

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我們就說它具有獨占力量 (monopoly power), 或者市場力量 (market power)
- 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
- Why? 藉由獨占力量提升利潤
- 若產品的品質一眼就可以看出來, 廠商建立品牌的誘因較小, 如蔬菜水果

## 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

- 由0杯至1杯, 邊際收入等於價格; 但由1杯至2杯, 邊際收入小於價格
- 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杯保持原價, 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

	咖啡		邊際	固定	變動		邊際		平均	
	價格	(杯)	收入	成本	成本	總成本	成本	利潤	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

- 利潤最大的產量是7杯, 訂價是75元
- 利潤最大的條件是邊際收入等於邊際成本, 但本例中, 邊際收入略大於邊際成本

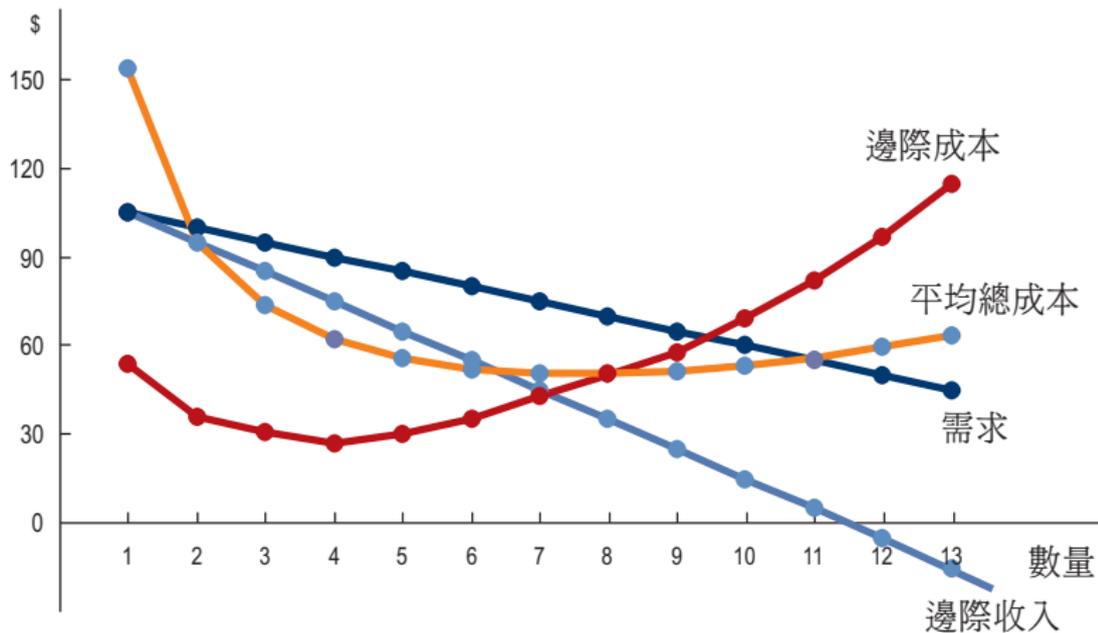
獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

