

開放市場是否能增加競爭？美國經驗的探討

馮嘉耀

中大航空政策研究中心副主任（研究）

本文以〈樞紐機場製造壟斷現象〉為標題，刊於二〇〇五年九月五日的太陽報財經評彈（第 B05 頁）。

美國本土航空市場於一九七八年開放，對航空業產生顯著影響。於市場開放初期，不少經濟學者認為市場將隨開放而增加競爭；然而，航空市場結構似乎不斷改變，美國本地經濟學者亦難以判斷市場結構最終為何？

經濟學者一般以市場集中度去量度市場競爭程度：集中度愈高，則市場愈趨壟斷。學者以八十年代數據為樣本，得出下列四個結論：

（一）自一九七八至一九八四，合共二十五間新公司加入美國州際航空市場；（二）自一九八四至一九八七年，合共有二十六間航空公司結業；（三）至一九九七年止，市場開放前的二十間航空公司，只有八間仍然繼續經營；（四）一九八五年前加入市場的二十四間新公司，只有兩間仍然繼續經營。整體而言，學者發現美國本地航空市場的集中度變化極大：自一九七八年開放市場至一九八六年止，市場集中度下跌，代表市場競爭度上升；然而，市場集中度卻從一九八六年至一九九五年間逐漸

上升。市場結構的變化，並不如學者於開放初期的預期一樣，市場集中度並沒有逐漸下跌。

雖然美國本土市場的競爭度，並未隨市場開放而上升；然而，解除市場規管雖然降低新公司的進場障礙，航空公司有著更大彈性去安排航線。它們以一些主要機場為樞紐機場，配合其他幹線機場，建立樞紐 — 幹線網絡 (Hub and Spoke Network)。航空公司利用樞紐機場作乘客轉機中心，以集中航空公司從各幹線機場轉運的乘客。學者發現，航空公司確能利用該網絡系統，最終大幅度增加載客量。同時間，該網絡系統對旅客有著顯著影響：首先，次級或幹線機場班次增加，旅客對航班時間多了選擇；其次，大部份旅客並不能以點到點形式到達目的地，他們大多要在樞紐機場轉機，時間成本增加了不少；另一方面，航空公司在經濟因素考慮後，短程航線可能需要停辦；最後，樞紐機場需大量乘客支持「規模經濟」的效益，結果可能令往返樞紐機場的航班次數減少。樞紐 — 幹線網絡系統對航空公司產生深遠影響：(一) 航空公司可大幅度拓展市場覆蓋面，而不須限制於以往的「點到點」服務；(二) 航空公司可就來往樞紐機場的航線收取較高票價；(三) 樞紐機場的主要航空公司有著一定市場壟斷能力，相對其他只經營「點到點」

航空公司，應可賺取較高利潤；(四) 樞紐機場的主要航空公司，由於「密度經濟」(Economies of density) 產生的效益，通常擁有較高市場佔有率；(五) 樞紐機場的主要航空公司，由於是機場的主要顧客，這些公司有能力和機場的決策，從而更增強其市場影響力。

雖然上述樞紐 — 幹線網絡系統，對乘客及航空公司的影響，都偏向正面；然而，上述系統的大規模使用，可能導致美國航空市場的集中度並沒有隨市場開放而下跌。由於樞紐機場主要由一至兩間航空公司經營，結果導致其他公司更難參與競爭，這是學者在預期美國航空市場開放的結果時，並沒有預計出現的結果。實證研究發現，樞紐機場的票價，一般比其他機場高，而這些機場的主要航空公司訂定的票價水平，亦比其他航空公司為高，上述現象反映主要航空公司，在樞紐機場有著明顯市場壟斷能力。另一方面，學者同時發現這些主要航空公司，對機場的擴展及投資決策提出有影響力的意見。整體而言，樞紐 — 幹線網絡的出現，似乎成為新航空公司加入市場競爭的進場障礙，高票價並不能引進新公司加入市場，而個別樞紐機場地區的市場，不但沒有出現劇烈競爭狀態，僅而有寡頭壟斷的現象出現。

學者還發現一些航空公司，利用市場推廣計劃，去阻止新公司加入市場競爭。首先，航空公司的「哩程計劃」，極有效地防止顧客轉

往其他航空公司；其次，航空公司可以通過一些特別的「佣金安排」，令旅行社主力為他們出售機票；最後，旅客訂票主要通過幾個主要系統，而加入及使用這些訂票系統需要成本，對新航空公司造成進場障礙。

總結而言，美國航空市場解除管制，一方面新公司可自去申請加入競爭，舊公司亦可根據市場狀況開設新航線。在開放初期，市場集中度卻因競爭增加而下跌。同時間，航空公司選擇一些主要樞紐機場，但過程中卻增強這些大航空公司的市場影響力。另一方面，航空公司可使用不同策略以吸納顧客，受歡迎的「哩程計劃」等推廣方法，令新公司更難開展新市場。