垄断上市公司的特征是什么 - 在我国 , 什么行业比较符合 垄断竞争市场的特征-股识吧

一、垄断竞争企业的特点是数量太多,每家企业又生产的太少?

垄断竞争市场是这样一个市场组织,一个市场中有许多厂商生产和销售有差别的同种产品。

在垄断竞争市场理论中,把市场上大量的生产非常接近的同种产品的厂商的总和称 作生产集团。

具体地说,垄断竞争市场的特点或条件主要有以下三点:(1)在生产集团中有大量的企业生产有差别的同种产品,他们彼此之间都是非常接近的替代品。

(如牛肉面和鸡丝面);

- (2)一个生产集团中的企业数量非常多,以至于每个厂商都认为自己的行为的影响很小,不会引起竞争对手的注意和反应,因而自己也不会受到竞争对手的任何报复措施的影响;
- (3)厂商的生产规模比较小,因此,进入和退出一个生产集团比较容易。

二、垄断性竞争的市场特点

垄断竞争市场竞争程度较大,垄断程度较小,比较接近完全竞争,而且要现实得多,在大城市的零售业、手工业、印刷业中普遍存在。

从总体上说,这种市场具有以下特点。

1. 厂商众多市场上厂商数目众多,每个厂商都要在一定程度上接受市场价格,但每个厂商又都可对市场施加一定程度的影响,不完全接受市场价格。

另外,厂商之间无法相互勾结来控制市场。

对于消费者,情况是类似的。

这样垄断竞争市场上的经济人是市场价格的影响者。

- 2. 互不依存市场上的每个经济人都自以为可以彼此相互独立行动,互不依存。
- 一个人的决策对其他人的影响不大,不易被察觉,可以不考虑其他人的对抗行动。
- 3. 产品差别同行业中不同厂商的产品互有差别,要么是质量差别,要么是功用差别,要么是非实质性差别(如包装、商标、广告等引起的印象差别),要么是销售条件差别(如地理位置、服务态度与方式的不同造成消费者愿意这家的产品,而不愿购买那家的产品)。

产品差别是造成厂商垄断的根源,但由于同行业产品之间的差别不是大到产品完全

不能相互替代,一定程度的可相互替代性又让厂商之间相互竞争,因而相互替代是厂商竞争的根源。

如果要准确说出产品差别的含义,则可这样来说:在同样的价格下,如果购买者对 某家厂商的产品表现出特殊的爱好时,就说该厂商的产品与同行业内其他厂商的产 品具有差别。

4. 进出容易厂商进、出一个行业比较容易。

这一点同完全竞争类似,厂商的规模不算很大,所需资本不是太多,进入和退出一个行业障碍不大,比较容易。

5. 可以形成产品集团行业内部可以形成多个产品集团(product group) ,即行业内生产类似商品的厂商可以形成团体,这些团体之间的产品差别程度较大,团体内部的产品之间差别程度较小。

三、垄断市场的企业特点、如何实现利润最大化

垄断市场的企业特点就是企业主导价格。 如何实现利润最大化就是不惜一切的维持垄断地位。

四、寡头垄断市场的一个显著特征?

特征是:价格单一,统一步调。

。 至于什么叫寡头垄断,见上

五、在我国,什么行业比较符合垄断竞争市场的特征

没看懂什么意思?

六、寡头垄断市场的一个显著特征?

特征是:价格单一,统一步调。

0

至于什么叫寡头垄断,见上

七、垄断行业的基本特征是什么 新闻

一、行政垄断——地方保护、地区封锁及部门垄断。

各地工商部门在调查中发现,实行地方保护、地区封锁的主要商品有烟、酒、化肥、医药、煤炭、农业生产资料。

这种地区封锁及地方保护,不仅存在于省和省之间,而且省内各地市之间,地市各 县之间也存在。

其主要表现形式如下:1、以发文形式封锁市场,阻碍商品的自由流通。

如:东北某地方政府为保护当地氮肥厂的生产,专门召开会议、并发文要求经营者必须销售本地化肥,否则没收经营的外地商品,对经营者罚款直至吊销营业执照。

2、以不正当或者歧视性质量检验及加收费用等方式,抬高外地商品进入本地的门 槛。

在《直击垄断》一文中,啤酒调节基金的例子便是此类垄断的典型表现。

3、以拒绝或予以行政许可等方式,强制他人购买其指定产品或服务。

比如,民政部门利用结婚登记的职权、限定办事人到指定的照相馆照相;

公安交通部门限定司机到指定的验车厂验车。

4、政府部门指使他人强行收费。

沈阳市和平区中国小食品城有一批人长期盘踞,专收来此运货的卡车司机的"路线费"。

而这些团伙的背后就是区交通局。

5、政府机关利用"一套班子、两块牌子",实施垄断。

例如,上海崇明县自来水公司与县节约用水办公室实际上是"一家人",2000年年初,节水办公室向用水大户发文限量用水,超过限量加收5倍水费。

但只要购买县自来水公司的纯净水,就不再收取该费用。

此举使得崇明县其他水厂陷入困境。

- 二、行业垄断———公用企业以及其他依法具有独占地位的经营者的限制竞争行为。
- 1、限定他人购买自己或者其指定经营者的商品服务。

如保险公司在理赔中强制他人购买其指定产品,供电企业强制他人购买其电力安装 服务等。

2、以检验商品质量、性能为借口,迫使他人购买其指定产品。

比如,某煤气公司的用户不购买其推荐的煤气灶,公司就以种种借口拖延其通气时

间。

3、一些行业垄断者与行政机关或公用企业互相串通,借助他人的优势地位实行限制竞争行为。

这种情况在保险业较为突出,如保险公司利用行政机关、公用企业、学校、医院等强制出售其保险。

八、垄断条件下竞争有什么特点

一般来说,垄断就是独占,就是只能自己干,别人不能干。

因此,垄断之下,没有竞争。

垄断是经济学名词,但在别的领域也可借用。

垄断的前提是设置进入障碍,比如说通信,中移动等几家公司,都是国有企业,而要进入通信领域,一般人是进不去的,因为国家不许可,石油、电力、交通等等都是这样,国家不可续就是进入障碍,别人进不去,只有那几家国有企业可以做,就是垄断,垄断者可以任意设置价格,消费者者只有承受,没有反对的能力,因为没有选择,没有公平的竞争者。

垄断意味着没有竞争,因为它是竞争的对立面。

当然,绝对的垄断很难实现,一般来说,垄断情况下出现竞争是有可能的,但这种竞争是不公平的,典型的如医药。

小的制药公司,小的诊所医院可能出现,但是因为垄断巨头把持着定价权,小公司小医院是没有定价权的,只能跟着别人走,明明可以低价求得更多的客户,而且低价也能保证相当的利润,但是一旦低价就会受到打压,生存不下去。

因为这会影响到垄断巨头的暴利,他们不会允许小公司降低价格,减少暴利。

参考文档

下载:垄断上市公司的特征是什么.pdf

《滴滴上市股票多久可以交易》

《股票交易后多久能上市》

《场内股票赎回需要多久》

下载:垄断上市公司的特征是什么.doc

更多关于《垄断上市公司的特征是什么》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/store/30305317.html