

中国石油产业市场结构优化研究

杨 嵘

(西安石油学院 经济管理学系, 西安 710065)

摘要: 中国石油产业经过 20 多年市场化取向的改革实践和探索, 市场结构的基本框架已初步形成。但面对经济市场化程度不断深化的要求和加入 WTO 的严峻挑战, 目前我国的石油产业仍缺乏一个有效运作的市场竞争机制, 整体竞争力有待进一步提高。本文主要运用产业组织理论, 对中国石油产业市场结构的格局和效率进行实证分析, 并以新形势下国内石油产业竞争的策略性行为研究为出发点, 提出中国石油产业向有效竞争市场结构目标模式过渡的对策构想。

关键词: 石油产业; 市场结构; 集中度; 进入壁垒; 规模经济; 优化

中图分类号: F4 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-9952(2002)04-0050-08

一、中国石油产业市场结构的实证分析

(一) 中国石油产业市场集中度的分析

市场集中度是刻画产业市场结构性状和大企业市场控制力的一个概念。一般而言, 集中度越高, 市场支配势力越大, 竞争程度越低。测量一个产业的市场集中度可以使用两种方法, 一是绝对集中法, 二是相对集中法。绝对集中法包括产业集中度数(CR_n)、赫芬达尔指数(HI)、海纳—凯指数(HKI)、熵指数(EI)等; 相对集中法包括洛伦茨曲线(Lorenz Curve)和基尼系数(Gini Coefficient)等。二者相比较, 绝对法主要反映的是领先企业的集中程度, 而相对法则反映了该市场企业规模的差异程度。根据实证研究的需要, 加之受石油产业财务数据透明度较低的制约, 本文对中国石油产业集中度的分析将主要选用产业集中度指数(CR_n)来衡量。CR_n 指数是指某产业中前几家最大企业的有关数值占整个市场或产业的比重, 式中 n 通常取 4 或 8。

$$CR_n = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{\sum_{i=1}^w x_i}$$

其中 x_i 是指居于该产业第 i 位企业的销售额、产值、产量、职工人数、资产额; t 为要计算的大企业数目; w 表示全部企业数。本文在考察中国石油产业的集中程度时, 将利用各石油集团公司(或总公司)、石油企业和石油加工企业的油气产量和原油加工量等数据计算 CR_n 指数。一般地讲, 这一指标数值越高, 表明产业垄断性也就越高, 它综合反映了企业数目和规模分布这两个决定市场结构的重要方面, 具有较强的说服力。

1. 石油产业总体市场集中度分析。从石油产业这个大的层面上来说, 中国石油产业实际上只有有限的几家企业。1998 年产业大重组前仅有中国石油天然气总公司(CNPC)、中国石油化工总公司(SINOPEC)、海洋石油总公司(CNOOC)、新星石油公司(STAR)等几家企业。1998 年

收稿日期: 2002-1-04

作者简介: 杨 嵘(1960—), 女, 山西翼城人, 西安石油学院经济管理学系副教授, 博士生。

国家对中国石油产业进行总体改组,通过资产划转,新组建了中国石油天然气集团公司和中国石油化工集团公司(2000年3月,国务院将新星石油公司整体并入中国石化集团公司),与原有的海洋石油总公司构成了中国石油产业组织的新结构。三大公司市场集中度见表1和表2。

表1 重组前中国石油产业总体市场集中度分析表(1997)

总公司	油气生产		原油加工	
	产量(万吨)	占全国比重(%)	加工量(万吨)	占全国比重(%)
中国石油天然气总公司	14493.8	88.91	2221	14.45
中国石化总公司	—	—	12489	81.24
中国海洋石油总公司	1669.5	10.24	—	—
三大总公司合计	16163.3	99.16	1470	95.69
全国	16301	100	15375	100

注:本表选择1997年的数据,是因为该数据是重组前的最新数据。资料来源:《国际石油经济》1998年第2期P₅₀及1999年第3期第54页。

表2 重组后中国石油产业总体市场集中度分析表(2000年)

