

经济

中国烟草产业组织结构的实证分析

张全在

(北京大学政府管理学院博士生 北京 100871)

摘要: 利用产业组织理论,从实证研究的角度分析中国烟草业的产业组织结构现状和特征。在此基础上,认为中国烟草业的组织结构仍在演化之中,总体上向适度集中的寡头垄断发展,应该利用有效的产业组织政策加快产业集中进程。

关键词: 产业组织; 产业集中; 产业组织政策

中图分类号: F768.29 **文献标识码:** C **文章编号:** 1004-5708(2006)03-0003-08

Demonstration analysis of the organizational structure of China tobacco industry

ZHANG Quan-zai

(School of Government Peking University 100871)

Abstract: Through demonstration analyses of the status quo and characteristics of China tobacco industry's organizational structure according to the theory of industry organization, this paper suggests that the industry's organizational structure is evolving into moderate monopolization as a whole and the industry concentration should be expedited with effective utilization of industry organization policies.

Key words: industry organization; industry concentration; industry organization policy

一般认为目前中国产业组织结构状况总体上不尽合理,主要表现在以下几个方面:生产能力分散,企业数量多、规模经济实现程度低;企业“大而全”、“中而全”、“小而全”、“小而散”现象严重,专业化分工程度低;产业集中度低;重复建设严重,地区间产业结构趋同等。烟草业虽然在某种程度上具有上述特点,但从近几年的实际情况看,中国烟草业呈现出比较明显的产业集中趋势,产业集中度稳步提高。一些具有先进生产技术和良好效益水平的大型卷烟工业企业的竞争优势不断强化,一些具有较高知名度且规模较大的品牌市场占有率不断提高。中国烟草业逐渐进入优胜劣汰的良性均衡状态,经济运行的质量和效益稳步提高。本文根据产业组织理论 SCP 的分析范式,从结构、行为和绩效 3 个方面,运用烟草业实际数据资料,对中国

烟草产业组织结构进行实证分析,并提出一些政策性建议。

1 产业集中度状况

产业集中的衡量指标较多,大体上可以分为两类:一类是考察最大几家企业所占市场份额的大小即集中度;另一类是采用各种不同方法和指标考察企业规模的分布状况即洛伦茨曲线、基尼系数、赫芬达尔指数和熵指数等。如近年来美国商务部在研究国内制造业集中状况时,通常计算各行业前 20 家和前 50 家最大企业的集中率。日本公正交易委员会从 20 世纪 80 年代初期开始在实施产业组织政策实践中,以赫芬达尔指数为基础,考虑集中度差别和企业数量,对市场结构进行综合性分类。按照衡量指标能够较好地反映集中状况、衡量指标比较常用、数据容易获得和收集 3 个原则,本文考察中国烟草业的集中度状况,主要选择集中度和赫芬达尔指数。

作者简介: 张全在(1969-),男,在读博士,国家烟草专卖局,北京宣武门西大街 26 号,100053。E-mail: zhangqz@tobacco.gov.cn

收稿日期: 2006-02-03

1.1 集中度

由于集中度具有明确的经济含义,一般称为绝对集中度,是最常用、最简单的产业集中度的衡量指标。是指产业内规模最大的前几位企业的有关数值 X (可以是产值、产量、销售额、销售量、职工人数、资产总额等)占整个市场或行业的份额。其计算公式为:

$$CR_n = \sum_{i=1}^n X_i / \sum_{i=1}^N X_i$$

从世界范围看,烟草业是个高度集中的产业。奥驰亚公司(原菲利普·莫瑞斯公司)、英美烟草公司、日本烟草株式会社、帝国烟草公司等4家全球最大的烟草企业占到了中国以外市场份额的60%以上。万宝路、万事发、骆驼和L&M 4个品牌占中国以外市场份额在19%以上。在美国,最大的4家烟草公司和最大的4个品牌占其国内市场份额分别为97.5%和52.5%;英国的这2个指标分别为91.5%和33%;日本的这2个指标分别为99%和47.5%。中国烟草业的集中度也在稳步提高。2001年,全国共有113家卷烟工业企业,平均每个企业的规模只有31万箱,最大一家企业的市场份额不到7%。到2005年底,全国共有44家工业企业,平均每个工业企业的生产规模达到88.3万箱,最大一家企业达到263.5万箱。用行业各企业的产量数据计算 CR_4 、 CR_8 ,2005年全行业最大的4家企业的市场份额为22.44%,前8家企业的市场份额为38.62%,与2001年相比分别提高7%和13%左右。年产量在50万箱以上的有33家,其中100万箱以上的有15家,200万箱以上的有4家,分别占总数的75%、34.1%、9.1%。

