

中国白酒业过度进入的诱因及对策

杨 柳

(成都市金沙路88号5-4-402,四川 成都 610031)

摘 要: 中国白酒业门槛低,必然产生过度进入的诱因,导致行业内过度竞争,企业间拼杀,造成“两败俱伤”,消耗企业资源,最终导致行业停滞或萎缩。主要诱因:(1)中国白酒业没有管事的婆婆,政出多门,各行其事;(2)放权不到位,地方政府“短视”行为;(3)不务正业,“大而全”或“小而全”,机构雍肿,效益低下;(4)过度进入后存在退出障碍,不愿面对现实,包括心理障碍、识别障碍和制度障碍。应对措施:(1)从内因方面调整产业结构和产品结构,更要调整组织结构,克服企业办社会的问题,建立合理的激励机制。(2)从外因方面培育市场经济主体,转变政府职能,加快资产重组,推进企业间的兼并联合,大力扶持和发展企业集团,形成规模经济,采取双赢竞争方式。(庞晓)

关键词: 市场研究; 白酒业; 过度进入; 诱因; 对策

中图分类号: TS262.3; F713.5

文献标识码: D

文章编号: 1001-9286(2003)06-0111-04

Inducements of Excessive Entry of Enterprises to Liquor-making Industry in China and the Relative Countermeasures

YANG Liu

(Jinsha Road No.88 5-4-402, Chengdu, Sichuan 610031, China)

Abstract: The low threshold of liquor-making industry in China inevitably resulted in excessive entry of enterprises and the cruel competition among enterprises. Such cruel competition would surely deplete large amount of enterprises resources and eventually result in stagnation of liquor-making industry. The main inducements of the excessive entry of enterprises included: 1. lack of unified management department for liquor-making industry in China, which resulted in random development; 2. abuse of authority, local government lacked long-term planning and advanced the establishment of distilleries according to temporary benefits; 3. impractical pursuit of all-sided industrial development in some distilleries, which resulted in low economic profits; 4. easy entry but hard exit for enterprises, some established distilleries felt an objection to accept the fail in liquor-making industry (difficult for enterprises to overcome the psychological block, the recognition block and the institutional block). The relative countermeasures included: 1. Intrinsically, adjustment of industrial structure and product structure, especially the adjustment of organization structure to overcome the problem of “enterprise equal to society” and to formulate rational inspiration mechanism; 2. Extrinsically, breeding of market economy, transition of government functions, acceleration of capital reorganization, motivation of merger and collaboration among enterprises, support of quick development of big enterprise groups, and advocacy of rational competition among enterprises. (Tran. by YUE Yang)

Key words: market investigation; liquor-making industry; excessive entry of enterprises; inducement; countermeasures

中国白酒业可能是全国竞争最为惨烈的行业之一。虽然全国白酒的产量连年下降,但仍有后继者不断进入。2002年,全国的白酒产量仅387万吨,加上500万元以下未纳入统计口径的产量,全国白酒产量应在500万吨左右,而这区区500万吨,是由3.6万家酒厂分担的,平均每一家酒厂的产量仅140吨。整个行业还停留在农业经济下的作坊式运作时代。而产生的效益也少得可怜,整个白酒行业的利税,不及红塔集团一家。另一方面,行业内部竞争却极其激烈,广告战硝烟弥漫,促销战热火朝天,价格战更是短兵相接,拼得头破血流。

对任何一个行业来说,竞争是不可避免的,也是必要的,竞争可以促成优胜劣汰,促进企业提高技术水平、改善经营管理,最终

达到整个行业的不断进步。然而,过度竞争则等同于内耗,企业间拼杀的结果是两败俱伤。同时,又消耗了企业资源,有的酒厂销售额一大半用做了广告投放,就是例子。这样的竞争最终导致行业的停滞不前甚至萎缩退步。中国白酒业过度竞争的成因发人深省。

1 先天无娘苦命孩

中国的企业是既想有婆婆,又怕婆婆。有钱的企业都盼望着没有婆婆管,自己当家过好日子;而无钱的媳妇却盼望着有大锅饭吃,无钱就爱找婆婆。中国的白酒企业,有钱的是少数,无钱的是多数,所以,大多数企业还是希望有个婆婆,并不指望婆婆发善心解决口粮,而是想婆婆替自己说几句公道话。而这一点,可能是中国