集团公司	油气生产		原油加工	
	产量(万吨)	占全国比重(%)	加工量(万吨)	占全国比重(%)
中国石油天然气集团公司(北方公司)	10788.1	65.08	7884	38.96
中国石油化工集团公司(南方公司)	3763.26	22.70	11174	55.21
中国海洋石油总公司	1796.6	10.84	—	—
三大公司合计	16347.96	98.62	19058	94.17
全国	16577.3	100	20238	100

注:(1)北方公司和南方公司的划分是以黄河为界,黄河以北为北方公司,黄河以南为南方公司;(2)中国石油产业以海水深度5米为界,海陆分割。水深5米以下为中国海洋石油总公司的领地,水深5米以上为陆上石油企业经营的场所。资料来源:《国际石油经济》2001年第2期第42页及有关石油统计资料。

从集中度这个指标来看,不论是重组前还是重组后,中国石油产业一直保持一种高垄断型市场结构。重组前,中国石油天然气总公司和中国海洋石油总公司垄断石油天然气开采业(上游),产量占全国的比重为99.16%,中国石油化工总公司垄断石油加工业(下游),加工量占全国的比重为81.24%,三大公司实行上下游分割垄断,彼此之间的竞争十分微弱。重组后,三大集团公司实现了上下游一体化经营,业务上相互交叉,打破了上下游分割垄断的局面。但由于石油、石化、海洋分处陆上的北方、南方及海上,而海上又形成了地域分治新格局。同时,三大集团公司的油气生产和油气加工量仍占全国的98.62%和94.17%,垄断依然存在。所以从总公司层面上分析,石油产业是一种分割分治和垄断经营的市场结构。

2. 石油企业市场集中度分析。虽然,从国家的宏观管理上,石油产业是划分为上述几家大型公司,但在国内企业排序及工业经济统计等很多场合,上述几家大型公司下属的各石油天然气开采企业和石油加工企业又是作为单个独立的企业来对待的,因此,有必要在这个层面上对石油产业的市场集中度再作进一步详细分析。

(1)上游企业市场集中度分析。对企业市场集中度的分析时点选为1987年、1997年和2000年,原因是:1987年底的数据是各个石油管理局全变成为企业的起点数据,1997年是石油产业以企业形式发展后的状况,且能代表产业重组前的企业发展状况,并与前述总公司层次分析保持一致;2000年是产业大重组后石油企业发展的最新数据,这三年的数据对于石油开采企业市场集中度的分析具有代表性。具体集中度分析见表3。

按照产业组织理论,市场结构可以划分为四种,即完全竞争型、不完全竞争型、寡占型和完全垄断型。但是这种分类方法运用在对照具体产业进行市场结构分析时缺乏可操作性。因此,在实践中一些产业经济学家以实证分析为基础提出了一些便于操作的量化分析方法。其中以日本学者植草益的分析方法最为著名。植草益依据市场集中度将市场结构划分为四种:极高寡占型($CR_8 > 70\%$)、高、中度寡占型($40\% < CR_8 < 70\%$)、低集中竞争型($20\% < CR_8 < 40\%$)、分散集

中型($CR_8 < 20\%$)。根据植草益所提出的判断标准,石油开采业属极高寡占型市场结构,只是从1987年到2000年,市场集中度才呈现出一种较为明显的递减趋势,垄断程度有所降低。

表3 石油产业上游企业市场集中度分析

年份	CRn(%)			8家企业名称及产量(万吨)
	CR ₁	CR ₄	CR ₈	
1987年	41	79	94	大庆(5577)胜利(3175)辽河(1151)华北(797)中原(690)新疆(579) 大港(421)吉林(287)
1997年	34	70	84	大庆(5623)胜利(2811)辽河(1520)南海东部(1295)新疆(882)华北(471) 大港(439)塔里木(422)
2000年	32	64	78	大庆(5323)胜利(2682)辽河(1413)南海东部(1295)新疆(936)长庆(485) 华北(460)塔里木(443)

