

# 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—个市场组织，—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）—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—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—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。

—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。

。

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>