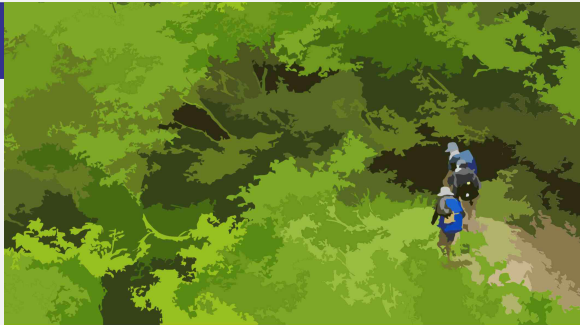


獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙



第 13 章 獨占

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

1 獨占力量

2 獨占之淨損失

3 差別訂價

4 獨占與進入障礙

獨占與獨占力量

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

- 獨占 (monopoly) 是指市場上只有一家廠商
- 依此定義, 1990 年代中期以後台灣中油與台電都已經不是獨占
- 任何廠商面對負斜率之需求線, 即稱為具有獨占力量 (monopoly power), 或者市場力量 (market power)
- 相對的, 完全競爭廠商之需求線斜率等於 0

獨占力量的來源

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

- 產品有獨特設計或品質特佳
- 消費者無法判斷品質差異, 如 Intel vs. AMD
- 品牌 (brand) 的功能之一是在消費者心目中建立品質印象
- 若產品的品質一眼就可以看出來, 廠商建立品牌的誘因可能較小, 如蔬菜水果
 - 但水果品質不只看外表

具獨占力量廠商

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

價格	咖啡 (杯)	總收入	邊際 收入	固定 成本	變動 成本	總成本	邊際 成本	利潤	平均 總成本
110	0	0	-	100	0	100	-	-	-
105	1	105	105	100	54	154	54	-49	154
100	2	200	95	100	90	190	36	10	95
95	3	285	85	100	121	221	31	64	73
90	4	360	75	100	148	248	27	112	62

- 需求線為負斜率
- 生產第1杯之邊際收入等於價格; 但第2杯之邊際收入小於價格 ($105 > 100$)
- Why? 因為降價時, 不只第2杯降價, 第1杯也降
- 若可以只降第2杯的價格, 第1杯維持原價, 則總收入為 $105 + 100 = 205$; 邊際收入為 $205 - 105 = 100$

最大利潤

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

價格	咖啡 (杯)	總收入	邊際 收入	固定 成本	變動 成本	總成本	邊際 成本	利潤	平均 總成本
85	5	425	65	100	178	278	30	147	55
80	6	480	55	100	213	313	35	167	52
75	7	525	45	100	256	356	43	169	50
70	8	560	35	100	306	406	50	154	50
65	9	585	25	100	364	464	58	121	51
60	10	600	15	100	433	533	69	67	53
55	11	605	5	100	515	615	82	-10	55
50	12	600	-5	100	612	712	97	-112	59
45	13	585	-15	100	727	827	115	-242	63

- 若為連續曲線, 利潤最大的條件是邊際收入等於邊際成本。本例中, 數量為整數, 故邊際收入略大於邊際成本
- 利潤最大的產量是 7 杯, 訂價是 75 元

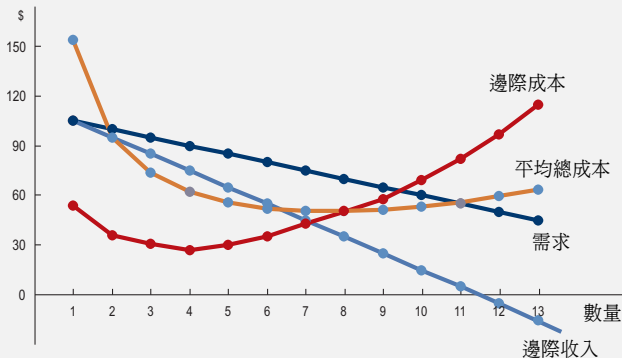
具獨占力量廠商

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙



- 需求線為負斜率時, 邊際收入線低於需求線
- 廠商求利潤最大, 故產量等於7杯
- 廠商求利潤最大 — 如何驗證此一理論?