资料来源:《国际石油经济》2001年第2期第42页。

(2)下游企业市场集中度的分析。由于资料所限,对下游企业市场集中度的分析仅限于石油加工企业,石油化工企业不在此分析范围。

表4 石油下游企业市场集中度分析

年份	全国原油加工量(万吨)	CRn(%)			前8位企业名称及加工量(万吨)
		CR ₁	CR ₄	CR ₈	
1985年	8143	9.66	30.48	57.39	抚顺(786.5)燕山(589.5)锦州(555.5)齐鲁(550.5)金陵(472.2)茂名(466.1)大庆石化(461.4)大连石化(431.8)
1990年	10724	7.47	23.71	40.77	抚顺(801.4)燕山(654.4)茂名(554.3)金陵(532.5)齐鲁(487.6)大连石化(469.1)大庆石化(449.3)高桥石化(432.5)
1995年	13501	5.24	20.21	36.45	抚顺(708)齐鲁(706)茂名(669)燕山(645)金陵(578)镇海(550)大庆石化(536)大连石化(529)
1996年	14232	5.24	19.69	35.27	抚顺(746)茂名(712)齐鲁(711)燕山(633)镇海(594)金陵(564)大庆石化(543)大连石化(517)
1997年	15373	4.92	18.84	33.97	茂名(756)抚顺(756)齐鲁(727)燕山(657)镇海(656)金陵(581)大庆石化(554)高桥(535)
1998年	15239	4.74	17.93	32.25	茂名(722)抚顺(699)齐鲁(673)镇海(639)燕山(602)金陵(555)高桥(522)大庆石化(503)
1999年	16785	4.86	17.24	30.06	茂名(816)镇海(733)齐鲁(679)燕山(666)金陵(582)广州石化(560)上海石化(532)高桥(617)
2000年	20238	5.20	18.07	31.51	茂名(1052)镇海(1050)抚顺(803)齐鲁(751)上海高桥(700)燕山(694)金陵(679)广州石化(649)

资料来源:GNPC和SINOPEC年鉴及有关石油统计资料。

对照日本学者植草益的市场结构分类标准,并结合表4的分析,可以看出,目前石油加工业属低集中竞争型市场结构。从表4我们还可以看出,在石油加工量持续大幅增长的同时,石油加工业市场集中度却持续下降,这从一定程度上反映出中国石油加工业的增长和发展走的是非集中和非集约的道路,这种增长和发展模式,已经遭到越来越多经济学家的批评。

从上述对石油产业市场集中度的分析可以看出,无论是石油产业总体市场结构,还是石油企业的市场结构,从理论和实践的分析上来看,它们都属于垄断竞争这个大范围的市场结构类型。石油天然气开采业(上游)的垄断程度较高,属寡占型市场结构;石油加工业的竞争程度较高,属垄断竞争型市场结构。但是,由于长期以来中国石油产业管理体制是部门封闭、区域分割,所以,尽管存在这样一种市场结构,其实质上的竞争程度还是很低的。只是在客观上有这样一种结构存在,为市场机制的形成营造了较好的宏观框架条件。

(二)中国石油产业的规模经济分析

1. 石油企业规模水平。利用集中度指标来分析市场结构,主要反映了产业内企业规模的不均衡程度,反映了该产业的企业集中状况。但是这个指标并不能完全反映一个产业企业规模的绝对水平。因此,为了解中国石油产业的绝对规模水平,除了集中度以外,我们还须对石油产业的规模经济水平作进一步的分析。所谓规模经济,是指伴随着生产能力的扩大而出现的生产批

量的扩大。具体表现为“长期平均成本曲线”的向下倾斜。在某种意义上说,长期平均成本曲线上的最低点就是“最小有效规模”,即 MES(Minimum Efficient Scale)。

