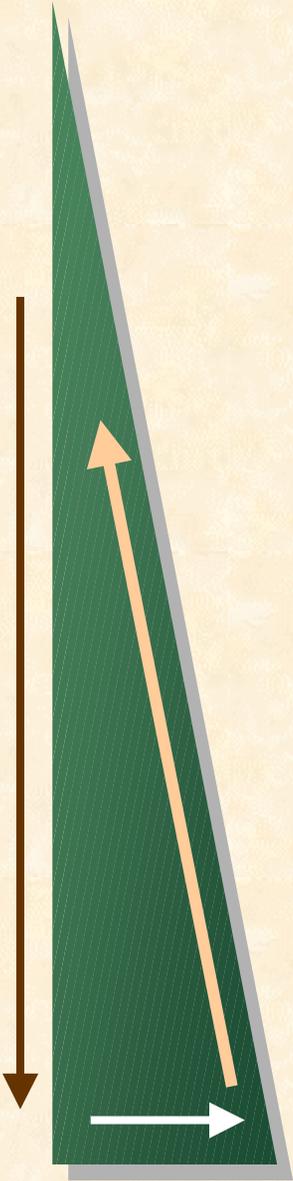


# 第三十六节课



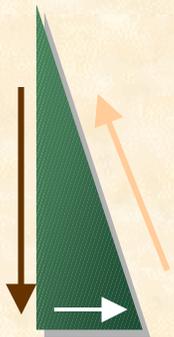
# 寡头

---

---

## ■ 斯威齐模型

- 也称为折弯需求曲线模型。
- 由美国经济学家斯威齐于1939年提出。
- 用于解释一些寡头市场上的价格刚性现象。



# 寡头

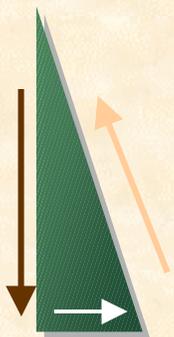
