



高等院校“十二五”应用型规划教材——经济管理系列

宏观经济学

黄英 葛金田 主编
沈飞 马伟华 杨杨 副主编



免费赠送电子课件

- 吸纳**同类教材精粹**，推陈出新。在内容上吸取新的知识成果，摒弃过时的概念方法，使教材突出**时代性**。
- **免费提供教学资源**，方便教学。
- **配套各类精选习题**，易学易用。教材中设计了**大量案例**与习题，加强了实践性和可操作性，达到学以致用。

清华大学出版社



高等院校“十二五”应用规划教材·经济管理系列

宏观经济学

黄英 葛金田 主编
沈飞 马伟华 杨杨 副主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书共十一章,第一章为宏观经济学概述;第二至九章,主要介绍宏观经济学的基本内容,包括 GDP 核算、简单国民收入决定、IS—LM 模型、AD—AS 模型、宏观经济政策、失业与通货膨胀、经济增长与经济周期;第十章简单介绍国际经济学的基本知识;第十一章介绍开放经济条件下的短期经济模型。同时,每章还精心设置了学习要点及目标、关键概念、本章小结和自测题等模块,有助于学生掌握重要知识点。

本书内容强调应用性、实践性和系统完整性,可作为大学本科经济管理类各专业宏观经济学的教材,也可作为广大经济学教师、学生的参考读物。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

宏观经济学/黄英,葛金田主编. —北京:清华大学出版社,2016

(高等院校“十二五”应用型规划教材·经济管理系列)

ISBN 978-7-302-39476-1

I. ①宏… II. ①黄… ②葛… III. ①宏观经济学—高等学校—教材 IV. ①F015

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 036179 号

责任编辑:秦 甲

装帧设计:杨玉兰

责任校对:周剑云

责任印制:沈 露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62791865

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:18 字 数:431 千字

版 次:2016 年 11 月第 1 版 印 次:2016 年 11 月第 1 次印刷

印 数:1~2500

定 价:39.00 元

产品编号:054617-01

前言

在多年的经济学专业教学生涯中，每给本科新生讲授宏观经济学都感到有压力。对于学生来说，经济问题分析的方式方法与他们以往学习和接受的知识有很大不同。如何在时间有限的课堂教学中培养学生良好的经济学思维，对老师来说是颇具挑战性的工作。

对经济学或管理学专业的学生来说，经济学知识对他们的影响深远。哈佛大学经济学教授曼昆曾经说过：“大学一年级学过的经济学原理改变了我的一生。”而对于中国的大学生还远不止于此，在本科毕业后继续攻读研究生以及求职、职务晋升等都离不开经济学理论的学习和考核。所以对初学经济学相关理论的学生来说，能正确引导初学者学习的一本系统性经济理论教材显得尤为重要。本书就是本着实现这一目标编写的。

在教材的编写过程中，我们参考了大量中外文献资料，本着让学生易读、易懂、易掌握的原则，对传统《宏观经济学》教科书的体系和结构做了适当的调整和改进，并在语言叙述上尽可能做到简练、直白、逻辑性强，使初学者能够从总体上把握经济理论框架、掌握经济学分析问题的基本原理和方法。为了让学生在使用本书时得到较为系统的训练，同时也便于教师开展教学活动，我们同时编写了与本书配套的习题集和课件。

本书由黄英教授、葛金田教授担任主编，沈飞、马伟华、杨杨担任副主编。具体分工如下：黄英、张娜、张芳菲(第一章、第四章、第九章)；葛金田、张娜(第二章、第三章)；马伟华、庄亚娇(第五章、第六章)；杨杨(第八章)；沈飞、王振梅(第七章、第十章、第十一章)。参与编写的主要成员都长期从事经济学多门课程的教学和研究工作。

