

# 密训·资料

管理经济学（全国）

1904

MI XUN ZI LIAO

目 录

第 1 章 导论..... 2

第 2 章 供求分析..... 3

第 3 章 消费者效用分析..... 5

第 4 章 需求弹性与供给弹性分析..... 7

第 5 章 生产要素投入的决策分析..... 10

第 6 章 成本分析..... 14

第 7 章 生产产出的决策分析..... 17

第 8 章 完全竞争市场中的企业决策..... 19

第 9 章 垄断市场中的企业决策..... 20

第 10 章 垄断竞争市场中的企业决策..... 22

第 11 章 寡头垄断市场中的企业决策..... 23

第 12 章 企业产品定价实践..... 25



## 第1章 导论

## 1.1 管理经济学

<b>定义★★★★</b>	管理经济学是运用经济学理论和决策科学的分析工具,使一个企业组织能够在一定的经济环境中,在面临的各种 <b>约束</b> 之下,最有效地达到自己既定 <b>目标</b> 的科学。	
<b>定义的要点★★</b>	(1) 研究对象:与资源配置有关的 <b>管理决策</b> 问题。 (2) 以经济理论和决策工具为分析工具。	
<b>决策基本过程★★★</b>	(1) 明确企业面临的问题; (2) 确定企业目标; (3) 列举解决企业问题的可能办法; (4) 从列出的解决办法中选择最优方案; (5) 执行最优方案。	
<b>正确决策的条件和准则★★</b>	条件★★★	(1) 明确的决策目标; (2) 较高的决策者素质; (3) 较充足的决策信息资料; (4) 科学的理论和方法。
	准则	采取该项决策之后的情况比采取该项决策之前有所 <b>改善</b> 。★
<b>微观经济学★★★</b>	定义	微观经济学通过研究 <b>单个经济单位</b> (包括企业、家庭、消费者、市场等)的经济行为以及它们之间的 <b>相互影响</b> ,由此说明市场经济如何解决 <b>资源配置</b> 问题。★★★
	理论	中心理论: <b>价格理论</b> 。★
	假设条件	<b>完全理性、完全信息</b> 和 <b>市场出清</b> 。★★
<b>管理经济学与微观经济学的区别★★</b>	(1) 目的不同。 (2) 研究方法不同。 (3) 假设条件不同。	

1.2 管理经济学的基本分析方法:最优化,即以最少的投入获得最大的产出。包括:无约束的最优化和有约束的最优化。

## 1.2.1 无约束的最优化

<b>定义★</b>	边际:“增量”,即“某些变量的变化”。 边际分析法:就是利用边际值作为决策参考依据的一种方法。	
<b>经济学中常用的边际值★★★★</b>	$\text{边际产量} = \text{总产量变化值} / \text{某投入要素变化量}$ $\text{边际收益} = \text{总收益变化量} / \text{产量变化量}$ $\text{边际成本} = \text{总成本变化量} / \text{产量变化量}$ $\text{边际利润} = \text{总利润变化量} / \text{产量变化量} = \text{边际收益} - \text{边际成本}$	
<b>最大值和最小值★★★★</b>	计算收益函数的最大值和最小值,对收益函数求导,并且使得导函数等于零,求得的变量的值,代入收益函数即可求得最大值或最小值。	
<b>利润最大化★★★★</b>	$\text{总利润} = \text{总收益} - \text{总成本}$ 求导可得: $\text{边际利润} = \text{边际收益} - \text{边际成本}$ 。 得出:当企业 <b>边际收益等于边际成本</b> 时,企业的利润达到最大(或亏损达到最小)	

1.2.2 线性规划（LP）是一种用来解决一组特殊的有约束条件的最优化问题的方法。★

### 1.3 市场经济条件下的企业

<b>定义★★</b>	企业：是社会中的一个重要的组织形式。它是以营利为目的，把各种生产要素组织起来，经过转换，为消费者或其他企业提供产品或劳务的经济实体。
<b>特征★★</b>	（1）企业必须自主经营。 （2）企业必须自负盈亏。 （3）企业的产权必须明晰。
<b>交易成本★★★</b>	从狭义来看，指的是一项交易所需花费的时间和精力。 从广义来看，指的是协议谈判和履行协议所需的各种资源的使用，包括谈判所需信息的成本、谈判所花的时间，以及防止谈判各方欺骗行为的成本。
<b>企业利润★★</b>	是企业已经取得的销售收入减去会计账目上已经发生的各种费用（即会计成本）的差。（会计利润=销售收入-会计成本）
<b>经济利润★★</b>	是企业获得的收入减去从事某项经济活动的显性成本与隐性成本之和，后者是企业所有者自己提供资本、自然资源和劳动的机会成本。 （经济利润=企业获得收入-（显性成本+隐性成本））
<b>机会成本★★★</b>	被定义为某种经济资源因用于某特定用途而放弃了该经济资源在其他用途使用中可能获得的最高收益。
<b>几种特殊情况下机会成本的计算方法★★★★</b>	（1）业主用自己的资金办企业的机会成本，等于如果把这笔资金借给别人所能得到的利息。 （2）业主自己兼任经理（自己管理企业）的机会成本，等于如果他在别处从事其他工作可能得到的报酬。 （3）机器原来是闲置的，如果现在用来生产某种产品，其机会成本是零。 （4）机器如果原来生产产品 A，可得一笔利润收入，现在用来生产产品 B，其机会成本，就是它生产产品 A 可能得到的利润收入。 （5）过去买进的物料，现在市价变了，其机会成本就应当按现在的市价（即这批物料如不用于生产，而用于出售可能得到的收入）来计算。 （6）使用按目前市场价购进的物料、按目前市场工资水平雇用的员工以及按目前市场利息率贷入的资金的机会成本与其会计成本是一致的。 （7）机器设备折旧的机会成本是该机器设备期初与期末可变卖价值之差。
<b>企业决策★</b>	管理经济学探讨的关于企业决策问题主要表现为： （1）为谁生产、生产什么。 （2）生产多少。 （3）怎样生产最为经济。

企业从事经济活动的目的：利润最大化。★

只有经济利润才是决策的基础。★★

## 第 2 章 供求分析

### 2.1 需求分析

概念★★	需求是指消费者在一定时间内在各种可能的 <b>价格水平</b> 下 <b>愿意购买</b> 而且 <b>能够购买</b> 的某种商品（或服务）的 <b>数量</b> 。	
概念的四个要点★★	（1）一种商品（或服务）。 （2）人们愿意且能够购买。 （3）在一定时间内。 （4）除价格外，其他影响需求变动的因素都保持不变。	
影响需求的因素★★★	（1）商品的 <b>价格</b> 。 （2）消费者的 <b>收入水平</b> 。 （3） <b>相关商品的价格</b> 。包括替代品和互补品。替代品：一种物品价格上升引起另一种物品需求增加。互补品：一种物品价格上升引起另一种物品需求减少。 （4）消费者的 <b>偏好</b> ：当其他条件不变时，消费者对商品的需求与消费者对该商品的偏好是正向变动的关系。	
需求定理	或称为需求规律。即商品的需求量与其价格是呈 <b>反方向</b> 变动。★★	
需求函数★	概念	需求量与影响需求量的各因素之间所建立的函数关系。
	函数表示	$Q_d = f(P)$ <b>价格</b> 是影响需求 <b>最重要、最灵敏</b> 的因素。 将其他因素视为不变，仅考虑商品价格与需求量之间的关系。
	价格和需求量之间的关系可以用 <b>需求表</b> 和 <b>需求曲线</b> 两种方式进行描述。	
需求量的变动和需求的变动★★	需求量是指在某一价格水平下，消费者愿意并且有能力购买的数量。 需求量的变动：表现在 <b>价格</b> 变化之后，需求量在同一条需求曲线上移动到不同的点。	
	需求是指需求量与价格的一一对应关系。 需求的变动：表现为当消费者收入水平、偏好等因素改变时， <b>需求曲线的移动</b> 。	
需求估计与预测★	需求估计方法	1. 市场调查方法 2. 统计分析方法，回归分析是需求估计中常用的统计分析方法。
回归分析的步骤★★★	（1）建立理论模型。 （2）收集数据。 （3）选择函数形式。 （4）对结果的估计和解释。	

## 2.2 供给分析

概念★★	供给是指生产者在一定时间内在各种可能的价格水平下愿意提供而且有能力提供的某种商品（或服务）的数量。	
概念的四个要点★★	（1）一种商品（或服务）。 （2）生产者愿意且能够提供。 （3）在一定时间内。 （4）除价格外，其他影响供给变动的因素都保持不变。	
影响供给的因素★★★	（1）商品的价格。 （2）生产成本。一般来讲，生产成本越低。供给量就会越大。	

