

CHAPTER 15

经济学原理

N.格里高利.曼昆 著

垄断

Premium PowerPoint Slides
by Ron Cronovich

■ 为什么会有第二杯半价？

必胜客网上订餐

冬季暖饮
第二杯半价

活动时间：2014年12月1日-2015年1月4日，
每天13:30-16:30除外，以点餐时间为准。

立享美食 >

饮品名称	单品价
蜂蜜雪梨茶	10元
太妃榛果风味拿铁	12元
奶香玉米汁饮料	11元
提拉米苏风味咖啡	12元

*以单品价点购以下暖饮，价格低的那份即可享受半价优惠。每天13:30-16:30除外，以点餐时间为准，预约单以预约送餐时间为准。此优惠不能与其他优惠共享。

新
啦萌！
海盐柠檬酷奇乐酷™

大眼萌
小黄人

第二份
半价

麦当劳

- 为什么同一款汽车，功能稍有不同，却有完全不同的价格？



车型 金融 售后 二手车 在线销售 车主天地

查找经销商

预约试驾

经典MINI特别版 SEVEN。

建议零售价：¥285,000-351,000



CHAPTER 淘宝双十一的定金膨胀

人们在双十一之前支付定金，定金有两个作用。

- (1) 在双十一当天，定金可以双倍抵用商品价格，例如支付50元定金，在双十一当天50元膨胀可抵用100元。
- (2) 支付定金相当于提前预定商品，不会受到商品数量的限制导致没有买到，不需要去抢单。

The screenshot shows a mobile app interface for a Double 11 (November 11) sale. At the top, the status bar shows '中国移动' (China Mobile), signal strength, time '下午3:23', and battery level '57%'. The page header features a '12th Anniversary' logo for 'Jahwa 上海家化' (Jahwa Shanghai Jiahua) with the text '华美与共' (Beauty and Harmony) and '1898-2018'. The main product display shows several Herbosist skincare items: a green bottle of '新玉润' (New Jade Moisturizing) serum, a white bottle of '深层补水' (Deep Hydration) cream, and a small jar of '茶颜白茶面膜' (Tea Face Mask). A red banner at the top right says '双11来啦' (Double 11 is here) and '10.20预售开启' (Pre-sale starts on 10.20). Below this, it says '限付尾款前1000名加赠 茶颜白茶面膜25ML*5' (Limited to the first 1000 people who pay the final payment, get 5 pieces of 25ML Tea Face Mask as a gift). A red circular icon with '赠' (Gift) is next to the product images. Below the products, a red banner displays the price: '定金膨胀 50元抵100元 到手价 396' (Deposit expansion 50 yuan抵100 yuan, final price 396). The pre-sale price is '446'. The pre-sale period is '10月20日-11月10日' (October 20 - November 10), and the final payment time is '11月11日 1:00付尾款' (November 11, 1:00 pay final payment). A red banner at the bottom says '双11快乐' (Happy Double 11). Below the product image, the text reads '【11.11预售定金膨胀】佰草集 新玉润 深层补水套装化妆品套装' (【11.11 Pre-sale deposit expansion】Herbosist New Jade Moisturizing Deep Hydration Set Cosmetic Set). The price is '¥446'. The original price is '¥1188'. The deposit is '¥50, 可抵¥100' (Deposit ¥50, can抵¥100). The payment time is '2017.11.11 01:00~2017.11.11 23:59'. The shipping cost is '0.0'. The number of pre-orders is '251件'. The location is '上海' (Shanghai). At the bottom, there are icons for '客服' (Customer Service), '店铺' (Store), and '收藏' (Favorite). A purple button says '11.10 22:00结束 付尾款后14天内发货' (11.10 22:00 End, ship within 14 days after final payment). A red button says '立即付定金' (Pay deposit now).