由于石油天然气开采企业的主要业务是勘探开发,其规模经济效益相对来看不很明显,特别是勘探业,知识含量更多一些,勘探成果很大程度上依靠地质理论和对资料的分析;有一些低产的油、气区块,小规模企业开采可能盈利,而大规模企业开采可能效益不好。因此,勘探开发环节并不一定是企业规模越大越好,所以对石油天然气开采企业规模水平的分析具有不确定性。而对于石油加工企业而言,其规模经济效益十分明显。据对石油加工企业的测算,年产 500 万吨的炼油厂与年产 250 万吨和 100 万吨的情形相比,单位产品投资分别比后两者低 23%和 49%,平均产品成本分别低 2.6%和 8.1%,而劳动生产率分别高 87%和 377%,人均创造的利税分别高 129%和 1083%(戚聿东,1999)。因此,我们对石油企业规模水平的分析就以石油加工企业为主要分析对象。1999 年中国石油加工企业规模结构如表 5。

表 5 中国石油加工企业的规模分布(1999 年)

炼油生产规模	企业数(个)	所占份额(%)
250 万吨/年及以上	42	35
50—250 万吨	12	10
50 万吨以下	66	55
合计	120	100

资料来源:根据《2000 年中国统计年鉴》及有关石油统计资料计算得出。

按照国际常规,年炼油生产规模 250 万吨为 MES,则中国石油加工企业的规模水平见表 6:

表 6 石油加工企业规模经济分析表(1999 年)

企业平均产量占 MES 的比例	MES 企业数量占企业总数的比重	企业开工率
56%	35%	67.32%

资料来源:根据表 5 及有关石油产业统计资料计算得出。

由表 6 可以看出,石油加工企业平均规模占其经济规模的 56%,而达到 MES 的企业仅占到石油加工企业总数的 35%,且企业开工率仅为 67.32%(同期美国石油加工企业开工率为 92.7%),这三个指标都反映了中国石油加工企业规模处于较低的水平。

2. 石油产业总体规模水平。从石油产业总体层面上的大型石油公司来分析其规模不能简单地套用上述企业规模评价方法,因为大型石油公司均是上下游一体化的集团公司,内部产品结构复杂,无法确定一个总的 MES 作为比较的依据。为此,我们采用国际比较的方法加以分析,见表 7。

表 7 中外石油公司规模比较表(2000 年)

公司名称	石油储量 (亿吨)	石油产量 (亿吨)	炼制能力 (亿吨)	油品销售量 (亿吨)	总收入 (亿美元)	总资产 (亿美元)	* 原油生 产成本 (美元/桶)	** 原油 加工成本 (元/吨)	人均资产 (万美元)	人均收入 (万美元)
埃克森美孚	16.67	1.28	3.8	4.00	2104	1490	3.6		147	210
BP 阿莫科	10.47	0.96	1.59	2.9	1481	1439	2.6	(140)	134.49	138.16
壳牌	13.36	1.14	1.46	2.7	1492	1225	3.1	(167)	128.9	157.05
埃尼集团	4.69	0.37	0.39	0.53	458.5	563.6			80.5	65.52
中国石油 天然气集团公司	17.89	1.11	1.08	0.46	417	793	11.3	231	17.98	9.45
中国石化 集团公司	4.04	0.34	1.3	0.68	397.7	420.1	13.3	206	8.27	7.82

注:* 该栏数据分别为 1996 年埃克森、BP、壳牌公司数据和 1998 年中石油、中石化集团公司数据。* * (140)和(167)两数据分别为 1998 年中东地区和亚太地区平均原油加工成本,中石油和中石化原油加成本为 1998 年数据。资料来源:根据各公司年报数据计算而成。

