



第九章 寡头和垄断竞争



市场力量

- ❖ 市场力量：单个企业或少数企业控制某一产业的价格和生产决策的能力。
 - ❖ 四企业集中率：四家最大的厂商在某个产业的总产量中所占的百分比。
 - ❖ 赫芬达尔-赫希曼指数：一种市场中全部参加者所占的市场份额的比率的平方进行加总而取得的。
 - ❖ 慎用集中度指标：
 - 进口
 - 其他产业
-

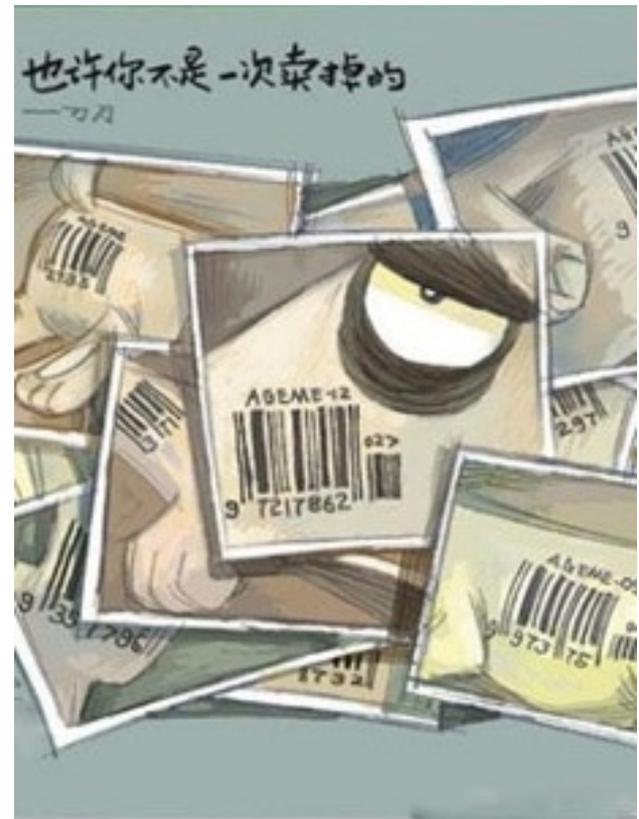
不完全竞争的实质

- ❖ 成本
 - ❖ 进入壁垒
 - ❖ 策略互动：当在某一市场上仅仅有少数几种企业时，它们必然会认识到它们之间的相互依赖性。
-

寡头

❖ 策略互动

- 不合作：价格大战
- 合作：勾结



勾结寡头

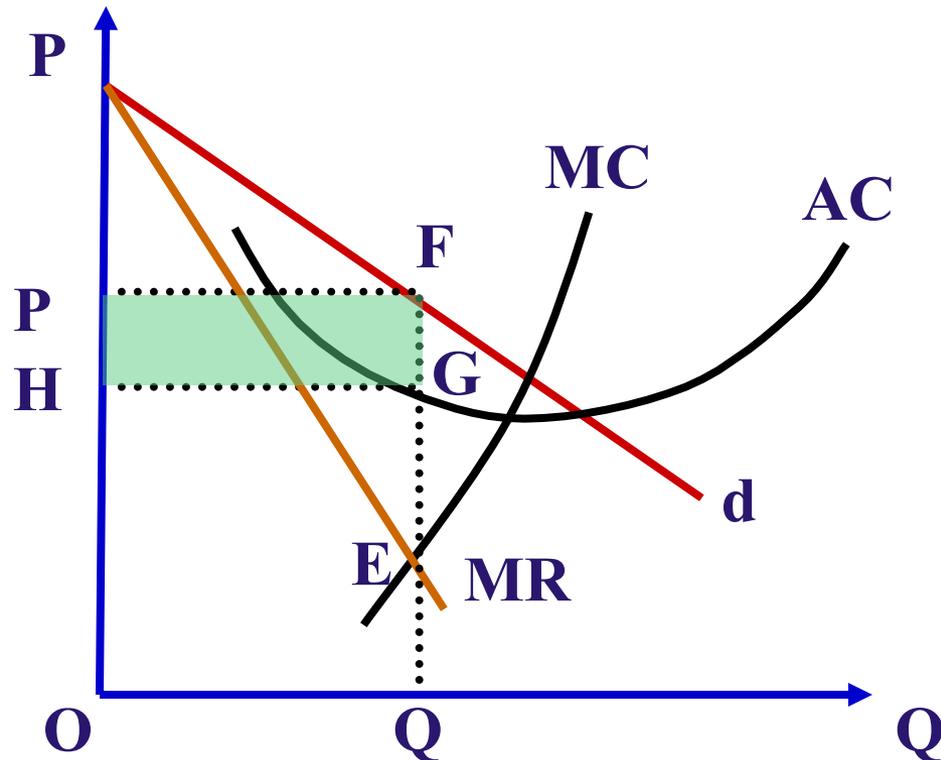
❖ 小李和小王：水井； $MC=0$

数量	价格	总收益
0	120	0
10	110	1100
20	100	2023
30	90	2700
40	80	3200
50	70	3500
60	60	3600

