

第二章、理論探討與文獻回顧

本論文主要的研究方法是依據產業組織理論的 S-C-P 分析框架，並根據該分析框架來探討大陸汽車產業的發展及其與經濟績效的關係。產業組織理論的發展已有 70 餘年的歷史，雖然其間亦有許多學者對 S-C-P 分析框架有不同的看法，但基本上傳統的 S-C-P 分析方法仍在產業（組織）經濟學中占有一定的地位。以下即將其理論的來源及主要觀點作一介紹，另外也對相關文獻作一回顧。

第一節、產業組織理論的探討

產業組織分析是產業經濟學的研究範疇之一，它主要是研究個別產業內部（Intra-industry）的組織狀況，包括產業的結構、行為與績效在內。產業組織理論是以微觀經濟學（特別是價格理論）為基礎，探討企業在市場機制中如何實現最適資源的分配，包括最適的生產方法、生產規模及新技術的開發引進等問題的分析說明¹。另外根據 Anindya Sen 主編的《產業組織學論文集》指出，產業組織理論的學科範圍可以較寬，包括企業理論、規制與產業政策、反壟斷政策、合約理論以及組織理論的某些內容。簡單地說，產業組織學以市場與企業為研究對象，從市場角度研究企業行為或從企業角度研究市場結構²。

一、產業組織理論的研究基礎：微觀經濟理論的拓展

從歷史的角度看，一般認為 A.Marshall 的新古典經濟學是產業組織理論的源頭，其後如 20 世紀前半葉的 P. Sraffa、E.H. Chamberlin、J. Robinson 的不完全競爭理論，以及 J.M. Clark 的“有效競爭理論”都對產業組織理論的產生起了推動作用，但當時的產業組織理論還處於萌芽階段，比較一致的看法是，產業組織理論產生於美國，作為一種理論體系產生於 1930 年代，距今已有 70 餘年的歷史。產業組織學作為一門獨立的學科出現是伴隨著 20 世紀大型製造業公司的大量出現，與新古典微觀經濟理論在解釋

¹植草益、井手秀樹、竹中康治、堀江明子、菅久修一等，《現代產業組織論》（東京：NTT 出版株式會社，2002 年 3 月），頁 3-6。

² Anindya Sen, ed. *Industrial Organization* (Delhi: Oxford University Press, 1996), pp.1-10.

壟斷或不完全競爭問題上的不足是分不開的³。

產業組織理論發展主要經歷了兩個階段。傳統的產業組織理論以 J.S. Bain 為代表，出現在 1960 年代，該理論主要涉及到廠商之間經濟行為和關係，強調市場結構對行為和績效的影響作用，被視為“結構主義”。新產業組織理論則出現在 1970 年代後期，該理論大量引入了新的分析方法，包括可競爭市場理論、博弈論、新制度理論（產權理論和交易成本理論），透過整合廠商內部組織和外部關係，進一步考察了廠商行為的多重複雜關係。但從研究對象、方法和假設上，無論是傳統還是現代解釋，產業組織理論都與微觀經濟學有密切的聯繫，從一般意義上可以視為微觀經濟學進一步的擴展。

在研究假設上，產業組織理論保持了主流理論的“理性人”的假設。穩定性偏好、約束和自我最大化行為體現了“理性”的特徵，主流理論強調了“廠商”作為“理性人”的假定，在傳統的產業組織理論中，也將這一假定貫穿於廠商之間的經濟行為分析中。在廠商理性中，關鍵的線索是“利潤最大化”假設，企業如同“廠商”一樣具有“完全”的理性偏好。這是產業組織理論中最具爭論的領域之一，許多文獻的分析顯示如果僅僅將產業中的企業作為“廠商”是不夠的，企業內部的組織結構和權威機制及企業決策的“有限理性”都不能滿足“最大化”行為的假設。但新產業組織理論仍然保持著單個人的“理性”假設，在此基礎上，對企業組織和企業行為做進一步的擴展。

在研究對象上，產業組織主要側重於從供給角度分析單個產業內部的市場結構、廠商行為和經濟績效。Bain 模型以主流微觀經濟理論的主要推論為基礎，更多地重視了實證研究，將產業分解為特定的市場，並開創性地通過結構—行為—績效（S-C-P）三分法對市場進行分析。強調了不同的市場結構會導致不同的廠商定價和非價格行為，也會導致不同的經濟效率，這一思路與主流的價格理論推論基本一致。在主流的價格理論中，完全競爭、壟斷競爭、寡占和壟斷市場中的基本假定是不同的。根據這些假定，透過形式化的模型分析演繹出企業不同的定價行為。在完全競爭中，廠商是價格的被動接受者，無論是短期還是長期價格都等於邊際成本；在壟斷競爭中，廠商分為兩個部分，具有壟斷地位的廠商和眾多價格接受

³戚聿東，《中國經濟運行中的壟斷與競爭》（北京：人民出版社，2004 年 7 月），頁 1-4。

者，廠商在定價中有壟斷地位的廠商不再是價格接受者，在定價行為上採用了剩餘需求的方法；在寡占中，廠商的競爭局限在幾個大廠商之間，其定價行為便是這幾個大廠商討價還價的結果。在壟斷產業中，壟斷者獨佔了整個產業，廠商則根據平均成本定價，榨取消費者剩餘。從經濟效率上看，最有效率到最低效率的依次是完全競爭，壟斷競爭，寡占和壟斷。儘管在 Bain 模型中，進一步討論了市場結構問題，強調了市場結構的決定因素是進入壁壘，但其 S-C-P 的範式與價格理論如出一轍。在新產業組織理論中，儘管不再強調 S-C-P 的直線關聯，但仍然以其為主要分析對象，並深入分析後三種市場結構（壟斷競爭、寡占和壟斷）的廠商行為，而不孤立區分市場結構狀態。在績效評價上，也與主流價格理論保持一致，強調邊際定價的效率。因此，產業組織理論基本遵循了這一套價格理論的邏輯，但從另一角度，它也強化了主流理論廠商的分析（包括廠商和廠商之間），將廠商視為組織形態，討論不僅僅局限在定價行為上，也包括了非價格競爭（廣告、品質、研發、技術進步等）及策略性行為，這是對主流理論的擴展。

二、產業組織理論的沿革與發展

產業組織理論從英國開始，但系統化的工作主要是美國經濟學家完成的。1960 年代，基本同時出現了“結構主義”和“芝加哥學派”兩種理論學派。儘管這兩種學派都是以新古典理論為出發點，但由於理論邏輯、思考問題的方式及對象不同，在理論結論上存在甚大的差異。兩種學派的論戰結果也促進深化了產業組織領域的研究和認識，為新產業組織興起奠定了基礎。