限于编者的学识和水平，书中难免有疏漏之处，敬请广大读者和学界同行给予批评指正。

编 著

第一章 导论	12
第一节 宏观经济学的基本概念	12
第二节 宏观经济学的主要流派	13
第三节 宏观经济学的主要研究对象	14
第四节 宏观经济学的主要研究方法	15
第五节 宏观经济学的主要政策目标	16
第二章 国民收入核算	17
第一节 国民收入核算的基本概念	17
第二节 国民收入核算的基本公式	18
第三节 国民收入核算的部门构成	19
第四节 国民收入核算的流量与存量	20
第五节 国民收入核算的部门构成	21
第三章 产品市场与货币市场	22
第一节 产品市场均衡	22
第二节 货币市场均衡	23
第三节 产品市场与货币市场均衡	24
第四章 产品市场与劳动力市场	25
第一节 产品市场均衡	25
第二节 劳动力市场均衡	26
第三节 产品市场与劳动力市场均衡	27
第五章 产品市场与商品市场	28
第一节 产品市场均衡	28
第二节 商品市场均衡	29
第三节 产品市场与商品市场均衡	30
第六章 产品市场与要素市场	31
第一节 产品市场均衡	31
第二节 要素市场均衡	32
第三节 产品市场与要素市场均衡	33
第七章 产品市场与利率市场	34
第一节 产品市场均衡	34
第二节 利率市场均衡	35
第三节 产品市场与利率市场均衡	36
第八章 产品市场与汇率市场	37
第一节 产品市场均衡	37
第二节 汇率市场均衡	38
第三节 产品市场与汇率市场均衡	39
第九章 产品市场与贸易市场	40
第一节 产品市场均衡	40
第二节 贸易市场均衡	41
第三节 产品市场与贸易市场均衡	42
第十章 产品市场与财政市场	43
第一节 产品市场均衡	43
第二节 财政市场均衡	44
第三节 产品市场与财政市场均衡	45
第十一章 产品市场与金融市场	46
第一节 产品市场均衡	46
第二节 金融市场均衡	47
第三节 产品市场与金融市场均衡	48
第十二章 产品市场与房地产市场	49
第一节 产品市场均衡	49
第二节 房地产市场均衡	50
第三节 产品市场与房地产市场均衡	51
第十三章 产品市场与能源市场	52
第一节 产品市场均衡	52
第二节 能源市场均衡	53
第三节 产品市场与能源市场均衡	54
第十四章 产品市场与环保市场	55
第一节 产品市场均衡	55
第二节 环保市场均衡	56
第三节 产品市场与环保市场均衡	57
第十五章 产品市场与人口市场	58
第一节 产品市场均衡	58
第二节 人口市场均衡	59
第三节 产品市场与人口市场均衡	60
第十六章 产品市场与科技市场	61
第一节 产品市场均衡	61
第二节 科技市场均衡	62
第三节 产品市场与科技市场均衡	63
第十七章 产品市场与教育市场	64
第一节 产品市场均衡	64
第二节 教育市场均衡	65
第三节 产品市场与教育市场均衡	66
第十八章 产品市场与卫生市场	67
第一节 产品市场均衡	67
第二节 卫生市场均衡	68
第三节 产品市场与卫生市场均衡	69
第十九章 产品市场与交通市场	70
第一节 产品市场均衡	70
第二节 交通市场均衡	71
第三节 产品市场与交通市场均衡	72
第二十章 产品市场与旅游市场	73
第一节 产品市场均衡	73
第二节 旅游市场均衡	74
第三节 产品市场与旅游市场均衡	75
第二十一章 产品市场与娱乐市场	76
第一节 产品市场均衡	76
第二节 娱乐市场均衡	77
第三节 产品市场与娱乐市场均衡	78
第二十二章 产品市场与体育市场	79
第一节 产品市场均衡	79
第二节 体育市场均衡	80
第三节 产品市场与体育市场均衡	81
第二十三章 产品市场与艺术市场	82
第一节 产品市场均衡	82
第二节 艺术市场均衡	83
第三节 产品市场与艺术市场均衡	84
第二十四章 产品市场与宗教市场	85
第一节 产品市场均衡	85
第二节 宗教市场均衡	86
第三节 产品市场与宗教市场均衡	87
第二十五章 产品市场与哲学市场	88
第一节 产品市场均衡	88
第二节 哲学市场均衡	89
第三节 产品市场与哲学市场均衡	90
第二十六章 产品市场与文学市场	91
第一节 产品市场均衡	91
第二节 文学市场均衡	92
第三节 产品市场与文学市场均衡	93
第二十七章 产品市场与音乐市场	94
第一节 产品市场均衡	94
第二节 音乐市场均衡	95
第三节 产品市场与音乐市场均衡	96
第二十八章 产品市场与舞蹈市场	97
第一节 产品市场均衡	97
第二节 舞蹈市场均衡	98
第三节 产品市场与舞蹈市场均衡	99
第二十九章 产品市场与戏剧市场	100
第一节 产品市场均衡	100
第二节 戏剧市场均衡	101
第三节 产品市场与戏剧市场均衡	102
第三十章 产品市场与电影市场	103
第一节 产品市场均衡	103
第二节 电影市场均衡	104
第三节 产品市场与电影市场均衡	105
第三十一章 产品市场与电视市场	106
第一节 产品市场均衡	106
第二节 电视市场均衡	107
第三节 产品市场与电视市场均衡	108
第三十二章 产品市场与广播市场	109
第一节 产品市场均衡	109
第二节 广播市场均衡	110
第三节 产品市场与广播市场均衡	111
第三十三章 产品市场与报纸市场	112
第一节 产品市场均衡	112
第二节 报纸市场均衡	113
第三节 产品市场与报纸市场均衡	114
第三十四章 产品市场与杂志市场	115
第一节 产品市场均衡	115
第二节 杂志市场均衡	116
第三节 产品市场与杂志市场均衡	117
第三十五章 产品市场与图书市场	118
第一节 产品市场均衡	118
第二节 图书市场均衡	119
第三节 产品市场与图书市场均衡	120
第三十六章 产品市场与音像市场	121
第一节 产品市场均衡	121
第二节 音像市场均衡	122
第三节 产品市场与音像市场均衡	123
第三十七章 产品市场与网络游戏市场	124
第一节 产品市场均衡	124
第二节 网络游戏市场均衡	125
第三节 产品市场与网络游戏市场均衡	126
第三十八章 产品市场与电子竞技市场	127
第一节 产品市场均衡	127
第二节 电子竞技市场均衡	128
第三节 产品市场与电子竞技市场均衡	129
第三十九章 产品市场与网络文学市场	130
第一节 产品市场均衡	130
第二节 网络文学市场均衡	131
第三节 产品市场与网络文学市场均衡	132
第四十章 产品市场与网络音乐市场	133
第一节 产品市场均衡	133
第二节 网络音乐市场均衡	134
第三节 产品市场与网络音乐市场均衡	135
第四十一章 产品市场与网络舞蹈市场	136
第一节 产品市场均衡	136
第二节 网络舞蹈市场均衡	137
第三节 产品市场与网络舞蹈市场均衡	138
第四十二章 产品市场与网络戏剧市场	139
第一节 产品市场均衡	139
第二节 网络戏剧市场均衡	140
第三节 产品市场与网络戏剧市场均衡	141
第四十三章 产品市场与网络电影市场	142
第一节 产品市场均衡	142
第二节 网络电影市场均衡	143
第三节 产品市场与网络电影市场均衡	144
第四十四章 产品市场与网络电视市场	145
第一节 产品市场均衡	145
第二节 网络电视市场均衡	146
第三节 产品市场与网络电视市场均衡	147
第四十五章 产品市场与网络广播市场	148
第一节 产品市场均衡	148
第二节 网络广播市场均衡	149
第三节 产品市场与网络广播市场均衡	150
第四十六章 产品市场与网络报纸市场	151
第一节 产品市场均衡	151
第二节 网络报纸市场均衡	152
第三节 产品市场与网络报纸市场均衡	153
第四十七章 产品市场与网络杂志市场	154
第一节 产品市场均衡	154
第二节 网络杂志市场均衡	155
第三节 产品市场与网络杂志市场均衡	156
第四十八章 产品市场与网络图书市场	157
第一节 产品市场均衡	157
第二节 网络图书市场均衡	158
第三节 产品市场与网络图书市场均衡	159
第四十九章 产品市场与网络音像市场	160
第一节 产品市场均衡	160
第二节 网络音像市场均衡	161
第三节 产品市场与网络音像市场均衡	162
第五十章 产品市场与网络游戏市场	163
第一节 产品市场均衡	163
第二节 网络游戏市场均衡	164
第三节 产品市场与网络游戏市场均衡	165
第五十一章 产品市场与电子竞技市场	166
第一节 产品市场均衡	166
第二节 电子竞技市场均衡	167
第三节 产品市场与电子竞技市场均衡	168
第五十二章 产品市场与网络文学市场	169
第一节 产品市场均衡	169
第二节 网络文学市场均衡	170
第三节 产品市场与网络文学市场均衡	171
第五十三章 产品市场与网络音乐市场	172
第一节 产品市场均衡	172
第二节 网络音乐市场均衡	173
第三节 产品市场与网络音乐市场均衡	174
第五十四章 产品市场与网络舞蹈市场	175
第一节 产品市场均衡	175
第二节 网络舞蹈市场均衡	176
第三节 产品市场与网络舞蹈市场均衡	177
第五十五章 产品市场与网络戏剧市场	178
第一节 产品市场均衡	178
第二节 网络戏剧市场均衡	179
第三节 产品市场与网络戏剧市场均衡	180
第五十六章 产品市场与网络电影市场	181
第一节 产品市场均衡	181
第二节 网络电影市场均衡	182
第三节 产品市场与网络电影市场均衡	183
第五十七章 产品市场与网络电视市场	184
第一节 产品市场均衡	184
第二节 网络电视市场均衡	185
第三节 产品市场与网络电视市场均衡	186
第五十八章 产品市场与网络广播市场	187
第一节 产品市场均衡	187
第二节 网络广播市场均衡	188
第三节 产品市场与网络广播市场均衡	189
第五十九章 产品市场与网络报纸市场	190
第一节 产品市场均衡	190
第二节 网络报纸市场均衡	191
第三节 产品市场与网络报纸市场均衡	192
第六十章 产品市场与网络杂志市场	193
第一节 产品市场均衡	193
第二节 网络杂志市场均衡	194
第三节 产品市场与网络杂志市场均衡	195
第六十一章 产品市场与网络图书市场	196
第一节 产品市场均衡	196
第二节 网络图书市场均衡	197
第三节 产品市场与网络图书市场均衡	198
第六十二章 产品市场与网络音像市场	199
第一节 产品市场均衡	199
第二节 网络音像市场均衡	200
第三节 产品市场与网络音像市场均衡	201
第六十三章 产品市场与网络游戏市场	202
第一节 产品市场均衡	202
第二节 网络游戏市场均衡	203
第三节 产品市场与网络游戏市场均衡	204
第六十四章 产品市场与电子竞技市场	205
第一节 产品市场均衡	205
第二节 电子竞技市场均衡	206
第三节 产品市场与电子竞技市场均衡	207
第六十五章 产品市场与网络文学市场	208
第一节 产品市场均衡	208
第二节 网络文学市场均衡	209
第三节 产品市场与网络文学市场均衡	210
第六十六章 产品市场与网络音乐市场	211
第一节 产品市场均衡	211
第二节 网络音乐市场均衡	212
第三节 产品市场与网络音乐市场均衡	213
第六十七章 产品市场与网络舞蹈市场	214
第一节 产品市场均衡	214
