



经济管理学院

经济学



广东岭南职业技术学院 经济管理学院

高本权

笃学 砺能 明德 自强

第六章 市场结构理论（厂商均衡理论）

学习目标

知识目标

了解完全竞争市场中厂商的短期与长期均衡；了解垄断竞争厂商的产品差别竞争；了解垄断市场和寡头市场的价格决定。

能力目标

能够对现实经济中的不同产业进行四种市场类型的划分，知道厂商在不同的市场情况下如何制定价格和产量。

重难点

对垄断竞争市场和寡头市场厂商定产、定价方式的把握。

学习目标

实践训练活动

分组了解不同企业所处的市场类型、厂商定产、定价与盈利状况。

。

单元成果描述

本章了解厂商在不同的市场条件下如何定产、定价和实现均衡。

其他说明

教学

4 课时

第六章 市场结构理论

6.1 完全竞争市场上的厂商均衡（厂商价格与产量的决定）

完全竞争

又称纯粹竞争，是指一种竞争不受任何阻碍、干扰和控制的市場结构。

（1）完全竞争市场的特征

市场中：买卖者众多、产品无差别、要素自由流动、信息均等，厂商是市场既定价格的接受者。

第六章 市场结构理论

6.1 完全竞争市场上的厂商均衡

(2) 完全竞争市场厂商的短期均衡

“短期”的后果：

单个厂商可以通过调整部分生产要素来调整产量，但不能调整自己的整个生产规模；

其他厂商不能（来不及）自由进出该行业，因此行业内**厂家数量不变**。

第六章 市场结构理论

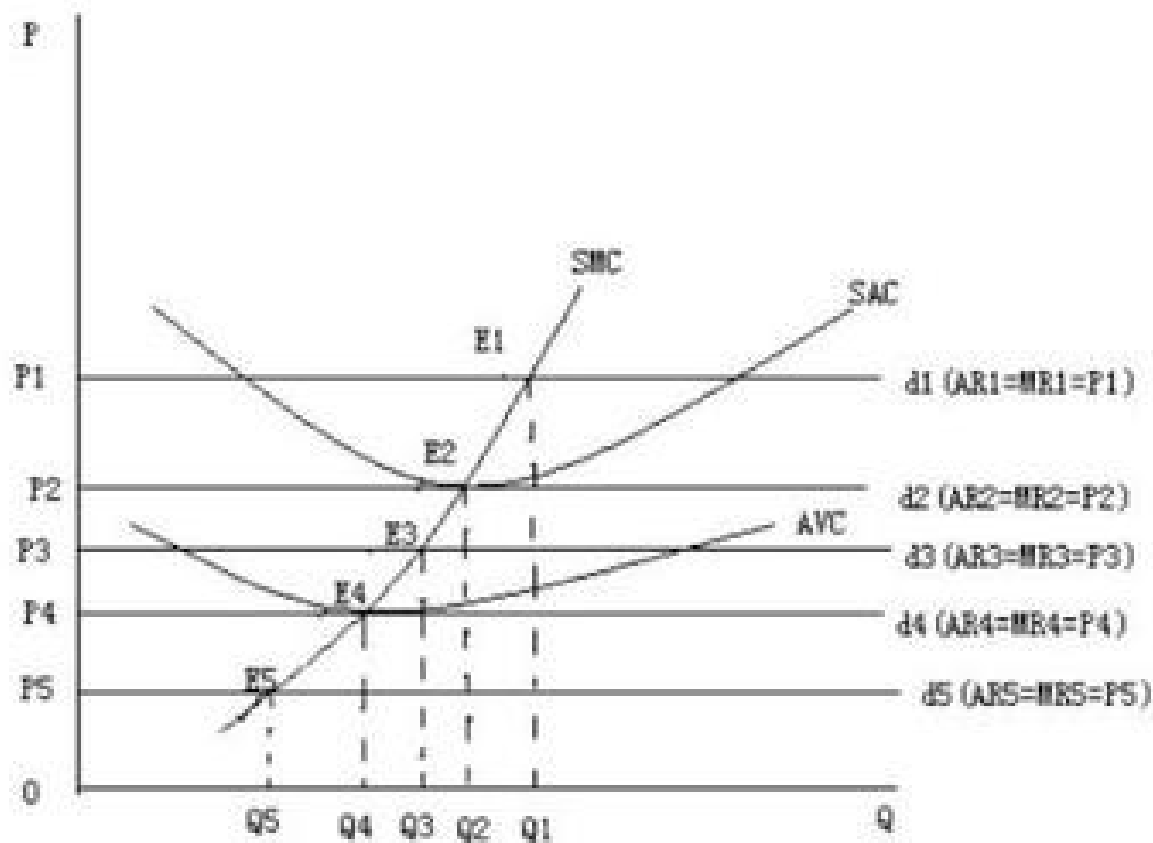
6.1 完全竞争市场上的厂商均衡

- ① 用厂商总收益与总成本比较盈亏情况 (如图)
- ② 用厂商平均收益与平均成本比较盈亏情况
(如图 ---P103)
- ③ 厂商短期决策
 - 生产与否取决于价格与 AVC 最低点的比较;
