

第六章 寡头市场与博弈

- 第一节 寡头市场的特征与优缺点
- 第二节 寡头市场的基本模型
- 第三节 博弈论概述
- 第四节 不同市场之间经济效率的比较
- 本章小结

本章的主要内容包括寡头市场的基本特征以及优缺点，常见的七个寡头垄断市场模型以及博弈论的基本思想。

本章的重点是寡头市场的概念、特征以及它与其他市场结构的区别；每个寡头竞争模型的假设前提、分析思路、着眼点（产量决策还是价格决策）以及模型的结论；博弈论的基本概念、基本思想以及其产生和发展对于主流经济学的影响。

难点是模型之间的比较以及模型的理论意义和现实意义。

第一节 寡头市场的特征与优缺点

- 一、寡头的定义与特征
- 二、寡头市场的优缺点

一、寡头的定义与特征

寡头（Oligopoly）也叫独占，是指某一市场上只存在少数几个卖者，各自对价格和产量的决定有影响能力，也可以认为某个市场被几个厂商所控制的一种市场组织结构。

寡头市场上少数几个厂商生产一个产业的全部或者绝大部分产量，因此，每个厂商的行为都会对该市场产生举足轻重的影响。

二、寡头市场的优缺点

1. 寡头市场的优点

第一，由几家企业提供绝大多数的产量，企业的生产规模一般较大，可以获得规模经济的好处。

第二，在有较多企业竞争的环境里面，各个企业规模较小，并且竞争压力太大，企业的决策往往只着眼于短期利润，而较少有能力和信心从事长期的技术革新和产品革新策略。

第三，大型企业具有抵御风险的能力。

第四，大型企业必然要求有可以对庞大而且复杂的生产过程进行管理的技术和经验。

二、寡头市场的优缺点

1. 寡头市场的缺点

寡头市场常被认为竞争力度不够，企业之间的依赖程度比较大。

如果企业之间的关系不是相互竞争和促进，往往会利用价格相对固定的倾向，使生产企业得益而消费者受损。

市场中价格固定也起到保护落后的作用，使成本较高、效率较低的企业依然生存。

第二节 寡头市场的基本模型

- 一、斯威齐模型
- 二、古诺模型
- 三、伯川德模型
- 四、斯泰克伯格模型
- 五、价格领先模型
- 六、卡特尔模型

一、斯威齐模型

斯威齐模型也称为拐折的需求曲线模型，是20世纪30年代由美国经济学家保罗·斯威齐建立的。

寡头垄断者对于竞争对手的行为方式的预期往往是悲观的。无论他作出怎样的价格决策，他往往会从不利的方面预期竞争对手可能做出的反应。这样，每个寡头都面临着一条有拐折的需求曲线（ DD' ），点 K 表示现行的价格水平。