## 具獨占力量廠商



- 需求線為負斜率, 而且, 邊際收入線低於需求線
- 具獨占力量廠商利潤最大是邊際收入等於邊際成本時

獨占力量

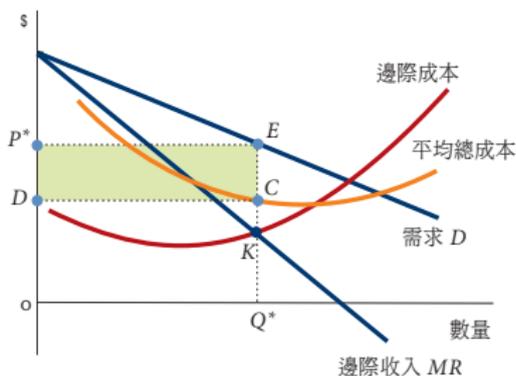
獨占之淨損失

差別訂價

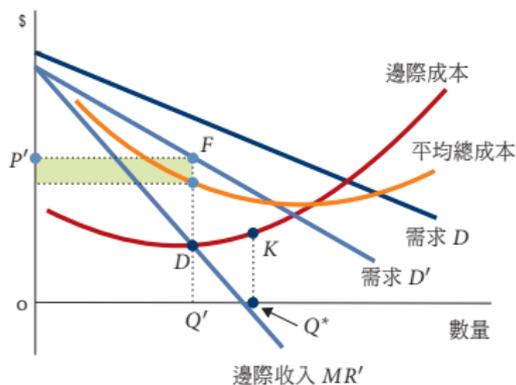
獨占與進入障礙

## 需求變動

A. 需求下降前



B. 需求下降後



- 利潤等於圖中  $P^*ECD$  之方形面積
- 需求線由  $D$  下降至  $D'$ , 邊際收入線下降為  $MR'$
- 欲求最大利潤, 廠商必須把價格調降為  $P'$
- 景氣不好時, 廠商為何降價? 追求利潤
- 但圖  $B$  與圖  $A$  相比, 廠商利潤下降

# 如何了解需求大小?

- 咖啡店的需求線到底是  $D$  還是  $D'$ ?
- 需求大小之評估不易, 換言之, 任何投資都有風險 (risk)