 - 盈亏与否取决于价格与 AC 最低点的比较;
 - 利润最大化 (或亏损最小化) 与否取决于价格与 MC 的相等

第六章 市场结构理论

6.1 完全竞争市场上的厂商均衡

完全竞争市场上的厂商均衡



第六章 市场结构理论

6.1 完全竞争市场上的厂商均衡

短期均衡条件

是指当厂商既不能根据市场行情调整自己的生产规模，也不能在不同行业间随意进出时形成的均衡。

在完全竞争条件下 $MR=AR=P$

所以，完全竞争厂商短期均衡的必要条件是

$$MC=MR=AR=P$$

第六章 市场结构理论

6.1 完全竞争市场上的厂商均衡

（3）完全竞争市场厂商的长期均衡

所谓“长期”的含义：

单个厂商可以通过调整自己的**生产规模**来调整产量；**其他厂商**可以（来得及）自由进出本行业，所以该行业的**厂家数量可变**。

① 为实现均衡，单个厂商的调整过程（**如图**）

② 实际上整个行业均衡的调整、实现过程（**如图**）

第六章 市场结构理论

6.2 完全垄断市场的厂商均衡（厂商价格与产量的决定）

完全垄断（ perfect monopoly ）

又称垄断，指整个行业的市场完全处于一家厂商所控制的状态，即由一家厂商独自提供某种产品的市场。

（ 1 ） **特征**：一家独占、所生产的产品不能被其他产品替代、**厂商独自决定价格**、实行价格歧视。

完全垄断产生的条件：规模经济、自然垄断、原料控制、特许专利

第六章 市场结构理论

6.2 完全垄断市场的厂商均衡

(2) 完全垄断厂商的需求曲线和收益曲线*

(1) 需求曲线

在完全垄断情况下，一家厂商就是整个行业。因此，整个行业的需求曲线也就是一家厂商的需求曲线。这时，需求曲线就是一条表明需求量与价格呈反方向变动的向右下方倾斜的曲线。