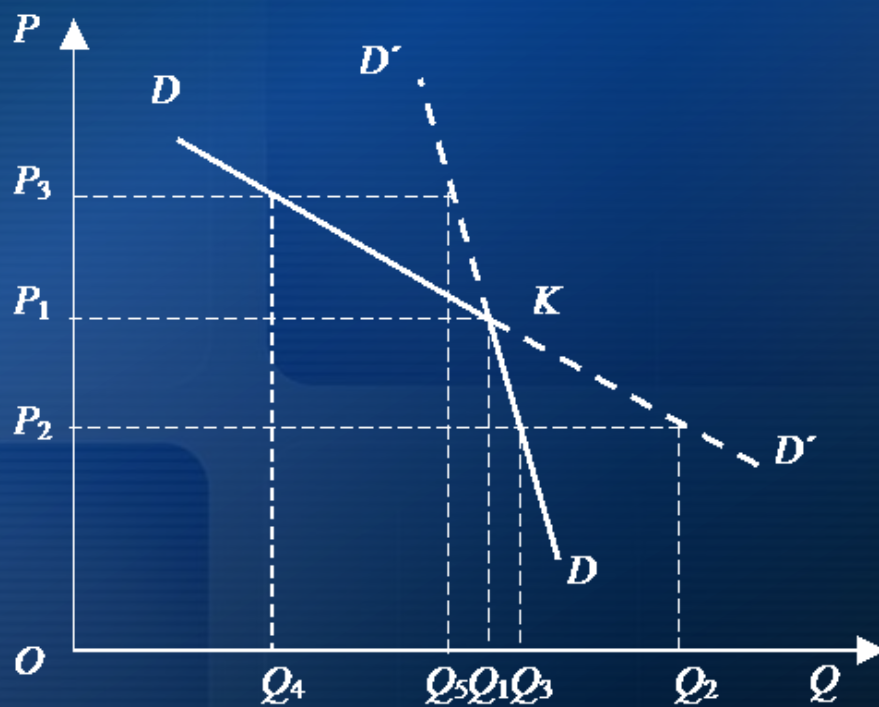


图 6-1 斯威齐模型

一、斯威齐模型

在模型中，因为 K 点对应的 MR 曲线是不连续的，所以如果 MC 从 MC_1 上升到 MC_2 甚至是 MC_3 ，企业利润最大化点还是在需求曲线 K 点上。

斯威齐模型的结论：少数垄断企业会抑制价格擅自上升或者下降的趋势，即使企业成本结构略有变动，企业的价格和产出仍然会相对固定。或者是价格趋向固定，但产出随着需求的改变而适当改变。

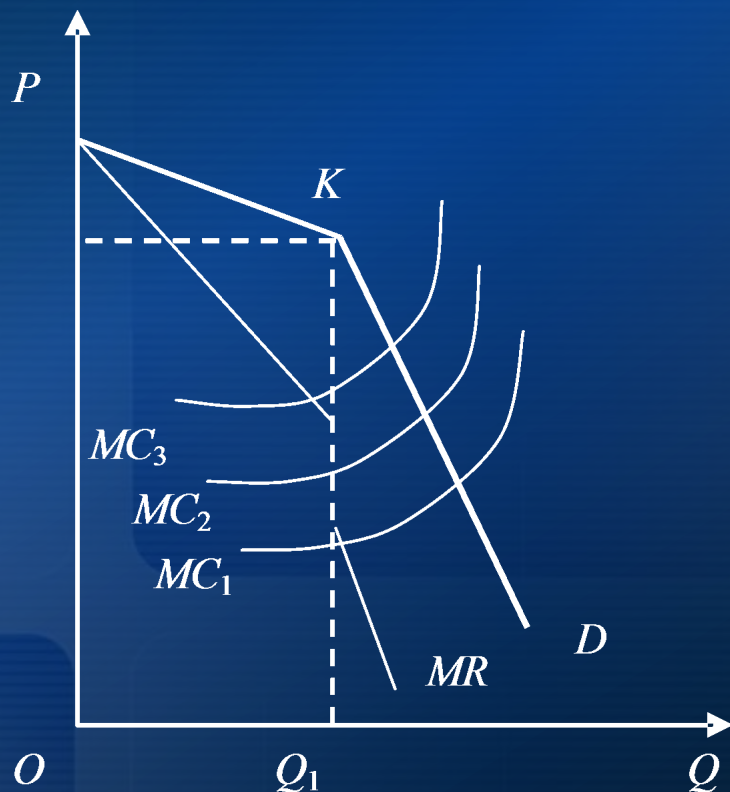


图 6-2 斯威齐模型中的边际收益曲线

二、古诺模型

古诺模型分析只有两个卖者，并且相互之间没有任何勾结行为，但相互都知道对方将怎样行动从而各自确定自己的最优产量以实现利润最大化。

古诺模型分析的是两个出售矿泉水的生产成本为零的寡头垄断厂商的情况。模型假定：生产成本为零；需求曲线为线性，并且双方对市场的需求状况了如指掌；每一方都根据对方的行动来做出自己的决策并都通过产量的调整达到利润最大的目标。

