这八家公司总共控制了除北美洲和共产主义阵营之外的100%的世界原油生产。20年后，它们总共占有的份额仍然略微高于80%。

这种控制的基础是合资经营体制（部分水平型的联合），在这种体制下垂直型联合主体划分了运营公司的控制权。这些公司所开采的中东油田是世界上石油蕴藏量最丰富的地区（见表2—1）。

表2—1　　1970年中东合资公司所有权的归属

	阿拉伯—美国石油公司	科威特石油公司	伊朗联盟	伊拉克石油公司
埃克森	30		7	11.875
德士古公司	30		7	
海湾公司		50	7	
雪佛龙	30		7	
美孚	10		7	11.875
荷兰皇家/壳牌			14	23.75
英国石油公司		50	40	23.75
CFP (Total)			6	23.75
其他公司			5	5

资料来源：Schneider, Steven A. The Oil Price Revolution, p. 40, © 1983 The John Hopkins University Press. Reprinted with the permission of The Johns Hopkins University Press.

在国际石油巨头的母国政府的支持下，相互关联的合资经营网发展起来了。出于对本国安全的考虑，每个国家关注的都是确保本国公司占有原油储备。因此，美国的政府部门促使美国公司参与1928年的“红线协议”，该协议使得对伊拉克石油经营的控制合法化。法国政府成立了CFP公司来开采它在伊拉克特许采油权中的份额。

① Anthony Sampson, *The Seven Sisters* (Bantam Books, 1976), 68.

英国政府同样参与了1934年的协议，该协议在海湾公司和BP公司之间分割了科威特石油经营的控制权。1948年阿拉伯—美国石油公司（Aramco）改组，成立了埃克森公司、德士古公司（Texaco）和雪佛龙公司的合资公司，开采沙特阿拉伯的原油，这对美国政府大有裨益。1953年8月在美国中央情报局支持下的政变使伊朗国王又重新掌握了政权，之后成立了伊朗联盟（毛萨地政府恢复了对伊朗石油的国有权），它将波斯的油田交到七个石油巨头、CFP公司和一小撮美国独立公司手中。这样的一个包含了五个美国公司的合资公司是和美国的反托拉斯法相抵触的，然而出于国家安全的考虑，在政府部门的强烈要求下，这一事实被保留了下来。

这些合资公司的管理需要各方面保持接触，从而导致了信息和利益的共享，而这些情况与独立做出决策——市场经济中竞争的特征不同：

> 国际公司的垂直合并实际上是以某种程度上的非正式但是有效的水平合并为补充的。它们在中东经营公司的联合所有权，以及在复杂的执行协议（通过这些协议它们控制了那里的石油开采、使用和输出）下的投票权使得它们完全了解彼此原油产量的增加，并能够相互制约。①

中东的合资公司是在限制规则下运营的，限制规则的作用是确保产量限额。例如，伊拉克石油公司的成员必须提前5年申请原油产量，因此每个成员都掌握了关于其他成员计划的确定信息。申请扩大产量的公司应将其计划通报给竞争对手，并可能面临紧随其后的报复。②

因为国际石油巨头由横纵交织的宽广网络连接起来，所以世界石

---

① J. E. Hartshorn, *Oil Trade: Politics and Prospects* (Cambridge: Cambridge University Press, 1993), 117。对国际卡特尔参与者之间的政治和经济压力的描述见 Walter Adams and James W. Brock, "Retarding the development of Iraq's oil resources: an episode in oleaginous diplomacy, 1927 - 1939," *Journal of Economic Issues* (March 1993): 69 - 93。

② M. A. Adelman, *The World Petroleum Market* (Baltimore: Johns Hopkins, 1972), 84 - 87。斯蒂格勒（Stigler）的寡头理论解释了为什么合资影响了市场的职能：欺骗越可能被发觉，并因此而受到报复，欺骗就越不可能发生。George J. Stigler, "A Theory of Oligopoly," *Journal of political Economy* 72, no. 1, (February 1964) 44 - 61; reprinted in George J. Stigler, *The Organization of Industry* (Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc. 1968), 39 - 63。

油市场的运作由少数寡头垄断。在这种情形下竞争表现在开发石油资源、加大营销力度以及打造品牌上，一般来讲不搞价格竞争。国际石油巨头的繁荣来自于到达原油产地的渠道的畅通。相对来说石油巨头很少受到来自欠发达国家（那里蕴藏着高质量的石油）政府压力的影响，因为世界上许多地区的石油产地都给予它们生产特许权，而且它们的母国政府也制定政策给予它们大力支持，另外它们还控制着对最终消费者的销售渠道。

同样的公司控制了世界市场和美国国内市场上的供给，但是政府的调节使得这两个市场相互分离。从20世纪30年代到50年代，州政府对石油生产的控制（重要的有得克萨斯州的铁路委员会）使美国将原油的价格保持在人为的高水平上。① 这种价格对外国的供给者有吸引力，截至1948年，美国变成了一个提炼石油产品的净进口国。1950年国会对该问题进行了三次调查，这向石油公司透露出这样一个信息，即国会倾向于减少进口。当国内的石油生产者在1950年6月抬高了美国原油价格时，美国煤炭产业在石油产业的支持下提出了一个对石油实行进口配额的法案。1954年和1958年艾森豪威尔政府制定了“自愿的”进口限制计划，并且当这些做法被证明无效的时候，在1959年施加了强制性的配额。

这些对流入美国的石油正式和非正式的限制对美国消费者来说意味着更高的价格，也许一年就要多支出3亿～4亿美元。② 政府的一个临时工作小组估计，当东海岸的原油价格大约每桶3.75美元的时候，石油进口配额取消后的原油价格将会下降到每桶1.30美元。③

虽然就维护国家安全来看配额有其合理性，但是在人为地分隔开的市场里，美国高水平的价格就会鼓励成本相对较高的美国原油的开采，这加速了美国资源的损耗，而在世界的其他地方保留了低成本的石油资源。显然，如果在1973年保留了这样的开采模式的话，那么将有助于更好地维护美国的国家安全。

---

① 几十年后，OPEC打算将得克萨斯州铁路委员会作为榜样；见Robert Mabro “OPEC behavior 1960－1998,” *Journal of Energy Literature* 4, no. 1 (June 1998): 8。

② S. A. Schneider, *The Oil Price Revolution* (Baltimore: Johns Hopkins, 1983), 46.

③ U. S. Congress. Senate. Subcommittee on Antitrust and Monopoly, Committee on the Judiciary. The Petroleum Industry: Part 4, The Cabinet Task Force on Oil Import Control, (Washington, D. C.: U. S. Government Printing Office, March 1970).

独立石油公司的崛起

现代产业经济学的一个重要理论基石就是市场结构是内生的，它本身就是利益集团的产物。世界石油市场中有许多这样的例子。在一定程度内，“七姐妹”可以让原油价格保持在人为的高水平上。但它们控制不了新进入者的加入。世界石油市场由国际巨头把持的局面启动了新厂商进入市场追逐利润的过程。这一过程从20世纪50年代中期持续到1973年，标志着世界市场由石油巨头主导型向由产油国政府主导型转变。

第一阶段是1954年的伊朗联盟，那时美国政府致力于为九个独立的公司拓展空间。在中东占据一个据点以后，独立公司试图扩展它们的势力范围。石油巨头曾经将生产从一个国家转移到另一个国家，通过东道国之间的相互争斗来缓解生产扩大的压力。东道国有了新选择，开始效仿石油巨头，渐渐地让独立公司来对付石油巨头。

1956年，利比亚向17个公司授予了特许权。独立公司随后占到了利比亚石油产出的一半，并适时地用从石油中提炼的产品打开了欧洲的市场。①

意大利国家公司——Ente Nazionale Idrocarburi（ENI）的总裁恩里科·马太（Enrico Mattei）的行动已经产生了深远的影响。他在伊朗和其他国家寻找石油供给的渠道，最终在苏联找到了。1959年以后，由苏联的石油炼制出的产品同独立经营的石油公司所产的石油一起涌入了世界市场。

尽管需求同时也在扩张，但是来自各种各样独立经营的资源的石油越来越多，这导致了现行价格下的超额供给。结果产生了价格下降的压力，国际石油巨头也不能对抗这种压力。但是石油生产国政府根据石油的“原油牌价”征税，该价格极大地脱离了市场上交易的实际情况。从石油公司的角度来看，只要价格平稳或者上升，这种原油牌价机制就能够正常运转。而当市场价格下降时，税收仍基于固定不变的原油牌价，这使得利润中的更大比例要以税收的形式上缴东道国。

在1960年8月，埃克森公司降低了石油的原油牌价，其余的石油巨头也适时地采取这种做法。石油原油牌价的下降只不过是交易价格

① Sampson, *Seven Sisters*, 174 - 175.

下降的反映，而交易价格的下降是供给比需求增长得更快的结果。供给比需求增长得更快反过来也是东道国行为的直接结果，这使得独立公司打破了“七姐妹”对世界石油市场的控制，为独立公司能生产原油打通了道路。

虽然原油牌价的下降是东道国行为的一种必然结果，但是对东道国来说表现出来的是对国际公司征收的税收的普遍下降。结果是，沙特阿拉伯、伊朗、伊拉克、科威特和委内瑞拉在1960年9月召开了会议，一致同意成立石油输出国组织——欧佩克。

在欧佩克成立之后的13年里，两个松散的垄断组织——一个是国际石油巨头，另一个是产油国——进行着长期的斗争。起初，力量对比取决于石油巨头，后来力量对比取决于产油国。

虽然欧佩克成员国是这种力量变化的受益者，但是它们并不是发起者。国际公司卓有成效的合作历史长远，而且它们比石油输出国更擅长合作。通过国与国基础上的协商，石油巨头能够阻止国家联合议价。欧佩克能够防止原油牌价的进一步下降，但是不能扭转价格下降的趋势，而正是这种价格下降导致了欧佩克的成立。

这种变化的催化剂是独立公司和新的石油产地（利比亚的革命政府）的交互作用。穆尔迈尔·卡扎菲（Muamer Qadaffi）上校的政府于1969年9月执掌政权，很快就利比亚的石油特许权重新签订了协议。就像我们已经提到过的那样，独立经营的石油公司在利用这些特许权方面已占有主要的地位，而且这些独立公司和石油巨头相比，在与东道国议价时处于较弱的地位。面对产油国毫无吸引力的建议，联合起来的石油巨头中的任何一个都肯定会威胁东道国减少在该国的产量而转向世界其他石油产地。独立公司则没有这种选择。

1970年8月，利比亚要求提高价格和税收，西方石油公司同意了这个要求。这激励了其他的石油生产国。1971年2月，石油公司在德黑兰同意了伊朗国王要求提高价格的要求。石油巨头修订了它们在1971年4月和利比亚签订的协议中的条款。①

石油生产国已经证明了它们有能力左右在自己领土上开采石油的协议，但是石油巨头通过合资企业仍然控制着石油的开采（见表2—1）。这种情况也得改变。

主导这一进程的仍是激进的国家而不是欧佩克。阿尔及利亚在

① Sampson, *Seven Sisters*, 253 - 272.

1971年2月将法国在阿尔及利亚拥有的51%的石油公司股份收归国有；利比亚在1971年11月将英国石油公司的所有权收归国有；1972年6月伊拉克石油公司也实现了国有化。紧随其后的是沙特阿拉伯和阿拉伯—美国石油公司之间的长期协议。阿拉伯—美国石油公司只同意将沙特阿拉伯最初特许权的25%让渡给沙特阿拉伯。①

在没有政治变动干预的情况下，世界市场的控制权从国际石油巨头向产油国的转移很可能会以一种渐近的方式持续下去。产油国将慢慢代替国际石油巨头，同时市场状况会略微发生变化。在这个世界上，西方世界的“平民百姓”幸好对世界石油市场的本质不甚了了。而事情的真相远非如此。

欧佩克

20世纪70年代一开始就面临着所有工业国对石油需求的增加。图2—2显示了从20世纪60年代到70年代早期，美国石油需求的稳步增

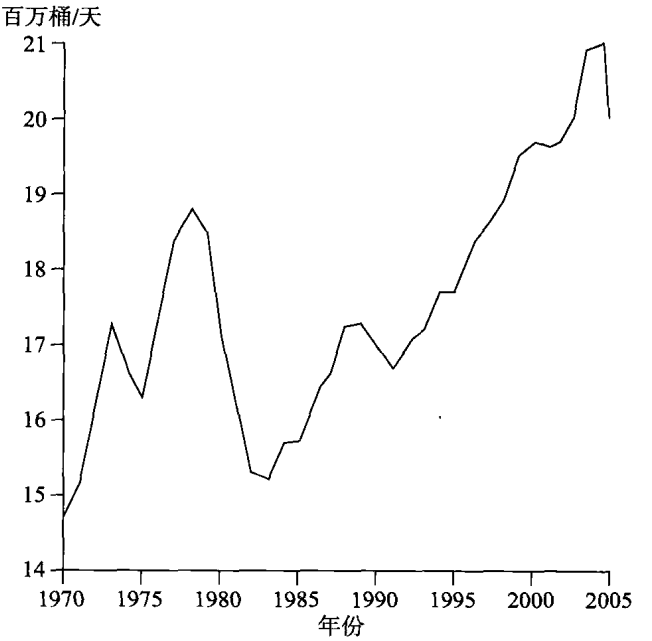


图2—2　美国对精炼石油产品的需求，1970—2006年

资料来源：American Petroleum Institute (2007, Section Ⅶ, Table 2).

① Sampson, *Seven Sisters.*, 278－282。在该过程的最后阶段，参见 Youssef M. Ibrahim, “A U. S. era closes at Aramco,” *International Herald Tribune* (April 6, 1989): 13。

加，欧洲和日本的石油需求也同样增加了。1973 年，随着北美洲、欧洲和日本的同时繁荣，世界对能源——石油的需求处于有史以来的最高点。

同一时期，供给和对供给的控制越来越集中于生产成本较低的中东。1970 年，中东已探明的原油储备量①是 33 350 600 万桶，而西半球已探明的储备量是 6 743 100 万桶，非洲是 5 468 000 万桶。

原油的勘探和开采是一个漫长的过程，特别是当油田位于远离陆地的海上或其他气候条件恶劣的地区时更是如此。因此，20 世纪 70 年代初的情况就是，来自于外缘地区即非欧佩克成员国的短期原油供给相对较少。这些外缘供给者的成本——开采成本和运营成本与中东生产者相比要高得多（见表 2—2）。

表 2—2　　石油和天然气的生产、勘探和开发成本　　单位：美元/桶

沙特阿拉伯	≤2
印度尼西亚	6
尼日利亚	7
委内瑞拉	7
墨西哥海湾	10
北海	11
俄罗斯	14

资料来源：The Economist 6 March 1999，p. 23.

这样的市场以程式化的方式在图 2—3（a）中表现出来。这里外缘供给 q_1^F 假定是常数②，且与市场大小具有很小的相关性。为卡特尔留出的剩余需求构成了市场的主体部分。在这样一个市场里，一个占支配地位的公司或完全勾结的卡特尔将通过选择产量使利润最大化，这个产量使得剩余需求曲线上的边际收益等于边际成本，剩余需求曲线

① 美国石油协会对探明的储备量的定义如下：原油的探明储备量……是统计出来的被认定为是原油的所有液体的估计量，是地质和工程数据能够合理地证明的量，而且在现有的经济条件和运营状况下这个量在未来几年从已知的石油储备地能被开采出来。

② 将外缘供给画成对价格完全无弹性（垂直线）是过分夸张的做法，通常的做法是画成一条稍微倾斜的直线。大多数油田的开发费用是固定的沉没成本，因此，在外缘公司减少产量之前，油价会跌得很低。给定位置和开发的约束，即使价格上升得很高，短期内产量也不会很快扩大，因此，外缘供给曲线将近乎垂直。

是市场需求曲线减去外缘地的产出量后得到的。在图 2—3（a）中，卡特尔的相应产量是 q_1^C，价格为 p_1。由于外缘供给很小且需求是无弹性的，所以价格 p_1 多是在卡特尔边际成本 MC_C 的上方。

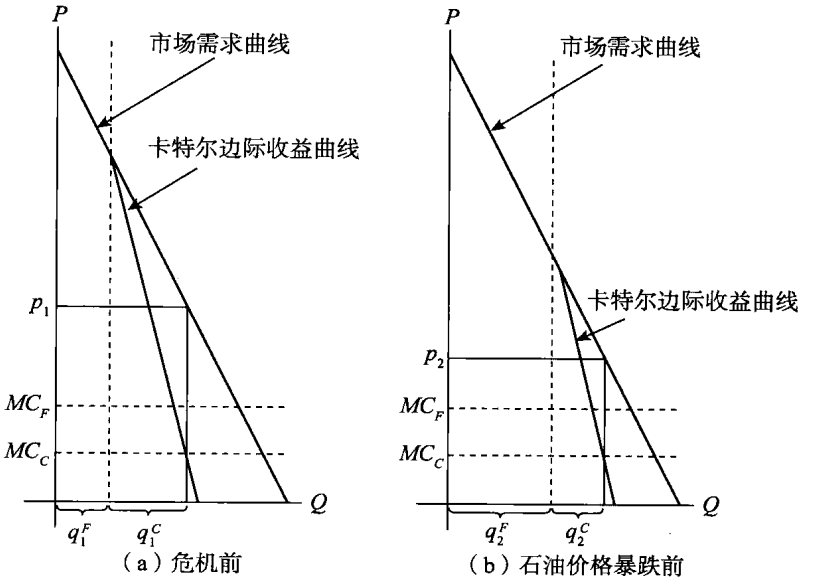


图 2—3　外缘供给和卡特尔的产出量

由于欧佩克成员国的经济利益本质上千差万别，所以欧佩克远远不能充当垄断者或者成为完全勾结的卡特尔。是政治的而非经济的因素促使欧佩克协调行动，而且欧佩克利用了图 2—3（a）中描绘出的需求—供给关系。在 1973 年 10 月的阿以战争期间，阿拉伯国家针对西方对以色列的支持做出反应，对生产实行限制并对西方实行原油禁运。

国际石油公司总部在西方，长期以来它们得益于母国政府的政治支持，因为为了寻求国家安全，政府注重石油的安全供给。然而，国际石油巨头根据欧佩克的指示对西方国家实行石油禁运，甚至向沙特阿拉伯提供全世界美国军事基地石油产品的运输信息。①

当产油国削减了向国际石油巨头的原油供给时，这些石油巨头就随之削减了向独立公司的供给。这些独立公司的生存受到了威胁，从

① Louis Turner, *Oil Companies in the International System* (London: Allen & Unwin, 1983), 136.

而转向了不受长期合同束缚的石油市场——相对狭小的现货市场。独立公司宣布了石油的现货市场价格，欧佩克官方价格很快就随其调整。如图 2—1 所示，官方价格在 1973 年立刻攀升。

价格上升诱发了连锁反应。欧佩克的石油销售收入从 1972 年的 137 亿美元上升到 1974 年的 872 亿美元。美国实际国民生产总值在 1973 年上升了 5.2%，而后在 1973 年下降了 0.5%，在 1974 年下降了 1.3%。

除了对生产的控制权加速转移到产油国，在第一次价格上升之后的这段期间内，几乎没有什么显著的结构变化。美国对石油的需求在 1974 年和 1975 年略微下降，但是到 1978 年又上升到新的高度（见图 2—2）。美国市场上的进口份额，特别是从欧佩克的进口在 1977 年达到巅峰，之后一直高于 1973 年的水平（见图 2—4）。美国的石油消费和供给模式与其他的工业化国家非常相似。

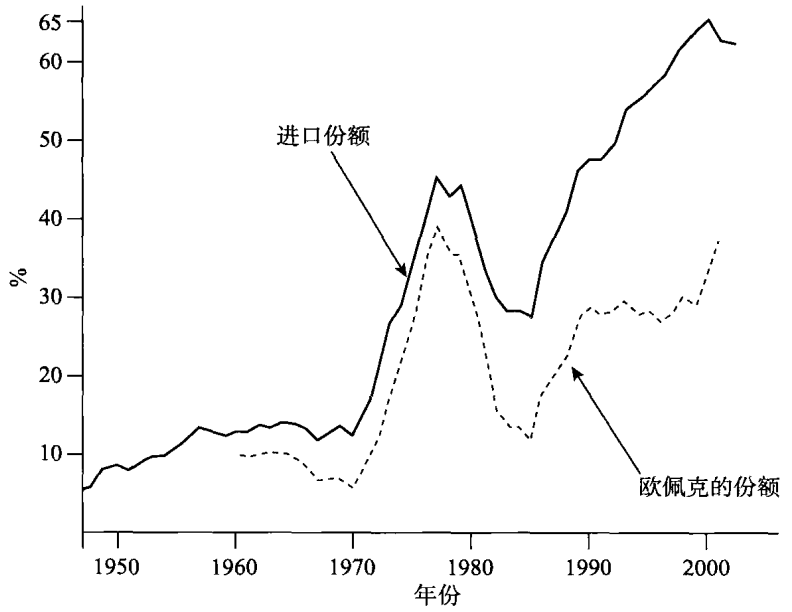


图 2—4　美国石油市场的进口份额和欧佩克的份额，1947—2005 年和 1960—2005 年

资料来源：American Petroleum Institute, *Basic Petroleum Fact Book*, 2007, Section Ⅸ, Table 2; Section Ⅹ, Table 1; Section ⅩⅣ, Table 4.

如图 2—5 所示，从 1973 年到 1979 年，欧佩克在世界原油生产中

的份额仅下降了大约5%。在这段时期内，世界的原油生产在增长，但是欧佩克的生产是基本标准：1973年每天产出3 098.9万桶，1979年每天产出3 091.1万桶。

因为开采新的石油资源以及安装节能的民用和工业用设备都需要很长的时间，所以1979年1月伊朗国王倒台时的潜在市场条件必然和1973年阿以战争时的市场条件是相同的：需求过度高涨，供给集中于中东地区，西方缺乏额外的储备。

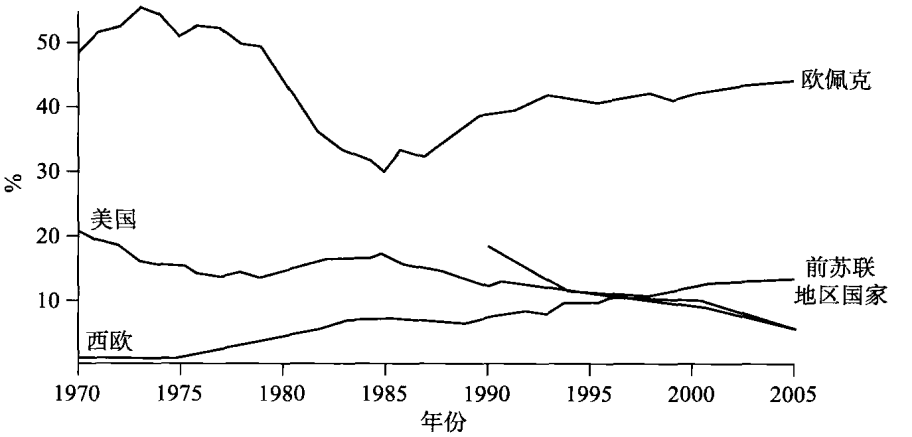


图2—5　世界石油生产份额，1970—2005年

资料来源：American Petroleum Institute, *Basic Petroleum Fact Book*, 2007, Section 4, Table 1, Section 14, Table 2.

这些事件对市场的影响也是相似的。供给陷于混乱，独立经营的炼油厂的原油供应被切断了，它们对石油供应的前景感到绝望，从而转向了现货市场，这促使石油价格暴涨，如图2—1所示。

欧佩克之外的原油供给的发展

对第二次原油价格冲击的反应和第一次相比截然不同，区别在于市场供需的双方。正如图2—6所示的那样，与国内生产总值（GDP）相关的能源使用在欧盟、日本和美国上升了并且超过了前面十几年第一次石油价格冲击的影响。自第一次石油价格冲击以来，美国和日本的能源使用量都下降了，实质上都处在第一次和第二次石油价格冲击之间的欧盟使用水平上。从那以后，能源使用量在三个地区都出现了下降，欧盟和日本是轻微的下降，美国下降的程度较大。在欧盟和日本，和国内生产总值相关的能源使用量一直都比美国低。

这些变化说明了实现对能源需求的转换需要较长的反应时间，因此，之所以转向更有效地利用能源，一部分原因在于能源的实际价格更高了，另一部分原因在于人们越来越关心能源消耗对环境产生的影响。在没有石油价格冲击的 20 世纪 70 年代对能源和石油的需求比 80 年代要低（见图 2—2）。

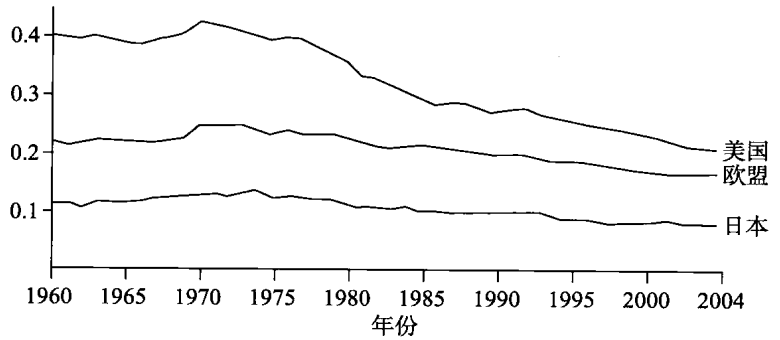


图 2—6　每十亿美元的国内生产总值（以 2000 年美元计量）所需的全部基础能源供给（以相当于百万吨石油计量），1960—2004 年

资料来源：International Energy Agency，*Energy Balance of OECD Countries*，digital database.

同样的效应也出现在供方，如表 2—3[①] 所描述的那样。美国的原油生产在 1970 年达到顶峰，而从那以后呈现出下降趋势，这种趋势带来的压力只能由新技术的出现来缓和，而新油田的开采于事无补。[②] 由于实施了保护性配额，所以美国长期孤立于世界市场之外，整个国家都被勘测过了。但是由于英国和挪威的北海油田开始出产石油，西欧的产量在这一时期急剧增加。北海石油产量在 20 世纪 90 年代中期上了一个台阶，然后开始下降（尽管技术进步使它的开采量超过了最初的预期）。尽管如此，北海仍蕴藏着重要的天然气资源。[③]

---

① 在表 2—3 的“需求”栏中，所给的西欧数据是指捷克共和国、匈牙利、波兰、罗马尼亚和斯洛伐克的数据。亚洲的数据是指亚洲的澳大拉西亚地区的数据。

② 技术进步在石油开采上的重要性不应被低估。在 1920 年一个喜欢预测的地理学家 Eckel（*Coal Iron and War*，New York，1920，127）预测说美国的石油供应会在 1930 年或 1935 年用尽。更多详情见 Jad Mouawad，“Oil Innovations Pump New Life into Old Wells，” *New York Times*，5 March 2007，internet edition。

③ 见 Steve Martin（另一个 Steve Martin，不是本章作者），“North Sea Oil Statistics，” *Journal of Energy Literature* 3，no. 2，(December 1997)：32－48。

表 2—3　世界各地区的原油生产以及需求，1974 年、1990 年和 2005 年

	1974 年		1990 年		2005 年		需求：2005 年	
	数量（百万桶）	份额（%）	数量（百万桶）	份额（%）	数量（百万桶）	份额（%）	数量（百万桶）	份额（%）
美国	3 203	15.6	2 685	12.4	1 890	7.1	7 592.8	25.8
加拿大	617	3.0	567	2.6	865	3.2	818.0	2.8
西欧	142	0.7	1 314	6.1	1 845	6.9	6 430.2	21.8
拉丁美洲	1 789	8.7	2 487	11.5	3 926	14.7	1 743.2	5.9
亚洲	816	4.0	2 262	10.4	2 686	10.0	8 744.3	29.7
东欧	3 995	19.5	NA		67	0.3	—	
前苏联地区国家			3 960	18.3	4.043	15.1	1 004.8	3.4
非洲	1 990	9.7	2 174	10.0	3 234	12.1	1 008.5	3.4
中东	7 987	38.9	5 997	27.7	8 222	30.7	2 094.7	7.1
全部	20 538		21 664		26 777		29 436.6	

资料来源：American Petroleum Institute，*Basic Petroleum Fact Book*，2007，Section 4，Table 1，Section 7，Table 1.

这段时期拉丁美洲的产量上升了，而且该趋势很可能会持续下去。委内瑞拉（欧佩克的签约成员国）继续扩大它的石油探明储备量。它经销一种碳水化合物，这是燃油很好的替代品，但不受欧佩克产量配额的限制。另外，委内瑞拉挑战性地设立了炼油厂和营销网，来确保它的石油销路。其他的拉丁美洲国家，包括秘鲁和哥伦比亚，继续发展它们的石油工业；墨西哥加强了与国际石油公司的合作来开发它的石油资源。

包括中国和非洲欠发达国家（LDCs）在内的第三世界国家的原油产量都在增加，这反映了 LDCs 和国际石油巨头间利益的一致性。欧佩克成员国发起的国有化将国际石油巨头排挤出中东油田，而那里多年来都是国际石油巨头在市场上占有统治地位的基础。这些大公司将在欧佩克影响势力外的其他地区探寻新的石油储备量来支持现有的加工厂和营销网络。只要能按现行的价格或低于石油现货市场的价格开采新的石油资源，这些大公司就会这样进行下去。

同时，LDCs 从以往苦难的经历中得知，对国外石油资源的依赖阻碍了它们自身的发展能力。由于政治原因，即使成本有可能会超过现

货市场的价格，但 LDCs 也鼓励当地石油资源的开发。这些国家已经意识到国家的安全、领导人的命运都与此息息相关。

同样的情况也适应于世界上新纳入欠发达国家行列的国家——前苏联各加盟共和国。这些国家的原油产量在奠定市场经济基础的过渡时期出现了下降。然而，由于这些国家的石油储藏是一个有价值的外汇来源，因此在将来艰难的过渡期过去后，它会得到开发。尽管政治、法律环境方面有太多不确定的因素，独立经营的石油公司还是与这个地区建立了联系。①

因此，国际石油巨头在世界各地开采石油都会受到当地的欢迎。欠发达国家的石油供给将增加，并且在某种程度上是政治上的原因而非经济上的原因引发了这种增加。

随着欧佩克以外的原油产量的大幅度增加，中东的产油量开始下降，如图 2—5 所示。到 1985 年年中，欧佩克发现它自己置身于图 2—3（b）说明的那种市场上。开发 10 年后，外缘供给相对来说比较大了。而努力节约 10 年后，需求却比预期增长得慢。与图 2—3（a）的形势相比，为欧佩克留下的市场余额大幅度减少。在这种环境下，欧佩克最好是将价格定为 p_2，远低于 p_1，并且交易更小的数量 q_2^C *（见表 2—3 的第二列）。

国际石油巨头对世界石油市场的长期控制激励了独立的石油公司进入市场并扩张规模，同样，欧佩克在较短时间内的控制也激励了对新石油产地的开发。独立石油公司的进入动摇了国际石油巨头的资源基础，石油巨头的反应是寻找新的油田。新的产油国的进入同样动摇了欧佩克成员国的权力根基，欧佩克成员国开始为它们的石油寻找可靠的出路。结果，欧佩克成员国和石油公司间重新进行垂直型联合，同时该产业各个层面上的水平联合在减少。

北海市场

欧佩克扬言要控制世界原油市场，结果是布伦特原油现货市场和期货市场得到了快速发展，这已使北海原油的价格成为产业的领头羊，而且证实了欧佩克只能沿着协议规定的剩余需求曲线向下滑动，除此

① 例如参见 Greg Walters，“BP bid for Rosneft Stake Spurs Questions in Russia，” *Wall Street Journal*，24 March 2007，p. A3.

* 英文原书为q_1^C，疑有误，故做此修改。——译者注

以外，别无选择。这颇具讽刺意味。

北海石油资源的主权主要归属于英国和挪威。为数众多的国际石油公司通过复杂的合资经营网开发了北海油田。[①] 虽然生产的集中程度呈下降趋势，但是生产仍然是高度集中的。埃克森和壳牌石油公司控制着产量，在20世纪80年代多数时间里，这两个公司联合起来的市场份额接近70%，在1993年仍保持高于50%的份额。[②]

北海油田得益于它所处的位置——靠近欧洲主要的消费中心，还得益于提炼出了许多具有人们所需的物理特征的产品。北海石油是美国和欧佩克产品很好的替代物。正是由于这些原因，加之北海“投产”的时候正值国际石油公司想竭力获得欧佩克势力范围之外的石油之际，因此北海石油的现货市场在紧密交织的世界石油市场网络中占据了中心位置。北海石油经济上的重要性要远大于它在世界石油产量中的份额（从未超过6%），许多其他交易的价格都和北海市场上的价格息息相关。在北海期货市场上（在这个市场上石油能被提前一两个月或更长的时间交付），在短缺时期（不管是实际短缺还是预期的短缺）旺盛的需求能够将价格迅速拉起，而价格经常又同样迅速地下降（见图2—1的伊拉克入侵科威特时期，顿时引起第一次海湾战争）。[③] 布伦特原油的价格成为世界石油工业的标志性价格，这证实了欧佩克不具备长期控制世界石油市场的能力。但是从图形来看前景不是那么乐观：北海石油的现货和期货市场受到无节制的投机行为的干扰，而且在这些市场上，价格的波动经常与供需状况没有什么关系。

合并和联合

总的来说，世界原油市场的变化预示着长期市场表现是向好的。石油巨头正在合并，并且重新调整它们的行为以降低成本。国有的石油公司——20世纪70年代国有化的产物——正在合并，由原油生产转向提炼和配送，在垂直的各个生产阶段与国际石油巨头竞争。越来越多的欧佩克时代早期实行石油工业国有化的国家正在允许国际石油巨头返回本国，开采新的石油资源，当然是建立在详细的协议基础之上

---

① 例如，埃克森和壳牌在它们所有的北海资产中都是平等的合作者。

② Paul Horsnell and Robert Mabro, *Oil Markets and Prices* (Oxford: Oxford University Press, 1993), 25-28.

③ 见 Steven Butler, “Oil Traders Devise Strategies for the Twenty-First Century,” *Financial Times*, May 25, 1990; and Horsnell and Mabro, *Oil Markets and Prices*。

的。实际上，世界石油市场的结构正恢复到欧佩克出现前的样子，但参与者的数量更多了。

英国石油公司和美国石油公司（Amoco）（从前是标准石油公司的一部分）在1998年8月合并。美国石油公司原油储备匮乏，而合并使得联合后的公司舍弃了过时的提炼方式并降低了成本。6个月后，英美石油公司（BP Amoco）提议接管美国的阿科石油公司（Arco），阿科公司是以前标准石油公司的下属子公司，一直受到油价低和北部阿拉斯加石油开采成本高的困扰。

在1998年12月，埃克森和美孚，这两个从标准石油公司分离出来的最大的公司打算合并。该次合并的经济背景也是低油价和开采新的油田有利可图。欧盟委员会专管竞争政策的第四总局（DGⅣ）和美国联邦贸易委员会（FTC）都赞成埃克森和美孚的合并。为了得到美国联邦贸易委员会的支持，埃克森和美孚同意转让一个提炼加工厂和大约5 000个零售加油站，主要是为了避免销售商在区域性市场上过于集中。

欧盟批准了英美石油公司同大西洋瑞驰菲尔德公司（Atlantic Richfield）的合并。在经过起初的犹豫之后（不批准的理由是合并将使阿拉斯加原油销售高度集中，而且妨碍了西海岸市场原油向炼油厂的供应），美国联邦贸易委员会在2000年4月批准了合并，尽管在批准之前提出了很多权利剥夺的要求。

1998年12月，法国Total公司（原来“七姐妹”中的第八个）收购了比利时石油公司。1999年10月TotalFina打算收购法国公司Elf Aquitaine，这次收购将确保欧洲在主要的私营石油公司中的位置。欧盟委员会第四总局于2000年2月批准了该项合并，这项合并需要公司转让出一定量的资产，包括一定数量的零售店。

在21世纪这样的合并仍在进行。2001年10月，我们看到了雪佛龙和德士古合并成雪佛龙—德士古，一举成为了美国第三大石油和天然气生产商。在2003年8月，菲利普斯石油公司和美国大陆石油公司（Conoco）合并变成了ConocoPhilips。

私营企业之间的合并浪潮伴随着国内石油公司经营的多样化，或者从某种意义上说是多样化的结果。国内石油公司经营多样化就是指脱离单纯生产，进入提炼和销售领域。这些公司有沙特的阿拉伯—美国石油公司、委内瑞拉的PDV石油公司、巴西的Petrobras公司和挪

威的国家石油公司。①

在科威特石油公司的资助下，科威特拥有了两个容量为每天 13.5 万桶的炼油厂，在欧洲七个不同的国家总共有 4 800 个零售加油站。科威特已经获得了英国石油公司 22%的所有权，这引起了英国政府的极大关注，而且科威特还在日本寻求石油加工厂的股权。

委内瑞拉已利用合资经营获得了德国、瑞士、比利时的石油加工厂的部分利润，还获得了希特戈（Citgo）公司在美国加工和配送方面的经营业务。

其他的欧佩克成员也联合起来进入了美国市场。1988 年 11 月，沙特阿拉伯取得了德士古公司在美国的提炼加工和营销网的半数股权。这三个炼油厂的容量为每天 61.5 万桶；营销网包括 11 450 个零售加油站。这项投资使得世界上最大的原油产地开始为它的产品打开市场。它在原油生产上获利颇丰，也要在加工提炼以及销售上获得利润。

合并的动机部分是政治的，部分是经济的。向加工提炼方向转移是利用现存的资本和技术发展当地的基础工业的一种方式。同时，与独立经营的加工厂相比，加工厂和产油国的国有石油公司的联合有一个明显的优势，即联合后的炼油厂的原油的实际成本是原油的生产成本（不管从原油生产阶段到加工阶段的转让价格是多少）。但是向独立的没有联合的炼油厂提供原油的成本远高于原油的市场价格。和生产国联系在一起的原油的加工和销售价格总能低于独立公司，当存在原油供大于求时这样做是极有吸引力的，并且有利可图。

美国精炼市场的统计数据称一些地区为“石油管理保护地区”（PADDs），其中包括五个地区：中东、中西部、海湾地区、落基山以及西海岸。② 根据美国政府责任署（GAO）的结果③，在 1990 年的工业合并潮中，美国的精炼市场的集中度增加了。它们的数据显示（见

---

① 国家石油公司（Statoil）的管理阶层提议国家石油公司和国家直接金融利益机构（SDFI）合并，来加快公司在私有化道路上的步伐。

② 对于 PADD 的区域划分，参见 U. S. Energy Information Administration web page http://tonto.eia.doe.gov/oog/info/gdu/padddiesel.html。

③ U. S. Government Accountability Office, “Mergers and Other Factors that Affect the U. S. Refining Industry,” Statement of Jim Wells, Director, Natural Resources and Environment Before the Subcommittee on Energy and Air Quality, Committee on Energy and Commerce, U. S. House of Representatives, 15 July 2004.

表2—4[①]，“石油管理保护地区”的集中程度就像市场供给是被9～19个相同规模的公司提供了一样。到了2000年，就像5～14个公司提供了市场供给一样。

美国政府责任署分析了20世纪90年代后期八个并购案例在天然气批发上的分配差距。估计八个兼并中有六个每加仑增加了2美分的批发差距，剩下两个导致了每加仑减少一美分。美国政府责任署也承认[②]：“高的天然气批发价格也有其他影响因素：高的提炼资本效用率；较低的天然气存货，特别是在夏季经常开车的那些月份；以及供给分配，这多发生在中西部和西海岸地区。”

那些给美国区域性的提炼和分配市场提供供给的公司典型地垂直集中在从产品到零售分配领域。就像一个人所期望的那样，零售领域的区域集中度比批发领域要低（比较表2—4和表2—5）。[③] 但是在很多市场上都有供给者，这些提供很大程度上影响了提炼和分配市场的表现就像在提炼水平上的市场集中度一样。无论怎样，天然气价格在零售领域的波动在很大程度上——尽管不是完全地——取决于原油价格的波动（见图2—7）。

表2—4 区域划分的美国炼油情况：赫芬达尔指数（H）和逆赫芬达尔指数（1/H），1990年和2000年

PADD	1990年		2000年	
东海岸	0.113 6	8.8	0.181 9	5.5
中西海岸	0.069 9	14.3	0.098 0	10.2
墨西哥湾	0.053 4	18.7	0.070 4	14.2
落基山	0.102 9	9.7	0.112 4	8.9
西海岸	0.093 7	10.7	0.126 7	7.9

资料来源：U.S. Government Accountability Office, “Mergers and Other Factors that Affect the U.S. Refining Industry,” Statement of Jim Wells, Director, Natural Resources and Environment Before the Subcommittee on Energy and Air Quality, Committee on Energy and Commerce, U.S. House of Representatives, 15 July 2004.

① 赫芬达尔指数是公司所供给的市场份额的平方和（数值在0和1之间）。赫芬达尔指数的逆市能够产生该数值水平赫芬达尔指数的等价数量的公司，是对卖方集中度的度量。参见M. A. Adelman, “Comment on the ‘H’ Concentration Measure as a Numbers Equivalent,” *Review of Economics and Statistics*, 51 (February 1969): 99-101。

② Ibid., 5.

③ 需要提醒的是，零售汽油市场多是本地性的而非州或PADD的。当地零售市场的卖方集中度通常要比表2—5中的PADD的数据高。

表 2—5　区域划分的四单位（CR4）和八单位（CR8）集中指数，2006 年

PADD	CR4	CR8
东海岸	45.66	68.66
中西海岸	52.28	73.76
墨西哥湾	51.38	76.87
落基山	42.89	68.93
西海岸	60.84	89.51

资料来源：Energy Information Administration EIA-782C Prime Supplier Sales.

在 20 世纪 90 年代后期兼并浪潮中形成的那些大公司在绝对意义上是巨大的但和市场规模比起来却是小的。美孚和埃克森的结合，占据了最大的市场份额，仅仅供给大约 4%的世界原油。就算把州拥有的公司算作竞争对手，私人公司中的兼并者似乎并不可能让世界石油市场的表现变糟。

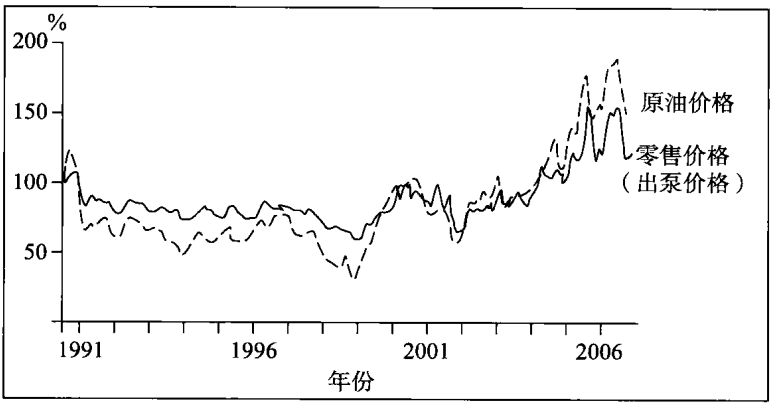


图 2—7　零售汽油和原油的价格指数（1990 年 8 月＝100），1990 年 8 月—2006 年 12 月

资料来源：American Petroleum Institute, *Basic Petroleum Data Book*, various issues, and U. S. Department of Energy internet database.

令人鼓舞的结构变化是国际石油巨头重返在 20 世纪 70 年代早期实现国有化的石油产区。几个欧佩克成员国的政府已开始面对严酷的现实，那就是为保证未来石油收入而开发新的资源是高风险、高成本的。许多国家在 20 世纪 80 年代获得的经济利润都花在了战争、福利和油田开采上，已经所剩无几，选择和国际石油巨头合作比过去更有吸引力。当国际石油巨头就位时，国家政府会做出减少对产量实行限

制的决定。①

Ⅱ. 行为和绩效

有时，我们将 1973 年以及 1979—1982 年某些时段的价格上升归结为竞争的结果。按这种观点，等于或近似于开采成本的石油价格不能反映当前消费致使后代人蒙受石油资源的稀缺，该观点特别受到石油生产国的支持。从这一角度来说，远超过边际开采成本的价格是合理的，因为它鼓励节约，并在较长时间内延长了这种有限能源的消费。

这种观点也解释了 1973 年和 1979—1982 年出现的价格上升现象，但它无法解释从那之后实际价格②从 1981 年 1 月的每桶超过 53 美元下降到 1986 年 1 月的每桶 14.50 美元的缘由（截至 1998 年年底原油价格达到每桶 10 美元）。毕竟石油和以前一样是一种有限资源，而且如果未来的稀缺性在 1982 年产生了高价格，那么看起来它在 21 世纪仍会维持更高的价格。统计分析不支持那种认为欧佩克定价是竞争性的观点。③

一些分析家认为世界石油产业受唯一一个占统治地位的“公司”——沙特阿拉伯主导。根据表 2—6 中的数据，沙特阿拉伯控制着全世界已探明储备量的 20.4%。人们普遍相信沙特阿拉伯在很大程度上低估了它自己对石油资源的控制权。但是定量的描述忽略了这样一个事实，那就是沙特阿拉伯的原油是世界上最便宜的，估计成本每桶低于 1 美元。

对石油资源的控制权意味着只要存在石油的世界市场，沙特阿拉伯在世界石油市场上就是一个决定力量。如果沙特阿拉伯要实现财富最大化，要充当一个在世界石油市场上占统治地位的公司，那么原则上讲它将限制产量并将价格提高到生产成本之上。然后当其他生产者

---

① 伊朗的议会禁止将特权授予外国公司，伊朗因此向外国公司提供了所谓的“回购协议”。在这种协议下，外国公司在一个特定的时间段内开发油田可以得到固定的补偿，这由伊朗用从石油销售中得到的收入来支付。如果石油的价格下降，伊朗必须出售更多的石油来支付给外国开发者。

② 以 2002 年美元计量。

③ James M. Griffen, “OPEC Behavior: A Test of Alternative Hypotheses,” *American Economic Review* 75, Number 5, no. 5 (December 1985): 954 - 963.

利用价格上升创造出的利润空间来增加产量时，沙特阿拉伯会渐渐放弃市场份额。①

表 2—6　　2003 年估计探明的原油储备量　　单位：十亿桶

沙特阿拉伯	264.3
加拿大	178.8
伊朗	132.5
伊拉克	115.0
科威特	101.5
阿拉伯联合酋长国	97.8
委内瑞拉	79.7
前苏联各加盟共和国	77.8
利比亚	39.1
尼日利亚	35.9
美国	21.4
中国	18.3
卡塔尔	15.2
墨西哥	12.9
阿尔及利亚	11.4
巴西	11.2
挪威	7.7
印度	5.8
阿曼	5.5
安哥拉	5.4
全世界	1 292.5

资料来源：American Petroleum Institute, *Basic Petroleum Fact Book*, 2007, Section 2, Table 4.

对这个问题的另一种看法认为，虽然单一欧佩克成员国不具备对资源强有力的控制以操纵价格，但欧佩克作为一个整体能够充当一个勾结的价格领导者。预期的市场表现和公司主导模型下的情况一模一

① Darius Gaskins, "Dynamic Limit Pricing: Optimal Limit Pricing Under Threat of Entry," *Journal of Economic Theory* 3 (September 1971): 306-322.

样，价格高于生产成本会刺激独立厂商不断涌现，而欧佩克的市场份额将随着时间的推移而下降。

图2—1和图2—5表明：公司主导和集团主导模型可以在一定程度上解释1973年石油危机后的12～15年的情况。欧佩克占世界原油产量的份额从1973年到1979年缓慢下降。就像已经提到的那样，这种情况是勘探时间长和石油资源开发困难的反映。欧佩克的市场份额在20世纪80年代急剧下降，在1985年占世界市场的30%，达到了谷底。在进入21世纪后，欧佩克的市场份额反弹，渐渐稳定在40%左右。欧佩克已经以降价为代价挽回了一定的市场份额。

卡特尔动态

企业主导和集团主导分析不能解释欧佩克出现后的寡头垄断行为。当价格高于垄断成本时，单个的欧佩克成员国（不仅仅是独立经营的生产者）有了增加产量的动因。欧佩克的问题和任何卡特尔面临的问题一样，内部分歧使得协议无法达成。分歧已经使欧佩克大为苦恼。在紧急状态下，欧佩克的成员希望把它们地下的资本——石油资源——转化成可支配的收入。像沙特阿拉伯、科威特和阿拉伯联合酋长国这样的国家，人口少，人均国民生产总值很高，而且统治阶层优哉游哉地享受着现代化提供的优质服务。这些国家丰富的石油资源确保了它们在不远的将来会赚取石油收入。其他的欧佩克成员，像印度尼西亚、尼日利亚和阿尔及利亚，人口较多，人均国民生产总值较低，而且石油资源相对贫乏。它们只有靠短期石油收入最大化才能实现经济发展的美好愿望。政治压力强化了这种经济动因。欧佩克国家的政府不止一次地被推翻，就是因为它们不擅长管理石油部门，而且那些被赶下台的领导人经常不能活到领取退休金的年龄。

截至1985年，欧佩克的市场份额已经跌到了30%，这主要是由于沙特阿拉伯削减了石油产量，它所拥有的欧佩克配额为每天435.3万桶，但是1985年9月，据估计沙特阿拉伯每天仅生产250万桶。欧佩克的官方价格保持在每桶28美元，但石油的现货市场价格仅是它的一半。

在这种状况下，沙特阿拉伯引入了“有效的后向定价”体系。在这种价格体系下，沙特原油的价格由从原油中提炼出的产品的市场价格决定。有效的后向定价体系的直接效果是消除了沙特原油购买者的风险：如果提炼后的产品价格下降的话，原油的价格将成比例地下降。

结果对沙特原油的需求迅猛增加。到1986年7月，沙特的产量达到每天600万桶。

其他的欧佩克成员很快也采用了后向定价体系，结果石油价格下降到了每桶6美元。1986年8月，除了伊拉克（它和伊朗占有相等的配额）外的所有欧佩克成员重申了对配额计划的支持，虽然它们都正在违背该项计划。一系列无效的协议之后，原油的价格保持在低于20世纪80年代早期价格水平的位置，这为欧佩克成员带来了丰厚的利润。

伊拉克在1990年8月侵占科威特致使石油价格短期上扬（见图2—1），世界石油市场产生了又一轮的供给波动。来自伊拉克和科威特的供应突然减少到零，但是沙特阿拉伯将产量从1990年8月的每天540万桶增加到1990年11月的每天820万桶，将日常的供应维持在适度的水平上。在20世纪90年代剩下的大部分时间里，它坚持将产量保持在这样的水平上。

根据沙特阿拉伯的行为可以判断出，它认为稳定的石油市场和不太高的价格对自己有利，这种价格不会鼓励过于节约，也不会鼓励寻找替代燃料的行为。在伊拉克入侵科威特时期，沙特阿拉伯能够按自己的利益扩大产量，因为它所拥有的过剩生产能力使它能够这样做。其他拥有丰富石油资源的欧佩克成员国很快得出结论，即欧佩克中的讨价还价能力取决于生产的能力。第一次海湾战争的直接后果是科威特（理所当然）、阿联酋和伊朗全都开始着手进行规模庞大的投资项目，目的在于增加原油的生产能力。沙特阿拉伯决不会甘居人后，它率先将生产能力提高到每天1 000多万桶。

1991年2月伊拉克被逐出科威特后，欧佩克的无效勾结模式继续维持下去。厄瓜多尔和加蓬（两个小生产者）在1999年2月放弃了欧佩克成员国的身份[①]，科威特油田恢复生产，伊拉克也在联合国的监督下开始以石油换食品。在这种情况下，当成员国还在为调整（减少）它们各自的产量而争吵不休时，欧佩克发现市场为它留下的部分越来越少了。

在1997年11月，欧佩克石油部长赞成将配额产量从每天150万桶

① 在2007年3月，厄瓜多尔的石油部长解释说他们打算重新加入OPEC，因为“有无数的利益，如控制石油价格”（*Oil & Gas Journal*，5 March 2007，p. 5）。希望不会变成这样。

提高到每天2 750万桶。增加的这一部分仅仅反映了现实的情况——据报道实际产量为每天2 700万桶——但是这一决定也依赖于北半球冬季的到来，因为这时预期需求会增加。通过扩张产量，欧佩克能使供给满足预期增加的需求，而不让这部分需求流向成员国之外的供给者。

令人遗憾的是，1997—1998年北半球的冬季很暖和；亚洲严重的金融危机使经济增长势头放缓，大批量的原油被当作存货储备起来。这三个因素都意味着原油价格急剧下降，而沙特阿拉伯为追逐它的利益而将实力衍生到欧佩克以外。

在1998年3月，欧佩克成员国沙特阿拉伯和委内瑞拉赞成非成员国墨西哥每天将常量减少150万桶，相当于世界产量的2%。其他欧佩克成员国和非成员国（特别是挪威）随后同意了额外的产量削减，而且生产者为了实现它们之间的约定，行动上比过去更加步调一致。原油的价格在一年多的时间里上涨了两倍（从1998年12月每桶大约9.40美元到2000年年初每桶超过30美元）。消费国政府呼吁限制石油价格，它们最初劝说欧佩克成员国增加产量的努力似乎无效，但是2000年3月中东的欧佩克国家政府好像打算增加产量，因为它们预感到全球经济崩溃会危及自身的利益。

相比第一次海湾战争，第二次海湾战争并没有对世界石油市场产生重大的影响。事实上，在这段时间，委内瑞拉动荡的国内局势搅乱了石油市场，这和阿拉伯半岛的海湾战争情形类似。价格在这段时间剧烈波动——当预期伊拉克会增加供给时价格就下降，当美国将长期介入的事实变得明显时价格就上升。

图2—1显示的部分上升趋势是短暂的，是中东地区持续骚乱的结果。部分是因为世界对能源需求的扩张。亚洲对精炼石油的需求在1970年占世界的13.5%，到了2005年占世界需求的29.7%（见表2—3）。原油价格没有上升是因为OPEC恢复了原油的供给。原油的价格上升是因为世界对能源需求的增加。

OPEC顶多只是利用了市场，它们并没有控制这个市场。2006年11月，欧佩克决定减少它们的每日产出120万桶，到2007年2月进一步减少每日产出50万桶。2007年2月欧佩克成员国（除了伊拉克）的最高每日产出为280万桶。美国能源信息管理部估计2007年2月欧佩克成员国的产出，不包括伊拉克，大约为每日265万桶。在21世纪欧佩克的生意又恢复到了往常，对于欧佩克来说，这意味着违背条约比遵守条约更受到尊重。

Ⅲ. 公共政策

美国的反托拉斯行动

石油行业成了美国反托拉斯政策制定的参照基础。标准石油公司被认定在美国南北战争后通过非竞争策略获得了美国市场的控制权，这种行为违背了1890年的《谢尔曼反托拉斯法案》。[①] 在美国，反托拉斯政策是保护竞争的传统方式。我们已经提到过，1911年最高法院通过了一项裁决，那就是标准石油公司在加工提炼、营销、运输汽油上获得统治地位时违背了《谢尔曼反托拉斯法案》。法院强迫它进行结构调整，命令母公司放弃对33个子公司的控股权。[②] 这是涉及美国石油产业的第一个也是最后一个成功的大案例。

可以肯定的是石油巨头一次又一次引起反托拉斯执行者们的注意。1940年，有一个案例影响很大，它被当做“哈伯德大妈”封存归档。[③] 在司法部民事诉讼厅上，22个石油巨头、344个子公司和二级公司以及美国石油协会都被控违背了谢尔曼和克莱顿两个法案。这个案件因第二次世界大战而被迫延期诉讼，此后一直被搁置，1951年应司法部的要求被撤销了。

基于国家安全的考虑，第二次世界大战后针对美国石油公司的反托拉斯行动一直被搁置起来。在杜鲁门政府即将卸任的时候，政府指控五个总部在美国的国际石油巨头（包括英国石油公司和荷兰皇家/壳牌石油公司，这两个公司不受美国权力机构的管辖）试图限制并垄断原油和加工后的石油产品的生产，这违反了《谢尔曼反托拉斯法案》。但是国会主张石油公司在1954年订立伊朗同盟就享有反托拉斯豁免权，这种豁免不利于拖延了几年的卡特尔案的裁决。埃克森、德士古和海湾石油公司最终决定接受判决。政府撤销了对美孚公司和索科

---

① 在汽车发明前，汽油与其说是一种燃料不如说是照明用料。参见 George R. Gibson “A Lampful of Oil,” *Harper's New Monthly Magazine* 72, no. 428 (January 1886): 235 - 257 (可以在网站 http://cdl.library.cornell.edu/cgi-bin/moa/moa-cgi?notisid=ABK4014-0072-26 上下载)。

② 参见 Bruce Bringhurst, *Antitrust and Oil Monopoly* (Westport, Connecticut: Greenwood Press, 1979)。

③ *U. S. v. American Petroleum Institute et al.*, *Civil No. 8524* (D. D. C., October 1940).

(Socal) 公司的指控。该案件的后期部分是由司法部于 1968 年受理的。①

多数美国反托拉斯的生命力来源于私人利用它的可能性。1978 年，国际机械工业和航天工业工人联合会（IAM）根据美国的反托拉斯法起诉欧佩克。当听证案件的时候，欧佩克拒绝出席，而司法部拒绝了地方法院提出的提供法律顾问的要求。联邦地方法院以技术原因为由拒绝出席听证会，理由是 IAM 不具有起诉欧佩克的权利，因为 IAM 不是欧佩克石油的直接购买者。IAM 将驳回的起诉提交给了巡回法院，该法院接受低级法院由于某种原因而不予受理的案件。在这里，联邦地方法院顾虑的是案件涉及美国的对外关系。国家安全再一次使得反托拉斯法无法发挥其效力。②

最近，就像早前暗示的那样，美国反托拉斯机构批准了 1998—2001 年间美国石油公司的主要并购者——埃克森并购美孚；BP 吞并 Amoco 和 ARCO；雪佛龙和德士古的合并，以及 Conoco 和菲利普斯的合并，在要求它们出让不同比例的产品、精炼、分配以及零售设施之后。

政府对欧佩克的政策

1973 年过后仅 6 年，石油危机卷土重来，这也表明西方国家政府一般都不能及时调整能源政策。1974 年 11 月国际能源机构（IEA）的成立显示出各国认识到消费国之间合作的重要性。但是法国拒绝加入国际能源机构，显然它喜欢和石油生产国签订政府间的双边协议。1978—1980 年原油市场紧张的时候这种政府间的协议很普遍，当时确保供应安全是备受关注的问题。从那时起，随着现货市场上越来越多的石油供应，政府干预销售的做法就减少了。

人们一直争论政府对石油产业的恰当政策，这些争论中有三个相互关联的方面值得关注，这三个方面均反映出对市场运作方式的错误理解。

---

① B. I. Kaufman, "Oil and Antitrust: The Oil Cartel Case and the Cold War," *Business History Review* 51, no. 37 (Spring 1977); Sampson, *Seven Sisters*, pp. 150 - 159.

② 参见 Irvin M. Grossack, "OPEC and the Antitrust Laws," *Journal of Economic Issues* 20, no. 3 (September 1986): 725 - 741。美国反托拉斯法的有效性是基于这些情况而言的：假如某种行为阻碍了美国市场的正常贸易，那么无论这些行为发生于何处，反托拉斯法都会有相应的处理措施。上述情况也适用于欧盟的竞争政策。这就是说，尽管反托拉斯法赋予欧佩克成员国主权豁免权，然而这些豁免权并不适用于执行欧佩克决议的那些独立法人公司。

国际能源机构

国际能源机构的成员包括 21 个西方国家。[①] 这些国家得到保证，当它们确定已经发生或者有可能发生石油短缺的时候，可以分享石油供给。“短缺”定义为供给的实际扰动，而且很明显，IEA 针对的重点是因政治原因而实行的禁运。但是价格上涨是过去石油危机的主要方面，对过去市场供给和价格状况的评价所得出的结论是：价格不能很好地承担其在市场经济中应有的角色。因此有必要转换 IEA 的运行机制，使之既能对价格狂升又能对供给剧减做出反应。

战略性石油储备

1975 年，国会成立了战略性石油储备委员会（SPR），作为抵制未来国外供给干扰的保障。在其后的详细计划中制定的目标是到 1980 年储存 5 亿桶，到 1985 年达到 10 亿桶。截至 1988 年 3 月，5.45 亿桶石油确实被储存在沿墨西哥湾的盐窟中。在第一次海湾战争期间，SPR 只出售了少量的石油，然而在第二次海湾战争前夕，石油供给的增加导致储存总量达到 6 亿桶。但是美国政府拒绝动用 SPR 的储备石油以应对第二次海湾战争前油价的上涨（美国政府在卡特里娜飓风之后直接使用了 SPR 的储备石油）。虽然 SPR 的存在看似有利于使世界石油市场保持平稳，但是，只有当价格峰顶能够触发储备石油的释放时，结果才是令人满意的。

低价格或能源自给自足？

长期以来，人们对美国石油产业政策争论不休，但未能得出正确的结论，这是因为人们不能充分了解市场运行方式带来的限制条件。图 2—8 表示的是世界石油市场典型的需求曲线。美国的政策制定者早就认识到石油高价的负面影响。供给危机意味着短期通货膨胀的爆发，这最终提高了名义利率。高石油价格提高了消费和制造业所有能源密集型活动的成本。经济增长放缓了，而且作为净进口国，石油价格的提高使美国的贸易收支不断恶化。因此人们可能会认为美国政策制定者欢迎较低的石油价格，但是对美国国内石油工业的忧虑促使历届政

① 参见 Douglas R. Bohi and Michael A. Toman, “Oil Supply Disruptions and the Role of the International Energy Agency,” *The Energy Journal* 7, no. 2 (April 1986): 37－50; David R. Henderson, “The IEA OilSharing Plan: Who Shares With Whom?” *The Energy Journal* 8, no. 4 (October 1987): 23－31; and George Horwich and David Leo Weimer, editors, *Responding to International Oil Crises*. (Washington, D. C.: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1988.)

府使美国处于如图 2—8 中 Y 点的位置上：在该点石油价格低，但购买量较少，至少不从外国供应商那里购买。

最让人吃惊的是欧佩克成员国在认识市场运作的方式时出现系统性错误而遭受损失。从长期来看，一个垄断者或完全勾结的卡特尔可以处在需求曲线的任何位置上。市场的限制是价格与需求量负相关：价格高意味着需求量低，而价格低意味着需求量高。从无休止的公众舆论中可以很清楚地看到欧佩克石油部长最希望处于图 2—8 中的 X 点。它们想对石油索取高价而且又卖出大量的石油，但从长期来看，市场使它们做不到这一点。

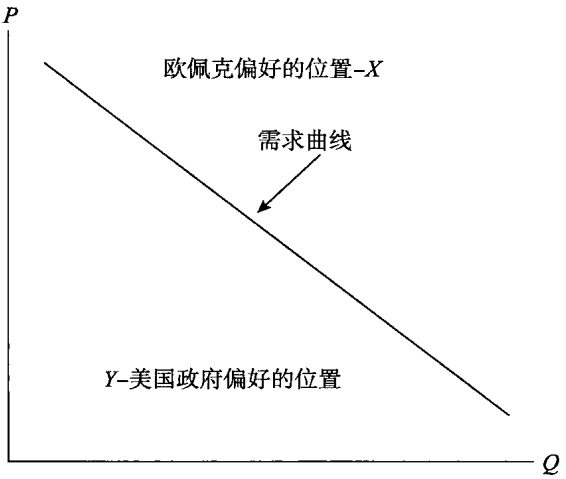


图 2—8　国内外的希望

国家安全：短期

美国石油目前的消费状况始终在提高未来对外国石油的依赖性，现在每消费一桶，将来就进口一桶。避免这种状况的唯一办法是采用永久性关税或配额，人为地抬高美国石油的价格，但是这种牺牲效率和产量的方式扭曲了对投入/消费的选择。保护本国的石油产业免受国外更廉价石油的冲击不符合美国的国家安全利益。

隐患来源于中东石油资源的富足，也来源于必须从世界上政治局面动荡不安的地区进口石油。对这种状况最好的供给方反应是使石油供应源多样化，即不只局限于政治动荡的区域。随着新石油产地在世界各地的开辟，这种石油供应源多样化的方法越来越具有可行性了。欧佩克之外的石油产地的扩张暗示着美国的安全利益应该依赖于一个

开放的世界市场。

减少廉价的国外原油的即期消费无益于美国的长期安全，而偶尔的供给短缺所导致的原油价格上升不仅符合美国的短期安全利益，而且最终也可以通过动用战略性石油储备解决这个问题。

国家安全：长期

确保能源供给，不仅可以依靠世界各地的石油储备，也可以依靠常规的石油和油气混合物的替代品：气化煤、太阳能、核燃料和其他能源。经验显示，这种研究不能完全借助市场的力量来完成。具有商业规模的这类工厂的运作成本比企业能支撑的要高得多，而开发周期也要长得多。如果为维持短期能源安全，政府对战略性石油储备进行投资是恰当的，那么为确保长期能源安全，政府对长期研究（20～50年）的支持是恰当的。

在需求方面，能源安全来自于节约和能源使用效率上。而图 2—2 显示美国对石油的需求已经超过了过去在 1973 年石油危机和 1979 年石油危机中的峰值了。图 2—6 说明美国的能源使用效率和其他工业化国家相比还有提高的空间。

Ⅳ. 结　论

1973 年、1979 年和 1981 年石油价格的上升降低了世界对能源的需求。在 20 世纪 90 年代低迷的价格使得提高能源使用效率缺乏动力，美国（更一般的说法是发达国家）对石油这种主要能源的需求已经上升到了一个值得关注的水平。

为了应对在需求方面这个不那么讨人喜欢的变化，在供给方面我们可以做出些令人喜欢的发展。一个重要的市场结构变化是扩充玩家数量。长期以来，世界石油市场受“七姐妹”（垂直联合的石油巨头）的控制。十多年来世界石油市场受欧佩克成员国的控制。在不远的将来，世界石油市场的状况将反映出欧佩克成员国（针对最终消费者的前向联合）、国际石油巨头（通过欧佩克或非欧佩克成员国对石油资源的开发实行后向联合）、新的产油国和独立公司的举措。这些各式各样的公司和国有企业有时会形成勾结，有时又不得不展开竞争。供给者数量的增加降低了操纵价格的可能性。

不管怎么说，当需求的增加以及独立供给的减少为获取垄断利润提供了机会时，欧佩克或（更可能是）一个石油资源丰富的生产集团（不管是不是欧佩克生产集团，但能认识到共同利益的存在）会抓住这个机会。供给会周期性地减少，价格会周期性地上升。将来石油价格的冲击会再次出现。但是欧佩克不再控制原油价格。欧佩克的处境相当于在海上冲浪：一个技术熟练的冲浪者会在浪峰冲浪，而一个蹩脚选手可能会被大浪甩出去。关键是冲浪者没能力移动大海，而大海却可以挪动冲浪者。

如果愿意的话，政府能缓和这些冲击的影响，政府的政策是把市场价格作为一个契机，短期内向市场投放储备的石油，在工业化国家间共享石油资源，以及在长期内推动替代品供应市场的发展和能源的有效利用。如果制定的政策既不能利用短期内市场上的信息，又单纯依靠市场在长期中发展新的技术，这些政策必将加剧未来的石油冲击。

拓展阅读建议

出版物

Adelman, M. A. 1993. *The Economics of Petroleum Supply*. Cambridge, MA: MIT Press.

The Genie Out of the Bottle. 1995. Cambridge, MA: MIT Press.

Blair, John M. 1976. *The Control of Oil*. New York: Random House.

Boué, Juan Carlos Venezuela. 1993. *The Political Economy of Oil*. Oxford: Oxford University Press.

Chernow, Ron Titan. 1998. *The Life of John D. Rochefeller, Sr.* New York: Random House.

Eckel, Edwin C. 1920. *Coal Iron and War*. New York: Henry Holt and Company.

Hartshorn, J. E. 1993. *Oil Trade: Politics and Prospects*. Cambridge: Cambridge University Press.

Harvie, Christopher. 1995. *Fool's Gold: the Story of North Sea Oil*. London: Penguin Books.

Heal, Geoffrey and Chichilnisky, Graciela. 1991. *Oil and the International Economy*. Oxford: Claredon Press.

Horsnell, Paul and Mabro, Robert. 1993. *Oil Markets and Prices*. Oxford: Oxford University Press.

Moss, Diana L. "Competition in U. S. Petroleum Refining and Marketing: Part Ⅰ—Industry Trends," American Antitrust Institute Working Paper 07 - 02, January 2007 (http: //www. antitrustinstitute. org. /Archives/oil _ 1. ashx).

"Competition in U. S. Petroleum Refining and Marketing: Part Ⅱ—Review of The Economic Literature," American Antitrust Institute Working Paper 07 - 03, January 2007 (http: //www. antitrustinstitute. org. /Archives/oil _ 2. ashx).

Sampson, Anthony. 1976. *The Seven Sisters*. New York: Bantam Books.

Schneider, Steven A. 1983. *The Oil Price Revolution*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

Tarbell, Ida M. 1904. *The History of The Standard Oil Company*. McClure, Phillips and Co. (http: //www. history. rochester. edu/fuels/tarbell/MAIN. HTM).

Turner, Louis. 1983. *Oil Companies in the International System*, 3rd edition. London: George Allen & Unwin.

U. S. Congress. Senate. Subcommittee on Monopoly. 1952. The International Petroleum Cartel: Staff Report to the Federal Trade Commission. 82d Cong. , 2d sess.

Yergin, Daniel. 1991. *The Prize*. New York: Simon & Schuster.

网　站

American Petroleum Institute: http: //www. api. org/

International Energy Agency: http: //www. iea. org/

OPEC: http: //www. opec. org/

Oxford Institute for Energy Studies: http: //oxfordenergy. org/

Texas Railroad Commission: http: //www. rrc. state. tx. us/

U. S. Department of Energy: http: //www. doe. gov/

Energy Information Administration links page: http: //www. eia. doe. gov/links. html # petroleum

第3章　电力行业

艾伦·R·施赖伯*
(Alan R. Schriber) 和
詹姆斯·W·布罗克
(James W. Brock)

列宁说，共产主义是苏维埃政府加上国家的电力。我们把关于政治意识形态的宇宙哲学定义留给其他人研究，但是，难以想象，有哪种生活必需品比电力更加重要，而又更加被认为是理所当然的。不用思考，我们就打开了开关，灯就亮了。夏天，我们的家和办公室都变得凉爽；我们的烤箱可以烤食物；我们的电脑可以连接互联网。然而，在墙上的插头以及电灯开关的背后，每天蒸炉里有成千吨的燃料被消耗掉，产生出温度高达 2 000 度的蒸汽，来转动涡轮机，而产生出电流。电从发电厂流出，然后通过电线传导。电线运载了成

* 本章观点不属于俄亥俄州公共设备委员会，也没有经过其支持。

百上千伏特的电力，在全国范围内，穿越各个地域，运送到各个地方。到了各个地方之后，电压伏特就降了下来，电就到达了千万家庭和工厂。但是，当灯光闪烁然后突然停电的时候，我们对于这个产业的依赖就显现了出来。然后我们看见，电是多么的至关重要，国家的经济健康和福利是多么地依赖于它，同时，这也使得一种冲突显得更加重要，即那些能够震动此行业的规范政策与经济概念之间的冲突碰撞。

I. 历　史

尽管对于电的兴趣可以追溯到远古的希腊时代，尽管本杰明·富兰克林（Ben Franklin）在雷雨天放风筝来研究电的属性，尽管约瑟夫·普瑞斯特里（Joseph Priestly）警告英国贵族们电会使人发抖，但美国商业用电的时代是在1882年9月4日开始的，那天，托马斯·爱迪生（Thomas Edison）在纽约市开办了他的珍珠街电厂。爱迪生的电厂为59位顾客提供560千瓦的电力，这些顾客支付每千瓦时24美分的价格。[①] 14年之后，在1896年，乔治·威斯汀豪斯（George Westinghouse）证明了交流电（AC）比爱迪生的直流电（DC）系统更具有优势，因为前者能够支持建立更加大型的发电厂，而这些发电厂可以远离最后的用电端，这样就大大提高了发电能力，能够为更多的顾客服务，能够使电力传输更远的距离（在这种情况下，威斯汀豪斯的水力发电厂位于尼亚加拉大瀑布，而他的顾客们在20英里之外，位于纽约州的水牛城）。[②] 到进入20世纪的时候，美国已经建立了3 000多家电力机构，政府所有的公司为街上的路灯以及电车服务提供电力，而私营的电力公司则为城市的其他方面提供电力。[③] 电机有了发展，被用于生产过程以及家用电器，这大大地提升了对电力的需求。

人们很快就以一种基础的观念来预测电力供应，而这种观念将会

---

① 查阅该行业的简史，见U.S. Energy Information Administration, "The Changing Structure of the Electric Power Industry 2000" (Washington, D.C., October 2000), appendix A。另外见Charles F. Phillips, Jr., *The Economics of Regulation*, rev. ed. (Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc, 1969), Chapter 15。

② 据说，爱迪生试图向公众证明威斯汀豪斯的交流电系统不好，他将自己的电椅设计成用交流电来运行而不是用自己的直流电来运行。

③ John E. Kwoka, Jr., *Power Structure: Ownership, Integration, and Competition in the U.S. Electricity Industry* (Boston: Kluwer Academic Publishers, 1996): 5.

在60年内都占主导地位，即一家提供电力的中央工厂，通过电线将电传输出去，以及将这些电力分配给当地的最终顾客，这三者构成了一种自然的、全方位的垄断，在这种垄断中，一家垂直一体化的机构控制了所有这三个阶段，因为垄断能发挥最为经济的作用。大型的、生产力更强的发电厂得到发展，而小型的发电厂被兼并，以便利用那种大型的、垂直综合的经济效用。人们相信该行业中这种自然垄断的本质阻止了竞争，并且该行业的重要性越来越高，所以，这就使得国家要出台法规来约束该行业，以图获得垄断的效率而又不使其被滥用。威斯康星州、佐治亚州和纽约州率先在1907年出台了关于电力的州立法律。到1914年，有45个州都出台了法规，来规范此行业。电力设备现在要在由州管制委员会授权的特权区域的地理范围内运行，身上肩负着服务于传统的公共设备的责任，以公正的价格和公平的条约来服务公众。联邦政府在该行业的角色源自于其对国家大部分水电资源的所有权：联邦电力委员会成立于1920年，以规范国家水路上的水电工厂的建设和运营。

在接下来的30年中，该行业每年增长20%。在20世纪20年代初，电力组织的数目达到顶峰，有将近7 000家。然而，政府电力公司的数量和它们产电的份额有所下降，并且，尽管联邦电力系统继续增长，但是私营公司开始支配该行业。最终，私营公司占据了电力中90%以上的份额。价格降低了三分之一，而拥有电力服务的美国家庭的比例从8%上升到了接近70%（其中80%是在城市地区）。

电经历了这样的变迁：从珍奇之物，到奢侈品，再到日常必需品。但是，农村地区严重地落后了，在1932年，只有11%的农村家庭拥有了电力服务，这激起了农村的利益要求，要求政府提供支持，帮助获得现代社会的这种奇迹。国会和罗斯福总统的新政政府做出了回应，建立了水电大坝（胡佛水电站，大古力水电站），在东南部开展了田纳西峡谷局电力计划，在西北部成立了邦纳维尔电力局，并且建立了农村电力化部门，以图支持农村电力合作的形成，所有以上的这些都引发了多年的意识形态的争斗，争斗是在支持为公众提供电的人与那些害怕社会主义将要来临而持政府不干涉主义的人之间进行的。

然而，在20世纪20年代，一场新的、突然的发展改变了该行业，当时，20多家电力公司开始互相兼并，形成了更加大型的控股公司。

电力公司之间联合统一的速率增加到了每年200～300次的兼并和收购。[①]很快，这些控股公司又开始相互兼并，产生了“超级”控股公司，即控股公司的控股公司，这更加集中了该行业的控制。到20世纪20年代末，这些大型公司中的16家共占据了国家电力的四分之三。其中三家（United Corporation，Electric Bond and Share和不断扩张的Insull帝国）一共控制了该行业的45%。[②] 尽管这些大型企业最初可能从某些规模经济中获益，但是对它们来说最根本的吸引力却是一些赚大钱的机会，它们能把这些机会提供给创建者，通过金字塔式的所有权和杠杆控制，给股票掺水，人为地升高资产价值，以及向它们的附属运营公司出售高价的服务来盈利——所有这些都不是州管制委员会能够控制的，因为这些都是在州与州之间的基础上进行的。[③]

金融滥用以及1929年国家资本市场的失败，联合导致了这些大量的控股公司的崩溃，这时，一系列突然的政府调查和报告[④]出现了，在1935年出台《公用事业控股公司法案》时到达顶点。该法案赋予了证券交易委员会（SEC）大量的规范权力，来控制电力公司，包括电力公司的资本结构、金融运行、会计行为以及它们附属的子公司之间的交易行为。该法案的“死刑”条例，被称为“应用于美国商业的最为严格的改正措施”[⑤]，这个条例指引SEC，将这些大型的帝国打碎，变为分离的、独立的电力系统，而每个系统都受到限制，只能为规定的地理范围内的用户服务，并且，每个系统只能进行一些必须要进行的运营，就是那些对于一个公共设备的良好运行来说是必不可少的运行。证券交易委员会在接下来的几年中就执行了这个破坏托拉斯的命令，使900多家电力公司脱离了控股公司的控制。[⑥]（到1958年，电力控股公司的数目下降到了18家，而相比之下，20年前则有216家

① Dennis Ray, Rodney Stevenson, Roger Schiffman, and Howard Thompson, “Electric Utility Mergers and Regulatory Policy,” National Regulatory Research Institute, June 1992, p. 4.

② Phillips, 553－554.

③ Ibid., 554－560.

④ 参见 Federal Trade Commission, *Control of Power Companies*, Senate Doc. 213, 69th Cong., 2d sess., 1927, and idem, Utility Corporations, Senate Doc. 92, 70th Cong., 1st sess., 1935。同时也可以参见 James C. Bonbright and Gardiner C. Means, *The Holding Company* (New York: McGraw-Hill Book Co., 1932)。

⑤ Clair Wilcox, *Public Policies Toward Business*, 3rd ed. (Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc., 1966): 336.

⑥ Philips, 563.

控股公司。[①]《公用事业控股公司法案》也扩张了联邦电力委员会的职能。该法案赋予联邦电力委员会管理电力州际传输的权力，同时还分配给它通过鼓励合营安排进一步促进全国地区间电力合作及其可靠程度的任务。

回想起来，20世纪40年代到50年代的这10年是这个行业的黄金时期。在战争期间，电力需求飞速上升，并且在战后保持稳定增长。更大的发电站和诸如远距离电力传输的改善等电力传输分配方面的技术革新导致了成本和价格的下降，与此同时，公司盈利（和政府管制委员会）稳定而健康。核能的和平应用使得电价呈现出“过于便宜以致没有必要计量”的诱人情况。1954年，政府向私人企业开放了电力领域，随后，大量核电站的建设被公用事业公司列入规划。发电量以每年7.5%～8.5%的平均速度增长，能源的生产力增长了35%，居民用电价格（经通货膨胀调整后）持续下降。[②]

但是这种令人愉快的情形却在20世纪60年代开始消失。1965年美国东北部电厂大停电给人们敲响了警钟，使人们担心这个对国家民生非常重要的行业的可靠性和脆弱性。20世纪70年代的能源危机导致该行业的成本、价格和利润不可预测地浮动。环境运动使得全国的人们开始关注该行业排入空气中的成吨的污染物，1970年和1977年的《清洁空气法案》下令该行业采取措施来控制和减少排放。1979年宾夕法尼亚州三哩岛核电厂的重大事故，以及超出了控制的核电厂建设花费，为原子能源的物理风险和金融风险给出了不好的证明，使得这一曾经前途光明的技术行业停止了不断的扩张。该行业不得不变得保守，而非不断成长，1978年的《公用事业管制政策法案》（PURPA）要求发电厂将自己的系统与外部电力来源连接起来（例如行业公司“共同发电”），并从外部电力来源那里购买电，用这种方法控制电厂的建设花费，更好地利用国家的能源资源。这样做以后，电价不但没有下跌，反而开始增长。[③]

---

① Jack Casazza and Frank Delea, *Understanding Electric Power Systems* (Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2003): 139.

② 参见 “Changing Structure of the Electric Power Industry 2000,” 114, and Paul L. Joskow, “Productivity Growth and Technical Change in the Generation of Electricity,” *Energy Journal* 8, (1987): 17 - 18。

③ U. S. General Accounting Office, “Lessons Learned from Electricity Restructuring,” Washington, D. C., December 2002, 17 - 18.

到20世纪80年代中期，该行业的发展现状使得人们开始怀疑一个事实，即该行业在之前几十年中被建立起来的一个基础：电力行业是一个天然的垄断运营行业，集中控制的运营方式最为有效，在政府规章的监管下进行垂直集中的垄断经营。而越来越多的证据开始支持该行业也希望拥有竞争和效率，控制成本和价格，同时减少管制和垄断。1992年的《能源政策法案》号召一批新的电力生产者，即免税零售发电厂（EWGs），它们专营不受管制的发电厂，发出的电用来在竞争市场上零售。输电系统是由垂直统一的垄断设备公司建造、拥有和运营的，现在需要这些输电系统来建立零售市场并运送电力，所以将开放这些系统，在发电方，一视同仁地向不统一的发电商们开放，在用电方，向各地公司和用户开放。人们认为，电力应该被竞争定价，服务的可靠性应该受到保护。为了达到这个目标，一些重大规范步骤出台，由联邦能源管制委员会（其前身是联邦电力委员会，现在归能源部领导）在1996年和1999年实施。美国电价最高的几个州（东部的马萨诸塞州、罗得岛州、新罕布什尔州和宾夕法尼亚州，以及西部的加利福尼亚州）也依然接受了这一新政策：到2001年，24个州都开始了重组计划，在发电方面鼓励竞争（但是却保留了分配电和传输电的管制）。①

然而，21世纪初期的发展却给这个勇敢而全新的尝试造成了不好的影响：在2000年和2001年，加利福尼亚州发生了电力的重大失败，包括高涨的价格、不断的停电以及重要电力公司的破产；安然公司曾是新尝试的勇敢的支持者，但却出现丑闻并最终破产；对于新创造的电力市场，不断有人担心存在垄断操纵；并且出现了许多次连续的停电和电力受到干扰的情况。那些正在打算实施新的竞争尝试的州开始推迟它们的计划，再做考虑；一些早就选择了重组路线的州开始怀疑它们的选择是否明智。甚至一些私人公司，如Cato公司，也看起来对自由市场投资失去了信心，想要回到“美好的旧日时光”。② 反诉、指手画脚、指控和反指控——加上各州与联邦规范部门之间的口舌

① Paul L. Joskow, "Markets for Power in the United States: An Interim Assessment," *Energy Journal*, 2006; and Electric Energy Market Competition Task Force, "Report to Congress on Competition in Wholesale and Retail Markets for Electric Energy," Washington, D.C., April 5, 2007.

② Peter Van Doren and Jerry Taylor, "Rethinking Electricity Restructuring," Cato Institute Policy Analysis, November 30, 2004.

战——成为了电力行业第二个世纪初期行业图景的突出特征。

Ⅱ. 结　构

今天，电力行业是一个拥有3 000亿美元规模的产业，向13 600万用户提供了40亿兆瓦特时的电力。如表3—1所示，最近几年，该行业以健康的步伐发展，是由于桌上电脑革命、互联网、服务商以及电子商业的扩张对电力需求的刺激。

表3—1　　美国电力产业，1990—2005年

	1990	2000	2005
生产的电（一亿瓦特时）	3 038	3 802	4 055
零售收入（十亿美元）	178.2	233.3	298.0
用户（百万）	110.6	127.6	136.4

资料来源：U. S. Energy Information Administration, State Electricity Profiles 2005, Washington, D. C., March 6, 2007, tables 5 and 8, and U. S. Census Bureau, *Statistical Abstract of the United States: 2007* (Washington, D. C., 2006): 585.

垂直产业结构和电力本质

该行业一直呈现出垂直三阶段的结构。在第一阶段，连接在涡轮机上的转轴在磁场中转动，产生电流，电就从发电厂里面产生出来。全国有大约17 000家这样的发电厂。电一旦产生出来，就离开电厂，电压为10万～76.5万伏特，然后进入160 000英里长的高压线输电阶段（4%～7%的电力损失）。电到达其终点站——变电站——通过变压器降低电压。然后就进入了最后一个阶段——当地的电力分配，这个过程包含了很多的电线杆、电线和变压器，在这个过程中，电压被进一步降低，然后电就到达了千家万户和许多公司。

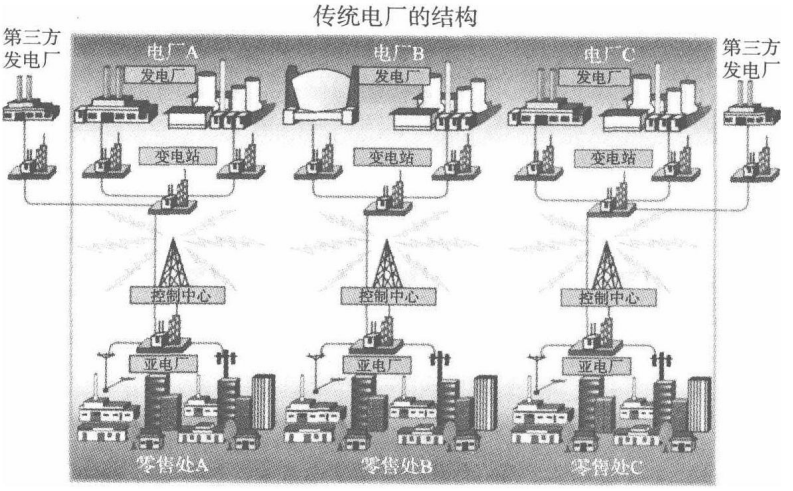
有人说电力不是一个商品，而是一种现象，其独特的物理属性对于该行业的运营至关重要。也许最重要的属性是电力不能够被储存，并且因为电流以光速传播，所以，发电厂、输电系统、分配电力的系统以及对电的使用都是同时发生的。在美国，电的产生、传输和分配是一个三阶段的过程，电是摆幅为每秒60圈的交流电。这意味着该行业的三个主要的阶段构成了一个系统，或者称“输电网”，这个系统是

整体一致、相互依赖的，每个阶段必须平衡运营，并且与其他阶段保持同时同步。此系统中一个步骤的紊乱将会迅速影响其他步骤，例如，该输电网中一家发电厂的发电过程的一个改变，将会影响该系统整个的电力传输，因此而影响该系统处理其他发电厂生产的电的能力。2003 年 8 月中西部大停电的案例中，俄亥俄州北部的输电线路中的一条线下降而碰触了树木，在短短 7 分钟内，就导致了 8 个州以及加拿大的 5 000 万人没有了电力供应。一旦电进入了这个相互依赖的输电网，一个机构产生的电将无法同另一个机构产生的电区分开或分隔开。而当电流量超过了该系统所能处理的最大能力时，拥堵就产生了。这时该系统就会变得不稳定、不可预测，过热甚至停止运行，除非其能力有所提升，或者对系统中电流量的需求有所下降。在输电网中保持电压的稳定也至关重要：低压会导致工业中各种机器、电脑和设备的速度减慢，而高压则会毁掉它们。

协调运行

显然，电力系统必须高度协调运行。传统上说，这种协调运行是在垂直统一的电厂内部进行的，这些电厂运营自己的电力系统，它们发电、输电，运用地方上的电力分配特许权（见图 3—1）。

然而，在最近几十年，这种重要的协调运行的重点发生了变化。早在 1927 年就出现的各个电厂间的电力合作协议为组织间的合作运营提供了一种方式，使得它们的运营更加经济和合理。这些合作不尽相同，取决于它们的组织方式紧密与否。其中一例，西北电力合作公司，于 1942 年建立，作为一个平台，一直为促进组织成员间的合作贡献着力量。1965 年的东北部大停电促使区域性委员会成立，以便通过使更广大地区的电厂紧密协调运行，来更好地提高可靠性。到 20 世纪 60 年代末，已经有 10 家这样的可靠性委员会成立了，电力组织可自由选择参加，这些委员会归一个国家伞型组织（北美电力可靠性委员会，NERC）领导。在图 3—2 中画出了这些区域性的可靠性委员会，它们不断发展统一的运营步骤和技术标准，监视电流、电力需求和供给，评估停电和故障，并充当地方、州和联邦政府等机构间的联系处。这 10 家区域可靠性委员会底下还有 150 家亚区域的控制处，负责监视、控制，或者在需要时隔离部分区域的输电网。



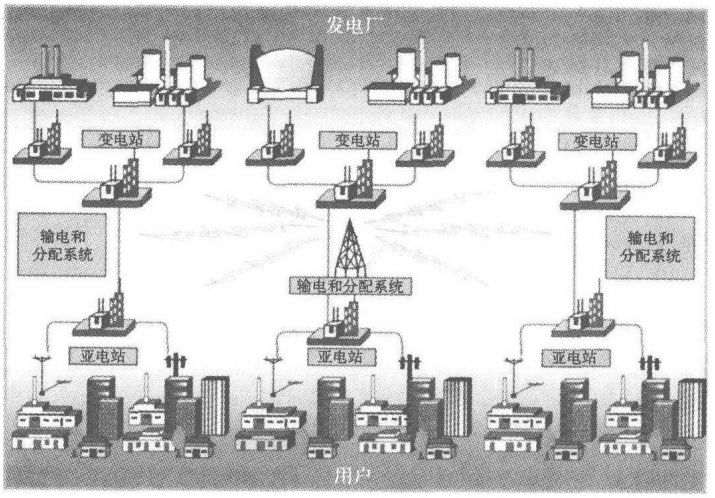
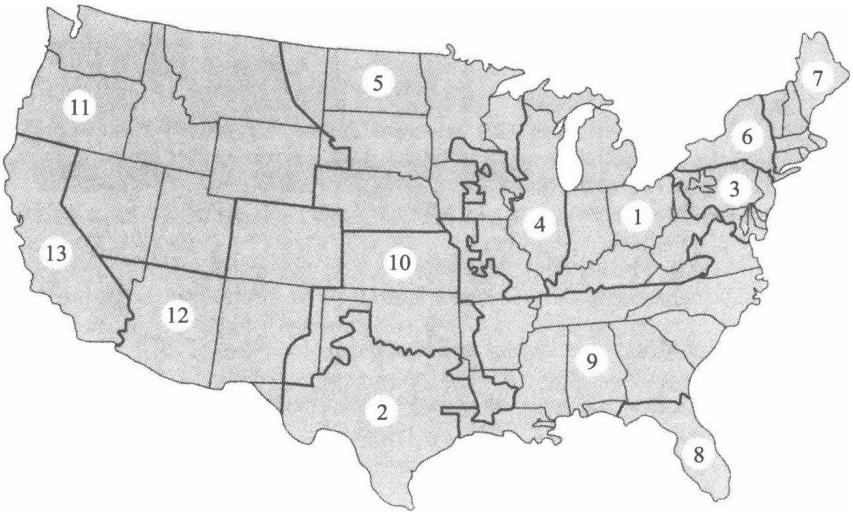


图 3—1　电力行业的协调

资料来源：M. W. Warwick，Primer on Electric Utilities，Deregulation，and Restructuring of U. S. Electricity Markets，Department of Energy，Washington，D. C.，May 2002，p. 65.

从 20 世纪 90 年代开始，新的地区运营机构，包括独立服务组织（ISO）和区域输电组织（RTO），在一些地区出现，这些地区周围有区域性可靠性委员会。联邦能源管制委员会想要重新为这个行业布局，并且因为电力零售市场已经放开（见图 3—1），所以该委员会建立了这



1. 中东部地区可靠性协调公约
2. 得克萨斯州电力可靠性委员会
3. 中亚特兰大地区委员会
4. 美国中部互联网络
5. 美洲中部地区电力合作厂
6. 纽约
7. 新英格兰
8. 佛罗里达州可靠性协调委员会
9. 东南电力可靠性委员会
10. 西南电力合作厂
11. 西北电力合作厂
12. 落基山电力地区，亚利桑那州，新墨西哥州，以及内华达州南部
13. 加利福尼亚州

图 3—2　美国电力可靠性委员会

资料来源：Energy Information Administration.

些新的组织来推动协调合作。如图 3—3 所示，在这些组织运营的地区，这些组织原来的任务是协调电力网中的不同部分，而不是占有其所有权，现在这个任务转变为作为一个独立、非营利、第三方的组织来指导电网运营，保证公平、公开、不带偏见。[①] 在这些地区，电力的生产者和消费者针对电力供应而签订合同，但却是 ISO 或者 RTO 负责平衡该系统总体的电力供应和需求，它们指导（“调遣”）发电厂的运营，指挥电力传输，以求平衡整个电力网的承载。

这些新的区域输电组织涵盖面很广：例如，PJM 系统就包含从印第安纳州到俄亥俄州、马里兰州、新泽西州等 13 个州的 1 300 家发电

① 当联邦能源管制委员会（FERC）证明一家私人服务公司满足了其所规定的标准时，FERC 就会官方授予此私人公司一个 RTO，包括独立运营、不带偏见的关税设置和管理、电力的公开竞价以及对于所有参与者而言的公平的真实时间信息（“透明度”）。

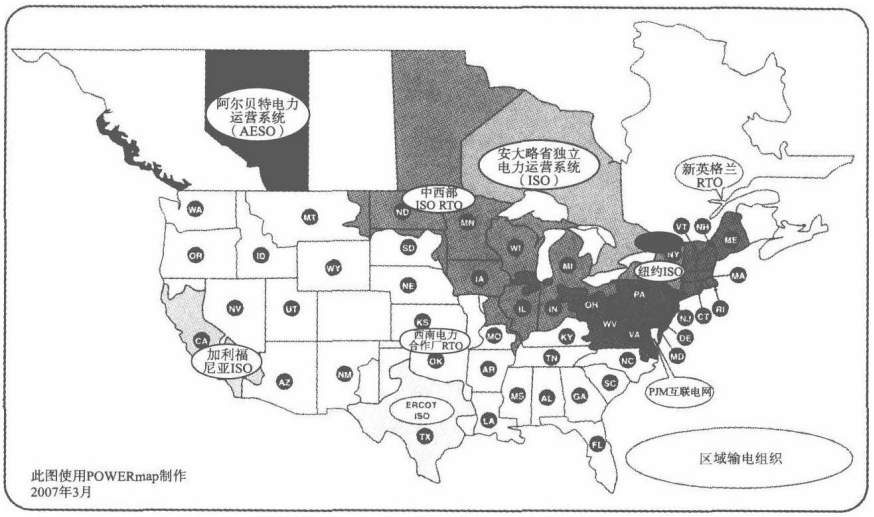


图 3—3　区域输电组织和独立服务组织

注：图中黑色圆圈内的各大写英文字母代表美国各州州名。

资料来源：Federal Energy Regulatory Commission.

厂和 450 家电力公司，引导着 165 000 兆瓦特的电力穿越 56 000 英里的传输线到达 5 100 万用户那里，它自称为世界上最大的中央分配的电力网。与此类似，中西部的 ISO 协调了 15 个州中的 100 000 兆瓦特的电流，引导这些电流穿越 94 000 英里的高压输电线。[①] 加利福尼亚州和得克萨斯州拥有足够大的用电市场，可以有自己的 ISO。得克萨斯州 ISO（ERCOT）协调和引导了 77 000 兆瓦特的电流穿越37 000英里的传输线。[②] 这些组织中的某些也起到开拓市场的作用，为电力的商业交易发现市场，为传输电力的权利提供市场，也持续提供有关电价、输电能力、电能的预期消费和生产以及拥堵问题的在线数据。

现在，全国大约一半的发电都是在这些新的区域输电组织的引导下完成的。然而，美国的东南部、西部和西北部地区却没有采用这些组织，它们更喜欢保持传统的垂直统一的公司结构，这些公司自愿参与到可靠性委员会中。对于后者，发电厂必须获得由垂直统一的公司

① 数据来自这些组织的网站。

② Ross Baldick and Jui Niu, "Lessons Learned: The Texas Experience," in James M. Griffin and Steven L. Puller eds., *Electricity Deregulation: Choices and Challenges* (Chicago: University of Chicago Press, 2005): 186.

所拥有的输电系统，而没有集中的第三方来运行和协调整个电网。

发电厂的类型

传统的发电厂通过旋转涡轮机来发电，要么通过水流的力量要么通过能源燃烧所产生的蒸汽的力量来推动涡轮机的旋转。涡轮机的叶片在磁场中旋转，这种旋转就产生了电流。各种不同类型的工厂的数目，以及它们在总体产电能力方面的情况在表 3—2 中展示了出来，而它们的经济特点在表 3—3 中有所展示。（成本预期强烈地受到下列因素的影响：能源价格的变化、市场中传统发电涡轮机的供过于求或短缺情况、对于核电来说的废物处理成本，以及发电资源替代物如风能、太阳能和生物能等方面的技术进步。）

表 3—2　　美国发电厂的类型

能源类型	工厂数量	能力（1 000 兆瓦）
煤	1 522	336
石油	3 753	65
天然气	5 467	437
其他气体	102	2
核能	104	106
传统水能	3 933	77
其他可再生能源	1 671	24
抽水蓄能	150	20
其他	45	1
总计	16 807	1 067

资料来源：U. S. Energy Information Administration (www. eia. doe. gov/cneaf/electricity/epa/epat2p2. html).

表 3—3　　新发电厂的预期经济特点

工厂类型	工厂规模（兆瓦）	资金成本（美元/千瓦）	运营成本（百万美元/兆瓦时）
煤	600	1 290	4.32
传统气体燃烧涡轮机	160	420	3.36
传统水电	500	1 500	3.30
高级核电	1 350	2 081	0.47
综合液化煤	550	1 491	2.75

续前表

工厂类型	工厂规模（兆瓦）	资金成本（美元/千瓦）	运营成本（百万美元/兆瓦时）
风	50	1 206	0.00
生物能	80	1 869	2.96

注：资金成本包括偶然因素；是2006年的估计数据。

资料来源：Energy Information Administration，Electricity Market Module，April 2007.

电力系统有个最小水平的需求，这一需求由持续运营的发电厂来满足。这些电厂，也叫做“基本运载”工厂，通常是核电厂或者燃煤电厂，因为这种电厂的能源成本相对较低也相对稳定，它们运营的可靠性较高。

由于缺乏廉价的可以获得煤的途径，美国东北部的很多发电厂利用天然气或者石油来发电。尽管这些发电厂濒临海港，可以通过海上运输获得燃料，但是这些燃料价格经常浮动，导致东北部成为了全国电费最高的地区之一。最近几年，电力的零售市场扩张了，许多由天然气作燃料的发电厂建成，这种发电厂的建设费用较少，但是其运营成本却与石油价格紧密相连，并随着石油的价格而浮动。大部分时间里，以天然气为燃料的电厂都被作为“高峰”电厂，在用电需求达到高峰的时候，作为基础负荷电厂的补充来提供电，而在其他时候则停止运营。一种高级的气体电厂，叫做结合循环式电厂，也建立了起来，来更好地供电。这种电厂的效率更高，因为它两次发电（第一次是通过燃烧燃料，第二次是通过使用废气来推动涡轮机旋转），但是这种电厂的费用常常与天然气的价格紧密联系。气体电厂的一大优势是它们对环境的破坏比燃煤和燃油电厂要小得多。

尽管从20世纪70年代开始，美国就没有再建立核电厂，但是104家已经建好的核电厂却一直在运营。尽管它们通常很可靠，也能达到运营要求，但是它们却有着一个污点：对意外泄漏致命辐射的忧虑。废物处理则是拖累核电发展的又一个问题：在接下来的讨论中，我们会看到，尽管联邦政府持续多年对核废物处理站进行评估，但是却没有这样的处理站在运营。结果，用过的废物就聚集在核电厂的水池中。另外，美国的核电厂中没有几家是相似的。缺乏标准使得核电厂的建设止步不前，因为一家核电厂要达到核管制委员会（NRC）的认证要求需要花费很长时间。但是，最近对核能又有了新的兴趣，这部分是

由于美国对能源独立和国家安全的考虑。另外，空气质量标准变得更加严苛，这使得在此基础上与煤电相比，核能变得更具吸引力。NCR已经提前批准了统一的核电厂设计，一些机构也即将启动授权程序，准许建造核电厂。

通过水流发出来的电代表了全国总生产能力9%的电力。由除了水之外的其他可再生能源（风力涡轮机、太阳能电板、地热以及生物燃烧能和固体废弃物燃烧能）发出来的电从2000年起增加了17%，但仍然仅仅占美国总电力的2%。由风力涡轮机发的电还在快速增长，年增长率大约达到了30%，但是这也仅仅占了总电力的0.4%。①

对于发电来说，能源是首要的可变成本。到目前为止，在21世纪的头十年中，天然气的价格浮动率很高，部分是由于天气的影响，部分是由于工业生产的需求量增加。由于建设气体电厂的费用相对较低，很多非规范的工厂都建立了很多气体发电厂，以求在新兴的电力零售市场上卖电获利，可是，高涨的天然气价格使得这些公司中的大部分都无法盈利，公司所有者们受到了经济损失：今天，他们纷纷将公司卖出，价格则相当于将当初的建设费打了个巨大的折扣。

规模经济和天然垄断

传统的发电厂是一种大规模的经济投资。蒸汽机、涡轮机、发电机以及传输机将建设成本推高，达到了几十亿美元的地步。一家典型的燃煤发电厂生产每兆瓦的电要花费200多万美元，而电厂的规模则从600兆瓦到800兆瓦不等。规模经济就成为了一个问题：一家1 000兆瓦的发电厂所需要的占地面积仅仅比一家500兆瓦的电厂多一点点。规模经济对于核电厂来说就更重要了，这是由于安全的原因，核电厂的设计和建设费用更高。

但是，总体来说，规模经济也是有限度的。20世纪50—70年代初，建设更大、更高电压的煤电厂成为趋势，但接下来就改变了方向，这是由于大型煤电厂不断地遇到运营问题。更低的可靠性和更多的停电阻碍了其运营，这些电厂的运营费本来就高，而现在又需要从其他电厂那里购买昂贵的电来作为需要时的替代物（部分是由于对电厂污

① Energy Information Administration，Renewable Energy，可以在www.eia.doe.gov/neic/infosheets，renewableenergy.html查到。

染的控制)。[①] 同时，技术进步减少了其他种类的发电厂的规模经济，尤其是多种气体电厂和石油电厂，以至于生产65～400兆瓦的电厂可以和更大规模的电厂一样有效率。[②]

而输电系统则正好相反，它需要大量的规模经济：一条30万伏特的输电线要比3条并行的10万伏特的输电线成本更少。建设新的高压电线非常昂贵，每英里花费50万美元，同时要将现存的高压线升级，使其能运输更高的电压，每英里花费100万美元。[③] 建设输电线很困难，因为一些物品的所有者，如塔、电缆和电线的所有者们，都反对建设。而美国州与州之间的法规不同，使得建设过程更加复杂。另外，输电网的运营——不断平衡一个地区的电力的供给和需求，此地区包括了大量的工厂、电线和用户——由一个中央运营者来完成是最为有效的。[④]

最后，从地方水平上来说，由不同的公司来运营平行的电力分配线、变压器和电线杆将是低效和高花费的，这会使得街道和生活区被阻塞。地方上的电力分配，与远距离电力传输一样，反映了这种天然垄断技术的经典特性。

电力集团的种类

电力组织有四种主要的类型：联邦和地区政府层面上的公有集团，合作集团，私人投资者所有的集团（被称为“IOUs”），以及私有的“非集团”公司（见表3—4）。

---

① Paul L. Joskow and Nancy L. Rose, “The Effects of Technological Change, Experience, and Environmental Regulation on the Construction Cost of Coal-Burning Generating Units,” *Rand Journal of Economics* 16 (1985): 4, 23。对于该行业中有关规模经济的实践研究的更广泛的调查，见 Francisco Javier Ramos-Real, “Cost Functions and the Electric Utility Industry: A Contribution to the Debate on Deregulation,” *Energy Journal* 33 (2005): 69 - 87。

② “Changing Structure of the Electric Power Industry 2000,” 44 - 45.

③ Denise Warkentin-Glenn, *Electric Power Industry* (Tulsa, OK: PennWell Corporation, 2006): 167 - 169.

④ 见 Paul L. Joskow, “Restructuring, Competition and Regulatory Reform in the U. S. Electricity Sector,” *Journal of Economic Perspectives* 11 (1997): 123, 129。有时，人们认为发电厂和传输线是互为替代物的，因为要解决一个拥堵的地区的电力供应问题，不论是通过在其周边增建更多的发电厂还是通过设置更多的输电线来将远方已经存在的发电厂的电流传输过去，都可以达到这个目的。

表 3—4　　美国电力组织的类型

类型	数量	用户（千人）	发电能力（1 000 兆瓦）
私人投资者所有的组织	219	95 226	390
地区政府所有的组织	2 010	20 048	100
合作组织	883	17 021	42
联邦电力局	9	38	72
发电经纪商	158	6 033	NA
非集团电力生产者	600	NA	446

注：非集团电力生产者的数量是近似值。

资料来源：American Public Power Association，2007－2008 Annual Directory and Statistical Report；Edison Electric Institute，“Key Facts About the Electric Power Industry，” www.eei.org；and “North American Electricity Business Structure Changing，” *Transmission and Distribution World*，December 6，2004.

地区政府所有的组织

超过 2 000 家地区政府所有的电力系统涵盖的范围从小型电力分配集团到大型公司，如洛杉矶水电部。[①] 这些系统在除了夏威夷之外的州都有运营，代表了所有电力组织的 60%，但却只服务于 14%的零售电力用户，仅生产全国总电量的 10%。它们中大约有三分之一是自己生产一部分或全部的电力，其他组织则是从其他途径购电。

合作组织

电力合作组织在 47 个州中运营。这些组织由用户拥有、由用户分享利润，所以合作组织天然就是主要以农村地区为主的。平均每英里为 6 户供电。（相比之下，投资者所有的电力公司则平均每英里为 34 户供电。）这些合作组织生产的电不到全国总电量的 5%，它们同地区政府所有的组织相似，很大一部分电是从其他途径购买来的。

联邦所有的电力组织

联邦电力系统包含田纳西谷管理局、美国工程军队运营的发电厂、美国资源再利用局和印第安事务局。到目前为止，联邦系统是对水电依赖最大的系统。尽管水电只占了美国总电量的 9%，但是联邦系统却

① 下面的描述取自 Electric Energy Market Competition Task Force，“Report to Congress on Competition in Wholesale and Retail Markets for Electric Energy，” April 5，2007。

从这种资源中生产出了其60%的电量。[①] 联邦组织生产出来的零售电通过4种联邦市场机构来进行市场推广（邦纳维尔电力局、西部地区电力局、东南电力局和西南电力局），这些联邦市场机构的主要责任就是为合作组织和其他公有组织服务。

投资者所有的组织

私人投资者所有的组织是目前为止该行业中最大的集团，不论是从其占全国发电量的比例上说还是从其电力用户的数量上说，并且拥有大约70%的全国高压电输电线。[②] 这些公司中最大的20家见表3—5。

表3—5　　20家最大的投资者所有的电力公司，2006年

公司名称	股市价值（百万美元）	年收入（百万美元）	发电能力（1 000兆瓦）
Duke Energy	41 645	15 184	37
Exelon	41 528	15 655	38
Dominion Resources	29 503	16 482	26
Southern Co.	27 383	14 360	41
TXU Corp.	24 882	10 856	18
FPL Group	21 491	15 710	24
FirstEnergy	19 417	11 501	14
Entergy	19 238	10 932	30
American Electric Power	16 772	12 622	36
Public Service Enterprise Group	16 711	12 164	15
PG&E Corp.	16 424	12 539	6
Edison International	14 827	12 622	9
Sempra Energy	14 430	11 761	3
PPL Corp.	13 648	5 886	11
Constellation Energy Group	12 367	19 285	9
Progress Energy	12 319	9 570	23

① American Public Power Association, "U. S. Electric Utility Industry Statistics," 可在www. appanet. org查到。

② Energy Information Administration, "Changing Structure of the Electric Power Industry 2000," 13.

续前表

公司名称	股市价值（百万美元）	年收入（百万美元）	发电能力（1 000 兆瓦）
Consolidated Edison	11 969	12 137	2
Ameren Corp.	11 063	6 880	16
XCEL Energy	9 365	9 840	15
DTE Energy	8 569	4 737	11

注：股市价值是 2006 年 12 月 31 日的数据。

资料来源：Edison Electric Institute，2006 Financial Review，and company websites.

在过去十年中，经由 FERC 的准许，很多这些私人电厂都改组成了控股公司，并且参与了很多的兼并和收购，来集中运营，涵盖更广泛的地区。例如，Duke Energy 这家公司，是一家控股公司，通过其下属的发电厂，发电能力达到了 37 000 兆瓦，其下属电厂是位于北卡罗来纳州、南卡罗来纳州、俄亥俄州、印第安纳州和肯塔基州的 81 家电厂。它拥有 2 万多英里的高压传输线，以及 10.6 万英里的地方上的电力分配线。在地方上，它拥有很多地方分支的下属电厂，为 5 个州的 400 万用户供电。① 美国电力公司（AEP）是另外一家巨头，拥有的分支下属公司包括 AEP 俄亥俄公司、AEP 得克萨斯州公司、AEP 阿巴拉契亚电力公司、印第安纳密歇根电力公司、肯塔基电力公司、哥伦比亚和南方电力公司、俄克拉何马公共服务公司，以及西南电力公司（阿肯色州、路易斯安那州和得克萨斯州）。AEP 的下属公司拥有 83 家发电厂。AEP 也拥有 3.9 万英里的传输线，通过地方的分配系统为 500 万的用户提供电力，该分配系统包括了 20 万英里的当地线路。② 同样地，Dominion Resources 也通过其下属公司，供电能力达到了 2.6 万兆瓦，它在康涅狄格州、马萨诸塞州、罗得岛州、宾夕法尼亚州、俄亥俄州、威斯康星州、伊利诺伊州、印第安纳州、弗吉尼亚州、西弗吉尼亚州以及北卡罗来纳州拥有 50 家公司。Dominion 公司拥有 6 000英里的高压传输线，5.4 万英里的地方电力分配线，通过其许多的地方下属公司为 230 万的用户供电。③

① 公司网站和 SEC 的 10－K 表格。

② 公司网站。

③ 公司网站和 SEC 的 10－K 表格。

“非集团组织”

最近几年的一个重要发展是该行业中出现了一个新的领域，私人所有的“非集团组织”，这种组织所包括的公司并不直接属于地方上受到管制的运营组织。这类电力组织最初是为了回应政府的重建措施以及州政府和联邦政府的重组政策，这些电力组织包括专业的、非综合的发电厂（“商人发电厂”或者“独立发电厂”），控股电力公司的下属公司或附属公司，非综合的传输厂，以及从事电力买卖的公司，但是这些电力买卖公司自己不拥有任何的发电厂、传输厂或者分配厂（“发电经纪商”）。①

总体上说，非集团组织已经占到了全国发电能力的40%，而1993年才是8%。② 这些发电能力中的大约一半是由真正独立的发电厂生产的，而另一半是由垂直综合的控股公司的下属或附属公司生产的，这些控股公司也同时拥有其他受到管制的电厂。③ 真正独立的发电厂的例子包括Calpine公司，1984年建立，由18个州的84家电厂生产25 000兆瓦的电；Mirant公司，2001年从南方电力公司中脱离出来，在6个州中拥有18家电厂；NRG能源公司，1989年建立，在11个州中拥有45家发电厂。私人控股公司所有的下属发电厂包括Constellation能源发电公司（78家发电厂），这是Constellation能源公司的一个下属公司，是由巴尔的摩天然气和电力公司组成的一家控股公司；Exelon发电公司（109家发电厂），是Exelon公司的下属控股公司，拥有伊利诺伊州的Commonwealth Edison公司和宾夕法尼亚州的费城电力公司(PECO)；FPL能源公司，FPL集团的发电下属公司，一家控股公司，由佛罗里达电力公司创建，佛罗里达电力公司在26个州中运营。在很大程度上，受管制的公司都把运营要么分割给了自己的下属控股公司，要么给了独立的外界公司，它们这样做或许是自愿地，或许是为了回应管制委员会的命令，以下事实可以证明这个程度之大：各个州中，由受到管制的集团运营的电厂数目急速下降，这些州包括伊利诺伊州（该州中受到管制的集团直接管理的发电厂的比例由97%降到了9%），马萨诸塞州（由87%降到9%），宾夕法尼亚州（由92%降到12%），

---

① Electric Energy Market Competition Task Force，13－14。电力供给协会代表了这些公司的利益（www. epsa. org）。

② Electric Energy Market Competition Task Force，13－14，and American Public Power Association，U. S. Electric Utility Industry Statistics.

③ Electric Energy Market Competition Task Force，14.

以及得克萨斯州（由88%降到41%）。①

在电力输送方面，几乎没有真正独立的传输公司存在。ITC控股公司是最大的几家之一，是通过兼并了之前由Customer Energy and Detroit Edison公司运营的传输系统后成立的，目前，它作为独立的传输公司运营着5 400英里的传输线。另一家输电公司，美国输电公司，资产为20亿美元，运营9 000英里的输电线，但是却由一系列的公共或私人电力组织集团所有。总之，FERC发现独立的输电公司的资产仅仅占了私人所有公司资产的3%。②

除了发电或输电，其他的非集团公司是专门从事买卖、交易以及市场推广的电力公司，但是它们不直接发电、输电或分配电力，也不通过下属公司做这些事情。这部分包括了152家公司，从事4亿兆瓦时的电的交易，总收入为200亿美元。③

兼并和收购

在过去的十年中，大量的兼并和收购发生在了电力行业，这幅图景是自60年前大型电力控股公司形成以来所无人能比的（见表3—6）。联邦能源管制委员会支持这些兼并，只要这些兼并代表了“共同”的运营，并且不违反1935年的《公用事业控股公司法案》（直到2005年才取消）中的规定。

表3—6　　美国电力公司的兼并，1993—2006年

年份	完成的数量	宣布的数量	撤销的数量
1993	2	3	1
1994	1	5	0
1995	2	8	4
1996	1	13	3
1997	13	11	3
1998	9	10	0
1999	10	26	2

① Electric Energy Market Competition Task Force, 93.

② Company websites, and Office of Market Oversight and Investigations, Federal Energy Regulatory Commission, “2004 State of the Markets Report,” (Washington, D.C., June 2005).

③ American Public Power Association, U.S. Electric Utility Industry Statistics.

续前表

年份	完成的数量	宣布的数量	撤销的数量
2000	23	9	1
2001	6	5	4
2002	5	2	3
2003	1	2	1
2004	1	3	1
2005	1	3	0
2006	3	7	2
总计	78	107	25

资料来源：Edison Electric Institute，2006 Financial Review，44.

主要的兼并案例包括1997年的Ohio Edison和Centerior Energy（包括Cleveland Illuminating Company和Toledo Edison）的50亿美元的合并，形成了FirstEnergy公司，这家合并后的公司在2001年将规模再次扩张了一倍，是通过和GPU公司（Metropolitan Edison、Pennsylvania Electric Company和Jersey Central Power & Light的控股公司）的50亿美元的合并。在2000年，伊利诺伊州的Commonwealth Edison公司兼并了PECO，这是一次80亿美元的兼并，建立了Exelon控股公司。其他重大的兼并包括2005年94亿美元的MidAmerican能源控股公司在艾奥瓦州、伊利诺伊州、南达科他州和内布拉斯加州的公司与Pacificorp公司在犹他州、俄勒冈州、华盛顿州、怀俄明州、爱达荷州和加利福尼亚州的公司的合并；在1997年，阿莫林公司（Ameren）以10亿美元合并了Union Electric公司和中伊利诺伊州公共服务公司，2003年以885百万美元兼并了中伊利诺伊州照明公司，在2004年以23亿美元兼并了伊利诺伊州电力公司；Duke能源公司在2005年以146亿美元兼并了Cinergy公司及其在俄亥俄州、印第安纳州和肯塔基州的公司（在8年前，Cinergy公司才刚刚出现，来自Cincinnati天然气和电力公司与印第安纳公共服务公司的80亿美元的合并）。[①]

① Federal Energy Regulatory Commission，"List of Mergers Filed，"见www.ferc.gov/industries/electric。美国公共政策协会在其网站上有一份电力兼并者的名单，以及一份长期的该行业控股公司的构成名单，见www.appanet.org。

从1996年到2006年，美国所有的集团公司（包括气和水）创造了3 800亿美元的兼并和收购记录，而电力公司的不断结合起到了很重要的推动作用。[①] 在电力公司中，对单独的发电厂的销售和转让也以同样狂热的速度前进，单是在过去的3年中，就报告了264例这样的买卖。[②]

这种大规模的兼并的一个结果就是将私人投资者所有的公司数量减少了三分之一，从1995年的98家减少到了2006年的64家。[③] 另一个结果，如表3—4展示的，就是大幅增加了这些兼并后的巨头们的绝对规模和地理范围。

市场集中

决定电力行业中大型公司的相对规模或者集中度非常困难，因为市场的地理范围以及竞争者的数量和相对规模在该行业的三个阶段中有所不同。另外，当阻塞发生时，市场的地理范围和可以供电的公司的数目都会剧烈地减少。

地方电力零售分配

地方层面上的电力分配和终端消费的集中度非常高：单独一家受管制的电力公司一般在其得到政府允许的地方市场上控制了所有的电力销售。甚至，当我们把范围扩大到整个州的范围来考虑时，地方的电力分配集中度依然非常高：最大的五家电力零售商合起来占据了45个州总销售额的60%或者更多，32个州销售额的72%或更多，20个州电力零售额的80%或更多。[④] 下面举例，列出这些单独的州以及这些州中这五家最大的电力零售商的运营份额，包括亚拉巴马州和加利福尼亚州（各78%），科罗拉多州（75%），佛罗里达州（82%），伊利诺伊州和印第安纳州（各77%），艾奥瓦州（81%），纽约州（62%），

① *Mergers & Acquisitions* magazine, annual almanac issues, and John Kwoka and Michael Pollitt, "Industry Restructuring, Mergers, and Efficiency: Evidence from Electric Power," unpublished manuscript, April 2007.

② Energy Information Administration, "Plants Sold and Transferred," 见 www.eia.doe.gov/cneaf/electricity; epm/tablees4.html。

③ Edison Electric Institute, *2006 Financial Review*, 44.

④ Energy Information Administration, *State Electricity Profiles 2005*, Washington, D.C., March 7, 2007.

俄亥俄州（59%），弗吉尼亚州（90%）和俄勒冈州（77%）。①

电力输送

在电力输送方面，对重要的高压线路的所有权也是高度集中的，这些高压线路在一端连接着发电机和生产者，在另一端连接着地方的电厂和用户。美国有大约16万英里的高压传输线，有四家大型电力控股公司——Duke，AEP，Dominion和Xcel——声称拥有这些线路中的82 000英里，或是总线路的大约一半。人口调查局最近的一项估计将这四家大型公司综合的份额抬得更高了，高达85%，前8名的大公司的份额为92%，前20名大型输电公司的份额为98%。②

这些输电线中的大部分都经历了很多年，由垂直统一的电厂建造，以服务于它们自己的发电厂系统和零售运营系统，并且这些电厂一直占有着这些线路的大部分。这导致了许多有关反竞争的问题：这些电厂可能会利用这些线路来优先服务自己的发电和零售系统，而让其他的竞争者们付出代价，并且，输电线路有一定的承载能力，只能运输一定量的电，当线路饱和的时候，这些垂直统一的电厂就可能只运输自己生产的电，而不运输别人生产的电。长期下去，垂直统一的电厂可能会在电力输送能力上出现投资不足，因此而限制了其他发电厂进入到它们的市场中。在美国的某些地区，区域输电组织和独立服务组织被建立了起来，是因为FERC想要努力提供开放的、不偏见的输电服务。但是，正如我们接下来要看到的，在这些地区，有关市场能力和对电网操纵的抱怨不断发生。

发 电

在发电方面，在州的层面上的集中度普遍较高，而在更广泛的电力买卖的地理范围上集中度相对较低，但是总的来说，集中度还是值得注意的。

在州的层面上，三家最大的发电公司总的发电份额占据了43个州的总份额的50%以上，35个州的66%以上，27个州的75%以上。③

---

① Energy Information Administration, *State Electricity Profiles 2005*, Washington, D. C., March 7, 2007.

② U. S. Census Bureau, "Electric Power Generation, Transmission, and Distribution," *2002 Economic Census*, December 2004.

③ 计算的基础数据来自Energy Information Administration, From 906/920 for January-December 2005（可在www. eia. doe. gov/cneaf/electricity/page/eia906 _ 920. html查到）。

例子包括亚拉巴马州（两家最大的发电公司的份额占了州总份额的86%），佐治亚州（最大的发电公司占了州总份额的86%），佛罗里达州（三家最大的发电公司的总份额为州总份额的65%），宾夕法尼亚州（四家最大的公司占了52%），伊利诺伊州（三家最大的公司占了72%），明尼苏达州（两家最大的公司占了87%），密苏里州（两家最大的公司占了70%），科罗拉多州（两家最大的公司占了68%），得克萨斯州（六家最大的发电公司占了45%），以及加利福尼亚州（六家最大的公司占了41%）。①

区域的发电市场包含了许多州和许多发电厂，所以在这个更加广泛的地域层面上的集中度要比在州的层面上的集中度低，但是集中仍然大量存在。下面列举一些不同的区域市场，以及该区域中前十家最大的发电厂的合计发电能力所占的份额，包括中西部ISO（60%），PJM（77%），新英格兰ISO（73%），西南电力合作厂（73%），得克萨斯州的ERCOT（78%），东南电力市场（72%），西北电力市场（82%），以及纽约ISO（81%）。② 如果我们认识到在这些地区中，很多公司都联合拥有发电厂的这个事实，那么集中度的数据应该会更高。

正如我们所看到的，最近几年在发电方面发生了很多变化。然而这些变化可能夸大了有意义的重组的程度，原因在于，许多发电厂的资产剥离，可能是纵向合并中发电厂转化成控股公司的子公司，也可能是发电厂在纵向合并的公用事业公司之间的转化。③ 评估发电集中度的另外一个重要的考量来自于这样一个事实，即电力不能够被存储：当一个电网经受堵塞的时候，可以发电的地理范围就会缩小，可以供电的公司数量会下降，可以发电的公司的集中度的有效水平就会上升。在这些情况下，传统的集中度考量可能忽略了“中枢”市场能力的有

① 计算的基础数据来自Energy Information Administration, Form 906/920, Monthly Time Series File, for January-December 2005（可在www.eia.doe.gov/cneaf/electricity/page/eia906_920.html查到）。

② Federal Energy Regulatory Commission, “State of the Markets Report: 2004”（Washington, D.C., June 2005）.

③ 见Energy Information Administration, “The Changing Structure of the Electric Power Industry 1999: Mergers and Other Corporate Combinations”（Washington D.C., December 1999）: 49-50, and Jun Ishii, “From Investor-Owned Utility to Independent Power Producer,” Center for the Study of Energy Markets, University of California, November 2002。

效度。例如，在PJM区域输电组织中，最大的十家公司合起来占据了关键的发电边际能力的90%还多，而这种边际能力是用来满足用电高峰的需求的。[①] 在其他区域，单独一家最大的发电公司可能占据了关键的高峰发电能力的30%还多。[②]

需求特点

该行业需求方的特点包含了两个重要因素。第一，用户对电的使用不是建立在稳定、持续的基础上的，所以在一天、一个月以及一年中，需求变化较大。让我们来考虑一个普通家庭的情况：当孩子都在学校上学、父母都在工作时，居民对供电系统的需求是最低的。而在下午5点到睡觉之前，厨房和洗衣房里的活动，以及电脑、电视的使用，使得对系统的需求大幅增加。这种变化也和天气有很大关系：夏天要使用空调，特别是在办公室和其他商业建筑中，这可能给供电系统造成很大压力。

第二，用户对电价的敏感度，或称需求弹性，在不同的用户种类间有很大不同。居民用户实际上根本不能实时地知道消费了多少电或者消费了这些电应该付多少钱。居民的电价账单反映的是上一个月的电价—电量关系。结果，几乎没有什么即时的电价信号可供居民们做出反应，所以居民需求是相对无弹性的。商业用户，例如快餐店、“仓储式”商店以及办公建筑，也具有相似的特点：尽管这些商家中大型的几家对于能源账单的控制是敏感的，但是由于它们在地方市场上竞争，针对它们当中一家的电价变化会同样地作用于它们在地方上的竞争对手，因此，很难证明这一阶层的用户对电价的变化特别敏感。但是，工业用户对电力的需求却非常具有弹性，因为这是其一项重大的花费。另外，工厂是在全国甚至全世界市场上竞争，在这个范围内，它们的竞争对手可能支付比它们少得多的电价。工业用户也可以选择自己发电，如果它们的运营公司足够多的话。结果，工业用户对电价的需求比其他阶层用户的需求要敏感得多。

表3—7中展示了最近几年这些阶层的用户的电力零售情况。

---

① “State of the Markets Report：2004，” 109.

② Energy Information Administration，“State of the Markets Report：2004” (Washington D. C.，January 2004)：24.

表 3—7　　用户阶层的零售用电销售，1995—2005 年

用户阶层	1995	2000	2005
居民：			
兆瓦时	1 043	1 193	1 359
收入	87 610	98 209	128 393
商业：			
兆瓦时	862.7	1 055	1 275
收入	66 365	78 405	110 522
工业：			
兆瓦时	1 013	1 064	1 019
收入	47 175	49 369	58 445

注：兆瓦时的单位是百万，收入的单位是百万美元。

资料来源：Energy Information Administration（www. eia. doe. gov/cneaf/electricity/epa/epat7）.

Ⅲ. 管理实施方式

该行业的管理实施方式中最重要的方面就是在不同阶段的定价，以及关于市场能力和电力市场操纵的问题。

定价：地方经销

在地方经销层面最终消费者面对的电价是受到州公用事业委员会管制的，管制依据是传统的“基准比率回报率”的管制原理。定期举行听证会，其间对电力公司的可减免成本以及资产进行评估，并且允许制定一个“比率结构”的价格，提供一个足够支付公司花费的收入，并且使公司能够获得一个适当的资本回报率或者利润。

这种比率结构包括对不同群体的消费者定制相当不同的价格：对居民消费者最高，对工业用户最低，对商业用户而言价格则在中间的某点上（见表 3—8）。这种价格差异是根据多种原因确定的。因为居民消费者的“负载因子”很低，所以为他们供应电力最为昂贵：他们的顶峰需求一天只有几个小时，并且同他们的平均消费高度相关。这拉

高了为他们供应电力的成本，原因在于电力公司必须维持足够的容量以支持他们的顶峰需求，然而在其他时间这部分容量就浪费了。而工业用户正好相反，有一个稳定的电力消费比率，所以相较之下对它们提供服务的成本更便宜。况且，工业用户的基数越大，就越能熨平整个系统的平均电力消费水平，从而减少为所有消费者群体提供服务的总成本。为工厂制定更低的电价也能被州公用事业委员会用于吸引或留住企业，从而可以享受随之而来的就业和经济增长的好处。在任何情形下，结果都是需求弹性最低的消费者支付最高的价格。

地方性的电价在全国的不同地方也有着明显的不同（见图3—4）。一般而言东北部和加利福尼亚州的价格更高，而中西部和西北部的电价较低。主要原因在于在这些不同区域生产电力的成本是不同的。

表3—8　　不同群体消费者的平均价格和总收入，1994—2005年

	居民		商业		工业	
	平均价格	收入	平均价格	收入	平均价格	收入
1994	8.38	84.6	7.73	63.4	4.77	48.1
1995	8.40	87.6	7.69	66.4	4.66	47.2
1996	8.36	90.5	7.64	67.8	4.60	47.5
1997	8.43	90.7	7.59	70.5	4.53	47.0
1998	8.26	93.4	7.41	72.6	4.48	47.1
1999	8.16	93.5	7.26	72.8	4.43	46.9
2000	8.24	98.2	7.43	78.4	4.64	49.4
2001	8.58	103.2	7.92	85.7	5.05	50.3
2002	8.44	106.8	7.89	87.1	4.88	48.3
2003	8.72	111.2	8.03	96.3	5.11	51.7
2004	8.95	115.6	8.17	100.6	5.25	53.5
2005	9.45	128.4	8.67	110.5	5.73	58.5

平均价格单位：美分/千瓦时；收入单位：10亿美元。

资料来源：U. S. Energy Information Administration（www. eia. doe. gov/cneaf/electricity/epa/epat7p4. html）.

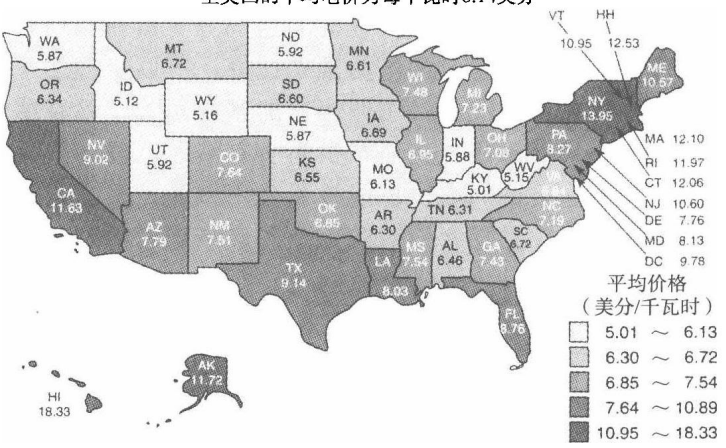


图 3—4　不同州的平均零售电力价格

注：图中大写英文字母代表美国各州州名。

资料来源：Energy Information Administration, Electric Power Annual, November 2006.

在中西部是低成本的煤发电，在西北部是中等价格的水发电，而在东北部和加利福尼亚州则是高成本的石油和天然气发电。

16 个州承诺采取监管措施，允许包括居民消费者在内的电力消费者选择他们的发电供应商，而当地的电力单位则扮演着该能源的垄断经销商的角色。在这些情形中，对那些不能选择一个替代性的电力供应商的消费者而言，或者对那些所选择的电力供应商已经失败的消费者而言，现有的发电单位就被指派为“最后的供应商”。许多州允许居民消费者和社区集中或者“加总”他们的消费。

工业和商业用户在电力供应商之间做选择的时候远比居民消费者积极：在有选择权的州，居民消费者中更改可选择的电力供应商的比例各不相同，从伊利诺伊州和新泽西州的 0.0%，到马里兰州的 1.5%，马萨诸塞州和纽约州的 6%～9%，最高的是得克萨斯州的 27%。（一些州，比如得克萨斯州，会将居民消费者随机分配给不同的电力生产商，所以高转换率并不一定意味着自愿的消费者选择。）工业和商业用户的供应商转换率就要高得多了，包括伊利诺伊州大的商业和工业用户 72%的电力供应商转换率，马里兰州的 79%，以及在新泽西州、纽约州、马萨诸塞州和得克萨斯州的 46%～65%。[①] 总的来说，

① Electric Energy Market Competition Task Force, Appendix D.

只有四个州的居民电力消费超过竞争性的电力供应商供应的电力的5%（马萨诸塞州、俄亥俄州、纽约州、得克萨斯州），而竞争性供应商在九个州中供应电力的30%甚至更多是由大型的工业和商业用户消费掉的（其中最高的是得克萨斯州的86%）。①

最终，如图3—5所示，在零售层面的重组并没有显著地降低更高的居民价格，而这促使州政府推动源头上的重组。更进一步地，许多已经实施重组政策的州确实暂时地降低了居民价格，但这都有一个期限；随着这些管制期限逐渐到期，居民电力价格开始以24%到72%甚至更大的幅度上升。②

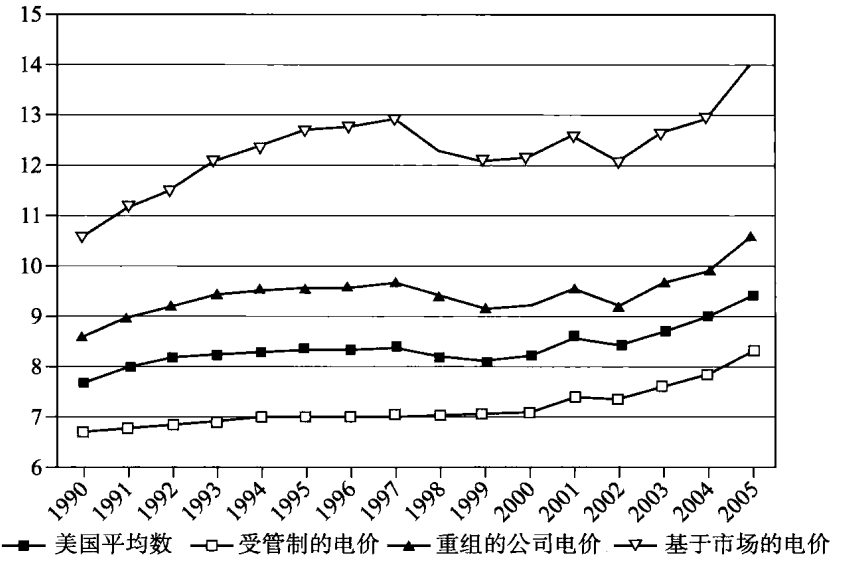


图3—5　美国各州居民电价：基于市场的受管制的和重组的电价

资料来源：Kenneth Rose and Karl Meeusen，"2006 Performance Review of Electric Power Markets，" Institute of Public Utilities，Michigan State University，August 27，2006，3.

