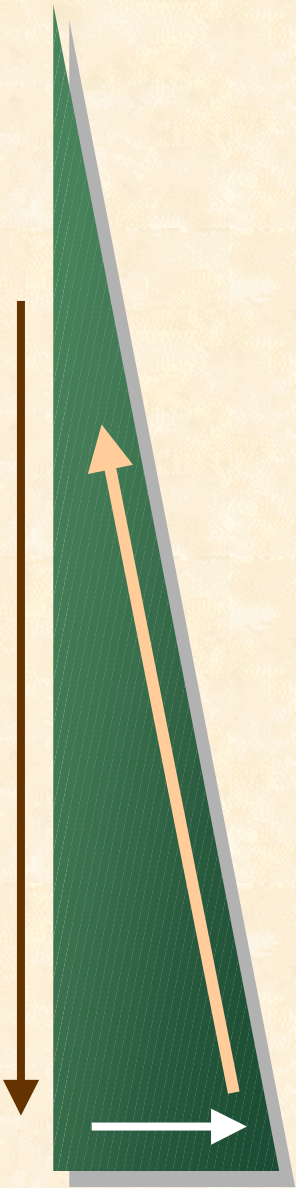


# 第三十五节课



# 垄断竞争

---

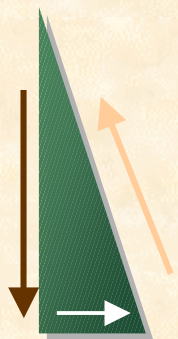
## ■ 垄断竞争与理想的产量

### ● 理想产量

- ◆ 完全竞争企业在长期平均成本LAC最低点上的产量。

### ● 多余的生产能力

- ◆ 实际产量与理想产量之间的差额。



# 理想的产量和多余的生产能力

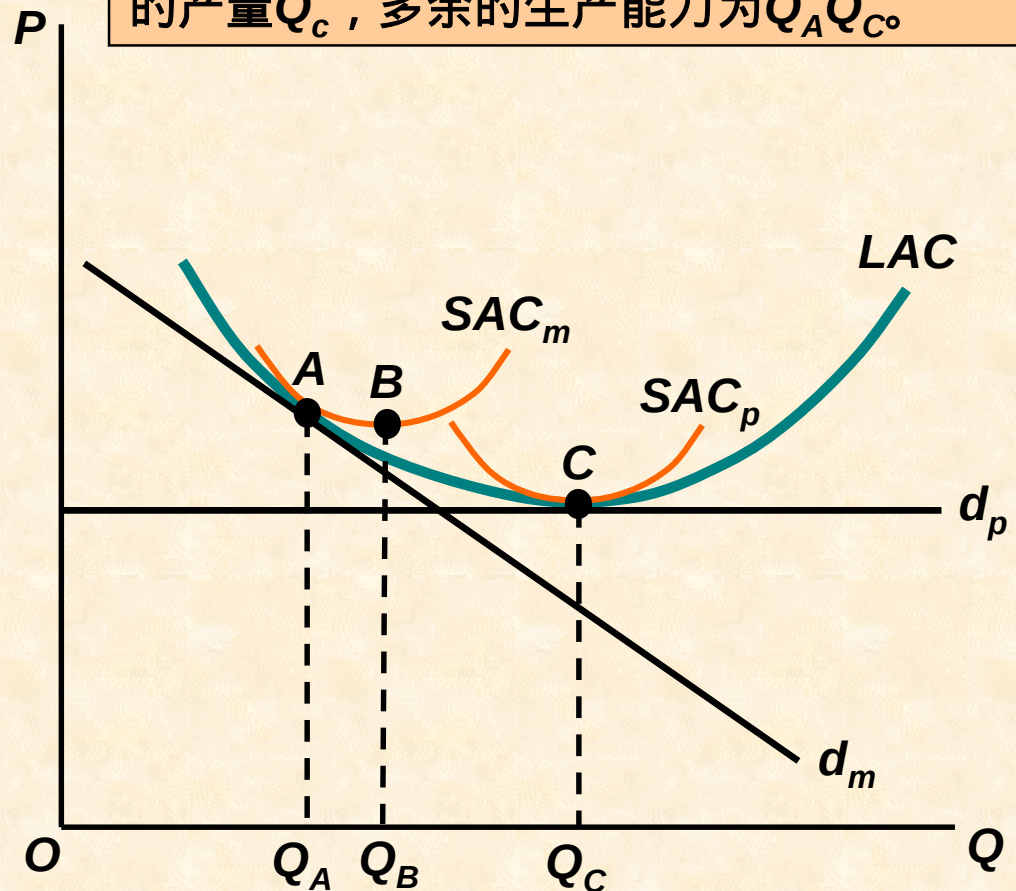
$d_m$ ——垄断竞争厂商的自需求曲线。

$d_p$ ——完全竞争厂商所面临的需求曲线。

$Q_A Q_B$ 表示垄断竞争厂商没有充分利用现有的生产设备；

$Q_B Q_C$ 表示垄断竞争厂商没有更多地使用社会资源，以扩大生产规模，将生产的平均总成本降到最低水平。

垄断竞争厂商的长期均衡产量 $Q_A$ 小于理想的产量 $Q_C$ ，多余的生产能力为 $Q_A Q_C$ 。



# 垄断竞争

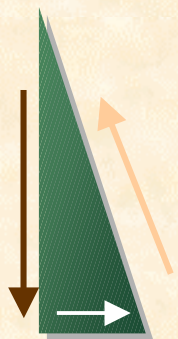
---

## ■ 垄断竞争与理想的产量

### ● 对多余生产能力的解释

◆ 垄断竞争理论的创始人之一张伯仑认为：

