

互补品的价格与需求量成什么比—互补商品之间价格与供给量之间呈什么方向变动-股识吧

一、甲乙互为替代品，丙丁为互补品，设其他条件不变，关于需求与价格的关系

甲乙互为替代品，丙丁为互补品，设其他条件不变，关于需求与价格的关系甲商品的需求量的变化会引起乙商品的价格呈同方向变动 丙商品的需求量的变化会引起丁商品的价格呈同方向变动 甲商品的价格的变化会引起乙商品的需求量成反方向变动 × 丙商品的价格的变化会引起丁商品的需求量成反方向变动 甲乙互为替代品，丙丁为互补品。

首先需求量与价格关系：需求量上升，价格上升；

价格上升，需求量下降——负反馈。

乙为替代品，则甲需求量上升，乙需求量也上升，价格上升；

甲价格上升，乙作为替代，需求量上升，价格上升。

丙丁为互补品，则丙需求量上升，价格上升，丁需求量也上升，价格上升；

丙价格上升，需求量下降，丁需求量下降，价格下降——负反馈。

二、微观经济学 啤酒价格上升，羊肉串的供给 供给量 需求 需求量的变化及分析。二者互补品

一般来说，税负能否转嫁及转嫁多少，要看商品需求弹性如何，需求数量对价格变化越是敏感，则通过提高卖价把税负向前转嫁就越困难；

反之，需求数量对价格变化不敏感或无弹性，则税负越有可能向前转嫁。

准确地说，需求弹性大，则税负转嫁就很困难，且向前转给消费者的少，向后转给原供应者的多；

需求弹性小，则税负容易转嫁，且向前转给消费者的多，向后转给原供应者的少；

需求完全无弹性，税负可能全部向前转嫁给消费者；

需求完全有弹性，税负可能全部向后转嫁给原供应者。

需求弹性越大，转嫁的可能性越小；

需求弹性越小，转嫁的可能快越大，税负转嫁与需求弹性成反比。

供给弹性是供给量对价格变动所作出反应的程 度，即供给量变动的百分比对价格变动的百分比的比率。

弹性系数表示如下：供给弹性系数=供给变化百分比/价格变动百分比

如果供给弹性系数绝对值大于1，为富有弹性；

小于1为缺乏弹性；

等于1为有弹性；

等于0为完全无弹性。

从供给弹性方面看，产品供给弹性越大，其税负越不容易转嫁，且向前转嫁给消费者的大，向后转嫁给原供应者或生产要素者的小；

供给弹性小，其税负则易于转嫁，且向前转给购买者或消费者的小，向后转给原供应者或生产者要素者的大；

供给完全无弹性，其税负只能向后转给原供应者或生产要素者；

供给完全有弹性，税负可以通过涨价向前全部转嫁给购买者。

供给弹性越大，税负转嫁的可能性越大；

供给弹性越小，税负转嫁的可能性越小。

税负转嫁与供给弹性成正比。

当某种商品的需求弹性大于供给弹性时，说明当某种商品由于政府征税而价格变动时，其需求量的变动幅度大于供给量的变动幅度。

在这种情况下，税负前转较困难，会更多地向后转嫁或不能转嫁，税负会更多地由生产要素提供者或生产者自己承担。

当需求弹性小于供给弹性时，说明当某种商品由于政府征税而引起价格变动时，其需求量的变动幅度小于供给量的变动幅度。

在这种情况下，税负前转比较容易，会更多地由消费者（购买者）承担。

总之，商品的供求弹性是制约税负转嫁的形式及规模的关键因素。

税负通常是一部分通过提价形式向前转给消费者，一部分通过成本减少（或压价）向后转给原供应或生产要素者。

究竟转嫁比例如何，根据供需弹性而定。

三、某月内，X商品的替代品的价格上升和互补品的价格上升，分别引起X商品的需求变动量为30单位和90单位，则在

某月内，X商品的替代品的价格上升和互补品的价格上升，分别引起X商品的需求变动量为30单位和90单位，则在它们的共同作用下，该月X商品的需求数量下降60个单位。

也就是说某商品价格与其替代品需求量同向，与其互补品需求量相反。

替代品价格上升，导致X商品需求量上升30个单位，互补品价格上升导致商品需求量下降90个单位，总共影响是X商品需求量下降60个单位。

拓展资料1、商品的价格与替代需求的方向相同，但与补充需求的方向相反。

替代品价格的增加导致该商品的需求数量增加50单位，而补充品价格的增加导致该商品的需求数量减少80单位。

总的效果是，对商品A的需求减少了30个单位。

