



项目四

市场分析

任务4.1 完全市场分析

教学目标

知识目标

- 1.掌握有关市场的概念；
- 2.理解影响市场结构划分的主要因素；
- 3.掌握完全竞争与垄断厂商的短期与长期均衡。

能力目标

- 1.掌握完全竞争和垄断市场的厂商的需求与收益曲线；
- 2.能运用所学知识对相关市场类型案例进行有效分析。

素质目标

- 1.具备经济学思维，拥有创新精神和服务意识；
- 2.高效严谨、责任心强、吃苦耐劳；
- 3.具有良好的团队合作精神和竞争意识。



情境设置，任务引入

一听可乐到底能卖多少钱？

“一听可乐在超市里的标价为**2.5元**，但在一家五星级酒店里却可以卖到**25元**，若环境和条件进一步发生变化，如在一望无际的沙漠中或在茫茫大海中，一听可乐你敢多少钱？”在某年的房地产营销大会上，一位置业顾问公司的总经理举了这样一个通俗的例子来阐明他演讲的主题。那么，一听可乐到底能卖多少钱呢？关键要看卖给谁和怎么卖。同样的商品放在不同的环



境中，在满足消费者的不同需求中，可以有不同的价格。

- **讨论：**这个说法合理吗？



任务分析

上述案例告诉我们任何一种商品都有一个市场，有多少种商品就有多少个市场。如饮料市场、汽车市场、手机市场、电脑市场以及农产品市场等。有些市场有实在的空间场所，有些没有，那么这些市场的性质如何呢？他们具有什么样的市场结构呢？为什么有些高价值的商品在某些市场环境中只能卖出低价格，而有些低价值的商品却能卖出高价格呢？这就需要我们了解市场结构划分的主要因素，熟悉市场的基本类型及其主要特征。

相关知识： 一、市场结构的类型及特征

（一）市场结构类型的划分依据

1. 市场的含义

随着市场经济的发展，市场已不仅仅是从事商品买卖的交易场所，市场可以是一个有形的买卖商品的交易场所，也可以是利用现代化通讯工具进行各种交易的接触点，市场是交换关系的总和。任何一种商品都有一个市场，有多少种商品，就有多少个市场。譬如这种市场可以是汽车市场、电视机市场、谷物市场等。



(二) 市场结构及市场结构的划分依据

1. 市场结构划分的主要因素

- 1) 厂商的数目**
- 2) 进入限制**
- 3) 产品差别**
- 4) 信息的完全性**

2. 市场结构的类型及特征

市场类型	厂商数目	产品差别	对价格的控制程度	进入一个行业的难易程度	现实中近似的例子
完全竞争	很多	完全无差别	没有	很容易	一些农产品，如玉米，小麦
垄断竞争	较多	有差别	有一些	比较容易	服装、食品
寡头垄断	几个	有差别或无差别	相当程度	比较困难	汽车、石油
完全垄断	唯一	唯一的产品，且无相近的替代品	很大程度，但常受管制	很困难，几乎不可能	水、电



二、完全竞争市场

(一) 完全竞争市场概述

■ 1. 概念

- 完全竞争市场又叫做纯粹竞争市场，是指竞争充分而不受任何阻碍和干扰的一种市场结构。在这种市场类型中，买卖人数众多，买者和卖者是价格的接受者，资源可自由流动，市场完全由“看不见的手”进行调节，政府对市场不作任何干预。



2.特点

- 1)** 市场上有众多的生产者和消费者，任何一方都不能影响市场价格
- 2)** 企业生产的产品具有同质性，不存在差别
- 3)** 生产者进出市场，不受社会力量的限制
- 4)** 市场交易活动自由、公开，没有人为的限制
- 5)** 市场信息畅通准确，市场参与者充分了解各种情况