多余的生产能力可以代表由于想得到产品的多样化而付出的代价。



# 垄断竞争

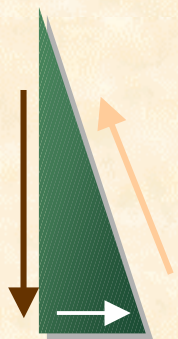
---

## ■ 垄断竞争与理想的产量

### ● 对多余生产能力的解释

#### ◆ 另一种解释：

多余的生产能力反映在现实经济生活中就是生产某些相似产品的小规模企业过于拥挤，垄断竞争生产集团内的厂商数量过多。如果厂商的数量减少，单个厂商的生产规模扩大，生产的平均总成本就会下降。

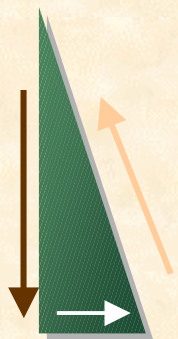


# 垄断竞争

---

## ■ 垄断竞争厂商的供给曲线

- 在垄断竞争市场上，不存在具有规律性的供给曲线。
- ◆ 在厂商所面临的需求曲线向右下方倾斜的情况下，厂商的产量和价格之间不存在一一对应的关系，因此，找不到垄断竞争厂商和生产集团的具有规律性的供给曲线。

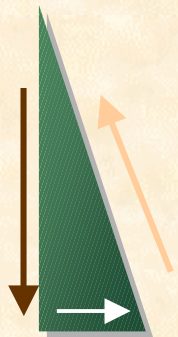


# 垄断竞争

---

## ■ 非价格竞争

- 垄断竞争厂商往往通过改进产品品质、精心设计商标和包装、改善售后服务以及广告宣传等手段，以突出自己的产品特点（人为地扩大产品间的差别），从而加强自身的垄断力量，扩大产品的市场销售份额。
  - ◆ 在完全竞争市场上不存在非价格竞争。