（一）、結構主義學派的主要理論思維

結構主義主要建立在兩項經驗性研究基礎上，即對經濟績效的衡量和結構與績效間的關係。產業組織理論如果說從 20 世紀 30 年代初 E.H. Chamberlin 和 J. Robinson 分別發表《壟斷競爭理論》和《不完全競爭理論》算起，已有了半個多世紀的歷史。它不僅建立和完善了 S-C-P 分析框架，也運用案例分析和計量分析手段對若干邏輯結論進行了檢證，使此門應用

經濟科學日趨成熟⁴。

產業組織理論體系雖然是在張伯倫及羅賓遜夫人的倡導下奠定了基礎，但整個研究框架則是於 1930 年代以後在美國以哈佛大學為中心，以 E.S. Mason、J.Bain 和 C. Kaysen 等人為主要代表形成的，理論界稱為哈佛學派。該學派以深入的個案研究為方法，分析主要產業的市場結構，並在 1939 年出版了關於第一批主要產業在 1935 年集中程度的資料，這為之後的計量分析奠定了基礎。哈佛學派的主要貢獻是建立了完整的 S-C-P 理論分析架構，這一架構的最初形式是由 J. Bain 提出的市場結構、市場績效兩段論。至於現代主流產業組織理論中流行的 S-C-P 三段論範式則由 F. M. Scherer 在 J.Bain 兩段論的基礎上發展而成的⁵。S-C-P 框架的形成標誌著產業組織理論體系的初步成熟，產業組織學因此而成為一門相對獨立的經濟學科。那時，哈佛大學成了產業經濟學的研究中心，哈佛學派的產業組織理論也理所當然地成為產業經濟學的主流學派，但哈佛學派的組織理論具有經驗主義的性質，強調經驗性的產業研究，較缺乏堅實的理論基礎。

哈佛學派強調的 S-C-P 分析框架，S 指市場結構，包括企業所在行業的集中程度、生產差異性、進入障礙等；C 指企業行為，包括投資策略、行銷策略、價格策略、研究與創新等各種競爭行為；P 指企業運作的績效，包括經濟效益、利潤率、技術進步及成長率等。S-C-P 分析框架主要的理論邏輯包括：

1、在結構—行為—績效中，模型運用了微觀經濟學分析的推論。產業的績效取決於企業的行為，企業的行為取決於市場結構。結構反過來又取決於基本狀況，如供給和產品需求等條件。

2、從理論的邏輯來看，更多地強調了市場結構是導致廠商不同行為和績效的主要因素。其中進入障礙構成了市場結構決定性的要素，導致進入壁壘的因素是現有廠商規模經濟、產品差異化、絕對成本優勢。

3、更加強調經驗性的研究，由於結構主義的主要理論結論都是透過經驗性分析得出，即關於集中度、進入障礙與績效的關係。在理論解釋上，

⁴馬建堂，《結構與行為—中國產業組織研究》（北京：中國人民大學出版，1993 年 11 月），頁 13。

⁵ Scherer, F. M., *Industry Structure and Economic Performance*, (Chicago: Rand McNally, 1980), p.5。

很大程度依賴這種經驗性的分析變數的設定、時間和條件。

4、結構主義的反托拉斯含義十分明顯：反托拉斯政策不應該關注於企業的行爲，而應更多地關注於市場結構。

自 1950-70 年代，哈佛學派產業組織研究的基本脈絡是大量運用個案研究和計量分析來驗證 S-C-P 之間的邏輯關係，並有了一定的成果。1950 年代主要的研究重點放在比較各產業間的市場結構之差異；1960-70 年代則隨著電腦的應用，有關市場結構與企業的利潤、成本、研發創新的計量研究有了很大的發展。哈佛學派以 S-C-P 分析框架為主的結構主義觀點對戰後以美國為首的西方發達國家反壟斷政策的開展與強化都曾發生過重大影響。

（二）、芝加哥學派的主要理論思維

在哈佛學派的 S-C-P 分析架構中，市場結構是基本決定因素，不同的市場結構會產生不同的市場績效。而芝加哥學派則認為，企業效率起著決定性的作用，不同的企業效率形成不同的市場結構。正是由於一些企業在劇烈的市場競爭中能取得更高的生產效率，所以它們才能獲得高額利潤，並進而促進了企業規模的擴大和市場集中度的提高，形成以大企業和高集中度為特徵的市場結構。芝加哥學派也相當重視 S-C-P 的理論分析，但認為應該從價格理論的基礎假定出發，並強調市場的競爭效率。

芝加哥學派的主要代表人物有 G.J. Stigler、H. Demsetz、R. Posner、Y. McGee 等，學派的主要理論思想範式是競爭性均衡模型。其關鍵是提出了在長期均衡中的配置效率 and 技術效率，配置效率的條件是價格等於長期邊際成本，技術效率的條件是價格等於企業長期平均成本曲線最低點，這就意味著產業的產出不管資本是不足還是過剩，都處於最優規模邊界下。在競爭性模型中，配置和技術效率主要導源於兩個結構性條件——買賣的數目和自由進入。

從長期的競爭效率出發，芝加哥學派認為市場從在長期過程能夠達到效率水準，反對高集中率的產業必然帶來壟斷租金，因此反對政府對市場的干預。G.J. Stigler 另從生命週期理論解釋專業化分工和垂直整合對產業

的影響⁶，其認為廠商的規模大小和市場的集中度與產業周期和經濟效率有關。在產業初期，由於市場範圍狹小，產業的各環節不足以專業化分工，而由全能型企業承擔，隨著產業的發展，市場範圍的擴大，廠商內部分工轉化為市場分工，到了產業成熟和衰退時期，市場範圍縮小，市場分工再次轉化為廠商內部分工。因此，產業的集中度隨市場範圍和產業周期變動有密切相關，僅僅認為高集中率導致高利潤率是忽略了產業發展長期均衡的歷史過程。從規模經濟角度，斯蒂格勒用生存技術來確定最佳規模水準，凡在長期競爭中得以生存的規模都是最佳規模，因此最佳規模存在多種不同的規模，大廠商的規模經濟也是生存技術的結果。

另外正統產業組織理論認為市場集中度高，愈可能產生廠商勾結行為，如聯合限制產量或提高價格，使廠商享有獨占利潤，因此集中度高與經濟利潤有正相關關係⁷，然而芝加哥學派的德姆塞茨認為高集中率導致高利潤率是生產效率高的結果，而非僅是市場控制力的因素⁸，然而不論是勾結說或效率說，市場集中度高確有助於企業績效的表現。在價格行為上，斯蒂格勒進一步討論在高集中度產業中的大廠商的競爭行為，認為由於在高集中度產業中，大廠商仍然受到了競爭的壓力，其價格水平將制定在可維持水平，這個水平符合效率標準。由於該學派特別注重市場結構和效率之間的關係，而不像結構主義學派那樣只關心競爭的程度，故亦被理論界稱之為效率主義學派。