	(3) 替代品的价格。替代品价格越高, 生产替代品利润越大, 企业越愿意生产。 (4) 生产者对价格的期望。生产者预期价格上涨, 会增加产量。	
<b>供给定理★★</b>	也称供给规律, 即商品的供给量与其价格是从呈 <b>同方向</b> 变动的。	
<b>供给函数★</b>	<b>概念</b>	供给量与影响供给量的各因素之间所建立的函数关系。
	<b>函数表示</b>	$Q_s = f(P)$ 价格是影响供给最重要、最灵敏的因素。 将其他因素视为不变, 仅考虑商品价格与供给量之间的关系。
	价格和供给量之间的关系可以用 <b>供给表</b> 和 <b>供给曲线</b> 两种方式进行描述。	
<b>供给量的变动和供给的变动★★</b>	供给量的变动是指在某个时期内, 当其他条件不变的情况下, 由于商品价格变动所引起的企业愿意和能够提供的商品数量发生变动。	
	供给的变动是指在某商品价格不变的条件下, 由于其他因素变动所引起的该商品的供给数量的变动。	

### 2.3 市场均衡分析

概念★★	市场均衡，是指在影响需求和供给的其他因素都给定不变的条件下，市场上的商品 价格达到这样一种水平，即使得消费者愿意购买的数量等于生产者愿意供给的 数量。 市场处于均衡状态时的价格成为均衡价格。与均衡价格相对应的成交数量称为均 衡交易量（均衡产量、均衡销量、均衡数量）。			
函数表示	市场均衡状态： $Q_s = Q_d$ ★★★			
市场均衡的 变动 ★★★★★		供给未变	供给增加	供给减少
	需求未变	价格相同	价格下降	价格上升
		数量相同	数量增加	数量减少
	需求增加	价格上升	价格不确定	价格上升
		数量增加	数量增加	数量不确定
	需求减少	价格下降	价格下降	价格不确定
		数量减少	数量不确定	数量减少
价格管制对 市场均衡的 影响★★★	政府规定最低 价格	最低价格：又称支持价格、价格下限。政府为了扶持某一行业的 生产、保护生产者的利益而规定的高于该行业产品均衡价格 的一种非市场价格。 例如：最低工资规定、粮食最低收购价，机票的最低折扣。 后果：导致了供给过剩。使得企业竞争力降低、效率低下。		
	政府规定最高 价格	最高价格：又称限制价格、价格上限。是指政府为了防止某些 生活必需品的物价上涨而规定了低于这些物品的均衡价格的价 格，即规定最高价格。例如：经济适用房。 后果：导致了稀缺物品。使得市场无效率，不公平。		

## 第 3 章 消费者效用分析

### 3.1 效用理论概述



<b>概念★</b>	效用 ( utility ) : 消费者在消费商品或服务时所感受到的满足。	
<b>基本假设★</b>	( 1 ) 完全信息 ; ( 2 ) 偏好次序。	
<b>效用理论★</b>	<b>基数效用论</b>	形成于 19 世纪。认为商品或劳务的效用可用基数 ( 1,2,3 等 ) 衡量。衡量单位是效用单位 ( Util , 尤特尔 ) 。 基数效用论对应的是边际效用分析法。
	<b>序数效用论</b>	产生于 20 世纪 30 年代。认为效用的绝对量大小根本无法测定 , 只能根据个人偏好进行排序。如第一、第二等。 序数效用对应的是无差异曲线分析法。

效用是消费者对商品和服务的主观评价。效用因人、因时、因地而不同。效用本身不包括有关是非的价值判断。★

### 3.2 基数效用论与边际效用分析

<b>总效用与边际效用★★★</b>	<b>概念★★★</b>	总效用 ( TU ) 是指消费者在一定时期内从一定数量的商品消费中获得的效用量的总和。 边际效用 ( MU ) 是指消费者在一定时间内增加一单位商品的消费时, 所获得的总效用量的增量。
	<b>两者的关系★★</b>	( 1 ) 当 $MU > 0$ 时, 总效用曲线呈上升趋势, 表明总效用会随着消费量的增加而增加, 但增加的幅度是递减的。 ( 2 ) 当 $MU = 0$ 时, 总效用曲线达到最高点, 表明总效用取得最大值。 ( 3 ) 当 $MU < 0$ 时, 总效用曲线呈下降趋势, 表明总效用会随着消费量的增加而减少。
<b>边际效用递减规律★★</b>	随着消费数量增加, 边际效用呈下降趋势的现象。某一种商品的边际效用大小, 主要取决于商品消费量的大小。一般边际效用大于零。★★	
<b>消费者均衡★★★★</b>	<b>概念★★★</b>	消费者均衡是研究单个消费者如何把有限的货币收入分配在对各种商品的购买中获得效用的最大化。
	<b>均衡条件★★★★</b>	$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$ 其中, $P_x$ 、 $P_y$ 分别为商品 X 和 Y 的价格。 $MU_x$ 、 $MU_y$ 分别是商品 X 和 Y 的边际效用。
	<b>均衡条件的含义★</b>	消费者应使自己花费在各种商品购买上的最后一元钱带来的边际效用相等, 也称等边际效用原则。
<b>消费者剩余</b>	消费者愿意为某一商品支付的价格与他在购买该商品时实际支付的价格之间的差额。★★★	

### 3.3 序数效用论与无差异曲线分析

<b>无差异曲线★★★★</b>	<b>概念★</b>	用来表示消费者偏好相同的两种商品的不同数量的各种组合。
	<b>性质★★★★</b>	( 1 ) 无差异曲线是向右下方倾斜的, 同时其形状是凸向原点的 ( 边际替代率递减 ) 。 ( 2 ) 任意两条无差异曲线之间不能相交。 ( 3 ) 离原点越远的无差异曲线所代表的效用水平越高。

	<b>边际替代率</b> ★★★★	消费者在保持自己效用水平不变的情况下，为了增加一种商品（X）的消费量所愿意放弃的另一种商品（Y）的消费量，被称为边际替代率（MRS）。 $MRS = -\frac{\Delta Y}{\Delta X}$ 无差异曲线上某点的斜率就是边际替代率。
<b>消费者的预算线</b> ★★★★	<b>概念</b> ★★★	预算线是在给定的价格和收入下，消费者把所有收入用于消费所能获得的商品组合点的轨迹。
	<b>公式</b> ★★★★	$Y = \frac{I}{P_Y} - \frac{P_X}{P_Y} X$ 其中， $P_X$ 、 $P_Y$ 分别为商品X和Y的价格。I为消费者的收入。
<b>消费者均衡</b> ★★★★★	<b>均衡条件</b>	$\frac{MU_X}{MU_Y} = \frac{P_X}{P_Y}$

#### 第4章 需求弹性与供给弹性分析

##### 4.1 需求弹性

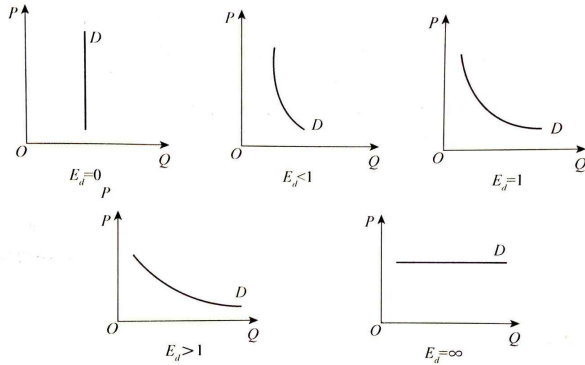
需求弹性是指一种商品的需求量对其影响因素变动的反应敏感程度。

常见的需求弹性：需求价格弹性、需求收入弹性和需求交叉弹性。

##### （一）需求价格弹性

<b>概念</b> ★★★	需求价格弹性是指一种商品需求量变动对其价格变动的反应程度。一般用 <b>需求价格弹性系数</b> 来表示需求价格弹性的大小。
<b>计算公式</b> ★★★★	<p>（1）一般公式</p> $\text{需求价格弹性系数}(E_d) = \frac{\text{需求量变动的百分比}}{\text{价格变动的百分比}} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$ <p>其中，Q和P的值分别是变化前的商品需求量和商品价格。  <math>E_d</math>为需求价格弹性系数。<math>\Delta Q</math>为商品需求量的变化量。<math>\Delta P</math>为商品价格的变化量。</p>
	<p>（2）弧弹性（平均弹性）</p> $E_d = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{(P_1 + P_2)/2}{(Q_1 + Q_2)/2} = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P_1 + P_2}{Q_1 + Q_2}$ <p>式中：<math>Q_1</math>、<math>Q_2</math>分别为变化前后的商品需求量；<math>P_1</math>、<math>P_2</math>分别为变化前后的商品价格。</p>
	<p>（3）点弹性</p> $E_d = \lim_{\Delta P \rightarrow 0} \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} = \frac{dQ}{dP} \times \frac{P}{Q}$