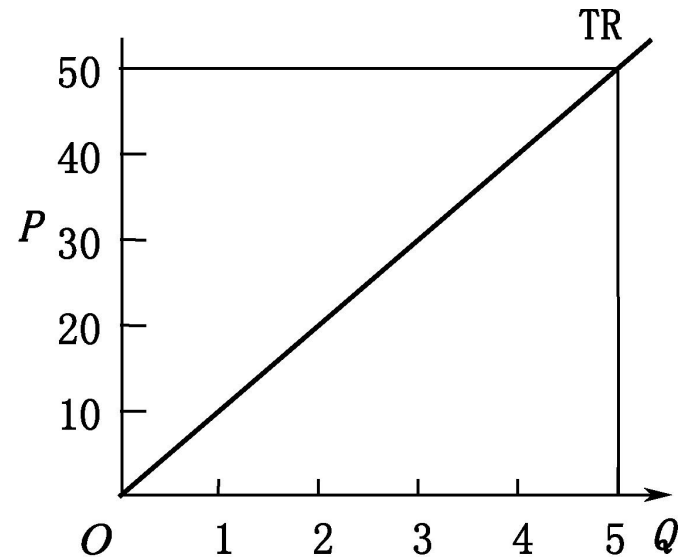
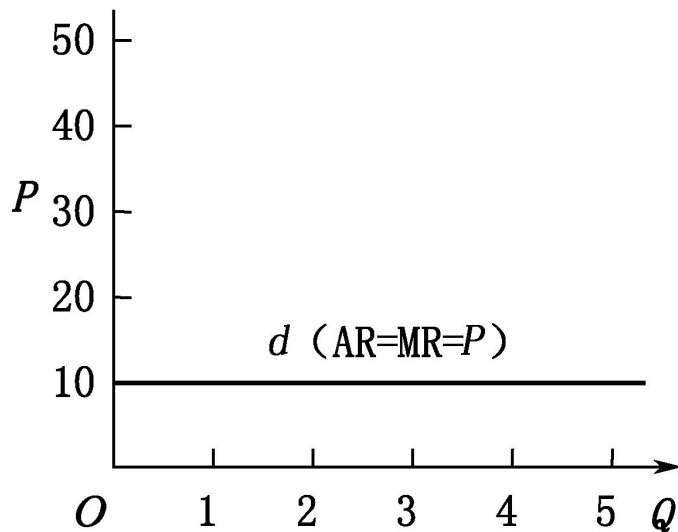
（二）完全竞争市场的需求曲线和收益曲线

1. 需求曲线

在任何一个商品市场中，市场需求是针对市场上所有厂商组成的行业而言的，消费者对整个行业所生产的商品的需求称为行业所面临的需求，相应的需求曲线称为行业所面临的需求曲线，也就是市场的需求曲线，它一般是一条从左上方方向右下方倾斜的曲线。

