



美国反垄断：演变与启示



【财新网】(专栏作家 彭文生) 美国拜登政府上台后, 反垄断活动逐渐增多。回顾过往, 美国反垄断理论与实践经历了哪些演变? 对被反垄断的企业产生了什么影响? 数字经济时代的反垄断面临哪些挑战?

美国的反垄断活动, 具有比较明显的周期性。第一次反垄断集中于1900-1920年, 第二次集中于1960-1980年, 中间间隔了约60年。而这一次拜登政府主导的反垄断活动的回归, 距离上一次的反垄断集中期也过去了约60年。

从反垄断理论的历史来看, 美国经历了布兰迪斯主义、哈佛学派、芝加哥学派、后芝加哥学派、新布兰迪斯主义的轮回, 每一次理论的发展都和反垄断目标的调整有关。布兰迪斯主义重视市场结构集中对民主政治的影响, 哈佛学派强调市场结构集中会损害市场效率, 两者都认为反垄断应该关注市场结构。而芝加哥学派认为市场集中并不一定损害市场效率, 反垄断不应该关注市场结构, 而应该以提高效率为目标。后芝加哥学派进一步强调反垄断应该以提高消费者福利作为目标。近几年兴起的新布兰迪斯主义再次强调市场结构在反垄断中的重要性, 是美国反垄断理论的轮回。

从宏观角度看, 美国近几年反垄断活动的回归与市场集中度不断上升有关。市场集中度上升的结果是竞争程度下降, 表现为企业的进入率和退出率下降, 企业利润和分红增加, 投资减少, 创新活动减弱。市场集中度上升也导致了劳动报酬减少和贫富差距加剧。美国市场集中度上升与过去40年反垄断执法活动减少有关, 与之对比, 欧洲的反垄断执法活动强度并

未降低，所以市场集中度并未上升，劳动报酬比例也并未下降。

从微观角度看，AT&T、微软和谷歌三个案例分别代表了 20 世纪 70 年代、90 年代、21 世纪美国的反垄断执法活动，从中可以观察美国的反垄断执法活动的趋势。首先，反垄断诉讼的理由大同小异，主要仍是限制竞争对手参与竞争。其次，反垄断的结果不同。从 AT&T 被拆分到微软和美国司法部和解，和美国反垄断活动减弱的趋势是一致的。在效率和公平之间，过去 40 年的美国反垄断执法活动倾斜于效率，而随着不平等加剧，这一点可能会出现变化。

数字经济的发展给基于芝加哥学派的反垄断理论带来了新的挑战。一是新的产品——“零价商品”，使传统的基于价格理论的反垄断理论似乎难以分析其对消费者福利的影响。二是新的投入——数据，将消费者福利扩展到隐私领域，会使传统的反垄断理论低估消费者福利受到的影响。三是新的生产组织方式——平台经济，使传统的反垄断理论难以适用。平台经济具有网络效应，将网络拆分，可能会降低消费者的效用，与反垄断的目标不完全一致。平台经济也从传统的卖方和买方两方机制扩展到卖方、买方、平台三方机制。卖方福利的可持续性会影响消费者的福利水平。

我们认为，为应对数字经济带来的挑战，美国反垄断执法活动有四个可能的发展方向。第一，消费者福利水平不仅依赖于价格，还有商品的种类，因此可能要重视创新对消费者福利的影响。第二，将数据和隐私保护纳入消费者福利分析的范畴，而目前隐私保护和反垄断关系不强。第三，

关注生产者的福利。第四，重回布兰迪斯主义，再次关注市场结构的重要性。在芝加哥学派理论多年占据主流反垄断理论的情况下，前面三种改进更容易被接受，重回布兰迪斯主义难度比较大。

全文链接：美国反垄断：演变与启示

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_30108

