

中国移动“一家独大”的成因、危害及其对策

李荣华, 柳思维, 刘智勇

(中南大学商学院, 湖南长沙, 410083)

摘要: 对中国移动“一家独大”的特征、成因和危害进行了分析, 认为政府的政策保护、监管滞后、监管机构定位不明、先天的技术优势促成了中国移动“一家独大”, 使之形成了无与伦比的市场垄断势力, 造成了我国电信产业的市场竞争失衡。只有通过制度再造, 进行政策调整, 借 3G 之机给两大固定电信网运营商发放移动通信牌照, 由分业经营转向全业务经营, 并适时引入民营资本, 才能长期地保障中国电信产业的和谐发展, 建设电信强国。

关键词: 移动通信; 电话市场; “一家独大”; 电信产业

中图分类号: F49

文献标识码: A

文章编号: 1672-3104(2007)03-0452-05

20 世纪末, 中国电信业开始了以打破垄断为目的改革之路, 引入竞争, 初步实现了电信产业的持续、协调发展。但是, 随着近年来中国移动通信集团公司(以下简称“中国移动”)“一家独大”局面的出现, 似乎竞争又回到了原点。这种局面令几大运营商之间由于市场结构失衡而无法展开有效的市场竞争, 电信竞争陷入了恶性循环的境地, 这给电信业和谐发展带来了前所未有的挑战。面对滞后的非对称管制政策, 监管当局也陷入左右为难的境地。为此, 调整产业政策和监管法规, 构建一个平等、有效的竞争机制, 促进我国电信产业的和谐发展已迫在眉睫。

一、中国移动“一家独大”的市场结构表现

所谓市场结构, 指的是对市场竞争程度以及价格形成等产生战略性影响的市场组织的特征, 即一个特定市场中的各个市场主体在市场交易中的地位、作用、比例关系以及它们在市场上交换的商品的特点, 便形成了具体产业的市场结构。从根本上说, 市场结构是反映市场竞争和垄断关系的概念, 一个产业的市场结构问题, 其实质就是该产业的竞争性(或者说是垄断性)程度问题。决定市场结构的主要因素有市场集中程度、

产品差别化程度和进入壁垒。中国电信业目前出现中国移动“一家独大”的局面, 无法形成有效的市场竞争格局, 市场竞争正处于失效的边缘^①。我们可以从业务收入、利润率和用户数等几个代表性指标中看出这种非均衡的市场结构, 参见表 1、表 2。

从表 1、表 2 中不难看出中国移动一家独大的局面。下面结合增量收入、增量用户进行分析。

(1) 从业务收入看, 各家运营商差距明显。中国移动自 2002 年以来增量收入市场份额不断增加, 市场主导地位不断加强。2004 年中国移动的增量收入份额为 45.9%; 2005 年中国移动的增量收入份额达到 59.98%, 而同期中国电信、中国网通、中国联通不仅没有增长, 反而有 20%~40%不等的降幅。2006 年, 这种差距态势进一步拉大, 中国移动税前盈利 968 亿元, 同比增长 23%; 运营收入 2 853 亿元, 同比增长 21%^[1]。中国移动在收入、利润增量市场上的份额占 70%以上, 超过了其余 5 家运营商增量市场份额之和。由此可见, 电信市场一家独霸的格局正在迅速形成。

(2) 从利润率看, 中国移动作为主导运营商的优势非常明显。各家运营商 2005 年报显示, 中国移动当年营业收入为 2 430.4 亿元, 净利润为 535.5 亿元, 利润率为 33%, 如此高的利润率不仅在我国电信业绝无仅有, 在世界 500 强企业中也是屈指可数的; 中国电

收稿日期: 2007-02-20

作者简介: 李荣华(1963-), 男, 湖南祁阳人, 中南大学商学院博士研究生, 中国网络通信集团公司湖南省分公司研究员, 主要研究方向: 企业发展战略, 电信经济, 市场竞争, 通信规制; 柳思维(1947-), 男, 湖南汨罗人, 中南大学博士生导师, 湖南商学院首席教授, 全国哲学社会科学规划应用经济学科组评委, 湖南省现代流通理论基地首席专家, 湖南省人民政府参事, 湖南省社科联副主席, 主要研究方向: 商业流通理论, 消费经济, 产业经济, 市场竞争。