从品牌角度分析,2001年,全国共生产1183个卷烟牌号,平均每个牌号的生产规模不到3万箱,最大一个品牌的市场份额为3%,最大4个品牌的市场份额不到9%,最大8个品牌的市场份额为14%左右。只有一个品牌产量超过50万箱,没有一个品牌产量超过100万箱。2005年,全国共生产325个卷烟牌号,平均每个品牌生产规模近12万箱,最大一个品牌的市场份额为3.41%,最大4个品牌的市场份额达到11.64%,最大8个品牌的市场份额为20.77%,与2001年相比分别提高0.41%、2.64%、6.77%。年产量超过50万箱的卷烟品牌有16个,其中超过100万箱的品牌有4个。

由于集中度指标存在一些不足,如指标所反映的只是最大的几个企业或品牌的总体规模,忽略了其余企业或品牌的规模分布情况,不能反映整个产业的千万方数据

面情况;无法反映最大几个企业的相对情况;集中度指标难以反映市场份额和产品差异程度的变化情况。更重要的是,在某些特殊情况下, n 取值范围的不同影响产业之间的比较。因此,在一定程度上能够避免上述缺陷的赫芬达尔指数近几年来得到广泛运用。

1.2 赫芬达尔指数

赫芬达尔指数是某特定行业市场上所有企业的市场份额的平方和。用公式表示为:

$$HI = \sum_{i=1}^n (X_i/X)^2 = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

从理论上讲,HI指数既考虑了企业总数,又考虑了企业规模分布,比集中度等指标相对更为完善。一般来说,HI指数越大,说明市场集中度越高;HI指数越小,则市场集中度越低。利用烟草业1995年到2005年所有企业的产量数据,可以计算烟草业的HI指数来考察烟草业的产业集中状况。

表1 烟草业的赫芬达尔指数

	1995年	1998年	2001年	2005年
HI	0.0158	0.0178	0.0170	0.0289
CR _n 最低值	0.0073	0.0086	0.0088	0.0227
企业数量	137	116	113	44

资料来源:根据国家烟草专卖局有关年份统计资料整理

从表1可以发现,在2001年,我国烟草业的产业集中度比较低,而且呈相对下滑势头。但2001年以后,随着HI指数稳步提高,到2005年达到0.0289。HI指数的变化,说明到2001年前后,制约烟草业发展的行政垄断等体制性障碍达到空前的程度,中国烟草业缺乏有效的政策措施解决这些问题。2001年后,烟草业的决策者通过工商分离、加快企业组织结构调整等一系列改革措施,弱化了体制性障碍和非市场因素的影响,使得烟草业的产业重组和结构优化取得实质性的进展。

2 市场(价格)协调行为

市场行为是指企业在市场上为实现其利润最大化或更高的市场占有率等目标而采取的适应市场要求不断调整自身行为的行为,一般分为市场竞争行为和协调行为两大类。不同于经济发达国家,目前的中国产业组织结构正在朝适度集中、有效竞争的合理化和高级化状态演进,市场结构正处于剧烈的动态整合过程中,宽松的市场行为政策有利于企业加快这一进

程。但是宽松的政策环境应该以效率为衡量标准和前提条件。所以,对现阶段中国企业的市场竞争行为和市场协调行为应该进行具体分析,不能套用经济发达国家的做法一概而论。尤其是对于市场协调行为,应该区分损害效率的市场协调行为和提升效率的市场协调行为。前者诸如扰乱市场秩序、限制公平交易和市场竞争,降低消费者剩余和社会福利水平的协调行为应该禁止;后者诸如维护市场稳定、促进公平交易和有效竞争,提高资源配置效率的协调行为则应该鼓励。本文重点考察市场协调行为中的价格协调行为。所谓价格协调,就是企业间关于价格调整的协定和共同行为。价格卡特尔是最基本的价格协调形式之一。