第二节 网络舞蹈市场均衡	215
第三节 产品市场与网络舞蹈市场均衡	216
第六十八章 产品市场与网络戏剧市场	217
第一节 产品市场均衡	217
第二节 网络戏剧市场均衡	218
第三节 产品市场与网络戏剧市场均衡	219
第六十九章 产品市场与网络电影市场	220
第一节 产品市场均衡	220
第二节 网络电影市场均衡	221
第三节 产品市场与网络电影市场均衡	222
第七十章 产品市场与网络电视市场	223
第一节 产品市场均衡	223
第二节 网络电视市场均衡	224
第三节 产品市场与网络电视市场均衡	225
第七十一章 产品市场与网络广播市场	226
第一节 产品市场均衡	226
第二节 网络广播市场均衡	227
第三节 产品市场与网络广播市场均衡	228
第七十二章 产品市场与网络报纸市场	229
第一节 产品市场均衡	229
第二节 网络报纸市场均衡	230
第三节 产品市场与网络报纸市场均衡	231
第七十三章 产品市场与网络杂志市场	232
第一节 产品市场均衡	232
第二节 网络杂志市场均衡	233
第三节 产品市场与网络杂志市场均衡	234
第七十四章 产品市场与网络图书市场	235
第一节 产品市场均衡	235
第二节 网络图书市场均衡	236
第三节 产品市场与网络图书市场均衡	237
第七十五章 产品市场与网络音像市场	238
第一节 产品市场均衡	238
第二节 网络音像市场均衡	239
第三节 产品市场与网络音像市场均衡	240
第七十六章 产品市场与网络游戏市场	241
第一节 产品市场均衡	241
第二节 网络游戏市场均衡	242
第三节 产品市场与网络游戏市场均衡	243
第七十七章 产品市场与电子竞技市场	244
第一节 产品市场均衡	244
第二节 电子竞技市场均衡	245
第三节 产品市场与电子竞技市场均衡	246
第七十八章 产品市场与网络文学市场	247
第一节 产品市场均衡	247
第二节 网络文学市场均衡	248
第三节 产品市场与网络文学市场均衡	249
第七十九章 产品市场与网络音乐市场	250
第一节 产品市场均衡	250
第二节 网络音乐市场均衡	251
第三节 产品市场与网络音乐市场均衡	252
第八十章 产品市场与网络舞蹈市场	253
第一节 产品市场均衡	253
第二节 网络舞蹈市场均衡	254
第三节 产品市场与网络舞蹈市场均衡	255
第八十一章 产品市场与网络戏剧市场	256
第一节 产品市场均衡	256
第二节 网络戏剧市场均衡	257
第三节 产品市场与网络戏剧市场均衡	258
第八十二章 产品市场与网络电影市场	259
第一节 产品市场均衡	259
第二节 网络电影市场均衡	260
第三节 产品市场与网络电影市场均衡	261
第八十三章 产品市场与网络电视市场	262
第一节 产品市场均衡	262
第二节 网络电视市场均衡	263
第三节 产品市场与网络电视市场均衡	264
第八十四章 产品市场与网络广播市场	265
第一节 产品市场均衡	265
第二节 网络广播市场均衡	266
第三节 产品市场与网络广播市场均衡	267
第八十五章 产品市场与网络报纸市场	268
第一节 产品市场均衡	268
第二节 网络报纸市场均衡	269
第三节 产品市场与网络报纸市场均衡	270
第八十六章 产品市场与网络杂志市场	271
第一节 产品市场均衡	271
第二节 网络杂志市场均衡	272
第三节 产品市场与网络杂志市场均衡	273
第八十七章 产品市场与网络图书市场	274
第一节 产品市场均衡	274
第二节 网络图书市场均衡	275
第三节 产品市场与网络图书市场均衡	276
第八十八章 产品市场与网络音像市场	277
第一节 产品市场均衡	277
第二节 网络音像市场均衡	278
第三节 产品市场与网络音像市场均衡	279
第八十九章 产品市场与网络游戏市场	280
第一节 产品市场均衡	280
第二节 网络游戏市场均衡	281
第三节 产品市场与网络游戏市场均衡	282
第九十章 产品市场与电子竞技市场	283
第一节 产品市场均衡	283
第二节 电子竞技市场均衡	284
第三节 产品市场与电子竞技市场均衡	285
第九十一章 产品市场与网络文学市场	286
第一节 产品市场均衡	286
第二节 网络文学市场均衡	287
第三节 产品市场与网络文学市场均衡	288
第九十二章 产品市场与网络音乐市场	289
第一节 产品市场均衡	289
第二节 网络音乐市场均衡	290
第三节 产品市场与网络音乐市场均衡	291
第九十三章 产品市场与网络舞蹈市场	292
第一节 产品市场均衡	292
第二节 网络舞蹈市场均衡	293
第三节 产品市场与网络舞蹈市场均衡	294
第九十四章 产品市场与网络戏剧市场	295
第一节 产品市场均衡	295
第二节 网络戏剧市场均衡	296
第三节 产品市场与网络戏剧市场均衡	297
第九十五章 产品市场与网络电影市场	298
第一节 产品市场均衡	298
第二节 网络电影市场均衡	299
第三节 产品市场与网络电影市场均衡	300
第九十六章 产品市场与网络电视市场	301
第一节 产品市场均衡	301
第二节 网络电视市场均衡	302
第三节 产品市场与网络电视市场均衡	303
第九十七章 产品市场与网络广播市场	304
第一节 产品市场均衡	304
第二节 网络广播市场均衡	305
第三节 产品市场与网络广播市场均衡	306
第九十八章 产品市场与网络报纸市场	307
第一节 产品市场均衡	307
第二节 网络报纸市场均衡	308
第三节 产品市场与网络报纸市场均衡	309
第九十九章 产品市场与网络杂志市场	310
第一节 产品市场均衡	310
第二节 网络杂志市场均衡	311
第三节 产品市场与网络杂志市场均衡	312
第一百章 产品市场与网络图书市场	313
第一节 产品市场均衡	313
第二节 网络图书市场均衡	314
第三节 产品市场与网络图书市场均衡	315
第一百零一章 产品市场与网络音像市场	316
第一节 产品市场均衡	316
第二节 网络音像市场均衡	317
第三节 产品市场与网络音像市场均衡	318
第一百零二章 产品市场与网络游戏市场	319
第一节 产品市场均衡	319
第二节 网络游戏市场均衡	320
第三节 产品市场与网络游戏市场均衡	321
第一百零三章 产品市场与电子竞技市场	322
第一节 产品市场均衡	322
第二节 电子竞技市场均衡	323
第三节 产品市场与电子竞技市场均衡	324
第一百零四章 产品市场与网络文学市场	325
第一节 产品市场均衡	325
第二节 网络文学市场均衡	326
第三节 产品市场与网络文学市场均衡	327
第一百零五章 产品市场与网络音乐市场	328
第一节 产品市场均衡	328
第二节 网络音乐市场均衡	329
第三节 产品市场与网络音乐市场均衡	330
第一百零六章 产品市场与网络舞蹈市场	331
第一节 产品市场均衡	331
第二节 网络舞蹈市场均衡	332
第三节 产品市场与网络舞蹈市场均衡	333
第一百零七章 产品市场与网络戏剧市场	334
第一节 产品市场均衡	334
第二节 网络戏剧市场均衡	335
第三节 产品市场与网络戏剧市场均衡	336
第一百零八章 产品市场与网络电影市场	337
第一节 产品市场均衡	337
第二节 网络电影市场均衡	338
第三节 产品市场与网络电影市场均衡	339
第一百零九章 产品市场与网络电视市场	340
第一节 产品市场均衡	340
第二节 网络电视市场均衡	341
第三节 产品市场与网络电视市场均衡	342
第一百一十章 产品市场与网络广播市场	343
第一节 产品市场均衡	343
第二节 网络广播市场均衡	344
第三节 产品市场与网络广播市场均衡	345
第一百一十一章 产品市场与网络报纸市场	346
第一节 产品市场均衡	346
第二节 网络报纸市场均衡	347
第三节 产品市场与网络报纸市场均衡	348
第一百一十二章 产品市场与网络杂志市场	349
第一节 产品市场均衡	349
第二节 网络杂志市场均衡	350
第三节 产品市场与网络杂志市场均衡	351
第一百一十三章 产品市场与网络图书市场	352
第一节 产品市场均衡	352
第二节 网络图书市场均衡	353
第三节 产品市场与网络图书市场均衡	354
第一百一十四章 产品市场与网络音像市场	355
第一节 产品市场均衡	355
第二节 网络音像市场均衡	356
第三节 产品市场与网络音像市场均衡	357
第一百一十五章 产品市场与网络游戏市场	358
第一节 产品市场均衡	358
第二节 网络游戏市场均衡	359
第三节 产品市场与网络游戏市场均衡	360
第一百一十六章 产品市场与电子竞技市场	361
第一节 产品市场均衡	361
第二节 电子竞技市场均衡	362
第三节 产品市场与电子竞技市场均衡	363
第一百一十七章 产品市场与网络文学市场	364
第一节 产品市场均衡	364
第二节 网络文学市场均衡	365
第三节 产品市场与网络文学市场均衡	366
第一百一十八章 产品市场与网络音乐市场	367
第一节 产品市场均衡	367
第二节 网络音乐市场均衡	368
第三节 产品市场与网络音乐市场均衡	369
第一百一十九章 产品市场与网络舞蹈市场	370
第一节 产品市场均衡	370
第二节 网络舞蹈市场均衡	371
第三节 产品市场与网络舞蹈市场均衡	372
第一百二十章 产品市场与网络戏剧市场	373
第一节 产品市场均衡	373
第二节 网络戏剧市场均衡	374
第三节 产品市场与网络戏剧市场均衡	375
第一百二十一章 产品市场与网络电影市场	376
第一节 产品市场均衡	376
第二节 网络电影市场均衡	377
第三节 产品市场与网络电影市场均衡	378
第一百二十二章 产品市场与网络电视市场	379
第一节 产品市场均衡	379
第二节 网络电视市场均衡	380
第三节 产品市场与网络电视市场均衡	381
第一百二十三章 产品市场与网络广播市场	382
第一节 产品市场均衡	382
第二节 网络广播市场均衡	383
第三节 产品市场与网络广播市场均衡	384
第一百二十四章 产品市场与网络报纸市场	385
第一节 产品市场均衡	385
第二节 网络报纸市场均衡	386
第三节 产品市场与网络报纸市场均衡	387
第一百二十五章 产品市场与网络杂志市场	388
第一节 产品市场均衡	388
第二节 网络杂志市场均衡	389
第三节 产品市场与网络杂志市场均衡	390
第一百二十六章 产品市场与网络图书市场	391
第一节 产品市场均衡	391
第二节 网络图书市场均衡	392
第三节 产品市场与网络图书市场均衡	393
第一百二十七章 产品市场与网络音像市场	394
第一节 产品市场均衡	394
第二节 网络音像市场均衡	395
第三节 产品市场与网络音像市场均衡	396
第一百二十八章 产品市场与网络游戏市场	397
第一节 产品市场均衡	397
第二节 网络游戏市场均衡	398
第三节 产品市场与网络游戏市场均衡	399
第一百二十九章 产品市场与电子竞技市场	400
第一节 产品市场均衡	400
第二节 电子竞技市场均衡	401
第三节 产品市场与电子竞技市场均衡	402
第一百三十章 产品市场与网络文学市场	403
第一节 产品	