表 1 中国四大电信运营商的市场份额变化(%)

运营商	1998 年	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年
中国移动	—	31.05	35.55	36.85	37.43	36.28	37.59	41.67	45.33
中国电信	99.04	62.91	53.41	50.24	31.44	34.66	31.50	29.03	26.86
中国联通	0.96	6.04	11.04	12.91	13.41	15.36	15.45	14.93	14.47
中国网通	—	—	—	—	16.63	13.70	15.46	14.73	13.34

数据来源：各上市电信运营商年报

表 2 中国移动与中国联通 1999~2006 年市场份额(%)

运营商	1999 年	2000 年	2001 年	2002 年	2003 年	2004 年	2005 年	2006 年
中国移动	88	80	69	67	65	64	66	75.80
中国联通	12	20	31	33	35	36	34	24.20

数据来源：根据《中国电信 1997—1999 年年度报告》《中国移动 2002—2006 年年度报告》《中国联通 2002—2005 年年度报告》整理

信的营业收入 1 693.1 亿元，净利润 279.1 亿元；中国网通的营业收入为 872.3 亿元，净利润 138.9 亿元；而中国联通营业额为 870.5 亿元，净利润 47.4 亿元，利润率不到 6%。同为移动运营商，联通的各项经营指标与中国移动差距依然很大，营业收入只有中国移动的三分之一，而净利润更是不到中国移动的十分之一。

(3) 从用户数来看，中国移动的用户规模跳跃式发展，与其他运营商用户数剪刀差加大。中国移动 2006 年 6 月的增量用户数创下该公司自 2003 年 1 月份开始公布月度数据以来的最大单月增幅，新增用户 440 万户；而中国联通、中国电信均出现了下滑，中国电信 2007 年 1 月份新增用户仅为 25 万，为历史最低增幅。若以此发展态势，意味着其它运营企业在未来 1~2 年内将面临发展停滞甚至亏损。

二、中国移动“一家独大”的成因

就目前情况来看，中国移动取得了良好的市场业绩，在用户规模、客户质量、网络容量与覆盖以及运行质量、客户品牌影响等方面已达到较高水平。这本来是一件好事，但现在的问题是中国移动发展业绩在很大程度上并非源于其经营管理效率改善，而是源于其独享了政府的政策“偏爱”。具体说来有以下几个方面。

(1) 中国移动历史负担轻，并具有先天技术优势。1999 年，移动通信业务从原中国电信剥离成立中国移动通信集团公司，为扶持中国移动的发展，一方面原中国电信将优良资产划给了中国移动，为其承担了绝大部分的负债和退休人员，另一方面政府为保护移动

通信发展出台各种扶持政策，如：在移动通信发展初期固定与移动互不结算，允许移动资费套餐，IP 电话固定与移动相互开放，IP 专线、长途直通车、公专网直联等政策，这些政策促使移动通信业得到了超常规地发展，迅速成为电信市场主导企业，导致我国电信市场格局在很短时间内发生了质的变化。

(2) 政府政策调整相对滞后，扶持初生企业转变为鼓励垄断。出台政策扶持移动通信发展无可厚非，但扶持过度便会适得其反。本来这些扶持政策只能在特定的市场状况下发挥作用，然而，在市场格局已经发生根本性的变化后，这些政策却没有得到及时废止或修正，最终演变成“抑弱扶强”的工具。在执行互联互通政策方面，固网运营商承担着强制性的互联互通义务，且互联接入费用有利于移动运营商；在履行普遍服务方面，中国电信和中国网通承担着偏远地区普遍服务的主要任务；在上市融资方面，政府优先安排移动运营商上市，而后考虑中国电信和中国网通的上市要求。