在產業政策上，芝加哥學派理論強調造成反競爭行為或壟斷行為的主要原因是政府對市場的管制導致了進入障礙的加強。因此，該學派建議政府最好減少干預，讓市場機制充分發揮作用。由於該學派許多經濟學家都曾任職於美國政府的司法部門或聯邦貿易委員會等重要機構，因此對美國政府的反托拉斯活動和政府管制政策也產生了深遠的影響。

三、新產業組織理論的延伸與拓展

⁶ George J. Stigler, *The Organization of Industry* (Chicago: The University of Chicago Press, 1983), pp.129-141.

⁷ Phillips, Almarin, "Concentration, Scale, and Technological Change in Selected Manufacturing Industries, 1899-1939", *Journal of Industrial Economics* (1956) ,4, pp.179-193.

⁸ Demsets, Harold, "Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy", *The Journal of Law and Economics*, April 1973, pp.1-9.

新產業組織理論的出現不僅僅從上述爭論中汲取營養，而且運用了大量的新分析工具，1970 年代以後，由於可競爭市場理論、交易成本理論、博弈論及合約理論等新理論的引入，產業組織理論在研究基礎、方法工具及研究方向都產生了突破性的變化，大大推動了產業組織理論的發展。在研究基礎上，新產業組織理論更加注重市場環境與廠商行為的互動關係，這種互動關係體現了在邏輯上的反饋鏈。在方法和工具上，則運用了大量的現代數理方面的分析工具、特別是多變數的分析方式。在研究方向上，新產業組織理論更加強調了在不完全市場結構條件下廠商的組織、行為和績效的研究，特別是寡占、壟斷和壟斷競爭的市場。

在新產業組織理論中，儘管不再強調 S-C-P 的直線關聯，但仍然以其為主要分析架構，並深入分析後三種市場結構（壟斷競爭、寡占和壟斷）的廠商行為，而不孤立區分市場結構狀態。在績效衡量上，也與主流價格理論保持一致，強調邊際定價的效率。因此，產業組織理論基本遵循了這一套價格理論的邏輯，但從另一角度看，它也強化了主流理論廠商的分析（包括廠商和廠商之間），將廠商視為“組織”形態，討論不僅僅侷限在定價行為上，也包括了非價格競爭（廣告、品質、研發、技術進步等）及策略性行為，這是對主流理論的擴展。

綜觀產業組織理論的發展過程，在哈佛學派創立 S-C-P 分析框架後，芝加哥學派、制度學派、新奧地利學派等從不同角度、不同立論依據、不同觀點等方面對這一框架進行了評述，甚至進行否定。但是，他們並沒有否定掉 S-C-P 這三者之間的內在聯繫，而是在爭論到底是誰決定誰的問題上有不同的意見，因此運用 S-C-P 分析方式依然是具有理論依據的。

第二節、相關文獻回顧

由於本文以探討市場結構、廠商行為對經濟績效的影響為主，因此偏向於結構主義的研究框架，此類研究也有相當多的文獻可以探討，不過大多集中在研究各種大分類的產業結構（如研究兩位數或四位數代碼產業的集中度等），對個別產業的市占率或集中度討論較少。

一、國外有關之實證及個案研究

關於產業集中度（S）與利潤率（P）關係的實證研究多集中在工業化國家的市場結構上，對發展中國家的研究甚少，以下僅將部分具代表性的實證及個案研究分別歸納如次（另參見表 2-1）。

（一）美國經濟學家 J. S. Bain 於 1951 年發表了一篇關於市場集中度與利潤率的論文「利潤率對工業集中的關係：美國製造業 1936-1940 年」，明確提出了產業的集中度影響企業的利潤率⁹。Bain 計算出 42 個工業部門頭 8 家企業在該工業部門的集中度，並比較 8 家企業的利潤率與部門平均利潤率的差異，說明集中度對利潤率的影響程度，結果統計數據顯示：8 家企業銷售額超過該產業部門 70% 以上的集中度時，可以獲得比集中度在 70% 以下的工業部門更高的平均利潤率；其中集中度超過 70% 以上的工業部門共為 22 個，例如汽車製造、洗衣機、口香糖、煙草等產業，Bain 以統計數據為基礎論證和發展了兩個重要的理論假設：一、產業集中度高的寡頭壟斷產業中的企業平均利潤率將遠高於原子型市場結構或集中度較低的寡頭壟斷產業。二、如果將市場需求、成本和進入狀況視為不變，壟斷和有效共謀的寡頭壟斷將比競爭或非完全競爭，或無共謀的寡頭壟斷獲得更高的利潤總量和長期均衡條件下的更高價格。

（二）Bain 所發現的產業集中度和利潤率之間的相互關係得到 1950 及 60 年代其他學者的支持。如 Richard E. Caves 發現，八家最大企業控制 70% 以上的產業銷售額時，比集中度低的產業部門獲得更高利潤率，此種集中度說明寡頭壟斷可以對其他廠商施加影響¹⁰；另外 Cowling and Waterson 以英國製造業中 117 種產業為觀察樣本，運用線性對數模型來測定存在於市場和利潤績效間的關係，實證結果亦顯示產業利潤受到市場結構的影響是顯著的正向關係¹¹。

（三）另外，著名的經濟學者 W. J. Baumol 進一步發展了企業報酬率隨企業規模擴大而增加，從而為市場結構和效率增加了新的理論假設—強調企

⁹ J. S. Bain, "Relation of Profit Rate to Industry Concentration: American Manufacturing, 1936-1940", *Quarterly Journal of Economics*, vol.65, Aug.1951.

¹⁰ Richard E. Caves, *American Industry: Structure, Conduct, and Performance*, sixth ed. (Englewood Cliff: Prentice Hall, 1987), pp.66-73.

¹¹ K. Cowling and M. Waterson, "Price-Cost Margins and Market Structure", *Economica*, vol.43, Aug 1976, pp.267-274.