需求變動

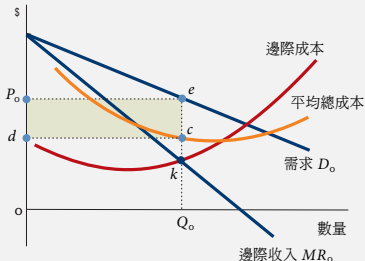
獨占力量

獨占之淨損失

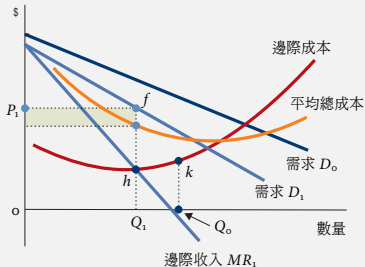
差別訂價

獨占與進入障礙

A. 需求下降前



B. 需求下降後



- 廠商求利潤最大, 如何驗證?
- 現象: 景氣不好時, 廠商降價, Why?
- 若需求線由 D_0 下降至 D_1 , 邊際收入線將下降為 MR_1
- 理論預測: 為求最大利潤, 廠商把價格調降為 P_1 ; 此與實際現象符合

需求線為何?

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

- 咖啡店的需求線到底是 D_0 還是 D_1 ?
- 需求線為何, 不易評估; 這也表示任何投資都有風險 (risk)

獨占廠商無供給線

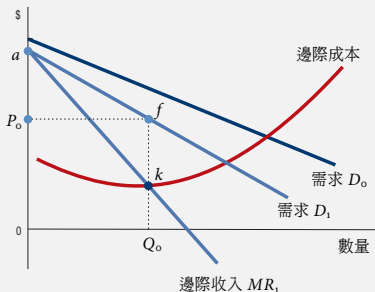
獨占力量

獨占之淨損失

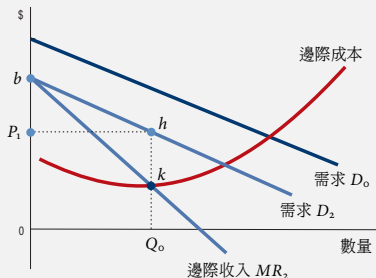
差別訂價

獨占與進入障礙

A. 需求線較陡



B. 需求線較接近水平



- 完全競爭廠商之供給線即其邊際成本線: 價格上升時, 供給量會增加
- 相對而言, 獨占廠商在面對不同的需求時, 可能出現: 價格不同, P_0 或 P_1 , 但供給相同數量 Q_0 。

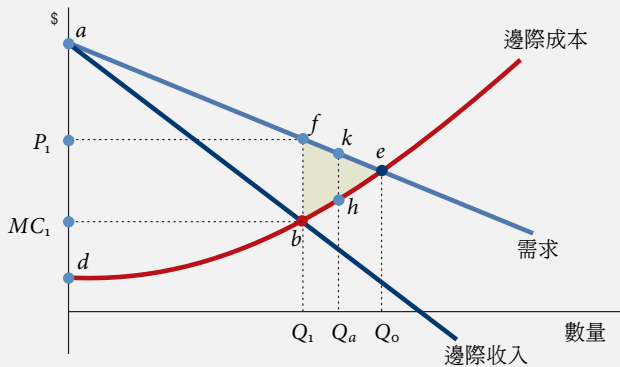
獨占的淨損失

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙



- 產量為 Q_0 時, 總剩餘達到最大
- 但具獨占力量廠商最大利潤之產量為 $Q_1 (< Q_0)$
- 獨占的淨損失 (deadweight loss of monopoly): feb 面積