2. 收益曲线

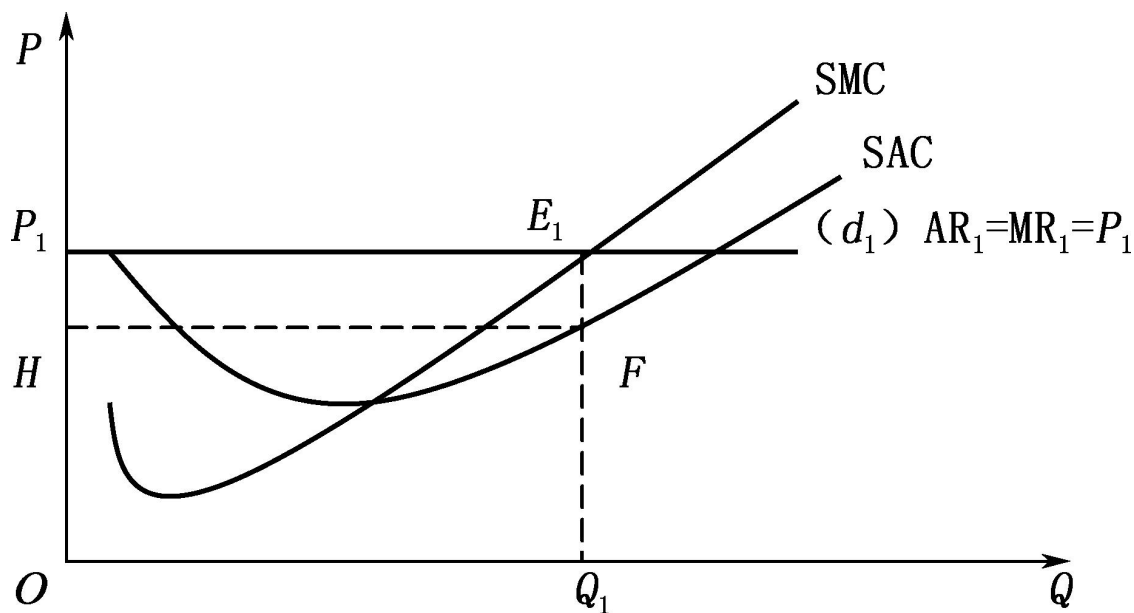
厂商收益就是厂商的销售收入。厂商的收益可以分为总收益、平均收益和边际收益。

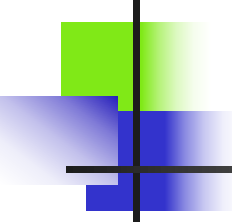


(三) 完全竞争市场均衡

1. 短期均衡

- ① 价格或平均收益大于平均总成本，即 $P=AR > SAC$ ，厂商处于盈利状态。

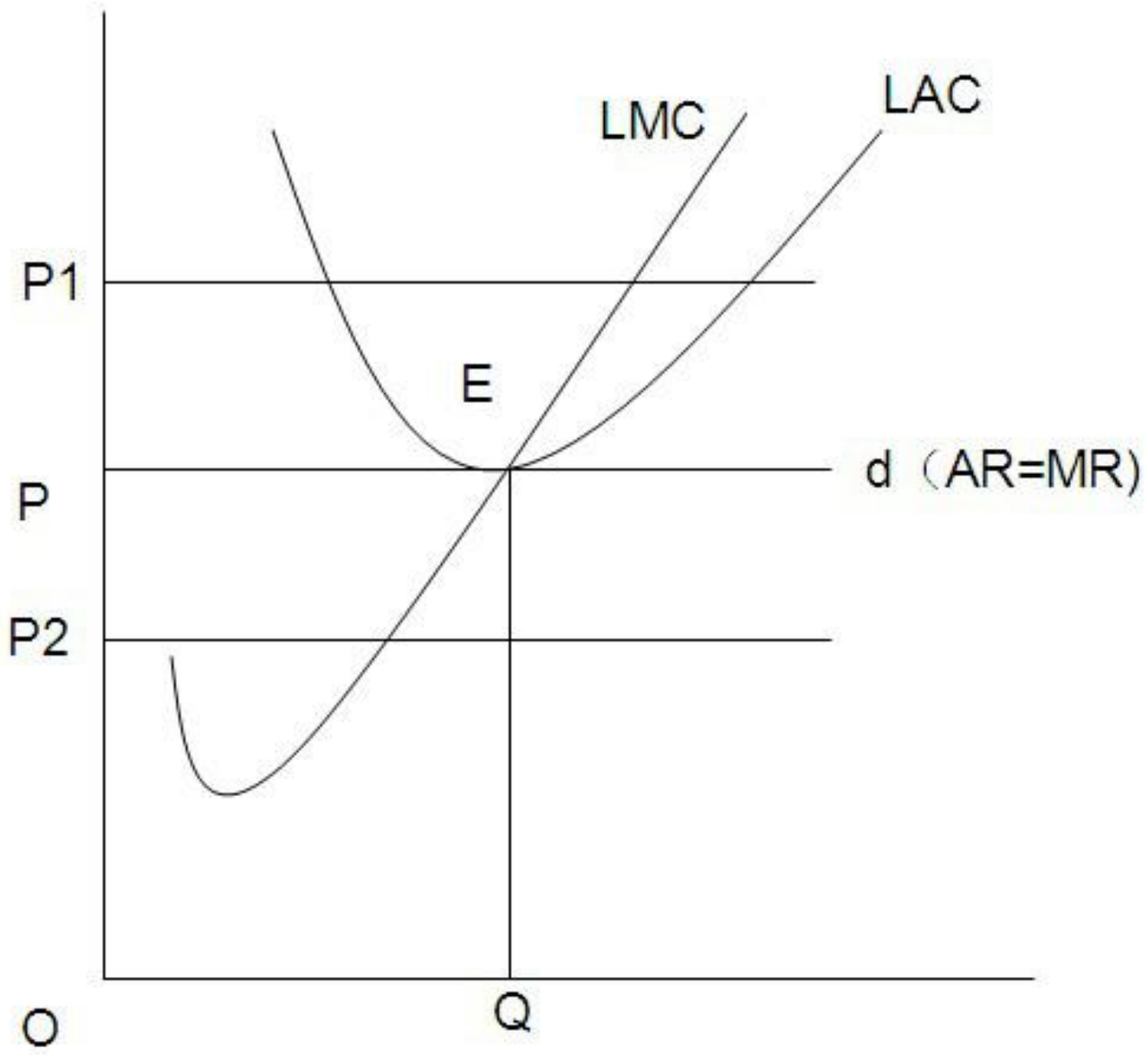
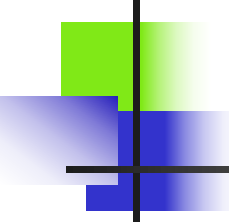