業規模的作用¹²。M. Hall 和 L. Weiss 用資料檢驗了 Baumol 的理論假設，所得出的研究結果與 Baumol 的假設大致相同¹³，即企業的利潤與企業的規模擴大呈現正相關。

(四) 1970 年代初，產業集中度和企業規模與利潤率的正相關關係，得到廣泛的承認，產業集中度和利潤間的關係，不僅是一種線性關係，且是連續的，隨著產業集中度提高，利潤亦相對提高。1974 年，L. Weiss 總結了關於產業集中度—利潤率關係的 54 篇論文，其中 36 篇討論美國和加拿大地區；3 篇關於英國、7 篇關於日本、8 篇關於其他國家，他從統計數據上得出結論：產業集中度是利潤率的一個具有決定意義的因素¹⁴。

(五) 此外，亦有經濟學者認為產業集中度與利潤率之間的正相關關係除共謀外，亦可能存有其他因素。如 1970 年代初，以 H. Demsetz 為首的一批學者向「共謀」理論提出了挑戰，對傳統的集中度—利潤率關係作出了完全不同的解釋。H. Demsetz 主要提出了兩者之間的外在性問題，即企業的利潤率可能是與企業的經營效率相關¹⁵。作者提出了兩個假設：一、在集中度較高中的大企業可以比中小企業獲得更多利潤，並不是因為勾結而是高效率經營的結果；二、優秀企業的良好經營是因為效率高而非壟斷地位造成的。

H. Demsetz 的理論創新在於論證了企業的效率同企業規模與利潤率之間具有內在聯係，從而把研究視野拓寬了，從企業之間的共謀產生超額利潤轉向內部的經營差別造成不同的利潤率。

(六) 1977 年，芝加哥大學另一位經濟學家 S. Peltzman 發展了比 H. Demsetz 更為複雜的論證方法，詳細考察集中度變化與價格、勞動生產率變化的關係，其觀察了美國地區 1947-1967 年的 165 個製造業，範圍更廣，時間更長¹⁶。發現集中度的提高帶來的單位成本下降，超過了集中度提高

¹² W. J. Baumol, *Business Behavior, Value, and Growth* (N. Y.: Harcourt, Brace and World, 1967), pp.34-44.

¹³ M. Hall and L. Weiss, "Firm Size and Profitability", *Review of Economics and Statistics*, vol.49, 1967, pp.319-331.

¹⁴ L. Weiss, "The Concentration- Profits Relationship and Anti-trust", H. J. Goldschmid et al. (ed.), *Industrial Concentration: The New Learning* (Boston: Little Brown Publication, 1974).

¹⁵ H. Demsetz, "Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy", *Journal of Law & Economics*, vol.16, (April 1973), pp.1-10.

¹⁶ Sam Peltzman, "The Gains and Losses from Industrial Concentration", *Journal of Law &*

的價格上漲效果，還發現集中度增加是與價格—成本差額有關，隨著產業內企業規模的擴大，勞動生產率提高的幅度要高於平均數，而價格的上漲幅度要低於平均價格上漲數。此後，S. Lustgarten 運用 S. Peltzman 模型的簡單式對美國 1954-1972 年資料檢驗證明了 S. Peltzman 的觀點，研究的結論支持大企業的成本優勢，即在增加集中度的情況下，大企業具有成本的優勢，可以同時增加工業產出的佔有率和減少企業的單位成本¹⁷。

（七）美國學者 Mark Bennett 運用 S-C-P 的分析架構及產業政策的研究方法，來分析墨西哥的汽車零組件廠商的經濟績效。作者發現墨西哥政府分別在 1962、1972、1977 年以總統名義頒發了三個條例，內容對墨西哥境內的汽車整車廠及零組件廠作出了高規格的自製率的規定，並嚴格審批，阻止新的汽車零件廠商加入。研究結果發現墨西哥汽車零組件產業的集中度提高了，而汽車零組件企業的稅後利潤也相對提高。M. Bennett 證實了產業政策對市場結構起了很大的影響，從而間接對產業的績效有正面提升的作用¹⁸。

（八）S. M. Scherer 在其所著 《*Industrial Structure, Strategy and Public Policy*》一書中，針對美國汽車業的產業結構、行為及績效有一個案研究。Scherer 認為汽車產業是屬於規模經濟的產業，因此經過近百年來的發展（1902 年美國地區有 12 家企業生產汽車，後發展為數百家汽車廠），大致上整合為僅有三家能夠存活，其他不具生產規模的小廠商不是自動退出就是被併入大廠。而在價格訂定方面，大廠如通用汽車公司在六 0、七 0 年代具有訂價優勢，其利潤率也較高；唯在 1980 年代克萊斯勒公司崛起，成為最大的獲利者，但 1990 年代初，通用、福特及克萊斯勒三大公司均面臨日本及歐洲進口車的競爭，獲利率衰退並開始產生赤字，唯短時間內三大汽車廠在美國政府要求日本對其小汽車輸美設限及改善經營效率之後又恢復了獲利。但作者亦指出，規模龐大並不保證一定較具優勢，如亦可能發生管理階層僵化或對市場變化無法做出迅速的決定等無效率情事

Economics, vol.20, Oct.1977, pp.229-264.

¹⁷ S. Lustgarten, "Gains and Losses from Concentration-A Comment", *Journal of Law & Economics*, vol.22, April 1979, pp.190-208.

¹⁸ Mark Bennett, *Public Policy and Industrial Development—The Case of the Mexican Auto Parts Industry*, (Colorado: Westview Press, 1986).

發生¹⁹。

表 2-1：國外實證及個案研究一覽表

作者（文獻）	研究對象及期間	實證方法	主要發現
J. Bain, 1951 年	1936-1940 年 42 個美國產業	敘述統計（圖表分析）	集中度高的產業其平均獲利率較高；有效共謀的寡頭壟斷亦能獲致較高的利潤。
Richard Caves	1950-1960 年美國地區 30 個產業	敘述統計（圖表分析）	CR8 大於 70% 的產業其利潤率相對較高；少數寡頭壟斷的廠商較中小型廠商具有一定的優勢。
Cowling & Waterson	1958 及 1963 年共 117 個英國產業	迴歸分析	市場結構與利潤呈正向關係。
W.J. Baumol	美國地區製造業	文獻及模型分析	企業報酬率隨企業規模擴大而增加；即企業規模擴大與獲利率有正向關係。
L. Weiss	總結美、加、英、日等國有關製造業之 S-P 關係	統計分析	產業集中度與利潤有密切的正向相關。
H. Demsetz	1963 年 95 個美國地區產業	迴歸分析及統計分析	集中度較高的大企業獲得更多利潤，係高效率經營的結果而非勾結共謀所致。
S. Peltzman	1947-1967 年美國地區 165 個製造業	迴歸分析及統計分析	證實大企業具有成本的優勢，可以同時增加工業產出的占有率，亦可減少企業的單位成本，因此利潤率較高。
Mark Bennett	墨西哥汽車零組件產業	訪談及統計分析	產業集中度提高有助於利潤提升；另產業政策亦對市場結構有很大的影響。
S. M. Scherer	美國地區的汽車產業	文獻及統計分析（圖表分	汽車產業係規模經濟的產業，透過兼併整合形成