种类 ★★★★★	需求价格弹性系数（绝对值）		需求价格弹性类型		例子																		
	$E_d=0$		需求完全无弹性		食盐																		
	$E_d<1$		需求缺乏弹性		食品、药品																		
	$E_d=1$		需求单位弹性																				
	$E_d>1$		需求富有弹性		奢侈品																		
	$E_d=\infty$ （无穷大）		需求完全弹性																				
<div></div>																							
影响需求价格弹性的主要因素 ★★★★																							
<div>(1) 商品的替代性。</div> <div>(2) 商品用途的广泛性。</div> <div>(3) 商品对消费者生活的重要程度。</div> <div>(4) 商品的消费支出在消费者预算总支出中所占的比重。</div> <div>(5) 所考察的消费者调节需求量的时间。</div>																							
应用 ★★★★★	<table><tr><td>销售弹性 收入 价格</td><td><math>E_d&gt;1</math></td><td><math>E_d&lt;1</math></td><td><math>E_d=1</math></td><td><math>E_d=0</math></td><td><math>E_d=\infty</math></td></tr><tr><td>降价</td><td>增加</td><td>减少</td><td>不变</td><td>收入减少量为价格差额与不变的需求量之积</td><td>在既定价格下，收入可以无限增加、企业不会降价</td></tr><tr><td>涨价</td><td>减少</td><td>增加</td><td>不变</td><td>收入增量为价格差额与不变的需求量之积</td><td>收入减少为零</td></tr></table>					销售弹性 收入 价格	$E_d>1$	$E_d<1$	$E_d=1$	$E_d=0$	$E_d=\infty$	降价	增加	减少	不变	收入减少量为价格差额与不变的需求量之积	在既定价格下，收入可以无限增加、企业不会降价	涨价	减少	增加	不变	收入增量为价格差额与不变的需求量之积	收入减少为零
	销售弹性 收入 价格	$E_d>1$	$E_d<1$	$E_d=1$	$E_d=0$	$E_d=\infty$																	
	降价	增加	减少	不变	收入减少量为价格差额与不变的需求量之积	在既定价格下，收入可以无限增加、企业不会降价																	
涨价	减少	增加	不变	收入增量为价格差额与不变的需求量之积	收入减少为零																		

注意：需求价格弹性的计算结果是负值。为方便起见，商品的需求价格弹性一般都取其绝对值。计算出来的需求价格弹性系数越大，说明该商品的需求量对其价格变动的反应灵敏度越高。

(二) 需求价格弹性

概念★★★	需求的收入弹性是指一种商品需求量的变动对收入变动的反应程度。其弹性系数用需求量的变动率与消费者收入的变动率之比来计算。
计算公式 ★★★	$\text{需求收入弹性}(E_M) = \frac{\text{需求量变动的百分比}}{\text{收入变化的百分比}} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta M}{M}} = \frac{\Delta Q}{\Delta M} \cdot \frac{M}{Q}$ <p>式中：<math>E_M</math> 为需求的收入弹性；<math>M</math> 为消费者的收入水平；<math>\Delta M</math> 为消费者收入的变动量；<math>Q</math> 为某商品的需求量；<math>\Delta Q</math> 为某商品需求量的变动量。</p>

种类★★★★	需求收入弹性系数	需求收入弹性类型	例子
	$E_M = 0$	需求收入无弹性	食盐
	$E_M < 1$	需求收入缺乏弹性	生活必需品
	$E_M = 1$	需求收入单位弹性	衣服
	$E_M > 1$	需求收入富有弹性	高档消费品 奢侈品
	$E_M < 0$	需求收入负弹性	公共交通

人们通常把  $E_M > 0$  是商品称为正常商品，包括  $E_M > 1$ 、 $E_M = 1$ 、 $0 < E_M < 1$  三类商品； $E_M \leq 0$  的商品称为特殊商品或低档商品，因为这类商品不符合需求定理。

食物支出的 收入弹性★	<p>恩格尔定律：一个家庭或一个国家食物支出在收入中所占的比例随着收入的增加而减少。</p> <p>恩格尔定律的公式：</p> <p>食物支出的收入弹性系数 = <math>\frac{\text{食物支出的变动百分比}}{\text{收入变动的百分比}}</math></p> <p>恩格尔系数 = <math>\frac{\text{食物支出金额}}{\text{总支出（或总消费）金额}}</math></p>
----------------	--

注意：需求的收入弹性相应的也有收入弹性也有弧弹性和点弹性：

$$E_M = \frac{Q_2 - Q_1}{M_2 - M_1} \times \frac{(M_2 + M_1)/2}{(Q_2 + Q_1)/2} = \frac{Q_2 - Q_1}{M_2 - M_1} \times \frac{M_2 + M_1}{Q_2 + Q_1}$$

$$E_M = \lim_{\Delta M \rightarrow 0} \frac{\Delta Q}{\Delta M} \times \frac{M}{Q} = \frac{dQ}{dM} \times \frac{M}{Q}$$

### （三）需求交叉弹性

概念★★★	需求交叉弹性是指一种商品的需求量的变动对于它的相关商品的价格变动的反应程度，该弹性衡量的是一种商品的价格变动对另一种商品需求的影响，其弹性系数是某商品的需求量变动的百分比与该商品的相关商品的价格变动的百分比的比值。
公式★★★	需求交叉弹性系数 ( $E_C$ ) = $\frac{X \text{ 商品需求量变动的百分比}}{Y \text{ 商品价格变动的百分比}} = \frac{\Delta Q_X / Q_X}{\Delta P_Y / P_Y} = \frac{\Delta Q_X}{\Delta P_Y} \times \frac{P_Y}{Q_X}$
种类★★	<p>(1) 当 <math>E_C &gt; 0</math> 时，X 与 Y 两种产品间有替代关系。</p> <p>(2) 当 <math>E_C &lt; 0</math> 时，X 与 Y 两种产品间有互补关系。</p> <p>(3) 当 <math>E_C = 0</math> 时，X 与 Y 两种产品间无关系。</p>

### 4.2 供给弹性

概念★★★	供给弹性是指影响供给（量）的某个因素（如企业的生产技术水平）发生变化时，供给（量）会如何变化，即一种商品的供给量对其影响因素变动的反应敏感程度。
计算公式 ★★★	供给价格弹性系数 ( $E_S$ ) = $\frac{\text{供给量变动的百分比}}{\text{价格变动的百分比}} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$

分类★★★★	供给价格弹性系数	供给价格弹性类型	例子
	$E_s=0$	供给无弹性	珍贵艺术品、古董
	$0 < E_s < 1$	供给缺乏弹性	农产品
	$E_s=1$	供给单位弹性	很少
	$1 < E_s < \infty$	供给富有弹性	工业品
	$E_s=\infty$	供给无限弹性	很少
图 4-2 不同供给弹性下的供给曲线			
影响供给弹性的主要因素 ★★★	(1) 商品生产时间的长短。 (2) 商品生产的周期。 (3) 生产规模和规模变化的难易程度。 (4) 生产成本的变化。		

第 5 章 生产要素投入的决策分析

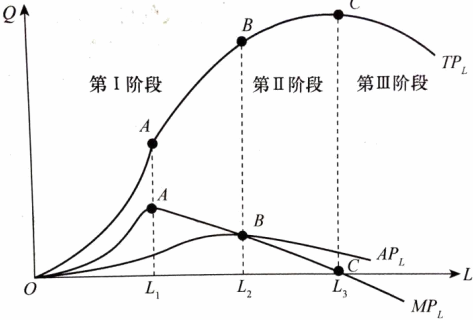
5.1 生产函数

概念★★	生产要素 ★	是指从事生产所必须投入的各种经济资源。包括：土地(N)、劳动(L)、资本(K)、企业家才能(E)。
	生产函数 ★★	是指在一定时期内，在技术水平不变的情况下，生产中所使用的各种生产要素的数量与所能生产的最大产量之间的关系。
常见的生产函数★★★★	柯布-道格拉斯生产函数 ★★★★	产量与劳动和资本之间的关系可用公式表示： $Q = AL^\alpha K^\beta$ 式中：Q 是制造业生产量；L 为劳动投入要素；K 为资本投入要素；A 和 $\alpha$ 、 $\beta$ 都是正的常数，常用的假定是 $A=1$ ， $\alpha+\beta=1$ ，这样： $Q = AL^\alpha K^{1-\alpha}$
		若 $\alpha+\beta>1$ ，则为规模报酬递增。若 $\alpha+\beta=1$ ，则为规模报酬不变。若 $\alpha+\beta<1$ ，则为规模报酬递减。
		参数 $\alpha$ 和 $\beta$ 的经济含义是：当 $\alpha+\beta=1$ 时， $\alpha$ 和 $\beta$ 分别表示劳动和资本的产出弹性 ( $E_L$ 、 $E_K$ )。