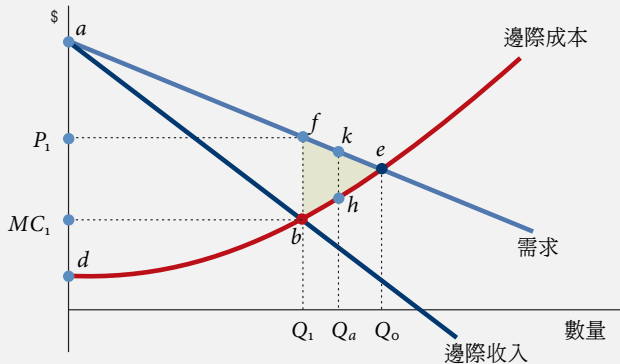
獨占的淨損失

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙



- 淨損失: 產量低於最適水準
- 若 Q_a 生產出來, 資源配置的效率會上升
- 只要需求線為負斜率, 即會出現獨占淨損失

獨占力量

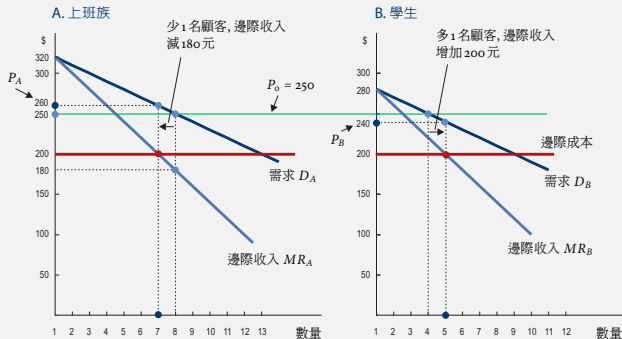
獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

- 廠商追求利潤
- 差別訂價 (或價格歧視) (price discrimination): 廠商對不同消費者或不同購買數量訂價不同,
- 電影院: 全票 vs. 學生票
- 台灣高鐵 (2009 年暑假): 「四人同行, 一人免費」
- 便利商店: 「同品項, 第二件五折」
- 英文教科書: "Not for Sale in the United States"

若無差別訂價



- [表 13.2]
- 假設邊際成本為固定值, 等於 200 元
- 若無差別定價, 由市場需求線可導出 MR 線; 再由 $MR = MC$ 條件, 可知票價等於 250 元
- 票價等 250 元時, 上班族買 8 張, 學生買 4 張; 合計 12 張

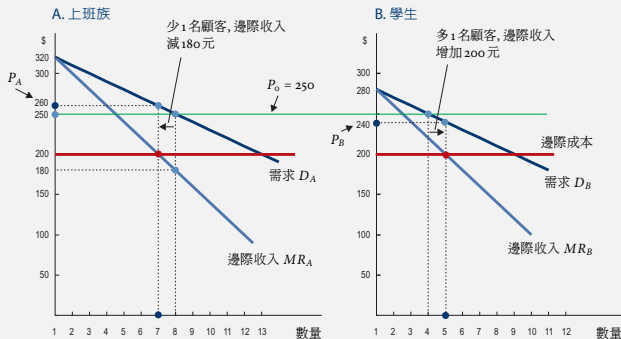
差別訂價

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙



- 若採差別訂價, $MC = MR_A$, 可推得 $P_A = 260$ 元
- 同理, $MC = MR_B$ 的條件可導出 $P_B = 240$ 元
- 上班族少 1 人 (8 人減為 7 人), 收入減 180 元; 學生多 1 人 (4 人增為 5 人), 收入增加 200 元。因為總成本不變, 故利潤合計增 20 元

採差別訂價的條件

獨占力量

獨占之淨損失

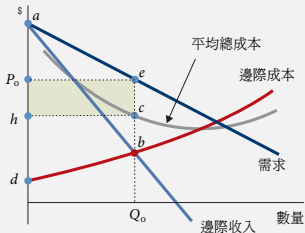
差別訂價

獨占與進入障礙

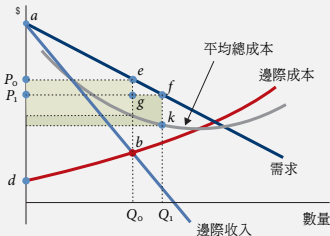
- 廠商具有獨占力量
- 廠商能夠區別顧客之需求不同
- 顧客之間無法買低賣高套利, 或者套利成本高
— 學生票, 敬老票

差別訂價與消費者剩餘

A. 未採取差別訂價



B. 差別訂價



- 階段訂價法: 購買量若高於特定數量, 價格優惠 (「一件 400 元, 三件 1,000」)
- 差別訂價: Q_0 以上價格降為 P_1 , 總銷量為 Q_1
- 利潤由 P_0ech 方形面積再增加了圖 B 的深色面積
- 消費者剩餘也增加: 消費者剩餘原為 aeP_0 三角形面積, 差別訂價後再增加 efd 三角形面積