¹⁹ Scherer, F. M., "Industry Structure, Strategy, and Public Policy", (N. Y.:HarperCollins College Publishers, 1996), pp.279-335。

		析)	三大集團的局面；領先企業具訂價優勢，但規模過大亦可能產生管理或生產無效率情形。
--	--	----	-----------------------------------------

二、大陸及台灣等地之實證及個案研究

關於中國大陸製造業市場結構與績效的分析，大陸學者魏后凱、戚聿東、馬建堂等均曾探討過（可參見表 2-3），魏氏的研究結果顯示，CR8 在 30% 以上的中高集中產業，其利潤率要遠高於 CR8 不到 30% 的低集中產業；此外，產業中平均資產規模愈大的產業，其進入障礙愈高，也擁有較高的資金利稅率²⁰。戚聿東的研究則指出，中國大陸全部工業行業集中度與經濟績效間並不存在明顯的相關關係，但在集中度為 20% 以下的產業群組中，則呈現集中度愈高，經濟績效愈好的現象，戚氏並表示，中國大陸製造業集中度的體現並非愈高愈好，規模經濟與範圍經濟並不是無限的，只能存在於一定的區間範圍內²¹。此外，馬建堂、殷醒民等人的研究亦指出，在絕大部分工業產業中，前幾家大企業的平均利潤率通常要高於行業平均利潤率²²。

曹建海在「中國民航運輸業的競爭與規制」中指出，大陸民航業者近年來透過合併重組方式，基本上已達到提高集中度的目的，目前三大民航集團已占領國內市場份額的 83%。但就績效而言，並未顯示出大型企業績效較佳的現象，如地方企業的海南航空其銷售利潤率就比前三大的東方航空要高，因此大型航空集團企業仍需做好內部管理及有效控制成本問題²³。王秀清、郝冬梅在探討中國煙草加工業的市場結構與績效時表示，在煙草加工產業中存在集中度高的廠商擁有較佳的獲利率，但規模經濟不明顯，顯示煙草產業中存在嚴重的資源浪費和資產閒置現象，未來應朝向資

²⁰魏后凱，《市場競爭、經濟績效與產業集中—對中國製造業集中與市場結構的實證研究》（北京：經濟管理出版社，2003 年 3 月），頁 218-225。

²¹戚聿東，《中國經濟運行中的壟斷與競爭》（北京：人民出版社，2004 年 7 月），頁 114-133。

²²殷醒民，《論中國製造業的產業集中和資源配置效益》經濟研究（北京），1996 年 1 月，頁 35-43。

²³曹建海，「中國民航運輸業的競爭與規制」，輯於戚聿東《中國經濟運行中的壟斷與競爭》，頁 352-380。

本重組及減員增效來提升行業的獲利率²⁴。

運用產業組織 S-C-P 架構探討大陸汽車產業的文獻並不多見，唯探討大陸汽車產業結構的文章則甚多，不過多集中在批評大陸汽車的散、亂及不具規模經濟效益，並呼籲汽車產業應建立大集團以因應外國大汽車廠的競爭，在此僅將蒐集到的相關資料整理如次。

(一) 學者殷醒民依據大陸 1991 年的統計資料所作的研究顯示，大陸十五個主要工業部門前四家企業的利潤率均比同產業平均利潤要高 5% 至 50% 的比例 (如表 2-1)；如汽車產業中的 CR4，雖然其集中度僅佔 15% 左右，但其利潤率為 12.83% 較汽車產業平均利潤率 8.58% 高出 4.25 個百分點。而在 1993 年所做的五個產業 CR4 集中度調查，發現運輸設備產業的 CR4 銷售利潤率為 9.84%，高於該產業平均利潤率 1.35% 甚多。基本上，通過對產業集中度與利潤率的統計分析，作者發現大陸地區產業的集中度提高對企業的利潤增加極有助益²⁵。

表 2-2：大陸十五個工業部門前四家企業收益率 (1990 年)

製造業部門	CR4 集中度(%)	產出利潤率		CR4-工業平均 差異
		CR4	工業平均	
石油加工	43.55	25.65	20.03	5.62
黑色金屬冶煉	22.32	27.27	15.65	11.62
基本化學工業	29.26	19.87	16.06	3.81
化纖工業	22.14	17.07	16.60	0.47
卷煙業	18.12	65.54	54.14	10.40
自行車工業	17.20	9.65	6.93	2.72
汽車製造業	14.92	12.83	8.58	4.25
家用電汽設備	14.72	14.49	6.70	7.79
家用電器	14.01	11.05	5.41	5.64
有色金屬冶煉	13.18	18.04	12.54	5.50
造紙業	7.49	26.80	9.39	17.41
橡膠製品	7.47	23.78	13.77	7.01

²⁴ 王秀清、郝冬梅，「中國煙草加工業的市場結構與績效研究」，中國農業經濟研究 (北京)，2003 年 1 月，頁 23-38。

²⁵ 殷醒民，《中國工業增長模式的實證研究》(上海：立信會計出版社，1996 年 12 月)，頁 103-105。

製藥業	6.44	17.77	11.46	6.31
日用化學工業	5.47	23.50	15.42	8.08
棉織業	1.28	13.79	7.89	5.90

資料來源：依據《中國統計年鑒 1991 年》，頁 380-381 及《中國工業經濟統計年鑒 1991 年》，頁 407-411，整理而成；轉引自殷醒民，《中國工業增長模式的實證研究》，頁 104。

(二) 王慧炯及陳小洪在其主編的《產業組織及有效競爭－中國產業組織的初步研究》一書中，亦曾針對纖維、鋼鐵、機電及汽車等產業在產業組織上特色及影響做過分析。其中針對汽車產業的分析²⁶亦指出，中國大陸汽車產業結構及產品結構均受到產業政策很大的影響，尤其是汽車生產廠商迄目前為止仍有一百多家，產業結構分散，這都是受到經濟管理體制改革及對外開放政策的影響；另外根據 1985 年工業普查資料顯示，大陸某些汽車小廠投資少而收益高，規模經濟效益並不明顯，也導致許多地方政府紛紛投入汽車產業，使汽車生產企業數在八〇年代末期已達 119 家，市場集中度無法提升。