(3) 政府人为设置市场进入壁垒。在市场准入方面，政府构筑的进入壁垒把中国电信、中国网通排斥在利润丰厚、增长迅速的移动通信市场之外，而在移动领域，双寡头之间的实力相差悬殊，中国联通在网络规模、资金等方面与中国移动都不是等量级的，无法与其展开有效竞争，以至近年来的移动市场几乎成了中国移动的独家“蓝海”。固网语音业务被移动通信及其它新型业务替代的趋势正急剧加快，固网运营商面临着很大压力和困难，而且这种压力和困难将随着时间的推移进一步加大。而且，随着移动通信技术的发展，边际成本在下降，移动通信的价格也在不断

降低,这些都导致了移动电话对固定电话的替代越来越深入,使固网运营商的业务被不断替代、分流和萎缩,收入不断下滑。

(4) 分业经营模式不适合用户群性质变化。由于我国仍实行分业经营政策,依然视主要的固网运营商为电信市场主导运营商而实行非对称管制,再加上移动资费的全面固网化,形成了移动运营商单向分流固网业务的现状,超过电信业现阶段所能承受的程度。当初实行分业经营政策的基础是以价格手段来区隔移动网和固网的用户群。移动资费的固网化,消除了两者间的区隔,打破了传统分业经营的基础,出现了移动、固网共同竞争同一语音市场的局面。由于移动通信技术的先进性和便利性,用户的选择偏向严重,加速了移动对固网的替代。2005年,本地固定电话话务量是零增长,而移动本地话务量实现了34%的增长率;而2006年以来,本地固定通话量出现了负增长,而移动本地话务量增长率依然在30%以上。在长途话务量方面,2001年固定与移动之比为1.6:1,2006年以来的数据显示此比例已经降为1:1,表明随着移动资费的大幅下降,固定电话在长途领域的优势也已丧失^[2]。

三、中国移动“一家独大”的危害

中国移动一家独大进一步加深了市场结构的失衡,既阻碍了电信业整体的和谐发展,也背离了多年来电信业改革的初衷。如同地球断层,地壳岩层因受力达到一定强度而发生破裂,并沿破裂面有明显相对移动的构造。我国电信业严重失衡的状况,无异于市场出现“断层”,电信运营商身陷“断层”竞争,这是极其危险的。中国移动一家独大的危害主要表现在以下几个方面。

(1) 造成整个通信产业的结构性失衡,无法实现电信产业全面、协调、可持续发展。目前,双寡头竞争名存实亡,电信市场一家独大将造就新的市场垄断。当一个企业成为市场垄断者时,随之而来的必然是“掠夺性低价”,通过低于成本的价格倾销排挤竞争对手,而这种竞争失效的局面违背了电信改革的初衷,将造成电信改革倒退。从净利润、利润率、增长速度来看,中国移动与联通之间都存在较大差距,无法形成等量竞争,中国联通已不再是中国移动真正意义上的竞争对手,公平竞争无从谈起。原来扶持中国联通的“非对称管制”主要集中在对于资费的管制上,监管部门对中国移动实行严格的价格管制,允许中国联通的手机资

费可比中国移动低10%。但是自从2001年信息产业部正式批准中国移动套餐资费,中国联通的价格保护已被打破。从2001~2006年,中国移动的资费平均下降50%~70%。由价格决定的市场无疑会对这一形势作出最直接的回馈,在中国移动无后顾之忧地降价争夺市场占有率的攻势下,中国联通进退维谷,进无路,退亦亡。

(2) 造成单个企业控制产业价值链,使暂时性垄断转变为持久性垄断。在产业价值链上,一个产业的发展并不是由一个企业或是一类企业形成的,而是设备商、运营商、增值服务商、客户等一系列的相关环节形成的完整价值链,通过价值链的循环发展而产生市场机会和利润。如果产业价值链被一家运营商所主导,将会造成单个企业对市场准入的持久控制。在这种情况下,主导运营商必然会设置重重障碍,甚至通过游说决策层,来达到拒绝中国电信、中国网通进入移动通信市场的目的,从而在行业中形成一种自我为中心的制度和规范。从产业和行业的角度来看,这种主导对产业价值链的良性循环也是非常不利的,因为它可能会导致主导企业对整个上游价值链的控制,从而提高市场准入门槛,或者影响到其他运营商的议价权。