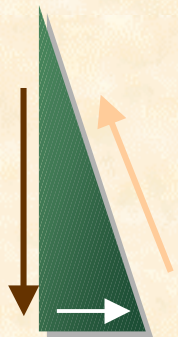
# 垄断竞争

---

## ■ 非价格竞争

### ● 为什么采取非价格竞争？

- ◆ 价格竞争虽然能使一部分厂商得到好处，但从长期看，价格竞争会导致产品价格持续下降，最终使厂商的利润消失。



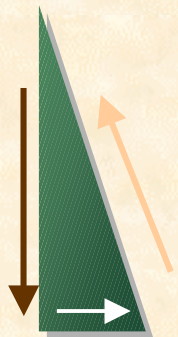
# 垄断竞争

---

## ■ 非价格竞争

### ● 采取非价格竞争的基本原则

- ◆ 非价格竞争也需要付出成本，因此也必须遵循边际成本等于边际收益的利润最大化原则。



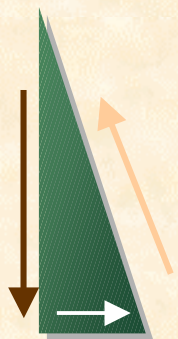
# 垄断竞争

---

## ■ 非价格竞争

### ● 评价

- ◆ 强化了市场的竞争程度，同时也适应了消费者的某些需要。
- ◆ 增强了消费者对某些产品的依赖程度，使得厂商加强了对自己产品的垄断程度。



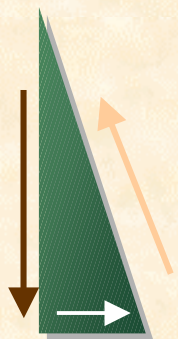
# 垄断竞争

---

## ■ 非价格竞争

### ● 关于广告的分析

- ◆ 一则广告可以带有提供信息的成分，也可以同时带有劝说的成分。
  - 信息性广告有利于消费者作出最佳的购买决策，节约了消费者的搜寻成本。
    - 信息性广告之间的相互竞争，有利于经济资源的合理配置。



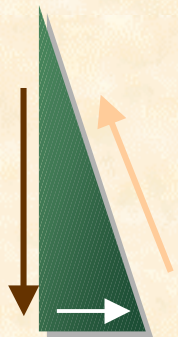
# 垄断竞争

---

## ■ 非价格竞争

### ● 关于广告简单分析

- ◆ 一则广告可以带有提供信息的成分，也可以同时带有劝说的成分。
  - 劝说性广告很少提供对消费者来说真正想拥有的信息，虽然也能增加厂商的销售量，但被诱导的消费者往往并不能买到自己实际上需要且真正满意的商品。



# 垄断竞争

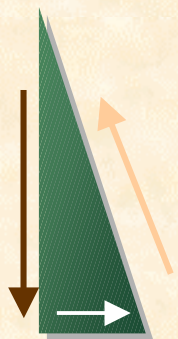
---

## ■ 非价格竞争

### ● 关于广告的简单分析

#### ◆ 结论

- 我们很难评价广告的作用

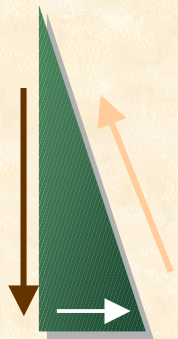


# 寡头

---

## ■ 寡头市场的特征

- 也称寡头垄断市场，是少数几家厂商控制整个市场的产品生产和销售的一种市场组织。
  - ◆ 汽车行业
  - ◆ 钢铁行业
  - ◆ 石化行业
  - ◆ 邮电通讯行业



