

窗外彻响的蝉鸣为证，八月的三伏天果真是热闹得彻头彻尾，股市、物价一路飙升，奥运指针逐日临近，十七大选举如火如荼，央行进行第四次加息……

古谚说得好：冬炼三九，夏炼三伏。酷热的季节其实又最能彰显人的定力。试想到汗水的光泽中正孕育着收获的喜悦，便也可以从容微笑了。

《关注环亚》与您一起感悟岁月，分享生活。敬请关注本期内容：

内容摘要

• 环亚看点 – 重卡市场竞争呈现新特点（二）

- 我国重型卡车市场状况如何？
- 其升级换代有哪些规律可循？…

• 研究成果 – 从网络征婚看当代择偶观（二）

- 本研究利用网络平台进行简单随机抽样调查，
- 运用内容分析法，考察当代人的择偶观…

• 研究心得 – 垄断对供给和价格的影响及市场先进入对市场份额的影响

- 本文利用数学模型证明垄断对社会造成的危害，
- 以及现实中市场份额分配的原则 …



HOT WORDS

- 2007 FIVB women's Beach Volleyball Challenger：女子沙滩排球挑战赛
- The one-year countdown to the 2008 Olympic Games：奥运倒计时一周年
- I participate, I contribute, and I enjoy：我参与、我奉献、我快乐
- Games-time volunteers：赛时志愿者
- World Taekwondo Federation (WTF)：世界跆拳道联合会

小贴士 - 七夕

- 农历七月初七，旧称七夕，又称乞巧节、女儿节，俗称七月七。
- 七夕作为节日最早始于东汉，有晒衣曝书活动，晋朝以后渗入牛郎织女的神话。
- 七夕的重要习俗是“乞巧”。即妇女向织女乞教提高刺绣编织的技巧。古代女子崇尚针线手艺，织女是男耕女织生活方式中妇女的崇拜偶像。另据民俗学家研究，乞巧还是古代妇女乞求生育子女的活动，故七夕又称女儿节。

关键词：重卡，升级换代



❖ 重卡产品的升级换代是必然规律

在图1横向的后方有两个促进重卡升级的推动力量。一个是随着运输水平（货主对运输的可靠性和及时性的不断提高）和运输环境（公路技术等级和线路长度的增加）的提升，运输市场对运输装备升级产生的推动力量；二是涉及车辆及交通运输的相关政策（如国家的排放标准强制发动机技术升级和计重收费及其对大吨位车的收费优惠政策）对重卡升级产生的推动力量。

在图1横向的后方有一个抑制重卡升级牵制力量。升级换代的重卡一般其价格和原来的产品相比会有一个提升，相对较高的价格往往导致市场上新旧产品并存的局面。升级换代的新产品刚入市时往往其目标消费群是中高端用户，未升级产品是中低端用户。新产品入市的导入期，其相对较高的价格是影响升级换代产品扩大销售的抑制力量。但这只是一个短暂的过渡期，其升级换代的根本力量是阻挡不住的。

❖ 主流重卡厂家已完成新一轮的产品升级换代

近几年来，我国主流重卡企业适应卡车行业发展的新趋势和用户需求的新的特点，基本都完成了新一轮的产品升级换代。

2004年8月，解放奥威重卡全国投放仪式在天津港隆重举行，揭开了其全面上市的宏大序幕。解放奥威重卡的上市，标志着解放重卡时代的到来。随后，基于一汽解放J5平台的大威、悍威、竣威等产品先后投放市场，经过不断完善得到了市场认可，2006年解放重卡销售取得了不凡的业绩。

在2007年4月的上海国际车展上，一汽解放J6重卡正式亮相并将于今年第二季度批量生产上市。解放J6重卡是一款具有国际水平的换代产品，配备6DN 13升发动机，采用国际先进的四气门技术和双层水套专利技术冷却方式，起步国3，满足国4、前瞻国5，奥霸13升发动机功率最大可达460马力。为一汽解放公司继续保持国内重卡领导者地位并进军国际市场奠定了



