

分分合合为哪般？

AOL—TIME 的合并与微软被拆不是一个悖论 ● 王晓晔



千禧之年伊始,美国就爆出了一则惊人消息:世界上最大的互联网服务公司——美国在线公司和世界上最大的传媒公司——时代华纳宣布合并。合并后的美国在线——时代华纳将成为融媒体、娱乐和通讯为一体的世界巨头,公司市值为3500亿美元,年销售额为300亿美元。与此同时,美国又传来了另一则重大新闻:因为反垄断诉讼,美国计算机软件巨头——微软公司可能被一分为三。于是许多人认为,这是美国司法部在故意制造悖论:一方面要肢解微软垄断帝国,另一方面又在制造新的垄断。这真是一个悖论吗?

美国在线与时代华纳的合并是美国历史上迄今最大的合并案,合并金额高达1660亿美元。然而,这个合并基本上不是竞争者之间的合并,而是垂直合并,时代华纳可以借助美国在线公司的互联网络完成“数字革命”,为自己的音乐、出版和影视业产品走向消费大众开辟新的途径;而美国在线公司可以借助时代华纳的有线电视网络线缆,提高美国在线的上网服务能力。很明显,这项合并的原动力在于技术革命,即信息技术的发展在推动着传媒产业结构变化。这项合并的受惠者也包括消费者,因为美国在线公司的用户可以很方便地在AOL网站上购买时代华纳公司的杂志、唱片、画报等信息和娱乐产品,也可以通过在网上网欣赏CNN电视和电影。所以这个合并不仅有利于提高美国在线和时代华纳的经济效益,而且被视为传媒业的数字化革命,有利于推动美国信息技术的发展,拓宽传媒的渠道,美国司法部当然就不应当干预这个合并。

另一方面,在美国的网络市场上,除了美国在线公司外,还有许多其他知名企业,例如雅虎公司、沃尔特·迪斯尼公司、亚马孙网上销售公司、沃尔-马特公司、奋扬家庭通信公司等。特别是雅虎公司,在网络服务市场有着很强的竞争力。雅虎公司不仅在美国有着与

美国在线公司相同的知名度和众多的用户,而且非常注重开拓国际市场。当前该公司正在向欧洲和日本大举进军。此外还有微软公司,微软公司虽然不是将在线消费服务作为该公司基本的经营项目,但是微软从来没有停止在网络领域的投资。除了上述大公司,美国网络服务业还有许许多多不知名的中小企业。据统计,仅在1999年上半年,在美国被收购的网络公司就达169家。其中,雅虎作为收购大户,以105亿美元收购了5家公司。这些并购活动生动地说明了美国网络业生机勃勃的竞争态势。在这种情况下,美国在线公司尽管当前在美国的网络业是一个规模最大的企业,但它不是一个占市场支配地位的企业,更不是一个垄断企业。在这种情况下,美国在线与时代华纳的合并就不会遏制竞争,因为其他网络服务公司可以步美国在线的后尘,为分散经营风险而并购其他产业的企业,或者接受它们的并购。

80年代以来,随着科技进步和世界各国对国内市场的逐步开放,商品、资金、劳务和技术的流动以越来越大的规模和范围突破了国界,越来越成为国际性的大市场。由于互联网和传媒业本身就具有易于流动的特性,这两种市场的国际化尤为明显。例如在网络服务业,目前全世界有8000万用户享受雅虎公司提供的服务。美

国在线当前虽然基本上是为美国的客户服务,但是它的大规模并购活动包括与时代华纳的合并表明,它也在谋求成为全球性的媒体公司。事实上,美国在线与时代华纳的合并不仅大大提高了该公司的知名度,而且也增加了它进入多种媒体的渠道。正是因为当前因特网市场的竞争性、开放性和国际性,如果美国司法部禁止美国在线与时代华纳的合并,反倒会成为一种悖论。

毫无疑问,美国政府从80年代以来在很大程度上放松了反垄断管制,特别是对企业合并的管制。这个变化在很大程度上是与世界市场的竞争形势相适应的。事实上,美国80年代和90年代以来的大合并大多是受全球竞争形势所驱使。然而,不管发生什么样的变化,也不管变化的程度和范围有多大,可以肯定的是,作为一个以竞争机制配置资源的市场经济国家,美国不可能从根本上抛弃反垄断政策和反垄断法。1997年以来美国司法部对计算机软件巨头——微软公司提起的反垄断诉讼,指控它捆绑销售互联网浏览器,排斥竞争者进入软件市场,这在一定程度上就说明了克林顿政府执行反垄断法的决心。■

(作者单位:中国社会科学院法学所)

国家竞争优势高于企业竞争优势

● 雷达 于春海

A. 反思垄断、竞争市场效率评判标准

对软件巨头“微软”,美国联邦法院已

实施反垄断诉讼,而对于轰动全球的“美国在线”与“时代华纳”的合并,美国政府却采取了默认的态度。对待两个国内市场

额都很大的垄断企业,美国政府为何会有两种截然不同的政策呢?

理论上,对垄断市场和竞争市场效率