---

---

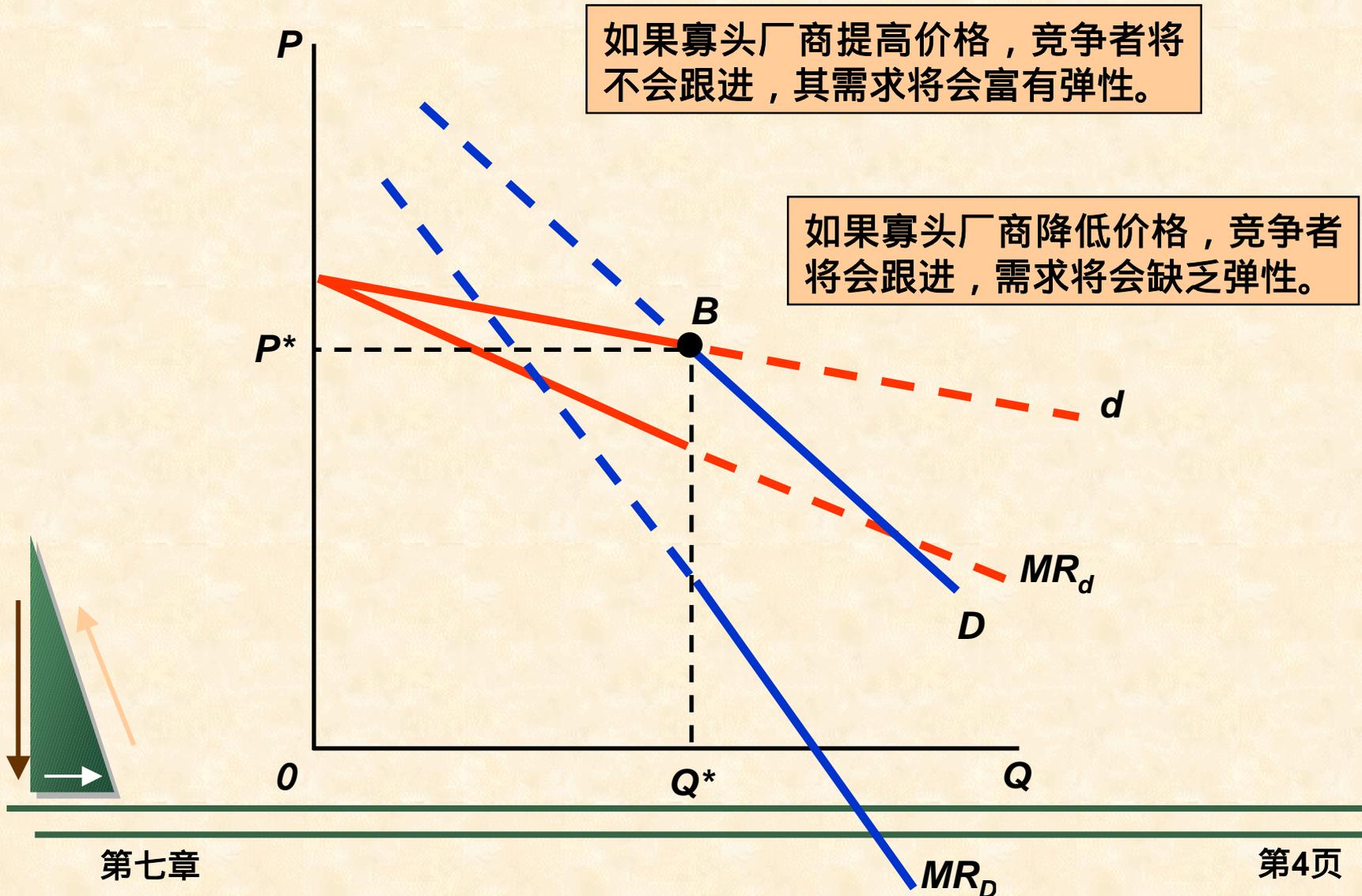
## ■ 斯威齐模型

### ● 基本假设

- ◆ 如果一个寡头厂商提高价格，行业中的其他寡头都不会跟着改变自己的价格。
  - 提价的寡头厂商的销售量会减少很多
- ◆ 如果一个寡头厂商降低价格，行业中的其他寡头厂商都会将价格降到相同的水平，以避免销售份额的减少。
  - 寡头厂商通过降价增加销售量是很有限的