定价：批发生产

批发电力的价格在生成阶段是由买者和卖者商议决定的，其中包

① Kenneth Rose and Karl Meeusen，"2006 Performance Review of Electric Power Markets，" Institute of Public Utilities，Michigan State University，August 27，2006.

② Alexei Barrionuevo，"Generating Anger：Soaring Utility Prices Bring Calls to Re-Examing Regulation，" New York Times (February 17，2007) B1.

括同一个控股公司的不同的直系下属分公司。如果电力公司被联邦能源管制委员会（FERC）认为拥有“市场基准率的权利”，那么不受管制的市场价格就会被预设为是合适的和理性的，除非有反对的理由，且此价格不适用于传统的服务成本规则。获取这种定价权利要求电力公司证明它在同代公司中没有横向的市场力量；在运输中没有纵向的市场力量；它没有设置进入市场的壁垒；并且，在控股公司的情形中，它的受到补贴的发电、运输和本地下属子公司三者之间的关系必须满足许多管制要求。① 公司每季度必须向 FERC 提交详尽的交易报告，并且法院要求 FERC 必须仔细地研讨这些记录。大约 500 家发电公司获得了这种市场基准率的权利。如果一家发电公司没有获得这种权利，那么它的电力批发价格将受到 FERC 的管制，被设置在传统的服务成本管制的基础上。

批发电力的定价也依赖于一个区域电力的购买或销售是否由区域输电组织（RTO）管辖。在有 RTO 管辖的地方，买方和卖方商议定下价格、电力的数量、日期和时间，然后和运输方达成协议来传输电力。而在没有 RTO 管辖的区域，买方和卖方商议定制价格、电力的数量、日期和时间。当到了约定的日期和时间时，发电商把电力输入 RTO 的电网，同时买方从电网中提取电力。在注入电力的时候卖者获得当时的电力价格，而买者支付在它提取电力时的价格。买方和卖方自行解决时价和合约价格之间的差异。RTO 电网中电力的市场价格不断地调整以平衡供给和需求，主要利用“一次叫价”拍卖。这意味着所有供应商将被支付一个能够吸引最后的供应增量来平衡需求额的最高价格，即使它们之前以一个较低的叫价来供应它们发电厂的电力。在这些市场中价格每天都变化很大，更不用说每月和每年的变化。如果出现严重的过载状况，那么“缓解”程序将被唤起，为最高的可能的电力价格设置一个上限。

如图 3—6 展现的 PJM RTO 的西部中心，几乎一整年的价格都在 40～60 美元内波动，但在天气极度炎热、空调的使用量迅速增加的 7 月中旬和 8 月上旬，价格也飞速上涨。② 在全国没有 RTO 管辖的地区，批发电力的使用就没有那么紧张了，在这些地方，电力交易更多的是

---

① Federal Energy Regulatory Commission, “Market-Based Rates for Wholesale Sales of Electric Energy, Capacity, and Ancillary Services by Public Utilities,” 119 FERC ¶ 61, 295 (June 21, 2007).

② 电力期货在洲际交易所（ICE）、纽约商品交易所和芝加哥商品交易所进行交易。

一种传统的、个人买者和卖者双边协商的交易，而这些交易的细节就不一定会公布了。

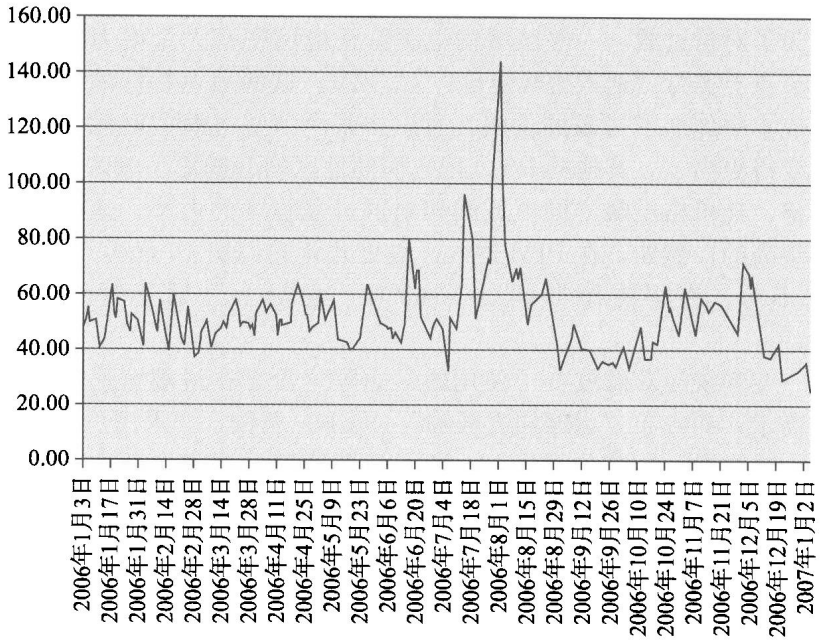


图 3—6　零售价格：PJM 西部

资料来源：Energy Information Administration.

定价：运输和过载

联邦能源管制委员会要求所有运营运输线的电力厂商提供通过开放接入传输关税（OATT）接入它们的运输线的端口。主要有两种形式的运输关税：面向“网络运输服务”的 OATT 契约，这是针对将电力输入电网然后输出的情形的，在这种情形下用户根据他所享用的系统中的总电力（他的“加载比例份额”）来按月支付费用。用户可能被要求将他的设备作为一种“网络资源”，并且在过载发生的时候，同意运输经营方提出的重启它们的要求。第二种运输价格的主要形式，是“点对点运输服务”，包括在特定地点间的电力运输，在这些情形中，用户根据使用的运输系统的容量支付费用。

参与者加入区域输电组织需要支付一个运输连接费用，还支付当运量上升时导致过载的一个额外成本。在系统发生过载的时候，在该地点的电力价格将会上升，上升的幅度实际上反映的是过载的定价。

用户可以购买实际地运输签约数量的电力的权利。另外，用户也可能被配给或购买一项“金融运输权”，作为一种保障，该权利使用户有权获得其遭受的更高的过载价格的一部分。

为了对付过载，一些区域输电组织在电网中有大量电力进入或输出的节点上实行“地点边际定价”（LMP）。这些地点特殊的价格在电力的成本中加上了过载的价格，所以当某个节点过载的时候，市场价格就变得更高了。其他的 RTO 把它们的地区划分成更小的区域，并调整价格，让价格反映不同区域间相对的过载程度的大小。这些过载成本是很高的，例如，在 PJM 地区，最近几年它们从 16 亿美元到 21 亿美元不等；在得克萨斯州的 ERCOT，它们上升到了每年 2.7 亿美元。①

一些系统运营商放弃了使用地区边际定价来在过载情形下平衡供给与需求，而宣布“运输加载缓解”（TLR）条例，要求用户减少他们的电力运送量。在其他情形下，中心运营商可能会重启并改变发电厂间电力的方向，从而来减轻在某些节点的过载。

当一个地区性的运行系统面临着一次严重的过载的时候，“缓解”程序可能会被州管制委员会或者 FERC 或者地区组织运营商唤醒，为市场上的价格设置一个上限。

这些关税、费用和定价产生的收益是巨大的，据最近的估计，在美国电力运输与控制的年度总收入达到了 127 亿美元；而 PJM RTO 在 2004—2006 年间总收入达到了 7.58 亿美元。②

市场力量与市场控制

市场力量和新的电力市场控制的利用是这个领域中主要的争议点。

对一个市场力量的担忧源自于那些控制了全国运输线路主体的纵向联合的公司——它们是工业发挥功能的基础——以及它们以一种非竞争的方式操纵接入它们的线路的能力。纵向联合的公司能够做到这一点，FERC 反复地发现这一事实，纵向联合的公司以几乎无限制的多种途径，为它们自己的发电站提供比其他发电站更多的运输上的便

① PJM，2006 State of the Market Report（可参见 www. pjm. com），and ERCOT News Update，March 31，2006（www. ercot. com/news/press _ releases/2006）。

② PJM，2006 Annual Financial Report，and U. S. Census Bureau，“Electric Power Generation，Transmission，and Distribution.” 2002 Economic Census，December 2004（参见 http：//www. census. gov/epcd/ec97/industry/E221121. HTM）。

利；为它们自己的发电站提供比其他发电站优先的运输服务（或新服务）可行性的通知；改变程序（比如设定最后期限）使得对它们自己的发电站比对其他发电站更有利；不及时地更新给其他发电站的关于运输可行容量的信息；过度限制运输计划、扩张和链接政策；延长运输服务的商议；有选择地在过载的时候削减其他发电站的运量。[①] 限制长期运输服务合约的可行性同时也会提高那些非联合的发电商对手的成本和风险，因为可能给它们施加与提高运输线路的容量不成比例的成本。[②] 在那些没有区域输电组织运营的地方，纵向联合的控股公司的子公司之间的非竞争关系可能被秘密地掩盖。[③]

另外一个主要的议题是电力市场操纵价格的脆弱性。问题源自于同代中高集中度的组合，特别是那些至关重要的满足最后的顶峰电力需求的发电厂，还源自于统治电力拍卖的“单一价格”规则：通过拍卖隐瞒电力供给，或者屈从于人为提高的电力需求，这导致了过载的表象，从而发电公司能够拉高均衡价格，平衡它们的需求和供给，并且极大地提高它们的利润。2000—2001年间令人惊叹的加利福尼亚电力危机事件正是这方面的例子，据估计，在电力拍卖中人为地隐瞒供给——一个法院将之形容为“大规模的操纵”——在提高电力价格达到500%甚至更多的过程中扮演了至关重要的角色。[④] 对市场操纵的担忧继续在其他区域中不断升温，包括得克萨斯州的ERCOT，在那里一家独立的市场监管机构最近发现州内一家最大的电力公司TXU在同代

---

① 参见联邦能源委员会逐一列举的对这些意见的深度讨论，Order No. 890, Final Rule, February 16, 2007；Order No. 2003, 104 FERC ¶ 61, 103 (July 24, 2003)；and Order No. 2000, 89 FERC ¶61, 285 (December 20, 1999)。在之前最高法院的决议中寻找利用纵向控制的电力公司进行反竞争操作的内容，参见*Otter Tail Power Co. v. United States*, 410 U. S. 366 (1973)。

② 参见American Public Power Association, “Restructuring at the Crossroads,” (Washington. D. C., December 2004), and Paul L. Joskow and Jean Tirole, “Transmission Rights and Market Power on Electric Power Networks,” *RAND Journal of Economics* 31 (2000): 450 - 487。

③ 参见Rebecca Smith, “How Southern Co. Flourishes in Humbled Electricity Industry,” *Wall Street Journal* (June 27, 2003), 1。

④ Severin Borenstein, James B. Bushnell, and Frank A. Wolak, “Measuring Market Inefficiencies in California's Restructured Wholesale Electricity Market,” *American Economics Review* 92 (2002): 1376 - 1405; and Paul Joskow and Edward Kahn, “A Quantitative Analysis of Pricing Behavior in California's Wholesale Electricity Market During Summer 2000,” *Energy Journal* 23 (2002): 1 - 35。法院的描述参见*Locker v. Coral Power et al.*, *383 F. 3d 1006* (Ninth Cir. 2004)。

中拥有足够的市场力量，可以操纵电力的价格，并且它在那一年中一些关键的过载时间点上将价格提高数百万美元的行为验证了它这一提高价格的力量。[①] 一些大型的电力生产商不断地在电力市场上交涉的事实可能会进一步地提高它们心照不宣地密谋联合进行市场操纵的可能性。[②]

Ⅳ. 绩　效

电力行业绩效的重要方面包括它的生产率、技术创新率、服务的可信赖性以及它对环境的影响。

生产率与效率

在第二次世界大战后最初的三十年间，电力产业在效率和生产率方面表现良好。在1947—1973年间该行业的全要素生产率的年度平均增长率为2.7%，在一项研究中位于45个行业中的第三位，而在1948—1979年间它的劳动生产率增长率达到4.9%，是美国商业一般劳动生产率增长率的两倍。[③]

然而，这些以及一些其他的研究发现，这个行业的生产率与效率的表现在之后的年间退化了：它的全要素生产率几乎从1947—1953年间的每年6%下降到1966—1973年间的每年—0.4%。这种退化的绩效被归到多种因素中去，包括在20世纪70年代调整能源价格导致的混

---

① 参见 David Cay Johnston, "Flaws Seen in Markets for Utilities," *New York Times*, November 21, 2006, p. C1; and Rebecca Smith, "Fight Brews Among Utilities in Illinois," *Wall Street Journal* (March 22, 2007) A9。对得克萨斯州 ERCOT 市场操纵的更深入分析，可参见 Potomac Economics, Ltd., "Investigation of the Wholesale Market Activities of TXU from June 1 to September 20, 2005," report to the Public Utility Commission of Texas, March 2007（参见 http://www.puc.state.tx.us/about/reports/2005_TXU_Investigation_Investigation_IMM_Cover.pdf)。关于公司操纵全国商品交易所中的能源价格的能力，已经引起了更多的关注。可参见 U.S. Senate, Permanent Subcommittee on Investigations, "Excessive Speculation in the Natural Gas Market," Staff Report, June 25, 2007。

② Rose and Meeusen, 6-7.

③ Frank M. Gollop and Dale W. Jorgenson, "U.S. Productivity Growth by Industry: 1947-1973," in John W. Kendrick and Beatrice N. Vaccara eds., *New Developments in Productivity Measurement and Analysis* (Chicago: University of Chicago Press, 1980), and John W. Kendrick, *Interindustry Differences in Productivity Growth* (Washington, D.C.: American Enterprise Institute, 1982).

乱，还综合了环境法规和控制的出现等因素。除了这些因素，行业的绩效还由于从未有过的大型的发电厂的出现而遭受挑战，这些大型的发电厂难以实现良好的经营状态，有着更低的可靠率和更高的运营成本。[①] 其间同时还有远超过预期的再建和运营核电站的数十亿美元的投资，这些电站或者还没有建成就中止了，或者被转化成燃烧传统燃料的，总成本超过了220亿美元。[②]

更近一些时候，电力公司提高了它们的生产率，但还没有达到它们之前曾有过的高比率：从20世纪90年代开始，行业的劳动生产率就以每年2.9%的平均比率增长，而美国制造业每年的平均劳动生产率是4.1%。[③] 有趣的是，一项研究发现在1975—1987年间所有生产率的增长都源自于一些小型或中型的发电厂。[④] 另一项研究估计发电厂承受着大约13%的成本无效率，也就是说如果发电厂能更有效率地运营，那么行业加总起来可以减少很大一部分成本。[⑤]

一个反复提出的问题是，政府的管制是否导致了电力公司在发电厂资本和设备方面无效率的过度投资。在1962年以一篇已发布文章的作者名字命名[⑥]的阿弗奇-约翰逊效应认定了无效率的过度投资发生的条件，即政府管制委员会允许发电厂赚取一个超额资本利润率，使其高于公司提高融资的情况下的投资成本。结构导致了成本的升高和电力行业效率的丧失，当然这种效应的大小依旧处于争论之中。然而，它可能部分地解释了为什么在行业厂商经济上的不利之处已经开始显现的时候，它们依旧坚持不断建立新的核电站和从未有过的巨大的传

---

① Paul L. Joskow and Richard Schmalensee, "The Performance of Coal-Burning Electric Generating Units in the United States: 1960 - 1980," *Journal of Applied Econometrics* 2 (1987): 85 - 109.

② 参见 Walter Adams and James W. Brock, *The Bigness Complex* (New York: Pantheon, 1987), chapter 21。

③ Bureau of Labor Statistics, "Industry Productivity and Costs, and Major Sector Productivity and Costs Index," available at ww. bls. gov/lpc/home. htm # data.

④ J. Douglass Klein, Shelton Schmidt and Suthathip Yaisawarng, "Productivity Changes in the U. S. Electric Power Industry," in David B. Audretsch and John J. Siegfried eds., *Empirical Studies in Industrial Organization: Essays in Honor of Leonard W. Weiss* (Boston: Kluwer Academic Publishers, 1992): 229.

⑤ Andrew N. Kleit and Dek Terrell, "Measuring Potential Efficiency Gains from Deregulation of Electricity Generation: A Bayesian Approach," *Review of Economics and Statistics* 83 (2001): 523 - 530.

⑥ Harvey Averch and Leland L. Johnson, "Behavior of the Firm Under Regulatory Constraint," *American Economic Review* 52 (1962): 1052 - 1069.

统发电站。

现在一个重要的议题关心最近发生在这个领域的重组对效率的影响。一项研究发现，在那些已经重组了电力的州中，劳动生产率已经上升了，平均燃料成本和非燃料成本都已经下降，并且这些提高表明，如果在全国范围进行更进一步的重组，那么潜在的成本将减少 50 亿美元。① 然而，另一项研究发现缺乏管制会损害效率，至少在运输时期是这样的，而这个运输时期可能是这个领域中长期计划时间轴的一个环节。② 一项令人不安的发现是，最近这个领域的并购浪潮损害了效率，因为进行收购的公司相较于它们收购的公司，其效率记录更差。此外，在并购之后，被收购的公司在运营上遭受着效率损失，并且这些损失大于被进行收购的公司管理所带来的效率进步。③

技术创新

直到 20 世纪 70 年代，这个行业的综合创新记录都有着显著的进步。而那之后该行业对现状的满意与行业环境根本性的变化开始发生冲突。④ 上述的在 70 年代之前的较高的生产率是规模、气压和传统燃料发电站的运行温度持续不断递增的结果。在 20 世纪 50 年代后期核电力的出现被理解为行业传统地迈向巨无霸式风格的另一步骤。技术进步不断出现在锅炉设计、涡轮发电器、污染处理设备以及自动化控制终端上，但是那些极度庞大的公司并没有在那些领域中占据不成比例的份额。⑤

新的煤电站的平均规模稳步上升，从 20 世纪 50 年代早期的 124 兆瓦上升到 20 世纪 60 年代中期的 400 兆瓦，再到 20 世纪 70 年代早期的

---

① Catherine Wolfram, "The Efficiency of Electricity Generation in the United States after Restructuring," in James M. Griffen and Steven L. Puller eds., *Electricity Deregulation: Choices and Challenges* (Chicago: University of Chicago Press, 2005): 227 - 255.

② Magali Delmas and Yesim Tokat, "Deregulation, Governance Structures, and Efficiency: The U. S. Electric Utility Sector," *Strategic Management Journal* 26 (2005): 441 - 460.

③ John Kwoka and Micael Pillitt, "Industry Restructuring, Mergers, and Efficiency: Evidence from Electric Power," unpublished manuscript, April 2007.

④ 更详细的研究，参见 Richard F. Hirsh, *Technology and Transformation in the American Electric Utility Industry* (New York: Cambridge University Press, 1989)。

⑤ Bruce A. Smith, "Technology Innovation in Electric Power Generation: 1950 - 1970," *Land Economics* 50 (1974): 336 - 347.

几乎600兆瓦。[①] 但是不再是越大越好了。最大的发电厂的热量转换率（燃料转换成电力的效率）由于达到冶金、物理和复杂度的极限而开始恶化："无论利用的是核燃料还是化石燃料，这些［巨型的］电厂要求用累赘的系统的堆积来保证安全性和良好的绩效。它们还需要大量的管道、装置和连接管——总的来说是比小型发电站更大的和更多的组件。"[②] 根据某些评估，作为行业的发电器的煤电站的热量转换率在40年间没有显著的增加。根据其他的估计，在对技术的态度方面，该行业变得"陈腐而厌恶风险"。[③] 在20世纪70—80年代，它才缓慢认识到它的商业环境已经有了根本性的变化：燃料价格的不确定性以及对需求增长的不确定性，促使在使用更小的、效率更高的发电单元比如组合的循环燃气涡轮机时加上了一个溢价[④]，无论是它们自己建立的还是利用由他人建立和运营的废热发电站。大型的废热发电公司对这种发展适应得很慢，部分原因可能是重新将它们定位在这些方向上会让它们自己面临丧失在这个领域的垄断地位的危险。[⑤]

在战后的几十年间电力公司在技术前沿上的增长也很消极，越来越多地依靠诸如通用电气和西屋这样的设备制造商来为它们进行创新，变成了技术的使用者而不是创造者。电力公司很晚才认识到制造商卖出的从未有过的巨大的发电站中蕴涵着不断增长的风险，直到1971年电力公司才建立了一个联合研究机构，即电力研究院（Electric Power Research Institute，EPRI），然而这只起到缓和国会在该领域建立一个政府机构进行研究的势头的作用。[⑥]

这个行业在研发领域的投入依旧少得令人惊讶。所有公司（电力、天然气和水力）总的研发投入在1999—2003年间只有6亿美元。这只是公司利润的0.08%，远低于美国所有行业纪录的3.4%。[⑦] 换句话

---

① Joskow and Rose，4.

② Hirsh，96.

③ Ibid.，142.

④ 参见 Jorge Islas，"The Gas Turbine：A New Technological Paradigm in Electricity Generation，" *Technological Forecasting and Social Change* 60（1999）：129－148，and Ulrika Claeson Colpier and Deborah Cornland，"The Economics of the Combined Cycle Gas Turbine，" Energy Policy 30（2002）：309－316。

⑤ Hirsh，167.

⑥ Ibid.，135.

⑦ National Science Foundation，"Company and Other Nonfederal Funds for Industrial R&D as a Percent of Net Sales of Companies that Performed Industrial R&D in the United States，" available at www. nsf. gov/statistics/showpub. cfm.

说，一些专家估计如果电力行业在下一个十年中仅投入它总利润的2%，那么最终的数量就会超过该领域过去30年间总的研发资金。然而，今天的担心是这个行业的研发投入会向相反的方向移动，由于公司削减了它们的EPRI预算和它们自己的研究项目，最近几年研发费用已经下降了一半。①

可靠性和过载

作为公司良好形象的必需品，电力的稳定性是产业绩效的一个重要维度。可靠性直接关系到过载在电网中发生的概率，由于重组已经席卷了整个领域，因此这个因素特别受人关注。

可靠性的一个衡量标准是在全国电力系统产生主要干扰的数目。这包括未控制的电力损失、电压损失或者其他不常见事件，这些事件损害了电力服务的可靠性并且被报告给了能源部和北美电力可靠性公司。近些年这些统计不断上升，从2001年的50件主要干扰到2005年的75件和2006年的80件。② 另一个表明可靠性不断恶化的现象是过载严重到威胁到了电力系统的运作，并且要求实施运输加载卸载（TLR）程序来稳定电流。如图3—7所示，这些TLR的数目在最近几年也有了很大的增长。

在电力被广泛使用的情形下，过载和中断成为一个显著的问题，据估计其给全国造成了200亿～1 000亿美元的损失。③ 仅2003年8月14日大断电就给全国造成了40亿～100亿美元的损失。一位FERC委员估计，仅需要在研发领域多投入5%，就可以节省大约42座新的煤电站提供的相等数量的电力。④

在重组的环境中，一个普遍的担忧是电力需求的增长以及在运输系统再生产高于管理它所必须的投资对可靠性的损害。⑤ 可靠性和过载可能面临着变成公共物品这样一个经济问题，因为无论是否为其付费，

---

① Gregory F. Nemet and Daniel M. Kammen, "U. S. Energy Research and Development: Declining Investment, Increasing Need, and the Feasibility of Expansion," *Energy Policy* 35 (2007): 746 - 755.

② North American Reliability Corporation (available at www. nerc. com/～filez/dawg-disturbancereports. html).

③ Casazza and Delea, 119.

④ Prepared testimony of Jon Willinghoff, Commissioner, Federal Energy Regulatory Commission, before the U. S. House, Subcommittee on Energy and Air Quality, May 3, 2007.

⑤ Federal Energy Regulatory Commission, "Commission Proposes Transmission Pricing Reforms to Increase Power Grid Investment," press release, November 17, 2005.

“免费乘车者”都能从中获利——这个问题可能和拥有运输线路的纵向合并控股公司的激励混合在一起，这些公司可能对扩展它们的运输线路不那么热心，因为扩张会使得其他的发电商能够更好地与它们自己的发电项目竞争。在本地经销的舞台上，生产上的竞争可能会造成一种资金来源的缩水，而这项资金可能原本可以用来维护和提高电力经销系统的质量（在电力设备和电脑对电力的轻微波动很敏感的状况下，这成为一个特别重要的问题）。最后，单个州的管制优先权可能通过增加运输上的投资而阻碍可靠性的进步，在这样做的时候，会提高一个州的消费者价格，但会使其他州的电力消费者获利。①

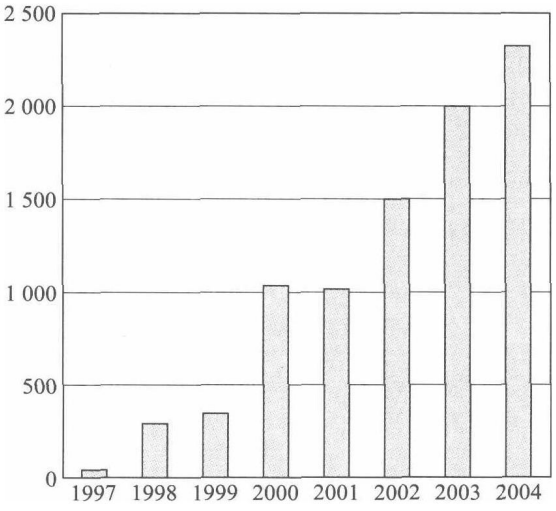


图3—7　运输加载卸载事件的数目（二级或更高）

资料来源：Seth A. Blumsack, Jay Apt, and Lester B. Lave, “Lessons from the Failure of U. S. Electricity Restructuring,” *Electricity Journal* 19 (2006): 26.

环境污染

据环境保护机构所称，电力生产是美国大气排放物的主要工业源。化石燃料发电产生了全国67%的二氧化硫排放、40%的二氧化碳排放

① 更详细的研究，参见 Department of Energy, National Transmission Grid Study, Washington D. C., May 2002, and Eric Hurst, “U. S. Transmission Capacity: Present Status and Future Prospects,” study prepared for Edison Electric Institute and U. S. Department of Energy, August 2004。关于近来联邦政府致力于解决传输的可靠性和堵塞问题的管制行动，可参见 Federal Energy Regulatory Commission, Promoting Transmission Investment through Pricing Reform, Order No. 679, 116 FERC ¶61, 057 (July 31, 2006)。

和23%的二氧化氮排放。[①] 在数量上，该产业每年排放25亿吨二氧化碳、1 030万吨二氧化硫和400万吨二氧化氮。[②] 表3—9展示的是燃料发电站产生的主要大气污染物的平均排放量。从中可以看到天然气是一种污染相对较少的燃料源而煤炭是污染最大的。在1995—2005年间，该产业传统的发电站各自减少了13%的二氧化硫排放量和50%的二氧化氮排放量；然而，导致全球变暖的主要因素二氧化碳的排放量在同一时期内几乎增长了20%。[③]

对于核电站，污染问题是不一样的：给核能发电站充能用过的燃料棒以及曾经运作而后来停滞运作的发电站本身的放射性是有害的，并会持续20万年甚至更久，因此，它们至少应该被安全地处理好。超过20 000吨的用过的燃料棒被堆积在核电站那里，该产业一直希望政府能够安排一个永久处理地点——随着最老的核电站逐渐走到它们服务生命的终点，它们必须被安全地拆卸和安置，挑战在不断地加强。两个主要的担忧是，政府在内华达州尤卡山的安置点是否会得到批准来接受和贮存放射性核废料，以及该产业是否积聚了足够的资金来支付数以亿计的安全拆除核电站的必需花费。[④]

表3—9　　化石燃料对空气质量的影响

发电燃料	二氧化碳排放量（磅/兆瓦时）	二氧化硫排放量（磅/兆瓦时）	二氧化氮排放量（磅/兆瓦时）
煤	2.249	13	6
石油	1.672	12	4
天然气	1.135	0.1	1.7

资料来源：Environmental Protection Agency（www.epa.gov/cleanenergy/emission.htm).

① www.epa.gov/cleanenergy/emission.htm.

② Energy Information Administration, "Emission from Energy Consumption for Electricity Production and Useful Thermal Output at Combined Heat-and-Power Plants," available at www.eia.doe/cneaf/electricity/epa/epat5p1.html.

③ Ibid.

④ 关于第一个担忧，参见General Accounting Office, Yucca Mountain: "Persistent Quality Assuring Problems Could Delay Repository Licensing and Operation" (Washington D.C., April 2004)。关于第二个担忧，参见idem, "NRC Needs More Effective Analysis to Ensure Accumulation of Funds to Decommission Nuclear Power Plants," (Washington D.C., October 2003)。

Ⅴ. 公共政策

该行业中主要的公共政策问题集中在撤销管制和重组电力是否成功，环境污染政策，促进发电的替代性能源发展的公共政策的有效性。

管制和重组

在行业发展的早期，将电力公司看作自然垄断的公用事业公司而进行的管制就已经在各个州的层面上开始了。州政府们建立（或者扩张）管制委员会来监察电力公司的价格、利润、会计准则、资本结构和服务条款，目的是迫使公司以与“公正和合理”的一般管制标准相一致的方式来运营。作为这种管制和控制的回报，以及为了达到我们所认为的大规模的效率和经济，电厂在其服务领域被授予垄断特许权。在联邦层面上，联邦电力委员会（FPC）建立于1920年，被用于管制国内水路上的水力发电项目的建设和运营。FPC的权力在1935年时被加强了，随着《公用事业控股公司法案》的通过，FPC获得了在电力跨州运输方面的大量权力。1935年的法案同时也赋予证券交易委员会（SEC）扩展管制电力控股公司的权力，同时正如我们所看到的，它还授权SEC执行电力控股公司的综合性破产。在联邦层面和在州政府层面一样，前提是电力是一个自然垄断领域，在这里竞争不能起到应有的作用，所以需要政府全面的规制控制。[①] 联邦层面的规则在1954年得到扩展，当时《原子能法案》将核电的发展对私人公司放开并且授权原子能委员会（今天是核管制委员会）规范核电力生产。

但是从20世纪70年代起，自然垄断的基础前提以一种深刻和起初未曾预期到的方式发生了变化。1978年的《公用事业管制政策法案》的实行是为了回应20世纪70年代的能源危机，旨在保存国家的能源利用：它要求电力公司将它们的电网与联合生产设施（主要由工业公司在它们的制造活动中运营）以及其他满足运营一个“合格设施”（QF）的法定规则的圈外电力生产商连接起来。

这种新能源电力的增长速度（联邦能源管制委员会（其前身是联邦电力委员会）认定的QF的内容从1980年的发电量超过700兆瓦的

① 见Phillips关于这些发展的有用研究资料。

29 个设施发展到 1986 年的发电量超过 18 000 兆瓦的 979 个设施[①]）意味着除了公共发电商之外的发电商能够在不影响电网的情形下竞争。1992 年的《能源政策法案》要寻找一种能够推动电网开放竞争的方法，即建立一系列新的能豁免传统的电力管制负担的批发发电公司，而且 1992 年的法案扩展了 FERC 的权力，使其能够命令运营商开放它们的运输设施并且运送其他公司生产的电力。FERC 试图通过在 1996 年发布 888 号和 889 号法令（Orders 888 and 889），并在三年之后即 1999 年发布 2000 号法令（Order 2000）来达到这一目的。888 号和 889 号法令要求所有的公司都必须通过州界文件 OATT 关税来运输电力，从而保证它们的运输设施能在一种无歧视的基础上对所有的有资格的电力买卖者开放。889 号法令要求公司运营州际运输设施来使得关于运输容量和价格的信息通过同时开放链接系统（OASIS）而对其他公司开放。在 2000 号法令中，FERC 尝试减少纵向联合公司以一种反竞争的方式使用它们的运输系统的能力，通过推动区域输电组织的成立，使其作为独立的第三方确保电网能够以一种公平的无歧视的方式运作。

2005 年的《能源政策法案》废止了 1935 年的《公用事业控股公司法案》和其扩展控制控股公司的权力，并以一个授权 FERC 和州获取电力控股公司的会计和财务记录的条款替代之。2005 年法案同样还废除了电力公司要求从合作发电商处购买电力的强制性义务，并授权能源秘书处研究过载问题和指派“国有股份电力运输通路”来推动国家电力运输容量的扩张。

同时，有 40 多个州在州层面上进行重组工作，要求纵向联合公司针对不同的价格制定不同的零售率，从而反映分开的发电成本、运输成本以及在当地特销层面经销的成本。除了赋予消费者选择他们自己的发电商的权利之外，一些州还要求发电商剥离它们所有的或一部分的发电程序（加利福尼亚州、康涅狄格州、缅因州和新罕布什尔州）或者将它们分配给不同的子公司。总的来说，20 世纪 90 年代有 42 个州开始电力重组研究。

今天，热门的公共政策问题是，这种重组是在迈向成功并应该继续下去，还是在走向失败并应该被废止。

重组的支持者辩论说这是成功的但现在它正面临着意料之外的挫折和困难，它运作得比可选择的不合时宜的现状要好。他们指的是行

① Electric Energy Market Competition Task Force, 21.

业中为人熟知的意义深远的变化：国家的运输系统已经在对电力生产者和消费者开放传统垄断领域的漫长道路上前进。关于供给、需求和价格的实时信息——竞争性市场的前提——对所有人开放。全国一半以上的电力容量产出公司现在在区域输电组织下运营，并且超过40%的电力是由未受管制的公司生产的。支持者们辩解道，与受管制的垄断制度依旧占据主导地位的情形下的价格相比，现在的价格已经变得很低了，最近几年间总共为消费者节省了340亿美元。① 他们宣称一家主要的区域输电组织——PJM，每年使消费者受益超过30亿美元并同时提高了它在所属区域中的可靠性。② 他们还说在那些已经差不多完全重组了它们的电力行业的州中，平均发电成本已经下降了，并且效率也提高了。③ 自由价格从而扮演了一个重要的社会角色，充当不平衡的信号器并且吸引额外的资源进入这个领域。他们把加利福尼亚2000年和2001年的惨败归因于一项有着致命缺陷的项目，即在受管制的零售价格固定不变的情形下允许批发价格自由浮动和上升——在大多数发电站的燃料天然气涨价以及一场干旱同时减少了西北部的水力供给和提高了电力需求的情形下，这成了一个严重的缺陷。④ 重组的支持者们承认问题也在不断出现，包括过载、压力过大的运输系统以及市场力量的检验。但是他们补充道，更多更严重的问题存在于纵向联合安排的管制垄断的“美好的昨天”中，它们带给消费者的是“通常超过预期成本的过多发电容量的低绩效，数量不足的发电厂，不断减少的电力运输系统的投资（若有足够投资，那么将会拓展客户获取最低成本的资源的渠道），以及一种反对创新的文化。”⑤ 他们总结道，“如果政策制定者支持必要的管制性和制度性的变化，允许竞争市场的力量开

---

① Cambridge Energy Research Association, “Beyond the Crossroads : The Future Direction of Power Industry Restructuring,” available at www. cera. com.

② Center for the Advancement of Energy Markets, “Estimating the Benefits of Restructuring Electricity Markets : An Application to the PJM Region,” September 2003, available at www. caem. org.

③ Catherine Wolfram, “The Efficiency of Electricity Generation in the United States after Restructuring,” in Griffin and Puller.

④ 见 Charles J. Cicchetti, Jeffrey A. Dubin, and Colin M. Long, *The California Electricity Crisis* (Boston : Kluwer Academic Publishers, 2004)。

⑤ 见 the “Open Letter to Policy Makers,” May 31, 2007, signed by nine former chairs and commissioners of the Federal Energy Regulatory Commission, available at http: // www. energylegalblog. com/files/Former CommissionersLetter53107. pdf。

始运作”，那么重组将降低价格和成本。①

另一方面，批评者宣称重组实验已经失败了。“重组”是一个幻觉式的花招，因为发电、运输和经销的资本几乎没有被移动，依旧被从前那些纵向联合公司所控制。废除《公用事业控股公司法案》迎来了70年前那些控制这个领域的巨大的控股公司的轮回；它们的复苏使得它们能够再一次地在子公司间玩弄一些各式各样的财务戏法，从而提高价格和利润——所有这些都超过有效管制监督的界限。竞争没有在零售层面出现，特别是那些本地用户，他们是最脆弱的群体。被重组的支持者引用的消费者储蓄数据是人为制造的，它们被州管制者设置为一种过渡工具而强加在公用事业公司上，从而导致了价格的降低；随着这些管制价格削减的结束，消费者价格在迅速上升。服务的可靠性在不断退化，过载的成本在不断扩大，由于区域输电组织的管理不善而增加了数以十亿计的成本。② 重组在加利福尼亚造成了一场灾难并且在其他地方迎来的是金融投机商和密谋寡头对市场的操纵。加大的风险提高了电力公司的资本成本，造成它们股票市场的下跌，并且由于电力是高度资本密集型产业，因此电力价格也被拉高了。③ 批评者坚持认为电力只有一个特征，并且“是一种即时生产并同时消费的产品，不能被储存，是现代生活的必需品，并且没有其他合适的替代物。”他们说，由于这些，电力“是一个复杂的网络行业并且每一步——发电、运输和经销——必须同时工作。这种情形要求有个完整的计划，保证对单个发电设施和网络的最优利用，以及最优的相关联的基础设施投资”。④ 批评者总结道，这些独一无二的特征和该领域中实际的发展一起证明了期望任何看不见的手可靠地和有效地提供电力是愚蠢的。

环境政策

正如我们所看到的，电力产业是一个主要的污染源。传统的煤和

---

① Paul L. Joskow, “Markets for Power in the United States: An Interim Assessment,” *Energy Journal* 27 (2006): 1 - 36.

② GDS Association, “Electric Market Reform Initiative Task 2,” Report Prepared for American Public Power Association, February 5, 2007, available at www. gdsassociates. com.

③ Seth A. Blumsack, Jay Apt. and Lester B. Lave, “Lessons From the Failure of U. S. Electricity Restructuring,” *Electricity Journal* 19 (2006): 15 - 32.

④ 美国公共电力协会主席 Alan H. Richardson 在能源和自然资源参议院委员会前的证词，2003年3月27日。

石油火力发电站的主要情况是，它们是二氧化碳、二氧化硫和二氧化氮这些排放物的主要来源，而这些污染物又是酸雨和全球变暖的主要原因。核电站也以另一种方式产生污染即产生副产品放射性垃圾。当然，污染是一个负外部性的经典的经济例子，它附加的成本没有被市场交易计算进去，从而导致了一种市场失灵，需要采取集体的行动和实施政府干预。

对于传统的煤和石油火力发电站而言，政府管制主要通过1970年的《清洁空气法案》和它随后的修正案起作用，这一法案由州和联邦环境管理机构联合执行。环境保护机构（EPA）设置了周围空气质量标准，包括在一段特定时间内最大污染物的允许值，并且州政府也发展和实施了一些项目来减少空气污染物，以达到联邦设置的水平。

二氧化碳的排放在一种以技术为基础的标准上进行管制，规定发电站必须采用特定的污染控制技术。这些要求在全国不同区域间大不相同，其依赖于一个区域是否遵从EPA制定的污染水平检测，也依赖于发电厂是一家新厂商还是老厂商：在未遵从区域，“达不到的”新厂商必须达到一个更严格的标准，即必须采用达到“最低排放比率”的污染控制技术。那些未遵从区域的老厂商必须采用一项与新厂商相比符合不那么严厉的“合理可行的控制技术”标准的污染控制技术。①

经济学家们批评说这种用“命令与控制”来规定公司必须采用某种特定技术的方式是无效率和不起作用的。他们争辩说，强迫所有的公司采取同样的技术，会使得公司不再去追寻适合它们个体公司的更具有经济效益的技术。迫使所有的公司将排放量减少到相同的水平，而不是把重点放在使公司和燃料来源达到最低成本的减少量上，同样是无效率的。

作为对这种经济批评的回应，对二氧化硫的排放以及最近的二氧化氮的排放都通过一项替代性的、市场导向的“限额与交易”政策进行管制：由EPA设定一个污染物数量的限制，并且发行一种允许一个特定物理数量的污染物可以被排放的准许证，确定哪家公司可以买卖准许证和为今后几年储蓄。公司必须持有与它们排放的污染物数量

① 发电站的改变是仅表现为例行的修理和维护，还是表现为发电站的明显扩张从而必须使用更严格的污染标准，这是一个激烈辩论的话题，最近被提上了最高法院的议程，参考*Environmental Defense v. Duke Energy Corp.*, 127 S. Ct. 1423 (April 2, 2007)。

相等的准许证，或者为超过它们持有的准许证允许的数量支付罚金。[①] 不像安排公司必须选择特定的污染控制技术，这种方法允许公司进行选择：它们可以减少排放来节约购买和持有准许证的成本，也可以购买足够的准许证来覆盖其排放量。目标是为了创造一种经济激励，促使每个公司选择减少污染的最有效和成本最低的方法，同时保证所有公司综合决定的排放量水平低于总体想要的水平。[②] 这种方法同时也能通过鼓励公司发展更好的、污染更少的发电站来促进创新，例如煤气化发电站，这种电站将煤转化为煤气并在燃烧前将大多数污染物消除掉。

遵从这些环境管制的成本是不小的，根据行业的主要交易协会的计算，从 2002 年到 2005 年电力行业花费了 210 亿美元来遵守这些管制。[③] EPA 估计电力公司每年控制二氧化硫和二氧化氮的排放量的成本大约是 30 亿美元。虽然这些管制的成本和收益的精确价值以及引致的成本收益比率依旧不甚明了，但它们确实发挥了作用。与 1990 年的水平相比，二氧化硫和二氧化氮的排放量下降了 30%～40%，EPA 估计收益是成本的 40 倍。[④] 减少二氧化碳的进度就不那么明显了，在过去的十年中发电站排放的这种温室气体增长了 20%，达到每年 25 亿吨，虽然更相关的估计标准会将这个真实水平与在没有这种管制时的二氧化碳的排放数量相比较。

核电能面对着不同的环境问题的挑战，包括如何安全地处理废弃燃料棒和拆除电站的问题，它们的放射性对人体有害且会持续几十万年。随着 1982 年的《核废料政策法案》的实行，联邦政府（和纳税人）承担起在一个地下贮藏点永久安置核废料的责任，放射性的物质被包装在抗腐蚀的“箱子”里，埋起来并且被监控是否有泄漏。在 2002 年，能源部秘书长和总统布什推荐把这个安置点设在尤卡山，在拉斯维加斯的西北部 100 公里处。现在估计完成这个设施的成本是 185

---

① 关于这些可交易的准许证的实际运作市场的数据可以从 EPA 网站 www. epa. gov/airmarkets/trading 获取。

② 一些经济学家争论说直接对污染物收税比这种限额交易方式更有效率和更起作用。参见“Doffing the Cap,” *The Economist*, June 16, 2007, 86。

③ Edison Electric Institute, “Key Facts About the Electric Power Industry,” available at www. eei. org/industry _ Issues/industry _ overview _ and _ statistics/nonav _ key _ facts/index. htm.

④ Environmental Protection Agency, “Acid Rain Benefits Exceed Expectations,” and “Cap and Trade: Acid Rain Program Results,” both available at www. epa. gov.

亿美元，再加上计划每年花费20亿美元的运作成本。[①] 为了用资金支持这个设施，发电站从核电站生产的每千瓦时电能中支付了十分之一美分到核废料基金中，现在这个数字是195亿美元。能源部很快会对核管制委员会的正式请求予以归档，该请求是指获取开放并运营这个设施的执照。然而，尤卡山的可行性遭到了一群反对者的质疑，其中包括内华达州以及那些担心放射性燃料在运送至最终埋藏地点的途中会穿过它们的州。同时，一些拥有核电站的电力公司控告政府由于延迟完成和开放尤卡山设施而造成了70亿美元的损失。除了这些问题，一些对那些电力公司积聚起来的用于支付拆除它们核电站的基金是否充足的担忧，以及对那些运作时间超过它们初始服务寿命的核电站安全性的担忧也开始出现。[②]

一个有趣的问题是在这个行业中炒成一团的重组会如何影响行业的环境记录。[③] 由于重组导致更低的价格、更高的电力消费和更大的煤电站的利用，因此在这个层面上污染问题会恶化。同时，在竞争更激烈的条件下，电力公司可能在保持低价格上面对更大的压力，因此可能更抵抗遵从环境管制。另外，如果更新的更有效率的和污染更少的发电站被发展起来并商业化，或者电力公司强调将储存和需求方管理作为一种在竞争更激烈的环境下控制成本的方式，那么行业的环境绩效将会提高。[④]

促进替代性能源的发展

另一种形式的市场不完美议题关心的是私人市场是否足够有能力

---

① Office of Civilian Radioactive Waste Management, Department of Energy, "National High-Level Radioactive Waste Repository: Budget Projection FY 2009-FY 2023," Washington D. C., March 2007.

② 参见 General Accounting Office, "Nuclear Regulation : NRC Needs More Effective Analysis to Ensure Accumulation of Funds to Decommission Nuclear Power Plants," Washington D. C., October 2003, and Matthew L. Wald, "Nuclear Reactors Founds to Be Leaking Radioactive Water" *New York Times* (March 17, 2006)。

③ 更全面的研究资料，见 Timothy J. Brennan et al., *A Shock to the System: Restructuring America's Electricity Industry* (Washington D. C.: Resources for the Future, 1996), chapter 7。

④ 最新的相关情况，见 Rebecca Smith, "New Ways to Monitor Your Energy Use," *Wall Street Journal* (June 19, 2007) D1。在过去的10年内，该行业每年花费10亿～20亿美元用于管理电力消费。对这些努力的成效的质疑，参见 David S. Loughran and Jonathan Kulick, "Demand-Side Management and Energy Efficiency in the United States," *Energy Journal* 25 (2004): 19-43。

促进替代性燃料资源的发展，从而提高国家在能源独立和能源安全领域的利益。21个州已经实行了“可再生能源份额”标准，强制要求在将来某一天到来之前特定份额的电力能够从一种替代性的能源和可再生能源中生产出来。然而这些州的项目千差万别，它们一般要求在2015—2025年间有10%～20%的电力能从可再生能源中生产出来。

支持者们宣称这些要求会使电力价格保持在低水平，因为这些措施推动了可再生能源领域（风能、太阳能、地热能、生物能）的竞争，促进了这些新能源与传统能源比如煤和天然气之间的竞争，并且使消费者远离用化石燃料燃烧发电所产生的有害物质。他们还宣称推动可再生燃料的发展也会提高国家的能源安全性，原因在于这将使燃料来源多样化，脱离受石油影响的燃料，并且鼓励替代性能源领域的资本形成和技术进步。他们说，传统燃料能源已经长期享受了政府的补贴，那么为什么不把相同的好处给替代性和可再生燃料呢？①

包括私人拥有的行业交易协会在内的反对者们批评这些可再生资源措施。他们辩论说，由政府命令预先决定的由可再生资源生产的电力的比例将会提高消费者面对的电力价格，因为这将强迫电力商使用更加昂贵的燃料，并且使用量将会远超过有经济效率的水平。他们说这种全国性的方式忽略了州与州之间重要的地域差异，亦即可再生资源的差异，例如水力、风和太阳。在风能的情形中，他们指出在更有可能建立风能涡轮机的郊外偏远地区，建立运输线的成本会更高。他们说，这些政策也极大地影响了提高传统电网可靠性所需要的投资。②

Ⅵ. 结　论

在过去的一个世纪里，电力已经从奇怪的东西发展成为日常生活的必需品。在同一个时期该行业的经济含义也从一个全方位的、要求政府高度监管的纵向联合的垄断行业发展成为一个通过扩大竞争提高

① 例如，参见 American Wind Energy Association, “State-level Renewable Energy Portfolio Standards,” available at www.awea.org。

② Edison Electric Institute, “A Nationwide ‘Renewable Portfolio Standards (RPS) Would Rise Consumers’ Electric Prices and Create Inequities Among States,” available at http://www.eei.org/industry_issues/electricity_policy/federal_legislation/EEI_RPS.pdf.

经济绩效、减少垄断数量并且削减政府管制的行业。同样的转型发生在欧洲共同体中。[①] 在接下来的几年中，这种对立的理念间的争斗依旧会推动这个领域的发展——由于州政府和联邦政府之间政策和优先权的对立一直使得这个领域是非不断，因此发展可能会偏向不可预测的方向。

拓展阅读建议

出版物

Casazza, Jack, and Frank Delea. 2003. *Understanding Electric Power Systems*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Electric Energy Market Competition Task Force. "Report to Congress on Competition in Wholesale and Retail Markets for Electric Energy." Washington, D.C., April 5, 2007, available at http://www.ferc.gov/legal/majord-reg/fed-sta/ene-pol-act/epact-final-rpt.pdf.

Energy Information Administration. "The Changing Structure of the Electric Power Industry, 1970 - 1991." Washington, D.C., March 1993, available at http://tonto.eia.doe.gov/FTPROOT/electricity/0562.pdf.

____. "The Changing Structure of the Electric Power Industry 1999: Mergers and Other Corporate Combinations." Washington, D.C., December 1999, available at http://tonto.eia.doe.gov/FTPROOT/electricity/056299.pdf.

Faruqui, Ahmad, and B. Kelly Eakin eds. 2002. *Electricity Pricing in Transition*. *Boston*: Kluwer Academic Publishers.

Federal Energy Regulatory Commission. Office of Market Oversight and Investigations. *State of the Markets Report*. Washington,

① 欧洲委员会第2003/54/EC号指令包括通用规则和操作规则，用来指导欧盟范围内的电力市场的重组进程，可参见网站 http://bccm.belspo.be/about/mucl_directive_200054EC.pdf。关于这种努力的进展的年度报告，可参见 http://ec.europa.eu/energy/electricity/benchmarking/index_en.htm。根据这些估计，电力重组在英国、瑞典、芬兰、挪威和丹麦是"完整的"，并且在澳大利亚和新西兰是"发展良好的"。关于这个话题更多的信息，参考 "European Electricity Liberalization," special edition, *Energy Journal* 26 (2005), and Jean-Michel Galant and Dominique Finon eds., *Competition in European Electricity Markets: A Cross-Country Comparison* (Northampton, MA: Edward Elgar Pub., 2003)。

D. C. , annual.

General Accounting Office. *Electricity Restructuring: Key Challenges Remain*. Washington, D. C. , November 2005.

Griffen, James M. , and Steven L. Puller eds. 2005. *Electricity Deregulation: Choices and Challenges*. Chicago: University of Chicago Press.

Hertsgaard, Mark. 1983. *Nuclear Inc*. New York: Pantheon.

Hirsh, Richard F. 1989. *Technology and Transformation in the American Electric Utility Industry*. New York: Cambridge University Press.

____ . 1999. *Power Loss: The Origins of Deregulation and Restructuring in the American Electric Utility System*. Cambridge, MA: MIT Press.

Hyman, Leonard S. , and Andrew S. Hyman and Robert C. Hyman. 2005. *American's Electric Utilities*, 8th ed. Vienna, VA: Public Utility Reports.

Kleit, Andrew N. ed. 2007. *Electric Choices: Deregulation and the Future of Electric Power*. New York: Rowman & Littlefied.

McCraw, Thomas K. 1971. *TVA and the Power Fight, 1933 - 1939*. Philadelphia: Lippincott.

Munson, Richard. 2005. *From Edison to Enron*. Westport, CT: Praeger.

Phillips, Charles F. , Jr. 1993. *The Regulation of Public Utilities: Theory and Practice*. Arlington, VA: Public Utilities Reports, Inc.

U. S. Congress, House. Committee on Government Reform. Hearing: Ensuring the Reliability of the Nation's Electricity System. 109th Cong. , 1st sess. , 2005.

U. S. Congress, Senate, Committee on Energy and Natural Resources. Hearings: Electric Power Legislation, parts 1 - 2, 106th Congress, 1999 - 2000.

Warkentin-Glenn, Denise. 2006. *Electric Power Industry*, 2nd ed. Tulsa, OK: PennWell Corp.

网 站

American Public Power Association：www. appanet. org

American Wind Energy Association：www. awea. org

Center for the Study of Energy Markets，University of California：http：//repositories. cdlib. org/ucei/csem

Edison Electric Institute：www. eei. org

Energy Information Administration：www. eia. doe/fuelelectric. html

Electric Power Supply Association (independent power generating and marketing firms)：www. epsa. org

Federal Energy Regulatory Commission：www. ferc. gov

National Association of Regulatory Commissioners：www. naruc. org

Nuclear Regulatory Commission：www. nrc. gov

Solar Electric Power Association：www. solarelectricpower. org

第4章　烟草业

——乔治·A·海[①]
(George A. Hay)

美国人每年购买190亿包香烟，支出总额为820亿美元。扣除通货膨胀的因素，这项支出在过去的10年中有了显著的增长。然而这种增长完全是由更高的价格和税收导致的；在同一时期内香烟的现实消费总量实际上已经暴跌了近一半。在总支出额中，大约有320亿美元以税收和结算支付的形式到了联邦政府、州政府和当地政府的手中。因此每年实际上的行业收益大概是500亿美元，比1967年大概增长了20%。烟草业在美国显然十分重要，不仅仅是由于消费者在香烟消费上的巨大花费，

① 在本书之前的几个版本中，此章由Adam Jaffe执笔，此后本章做了重大改动。Kira German（Cornell Law School 2007）协助更新了现在版本的数据。作者在一些涉及烟草公司的反托拉斯案件中担任顾问。

还因为它在州和联邦层面上对政府收入的巨大贡献。

烟草业还是公共政策激烈辩争的焦点，这主要是由于吸烟对健康有影响。据估计，每年死于与吸烟有关的疾病的人数大概有44万，大约是美国所有死亡人数的20%，这使得吸烟成为这个国家唯一最有可能被防范的导致死亡的原因。根据一些估计，吸烟导致的国家医疗保健花费每年总额为890亿美元。尽管每年吸烟者数量在稳定下降，然而据估计五分之一的美国成年人依旧在吸烟。

吸烟对健康的危害使得对烟草行业的“业绩”分析根本不同于其他产业。该产业的价格、广告以及生产发展等问题都会产生复杂的公共政策后果，适用于分析其他产业的消费者福利的一般方法在烟草业就无能为力了。另外，烟草业卷入了诉讼——被控危害了消费者的健康，这些诉讼的影响范围很广，并且对财政的潜在冲击也是空前的。1998年，一群州首席检察官解决了一系列的诉讼案件，替患有和吸烟相关的疾病的受害者索赔，要求烟草公司支付他们的医疗费用。这些案件的处理与不断发展的联邦法规一起将对烟草业未来的行为和绩效产生显著的影响。

Ⅰ. 历　史

烟草产业的经济意义和肺癌的大肆横行都是20世纪的现象。1900年之前，雪茄、板烟和散装烟都比纸烟销量大。然而，纸烟的低成本和便利性几乎必然地促进了吸烟嗜好在人群中的蔓延，特别是在妇女中的流行，她们不是其他形式的烟草制品的主要消费者。

现代烟草工业的诞生可以追溯到19世纪80年代的工业发明，那就是为适应大规模生产而出现的机器操作。在此之前，香烟都用手工来卷制，而商业纸烟都由相对较小的公司来生产，它需要技术工人来卷制香烟，而且还需要严格的监督管理来监管产品的质量。1881年，詹姆斯·邦塞克（James Bonsack）获得了一项卷烟机器的专利，该机器每小时能生产12 000支香烟，而相比较而言一个熟练工人每天能卷大约3 000支。专利产品邦塞克机器被出租给了香烟制造商，香烟的直接制造成本削减了大约一半。也许更重要的是，机器生产出了标准化的产品，因此数量众多的机器和技术水平不高的工人能够结合在一起进行大规模生产，同时监督和质量控制也不那么严格了。

生产的机械化克服了大规模生产的障碍，并且为产业的快速增长和集中打下了基础。特别值得一提的是，詹姆斯·B·杜克（James B. Duke）抓住了邦塞克机器创造的这个机会，而他的 W. 杜克公司（W. Duke Sons & Co.）在 1880 年之前仅生产散装烟草。杜克大规模赞助新技术的研究，作为回报，他能以优惠的条件获得使用机器的许可证。和其竞争者相比，他具有了一个成本优势。然后他积极投资于生产制造和广告宣传，而且招募临时工和零售商来推销他的产品。截至 1889 年，杜克是全美国最大的香烟制造商。

其他的公司发现，和杜克公司竞争很困难，因为它拥有成本优势，还有积极的广告攻势。在 19 世纪的最后几十年间，许多制造工业中出现了类似的集中。杜克说服了五个主要的香烟制造者，让它们在 1890 年全部参与创建美国烟草公司。开始时，“烟草托拉斯”控制了美国香烟生产的大约 90%。

这个托拉斯在此后的 20 年积极地占据着市场中的统治地位。它购买了邦塞克机器的专利权，而且还买断了其他机器的专利权。它被指控使用各式各样的策略使竞争者陷于困境，包括试图在竞争者的工人中组织罢工，与批发商和临时工签订排他性协议以及在那些独立经营者活跃的市场上哄抬烟叶的价格。它也收购了众多的独立经营者，并且把它们的品牌加入到托拉斯中。同时，托拉斯采取强势广告和促销手段，成功地打造了首屈一指的品牌，并使消费者形成强烈的品牌忠实度，这种销售模式为现代市场所沿袭。那个时代的“万宝路”被叫做带甜味的伍长烟，19 世纪初占有大约 50%的市场份额。总之，截至 1899 年，托拉斯使它的市场份额增加到大约 95%。

在托拉斯存在的 20 年中，它收购了大约 250 个之前独立经营的公司。其中的一些公司倒闭了，但是许多公司继续运营，或是作为托拉斯的成员，或是作为托拉斯成员完全控股的子公司。1911 年，烟草托拉斯遭受到了与石油产业和其他产业托拉斯“姐妹”同样的命运，最高法院指控它违背了《谢尔曼反托拉斯法案》。依照这项裁决，该托拉斯被命令重组和解散。纸烟生意和主要的资产被划分到四个公司的手中：美国烟草公司、RJ 雷诺兹烟草公司、Liggett & Myers 烟草公司以及劳瑞莱德（P. Lorillard）公司。

第一次世界大战促进了香烟在男人中的普及。在这一时期雷诺兹公司推出了骆驼牌香烟，它混入了一种新的据说很高档的香烟。雷诺兹放弃使用之前作为主要促销手段的优惠券，而代之以大张旗鼓地为

骆驼牌香烟做广告，宣传这种烟贵得物有所值。这就确立了以高价出售的高档品牌的概念——一个在今天依旧标示着这个行业的特征的概念。在两次世界大战期间，该产业被雷诺兹、美国烟草公司和Liggett & Myers烟草公司控制着，它们全都有强势品牌，并为这些品牌大做广告，定下能产生高额的边际利润的价格。另外，吸烟开始在女性中盛行，广告频频向她们献媚，如好彩牌香烟的广告是“不爱糖果爱好彩”。

大萧条引发了其后的一系列事件，最后以烟草联合会重返最高法院而告终。尽管烟叶价格和消费者的收入水平都在下降，但是大的烟草公司在1931年将香烟的价格提高到了一个新的水平，在该价格水平上，每包香烟的零售价格为14～15美分。

然而，由于烟叶的价格低，所以小公司和新公司有可能生产出零售价只为10美分的高质量香烟。价格的落差与经济困难时期的压力使得这些10美分的品牌烟极为畅销，到1932年占了大约四分之一的市场份额。（高档品牌高价位的模式为我们现在所谓的折扣商品或者无品牌商品带来了商机，我们会看到20世纪80年代和90年代这种情形将再次出现。）

主要的烟草制造商随后对10美分品牌烟的成功做出反应。1933年1月，美国烟草公司降低了“好彩烟”的价格，降价幅度大约为批发价格的12%——其他的高档品牌也随之降价。2月又额外降价10%，其他的主要制造商再一次跟着降了价。大的制造商同时对分销商施加压力，减少它们的边际利润使得高档品能够以10美分的价格出售。折扣商品无法在同等价格条件下竞争，许多折扣品牌就消失匿迹了。

经历了一段时间的激烈竞争之后，雷诺兹公司在1934年领导了价格的上升，使得高档品的价格重又回到了它们最初的水平。后来人们才认识到，在“价格战”期间，好彩牌和骆驼牌香烟都是赔本出售的。

尽管三大香烟巨头针对10美分品牌的入侵做出了强烈的反应，但它们还是不能再保留20世纪30年代初期占据的具有支配性的市场地位。除了10美分品牌以外，竞争的威胁还来自于菲利普·莫里斯公司（Philip Morris & Co.）（这是一个独立经营的制造商，不是托拉斯的组成部分），以及布朗与威廉森烟草公司（Brown and Williamson Tobacco Co.）——英美烟草公司的美国子公司。结果，雷诺兹公司、美国烟草公司和Liggett & Myers烟草公司加在一起的市场份额由1930

年的91%下降到了1939年的69%。20世纪30年代，菲利普·莫里斯公司和布朗与威廉森烟草公司作为重要的竞争者进入了美国的烟草产业，它们的进入代表了新的重要的竞争者最后一次进入美国的烟草产业。“六巨头”，即美国烟草公司、雷诺兹烟草公司、Liggett & Myers烟草公司、劳瑞莱德公司、菲利普·莫里斯公司和布朗与威廉森烟草公司将一起控制该产业。

对10美分品牌销售增长的反应显然是掠夺性定价，这成了受指控的新核心问题，顶级的大公司被指控已经从事了垄断和勾结，违反了《谢尔曼法案》。1941年，这些受指控的公司被认定有罪，而且最高法院最终通过了有罪的裁决。然而，这一次没有强迫这些公司实行结构调整，而是要求它们支付罚金，并且要它们服从管制，即对它们的交流和协调行动的能力进行限制。

癌症时代

20世纪50年代早期，焦点转移了，因为香烟和癌症的关系引起了公众广泛的注意。和烟草、香烟联系在一起的健康问题由来已久，甚至可以追溯到殖民地时代，当时就有一些人批评抽烟是一种丑恶的、危险的嗜好，但是这种担忧从未成为影响香烟市场的重要因素。然而，在第二次世界大战结束的10年间形势发生了巨大的变化，随着香烟成了大规模生产的产品，吸烟的嗜好在人群中非常普遍，而且新的科研技术的发展促进了科学研究，而研究却表明吸烟会导致肺癌。

1953年《读者文摘》里的一篇文章总结了这类研究，并引发了对吸烟的健康结果的担忧和广泛的讨论。主要的烟草公司第一次感到这些对健康关注的讨论对它们的市场形成了重大的威胁：六巨头中有五位总裁在纽约的一个宾馆里会晤，他们花了两天的时间来讨论形势，20世纪40年代的反托拉斯判决之后，这种会晤是第一次。就如同后面要详细讨论的一样，这次会晤达成了一项产业协议，该协议使寡头们对健康“问题”的反应达成了一致。除了Liggett & Myers烟草公司之外，这些公司联合起来成立了烟草研究委员会（TIRC），后来又改名为烟草研究协会。它们在全美主要的报纸上发表了一项声明，由这些公司的总裁签发，标题为“对吸烟者的公开声明”。

在公开声明中，产业界的人士质疑了香烟有害于健康的证据，但是，最终他们提出“对人民健康负责是基本的职责，在我们的事业中远远超过了对任何其他方面的考虑”，而且许诺通过烟草研究委员会来

资助“对吸烟和健康间关系的全方位研究”。[①] 该声明就吸烟和健康问题提出了一个一般性的公共产业见解，该观点保持了大约 40 年。虽然该观点的确切表述各不相同，但是它相当于说吸烟是有害的证据不具有说服力，更多的研究是必不可少的，而且该产业支持这种研究，并希望能够辨明真相。

在随后的 10 年中，烟草产业关于吸烟有危害性尚未得到证明的观点越来越站不住脚。1964 年，美国公共卫生总署公布了一份报告，该报告由专门的顾问委员会利用已收集到的资料汇编而成。该委员会重新审视了大约 7 000 份已发表的研究报告，得出的结论是，吸烟是男人肺癌和喉癌的病因，是女人患癌症的可能性原因，还是慢性支气管炎的最重要原因。随后的公共卫生总署报告进一步确认了这些发现，而且在疾病列表上又添加了其他各种癌症、心脏病和肺气肿，吸烟使得患这些病的风险性和致死率大大增加了。

1964 年的美国公共卫生总署报告是一个重要的转折点。从那时起到现在，减少吸烟已经成了一项重要的公共政策目标。事实上，政府从不曾持之以恒地下大力气来减少其他合法产品的消费。正如图 4—1

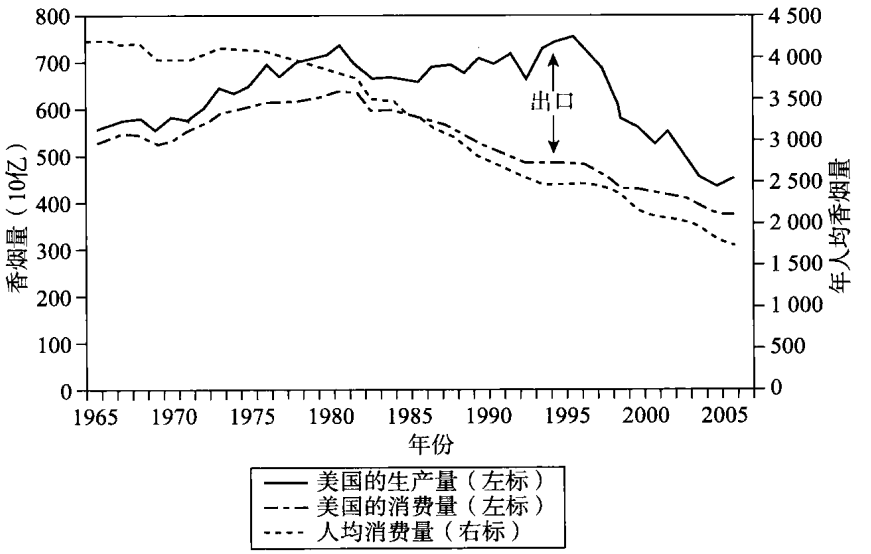


图 4—1　香烟的生产和消费

资料来源：Federal Trade Commission.

① *State of Minnesota and Minnesota Blue Cross/Blue Shield v. Philip Morris, Inc. et al.* (*1998*), Trial Exhibit No. 14145.

所示，在美国，从20世纪60年代起，吸烟的状况已经大大好转了，现在还活着的老烟民大约有一半已经戒了烟。但是从另一方面来看，在政府发现并报告吸烟有害的结论之后的40年，大约1/4的美国成年人仍然吸烟；许多人是在1964年的报告公布之后开始吸烟的。

Ⅱ. 市场结构

集中度

如图4—2所示，香烟行业是美国集中度最高的行业之一，而且在第二次世界大战后的整个期间都是如此。1954年，它是集中度排名第9的制造业；1992年，它是集中度排名第4的制造业，而且是唯一一个在这些年中两次进入十大最集中产业之列的产业。1996年，布朗与威廉森公司收购了美国烟草公司，留下的5个顶级公司控制了美国市

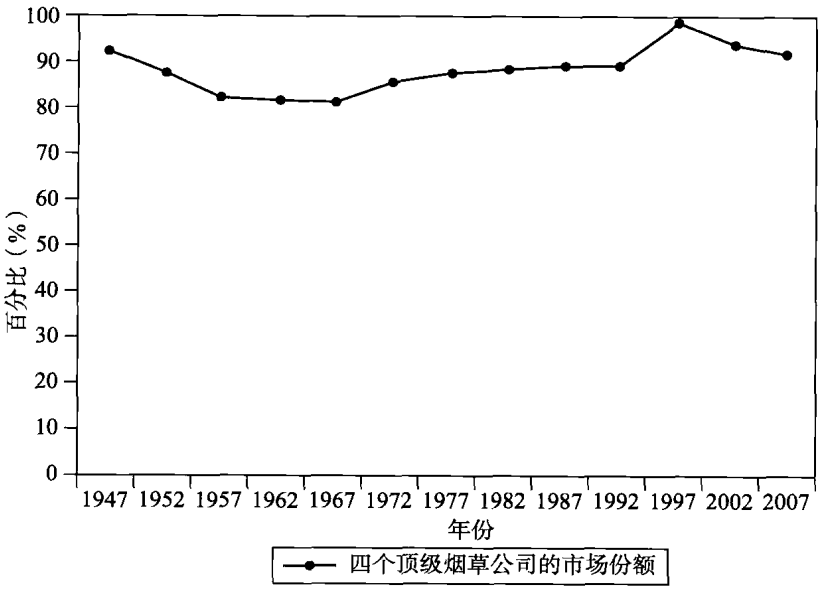


图4—2 四个公司的集中比率

资料来源：Federal Trade Commission 1997, U. S. Economic Census, and Information Resources Inc., *CDC Fact Sheet 2007.*

场的99.9%，其中前4个顶级公司控制了98%。就生产组织来说，1997年美国的全部香烟仅仅来自13个生产厂，这些生产厂中只有10个厂有20或20个以上的员工。①

2004年，联邦贸易委员会通过了一项雷诺兹股份有限公司（R. J. Reynolds Tobacco Holdings，Inc.）和英美烟草公司之间合并资产以及它们各自的美国烟草业务的兼并协议（雷诺兹烟草公司和布朗与威廉森烟草公司）。这次兼并立即导致了行业的两大巨头菲利普·莫里斯和雷诺兹美国一起占有了市场82%的份额，而前3个顶级公司把持了市场90%的份额。然而，联邦贸易委员会驳回反垄断的担忧并且裁定兼并不会显著地减少美国香烟市场的竞争。②

进入壁垒

促进烟草行业高集中度的现象持续存在的一个事实是该行业有高进入壁垒的特征。除去我们之后会探讨的折扣品牌和无品牌产品，在第二次世界大战之后没有具有重大意义的进入行业的行为发生。这是由几个原因导致的：首先，吸烟者显示出很高的品牌忠诚度，这是新进入者不得不克服的障碍。大多数的吸烟者都有一个偏好的品牌；虽然吸烟者可能偶尔也会消费一种其他的品牌，但吸烟者消费的主体还是同一种他所偏好的品牌。

实际上，据估计少于10%的吸烟者会在指定的某一年中改变自己偏好的品牌。③ 这种品牌忠诚部分地是由广告和促销来维持的。促销的经济规模使得一个新的主要品牌的进入成为一个高成本高风险的行为。另外，烟草行业中展开一轮新的全国范围的广告竞赛最划算的一种方式，在1970年联邦贸易委员会禁止通过电视和广播做烟草广告的时候就已经不可行了；近期与州政府的诉讼所起到的规范作用进一步限制了新的进入者推广其品牌的能力。

对一个新的进入者而言，销售渠道也是另外一个主要的障碍。香烟是通过数千个批发商，再经由上百万个零售店铺来销售的。主要的公司在销售场地有为数众多的职员，他们处理订单、监督存货和负责

---

① U. S. Cemsus Bureau，1997 Economic Census，Cigarette Manufacturing.

② Statement of the Federal Trade Commission，RJ Reynolds Tobacco Holdings，Inc. / British American Tobacco p. l. c File No. 041 0017 (2004).

③ U. S. Surgeon General，Reducing the Health Consequences of Smoking—25 Years of Progress：A Report of the Surgeon General (Washington D. C.，1989).

销售点的香烟陈列，还推出各种各样的激励和促销方式。一个新的进入者必须权衡，是选择一种有限的销售渠道（这样会内在地限制品牌的成长），还是在销售上做巨大的投资。

最后，香烟行业的需求从长期来看在逐渐下降，因此即便该产业现有的利润很高，这一事实还是减少了公司进入的动力。还有一个潜在的问题使得新进入厂商缺乏动力，这个问题就是任何新的进入者将来都要承担危害公共健康的法律责任。另外，虽然有相对较高的品牌忠诚度，但是20世纪30年代10美分品牌香烟的引进，以及最近诉讼导致价格上升所引起的折扣品牌市场份额的增长——该事件尽管效果有限——还是一起说明了吸烟者会对价格的显著差异做出反应而更换品牌。年轻的吸烟者对香烟的价格更敏感。这些情形也意味着存在新进入行业的机遇。

事实上，尽管存在这些令人望而却步的障碍，最近有一些新的烟草公司几十年来第一次进入了市场。主要公司的香烟价格稳定而显著的上涨鼓动了一些新的小型厂商通过创造一种新的、“特价”的类别来打入市场。它们中的卡罗来纳烟草公司（Carolina Tobacco Company）建立在俄勒冈州的比弗顿（Beaverton），却在前苏联加盟共和国之一的拉脱维亚的一家工厂生产香烟。据估计，新的小厂商的数量从1996年的5家增长到了2002年可能的50家，总共提供了8%的市场总产品。[①] 然而，多少家新的进入者能够存活下来是一个开放的问题，特别地，主要的公司已经开始并购它们了。[②]

2004年《烟草公平公正法案》（FETRA）的通过，结束了60多年的政府对烟草种植农民的管制，可能对潜在的新进入烟草生产行业的厂商或小厂商的扩张产生有利影响，它们可以降低基础原材料的成本。FETRA作为2004年美国《就业机会创造法案》的一部分被通过且在2005年开始实施，它的最终目标是在国际市场上交易烟草。国会通过1938年《农业调整法案》来保护农民，使得他们不会受到烟草价格显著下降的损害。这项法案通过配额和一笔无追索权的贷款来实施，形成了一个价格支持体系。配额可以被买卖和租借，形成了一个很大的二级市场，从而拉高了烟草的价格。由于配额是由政府每年基于过去

① Diana Moss, “Antitrust Analysis of the Proposed Mergers of R. J. Reynolds and British American Tobacco,” American Antitrust Institute, March 4, 2004, p. 10.

② 例如，参见Gordon Fairclough, “Tobacco Titans Bid for ‘Organic’ Cigarette Makers,” *Wall Street Journal* (December 10, 2001) B1。

的市场需求来决定的，所以开始于 1997 年的烟草消费的急剧下降导致了配额奖励数量的急剧下降。[①] 更进一步地，美国的烟草种植者开始面临国外的激烈竞争，到 2003 年在美国销售的香烟中接近 50%含有国外的烟草。结果，烟草行业和烟草农民一起，开始不停地游说争取配额收购。在接下来的 10 年中，卖或者进口烟草产品到美国的制造商，基于其市场份额，将要付给农民 100 亿美元。

2005 年收购的直接后果是烟草产量的急剧下降，几乎一半的烟草农民离开了这个产业，原材料的价格下跌了 20%～25%。然而预计 2005 年是最低点，2006 年的产量预期将会上涨 13%。[②] 由于配额体系产生的交易成本的消除，生产的成本预期会下降。生产现在可以在更适宜的气候和更大的农田中巩固下来，从而达到更好的经济规模。不仅如此，尽管有这次反弹，但烟草生产不会再达到配额收购之前美国的产量水平，据农业部估计，从 2007 年到 2017 年，由于吸烟者数量的减少，烟草的售卖量将以每年 2%～3%的速度持续减少。

单个市场份额

图 4—3 描绘了这个行业主要公司市场份额的变化。长期的主要趋势是美国烟草公司和 Liggett & Myers 烟草公司市场份额的下降以及菲

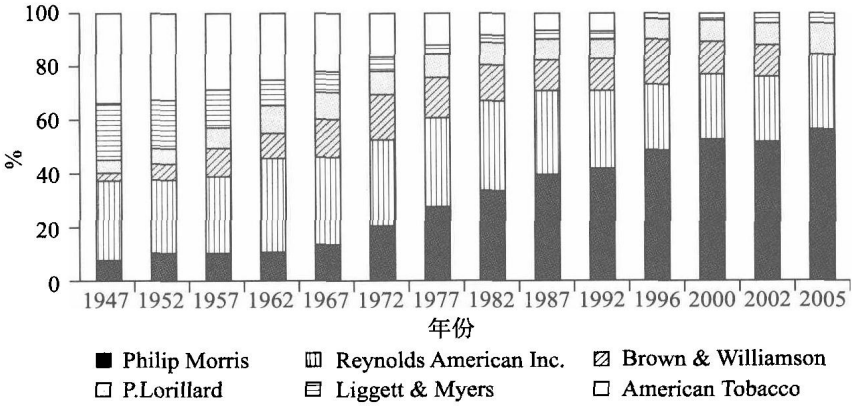


图 4—3　香烟公司的市场份额

资料来源：Federal Trade Commission 1997，Grocery Headquarter，2001，Company 10-Ks.

① 参见 *State v. Philip Morris USA Inc.*，No. 2PA05，2005 N. C. LEXIS 834（N. C. August 19，2005）。

② Thomas C. Capeheart，USDA，*Tobacco Situation and Outlook Yearbook*（*2006*），http：//usda. mannlib. cornell. edu/usda/ers/TBS-yearbook//2000s//2007/TBS-yearbook-01-12-2007. pdf.

利普·莫里斯公司市场份额的上升（到1997年其所占市场份额接近50%）。实际上，美国烟草公司这家有着信贷造假恶名的公司在1996年被布朗与威廉森公司并购后就消失在公司行列中了。

图4—4追溯了一些特别品牌命运的倒转。切斯特菲尔德（Chesterfield）和好彩在1950年几乎占据了40%的市场，但到了1996年却缩水到几乎可以忽略的地步。相反地，在今天占据了40%销售量的主要品牌万宝路（Marlboro）在1950年的时候却是默默无名的。很明显，市场在过去和现在一直是高度集中的，但是显著的变化已经发生在这个领域，顶尖的公司已经更换了位置。

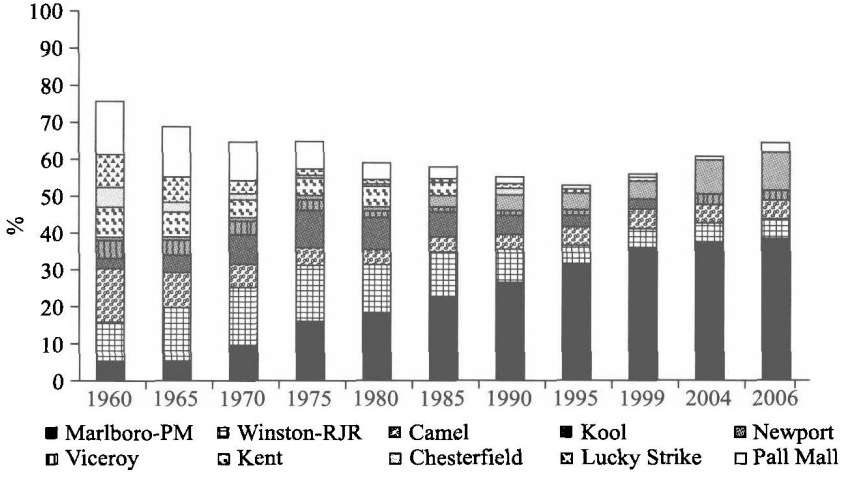


图4—4　顶级销售品牌

注：好彩牌和Pall Mall牌在1996年被布朗与威廉森公司收购。菲利普·莫里斯1999年收购了切斯特菲尔德牌并且再也没有提供该品牌的独立数据，该品牌和其他15个品牌一起占有市场1.5%的份额。雷诺兹美国公司不提供它的12个不支持的品牌比如好彩牌和总督牌的独立数据，它们一起占有9.6%的市场份额。

资料来源：Maxwell Consumer Reports，various years；Company 10-Ks.

Ⅲ. 市场行为

广告和促销

在美国，香烟产品大做广告，积极促销。2003年，香烟公司花费

150 亿美元在广告和促销上面。就一种结构不复杂、设计上没有太大变化而无须和公众进行广泛交流的产品而言，这项支出高得惊人，特别是多数香烟的购买者多年以来都使用同样的品牌。如图 4—5 所示，虽然吸烟者数量在下降，然而这些支出依然在显著地上涨。

电视和广播上的香烟广告在 1970 年被禁止，这最初导致了广告和促销花费的整体下滑。然而，从 20 世纪 70 年代中期开始，促销花费迅速攀升，很快就超过了之前花费在广播媒体上的支出。现在的促销种类包括：给零售商的优惠券和促销款、分发专门的小礼品以及对公共娱乐事业的赞助。后者由于对孩子有潜在的影响，受到广泛的争议。

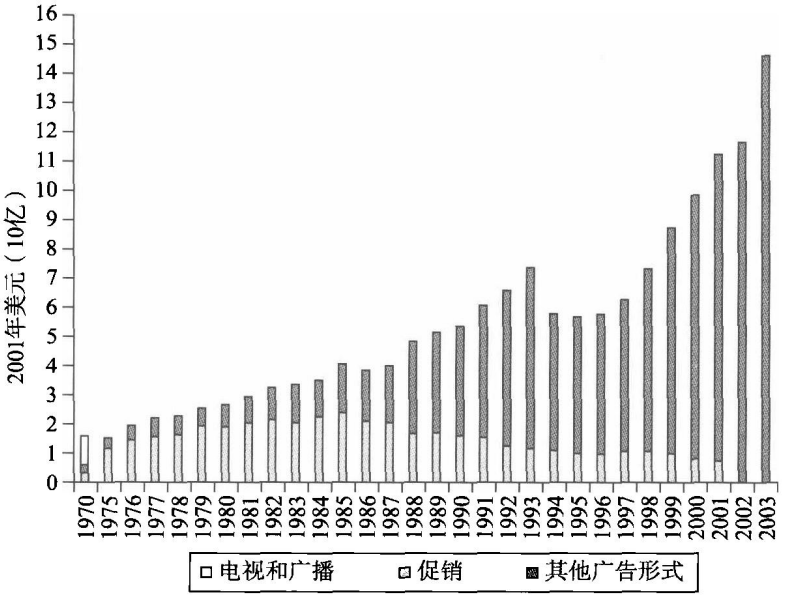


图 4—5　香烟广告和促销支出（剔除通货膨胀因素）

注：FTC 现在把促销支出区分为零售价折扣和其他形式的促销支出。2003 年零售价折扣占了总促销支出的 80%以上。

资料来源：Federal Trade Commission，2003.

该产业广告史中的一个重要作品就是“万宝路男子汉”。1954 年以前，万宝路是个名不见经传的品牌，而且它的拥有者菲利普·莫里斯公司在六大主要烟草公司中排行第四。20 世纪 50 年代中期，菲利普·莫里斯公司将万宝路香烟重新定位为男士香烟，改变了烟草混合成分，使它产生出一种更浓烈的味道，并且变化了它的包装，从白色变成了

现在大家都很熟悉的红白V形设计。同时，它的广告开始以在艰苦而充满刺激性的环境里活动的男人为主要角色。开始，这些广告的背景环境是变化的，但是到20世纪60年代中期，万宝路男子汉一直是个牛仔，照片拍摄于美国西部，那里成为万宝路之乡。万宝路男子汉和万宝路之乡现在已经被使用在150个国家的广告和包装中；万宝路已经变成世界上销售业绩最好的香烟，而且成为世界上所有消费品牌中知名度最高的品牌之一。

这个领域中的广告和促销主要有两个目的。防御性的广告和促销是为了创造或加强吸烟者对其偏好品牌的忠诚度。进攻性的广告和促销是为了让吸烟者尝试其偏好的品牌之外的某一品牌的香烟，并在尝试之后将自己的忠诚转移到这一品牌上面。销售点的广告和促销，比如柜台展出中为吸引消费者注意力而举行的特卖活动（例如，买一送一），主要被用于第二个目的（吸烟者尝试一种可选的品牌）。

产业行为的另一个方面是提供各种类型的产品以供销售，从而产品的类型越来越多。1998年用于销售的香烟类型超过1 294种，而在1991年只有不到600种。[①] 这种“品牌增生”主要是由于直线式扩张，制造商们为销售者提供许多不同样式的产品，尽量扩大流行品牌的知名度。例如，销售业绩最好的万宝路，在2003年就有29种不同的式样。

定　价

尽管市场的集中度和进入壁垒都很高，但是香烟产业的定价不会接近各大公司联手使整体利润达到最大时的价格水平，也就是说将价格确定为单个烟草公司所选择的水平。事实上，一个垄断者从不选择需求弹性小于1（按绝对值来计量）的价格水平；垄断利润总是通过提高价格来增加的，直到弹性变得更大。毫无疑问，至少在最近一轮由于诉讼导致的价格上涨终结之前，行业总需求的价格弹性是远小于1的。很难估计垄断价格是多少，因为这需要推断除价格以外影响需求的因素，但是有一种估计（虽然它先于诉讼导致的成本上涨和价格上升）是，香烟垄断者会将价格提高到约为现在价格水平的两倍。[②]

---

① 参见联邦贸易委员会关于焦油、尼古丁和本国香烟品种烟雾中的一氧化碳含量的相应年份的年度报告。

② Jeffrey Harris, “American Cigarette Manufacturers' Ability to Pay Damages: Overview of a Rough Calculation,” *Tobacco Control* 5 (1996): 292-294.

另一方面，有明确的证据表明，香烟的定价高于竞争水平的价格。香烟的实际平均批发价格在1980—2002年间上涨了大约200%，这种上涨不能归结为投入成本的变化。历史上经常出现香烟批发价格的变化，都和成本没有什么明确的关系。事实上，主要的制造商会同时提高价格。就像最近一次，即1993年最高法院提到的那样：

> 长期以来，香烟产业是美国最有利可图的产业之一，部分是因为多少年来竞争者之间没有激烈的价格战……多少年来，不管通货膨胀率和生产成本怎样变化，也不管消费者需求是否转移，列出香烟的价格，就会发现它总是按既定的步子一年翻一番。①

该产业定价的一个重要方面是将市场划分为高档品、折扣品和特价品几个层次。Liggett & Myers烟草公司带动了这种现代形式的划分，该公司在1980年引入了低价格香烟“类型”。Liggett曾经是一个在行业中占有超过20%的市场份额的主要力量，但是到1980年Liggett所占的份额已经不到2%了。在经销商的极力主张下，Liggett采取了不寻常的一步来复兴它的希望——发展一列主要竞争优势是低价格的无品牌香烟。Liggett的无品牌香烟马上获得了成功，在1984年占了4%的总销售额。这使人回忆起20世纪30年代的10美分品牌事件，作为反应，其他的主要制造商引入了自己的折扣品牌。

20世纪90年代早期，高档品牌价格稳步上升，即使特价和折扣品牌价格下降从而加大了和高档品牌之间的价格差距。到1992年，高档品和折扣品之间的价格差距几乎达到了40美分，而它们生产成本之间的差距每包不过几美分。结果，折扣品的市场份额增长到大约40%，而菲利普·莫里斯的旗帜产品万宝路的市场份额而则在20多年的稳步上涨后开始下滑。这导致1993年发生了我们称之为“万宝路星期五”的价格的重新组合。那一天，菲利普·莫里斯公司将它的高档品牌的价格降低了40美分，从而消除了与折扣品之间的价格差距。其在1993年的年度报告中解释道：

> 我们相信……我们没有对竞争者发起的折扣挑战做出迅速的反应，我们在高档品牌上损失的部分以后会越来越多，而且对我们的高档品牌特权的损害是无法弥补的。

---

① Brooke Group, Ltd. v. Brown & Williamson Tobacco Corp., 509 U. S. 209 (1993), at 213.（美国实行的是判例法，这是反托拉斯法的一个案例。——译者注）

这对金融市场的直接影响很大，菲利普·莫里斯公司的股票一天之间下降了23%，股东的净资产损失了130亿美元。但正如从图4—6中所看到的，这次价格变化遏制住了折扣和特价品牌市场份额的迅速上升，并且扭转了公司市场份额丧失的趋势。

1993年之后，菲利普·莫里斯公司又开始了一系列的高档品牌的价格上涨，最终保留了1993年之前的高档品和折扣品之间价格差距的一大部分，因此为折扣品牌的持续存在铺好了道路。如今所有主要的制造商都销售折扣品牌，虽然它们各自对折扣销售的依赖程度不同。虽然折扣品牌只占市场四分之一的份额，但它们对行业定价有着重要的影响。图4—6描绘的是上一个十年价格变化的模式。

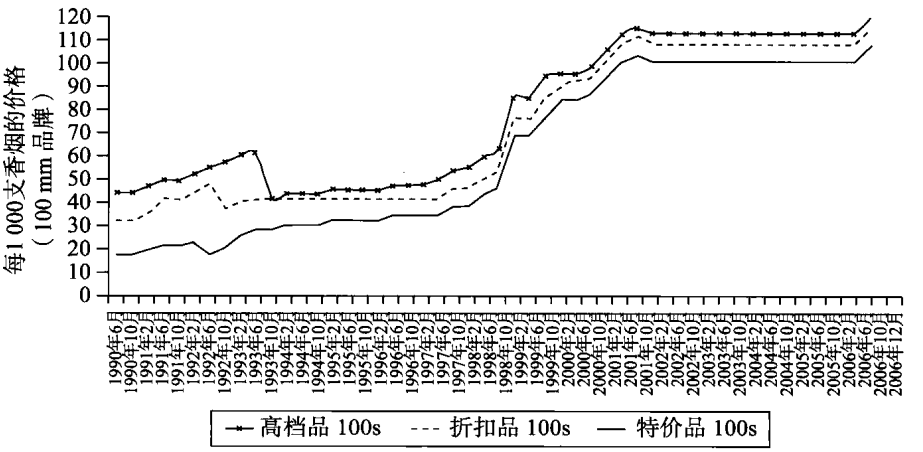


图4—6　香烟批发价格（不包含税收）

注：批发价格的修订从2002年到2006年12月的最近一次修订一直保持不变。

资料来源：U. S. Dept. of Agriculture, Economic Research Service, http://www.ers.usda.gov/Briefing/Tobacco/.

为了货柜的战斗

近期出台的法规和市场限制，使得香烟公司历史上用于创造总需求和扩张或维持市场份额的大众广告和促销的方法很大一部分已经不可行了。这导致了主要公司把公司的重心转移到销售点广告上面，特别是那些占了一半以上销售量的便利店和加油站。由于那里的消费者往往是按包购买而不是按条购买，所以它们被称作“散装出口”（pack outlets）。（相反地，在超市和烟草特许经营店香烟主要是按条出售

的。）按包出售在市场份额的竞争中尤其重要，因为高档品牌或折扣品牌香烟的消费者买散装香烟的时候更有可能买不是他们平常消费的品牌，从而他们是最有可能被制造商的销售点市场营销投入和商品在零售店的可见性程度所影响的一群人。

对销售点的促销和可见性的强调显示了制造商为了“争夺”零售店中最多和最好的展示空间的规划。在大多数的便利店中，最主要的展示空间是收款机柜台所在地背后的墙。最好的展示点就是高于柜台的空间，因为那是走过或在排队的顾客最容易看见的位置。

1998 年，菲利普·莫里斯（PM）采取了一项激进的策略，它通过提供给零售店更高的月供和更多的价格折扣机会来换取给 PM 的品牌香烟不成比例的柜台后面最好的展示空间，以及排他性的或近似排他性的全店性的标志和促销材料的放置。RJ 雷诺兹和其他主要厂商也对此各自采取了行动。① 但是 PM 主导性的市场份额（尤其是万宝路品牌的力量）使得它在与零售商的谈判中占有巨大优势。

于是，PM 的竞争者们以一种现代的美国方式来应对——对 PM 提起诉讼，控告它的市场行为近似一种“排他性行为”（一种零售商同意只销售唯一一种制造商商品的安排），违反了反托拉斯法。在几年的诉讼之后，案件从基础上烟消云散了，因为 PM 的策略并没有真正断绝竞争者争取零售店忠诚的机会，特别由于 PM 和零售商签订的合同大多为时很短。虽然这样说为时尚早，但是合约的竞争很可能变得越来越激烈，因为香烟其他的市场营销和促销的机会越来越少。

Ⅳ. 市场绩效

估算烟草行业的绩效需要审慎地考虑许多相互矛盾的目标：第一是分配效率的一般规律即使价格接近完全竞争水平来最大化消费者剩余；第二是政府的财政利益即在香烟销售中的税收收益；第三是减少由吸烟带来的负面健康效应的公众利益。

这些议题准确的结果是不清楚的。一种观点认为，成年的吸烟者

① RJ 雷诺兹随后采取了一个和 PM 的零售先行方案类似的方案，但结果被 Liggett 控告违反了《谢尔曼反托拉斯法案》。案件后来被自愿撤销了。

了解吸烟对健康的危害后选择吸烟，是因为他们从吸烟中获得的益处大于负面的结果。依据这种理论，公共政策关心的应当是那些不是由自身吸烟所产生的负面医疗卫生结果。这些问题包括保险公司和第三方付款方承担的医疗费用，以及二手烟导致的健康问题。

一种更广泛的观点是吸烟者对香烟上瘾从而不能理性地判断吸烟行为的利和弊。根据这种理论，公共政策应当阻止这种上瘾的形成并且帮助上瘾者戒烟。一种潜在的折中观点是，允许成年人自我选择但认为未成年人通常不能对自己的未来做出理性的判断，因此，政策目标是阻止未成年人吸烟。由于占压倒性的大多数吸烟者都是在他们18岁之前开始吸烟的，所以这个观点会导致政策把重心放在阻止未成年人吸烟上面。

这些哲学性的观点对这个特殊产业的绩效的评价有着特别重要的影响。对大多数产业而言，价格高于成本不是追求的目标。如果我们认为吸烟者会理性地权衡吸烟的利与弊，那么这个观点会认为应当通过对吸烟者强加给他人的外部性征税，来对烟草市场进行温和的调整。然而，如果我们认为公共政策应当严厉地抵制吸烟，那么高香烟价格就是件好事，而不是一件坏事，因为它能减少香烟的消费。

利　润

虽然产业的销售长期下降，但香烟制造业依旧是所有商业中利润最高的产业之一。图4—7描绘了主要公司的利润。因为高档品牌的边际利润高于折扣品牌的边际利润是如此之多，所以高档品牌部分的参与是决定公司盈利能力的主要决定因素。劳瑞莱德和菲利普·莫里斯这两款主要销售高档品牌的公司具有最高的盈利比率。Liggett只有8.7%的销售来源于高档品牌。烟草产业高达24%的边际销售利润是所有产业中最高者之一。①

产品开发和健康问题

如前所述，20世纪50年代人们越来越关注香烟对健康的危害，该

① 经济理论告诉我们盈利能力应该建立在资产回报率的基础上而不是销售的基础上。制造业普查数据说明烟草行业的投资水平不在平均水平之上，这意味着高销售回报率对应着高资产回报率。

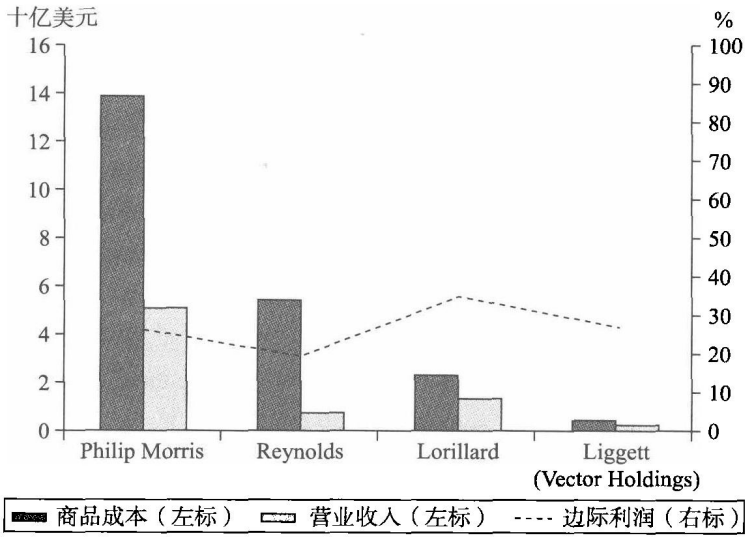


图 4—7　主要烟草公司的利润

资料来源：Company 10-Ks, British American Tobacco Annual Review.

产业对此的公开反应是质疑指控的证据，而且号召进行深入的研究。然而，私下里，这些公司很清楚这些不利于它们产品的证据的力量，而且认识到它具有深刻的竞争性内涵。例如，菲利普·莫里斯研究机构的一名科学家在 1958 年写道：

> 大量的证据正在说明吸烟多会导致肺癌……
>
> 我敢打赌，如果哪个公司首先生产出一种香烟，而且声称这种香烟的焦油和尼古丁含量被大幅度地减少了，或者生产出了一种不含有烟草焦油的人造香烟，而且烟的味道也不错，那么这个公司就会占领市场。另外，如果它有勇气就吸烟和健康的问题另有看法（假设它有一些令人信服的实验证据来支持自己的观点），那么就要看看它的防御能力有多强大了。①

因此当这些公司公开拒绝承认香烟对健康具有重大威胁的时候，它们内心知道消费者对更安全的产品的渴望为它们提供了获得竞争优势的机会。这种形势使以下两方面在本质上相互抵触：一个是减少香

① Minnesota Trial Exhibit No. 11662.

烟对健康的威胁是该行业的集体利益，另外一个是利用消费者对更安全产品的需求是各个公司面对的单独激励。随后在法律过程中披露的文档形成了对该产业集体利益占上风的指控的基础，制造商们达成了一项共谋协议，阻止研究的进行，因为这种研究会损害它们的共同立场，从而导致了一轮新的基于消费者健康关注的竞争。①

公司希望利用健康问题来展开竞争，它们为此所做的工作不可能被这种共谋协议完全阻止。在减少香烟危害的工作中最重要的一项产品是由雷诺兹公司在 1988 年投入市场的一款叫做首脑（Premier）的产品。首脑是一种香烟设计的全新概念；事实上，人们可以质疑它是否真的是一种香烟。首脑燃烧一种石墨颗粒来代替烟草，这种产品依靠加热烟草里的提取物和一种含有尼古丁的基质来产生一种和烟一样含有尼古丁和烟草香气的气溶胶。雷诺兹公司进行了大量的研究，使用了当时所有的测试方式，包括了所有对人类健康有影响的可能方式，证明首脑产生的烟的生化活性大大下降了。② 虽然首脑并不是一款完全安全的产品，但是它说明了香烟制造商开发一种可能比现有产品更安全的产品的主要努力（而且说明了有可行的技术来减少吸烟的危害）。

多个原因导致首脑烟在市场上遭受惨败。首先，对吸烟者而言吸首脑烟的感觉很陌生；它很难点着也很难一直燃着，而且一般来说人们感觉它有一股怪味道。其次，首脑烟遭到了公共卫生团体的强烈反对，它们认为让现有的吸烟者使用潜在危险性小的烟草没有意义，而且它们认为像首脑烟这样的产品会损害抗烟运动的努力，因为这暗示着可以减少烟对人们的危害。同时，雷诺兹公司营销时没有利用它收集的众多有关首脑烟低生化活性的科学证据，而仅仅宣称首脑烟生成的烟更“清洁”。

按照诉讼过程中提供的数据，公司在关于吸烟对健康的影响问题上的研发以及产品开发的总支出在 1954—1996 年间总共约有 30 亿美元（公司支出大概为 27 亿美元，还有大约 3 亿美元是提供给烟草研究协会的资金）。虽然这笔资金看来不小，但是这只是同时期它在广告和促销上的大概支出 500 亿美元的一小部分，更是那段时期大约 5 000 亿

① Minnesota Trial Exhibit Nos. 18904 and 18905.

② 参见 Minnesota Trial Exhibit No. 12873。

美元的产业收入更微小的一部分。

“低释放量产品”的开发

消费者对健康问题的关心迫使制造商做出反应，它们开发了低焦油含量/低尼古丁释放量（LTLN）的香烟，虽然公司一直否认设计出的这些产品减少了吸烟对健康的危害。事实上，它们显然没有进行研究来确定这些产品对健康的危害度是否更低。不管怎么说，很明显这些产品的设计利用的是人们对感觉上更安全产品的需求，同时烟草制造商不必去承认任何香烟产品都不安全。

20 世纪 50 年代以来，市场对感觉上更安全产品的反应已经很清楚了。10 年之中各种各样的过滤嘴香烟被引入市场并快速增长。1952 年过滤嘴香烟品牌在市场中占了不到 1%，但是到 1959 年已经增长到了 51%。从《读者文摘》中的一篇文章得知，总督牌香烟因“焦油”释放量低而得到了市场赞誉，健牌香烟也为它的“超细型”过滤嘴的优越性大做广告，这两种品牌香烟的市场份额快速增长。总的说来，畅销品牌的平均焦油含量已经从每支烟高于 30 毫克下降到 1997 年的 12 毫克。现在出售的香烟中大约有 70%用仪器测出的焦油含量为 15 毫克，甚至更少。

这种向低焦油含量/低尼古丁释放量香烟发展的趋势得到了公共健康组织机构的鼓励，从 20 世纪 60 年代中期起它们就认为低的释放量很可能会减少有损健康的危险。然而，有一点并没有搞清，那就是健康是否的确和 LTLN 产品有关系。在测试仪器上显示的焦油和尼古丁的含量低不一定意味着人们吸收的就少，很大程度上是由于“补偿”作用。因为人们吸烟是要得到尼古丁，当一支香烟的尼古丁含量少（通常这个量低于标准烟的含量）时，他们会花更长的时间吸食更多的烟来进行补偿。另外，制造商还采用一些技术手段来减少释放量，例如，在香烟纸上穿孔，细微的小孔会透入更多的空气，这种做法使仪器上测试出的释放量降低，但是人们吸烟时这些措施却没有效果。结果，焦油和尼古丁平均含量的下降对健康的益处也许要比仪器上测试出的含量对健康的影响要小得多。一些专家已经认为补偿作用完全抵

消了 LTLN 产品对健康的潜在益处。①

Ⅴ. 公共政策问题

反垄断行为

20 世纪 80 年代前期出现的低价格无品牌香烟导致美国最高法院采取了一个重要的反垄断决定，这项决定的重要影响甚至超出烟草行业。我们看到无品牌香烟的增长以把高利润的高档品牌香烟挤出市场为代价。占了 11%市场份额的布朗与威廉森公司受到的打击最大。布朗与威廉森公司以自己的定价方式和无品牌香烟做出反击，随后开始了一轮价格战，这次价格战的主要形式是批发环节的折扣。价格战变得非常激烈，导致 Liggett 控诉布朗与威廉森公司违反了反托拉斯法，采取了制定低于平均可变成本的价格的掠夺性定价方式。

这个控诉十分重要，因为依据哈佛法学院教授 Phillip Areeda 和 Donald Turner 广为人知并被广泛引用的一篇文章②，许多法院以价格是否低于平均可变成本作为衡量是否采取了非法的掠夺性定价的标准。这里的关键概念是当一家公司的价格甚至不能收回它的增量成本的时候，公司每多卖出一单位产出，它损失的钱就越多，而此时对公司来说最好的做法是极大地限制产量甚至可能是关门停止生产。该文章认为，如果公司坚持以低于增量成本的价格卖出产品，那么最理性的看法是公司希望获取市场力量从而制定高于竞争价格的价格来收回短期的损失。然后，所谓的 Areeda-Turner 检验的好处是，原告无需证明价格最终会上升，被告定制一个低于增量成本的价格的事实就足够让法院认为随后一定会出现高于竞争价格的定价。（由于增量价格很难衡量，所以用平均可变成本来代替。）

最高法院面对的问题有两个层面。第一，只需要说明布朗与威廉森公司的定价低于它的平均可变成本 Liggett 就胜诉了吗？第二，如果

---

① 参见 Federal Trade Commission, *Report to Congress for 1997 Pursuant to the Federal Cigarette Labeling and Advertising Act* (1999); National Cancer Institute, Smoking and Tobacco Control Monograph 8: *Changes in Cigarette-Related Disease Risk and Their Implications for Prevention and Control* (1997)。

② P. Areeda, and D. Turner, "Predatory Pricing and Related Practices under Section 2 of the Sherman Act," 88 *Harvard Law Review* 697 (1975).

低于成本的价格的证据不够站得住脚，那么 Liggett 还需要证明些什么，它们做了这些吗？对于第一个问题，最高法院认定低于成本的定价的证据不够充分，从而导向了一个额外的检验。

除了证明价格低于成本，原告还需要说明被告最终会有一个合理的机会把其价格提升得足够高从而能够收回其短期损失。除去收回成本的重大威胁，被告定制什么样的价格其实无所谓。这部分观念之所以特别重要是因为所谓的“回收成本检验”现在被应用到所有的掠夺性定价案件中。除非原告能够提供一个貌似有理的申诉，说明被告的定价最终会高于竞争价格，且足以收回所有在掠夺阶段遭受的损失，否则案件在审讯之前或在原告能够提供潜在的文档型证据（“让我们消灭竞争者吧!”）给法官之前可以被驳回。

对于第二个问题，在对掠夺性定价提起诉讼的背景下，一般认为一家公司获得制定高于竞争价格的价格的能力有两种方式，要么把所有或大部分的竞争者赶出市场，要么恫吓它们不准激烈地竞争，并且配合掠夺者把价格提高到高于竞争价格的水平。在这个案件中，没有人相信仅占有 11%市场份额的布朗与威廉森公司凭借自己的能力可以控制市场。（几家其他主要的公司加入了价格战的行列，但没有被指控它们预谋如此。）因此，掠夺性计划成功的唯一方式是恫吓 Liggett 和其他无品牌香烟的供应商，使它们更温和地竞争，并期望主要的厂商会共同把价格提高到一个高于竞争价格的水平并且维持下去。

对 Liggett 而言不幸的是，最高法院没有看到对无品牌产品威胁成立的实际的可能性。虽然 Liggett 准备拉回一些，但市场对所有特价和折扣香烟开放且几乎没有可能走回头路。更进一步地，即使对无品牌产品的威胁成立，形成了几家主要厂商之间的共谋或一定程度的寡头集团的形势，但最高法院认定那也不大可能把价格拉高到足够收回在低于成本的扩张定价时期所遭受的所有损失的水平。因此，最高法院裁定 Liggett 没有尽到自己的责任，而 Liggett 在诉讼中提出的对其造成的 1.5 亿美元的损失则不予考虑了。[①] 事后看来，法院对无品牌产品市场份额的变更持审慎的态度是正确的，虽然法院可能更谨慎地预测无品牌市场板块的增长会阻止品牌香烟的大幅度的价格上涨。

有趣的是，在准许 RJ 雷诺兹和布朗与威廉森公司合并的事件中，

① 陪审团发现 Liggett 的实际损失为 4 960 万美元，但是美国的反垄断法规定，对于由非法行为所造成的损失按三倍计算。

曾经挑战其他合并事件的FTC把香烟行业的特征纳入了考虑之中。也就是说，FTC考虑了香烟消费者的高度差异化和很强的品牌联系度，以及市场情形的变化和未来法规的不确定性。意味深长的是，当RJ雷诺兹和布朗与威廉森同时生产高端品牌时，那些品牌对决定未来前景的30岁以下的消费者的吸引力变小了。更有甚者，FTC认为布朗与威廉森公司的竞争重要性被高估，因为它们的主要收益来源于折扣产品而不是高档品牌。由于折扣板块的竞争加剧，布朗与威廉森的市场份额从1998年的15%下降到了2004年的10%。

另外，FTC考虑了烟草公司与46个州在1998年达成的总和解协定（MSA）的效果。由于这个协定给大的烟草制造商添加了更高的成本并因此抬高了香烟的价格，所以许多吸烟者从高档品牌转向了折扣品牌，关于这个协定，在接下来的章节中我们还会谈到更多的细节。FTC注意到顶级的公司为了对抗顾客的流失，停止了高档品牌的涨价，并加大了广告和促销投入。这些努力在2002—2004年间加剧了产业的竞争。FTC总结这些条件的加总使得与其他产业相比，烟草行业的合作更为困难。最后，FTC裁定1997—2001年间的价格上涨是制造商们各自单方地对菲利普·莫里斯提高价格所做出的反应，所以不存在合谋的证据。

管　制

对该产业市场营销活动的担忧引发了把这些行为限制在某个范围内的努力。早在20世纪50年代，FTC就注意到公司对采用过滤嘴来减少焦油的释放量做了夸张而未经证实的宣传。FTC对此颁布了一项规则，禁止在香烟广告中就健康问题出现言过其实的说法，除非那些说法经过科学的检验，特别不允许提到焦油和尼古丁。由于没有任何一家公司进行过就特定品牌的香烟可以减少对健康的危害提供令人信服的证据的研究，所以这项规则被解释为禁止所有香烟做健康广告。

然而，到了20世纪60年代，公共健康组织相信焦油和尼古丁含量的下降也许会减少香烟对健康的危害。结果，FTC又部分地否决了自己以前的决定，允许对标准化测试机器判定出的焦油和尼古丁做广告。20世纪60年代最先开始要求将焦油和尼古丁比率与健康警告一起添加上去，后来强化了这一要求。

1970年禁止了电视和广播上的香烟广告；1997年，FTC又对雷诺兹的“乔·骆驼”广告提出批评，认为该活动至少部分是针对未成年吸烟者的。

虽然FTC规范了香烟的广告，但是它没有权力来管制香烟。食品及药物管理局（FDA）在它管理权限范围内有权对成瘾性物质的安全和“含成瘾性物质的产品”制定法规。1996年FDA判定香烟是法律意义上的含成瘾性物质的产品，因为该机构认为尼古丁对人们的精神状态有影响而且可以使人上瘾。FDA也发现追求吸烟的药理效应是香烟设计的一个特征。该机构同时得出结论，承认吸烟有不良影响的最恰当方式是禁止未成年人吸烟。

相应地，该机构开始制定法规禁止对未成年人销售香烟并且限制让吸烟对年轻人显得很有吸引力的广告。烟草公司在联邦法院上对这些规定提出异议。庭审法官支持这些规定，但是在2000年年初上诉法院和最高法院否决了审判结果。同时，禁止向未成年人销售香烟的规则被加强了，而FDA对广告的限制被搁置。

国会正在考虑通过立法赋予FDA更大的权力，准许它出台新的限制广告的条例，让年轻人更难买到烟，可能甚至要求公司从香烟中去除掉有害的成分。引人注目的是，菲利普·莫里斯支持了让这项法律通过的努力。除去避免烟草行业遭受更多的政府责难的可能性因素，作为市场龙头的菲利普·莫里斯可能具有最大的利益来保有地位，所以它对立法行动的支持被一些团体嘲笑为“万宝路垄断方案”。小一些的制造商担心政府对制造商和香烟成分的直接限制会导致更高的成本并提高进入行业和扩张的门槛；大一些的厂商如雷诺兹和劳瑞莱德则认为对广告的更多限制会导致它们失去从菲利普·莫里斯手中争夺市场份额的最有效的方式。[①] 虽然这项立法在2004年被废弃，但在2007年2月一个新的两党委员会重新引入了该法案。

诉讼以及与政府的和解

30多年来，烟草公司一直是被起诉的对象，因为有关方面要为吸烟带来的健康支出寻求补偿。直到近来，多数类似的诉讼才顾及了个体吸烟者的利益。而直到最近，所有这类诉讼才都败诉了，因为陪审员们已经得出了这样的结论，那就是吸烟者清楚吸烟的害处，因此不

① 参见 Vanessa O'Connell, “Why Philip Morris Decided to Make Friend with the FDA,” *Wall Street Journal*, September 25, 2003, p. 1; John Carey, “Tobacco Regulation: It's No Pipe Dream,” *Business Week* (January 12, 2004): 45. Andrew Martin, “Trying Again for a Bill to Limit Tobacco Ads,” *New York Times* (February 16, 2007) 1.

应该责怪制造商。①

这项不成功的记录迫使原告律师在20世纪90年代初采用了一个新策略：由保险公司和国家医疗补助计划（该计划是拿出款项来支付医治吸烟所带来的疾病的费用）的实施部门提起诉讼。采取这种方式，推卸了吸烟者的责任，吸烟者可能知道吸烟是有害的，但是尽管如此，他们的保险公司还是必须承担他们治病的费用。政府和保险公司从各个角度认为烟草公司明知故犯地出售一种危险产品，它们有意识地尽量消除吸烟者对健康的担忧，它们对吸烟可以成瘾的事实秘而不宣，而且它们相互勾结阻止竞争，否则竞争会使有关吸烟负面影响的信息更多更全面，而且竞争还会促使制造商们开发出可能更安全的香烟产品。

这些起诉使香烟产业面临的潜在法律责任风险非常大，烟草公司选择了庭外和解的方式。1997年的夏天，出现了一个尝试性的解决方案。② 烟草公司不仅可以摆脱正在审理的案件，而且可以得到豁免权，一劳永逸地从以后任何共同起诉的诉讼案中解脱出来，但是条件是：必须最初一次性支付大约100亿美元，以后每年根据香烟的销售量支付且在25年以后数额将超过千亿美元，同时广告和促销活动必须受到限制。另外，为了使这项解决方案可以贯彻执行，烟草公司还将享受到反托拉斯法的豁免权。因为存在这些豁免条款，因此最初的解决方案只有依靠国会通过法律才能执行。1998年春天在进一步讨论之后，通过努力，国会批准了一项法案。该法案向烟草公司征收更高的香烟税，并更严格地限制其营销活动，但是在这项法案中没有提及对以后诉讼案的广泛的豁免权，而这些内容包括在最初的解决方案之中。结果烟草公司反对该法案，该法案遭遇了挫败。

就像公众广泛讨论的那样，烟草公司与佛罗里达州、得克萨斯州、密西西比州和明尼苏达州的州政府达成了一项协议来逃避四个州独立案件的审判。1998年11月，它们又与余下的州达成了协议。达成这项协议的目的是避开联邦法律，现在看来它会被所有的州采纳。该协议

---

① 有理由相信这一情形正在改变。可能是对与政府和解产生的公众效应的反应，在一些案件中，代表所有吸烟者利益的团体的行动已经使得法庭做出了最初的裁决，要求制造商对吸烟带来的健康支出承担责任。最近的一件案子，*Engle v. R. J. Reynolds Tobacco Co.*，对主要的烟草公司征收了1 450亿美元的罚款。之后最高法院驳回了罚款的数量，但是这种在审讯法庭的成功只会激励越来越多的诉讼。

② Liggett & Myers是主要的烟草公司中最小的一个，它在1996年单独订立了一个和解协议，同意公开承认吸烟有害，并且协助政府在正在审理的诉讼案中对抗其他公司。

的主要内容如下：

● 被告先一次性支付 24 亿美元给州政府，每个公司按它的市场价值来承担这笔支出。

● 被告以后每年支付给州政府一笔资金，没有截止时日，到 2018 年上升到每年 90 亿美元。这些支付将根据通货膨胀率和香烟的总销售量的变化来调整。

● 限制香烟的营销活动，包括禁止使用卡通形象、限制对大型赛事和音乐会的赞助、禁止在户外和运输线路上做广告、禁止非烟草商品使用烟草品牌的名称、限制免费赠送样品。

● 各州政府同意制定法律让没有加入到协议中的香烟销售者承担同样的支付义务。

● 各州政府的所有部门不再提出诉讼，但是不限制其他人提出诉讼。

这项协议为政府带来了大量收入，部分收入被用到禁止吸烟和戒烟的工作上。然而，公共健康组织越来越直言不讳地批评政府将这部分前所未有的巨大烟草和解基金用于与烟草无关的目标——特别是在后来政府预算由于衰退而恶化的时候。据这些组织的计算，只有四个州向美国疾病预防与控制中心要求的最低水平的反烟草项目注资；政府在这些项目上的花费在最近几年总体减少了 28%。①

包含在和解协议中的对市场营销和促销行为的限制可能会有一些有益的影响。然而，协议最直接的市场结果是极大地提高了卖给消费者的香烟价格。实际上，在和解协议下将要赔付的钱大部分都来源于更高的香烟价格。把支付和香烟的出售数量绑定在一起，协议实质上把支付转化成了一种香烟消费税的上涨。人们预期香烟价格的上涨会足够弥补协议支付带来的成本，并且这真实地发生了。每个公司未来的支付建立在未来的销售量基础上，而不是建立在过去的销售量或者它们的行为导致的任何其他的危害上。

相反，如果公司在任何一个旷日持久的诉讼案中败诉的话，它们的支出会和未来香烟的销售量无关。尚需弄清楚的是，它们本来能够按既定的方式提高价格，使得它们的支出能够从消费者那里得到补偿。事实上，从某种意义上来说，现存的价格代表了利润最大化的价格水

① Campaign for Tobacco-Free Kids, American Heart Association, American Cancer Society, and American Lung Association, "A Broken Promise to Our Children: The 1998 State Tobacco Settlement Five Years Later," November 2003.

平，而且即便考虑到不同公司的市场地位和竞争利益，现存的价格水平仍能够维持下去，人们也可以这样认为，那就是和未来市场表现无关的一笔罚款支出影响不了价格，因此这种一次性罚款的全部费用都由公司的持股者来承担。

和解协议导致的价格上涨

价格的巨大上涨是这一项和解协议的直接后果。因此，诉讼据称的目的是要求烟草公司补偿政府和其他受害者增加的医疗成本，最终的结果却变成了未来的吸烟者代替公司来补偿政府。[①] 图 4—8 显示了该协议出现之前和它被完全实施之后，平均一包香烟的价格的大概状况，同时还显示了联邦政府香烟消费税的预期增长。（图中数据的估计是建立在协议成本被转嫁到消费者头上的假设之上的。）与以往的估计相反，广告、促销和法律费用上涨，导致了产业边际利润的下降。[②]

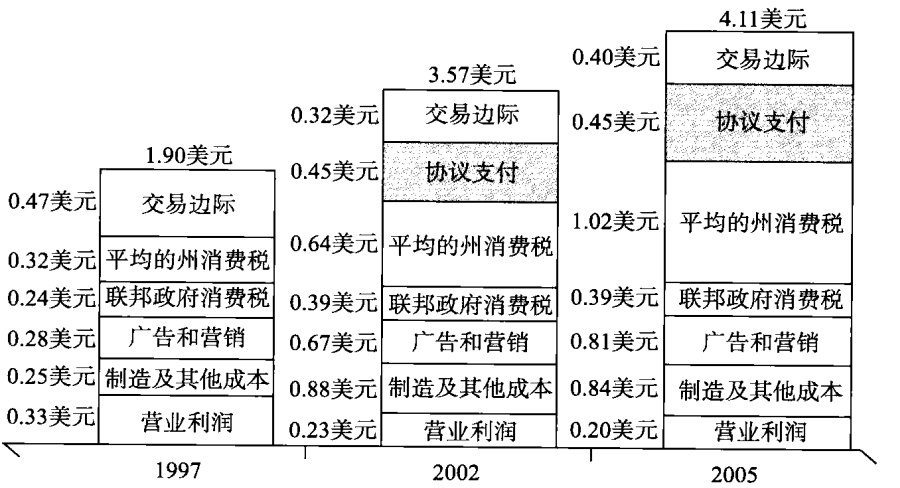


图 4—8　零售香烟价格估计的下降

资料来源：Federal Trade Commission 1997, Company 10-Ks, RJR Tobacco Website.

① 该协议的支付和政府的消费税之间唯一的差别是，每个政府的收入依赖于全国的香烟销售量而不是哪个州的销售量。这意味着任何一个州积极地减少吸烟的做法将不会使收入大幅度下降。因此，这种结构使得出现负面激励的可能性最小。要不然，政府一方面尽量减少吸烟一方面又从香烟销售中征收大量税收就会产生这种负面的激励。当然将联邦政府增加的消费税转嫁出去的做法可能也会产生同样的激励，同时使收入转向各级政府。

② 这些是 FTC 对之前提议的和解协议进行分析时用到的假设。Federal Trade Commission, *Competition and the Financial Impact of the Proposed Tobacco Industry Settlement*, Washington, D. C., 1997。

作为对更高价格的反应，烟草行业极大地提高了促销的花费，从1998年以来增加了一倍以上。在达成和解协议一年后，公司将它们的广告投入从60亿美元提高到80亿美元。然而，虽然广告投入在增长，香烟的消费却在稳步下降。例如，从2002年到2003年，广告投入增加了21.5%，而总的香烟销售额下降了5.1%。2003年接近108亿美元的广告花费，大部分以价格折扣的形式被分发到零售商和批发商的手中，从而降低卖给消费者的价格。即使相对于2002年，这也是一个很大的增长，2002年公司以相似的折扣共同花费了78.7亿美元——一个远大于1997年广告总投入的数字。

有趣的是，和解协议引起传统厂商的巨大的价格上涨，一个潜在的结果是将这些厂商暴露在新的进入者，以及不是最初案件的被告的公司或者像Liggett & Myers这样单独和政府达成独立协议的公司（Liggett & Myers在1996年签的协议）的竞争中。实际上，折扣香烟的制造商已经有能力将它们联合的市场份额从1997年的2.5%提高到2003年的10%～15%那么高的水平，而和解协议导致的价格上升是最近增长的主要推动力。

这些新的、更小的制造商中最成功的一个是联合体（Commonwealth）和它的美国黄金品牌（USA Gold Brand）。一开始，许多这样的厂商选择不签总和解协议，以此来避免法律成本从而可以给它们的香烟制定一个低得多的价格。结果，和解的州实施了新的强制性的方案强迫那些未达成协议的制造商给出和那些达成协议的制造商相似的补偿支付（这些做法遭遇了法律挑战并且是下一部分的主题）。

尽管如此，美国市场依旧是一个高利润的市场，国内的香烟制造商们同时也面临着国际公司的竞争。在2007年年初，英国制造商帝国烟草PLC发布了用19亿美元购买联合体品牌的计划，以此来获得进入美国烟草折扣市场的机会，这项交易预计在2007年内完成。此时的联合体占有美国市场3.7%的份额，是第四大烟草制造商；它的美国黄金品牌在所有折扣品牌中排名第三。[①]

对总和解协议的挑战

讽刺的是，总和解协议不仅没有结束与州政府的诉讼，反而激发

① Richard Craver, British Tobacco Firm Poised to Invade U. S. Market, *Winston-Salem Journal*, February 26, 2007.

了大量烟草公司对反托拉斯法和宪法的挑战。自 1998 年 11 月 23 日它实施以来，包括最初加入的公司（OPMs）在内的 45 家烟草公司接受了总和解协议。[①] 和最初加入的公司相同，之后加入的公司（SPMs）也必须遵守和解协议的限制并且补偿支付给和解的州。在和解协议下，最初加入的公司和之后加入的公司被统称为加入公司（PMs）。没有达成总和解协议的烟草公司被称作未加入公司（NPMs）。然而小的制造商的数目在每个区域甚至每个州都是不同的，这里说明一下，有 41 家 SPMs 从它们签订协议开始就加入了总和解协议，大概有相同数目的公司依旧是未加入公司。然而，不管是单独地还是一起，未加入公司所占的市场份额都很小。例如，2005 年前四大制造商总共占有 90.4%的市场份额。大多数的 NPMs 都是小的独立的制造商，往往少于 100 个雇员，但是也有些是依附于外国制造商的。特别地，KT&G，一家韩国制造商，在全世界销售1 000亿的香烟；相似的还有 PT Gudang Garam，一家印度尼西亚厂商，全世界销售 600 亿的香烟。

对于加入的公司而言，对州政府的支付是依赖于出售的香烟数量的。支付被存入一个附带条件委付契约账户，然后每个和解的州收到等同于它的固定“分摊份额”的支付。每个最初加入的公司每年支付对应其所占市场份额（以 1997 年的市场份额为准）上限的总基数的份额。2006 年这个数字是 80 亿美元，2018 年会达到最大值 90 亿美元并将这样每年持续下去。如果未加入公司市场份额的增长导致了最初加入公司总市场份额的下降，那么最初加入公司可以相应地减少它们对州政府支付的基数。

每个之后加入的公司的支付的计算与它和其他之后加入的公司的市场份额的比较相关。那些在最初和解协议制定后 90 天内加入的公司必须支付对应于它们 1998 年的市场份额或者 1997 年市场份额 125%的数量，取两者的最高值。更进一步地，在任意给定一年中如果公司的份额下降到这一设定值之下，那么之后加入的公司无须给州政府任何支付。90 天之后加入的公司没有设定的上限并且按它们的市场份额支付。

和解的州和参加协议的公司都担心那些未加入协议的公司能够制

① Master Settlement Agreement, http://www.naag.org/backpages/naag/tobacco/msa/participating_manu/.

定更低的价格从而提高它们的市场份额。这会减少和解协议的支付并且损害和解协议的有效性，从而给州政府带来损失。结果，州政府同意实施一项对总和解协议的补充立法，要求制造商或者加入总和解协议或者支付给一个附带条件委付契约账户，从而获取在州内合法销售香烟的权利。[①] 这个可选的附带条件委付契约账户内的基金将被用作今后对落户在州内的未加入公司的审判或未加入公司对州政府或政党的支付。附带条件委付契约账户内的基金将保留 25 年，然后将被返还给未加入公司。2004 年的时候和解的州（不包括密苏里州）修改了附带条件委付契约账户的规定，要求未加入公司的附带条件委付契约账户支付将基于它们在每个州中的销售量而不再是每个州的均摊份额。如果一家未加入公司的支付高于之后加入的公司的支付，那么它依旧可以选择退款，从而保证了未加入公司有着与加入公司相似的支付机制，而不论该公司的香烟销售是全国性的还是区域性的。尽管如此，虽然未加入公司要支付与加入公司相同的数额，但是它们不受到总和解协议中任何其他要求的制约。未加入公司提出了许多起诉讼，宣称总和解协议、附带条件委付契约账户和违禁品法令的组合是反竞争的，并且鼓励了高于竞争水平的价格。它们宣称州法令与《谢尔曼反托拉斯法案》的第一部分相冲突，因为其创造了一个极度非法的产出卡特尔，旨在保护最初加入公司的市场份额，从而保证给州政府的和解支付不会减少。未加入公司争论说，现行的法令系统地利用了州政府的监管权力来加强加入公司独立制定价格的行为，从而形成了不被联邦反托拉斯法允许的对贸易的限制。

未加入公司宣称州政府创造了一个对加入公司价格竞争的负激励，因为它们相对市场份额的增加对应着和解协议支付的增加。结果，加入公司选择跟随大的制造商的价格上涨而不是主动去竞争。由于所有的公司被要求要么遵守总和解协议，要么加入附带条件委付契约账户，制造商们不再愿意进行价格竞争，从而形成了垄断性价格。未加入公司声称总和解协议和补充性立法导致了价格和收益的上涨，而这种上涨高于可以缓解和解协议带来的成本的水平。未加入公司的法律主张成败参半。第二巡回上诉法院支持了一个下级法院的裁定，裁定的结果是它们的反垄断申诉不应当被撤销。更进一步地，第二巡回法院认

① 在美国原住民保留地销售的香烟豁免附带条件委付契约法规。

为州政府的豁免条例的适用对象是不清晰的，因为州政府没有清楚地说明附带条件委付契约法规的市场份额的条款，也没有提供对定价决策的有效监督。

其他的法院没有被第二巡回法院说服。例如，第六巡回上诉法院驳回了反托拉斯指控，坚持反竞争效果的发现是不充分的。[①] 然而另一个法院裁定这些案件中的定价是基于制造商遵守总和解协议导致的成本上升的单边行为，而这是受到州豁免条例保护的。[②]

总和解协议也没有结束个人或美国政府对健康的诉求。例如，2007 年 2 月，菲利普·莫里斯总共有 189 件个人吸烟和健康案件、10 件集体诉讼和控诉、5 件健康医疗成本和康复诉讼、20 件轻微/极轻微集体诉讼，还有 2 件针对它的香烟价格的案件悬而未决。[③] 公司面对着 2 600 件由空中乘务员提出的诉讼。更有甚者，一个纽约地区法院授予了一个全国范围“清淡型”集体诉讼的证明，在其中[④]它宣称公司将清淡型香烟称作一个更安全的选择的营销行为违反了《诈骗者影响和腐败组织法》（RICO）。[⑤]

1998 年和解后不到一年，美国政府指控 9 家烟草制造商通过违反和合谋违反 RICO 非法获得 2 890 亿美元。[⑥] 法院最近认为烟草公司被告犯有：

1. 虚假地否认吸烟引起癌症和其他疾病；
2. 否认尼古丁是高成瘾性物质同时操纵尼古丁的含量来维持上瘾；
3. 营销宣传清淡型香烟害处较少，而有证据表明这是不成立的；
4. 虚假地否认二手烟是有害的；
5. 企图通过营销来引诱未成年的吸烟者；
6. 抵制科学研究。

在表达了一个包含着烟草公司错误行为的大量例子的漫长意见之后，

---

① *Tritent Int'l Corp*, *et al.*, *v. Kentucky*, 467 F. 3d 547 (6th Cir. October 30, 2006).

② *Int'l Tobacco Partners*, *LTD.*, *v. Kansas*, No. 05-2319-KHV, 2007 U. S. Dist. LEXIS 9359 (D. C. Kansas Feb. 8, 2007).

③ Company 10-K Filings。公司报告中提到一个案件，即在西弗吉尼亚州，一个总数达 928 人的申诉将被集体处理。

④ *Schwab v. Philip Morris USA*, Inc., 449 F. Supp. 2d 992 (D. C. NY September 25, 2006).

⑤ 第二巡回上诉法院搁置了这一审讯并且正在重新考虑集体认证是不是妥当的。

⑥ *U. S. v. Philip Morris*, No. 99-2496(GK), 2006 U. S. Dist. LEXIS 61412 (D. C. August, 17, 2006)。那个数字之后被修正为 140 亿美元。

地区法官总结道，烟草制造商违反了《诈骗者影响和腐败组织法》。①

从1999年1月起，法院对45起针对主要烟草公司的诉讼做出了判决，其中28起的判决结果是有利于烟草公司的。佛罗里达州最高法院撤销了给予吸烟者集体的1 450亿美元的补偿，理由是这“明显过多了”。② 美国最高法院也维持了伊利诺伊州最高法院的判决，撤销了71亿美元这一有利于10亿吸烟者的判决。③ 最近，最高法院还撤销了一项7 950万美元的对一位吸烟者遗孀的伤害补偿，宣称陪审团不能通过按照对其他吸烟者造成的伤害来进行伤害补偿的形式来惩罚被告。④

近期一项研究对1998年的整个和解协议的基本原理的阐释提出了质疑。这项研究提出，极大地减少吸烟的比率只能暂时性地使全体人民的健康状况得到改进，然而这些人最终会倒在其他非吸烟导致的疾病面前。作者总结道，当然“推动禁烟是……值得的……每年超过400 000的人由于吸烟而死亡的说法有些让人误入歧途。”⑤ 更进一步，作者暗示吸烟带来的成本相对于美国医疗辅助计划而言是很低的，并且对医疗保险和社会保障计划有负面影响。由于许多吸烟者活得不够长，无法享受到完整的福利，所以一般计算医疗保险和社会保障计划成本的研究是估计过高的，因为它们没有把这种死亡因素考虑在内。作者于是总结道“吸烟带来了巨大的社会成本，但是政府和纳税人一般并不是主要的受害者。”⑥

年轻人吸烟

公共政策特别关心香烟营销和促销对激励年轻人吸烟的影响。尽管法律禁止将香烟出售给未成年人，绝大多数的吸烟者还是在18岁之前开始吸烟的。公共健康的倡导者认为下面这一结论具有其合理性，

---

① “简而言之，被告用激情和欺骗来推广和销售它们危害性极大的商品，为了它们财务上的成功这一唯一的目的，而对人类的痛苦和那种成功所导致的社会成本不闻不问。” *Philip Morris*, 2006 U. S. Dist. LEXIS 61412, * 19。

② *Engle v. Liggett Group, Inc.*, 945 So. 2d 1246 (Fla. December 21, 2006).

③ 参见 *Price v. Philip Morris, Inc.*, No. 96236, 2005 Ill. LEXIS 2071 (Ill December 15, 2005) cert denied *Price v. Philip Morris, Inc.*, No. 06 - 465, 2006 U. S. LEXIS 9046 (November 27, 2006)。

④ 参见 *Philip Morris USA v. Williams*, No. 05 - 1256, 2007 U. S. LEXIS 1332 (February 20, 2007)。

⑤ Frank Sloan et al., *The Price of Smoking* (Cambridge, MA: The MIT Press, 2004), 257.

⑥ Ibid., 261.

那就是如果年轻人能被禁止吸烟，那么人口中开始吸烟的总比率将会大幅度地下降。除了市场限制之外，一些人认为和解协议带来的价格上涨也是一种反对年轻人吸烟的重要方法。一些研究表明年轻的吸烟者比成年吸烟者更具价格弹性，一个可能的原因是年轻的吸烟者更不容易上瘾，而且香烟支出在他们可支配收入中占的比重更大。[①] 另外，一些州把来自和解协议的部分收入用作资助具有积极意义的禁烟运动，这个运动的目的是制止十几岁的少年吸烟。再者，公共健康组织指责州政府在年轻人吸烟的项目上的花费在下降而烟草公司在营销、促销和广告上的支出却在上升。[②] 例如，在签订总和解协议之后，烟草公司提高了香烟的定价；然而，它们也很大地提高了价格促销的力度，特别是那些在年轻的吸烟者中特别流行的品牌，从而降低了消费者面对的实际有效价格。它们还额外加大了在面向年轻人的杂志上刊登的广告，并且增加了直接市场促销的运用。[③] 不幸的是，看来没有人理解十几岁的年轻人为什么开始吸烟，从而能够知道各种形式的措施会起到多大的作用。

Ⅵ. 结　论

烟草产业的历史是独一无二的，它向学习产业组织理论的人提出了挑战。该产业是集中度最高的产业之一，烟草公司为后面的进入者设置了显然难以逾越的壁垒；它们持续获得高利润，但也从事周期性的价格战。烟草公司为了增加销售量而在广告和促销上投入巨资，其绝对量和相对额都非常巨大，它们自己却说是在费力不讨好地窃取彼此的消费者。该行业索要的价格明显高于竞争水平，但是政府希望得到与高价格相关的高税收，并且相信高价格会制止吸烟，这使得公共政策的目标是提高而不是降低价格。

吸烟带来的保健费用究竟应该由谁来承担呢？针对这一问题展开了一场大规模的法律论战，这场争战损害了法律体系，同时促使烟草

---

① Frank Sloan et al., *The Price of Smoking* (Cambridge, MA: The MIT Press, 2004), 261.

