

2010年国际商务师《专业知识》资料：需求弹性 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022_2010_E5_B9_B4_E5_9B_BD_c29_645507.htm

需求弹性包括需求的价格弹性、需求的收入弹性和需求的交叉弹性等，它是衡量商品本身价格、收入和其他商品价格变动所引起的需求量的相对变动程度。其中，需求的价格弹性又通常被简称为需求弹性。

一. 需求价格弹性 1.含义：在一定时期内一种商品的需求量变动对该商品价格变动的反应程度，是用以衡量一种商品价格变动的比率所引起的该商品需求量变动的比率。公式： $E_d = (Q/Q) / (P/P)$

E_d 需求价格弹性系数 $Q = Q_2 - Q_1$ 需求量的变动 $P = P_2 - P_1$ 价格的变动 由于需求量与价格是反向变化的，所以需求的价格弹性是负的.为了便于分析，我们在需求的价格弹性加上绝对值。

2.分类：(1) 当弹性值大于1时，说明价格的变动引起需求量以更大的比例变动。需求是富有弹性的(需求曲线较平缓)，表示需求对价格的变动比较敏感。(2) 当弹性值小于1时，说明价格的变动引起需求量以更小的比例变动。需求是缺乏弹性的(需求曲线较陡峭)，表示需求对价格的变动不太敏感。(3) 如果弹性值等于1，说明价格和需求按相同比例变化。需求是单位弹性。(4) 完全无弹性需求可以用一条垂直线来表示。这种情况下，无论价格怎样变化，需求量总是不变。显然，价格上升越多，消费者的支出水平越大。(5) 无限弹性需求可用一条水平线来表示。在这种情况下，需求都是“无限”大的。

3.影响需求价格弹性的因素

：Oslash. 商品用途的广泛性一般来说，一种商品的用途越广泛，它的需求价格弹性越大.相反，用途越狭窄，它的需求价

格弹性越小。Oslash. 商品使用时间的长短非耐用品的弹性大，耐用品的弹性较小。gt.1时，价格降低会增加总收益，相反，价格提高会减少总收益，商品价格与总收益成反方向变动(薄利多销) 例如：我们假设某维生素类产品的需求价格弹性为3，某药店销售该产品的原始零售价格为20元，在三个月内的销售量是300盒，那么药店在三个月内的总收益是20元/盒X300盒，即6000元.如果药店为了短期收益快速增长，降价10%，零售价格下降到18元，根据需求价格弹性销售量增幅30%，即三个月内销售量是390盒，那么通过降价后的总收益为18元/盒X390盒，即7020元，通过降价药店的总收益增加了1020元，这也就是我们常常挂在嘴边的“薄利多销”了。也就是说当某类药品需求价格富有弹性的时候，降价是可以增加药店经营总收益的，反之，如果药店对于需求富有弹性的药品或者保健品进行涨价，药店的总收益则会降低，如上述案例涨价10%，将会导致销售量下滑30%，三个月的总收益就变成了4620元，较涨价前总收益减少了1380元。(2) 需求缺乏弹性时即|Ed|<1时，价格降低会减少总收益，相反，价格提高会增加总收益，即商品价格与总收益成同方向变动(谷贱伤农) 我们假设某中高端心血管产品的需求价格弹性为0.2，某药店销售该产品的原始零售价格为50元，在三个月内的销售量是300盒，那么药店在三个月内的总收益是50元/盒X300盒，即15000元.如果药店出于短期收益增长的目的将该药品降价10%，零售价格下降到45元，根据需求价格弹性销售量增幅2%，即三个月内销售量是306盒，那么通过降价后的总收益为45元/盒X306盒，即13770元，通过降价药店的总收益反而降低了1230元!如果药店针对该产品涨价10%，市场需求即销售

量降低了2%，即三个月销售量为294盒，通过涨价药店的总收益增加到16170元，即增幅170元。当某类药品需求价格缺乏弹性的时候，降价不仅不能增加药店经营总收益的，反而会降低药店的总收益，反之，如果药店对于这类药品或者保健品进行涨价，药店的总收益则会增加。(3) 需求单位弹性时即 $|E_d|=1$ 时，价格无论降低还是提高，都不会引起总收益变动。价格变化与总收益没有关系 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