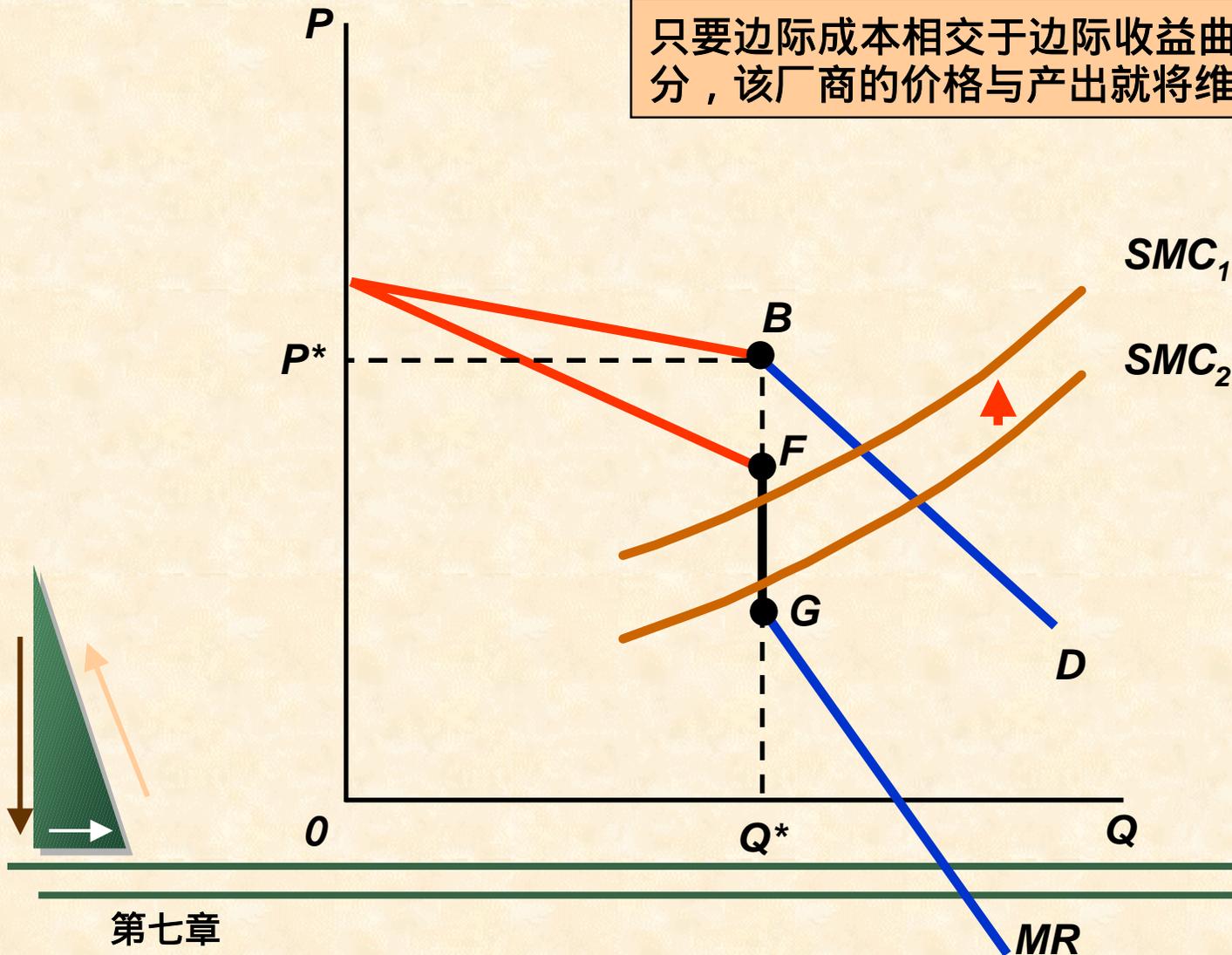


# 斯威齐模型



# 斯威齐模型

只要边际成本相交于边际收益曲线的垂直部分，该厂商的价格与产出就将维持不变。



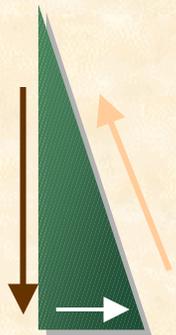
# 寡头

---

---

## ■ 寡头厂商的供给曲线

- 如同垄断厂商和垄断竞争厂商一样，寡头厂商的需求曲线也是向右下方倾斜的，寡头厂商的均衡产量和均衡价格之间也不存在一一对应关系，所以，不存在寡头厂商和行业的具有规律性的供给曲线。