獨占力量

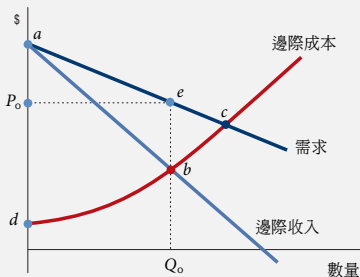
獨占之淨損失

差別訂價

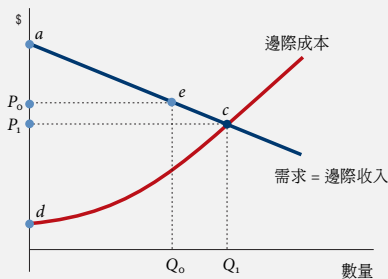
獨占與進入障礙

完全差別訂價

A. 未採取差別訂價



B. 完全差別訂價



- **完全差別訂價** (perfect price discrimination): 廠商對每一單位產量分別訂價, 而且價格恰等於其願付價格
- 購買第 Q_0 單位的消費者之願付價格為 P_0 , 故廠商對此消費者之訂價為 P_0 , 這也是其邊際收入。
- 利潤最大之產量為 Q_1 , 生產者剩餘等於 acd

完全差別訂價

獨占力量

獨占之淨損失

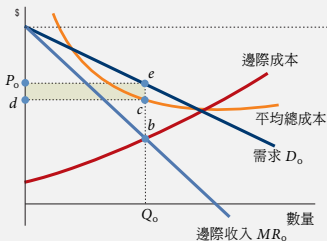
差別訂價

獨占與進入障礙

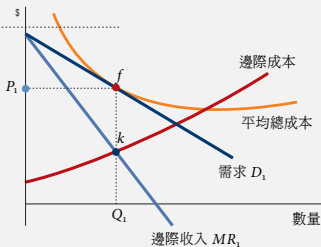
- 在完全差別訂價下, 不會出現獨占的淨損失
- 消費者剩餘與生產者剩餘會達到最大
- 但是, 消費者剩餘等於 0, 交易的利益全部歸廠商

具獨占力量廠商之長期利潤

A. 短期利潤大於 0



B. 長期利潤等於 0



- 圖 A: 產量為 Q_0 時, 利潤大於 0
- 只要利潤大於 0, 會有廠商加入, 一直到利潤等於 0 為止
- 廠商數目增加之後, 個別廠商的需求下降, 邊際成本也可能受影響
- 圖 B 假設邊際成本不變, 但需求變為 D_1 。
若市場可以自由進出, 長期之利潤趨近於 0

進入障礙

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

- 若有進入障礙 (barriers to entry), 廠商的長期利潤可能維持大於 0。

如何設立進入障礙?

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

- **資源獨占**: 廠商獨占某項主要的生產要素, 如荷蘭東印度公司獨買原住民鹿皮; 南非的 De Beers 公司早期曾提供全球 90% 的鑽石
- **政府管制**: 政府規定某項產品僅能由一家廠商生產, 如 1990 年代以前的台電與台灣中油

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

自然獨占 (natural monopoly): 廠商具有規模經濟之特性 (固定成本高), 由單一家廠商提供市場之所需, 其成本比兩家或多家廠商共同提供還要低

- 自來水公司
- 高壓電輸配
- 大台北瓦斯公司
- 電腦軟體 (第8章: 不敵對但可排他)

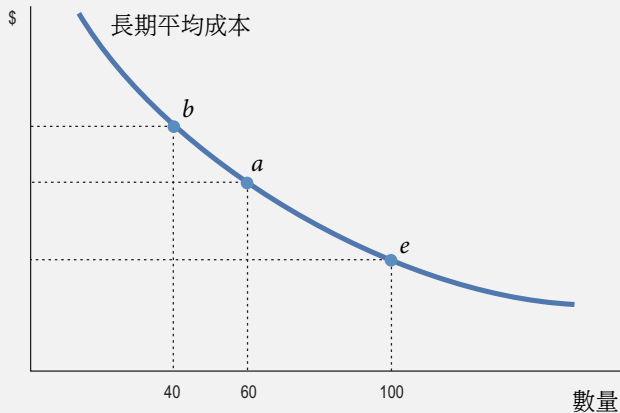
自然獨占

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙



- 自然獨占: 只由 1 家廠商生產時 (e 點) 平均總成本較低