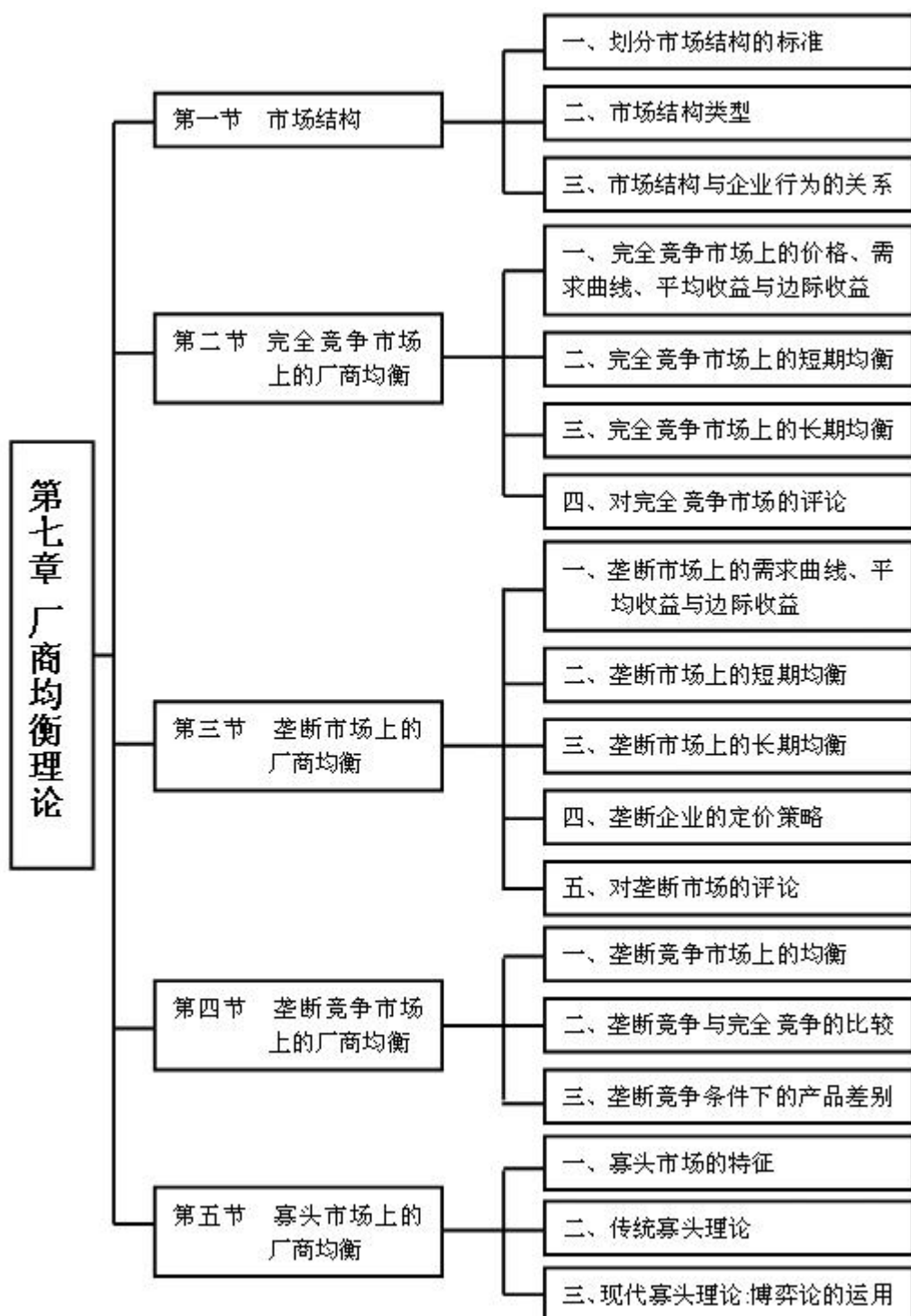


第七章 厂商均衡理论

内容体系：



学习要求：

重点掌握：

1. 四种市场结构的特征

(1) 从市场集中度、进入限制和产品差别区分四种市场结构；

(2) 特别要注意每一种市场结构都有一个关键的特点。如，完全竞争市场上有大量的买者和卖者，可以自由进入，产品无差别；垄断市场的关键特征是其他企业无法进入；寡头市场的特点是规模经济非常重要；垄断竞争市场的特点是产品有差别。

2. 完全竞争市场上的短期与长期均衡

(1) 在完全竞争市场上，整个行业和一家企业面临着不同的需求曲线；

(2) 在完全竞争市场上，平均收益=边际收益=价格；

(3) 短期中企业可能有亏损，也可能有赢利（供大于求或供小于求两种情况）；

(4) 长期中的经济利润为零（供大于求时，减少产量或企业退出；供小于求时，增加产量或其他企业进入）；

注意掌握教材 P166 上的图 7—2，图 7—3 及 P168 上的图 7—5。

3. 垄断市场上的歧视价格

(1) 歧视定价的定义；

(2) 歧视价格的三种类型；

(3) 实行歧视定价的条件（商品不能转售、消费者能够区分为需求富有弹性者和需求缺乏弹性者）。

4. 垄断竞争市场上的产品差别竞争

(1) 产品差别的定义；

(2) 在垄断竞争市场上企业的成功取决于产品差别竞争；

(3) 实际产品差别的创造；

(4) 广告与营销手段的运用；

(5) 创造名牌。

掌握：

5. 划分市场结构的标准

(1) 行业的市场集中程度（四家集中率、赫芬达尔—赫希曼指数 HHI）；

(2) 行业的进入限制;