收稿日期: 2003-09-02

作者简介: 杨柳(1965-),男,重庆市潼南人,现任《名酒世界》杂志社社长,中国食协白酒专业协会理事。主编中国第一本名牌专著《名牌战略》,出版《中国历代赋诗酒词鉴赏》、《财贸之星》、《成渝线经济开发图》等图书10余部,1994年起,任《华夏酒报·全国糖酒交易会专刊》主编。先后承办全国名酒厂营销工作会议、全国白酒营销高级研修班、四川省白酒营销研讨班等,是全国数百家酒厂、酒城、酒商的策划顾问,曾策划四川省八大散酒企业、邛崃“中国最大原酒基地”、泸州“中国优质白酒OEM加工基地”、崇州“中国传统白酒原酒生产基地”、大邑“中国生态食品建设基地”等,具有广泛的社会效益和巨大的经济效益,并有部分经典策划方案被载入吉尼斯世界纪录。

白酒企业的奢望。中国有几十个部委,但就没任何一个部委是中国白酒企业的婆婆。因此,先天不足。

造成这种尴尬局面,是历史遗留问题。建国初期,酒业生产属于轻工业部,由于酒类产品的特殊性,建国后很长一段时间,基本上仍然实行对酒的国家专卖政策。但在不同的历史时期,由于社会经济环境的不同,因而采取了不同的措施。主要的管理机构也发生了一些变化。

在1963年国务院《关于加强酒类专卖管理工作的通知》中,曾规定由轻工业部统一安排酒的生产,酒类销售和酒类的行政管理由各级商业部门领导,具体日常事务由糖业烟酒公司负责。这就造成了我国酒类产销管理体制的分散,再加上有关的法规、规章不健全,酒的生产企业除了轻工企业外,其他部门如农业部门、商业部门等都可进行酒类的生产;在流通领域,原先制定的由商业部门负责收购批发的机制也受到一定程度的破坏。国家对酒的产销无法进行统一有效的管理。

中国酒业在改革开放后,尤其是从1980年之后发展迅速。出现了各行各业酿酒的浪潮,国家对酒业的管理面临着许多新的问题,酒类管理难度加大。尤其是在原有的轻工业部管酒类生产、商业部管理酒类流通的体制下,国家一级的管理机构如何设置、如何运作就成了问题。事实上一直到现在,这个问题都没有得到妥善解决。

随着计划经济向市场经济的转型,国家取消了酒类专卖,酒行业连个“养母”也没有了。没有人倾听行业的呼声,也没有人从企业的角度来考虑问题,后果就是政策上既缺乏连续性,又不能体现行业利益。本来,行业政策的制订,应该是起到良好的导向性作用,但纵观这几年酒业政策,带给业内的弊大于利,以致在分析近年来白酒业低迷的原因时,都会提到一句“由于政策调整”。从理论上说,政策调整应该促进行业的发展,如今造成相反的事实,众企业叫苦之余,也只有自己叹命苦了。

2 地方政府一叶障目

“放权让利”是我国转轨时期在制度安排上的一大重要特征,在相当大的程度上激发了地方政府和企业的积极性。政府向企业放权让利,扩大企业的经营自主权,规定企业可以按比例提取利润,建立归企业支配的资金等。1981年和1982年推行经济责任制,从多方面扩大了企业的自主权,1983年进行了利税改革,政府向企业进行了这一系列放权让利改革,扩大了企业的经营自主权,提高了企业的积极性。

但是,从本质上说,“放权让利”只是一种物质激励,并没有改变企业是政府的附属物这一性质。而且,“放权”并不是将权力放给企业、放给市场,而是中央政府把权力下放给地方政府。地方政府有了自主投资权,同时,随着财政体制的改革,财政包干的实行,地方政府拥有了财政支配权,而地方政府作为投资主体,并不对资本使用支付成本,也不承担投资风险。其投资包括怂恿企业从银行融资、集资、引进资金等。冲动随着投资能力的增加而膨胀,而在投资决策中,地方政府的官员在现行的政府考核机制下又是以短期的“政绩导向”取代“市场导向”。招商引资能力,是衡量地方政府政绩的标准之一,许多政府官员,为了完成引资任务,就大量地立项,为吸引资金提供“由头”。而项目本身是否有市场前景,是否能为投资方带来利益,则是考虑范围之外的事了。