	<b>学习曲线</b>	这个函数的特点是，当累计产量 $N$ 增加一个给定百分数， $L$ 会始终下降某一百分数。
--	-------------	---

## 5.2 短期生产函数分析

<b>短期和长期★</b>	<b>短期★★</b>	是指在这个时期内，企业不能根据它所要达到的产量来调整其全部生产要素，只能调整部分可变要素。
	<b>长期★★</b>	是指在这个时期内，企业可以根据它所要达到的产量来调整其全部生产要素，即企业的整个生产规模发生变化。
<b>短期生产函数★★★</b>	<b>概念★★★</b>	短期生产函数是指企业在此期间内，只有一种投入要素的数量是可变的（如劳动力或原材料等），其他投入要素的数量不变（如厂房、机器设备等）。
	<b>公式★</b>	短期生产函数主要研究产出量与投入的变动要素之间的关系，以确定单一可变要素的最佳投入量。 $Q = f(L, \bar{K})$
<b>总产量、平均产量和边际产量★★★★★</b>	<b>总产量 (TP)</b>	是指一定量的某种生产要素所生产出来的全部产量。
	<b>平均产量 (AP)</b>	是指平均每单位某种生产要素所生产出来的产量。
	<b>边际产量 (MP)</b>	是指某种生产要素每增加一单位所增加的产量。
	<b>上述三者的关系：</b> (1) 随着劳动投入量的增加，最初 $TP_L$ 、 $AP_L$ 和 $MP_L$ 都增加，但各自增加到一定程度后就分别开始递减。其中： $TP_L$ 从 C 点开始递减， $AP_L$ 从 B 点开始递减， $MP_L$ 从 A 点开始递减。 (2) $MP_L$ 曲线与 $AP_L$ 曲线一定要在 $AP_L$ 曲线的最高点 (B 点) 相交。在相交前， $MP_L > AP_L$ ；相交后， $MP_L < AP_L$ ；相交时， $MP_L = AP_L$ 。 (3) 当 $MP_L = 0$ 时， $TP_L$ 达到最大值；在此之后， $MP_L < 0$ ， $TP_L$ 开始下降。	

边际收益递减规律★★★	是指在技术水平不变的条件下，当把一种可变的生产要素连续地、等量地投入到一种或几种数量不变的生产要素中时，最初这种生产要素的增加会使产量的增量（即边际产量）增加，但当它的增加超过一定数量之后，继续增加该要素的投入，所得到的产量的增量（即边际产量）是递减的，最终还会使产量绝对减少。		
生产三阶段★★★	<div></div> <p>图 5-2 生产三阶段</p> <p>第Ⅰ阶段：可变要素投入从零开始，到平均产量最大值 <math>L_2</math> 为止。</p> <p>第Ⅱ阶段：可变要素投入从平均产量最大值的 <math>L_2</math> 开始，到边际产量为 0 的 <math>L_3</math> 止。</p> <p>第Ⅲ阶段：可变要素投入从边际产量为 0 的 <math>L_3</math> 以后的阶段。</p> <p>第Ⅱ阶段是变动要素的最优投入阶段。</p>		
一种生产要素变动时要素最佳投入量的确定★★★★	边际产品价值★★★	概念	边际产品价值（VMP）是指每增加一个单位某种可变生产要素所增加的收入。
		公式	$VMP_L = \frac{\Delta TR}{\Delta L} = \frac{\Delta TR}{\Delta Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta L} = MR \cdot MP_L$ <p>(MP 边际产量，MR 边际收益)</p> <p>如果产品价格不变，则边际收益(MR)与产品价格相等，<math>MR=P</math>，所以，这时边际产品价值的计算公式可以表示为：<math>VMP_L=MP_L \cdot P</math></p>
		曲线	边际产品价值曲线与边际产量曲线同样向右下方倾斜。
	生产要素的边际成本★★★	概念	生产要素的边际成本（MFC）也称边际要素成本，是指每增加使用一单位的某种可变生产要素所增加的成本。
		公式	假定这种变动要素 $L$ 的价格为 $P_L$ ，并且假定要素的价格（ $P_L$ ）固定不变，并且在企业诸多投入要素中，确定只有 $L$ 要素是唯一的可变投入要素，则 $L$ 生产要素的边际成本可以表示为： $MFC_L=P_L$
	生产要素的最佳投入量的确定★★★★	当一种生产要素变动时，生产要素最佳投入量的确定应满足以下均衡条件： $VMP_L=MFC_L$ 假定生产过程中可变生产要素唯一且价格既定时，生产要素的边际成本等于变动生产要素的价格，则变动生产要素最佳投入量的均衡条件为： $VMP_L=P_L$	

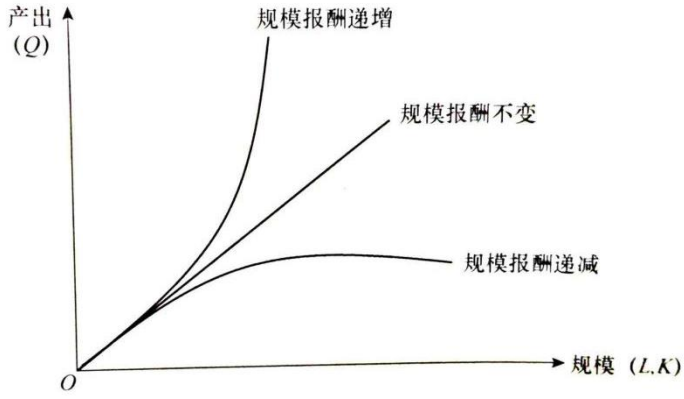
### 5.3 长期生产函数分析

等产量曲线 ★★★★	概念★★★	等产量曲线是用来表示在技术水平不变的条件下,生产同一产量的两种生产要素投入量的各种不同组合的轨迹。
	特点★★★★	(1) 它是一条向右下方倾斜的曲线,即其斜率为负值。 (2) 在同一平面上可以有无数条等产量曲线。 (3) 在同一平面图上,任意两条等产量曲线不能相交。 (4) 等产量曲线的形状反映出两种投入要素的替代性。 (5) 等产量曲线是一条凸向原点的曲线。这是由边际技术替代率递减所决定的。
	边际技术替代率★★★	边际技术替代率,是指为了维持相同产量水平,增加一种生产要素的数量与可以减少的另一种生产要素的数量之比。 计算公式: $MRTS_{LK} = -\Delta K / \Delta L$ →等产量曲线上某一点的边际技术替代率就是等产量曲线在该点的切线的斜率的绝对值,边际技术替代率递减,等产量曲线为凸向原点的曲线。
等成本线 ★★★	概念★★	等成本线是一条表明成本与生产要素价格既定的条件下,可以购买到的两种生产要素数量的最大组合的线。
	方程★★★	$P_L L + P_K K = C$ $K = \frac{C}{P_K} - \frac{P_L}{P_K} L$ 变形: 等成本线的斜率 $(k) = -\frac{P_L}{P_K}$
	特征★	在要素价格保持不变的情况下,等成本线必是一条直线。如果投入的成本增加,则等成本线将平行地向右移动;如果投入的成本减少,则等成本线将平行地向左移动。
产量既定成本最小的要素组合 ★★★★★	生产要素的最佳组合:选择一种要素投入的组合,使得企业能够在既定的产量下,所费成本最少;或者在既定成本下,所生产的产量最大。★★	
	生产要素最佳组合原则: $\frac{MP_L}{P_L} = \frac{MP_K}{P_K} \quad \text{★★★★★}$ $\frac{MP_L}{P_L} > \frac{MP_K}{P_K}, \text{ 增加 L 要素的投入, 减少 K 要素的投入}$ $\frac{MP_L}{P_L} < \frac{MP_K}{P_K}, \text{ 减少 L 要素的投入, 增加 K 要素的投入}$	

### 5.4 规模报酬

含义★★	规模报酬,是指在一定的技术条件下,所有生产要素的投入都按同一比例变化,从而生产规模变动时所引起的产量或收益的变动。
注意★	(1) 规模报酬发生作用的前提是技术水平不变。 (2) 规模报酬所指的是生产中使用的生产要素都在同比例地变化,因此并不会造成技术系数的变化,从而生产要素的增加只是一种量的增加。



规模报酬的变化★★★	
	<p>图 5-17 规模报酬的变化</p> <p>第一阶段：规模报酬递增阶段。即产量或收益增加的幅度大于各种要素投入（规模）增加的幅度。</p> <p>第二阶段：规模报酬不变阶段。即产量或收益增加的幅度与规模扩大的幅度相等。</p> <p>第三阶段：规模报酬递减阶段。即产量或收益增加的幅度小于规模扩大的幅度甚至产量或收益绝对减少。</p>
柯布-道格拉斯函数判定企业规模报酬情况	<p>(1) <math>\alpha + \beta &gt; 1</math>，规模报酬递增。</p> <p>(2) <math>\alpha + \beta = 1</math>，规模报酬不变。</p> <p>(3) <math>\alpha + \beta &lt; 1</math>，规模报酬递减。★★★</p>
规模报酬递增的原因★★★	<p>(1) 技术方面的经济效果</p> <p>(2) 管理方面的经济效果</p> <p>(3) 商业方面的经济效果</p> <p>(4) 金融方面的经济效果</p> <p>(5) 承担风险方面的经济效果</p>

5.5.1 生产函数进步和技术进步的关系：技术进步导致生产函数的改变，这种改变可以用等产量曲线的位移来说明。**等产量曲线位移的程度越大，说明技术进步越快。★**

5.5.2 技术进步的测定的公式： $G_Q = \alpha G_L + \beta G_K + G_A$  或  $G_A = G_Q - (\alpha G_L + \beta G_K)$