(三) 楊蕙馨在《企業的進入退出與產業組織政策－以汽車製造業和耐用消費品製造業為例》一書中指出，汽車產業市場集中度對企業的利潤呈正相關。楊文在其所做的汽車製造業的實證研究中發現，大陸的汽車產業由於進入管制較為寬鬆，所需投資額較少，技術較為容易時，企業進入過多，導致行業集中度偏低，其後果是企業的規模經濟效益不明顯，同時又有大量的生產能力閑置。作者以 1996 年大陸汽車市場銷售額集中度及利潤佔有率集中度為例，指出大陸汽車製造業 CR5 的銷售額集中度僅為 31%，CR31 的集中度也僅佔 51% 左右；但 CR5 的利潤佔有率集中度為 62%，顯示大陸汽車產業中大企業實現的利潤遠遠高於中小企業²⁷。由此可見，即使大陸目前汽車產業還未達到國外已開發國家同業最低經濟規模的情況下，也存在著利潤率隨著產業集中度的提高而提高的一種明顯的正相關關係。

²⁶ 王慧炯、陳小洪主編，《產業組織及有效競爭－中國產業組織的初步研究》(北京：中國經濟出版，1991 年 9 月)，頁 365-385。

²⁷ 楊蕙馨，《企業的進入退出與產業組織政策－以汽車製造業和耐用消費品製造業為例》(上海：上海人民出版社，2000 年 6 月)，頁 170。

(四) 大陸學者魯志強在討論汽車產業結構時，發現大陸汽車企業集中度相當低，與美國、日本、德國汽車產業相比，無論 CR3、CR5 比值均偏低；且大陸汽車工業企業的數量呈剛性增長（指持續增長，極少企業退出），並在五年有一個小擴張，十二年有一個大擴張（指呈周期性擴張）的現象。魯文且運用簡單迴歸的方式檢視 1958-1987 年影響大陸汽車產量 (P) 的因素，結果發現影響汽車產量最大的因素是國民的年均收入，其次是汽車生產企業數（結構），第三個因素則為固定資產投資總額（行為）²⁸。

(五) 李洪在其所著《中國汽車工業經濟分析》一書中特別對大陸汽車產業結構的進入障礙及投資問題有精闢的分析。

在論及產業的進入障礙時，李文特別提出中國大陸政府亦瞭解大陸汽車產業的缺失是小廠太多，重複建設且不具經濟效益，不過受制於經濟體制改革時審批權下放，導致各省市爭相建立自己所屬的汽車廠，中共中央即使想集中管控，也暫時莫可奈何，並建議中共中央應發揮產業政策的功效，限制新汽車廠的建立，以遏止市場結構的繼續惡化²⁹。

此外，汽車工業是一個資金密集的產業，特別是轎車工業，需要大量的資金投入，因此汽車產業的投資策略就顯得相當重要。根據作者的研 究，汽車廠商資金投入愈多，生產效率愈高。另外對汽車產品來說，價格競爭和非價格競爭都有廣闊的空間，為了應付市場激烈的競爭，生產汽車的企業必須依靠技術進步，隨時根據市場需求的變化推出新產品。由於汽車工業產品的生命周期有愈來愈短的趨勢，即使一些很暢銷的車型，也必須不斷加以改進，而在這些車型和改進的背後，是依靠著大量和連續不斷的投資。美國學者 F. M. Scherer 亦指出為了因應市場競爭，通常大汽車廠每三年就必須將舊有車型作一大幅度改變，或推出新車型，以迎合消費者的青睞。而此種開發及推出新車型的工作，即必須投入大量的人力及資金，³⁰這對一般的小汽車廠而言負擔是相當沉重的。

一般而言，大陸汽車廠商可分為國有企業、合資企業及集體企業，籌

²⁸魯志強，「汽車工業產業組織結構和發展政策分析」，輯於王慧炯主編，《產業組織及有效競爭－中國產業組織的初步研究》（北京：中國經濟出版社，1991年9月），p.376。

²⁹李洪，《中國汽車工業經濟分析》（北京：中國人民大學出版社，1993年11月），p.138-142。

³⁰ Scherer, F. M., *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Second Edition (Boston: Houghton Mifflin Company, 1980), p.581.

資的方式一般亦可分為國家財政投入、企業自籌及吸收外資等方式。基本上，大陸在「六五計畫」以前，汽車工業的投資主體一直是國家，中央政府負責發展汽車工業所需資金的籌集，而且通過年度投資計畫負責資金的使用。「七五計畫」期間，此種狀況有所改變，國家財政在汽車產業總投資中所佔的比重逐步下降，地方和企業自籌資金的比重逐步上升，另外則是引進外資的比重亦顯著增加。目前則是企業成為汽車工業投資的主體，資金的來源則分別來自金融機構的貸款、企業自行發行股票、債券及企業自籌（包括變賣資產及吸收外資）等，由於籌資管道增加，對汽車產業的發展有相當大的助益。

（六）于春暉、戴榕等發表之「我國轎車工業的產業組織分析」，以 S-C-P 架構分析大陸轎車產業，該文指出大陸轎車市場結構（S）仍屬於集中度較高的產品，但其原因是由於政策性的進入壁壘所造成，並無透過充分的市場競爭。但此種集中度較高的情形隨著中國加入 WTO 之後，市場競爭加劇，轎車集中度有明顯的下降。作者還提到大陸生產轎車廠商具有規模經濟效應，但卻受制於市場需求受到約制、消費政策遲遲未能出台，因此大多數廠商仍未達到年產 30 萬輛的最小最適產量（MES）。在廠商行為方面，作者分別從價格行為、產品策略、廣告策略及併購行為等方面來探討其對績效與結構之影響；企業績效方面，作者分從生產效率、技術進步及企業利潤水平來觀察，認為大陸轎車產業的生產效率仍然不高，技術進步有限，在廠商利潤方面，作者研究發現大陸大型轎車廠商其利潤率較中小廠商的利潤率為高，如 1999 年，上海大眾生產銷售 23 萬輛，獲利 60 億人民幣；上海通用銷售 2 萬輛別克轎車，亦獲利 6 億元，一汽大眾銷售 8.2 萬輛，獲利 13 億人民幣，其利潤率均高於轎車廠商的平均利潤率³¹。

（七）台灣中華經濟研究院學者傅豐誠、蔡慧美針對大陸汽車及零組件工業的發展所做的研究顯示，大陸地區汽車產業的結構、行為與績效均受到來自政府政策的制約與束縛，績效亦無法明確顯現³²。