目 录

第一章 导论	1
第一节 宏观经济学概述	2
一、宏观经济学的性质及研究对象	2
二、宏观经济学和微观经济学的异同	3
第二节 宏观经济学的研究方法	4
一、总量分析	4
二、总需求与总供给分析	5
三、均衡分析与非均衡分析	5
四、静态分析、比较静态分析和动态分析	6
五、实证分析与规范分析	6
本章小结	7
阅读资料	7
自测题	22
第二章 国民收入核算	25
第一节 国内生产总值	26
第二节 核算国民收入的方法	29
一、支出法	29
二、收入法	30
第三节 从国内生产总值到个人可支配收入	31
第四节 国民收入的基本公式	33
一、两部门经济的收入构成及其基本公式	33
二、三部门经济的收入构成及其基本公式	33
三、四部门经济的收入构成及其基本公式	34
第五节 名义 GDP 和实际 GDP	35

本章小结	36
自测题	36
第三章 简单国民收入决定理论	41
第一节 均衡产出	42
一、最简单的经济关系	42
二、均衡产出的概念	42
三、投资等于储蓄	44
第二节 凯恩斯的消费理论	44
一、消费函数	44
二、储蓄函数	46
三、消费函数和储蓄函数的关系	48
四、家户消费函数和社会消费函数	49
第三节 两部门经济中国民收入的决定及变动	50
一、使用消费函数决定收入	50
二、使用储蓄函数决定收入	51
第四节 乘数论	52
第五节 三部门经济中国民收入的决定	54
第六节 三部门经济中的各种乘数	56
一、政府购买支出乘数	56
二、税收乘数	57
三、政府转移支付乘数	57
四、平衡预算乘数	58
第七节 四部门经济中国民收入的决定	59
一、四部门经济中的收入决定	59
二、四部门经济中的乘数	60
本章小结	60
阅读资料	61
自测题	66