式中，G：增长率； $G_Q$ ：全部产量增长率； $G_L$ ：劳动增长率； $G_K$ ：资本增长率； $G_A$ ：因技术进步引起的产量增长率。★

第 6 章 成本分析

6.1.1&6.1.2 成本

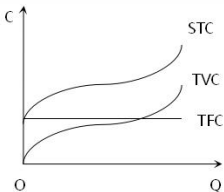
含义★★	成本：企业进行生产经营活动所使用的生产要素的价格，或生产要素的所有者必须得到的报酬或补偿。	
分类★★★	(1) 按照其总额与产量的关系，分为 <b>固定成本</b> 和 <b>变动成本</b>	①固定成本是指在一定限度内成本总额不随产量变动而变动的成本，是企业在短期内不能随意调整的固定生产要素投入的成本。
		②变动成本是指在一定限度内成本总额随产量变动而变动的费用，是企业在短期内可以随意调整的可变生产要素投入的费用。

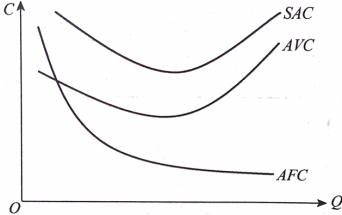
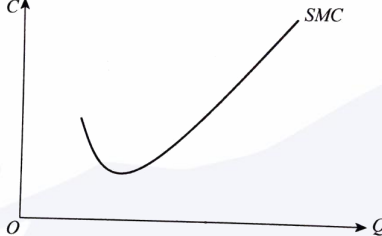
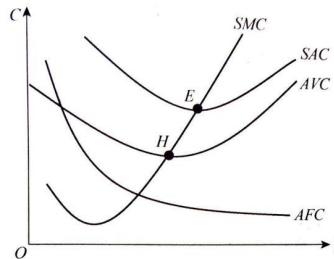
	(2) 按收回后归属的不同, 分 <b>显性成本</b> 和 <b>隐性成本</b>	①显性成本是指企业在生产要素市场上购买或租用所需要的生产要素的实际支出。 ②隐性成本是指在形式上没有支付义务的, 企业为使用自己提供的那一部分生产要素而支付的作为报酬的费用。
	(3) <b>会计成本</b> 与 <b>机会成本</b>	①会计成本是在财务分析中使用的一种成本概念。它是指企业在生产活动中按市场价格支付的一切生产要素的费用。 ②机会成本: 生产一单位的某种商品的机会成本是指生产者所放弃的使用相同生产要素在其他生产用途中所能得到的最高收入。
	(4) <b>增量成本</b> 与 <b>沉没成本</b>	①增量成本(相关成本): 由于某项生产决策而产生的相关成本, 即总成本的增量。
		②沉没成本(不相关成本): 企业已发生而无法收回, 或不因生产决策有所改变的成本。

### 6.1.3 利润

<b>正常利润★</b>	是企业家才能的报酬, 是承担风险的报酬, 是企业家人才的价格, 是企业家人才的机会成本。
<b>经济利润★★★</b>	也称超额利润, 是指企业的总收益和总成本之间的差额。 经济利润=总收益-总成本=总收益-(显性成本+隐性成本)
<b>会计利润★★★</b>	是企业销售产品的总收益减去会计成本(显性成本)后的余额, 是企业在一定会计期间的经营成果。即账面利润。 会计利润=总收益-显性成本 经济利润=总收益-(显性成本+隐性成本) ∴会计利润>经济利润
<b>利润贡献★</b>	是指销售收入减去变动成本后的余额, 它常被人们通俗地称作毛利。 利润贡献的作用一是补偿成本, 二是形成利润。

### 6.2.1 短期成本分析

<b>短期总成本 (STC)★★★</b>	<p>短期总成本 (STC) 是指在短期内生产一定量产品所消耗的全部成本。 短期总成本 (STC) = 总固定成本 (TFC) + 总变动成本 (TVC)。</p>  <p>图 6-1 短期总成本曲线</p>
<b>短期平均成本 (SAC)★★★</b>	<p>短期平均成本 (SAC) 是指在短期内平均每一单位产品所消耗的成本。 平均成本又可分为平均固定成本 (AFC) 和平均变动成本 (AVC)。</p> $\text{短期平均成本} = \frac{\text{短期总成本}}{\text{产量}} = \frac{\text{总固定成本} + \text{总变动成本}}{\text{产量}} = \text{平均固定成本} + \text{平均变动成本}$

	<div></div> <p>图 6-2 平均成本曲线</p> <p>注意：SAC、AVC 均呈“U”型。</p>
<div>短期边际成本 (SMC) ★★★</div>	<p>短期边际成本 (SMC) 是指企业在短期内每增加一单位产品所增加的成本。 短期边际成本=短期总成本的增量÷总产量的增量。</p> <p>即 <math>SMC = \frac{\Delta STC}{\Delta Q}</math> 或 <math>SMC = \lim_{\Delta Q \rightarrow 0} \frac{\Delta STC}{\Delta Q} = \frac{dSTC}{dQ}</math></p> <p><math>SMC = \frac{\Delta STC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TFC + \Delta TVC}{\Delta Q} = \frac{\Delta TVC}{\Delta Q}</math></p> <div></div> <p>图 6-3 短期边际成本曲线</p>
<div>SAC 曲线与 SMC 曲线之间的关系 ★★★★</div>	<p>(1) AFC 一直向右下方倾斜, 表明随着产量的增加, 分摊到每件产品中的固定费用减少。</p> <p>(2) AVC、SAC、SMC 曲线都呈“U”形, 表明这三种成本最初都随着产量的增加而下降, 当下降到一定程度后, 又随着产量的增加而上升。这是边际收益递减规律作用的结果。</p> <p>(3) SMC 曲线与 SAC 曲线一定相交于 SAC 曲线的最低点 (E 点)。</p> <p>(4) SMC 曲线与 AVC 曲线相交于 AVC 曲线的最低点 (H 点)。</p> <div></div> <p>图 6-4 短期成本曲线</p>
<div>短期生产函数与短期成本函数之间的关系★★★</div>	<p>(1) 可变生产要素的平均产量 <math>AP_L</math> 和平均变动成本 AVC 之间存在对应关系。当 <math>AP_L</math> 上升时 AVC 下降; 当 <math>AP_L</math> 下降时 AVC 上升; 当 <math>AP_L</math> 达到最高时 AVC 处于最低点。</p> <p>(2) 由于 MC 曲线与 AVC 曲线相交于 AVC 曲线的最低点, <math>MP_L</math> 曲线与 <math>AP_L</math> 曲线相交于 <math>AP_L</math> 曲线的最高点。</p>

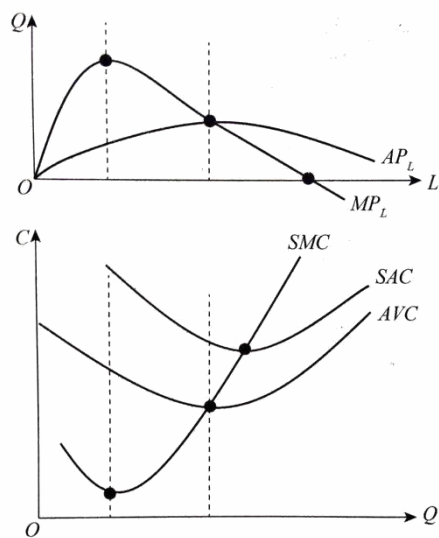


图 6-5 短期生产函数与短期成本函数之间的关系

### 6.2.2 长期成本分析

<b>长期总成本 (LTC) ★★</b>	长期总成本是指企业在长期中调整生产规模,生产各种产量所需的最低成本点的轨迹。
<b>长期平均成本 (LAC) ★★★★★</b>	<p>长期平均成本是单位产量所分摊的长期总成本。呈“U”型。</p> $LAC = \frac{LTC(Q)}{Q}$ <p>此为“U”型, <math>Q^*</math> 就为最小最优生产规模。</p>
<b>长期边际成本 (LMC) ★★</b>	长期边际成本是指当企业有足够的时间根据生产产量调整其固定要素时,每增加一个单位的产量所增加的总成本。★★★

6.3.1 估计短期成本函数的统计方法: (1) 简单外推法; (2) 回归分析法(常用), 在使用该方法时, 需要注意: ①成本数据的收集和整理; ②成本函数形式的选择。★

6.3.2 估计长期成本函数的统计方法: (1) 技术法; (2) 回归分析法, 在使用该方法估计长期成本函数时, 需要注意: ①收集的成本数据应该是截面数据; ②通常选择三次方程的函数形式来拟合总成本的观察数据。★

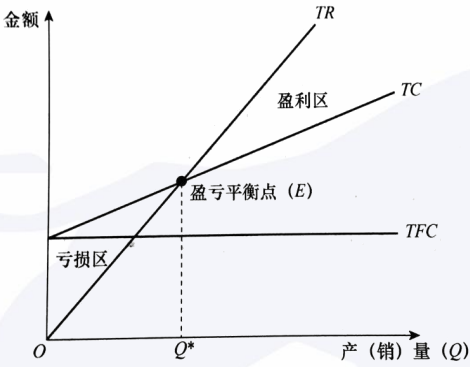
## 第 7 章 生产产出的决策分析

### 7.1 边际分析

<b>收益★★</b>	<b>总收益</b>	<p>总收益 (TR) 是指企业销售一定量的产品所得到的全部收入。</p> <p>总收益 (TR) = 商品单价 (P) × 销量 (Q)</p>
-------------	------------	---