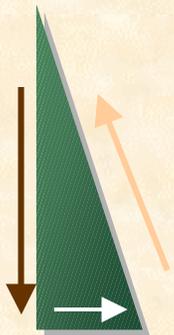
# 寡头

---

---

## ■ 博弈论初步

- 博弈论是描述和研究行为者之间策略相互依存和相互作用的一种决策理论。



# 寡头

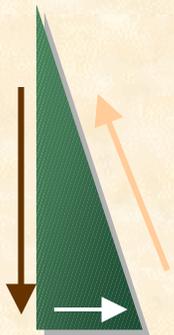
---

---

## ■ 博弈论初步

### ● 博弈论的基本概念

- ◆ 在每一个博弈中，都至少有两个参与者，每一个参与者都有一组可选择的**策略**。



# 寡头

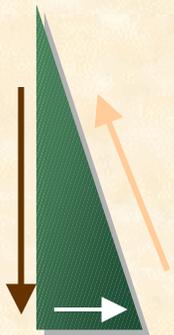
---

---

## ■ 博弈论初步

### ● 博弈论的基本概念

- ◆ 作为博弈的结局，每个参与者都得到各自的**报酬**。
  - 每个参与者的报酬都是所有参与者各自所选择的策略的共同作用的结果。



# 寡头

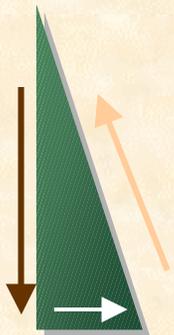
---

---

## ■ 博弈论初步

### ● 博弈论的基本概念

- ◆ **支付矩阵**（也称报酬矩阵）被用来描述和分析一个博弈。

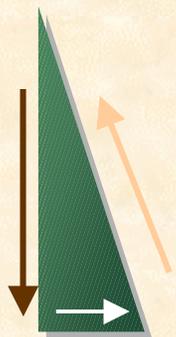


# 支付矩阵与占优策略均衡

乙

甲

策略	合作	不合作
合作	10, 10	6, 12
不合作	12, 6	8, 8



# 寡头

---

---

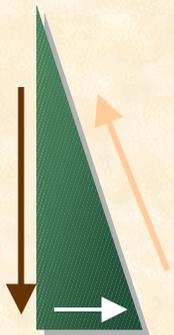
## ■ 博弈论初步

### ● 博弈论的基本概念

#### ◆ 占优策略

- 无论其他参与者采取什么策略，某参与者都存在唯一的最优策略选择，这一最优策略就是他的占优策略。

- 如果某个参与者具有占优策略，那么，无论其他参与者选择什么策略，该参与者确信自己所选择的唯一策略都是最优的。



# 寡头

---

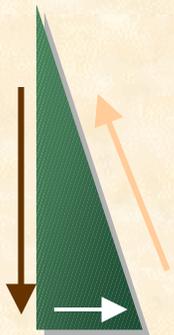
---

## ■ 博弈论初步

### ● 博弈论的基本概念

#### ◆ 博弈均衡

- 指博弈中的所有参与者都不想改变自己的策略的一种状态。



# 寡头

---

---

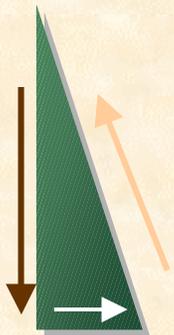
## ■ 博弈论初步

### ● 博弈论的基本概念

#### ◆ 占优策略均衡

- 由博弈中的所有参与者的占优策略组合所构成的均衡。

— 在一个博弈中，只要每个参与者都具有占优策略，那么，该博弈就一定存在占优策略均衡。



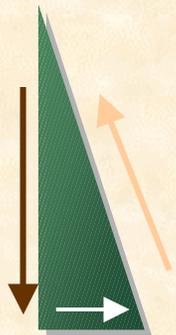
# 支付矩阵与纳什均衡

甲、乙均无占优策略

乙

甲

策略	L	R
U	7, 10	3, 5
D	6, 8	8, 9



# 寡头

---

---

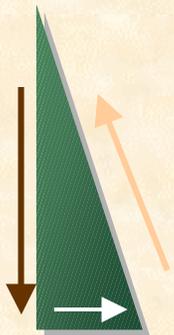
## ■ 博弈论初步

### ● 博弈论的基本概念

#### ◆ 纳什均衡

- 是指这样一种状态，任何一个参与者都不会改变自己的策略，如果其他参与者不改变策略。

