

## 价格歧视：电影票

看电影对于消费者而言的成本就是票价  $P$  加上时间成本  $t$ ，需求函数可写为  $D(P+t)$ 。

时间成本越贵的人，对电影票需求价格弹性越小。（需求价格弹性是指价格变动 1% 所引起的需求量变动的百分比；需求价格弹性为负数，因为价格上升，需求减少；需求价格弹性小的意思就是价格变动所带来的需求量变动较少）。

如果电影院实行价格歧视，就会对这部分人提高票价。因为他们的需求价格弹性小，所以提高价格使需求量减少的量小，所以总体上利润还是会增加的。

因此价格歧视与弹性的关系：对于需求价格弹性小的商品，实行高价策略；对于需求价格弹性大的商品，实行低价策略。

举例：

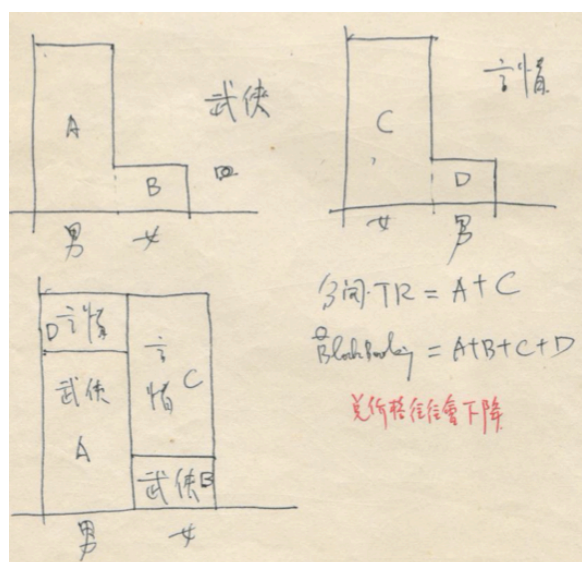


图 1

如图 1 所示，男生喜欢武侠，女生喜欢言情。对于武侠电影而言，定价高，就会失去女生部分的市场，但是定价低就会损失男生部分的利润（对于言情电影同理）。倘若对男生和女生实行不同定价：拿武侠电影来说，对男生实行高价，对女生实行低价；拿言情电影来说，对女生实行高价，对男生实行低价。这样电影厂商就会将全部的消费者剩余转换为自己的利润。即一级价格歧视。

如图 2 所示，all or nothing demand 需求曲线上的每一点都让消费者剩余等于零。也就是在这条曲线上定价，厂商利润会是全部的消费者剩余，但前提条件是要规定这个产量  $Q$  以及知道消费者愿意接受的价格。从社会效率的角度来看，

实行价格歧视是有效率的。

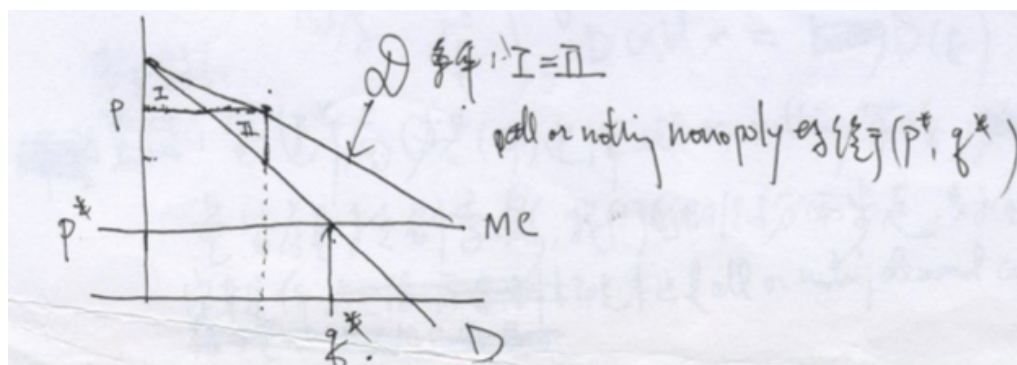


图 2