在產業結構方面，大陸汽車廠自一九八七年以來即超過一百家，如加

³¹于春暉、戴榕，「我國轎車工業的產業組織分析」，中國工業經濟（北京），2002 年 8 月，頁 15-22。

³²傅豐誠、蔡慧美，《大陸汽車暨零組件工業的發展及我方因應策略》（台北：中華經濟研究院，民國八十二年六月）。

上汽車改裝廠，其規模超過五百家，其特色是車廠眾多，生產規模小；另外在產品結構方面是「重貨車、輕轎車」，因此轎車發展緩慢。

在產業行為方面，汽車產品的訂價主要由政府制定，後來又稍為放鬆，形成價格「雙軌制」；此外在研發、投資方面，亦多由政府主導，企業的自主性甚低。另外亦有許多的軍工企業轉為生產汽車產品，使市場更為混亂及不易形成規模經濟。

在產業績效方面，作者採用附加價值率、全員勞動生產率及資金利稅率等指標，來衡量大陸汽車產業的生產績效，發現大陸零組件廠商的附加價值率較高，但全員勞動生產率則相對較低；汽車製造部門則在全員勞動生產率及資金利稅率方面領先零組件及改裝汽車部門，唯大陸地區整體汽車廠商的績效仍待改進。

(八) 在檢定汽車產業的績效中，常將就業人口的增加及相關的關聯效果提出討論。如國內經濟學者王塗發在其所撰「台灣、韓國汽車工業關聯效果之比較研究」中即提出有價值的發現。

作者指出，一般開發中國家經常利用關聯效果分析來鑑別何種產業可以作為「關鍵」或「領導」之策略性（或稱支柱性）產業，希望對這些策略性產業之投資能帶動其他產業之發展。一般而言，汽車工業的關聯效果相當大，尤其是向後關聯。它是一種綜合性產業，與鋼鐵業、機械業、電機電器業、塑膠業等產業之關係非常密切。因此，當一國的汽車工業發達後，往往能帶動其他相關產業的建立，進而造成經濟的全面發展。

根據作者的研究結果發現，台灣的汽車工業於 1966-1981 年間，在國內所實現的向後及向前關聯效果比率均甚令人驚訝；兩者不但均為正，而且都相當高。其中向後關聯效果比率增加率為 9.5%，在全體廿六個產業中高居第二位，僅次於鋼鐵業的 13.4%。而其向前關聯效果比率之增加率為 6.5%，在全體產業中亦高居第四位。此一現象顯示汽車工業不論對「刺激」或「支持」其他產業的發展都是有所貢獻³³。

(九) 對中國大陸此種處於經濟發展及體制轉型的國家而言，產業政策在

³³王塗發，「台灣、韓國汽車工業關聯效果之比較研究」，輯於馬凱主編，《台灣工業發展論文集》（台北：聯經出版社，民國八十三年五月），頁 471-512。

促進經濟發展的過程中無疑扮演了一個相當重要的角色³⁴。中共國家信息中心副主任劉鶴即表示，中國的產業政策是依據提升技術進步、經濟效益、出口創匯等作用而制訂的，是實現中國大陸產業結構合理化和現代化的重要手段³⁵。如在汽車產業中，由於日本及韓國的成功經驗，給了中國大陸一個很重要的啟示，如果能成功的實施或複製日、韓的汽車產業政策，大陸亦可使汽車工業蓬勃發展，擺脫跨國汽車公司的掌控。

基於對此認識，中共國家計委及機械工業部於 1994 年頒布了「汽車工業產業政策」，2001 年 6 月亦通過了「汽車工業十五規劃」方案³⁶。另外在「十五規劃」中，中共當局強調在汽車產業結構方面，要求發展一批重點企業，並引導及促進大集團的形成³⁷（透過兼併重組方式）；在產業行為方面，鼓勵轎車進入家庭（擴大私人購車），加速自主研發能力，及促進零組件工業的發展；在產業績效方面，強調要擴大汽車產品的出口，並帶動相關產業的發展。2004 年 6 月所頒布的「汽車產業發展政策」中亦強調要積極扶持三大集團，並鼓勵要發展自主知名品牌及推動汽車產業結構調整和重組，擴大企業規模效益，提高產業集中度，避免散、亂、低水平重複建設，並要求在 2010 年前成爲世界主要汽車製造國³⁸。

（十）國內學者陳正澄亦曾對大陸汽車產業作過研究，指出大陸的汽車產業與美、日、德等先進國家相比還落後一段距離，因此大陸實施的「汽車產業政策」具有濃厚的保護氣息。為了扶持大陸汽車產業的發展，產業政策中除了要求提高產業集中度及實施產業重組外，「國產化政策」也受到高度的重視，並期望運用關稅、進口管制及價格規劃等政策來支持大陸汽車產業的國產化政策能夠順利實施³⁹。

³⁴ 參閱江小涓，《經濟轉軌時期的產業政策—對中國經驗的實證分析與前景展望》（上海：上海人民出版社，1996 年 4 月）；楊沐，《產業政策研究》（上海：上海三聯書店出版，1993 年 4 月）。

³⁵ 劉鶴，「產業政策的制定和實施」，輯於《中國的產業政策—理念與實踐》（北京：中國經濟出版社，1999 年 1 月），p.41-45。

³⁶ 「汽車工業十五規劃」，中國汽車報（北京），2001.6.27，第二、三版。

³⁷ 夏樂生，「大陸汽車工業集團化發展之分析」，共黨問題研究（台北），民國八十八年十一月，頁 25-40。

³⁸ 「《汽車產業發展政策》今日發布實施」，中國汽車報（北京）2004 年 6 月 1 日，2、3 版。

³⁹ 陳正澄，《成長或消失—產業的管理經濟分析》（台北：華泰公司出版，民國八十八年六月），頁 238-264。

中國大陸汽車產業最被詬病之處就是結構的散、亂，據統計，迄 2003 年止，大陸汽車產業仍有整車廠 115 家，改裝車廠 551 家⁴⁰。唯近年來生產集中度有所提高，根據調查，大陸 2003 年前 15 家汽車廠商生產的汽車集中度超過 90%，其中一汽、上汽、東風三家企業集團生產集中度亦高達 50.4%，轎車 CR8 則超過 70%⁴¹。

在產業行為方面，投資仍然不足、技術水平與先進國家差距仍大，產品開發能力有所提升，價格已逐漸調整到與國際接軌，已能吸引私人消費者購買⁴²。尤其是近年來為因應進入 WTO 的挑戰，大陸微型汽車及轎車的價格每年均有所調降，行銷策略也較靈活，市場的競爭逐漸顯現，預期未來大陸汽車市場將進入更為激烈的競爭。