CHAPTER 淘宝双十一的定金膨胀

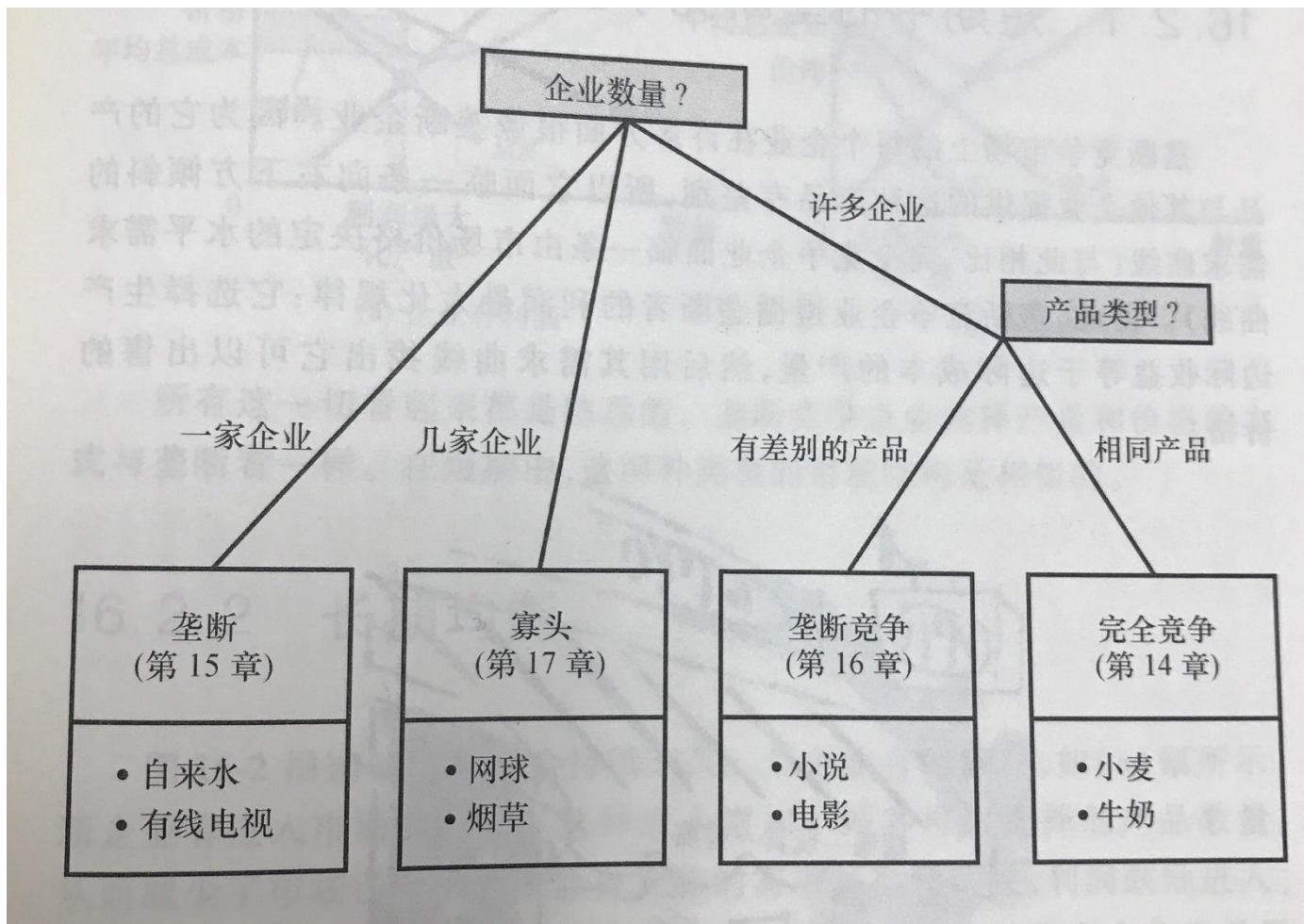


- 完全竞争 (Perfect Competition)
 - 许多卖者
 - 相同的产品

- 垄断(Monopoly)
 - 只有一个卖者，它控制价格

- 寡头(Oligopoly)
 - 少数几个卖者

- 垄断竞争(Monopolistic Competition)
 - 许多卖者
 - 存在微小差别的产品
 - 每个卖者都能为自己的产品设定价格



介绍

- **垄断：** 一个没有相近替代品的产品的唯一卖者的企业
- 与完全竞争的区别：
 - 垄断企业具有**市场势力**，能影响它出售产品的市场价格的能力。
 - 一个竞争性企业则没有市场势力

垄断

- 为什么会产生垄断？
- 垄断者如何做出决策
 - 生产多少？
 - 如何定价？
- 垄断的福利分析
- 价格歧视
- 针对垄断的公共政策

为什么会产生垄断

垄断产生的基本原因： 进入壁垒

进入壁垒形成的三个原因：

1. 生产所需要的关键资源由单个企业所拥有。

- 戴比尔斯公司拥有世界上80%的钻石矿藏。
- 实际上垄断很少产生于这种原因。

2. 政府给予单个企业排他性生产某种物品或劳务的权利

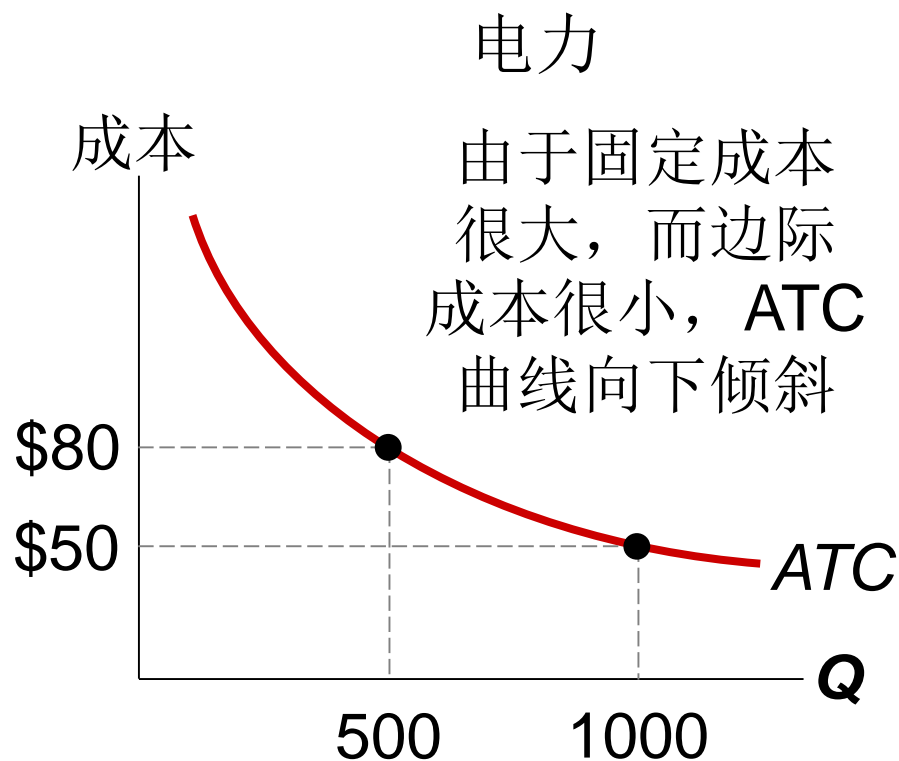
- 专利，版权法
- 鼓励创新

为什么会产生垄断

3. **自然垄断**：一个企业能够以低于其他企业的成本向整个市场供应一种所需的物品或劳务。当相关生产范围存在规模经济时，自然垄断就产生了。

例如：1000 个家庭需要电力

一个企业向1000个家庭供应电力的平均总成本比两个企业分别向500个家庭供应电力的平均总成本更低



垄断者的决策...