而白酒厂是典型的“短平快”项目,在过去,一家一户的作坊式经营也能酿酒,说明白酒业的门槛相当低。既不需要高精尖的技术,也不需要投入大量资金来购买设备,甚至,一些中小规模的酒

厂不需要太多的流动资金。另一方面,白酒业税高,一个酒厂,可以成为当地政府的“摇钱树”。在一些经济落后地区,酒厂根本就是当地政府的财政支柱。办酒厂,地方政府成了最大的受益者,以至于一度流传“当好县长,办好酒厂”这一说法。作为经济人的地方政府,往往在追求自身利益最大化的过程中,忽视了全国白酒市场早已饱和这一基本的市场信息。

3 大中型企业不务正业是白酒产业结构不合理的内部原因

白酒业,不乏一些规模较大的企业,也涌现了一批全国知名的品牌,但是,且不说与国际上知名企业相比,即使与其他行业的大企业相比,也显得微不足道。

白酒企业通行的是“大而全”模式。一家酒厂,除了酿酒主业之外,还要进行瓶形、酒盒设计、产品的包装、运输等环节。这种万事不求人的方式,其弊端是显而易见的,增加了企业在各项业务上的投资风险和负担,企业经常会从事不擅长的业务活动,迫使企业在每个业务领域都直接面临众多的竞争对手,企业结构臃肿,设置不必要的职位和人员,不利于组织扁平化。

而对行业来说,企业的“大而全”使龙头企业要从事许多不相关的业务,而配套企业又没有生存空间。在国际上,许多知名企业都实施“经济资源联盟体”模式的管理,即充分利用联盟体伙伴企业外部资源快速响应市场的需求,核心品牌企业只抓本企业最核心的产品、管理理念和服务策略,提高品牌企业的核心竞争力,而把企业不擅长的业务“外包”,达到各伙伴企业之间的双赢或多赢。由此形成龙头企业与配套企业之间的分工协作,在行业内进行资源优化配置。

但在白酒业,龙头企业不把业务“外包”,致使配套企业没有足够的业务量,因而也不敢进行大的投入,也只能进行小规模经营。而有的配套企业为了拓展市场,只好扩大业务范围,成了“小而全”。这样企业内部专业化分工不发达,每个生产阶段的规模经济实现程度低,这种具有自给自足倾向的,排斥分工、排斥竞争的纵向一体化是“逆商品化”、“逆市场化”、“逆产业化”的低级纵向一体化,严重影响了白酒产业的进步。

4 市场发育不成熟,退出成本高

任何情况下都有过度进入,不过在成熟的市场经济条件下,过度进入的度就很低,且校正非常快,而市场不成熟阶段,过度进入的度很高,白酒业是传统行业,进入壁垒低,然而,过度进入与退出障碍并存。

市场退出除了与市场进入同样也存在着结构性壁垒之外,还存在着一些进入壁垒所不曾有的特殊障碍。包括:

4.1 心理障碍

一般说来,市场进入是企业业务扩张,而这种扩张又是与企业决策者的地位、权力、声誉、利益相联系的,由于利益驱动的结果企业本身就具有自我扩张的欲望。而市场退出却是企业的“自我毁灭”,特别是一些进入决策,本来就是由企业决策者决定的,现在要进行市场退出,也就意味着要“自我否定”,在其思想感情上可能更加难以接受。

4.2 识别障碍

机遇总是瞬息万变、难以捕捉的。但是与市场进入机遇相比,市场退出征兆信号更为隐蔽,常常是在企业表面运行正常情况,甚至是企业最为繁荣、经营层还在自我陶醉的时候,实际上已经潜伏着危机萌芽。这就要求管理层不仅要有激流勇退的决心和魄力,还要有明察秋毫的眼光与智慧,及时作出市场退出的决策。这正如股

市上的一句流行语一样:“会买股票的不一定是专家,只有会抛股票才是股林高手”。

4.3 制度障碍

在市场经济中,由于存在着结构性的壁垒,因此无论市场进入还是市场退出总是有一定难度的。但是在我国国有企业现有的制度条件下,常常会人为地增加市场退出壁垒,形成市场退出壁垒的制度性失效。因此对于国有企业而言,市场退出比市场进入要困难得多。

而作为白酒行业,退出障碍更大。因为白酒业的资产、设备的专用性。有的行业,生产要素有一定的兼容性,例如修建一座汽车厂,如果不想生产汽车了,车间设备经过改造,还可以生产钢门窗。而白酒企业所需的设备,只能用于酿酒,一座酒厂如果不酿酒,就成了废墟,不可能应用于别的行业。生产要素和企业不能顺利转出,致使介入白酒业从某种意义上说就是骑虎难下,即使退出,也得付出极大代价。