第四章 产品市场和货币市场的一般

均衡 69

第一节 投资的决定 70

一、实际利率(Real Interest Rate)与

投资(Investment) 70

二、预期收益与投资 74

三、风险与投资 75

第二节 产品市场的均衡: IS 曲线 75

一、IS 曲线及其推导 75

二、IS 曲线的斜率 78

三、IS 曲线的移动 79

第三节 利率的决定 82

一、利率取决于货币的需求和

供给 82

二、货币供求均衡和利率的决定 86

第四节 LM 曲线 87

一、LM 曲线及其推导 87

二、LM 曲线的斜率 90

三、LM 曲线的移动 91

第五节 IS—LM 分析 92

一、两个市场同时均衡的利率和

收入 92

二、均衡收入和利率的变动 94

第六节 凯恩斯的基本理论框架 95

本章小结 97

阅读资料 97

自测题 98

第五章 宏观经济政策分析 101

第一节 财政政策和货币政策的影响 102

一、财政政策 102

二、货币政策 102

第二节 财政政策效果 103

一、财政政策效果的 IS—LM

图形分析 103

二、凯恩斯主义的极端情况 105

三、挤出效应 106

四、财政政策的局限性 108

第三节 货币政策效果 108

一、货币政策效果的 IS—LM

图形分析 108

二、古典主义的极端情况 109

三、货币政策的局限性 111

第四节 两种政策的混合使用 112

本章小结 113

案例分析 114

自测题 115

第六章 宏观经济政策实践 119

第一节 经济政策目标 120

一、经济政策的概念 120

二、经济政策的目标 120

第二节 财政政策 122

一、财政的构成与财政政策工具 122

二、自动稳定器与斟酌使用的

财政政策 124

三、功能财政 126

四、充分就业预算盈余 127

五、赤字与公债 128

六、西方财政的分级管理模式 129

七、财政政策案例 130

第三节 货币政策 130

一、商业银行和中央银行 130

二、存款创造和货币供给 132

三、债券价格与市场利率的

关系 135

四、货币政策及其工具 135

五、货币政策起作用的其他途径 138

六、货币政策案例 139

第四节 宏观经济政策及理论的演变 139

本章小结 143

案例分析.....	144	一、通货膨胀及其衡量.....	176
自测题.....	146	二、通货膨胀的分类.....	178
第七章 总需求—总供给模型	149	第五节 通货膨胀的原因.....	179
第一节 总需求曲线.....	150	一、作为货币现象的通货膨胀.....	179
一、总需求与总需求函数的概念.....	150	二、需求拉动的通货膨胀.....	179
二、总需求曲线的推导.....	151	三、成本推动的通货膨胀.....	180
第二节 总供给的一般说明.....	153	四、结构性通货膨胀.....	182
一、短期与长期宏观生产函数.....	153	五、通货膨胀的持续.....	183
二、劳动市场(Labor Market).....	155	第六节 通货膨胀的经济效应.....	184
第三节 长期和短期在国民收入决定中 的特殊含义.....	157	一、通货膨胀的再分配效应.....	184
第四节 总供给曲线.....	158	二、通货膨胀的产出效应.....	185
一、古典总供给曲线.....	158	第七节 失业与通货膨胀的关系.....	186
二、凯恩斯总供给曲线.....	159	一、菲利普斯曲线的提出.....	187
三、常规总供给曲线.....	160	二、菲利普斯曲线的政策含义.....	188
第五节 总需求和总供给模型对现实的 解释.....	162	三、附加预期的菲利普斯曲线.....	189
一、宏观经济的短期目标.....	163	四、长期菲利普斯曲线.....	191
二、总需求曲线移动的后果.....	163	本章小结.....	192
三、总供给曲线移动的后果.....	164	案例分析.....	192
第六节 总需求和总供给模型的数学 小结.....	164	自测题.....	194
本章小结.....	166	第九章 经济增长和经济周期理论	197
自测题.....	167	第一节 国民收入长期增长趋势和 波动.....	198
第八章 失业与通货膨胀	171	第二节 经济增长的描述和事实.....	199
第一节 失业的描述.....	172	一、经济增长和经济发展.....	199
一、失业的数据.....	172	二、经济增长和发展的一些事实.....	200
二、失业的分类.....	172	三、经济增长的基本问题.....	203
三、自然失业率和自然就业率.....	173	第三节 经济增长核算.....	203
第二节 失业的经济学解释.....	174	一、经济增长的决定因素.....	203
第三节 失业的影响与奥肯定律.....	175	二、增长核算方程.....	204
一、失业的影响.....	175	三、经济增长的经验估算.....	205
二、奥肯定律.....	176	四、经济增长因素分析.....	206
第四节 通货膨胀的描述.....	176	第四节 新古典增长模型.....	207
		一、基本假定和思路.....	207
		二、没有技术进步的新古典增长 模型.....	208



三、具有技术进步的新古典增长模型	214
第五节 内生经济增长理论	215
一、基本模型	215
二、两部门模型	216
第六节 促进经济增长的政策	217
一、鼓励技术进步	217
二、鼓励资本形成	217
三、增加劳动供给	218
第七节 经济周期的含义与特征	218
一、经济周期的含义	219
二、经济周期的特征	219
三、第二次世界大战前的经济周期研究	220
四、第二次世界大战后的经济周期理论概述	222
第八节 乘数—加速数模型	223
一、加速原理	223
二、乘数—加速数模型的基本思想	224
三、乘数—加速数模型	224
第九节 实际经济周期理论	226
一、作为波动源的技术冲击	226
二、基本理论	226
本章小结	228
阅读资料	229
自测题	230

第十章 国际经济的基本知识

第一节 国际贸易理论的发展概述	236
一、绝对优势理论	236
二、比较优势理论	236
三、赫克歇尔—俄林理论	237
四、规模经济理论	238
第二节 国际贸易组织	239

一、北美自由贸易区(North American Free Trade Area, NAFTA)	239
二、欧洲联盟(European Union, EU)	240
三、世界贸易组织(World Trade Organization, WTO)	241
第三节 国际金融体系的演变	242
一、金本位制	242
二、布雷顿森林体系和国际货币基金组织	243
三、欧洲货币体系的演进	244
第四节 有关倾销的基本知识	245
一、倾销的含义	245
二、倾销的特征	246
三、反倾销措施	246
四、倾销的确定	247
第五节 政府调节国际经济往来的措施	247
一、国际贸易政策简述	247
二、外汇市场干预	248
本章小结	249
阅读资料	249
自测题	251

第十一章 开放经济下的短期经济模型

第一节 汇率和对外贸易	256
一、汇率及其标价	256
二、汇率制度	256
三、自由浮动制度下汇率的决定	257
四、固定汇率制度的运行	258
五、实际汇率	259
六、净出口函数	259
第二节 蒙代尔—弗莱明模型	260

一、关键假设：资本完全流动的 小型开放经济	261	政策	266
二、开放经济的 IS 曲线	261	四、小型开放经济的总需求曲线	267
三、货币市场与 LM* 曲线	262	第四节 南—北关系的一种经济分析	268
四、蒙代尔—弗莱明模型	262	一、南—北关系简述	269
第三节 蒙代尔—弗莱明模型的应用	263	二、南—北关系模型化的两种 思路	269
一、浮动汇率下的财政政策和 货币政策	263	三、用对称方法分析南—北关系	269
二、固定汇率下的财政政策和 货币政策	265	本章小结	271
三、蒙代尔—弗莱明模型中的		自测题	271
		参考文献	275