② "A Broken Promise to Our Children."

③ *U. S. v. Philip Morris*, No. 99 - 2496 (GK), 2006 U. S. Dist. LEXIS 63478, 247 - 557.

税收有了意义重大的、明显的增长。除此之外，尽管比该行业中的任何人在 30 年前所能预测到的要晚得多，烟草公司最终公开承认几十年前私下里它们就已经全都了解的东西，即吸烟是一种致命的容易上瘾的嗜好，大多数人还是个孩子时就开始尝试吸烟，成年后继续保持这种嗜好，尽管他们中的大多数人很想戒掉它。

产业进化的下一个阶段是什么很难预料。和解协议招致的价格大幅度上升很可能在一定程度上有助于吸烟的减少。如果美国食品及药物管理局最终被授权管理香烟，那么我们会看到更严格的营销限制，最终这些限制也许会针对焦油、尼古丁和香烟中其他构成成分的可容许程度。然而恰恰是成瘾性使吸烟对公众有害，因此即便有合法的权力机构存在，要找出好的解决方案也很困难。显然没有一个政府希望全面禁止香烟。强制性地降低尼古丁含量不可能对上瘾的吸烟者有效，而且甚至可能起到反作用，因为吸烟者会吸更多的香烟来摄取到令他满意的尼古丁量。开发释放尼古丁而又没有其他不良健康影响的香烟产品的技术潜力没有得到充分利用，而且这种产品现在是否会被人们追捧还不清楚。由此看来，烟草行业的这种独特的产业组织和市场行为似乎还会被长时间地争论下去。

拓展阅读建议

出版物

Adams, Walter, and James Brock. 1998. *The Tobacco Wars*. Cincinnati : South-Western College Publishing.

Bulow, Jeremy, and Paul Klemperer. 1998. "The Tobaccl Deal." Brookings Papers on Economic Activity: Microeconomics. Brookings Institution, pp. 323 - 394.

Federal Trade Commission. Annual. *Report to Congress, Persuant to Federal Cigarette Labeling and Advertising Act* (yearly).

Kluger, Richard. 1996. *Ashes to Ashes*. New York: Alfred Knopf.

Sloan, Ostermann, Picone, Conover, and Donald H. Taylor. 2004. *The Price of Smoking*. Cambridge, MA : The MIT Press.

Tenant, Richard. 1950. *The American Cigarette Industry*. New Haven, CT: Yale University Press.

第5章　啤酒业

——肯尼思·G·埃尔津加
(Kenneth G. Elzinga)

年轻人都知道，在1620年，一群流浪者在普利茅斯海岸罗克（Plymouth Rock）登陆，但很少有人知道，这批流浪者原来打算漂流到弗吉尼亚，而不是马萨诸塞。是什么让他们改变了目的地？事实上，他们饮用的啤酒即将耗尽。一位航海者在他的日记中这样记载随后的登陆："我们的食物正在变少，尤其是啤酒。"我们要向历史学家问这样一个问题：不断减少的啤酒存量怎么会影响美国的历史进程？今天，我们通过经济来了解美国啤酒行业的结构、行为和绩效。①

① 对酿造行业经济的学术性探讨书籍，请参考 Tremblay and Tremblay（2005）。有许多新出的（并且值得一读的）书对这个行业抱有很大兴趣。最好的三本是 Ogle（2006），Van Munching（1997）和 Wells（2004）。针对特定的酿造公司重要的探讨性书有 Hernon and Ganey（1991，关于 Anheuser-Busch），Baum（2000，关于 Coors），还有 Slosberg（2001，关于 Peter's Wicked Ale）。一本关于英国酿造业的精彩的历史书是 Cornnell（2003）。

啤酒是一种饮料，它主要包含四种成分：

1. 麦芽——一种被浸在水里发芽然后晒干的谷物（通常是大麦）。

2. 香草，通常是蛇麻草和玉米或稻米——它增加啤酒亮度并提供淀粉，麦芽里的酵素将淀粉转化为糖。

3. 人工培养的酵母——让饮料和麦芽的糖分发酵，产生出酒精和碳酸。

4. 水——充当溶解其他几种成分的一种溶剂。

由于酿造过程是啤酒生产最重要的环节，所以这个行业也经常被称做酿造业。

啤酒品种繁多。白啤（带有一点覆盆子糖浆的风味）在柏林大受欢迎；温和的黑啤在英国很畅销；而在美国便利店的冰箱里则存放着大量的0℃左右的琥珀啤酒。一般说来，专业术语“啤酒”是指用淀粉谷物酿造而成的啤酒。因为谷物要制成麦芽，所以啤酒的另一种叫法是麦芽液体或麦芽饮料。在本章里，专业术语“啤酒”、麦芽液体和麦芽饮料被交替使用，涵盖了像啤酒（beer）、麦芽酒（ale）、淡啤（light beer）、干啤（dry beer）、冰啤（ice beer）、黑啤酒（porter）、浓烈黑啤（stout）和风味麦芽饮料[①]等产品。这些饮料的共同点——这也是它们区别于其他酒精或非酒精饮料的特征——是作为基本谷物成分的酵母的酿造过程。

美国的啤酒市场是相当大的。就饮料的人均消费量来说，啤酒排在软饮料、咖啡、牛奶之后，列第四位。在酒精饮料里，啤酒差不多占了美国85%的消费量（以加仑计），大大超过葡萄酒和精炼酒精。然而，在1995—2005年间，以啤酒形式销售的酒精量下降了，而葡萄酒和精炼酒精却有了两位数的增长。

Ⅰ. 历　史

据记载，首家商业酿造厂建于1625年，位于新阿姆斯特丹（今纽约市）。虽然在17世纪的美国有相当多的家庭自己酿酒，但许多商业

① 风味麦芽饮料（FMBs）也被称作即时饮料（FABs）、风味替代饮料（FABs）、麦芽替代饮料。回想一下，啤酒中的酒精来源于发酵而不是蒸馏。一些FMBs中70%的酒精部分来源于蒸馏酒精，在饮料中被用作调味。这些啤酒行业依旧保有的产品，并非真正的麦芽饮料，至少在税收和广告目的上，应当被看做精炼酒精，而不是啤酒。

酿酒厂仍纷纷建立。在早期的美国移民中啤酒是一种很普遍的饮料。酿造需要的设备只是一些用来压碎、冷却和发酵的大桶，但生产的产品不是我们今天所说的啤酒。酿造过程是粗糙的，质量也不稳定。酿造被奉为一种艺术和秘诀。

早期美国鼓励酿造啤酒。例如，马萨诸塞州最高法院在1789年通过一项法案，支持啤酒酿造“作为保持公民健康……和防止烈性酒有害影响的一种重要方式”。佐治亚殖民地统治者詹姆斯·奥格尔索普（James Oglethorpe）更是直言道：“廉价的啤酒是驱除朗姆酒的唯一方式。”

19世纪40—50年代是啤酒工业的关键10年。一般说来，我们今天所知道的啤酒生产是在19世纪40年代从引进德国贮陈淡啤的酿造开始的。在这之前，美国人消费麦芽饮料的口味与英国人相似，主要是麦芽啤酒、黑啤酒和浓烈黑啤。英式的麦芽饮料呈棕黑色，喝到胃里感觉很重，并且口感很黏稠。麦芽饮料也很容易变质。相反地，贮陈淡啤很清，呈琥珀色，并且味道更淡。它的酒精度也更低。贮陈淡啤反映了德国对这个行业的影响。[①] 德国移民的涌入提供了熟练的酿酒工人和贮陈淡啤的热情消费者。然而，德式啤酒酿制的时间更长（它要被“贮藏”或静置），保存的时间也更长（尤其是冷藏的时候）。在19世纪50年代的早期，美国有431个啤酒酿造商，生产75万桶啤酒。到50年代末期，有1 269个啤酒酿造商生产100多万桶啤酒。许多人都看好这个行业的前景。

在19世纪后半期，生产技术取得了进步，销售手段也得到了发展。机械冷藏既有助于酿造，也有助于啤酒的储藏。在这之前，啤酒生产部分地依靠冰块数量，这些冰块是在冬天从湖或河流中获取的。像圣路易斯这样的城市，拥有地窖可用来冷藏啤酒，具备陈酿的优势，机械冷藏的发明则使它们丧失了这一优势。这期间采用了巴氏消毒法——一种最初被发明用以维持葡萄酒和啤酒质量而不是牛奶质量的方法。啤酒不再需要被冷藏，它能销往气候温暖的地方，并且在没有发酵的情况下也能被储藏。一旦啤酒被加温杀菌，大规模的瓶装和店外消费就变成可行的了。另外，运输的发展使酿造商能够在本地市场之外销售啤酒。20世纪，国内的酿造商增加。

进入20世纪，啤酒销售也被视为是非法的。通过宣传，从自愿节

① 对美国和德国啤酒行业的经济比较，请参考Adams（2006）。

制及戒除烈性酒开始的禁酒运动逐渐转向禁止全球范围内的酒精饮料的生产与销售。但看起来，啤酒工业对此幸灾乐祸。许多啤酒酿造商认为禁酒运动只是禁止烈性酒。

1919年，36个州批准在全美范围实行禁酒的第18修正案。这导致许多酿造商关闭了工厂，一些酿造商改行生产糖果和冰淇淋。安海斯-布希（Anheuser-Busch）公司和其他啤酒酿造商则建立了出售麦芽糖浆的盈利企业，这种麦芽糖浆可用于“家酿”。由于各公司都不能详述麦芽糖浆的主要用途，因此，这种产品被当做像饼干之类的烘烤食品的一种成分被出售。禁酒令一直持续到1933年4月，在禁酒令取消后不久，酿造商又开始重新生产啤酒。到了1933年6月，有31个酿造商在进行啤酒生产；到了1934年，酿造商数量上升至756个。

据记载，1948年，美国国内啤酒需求从1947年8 720万桶的销售量缓慢下降。在这期间，人均消费量从1947年的18.5加仑下降到1958年的15.0加仑。直到1959年，全年销售量才超过1947年。在20世纪60—70年代，总需求又开始以年均超过3%的速度增长。1965年，啤酒销售量首次超过1亿桶。人均消费量从1958年的15加仑上升至1970年年末的24加仑。啤酒的需求曲线向右移动，其原因是美国年轻人的增加（是第二次世界大战后婴儿出生处于高峰期的结果）。在许多人口众多的州，啤酒的消费者更加低龄化，妇女对啤酒的接受力提高。此外，美国禁酒地区（酒精饮料是被禁止的）的大量减少也是其中原因之一。

在20世纪80年代早期，啤酒的市场需求是稳定的。但当18～34岁年龄段的年轻人数量下降时，统计结果显示啤酒需求也开始下降，对酒精饮料有需求的最小年龄上升至21岁。导致需求减少的另一些因素包括对体形的追求和对过度饮酒尤其是酒后驾车的关注不断升温。在一些州，法令限制使用一次性容器（不可回收的）也使啤酒消费减少。

还有两个因素最近的发展有利于市场的增长。从1998年到2008年，21～24岁区间的年轻人的数量表现出增长。虽然这个群体只占美国人口的8%，却占到了约14%的啤酒消费量。另外，最近的医学研究宣称少量饮酒（包括啤酒）会减少患心血管疾病的风险。《华尔街日报》调查了800位读者，问这样一项研究会不会影响他们饮酒的习惯：36%的人认为这样一些发现将会导致人们喝得稍微多一些，18%的人认为这会被当作喝更多的酒的借口，而46%的人指明人们不会相信这

样一些研究。尽管有这些因素的发展，1990 年美国啤酒的人均消费是 24.3 加仑；到了 2005 年，人均消费下降到了 21.3 加仑。啤酒停滞的市场需求与软饮料、瓶装水、葡萄酒和精炼酒精的增长的需求形成了对照。

Ⅱ. 结　构

在啤酒行业结构中，最重要的因素是需求状况、工厂规模、行业集中趋势、进入条件以及产品差异。

需　求

啤酒的需求是一系列变量的函数，包括个人收入，天气，政府针对酒精饮料的法规，啤酒的价格和质量，替代饮料的价格和质量，人口统计因素，宗教以及对健康的关心。在美国，啤酒市场需求因州的不同而不同。在犹他州，2005 年的人均消费量只有 12.2 加仑，而在内华达州，人均消费量是 30.4 加仑。（内华达州啤酒消费指数因为旅游者的啤酒消费而被拉升起来。）人均消费量最高的州可能是威斯康星州。无酒精啤酒在所有的啤酒销售中只占一小部分，1998 年产量是 170 万桶。

虽然经济学家不能绝对准确地测出价格弹性，但从统计数字判断，啤酒的市场需求是缺乏弹性的——弹性在 0.7 至 0.9 之间。消费者对品牌的忠诚还没有强大到使任何一种特有的酒精饮料需求无弹性。事实上，个别啤酒品牌需求呈现完全弹性。这对美国国内酿造商单独提高价格的企图施加了重要的市场力量限制。

集　中

依据经济学理论，在市场垄断（或严重的供不应求）的情况下，消费者要支付比完全竞争市场情形下更高的价格。消费者在寡头市场下购买将会受到那些卖方之间竞争的本质的影响。根据这个理论，消费者面对的酿造厂的规模是有经济意义的，啤酒业究竟是非集中的，导致许多厂商争夺消费者，还是高度集中的，导致消费者几乎没有选择？

在第二次世界大战后的前 30 年，这个产业中两个相反的趋势同时

起作用。美国的主要酿造商的数量下降了。但是继续存在的酿造商供应的市场范围和啤酒交易量却上升了。啤酒消费者们失去了一些（本地的或区域性的）供给源但是获取了与其他供应源相联系的渠道，这些渠道把啤酒运送至全国各地的消费者那里。而且在20世纪60年代，一种新的本国供应源出现了。新的供应源是美国啤酒产业的精制或特种部分（这两个术语可互换使用）。

美泰器具公司的继承人弗里茨·美泰（Fritz Maytag）有美国精制酿造先驱的美称，他拯救了旧金山的蒸汽啤酒公司（该公司的品牌是锚（Anchor））并把其改造成了无数精制酿造商们效仿的对象（确实鼓舞人心）。美泰认识到他的小规模运营永远不能适应现代大规模酿造设备的成本效率。为了回收成本，他的啤酒必须以和进口品牌一样高的零售价格出售。他的任务是使啤酒值那个价。美泰在学习酿造工艺方面的顽强坚持以及在他说服零售客户保存他的产品时的坚忍精神鼓舞了众多后来精制酿造商学习者。

他们其中之一是波士顿啤酒公司的吉姆·库克（Jim Koch），他为精制酿造引进了一种不同的商业模式：虚拟酿造厂。库克认识到现有的酿造厂很多都是生产能力过剩的，如果有了适当的酿造处方和生产负责人的适当关注，就可以酿造一些特别的啤酒。使用匹兹堡酿酒公司的设备（主要品牌：钢铁城市（Iron City）），波士顿啤酒公司很快以远高于钢铁城市的价格卖出了几千桶萨姆·亚当斯（Sam Adams）啤酒。10年内，库克的公司成为美国第十大啤酒销售公司，这说明了在一家公司有正确的商业模式的条件下，酿造行业的进入门槛是多么的低。①

20世纪80年代，几十个精制酿造商进入市场，使消费者的麦芽饮料可选项变得更多了。精制酿造商包括微型酿造商和酒吧酿造商。精制酿造商的数量从1965年的1家增长到2005年的超过1 400家，在1995年突破了生产100万桶啤酒的大关。一些精制酿造商不能再自称“微型”了，因为它们现在卖出了很多啤酒（现有的例子是波士顿酿造（Boston Brewing）和内华达山脉（Sierra Nevada））。2005年，啤酒行业的精制酿造部分包含近1 000家酒吧酿造商（它们中的大部分每年生产少于1 000桶的啤酒）、380家微型酿造商（每年生产少于15 000桶）

① 第二大精制酿造商，Sierra Nevada Brewing Co.，提供了一种不同的供应方法。它现在拥有每年超过600 000桶啤酒的生产能力。

以及超过 55 家的区域性特种啤酒酿造商（每年的生产能力超过15 000桶）。

近些年，美国消费者消费的进口啤酒也在增长。2005 年，进口啤酒占据美国啤酒市场 12.5%的份额，精制啤酒占 3.5%。因此，在国内最大的厂商不断集中化的同时，精制啤酒和进口啤酒导致了在新啤酒品牌方面的突破，满足了消费者的不同口味特征和价格水平的需求。

数量减少

1935 年，禁酒令取消后不久，在美国有 750 家酿造工厂投入生产。在 1960—2005 年间，传统的啤酒公司的数量下降超过 90%（虽然啤酒产量增长了近两倍）。啤酒行业分析师罗伯特·S·温伯格（Robert S. Weinberg）统计，1960 年有 175 家“传统的酿造商”在运营，到 2005 年，传统国内酿造商的数目下降到 21 家。[①] 在美国，一个行业经历相似的结构改组的情况即使有也会很少。然而，在同样的 45 年的时间跨度内，特种啤酒酿造商的数目从 0 增长到了 1 346 家。表 5—1 显示了传统酿造工厂数目的下降，也描述了特种啤酒酿造商数目的井喷。该表显示了美国酿造业在这个时期的阴和阳：产业中主要酿造商数目的急剧下降和市场精制或特种啤酒部分的小型酿造商数目的急剧上升。

表 5—1　　运营中的美国酿造商，1960—2005 年

年份	传统酿造商	特种酿造商	总酿造商数目	啤酒批发商*
1960	175	0	175	
1965	126	0	126	
1970	82	1	83	
1975	52	1	53	
1980	40	8	48	5 109
1985	34	37	71	
1990	29	269	298	2 975
1995	29	977	1006	2 967

① 这些是年生产能力超过 15 000 桶的酿造工厂，并不包括潜在年生产能力在 15 000 桶以下的微型酿造商和酒吧酿造商。

续前表

年份	传统酿造商	特种酿造商	总酿造商数目	啤酒批发商*
2000	24	1 471	1 495	2 357
2005	21	1 346	1 367	

* 批发商的总数来自美国啤酒批发商协会（NBWA）。

资料来源：Brewing Industry Research Program，The Office of R. S. Weinberg，2006.

随着曾经重要的啤酒商数量的减少，存留下来的最大的啤酒商们提高了它们的市场份额。如表5—2所示，1947年最大的五家啤酒公司只占有该行业产量的19%。但到2006年，它们的份额已达84%。在2005年，有三家公司满足了国内市场80%的需求：它们是海斯-布希公司（Anheuser-Busch）（48.5%）、米勒公司（Miller）（18.3%）和库尔斯公司（Coors）（10.9%）。经济学家描述公司规模的另一种方法是计算出行业的赫芬达尔-赫希曼指数（Herfindahl Hirschman Index，HHI），HHI是每个独立销售商市场份额的平方加总（所以唯一垄断厂商的HHI就是10 000）。表5—2中显示的HHI从140（1947年）上升到2 785（2006年）也证实了行业结构的转变。

表5—2　　最大的几家啤酒公司的销售量集中度，1947—2006年

年份	最大的五家公司	HHI
1947	19.0%	140
1954	24.9%	240
1964	39.0%	440
1974	64.0%	1 080
1984	83.9%	1 898
1994	87.3%	2 641
2004	85.2%	2 924
2006	83.9%	2 785

注：基于啤酒产量。HHI只包含了当年最大的五家公司。

资料来源：改编自A. Horowitz and I. Horowitz，"The Beer Industry，" *Business Horizon* 10（Fall 1967）：14；various issues of *Modern Brewery Age*；Beer Market's Insight 2001 Beer Industry Updates；and Beer Marketer's Insights 2006 Beer Insights Seminar。

市场扩大

在存在上百个啤酒酿造公司的日子里，由于大多数酿造商只服务于一个小的地理区域，所以大多数的啤酒消费者实际面临的选择也只是为数不多的酿造商。相对于其价格来说，啤酒是一种运费高昂的产品，很少有酿造商能够支付得起运费，并在远方与当地的啤酒酿造商竞争。因此，讨论地方性、地区性和全国性酿造商是非常有意义的。在这些酿造商中，地方性酿造商最普遍，它们只为一个市场酿造，这个市场可能比一个州更小，经常只是一个单一的大都市市场。地区性酿造商是多个州的，但通常也只包含两或三个州。在所有（或差不多所有）州销售啤酒的全国性酿造商是非常少的，且罕有是某一特定地方最大的商家。另外，对一个啤酒公司来说，建立多个工厂来生产是不普遍的。

今天，地方性、地区性和全国性啤酒酿造商这些措辞差不多都过时了。[①] 由于大规模生产的经济性和某种程度上销售的经济性，原先普遍存在的只包含一个工厂的公司服务的地理市场已经扩大了。大酿造商进行扩展并服务于新的地理区域的第二个因素是它们具有多个工厂进行啤酒酿造这一特点。

市场规模

要测定酿造业的市场集中度，需要知道啤酒的地理市场能延伸多远。如果有一个全国性市场，那么全国性集中度统计数据就是有意义的。但如果酿造业是像水泥或牛奶这样面向地区性市场的行业，那么在分析行业结构之前，必须确定这些地区性市场的范围。

当啤酒工业有一个反并购案例要裁决时，就必须运用联邦法令来解决这个问题。在一个关于威斯康星州的两个啤酒公司并购的早期反托拉斯案例中，反托拉斯部门请西北大学的一个著名经济学家来证实这个观点：单一的威斯康星州是一个独立的啤酒市场。这个经济学家告诉政府的律师：从经济意义上讲，这个观点是站不住脚的。然而，

① 罗伯特·S·温伯格把同时期的啤酒市场分为两大部分："核心"部分（国内大啤酒公司的主要品牌市场）和"非核心"部分（进口品牌与国内专有品牌市场）。威廉·詹姆斯·亚当斯（William James Adams）把产业分为两个策略群体："大众酿造商……主要通过电视上的广告来区别开它们的产品；精制酿造商……主要通过原材料来区别开它们的产品。"（Adams 2006，201）

这些律师没有听从他的意见，而是坚持自己的观点，最后说服高级法院：威斯康星州自身是“有别于其他州的，从经济上说是一个啤酒销售的最佳市场”。

虽然威斯康星州被看做一个法律上独立的市场，但选择它作为经济意义上的市场，其市场范围明显太窄了（这样的观点是不会被今天的反托拉斯当局所采纳的）。在1991年，威斯康星州啤酒酿造者生产了1 700多万桶啤酒，而当年威斯康星州的消费者消费了不到500万桶啤酒。因为威斯康星州也从其他州的啤酒酿造者那里进口啤酒，所以，很明显，威斯康星州超过2/3的啤酒“出口”销售到了其他州。将威斯康星州视为一个独立的地理市场忽视了这个州作为最大啤酒生产地的影响力，更不用说对威斯康星州自己生产的啤酒构成竞争的来自其他州的啤酒的影响了。在这个案例里，法院错误地将威斯康星州作为经济上有意义的独立市场。现在啤酒的地理市场已经扩大至全国范围。

酿造商数量减少的原因

本部分将提供关于啤酒酿造商数量减少的两个可能的解释：并购与规模经济。

并 购

对一个行业存在高集中度情况的通常假设是：这个行业的公司间有并购趋势。乍一看这好像正是啤酒酿造业的情况：在1950—1983年间，啤酒行业完美地完成了170起横向并购。但是互相竞争的啤酒公司之间的联姻，解释不了这个行业向最大公司集中从而提高集中度的原因，对此，回顾一下最大的三家啤酒公司的并购历史就很明显了。

在1958年，反托拉斯部门首次采取了反对啤酒行业并购的行为，目标直指这个行业的领头羊——安海斯-布希公司，该公司收购了美国啤酒酿造公司的迈阿密啤酒厂。政府成功地认定，这次并购将削弱美国啤酒酿造公司作为一个独立的啤酒酿造商的地位，并结束它作为佛罗里达州安海斯-布希公司的竞争对手的历史。这项早期的反并购行为的影响是深远的。安海斯-布希公司不得不出售这个啤酒厂，并且在5年之内，没有法院许可不能购买其他任何啤酒厂。结果，很多年内安海斯-布希公司放弃了并购竞争者的工厂，取而代之的是开始一项在佛罗里达州和全美国的其他地区建立大的有效率的工厂的扩张计划。它唯一一次偏离内部发展策略是在1980年，安海斯-布希公司

收购了施利茨（Schlitz）啤酒酿造公司位于纽约的酿造厂鲍德温斯维勒（Baldwinsville）。[①]（直到最近安海斯-布希公司才又开始国内收购，不再易受反垄断的攻击。）在1994年6月公司收购了精制酿酒商红钓钩（Red Hook）25%的股份。2006年，安海斯-布希公司收购了滚石（Rolling Rock）品牌（当时属于比利时的英博（Belgian-Based InBev））。

第二大啤酒公司米勒也主要是由内部扩张发展起来的。1966年米勒收购了得克萨斯州和加利福尼亚州的酿酒厂，这之后它没有进行任何并购，直到1987年收购了威斯康星州一个小型家族企业雷能库格尔（Leinenkugel）。1970年米勒酿造公司被菲利普·莫里斯烟草公司收购，成为其属下一个子公司。从那以后，排名第二的米勒公司不同于市场龙头安海斯-布希公司，有了一个母公司。

1972年，就在被菲利普·莫里斯收购后不久，米勒从一个破产的芝加哥啤酒公司麦斯特布劳（Meister Brau）的手中收购了三个品牌。当时几乎没有人注意到，但正是这次收购中出现了低卡路里或者说“淡啤”现象。麦斯特布劳的商标中包括一个淡啤（Lite）品牌，这是一种低卡路里的啤酒，麦斯特布劳曾经将目标人群定位为本地的中上阶级中关心自身体重的消费者。米勒公司的管理层发现淡啤在印第安纳州的安德森卖得很好，那是一个有很多蓝领工人的小镇。米勒专注于市场分级中所谓的“真正的”啤酒消费者，宣称它的低卡路里淡啤喝起来不会有涨肚的感觉。这个广告的竞争效果很显著。淡啤成为啤酒行业历史上最流行的新产品。

1974年，米勒买到了在美国酿造和出售劳温布劳啤酒（Lowenbrau）的权利，劳温布劳是一种著名的德国啤酒。米勒从未能够把这个品牌发展成为一种重要的美国产品。这次事件之后，米勒再也没有进行并购，直到1993年它购买了在美国销售一个加拿大啤酒公司莫尔森（Molson）的品牌的权利。2001年，米勒把这些权利又卖回给莫尔森，后者又把这些权利卖给了库尔斯。

1999年，米勒、施特罗（Stroh，当时的第四大啤酒公司）和帕布斯特（Pabst，当时的第五大啤酒公司）完成了使施特罗退出市场的复杂收购。米勒购买了四个品牌（亨利·魏因哈德（Henry Weinhard）、米基斯（Mickey's）、哈姆斯（Hamm's）和Olde Enghish 800），帕布

① 施利茨的啤酒销售量已经下降如此之多，以至于它再不需要这个酿酒厂；这个酿酒厂生产能力如此巨大以至于只有行业龙头才能消化它的产量。

斯特收购了施特罗其他的所有品牌（包括原来施利茨和海勒曼（Heileman）的品牌[①]）。米勒还收购了帕布斯特在华盛顿的滕沃特啤酒厂（于2003年关闭），而帕布斯特则获得了施特罗在宾夕法尼亚的雷哈山谷啤酒厂[②]。米勒同意在签订酿造合约的基础上生产一些帕布斯特的啤酒。大多数保存下来的施特罗啤酒厂被作为不用于酿造目的的不动产出售。[③] 尽管这次买卖的重要性导致了品牌的重组，但它的结果只使行业集中度小幅上升，并未导致垄断。2002年，菲利普·莫里斯把米勒卖给了南非酿酒公司，这是一家伦敦公司，仅次于安海斯-布希公司，是世界第二大酿酒公司。[④] 古老的米勒公司现在叫做SAB米勒（SAB-Miller）。

第三大啤酒公司库尔斯有一项长期政策，即只在科罗拉多州的戈尔登（Golden）这个唯一的地区生产它的库尔斯品牌啤酒。后来，库尔斯开始将大量啤酒运输至弗吉尼亚的埃尔克顿（Elkton），在那里的东部，啤酒被以瓶装或罐装的形式出售。1990年，库尔斯公司收购施特罗公司的孟菲斯啤酒厂。在那里，与在弗吉尼亚一样，该公司使用库尔斯商标包装啤酒（但酿造的是公司低价格的Keystone品牌）。相对于安海斯-布希而言，库尔斯的生产成本更高的一个原因是它的啤酒平均运输1 000英里；而有着分散酿造厂的安海斯-布希公司，它的啤酒平均运输距离是200～250英里。2002年，库尔斯从英特布鲁（Interbrew）手中收购了卡琳（Carling），那是英国最畅销的品牌，这是库尔斯在北美之外的第一次重要的收购。延续这个趋势，2005年库尔斯与加拿大的酿造商莫尔森（Molson）合并形成了莫尔森-库尔斯酿酒公司，它们的联合啤酒销售量使得它们成为世界第五大啤酒公司。

自1850年以来，施特罗一度是一家主要的啤酒公司，在它倒闭之前其本身一直是一个并购的产物。1980年时，施特罗是全国第七大啤酒酿造公司，它收购了F. M. 谢弗（F. M. Schaefer）酿造公司。1982

---

① 除了施特罗，还包括老密尔沃基（Old Milwaukee）、施利茨、谢弗（Schaefer）、老样式（Old Style）、斯科米德斯（Schmidt's）、孤独之星（Lone Star）、专门出口（Special Export）、施利茨麦芽饮料（Schlitz Malt Liquor）和兰尼埃（Rainier）。

② 其设备最近由Guinness-Bass Import Co.（GBIC）收购，这是英国公司Diageo的美国分公司，部分是为了生产Smirnoff Ice——GBIC最畅销的风味麦芽饮料。

③ Yuengling购买了施特罗160万桶生产能力的坦帕市酿酒厂，将用它来满足东北的需求和在东南的地理扩张。施特罗位于俄勒冈州波特兰的酿酒厂（原来的Blitz-Weinhard酿酒厂）已经停止了生产。

④ SAB销售诸如Pilsner Urquell和Castle Lager这样的品牌。

年，施特罗收购了约瑟夫·施利茨（Joseph Schlitz），当时它自己虽然处于下滑趋势中，但却是第四大酿酒公司。这次并购使施特罗排名上升至第三，但也使这个公司背上了沉重的债务包袱，并为它的破产埋下了伏笔。1996年，施特罗又进行了一次大规模的收购：收购G. 海勒曼（G. Heileman）啤酒酿造公司。[①] 但是施特罗的规模并没有使得其远离市场竞争。1999年，作为当时第四大啤酒公司，施特罗退出了市场。

最近，2007年的秋天库尔斯和SAB米勒宣布它们拟建立一家合资企业来整合它们的美国业务，宣称这次合作可以极大地降低它们的成本。虽然安海斯-布希公司依旧是美国最大的酿酒公司，但它超过联合起来的库尔斯-SAB米勒公司的份额不会再有原来那么大了（安海斯-布希公司占有50%的市场份额，而库尔斯-SAB米勒合资企业占有30%的市场份额）。

尽管有这些相当大规模的公司联姻，但并购并没有对啤酒行业的结构产生重要的影响，也没有导致并购者市场力量的增强。施特罗和海勒曼这两家最热衷于并购的啤酒公司最终都失败了。在过去的30年中，集中度的增长主要归因于安海斯-布希、米勒和库尔斯公司的成长，它们的扩张主要是内部的。实际上，早先反并购法的实施在某种程度上促使了大的啤酒公司把重点放在实行内部扩张方面，后来的并购很大部分不具挑战性。反托拉斯当局承认，在20世纪70年代中期，它们曾经反对过的并购活动其实不值得兴师动众，虽然并购涉及相当多的地区性销售商。[②] 反托拉斯当局是否会允许2007年年末宣称的库尔斯-SAB米勒合资企业的建立还需要观望，并且这将显示计划的成本削减是怎么衡量的，相关市场的范围有多宽是如何定义的，以及有多少种麦芽饮料被看做其他酒精饮料的直接竞争者。

啤酒行业中大多数的并购并没有涉及业绩良好的公司。总之，它们宣告了一个个无效率公司的灭亡，这些公司通过把自己出售给另一家啤酒公司而拯救了它们的剩余资产。进行收购的啤酒酿造商并没有获得市场力量，但可能受益于产量的提高，或者得以进入主流分销网络和新的领域。像这些类型的并购不是结构性变化的原因，而是其结果，即这些公司通过并购退出舞台或进行资产重组。集中化的趋势可

① 海勒曼曾经是行业第五大公司，它自己是从1960年开始的十几起并购的产物，著名的有Wiedemann，Associated Brewing，the Blatz brand，Rainier，Carling以及帕布斯特的一部分。

② 关于美国的啤酒并购及反并购法，参见Elzinga and Swisher（2005）。

能已经发生，即使并购被禁止了。结果，我们必须寻找并购以外的因素来解释这个行业的结构重组。

经济规模

如果大工厂生产的单位成本小于小的工厂，那么我们就说存在规模经济。通过流水线生产来发展规模经济并不是从亨利·福特（Henry Ford）和他在底特律的汽车工厂开始的。几年以前，在圣路易斯和密尔沃基市，酿酒公司就已经开始利用大规模生产的成本效率。

图5—1是现在啤酒酿造业中存在规模经济的一个表现。这个图描绘了长期单位成本以一个相当快的速度下降，直到这个工厂达到每年400万桶的生产能力。超过这个规模，成本继续下降，但却平稳得多，直到达到1 000或1 200万桶的生产能力（这已经是一个大酿造厂的生产规模）。如果工厂的生产规模超过1 000万～1 200万桶，那么成本将下降得更为缓慢，并且可能会被运输如此多的啤酒到市场的必要的运费所抵消。

图5—1还描绘了一条位于长期平均成本曲线之上的短期平均成本曲线。一条长期成本曲线是不同规模的工厂运用最新生产技术的（短期成本曲线的）包络线。独立存在的短期平均成本曲线更好地表明了许多厂商在20世纪60—70年代经历破产的情形。不仅是因为这些酿酒厂太小而达不到规模经济，还因为它们的资本设备已经过时了，从而更进一步地抬高了它们的成本。

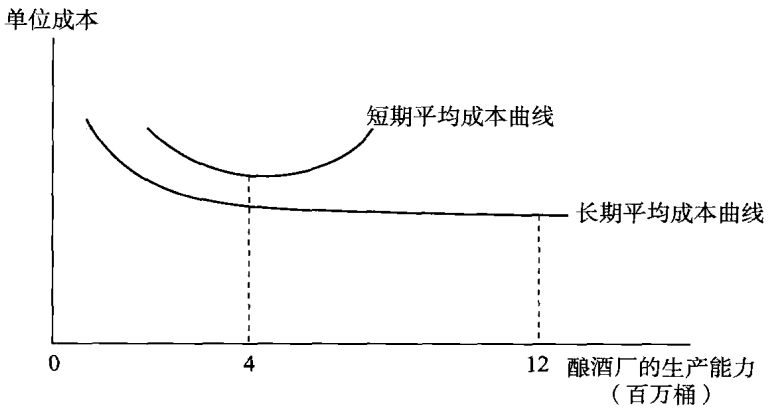


图5—1 酿造业的规模经济

表5—3显示了经济学家用于评估规模经济的一种方法——生存者测试。就如字面含义所示，生存者测试认为经历时间考验存活下来的

工厂是规模最优的。生产能力小于200万桶的厂家数量呈平稳下降趋势（某些案例是富有戏剧性的）。而生产能力在400万桶及以上的厂商却在增加。由于大的啤酒酿造商不仅存活了下来，而且数量增加了，所以根据生存者测试，这被认为是它们的单位成本更低的初步证据。[①] 如果你知道安海斯-布希和米勒的18个酿酒厂有稍多于860万桶的平均生产能力，那么你就能更好地理解它们两者的成功了。这是美国市场龙头品牌的巨大的有成本效率的生产数量。唯一的例外是小厂商数量的明显突增，尤其是生产能力在1万桶至10万桶之间的。它们主要是不依靠规模经济而存活下来的新的精制酿酒商或特种酿酒商。

表5—3没有反映出精制酿酒部门中像微型酿酒商或者啤酒酒吧（它的啤酒供应伴随着店内食物的消费）这些非常小的啤酒厂。在2005年，大概有1 300家销售量为1万桶或更少的这样的公司。它们中有一些规模实在是非常小，例如位于堪萨斯州曼哈顿的小苹果啤酒酿造公司，2006年的时候年生产能力只有600桶。微型啤酒公司受到商业新闻界的关注，部分原因是在第二次世界大战之后，在它们出现之前，新“面孔”进入行业的行为很少发生。精制啤酒酿造商有自己的商业杂志——《新酿造商》，并且这个行业部分也受到啤酒酿造协会的推动发展。[②]

表5—3　　按生产能力划分的现存啤酒厂的数量，1959—2006年

生产能力（千桶）	1959	1967	1975	1983	1989	1998	2001	2006
10～100	68	36	10	15	8	77	81	83
101～500	91	44	19	12	7	19	19	19
501～1 000	30	35	13	2	3	1	1	4
1 001～2 000	18	18	13	13	5	4	2	2
2 001～4 000	8	10	12	9	6	7	5	3
4 001以上	2	4	15	23	20	20	20	22

资料来源：数据来自 *Modern Brewery Age Blue Book*（various years）；Charles W. Parker，(1984)，“The Domestic Beer Industry”和工业贸易资料。这些数据没有包括那些只列出基地工厂的公司（在公司有多个工厂的情况下），或者没有报告它们的生产能力的单一工厂公司，这里的数据也排除了生产能力小于10 000桶的微型酿造商。

① 对酿造业中成本效率更复杂的论述，参见 Joe R. Kerkvliet，William Nebesky，Carol H. Tremblay and Victor J. Tremblay (1998)。

② 这个协会用规模（200万桶以下/年）、产权（至少自持有75%）和酿造方式（麦芽和附属物的比例）来定义“精制酿造商”。使用这种分类，早期的精制酿酒商和精制酿酒商的先驱如Redhook和Widmer不在这个定义之内。

更大规模运作带来的节约也部分来自产品的包装。安海斯-布希休斯敦啤酒厂的新的瓶装线达到每分钟 1 100 瓶的包装速度。现代的罐装线甚至更快：每分钟 2 000 罐，只有相当规模的啤酒厂才能在生产上使用这种设备。通过酿造与仓储的自动化，大厂商也节约了劳动成本与资本成本。生产能力为 450 万桶的厂商与生产能力为 150 万桶的厂商相比，每桶的包装成本可节省约 1/3。①

成本节约不仅与有限的生产能力有关，而且与有效利用生产能力的管理有关。1933 年禁酒令取消后不久，大批新厂商洪水般涌入酿造行业，它们都期望能迎合消费者的需求。然而，在禁酒令取消之后对啤酒的需求却出人意料地变低了。在仅仅 5 年的时间里，啤酒厂商数很快从 1935 年的 750 家减少了近 100 家。禁酒令之前，这些企业大部分已经开始运作了，但许多是处于新的管理之下。一些家族式公司的第二代由于没有被赋予他们父辈或祖辈所拥有的酿造与经营能力，所以继承父辈的产业对他们来说是残酷的，任人唯亲的作风和竞争压力使这些啤酒公司被淘汰了。

生产优质啤酒并以最低的运输成本销售，这样，一个小啤酒公司能够通过给自己做一个特殊定位而存活于今天的这个行业之中。举一些例子，这说的似乎是威斯康星州的 Stevens Point 啤酒厂、宾夕法尼亚州的 D. G. Yuengling & Son（国内仍然存在的历史最悠久的啤酒公司）和精制啤酒商的先驱——旧金山的 Anchor Stream 啤酒厂的情形。然而，啤酒酿造业则需要大的资本密集型的厂商利用规模经济并迎合主流的啤酒口味存活下来。在存在强大竞争压力的市场，没有达到规模经济或只通过内部优化运作的公司将无法生存。这已经是许多啤酒公司的命运：由于低效率的生产、经营不善或者两者兼而有之，它们已从这个行业中退出。高成本的精制酿造商的成功是建立在它们品牌产品的差异化从而维持一个高价格的基础上的。

进入条件

新进入者是否容易进入这个行业是保持竞争的重要结构性特征。一方面，如果进入没有壁垒，现存的公司将不能故意提高价格，否则会导致新竞争的爆发。另一方面，如果禁止新进入者的进入，则通过

① 然而，在 F. M. 谢弗和其他一些对多工厂规模经济的研究中并没有检测到生产成本的显著下降。

专利权或政府许可，一个主要的公司的市场地位就不会被动摇。

传统的专利权和排他的政府许可壁垒并没有阻碍啤酒行业的进入。主要原料的供应也没有被现有的厂商控制或限制。相似地，对经济规模的要求也没有重要到要有效率的厂商必须占据行业产量的巨大份额的程度。然而，进入这个行业的费用是相当大的。新建一个现代化的400万～500万桶的啤酒厂的费用超过2.5亿美元。同时，由于进入者必须向身处啤酒公司强大的广告攻势之下的消费者介绍它们的产品，所以销售新啤酒也是代价高昂的。

第二次世界大战以来，没有一家新进入者动摇过美国啤酒市场上前3名的啤酒公司的地位。新“面孔”都是进口啤酒和精制啤酒。到2005年，超过28家的精制酿酒商新进入者（自1995年以来）年产量至少有15 000桶。缺乏最高层的进入者是因为相对低的行业利润率和如此多的现存公司前途未卜。而且，因为工厂设备除了用于酿酒很少有其他用途，所以进入这个行业的风险很大。新进入者还面临着相当大的沉没成本。20世纪80—90年代，市场机制发挥作用是挤出这个行业中多余的生产能力，而不是让新的生产者和生产能力进入。

在任何对新进入者的讨论中进口竞争都值得特别关注。现在进口到美国的啤酒大多来自墨西哥、荷兰、加拿大和德国，在1970—2006年间，增长超过32倍。2005年，进口啤酒占国内消费的12.5%，而在1970年时还不到1%。进口啤酒不再是供给或需求无足轻重的一部分而可以被忽略的了。1998年，首次有一种进口啤酒（Corona Extra）进入品牌前十名。到2005年，这个墨西哥品牌是全国第六大品牌，占了美国市场3.7%的份额。

产品差异

当消费者发现某公司产品优于其他的市场产品时，受欢迎的公司能够小幅度地提高它的价格而不会丢失这些顾客。经济学家把这个现象称作“产品差异”。（营销专家把它称作“品牌忠诚度”或“品牌权益”。）了解溢价啤酒的产品差异是重要的。这个现象开始于几年前，当一家啤酒公司在全国范围销售它的啤酒时，为了补偿由于更长距离的运输而额外增加的运输成本，它加上了一个溢价价格。为了维持那个更高的价格，这些啤酒被宣扬为由于在产地（著名的有密尔沃基和圣路易斯）有专门的酿造技术而口味更好、质量更高。

这个溢价价格一度被更高的运输成本所抵消。像安海斯-布希和米

勒这样的啤酒公司，它们有在各地区合理有效地分散布置的酿酒厂，从而消除了运输的弊端，但是溢价依旧保存了下来。由于运输成本相当，且一般来说生产成本更低，所以在那些地区性和本地性酿造商曾经是最大卖家的地方，这些公司可以投入大笔资金来打广告战（与价格折扣）。①

广告费用与销售额之间的比率反映了一个行业广告的强度。美国公司平均大概花费它们销售额的3%来做广告。在一些肥皂、化妆品和医药行业，这个比率超过10%。而啤酒行业的这个比率大概是6%。2005年安海斯-布希公司花费了超过5亿美元来做媒体广告，这个时期米勒花费了2.3亿美元，而库尔斯花费了1.62亿美元。由于这个额度，安海斯-布希公司享受到了广告的规模经济。2005年，安海斯-布希、米勒和库尔斯分别以每桶5美元、6美元和7.7美元的代价在媒体上做广告。道格拉斯·F·格里尔（Douglas F. Greer）和其他人认为，广告，特别是电视广告，是行业集中度增长的主要原因。约翰·萨顿（John Sutton）提供了这个主题的另一种变体，说广告是保持行业领先地位的沉没成本。但这些事实并没有给出一个关于广告作用的合理的解释或结论，因为在广告费用支出与获得的市场份额之间没有必然的联系。

米勒长期以来都很重视广告。在1967—1971年间，按每桶计算，米勒通常花费两倍于竞争者的广告费用。但那时，米勒的市场份额没有扩张，其他公司也没有被迫与米勒进行大规模的广告竞争。尽管花费惊人的广告费用来宣传劳温布劳品牌啤酒，但米勒仍不能在溢价啤酒市场保持基本立足点。1980年，米勒海莱（Miller High Life）啤酒是美国广告花费最高的啤酒品牌，但那一年，它的销售量下降了，并在随后的几年里持续下滑，直到通过降低价格重新在市场立足。1975—1976年间，施利茨花费了比安海斯-布希和米勒更多的广告费用，然而其销售量恰恰在那时候下降了。库尔斯曾经有过在非常少的广告费用下销售量增长的经历：从1968年到1974年，在其销售量大量增长的这些年间，库尔斯仅花费平均每桶17美分在媒体上做广告。当库尔斯在许多州的市场地位下降时，它开始增加媒体广告。一方面，

① 全国性的啤酒公司还有其他两个广告优势：(1) 它们的广告没有一个是“多余的”，反而地区性啤酒公司不能总找到与它们的销售区域相协调的媒体市场（尤其是在电视上）；(2) 消费者迁移到国家的另一个地区时，广告投入更不可能被浪费掉。

在1991—1992年间，安海斯-布希在百威（Budweiser）品牌上投入了大量的广告费用——总额和每桶，但是百威的总销量和市场份额反而下降了。另一方面，虽然安海斯-布希公司通常在天然淡啤（Natural Light）品牌啤酒的每桶广告花费上不到5美分，但该品牌的啤酒却成为该公司业绩最稳定的产品之一。

对经济学家而言，啤酒是“经验商品”的一个例子，因为只有在消费这种商品之后才能对其特征做出主要的评价。对经验商品而言，满载信息的广告的价值对消费者来说是有限的，因为信息的有效性往往是在消费之后被鉴定出来的。因此，经验商品的广告倾向于强调商家品牌名称的形象和对其的认同。这是许多啤酒广告的特征。例如，SAB米勒用如下的标语来促销米勒淡啤（Miller Lite）：“口感好……不涨肚”，而库尔斯强调这样的口号：“落基山的饮料（Rocky Mountain Refreshment）。”

这些“无信息”的广告的批评者认为，消费者被它们操纵，因为它们为那些本质上是一样的产品创造了虚假的产品差异。一些批评者特别担心年轻人会被说服从而认同那些广告中所描绘的仿真形象。然而，许多经济学家把消费者看作理性的客体，认为消费者在面对经验商品的优缺点时能够做出符合自己利益的正确决定。虽然啤酒广告的内容可能看上去是无信息的，但是“消费者在看到一种商品的广告之后至少能知道这种商品是存在的”，并且重复的广告增加了一个潜在的消费者看到这类信息的可能性，从而“改变他或她的知识储备”。①

啤酒广告总费用是巨大的，这并不令人吃惊。啤酒酿造商想要让成百万的实际的和潜在的啤酒消费者了解它们产品的质量和可靠性。新的啤酒消费者是成年人，老的消费者也需要保留。最高法院支持这样一种经济逻辑。在另一种市场环境下，法院这样认为“……广告，不管有时候看起来是多么的无趣和冗余，它还是散播了信息。”②

20世纪70年代国内主要的三家酿酒商都是溢价品牌啤酒的生产商。溢价啤酒是经济学家所说的正常商品，即有正的价格弹性。人均收入的提升增加了对溢价产品的需求。大众品牌（现在也叫“便宜”的品牌）曾是其家乡的州中销量最好的。现在不再是了。溢价啤酒

① Robert B. Ekelund, Jr. and David Saurman (1988), 64.

② 参见 *Virginia State Board of Pharmacy v. Virginia Citizens Consumer Council*, 425 U. S. 748, 765 (1976)。

(普通啤酒和“淡啤”)现在占有大约65%的市场份额;进口、特种和超优质啤酒大约占有17%。过去30年间的失败者是大众品牌的啤酒,从1970年占60%的市场份额下跌到2005年的8.3%。现在,持续上升的国民收入削减了对主流的溢价品牌啤酒的需求,而对精制啤酒和进口啤酒有利。特种啤酒品牌不只是微型啤酒的产物。一些主要的酿酒商在特种品牌上取得了些许的成功,这种啤酒的定价一般低于精制啤酒和进口啤酒。库尔斯的蓝月亮(Blue Moon)品牌是一个例子。一些饮料部门的分析师预测,某一天啤酒行业将会出现一系列的特种啤酒品牌,就像现在的咖啡行业和葡萄酒行业。

淡啤在1970年的时候还没有真正存在,而在2005年已经变成了啤酒行业中最大的产品组成部分,占据了50%的市场份额,几乎所有的淡啤都是由前三大酿酒商酿造的,并且它们中的许多都是以高价出售的。曾经是主流的酿造商诸如帕布斯特、施利茨和施特罗衰落的部分原因就是(相较于安海斯-布希、米勒和库尔斯)在市场中淡啤领域的失败。在美国,今天甚至诸如科罗娜和喜力这样的进口品牌也能作为淡啤来饮用。

Ⅲ. 行　为

定　价

从禁酒令颁布之前啤酒行业的早期记录判断,这个行业的竞争是健康的:进入是容易的,生产者数量众多。如果具备这两个特征,经济理论认为这是竞争性的行业,并有证据证实这一点。实际上,早期的啤酒工业提供了一个价格理性预期的经典例子。由于这个市场的需求是无弹性的,所以啤酒酿造商看到了垄断、抬高价格、获取高额利润的明显优势。各种类型的松散的或严密的卡特尔组织被认为是有优势的,但协调如此众多的啤酒酿造商的难度和进入壁垒的缺乏使这些努力无法成功,至少在长期是如此。从阿道弗斯·布希(Adolphus Busch)到卡朋特·帕布斯特(Captain Pabst)都雄辩地证明了竞争程度:

> 我希望也能够向你们说明,在目前的竞争方式下,我们只是以一种真正愚蠢的方式互相伤害。旅行社……总是尽量降低价格,并将这些通常并不正确的结果报告给它们各自本部的办公室,这

> 样做只可能引起有损盈利的竞争。所有大的制造商集团正在协调一致……只有啤酒公司像往常一样落后；不是联合起来保护它们共同的利益，而是代之以互相争斗，从而使利润下降，以致经营一个啤酒公司的收益已经大大降低了。

在一个自由企业经济里，相互竞争的管理者最好避免任何关于价格的协调沟通。如果这种沟通存在，市场竞争者应该反对这种方式。

1880—1904 年的第一次大规模并购浪潮改变了钢铁、威士忌、石油、烟草和农业机械等诸多产业，但啤酒行业逃脱了这次横向并购。在那个时期，大的啤酒公司也曾尝试联合，主要是一个英国商人试图把帕布斯特、施利茨、米勒、安海斯-布希和莱姆普（Lemp）并购成一个公司：如果并购成功，他的功绩将会改变啤酒产业的结构和竞争程度。但这次尝试失败了，随之，酿造业被要求构建竞争性结构以适应价格竞争。

定价模式

啤酒一般是按酿酒厂的离岸价（f. o. b）出售的，这意味着酿造者的费用截止到装货口岸，客户负责运费。有些酿造厂按统一的离岸价出售，但大多数公司对不同客户制定不同的价格，以反映当地的竞争状况和检验市场是否发生了变化。目前的定价模式可以追溯到 20 世纪初。几十年来，优质啤酒的价格只是稍高于大众价位的啤酒，反过来后者高于地方（或“价格”或“货架摆放”）的啤酒。由于优质啤酒降价的压力以及只酿造大众啤酒的独立酿造商减少了，所以今天的市场分化为高价啤酒（常规啤酒和淡啤酒）、准高价啤酒和廉价啤酒。超高价啤酒是以高于高价啤酒的价格出售的啤酒。一些大酿造商出售自己品牌的超高价啤酒、大多数进口啤酒以及超高价类别中行业淡季时的酿酒商产品。

近几年，地方品牌、大众品牌、溢价品牌之间的界限已经变得模糊了，这不仅因为超溢价产品的介入，而且还因为溢价和大众品牌之间的价格差别已经变小了。同时，由于定价模式有规律地出现在地方品牌和大众品牌这两个市场上，以及一些曾经的溢价品牌比如帕布斯特蓝带（Pabst Blue Ribbon）跌入了一个较低的价格档次，所以基于价格的两个市场之间的差别已经变得模糊了。一些品牌很难被分类。行业专家罗伯特·S·温伯格提供了一个例子：“六瓶装的滚石的生活是混乱的，它从酿酒厂中出来，根据它将要被送去的地方，它可能是

大众啤酒，也可能是溢价啤酒、超溢价啤酒，或者是本地特种啤酒。同样的啤酒，却有极其不同的市场成果。”① 啤酒行业中也有折扣，包括主要的溢价品牌。安海斯-布希、米勒和库尔斯出售的许多啤酒都有某种形式的促销：直接的价格折扣或者广告/展销补贴。

销 售

虽然所有行业都面临各种各样的影响其行业产品销售的联邦与州法令，但啤酒酿造业面临一个尤其多样化的法令和法规体系，这涉及标签、广告、信用、容器特征、酒精含量、税率和垃圾评估。例如，密歇根州允许选择是否在啤酒标签上显示酒精含量，而明尼苏达州则需要一个关于酒精含量的精确表述。在印第安纳州，广告被严格管制，在路易斯安那州却没有这种管制。一些州要求的啤酒销售程序是：啤酒酿造商—批发商—零售商—现金消费者；然而，另一些州则允许信用消费。一些州规定了容器容量的最大值和最小值，例如亚拉巴马州不允许使用超过16盎司的啤酒包装容器。许多州也修改了对准许的最高和最低酒精含量的要求，在一些州，酒精含量根据经销商的不同而不同。

在20世纪70年代，据说啤酒广告可能导致垄断问题，所以，啤酒广告遭到批评，但最终证明这是毫无根据的。更近一些时候，啤酒广告遭到了来自公共健康角度的批评——啤酒广告增加了特定人群的酗酒现象，尤其是在未成年人中间。乔恩·纳尔逊（Jon Nelson）的研究表明广告没有扩大市场需求，而是仅仅改变了不同品牌之间的市场份额。乔恩·纳尔逊总结道，禁止广告不是一个合适的公共政策，因为没有充分的证据表明广告提高了总消费（从而引起酗酒）。他确实发现了禁止在广告牌上做酒精饮料的广告减少了对白酒和葡萄酒的需求，而增加了对啤酒的需求。纳尔逊指出，实施更严格的法定饮酒年龄的法律是防止未成年人酗酒的一种更有效的方式（Nelson，2003）。卡罗尔（Carol）和维克托·特伦布莱（Victor Tremblay）的研究提供了另一种视角：总的来说，社会能从更少的啤酒广告中获益。经济学家的看法不总是一致的。

政府对啤酒行业的管制也包括课征重税。单一的联邦税是每桶18

① Robert S. Weinberg, “Talking with Dr. Bob,” *Modern Brewery Age*, Nov. 27, 2000, 12.

美元，在2005年，财政部的啤酒税收达到36.5亿美元。州政府啤酒税实际上是变动的，但2004年平均起来是每桶7.83美元。另外，啤酒酿造商、批发商和零售商要向联邦政府、州政府，有时还包括地方政府支付营业税。2004年啤酒行业缴纳的联邦政府和州政府税收超过92.5亿美元，使得税收成为一杯啤酒中最大的单项成本。

酿造商与销售商的关系

几乎没有迹象表明酿造商要进军啤酒销售市场，使两者一体化。在美国，法律一般禁止啤酒酿造商拥有零售渠道，这使批发销售成为唯一合法的下游垂直联合途径。[①] 甚至在一些州，还禁止酿造商从事批发业务。啤酒零售是通过两种常见的独立销路完成的：店内消费和店外消费。店内销售是最大的零售渠道，紧随其后的是便利店和超市。酿酒商通过店内销售一般能获得更高的边际收益。

最终结束禁酒的政治力量希望通过减少酒精饮料在酒馆和旅馆的销售量来控制所谓的饮酒的恶习。人们期望去杂货店中买酒用于家庭消费的做法能够促进节制。这意味着在禁酒之前建立起来的分销渠道失宠了，禁酒之后的啤酒商不再把产品投入到店内消费中去，而必须迎合店外消费。市场上的成功就是把啤酒推销给零售商：起初是杂货店，然后是便利店。

大多数的酿酒商依靠独立的批发商把它们的产品分销到零售店中。历史上，大多数的批发商都是家庭企业。最近几年，啤酒批发商和大量的联合与并购联系在一起。[②] 一些“家庭企业”现在是由许多批发商合并成的大企业，它们只集中经销一两家主要的酿酒商的啤酒。安海斯-布希公司产品的大部分（62%）都是由特约经销商分销的；那些非特约经销商分销少于10%的份额的其竞争对手的品牌。安海斯-布希公司估计米勒只有销量的5%、库尔斯只有销量的3%是由特许经销商分销的。米勒和库尔斯经常分享同样的啤酒经销商（超过250个例子）。很多地方现在只有两个啤酒经销商：一个是安海斯-布希的，另一个是其他的。一个典型的安海斯-布希的经销商销售的品牌少于30个，而一个典型的非安海斯-布希经销商会经手来自40多个不同酿酒商的100多个品牌。

---

① 啤酒酒吧是例外，它代表了从酿造到零售的垂直联合。

② 表5—1描绘了独立啤酒批发商数量的下降。

消费者记住的是容器上的酿酒商的名字，而不是批发商的名字（或零售商的），所以每个酿酒商都对啤酒离开酿造厂之后的情形抱有一种经济上的兴趣。因此，酿酒商和批发商签订合同，规范双方的销售责任。即使在一些啤酒批发商规模不断扩大的情形下，酿酒商也越来越多地介入渠道销售。例如，大笔的零售订单一般都直接给酿酒商，而不是批发商。

主要的酿酒商大体上都支持用三层销售系统来销售它们的产品。但是一些大型的零售主顾，特别是连锁店，喜欢直接从酿酒商处购买啤酒，而略过批发分销商。一些人担心如果大的零售商被允许直接和酿酒商交易，那么“中间人”（啤酒行业三层销售系统中的第二层）就会消失。但是如果酒精饮料不再在某些独立的批发商的货栈里停留，那么中间人也就没有真正地消失。从经济角度来说，现实是分销功能在直接交易的角色中被内生化了。

商店品牌形成和制造商与零售商之间联系更紧密这两个趋势在食品零售行业已经很常见了，但是还没有影响到啤酒行业。但是并不是说啤酒行业与这一前景无关。2003年，连锁便利店7—11开始销售它自己品牌的啤酒——Sandiago Cerveza De Oro，这是一个从萨尔瓦多进口的啤酒，并且它的价格低于已有的进口品牌。

正如一些零售商想直接从酿酒商处买啤酒一样，一些顾客也这么想。酿酒商通过电子商务直接把啤酒卖给消费者的前景预示着三层销售系统的进一步弱化。2003年，联邦贸易委员会提交了一份报告，建议取消对葡萄酒直接运输的限制，因为电子商务使得消费者面对的价格更低，有了更多的选择，并且享受到更多的便利。葡萄酒批发商争论说直接销售会鼓励未成年人饮酒，联邦贸易委员会驳回了这一说法，认为它们是出于维护自身利益的目的而反对直销。2005年，最高法院判定，如果任一州允许州内的葡萄酒商在网上售卖葡萄酒给它的居民，那么政府不能阻止它的居民从网上购买其他州的葡萄酒（略过州内分销商）。[①] 当联邦贸易委员会的研究公布的时候，啤酒经销专家马克·罗德曼（Mark Rodman）夸张地问道：“啤酒和葡萄酒为什么不同呢?”[②] 答案是，没有不同，并且啤酒直接销售的前景会成为削减传统

① *Granholm v. Heald*, 125 S. Ct. 1885 (2005).

② “FTC report supports internet sales and direct shipping for wine,” *Modern Brewery Age*, July 14, 2003, p. 1.

啤酒销售渠道的另一步。

一些零售商主顾想和同一个品牌的不同经销商议价（可能在另一个地区的减价经销商处购买）。但是很多酿酒商给经销商划定了区域，以阻止这种情形的发生。划定销售区域使酿酒商鼓励经销商在自己的销售区域内认真经营，不必担心“搭便车”行为。搭便车行为的一个例子是：一个经销商经过努力使某种牌子的啤酒在某地赢得了新鲜可口的声誉，而另一个经销商将这种牌子的不新鲜的啤酒运到该地出售。然而，一些批评认为划定销售区域抑制了竞争。在一个重要的针对几个主要酿造商的反托拉斯案件中，纽约首席检察官对划定销售区域提出异议。直到1993年划分销售区域被认为总的来看有利于竞争时，异议才消失。

啤酒批发商曾经主要以小桶来销售用于店内消费的啤酒。1935年，只有30%的啤酒销售使用包装——也就是说以大小合适的瓶或罐作为包装来进行店内或店外销售。从那时开始，饮用的啤酒就已经转化为包装啤酒；到2005年，90%的啤酒销售使用罐或一次性瓶。包装啤酒的趋势一度对小酿造商产生不利的影响。当啤酒消费主要用于店内消费时，小酿酒商可以通过向邻近地区的酒馆供货而发展起来；相较于更大的但是更远的酿酒商而言，本地酿酒商的啤酒新鲜并且能够节约运输成本。但是主要品牌的包装啤酒也加大了做全国性广告的机会，从而使店内消费的顾客对主要品牌更熟悉，即使它在很远的地方生产。用瓶或罐包装的啤酒的大量生产也与店外消费的顾客们对包装啤酒便利性的需求相吻合。①

精制酿酒商对抗这种趋势的方法是提供一种特种啤酒，这种啤酒能够在酒店或酒吧中促销，作为主要品牌的味道浓烈的替代品。一些精制酿酒商总想并入酒吧。今天，我们去杂货店或便利店的时候可以看到，在最大的三家酿酒商的产品旁边有大量的特种啤酒品牌（和进口啤酒）。

啤酒与全球经济

美国啤酒进口（2005年为2 570万桶）远大于出口（2005年为390万桶）。在某些情形下，贸易差额是明显的。比如，2005年荷兰向

① 纽瓦克市的克洛伊酿造（Kreuger Brewing）是这个领域的先驱。它是售卖面向店外消费的便利的罐装啤酒的第一家公司。数以十亿计的啤酒按照“六罐装”（现在是“箱装”）出售，成为一种产品曾经发展出的最普遍的包装形式之一。现在甚至一些进口啤酒（例如，喜力）和精制啤酒（蓝色奥斯卡酿造厂（Oskar Blue Brewery））也是以罐装的形式出售的。

美国出售了590万桶啤酒，但是只进口了2 060桶美国啤酒。墨西哥、新西兰、加拿大和英国是美国主要的啤酒进口国（按2004年的订货额计算）。墨西哥和加拿大的啤酒与其荷兰和英国的竞争对手相比，有着运输成本上的优势。当喜力公司的美国总裁被问到为什么不在美国建立酿酒厂来减少它的运输成本的时候，他回答说："我希望在标签上面能看到'进口'这个单词……如果瓶子上显示的是在美国酿造和包装，那么某些东西会消失。"①

美国啤酒工业是市场全球化的后起者，这个过程正在进行之中。例如，在1993年，安海斯-布希购买了墨西哥最大的啤酒公司Cerveceria Modelo 18%的股份，并和日本最大的啤酒公司Kirin建立了合资企业。2006年，安海斯-布希公司获得了进口欧洲品牌英博的权利。今天如果一位消费者在美国饮用贝司、斯特拉阿图瓦或者贝克，那么这些都是安海斯-布希运来的。正如先前已经提到的，米勒于2002年被SAB收购，SAB是一家建于伦敦的国际酿酒公司。1991年，库尔斯与Jinro在韩国成立一家大的合资啤酒酿造厂，并和苏格兰的Scottish & Newcastle签订合同，允许其酿造库尔斯品牌的啤酒，并在欧洲市场上销售。在1992年，帕布斯特拆除了它在印第安纳州的Fort Wayne酿造厂的设备，将其运送到中国，开始生产帕布斯特蓝带啤酒。

当安海斯-布希成为全球最大的啤酒公司时，它实际上还不是一个世界性的啤酒酿造商。喜力（荷兰）、嘉士伯（丹麦）、英特布鲁（比利时）和健力士（英国/爱尔兰）这几家公司最好被定义为全球性的酿酒商。每家公司产品的大部分都在本国之外的地方生产。在有全球意识的美国啤酒公司中，在国外生产已经成为进军国际市场的普遍模式。在20世纪90年代后半期，美国出口到国外市场的产量实际上呈下降趋势。

Ⅳ. 绩　效

外部性与信息不对称

经济学家认定的两种"市场失灵"是外部性和信息不对称。如果一个行业存在外部性和信息不对称，那么这个行业的经济绩效很可能

① *Beer Marketer's Insights*, December 17, 2002, p. 4, quoting Frans van der Minne.

受到影响。市场失灵的存在提出了一个问题：政府干预能否以一种政策有效的形式来补救外部性和信息不对称。

当买者和卖者之间的交易降低了未参与交易者的经济福利的时候，我们就说存在负的外部性。空气污染就是负外部性的一个教科书上的例子。很明显，啤酒行业不存在通常与生产产品相关联的负外部性：大气污染和水污染。酿酒业是一个非常“清洁”的产业（实际上，酿酒厂一定比医院更卫生），并且由于这个原因，酿酒公司经常成为地方欢迎的产业。酿酒业中两个重要的负外部性问题发生在产品的消费环节：垃圾和酗酒。大多数市民能够克制住他们对那些最终成为垃圾的啤酒罐头和瓶子的热情，而且坐在汽车里面的每个人都想要避免一个坐在他们正前方的醉酒的司机所带来的外部性。

为了解决垃圾问题，有人提议对啤酒容器的销售设置法律禁令或限制，但只有很少一些州和地区真正通过了这些法令。俄亥俄州的Oberlin大学城颁布了最具限制性的法令，这部法令禁止不可回收容器的销售和使用。在这些法令中，其中最著名的是1971年通过的俄勒冈瓶装法令。它禁止所有以老式拉片方式开启的罐装啤酒的销售，对所有种类的啤酒、软饮料容器都规定了强制性的5美分押金。其他州也随之执行了各种形式的俄勒冈计划。这项立法导致的一个结果是易拉罐的消失，并且增加的贮存成本也导致了可回收容器的使用和店内消费的减少。在俄勒冈州和佛蒙特州，强制性的贮存法令使路边饮料容器垃圾分别减少了60%和80%。然而，州（或地方）法令不能解决（例如，在佛蒙特州）消费者跨界（去新罕布尔州）以逃避贮存要求和更高价格的问题。

除库尔斯啤酒公司之外，美国啤酒生产商从来都激烈地反对针对容器的税收和限制。后者在不增加生产者和消费者的支出而费用又有人支付的情况下才可能解决垃圾问题。

酒后驾车具有代价巨大的外部性，这促使各州政府将最低的饮酒年龄提高到21岁，但这对年轻人酒后驾车的影响很小。研究表明年轻的啤酒消费者对价格提升是敏感的。自1951年以来，联邦啤酒税的征收引起通货膨胀率上升进而影响到零售价格，使年轻人酒后驾车大大减少，据统计在1982—1988年期间挽救了5 000条生命（超过因为提高最低的合法饮酒年龄而挽救的生命）。但这会使啤酒对于那些不酗酒的消费者来说变得更贵了。另一个策略是，国家公路安全管理局已经规定将0.08（或更高）水平的血液酒精含量（BAC）作为合法驾驶的

最高标准。目前，大多数州政府规定 BAC 在 0.08 以上比如 0.10 为酒驾。美国饮料机构反对降低 BAC，但支持对那些酗酒驾车者进行更严厉的惩罚。据统计，酒精滥用对他人造成的损失超过了车祸与其他灾祸。当然，酒精滥用并不局限于麦芽饮料的消费。

当参与交易的一方知道关于产品的信息而另一方不知道的时候，就存在信息不对称。信息不对称存在于酒精饮料的分销环节中。一些消费者，通常是年轻人，关于酒精饮料消费的结果他们可能不具有与卖方等同的信息，并且卖方没有消除这种不对称的经济激励。例如，啤酒广告罕有告诉消费者过度饮酒的危害的。对付这种信息不对称的法规（和私人注资的运动，比如母亲反酒驾协会）可能会帮助克服这种市场失灵。促进节制的信息也可能减少与啤酒（或其他酒精饮料）消费相关的市场失灵。

竞 争

第三种市场失灵是市场垄断，或者只存在一家公司，或者厂商组成一个集团，协调它们的定价和生产策略。啤酒行业不存在这样一种经济特征。不存在一家可以避免竞争、享受“安静的生活”的垄断酿酒商。

在一些市场需求无弹性的行业，国内集中度的提高可能增加非公开的或直接的共谋。然而，不存在证据表明啤酒行业中存在价格共谋，在可预见的将来前景也不值得担忧。甚至在啤酒需求增长的 20 世纪 60—70 年代，酿酒商之间的竞争依然十分激烈，那些边缘企业不得不退出市场。更进一步地，非价格竞争也是激烈的——诸如推出新的产品、推广活动、包装创新、品牌广告、产品新鲜度和可得性。正如吉斯（Gisser）指出的，酿酒业集中度的不断增长提高了消费者的福利，原因在于一些公司在技术研发上投资，从而提高了原先非集中市场的效率，结果使消费者面对更低的价格。

就一个行业而言，竞争的一种形式表现为销售商在市场份额或销售量排名上的变化。[①] 在这方面，啤酒行业出现了高流动性。1976 年，全国排名第二和在密尔沃基出名的施利茨，甚至已不再在那里生产了。近几年来，与 1975 年一样，帕布斯特领先于米勒在行业中排名第三。

---

① 罗伯特·S·温伯格拥有关于美国酿酒商起落的最大的数据库。我对他提供建议和行业统计表示感谢。参见“Tracking the Winners,” *Modern Brewery Age*, Nov. 11, 2002, pp. 20-23。

它现在已经脱胎换骨。例如，2002 年帕布斯特只卖出 100 万桶它的帕布斯特蓝带品牌。在 1988—1998 年期间，作为市场力量的结果，曾经占据统治地位的三大啤酒公司——海勒曼、帕布斯特和施特罗丧失了 2 200多万桶的品牌啤酒销售量。

1968 年排名第八的酿酒商米勒，赶超了许多在市场上规模更大的酿酒商，到 1977 年，它已成为全美第二大酿酒商（从那开始它一直保持的排名）。但是米勒这个 20 世纪 70 年代行业的宠儿，在八九十年代一直到进入 21 世纪却经历了增长停滞时期。为了消除米勒品牌停滞的销售的影响，米勒在 2006 年收购了旧金山虚拟品牌（San Francisco Virtual Brand）和麦肯齐河的两个时髦的麦芽饮料品牌火花（Sparks）和钢铁储备（Steel Reserve）。第三大酿酒商库尔斯部分地是通过从一家区域性酿酒商转型为一家全国性酿酒商从而获得它现有的地位的（1976 年，库尔斯的市场只局限在 11 个西部的州）。但是在那些它曾经是领头销售商的州中，库尔斯一直是最好的。例如，库尔斯曾经“拥有”俄克拉何马州和加利福尼亚州，分别占有这两个州中 54%和 40%的销售额。到 2002 年，这些比例已经下滑到 16%和 12%。

在所有公司中，唯一保持稳定的是安海斯-布希公司：自 1957 年以来它一直排名第一。伟大的剑桥经济学家阿尔弗雷德·马歇尔（Alfred Marshall）认为家族运营的企业不能长久地占据市场，原因在于商业技能不能一代一代地传下去。布希家族是证明这条规则的一个例外。阿道夫斯·布希、大奥古斯特·A·布希、小奥古斯特·A·布希、奥古斯特·A·布希三世和现在的奥古斯特·A·布希四世领导着公司并且保持着公司的市场龙头地位。

多种因素导致了安海斯-布希公司的强大的领导地位。它所有的酿酒厂都是巨大的、低成本的工厂。不仅如此，仅有的两个品牌就囊括了公司大部分的产出，并且这些产品主要都是以一种包装形式生产的（12 盎司罐装的百威和百威淡啤）。这意味着安海斯-布希不经常承受改变酿造程序和重新组装包装线的成本。另外，由于其巨大的产量，公司平均每桶的广告费用显著地小于它的许多对手。因此，在竞争分类账户的成本方面，安海斯-布希处于比较有利的位置。

在竞争分类账户的收入方面，安海斯-布希的定价策略建立在公司的生产效率上面。它的产品中的大多数都以高价和超高价出售，从而产生更高的边际利润。公司的定价策略是使价格变化与生产成本的变化相一致，并通过规模收益获取它的总利润。一方面，安海斯-布希产品的

电视广告因对其积极回应而广受称赞。另一方面，这个公司的百威品牌有许多不足之处，该品牌的国内销量近些年来已经下降了。如果百威品牌不再像以往那样辉煌，那么安海斯-布希公司的地位就岌岌可危了。

在过去的20年间进口到美国的啤酒数量有了显著的增长，现在进口啤酒成为国内高档品牌竞争对手的一个主要来源。从1996年到2005年，进口啤酒增加了大概1 300万桶，而国内啤酒的运量增长不超过1 000万桶。实际上，最近这些年的啤酒消费增长很大一部分是进口推动的。这给安海斯-布希、米勒和库尔斯留下了一个难题。它们主要品牌的价格弹性足够高，如果它们提高价格，那么它们的销量就会下降。但是如果它们降低价格，那么它们的形象就会受损，而形象对许多喝啤酒的人来说很重要。进口和精制啤酒部分提供了一大批品牌形式（即形象）。这些部分在不断增长。作为应对，安海斯-布希通过在百威家族之外开发新的品牌，显著地增加了它的品牌组合。2007年，圣路易斯酿酒商出售了大约80个品牌的啤酒（从1997年的26个开始上升）。安海斯-布希同样也开始多样化运营，进入蒸馏酒精领域（哲基尔和海德）以及在美国销售欧洲啤酒（英博品牌）。①

酿造行业集中度的增长既不是市场力量的结果也不是其原因。在某种程度上，其原因是良性的：规模经济的扩张和次优产量的终结；新的或更高级的产品；包装和市场营销方法的变化；一些公司差劲的管理；以及产品差别的策略性应用。结果，安海斯-布希、米勒和库尔斯不再面对着一大堆的大规模的国内酿造商。诸如施利茨、帕布斯特、老样式、施特勒、百龄坛、舍费尔、福斯塔夫、奥林匹亚、莱茵的黄金、鲁柏特、布拉兹、幸运的啤酒、哈姆这些品牌，以及生产它们的公司，全都消失了或只留下了它们曾经存在的影子。

今天，在美国一位消费者买啤酒的时候，10次中有5次找的是百威、百威淡啤、米勒淡啤或者库尔斯淡啤。在零售方面，这些啤酒待在货架上的时间不超过一星期，相较之下，进口啤酒待在货架上的时间差不多是12天，而精制啤酒是两星期（葡萄酒待在货架上的平均时间是42天，而烈酒是33天）。零售商们更喜欢迅速的存货周转。但是现在国内的前三大酿酒商面临着进口啤酒的激烈竞争，一些情形下竞

① 安海斯-布希也拥有Grupo Modelo 50%的股份，这是墨西哥最大的酿造公司，它的旗帜品牌是科罗娜。结果，安海斯-布希成为了科罗娜在美国非凡的成功的财务上的受益者。然而，科罗娜特级啤酒（Corona Extra）以及科罗娜淡啤（Corona Light）需求的增长，部分是以百威和百威淡啤的需求减少为代价的。

争来自那些在多个国家运营的大型酿酒商，还有来自特种或精制啤酒的激烈竞争。在美国，精制酿酒商已经获得了至关重要的顾客群，现在原料供应商开始迎合它们。结果，这些酿酒商不再需要把它们的酿造过程编制到一起。另外，现在研讨会也为这些公司提供了一种渠道，方便它们获取从酵母菌发酵到关于跨国运营的讨论的各种信息。①

在20世纪七八十年代，一直到进入90年代，国内前三大酿酒商都是从第二梯队的地方酿酒商手中获取市场份额。从20世纪90年代开始，前三大酿酒商开始在进口啤酒和精制酿酒商面前丢失份额。这种趋势一直延续到今天。这正是竞争的力量所在。前三大酿酒商同时也面临着日益增长的来自其他饮料的竞争，既包括酒精饮料，也包括非酒精饮料。对许多消费者而言，葡萄酒、蒸馏酒精和啤酒之间都是可以互相替换的。但是一般而言，葡萄酒和蒸馏酒精的生产商在营销方面做得更好，它们宣称自己的产品为买得起的奢侈品。而啤酒行业，只是从最近开始通过店内营销“给它的类别赋予浪漫色彩”。②

V. 结　论

啤酒行业的结构和其成员的行为表明它是一个竞争性的行业。厂商通过价格或非价格的营销行为来争取消费者。即便是主要的酿酒商也面临着不断变迁的命运，这说明啤酒市场不是一个滞涩的垄断市场，在其中每个公司都彼此采取和平共处的方式。酿酒业中退出市场的厂商数目说明这很难是一个低效的厂商可以在激烈竞争中受到保护的产业，而许多新厂商的到来则表明该产业不存在进入壁垒。

拓展阅读建议

出版物

Ackoff, Russell L., and James R. Emshoff. 1975. “Advertising

① 比如，参见酿酒商协会年度精制酿酒商会议以及该协会期刊（*The New Brewer*）上的任何议题。

② 在认识到对“喉咙的份额”竞争越来越激烈的情形下，喜力现在有了与蒸馏酒精正面交锋的广告。

Research at Anheuser-Busch, Inc. (1963 - 1968)." *Sloan Management Review* 16 (Winter).

____, 1975. "Advertising Research at Anheuser-Busch, Inc. (1968 - 1974)." *Sloan Management Review* 16 (Spring).

Adams, William James. 2006. "Markets: Beer in Germany and the United States." *Journal of Economic Perspectives*, 20 (Winter).

Baron, Stanley Wade. 1962. *Brewed in America*. Boston: Little, Brown and Company.

Baum, Dan. 2000. *Citizen Coors*. New York: Morrow.

Beer Marketer's Insights. Published 23 times per year. West Nyack, NY.

Beer Marketer's Insights—Beer Industry Update. Annual. West Nyack, NY.

Clements, Kenneth W., and Lester W. Johnson. 1983. "The Demand for Beer, Wine and Spirits: A Systemwide Analysis." *Journal of Business*, 56 (July).

Chaloupka, F. J.; M. Grossman; and H. Saffer. 1993. "Alcohol Control Policies and Motor Vehicle Fatalities." *Journal of Legal Studies*, 22 (January).

Consumer Reports. 2001. "Which Brew for you?" (August), 10 - 16.

Cornell, Martyn. 2003. *Beer: The Story of the Pint*. London: Headline.

Culbertson, W. Patton, and David Bradford. 1991. "The price of beer: Some evidence from interstate comparisons." *International Journal of Industrial Organization*, 9 (June).

Ekelund, Robert B. and David S. Saurman. 1988. *Advertising and the Market Process*. San Francisco: Pacific Research Institute.

Elzinga, Kenneth G. and Anthony M. Swisher. 2005. "The Supreme Court and Beer Mergers: From Pabst/Blatz to the DOJ - FTC Guidelines." *Review of Industrial Organization*, 26 (January).

Gisser, Mica. 1999. "Dynamic Gains and Static Losses in Oligopoly: Evidence from the Beer Industry," *Economic Inquiry*, 37 (July).

Greer, Douglas F. 1998. "Beer: Causes of Structural Change,"

in Larry L. Duetsch (ed.) *Industry Studies*. Armonk, NY: M. E. Sharpe.

Grossman, Michael, Jody L. Sindelar, John Mullahy and Richard Anderson. 1993. "Policy Watch: Alcohol and Cigarette Taxes," *Journal of Economic Perspectives* 7 (Fall).

Hernon, Peter and Ganey, Terry. 1991. *Under the Influence: The Unauthorized Story of the Anheuser-Busch Dynasty*. New York: Simon & Schuster.

Hogarty, Thomas F., and Kenneth G. Elzinga. 1972. "The Demand for Beer." *Review of Economics and Statistics* 54 (May).

Horowitz, Ira, and Ann Horowitz. 1965. "Firms in a Declining Market: The Brewing Case," *Journal of Industrial Economics* 13 (March).

Kerkvliet, Joe R.; William Nebesky; Carol H. Tremblay; and Victor J. Tremblay, 1998. "Efficiency and Technological Change in the U. S. Brewing Industry." *Journal of Productivity Analysis* 10 (November).

Lawler, Kevin and Kin-Pui Lee. 2003 "Brewing," in Peter Johnson (ed.), *Industries in Europe*. Cheltenham: Edward Elgar.

Lynk, William J. 1984. "Interpreting Rising Concentration: The Case Of Beer." *Journal of Business*, 57 (January).

____. 1985. "The Price and Output of Beer Revisited." *Journal of Business*, 58 (October).

McConnell, J. Douglas. 1968. "An Experimental Examination of the Price-Quality Relationship." *Journal of Bussiness*, 41 (October).

McGahan, A. M. 1991. "The Emergence of the National Brewing Oligopoly: Competition in the American Market, 1933－1958." *Business History Review*, 65 (Summer).

McNulty, Timothy J. 1986. "Image and Competition Keep Beer Industry Foaming," *Chicago Tribune*, (August 11), C1.

Modern Brewery Age: *Blue Book*. Annual. Stamford, CT: Modern Brewery Age Publishing Co.

Nelson, Jon P. 2001. "Alcohol Advertising and Advertising Bans: A Survey of Research Methods, Results, and Policy Implications,"

Advanced in Applied Microeconomics, 10.

____. 2003. "Advertising Bans, Monopoly, and Alcohol Demand: Testing for Substitution Effects using State Panel Data," *Review of Industrial Organization*, 22 (February).

The New Brewer. Bimonthly. Boulder, CO.

North American Brewers Resource Directory. Annual. Boulder, CO: Institute for Brewing Studies.

Ogle, Maureen. 2006. *Ambitious Brew*. New York: Harcourt, Inc.

Ornstein, Stanley I. 1981. "Antitrust Policy and Market Forces as Determinants of Industry Structure: Case Histories in Beer and Distilled Spirits." *Antitrust Bulletin*, 26 (Summer).

____ and Dominique M. Hanssens. 1985. "Alcohol Control Laws and the Consumption of Distilled Spirits and Beer." *Journal of Consumer Research*, 12 (September).

Rehr, David K. 1997. *Political Economy of the Malt Beverage Industry*. PhD diss., George Mason University.

Robertson, James D. 1978. *The Great American Beer Book*. New York: Warner Books.

Rodman, Mark. 2000. "An Industry Caught in the Net," (Parts Ⅰ and Ⅱ), *Modern Brewery Age* (July 10) 32-40; (September 11), 22-36.

Sass, Tim R. and David S. Saurman. 1993. "Mandated Exclusive Territories and Economic Efficiency: An Empirical Analysis of the Malt Beverage Industry." *Journal of Law & Economics*, 36 (April).

Scherer, F. M., Alan Beckenstein, Erich Kaufer and R. Dennis Mu-rphy. 1975. *The Economics of Multi-Plant Operations*. Cambridge: Harvard University Press.

Tremblay, Victor J. 1985. "A Reappraisal of Interpreting Rising Concentration: The Case of Beer." *Journal of Business* 58 (October).

____ and Carol Horton Tremblay, 1988. "The Determinants of Horizontal Acquisitions: Evidence from the U. S. Brewing Industry." *Journal of Industrial Economics*, 37 (September).

____. 1995. "Advertising, Price, and Welfare: Evidence From the U. S. Brewing Industry." *Southern Economic Journal*, 62 (Octo-

ber).

Tremblay, Victory J., and Carol Horton Tremblay. 2005. *The U. S. Brewing Industry: Data and Economics Analysis*. Cambridge, MA: MIT Press.

Van Munching, Philip. 1997. *Beer Blast*. New York: Random House.

Wall Street Journal. 2005. "Can It," (August 26).

Weinberg, Robert S. 1999. "Watching the Market," *Modern Brewery Age* (March 22), 24 - 31.

____. 2000. "Talking with Dr. Bob," *Modern Brewery Age* (Nov. 27), 10 - 15.

____. 2001. "Talking the Long View," *Modern Brewery Age* (March 26), 16 - 23.

____. 2002. "Tracking the Winners," *Modern Brewery Age* (November 11), 20 - 23.

Wells, Ken. 2004. *Travels With Barley*. New York: Free Press.

网 站

Brewers Almanac. Annual. Washington, DC: The Beer Institute. See http: //www. beerinstitute. org/statistics. asp? bid=200

www. beerinstitute. org

www. beertown. org

www. coors. com

www. realbeer. com

第6章　汽车业

詹姆斯·W·布罗克
(James W. Brock)

道格拉斯·多德（Douglas Dowd）曾经设想过，如果有一个火星人来到地球，会毫无疑问地得出这样的结论：汽车主导着人们的生产、消费以及丰富多彩的生活；他可能兴奋地推测说四轮的生物使整个社会运转，而两条腿的生物只是它的仆人。①

由汽车贸易协会委托出具的报告称：据他们估计，每多出一个汽车制造业工人，就会随之增加10个制造钢铁、铝、铜、铅、塑料、纺织品、乙烯以及电脑配件的工人的需求，总体上来讲，汽车制造业直接或者间接地在全国创造了130万个就业

① 引自 Stan Luger, *Corporate Power, American Democracy, and the Automobile Industry* (New York: Cambridge University Press, 2000), 1。

岗位。[①] 美国人每年驾驶的总里程数大约为 3 万亿公里，汽车制造联盟宣称“汽车文化”是“美国个人价值的核心”，为美国民众提供了前所未有的就业机会、更多的商品和服务以及更多的接触外界的机会（包括音乐会、博物馆和自然公园）。[②]

与此同时，汽车消耗了美国每天 200 万桶石油消费量的一半，大多数石油是从地缘政治迅速发展的地区进口的。[③] 小汽车和轻型卡车每年大约会向整个国家的大气中排放 600 万吨二氧化碳，以及 70 万吨的一氧化二氮和挥发性有机化合物。[④] 交通事故每年导致 43 000 名美国人死亡，近 30 万人受伤，造成损失超过 2 000 亿美元，前交通部部长称之为“国家的悲剧”。[⑤]

毫无疑问，美国的汽车行业是如此的重要，以至于“它的问题变成了国家的问题进而需要国家级别的解决方案”。[⑥] 分析该行业的结构，以及这种结构对行业管理和绩效的影响，对于评估上述挑战以及这些挑战所导致的公共政策问题是十分重要的。

Ⅰ. 历　史

众所周知，汽车产业形成于 19 世纪 90 年代。早期的汽车先驱们把汽油发动机、蒸汽发动机以及电动发动机（近些年来混合动力汽车的出现使之受到关注）作为动力源进行了试验。到 1900 年，他们已经卖出了大约 4 000 辆汽车。生产规模在之后迅速扩张，并在 1910 年时达到了 187 000 辆。由于汽车制造商主要是组装厂商，其零件都由其他

---

① Alliance of Automobile Manufacturers, “America's Automobile Industry is the Engine that Drives the Economy,” www. autoalliance. org/economic.

② Alliance of Automobile Manufacturers, “Contribution of the Automobile Industry to the U. S. Economy,” Washington, D. C. (Winter 2001).

③ U. S. Energy Information Administration, Annual Energy Review: 2004, Washington, D. C., Table 5. 11; www. eia. dot. gov/emeu/aer/pdf/pages/sec5 _ 25. pdf.

④ U. S. Census Bureau, *Statistical Abstract of the United States: 2006*, Washington, D. C., Table 361, “Air Pollutant Emissions by Pollutant and Source.”

⑤ “Transportation Secretary Mineta Calls Highway Fatalities National Tragedy,” news release, National Highway Traffic Safety Administration, Washington, D. C. (April 20, 2006).

⑥ Donald A. Manzullo and Sheila R. Ronis, “U. S. Must Reclaim Its Industrial Base,” *Automotive News* (September 26, 2005): 14.

厂商制造，因此进入这个行业相对容易。新创业者需要的仅仅是设计一种车型，与机器部件的销售商和独立的制造商签订合同来获得发动机、车轮、车身和其他部件，并向公众宣布该车型可以在市场上买到。

随后的10年，是以福特汽车公司（Ford Motor Company）为主导厂商的10年，亨利·福特相信对新轿车的需求是有价格弹性的，其目标是要提供一种有巨大潜在市场的不昂贵的车型。他认为，标准化、专业化和大规模生产是降低生产费用的关键，而持续地降低价格则是开发一系列多层次需求的方法。福特说："每次降价1美元，我将获得1 000个新客户。"他的战略看起来十分简单；在每辆车上获得较低的利润，由此攫取更大的销售量。正如福特看到的，降低价格产生了连锁效应，"价格削减意味着市场的扩大、大规模生产的更大经济性以及更多利润。公司抓紧的这个法则……正是其力量独一无二的源泉，而不能抓住这个法则就会成为公司的致命弱点。每一辆车的利润降得越低，净收益就上升得越多。"[①] 到1921年，福特的T型车占了一半的市场份额，而该车型19年里一直保持不变。

20世纪20年代，汽车业的主导企业从福特转移到通用，后者是以前独立厂商的联盟（雪佛兰公司、老式车公司、奥克兰公司、凯迪拉克公司、别克公司、费希尔汽车公司（Fisher）、德尔卡公司（Delco））。通用采用了一种双向延伸的策略。首先，与福特公司强调单一车型相反，通用公司提供更广泛的系列产品以填补所有的细分市场。它的座右铭是"生产适应每一种追求和目的的车"。其次，与福特的战略不同，通用选择的战略是，每年把工程技术的进步、舒适度的改进和流行款式的变化结合起来，从而改进它的车型。通用公司认为不管费用有多高，每年的车型变化都将刺激替代需求，从而增加销售额。而实际上，此战略使公司获得的产业领导地位近半个世纪都未改变。在这个时代，高度集中的根基已打好，并成为未来40年的产业特征。

不过，从20世纪50年代中期开始，一系列进口风潮威胁着美国国内汽车业的寡头们。到20世纪70年代，进口车已经占领了超过1/4的市场份额，并使得国内的三大巨头与汽车工会联盟合作，再三努力来获得政府的保护以避开外国厂商的竞争。20世纪80年代，为了应对美国本土产业的政治运动，外国厂商开始在美国设立工厂；到了1998

① Ford Allen Nevins, Ford: *The Times, the Man, the Company* (New York: Scribner, 1954), 493.

年，这些“移植性工厂”的总产出达到每年生产近 400 万辆轿车和轻型卡车——此总量约相当于通用汽车公司、福特和戴姆勒-克莱斯勒三个公司在美国制造的汽车总量的一半。

Ⅱ. 产业结构

美国汽车产业最重要的结构特征包括：买者需求和产品特性；竞争性制造厂商的数目和它们的相对规模（集中度）；规模经济；阻碍新竞争者进入的壁垒。

需求和产品特性

对汽车的需求受到一系列因素的影响。首先，对新汽车的需求主要是替代性需求，并且购买一辆新汽车的消费可能会被推迟，所以市场需求的波动性很大。其次，因为购买汽车是一项大额投资（近几年的平均价格为 20 000 美元），所以新车的需求对宏观经济条件高度敏感，包括失业率、收入和利息率。再次，需求的决定因素当然是价格。尽管新车的需求总体是低价格弹性的，但是由于相近替代品的可获得性，针对特定设计和车型的需求对价格更为敏感。最后，变革还表现在对轻型卡车、运动型多用途汽车（SUV）需求的增加（见图 6—1）。进而，这种需求的构成受到汽油价格的显著影响，当 2005 年汽油价格飞涨时，高耗油的 SUV 的销售量直接下降了两位数。①

行业集中度

美国国内汽车市场长期以来一直由大型厂商——三大垄断巨头所支配。20 世纪 80 年代，外国“移植性工厂”的到来削弱了国内生产的集中度，而在过去的 20 年间，进口的长期增长已经削弱了三大公司对美国汽车销售的支配地位。尽管如此，三巨头公司依然维持着其主导地位，三巨头在政治上的游说使得政府采取了限制进口的政策，合资经营和“行业联盟”将国内垄断厂商与国外对手联合在一起，三巨头和国外汽车公

① 参见 Micheline Maynard，“The Summer of Detroit's Discontent，” *New York Times* (July 28，2006)：C1，此文叙述的是在 2002 年油价为 1.36 美元/加仑时所进行的消费者调查的结果，22%的潜在汽车购买者认为省油是一个重要的考虑因素。在 2006 年年中，当油价跃升至 3 美元/加仑时，60%的新车购买者将省油作为他们做出买车决策时的重要考虑因素。

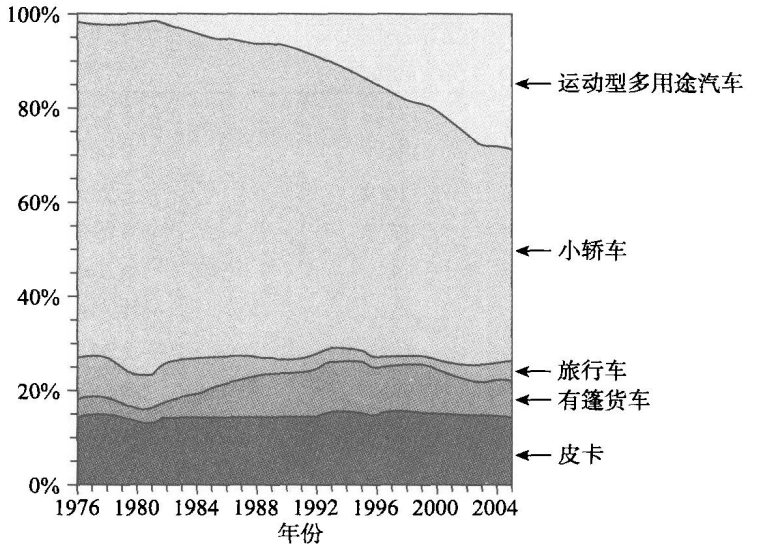


图 6—1　不同车型的销量所占比例（三年移动平均）

资料来源：U. S. Environmental Protection Agency, "Light-Duty Automotive Technology and Fuel Economy Trends: 1975 Through 2006" (Washington, D. C.: July 2006). p. 18.

司之间的兼并和收购，共同使得外部竞争所造成的压力得到缓解。

公司规模和集中度

通用汽车一直是世界上最大的汽车制造商（见表 6—1）。其资产规模达到 4 750 亿美元，年销售收入为 1 930 亿美元，年汽车产量达到 830 万辆，通用汽车是美国乃至世界上所有非石油行业中最大的公司。通用的年销售额超过了除少数国家外全部国家国内生产总值的总和。以美元收入计算，戴姆勒-克莱斯勒以及福特汽车分别为世界上第二和第四大非石油行业企业；它们的产量在世界所有汽车公司中分别排名第三和第六。

表 6—1　　世界领先的汽车生产厂家，2005 年

	全球营业收入（十亿美元）	全球汽车产量（千辆）
通用汽车	192.6	8 383
戴姆勒-克莱斯勒	186.1	4 810
丰田	185.8	8 232

续前表

	全球营业收入（十亿美元）	全球汽车产量（千辆）
福特	177.2	6 632
日产-雷诺	134.7	6 024
大众	118.4	5 219
本田	87.5	3 410
标致-雪铁龙	69.1	3 376
宝马	58.0	1 323
菲亚特	57.8	2 057
现代-起亚	57.4	3 393
三菱	42.6	1 363
马自达	25.8	1 146
铃木	24.3	2 125

资料来源："Global 500," *fortune* (July 24, 2006) (revenues), and *Automotive News Global Market Data Book* (June 26, 2006) (Production).

三巨头的业务遍布全球：无论是按销售额还是按产量排名，通用汽车（包括通用的欧宝公司、沃克斯豪尔公司以及霍顿公司）是加拿大和澳大利亚最大的汽车生产商，是英国和巴西第二大生产商，是德国第三大生产商，是墨西哥第四大生产商。福特是英国最大的汽车生产商，是澳大利亚和墨西哥第三大生产商，是横跨西欧的第三大生产商；与此同时戴姆勒-克莱斯勒是德国和加拿大第二大生产商。[①] 近些年来，由于一系列的业务兼并和收购，三巨头在全球的业务迅速得到扩展，其中包括通用收购萨博（Saab），福特收购美洲虎汽车公司（Jaguar）、沃尔沃汽车公司（Volvo）和路虎汽车公司（Land Rover），以及戴姆勒-奔驰在1998年与克莱斯勒的合并（于2007年解除收购）。

美国汽车生产的集中度见表6—2，从中可以看出三巨头的主导地位是极其明显的，在1946—1985年间曾达到过88%～98%的高水平。最近这些年，外资公司在美国建立的"移植性工厂"（详见表6—3）已经侵占了三巨头的国内生产份额：这些工厂组装将近40万辆小汽车和轻型卡车，完成了美国将近1/3的汽车产量；它们总共投资360亿美

① *Ward's Automotive Yearbook 2006* (Southfield, MI: Ward's Automotive Group 2006).

元建设了43家美国厂房，并直接或间接地雇用了18万名工人[①]，它们加总起来的产量超过了通用、福特或者戴姆勒-克莱斯勒中单独的任何一家。（除了它们在美国设立的工厂外，外国公司在加拿大和墨西哥都设有装配厂。）可是，很重要的事实是，由于这些移植性工厂许多都是与国内三巨头以合资形式建立的（福特-马自达，通用-丰田和加拿大的通用-铃木），因此它们并不是完全独立的竞争者。

表6—2　　市场份额和集中度：美国汽车业　　（%）

年份	通用	福特	克莱斯勒	其他美国生产商	三大巨头合计
1913	12	40	*	48	*
1923	20	46	2	32	68
1933	41	21	25	13	87
1946—1955	45	24	19	12	88
1956—1965	51	29	14	6	94
1966—1975	54	27	17	2	98
1976—1985	59	24	13	4	96
1992	42	24	9	25	75
2005**	27	23	15	35	65

* 克莱斯勒还未建立。

** 轿车和轻型卡车的合计。

资料来源：Lawrence J. White, *The Automobile Industry Since 1945* (Cambridge: Harvard University Press, 1971); *Automotive News*, *Market Data Book*, various years.

表6—3　　美国的移植性汽车装配厂

	地点	汽车产量	雇员人数	投资额（百万美元）	始建年份
AutoAlliance[a]	密歇根州的弗拉特罗克	240 000	3 766	760	1997
宝马	南卡罗来纳州的斯巴达堡	120 000	3 000	2 000	1994
本田	亚拉巴马州的林肯	300 000	4 300	1 100	2001

① "Contribution of the International Auto Sector to the U. S. Economy: Update," Center for Automotive Research (Ann Arbor, MI, March 2005), and Bernard Simon, "Detroit Displaced as 'Imports' Strive to Become Indigenous," *Financial Times* (April 19, 2006): 11.

续前表

	地点	汽车产量	雇员人数	投资额（百万美元）	始建年份
	俄亥俄州的东利伯蒂	244 174	2 600	895	1989
	俄亥俄州的马里斯维尔	440 000	5 800	2 850	1982
	印第安纳州的格林斯堡[b]	200 000	2 000	500	2008
现代	亚拉巴马州的伯明翰	300 000[b]	2 700	1 100	2005
梅赛德斯	亚拉巴马州的万斯	100 016	1 900	300	1997
铃木	伊利诺伊州的诺默尔	240 000	3 150	1 378	1998
日产	田纳西州的士麦那	500 000	9 333	2 150	1983
	密西西比州的坎顿	400 000	5 537	1 430	2003
NUMMI[c]	加利福尼亚州的弗里蒙特	361 486	5 630	1 700	1984
斯巴鲁	印第安纳州的拉斐特	126 240	2 500	1 190	1989
丰田	肯塔基州的乔治敦	500 000	7 000	5 152	1988
	印第安纳州的普林斯顿（1）	149 986	2 400	1 500	1998
	印第安纳州的普林斯顿（2）	150 000	2 200	1 000	2002
	得克萨斯州的圣安东尼奥	200 000	2 000	850	2006
	密西西比州的布卢斯普林斯	150 000	NA	NA	2010

a. 马自达和福特合资。

b. 预测值。

c. 通用和丰田合资。

资料来源：Center for Automotive Research，*Contribution of the International Auto Sector to the U. S. Economy: An Update*（March 2005）：4；Toyota website，Toyota. com/about/operations/manufacturing/manu _ location；Honda website，world. honda. com/news/2006.

汽车细分市场的内部集中度如表6—4所示，从中可以看出，三大巨头在轻型卡车类别上具有最大的市场占有率，尤其是大型SUV——一种在油价问题突出的后“9·11”时代主要依赖的运输工具。

表6—4　　按车型细分的市场份额和销售集中度，2005年　　（%）

	通用	福特	戴姆勒-克莱斯勒	三大巨头合计
轿车				
小型	24	16	6	46
中型	27	11	13	51
传统型和大型	16	24	12	52
轻型卡车				
皮卡	35	39	16	90
有篷货车	23	20	28	71
SUV和交叉车型	27	19	16	62
大型SUV	62	24	0	86

资料来源：Based on *Automotive News*, *Market Data Book*, 2006.

尽管市场份额随市场部门的不同而不同，尽管通用的市场份额近年来持续下降，但三大巨头仍然共同主导着美国汽车市场，它们总共占据了美国60%的新车销量以及2/3的新车产量。

外国竞争

美国汽车销售中的进口份额从第二次世界大战后的0.4%上升到1976—1983年的21%。国外的生产商——首先是大众汽车（其经典的“甲壳虫”汽车曾占据美国进口数量的一半），然后是日本公司——在后二战时代向美国的三巨头提出了严峻的挑战，当然这也许不是挑战唯一的来源。起初，外国厂商侧重于不昂贵的小型车市场。然后，在20世纪80年代，当三巨头成功获得政府对日本进口汽车的数量限制之后，日本厂商转移到中型车市场上去——具有讽刺意味的是，这是国内卖方寡头的主要阵地。日本和欧洲的生产商也开始在高档的豪华车市场获得更大的市场份额（包括本田的凌志和日产的英菲尼迪，还有宝马和梅赛德斯）。为了规避贸易限制，以日本为首的外国制造商开始在美国建立生产基地，利用美国的人力和管理重现（甚至超过）它们曾经的成功。到1992年为止，进口车已经占据了1/4的美国新车销

售额。

也就是从那时起，美国汽车销售额中的进口份额降低到了20%，这是由于外国公司在美国的汽车销售更加依赖于其在美国本土的生产基地：以丰田为例，现在其在美国的生产量总共占其美国销售总量的一半，同时，丰田公司3/4的美国销量是在美国本土装配的（日本厂家在日本之外的汽车产量在2006年首次超过了其本土的汽车产量）。与此同时，三大巨头从它们墨西哥和加拿大的装配厂进口了大量的汽车到美国本土：福特在加拿大和墨西哥的产量占其美国市场销售量的40%，而通用和克莱斯勒的这个数字分别为28%和11%。当然，并不是三大巨头在加拿大和墨西哥装配的所有汽车都销售到美国市场，但显然它们是主要的进口商——讽刺的是，它们一方面为阻止美国进口其他公司的汽车开展政治游说，另一方面自己却从国外进口大量汽车。三大巨头还将国外厂商生产的汽车“重贴牌”，包装为自己的汽车并销往美国市场（包括从韩国生产的雪佛兰乐骋，以及过去几年由韩国起亚公司生产的福特费斯蒂瓦和Aspire车型）。

中国是一个汽车行业正处在发展初期的新生市场，中国目前约有15家汽车制造公司，而且至少有一家公司（奇瑞）已经有意将一种小型车引进到美国市场（另一家公司正考虑在俄克拉何马州建厂贴牌生产MG汽车）。由于大多数中国厂家是与世界主要的汽车生产商以合资形式建立的，其中7家是与美国三大巨头合作的；同时由于三大巨头对于将低价的中国汽车出口到美国市场的前景并不热心，还由于中国国内对新车的需求在可预见的将来事实上并不稳定，所以这种对美国市场可能的挑战冲击还有待观察。① 据报道在2006年年底，Mahinhi & Mahindi股份有限公司在美国经销商中发展销售网络，为其进入美国市场铺平道路，虽然只是具有某种可能性。②

然而，毋庸置疑，进口配额和贸易保护政策的长期威胁，会危及外国竞争在削弱美国市场集中度时所产生的正面效应。例如，在20世纪90年代，国内卖方寡头游说国会对日本在美国的汽车销售额施加380万辆的年度配额——包括它们在美国移植性工厂所生产的车。当然，三大巨头与外国制造商的业务合并也会削弱美国市场的竞争。

---

① 更深入的调查结果，参见 *Automotive News*，“2007 Guide to China's Auto Market”（May 14，2007）。

② Lindsay Chappell，“Indian Automaker Targets U. S.，” *Automotive News*（November 6，2006），1.

合资企业和联盟

汽车行业结构的另一个重要特征是合资企业形成的网络以及三大巨头与主要外国生产厂商的联盟。

通用汽车公司长期持有铃木、富士、五十铃和菲亚特汽车公司的部分股权，而通用和铃木联合获得了韩国大宇汽车公司的股权。（通用最近出售了其在五十铃和菲亚特的股权，并降低了其在铃木的股权。）如前面所说，通用和丰田联合经营了位于加利福尼亚州的 NUMMI 装配厂；通用将在富士的股权卖给了丰田，同时将富士位于印第安纳州的拉法叶装配厂转手给了丰田。通用和铃木联合经营了加拿大安大略的 CAMI 装配厂。通用还与本田公司签署了发动机的供给协议，与菲亚特和五十铃签署了动力系统的供给协议。① 在 2006 年年中，爆出了通用和日产-雷诺间的合资经营协议，同时通用也与四家新生的中国汽车公司具有合资关系。

除了在过去的十年间收购沃尔沃、美洲虎以及路虎以外，福特持有了日本公司马自达三分之一的股权；通过与马自达的合资，福特拥有并运营了位于密歇根州佛拉特罗克的 AutoAlliance 工厂。福特之前曾持有韩国起亚公司很大一部分股权（起亚公司为福特公司生产了许多重贴牌汽车），还与宝马和标志汽车签订了发动机协议②，而且同两家中国汽车公司也签有合作协议③。福特与丰田也曾经传出过合作意向。④

克莱斯勒和日本三菱合作联合建设经营了位于伊利诺伊州诺默尔的“Diamond Star”汽车工厂。尽管克莱斯勒随后卖掉了其在这家工厂的股权，但三菱仍然持有很大一部分所有权并仍然继续在它的北美工厂组装一些克莱斯勒的车型。戴姆勒-克莱斯勒与宝马和大众签署了发动机供给合约，并与通用公司联合开发混合动力系统。⑤ 克莱斯勒也与中国汽车厂商奇瑞合作生产微型汽车，并出口到美国市场。

总而言之，世界五大生产厂商的全球联盟已经占据了全球汽车市

---

① “Guide to Global Automotive Partnerships,” *Automotive News* (September 2005).

② Ibid.

③ 关于中国新生汽车市场的合资情况的描述，参见“Guide to China's Auto Market”。

④ 参见 Norihiko Shirouzu and Jeffrey McCracken, “Ford, Toyota See Alliance Potential,” *Wall Street Journal* (January 22, 2007): A9。

⑤ Ibid.

场的四分之三。①

加强这些国际领先汽车公司之间联系的纽带是美国和外国间进行的一系列研究合作：美国汽车研究委员会（USCAR）把三大巨头许多不同领域的研究协会联合起来，这些领域包括原材料、电子、制造、循环系统和传动系统。克林顿政府的“新一代汽车合作计划”为合作提供了由政府资金支持的保护伞，同时也为三大巨头提供了支持，其继任者布什政府也提出了“汽车研究自由合作”项目。与此同时，欧洲也建立了汽车研究和发展委员会（EUCAR），通过许多合作行为将欧洲的生产厂商联系起来。②

这种程度和范围内的结盟和合伙协议使得美国的寡头垄断厂商彼此联合，也将它们与全球的主要对手联合起来。它们扩大了（事实上也更加需要）公司间的信息交流、协调和合作。同样地，在制定促进有效竞争的政策时，它们可能会削弱政策制定的独立性。不过这些协议至少也揭示了行业集中的有效程度要明显超过仅由市场份额所体现出的水平。

规模经济的问题

汽车产业集中到何种程度是大规模经济所必需的？实证分析表明，大规模经济尽管很重要，但并不像普遍所认为的那样放之四海而皆准，大规模经济在一些重要方面并非如此。

第一，在汽车生产中，规模经济是有确定上限的。三大巨头是在多个工厂组装它们的汽车，而不是在一个或两个巨型工厂中进行大部分的生产。这些主要工厂每年的生产能力在 190 000 辆到 270 000 辆之间③，这表明此数字是对公司生产设备最优规模的恰当估计。

第二，三大巨头正在通过放弃它们的零部件制造部门来降低规模。长期以来，通用一直是垂直一体化程度最高的国内汽车制造商，并且强化了它的制造部门，组建了“Delphi”部门，该部门在 1999 年的一次改组中独立出来，这次改组削减了公司总雇员的 1/3（200 000 名员工），将 208 个制造单位从通用的管理中脱离出来，并且在这个过程中创造了世界上最大的零部件制造部门。“纵向整合并不能带来优势，”

① “Extension of the Predator,” *Economist* (September 10, 2005): 63.

② 参见这些财团的网站 www. uscar. org 和 www. eucar. org。

③ Harbour Report: 2006, 50 - 52.

通用主席解释说，“我们将会变成一个更有效率的公司，更加专注于汽车和卡车制造的核心业务。”① 福特和克莱斯勒也采取相似步骤进行纵向逆整合，剥离它们的 Visteon 和 Acustar 部件生产部门。在一个相关部门中，汽车公司正日益把整个生产流程——部件预先组装成较小的完整单位，如预先造好座椅的内设、仪表、装饰和已经组装好的电子控制系统——外包给外部供应商。事实上，“模块组装”正在引领一些汽车制造商鼓励其供应商投资并经营汽车公司最终生产线的某个部分，而一切外包的部分都将在最终生产线组装好。② 行业专家估计这种行业逆整合以及相应的公司规模的缩减会降低生产成本，提高最高 30%的生产效率。③

第三，经营更少但是功能更灵活的装配厂被认为是提升行业的生产效率的重要手段，根据客户不同的口味和偏好迅速转换生产能产生最高利润的车型。④ 以日产公司为例，该公司宣称其在美国的三家厂房能灵活地转换并生产任何其产品线中的车型；本田和丰田在某些生产线上可以生产多达六种不同的车型，而宝马南卡罗来纳州的 Spartanburg 工厂的生产线据说可以按任何顺序生产宝马的 35 种车型中的任何一种。⑤

第四，三大巨头自身的经验表明过于臃肿的组织形式会带来相当程度上的规模不经济，规模大并不一定带来更高的效率。通用汽车是

---

① Rebecca Blumenstein and Fara Warner, “GM to Make Delphi Unit Independent,” *Wall Street Journal* (August 4, 1998): A3.

② 参见 James M. Rubenstein, *Making and Selling Cars: Innovation and Change in the U. S. Automotive Industry* (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2001): 114 - 118; Robert Sherefkin, “GM Handing Off Interiors,” *Automotive News* (January 29, 2001): 1; and Ralph Kisiel, “Supplier Park Partnership Works for DCX,” *Automotive News* (August 7, 2006): 28F。

③ Joann Muller, Kathleen Kerwin, and David Welch, “Autos: A New Industry,” *Business Week* (July 15, 2002): 104; and David Welch, “How Nissan Laps Detroit,” *Business Week* (December 22, 2003): 58 - 60.

④ Neal E. Boudette, “Chrysler Gains Edge by Giving New Flexibility to Its Factors,” *Wall Street Journal*, (April 11, 2006): 1; and David Barkholz, “BMW Substracts to Add Flexibility in S. C.” *Automotive News*, (June 5, 2006): 16L.

⑤ 参见 Ralph Kisiel, “Honda Plant Becomes A Model of Flexibility,” *Automotive News* (May 14, 2007): 30F; idem, “Once-Rigid Assembly Plants Become Flexible,” *Automotive News* (August 7, 2006): 28A; and Neal E. Boudette and Norihiko Shirouzu, “Amid Price War, Chrysler to Revamp Manufacturing,” *Wall Street Journal* (August 2, 2005): A2。

世界上最大的汽车制造商，其前主席 Jack Smith 将规模不经济的典型症状直率地表述了出来。据他所说，1990 年前的通用“是一团糟。我们是生产成本最高的生产者，我们有难以置信的过剩产能。我们有许多汽车和组件的生产部门，它们经营的方式各不相同。我们有规模庞大的总公司。我们有超过 13 000 人的团队尝试协调各种工作，而不是控制它们……整个公司就像是由（前主席）Alfred Sloan 在 20 世纪 20 年代早期放在一起的边角布料”。① 通用汽车现在的首席执行官 Rick Wagoner 在 2005 年使这段评论更加令人深信不疑，当时他正在为通用汽车不能及时顺应市场变化而感叹：“我们就是反应不过来。”②

在过去的 20 年中，三大巨头构建起了一个横跨全球的汽车帝国，无论是通过直接收购的方式还是通过跨所有权联盟和合资的方式，这个帝国都要承受过于臃肿的机构规模所导致的不经济的负担：“虽然汽车行业在过去十年间经历了许多整合，”伦敦的《经济学人》杂志评论道，“但大多数是灾难，两个不盈利的较小规模的公司，美洲豹和萨博，分别被福特和通用汽车吞并，结果只是导致更高的损失。戴姆勒-奔驰在一场糟糕交易中收购了克莱斯勒之后……足足花了六年时间使得这个合并的公司步入正轨。”该杂志将通用的公司间联盟行为评论为“简直糟透了……通用想通过这种手段得到小型汽车的专有技术，进而分享它的联营公司在当地市场上的成功果实。但这并没有奏效。通用卖掉了它在铃木和富士重工的股份并且不得不支付 20 亿美元使其免于一项购买菲亚特 90%股份的义务。”③ 另一个分析师评论道，这项实验“花费了通用巨大的时间、管理成本以及金钱”。④ 由于这个原因，行业专家对通用和日产-雷诺的联盟还有通用和福特的合并持怀疑态度（报告称两个合并都在 2006 年被考虑过），原因在于这样会加大公司本已

① 引自 “Just How Bad Was It, Jack?” *Automotive News* (May 6, 2002): 29。

② Jamie LaReau, “Wagoner: GM Couldn't React,” *Automotive News* (December 12, 2005): 1.

③ “Sayonara, General Mouteurs,” *Economist* (July 8, 2006): 53。关于克莱斯勒和戴姆勒-奔驰的合并，请参阅 Mark Landler and Micheline Maynard, “Daimler Chrysler Struggles to Turn the Corner,” *New York Times* (September 10, 2003): C1; and Gail Edmondson and David Welch, “Dark Days at Daimler,” *Business Week* (August 15, 2005): 31。

④ David Guilford, “GM's Global Strategy was A Costly Flop,” *Automotive News* (May 8, 2006): 14。另见 Rob Golding, “Strategy of Growth by Conquest has Fallen Firmly Out of Favor,” *Financial Times* “Special Report: Motor Industry” (February 28, 2006): 1。

庞大的规模。① 这一点在2007年年中被进一步加以证实，当戴姆勒从克莱斯勒撤资时，拿到的仅仅是相当于9年前收购克莱斯勒时的360亿美元。“我们明显高估了潜在的增效作用。”戴姆勒的首席执行官尖刻地评论这个激进的逆转。②

克莱斯勒前销售部副执行主席James Schoer曾对汽车行业机构过于臃肿的问题进行过可能是最好的归纳：“如果有一件事对三大巨头损害最大，那就是‘巨大’……你环顾整个行业就会发现公司的规模不大就是优势。”那么就毫无疑问，汽车生产的有效性来自于避免强强联合。③

进入壁垒

市场结构中另一个重要的部分，即新竞争的进入，在产业中相当重要。

首先，建立生产和组装工厂的成本是惊人的：以表6—3为例，本田已经投资了将近30亿美元于俄亥俄州的马里斯维尔装配工厂，而丰田已经在它位于肯塔基州乔治敦的组装工厂投资了80亿美元，并且预计会进一步投资10亿美元在得克萨斯州的圣安东尼奥建立一个小型货车装配厂。

其次，新进入者不仅必须生产和组装汽车，还需要将自己的新产品推销给消费者——这是另一个限制新竞争的巨大壁垒。通用汽车常年都是美国最大的广告投放者之一，每年花费近40亿美元；福特和克莱斯勒也位列前十名的广告投放商之中，近年来两家中每家总的广告支出在22亿美元到24亿美元之间。④

---

① 参见“Rick's Palace,” *Economist* (July 8, 2006): 13; and Neal Boudette, Norihhiko Shirouzu, and Stephen Power, “GM-Renault-Nissan Wouldn't Be Easy,” *Wall Street Journal* (July 3, 2006): B1。当丰田逐渐成为世界上最大的汽车制造商之一时，即使其以高效率自夸，也没有免于规模不经济的影响，其在美国的业务受到了影响。参见Lindsay Chappell, “Stretched by Growth,” *Automotive News* (May 14, 2007): 17-24。

② 引自Mark Lander, “A Corporate Divorce on the Cheap,” *New York Times* (May 15, 2007): 6。

③ 参见“Extinction of the Predator: How Merger Mania Has Been A Disaster for the World's Great Car Manufactures,” *Economist* (September10, 2005): 63。Observes *Automotive News*: “BMW and Honda are medium-sized auto companies that succeed because of superb model lineups and superior brand value…. Let that be a lesson to others who hear the siren song of ‘merge or die.’” “Chrysler's Lesson: Getting Bigger Isn't Always Better” (March 12, 2007): 12。

④ *Advertising Age*, “100 Leading National Advertisers” (June 23, 2006).

最后，除了生产和广告促销外，一家新进入者不得不建立销售服务商业系统，这也是一个惊人的挑战：通用、福特和克莱斯勒汽车是通过全国大约15 000家经销商进行销售的。①

因此，第二次世界大战之后，在美国很少有新厂商开始从事国内的汽车生产，而那些移植性工厂则是大型外国公司创办的，这一点显然不足为奇。

Ⅲ. 产业行为

汽车产业的市场行为遵循了产业组织理论的预言：三大巨头数十年来绝对控制着汽车产业的那种共谋、行为一致和非竞争性共存的状况，近年来已被更具竞争性和集中度降低的产业结构所取代。

定　价

作为最大的销售商，通用一直是该产业的价格领导者。当新车型的生产线准备好以后，通用通常会在上一年的夏天发起一轮价格发布活动。福特和克莱斯勒等待通用公布价格，并与之相协调。这样三大巨头的价格在所有车型范围内相差无几。《华尔街日报》揭示了寡头定价的本质："由于在卖方寡头垄断型的国内汽车行业中，三大主要生产商通常会模仿彼此的价格行动，所以汽车制造商能使其利润最大化。一个汽车公司经理指出，如果一家公司降低价格，则其他公司会立即跟着降价……结果，降价不会提高任何公司的市场份额，他说'所有公司的收益都会减少。'"另一个来自三大巨头的主管人员也嗤之以鼻地表示："我们不是来搞降价的，我们是来赚钱的。"②

然而，外国竞争的到来以及对国内集中度的削弱已经打破了这种非竞争性定价的行为。现在，价格每年都在持续变化。价格更加灵活多变——忽上忽下——竞争迫使公司时常调整它们提供的激励措施（折扣、租赁条款、贷款利率、"雇员"价格）。在"9·11"事件之后，经济随之进入萧条阶段，因此通用汽车发起了"让美国继续转动起来"的项目，为购买新车提供折扣以及提供无息贷款，通过这种方式有效

① *Automotive News*, *Market Data Book 2006*, 44.

② Amal Nag, "High New-Car Prices Keep Many Lookers Looking," *Wall Street Journal* (August 3, 1983): 1.

地降低价格（见图6—2，更大的激励导致更低的购买价格）。福特和克莱斯勒也不得不采取相同的行动，这就使得新车的销量始终保持在接近纪录的水平，而不是像过去那样由于严格保持寡头价格而导致销量降低。[①] 在2003年，此时经济仍处在萧条之中，三大巨头平均为每辆新车提供了超过4 000美元的优惠，使得销量保持在接近纪录的水平。[②] 在2005年，为了应对下降的销售量，福特和通用为每辆车提供了5 000美元的购买优惠；在2007年春季，通用和克莱斯勒为一些滞销的车型

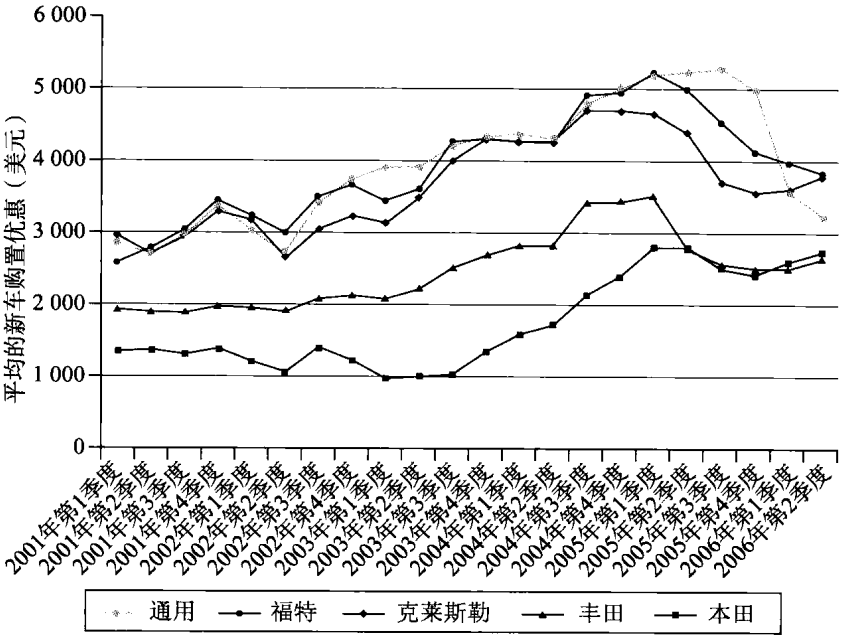


图6—2 新车优惠额度

资料来源：CNW Marketing Research，已获得其允许。

① Greory L. White and Karen Lundegaard, "U. S. Auto Sales Accelerated 13%, Driven by Deals," *Wall Street Journal* (September 5, 2002): 1。通用的首席执行官Rick Wagoner对在寡头垄断下的非竞争管制定价与竞争结构下的定价特征的周期性差异进行了解释："通常在经济衰退时我们的销量会下降，现在我们的销量不变，价格下降。"引自Joseph B. White, "GM Hints at Easing of Discounts," *Wall Street Journal* (September 10, 2003): D4。因此，在竞争条件下，降价能够缓冲经济衰退导致的产出和就业率的下降，然而产出和就业率的下降会由于过去寡头垄断环境下的刻板的监管定价体系而更为恶化。

② Peter Brown, "Incentive Wars," *Automotive News* (January 20, 2003): 1; and Julie Cantwell, "Car Prices Fall, and an Industry Changes," *Automotive News* (November 25, 2002): 1.

提供了7 000～8 000美元的折扣。①

这种价格竞争的一个结果就是使人们更能买得起新车，20世纪90年代中期，一个家庭需要工作31个月才能买一辆新车，而到了2007年，这个数字已经逐渐降至24～25个月（购买力在这段期间内提升了23%）。② 另一个重要后果就是通过保持需求和产量的较高水平，价格的这种竞争性下降机制可以为汽车工业销量的下降提供缓冲，并阻止像过去那样由于汽车行业的萧条而加剧经济的减速。

一些汽车制造商痛苦地抱怨价格竞争的出现。比如克莱斯勒的首席执行官就曾经这样谴责过它："所有的这些竞争策略都正在毁掉整个价值链并且将汽车变成普通的货物。"③ 另一些人将竞争性价格批判为"一种狡猾的、混乱不清的旋转木马"。④ 但是通用的首席执行官对相互依赖的寡头定价做出了最终定论："现在是停止抱怨而好好遵守规则的时候了，在通用汽车，我们只做对我们有利的事情。我们也充分期待我们的竞争对手也只做对他们最有利的事情"——这是一种竞争性市场下的智慧缩影。⑤

产品竞争

一场类似的革命改变了产业中的产品竞争。卖方寡头密切联合时期形成了行为相互依赖的典型模式，进而导致了三大巨头产品供应的趋同性。它们产品之间主要的区别之处只在一些很表面的地方：两个头灯或四个头灯，凹的门把手或凸的门把手，"优质的柯林斯式皮革"，等等。然而从20世纪90年代开始，激烈的竞争冲击开始激发出大量的创新车型和设计。与地质学家相比，汽车制造业是紧随时代脚步的行业，而如今它开始以一种更像流行服装产业的节奏运行，两个典型

---

① 参见 Scolnn Freeman, "Car Buyers Get New Round of Discounts," *Wall Street Journal* (August 3, 2005): D1; Peter Brown, "Incentive Wars," *Automotive News* (January 20, 2003): 1; and John K. Teahen, "Detroit 3 Spend Big to Clear Out 2006s," *Automotive News* (April 9, 2007)。

② 这项测量指标由 Comerica 银行计算并发布，可以从该公司的网站 www.comerica.com/Comerica_Content/Corporate_Communications/Docs/Auto_Affordability_Index_Q12007.pdf 得到。

③ Many Connelly, "DCX Embraces Rebates," *Automotive News* (April 7, 2003): 1.

④ Micheline Maynard, "Nissan Chief Says Rebates Need to Stop," *New York Times* (April 13, 2006): C1.

⑤ Rick Wagoner, "Auto Boom is Ours to Lose," *Automotive News* (February 17, 2003): 14.

的例子显示了这些发展的重要性。

寡头约束：小型车案例①

第二次世界大战结束后，便宜的小型、轻型车被当做开发战后市场的主要手段，这类似于早期亨利·福特T型车的推广。1945年5月，通用和福特宣布它们正在考虑小型轿车的生产；接着克莱斯勒发布了一项同样的计划。但是三大巨头直到20世纪70年代才真正在美国市场从事此种车的商业化生产（1948年，通用的一家澳大利亚下属公司推广通用研发的小型、轻型汽车，同年，福特的轻型车出现在法国市场上）。20世纪五六十年代，它们试图阻止一系列进口浪潮，但这些努力看上去并不令人乐观。产业反应的迟滞在20世纪70年代遭到报复，当时石油禁运和石油价格高涨导致来自日本的进口汽车大量涌入，几乎使美国国内生产商陷入破产。

劳伦斯·怀特（Lawrence White）根据寡头厂商的行为解释了这种浑浑噩噩的做法：通用、福特和克莱斯勒似乎都意识到它们中的任何一家进入小型汽车市场都将会引起其他厂商进入该市场，它们相信细分市场不会大到足以使三者都盈利，尤其相信小型汽车的出现将会削弱大型汽车的高价格和高利润，于是三大巨头都自我限制生产便宜的小型汽车。外国竞争者理所当然不受这个联盟所限制，因为它们没有寡头地位需要保护。20世纪70年代的石油危机为外国厂商进入美国市场提供了机会。它们打破了限制壁垒，并迫使美国国内卖方寡头面临制造小型、高质量和节油效率更高的汽车的挑战。

卖方寡头限制的削弱：克莱斯勒“小型货车”②

1983年引进的克莱斯勒“小型货车”很快成为有史以来最成功的汽车产品之一。到20世纪90年代中期，“小型货车”占了克莱斯勒销售总额的1/4以上，并且可能占其利润的2/3。

但是通用和福特几年前就完成了其构思的先期研发。事实上，到了20世纪70年代后期，通用的设计者们已经制造出了一种类似于克莱斯勒“小型货车”的“dead ringer”车型，福特的设计者们也开发了一种小型的前轮驱动的有篷货车。但福特的高层管理人员放弃了这种

---

① 这篇报告改编自 Lawrence J. White, “The American Automobile Industry and the Small Car, 1945-1970,” *Journal of Industrial Economics* 20 (1972): 179; Paul Blumberg, “Snarling Cars,” *New Republic* (January 24, 1983): 12-14。

② 这篇报告选自 Alex Taylor, “Iacoccas Minivan,” *Fortune* (May 30, 1994): 56-66。

构思，而通用限制开发小型货车的部分原因是害怕失去客货两用轿车市场。

一群熟悉小型货车构思的经理人员［以李·艾柯卡（Lee Iacocca）为首］从福特出走，踏进了面临着危机的克莱斯勒公司。1979—1980年，克莱斯勒由于政府援助才免于破产，此时的克莱斯勒亟须一次成功，小型货车的方案迅速被采纳，因为正如一位克莱斯勒设计员所言："我们输不起！"他们孤注一掷的赌博成功了。由于小型货车的成功和引进它所冒的风险，克莱斯勒复活并繁荣起来。它没有将市场视为固定不变的、只由少数几个传统产品系列构成，相反，克莱斯勒创造了一种全新的汽车系列，同时它依然以一种高度危机感来克服卖方寡头相互依赖时期的惰性和风险规避行为。

放开产品竞争

小型货车标志着产业中真正产品竞争的开始，市场也不再严格地被划分为传统的"客车"和"卡车"系列。到20世纪90年代，结构竞争引起了车型和细分市场的"大爆炸"：小型货车、SUV、交叉车（crossover）、老式车（retro），甚至"客货两用车"（在卡车的基础上改造的小汽车）；以及像Azteks、Pacificas、Pathfinders、Escalades和Tribecas这些看上去无法简单分类的车型。消费者可以在上百个车型中做选择，不可思议的是，这些车中有许多才刚面市几年。更重要的是，产品竞争的到来正将汽车产业转变为更加紧跟时代潮流的产业，其前提是具有创造性、灵活性的小型生产工厂对买者不断变化的偏好的敏感和善于冒险的企业家精神。在这个竞争更加激烈的环境中，官僚作风当然是个很大的不利因素，这是公司更加专注于设计和组装，采用垂直分工并将零件、部件、组件的生产转给其他厂商的重要原因。

可是，产业竞争的一个重要因素是提供一个平衡的车型组合：三大巨头普遍过度依赖于大型的、高油耗的SUV汽车，这使得它们在1996—2003年间对油价的变动极为敏感，所以当油价在2006年上涨到每加仑3美元的时候，它们这些车型的销量和利润都大幅下降。（例子包括在2006年上半年克莱斯勒的道奇Durango和吉普大切诺基SUV车型的销量下降了32%～37%；福特的探险者和探路者SUV的销量下降了29%～34%；通用的Chevy Avalanche和Trailblazer SUV车型的

销量下降了22%～44%。[①]另一个重要因素是产品的感知质量，正如图6—2所展示的那样，三大巨头的汽车的感知质量与它们的日本竞争对手一直有差距，使得它们不得不采取更大的激励措施来吸引顾客。

Ⅳ. 产业绩效

几十年来，产业保护主义者坚持认为，汽车产业高度集中的结构是由以下因素决定的：大规模生产的经济性，现代创新的成本以及现代工业规划的要求。John Kenneth Galbraith曾经宣称通用的巨大规模是为了便于更好地实行计划生产，并且“对于这种计划——控制供给、控制需求、节省资本、最小化风险——并没有对企业规模规定一个明确的上限，也许是越大越好”。[②] 1974年在一次国会委员会听证会上，通用的官员同意并坚持称通用的巨大规模“是由产品自身的性质、高效生产、销售和服务以及市场需求共同决定的”。[③]

但是随后30年三大巨头令人尴尬的业绩致使今天没有人敢如此轻率地得出这样的结论。事实上，有效竞争的到来揭示了产业绩效在寡头统治的几十年中恶化到了何种程度，并且它们仍会继续恶化下去。

生产效率

表6—5对20世纪80年代早期美国和日本的汽车公司的劳动生产

---

① “U. S. Light-Vehicle Sales By Nameplate, June & 6 Months 2006,”*Automotive News* (July 20, 2006): 39。通用解释称，“高企的油价……是我们高利润车型需求量下降的原因之一，尤其是大型的SUV车型，客户的需求正向更省油、更小型以及更廉价的车型转变。未来油价的进一步上涨……还会进一步削弱对这些汽车的需求，这将导致营业收入的进一步下降，对我们的业务产生不利的影响。”摘自Form 10－K, filed with U. S. Securities & Exchange Commission, (March 28, 2006): I－17。

② John Kenneth Galbraith, *The New Industrial State* (Boston: Hought Mifflin, 1971): 76。关于这个问题一些经济学家持相反观点，参见John S. McGee, “Economies of Size in Auto Body Manufacture,” *Journal of Political Economy* 16 (October 1973): 239。

③ U. S. Congress. Senate. Subcommittee on Antitrust and Monopoly, Hearings: The Industrial Reorganization Act, Part 4, Ground Transportation Industries, 93rd Cong., 2d sess., 1974, 2, 468.