5 应对措施

以上分析了白酒业过度进入的原因及危害,那么,针对这种情况,应该采取何种措施呢?主要从内因和外因两方面入手,双管齐下。

5.1 内因

在市场经济条件下,白酒业产业结构调整的方向和对策关系到企业的可持续发展。就白酒业而言,产业结构调整涉及到行业内各产业部门间及其内部的构成、比例和相互关系。

5.1.1 白酒业产业结构调整紧迫性,是基于以下几个方面:

首先,从宏观形势上看,我国经济已由过去的短缺经济变为相对过剩,人民生活迈向小康,经济运行由卖方市场转向买方市场,酒类产品供过于求。当前是压缩落后、过剩的生产能力,促进经济结构优化升级的极好时机。

第二,买方市场的激烈竞争逼着调整。在市场经济不断完善的新形势下,目前商品供过于求,从而由消费者主宰沉浮,企业必须根据市场、根据消费者的需求来调整产品结构。

第三,消费结构变化呼唤调整。随着人民生活由小康逐步向现代化过渡,人们对生活质量的要求越来越高,消费结构和市场需求变化加快,产品生命周期缩短,要求改变生产结构,促进产业升级。今后决定经济发展的不再是生产能力,而是市场需求。

第四,经济体制转轨推动调整。我国国民经济市场化程度目前已达 80%以上,工业生产资料由市场决定价格已达 80%以上,生活消费资料由市场决定价格已达 95%以上,市场决定资源配置已起主导作用,市场经济的法律法规体制框架已基本确立。

我国白酒企业大部分实力不强,抗风险能力小,在管理上缺乏先进的机制,在市场经济下更显得水土不服,要适应市场经济的优胜劣汰,必须主动进行产业结构调整。

产业结构的调整关键是产品结构的调整,一个成熟的企业,必然拥有成熟的市场运作手段,能够找准细分市场,并针对每一个细分市场推出相应的产品,从而形成科学有序的产品结构体系。

而中国大多数白酒企业,在产品结构上极其混乱:价位划分没有依据;产品定位不是针对市场;品牌诉求没有明确的针对对象;主导品牌和附属品牌界限模糊……产品结构的混乱导致市场格局的混乱:白酒市场在整体饱和的情况下出现局部短缺。所谓局部短缺,是指由于产品结构问题,导致企业没有足够的产品去占领某些细分市场,造成在这部分市场供不应求。以 100 元左右的价位为

例,大多数酒厂产品的价位不高即低,在这一价位段几乎没有多少品牌参与竞争。因此,剑南春才敢于提“饥饿营销”,其实,从理论上说,市场是永远不会饥饿的,你不去占领,自然有别的品牌去占领。搞“饥饿营销”等于把自己的市场份额拱手相让,这在一个成熟的市场、成熟的行业中是行不通的。然而,正是白酒业在产品结构方面严重违背市场规律,才使得“饥饿营销”有了生存的空间。

那么,如何进行产品结构的调整呢?关键是企业组织结构的调整,而企业组织结构的调整最终取决于人员结构的调整。

中国最大的资本是人力资本,最丰富的资源是人力资源,白酒企业从业人员中,普遍素质偏低,尤其缺乏市场营销人才。而作为企业,也往往将营销简单等同于销售,在人员配置上,没有对市场进行深入研究分析的人员,有的企业即使设置了市场部,其职能也是卖产品,而不是制订产品策略和营销策略。企业的营销人员,也许能开拓一个市场,甚至在这个市场做出很好的业绩,但无法就企业的整体发展规划及产品的调整提出建设性意见。

5.1.2 除了产业结构方面,白酒企业在组织上也存在着问题:

5.1.2.1 政府组建企业集团以国有控股为主,企业缺乏自我扩张的内在动力。

5.1.2.2 企业规模大小不是决定企业竞争力的唯一标准,而我国白酒业的大企业缺乏创新机制,大企业普遍存在着企业办社会的问题。这种状况的形成,有着深刻而复杂的制度原因。为广大职工的生老病死和基本生活提供保障,是保证社会再生产顺利进行和现代社会经济发展的必然要求,这也是由社会主义制度的本质决定的。在计划经济体制下,由于政企不分,国有企业成了政府机构的附属物,因而许多本应由政府和专业保险机构提供的社会保障,变成了由企业提供的福利待遇,使社会保障企业化,久而久之就形成了企业办社会的局面。同时,国有企业作为政府的延伸,必然肩负着维护社会稳定的职能,这也要求国有企业通过为职工提供社会保障来解除职工的后顾之忧,稳定社会。不仅如此,社会保障的企业化或企业办社会,还使国有企业的福利待遇大大高于非国有企业,从而不断地吸引着劳动者进入国有企业,而原有的国有企业职工又不愿意离开国有企业,这就使得国有企业的职工规模越来越大,冗员问题日益严重。虽然十五届五中全会提出,要加快形成独立于企事业单位之外的社会保障体系。但是到目前为止,统一、完善的社会保障体系并未覆盖各种所有制企业的职工,不能从根本上解决国企的沉重社会负担。

5.1.2.3 大企业受政府短期行为的影响,不愿意进行学习型组织建设。

建立学习型组织,是为一个企业积累人力资源,在知识经济时代,学习型组织是最具竞争力的,但另一方面,建立学习型组织是一个长期过程,而白酒业大企业,其领导多采用任期制。领导者与企业之间,没有长期合作的基础,一个决策者,尽心竭力建立了学习型组织,还没有获得回报,任期便满,成果只能由继任者享用。因此,作为企业领导,没有积极性进行学习型组织建设。

即使领导者确实有“前人种树,后人乘凉”的无私行为,由于建立学习型组织是个长期的连续性的过程,在这一过程中,由于领导的调离,继任者没有延续其思路,或者因为人事变动导致政策调整,都会使建立学习型组织的进程受到影响,甚至中途夭折。

要解决这个问题,涉及到政府职能的转变,企业的经营者和决策者不再由行政任命,不再定企业行政级别,只要是市场能做的,企业能做的,尽量由市场、企业去做。

在用人机制上,小企业,特别是私营企业,虽然不存在领导任

期问题,但同样有其自身的困难。

小企业由于发展空间有限、待遇不佳等原因,人才流失严重,人员更替频繁。企业培养一个员工,是需要花费大量精力与金钱的,而人力资本最终归个人所有,员工一旦艺有所成,便另谋高就。作为企业决策者,当然不愿意做冤大头,而企业的这种心态,使企业不在人员培训上花功夫,员工素质得不到提高,最终削弱企业竞争力。

另外,由于法制不健全,许多中小企业与员工所签合同形同一纸空文,企业可以随意炒员工,员工也可随时丢下工作走人。双方缺乏法律上的约束性,形成“铁打的营盘流水的兵”局面。导致企业间可以肆无忌惮地互相挖墙脚,也使大多数企业更倾向于引进人才,而不是培养人才。这不仅是中国白酒行业的通病,也是中国企业界的通病。

5.2 外因

针对白酒业过度进入的外部原因,可采取以下对策:

5.2.1 培育市场经济主体,转变政府职能。政府要从过去直接投资竞争性行业转到重点投资基础性、公益性行业;从过去直接抓经济项目转到重点抓经济发展环境;从过去直接抓企业班子建设转到重点抓企业的机制创新和技术创新;从过去侧重抓经济规模扩张转到重点抓经济增长质量和经济、社会、生态环境的可持续发展;政府的公共财政支出要由过去直接补贴亏损企业转向重点帮助下岗职工和特困人群,推进社会保障。

5.2.2 加快资产重组步伐,大力推进企业间的兼并联合。

一是优势企业兼管理不善的企业。部分白酒企业多年来一直由于管理不善、营运无方而处于亏损状况,将这些企业由优势企业兼并掉。作为兼并方,一般符合以下条件:产品具有竞争力、生产技术先进、管理水平高、偿债能力强,能够将被兼并企业的资产盘活,使其资源得到充分利用,让企业重新焕发活力。

二是科技与生产结合。根据优势互补、利益共享的原则,鼓励生产和研究之间建立双边、多边技术协作机制,鼓励各方面人才的合理流动。不断强化技术引进和消化吸收的有效衔接,提高企业技术配套和自主开发能力。生产部门或企业在维护知识产权的前提下,科研人员与企业共同承担科技成果向现实生产力转化的责任,形成责权利相互一致的新型科研体制。