第一章

导 论

【学习要点及目标】

- 掌握宏观经济学的性质及主要研究对象;
- 了解宏观经济学与微观经济学的联系;
- 掌握宏观经济学的主要研究方法,并运用这些方法对宏观经济现象进行分析研究。

【关键概念】

宏观经济学 微观经济学 宏观经济变量 社会总体经济行为

第一节 宏观经济学概述

一、宏观经济学的性质及研究对象

从性质上说,宏观经济学是研究经济总体情况与趋势的基本理论,而微观经济学是关于单个厂商、消费者个人或家庭经济活动的研究。二者是整体与个别之间的关系。

一般说来,微观经济变量加在一起,可以构成宏观经济变量,众多同类微观经济问题的总和也可能构成宏观经济问题。但我们也要注意,有些情况下不能把个别的经济变量简单加总起来,直接等同于整体经济变量。也就是说,不能简单地认为,在任何情况下,宏观经济学的变量都是微观经济学变量的直接总和,一概而论可能会导致研究或认识上的错误。比如,从微观经济学的角度,在个别的厂商看来,在加强经营管理的过程中,总是要想办法降低成本。假定一个企业能够在保持原有产量及价格的条件下,通过降低其工资水平来使成本下降,或者通过低工资来多使用工人,那么,在外部条件不变的情况下,其经济效益必定会得到提高。但是,这类在个别企业可行的方法,在宏观经济学上或在整体上却不能成立。因为每个劳动者在商品市场上又是消费者。当所有的企业都这么做的时候,全体劳动者的工资下降将会使社会商品购买力降低,从而降低对商品的社会需求。社会商品需求的降低又会引起商品价格降低,企业利润下降,生产萎缩,经济萧条。这就是所谓逻辑上“合成错误”的明显例子。再比如,个人或家庭勤俭持家、节约开支,当然也会相当于在实际上增加收入,即所谓“节流”与“开源”。但是,如果全社会的家庭都这么做,直观上看起来会增加储蓄或收入,但实际上并不会增加全社会的储蓄和收入,只会对社会造成不利的影响。因为在收入既定条件下,全社会都增加储蓄就意味着全社会都减少了当前时期的消费,如果这些增加的储蓄不能转化为新增的投资,社会的总需求就会下降。当社会的总需求下降的时候,生产也会由于销售的困难而缩减,价格也会因此而下降,最终社会下一时期的总收入就会减少。当社会总收入减少的时候,相应的储蓄当然也会随之减少。这就是宏观经济学所谓的“储蓄的理论”。

宏观经济学是相对微观经济学而言。微观经济学研究的是经济活动个体决策者的行为及后果,例如,消费者如何购买以实现效用最大,厂商如何生产以实现利润最大,市场机制又如何把千百万个体决策者的活动协调起来等;而宏观经济学研究的是社会总体的经济行为及其后果。研究社会总体经济行为就是研究国民收入,即研究如何使国民收入稳定地以较合适的速度增长。这表明,宏观经济运行中的主要问题有:经济波动及与此相联系的就业与失业问题;价格水平及与此相联系的通胀问题;经济增长问题等。

具体来说,宏观经济学就是要研究:为什么一些国家的经济会发生时而高涨,时而萧条的周期性波动,并因此造成不同程度的失业问题;为什么一些国家在一定时期会发生严重的通货膨胀,并导致名义利率和汇率大幅度波动;为什么一些国家经济会迅速增长,而另一些国家经济发展很缓慢甚至停滞和倒退。上述这些问题都是国民收入变动中的问题。而这些问题产生的原因、后果及对策,就是宏观经济学要研究的主要内容。

任何一个国家宏观经济运行的情况都可以通过一些指标加以测度,就像一个人的身体状况可以通过体温、血压等指标加以测度一样。测度宏观经济运行情况的重要指标有国民收入及其增长率、失业率、物价水平及其变动。国民收入在经济学中乃是衡量社会经济活动成就的一个广泛概念。它实际上包括以下几个总量:国内生产总值、国内生产净值、国民生产总值、国民生产净值、国民收入(狭义的)、个人收入和个人可支配收入,本书有专门一章对此作讨论。任何一国的经济增长率就是指国民收入的增长率特别是国内生产总值(GDP)的增长率。失业率指失业者(一定年龄段范围内有劳动能力并想工作但是找不到工作的人)人数对劳动力(在一定年龄段范围内有劳动能力并愿意工作的人)人数的比例。失业率是衡量宏观经济运行状况的另一个最重要的经济指标,因为就业状况和居民福利、社会稳定甚至整个社会政治经济之间的关系最为密切。失业率迅速上升或者居高不下都表明宏观经济运行出了很大问题。物价水平是指物价总水平,一般用价格指数即社会上若干种商品价格的指数来表示。价格指数又有消费物价指数(CPI)、生产者价格指数(PPI)和 GDP 折算指数三种。物价水平的变动用通货膨胀率表示。通货膨胀率是指一个时期到另一个时期价格水平变动的百分比。通货膨胀率不仅会对居民生活和企业生产产生影响,还会对整个社会经济运行有影响。通货膨胀率过高,也表明宏观经济运行出了问题。

除了上述几个重要的宏观经济指标外,其他比较重要的指标还有政府预算赤字、贸易赤字和盈余的变动、利率和汇率的变动等。这些变量间有没有内在联系,一个变量的变动是否会引起另一个变量变动以及在多大程度上相互关联,这些都属于宏观经济学研究的问题。总体来说,如果微观经济学由于以价格为中心可以被称作价格理论,宏观经济学则由于以国民收入为中心可以被称作收入理论。

二、宏观经济学和微观经济学的异同

宏观经济学和微观经济学都是研究市场经济中经济活动参与者的行为及其后果的,而市场经济中所有经济活动参与者的行为都是一定意义上的供给和需求行为,因此,宏观经济学与微观经济学的主要相同之处就在于都是通过需求曲线和供给曲线决定价格和产量,并且宏观经济学和微观经济学的需求曲线一般来说都是向右下方倾斜的,即价格下降,商品的需求量会增加,而它们的供给曲线都是向右上方倾斜的,即价格上升,商品的供给量会增加。这就是说,宏观经济学和微观经济学有着相同的供求曲线形状,它们的交点决定着价格和产量。

由于微观经济学研究的是个体经济活动参与者的行为及其后果,而宏观经济学研究的是社会总体的经济行为及其后果,这就决定了微观经济学和宏观经济学的主要区别是:微观经济学中的供给和需求曲线都是个体经济的供求曲线,因而由此决定的成交价格和成交量也是个体商品(包括产品和要素)的价格和成交量。例如,大米市场供求均衡所决定的价格是 1 美元/公斤,成交量是 5 万吨;或者某上衣 20 美元/件,成交量是 1 万件等;而宏观经济学中供给和需求曲线是整个社会经济的供求曲线,即总供给曲线和总需求曲线,因而由此决定的价格和产出是整个社会的价格水平和社会产出总值。例如,某国家在某年的价格指数即价格水平是 1.05(或者说 105%),指该年的价格水平在总供给和总需求二者的作用下