自20世纪80年代初中国烟草业实行国家专卖制度以来,国家烟草专卖局(中国烟草总公司,以下简称国家局或总公司)对卷烟价格的管理经历了几个明显的发展阶段。1982~1987年,卷烟价格实行政府定价时期。国家局作为国务院烟草专卖行政主管部门,对卷烟生产经营各环节的价格进行严格的审批和管理。1988~1992年,卷烟价格逐步放开时期。根据当时国家改革政策和市场形势逐步放开了卷烟零售、批发、调拨和出厂价格等各环节价格。1993~1997年,卷烟价格完全放开时期。卷烟各环节价格完全由企业自主决定,市场调节。1998~2002年,卷烟价格逐步加强管理时期。由于宏观经济环境的变化,烟草业经济运行产生波动,国家局开始加强对卷烟价格宏观管理。2003年以来,卷烟价格实行宏观调控和微观规制并重时期。为适应国家和行业改革的发展需要,国家局全面加强卷烟价格管理,在调拨和批发环节实行以统一价格为目标的价格核准制,在零售环节推行卷烟零售明码标价。

这里重点讨论从2003年开始在全国推行的统一卷烟批发价格政策。统一卷烟批发价格政策,首先在一省范围内实现该省烟草公司经营的所有卷烟产品的批发价格统一;然后在同一个经济区域、卷烟市场差异不大、消费水平接近的相邻数省实现该区域各烟草公司经营的所有卷烟产品的批发价格统一;在此基础上进而实现所有卷烟产品、特别是名优卷烟的批发价格的全国统一。这项政策是对20世纪90年代后期部分省级公司实行的最低批发限价做法的经验和教训的总结,从其表现形式和运作程序上看是一种价格协调行为。我们从产业组织理论的角度对其作一简单的分析。

在寡头垄断市场上,企业的利润不仅取决于自身
万方数据

的决策和行为,而且受到其他企业决策和行为的影响。这种相互依赖关系使企业认识到可以通过结成同盟来避免竞争,若若干个企业为稳固地垄断市场而结成联盟,这样的组织就是卡特尔。

从经济学角度分析,卡特尔是一种合作型的寡头垄断模型:假定一个产业市场的总需求函数为 $P = A - Q$ 。市场上有A、B两个企业,它们的成本函数同为 $C(q)$ 。如果A、B结成卡特尔,其决策就等于一个拥有2个工厂的垄断企业的决策,即边际收益等于每一个企业的边际成本: $MR(q_1 + q_2) = MC_1(q_1) = MC_2(q_2)$ 。在这样的产量决策下,卡特尔实现了最大的垄断利润。

价格卡特尔是卡特尔的一种形式,指生产或者销售同类商品的企业共同确定、维持或者变更价格的行为,如规定产品最低限价、最高限价或者其价格构成。统一卷烟批发价格,从形式上看,销售同一卷烟品牌的商业企业以市场为基础,共同商定一个大家都能够接受的批发价格来销售,任何一家企业不得高于或低于约定的批发价格,是典型的价格卡特尔行为。一般意义上的卡特尔行为会严重损害竞争机制,导致效率低下和消费者福利的损失。

卷烟价格卡特尔在实质内容上不同于一般意义上的卡特尔,具有特殊的意义。总的来说,强化卷烟价格管理,实行统一批发价格是对国家烟草专卖制度的落实和完善。《烟草专卖法》以法律的形式确立了国家对烟草业实行垂直管理、垄断经营制度,同时也赋予了国家局管理卷烟价格的权力(见《烟草专卖法》第十七条)。作为中国烟草业的最高管理机构,国家局在价格管理方面采取何种管理方式、管到何种程度等应该依法享有一定的自主权。

首先,卷烟价格卡特尔追求的是国家垄断利润最大化。1988年开始放开卷烟价格,鼓励企业充分利用有限资源开展适度竞争,努力满足市场需求,顺应了当时国家宏观经济改革政策和社会发展水平的要求,使烟草行业迅速进入高速发展时期,产量逐年增长、税利稳步提高,一大批卷烟品牌脱颖而出。与同期世界上实行国家烟草专卖制度的国家相比,专卖品实行市场调节价格不能不说是一个创举。到2002年烟草专卖制度实行20年,尤其是后10年,中国烟草业取得了举世瞩目的重大成就。其中的原因固然很多,但最根本的一条就是在专卖制度下引入市场竞争。市场竞争最基本的方式是价格竞争。因此可以认为,正是价格竞争发挥了烟草业配置资源的基础性作用,完成了产业的初级发展阶段。2002年以后,烟草业面临新的发展