在產業績效方面，由於汽車廠商過多，僱用員工亦偏高，導致平均勞動生產率無法提升；在利潤方面，由於中高級轎車屬於寡佔市場，利潤較高，而貨車、客車（尤其是輕型車及微型車）的平均利潤率偏低，且有不少企業仍面臨虧損的現象。基本上，大陸汽車市場佔有率高及產量大的廠商，其績效相對較高。

以上僅對部分國內外的實證及個案研究作一簡單的回顧，由於文獻中多數研究僅對結構與績效作一檢視，在產業內及企業行為方面的論述較少；另外學者對產業之間的宏觀探討較多，對單獨產業的個案研究亦較為少見，尤其是對發展中國家的個案研究並不多見。基本上，大陸汽車產業在「七五」時期被視為「支柱產業」，近年來受到市場改革、外資湧入及進入 WTO 的影響，雖然結構問題仍然存在散、亂的弊端，但產業集中度有明顯的提升，而企業行為更為自主化，市場價格及非價格競爭亦愈為激烈，績效的評定也更趨向以企業的獲利為主。本論文即期望藉由 S-C-P 的理論架構來重新檢視大陸汽車產業的市場結構、廠商行為與績效間的相互影響，另外也將就政策面向來探討其對 S、C、P 的作用與影響。

⁴⁰ 《中國汽車工業年鑒 2004 年》(天津:汽車工業年鑒編輯部出版,2004 年 9 月),p.395。

⁴¹ 張正智,「再創歷史新輝煌—記 2003 年汽車工業取得全面進展」,輯於《中國汽車工業年鑒 2004 年》,頁 1-5。

⁴² 于春暉、戴榕,「我國轎車工業的產業組織分析」,中國工業經濟(北京),2002 年 8 月,頁 15-22。袁木,「加入 WTO 後我國汽車工業面臨的形勢及對策」,工業經濟(北京),2001 年 6 期,頁 107-110。

表 2-3：大陸及台灣實證及個案研究一覽表

作者	研究對象	實證方法	主要發現
魏后凱	1995 年中國大陸工業普查資料中的 521 個製造業	皮爾遜相關分析及敘述統計（圖表分析）	CR8 在 30% 以上的中高集中產業，其利潤遠高於 CR8 不到 30% 的低集中產業；平均資產規模愈大的產業，進入障礙也愈高，也擁有較高的資金利稅率。
戚聿東	中國大陸 37 個製造業	皮爾遜相關分析及敘述統計（圖表分析）	中國大陸產業集中度與經濟績效間並不存在明顯的相關關係，但在集中度為 20% 以下的產業群組中，則呈現集中度愈高，經濟績效愈好的現象。
馬建堂	中國大陸 10 個製造業	敘述統計（圖表分析）	集中度愈高的產業，其銷售利潤率也愈高；CR4 企業的利潤率大致是行業平均利潤率的 4 倍。
曹建海	中國民航運輸業	敘述統計（圖表分析）	CR3 為 83%，但並未顯示出大型企業績效較佳的現象，如地方企業的海南航空其銷售利潤率就比前三大的東方航空要高。大型航空集團企業仍需做好內部管理及有效控制成本問題。
王秀清、郝冬梅	中國大陸 165 家煙草加工業	S-C-P 迴歸分析	煙草加工產業中存在集中度高的廠商擁有較佳的獲利率，但規模經濟則不明顯。
殷醒民	1990 年大陸 15 個主要工業部門	敘述統計（圖表分析）	產業集中度高，獲利率亦高；但企業獲得更多利潤係高效率經營的結果而非勾結。如汽車產業 CR4 的利潤率即高於產業平均利潤率。
王慧炯、陳小洪	中國大陸汽車產業	敘述統計（圖表分析）	產業集中度低是產業政策造成的，另部分汽車小廠投資少而收益高，地區保護盛行，導致規模經濟效益並不明顯，因此建議中國政府應加強宏觀管理能力。
楊惠馨	1996 年中國大陸汽車產業	敘述統計（圖表分析）	CR5 的集中度為 31%，但其利潤率高達 62%，顯見集中度高利潤率也高；另汽車產業也具有明顯的規模經濟存在。
魯志強	中國大陸的	簡單迴歸分	大陸汽車產業集中度與美、日相比

	汽車產業	析及敘述統計	有偏低現象，且大陸汽車產業的數量呈剛性增長，不利於集中度的提升；另透過簡單的迴歸分析發現影響汽車產量最大的因素是國民的年均收入，其次是汽車生產企業數（結構），第三個因素則為固定資產投資總額（行爲）。
李洪	中國大陸的汽車產業	敘述統計（圖表分析）	大陸汽車產業的進入障礙主要來自於政府，但中央與地方的不同調，也導致管制失敗，市場集中度無法提升；另轎車產業屬於資金密集產業，資金投入愈多，生產效率也愈高。
于春暉、戴榕	中國大陸的轎車工業	敘述統計（圖表分析）	以 S-C-P 架構分析大陸轎車產業，指出大陸轎車市場結構仍屬於集中度較高的產品，但其原因是由於政策性的進入壁壘所造成，並無透過充分的市場競爭；另價格行爲、產品策略、廣告策略及併購重組等行爲亦對企業的績效與市場結構均有影響。
傅豐誠、蔡惠美	中國大陸的汽車及零組件產業	敘述統計（圖表分析）	研究指出大陸地區汽車產業的結構、行爲與績效均受到來自政府政策的制約與束縛，績效亦無法明確顯現；產業結構是車廠眾多，生產規模小；廠商的投資及訂價行爲均受制於政府，因此無法明確顯示出是否對企業績效產生一定的影響。
王塗發	台灣、韓國汽車工業	運用投入產出分析法及比較分析法檢視台、韓汽車產業關聯效果	汽車產業屬綜合性產業，其向前及向後的關聯效果均相當大；台灣的汽車產業在國內所實現的向後及向前關聯效果比率均令人驚訝，兩者不但均為正，而且都相當高；但就對其他產業發展的貢獻度來看，台灣汽車產業仍遜於韓國汽車產業。
劉鶴	中國大陸汽車產業政策	文獻及比較研究	中國大陸的汽車產業政策主要係發展一批重點企業，並引導及促進大集團的形成為目標；產業行爲方

			面，主要在鼓勵轎車進入家庭，加速自主研發能力及促進零組件工業的發展；在產業績效方面，強調要擴大汽車產品的出口，並帶動相關產業的發展。
陳正澄	中國大陸汽車產業政策	文獻及描述統計	大陸實施的汽車產業政策具有濃厚的保護氣息。爲了扶持大陸汽車產業的發展，產業政策中除了要求提高產業集中度及實施產業重組外，提高「國產化」比率也受到高度的重視。