- 垄断者如何做出决策
 - 生产多少？
 - 如何定价？
- 垄断者面临的需求曲线

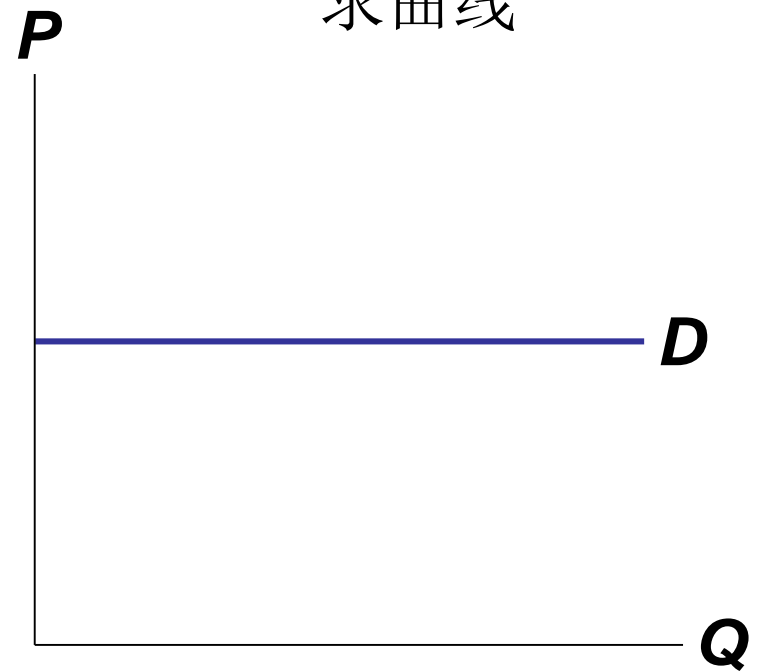
竞争企业与垄断企业的需求曲线

在完全竞争市场上，市场需求曲线向下倾斜

但在市场价格上，一家竞争企业面临的需求曲线是水平的

企业能够增加产品数量而不降低价格，因此对竞争企业而言： $MR = P$

一家竞争企业的需求曲线



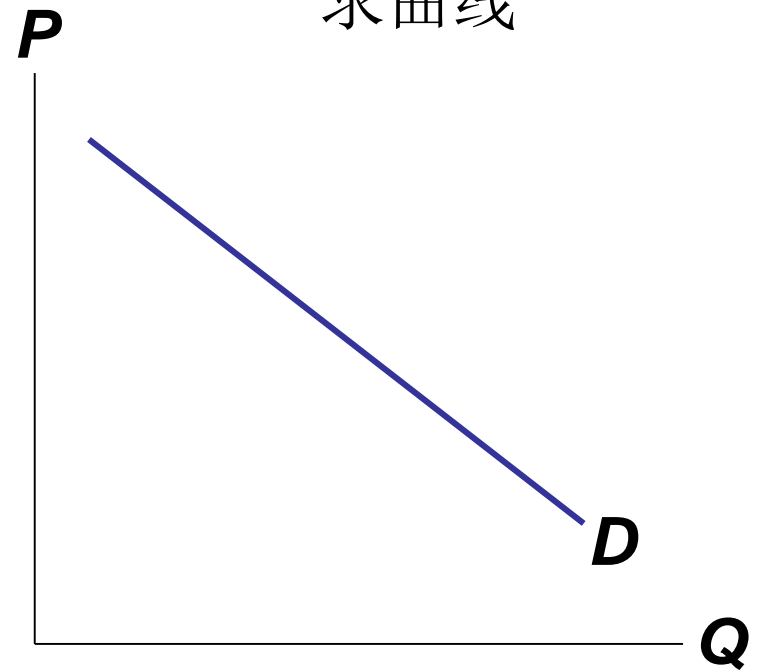
竞争企业与垄断企业的需求曲线

垄断企业是唯一的卖者，
它面临的是整个市场的需求曲线

为了卖出更多的产品，
企业必须降低价格

因此， $MR \neq P$.

一家垄断企业的需求曲线



主动学习 1

垄断者的收益

新林院8号是清华大学咖啡的唯一卖者
表中表示了对咖啡的市场需求

将该表填写完整

P与AR有什么关系?

P与MR有什么关系?

<i>Q</i>	<i>P</i>	<i>TR</i>	<i>AR</i>	<i>MR</i>
0	45		n.a.	
1	40			
2	35			
3	30			
4	25			
5	20			
6	15			

主动学习 1

参考答案

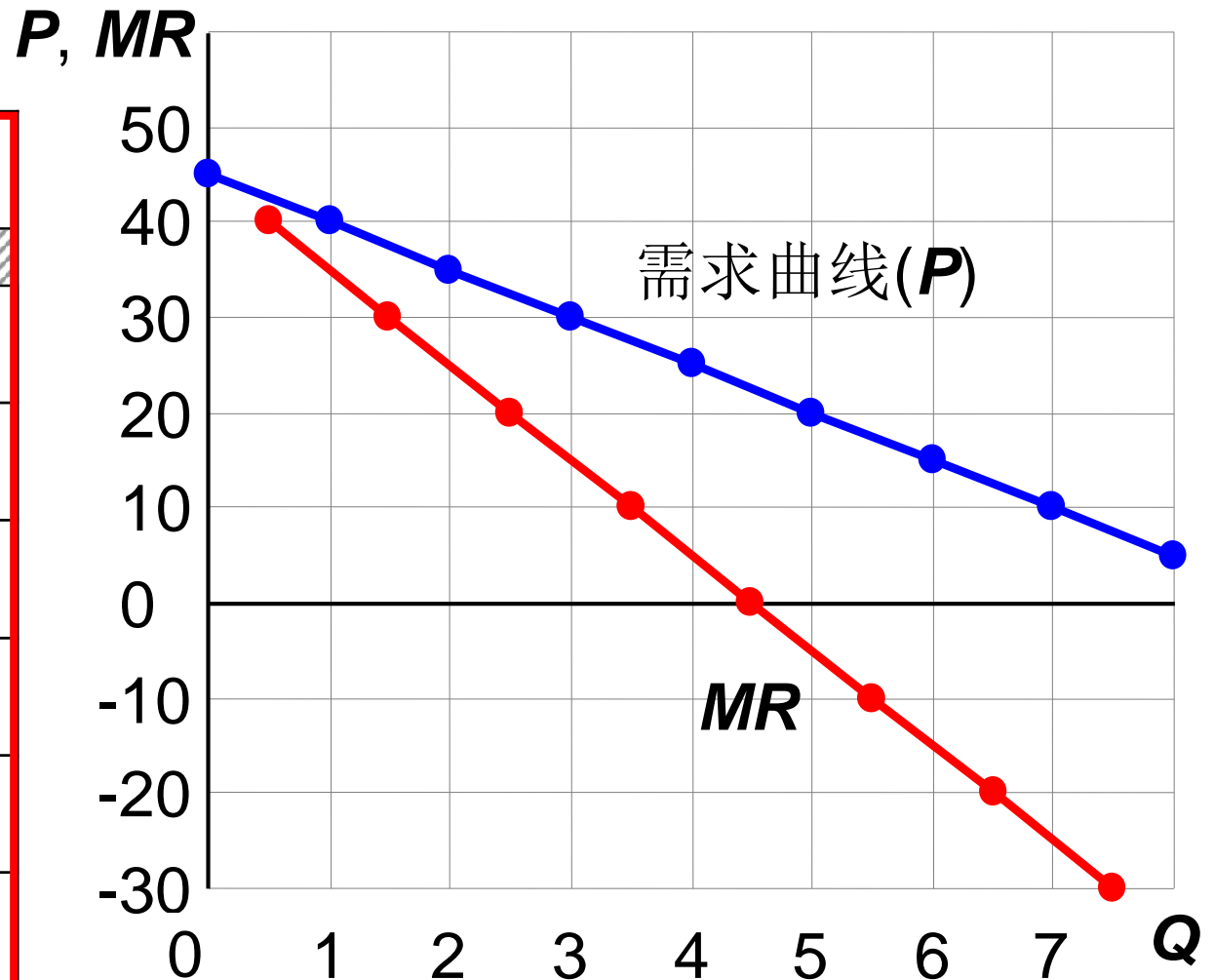
这里, $P = AR$, 和竞争市场一样

$MR < P$, 而竞争性企业的 $MR = P$

Q	P	TR	AR	MR
0	45	0	n.a.	
				40
1	40	40	40	30
				20
2	35	70	35	10
				0
3	30	90	30	-10
4	25	100	25	
5	20	100	20	
6	15	90	15	

新林院8号的需求曲线与边际收益曲线

<i>Q</i>	<i>P</i>	<i>MR</i>
0	45	
1	40	40
2	35	30
3	30	20
4	25	10
5	20	0
6	15	-10