形势,转变经济增长方式的要求变得十分迫切。原来那种依靠规模、速度的比较粗放的增长方式不能适应国内国外形势的变化,烟草业应该迅速转变为依靠结构、质量的集约的增长方式。只有提高企业的核心竞争力,增强中国烟草的总体竞争实力,才能实现烟草业自身的发展目标。烟草业20年的发展已经完成了产业的初级发展阶段,下一步更高层次、更高水平的发展不能依靠基本的产业内部的价格竞争,也就是说,烟草业资源配置效率的提高必须依靠其他的市场竞争方式和非市场竞争方式来实现发展目标。在此背景下,国家局加强对卷烟价格的宏观调控和微观规制,实行以统一卷烟批发价格为标志的一系列价格政策。国家对烟草实行专卖制度,其根本目的之一就是为国家创造垄断利润(财政收入)。通过前面的分析可知,在全行业实行卷烟统一批发价格,是实现垄断利润最大化的最便利的方式。有步骤、规范和可操作地实施这一政策,是对国家烟草专卖制度的落实和完善。

其次,实行卷烟统一批发价格不以限制竞争为目的,主要是为遏止卷烟的非正常流动。为确保分销渠道的唯一性,《烟草专卖法》规定了卷烟的属地经营原则,即以行政区划为基础设立唯一的卷烟经营机构开展批发业务,行政区划内的零售经营单位只能从该批发机构进货(从产业组织理论角度,可以理解为地域分割的限制竞争行为,也是一种卡特尔行为),否则便被视为违法。如果某一品牌卷烟的批发价格存在地区差异,就会直接体现在零售价格上。在目前烟草行业受体制性障碍和诸多非市场因素影响下,并不能做到根据价格来迅速调整供求,利用市场自身的力量达到均衡,从而影响利润最大化。另一方面,批发价格差异会吸引零售商按照市场法则寻求最低价格,从其他渠道进货,导致卷烟的非正常流动;同时,会刺激拥有一定资源的非法烟草批发商(不具有合法的烟草批发企业许可证)建立第二(地下)分销渠道与合法的烟草公司竞争,严重扰乱正常的卷烟流通秩序,后果十分严重。实践已经证明,凡是存在地下渠道与合法渠道竞争的地方,不仅执法成本巨大,而且最终的必然结果是卷烟供过于求,价格下滑,品牌形象受到严重伤害甚至退出市场,生产商、批发商和零售商的利益均受到严重影响。所以,统一卷烟批发价格是非常必要的。

第三,统一卷烟批发价格,可以在消费者利益不受损害的情况下增加企业利益,从而增加国家利益,实现社会总剩余的最大化。统一卷烟批发价格并不是简单提高卷烟批发价格,而是按照卷烟产品的主市场确定

批发价格,高的降下来,低的提上去,因此消费者总剩余不受影响。企业可以发现和培育真实的目标市场需求,降低交易成本和市场风险,增强竞争力,实现生产者剩余最大化。同时,卷烟是国家控制的特殊商品,实行“高价重税”是许多国家的通行做法,统一卷烟批发价格,有助于国家实现对烟草业的规制目标,从而实现社会总剩余的最大化。

3 经济绩效水平

产业组织理论中的市场绩效是指在一定的市场结构中,由一定的市场行为所形成的价格、产量、成本、利润、产品质量和品种以及技术进步等方面的最终经济成果。一般通过3个常用指标来对市场绩效进行描述和评价,即利润率指标、勒纳指数和贝恩指数。考虑到这些指标建立在不完全的理论假定基础上,无法同实际经济活动的目标完全吻合,而且在计算过程中存在基础数据不足和偏差,因此并不完美。下面我们从产业经济活动的目标来分析中国烟草业的市场绩效。

3.1 烟草业的资源配置效率

通过分析中国卷烟制造业1995~2005年的主要经济指标,表2可以看出,2002年是一个十分明显的拐点,之后的近几年来烟草业的效率逐年提高,充分说明近几年来烟草业一系列改革政策是切实可行的。

