

基础知识:微观经济学竞争和垄断 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/21/2021\\_2022\\_\\_E5\\_9F\\_BA\\_E7\\_A1\\_80\\_E7\\_9F\\_A5\\_E8\\_c25\\_21109.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/21/2021_2022__E5_9F_BA_E7_A1_80_E7_9F_A5_E8_c25_21109.htm) 竞争和垄断 实际上，竞争和垄断是一对孪生兄弟。有竞争的地方，必然有垄断。有垄断的地方，也必然有竞争。既没有绝对的竞争（完全竞争），也没有绝对的垄断（完全垄断），但是却有着竞争程度和垄断程度的差别。萨缪尔森承袭斯密的衣钵认为，完全竞争“意味着没有一家企业或消费者足以影响整个市场的价格。例如，小麦市场是完全竞争的，因为即使最大的小麦农场也只能生产世界小麦产量的一小部分，从而无法对小麦价格产生重大影响。”（第28页）的确，如果把整个市场定义为世界市场的话，不要说小麦，就是被公认为已经达到高度垄断的汽车市场上，单独一家企业对整个市场价格的影响力也是很有限的。然而，世界市场其实是被无数种有形、无形的力量分割成无数个局部市场，企业只要在某个局部市场上取得相对垄断地位就可以获取相对垄断利润，人们所抱怨的垄断都是这类相对垄断。垄断的第一个来源是空间。在斯密时代，由于交通运输不发达，市场竞争常常是在一个城镇或一个地区的范围内展开，该地区以外的市场价格虽然对本地区有影响，但往往不足以打破本地区形成的相对垄断格局。至少，该地区厂商的定价可以高于其他地区市场价格加上运输费的水平上，运输成本成为该地区厂商的垄断利润来源。即使在今天，例如百货业和旅馆业，都明显享受着由于距离产生的相对垄断利润。显然，在北京出差的人不可能由于天津同档次旅馆便宜而跑到天津去住宿，甚至在北京西单地区出

差的人不会到东单去住宿。在繁华的都市，如果一家宾馆周围2公里没有竞争对手，则该宾馆就可获得明显的相对垄断利润。垄断的第二个来源是时间。由于商品生产需要一个从投资到产品出厂的自然周期，当某种商品供不应求利润丰厚时，其竞争对手需要有一定时间才能提供同类产品，这就使厂商获得了由时间而产生的相对垄断利润。那些二十四小时经营店也都懂得时间垄断的重要性。第三个来源是商品性能、品质、规格以及品牌等的差异。小麦似乎都一样，但在细分化的小麦市场上，加州小麦和德州小麦是两种商品，加州小麦贵不等于德州小麦也能卖到同样价钱，因为这是两种可替代却不同的商品，就像桑塔纳和奥迪是两种不同商品一样。在中国大米市场上，东北大米比南方大米贵，盘锦大米比高碑店大米贵，同样是因为这个道理。第四个来源是种种由于历史和社会原因造成的市场分割，比如国界的分割，语言文化的分割（对于音像市场来说，这种分割是至关重要的）等。事实上，成功的企业都是靠着善于构造并利用局部市场垄断而成长起来的。洛克菲勒的标准石油公司就是利用了宾夕法尼亚州油井区炼油设施的相对紧缺而发展起来的。当别人看到炼油业有利可图，想参与竞争时，洛克菲勒已经把炼油成本降低下来，构筑起了行业壁垒了。不仅如此，洛克菲勒利用自己作为铁路运输大客户的消费者垄断地位，威胁运输公司不让他们承运别的炼油商的煤油。这样，洛克菲勒的垄断范围逐渐从宾州扩展到全国，又从炼油业向后扩展到石油开采业，向前扩展到石油运输业和分销业，成为美国乃至世界的石油垄断巨头。但是，竞争仍然存在。在洛克菲勒的视线以外，还有俄国高加索地区的石油，有中东地区的石油，

有南亚地区的石油。在标准石油公司内部，则存在着对各级权力的竞争和角逐。由此，标准石油公司的成本开始上升，而技术和组织模式开始外流，新的石油公司就在标准石油公司的大树底下成长起来。对外，标准石油公司继续凭借其在美国的垄断地位，参与世界其他地区的石油业竞争。在标准石油公司被肢解成七个地区性公司后，这些地区性公司形成紧密的业务联系，共同制定油价，被称为七姐妹。但七姐妹之间也不是没有竞争，只是受到共同规则的限制而已。不仅是洛克菲勒懂得构造并利用垄断来获取利润，凡是有竞争存在的地方，厂商都在努力构筑各种形式的垄断。甚至在市场崇拜者津津乐道的农贸市场，也普遍存在着价格垄断。同是卖白菜的十几家摊位，报出的价格常常惊人的一致，虽然各摊位在态度、称量、是否允许剥去老叶等细节上会有竞争。世界白菜市场非常大，但在特定地点、特定时刻却只有十几家竞争者，每家都足以影响白菜价格，因此并不是完全竞争市场。联合垄断的成本较低，而收益较大。在十几家白菜商的联合垄断行为中，又有一些人实力较强，心眼较多，是价格制定者，而另一些人则是价格追随者。价格制定者常常自己违反定价，以较低的价格大批量向买主销售，却不允许别人违反定价，他们是市场上的霸主。根据价格制定者利用公权谋私的程度不同，霸气也有强有弱。霸气弱的常常被称颂为公平、仗义。实际上，由于白菜市场利润微薄，头脑精明、兄弟多的霸主们不屑一顾，所以我们较少在白菜市场上看到霸主的存在，但在利润和风险都较高的水产市场上，这种欺行霸市的现象就非常普遍。一些有实力的水产商正是从这里开始起步的。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接

下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)