- 
- ② 价格或平均收益等于平均总成本，即 $P=AR=SAC$ ，厂商的经济利润恰好为零，处于盈亏平衡状态。
 - ③ 价格或平均收益小于平均总成本，但仍大于平均可变成本，即 $AVC < AR < SAC$ ，厂商亏损，厂商还应继续生产。
 - ④ 价格或平均收益等于平均可变成本，即 $P=AR=AVC$ ，厂商处于亏损状态，且处于生产与停产的临界点。
 - ⑤ 价格或平均收益小于平均可变成本，即 $AR < AVC$ ，厂商处于亏损状态，且停止生产。



2.长期均衡

在长期中，各个厂商可以根据市场价格来调整全部生产要素和生产，也可以自由进入或退出该行业。这样整个行业供给的变动会影响市场价格，从而影响各个厂商的均衡。最终价格水平会达到使各个厂商既无超额利润又无亏损的状态。这时，整个行业的供求均衡，各个厂商的产量也不再调整，于是就实现了长期均衡。





三、完全垄断市场

(一) 完全垄断市场及其形成

- **1. 完全垄断市场的概念**

- 完全垄断市场，是一种与完全竞争市场相对立的极端形式的市场类型。完全垄断市场也叫做纯粹垄断市场，一般简称垄断市场，是指只有唯一一个供给者的市场类型。



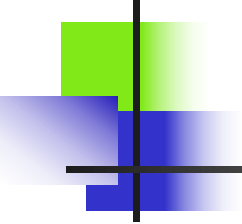
2.完全垄断市场的特征

- ① 整个市场的物品、劳务或资源都由一个供给者提供，消费者众多。
- ② 没有任何接近的替代品，消费者不可能购买到性能等方面相近的替代品。
- ③ 进入限制使新的企业无法进入市场，从而完全排除了竞争。



3.形成原因

垄断市场形成的原因很多，最根本的一个原因就是建立了合法的或经济的壁垒。从而阻止其他企业进入该市场，以便巩固垄断企业的垄断地位。垄断企业作为市场唯一的供给者，很容易控制市场某一种产品的数量及其市场价格，从而可连续获得垄断利润。具体地说，垄断市场形成的主要原因有以下几个方面。