— 在上面博弈中， $(U, L)$ 和 $(D, R)$ 这两对策略组合都是纳什均衡。



# 寡头

---

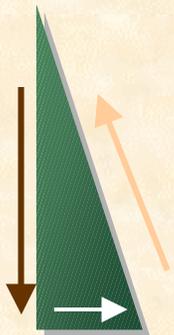
---

## ■ 博弈论初步

### ● 博弈论的基本概念

#### ◆ 纳什均衡

- 占优策略均衡是比纳什均衡更强的一个博弈均衡概念。
  - 占优策略均衡一定是纳什均衡；纳什均衡不一定是占优策略均衡。



# 寡头

---

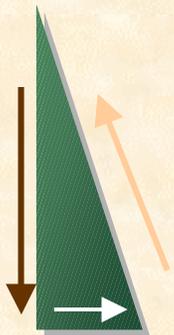
---

## ■ 博弈论初步

### ● 囚徒困境

#### ◆ 背景说明

- 两个囚徒被指控共同参与了一起犯罪活动。
- 他们被分别关押在两个相互隔离的囚室里，并且不能通信。
- 每个囚徒都被要求坦白所犯罪行。

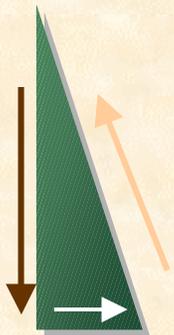


# 囚徒困境

乙

甲

策略	坦白	不坦白
坦白	-5, -5	-1, -7
不坦白	-7, -1	-2, -2



# 寡头

---

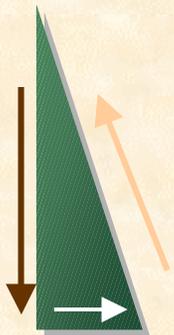
---

## ■ 博弈论初步

### ● 囚徒困境

#### ◆ 结论

- 囚犯的困境反映了一个问题，从个人角度出发所选择的占优策略，从整体来看，却是最差的结局，即**个人理性和团体理性的冲突**。



# 寡头

---

---

- 博弈论初步
  - 囚徒困境
    - ◆ 应用
      - 卡特尔的不稳定性



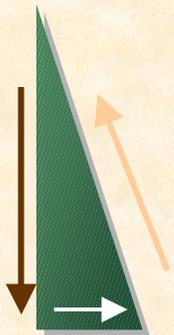
# 寡头

---

---

## ■ 博弈论初步

- 重复博弈——动态博弈的一种特殊情况
  - ◆ 动态博弈是一种反复进行的博弈。
  - ◆ 在重复博弈中，同一个博弈被重复多次。



# 寡头

---

---

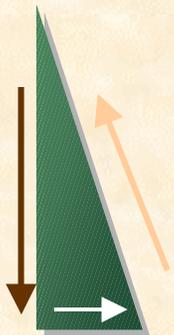
## ■ 博弈论初步

### ● 重复博弈——动态博弈的一种特殊情况

#### ◆ 无限期重复博弈

- 在无限期重复博弈中，对于任何一个参与者的欺骗和违约行为，其他参与者总会有机会给予报复。

— 卡特尔的“以牙还牙”策略



# 寡头

---

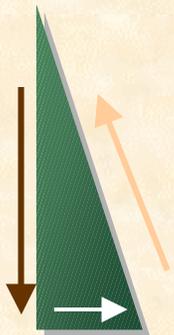
---

## ■ 博弈论初步

### ● 重复博弈——动态博弈的一种特殊情况

#### ◆ 无限期重复博弈

- 在无限期重复博弈中，报复的机会总是存在的，所以，每一个参与者都不会采取违约或欺骗的行为，囚徒困境合作的均衡解是存在的。



# 寡头

---

---

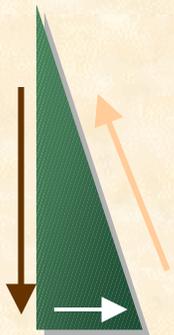
## ■ 博弈论初步

- 重复博弈——动态博弈的一种特殊情况

- ◆ 有限期重复博弈

- 在有限期重复博弈中，囚犯困境博弈的纳什均衡是参与者的不合作。

—“逆推法”



