# 第四章 市场机构理论

- 第四章 市场机构理论
  - 一、市场结构的类型
    - 划分标准
      - 行内生产者数目或企业数目
      - 行内产品的差别程度
      - 进入障碍的大小
    - 各市场结构的特征
      - 完全竞争市场 如：玉米、小麦等农产品
        - 很多买卖者、被动接受市场价格
        - 产品同质
        - 进出市场无障碍
        - 买卖双方对市场信息充分了解
      - 完全垄断市场 如：电力等公用事业
        - 只有一个生产者
        - 价格决定者
        - 产品无替代品
        - 进入市场非常困难
      - 垄断竞争市场 如：啤酒等
        - 很多买卖者
        - 产品有差别
        - 进出市场较容易
        - 对价格有一定控制
      - 寡头垄断市场 如：石油、汽车等
        - 只有很少几个生产者
        - 产品有一定差别或无差别
        - 对价格有较大控制权
        - 进入行业较困难
  - 二、完全竞争市场上生产者的行为
    - 需求曲线
      - 企业：水平线
      - 行业：右下方倾斜
    - 收益曲线 三线合一：AR=MR=d=P
    - 决策原则 MR=MC
  - 三、完全垄断市场上生产者的行为
    - 需求曲线 企业：右下方倾斜
    - 决策原则 MR=MC
    - 定价法则 P=MC/1+(1/Ed)
    - 价格歧视
  - 四、垄断竞争市场上生产者的行为
    - 需求曲线 企业：右下方倾斜
    - 短期均衡分析 盈利、利润为零、亏损
  - 五、寡头垄断市场上生产者的行为
    - 价格模型
      - 协议价格制
      - 价格领袖制

Presented with xmind