比基期(也许是上一年,也许是以前的某一年份)上升了 5%,同时该国在该年的总产出或许是 300 亿美元的国内生产总值。可见,微观经济学中的价格和产量是一个个具体商品的价格和产量,而宏观经济学中的价格和产量是整个社会的价格水平和产出水平,这里价格水平用价格指数表示,产出水平用货币衡量的市场价值(国内生产总值)表示。

不仅如此,微观经济学中需求曲线和供给曲线的一般形态,看起来和宏观经济学中的总需求曲线和短期总供给曲线的形态都相似地向下倾斜和向上倾斜,但是其原因却是不同的。

第二节 宏观经济学研究方法

宏观经济学是一门内容极其复杂的学科。这一方面是由于该学科至今仍然处于不断发展变化之中,其理论内容充满了存有争议的问题和观点;另一方面是由于新的分析方法和新的研究角度被不断地引入该学科,形成了不同的流派和表述方式。所以,在学习宏观经济学的时候,注意这些宏观经济学的研究方法是十分必要的。一般来说,宏观经济学中所运用的研究方法主要有以下几种。

一、总量分析

宏观经济学研究的是社会总体经济行为,因而不能像微观经济学那样运用个量分析方法,而要用总量分析方法,即从个量分析的加总中引出总量的分析方法。

宏观经济学在运用总量分析对经济问题进行考察时,与微观经济学一样,首先假定制度是已知、既定的,在这个前提下对经济总量进行分析。这并不是宏观经济学家认为制度对经济不起作用而不重要,而是他们认为,不管制度对经济活动会产生什么样的影响,都不是宏观经济分析能够解决的,所以在进行数量分析时,可把这些作为既定的条件而不予以讨论。

宏观经济学运用总量分析,同时也广泛运用边际增量分析(Marginal Adding Analysis)方法。所谓边际增量分析是指分析自变量每增加一单位或增加最后一单位的量值会如何影响和决定因变量的量值。比如边际消费倾向、资产边际效率等。同时,还把经济变量区分为内生变量和外生变量。内生变量(Endogenous Variables)是指由经济模型内部结构决定的变量;外生变量(Exogenous Variables)是指不是由经济模型中的变量决定的,而是由外部因素(如政治、自然)决定的变量。

宏观经济学运用经济加总法时需要注意:有些总量变化可以从微观分析的个量中直接加总(大部分是加权平均加总)而得到,有些则不能直接加总。例如,每个人的消费支出加总就构成会计的消费总支出,每个人的消费支出与其收入成一定比例,才有总量消费函数;每个厂商的投资支出加总就构成全社会的总投资,每个厂商的投资随着利率的变化而变化,就有了总量投资函数。但是,当一个经济社会的经济景气情况发生变化时,各个厂商的投资意愿可能有很大差异,这时就很难通过将各厂商的投资直接加总而得出总投资会增加或者减少的结论。

二、总需求与总供给分析

总需求与总供给是宏观经济的两个相辅相成的组成部分,因此,宏观经济学在考察宏观经济运行时,既可以着重从总需求方面进行分析,也可以着重从总供给方面进行分析,也可以将需求与供给结合起来进行分析。

凯恩斯在《就业、利息和货币通论》中采取的方法主要是总需求分析。所谓总需求是指一个国家在一定时期内全体消费者和投资者,以及政府对国民经济中范围广大的产品和劳务的需求总量。简言之,总需求是由内消费、投资和政府购买三个部分组成的。凯恩斯从总需求分析出发,考察了国民收入与投资总量、消费总量之间的关系,得出了调节总需求以稳定经济,即“需求管理”的主张。凯恩斯以后,总需求分析成为宏观经济学的重要研究方法之一,被人们普遍所接受。

哈罗德—多马增长模型采取的方法主要是总供给分析。总供给是指一个国家在一定时期内全部生产要素(即劳动、资本、土地和管理才能)所提供的产品与劳务的供给总量,相等于各种生产要素相应所取得的各种收入(工资、利息、地租和利润)的总和。在他们看来,凯恩斯在考察宏观经济问题时只注意投资在增加需求方面的作用,没有注意投资在供给方面的作用,即投资也产生新的生产能力。20世纪70年代以后,由于世界能源供应和原料供给问题日益突出,在宏观经济分析中,供给分析的重要性日益得到宏观经济学界的认同。

三、均衡分析与非均衡分析

均衡是指经济体系中的各种相互对立或相互关联的力量在变动中处于相对平衡而不再变动的状态。这一概念被英国经济学家马歇尔引入经济分析,成为微观经济学的主要分析方法。但是,在宏观经济学中不可避免地也要涉及经济总量的均衡与非均衡问题。例如,按照5%的市场利率,货币供给与货币需求正好相等,这样的货币市场便处在均衡状态,此时的利率就是货币供求双方都愿接受的唯一利率,即均衡利率。这种均衡状态不可能长久地保持下去,当经济生活中某一经济总量发生变动时,均衡就会被打破。比如国际石油价格突然上升,引起国内投资发生变动,货币市场的均衡就打破了,就会出现货币供给大于货币需求的非均衡状。宏观经济学正是要研究,当市场均衡被打破时,市场本身是否存在一种力量来恢复均衡,在恢复均衡的过程中需要付出多大成本,当市场力量不足以恢复均衡,或恢复均衡的成本过大时,政府可以发挥什么作用,可以发挥多大的作用,等等。

在凯恩斯宏观经济学中,宏观均衡存在充分就业均衡、小于充分就业均衡和大于充分就业均衡三种类型。既然宏观经济中通常存在的不是唯一的充分就业的均衡,而是一系列非充分就业的均衡,宏观经济的任务就是要研究如何通过一系列非均衡的演变,直至通向充分就业的目标。

四、静态分析、比较静态分析和动态分析

与均衡分析密切相关的是静态分析、比较静态分析和动态分析。宏观经济学和微观经济学所采用的分析方法,从一个角度看是均衡分析,从另一角度看就是静态、比较静态和动态分析。所以,它们实际上是密不可分的整体。

(1) 静态分析就是分析经济现象的均衡状态以及有关的经济变量达到均衡状态所需要具备的条件。它完全抽象掉了时间因素和具体变动的过程,是一种静止地、孤立地考察某些经济现象的方法。例如研究市场均衡价格时,它研究的是价格随供求关系上下波动的趋向或者是供求决定的均衡价格,完全舍掉时间、地点等因素,并假定影响均衡价格的其他因素不变,如消费者偏好、收入及相关商品的价格等静止不变。

(2) 比较静态分析就是分析已知条件发生变化以后经济现象的均衡状态的相应变化,以及有关的经济变量在达到新的均衡状态时的相应变化,即对经济现象有关经济变量一次变动的前后进行比较。例如,已知某种商品的供求状况,可以考察其供求达到均衡时的价格和产量。现在如果由于消费者的收入增加而导致对该商品的需求增加,从而产生新的均衡,就会使价格和产量都较以前提高。这里只把新的均衡所达到的价格和产量与原均衡的价格和产量进行比较,这便是比较静态分析。