理解垄断者的边际收益

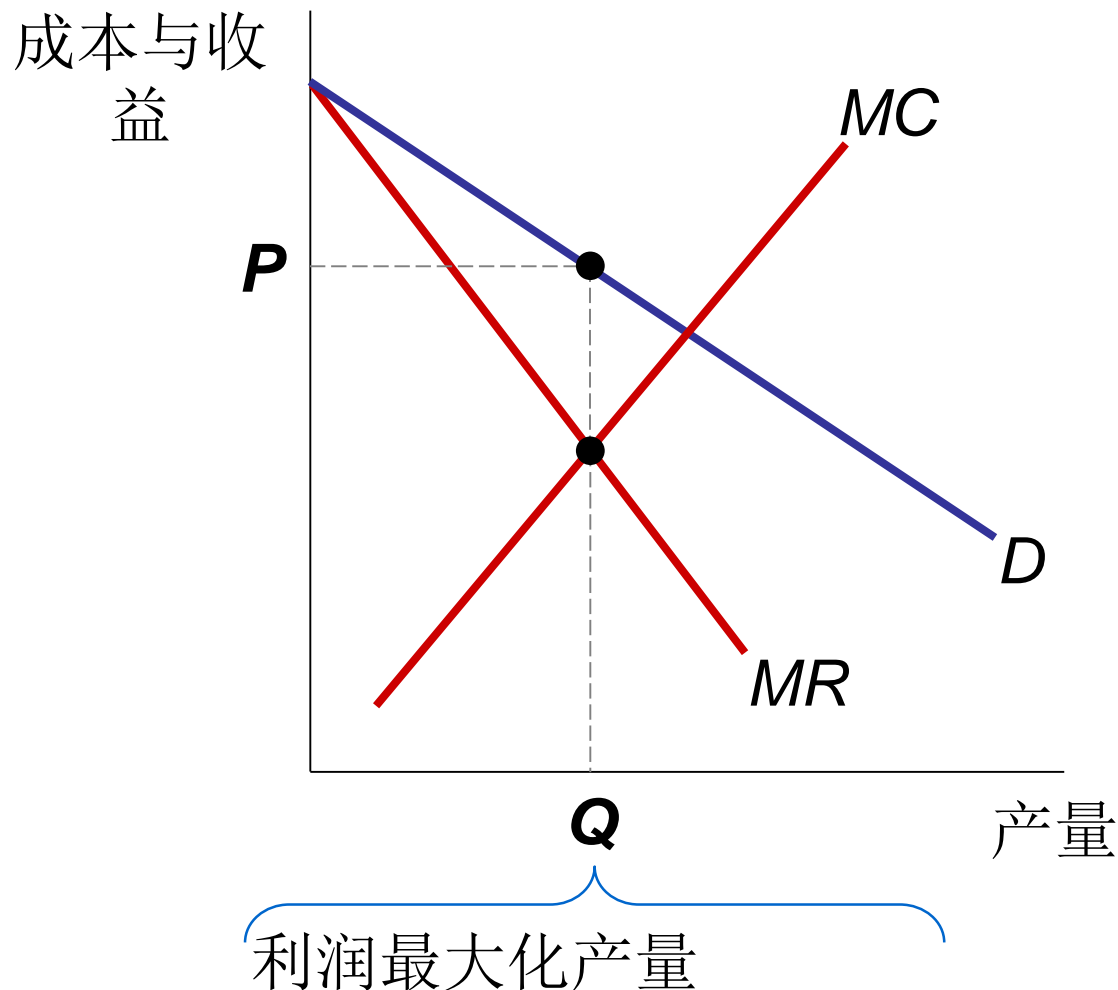
- 增加产量对收益有两种影响：
 - 产出效应：更高的产出增加收益
 - 价格效应：价格下降减少收益
- 为了卖出更多的数量，垄断者必须降低它出售的每一单位产品的价格
- 因此， $MR < P$
- 如果价格效应超过产出效应， MR 甚至可能为负（例如，新林院8号把产量从5增加到6时）

利润最大化

- 与竞争性企业一样，垄断者最大化它的利润直到
 $MR = MC$
- 一旦垄断者决定好生产数量，它将把消费者为那个数量所愿意支付的最高价格作为市场价格
- 垄断者从需求曲线上找出这个价格

利润最大化

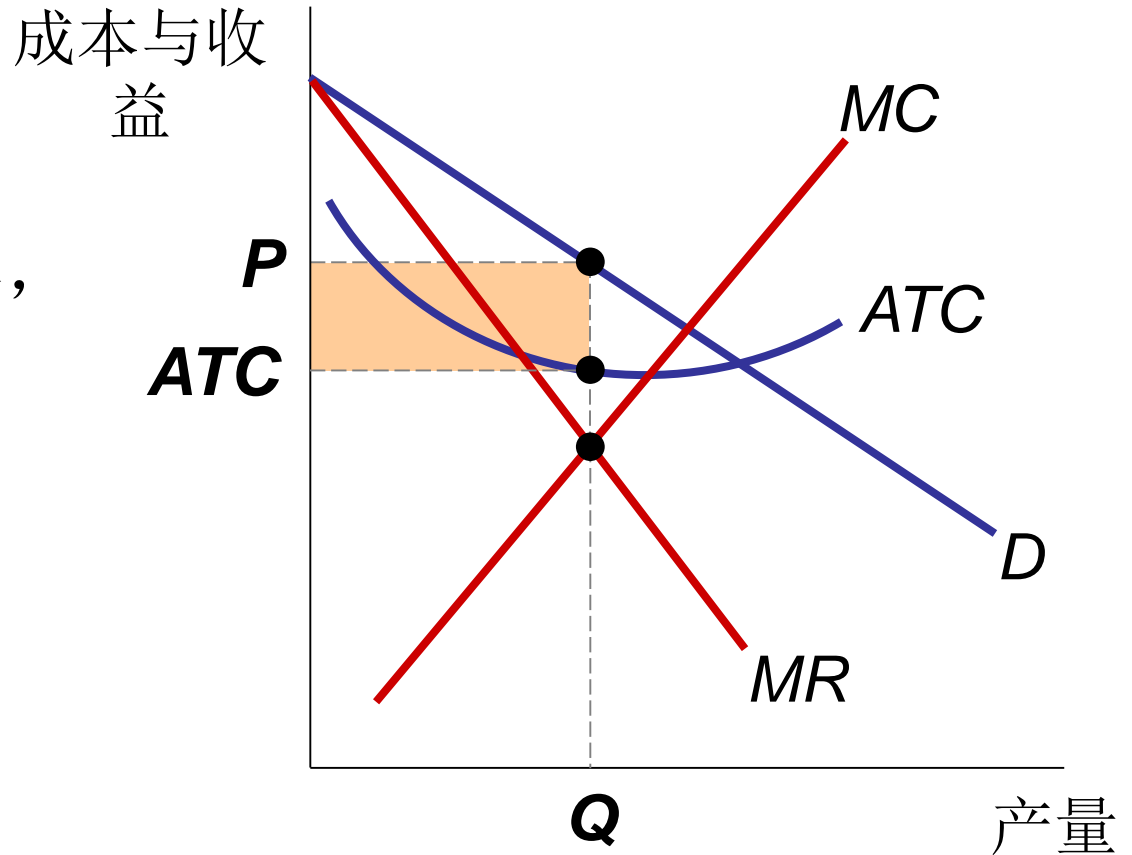
1. 利润最大化的产量直到 $MR = MC$.
2. 从需求曲线上找出这个产量所对应的价格



垄断者的利润

像竞争性企业一样，
垄断者的利润

$$= (P - ATC) \times Q$$



垄断者的决策...

