

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：蔡家骥

学号：1700017797

学校院系：元培学院

提交日期：2020 年 12 月 19 日

浅谈价格歧视——以航班票价为例

在课程中，我们考虑了在垄断竞争格局下企业的最优定价决策。¹在现实生活中，企业经常使用一种称为价格歧视的定价策略。粗略地说，价格歧视是指由同一供应者提供的相同或者大体相似的商品或服务在不同的市场以不同的价格销售。这里所说的不同的价格，更准确的说法是价格与边际成本的比值。²

传统认为，价格歧视分为以下三种：一级价格歧视指对每个顾客制定不同的价格，如可能出现在竞标市场中；二级价格歧视指对不同数量的相同商品标以不同的单位价格，例如各种满减折扣；三级价格歧视指对不同的消费者群体制定不同的价格，例如学生优惠。³

企业实行价格歧视有三个基本条件。第一，一定的市场支配力，否则企业不具有定价的主动权。第二，能够划分消费者。比较简单的情况是按照某种外生的属性进行划分，比如年龄、性别。有时候企业需要根据某种内生的属性分类消费者，如购买的时间。这时候企业需要通过调整定价策略使得消费者能够自发地落入相应的类别。第三，能够防止转售行为，否则以低价购买商品的顾客再将商品转手卖给其他消费者，企业的定价策略自然就失效了。有的商品由于自身的属性难以转卖，比如服务或者电力。此外，关税、运输成本等因素都可能抑制转售行为。当然，企业也可以利用合同上的条款明确禁止转售。²

价格歧视的原理本质上是利用不同顾客支付意愿的区别以及需求的弹性，对低需求弹性、价格不敏感的消费者制定更高的价格，向高需求弹性、价格敏感的消费降低价，把消费者剩余转化为企业的垄断利润。通俗地讲，如果有的人愿意花更高的价格购买商品，有的人需要更低的价格刺激购买的意愿，或者同样的人在更低的价格下愿意购买更多数量的商品，那么适当地调整定价策略显然会提高收益。事实上，如果增加更多顾客的边际成本低于销售

¹ 徐高：《宏观经济学 25 讲：中国视角》，第 240 页。

² Varian, H. *Handbook of Industrial Organization*, Volume 1, Chapter 10, p598-599.

³ Pigou, A.C. *The Economics of Welfare*

更多商品的边际收益，那么实行价格歧视对企业就是有利的。这个道理从需求曲线上也能直观地看出。对于一个向下倾斜且相对于原点凸的需求曲线，分成左右两部分并分别定价给出的收益面积之和会大于统一定价所给出的收益面积。

我们以航空公司为例，看看是如何进行价格歧视的。之前提到，如果增加更多顾客的边际成本低于销售更多商品的边际收益，那么进行价格歧视就是有利的。对于航空公司而言，增加更多顾客的边际成本无限接近于零。因为一个空的航班和一个满载的航班，其成本的差别无非就是几份午餐和饮料，而这与一次飞行消耗的航空煤油、飞机保养的花费相比可谓是九牛一毛。所以航空公司非常希望每个航班都能卖光所有的座位。为此，很多航空公司会不断地调整航班的价格，需求量高就涨价，需求量低就降价。

同一个航班，商务舱的价格会高于经济舱的价格，因为商务旅客相比于普通旅客需求弹性更低、对价格更加不敏感。这其实不难理解，商务旅客的时间表一般比较紧凑，不能去选择不同出发时间或者在途时长的其它航班，而且路费往往有公司单位报销，不必自掏腰包。我们之前提到，企业需要确保每一个消费者会自发地选择那个为他量身定做的价格区间，从而不会产生消费者剩余。航空公司往往会利用商务旅客的时间敏感性，对不同价格区间的机票设置一些限制，比如购买经济舱机票需要提前十五天预订，或者不能更改航班、不能退票，这样就能让忙碌的商务旅客“望而却步”。

此外，相同路线但不同时间的航班也会有不同的价格。周中的航班往往周末的更加昂贵，因为工作日坐飞机旅行的往往是商务旅客，他们的需求弹性更低、对价格更不敏感。类似地，公休假期期间的航班比平时更加昂贵，因为人们无法在平日里旅游度假，这时候需求弹性就降低了。即使是完全相同的航班，越晚买票价格可能越高。这大概也是因为接近出发日期才买票的旅客往往时间比较紧张，需求弹性较低。■

WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本文字和以下内容消失)

成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ: 3049816538

2000 字