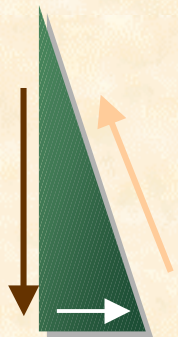
# 寡头

---

## ■ 寡头市场的特征

### ● 寡头市场形成的原因

- ◆ 规模经济
- ◆ 对关键生产资源供给的控制
- ◆ 专利或专有技术
- ◆ 政府的特许



# 寡头

---

## ■ 寡头市场的特征

### ● 寡头市场的类型

#### ◆ 根据产品有无差别

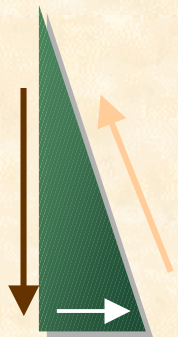
- 纯粹寡头和差别寡头

#### ◆ 根据厂商的行动方式

- 勾结和无勾结

#### ◆ 根据厂商的数量

- 双头寡头、三头寡头和多头寡头



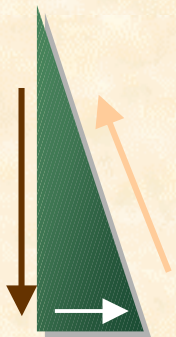
# 寡头

---

## ■ 寡头市场的特征

### ● 寡头厂商的均衡

- ◆ 在寡头市场上，每个厂商的产量都在全行业的总产量中占一个较大的份额，从而每个厂商的产量和价格的变动都会对其他竞争对手以至整个行业的产量和价格产生举足轻重的影响。



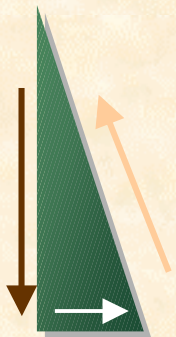
# 寡头

---

## ■ 寡头市场的特征

### ● 寡头厂商的均衡

- ◆ 因此，每个寡头在采取某项行动之前，必须首先预测或掌握自己的这一行动对其他厂商的影响及其可能做出的反应，然后才能在考虑到这些反应方式的前提下采取最有利的行动。



# 寡头

---

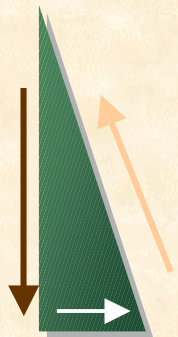
## ■ 寡头市场的特征

### ● 寡头厂商的均衡

#### ◆ 结论

1)寡头厂商之间存在着一种互动关系。

- 每个寡头厂商的利润都要受到行业中所有厂商的决策的相互作用的影响。



# 寡头

---

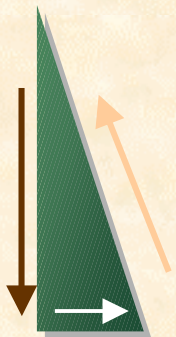
## ■ 寡头市场的特征

### ● 寡头厂商的均衡

#### ◆ 结论

2)寡头厂商之间这种相互影响的关系，使得寡头理论复杂化。

- 不知道竞争对手的反应方式，就无法建立寡头厂商的模型；有多少关于竞争对手的反应方式的假定，就有多少寡头厂商的模型。



# 寡头

---

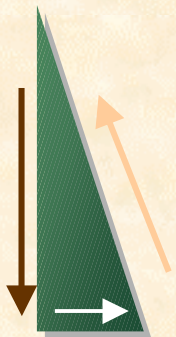
## ■ 寡头市场的特征

### ● 寡头厂商的均衡

#### ◆ 结论

2)寡头厂商之间这种相互影响的关系，使得寡头理论复杂化。

- 没有一个模型可以对寡头市场的价格和产量的决定做出一般性的理论总结。

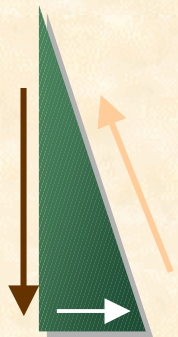


# 寡头

---

## ■ 古诺模型

- 法国经济学家古诺于1838年提出。
- 通常被作为寡头理论分析的出发点。
- 一个只有两个寡头厂商的简单模型。
  - ◆ 其结论可以很容易地推广到三个或三个以上的寡头厂商的情况中去。



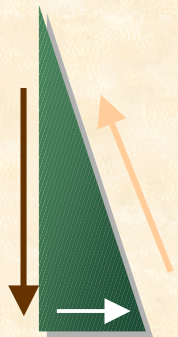
# 寡头

---

## ■ 古诺模型

### ● 基本假设

- ◆ 市场上只有两个厂商A和B
- ◆ 生产和销售同质的产品（矿泉水）
- ◆ 生产成本为零（ $TC=AC=MC=0$ ）
- ◆ 两个厂商都十分准确地了解他们共同面对的市场线性需求曲线