	平均收益	平均收益（AR）是指企业每销售一单位产品平均得到的收入。 平均收益（AR）=总收益/销量=（P·Q）/Q=P
	边际收益	边际收益（MR）是指企业每增加销售一单位产品所增加的收入。 边际收益=总收益增量/销售增量 即 $MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$ 或 $MR = \frac{dTR}{dQ}$
利润最大化原则★★★★	以π表示利润，则： $\pi = TR - TC$ 则： $TR - TC > 0$ ，企业获超额利润； $TR - TC < 0$ ，企业亏损； $TR - TC = 0$ ，超额利润等于零，但企业可以获得正常利润。 利润最大化原则： $MR = MC$	

7.2 盈亏平衡分析

定义★	盈亏平衡分析法又称量本利分析法、保本分析法，是通过考查产量（或销售量）、成本和利润的关系以及盈亏变化的规律来为决策提供依据的方法。	
基本原理★	即边际分析理论。	
盈亏平衡分析图★★★★	<div></div> <p>横轴：代表企业的产量或销量。纵轴：代表企业的总成本(TC)和总销售收入(TR)。</p> <p>由图可得：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1) 企业固定成本（TFC）保持不变</li><li>(2) E 点就是盈亏平衡点（总收益=总成本）</li><li>(3) 盈亏平衡点（保本点）产量或销量：盈亏平衡点对应的产量或销量 <math>Q^*</math></li></ul>	
计算★★★★★	当产品的销售价格(P)、固定成本(TFC)、可变成本(AVC)都已知的情况下，就可以找出盈亏平衡点及其盈亏平衡点的产量（销量）： $Q^* = \frac{TFC}{P - AVC}$ <p>应用：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>(1) 企业是盈利还是亏损的判断：<math>\pi = P \cdot Q - P \cdot Q^*</math></li><li>(2) 给定企业的目标利润π，求目标利润下的目标销售量 Q：</li></ul> $\pi = TR - TC = P \cdot Q - (TFC + AVC \cdot Q) \rightarrow Q = \frac{TFC + \pi}{P - AVC}$	

7.3.1 生产可能性曲线

概念★★★	生产可能性曲线（PPF），是指在既定资源和技术条件下，能够生产的各种产品产量的最大组合的轨迹。
特征★★★	(1) 生产可能性曲线是向右下方倾斜的。

		(2) 在一般情况下, 生产可能性曲线是向右上方凸出的。这是由 <b>边际转换率</b> 递增所决定。 (3) 通过生产可能性曲线, 可以划分出生产可能性区域和生产无效率区域。
<b>边际转换率</b> ★★★	概念	边际转换率 (MRT), 是指在资源一定的条件下, 增加单位某种产品的生产所必须放弃的另一种产品的数量。★★★
	公式 ★★★	$MRT_{XY} = -\frac{\Delta Y}{\Delta X}$ 式中: $MRT_{XY}$ 为 X 产品对 Y 产品的边际转换率。
	结论★	边际转换率是生产可能性曲线的斜率的绝对值。 $\Delta Y$ 可以看成 X 的边际成本 (机会成本); $\Delta X$ 也可以看成 Y 的边际成本。

### 7.3.2 等收益线

<b>概念★★★</b>	等收益线是指在既定收入条件下, 所必须生产的两种产品的产量的最大数量组合的轨迹。
<b>方程★★★</b>	$TR = P_X \cdot X + P_Y \cdot Y$ 式中: TR 为总收益, $P_X$ 为 X 产品的价格, $P_Y$ 为 Y 产品的价格。 因此, 等收益线的斜率 $= -\frac{TR/P_Y}{TR/P_X} = -\frac{P_X}{P_Y}$
<b>结论★★</b>	离原点越远的等收益线表明企业所获取的收益越大。

### 7.3.3 产品产量的最佳组合确定

<b>产品产量最佳组合原则</b> ★★★★★	无论是既定资源收益最大, 还是既定收益资源耗费最小, 其产品产量最佳组合点都在生产可能性曲线和等收益曲线相切的切点上。 $\frac{MC_X}{P_X} = \frac{MC_Y}{P_Y}$ 是企业产品产量最佳组合的均衡条件, 或称为产品产量最佳组合原则。
<b>其他★★</b>	如果 $\frac{MC_X}{P_X} > \frac{MC_Y}{P_Y}$ , 则表明生产 X 产品所获得的单位收益所耗费的成本要大于生产 Y 产品所获得的单位收益所耗费的成本, 在这种情况下企业为了获取最大利润, 会将更多的资源转向生产 Y 产品, 从而减少 X 产品的生产。

## 第 8 章 完全竞争市场中的企业决策

### 8.1.1 完全竞争市场的条件★★★

- (1) 市场上有大量的卖者和买者
- (2) 市场上所出售的商品和劳务是同质的, 即不存在产品差别
- (3) 市场上的各种生产资源可以充分自由地流动, 不受任何因素的阻碍
- (4) 市场信息是畅通的

8.1.2 完全竞争市场中的企业收益规律: 企业需求曲线(dd 曲线)、平均收益曲线(AR 曲线)、边际收益曲线(MR 曲线)。

在完全竞争市场中企业需求曲线(dd 曲线)、平均收益曲线(AR 曲线)、边际收益曲线(MR 曲线)



三线合一。★

即如下图所示：

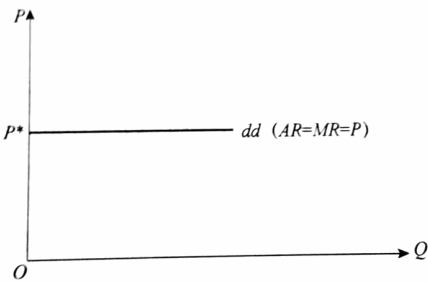


图 8-2 完全竞争市场的企业需求曲线、平均收益曲线及边际收益曲线

8.2.1&8.2.2 完全竞争市场中的企业短/长期决策★★★★★

决策	决策原则	检验是否应继续生产
短期决策	产出确定在 $MR=SMC$ 处	$P \geq AVC$ ，或 $TR \geq TVC$ ，则生产这一产量； $P < AVC$ ，或 $TR < TVC$ ，则停产
长期决策	产出确定在 $MR=LMC$ 处	$P \geq LAC$ ，或 $TR \geq LTC$ ，则生产这一产量； $P < LAC$ ，或 $TR < LTC$ ，则退出

表示：从短期看，由于是否生产取决于价格是否高于平均变动成本  $AVC$ ，所以称  $P=AVC$  为短期停止营业点，即  $P < AVC$  时，企业短期内应该停产。从长期看，持续营业的条件是  $P \geq LAC$ ，因此称  $P=LAC$  为长期盈亏平衡点，即  $P < LAC$  时，企业应退出该行业而转移到新的行业中去。

8.2.3 竞争战略，就是在一个行业或一组经营活动中寻求经济优势或者一个有利的竞争地位。★  
从长期来看，完全竞争企业的许多竞争优势都不会保持长久，即不可能获取持久的经济利润，最终企业只能获得较低的商业利润即正常利润。★

8.3 完全竞争市场经济绩效的评价

生产者剩余★	生产者剩余是卖者得到的货币额减去可变生产成本后的差额。生产者剩余实际上是衡量卖者参与市场所得到的收益。
资源配置有效性★	在完全竞争市场中，当价格 $P=$ 边际成本 $MC$ 时，企业的产量水平从整个社会资源的合理分配角度看是最优的，这不仅使消费者得到了最低的价格，而且使生产者乃至整个社会的生产资源得到了最有效的利用，实现了资源的最优配置。
生产的有效性★	从长期考察，在完全竞争的条件下，当价格 $P=$ 平均成本 $LAC$ 企业可以实现成本最小化，在最佳规模上生产，从而实现最高的生产效率。

第 9 章 垄断市场中的企业决策

9.1 垄断市场

概念★★	垄断市场：由一家企业完全控制整个行业的市场结构，即一家企业控制了某种产品或服务的市场。
条件★★★	(1) 在一个行业或在某一特定的市场中，只有一家企业提供全部产品，没有竞争对手存在。 (2) 企业所生产和出售的商品没有相近的代用品，即垄断企业所生产的产品是被公认为独特的，是其他产品无法替代的。 (3) 其他任何企业进入该行业或市场都极为困难或不可能。

<b>产生的原因</b> ★★	根本原因： <b>进入障碍</b> 。 进入障碍的三个来源： ①独家企业控制了生产某种产品或服务的关键资源，使竞争者无法从事该项产品或服务的生产经营活动； ②规模经济的存在； ③政府特许。
<b>自然垄断★</b>	自然垄断是指由于一家企业能比两家或多家企业以更低的单位成本为整个市场供给一种产品或劳务而产生的垄断。 当一家企业随着规模的扩张，其平均成本曲线一直下降时，该企业被称为自然垄断。自然垄断的典型例子是 <b>供电</b> 。