(2) 收益曲线

在完全垄断市场上，每一单位产品的售价就是它的平均收益，也就是它的价格。即 $AR=P$ 。因此，平均收益曲线 AR 仍然与需求曲线 D 重合。

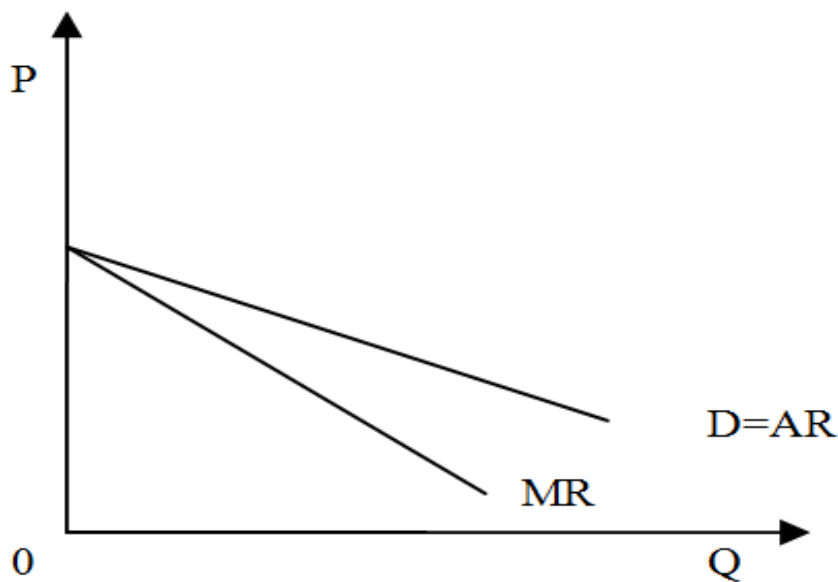


图 6-7 垄断市场需求和收益曲线

第六章 市场结构理论

6.2 完全垄断市场的厂商均衡

（3）完全垄断厂商的短期均衡和长期均衡

在**短期**，由于不能变动生产规模，完全垄断厂商的生产经营像其他类型厂商一样，可能处于盈利、持平甚至亏损的状态。亏损可能是由于市场处于开发初期，产量还没有达到设计规模，因此产品成本过高。

在**长期**，完全垄断厂商依据其垄断地位，一定能够获得垄断利润。

第六章 市场结构理论

6.2 完全垄断市场的厂商均衡

（4）价格歧视

价格歧视的**定义**：垄断厂商为了利润最大化，在同一时间内对同一种商品向不同的购买者收取不同的价格，或对不同的商品向不同的购买者收取相同的价格。

价格歧视的**类型**：一级、二级、三级差别价格

实行价格歧视的**条件**：①不同市场或人群对同种商品具有不同的需求弹性；②垄断者能够有效地分割市场。

实行价格歧视的**意义**：能够使厂商获取更大利润和其他。

第六章 市场结构理论

6.3 垄断竞争市场的厂商均衡（厂商价格和产量的决定）

垄断竞争

（1）垄断竞争市场的特征

厂商数量较多

产品有差别

厂商进出行业较容易

厂商对价格略有影响力

（2）垄断竞争厂商的需求曲线

主观需求曲线

实际需求曲线

第六章 市场结构理论

6.4 寡头垄断市场的厂商均衡

寡头垄断市场

也称少数企业垄断市场，是指几家大厂商控制了一种产品的全部或大部分产量和供给的市场结构。

（1）寡头垄断市场的**特征**：

行业中厂商极少

产品同质或异质

厂商之间相互依存、**是市场价格的寻求者**

竞争方式多种多样

（2）寡头垄断市场价格与产量的决定

① 公开联合——卡特尔的产量与价格决定

② 暗中默契——价格领导制

第六章 市场结构理论

6.4 寡头垄断市场的厂商均衡

4、博弈论的运用

- 零和博弈与非零和博弈
- 囚徒困境
- 纳什均衡

“囚徒困境”

		囚犯 B	
		坦白	抵赖
囚犯 A	坦白	-8, -8	0, -10
	抵赖	-10, 0	-1, -1

第六章 市场结构理论

6.5 四种市场类型的比较

	完全竞争市场	垄断竞争市场	寡头垄断市场	垄断市场
产 量	最大	中	较小	最小
长期平均成本	最低	中	较高	最高
市 场 价 格	最低	中	较高	最高
超 额 利 润	0	0	有	有
经 济 效 率	最高	中	较低	最低
企业数目	非常多	许多	几个	一个
产品性质	无差别	有差别	标准或有差别	唯一
价格与产出决策	MR=MC	MR=MC	考虑到战略依存	MR=MC
进出市场情况	进出市场容易	进出市场容易	进入市场困难	几乎无法进入
举例说明	农副产品、证券	饭店、服饰	汽车、电子产品	公用事业、水电