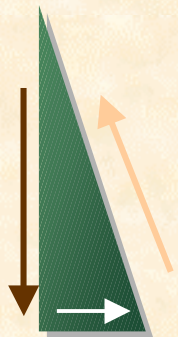
# 寡头

---

## ■ 古诺模型

### ● 基本假设

- ◆ 两个厂商都是在已知对方产量的情况下，各自确定能够给自己带来最利润的产量。
  - 每个厂商都是消极地以自己的产量去适应对方已确定的产量。



# 寡头

---

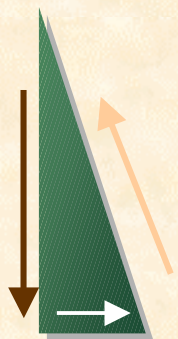
## ■ 古诺模型

### ● 反应曲线

◆ 厂商A获得利润最大化的产量是它预期厂商B的产量的减函数。

◆ 假设

市场需求函数为： $P = 1500 - Q$



# 厂商A的决策

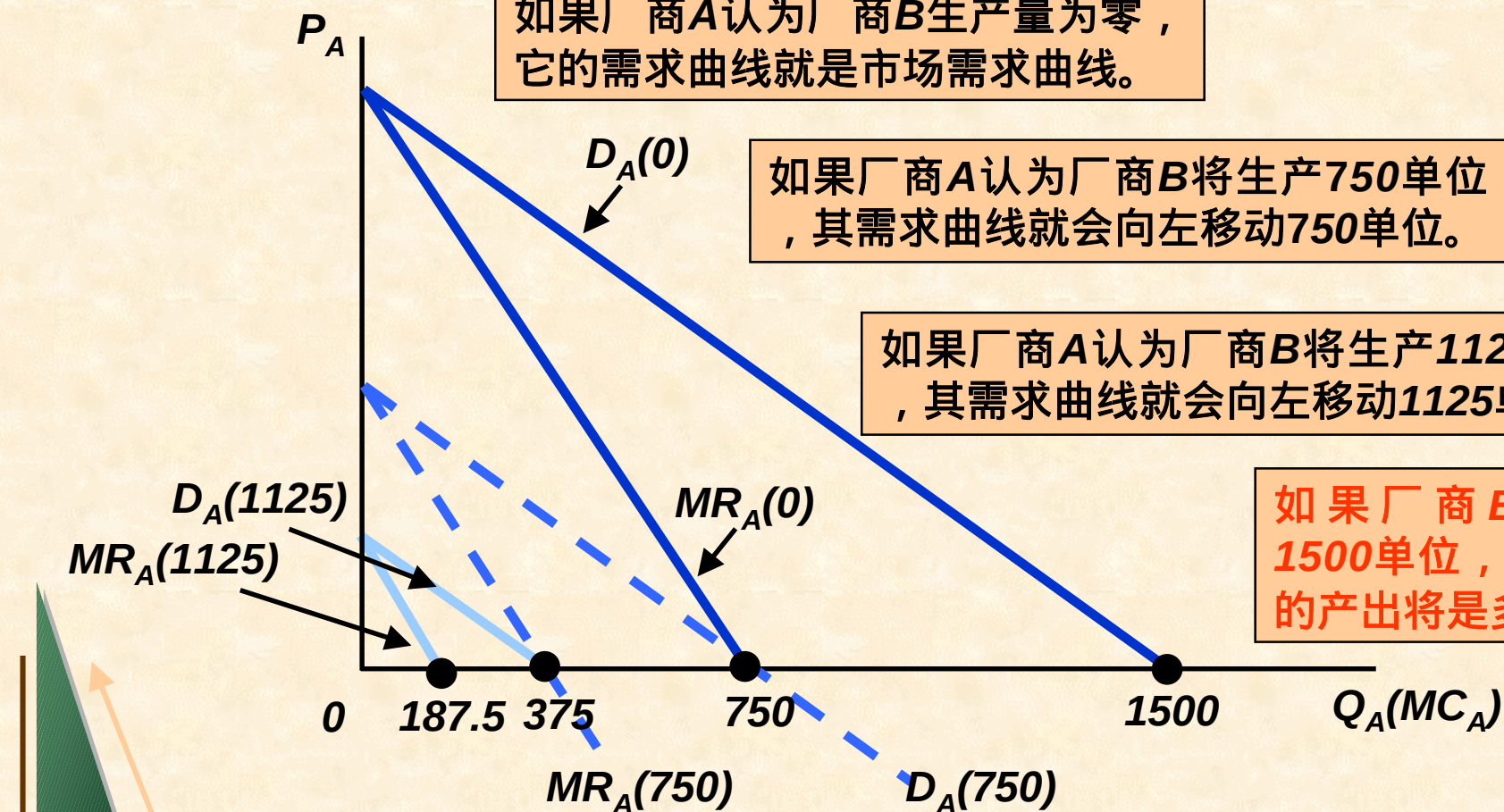
如果厂商A认为厂商B生产量为零，  
它的需求曲线就是市场需求曲线。

$D_A(0)$