(3) 动态分析是对经济变动的实际过程所进行的分析,其中包括分析有关变量在一定时间过程中的变动;这些经济变量在变动过程中的相互影响和彼此制约的关系,以及它们在每一个时点上变动的速率等。动态分析法的一个重要特点是考虑时间因素的影响,并把经济现象的变化当作一个连续的过程来看待。

进行宏观经济研究时,在国民收入决定理论中,静态分析与比较静态分析运用得较多;在经济周期与经济增长理论中,动态分析运用得较多。动态分析在宏观经济计量模型中更有大量应用。

五、实证分析与规范分析

实证分析要回答“是什么”的问题,即排斥一切价值判断,只研究经济本身的内在规律,并根据这些规律分析和预测人们经济行为的效果;规范分析要回答“应该怎么办”的问题,即以一定的价值判断为基础,提出某些标准作为分析处理经济问题的参照,树立经济理论的前提,作为制定经济政策的依据,并研究如何才能符合这些标准。那么,什么是价值判断呢?简单地说,价值判断就是对某一经济事物是好还是坏的判断。从大的方面讲,可以指一种社会制度的好坏;从小的方面讲,也可以指某一具体事物的好坏。所谓好坏也就是对社会是有积极意义,还是有消极意义。价值判断属于社会伦理学范畴,具有强烈的主观性与阶级性。

规范分析从一定的价值判断出发来研究问题,既要说明事物本身是好还是坏,是否符合某种价值判断,或者对社会有什么意义,还要分析主体的行为,要求行为主体怎么做。因此,规范分析本身没有客观性,是以价值判断为基础进行研究的,它所得出的结论要受

到不同价值观的影响。实证分析则避开价值判断问题,尊重事物的客观条件,研究经济本身的客观规律与内在逻辑,分析经济变量之间的关系,并用于分析与预测。所得出的结论可以根据事实来进行检验,也不以人们的意志为转移。

实证分析与规范分析尽管有差异,但它们也并不是绝对相互排斥的。规范分析要以实证分析为基础,实证分析则离不开规范分析的指导。

本章小结

宏观经济学的概念:宏观经济学是研究“大”的经济问题,即研究整个国民经济活动或宏观经济现象的经济学。

宏观经济学研究的主要问题是:总产出与经济增长问题、就业(失业)问题、价格水平与通货膨胀问题、经济全球化与国际收支问题。

宏观经济学以整个国民经济活动作为分析对象,研究社会总体经济问题及相应的经济总量是如何决定的及其相互之间的关系。因此,宏观经济学的研究对象和研究内容与微观经济学有着明显的区别。

宏观经济学的研究方法主要有总量分析,总需求与总供给分析,均衡分析与非均衡分析,静态分析、比较静态分析和动态分析,实证分析与规范分析等。

保持国民收入稳定的增长,即既无失业,又无通货膨胀的持续增长是宏观经济学研究的核心内容。这个核心内容构成了宏观经济学的基本理论框架。

阅读资料

宏观经济学的微观基础

当代西方经济学被划分为宏观部分和微观部分两大领域。概括地说,宏观经济学主要研究经济社会总体的经济行为及其后果;微观经济学主要研究个体经济单位的经济行为及其后果。宏观经济学和微观经济学的研究对象有所不同,但按照西方学者的说法,对总体经济行为的分析离不开对个体经济行为的分析,因为后者是前者的基础。

一、消费

消费是指一国居民对本国和外国生产的最终产品和服务的支出,它是总支出的最大组成部分。消费者个人的消费决策是关于收入中多少用于当前支出、多少用于储蓄的决策。这本来属于微观经济学中的一个基本问题,然而消费者的消费决策也会对宏观经济运行状况和宏观经济政策的效果产生影响。

凯恩斯所引进的消费函数是把现期消费作为现期收入的函数,这是符合人们直觉的最简单明了的假设。然而,这种关系与现实不完全相符。事实上,当人们在作出消费和储蓄决策时,既要考虑现在,又要考虑未来。人们在现期消费与未来消费之间进行取舍时,必须提前预测他们在未来能够获得的收入,以及他们希望消费的产品与服务。1930年,美国经济学家欧文·费雪提出跨期消费决策模型,该模型划分了不同时期,用以说明消费者面

面临的约束条件及偏好,分析理性的消费者如何在现期消费与未来消费之间做出选择。

为简化分析,我们考虑一个消费者只面临两个时期的消费决策:第一个时期是青年时期,第二个时期是老年时期。在第一个时期消费者取得收入 y_1 并消费 c_1 ,在第二个时期消费者取得收入 y_2 并消费 c_2 。假设没有通货膨胀,并且消费者有机会进行借贷或储蓄,那么他在任何一个时期的消费都可以大于或小于那一时期的收入。

现在考虑消费者两个时期的收入如何约束这两个时期的消费。在第一个时期,储蓄等于收入减消费。即

$$s = y_1 - c_1 \quad (1.1)$$

式中, s 为储蓄。

在第二个时期,消费等于积累的储蓄,包括储蓄所获得的利息加第二个时期的收入。

即

$$c_2 = (1+r)s + y_2 \quad (1.2)$$

式中, r 为实际利率。由于没有第三个时期,消费者在第二个时期既不储蓄,也不借贷,只是花光所有积蓄。

有一点需要注意,变量 s 可以代表储蓄,也可以代表借贷。如果第一时期的消费小于收入,消费者储蓄, s 大于零,如果第一时期的消费大于收入,消费者借贷, s 小于零。为简单起见,我们假定借贷的利率和储蓄的利率相同。

将式(1.1)和式(1.2)结合在一起,得到

$$c_2 = (1+r)(y_1 - c_1) + y_2$$

经整理有

$$c_1 + c_2 / (1+r) = y_1 + y_2 / (1+r) \quad (1.3)$$

式(1.3)把两个时期的消费与两个时期的收入联系在一起,是表示消费者跨期消费预算约束的标准方法。如果利率为0,预算约束表明两个时期的总消费等于两个时期的总收入;在利率大于0的正常情况下,未来消费和未来收入用 $(1+r)$ 这个因子进行了贴现,贴现后的数值被称为现值,贴现产生于储蓄所获得的利息。也就是说,消费者将现期收入存入银行,可以获得一定比例的利息,所以未来收入的价值低于现期收入的价值。同样,未来消费由赚到利息的储蓄支付,所以未来消费的成本低于现期消费的成本。因子 $1/(1+r)$ 是用第一期消费衡量的第二期消费的价格,是消费者为得到1单位第二期消费所必须放弃的第一期消费的数量。

如图1-1所示,消费者的预算约束可以用一条向右下方倾斜的直线来表示。由于消费者可以在两期之间借贷,因此预算约束线表示通过两期消费花光两期收入的所有可能的组合。在预算约束线上标出A、B、C三个点:在A点,消费者的每期消费正好等于每期收入,两个时期之间既无储蓄又无借贷;在B点,消费者在第一期完全不消费($c_1=0$),将所有收入用于储蓄,因此,消费者在第二期的消费等于两期收入加上储蓄得到的利息($c_2 = (1+r)y_1 + y_2$);在C点,消费者计划第二期不消费,把第二期的收入完全借贷到第一期,因此,第一期的消费等于两期收入减去借贷需要支付的利息($c_1 = y_1 + y_2 / (1+r)$)。由式(1.3)可计算得出预算约束线的斜率为 $-(1+r)$ 。