率进行了对比，向我们展示了三大巨头生产的低效程度。这些统计数据不仅清楚地表明巨大的公司规模并不是效率的保证，还表明国内寡头厂商落后于当时最先进的生产方式的程度：在80年代早期，日产和丰田的生产率就已经是三大巨头的3～4倍。

表6—5　　生产率比较，20世纪80年代早期

公司	每个工人生产的车辆数
通用	4.5
福特	4.2
克莱斯勒	4.8
日产	11.6
丰田	16.4

注：表中是1980年和1983年的平均数据，根据不同生产者纵向整合的程度进行了调整。
资料来源：© 1985 Harvard University Asia Center.

面对外来的竞争，三大巨头近些年来竭力提高劳动生产率和削减臃肿的高成本结构。受竞争所迫，它们重新设计生产工序，关闭陈旧的工厂，重组管理结构，对设备和采购方式进行现代化改造并且削减了几十亿美元的成本。（以通用为例，自从1979年起，总的雇员人数下降了61%，也就是520 000人，还有35 000人通过2005—2006年间的提前退休项目得到削减。）结果它们获得了显著的业绩：虽然三大巨头整体上的效率还不如本田、日产以及丰田的北美移植性工厂，但是它们的相对落后程度已经降低，平均来讲，从1995年的45%降低到2005年的14%（使用生产一辆车的总劳动时间计量）。事实上，一些三大巨头的装配厂已经是北美最具生产能力的汽车工厂之一。[①] 三大巨头还重新设计装备了它们的工厂，使之可以在一条生产线上装配不同的车型，因此更具效率。但是正如表6—6所示，它们还是落后于竞争对手。

① Harbour Report: 1999, 175; Harbour Consulting, "Productivity Gap Among North American Automakers Narrows," news release, June 1, 2006; and Harbour Report: 2006, 31-32.

表 6—6　　北美汽车灵活装配线的生产量所占比例

	2005 年	2007 年（计划的）
日产	88%	88%
本田	69%	69%
丰田	66%	73%
通用	46%	66%
戴姆勒-克莱斯勒	32%	78%
福特	22%	41%

资料来源：*Wall Street Journal* by Boudettem, Neal. Copyright 2006 by Dow Jones & Company, Inc.. Reproduced with permission of Dow Jones & Company, Inc. in the format Textbook via Copyright Clearance Center.

过大的规模所导致的高成本还体现在其他重要的方面：由于三大巨头缩减规模、提高生产率以及降低其雇员人数导致退休工人与非退休工人的比例上升，所以三大巨头现在还面临着数十亿美元的养老金和医疗保险支付成本，这些“遗留成本”是三大巨头在竞争力不强的那段时期与工会组织谈判出来的。① 以通用为例，其 2006—2015 年间的养老金负债预计达到 1 240 亿美元，而福特的养老金负债是 830 亿美元②——在 2007 年，通用和克莱斯勒支付了数十亿美元给工会以减少其负债。这种成本负担早已经被福特的劳工关系执行官所指出：“我们只想跟上本土企业的步伐，而这会令我们相对于亚洲汽车制造商处于更加不利的地位。”③

动态效率

动态效率包括产品创新，在这方面，美国国内厂商的表现有四个主要特征。

① 参见 Dave Guilford, “Chief Juggling Officer,” *Automotive News* (July 7, 2003): 1; and Lee Hawkins, “As GM Battles Surging Costs, Workers' Health Becomes Issue,” *Wall Street Journal* (April 7, 2005): 1。

② Securities & Exchange Commission, Form 10 - K for each firm.

③ 引自 Jeffery McCracken, “Detroit's Symbol of Dysfunction,” *Wall Street Journal* (March 1, 2006): A12。

第一，在第二次世界大战之前，产品创新的速度、广度和深度很大。当时该产业有许多独立的厂商，创新竞争很激烈，有新观点的人可以将他们的构思（不论好坏）投入商业应用。

第二，随着充满活力的独立厂商的消亡和产业形成严格的卖方寡头结构，技术创新的节奏放慢了。三大巨头的创新——如前轮驱动、盘式制动器、燃料喷射、节油微型汽车和实用小型货车——都放缓了。“既然产业中的竞争是温和的，”David Halberstam 总结说，“创新的冲动不复存在，对于财务人员而言，创新不仅成本昂贵而且是不必要的……那为什么要自寻麻烦呢？随着美国迅速变成中产阶级社会，人们对轿车存在着几乎无法满足的需求，汽车行业不挣钱是不可能的，而且该行业的人员相信不管今年的销售额是多少，下一年会更大。因此，也就很少有改进技术的动力。1949 年，引进了自动传动装置，到 20 世纪 70 年代晚期，汽车几乎没有变化。”①

第三，当国内寡头停滞不前时，外国厂商在技术上取得了领先地位并迅速将其商业化。如汽车行业分析专家 Brock Yates 所说，外国公司“在燃料喷射、盘式制动器和小齿轮转向、辐射状轮胎、石英前灯、可调的凹背折椅、五速手动传动装置、高效率的顶置凸轮轴发动机、独立弹簧悬置法、高级减震器和严格的防撞性标准”等领域走在了前头。② 在 1989 年之前，差距曾经非常明显，在报道对于 1989 年东京汽车展的印象时，汽车新闻的发行人惊叹道“日本制造商陈列的展示车、概念车以及新产品要比我想象的要多得多……它们不断地在创新，并且它们的新产品几乎没有瑕疵。”③ 关于发动机技术，另一名分析师表示美国和日本之间的差距就好像“石器时代和当今社会”。④ 与此同时，通用的主席 Roger Smith 为其新发动机缓慢的研发速度而感到遗憾，他指出通用长达 60 个月的发动机研发周期“要比我们赢得第二次世界大战胜利的时间还长”。⑤ 20 世纪 80 年代之前，研究人员不得不面对三大巨头长期垄断市场所导致的官僚主义以及创新能力的缺乏（见

① David Halberstam, *The Reckoning* (New York: Morrow, 1986), 244 - 245.

② Brock Yates, *The Decline and Fall of the American Automobile Industry* (New York: Vintage Books, 1984), 149.

③ Keith Crane, “Tokyo: An Interesting Place for a Show,” *Automotive News* (October 30, 1989): 12.

④ Jesse Snyder, “L. A. Show: Analyst Calls Japanese Leaner, Maybe Meaner,” *Automotive News* (January 11, 1988): 6.

⑤ 引自 Albert Lee, *Call Me Roger* (New York: Contemporary Books, 1988), 96。

表6—7)。

表6—7　　美国和日本的汽车生产能力，20世纪80年代

	日本	美国
平均每辆新车的制造时间（百万小时）	1.7	3.1
平均每辆新车的设计时间（月）	46.2	60.4
项目组的雇员数	485.0	903.0
模具的开发时间（月）	13.8	25.0

资料来源：James P. Womack, Daniel T. Jones, and Daniel Roos, *The Machine That Changed the World* (New York: Rawson Associates, 1990), 118.

第四，外来的竞争迫使三大巨头几乎在产品的每一个方面都要更具竞争力——从发动机（多阀、燃料喷射、轻型陶瓷零件）和刹车（计算机控制的防抱死刹车技术）到传动装置（五速、六速、连续变速）和车身款式（运动跑车、多功能以及怀旧款式）。通用的副主席Robert Lutz不得不承认："是我们自己令自己达到如此境地，20多年来生产的产品在许多情况下无论是在设计、动力、工艺还是可靠性方面都低于最高的国际标准。"①

然而，多年的浑浑噩噩造成了三大巨头必须通过持续努力来克服技术上的差距：虽然它们生产的汽车质量得到显著的改善，但是它们日本对手的汽车质量也在提高。② 三大巨头缩短了它们新车开发的时间，而其日本对手也在这样做。以近几十年来汽车行业最重要的技术突破混合动力汽车（将传统的汽油发动机和电力发动机组合起来）来说，三大巨头依旧只是跟随趋势而非引领趋势。在丰田和本田分别于1998年和1999年推出Prius和Insight两款车型之后，三大巨头认为这只是商业炒作而不予考虑，但是它们很快发现在油价疯涨的时期，它们却没有足够的能力来生产这种汽车；混合动力汽车的销量从2000年的9 000辆直接跃升

① 引自"Comment and Analysis: Motor Industry," *Financial Times* (February 17, 2006): 11。

② 参见新车质量年度排名以及车辆可靠性追踪调查，by the J. D. Power firm at www.jdpower.com, and by *Consumer Reports* at www.consumerreports.org。

到2006年年中的200 000辆。丰田与本田已经开发出第三代混合动力并将这项技术广泛应用于其产品线。[①] 在2006年，就像在几十年之前一样，三大巨头处在这样一种境地，它们生产的都是市场不需要的产品，也就是说它们开发的是那种更加大型、更加耗油的SUV和小型卡车。[②]

下一个可能的技术革新是什么呢？专注于电子和计算机工程的美国独立创业者已经开始开发全部由电子控制的运动跑车。这些汽车可以完成令人窒息的加速（4秒内从0加速到60）；它们使用更轻便、更持久的电池，这种电池可以驱动汽车跑完250英里的里程，并且在220伏的电压下充满电只需四个小时，而花费要小于8美元；其引擎只有15英寸长且只有三个运转部件。这些独立发明者的研发基金还不及通用两个小时的销售收入，他们认为“由于电池和电子技术的改进，是推出电动汽车的时候了。技术在那里？在硅谷，而不是底特律。”[③] 由于三大巨头在这个领域曾经做出的努力（比如通用的全电动汽车EV1在20世纪90年代推出，随后被回收并物理销毁，而不管驾驶员的抗

---

① 参见 Alex Taylor，“The Birth of the Prius,” *Fortune*（March 6，2006）：111；Don Sherman，“Hybrid History,” *Automotive News*（June 12，200）：34；“Hybrid：Toyota's Big Bet,” *Automotive News*（March 21，2005）：60；and Norihiku Shirouzu and Jathon Sapsford，“As Hybrid Cars Gain Traction，Industry Battles Over Designs,” *Wall Street Journal*（October 19，2005）：1。Taylor发现丰田在20世纪90年代早期已经开始开发Prius混合动力汽车，这比2005—2006年间的油价上涨要早很多，开发的成本与开发一辆普通的新车差不多。

关于通用和克莱斯勒在加利福尼亚的混合动力技术争夺战，请参阅 Jeffery Ball，“How California Failed in Efforts to Curb Its Addiction to Oil,” *Wall Street Journal*（August 2，2006）：1。三大巨头成功地说服国会限制可享受税收减免的混合动力汽车的数量，这可能是为了抵消其竞争对手“不公平的优势”。参见 Matt Vella，“Toyota Prius Tax Breaks Will Soon Be on Empty,” *Wall Street Journal*（May 15，2007）：D5。

② 参见 Rick Kranz and Amy Wilson，“Ford's Product Predicament,” *Automotive News*（July 24，2006）：3；Micheline Maynard，“The Summer of Detroit's Predicament,” *New York Times*（July 28，2006）：C1；and Neal Boudette and Jeffery C. McCracken，“Detroit's Cash Cow Stumbles,” *Wall Street Journal*（August 1，2006）：B1。

③ 参见 Jannifer Saranow，“The Electric Car Gets Some Muscle,” *Wall Street Journal*（July 27，2006）：D1；Michael Copeland，“Silicon Valley's New New Thing,” CNNmoney.com（April 20，2006）；and Mark Rechtin，“Tesla Proving Electric Vehicles Can Burn Rubber,” *Automotive News*（October 2，2006）：26。该领域领先的发明者，Tesla，已经在南加利福尼亚州宣布其第一笔业务计划在2007年年底开展，随后在纽约、芝加哥、迈阿密以及旧金山开展。公司计划每年销售1 200辆全电动轿车。该汽车最开始由英国莲花公司制造，在新墨西哥州建厂。参见 Mark Rechtin，“Factory Stores Will Sell Tesla EVs,” *Automotive News*（May 14，2007）：6。

议和购买需求[①]，这些企业家向那些说电动汽车已经被尝试过并且失败了的人们发出挑战，并坚信“如果人们不想驾驶它们，那么电动汽车当然不会变得流行。”[②]

社会效率

社会效率主要关注汽车产业在空气污染、汽车安全性、油耗率以及国内对外国石油的需求等方面是如何更好地服务于大众的。在这些方面，三大巨头的表现是漠不关心和否认，并以“技术上不可能”为借口来抵制和开脱。

例如，在汽车排放物这个问题上，该产业起初否认存在这个问题：“废气在大气中消散得很快，不会造成空气污染问题。”20世纪50年代福特公司在深受烟雾污染的洛杉矶对当地监管者这样说道，“现代工程师设计的优良的汽车发动机不会产生‘烟’。”[③] 后来当汽车造成的空气污染加重，国民对此问题的担忧日益增长时，三大巨头（以建立联合研究机构为掩饰）企图消除它们在研发污染控制技术方面的竞争。[④] 当政府在20世纪70年代发布汽车尾气排放条例时，三大巨头坚称即使一些日本厂商引进了高效低排放的发动机（例如，本田的复合过流调速燃烧发动机或简称CVCC发动机），条例标准也是不可能达到的。在20世纪90年代，随着一些州开始采用更加严格的排放标准，三大巨头再次指责标准不可能达到，即便这时的外国公司（以本田为首）正在引进具有更高推动力和加速度同时能够满足排放标准的发动机设计。在20世纪90年代晚期，据报道通用和克莱斯勒对于福特宣称要使得其轻型卡车比当前更加环保大为恼火，它们认为福特背叛了它们所认为的“君子协定”：限制降低轻型卡车排放量的技术革新。[⑤] 最近，三大巨头又因为加利福尼亚州的零排放标准而争得不可开交，而外国公

---

① 参见Dave Guilford, “EV1 Lessees to GM: Don't Take Our Cars,” *Automotive News* (November 11, 2002): 4. 这些事件为2006年的一部电影提供了灵感，*EV Confidential: Who Killed the Electric Car?*

② “About Tesla Motors,” www. teslamotors. com.

③ U. S. Congress. Senate. Subcommittee on Air and Water Pollution, Hearings: Air Pollution—1967, Part 1, 90th Cong., 1st sess., 1967, 158。尽管有这些公然的主张，但其实三大巨头对这个问题已经产生足够重视并已经在几十年前开始了私下的研究。参见“Smog Control Antitrust Case,” *Congressional Record* (House ed.) (May 18, 1971), 15, 626-627。

④ 参见文件“Smog Control Antitrust Case,” especially at 15, 627。

⑤ Keith Bradsher, *High and Mighty* (New York: Public Affairs, 2002), 268-269.

司已经引进了混合动力和氢气燃料汽车，从而满足更为严格的监管标准。

在安全方面，20 世纪二三十年代，三大巨头获得了如缓冲式仪表和轴环式方向盘的专利，但这些专利一直被搁置，直到政府用法令强制使用。国内汽车产业坚持认为，如果消费者不主动要求，那么安全性就是可选的。然而，它并没有给予消费者做出明智和自由的决策所必需的安全方面的信息和选择权。该产业花费巨额资金来提高马力，同时隐藏在“不出售安全”的口号后面。最终，政府和产业间的长期的安全论战有了结果。三大巨头最终承认了安全带的重要性，在 20 世纪 90 年代，在与监管机构关于安全气囊的问题进行抗争之后①，卖方寡头意识到“安全也是产品”，开始将安全气囊安装到汽车上。最近，有证据表明运动型跑车的危险性正在增加②，三大巨头再一次用抗议、无视、否认和抵制进行回应。令三大巨头气恼的是，布什政府的国家高速公路交通安全委员会（NHTSA）的主席 Jeffery Ruge 博士曾就驾驶 SUV 的高危险性对消费者进行过警告（因为这种车型重心较高，容易翻车），他警告消费者不应该存有这种车比传统的汽车更加安全的幻觉。③（他的警告在 2002 年被得到证实，统计数据显示该年的交通事故死亡率为十年来最高，主要是由于驾驶 SUV 和轻型卡车而发生的翻车事故。④）但在“一个由成百上千个人失去生命而引出的丑闻、一个由愤怒而引发的政治风暴以及不受欢迎的新联邦规定的威慑”（根据《华尔街日报》的汽车专家的表述）⑤ 出现之后，三大巨头最终改进了 SUV 的设计，使之更加安全、稳定且更不易导致致命的翻车事故。

在油耗率这个问题上，1958 年当被问到其在节约用油上采取的措施时，通用别克公司的总经理推脱道：“我们正在帮助汽油公司，正如我们的竞争者所做的那样。”⑥ 三大巨头坚信在一加仑 20 美分的价格

---

① *Motor Vehicle Manufacturers Association v. State Farm*, 463 U. S. 29, 46 (1983).

② 参见 Bradsher。相反的观点参见 Douglas Coastes and James VanderHoff, “The Truth About Light Trucks,” *Regulation* (Spring 2001)。

③ Karen Lundegaard, “Auto Safety Czar Warns Drivers of SUV Dangers,” *Wall Street Journal* (January 15, 2003): 1。关于驾驶员心理的一个有趣发现，参见 Malcolm Gladwell, “Big and Bad,” *New Yorker* (January 12, 2004): 28 - 33。

④ National Highway Traffic Safety Administration, *2002 Annual Assessment of Motor Vehicle Crashes*, Washington, D. C. (July 2003).

⑤ Joseph B. White, “Improved SUV Rollover Ratings Shoe Auto Industry Can Be Agile,” *Wall Street Journal* (June 6, 2006): D5.

⑥ 引自 John Keats, *Insolent Chariots* (New York: Lippincott, 1958), 14。

上，汽油供应永远是充足的，与此同时它们的汽车耗油量越来越多。1973年欧佩克第一次石油禁运和石油危机之前的短短几个月，一加仑汽油仅仅能使三大巨头的一辆汽车平均行驶13英里。通用的董事长建议迅速发展核电厂作为解决美国能源危机的良策。[①] 就在1979年伊朗政权倒台和全国第二次石油危机之前一个月，通用公司宣称汽车的"油耗标准不仅是不必要的，而且这些标准对美国不利"。[②] 在20世纪90年代早期，就在波斯湾战争开始之后，三大巨头推出了"这些年来最大最魁梧的汽车"（《华尔街日报》如是说）[③]，同时还抗议说节约燃油以获得更多收益是技术上不可行的——即便在此时本田开发出的低油耗发动机已经能让一加仑汽油行驶55英里。到90年代后期，三大巨头成功说服国会冻结单位里程耗油量标准，使之方便销售大耗油量的轻型卡车和SUV，而丰田和本田正在开发节油的混合动力汽车。从2001年到2003年，面对阿富汗、伊拉克、委内瑞拉和尼日利亚等国的一系列动乱（每一个都是油价上涨的导火索），三大巨头还在推广它们最贵、最重、最耗油的SUV，包括通用的悍马，每加仑汽油只能使它跑12英里。因此，整个行业的新车节约用油量达到22年来的新低，很大程度上是由于轻型卡车和SUV的增长（见表6—8）。在2005年和2006年，由于卡特里娜飓风导致能源短缺和油价上涨，所以相似的情形又再次出现。[④]

表6—8　　美国新型轻型汽车的特性，1975—2005年

	1975	1987	1997	2006
耗热率（每加仑行驶英里数）	13.1	22.1	20.9	21.0
重量（磅）	4 060.0	3 220.0	3 727.0	4 142.0
马力	137.0	118.0	169.0	219.0

① U. S. Congress. Senate, Committee on Commerce. Hearing: Automotive Research and Development and Fuel Economy, 93rd Cong., 1st sess., 1973, 564.

② Ed Cray, *Chrome Colossus* (New York: McGraw-Hill, 1980), 524.

③ Joseph B. White and Neal Templin, "Gas Price jump Finds Car Makers Backsliding on Fuel Efficiency," *Wall Street Journal* (September 14, 1990): 1.

④ 纽约州代表，国会议员Sherwood Boehlert发现卡特里娜飓风"扫除了汽车制造商认为一个成功的商业策略是祈求外部低油价的幻觉"。引自*Automotive News* (September 19, 2005): 17。可是一位通用的高管不同意这个观点，他认为高油价对通用销量的影响"会随时间降低，因为消费者会逐渐适应高油价"。引自Nick Bunkley, "G. M. Hopes a Line of Pickups Will Lead Back to Prosperity," *New York Times* (August 3, 2006): C3。

续前表

	1975	1987	1997	2006
加速度（从0加速到60所用的秒数）	14.1	13.1	11.0	9.7
轻型卡车销量占比	19.0	28.0	42.0	50.0

资料来源：Robert M. Heavenrich，"Light-Duty Automotive Technology and Fuel Economy Trends：1975 Through 2006，" Office of Transportation and Air Quality，U. S. Environmental Protection Agency（July 2006）.

正如参议院John McCain指出的，出于国家安全、外交政策以及军事等方面的考虑，汽车耗油量的改善可以使得美国从当前从中东进口的原油中取出一部分作为储备，从而降低美国对国外原油的依赖。[①] 布什总统也曾经谴责美国过于依赖石油，并且催促底特律生产更多"符合国情"的汽车。

对产业在这些方面缺少生机的一个重要解释，可以再次追溯到卖方寡头的相互依赖和相互限制上。正如通用总裁Alfred Sloan所承认的："我觉得通用不应该为它的车安装安全玻璃，我认为我们是由于竞争而被迫进入这种境地的。我们的收益是暂时的，净效益将是竞争和单位资本回报率的下降，以及公众每支出一美元将获得更多的价值。"[②]

Ⅴ. 公共政策

针对汽车产业的公共政策可以从四个主要方面加以考虑：反托拉斯；防止外国竞争；政府对汽车排放物、安全和油耗的管制；政府与行业间的合作项目。

反托拉斯和政府救援

该产业的绝大多数反托拉斯诉讼在本质上已经离题而且是不重要的，并且从来没有直截了当地向该产业的高度集中的结构提出挑战。

① Senator John McCain，Press Release，April 18，2002.

② 引自U. S. Senate，Select Committee on Small Business，Hearings：Planning，Regulation，and Competition—Automobile Industry，90th Cong.，2d sess.，1968，967。对于寡头对汽车或其他行业的不利影响，参见James W. Brock，"Antitrust Policy and the Oligopoly Problem，" *Antitrust Bulletin* 51（Summer 2006）。

例如，1969年，政府控告三大巨头非法合谋避免竞争行为，但仅仅是在尾气污染控制领域。在20世纪70年代初期，政府控告通用和福特共谋定价，但仅限于卖给公司和租车公司的新轿车市场方面。20世纪90年代，反托拉斯机构调查了产业中的反竞争行为，但仅仅是在这种行为阻止了经销商在网上销售的尝试时才进行的调查。与此同时，反托拉斯机构准许国内卖方寡头与其主要国外竞争者建立合资企业来获得扩张。

反托拉斯政策有一环是处理“危机公司”，政府在1979年策划了对克莱斯勒的紧急救助，阻止了汽车行业变得更加集中化。2005—2007年间，救助的幽灵重新浮出水面：通用和克莱斯勒以政府补助和税收减免的形式寻求政府援助，以便于改善其汽车的燃料利用效率，重组工厂，为混合动力推进系统的研发提供补助，并为它们的医疗保险支出提供资金。①

防止外国竞争

正如我们所看到的，三大寡头之间的相互依赖在后二战时期得到了巩固。这与不易克服的进入壁垒所提供的保护一起使国内产业免于有效竞争。在这种结构环境下，盛行的是非竞争行为，包括管理层和劳工组织间的垂直共谋以及稳定的价格—工资—价格的盘旋上升。

外国竞争最终打破了卖方寡头的温和态度，促使汽车产业寻求政府的保护。它们的努力在1981年获得了成功，当时标榜自由贸易的里根政府对日本强加了“自愿性”配额，这些“暂时”的配额显然是打算给国内的生产商以喘息的空间，并且在这十年中不断地被更新。可以预见的是，这些配额提高了日本进口车的价格，反过来也提升了国内卖方寡头的汽车售价。然而，具有讽刺意味的是，这些数量限制促使日本公司采取措施来规避配额。首先，日本公司升级它们的产品并占领更大的、更有利可图的中型车和豪华车市场。其次，日本公司在美国建立移植性工厂。

后来，在20世纪90年代早期，三大巨头要求政府对日本重新施

---

① 参见 Jeffery H. Birnbaum and Sholm Freeman, “Just Don't Call It a Bailout,” *Washington Post* (national weekly ed., December 12 - 19, 2005): 19; Laura Meckler and David Rogers, “GM, Ford Craft Plea for Limited Federal Assistance,” *Wall Street Journal* (February 9, 2006): 1; and Neal E. Boudette and John D. Stoll, “Big Three Seek Battery Subsidies,” *Wall Street Journal* (January 9, 2007): A14。

以配额，并将配额扩展到包括限制移植性工厂生产的日本汽车的数量。它们要求政府对小型货车的进口进行限制，尽管三大巨头当时已经占有了美国小型货车85%的市场份额，尽管克莱斯勒是美国小型货车最大的进口商（小型货车由它的加拿大的工厂生产）。

从2005年起，通用和福特一直在游说布什政府操纵美元汇率以便提高新车在美国市场的价格。据报道它们成功地说服了丰田提价来援助通用和福特，从而阻止了美国市场中另一场政府保护政策风暴的来临。①

监管：安全、污染和燃油节约

政府监管汽车安全、污染和油耗已付出的努力与获得的收益相比是否太高了？正如该产业长期坚持的那样，过度“管制会给消费者增加额外成本，降低利润，减少研发人员，并降低生产率——而同时我们正急需资源来应对国外的竞争压力”②，这是否正确呢？或者是否应该如亨利·福特曾经承认的那样，“我们不会在汽车上安装一系列安全设备，除非有一部联邦法律；我们不会节约燃油，除非有一部联邦法律；我们也不会进行尾气控制，除非有一部联邦法律”？③

该产业坚持认为政府的汽车管制剥夺了消费者的选择自由，这正确吗？或者，三大巨头是否会以机会主义的态度，仅仅在符合它们的目标时才使用“自由的消费者选择”，但当不符合它们的私人利益时，三大巨头是否会毫无歉意地剥夺消费者的自由选择权呢（通过阻止消费者获得进口汽车和更安全的、污染更少的汽车）？是否像该产业所宣称的，政府管制阻碍了其向消费者提供他们所偏好的产品？或者如果汽车行业更加负责，是否有降低政府监管的必要性？负责不同方面的政府机构的监管是否导致了汽车行业在安全（生产更大、更重的汽车）和节省燃油（生产更小、更轻的汽车）之间的两难选择？三大巨头首先游说议员，然后利用监管漏洞使SUV不受安全、燃油节约和排放标

---

① 参见“Toyota May Raise Car Prices,” CNNMoney.com (June 10, 2005); and “Toyota Chief Fears GM, Ford Demise,” CNNMoney.com (June 8, 2005)。

② U.S. Congress. House. Committee on Government Operations, Hearings: The Administration's Proposals to Help the U.S. Auto Industry, 97th Cong., 1st sess., 1981, 129.

③ U.S. Congress. Senate. Subcommittee for Consumers, Hearings: Cost of Government Regulations to the Consumer, 95th Cong., 2nd sess., 1978, 87.

准的约束，它们对于造成这种监管矛盾的局面是否负有责任？

一些经济学家也声称强制性相对较弱的管制形式将更有效率。例如，“激励”措施，包括对不安全、易产生污染的、耗油大的汽车的销售收取额外费用。但是如果政府收费会损坏通用、福特和克莱斯勒的财务状况，那么政府还会收费吗？如果通用公司拒绝支付费用，那么政府是否会考虑关闭该公司呢？相反，按照三大巨头的规模和政治实力，关闭三大巨头所产生的威胁是否会不可避免地迫使政府给予延迟、特赦或者免除呢？①

政府与行业间的合作

最后还有一个需要探讨的话题，就是政府与行业之间的合作，比如克林顿政府在20世纪90年代发起的“新一代汽车合作项目”以及布什政府在2002年提出的“汽车研发自由合作计划”。这些项目在政府的赞助和资金支持之下，将三大巨头联合在一起，以期实现技术突破。克林顿政府的合作项目的主要目标就是在2003年之前开发出“一种燃油效率比今天高出三倍的汽车……同时使拥有或者驾驶汽车的成本并不比今天高出许多，还要满足顾客对质量、性能和实用性的要求”。② 布什政府的“自由合作计划”的目标是促进氢能源的发展，以使其作为主要的汽车能源，从而使得美国降低对外国石油的需求，其长期目标是生产“更有效、易于操作、无污染且美观的汽车和卡车”。③

这些项目引发了一系列令人不快的问题：首先，它们是在做有意义的事情还是在做无聊的工作？以克林顿的项目为例，花费了16亿美元，但是三大巨头的燃油效率在1993—2002年间却变得更糟。是本田和丰田而不是三大巨头与政府的步调保持一致，在一个合理的价格上引进了革命性的混合动力发动机。类似地，是在经费有限且没有政府支持下的独立创业者发明了全电动发动机技术并且尝试进行商业化。其次，这些项目能否带来真正的突破？是否只是为三大巨头提供政治

---

① 关于三大巨头以它们的经济实力和关闭厂房相威胁的更详细讨论，参见 Luger, op. cit。关于最近三大巨头和劳工组织联合起来影响监管政策的例子，参见 Bradsher, 28, 68, 253, 394。

② Partnership for a New Generation of Vehicles, Program Plan, Washington, D.C., 1994.

③ U.S. Department of Energy, “Energy Secretary Abraham Launches FreedomCAR,” new release, January 9, 2002。该计划的网站是 www.uscar.org/freedomcar。

庇护，使得它们躲避更多有效的监管?[①] 最后，这种行业与政府间的合作是促进了革新，还是为三巨头提供一个平台，使得它们有权利选择采用或不采用某种科技，从而扼杀了革新?[②]

Ⅵ. 结　论

三大巨头今天仍在忍受阵痛（2005 年和 2006 年数十亿美元的财务损失；解雇成千上万的工人；信用评级机构对通用和福特的垃圾评级；汽车经销商的诸如“通用和福特必须成功并且它们需要我们的帮助”之类的辩解[③]）证明了竞争的力量以及数十年来竞争萎缩带来的后果。就其本身而论，这些挑战表明行业结构对规范行业行为和绩效以及这些挑战所导致的公共政策都具有决定性的影响，

拓展阅读建议

出版物

Automotive News, *Market Data Book*. Annual and weekly issues. Detroit, MI: Crane Publishing Co.

Bollier, David, and Joan Claybrook. 1986. *Freedom from Harm*. Washington, D. C.: Public Citizen.

Bradsher, Keith. 2002. *High and Mighty: SUV's—The World's most Dangerous Vehicles and How They Got That Way*. New York: Public Affairs Press.

Ford, Henry. 1926. *My Life and Work*. New York: Doubleday.

Gerner, John. 2007. “From 0 to 60 to World Domination.” *New York Times Sunday Magazine* (February 18), 34.

① 参阅 Harry Stoffer, “FreedomCAR: Real Solution or Tax Waste?” *Automotive New*, (June 10, 2002): 1, and Elizabeth Kolbert, “The Car of Tomorrow,” *New Yorker* (August 8, 2003): 36 - 40。

② 参阅 Gregg Easterbrook, “Political mileage,” *New Republic* (October 9, 2000): 25 -27。

③ *Wall Street Journal* (April 7, 2006): A14.

Halberstam, David. 1986. *The Reckoning*. New York: Morrow.

Harbour and Associates. Annual. *The Harbour Report on the North American Automobile Industry*. Troy. MI.

Iacocca, Lee. 1984. *Iacocca*. New York: Bantam.

Ingrassia, Paul, and Joseph B. White. 1994. *The Fall and Rise of the American Automobile Industry*. New York: Simon & Schuster.

Kwoka, John E. 2001. "Automobiles: The Old Economy Collides with the New," *Review of Industrial Organization* 19: 55.

Liker, Jeffrey K. 2004. *The Toyota Way*. New York: McGraw-Hill.

Luger, Stan. 2000. *Corporate Power, American Democracy, and the Automobile*. New York: Cambridge University Press.

Madsen, Axel. 1999. *The Deal Maker: How William C. Durant Made General Motors*. New York: John Wiley & Sons.

Maynard, Micheline. 2003. *The End of Detroit: How the Big Three Lost Their Grip on the American Car Market*. New York: Doubleday.

Parry, Ian W. H., Margaret Walls, and Winston Harrington. 2007. "Automobile Externalities and Policies," *Journal of Economic Literature* 65: 373.

Porter, Richard C. 1999. Economics at the Wheel: *The Costs of Cars and Drivers*. New York: Academic Press.

Rubenstein, James M. 2001. *Making and Selling Cars: Innovation and Change in the U. S. Automotive Industry*. Baltimore: Johns Hopkins Press.

U. S. Congress. Senate. Subcommittee on Antitrust and Monopoly. 1974. Hearings: The Industrial Reorganization Act, Parts 4 and 4A, Ground Transportation Industries, 93rd Cong., 2nd sess.

Wald's Automobile Yearbook. Annual. Detroit, MI: Ward's Communications.

White, Lawrence J. 1971. *The Automobile Industry Since 1945*. Cambridge: Harvard University Press.

Wright, J. Patrick. 1979. *On A Clear Day You Can See General Motors*. Grosse Pointe, MI: Wright Enterprises.

第 7 章　音乐制品行业

——彼得·J·亚历山大*
(Peter J. Alexander)

美国唱片业联合协会（RIAA）作为服务于音像业四家大公司的商贸协会，曾向上千消费者发出法庭传票。协会认为这些消费者们违犯了版权法。最近，在 2007 年春天，RIAA 向十三所不同大学的几百名学生发出了法律诉讼前的告知信。根据协会的说法：

> 美国唱片业联合协会，代表业内几家大型唱片公司，今日向十三所大学发出了四百封法律诉讼前的清算信件。每一封信都告知相关大学，协会即将就该大学的某名学生或人员侵犯了版权而发起法律诉讼。RIAA 将要求各所大学把这些信件转交给合适的网络使用者。通过这一种新方法，相

* 本文发表的观点仅为作者个人观点，未经美国联邦通信委员会批准或认可。

> 关学生（或者其他网络使用者）可以在诉讼呈交之前，以较低的代价解决唱片公司对他们的指控。①

电子前沿基金会的高级知识产权律师弗雷德·冯·罗曼（Fred von Lohmann）如是说：

> 本质上，RIAA是在要求各所大学帮助它，以一种更简单更省钱的方式来敲诈更多学生的钱财。[这些大学]需要问问自己，在这一历史性的时刻，它们想要站在哪一边——四家大型唱片公司那边，还是自己的学生那边。②

可以毫不夸张地说，音乐制品行业是文化、技术、法律和经济的结合交汇领域，充满了魅力。毫无疑问，自从该行业形成以来，音乐的生产、发行、销售和购买方式发生了巨大的变化，正如在相同时期内，流行音乐的类型也在变化。

这项经济意义较弱而文化意义重大的行业，一直是争议的中心点。这些争议包括：第一，所谓的价格固定手段。第二，业内的大型公司广泛地使用贿赂手段，以使媒介不正当地推介产品。第三，所谓的众多消费者对公司版权的侵犯，是指通过省钱的租赁方式，音乐制品几乎成了对人人免费的产品。大型唱片公司与消费者之间的冲突已经爆发为公开的法律战争。美国联邦贸易委员会和法庭发现大型唱片公司有罪，它们通过谋划来人为地保持高价格，从而向消费者们过多地收取了将近五亿美元的费用；美国联邦通信委员会（Federal Communications Commission，FCC）向国内四家主要的广播公司收取了超过1 200万美元的罚款，因为这些广播公司串通接受了大型唱片公司代表们所支付的非法钱财；该行业也曾起诉过成千的消费者，声称版权遭到侵犯。

在本章中，我们首先探讨音乐制品行业的历史，特别地要重点讨论科技的变化。以科技作为重点，对我们的学习非常有帮助，因为在过去的一百年中，音乐制品行业的成本结构不断演化，从高固定成本/高边际成本变为了低固定成本/低边际成本。这使得音乐制品行业与其他媒体、基于文化的产业区别开来，后者这些行业目前有着高固定成本或第一版成本（例如，电影）以及低边际成本。实际上，在固定成本结构上的不同之处，也可能指出了在知识产权和版权侵犯方面截然

① www.riaa.com/news/newsletter/022807.asp，2007年4月7日使用。

② insidehighered.com/news/2007/03/01/sharing，2007年4月7日使用。

不同的法律手段和途径，因为高预付成本和不确定的利润（可能是由于版权侵犯）或许会减少某些传媒、文化产品的流通。

然后我们探讨该行业公司的结构、管理行为和业绩。正如我们所注意到的，在该行业中，四家大型的、垂直一体化的国际公司占支配地位，并且充满了无数更加小型的、非一体化的公司。小型公司间的竞争源于它们只能进行极小规模的有效的生产和数字销售。传统的实体销售渠道都由四家大公司支配着，并且，大型公司明显过多地使用了贿赂手段，以使得自己公司的产品能够在广播中播放，而广播是当前业内产品推广的最重要的大众市场渠道。大公司们对广播频道的统治，严重阻碍了市场准入，这可能严重影响了产品创新率，降低了消费者喜欢的产品的多样性。

最后，我们探讨与该行业有关的一些公共政策问题。特别地，我们将研究未经授权的对等文件共享，讨论文件共享可能对行业收入产生的影响。也许令人惊奇的是，最新的经济研究表明，文件共享并不损害该行业——这项发现暗示，当前业内关于知识产权的管理和实施方面的法律和政治解决方法也许是被误导的，它们并不有效。

Ⅰ. 历　史

音乐制品行业大约有一个世纪的历史。在此行业产生后的前五十年间，它主要由一批相对小规模的公司占据统治地位，这些公司创造了此行业大部分的科技，为消费者生产了绝大多数的产品。在这段时期内，小型而私营的公司常常成为新的音乐风格的开创者，这些新的音乐类型受到消费者的喜爱而流行起来。

在 20 世纪 50 年代，该行业在生产者水平上出现了激烈的原子状竞争，部分是由于供给技术上的一项重要创新。在此期间，行业集中现象戏剧化地减少，而新的小型公司的数量快速增加。接下来，行业内出现了再次集中的现象，这开始于 20 世纪 60 年代，源于众多的企业兼并和收购。历史上从 1890 年到 1988 年该行业的集中水平（利用赫芬达尔-赫尔希曼指数 HHI 计算）由图 7—1 标明。

在此行业的初期（1890—1900 年），三家公司——维克多公司、哥伦比亚公司、埃迪森公司——生产了大部分与音乐制品相关的产品，包括音乐重放装置（例如，蜡筒留声机和唱片播放器），以及音乐制品

本身（例如，圆柱形蜡筒唱片和普通唱片）。这三家公司持有的专利对于该行业的进入者是一个实质上的阻碍。初期有着高度的行业集中，接下来则是一段科技创新时期（1900—1910年），并且关键专利的有效期已过（1914年），伴随着这两项事件，新的公司开始进入该行业，市场份额也有了些许的分散。

从规模角度来看，由于每一张蜡筒唱片必须要单独生产，所以可以被重复播放的蜡筒唱片的生产（录制）和再次生产（制造）相对较为昂贵。为了将一段音乐制成十张唱片，演唱者必须将这首歌唱十遍，或者使用十台录制机来同时录制这首歌（或者以上两种方法结合使用）。录制完歌曲之后，空白的蜡筒唱片会换下前一批已经录过了的唱片，然后歌手再次演唱歌曲，以用来再次录制。如果歌曲演唱和录制的过程中出现了错误，那么十台录制机都要停止工作，这批蜡筒唱片就要被丢弃和更换掉，然后整个录制过程再重新开始。版权和规模经济的问题限制了竞争者的数目和所生产的新唱片的数量。例如，在1892年，音乐录制品的总产量大约为320分钟。到1894年，产量达到了1 000分钟，或者说大约有500段2分钟的录音。

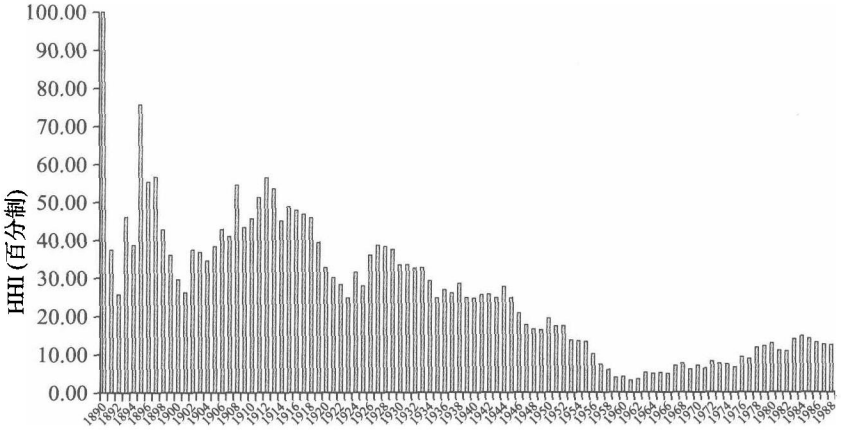


图7—1　音乐制品行业的市场结构，HHI，1890—1988年

到1901年，能够批量生产蜡筒唱片的较为便宜的方法出现了。在一种新的制造方法中，一项比例绘图仪技术得到了使用，即一张原始拷贝唱片可被用来制作新唱片，这张原始拷贝唱片被用来再次播放，它作为一个切割装置，用于在新的空白唱片上生产与其相同的声波振

幅。每张原始拷贝唱片大约可以被拷贝 25 次，随后就损毁报废。这样，每个回合用十台机器录制一首单曲，最终就可以生产出 250 张蜡筒唱片，是最初技术的 25 倍。另一种用于批量生产蜡筒唱片的技术更加高效，它使用一种背面金属原始拷贝唱片压模：在此压模被用损报废之前，可以用原始唱片制作出上千张唱片。这些技术都大大降低了重复生产录音制品的成本。

从 1900 年到 1920 年期间，生产唱片播放机和唱片的公司数目不断增加。实际上，在 1914—1919 年这四年期间，制造留声机和唱片的企业数目平均每年增长 44%（见表 7—1）。可惜的是，这些数据包含了唱片和唱片回放装置两者的制造情况，是总计的结果，因此，如果我们仅仅想要测算生产者层面上的唱片生产竞争情况，这些数据就会使测算变得模糊不清。因此，这些数据只是粗略、大致地反映了音乐制品行业中生产者层面上的新竞争程度。

但是，这些数据仍然能显示出一些线索。在 1914 年及之前，大多数的制造和生产由三家大公司实施完成，这三家公司各自拥有 1 000 多名雇员。由于音乐回放装置的制造一般是大规模的生产活动，所以，很可能的情况是，1919 年新出现的一些企业是小型的私营公司，它们专注于更加小规模的预录音乐生产或者音乐发行，尤其是那些只有 4 名或者更少员工的公司（总共 30 家）。如果所有雇员为 100 名或更少的公司都被归入这一范畴（显然是一个大范围的估计），那么总数将上升为 116 家。

用这种方式解释，数据暗示了在生产者层面上的竞争，竞争相对强烈但或许是小规模的。这种竞争似乎刺激了此行业产品上的创新。芬克（Fink，1989）指出，“在 20 世纪 20 年代，录制的保留曲目有了极大的扩张。第一批‘种族’唱片开始出现。[这些早期唱片中的一部分] 取得了商业成功之后，无数其他的黑人唱片就陆续发行”（p. 7）。新的小型公司常常在产品创新中处于先锋位置。肖（Shaw，1987）指出，在 1920 年，黑天鹅唱片公司就签约了第一位发行唱片的黑人女流行歌手，此唱片公司是一家小型的私营公司。① 托尔（Toll，1982）指出，“创新者们做那些不被普遍接受的事情，有时候他们故意挑战流行

① OKeh 唱片公司是哥伦比亚唱片公司的子公司，它跟随着黑天鹅唱片公司，黑天鹅公司曾发行《疯狂布鲁斯》，这张唱片“取得了惊人的销售量，以至于每家唱片公司都快速着手寻找一位可以签约的女性布鲁斯歌手”（Shaw，p. 69）。

趋势和口味”（p. 106）。

表 7—1　　生产唱片和留声机的企业数目，1909—1929 年

年份	企业数目
1909	18
1914	18
1919	166
1921	154
1923	111
1925	68
1927	60
1929	59

从 1919 年到 1925 年，生产唱片播放机和唱片，或者只生产其中之一的公司的数量以平均每年 14.8%的比率下降。① 尽管许多私营公司在规模和重要性方面都有了成长发展，但是总体上说，私营唱片公司的数量减少了，部分原因是兼并：查普尔（Chapple，1977）发现，到 1929 年，“大部分小型公司停止了运营，或者被较大公司购买”（p. 92）。

从 1930 年到 1945 年，以产业收入来计算的话，整个音乐制品行业本质上处于休眠期。这是 1930 年的经济大萧条和第二次世界大战的敌对行为所带来的后续影响，因为在战争期间，虫胶极度紧缺，而虫胶又是当时用于唱片制造的最主要成分。② 这种紧缺导致了唱片制造成本的上涨以及零售价格的上扬。二战结束后，虫胶的紧缺状况有所缓解。

但是，对于音乐制品行业来说，更为重要的事件或许是在供给技术上的另一次创新：磁带录音机。在磁带来临之前，用于录制音乐的录制技术限制性很强，表现在两方面：其一，要购买此项技术，需要

① 部分来说，这可能是由于新的广播产业有了深入发展。尽管今天的广播和音乐之间存在着一种明显的互补关系，但很有可能的是，广播的新颖、低廉的价格和自由的内容，使之替代了音乐产业的销售量。

② 这之后不久，该行业就转向使用乙烯基塑料。

昂贵的花费；其二，在生产中，这项技术“不够宽容”。说“不够宽容”，是指在生产过程中，若是犯了一个错误，那么整个过程就要停止，原始拷贝唱片就需要丢弃，然后换上一个新的原始拷贝唱片，再重新开始制作过程。根据盖拉特（Gelatt，1954）的说法，磁带技术彻底改变了这一情况。

> 以对留声机历史的影响来说，磁带唱片的经济属性超越了其他所有形式的唱片。与过去的旧方法比较起来，磁带很便宜，具有吸引力。只要投资几千美元，就可以买一台上等的磁带录音机。在1949—1954年间，发行密纹唱片的美国公司数目从11家增加到接近200家。（pp. 299－300）

除了能降低固定成本，磁带机器还能够提供一种简单的方法，来剪辑录制的音乐，因而降低了音乐录制的边际成本。磁带技术使得修改错误成为了可能，首先，再次录制一段有错误的音乐篇章，然后剪切带子，将错误的片段替换成修改后的正确部分。正如Sanjek（1983）所指出的，“磁性的带子容易剪辑，容易对出错的演唱录制或是说错的歌词进行修改。对之前的基于玻璃的原始拷贝唱片来说，这种修改是不可能的。因此磁带有效地降低了生产成本”（p. 38）。所以，

> 随着越来越多的人能够买得起磁带设备，新的唱片制作室在全国不断出现。很多私营企业自己购买了磁带设备，并学习录制技术。作为这种发展的结果，自由独立的私营企业带来了不能被哥伦比亚、Decca、RCA Victor以及新的Capitol Label公司所忽视的竞争。在1948年以前，这四家公司曾占据了全部唱片销售量的四分之三。（p. 39）

到1956年，新的小型私营公司占据了整个唱片业市场份额的将近52%；到1962年，这些公司占据了此行业所有市场销售量的75%。但是在1962年以后直到现在，大公司再次占领了市场。水平方向上的统一融合，很大程度地解释了唱片业当前的结构，因为20世纪60年代中期标志着一连串兼并融合的开始，也标志着此领域开始了逐渐的再次巩固联合。

20世纪80年代的数字生产和再生产不断发展和完善，这代表了该行业历史上最新的（很可能是最激进的）科技变化。在20世纪80年代以前，音乐制品行业的生产和重复播放技术都是基于类似物，音乐

的生产和发行都是通过运用乙烯基圆盘和用磁编码的磁带。[①] 激光唱盘是音乐业转入数字技术的第一个重要元素，于 20 世纪 80 年代被消费者们所认识。从类似物转变为数字的生产和再生产，对业内供给方面的成本产生了潜在的重大影响：通过使用数字产品，生产、再生产和销售完美副本的边际成本实际上就为零了。因此，这与磁带的案例不同，磁带播放机使得生产更为便宜，但是却没有改变销售的成本，而数字技术极大地降低了整个过程——生产、再生产和销售——的成本。然而，值得注意的一点是，直到今天，在供给技术上的这些创新都没有引发一轮新的竞争，不像在 20 世纪 50 年代随着磁带录音的出现，新的竞争也随之产生。

Ⅱ. 市场结构

目前，音乐制品行业由四家大型国际公司以及数以千计的小型私营企业（通常只生产单一产品）组成。四家大公司成立之初都是单独的国内公司，随着时间的推移，它们兼并了很多私营公司。通过水平方向的兼并来控制实体销售网络以及影响广播频道的内容，它们成长为该行业的统治力量。

集　中

四大公司——Vivendi Universal，Sony-BMG 集团（是 Sony 与 Bertelsmann 公司之间的 50—50 的合资公司），Time Warner Inc.，以及 EMI 集团——总共占据了国内音乐产业销售额的大约 82%。[②] 这些公司近年来的市场份额在表 7—2 中显示出来。

四大主要公司

这四大公司有许多共同的特征。例如，尽管业内许多公司都曾被购买、被出售了很多次，但这四家中的每一家（除了 Time Warner，它于 1958 年成立）都可以在音乐制品行业的历史上追溯一个长久的世系，回溯到 19 世纪与 20 世纪的转接处。另外，除了 EMI 之外的每家

① 类似物和数字信号之间最主要的区别在于，类似物是一种连续形式的编码信息，而数字则是分离形式的。因此，对类似物技术来说，信息被编码成一股连续的信息流，而在数字技术中，声音被编码为分离的小单位。

② 在 2004 年，Sony 和 Bertelsmann 公司将它们各自的音乐公司合并，成为一家 50—50 份额的合资公司。

公司，都属于某个更大的媒体集团公司的一部分，这些媒体集团公司也在其他领域赚取利润，如电影、电视、有线电视以及书籍出版等。最后，这四家公司都是垂直综合的，集音乐发行、生产、制造和销售于一体。值得注意的是，除了一些邮购订单的利润收入以及刚刚开始的网上店铺之外，这四家公司都没有主要的零售业务。

Vivendi Universal Music 公司（最终来自于 1998 年两家主要公司 Polygram 和 MCA 的兼并）是一家子公司，隶属于一家更大的法国集团公司 Vivendi Universal，就市场份额和唱片收入来看，是目前最大的音乐公司。它的业务涵盖了唱片的生产和销售（Polygram 发行公司）、批准音乐版权以及音乐发行。实际上，Universal Music 集团拥有世界上最大的唱片目录，有着超过 100 万首歌曲：2002 年，全世界发售的每四张光盘中就有一张是 Universal 的产品。Vivendi 的其他一些媒体股份包括 Universal Studios 环球影城（电影）、USA Networks（电视）以及 Houghton Mifflin（图书出版）。Vivendi 的唱片公司包括 A&M 唱片公司、Island 唱片公司、Universal Motown 唱片公司、Polygram、Interscope 唱片公司、Decca 唱片公司和 Def Jam 唱片公司。

表 7—2　　大型唱片公司的国内市场份额（%）

年份	Universal	Warner	Bertelsmann	Sony	EMI	HHI	CR
2007	32.3	20.2	—	24.7	10.0	2 161	87.2
2006	31.2	19.2	—	26.8	10.1	2 162	87.3
2005	31.7	15.0	—	25.6	9.6	1 977	81.9
2004	29.6	14.7	15.2	13.3	9.9	1 598	82.7
2003	27.5	17.3	13.8	13.9	10.1	1 541	82.6
2002	28.9	15.9	14.8	15.7	8.4	1 624	83.7
2001	26.4	15.9	14.7	15.6	10.7	1 524	83.3
2000	28.0	15.4	19.4	13.5	8.7	1 656	85.0
1999	26.4	15.8	16.1	16.3	9.5	1 562	84.1

注：从 1999 年到 2004 年，CR 指的是 CR5。2005 年，也就是 Sony 和 Bertelsmann 成为合资公司（Sony-BMG）之后，CR 指的是 CR4；在 2004 年之后，Sony 的市场份额中包含了 Bertelsmann 的市场份额；2007 年的数据为前 9 个月的数据。

资料来源：Nielsen SoundScan，various issues.

Sony BMG 是一家合资公司，一半属于 Sony，一半属于 Bertelsmann。Sony 生产、制造（Sony Disk）和销售（Sony Distribution）唱片，并且在音乐出版方面也有业务（Sony/ATV Music Publishing）。

1988 年，索尼购买了 CBS 唱片公司之后，成为了音乐制品行业的一个主要业务力量。当然，索尼也生产一系列广为人知的电子产品，包括 Play Station、光盘播放器和电视。索尼其他的一些媒体股份包括 Columbia Pictures（电影）和 Tri-Star Pictures（电影）。Bertelsmann 公司是一家德国集团公司，以总收入来计算，它是世界第二大媒体集团公司。如同 Vivendi 公司和 Sony 公司一样，Bertelsmann 音乐公司生产、制造、销售和出版唱片。1985 年，Bertelsmann 公司购买了 RCA 公司，这标志着它在音乐制品行业中成为了一个主要业务力量。Bertelsmann 其他的媒体股份涵盖了广泛的书籍和杂志出版业务，包括 Bantam、Doubleday、Random House 和 Knopf 出版集团。Bertelsmann 公司也控制着 RTL，RTL 是欧洲一家主要的电视、广播公司。Sony-BMG 旗下的唱片公司包括 Arista、Rough Trade 唱片公司、Zomba Music Group、Windham Hill 唱片公司、Epic 唱片公司和 RCA Nashville。

时代华纳（Time Warner）是一家总部位于美国的集团公司，它生产、制造（WEA）并销售（WEA）唱片，另外，还持有大量的音乐出版领域的股份和利益（Warner/Chappell Music）。Warner-Chappell 控制着超过 100 万首歌曲的发行权。时代华纳其他重要的媒体股份包括 Warner Brothers（电影）、WB Network（电视）、HBO（电视）、Time Warner Cable（电视）、Time-Life（杂志）和 Warner Books（图书）。时代华纳旗下的唱片公司有 Asylum 唱片公司、Atco 唱片公司、Atlantic 唱片公司、Elektra 唱片公司、Reprise 唱片公司、Sire 唱片公司和 Warner Brothers 唱片公司。

EMI 是一家英国公司，为四家公司中多样化程度最低的一家。同其他三家一样，EMI 生产、制造、销售和出版唱片。EMI 集团由 100 多家唱片公司组成，是全球第二大音乐出版商。EMI 旗下的唱片公司有 Blue Note 唱片公司、Capitol 唱片公司、Chrysalis 唱片公司、Caroline 唱片公司、Mute 唱片公司和 Virgin 唱片公司。

竞争边缘

除了四家主要的大公司，一批小型的私营公司也生产音乐。在 20 世纪 50 年代以及 60 年代初期，小型的具有创新力的公司带给消费者们新的产品，这些产品变得非常流行，而这些公司也成长为可怕的竞争者。它们包括 Mercury 公司、Dot 公司、Cadence 公司、Atlantic 公司、Roulette 公司、Imperial 公司、Chancellor 公司、Cameo 公司以及

Vee-Jay 公司。这些公司中的大多数都最终被那些成立更久、更加重要的大公司竞争者所购买。

目前，这些边缘团体总共的市场份额占到了大约 15%，其中包括了一系列更加小型的唱片公司和独立艺术家们，他们通常每年也生产许多产品。①

销　售

唱片销售商的功能是保证零售商们能够买到音乐制品行业的产品，然后零售商再将产品卖给最终的消费者们。实体销售具有显著的规模经济，高准入门槛是其特征，实体销售由四家垂直综合的音乐巨头占据统治地位。

在 20 世纪 50 年代末期和 60 年代初期，私营销售商是私营唱片公司可选择的另一种重要的销售渠道，随着新唱片公司的产品越来越受欢迎，也引起了新的销售商的出现。但是，在 20 世纪六七十年代，兼并运动（以及对过去许多成功的私营唱片公司的吞并）减少了许多私营销售商的竞争力，这是因为，兼并后的企业或者将销售功能内在化，或者使用它们自己既有的销售网络。由于全国范围的销售具有显著的规模特征，所以私营公司没有足够的竞争力。

今天，四家主要的生产商同时也是四家主要的销售商。因而，如果一家竞争公司想要创造和出售新产品，它就必须独立地销售自己的产品（我们已经知道，独立销售具有很强的规模特征），或者与主要唱片公司中的一家签订一份“制造与销售”合约，通过这个合约，私营公司就制造和销售问题与一家大型唱片公司订立合同。② 数字销售已经并将继续在该行业中取代实体销售。

> 因为音乐制品行业的产品是使用数字序列来生产的，所以，随着计算机网络和数字信息公路的发展和深入，数字销售网络［也将］进化。销售的成本将大幅度地下降，这是因为全国或者全世界层面上的实体销售有着显著的规模特征。③

---

① 一份有用的私营唱片公司清单可以在网站 en. wikipedia. org/wiki/Category：Independent _ record _ labels 上查到。

② 或者该公司可以通过互联网来对其产品进行数字销售。

③ Peter J. Alexander，“New Technology and Market Structure：Evidence from the Music Recording Industry，” *Journal of Cultural Economics* 18 (June 1994)：121.

但是，尽管私营的数字销售已经成为了一种惯例，但行业组织的数字销售到目前为止却一直失败（至少就四家大公司而言是这样）。向数字技术的转变具有潜在的结构上的重要性，这一点很有意思，这是因为数字销售摧毁了行业准入的一个重要阻碍。

新的、经过了行业批准的网上服务已经以每首 99 美分的价格向消费者售出了超过 10 亿首单独的歌曲，比如，苹果电脑公司的“iTunes”就在 2003 年推出了其数字下载服务。在某种程度上，该行业现在努力想要建立起一个能够盈利的数字销售网络，是受未经批准的文件共享的推动（该行业声称，未经批准的文件共享使得行业在利润上消耗了几十亿美元），同时也是受消费者希望能够方便地下载这些产品这一需求的推动。

Ⅲ. 经营管理

定　价

音乐制品行业的定价随着媒体版式的多样性而不同，比如乙烯基唱片、盒式磁带、数字声音录音带、光盘以及单曲唱片等。最新发行的音乐制品的价格通常较高，而相比之下，将旧的音乐素材以新的版式再次发行却价格很低（例如，将最初用乙烯基唱片出售的音乐改为用光盘发行）。表 7—3 中使用了美国唱片业联合协会得出的数据，以不同的媒体版式分类，给出了一些最近的名义价格的平均数。

将研究范围放窄，集中到光盘定价上，这很有帮助，因为目前光盘音乐占据了所有出售的音乐 85%的份额，这使得光盘音乐到目前为止成了多种产品版式中最为重要的组成部分。光盘中包含一批歌曲，这正好与单曲唱片相反，单曲唱片包含单独的一首歌。除了光盘唱片之外，许多媒体内容都是成批成套出现的（例如报纸，新闻节目，有线电视，以及卫星广播电视等的成批成套的节目）。在前面，我们注意到，苹果公司的 iTunes 卖出了超过 10 亿首单独的歌曲。苹果公司有效地解除了内容的成批性，因为它们运用的销售平台带来了买者灵活性（即歌曲可以单独出售，消费者可以购买内容中他们所喜欢的任何一部分）。当消费者们能够买到成批内容中的一个相对小的附属部分并从中获益后，他们可能会抵抗成批的内容。因此，光盘唱片的销售极有可能会受到消费者愿望的影响，消费者都希望避免购买他们不能从中收

获乐趣或者收获很少乐趣的内容。

表 7—4 对表 7—3 中的价格分析进行了扩展延伸，把光盘唱片的名义价格转变为了真实的价值。用这些数据以及单位销售量，就可以将需求的价格弹性大略估计出来。1993—2005 年间，需求的价格弹性的平均数是 3.8，这表明对光盘唱片的需求是富有弹性的。

值得重点注意的是，基于产品本身以及零售者的不同，有一系列不同水平的价格存在。尽管大型唱片公司为其产品提供了固定标价，但是打折出售十分普遍，这使得对固定标价的讨论顶多成了一种空洞虚无的努力。① 尤其是电子产品公司和非专业的连锁商店，包括沃尔玛，是价格打折幅度最大的零售商。在 20 世纪 90 年代中期，这些非专业的零售商大幅度的打折，给大型的专业的音乐商店施加了巨大的财务压力。大型唱片公司看起来做出了这样的反应，它们试图减少价格竞争，以便提高价格并且保持销售的利润率。

表 7—3　　不同版式的录制音乐的平均（名义）价格　　单位：美元

年份	乙烯基唱片单曲	密纹唱片	CD	盒式磁带	盒式磁带单曲	CD 单曲	音乐录像	DVD
1997	4.75	12.33	13.17	8.82	3.16	4.09	17.41	—
1998	4.76	10.00	13.48	8.96	3.58	3.81	18.68	—
1999	5.26	10.97	13.65	8.59	3.38	3.98	19.03	—
2000	5.48	12.59	14.02	8.24	3.54	4.17	15.49	22.00
2001	5.71	11.91	14.64	8.08	—	4.59	18.60	20.00
2002	5.66	12.06	14.99	6.77	—	4.36	19.62	21.25
2003	5.66	14.47	15.06	6.32	—	4.34	20.11	21.12
2004	5.69	14.18	14.92	4.56	—	4.83	18.51	19.34
2005	5.74	13.92	14.91	5.24	—	3.89	17.82	19.41

资料来源：Veronis Suhler Stevenson Bank，“Communications Industry Forecast and Report，” various years.

① 然而，典型的是，新发行的光盘唱片的定价比再次发行的旧歌曲的定价高很多。

表 7—4　　光盘唱片的真实价格和数量

年份	平均价格*（真实）	数量**（发运单位）
1993	9.09 美元	495.4
1994	8.62 美元	662.1
1995	8.51 美元	722.9
1996	8.13 美元	778.9
1997	8.20 美元	753.1
1998	8.27 美元	847.0
1999	8.19 美元	938.9
2000	8.14 美元	942.5
2001	8.27 美元	881.9
2002	8.33 美元	803.3
2003	8.20 美元	746.0
2004	7.87 美元	767.0
2005	7.67 美元	705.4
2006	7.39 美元	614.9

* 1982—1984＝100。

** 单位是百万。

资料来源：Recording Industry Association of America，*Year-end Statistics*，various years.

根据美国联邦贸易委员会的资料，大型公司威胁说，如果零售商们利用广告来宣传打折信息，它们就要收回所支付的合作广告费用，即使零售商是使用自己的广告花费来宣传这些打折信息。美国联邦贸易委员会进一步认为，这种行为将零售价格固定在了人为的高价格上，从 1995 年到 2000 年这段时间，这种行为在零售市场上消除了价格竞争。由于该行业的需求看起来非常具有弹性，所以近年来，该行业经历的销售额的某些下降，很可能就是由于价格被固定在了人为的高水平上。

在 2003 年夏天，Universal Music Group（UMG），这家从市场份额来计算最大的音乐公司，震惊了整个行业，它宣布对其零售价格进行高达 24%的削减。根据行业报告，UMG 公司希望这种降价能够通过零售商传递给消费者。并且，根据价格和需求量之间所拥有的那种

标准的反比例关系，公司认为降价将为其产品带来更多的需求量和收入。[①] 其他公司可能也被迫模仿此种行为，因为就表 7—4 中所表明的，在 2003—2005 年之间，CD 的价格有所下降。

非价格竞争和贿赂问题

“当你听到一首歌在广播中播出时，” RIAA 说，“那并非碰巧发生的事件。”[②] 与大多数产品不同，一首预先录制的音乐产品的属性特征并不能马上很清楚地展现在消费者面前；也就是说，唱片商店里的购买者不能通过触摸、视觉观察，或者其他一些普遍用于鉴定产品的方法来区分和鉴定预录音乐制品的特点。正相反，一份预录音乐制品只有被听过以后，才能被鉴定出好坏，而音乐展示就成了巨大购买量的前提条件。相应地，广播频道很容易就成了向消费者宣传新产品及其特质的重要途径之一。[③]

对广播频道内容的某些影响来自于“贿赂”花费。[④] 通常，这种贿赂是指，公司或者其代表人向电台播放员（DJ）或是经理支付一些钱财，以使电台播放该公司的产品。根据科斯（Coase，1979）所说，在该行业内，使用贿赂已经成为惯例，该行业的新进入者频繁地使用贿赂，以图占有市场份额。科斯总结说，在 20 世纪 50 年代，

> 毫无疑问，新公司……依靠贿赂来获得对其产品的“展示”。这些公司缺少知名歌星或者大公司那样强大的市场组织，而贿赂使它们能够通过在其他市场付出相似的努力来扩大销量。（pps. 315 - 316）

但是，刑事检控、国会的调查以及对支付贿赂的行为的加重惩罚，导致了这样的结果，即到 20 世纪 70 年代后期，贿赂好像成了针对小公司的严重阻碍。Dannen（1990）指出，在那时，大型公司利用贿赂

---

① 在 Universal 公司宣布降价的那天，EMI 公司的股票价格下跌了超过 10%，很明显，人们害怕 Universal 公司的这个行为可能标志着行业内的一场价格战争。EMI 公司的股票价格也许是用来估计降价影响的最好的基准，因为在这四家大公司中，EMI 是到目前为止多样性最低的一家，它最依赖于音乐录制品的销售。

② www. riaa. com/news/marketingdata/cost. asp，2007 年 4 月 18 日使用。

③ 在线文件共享网络也几乎达到了相同的目的，尽管方法不同。

④ 贿赂（payola 一词被认为是由 payoff 和 Victrola 两个单词缩合而来的），指的是这样一种行为，向广播电台支付不合法的钱财，以换得广播的播出机会。并不是说，支付钱财以获得广播播出机会本身不合法，而是说，支付了钱财以获得播出机会，但却不说明这一段播出时间是付过钱的或者提供了赞助的，这样的支付行为是不合法的。

获得广播播出机会，并且使小型公司无法获得播出机会。

> 在某种水平上，唱片公司明白，假如广播频道不是免费的，那么它就意味着一处重要的竞争优势。大公司有充足的财政预算，在竞价争夺播出的时候，胜过小型唱片公司。1978 年以后，由小公司推出的唱片开始从前 40 名的广播频道中消失。(pps. 14，15)

表 7—5 列出了从 1976 年到 1985 年，该行业中拥有一张成功唱片的公司的数量。这些数据与 Dannen 的说法并不矛盾。根据 Dannen 所说，大公司能够赢过小公司，获得播出机会。我们知道，每家广播电台在每个播出日中都有有限的播出时间，这些时间当中的一部分是用于播出广告的，广告能带来收入，而剩下的部分就是用来播出吸引消费者的内容的，以使得消费者们能听到广告。假设电台的运营者对于播出哪首音乐并不在意，且假设其他情况都相同，那么愿意为播出时间支付最多钱的公司，就会买到这段播出时间，并且理所当然地在消费者这边获得竞争优势。

表 7—5　　拥有一张成功唱片的公司数目

年份	公司数目
1976	20
1977	21
1978	14
1979	15
1980	7
1981	9
1982	6
1983	7
1984	4
1985	4

资料来源：Peter J Alexander，“New Technology and Market Structure：Evidence from the Music Recording Industry，” *Journal of Cultural Economics* 18 (June 1994)：117.

在 Dannen 的观点中，蕴涵着没有直接说明的一点，在 20 世纪 70 年代，音乐制品行业的大公司认识到，它们可以利用贿赂来作为一种阻碍和工具，以便升高对手的成本，而这些对手就是小型的边缘公司或者行业新手。有趣的是，Dannen 指出，在 20 世纪 70 年代后期，大公司与广播电台之间的交往变得不再直接。大型唱片公司不能够再允

许公司人员向广播电台支付钱财，因为新的诈骗者影响和腐败组织法明确规定了严重的惩罚措施。相反，一小群私人宣传者出现了，他们自称为“人际网”，大公司付给他们钱，然后由他们代表公司利益，直接与广播电台的运营者沟通。根据 Dannen 的观点，

> “人际网”一词意思是说，这些宣传者们有种趋势，即要作为一个比较松散地联系在一起的队伍工作。每名成员都有一片“领地”，就是一群电台，这名成员声称能影响这些电台。如果一家唱片公司想要为一首新单曲做全国的播出推广，那么这家公司可以选择雇用人际网成员中的一名，而这名成员能够进一步将这个工作转包给联盟中的其他成员。（pps. 11，14）

Sidak and Kronemyer（1987）指出，这种人际网的出现，使得主要唱片公司能够实行“预先警戒的一无所知”：

> 在 20 世纪 80 年代中期，一家唱片公司会签署合约来雇用私人宣传者们，而合约中都使用不完整的和不具体的话语，这些话语反映出，唱片公司需要最小限度地了解这些宣传者们的活动。唱片公司也需要避免询问私人宣传者是否使用贿赂来工作，尤其要避免询问他是否打算使用贿赂来宣传唱片，而公司正是为了这张唱片雇用了他。

由于有了更加严重的惩罚措施，并且假设被查出非法支付钱财的可能性并没有降低，所以，从事贿赂的预期成本增加了。事实上，在法律环境改变了的情况下，与公司外的宣传者签署合约成了一种更加有效的选择。

总的来说，对任何一家广播电台来说，能够利用的播出时间都是极度有限的，并且是很昂贵的。行业报告指出，主要电台中每个礼拜内新“增加”（即添加到电台播出名单上的歌曲）的数目基本上是个位数。所以，很可能的情况是，广播时间的相对稀少，以及对大公司来说相对较低的贿赂的单位成本，使得小公司们失去了使用广播的机会。[①] 根据《华尔街日报》（2002 年 6 月 10 日），“为了争夺流行广播中有限数量的空闲时间，唱片公司说，它们一般要支付给私人宣传者

① 这仍然解释不了这样一个问题：为什么小型公司就不能比大公司付更多的钱来获得播放服务呢？对这个问题的一个解释或许是：小公司处于边缘位置，支付的钱超过大公司对它们来说无利可图（即大公司们支付的是垄断的价格）。

们每首歌20万～30万美元，有时候要支付超过100万美元。音乐公司说，随着广播产业变得集中和巩固，这种花费也急速上升。”

音乐业和广播业中的几点新发展也许会改善现状，也许会使情况恶化。

第一，美国联邦通信委员会，作为管理、规范广播业的机构，也许会向许多家新的影响力较弱的广播电台颁发执照，允许其营业。这样，广播时间的供给有了增加，就可能为音乐业内的小公司和行业新进入者们提供重要的机会，也会为其他人提供机会。但是，这些电台可能相当没有影响力，并且因此变得非常局限于本地，所以这些电台的影响范围将是非常有限的。

第二，“网络播放”或者称互联网广播可能成为播放音乐的一条更加重要的途径，这同时也带来了增加音乐播放的供给量的可能性。但是，某些重要的法律和政治争论在最近开始出现，它们是关于网络播放者到底应该为每首歌支付多少钱，才能够在它们自己的网站播放中使用音乐制品行业的产品。① 在2007年春天，版权版税委员会（CRB）大幅度地升高了互联网广播的版税率。

第三，广播业自身的结构也经历了重大的转变，在最近几年，行业内的集中度迅速上升。另外，全国最大的一家广播电台的所有者，Clear Channel Communications，还在全国范围内拥有1 233家电台（号称占有该行业收入的26%），它也进入了音乐推广这一领域。广播业的集中度升高和Clear Channel进入音乐推广领域都是值得跟踪研究的新发展，因为两者都可能对音乐制品行业产生重要的潜在影响。

Ⅳ. 业　绩

唱片业集中而又垂直统一的结构对行业利润有着重要的影响，也对提供给消费者的产品数量和种类有着重要影响。

利　润

根据RIAA所说，该行业的收入在过去几年中有所下降，RIAA

① 在2003年8月27日，网络播放者联盟，这样一个大约拥有400名在线音乐播放者的团队，在联邦法庭控告了唱片业，声称主要的唱片公司非法提高了网络播放的版税率，以图将私营公司排除在市场之外。

将此怪罪于未经批准的文件共享。但是为了计算行业的盈利，我们也必须知道行业成本，然而这些数据无法得到。完全有可能的情况是，行业收入全面下滑的同时，行业利润有所增长。另外，有关该行业新发行的唱片数量的数据也无法得到。这些数据非常重要，因为在所有其他条件都相同的情况下，如果新发行的唱片数量下降，那么行业的总年收入也会下降。因此，我们不能肯定，行业收入的下降是否是由或者至少是部分由该行业新发行的唱片数量的下降所引起的。

产品多样性

对一项基于文化的产业进行业绩评估，重要的一条标准就是产品多样性。尽管生产成本明显地给市场的供给者施加了限制，但是在所有其他条件都相同的情况下，更多的产品多样性清楚地意味着给消费者提升了福利，因为消费者可以获得更加接近于个人喜好的产品。因此，一个重要的关于业绩的问题是，什么类型的市场结构（即垄断、寡头垄断或者竞争）最有利于提升产品多样性。

一直以来，用于研究以上这个问题的研究方法是这样的：仅仅计算畅销歌曲的数量，然后将其与市场结构联系起来。这种研究在很大程度上是印象主义的，它在结构和多样性之间显示了一种消极的线性联系：结构越纯粹竞争化，多样性就越大；结构越集中，多样性就越差。[①] 总之，这种研究认为，竞争对多样性有益处，而垄断对多样性有害处。

然而在另一方面，与仅仅计算畅销歌曲数量的方法不同，利用畅销歌曲的实际音乐特征的研究方法指出，一个相对适度集中的市场结构可能更加有利于提高实际的多样性，比纯粹竞争结构和垄断结构都要好。[②] 这种分析说明，一个纯粹竞争的市场结构可能有这样的特点，就是一个相对高水平的“我也是”的产业（即过度的产品重复性）。因此，尽管竞争结构可能与产品创新相关，但是这种结构可能不能最好

---

① 例如，见 Bruce Anderson, Peter Hesbacher, K. Peter Etzkorn, and R. Serge Denisoff, “Hit Record Trends, 1940 - 1977,” *Journal of Communication* 30 (1980): 31 - 43; Richard Peterson and David Berger, “Cycles in Symbol Reproduction: The Case of Popular Music,” *American Sociological Review* 40 (1975): 158 - 173; and Eric Rothenbuhler and John Dimmick, “Popular Music: Concentration and Diversity in the Industry, 1974 - 1978,” *Journal of Communications* 32 (1982): 143 - 149。

② Peter J. Alexander, “Product Variety and Market Structure: A New Measure and a Simple Test,” *Journal of Economic Behavior and Organization* 32 (1997): 207 - 214.

地提升产品多样性。重要的是，这项研究也与垄断市场结构带来最大多样性的这种假设相反。

Ⅴ. 公共政策

反托拉斯政策

在2000年，联邦贸易委员会（FTC）控告四家主要的唱片公司，指责它们“从事以下行为和活动：通过采用、实施和执行其合作广告项目中的最低广告价格（‘MAP’）条款，在美国音乐制品行业市场中，不合理地限制了竞争。”① FTC发现，四家主要的销售商惩罚了零售商，因为零售商降低价格向消费者出售唱片。作为这一行为的结果，在1998—2000年间，消费者们为人为的高价格支付了大约5亿美元。根据一项由全部四位FTC主管人联合发起的声明：

> 委员会有理由一致认为，音乐制品的四家最大的销售商所从事的活动在两个方面违反了反托拉斯法。第一，当综合起来考虑时，活动中包含了这样的行为，这些行为有助于销售商之间形成水平层面的串通共谋，这违反了《联邦贸易委员会法案》的第五部分。第二，当分开单独分析时，在理性规则下，每家销售商的活动形成了不合理的垂直贸易限制。②

由FTC授权给出的经济分析的详细引用是：

> 实施MAP条款，包含了一种反竞争的意图，想要限制零售价格竞争，并且稳定行业中的零售价格。在采取这些政策之前，新出现的零售商们，尤其是电子产品连锁店，已经开始引发了一场零售的“价格战争”，这导致了对消费者们来说相当低廉的光盘唱片价格，以及对零售者们来说很低的边际利润。
>
> 抱怨者声称，销售商们担心零售价格下滑将会引起整体批发价格的下跌。通过这些严格的MAP项目，销售商们希望停止零售竞争，给它们自己的边际利润减轻压力，并且最终提升它们自己

① Federal Trade Commission, “Analysis to Aid Public Comment on the Proposed Consent Order,” www.ftc.gov/os/2000/05/mapanalysis.htm.

② Federal Trade Commission, “Record Companies Settle FTC Charges of Restraining Competition in CD Music Market,” www.ftc.gov/opa/2000/05/cdpres.htm.

的价格。这些销售商们的行为是有效的。这些 MAP 项目确实稳定了零售价格。这样做之后，每家销售商都提高了自己的整体批发价格。

尽管某些垂直限制可以使消费者们受益（被称为“有效率”），因为提高了品牌内的竞争并且扩大了市场产出，但是在这个案例中，可以说明有效率的正当理由不存在。①

四大公司否认了 FTC 的指控，但是在 2003 年同意不经过法律诉讼来解决此事，同意支付 14 300 万美元以赔偿超额收取消费者的费用。

再近一些时候，在 2007 年，联邦通信委员会宣布了一个共同条约的初步框架，这个共同条约涉及国内四家大型连锁广播电台。② Clear Channel Communications、CBS Radio、Entercom Communications 和 Citadel Broadcasting 同意支付 1 250 万美元的罚款，因为它们违反了联邦反贿赂法案。特别是，联邦通信委员会发现这些主要的广播电台曾接受钱财（或者钱财的等同物）来播放主要唱片公司旗下的歌曲。

除了缴纳罚款之外，四家广播公司同意给予私营唱片公司以及当地的艺术家们 8 400 个半个小时的零碎的播出时间，但是，这些零碎的播出时间到底是在一个播出日当中的什么时候，仍然有待观察。联邦通信委员会只能够对那些持有执照的公司进行罚款，而美国司法部则可以控告广播运营者以及四家大型唱片公司的罪行。但是后者基本是不太可能发生的。

数字文件共享

音乐制品行业是关于数字文件共享的激烈争论的中心。这个争论在某些方面已经塑造了并且依旧还在塑造着互联网的规则。音乐行业的贸易协会，RIAA，声称数字文件共享正在减少行业的盈利，带来了高达几十亿美元的损失。该协会已经向上千名所谓的音乐“盗版者”发出了诉讼前的通知信以及法庭传票。③

在与文件共享公司例如 Napster 和 MP3. com 进行法律上的抗衡这

---

① Federal Trade Commission, “Analysis to Aid Public Comment on the Proposed Consent Order,” www. ftc. gov/os/2000/05/mapanalysis. htm.

② Federal Communication Commission, Consent Decree, Adopted March 21, 2007, hraunfoss. fcc. gov/edocs _ public/attachmatch/FCC-07-29A1. pdf.

③ 通常情况下，版权法是用于保护版权所有者的，防止未经许可地过多使用那些受到版权保护的产品。这项法律保护本身，以及它给版权所有者们带来的那种可以利用创新获利的能力，为创新和创造提供了合适的激励机制。

件事情上，音乐行业已经取得了很大的成功，但是，直到最近，音乐行业企图对其产品进行产权保护或者企图击退对等文件共享网络的这两件事情都是失败的。国会议员 Orrin Hatch（该行业的一位主要支持者同时也是一位业余歌手）证实了音乐行业的挫败，他曾建议摧毁音乐使用者们的机器，如果这些使用者们拒绝停止分享文件。①

音乐行业考虑使用相似的策略，该行业当前用于减少未经允许的文件共享的战略好像包含了三个相关策略：（1）采取针对个人的法律行动（例如，大量的威胁性信件、法庭传票以及诉讼官司）以图提高对等网络使用者们的可见成本；（2）降价；（3）由被该行业批准的销售商（例如，苹果公司的 iTunes）来进行销售，以提高在线数字销售。大体上，这产生的结果是两个胡萝卜和一根棍子（这三条措施中，两条是奖励性的，一条是威胁性的，即软硬兼施）：看起来，该行业正在试图阻止未经授权的分享，并增加合法购买，但却正在转向大规模的数字销售。

科技背景

由于光盘播放器使用许多 0 和 1 的序列来再次生产出声波，所以消费者们能够使用电脑来播放光盘，并且能够将歌曲从光盘上转移到自己的电脑中以存储起来和再次播放。这些种类的文件，一直到现在，通常不会被大量其他的使用者分享，这是因为，直到 1997 年，转移一首三分钟的音乐还需要 50 兆字节的硬盘驱动存储空间，并且需要大量的时间和带宽，才能在互联网上传递它。

然而，MP3 文件格式的发展戏剧化地改变了这些存储和带宽方面的要求。MP3 是由德国公司 Fraunhofer Gesellshaft 的工程师们创造的，是动态影像专家组—层级 3（Motion Picture Experts Group - Layer 3）的英文缩写。这是一种声音压缩格式，它能产生接近于光盘质量的声音，而只需要 1/20～1/10 的存储空间。例如，光盘上一分钟的音乐需要 10 兆字节的电脑存储空间，而同一首音乐的 MP3 格式则可以用 1 兆字节或者更少的空间来存储。举一个这种压缩保存的现实中的例子，请想一想“猫王”埃尔维斯·普莱斯利（Elvis Presley）的歌曲《猎犬》，放在光盘

① 值得我们注意的有趣的一点是，参议员 Hatch 建议的方法可能会违犯美国宪法条款 18U. S. C. 1030 (a) (5)，这条法律禁止在知情的情况下造成“对程序、信息、编码或者命令的传播，并且作为这种传播行为的结果，故意地对一台受到保护的电脑进行未经允许的破坏”，在这里，破坏被定义为“对数据、一个程序、一个系统或者信息的完整性或者可获得性的任何损坏”。

里的时候需要 24 兆字节的硬盘存储空间，但是当转换成了 MP3 格式时，所需要的存储空间就下降到了仅仅 2 兆字节。对于一个速度为每秒 28.8 千比特的调制解调器，光盘版的《猎犬》需要至少 1.5 小时才能从另外一台电脑中下载下来，但如果这个文件首先被转换成为了 MP3 格式，那么只需要大约 8.5 分钟就可以下载完毕。

很显然，MP3 科技使得数字文件的销售更加高效。这种高效得到加强来源于这样一个事实：越来越多的电脑都通过电缆和光纤连接到互联网，而不再使用调制解调器，这极大地提高了文件传输的速度。

反对中央服务器的早期法律行动

对于那些新生的、大规模的、有组织的数字文件共享，音乐业最初的反应是采取法律行动，反对几家最突出、规模较大的数字文件销售商，如 MP3. com 和 Napster. com 公司。这两家公司要求得到法律保护，分别引用了“合理使用”和“安全港湾”两个辩护角度。

但是，在 UMG 唱片公司及其他公司控诉 MP3. com 公司的这一案件中，法官 Jed S. Rakoff 总结说“被告对原告的版权的侵犯是明显的”（92F. Supp. 2d 349 [2000]）。在审判过程中，MP3. com 公司争辩说，公司依法购买了受到版权保护的材料，并将其储存成库，然后将这些材料销售给公司的注册用户，这个材料库是受到“合理使用”规定保护的。Rakoff 法官总结说，“被告的‘合理使用’的辩护是无效辩护，这在法律上必须予以否定”（92F. Supp. 2d 349 [2000]）。

另外，在 Napster. com 公司一案中，美国地方法院的法官 Marilyn Hall Patel 拒绝 Napster. com 公司想要撤销对其法律控诉的这一行动，规定该公司不能被给予“安全港湾”的身份，“安全港湾”身份是于 1998 年在《数字千年版权法案》（DMCA）中提出的。法案中安全港湾的这一条款被建立和提出是为了保护互联网中的服务提供者们，即当服务使用者们实施了非法行为时，不论服务提供者知不知情，该条款都可以保护服务提供者的可信度，使其不受制于法院发出的禁令。Patel 法官接着又发出了针对 Napster. com 公司的一条初步禁令，命令其停止销售那些受到版权保护的材料。

我们注意到，MP3. com 公司和 Napster. com 公司有一些相同的特点，最重要的一点可能是，作为两家销售系统，它们都依赖于一系列的中央服务器来指导数字产品的销售。比如说，任何一家系统的一位使用者发出了一条请求，想要一个文件，此请求就会被提供路径，通过这家公司的其中一个服务器。因为想要获得关于 MP3 文件地址信息

的这个请求被提供了路径，通过了服务器，也因为联邦法官认为这种活动违犯了现存的版权法，所以像 MP3. com 和 Napster. com 这种公司就成了法律裁决的明显目标。

对等文件共享网络

像 MP3. com 公司和 Napster. com 公司这样的销售系统有着这样的建筑结构，它们围绕着一系列的中央服务器组织建构，这些中央化了的服务器指导着电子交通，为需求文件的请求提供路径。相反地，对等文件共享系统，比如 BitTorrent、Emule/Donkey、Gnutella、Tor 以及 Freenet，都是非中央化的，它们不使用中央服务器。其实，只要通过一系列对等连接，每一台安装了对等软件的独立的计算机就都可以成为一台服务器。所以，如果一台机器拥有所需的对等软件，也能连接到互联网，那么它就可以和另一台类似的机器连接起来，而这另一台机器也可以与第三台类似的机器连接起来，以此类推下去。

音乐行业对此种文件共享最初的反应是试图对其产品实施防拷保护（包括索尼公司使用了多种特殊类型的恶意软件）。尽管付出了很多努力，但是这些努力大多数都失败了。[①] 目前，该行业对于对等文件共享的反应是，追踪查找出那些在线分享文件的个人用户，然后就所谓的损失向这些使用者们发出诉讼前的通知信以及法院传票。

RIAA 通过雇用电脑咨询公司来追踪查找文件共享事件，这些公司本质上是监视对等网络，监视受到防拷保护的作品。它们将所谓的侵权者们的 IP（网络协议）地址报告给 RIAA。RIAA 进而向这些使用者们的 ISP（互联网服务提供商）发出法庭传票，要求 ISP 透露这些所谓的侵权者的姓名和住址。然后，RIAA 利用这些信息来发出诉讼前的通知信或者法庭传票。

受 RIAA 雇用的电脑公司可能试图去引诱对等使用者们，通过设置“蜜罐”的方法。“蜜罐”可能是许多列出文件的清单（比如许多流行歌曲），这些都是被设计出来的，以引诱个人用户发出请求，而这些“蜜罐”允许公司监视被使用者们分享的文件类型。RIAA 以及其雇用的电脑公司同时也使用多种多样的其他方法来阻止对等网络使用，比如故意地将错误格式的文件（数据包）引进到对等网络中。但是，通

① 事实上，在 2007 年 4 月，EMI 公司宣布，将要在网上出售其音乐，而不采取防拷保护。这意味着，EMI 公司的音乐将可以在许多不同的装置上播放，而不再仅仅是一种独有专利的格式，比如苹果公司的 iPod。其他几家主要的公司是否会跟随 EMI 采用这种方法还有待观察。

常情况下，对等网络对这种挑战都是非常坚固的。其中一种有效的反监视的技术正在对等网络中越来越普遍，就是使用灰名单（类似于黑名单），它可以过滤出那些被 RIAA 或者其咨询公司使用的、用来追踪查找对等网络使用者的那些 IP 地址。另外，有些对等软件使用了加密和代理模式服务（例如 Tor，Mute，Waste），它们正变得越来越普遍，对使用者来说越来越人性化。尽管这些软件没有能够提供完全的隐私保护（这通常会导致运行速度缓慢），但是它们的建构却使得追踪查找在线文件共享变得更加困难和昂贵，而这时，对等使用者们就获得了更大程度的隐私保护。①

证据及损失预估

数字文件共享活动给音乐制品行业带来的经济损失到底是多少呢？很多？一点？还是根本没有？一直到最近，所有这三个答案看起来都是可能的，这是因为太缺少证据。RIAA 请求法院向 Napster. com 公司发出戒令，因为“Napster. com 公司给原告和整个音乐业带来了不可挽回的损失”，并且其盗版行为可能会带来几十亿美元的代价。文件共享可能会抵消掉一些销售量，凭着本能反应，我们会觉得这很正确。但是，这个问题非常微妙，犯错误的边际空间还是异常大的。值得注意的是：尽管该行业在法律上战胜了 MP3. com 公司，但是，在定义该案件中的损失时，Rakoff 法官指出，“在这起案件中，原告没有试图做出任何努力去证明它们实际上遭受了多少损失。法庭将这种实际损失证据的缺失视为对被告有利的一个缓和因素。”（U. S. Dist. LEXIS 13293，CCH p28，141 [September 6，2000]）

由两位经济学家开展的一项最新研究好像为潜在损失这一问题带来了许多线索。Felix Oberholzer-Gee 和 Koleman Strumpf 在迄今为止看起来最具有实践意义的预估中，发现文件共享对光盘销售量并没有重大的消极影响，大多数分享文件的个人本来也不会去购买那些他们下载的音乐。事实上，两位作者发现，对等文件共享提高了那些最为

① 有些为使用者提供完全的匿名服务的服务器（例如 Relakks）可能也会变得越来越流行。这些服务器在使用者和服务者之间建立起了一种加密的联系。使用者向服务者发送出一条加密的请求，要求文件。然后服务者找到并获得此文件，加密以后，再转发给使用者。这样类似的服务曾经存在过一段时间，但是最终说来，由于服务者必须发出公共请求来寻找文件，所以可以从文件追踪查找到这个服务者。然后，又可以发出传票，要求找出这个曾经要求过文件的服务者的 IP 地址。但是，如果此种服务器是在一个不强制要求 ISP 记录使用者的 IP 地址的国家，或者如果法庭传票只可以用于传召刑事罪犯而不可以传召民事纠纷，那么，这种服务会为使用者们提供更高水平的保护。

流行的光盘唱片的销售量，每 150 次对最为流行的音乐的对等下载就会将此光盘唱片的销售量提升一个单位。这种结果说明，当前 RIAA 所做出的试图击退文件共享的这种努力可能是一种对社会资源的浪费。

Ⅵ. 结　论

音乐制品行业的历史是这样一个历史：新的科技点燃了新的行业准入，许多行业新手都是产品的创新者。但是，正如我们所注意到的，该行业中最大的产品多样化（不同于产品创新）同样也可以这样获得，即当四家大公司的集中比例为大约 50%的时候——不太高也不太低。由于广播播出能使得消费者们接触到该行业所提供的产品，因而它是一个重要的影响因素，广播业的结构和运营又成为了另外一个重要的因素，制约着音乐唱片领域的结构、运营和绩效。贿赂很可能是对新竞争的一个重要阻碍，特别是考虑到这大幅度地降低了本已实现的科技的规模经济。

或许最为特殊的是，该行业中生产、再生产和销售的成本几乎接近于零（从物理角度来看），而从 20 世纪 80 年代中期以来，该行业中，由四家公司垄断该领域的这种行业构建情况本质上是不曾改变的。这种结构带来的其中一个潜在影响是，公司之间能够更轻易地协调合作，采取抵制竞争的活动，例如固定价格。把价格人为地固定在高水平上，会导致社会福利的损失（缺少完美的价格差异），也可能会加重和扩大消费者对文件共享网络的使用。对文件共享网络的使用以及随之而来的诉讼，可能引起福利的损失，也可能将会影响针对互联网的公共政策，而这些影响的方式则都可能是无法预见的以及不受欢迎的。

拓展阅读建议

学术期刊文章

Alexander, Peter, J. 2002. Peer-to-Peer File Sharing: The Case of the Music Recording Industry, *Review of Industrial Organization* 20: 151 - 161. [March]

Alexander, Peter J. 1997. "Product Variety and Market Struc-

ture: A New Measure and a Simple Test." *Journal of Economic Behavior and Organization* 32: 207 - 214. [February]

Black, M. and Greer, D. 1987. "Concentration and Non-Price Competition in the Recording Industry." *Review of Industrial Organization* 3: 13 - 37.

Coase, R. 1979. "Payola in Radio and Television Broadcasting." *The Journal of Law and Economics* 22: 269 - 328. [October]

Cunningham, Brendan M., Peter J. Alexander, and Nodir Adilov. 2004. "Peer-to-Peer File Sharing Communities." *Information Economics and Policy* 16: 197 - 213. [June]

Oberholzer-Gee, Felix and Koleman Strumpf. 2007. "The Effect of File Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis." *Journal of Political Economy* 115: 1 - 42.

Peterson, R. A. and D. G. Berger. 1975. "Cycles in Symbol Production: The Case of Popular Music." *American Sociological Review* 40: 158 - 173. [April]

Rothenbuhler, Eric and John Dimmick. 1982. "Popular Music: Concentration and Diversity in the Industry, 1974 - 1980." *Journal of Communications* 32: 143 - 149. [Winter]

Sanjek, David. 1998. "Popular Music and the Synergy of Corporate Culture." In *Mapping the Beat: Popular Music and Contemporary Theory*. Thomas Swiss, John Sloop and Andrew Herman, (eds.). Malden, MA: Basil Blackwell.

Sidak J. G. and D. E. Kronemyer. 1987. "The 'New Payola' and the American Record Industry: Transactions Costs and Precautionary Ignorance in Contracts for Illegal Services." *Harvard Journal of Law and Public Policy* 10: 521 - 572.

书 籍

Burnett, R. 1996. *The Global Jukebox: The International Music Industry*. London: Routledge.

Cleveland, B. (ed.), 1999. *The Recording Industry Sourcebook*, 11th Edition. Emeryville, CA: Primedia Information Inc.

Chapple, S. and R. Garofulo. 1997. *Rock 'n' Roll is Here to Pay:*

The History and Politics of the Music Industry. Chicago: Nelson-Hall.

Dannen, F. 1990. *Hit Men: Power Brokers and Fast Money Inside the Music Business*. New York: Times Books.

Lessig, L. 2002. *The Future of Ideas*. New York: Random House, Inc.

Fink, M. 1989. *Inside the Music Business*. New York: Schirmer Books.

Frith, S. and A. Goodwin, eds. 1990. *On Record*. New York: Pantheon Books.

Gelatt, R. 1977. *Fabulous Phonograph*. New York, Appleton-Century.

Sanjek, R. 1983. *From Print to Plastic: Publishing and Promoting America's Popular Music* (1900 - 1980). Brooklyn, NY: Institute for Studies in American Music.

Taylor, Timothy D. 1997. *Global Pop*. New York: Routledge.

Toll, R. 1982. *The Entertainment Machine*. Oxford: Oxford University Press.

行业贸易出版物以及其他资源

Billboard Magazine
Billboard Rock Monitor
Gavin Report
Music Yellow Pages
Radio and Records
Recording Industry Association of America
Variety

国会听证会、法院裁决以及其他相关资源的链接

Federal Trade Commission Report, "Marketing Violent Entertainment to Children": www. ftc. gov/reports/violence/vioreport. pdf

联邦贸易委员会新闻发布："Record Companies Settle FTC Charges of Restraining Competition in CD Music Market." 跟随该页链接，

获取更多该案例的相关信息资源：www. ftc. gov/opa/2000/05/cdpres. htm

联邦贸易委员会信息网站/音乐产业反托拉斯诉讼裁决。跟随该页上多个链接：www. musiccdsettlement. com/english/default. htm。

媒体渠道计划——一家非营利公共利益法律公司，提供大量关于媒体资源的有用链接：www. mediaaccess. org/web/。

公共知识——关于媒体、科技和信息的相关链接：www. publicknowledge. org/。

U. S. Representative Cannon 介绍《音乐在线竞争法案》。在该页查询有用的相关信息：www. house. gov/cannon/press2001/aug03. htm。

第8章　电信业

——詹姆斯·麦康瑙希[①]
(James McConnaughey)

21世纪初期，电信业可谓美国最重要的行业。一位联邦通信委员会的官员最近证实，“通信业占据了我国国民经济的六分之一——无论是从社会、文化还是从政治角度考虑，我认为毫无疑问通信业在任何地域都是最强大、最有影响力的行业。”[②]无线、网络协议（IP）和光纤技术正在不断满足美国人对于高速互联网——宽带服务的如饥似渴的需求。总体来看，没有任何一个主权国家的电信业规模能够超过拥有9 230亿美元市场份额的美国电信业。

---

① 本章仅为作者观点，并不代表商务部。本章写作大大受益于我之前的合作者，New Hampshire's Whittemore 大学商学院的经济学荣誉退休教授 Manley R. Irwin，以及已故的 Walter Adams 的学生。

② 此为2007年3月14日FCC委员 Michael J. Copps 在美国白宫能源及商务委员会、电信及互联网小组委员会、联邦通信委员会的监督听证会（Hearing on Oversight of the Federal Communications Commission）面前的声明。

在电信业内，带宽起着至关重要的作用。带宽测度的是通信工具将声音、数据、影像、文本传送到终端用户的传输容量。最主要的是，美国正处在由破坏性技术带来的带宽横流的痛苦挣扎中。在一个市场中，带宽非常充足以至于容量过剩，进而导致传送价格陡降。在另一个市场中，尽管科技漩涡和其他的供应源在附近旋动的势头越来越强，传统的带宽不足依旧存留。前者是美国的长途市场，后者是美国的本地电话市场。①

每一个市场的特征有显著不同。长途市场相对开放，吸引新企业进入，处于一种摆脱政府管制的环境中。长途设备的创新和带宽发展速度非常迅猛。相反地，本地电话市场仍然由享有垄断地位的公司主宰，市场竞争严重萎缩，新公司的进入偶有发生，政府管制依旧存在。当今的本地电话市场依旧建立在 1 亿多条连接电话局交换机和客户家庭、办公室的古老铜质双股线上。但是变革的洪流正在涌现。

本地电话市场在今天的经济生活中开始成为电信业发展的瓶颈，而且引起了国会管制机构和互联网用户的注意。本地电话垄断是目前政策应予以最优先考虑的事情，这点可由下列问题说明：美国如何能促进高集中度市场中的竞争？公共政策如何才能引导对电话市场的投资，以适应公众对电信业的明显得不到满足的需求？在本地电话市场中，哪个部分应允许竞争：电话线销售商、设备供应商、长途电话营运商、电缆电视公司、电力公司、无线电运营商、航天硬件供应商，还是网络服务供应商？

当前寻找铜线替代品的要求是依据技术的需要，还是本地电话具有趋向自然垄断的性质？如果是这样，本地电话需要更多的还是更少的管理监督？如果需要更多的监督，哪级政府机构应该拥有这种权力——县政府、地区政府、州政府还是美国政府？公众如何能解决州和联邦政府机构之间不可避免的司法冲突？

在最后的分析中，通讯能力不仅是一个量多量少的问题，而且是一个经济激励问题。什么样的制度安排能最好地将未来的电子产品和服务送到公司和消费者那里——竞争性市场、管制市场，还是两者的混合？无论选择什么，政策选择必将构建 21 世纪的在线经济。但这里

① Telecommunications Industry Association, "TIA Report: Boardband Demand Drives Highest Telecom Industry Growth," Press Release, January 25, 2007。欧盟的电信部门估值达 1 万亿美元。

首先要问的是，美国从其电信业的历史中继承了什么？

Ⅰ. 历　史

在过去的 130 年间，电信业大致经历了四个阶段。这些阶段包括：垄断（1876—1894 年）、竞争/管制（1894—1920 年）、垄断/管制/反托拉斯（1920—1956 年）和反托拉斯/解体（1956 年—现在）。

垄　断

考虑第一个阶段：垄断（1876—1894 年）。同年的同一日提出两项电话专利在经济史上是独一无二的事情。[①] 现在看来，亚历山大·格雷厄姆·贝尔（Alexander Graham Bell）的专利战胜了伊莱沙·格雷（Elisha Gray）的。拥有这项有价值的专利产权的波士顿贝尔专利协会表示愿意将这项专利卖给国内最大的通讯公司——西部联盟电报公司（Western Union Telegraph Company）。但西部联盟的管理层认为索取的 100 000 美元的价格太高，从而拒绝了这项专利。今天公司史学者普遍认为西部联盟电报公司犯了一个决策错误。

为获得回报，贝尔专利协会被迫自己向公众提供电话服务。服务开始于马萨诸塞州的波士顿，协会在独立的地区市场分配特许专销权，特别是在人口稠密的城市。1878 年，专利协会从美国邮政服务业中雇用了一位年轻的经理——西奥多·韦尔（Theodore Vail），他接受了低一半的薪水，挑起了将电话专利转变成一种可行的商业事业的重任。

西部联盟意识到自身的错误，就让托马斯·爱迪生（Thomas Edison）实验室开发一种竞争性的电话设备。西部联盟电报公司随之成立了电话附属公司——家用电话公司（Home Telephone Company）。但韦尔并未被他的投资 5 000 万美元的竞争对手吓住，事实上，他发起了反击，控告西部联盟侵犯了其专利。韦尔不仅以专利诉讼相威胁，而且发誓贝尔将进入电报市场。老鼠咆哮，狮子眨眼。西部联盟同意退出语音通讯市场，并将经营的附属公司卖给贝尔。作为回报，韦尔宣

① 这种情况甚至比我们所想的更加非凡。最近的报道称一个德国的科学老师在 1863 年贝尔博士发明电话前 13 年就已经发明了一个不成熟的但能够运转的“telephon”。“Telephone's Real Inventor in Doubt,” *Discovery News* (December 9, 2003)。dsc. discovery. com/news/briefs/2003208/bell _ print. html。Accessed May 7, 2004。

布放弃提供电报服务的任何计划。历史学家将1879年的联合协议称为电话史上的“基本宪法”。

在接下来的6年中，韦尔为贝尔系统奠定了基础。他将经销专卖权分发给了求之若渴的电话公司。贝尔在每个电话公司中持有股份，而每个公司都盈利了。在1881年，韦尔收购了一家向西部联盟提供电报设备的制造商——西部电气公司（Western Electric Company），并授予其在贝尔专利下制造电话设备的许可证。然后在1885年，韦尔建立了一家将长途电话与贝尔的本地电话连接起来的公司——新美国贝尔电话公司（New American Bell Telephone Company），它将本地电话和长途电话服务提供给顾客，或用电话专业术语说，提供给它的用户。由于不完全清楚的原因，韦尔在19世纪80年代晚期离开了公司。那时，美国贝尔公司已经公开上市，股票表现良好。而韦尔则成为了一个有钱人，但他没有止步。他成为一个四处出击的资本家——在欧洲和南美洲开办公共运输和电力公司，而且用他持有的电话股票在多特蒙德购买了一栋退休别墅。

贝尔专利在1894年到期。尽管市场进入成为当时的正常情况，但公司的结构仍定位于对付竞争。公司在水平方向上实现一体化，纵向上垂直捆绑长途电话和本地电话服务，并且将电话服务和电话设备制造垂直联系在一起。公司的策略和实践也是正确的。一方面，公司不售卖贝尔的电话设备，更确切地说，用户租用基本的电话服务（过去，贝尔总部不允许单个贝尔附属公司拥有电话机的所有权）。贝尔拒绝竞争性电话公司使用它的长途电话线。美国贝尔公司采取这种策略的结果是非贝尔公司的顾客需要两台电话，一台用于本地通话，一台用于长途通话。为了省钱，用户可以租用贝尔的可同时用于拨打本地电话和长途电话的设备。独立电话公司被一个接一个地卖给贝尔公司。

竞争/管制

贝尔专利到期助长了独立电话公司或非贝尔电话公司的发展——尤其在美国的农村地区，专利到期也导致了制造市场中独立的或非西部电气公司供应商的发展。这样，一个电话竞争的时代开始了。结果是：电话价格下降、电话使用增长，而且生产率上升。到了世纪之交，贝尔——现在叫做美国电话电报公司（AT&T）——发现它在美国电话服务业中的市场份额下降到大约50%。到了20世纪早期，J. P. 摩根公司（J. P. Morgan）持有AT&T的股份超过了在多特蒙德别墅享

受天伦之乐的西奥多·韦尔的股份，从而取得了AT&T的领导权。但是，韦尔的功绩再次被证实是不可磨灭的。他制定了一套任人唯贤的人事制度，削减成本，提高服务质量，将长途电话设备推广到西部海岸，并收购了他的老对手——西部联盟电报公司。事实上，韦尔将西部联盟变成了一个有活力的盈利机构。在韦尔的领导下，AT&T继续收购独立的电话公司，不让本地电话竞争者进入长途电话市场，并将电话设备出租给——而不是卖给——用户，并且几乎只从西部电气贝尔运营公司购买设备。

韦尔还有预测未来的天赋。他意识到电话机、电话局交换机和传输电话线都有竞争性替代品，马可尼式的真空无线电报尤其对AT&T在电话线和电缆上的投资构成了威胁。到了1910年，韦尔已开始了AT&T的研究活动，为其后来发展为世界著名的私人实验室——贝尔实验室打下了基础。①

对在世纪末被称做大企业“托拉斯”，韦尔意识到这即使不含有敌意，至少也反映了公众的倾向。美国政府推动的拆分美国烟草公司（American Tobacco Co.）和标准石油公司（Standard Oil Companies）的阴影笼罩了各个公司，因此当AT&T因收购西部联盟电报公司而受到政府质询时，韦尔接受了政府的忠告，出售了贝尔对该公司的所有权。然而，韦尔依然相信电话业的竞争难以扩大。他坚持认为，电话业具有“自然”垄断的特性。

欧洲对自然垄断的反应——国有化——显得非常直接，而韦尔知道伍德罗·威尔逊政府下的美国邮政服务对AT&T垂涎三尺。对此，韦尔说，私人垄断和国家垄断的区别微乎其微。在他看来，两者都难以被消费者理解。韦尔认为对自然垄断的反应是管制、政府监督和一个公共监督者——如州际商务委员会（ICC）在交通方面的所为。

在贝尔电话公司的游说下，国会于1910年修改了《州际商务委员会法》，将州际商务委员会的管辖权扩大到州际电话服务。贝尔系统支持立法将州际委员会的监督扩大到电话服务和设备上。公众和垄断者在寻求将“普遍电话服务”推广到一般大众方面找到了共同语言。

事实上需要指出的是，受欢迎的政府管制在20世纪初期被公司完全视为异端。不过，韦尔坚持认为，政府委员会同评判委员会一样，

---

① John Brooks, *Telephone: The First Hundred Years* (New York: Harper and Row, 1975), 129.

将监控 AT&T 的服务、价格、投资和收入。韦尔说他的公司必须说出自身的真实情况，否则其他某个公司会这样做。[①] 但是政府的管制带来了意外的收获，它使得电话垄断公司免于反托拉斯的威胁，结果是 AT&T 日后成为美国历史上最大的公司。

垄断/管制/反托拉斯

美国的电话业在随后的 40 年中持续成长和繁荣。在 20 世纪 20 年代，AT&T 将西部电气公司和 AT&T 的研究开发工作合并成一个单一的研究实体，即贝尔电话实验室。AT&T 还进入了无线电广播业，用电话线将公司的无线电网络连接起来，向西达到内布拉斯加州。然后，贝尔系统退出广播业，并在 20 世纪 20 年代中期将它的广播机构卖给了美国无线电公司。西部电气为集中提供贝尔公司所需的国内设备而将其欧洲机构廉价出售给国际电话电报公司（ITT）。AT&T 不仅在大萧条中幸免于难，而且继续实行 9 美元的红利分配。由于收入如此可靠，以至于公司的股票被视为寡妇和孤儿都可以进行的风险最低的投资。

富兰克林·D·罗斯福政府成立了一系列新机构，即联邦动力委员会（FPC）、美国证券交易委员会（SEC）、美国民用航空局（CAB）和联邦通信委员会（FCC）。1934 年联邦通信委员会取代了州际商务委员会，被指派实行州际电话监管。委员会的首次重要调查是针对 AT&T 对电话设备买者和卖者的控制。委员会质问道，这些内部交易符合电话消费者的利益吗？AT&T 显然说符合；但委员会的特别工作组却不能肯定。特别工作组建议联邦通信委员会寻求对西部电气的销售、定价和收入的管辖权。即使对于新政来说，这个建议也太过激进，因而在 1939 年被放弃。那时，另一场战争的乌云已到达欧洲上空。在美国，对外政策取代了国内问题成为焦点。

珍珠港事件迫使美国参战，而美国电话电报公司、贝尔电话实验室和西部电气公司为国防做出了重要贡献。到 1946 年战争结束，联邦通信委员会致力于战后发展，将一种新传播方式——电视带入家庭。

然后，在 1949 年，另一起反托拉斯诉讼拉开帷幕。司法部控告 AT&T 对其子公司（西部电气公司）的所有权侵犯了《谢尔曼反托拉

① John Brooks, *Telephone: The First Hundred Years* (New York: Harper and Row, 1975), 143.

斯法案》（Sherman Antitrust Law）的第一部分（垄断）。在 1956 年，艾森豪威尔政府通过了原告和被告都同意的判决，诉讼得以结束。AT&T 同意向所有用户公布它的专利组合，并将其经营限制在受管制的电话服务上。在此协议下，西部电气公司仍将是贝尔系统的一部分。然而，判决并非无争议。政府宣称获得胜利，而 AT&T 的反应有点沉闷。但从贝尔的前景看，韦尔的结构得到保留。私人垄断和管制再次达成妥协。

反垄断/解体/撤销管制

接下来的 28 年，贝尔系统同样混乱。首先，联邦层次上的管制开始对 AT&T 的结构和策略的潜在前提提出质疑。更糟的是，AT&T 发现自己陷入了政府反托拉斯和公用事业管制的交叉火力中。电话业中的市场进入明显打破了自然垄断，其始作俑者正是经常被法院保护的联邦通信委员会（FCC）。

这不过是第一步。到了 20 世纪 70 年代，联邦通信委员会宣布用户可以将他们自己的电话设备连接到贝尔系统的电话线上，新公司可以进入私人州际长途电话市场，卫星公司可在美国国内经营，公司可以租用和转租贝尔的电话线路给终端用户。

这些决策打破了过去的界限，遭到 AT&T 和州公用事业委员会（PUCs）的强烈反对。AT&T 抗议说，市场进入会阻碍规模经济，调高电话成本，降低服务质量，危及世界上最好的通信系统的完整性。AT&T 将它的诉讼提交给国会，倡议实行《消费者通信改革法》。这部法规一旦通过，将准许电话合并，禁止市场进入，封锁竞争性替代品，并将逆转联邦通信委员会的竞争政策。AT&T 的立法努力以失败告终。

AT&T 对市场进入的反应还有一种未预料到的影响：它引起了私人反托拉斯行为。不久，许多公司向法庭提出控告。在 1974 年 11 月，司法部提出一项反托拉斯控告，指控 AT&T 阻碍电话服务供应商进入市场，防止电话设备制造商将产品卖给贝尔运营公司，制止竞争者的私人线路交换机（PBX）与贝尔的线路连接，从而妨碍 AT&T 的长途电话竞争者使用本地线路。司法部的立场与这些控告者是一致的，它寻求水平上和垂直上拆分 AT&T，拆分贝尔系统遵循分解标准石油公司的惯例。尽管贝尔系统找到国防部这个盟友，但里根总统的司法部长坚持认为，AT&T 已经操纵了市场以使它的电话垄断永存。也许更糟糕的是，这次诉讼动摇了 AT&T 认为的公用事业管制者可以超越国

家反托拉斯法律的信念。事实上，AT&T 认为，公司应受 50 个州委员会的监控，而且它的行为和价格应得到那些管制机构的批准和赞同。司法部长助理巴克斯特（Baxter）正式发表讲话说他将“密切关注”此案件。政府在华盛顿特区地方法院提出了诉讼草案，在原告的诉讼草案陈述结束后，AT&T 请求结束诉讼。但法官哈罗德·格林（Harold Greene）认为司法部的诉讼草案并无缺陷——即 AT&T 可能已违反了国家的反托拉斯法。

在 1982 年 1 月，双方达成一项历史性的协议。AT&T 同意剥离它的 23 个贝尔运营公司，并重组为 7 个独立的地区贝尔运营公司（RBOC）：美国纽约电话公司（NYNEX）、亚特兰大贝尔公司、南贝尔公司、亚美达科公司、太平洋电话公司（Pacific Telesis）、西南贝尔公司和美国西部贝尔公司（US West）。运营公司按地理区域重建，并将其活动限制在本地电话、州内电话服务上。AT&T 保留西部电气和贝尔实验室，并继续向公众提供州际长途电话服务。此协议于 1984 年 1 月生效。AT&T 将对本地电话公司——地区贝尔运营公司——用于本地电话设备（用专业术语说即“回路”）的费用进行偿付。作为熟知的“接入收费”，收取的费用会确保将本地电话服务提供给一般大众。不同的是，普遍服务资助体系要求商业用户资助居民用户、城市用户补贴农村用户的话费。本质上是竞争性长途市场中的用户在补贴非竞争性本地市场中的消费者。

电信业的第四个阶段经历了在线计算机的发展。作为第二次世界大战的产物，计算机被设计用来帮助军队中的炮兵模拟出大炮的发射轨迹。与话音或模拟信号不一样，计算机发出经电话线传输的数字信号。到了 20 世纪 50 年代，计算机开始被应用于商业领域，如工资名单、应收款项及销售数据的生成。后来，洲际导弹推动了美国早期横跨北极的预警系统的发展。雷达盘扫描天空来捕捉入侵者，然后将信息储存到电脑中，并通过电话线将信号转播到美国。数字信号被调制后通过电话线传输，然后在美国的空军总部解码。国家的防务需要衍生的调制解调器部件作为传输数字信号的设备。由于 AT&T 的网络被认为是半自动地面防空预警系统，因此其收费价格顺利获得了联邦通信委员会的批准。

热核导弹提高了易于破坏本土电话线路的电磁爆炸的可能性，国防部着手进行研究以解决潜在的威胁。保罗·巴兰（Paul Baran）博士是兰德公司的科学家，他建议将二进制信号编制成借助许多不同的电

话线路通过计算机传输的信息包。[①] 信息在接收机终端还原，信息包交换被设计用于数字传输。在 20 世纪 60 年代，远程用户可以使用大型计算机的运算和存储设备。在国防部的资助下，终端为计算机提供了分布式信息处理的可能性，这种方式与电力设备完全不同。

在 20 世纪 60 年代中期，一份联邦通信委员会判决的摘要质询道：美国的模拟电话系统能否适应即将到来的数字通信的需要？电话费用和相关政策会与发展中的在线电脑保持一致吗？电话公司的投资是否反映了数字世界的需要？[②] 电话业就联邦通信委员会对计算机业的质询所作的回答是令人心安的：在产业管制、投资、定价或用户政策上，计算机业不需要根本性的变化。[③] 只有一个例外是：用户可借助电话公司提供的调制解调器使计算机连接到电话线上。

技术的快速发展迫使公共政策制定者忙碌起来。技术变化使得联邦通信委员会对最初的“第一代计算机”（1970 年）和“第二代计算机”（20 世纪 80 年代早期）的调查变得过时了。“第三代计算机”的调查（一般指 20 世纪 80 年代晚期和 AT&T 解体后的时期）依然存在，但不断变化以适应新的技术、政治和法律环境。要想在不受管制的计算机和受管制的电话服务之间划出“明显的界限”，结果是令人失望的，因为委员会不断寻找管制和市场力量的最佳搭配。

在 20 世纪 80 年代，当 IBM 和其他供应商进入个人电脑市场后，诞生于加利福尼亚州一个车间里的个人电脑获得了相应地位。如果说 20 世纪 80 年代宣告了个人电脑时代，那么 20 世纪 90 年代则成为互联网时代。国防部的高级研究规划署的网络通过铜线将大学里的计算机连接起来。现在，图形用户界面（图标和图形信号）的引入需要更大的带宽——超过本地电话线路 56 千比特的单位容量。[④] 铜线开始限制了计算机的访问速度。

---

① Wilson Dizard, *MegaNet: How the Global Communications Network Will Connect Everyone on Earth* (Boulder, CO: Westview Press, 1997), 146.

② Before the Federal Communications Commission, Docket No. 16979, In the Matter of Regulatory and Policy Problems Presented by the Interdependence of Computer and Communication Services and Facilities, Notice of Inquiry, November 10, 1966.

③ Stuart Matheson and Philip Walker, *Computers and Telecommunications: Issues in Public Policy* (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 1970), 153; Appendix C, 242 - 243.

④ Comments of Philip J. Sirlin, Schroder & Co., in “Cable Industry,” *Wall Street Transcript* (March 1, 1999): 8.

20世纪90年代，计算机和网络协议是远程光纤网络背后的驱动力。随着网速被证明受到铜线容量的限制，本地电话线成了最重要的公共政策发布渠道。议会通过了1996年的《电信法》，以尝试解决当地线路拥挤的问题。[①] 如果竞争被引入当地电话市场，法案将确保地区贝尔运营公司进入远程市场。

该法规是使电信业由垄断向竞争市场转移的一种里程碑式的努力。在法案施行之前，一些州已经为被称作竞争性本地交换运营商（CLECs）的加盟者创立了出租协议，以提供以低批发价与现任载体网络的相互连接。在这一方面，联邦通信委员会已经为与现任载体的信息服务附属品有相同条款的非附属数据载体引入了非捆扎的本地网络协议（相对有效的相互连接和开放的网络格局）。司法部门和地区贝尔美国科技的部门签订了一个赔偿协议，作为为竞争对手提供网络空间的回报，后者将被允许进入远程市场。尽管这些手段被证明在短期内是收效甚微的，但它们却为新法案的本地竞争条款奠定了基础。[②]

未来的几年见证了摆脱束缚的远程市场和以本地电话市场为目标的政策转变，从根本上改变了电信业的结构。

Ⅱ. 市场结构

市场结构包括长途电话和本地电话市场中的需求、供给和进入壁垒等因素。

作为一种引致需求，美国电信用户每年的消费额约为2 930亿美元。在该总额中，本地交易收入占1 220亿美元，长途电话占近640亿美元。[③] 代表本地和长途相结合的无线电话服务的收入达1 070亿美元，自20世纪90年代末以来扩大了两倍以上，实现了名副其实的技术变革。[④] 语音和数据业务的划分意味着买者品味和偏好的改变。语音业务

---

① Dick W. Olufs, *The Making of Telecommunications Policy* (Boulder, CO: Lynne Rienner, 1999), 135.

② 对这些公共政策的实施和其他已经为本地竞争铺路的政策的良性讨论，详见 Jonathan Nuechterlein and Philip Weiser, *Digital Crossroads: American Telecommunications Policy in the Internet Age* (Cambridge, MA: MIT press, 2005), 66-68。

③ FCC, Trends in Telephone Service, February 2007, Table 15.1, 2005 data (preliminary).

④ Ibid.

以一位数在增长，对非语音或数据业务的需求每年大约增长 200%；作为数据业务的一个部分，对互联网的需求估计每年增长 500%。[①] 可从下面看出互联网宣告了一个新时代的开始：

● 80%的互联网业务由公司间的电子商务推动。

● 英特尔公司宣布，现在它的微处理器在线销售额每月达到 10 亿美元。

● 思科（Cisco）（网络转换器和路由器）估计，其销售额的 80%由网络推动。

● 戴尔电脑（个人电脑）观察到其一半的个人电脑销售在互联网上进行。

● 通用电气的网络将采购周期缩短一半，并把制造成本降低了 1/3。

● 亚马逊（书籍、音乐、家庭用品）的网上销售额每年增长 33%，现在年收入超过了 50 亿美元。

● 1998 年，13%的网络用户在网上存款或支付账单；到 2005 年，这一数字已经增长到了 41%。

● 美国电子商务零售额激增，2006 年年底的总收入比上一年总收入高出 1/4。

电子商务（e-commerce）开始成为一种普通模式。首先，一家公司利用互联网增加顾客的购买渠道，并节约成本。为保障最早进入者的优势，公司重新评估其价值链并外包了高成本业务。公司的供应商不再被视作竞争对手，供应商将电脑与顾客数据库关联起来，加快了对顾客需求的反馈速度。一些电子商务公司要求在终端装配线上供应商的操作要控制在 15 分钟之内。更大额的交易以更低价的形式递送到客户手中。

通过提供便捷的销售渠道，互联网使一个公司可以放弃传统的市场营销或销售渠道。例如，银行经营在线金融交易，能避免在“砖块和水泥”上的投资。在线经纪服务现在对传统的投资机构构成了挑战；一项在线 MBA 项目可让传统大学教室之外的学生受到教育。地理位置不再起保护或隔离作用。

网络使得一家公司能够缩短对消费者品味变化做出反应的时间。

---

① Reinhardt Krause, “Web Weaving Its Way through Telecom Industry,” *Investor's Business Daily* (June 9, 1999): A4.

例如，福特汽车公司用网络连接全世界的120种发动机设计，实现了24小时的设计周期。[①] 丰田汽车声称它能在5天内将订制汽车交给顾客。一旦一家公司享有一种互联网上的竞争优势，竞争对手就肯定会跟进。竞争者们的选择很少，不能进入网络可能对自己伤害很大。在一种在线环境中，名词变成副词——例如“谷歌在线”或“雅虎在线”。[②]

电子商务带来了加速变化的环境，这点可从通用首席执行官（CEO）杰克·韦尔奇先生的结论中看出。他说，互联网标志着“我一生中商业上最大的变化”。[③] 英特尔的董事长补充说“所有的公司将是网络公司，否则它们就不是公司”。[④] 市场压力推动了电子商务在美国和全世界的应用。据估计2005年80%以上的全球带宽需求量来自于互联网交易。[⑤] 如今带宽构成了新的范例。

供　给

长途电话的市场份额　近年来美国长途电话市场经历了翻天覆地的变化。从结构上看，业内有几家公司占据了主要的市场份额，其他份额由数百家供应商分享。大概的市场份额如表8—1所示（基于2005年长途电话运营公司的收入）。

业务让人眼花缭乱并且多变。西奥多·韦尔的努力成果，AT&T，主宰了长途电话市场数十年，最早追溯到曾经的贝尔系统解体之后。1995年，公司以占据电话市场份额的四分之三为荣。但十年后，沮丧的AT&T只占据18%的市场份额。[⑥] 从1963年开始，微波通信公司（MCI）为进入市场奋斗了6年。随后它发展起来，但1997年被世界通

---

① Ira Brudsky, “The Case against Making Money the Old Fashioned Way,” *Network World*, 3 May 1999, 47.

② “Internet Anxiety,” *Business Week*, 28 June 1999, 86; Tim Burt, “Ford to Farm Out Key Final Assembly Jobs to Contractor,” *Financial Times*, 4 August 1999, 1.

③ Matt Murray, “GE Now Views Internet as Crucial to New Growth,” *Wall Street Journal*, 23 June 1999, 15.

④ Matthew Benjamin, “Surf's Up: International Network Services Prepares to Ride Data Traffic Tidal Water,” *Investor's Business Daily*, 29 June 1999, A9.

⑤ 见 Sylvia Dennis, “Ovum Analyzes Global Telecoms and IP Markets,” December 30, 1999, www. findarticles. com/p/articles/mi _ m0NEW/is _ 1999 _ Dec _ 30/ai _ 58464673, Newsbytes News Network; and Thomas Bonnett, *Telewars in the States: Telecommunications Issues in a New Era of Competition* (Washington, D. C.: Council of Governors Policies Advisor, 1996), 19。

⑥ FCC, Trends, Table 9. 5.

信公司（简称世通公司）以 200 亿美元收购。世界通信公司因被不正规的会计制度和其他错误的管理围困而卷入破产，但凭借 MCI 获得重生，经过认证并清偿了 350 亿美元的负债。2005 年，Verizon 用 85 亿美元买下了 MCI。[①] 斯普因特（Sprint）公司是一家中西部地区的公司，曾以推广光纤传输而闻名，并经营过一种长途电话业务，但现在正满腔热情地转移到无线通信领域，而将本地有线业务分拆给一个名为 Embarq 的新公司。[②] 微波世界通信公司，以高于南贝尔公司的出价宣告其收购斯普因特公司的打算，但 2000 年却被持怀疑态度的司法部否决。日后，据报道起死回生的南贝尔公司以严肃的姿态向警惕的 AT&T 示好。[③] 最终两家公司合并，作为 SBC 的从属者，SBC 将该联盟命名为 AT&T。[④] 与此同时斯普因特公司发现了一个新的合作者——一个名为 Nextel 的成功的无线运营商。[⑤] 作为与小型有线供应商结合的团队，无线运营商最近几年突然闯入市场，2005 年吸引了大约四分之一的长途电话家庭。[⑥] 尽管没有官方统计数据，但由合并运营商搜集整理的长途电话市场新订单概况和它们的联合市场份额可如表 8—1 所示。新 AT&T 和重组的 Verizon 看上去占据了大约 60%的市场份额，一些小得多的有线和无线供应商排在其后。

表 8—1　　长途电话市场份额

AT&T	18.1%
SBC	15.9%
南贝尔公司	5.9%
Verizon	16.2%

① "MCI Ready for Post-WorldCom Life," *Washington Post* (November 1, 2003): E1; FCC, "FCC Approves SBC/AT&T and Verizon/MCI Mergers-Transactions Offer Significant Public Interest Benefits," October 31, 2005。SBC 以 160 亿美元收购 AT&T，Verizon 以 85 亿美元吸收 MCI。

② "Sprint Prepares to Cut the Cord," *Washington Post* (June 6, 2005), D1.

③ "Is BellSouth Just Window Shopping?" *Business Week* (November 5, 2001), 102; Shawn Young and Almar Latour, "BellSouth—AT&T Talks Face Hurdles," *Wall Street Journal* (October 27, 2003), www.online.wsj.com.

④ Ibid.; FCC, "FCC Approves Merger of AT&T Inc. and BellSouth Corporation," December 29, 2006; "SBC to Stick with the Storied AT&T Name," Associated Press, October 27, 2005.

⑤ FCC, "FCC Approves Merger of AT&T Inc. and BellSouth Corporation," December 29, 2006。AT&T 以 870 亿美元收购南贝尔公司。

⑥ FCC, Trends, Table 9.5.

MIC	7.7%
斯普因特公司	6.2%
Qwest	5.9%
其他（有线和无线供应商）	24.1%
总计	100.0%

注：AT&T、SBC和南贝尔公司合并组成了新AT&T；Verizon收购了MCI。

资料来源：Federal Communications Commission, Trends in Telephone Service, February 2007, Table 9.5 (2005 data).

长途电话的市场进入 长途电话市场尽管被归为松散的寡头卖方垄断，但也出现过许多公司同时投资于高速数据路由器、快速交换机和光纤链路的情形。

几年前已有六家公司（Qwest、Global Crossing、Frontier、Williams、IXC和Level 3）进入“中枢链路”长途电话市场，尽管近些年其中一些公司面临着财政困难。其他处于市场边缘的公司，包含航空业方面的公司，也都加入了该行列。甚至电力公司也在开发宽带电信服务。2004年，2 800多家公司把它们自己划归到美国长途电话运营商的行列。

这种进入模式意味着传统的市场壁垒可能不会再像数十年前那样坚不可摧。从传统意义上讲，规模经济已经被认为给长途电话服务的进入设置了障碍。显然地，随着新加盟者将现存运营公司的投资视作对宽带频率造成的障碍而不是推动力，这一限制已经消失。

当然，阻止一家公司进入市场的约束因素之一是现存公司的绝对规模。但是在美国的长途电话业中，市场份额和公司资产似乎都未曾阻碍市场进入。在20世纪，政府管制已经对市场进入构成了多年的障碍。但是当今对长途电话服务运营商的联邦管制已经宽松多了。

地区贝尔运营公司是一个值得注意的例外。1996年《电信法》的第271条规定，地区贝尔运营公司只要履行了一定的职责，就可以提供区域内的长途电话服务。这些要求包括签订遵守包含14项竞争条例的协议，例如不得对地区贝尔运营公司网络的访问采取歧视政策，杜绝限制竞争的捆绑销售。法案授权联邦通信委员会裁决申请者是否符合这些标准。地区贝尔运营公司已经被允许在当地市场提供长途电话服务，并可以对现存的长途电话运营商构成竞争。①

① FCC, Trends, Table 9-7.

另外，作为捆绑服务性无线通话计划的一部分，提供免费长途会话服务颇具吸引力，加之美国人开始使用 e-mail，已经对长途电话服务业的营业额构成了威胁，因此只得进一步削减主要基地，而该基地正是国家服务系统评估运营商所作经济贡献的依据。①

除了劳动力、资本和管理费用外，长途电话公司还承受了其他费用，即本地线路每分钟 4 美分的接入收费和给普遍服务基金的捐助，这项基金包括用于资助公立学校和图书馆购买电信产品以及支持城镇保健提供商上网的估计金额。在联邦通信委员的保护下，如今这些费用由州际运营公司和它们的客户来承担。

竞争性替代品如 IP（网络协议）电话服务，对交换式语音服务形成了一种迫在眉睫的替代选择。跟互联网相联后，一个节点上的计算机能将分组话音传输给另一台个人电脑。互联网服务提供商（ISP）像传输数据一样传输“话音”，1996 年《电信法》使互联网业务免于本地接入收费。很明显，电话用户被 IP 的成本节约所吸引。一家公司报告说它的新泽西和道拉斯办公室之间的月话费账单从 2 500 美元下降到“很少的钱”。② AT&T 实验室的领导将 IP 比作“小精灵”，认为这样下去它最终将吃掉一切。③

事实上，AT&T 和其他几家公司在 2003 年年末发布了“IP 声音（VOIP）”服务。VOIP 和其他基于互联网的服务的引进并未在联邦通信委员会那里被忽视：2003 年 12 月委员会主持了一个 VOIP 论坛，树立了进一步检验其对科技、市场、管理结构带来的挑战的里程碑。④

地区贝尔运营公司将 IP 技术视作威胁同时也是机遇。南贝尔和 QWEST（前美国西部贝尔）担心线圈工厂投资的财务问题，于是在 20 世纪 90 年代末对提供 IP 电话服务的互联网服务提供商征收本地接

---

① Federal Communications Commission, “FCC Updates Approach for Assessing Contributions to the Federall Universal Service Fund,” news release, June 21, 2006; and “Federal Communications Commission Adopts Inerim Measures to Maintain Universal Service Fund,” news release, December 13, 2002.

② James DeTar, “Hearing a Pin Drop in Cyberspace, Phone Carriers Use Internet More,” *Investor's Business Daily* (June 6, 1999): A6; “Telecommunications: Prognosis 1999,” *Business Week* (January 11, 1999): 99.

③ Peter Grant, and Almar Latour, “Battered Telecoms Face New Challenge: Internet Calling,” *Wall Street Journal* (October 9, 2003). www. online. wsj. com. Accessed April 14, 2004.

④ Federal Communications Commission, “FCC to Begin Internet Telephony Proceedings,” news release, November 6, 2003.

入费——这种收费意味着数以千计的互联网服务提供商已被归类为长途电话公司。①

近期，南贝尔公司宣布将首先在东南地区的商务贸易中有效利用一种 IP 电话技术的计划。② 另外，QWEST 的首席执行官对 2003 年法庭做出的禁止明尼苏达州的公用事业委员会管制服务提供商 Vonage 的 IP 供给的决议做出回应，宣称他的公司不久将进入该市场。他的理由是“这也许正是打破当今管制僵局的机会。”③ 与此同时，互联网服务提供商现在正通过派送私人电脑、撤销月租费或打出具有吸引力的低费用来拉拢客户。

本地电信 与长途电信不同，本地电话服务的市场进入壁垒依然难以克服。本地线路设备传统上具有自然垄断的倾向，而且很少有几个社区或城镇会容忍公司以服务的借口挖开街道。视自然垄断思想为公众利益的州委员们在历史上已设立了市场进入壁垒。在从普遍服务资助资金中分一杯羹前，打算提供本地电话服务的公司必须获得满足公众需要的许可证，而且必须具备合法的通讯载波设计方案，进入本地电话市场需要有一定的勇气。

限制本地竞争的另一个壁垒在于折旧问题。管制机构推断，延长设备经济周期（如外部线路）到 25 年会导致年折旧费降低。低折旧费可以降低消费者月话费单，但也扭曲了给予潜在进入者的价格和投资信号。

第三个壁垒来源于协调州和联邦管制机构间关系的政策。一段时间内，长途电话费用下降而本地电话费用上涨。州委员会要求长途电话用户提供捐助来补贴本地服务。在贝尔系统解体之前，长途电话补贴被归入复合成本缺口程序。贝尔系统解体后，长话补贴被替换成对使用本地运营商线路的长途电话用户征收的接入收费。结果发现本地成本高于本地价格——不足之数由长途补贴弥补。

近些年，联邦通信委员会采用了进行总体服务评估的规定，例如

---

① “Telecommunications: Prognosis 1999,” *Business Week* (January 11, 1999): 99.

② “Battered Telecoms Face New Challenge: Internet Calling,” Ibid.