- 垄断者如何做出决策
 - 生产多少？
 - 如何定价？
- 垄断者面临的需求曲线
- 垄断者的供给曲线？

垄断者的供给曲线？

一个竞争性企业

- 把价格作为给定
- 有一条供给曲线，表示出它的产量如何取决于价格

一个垄断企业

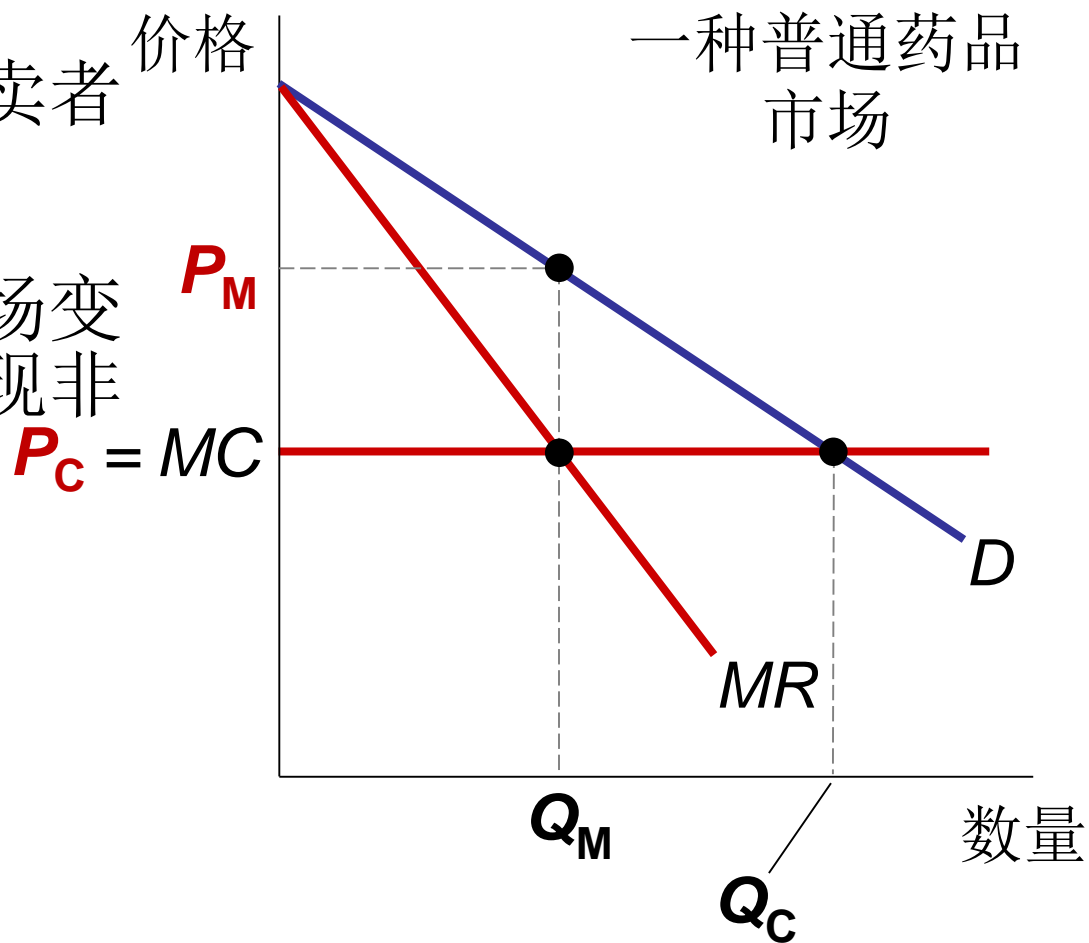
- 是一个“价格制定者”，而不是“价格接受者”
- 产量并不取决于价格，而是产量与价格由 MC , MR 与需求曲线共同决定