二、古诺模型

A的均衡产销量= $1/3OB$

B的均衡产销量= $1/3OB$

推广到市场上有 n 个寡头垄断厂商的情况：

每个寡头垄断厂商的均衡产量=市场容量 $\times \frac{1}{n+1}$

行业的均衡总产量=市场容量 $\times \frac{n}{n+1}$

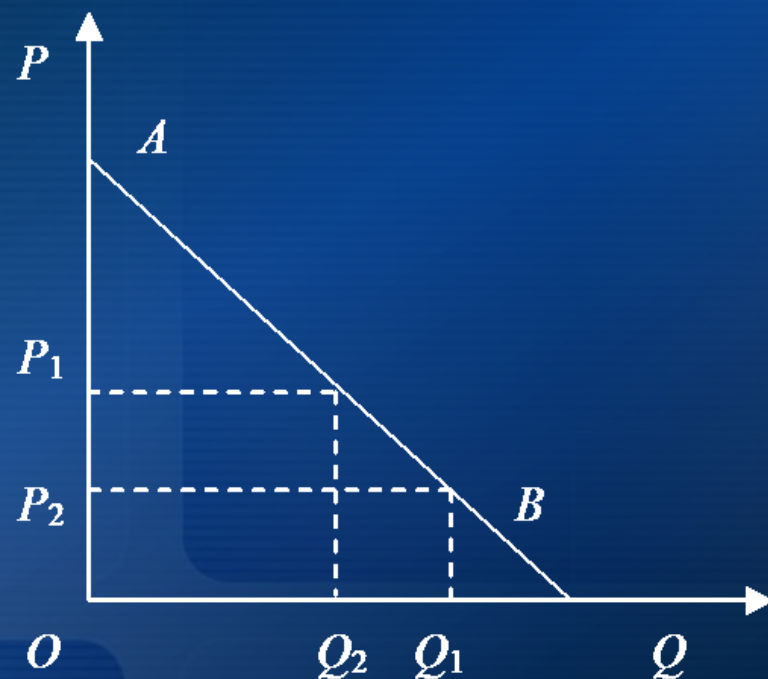


图 6-5 古诺模型

三、伯川德模型

伯川德模型假设市场上只有两个寡头垄断厂商，生产相同的产品，企业成本函数相同：边际成本=单位成本= c ，固定成本为零。

另设市场需求函数为线性函数，表示为： $Q_d = a - bP$

- 若厂商甲定价高于厂商乙，厂商甲的利润为：

$$\pi_1 = (P_1 - c)(a - bP_1) \quad (0 < P_1 < P_2)$$

- 若厂商甲的定价低于厂商乙，厂商甲的销量和利润都为零。

- 若两个寡头定价相等，各自获得一半的市场份额

。

$$\pi_1 = \pi_2 = \frac{1}{2}(P_1 - c)(a - bP_1)$$

三、伯川德模型

最终的伯川德均衡为 $P_1 = P_2 = c$ 。

伯川德模型得出结论：在双寡头垄断竞争的情况下，产品具有完全替代性，厂商之间相互压价，争取市场份额，不降价的厂商将会失去市场。如果价格降至成本线以下，厂商亏损，降价的竞争以价格降到成本线告终。

四、斯泰克伯格模型

斯泰克伯格模型（Stackelberg Model）是一种先行者利益模型（First Mover Advantage Model），即首先行动者在竞争中会取得优势。

我们以两个寡头的竞争为例进行讨论，假定寡头面临的需求曲线和成本状况如下：

$$\text{需求函数： } P=1600-10Q=1600-10(Q_1+Q_2)$$

$$\text{平均成本和边际成本： } AC=MC=200$$

四、斯泰克伯格模型

我们首先从分析寡头2开始。因为寡头2是在寡头1之后进行决策，所以他要把寡头1的产出视为既定。根据前面给的需求函数、平均成本和边际成本，我们得到寡头1的总收益函数：

$$\begin{aligned}R_1 &= P \cdot Q = (1600 - 10Q)Q_1 = [1600 - 10(Q_1 + Q_2)]Q_1 \\ &= 1600Q_1 - 10Q_1^2 - 10Q_1Q_2\end{aligned}$$

对总收益函数 R_1 求导得边际收益：

$$MR_1 = 1600 - 20Q_1 - 10Q_2$$

根据利润最大化条件： $MR_1 = MC_1$

$$1600 - 20Q_1 - 10Q_2 = 200$$

推导出寡头1的产量反应函数： $Q_1 = 70 - 1/2Q_2$

同理，我们可以推导出寡头2的反应函数： $Q_2 = 70 - 1/2Q_1$

四、斯泰克伯格模型

在给出寡头2的反应函数后，我们来分析寡头1的决策。寡头1为使利润最大，他将选择使边际成本等于边际收益的产出水平 Q_1 。由于寡头1的收益 R_1 依赖于寡头2的产量 Q_2 ，所以寡头1必须对寡头2的产量进行预测。把寡头2的反应函数代入寡头1的收益函数得：

$$R_1 = 1600Q_1 - 10Q_1^2 - 10Q_1Q_2 = 900Q_1 - 5Q_1^2$$

再求边际收益得： $MR_1 = 900 - 10Q_1$

根据 $MR=MC$ 的最大化原则，当 $MC=200$ 时，

$$MR_1 = 900 - 10Q_1 = MC_1 = 200$$

得到寡头1的利润最大化产量： $Q_1=70$ ， $Q_2=35$

寡头1因为首先行动而取得了优势。

四、斯泰克伯格模型

首先行动者造成一种既定的事实，不管其竞争对手如何行动，首先行动者将生产较大的份额；为了达到利润最大化，竞争对手只有把首先行动者的较大产出视为既定，在此基础上决定自己的产出。