③ “QWEST to Pursue VOIP Services; CEO Cites Regulatory Vacuum,” *TR Daily* (November 4, 2003). www. tr. com/newsletters/trd (available only with paid subscription). Accessed April 14, 2004。第八巡回上诉法院后来支持联邦通信委员会和下级法院取代国家监管机构。Roy Mark, “VOIP Still on FCC's Open Road,” March 21, 2007, www. internetnews. com/bus-news/print. php/3667111。

与接入费用相关的、更明确的并且对更多服务提供商适用的规定。联邦通信委员会、行业和国会充分地领会到，为了使快速增长的州际支持系统与新的竞争和技术变化相适应，还有许多工作要做。①

当今，三家贝尔运营公司运行着 15 000 个电路开关和 19 900 万个当地接入线路。地区贝尔运营公司拥有 1 750 亿美元的工厂投资，控制着美国 85%的地方线路。② 自从贝尔系统解体，地区贝尔运营公司本地服务总营业收入的市场份额保持相对稳定，但 AT&T 的长途电话份额急速下降（见图 8—1）。

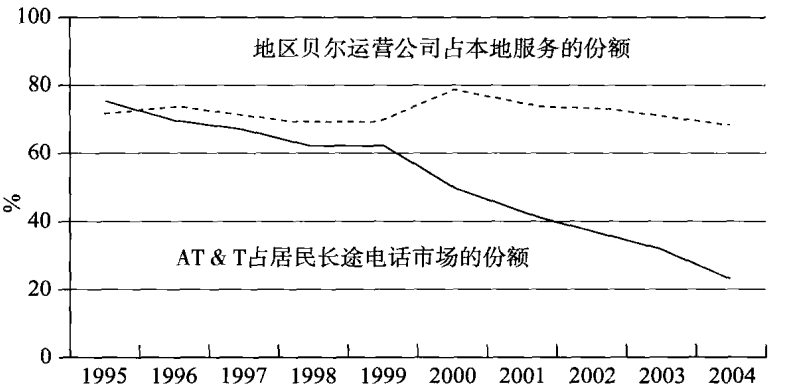


图 8—1　美国电话市场的份额

资料来源：作者的估算。

1996 年《电信法》引入了竞争性本地交换运营商的概念——CLECs——与地区贝尔运营公司和独立的本地交换运营商竞争，但竞争仍然不是很激烈。尽管竞争者的宽带供给使订购者放弃了接入第二股铜线，但地区贝尔运营公司的市场份额仍然不高。联邦通信委员会发现，在全国，像 CLECs 这类本地服务竞争者和零售商已从现存的本

① 例如，参见 Written Statement on Universal Service by FCC Chairman Michael K. Powell before the Senate Committee on Commerce, Science, and Transportation, October 30, 2003; and FCC Commissioner Jonathan Adelstein, before the Senate Energy and Commerce Committee, March 14, 2006。也可参见 "[House Telecom and Internet Subcommittee Chairman] Markey, Worried About USF Costs, Asks [FCC Chairman] Martin For Suggestions," *TR Daily*, April 2, 2007。

② Federal Communications Commission, Trends in Telephone Service, February 2007, Table 7.3; and FCC, Local Competition: Status as of June 30, 2006, Table 6; FCC, Statistics of Communications Common Carriers, November 7, 2005, Tables 1.1, 2.7.

地交换运营商手中夺取到仅 15.8%的本地服务收入。发展趋势令人鼓舞：在 1998 年，本地竞争者占本地服务收入的 3.5%，这意味着 2004 年的总额上升了四倍多。① 另一方面，布鲁金斯学会的罗伯特·克兰德尔（Robert Crandall）博士已得出结论，本地电话市场仍然较为集中，因为在许多州，州管制者成功地限制了州内市场的进入。②

不管进入过程多么不确定，竞争性本地交换运营商和互联网服务提供商已对本地通讯市场施加了影响，尤其是对高速互联网接入亦即宽带领域。竞争性本地交换运营商已引进了将带宽容量增加到是普通电话调制解调器容量 30 多倍的数字线路设备（DSL）；由有线电视公司提供的有线电缆调制解调器提供的宽带容量频繁地超过铜线的容量 70 多倍。其他线路替代品包括固定天线、卫星蝶形天线和第三代无线通讯设备（3G）。高空飞船市场梦想为声音、数据、影像传输创造悬浮平台。③ 最近，一个高频无线保真局域网（WiFi）已经赶上了在旅馆、飞机、饭店等“热门场所”使用手提电脑的客户及需要无线网络的机构，以扩大他们的线路容量。一个更吸引人的——更低成本、更高速度的——移动无线科技 WiMax 正在被斯普因特及实现其他 4G 突破的先驱者所推广。④ 尽管地区贝尔运营公司已经调低了 DSL 的价格并使市场份额取得了一定的扩大，但电缆调试解调器已经吸引了美国大约 45%的住户及商业宽带市场。⑤ 光纤技术正以一种对家庭而言更快速、更高价的选择出现。但是，竞争性替代品仍然不足以将本地电话转变成“竞争”市场。

今天，当国家进入电子商务时代时，本地电话线路仍旧是一个宽带瓶颈。当市场进入出现时，本地市场正变得更加集中。水平合并是其原因所在：例如，曾经被叫作亚特兰大贝尔公司的地区贝尔运营公司 Verizon 已经收购美国纽约电话公司和美国通用电信公司。西南贝尔

---

① FCC, Trends in Telephone Service, 2007, Table 8.7.

② Robert W. Crandall, “Managed Competition in U.S. Telecommunications,” working paper 99-1, AEI (Washington, D.C.: Brookings Joint Center for Regulatory Studies, March 1999), 15.

③ 参见 “About the Stratellite,” accessed April 9, 2007, at www.sanswire.com/stratellitecomparisons.html。

④ “Sprint Embraces WiMax,” Internetnews.com, August 8, 2006.

⑤ FCC, High-Speed Services for Internet Access: Status as of June 30, 2006, January 2007, Chart 2; “SBC Yahoo DSL Cuts Prices Again,” CNET News.com, September 30, 2003. www.news.com. Accessed April 14, 2004.

通信公司已收购太平洋电话公司、新英格兰电话公司、美国科技和现在的南贝尔公司（见表 8—2）。MCI 提供给斯普因特的 1 270 亿美元的巨额款项已经基本到位。[①] 当被问及贝尔公司的命运时，Qwest（前美国西部贝尔），一个分析师耸耸肩说道："已经一去不复返了。它被拍卖只是个时间问题。"[②]

表 8—2　　排名靠前的电信并购事件

宣布时间	被合并对象（国家）	收购公司（国家）	交易额（十亿美元）
2006 年 12 月 29 日	BellSouth（美国）	AT&T（美国）	86.00
2008 年 5 月 11 日	Ameritech（美国）	SBC Com.（美国）	72.36
1998 年 7 月 28 日	GTE（美国）	Bell Atlantic（美国）	71.32
1999 年 1 月 18 日	AirTouch Comm.（美国）	Vodafone Group（英国）	65.90
1999 年 6 月 14 日	US West（美国）	Qwest Comm.（美国）	48.48
1997 年 10 月 1 日	MCI Comm.（美国）	WorldCom（美国）	43.65
2004 年 2 月 17 日	AT&T Wireless（美国）	Cingular（美国）	41.00
1999 年 2 月 20 日	Telecom Italia（意大利）	Olivetti（意大利）	34.76
2004 年 12 月 15 日	Nextel（美国）	Sprint（美国）	35.0
1996 年 4 月 22 日	NYNEX（美国）	Bell Atlantic（美国）	30.79
1999 年 10 月 19 日	Orange（英国）	Mannesmann（德国）	30.00
1996 年 4 月 1 日	Pacific Telesis（美国）	SBC Comm.（美国）	22.42

资料来源：*Wall Street Journal*. 20 October 1999, A23. *New York Times*, 18 February 2004. Cl; IDG News service, 02 January 2007, www. networkworld. com/news/2007/123006-fcc-att-bellsouth. html.

正如 Verizon，AT&T 现在控制了美国 30%的本地网络存取线路。

① "Monopolies grow ever bigger: US telecom merger tops $100 billion mark," WSWS, October 7, 1999. www. wsws. org/articles/1999/oct1999/merg-o07 _ prn. shtml.

② Peter Svensson, "Proposed Telecom Merger Causes Ripples," Associated Press, March 7, 2006.

正如 AT&T 的经理人之一所说："我们热爱网络存取线路。"①

移动的/无线的电信业 与此同时，新兴的移动电话业已经发展成为竞争残酷的、死板的价格竞争以及技术配件市场，这也正是被近年来联盟规则允许的本地电话便携性所激发的。2003 年年底，客户第一次能够在转移到另一家无线服务供应商时保持他们现有的移动电话号码，并且能够将他们的传统固定电话号码转移到无线系统。一个学者将这些做法比作"血腥混乱，正如火上浇油"。② 当今的电信业部门结构以快速整合为主要特征。2003 年年底，共有六个主要的移动电话公司，占据了美国移动电话市场 80%以上的份额。到 2006 年年底，四家电信商主宰了市场（见表 8—3）。许多人认为该行业龙头企业的份额会进一步下降。③

表 8—3　最大的美国移动电话公司（截至第三季度的服务收入）

	收入（十亿美元）	市场份额（%）
Cingular*	8.66	29.8
Verizon Wireless	8.47	29.1
Sprint Nextel	8.23	28.3
T Mobile	3.72	12.8

* 在 2007 年 1 月 15 日改名为 AT&T。

资料来源：*Telebusillis* telebussillis，blogspot.com/2006/10/3q06-us-cellular-majors.html. Accessed April 6，2007；stockholder reports.

有趣的是，现存本地交易电信公司在市场中拥有较多的根据地。例如，AT&T 最近收购了排名第一的辛格乐（Cingular）；Verizon 是欧洲巨头沃达丰在 Verizon Wireless 51%的合作伙伴，列位第二；斯普因特电信缔造了 Sprint Nextel，排在第三。一个来自德国的本地交易电信公司 Deutsch Telekom 控制了列于第四位的 T Mobile。

这些公司发现它们正身处移动电话营业额迅速上涨、而本地语音业务正在瓦解的世界中。实际上，电信分析师认为美国无线服务业的

① Gauam Naik et al.，"Party Line：SBC and Ameritech Send Phone Industry Loud Wake-up Call，" *Wall Street Journal*（April 12，1998）：5.

② Matt Richtel，"Opening Pandora's Flip Phone：New Flexibility on Cell Numbers Creates Uncertainty，" *New York Times*（November 24，2003）：C1.

③ 例如，参见"Rumor：Deutsch Telekom to sell T-Mobile USA，" *T-Mobile Tracker*，July 3，2005. www.mobiletracker.net/archives/2005/07/03t-mobile-usa-for-sale. Accessed April 9，2007。

累计营业额在 2004—2008 年间的增长额将达到 1 080 亿美元，而传统有线服务业同期将下降 800 亿美元。[①] 一个形成强烈对比的事实是，20 年前座机渗透率稳定在 90%以上，而现如今无线用户的渗透率飞速上涨至 76%。[②] 实际上，2003 年无线服务业的花费第一次超过了长途支出。[③] 宽带也被期待在这段时间产生积极的效益，也许不会有太显著的扩张，但是却是防止无线网络被无线波拆换的关键。[④] 进一步地，许多观察员期待现存无线运营商的整合随着利润率的下降而出现，整合的小步舞曲已经开始了。[⑤] 所有这些的通配符是数据。例如，2006 年下半年的无线数据营业额达到了 87 亿美元，比 2005 年下半年的 48 亿美元增长了 82%。[⑥]

总而言之，美国电信业的市场结构保持二元化。长途市场不断有新生力量涌入；本地市场大多数运营商都保留着市场的主导地位。诸如移动电话和互联网这样的科技通配符及其使用者将会对未来的结果产生相当大的作用。

Ⅲ. 市场行为

长途电话

价格和非价格竞争均体现在长途电信市场中。由于长途市场中公司了解竞争对手的定价策略，所以所有运营公司的价格经过一段时间会趋于一致。一个运营公司实行的价格折扣总会受到竞争者的反击。例如，一家运营公司可能对周日电话打折，但竞争对手通过对整个周末电话打折而超出这个折扣。事实上，价格竞争如此激烈，以致运营

---

① "Bells Urged to Hike Wireless Exposure," *TR Daily* (November 25, 2003). www. tr. com/newsletters/trd (available only with paid subscription) . Accessed April 14, 2004.

② Federal Communications Commission, Trends in Telephone Service, Table 16. 1; and CTIA, "Wireless Quick Facts," www. ctia. org/advocacy/research/index. cfm/AID/103-23. Accessed March 16, 2007.

③ TIA online press release, March 8, 2004. www. tiaonline. org/business/media/press.

④ Ibid.

⑤ "Telecom Industry Abuzz on Merger Talks," *Atlanta Constitution-Journal* (January 15, 2004). www. ajc. com. Accessed April 14, 2004; "AT&T Wireless for Sale as Shakeout Starts," *New York Times* (January 21, 2004): C1.

⑥ CTIA，之前曾引述过。

商只有要求使用者拨打特殊号码以获得更低价格。当用户获知其中一些数字“商标”属于市场的一些主导公司时，他们也许会感到惊讶。[①]“不允许失败”看上去只是一个指导性的准则。谁能够预见到像 Penny-Talk 这样的公司会以美国国内通话一分钟一美分、全球通话两美分一分钟的价格崭露头角呢？[②]

价格竞争是能够通过由新长途供应商特别是依靠光学纤维传输的公司提供的单价看出来的标准运行程序。这里，价格通常不是由时间和距离决定的，而是能够反映出客户使用的宽带质量。新的压力主要表现在无线公司和本地电话公司提供无限或长时间长途通话服务。一个突然发迹的公司 Skype，已经宣称全球共有 800 万客户在高峰期同时用计算机进行通话，并宣布将在美国和加拿大以每年 30 美元的价格提供在互联网上与本地电话以及手机进行通话的服务。[③] 不断增长的 e-mail 使用也抑制了长途通话的需求和价格。许多人相信这样的通话已经轻而易举地获得了市场地位。[④]

长途市场也以非价格竞争为主。长途电话运营商鼓励品牌和客户忠诚度，并宣称线路质量与竞争对手不匹配。商人不断地将捆绑服务作为标准供应向它们的用户兜售，通常将本地和长途之间、拨号服务和有线电视之间曾经明确的界限模糊化。企业市场使得公司能够生成互联网宽带以供公司独家使用。一个公司租赁宽带并购买互联网路由器或交换机以保障国家最先进的数字网络。这样的将公司网址与雇员、客户以及企业供应商关联起来的链接，已经以一种竞争战略出现在产业相互渗透的市场中。

本地电信

本地电话公司控制了电信业重要的不动产——终端用户和中心局交换机之间的线路。在缺少竞争性替代品的情形下，本地运营商对本

---

① John J. Keller, “AT&T Prepares Campaign to Battle MCI’s ‘10－321’ Plan,” *Wall Street Journal* (April 8, 1998): B7.

② 呼叫连接的统一收费标准为 49 美分，此外每月的服务费为 99 美分。www. pennytalk. com. Accessed March 21, 2007.

③ Bruce Meyerson, “Phone, Cable Companies to Battle in 2007,” Associated Press, December 15, 2006; “Show Me the Money,” *CED Magazine*, December 15, 2006.

④ 例如，参见 “AT&T buy shows how far voice calling has fallen,” CNET News. com, February 2, 2005. Accessed at news. com. com/AT38T+buy+shows+how+far+voice+calling+has+fallen/2100－1037 _ 3－5559540. html。

地电话线路拥有最终定价决定权——当然要服从管制许可。每个长途电话都是在用户的本地线路上结束和开始，并且每个长途用户支付的都是每分钟几美分的费用。AT&T 的接入费支出每年总计 120 亿美元；从 1984 年起，AT&T 已付给地区贝尔运营公司大约 2 000 亿美元。

本地接入收费是否合理是有争议的。一方面，长途电话运营商争论说，地区贝尔运营公司的收费过高，远远超出成本；另一方面，地区贝尔运营公司坚持认为收费必须足够高，以确保所有人都能获得电话服务。虽然事实可能如此，但长途电话消费者每年向本地电话用户补助了 250 亿美元。

除了月服务价格外，本地交换运营商还向公司提供带宽服务。例如，一家本地运营商将提供高速的带宽为 T－1 的出租线路，每月收费在 1 000 美元到 3 000 美元之间。1996 年《电信法》企图给本地电信服务注入竞争。新竞争者不是分销地区贝尔运营公司的线路，就是将多路传输设备置于运营商中央局节点上。新竞争者以 18%的折扣率向批发商出租线路，并力图在零售层次上与地区贝尔运营公司竞争客户。为避免本地竞争者被视为没有信誉的机构，AT&T 和 MCI WorldCom，这两家主要的地区贝尔运营公司已尝试出租本地线路，并在基本电话业务上竞争。

AT&T 投资 40 亿美元力图进入本地电话业务行业，并获得 8 600 万美元的收入。但是，AT&T 的新任首席执行官中止了市场进入战略，并给出租线路下了“徒劳无益的工作”的定论。[①] MCI 作为一家竞争性本地交换运营商花费了 20 亿美元，然后承认以出租线路作为进入本地市场的手段是错误的。许多竞争性本地交换运营商承认它们容易遭受地区贝尔运营公司批发/零售上的财务压力，这种压力实际上妨碍了它们赢得顾客。仍然有一些竞争者联结得很紧密，尤其在它们能够将从贝尔公司廉价租赁的设备与各自的网络相结合的领域。[②]

另一种类型的竞争性本地交换运营商在本地电话上通过在地区贝尔运营公司的中央局内采用数字用户线路（DSL）设备，将地区贝尔运营公司线路出租给用户，向他们提供宽带接入。尽管经营数字用户线路的竞争性本地交换运营商已突破了一些市场界限，但它们也被地

① “New Boss, New Plan,” *Business Week*, 2 February 1998, 124.

② AT & T news release, September 8, 2003.

区贝尔运营公司定位于供应商和竞争者的双重角色。竞争性本地交换运营商指责地区贝尔运营公司采取各种各样的借口实行拖延政策，这些借口包括：中央局缺乏数字线路，必须对竞争性本地交换运营商的设备进行检查以确保安全，竞争性本地交换运营商的档案弄错了，或者竞争性本地交换运营商与地区贝尔运营公司所签合同的处罚条件限制了电信消费者。① 特别地，AT&T 宣称地区贝尔运营公司提供的线路中，80%被拖延。不仅如此，潜在的进入者宣称地区贝尔运营公司为它们自己的 DSL 设备提供足够的数字线路，而对其他本地电话运营竞争者说带宽不够。一些本地交换运营商抱怨说，当它们接触地区贝尔运营公司的客户时，地区贝尔公司迅速扩充数字线路设备，作为阻止竞争者进入的手段。

联邦电信委员会最近发布了一个有争议的标准，要求重新确认对地区贝尔运营公司的声音通信设备的网络捆绑条款，却删除了大多数与现存宽带网络相关的条款。近来的举措是由联邦电信委员会的主席宣布的，他称“在沙漠中迈出至关重要的步伐……大胆地促进宽带投资，”但是却被另一位联邦电信委员会的委员指责道“宽带政策丧失意识……只是用数码外衣对旧有的本地垄断系统进行了包装。”②一个上诉法院的裁决接踵而来，裁决认为以设备为基础的竞争带来的租金交换影响了监管机构的标准；在重新整修的本地电话市场运行需要毅力、财源和耐心。

在宽带基础设施上，互联网语音传输作为语音服务的新选择，发展势头迅猛。它有数个显著的优势：IP 设备更高效，费用比传统电路交换设备小得多。一个 IP 网络在公众服务和无线 911 急救服务方面也无需计费或被评估。它能够轻而易举地被寻求提供有线服务的有线公司所适应，并且视频通话和网络电话信息传输费用更少。

一个被叫做 IPv6 的新一代技术对互联网用户而言允许更大的容

---

① Henry Goldblatt, “The Real Target is your Dial Tone,” *Fortune*, 24 November 1997, 116; David Rohde, “RBOC Termination Penalties Challenger,” *Network World*, 10 May 1999, 39; Ronald Rosenberg, “AT&T's Armstrong Hits Bell Atlantic,” *Boston Globe*, 6 November 1998, C2; Nick Wingfield, “No Mercy: Covad Communications Needs the Bell's Cooperation to Thrive. It Says It Isn't Getting Much,” *Wall Street Journal*, 21 September 1998, R10.

② News releases of Chairman Michael K. Powell and Michael J. Copps, August 21, 2003, in the FCC's Triennial Review Order (CC Dockets 01-338, 96-98, 98-147). August 21, 2003.

量，有更高的安全性和更低的运行费用。[①] 然而也存在不足。尽管声音质量得到了明显的提升，但 VOIP 通话仍然不可靠，并且与传统模式相比尚未被认证。IP 仍然不能很好地为 E911 提供连接，并且经常在电力中断时无法使用（不像传统的电话服务）。

VOIP 对政策制定者提出了严峻的问题：本地连接费用的缺失大大影响了本地运营商的效益。能够利用电话线进行窃听的执法官员将不能使用当前版本的 IP 电话完成此项任务。因为互联网电话服务现在凌驾于传统电话和有线服务之上，只有传统电话网络是完整的，该任务才能够执行。联邦电信委员会最近第一次投票表决通过了统一的收费标准，废止 VOIP 预估的州际收益。[②] 但最近一个对处于领先地位的 VOIP 服务供应商 Vonage 不利的专利裁决，现在正威胁着公司向前发展，并且可能会搅乱市场中的其他公司。[③] 鉴于巨大的利害关系，毫无疑问，管理者就市场机制的正确融合及政府政策争辩不休。[④]

Ⅳ. 市场绩效

长途电话和本地业务中的市场绩效共同构成电信市场的绩效。

长途电话

尽管长途电话市场近似为一种供过于求的市场，但进入壁垒的削弱已对运营商价格、生产率、成本和创新产生了积极的影响。实际上，竞争是如此激烈，以至于长途业务正处于变为一种日用品的趋势之中。在这个市场中，价格战周期性地爆发。[⑤] 最近，长途电话平均收费固定

---

① National Telecommunications & Information Administration, Technical And Economic Assessment of Internet Protocol (IPv6), January 2006.

② Federal Communications Commission, "FCC Updates Approach for Assessing Contributions to the Federal Universal Service Fund," press release, June 21, 2006.

③ "Patent Ruling Impact: The Internet Phone Upstart Could Lose a Technology and a Future," washingtonpost.com, April 6, 2007: D01。

④ "Internet Telephone Challenges Social Contract," *New York Times* (January 5, 2004). www.nytimes.com. 2004 年 4 月 14 日访问。同样见 "Telecommunications: Strong Signals the Bad Times Are Over," *Business Week* (January 12, 2004): 100 - 101。

⑤ 例如，参见 Shawn Young, "A Price War Hits Internet Calling," *Wall Street Journal*, August 26, 2004: D1。

在每分钟 10 美分。一家运营商宣布在周末中的一天或多天的收费为每分钟 5 美分。作为对美国微波通信公司和斯普因特公司提出的非高峰期 5 美分收费方案的反应，美国电话电报公司针锋相对地实行任何时间均为 7 美分的费率。如今通话 1 分钟只需要支付 1 美分。① 实际上，美国的长途电话费率从 1984 年起已下降了 2/3。② 当然，下降的费率鼓励和刺激了电信的消费。在 1984 年，美国消费者打了 12 亿美元的长途电话。到 2004 年，一年长途电话的使用量已迅速上涨到 719 亿美元。③ 在相同时期，美国电话电报公司发现它的市场份额稳步下降，长途电话竞争提高了效率。美国电话电报公司将它收入的 22%用于日常开支上，但美国微波通信公司的日常开支更小，从而成为所有运营公司的基准。④ 新进入的长途电缆公司——传统和非传统的供应商，例如有线电视公司——则许诺公众能进一步节约成本。

竞争性进入加快了长途电话市场技术进步的步伐。在 20 世纪 80 年代，美国微波通信公司和斯普因特公司采用光纤，迫使美国电话电报公司取消了 90 亿美元的投资，并开始进行它自己的光纤投资项目。今天，新进入的光纤公司对长途电话的成本和价格造成持续不断的压力。一些行业分析家预测光纤成本不久将接近每分钟一美分。

这种趋势表明电话市场在传输过程中已经经历了极大的发展。事实上，生产力已经得到了突破：1975 年，一条光纤传输 8 000 条线路；到 1995 年，一条光纤能够容纳 1 500 000 条线路。⑤ 最近，新的多路传输技术已经将光纤容量提升了 16 倍。据经济顾问委员会提供的消息，一公里光纤电缆中传输一位数据的费用在 20 世纪 70 年代中期和 90 年代早期之间下降了三个数量级。生产效率的提升转换为下降的成本和价格，最终对经济增长做出了贡献。⑥

---

① www. Pennytalk. com.

② Peter J. Howe, "Breakup, then Buildup," Boston Globe, 6 June 1999, F7.

③ FCC, Statistics of Communications Common Carriers 2004/2005, Table 2. 5.

④ Seth Schiesel, "Long Distance Giants Report Solid Results for Quarter," *New York Times*, 30 July 1999, 14.

⑤ Michael King, "Too Long Distance," *Fortune* (March 15, 1995): 107.

⑥ President's Council of Economic Advisors (CEA), Progress: and Competition in U. S. Telecommunications 1993 - 1998, February 8, 1999, 35。发现远距离费用为每分钟 3～5 美分并不异常。并且，商务部最近将电信业和信息产业的高生产率和最近美国更一般的经济增长联系起来。Economics and Statistics Administration, Digital Economy 2003, Washington, D. C., December 2003。

长途电话运营商倾向于向传统语音线路转换技术提供 IP 设备的访问。再一次地，电信市场通过数据路由器和分组交换计算机（分组交换计算机的绩效计算遵循摩尔定律，摩尔定律认为微处理器生产效率每 18 个月增长一倍）获得了生产效率的提升。结果是 IP 设备的价格每年以 20%～30%的速度下降。一个研究发现，由以设备为基础的 VOIP 服务供应商引致的竞争在五年内也许会节省 1 000 亿美元以上的成本。[①] 这并没有被忽视：当思科最近宣称已装配了它的第 2 000 000 台 VOIP 电话的时候，我们注意到起初 1 000 000 台的装配花费了 3 年多的时间，但进一步装配到第 2 000 000 台花了不到一年的时间。[②]

几个美国电话运营商开始涉足无线技术和服务领域，无线服务价格正在下降：从 1992 年到 2006 年，本地平均月账单费用下降了 25% 以上，2006 年的总使用时间已达到了 2 万亿分钟。[③] 手机业现在正瞄准互联网市场，使用户在移动中就可以“网上冲浪”。许多人想知道芬兰是否会成为无线设备超越有线设备成为语音传输媒介的发源地。的确，隶属于联合国的国际电信联盟估计全世界有 12 亿固定电话线和 13 亿移动电话使用者。[④]

同时，竞争性本地交换运营商和无线运营商尝试绕过地区贝尔运营公司的本地电话线采用宽带接口。一些有线电视公司现在正提供长途、本地及互联网服务包，提出了一个具有颠覆性的概念——网络通话也许会成为一种“自由”货物。Verizon（FiOS）和 AT&T（U-verse）与光缆相竞争，在其服务包中还提供 100 多个电视频道。结果是：宽带已经超越拨号成为住户的接入选择模式。[⑤]

本地电信业

相反地，本地电话服务价格自 1984 年以来增长较为温和。本地价

---

① 见 NCTA，New economic study shows substantial economic benefits of facilities-based phone competition. September 21，2006. www. ncta. com。

② “Beyond the Bubble,” *The Economist* (October 11; 2003): 18.

③ CTIA semiannual wireless industry survey, Table 1, Chart 3. files. ctia. org/pdf/CITA _ Suvey _ Year _ End _ 2006 _ Graphics _ pdf.

④ “Beyond the Bubble,” 1 - 2.

⑤ 一份 J. D. Power 调查发现在 2006 年 56%的居民消费者订购了多频段服务，超过第一次拨打（44%）的用户。“High-Speed Internet Overtakes Dial-Up in Market Share,” *Broadband Access*, September 21, 2006, www. consumeraffairs. com/news04/2006/09/jd _ power _ high _ speed. html。

格没有遭遇急剧的价格下降，本地电话用户也没有从类似于长途电话市场的价格战中受益。的确，从 1997 年到 2005 年，消费者价格指数（CPI）中本地居民电话服务的年变化率从 1%变动到 5.5%，而同期州际长途价格下降了0.7%～11.2%。①

由电话用户支付的 250 亿美元接入费用稳定了本地市场的价格。地区贝尔运营公司的沉没投资仍然支配着它们的绩效。巨大的工厂和设备成本不利于地区贝尔运营公司快速转向使用例如 IP 的新技术；据估计现存本地运营商完全转换到 IP 方面需花上几年的时间。②

本地市场的进入仍然对地区贝尔运营公司的绩效产生了治疗性的影响。有线公司 Comcast、Time Warner、Cox 和其他公司吸引了2 770 万高速互联网客户——比 DSL 的总量高出三分之一——地区贝尔运营公司以一些成功的经历承受住了竞争压力：Verizon 和 AT&T 为吸引新用户，已经将基本宽带接入价格降到一个月 19.95 美元。③ 增加 DSL 用户的举措是对有线公司提供宽带接入与视频、电话服务相捆绑的服务的防御。意识到没有视频服务用来与有线业竞争，AT&T 和 Qwest 电信公司最近与 EchoStar's Dish Network 签署了合同，以将视频捆绑进它们的电话数据服务包。④ 另外，Verizon，其次是 AT&T 正在寻求通过用高容量光纤电缆替代铜线以超越有线公司。⑤

地区贝尔运营公司在全国提供无线通讯，并与长途运营商的分支机构竞争。尽管美国的无线费率已降低，但每分钟 40 美分的话费还是与加拿大多伦多每分钟 8 美分的价格形成鲜明对比。⑥ 费率的差异再次说明产业的经济效率并非与产业结构无关。

总之，运营商绩效竞争有显著的积极作用：美国长途电话市场在把握住商品化和低利润的同时取得了计算机和电信业生产效率的提升。相反地，

---

① FCC, Trends in Telephone Service, Table 12.3.

② "Battered Telecoms Face New Challenge," 2.

③ 见 www22.verizon.com/residential.com 和 www.usa.att.com.dsl。

④ "DSL Gaining at Cable's Expense?" CNET News.com, July 25, 2003. www.news.com.com. Accessed April, 14, 2004。又可参见 "Price War Looms for High-Speed Net Access," *USA Today* (November 14, 2003): B1。

⑤ "Internet Services Challenge Definition of 'Phone Company'," *Washington Post* (October 23, 2003): E1; "AT&T Has 18 000 Video Subscribers," Associated Press, April 18, 2007. www.forbes.com/feeds/ap/2007/04/18/ap3627118.html? partner=alerts.

⑥ Peter J. Howe, "U.S. Cell Phone Costs Fall But Stay Above Europe's," *International Herald Tribune*, 24 June 1999, 12.

美国本地市场在技术方面没有受太大影响，并获取了大量的接入收益。这个平静的日子将会变得不平静起来吗？公共政策必定会有一个说法。

Ⅴ. 公共政策

随着多重技术和市场的扩张及汇聚，美国应该如何解决诸如公共服务津贴、本地竞争替代品、公司并购的问题？为了回答这些问题，美国面对三个主要的政策意见：保持现状，扩大管理监督，推动本地电信业的更大规模的竞争。每一个都有利有弊。

赞成现状

维护现状政策的拥护者整理了几个论据。首先，1996 年《电信法》将竞争——竞争性本地交换运营商——引进到了本地电话市场。竞争性本地交换运营商提供与地区贝尔运营商在零售市场竞争的新传输方式。电缆公司现在提供一种替代铜质线路的电缆，并捆绑互联网、本地和长话业务作为一种整体服务。提倡维持现状者坚持认为本地接入收费在下降，而每年几十亿美元的补贴确保了电话服务的普遍性——尤其是对那些经济贫困者。

拥护现状者又断言，竞争性替代品进入了本地市场，不管是数字线路、固定无线通讯、电缆调制解调器，还是卫星中继站。一些地区贝尔运营公司正在采用卫星碟形天线作为向顾客提供快速互联网接入的设备。[①] 简言之，本地电话市场没有成为技术停滞不前之地。

维持现状的政策坚持认为，地区贝尔运营公司的水平合并是受监督的，符合公众利益。拥护现状者对评论家提出了质疑，这些评论家声称政府监督——州公用事业委员会、联邦通信委员会和司法部——并不具有判断公司合并价值的能力。这些管制机构能够并且即将裁定，地区贝尔运营公司进入世界信息市场后，水平合并能否产生规模效率。如果管制的反对者不同意，他们能够依法提出诉讼。管制机构显然具有监督地区贝尔运营公司纵向多样化进入长途市场的专长和知识。联邦通信委员会目前正在审查亚特兰大贝尔公司收购美国通用电信公司的行为，并已

① David Rohde, "Rivals Slams SBC/Ameritech Proposal," *Network World*, 19 July 1999, 29.

批准西南贝尔公司收购美国电信公司。事实上，国会授权联邦通信委员会评估本地市场是否存在充分的竞争，来作为地区贝尔营运公司进入长途市场的条件。

州和联邦管理机关能够并将在竞争和管制间权衡利弊。的确，联邦电信委员会最近已经明确地在诸如光纤、有线调试解调器、基于电线的宽带和高速无线等宽带技术的信息服务状态方面寻求了再平衡。

反对现状

第一，批评现状者认为，1996 年《电信法》的目标——在本地市场引入竞争——已失败。地区贝尔运营公司和许多州公用事业委员会几乎采用了一切措施来反对本地竞争，包括指控 1996 年《电信法》侵犯了美国《宪法》。批评者们说，地区贝尔运营公司不会容忍本地设备中的竞争而无视用户对高速互联网接入的需求。批评者又提醒现状拥护者，竞争性本地交换运营商的市场份额作为市场力量仍然是薄弱的和可以忽略的，尤其是在联邦通信委员会解除对多种宽带服务的管制后。

第二，现状批评者认为，普遍服务和本地接入收费仅仅是现存公司保护其本地电话垄断的伎俩。地区贝尔运营公司要求将普遍服务延伸到互联网，目的仅仅在于要求能正当地或不需解释地永远扩张其“自然”垄断地位。

第三，批评者观察到，本地竞争性替代品在容忍地区贝尔运营公司的经济势力下继续生存。地区贝尔运营公司之间显示出利益的冲突，它们都从事线路批发和零售，结果是潜在进入者遭受到古典的经济剥削。管制的批评者提出疑问，为什么美国电话电报公司在支出 40 亿美元后退出了出租地区贝尔运营公司线路的服务？他们的答案是，地区贝尔运营公司有效阻止了市场进入。那些现状的批评者提醒国会，并不仅仅是一起地区贝尔运营公司的合并曾受到州委员会、联邦通信委员会、司法部或联邦贸易委员会的取缔或禁止。批评者说，国家的反托拉斯监督部门就是里普·范·温克尔（Rip Van Winkle）*。

结果是更加令人不安的：地区贝尔运营公司的水平收购并非建立在用高速通讯满足电子商务需要的前提上。相反，批评者说，地区贝尔运营公司合并仅仅是为了积累垄断资产以追求永久有保证的本地

---

* 意为时代的落伍者。——译者注

补贴。

“稳健”政策的批评者对联邦通信委员会的下述做法提出了质疑：西南贝尔公司在30个不属于西南贝尔公司的市场中充当竞争性本地交换运营商，但联邦通信委员会仍批准西南贝尔公司以1 200亿美元收购美国技术公司。可能联邦通信委员会的政策是建立在下面这个前提之上：两个寡头的联姻将以某种方式激励“良性”行为，而且联邦通信委员会的监督会激励这些行为。管制的批评者坚持认为，过去没有什么能阻止西南贝尔公司在美国技术公司的势力范围内建立竞争性业务，反之亦然。这样，联邦通信委员会借追求公众利益之名，已将两个竞争者从市场中清除，同时兜售网络经济的优点。管制的批评者坚持认为，互联网不是由通讯垄断造成的，而是由通讯竞争造成的。

最后，管制的批评者认为维持现状的政策患了一种制度健忘症。今天的电信政策已忘记了美国电话电报公司当初为什么被分解：法院裁决1982年美国电话电报公司的解体，是由于政府管制已明显失灵。他们问道，过去15年中发生了什么变化促成了公用事业准则的复苏？

赞成管制

考虑下面对第二种政策即更多管制持赞成和反对态度的理由。那些支持更多的而不是更少的公共监督的人坚持认为，本地电话市场上的竞争是一个难以捉摸的梦。他们说，事实上本地电话市场存在，而且将一直存在，铜质线路仍是本地垄断。市场力量无法解决或消除这个顽症，现存公司能收购或与本地交换运营商或竞争性本地交换运营商合并，因此市场仍旧是集中的。管制的拥护者得出结论，地区贝尔运营公司控制本地线路需要更多而非更少的公共监督。

管制的拥护者注意到，竞争性本地交换运营商现象是由1996年《电信法》造成的。竞争性本地交换运营商是国会创造的，它们的生命只能靠人为的手段来维持。换言之，在我们的当前政策下，同时促进竞争和管制是治理电信混乱的处方。公共监督的拥护者坚持认为，州管制委员会应保留对本地电话公司完全的司法权。这种政策已给美国提供了以任何标准衡量都是最好的电信系统。联邦政府干预本地垄断只是削弱了州政府管制的有效性。

管制的拥护者辩论说，不仅本地电话业务已被公认为普遍的用户权利，而且普遍性权利能够且必须提供给互联网用户。互联网市场已成为划分获益和受损消费者的“数字鸿沟”。为确保消费者的平等，管

制必须充当一种赞助性的角色。联邦通信委员会的电信收费制度使得12年制学校和公共图书馆获得补贴，那些用户必须分享到赞助的好处。另外，随着VOIP在动荡不安的世界中不断扩展，按理说执法人员需要同样的与公共电话交换网相关联的窃听通道，以保护公共安全。

管制的拥护者坚持认为，竞争性替代品经常被自由市场拥护者曲解。但是，新技术产品并不能替代现有的电信设备和服务。管制确保本地电信运营商共同适应新的东西。而且，没有人否认互联网因其为公众提供方便而被需要。正是普遍互联网接入给予了美国在全球竞争中的比较优势。由于美国在最近由类似于经济合作与发展组织、联合国的国际机构给出的评分中没有挺进前十，所以这样的优势在当今的政策下已不复存在。

据一些管制拥护者所言，控制地区贝尔运营公司的水平合并必须而且应该属于州公用事业委员会的管辖范围。不是联邦政府，而是州公用事业委员会最终对本地电话绩效负责。但并不是仅需要州公用事业委员会来干预，大约30 000个美国地区和县机关被授权来限定和宣传消费者大众的利益。当然，没有人能否认圣安东尼奥或底特律拥有下述决策的裁决权，即电缆调制解调器是将被分享还是继续成为有线电视公司的专有财产。

最后，管制的拥护者坚持认为地区贝尔运营公司垂直兼并不会在真空中发生。为了公众利益，应调查和监督所有收购。只有管制才能决定公众是否会从本地电话竞争中获益。

反对管制

管制的批评者坚持认为造成本地带宽堵塞的原因不是别的，正是管制本身。地区贝尔运营公司经济效率的缺乏最终源于政府的抑制作用。地区贝尔运营公司是公用事业，而且，它们的行为也像公用事业那样，公用事业使成本加成定价制度化。批评者认为州委员会的管制粉饰和保护了地区贝尔运营公司的低效率，而且“普遍接入”的目标仅仅是获取经济特权的借口。

管制的批评者认为本地接入收费在“公众利益”遮羞布下加强了市场势力。地区贝尔运营公司和州委员会也许都允许本地接入技术的多样性，但那只是由于它们已不能阻止新竞争者。管制的批评者坚持说，地区贝尔运营公司不该对通讯能力不足或过时的设备负责。相反，应负责的是资助和促进地区贝尔运营公司的市场力量。

管制的批评者说，尽管不是由于开明的政府监督，但本地替代品已出现。州公用事业委员会也许允许市话技术的多样性，但那仅是由于它们已不能制止新进入者。毕竟，公用事业委员会视竞争性替代品为规模经济的对立面和对公共监督的威胁。事实上，潜在进入者开始散伙，否则就需要解除管制。

管制的批评者推断，地区贝尔运营公司的水平合并促进了市场集中。如果排除其他的因素，则市场集中确保了公共部门的工作安全。批评者暗示说，詹姆斯·布坎南（James Buchanan）教授的公共选择理论或乔治·施蒂格勒（George Stigler）教授的管制俘虏理论值得一读。

管制有效性的怀疑者指向最近的法庭案件中突出的失误。[①] 在那个案件中，原告宣称（在监管机构的鼻子下）贝尔公司通过排除新进入者进入它们的领地和达成协议彼此不介入对方的市场来非法阴谋阻挠竞争。支持者反驳说这样的“协调行为”是合法的但未被证明，并且，这是为什么会有反托拉斯法的原因。

最终，怀疑者警告监管蠕变。“网络中立性”支持要警惕互联网基础设施公司如地区贝尔运营公司和有线电视公司将在信息高速公路上建立收费公路，歧视内容供应商如 Yahoo、Google、eBay 和 Microsoft，更别说普通消费者。其批评者回应说，这样的谈话促进接受一个目前不存在任何问题的解决办法，网络中立性法令将阻碍投资并妨碍创新。

赞成竞争

赞成竞争的这一方认为管制是制约本地电信市场的根源。自由市场的拥护者提供了一种简单的政策矫正措施：解除对本地线路市场的管制。事实上，要解决的管制更多。很少有人对竞争性本地交换运营商在本地电信舞台上作为小角色存在持有怀疑。地区贝尔运营公司能以长期的垂直优势来扼杀竞争者、加速增加新设备和在地区贝尔运营公司拥有比较优势的领域通过合法的管制程序束缚竞争者。这种势力是对司法部 1974 年针对美国电话电报公司反托拉斯诉讼的讽刺。

竞争的拥护者说，垂直压榨的矫正措施是重组，如“第二次解

① *Bell Atlantic Corp. v. Twombly*, 127 S. Ct. 575 (2006).

体”。地区贝尔运营公司必须使它们的零售机构从批发机构中独立出来。[①] 地区贝尔运营公司利益冲突的恶疾必须按美国电话电报公司第一次解体的先例来开刀。只有那样，公众才能够真正地从价格、成本、生产率和创新的效率提高中获益——而且，更重要的是，从充足的带宽容量中受益。

自由市场的拥护者坚持认为，普遍服务不合时宜。现在，市场力量为消费者价格、选择和质量提供了担保，IP 电话有望使长途电话成为一种“免费服务”。在开放市场的政策下，宽带接入将不再是零和博弈。

开放市场的拥护者要求在线路替代品中提倡百花齐放。他们争论说，电信业中很少有几个人能预测到何种技术会长期在产业中盛行，而具有远见天赋的管理机构则更少能预测出。相反，市场力量的妥协将使得满足明天消费者需要的技术选择产生。

最后，自由市场的拥护者对是否应该允许地区贝尔运营公司从事水平并购提出质疑。不管答案是什么，市场的拥护者认为管理当局最无资格做出这个决定。当然，地区贝尔运营公司的合并必须符合国家的反托拉斯法。

反对竞争

对竞争/反托拉斯选择持怀疑态度的一方回答说，地区贝尔运营公司机构改革的可能性几乎不存在。首先，地区贝尔运营公司显然拥有足够的政治力量来阻止任何旨在促使它们自身的重组或解体的行动。他们认为，州管制委员会会屈从于政治势力的指令来保护本地市场的贝尔运营公司，从而一致对抗那些确信一个解除管制的新时代即将来临的自由主义者。

开放竞争的怀疑者坚持认为，普遍服务唤起了平等和公平观念，且最佳地反映了管制。任何解除电话管制的建议都等于让电话用户沉迷于自由选择的幻想之中。无论如何，地区贝尔运营公司和州委员会坚决反对任何旨在开放本地市场的活动。

竞争的反对者指出，本地线路补贴意味着老百姓的两难选择：他们必须超出狭隘的个人利益而服务于公众利益。攻击线路接入补贴在本质上就是伤害我们社会的弱势群体。联邦通信委员会在对电话进行

① Peter Howe, “Breakup, Then Buildup,” *Boston Globe*, 6 June 1999, F7.

收费或对互联网进行收税时，仅仅是在执行国会的指令。

要求政府停止管制监督就如考虑一个不存在的世界一样。竞争的批评者坚持认为，贝尔运营公司的水平兼并符合现在的美国电信政策。联邦通信委员会已经决定并同意一些合并：Bell Atlantic 与 NYNEX，之后与 GTE；SBC 与 PacTel、SNET、Ameritech 和 BellSouth；US West 与 Qwest。在一个全球竞争的世界中，两党协议现在表明国家反托拉斯法是过去时代的遗产。

竞争的批评者坚持认为地区贝尔运营公司和有线电视公司进入彼此的市场正越来越成为一个无法改变的事实。然而，如果公共政策坚持地区贝尔运营公司必须分享电话线，则有线电视公司将面临巨大的压力去做同样的事情。本地竞争的批评者指出任何政策必须接受地区贝尔运营公司展示了市场领先地位的事实，解体对任何公共议程来说不是一个认真的建议，当地区贝尔运营公司主导光纤和高速无线选择时，市场进入环路带宽将不受真实的竞争的影响。简而言之，公用事业管制必须确保不被扔进历史的灰烬堆中。

Ⅵ. 结　论

在贝尔系统解体二十年后，美国经济向电子商务的漂移持续加速。技术融合和熊彼特式的“创造性毁灭”正在重新划定市场边界并重新配置传统企业联盟。[①] 服务被打包，电话公司和有线电视公司争夺无线电频谱和电视费用，光缆在加紧部署。[②] 地区贝尔运营公司在强化，正在纳入更远距离的服务商，iPod 正在征服 CD 和唱片商店，YouTube 和网络电视在毁掉 DVD 市场，贝尔实验室现在飘扬着法国国旗。[③] 远

---

① 例如，见“Cable vs. Fiber,” *Business Week*, November 1, 2004: 36; “Comcast Aims to Become the Google of Television,” *Chicago Tribune*, October 20, 2005; “Your Television is Ringing,” *The Economist*, October 12, 2006。

② 例如，专家在专注地观察 AT&T（短期，光缆到节点）和 Verizon（看得更远，光缆到户）之间的竞争性光缆部署战略。

③ 在 2006 年 11 月，美国同意法国电信设备制造商 Alcatel 以 118 亿美元收购 Lucent Technologies，以前贝尔系统的 Western Electric，包括著名的贝尔电话实验室。“Lucent-Alcatel Merger Gets Final Thumb's Up,” Reuters, November 20, 2006。同时另外一个标志是，在 2006 年 1 月，Western Union 在 145 年来第一次悄悄地停止发送电报，同年秋被邀请加入 S & P 500指数。www. businessweek. com/ap/finacialnews/D8KC5P2O0. htm。

距离电信市场如今在带宽增长和生产率方面出现了巨大突破。与这种活力并列的是安静但正被唤醒的当地交换市场。[①] 这两个市场——在惯例、技术、管制和接入上区别明显——能否统一起来？迄今，关于这个方案还未有一致意见。最终，公众必须决定哪种政策是适当的。这个过程很可能同时包括技术、经济和政府干预。这样，在可预测的将来，电子商务经济仍将是政策议事日程中的一个异常激烈的争论焦点。

拓展阅读建议

出版物

Brock, Gerald W. 2003. *The Second Information Revolution*. (Cambridge, MA: Harvard University Press).

Cairncross, Frances. 1997. *The Death of Distance* (Cambridge, MA: Harvard Business School Press).

Computer Science and Telecommunications Board of the National Research Council. 2001. *The Internet's Coming of Age*. (Washington, D. C., National Academy Press).

Thomas L. Friedman. 2005. *The World is Flat*. (New York: Farrar, Strauss, and Giroux).

Nuechterlein, Jonathan and Philip J. Weiser. 2005. *Digital Crossroads: American Telecommunications Policy in the Internet Age* (Cambridge, MA: MIT Press).

① 为了指明这个过程如何复杂，考虑科学家正在努力工作，为将来考虑而决定怎样重新设计现在的互联网。正如其中一员激动地指出的，“让我们发明汽车而不是给相同的马更好的干草。”例如，见“A broad-based team of Stanford researchers aims to overhaul the Internet,” Stanford Report, March 14, 2007. http://news-service.stanford.edu/news/2007/march14/clean-031407.html。

第9章　航空业

——威廉·G·谢泼德
(William G. Shepherd)和
詹姆斯·W·布罗克
(James W. Brock)

近三十年来，“放松管制”成了一个有力的战斗口号：让政府离开商业！“保姆国家”才严格管制！将消费者和生产者解放到一个自由市场，去配置资源，决定物价、质量以及供给商品和服务的方法。

但是有效的放松管制需要什么？它意味着无论什么政府政策都不需要吗？或者它仅需要市场中没有政府干预？在自由放任的环境中，竞争是否会自动涌现，作为一种管制社会经济决策的有效机制？或者私下的人为合并、垄断和反竞争行为会颠覆竞争而阻止放松管制的最终目标？

这些是继续再现国家航空业分析的核心问题，航空业曾被联邦政府全面管制长达40年，直到20世纪70年代后期放松管制的出现。这些问题不仅仅具有学术意义：

依据航空运输协会（Air Transport Association）的数据，美国商业航空业直接和间接为国家的国内生产总值贡献了 1.2 万亿美元，赚取了 3 800亿美元的收入，支持了超过 1 100 万个工作。航空业官员描述该产业对国家福利来说十分重要，是“美国商业的关键基础设施，每年运送62 000万旅客和 220 亿吨英里货物”，还是“美国城市和小型社区间基本的社会和商业联系”。①

然而，同时该产业在媒体和国会那里受到了严厉指控。主要出版物的专题文章，国会委员会前指证的目击者，不分青红皂白地提出“航空公司地狱”的指控，呼吁航空乘客法案的权利（包括为那些困在晚点长达数小时的航班上的乘客提供充足的水），谴责说飞行公众遭受蹂躏，这些都将其描绘成对衰落的彻底反抗。

显而易见，对航空业放松管制仍然在激烈地争论，特别是 2001 年“9·11”恐怖袭击以来，而且航空业损失了数十亿美元，四大主要航空公司破产了，自那以后该产业获得了政府数十亿美元的财政支持。

I. 历　史

每个在校儿童都知道航空时代开始于 1903 年，那时 Wright 兄弟驾驶着他们靠马达驱动的机器在北卡罗来纳州的基蒂霍克上空飞行了 12 秒，飞行的距离比现代商业客机的翼幅还短。

十年后，第一个定期的飞行服务发生在圣彼得斯堡—坦帕飞艇线，载着一名乘客一天两次穿过坦帕海湾，收取 5 美元。勇敢的旅行者很快能从长岛飞到底特律（4 天的飞行），或者从芝加哥飞到西雅图（5 天），“以防万一”通常将火车票包括在交通费中。坐在有靠背和扶手的帆布椅上，呼吸着可打开的窗户中的新鲜空气，备着“打嗝袋”，乘客为了安全着陆需要给飞行员小费，并让他们在机票的票根上签署官方的“飞行证书”。早期的飞机乘客会对手摇式飞机引擎的隆隆声和草坪降落地感到激动，当非增压座舱飞机攀爬过山峰时，勇于面对身体

① Campbell-Hill Aviation Group, “Commercial Aviation and the American Economy,” study prepared for the Air Transport Association of America, March 2006, i; Leo F. Mullin, Chairman and Chief Executive Officer, Delta Airlines, prepared testimony before the U. S. Congress. Senate. Committee on Commerce, Science, and Transportation, October 2, 2002.

热量（有时是知觉）的散失。他们能飞行“征服者的路线”或会考虑光顾“火球航空快递”的后果。①

为了刺激这个刚起步的领域，联邦政府在20世纪20年代开始签订合同，空运国家的邮件。最初，这些合同范围有限，而且在航空公司间竞标。然而，接下来政府空运邮件合同变成了一种特权工具，给一些航空公司提供在主要线路和城市上的永久运营权，其垄断权不受1938年颁布的《民用航空法案》的限制。② 1938年的法案创造了民用航空委员会（Civil Aeronautics Board，CAB），为了促进高度的安全、良好的经济条件、使航空运输较好地适应国家的商业、邮政和国防需要，由它来管理州际航空运输。为了执行命令，CAB被赋予4项关键权力：（1）进入权，授予或拒绝“公共交通运输业许可证”，航空公司只有获得它才能被允许飞行州际线路；（2）费率权，允许或否决航空公司收取的费用；（3）批准或者否决已获得认证的航空公司的合并的权力，批准授予豁免反托拉斯法的权力；（4）批准或否决航空公司间的合谋协约的权力，批准授予豁免反托拉斯法的权力。

然而，与电话服务和电力的“自然垄断”的管制不同，竞争最初被认为对完成CAB的目标具有重要的作用。因此，推荐形成1938年法案的委员会强烈要求“必须有足够的竞争来作为急切的发展的激励”，“必须不能任意剥夺有充足准备来创造更好的公共服务的新公司进入这一领域的权利。不准有政策永久固定现在的航空图，不管是航线的位置还是运营者本身。现在的航空运营者没有垄断它们现在航线的先天的权利。”③ 1938年法案强调，“没有证明能授予在使用任何航空航天、民用航空、着陆区或空中航行设施时的任何所有权、财产或专有权利。”

航空旅行增长得非常快，正如表9—1记录的，从1926年的6 000名旅客到1930年的近400 000名旅客，再到1946年达到300万名。一个好挖苦的人可能说航空旅行的现代开始于1946年，那时《财富》杂

---

① Carl Solberg, *Conquest of the Skies: A History of Commercial Aviation in America* (Boston: Little, Brown and Co., 1979); and R. E. G. Davies, *Rebels and Reformers of the Airways* (Washington, D. C.: Smithsonian Institution Press, 1987).

② 更详细的资料见 Horace M. Gray, “Air Transportation,” in *The Structure of American Industry*, rev. ed., Walter Adams ed. (New York: Macmillan, 1954), 466－469。

③ 引自 U. S. Congress. Senate. Subcommittee on Administrative Practice and Procedure. Report: Civil Aeronautics Board: Practices and Procedures, 94th Cong., 1st sess., 1975, 213。

志发表了一篇专题文章，“航空业怎么了?”报告称“乘飞机旅行，一名乘客必须牺牲他的舒适、睡眠，通常还有行李。他必须忍受已经上升到惩罚的程度的不方便”，仅仅因为他“忧郁地沉思”的罪行。①

或许是由于CAB设想它的基本职能是保护这个领域——包括占主导地位的运营商American、United、Eastern和TWA——免于竞争，因此在1975年，尽管在过去数十年间航空交通出现了指数型激增，CAB仍然拒绝批准一个新的主要干线运输商来参与竞争。非定期运输商在第二次世界大战后尝试进入这个行业，通过联合战后过剩的军用飞机和退役的飞行员，并且通过很高的价格折扣来推行运输，受到了CAB的骚扰和严格限制。除了现在的这些主要运输商，其他运输商被严格划分在当地的地理范围内，被降级为处于次要的“供给者”状态。同时，CAB限制了允许在航线上竞争的主要运营商的数目。委员会似乎痛恨价格竞争的前景：它拒绝那些处于其他运输商价格之下的建议价格，特别是当它们威胁到现在航空公司的利润时。这段时间内，委员会有效地成为了一个同业联盟，运输商讨论和达成一个价格，随后CAB将验证和执行。它批准反竞争的合并，有时还鼓励它们稳定地扩张航空服务的规模，并且给予它们反托拉斯法的豁免。②

表9—1　　美国定期航天旅行，1926—2005年

年份	搭乘飞机的国内旅客（千人）
1926	6
1930	385
1940	2 803
1950	17 486
1960	56 351
1960	56 351
1970	153 662
1980	272 829
1990	423 565
2000	610 600
2005	670 360

资料来源：Air Transport Association，U. S. Airlines：Annual Operations，Traffic，and Capacity，available at www. airline. org/econ.

① *Fortune*（August 1946）：73－201.

② 见Walter Adams W. Brock，*The Bigness Complex*，2nd ed.，chapter 17和其中引用的来源（Palo Alto，CA：Stanford University Press，2004）。

到20世纪70年代，40年政府管制的后果已经显现：尽管交通的增长能支持多得多的运输商，但这个产业被人为地集中在一些主要的航空公司手中。为了抚慰现有的运输商，航线被非效率地划分给不同的运输商。受管制的州际航线的航空运费是可比的但未受管制的较大的州的州内航线的航空费用的两倍，特别是得克萨斯州和加利福尼亚州，在那里州航空署允许价格竞争。CAB好像天生要强行管制每个运输商可能试图竞争的领域，包括随身携带的行李和免费饮料，然而飞机飞行时有一半的空间被浪费掉了。①

要求放松管制这个行业的情况到了关键时刻。受经济研究（该研究表明CAB的管制抑制了竞争）、制度性非效率和高涨的费用的支持，航空业放松管制的呼声在不同政治派别间扩散开来。到1975年，主张自由市场的共和党和面向消费者的民主党都支持放松管制，并且承诺降低费用、放宽消费者的选择和提高效率。

在1978年，《航空业放松管制法案》通过了，到1980年呼吁自由进入（在安全和技术性运行要求之下），到1983年允许自由定价，到1985年废除CAB。这个法案指出，从今以后，公共政策的最高目标将是“鼓励、发展和维持一个依赖于实际和潜在竞争的航空运输系统，以提供效率、创新和较低的价格，决定航空运输服务的多样性、质量和价格。”② 除了强调竞争，该法案还强调“防止航空运输中不公平的、欺骗性的、掠夺性的或反竞争性的举措”的重要性，包括“避免……不合理的行业集中，过度的市场主导和垄断权力”。③

因此，被解放的主要运输商迅速地开始调整它们的航线和航班，同时一些小的地区性航空公司（US Airways，Piedmont，Delta）精力旺盛地扩张它们运营的地理规模。到1983年，超过60家新的运输商开始州际服务，包括People Express，Southwest，New York Air和World Airways。它们减少了20%～40%的费用，并提供“只提供起码必需品”的服务，导致航空运输以显著高于历史趋势的速率增长。

然而，后来一些发展果断地塑造了这个产业。

首先，20世纪80年代中期，“连珠炮似的”一系列合并使得主要

---

① 见Walter Adams W. Brock，*The Bigness Complex*，2nd ed.，chapter 17和其中引用的来源（Palo Alto，CA：Stanford University Press，2004）。

② Airline Deregulation Act of 1978，Public Law 95－504，92 Stat. 1706，1707（October 24，1978）.

③ Ibid.

的航空公司通过吸收有发展前景的新的竞争者来增强它们的地位：Northwest 获得了 Republic Airlines，一个在上中西部的主要地区性竞争对手。TWA 获得了 Ozark Airlines，一个在下中西部的扩张的地区性运输商。Delta 获得了 Western Air Lines，另外一个落基山以西的难以对付的地区性运输商，同时 US Airways 获得了 Piedmont 和 Pacific Southwest，两个扩张的地区性运输商。与此同时，Texas Air 获得了 Continental、Eastern 和 People Express 的控制权。

其次，主要的运输商通过获得（直接或通过运营协议间接地）许多全国顶尖的短途航线的控制权，来支持它们的集体市场优势，而小的运输商如果保持了独立性，则可能会扩张它们的运营，在地区甚至全国范围内变得更具竞争力。

再次，主要的运输商采用中枢辐射型航线系统，引导旅客流向中央枢纽机场，旅客在那里转机以及被再次分配到他们的最终目的地。结果是，正如我们将在下面一部分看到的，国家被错落有致地划分为强大枢纽垄断的拼缀品。

最后，“9·11”事件引发了整个国家航空航天的停滞和所有飞机的落地。其后果是，经济衰退，接着是燃油价格泡沫，这动摇着这个产业，特别是最大的运输商。在 2001—2002 年，商业航空运输下降了，但是 2002 年后开始回升，到 2004 年达到创纪录的水平。然而，由于行业发展中的一些难题（尽管这些问题不是没有先例），这个行业中出现了恶化的趋势，包括主要运输商相对更高的运营成本，它反过来导致了 United、US Airways、Delta 和 Northwest 在 2002—2005 年间的破产。

Ⅱ. 结　构

产业结构的最重要的元素是需求的性质、运输商的相对规模和集中度、联盟的发展和航空公司间的合作协定，以及有效竞争的障碍。

需求的性质

对于 300 英里或更远的距离，航空旅行的速度没有近似替代品。需求的另外一个重要性质是旅行的急迫性和飞行者的计划：休闲旅行者在计划旅行时有相当大的回旋余地；他们可以在附近或很远的地方

旅行，在一年中的某个时间或另外一个时间旅行，并且他们可以乘汽车、火车或公交车而不是飞机来旅行。结果是，这个团体对价格相当敏感；从经济上来说，它的需求价格弹性很高。相反，那些出于职业需要（例如商务）而飞行的旅客典型地在他们计划时没有这样的变通性：他们必须旅行较长的距离，通常是在很短的时间内，因此他们对航空旅行的需求价格弹性比较低。这些不同的旅客团体和需求弹性，给航空公司创造了实行价格歧视的激励，对差旅旅行者收取较高的费用，对休闲旅行者收取较低的费用——当然，依据航空公司对高费用、低弹性的旅客的有限竞争能力而定。

相对规模和集中度

美国大约有120家经认证的航空客运公司，分为三个主要的类别：主要的是最大的运输商，在国内和国际航线上大规模运行（有时也称作传统或网络运输商）。国内运输商是较小的航线运营系统，规模较小且更集中（例如，主要运输商Delta在97个国家服务457个目的地，每天有1 500架航班，而国内运输商JetBlue则服务50个目的地）；由于它们较低的成本、较低的费用，这些航空公司通常被称作低成本运输商。区域性或短途运输商是数量最多的一种，有超过80家运营商；这些公司在大公司较少飞行的航线上（来去的社区较小）以较小的飞机运送旅客，主要是运送旅客进入更大运输商的国内或国际系统。

主要的运输商占了整个航空交通的最大份额，占美国商业航空客运交通的84%，同时国内和区域性或短途运输商各占余下的13%和3%。这些不同种类的运输商组成的经济地貌展示在表9—2中，其中主要航空公司的不均衡的相对规模表现得很明显。

这个行业的集中度可以从一些维度来分析。表9—3描述了国家层次上的航空业的集中度趋势，可以看出，1978年放松管制的最初效应是降低了全国的集中度水平，新的运输商进入这一领域，已有的运输商扩张了它们的运营。然而，在20世纪80年代中期，合并的狂潮扭转了这一趋势，并且提高了集中度，到1992年，最大的八家运输商占全国航空客运交通的91%。从那时起，全国水平上的集中度减退了，除最大的八家运输商外的运输商的联合份额从1992年的9%增长到最近的17%。这个集中度的下降由成功的暴发户引起，例如Southwest Airlines（它的运营从1971年服务得克萨斯州的3个城市的3架波音737，增长到今天的445架飞机和31 000名雇员），在全国市场上的份

额从1987年的2%增长到12%；JetBlue，从2000年开始运营的21架飞机增长到93架飞机；AirTran，从1997年53架飞机和21 100万美元的运营收入，扩张到今天的108架飞机和18亿美元的收入。八家最大的运输商仍然继续占所有客运交通的83%，其中2001年American Airlines收购了TWA（为American在圣路易斯提供了主导地位），2005年US Airways和America West合并（为US Airways在America West的凤凰城枢纽提供了主导地位）。正如接下来我们将要看到的，非主要运输商很少是真正的独立竞争者，而是频繁地作为主要航空公司的紧密的联盟来运营。

表9—2　　美国航空业，2006年

	运营收入（百万美元）	客运量（千人）	运营的飞机数量	雇员数量
主要航空公司				
American	22 269	76 922	672	75 972
United	19 112	57 367	458	54 877
Delta	17 110	63 838	480	52 229
Continental	12 701	35 645	356	32 478
Northwest	12 504	44 900	380	35 735
US Airways[a]	11 611	51 781	374	21 894
Southwest	8 798	95 663	445	31 291
其他航空公司				
Alaska Airlines	3 273	21 050	110	9 045
SkyWest[b]	3 068	29 986	416	14 485
JetBlue	2 176	17 807	93	7 560
America Eagle	1 917	17 977	300	12 000
AirTran	1 841	19 709	108	8 000
ExpessJet[c]	1 655	15 976	274	6 700
Comair	1 249	10 233	168	6 500
Mesa	1 162	12 979	198	5 000
Frontier	1 111	8 517	55	5 000
Pinnacle[d]	833	8 608	139	3 700

续前表

	运营收入（百万美元）	客运量（千人）	运营的飞机数量	雇员数量
ATA	803	2 559	32	4 534
Air Wisconsin	579	5 356	70	2 300

a. 包括 America West，2005 年兼并。

b. 包括 Atlantic Southeast Airlines，2005 年兼并。

c. 经营名称为 Continental Express。

d. 经营名称为 NWA Airlink。

资料来源：Bureau of Transportation Statistics，U. S. Department of Transportation，www. transtats. gov/carriers. asp，以及公司的网站。

从最近的负荷最重的旅行航线来看，表 9—4 显示集中度仍然很高，两家最大的运输商占客运交通的三分之二还多。尽管最近几年较小的低成本运输商扩张了它们的范围，从 1998 年在 1 594 个国内城市对（city-pair）运营到 2003 年在 2 304 个城市对运营，美国会计总署发现全国最大的 5 000 个城市对中有接近 3 500 个仍然被一个运输商所主导，它控制着一半甚至更多的客运交通，这些市场的 85%被一家主要的传统航空公司所主导。①

表 9—3　　产业集中度：全国范围

年份	四家最大的航空公司的份额（%）	八家最大的航空公司的份额（%）
1978	51	78
1983	45	73
1992	66	91
2000	61	86
2006[a]	53	83

a. 截至 2006 年 11 月的 12 个月。American Airlines 包括 American Eagle；Delta 包括 Comair；Northwest 包括 Mesaba 和 Pinnacle；Continental 包括 ExpressJet；US Airways 包括 America West。

注：以普票乘客飞行里程为基础计算。

资料来源：Air Transport Association，Economic Reports 1978-2000（Washington，D. C.）（提供了单个运输商的数据）；Bureau of Transportation Statistics，Department of Transportation，Schedule T-1（www. transtats. bts. gov/homepage. asp），提供了每年行业的合计数据和 2006 年的数据。

① U. S. General Accountability Office，"Airline Deregulation：Reregulating the Airline Industry Would Likely Reverse Consumer Benefits and Not Save Airline Pensions，" Washington，D. C.（June 2006）：17；and idem，"Commercial Aviation：Legacy Airlines Must Further Reduce Costs to Restore Profitability，" Washington，D. C.（August 2004）：45－47.

表 9—4　产业集中度：主要的美国航线，2005 年 5 月—2006 年 4 月

航线	最大的运输商及其份额	第二大运输商及其份额	两家最大的运输商的合计份额
Chicago-New York	American 36%	United 28%	64%
Chicago-Los Angeles	American 39%	United 35%	74%
Atlanta-New York	Delta 59%	AirTran 21%	80%
Chicago-Washington	United 53%	American 24%	77%
Atlanta-Washington	Delta 63%	AirTran24%	87%
Chicago-Denver	United 49%	American 18%	67%
Los Angeles-New York	JetBlue 31%	American 28%	59%

注：芝加哥包括 Midway 和 O'Hare 机场。纽约包括 LaGuardia、Kennedy、Long Island 和 Newark，NJ 机场。洛杉矶包括 Burbank、Ontario 和 Santa Ana 机场。华盛顿包括国立和 Dulles 机场。American Airlines 包括联盟 American Eagle。Delta Airlines 包括联盟 Atlantic Southeast、Chautauqua 和 Comair。United Airlines 包括联盟 Air Wisconsin。

资料来源：Bureau of Transportation Statistics，由 Steven C. Martin，Assistant Director，U. S. Government Accountability Office 收集数据。

在区域和城市水平上，主要运输商在放松管制后建立的中枢辐射型航线系统的垄断影响在表 9—5 中展现得很明显，在全国的许多主要机场，单一公司主导的程度增长迅速。然而，最近一些主要运输商的财务问题，为小型运输商在一些主要机场建立或扩张自己显著的稳固地位创造了机会。例如，当 United 陷入破产时，Frontier 能够扩张它在 United 的 Denver 枢纽的份额，在过去 5 年间其航空客运交通占比从 9%增长到 18%。类似地，Delta 的破产让独立的 AirTran 在 Delta 的 Atlanta Hartsfield 枢纽从占交通的 10%扩张到 17%。同样，US Airways 的破产和取消它在匹兹堡的枢纽，使得 Southwest 于 2005 年开始在那个城市服务，获得了 9%的交通份额（US Airways 的份额从 76%下降到 37%）。随着主要运输商摆脱破产和金融重组，这些地位是否能维持还是未知的。

表 9—5　产业集中度：主要枢纽机场

机场	2006 年两家最大的运输商及其市场份额（%）		1980 年最大的运输商及其市场份额（%）	
Atlanta	Delta	74[a]	Delta	52
	AirTran	17		

续前表

机场	2006年两家最大的运输商及其市场份额（%）		1980年最大的运输商及其市场份额（%）	
Chicago O'Hare	United	39[b]	United	32
	American	39		
Cincinnati	Delta	94[c]	Delta	38
	American Eagle	2		
Cleveland	Continental	60[d]	United	41
	Southwest	10		
Dallas/Ft. Worth	American	85[e]	Braniff	36
	Delta	3		
Denver	United	53[f]	United	27
	Frontier	18		
Detroit	Northwest	77[g]	Republic	21
	Southwest	3		
Houston	COntinental	86[d]	Texas	
	American	3	International	18
Minneapolis/St. Paul	Northwest	79[g]	Northwest	42
	United	3		
Philadelphia	USAir	48[h]	Eastern	21
	Southwest	11		
Salt Lake City	Delta	75[i]	Western	28
	Southwest	12		

a. 包括联盟 Atlantic Southeast。

b. 包括联盟 Air Wisconsin。

c. 包括联盟 Atlantic Southeast，Comair，Chautauqua。

d. 包括联盟 ExpressJet。

e. 包括联盟 American Eagle。

f. 包括联盟 SkyWest。

g. 包括联盟 Pinnacle and Mesaba。

h. 包括联盟 Air Wisconsin。

i. 包括联盟 SkyWest and Atlantic Southeast。

资料来源：Bureau of Transportation Statistics，Department of Transportation，www.transtats.bts.gov/homepage.asp；and Julius Maldutis，"Airline Competition at the 50 Largest U.S. Airports-Update，" Salomon Brothers，May 6，1993.

运营协定和联盟

这些相互重叠的集中度层级的相互交织，是运输商间运营协定、联合和联盟的一个密集网络。首先，运营协定将全国领先的区域性航空运营商和主要运输商联系起来，并且通过它们也将主要运输商彼此联系起来。例如，除了运营它自身的于 2001 年获得的 Comair 的地区子公司外，Delta 与 SkyWest、Chautauqua Airlines、Shuttle America 和 Freedom Airlines 还签订了关于支线运输服务的运营协定。Air Wisconsin 与 United Airlines、US Airways 在提供区域支线运输服务上有合作。SkyWest 将 United Express 运营得就像 United Airlines 的支线一样；同时 SkyWest 也将 Delta Connection 运营得就像 Delta 的支线一样；并且，SkyWest 的大部分定价、航班安排、售票和舱位决策基本上都由 United 或 Delta 来决定。Pinnacle Airlines 和 Mesaba Airlines 像 Northwest Airlink 一样运营，为 Northwest Airlines 运送旅客，同时，ExpressJet 像 Continental Express 一样运营，作为 Continental Airlines 的区域支线。Chautauqua Airlines 和 Mesa Air 像 American Connection、Delta Connection、United Express 以及 US Airways Express 一样运营，为 American Airlines、Delta、United Airlines 和 US Airways 运送旅客。[①] 除了这些联合，American 运营它自己的 American Eagle 支线子公司。因为这些合作协定，该产业内部真正独立的运输商的数目明显少于表 9—2 中可能揭示出的那样。

其次，近年来，主要运输商之间在它们美国的运营上已经形成了合作调度、售票和市场伙伴关系：United 和 US Airways——收入方面第二大和第六大的航空公司——在 2003 年达成协定互相发售对方航班的机票，交叉使用彼此的航班就像自己的一样，对旅客在任意航空公司旅行累积的常客里程实施奖励。Delta、Northwest 和 Continental——第三、第四和第五大航空公司——也已经联合起来创建类似的市场合作伙伴协定，就像 American 和 Delta 与 Alaska Airlines 和 Hawaiian Airlines。另外，合并的 US Airways/America West 公司最大的股东，也是 Northwest 和 Continental 的最大股东，以及 American Air-

① 公司的网站。

lines 的第二大股东。①

再次，从全球来看，由表 9—6 可知，主要航空公司已经和顶尖的涉及三大主要的国际集团的国外航空公司联盟。显然，居主导地位的美国航空公司几乎与世界上所有顶尖的航空公司结成了重要的合作安排联合伙伴关系。这些联合需要主要的实际和潜在竞争对手间很高程度的合作，不仅是在国内还是国际。就这点而论，它们表明这个行业内部决策的有效集中度可能比公司单个市场份额独自揭示的要高。例如，表 9—3 在 2006 年全国市场集中度数据的基础上新增了主要航空公司区域联合所带来的国内市场份额，这使得行业四家主要公司的集中度由 53%增加到 58%，八家主要公司的集中度由 83%增加到 88%，这表明最近全国水平上的集中度的下降只不过是表面看起来如此。从国际来看，正如我们接下来将要看到的一样，这些联合也将产生竞争收益的问题，像美国和欧盟正达成的为了降低国内障碍的“开放领空”协定，促进了美国和欧盟航空公司间更大的竞争，而实际上这些航空公司是合作伙伴。

表 9—6　　全球航空公司联盟

航空公司	美国合作伙伴	国外合作伙伴
OneWorld	American	Aer Lingus
		British Airways
		Cathay Pacific
		Finnair
		Iberia
		LAN Airlines
		Qantas
SkyTeam	Delta	Aeroflot
	Continental	AeroMexico
	Northwest	Air France
		Alitalia
		CSA Czech Airlines
		KLM Roval Dutch Airlines
		Korean Air
Star Aliance	United	Air Canada
	US Airways	Air New Zealand

① Micheline Maynard, “Outside Investors to Control Merged Airline,” *New York Times* (June 29, 2005): C3.

续前表

航空公司	美国合作伙伴	国外合作伙伴
		ANA
		Asiana Airlines
		Austrian
		BMI
		LOT
		Lufthansa
		Scandinavian Airlines
		Singapore Airlines
		South African Airways
		Spanair
		Swiss Air
		TAP Portugal
		Thai Airlines
		Varig

资料来源：公司的网站。

进入的障碍

在放松管制刚开始的时候，一些经济学家欢呼航空业是一个“可竞争的”市场，该领域内资源的高速流动使得其中的市场份额、兼并和集中度水平将变得无关：他们说，已存在的航空公司，能快速地转移飞机和调整航班以在不同的航线上竞争；基于同样的原因，新的航空公司能快速地将新的飞机在选定的航线上投入运营。他们的结论是，垄断或寡头垄断的市场权力，将变得短暂和微不足道。[①] 接下来 Alas——一个艰巨障碍的制造者的出现驳斥了这个可竞争性理论。

第一，全国最大的、最拥挤的机场（Chicago O'Hare、Washington National、New York's LaGuardia 和 Kennedy）仅对拥有政府滑道的航空公司开放，或者只在一天中特定时间段允许飞机降落和起飞。

① 见 William J. Baumol, John C. Panzar, and Robert D. Willig, *Contestable Markets and the Theory of Industrial Structure* (San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1982); Elizabeth E. Bailey, "Contestability and the Design of Regulatory and Antitrust Policy," *American Economic Review* 71 (May 1981): 178 - 183; and Elizabeth E. Bailey and John C. Panzar, "The Contestability of Airline Markets During the Transition to Deregulation," *Law & Contemporary Problems* 44 (Winter 1981): 125 - 145。对这一理论的批评，见 William G. Shepherd, "'Contestability' versus Competition," *American Economic Review* 74 (September 1984): 572 - 587。

这些滑道中的大部分原本就分配给那些已经在这些机场运营的主导运输商，并且它们维持甚至增加了它们的份额。例如，在2001年，American和United被发现一起控制着Chicago O'Hare机场的90%的降落和起飞滑道；在Washington National机场，98%的可用滑道被发现由American、Delta、Northwest、United和US Airways控制着。通过贮藏滑道（或通过出售或出租它们来收取过高的费用），主导运输商能防止新的竞争者进入这些主要的机场。①

第二，主导运输商通过与当地机场管理机构签订有关进出通行口、航空集散站、售票处、行李和地面处理设施的使用的协议，对接触这些和其他机场施加额外的控制措施。在一项深入的分析中，审计总署发现主要运输商控制着94%的全国最大机场出租的所有进出通行口，其中86%是独家专用形式的出租。结果是，主导运输商能够限制竞争，或者通过拒绝出租它们的进出通行口给其他运输商（甚至在它们没有被充分利用的时候），或者通过仅以高价出租这些进出通行口。此外，多数利益（majority-in-interest）合同使得主导运输商能否决机场的扩张，因为扩张将给新的竞争者提供它们需要的额外的航空集散站和进出通行口。② 在其他情况下，主导运输商游说机场管理机构摧毁旧的进

① U. S. Congress. Senate. Subcommittee on Antitrust, Business Rights, and Competition. Hearing: Airline Competition: Clear Skies or Turbulence Ahead? 106th Cong., 2d sess., 2001, 67; John Anderson, U. S. General Accounting Office, "Domestic Aviation: Service Problems and Limited Competition Continue in Some Markets," statement before the U. S. Congress. House. Subcommittee on Aviation, April 23, 1998; and U. S. General Accounting Office, "Airline Deregulation: Barriers to Entry Continue to Limit Competition in Several Key Domestic Markets," report to the Chairman. U. S. Congress. Senate. Committee on Commerce, Science, and Transportation, October 1996.

② 进出通行口障碍的经典研究是U. S. General Accounting Office, "Airline Competition: Industry Operating and Marketing Practices Limit Market Entry," Washington, D. C., August 1990, 36, 42, 47－54。更多的研究，见U. S. General Accounting Office, "Airline Deregulation: Barriers to Entry Continue to Limit Competition in Several Key Domestic Markets," 1996; and Transportation Research Board, *Entry and Competition in the U. S. Airline Industry* (Washington, D. C.: National Academy Press, 1999)。

关于这些障碍对竞争的影响，更详细的最近的例子可参见Bruce Ingersoll, "Gateless in Detroit," *Wall Street Journal* (July 12, 1999): 1; Edward Wong, "Denver's Idle Gates Draw Covetous Eyes," *New York Times* (August 5, 2003): C1; and Scott McCartney, "For United's Rivals, Gates of Hell Are Found at LAX," *Wall Street Journal* (June 7, 2005): D4。作为指明机场的进出通行口起着重要作用的一个实例，Southwest Airlines最近报告称购买芝加哥Midway机场的六个进出通行口的使用权花了8 700万美元。"Judge Backs Southwest's Deal to Buy ATA's Gates at Midway," *New York Times* (December 22, 204): C7。

相同的通路问题好像在欧洲也出现了，促使《经济学人》指出"开放领空而不开放机场是没有什么用的。""Turbulent Skies," *Economist* (July 10, 2004): 61。

出通行口和广场，从而防止潜在的竞争者利用它们。①

第三，主要航空公司已经把客票发售和预订系统作为另外一个竞争的障碍。在20世纪80—90年代，由American和United航空公司运营的电脑订票系统能够被大部分旅行社和公司的旅行部所使用；通过控制在屏幕上展示的航班，这些航空公司能损害其他航空公司，迫使其他航空公司为了使它们的航班包括在这些电脑展示中而支付较高的费用。最近，类似的控制性收费又出现在由全国最大的航空公司联合在2000年建立的Orbitz在线订票系统中（在2004年，该系统将其他航空公司排除在外），类似于主要航空公司向互联网旅行网站支付费用以将它们的航班排在那些竞争者的前面。② 同时，主要航空公司向那些高比例预定其航班的旅行社和公司旅行部支付奖金及酬金，这种情况创造了另外一种竞争的障碍，就像飞行常客奖励计划能有效地奖励旅行者拒绝光顾其他航空公司，包括新进入者。③

第四，现有的航空公司能在政治舞台上游说来制造新的竞争障碍，例如游说反对给已经合格的新的竞争者授予运营许可（如Richard Branson努力建立美国一家新的航空公司Virgin America的案例④），或者对潜在的竞争者施加繁重的航线限制（如持续三十年的政府严厉限制Southwest和其他航空公司从Dallas Love Field出发的州际航班的案例，直到最近才开始有略微的放松），或者充分利用管制的努力，以治理航空交通拥挤的名义限制距离较近的航空公司进入主要机场。⑤

第五，正如我们将要在接下来的讨论中看到的一样，主要航空公司所具有的对新的竞争者采取致命的掠夺性降价的能力，已经成为进入航空运输业的另外一个有力的障碍。

---

① *Spirit Airlines v. Northwest Airlines*, 431 F. 3D 917 (6th Cir. 2005), 3.

② 见"Southwest Air's Suit Says Travel Web Site Misleads Consumers," *Wall Street Journal* (May 7, 2001): A10, and Scott McCartney, "Paid Placements Hit Travel Booking Sites," *Wall Street Journal* (November 9, 2004): D1。

③ 关于奖金与折扣的影响，见General Accounting Office, "Airline Deregulation," and Scott McCartney, "Continental Air Loses Some Accounts After Data-Disclosure Demand," *Wall Street Journal* (February 6, 2001): B1。

④ 例如，见U. S. Congress. Senate. Committee on Commerce, Science, and Transportation. Hearing: Foreign Investment in U. S. Carriers, 109th Cong., 2d sess., 2006。

⑤ 详细资料和分析，见www. setlovefree. com。同样见Melanie Trottman, "Southwest Boosts Dallas Service," *Wall Street Journal* (October 18, 2006): D13, and Christopher Conkey, "Plan to Unclog New York Airports Is a Mixed Bag," *New York Times* (December 20, 2007): D8。

规模经济的问题

几乎没有证据证明航空业的高度集中存在经营范围的规模经济。实际上，相反，证据表明最大的航空公司承受着更高的成本和更低的生产率，“9·11”时期以来，过度规模的不经济有着更为显著的增长。

图9—1记录了1998—2004年主要传统航空公司相对较小的、低成本的航空公司的巨大的成本无效率，而图9—2展示了较小的航空公司相对主要航空公司的更高的生产率。

主要航空公司的成本高的一个重要因素是它们已经运营了很长时间，雇用了更高级的且更昂贵的劳动力。航空公司和它们的工会劳动力之间的慷慨的合同和养老金协定增强了这个因素，对该过程最好的一个描述是，公司间联合的权利主导着产出市场，劳工组织主导着投入市场。①

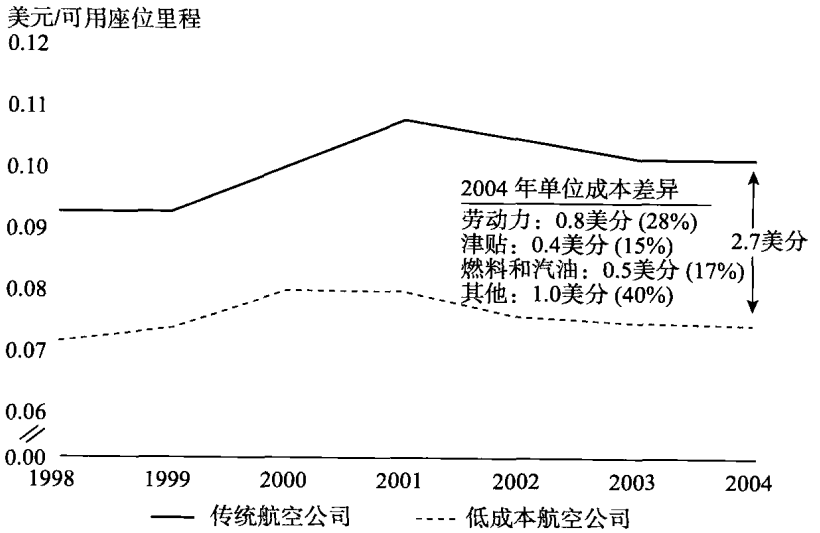


图9—1 航空公司经营成本差异，1998—2004年

资料来源：U. S. General Accountability Office, “Commercial Aviation: Bankruptcy and Pension Problems are Symptoms of Underlying Structural Issues” (Washington, D. C., September 2005), p. 8.

① 见Bigness Complex，前面引用过，Part Ⅵ，and Steven Greenhouse, “Unions Are a Victim of Their Own Success at the Nation's Airlines,” *New York Times* (April 26, 2003): B3。

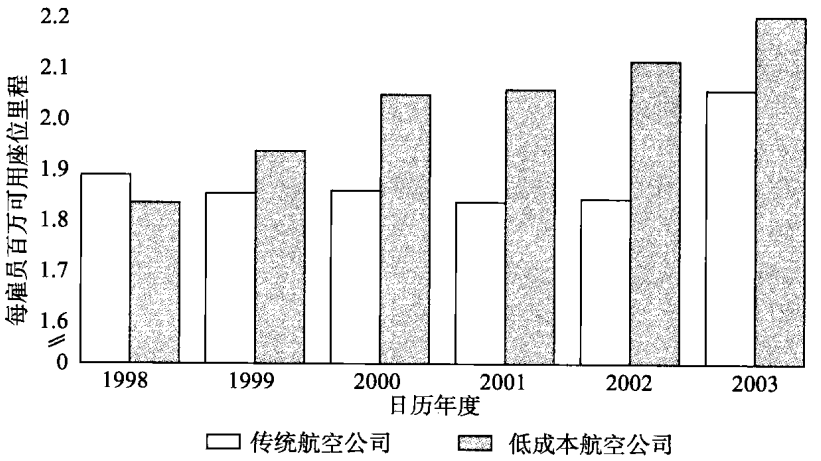


图 9—2　航空公司的相对劳动生产率，1998—2003 年

资料来源：U. S. General Accountability Office，"Commercial Aviation：Legacy Airlines Must Further Reduce Costs to Restore Profitability"（Washington，D. C.，August 2004），p. 28.

如图 9—1 所示，主要航空公司的非效率不仅仅来源于劳动成本。实际上，作为该产业效率的标杆，Southwest 对飞行员和空中服务人员的支付不少于主要航空公司支付给员工的①，然而它的整体平均运营成本比 American、United、Delta、Northwest 或 Continental 公司低 33%～44%。

专家估计较小的、低成本的航空公司的成本优势有三分之二的可能性来自于更有效的经营方式。② 第一，较小的、低成本的航空公司经营着更简单的机队，特别是在它们所有的航线上仅有一到两种飞机（例如，Southwest 公司只有波音 737 飞机；JetBlue 只有空客 A320 和 Embraer 190 飞机）。这些更统一的机队简化了维护和零件操作，增强了工作人员的灵活性和工作人员分配的灵活性，因此使得较小的航空公司能够缩减它们的成本，比主要航空公司运营效率更高，而主要航空公司运营着大杂烩式的各种各样的飞机组成的机队，每一种飞机需要它独自的零件、维护和各组人员。

第二，或许是因为较小的航空公司在开支方面无法与主要航空公司一样灵活，所以它们不得不采取更多的措施以保持它们的竞争力，

① 见 Jeff Bailey，"On Some Flights，Millionaires Serve the Drinks，" *New York Times*（May 15，2006）：1。

② "Special Report：Airlines Under Siege，" *Economist*（March 27，2004）：68.

它们在最近几年通过在商品市场上更大程度地使用对冲技术，将它们的燃料成本保持在主要航空公司之下。

第三，由主要航空公司建造的垄断中枢明显地提高了它们的成本。因为这些中枢需要许多航班在较短的时间内在中枢机场到达和离开，主要航空公司的进出通行口、地面设施、飞机工作人员在一天中大部分时间闲置，因此增高了它们的运营成本。① 相反，较小的航空公司运营点对点型航线系统，能够通过限制它们的飞机在地面花费的时间来更好地利用它们的机队，同时也能通过使它们的飞机把一天安排满来更有效地利用它们的机场进出通行口，这是主要航空公司正在尝试效法的重要效率。② 当主要航空公司运营不必要的或未被充分利用的进出通行口和地面设施来防止潜在竞争对手获得进入它们的机会时，主要航空公司的垄断中枢的成本被提高得更多。

第四，由兼并和收购引起的组织风暴已经混合了过度规模的不经济，包括 2005 年 US Airways 兼并 America West、2001 年 American Airlines 收购 TWA。③

这些因素的结果是，对所有长度的飞行来说，主要航空公司的平均运营成本持续且大幅度地提高了。④ 实际上，最近几年，最大的航空公司通过明显减少它们的规模和缩减它们的劳动力、机队、航线和中枢运营来应对它们的成本劣势。（这些减少包括：American、United、Delta、Northwest 和 Continental 公司裁员 66 000 人；United 和 American 减少飞机 243 架；Delta 放弃 Dallas-Ft. Worth 中枢，US Air-

---

① 见 U. S. General Accountability Office, "Commercial Aviation: Legacy Airlines Must Further Reduce Costs to Restore Profitability," Washington, D. C. (August 2004), 28 - 29。

② 见 Micheline Maynard, "In Airline Shift, More Clock Is Ticking at Delta Air Lines," *New York Times* (May 4, 2005): 1; Ariel Hart and Micheline Maynard, "Another Clock Is Ticking at Delta Air Lines," *New York Times* (January 29, 2005): B2; and Micheline Maynard, "US Airways Plans a Major Overhaul of Where It Dose and Does Not Fly," *New York Times* (July 28, 2004): C1。依据一项研究，从 2003 年到 2005 年，US Airways、American Airlines 和 Delta 已经分别将它们的点对点型航班数量提高了 64%、46%和 56%。Regional Airline Association, Regional Horizons, January/ February 2006, available at www. raa. org。

③ 见 Melanie Trottman, "US Air, After Merger, Wrestles With Frequent Ire," *Wall Street Journal* (June 7, 2006): D4, and Edward Wong, "American Airlines to Cut Jobs, Planes and Flights," *New York Times* (August 14, 2002): C1。

④ 见 JayEtta Z. Hecker, U. S. General Accounting Office, "Commercial Aviation: Despite Turmoil, Low-Cost Airlines are Growing and Profitable." Testimony before U. S. Congress. House. Subcommittee on Aviation, June 3, 2004, 8。

ways 放弃匹茨堡中枢，American 放弃 Nashville 中枢；American、United 和 Delta 自 2001 年以来缩减了 36%～49%的载客能力［以可用飞行座位里程计算］）。例如，Delta 在 2007 年春季出现破产时，相对 7 年前，减少了 35%的雇员和 28%的机队飞机。

Ⅲ. 行 为

该产业的定价由主要航空公司的寡头间的相互依存和非竞争性并行决定，由主导中枢和航线的垄断定价支持，由为限制或消除新的竞争对手的掠夺性降价维持。最近几年独立公司的扩张为该领域引入了更多的竞争性定价，但是仅在独立公司能规避主要航空公司掠夺性措施的航线上。

全国性寡头垄断定价

放松管制后该领域集中度强化时，相互依存的行为出现了。当该产业变得更加集中时，主要航空公司开始发现，它们中任何一个的一项明显的定价措施将引发其他公司的快速反应，特别是它们中任何一个降价都将被其他公司追随，最终使得它们都减少利润。

因此，当 American Airlines 的前主席 Robert Crandall 在 1989 年被问到为什么他的公司没有降低费用来吸引主要的公司顾客时，他回答道，“因为这将是愚蠢的。事实是，你将去底特律是因为你必须去底特律，而不管费用是 175 美元、275 美元还是 375 美元。”当被问到为什么他的公司在主要航空公司的从丹佛到达拉斯的航线上没有尝试通过收取比主要航空公司低的费用来获得更多的旅行量时，US Airlines 公司的一位副董事长有着类似的回答：“如果我知道假如我今天降低 20 美元的费用，你将在明天降低 20 美元你的费用，那么我这样做就是愚蠢的。”紧随着放松管制，当 Delta 公司的一位官员观察到航空公司的定价时说，“我们经历过一段在定价上猛击对方的脑袋的时期。学习怎样竞争花费了我们一段时间。”①

① 引自 Christopher Winans and Jonathan Dahl, “Airlines Skid on Bad Moves, Bad News,” *Wall Street Journal* (September 29, 1989): B4; and “Flying the Unfriendly Skies,” special edition, *Philadelphia Inquirer* (December 1989): 4。

学习怎样竞争意味着学习怎样通过价格领导和价格追随的心照不宣的合谋过程来设定一般的费用结构：一家主要航空公司首先传达其调整费用的意图，其他公司或者追随领头者而采用类似的价格调整，或者拒绝追随领头者从而迫使领头者缩减或放弃它的价格调整。不管怎样，主要航空公司间的费用趋向一致，并且移动起来步调一致。

这种相互依存关系的发现使得主要航空公司在机票价格的制定方面存在显著的相互追随关系。例如，在2005年春季，Northwest公司发起了两次全面的价格提升，迅速地被其他主要航空公司追随。当Continental公司发起第三次价格上涨时，其他主要航空公司起先再次追随，然而，Northwest公司随后在一些遭受独立的航空公司竞争的航线上废除了费用上涨，这个行动被Delta公司误解为所有Northwest公司费用的全面下降，因此Delta公司和其他主要航空公司降低了它们所有的费用。当这个误解被发现的时候，航空公司又重新迅速地按照Continental公司的最初增长提高了它们的费用。①

包含机票信息的电脑系统，有助于主要航空公司通过选择提出票价计划的方式（开始日期；结束日期；价格变化；受影响的特定航线、机场和旅客等级）来进行交流和发信号。利用它们提供给这些系统的机票信息的特定性质，主要航空公司能够密切地监测彼此，有时还能和另外的一个公司交流它们的沮丧（包括臭名昭著的附在费用文件上表示对对手的竞争性定价不快的FU字母代码）。主要航空公司能加强它们之间的定价原则，例如，通过选择性地关注对手航空公司最赚钱的航线的费用下降，来迫使它抑制在其他航线和区域上的竞争性定价。② 心照不宣的合谋定价有时被来自主要航空公司的威胁加强，即当团体的定价一致受到攻击时，它们要降低它们的费用，就像2005年发

① 见 Melanie Trottman, "Continental Reverses Course on Airfare Increase," *Wall Street Journal* (March 22, 2005): A5; and idem, "Major Airlines Reinstate Increase of $10 Round—Trip for U. S. Fares," *Wall Street Journal* (March 23, 2005): D3。更早的例子，见 "Northwest Changing Its Mind Again," *Wall Street Journal* (August 24, 1998): C19; and Susan Carey, "All in a Day's Flying: Fares Rise, Fall, Rise 5% Again in 24 Hours," *Wall Street Journal* (September 9, 1997): A6。

② 关于行动中的暗中勾结和训练过程的内容丰富的报告，见 Scott McCartney, "Airfare Skirmish Shows Why Deals Come and Go," *Wall Street Journal* (March 19, 2003): B1; Melanie Trottman, "America West is Pressed by Rivals," *Wall Street Journal* (April 22, 2002): A3; Asra Q. Nomani, "Fare Warning: How Airlines Trade Price Plans," *Wall Street Journal* (October 9, 1990): B1; and Asra Q. Nomani, "Dispatches from the Air-Fare Front," *Wall Street Journal* (July 11, 1989): B1。

生的那样，当时一家航空公司发布了一份新闻稿，来针对另外一家主要航空公司正在考虑大幅减价的报告，并不祥地警告这样的减价将“迅速不利地且显著地影响产业收入”。① 主要航空公司也可能通过废除与作案者的市场协定来惩罚独立的定价行为。②

区域性垄断定价

在区域层次上，主要航空公司能够在它们的中枢机场和它们主导的航线上垄断定价。对被（某家航空公司）主导的中枢的费用超过竞争性更强的机场的机票价格的程度的一个估计展示在表 9—7 中，这是 2001 年的估计。例如，它表明，从 Cincinnati（Delta 公司控制的中枢）飞来的旅客支付的费用比竞争性结构更强的机场的可比费用高 35%～78%，而 Minneapolis（由 Northwest 公司主导）的旅客支付 46%～63%的垄断溢价。总之，被主导的中枢的旅客估计在短途航班上多支付 54%的费用，在长途航班上多支付 31%，所有长度的航班加起来的航班费用平均高 41%。③

垄断定价的另外一个证明是一家低费用的航空公司的进入对主导航空公司费用产生的戏剧性影响。例如，当 Southwest 公司开始进入 US Airways 公司在费城的中枢时，US Airways 公司将它到凤凰城的单程“随买随走”票价（walk-up fare）从 1 180 美元降低到 299 美元，到拉斯韦加斯的票价从 921 美元下降到 299 美元，到芝加哥的票价从 700 美元下降到 99 美元。④ 在从亚特兰大到洛杉矶的直航服务被垄断

---

① Northwest Airlines, “Northwest Responds to Media Inquiries Concerning Reported Delta Fare Initiative,” news release, January 4, 2005。主要航空公司间的市场联盟可能会增强这种心照不宣的合谋定价原则。“当你拥有 20%的市场［Continental 公司和 Northwest 公司加起来］时，” Continental 公司的 CEO 谈起和 Northwest 公司的航空联盟，“United 公司将说……‘把一个蒙过去可能和把另一个蒙过去是一样的。’现在，作为 Northwest 公司的非常亲密的合作伙伴，你最好当心如果让我们感到不安，我们有许多不同的措施能报复你。”引自 U. S. Congress. Senate. Subcommittee on Antitrust, Business Rights, and Competition. Hearing: Airline Competition: Clear Skies or Turbulence Ahead? 106th Cong., 2d sess., 2001, 62。

② 见 Melanie Trottman, “America West Is Pressed by Rivals,” *Wall Street Journal* (April 22, 2002): A6。

③ 确凿的证据来自一项对 Delta 公司的亚特兰大中枢的深度分析，见 Thorsten Fischer and David R. Kamerschen, “Price-Cost Margins in the US Airlines Industry using a Conjectural Variations Approach,” *Journal of Transport Economics and Policy* 37 (May 2003): 227。

④ Micheline Maynard, “Southwest Comes Calling, and a Race Begins,” *New York Times* (May 10, 2004): C1.

时，Delta公司的单程“随买随走”票价是1 151美元；当AirTran和JetBlue公司开始在这条航线上竞争时，Delta降低了约80%的票价，降到249美元。①

在另外一项研究中，交通部发现从亚特兰大（由Delta公司主导）出发的航线，当独立的航空公司AirTran公司进入时，机票下降了43%，但当AirTran公司退出那些航线时，Delta公司随后提高了55%的费用。②

表9—7　　收费差距：主导机场比非主导机场，2001年

收费差距	主导枢纽		
	短途航线	长途航线	所有航线
Cincinnati	+78%	+35%	+57%
Pittsburgh	+86%	+18%	+57%
Minneapolis	+46%	+63%	+55%
Charlotte	+75%	+23%	+54%
St. Louis	+38%	+61%	+49%
Memphis	+57%	+29%	+43%
Atlanta	+49%	+28%	+41%
Detroit	+51%	+21%	+40%
Denver	+37%	+28%	+29%
总计	+54%	+31%	+41%

注：主导枢纽指没有低费用的航空公司运营的枢纽机场。收费差距受航线距离和交通密度差异控制。

资料来源：JayEtta Z. Hecker, U. S. General Accounting Office. Testimony before the U. S. Congress. Senate. Committee on Commerce, Science, and Transportation, March 13, 2001.

最后，主要航空公司在相同航班上对有较低的需求价格弹性的乘客（例如商务旅行者、职业旅行者和最后一分钟的旅行者）收取较高

① Edward Wong, “Delta Gets Some Stiff Competition on a Key Route,” *New York Times* (May 28, 2003): C1; and Martha Brannigan, “Discount Carrier Lands Partners in Ill-Served Cities,” *Wall Street Journal* (July 16, 2002): 1。关于最近为了对机票施加向下的竞争压力，社区吸引低成本航空公司的努力，见Scott McCartney, “Airports Battle Carriers' High Fares,” *Wall Street Journal* (November 14, 2006): D6。

② U. S. Department of Transportation, “Domestic Airline Fares: Fourth Quarter 1998 Passenger and Fare Information,” Washington, D. C., July 1999, 40.

的费用、而对有较高的需求价格弹性的乘客（例如休闲、度假的旅行者）收取较低的费用的能力，进一步证实了垄断定价的威力。如果对航空公司来说，不同等级的机票的成本没有显著差异，那么针对不同顾客群体的有效竞争将会防止航空公司陷入这样的价格歧视。并且，事实上，证据表明在垄断最严重的枢纽全价票与打折票的费用差异最大，而竞争的引入缩小了全价票与打折票的费用差异。①

竞争与掠夺性定价

竞争爆发的时间和地点，对飞机票价的影响是显著的。例如，当2003年AirTran和JetBlue开始在从Delta主导的亚特兰大枢纽去洛杉矶的航线上服务的时候，Delta在这条航线上的单程费用下降了88%，从1 031美元下降到119美元。当2004年Southwest Airlines开始在US Airlines的费城枢纽服务的时候，US Airlines的费用在不同的航线上（包括去洛杉矶的航班费用从1 259美元下降到299美元）下降了46%～90%。类似地，2001年JetBlue开始提供从纽约的JFK到西海岸的横穿大陆的服务引发了这些航线上的费用平均下降了大约40%。交通部较早的一项研究发现，引入独立的低成本运输商将导致全国范围内费用平均下降35～40%。②

然而，由现在的主要运输商制造的大幅降价在持续时间上有限制，而且集中在有新运输商进入的特定的航线，并且可能掠夺性地消除竞争而不是维持竞争。例如：当Frontier刚开始在从丹佛（United主导的枢纽）到蒙大拿的比灵斯的航线上服务的时候，它提供的平均费用为100美元，是United普遍收取的费用的一半。United削减它的费用以与Frontier的相同；当Frontier随后退出这条航线时，United将它的费用提高到初始水平上。③ 当新运作的Spirit Airlines尝试进入Northwest的底特律枢纽，在从底特律到波士顿和费城的航班上收取49～109美元的飞机票价（而Northwest在这些航线上的费用是250～

① Melanie Trottman, "Equalizing Air Fares," *Wall Street Journal* (August 17, 2004): B1; and U. S. Department of Transportation, Office of the Assistant Secretary for Aviation and International Affairs, "Dominated Hub Fares," Washington, D. C., January 2001.

② U. S. Department of Transportation, "The Low-Cost Airline Service Revolution," Washington, D. C., April 1996, 9.

③ U. S. Congress. Senate. Committee on Commerce, Science, and Transportation. Hearing: Aviation Competition, 105th Cong., 2nd sess., 2000, 29.

411美元）时，Northwest削减了它的费用，增加了航班和坐席，并且暂时导致了在这些特定航线上的财务损失。当Spirit随后放弃了这些航线时，Northwest将它的费用重新提高到它们的初始水平并减少了它的坐席。①

类似地，当新运作的Western Pacific Airlines进入从达拉斯到科罗拉多斯普林斯的航线时，American削减了它在这些航线上一半的平均费用，并增加了超过一倍的坐席；Western Pacific随后的退出使得American将它的费用提高到Western Pacific进入之前的水平。②

由交通部准备的关于现有运输商对新竞争者的反应的一般性分析发现，在检查的12个案例中有10个新进入者的费用至少比进入之前现有运输商收取的平均费用低50%，并且有四分之三的案例表现为，在竞争性进入之后现有运输商的平均费用在6个月内下降了三分之一甚至更多。然而，在2年内，新进入者放弃这些航线后，现有运输商又提高了它们的费用。③ 这项研究发现主导运输商采用一系列措施来对竞争者产生定价压力，包括将航班时间定在很靠近新进入者的时间；对在那些特定航线上飞行的乘客提高飞行常客奖励；提高支付给安排乘客乘坐主导运输商航班的旅行社的佣金（销售酬金）。

近年来主要运输商的财务损失和破产已经抑制了它们采用这些手段的能力，正如我们看到的那样，新进入者和独立运输商已经能够扩大它们的市场占有率和最终降低定价压力。然而，主要运输商在破产和财务重组后重新出现这一现象，是永久的发展还仅仅是临时的还需要观察。④

---

① 见 *Spirit Airlines v. Northwest Airlines*, 431 F. 3d 917 (6th Cir. 2005)。更多的例子，见 U. S. Congress. Senate. Committee on the Judiciary. Hearing: Airline Hubs: Fair Competition or Predatory Pricing? 105th Cong., 2nd sess., 1998; and U. S. Department of Transportation, Office of the Secretary, "Enforcement Policy Regarding Unfair Exclusionary Conduct in the Air Transportation Industry," Findings and Conclusions, January 17, 2001。

② *United States v. AMR Corp.*, 140 F. Supp. 2nd 1141 (D. C. Kansas, 2001)。Judge Marten既不考虑这个，也不考虑在这些航线上American的利润迅速下降，这是违反反托拉斯法的证据。

③ Clinton V. Oster and John S. Strong, "Predatory Practices in the U. S. Airline Industry," study prepared for the U. S. Department of Transportation, January 15, 2001.

④ 见 Evan Perez and Nicole Harris, "Despite Early Signs of Victory, Discount Airlines Get Squeezed," *Wall Street Journal* (January 17, 2005): 1。

Ⅳ. 绩　效

在《国富论》中，亚当·斯密（Adam Smith）描绘出垄断权力的不利后果的轮廓。垄断商品的价格是“能压榨购买者的最高价格”。潜在的竞争者被从事业中排除，“而这份事业可供许多竞争者既便利又有利可图地经营”。由缺乏有效竞争引发的非效率，“很少能使公司的红利超过完全自由的贸易中的一般利润率”，而垄断者常常设计斯密所谓的“荒谬和欺压”的阴谋。对于航空业的例子，斯密两个世纪前的论断仍然是有先见之明的。

第一，正如上一部分指出的那样，主导航线和枢纽的费用大大高于有效竞争的航线和机场收取的费用。

第二，这些较高的费用通过引发服务的消费不足而导致资源的错误配置（斯密称为“市场存货不足”）。这些配置非效率的程度在一家新运输商进入一条主导航线的时候表现出来，价格立即下降且航空旅行大幅度增长。依据一项研究，竞争性进入和相应的飞机票价下降通常引发航空旅行增长 61%～86%——对缺乏竞争的情况下服务被人为供给不足的一种衡量。[①] 另一个指标是都市地区在失去一个垄断枢纽时获利的事实，因为随后飞机票价的下降有利于促进区域经济发展。[②] 当乘客驾车去非主导的枢纽（通常飞回他们驾车离开的主导枢纽的城市）登机时，相当多的资源也被浪费，租车或在旅馆的房间过夜或度周末，以尽力逃脱主导运输商收取的较高的费用——这个现象否认了飞机旅行快速和方便的先天优势。

第三，由主要运输商实施的垄断性枢纽系统提高了成本并降低了运行效率。正如我们看到的那样，最大的运输商有最高的运行成本和效率最低的系统。

第四，“9·11”事件后在 2001—2005 年间，航空业遭受了 350 亿美元的累积财务损失。但产业盈利能力的下降开始于 1998 年，如图

---

① U. S. Department of Transportation, Office of the Assistant Secretary for Aviation and International Affairs, “Dominated Hub Fares,” Washington, D. C., January 2001.

② 见 Scott McCartney, “Why Travelers Benefit When an Airline Hub Closes,” *Wall Street Journal* (November 1, 2005): D1; and Melanie Trottman, “How a City Can Win by Losing Its Airports Hub Status,” *Wall Street Journal* (April 28, 2004): B1。

9—3所示，主要运输商遭受了大部分的损失，而较小的航空公司继续盈利运行。尽管后“9·11”时期一些小的运输商也宣布破产，但United、US Airlines、Delta和Northwest的巨型破产表明，较大的组织规模肯定不能保证较优的绩效或增强的抗拒经济冲击的能力。①

第五，创新方面的记录喜忧参半。一方面，主要运输商能快速采用较新的、较安静的、更省油的飞机进入它们的机群。它们也迅速计算机化它们的运营和在互联网上资本化。然而，另一方面，这些新技术通常已经成为操纵市场权力的工具，通过操纵电脑预订系统来垂青运营商的航空公司，通过利用电脑系统更好地沟通和在飞机票价上进行勾结，并通过控制互联网来强有力地弱化与其他航空公司的竞争和分发机票的替代渠道。较小的运输商，包括Southwest，已经在设计和管理它们的航线和地面运行上加大了创新力度以追求最大的效率。

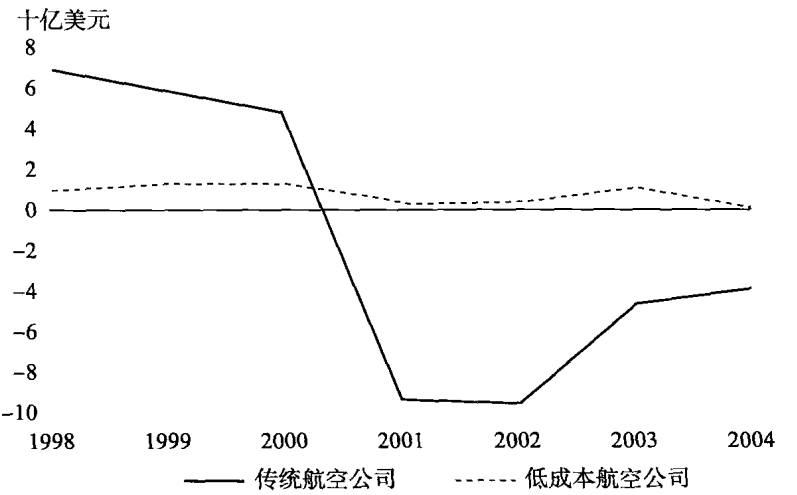


图9—3 航空公司的运营利润和损失，1998—2004年

资料来源：U. S. General Accountability Office, “Commercial Aviation: Legacy Airlines Must Further Reduce Costs to Restore Profitability” (Washington, D. C., August 2004), p. 35.

① 航空运输协会掌握了航空公司破产和产业利润率的详细数据库，可通过以下链接获得：www. airlines. org/econ。

Ⅴ. 公共政策

航空业的主要公共政策问题包括再管制、反托拉斯政策、航空交通管制、在“9·11”后对航空业的直接政府资助和提高安全意识、“开放领空”的努力以解除对国际航空旅行的管制。

再管制？

解除对航空业的管制是否是个错误？技术和成本结构是否使得这个领域的竞争不再可行？航空业是否应该被再管制？

在这三点上答案都是否定的。没有可信的证据表明航空业受支配于这些势不可挡的规模经济，使得垄断和亲密无间的寡头垄断在技术上是不可避免的或在经济上是可取的。相反，最大的运输商和垄断最严重的枢纽承受着最高而不是最低的成本。事实上，在解除管制后最初几年的经验表明，当新的运输商涌入这个领域的时候竞争是可行且可取的，既有的运输商重新安排它们的航线和费用以适合消费者的偏好，竞争遍布航空交通系统，飞机票价下降且航空旅行扩张了。

反托拉斯政策

公共政策的失败不在于对这一领域解除管制，而在于未能发现执行反托拉斯法将比培育竞争和与私人努力推翻它作斗争都重要。这个失败不是解除管制，而是反过来，错误地假定在没有政府干预的情况下它本身将保证有效竞争会获胜。正如反托拉斯现代化委员会最近强调的那样，“执行反托拉斯是解除管制的重要的配对物。”①

第一，正如我们已经看到的那样，在20世纪80年代中期大量的收购被批准，使得主要的干线运输商能够吸收快速扩张的、潜在的区域运输商。1978年的解除管制法令赋予交通部阻止反竞争性并购的权力，但是交通部支持了这些和其他收购，即许多被里根政府的反托拉斯部门反对的收购。国会随后将航空公司并购的反托拉斯管理权移交给司法部反托拉斯局。司法部最终阻止了在2000年提出来的United和

① Antitrust Modernization Commission, “Report and Recommendations,” Washington, D.C., 2007, ix.

US Airlines之间的并购。然而，同时，它允许American得到TWA和TWA在圣路易斯枢纽的垄断权，这明显未鼓励存在财务困境的TWA被一家较小的、低成本的运输商收购，而这将显著地提升这一领域的竞争。后来，在2005年，US Airlines被允许吸收America West；2006年US Airlines想得到Delta的努力（这会带来引发其他主要运输商之间大量并购的威胁）终止于它自身的意愿，而没有来自反托拉斯管理部门的任何突出的反对。

第二，反托拉斯部门和交通部允许了泛滥成灾的运营协定、联盟和合伙协议，这些集中了主要运输商对全国大部分领先的区域和通勤运输商的控制——较小运输商的独立性使它们能够发展成为新竞争的来源（作为它们中的一员，Delta的支线运输商Atlantic Coast Airlines在2004年和2005年通过变为Independence Air而尝试这样做）。管理部门也批准主要运输商将国际航空旅行稳定地集中控制在三大全球航空公司手中（通常伴随着豁免美国反托拉斯法），除了最近阻止American加强它与British Airlines联合的努力，这两个航空公司准备垄断许多主要美国城市和伦敦Heathrow机场之间的航空旅行。[①] 最近几年，管理部门允许主要航空公司之间的联合，通过整合它们的航线和票务，包括United和US Airlines之间的联合，Delta、Northwest和Continental之间的代码共享协议。

第三，政府机关对于防止主要运输商构建强大的竞争障碍（可用机位、进出通行口、地面设施）做得很少，在这些障碍已经建立后对于消除它们也做得少。一个例外是主要运输商对电脑预订系统的控制，交通部发布法令要求在屏幕上和展示上无歧视地展示航班信息。

第四，司法部在20世纪90年代早期起诉合谋行为，通过它们的电脑化票价备案方式挑战它们彼此沟通的方法。[②] 但是司法部没有挑战高度集中的产业结构，导致在一个被理智地认识到它们互相依存事实的寡头所垄断的领域，这样的合谋实际上不可避免。

第五，司法部在1999年误期起诉这个领域的掠夺性定价，提出针对American Airlines的反托拉斯诉讼，控告该运输商从它的达拉斯枢

---

① 例如，见U. S. Department of Justice, Public Comments before the Department of Transportation, U. S.-U. K. Alliance, Docket OST-2001-1029, December 17, 2001。

② *United States v. Airline Tariff Publishing Co., et al.*, Complaint, Civ. Action No. 92-2854, filed December 21, 1992。运输商随后和司法部达成和解，结果是不质疑这些票价。

纽非法驱逐新竞争者。尽管有证据表明 American 削减了它在这些目标航线上的费用，故意选择遭受暂时的利润率下降，比新进入者有更高的成本，并且在新竞争者消失后提高了费用等，但法院还是解除了政府的控告，不对该案进行审讯。法院指出，American "进行了残酷的，但不是厚颜无耻的竞争"。[①]（法院明显不愿意区分反映竞争过程的定价和摧毁竞争过程的掠夺性定价。）然而，在 2005 年年底，第六巡回上诉法院的裁决恢复了由 Spirit Airlines 起诉 Northwest 的一项掠夺性定价诉讼，命令对该反托拉斯行为进行审讯。法院指出，一个合理的事实审判者，"能在掠夺的时候发现，市场……是高度集中的，Northwest 拥有压倒性的市场份额，进入的障碍很高。因此，［法庭能够判决］Northwest 在进行掠夺性定价……为了迫使 Spirit 退出市场。"[②]

难以置信地，根据政府反托拉斯执行情况的精简记录，一些产业官员最近敦促更大程度地放弃反托拉斯政策以使得主要运输商能够彼此并购[③]，这是一个有证据强烈表明将加重主要运输商的高成本而增强它们的市场权力的建议。

航空交通管制

联邦航空管理局（Federal Aviation Administration，FAA）运营国家的航空交通和航空导航系统，包括机场塔标、航线交通管制、空服组员工作站、雷达设施、沟通和电脑系统以及航空交通管理。它每年管理超过 20 000 个着陆点，引导 4 600 万架飞机。它的 140 亿美元的年度预算花在这些运行和机场建设拨款上，以及支付 40 000 名航空交通管理员和航空安全检查员的报酬。[④]

这里的主要公共政策问题考虑 FAA 的运行效率，它的运行是否现代化，并与技术进步、航空旅行的发展（包括私人和公司飞机的发展）、产生它的资金的方法相一致。

航空公司抱怨陈旧的航空交通管制系统使得它们每年在航班延误和取消、燃料浪费、失去联系、丢失包裹上花费了数十亿美元，并且随着飞机、乘客和航班数量在半个世纪前设计的航空交通管制系统范

① *United States v. AMR Corp.*, 140 F. Supp. 2d 1141 (D. Kan. 2001), affirmed by the Tenth Circuit Court of Appeals, 2003-2 Trade Cas. (CCH) P74, 078 (July 3, 2003).

② *Spirit Airlines v. Northwest Airlines*, 431 F. 3d 917 (2005).

③ "UAL CEO: US Skies Need Deregulation," CNNMoney.com, September 25, 2005.

④ Federal Aviation Administration, Administrator's Fact Book, April 2007.

围内的增长而越发严重。[①] 然而，航空公司自身可能将这些问题与它们员工的减少和最近员工减薪的问题混杂在了一起。[②] FAA 的资金在某种程度上是不公正的和缺乏效率的，这是因为乘客机票税使得航空公司的负担相对较重，与此同时，数十万的小型、私人或一般的航空飞机却几乎不用为使用航空系统而交费，因此，这种措施使得在有效地利用稀缺的空间资源方面缺乏经济激励。[③]（这是被全国 400 000 位私人飞机拥有者和飞行员激烈地争议的问题。[④]）其他人报告称 FAA 数十亿美元的新一代交通管制现代化努力正遭遇许多严重的问题。[⑤] 一些人表达了将全国航空交通管制系统全部或部分私人化的兴趣，正如英国、德国、澳大利亚和加拿大所做的那样。[⑥] 但是这一选择可能仅仅会恶化市场权力问题，特别是如果对私人化航空交通管制机构的主要影响被分配给作为系统运行的最大利益相关者的主要航空公司的话。其他人建议机场降落的费用要有变化，在较拥挤的时段收取较高的费用，以鼓励运输商更均匀地分布它们的航班，进而减少延误。

"9·11"和政府资助

在"9·11"恐怖袭击之后，为了回应危机时代航空业对政府救助的请求，对航空运输提供政府资助的法律被制定。《航空运输安全与系统稳定法案》直接按航空公司规模的一定比例向它们提供高达 50 亿美元的现金资助。该法案建立了一项高达 100 亿美元的额外资金，通过新建立的由交通部长、财政部长、总审计长和联邦储备委员会主席组成的航空运输稳定委员会（Air Transportation Stabilization Board,

---

① 见美国航空运输协会会长 James C. May 在美国国会航空小组委员会前的证词，2007 年 3 月 21 日，网址是 transportation. house. gov/hearings/hearingdetail. aspx? NewsID=78。

② Melanie Trottman and Susan Carey, "As Pay Falls, Airlines Struggle to Fill Jobs," *Wall Street Journal* (May 16, 2007): 1.

③ 见交通部检察长 Calvin L. Scovel 在美国国会航空小组委员会前的证词，2007 年 3 月 21 日。

④ 见飞机拥有者和飞行员协会会长 Phil Boyer 在美国国会航空小组委员会前的证词，2007 年 3 月 21 日。

⑤ 见 U. S. General Accountability Office, "National Airspace System: Transformation will Require Culture Change, Balanced Funding Priorities, and Use of All Available Management Tools," Washington, D. C. (October 2005)。

⑥ 见 U. S. General Accountability Office, "Air Traffic Control: Characteristics and Performance of Selected International Air Navigation Service Providers and Lessons Learned from Their Commercialization," Washington, D. C. (July 2005)。

ATSB）实现政府担保的贷款，让运输商认为财政有功。在2003年，国会为航空业提供额外的24亿美元的与安全相关的资助，而2006年颁布的主要养老金法律给予主要航空公司在养老金财务会计处理上的优惠待遇。

依据财政部，紧急直接支付的46亿美元被分发给了航空公司，其中的32亿美元（70%）流向American、United、Delta、Continental、Northwest和US Airways。另外，16家运输商申请政府贷款担保：6家被ATSB批准，而其余的被拒绝。被批准的最大申请是US Airways（90 000万美元）和America West（38 000万美元）；被ATSB拒绝的最大申请是United最初超过10亿美元的政府贷款担保申请，该申请于2003年重新提交时仍被驳回。[①] 除此之外，政府养老金福利保障公司自2001年起承担United、TWA、USAir和Delta的养老金义务，这需要花费超过100亿美元。[②]

这样的直接政府资助带来了一些重要的公共政策问题。首先，这种资助是对集中于航空交通业中的国家危机（国家危机包括国家航空系统的关闭和大幅度增长的安全问题）的悲观回应呢，还是对在“9·11”事件之后航空交通业的行业恶化趋势加剧所导致的主要的运输商的利润率下降（利润率的下降在很大程度上是由于高费用、高成本、昂贵的合并、行政浪费和工会的补偿）的补偿呢？

其次，通过创建ATSB来提供政府贷款担保，是否是对灾难性事件的一个令人钦佩且务实的反应？或者它是否投资了一个拥有权力来选择获胜者和失败者的小型委员会，因此它的决定受制于政治游说、徇私和“寻租”？将来该领域的政府管制行为是否将受到已被联邦政府担保数百万美元债务的特定运输商的后果考虑的影响？

再次，这是否是唯一的机会来促进竞争，而不是浪费数十亿美元的政府资金、贷款担保和养老金来使主导运输商逐步放开对可用机位、进出通行口、地面设施和来往于它们垄断航线的使用限制？这是否也没有促进公共利益？相反，政府按运输商规模的一定比例分配这数十亿美元的资助是否奖励了垄断和寡头而不是打击了它们？

---

① 政府现金资助的详细信息见交通部，www.dot.gov/affairs/carrierpayments.htm；政府贷款担保的详细信息见航空运输协会的汇编，www.airlines.org/files/z110.htm。

② U.S. General Accountability Office, “Commercial Aviation: Bankruptcy and Pension Problems,” 54.

航空安全

自“9·11”以来，增强航空安全的项目和程序已经快速升级。它们包括更全面的乘客登机检查、改进的探测爆炸物措施、更全面的行李检查、更多航班上的更多空中警察、增强的机场安全以及在飞机上安装加固的驾驶舱的门和货物集装箱。航空安全的成本随着这些扩展的措施快速增长，从“9·11”前的预计每年10亿美元增长到之后每年接近50亿美元。

这里关键的经济问题是双重的。首先，应提供怎样的航空安全水平才是经济上最优的？这当然需要权衡安全的好处和提供它的成本，并且当成百上千的生命安危未定、航空航线在国际范围上增长迅速时，这就不再是一个简单的问题。一个相关的政策问题是，提高安全性的努力是否应包含一系列不同的程序，或者它们是否应该主要关注那些每单位美元能提供最多安全性的特定程序。①

其次，谁应该支付这些成本？航空业贸易协会认为航空恐怖主义是对整个国家的威胁，因此防卫航空恐怖主义是全国防卫的一个不可或缺的元素；同样地，航空安全的成本应该和国家防卫筹资一样被支付，即由从美国所有纳税人中收集的一般政府收入来支付。② 实际上，2001年《航空和交通法案》将大部分航空安全的责任转移到新成立的运输安全管理局（Transportation Security Administration，其在2002年被吸收进新的国土安全部）那里。从那时起，由航空公司和乘客支付的年度税收和收入占航空安全成本的三分之一，余下的部分由一般收入税收支付。③ 一条经济学格言说，当生产者和消费者面对他们行为的全部成本的时候，资源分配是更有效的。如果大部分航空安全的成本由其他人支付，那么航空服务将会定低价格而过度消费。的确，如果航空旅行像运输商贸易协会所说的那样对国家很重要，那么国家的

---

① 这些和其他安全问题的经济学分析，见Walter Enders and Todd Sandler, *The Political Economy of Terrorism* (New York: Cambridge University Press, 2006)。

② 美国航空运输协会会长Mr. Jim May在美国国会商务、科学和交通委员会前的证词，2004年6月22日。

③ 见Bartholomew Elias, “Aviation Security: Issues Before Congress Since September 11, 2001,” Congressional Research Service, Report for Congress, February 6, 2004; and Kenneth M. Mead, U. S. Department of Transportation, “Aviation Security Costs, Transportation Security Administration,” testimony before the U. S. Congress. Senate. Subcommittee on Aviation, February 5, 2003。

纳税人是否也应该支付航空公司运营的其他成本，包括工资、燃料和飞机呢？换句话说，酒店难道不为其食品的安全负责？制药企业难道不为其药物的安全和效果负责？如果这样，为什么航空业应该区别对待？但是国家的许多主要运输商刚从破产中恢复过来，是否不大可能分配给它们比航空安全成本更多的责任，因为这可能危及它们脆弱的财务状况？如果这样，政府和公众是否事实上成为了由主要运输商组成的大型联合体的主人？

开放领空和国际航空

最后，我们讨论国际竞争的问题。从 20 世纪 40 年代开始，航空公司在国家间飞行的能力被单独的、国家与国家间的双边协定条约所严格限制。[①] 这些条约通常明确规定了允许在两个国家之间飞行的特定运输商、这些运输商被批准服务的特定城市和机场以及被批准运营的特定航班数，传统上这些条件着重强调要保护和有利于每个国家国内的主要运输商。然而，在过去的二十年里，通过所谓的开放领空协定，国家间正在努力开放国际航空旅行。[②] 在 2002 年欧洲法院裁定美国和欧盟单一成员国间狭窄的、双边航空协定违反欧盟商务政策（因为它歧视所有未签订其中任何一个合约的欧盟成员国）后，这些协定成为对紧急程度的衡量。这方面欧盟和美国的一个协定在 2007 年春季被欧盟批准，这是一个分水岭，它名义上允许任何一个欧盟运输商飞到任何一个美国城市，并且任何一个美国运输商也能飞到欧盟成员国的任何城市。

欧盟委员会指出，减少的政府障碍和美国与欧盟运输商间更自由的竞争，能潜在地增加高达 50%的乘客，产生 200 亿美元的消费者利益，并创造 80 000 份新工作。[③] 但是这份最近的协定的结果并不明确，部分原因是主导地位受到最严重威胁的现在的运输商，正在费力抵制

---

① 关于更全面的历史，见 Brian F. Havel, *In Search of Open Skies* (Boston: Kluwer, 1997)。

② 关于该领域最近发展的分析，见 U. S. General Accounting Office, "Transatlantic Aviation: Effects of Easing Restrictions on U. S. -European Markets" (Washington, D. C.), July 2004。

③ European Commission, Directorate-General for Energy and Transport, Information Note: Air Transport Agreement between the EU and US, March 6, 2007.

它。[①] 如果最主要的美国和外国运输商已经像联合伙伴一样一起运行，那么这样开放领空的协定实际上将产生多少竞争好处仍然是一个问题。如果像美国的案例那样在国际水平上成功解除了管制，那么随后将带来反竞争性合并和全球垄断枢纽，这样消费者获得的利益甚至会更少。

Ⅵ. 结 论

Alfred Kahn是一位经济学家，之前被称为航空业解除管制之父，他有一句著名的妙语，商务客机只是生有翅膀的边际成本。在理解产业结构、行为、绩效之后，学习产业经济学的学生可能更会将其和更多事物视为事件——和课程——展示这一蓬勃发展的领域。学生、分析家和狂热爱好者，需要进一步思考《华尔街日报》的主编所呼吁的"自由地和其他人一起预订机票"[②] 是否真的是一种有效的并可促进该领域公共利益的经济决策行为。

拓展阅读建议

书 籍

Bailey, Elizabeth E., David R. Graham, and Daniel P. Kaplan. 1985. *Deregulating the Airlines*. Cambridge, MA: MIT Press.

Caves, Richard E. 1962. *Air Transport and Its Regulators: An Industry Study*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Dempsey, Paul S., and Andrew R. Goetz. 1992. *Airline Deregulation and Laissez-Faire Mythology*. Westport, CT: Quorum Books.

Gittell, Judy Hoffer. 2005. *The Southwest Airlines Way*. New York: McGraw-Hill.

Kahn, Alfred E. 2004. *Lessons From Deregulation: Telecommunications and Airlines After the Crunch*. Washington, D.C.: AEI-

① 见 Kevin Done, "BA and Virgin Launch Last-Minute Effort to Halt EU-US Aviation Deal," *Financial Times* (March 6, 2007): 4。

② "The Politics of JetBlue," editorial, *Wall Street Journal* (February 24, 2007): A8.

Brooking Joint Center for Regulatory Studies.

Morrison, Steven A., and Clifford Winston. 1995. *The Evolution of the Airline Industry*. Washington, D. C.: Brookings Institution.

Peterson, Barbara S. 2004. *Blue Streak: Inside JetBlue*. New York: Penguin Group.

Petzinger, Thomas. 1995. *Hard Landing*. New York: Random House.

政府报告和其他资源

Air Carrier Association of America (www. acaal. com), an association of low-fare air carriers.

Air Transport Association (www. air-transport. org) for economic statistics and data, including ATA annual economic report on the industry.

Aviation & Aerospace Almanac, Washington, D. C.: Aviation Week (discontinued after 2003).

Bureau of Transportation Statistics, U. S. Department of Transportation (www. transtats. bts. gov) for extensive databases on the airline industry.

Hecker, JayEtta Z. 2001. U. S. General Accounting Office. "Aviation Competition: Challenges in Enhancing Competition in Dominated Markets." Testimony before the U. S. Congress. Senate. Committee on Commerce, Science, and Transportation, March 13.

____. 2001. "Airline Competition: Issues Raised by Consolidation Proposals." Testimony before the U. S. Congress. Senate. Subcommittee on Antitrust, Business Rights, and Competition, February 7.

Transportation Research Board, National Research Council. 1999. *Entry and Competition in the U. S. Airline Industry*. Washington, D. C.: National Academy Press.

U. S. Congress. House. Subcommittee on Aviation. Hearing: U. S.-E. U. Open Skies Agreement, 109th Cong., 2nd sess., 2006.

____, Senate. Committee on Commerce, Science, and Transportation. Hearing: State of the Airline Industry: Potential Impact of Airline Industry: Potential Impact of Airline Mergers and Industry

Consolidation, 110th Cong., 1st sess., 2007.

____, Senate. Committee on Commerce, Science, and Transportation. Hearing: Foreign Investment in U. S. Carriers, 109th Cong., 2nd sess., 2006.

____, Senate. Committee on the Judiciary. Hearing: Airline Consolidation: Has It Gone Too Far? 107th Cong., 1st sess., 2002.

____, Senate. Subcommittee on Antitrust, Business Rights, and Competition. Hearing: Aviation Competition and Concentration at High-Density Airports, 107th Cong., 1st sess., 2002.

____, Senate. Committee on the Judiciary. Hearing: International Aviation Alliances, 107th Cong., 1st sess., 2001.

____, Senate. Committee on Commerce, Science, and Transportation. Hearing: Airline Passenger Fairness Act, 106th Cong., 1st sess., 2000.

____, Senate. Committee on the Judiciary. Report: Civil Aeronautics Board Practices and Procedures, 94th Cong., 1st sess., 1975.

U. S. Department of Transportation. 1996. The Low Cost Airline Service Revolution. Washington, D. C.: April.

U. S. General Accountability Office. 2006. "Airline Deregulation: Regulating the Airline Industry Would Likely Reverse Consumer Benefits and Not Save Airline Pensions." Washington, D. C.: June.

____. 2005. "Commercial Aviation: Bankruptcy and Pension Problems are Symptoms of Underlying Structural Issues." Washington, D. C.: September.

____. 2004. "Commercial Aviation: Legacy Airline Must Further Reduce Costs to Restore Profitability." Washington, D. C.: August.

____. 1999. "Aviation Competition: Effects on Consumers from Domestic Airline Alliances Vary." Washington, D. C.: January.

Wayne, Leslie, and Michael Moss. "Bailout for Airlines Showed the Weights of a Mighty Lobby," *New York Times* (October 10, 2001): 1.