雄厚的基础。

东风商用车公司的战略型产品“东风天龙”自2006年5月上市后，在公路和工程两大细分市场的表现都达到了预期目标。东风天龙是一款融中外创新技术的重卡新品，集东风、雷诺、日产柴技术于一身，是东风、日产合资的一项重要成果。通过近一年的市场导入，东风天龙各项性能都表现出了竞争优势。

全面上市后，东风天龙重卡涵盖从260马力到420马力，包括牵引、自卸、平板货运以及特种改装在内的全系列重卡产品，目前累计销售近5000台，2007年3月份单月销量已突破1000台。东风天龙各项性能指标在有关卡车的对比测试中，都表现出了突出的竞争优势，为东风商用车提出的实现“中国第一、世界前三”的战略目标创造了有利条件。



豪沃（HOWO）是中国重汽拥有的自主品牌，是在沃尔沃上世的某些车型的基础上，结合中国重汽消化的斯太尔技术，自主研发的具有当代国际水平的新一代重型汽车。该车型在2004年底投放市场，一年后产销就突破万辆，并多次批量出口，创造了可观的经济效益，造就了中国重卡史上的奇迹。中国重汽以豪沃系车为主力，辅以斯太尔王、黄河王子等产品，在2006年历史性地跻身于中国重卡产销量第一集团。2006年中国重汽推出豪沃8系列高端重卡，该系列重卡融合国际先进技术的特色，采用了关键的先进总成，各大总成协调、统一、可靠、灵便，并进行了合理的技术连接。是中国重汽最先进、最高档的新一代重卡，为中国重汽角逐中国重卡市场提供了“利器”。



2003年9月19日，陕汽德龙F2000重型车批量下线仪式在西安举行。同年德龙F2000重卡出口欧洲市场，成为中国当时唯一进入欧洲市场的专业重卡品牌；2004年，陕汽全面引进MANF2000重卡的整车制造技术，引进及消化吸收创新工作取得新进展，并在2004年和2005年保持了强劲的出口势头。

（待续）

• 更多信息，请联系：

唐晓群 汽车研究事业部

Tel: 010-67120526

Fax: 010-67120669

E-mail: auto@pamri.com

关键词：网络，择偶



❖ 研究发现

2. 征友者对被征者的要求及性别差异分析

1) 年龄状况及性别差异

从收集到的数据中，我们可以看到，男性对于对方的年龄要求较为明确：有近60%的男性选择35岁以下的女性。而女性中最大比重的群体选择了31-40岁这一区间的男性，比例为66%。然而，男性当中又有17%选择对对方的年龄没有确切要求，女性当中这一比例则很低，为3.3%。

2) 对方婚姻状况及性别差异的对比分析

表8 性别*对方婚姻

		未婚	离异	丧偶	保留或不限	缺省	Total
性别	男	75	6	0	17	29	127
	女	45	11	1	28	6	91
Total		120	17	1	45	35	218

男性和女性都倾向于选择未婚的配偶，在随机抽样的218个人中，有120人征询未婚的配偶，占总人数的55%，有80人选择了保留或不限，占总人数的21%左右，缺省的有35人，占总人数的16%左右，两者加起来占总人数的37%，这些人是对婚姻状况没有具体要求的，征求离异的配偶较少，而征求丧偶的配偶基本没有。

男性要求配偶未婚的比率要高于女性，说明男性更希望所征的女性是未婚的，其次是没有要求的，但在对离异和丧偶的寻求程度上，男女差别较大，很少有男性寻求离异或丧偶的女性，但有大约13%左右的女性要求所征男性配偶为离异的。

由此可以看出，未婚的女性相对于离异的女性更容易找到合适的伴侣，而离异的女性相对于丧偶的女性而言，更容易找到合适的伴侣。

3) 对方教育程度及性别差异

表9 性别*对方教育

		高中及以下	大专	大学	硕士	保留或不限	缺省	Total
性别	男	34	31	12	0	48	2	127
	女	7	23	42	2	15	2	91
Total		41	54	54	2	63	4	218

从总体情况来看，在选择配偶的受教育水平时，选择保留或不限的人居多，占总人数的30%左右，其次是大学和大专程度，均占25%，再次是高中及以下程度的，占总数的19%左右。