第六章 市场结构理论

6.5 四种市场类型的比较

	优点	缺点
完全竞争市场	(1) 可以实现社会的供给与需求的大体均衡；(2) 通过完全竞争和资源的自由流动，生产要素能够得到比较有效的利用；(3) 消费者在既定收入下能够得到较多的消费者剩余。	(1) 各个厂商的平均成本最低并不一定就是最低的社会成本； (2) 产品没有差别这一假设是不现实的
垄断竞争市场	(1) 在平均成本上，垄断竞争市场的平均成本高于完全竞争市场低于垄断市场； (2) 在价格上，垄断竞争市场的价格水平高于完全竞争市场低于垄断市场； (3) 在产量上，垄断竞争市场的产量水平高于垄断市场低于完全竞争市场； (4) 垄断竞争有利于刺激厂商的创新，能够提供多样性的产品满足不同的需要； (5) 垄断竞争条件下会使销售成本增加，从而使总成本和平均成本增加。	
寡头垄断市场	(1) 可以实现规模经济，降低成本， 提高经济效益； (2) 有能力、有压力促进科技的进步	寡头之间往往达成价格协议，共同抬高价格，使消费者利益和整个社会的经济福利受损。
垄断市场	垄断厂商的经济实力雄厚，有能力促进技术进步。政府对某些公用事业的垄断，目的不应该是追求垄断利润。	(1) 垄断市场上可以通过高价销售获得超额利润，但其销量较少，会使资源无法得到充分利用；(2) 垄断厂商完全左右市场价格，使消费者剩余减少；(3) 垄断利润是垄断厂商对整个社会的剥削，会引起社会居民收入分配不公

第六章 市场结构理论

本章需要同学们自己动手操作的问题

- 1、完全竞争厂商短期的决策
- 2、了解一个企业，通过其在所处行业的市场份额与竞争情况，它的定价定产方式来确定它属于哪类市场。
- 3、分析垄断企业实行价格歧视的作用。
- 4、比较不同市场类型的优劣。

第六章 市场结构理论

单选题

- 1、在完全竞争市场上，（）
- A**、产品有差别 **B**、产品无差别
- C**、有的有差别、有的无差别 **D**、以上说法都对
- 2、在完全竞争条件下，平均收益与边际收益的关系是（）
- A**、大于 **B**、小于 **C**、等于 **D**、没有关系
- 3、完全竞争条件下，个别厂商面临的需求曲线是一条（）
- A**、与横轴平行的线 **B**、向右下方倾斜的线
- C**、向右上方倾斜的线 **D**、与横轴垂直的线

第六章 市场结构理论

- 4、当价格大于平均成本时，此时存在（）
A、正常利润 **B**、超额利润 **C**、贡献利润 **D**、亏损
- 5、价格等于平均成本最低点的点是（）
A、收支相抵点 **B**、亏损点
C、停止营业点 **D**、获取超额利润点
- 6、下列哪一个行业最接近完全竞争行业（）
A、飞机制造业 **B**、卷烟生产
C、种植业 **D**、汽车工业
- 7、一个市场只有一个厂商，这样的市场结构称作（）
A、垄断竞争 **B**、完全竞争
C、寡头垄断 **D**、完全垄断

第六章 市场结构理论

8、某企业生产的产品，价格为 **10** 元，平均成本为 **11** 元，
平均可变成本为 **8** 元，该企业在短期内的最好选择是（
）

- A**、停止生产且亏损 **B**、继续生产且有利润
C、继续生产但亏损 **D**、停止生产且不亏损

9、某企业生产的产品，价格为 **12** 元，平均成本为 **11** 元，
平均可变成本为 **8** 元，该企业在短期内的最好选择是（
）

- A**、停止生产且亏损 **B**、继续生产且有利润
C、继续生产但亏损 **D**、停止生产且不亏损

10、某企业生产的产品，价格为 **7** 元，平均成本 **11** 元，
平均可变成本为 **8** 元，该企业在短期内的最好选择是（
）

第六章 市场结构理论

单选题答案

BCABA CDCBA



谢谢！