数量	价格	总收益
70	50	3500
80	40	3200
90	30	2700
100	20	2023
110	10	1100
120	0	0

勾结寡头

- ❖ 当寡头能够相互勾结，使它们的共同利润到达最大时，考虑到它们之间的相互依赖性，它们就会以垄断者的价格和产量，来取得垄断者的利润。



勾结寡头

❖ 阻碍勾结的原因：

- 勾结是非法的。
- 国际贸易。
- 企业可能经过对所选择的顾客降低价格以增长其市场份额来欺骗协议中的其他组员。

❖ 例子：

- 石油输出国组织
 - 航空业
-

OPEC: 石油生产者的国际卡特尔

石油输出国组织（OPEC）是一种由主要石油生产国构成的国际卡特尔，组员国涉及沙特阿拉伯、科威特、阿拉伯联合酋长国、伊拉克、伊朗、卡塔尔、阿尔及利亚、加蓬、利比亚、尼日利亚、委内瑞拉和厄瓜多尔等12个国家。OPEC（欧佩克）最初于1960年由5大石油生产国创建。根据OPEC1968年文件制定的长久目的，组员国政府应该：（1）决定石油价格；（2）拥有和控制本国的石油资源。

第二个目的在大多数OPEC国家中都已经实现，其方法是经过接管石油企业的经营权和使其国有化。有关第一种目的，1973年底到1974年期间，OPEC将石油价格提升了4倍，从每桶3美元提升到12美元。

OPEC: 石油生产者的国际卡特尔

1979年伊朗革命发生时，OPEC将石油价格提升到每桶30美元以上。过高的油价大致从1982年开始下跌，原因在于石油消费国的石油贮备增长、北海这么的石油产地产量增长等等。

石油价格一般在OPEC组员国石油部长的定时会议上决定。沙特阿拉伯是最有影响的组员国，因为它的生产规模大，几乎占OPEC总产量的二分之一，它经常经过调整产量来影响价格。1975年OPEC生产了全世界石油供给量的55%，占有世界市场中石油贸易量的80%以上。但到了80年代，它在世界市场总产量中所占份额下降为不到1/3，所以公开和隐蔽的降价都发生了。

OPEC在控制石油价格和产量方面都取得过很大成功。但后来组员国破坏定价和产量配额的现象也经常发生。

案例 彩电价格联盟

2023年6月9日，康佳、TCL、海信、创维、厦华、乐华、金星、熊猫、西湖等9家国内彩电骨干企业的老总们云集深圳，举行“中国彩电企业峰会”，签订“彩电价格同盟”协议，制定彩电产品的最低售价，企图联手阻止彩电价格的下滑。6月12日，当初的国家计委价格处责任人指出，彩电价格联盟有违《价格法》，有垄断性同盟的性质。

当初全国有近百个品牌的彩电生产厂家，每年生产彩电近4000万台，而市场销售量仅为2000万台，价格下滑是一种客观趋势。

案例 彩电价格联盟

有的彩电同盟组员出于本身利益，悄悄地突破最低价格，自作聪明地觉得自己的行为不会被其他同盟组员发觉而独立行事。但实际上几乎全部组员都在这么对限价“放水”。

6月16日，广州、北京、南京等地彩电价格不涨反跌。

6月21日，第二次峰会在南京召开。第二天，熊猫就在天津公然违反限价协议，其29寸纯平彩电售价低于限价600元。7月8日，北京国美电器商城各门店以低于限价610元的价格推出厦华298K超平彩电。

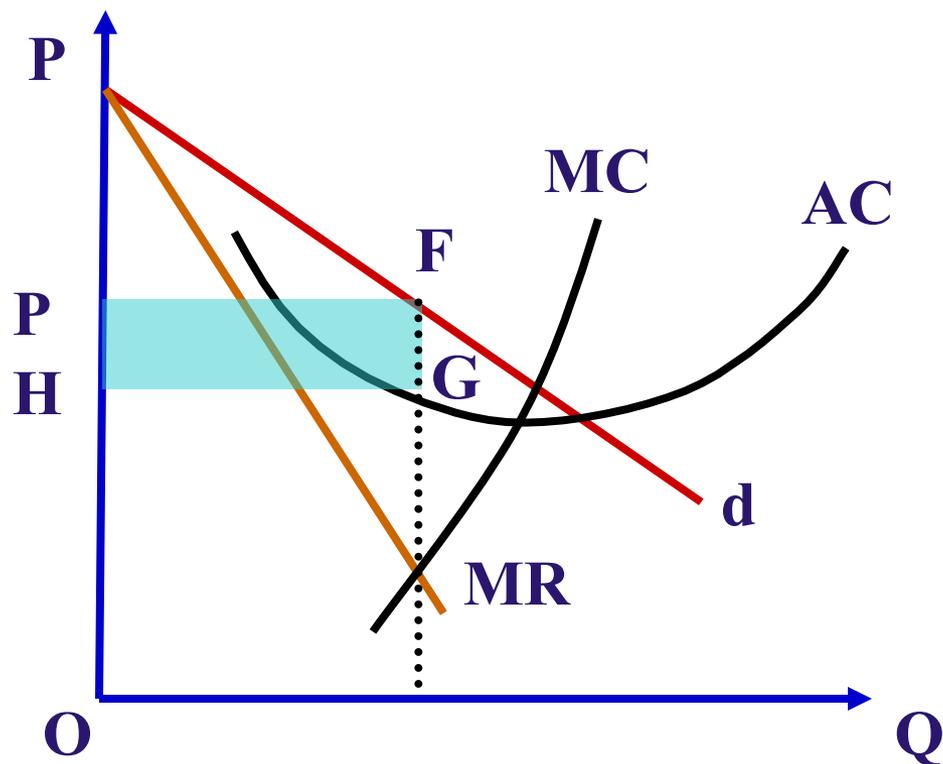
垄断竞争

❖ 特点:

- ❖ 许多卖者
 - ❖ 自由进入
 - ❖ 把其他企业的价格视为既定
 - ❖ 产品差别
-

垄断竞争

❖ 短期均衡：
企业取得利润



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/625024230302011330>