### 9.1.2 垄断市场中的企业收益规律

平均收益曲线（AR 曲线）和需求曲线（dd 曲线）合二为一，边际收益曲线（MR 曲线）小于平均收益和需求曲线。★★

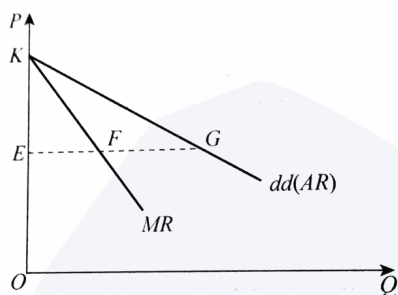


图 9-4 垄断企业的需求曲线、平均收益曲线与边际收益曲线

### 9.2.1 企业短期决策原则：边际收益 $MR$ =边际成本 $SMC$ ★★★★★

**9.2.2 企业的长期决策。**在垄断市场中，短期获得超额利润，这是如果别的企业想进入市场，会有进入壁垒，所以垄断企业在长期依然存在超额利润。

垄断企业长期均衡的条件：**边际收益  $MR$ =长期边际成本  $LMC$**  ★★★★★

9.2.3 完全竞争市场有供给曲线；垄断市场、垄断竞争市场、寡头垄断市场都没有企业供给曲线。

9.2.4 垄断企业的竞争战略

<b>细分市场</b>	
<b>进入障碍</b> ★★★	垄断企业除了可以通过政府或法律授权获得保护外，还可在以下方面设置进入障碍，维持垄断地位： (1) 绝对成本优势。(2) 规模经济。(3) 先行合约。(4) 剩余生产能力。 (5) 先驱品牌优势。(6) 退出成本。(7) 信息障碍。

### 9.3.1 垄断与低效率（垄断企业产生低效率的原因）

<b>垄断与消费者剩余★</b>	垄断市场损害消费者利益，使得消费者福利减少。
<b>垄断与寻租</b> ★★	寻租，是指个人和团体为了把别人的收入重新分配（或转移）到自己手中而花费资源来影响公共政策的行为。
<b>垄断的净损失</b> ★	部分消费者剩余的减少并没有转移给生产者或其他方，而成为了垄断的净损失。垄断所造成的损害还表现为对技术进步的阻碍。

## 9.3.2 政府对垄断的管制

<b>价格管制★</b>	<p>具体方法有：（1）按边际成本定价。政府的目标是提高效率，所定价格处于需求曲线与边际成本曲线的交点。</p> <p>（2）按平均成本定价。政府试图制定一个更低的“公平价格”以消除经济利润。此时，平均收益恰好等于平均成本。该价格可称为零经济利润价格。</p> <p>按平均成本定价的优点：①可不必补贴垄断者；②政府可以仅关注企业利润状况。</p>
<b>反垄断法★</b>	<p>我国于 2008 年 8 月 1 日开始实施《反垄断法》。</p> <p>美国反托拉斯法的执行机构是联邦贸易委员会和司法部反托拉斯局，前者主要是反对不正当的贸易行为，后者主要是反对垄断活动。</p>

## 第 10 章 垄断竞争市场中的企业决策

## 10.1 垄断竞争市场的条件和企业收益规律

<b>概念★★</b>	垄断竞争市场是指在一个市场中，有许多企业生产和销售有差别的同种产品的市场结构。
<b>垄断竞争市场的条件★★★</b>	<p>（1）市场上有较多企业，彼此之间存在激烈的竞争。</p> <p>（2）产品之间既存在一定的差别，又有一定的替代性。</p> <p>（3）企业进出行业比较自由。</p>
<b>企业收益规律★★</b>	<b>企业需求曲线（dd）和平均收益曲线（AR）重合</b> ，右下方倾斜；MR 曲线右下方倾斜， $MR < P$

## 10.2 垄断竞争市场中的企业决策

<b>短期决策★★★</b>	<p>垄断竞争市场中企业的短期决策原则为：</p> <p><b>MR=SMC</b></p>	
<b>长期决策★★★</b>	<p>（1）垄断竞争企业长期均衡的形成条件：</p> <p><b>MR=LMC</b> <b>P=AR=LAC</b></p> <p>（2）结论：依据 <math>MR=LMC</math> 确定利润最大化下的产出与价格，且进入或留在某一行业的条件是 <math>P \geq LAC</math>，如果企业面临的市场状况为 <math>P &lt; LAC</math>，则企业应该选择退出该行业。</p>	
<b>竞争战略★</b>	<b>品质竞争</b>	品质竞争就是企业在产品上引进新的、与竞争对手不同的、能更加迎合消费者需要的特征，以吸引更多的消费者，同时避免在竞争过程中自己原有的客户被其他竞争对手的降价策略吸引走，从而获得某种程度的垄断优势。
	<b>各种促销活动</b>	促销活动是品质竞争的重要补充。

非价格竞争，即努力形成与竞争者产品之间的差异，通过产品的差异，获取一定时间内的垄断利润。★★★

广告的作用：①为消费者提供更为完备的商品信息。②通过广告宣传改变消费者的欲望。★

## 10.3 对垄断竞争市场的评价★

垄断竞争企业的长期均衡同完全竞争企业的长期均衡的共同点是：它们都只能获得**正常利润**。★  
由于市场的可进入性，竞争最终使企业的**超额利润消失**。

<b>完全竞争企业和垄断竞争企业最终的长期均衡状态的区别</b>	<p>(1) 二者的需求曲线与边际收益曲线的位置不同。</p> <p>(2) 二者的平均收益曲线或需求曲线虽然都与平均成本曲线相切，但二者切点的位置不同。</p> <p>(3) 二者的成本构成不同。★★★</p>
<b>垄断竞争市场的有利之处★</b>	<p>(1) 完全竞争条件下企业所生产的产品过于单调。</p> <p>(2) 垄断竞争有利于鼓励进行创新。</p>

## 第 11 章 寡头垄断市场中的企业决策

### 11.1 寡头垄断市场

<b>概念★★</b>	寡头垄断市场是指少数几家企业控制了某一行业的市场，供给该行业生产的大部分产品。因此，在市场上每个大企业都有举足轻重的地位。	
<b>应具备的条件★★★</b>	<p>(1) 在一个行业或市场中，只有少数几家企业</p> <p>(2) 企业之间存在着互相制约、互相依存的关系</p> <p>(3) 新企业进入行业比较困难</p>	
<b>形成原因★★★</b>	<p>寡头垄断市场存在在于该市场存在明显的进入障碍，寡头垄断市场最主要的进入障碍有：</p> <p>(1) 规模经济性的存在。</p> <p>(2) 行业中现有寡头垄断企业拥有重要原材料或关键技术，这样就阻止了竞争者进入行业，从而少数几家企业就可实现寡头垄断。</p> <p>(3) 由几家企业控制了分销渠道。</p> <p>(4) 现有寡头垄断企业可能受到政府的保护，或政府的规定有时提供了反对垄断的抵消力量。</p>	
<b>分类★★★</b>	<b>按产品差别程度划分★★★</b>	(1) 纯粹寡头垄断：指各企业所生产的产品性质一致，产品彼此之间没有差别。如钢铁、尼龙、铜、铝、石油等行业。 特点：企业之间彼此关系密切、相互依存程度高。
		(2) 差别寡头垄断：指各企业所生产的产品性质一致，但存在一定程度的差别。如汽车、香烟、飞机、机电产品等。 特点：企业彼此依存的程度较低。
	<b>按企业的行动方式划分★★</b>	(1) 勾结（或共谋）行为的寡头垄断：各寡头企业相互勾结起来形成一个像垄断企业那样的整体，并像垄断企业那样行动，由此各企业就可以联合获取最大利润。如 <b>卡特尔</b> 。
		(2) 独立行为的寡头垄断：各寡头企业相互竞争、独立决策。

#### 共谋形成的条件：★★★

- ① 行业中只有很少几个企业，且相互之间非常了解；
- ② 关于生产成本和生产技术，相互之间没有什么秘密；
- ③ 有相似的生产方法和平均成本，使得它们愿意在相同的时间以相同的比例改变价格；
- ④ 生产的产品相似，容易在价格上达成一致；
- ⑤ 有一个主导企业（在行业中占统治地位或支配地位的企业）；

- ⑥存在有效的进入障碍，这样寡头企业就不用担心受到联合企业之外的新企业的干扰；  
 ⑦市场需求是稳定的，如果市场的需求不稳定，寡头企业达成一致形成共谋的可能性就很小；  
 ⑧没有政府对企业之间的共谋进行控制。