(3) 导致同行的不公平竞争,损害消费权益。首先,中国移动不仅在移动通信市场、而且在整个电信市场上都是“一家独大”,成了事实上的主导运营商,拥有很大的市场势力,容易引发运营商内耗,进而危害产业可持续发展。其次,从用户角度来说,一家企业控制了价值链的发展,很容易形成所谓的卖方市场。例如目前很多用户对移动资费存有不满,对移动套餐设置还有争议,但抱怨归抱怨,用户的声言并不能左右主导企业的行为。究其原因就是因为移动通信市场上还未形成真正意义上的买方市场。再次,中国移动在经营中存在一定的违规行为^②。

(4) 推动行业收入差距拉大,造成社会范围内的分配不公。作为垄断企业,中国移动的管理者乃至一般员工利用自己的市场势力取得高额收入,使得其个人收入与其它社会阶层的差距越来越大。中国移动员工个人收入是同一级别的固网员工收入的3倍以上,是那些充分竞争性行业员工收入的六倍以上。几年来,中国移动通信集团公司所属的全国十几万员工工资水平属国内最高而且增长最快,这不是完全取决于它们经营有道和善于管理,更重要的是垄断控制格局下包括工资福利在内的行业成本信息和经营状况的不透明、审核监督的不到位所致。

四、促进中国电信产业和谐发展的对策

制度(包括政策)的形成过程是一个多次博弈的过程。一项好的政策很难一次博弈形成,而必须经过重复博弈。好的政策应当体现并能够协调绝大多数人的利益和要求,从而获得相关者的拥护,表现为长效性和相对稳定性。几年来,其它5家电信运营商和专家学者一致呼吁,应通过调整产业政策和监管办法,打破中国电信产业“一家欢乐几家愁”的局面,经过与中国移动这一强势利益集团和有关部门的多次博弈,打破中国移动一家独大的新垄断已成为共识。以前促进中国移动“一枝独秀”的制度、政策,其路径依赖像物理惯性一样,成为了中国电信业可持续、协调发展的障碍。针对我国电信业市场失衡、竞争失衡的现象,亟须在政策上进行相应的调整。只有发放新的移动牌照,实现全业务经营,引入民营经济,才能长时期地保障我国电信产业的和谐发展,建设电信强国。

(1) 通过启动3G,给中国电信、中国网通发放移动牌照,在移动通信领域引入新的竞争者,改变目前中国移动“一家独大”的竞争格局。我国移动通信市场属于典型寡占市场结构,从长远看势必影响移动通信的发展,也将损害消费者的利益。应在现有两家移动运营商的基础上,扩大市场准入,引进新的竞争者,至少得有4家移动运营商。作为市场的新进入者,固网运营商将面临原有移动运营商的阻击。但是中国电信和中国网通也具有某些蓄势待发的优势,如“固定+宽带+移动”的捆绑销售增加客户黏性,渠道建设较为完善和深入,在技术人才、营销人才储备上具有较强优势,积极参与相关3G试验网的测试工作等等。总之,政府要放开管制,允许中国电信、中国网通进入移动电话业务。

(2) 基于不同的市场影响力,对中国移动实行严厉的不对称管制,扶持中国电信、中国网通等固定电信运营商。我国电信市场存在一个很奇怪的现象,在竞争相对饱和的固网市场发放4张牌照;而在最适合开放的移动市场却又限制竞争,只有2张牌照。当前中国移动通信市场是中国移动一家独大,这在用户市场份额、业务收入市场份额和利润完成量等方面都有很明显的体现。在这种情况下,即使引入新的竞争者,短期内也难以与其抗衡。因此,迫切需要监管部门加大监管力度,实行新的不对称管制,使各家运营商的市场份额能维持在合理的范围之内,促进行业良性发展。

(3) 分业运营转向全业务运营,缩小几大电信集团公司之间的差距。目前在业务限制方面,除了中国联通是全业务运营商,其他运营商都在不同程度上面临着电信业务不完整的问题:中国电信、中国网通、中国铁通没有移动业务牌照;中国移动缺少固定业务,一旦移动业务走下坡路,中国移动的竞争力就会面临极大的挑战。现在话音业务移动化的趋势越来越明显,一家运营商只经营移动业务或者只经营固话业务都是不合理的。中国庞大的市场需要的是综合业务提供商,这样既有利于更好地满足用户的通信需求,也能充分发挥各项业务之间的竞争作用,使企业之间的差距不会过大。