与理想的完全竞争相比,垄断企业可以通过以较高的价格和较低的产量提供商品,攫取一部分消费者剩余,同时还导致一部分永久性损失,即社会福利净损失,或称效率损失。同时,在大型垄断企业内部存在着资源配置的低效率状态,即X非效率(大企业病)。大企业内部普遍存在X非效率的主要原因有:

第一,企业内不同集团的利益目标不一致。企业是由股东、职业经理、一般雇员等不同集团组成的。目前烟草业的现代企业制度还未建立起来,但仍然存在主管部门、企业领导层和一般员工等利益主体和相应的利益目标。当企业处于垄断地位时,企业没有外患,内部集团的行为目标就会发生分化,各集团都试图追求各自利益的最大化,从而导致企业效率的下降。尤其是企业领导层,除了关心利润外,对企业规模同样关注,因为企业规模的大小与他们在市场上的声誉和形象息息相关,这样他们就可能置效率于不顾而追求单纯的企业规模的扩大。

第二,企业规模的扩大导致组织层次增加、信息沟通的速度和质量下降,从而使企业的管理成本上升、效率下降。同时,企业越大,成员“搭便车”的动机越强

烈,加强监督和激励的要求也越高。有效的监督和激励往往需要高昂的成本。

表 2 中国卷烟制造业的主要经济指标

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
产量(万箱)	3185.9	3169.8	3088.4	3156.8	3238.4	3339.2	3481.0	3764.3	3925.8
利润(万元)	1343863	1205447	1110704	1220929	1499146	1926227	2481202	3636989	3894678
税收(万元)	5913674	6189441	6374233	6770981	7898603	9389620	10712887	13089401	14540382
成本(万元)	4669800	4926057	5251059	6391397	6437842	7137650	8386514	10660557	11474034
销售费用(万元)	40877	47677	35206	170334	613987	635763	768938	850592	920805
销售收入(万元)	11042977	11549178	11649817	13411176	16141657	18487042	21514342	26836111	29494727
资产总额(万元)	14855435	14823949	15774389	17223135	22662339	23967960	27624536	30128634	33692485
单箱利润(元/箱)	421.82	380.29	359.64	386.76	462.93	572.92	691.87	931.41	966.91
单箱税收(元/箱)	1856.83	1952.63	2063.93	2144.89	2439.05	2792.76	2987.25	3552.10	3609.87
单箱成本(元/箱)	1465.77	1554.06	1700.25	2024.64	1987.97	2122.95	2338.55	2730.09	2848.60
单箱销售费用(元/箱)	12.83	15.04	11.40	33.96	189.60	189.10	214.42	217.83	228.60
销售利润率(%)	11.6	10.3	8.3	7.6	9.3	10.42	11.53	13.55	13.20
资产利润率(%)	9.0	8.1	7.0	7.1	6.6	8.04	9.28	12.07	11.56
资产利税率(%)	48.9	49.9	47.4	46.4	41.5	47.21	49.37	55.52	54.72

资料来源:根据国家烟草专卖局有关年份财务决算资料整理

第三,垄断企业在没有竞争压力的条件下,缺乏成本最小化的动机,很难避免产生低效率的选择和行为。

随着烟草业产业集中度的不断提高,如何最大限度地降低效率损失,克服 X 非效率、防止大企业病必将成为一个需要认真研究解决的重要问题。

3.2 烟草业的规模结构效率

规模经济通常是指产品的单位成本随规模即生产能力的提高而逐渐降低的规律。形成规模经济的主要原因是,企业规模的扩大可以大大增强企业的竞争能力以及承担亏损和抗风险能力,同时可大量减少采购成本和销售费用。产业的规模结构效率反映了产业经济规模和规模效益的实现程度,以及产业内企业之间的分工协作水平的程度和效率,是衡量市场绩效的重要方面。

李保江等人通过对中国卷烟工业企业的规模经济性进行实证研究^[1],验证了如下结论:卷烟工业是适合按大集团、大公司形式来组织生产与经营的,中国卷烟工业企业也存在着较为明显的规模收益递增性。在对中国卷烟工业企业进行战略性结构调整过程中,重心应放在真正把企业“做大做强”上。加入 WTO 后,国内卷烟市场必将与国际市场不断融合,这对长期以来一直基于封闭的国内市场而生存的中国卷烟工业而言,无疑是十分严峻的挑战。面对国外烟草公司强大的竞争压力,中国烟草业只有尽快实现产业集中,真正把优势企业“做大做强”,才可能在未来卷烟市场的激烈竞