从表7可以看出,对于石油储量和产量以及炼油能力接近国际大石油公司规模的中国石油天然气集团公司和中国石化集团公司,其原油生产成本、原油加工成本及人均资产和人均收入却大大低于国际水平,尤其是最能反映规模经济效益好坏的成本指标与世界相比差距较大,说明石油产业总体上处于规模不经济状态。需要说明的是,我国目前石油产业的经营效率低下并不完全是由于产业组织理论所阐释的规模不经济,而主要是长期在计划经济体制下形成的“大而全”。这些“大而全”的石油企业在国民经济中具有特殊的地位,它能影响国家石油产业政策的制定,使其在事实上拥有一定的超市场能力。也就是说,中国石油产业较高的市场集中度并不是市场作用的结果,国家石油公司的巨大规模也不是由规模收益长期积累转化而来,从而大的石油企业规模也就不意味着更高的利润回报。明确这一点区别,对于我们理性地认识中国石油产业现实的规模结构状况和讨论其发展演变的趋势具有重要意义。但有效的市场竞争会促进石油产业规模经济的形成,竞争性的市场结构也有利于石油产业发挥规模经济效益,并在中国石油产业市场化改革的过程中建立起有效竞争的市场格局。

(三) 中国石油产业的进入壁垒

从理论上分析,进入壁垒是与垄断力量相联系的。产业进入壁垒越高,进入愈困难,进入的厂商也愈少,从而愈容易产生垄断。反之,进入壁垒越低,进入愈容易,进入的厂商也就愈多,产生垄断的可能性就较低。显然,进入壁垒的直接效应是限制进入,妨碍潜在进入者的竞争。在中国,石油产业的进入壁垒主要是政策性壁垒,表现为政府的严格进入管制。中华人民共和国1986年颁布并执行的《矿产资源法》(后于1996年8月进行了修改)明确规定“矿产资源属于国家所有,由国务院行使国家对矿产资源的所有权”。“国有矿山企业是开采矿产资源的主体”。“开采石油、天然气、放射性矿产等特定矿种的,可以由国务院授权的有关主管部门审批,并颁发采矿许可证”。根据《矿产资源法》,国家对石油产业实行特许经营,授权中国石油天然气集团公司、中国石化集团公司、中国海洋石油总公司从事陆上及海上油气资源的勘探开发,特许以外的企业禁止入内。只要上述三大公司所属的国家石油企业在某个地区安营扎寨,这片资源就不能由他人开采。除了政策性壁垒外,中国石油产业还存在资源性壁垒、技术性壁垒、规模经济壁垒、巨额的资金及沉淀费用壁垒等。如果用经济学术语来讲,就是准入成本相当高。正是由于我国石油产业市场准入条件较严和准入成本较高,新的竞争主体很难进入,这不仅不利于竞争机制的完善,而且如果某一家石油企业出现问题,使其退出市场也就更难了。尽管改革开放以来,中国石油产业已经发生了显著的变化,原来高度垄断的市场结构正逐渐向有限竞争的市场结构过渡,市场中增强竞争机制的趋势也十分明显。但中国石油产业市场准入方面的壁垒仍然相当高。

(四) 中国石油产业产品差异化分析

产品差异化是指在一些市场上,同一类产品群存在明显的差异,有不完全的替代性。在市场经济中,企业参与市场竞争实际上是生产同种产品企业之间的产品竞争,竞争的关键在于产品必须具有差异性。差异性的存在,才能使产品赢得消费者的偏好,拥有较大的市场份额和较高的市场占有率,提高集中度水平。尽管石油及其石油产品从综合概念上看具有一定的差异性(如原油及其油品品种的不同、产品附加利益上的差别等),但就石油及其石油产品实体本身或内在质量特性上来看,其差异并不是很大甚至微乎其微。就目前情况来看,石油及其石油产品上存在些许差异也仅仅表现在地理位置和交通运输上所占有优势,以及石油及其石油产品适用性限制上的有所不同,其他方面的产品差异表现程度很低或是消费者体会不到(或消费者没有必要重视)其间的某些差别。正因为如此,国外石油公司通过提高服务水平、树立品牌形象、增加广告投入等手段来创造差异,以提高竞争优势。而在石油供不应求、石油产业市场化程度尚低的中国,国内石油公司之间业务能力、服务水平的差异都微乎其微,以服务、品牌、广告等手段创造产品差异化的意识不足,这必将影响中国石油产业的国际竞争力。