因此，**垄断者没有供给曲线**

案例研究：垄断与非专利药品

新药的专利权给了卖者一个短期的垄断

当专利过期时，市场变成竞争性市场，出现非专利药品



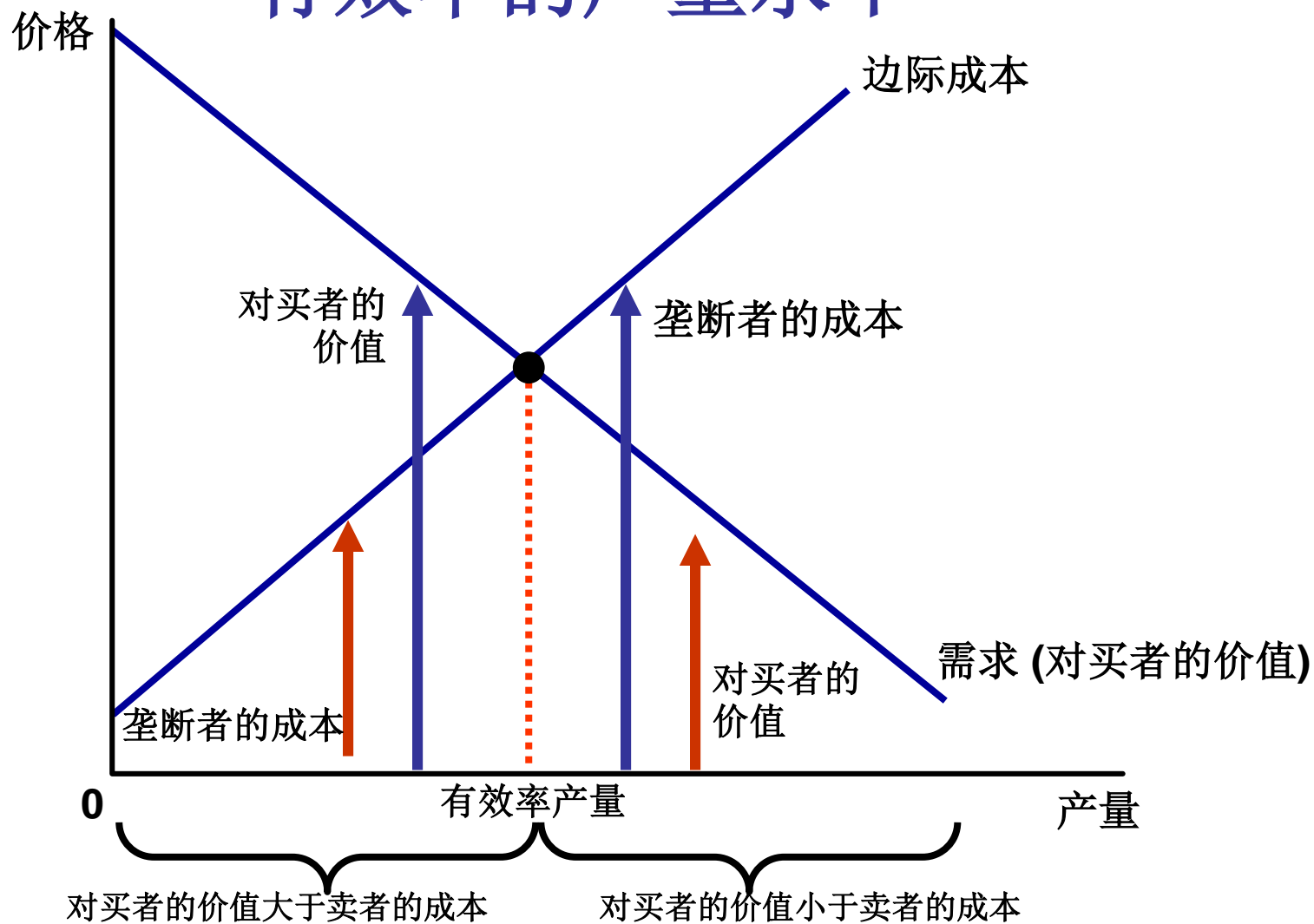
垄断

- 为什么会产生垄断？
- 垄断者如何做出决策
 - 生产多少？
 - 如何定价？
- 垄断的福利分析
- 价格歧视
- 针对垄断的公共政策

垄断的福利代价

- 在竞争性市场均衡时， $P = MR = MC$ 并且总剩余最大化

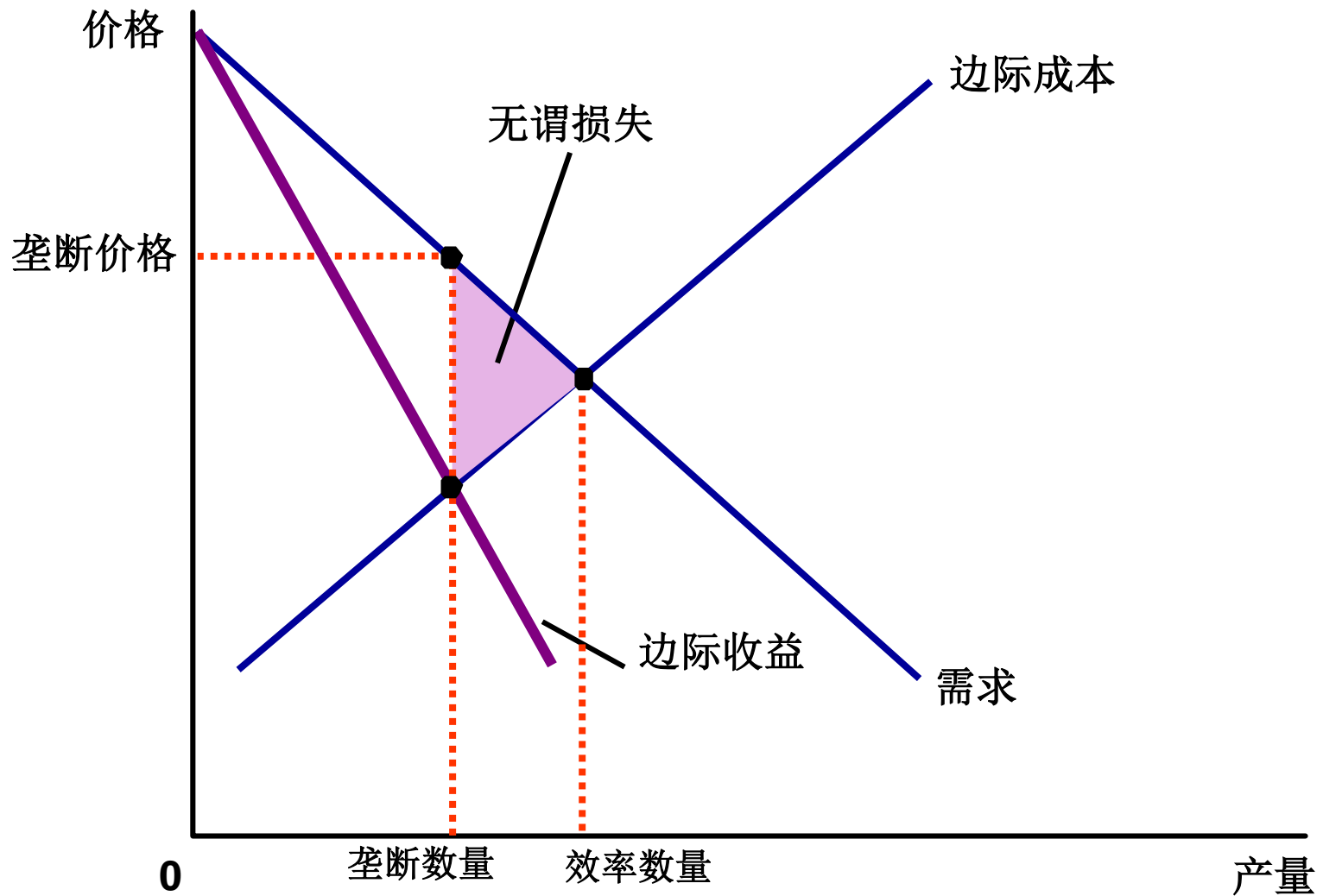
有效率的产量水平



垄断的福利代价

- 在竞争性市场均衡时， $P = MR = MC$ 并且总剩余最大化
- 在垄断均衡时， $P > MR = MC$
 - 从消费者角度看，这种高价格使垄断是不合意的。
 - 买者对额外一单位产出的评价(P)大于生产额外一单位产出的资源的成本(MC)
 - 垄断产量太低——如果产量增加，总剩余也会增加
 - 因此，垄断会导致无谓损失

垄断的福利代价



垄断的福利代价

- 由于垄断者收取高于边际成本的价格，它就在消费者的支付意愿和生产者的成本之间打入了一个楔子。
 - 这个楔子导致垄断者生产的产量小于社会有效率的产量。
- 垄断引起的无谓损失类似于税收引起的无谓损失。
- 私人企业得到了垄断利润。