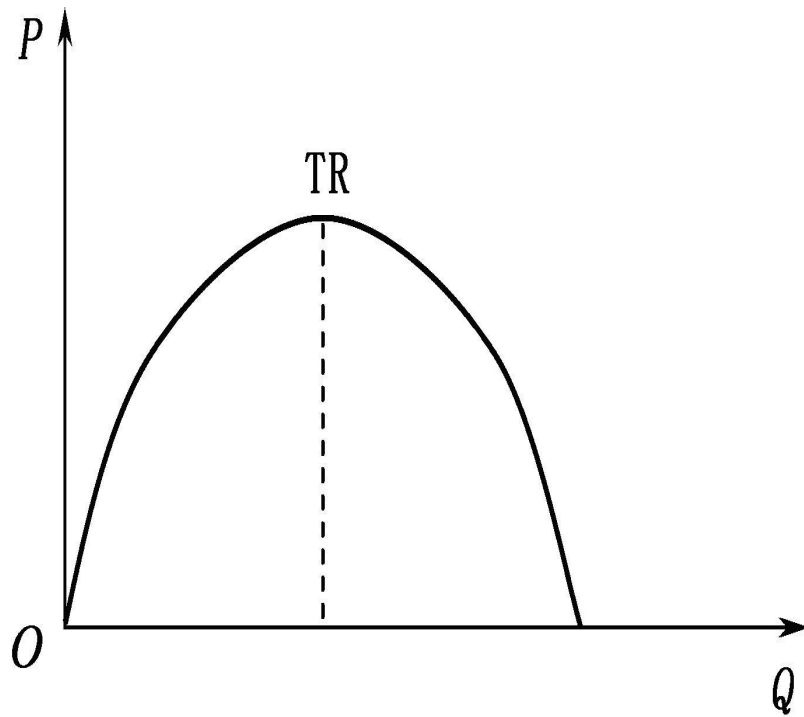
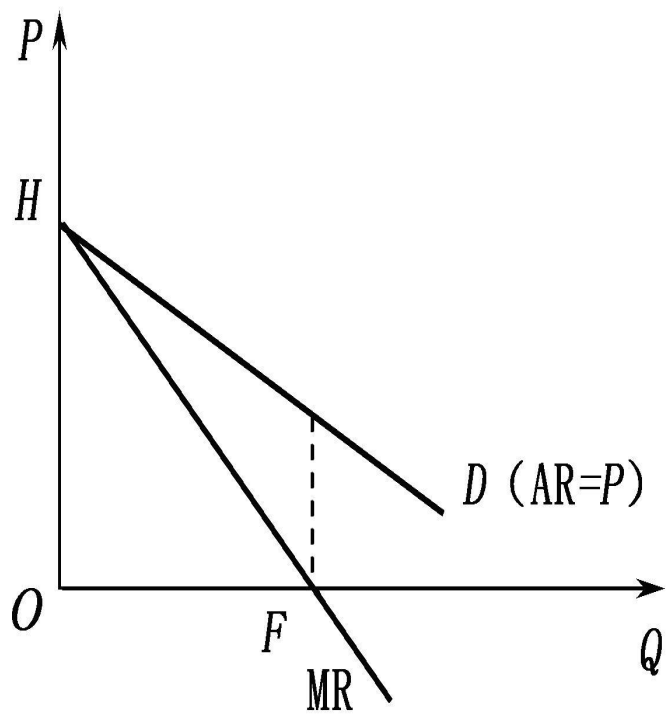
- 
-
- 1) 生产发展的趋势**
 - 2) 规模经济的要求**
 - 3) 自然垄断性行业发展的要求**
 - 4) 保护专利的需要**
 - 5) 对进入的自然限制**
 - 6) 对进入的法律限制**

(二) 完全垄断市场的需求曲线和收益曲线

1. 需求曲线

完全垄断条件下，市场上只有一家企业，企业就是行业。因此，企业的需求曲线就是整个市场的需求曲线。这是垄断厂商的重要特征。垄断厂商的需求曲线向右下方倾斜，斜率为负，销售量为价格制定者，可以通过减少销售量来提高市场价格。在这一点上，垄断厂商是价格的接受者，这与完全竞争市场不同。