通过上述分析,我们不难看出,中国石油产业目前仍处于三大国有石油公司高度垄断的市场竞争格局之中,市场准入的高壁垒阻碍了其他主体参与市场竞争,缺乏市场形成的高集中度所带来的规模经济效应,整个中国石油产业的市场格局亟待重新整合,整体竞争实力有待进一步提升。所幸的是,目前中国石油产业已显现出向真正意义上的寡头垄断的市场结构过渡的趋势。可以期待,中国石油产业在市场化改革中所作的效率努力,会在未来若干年内取得一定的成效。

二、中国石油产业市场结构优化的构想

(一) 市场结构标准

第一,在我国已经加入 WTO,石油产业加大对外开放力度的关键时刻,放开民间资本的市场准入十分必要。由于在扩大开放的条件下,平衡中外石油产业发展速度,促进民族石油产业发展,需要民间资本的市场参与。我国加入 WTO 后,对国内石油产业的保护期只有 5 年,此后中国石油产业将对外资逐步全面开放。为应对国际石油公司强大实力的挑战,除了整合现有中国石油公司力量,提高其管理水平,保证其经营质量等措施外,还应该以民间资本经营机制上的优势,给中国石油产业注入新的发展活力。为此,在石油上游领域,应该允许并鼓励有资质的中国民营企业在上游领域进行不受地域限制的竞争,打破海、陆界限;在石油下游领域,有必要再次进行产业改革,以创造条件让更多的竞争者进入市场。在批发领域(进口中转站、储存、运输和配售)和汽柴油零售领域,应当动员中国的民间资本参与;在炼油领域,也应对民间投资者开放,允许他们改造和新建炼油厂。当然,无论是勘探开发、炼油,还是油品的批发和零售都必须设置进入市场的最低规模要求,以提高石油产业上下游的规模经济,实现有效竞争。

第二,中国石油产业加入 WTO 后会面临国际石油公司进入的强烈竞争,这不仅有利于形成竞争性市场机制,而且能利用外国资本、技术和专门技能。数十年的国际经验表明,发现和开发石油天然气储量的最佳途径是允许运用广泛的勘探思路和工程技术,国际石油公司是传播这些思路和工程技术的重要媒介。这些国际石油公司被允许进入先前由国有企业占优势的领域之后,往往就能通过自身的活动,使石油和天然气开发的速度和效率发生变化。同时,通过它们的竞争也通过其“示范效应”,国际石油公司的存在对现有公司可以起到极大的促进作用,推进中国石油产业的有效竞争。

第三,有效竞争的市场结构还要求加快国有石油企业的产权制度改革,实现产权结构的多元化。首先随着技术的进步和经济的发展,对石油的需求将持续增长,而技术更新周期的大大缩短以及新的替代技术的出现,进入石油市场的技术经济壁垒相对降低,石油已从一个过去由于“自然垄断”必须由政府独资建设的产业转变为具有高利润的一般寡占型产业。其次,从全球石油产业发展的大趋势看西方国家石油产业放松管制,破除国家垄断后,企业重组,跨国资本结合以及全球业务性和区域性的合作已经成为近年来世界石油产业发展的新潮流。再次,市场的需求与现有体制极不适应,一方面石油产业以外的投资者由于经济利益的驱动进入石油市场的要求日益强烈;另一方面就今后国民经济发展趋势而言仅靠少数几家国有独资企业也无法满足社会对石油及其石油产品的需求。这些内外部环境的影响,要求石油产业实现产权结构的多元化。由于石油是重要的能源和原材料,它既关系到国家的主权和安全,又对国民经济的发展起着基础性的作用,因此石油产业的产权多元化应该是以国有产权为主体的多元化。当然,产权结构的组成会因时因地因业务而有所变化,因时因地是根据不同时期各地发展的具体情况而定;因业务是指对一些具体的业务,产权结构可能会有所不同,如对石油资源的勘探开发及管输等业务要保证国家的可控性和主导性,应以国有产权占主导地位,而对石油技术服务、炼化、销售等业务,可能不一定以国有产权为主,但总体上看,产权的多元化是以国有产权为主。产权多元化的实现可以分三步走:第一步组建以中国石油天然气集团公司为产权主体的母公司和子公司的两级法人的国

