

等 別：高考二級
類 科：工業行政
科 目：產業經濟學
考試時間：2 小時

座號：_____

※注意：(一)禁止使用電子計算器。

(二)不必抄題，作答時請將試題題號及答案依照順序寫在試卷上，於本試題上作答者，不予計分。

(三)請以黑色鋼筆或原子筆在申論試卷上作答。

(四)本科目除專門名詞或數理公式外，應使用本國文字作答。

- 一、假設一個同質產品市場，有兩家廠商進行競爭，其邊際生產成本皆同為 2。假設市場反需求函數為 $P = 10 - Q$ ，其中 P 為市場價格、 Q 為市場產量。
- (一)假若兩家廠商進行 Stackelberg 領導跟隨 (leader-follower) 產量模型競爭。若以 q_l 與 q_f 分別代表 leader 與 follower 之產量，請詳細推導計算均衡產量各為多少？(10 分)
- (二)前述 Stackelberg 產量模型，在其它條件不變下，假若給定的 leader 產量相對較小，則 follower 策略上的最佳反應方式，將是會隨之相對減產？或會相對增產？或者不變化？請以經濟學原理中的邊際收益與邊際成本概念分析推理之。(5 分)
- (三)假設以 q_i 表示 Cournot 模型產量競爭之均衡個廠產量。請問 q_i 與 q_l 何者大？ q_i 與 q_f 何者大？請不通過數學計算，而以經濟學的原理與意涵進行推理解析與說明之。(10 分)
- 二、假設某個市場僅一家獨占廠商，其邊際生產成本為 2。假設該廠商產品分別銷售於兩個不同族群，族群 1 市場之反需求函數為 $P_1 = 10 - Q_1$ ，族群 2 市場之反需求函數為 $P_2 = 10 - 2Q_2$ ，其中 P_i 與 Q_i 代表族群 i 市場價格與數量， $i = 1, 2$ 。假設兩族群之間不能轉賣。
- (一)在相同價格 $P_1 = P_2 = P$ 之下，請詳細推導各族群之價格需求彈性？並請比較其大小？(5 分)
- (二)請詳細推導獨占廠商對各族群之均衡銷售量與價格各為多少？(10 分)
- (三)假設族群 1 之需求改變為 $P_1 = 10 - Q_1 + 0.05Q_2$ ，其它條件則不變。在不通過數學推導之下，請以經濟學原理詳細推理解析說明，此時兩族群均衡價格與(二)比較將會如何的變化？(即將會變大/變小/或不變？)(10 分)

三、A 廠於市場中獨占銷售某產品並且固定價格於 10 元。假設消費者同質，且每一個消費者於一年內都會消費達 10 個單位。A 廠現在面臨一家新廠商的挑戰，假設基於消費者過去長期使用習慣與品牌忠誠，估計確定消費者最少仍會保有 6 單位的數量跟 A 廠購買，於是 A 廠決定採用「忠誠折扣 (loyalty discounts)」優惠措施：消費者今年內購買數量若達到 9 單位，即開始享受回溯既往之 8 折優待。假設新舊兩廠之邊際生產成本皆同為 6。我們將以其中一個代表性消費者甲來分析新廠參進的訂價策略，並請回答下列問題。(註：回溯既往之折扣優惠，即對於早先已經消費之數量仍將比照優惠措施，例如追溯返還折扣額)

- (一)若新廠只自甲挖走 1 單位數量，則請詳細解析說明，新廠該如何訂價才能達成這一目的？(5 分)
- (二)若新廠欲自甲挖走 2 單位數量，則請詳細解析說明，新廠該如何訂價才能達成此目的？(5 分)
- (三)若新廠欲自甲挖走 4 單位數量，則請詳細解析說明，新廠該如何訂價才能達成此目的？(5 分)
- (四)何以此類型優惠措施能夠達成「排他性競爭」之效果？請詳細解析說明之。(10 分)

四、請依下列各子題所述進行詳細回答：

- (一)何謂「完全可競爭市場模型 (perfectly contestable market model)」？請詳細推論與解析說明其成因。(7 分)
- (二)何謂「轉售價格維持 (Resale price maintenance, RPM)」？請詳細定義之。何以一品牌廠商採用「轉售價格維持」策略，可能促進該品牌的競爭力？請詳細推理解析與說明。(8 分)
- (三)廠商甲生產銷售兩個產品：A 與 B。A 是獨占產品、訂價為 1,000 元（假設此產品之邊際生產成本為 0）；B 則是一個完全競爭市場的產品且均衡價格為 100 元（假設生產該產品廠商之固定成本均為 0）。現在甲廠商決定不再分開銷售，而是改採捆綁搭售策略：將 1 單位 A 產品與 1 單位 B 產品捆綁為 1 財貨進行銷售、並訂價 1,100 元。甲廠此一搭售策略將使其利潤變大？變小？或不變？請以經濟學原理詳細推理解析說明之。(10 分)