# 寡头

---

---

## ■ 博弈论初步

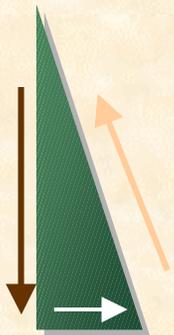
- 重复博弈——动态博弈的一种特殊情况

- ◆ 有限期重复博弈

- 一个解释

- “现实中参与者之间的博弈总是有期限的”  
是一种事后的结论。

- 纳什均衡的合作解得以存在的原因在于不确定性。



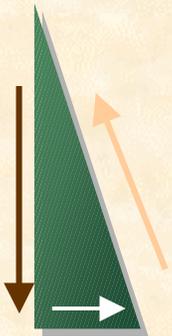
# 不同市场的经济效率的比较

---

---

## ■ 经济效率

- **经济效率**是指利用经济资源的有效性。
  - ◆ 高的经济效率表示对资源的充分利用或能以最有效的生产方式进行生产。
  - ◆ 低的经济效率表示对资源的利用不充分或没有以最有效的方式进行生产。



# 不同市场的经济效率的比较

## ■ 经济效率

- 不同市场组织下的经济效率是不相同的，市场组织的类型直接影响经济效率的高低。
  - ◆ 市场的竞争程度越高，经济效率越高；市场的垄断程度越高，经济效率越低。
    - 完全竞争市场 > 垄断竞争市场 > 寡头市场 > 垄断市场



# 不同市场的经济效率的比较

## ■ 价格与产量比较

	完全竞争市场	垄断竞争市场	寡头市场	垄断市场
需求曲线	水平 与LAC相切	向右下方倾斜 比较平坦 与LAC相切	不确定	向右下方倾斜 比较陡峭 与LAC相交
价格	最低	较低	较高	最高
产量	最高	较高	较低	最低



# 不同市场的经济效率的比较

---

---

## ■ 判断标准： $P = LMC$

- $P = LMC$ ：资源得到了最有效的配置。
  - ◆ 如：完全竞争市场
- $P > LMC$ ：商品供不应求，资源配置不当。
  - ◆ 如：不完全竞争市场



# 不同市场的经济效率的比较

---

---

## ■ 垄断市场与技术进步

### ● 两种观点

#### 1) 垄断阻碍技术进步

- ◆ 垄断利润的长期性导致垄断厂商缺乏技术创新的动力。
- ◆ 为了防止潜在竞争对手的新技术和新产品对其垄断地位造成的威胁，垄断厂商有可能通过各种方式去阻碍技术进步。



# 不同市场的经济效率的比较

---

---

## ■ 垄断市场与技术进步

### ● 两种观点

#### 2) 垄断有利于技术进步

- ◆ 垄断厂商利用高额利润所形成的雄厚经济实力，有条件进行各种科学研究和重大的技术创新。
- ◆ 垄断厂商可以利用垄断地位，在长期内保持由于技术进步而带来的更高的利润。



# 不同市场的经济效率的比较

---

---

## ■ 寡头市场、垄断市场与规模经济

- 对不少行业来说，只有大规模的生产，才能收到规模经济的好处，而这往往只有在寡头市场和垄断市场条件下才能做到。
- ◆ 不能设想，无数个如同完全竞争行业或垄断竞争生产集团内的企业，可以将钢铁和铁路运输经营在有效率的水平上。



# 不同市场的经济效率的比较

---

---

## ■ 产品差别与消费选择

- 在完全竞争市场条件下，所有厂商的产品是完全相同的，无法满足消费者的各种偏好。
- 在垄断竞争市场条件下，众多厂商之间的产品是有差别的，多样化的产品是消费者有更多的选择自由，可满足不同的需要。但是，产品的一些虚假的非真实性的差别，也会给消费者带来损失。



# 不同市场的经济效率的比较

---

---

## ■ 广告支出

- **利**：垄断竞争市场和产品差别寡头市场的大量广告为消费者提供了信息。
- **弊**：过于庞大的广告支出会造成资源的浪费和抬高销售价格，再加上某些广告内容的过于夸张和诱导，这些都是于消费者不利的。



# 第七章结束

## 不完全竞争市场