有全资子公司;第二步中国石油天然气集团公司通过内部核心业务和非核心业务的分离,股份上市增加公众吸纳法人股;第三步分别以母公司、股份公司和存续公司为主体进行多层次的产权多元化组合。产权多元化的途径可以有:(1)吸收法人企业加入。如一些有实力的金融企业、风险投资企业等,还可包括同一行业的石油企业。(2)面向整个社会直接融资上市。(3)吸引国外资本与国外石油企业合作。上述实现产权多元化的第一步和第二步经过近几年的重组改制已基本完成,当前和今后需要努力跨越的是第三步。

(二)企业行为标准

世界各国的发展经验证明,石油产业的竞争不可能以价格竞争为主,只能以非价格竞争(即品牌、管理、营销、广告、服务水平、企业形象和重组等)为主。而以非价格竞争作为竞争的主要手段,正是石油产业形成有效竞争格局的必要条件。目前中国石油产业的非价格竞争水平较低,尤其是两大国有石油集团公司拥有庞大的生产服务和工程技术服务队伍以及广泛的加油网点布局,这是它们具有规模经济优势的基础所在。但是,如果遍及全国的生产服务和工程技术服务队伍以及加油网点配置不与优质的服务连接起来,那么,规模优势不仅难以得到真正的发挥,而且在激烈的竞争中这些服务队伍和网点甚至还会有逐渐萎缩的可能。可以想象,外国石油公司进入中国市场后,必将会充分发挥其生产服务和工程技术服务以及零售服务的高效率来参与中国石油产业的市场竞争,在这方面,外国石油公司无疑具有非常大的优势。所以,中国石油企业必须在品牌、管理、营销、广告、企业形象、服务等方面学习外国石油公司的先进经验,使中国石油产业能够与外国石油公司在同一个层次上进行竞争,以获得远远大于价格竞争的市场收益。

另一方面,有效竞争的市场结构还鼓励石油企业之间的并购重组行为。近年来,为打破垄断,在国内营造一个成熟的、竞争性的石油经营市场,逐步培育一批具有市场竞争能力的石油企业,中国石油产业进行了三次大的重组:第一次是由政府主导在1998年6月实行政企分离,将两个原有的行政性公司,即CNPC和SINOPEC的行政管理职能交回政府,同时将这两个石油企业改组为南北两大集团公司;第二次是1999年在两公司核心资产的基础上建立规范的股份有限公司;第三次是2000—2001年在证券市场上进行公开募集和挂牌上市。经过三次大规模的重组,无疑使石油产业完成了一次整体性变革:产业竞争格局初步形成,原来上下游分割、海陆分割、内外贸分割的石油产品市场,正在被上下游一体化、产销一体化的企业格局重新划分;半行政的企业在业务的聚合与剥离中脱胎换骨;石油产业比较强烈的计划运作机制正被日益规范的市场化运作所取代。这一系列的重组、海外上市,将对石油产业的未来发展产生深远的影响。