垄断

- 为什么会产生垄断？
- 垄断者如何做出决策
 - 生产多少？
 - 如何定价？
- 垄断的福利分析
- 价格歧视
- 针对垄断的公共政策

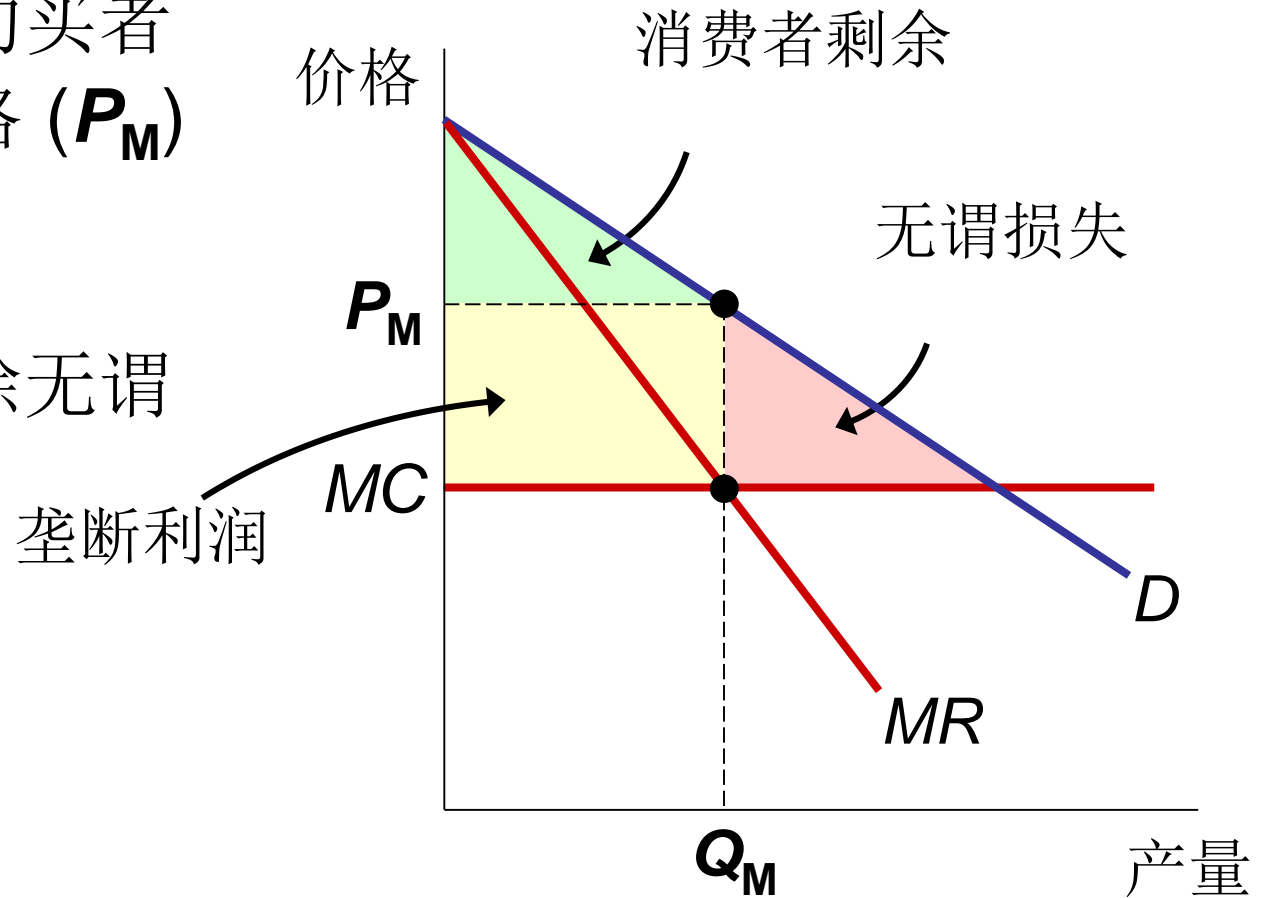
价格歧视

- **价格歧视：** 以不同价格向不同顾客出售同一种物品的经营做法
 - 当一种物品在竞争市场出售时，价格歧视是不可能的。
 - 企业能够实行价格歧视，它一定具有某种市场力量。
- 在价格歧视中所依据的特征是支付意愿
 - 一个企业能对有更高支付意愿的买者收取一个更高的价格，从而来增加利润

单一价格垄断

垄断者对所有的买者收取相同的价格 (P_M)

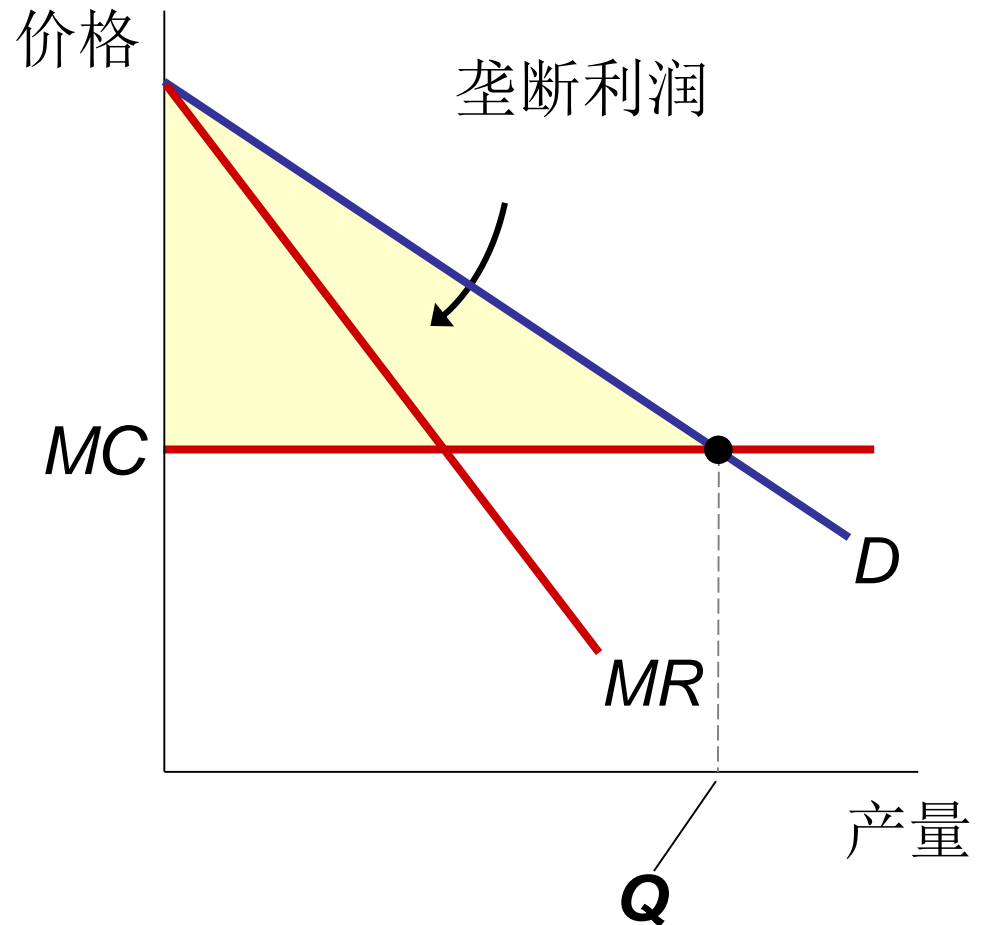
有没有可能消除无谓损失?