## 具獨占力廠商無供給線

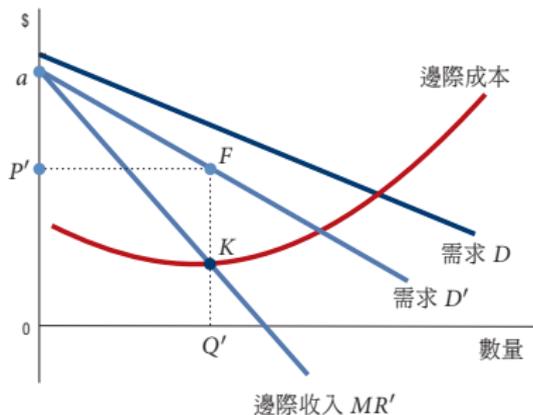
獨占力量

獨占之淨損失

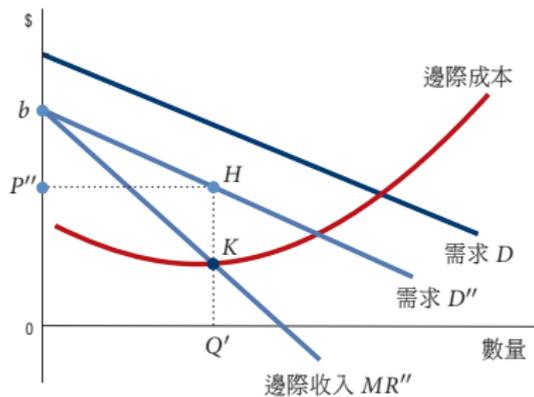
差別訂價

獨占與進入障礙

A. 需求線較陡

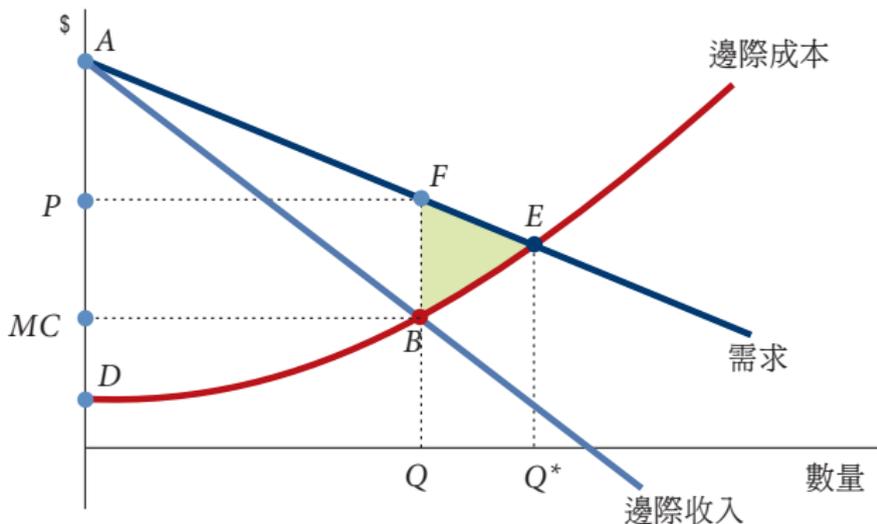


B. 需求線較接近水平



- 獨占廠商可能在不同價格 ( $P'$ ,  $P''$ ) 下供給相同數量 ( $Q'$ )

## 獨占的淨損失



- 具獨占力量廠商最大利潤之產量為  $Q$
- 若產量增加至  $Q^*$ , 生產者剩餘與消費者剩餘達到最大
- $FEB$  面積稱為獨占的淨損失 (deadweight loss of monopoly)

# 獨占的淨損失

- 淨損失的原因是產量低於最適水準
- 若產量由  $Q$  增加1單位, 消費者的願付價格仍然高於生產者的邊際成本, 故此一單位的產量增加可提升生產要素資源配置的效率
- 只要需求線為負斜率, 獨占淨損失即會出現

## 差別訂價的例子

- 差別訂價 (price discrimination): 廠商對不同消費者的售價不同; 或者同一消費者, 但不同消費數量訂不同價格
- 電影院: 全票 vs. 學生票 vs. 早場
- 加飯 (加麵條) 不用錢
- 台灣高鐵: 「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”
- iPad 在台灣售價較低 (?)

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙

- 由表 13.2, 邊際成本等於邊際收入條件可知,  
 $Q = 12, P = 250$
- 若可區分不同消費者, 邊際成本等於邊際收入之條件:

$$P_A = 260, \quad P_B = 260$$

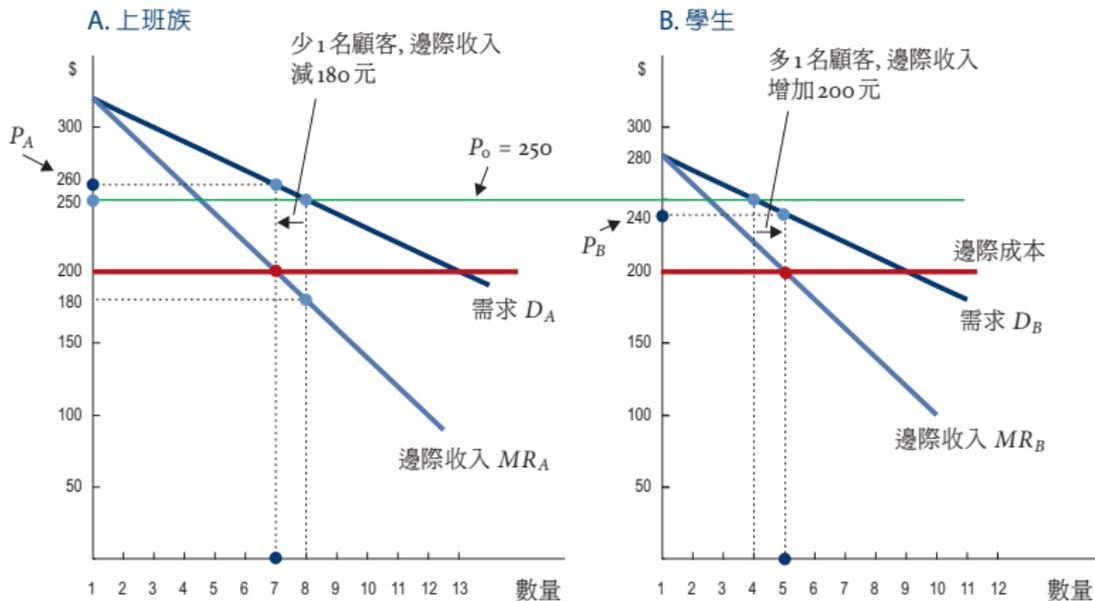
## 不同顧客群的差別訂價

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙



- 差別訂價使總收入增加20元, 利潤也增加20元

# 採差別訂價的條件

獨占力量

獨占之淨損失

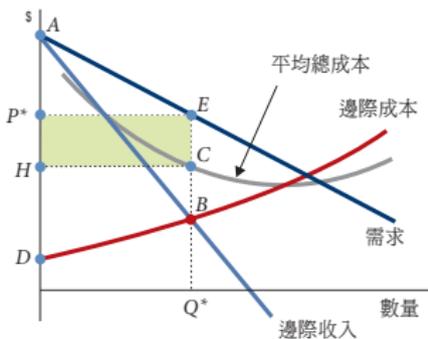
差別訂價

獨占與進入障礙

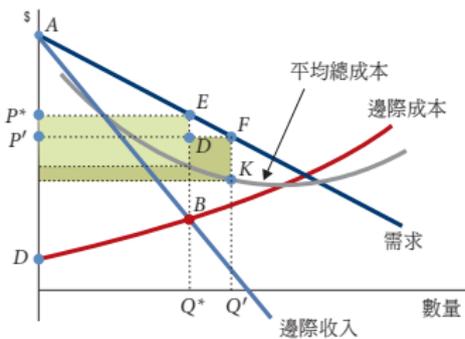
- 廠商具有獨占力量
- 廠商能夠區別顧客之需求不同
- 顧客之間無法買低賣高套利, 或者套利成本高

## 差別訂價使利潤增加

A. 未採取差別訂價



B. 差別訂價



- 差別訂價使產量增加, 而且廠商的利潤增加, 故廠商有誘因
- $Q^*$  以上的產量售價為  $P'$ , 總產量為  $Q'$
- 利潤由  $P^*ECH$  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  $AEP^*$  三角形面積, 差別訂價後再增加  $EFD$  三角形面積

獨占力量

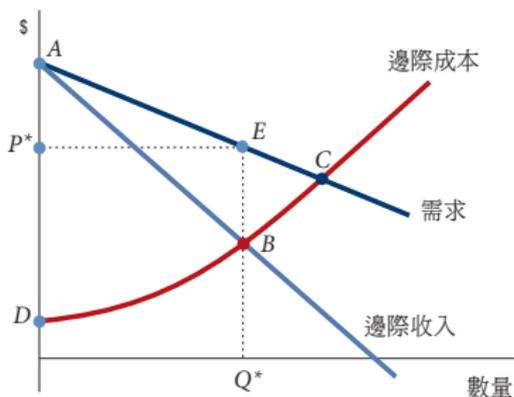
獨占之淨損失

差別訂價

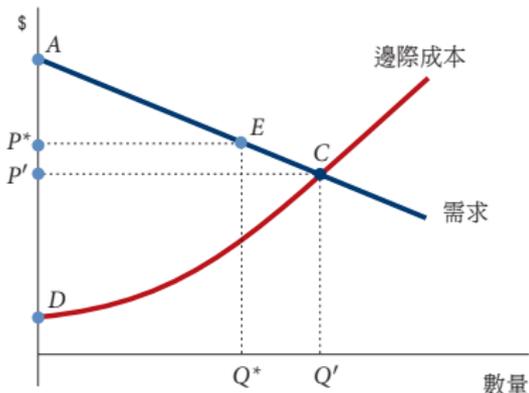
獨占與進入障礙

## 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): 廠商對每一位消費者分別訂價, 而且價格恰等於其願付價格
- 購買第  $Q'$  單位的消費者之願付價格為  $P'$ 。故廠商對此消費者之訂價為  $P'$ , 這也是其邊際收入。
- 利潤最大之產量為  $Q'$ , 生產者剩餘等於  $ACD$