2. 收益曲线





(三) 完全垄断市场均衡

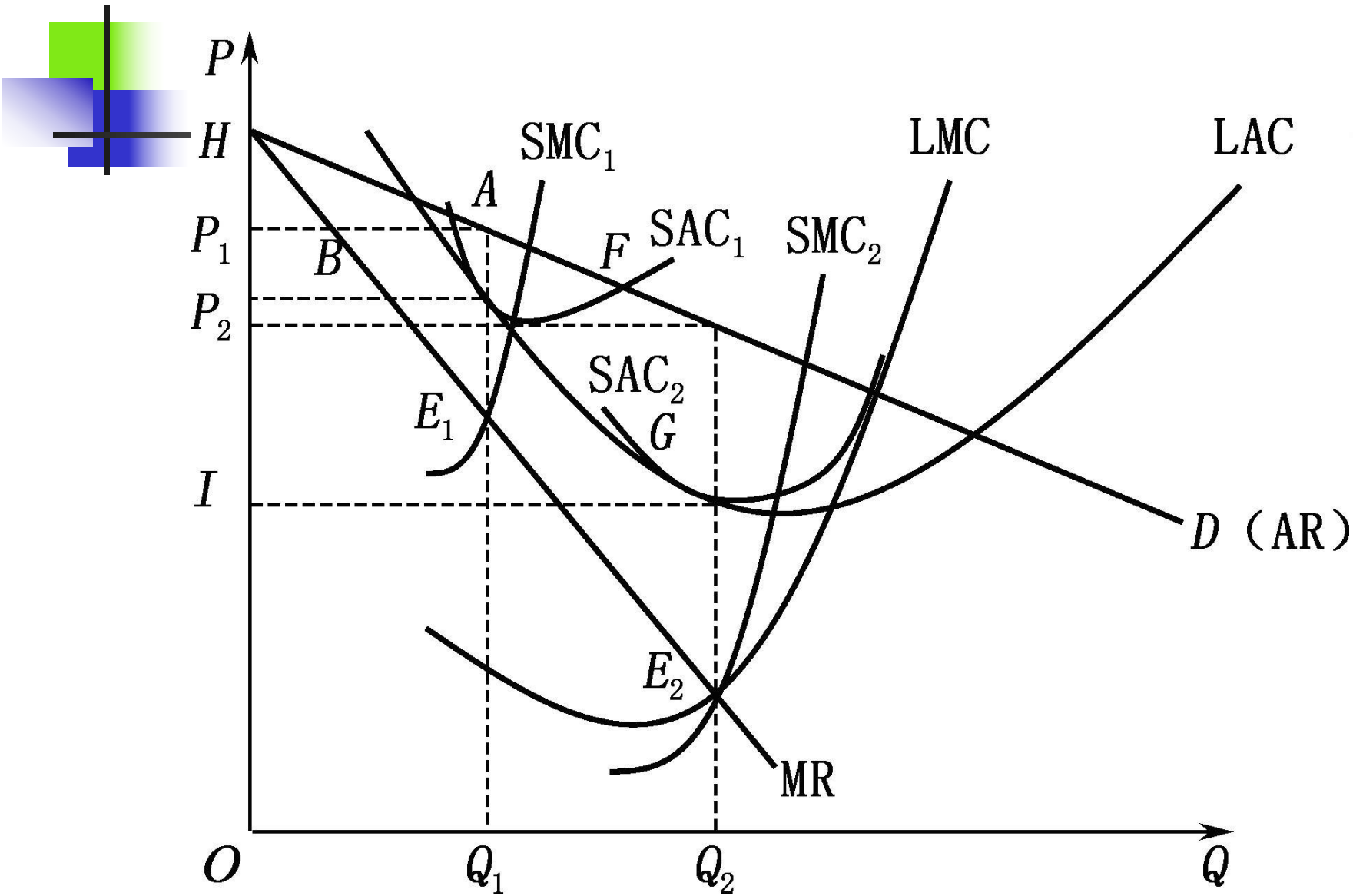
1. 垄断厂商的短期均衡

- 1) 获得超额利润时的短期均衡
- 2) 获得正常利润的短期均衡
- 3) 垄断厂商亏损时的短期均衡



2.完全垄断厂商的长期均衡

完全垄断条件下，长期中不会有新的厂商进入该市场。垄断厂商可以通过生产规模调整来实现长期利润最大化。完全垄断市场长期均衡形成过程中不存在厂商数量的调整，因而垄断行业的长期均衡并不以利润消失为标志。如果垄断厂商短期内获得利润，长期内只要需求状况不发生变化，厂商仍然可以获得利润。