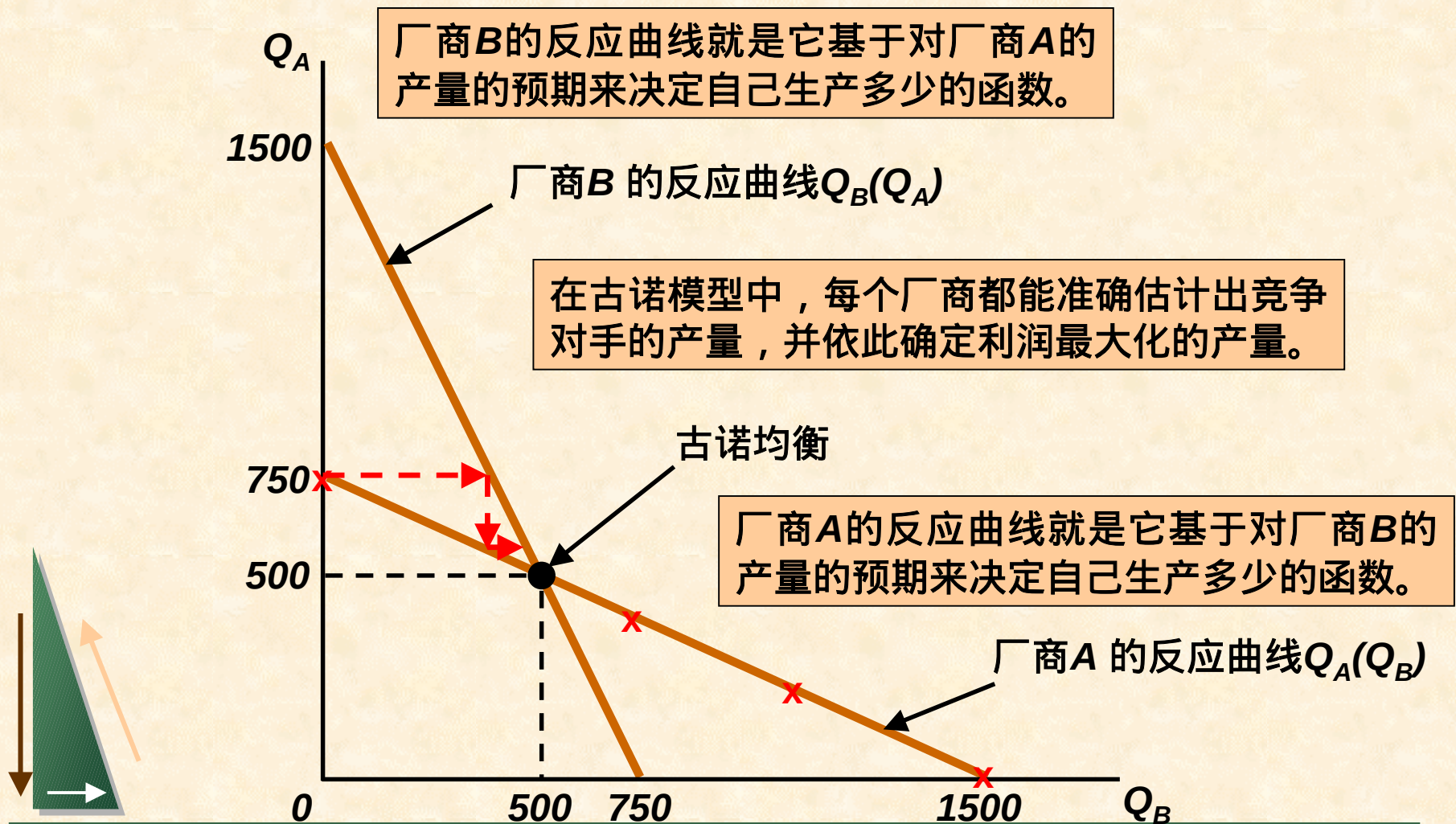
如果厂商A认为厂商B将生产750单位，  
其需求曲线就会向左移动750单位。

如果厂商A认为厂商B将生产1125单位，  
其需求曲线就会向左移动1125单位。

如果厂商B生产  
1500单位，厂商A  
的产出将是多少？



# 反应曲线和古诺均衡



# 寡头

## ■ 古诺模型

### ● 反应曲线

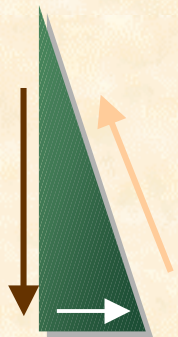
#### ◆ 数学推导

$$P = 1500 - Q = 1500 - (Q_A + Q_B)$$

$$TR_A = PQ_A = 1500Q_A - Q_A^2 - Q_AQ_B$$

$$MR_A = dTR_A/dQ_A = 1500 - 2Q_A - Q_B$$