争中得以继续生存和发展。

3.3 产业技术进步

产业技术进步渗透于产业市场行为和市场结构的许多方面,最终通过经济增长表现出来。它反映了一种动态的经济效率,是衡量经济绩效的一个重要方面。不同规模的企业在技术进步过程中的作用是研究产业组织和技术进步关系的重要内容,但不同经济学家的研究结论不尽相同。熊彼特和加尔布雷德等人认为,拥有垄断力量的大企业比小企业更具创新性,更有可能提高产业技术,因为它们维持在维持研究与开发实验室方面,能够轻而易举地获得资本,拥有抵御风险能力和规模经济。

烟草业具有产品的物质结构和用途单一、市场销售中品牌效应十分显著和制造产品所需原料、技术及工艺流程高度同一,资产专用性极强,比较适合于大规模的机械化生产等 3 个方面的显著特点,在技术进步方面大企业比小企业更具创新性的特点比较明显。由于目前在科技投入、新产品开发、技术引进和消化吸收等方面的数据限制,不能定量研究烟草业企业规模和技术进步的关系。但是我们可以从国家级技术中心和行业技术中心设立的时间、所在企业规模等角度来考察烟草企业规模与技术进步的关系。表 3 可以证明,大企业在总体创新能力、新产品开发能力、技术进步能力和引进消化能力等方面都优于中小企业。

现代经济发展的经验表明,技术创新是推动一个

国家和地区经济发展的根本动力。从长远发展来看,中国烟草业要不断提升总体竞争实力,稳定国内市场,逐步抢占国际市场,就必须依靠科技进步和科技创新,通过创新来推动产业结构升级和持续增长。

第一,必须充分发挥烟草企业在科技创新中的重要作用。长期以来,我国的科技投入有很大部分是依靠政府部门,企业研究与开发投入比重很低,科技创新能力十分薄弱。应采取得力有效的政策措施,鼓励企业加强研究与开发,充分用足用好国家扶持企业技术创新的各项政策,不断提高研究与开发经费占销售收入的比重,以逐步增强企业的技术创新能力。特别是在财政税收政策上,应允许科技企业加速折旧,扩大财政贴息贷款的范围,提高 R&D 支出占销售收入的比重,并在税收优惠方面给予相应的支持。

第二,建立一个有利于技术创新的企业规模结构。要通过企业并购、资产重组、战略联盟等市场化途径,推动大企业的规模增长,不断提高大企业的科技创新能力。近年来,我国一些烟草企业的生产规模已经获

得了迅速增长,但研究与开发投入仍然维持在较低的水平,科技创新能力十分薄弱,许多企业都缺乏核心创新能力。加入 WTO 后,随着国际竞争的国内化和国内竞争的国际化,国际竞争和国内竞争日益融合为一体,在这种情况下,企业的科技创新将直接影响到其国际竞争能力。

4 市场结构类型

早在 1959 年,美国经济学家贝恩就根据前 4 位和前 8 位集中度指标,将不同产业的市场结构分为高度寡占型、高度集中寡占型、中(上)集中寡占型、中(下)集中寡占型、低集中寡占型和原子型 6 种类型。按照这一分类标准,贝恩对美国 20 世纪 50 年代的产业集中度进行了测定。由于贝恩的分类标准范围较窄,按照其分类方法无法将全部产业包括在内。同时由于美国的产业集中度较高,把 $CR_4 < 30\%$ 或 $CR_8 < 40\%$ 作为原子(竞争)型结构的标准,并不适合其他国家,特别是发展中国家的情况。