(4) 重视固定电信网的发展,发挥固网在经济社会信息化中的作用,实现移动网和固网的协调并进。移动业务对固网业务的分流和替代本无可厚非,但并不意味着移动网要完全替代固网,固网的过度萎缩将会对电信业的长远发展产生难以估量的危害和影响。固网是国家的通信网命脉,其作用不可替代。固网承担着转变经济增长方式、提供公众信息服务的重任。在需要安全保障、持续连通的公务、商务、政务等领域都离不开固网。同时,固网是推动社会信息化进程的主力军,一旦固网过度萎缩,甚至被替代,仅靠移动通信来实现社会信息化是不可能的。固网具有移动通信网络不可比拟的优势。相对于移动的随意性、自由度,固定网具有移动通信网所没有的普及面广、实时在线的优点,固定电话安装地点确定,用户信息全面,可以采取端到端的加密方式,保密性、安全性好。与移动无线网相比,固网最大的优势还在于其带宽,固网海量的带宽资源不仅仅可出口,更是业务创新的基础。

(5) 在移动通信领域引进民营资本,实现我国电信业的和谐发展。尽管传统国有电信企业在组织上存在着产生并加大非效率性的内在问题,民营资本进入移动通信产业可以优化资源配置,提高电信企业运营效率,促进资本市场的发育,但由于电信业的经济特性,加之我国现阶段尚未形成完善的市场经济体制以及电信业事关国家网络安全和经济安全,民营资本在进入电信产业过程中,存在着强大的壁垒。要通过一系列改革和制度保障,破除民营资本进入移动通信产业的壁垒,才能使中国移动、中国联通受到各种市场竞争力量的制约,实现产业发展上的和谐。

注释:

① 本部分数据或直接来源于国家信息产业部网站 www.mii.gov.cn、

人民邮电报 中国信息产业网(中国通信新闻网)www.cnii.com.cn、中国电信网站 www.chinatelecom.com.cn、中国网通网站 www.cnc.cn、中国移动网站 www.chinamobile.com、中国联通网站 www.chinaunicom.com.cn, 或根据其公布的数据计算而得。

- ② 2006 年 8 月信产部下发了的部电函(2006)408 号文件《关于要求中国移动通信集团公司加强经营管理自觉检查纠正违规经营行为的通知》, 点名批评了中国移动在 2005 年基础电信市场专项治理后有关违规经营行为严重反弹的问题, 并语气严厉地指

出了中国移动 2006 年初以来变本加厉的五大违规行为。

参考文献:

- [1] 张韬. 中国移动去年盈利 968 亿 每日净赚近 2.7 亿[N]. 上海: 上海证券报, 2007-01-23.
- [2] 张茂州. 电信改革取向是否偏爱不公平竞争[N]. 福州通信信息报, 2006-08-09.

The structural analysis Of the monopoly market of Chinese telecommunication's industry ——Moreover reconsiders discusses of China Mobile communication Group Company's only strongest status

LI Ronghua, LIU Siwei, LIU ZHiyong

(Business school of Central South University, Changsha 410083, China)

Abstract: In this paper, the authors analyze the characteristics, reasons and harms of monopoly of China Mobile Communication Corporation (CMCC) and the market structure of China Telecommunication Industry from the viewpoint of institutional economics and industrial economics, and suggest that Chinese government's policy-preference, lagged supervision, illegibility of surveillance institutions' role, inborn technical superiority lead to CMCC' monopoly position and overwhelming market power, bringing about the unbalanced competition within Chinese telecom industry. In order to attain long-term harmony development of Chinese telecom industry so as to develop China into a telecom giant, Chinese government should reconstruct systems involved, adjust involved policies, allow other two fixed telegraphic operators to enter into mobile communication market in the tidal wave of 3G, shift divided operation system to mixed operation system, and introduce private capital into the industry timely.

Key words: mobile communication; telephone market; only strongest status; telecommunication industry

[编辑: 汪晓]