(3) 产品差别;

根据以上三个标准, 市场可分为完全竞争、垄断竞争、寡头和垄断四种。

6. 寡头市场的特征

(1) 寡头市场的含义;

(2) 形成寡头市场的关键原因是规模经济的存在;

(3) 特征: 几家寡头之间的相互依存性。(在作出决策时要考虑其他寡头可能作出的反应)

7. 垄断市场上的单一定价

(1) 垄断企业对卖给不同消费者的同样产品确定了相同的价格;

(2) 垄断企业以利润最大化为目标时, 可以通过控制产量而控制价格: 高价少销或低价多销;

(3) 需求缺乏弹性时, 采用高价少销;需求富有弹性时, 采用低价多销是有利的。

8. 各种市场结构价格与产量决定的比较

(1) 完全竞争市场上, 行业价格取决于供求, 企业的价格是既定的, 由行业或市场价格决定, 产量取决于边际收益和边际成本; 在垄断市场上, 价格取决于供求, 产量的决定也遵循最大利润原则; 在垄断竞争市场上, 价格产量的决定与垄断市场相同; 由于可以形成勾结, 寡头市场的价格与产量决定则可能与其他三种市场不同。

(2) 在产量与价格水平方面, 完全竞争市场上的产量最大, 价格水平最低; 垄断市场的产量最小, 价格水平最高; 垄断竞争市场的产量和价格水平则位于二者之间。

了解:

9. 市场结构与企业行为的关系

在不同的市场结构上, 企业的竞争目标(实现利润最大化的形式)和竞争手段不同:

完全竞争: 长期中经济利润为零;

垄断竞争: 产品差别形成垄断, 以高价实现利润最大化; 手段是创造产品差

别；

寡头：扩大产量；价格竞争十分重要；

垄断：高价少销或低价多销；关键是如何定价。

10. 围绕垄断的争论

垄断既有有利的一面，也有不利的一面。

整体掌握了本章学习重点，我们先来看一个案例，带着案例中的问题学习本章重点内容，你会理解的更加深刻。

案例一

发生在四川的两次涨价

九寨沟是四川的一个旅游热点。日旅客量最多超过两万人，淡季时则仅数百人。该地的大小宾馆近百家。宾馆过多导致竞争加剧，各宾馆纷纷通过降价来争取顾客，旅游淡季的最低标准间的价格仅为三十元。为结束恶性竞争，几年前九寨沟各宾馆酒店联合起来，成立了行业协会，规定标准间的最低价格为 140 元。但不到三个月，价格同盟就瓦解了，各宾馆又开始了无序的竞争。

2003 年，成都市的几家主要报纸的价格同时上涨，上涨的幅度均为 20%，如《成都商报》、《华西都市报》的价格由年 120 元上涨为年 144 元。结果是消费者接受了涨价事实，各报的销售量没有受什么影响。

思考题：

1. 上述两例分别属于什么市场？
2. 他们为什么都选择了联合涨价？
3. 九寨沟酒店联合涨价为什么没有成功？成都报纸联合涨价为什么成功？

发表看法

学习内容

7.1 划分市场结构的标准

7.2 市场结构的类型

7.3 完全竞争市场上的厂商均衡学

7.4 经济学家对完全竞争市场的评论

- 7.5 垄断市场上的短期均衡和长期均衡
- 7.6 垄断企业的定价策略
- 7.7 经济学家对垄断市场的评价
- 7.8 垄断竞争市场上的厂商均衡
- 7.9 完全竞争市场上和垄断竞争市场上长期均衡的对比
- 7.10 垄断竞争市场上的产品差别竞争
- 7.11 寡头市场的特征
- 7.12 寡头市场上的价格决定

案例分析

学习完以上内容后，案例引入中的问题是否有了更理性的分析呢？在这里与同学们分享吧！ 发表看法

如果你没有十足的把握，那么来看看案例分析吧。 案例一

本章测试

学习完以上内容后，做一下本章测试题，来检验一下你的学习成果吧！参与测试

答疑解惑

学习完以上内容后，是否还有疑问呢，点击以下问题，解开你的困惑。

完全竞争在现实经济生活中存在吗？西方经济学家在研究市场结构时为什么首先需要研究完全竞争模型？

完全竞争中的厂商是否愿意为产品做广告？

在长期均衡点，完全竞争市场中每个厂商的利润为零。因而，当价格下降时，所有这些厂商就无法继续经营了吗？

如何理解教材图 7-4 中的停止营业点和收支相抵点？

成为垄断者的厂商可以任意定价吗？

垄断厂商一定能保证获得超额利润吗？

在垄断竞争市场上企业的成功取决于产品差别竞争，能否说“产品差别程度越大，则产品价格差别越大”？

未完成：

案例分析

学习完以上内容后，案例引入中的问题是否有了更理性的分析呢？在这里与同学们...。点击标记为完成。

专题讨论

运用本章知识讨论以下问题，增加实践能力。

近年来，我国汽车市场价格持续走低，似乎还未见底。而各汽车厂商的经营状况开始恶化。比如，2005 年第一季度，最大的生产企业一汽大众和上海大众的盈利状况，已从 1 年前的 1.06 亿欧元利润，恶化至 1700 万欧元的亏损（资料来源：2005 年 05 月 12 日 国际金融报）。

讨论：

- 1.汽车属于什么市场？
- 2.汽车价格持续下降的原因是什么？
- 3.我国汽车生产企业有无可能联合起来稳定价格？