第10章　银行业

——史蒂芬·J·匹罗夫
(Steven Pilloff)

在美国，银行业提供的金融服务是公司与家庭需求的重要部分，商业银行是国家经济中最大、最重要的部门之一。银行提供广泛的金融产品与服务，但是它们的传统活动包括两个基本的方面：为客户提供安全、流动、方便的储蓄产品，同时把存款借给需要钱的消费者、政府与企业。典型的形式为：银行付利息给存款者并从贷款者那里收取利息。它们利润的大部分来自贷款利息与存款利息的息差。因此，高的贷款利率和低的存款利率与高的盈利能力相关联。与此同时，银行也通过对存款、贷款和其他金融产品以及服务收费来获得收入。

这个行业是由商业银行机构组成的，这些商业银行机构是经国家银行管理机构（货币监理署）或者由银行所在州的银行管

理机构授权许可的。其中一些机构作为独立的银行进行日常经营，并且是所在组织中承担此功能的唯一单位；其余的作为银行控股公司的一部分来经营，这种控股公司拥有一个或多个银行机构，同时也可能拥有非银行子公司，如数据处理公司、专业贷款公司与风险资本公司。除了这种商业银行业，还有非银行存款机构（储蓄银行、储蓄贷款协会及信用社）和非银行、非存款公司（例如：抵押贷款公司、消费金融公司和共同基金组织）。最后，还有银行控股的非银行子公司。

在这一章，术语“银行”与“银行业组织”是指独立的银行或者由同一银行控股的所有银行子公司的总称。术语“银行业机构”指拥有自己的银行章程的实体——独立银行或者银行控股的单个银行子公司。

把银行的活动描述为吸收存款与发放贷款过分简化了商业银行的行为。一方面，银行也在无数的其他领域提供金融服务——例如信用、投资咨询及现金管理。另一方面，消费者可以选择的存款与贷款形式也是多种多样的。银行传统上提供许多种类的存款账户——储蓄、活期存款（支票）、货币市场存款及定期存单——每一种形式都有不同的特点，例如，利率与费用表、最低存款额和提款限制。银行存款的重要特点是它们的联邦存款保险通常达到 100 000 美元，并且提供的安全保障是非存款公司所无法比拟的。[①] 由银行提供的信贷服务也是多种多样的，例如包括汽车贷款、住房抵押贷款、消费贷款，以及企业和家庭权益信用。

银行提供的每一种产品和服务能潜在地构成单个的市场。每一种产品和服务都有其独自的特点，并由不同类型的公司（尽管经常交叉）来提供，由不同类型的消费者（尽管也经常交叉）来消费。例如，抵押贷款、汽车贷款、支票账户和现金管理服务都可作为不同的产品市场。然而，商业银行是唯一能够广泛提供金融服务的公司，这些金融

① 联邦存款保险由联邦存款保险公司（FDIC）提供。联邦政府为私人支配的退休金账户提供 250 000 美元的存款保险，为所有其他类型的账户提供 100 000 美元的存款保险。这些规定适用于在任何一个特定机构登记的每个账户。因此，家庭或公司可以通过一些措施完全地保护 100 000 美元以上的存款，这些措施有：不同的账户持有者在一家银行里持有几个不同的账户，每个账户在100 000美元以下；由同一持有者在不同的银行持有多个账户，每个账户在100 000美元以下。在储蓄银行以及储蓄贷款协会持有的存款得到同样保险的保护，并且在信贷协会持有的存款也得到类似的保护。

服务通常被视为“商业银行业”。[①] 因此，银行在形成长期客户关系上的能力是独一无二的，而这些关系具有特别的经济意义，它超过了银行实际提供的产品与服务项目。消费者经常把商业银行作为他们所享用的金融服务的主要提供者，并且很明显，他们从那里得到了多重的金融服务。[②]

在这一章，商业银行业被认为包括两个不同的市场——零售业务与公司业务——每一个市场都包含着一套传统的存款、贷款和其他的金融业务，这些金融业务由银行提供给特定类型的客户群。商业银行业的零售业务主要是为家庭与小企业提供的金融服务，几乎每一个银行都从事零售银行业务，而且大多数银行只从事零售银行业务。

有证据显示，对零售银行业而言，它们服务于本地市场。从需求方看，零售客户特别喜欢银行本地化，因为他们通常到离家或办公室最近的银行寻求金融服务。从供给方看，为那些生活或工作远离银行办公地点的客户提供金融服务，银行的成本要高得多，因为很明显零售账户涉及的货币量明显要小。另外，银行办事处的数量非常庞大并在不断增长，这种现象与银行不断为本地市场提供高效服务的行为相关。

公司业务涉及为大企业提供金融服务——商业存款与贷款业务，还有复杂的金融服务，例如外汇交易。相对来说，只有少量的大银行从事公司银行业务。接受公司业务服务的相关市场可以是地区性的、全国性的，甚至是国际性的，因为很明显公司账户涉及的货币量大，出于财务的考虑，它们可以在很大的范围内寻找合适的银行，它们也具有这样的资源与技能去从事这样的调查。并且，因为向大型企业客

---

① 不同的银行产品和服务是同一产品的一部分这种观念被牢固确立。例如，最高法院已经承认：用于评价银行合并后竞争情况的合适的产品市场，是一个由银行所提供的产品和服务构成的类别集中的市场。证明这种观念的最广为人知的案例是：*United States v. Philadelphia National Bank*，374 U. S. 321，357（1963）。

② 来自联邦储备委员会1993年度小企业金融调查与1992年度消费者金融调查的发现，见 Myron L. Kwast，Martha Starr-McCluer，and John D. Wolken，“Market Definition and the Analysis of Antitrust in Banking，” *The Antitrust Bulletin*，Winter 1997，973－975。更多关于消费者金融调查的最新数据，见 F. Amel and Martha Starr-McCluer，“Market Definition in Banking：Recent Evidence，” *The Antitrust Bulletin*，Spring 2002，63－89。更多关于小企业金融调查的最新数据，见 Traci L. Mach and John D. Wolken，“Financial Services Used by Businesses：Evidence from the 2003 Survey of Small Business Finances，” *Federal Reserve Bulletin*（October 2006）：A167－A195。

户提供服务的潜在利润是可观的，这使得银行搜寻大型企业客户的成本相对而言不是那么重要，所以银行倾向于不被地域限制，而去进行广泛的调查来获得公司银行业务。

尽管零售业务与公司业务都是商业银行业的重要组成部分，但是这一章的重点放在零售业务上，它更适合在结构—行为—绩效的框架内进行分析。零售业务受到反托拉斯当局的高度关注，这是因为零售业务的消费者更多地受到地域的限制，并且零售市场规模更小。所以，人们对零售市场的正确定义、市场结构、银行绩效和银行行为之间的关系作了广泛的研究。公司业务引起的竞争关注较少，所以这方面的研究很少。①

Ⅰ. 历　史

美国商业银行的历史表明：商业银行业主要由大量小规模、当地的机构组成。联邦与州的法律对银行活动的限制是这种结构发展的主要原因。有关设立分支机构与跨州银行的规定对这种结构有特别的影响，这些规定限制了州银行与联邦银行的成长和在广泛地域上经营的能力。

基本上所有的银行都有一个总部，用来吸收存款和发放贷款。② 大多数银行也设立分支机构。许多年以来，州银行禁止在本州之外设立分支机构。实际上，在许多州，州银行只允许在该州的有限范围内设立分支机构，例如，银行所在的县或邻近的县。在一些州，设立分支机构是被完全禁止的。一个银行要想在禁止设立分支机构的州的某一个地区经营业务，它需要组成银行控股公司，并且建立（或收购）独立的拥有自己的章程与总部的银行子公司。

在 1927 年以前，联邦银行被完全禁止设立分支机构。1927 年的《麦克法登法案》赋予了国民银行设立分支机构的一些权利，但是这些权利是有限的，它和强加在州银行设立分支机构上的限制是同样的。

---

① 在本章的剩余部分，术语“商业银行”指的是除了明确定义的零售银行之外的其他零售银行。

② 特例包括一小部分的网络银行，这些银行没有实体办公场所，是银行业中很小的一个组成部分。

实际上，国民银行被禁止跨州设立分支机构，并且，在很多情况下，其在州内设立分支机构的区域也是有限的。

尽管没有银行能够跨州设立分支机构，但是《麦克法登法案》的一个漏洞使操作跨州银行成为可能，这就是银行控股公司在总部所在州以外地区购买经营中的银行机构。然而，1956 年《银行控股公司法案》的《道格拉斯修正案》禁止这样的跨州收购，除非目标机构所在州的州立法机构明确允许这样做。许多年以来，没有一个州通过法律允许跨州收购。

银行业也面临着其他规定，最著名的是 1933 年的《格拉斯-斯蒂格尔法案》，它规定商业银行业（吸收存款与发放贷款）与投资银行业（保险、证券）保持分业经营。① 尽管这些限制大大地影响着银行业的结构，但是限制设立分支机构与限制跨州银行业务对这个结构有更大的影响。②

最近几年，对跨州银行业务的限制已被撤销了。1975 年，缅因州立法机关通过法案允许在其他州设立总部的银行控股公司在缅因州内进行收购。其他的州纷纷效仿，在 1984 年年底之前，八个州颁布了新的法案。而在 1995 年年底之前，每个州都已经通过立法允许一定的跨州银行业务存在。对于设立分支机构的限制也有所松动。许多州使设立分支机构的规则自由化，从而银行更容易在本州内拓展其经营业务。1994 年年底，只有两个州禁止在本州范围内设立分支机构。

1985 年，货币监理署在既有的被指定为“30 英里规则”的条件下，也开始方便国民银行跨州设立分支机构。这个规则允许国民银行在 30 英里内重新安置其总部。同时，原先的总部可以作为一个分支机构来经营。银行用这种扩张形式进入新的州，并且许多银行控股公司用它来合并子公司。

《里格-尼尔跨州银行与分支机构有效性法案》在 1994 年生效，排除了许多对跨州银行与分支机构业务的保留限制。由于银行控股公司

---

① 《格雷姆-里奇-比利雷金融服务现代化法案》（GLBA）于 1999 年通过，取消了许多关于公司从事银行业和其他金融行业的限制。更重要的是，这部法案取消了《格拉斯-斯蒂格尔法案》中关于证券公司从事银行业务的限制。

② 尽管《格拉斯-斯蒂格尔法案》从法律上对商业银行与投资银行分业经营提出了要求，且在时间上要早于 1999 年通过的 GLBA，但是监管决策在这部法案通过之前就已经模糊化了两者间的界限。例如，美国联邦储备委员会决定，在《银行控股公司法案》第 20 部分的约束下，银行控股公司能够成立一些子公司开展种类有限的承销业务。

在任何州都能收购银行业机构，跨州银行发展起来了。里格-尼尔法案也消除了对跨州设立分支机构的限制：一个州的银行机构可以与另一个州的机构合并，形成在多个州有分支机构的统一机构。这样的兼并可以发生在相关的（由同一控股公司拥有的）或不相关的银行间。通过兼并，各州有机会在 1997 年 6 月 1 日之前从跨州分支机构业务中“撤出”，但是只有得克萨斯州与蒙大拿州这样做了。得克萨斯州于 1999 年撤销了对跨州分支机构业务的禁令，蒙大拿州也于 2001 年撤销了这一禁令。在那些明确允许这样的进入的州中，银行也可以建立新的跨州分支机构。到 1998 年 8 月，近一半的州选择了允许这样的分支机构业务存在。

Ⅱ. 结　构

商业银行业的结构在 20 世纪 90 年代发生了显著的变化，这主要是广泛合并的结果。这一变化表现在：银行数目下降，同时在全国水平上的集中提高了。有趣的是，在地方水平上的集中几乎没有什么变化。特大型银行的数目与规模都得以提高，这是该产业发展的潜在结果。

兼　并

历史上，银行业包括大量小的、在当地起家的机构。尽管这个产业继续保持着这个结构特点，但是在过去的几十年间，它发生了巨大的变化。这一变化主要起源于 20 世纪 80 年代初发生的广泛的兼并与收购活动。[①]

兼并活动

从 1990 年到 2005 年，在美国完成了 3 800 多宗银行兼并，涉及兼并资产大约 3 600 亿美元（见表 10—1）。在 20 世纪 90 年代早期，兼并活动呈现高增长态势，并且这种势头一直保持到 90 年代中后期，直到 1998 年才从顶峰开始回落。

① 这一章中术语“兼并”与“收购”交换使用。

表 10—1　　银行兼并和收购，1990—2005 年

年份	数目	被收购的银行资产（10 亿美元）	占行业总资产的百分比[a]	兼并得到的资产大于		
				10 亿美元	100 亿美元	500 亿美元
1990	118	68.8	2.0	10	1	0
1991	147	126.8	3.7	11	2	0
1992	240	157.8	4.5	23	3	1
1993	303	106.4	2.9	16	2	0
1994	360	117.5	3.0	16	2	0
1995	357	183.1	4.3	17	4	0
1996	313	322.1	7.1	22	7	2
1997	311	179.5	3.6	17	4	0
1998	379	677.3	12.6	32	8	3
1999	250	243.0	4.3	18	5	1
2000	183	177.0	2.9	16	2	1
2001	179	316.1	4.9	22	7	2
2002	148	55.2	0.8	11	1	0
2003	148	56.7	0.8	6	2	0
2004	196	734.0	9.0	27	7	3
2005	159	110.8	1.3	10	2	0
总计	3 791	3 632.1	—	274	59	13

a. 行业总资产的计算以每年 12 月 31 日的资产来度量。

资料来源：SNL Security，Federal Reserve Board and Reports of Condition and Income (Call Report).

在那段时间里，兼并具有的通常特征是：占交易比例的很小部分，却占整个兼并资产的很大份额。这些兼并涉及收购方与拥有重要资产的目标方。进行交易的双方资产总额在 10 亿美元以上的兼并，只占到了并购数量的 7%，但是却占了所有购并资产的 85%。59 起交易双方资产总额在 100 亿美元以上的兼并占了所有并购资产的 70%，同时，13 起资产在 500 亿美元以上的银行机构的兼并占到了所有并购资产

的 39%。

1998 年兼并活动达到了史无前例的水平，诞生了历史上最大的几家银行（美国国民银行—美洲银行；第一银行—芝加哥第一 NBD 银行；西北银行—富国银行）。这一时期，一些其他规模的兼并活动，以及许多更小的交易也发生过，兼并的资产约占整个产业资产的 13%。此外，旅行者集团，一家大型、多元化、拥有广泛的保险与投资银行业务的非银行金融服务公司与一家大型的银行机构——花旗银行合并，形成了美国最大的银行机构。

兼并动机

随着对设立分支机构与跨州银行业务的区域限制的逐步放开，商业银行业的合并成为可能。但是，这并没有解释为什么会发生兼并浪潮。广泛的收购活动是由银行家的信念所驱使的，他们相信通过收购其他的机构能够使自身得到重要的收获。

关键并且经常被提及的期望收益来源于规模经济所带来的成本降低。① 当公司规模扩大而平均成本下降时，就存在规模经济。如果银行业存在规模经济，那么大银行会比小银行有更低的平均成本。这样，它们就可以赚取更多的利润，其方法是或者通过降低价格（提高存款利率、降低贷款利率或减少费用）来吸引更多的客户，或者通过提高边际利润（通过维持价格从而在收入与成本之间取得更大的差价），或者通过两种策略的某种组合。

对于商业银行业而言，规模经济可能产生于几种资源，技术是特别重要的潜在因素。银行严重依赖于广泛的计算机系统，这些系统包括主要的固定成本与更有限的可变成本。因为随着交易量的上升，它们总的运行费用、维护费用的提高幅度相对较小，银行能够从大量的交易中受益。更大规模也可以使银行提高员工的专业化水平，从而可能会产生效果更好、效率更高的经营。规模经济的另一个资源是广告。大银行通过在能够传播到广阔地区的无线电广播、电视及大报纸上做广告，从而使得在更广泛的地理区域上经营业务可能会更有效率。相比之下，小银行通过那些媒体所做的广告也可能会传递给许多个人，但是，这些个人由于在银行的服务区域之外，所以并不是潜在的客户。

---

① 在探讨零售商业银行业务时，有一个稍微相关的概念是范围经济，当联合生产多种产品比单独生产各个产品成本更低时，范围经济就会出现。在谈到商业银行业务与其他金融服务相结合的业务（例如投资银行业务或保险业务）时，范围经济的概念更适用 。

兼并能够使银行消除冗员，从而受益于规模经济。许多由两个独立银行分别承担的后勤功能，以更低的成本由一个合并后的银行来完成。例如，兼并以后，就能够撤销一个银行的支票加工设施或发薪名单部门。同样，当收购方与目标银行在同一邻近地区经营分支机构业务时，在没有严重地使客户不方便的情况下，就可以关掉一些分支机构。

然而，合并也可以产生更大的市场力量，那就是，银行将会有更大的能力去支持价格（利息率、收费）高于竞争水平而不是受市场的压力去降低价格。如果在同一市场竞争的两个银行合并成一家具有高市场份额的银行，那么（假定兼并后的市场是足够集中的）合并后的银行机构就可能会运用市场力量。被合并的银行的客户可能会更乐意去接受更高的价格，因为没有替代者比现有的银行更具有吸引力。如果市场中小一点的银行认识到高一点的价格未必导致客户数量的流失，那么它们就会跟随市场领导者也提高价格。在兼并之前，市场缺乏集中，兼并双方不可能维持高价，因为每一方的客户都会视另一方为方便的替代者，并且，如果价格提高了，它们就会将自己的生意转移到对方那里。

来自非直接竞争的两个银行的兼并，也有可能导致更强大的市场力量出现。这是因为合并后的银行也许会从规模方面获得某些市场力量的优势。大型银行通常拥有重要的资源或“深口袋效应”，这会使它们在价格策略上更具灵活性。例如，在一个市场上，一家大银行可能会决定把它的价格设定在竞争性水平之上，那个市场上小一点的银行可能会试图削减价格以吸引客户，大银行就会通过把价格降低到小银行会蒙受损失的那一点来进行报复。由于大银行有更多的金融资源，因此它能够比小银行在更长时间内承受损失。小银行认识到可能会发生这样的一系列情况，就不会降低由大银行设定的价格。它们更可能选择去做价格接受者，因为不这样做就会违反所谓的“定价纪律”。因此，丰富的金融资源可能会使大银行通过充当价格领导者来行使市场力量。[①] 如果兼并后大银行能够加强其品牌认知度，它就可能提高自己的市场力量。因为大银行能够更频繁地做广告，拥有更多的办公室，并且可以通过参加公共活动例如赞助当地体育比赛来使客户更加熟悉

① 大银行可能受益于规模经济（如果规模经济存在的话），与“深口袋效应”相似。而且，正如在进一步的讨论中将会提到的，一些观点认为，银行的规模太大而不可能破产——这种情形给大银行更多的自由来发挥反竞争的影响。

它们的品牌。这种熟知会导致客户更加信任认识的银行，并且愿意为它的产品与服务支付更高的价格。

最后，兼并可以通过多元化降低风险，使银行受益。伴随着有限度地进入任何特定地理区域、行业或产品领域，业务多元化的大银行在任何地区都更经得起危机考验。更广泛的多元化也可以使大银行能够更好地抓住盈利机会。特别地，地理上呈多元化的机构可能更方便地把资源配置给新的机会，因为它们能够容易地把资源从盈利少的市场转移到盈利多的市场。更小、更多的在当地起家的银行就没有相似的外部资源可供利用。

破产与新银行的形成

尽管兼并与收购在 20 世纪 90 年代是导致银行业结构变化的主导原因，但是银行机构的破产与重组也起到了促进作用。大约有 466 家银行机构在 1990—2006 年间破产，涉及总资产 815 亿美元（见表 10—2）。[①] 这些破产事件大部分发生于这段时期的初期。从 1994 年以后，破产事件相当罕见，这主要是由于美国西南部经济的复苏和美国经济实力在这段时期强劲的全面扩张。在最近几年，破产率依旧维持在低水平。事实上，在 2005 年和 2006 年，没有任何银行破产。破产率在 20 世纪 90 年度早期出现下降在很大程度上是由于利率的下调：由于存款利率的频繁调整，所以银行的固定利率资产能够产生足够的资金支付存款利息，这就使得银行在一般情况下不会陷入困难的境地。

在出现 466 家银行机构破产的这段时期，有超过该数量 4 倍的新银行机构重组（见表 10—2）。然而，新出现的大量银行机构可能会夸大它们对于行业的重要性。新机构通常规模很小，并且其现状会持续多年。同时，在 2 126 家类型被确定为新重组的机构中，有部分是银行控股公司成立的，因此它们实际上只是已经存在的公司的扩张。

新开设银行的数目是受各种各样行业进入壁垒限制的，其中的一个壁垒是法律限制，限制团体开设银行机构。例如，证券公司和保险公司虽然已经是明显的金融服务提供者，但却一直被禁止经营商业银行业务。直到 1999 年，《格雷姆-里奇-比利雷金融服务现代化法案》获得通过，废除了对证券公司经营银行业务的限制。公司类型约束的

① 除此之外，在这段时期内，大约有 500 家储蓄机构（储蓄银行及储蓄贷款协会）破产。

放松能够使商业银行拓宽其资产池。然而，非金融公司仍然被禁止拥有商业银行，许多想要开设新银行的公司正是由于法律的禁止而未能如愿。①

表 10—2　　银行破产和重组，1990—2006 年

年份	破产		新银行的形成
	数目	资产（10 亿美元）	数目
1990	159	10.7	165
1991	108	44.0	106
1992	100	15.6	72
1993	42	2.9	61
1994	11	0.9	50
1995	6	0.8	102
1996	5	0.2	145
1997	1	0.0	188
1998	3	0.3	194
1999	7	1.5	232
2000	6	0.4	192
2001	3	0.1	129
2002	10	2.9	91
2003	2	1.1	111
2004	3	0.2	122
2005	0	0.0	166
2006	0	0.0	NA
总计	466	81.5	2 126

资料来源：Federal Deposit Insurance Corporation web site（www2. fdic. gov）.

即使法律的进入壁垒消失了，其他的与法律无关的限制仍继续存在，这些壁垒打消的不仅是开设银行的信心，而且还有现有银行在新

① 参见接下来关于工业贷款公司的相关讨论。例如，沃尔玛在 2005 年向 FDIC 递交了一份申请，试图开办一种被称为工业贷款公司（ILC）的特殊类型银行。政治家、银行家和消费者的反对相当强烈，进而，FDIC 推迟了是否批准申请的决议。最终，面对这些反对，沃尔玛在 2007 年年初撤销了申请。

市场设立分支机构的信心。缺乏准确、综合的信息是这些非法律壁垒存在的原因。经营一家银行，特别是拓展信贷，需要广泛了解市场情况，尽管盈利的机会可以在某个社区内存在，但是一个对当地的企业与居民不熟悉的团体是不可能挖掘出那些机会的。评估信贷风险牵涉大量的不确定性，并且不良贷款能导致盈利能力的下降甚至可能破产。具有前瞻性的银行家可能不愿在他们不熟悉的市场上经营业务，即使这个市场提供了潜在的盈利机会。

其他与法律限制无关的进入壁垒是很难将客户吸引到新银行的。当客户从一家银行转到另一家时，他们会面临大量的转换成本。像开户销户、安排直接存款和自动票据支付这样的业务可能很烦琐，并且消耗时间。结果，许多客户可能会保持与他们目前的银行的关系，即使别的银行提供更好的价格与服务。

银行的数量和绝对规模

在美国，商业银行业的一个重要变化是机构总数目的下降：在 1990—2006 年间，总数从 9 221 家降到 6 271 家，下降了超过 45%（见表 10—3）。随着越来越多的公司通过兼并离开这个行业，这种下降趋势会持续下去。然而，一般的观点是，这个行业总是会有大量的机构存在的。

合并导致机构的数量下降，这种情况导致的主要结果是特大型银行数目的上升，特别是在 20 世纪 90 年代后期。2006 年年末，已有 20 家银行的国内银行业资产至少达到 1 000 亿美元，其中有 7 家资产超过 2 500 亿美元和 3 家资产超过 1 000 亿美元。与此形成鲜明对比的是，在 20 世纪 90 年代中期，只有屈指可数的几家银行资产超过 1 亿美元。

在不久的将来，特大型银行的数目可能会继续增长，但是在某个点上，数量会保持稳定。1994 年，作为跨州收购的结果，里格-尼尔法案规定：一家银行机构最多可以控制全部已保险存款的 10%。因此，最大的银行将会达到某种规模，在那个规模上进一步的增长受到法律的限制。实际上，一家银行已经达到了这个限度：根据 2006 年年末的数据，美国银行控制了 10%的美国已保险存款。然而，由于国会可能会提高上限，因此与兼并相关的增长可能使这个界限最终不会限制在 10%上。

表 10—3　　美国银行业机构，1990—2006 年

年份	机构总数
1990	9 221
1991	9 007
1992	8 730
1993	8 318
1994	7 896
1995	7 571
1996	7 313
1997	7 122
1998	6 839
1999	6 742
2000	6 676
2001	6 570
2002	6 491
2003	6 415
2004	6 334
2005	6 312
2006	6 271

资料来源：Federal Reserve Board。2006 年的数据选用的截止日期是当年 6 月 30 日，其他的数据选用的截止日期是当年 12 月 31 日。

行业与市场集中

随着合并趋势的不断推进和大型与特大型银行机构数目的增长，银行业变得更加集中，少数大银行的存款额占整个银行业存款额很大的比例（见表 10—4）。

伴随着银行分支机构和跨州经营的法律约束的放松，大银行涌进许多新的地区，这些兼并在 20 世纪 90 年代变得更加常见。主要银行的行业领导地位获得了显著提高。在 1990—2006 年间，最大的 10 家银行控制下的存款份额几乎翻番，从 20.0%增加到 44.5%。在这一时

期，排名前 25、前 50 和前 100 位的大银行控制的存款份额也出现了增加。然而，在这些不同的分组中，银行存款份额所出现的增长主要是由那些规模最大的银行的存款份额增长带来的。例如，排名第 11 位到第 25 位的银行控制的存款份额只有小幅变化，同时排名第 26 位到第 100 位的银行控制的存款份额下降了 11 个百分点。

表 10—4　　美国银行业集中度，1990—2006 年

年份	各类银行持有的存款占国内总存款的百分比			
	10 家最大银行	25 家最大银行	50 家最大银行	100 家最大银行
1990	20.0	34.9	48.9	61.4
1991	22.7	37.5	49.6	61.3
1992	24.1	39.2	51.7	62.6
1993	25.0	41.0	53.8	64.6
1994	25.2	41.5	54.6	65.9
1995	25.6	43.0	55.8	66.9
1996	29.8	46.8	59.0	68.6
1997	29.9	47.0	59.6	69.1
1998	36.7	51.2	62.6	70.9
1999	36.5	51.6	62.3	70.6
2000	36.1	51.4	62.7	71.3
2001	40.6	54.9	64.4	72.0
2002	40.3	54.5	64.5	72.2
2003	40.6	54.7	64.5	72.3
2004	45.0	58.5	66.9	73.7
2005	44.2	58.2	67.3	73.9
2006	44.5	58.8	67.7	74.2

资料来源：Reports of Condition and Income (Call Reports)。2006 年的数据选取截至当年 6 月 30 日，其他年份数据选取截至当年 12 月 31 日。

尽管在全国水平上银行集中提供了银行业里有关大小公司相互作用的信息，但是这种测量方式没有提供关于零售业务的地方市场结构

的信息。在零售银行业务里，地方市场结构与行为和绩效是密切相关的。之所以在地方水平上银行集中体现出这样的特征，是因为提供零售服务的银行业市场趋向于本地化。城市［这里基于1999年的定义，指的是大城市统计区域（MSAs）］和农村（非大城市统计区域）的地方性区域在这里被分开分析，这是因为这两个市场在重要性方面是不同的，特别是在自然规模、人口密度以及商业活动等方面。这些差异可以影响银行之间具有竞争性的相互作用。

在地方水平上的集中可以用几种方法进行度量。银行的数目为测量消费者拥有选择的数目提供了一种简单的方法。市场上银行数目越少，消费者可能拥有的方便选择就越少，银行更有可能利用市场力量。三公司集中度（CR3）——三家拥有最大市场份额的银行控制的存款总额与市场中存款总量的比率——可以用来度量主要公司的地位突出程度。赫芬达尔-赫希曼指数（HHI）将市场中所有银行的市场份额都考虑进来，它是市场中每个银行市场份额的平方和，HHI的数值范围从垄断市场的10 000到一个数值几乎为0的市场，数值为0的市场中有无数竞争者，每个竞争者只有很小的市场份额。在一个HHI高的市场中，占领导地位的银行有相当大的市场份额；在一个HHI低的市场中，没有一家银行有相当大的市场份额。因此，运用市场力量的能力应该和HHI指数呈正相关关系。

在1990—2006年间，通过CR3和HHI度量的城市和农村的市场集中程度均呈现出下降趋势（见表10—5）。在这段时期，农村市场意料之中地较城市市场呈现出更高的集中度。因为农村市场比城市市场容量小，所以，相对于城市市场，其利润水平只能维持数量更少的银行。许多银行无法在农村市场经营很小的市场份额，主要原因是很小的市场份额无法产生足够的收益去弥补日常开支。相比之下，城市市场的小份额包含着更多的业务，这些业务更容易赚到足够的收益去弥补日常开支。

引用司法部的定义，把HHI高于1 800的市场视为高度集中的市场，农村市场显然应当被视为是高度集中的。城市市场的集中程度则有些不易说明。虽然城市市场的集中程度在大多数时期通常可以被认为很高，但是在2006年平均的HHI却跌至1 800以下。然而，由于城市市场的HHI平均水平在20世纪90年代处于高度集中区域的下界，2006年则处于一般集中程度的上界，因此，HHI平均水平的变化是否

反映出了竞争水平的显著变化仍然不是很清楚。①

表 10—5　美国城市与农村银行业市场的平均集中度，1990—2006 年

年份	城市银行业市场（大城市统计区域）		农村银行业市场（非大城市统计区域）	
	CR3	HHI	CR3	HHI
1990	67.5	2 010	89.6	4 291
1991	66.7	1 977	89.3	4 257
1992	67.5	2 023	89.2	4 222
1993	66.9	1 994	89.3	4 234
1994	66.6	1 976	89.1	4 208
1995	66.3	1 963	88.8	4 171
1996	66.9	1 991	88.7	4 145
1997	66.0	1 973	88.4	4 119
1998	65.8	1 975	88.0	4 088
1999	65.1	1 935	87.6	4 064
2000	64.5	1 921	87.2	4 019
2001	63.9	1 889	86.8	3 978
2002	63.5	1 860	86.6	3 951
2003	62.8	1 846	86.4	3 946
2004	62.1	1 820	86.2	3 934
2005	62.1	1 825	85.9	3 904
2006	61.2	1 785	85.5	3 847

资料来源：存款情况的总结。数据选取日期截至当年 6 月 30 日。CR3 表示 3 家公司集中度，HHI 表示赫芬达尔-赫希曼指数。大城市统计区域是基于 1999 年的定义。

在这段时间内，尽管农村与城市银行业市场的集中度已经下降或者保持稳定，但是从一个市场到另一个市场的集中度水平变化显著。例如，表 10—6 显示，在 2006 年，半数城市市场的 HHI 在 1 267 到

① 在文章和表中引用的对本地市场集中程度的度量只包括商业银行。当反托拉斯当局分析银行兼并时，它们经常特地把储蓄银行和储蓄贷款协会也包括进来。当用至少占有部分权重的储蓄机构计算时，本地市场集中度会略有不同。例如，典型地，像联邦储备委员会在竞争分析中所做的那样，利用包含在 50%的集中度中的储蓄机构的存款来算，计算出来的 HHI 的平均水平较低（在城市市场上低于 1 600，在农村市场上低于 3 700）。在城市地区，从 1990 年到 2006 年这段时间，虽然在 1998—2006 年间 HHI 水平有所下降，但是 HHI 水平整体呈现上升趋势。在农村地区，虽然使用 50%的集中度中的储蓄机构的储蓄存款来计算的加权 HHI 在整段时期保持稳定，但是，指标也表现出了一些变化，在 1990—1993 年间呈上升态势，在 1994—2006 年间呈现下降态势。

1 986之间；城市市场另一半的 HHI 则在这个范围之外。农村市场呈现出的 HHI 水平更为分散，半数的 HHI 在 2 300 到 4 900 之间。

在 20 世纪 90 年代，全国整体水平上商业银行业集中度的显著增加和地方水平上集中度的下降反映了兼并的影响。兼并使银行在各州和全国很大的区域内通过拓展势力范围增大了规模。然而，兼并并没有导致银行在地方市场上大幅度提高其势力范围。这种情况与商业银行业中反托拉斯政策所带来的影响是一致的。在地方市场上，彼此互不竞争的银行间的兼并没有特别引起反托拉斯当局的关注，并且除了对跨州银行业务的限制之外，施加在所谓的“市场拓展型”兼并上的限制很少。相比之下，在同一地方市场上经营相同业务的银行之间的兼并的确引起了反托拉斯当局的关注，特别是一两家势力大的银行。反托拉斯当局尽力限制 HHI 的变化量、兼并后 HHI 水平的变化量，以及经过所谓“市场内部”兼并后，已合并银行的兼并后市场份额水平的变化量。银行业反托拉斯政策限制“市场内部”兼并后，行业中大多数的合并活动室市场拓展型兼并。

表 10—6　　2006 年美国城市与农村银行业市场的集中度变化

	城市银行市场（大城市统计区域）	农村银行市场（非大城市统计区域）
	HHI	HHI
最小值	522	975
第 25 个百分位	1 267	2 292
中值	1 614	3 221
第 75 个百分位	1 986	4 852
最大值	8 411	10 000

资料来源：存款情况的总结。数据选取日期截至当年 6 月 30 日。HHI 是赫芬达尔-赫希曼指数。大城市统计区域是基于 1999 年的定义。

相关市场的定义

应用结构—行为—绩效这个框架去分析商业银行业的一个关键问题是决定相关市场，这个任务包括定义产品市场与地理市场。正如前文讨论过的，由于商业银行业包含着无数的金融服务，许多服务被认为是独特的产品，所以相关的产品市场定义就很模糊。为了分析上的方便，把相关的产品市场假定为包括零售银行业务在内的金融产品与

服务的组合。

零售银行业的相关地理市场是指这样的区域，银行可以在这样的区域内吸引到客户，并且客户可以在这样的区域内找到银行。调查显示大多数的客户与这样的银行机构建立了关系，这些银行机构的营业地点临近客户生活或工作的地方（对家庭来说），或者临近客户的办公地点（就小企业来说）。因此，在本章为了分析上的方便，相关的地理市场被假设为本地市场。这样的研究方法与大多数研究相一致，并且是反托拉斯当局采用的方法。

然而，在将来，相关地理市场的扩张将得到保证。最新技术例如电话银行、自动取款机、个人电脑和互联网可以使银行在一个地理区域内不用设立营业地点，也可以为那里的客户提供方便的金融服务。这些技术先进的传输系统可以使客户不必光顾传统的银行营业点就能照样存款、申请贷款、讨论金融需求和获取最新的账户信息，或者在某些情况下使客户与银行代表直接交流。尽管许多非传统的传输系统已经存在，但是对消费者与小企业的调查显示出这些系统还没有被广泛采纳，大多数客户仍然希望银行在当地有营业点。虽然如此，零售银行业技术更新带来的巨大影响表明，零售银行业市场的相关地理规模应该定期重新评估。①

非银行公司的作用

在美国，尽管商业银行是最大的、最普遍的、最多元化的存款机构，但是它们并不是唯一的存款机构。储蓄机构（储蓄银行与储蓄贷款协会）与信用社也是存款服务的重要提供者，这里的存款服务包括已保险的存款账户。与商业银行拥有国内资产 100 000 亿美元相比，储蓄机构在 1998 年年末拥有资产17 000亿美元，而信用社拥有资产 7 100 亿美元。除此之外，非银行、非存款公司提供了一些和商业银行一样的金融服务。

储蓄机构

储蓄机构主要通过吸收消费者存款，并将其投资于抵押贷款和其

① 例如，Lawrence J. Radecki，"The Expanding Geographic Reach of Retail Banking Markets，" *Federal Reserve Bank of New York Economic Policy Review* (June 1998)：15－34；Steven J. Pilloff and Stephen A. Rhoades，"Structure and Profitability in Banking Market，" *Review of Industrial Organization* (February 2002)：81－98；Erik Heitfield and Robin A. Prager，"The Geographic Scope of Retail Deposit Markets，" *Journal of Financial Services Research* (February 2004)。

他消费贷款来理财。像联邦存款保险公司对银行存款进行保险一样，联邦存款保险公司对储蓄机构存款进行保险的额度可达 100 000 美元。许多年以来，储蓄机构提供了有限的面向消费者的金融服务组合，因为它们在其能够提供的账户与发放贷款的类型上受到限制。特别是，它们在商业贷款方面受到限制。在 20 世纪 80 年代早期，对它们的业务包括商业借贷的限制有所松动。但是只有很少的储蓄机构充分利用了被赋予的新权力。

尽管许多储蓄机构从事商业贷款业务，但是只有相当少的几家储蓄机构开展多项业务。[①] 相比之下，几乎所有的商业银行都发放商业贷款，并且在很大一部分商业银行中，商业贷款占其资产的份额巨大。因为商业贷款的很大比例是发给小企业的，所以储蓄机构在商业贷款中的有限介入显示出，在至少一个重要的零售银行产品——小企业贷款方面，储蓄机构并没有对银行形成有力的挑战。

反托拉斯当局已经认识到储蓄机构在零售银行业中缺乏完全竞争。在银行兼并竞争性分析中，储蓄机构被看做市场竞争者，但是它们的作用被视为是有限的。由于储蓄机构提供一整套的银行产品与服务包括商业贷款，因此反托拉斯当局也把储蓄机构作为商业银行业的成员。在这一章中，储蓄机构并不包括在分析之中。因而，对集中程度的度量可能有点高估，特别是在有大的储蓄机构存在的市场。

信用社

信用社是非营利的、合作性的金融机构，它们从会员那里吸收存款，并发放贷款给会员。信用社的存款由联邦保险公司保险，在自我管理的退休金账户之外的存款，保险额度达到 100 000 美元，在自我管理的退休金账户内的存款，保险额度达到 250 000 美元，同时，联邦保险公司由国家信用社管理处管理。对每个信用社来说，成员必须分担“共同债券”，这些成员隶属于同一机构或者由同一公司雇用。这种规定大大地限制了信用社的竞争，因为它们不能从许多潜在的客户中吸收存款或者对其发放贷款。然而，最近几年，由于信用社的业务对象涵盖了所有在县级地理区域生活、工作、去教会和上学的居民，因此，信用社的重要性正在不断增强。像这样的信用社给银行增加了竞

① Steven J. Pillof and Robin A. Prager, “Thrift Involvement in Commercial and Industrial Lending,” *Federal Reserve Bulletin*, December 1998, 1025 - 1037。这个公告讨论了储蓄机构介入商业贷款的情况，并且清楚地说明了在这样的贷款中大部分的储蓄机构没有商业银行活跃。

争压力。

对信用社能够提供的产品与服务范围的限定，也损害了信用社的竞争。信用社不仅在它们被允许提供的产品和服务的范围方面受到限制，而且许多信用社的规模还很小，因此它们不能有效地提供基本存款与贷款之外的产品。

工业贷款公司和工业银行

最近几年，特别是由于沃尔玛 2005 年递交的一份开设 ILC 的申请（已经被撤回），工业贷款公司和工业银行（二者常常被简记为 ILCs）成为了公众关注的焦点。根据联邦存款保险公司的规定，ILC 作为一种被商业公司拥有的金融机构，受联邦存款保险公司的监管，而不受联邦银行机构的监管。Target 公司和 Harley-Davidson 公司是两家拥有 ILC 的商业公司。

与商业银行和其他存款储蓄机构的拥有者相比，ILCs 的拥有者给监管者带来的忧虑要少。主要的忧虑在于，由于在经营中面临较少的监管，ILCs 的拥有者较受到高度监管的银行控股公司的母公司，可能更容易面临严重的财务困境。进一步，相对于监管严格的银行控股公司的母公司，财务问题很容易从商业公司向其所有的 ILC 传播，从而有可能造成危机在整个金融和经济系统内传播。受严格监管的银行控股公司的母公司同样也对 ILCs 表示担忧：在监管方面只需接受不太严格的标准，可能会为 ILCs 的商业母公司提供不公平竞争的优势。立法者和监管者都正在分析 ILC 拥有者不需遵守银行监管带来的潜在问题，同时也在考虑用恰当的方式进行关注。

其他的非银行公司

金融服务业有许多的专业公司在某方面同商业银行进行竞争。然而，这种竞争是有限的，因为专业公司并不提供银行所能提供的全套金融服务。例如，抵押贷款的创始者与银行竞争的是住房抵押贷款，而不是别的贷款产品，当然更不会是联邦保险的存款产品。同样地，许多消费金融公司专门借款给消费者，却不提供信贷服务给企业，并且没有存款产品。在存款方面，没有经过联邦保险的货币市场共同基金对银行的存款产品构成一定的竞争，但是，不是对贷款产品。因为非银行机构提供有限的产品与服务，因此它们不可能形成像银行与消费者之间的那种特殊的关系。

Ⅲ. 行　为

根据结构—行为—绩效模型，市场结构对银行绩效的影响取决于银行行为，即银行彼此之间的竞争方式与竞争的强度。像其他行业中的公司一样，银行专注于价格竞争。然而，与其他行业不同的是，银行可以进行模糊定价，对消费者而言，进行价格比较存在困难。银行也在几个与价格无关的方面彼此竞争。本部分讨论的就是银行彼此之间的竞争方式和大银行在竞争中发挥的独特作用。

价格竞争

银行专注于价格竞争。然而，这种价格竞争不像其他行业那么直接，因为银行产品的价格并不总是很明显。首先，许多金融服务的价格包括利率与费用。在一些情况中，利率随客户的账户余额变动，典型的情况是随着账户规模增加而增加。其次，由于银行基于各种多变的因素索要各种各样的应付费用，所以当客户评价产品的价格时费用将会很难界定。一些费用，如每月账户收费，要定期地进行评估；其余的只有在需要具体服务例如自动取款机时才会计费；或者只有当某种条件（例如最低存款额要求）没有得到满足时，才需要索取费用。因此，两个在同一机构有着相同类别账户的客户，如果他们的银行业务显著不同，那么他们要支付的价格也将十分不同。如果他们的账户余额的规模相差很大，他们所支付的价格就可能更加不同。

客户在评估银行产品价格方面的困难是这个产业的基本特征。商业银行业的主要特征是消费者与主要的银行机构保持多种产品的联系，就零售银行业的服务而言，最有意义的价格可能是许多产品与服务的综合价格。这样的综合价格客户计算起来很困难。而且，包括在这个组合中的产品与服务的定价（与每个人体重一样）从一个客户到另一个客户是不同的，这取决于个人对银行的需求。尽管存在这些问题，但是银行之间的价格竞争可以由银行建立并维持客户关系的愿望所驱动。如果这样，银行就会设计价格表，吸引并且维持特定的客户群体。

非价格竞争

银行也在与价格不相关的方面进行竞争。设立分支机构和自动取

款机是非价格竞争的重要形式，另一种重要的非价格竞争形式是客户服务。银行营业时间，客户等候出纳员、贷款职员、客户服务代表的时间，以及客户接近高级人员的途径是银行能够控制的几个因素，这些因素决定了银行提供服务的水平。银行也通过相关的传输渠道在它们提供的服务上进行竞争，如拨号计算机网络、互联网以及电话。对某一些客户而言，这可能比传统的“砖块与水泥”营业网点更加方便。

产品组合是银行彼此竞争的另一个方面。产品多样化直接影响着银行是否有能力满足消费者的需求。一些银行提供很多不同的产品来吸引业务交叉的客户；其他的银行则提供少量的高度专业化的产品组合。

品牌的知名度也是银行之间竞争的重要方面。通过做广告和参与社区活动，银行试图建立良好的机构形象，例如“社区的完整部分”、“值得信赖”或者“知识丰富”。在零售银行业，大部分品牌形象是围绕着大小银行之间的基本差别开展的。小银行倾向于强调它们的本地所有权与管理，以及提供个性化服务的能力。大银行倾向于强调把广泛的产品类别、丰富的经验、充裕的资源作为工具，帮助客户在日益复杂的金融世界中取胜。这两种类型的银行通常都试图将它们做出的贡献向银行所在的社区宣传出去。

关系竞争

银行在发展客户关系上进行竞争是为了增加交叉销售的预期。交叉销售是向现有的客户推销额外的产品与服务，这是有效地拓展业务、增加盈利的方法。例如，一家银行可以鼓励它的支票账户的客户去尝试家庭权益贷款，或者一家银行控股公司可以尽力地向它目前的客户推销其非银行子公司的产品，例如保险、投资产品。

在银行尝试推销额外产品的过程中，客户目前所在的银行或者银行控股公司比其他银行有一些优势。第一个优势是，因为银行定期与它的客户打交道，因此银行有许多机会进行交叉销售。比起非个性化或者唐突的方法，例如来自其他银行的广告、直接邮寄与电话推销，客户对这种交叉销售的方法更加乐于响应。对于现在的银行控股公司而言，第二个优势是它所拥有的有关客户的信息。这样的信息可以使银行识别出特定的客户群体所渴望的产品，这会使银行集中力量进行市场营销与交叉销售。第三个优势是既定的信赖关系可以在客户与银行之间形成，客户可能更加信任它们已经打过交道的银行。

交叉销售或者潜在的交叉销售在竞争中是如此重要的方面，以至于许多银行努力拓展这方面的业务。例如，潜在的交叉销售的增效作用是1998年花旗银行与旅行者集团兼并的主要动机，这次兼并产生了花旗集团——一家大型多元化的金融公司。随着《格雷姆-里奇-比利雷金融服务现代化法案》在1999年开始执行，银行能够进一步拓展金融服务的提供范围。由于该法案拓宽了银行业公司能够提供的非银行服务产品的范围，这就使得银行一直以来对客户进行交叉销售的努力得到了支持。虽然银行对交叉销售有着非常大的兴趣，但是交叉销售的基础银行服务和保险投资类的多元化产品是否能够产生互相促进的效果仍然不得而知。例如，花旗集团在合并后的几年内就将自身的保险业务出售了出去，因此它们的合并看起来并没有带来成功。

进入壁垒对竞争的影响

银行行为或者银行之间的竞争有时受到许多壁垒的影响，这些壁垒使新的和现存的机构很难进入市场。这些壁垒包括消费者的转换成本、缺乏明确的市场信息以及谁能开银行与在哪里开银行的法律限制，它们给市场中的现有公司以优势，这些优势能够影响公司的行为，并方便公司使用市场力量。如果市场进入壁垒足够高，那么，即使市场中的现有公司索要高价并且获取高额利润，外部的银行（或银行家）也还是会推迟进入市场。

有关大银行的特别问题

影响银行业行为的重要变化是大银行的重要性增强。大银行的行为与小银行行为不同，并且可以对竞争施加独特的影响。实际上，市场中只有大银行可以通过影响较小的对手来间接地影响竞争。

正如前面讨论过的，大银行能够利用大量资源来使市场价格保持在竞争水平之上。如果它们能够从规模经济中受益，那么相对于小银行而言，大银行也能够索要低价格或者提供上乘的服务。而且，如果大银行的业务是多元化的，那么相对于小型和地方集中型银行，它们可以更容易地再分配资源给可盈利的机会。

作为多重市场接触的结果，大银行也可以对竞争有负面的影响。在银行业，当两个或多个银行在几个地理区域或市场中彼此竞争的时候，就会发生多重市场接触。合并导致了越来越多的这种接触。一方面，特别地，银行在单个市场中可能并不摆出逼人气势，因为其与

竞争对手也在另外的市场经营业务。如果银行摆出逼人的气势，那么该对手可以在其他市场中进行报复。另一方面，如果一家银行与其他银行在别的市场并不接触，那么这家银行与其对手在目前的市场中竞争时，就会有更加强烈的愿望去发掘竞争优势，而不害怕对手报复。

大银行，特别是那些在本地市场只有很小市场份额的大银行，可能也会加强竞争，因为它们可以很容易地调动市场外的资源去发掘盈利机会，这种能力可以限制其他拥有大块市场份额的银行使用市场力量。如果当地占主导地位的银行企图提高价格，那么大银行可以从其他地方引进资源来发掘市场机会。① 最后，超大型银行也可能获益于它们被认为规模过于庞大以至于不能破产。② 虽然银行监管者从未说明存在某项具体的关于银行规模过于庞大以至于不能承受其破产的政策，但是许多市场参与者和观察者相信监管者不会允许一家超大型银行破产。这是由于一家规模如此庞大的银行一旦破产，将对其他的金融机构和整个金融系统造成严重的损伤。因此，监管者被认为将帮助困境中的大银行脱离危险，并且不会让存款者和其他顾客遭受实质损失。如果顾客相信超大型银行不会被允许破产，那么这样的银行就会被认为相对于类似的小型竞争者具有较低程度的风险。由于顾客在较小型竞争者和大型银行间更倾向于使用（或支付一个较高的费用去使用）大银行的服务，因此风险差异的判断反过来给大银行带来了重要的竞争优势。

Ⅳ. 绩　效

结构—行为—绩效范式认为市场结构影响银行行为，银行行为又顺次影响银行绩效。因为对银行行为的直接观察与量度是有困难的，所以研究通常集中在结构与绩效的关系上。

---

① 参见 William M. Landes and Richard A. Posner, "Market Power in Antitrust Cases," *Harvard Law Review* 94 (March 1981): 937 - 996, 他们对此假设进行了深入探讨。

② 参见 Gary H. Stern and Ron J. Feldman, *Too Big To Fail: The Hazards of Bank Bailouts* (Washington D. C.: Brookings Institution Press, 2004), 他们对这些问题进行了深入探讨。

市场结构对绩效的影响

价　格

在缺乏集中的银行业市场上，消费者会有无数方便的替代选择。如果任何一个银行企图索要高价，那么它的大部分客户就可以转向其他的银行。正是由于这个原因，高价在缺乏集中的市场上是难以支撑得住的。然而，在越集中的市场上，高价越容易得以维持。在市场上经营业务的银行数目越少，银行的市场份额就越大，而消费者方便的替代选择就越少。如果这些消费者不能转向索要更低价格并且提供更好服务的对手银行，那么他们就可能接受更高价格或更差的服务。如果市场中所有银行都知道高价可以得以维持，那么所有银行都可能索要高价。

实证研究发现：在一般意义上，市场结构与银行价格相关，这暗示着银行对市场力量的利用随着集中度的提高而增加。许多研究已经发现：随着当地市场集中度的提高，贷款利率提高，存款利率下降。[①] 在已经开展的有限的相关课题研究中，还没有发现市场集中与银行费用之间有明显的关系。[②]

效　率

银行所在的市场的结构可以影响银行激励与管理者努力程度对降低成本的贡献。在集中度越低的市场上，竞争越激烈。市场压力迫使管理者努力工作，寻求利润最大化，把有效率的经营作为首要选择。如果管理者不能使利润最大化，回报率就会较低，他们可能会被解除职务，甚至被迫把银行让渡给更有效率、盈利更高的对手。在最差的情况下，一家无效率的银行可能会因还不起债务而破产。

然而，越集中的市场，竞争越不激烈，因此银行能够将价格维持在产生大量利润的水平上。这种能力可能使得管理者故意地无效率经营，无论是为了他自己的利益还是为了银行的利益。例如，管理者可

---

① 例如，Timothy H. Hannan，"Market Share Inequality，the Number of Competitor，and the HHI：An Examination of Bank Pricing，" *Review of Industrial Organization*（February 1997）：25－35；Anthony W. Cyrnak and Timothy H. Hannan，" Is the Cluster Still Valid in Defining Banking Markets? Evidence from a New Data Source，" *The Antitrust Bulletin*（Summer 1999）：313－331. Erik Heitfield and Robin A. Prager，" The Geographic Scope of Retail Deposit Markets，" *Journal of Financial Services Research*（February 2004）。

② Timothy H. Hannan，" Bank Fees and Their Variation across Banks and Locations，" Working paper，Board of Governors of the Federal Reserve System，December 1996.

以把稀缺的资源用于维持现有的市场结构，或者追求额外的市场份额以便能够继续维持大量利润，甚至提高利润。管理者可能偏好牺牲公司的利润而使自己过上“安静的生活”或者享受更多的额外津贴，例如规模庞大的员工队伍或者豪华的办公室。从管理者的角度来看，效率所产生的额外利润可能不值得额外的努力。即使他们在无效率的水平上经营银行，与其他的投资选择相比，高于竞争性水平的定价也可以使管理者为股东谋取较好的回报。最后，管理者在越集中的市场上，经营越缺乏效率，这是因为他们缺乏能力——尽管没有严重到迫使他们退出银行业，但高于竞争性水平的价格所产生的高额利润会掩饰管理者管理能力的缺乏。

实证分析指出，银行的效率与集中度呈负相关。[①] 比起那些比较集中、缺乏竞争性的市场，在不集中、有残酷的竞争压力的市场中，银行管理者更善于有效率地经营。

盈利能力

因为更高的市场集中度与更高的价格相联系——更高的贷款利率与更低的存款利率——所以更高的集中度可能会导致更高的净边际利息（利息收入与支出的差额），随之银行盈利能力提升。然而研究表明，随着集中度的增强，效率下降——在这种情况下，更高的集中可能会导致银行盈利的下降。银行利润与市场结构的研究说明，集中—价格的关系只是部分地被集中—效率的关系所抵消，总体上，集中—价格的关系还是强于集中—效率的关系。[②] 在较高集中度市场上的银行赚取的利润比在缺乏集中度市场上的银行赚取的利润要多。

---

① 例如，Allen N. Berger and Timothy H. Hannan, “Using Efficiency Measures to Distinguish Among Alternative Explanations of the Structure Performance Relationship in Banking,” *Managerial Finance*, 1991, 6 - 31; Allen N. Berger and Timothy Hannan, “The Efficiency Cost of Market Power in the Banking Industry: A Test of the ‘Quiet Life’ and Related Hypotheses,” *Review of Economics and Statistics*, August 1998, 454 - 465。

② 例如，Elizabeth S. Laderman and Steven J. Pilloff, “Using County-Based Markets to Support and Federal Reserve Markets to Implement Bank Merger Policy,” *Journal of Competition Law and Economics* (2007); Steven J. Pilloff and Stephen A. Rhoades, “Structure and Profitability in Banking Markets,” *Review of Industrial Organization* (February 2002): 81 - 98; Steven J. Pilloff, “Multimarket Contact in Banking,” *Review of Industrial Organization* (March 1999): 163 - 182; Stephen A. Rhoades, “Market Share Inequality, the HHI, and Other Risk Measure of the Firm-Composition of a Market,” *Review of Industrial Organization* (December 1995): 657 - 674。

规模对绩效的影响

大银行的规模可以使它们比小对手经营得更有效率、盈利更多，并且对市场竞争施加独特的影响，在20世纪80年代与90年代，大银行控制银行业较大市场份额的这种趋势可以影响到大银行及其小对手的绩效。

大银行的绩效

来自不同规模的商业银行的数据显示，平均而言，小银行通常在盈利能力和效率方面不如大银行（见表10—7）。在2006年，资产平均回报率（净收入除以年末资产）的资料表明，最小的银行分组中（资产不超过10亿美元）四分之三的银行的盈利能力相对于两个大银行分组（资产在10亿美元到100亿美元之间）较弱。然而，还是有一组较小型银行的盈利能力与大型银行相等。

表10—7　　按规模划分，2006年美国银行的盈利能力与效率

银行资产规模（百万美元）	平均资产回报率（%）	平均效率比率（%）
不足100	0.92	71.6
101～300	1.12	65.6
301～500	1.29	62.6
501～1 000	1.19	62.4
1 001～10 000	1.28	57.0
10 000以上	1.29	56.8

资料来源：Federal Deposit Insurance Corporation web site（www2.fdic.gov）.

有证据表明银行定价和银行规模之间是相互作用的。有很强的证据表明大型银行相对于小型银行收取更高的费用。[①] 例如，2002年的一项研究发现，资产在10亿美元以上的银行对一张止付票据所索要的平均费用超过23美元，与此相比，资产在1亿美元以下的银行索要的费用大约为17美元；类似地，大银行对一张退回支票平均索要26美元的费用，而小银行只索要大约20美元。因为这项研究是根据所有资产超过10亿美元的银行而汇总的费用数据，因而并不清楚最大银行索要的费用与其他大银行索要的费用有何不同。

① 银行收费方面的调查数据的统计描述见Board of Governors of the Federal Reserve System, Annual Report to the Congress on Retail Fees and Services of Depository Institutions, yearly。

关于银行规模和贷款利率之间关系的研究提供了一些实证结果，这些结果表明大银行比规模小的竞争对手索要更低的价格。例如，最近的研究发现，银行规模与相似类型商业贷款的利率之间呈现显著的负相关关系。① 然而，由于贷款利率通常用来反映预期的贷款风险，因此大小银行之间的利率差别可能反映出的是贷款类型和所服务的企业类型的差别，而不是相同产品的价格差别。

总而言之，大银行明显地索要更高的费用，但是由于它们索要较低的贷款利率，因此它们是否在整体上索要较高的价格还并不清楚。而且，我们并不清楚最大银行索要的费用同其他规模的银行机构索要的费用是否不同。

尽管规模经济已经在较小规模的银行身上显现出来，但是很少有实证研究显示出规模经济扩展到了大银行身上。规模经济消失的精确临界点并不清楚，研究发现能够从增大的规模上受益的银行的资产在 1 亿美元到 100 亿美元或 250 亿美元之间。② 不管规模经济在何处消失，有证据表明与大银行相比，较小的银行都更可能从规模经济中获取效率收益，并且收益更大。因此，在兼并活动中非常活跃的银行或者通过收购而显著成长的银行，均不可能受益于规模经济。

按 2006 年的商业银行数据计算出的平均效率比率显示出，银行的规模与效率呈现正相关关系（见表 10—7）。作为银行家与金融分析家通常使用的度量方法，效率比率是由总的非利息费用除以净利息收入（利息收入减去利息支出）与非利息收入的总和而计算出来的。效率比率越低，效率就越高。最小的银行是最缺乏效率的，如果所有其他条件是一样的，那么它们能够最大程度地受益于规模增大，这个组（总的银行资产为 1 亿美元或更少）的平均效率比率是 71.6%。相比之下，银行规模较大的组（资产在 1 亿美元到 3 亿美元之间）的平均效率比

---

① 参见 Anthony W. Crynak and Timonthy H. Hannan, "Is the Cluster Still Valid in Defining Banking Markets? Evidence from a New Data Source," *The Antitrust Bulletin* (Summer 1999): 313 - 331; and David A. Carter, James E. McNulty, and James A. Verbrugge, "Do Small Banks Have an Advantage in Lending? An Examination of Risk-Adjusted Yields on Business Loans at Large and Small Banks," *Journal of Financial Services Research* (October 2004): 233 - 252。

② 例如，Allen N. Berger and Loretta J. Mester, "Inside the Black Box: What Explains Differences in the Efficiencies of Financial Institutions?" *Journal of Banking and Finance*, 1997, 895 - 947; David B. Humphrey, "Why Do Estimates of Bank Scale Economies Differ?" *Federal Reserve Bank of Richmond Economic Review* (September-October 1990): 38 - 50。

率为65.6%。在邻近规模范围内的平均效率比率有轻微下降，两组规模最大的银行平均效率比率大约是57%。

最后，在吸引和保留客户方面，大银行表现得并不比小银行好，甚至可能更差。研究发现，在1990—1996年间，行业中50家最大的银行在没有兼并或收购的市场中平均市场份额有所下降。[①] 大银行市场份额下降的情况在农村地区特别明显，甚至在城市地区，尽管大银行保持着稳定的市场份额，但是它们没有显示出特殊的能力去吸引顾客。这些结论与其他研究结论是一致的，其他研究结论也显示出大银行并不是特别擅长于拓展并且保有市场份额。[②]

总体上看，由于大银行的盈利能力和效率都比它们的小竞争对手要好，因此大银行看起来比小银行表现得更好。在定价方面的实证结果则相对没有那么清晰：大银行索取更高的费用，但是它们索取的贷款利率也较低；而且，我们并不清楚最大银行索要的费用同其他规模的银行机构索要的费用是否不同。最后，由于小银行迫使自身在吸引和保留客户方面投入更多的精力，因此大银行在地方市场发展其存款业务的无能为力也与大银行在这方面相对于小银行不具有规模竞争优势相吻合。

当面对大银行时，其他银行的绩效

大银行的出现可能会影响市场上其他银行的行为，特别地，如果大银行对竞争有某种独特的影响，那么一个大银行出现在市场中就可能影响竞争环境，环境又可能顺次影响在同样的市场中经营的较小的、本地银行的业绩。事实上，几项研究显示出大银行可以降低它们所在市场的竞争水平。

一项研究发现，在存在大银行的单个农村市场，小银行的盈利能力（用资产回报率来度量）比其不与大银行竞争的时候更高。[③] 这个发

---

① Steven J. Pilloff and Stephen A. Rhoades, "Do Large, Diversified Banking Organizations Have Competitive Advantages?" *Review of Industrial Organization* (May 2000): 287-302.

② 例如，John T. Rose and John D. Wolken, "Geographic Diversification in Banking, Market Share Changes, and the Viability of Small, Independent Banks," *Journal of Financial Services Research*, March 1990, 5-20。

③ Steven J. Pilloff, "Does the Presence of Big Banks Influence Competition in Local Markets?" *Journal of Financial Services Research*, 1999, 159-177。另见 John D. Wolken and John T. Rose, "Dominant Banks, Market Power, and Out-of-Market Productive Capacity," *Journal of Economics and Business*, August 1991, 214-229。

现支持着这样的观点，即大银行对市场施加特殊的反竞争影响，例如纪律定价。然而，它并不支持这样的观点，即具有小的或中等市场份额的大银行能有竞争力地阻止具有大市场份额的小银行使用市场力量。

最后，一项研究发现，当某个市场上的银行也在其他市场上彼此竞争时，这种多重市场接触与市场中所有银行的盈利能力呈正相关关系。[①] 这个结论显示出当银行在几个市场上彼此竞争时，因担心在其他市场上遭到对手报复，所以它们不愿意在任何特定市场上进行激烈的竞争。这种缺乏活力的竞争影响着市场中所有的大、小银行。然而，由于大银行在许多市场上有广泛的业务在经营，并且更可能彼此经常碰面，因此大银行所在市场的竞争非常可能受到多重市场接触的强烈影响。

Ⅴ. 公共政策

银行扩张政策与更广泛的经济绩效

作为一个功能良好的银行系统，如果它能够帮助改进资源分配，使得资源更多地配置给那些最有效利用资源的人，那么它就会潜在地增加经济绩效。[②] 实证也支持这样的观点：近来，一些限制银行扩张的约束被放松或废除后，有利于改善银行业的运行情况，这反过来又会有助于广泛地改善经济绩效。

在地理上的兼并限制被取消后，许多银行就能够合法地对一些低效率和低盈利能力的银行实施兼并（在法规取消前，这些银行受管制保护而免于被强大银行兼并），从而，银行间的兼并大量发生，许多高效率和高盈利能力的银行对低效率和低盈利能力的银行实施了购并。这种类型的交易使得银行业中不断增长的份额被那些高效经营并具有高盈利能力的银行所持有。

---

① Steven J. Pilloff, "Multimarket Contact in Banking," *Review of Industrial Organization* (March 1999): 162-182。也可参见 Gary W. Whalen, "Nonlocal Concentration, Multimarket Linkages, and Interstate Banking," *The Antitrust Bulletin* (Summer 1996): 365-397。

② 关于对银行业经营放松地理限制所带来的经济利益和银行业对于经济增长的重要性的讨论，主要是基于 Randall S. Kroszner, Board of Governors of the Federal Reserve System, at the Conference on the Future of Financial Regulation, London School of Economics, London, England, April 6, 2006。

管制的撤销导致大银行开始快速兼并，这种情况给大银行带来了另一个潜在的好处。对大银行尤其是那些在许多地区经营的银行来说，这种好处是，兼并将会使它们的经营更加多元化并使它们相比于小型竞争者承受更少的风险。在困难时期，由于大型多元化经营的银行能够在不同地区间调配资源，所以它们能够在那些受到经济危机影响的地区保持信用的流通。而且，由于多元化经营大银行的综合表现和情况不依赖于单个地区，所以它们一般不会因为单个地区的经济低迷而陷入严重困境。同时，它们还能够帮助受到经济冲击的地区维持信用的流通与稳定。大银行为经济低迷地区提供的信用流通能够潜在地促进这些地区的经济稳定，因而可以减少这些地区经济低迷的持续时间和严重程度。实证研究者进一步确认：测得的经济稳定程度的增加，使得管制者进一步放松对银行兼并的限制。

其他在国家层面上的实证分析也支持这样的一种论断：拥有大型多元化经营银行的高效银行系统能够促进实体经济绩效的提高。几项研究表明：在银行业经营的地理限制被放松后，国家层面的经济绩效（包括增长率和新资本形成率）得到了改善。总体而言，过去研究的结果和银行的一些行为呈现出了一致性，这些行为包括高效银行兼并低效银行、通过多元化改善绩效和降低风险、帮助当地或区域经济实现稳定增长。

银行兼并政策

目前美国商业银行业的反托拉斯政策主要关注的是兼并，特别是要约交易是否违反了反托拉斯标准。在当地的银行业市场上，正像用总存款度量的那样，反托拉斯的基本目标是限制当地市场上零售银行业的集中程度，本章的讨论显示出这种方法是合理的。当地市场上的高度集中与更高价格、更高利润和更低效率相联系。兼并会导致集中水平提高，限制兼并是维持市场竞争性的有效方式，而竞争性市场为消费者提供了足够的消费选择，并且能够阻止银行维持特别高的价格。

一个需要关注的问题是，特大银行不考虑在本地银行业市场上的显著性地位是否对竞争有独特的影响。尽管这是一个值得关注的问题，但是它并不包含在目前的政策中，或者政策对其涉及的很少。从银行的行为、绩效以及对对手的影响来看，关键的差别可能存在于不同规模的银行间。这个问题是重要的，因为随着兼并创造出越来越大的拥有重要资源并且在广泛地理区域上经营的公司，银行业中最大的银行

与许多社区银行之间的对立在不断升级。兼并不仅创造了越来越庞大的银行，这些银行拥有大量资源并在大范围的区域开展业务，而且兼并带来了信息技术、管理规范的进步，这使得大银行相对于小银行能够提供更为复杂多变的金融产品。理解了这样的问题，例如，大银行是否有独特的市场力量资源，是否不同规模的银行在有效经营与满足客户需求的能力上有显著的不同，对制定与实施有效的反托拉斯政策是至关重要的。

另一个要继续关注的问题是，在讨论集中度时应该将市场规模考虑进来。至少对于零售银行业来说，相关的地理市场应假定为本地市场。改变这个假设，把本地市场拓展为相关地理区域的市场似乎是合理的，因为随着互联网与其他先进技术更加频繁的使用，银行可以在没有设立办公地点的情况下为客户服务。如果客户能够并且乐意通过相关的传输渠道完成所有的银行交易，那么零售银行业市场可以不必限制在本地市场上。然而，直到客户觉得在附近没有银行营业地点的情况下它们也能够比较方便地与银行建立并维持关系，技术进步才能有效地拓展零售银行业市场。确定银行业市场的合理规模是一个重要问题，这对反托拉斯政策有重要的影响。因为如果市场扩大，那么更少的兼并将会引起严重的竞争关注。

对风险贷款者的贷款

最近，大量的媒体、消费者、监管者和立法将注意力放在次级贷款问题上。次级贷款被联邦储备体系的管理人员 Edward Gramlich 定义为“向不具有传统意义上的优质信用的高风险借贷者发放的银行贷款”。[①] 由于发放次级贷款要承受很高的风险，因此银行也索要特别高的贷款利息和费用。

尽管来自次级贷款的收益巨大，然而与之相伴的风险和潜在不利情况的危险程度也很高。事实上在 2007 年，与巨大风险相联系的危险情况清晰地成为了事实：当贷款者无力支付他们承诺的定期还款额时，次级抵押贷款违约事件的出现比其他邻近的时期呈现出更高的频率。例如，2007 年第一季度的违约数量比 2006 年第一季度高出 35%。[②] 高

① 这是 Edward M. Gramlich 于 2003 年 10 月 9 日在得克萨斯州银行咨询协会（Association of Bank Counsel）第 27 届年会上的评论。

② Christopher Conky, “Predatory Lending: Hard to Time,” *Wall Street Journal* (May 7, 2007): A5.

违约率导致许多次级贷款的发放者和其他投资者遭受了巨大的财务危机，其中一部分甚至被迫停止营业和宣告破产。

一个常常被问到的重要问题是，当次级贷款的借款人被索要高利率和高费率时，这种行为到底是一种对巨大风险的合理补偿，还是一种不合理的掠夺行为。例如，有一种被称为支付日贷款的次级贷款的流行形式，为那些无论如何都没有办法取得信用的人提供信用贷款，它常常受到支持者的保护却被批评家称为是在进行掠夺。支付日贷款的名字源于许多贷款者的实际还款行为。这类寻求短期资金需求的贷款者通常没有积蓄，从事着低工资工作或是定期接受社会保险的援助。他们经常在工资发放日（或政府补贴发放日）当天或之后不久，使用工资和政府补贴去支付贷款。支付日贷款通常的期限只有一个星期或一个月，大部分的金额都不超过几百美元。①

批评家们坚持认为发放诸如支付日贷款的次级贷款是一种常见的掠夺行为。这种指责的原因在于批评家们认为，贷款总是被发放给不合适的贷款者，他们频繁地（其中一些人可以被认为必然地）成为无力支付定期还款额的人。贷款者随后被迫支付高额罚款，这些罚款的负担如此之重，以至于他们必须偿还远超过初始贷款额的金额。这种情况造成的更为严重的后果是，其中一些高风险的贷款者由于遭受信用危机，最终失去了他们的房屋、汽车或是其他个人财产。

大量的政府资源已经被配置给贷款者，以使那些无助的贷款者免遭不道德的次贷发放者的侵害。例如，《贷款事实法》要求从事消费者贷款业务的银行向消费者披露准确而全面的消息。其他许多地方性、全国性和联邦的法律，例如《联邦信用报告法》、《储蓄事实法》和《社会再投资法》，都是为了保护潜在的贷款者而设置的。

捆绑销售规定

自从1994年《格雷姆-里奇-比利雷金融服务现代化法案》允许银行扩展它们的金融服务以来，非法的捆绑销售逐渐成为受到重视的问题。虽然对银行业公司施加的大量限制的取消增加了公司为客户提供多元化产品的机会，但是限制的取消同时也使得银行能够以获取目标产品为目的强行向客户推销捆绑产品。当银行拥有强大的市场力量时，

① 一个关于支付日贷款的出色讨论可以参见 Michael A. Stegman, "Payday Lending," *Journal of Economic Perspectives* (Winter 2007): 169 - 190。

这种潜在的问题更为严重。

出于这种考虑，联邦法律禁止银行为了提供一项产品和服务而让客户购买另一项非传统银行业务范围内的产品和服务。例如，一家银行不能够要求客户从这家银行的控股公司购买保险，以便使客户向银行贷款。与此相对的是，银行可以将一些传统的银行产品和服务关联到另外一些传统产品和服务上。[①] 在最近一些年里，联邦储备委员会一直在致力于澄清非法捆绑销售和银行合法开发的捆绑产品间的区别。

自动取款机索取额外费用

银行收益的一个来源是许多消费者所厌恶的自动取款机索取额外费用，即当某个银行的客户使用其他银行的自动取款机的时候，会被收取额外的费用。除了其他由自动取款机使用者的开户银行收取的费用之外，自动取款机的所有者也收取费用，并且是向自动取款机使用者直接收取的。支付这个费用导致许多消费者感觉他们受到自动取款机经营者的欺骗，并且这是他们为了能够取出自己的钱而被迫支付的。银行争辩道：为了使客户得到他们的存款，银行只是简单索取了公平的价格，那些不想支付额外费用的客户可以通过其他渠道使用自己的账户从而避免这项费用。

由于海外联网自动取款机取款规则的改变，自动取款机索取额外的费用于 1996 年首次被允许。公众的反应相当激烈。事实上，在自动取款机索取额外费用的一些地区甚至出现了试图抵制银行的事件。然而，在过去的几十年间，最初的愤怒已经消退，尽管消费者可能仍然很愤怒并且不愿意支付额外的费用，但是收费已经变得非常普遍并广为接受。

除了消费者对自动取款机收取额外费用争议激烈外，自动取款机额外费用也引起了反托拉斯问题。特别是在很多地区拥有大量自动取款机的大银行可以使用额外费用来鼓励小银行客户转向大银行，因为小银行的客户能够避免额外费用的一个方法就是转向大银行。大银行的自动取款机分布地区很广，这就使客户可以很方便地找到开户银行的自动取款机。

---

① 关于捆绑销售规定的讨论和案例都是基于 Susan Schmidt Bies，Board of Governors of the Federal Reserve System，at the Securities Industry Association Annual Meeting，Boca Raton，Florida，November 5，2004。

Ⅵ. 结　论

商业银行业是美国最大、最重要的产业之一。很大部分的企业与家庭将商业银行作为它们主要的信贷来源，并且把商业银行作为安全、方便的保管现金的地方。从1990年以来，银行业受到大量事件发展的影响——主要是兼并和收购，还有少数的破产与新公司的出现。这些发展改变了这个行业，但是并没有显著地影响竞争，尤其地方层面上的零售银行业务。尽管这个产业经历了银行数目的大幅下降和控制了该行业大部分银行的出现，但是规模是否能够使大银行影响竞争，这种实证研究是没有定论的。而且，尽管竞争可能受到来自当地市场更大集中度的影响，但是从1990年以来这段时期来看，集中度的变化（以及集中度水平）并没有显示出兼并减弱了竞争。

在未来几年里，银行应该继续是许多美国家庭与企业金融服务的主要提供者，而且随着合并、管制的改革与技术进步以更快的步伐发展，这个行业可能会经历进一步的结构变化。因此，能够识别相关市场并且了解在那些市场中影响竞争的重要因素，将仍旧是对有效公共政策的重大挑战。

拓展阅读建议

Adams, Robert M. 2002. "Retail Commercial Banking: An Industry in Transition." In *Industry Studies*, edited by Larry L. Duetsch, 3rd edition, Armonk, NY: M. E. Sharpe, 170 - 193.

Berger, Allen N., Rebecca S. Demsetz, and Phillip E. Strahan. 1999. "The Consolidation of the Financial Services Industry: Causes, Consequences, and Implications for the Future." *Journal of Banking and Finance* (February): 135 - 194。此篇论文出现在该期刊的专刊上，专刊中也有许多其他的关于金融服务业集中现象的有趣文章。

Edwards, Corwin D. 1955. "Conglomerate Bigness as a Source of Market Power." In *Business Concentration and Price Policy*, Princeton, NJ: Princeton University Press, 331 - 359.

Group of Ten. 2001. *Report on Consolidation in the Financial Sector*.

Pilloff, Steven J. 2004. "Bank Merger Activity in the United States, 1994 - 2003." Staff Study 176, Board of Governors of the Federal Reserve System, Washington, D. C. (May).

Rhoades, Stephen A. 1993. "Commercial Banking: Two Industries, a Laboratory for Research." In *Industry Studies*, edited by Larry L. Deutsch, Englewood Cliffs, NJ: Princeton Hall, 271 - 305.

Shull, Bernard and Gerald A. Hanweck. 2001. *Bank Mergers in a Deregulated Environment: Promise and Peril*. Westport, CT: Quorum Books.

第 11 章　医疗保健业

——约翰·戈德里斯
(John Goddeeris)

美国的行业中没有比医疗保健业更大或更重要的了。现在国民医疗保健支出占国内生产总值的 16%，也就是说，在美国国内，购买商品和服务的每 7 美元中就有 1 美元以上花在了医疗保健上。就总量而言，2005 年，在美国它超过了 2 万亿美元，或者说人均 6 700 美元，包括每个男性、女性成年人和儿童。

医疗保健业包括大量各种各样的商品和服务：一位孕妇去她医生那里做产前检查、一副隐形眼镜、髋骨脱裂接合的外科手术、使艾滋病病毒携带者的症状有所缓解的鸡尾酒药物等，都包含在医疗保健业的产出中。图 11—1 显示了由美国联邦健康保险计划和联邦健康救助计划服务中心(Center for Medicare & Medicaid Services，CMS) 统计的国民医疗保健支出的主要组

成部分。按数量排序，依次是医院护理、医师和临床服务、医生处方药品和疗养院护理。“其他”项目包括了很多的商品和服务：牙齿护理；家庭保健；其他的专家服务，比如脊椎指压治疗、验光；非处方药物；耐用医疗设备，例如眼镜、助听器和轮椅；政府卫生健康事业和私人健康保险的管理费用；政府资助的公共医疗保健服务和医学研究。

整个医疗保健部门是美国经济的关键部门。此外，许多争论激烈的政策都是围绕着医疗保健问题而展开的。在 20 世纪 90 年代初，持续快速增长的医疗保健支出和无保险人数的增长导致了对医疗保健系统进行大改革的呼吁。克林顿总统在 1993 年提出一项大规模改革，在国会和国家媒体上产生了激烈辩论。那项努力最终被搁置了。一段时间内，管理式医疗健康保险的出现好像延缓了支出的增长，并且全面的经济繁荣使得医疗保健改革成为一个不那么紧迫的需要。由管理式医疗带来的选择限制导致医生和病人的抗议，最终回归到一个较少指导性的保险形式。在 20 世纪初期，医疗保健支出再次飙升，无保险人数增长，将新的注意力投向医疗保健经济。马萨诸塞州和其他州已经采取重大措施以提高覆盖率，但是提高支出的隐患笼罩着这些努力和它们的长期前景。

甚至除了它的规模和政策重要性，医疗保健业对产业组织学的学者而言是一个非常有吸引力的研究课题。病人、医生、健康保险公司、医院和其他保健服务提供商之间的传统关系在最近 20 年间发生了很大的转变，然而现在仍然未形成一个均衡。

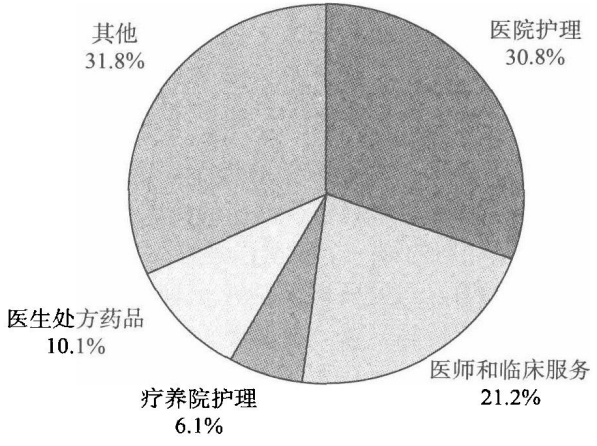


图 11—1　2005 年美国国民医疗保健支出的各种服务形式

资料来源：Center for Medicare & Medicaid Services，National Health Accounts http：//www. cms. hhs. gov/nationalhealthexpenddata/.

Ⅰ. 历　史

如今，我们想当然地认为医疗保健不仅十分昂贵而且又必不可少。在2005年，住院一天的基本开销大约是1 500美元，重症特别护理的费用还要加倍。然而现代的医院治疗经常能够救活心脏病患者，以及拯救饱受严重烧伤之苦的人和交通事故的受伤者。社会需要一种机制——要么是私人保险，要么是公共计划支持——使人们能获得健康保健，而无须承受巨大资金损失的风险。4 700万美国人（占总人口的15.9%）没有保险，并且缺乏有效的保障机制，这被广泛地认为是公共政策的一个严重问题。

事情并不总是这样。一个世纪之前，医疗护理并非像今天这样昂贵，医疗保险在美国也根本不存在。工人们的医疗补偿体系是在20世纪初才发展起来的，工人因工伤所需的医疗费由雇主承担，所以相对医疗护理的费用而言，工人们更加关注因不能工作而丧失收入。

到1929年，美国的保健支出大概只占GDP的3.5%，也是在这一年美国有了关于国民保健支出的合理而有效的数据。医疗保健业非常弱小的一个重要的原因是医学的能力非常有限。1976年，总统的生物医学研究小组写道：

> 50年前，自然科学技术与临床治疗是脱节的。技术精湛的医疗从业者是医疗诊断方面的专家，他们所能做的只是确诊特殊病例、预测可能的结果，当病人病入膏肓时对病人及其家属进行指导，而没有更多的治疗手段使病人康复。①

情况逐渐发生了变化。由于医学的进步，医院开始由为穷人而设立的慈善机构转变为对有严重疾病和创伤的病人进行治疗的服务机构。1929年，“蓝十字”计划的第一个原型出现在贝勒（Baylor）大学，参与者每月支付少量费用，当需要医院治疗护理时可以不必支付大笔医疗费用。这个做法逐渐传播开来，并得到这些医院的支持，因为它们发现当处于经济大萧条时，医院可凭此获得稳定的收入。由医生们组织的“蓝盾”计划作为医疗服务预付费机制，在10年后开始出现。

---

① President's Biomedical Research Panel, Report of the President's Biomedical Research Panel (Washington, D.C.: Government Printing Office, 1976).

到 1940 年，大约只有 9%的美国公众至少有一项私人医疗保险，国民健康支出总额却停留在 GDP 的 4.1%左右。但是，一个显著的转变正在开始发生：第二次世界大战期间，美国本土的劳动力市场紧张，雇佣劳动者的附加利益——包括健康保险在内——不在工资价格控制之内，并成为吸引和留住员工的一个重要方式。雇佣工人的健康保险不被列入纳税收入，这使健康保险成为一种很受人们欢迎的津贴，即使在第二次世界大战后也是如此。同时，外科医术的进步和医院保健费用的提高，加剧了没有健康保险的人的财务风险。

环境的变化使健康保险迅速传播开来。到 1950 年，全美有一半以上的人有某种私人健康保险，而且投保人数持续上升。到 1975 年，这一数字达到 82%以上，尽管在此期间也曾经下降过。[①] 私人投保与就业高度相关。在 2005 年，个人投保人中有 88%是由他们的工作单位或是家庭成员（一般是父母或是夫妻中的一方）投保的。[②] 由于各种各样的原因，公司集体投保要比个人投保相对便宜，在公司就职自然就是公司集体的一分子。对雇主为雇员提供健康保险的税收优惠政策鼓励了就业与健康保险相挂钩。

在“贫困之战”时代和约翰逊总统的“大社会”时代，人们热衷于把健康保险的范围从政府计划扩展到公司集体，然而达到这一目标却是有一定困难的。联邦健康保险和联邦健康救助，表面上看自 1966 年实施起就迅速壮大。联邦健康保险是提供确切的医疗保健的国家计划，尽管还不完整，但是它几乎涵盖了所有的 65 岁及 65 岁以上的人。联邦健康救助是联邦政府和州政府共同承担资金的政府计划，旨在为贫困人口提供医疗保健，尽管它在实践中与目标还有很大差距，并且各州实际情况也不同。这两项政府计划大大减少了无力支付健康保险的美国公民的数量。

尽管最近 60 年的总趋势是医疗保健保险覆盖范围的绝对扩大，但近些年来私人保险数量下降了。既无私人保险又无公共保险的人数却增加了。人们估计，在 1990 年有 86.1%的人有健康保险，其中 73.2%的人有某种私人保险项目，但在 2005 年，相应的比例却分别下降到

---

① Health Insurance Association of America, *Source Book of Health Insurance Data, 1990* (Washington. D. C.: Health Insurance Association of America, 1990).

② Carmen DeNavas-Walt, Bernadette D. Proctor, and Cheryl Hill Lee, *Income, Poverty, and Health Insurance Coverage in the United States: 2005* (Washington, D. C.: U. S. Census Bureau, 2006). www. census. gov/prod/2006pubs/p60 - 231. pdf.

84.1%和67.7%。①

比公共和私人保险扩张更猛烈的是医疗保健支出的增长。1950—2005年间，人均医疗保健支出从460美元（以2005年美元计算，经GDP平减指数调整了价格水平的变化）增加到6 300美元，增长了1 270%，这一增长水平超过了一般物价增长水平。② 比较来看，同期实际人均GDP增长了210%。如图11—2所示，从1960年开始，医疗保健支出在以略微不同的方式递增。在图中展示了在经一般价格调整后，每年的人均医疗保健支出相对于上年的增长百分比。在整个时间段上，任何一年的人均医疗保健支出的增长速度都快于总物价水平的增长速度，在所有年份中除5个年份外增长速度至少快3个百分点。整个时间段上，每年净变动为4.9个百分点。有趣的是，增长最慢的4个年份均发生在20世纪90年代中期，尽管快速增长回归了，但在最新的数据中增速有明显的放缓。

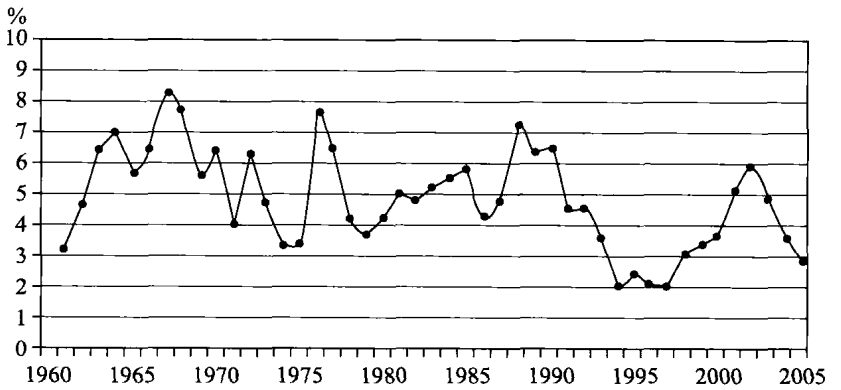


图11—2　实际人均医疗保健支出的年均增长速度

资料来源：作者利用以下数据计算：联邦健康救助计划服务中心（保健服务和用品数据），美国人口普查局（常住人口数据）和美国经济分析局（GDP平减指数数据）。

在如此长的一段时期内，医疗保健支出如此迅速地增长，对此该作何解释呢？诚然，这是由多方面的因素导致的，但是大多数的经济学专家指出：健康保险的成长和其支出的增长是紧密相关的，二者相

① DeNavas-Walt, Proctor, and Lee. *Income, Poverty, and Health Insurance Coverage in the United States: 2005.*

② 医疗保健支出在这里是由保健服务和用品来计量的，是国民医疗保健支出减去研究经费和新设施的建设费用。

辅相成。第三个因素是，知识的进步使诊断和医疗的水平提高了，当然费用也就昂贵了。[①] 医疗保健资助系统在 20 世纪下半期的大部分时期是合适的，然而随着时间的推移，它逐渐变为以第三方支付为主。医疗保健资助系统对医疗方面的革新多少有些限制，虽然昂贵，但使一些人受益。

Ⅱ. 产业结构

我们将重点放在医疗保健业的三个主要方面：健康保险、医师和医院。[②] 在开始论述该产业供给方的情况之前，我们简要地看一下目前医疗保健的收入来源，这将有助于我们把握其背景。图 11—3 将国民医疗保健支出按资金来源进行分解。从中我们可以看到，几乎一半（占 45.4%）的健康费用是由公共支付的，其中联邦健康保险和联邦健康救助各占了相当大部分。“其他公共计划”项目包含许多情况下的支出，其中最大的部分是公共健康活动、退伍军人管理局和国防部（包括现役军人的医疗保健）的计划、直接拨付、州和地方政府的医院和医学研究。在私人方面，我们看到私人健康保险支出几乎是消费者现金支付的 3 倍。

图 11—3 的分解基本上是准确的，但如表 11—1 所示，收入因服务的不同而存在巨大差别。例如，在医院护理中，现金支付的比例很低，大约只有 3%，而仅联邦健康保险一项就占收入的 30%。联邦健康救助对疗养院特别重要，疗养院收入的 44%来源于它，而私人保险项目所占不足 8%。由于门诊处方药物不在联邦健康保险范围内，而且药品也不完全列入私人保险，因此直接现金支付比例相对较大（处方药物保险在 2003 年年末加入联邦健康保险，在 2006 年生效）。

---

① Joseph Newhouse, “An Iconoclastic View of Health Cost Containment”, *Health Affaires* 12 (Supplement 1993): 152 - 171; and Burton A. Weisbrod, “The Health Care Quadrilemma: An Essay on Technological Change, Insurance, Quanlity and Cost Containment,” *Journal of Economic Literature* 29 (June 1991): 523 - 552.

② 最明显的遗漏是对医生处方药品的任何特别考虑。药品对健康和作为医疗保健费用的一部分来说都越来越重要。制药工业是一个凭借自身力量的重要的研究领域。(F. M. Scherer, “The Pharmaceutical Industry—Prices and Progress”, *New England Journal of Medicine* 351 (August 26, 2004): 927 - 932.)

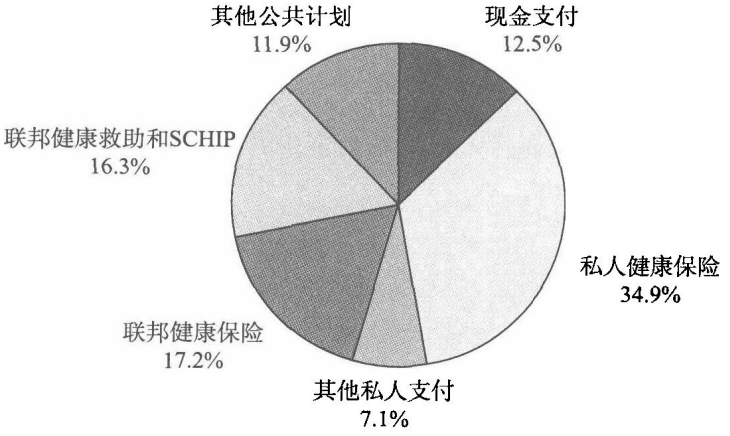


图 11—3　2005 年美国国民医疗保健支出的各种资金来源

注：SCHIP 表示国家儿童健康保险计划。

资料来源：Center for Medicare & Medicaid Services，National Health Accounts http：//www. cms. hhs. gov/nationalhealthexpenddata/.

表 11—1　　2005 年各种服务收入的来源

	医院护理（%）	医师服务（%）	医生处方药品（%）	疗养院护理（%）
现金支付	3.3	10.1	25.4	26.5
私人健康保险	35.5	48.3	47.4	7.5
其他私人支付	4.5	6.4	0.0	3.7
总公共支付	56.8	35.3	27.2	62.3
联邦健康保险	29.5	21.2	2.0	15.7
联邦健康救助和 SCHIP	18.0	7.6	20.8	44.1

资料来源：Center for Medicare & Medicaid Services，National Health Accounts http：//www. cms. hhs. gov/nationalhealthexpenddata/.

健康保险

健康保险是大多数人获得医疗保健服务的主要方式，并且是我们研究医疗保健业结构的一个很好的切入点。在 20 世纪 80 年代中期以前，美国多数的健康保险在提供健康服务方面是被动的。保险合同定义了资金条款，其中包括保险费率、保险服务范围和对投保人的成本

分担的安排。提供什么服务是由投保人或医生来决定的，投保人对医生的选择也不受保险计划的限制。

在健康保险中，“蓝十字”和“蓝盾”计划占主导地位，它们是由医院和医生协会所建立的非营利性组织。后来，一些在其他行业开展保险业务的公司，就是所谓的商业保险公司［例如，安泰（Aetna）、旅行者、纽约人寿和保德信（Prudential）］进入该行业后，到 20 世纪 50 年代初，它们的投保总人数比参加“蓝十字”和“蓝盾”计划的人还多。

根据商业保险公司的条例，医生、医院和提供保险服务的其他机构给投保人开列账单，投保人先支付费用，然后在投保范围内从保险公司那里得到偿还，因此商业保险公司的条例有时被称做赔偿条款。同联邦健康保险和联邦健康救助一样，“蓝十字”和“蓝盾”计划的保险范围主要以“服务给付”的形式规定。在投保人有可能支付一定费用的条件下，保险公司在必要的时候为特殊的服务提供保险。保险公司应将费用（或称赔偿）直接付给提供服务的机构。对医生来说，这往往意味着在社会一般的收费标准范围内，他们根据自己开的账单获得赔偿金。医院和其他的服务提供者一般能得到保险偿付。无论赔偿或服务给付是如何界定的，保险公司无权干涉治疗方案。

在过去的 20 年中，保健管理领域健康保险的角色发生了巨大的变化。保健管理出现且横扫市场，尽管它的更具有侵扰性的形式后来份额下降了。保健管理的概念包括多种组织模式和管理方式，所有这些不同形式的共同点是，试图改变投保人支付的费用和享受到的保险服务，进而影响消费者所得到的健康服务和对供应商的选择。

保健管理的一个极端例子是医疗保健组织（HMO）的雇员模式。在 HMO 雇员模式中，为投保人看病的医生是健康保险服务机构的雇员或者合伙人。因为 HMO 同意以固定的保险费率向投保人提供保健服务，保险机构有最小化提供保健服务的成本的激励。由于更多的服务不会产生更多的收入（除非根据规定，由消费者承担一定比例的费用），因此每增加 1 美元的费用就相应减少了该机构的净利润。如果医疗人员了解保险机构最小化成本的愿望，投保人所得到的将是成本节约的医疗方式。

HMO 的雇员模式已经实际运行很多年了。HMO 的设想是在 20 世纪 70 年代早期所形成的，但雇员模式最成功的例子是凯泽（Kaiser）健康计划，其起始时间要追溯到 20 世纪 30 年代，那时健康企业家西

尼·加菲尔德（Sydney Garfield）博士和工业家亨利·凯泽（Henry Kaiser）共同努力打造医疗事业。[①] 到 1962 年，凯泽健康计划的投保人数量超过了 100 万，到 1972 年超过了 250 万。这种模式的另一个早期的例子，以前被称为“团体预付业务”，是皮吉特海峡（Puget Sound）地区在 1947 年建立的团体健康互助，如今在美国西北部服务超过 50 万的投保人。

保健管理的其他模式并不排除与医生团体或者独立行业团体（IPAs）的医生签订合同。这种组织使保险计划与医师的融合程度比雇员模式要松散得多，因为同一位医师可与许多其他的 HMO 签有合同，并且可以独立于任何的 HMO 而从业。然而，保险公司仍然可以通过各种途径来尽力影响合同中的条款，包括对医疗服务使用情况的监测（例如，要求对非急需住院资格进行预先审查，相应地对病人住院时间长短进行预先审核），要求有第一保健医师的同意才能获得特殊保健护理，与医师或者医院签订严格的合同，允许投保人无限制地选择医生和支付方式，而非直接的一次一付的支付方式，从而能更好地影响对医疗护理提供者的激励。对于处方药品的范围，病人可用的处方药品种类和获得的途径同样是受到限定的。

保健管理的其他模式都以各种形式或各种形式的组合体而部分或全部地用到了这些工具，因此不同种类组织之间的区别越来越模糊了。在优选医疗服务组织（PPO）中，保险公司与一批优选供给者就打折问题签订严格的合同，使投保人在降低成本分担的愿望下接受这些供给者的服务。一般地，PPO 同样也采取一些医疗服务效用管理的模式。许多 HMO 现在也采取了医疗服务机构自选权（POS）方案，这使投保人能在规定的医生网络之外，接受其他的医疗服务供给者所提供的服务。一般而言，这需要投保人承受相对较高的成本分担比例。

图 11—4 展示了医疗保健市场的快速发展。在 1980 年，保健管理仅仅意味着 HMO，占全国团体保险市场的不到 10%。到 1988 年，PPO 出现了，但是常规保险仍然占投保总数的 73%。从那时起，常规保险的市场份额快速下降，到 2006 年下降至 3%，让位于各种各样的保健管理。

---

① Paul Starr, *The Social Transformation of American Medicine* (New York: Basic Books, 1982)。凯泽计划技术上是团体模式而不是 HMO 雇员模式。该保健计划在每个开展业务的地区不雇用医生，而只与唯一的医疗团体签约，该医疗团体只为凯泽的病人服务。

除了常规保险的下降，图 11—4 展示了另外一个重要的趋势。在 20 世纪 90 年代末期，保险费率的上升缓和了，并且经济快速增长。医生和病人开始对抗保险公司对医疗意见的干涉，市场开始转离更具侵扰性的保健管理。HMO 的总市场份额，包括 POS 计划，由于 PPO 的原因下降了许多，PPO 目前占超过 60%的团体保险市场。图 11—4 的数据来源同时在 2006 年引入了一个新的类别，包含储蓄选项的高扣除健康计划，我们将在本章的最后对这种保险形式进行介绍。

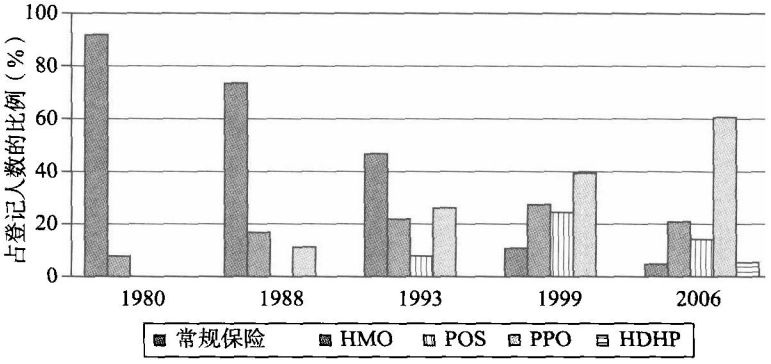


图 11—4　变化中的雇员健康保险市场

注：HDHP 表示包含储蓄选项的高扣除健康计划。

资料来源：Kaiser Family Foundation，Employer Health Benefits 2006 Annual Survey，Exhibit 5.1，http：//www.kff.org/insurance/7527/sections/ehbs06-5-1.cfm；1980 numbers from D. M. Cutler and R. J. Zechhauser，"The Anatomy of Health Insurance，" in *Handbook of Health Economics*，Figure 4.

保健管理也被广泛而迅速地运用到由公共部门支持的联邦健康保险和联邦健康救助计划中去。从 1985 年起，联邦健康保险计划已经愿意在"风险合同"的基础上与 HMO 签约，每个投保人支付固定金额的费用，一般称为"按人收费"（按人头）。其由 HMO 管理资金风险，即投保人的医疗服务费用与其缴纳的保险费不相等的资金风险。在同一地区，联邦健康保险投保人支付给 HMO 的保险费是其支付给一次一付医疗费计划的平均费用的 95%。参加风险合同的投保人数在缓慢增加。在 1987 年大约有 100 万投保人，是那时参加联邦健康保险总人数的 3%。到 1995 年年底，人数增加到 310 万，到 1999 年年底为 690 万左右，其比例是 18%。然而，到 2003 年，主要由于联邦健康保险的支付方式的改变，许多投保人停止参加 HMO，投保人数下降至联邦健

康保险总人数的13%。这个项目目前被重新命名为“附加联邦健康保险计划”（Medicare Advantage），向其他私人计划开放。由于更吸引人的支付政策，投保人又增加了。在2007年年初，大约19%的联邦健康保险投保人参加了“附加联邦健康保险计划”。①

既然联邦健康保险使保健管理对投保人来说只是个选择加入的问题，许多州现在就要求它们的联邦健康救助计划受益人参加一个保健管理计划。最初，联邦法律禁止各州严格限制联邦健康救助计划的受益人对医疗供应商的选择（然而，低费率的联邦健康救助计划的参与受益人经常发现很难使医生愿意为他们看病）。这项法律在1981年被更改了，它允许各州进行保健管理实验及其他改革行为。在进入20世纪90年代的时候，保健管理参与者仍然很少，但从那以后急剧膨胀。②在1991年，不到10%的联邦健康救助计划受益人参加了保健管理；到1995年，人数上升到32%；在2005年到63%，几乎包括2 900万参与人。其中一些人选择了一种保健管理的更为温和的叫做“保健个案管理”的模式，在该模式中，基本保健医师同意负责一批参与人的保健，但不承担医院和特殊保健护理费用的风险。这种模式在重要性上相对于按人头支付的模式要弱些，后者中HMO要承担支付其保险范围内所有服务成本的风险。

HMO和健康保险组织的一个新趋势是由非营利组织向营利商业组织实体转换。早期的HMO主要是非营利性的，这是1973年HMO法案下唯一一种合法的联邦补助。当联邦直接补助在20世纪80年代早期结束的时候，营利性组织开始大量抢占市场份额，部分是由于这些新的营利性HMO的成长，也由于非营利性的HMO向营利性形式转变。从1981年到1997年，非营利性的HMO投保人占HMO总投保人的比例由88%猛降到37%，然后基本稳定。③ 1994年，国家“蓝十字”和“蓝盾”计划第一次决定营利性组织可以与其合作，这就为许多地方性“蓝十字”计划向营利性组织转换铺平了道路。

---

① Kaiser Family Foundation, Medicare Advantage Fact Sheet, March 2007, www. kff. org/medicare/upload/2052-09. pdf.

② 数据来源于CMS的网站：www. cms. gov/MedicaidDataSourcesGenInfo/04 _ MdManCrEnrllRep. asp。

③ Kaiser Family Foundation, Trends and Indicators in the Changing Health Care Marketplace, www. kff. org/insurance/7031/print-sec5. cfm.

在结束健康保险市场结构的主题之前，有必要提及自我保险的现象。购买保险是转嫁个人或团体风险给保险人的主要方法，而保险人，通过聚集众多投保人的几乎完全独立的风险，是更能够接受投保的。对有 500 个或是更多雇员的大雇主而言，能提供保险公司所能提供的大多数服务。许多大的雇主发现“自我保险”对他们具有吸引力，就是说雇主承担随机的年复一年的健康保健费用变化带来的风险，同时也逃避了州和联邦关于健康保险的法规，还可以对他们所提供的保障增强管理和控制。在 2001 年，所有投保人中有一半处于自我保险计划之下，规模越大的公司的雇员中这一比重越高。①

医　师

维克托·富克斯（Victor Fuchs）在其 1974 年对医疗保健和经济理论很有影响的《谁应该活着?》一书中，称医师为医疗保健中的“队长”。然而保健管理改变了医师的主导地位。富克斯所言的特征大部分依然是正确的，医师除直接提供内外科医疗服务之外，还要负责确定病人出院、安排诊断测验、开处方等工作，尽管这些工作现在经常被保险公司仔细审查。据美国医学会（AMA）的数据，2004 年大约有 700 000名医师活跃在医疗保健领域。富克斯注意到，一个世纪以前，受雇于医疗保健领域的人中有三分之二是医师。随着医疗保健系统的发展，并且伴随着现代医院和疗养院业的进步，大量的各种特殊服务被引入该行业，例如物理疗法和呼吸疗法，这为其他没有受到广泛而又专业的医学博士（M. D.）训练的劳动者提供了许多就业机会。非医师的医疗保健工作者数量的增长速度比医师数量的增长速度快得多，现在二者之比大约是 11∶1。②

医生接受的训练几乎比其他所有行业的从业者都要多几年。医学院一般要求拿到学士学位后继续进行另外 4 年的学习，而这 4 年中至少有 3 年是要在住院计划中学习，以便能得到作为一个专科医生或是全科家庭医生的资格认证。在医学院接受的这种长时期训练很明显是

---

① Jon R. Gabel, Gail A. Jesen, and Samantha Hawkins, “Self-Insurance in Times of Growing and Retreating Managed Care,” *Health Affairs* 22 (March/April 2003): 202 - 210.

② 医疗保健工作者的总体数据来自 National Center for Health Statistics, Health United States 2006, Table 108, www. cdc. gov/nchs/hus. htm。

进入医疗行业的重要障碍。一些经济学家争论说，美国医学会对现今医学院招生人数和训练时间长度的控制，使医生的收入被人为地提高了。对此持反驳意见的人坚持认为：严格的医生供给和广泛的训练能够提高医疗保健的质量。在缺乏执业资格认证的情况下，消费者是很难对医疗服务进行评价的。

医师仍然是一个报酬非常高的职业。医师的平均收入在2003年是203 000美元。[①] 公共政策的一个重要的问题是：在给定培训时间、既定的能力水平、典型医生的工作努力程度（医药相关活动的平均工作时间是每星期53小时）的情况下，医生收入水平是否被“人为抬高”了。几个较早的研究（1985年或更早）质疑医学的教育投资的回报率是否太高了，因而提出了这个问题。[②] 该投资的成本中的一个重要部分是收入的机会成本，即若没有接受长期的训练，那么在该段时间就必定会有收入。大量数据表明对医师职业的投资是非常有经济吸引力的，即使在除去申请学位的高成本之后，通常估计仍有13%甚至更高的投资回报率。一项最近的研究同样发现医学教育的高回报率，但是一些其他职业领域甚至有更高的回报率。[③]

表11—2显示了从1975年到2004年，按工作种类划分，在病人护理业从事工作的医生的数目。在1975—2004年间，在病人护理业从事工作的医生的数目在人均基础上增加了接近80%，这主要是从20世纪60年代末期开始的医学院招生量增加的结果，同时也源于国外培养的医生的流入。对大多数医师来讲，他们工作的地点是办公室而不是医院，并且从1970年以来，以办公室为工作地的那类医师数量增加了。大约15%的医生是住院医生或者在其他的培训中任职，通常以医院为工作地，其他的小部分医生被聘为全职的医院职工。

---

① Ha T. Tu and Paul B. Ginsburg, “Losing Ground: Physician Income, 1995-2003,” Center for Studying Health System Change, June 2006, www.hschange.com/CONTENT/851/.

② 参见Paul Feldstein, *Health Care Economics*, 6th ed. (Clifton Park, NY: Thomson Delmar, 2005), 340-342的摘要和参考文献。

③ W. B. Weeks and A. E. Wallace, “The More Things Change: Revisiting a Comparison of Educational Costs and Incomes of Physicians and Other Professionals,” *Academic Medicine* 77 (April 2002): 312-319.

表 11—2　　医生在病人保健中的分类

	1975 年		1985 年		1995 年		2000 年		2004 年	
	（千人）	%	（千人）	%	（千人）	%	（千人）	%	（千人）	%
总计	311.9		448.8		582.1		647.4		700.3	
以办公室为工作地	215.4	69	330.2	74	427.3	73	490.4	76	538.5	77
培训类	57.8	19	75.4	17	96.4	17	95.7	15	102.3	15
医院职工类	38.7	12	43.2	10	58.5	10	61.3	9	59.2	8

资料来源：American Medical Association，Physician Characteristics and Distribution in the U. S.，2006 edition.

传统上，大部分医生自我雇用，或是作为一个小团体的成员。表11—3通过医师团体的特点和规模来描述当时以办公室为工作地的医师数量的变化。在1969年，以办公室为工作地的医师中大部分即78%开私人诊所，AMA对诊所的定义是有一个或者两个医师。到1995年，这些在私人诊所从业的医师仍然占大多数，但是占多数的优势不明显。到2001年，大约56%的医生在3个或更多的地方做医师。[①] 专科诊所和全科诊所的医师占全体医师的比例不仅获得了较快增长，并且其平均规模水平亦提高了。医师办公室的变化趋势是每位医师拥有更多的助手，1970年每个以办公室为工作地的医师有1.54名助手，而到2001年则达2.45个。[②]

表11—3　　联盟团体对以办公室为工作地的医师的分类的趋势

	医师分类（%）			团体的平均规模		
	1969年	1980年	1995年	1969年	1980年	1995年
私人诊所	78.3	67.2	51.9			
团体从业者	21.7	32.8	48.1	6.2	8.2	10.5
专科	7.1	10.9	20.1	4.1	4.8	6.2
全科	13.2	20.1	25.8	10.1	15.2	25.4
家庭或一般从业者	1.5	1.8	2.1	3.5	4.5	5.6

资料来源：引自Paul J. Feldstein, *Health Care Economics*, 5th ed., 1999, Table 10.2, 247. Albany, NY; Delmar Publishers.

团体规模趋于扩大，表明团体诊所确实拥有的一些经济优势，在这段时期内可能已经增强了。在服务中存在某种规模经济，特别是当医师把一些任务委托给联盟的保健工作者和运用其他的投入来提供服务的时候。一个医师团体或许能充分利用某种辅助设施或某件器械，而单个的从业者则做不到。消费者也许更愿意与医师团体打交道，因为这比较容易预约，并且团体能够取得某种“品牌”，即获得优质服务的保证，而消费者很难对个体医生的水平做出评价。共同经营诊所的医师可能在工作负荷量和收入上比个体医师有更少的波动性，这种风险共担的特征对风险厌恶型医生来说是有利的。当然，扩大医师团体

① John D. Wassenaar and Sara L. Thran, *Physician Socioeconomic Statistics*, 2003 edition (Chicago, IL: American Medical Association Press).

② Feldstein, *Health Care Economics*, 221.

的规模也是有弊端的。例如，如果一个团体的医生共同分担一套投入的成本，那么这对个人的节约利用行为的激励是有限的。医师团体的规模，反映了各种边际力量（把规模向更大或更小推动的力量）的平衡，正如市场大小的区别一样（一个小镇容纳不了一个大的综合性的医师团体），它也反映了对医生的选择与消费者对医疗风险关注之间的平衡。

另一个促使医生们组成更大规模的医生团体的原因是，大团体能安排他们自己负责管理所有确定的投保人的医疗保健——或是其中的一部分，并且能在按人头收取保费的基础上获得收入。接受按人头收取保费实际上就是扮演健康保险公司的角色。从团体的观点出发，按人头收取保费的优势是：有更大的激励去管理保健的总成本，并能非常有效地获利。但是，按人头收取保费对个体医生或较小规模的医生团体而言是有风险的，这是因为他们所能处理的病人的人数太少了，以至于无法准确预计将会产生的成本，即使其能有效地管理保健。扩大医师团体规模能降低风险。在美国的一些地方，大的团体，有些有数以百计的医生，在按人头收取保费的基础上与医疗保健计划签订合同，有时候直接与雇主签订合同。①

保健管理的急剧增长使医师更多地附属于医院、保险公司或者医师从业管理公司（PPMC）。尽管其中的一些合作被证明是短期的，曾经独立的医生或者医生团体有时候把他们从业的有形资产卖给医院、保健管理组织，并且接受薪金补偿。然而，一般来说，买者不会满足于付薪金给医师的办法，并且发现与独立团体签约是更有利的。PPMC 在 20 世纪 90 年代是一个相对较新的组织，有时候购买医生团体的资产，与保健管理组织商议签订合同，为医生团体提供某些管理服务，作为回报得到扣除各种经营费用后的净利润的分成。有一些在 20 世纪 90 年代中期迅速成长起来的公开交易的 PPMC 以牺牲良好的管理为代价，片面强调扩张，结果迅速衰弱下来。医疗伙伴（MedPartners）、FPA 医疗（FPA Medical）和 PhyCor 是三个成长迅速但已经退出市场或破产的 PPMC。

无论各种各样有组织的医师服务的商业模式如何发展，大多数医师仍然认为他们自己是独立的专业人员，而不是雇员，他们收取费用

① J. C. Robinson and L. P. Casalino, "The Growth of Medical Groups Paid Through Capitation in California." *New England Journal of Medicine* 333, no. 25: 1684 - 1687.

的主要方式是某种形式上的现收现付制。在 AMA 2001 年对医师的调查中，65%的非联邦、非住院医师认为自己是自我雇用者或者独立合同人，只有 35%的医师称自己为雇员。[①] 按人头收取的保费在独立医师的总收入中仍然仅仅占很小的一部分。然而在 2001 年 88%的医师至少有一些保健管理合同（在 9 个地区的人口普查中，这个百分比在 82%到 93%之间变化），平均来看，仅有 7%的医师收入是来自按人头收取的保费。大型多专科（multi-specialty）团体的收益好像也减少了，部分是因为协调这些团体活动很困难。中等规模（5～20 名医师）的单专科（single-specialty）团体正变得越来越常见。[②]

医　院

医院一般不是经济实体，大部分为非营利组织。在 2005 年，所有社区医院的短期床位中大约 70%属于私人非营利性实体，16%由州和地方政府掌管，其余 14%属于营利性公司。像任何一个这样的组织一样，非营利性医院并非为私人所拥有，所以没有人有权获得可能由此产生的利润。虽然行政管理者对医院的托管理事会负责，但托管理事们并不能像私人公司的董事那样对医院拥有所有权。另外，医院的资源——床位、受雇员工和器械设备——该如何利用，在很大程度上是由医院的医疗职员——那些在医院工作但却不是作为雇员的医生们——决定的。

表 11—4 给出了自 1946 年起社区医院发展的数据，这一年通过了旨在资助医院扩建的《希尔-伯顿法案》。“社区医院”是美国医院协会（American Hospital Association，AHA）使用的笼统分类，其中包括所有医院病床的 85%，而其他的 5%是联邦医院的，10%是各种长期医院的。表 11—4 显示医院的数量急剧上升，大约直到 1970 年才停止，而床位的数量增加得更快，大约持续到 20 世纪 80 年代。从 1946 年到 1980 年左右，入院人数增长的速度快于人口增长的速度，此后开始下降了。从 1995 年开始，入院人数重新开始增长，增速稍快于人口增速。平均住院时间开始减少得更早，实际上，20 世纪 70 年代的每张

① Wassenaar and Thran, *Physician Socioeconomic Statistics*.

② L. P. Casalino et al., “Benefits of and Barriers to Large Medical Group Practice in the United States,” *Archives of Internal Medicine* 163, no. 16 (September 8, 2003): 1958 - 1964.

床位入院人数增加了，但实际利用率却下降了。在 1975 年，病人平均住院时间接近 8 天，但到 2005 年，少于 6 天。床位需求是有波动的，同时为高峰时期预留一些床位也是必要的，故医院床位的最佳利用率应低于 100%。然而，就全国范围内而言，合理的床位占用率低于 70%，自 20 世纪 80 年代中期以来就出现了这种情形，这暗示了在该行业内确实存在过多的床位，虽然不是在所有的市场上。

表 11—4 同时显示了门诊病人数量的非常快速的增长。之所以出现住院时间缩短和由门诊替代住院治疗的现象，部分是由于技术的发展，例如，伤害性更小的激光辅助手术疗法；同时也由于人们对长时间住院的好处的看法改变了；还由于现在的保健管理组织和早先的联邦健康保险对成本的限制，此成本限制主要集中在减少住院人数上。毫无疑问，在 20 世纪 60 年代和 70 年代住院医疗护理被滥用，这是因为对医师与有良好保险的病人来说，让他们权衡成本以获得潜在收益的激励太少了。然而，在住院期缩短的趋势下，至少在一段时间，事情做得似乎又有些过分了。人们要求降低医院使用率是因为每个病人护理日的平均成本是非常高的，然而人们却经常忽略了这个事实：在住院期末的边际成本要低得多。[①] 如果一张病床没有病人，那么相对于所需要的较少的医疗护理，延长病人的住院时间所增加的成本是合适的。

表 11—4　　对社区医院的选择性统计数据

年份	医院数	床位（千张）	入院人数（千人）	占用率	门诊人数（千人）
1946	4 444	473	13 655	0.72	
1950	5 031	505	16 663	0.74	
1960	5 407	639	22 970	0.75	
1970	5 859	848	29 252	0.78	133 545
1980	5 830	988	36 143	0.76	202 310
1990	5 384	927	31 181	0.67	301 329
1995	5 194	873	30 945	0.63	414 345
2000	4 915	824	33 089	0.64	521 404
2005	4 936	802	35 239	0.67	584 429

资料来源：American Hospital Association，*Hospital Statistics*（Chicago：Health Forum LLC，2003）.

① Uwe E. Reinhardt，"Our Obsessive Quest to Gut the Hospital，" *Health Affairs* 15 (Summer 1196)：145-154.

医院是联合产品型企业，仅就住院病人的医疗护理而言，联邦健康保险计划现在认可超过 500 个以营利为目的的按不同疾病分类的支付团体（DRG），而上述团体是以病人的病理问题为基础来划分的，如此多的分类涵盖了各种重病和需要护理的病人。各医院病人住院平均成本的不同主要是因为病人接受的混合诊断各有区别。保持病人接受的混合诊断不变，调查研究并未显示除非常小规模的医院外有实际的规模经济，而且在医院有 200～300 张床位的情况下，任何节约都可能会被耗尽。2005 年，大约 72%的社区医院的床位不到 200 张，其余 28%的医院虽更大些，但也只有大约 70%的住院率。

综合医疗传达系统（Integrated Delivery System，IDS）是一个由医院、医师、门诊诊所、家庭医疗保健机构和疗养院等组成的垂直一体化的组织，这些组织用部分或者全部所需的投入，向任何人提供其可能要求的所有的医疗服务。拥有医院的 HMO 中的团体或雇员模式（凯泽是个非常好的例子）是 IDS 的一种模式。IDS 也可能围绕一个医师团体组织建立。在 20 世纪 90 年代，许多医院或医院团体寻求以自身为中心创建 IDS。它们与医师团体结成联盟，有时以薪金为报酬雇用医生，而且有时还与其他的连续保健护理的组织结成联盟。一些以医院为基础的 IDS 已经符合必要的法律标准，并且已经成为 HMO。IDS 也可以与 HMO 签约或直接与保健购买者签约。

从经济的角度来看，以医院为基础的 IDS 确实有吸引力。这样一个组织似乎定位于为所有保健服务承担按人头收费的合同，通过绕开保险中间人来减少管理费用。至少在它的高层，这样的组织会谨慎考虑由使用资源所产生的成本，例如，门诊取代住院医疗护理、预防取代急诊的合理使用。但是把这种激励转移到该组织其他部分的决策者那里可能很难。该组织成功与否可能主要在于其联盟的医师的行为，但若医师们的补偿收入主要是有保证的薪金，那么对他们努力工作和最优地利用投入的激励作用就会减弱。经济理论没有明确指出，垂直一体化的医疗保健组织会在与那些通过市场交易购买投入（比如一个 IPA HMO 或 PPO）并通过合同产生激励的组织的竞争中胜出。随着管理严格的保健组织的市场份额的下降，医院对垂直一体化的兴趣也下降了。美国医院协会的调查表明，对拥有 HMO 有兴趣的社区医院的比重最近有一个相当快速的下降，从顶峰的 1997 年的 23%下降到 2001 年的 15%。

水平一体化，即与同一市场或跨市场的其他医院合作，是另外一个问题。医院的市场自 1980 年以来变得更加集中了，从医院数目的下降（见表 11—4 的自 2000 年起）和医院向共同管理下的系统的合并均可看出。如果把在相同市场上运行的系统医院记作一个医院，那么依据一项调查，1981—1994 年间每个市场上的平均医院数下降了大约 25%。[①] 在最高峰的 20 世纪 90 年代中期，每年有超过 100 家医院发生合并。公众的注意力主要集中在营利性联号（chain）获取非营利性医院上，特别是最大和最具野心的联号 Columbia/HCA（现在是 HCA）。HCA 在 1995 年一年获取或协商合资经营了 35 家原非营利性医院。但是从 1997 年开始，营利性联号在联邦政府对 HCA 的调查冲击下，变得不那么有扩张野心了。无论如何，大部分的医院合并发生在非营利性板块。合并已经变缓了但仍在继续。一项对 12 家在全国有代表性的社区的研究显示，从 1996 年到 2000 年，在所有 12 个市场中医院集中度均增加了。[②]

服务项目和新供应商结构

对综合医疗传达系统提供全面医疗保健的兴趣最近下降了。出现的趋势是：为供应商组织他们自己特定的服务项目。经常地，服务项目代表对特定疾病或器官系统的护理（癌症护理、心脏护理或整形），但是它们也可能或多或少缩减医疗服务（成像或门诊手术）的集合。

对服务项目的关注常常意味着在全服务医院得到传统的服务，并将它们移向其他环境。一种方法是创建擅长于一种保健的小医院，这种医院通常至少部分地由有实际经验的医生拥有。专科医院的数目从 1997 年的 31 家增加到 2003 年的 113 家。[③] 然而，服务项目对医院的挑战也可能发生在门诊手术之外的医生群体中。门诊手术中心的数目增长迅速，从 1997 年的 2 462 个增加到 2003 年的 3 755 个。医院同样有野心推广它们自己的服务项目：创建心脏中心、癌症中心和其他重

---

① David Dranove, Carol. J. Simon, and William D. White, "Is Managed Care Leading to Consolidation in Health-Care Markets?" *Health Services Research* 37, no. 3 (2002): 573-594.

② Kelly J. Devers, et al., "Hospitals' Negotiating Leverage with Health Plans: How and Why Has It Changed?" *Health Services Research* 38, no. 1 part 2 (2003): 419 - 446.

③ John K. Iglehart, "The Emergence of Physician-Owned Specialty Hospitals," *New England Journal of Medicine* 352, no. 1 (2005): 78 - 84.

点单位，且常常与医生合作。①

Ⅲ. 行　为

前保健管理时期

医　师

在第二次世界大战后保健管理之前的那段时间里，医师保健与医院保健市场不具备公开价格竞争的特征。医生行医的最主要方式是在一次一付医疗费的基础上进行的。在20世纪60年代早期，在联邦健康保险与联邦健康救助引入之前，医师服务收入的60%仍然是直接从消费者的支付中获得。因此，在固定费率的情况下，在某种程度上，医生一般受病人需求的限制。但是，对病人来说，要想获得有关的信息是困难的，这是由于医生提供整套医疗服务的复杂性和判断服务质量有困难。广告的禁播更增加了这一难度，这是由美国医学会所支持并经常引用的法律规定，使病人更难获得有关的直接信息（1982年最高法院判决，不再禁止医生做广告）。这样，即使是在一个典型的大都市里有许多医生行医，每个医生在某种程度上在当地也拥有垄断力量。

到1975年，在医师收入构成中，直接来源于消费者的比例下降到37%，35%来自私人保险公司，28%来自公共计划。当时服务的支付方式主要受到保险公司和政府支付者政策的影响。联邦健康保险和大部分的保险公司采用“一般的、惯常的和合理的”方法按服务项目付款，就是按医生索要的价格支付，除非医生索要的价格与同样服务平时索要的价格不符，或与同一社区其他医生索要的惯常价格（这里的“惯常”通常是指同一社区医院索要价格的75%～80%）不符。这种方法对作为市场中一小部分、努力使收益率与市场利率相符的保险公司来说是敏感的。然而市场逐渐由以这种方式支付费用的保险公司所主导，这种方法会导致存在于医生间的费用差别、地区的差别和服务种类的差别固定化，并且会倾向于持续提高保险费。

保健经济学家花大力气研究医生对医疗保健服务的需求有多少控

① Robert A. Berenson, Thomas Bodenheimer, and Hoangmai H. Pham, “Specialty-Service Lines: Salvos in the New Medical Arms Race,” *Health Affairs* 25 (Web Exclusive, July 2006): w337 - w343.

制权。[①] 这个问题对增加医师供给有重要的影响，例如 20 世纪 60 年代后期以来的美国就是一个例子（见表 11—2）。标准的经济分析告诉我们：医师供给的增加，将导致医疗费用和医生收入的降低，这是由于医生供给曲线向外移动而与向下倾斜的需求曲线相交。但病人们是如此依赖医生们的建议，那些发现在同业竞争者数量增加后他们自己没有以前忙碌的医生们，难道不可能向病人提供更多的服务，从而在实际上导致需求曲线向外移动以适应供给的增加吗？

医生们能影响对他们自己服务的需求，大多数人（尤其是非经济学家!）觉得这似乎是合理的，但是“引致需求”现象的重要性却无法精确量化。证据显示：引致需求是存在的，公认的事实是医疗费用在医生密度高的地方会更高。对此或许有其他的解释，例如，或许消费者愿意支付更多的费用是因为，有更多的医生就有更大的方便、候诊时间更短或者医生对自己的关心更多。医生带来引致需求的能力有多大因此成为一个不确定的研究领域。在保健管理严格的时期，对医生的经济刺激是向病人提供较少的服务而不是较多。当保健管理变得不那么严格的时候，引致需求的问题获得了新的政策相关性。

医　院

在 20 世纪 60 年代早期，医院的收入中只有 20%直接来自消费者。到 1969 年，该比例下降到 10%，而 56%的收入来自公共部门，仅联邦健康保险就占 20%。联邦健康保险和大部分的私人保险公司只给消费者少量的经济补助，或者根本不给补助，以使他们选择低成本而不是高成本的医院。消费者对其住院费的现款支付同样与医院的选择无关。

许多有关非营利性医院的行为的理论已经被提出。其中一些把医院的行政管理描述为寻求保健服务的数量与质量的最佳组合，另一个模型把医院视作为其医师职员谋利而运作。在这段时期内，这两种模式都大致符合医院的行为。医院需要医师带来病人，所以它们通过对职员（包括住院助理医师和住院医生）提供支持，增添最新的医疗设备和服务来营造对医生有吸引力的工作环境。除了满足医院雇员的需求外，这些活动还表明了行政人员正在运作一个令委托人和社区都引以为豪的高质量的机构。随着技术的发展，以方便顾客为目的的支付

① Feldstein、Phelps、Folland、Goodman 和 Stano 的教材都列在推荐读物中，他们的著作对该问题都有广泛的讨论。

系统导致支出增加。医院费用支出增加的速度快于整个医疗保健产业支出的增长速度。平均而言，从 1960 年到 1979 年这段时期内，社区医院每年支出费用的上升速度比一般通货膨胀率还高 7 个百分点以上。

人们已经注意到了迅速增长的费用支出。州政府、联邦政府和部分“蓝十字”计划研究了许多旨在限制医院支出增长的规则：必要的资格认证（CON）规则旨在控制医院的投资，其控制方法是要求医院（或别的实体）在购置新的床位或昂贵设备之前陈述理由。这种方法在 20 世纪 60 年代最先开始运用，在大部分的州试行过，而且一度获得了联邦法律的支持。但是在降低医院支出增长的效果方面，各种经济研究一般都认为 CON 是无效的：任何通过降低床位数量来减少支出的效用明显地被其他方面更高的支出所抵消。一些经济学家批评道：这种规则，很可能被现存的在政治势力和信息控制方面有优势的医院所“利用”，也可能是对潜在的有价值的改革的一种阻碍。

许多州也试验了医院按一定比率收取服务费的规则。比较采取此规则的州的医院的支出增加与不采取此规则的州的医院的支出增加，得出的证据表明：在一些情况下，按一定比率收费在减缓支出增长方面至少还是略微有效的。然而，医院比率规则随着保健管理的扩张还是大部分被放弃了。

对医院来说非常重要的一个发展是自 1983 年以来，联邦健康保险计划对病人保健护理的支付手段的变化。在那个时代，联邦健康保险是医院全部收入的 28%，对典型的社区医院而言甚至更高。该计划由在实际成本基础上按服务项目支付，转变为在病人诊断基础上按预定比率支付。由于延长住院时间增加了成本却未增加收入，所以，新的系统对减少住院时间提供了很明确的激励。这个激励对医院的影响非常大。联邦健康保险计划的病人的住院时间在预期支付系统（PPS）最初实施的几年下降得非常快，而在此前的某段时间内下降得很慢。住院的平均时间由 1975 年的 11.2 天下降到 1982 年的 10.3 天，在这 7 年里减少了还不到 1 天。但在 PPS 生效后的 3 年里，就下降了 1.7 天。

对新系统的反应显示：尽管对病人要价由是由医生决定的，但对医院的直接激励能对它们的资源利用产生影响。联邦健康保险对医院仍然非常重要，因为在 2005 年它占医院总收入的 30%。然而医院对由联邦健康保险计划所引发的激励——尽管这是善意的——的反应有时候却事与愿违。例如，在 PPS 开始对病人的住院医疗护理按固定费率

收取费用而忽略其住院时间长短之后，在其他固定的费用收取后，按所提供的服务项目收取费用仍然是在成本的基础上进行的。这对医院有了这样的激励：提供训练有素的疗养护理与家庭护理，尽早安排病人出院（有时候将病人安排到同一医院中不同的床位），并且按“次急性病”条款来收取额外收入。这能使医院尽量把成本转移到按成本付款的部门中去，联邦健康保险计划用在疗养护理与家庭护理上的费用迅速上升。国会试图在 1997 年的《联邦预算法案》中解决此问题，但既要保护老年人享受必需的医疗服务，又要获得以上激励中的有利方面并非易事。

联邦健康保险支付政策与前面讨论过的最近的服务项目的竞争和（有时）伴随的一般医院服务的迁移相牵连。导致这些趋势的一个因素是技术变化使得在更小的器械下提供精细的服务成为可能，这通常对医生和病人来说更方便。但是另外一个因素是当前向供应商支付的系统的缺陷，联邦健康保险是一个重要的贡献者。在当前支付政策下，一些服务类型比其他服务类型利润率高得多，导致供应商对利润率高的服务类型进行激烈的竞争。①

健康保险公司

如前所述，在这段时间内健康保险公司没有涉足组织和提供医疗服务。保险公司并不与“蓝十字”计划、“蓝盾”计划竞争向雇主销售保险计划。尽管两种蓝色计划拥有某种特定的优势，但健康保险公司从 20 世纪 50 年代初以来抢占了大量的市场。正因如此，蓝色计划作为非营利性组织，还获得了联邦政府与州政府特意为其提供的、营利性组织所没有的税收优惠。由于这些计划一开始是由医院组织和医疗协会组织创办的，所以它们在组织和提供医疗服务方面有某些优势。例如，在一些州，与商业健康保险公司相比，“蓝十字”计划在医院健康护理费用上获得了大量的折扣。

商业健康保险公司通过提供不同于蓝色计划的一套完整的计划和不同的定价来竞争。蓝色计划强调服务保险补偿金和“第一美元”所涵盖的医院护理（意味着个人的住院护理无共同支付或无起付线），但却对住院的总天数有限定，这些限制使得个人在长期住院的情况下面

① Paul B. Ginsburg and Joy M. Grossman, “When the Price Isn't Right: How Inadvertent Payment Incentives Drive Medical Care,” *Health Affairs* 24 (Supp. Web Exclusive, August 9, 2005): w5. 376.

临巨大的风险。相比之下，商业健康保险公司提供“主要医疗保险”，涵盖多种类型的服务，包括起付线和共同支付，还包括涉及费用极高的意外事故等范围更广的保险项目。蓝色计划的原则是采取“同一费率”，在同一社区内设定相同的费率，以广泛地分散风险。在健康保险的竞争性市场中，同一费率的问题是：那些希望它们的医疗保险成本比社区平均水平还要低的团体，有分离出去的动力。那些相信自己的员工身体较为健康的大型公司的雇主转向商业保险公司，而商业保险公司在它们自己经验的基础上收取保险费，而不是在同一费率的基础上收取。随着时间的推移，蓝色计划对竞争的反应表现得更像商业保险公司，包括对大团体采用经验费率。

保健管理和行为

在20世纪80年代和90年代，使健康保险市场向保健管理转换的一个重要因素是：雇主尤其是大型公司的雇主，越来越多地注意到保险的成本。1973年的HMO法案刺激了HMO的增长——在70年代其成员数量在一个很小的基础上迅速上涨。到80年代，保健管理的概念更为流行，并更为人们所熟悉，雇主们开始依赖保险公司以获得对上涨的保险费率的控制权，即使这会使投保人在医疗机构和所能享受到的服务方面受到限制。在80年代，作为保健管理的一种模式，PPO因其限制较少且更符合雇主的偏好而出现了。在雇主的压力下，健康保险公司开始在多方面展开竞争，包括与医院和医生签订严格的合同，与他们就更低的费率进行谈判，并且补充其他的医疗服务效用管理方式。

如图11—4所示，在美国的大部分地区，大部分健康保险公司现在至少在更为温和的模式下，加入一些保健管理技术。在各地区，保健管理计划的市场渗透、各计划间激烈的价格竞争和对医疗机构的控制程度都有广泛的差别。特别是在保健管理非常活跃的地方，医疗机构由于强大的压力而不得不改变它们的行为，否则就有被逐出保健管理网络的风险，这会导致对它们服务的需求大幅度减少。对此，它们的反应是进行合并以使自己能在保健管理方面更为专业化和充满活力。正如前面所讨论的，许多大的医师团体，特别是在加利福尼亚，已经接受了按人头收取费用并对所有或其中一部分投保人的医疗保健负责。

然而，更一般地来讲，保健管理组织从医疗机构购买服务都是采用某种现收现付的形式，寻求它们能得到的最低保险费率。不像过去，医院和医生按服务项目索取医疗费是根据其合理的成本与费用，如今的医院与医生发现支付的费用是由市场容量所决定的。因此，它们发现与对手的价格竞争到了某种前所未有的激烈程度。

研究结果表明保健管理改变了医院竞争的方式。过去，医院竞争集中于质量以吸引医生和病人。有更多医院的市场可能因此发生“医疗武器竞赛”，导致服务的更多重复和单位成本的提高。然而，20 世纪 80—90 年代的证据表明，当保健管理占据了保险市场的大部分时，竞争越激烈的地方医院服务的价格越低，正如传统产业组织理论预测的那样。①

可预计的是，现在医院与医生都在水平合并（医院的兼并或者大医师团体附属机构的兼并）方面表现得饶有兴趣，因为它们可以以此获得与保险公司谈判的筹码。

Ⅳ. 绩　效

我们该如何评价美国的医疗保健业？正如图 11—2 所示，支出的增加已经成为人们关注医疗保险的原因，也是近期该产业结构变化背后的原因。通过增加劳动成本，更高的健康保险费当然会使雇主更重视保健管理。联邦健康救助成本的增加和州政府预算的压力，使各州政府和联邦政府朝同一个方向转变。

重要的是，一组产品支出的上升并不足以说明产业运行得不好。例如，如果价格的下降是由于成本节约型的创新，像个人电脑那样，那么如果需求是有弹性的，则自然会导致支出的增长。如果更高质量但更多支出的新产品取代了旧产品，那么总支出同样可能会上升——对医疗保健而言尤为如此。一项分析 1983—1994 年间心脏病治疗的研究发现：当平均每个病例的支出正在上升的时候，如果在抢救方面的

① 综述见 David Dranove and Mark Satterthwaite, “The Industrial Organization of Health Care,” in *Handbook of Hea-lth Economics*。也可见 Daniel Kessler and Mark McClellan, “Is Hospital Competition Socially Wasteful?” *Quarterly Journal of Economics* (May 2000): 115, 577 - 615。

改进占了一个合理的部分，那么经质量调整的价格每年的确会降低约1个百分点。①

而且，在前保健管理时代，有个很强的猜想：健康支出太高了，并且上升得太快了。这个猜想部分来源于当时对融资制度到位的普遍看法。只要有正的预期收益，保健供给者和受到全面保障的消费者就会有扩大服务的激励，而很少顾及成本。在20世纪90年代中期的一段时间内，保健管理似乎改变了这一事实，但是快速的支出增长已经回归了。

除了支出的增长，美国医疗保健在其他方面也可能有所提高。例如，经与其他国家在医疗保健数据上的比较可知，美国并无天然优势可言。美国在边际总支出上排在第一，但在多数的人口健康指标上却排在后面。表11—5给出了一些国家的对比数据，同时还有经济合作与发展组织（OECD）调查的30个国家的中位数。在人均值的基础上，经各国货币的汇率调整后，美国的支出相当于中等OECD国家的2倍还多，比第二高的国家瑞典多47%。各国健康支出与收入之间是高度相关的，美国的支出相对于收入来说还是高的。如果我们比较健康支出占GDP的比重，在2003年美国是15.2%，遥遥领先于其他的发达国家（瑞典排在其次为11.5%，其他国家没有超过11%的）。然而除了高支出，在对人口健康进行共同测量的多项指标上美国的情况要差得多，例如婴儿死亡率和预期寿命。美国的婴儿死亡率在OECD国家中排25位，女性预期寿命排23位。

表11—5　　所选国家的健康支出与健康状况

	人均收入（美元）	占GDP的比重	女性的预期寿命（年）	婴儿死亡率[a]
美国	4 933	15.2	80.1	6.9
加拿大	2 998	9.9	82.4	5.3
德国	3 005	10.9	81.4	4.2
日本	2 249	8.0	85.3	3.0
英国	2 347	8.3	80.7	5.3
OECD中等国家	2 401	8.6	81.3	4.4

a. 1 000个活产婴儿中的死亡数。

资料来源：Organization for Economic Co-operation and Development，OECD Health Data 2006，www.oecd.org.

