

No. C2001009  
假冒伪劣与市场结构

假冒伪劣与市场结构

在GOOGLE搜索此内容

2001-10-22 平新乔 郝朝艳 阅读5919次

本文在理论结构上不同于Akerlof的“柠檬市场”理论。在Akerlof的理论中,消费者虽然在产品质量上信息不完全,但是他们可以通过产品质量的统计特征来判断产品质量的平均水平。这个判断会影响到他们的保留价格,所以消费者就可以在在一定程度上影响市场价格。在我们的模型中均衡价格是由边际成本和产品的价格需求弹性共同决定的,而质量成本独立于产出,也就与边际成本和价格决定不相关。价格无法反映产品质量,因此缺少了一种减少劣质产品的力量,造成了劣质产品市场不会自动萎缩的情况。而这一点,正好与中国过去10年中假冒伪劣现象持续猖獗的事实相吻合。我们在理论上与经验上的贡献在于三点:第一,只要产品质量与价格的决定不限于它们之间的相互决定过程,只要价格还取决于产品质量以外的产量、市场与非市场因素,那么,高价(高利)会诱发假冒伪劣的行为;第二,假冒伪劣率对市场需求(进而对企业收入与行业收入)所产生的负面作用,在中国是存在的,说明Akerlof关于劣质品导致市场萎缩的效应在中国是发生的。但是,这种作用被高价、高利对假冒伪劣的正向推波助澜作用占优了,这便是为什么过去10年中国市场上假冒伪劣持久猖獗的主要原因;第三,本文的统计结果也证实了,垄断程度与生产集中度的提高,有利于降低假冒伪劣率,产品质量与信誉本身的确也是一种垄断资源。中国的问题不在于这种与质量、信誉相联系的有效率的垄断,而在于那种人为的、无效率的行政垄断所导致的不合理的高价、高利机会,这才导致低劣的产品。

相关下载:

[文件下载1](#)[文件下载2](#)

相关信息:

没有相关信息

相关评论:

没有相关评论 [点这里发表评论](#)[发表](#)、[查看更多关于该信息的评论](#)[打印本页](#)[| 北京大学](#) | [中心概况](#) | [BiMBA](#) | [CENET](#) | [联系方式](#) | [站点导航](#) | [繁体版](#) | [ENGLISH VERSION](#) |

Copyright© 1998-2005 北京大学 中国经济研究中心 版权所有

保留所有权利, 未经允许请勿挪用, 有任何问题与建议请联络: [webmaster@ccer.pku.edu.cn](mailto:webmaster@ccer.pku.edu.cn)

京ICP备05005746