表 3 烟草企业技术中心级别与企业规模和竞争力

序号	单位名称	技术级别	认定时间	企业产量规模 (2005, 万箱)	综合竞争力 排序(2004)
1	上海烟草(集团)公司技术中心	国家级	1995 年	218.4	1
2	玉溪红塔烟草(集团)有限责任公司技术中心	国家级	1996 年	263.6	2
3	颐中烟草(集团)有限公司技术中心	国家级	2000 年	150.7	11
4	长沙卷烟厂技术中心	国家级	2000 年	250.7	3
5	武汉烟草(集团)有限公司技术中心	国家级	2002 年	178.1	8
6	常德卷烟厂技术中心	国家级	2004 年	139.1	7
7	昆明卷烟厂技术中心	国家级	2004 年	246.5	4
8	将军烟草集团有限公司技术中心	行业级	1997 年	83.3	20
9	徐州卷烟厂技术中心	行业级	2001 年	57.6	13
10	淮阴卷烟厂技术中心	行业级	2001 年	46.5	27
11	蚌埠卷烟厂技术中心(黄山总厂)	行业级	2001 年	118.1	21
12	芜湖卷烟厂技术中心	行业级	2001 年	53.1	23
13	龙岩卷烟厂技术中心	行业级	2001 年	62.0	12
14	厦门卷烟厂技术中心	行业级	2001 年	60.0	18
15	新郑卷烟厂技术中心	行业级	2001 年	106.6	16
16	黄果树烟草集团公司技术中心	行业级	2001 年	204.5	14
17	南通烟滤嘴实验工厂技术中心	行业级	2005 年		
18	广东中烟工业公司技术中心	行业级	2006 年	230.8	10

资料来源:根据国家烟草专卖局科教司公布的资料整理。

表 4 中国制造业的市场结构

市场结构类型	分类标准			细类
	HI	CR8 (%)	企业数量(个)	
A 高度寡占型	HI ≥ 0.18	CR8 ≥ 90	1 ~ 20	A1
			20 ~ 70	A2
		CR8 < 90	10 ~ 40	A3
			40 ~ 300	A4
B 低度寡占型	0.1 ≤ HI ≤ 0.18	CR8 ≥ 75	8 ~ 20	B1
			20 ~ 80	B2
		CR8 < 75	30 ~ 150	B3
			150 ~ 950	B4
C 低度集中型	0.05 ≤ HI ≤ 0.1	CR8 ≥ 55	10 ~ 100	C1
			100 ~ 1400	C2
		CR8 < 55	60 ~ 200	C3
			20 ~ 850	C4
D 分散竞争型	0.02 ≤ HI ≤ 0.05	CR8 ≥ 40	40 ~ 150	D1
			150 ~ 950	D2
		CR8 < 40	40 ~ 250	D3
			250 ~ 4000	D4
E 高度分散型	0.01 ≤ HI ≤ 0.02	CR8 ≥ 25	90 ~ 300	E1
			300 ~ 1500	E2
		CR8 < 25	170 ~ 500	E3
			500 ~ 2300	E4
F 极端分散型	HI < 0.01	CR8 ≥ 15	270 ~ 800	F1
			800 ~ 6000	F2
		CR8 < 15	300 ~ 1500	F3
			1500 ~ 21000	F4

资料来源:刘伟著:《经济转轨过程中的产业重组:以烟草业为例》,中国社会科学出版社,2005年,第95页。

由于集中度标准忽视企业之间的规模分布特征,在实践中开始寻找办法避免这一缺陷。20世纪70年代以来,随着一些国家开展工业普查工作,为采用赫芬达尔指数进行市场结构分类提供了基础。赫芬达尔指数的运用,既考虑了企业数量的多少,又考虑了企业的规模分布特征,避免了集中度标准的缺陷。到20世纪80年代初期,日本公正交易委员会在实施产业组织政策中,开始以赫芬达尔指数为基础,同时考虑集中度差别和企业数量,对市场结构进行综合性分类。具体方法是,首先按前述的赫芬达尔指数标准将市场结构分为6类,在此基础上,再依据前几位企业的集中度差别和企业数量分为不同的小类。这种方法能够比较准确地把握各产业内企业的集中度状况,可以为政府对某些产业采取具体的产业政策提供客观标准和依据。

国内的此类研究还不多见。毛林根利用1985年的工业普查资料,依据植草益和日本公正交易委员会(赫芬达尔指数)的分类标准,对98个工业小类行业的市场结构进行了研究。其基本结论是:分散竞争是中国工业市场结构的总体特征,其主要原因是大规模产
万方数据