（四）完全垄断市场的价格歧视及垄断利润

1. 概念

价格歧视是指同一厂商在同一时间对同一产品向不同的购买者索取两种或两种以上的价格，或者对销售给不同购买者的同一产品在成本不同时索取相同的价格。

2. 必备条件

- 垄断厂商实行价格歧视必须具备以下两个条件。
- 一是不同市场之间可以有效分离。否则消费者将在价格低的市场购买商品，或者把低价购进的商品在价格更高的市场上重新出售，从而使价格歧视难以维持。
- 二是被分隔开的多个市场上需求弹性不同。只有在这种情况下，垄断者根据不同的需求弹性对同一商品索取不同的价格，方能获得多于索取相同价格时的利润，否则最佳策略是对同一商品收取相同价格。



3. 价格歧视的类型

- 1) 一级价格歧视

- 一级价格歧视，又称完全价格歧视，是指厂商根据消费者愿意为每单位商品付出的最高价格而为每单位产品制定不同的销售价格。



2) 二级价格歧视

- 二级价格歧视是指垄断厂商根据不同的购买量和消费者确定的价格。日常生活中，二级价格歧视比较普遍，如电力公司实行的分段定价等。二级价格歧视主要适用于那些容易度量和记录的劳务，如煤气、电力、水、电话通信等的出售。



3) 三级价格歧视

- 三级价格歧视是指垄断厂商对不同市场的不同消费者实行不同的价格，在实行高价格的市场中获得超额利润。
- 厂商在两个不同需求弹性市场采取差别定价时，其需求弹性较小者价格较高，反之，需求弹性较大者，价格较低。



（五）对完全垄断市场的评价

- 1.造成生产资源的浪费**
- 2.社会福利的损失**
- 3.加剧社会收入分配的不平等**
- 4.阻碍技术进步**



课堂小结

1. 完全竞争市场是指一种竞争不受任何阻碍和干扰的市场结构。在完全竞争市场上，短期均衡的条件是边际收益等于边际成本，即 $MR=MC$ ；在完全竞争市场上，长期均衡的条件是 $MR=AR=LMC=LAC$ 。
2. 完全垄断市场是指整个行业的市场完全处于只有一家厂商控制的市场结构。完全垄断市场短期均衡的条件是 $MR=MC$ 。垄断厂商可以通过调节产量与价格来实现利润最大化。这时，厂商均衡的条件就是边际收益与长期边际成本和短期边际成本都相等，即 $MR=LMC=SMC$ 。



能力训练

背景资料：

据统计，我们每个人每天通过各种方式接触到的广告超过了1000条，在海量的广告中你有没有看到农民推销小麦、大米的广告？

实训任务：

通过网络等方式，了解我国农产品销售的情况，举出几个典型广告宣传事例，并能运用所学知识给予解释。



- 布置作业：

- 一、名词解释

- 市场 市场结构 完全竞争市场 完全垄断市场 停止营业点

- 二、简答题

- **1.**影响市场结构划分的因素主要有哪些？

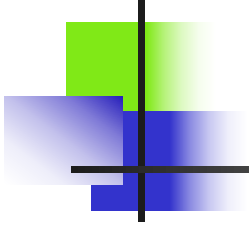
- **2.**简述市场的基本类型和特点。



- **3.形成完全竞争市场的条件是什么？**

- **4.形成完全垄断市场的条件是什么？**

- **三、预习垄断竞争市场和寡头垄断市场方面的学习内容。**



谢谢