# 價格歧視

- 在完全價格歧視下, 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; 交易的利益全部歸生產者所有, 生產者剩餘達到最大

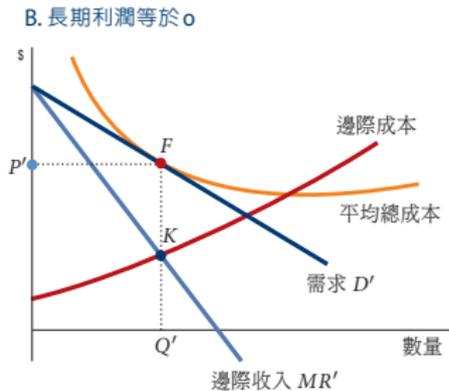
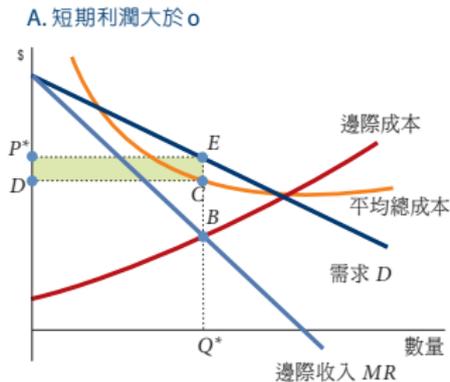
## 具獨占力量廠商之長期利潤

獨占力量

獨占之淨損失

差別訂價

獨占與進入障礙



- 產量為  $Q^*$  時, 利潤大於0; 若市場可自由進出, 其他廠家加入市場
- 廠商的數量增加之後, 邊際成本也可能受影響
- 假設邊際成本沒有改變, 但需求變為  $D'$ , 長期之後, 利潤趨近於0

# 進入障礙

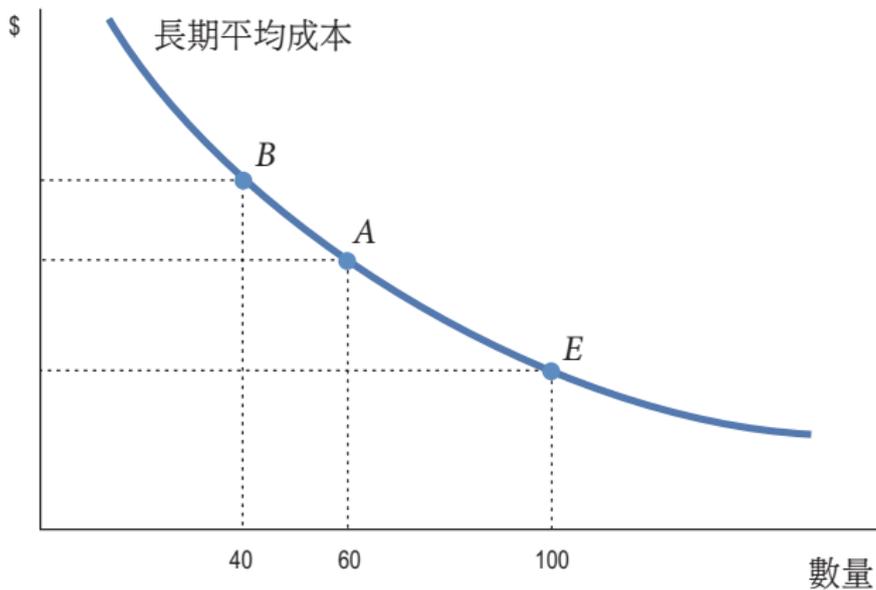
- 若有進入障礙 (barriers to entry), 廠商的長期利潤可以大於0

## 如何設立進入障礙?

- **資源獨占**: 某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% 的鑽石供給
- **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
- **自然獨占 (natural monopoly)**: 由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, 如自來水公司, 高壓電輸配管線, 大台北瓦斯公司

# 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 家廠商生產時平均總成本較低