男性对女性配偶教育程度的要求不高，其中以不限为最多，而女性对男性配偶教育程度的要求较高，其中最多的是大学。因此，女性希望配偶高学历，要有足够的受教育水平，但同时也没有过高的要求，一般而言，大学程度的男性基本可以满足女性对配偶受教育水平的要求；而男性对女性的受教育水平要求不高，大专水平基本已经可以满足男性对女性配偶的要求，而要求受教育水平在大学本科程度以上的的基本没有。

4) 对方收入要求及性别差异

表10 性别*对方收入

对方收入		1000元及以下	1000-3000元	3000-5000元	5000-7000元	7000-10000元	10000-20000元	20000元及以上	缺省	Total
性别	男	54	51	16	4	0	0	1	1	127
	女	11	6	11	29	19	10	5	0	91
Total		65	57	27	33	19	10	6	1	218

❖ 研究结论

本研究利用MSN佳缘网站平台进行简单随机抽样调查所获得的218个样本资料，通过分析发现，目前采取网络征友的群体中，27-34岁成为主流年龄群体。而男性的比例更占到了多数。

经由网络平台考察目前的择偶观，可以发现，目前的择偶观仍存在梯度要求，但这并非意味着文化层次较高者更少地关注对方的教育、职业和收入等社会经济背景，实际上教育素养高者往往更认同般配模式、对意中人的期望更高、择偶也更慎重，他们不仅关注对方的社会经济背景，而且也更在乎情侣的人品个性和双方的情投意合；其次，年轻人、教育层次较高者更看重对方的社会经济地位。

梯度要求最明显的差异还是体现在性别上，女性更趋向于寻找年龄更长、收入更多、学历更高的男性；而男性则恰恰相反。这就引发了另外一个社会问题，即有着良好教育背景及职业收入的女性在择偶中会处于劣势。研究表明，虽然时代在变迁，但婚恋中的很多传统观念对人们的影响还是根深蒂固的。

当然，择偶观是动态变化的，具有可变性，这种动态变化不仅反映在社会历史的变迁对其的影响上，而且也体现在个人生命周期的不同阶段，更有诸多错综复杂、难以测量的因素不能纳入分析框架，因此，尽管我们的研究假设获得基本证实，但是否符合实际还有待时间的检验。

• 更多信息，请联系：

杨枫 综合研究事业部

Tel: 010-67120521 Fax: 010-67120669 E-mail: amy.yang@pamri.com

垄断对供给和价格的影响及 市场先进入对市场份额的影响（二）

关键词：垄断，供给，价格



❖ 没有先后进入顺序时垄断程度对供给量和市场价格的影响

2、市场上有n个厂商的情况

厂商面临的市场需求函数为：

$$Q=a-P$$

每个厂商的供给量分别为 q_1 、 q_2 、…… q_n ，在市场均衡时显然有市场供给量=市场需求量，从简便的角度出发，假设每个厂商的单位成本都相同。

第一个厂商的利润函数为：

$$\begin{aligned} L_1(q_1, q_2, \dots, q_n) &= P \times q_1 - C \times q_1 \\ &= (a - Q) \times q_1 - C \times q_1 \\ &= (a - q_1 - q_2 - \dots - q_n) \times q_1 - C \times q_1 \end{aligned} \quad (\text{函数1})$$

同理可得其它厂商的利润函数为：

$$L_2(q_1, q_2, \dots, q_n) = (a - q_1 - q_2 - \dots - q_n) \times q_2 - C \times q_2 \quad (\text{函数2})$$

$$L_3(q_1, q_2, \dots, q_n) = (a - q_1 - q_2 - \dots - q_n) \times q_3 - C \times q_3 \quad (\text{函数3})$$

……

$$L_n(q_1, q_2, \dots, q_n) = (a - q_1 - q_2 - \dots - q_n) \times q_n - C \times q_n \quad (\text{函数n})$$