共谋行为的寡头垄断企业之间的竞争会避免价格竞争，一般都采取**非价格竞争策略**。★

### 11.2 寡头垄断市场的企业决策

古诺模型 ★★★	两家寡头垄断一个市场，即双头垄断市场。最早提出了对双头垄断市场的一种均衡解释，一般称为古诺模型。★★★	
	假设条件 ★★★	(1) 一种产品市场上只有两家企业； (2) 两家企业生产和销售的产品完全相同； (3) 生产的变动成本为零，即假定边际成本为零； (4) 他们共同面临的需求曲线是线性的； (5) 各方都根据对方的行动做出自己的决策
	结论★	当市场中有 $m$ 个寡头时，可得到一般结论为： 市场总容量 = $\frac{m}{m+1} OB$ 每个寡头企业均衡产量 = $\frac{1}{m+1} OB$ $OB$ 为该市场最大可能需求量，即市场的总容量。
斯威齐模型 ★★★	斯威齐在 1939 年对价格刚性提出了一种解释，这就是弯折的需求曲线模型，亦称斯威齐模型。★★★	
	价格刚性	指当成本有一定量的改变时，价格却保持不变。★★
	假定条件	斯威齐模型的基本假定是竞争对手响应降价但不响应提价。★
非合作性博弈 ★★★	博弈论 ★★★	博弈论被用来分析个人或组织在目标相互冲突时的决策行为。 决策者在博弈过程中：①试图通过博弈行动使自己达到最优地位； ②充分认识到在博弈过程中参与者相互影响的特性；③预测其他决策者的行为。
		最重要的概念就是策略和收益。
	非合作性博弈——囚徒的困境	非合作性博弈是指在这种博弈中，参与者之间无法通过协商达成某种形式的用来约束彼此行为的协议。 结论：只要参与者以完全利己主义的方式行事，他们不可能实现对双方来说都是最好的结果。★★★
共谋寡头模型 ★★★	卡特尔 ★★★	<b>卡特尔</b> 是一个行业的各独立企业之间通过对有关价格、产量和市场划分等事项达成明确的协议而建立的组织。它是寡头市场中各企业用公开的方式互相勾结以达到协调行动的一种形式。★★★ 目的是维持高价，使联合利润最大化。★★
		卡特尔组织不稳定的原因：产量份额分配中的问题；在许多国家，公开的卡特尔是违法的；作弊问题；市场进入问题。★★★
	价格领袖制★★	<b>价格领袖</b> 指一个行业的价格通常由某一企业率先制定，其余企业追随其后确定各自的价格。★★★



		<p><b>价格领袖模式：</b></p> <p>(1) <b>支配型价格领袖模式。</b>特征：领先确定价格的企业是本行业中最大的、具有支配地位的企业。该模式适用于有单一的一个支配型大企业和许多小企业的行业。</p> <p>(2) <b>效率型价格领袖模式。</b>领先确定价格的企业是本行业中成本最低，从而效率最高的企业。它对价格的确定也使其他企业不得不随之变动。</p> <p>(3) <b>晴雨表型价格领袖。</b>特征：一般是一个企业首先对价格进行变动，而这个变动又能为其他企业所接受。</p>
--	--	--

一般在**钢铁、烟草**等行业常会实施价格领袖制。

## 第 12 章 企业产品定价实践

### 12.1 定价目标

<b>概念★</b>	定价目标是指企业通过制定产品价格所要达到的目的，也就是企业通过价格制定所要实现的经营意图。
<b>企业定价目标的种类★★★</b>	<p>(1) 以维持企业生存为目标</p> <p>(2) 以追求利润最大化为目标</p> <p>(3) 以保持和提高市场占有率为目标</p> <p>(4) 以应付或抑制竞争为目标</p> <p>(5) 以树立企业形象为目标</p>

### 12.2 成本加成定价法

<b>概念★★★</b>	成本加成定价法是企业最常用、最基本的定价方法，它是以产品单位成本为基本依据，再加上预期利润来确定价格的定价方法。
<b>基本思想★</b>	认为所定的价格应能涵盖生产产品的成本，并足以使企业按目标收益率获得一定程度的利润。
<b>基本步骤★★★★</b>	<p>(1) 估算企业生产和销售某种产品的平均变动成本 (AVC)。</p> <p>(2) 估算出固定成本，并按照产品产量将固定成本分摊到单位产品上，由此计算出平均固定成本 (AFC)。</p> <p>(3) 将平均变动成本和平均固定成本相加，得出平均总成本 (AC)。</p> <p>(4) 以平均总成本的一定比例即成本加成率作为企业目标利润率核算出目标利润，再加上平均总成本，得到产品价格。</p>
<b>公式★★</b>	$P = (AVC + AFC) \times (1 + m) = AC(1 + m)$ $m$ 为成本加成率。
<b>成本加成率的确定★</b>	满足利润最大化条件的最优成本加成率 $m$ (为正值) 为： $m = \frac{-1}{E_p + 1}$
<b>优点★★★</b>	<p>(1) 简单实用。</p> <p>(2) 计算方便。</p> <p>(3) 产品价格水平在一定时期内较为稳定。</p> <p>(4) 能保证企业获得正常利润。</p>



方法扩展★	目标收益定价法	也称目标利润定价法，是指以在保证企业的目标收益得以顺利实现的角度出发来确定商品价格及利润水平的定价方法。
	边际成本定价法	也称为变动成本定价法。产品价格至少能补偿生产每种产品的边际成本或变动成本。
	盈亏平衡定价法	运用盈亏平衡原理实行的一种保本定价方法。也就是说，企业的定价目标主要是从收回产品成本的角度出发，它是在保本产销量的基础上制定的价格。 $\text{保本产量} = \frac{\text{企业固定成本}}{\text{单位产品价格} - \text{单位产品变动成本}}$ $\text{保本价格} = \frac{\text{企业固定成本}}{\text{总产量}} + \text{单位产品变动成本}$

## 12.3 价格歧视

定义★★★	价格歧视也称为差别定价法，是垄断企业经常采用的一种定价方法。指企业出于非成本差异的原因以不同的价格把同一物品或服务卖给不同的顾客。	
实行价格歧视的原因★	根本目的：获取更多的超额利润。	
种类★★	完全价格歧视	也称一级价格歧视，指企业根据每个消费者愿意支付的最高价格来制定每单位产品的价格，并据此来分别销售每单位产品。
	二级价格歧视	也称数量价格歧视，它是指企业根据不同购买量确定不同的价格。
	三级价格歧视	也称为消费者价格歧视，它是指企业对不同市场的不同消费者实行不同的价格。
实行价格歧视的条件★★★	(1) 企业必须对价格有一定的控制力 (2) 企业必须能够区分不同消费者的支付意愿 (3) 企业应该能够阻止套利的情况出现	

## 12.4 多种产品定价法

需求上相互关联的产品定价★	在需求上相互关联的产品或者是替代品，或者是互补品。 替代品：一种产品涨价会使另一种产品的需求增加。 互补品：一种产品涨价会使另一种产品的需求减少。 主旨：所有关联产品的总利润最大
生产上相互关联的产品定价★	以固定比例生产的关联产品定价：增加产量直到产品组的边际收入等于产品组的边际成本，并据此确定产品组的价格。 以变动比例生产的关联产品定价：外生既定的。

## 12.5 转移定价

一体化★	前向一体化	企业为了扩大其经营业务或控制销售渠道，把自己的下游产业加以收购与合并。
	后向一体化	企业通过收买或合并自己的上游产业与业务。
	前后向一体化使得企业规模巨大，分离出独立事业部，利润独立核算，就存在中间产品转移定价问题。	

<b>无外部市场条件下的转移价格确定★</b>	在最大利润产量水平上的各中间产品事业部的 <b>边际成本</b> 就是各中间产品的最优转移价格。
<b>有完全竞争外部市场条件下的转移价格确定★</b>	当存在完全竞争外部市场时，企业中间产品的转移价格由外部完全竞争市场上的价格来决定，即 <b>外部市场价格</b> 就是企业中间产品的转移价格。

#### 12.6.1 竞争导向定价法

<b>概念★★</b>	竞争导向定价法是一种主要以竞争者的价格为定价依据，而相对不注重成本和需求因素的定价方法。是以提高企业竞争能力为定价目标而展开的。	
<b>具体的定价方法★★</b>	<b>随行就市定价法</b>	是最常见的一种竞争定价法。它是以本行业的平均价格水平作为企业的定价标准。如大米、棉、石油等采用该方法。
	<b>密封投标定价法</b>	工程进行投标的企业通常采用的一种定价方法。
	<b>竞争价格定价法</b>	即根据本企业产品的实际情况及与竞争对手的产品的差异状况来确定价格。

#### 12.6.2 新产品定价的方法★★★

方法	价格高低	优点	缺点
撇脂定价法	高价	1、新上市的产品，缺少同类的替代产品。 2、有条件实行消费者差别定价。 3、在产品价格方面有较大的回旋余地。	1、价格过高引起消费者的不满，不利于企业长远发展。 2、不利于打开产品的销路。 3、较高的产品价格难以长期维持。
渗透定价法	低价	1、可以利用低价迅速打开产品销路，占领市场，以薄利多销来获利； 2、可以建立价格壁垒，阻止竞争者进入、有利于企业控制市场。	企业一旦提价，就可能导致大量的竞争者进入市场，从而使原企业的市场地位受到影响，可能失去大量的市场份额。

**撇脂定价**是指在产品生命周期最初阶段的新产品最初上市时，把产品的价格定得很高，以便在较短的期间内获取最大利润，就好像从鲜奶中撇取奶油一样。★★★

**渗透定价法**是在新产品刚上市时，把价格定得很低，使产品很快被市场接受，迅速渗透到市场，占据较大的市场份额，使其他企业难以进入。★★★