但我们也应该看到,石油企业的管理体制、经营机制和思想方式还没有从根本上摆脱旧的计划经济体制的影响,一些长期积累的深层次矛盾还没有解决:在产业层面上,三大国家石油公司地域分割垄断的局面依然存在;在企业层面上,由于历史原因,企业“大而全”、“小而全”,结构雷同,能力过剩,人员大量富余,资产大量闲置。特别是下游石油加工企业数量多、规模小,市场集中度低等问题亟待解决。同时,国际国内市场的急剧变化也对石油企业提出了新的严峻挑战。所以,进一步实施企业重组就成了题中之意。石油企业应按照市场原则,通过产权流动、整合,以及与此相伴的企业治理结构、组织形式、管理模式等的改造,使企业在重组中保持发展活力,促进有效竞争市场结构的形成。

(三)市场绩效标准

有效竞争的市场格局能够推动石油创新活动的全面开展。面向新世纪的石油产业正面临着前所未有的环境变化:一是世界经济越来越走向相互影响、相互依存的全球化;二是国际石油并购浪潮风起云涌,石油企业规模趋于大型化;三是知识经济开始形成,企业生产经营向网络化、信息化和国际化方向发展;四是国际石油监管放松;五是国际石油战略联盟发展迅速。石油产业经营环境的这些变化,给中国石油产业带来了前所未有的严峻挑战,在这种形势下,石油产业的创

新就显得尤为重要。自 20 世纪 70 年代初以来,西方石油领域出现了一系列引人注目的新事物:广泛采用的新技术,层出不穷的新产品、新服务和新的合作方式,不断形成的新市场,浪潮般地冲击着石油领域,给石油工业体系的结构、功能以及制度安排带来了巨大改变。概括而言,石油产业的创新就是通过新的产品与服务、新的组织机构与经营方式以及新的制度安排构成的对石油产业市场结构及运行机制产生的变革。无疑。石油产业创新对经济和石油产业的良性发展将起积极的促进作用,但石油产业创新是一种高成本和高风险的活动,只有有效竞争的市场结构才能形成为创新者提供报酬补偿机制,从而推动石油产业的市场竞争取得更高的营运效率。

三、结论

通过上述的实证分析表明,中国石油产业市场结构的基本特征是产业层面上的分割分治及垄断经营,以及企业层面上的低集中度与规模不经济,同时还存在着较高的进入壁垒。面对市场经济不断深化的要求及加入 WTO 的挑战,整个中国石油产业的市场格局亟待重新整合优化。当务之急是降低中国石油产业的进入壁垒,鼓励有资格、有实力的民间资本和国际资本进入,建立有一定开放度的石油大市场;促进石油企业的现代化企业制度建设,实现产权结构的多元化;以非价格竞争为手段,实施石油企业的持续重组战略;通过产品和服务、组织机构与经营方式以及新的制度安排等创新活动,促进石油产业市场结构的优化。

参考文献:

- [1]毛林根. 结构、行为、效果[M]. 上海:上海人民出版社,1996.
- [2]马建堂. 结构与行为[M]. 北京:中国人民大学出版社,1993.
- [3][日]植草益. 微观规制经济学[M]. 北京:中国发展出版社,1992.
- [4]安俊、陈志祥. 中国银行业的有效竞争研究[J]. 财贸经济,2001,(8).
- [5]世界银行、国务院体改办经济体制与管理研究所. 中国石油天然气行业现代化结构改革和监管[M]. 北京:中国财政经济出版社,2001.

On Market Structural Optimization for China's Petroleum Industry

YANG Rong

(The Department of Economic Management, Xian Petroleum Institute, Xian 710065, China)

Abstract: After twenty-odd years, reform, the basic market structure of China's petroleum industry has been initially formed, But, facing the demand of market economy and severe challenge after the access to WTO, China's petroleum industry is still short effective mechanism for market competition, and the whole competitive capacity remains to be further strengthened. Based on the theory of industry organization, this paper positively analyzed the pattern and efficiency of market structure for China's petroleum industry, and gave some concrete advice on tuning towards goal model of market structure for effective competition.

Key words: petroleum industry; market structure; concentration; entry barriers; scale economy; optimization.