① David M. Cutler et al.，"Are Medical Prices Declining?" *Quarterly Journal of Economics* (November 1998)：991－1024.

我们对基于表 11—5 所给的数据做出的对美国医疗保健业的批评应持谨慎态度。人口健康的总量是受多方面的重要因素影响的，其中有些因素对医疗保健系统无直接的指导意义。例如，与其他发达国家相比，美国的贫富差距悬殊和有较多的贫困人口，可能会导致较高的婴儿死亡率。死亡率尽管相对容易测量，但并不是衡量健康体系的唯一重要指标。病痛的减少、焦虑的缓解和物质与精神功能的增强，同样是医疗保健应当计算在内的其他“产品”指标。或许如果我们能信赖这些新的有价值的指标的准确程度，那么美国相应的位置就会上升。这样，基于表 11—5 的数据考虑与其他国家的比较以及相应利益的比较，对美国的健康支出是否增加提出疑问就很自然了。

另一个现象暗示美国（或许世界上任何其他地方也一样）的医疗保健业仍有改进的空间，该现象指各地在各种医疗程序的运作上存在巨大的差异，从相对简单的如对疝气的治疗，到非常昂贵的手术如冠状血管的疏通和整个髋骨的移植。① 在费率采用方面，各地的差异也很大，无法随机地用各种疾病来解释。由于这些差异很难理解，所以它们似乎暗示着在不同的社区设立了合适的却又不同的治疗标准。这反映了在很多情况下，医生的医疗效果有很大的不确定性。弄清楚什么在真正起作用和得到惯例差异性方面更准确的信息的社会成本可能非常大，一份研究估计在 20 世纪 90 年代后期，由惯例差异所导致的无谓的损失每年约为 110 亿美元。② 一个好的案例可以是，为扩大对医疗服务效果的研究，而投入更多的公共资源。一家大型保险公司可能从投资于对医疗效的研究和将其应用于实际方面获得竞争优势，潜在的社会收益比任何一家公司期望获得的都大得多。

美国医药研究院（Institute of Medicine，IOM）医疗保健质量委员会近期将注意力投向可避免的医疗事故的相关问题。IOM 在 2002 年的报告中谈到医疗保健是什么和它能成为什么之间的“质量分歧”(quality chasm)，注意到“每年有数以万计的美国人死于他们保健过程中的失误，还有几十万的美国人遭受或勉强逃脱非致命的伤，一个

① 对医疗实践差别的研究是由 John Wennberg 及其合作者首先进行的。例如，有关他们工作的信息见 Dartmouth Atlas of Health Care，www. dartmouthatlas. org。

② Charles S. Phelps，“Information Diffusion and Best Practice Adoption，” in A. J. Culyer and J. P. Newhouse，eds.，*Handbook of Health Economics*（Amsterdam：North-Holland，2000).

确实高质量的系统将能避免这些问题”。①

对美国医疗保健的另一个共同的批评是：许多人既无私人健康保险又无公共健康保险，在2005年这种人占总人数的15.9%，在经济合作与发展组织几乎所有的其他国家中，几乎100%的人都有保险。对于美国的高无保率，不能无端地把批评的矛头完全指向医疗保健业的无效运作，也不能指望该产业依靠自己来矫正。如果想要解决，那么必须借助于政府政策变化所带来的集体性行动。

保健管理的效果

保健管理在卫生系统的运作中发挥作用了吗？如果是这样，又是以何种方式发挥作用的呢？抛开媒体、政策制定者、医疗保健利益集团、研究者和一般公众对保健管理的极大关注，这些问题是难以有把握地回答出来的。20世纪90年代中期实际人均医疗保健支出的增长速度（见图11—2）是随着健康保险向保健管理的转变而下降的（见图11—4），并且最近的支出增长加速是随着向较少约束形式的保险转变而发生的。当试图说明保健管理至少在限制支出增长方面有效的时候，人们更愿看到更有说服力的证据，而不是时间与总量数据的简单相关关系。研究者们通过普通的实验来说明问题，他们尽量利用下面的事实来证明保健管理的效果：保健管理早已在不同的时间、在美国不同的地区、不同程度地被接受了。许多近期的研究表明，医疗保健支出在保健管理渗透得更充分的地方增长得更慢，但证据不是很充足。②

许多研究致力于找出保健管理组织与传统保险供给者在资源利用方面是否不同，以及如何不同。出于以下原因，这种比较应谨慎对待。首先，个人在其加入的保险计划的种类上仍有选择权。各种保险计划之间的差别或许反映了在运作方式上拥有不同保险计划的各种投保人的差别。例如，若保健管理的投保人平均来说更年轻和更健康，则不考虑此点会使得比较的结果出现偏误。其次，保健管理计划之间的差别如此之多，以至于在各研究中很难加以概括总结。如图11—4所示，非保健管理的常规健康保险几乎消失了，至少在私人保险领域。各种

① *Crossing the Quality Chasm: A New Health System for the 21st Century* (Washington: National Academy Press 2001): 2.

② 有关此问题的证据和其他关于保健管理绩效的内容，总结在 Sherry Glied, “Managed Care,” in A. J. Culyer and J. P. Newhouse, eds., *Handbook of Health Economics* (Amsterdam: North-Holland, 2000)。

不同的健康保险之间的差别界限日益模糊，这就增加了对各种保险计划进行比较的困难。

尽管有这些警告，与传统的一次一付医疗费相比，大部分证据表明，HMO 会占用更少的资源（保健管理的 PPO 模式在资源利用方面的可用数据至今还比较少）。[①] 许多研究显示 HMO 降低了住院病人的医疗护理的使用量。医院以外的医师保健方面的证据相对就更加混杂了，若有与其工作相冲突的激励，人们对这些证据就不会觉得奇怪了。人们期望 HMO 能更仔细地检查各种服务的使用情况，但它们或许能提供更多的预防性治疗以减少将来的住院治疗，以较为便宜的门诊服务取代较为昂贵的住院服务。一些研究表明：相对于一次一付医疗费的医疗服务，人们更多地求助于 HMO 的医师进行诊治，但这些医师诊治的增加并不足以抵消医院医疗服务的减少。对 HMO 与一次一付医疗费关于特别昂贵的服务的使用量的比较研究指出，HMO 并不经常使用这些服务，这里对昂贵服务的使用要有些判断（例如分娩中的剖腹产）。

治疗的效果至少应当与涉及成本的问题处于同样重要的位置，这方面的证据是非常混杂的。在最近的评论中，罗伯特·米勒（Robert Miller）和哈罗德·勒夫特（Harold Luft）发现：证明 HMO 好与不好的证据都非常多。[②] 这样的发现并不令人惊奇，它也没有暗示哪一项研究是错误的或者具有很差的操作性。一个更可行的解释是：在 HMO 中，医疗服务的质量实际上有时候比较好，有时候比较差，这取决于特殊的组织、疾病的种类和其他的环境条件。例如，一项对老年人慢性疾病的研究发现：HMO 提供的生理健康护理的质量较差，但心理健康护理的质量较高。[③]

对证据持乐观态度的人认为：在质量没有系统性的负效用的时候，至少在 HMO 模式中，保健管理组织所面对的激励会使它们所提供的医疗保健的成本比传统的一次一付医疗费的成本更低。我们也应当把

---

① Robert H. Miller and Harold S. Luft, "Managed Care Performance Since 1980," *Journal of American Medical Association* 271 (May 18, 1994): 1512 - 1519, and "Does Managed Care Lead to Better or Worse Quality of Care?" *Health Affairs* 16 (September/ October 1997): 7 - 25.

② "Does Managed Care Lead to Better or Worse Quality of Care?"

③ John E. Ware Jr., et al., "Differences in 4-Year Health Outcomes for Elderly and Poor, Chronically Ill Patients Treated in HMO and Fee-for-Service Systems," *Journal of the American Medical Association* 276 (1996): 1039 - 1047.

这样一个有证据的结论看作是暂时的。我们必须小心，以防止保健管理在各种极端的情形下被过度推广。然而，如果这种乐观的观点是正确的，它会促使人们问为什么不那么严格的保健管理形式会取得优势地位。也许消费者错误推测了计划间的质量差异，或者也许研究者没有找到消费者所关心的质量的所有方面。当在不同计划间进行选择的时候，消费者通常面临的激励也可能产生影响，这是当我们转向公共政策问题时将要讨论的主题。

保健管理与供给者补偿

一些观察家相信，在某种程度上，保健管理已经减少了健康保险的成本，它主要在向供给者支付方面这样做，通过运用市场力量使他们接受更低的价格。一项研究发现，在1995—2003年间，医师的平均实际收入下降了7.1%，然而其他技术性的职业却增加了6.9%。[①] 这个缓慢增长的原因并不完全清楚。然而，一项基于1985—1993年间的早期数据的研究发现：医疗主治医生的收入增长最快，而保健管理市场份额增长最快的那些州的住院医生的收入增长最慢。[②] 这是因为保健管理一般比较注重（特别是在这段时期）门诊治疗，明显降低了住院医疗服务。这些发现为下面的情况提供了证据，即保健管理计划正在以健康保险公司以前所不具备的方式影响着医师的收入。然而，在1995—2003年间，医疗主治医生比住院医生的收入增长情况要差。

一项对马萨诸塞州的研究提供了保健管理影响供给者支付方面的一些很有吸引力的信息，尽管这在地域上有局限性。戴维·卡特勒（David Cutler）与同事对在1993—1995年间通过大雇主（有250 000名以上雇员）获得保险的心脏病病人的治疗的详细数据进行了观察[③]，雇员们能选择对赔偿范围管理相对少的计划或是HMO诸多模式中的一个。心脏病治疗是个很有趣而又值得研究的案例，尽管投保人或许在病发之前早已决定了该选哪个计划，但却没有足够的理由认为心脏

---

① Ha T. Hu and Paul B. Ginsburg, Losing Ground: Physician Income, 1995 - 1999, Tracking Report No. 15, June 2006, Center for Studying Health System Change, www. hschange. com/CONTENT/851/.

② Carol J. Simon, David Dranove, and William D. White, "The Impact of Managed Care on the Physician Marketplace," *Public Health Reports* 112 (May-June 1997): 222 - 230.

③ David Cutler, Mark McClellan, and Joseph P. Newhouse, "How Does Managed Care Do It?" *Rand Journal of Economics* 31, no. 3 (Autumn 2000): 526 - 548.

病病人的健康状况在各保险公司之间会有系统性的差别。心脏病病人存活者同样也接受不同成本的医疗服务程序，据称是最为昂贵的医疗服务程序，例如，在美国经常滥用的冠状血管疏通的手术。人们希望HMO在批准使用这些昂贵的医疗服务程序上应比赔偿性保险公司严格得多。

卡特勒及其同事发现：每例心脏病病人支付的费用只是HMO的61%（23 600美元比38 500美元）。然而，当他们按病人接受的治疗来分类时却发现，HMO病人的成本要比同种病人的成本低相同的比例，这说明了所有的成本差别并不主要是由对相对便宜的治疗方式的替代所引起的。很明显，成本的大幅下降一定是因为对医疗服务供给者的支付降低了，至少在案例中是这样。有趣的是，通过对死亡数量以及医院重新接纳并发症的比例的统计，他们发现HMO与赔偿性保险在医疗服务的质量上并无差异。

合并的效果

正如前面注意到的一样，供应商对来自保健管理的压力的一种反应是合并成更大的实体。许多这种行为是水平的，即医师形成团体，医院和其他医院联合。如果形成了重要的规模经济，这种合并能降低产品成本。然而，提高市场集中度的行为总是带来影响价格的问题。不难理解，许多医院合并的主要目的就是要获得能与保健管理保险公司讨价还价的筹码，而保险公司不能再像以前一样，趁两家医院相互压价时坐收渔翁之利。这些问题没有逃脱美国反托拉斯管理机构的注意。在2003年，联邦贸易委员会和司法部举行了一系列医疗保健的竞争听证会。①

医院已逐渐倾向于选择加盟综合医院体系。一般是与当地市场上的其他医院结成联盟，而在外地则是与以前并不是其竞争对手的医院结成联盟。有些医院的联盟是很脆弱的，因为结成联盟之后的医院仍然有很大的自主性。医院一旦结盟就会在一些活动中降低成本，例如在供给的购买中。其他的则是正式的兼并。医院加盟更大的超过市场容量的医院系统的一个原因是，为了适应市场的迅速变化和获得更多的管理技能。另一个原因是为现代化或者为扩张获得更多的资本，或通过共同经营来获得经济利益（可能比较少），例如联合购买。医院从

① 这些听证会的详细信息张贴在网络上，见 www. ftc. gov/orc/healthcarehearings/。

与外地医院合并中所获得的本地市场力量的直接效果很可能比较小。①

处于同一市场的医院间的合并可能是另外一回事。我们并不期望两家医院合并——除非医院都非常小——通过共同分担管理费用的方法而获得明显的经济效益。然而，在床位未充分利用或服务供给能力过度重复的市场——这正是美国医院近十年来的普遍情况——合并或许有助于减少医院过多的床位，增加更多的新的合理的服务，这样就能减少医疗服务的成本。而那些增强市场集中度的合并，使得人们关注市场力量和价格管制。

由于保健管理的变化是多方面的，所以至今在医院合并对价格的影响方面尚未形成一致的看法。由近期的调查研究得出一个合理的推论：医院合并对价格的影响有两种相反的效果，一个是效率提高或者成本降低，这倾向于压低价格；另一个是市场力量效应，抬升价格。一份对 1986—1994 年间大型全国性数据的研究发现：价格降低的效应要更强些。② 然而，市场力量效应似乎不仅存在于非营利性医院，也存在于营利性医院，而且可能要随着时间的推移而逐渐增强。③

健康保险市场的集中度也提高了，但是我们对它的效果知之甚少。许多最近的合并包括不同地区的保险公司的运作。例如，通过一系列的合并，所有转为营利性公司的 14 个“蓝十字”、“蓝盾”计划合并为一个实体，即 WellPoint 公司，其在 2006 年拥有 3 400 万被保人。拥有更多投保人能获得更多的数据，并以此来分析和提高保健管理技术的作用。就大部分地区而言，尽管医疗护理服务只能在当地得到，但如果一个组织在以广泛的知识为基础以及在有效的治疗工具的研究方面获得了成功，那么它就能够在许多市场上同时以这种竞争性的优势来获利。许多跨地区的大雇主在与保健组织打交道中，同样也会发现可能存在一些非常广泛的利益。

资料显示，在有更多 HMO 的市场上，HMO 的保险费率和利润要

---

① 一项最近的有关加利福尼亚医院的研究发现了一些相反的证据。与一个包含外地医院的系统结盟将使医院更快地提高价格，这或许是因为系统的杠杠作用有助于与保险公司讨价还价。见 Glenn Melnick and Emmett Keeler, “The Effects of Multi-Hospital Systems on Hospital Prices,” *Journal of Health Economics* 26 (2007): 400 - 413。

② Robert A. Connor et al., “Which Types of Hospital Mergers Save Consumers Money?” *Health Affairs* 16 (November/ December 1997): 62 - 74.

③ E. B. Keeler, G. Melnick, and J. Zwanziger, “The Changing Effects of Competition on Non-Profit and For-Profit Hospital Pricing Behavior,” *Journal of Health Economics* 18 (1999): 69 - 86.

更低些，这并不奇怪。[①] 以前，不同地区的保健管理组织间的合并并不是特别麻烦，因为它们并不能在相关市场领域增强其市场力量。Roger Feldman 及其同事发现：在 1994—1997 年间，HMO 的集中度在全国性市场的水平上上升，但在大多数地方性市场上却有所降低。[②] 他们注意到，这段时期发生的规模较大的一些合并，例如 1996 年的安泰（Aetna）与美国医疗保健（U. S. Healthcare）、FHP 与太平洋保健（Pacificare），以及 1999 年安泰与保德信（Prudential），在多数情况下，把过去早已在相同市场上运作的保险计划吞并了。尽管如此，市场集中度提高的效应还是经常被新的 HMO 的进入同时抵消。

在一些测度方法下，大部分当地健康保险市场现在十分集中。产品市场的定义总是测度集中度的关键要素，HMO 和 PPO 之间怎样密切地竞争对反托拉斯政策来说是一个重要问题，且正在受到关注。[③] 然而，即使 HMO 和 PPO 被视为一个市场，一项最近的美国医学会对 294 个大城市区域的研究发现，依据政府合并指南，95%的区域可被视为市场高度集中。[④]

Ⅴ. 公共政策问题

医疗保健业中最基本的公共政策问题涉及资源的市场与非市场的配置。运用市场力量来配置资源是最有效的吗？运用市场力量来认识和调整该产业及其产品的特性是最好的吗？医疗保健业是如此特殊以至于其更应该依靠非市场机制吗，就像加拿大、英国或许多其他的国家的机制？与美国的其他产业相比，在医疗保健业中，政府作为规则制定者和购买者介入得不多。然而，与其他国家相比，美国的医疗保

---

① Douglas Wholey, Roger Feldman, and Jon B. Christianson, "The Effect of Market Structure on HMO Premiums," *Journal of Health Economics* 14 (1995): 81 - 105; and M. V. Pauly et al., "Competitive Behavior in the HMO Marketplace," *Health Affairs* 21, no. 1 (2002): 194 - 202.

② R. D. Feldman, D. R. Wholey, and J. B. Christianson, "HMO Consolidations: How National Mergers Affect Local Markets," *Health Affairs* 18, no. 4 (July/August 1999): 96 - 104.

③ 见 2003 年 4 月 23 日 FTC-DOJ 听证会的材料。

④ "Competition in Health Insurance: A Comprehensive Study of U. S. Markets. 2005 Update" 2006. www. ama - assn. org/amal/pub/upload/mm/368/compstudy _ 52006/pdf.

健系统是最容易以市场为导向的。表 11—5 的比较数据或许会使人们怀疑我们的观点是否正确。

1963 年，在一篇专门研究医疗保健经济的开创性的论文中，诺贝尔奖获得者肯尼思·阿罗（Kenneth Arrow）论述道：疾病发生的不确定性和治疗效果的不确定性，以及对这些不确定性的制度安排，解释了医疗保健作为一个产业所具有的特殊性。① 疾病和所需医疗服务的不确定性产生了对保险的需求，这可通过私人安排或社会保险计划来满足，例如，联邦健康保险计划与联邦健康救助计划。个人在极其需要医疗服务的时候，不想为其成本所困扰，他们情愿投保以防不测。作为纳税人，我们都愿意在贫困阶层需要不可预测的医疗服务的时候伸出援助之手。阿罗还强调了病人医疗服务效果的不确定性和医生与病人之间信息的不对称。在投保人的健康出现问题后，人们估计医生关于可选择行动的结果的信息要比病人知道的多得多，而病人多是听从医生的建议。

根据医疗保健的这些特征，似乎有足够的理由来怀疑医疗服务业中的资源该由自由的市场力量来配置。而一般的观念是：市场能有效配置资源的前提条件是，具有完全信息的消费者能理性地安排其有限的收入预算，同时只有能使货币价值最大化的卖方才能在市场中生存。然而由于信息不对称，病人并不是掌握充分信息的消费者，所以，相应地，健康保险当然是件好事，因为人们在接受医疗护理的时候，健康保险可以降低价格的敏感性。

我们早就拥有像许可证和伦理准则——医生在它们的约束下从业——这样的社会制度来防止条款外服务和劣质服务。由于保险范围的扩大和保险管理的进步，人们增加支出来购买医疗保健的可能性也增加了，我们有一套能鼓励人们权衡边际收入与边际成本从而使人们增加医疗服务消费的激励机制。道德风险从字面上来理解是指投保人倾向于过度使用医疗服务，这必然会驱使保险费率上涨，成为一个严重的和持久的问题。

保健管理可能改变这种情况。保健管理在市场方面的成功可以被看作是对付医疗保健业的道德风险所探索出的一种新方法。它或许能消除该体系中对成本未能给予足够重视的弊端。但是来自消费者和医

① Kenneth J. Arrow, "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care," *American Economic Review* 53 (1963): 941 - 969.

生的强烈反应促使保健管理组织扩张它们的网络和缩减它们在临床决策上的干涉。回归的保险费率的快速增长，使得医疗保健成本重新获得关注。[①] 市场力量是否已经全力以赴，但却没通过考试?

美国的规范的单一支付者系统的支持者会说“是”，但是那些有更强市场信念的人相信，更好的制度性安排可能已经形成。对市场机制的一个希望是竞争管理，这是由 Alain Enthoven 首先坚持倡导的概念。[②] 其主要思想是：消费者在选择健康保险计划时，通过运用预知的选择与成本意识来维持市场秩序，而不是通过购买个人服务。

最理想的是保险公司通过在成本条款和质量条款上都具有吸引力的保险项目来吸引顾客，保险公司的角色是选择医疗护理供给人和发展有效的保健管理机制。只要消费者愿意支付在选择成本更高的保险计划时所需的费用差额，那么他们不同的偏好都能得到满足。一些人可能愿意接受能自由选择医生和保险范围非常广的保险计划，而另一些人将会挑选在选择上限制较多而保险费率较低的保险计划。

我们可以作个对比，大部分的个人电脑购买者并不是很在意电脑配件的制造者，并且许多人发现对不同厂商制造的硬盘或调制解调器的可靠性进行评价是很困难的。他们更多地依靠配件组装厂商——无论是大公司如康柏、戴尔，还是当地的零售商——来判断所需的元件的质量与成本。该市场的绩效似乎令人非常满意。

选择一个健康保险计划当然与选择个人电脑是不同的。首先，错误选择的潜在负面作用会更加严重。正如竞争管理的字面所暗示的，其倡导者总是认为：必须对保险计划的竞争环境加以管理或者管制，以得到最好的结果。在本节的其余部分，我们要谈及公共政策观点，以及如何管理竞争和由此战略我们所能得到的合理预期等方面的内容。

有成本意识的消费者选择

不管保健管理的强烈反应，Enthovn 还是预想了一个结构很好的

---

① 除了人均医疗保健支出的增长（见图 11—2），保险费率的增长是另外一个支出增长的指标。在几年相对缓慢的增长后，从 2001 年到 2004 年，雇主提供的健康保险的平均费率每年增长超过 10%。2006 年的平均增长率为 7.7%。更多信息见 Kaiser Family Foundation Annual Employer Health Benefits Survey，www. kff. org/insurance。

② 他的思想的一个最近的例子是 Alain C. Enthoven and Laura A. Tollen，“Competition in Health Care: It Takes System to Purse Quality and Efficiency，” *Health Affairs* Web Exclusive (September 7，2005) . content. healthaffairs. org/cgi/reprint/hlthaff. w5. 420v1. pdf。

系统，大多数消费者将选择一项由综合医疗传送系统（IDS）组织的保健管理计划，接受一些他们可看到的对供应商的限制。他评论说，这个目前还没有发生，这是因为很少有消费者被给予正确的激励。竞争管理倡导者相信消费者能在各种保险计划中进行选择，他们个人仍然要面对更昂贵的保险成本，他们通过选择相对便宜的保险计划来获得费率方面的节约。对大多数拥有与工作相关的保险项目的雇员而言，这并不是目前的现实，因为大多数提供保险项目的雇主只提供给雇员们一个保险公司。1997 年，根据对全国雇主的大规模的调查发现：只有 43%的由公司购买保险计划的雇员对保险计划有选择权，仅有 23%的雇员对保险公司有选择权。在给予雇员选择权的雇主中，仅 28%的雇主使每美元的贡献率相同，而并不考虑选择哪种保险计划（正如竞争管理原则所要求的那样）。[①] 据大家所说，雇主提供的计划的可选择性自那次调查以来下降得更多了。

鼓励购买合作社的政策或许能使消费者有更多的选择，保险经纪人会把许多公司的雇员集中在一起，并为个人提供范围更广的选择权。马萨诸塞州医疗保健改革创造了一个称为“连接者”的机制来做这个事情。联邦法律政策也可能进行改变，以鼓励更有成本意识的选择。现行的针对雇主提供给雇员的健康福利而安排的优惠税制，本来就没有限制，有利于更昂贵的保险计划。应当对雇主或者个人所能得到的税收优惠规模的大小加以限制，使得高花费的计划不在补助范围之内，而不是消除所有雇主的健康保险税收收入。布什总统已经提出要这样做，将没有限制的排除转变为一个固定标准的扣减，这对任何有资格的参加健康保险的人都起作用。

质量有保障吗？

许多消费者愿意为更高的质量支付更多，对从咖啡到汽车的所有商品都是这样，因此如果他们对像医疗保健这样重要的东西不这样做，那就会让人感到奇怪。但是雇主与消费者是否有或者是否能获得对医疗保健计划的质量做出合理判断的必要信息？如果在众多计划中进行选择的这些人不能评价其质量，那么竞争管理战略的全部前提就有问题了。

---

① M. Susan Marquis and Stephen E. Long, “Trends in Managed and Managed Competition, 1993 - 1997,” *Health Affairs* 18 (November-December 1999): 75 - 88.

评估医疗保健计划以及医疗保健供给者的质量是一个迅速发展的领域。国家保险质量委员会（NCQA，www. ncqa. org）自 20 世纪 90 年代早期开始报告 HMO 的质量，并持续改进它的评估方法。医疗保健研究和质量局（Agency for Healthcare Research and Quality）有医疗保健成绩单的概要，列出了 200 多家由许多政府机关赞助的保险公司、购买团体和其他组织（www. talkingquality. gov/compendium/）。

但对如此复杂的服务产品的评估是很困难的。理想的情况是，我们更愿意通过考察各健康计划对其投保人的医疗服务来评估其运作状况。然而，很难把健康计划或供应商的作用与其他能影响健康的因素相分离。例如，那些在对死亡率的评估方面表现得很差的医院，一致反对这样的评估，认为这样的评估没有考虑病人病情的严重程度。因为质量评估经常是不完美的，所以它们的使用可能会扭曲供应商的行为。一项最近发现的警告是，在纽约和宾夕法尼亚州开始公布冠状血管的疏通手术的医院和手术死亡率之后，在最严重的病人身上进行手术变得更加勉强。①

目前对健康计划运作的评价通常集中在结构评估上，比如网络医生的许可证，中间结果例如在妊娠期头 3 个月接受产前护理的孕妇投保人的比例，以及病人满意度的评估。另外的研究是，在对消费者最重要的问题上获得公众支持的情况下，开发更可靠的评估健康计划运作的方法。

竞争有效吗？

除了激励消费者比较成本从而在众多的健康计划之间进行选择以及为消费者能做出这样的选择提供所需要的信息的政策（也就是所谓的需求方面的政策）以外，竞争管理还依赖于是否存在足够多的健康计划以使消费者确实有所选择。从供给方面来考虑潜在的竞争，我们应当检验医疗保健计划最小的有效规模，即与相关的市场规模相应的、以每个投保人的最低平均成本就可以运作的那种规模。一份着眼于雇员样本和在 HMO 的雇员模式下医院服务使用情况的研究在这个方面有所收获。② 研究人员发现：有 360 000 人的社区能支撑三个独立的医

① David Dranove et al., "Is More Information Better? The Effects of 'Report Cards' on Health Care Providers," *Journal of Political Economy* 111, no. 3 (2003): 555 - 588.

② Richard Kronick et al., "The Marketplace in Health Care Reform," *New England Journal of Medicine* 328 (14 January 1993): 148 - 152.

师网络和各有240张床位的三家医院，但并不是所有的医院都需要一些急救服务。有180 000人的相对较小的社区仍然可以支撑三个独立的医师网络，但却需要共享所有的住院设施以使“生产”有效率。研究人员注意到：37%的美国人生活在医疗保健市场少于360 000人的地区，29%的人生活在少于180 000人的地区。其他的情况就更极端了，42%的人生活在拥有120万人的市场中。

或许我们可以得出这样的结论：在主要的大都市地区，市场规模并不是各医疗保健计划间竞争的严重障碍，但大部分人生活在那些服务传达系统完全独立的、既不进行竞争也不能有效生产的地区。即使在拥有众多人口的地方，拥有充足市场份额的健康计划、健康供给者联合组织和高度专业化的医疗服务者仍然能运用市场力量，使最优结果变少。将来任何基于市场的健康政策方法的主要内容可能是警戒性的反托拉斯行动，但我们在实际中仍然要弄明白合适的反托拉斯政策的内容。

高风险人口与无保险人口

每年医疗保健的资源主要被少数人所享用，使用率最高的前1%的投保人花去总支出的30%，而使用率最高的前10%的投保人花去计划支出的70%。在一些因素如高龄或者既有症状的基础上，医疗护理服务的高使用率是可预测的。因此，竞争性保险市场将会进行细分，让高风险的团体支付高额保险费。如果对保险费的差别有法律限制或者有其他的导致保险费差别不可付诸实现的原因，那么健康计划就会受到激励去吸引健康的投保人，并且回避不健康者。

在联邦健康保险计划与保健管理计划签订按人头支付保险费的合同的时候，对联邦健康保险计划而言，该问题是特别重要的。最初，联邦健康保险计划按人头支付保险费给保健管理组织，其费用相当于投保人在同一地区按一次一付方式支付的医疗费用总额的95%，如果这些参加保健管理计划的人是典型的联邦保险的受益人，那么该计划预计可为每人平均节约5%的成本，但这也显示：保健管理计划一般吸引的是相对较为健康的联邦健康保险计划的投保人，如果他们持续参加一次一付医疗费的保险计划，则他们的实际支出比联邦健康保险计划的平均水平的95%还要少。所以，即使有折扣率，参加该保险计划的支出还是很高。联邦健康保险计划从那时起已经改进了它的风险调整方法。这些改进在减少计划对关注健康人的激励方面的效果，根据

私人计划的整体支付水平的主要变化，目前还难以判断。①

从社会的角度出发，任何运用到竞争上以获得一批优选投保人的资源都被浪费了，一个团体或计划的收入几乎完全来源于其他团体、计划或个人的成本。对那些不够幸运的而又长期为重病所折磨的人来说，不得不承担更高的保费或者很难得到保险保障，这是不公平的。看起来对此问题的合理的解决办法是明确的：不通过风险级别（至少是针对个人可以控制的以外的风险因素）来设定保险费，但调整对保险公司的付费以反映预期成本上的不同。如果能正确地确定经调整后的风险支付，那么这样的体系对保险计划和消费者来说都是公平的，并且会激励保险公司为高风险人群而竞争。

风险调整计划之所以不能广泛运用是因为有两个障碍：其一，尽管近来有许多正在进行的研究，但我们正处于学会如何正确确定风险调整的早期阶段；其二，为了能在私人部门中广泛运用风险调整法，应首先收取各分散的投保团体的保险费，然后再把这些保险费在风险调整的基础上分配给各保险计划，这样的一个机制是必需的。如果大部分的保险计划是通过购买合作社（例如，在克林顿最初的改革建议中可能就存在）而得到的，那么这样的收取保险费的方法或许是可能的，但目前的情况并非如此。

大量无保障的人口，正如美国今日的状况一样，与高效的竞争管理是不相适宜的。这里有两个相关的问题：首先，无保障的人在紧急情况下，获得医疗服务所付出的成本比他们的支付能力要高。供给者必须以某种方法来弥补这种医疗服务未足额支付的差额。最有可能的是，它们会尽力把成本转嫁到那些投了保的人的保险费上去，因为各种各样的供给者和健康计划都不愿平均承担额外的成本。根据所处的地区与部门的不同，这样的额外成本将会扭曲各供给者与健康保险计划之间的竞争。其次，为了能在竞争中生存，各健康保障供给者与健康计划都有动力去避免承担那些无偿付的医疗服务的成本。未投保的人可能会发现，在市场驱动的体系中获得自己需要的医疗服务要比在保险公司和雇主相对更被动的世界中难得多。由于这些原因，竞争管理鼓吹者经常争辩说，如果有政府的行为介入，以保证全民都享有医

① Medicare Payment Advisory Commission, The Medicare Advantage Program and MedPAC Recommendations, March 21, 2007, www.medpac.gov/publications/congressional_testimony/032107_W_M_testimony_MA_CZ.pdf.

疗保健，那么医疗保健业将最有效。

消费者导向的医疗保健

目前赞助健康保险的雇主还不是特别赞成竞争管理的概念。对市场的支持者来说更流行的想法是消费者导向的医疗保健。[①] 这个术语对不同的人意味着不同的事物，但是不同于竞争管理，它是在服务的时候给出它的激励，而不是在保险计划选择的时候。通常它包含一个拥有高起付线——1 000 美元或更多——的健康计划和其他成本分担。公共政策鼓励高起付线计划与税收优惠储蓄账户联系起来，后者可用来覆盖现金支出。消费者导向模式的支持者指出，直到达到起付线，个人有很强的激励去节约医疗保健的使用，因为很明显他们在花自己的钱。尽管高起付线计划仅占健康保险市场的一小部分（据 Kaiser Family Foundation 所说，在 2006 年，4%的被保雇员参加了有储蓄选择权的高起付线计划），但它们正在扩大份额。

消费者的财务激励对促进健康资源的更有效运用起着重要作用。当在个人医院和医师团体水平上关于相对质量和价格的更有用的评估被提出，以帮助消费者做出更好的选择时，这个促进作用将变强。然而，除了消费者能否在服务使用和供应商上做出博学多才的选择这个问题，服务时大量成本分担不可避免地与保险的风险扩散功能相冲突。正是由于这个原因，消费者导向的计划包含止损特征，它对消费者支付的费用有一个上限，超过这一上限的费用全由保险支付。

根据医疗保健消费在一小部分使用者中的集中度，总健康支出的大部分来自超过个人支付上限的个人。这些个人（例如，正在进行大手术或需要长期住院的人）将没有激励去节约。消费者成本分担是一个工具，但是它最好被视为一个补充而不是保险公司其他可利用的工具的替代品（比如供应商支付机制和选择性合同）。

技术进步和支出增长

医疗保健市场机制的最后一个问题是：从今往后，它们是否能为新技术和支出的增长提供正确的激励。保健管理比传统的保险更加愿

---

① Melinda B. Buntin, et al., "Consumer-Directed Heath Care: Early Evidence about Effects on Cost and Quality," *Health Affairs* 25 (Web Exclusive, October 2006): w516-w530.

意进行能降低成本和消除无收益的附加成本的改革。但在单位收益的成本非常高的情况下，使预期收益明显高于风险的改革又怎样呢？大多数研究医疗保健业的经济学家相信：医疗保健支出的长期增长主要与至少能为医学带来进步的新技术与新治疗方法有关，所以这个问题对支出增长或者对消费者福利有重要意义。最近的研究尝试在某些重要病的种类中评估技术创新的成本和收益，发现尽管成本高，但收益更高。[①] 我们应该因此警惕构建一个对高成本但有收益的创新有太少激励的系统。

但是我们是否应该乐意为生命的长度和质量方面小的改进而付出任何代价呢？新的研究发现，一项昂贵且普遍的叫做脉管修补的程序，相对于药物处理和改变生活方式来说，丝毫没有提高稳定的心脏病病人的生命长度，尽管它在某种程度上能更好地缓解胸部疼痛。[②] 病人是否应该使用任一形式的处理，而不考虑成本的差异？一些新的癌症药物需要每年花费高达 100 000 美元。在这些情形下，保险计划如何制定保障政策可能取决于诉讼的可信度和法律系统如何定义必要的保健。可以想象这样一种系统，如果法律环境允许的话，一些保险计划在确定其可运用的技术范围上受到的限制很少，而其他的保险计划却是保险费较低而技术服务范围限制较严格，消费者可以在此当中进行选择。结果是，有更高支付能力的个人将获得一些形式的治疗而其他人不可以。我们可能愿意也可能不愿意接受这样的系统，在某种程度上，这种情况早已存在了，这正是公共政策所要着重考虑的。

Ⅵ. 结　论

对医疗保健支出增长的不满导致 20 世纪 90 年代的保健管理改革。这项改革已经被击退了，尽管绝不是完全倒转。快速的支出增长的回归导致对变革的新的呼声。Enthoven 对更规则化市场的想象是，消费者在竞争的、大部分自足的一体化医疗保健传送系统中进行选择，并且该系统能对质量负责。这与最近趋向于更宽网络的趋势———一个好

---

① David M. Cutler, *Your Money or Your Life: Strong Medicine for America's Health Care System* (New York: Oxford University Press, 2004).

② William E. Boden et al., "Optimal Medical Therapy with or without PCI for Stable Coronary Disease," *New England Journal of Medicine* (March 26, 2007). www.nejm.org.

像表明消费者对在服务的时候可自由选择供应商给予高度评价的趋势——背道而驰。成本的上升也可能对竞争管理的想法和更严格的网络产生更多兴趣。但如果我们不拥护竞争管理，什么是它的替代品？一个可能是最终采用高度管制的、单一支付者的系统，尽管这样的结果并不会即将发生。[①] 消费者导向的医疗保健已经吸引了一些注意力，但它并不是一个完整的解决方案。

不管未来怎么样，人们对控制医疗保健支出的增长的兴趣不会减弱，同样在进行选择、质量和公平地获得有效服务方面的兴趣也不会消失。如果我们仍然主要依靠市场力量来引导资源配置，在可预见的将来这似乎是可能的，那么以法律和制度的方式引导资源在合理的条件下向弱势群体转移，将继续成为政策制定者面临的挑战。

拓展阅读建议

分类参考书

Arrow, Kenneth J. 1963. "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care," *American Economic Review* 53: 941 - 969.

Cohen, Jonathan. 2007. *Sick: The Untold Story of America's Health Care Crisis*. New York: Harper Collins.

Cutler, David M. 2004. *Your Money or Your Life: Strong Medicine for America's Health Care System*. New York: Oxford University Press.

Dranove, David. 2002. *The Economic Evolution of American Health Care: From Marcus Welby to Managed Care*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Enthoven, Alain C. 1980. *Health Plan*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Fuchs, Victor R. 1974. *Who Shall Live?* New York: Basic Books.

Joskow, Paul L. 1984. *Controlling Hospital Costs*. Cambridge: MIT Press.

Newhouse, Joseph P. 2002. *Pricing the Priceless: A Health Care*

① 高调的拥护者包括国家健康项目（www. pnhp. org）的医师和在其最近的电影 *Sicko* 中拥护此观点的电影制片人 Michael Moore。

Conundrum. Cambridge, MA: MIT Press.

Starr, Paul. 1982. *The Social Transformation of American Medicine*. New York: Basic Books.

教科书

Feldstein, Paul J. 2005. *Health Care Economics*, 6th ed. Clifton Park, NY: Thomson Delmar.

Folland, Sherman, Allen C. Goodman, and Miron Stano. 2007. *The Economics of Health and Health Care*, 5th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Getzen, Thomas E. 2007. *Health Economics and Financing*, 3rd ed. New York: John Wiley and Sons.

Phelps, Charles E. 2003. *Health Economics*, 3rd ed. Boston: Addison-Wesley.

技术论文集

Cullyer, A. J., and J. P. Newhouse, eds., 2000. *Handbook of Health Economics*, Vols. 1A and 1B. Amsterdam: North-Holland.

第12章　公共会计产业

——菲利普·G·科蒂尔
(Philip G. Cottell, Jr.)

这样的场景颇具震撼力：一位衣着考究、处于事业巅峰的男人一脸肃穆地站立着，在接受国会委员会的质询，举起手准备作证。这会是谁呢？一个犯罪集团的头目？一个隐秘的金融恐怖分子？一个非法服用毒品的重要人物？以上的猜测都不对。他是一位会计师，并且是会计业这个至今受到人们高度关注的行业中的主要成员。

2001年秋天，由于被发现在公司的财务报表中有数额惊人的债务没有披露，美国第七大公司安然公司倒闭。在那之后很短的时间内，其他一些大公司，特别是世界通信公司和美国泰科，被发现存在不合适的或者说是具有欺诈性质的会计记录。在这些丑闻所围绕着巨大的失误中间，矗立着一个“行业”，它的职责被认为是保护公众免于这些财务灾难。然而，作证的人

正是约瑟夫·贝拉尔迪诺（Joseph Berardino），安达信会计师事务所的首席执行官（安达信会计师事务所是当时世界上最大的会计师事务所之一），同时也是安然公司的审计师。这家公司与其他四家规模相当的公司一起矗立在会计行业的顶端，它们的职责是确保与国家金融市场的运行相关的会计信息、记录和报告的诚实可信。

那么会计行业对经济而言有多重要呢？一种测量方式是通过衡量持有股票的美国公众的增加。在 1952 年，当会计行业处于它的全盛时期时，接近 4.1%的民众持有股票。到了 1982 年，在会计行业合并和价格竞争开始的前夕，股票所有者已经占到了公众总数的 14.1%。当今，股票所有权通过直接持有的方式或共同基金的方式被广泛地传播开来。根据美国投资公司协会的统计，目前半数的公众持有股票，许多人是通过共同基金的方式持有。另外，许多人参加了养老金计划和退休金项目。这些项目的回报与他们在股票和公开交易的公司债上的投资密不可分。股票持有者从 2002 年的 5 410 万个家庭上升到 2005 年的 5 690 万个家庭。公开交易的公司的所有权和全国金融资本在不同项目间分配的效率都直接或间接地与人们对这些公司财务报告的诚实性的信心和信任紧密联系。①

Ⅰ. 历　史

尽管有关会计记录的证据可以追溯到圣经时代，然而美国最早的公共会计合约的记录出现在美国独立战争前。1766 年，本杰明·弗兰克林（Benjamin Franklin）邀请詹姆斯·帕克（James Parker）担任他的会计代表，处理有关印刷企业销售的最后结算。② 1886 年，公共会计行业采用合伙制的 Veysey and Veysey 公司在纽约成立，这家公司采取了现代会计师事务所经营的主要模式。20 年后，当今四大会计师事务所中的两家的前身出现了，Deloitte，Dever，Griffiths 公司（德勤会计师事务所的前身）以及普华公司（Price Waterhouse，普华永道会计

① Investment Company Institute，“Equity Ownership in America”，可以通过 www.ici.org/statements/res/rpt_05_equity_owners.pdf 获取。

② J. D. Ewards，*History of Public Accounting in the United States*（East Lansing，MI：Michigan State University Press，1960），43－44.

师事务所的前身）作为安全公司认证的企业于1890年成立。①

在最初的时候，这个职业被授予了一种特殊的法律地位。这种特殊的地位使得其发展迅速。1896年，纽约政府第一个认可了注册公共会计业的法律地位。在1896—1913年间，相继有31个州认可了这个行业的法律地位。在1913年，宪法第十六修正案被批准。该法案确立了收入税，是一个标志着会计师行业快速发展的里程碑事件。出于对个人收入和商业收入这些概念的定义、计算以及追查的需要，会计师行业呈爆发性增长。截至1921年，所有的48个州颁布法令给予了注册会计师特殊的认可；所有的州在认可了注册会计师的地位的同时还授予了他们特定的法律特权。②

1929年股票市场发生了崩盘，财务丑闻接连不断地被曝光，随之而来的压力引发了对会计师事务所服务需求的新增长。在对财务披露制度进行改革的过程中，弗兰克林·罗斯福（Franklin Roosevelt）总统签署了两条重要的法令，1933年的《证券法》和1934年的《证券法》。1934年的法案设立了一个新的政府机构——证券交易委员会（SEC），负责规范国家的金融市场。依据这些法案赋予的权力，证券交易委员会要求所有新的和正在进行的公开交易证券进行登记，同时要由独立的注册会计师审核它们的财务情况。在这些法案的公共听证期间，Haskins and Sells（德勤会计师事务所的前身）的高级合伙人兼纽约注册会计师协会主席科尔·阿瑟·H·卡特（Col. Arthur H. Carter），通过说服银行和货币委员会不要把审计功能授予政府机构，从而避免了由政府完全接管审计公开交易公司的业务。相反，审计工作将会由私人部门所开的公司来承担。这项发展不仅突出了会计行业的重要性，还引发了对会计服务的需求增长。

从20世纪40年代持续到60年代中期，会计领域在美国达到了其地位和名誉的顶点。在这个时期，公共会计企业的运行与其说是一个产业，不如说是一个职业。在会计师事务所之间强烈的职业道德约束削弱了价格竞争。会计师事务所的合伙人备受称誉，顾客认为他们将提供高质量的审计服务，而非纯粹为了寻找新的生意。八大这个称

---

① J. D. Ewards, *History of Public Accounting in the United States* (East Lansing, MI: Michigan State University Press, 1960), 48 - 49.

② J. P. Previts, *The Scope of CPA Services* (New York: John Wiley & Sons, 1985), 34 - 35.

呼指的是最大的八家会计师事务所，这个称呼于 20 世纪 60 年代产生。①

随着 20 世纪 60 年代的结束，新的经济力量开始冲击公共会计行业。在这股力量的冲击下，最大的公司逐渐从严格遵守行业价值观转变为以追求市场盈利为目标的传统商业成功。一直到 1972 年以前，八大会计师公司的合伙人始终保持他们自己处于制定会计准则的最前线，这些会计准则是公司收集、计算和报告财务信息的依据。然而，1972 年，财务会计准则委员会（FASB）成立，从那以后它成为了会计准则最权威的制定者。这个发展取消了八大公司的合伙人在形成和制定会计准则过程中的中心地位；到 20 世纪 80 年代，八大会计师公司的合伙人完全从会计准则的制定过程中退出。②

1977 年，另一个关键事件发生了。当时最高法院审理了贝茨（Bates）针对亚利桑那州禁令的诉讼，该诉讼的内容是：律师可以做广告，但职业准则对律师做广告有禁令，这构成了对贸易的非法阻碍，从而违反了反托拉斯法。③ 美国注册会计师协会（AICPA）负责出版和执行会计师职业准则，它被联邦司法部和联邦贸易委员会所监督。这两个机构指控会计领域部分准则阻碍了贸易的进行。美国注册会计师协会屈从于这些压力，废除了其在职业上关于禁止竞争的规则。随后，在 20 世纪 70 年代，联邦贸易委员会迫使该机构放弃了禁止广告的规则，同时被废除的还有关于禁止接受其他会计师事务所的客户不请自来的邀约的规则。在 20 世纪 80 年代，联邦贸易委员会进一步向美国注册会计师协会施压，使得后者取消了关于佣金和意外费用的职业禁令。这项措施极其深远地改变了审计公司处理事件的习惯。这些发展的结果是，会计师事务所开始富有闯劲地追逐利润，活跃地与同行们竞争。这个发展给传统的职业价值观带来了巨大的压力④，它完全将会计师从一个充满信仰的职业转变为利益驱使的企业。

---

① S. A. Zeff, "How the U. S. Accounting Profession Got Where It Is Today: Part Ⅰ," *Accounting Horizons* 17 (September 2003): 191 - 195.

② S. A. Zeff, "How the U. S. Accounting Profession Got Where It Is Today: Part Ⅰ," *Accounting Horizons* 17 (September 2003): 195 - 200.

③ Philip G. Cottell and Terry M. Perlin, *Accounting Ethics: A Practical Guide for Professional* (Westport, CT: Quorum Books, 1990), 33.

④ Zeff, "U. S. Accounting Profession, Part Ⅰ," 202.

Ⅱ. 产业结构

从20世纪60年代到80年代中期，八大会计师事务所在会计行业中占有重要地位，它们分别是：安达信会计师事务所、Arthur Young会计师事务所、永道（Coopers and Lybrand）会计师事务所、Ernst and Whinney会计师事务所、Deloitte Haskins & Sells会计师事务所、Peat Marwick Mitchell会计师事务所、普华会计师事务所和Touche Ross会计师事务所。在20世纪80年代，竞争所带来的压力迫使这些公司寻找新的途径扩大自身的规模和利润。因为大型会计师事务所发现会计领域的资本组成对于企业内部发展是一个很大的障碍，所以兼并成为它们扩张的首要方式。

兼并和合并

第一次主要的兼并发生在1986年，Peat Marwick Mitchell会计师事务所兼并了KMG Main Hurdman会计师事务所，成立了KPMG Peat Marwick会计师事务所，这家新成立的公司后来将其名字缩写为毕马威（KPMG）。KMG Main Hurdman会计师事务所原本是欧洲一家大型的会计师事务所Klynveld Main Goerdeler的美国分支。由于Klynveld Main Goerdeler会计师事务所在欧洲和全球广泛的关系网，新成立的公司成为了国际性会计师事务所中最大的一家，同时也成为了美国本土的第二大会计师事务所。新公司在欧洲市场的扩张带来的竞争优势促使其他会计师事务所寻求新的增长机会。

因此，在1989年一项惊人的兼并发生了，Ernst and Whinney会计师事务所和Arthur Young会计师事务所合并成为了安永会计师事务所（见图12—1）。这是八大会计师事务所的第一次联合；新成立的公司成为了本土和国际第一大会计师事务所。这一年的晚些时候，八大会计师事务所中最小的两家——Deloitte Haskins & Sells会计师事务所和Touche Ross会计师事务所——合并成立了德勤会计师事务所。这次合并诞生了本土和国际第三大会计师事务所；新成立的公司随后将其名称缩写为德勤。

在1989年，第三次强强联手本已宣布将发生在安达信会计师事务所和普华会计师事务所之间，但是两家公司随后取消了计划。在接下

来的 9 年时间里，几个其他的合并也被提出实施，但是都没有实现。最终，会计行业在十年的时间里被 6 家主要公司所领导，这几家公司被称为六大。

随后，在 1998 年，排名第六的普华会计师事务所与排名第五的永道会计师事务所合并，成立了领域内第二大的公司普华永道会计师事务所。此时，行业内暂时稳定地存在 5 家主要公司。最终，在 2002 年的时候，行业整合为四大。由于安达信会计师事务所在安然公司倒闭事件中担当了审计职务，因此该公司被美国司法部指控妨碍司法。这样反过来就引发了安达信会计师事务所的合伙人和职员以及客户的大量外流。结果，安达信会计师事务所在 2002 年之后便不复存在。这些将八大压缩为四大（有时嘲讽地称之为最后的四家）的一系列合并在图 12—1 中被描述出来。①

三层结构

在美国，有数以千计的会计师事务所提供审计服务，而这些公司所处的经营体系通常都被看作是一种三层部门结构。在这种等级结构的最顶端是四大会计师事务所（见表 12—1）。这些公司被公认具备为跨国的大型公司提供审计服务的能力。同时，它们的规模和其他会计师事务所相比也相当庞大。它们有数以千计的合伙人、数以万计的员工和数十亿的年收入。

在四大会计师事务所之下是中等规模的会计师事务所。大家对这个级别公司的数量的看法不是非常统一，但是大部分的名单里至少都会包括以下三家：RSM McGladery、Grant Thornton 和 BDO Seidman。这个级别的会计师事务所有能力为公开招股公司做审计，但是，正如我们将会预见到的，它们将由于自身稍小的规模而在竞争中处于劣势。

第三个级别的公司则涵盖了剩下所有的会计师事务所。这个级别的会计师事务所的规模有的小到只有单独一个从业者，其业务范围包括简单的计税和小型企业的账面价值重估。同时，这个级别的会计师事务所也有规模大的区域性公司，它们能够为临时或是非证券交易委员会的客户提供审计服务。然而，这些公司通过竞争去谋取证券交易委员会客户的行为被严格禁止。②

---

① General Accounting Office, "Public Accounting Firm: Mandated Study on Consolidation and Competition" (July 2003): 11.

② Public Accounting Report, "Annual Survey of National Accounting Firms - 2003" (February 28, 2003): 3 - 6.

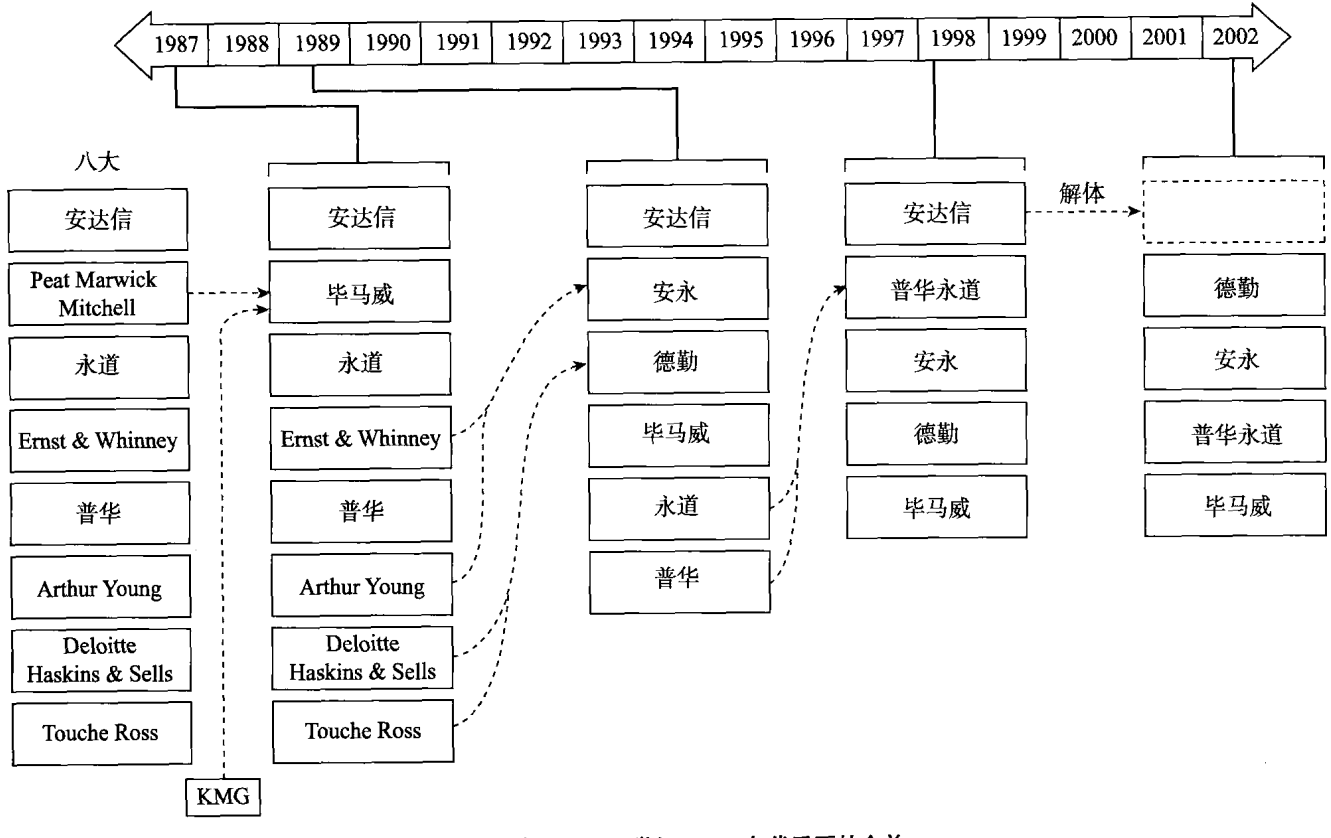


图12—1　20世纪80—90年代重要的合并

资料来源：General Accounting Office，Public Accounting Firm：Mandated Study on Consolidation and Competition，July 2003，p. 11.

表 12—1 **公司规模**

公司	财务年度	美国最新财务年度净收益(百万美元)	合伙人数量	非合伙人专业职员数量	办事处数量	SEC 顾客数量	收益分解百分比			
							审计	税务	咨询	其他
德勤	2005 年 5 月	7 814	2 560	23 841	103	1 454	44	30	22	4
安永	2005 年 6 月	6 331	2 130	15 900	97	1 897	72	27	0	1
普华永道	2005 年 6 月	6 167	2 019	20 056	91	1 778	63	26	0	11
毕马威	2005 年 7 月	4 359	1 607	13 184	93	1 254	77	23	0	0
第二级别										
RSM McGladery	2006 年 4 月	1 281	775	4 567	125	103	46	33	18	3
Grant Thornton	2006 年 7 月	898	444	3 575	48	411	64	25	11	0
BDO Seidman	2006 年 6 月	558	240	1 803	34	301	62	23	15	0

集中程度

会计师事务所的集中程度非常高，在最近几年集中程度又进一步增加。图12—2显示在1988年，顶级的四家会计师事务所（普华、安达信、永道和毕马威）审计了公开招股公司销售的63%。接下来的四家公司（Ernst and Whinney、Arthur Young、Deloitte Haskins & Sells和Touche Ross）是重要的竞争者，它们审计了所有公开招股公司的35%。截至1997年，顶级的四家会计师事务所审查了公开招股公司销售的71%，同时两个主要竞争对手（永道和毕马威）审计了另外的28%。到2002年，顶级的四家会计师事务所审计了公开招股公司销售的99%，同时，没有重要的竞争者①，这样的情况持续稳定了一段时间。在2004年，四大会计师事务所拥有的客户占了100个最大的公开上市公司的99%，同时，收入中超过99%来自对其他公司的审计。②

进一步基于客户的总数量（而非客户的销售额）对这四家公司的集中度进行研究，我们从中得到了相似的结论。以这种方式衡量的集中程度从1988年的51%上升到1997年的65%，最后在2002年达到了78%。大型公共部门的客户市场甚至更加集中：四大会计师事务所审计了销售额在2.5亿美元到50亿美元之间的公开招股公司中的接近97%，同时在事实上审计了所有销售额超过50亿美元的公开招股公司。③

在国际范围内，四大会计师事务所获得了超过470亿美元的全球净收益，国外管理者的调查表明：在其他国家，为大型公开招股公司提供审计服务的市场同美国的集中程度一样高。近年来，四大会计师事务所审计了日本所有公开招股公司中超过80%的份额，超过90%的荷兰公司，英国事实上几乎所有的主要公司，以及超过80%的可以上榜的意大利公司。

另一个衡量集中程度的方法是赫芬达尔-赫希曼指数，它可以通过对单个公司市场份额的平方加总得到。作为一种通用的规则，赫芬达尔-赫希曼指数低于1 000被认为是偏竞争性的非集中市场的标志，然而赫芬达尔-赫希曼指数高于1 800则被认为是市场集中的明显标志，在

① General Accounting Office, "Public Accounting Firms," 21.

② Public Accounting Report, "PwC Is Tops in Fortune Audits" (April 15, 2004): 1.

③ General Accounting Office, "Public Accounting Firms," 16 - 22.

这样的市场中，公司具备拥有显著市场力量的潜质——那种为获取更多利润而将价格保持在竞争水平之上的相当长一段时间的能力（或者是以其他方式削弱竞争，比如产品品质、服务或创新）。图 12—3 显示出了普华公司和永道公司的合并，以及安达信公司的解体，市场被少数具备拥有显著市场力量的潜质的公司组成。①

从对客户规模的评价来看，图 12—4 显示那些为总销售额在 100 万美元到 10 亿美元的公开招股公司提供审计服务的会计师事务所的赫芬达尔-赫希曼指数（基于客户数量）低于 1 800 的门槛。然而，那些为总销售额在 10 亿美元以上的公开招股公司提供审计服务的会计师事务所的赫芬达尔-赫希曼指数持续保持在 1 800 以上，这样的结果再一次表明了在为大公司提供审计服务的领域有可能存在显著的市场力量。②

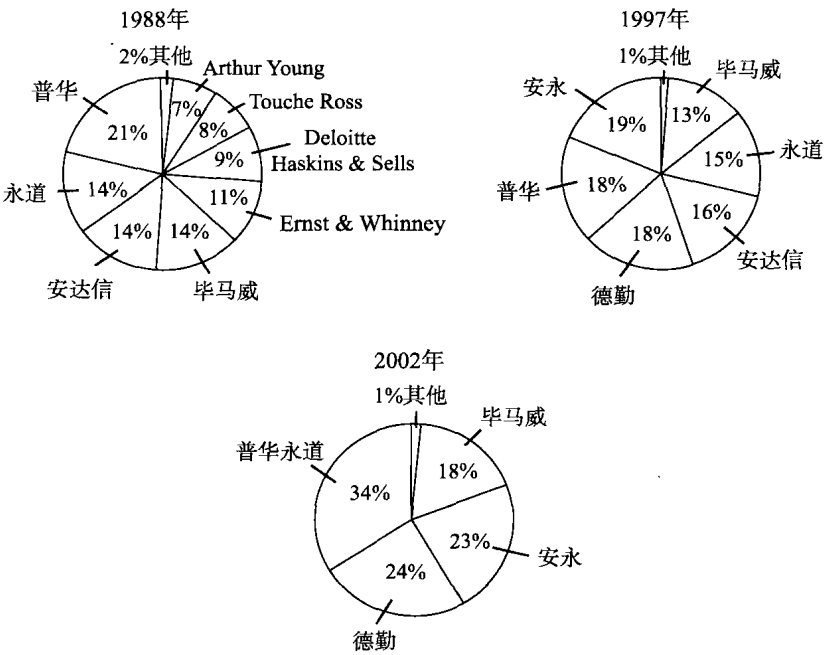


图 12—2　1988 年、1997 年和 2002 年根据总审计销售额划分的公开招股公司审计服务市场的比例

资料来源：General Accounting Office, Public Accounting Firms: Mandated Study on Consolidation and Competition, July 2003, p. 21.

① General Accounting Office, "Public Accounting Firms," 19.

② Ibid., 20.

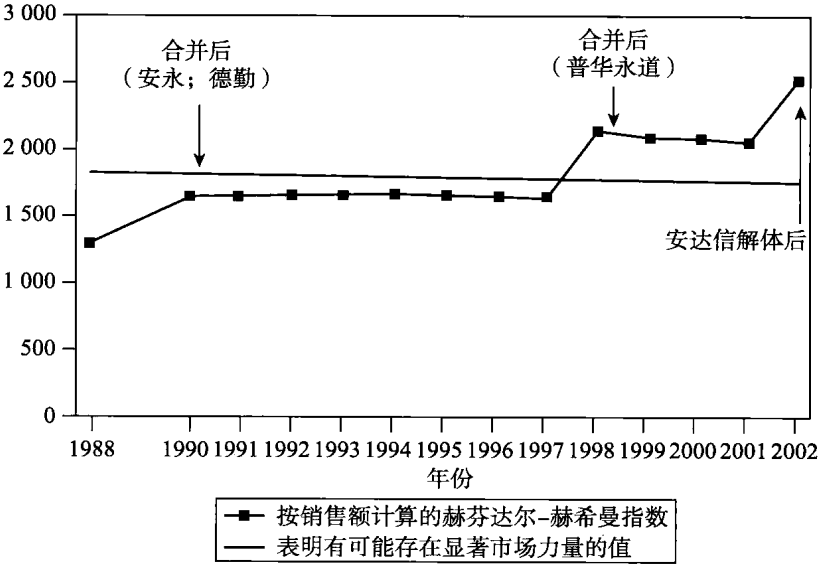


图 12—3　1988—2002 年间的赫芬达尔-赫希曼指数

资料来源：General Accounting Office，Public Accounting Firms：Mandated Study on and Consolidation Competition，July 2003，p. 19.

会计师事务所的合并带来的最富有戏剧化的冲击似乎是审计服务数量有限的选择余地。那些最大型的全国性的和跨国公开招股公司需要选择是否有必要更换审计工作者。最近的调查中公司的反馈情况为，88%的公司表示它们不会考虑聘请非四大会计师事务所的审计工作者来负责它们的审计和财务证明。此外，通过跟踪 1 085 个在 2001 年 10 月—2002 年 12 月间更换审计工作者的曾经的安达信客户的情况，我们发现这些证据进一步表明了公开招股公司不愿接受非四大会计师事务所的服务。只有一家资产超过 50 亿美元的大型公开招股公司从先前接受安达信的服务转换到接受一家非四大会计师事务所的服务。因此，对于大多数公开招股公司而言，它们接受审计和证明服务的公司的最大选择数量从 1988 年的 8 家下降到了今天的 4 家。

客户的选择余地甚至可能进一步被限制。这种情况的发生可能是由于潜在的利益冲突、新的独立规则（我们将在本章的公共政策部分讨论）和会计师事务所的行业专业化。所有的这些因素都将进一步减少可供选择的提供审计服务的会计师事务所的数量。一个假定的例子阐明了这个观点：设想有一家大型跨国公司聘请了四大会计师事务所中的一家为其提供审计和证明服务，同时四大会计师事务所中的另外

一家外包了内部审计服务。这家公司现在需要雇用一家新的会计师事务所，因为他的管理委员会的主管们已经决定每隔 7 年更换审计工作者。在这个案例中，如果那家公司相信只有四大会计师事务所才有足够的能力和资源为它提供审计服务，那么它的选择似乎就只剩下两个。可是，剩下的两家四大会计师事务所中的某一家可能并不会参与投标，因为目前在这个特定的行业中，市场缝隙仅仅只能容纳较少的公司。结果，那家大型跨国公司可能就只剩下一个选择。可以想象，其他的情况也可能会出现，一家公司对于全球业务的审计和证明可能会没有选择余地。[①] 事实上，普华永道会计师事务所的执行总裁丹尼斯·诺里（Dennis Nally）甚至声称如果现存的四大会计师事务所中的任何一家倒闭，那么我们现在所知的审计行业将不复存在。[②]

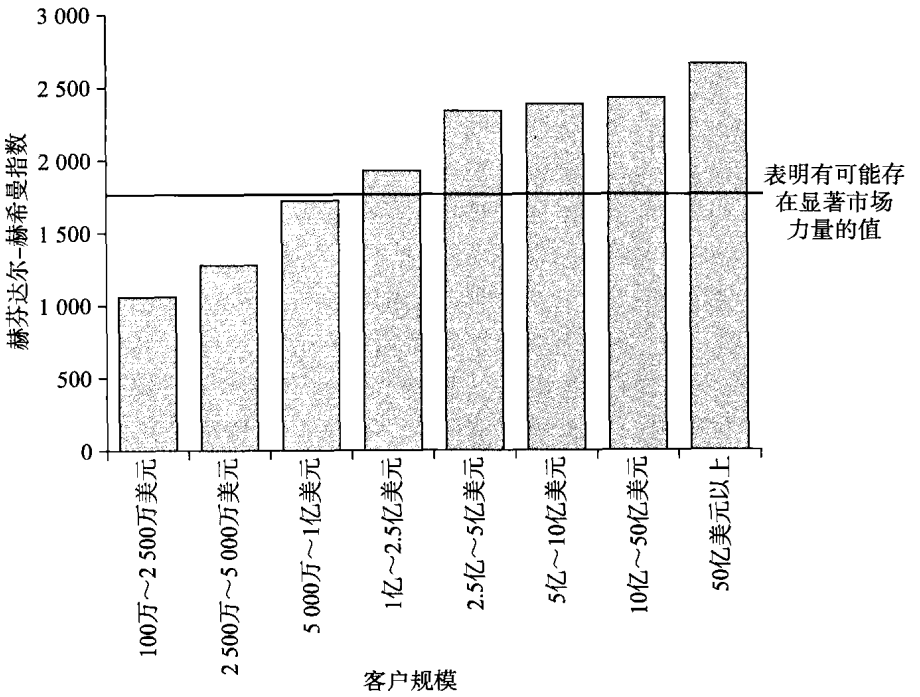


图 12—4　2002 年的赫芬达尔-赫希曼指数（基于客户数量）

资料来源：General Accounting Office, "Public Accounting Firms: Mandated Study on Consolidation and Competition", July 2003, p. 21.

① General Accounting Office, "Public Accounting Firms," 25 - 30.

② Dennis Nally, address delivered at Miami University, Oxford, Ohio, March 22, 2007.

扩张的障碍

在最近的一项深入研究中，审计总署（GAO）认定了5项小型会计师事务所试图与四大会计师事务所竞争大公司客户的审计服务时遇到的进入和扩张障碍。第一个障碍是，小型公司通常缺失雇员、技术专家和全球范围内审计大的跨国公司业务的能力。大型公司对一项调研的反馈证明了这一点。在所有表示不愿意聘请非四大会计师事务所的大型公司中，有91%的公司回答说它们之所以不愿意聘请小型会计师事务所，主要是因为小型会计师事务所的能力问题。考虑到专业职员时，这个问题显得更让人气馁。正如在表12—1中所显示的，四大会计师事务所中最小规模的公司与第二级别的最大公司相比，前者的合伙人是后者的两倍，而非合伙人的专业职员则是后者的三倍。由于大型的全国性的或跨国公司的复杂性，一个项目需要数百人的情况是非常普遍的，这就使得大部分稍微小型的会计师事务所无法为任何一个大型客户提供服务。这种情况明显地限制了其他会计师事务所与四大会计师事务所在大客户的审计服务上的竞争力。可是，如果没有大客户，那些小型会计师事务所就很难建立吸引大客户的能力。事实上，正如表12—2所示，在1988—2002年间，第一级别和第二级别会计师事务所之间的差距明显增大。但是，从那以后，差距在某种程度上有所缩小。这种不一致导致了双重市场结构——其中一个市场上四大会计师事务所和一些规模稍小的会计师事务所为中小型公开招股公司提供会计服务，同时另一个市场上实际只有四大会计师事务所之间在为大客户提供审计服务展开竞争。

第二个障碍是声誉造成的。规模稍小的会计师事务所面临两方面的压力，其中一方面是在大型全国性的和跨国公司中建立认可度和可靠性，另外一方面则是在资本市场参与者中建立声誉。审计总署的调查报告显示：一些公司表示，虽然某些稍小型的会计师事务所有能力为大型跨国公司提供审计服务，但是管理委员会的主管们还是不会将小型会计师事务所提供服务列入参考。其他的被调查者表示，尽管近年来不少丑闻涉及四大会计师事务所，然而资本市场上的许多参与者和投资者仍然希望公开招股公司的审计服务来自四大会计师事务所中的某一家。因此，那些希望在资本市场上建立和维持其可靠性的公司将选择继续聘请四大会计师事务所中的某一家提供审计服务。

表 12—2　　第一级别和第二级别会计师事务所间的差距

会计师事务所	平均实际收益（百万美元）	平均合伙人数量	平均非合伙人的专业职员数量	平均办事处数量	平均证券交易委员会客户数量
			1988 年		
八大会计师事务所	1 566	1 126	10 991	105	1 359
下一个级别的会计师事务所	288	364	2 118	57	234
差距	1 278	762	8 874	48	1 125
			2002 年		
四大会计师事务所	4 468	2 029	15 664	101	2 046
下一个级别的会计师事务所	290	292	1 532	47	245
差距	4 178	1 736	14 132	54	1 801
			2005 年		
四大会计师事务所	6 168	2 079	18 245	96	1 596
下一个级别的会计师事务所	912	486	3 315	69	272
差距	5 256	1 593	14 930	27	1 324

资料来源：General Accounting Office, Public Accounting Firms: Mandated Study on Consolidation and Competition, Washington, D.C., July 2003。审计总署增加了另外的一家会计师事务所 Crowe Chizek 到第二级别的会计师事务所中。1988 年，第二级别的会计师事务所包含 Laventhol & Horwath 会计师事务所。Crowe Chizek 会计师事务所在 2002 年的数据中代替了上面这家已不复存在的会计师事务所。数字的差距因为这种替换而不能加总。

第三个障碍是审计大型公开招股公司客户的财务会计账目是一项颇具风险和责任的业务。许多第二级别的公司考虑到为公开招股公司客户提供审计服务所面临的诉讼风险和保险费用，通过扩张进入这个领域的需求就不是很强烈了。虽然稍小型的会计师事务所也有能力购买另外的保险去控制为公开招股公司客户提供审计服务所面临的风险，但是它们也许仍然缺乏足够的规模，也就无法通过在更大的基础上分散诉讼风险和保险费用以取得规模经济。结果，许多第二级别的会计师事务所相信它们在中等规模的公开招股公司审计市场上有更多具有

吸引力的成长机会，同时风险收益的前景也更加诱人。

第四个障碍是资本形成。在大型公开招股公司的审计服务市场上，普通会计师事务所为了与四大会计师事务所竞争，需要筹集大量的资本建立组织基础。同时，会计师事务所在法律上被严格禁止以公司结构经营。由于事务所的合伙人制度使得会计师事务所通过经营和出售股票来获取资本行不通，因此，会计师事务所的融资能力被严格限制。这就导致稍小型会计师事务所不得不寻求其他的方式，比如借贷、与其他会计师事务所合并、利用员工和合伙人的私人资源等。但是通过借贷筹集资本是非常困难的，这是因为会计师事务所是专业机构，它的主要资产正是其员工的专业知识，从而也就缺少获得贷款所需的抵押资产。合并、内部发展以及合伙人的个人资源似乎也都不是能够募集到大量资本的方式，通过这些方式募集到的资本还达不到与四大会计师事务所竞争大客户审计服务的水平。

最后，各州的法律和规定构成了第五个显著的障碍——主要是那些有关许可证的要求。那些希望在全国范围内扩展的公司面临的巨大障碍和花费是，为其雇员在全国的每一个州都取得许可证。所有的 50 个州、哥伦比亚特区、关岛、波多黎各和美属维尔京群岛都有不同的法规控制注册会计师的许可，这包括对教育、考试和专业知识的不同需求。进一步来说，州和联邦政府可能出现的法规管理失察给小型会计师事务所带来的负担远比给四大会计师事务所带来的负担要大。这种负担可能会被《萨班斯-奥克斯利法案》（SOA）的内容加重，该法案要求在更大程度上对会计师事务所服从审计标准和规则的情况进行监管。①

Ⅲ. 行业行为

在会计师事务所的全盛时期，八大会计师事务所并不将价格作为竞争的基础。与此相反，这个行业以自己作为一个专业技术行业而感到骄傲，所以激烈的竞争被认为是不得体和不应该被提倡的。八大会计师事务所公开要求客户支付比它们的小型竞争者们更高昂的价格，并证明客户支付这样高昂的费用正是为了获得高品质的审计服务。在

① General Accounting Office, "Public Accounting Firms," 45 - 52.

整个 20 世纪 70 年代，会计师事务所放弃进行广告宣传，它们在执行和解读会计准则方面采取了坚定的立场，并不顾忌因此而造成的客户的保持或流失。这样的处事风格为它们赢得了声誉。有些客户带有引导性地冒昧地要求它们的审计师使它们免于麻烦，因此，想要它们的审计师放弃那些在未来会带来麻烦的会计操作。事实上，严格遵守会计准则正是如今会计师事务所竞争策略的核心。①

价格竞争的到来

几个发展导致了这个行业放弃了“专业化”的模范，并使得这个行业表现得与传统的利润驱动产业更为相近。我们已经了解到联邦贸易委员会和司法部强制要求会计业废除其不鼓励竞争性投标和接受客户直接邀约的道德准则。随着道德约束的解除，公司之间的竞争开始变得更加激烈。S. A. 杰夫（S. A. Zeff）将大型会计师事务所管理者态度的变化与一个作为例证的趣闻相联系：

> 会计师事务所间竞争氛围在实际的操作中被深深地改变了。这种改变的到来可以从 1985 年迈克尔·库克（Michael Cook）[管理德勤会计师事务所的合伙人] 的态度中得到印证：“五年前，如果另外一家会计师事务所的客户向我抱怨其服务的品质，我就会直接向那家公司的首席执行官发出警告……然而如今，我会试图将那家会计师事务所的客户抢走。”②

在大型会计师事务所之间进行着激烈竞争的同时，审计服务市场成长的机会正在开始缩减。结果，大型会计师事务所在管理中开始重视其他服务，特别是税务和咨询服务。这种转变被视为更加合理的扩张方式，原因是它们不仅提供了更为丰厚的利润，还提供了更好的成长机会。

公司客户间的并购行为给会计师事务所带来了更大的商业压力。第一，压力来自进行合并的客户需要展示出良好的收入记录以证明并购的成功和兑现他们的承诺。第二，公司间的合并使得两个公司成为

---

① A. R. Wyatt, “Accounting Professionalism—They Just Don't Get It!” Address at the annual meeting of the American Accounting Association, Honolulu, Hawaii, August 4, 2003.

② S. A. Zeff, “How the U. S. Accounting Profession Got Where It Is Today: Part Ⅱ,” *Accounting Horizons* 17 (December 2003): 272.

新的一家公司，这就使会计师事务所丧失了客户。第三，合并后的公司会进一步压低审计费用。这些因素综合作用导致了审计市场在20世纪90年代的饱和，同时也使会计师事务所争相向其他领域寻求发展和利润。其中最引人注意的就是管理咨询服务的提供。

由于咨询业务的发展，八大会计师事务所最终放弃了要求事务所管理者具有CPA（注册会计师）资格的要求。这个资格在很长的一段时间内被视为专业性的象征。因为咨询人员的工作能够取得更高的收益，所以他们给审计和税务服务这两个其他主要领域的同事带来了压力。渐渐地，这些公司成员的重点也转向了盈利性。由于审计和税务工作无法带来高水平的和持续的利润，审计合伙人被鼓励参与咨询工作。向客户推销一系列的咨询服务已经成为评价审计合伙人工作表现的重要标准之一。那些拥有会计技术和审计技巧的从业人员先前被认为是会计师事务所发展的重要因素，而如今这些人员发现自己正在不断被贬谪到边缘位置。

正如沃尔特（Wyatt）所见，在审计领域中这些态度上的转变伴随的是美国商业更为普遍的某些出乎人们意愿的改变：

> 正如贪婪在许多公司的倒闭和重组中扮演着驱动性的力量一样，现在贪婪也成为了会计师事务所必须面对的力量。本质上，会计师事务所的理念已经逐渐发生转变，从原来的强调提供专业尽职的服务转变为强调持续增长的收益和利润。到20世纪末，这种逐渐发生的变化使得过去的四十年中的公司文化被彻底地改变了。历史上会计师事务所关注的重点是它们提供给客户的服务品质，会计师事务所的工作是向投资者和债权人提供有关客户的清晰的财务状况。通过严格的审计工作，客户财务状况的可靠性得到保证。这种可靠性是一家注册会计师事务所存在的核心原因。这个关注的重点渐渐被另一个重点所取代，会计师事务所现在更关注向客户提供一系列的服务以取得市场中预期的短期每股的收入增长。①

在这个时期，会计师事务所之间的竞争渐渐地将重点放在了咨询服务上，来自审计费用的利润份额很小。事实上，在许多案例中，审计正在丧失领导地位：会计师事务所现在能够接受较低的审计费用，

① Wyatt, "Accounting Professionalism."

因为它们相信参与审计服务的过程将使得其更容易地参加咨询工作，而后者具有更为丰厚的报酬。结果，在一些案例中，审计工作者发现他们在做的审计工作恰恰就是他们事务所的同事出售给客户的——利益冲突中伴随着机会的滥用。

然而，伴随着安达信公司的倒闭，剩下的四大会计师事务所的行为发生了显著的变化。来自管理专家和市场力量的压力，使得四大会计师事务所中的三家已经将它们自身的咨询业务剥离出来了。（德勤是一个例外。）反过来，这就引导了一个新的时期。在这个时期中，会计师事务所将在其提供审计服务的领域展开更加激烈的价格竞争。

费用表现

虽然从 20 世纪 80 年代到 90 年代中期，审计费用在通常情况下保持平稳或略有下降，但是从那之后在通货膨胀调整的基础上费用持续攀升。将合并和竞争的影响从其他影响会计领域和会计师事务所经营的变动因素中区分出来是很困难的。这些变动因素包括审计范围的发展（会计师事务所在从事审计活动期间付出努力的大小）；技术进步；管理咨询服务的增长；审计准则的发展；以及影响会计师事务所的责任的法律改革。①

在研究审计行业的价格竞争时，我们遇到的困难之一是审计费用随时间变化的数据的缺失。一个研究采用替代测量方式——用会计师事务所的审计费用除以客户被审计的资产的价值，以此作为审计费用的替代数据。用这种价格测量方式所得到的结果表明：不论会计师事务所合并与否，审计费用都一样下跌。② 另一个研究使用的审计费用是来自一个小样本的公司。这种分析发现：经过通货膨胀的调整，平均每个客户的审计费用从 1989 年的 340 万美元下降到 1997 年的 280 万美元。虽然样本规模较小使得结果有所局限，但是研究表明没有证据显示六大会计师事务所的合并使得审计费用出现固定的增长。③

此外，制造商同盟组织了一次针对 130 家企业的定期审计费用的调查。这项调查显示：公开招股公司每 100 美元收益的审计费用从

---

① General Accounting Office, "Public Accounting Firms," 31.

② S. Ivancevich and A. Zardkoohi, "An Exploratory Analysis of the 1989 Accounting Megamergers," *Accounting Horizons* 14 (2000): 136 - 155.

③ K. Menon and D. Williams, "Long-Term Trends in Audit Fees," *Auditing: A Journal of Practice and Theory* 20 (2001): 115 - 136.

1989 年到 1995 年呈下降趋势。（最后一年非常重要，这是由于《私有证券诉讼改革法案》的通过，该法案限制了会计师事务所承担的法律责任。）这项调查发现美国公司和外国公司的审计费用从 1995 年到 1999 年呈现略微上升的趋势；同时，结果还表明，在调查期间，美国公司支付的审计费用要低于它们的海外部门所支付的审计费用。

审计总署曾经使用过自己的替代方式——将顶级会计师事务所的平均净咨询收益当作所有审计收入的一个百分比来折算——去分析审计费用的变动情况。它们也发现虽然审计费用从 1989 年到 1995 年呈现轻微下降的趋势，但是从 1995 年到 2001 年呈现上升趋势。然而，在任何一个时期，关于合并对审计费用具有正面影响还是负面影响的争论始终无法得到确凿的证据。

虽然审计费用仅仅占了公开招股公司审计开销的一小部分，但是一些证据表明这些费用最近呈持续上升趋势，并且还有迹象表明审计费用在今后的几年将会有更大幅度的上升。正如我们所见，一些专家声称：在 20 世纪 80—90 年代期间，由于会计师事务所逐渐向利润更为丰厚的专业服务市场发展（主要是管理咨询服务），审计服务在会计师事务所中逐渐丧失领导地位。只要新的客户到手，会计师事务所就会与客户发展进一步的关系，并以此为平台销售其他服务。尽管较低的审计费用也许无法满足审计工作的开销，然而可以想象的是，从其他的咨询服务那里所得的高收入足以弥补审计工作中的损失。随着会计师事务所减少了其他服务，它们不得不抬高审计费用以弥补它们损失的利润。由于这个原因，1989 年以来较为平稳和低廉的审计费用可能透露出将来运用价格力量的可能性。

在《萨班斯-奥克斯利法案》通过之后，市场参与者、专家和学术人士都一致认为：由于管理的要求和审计服务范围的变动，价格将会进一步上升。进一步，审计准则自身也使得合约中审计服务的工作量增加。根据会计师事务所的报告，研究表明在 2001 年《财富》100 强公司的审计费用上涨了 30.1%，在 2002 年上涨了 17.8%。《华盛顿邮报》报道：对于《财富》1 000 强的公司来说，在 2003—2004 年间，审计费用平均上涨了 230 万美元，这个数额大约是原来总费用的 66%。根据另一项调查，648 家公司中有 12 家公司的审计费用上涨了 1 000 万美元。[①] 在这一时期，《会计时代》报道称：由于《萨班斯-奥克斯利法

① C. Johnson, "Higher Audit Fees, More Accountability: Sarbanes-Oxley, Three Years Later," *Washington Post* (July 30, 2005): D1.

案》的第 404 部分，普华永道公司能够使自己的审计收入增长 134%；毕马威能够实现 109%的增长；安永能够实现 96%的增长；德勤则能够实现 78%的增长。[①] 专家们预测在可预见的未来，审计费用将保持两位数的增长速度。根据马克·切弗斯（Mark Cheffers，一位审计责任的咨询人员）的说法，更加全面的审计勘漏和咨询费用的监察会导致这些增长。此外，会计师事务所发现，它们所处的位置要求它们提高自身的收费，以弥补在后安然时代环境下面临的额外的责任风险。[②] 由于这些复杂因素的综合作用，并考虑到大型会计师事务所的市场力量、高集中度和非竞争性收费行为的影响，目前我们还无法形成全面的结论。[③]

劳动力市场的竞争

除客户资源的竞争外，四大会计师事务所为了获取人才在劳动力市场上也在激烈地竞争。每年秋季，这种竞争的迹象充斥于校园之中，四大会计师事务所的招募工作在兄弟会和妇女联谊会中紧密地进行着。这些工作包括在充气帐篷中免费分发印有事务所商标的衣服。劳动力市场上的竞争在大学校园里也没有受到限制。会计师事务所持续不断地从它们的客户和竞争对手那里挖人才。这种情况与早些会计职业精神深入人心的时侯形成了鲜明的对比。在“美好的过去时光”中，一个雇员要么在一家会计师事务所待到其职业生涯的终结，要么选择离开，并且不要期望再被同样的公司雇用。将当时的环境和安达信倒闭前的环境相比，安达信倒闭前的那段时期会计师事务所甚至为那些回到原来事务所的专业职员设置了“归位奖励”。这并非是不平常的事件。

然而，对会计职业继续吸引最优秀和最杰出人才的关注不复存在。一位曾经的全国性合伙人认为：当会计师事务所不再涉足迷人的咨询业务时，它们吸引优秀和杰出人才从事更为世俗的审计工作的能力将会降低。[④] 这样的情况很可能发生，并且一般而言会对审计服务的质量

---

① *Accountancy Age*，能够在 www. accountancyage. com/accountancyage/news/2036847/audit-fees-double 上获得。

② Public Accounting Report，“Fortune 100 Audit Fees Expected to Increase in 2003 and Beyond”（May 31，2003）：2.

③ General Accounting Office，“Public Accounting Firms，” 32 - 35.

④ 与戴维·菲利普斯（David Phillips）的私人访谈，2003 年 10 月 31 日。

产生负面影响。

Ⅳ. 行业表现

行业表现涉及对一个行业是否高效地完成了其经济任务的评价。然而，会计行业与其他行业有着重要的和独特的区别。其他行业里的公司通过利润化而高效地提供服务和生产产品来满足购买者的需求。可是会计行业提供了某些该行业因而扬名的东西。会计行业的任务之一是保证财务信息的完整真实和准确，它是经济赖以正常运行的财务功能的基础。进一步而言，公众和投资者，这些依赖审计工作者提供的服务的人并不为服务付费。因此，独立性的争议在评价该领域的表现时就显得尤为重要。

集中程度和竞争程度

除了会计师事务所之间高度集中的趋势，没有数据上的证据表明该领域的竞争被削弱。审计总署进行了一系列的经济测试以查明会计行业的合并是否有可识别的不利于竞争的影响。它们采用了一个简单的纯价格竞争模型来判断高集中度的审计服务市场是否和价格竞争机制下的市场相一致。（该模型被设计用于模拟纯价格竞争驱动的市场，客户在这个市场中仅仅基于价格来选择审计工作者，诸如服务和声誉之类的因素在这个模型中没有得到具体体现。）审计总署的模拟结果表明：在会计行业中，由纯价格竞争驱动的市场将会导致市场的高度集中，模型中的模拟市场份额与现实市场中四大会计师事务所所占的市场份额非常接近。特别地，模型预测，在纯价格竞争的世界中，四大会计师事务所将会为样本市场中64%的公司提供审计服务，这个份额非常接近在现实市场中四大会计师事务所为模拟所使用的样本公司提供的62.2%的审计服务份额。进一步而言，审计总署的模型预测四大会计师事务所将会为资产超过2.5亿美元的公司中96.3%的公司提供审计服务，与此相对的是2002年现实中有97%的这类公司由四大会计师事务所提供审计服务。

尽管数据上的证据无法表明审计服务市场中的竞争被破坏，然而市场集中程度的不断加剧和最近审计工作者向客户强加非审计服务的情况还是表明，未来合谋行为和市场力量的出现颇具可能性。

审计服务的质量

大量关于会计师事务所间的竞争、审计工作者的任期和会计师事务所的规模会如何影响审计服务质量的理论被详细述说。会计操作不合理所导致的财务报告的重新表述为衡量审计服务的质量提供了近似的替代方式。几项最近的研究表明：近年来，会计操作不规范所导致的企业（特别是大型企业）的财务报告的重新表述在不断增加。这些证据表明审计服务的质量可能正在不断恶化。因为大型企业通常聘请大型会计师事务所来提供审计服务（大型会计师事务所通常被认为提供的是高质量的审计服务），所以大型企业财务报告的重新表述的增加趋势进一步提高了对审计服务质量的关注。在那些导致《萨班斯-奥克斯利法案》出现的年份中，审计总署发现在那些备受瞩目的财务报告的重新表述的案例中特别令人烦恼的问题是，审计工作者意识到了问题但是却没有确保客户正确地解决了它们的问题，这就引发了关于审计独立性和审计服务质量的问题。①

一份来自证券交易委员会的报告为这些关注焦点增加了可信度（见表 12—3）：在检查的 5 年期间，证券交易委员会裁定的财务报告和披露的违规行为上升了将近 64%。② 进一步而言，财务报告重新表述的增长趋势正在加速：2005 年公开招股公司财务报告的重新表述数量猛增到了 1 295 份，几乎是前一年的数量 650 份的两倍。2005 年财务报告的重新表述的总数量达到每 12 家公开招股公司中就有 1 家，与此相比，2004 年时每 23 家公开招股公司中才有 1 家。③

2006 年财务报告重新表述数量的上升趋势仍在继续。根据格拉斯·路易斯（Glass Lewis）的研究，2006 年美国列出的领域中有1 538 家公司的财务报告被重新表述，与 2005 年相比上升了 13%。④ 一些公司的代表和观察家批评说：《萨班斯-奥克斯利法案》要求的复杂性和过度的条件是财务报告的重新表述数量上升的原因。其他反对这个看

---

① General Accounting Office, "Public Accounting Firms," 36 - 37.

② Securities and Exchange Commission, "Report Pursuant to Section 704 of the Sarbanes-Oxley Act of 2002," (Washington, D. C., 2003), 1 - 2. Available at www. sec. gov/news/studies/sox704report. pdf.

③ Government Accountability Office, "Financial Restatements: Update of Public Company Trends, Market Impacts, and Regulatory Enforcement Activities," March 5, 2007.

④ S. Taub, "Study: Restatements Up, but SarBox Works" CFO. com, February 28, 2007. Available at www. cfo. com/article. cfm/8769763? f=search.

法的人则维护道：正是这个法案使得投资者获取了更优质的信息。

表 12—3　　财务报告和披露的违规情况

截至当年 7 月 31 日	违规数量	增加数量	增加比例	累积数量	累积百分比
1998	91				
1999	61	(31)	(34.1%)	(31)	(34.1%)
2000	110	50	83.3%	19	20.9%
2001	105	(5)	4.5%	14	15.4%
2002	149	44	41.9%	58	63.7%

资料来源：Securities and Exchange Commission, Report Pursuant to Section 704 of the Sarbanes-Oxley Act of 2002, Washington, D. C., 2003。可以通过网站 www. sec. gov/news/studies/sox704report. pdf 获得。

较小型的公司更有可能存在财务报告的重新表述问题，但是这些较小型公司财务报告问题的存在是一个历史性的问题。事实上，格拉斯·路易斯报道说在 2006 年那些被要求遵守《萨班斯-奥克斯利法案》第 404 部分的公司中财务报告重新表述的比例下降了 14%。格拉斯·路易斯总结认为这是较大型公司在“清理它们账目”上的重大进步。另外，较小型公司——那些不用遵守第 404 部分的公司——在财务报告的重新表述数量上增加了 40%。①

有趣的是，那些被最小型的会计师事务所审计的公司出现财务报告重新表述的概率是那些被四大会计师事务所审计的公司的六倍。审计结果的财务重述率最高的会计师事务所是 Grant Thornton（12%）；四大会计师事务所中财务重述率最高的是毕马威（7.1%）。② 当我们把这个事实与四大会计师事务所正在不断放弃审计高风险客户的事实结合起来看时，就会发现审计服务的质量问题更加严重了。

独立性的重要性

审计工作者的独立性和审计质量之间有无法回避的联系。事实上，大部分人认为审计工作者的独立性本身就是审计表现质量的一个不可

① S. Taub, “Study: Restatements Up, but SarBox Works” CFO. com, February 28, 2007. Available at www. cfo. com/article. cfm/8769763? f=search.

② S. Taub, “Restatements Surged in 2005, Says Study,” CFO. com, March 6, 2006. Available at www. cfo. com/article. cfm/5591688/1/c _ 5591729.

或缺的部分。为了做出明智的决策，投资者必须依赖公开招股公司发布的财务报告。审计工作者的意见向投资者保证审计客户的财务状况经过客观、公正和技术熟练的专业人士的严格审查，因此，投资者才会相信财务报告的准确性。[①] 为了有效行使他的职责，在执行审计测试、评估这些测试的结果、发布报告以及对客户的财务状况给出意见时审计工作者必须保持观点上无偏见。

独立性存在于三个不同的层次。第一个层次（也是最高的层次）是使得审计工作者能够保持处于没有偏见的位置上的一些品质，比如诚实、客观和责任感。第二个层次的独立性指的是审计工作者和客户的关系。这里的独立性意味着避免发生任何（甚至是潜意识中的）可能导致审计工作者丧失无偏见立场的关系。因此，会计师事务所的会计师必须避免与客户发生任何私人和商务关系，这些关系可能使最善良的人对他们的专业判断采取妥协态度。在第三个层次中，独立性意味着审计工作者必须避免与客户发生任何观察者觉得可能出现的利益冲突。在审计领域用于描述这些概念的最常见术语是：事实独立性和表面独立性。

独立性是会计师职业行为中最难以捉摸的特点之一。事实上，在一个特殊的环境中，直到戏剧性的事件出现（比如审计失误曝光），我们基本上都没有怀疑审计独立性的基础。审计失误的发生指的是：一个独立的审计工作者向第三方证明客户的财务报告严格遵守普遍接受的会计准则，但事实上客户却没有遵守这些准则。对这些失误的调查研究表明：审计独立性的缺失是一个主要因素。[②] 事实上，我们可以确信审计独立性的缺失在安然事件[③]这一历史上最富有戏剧性的审计失误中负有重要责任。在最近曝光的其他审计失误事件中（比如 Sunbeam 公司、Xerox、世通公司、Waste 管理和 Adelphia 通讯等），投机和索

---

① Securities and Exchange Commission, "Final Rule: Revision of the Commission's Auditor Independence Requirements" (Washington, D. C., 2003). Available at www. sec. gov/rules/final/33 - 7919. htm.

② Cottell and Perlin, *Accounting Ethics*, 29 - 32.

③ 在 2004 年早期的联邦指控的辩护中，安然的前任首席财务官安德鲁·法斯特（Andrew Fastow）说道，他"和其他的安然高级管理人员欺骗性地操纵了安然的公开财务报告。我们的目的是误导投资者和其他人关于安然真实的财务状况，以此来人为地使安然的股票价格膨胀并维持虚假的信用评级"。John R. Emschwiller and Thaddeus Herrick, "Fastow Plea Deal May Boost Cases Against Enron's Ex-CEOs," *Wall Street Journal* (January 15, 2004): A3。

价扰乱了审计的独立性。

表面独立性指的是其他人对于审计工作者独立性的感觉。审计报告的价值源于投资者相信已经发布的财务报告中坚守了客观、公正的原则。因此，即使审计工作者事实上是独立的，但是只要财务报告的读者和公众成员认为他们是客户的拥护者，审计功能的价值就丧失了。只有在财务信息的使用者认为审计工作者扮演的是公正的审判官时，他们才会对审计工作者的意见充满信心。公众对会计师事务所的信任最终是建立在这种独立性的感觉（而非事实上的独立性）之上的。①

虽然在审计和财务的世界中失误的曝光率很高，但是这事实上只是我们的看法。当我们考虑到每年大型会计师事务所参与的数目庞大的审计工作和大型跨国公司审计过程中极大的复杂性时，就会感到只有这么少的审计失误发生是一个奇迹。换而言之，大型公司的财务报告失误之所以吸引了新闻的头条完全是因为它们太稀罕了。

关于提供的服务范围的争议

独立性的重要性引发了这个领域中另一个独特的行为维度。这就是关于“服务范围”的争议：承担非审计工作对会计师事务所而言是否合适，是否存在一个点，在那个点非审计工作（尤其是咨询服务）开始压倒审计工作中的独立性，由此危害到了审计质量并使得会计师事务所为公众提供的服务中充满风险。

正如我们所见，八大会计师事务所的咨询服务自 20 世纪 70 年代中期开始加速增长。表 12—4 显示了最大型的会计师事务所的三条主要业务线所收取费用的份额：会计和审计、税收服务和管理咨询。注意到 1975 年八大会计师事务所 60%的总收入来自会计和审计工作。然而，到了 2000 年，五大会计师事务所中没有一家会计和审计的收入占总收入的份额超过半数。最富有戏剧性的变化发生在普华永道会计师事务所，它的前身在 20 世纪 70 年代中期因为避免涉足咨询工作而出名，但是如今咨询工作的收入占其总收入的份额从当时的 8%上升到了 2000 年的超过 50%。②

① Cottell and Perlin, *Accounting Ethics*, 33.

② Zeff, “Accounting Profession, Part Ⅱ,” 270.

表 12—4　总费用中会计和审计/税收服务/管理咨询工作所占的份额（%）

	1975 年	1990 年	2000 年	
安达信	66/18/16	35/21/44		Arthur Andersen &Co. /Andersen Consulting
		48/38/14	43/31/26	Arthur Andersen & Co.
普华	76/16/8	51/26/23	33/18/49	普华永道
永道	69/19/12	56/19/25		
Peat Marwick Mitchell	68/21/11	53/27/20	45/38/17	毕马威
Ernst & Ernst	73/17/10	53/25/22	44/30/26	安永
Arthur Young	69/17/14			
Haskins & Sells	74/15/11	57/23/20	31/20/49	德勤
Touche Ross	62/24/14			

资料来源：1975：*The Accounting Establishment*（1976，30）.

1990：*International Accounting Bulletin*，Issue No. 84（March 1991），p. 13，以及注册会计师事务所 1990 年提交给证券交易委员会执业管理部的年报。

2000：注册会计师事务所 2000 年提交给证券交易委员会执业管理部的年报。

到 1994 年，证券交易委员会对这种向咨询靠拢而背离传统审计的趋势越来越担忧。证券交易委员会担忧的内容之一是这种发展对审计工作者的独立性和客观性造成的影响；担忧的另一项内容是非审计工作人员职能的扩张，这些工作人员不受会计师职业准则的约束，却在会计师事务所中处于管理级别的地位。这些担忧在 20 世纪 90 年代的十年间不断增强。同时，对“胁迫因素”（单独的审计工作者没有能力抵抗来自侵略性顾客的压力）的担忧也在增加。①

随着安达信的倒闭，为了回应公众的强烈抗议，四大会计师事务所采取了一系列措施解决这些担忧。四大会计师事务所中的三家已经将它们的咨询部门分离出来；如今，只有德勤仍然在作为会计师事务所的同时保持开展咨询业务。（第二级别会计师事务所中有三家仍然保留着咨询业务。）正如图 12—5 所示，在 100 家最大的会计师事务所

① Zeff，“Accounting Profession，Part Ⅱ，” 269 - 280.

中，从2000年以来咨询业务所占收入的份额在持续下降，与此同时审计服务所占收入的份额在持续上升。另外，发展的情况表明大型会计师事务所正在采取措施使它们与存在潜在问题的客户脱离关系。正如表12—5所示，四大会计师事务所和第二级别的会计师事务所的审计服务变更案例中有23%是由于会计师事务所的主动解约，而非由于客户的解雇。

表12—5　　解雇和主动解约：2006年

审计工作者	审计客户变动	解雇	主动解约	主动解约所占的比例（%）
德勤	68	52	16	23.5
安永	85	70	15	17.6
毕马威	72	56	16	22.2
普华永道	125	101	24	19.2
BDO Seidman	36	21	15	41.7
Crowe	4	3	1	25.0
Grant Thornton	30	20	10	33.3
McGladrey & Pullen	7	6	1	14.3
总计	427	329	98	23.0

资料来源：Public Accounting Report，September 30，2006.

20世纪90年代末主动解约率出现了持续上升的趋势，并且自2001年以来出现了大幅跳跃。会计师事务所也开始关注客户的风险层面因素。它们加强了对客户审计委员会的力量、管理委员会领导者独立性和一般财务报告的操作的检验。这种主动解约的势头在2003年达到顶峰，当时由于主动解约而改变审计工作者的比例达到30.4%。①

四大会计师事务所的主动解约率在2005年第四季度出现了显著下降，这是自2001年以来最大幅度的下降。自2003年以来主动解约率的下降已经平稳，虽然下结论还为时过早，但是我们可以初步认为这个比率开始稳定。然而，在这一时期，地方性和区域性的审计工作者的主动解约仍在继续上升，这就使得总主动解约率进一步升高。②

① Public Accounting Report，"Largest Firms Taking Proactive Stance to Dumping Clients"（November 15，2003）：1，7.

② Public Accounting Report，"Big Four SEC Resignation Rate Plummets"（January 15，2007）：5.

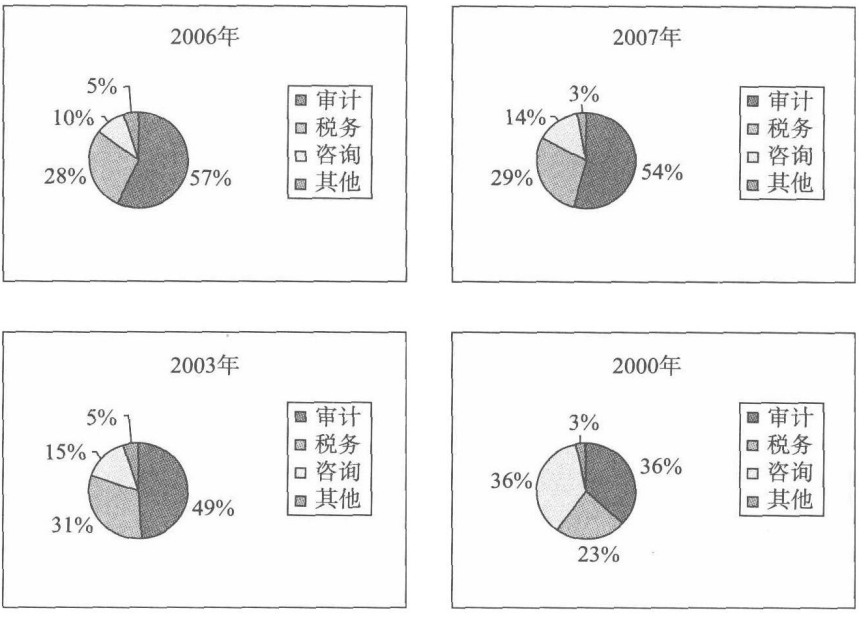


图 12—5　会计师事务所收入分解

资料来源：Public Accounting Report，August 31，2006.

从执行的角度看，会计师事务所放弃高风险客户的决定有着重要而又相互冲突的意义。一方面，这对促使客户公司整顿自身经营和程序起到了预期的效果。无法留住审计工作者的代价是沉重的：寻找新的审计工作者需要成本；更重要的是，在资本市场上，这将会使得公司留住资本的成本上升。另一方面，被放弃的客户可能会取得低质量的审计报告，从而使投资大众丧失了获取优质财务信息的机会。

证券交易委员会的登记者中被四大会计师事务所主动解约的大部分公司的审计服务被非四大会计师事务所接纳。这就使得本地和区域性的会计师事务所获取了大部分客户资源。[①] 这就产生了一个双重效应：一方面由于机会被提供给小型会计师事务所，审计服务市场的竞争氛围有所增强；另一方面，从公共政策制定的观点来看，那些将大部分风险转嫁给公众投资者的公司可能会获得低质量的审计报告。

① D. V. Rama and W. J. Reas, "Resignation by the Big 4 and the Market for Audit Services," *Accounting Horizons* 20 (June 2006): 97 - 109.

Ⅴ. 公共政策

在1933年和1934年的《证券法》执行了超过40年之后，会计师事务所作为一个自我管理的机构发展势头良好。证券交易委员会虽然有权力管理这一产业，但是它采取了放手管理的方法。这种安排之所以非常有成效，主要是由于会计师们对自己的职业精神充满了骄傲。尽管会计师们生活得很舒适，但他们却无须面对积累大量财富的诱惑。进一步说，正如我们所见，这个职业保持着不鼓励激烈竞争的职业准则。

根据法律规定，规范公开招股公司的财务报告准备工作的会计操作准则是由证券交易委员会制定的，然而证券交易委员会传统上是委托会计实务工作者制定该准则。一直到1972年，都是由职业人士通过美国注册会计师协会来行使制定会计准则的职责。可是，在20世纪70年代早期，关于美国注册会计师协会制定准则的主体——会计准则委员会（APB）的争议开始出现。批评声称会计准则委员会被八大会计师事务所所操控，反过来，八大会计师事务所很可能在制定会计准则时被它们的客户影响。由于这些担忧的出现，美国注册会计师协会被迫将这个职能移交给一个新成立的机构——1972年成立的财务会计准则委员会（FASB）。从那以后，会计准则被称为经过财务会计准则委员会审议通过的公开接受会计准则（GAAP），并且这一做法得到了证券交易委员会的支持。虽然美国注册会计师协会失去了在制定财务会计准则中的影响力，但是它仍然保留了在确定标准和审计操作手册方面的权威。这个职责被美国注册会计师协会一直保留到公司财务丑闻爆发之前。从那以后，公众和政府也开始涉足会计准则领域执行原本属于美国注册会计师协会的职责，对外部审计工作者的职责和功能进行监督。

改变之风也吹入了制定准则的职业领域。美国公司的会计报告准则目前是由公开接受会计准则所规定的。在世界上的其他地区，会计准则是依据国际财务报告准则（IFRS）来制定的。随着世界沟通距离的拉近和经济的全球化，两套会计准则并存将会越来越没有意义。事实上，普华永道会计师事务所的执行总裁丹尼斯·诺里（Dennis Nally）曾经漠然地预测说，国际财务报告准则将会在不久的将来成为唯一

的全球性会计准则。[①] 然而，因为这种情况的实现要求实力强大的财务会计准则委员会和证券交易委员会放弃重要的威信和影响，因此结果的实现无法保证。[②]

同时，证券交易委员会已经在一些原本属于财务会计准则委员会职责的事务中发挥了积极的作用，比如，会计准则的最终确定。2007 年 3 月，财务会计准则委员会的代表们同意证券交易委员会进一步参与财务会计准则委员会的人事任命。一位成员称呼这个事件是“证券交易委员会成为财务会计准则委员会家长的趋势中的一大步”。证券交易委员会的前任主席阿瑟·李维特（Arthur Levitt）承认这种人事任命过程的变更使政治因素的影响被提升。然而，他声称过度的政治压力带来的风险通过消除现有体制的危险得到补偿。在现有的体制下，企业和会计协会可能会过度使用在其在制定会计准则中的影响力来谋求特殊利益。[③]

证券交易委员会和独立性

在 20 世纪 90 年代期间，证券交易委员会开始持续关注独立性问题。随着对审计行业批评的增加，美国注册会计师协会任命了一个关于审计工作者独立性的顾问座谈小组去调查这个事件。在财务会计准则委员会制定准则的商议中，由于五大会计师事务所似乎违背了会计准则中的表面独立性，所以这个座谈小组对它们表达客户观点时的实务操作表示出强烈不满。1996 年，证券交易委员会的主席阿瑟·李维特对这个职业发出了严厉的警告：

> 我对目前越来越多的人将“独立性”和“客观性”视为古怪想法的情况表示忧虑……我将对［会计］行业发出警告，或许我能够借用《圣经》里的话，不要“获取整个世界，否则你会失去［自己］的灵魂”。[④]

在履行对会计行业提供管理监督这个职责的过程中，证券交易委员会发布了一系列规则来管理审计工作者的独立性。2003 年证券交易

---

① D. Nally, address at Miami University , Oxford, Ohio, March 22, 2007.

② 参见“Speaking in Tongues,” *Economist* (May 19, 2007): 77 - 78。

③ D. Reilly and K. Scannell, “SEC Is to Get More Sway Over FASB,” *Wall Street Journal* (March 28, 2007): C1 - C2.

④ Zeff, “Accounting Profession, Part Ⅱ,” 278.

委员会发布了关于这些规则的一个重要的修正版本，并命名为“最终的规则：审计工作者委员会独立性要求修正版”。[①] 这些新的规则包含了四个关键原则，用来确定在证券交易委员会眼中提供了审计非独立性的关系。

第一个原则涉及财务和雇佣关系。在准则修改之前，适用于整个会计行业的规定是，股份的所有权由会计师事务所的每一个合伙人、管理人员和他们的家庭持有。对这条规则的解释变得越来越令人挑剔。例如，假设一家全国性会计师事务所合伙人的配偶居住在得梅因，她拥有总部位于水牛城的 Cyclops 公司 100 股的股份。在会计师事务所的水牛城办事处获得 Cyclops 公司的审计工作以前，那位生活在艾奥瓦州的配偶不得不放弃这些股份。由于这条规定严格地限制了投资机会，所以它在四大会计师事务所内极其不受欢迎。最新的修正版通过将持股人员的要求限制于会计师事务所中参与审计的人员，缩小了这条规则的适用范围。证券交易委员会明确了它在维护独立性方面的立场，同时也表示经过修正的规则将关注点集中到那些真正能够影响审计操作的工作人员身上，而非所有会计师事务所的工作人员，这就使得新规定的可执行性大大增强。

第二个原则处理的是非审计服务的提供问题。这里证券交易委员会采取了一项政策，该政策依据特定的首次非审计服务提供的情况，对审计工作者与客户的非独立性进行认定。通过这种操作，证券交易委员会有效地禁止了会计师事务所向它们的客户提供的 9 种咨询服务：（1）簿记或其他与审计客户会计记录或财务报告相关的其他服务；（2）财务信息系统的设计和执行；（3）价值评估服务以及公平见解；（4）精算服务；（5）内部审计服务；（6）管理功能；（7）人力资源服务；（8）交易经纪人服务；（9）法律服务。在这些非审计服务的提供上，证券交易委员会推断非审计服务关系对审计客观性存在不可容许的影响，或者投资者的信心会由于担忧非审计服务会危及审计客观性而受到影响。[②]

第三个原则强调了审计服务的质量控制，同时要求会计师事务所有适当的政策和体制来保证独立性方面的规则不被违反。当违反审计独立性的行为被发现时，会计师事务所必须提供迅速的补救措施。

---

① Securities and Exchange Commission, “Final Rule.”

② Securities and Exchange Commission, “Final Rule.”

第四个原则要求公开披露非审计服务。修正案要求登记者披露它们的审计费用，包括来自财务信息系统设计和执行的费用，以及来自其他合乎会计师准则的向公司收取的非审计服务费用。除此之外，证券交易委员会还要求公司披露以下情况，即它们的审计委员会是否已经认识到公司的主要会计人员所提供的财务信息和非审计服务应与证券交易委员会所要求的保持主要会计人员的独立性相一致。

在这些原则的范围之内，证券交易委员会还发布了一系列专门适用于审计合伙人和会计师事务所的规定，这些举措是为了避免在安然公司、世通公司和其他公司倒闭之后某些还未涵盖的权利滥用情况的发生。因此，一个审计合伙人不能通过他或她销售给客户的非审计服务来补偿自己；一个客户最主要的两位审计工作者每隔 5 年被要求轮换一次，同时在重新为客户工作之前，必须等待至少 5 年的时间；审计工作者在接受一个客户的聘请和监督公司的审计工作之前必须等待一年时间；并且审计公司必须披露它们从客户的非审计服务中获得了多少收益。①

《萨班斯-奥克斯利法案》

《萨班斯-奥克斯利法案》在 2002 年获得通过，这或许是自 20 世纪 30 年代美国《证券法》确立以来所有立法中对公司治理、财务报告披露和会计实务操作最具影响力的一个立法。该法案建立了公开招股公司会计监督委员会（PCAOB），一个由私人组成的非营利部门。这个部门的职责在于监督公开招股公司的审计工作者、保护投资者的利益和推动全面、公正、独立的会计报告的发布。随着公开招股公司会计监督委员会的几个主要职责的确立，虽然其在形式上仍然保持为一个行业组织，但是其职能正在向政府部门靠拢。《萨班斯-奥克斯利法案》的第 103 部分表明公开招股公司会计监督委员会应该：（1）负责会计师事务所的注册；（2）根据规则制定和采纳“审计、质量控制、道德准则、独立性和其他与发布审计报告有关的准则”；（3）组织执行会计师事务所的审查工作；（4）指挥调查和纪律诉讼，施加合理的约束；（5）必要和恰当地执行这些职责和功能；（6）规范成员对法规、委员会的规定、职业准则、准备和发布审计报告相关的证券法案、和会计师责任义务相关的内容的遵守；并且（7）设置预算管理委员会的

① Public Accounting Report, “SEC Passes New Rules” (January 31, 2003): 1, 4.

日常经营活动和委员会的雇员。①

公开招股公司会计监督委员会必须在发展的基础上与指定的会计师专业团队以及任何参与制定审计准则的顾问团队共同合作。虽然委员会能够“在某种程度上决定应该”采取被这些团队所建议的审计准则，但是委员会也有修正、更改、撤销、驳回这些团队建议的权威。这个委员会在年度总结中也必须向证券交易委员会报告它的准则制定活动，这是出于制定管理公开招股公司审计活动的准则时的证券交易委员会的需要。

《萨班斯-奥克斯利法案》还要求公开招股公司会计监督委员会接受审计准则，并执行法案第404（b）部分要求的内部控制审查。（内部控制指的是公司确认自身会计和财务记录完整性的方式。）委员会要求的内部控制准则强制审计工作者评价客户的内部控制结构和程序是否真实准确地反映了发布者的交易情况，提供关于财务报告所记录的交易方式与公开接受会计准则相一致的合理保证，同时还要提供关于客户内部控制方面不足之处的陈述材料。

《萨班斯-奥克斯利法案》还进一步要求会计师事务所定期地接受检查。法案的第104部分要求年度审计客户数超过100家的会计师事务所必须接受质量检查。那些审计的公司数量较少的会计师事务所每隔三年需要接受质量检查。法案的这个部分还给予了公开招股公司会计监督委员会惩罚不遵守规定的审计工作者的权力。委员会还可以对那些依据审计工作和质量控制准则无法通过合理监督，或违背任何其他已获得通过的审计准则的相关个人施加处罚。委员会的决定和处罚受到证券交易委员会的审查。进一步说，法案给予了证券交易委员会对公开招股公司会计监督委员会的监管权。证券交易委员会可以给公开招股公司会计监督委员会分配更多的职责、审查它的行为，如果公开招股公司会计监督委员会没有完成它的职责，证券交易委员会可以对其进行惩罚。

《萨班斯-奥克斯利法案》要求会计行业向成立的委员会支付监管费用。因此，为了开展对公开招股公司的审计服务，会计师事务所必须到公开招股公司会计监督委员会那里进行注册登记。委员会将会向注册的会计师事务收取注册费和年费，所收取的经费足够支付处理和

① American Institute of Certified Public Accountants, “Summary of Sarbanes-Oxley Act of 2002” (2003), available at www. aicpa. org/info/sarbanes _ oxley _ summary. htm.

审查工作以及发布年度报告所需的费用。按照规定，公开招股公司会计监督委员会也应该筹集“合理的年度费用”以维持委员会的日常运营。①

最后，《萨班斯-奥克斯利法案》的第二标题部分强调了审计独立性。其中涵盖了许多要求，比如，审计工作者的轮换、利益冲突的界定和禁止审计工作者参与法典的编撰。（证券交易委员会被授予了广泛的权力来发布确保审计工作者独立性的规则。这些规则在前面的部分曾经讨论过，它们都是在 2003 年发布的。）

2003 年，公开招股公司会计监督委员会采取开放性措施，有效地结束了数十年来会计师行业的自我管理。它完全从美国注册会计师协会那里承担了撰写审计准则的任务，并注明了四个审计准则撰写的日期。在这几个准则中，最具争议性的是第二个准则，该准则要求在审计与财务报告相关的内容时应该施加广泛的内部控制。2007 年，公开招股公司会计监督委员会批准了一系列关于 2 号审计准则的更改。做这种更改的目的在于消除准则中饱受批评的规定。

明显地，新的管理规则和法律的出台针对的是最近激增的会计和财务丑闻。（相似的管理措施在欧洲似乎也开始施行，这是针对 2003 年出现的 Parmalat 公司的倒闭丑闻所出台的措施。该公司的丑闻被称为欧洲财务历史上最大的丑闻之一。②）最后，会计领域高度集中的趋势可能会给行业带来无法避免的严厉监管：任何严厉的约束措施都可能使得四大会计师事务所中的某一家被迫退出市场，这样就会使得剩下的主要会计师事务所的市场占有和集中程度达到更高的水平。然而，四大会计师事务所的统治威胁到了一个重要的概念，即证券交易委员会一直在考虑采用公司每隔 5 年更换审计公司的措施来加强独立性。更一般地，这提出了一个新的问题：四大会计师事务所是否已经达到了某种临界程度，以至于它们过于庞大，过于重要，它们中的任何一家都不被允许出现倒闭。如果事实如此，那么这就会将它们置于有效监管的范围之外。③

---

① American Institute of Certified Public Accountants, “Summary of Sarbanes-Oxley Act of 2002” (2003), available at www. aicpa. org/info/sarbanes _ oxley _ summary. htm.

② “Special Report: Europe's Corporate Governance,” *Economist* (January 17, 2004): 59 - 61.

③ Paula Dwyer, “The Big Four: Too Few to Fail?” *Business Week* (September 1, 2003): 34.

《萨班斯-奥克斯利法案》和其他监管规则的出台，使得审计费用极大地增加。同时，许多客户表示他们从审计工作者那里得到的综合建议和支持越来越少。审计工作者目前陷入了监管者的要求、法规执行、原告阻碍和客户的多重要求之间的无获胜希望的局面。自从安达信会计师事务所倒闭以来，行业的法规风险变得越来越不确定。事实上，该行业目前变得不可保险。因为会计师事务所被禁止从事务所外部获取股东资金，所以它们仍然保持由单独的合伙人注资的组织状态。如果意识到的风险超过了收益，那么它们就不可能获得成功。高素质的投资人员更可能将他们的时间和金钱投入其他的高风险环境。①

当前，关于《萨班斯-奥克斯利法案》整体，特别是涉及内部控制的第 404 部分的要求的争议越来越大。在 2007 年冬天，由美国财政部主办的一场讨论财务市场竞争的会议上，美国联邦储备委员会前任主席艾伦·格林斯潘（Alan Greenspan）认为《萨班斯-奥克斯利法案》中的大部分是没有必要的。他坚持认为促使法案制定的一系列公司丑闻并不能够表明美国公司治理的完全崩溃。通用电气公司的首席执行官杰弗瑞·艾美特（Jeffrey Immelt），认为管理体系目前是“处于非常糟糕的复杂状态”。同时，资本市场管理委员会——一个成员来自金融公司、律师事务所、大学的自愿性机构，在 2006 年年末发布了一个报告。报告指出在 2000—2005 年期间，全世界的公司股票在美国的发行份额出现了显著下降。② 在一些劝告之中，委员会要求设立新的法案以限制会计师事务所的法律责任，同时将小型会计师事务所从《萨班斯-奥克斯利法案》的沉重负担中解放出来。2007 年 5 月，财政部长亨利·鲍尔森（Henry Paulson）宣布成立会计程序修改委员会，该委员会的成员涵盖了来自投资者方面的代表，同时也有来自会计师事务所和公司的代表。

证券交易委员会的前任主席阿瑟·李维特的观点与争议相反，他声称这些担忧是“徒有其表”。沃伦·巴菲特（Warren Buffett），著名投资者和伯克希尔哈撒韦公司的主席，提出了一个修辞学的问题：如果事情真的这么糟糕，那么为什么美国公司的利润却如此丰厚？他和其他一些人坚持认为《萨班斯-奥克斯利法案》增加的监管规定对保证

① U. S. Chamber of Commerce, “Auditing: A Profession at Risk” (January 2006), 4 - 8.

② 可以通过 www. capmktsreg. org 获得。

投资者的信心和维持全国金融市场功能非常重要，批评者们的说法从经验上看是无稽之谈。[①] 投资者立法委员会的执行管理者安·耶格（Ann Yerger）承认这种情况，同时也对忘记最近发生的管理者和审计工作中没有能够保护投资者利益的灾难性事件发出了警告。[②] 她的立场是公司财务报告重新表述数量的上升表明《萨班斯-奥克斯利法案》正在起作用，而非法案的失败。[③]

会计师事务所的合并通常被认为给投资者带来了担忧，并使得资本市场在未来的合并事件中变得更容易受到冲击。最后，竞争始终是保证向顾客提供优质服务的最佳方式，同时这种方式反过来也向公众投资者提供了优质服务。[④] 只有时间能够说明现有的治理结构和对审计行业的监管是否能够维持市场的有效竞争。目前美国和欧洲正在努力协调它们各自的会计和审计准则，它们的目标是到 2009 年达成一个跨大西洋的准则。[⑤]

Ⅵ. 结　论

会计师事务所在资本主义经济中发挥了重要功能，在资本主义经济中，金融市场依赖准确的金融信息而对数万亿美元的基金进行分配。尽管外部审计者不能保证完美的信息，但是可以向其他人提供保证，保证他们审计后的财务报表能够公正、准确地代表所报告公司的财务状况。这一项“证明”功能是金融市场非常重视的一项功能。就如最近的事情所反映的，当会计师事务所没有能够有效地发挥这一功能时，后果是灾难性的。

---

① 参见 Greg Ip, “Maybe U. S. Markets Are Still Supreme,” *Wall Street Journal* (April 27, 2007): C1; and Alan Murray, “Wall Street's Capital ‘Crisis’ Moves to Back Burner,” *Wall Street Journal* (May 23, 2007): A2。

② 引自 D. Solomon, “A Summit on U. S. Rules: Too Gosh-Darn Complex.” *Wall Street Journal* (March 14, 2007): C4。

③ 参见 Deborah Solomon, “Treasury Targets Restatements,” *Wall Street Journal* (May 18, 2007): A2。

④ U. S. Chamber of Commerce, “Auditing: A Profession at Risk,” 16 - 19.

⑤ Office of the White House, “Framework for Advancing Transatlantic Economic Integration Between the United States of America and the European Union,” Annex 6: Financial Markets (April 30, 2007). Available at www. whitehouse. gov/news/releases/2007/04/2007-0430 - 4. html.

在最初的四十年中，会计的工作是在一种相对隐蔽的职业环境中进行的。然而，一旦该职业向市场力量开放，机能失调的行为就开始出现了，因为利润最大化引导该产业去寻求利润和增长，而超越了其传统的审计基础。讽刺的是，反托拉斯机构在该领域提倡竞争的行为，可能在长远看来，是为一个更加集中、更少竞争的产业铺平道路。尽管强迫该职业抛弃其伦理模式能产生短期的效果，激励竞争，但是接下来，这些竞争力量可能最终产生出一种高度垄断的市场情况，对市场准入产生严重的障碍。

随着《萨班斯-奥克斯利法案》的通过，会计职业站在了一个十字路口上：会计工作要么接受深远广泛的改革，要么停止以当前的形式存在。看起来，唯一的其他选择是，该职业将其审计功能转让给政府机构，这种发展将使得会计变得更加政治化。更近一些时候，当从2007年的次贷危机和信用市场的崩溃中醒来时，审计职业看起来更加坚定地站在了自己的立场上，拒绝屈服于顾客所施加的压力，顾客要求减轻对其金融损失的会计审核。[①] 看起来，该项职业变得稳定了。但是，它仍然没有走出森林。在《魔戒》的第一部《魔戒现身》中，加拉德丽尔精灵对同伴说，“但是我要告诉你们：你们的寻求处于一把刀的刀刃上。有一点点的迷失，就会失败，我们就都会毁灭。但是，当同伴都是真实的时候，希望仍然存在。”四大会计师事务所需要好好地将这些话记在心中。

拓展阅读建议

American Institute of Certified Public Accountants. 2003. “Summary of Sarbanes-Oxley Act of 2002.” Available at www.aicpa.org/info/sarbanes_oxley_summary.htm

Cottell, P. G. and T. M. Perlin. 1990. *Accounting Ethics: A Practical Guide for Professionals*. Westport, CT: Quorum Books.

① David Reilly, “In Current Crunch, Auditors Stand Firm on Accounting Practices,” *Wall Street Journal* (October 17, 2007): C1。他们的决心可能是被这样一个事实所支持着，即由《萨班斯-奥克斯利法案》所产生的公开招股公司会计监督委员会在2007年对四大会计师事务所中的一家进行了第一次重大的执行行动。见 Judith Burns, “Deloitte Receives $1 Million Fine,” *Wall Street Journal* (December 11, 2007): C8。

Edwards, J. D. 1960. *History of Public Accounting in the United States*. East Lansing, MI: Michigan State University.

Emerson's Professional Services Review. Published bimonthly. Bellevue, WA: Emerson Company.

Levitt, Arthur. 2002. *Take on the Street*. New York: Pantheon.

Public Accounting Report. Published semi-monthly. Atlanta, GA: Aspen Publishers, Inc.

Rama, A. V. and W. J. Read. 2006. "Resignations by the Big 4 and the Market for Audit Services." *Accounting Horizons* 20 (June): 97 - 109.

United States General Accounting Office 2003. "Public Accounting Firms: Mandated Study on Consolidation and Competition." July.

Securities and Exchange Commission 2003a. "Final Rule: Revision of the Commission's Auditor Independence Requirements." Available at www. sec. gov/rules/final/33-7919. htm.

Securities and Exchange Commission 2003b. "Report Pursuant to Section 704 of the Sarbanes-Oxley Act of 2002." Available at www. sec. gov/news/studies/sox704report. pdf

Zeff, S. A. 2003. "How the U. S. Accounting Profession Got Where It Is Today: Part Ⅰ." *Accounting Horizons* 17 (September): 189 - 205.

____. 2003. "How the U. S. Accounting Profession Got Where It Is Today: Part Ⅱ." *Accounting Horizons* 17 (December): 267 - 286.

第13章　大学体育业

——约翰·L·菲泽尔
(John L. Fizel) 和
兰德尔·W·贝内特
(Randall W. Bennett)

在美国，体育是大产业。运动鞋、运动服装及运动设备的制造商耐克公司，2006年总收入达到150亿美元。1999年，华盛顿红人国家橄榄球联盟队以8亿美元的价格被出售，而波士顿红袜棒球俱乐部则以7亿美元的价格出售。艾利克斯·罗德里格斯（Alex Rodriguez）以2.52亿美元的身价签订了一个10年期的合同，从2001年到2010年为得州游侠队（Texas Rangers）打棒球——一个超过所有者汤姆·希克斯（Tom Hicks）在1998年买下队伍经营权的2.5亿美元的价格。

大生意并不仅限于体育公司或职业运动。全美大学体育协会（NCAA）的大规模体育项目（部门Ⅰ-A）在2004—2005年间就创造了40亿美元的收入，是1988—1989年间创造的10.7亿美元收入的四倍。

主要大学的橄榄球教练，比如美国俄克拉何马州立大学的鲍勃·斯托普（Bob Stoops），美国得克萨斯州立大学的麦克·布朗（Mack Brown），还有美国艾奥瓦州立大学的柯克·法兰茨（Kirk Ferentz），他们拥有超过 200 万美元的年薪，这使得他们超过大学校长和州长，成为大学和州薪酬最高的雇员。这些薪水很可能随着 2007 年尼克·萨班（Nick Saban）从迈阿密海豚国家橄榄球联盟队转到美国亚拉巴马州立大学当教练而上升，他以 320 万美元的价格签订了超过 8 年期的合同。教练们经常通过体育比赛、媒体亮相以及与运动服装公司签订合同而获取额外收入。CBS（哥伦比亚广播公司）为获得 2003—2013 年 NCAA 甲组棒球竞标赛的电视转播权支付了 60 亿美元。

大学体育是一个赚钱的、正在成长的行业，但它不是秩序井然的。有关运动员获取现金报酬、汽车、免费票和伪造的大学学历的报道是很普遍的。1977—1985 年间，在每人被支付 3.5 万～4 万美元的情况下，一些橄榄球运动员加入得克萨斯基督教大学。1998 年，明尼苏达大学的前办公室主任承认，在 1993—1998 年间为 20 位篮球运动员完成了 400 多份课程作业。一位密歇根大学篮球项目的支持者在 20 世纪 90 年代给队伍中的至少 4 名成员超过 60 万美元。圣文德大学的校长承认不顾学校录取资格鉴定总监的反对，从非学术项目中录取了一位初级大学篮球运动员；这一不具备录取资格的运动员事件的丑闻使校长丢掉了工作。在一些大学中相关力量的表现发生在 2003 年橄榄球赛季中：奥本大学的校长和运动总监与路易斯维尔大学的橄榄球教练进行了一次秘密会晤，旨在讨论代替汤米·涂伯维尔（Tommy Tuberville）在奥本的教练职位。当会晤被披露的时候，校长和运动总监都辞职了，而涂伯维尔教练获得了一次合同续约。

为什么对大学体育存在长期的争论？NCAA 经常把自己描绘成一个饱受批评的、人手不足的组织，但它却与不诚实的教练、失职的管理者和贪婪的运动员做着斗争，因为这些人破坏了旨在反对秘密交易和获取其他好处的规则。然而，通过了解卡特尔的经济动机，这种情况可以更好地被概括为：运作大学体育项目的大学是卡特尔成员，而 NCAA 是这个卡特尔的管理者。卡特尔是一群竞争者的联盟，它们通过共同协调个体行为、遵守规则和给卡特尔成员带来经济利益的活动，来抑制经济竞争并最大化它们的经济利益。正如沃尔特·拜尔斯（Walter Byers），即 1951—1987 年 NCAA 的执行总裁这样一个内部成员所描述的：NCAA 是一个由没有获利能力的各院校联合起来获取最

高的资金回报的卡特尔。[①] NCAA 卡特尔的成功使哈佛大学经济学家罗伯特·巴罗（Robert Barro）宣称“NCAA 是美国最有效率的垄断厂商”。[②] 虽然卡特尔成员之间的合作能增进联盟利润，但每位成员都存在设法规避联盟规则和增加集体利润中自己利润份额的动机。例如，如果一所大学对最好的中学运动员支付签约费，那么，这所大学可能会赢得更多的比赛，增加比赛的出场次数，提高来自狂热体育迷的个人捐助，并收获来自季后赛的或特邀优秀球队的季后赛的回报。然而，如果许多成员都有欺骗行为，那么，竞争加剧将促使奖金逐步提高，这会使各成员获得的利益更有限。因此，如果一个或少数公司有欺骗行为，它们能提高它们的个体利润；但如果许多公司都有欺骗行为，那么所有公司的利润都将下降。成功的卡特尔必须通过强化它们的规则来限制个别行为。然而，这些规则本身带有政治性，不管卡特尔宣布什么政策，它们将在持不同观点的各方之间找到调解办法。对于任何调解方法，总会有一些卡特尔成员比另一些成员更满意。因此，当成员们不断地衡量合作的利益和个别行为的利益谁大谁小时，该行业就会出现动荡。

I. 历　史

成立 NCAA 的最初动机，或者说这个组织初期成长的原动力，不是建立在与卡特尔行为相联系的资金目的的基础之上。然而，促使 NCAA 发展的催化剂是大学橄榄球比赛标准规则的缺乏和被破坏。19 世纪 80 年代末期，美式橄榄球是英式橄榄球和足球相混合的运动项目，它从这两种球类运动中继承一些规则，并另外融入了自己的一些规则。大学体育队不断寻找新策略，以便在这一逐渐成型的运动中赢得胜利。许多成功策略伴随着运动员暴力行为的不断增加：仅 1905 年一年，大学橄榄球赛季就导致了 18 名运动员死亡和 159 名运动员严重受伤。

由于球员伤亡的人数上升，这一赛事对球迷的吸引力下降了。一

① *WALTER BYERS*, *Unsportsmanlike Conduct*: *Exploiting College Athletes* (Ann Arbor: University of Michigan Press, 1995), 374.

② “The Best Little Monopoly in America,” *Business Week* (December 9, 2002): 22.