$$MR_A = MC_A = 0$$



# 寡头

---

## ■ 古诺模型

### ● 反应曲线

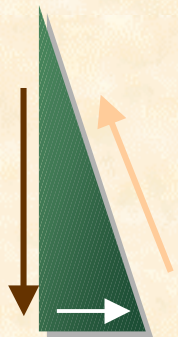
#### ◆ 数学推导

厂商A的反应曲线为：

$$Q_A = 750 - 1/2 Q_B$$

类似地，厂商B的反应曲线为：

$$Q_B = 750 - 1/2 Q_A$$



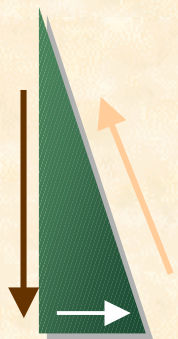
# 寡头

## ■ 古诺模型

### ● 反应曲线

#### ◆ 数学推导

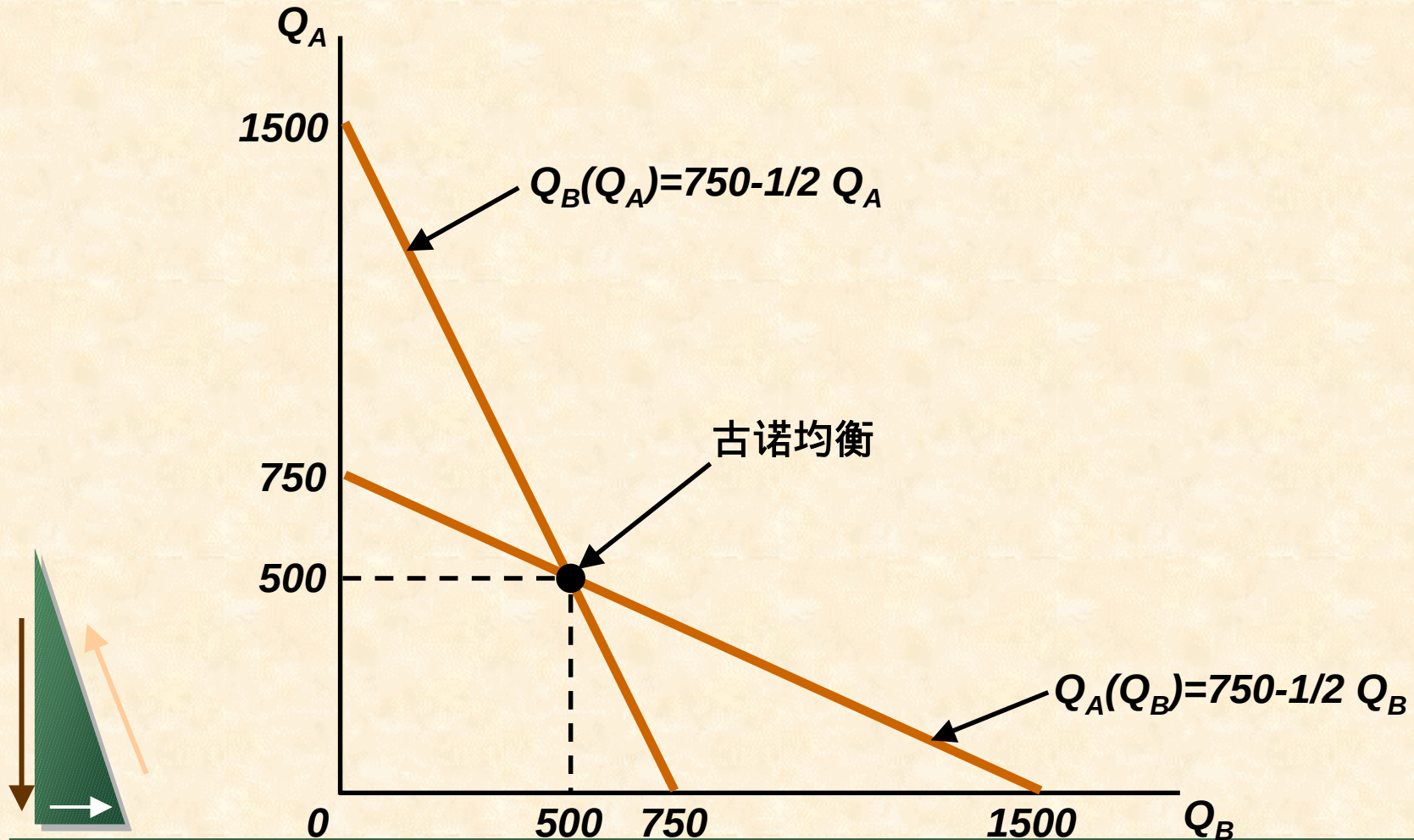
$$\begin{cases} Q_A = 750 - 1/2 Q_B \\ Q_B = 750 - 1/2 Q_A \end{cases}$$



$$Q_A = Q_B = 500$$

$$P = 1500 - 1000 = 500$$

# 反应曲线和古诺均衡



# 寡头

---

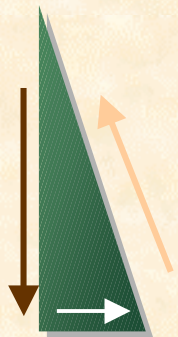
## ■ 古诺模型

### ● 结论推广

#### ◆ 我们发现

$$Q_A = Q_B = 500 = 1500 \cdot \frac{1}{3}$$

$$Q_A + Q_B = 1000 = 1500 \cdot \frac{2}{3}$$



# 寡头

## ■ 古诺模型

### ● 结论推广

- ◆ 令寡头厂商数量为 $m$ ，可以得到一般结论如下：

每个寡头厂商的均衡产量 = 市场总容量  $\cdot \frac{1}{m+1}$

行业的均衡总产量 = 市场总容量  $\cdot \frac{m}{m+1}$