5.2.3 大力扶持和发展企业集团。以支柱产业为基础,以名牌产品为龙头,以骨干企业为核心,以建立产权关系为重点,培育一批跨地区、跨部门的大型企业集团,促进寡头企业的生成。

为此,要从资金、项目、技术、人才等方面予以支持。提高生产集中度,按规模经济的要求来组织生产是现代化大生产的重要特征。要促使企业按适度经济规模组织生产,培育企业集团,发展专业化协作。在加快企业转换机制步伐的基础上,把各项改革试点和结构优化结合起来,支持有优势的企业以拳头产品为龙头,在企业自愿的基础上,发展联合,鼓励兼并,组成相互配套或垂直联合的大型企业或企业集团,提高企业的竞争能力。

5.2.4 形成规模经济。所谓规模经济,是指由于经济组织规模的扩大或缩小,导致平均成本降低、经济效益提高的状况。凡因扩大或缩小规模导致平均成本降低的,就称为具有规模经济性,或具有规模经济效益。凡是在规模扩大或缩小之后,出现平均成本不再降低,甚至反而升高的,就称为缺乏规模经济,或称为规模不经济(Diseconomies of scales)。

实现规模经济,可以通过规模扩大的形式。企业组织规模和人力资源规模扩大后,人均成本费用可以降低。这是因为:(1)分工可以更加精细,有利于实现标准化、专业化、简单化的生产、服务和管理,这不但有利于提高劳动生产率、产品质量、服务质量和降低生产、服务成本,而且也可以降低管理人员在企业员工中的比重,降低管理成本,同时使员工的工作熟练程度迅速提高。(2)有可能采用更先进的技术,使用更集成、专用、高效的系统和设备,并充分利用其系统和设备,这不会大大降低生产和服务成本,而且会降低管理成本,同时还可以使员工的工作技术含量进一步提高。(3)有可能更加充分利用现有的物质资源,提供更为廉价优质的产品、服务和高效的管理。

我国白酒业,以中小企业为主,规模经济实现程度很低。国家要制定企业的生产规模标准,对达不到最低生产规模的企业不予批准建设,人为地淘汰一批实力较弱、运作方式落后的企业。

5.2.5 大中型企业双赢竞争。在商战中,没有永远的敌人,只有永远的利益。现代市场中高明的竞争者善于把竞争提升到竞合的境界,从而摆脱了低层次、恶性竞争的桎梏,使自身的发展进入一个新的层次。

一个聪明的企业,就要主动抛弃“你死我活”的竞争理念,积极实施“你活我活”的竞合策略。这样才能以市场和客户需求为导向,以核心企业为盟主,以提高竞争力、市场占有率、客户满意度和获取最大利润为目标,以协调商务、协调竞争和双赢原则为商业运作模式,通过运用现代企业管理技术、信息技术和集成技术,达到对整个供应链上的信息流、资金流、业务流和价值流的有效规划和控制,将客户、研发中心、供应商、制造商和服务商等合作伙伴连成一条完整的生态链,从而形成一个极具竞争力的战略联盟。

竞争不是你死我活,非输即赢,而是双赢或多赢。促进大中小企业间充分实现分工协作,使信息、技术、人力资源等通过共享而得到充分利用。

6 中国白酒市场有效竞争的15项标准

根据史蒂芬·索斯尼克三分法,判断有效竞争的15项标准。

6.1 市场结构程度

- 6.1.1 不存在进入和流动的人为限制。
- 6.1.2 存在对上市产品质量差异的价格敏感性。
- 6.1.3 交易者的数量符合规模经济的要求。

6.2 市场行为标准

- 6.2.1 厂商之间不互相勾结。
- 6.2.2 厂商不使用排外的、掠夺性的手段。
- 6.2.3 在推销时不搞欺诈骗。
- 6.2.4 不存在有害的“价格歧视”。
- 6.2.5 对抗者对他是否追随他们的价格变动没有完备的信息。

6.3 市场效果标准

- 6.3.1 利润刚好足以酬报创新、效率和投资。
- 6.3.2 质量和产量随消费的需求而变化。
- 6.3.3 厂商尽其努力引进技术上更优的新产品和新流程。
- 6.3.4 没有“过度的”销售开支。
- 6.3.5 每个厂商的生产过程是有效率的。
- 6.3.6 最好地满足消费者需求的卖者报酬最多。
- 6.3.7 价格的变化不会加剧周期的不稳定。●