业集中度过低造成的。他认为,中国工业根本不存在所谓“反垄断”的经济性垄断问题,产业组织政策应以克服企业投资分散,实行企业合并和联合为重点^[2]。

魏后凯利用1995年工业普查资料,对中国521个制造业小行业的市场结构进行了研究。针对中国制造业的集中度很低,市场结构呈现出高度分散化特点的实际情况,他认为在对制造业市场结构进行分类时不能直接采用日美学者的标准,应将寡占型适当合并,而对竞争型市场结构进一步细分。按照这一基本原则,参考日本公正交易委员会的划分标准,首先采用H指数将市场结构分为6种基本类型。在此基础上,根据前8位集中度(CR₈)和企业数量的多少,对各种基本类型进行细分,见表4。魏后凯认为,目前中国制造业市场结构属于一种典型的高度分散型的竞争型市场结构,绝大部分的市场集中度很低,产业组织高度分散化。因此,从提高资源配置效率和增进消费者福利的角度,我国应该建立一个促进有效竞争为基本目标的适度集中的寡头主导型市场结构^[3]。

运用魏后凯对中国制造业市场结构的分类方法,

对照前文的数据可知,烟草业 2001 年 $CR_8 = 25$, $HI = 0.0170$,是一种较为典型的“高度分散型”市场结构。但是 2005 年烟草业的 $CR_8 = 38.62$, $HI = 0.0289$,已经演进为“分散竞争型”的市场结构。从中国制造业的实际情况来看,大体上 CR_4 在 35% ~ 65% 之间, CR_8 在 45% ~ 75% 之间,或者 HI 指数在 0.05 ~ 0.18 之间就是比较适中的市场集中度。所以,按照“寡头主导型”市场结构目标,烟草业与“产业内适度集中”的要求还有一段距离。同时,烟草产业内主导企业的作用和地位不明显,单个企业对市场定价、产品产量和标准等不具有一定的影响力。尤其突出的是,烟草产业内大、中、小企业间的分工合作关系不协调,企业都是“大而全”、“中而全”、“小而全”的全能型企业,导致资源配置效率的下降,享受不到专业化分工带来的效益。因此,烟草业产业重组的任务仍然十分艰巨。

5 中国烟草产业组织政策的目标取向

与一些市场经济发达国家相比,目前我国制造业市场集中程度很低,产业组织结构高度分散,由此影响了企业经济效益以及创新和竞争能力的提高。近年来,随着买方市场的逐步形成以及市场竞争的日益激烈,我国烟草业的市场集中度出现了不断提高的趋势,但总的看来,集中程度偏低的状况并没有得到根本改变。因此,如何从中国的国情特点出发,建立一个与社会主义市场经济体制相适应的,并以促进有效竞争为目标的适度集中的中国烟草产业组织结构,将是今后政府规制和产业政策调整的重要方向之一。

从促进有效竞争的目标出发,中国烟草业需要的是一个产业内适度集中、企业间充分竞争,以大企业为主导、大中小企业协调发展的“寡头主导型”市场组织结构。所谓适度集中,是指市场集中度处于适中的水

平,既有利于提高资源配置效率,又有利于增进消费者福利的集中区间。

为建立一个以有效竞争为基本目标的适度集中的产业组织结构,政府产业组织政策一般有两种不同的目标取向:一是扶持优强企业的发展,提高产业的集中程度,以增强产业国际竞争能力;另一是实行反垄断政策,防止经济力量过分集中。

无论是从理论上还是从国外的经验看,为促进和维护市场的有效竞争,建立一个适度集中的产业组织结构,今后一个时期中国烟草产业组织政策应该实行的目标取向是:要重点依靠市场的竞争机制,并辅之以必要的行政和法律的手段,扶持那些具有竞争力的优势企业的发展,以提高产业的集中程度,防止过度竞争造成资源的浪费,完成行政性垄断向经济集中型垄断的转变;同时,要尽快完善法律和行政规章制度,在遏止各种形式的破坏竞争的垄断行为的同时,加强对形成经济集中型垄断结构的烟草业的政府规制。在近期内,由于当前我国烟草业面临的主要问题是集中度过低导致的产业低效问题,因此,应把产业组织政策的重点放在提高产业集中度上。

参考文献

- [1] 吕忠信. 中国烟草经济研究(2001-2003)[M]. 中国科学技术大学出版社,2003: 62-70.
- [2] 毛林根. 结构·行为·效果:中国工业产业组织研究[M]. 上海人民出版社,1996:138-146.
- [3] 魏后凯. 市场竞争、经济绩效与产业集中——对中国制造业集中与市场结构的集中研究[M]. 经济管理出版社,2003:171.