应当注意的是，并不是任何情况下首先行动者都会取得优势。在寡头进行产量竞争时首先行动者会取得优势，但是在价格竞争的条件下，首先做出决定的寡头不但不会取得优势，还有可能处于劣势地位。这就是后面我们要讨论的问题。

五、价格领先模型

斯泰克伯格模型是一种产量领先模型。价格领先模型（Price Leadership Model）则是研究先行者价格对市场影响的模型。模型假设在寡头市场上，某个寡头首先充当价格领袖，首先变动价格，其他的寡头厂商实行价格跟随的战略。

这个时候，寡头市场由一个主导厂商按照自身利润最大化的原则确定价格而不考虑其他厂商的反应，形成的均衡价格和产量决策。

五、价格领先模型

市场需求曲线为 D ， S_F 是除主导厂商以外的该行业其余厂商的供给， D_L 为市场对主导厂商产品的需求曲线。 D_L 等于市场需求 D 与该行业其余厂商供给数量（ S_F ）的差额。

主导厂商最佳的定价策略是把价格定为 P^* ，生产 Q_L 的产量（根据 $MR=MC$ ）。其余厂商跟随主导厂商定价为 P^* ，生产 Q_F 的产量，这里 $Q_F + Q_L = Q_T$ ， Q_T 为价格 P^* 决定的市场总的需求量。

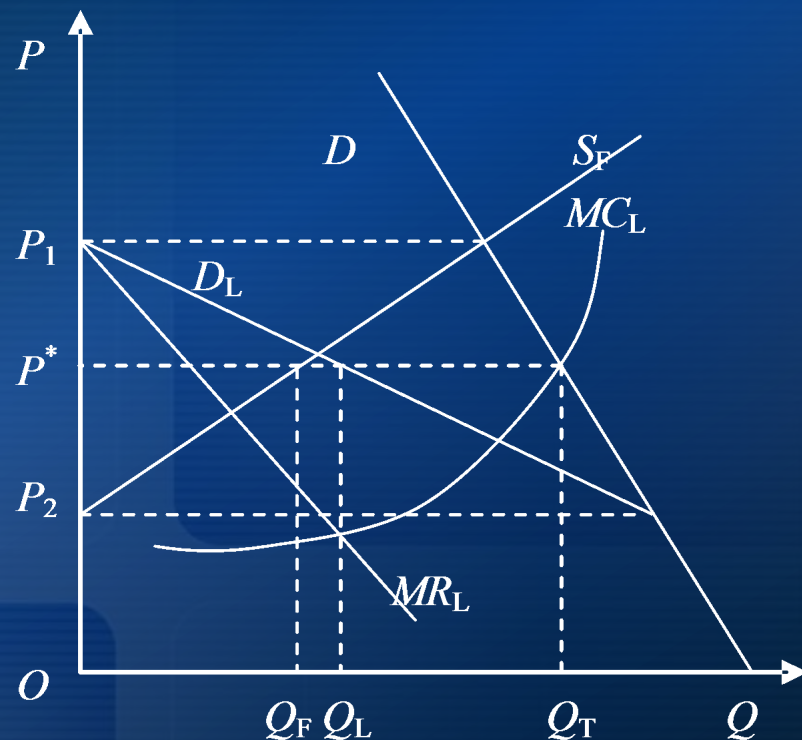


图 6-4 价格领先模型

六、卡特尔模型

卡特尔（Cartel）是生产者通过明确的协议的约定而共同确定产品价格和产量，以获得超额利润的一种合作团体。

假设两家企业建立价格卡特尔联盟，两家企业生产相同的产品，有不同的成本函数，协议确定相同的定价，达到卡特尔组织的总的利润最大化。

市场的需求函数： $Q=200-2P$ ， $Q=Q_1+Q_2$ ， $P=P_1=P_2$ 。

两个厂商的成本函数分别为： $C_1=5Q_1$ ， $C_2=0.5Q_2^2$ 。

总利润 $\pi=\pi_1+\pi_2$

$$=[100-0.5(Q_1+Q_2)](Q_1+Q_2)-5Q_1-0.5Q_2^2$$

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/626021022230011001>