

類 科：公平交易管理、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。

- 一、試問廣告是加入市場的手段或是加入障礙？（10分）廣告對廠商產品訂價、利潤率及產業集中度的增加或降低效果為何？（15分）
- 二、(一)若市場需求為 $p=120-(q_A+q_B)$ ，式中 p 為價格， q_A 與 q_B 分別為廠商 A 與 B 的產量，成本函數分別為 $C_A=20q_A$ 、 $C_B=40q_B$ 。若 A 與 B 均為追隨者（follower），試問 Cournot 競爭均衡價格及產量分別為何？（15分）
(二)若 A 為領導者（leader）且 B 為追隨者，試問 Stackelberg 均衡價格及產量分別為何？（10分）
- 三、國內上市大型企業集團都曾表示持續朝垂直整合方向發展，以與國際企業集團競爭。試問進行垂直整合的原因為何？（10分）若一產業的上、下游皆為獨占廠商，下游廠商對上游廠商的產品無獨買權，形成「雙重獨占」（double monopoly）。試問整合後，廠商的利潤、消費者剩餘、下游產品的產量及價格將如何變化？試繪圖說明之。（15分）
- 四、在同質（homogenous）及異質（differentiated）產品的寡占市場上，廠商從事 Bertrand 式競爭，試問其 Bertrand-Nash 均衡為何？（15分）又在該均衡下，廠商的訂價及產量是否接近完全競爭市場的訂價及產量？（10分）