

《不完全竞争》 PPT课件

制作人：PPT制作者
时间：2024年X月

目录

- 第1章 《不完全竞争》概述
- 第2章 拉斯特模型
- 第3章 柏拉图模型
- 第4章 瓦尔拉斯模型
- 第5章 不完全竞争市场的政策建议
- 第6章 总结与展望

• 01

第1章 《不完全竞争》概述

什么是不完全竞争

不完全竞争是一种市场形式，其中存在一定程度的市场力量，但没有像垄断或完全竞争那样极端。在这种市场中，企业可以影响产品价格，但仍然面临一定程度的竞争压力。

不完全竞争市场的特点

产品差异化程度高

产品之间具有一定程度的差异，使得消费者有选择的余地。

有自由进入和退出的门槛

新的企业可以相对容易地进入市场，而退出也是自由的选择。

存在一定的市场力量

企业有能力影响产品价格，但受到竞争的限制。

不完全竞争的类型

拉斯特模型

描述了具有差异化产品的市场。

瓦尔拉斯模型

探讨了市场中存在着许多小型卖方和许多小型买方的情况。

柏拉图模型

表示市场中存在着少数大型卖方和许多小型买方。

不完全竞争的影响

价格水平

在不完全竞争市场中，产品的价格由市场力量和差异化程度共同决定。

生产者利润

由于市场上存在一定程度的市场力量，生产者可以通过差异化产品获取一定的利润。

市场效率

不完全竞争市场可能会导致资源配置不够有效率，但也有利于激发创新和提高产品质量。

• 02

第2章 拉斯特模型

拉斯特模型概述

拉斯特模型是不完全竞争市场的一种类型，主要研究市场上存在一定程度垄断力量的情况。在这种市场环境下，企业可以对价格和产量进行一定程度的控制，而非像完全竞争市场那样完全受市场规律支配。

拉斯特模型的假设

同质产品

所有产品都是相同的

规模优势

企业拥有一定规模的优势

完全流动性

市场完全流动，消费者可以轻易转换产品

价格刚性

企业不能随意调整价格

拉斯特模型的均衡

在拉斯特模型中，企业需要进行价格设定和产量决策来实现利润最大化。通过平衡市场需求和成本，企业可以找到最优的供给水平，从而达到市场均衡。

拉斯特模型的局限性

忽略了产品差异化

未考虑市场对产品特征的不同偏好

忽略了消费者偏好

未考虑消费者对品牌、服务等因素的需求

01

市场调查

了解市场需求和竞争对手情况

02

定价策略

制定合理的价格以实现利润最大化

03

产品推广

通过有效的推广活动提升产品知名度

• 03

第3章 柏拉图模型

柏拉图模型概述

柏拉图模型是不完全竞争市场的另一种类型，主要研究市场上存在多家生产商的情况。在柏拉图模型中，存在着多家生产商竞争，每家企业都有一定的市场份额，产品存在差异化，广告竞争也比较激烈。

柏拉图模型的特点

多家生产商

竞争激烈

广告竞争

企业展开广告竞争
以吸引消费者

产品差异化

不同企业的产品有
所区别

柏拉图模型的均衡

产量决策

企业如何决定生产的数量

广告策略

企业如何制定广告策略

价格设定

企业如何制定产品价格

01 消费者选择

消费者在多样化的产品中做出选择

02 市场份额

企业在市场上的份额大小

03 利润水平

企业的盈利情况

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/328005015115006050>