些大学试图限制暴力，结果，它们不得不输给那些继续雇用暴力球员的大学。这个行业正面临典型的“囚徒困境”：所有大学都必须从相互合作、禁止暴力的比赛中获得足够的利益，但每一个大学又都存在一个利己动机来独自使用暴力策略。如果没有一些正式协议或措施来惩罚越轨行为，那么这一赛事就难以为继。

西奥多·罗斯福（Theodore Roosevelt）总统对这种暴力的反应是号召大学进行体育改革。他组织召开了一个会议，这个会议的参加者是一些希望制定出一个合作性的计划来限制残酷的、毁灭性的比赛的学校代表，但会议没有达成协议。因此，很快有大量的学校减少了这种被认可的运动。一个新的紧迫的任务是召开第二次会议。在第二次会议上产生了美国校际体育协会，并在 1910 年改名为 NCAA。

随着美式橄榄球标准规则的出台和暴力被禁止，伤害率很快下降，同时比赛的声望提高。随着更多的学校谋求合作的利益，NCAA 的成员不断增多，与此同时，对 NCAA 的不断认同使得 NCAA 将标准规则推广到其他运动项目上。但是 NCAA 和它的成员很快意识到，规则领域的合作能被扩展至另一些竞争性领域。因此，NCAA 的注意力从制定标准化的规则，转向建立大学体育的卡特尔控制基础。

投入控制

卡特尔的发展始于对体育天才的争夺限制。NCAA 主张大学体育应该只限于业余体育爱好者，因此职业运动员没有资格参加。当时许多队充斥着被称为“雇佣枪手”的运动员，这些运动员既不是学生，也通常与该学校没有任何联系，但为获得收入而代表该校参加比赛。NCAA 规定合格的运动员应该是全职学生。另外，合格者必须是三年级以上的学生（新生不具有比赛资格）。NCAA 宣布：“在任何院际比赛或竞赛中，没有任何学生可以代表一个学院或一所大学……如果在任何时候，不管直接或间接，他已经收到金钱或任何其他报酬。”[①] 为了使规则的执行更容易，NCAA 在 1919 年提议其成员只能与遵循 NCAA 规则的对手筹划比赛。

可以预见，由于没有与大学体育的业余特点和体育补偿规则相配套的合理的执行机制，因此比赛的结果普遍具有欺骗性。如果大学院校不遵守 NCAA 规则或向有才华的运动员提供能赚钱的合同，那么它

① Byers, 40.

们就会因拥有一个获胜项目而得到资金收益。由于执行机制松散，加上存在不合作行为的动机，雇用运动员的限制规则很大程度上是无效的。

1948年的《塞尼体法则》（The Sanity Code）表述了这些缺陷。它创立了一系列对学生运动员进行资金资助的标准，并成立了一个执行机构来处理违反规则的行为。基于对业余特点的追求，NCAA颁布了对运动员与非运动员同等对待的规定：资助应该建立在贫困或学术成绩基础之上，而不是运动员能力基础之上；贫困资助对运动员和其他学生没有任何差别。高校课程排名在前25%或者大学GPA（Grade Point Average，平均绩点）成绩为B以上的学生运动员，即使没有证据表明他们是贫困学生，他们也是获取学术成绩资助的合格人选。

《塞尼体法则》也建立了NCAA纪律委员会，处理破坏规则的申诉事件。然而，由于唯一采取的惩罚措施是取消其成员地位，所以NCAA制裁那些破坏规则的院校的最初尝试受到阻止。一旦NCAA 2/3的成员投票同意除名，规则破坏者将被驱逐出NCAA。实际上，1950年，纪律委员会投票驱逐了破坏规则的七所学校，即所谓的“七个罪人”（维拉诺瓦大学、波士顿大学、弗吉尼亚大学、马里兰大学、弗吉尼亚军事学院、塞特多大学和弗吉尼亚工艺学院）。如果没有获得确保除名成立所需要的2/3的NCAA成员票，那就表明NCAA成员不愿惩罚规则破坏者，至少在面临实施如此严厉的惩罚时是这样。这导致《塞尼体法则》在1951年被废除，纪律委员会也于下一年被取缔。1953年，NCAA又颁布了一系列旨在促进各成员遵守规则的惩罚措施，与除名相比，这些惩罚措施较轻。1954年，NCAA又成立了反违规委员会来处理破坏规则的行为，这样，NCAA第一次有措施和有能力来成功地加强对运动员市场的控制。

产出控制

在成功地限制对天才运动员的争夺之后，NCAA又通过拥有大学橄榄球赛电视转播合同协商的绝对权，来努力控制行业产出。NCAA电视转播方案由NCAA与各电视网签订的独立合同组成，这些合同规定了转播场次、在一个特定时间段任何一支球队的亮相次数和比赛的电视转播时间。控制产出所获得的资金收益很快就一目了然：最早的电视转播合同（1952年）以115万美元标价出售；到了1962年，合同标价上涨至510万美元；1972年为1 200万美元而1992年达到5 900

万美元。

转播收入的惊人增长和与之相应的分配这些收入的体制，导致了组织内部的紧张气氛。少数拥有大量球迷并因此创造高额转播收入的橄榄球队的学校从 NCAA 分到的收入，等同于大多数只拥有少量球迷的球队的学校分到的收入总和。创造大量收入的成员对卡特尔的分配体制不满。为了挽救卡特尔，NCAA 不得不改变收入分配方案。

作为对上述问题的反应，1973 年，NCAA 创立了附属于该组织的三个子部门：部门Ⅰ、部门Ⅱ、部门Ⅲ。各个部门都拥有共同的运动委员会和共同的收入创造能力，同时，各个部门赚取的电视转播收入能更多地在其部门成员之间进行分配。但一些实力强大的学校依然不满意。它们威胁说，除非 NCAA 在这个组织内部提供给它们更大的权力，否则它们将退出这个卡特尔组织。这种威胁导致了更大的机构变化。部门Ⅰ根据橄榄球项目进一步细分为：Ⅰ-A、Ⅰ-AA 和Ⅰ-AAA，部门Ⅰ的篮球项目保留不变。部门的分立给卡特尔带来了稳定，至少暂时是如此。

此后，NCAA 开始致力于统一比赛规则和防止比赛暴力的出现。然而，一旦 NCAA 成员开始讨论这些问题，几乎没有其他的方法来决定如何控制大学体育产业内产出和投入的竞争。但总的说来，NCAA 的变革为正在运转的卡特尔组织提供了一个经典案例。

Ⅱ. 结　构

NCAA 和全美校际体育协会（NAIA）是管理男女校际体育的两个组织，美国的大学一般属于这两个组织中的一个。但是，所有大规模的大学体育项目都属于 NCAA，通过表 13—1 列出的橄榄球观众人数，我们可以了解 NCAA 各部门的规模差异。部门Ⅰ-A 院校的主要项目橄榄球赛，最近改名为橄榄球季后赛分部，每场比赛有数万名球迷到场观看，其最高纪录是密歇根大学 2005 年每个主场比赛平均有 110 915名观众。第二档次，部门Ⅰ-AA，最近改名为锦标赛分部，可获得的体育奖学金较少，且一般来说其成员是较小的院校。平均观众人数是 10 000 名或更少，其最高纪录是蒙塔纳大学 2005 年每个橄榄球主场比赛平均有 22 479 名观众。NCAA 部门Ⅱ院校被准许设立的奖学金更少，每场比赛平均有 5 000 名或更少的观众，其最高纪录是西得克

萨斯A&M大学2005年每个主场比赛平均有13 089名球迷。NCAA部门Ⅲ院校不被准许设立奖学金，其每场比赛平均有约2 000名观众，其最高纪录是1998年明尼苏达州的圣约翰大学每场比赛平均有7 925名观众。NAIA由同一类型的较小院校组成，这些较小院校和NCAA部门Ⅲ院校相似，在院际运动上没有投入大量精力，也没有大量的球迷。

总之，就像弗莱舍（Fleisher）、高夫（Goff）和托林森（Tollison）所言，“就所有实践性的目的而言，今天NCAA领导和控制着所有主要的产生收益的大学体育运动。”①

表13—1　　NCAA橄榄球赛观众人数

部门Ⅰ-A			
年份	球队数量	观众总人数	每场比赛观众人数
1982	97	24 771 855	43 689
1987	104	25 471 744	41 963
1993	106	25 305 438	41 281
1999	114	29 032 973	43 593
2005	117	32 641 526	46 039
部门Ⅰ-AA			
年份	球队数量	观众总人数	每场比赛观众人数
1982	92	5 655 519	11 709
1987	87	5 129 250	11 151
1993	115	5 356 873	8 599
1999	122	5 949 345	9 001
2005	116	5 436 122	8 521
部门Ⅱ			
年份	球队数量	观众总人数	每场比赛观众人数
1982	126	2 745 964	4 443
1987	107	2 424 041	4 481
1993	142	2 572 053	3 582
1999	147	2 504 118	3 343
2005	147	2 989 274	3 842

① A. Fleisher, B. Goff, and R. Tollison, *The National Collegiate Athletic Association: A Study in Cartel Behavior* (Chicago: University of Chicago Press, 1992), 55.

部门Ⅲ			
年份	球队数量	观众总人数	每场比赛观众人数
1982	195	2 002 857	2 223
1987	209	1 982 506	2 021
1993	197	1 636 270	1 752
1999	218	1 996 221	1 881
2005	227	2 088 019	1 840

资料来源：National Collegiate Athletic Association, *NCAA Football*, various issues, and NCAA web site. www. ncaa. org.

进入和进入壁垒

对 NCAA 而言，遗憾的是，它在抑制竞争和增加利润两方面的成功，造成了许多渴望分享 NCAA 利润的未进入者为成为其成员而争斗不休。成员数目的迅速膨胀会导致利益冲突和潜在规则的破坏，收入的多样化恶化了这种形势。而且，通过监督和加强规则来约束成员行为变得更加困难。总之，卡特尔的稳定性受到了挑战。

2005 年 NCAA 有 1 027 个活跃成员。把这与教练、运动员、潜在新成员、校友和各种机构的球迷的人数相乘，很快就可以明显看出，即使有可能监督所有潜在的破坏规则的活动，其成本也过高。如果监督不可行，那么欺骗行为就会很猖獗。虽然 NCAA 不能密切地监督每一个与规则相关的活动，但它能够使用可能的证据来推断某个成员什么时候可能偏离规则。[①] 其方法是把当前业绩与历史业绩相比较：如果当前业绩有一个显著的提高，那么这个大学存在欺骗行为的可能性就很大。于是可以投入资源进行更周密的调查，以确定是否真的存在欺骗行为。

如果欺骗得不到控制，那么卡特尔将会解体。然而，NCAA 可以制裁被逮住的欺骗者，并且近几年来，这些制裁措施变得越来越严厉。例如，NCAA 可以减少一个大学能设立的体育奖学金的数量，NCAA 也能限制电视转播率和禁止一所大学在营利性的季后联赛中亮相。一支队伍在诸如玫瑰碗、糖碗、橘子碗或者假日碗等季后竞标赛中出场

① 例如，参见 A. Fleisher, B. Goff, and R. Tollison, *The National Collegiate Athletic Association: A Study in Cartel Behavior* (Chicago: University of Chicago Press, 1992), 55。

将获利超过 1 700 万美元，很明显，NCAA 有能力强制其成员遵守规则。

虽然经常有关于违反 NCAA 规则的合法性或非法性的讨论，但这些规则并不是法律。NCAA 只是一个由其成员院校代表所承认的规则所维系的私人组织。大学运动员签订一份商品推介合约本身并不违法，但 NCAA 规则禁止其接受一份利用其大学运动员身份的工作。然而，把 NCAA 规则当做法律的做法的确有助于遵守规则。披上“法律”的外衣可能会使那些规则的潜在违反者打消念头。因而最近，NCAA 规则已经开始向法制系统渗透。另外，如果一个代理商给一名运动员支付报酬，那么，不仅 NCAA 要惩罚这名运动员和这所学校，而且，现在很多州对代理商提供有价值的物品给学生运动员以劝说该学生运动员与其签约的做法加重处罚。为了保证各个州之间的一致性，NCAA 一直在推动《统一运动员代理法案》（UAAA）在州议会的通过。这项立法在 2006 年 6 月已经被 35 个州写进法律，还有一个州现在正在考虑采用。到 2006 年 6 月为止只有 10 个州还没有关于体育代理的法规。除了处以罚金外，如果体育代理商违反了 UAAA 并对任一方造成了损害，则 UAAA 允许运动员和学校控告体育代理商造成了民事损害。还有各种各样的针对体育代理商的联邦层次的建议。虽然如果合适的话，在校的其他学生和员工是被允许寻求代理商的，但运动员却并非如此。NCAA 的影响力看上去正稳步上升，有超出大学体育这个狭隘范围的趋势。

传统的有关进入方面的问题关注如何使大学各阶层保持和睦。由于 NCAA 有如此多的大学成员，因此这样的问题值得关注：如果不满的成员互相达成协议，那么它们就能形成自己的联盟。（后面，我们将把大学橄榄球协会的沉浮作为这种行为的案例来讨论。）要做到这一点，退出 NCAA 的球队数量必须足以形成一个能取代 NCAA 的联盟，并拥有足够的候选比赛和潜在的季后赛。但正如前面已经指出的，NCAA 内部的附属组织的创立促进了同一部门大学成员的同一性，并减少了欺骗动机。因此，部门Ⅰ-A 橄榄球大学成员可颁布只适用于它们自身的规则；它们的活动不会因法令将其定位为规模较小、运动项目较少的学校而受到妨碍。

现在存在的进入壁垒主要是对进入 NCAA 各个部门的限制，特别是部门Ⅰ-A 橄榄球项目的限制。部门Ⅰ-A 橄榄球项目的进入者必须拥有最少 16 个男子与女子的大学体育项目；与其他成员最少有 5 次主

场比赛；每两年期内每个主场比赛平均至少有 15 000 名或更多的观众；每年至少有 200 项体育类奖学金或至少花费 400 万美元在体育奖学金上面。NCAA 还要求部门Ⅰ-A 联盟至少拥有 8 名成员。稍微看一下表 13—1 就知道这些规则的限制性有多强。到 2003 年 8 月 2 日，如果一所大学能满足这些最低标准，它将被接纳为部门Ⅰ-A 的临时成员，临时身份将持续 3 年。在这期间，临时的进入者必须遵守部门规则，但得不到部门的收益。现在，部门成员资格要求一个探索年加上额外的 4 年临时期。1995 年有 96 个临时成员，1998 年有 67 个，2001 年有 59 个，2002 年有 28 个，2004 年有 17 个。很清楚，为了尽力保留部门的同一性，NCAA 减缓了成员在部门之间的转移。①

Ⅲ. 行　为

虽然 NCAA 差不多占据了 100%的市场份额，但规模大的成员之间的不协调和新进入者的成长这两个威胁给 NCAA 制造了紧张形势。紧张形势是如此严重，以至于 NCAA 原先控制的大量产出正在被削弱。把今天的 NCAA 说成是投入的卡特尔组织更好一些，但即便如此，NCAA 对运动员的控制也面临着考验。

产出控制

大学橄榄球电视转播权的控制是进行产出控制的一个关键因素。先前提到过一点，即这个控制最初产生了大量的和快速增长的转播收入。然而，关于收入分配的不断升级的冲突导致了 NCAA 的重组。1973 年的部门分立只是一个处理成员之间收入差别所导致的不断激化的冲突的临时性解决方案，因此，冲突很快又出现了。

成立于 1977 年的大学橄榄球协会（CFA）是这种冲突的产物。除了那些来自 Big Ten 和 PAC Ten 联盟的院校外，CFA 包括了部门Ⅰ-A 的大多数院校（起先，CFA 成员以全部从 NCAA 退出相威胁，但当它们得不到 Big Ten 和 PAC Ten 院校的支持时，它们很快停止了这种行

① 尽管存在利润推动的情况，部门Ⅰ项目的进入依旧被延缓了，这种现象推动 R. Sandy 和 P. Sloan 发问："为什么所有能筹到或借到钱的院校不开始部门Ⅰ-A 的项目？"参考 "Why do U. S. Colleges have Sports Programs?" in *Economics of College Sports*, ed. John Fizel and Rod Fort (Westport, CT: Praeger, 2004)。

动）。CFA 把精力集中在获取对橄榄球电视转播收入的控制上。CFA 计划为它的成员院校获取更多的电视亮相次数和创造更多的电视收入。1981 年，CFA 和 NBC 签订了一项协议以达成这些目标。NCAA 立马以惩罚措施相威胁。那一年后来，俄克拉何马大学和佐治亚大学对 NCAA 提出诉讼，声称 NCAA 限制任何一支球队亮相的电视转播方案是一个非法的商业控制。

1983 年的电视转播方案允许 ABC（美国广播公司）和 CBS 两家电视网每年各转播 14 场比赛。这些电视转播可以包括全国性和地区性比赛，但每家电视网需要在两年期间至少转播 82 支不同球队的比赛。这个方案也规定 ABC 与 CBS 在两年时间内一共需要至少报道 115 支不同球队。NCAA 还规定，在这一期间各球队最多只能有 6 次转播，其中包括最多 4 次的全国转播。最后，不管每场比赛对球迷的吸引力如何以及转播这场比赛的电视台数量有多少，所有被转播的球队将获取相同的报酬。例如，在一些年份里，俄克拉何马大学、南加利福尼亚大学（USC）、阿巴拉契亚州立大学以及塞特多大学都获取了相同的报酬，即使俄克拉何马大学与 USC 之间的比赛被 200 多家电视台转播，而阿巴拉契亚州立大学与塞特多大学之间的比赛仅仅有 4 家电视台转播。

NCAA 承认它的电视转播方案是“控制性的商业”，但它指出，当控制性的商业活动被用于促进“竞争性均衡”时，职业体育应该被免予起诉。NCAA 断定说，如果让大学拥有协商自己合同的权利，那么，伴随着传统的橄榄球强队被给予大多数的亮相机会，电视转播也会随之激增。因为电视转播是征召高水平运动员的一个主要辅助手段，所以 NCAA 害怕向传统强队倾斜的转播方案将恶化现在的橄榄球项目之间的不平等：现在的强队将更加兴旺，而弱队将遭受重创。

尽管如此，1984 年，最高法院依然裁决，NCAA 电视转播方案因为限制产出和固定价格而违反了《谢尔曼反托拉斯法案》。[①] 这个裁决保证各个院校拥有本大学橄榄球比赛的电视转播所有权——即各个院校拥有自由决定出售或分配的权利。

NCAA 丧失对电视转播的控制权产生了三个显著的结果。在法院裁决之后不久，院校、联盟和院校的上层组织疯狂地寻求当地的、地

① 参见 *The National Collegiate Athletic Association v. Board of Regents of the University of Oklahoma and University of Georgia Athletic Association*，468 U. S. 85（1984）。

区性的、全国性的和有线的渠道转播它们的比赛。在裁决之后不久网络比赛的数量就翻倍了，但每场比赛平均转播价格却从 230 万美元跌到了 60 万美元。而且，就像贝内特（Bennett）、费泽尔（Fizel）、福特（Fort）和夸克（Quirk）所报道的那样：这个领域的竞争性均衡已经由于法院的裁决而提高了。① 与 NCAA 的观点相反，NCAA 对电视转播权的控制未必能够促使部门Ⅰ橄榄球项目各球队之间的比赛能力更均等。这个案例起初给 CFA 提供了一笔好生意，并使它的成员退出了 NCAA。然后，过了一段时间，CFA 开始面临与 NCAA 相似的内部压力。最终，一些主力成员离开了 CFA，1997 年 CFA 停止了运作。

作为对 CFA 的发展以及对将来主要的部门Ⅰ项目中出现相似的联盟的反应，NCAA 1997 年改变了其部门Ⅰ的治理结构，从每院校一票的投票制转向基于联盟投票的代表制。部门Ⅰ-A 联盟现在拥有部门Ⅰ董事会董事和部门Ⅰ管理委员会的主要投票权，即使部门Ⅰ-AA 和部门Ⅰ-AAA 有更多的院校。CFA 中较早的成员的投票对 NCAA 的政策有更大的影响，一个意料之中的结果是 NCAA 现在分配更多的收益份额给那些机构。②

脱离 NCAA 控制的另一个领域是部门Ⅰ-A 橄榄球项目的季后赛，目前，部门Ⅰ-A 的 119 所橄榄球院校参加这项 NCAA 唯一没有赞助的全国冠军比赛。NCAA 为什么忽略了这项能给传统的部门Ⅰ-A 院校带来最大收入的冠军比赛？答案来源于碗体系的发展。自从 1902 年在玫瑰碗（Rose Bowl）体育场中密歇根大学以 49∶0 的比分击败斯坦福大学后，季后赛体系作为一个成功的橄榄球赛季而发展起来：玫瑰碗体育场举行第一次比赛是在 1902 年，橘子碗（Orange Bowl）体育场和糖碗（Sugar Bowl）体育场举行第一次比赛是在 1935 年；太阳碗（Sun Bowl）体育场举行第一次比赛是在 1936 年；棉花碗（Cotton Bowl）体育场举行第一次比赛是在 1937 年；看守者碗（Gator Bowl）体育场举行第一次比赛是在 1946 年；自由碗（Liberty Bowl）体育场

① Randall W. Bennett and John L. Fizel, "Telecast Deregulation and Competitive Balance," *American Journal of Economics and Sociology*, 54 (1995): 183 - 200; R. Fort and J. Quirk, "Introducing A Competitive Economic Environment into Professional Sports," in *Advances in the Economics of Sports*, ed. W. Hendricks (Greenwich, CT: JAI Press, 1997), 11 - 26.

② 对重建更充分的分析，参见 Joel Maxcy, "The 1997 Restructure of the NCAA: A Transaction Cost Explanation" in *Economics of College Sports*, ed. John Fizel and Rod Fort, (Westport, CT: Praeger, 2004)。

举行第一次比赛是在1959年；假日碗（Fiesta Bowl）体育场举行第一次比赛是在1971年。到了2006年，部门Ⅰ-A季后比赛场次已经增为32场。

历史上部门Ⅰ-A橄榄球项目传奇的全国冠军队是通过体育记者或教练的投票评选出来的，而不是像部门Ⅰ-AA、部门Ⅱ和部门Ⅲ橄榄球项目那样依据球队在赛场上的表现而定。由于对这种安排不满意，1991年，主要的大学橄榄球项目尝试在现存的季后比赛中安排一场由教练和记者每年评选出的第一名与第二名的两支球队进行的全国冠军争夺赛，并将此作为对碗体系的补充。在1995年，早先的比赛联合演变成比赛联盟，在这个体系里，橘子碗体育场、糖碗体育场和假日碗体育场将轮流作为主办场地举办这个全国冠军赛。然而，这个比赛也不是一场真正的全国冠军赛，因为决赛的球队是通过投票而不是通过加赛体制决定的，而且，两个主要联盟Big Ten和PAC Ten最初也没有参与。但这两个联盟也不打算脱离这个把它们的联盟冠军与玫瑰碗比赛相结合的有利可图的安排——这是比赛体系中费用最大的一项赛事——这样它们有机会参加全国冠军赛。这样，Big Ten、PAC Ten和玫瑰碗三者结合成比赛联盟，共同参与了1998年赛季，并由此形成了比赛冠军系列赛（BCS）。现在冠军赛轮流在橘子碗体育场、糖碗体育场、假日碗体育场和玫瑰碗体育场举行。作为促使Big Ten和PAC Ten加入BCS的调解规定，在它们没有主办冠军赛与没有参加冠军赛的年份里，依然可以出席玫瑰碗体育场的比赛。

2007年1月开始，BCS添加了另一个季后赛——全美冠军赛，它在之前提到的四项BCS季后赛之后进行，由BCS排名最高的两支球队进行对抗比赛。这部分地是对非BCS院校传出的它们被隔离在有利可图的BCS季后赛之外的传言的回应。直到2007年，2005年假日碗季后赛的犹他州立大学是唯一被选中参与BCS季后赛的非BCS队伍。这要归因于一个要求：只有排名在第六位及以上的非BCS院校才具有资格。现在这项规则改了，非BCS院校排名在前12位的，或者排在前16位并且超过某一自动获得参与资格的联盟的冠军的排名，都将获得参与资格。博伊西州立大学成为第二个获得参与资格的非BCS院校，它于2007年参加假日碗季后赛（犹他州立大学和博伊西州立大学都各自击败了它们的BCS对手）。

碗联盟的领导者和主要联盟委员——而不是NCAA——来管理BCS。BCS的管理者依靠下列四者相结合的方式来决定冠军赛的参加

者，即：(1) 球队得分记录；(2) 协会记者和当天 ESPN/USA 投票排名；(3) 电脑排名；(4) 依据对手成绩制定的实力排行榜，这降低了投票的重要性。由于球队记录和实力排行榜是由电脑排名来证实的，所以 BCS 现在把一项平均的电脑排名和美国《今天》杂志的教练投票以及哈里斯互动大学的橄榄球投票结合起来确定自己的排名。1999 年，假日碗体育场主办了第一届 BCS 冠军赛。在这场冠军赛中，田纳西大学以23：16 战胜了佛罗里达大学，夺取了全国冠军。其他的 BCS 冠军包括 2004 年的 LSU（路易斯安那州立大学），2005 年的 USC，2006 年的得克萨斯大学和 2007 年的佛罗里达大学。

一个真正的加赛体制似乎比现有的季后赛体系更具有盈利性。一项 20 世纪 90 年代后期的提议是，16 支球队组成的部门 Ⅰ-A 橄榄球加时锦标赛 8 年内每年支付给 NCAA 3.8 亿美元——远高于自 2002 年赛季以来季后赛支付的 1.68 亿美元。得克萨斯大学的体育部长德罗斯·多兹（DeLoss Dodds）说，没有参加加赛体制的“每一所大学每年正丧失摆在桌面上的 200 万美元收入”。①

作为比较，考虑一下 NCAA 控制的大学篮球季后加时赛的回报。CBS 支付给 NCAA 60 亿美元来获取 2003—2013 年转播 NCAA 篮球锦标赛的权利。仅 2007 年篮球锦标赛就预期会带来 5 亿美元的电视广告收入。在每场比赛的基础上，篮球加时赛带来的广告收入基本是橄榄球加时赛的两倍。篮球加时赛的广告收益是每年总的大学篮球广告收益的 75%，然而橄榄球加时赛的广告收益只是它的年度总广告收益的 22%。②

虽然这些团体认为，如果 NCAA 能获得橄榄球季后赛的控制权，那么大学收入将提高，但另一些团体却不以为然。而加赛体制的缺陷在于它们将延长大学橄榄球赛季。目前计划在一月中旬超级碗（Super Bowl）之前的那个星期举行冠军赛。NCAA 部门 Ⅰ 的董事会主席，同时也是宾夕法尼亚大学主席的格雷厄姆·B·斯帕尼尔（Graham B. Spanier）说：“对于商业化、职业化和延长赛季的大量关注，我能告诉你们的是，与我交流过的大多数主席都不会被摆在桌面上的潜在的金钱所诱惑。”③ 现存的碗联盟反对季后联赛，因为它们担心它们将丧

① Welch Suggs, “Can $3-billion Persuade Colleges to Create a Playoff for Football?” *Chronicle of Higher Education*, 6 (August 1999): 2.

② “TNS Media Intelligence Release March Madness Advertising Trends Report” (March 6, 2007). Available at www. tns-mi. com/news/03062007. htm.

③ Suggs, 3.

失独立性，或甚至被加赛体制完全削弱。联盟委员反对加赛体制的原因是：对大多数球队来说，加赛体制将降低正常赛季的重要性，伤害或破坏现在的碗体系，并可能削减许多球队参与碗比赛的机会。2006年参加部门Ⅰ-A橄榄球的119支球队里超过一半以上的球队参加了季后赛。如果由16支球队参与的加时赛体制取代了这个小型的季后赛体制，那么赢得季后赛的球队将少得多。NCAA前执行总裁沃尔特·拜尔斯（Walter Byers）认为，主要的大学橄榄球项目不赞成加赛体制，是因为它们不希望它们的收入是越过NCAA这一环节而从季后赛中获得的，因为有NCAA，资金才可能流向没有参与的院校与NCAA自身。现在，正如图13—1所示，强大的橄榄球联盟（BCS球队）收到超过85%的季后赛比赛的收益，即使在非BCS球队博伊西州立大学参与BCS季后赛的情形下。2006年BCS季后赛支付1 700万美元给6个BCS联盟的联盟冠军，并支付450万美元给联盟中参与BCS季后赛的第二支球队。佛罗里达大学和俄亥俄州立大学累计同等地获得价值3 600万美元的全国锦标赛的头奖，虽然它们要和它们各自的联盟的其他成员分享这个意外的收入。[①] 虽然联盟成员要和联盟的其余部分分享其所得，但圣母玛利亚学院是个橄榄球界独立的个体，所以BCS支付给圣母玛利亚学院450万美元作为其参加糖碗季后赛的报酬。BCS同意为2007年季后赛比赛支付其预期净收益的9%即900万美元给5个

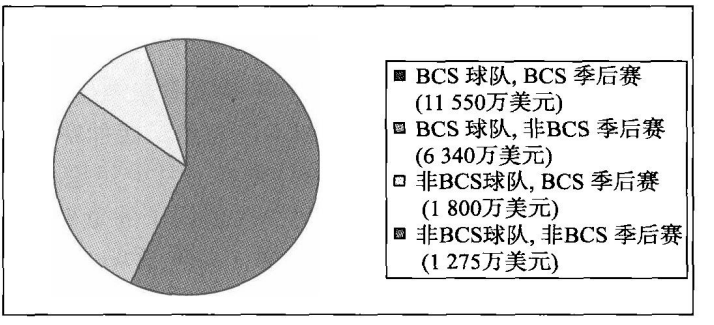


图13—1　大学橄榄球季后赛收益的分布，2006年和2007年1月

注：BCS包括6个主要的联盟：ACC、Big East、Big Ten、Big 12、Pac 10、SEC和Notre Dame。BCS季后赛是指玫瑰碗、橘子碗、糖碗加上全国锦标赛。

资料来源：Thomas O'Toole，"$17 Million BCS Payouts Sound Great，But..." *USA Today online*，December 6，2006.

① Jon Saraceno，"Saying the System Exploits Collegians Stretches the Point，" *USA Today* (January 5，2007).

非 BCS 联盟。这些学校获得了另外的 9%，或者说共 1 800 万美元，因为博伊西州立大学参加了 2007 年假日碗季后赛。

毫无疑问，NCAA 将努力制定计划发展它的橄榄球季后加赛联赛。但 NCAA 能协调好大学校长对学术的关注、橄榄球强校对收入分配的关注和必然来自碗联盟管理者的游说活动吗？

投入控制

产出市场的卡特尔组织通过集体限制产出与抬高价格来增加利润，相反地，投入市场的卡特尔组织则通过集体降低其投入要素的价格来增加利润。NCAA 创造了庞大的规则体系，这些规则大多数都直接与新运动员的招募与报酬相挂钩，其目的在于控制大学体育的投入成本。

NCAA 宣称，规则的标准化增强了对招募新运动员的控制，但提高了竞争性均衡。但是，对一些规则的快速检测表明，NCAA 有效地利用了寡头垄断策略来减少招募新运动员的费用：潜在的新运动员必须在每年规定的几个月内，与一个大学体育项目负责人进行校内或校外联系。每一规定都直接减少了运动员的重复招募费用。由于只有那些能提供体育奖学金的大学才有资格招募新运动员，因此，招募新运动员的总费用进一步削减了。一所部门 I-A 大学在任何年份都能保证提供最多 85 个橄榄球奖学金和 13 个篮球奖学金。奖学金限定同样适用于其他活动。新生合格标准要求运动员为学校服务 4 年，而不是 3 年，并且，它减少了为争夺新运动员而带来的高昂费用，因此它也减少了招募新运动员的总费用。新运动员要签订一封“告全国意向书”来宣布他们加盟的院校。一旦签订该意向书，在丧失运动员资格不到 2 年时间的情况下，新运动员不能加入另一个院校。同时，一旦签订该意向书，该院校和其他所有院校可以立刻终止为得到这一运动员而进行的费用支付。更进一步地，奖学金会被保留 1 年并且未来在学校一时兴起时可能会重新发放。如果奖学金被终止，则运动员通常会放弃 1 年的激烈比赛来考虑他或她是否应该转移到另一个项目区。①

尽管招募新运动员的规则很重要，但 NCAA 的主要特点体现在运动员的报酬方案上。在业余特点这个借口下，NCAA 严格限定运动员报酬要与其对院校的贡献相挂钩，然而，报酬与贡献相挂钩也因学校标准的不同而不同。

---

① Dan Wetzel, “Letter of Intent Benefits Schools, Not Athletes,” *CBS Sports Line* (November 12, 2001).

1956年，NCAA设立了独立于贫困或学术成绩的体育奖学金。奖学金被限定在学费、住宿费、伙食费与杂费内，“不超出在校的费用”。在将近50年内，这些报酬限制几乎没有什么变化。如果有变化，那就是报酬在下降。现在，NCAA准许运动员从事有限的工作来弥补在校全部费用与体育奖学金之间的差距。NCAA主席迈尔斯·布兰德（Myles Brand）甚至说过他同意每年给予运动员额外的2 000～3 000美元来弥补奖学金与费用之间的差额的想法。州政府的立法官员们也发现运动员奖学金的有限性，并且推进立法来要求学校支付给运动员超过学费、住宿费、伙食费与书本费的费用。①

NCAA严格执行现存的报酬限制。违背这些规则，不管多么轻微，都要受到严厉的惩罚。例如，UCLA（加利福尼亚大学洛杉矶分校）篮球队由于其新球员得到免费的UCLA衬衫，以及球队从一个热心球迷处得到一顿免费的感恩节晚宴而被禁止参加季后赛。这些额外收益之所以违背NCAA规则，是因为篮球运动员可以得到它们，但学校里的一般学生却得不到。

当NCAA收入猛涨时，运动员的报酬却出现了缩减。大学体育项目通过门票销售和电视转播每年创造了远高于10亿美元的收入，仅2006年度橄榄球季后赛就独自创造了2.1亿美元的收入，而男子篮球锦标赛带来了超过5亿美元的电视收入。一支获胜的篮球队或橄榄球队能提供足够的收入来资助大学全部的体育项目。显然，利用寡头垄断是有利可图的。

有许多方法用于评估与运动员创造的收入相比的运动员的报酬水平。如果在NCAA内部推广为争夺运动员的竞争服务，将会发生什么呢？当这发生在棒球大联盟中时，运动员的薪水将会提高到球队总收入的50%～60%。如果部门Ⅰ-A橄榄球项目创造的收益的50%在运动员中进行分配，那么每位球员每年将会得到3.5万～4万美元的收入。如果报酬遵从全美篮球协会（NBA）的分配规则呢？查理·贝尔（Charlie Bell）参加了三次NCAA四强赛并且在他的密歇根大学篮球职业生涯（1998—2001年）中获得了一次全国篮球冠军。他的年度奖学金和补助总额大概值1万美元。如果NCAA用NBA的算法，那么

① Doung Tucker, “Many Big 12 Coaches Favor Paying Players,” *Kansas City Star Telegram* (September 22, 2003); and “Extra Money for Athletes Gaining Steam,” *USA Today* (September 19, 2003): 1C.

贝尔在他的四年生涯中会得到 130 万美元或者每赛季得到 345 666 美元，计算公式来源于 ESPN. com。或者，如果运动员被支付的价格等于其为运动项目创造的经济价值呢？边际收益产品分析告诉我们合适的运动员平均报酬和我们上面估计的结果类似，并且表明垄断剥削对明星运动员更严重。布朗（Brown）和朱厄尔（Jewell）总结道，每个学校橄榄球和篮球明星运动员每年创造的边际收益产品至少分别为 40 万美元和 100 万美元。①

NCAA 认为，业余是其销售的产品的基本特点，而这些报酬规则对于将大学体育的商业化程度减至最小是必要的。尽管如此，NCAA 并没有禁止其他的竞争性和商业性的活动：运动员被提供以奢侈的体育馆、训练设备、加锁橱柜房间，特别是设备齐全的运动员宿舍。顾客青睐大学品牌服装、录像、商标和广告。通过体育馆公告牌、记分牌上的电子广告、橄榄球季后赛的赞助商、队服上的商标，以及专有服装和设备合同，商业利益不断被挖掘出来。看起来，只有运动员得不到大规模的大学体育收益。

为了回应关于大学接受准备不足的学生运动员——这些学生运动员几乎不可能在学术上有任何成就——的谴责，1965 年，NCAA 形成了学术资格标准。这些标准强调了 NCAA 关于业余运动需要以教育为目的而不是以创造利润为目的的宗旨。然而，现实与法律限制了学术标准的成功。

早期的学术标准是“1. 6 规则”，这一规则规定新生体育奖学金只能给予那些在大学一年级 GPA 有望达到 1. 6 或以上的新运动员，并且还要参考其高中的学习成绩和标准化的 SAT（Scholastic Assessment Test，学术能力评估测试）或 ACT（American College Testing，美国大学入学考试）分数。这一“1. 6 规则”从 20 世纪 60 年代一直持续到 20 世纪 70 年代初，直到校园剧变导致了许多大学放松了所有学生的进入标准，它才停止使用。1973 年，NCAA 投票取消了 1. 6 规则，并让大学建立自己的运动员录取标准。这导致了一段时期内毕业率的下降，随后，各大学校长领导了一场关于招收学生运动员时恢复学术要求的斗争。这场斗争的结果是 1983 年颁布了 48 号提案。根据 48 号提案，

① R. Brown and R. T. Jewell, “Measuring Marginal Revenue Product in College Athletics: Updated Estimates,” in *Economics of College Sports*, ed. John Fizel and Rod Fort (Westport, CT: Prager. 2004).

新生资格标准要求该生是高中毕业生，并且SAT至少为700分或ACT至少为15分，以及至少在11门核心中学课程中GPA为2.0。那些不合标准的学生是没有资格在大学的一年级期间训练或参加比赛的，同时，他们也只有3年的参赛资格。

1996年，NCAA通过了16号提案，以取代48号提案。它要求大学新生有一个高中毕业文凭，并在13门核心中学课程中达到最低GPA标准，这个GPA与根据滑动法计算的标准测试分数相联系：高中GPA较高，则准许标准测试分数较低。例如，一个在这些核心课程中GPA为2.0的学生，SAT需为1 010或以上才能够获得新生资格；而一个SAT分数少于820的学生则不能获得新生资格，不管他或她的中学GPA有多高。

2002年大学新生入学资格被重新修订了，并于2003年8月1日开始生效，核心高中课程的数量上升到了14，并且把这些课程的GPA和标准化的测试分数联系起来的浮动程度现在被拓展了，去掉了最低的SAT成绩。现在，一位潜在的运动员的SAT可能只有最低的400分，只要他或她的GPA至少有3.55，其仍然具有入选资格。自2008年8月1日起，学生入学要求的核心高中课程上升到了16门，然而浮动的SAT程度依旧没有改变。NCAA把这些针对水平有限的标准测试参与者的规则的放松和新的规则结合起来，新的规则使运动员在学校期间保持资格更为困难。运动员现在必须在其开始第二学年之前完成至少24个学期课时的课程任务，并且每学年至少完成18个学期课时，每学期至少完成6个学期课时。新的规则还要求运动员在第二学年开始时至少达到满足毕业最低要求的累积GPA的90%，在第三年开始时至少要达到95%，并且每个人在接下来的一年要达到100%。控制学位授予的关于每年要求的份额的规则也被加强了。现在学生在大三开始的时候必须已经完成学位要求的40%而不是25%，在他们的第四年之前必须完成60%而不是50%，在他们的第五年之前必须完成80%而不是75%。无法完成这些要求的运动员不具备比赛资格。

尽管有SAT和高中课程要求的规定，但运动员的SAT平均分数依然低于其他学生。[①] 同时，尽管这些提案最初或许降低了运动员与非

① J. Fizel and T. Smaby, "Participation in Collegiate Athletics and Student Grade Point Averages," in *Economics of College Sports*, ed. John Fizel and Rod Fort (Westport, CT: Praeger, 2004).

运动员之间学术背景的差距，但他们之间的明显差距依然存在。这些差距是符合进入政策的，进入政策铺就了一条征招处于边缘的优秀运动员的道路，但也导致了学生运动员继续与其他同学在课堂竞争中处于下风。运动员也倾向于选择更轻松的课程，很明显，这时学术水平的提高更加缓慢。NCAA 最新的毕业数据显示，相对于所有学生的 60%的毕业率，1998—1999 年间入学的部门Ⅰ运动员的 62%在 6 年内毕业，但这些加总的数据具有误导性：男子篮球是所有运动中毕业率最低的，只有 43%，而其中黑人运动员的毕业率只有 38%。棒球运动员的毕业率为 45%，而橄榄球运动员的毕业率为 54%。女性运动员的毕业率处在更高的 71%的水平，相对的所有女性本科生的毕业率为 63%；男性运动员处在更低的 55%的毕业率水平，而所有的男性本科生的毕业率为 57%。①

除去刚刚讨论的一开始的录取资格和获取学位的过程的规则之外，NCAA 还设置了一个项目来惩罚那些没有完成适当学术表现的队伍。NCAA 用学术进展率（APR）来确定哪些队伍没有完成适当的学术表现。用 APRs 预测的毕业率低于 50%的队伍将会被处以失去奖学金的惩罚。2006 年，NCAA 确定了来自 65 所院校的 99 支队伍将会由于糟糕的学术表现而失去奖学金。意料之中的，男子篮球、棒球和橄榄球构成了 99 支队伍中的 61 支。NCAA 还报告说这些运动中 40%的队伍今后处于失去奖学金的危险当中。② 有批评者宣称对不适当的学术表现进行惩罚在大学体育运动中是必要的，但丢失奖学金的惩罚远远不够。骑士委员会争论道，那些毕业率低于 50%的队伍应该失去参加季后赛和冠军锦标赛的资格。③ 如果季后赛对毕业率低于 50%的队伍以及不同种族之间 15%的毕业率差距实施禁令，那么顶级的五个季后锦标系列赛中没有一个可以进行。（俄亥俄州立大学，大多数年间的顶级队伍，是最差劲的违规者，它的黑人橄榄球员的毕业率只有 32%，难以置信地比它的白人球员 85%的毕业率低 53 个百分点。④）

---

① Brad Wolverton, "Graduation Rates Remain at Record High," *Chronicle of Higher Eduction* (January 27, 2006): A41.

② Brad Wolverton, "NCAA Rescinds Scholarships at 65 College," *Chronicle of Higher Education* (March 10, 2006): A35.

③ Brad Wolverton, "Under New Formula , Graduation Rates Rise," *Chronicle of Higher Education* (January 6, 2006): A49.

④ Derrick Z. Jackson, "Graduation to a New Standard," *Boston Globe* (December 4, 2006). Available at www. boston. com/sports/colleges/extras/12 _ 04 _ 06 _ graduation _ rates.

教练市场与运动员市场形成了鲜明的对比。主教练的市场运作接近于完全竞争，主教练可以自由选择提供不同报酬与边际收入的任何一所大学，而大学为他们提供的报酬与边际收入是通过完全自由竞价确定的。潜在的全美橄榄球联盟或全美篮球协会对助理教练与主教练的需求使得各大学对大学教练的争夺更加激烈。

然而，1991 年 NCAA 制定了限制助理教练收入的收入限制规则：受收入限制规则约束的教练每年最多只能获得 1.6 万美元的收入，并且还要接受其他方面的限制。例如，部门Ⅰ男子篮球项目的第二助理教练仅能获得 1.2 万美元的薪水，加上额外的夏季补贴 4 000 美元，禁止从校外征召，而且从事这个工作最多只能 5 年。NCAA 的真正意图是：这一做法既可以节约成本，又可以为年轻的没有经验的教练提供机会，同时可以防止竞价争夺助理教练，因为体育强校为争夺最好的助理教练，出价高于其他院校，这将导致竞争性失衡。然而，一群受收入限制规则约束的教练表示不满，并控告 NCAA，他们认为 NCAA 限制他们收入的规则是违反反托拉斯法的非法的商业管制。NCAA 则宣称，收入限制规则是与法律允许的其他限制类似的合理的商业限制。例如，NCAA 有权限制教练的人数、每个赛季的比赛场数和对运动员的奖励金额，以促进竞争性均衡。NCAA 也认为，它颁布的这一规则是对为了削减费用而大量削减教练职位的一种替代。

1995 年，地方法院发现收入限制规则确实违反了反托拉斯法，因此它命令 NCAA 停止对助理教练的收入进行的限制。1998 年，在处理上诉的法庭坚持这个裁决后，法官宣判对受收入限制规则影响的篮球教练补偿 1 120 万美元的损失，对受收入限制影响的其他领域的教练补偿 1 110 万美元的损失。在反托拉斯法的干涉下，这 2 230 万美元的补偿金翻了三倍，差不多达到 6 700 万美元。1999 年 3 月，在再次上诉失败之后，NCAA 支付了 5 400 万美元了结了这件案子。但这个裁决又一次掀起了波澜：为什么运动员要受收入限制规则的管制，而教练却可以逃脱这一管制？

Ⅳ. 绩　效

“大多数大学体育缺乏资金”是大学体育代表的一致判断，同时，

也逐渐被媒体和 NCAA 相信。[①] 例如，密歇根大学和 UCLA 的学校官员经常抱怨他们的体育预算资金短缺。然而，这些院校却在能容纳 10 万多观众的体育馆进行橄榄球比赛，通常有篮球强队参加的比赛也场场爆满，还正常参加 NCAA 季后联赛竞争，它们其他小众的体育项目与篮球以及橄榄球项目一样好，并且，它们都位于人口众多的大都市，通常它们每年公布的收益将近 1 亿美元。NCAA 领导阶层也支持这些院校对产出价格和投入成本进行控制。那么，这些院校怎么会负债经营呢？而且，假如这些庞然大物都需要为盈利作斗争，那么那些更小的机构和它们的体育部门的财务健康状况又是怎样的呢？表 13—2 中的信息表明平均实际损失在 NCAA 的成员中广泛存在，为这个体育运动亏损的论断提供了支持。

尽管存在这些赤字，院校依旧展开了建设新的、更多的豪华的体育馆和竞技场的浪潮。2001 年之前的 7 年，部门Ⅰ-A 机构花费的资金增长了 250%。公布的赤字的逐渐盛行甚至引起了体育部门去请求学校从普通基金、资本基金或者其他普通收益来源处调拨资金为其提供财务支持。1989 年，表 13—3 表明没有机构性的资金支持是从教育性资金转移到部门Ⅰ-A 那些拥有赤字的体育部门的；今天，机构性资金平均为体育部门支付超过 50%的资金短缺。

表 13—2　　每个机构的平均实际利润（2005 年千美元）

部门	1995	1997	1999	2001	2003
Ⅰ-A	−243	−936	0	−654	−633
Ⅰ-AA	−2 066	−2 340	−2 510	−3 707	−3 903
Ⅰ-AAA	−1 702	−2 106	−2 852	−3 053	−3 692
Ⅱ 橄榄球项目	−1 094	−1 053	−1 369	− 1 417	−1 688
Ⅱ 非橄榄球项目	−729	−936	−1 027	−1 199	−1 371

资料来源：Daniel L. Fulks, *Revenues and Expense of Divisions Ⅰ and Ⅱ Intercollegiate Athletic Programs 2002 - 2003* (Indianapolis, IN: NCAA Publications, 2005).

① 参见 *USA Today* (August 15, 2003): 1C, 11C, 16C; *USA Today* (July 15, 1999): 16C; and J. Schulman and W. bowen, *The Game of Life: College Sports and Educational Values* (Princeton, NJ: Princeton University Press 2001)。

表 13—3　　体育部门的预算赤字：部门Ⅰ-A

年度	队伍数量	去除机构性支持后赤字项目的比例（%）	包括机构性支持时赤字项目的比例（%）
2003	117	60	25
2001	114	65	32
1999	104	54	29
1997	98	56	31
1995	87	52	14
1993	85	49	24
1989	87	40	40

资料来源：Daniel L. Fulks, *Revenues and Expense of Divisions Ⅰ and Ⅱ Intercollegiate Athletic Programs, 2001* (Indianapolis, IN: NCAA Publications, 2005).

然而，这些数据掩盖了大学体育行业的盈利性，它们通过账面操作使公开的利润掩盖真实的经济利润。这些账面操作的最重要的两个方面是过高估计运动员的成本，并且忽略体育队伍在大学入场费和财富创造方面的积极推动作用。

首先考虑 NCAA 公布的作为主要收入来源的运动项目——部门Ⅰ-A 橄榄球和部门Ⅰ篮球（见表 13—4）——的数据。这些利润统计数据和媒体报道的暗示着体育部门亏损的数据有着很大的不同。从 1989 年到 2003 年的收益，橄榄球增长了大约 199%，篮球增长了大约 159%。在同一时期内，橄榄球的成本增长只有 127%，篮球只有 153%。这种增长率不对称的结果就是每支队伍的利润增加了两倍或三倍。

而且，公布的花费高估了每位运动员真正的经济成本。这份报表指出每位橄榄球运动员的成本大概为 7 万美元，每位篮球运动员的成本为 18.5 万美元。然而，NCAA 对为每位运动员支付的用于填补“入学就读费用”的款项和所有其他支付款项设定了最高额，布朗强调这种支付的最高额为 2 万美元。[①] 如果这是正确的，那么橄榄球运动员的

① R. Brown, “Measuring Cartel Rents in the College Basketball Recruitment Market,” *Applied Economics* 26 (1994): 27-34; and R. Brown, “An Estimate of the Rent Generated by a Premium College Football Player,” *Economic Inquiry* 34 (1993): 671-684.

花费大概是 NCAA 所宣称的三分之一，而篮球运动员的花费为其八分之一。当然，交通费用和资本分配必须计入这项每名运动员的花费当中。

表 13—4　　部门 I－A 橄榄球和篮球的收入和费用

部门 I－A 橄榄球			
年份	每个学校的平均收入（美元）	每个学校的平均花费（美元）	每个球员的平均花费（美元）
2003	12 970 000	7 050 000	70 050
2001	10 920 000	6 170 000	61 700
1999	9 040 000	5 260 000	52 600
1997	7 630 000	4 425 000	44 250
1995	6 440 000	4 099 000	40 099
1993	6 300 000	4 013 000	40 130
1989	4 340 000	3 112 000	31 120
部门 I－A 篮球			
年份	每个学校的平均收入（美元）	每个学校的平均花费（美元）	每个球员的平均花费（美元）
2003	4 250 000	2 230 000	185 833
2001	3 640 000	1 970 000	164 166
1999	3 160 000	1 580 000	131 666
1997	2 850 000	1 298 000	108 166
1995	2 500 000	1 219 000	101 583
1993	2 120 000	1 091 000	90 917
1989	1 640 000	948 000	79 000

资料来源：Daniel L. Fulks, *Revenues and Expenses of Divisions I and II Intercollegiate Athletics Programs, 2001* (Indianapolis, IN: NCAA Publications, 2005).

但是，NCAA 关于分摊在每位球员上的费用的报道也是不完整的。迄今为止，我们只考虑了运动员“潜在的”平均成本，而没有考虑这些院校招收这些学生的边际成本。假如少数大学在人员与设备充足的条件下运作，那么增加一名额外的学生的边际成本几乎为零。这些大学不需要再雇用新教员或建设新教室来训练这名运动员。不是大学自身资源的额外的捐献也提供了许多奖学金。当奖学金支付以边际成本为依据时，体育部门的利润稳定地增长。

西恩（Sheehan）和高夫（Goff）各自估计了合适的运动员雇用经济成本对体育预算的影响（见表 13—5）。西恩发现有 16%而高夫发现有 10%的体育项目处于亏损状态，远不及表 13—3 所示的 NCAA 所宣称的 60%的水平。

体育部门的账面操作也低估了运动员的签约收入。除了组织比赛获得收入外，体育部门也能被当做大学的公共关系品牌。体育事务给大学提供了大量的广告，这种宣传能提高学生运动员的利用率，同样也会增加来自体育迷的捐赠。每一方面都能成为大学机构收入的显著来源。

简而言之，大学体育是有利可图的。成本与收入的适当调整使账面上的赤字转变为百万美元的利润。什柯森（Skousen）和康迪（Condie）证实犹他州体育公布的 70 万美元的损失实际上是 36 万美元的利润。[①] 博兰（Borland）、高夫和普尔西内力（Pulsinelli）表明，西肯塔基大学体育部门宣称的 150 万美元的亏损实际是这所大学 70 万美元的净收益。[②] 诺尔（Roll）提供证据表明，密歇根大学所谓的 300 万美元赤字应该更准确地解释为 500 万美元的利润。[③] 很明显，机构可能希望掩盖这些利润，以获取体育迷和大学校长的金钱捐助，来支持“装备竞赛”运动，以及继续注资建立更大的体育场、提供更精密的训练设施和诸如包机之类的福利来吸引运动员。

---

① C. Skousen and F. Condie, “Evaluating a Sports Program: Goalposts v. Test Tubes,” *Managerial Accounting* 60: 43 - 49.

② M. Borland, B. Goff, and R. Pulsinelli, “College Athletics: Financial Burden or Boon?” in *Advances in the Economics of Sports*, ed. G. Scully (JAI Press: Greenwich CT, 1992).

③ R. Noll, “The Economics of Intercollegiate Sports,” in *Rethinking College Athletics*, ed. J. Andre and D. James (Philadelphia: Temple University Press, 1991).

13—5　　顶尖的 109 个体育部门调整过的利润

利润/损失（百万美元）	体育项目的比例	
	西恩	高夫
无盈利项目<−1.0	7%	0%
−1.0～−0.1	9%	10%
盈利项目 0.0～0.9	13%	11%
1.0～1.9	13%	7%
2.0～3.9	20%	24%
4.0～6.9	17%	22%
7.0～9.9	7%	11%
>9.9	14%	15%
平均项目利润	250 万美元	390 万美元

资料来源：改编自 R. Sheehan, *Keeping Score* (South Bend, IN: Diamond Communications 1996); B. Goff, "Effects of University Athletics on the University," in *Economics of College Sports*, ed. John Fizel and Rod Fort (Westport, CT: Praeger, 2004)。

甚至 NCAA 的主席迈尔斯·布兰德（Myles Brand）也认为体育部门的预算增长率应当放缓；因为体育部门动用了太多的它们学校的普通基金来填补这项成本，他警告道学术任务会越来越重。毫无疑问他的评论部分是为了反击有关 NCAA 税收豁免地位应当被废除的建议。正如前任美国众议院筹款委员会主席最近针对性地提出的问题："当补贴被用于提高教练的薪酬、安排昂贵的特许出行和建设奢侈的体育设施的时候，联邦政府为什么还要补贴教育机构呢？NCAA 公开报道的大学在每个男子篮球运动员上的花费达到 6 万美元又该如何评论呢——那么多钱可以对大学的教育性任务起到多大的推动作用啊？"在这些补贴的情形下，他很好奇，"为什么和所有学生 64%的毕业率相比，运动员的毕业率是这么的低——部门Ⅰ-A 橄榄球运动员的毕业率只有 55%，篮球运动员的毕业率只有 38%。"在黑人运动员的毕业率更低的情形下，他的问题［还有最近参议院查尔斯·格拉斯里（Charles Grassley）提出的问题］暗示着这些学生是学校只要他们触地得分和灌

篮得分而不提供给他们教育的这种行为的牺牲者。①

Ⅴ. 公共政策

大学体育与经国会立法通过的大量公共政策发生了冲突，因此，法院不得不逐渐卷入纷争来裁决 NCAA 违反这些法律的程度及合适的补偿措施。近来的几个案例已经表明，NCAA 规则已经破坏了旨在促进经济竞争和防止非竞争操作的反托拉斯法。近来，司法裁决也坚持认为，NCAA 规则已经破坏了反种族歧视法。关于性别平等和运动员报酬的斗争以及 NCAA 联邦税的豁免权可能被废除将成为大学体育要面临的下一个主要的法律挑战，如何解决这些挑战将对大学体育卡特尔垄断组织的结构与功能产生显著的影响。

第九条款

也许没有比性别平等或遵守第九条款这两个争论更能引起人们对体育部门和 NCAA 的长期争论了。就像过去的 NCAA 主席锡德里克·登普西（Cedric Dempsey）说过的："我不知道在大学体育方面还有任何其他问题能比第九条款更迅速地使人们显露出他们的情感。对这个问题持不同意见者已经在攻击我。在这场争论中，不打击甚或不激怒某人，是绝对不可能的。"②

1972 年《教育修正案》的第九条款规定："在美国，没有人会因为性别而不能参与任何教育项目或获取联邦基金的活动，或不能从这些项目或活动中受益，或遭受歧视。"③ 由于人们对第九条款意味着什么不甚了解，1984 年，美国最高法院诠释了第九条款，同时它认为，违反第九条款的结果是联邦基金流向了那些直接涉及破坏的领域。④ 由于

---

① 参见 Jack Carey, "It's Up to Schools to Control Sports Spending," *USA Today* (October 31, 2006): 5C; "Who Profits from College Sports?" *Wall Street Journal* editorial (October 13, 2006): W13; and Paul Fain, "Senator Wants Review of Tax Breaks for College-Issued Bonds and Sports," *Chronicle of Higher Education* (April 4, 2007)。关于 NCAA 的地位，可参见 Brad Wolverton, "NCAA Defends Tax-Exempt Status as Congressional Scrutiny of Colleges Increases," *Chronicle of Higher Education* (November 16, 2006)。

② "NCAA's Commitment to Title Ⅸ Still Strong," *NCAA News* (March 15, 1999): 2. Also available at www.ncaa.org/news.

③ 20 U.S.C. section 1681 (a).

④ 参见 *Grove City College v. Bell*, 465 U.S. 555, 573-574 (1984)。

大学体育获得非常少的联邦基金，加上缺乏有效的惩罚措施，因此，遵守第九条款的活动减少了。然而，随着 1988 年《公民权恢复法案》的颁布——这部法案禁止违反公民权法的各种机构在它们完全运作的任何领域获得任何联邦基金——这些情况得到了显著的改善。这些活动不能获得联邦基金，但事实是，这些机构逃脱第九条款的约束而获得联邦基金的情况却是大量存在的。

第九条款对女子体育也产生了巨大的影响：女子体育项目数量和参加这些运动的女子人数已经迅速增加。在高中，女子体育参与者一直从第九条款通过之前的 30 万增长到今天的 280 万，有超过 800%的增长。在第九条款之前参加校际大学运动会的女子数目少于 3.2 万人，这个数目已经增长了 500%，达到今天的 20 万人。[①] 在第九条款颁布之前，NCAA 没有从女子体育中获得任何利益。校际女子体育协会（AIAW）是那时主要的女子体育组织。第九条款使 NCAA 从女子体育中获得了更多的利益。20 世纪 80 年代初期，在 NCAA 开始赞助女子体育校际冠军赛后，AIAW 就陷入了困境，因为 NCAA 赞助了与参与冠军赛相关的大多数费用，这是贫困的 AIAW 不能负担得起的。因此，1983 年，这个组织被吞并。

由第九条款引起的冲突主要来自对遵守该条款的程度应该如何测定的争论。教育部执行第九条款的公民权办公室，提出了测定是否遵守该条款的三条标准。只要达到这三条标准中的一条，就说明第九条款得到了遵守。

第一种方法是“比例”测试。这个测试要求，校际体育的女子和男子参与者应该体现出这所院校全职本科生的男女比例。例如，一所女生比例为 60%的学校应该使其参与校际体育的女子比例接近 60%。体育奖学金和其他形式的赞助也应该反映学生的男女比例。第二种方法是：学校是否“根据代表人数不足的性别的能力与兴趣”，来相应地持续扩展该性别的项目。[②] 如果代表人数不足的性别的项目扩展得足够快，并满足了这个学生团体，那么就说明该学校遵守了第九条款。第

---

① Donna de Varona and Julie Foudy, Minority Views on the Report of the Commission on Opportunity in Athletics, (February 2003): 2, 也可参见 www. savetitleix. com/minority-report. pdf ; and Welch suggs, “Gender Quotas? Not in College Sports,” *Chronicle of Higher Education* (July 1, 2005) : A24。

② “Comment: Use of Proportionality Test is Out of Control,” *NCAA News* (April 12, 1999): also available at www. ncaa. org/news.

三种测试的方法是证明在校际体育中，现有的项目是否满足了代表人数不足的群体的利益和能力。

近来的一宗法案表明了这些测试实际如何操作。1991 年，布朗大学赞助 16 项男子运动和 16 项女子运动。布朗大学决定削减四项大学体育运动——女子高尔夫、男子水球、女子体操和男子排球——的基金。女子成员控告这所大学破坏了第九条款。1990—1991 年度，这所学校体育参与者是 63%的男子和 37%的女子，然而该学校女生却占到 51%。布朗大学认为不均衡是由于女子体育收益更少，因此该学校根据供给与收益相一致的原则来遵守第九条款。但对潜在的参与者的一个调查发现，50%的男生和 30%的女生对参与校际体育感兴趣。同时，据报道，布朗大学参加校内体育的男子人数是女子人数的 8 倍。①

1995 年，法院裁决布朗大学破坏了第九条款。法院认为，布朗大学没有符合由公民权办公室制定的三条标准的任何一条。参加人数与在校人数的比例破坏了比例标准；两个女子项目的降级没有符合“扩展机会”标准；同时，由于布朗大学让球队参加这两个降级项目，因此，参加这两项目的女生必须获得基本的收益。

布朗大学不服这一裁决，因而向巡回法院提出诉讼，但这个法院维持原判决。这个法院认为：

> 断言第九条款准许这一行为——即在假设女子比男子对体育的兴趣更淡的基础上，各种机构向女子提供的参与机会少于男子——等于忽视了一个事实，即第九条款颁布的目的是，修正对女子兴趣和能力的误解所导致的歧视……兴趣与能力几乎不可能在真空中得到发展；它们要在经历与机会的作用下发展……女子对体育的较低参与率反映过去女子参与体育机会的缺乏。②

这个裁决表明，如果比例标准得不到满足，那么，要遵守第九条款就极其困难。

1997 年，美国最高法院拒绝再次审理这个裁决。因此，随后一年，布朗大学着手解决这个问题。它同意保持女子体育参与率与女子大学本科生人数的比例相差不超过 3 个百分点。把参与机会作为焦点是很有代表性的。1996 年教育部下属公民权办公室宣称比例制是一个避风

---

① Walter Olson, “Title IX from Outer Space,” *Reason* (February 1998): 50 - 51.

② “Brown Title IX Decision Upheld on Appeal,” *NCAA News* (December 2, 1996): 2; also available at www. ncaa. org/news.

港，意思是说当比例达成的时候，学校就遵从了第九条款。比例制的至高地位引发了由全国摔跤教练协会提出的一件诉讼，随后一些代表其他小众运动的组织也加入其中，它们宣称比例制实际上是一种非法的指标，它导致了许多男子大学运动队伍的消失。

在施行第九条款的年代里，增加女子项目、削减男子项目极具普遍性。然而，这却激起了无收入男子项目有关人员的强烈反对：他们控诉，体育部门在预算有限的情况下，为了遵守第九条款的比例标准，通过削减无收入的男子运动项目来增加女子项目。统计资料提供了一些支持。1984—1985 赛季是男子体育运动参与率的顶峰，NCAA 成员每个院校平均有 254 名男子运动员，部门 I 的每个院校平均有 318 名。2001—2002 赛季 NCAA 成员平均有 205 名男性运动员，同 1984—1985 年相比几乎下降了 20%；部门 I 院校平均有 264 名男子运动员，同 1984—1985 年相比几乎下降了 17%。在同一时期，NCAA 总体女子运动员从每个学校平均 98 人增长到每个学校平均 150 人，部门 I - A 的成员从 115 人增长到 205 人，所有学校总体大约增长了 53%，部门 I 的成员院校大约增长了 78%。①

这些数字表明比例并没有达成。女性现在占 NCAA 运动员的 43%，这相对于 1984—1985 年 28%的参与率来说是一个相当大的进步。但这个比例依旧离要求的比例相去甚远，原因在于本科生的大部分都是女性。前面的数据同时也表明了由于女性机会的增加和男性机会的减少，要求的比例正在逐渐达成。

2002 年美国教育部建立了教育委员会体育运动机遇秘书处，以此来研究第九条款。伴随着两位委员分别提交的意见报告和女性运动员的宣扬，该委员会的建议在接下来的几年内引起了激烈争论。委员会的建议包括：要求教育部清楚地解释达成第九条款的三个标准中的每个都是独立的履行条款的方式；减少男子队伍来完成指标不是一个好方法；教育部应当建立标准来关注依赖私人注资的一些特别队伍面临着失去学校注资的问题；流动人员不应当计入比例；学校可以进行相关调查来协助证明履行了条款；达成指标不再是一个避风港。

全美摔跤教练协会的执行董事麦克·莫耶（Mike Moyer）特别支

① Welch Suggs, "Cutting the Field: As Colleges Eliminate Teams, the Lessons Athletes Learn are Losing Out to Commercial Interests," *Chronicle of Higher Education* (June 6, 2003): A37.

持该建议，认为它将赋予达成第九条款的灵活性以及消除比例测试的避风港状况。[①] 那两位持不同意见的委员唐娜·德·瓦罗那（Donna de Varona）和朱莉·福迪（Julie Foudy）的意见报告中所提建议的主要内容会削弱第九条款并且减少女子运动员的机会。教育部长罗德·派奇（Rod Paige）最初宣称只有在一致通过的情形下教育部才会实施建议。2003年7月教育部宣布第九条款的实施不会有任何改变。女权团体称赞这一公告，而那些攻击比例测试的团体则预测在学校准备遵从第九条款的时候，男子运动会继续减少。

2005年教育部公开制定了代表不足的团体的学校所要完成的第三项达成能力和份额的测试。一份设计好的能获取高反应率的E-mail调查能够提供足够的证据说明女子运动员的需求得到了满足。女子运动的支持者抗拒这个解释，他们争论说检验对第九条款的遵从要做的远超过一项调查。可能对学校来说考虑运用这种方法更重要一些，NCAA认为教育部的这项方案是令人失望和不满意的。[②]

詹姆斯·麦迪逊大学在2006年做出了一项决定，削减7支男子队伍和3支女子队伍来遵从第九条款，这表明比例制仍然是有效的：在这项削减之前，学校里超过一半的运动员（50.7%）是女性，然而本科生的61%是女性。在削减了144名学生之后，女性运动员的参与率提高到了61%。学校公开表示此次队伍的削减是为了遵从第九条款，而并非是一次成本削减的行动。[③]

对比例制的攻击主要集中在其消除了一些不具盈利性的男子运动上面。这样的论述似乎是合理的：为了遵从第九条款，体育部长没有其他的选择，只能用非盈利性的女子运动来替代非盈利性的男子运动。与此论点不同的是，实际的结果很不一样。如果第九条款的要求对体育预算施加了太大的压力，那么可以预期的是决策者们会不成比例地拿部门Ⅲ的男子非盈利性运动开刀，因为在这个层次上不论是男子橄榄球还是男子篮球都不能产出足够的利润来维持它们的持续存在。相

① Kay Hawes, "Title Ⅸ Report Shares Center Stage With Dissenting View," *NCAA News* (March 3, 2003); 4, available at www.ncaa.org/news/2003/20030303/active/4005n01.html.

② Brad Wolverton, "Education Dept. Affirms Use of E-Mail Surveys in Title Ⅸ Compliance," *Chronicle of Higher Education* (March 31, 2006): A42.

③ Alison Kasic, "Untilting the Playing Field: Title Ⅸ, On the Way Out?" *National Review Online* (October 18, 2006).

反地，部门Ⅰ-A 的橄榄球和篮球项目所产出的利润却能用于维持非盈利性的男子运动，使其不至于消亡。

然而，一项盈利的橄榄球项目并不是男子或女子运动能够获得足够的融资的保证。表 13—6 表示的是女子运动基金会整理的 1978—1996 年间男子体育项目数量的变化数据。与预期不同，数据显示部门Ⅰ-A 和Ⅰ-AA 中的男子运动项目数量下降了，而部门Ⅰ-AAA、Ⅱ和Ⅲ中的男子运动项目数目实际上上升了，其中下降最大的是部门Ⅰ-A。相似地，利兹（Leeds）等人还发现部门Ⅰ-A 中的橄榄球项目几乎一致地对女子项目有负的影响。它们预测，平均来说，主要的橄榄球项目每年要从女子运动中吸取大约 18.4 万美元。①

虽然这种行为与我们直觉上来看得出的结论相悖，但它却与利润最大化原则下的预算分配相一致。部门Ⅰ的体育董事们有把预算的更大比例投入橄榄球和篮球项目的动机，其原因在于投入在这些项目上的美元的边际效益要大于投入在部门Ⅱ和Ⅲ中的橄榄球和篮球运动以及非盈利性运动上的美元的边际效益。实际上，体育董事不能消除所有的非盈利性运动，因为 NCAA 部门Ⅰ的成员要求有一个最小的运动种类的数量，并且第九条款禁止对女子非盈利性项目削减预算。因此，体育董事放缓非盈利性女子运动项目的发展并削减非盈利性男子运动项目。结果我们可以预期除了女子运动员提出的性别歧视案件之外，对大学提出的相反的性别歧视的案件也将持续存在。

表 13—6　　男子运动的变化，1978—1996 年

NCAA 部门	增加的运动数量	削减的运动数量	净变化
Ⅰ-A	22	113	−91
Ⅰ-AA	68	129	−61
Ⅰ-AAA	93	56	+37
Ⅱ	344	286	+58
Ⅲ	400	269	+131
总计	927	853	+74

资料来源：改编自 D. Marburger and N. Hogshead-Makar，"Is Title Ⅸ Really to Blame for the Decline in Intercollegiate Men's Non-Revenue Sports?" *Marquette Sports Law Review* 14, no. 1 (2003)：65－93。

① M. Leeds, Y. Suris, and J. Durkin, "College Football and Title Ⅸ," in *Economics of College Sports*, ed. John Fizel and Rod Fort (Westport, CT: Praeger, 2004).

削减买方寡头垄断的市场结构

当前的NCAA控制运动员报酬的政策破坏了反托拉斯法的精神，但NCAA宣称，为保护竞争性均衡和大学体育的业余特点，这些改革是必需的。但是，即使这些保护政策曾经是有效的，现在它也不再有效了。在前述的关于抑制性操作案例中，NCAA使用了竞争性均衡的论据，但NCAA在试图保持对大学体育电视转播的控制方面，这个论据不起作用。NCAA认为，如果不对电视转播进行控制，那么电视转播将向传统橄榄球强队倾斜，这使它们能够招收到更有实力的球员，这加剧了该领域传统强队与它们较弱对手之间的不均衡。最高法院不赞成这一观点，并把电视转播支配权分配到各个院校。事实表明，自从取消了电视转播权限制，竞争性均衡已经获得了增长而并没有减少。

当NCAA对助理教练的薪水施加上限控制时，“竞争性均衡”的论据也失效了。NCAA认为，如果没有薪水上限，最好的教练都将流向少数几所学校，这将破坏竞争性均衡。但事实是，有或没有薪水上限，这些教练都已有去最好体育院校执教的动机，因为这些学校能提供更好的训练和亮相机会。报酬结构的变化没有影响竞争性均衡，但它的确改变了收入分配：薪水上限使金钱从教练流向学校。这同样发生在大学运动员身上——在没有影响竞争性均衡的条件下，收入限制使金钱从运动员流向学校。

NCAA的第二条保护线是，它提供业余体育竞赛。如果运动员被给予金钱，大学体育商业化，NCAA宣称，那么，大学体育的需求将下降。这个观点被一致地、无争议地接受了，但对大多数参与一流体育运动的院校来说，现在NCAA的比赛并不能普遍地被认为是业余的。观众不认为这些运动员是学生运动员，他们持大学体育商业化的观点。NCAA上亿美元的收入也验证了这一观点。我们同意诺尔的观点，他认为：

> 在各所大学里，大学体育已经职业化了，这些大学给运动员单独提供住宿，并作为预备学校为他们以后的职业体育生涯作宣传，而同时这些运动员差不多都毕业不了。美国人需要大规模的、职业化的大学体育，并且只要他们有需求，大学就会提供。职业化的负面影响已经出现，即使有人想通过努力工作来改变这种体

制，也可能更改不了了。①

运动员获得报酬将使大学丧失很大部分观众和收入，这种观点也是值得怀疑的。即使这项体育已经商业化，球迷支持依然稳步增长。大学体育的最大支持者——很有代表性的一群人——试图支付给运动员薪水来招募他们。当然，如果除去大学体育业余特点的伪善面纱，大学体育的声望与需求甚至会加速提高。与此同时，自从奥林匹克不再要求其参与者是业余运动员后，它不但没有失去吸引力，而且创造的收入还增加了。

NCAA 寡头垄断的支持者偶尔会辩论道：低报酬是一个暂时现象，运动员一旦成为职业运动员很快就能获取百万美金，那些能迅速致富的运动员正在资助没有像他们那么幸运的人。这种论断在三方面不成立。第一，NBA 和它的工会最近（2005）对较早地加入其联盟设立了限制，要求最低年龄达到 19 岁并且至少已经从高中毕业 1 年，这对运动员成为职业选手的能力起到反作用。另外，2004 年，莫里斯·克拉雷特（Maurice Clarett）这名大二的学生在反垄断法下挑战全美橄榄球联盟的一条规则，该规则阻止运动员加入联盟，除非他们高中毕业至少 3 年，但结果他败诉了。NBA 的新规则和全美橄榄球联盟的规则都增加了剥削低年级明星运动员的潜在可能性。第二，少于 1%的大学运动员能真正进入职业排名。第三，一般来说，大学运动员与普通大学生相比来自更穷困的家庭，他们有非常不利的经济背景。因此，NCAA 不仅阻碍了这个劳动力市场的运作，而且是以一种伤害更穷困的、状况更差的学生的倒行逆施的方式。

运动员究竟应该获得什么样的工资？这个问题依旧存在。有一些可供考虑的选项。运动员可以联合起来。NCAA 现有权力的一个基础是学校并不把运动员当做雇员。但是如果运动员被视做雇员，那么他们将具有组建工会的权利并且就薪酬进行谈判。他们也可以获得在训练和比赛中受伤的赔偿资格。（体育部怀疑超过工人的赔偿是不把运动员当成雇员的主要遏制因素。）这项安排和职业运动中的安排相类似，职业运动中球队的联盟与运动员的联盟讨价还价，来建立规则和赔偿制度。可以在每个大学建立一个运动员赔偿基金，大学可以把资金分发给它们认为合适的运动员。各大学能够为招收运动员支付签字费，根据运动员的比赛成绩支付酬劳，或者建立信用基金。为强化学生运

① Noll, "The Economics of Intercollegiate Sports," 208.

动员这个观念，运动员报酬应与毕业相挂钩：如果运动员不能毕业，他们将丧失一部分先前议定好的报酬。

运动员报酬的确有它的副作用。目前，如果一所大学使用来自篮球和橄榄球项目的利润去资助无收入的运动项目，那么，除非这些无收入项目能持续从大学或其他来源获取资金支持，否则，这些无收入项目可能受到损害。许多大学可能会由于利润的下降而删减一些项目。主要的问题是，盈利性运动的运动员是否应该为支持盈利少的运动项目而遭受收入损失。天才运动员成本的上升也可能使教练的薪水明显减少。还有，当最高水平的运动员继续参与大学体育而不是早早跳槽到职业联盟时，球迷将可能欣赏到更高水平的大学体育比赛。最重要的是，大学运动员将能获得与他们的付出相等的竞争收入。

Ⅵ. 结　论

NCAA 与它的大学成员已经建立了大学体育卡特尔，这个垄断组织向它们收入的最重要来源——运动员——支付了远远低于这些运动员在竞争市场上能够获得的收入。NCAA 在业余特点的伪装下进行运作，然而，它的学校成员创造的收入、训练与比赛时使用的设备和最高教练的薪水都能与职业运动相当。只有学生运动员是真正的业余身份，并且得不到他们在比赛中创造的相应的奖金。

然而讽刺的是，当卡特尔的财富增长时，它的力量却正在被削弱。近来一连串失败的司法斗争正揭去它业余特点的伪装，性别平等要求正产生严重的利润分配问题。竞争性联盟幽灵闪现，这成为可能必须竞价竞争人才的征兆。运动员可能很快被给予雇员权利。联邦教育补贴可能仅限于一般教育基金。同时，随着 NCAA 成员的规模不断扩大，差别不断增多，冲突的多样性将增加。

过去 NCAA 通过扩大它的控制范围——在会员身份和它的规定和规则中——来对威胁做出反应。然而 NCAA 的规则并没有对业余精神和赛场上的竞技性起到多大的促进作用。德普肯（Depken）和威尔森（Welson）报告说，诸如《塞尼体法则》、最低 GPA、把 NCAA 分成多个部门以及 BCS 等制度变化对 NCAA 运动的竞技性有反面的影响。

相似地，NCAA 强制实施规则的政策也经常损害竞争平衡。①

很明显，NCAA 在其组织外部面对着法律和政策上的挑战。它的规则和实施的政策加剧了内部关系的紧张。大学体育卡特尔又一次面临着挑战，处于解体的边缘，只有未来能够显示它是如何处理这些最新的挑战的。

拓展阅读建议

Byers, W. 1985. *Unsportsmanlike Conduct: Exploiting College Athletes*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Fizel, J. and R. Fort, eds. 2004. *The Economics of College Sports*. Westport, CT: Praeger.

Fleisher, A., B. Goff, and R. Tollison. 1992. *The National Collegiate Athletic Association: A Study in Cartel Behavior*. Chicago: University of Chicago Press.

Fort, R., and J. Quirk. 1999. "The College Football Industry." In *Sports Economics: Current Research*. Ed. J. Fizel, E. Gustafson, and L. Hadley, 11 - 26. Wesport, CT: Praeger Publishers.

Knight Foundation Commission on Intercollegiate Athletics, Ten Years Later. 2001. (Miami: Knight Foundation).

Koch, J. 1982. "The Intercollegiate Athletics Industry." In *The Structure of American Industry*, ed. Walter Adams, 325 - 346. New York: Macmillan Publishing Co.

Noll, R. 1991. "The Economics of Intercollegiate Sports." In *Rethinking College Athletics*. Ed. J. Andre and D. James, 197 - 209. Philadelphia: Temple University Press.

Schulman, J. and W. Bowen. 2001. *The Game of Life: College Sports and Educational Values*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

---

① C. Depken and D. Wilson, "Institutional Change in the NCAA and Competitive Balance in Intercollegiate Football," and "The Impact of Cartel Enforcement in Division I - A Football," both in *Economics of College Sports*, ed. John Fizel and Rod Fort (Westport, CT: Praeger, 2004).

Sperber, M. 1990. *College Sports*, Inc.. New York: Henry Holt.

____. 2000. *Beer and Circus: How Big Time College Sports is Crippling Undergraduate Education*. New York: Henry Holt.

U. S. Department of Education, Commission on Opportunity in Athletics . 2003. "Open to All: Tile Ⅸ at Thirsty." Washington, D. C., February 28, 2003.

第14章 自由企业经济中的公共政策

——詹姆斯·W·布罗克
(James W. Brock)

对自由社会的控制和避免这种控制力量产生弊端是美国政治、经济政策中的关键部分。事实上，美国这个国度就是从殖民地居民反对英国皇权垄断中逐步发展起来的。一旦获得了独立，这个国家的创建者们就认识到在为一个自由社会创立管理结构时，必须组建一个强有力的政府以便约束某个人，防止其侵害他人的自由权利。同时，他们也认识到为了防止政府本身变成压迫公民的工具还需要额外的安全防护。在整个独立过程中，创建者们体现了一种根深蒂固的悲观的人性观。他们认识到[就像托马斯·伯克（Thomas Burke）在1777年提出的那样]“任何一种权力都有不可抑制的自身扩张的倾向”；“如果人们不受到一些制约机制的有效监督，当然这些制约机制必须不以个人的意志为转移，那

么权力有的时候将被滥用”；并且“罪恶的根源深植于人性之中”。

他们解决这种困境的方法体现在《宪法》中，并且表现为两个优先原则：第一，最重要的是政府的结构，而不是掌权人的个人偏好；第二，按杰斐逊（Jefferson）的话说，“好政府靠的不是权力的联合和集中，而是它们的分配”。聪明的做法就是构建一种监督和平衡制度——一种牛顿主义的权力制衡机制——在相互的制衡中和谐运作。目标是防止出现创建者们顾虑的最根本的罪恶：权力的集中以及随之而来的对权力的滥用。“这种机制必须用来控制政府滥用权力，而这也许是一种人性的反映，”在《联邦党人文集》第51篇（Federalist Paper 51）中，詹姆斯·麦迪森（James Medison）写道：

> 但是政府本身是什么，是对人性的最高反映吗？如果人们都是天使，就不需要政府了。如果天使来管理人们，对政府内外的监督就都不需要了。在构建一个由人对人实行管理的政府时，最大的困难在于：你必须首先使政府能够控制被管理者，接下来必须迫使它自己控制自己。对领导者品质的依赖无疑是对政府的基本控制；但是经验已经告诉人们，辅助的预防措施是必须的。

Ⅰ．美国的反托拉斯传统

无论如何，接下来的这些事件说明在一个自由社会中权力问题不单单局限于政治领域。在有了《宪法》一个世纪以后，在内战后的一段时期，突然出现的联营、信托、卡特尔和垄断均表现出需要控制经济力量。为了对抗过分集中的私人权力和政府权力，美国感到必须阻止“交易中的独裁者”将人们带入一种新封建主义的陷阱。“如果我们不再忍受一个国王实行强权政治，”俄亥俄州的共和党参议员约翰·谢尔曼（John Sherman）警告说，“我们更不应该再忍受一个国王凌驾于任何生活必需品的生产、运输和消费之上。”如果议会不承认私人经济权力的问题，谢尔曼指出将会出现“一个适用于任何一种产品的托管机制，以及一个确定每种生活必需品的价格的万能的手”。①

亚当·斯密已经从理论上揭示出竞争市场将怎样调整并且抵消经

① Hans B. Thorelli, *The Federal Antitrust Policy: Origination of an American Tradition* (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1955), 180.

济权力——它怎样将经济决策权分散到众多竞争者手中，它将怎样促使每个人在公共利益中表现得最好，从而将追求个人利益的私人恶习转化为一种公共美德。亚当·斯密已经从理论上说明，竞争市场体系怎样约束私人经济决策并将其引导到对社会有益的道路上——它怎样产生按照社会偏好分配资源时的创新、技术进步和效率。在理论上，他还揭示了竞争市场体制将怎样维持经济自由，并提供给所有人同等的机会，同时带来对公众负责的私人经济决策。

然而，在现实中，19 世纪后期的美国的公司合并浪潮和信托运动说明，竞争市场作为一种经济管理体制，其自身既不是永久存在的，也不具有一成不变的人为特征。许多事实表明如果没有严格制定的游戏规则，那么非竞争性的协议、合并、联合和占支配地位的公司的垄断，就会侵蚀、损害市场竞争。

反托拉斯法令的重要目标始终是将竞争当做美国经济状况的主要调节器。像《宪法》一样，美国的反托拉斯法令提出了一种管理结构——一种将经济决策组合起来，并防止它被滥用的社会蓝图。像《宪法》一样，反托拉斯法令的目的是将权力分散到许多人的手中，而不允许它集中于几个人的手中。就像《宪法》的目的是阻止任何政治“派别”去垄断政府的强制权一样，反托拉斯法令的基本目的是阻止私人组织在自由社会中垄断社会经济决策。

颁布于 1890 年的《谢尔曼法案》是国家的第一个反托拉斯标志，它禁止与竞争性自由企业特征相冲突的两种主要类型的企业。涉及卡特尔的《谢尔曼法案》的第一部分描述道：“在州与州之间或同国外的贸易或商业的限制条件中，任何一种协议、勾结……或是密谋都是非法的。”就像法院解释的那样，商业人士从事下面种种共谋行为都是非法的，这些行为包括：对固定价格达成一致，对限定产量或生产能力达成一致，对划分市场或将消费者分层达成一致，或者对把竞争者排除在外达成一致（这主要是靠系统性地采用压制性策略和掠夺性做法）。简而言之，该法案针对的是那些控制市场的行为，以及削弱市场调整规律的竞争者，并且通过瞄准上述目标来禁止所有的集体行动。

《谢尔曼法案》的第二部分承认经济权力在结构上的集中，它提出“任何一个人要垄断或者试图垄断或者勾结或者共谋垄断州与州之间或同国外的贸易或商业的任何一部分，将被视为有罪……并且……要受到惩罚”。第二部分认为公司的下述做法不合法，即通过强制竞争者离开市场，或者通过将它们吸收进来而控制整个市场。它禁止了单个公

司（或联合行动的公司集团）统治一个产业或市场。第二部分明确表达了鼓励分散式的经济结构，在这种结构中，有大量相互独立的竞争者，以确保有效的市场竞争。

《谢尔曼法案》的条款是一般性的，也许甚至可以说是模糊的，基本上是消极的。有人指出《谢尔曼法案》反对的主要是现存的具有支配地位的公司和现存的贸易限制，并且《谢尔曼法案》的可操作性不强。根据《谢尔曼法案》，执行当局被授权解散现存的垄断组织，却不能预先在垄断成型之前抵制它的发展。因此，国会在 1914 年通过了增补法令，为的是“将托拉斯、共谋和垄断遏制于其创立的初期、全部完成之前”。在 1914 年的《联邦贸易委员会法案》中，国会成立了一个独立的调整委员会来管辖经济，限制“所有不平等的竞争方式”，同时从事关于美国经济中的垄断和竞争条件的专门研究。

在同一年中的《克莱顿法案》中，国会将四种具体做法确定为目标，并且经验已经显示出这些做法是产生潜在垄断的最好方式。四种具体做法是：（1）价格歧视（即恶意竞争和掠夺式的降价）；（2）捆绑式合同和排他式的代理权协议；（3）合并和收购；（4）竞争公司间相互联合的董事会。出于防范的目的，该法律宣布这些做法是非法的。这并非是指这些做法本身非法，而是它们的效果“也许会极大地削减竞争或趋向于产生垄断。”价格歧视正是理解上述陈述的一个例子，只有在它被用来作为破坏竞争的一种系统工具时，它才是非法的，比方说它被美孚石油公司和美国烟草托拉斯使用。同样，《克莱顿法案》的合并条款（1950 年由《塞勒-基福弗法案》修订而成）禁止任何公司合并及收购，不论这些合并及收购的后果是大幅度地减少竞争还是趋向于产生垄断。《克莱顿法案》的重点是阻止反竞争问题在第一阶段出现，而不是在它们已经确立后，再努力去纠正它们。

法官查尔斯·怀赞斯基（Charles Wyzanski）也许最好地说明了美国反托拉斯政策的精神，即：

> 权力的集中，无论它们表现得怎样有益，也无论它们看起来拥有什么有利之处，天生都是危险的。过去它们的好表现没有持续下去；如果今后它们的力量被专横的人物所掌握，那么在产业市场上将不会有制衡力量的自动监督和平衡。并且在缺乏保护机制的情况下，对政府管制、公有产权或者其他极端措施的需求在危机时将变得无法抵制。因此私人经济权力的分散是一种保护私人企业制度的方法……［另外，］说一个垄断企业从道德意义上讲



图 14—1　反托拉斯的挑战

资料来源：Thurman W. Arnold, Cartels or Free Enterprise? Public Affairs Pamphlet 103, 1945. Reproduced by courtesy of Public Affairs Commission, Inc.

> 也许已经履行了它的经济职能必然是令人怀疑的。强大竞争者的绝对数目不足暗示着不可能存在一种测量垄断者卓越性的客观标准……对外行人来说，这种垄断政策是明智的、谨慎的，甚至是进步的，而事实上与被迫面对更激烈的竞争相比，企业在垄断状况下只表现出了较低的冒险精神和较弱的风险意识取向……

他写道，企业的进步性“事实上可以和经济权力成反比；对于在商业领域的创造性来说，同在其他领域中一样，行动的多中心性对创造性是最有利的。每一公司都有它独特的模式，并且都要面对竞争的

挑战来发展自己的团队精神”。①

Ⅱ. 反托拉斯政策受到攻击

这些年来，这些传统的规则受到来自政治与经济领域两个极端的攻击。

来自左派的挑战

按照左派的观点，通过法令强制执行的反托拉斯竞争政策是一种起反作用的野蛮过时的事物，很早之前它就应该被废除了；相反，集中和市场支配地位被认为是产业进步的必然产物，更直接的社会控制（包括在劳动力、产业和政府间议价的某些形式）被视为先进的方式。

在20世纪初，风起云涌的托拉斯合并浪潮是事实。例如，工会的先驱领导人塞缪尔·冈珀斯（Samuel Gompers）不理会反托拉斯政策（制定该法令最早是用来针对众多工会在劳动力市场上阻碍交易的做法的），他指责道：“我们已经看到那些对管理国家所知无多、对经济知识不甚了解的人极力主张用法律去‘调整’州与州之间的商业，‘阻止’联合和托拉斯，”他进一步论述道：“政府不应阻止产业合法地发展和自然地集中。”② 他相信，强大的工会有助于劳动者为自身的利益讨价还价，从而他们能在产业联合产生的经济收益中获得较公平的份额，这将抵消托拉斯的权力。赫伯特·格罗利（Herbert Croly）是当时重要的进步发言人，他确信在产业和商业更好的组织形式的发展方向上，垄断的托拉斯标志着“重要的一步”，并且他宣称抛弃反托拉斯法案有利于制定一种新的国家政策，从而在公司和工会领导人之间树立“一种更恰当的行为方式和更有启发性的思维习惯”。③ 同时，社会学家以《圣经》的名义断言，我们“已经放弃了埃及式的竞争……并且现在正逡巡于缺乏垄断的荒芜之所，而我们必须穿越这里才能到达

---

① *United States v. United Shoe Machinery Corp.*, 110 F. Supp 295 (1953), affirmed per curiam, 347 U. S. 521 (1954).

② 引自 Joseph Dorfman, *The Economic Mind in American Civilization*, vol. 3 (New York: Viking Press, 1949), 217。

③ Herbert Croly, *The Promise of American Life*, Harvard Library edition (Cambridge: Harvard University Press, 1965), 358-359, 397.

普遍合作的希望之地”。①

20 世纪 30 年代，左派对反托拉斯政策的批评重新浮现，并且成了 1933 年《国家工业复兴法案》（NIRA）的试金石。《国家工业复兴法案》的制定，是为了开辟一种新的经济政治制度，即“建设性的合作”，人们相信它将把国家从大萧条的深渊中挽救出来：商业界将自我管理，从“破坏性”的竞争中解脱出来，并且不再受反托拉斯法令的干扰。工会领导人将该法案视为他们所长期倡导的编制计划和产业界自我管理的示范。同时，该法案还赋予了工人组成工会的权利和集体议价的权利。对于像雷克斯福德·特格韦尔（Rexford Tugwell）一样激进的政府官员来说，NIRA 说明了“合作和不抵触”对恢复信任和实现经济复苏来说是一种很好的原则。② 许多新的经销商相信，这些目标只有通过以下这种方式才能实现：抛弃竞争，并用一种沿着单个产业的发展道路（资方和劳方联合制定部门计划，而且政府监督这种部门计划的实施对公众利益的影响）来编制计划的系统去替代它。

20 世纪 80 年代，与美国经济不景气的状况相对应的是“日本公司”在世界范围内高奏凯歌，然而这种情况引发了另一种左派观点——以“产业政策”为标题——下的联合与合并的复苏，并且这种新的联合与合并成为美国反托拉斯传统的替代物。针对外国商品涌入美国市场、美国低迷的生产率、顽固的高失业，产业政策的倡议者们指责“对变化的世界来说，过去有效的现在已不起作用了”。③ 他们主张，唯一可行的方法是制定一种有意识设定的、国家的“产业政策”，这种政策由资方、劳方和政府三部分的计划、协议和妥协方案构成。他们将第二次世界大战后日本的奇迹和其他东亚国家的蓬勃兴起作为这种合作有效的例证。他们认为传统的反托拉斯法案对不成比例的经济规模和经济权力感到忧虑，这种观点在新的全球化时代是过时的且具有破坏性。他们声称，即使通用汽车公司成为唯一的汽车制造公司，“它仍然要和日本、德国的公司为了生存而进行激烈的竞争，并且由于通用公司或任何其他的公司必须在一种国际的竞争环境中运营，所以用

---

① 引自 Jack Blicksilver, *Defenders and Defense of Big Business in the United States, 1880 - 1900* (New York: Garland, 1985), 68。

② 参见 Ellis W. Hawley, *The New Deal and the Problem of Monopoly* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 1966), 19 - 33。

③ U. S. Congress. House. Subcommittee on Economic Stabilization, Hearing: Industrial Policy, Part 1, 98th Cong., 1st sess., 1983, 173.

反托拉斯法令去限制它们没有任何意义”。①

然而，左派对“合作主义”和组织的大型化趋向的痴迷使它具有许多先天的缺陷，不适于作为国家经济政策的导向。第一种基础性的缺陷是组织起来的群体必然趋向于力量联合，这种力量联合倾向于保护狭小范围内的私人利益而不是提高社会的福利。“合并资本主义”的倡导者假设有力的私人群体将以一种提高经济效益的方式来行动并坚持到底。但是这种力量集团也会认识到它们有力量维持现状、影响公共支出，并且在选择行动方案以扩大自己力量方面存在共同利益。

这种情形不是无意义的臆测，例如，国家复兴委员会（NRA）在20世纪30年代的影响，很少像它的支持者认为的那样：NRA促使商业企业和劳工组织组成卡特尔来提高工资，而政府轻易批准了它们的自利行径。然而，在1934年，根据议会对NRA的听证会的决议，议员杰拉尔德·奈（Gerald Nye）被迫接受在NRA存在期间垄断力量已经被大大加强这一结论，并且形成垄断的诱惑在美国比以往更甚。由于反托拉斯法令悬而未决，所以小的独立生产者、一般意义上的小商家（大垄断企业的购买者、竞争者或供给者）以及为数众多的最终消费者，似乎除了受到NRA的保护外没有受到其他的保护。而NRA现在不再给予这种保护，相反，它加强了而不是削弱了这种垄断力量。②

在钢铁行业中，钢铁巨头和钢铁工会组织共同将行业整体形式磨合成一种精巧而颇具艺术感的形式。几十年来，大型钢铁公司和钢铁工人联盟联合策划了一项稳定的行业记录，钢铁行业的关键产品保持着价格—工资—价格式的螺旋式通货膨胀。当外国竞争者威胁瓦解它们的合作效果时，它们就联合起来游说政府制定进口限制。这些进口限制非常狭隘地服务于钢铁行业的管理者和工人们的利益。但是，由于夸张的钢铁价格，它们的行为损害了大量规模更为庞大的钢铁使用企业的竞争，同时也损害了这些企业所雇用的规模更为庞大的劳动者的利益（最近的一项调查显示，钢铁使用行业有1.28亿个工作岗位，

---

① Lester C. Thurow, “Abolish the Antitrust Laws,” *Dun's Review*, February 1981, 72。另见 Thurow, *The Zero-Sum Solution* (New York: Simon & Schuster, 1985)。

② 引自 Leverett S. Lyon et al., *The National Recovery Administration: An Analysis and Appraisal* (Washington, D.C.: Brookings Institution, 1935), 709。也可参见 Barbara Alexander, “The Impact of the National Recovery Act on Cartel Formation and Maintenance Costs,” *Review of Economics and Statistics* 76 (May 1994): 245-254。

而钢铁制造行业只有 22.6 万个工作岗位)。[①] 同时，钢铁企业的管理者和工人一起商谈定下了数十亿美元的养老金、退休金项目以及其他企业无法负担的保障成本。钢铁行业的工人集团通过对联邦政府施压，强迫财政为它们担保，这使得它们成为了社会的负担（像 LTV、Bethlehem 和 National 这样的钢铁巨头的破产，使财政付出了 70 亿美元的代价)。[②]

在航空业中，主要航运公司和工会工人（尤其是飞行员联盟）之间的劳资双方谈判使得航空巨头们的花费极其高昂，这些高昂的费用几乎将它们推向破产的边缘（包括 2002 年因为破产而崩溃的美国联合航空公司，以及在 2002—2005 年间都宣称要破产的达美航空公司、全美航空公司和西北航空公司)。同在钢铁行业中出现的情况一样，这些航空公司中的劳资集团同样将它们在劳资双方谈判中的养老金和退休金等项目的保障成本通过联邦政府的养老保险基金转嫁给社会。航空业同样倾向于将它们的收益私有化，而将花费社会化。

在职业体育行业中，所有者和运动员相互妥协达成的协议使得“运动产业集团”常常对当地社会进行敲诈，除非当地社会给予他们巨额的补助，否则他们通常会威胁重新选择队伍的基地。数十亿美元的职业体育福利为所有者提供了利润，为运动员提供了天文数字般的薪水，还为他们提供了富丽堂皇的体育场。然而，他们却剥夺了当地社会急需用于教育、交通和真正的工作发展机会的基金。[③] 在防御性武器的购买合同中，作为买家的政府和作为生产武器的承包商之间也存在串通合作，在该情况下，相同的政府官员通过众所周知的“旋转门”来转换身份，占有了市场各方的重要位置。这样的情况很难用经济学模型来正确描述，通过这种方式，他们贪污了后萨达姆时代伊拉克重建项目合同中的数十亿美元。在最近围绕五角大楼的关于波音公司空中加油机的合同事件中，上述情况非常明显（在该事件中一位五角大楼负责采购的官员作为买方为空军进行谈判协商，但是同时他又作为

---

① Gary Clyde Hufbauer and Ben Goodrich, “Steel Policy: The Good, the Bad, and the Ugly,” International Economics Policy Brief 03 - 1, Institute for International Economics, January 2003, and Consuming Industries Trade Action Coalition, “Steel-Consuming Jobs vs. Steel-Producing Jobs, 1999,” 参见 www. citac-trade. org。

② 就钢铁行业而言，参见 Walter Adams and James W. Brock, *The Bigness Complex: Industry, Labor, and Government in the American Economy*, 2nd ed. (Palo Alto: Stanford University Press, 2004), chapters 19 and 21。

③ 参见 *Bigness Complex*, Chapter 22。

卖方波音公司中有行政职务的代表进行谈判协商）。这样的事件导致参议员约翰·麦凯恩（John McCain）得出结论，“空军似乎并不是如积极倡导的那样与波音公司进行协商，在某种程度上，空军似乎给予了这家公司过分的控制权，这些控制权不仅体现在价格的制定方面、合同的条款方面，而且体现在飞机的性能方面。”① 合作主义在军事采购合同方面的恶劣影响在海岸警卫队事件中进一步凸显，海岸警卫队的目的是尽力保证国家领土的安全，在该事件中，两家防御性武器巨头合谋控制了一个金额高达 170 亿美元的武器现代化项目的主要部分——这种性质的合谋导致数十亿美元被浪费在购买那些断为两截的船只上。②

来自左派的对反托拉斯的批评也暗含着左派过分地相信联合后庞大的规模优势和大型合并的优点。长期以来，通用汽车公司被标榜为世界上最大的汽车生产厂，同时它也是世界关注的产业焦点：它的年销售收入超过了部分小国家的所有行业的国民生产总值。然而，通用汽车公司长期以来也遭受着自身机构过于庞大所带来的官僚体制僵化。要是我们将通用公司的痛苦看做某种程度上源于其规模太小，这是难以令人相信的，尤其是当这家公司近年来只能通过削减规模来改善自身的经济效益时，而且同时发生的克莱斯勒和戴姆勒的巨型合并也带来了灾难性的后果（类似的事件还有福特公司对路虎、美洲豹和沃尔沃的并购）。

钢铁行业一个世纪的合并带来的大规模的企业无法产生令人满意的效率，这些企业也没有进行出色的技术革新。相反，美国的钢铁巨头变成了落后的、狭隘的官僚机构，它首先面对来自国外的竞争，随后又面对来自美国的小型钢铁厂的竞争。在这个过程中，它丧失了规模、市场份额和成百上千的工作机会。美国的小钢铁厂是艺术大师级的运营者，它们已经变革了钢铁生产，并且将号称“不可战胜的”外

① 关于波音公司的空中加油机项目，参见 Senator McCain's opening statement before the U. S. Air Force, September 3, 2003; U. S. Congressional Budget Office, Assessment of the Air Force's Plan to Acquire 100 Boeing Tanker Aircraft, Washington, D. C., August 2003; and Anne Marie Squeo and J. Lynn Lunsford, “How Two Officials Got Caught by Pentagon's Revolving Door,” *Wall Street Journal* (December 18, 2003): 1。

② 参见 Eric Lipton, “Billions Later, Plan to Remake the Coast Guard Fleet Stumbles,” *New York Times* (December 9, 2006): 1; and Office of Inspector General, Department of Homeland Security, “Improvements Needed in the U. S. Coast Guard's Acquisition and Implementation of Deepwater Information Technology Systems,” Washington, D. C., August 2006。

国公司诸如日本公司和韩国公司逐一打败，逐步从它们手中夺回产品市场。

在制药行业，过去数十年间的巨型并购将该行业带入了一个由少数公司构成的情况，这些公司由于推动了新的救命药物的研究和发展而获得了好名声。然而，合并后的大型公司的新产品生产线不断在枯竭，这迫使它们渐渐向小型的、更具创新力的公司发展，以获得药品上的创新突破，这同时也使得人们开始质疑，公司的大型规模是不是对医药行业的科技发展不利。① 在航空公司方面，在“9·11”恐怖袭击后的一段时间内，大型的航空公司遭受的损失很大，而小型的公司（包括西北航空、捷蓝航空和穿越航空）则成功地保证了较多的盈利。

大型公司的不稳定性和失败案例并不仅仅存在于美国，在国外也有同样的后果。在国外，合并带来的庞大规模对西欧国家没有什么帮助（特别是英国和法国）。20 世纪 50 年代和 60 年代，它们都被大规模的神秘性所吸引。大家公认的“国家首屈一指的公司”合并在一起，在本国的产业中占支配地位［包括英国汽车工业中的里兰（Leyland）公司、英国钢铁公司和法国计算机业中的布尔公司］。它们在 20 世纪 70 年代和 80 年代变成了投机者。这些公司在遭受了长期的损失之后，开始依靠本地政府的财政支持来防止破产。根据分析家保罗·格罗斯克（Paul Geroski）和亚历克西斯·雅克曼（Alexis Jacquemin）的说法，“新的超级大公司无法为欧洲带来一种新的竞争效率。事实上，在该政策的支持下，一系列拥有强大市场控制力量的公司被组建起来，这些公司在接受市场选择时受到相当大的保护。欧洲出现了许多沉睡的工业巨人，它们被错误地组建起来以迎合 20 世纪七八十年代的挑战。”②

在东亚，“裙带资本主义”的支持者忽视了在日本的第二次世界大战后“奇迹”中起作用的一个重要因素，他们所庆祝的日本和韩国腾飞的事件都表明了“裙带资本主义”是建立在企业、银行和政府之间混乱的关系上的。

日本在第二次世界大战后的出色表现也许在很大程度上归因于国

---

① 参见 Adams and Brock, *Bigness Complex*, Chapter 4; John Simmons, “When Big Pharma Gets Too Big,” CNNMoney.com, December 4, 2006; idem, “Is Outsourcing the Prescription for Pfizer?” CNNMoney.com, December 6, 2006。

② Paul A. Geroski and Alexis Jacquemin, “Industrial Change, Barriers to Mobility, and European Industrial Policy,” *Economic Policy* (November 1985): 175.

内竞争的市场结构，而美国在第二次世界大战之后的几年中产业巨头代替了国内竞争的市场结构。在道格拉斯·麦克阿瑟（Douglas MacArthur）将军的领导下，日本大规模地取缔权力集中：日本最大的16个有影响力的公司被彻底地解散，26个大公司被解散重组，11个公司被分解重组，并且还有19个“过度集中”的公司被分解。日本最大的两个拥有控制权的公司三井和三菱，被分解为上百个子公司。同时伴随而来的财产剥夺方案迫使所有日本公司的债券被大量抛售，抛售量大约占债券1945年价值的一半。① 随后，在20世纪50—60年代，日本和美国的集中趋势是这样的：日本市场的平均集中程度不断减弱，与此同时，美国市场的平均集中程度不断加强。事实上，日本政府要将主要的产业集中于几个“国家产业的佼佼者”手中，企图组建规模巨大的垄断公司，工业企业家竭力抵制政府的做法。例如，在汽车工业方面，政府试图将生产限定于两个制造公司，本田汽车公司、斯巴鲁汽车公司和马自达汽车公司抵制了政府的这种做法。同时在微电子行业，通产省（MITI）拒绝了当时不为人知的索尼公司从美国电子公司购买晶体管生产权的要求，试图抑制它的成长，而索尼公司挫败了政府的企图。② 与此相反的是，20世纪90年代日本十年萧条造成的影响由于公司规模的臃肿和合并带来的消极影响而不断恶化，造成这种情况的原因还包括银行由于自身虚弱而倒闭以及政府监管者和银行巨头间亲密的关系。③

在20世纪90年代，公司和银行的相互合作持股方式已经成为一种陷阱。在日本，许多相互联系的公司和金融机构相互依赖，以获得政府补助和财政紧急援助，同时这些公司还依赖相互合作的大家庭中的每个成员保有的销售额，这种依赖已使得它们自满和脆弱，无法应

① Walter Adams and James W. Brock, “The Bigness Mystique and the Merger Policy Debate: An International Perspective,” *Northwestern Journal of International Law & Business* (Spring 1988): 36 - 43.

② 参见 Christopher Wood, *The end of Japan Inc.* (New York: Simon & Schuster, 1994), 77, and Michael E. Porter and Mariko Sakakibara, “Competition in Japan,” *Journal of Economic Perspectives* 18 (Winter 2004): 27 - 50。

③ 参见 James Brooke and Ken Belson, “Japanese Plan to Overhaul Banks Hits A Stone Wall,” *New York Times* (October 23, 2002): C1; Sheryl Wu Dunn, “A New Acid Test for Tokyo as It Tackles Banking Crisis,” *New York Times* (September 1, 1998): C4; Jathon Sapsford and Robert Steiner, “Japan's Banks Struggle with Many Problems,” *Wall Street Journal* (January 22, 1997): 1; and Michael Williams, “Many Japanese Banks Ran Amok While Led by Former Regulators,” *Wall Street Journal* (January 19, 1996): 1。

付来自国外公司的竞争。①

在韩国，公司的大规模联合已经变得非常重要以至于政府不能允许其失败。为了阻止这些大规模联合的崩溃，政府投入了大量的资金，而这却影响了银行，使得韩国经济缺少了投资资金。20 世纪 90 年代末的亚洲金融危机迫使韩国政府不得不将自己从这些大规模联合中解脱出来，并强迫这些联合公司们缩小规模、集中运营、提高绩效，同时也解放了银行，使得银行能够将资金借贷给小型的、更具活力的公司。②

最后，由左派所支持的合作资本主义的薄弱之处在于权力问题以及利益集团的政治。就像亨利·C·西蒙斯（Henry C. Simons）很久以前指出的那样，“协议组织将瓜分掠夺来的利润，但我们一般忽视了这样一个事实，即它们占有巨大的利润，而这是不利于社会的；并且垄断力量在某一方面稍加改进就会大幅度增加利润。”垄断组织总要行使它的垄断力量，西蒙斯警告说：“这种联合力量沿着有特殊用途的、职业化的路线发展，它们受到鼓励，快速成长为政治组织——一种特殊的集体主义混合物，这种政治组织将收入从其他集团中带走，它们获取超常的利润，而且它们的行动方式也不利于整个社会普遍的繁荣。”③

来自右派的挑战

在右派方面，经济达尔文主义者们已经反复批评了美国传统的反托拉斯哲学，他们强调应该用一种简单的无阻碍的放任政策取代它。他们认为这将促进良好的经济结果，因为这展现出了最有经济适应性的自然选择的益处。

一个世纪之前，威廉·格雷厄姆·萨姆纳（William Graham Sum-

---

① “Fall of A Keiretsu: How Giant Mitsubishi Group Lost Its Way,” *Business Week* (March 15, 1999): 90.

② 参见 Michael Schuman and Namju Cho, “Troubles of Korean Conglomerates Intensify, Signaling End of an Era,” *Wall Street Journal* (March 25, 1997): A11; “The Giants Stumble,” *Economist* (October 18, 1997): 67; Meredith Woo-Cumings, “How Industrial Policy Caused South Korea's Collapse,” *Wall Street Journal* (December 8, 1997); and *Economic Crisis and Corporate Restructuring in Korea*, ed. Stephan Haggard, Wonhyuk Lim and Euysung Kim (New York: Cambridge University Press, 2003)。

③ Henry C. Simons, *Economic Policy For A Free Society* (Chicago: University of Chicago Press, 1948), 119, 219.

ner）声称托拉斯中的权力集中“对于任务的成功执行是必不可少的，在我们这个时代，那些任务被移交给了社会……权力（财富）的集中、更具有支配力的控制、众多的法令和严格的方式是确保联合更完美的唯一方式。当我们觉察到这一点时，我看见财富的集中仅是社会进化过程中的一个低级阶段的特征”。他相信垄断组织是“自然选择出的特定工作的社会委托人。他们获得很高的报酬，并且过着奢华的生活，但是对社会来说协议是一种好方式”。①

美孚石油托拉斯之父约翰·D·洛克菲勒（John D. Rockefeller）用园艺术语来描述垄断：“一个大企业的成长仅仅是最具适应性的企业的存活，美国的丽人玫瑰拥有瑰丽的色泽和迷人的芳香，这些会让花的主人欣喜不已。培养美丽的玫瑰花仅仅需要摘掉那些早期生长在它周围的花蕾。在商业上这也不是一种罪恶的趋势，它不过是执行了自然法则和上帝的法则。”②

当今该观点的主要支持者罗伯特·伯克（Robert Bork）考虑了自由市场体系和达尔文进化论之间惊人的相似性：

> 这种类似物的相似性和有时从这种相似性中产生的过于宽泛的推论不应该蒙蔽我们，否则我们就不能发现重要的真相。最终社会需求和与它们相应的社会成本决定了商业公司必须适应的环境。与其他竞争者相比，对环境适应性强的公司就会扩张。不成功的公司会萎缩，最终会销声匿迹。

伯克认为干涉自由市场体系的“自然”运作是不合理的，他相信放任政策能产生最优结果。私人垄断和市场力量不应该是社会关注的焦点，因为二者都缺乏重要的耐久性。“如果某种市场有产量限制，价格较高而效率较低，那么这种市场结构会受到损害。”③ 这位新达尔文主义者认为，“长期垄断的唯一的重要来源是政府”，尤其是在今天，全球竞争和科技变化“使得市场竞争越来越成为繁荣和进步的潜在力

---

① William Graham Sumner, “The Concentration of Wealth: Its Economic Justification,” in *On Liberty, Society and Politics: The Essential Essays of William Graham Sumner* (Indianapolis: Liberty Fund, 1992), 149-150, 155.

② 引自 Richard Hofstadter, *Social Darwinism in American Thought*, rev. ed. (Boston: Beacon Press, 1955), 45。

③ Robert H. Bork, *The Antitrust Paradox*, rev. ed. (New York: Free Press, 1993), 118, 133。公平地说，法官伯克认为，微软的电脑操作软件方面的垄断是他一般的自由放任原则的例外。参见 Robert H. Bork, “There's No Choice: Dismember Microsoft,” *Wall Street Journal* (May 1, 2000): A34。

量，从而使得政府追求主动制定反托拉斯政策的行动变得越来越不合理”。①

这个信条也遭到众多致命缺陷的打击。第一，它建立在一种错误观点之上，即仅仅凭借垄断组织、卖方寡头垄断组织或者大型公司的存在就证明它们是由于卓越的表现而取得了它们现在的地位。这只是一种断言——经常缺乏实践证据。虽然经济达尔文主义使良好的经营业绩成为它的政策的核心立足点，但是它的支持者们认为这种经营业绩不是无法进行科学测量，就是测量起来非常困难。例如，法官伯克承认“作为反托拉斯法的被告，以经营业绩和效率为理由存在问题在于这二者具有欺骗性。它们不能测量出消费者福利，因此在达到巨大的经济规模之后我们才知道，而在它开始之前我们无从知晓”。② 同样地，伊斯特布鲁克（Easterbrook）法官敦促我们“要尽量避免数量的（实践的）回答”，因为“这样的回答很昂贵并且有潜在的不确定性”。③ 这些当今的达尔文主义者们对衡量业绩的可能性不抱幻想，即使他们将良好的业绩定为经济政策的最终目标。

第二，经济达尔文主义主要关心静态的管理的效率，而不是动态的社会效率，因此它蒙受次优化弊病的伤害：也许相关的政策问题不是福特汽车公司或通用汽车公司能否以最低的平均总成本生产耗油量大的、巨大的赛车，而是到底是否应该生产这种汽车。相关的政策问题不是微软是否能有效地开发它的视窗操作系统，而是如果软件竞争者挣脱了微软的垄断控制去自由地竞争创新，那么另一种截然不同的操作系统是否将成为电脑使用者最优的选择。④

---

① Harold Demsetz, “The Trust Behind Antitrust,” in *Industrial Concentration and the Market System*, ed. Eleanor M. Fox and James T. Halverson (Chicago: American Bar Association, 1979), 51, and Dwight R. Lee and Richard B. McKenzie, “Technology, Market Changes, and Antitrust Enforcement,” Center for the Study of American Business, Policy Study No. 155, February 2000, 16.

② Bork, *Antitrust Paradox*, 124.

③ Frank H. Easterbrook, “On Identifying Exclusionary Conduct,” *Notre Dame Law Review* (1986): 979; and idem, “Ignorance and Antitrust,” in *Antitrust, Innovation, and Competitiveness*, ed. Thomas M. Jorde and David J. Teece (New York: Oxford University Press, 1992), 119.

④ 这是法官杰克森（Jackson）的结论，在考察了大量证据之后，他发现“微软公司主动发起了进攻来击退其他公司在该行业的努力，而这些努力如果不受进攻，自生自灭，那么它们很有可能会给英特尔个人电脑的操作系统市场带来竞争。” Conclusions of Law, *United States v. Microsoft Corp.*, 97 F. Supp. 2d 59 (DDC 2000)。

第三，经济达尔文主义假设任何一个不再拥有良好业绩的公司将自动被新的进入者代替。这种说法忽视了形成垄断力量的公司的能力，它们可以建立私人保护屏障——或者游说政府来为它们建立公共保护屏障——使它们自己免受创新破坏这种“熊彼特风暴”。它忽略了在经济现实中合法的自由进入不同于将潜在的新进入者阻止在集中行业之外。美国的航空业提供了一个范例。为了使竞争能够发挥作用，这一行业的管制已经在20世纪80年代被解除，一种极端主义的自由放任政策允许合并和联合，使得产业发展成为一个规模庞大的结合紧密的垄断组织，该垄断组织控制着全国的空运网络。石油行业提供了另外一个例子。一小群强有力的大公司们发现，它们集合起来占据了统治地位，而这个地位使得它们能够（根据英国石油公司官员的说法）获得“机会来影响石油供给平衡”，也能够使得它们（根据埃克森美孚官员的说法）强迫私人竞争者们“或者放弃或者改变它们市场定价的原则”，并且使得它们能够操纵供给，以实行它们所谓的“价格提升方案”。①

第四，自由放任政策的支持者注重在新的全球时代中国际竞争规律的影响，而忽略了有实力的国内公司的能力，它们一旦占据统治地位，就和国际竞争对手联起手来在国内外暗中破坏来自外国的竞争。例如，最近几年，司法部已经揭发出多个全球性的卡特尔，并对它们提起诉讼，收缴的罚款比司法部一个世纪以来收缴的总量还要多得多。最近，司法部对世界最主要的生产食品添加剂、食物防腐剂和维他命的公司提起诉讼，这清楚地显示出国际竞争中的对手们规定了世界价格，分配了全球市场份额，并且扼杀了国际竞争。（在全球柠檬酸卡特尔案例中，Archer Daniels Midland公司向它的外国同谋者保证：“我们的竞争者是我们的朋友，而我们的消费者是我们的敌人。”②）跨国的联盟和合并者们，例如世界最大的航空公司和汽车公司们，也可以在世界市场的规则中取捷径。它们的行为证明了艾尔弗雷德·蒙德（Alfred Mond）先生的说法，蒙德先生是英国化工行业的垄断集团皇家化学工业公司的组织者，很久以前他阐明垄断问题的全球化特点时说：“那种老观念总认为大企业的首脑们见面时怒目而视，彼此向对方愤怒

① 参见James W. Brock，“Antitrust Policy and the Oligopoly Problem，” *Antitrust Bulletin* 51 (Summer 2006)：238－240，以及其中引用的资料。

② 更深入的分析，参见Kurt Eichenwald，*The Informant*（New York：Broadway Books，2000）；and John M. Connor，*Global Price Fixing*（Boston：Kluwer Academic Publishing，2001）。

地挥动着拳头，互相破坏对方的事业，这其实只是电影上活灵活现的场景，根本不符合事实。”①

第五，经济达尔文主义者们谴责达不到预期经济目的的政府政策，他们说这些政策是应该被取缔的。但是他们又忽视了这样一个事实，即在民主制度中，政府不是在真空的环境中运作的，并且经济达尔文主义者声讨的反竞争政策是有控制力的经济组织游说的典型产物，而这些经济组织倾向于垄断全国。另一事实也被忽略了，即在一种代议民主制中，经济规模越大，在政治竞技场中具有的影响越大。这表现为公司巨头们随心所欲地动用广泛的政治资源——经理人员和工会组织、供给者和转包商、政府官员和市长、议员和代表、民主党人和共和党人——按他们的意图来曲解公共政策，而这样做是为了达到他们个人的目的，而对社会是有害的。

因此，规模巨大的公司的联合体为了限制进口而游说政府，使它们自己避免经济上高昂的支出，免受外国的竞争（钢铁行业就经常这样做）。这些联合体在为厂房和设备竞标时相互串通，欺骗州和一些社会团体，这样它们就能在税收优惠、税收漏洞和政府补助贷款方面获得数亿美元。它们可以违犯与政府的合约，免受“死刑”，而当小型企业触犯了同样的条约时则需要受到这些处罚。② 它们自己可以不创新，但却游说政府处罚那些小型企业的创新（正如通用公司在面对丰田和现代推出创新型汽车时所做的那样）。③ 它们通过和政府谈判退休计划来安抚员工，而当它们觉得退休金额太高了时，它们就把员工推脱给政府来养（最近的大型钢铁公司和航空公司巨头的案例就证明了这一点）。④ 它们被给予这样那样的特殊照顾，按照联邦储备委员会的前主席艾伦·格林斯潘的说法，是因为它们是“那种一旦破产就会对整个国家乃至国际经济体系造成潜在威胁的实体”。⑤ 这方面的证据包括由

---

① 引自 George Stocking and Myron Watkins, *Cartels in Action* (New York: Twentieth Century Fund, 1946), 429。

② Anne Marie Squeo, “Are Firms Too Big to Debar?” *Wall Street Journal* (June 10, 2003): A4.

③ Harry Stoffer, “Toyota, Honda Lose Out on Hybrid Credits,” *Automotive News* (December 1, 2003): 1.

④ U. S. General Accounting Office, “Pension Benefit Guaranty Corporation's Single-Employer Insurance Program: Long-Term Vulnerabilities Warrant ‘High Risk’ Designation,” Washington D. C., July 23, 2003.

⑤ “The Evolution of Bank Supervision,” remarks by Alan Greenspan, American Bankers Association, Phoenix, AZ, October 11, 1999.

政府支持着存活下来的洛克菲勒、克莱斯勒、长期资本管理公司、在墨西哥和东亚有收不回来的贷款的大型银行以及后“9·11”时期的大型航空公司。大公司能存活下来不是因为它们更出色，而是因为它们更大；不是因为它们更合适，而是因为它们更臃肿。[①] 经济达尔文主义者忽视了私人垄断的政治衍生物，而同时忍受了私人垄断的经济规模和控制力，因此经济达尔文主义者类似于亨利·戴维·梭罗（Henry David Thoreau）的邻居，梭罗把这些人评述为“将恶魔引荐给每一个天使，然后空谈伊甸园和人的堕落”。

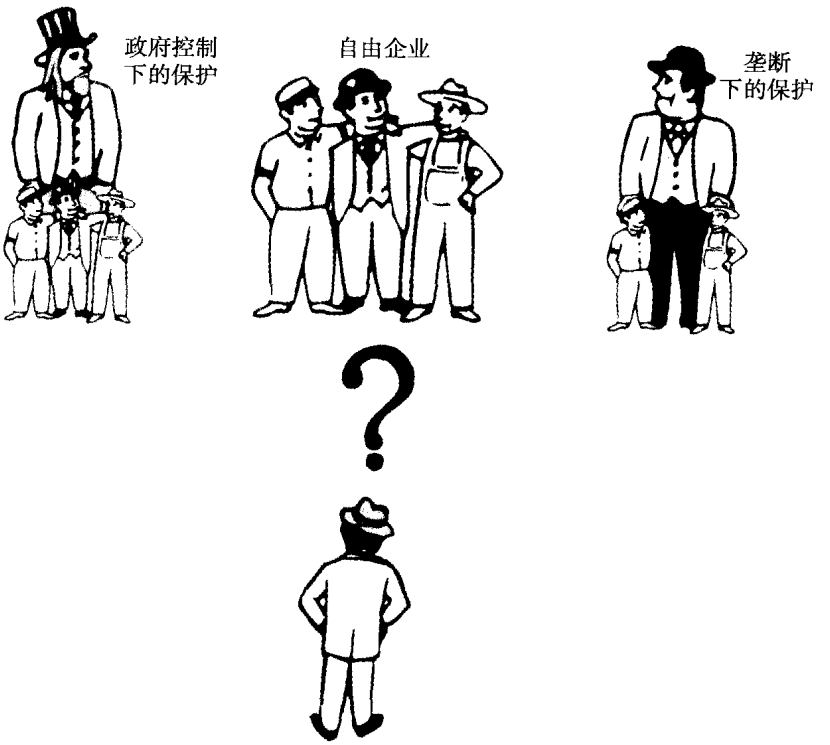


图 14—2　公共政策选择

资料来源：Thurman W. Arnold, Cartels or Free Enterprise? Public Affairs Pamphlet 103, 1945. Reproduced by courtesy of Public Affairs Commission, Inc.

第六，经济达尔文主义者无法区分个人的自由和自由的经济体系。长期以来杰里米·边沁（Jeremy Bentham）认为，没有足够的理由去

① 银行业的案例，参见 Gary H. Stern and Ron J. Feldman, *Too Big To Fail: The Hazards of Bank Bailouts* (Washington, D. C.: Brookings Institution, 2004)。

叫喊“放任政策”，并且反对所有的政府干涉：“说一种法令是反对自由的，不如简单地说每一种法令的制定都是以自由为代价的——彼得的自由是以保罗的自由为代价的。”① 如果个人权利是绝对的，并且不受限制，那么就像托马斯·霍布斯（Thomas Hobbes）在 4 个世纪以前认识到的那样，它们就为反社会的最粗俗的野蛮行径开了绿灯，包括破坏他人的自由。思考这一点会发现，达尔文主义关于不要处罚竞赛中的胜利者的警告与公共政策的目的不相关。相反，有意义的挑战是，怎样奖励优胜者，但是不允许优胜者对潜在的竞争者施加障碍从而使其丧失竞争能力，也不赋予优胜者支配规则的权利（这些规则将会决定未来的竞争），更不允许优胜者使竞赛的评判机构丧失判断能力。

Ⅲ. 结　论

美国反托拉斯政策的主要意图是维持那些保证有效竞争的结构性先决条件。其目标是要防止竞争市场的分化决策机制受到中央决策机制的侵袭，这种中央决策机制可能来自于政府或私人垄断者、垄断组织或者卡特尔。其目的是要维持竞争市场中“看不见的手”的规则，并使其免受私人经济利益集团的破坏，这些利益集团就像是专制的私人政府——免于竞争的监督和平衡，不负有责任，而且它们的决策不承担提高公共福利的义务。

近年来发生在国内外经济领域和其他领域的一系列事件表明，我们应当保持对这些政策目标重要性的高度重视，并对此类问题给予合理的关注。

拓展阅读建议*

Acs, Zolton J. 1999. *Are Small Firms Important?* (Boston: Klu-

① J. Bowring ed., *The Works of Jeremy Bentham*, vol. 3 (Edinburgh: W. Tait, 1843), 185.

* 顾晓波、冯丽君、胡安荣、曾景、王晓、孙晖、程诗、付欢、王小芳、马慕禹、张伟、李军、王建昌、王晓东、李一凡、刘燕平、刘蕊、范阳阳、秦升、程悦、徐秋慧、钟红英、赵文荣、杨威、崔学峰、王博、刘伟琳、周尧、刘奇、李君、彭超、张树林、李果、张小军、徐志浩、李朝气、马二排、刘兴坤、蔡彤娟、邓娟、张宏宇、覃福晓、王宝来、陈月兰、江挺、赵旭东、覃福晓、张华、唐海波校对了书稿，在此表示感谢。

wer Academic Publishers).

Adams, Walter, and James W. Brock. 2004. *The Bigness Complex*, 2nd ed. (Palo Alto, CA: Stanford University Press).

____. 1991. *Antitrust Economics on Trial: A Dialogue on the New Laissez-Faire* (Princeton, NJ: Princeton University Press).

Blair, John M. 1972. *Economic Concentration: Structure, Behavior and Public Policy* (New York: Harcourt Brace Jovanovich).

Bork, Robert H. 1993. *The Antitrust Paradox*, rev. ed. (New York: Free Press).

Brandeis, Louis B. 1934. *The Curse of Bigness* (New York: Viking).

Brock, James W., and Kenneth G. Elzinga. 1991. *Antitrust, the Market, and the State: The Contributions of Walter Adams* (Armonk, NY: M. E. Sharpe).

De Jong, Henry W., and William G. Shepherd. 2007. *Pioneers of Industrial Organization* (Northampton, MA: Edward Elgar Publishing).

Dewey, Donald. 1990. *The Antitrust Experiment in America* (New York: Columbia University Press).

Edwards, Corwin D. 1949. *Maintaining Competition* (New York: McGraw Hill).

Fetter, Frank A. 1931. *The Masquerade of Monopoly* (New York: Harcourt, Brace and Co.).

Fox, Eleanor M. 2002. *The Competition Law of the European Union* (Eagan, MN: West Group).

Friedman, David. 1988. *The Misunderstood Miracle: Industrial Development and Political Change in Japan* (Ithaca, NY: Cornell University Press).

Galbraith, John Kenneth. 1978. *The New Industrial State*, 3rd ed. (Boston: Houghton Mifflin).

Graham, Otis L. 1992. *Losing Time: The Industrial Policy Debate* (Cambridge: Harvard University Press).

Hadley, Eleanor M. 1970. *Antitrust in Japan* (Princeton, NJ: Princeton University Press).

Hawley, Ellis. 1966. *The New Deal and the Problem of Monopoly* (Princeton, NJ: Princeton University Press).

Hofstadter, Richard. 1944. *Social Darwinism in American Thought* (Boston: Beacon Press).

Johnson, Peter. 2003. *Industries in Europe: Competition, Trends and Policy Issues* (Northampton, MA: Edward Elgar).

Katz, Richard. 1998. *Japan: The System that Soured* (Armonk, NY: M. E. Sharpe).

Liebhafsky, H. H. 1971. *American Government and Business* (New York: Wiley).

Lippman, Walter. 1937. *The Good Society* (Boston: Little, Brown).

Lowi, Theodore. 1979. *The End of Liberalism*, 2nd ed. (New York: Norton).

Machlup, Fritz. 1952. *The Political Economy of Monopoly* (Baltimore: Johns Hopkins University Press).

Martin, Stephen. 2007. "The Goals of Antitrust and Competition Policy," forthcoming in *Issues in Competition Law and Economics*, ed. Wayne Dale Collins (Chicago: American Bar Association).

May, James. 1989. "Antitrust in the Formative Era: Political and Economic Theory in Constitutional and Antitrust Analysis, 1880 - 1918." *Ohio State Law Journal* 50: 257 - 395.

Olson, Mancur. 1982. *The Rise and Decline of Nations* (New Haven, CT: Yale University Press).

Peterson, Wallace C., ed. 1988. *Market Power and the Economy* (Boston: Kluwer Academic Publishers).

Peritz, Rudolph J. R. 1996. *Competition Policy in America, 1888 - 1992* (New York: Oxford University Press).

Porter, Michael E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations* (New York: Free Press).

Reich, Robert B. 1991. *The Work of Nations* (New York: Knopf).

Rosenbaum, David I. 1998. *Market Dominance* (Westport, CT: Praeger).

Seager, Henry R., and Charles A. Gulick, Jr. 1929. *Trust and*

Corporation Problems (New York: Harper).

Simons, Henry C. 1948. *Economic Policy for a Free Society* (Chicago: University of Chicago Press).

Spencer, Herbert. 1982. *The Man versus the State* (Indianapolis: Liberty Fund).

Stiglitz, Joseph E. 2003. *The Roaring Nineties* (New York: W. W. Norton).

Stocking, George W., and Myron W. Watkins. 1946. *Cartels in Action* (New York: Twentieth Century Fund).

____. 1948. *Cartels or Competition?* (New York: Twentieth Century Fund).

____. 1951. *Monopoly and Free Enterprise* (New York: Twentieth Century Fund).

Sullivan, Lawrence A., and Warren S. Grimes. 2006. *The Law of Antitrust* (St. Paul, MN: Thomson/West).

Sumner, William Graham. 1992. *On Liberty, Society, and Politics: The Essential Essays of William Graham Sumner*, ed. Robert C. Bannister. (Indianapolis: Liberty Fund).

Thorelli, Hans B. 1955. *The Federal Antitrust Policy: Origination of an American Tradition* (Baltimore: Johns Hopkins University Press).

Thurow, Lester C. 1985. *The Zero-Sum Solution* (New York: Simon & Schuster).

Waller, Spencer W. 2005. *Thurman Arnold: A Biography* (New York: New York University Press).

Whittaker, D. H. 1997. *Small Firms in the Japanese Economy* (Cambridge: Cambridge University Press).

译后记

改革开放30多年来，我国的经济体制改革取得了很大的进展，市场作为配置资源的方式已经在许多领域起着基础性作用，人们对经济活动和经济现象的认识和理解也在不断深化。中国经济的实践迫切需要经济理论提供指导。具有中国特色的经济理论的发展离不开对国外经济学研究成果的借鉴。

众所周知，改革开放以来，国内经济学界日益重视对西方产业组织理论或产业经济学的引进和介绍，翻译出版了一些该领域的教科书。摆在读者面前的这本《美国产业结构》一书，是一本了解美国产业结构状况的不可不读的好书。

本书具有以下特点：

第一，涉及的产业领域广泛。本书涵盖了现代美国经济中最主要的行业，包括

农业、石油业、烟草业等13个产业。这不仅为我们了解美国产业提供了一个翔实的资料库，也使我们看到了存在于这些产业中的竞争和垄断。

第二，提供了分析产业的标准框架。本书虽然涉及众多的美国产业，但对每一产业的分析基本上都是按照历史、市场结构、市场行为、市场绩效和公共政策的框架来编写的。这种分析框架不仅思路清晰、专业水准高，而且便于人们比较不同产业的有关情况。

第三，读者群广泛。本书不仅适用于经济学、商学、法学和政治学专业的学生，而且适用于那些想更多地了解美国产业的结构和功能的非专业人员。笔者认为，本书不仅可作为我国普通高等院校经济、管理类专业学生学习产业组织理论（或产业经济学）的教学参考书，而且对我国政府有关部门分析、规划和管理我国有关产业也有一定的参考作用。

本书的翻译分工如下：陆森和罗宇翻译第1章、第2章；潘碧玥翻译第3章、第7章；胡善斌翻译第4章、第5章、第13章；罗宇翻译第10章、第12章、第14章；王杰彪、秦旭和李皞翻译第6章、第8章、第9章、第11章。在本书完成之际，特别感谢中国人民大学出版社的编辑为本书付出的辛勤劳动。由于本书覆盖的行业领域宽广，我们在校译中碰到了大量专业术语和不同领域的“行话”，尽管我们尽了力，但由于水平有限，翻译中的偏颇和错误在所难免，我们真诚欢迎读者的建议、批评和指正，以便在本书重印时改正。

译　者

Authorized translation from the English language edition, entitled The Structure of American Industry, 12th Edition, 9780132302302 by James W. Brock, published by Pearson Education, Inc, publishing as Prentice Hall, Copyright © 2009, 2005, 2001 by Pearson Education Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by PEARSON EDUCATION ASIA LTD., and CHINA RENMIN UNIVERSITY PRESS Copyright © 2011.

本书中文简体字版由培生教育出版公司授权中国人民大学出版社合作出版，未经出版者书面许可，不得以任何形式复制或抄袭本书的任何部分。
本书封面贴有 Pearson Education（培生教育出版集团）激光防伪标签。无标签者不得销售。

著作权合同登记号
图字：01-2009-1775号

《美国产业结构》自初版后广受欢迎，多年来不断再版。作为第十二版，本书继续对美国现代产业作了全面深入的考察，通过对13个特定产业的案例研究（这些案例都是由相应领域内的著名学者撰写），作者详尽地阐述了这些产业的结构特点，并且着重介绍了每个产业的独特性和重要的国际问题。本书的最后还以一种不失偏颇的态度来看待公共政策在自由企业经济中的作用。

作为第十二版，本书有以下主要特点：

- **延续了以往版本中的案例研究风格，在内容上作了修改和更新。**
- **保持了产业研究方法论上的完整和连贯，使得本书在结构上清晰明了。**

本版包括的产业有：农业、石油业、电力行业、烟草业、啤酒业、汽车业、音乐制品行业、电信业、航空业、银行业、医疗保健业、公共会计产业和大学体育业。

PEARSON
www.pearsonhighered.com

ISBN 978-7-300-14751-2
9 787300 147512 >

ISBN 978-7-300-14751-2
定价：65.00 元