完全价格歧视

完全价格歧视

- 企业收取的价格是消费者的支付意愿
- 垄断者生产竞争市场的产量
- 没有无谓损失
- 消费者剩余？生产者剩余分别为多少？



价格歧视

- 价格歧视的两个重要效应：
 - 增加垄断者的利润。
 - 减少无谓损失，增进经济福利。
- 价格歧视要求能根据支付意愿划分顾客。
- 如何区分消费者的支付意愿？

价格歧视

- 在现实世界中，完全价格歧视不可能出现：
 - 没有企业知道所有买者的支付意愿
 - 买者也不会把它告诉卖者
- 垄断者利用诸如地理位置、年龄、收入等方面的差别来区分顾客。

厂商如何定价？

- 为什么同一款汽车，功能稍有不同，却有完全不同的价格？



车型 金融 售后 二手车 在线销售 车主天地

查找经销商

预约试驾

经典MINI特别版 SEVEN。

建议零售价：¥285,000-351,000



厂商如何定价？

■ 为什么会有第二杯半价？

必胜客网上订餐

冬季暖饮
第二杯半价

活动时间：2014年12月1日-2015年1月4日，
每天13:30-16:30除外，以点餐时间为准。

立享美食 >

饮品名称	单品价
蜂蜜雪梨茶	10元
太妃榛果风味拿铁	12元
奶香玉米汁饮料	11元
提拉米苏风味珍珠奶茶	12元

*以单品价点购以下暖饮，价格低的那份即可享受半价优惠。每天13:30-16:30除外，以点餐时间为准，预约单以预约送餐时间为准。此优惠不能与其他优惠共享。

新
啦萌！
海盐柠檬乐酷™

大眼萌
小黄人

第二份
半价

麦当劳

淘宝双十一的定金膨胀

人们在双十一之前支付定金，定金有两个作用。

- (1) 在双十一当天，定金可以双倍抵用商品价格，例如支付50元定金，在双十一当天50元膨胀可抵用100元。
- (2) 支付定金相当于提前预定商品，不会受到商品数量的限制导致没有买到，不需要去抢单。

The screenshot shows a mobile app interface for a Taobao product page. At the top, the status bar shows '中国移动' (China Mobile), signal strength, time '下午3:23', and battery level '57%'. The product is '佰草集 新玉润 深层补水套装' (Herbosist New Jade Moisturizing Deep Hydration Set). The main image displays several skincare products: a large green bottle, a white pump bottle, a small jar, and a red packet. Text on the page includes '双11来啦' (Double 11 is here), '10.20预售开启' (Pre-sale starts on 10.20), '定金膨胀 50元抵100元 到手价 396' (Deposit expansion 50 yuan off 100 yuan, final price 396), and '预售价: 446' (Pre-sale price: 446). A red banner at the bottom says '双11快乐' (Happy Double 11). Below the product image, there's a section for '【11.11预售定金膨胀】佰草集 新玉润 深层补水套装' (Double 11 pre-sale deposit expansion Herbosist New Jade Moisturizing Deep Hydration Set) with a price of '¥446' and a note '定金 ¥50, 可抵 ¥100' (Deposit ¥50, can be used for ¥100). It also shows the payment deadline '2017.11.11 01:00~2017.11.11 23:59' and the shipping location '上海' (Shanghai). At the bottom, there are icons for '客服' (Customer Service), '店铺' (Store), and '收藏' (Favorite), along with a purple button that says '立即付定金' (Pay deposit now).

价格歧视的例子

- 试着列举三个你遇到过的价格歧视的例子？
 - 学生证打折
 - 会员制
 - 奖学金: based on merit or base on need
 - 团购券

价格歧视的例子

- 为什么美国电影院一般允许观众一张票看多个电影，而亚洲电影院却只能一张票看一部电影？
- 某些市场力量会阻止企业实行价格歧视
 - 套利的力量

垄断

- 为什么会产生垄断？
- 垄断者如何做出决策
 - 生产多少？
 - 如何定价？
- 垄断的福利分析
- 价格歧视
- 针对垄断的公共政策

对垄断的公共政策

- 用反托拉斯法增强竞争
- 管制
- 公有制
- 不作为

反托拉斯法

- 反托拉斯法：一系列目的在于遏制垄断权力的法律的集合。
- 反托拉斯法给予政府促进竞争的各种方法。
 - 它们允许政府阻止企业合并。
 - 它们允许政府分解公司。
 - 它们禁止公司从事使市场竞争削弱的活动。
- 美国的两个重要的反托拉斯法
 - 谢尔曼反托拉斯法(1890)
 - 克莱顿法案(1914)

反垄断法

- 《中华人民共和国反垄断法》
 - 2007年颁布，2008年正式生效
 - 全文：http://www.china.com.cn/policy/txt/2007-08/31/content_8775335.htm
- 案例：可口可乐收购汇源果汁
 - 2008年9月3日，可口可乐公司宣布，计划以二十四亿美元收购在香港上市的汇源公司。
 - 2008年11月3日，汇源发布声明称，可口可乐并购汇源案目前已正式送交商务部审批。
 - 2009年3月18日，商务部正式宣布，根据中国反垄断法禁止可口可乐收购汇源。

反垄断法

- 根据《反垄断法》第二十八条和第二十九条，商务部认为，此项经营者集中具有排除、限制竞争效果，将对中国果汁饮料市场有效竞争和果汁产业健康发展产生不利影响。

反垄断法

■ 《反垄断法》

- 第二十八条 经营者集中具有或者可能具有排除、限制竞争效果的，国务院反垄断执法机构应当作出禁止经营者集中的决定。但是，经营者能够证明该集中对竞争产生的有利影响明显大于不利影响，或者符合社会公共利益的，国务院反垄断执法机构可以作出对经营者集中不予禁止的决定。
- 第二十九条 对不予禁止的经营者集中，国务院反垄断执法机构可以决定附加减少集中对竞争产生不利影响的限制性条件。

管制

- 政府机构设定垄断价格：如果 $P = MC$ ，资源配置就将是有效率的。
 - 自然垄断：平均总成本递减
 - $MC < ATC$ ，边际成本定价会导致企业亏损
 - 管制者
 - 可以补贴垄断者
 - 把价格定为 $P = ATC$ 来使垄断者赚到零利润，但这将引起无谓损失。

其他公共政策

- 公有制
 - 例如：美国的邮政服务
 - 问题：公有制通常是无效率的，因为企业没有利润激励去降低成本
- 不作为
 - 每一项政策都有它的缺点，因此最好的政策是没有政策

垄断

- 为什么会产生垄断？
- 垄断者如何做出决策
 - 生产多少？
 - 如何定价？
- 垄断的福利分析
- 价格歧视
- 针对垄断的公共政策

垄断的普遍性？

- 现实世界中，纯垄断很少见
- 然而，许多企业都有市场势力：
 - 只出售一种独特的产品
 - 拥有一个很大的市场份额

内容提要



- 垄断企业是其市场上的唯一卖者。垄断的产生是由于进入壁垒，包括：政府造成的垄断，对关键资源的控制，或者所有产出的规模经济
- 垄断企业面临着向右下方倾斜的产品需求曲线。因此，它必须降价才能售出更多的数量，而这会使边际收益低于其物品的价格

内容提要



- 垄断企业通过生产边际收益等于边际成本的产量来实现利润最大化。因边际收益低于价格，垄断价格必须大于边际成本，这会引起无谓损失
- 垄断企业（以及其他具有市场势力的企业）试图对有更高支付意愿的消费者收取更高的价格来增加利润，这种行为称为价格歧视

内容提要



- 政策制定者可以通过以下方法管制垄断：用反托拉斯法来增强竞争，或者把垄断企业变为政府经营的企业。由于这些方法都存在问题，最好的选择可能是不作为