假设厂商都追求利润最大化。则n个厂商就是确定自己的产量，使自己的生产函数最大化。

容易看出，对于某一个特定的厂商，其它厂商生产越少的产品或尽量不生产产品，则该厂商获得的利润越高，但每一个厂商都会这样想，因此上述问题变成了一个博弈问题，需要求出该博弈问题的均衡解。因为n个厂商是同时进入或基本同时进入市场的，对于任何一个厂商，都是在假定其它厂商的产量给定时，确定自己的产量，使自己的利润函数最大化；容易证明这时的解是该博弈问题的均衡解。因此在保持其它厂商产量不变时求每个厂商的偏微分，使之等于0，然后求联立方程组的解，就是该博弈问题的均衡解。

如果 $\partial L_i / \partial q_i = 0$ ，其中 $i=1, 2, \dots, n$ ， L_i 是第i个厂商的利润函数， q_i 是第i个厂商的产量。

代入利润函数，得到：

$$2q_1 + q_2 + q_3 + \dots + q_n = a - C \quad (1)$$

$$q_1 + 2q_2 + q_3 + \dots + q_n = a - C \quad (2)$$

.....

$$q_1 + q_2 + q_3 + \dots + nq_n = a - C \quad (n)$$

可以将上述联立方程组写成下列矩阵形式：

$$A \cdot q = m$$

其中，

$$A = \begin{pmatrix} 2 & 1 & \dots & 1 \\ 1 & 2 & \dots & 1 \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ 1 & 1 & \dots & 2 \end{pmatrix} \quad q = \begin{pmatrix} q_1 \\ q_2 \\ \dots \\ q_n \end{pmatrix} \quad m = \begin{pmatrix} a - C \\ a - C \\ \dots \\ a - C \end{pmatrix}$$

因为方阵A的行列式不等于0，所以该方程组有唯一解。解上述方程组，可以得到：

$$q_1 = q_2 = \dots = q_n = (a - C) / (n + 1)$$

在达到均衡时，市场总的供给量 $Q^* = n \times (a - C) / (n + 1)$

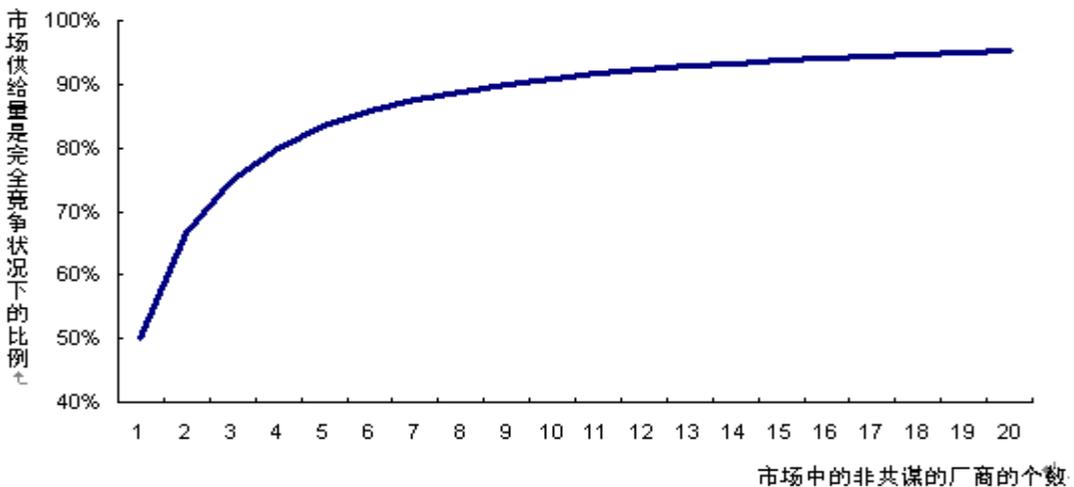
$$P^* = (a + nC) / (n + 1)$$

从上述结果可以看出，有n个厂商时的社会总供给量小于完全竞争时的供给量，而价格高于完全竞争时的价格，同样对社会造成了损失。当n充分大时，可以得到：

$$\lim Q^* = a - C$$

$$\lim P^* = C$$

也就是说在厂商足够多时，接近于完全竞争。



从上图可以看出，当市场中独立的厂商数量小于6个时，会对社会供给量有较大的影响。

(待续)

• 更多信息，请联系：

王文利 专项研究事业部

Tel: 010-67120395

Fax: 010-67120669

E-mail: wenley.wang@pamri.com