替代品是能给消费者提供类似满意度的商品。

如果好的A的价格上涨，客户会寻求购买好的B，这比好的A便宜，并提供类似的满意度。

例如，当火车票价格继续上升到一定的高度时，人们就会转向飞行。

或者，当牛奶价格上涨时，少买牛奶，改用奶粉。

替代是指两种产品之间的竞争销售关系，即一种产品销售的增加会减少另一种产品的潜在销售，反之亦然（如牛肉和猪肉）。

补体和补体是相反的概念。

替代品也可以根据交叉弹性系数的符号来识别。

显然，当交叉弹性系数为正时，即一种产品价格的上涨（销售的下降）将导致对另一种产品的需求的增加。

此时，这两种产品都是替代品。

2、互补商品是指两种商品之间的消费依赖性，即一种商品的消费必须与另一种商品的消费相匹配。

一般来说，补充产品价格的增加将导致对该补充产品的需求的减少。

一种补充品是一种需要与另一种商品一起消耗的商品。

两种为了满足消费者的需求而需要同时消费的商品可以相互补充。

商品之间的互补性往往是不对称的，互补性的程度因商品的特点而异。

随着对一种商品的需求的增加，对其配套产品的需求也在增加。

一种商品价格的上涨会导致对另一种商品的需求的减少。

互补产品之间的交叉价格弹性小于零。

四、互补商品之间价格与供给量之间呈什么方向变动

例题2。（2007年高考政治海南卷2）假定当A商品的互补品价格上升10%时，A商品需求变动量为20单位；

当A商品的替代品价格下降10%时，A商品需求变动量为30单位。

如果其他条件不变，当A商品的互补品价格上升10%、替代品价格下降10%同时出现时，那么，A商品的需求数量 A．增加50单位 B．减少50单位 C．增加10单位

D．减少10单位 解析：价格影响供求，A商品的互补品价格上升10%，则A商品的需求量会减少20单位，替代品价格下降10%，则A商品的需求量会增加30单位 所以，应选B（注：互补品是指共同满足一种欲望的两种商品，它们之间是相互补充的，价格是同向变动的。

替代品是指可以互相代替来满足同一种欲望的两种商品，它们之间是可以相互替代的，价格是反向变动的)

五、其他条件不变，某商品价格上升，其互补品的需求，需求量，供给和供给量的变化

例如苹果和梨是替代品，苹果价格不变，梨的价格降低，人们会买梨，从而减少对苹果的需求，因此该商品替代品的价格降低，则该商品需求量也减少。
汽车和汽油是互补品，如果汽油价格飞涨，汽车的需求量就会下降。
因此该商品的互补品价格升高，则该商品需求量会减少。

六、当某种商品的互补品涨价，该商品的供给量是上升还是下降

C 试题分析：当该商品的互补品价格下降时，人们对其互补品的需求量会增加，对该商品的需求量也会增加，B、D显示的是需求量减少，与题意不符；
一般来讲，一种商品价格下降，人们对其需求量会增加，A显示的是随着需求量的增加，商品的价格升高，错误；
C正确。

七、替代商品与互补商品的价格变动对商品需求量的影响

例如苹果和梨是替代品，苹果价格不变，梨的价格降低，人们会买梨，从而减少对苹果的需求，因此该商品替代品的价格降低，则该商品需求量也减少。
汽车和汽油是互补品，如果汽油价格飞涨，汽车的需求量就会下降。
因此该商品的互补品价格升高，则该商品需求量会减少。

八、当两种物品是互补品，一种物品价格上升引起另一种物品需求增加？减少？

减少。

对于正常品来说，其需求和价格成反比，价格上升则其需求下降，它的需求少了，其互补品需求也必然减少。

比如，光碟和是一种互补品的关系，现在电脑越来越普及了，人们欣赏音乐、观赏视频都通过网络了，VCD的需求减少了，因而光碟的需求也随之减少了。

参考文档

[下载：互补品的价格与需求量成什么比.pdf](#)

[《上市公司好转股票提前多久反应》](#)

[《股票多久能买完》](#)

[下载：互补品的价格与需求量成什么比.doc](#)

[更多关于《互补品的价格与需求量成什么比》的文档...](#)

声明：

本文来自网络，不代表

【股识吧】立场，转载请注明出处：

<https://www.gupiaozhishiba.com/read/42343390.html>