



高等学校国际商务创新规划教材

International
Business

国际商务经济学基础

Essence of Economics for International Business

主 编 李 卓

副主编 杜 莉 胡 艺 张天顶



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

三 高等学校国际商务创新规划教材

international
Business

国际商务经济学基础

Essence of Economics for International Business

主 编 李 卓
副 主 编 杜 莉 胡 艺 张天顶
编写成员 李 卓 杜 莉 胡 艺 张天顶
唐晓宇 周 琪 陈家琴 秦丽君



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际商务经济学基础/李卓主编;杜莉,胡艺,张天顶副主编. —武汉:武汉大学出版社,2010.12
高等学校国际商务创新规划教材
ISBN 978-7-307-08356-1

I. 国… II. ①李… ②杜… ③胡… ④张… III. 国际贸易—高等学校—教材 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 236497 号

责任编辑:舒 刚 责任校对:刘 欣 版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.whu.edu.cn)

印刷:湖北金海印务有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:16 字数:356千字 插页:1

版次:2010年12月第1版 2010年12月第1次印刷

ISBN 978-7-307-08356-1/F·1447 定价:29.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

总 序

陈继勇

武汉大学经济与管理学院院长、教授、博士生导师

国际商务是指侧重于国际经济与贸易操作性的专业活动。教育部设置国际商务硕士专业学位的目的，是培养能够胜任在企事业单位和国家机关从事国际商务运作与管理，并且能开拓国际市场的高素质、复合型高级商务专门人才。以贯彻落实科学发展观，实施互利共赢对外开放战略，拓展对外开放的广度和深度，全面提高开放型经济水平，实现从贸易大国向贸易强国的转变和推动国民经济又好又快地发展。

为积极有效地加快培养和造就一大批高层次国际商务专业人才和管理人才，借鉴其他国家培养专业人才的有益经验，结合我国国情，调整专业设置，改革培养模式，我们承担了教育部第二特色专业建设点项目《国际经济与贸易国际化人才培养》(项目号：TS2291)，组织了武汉高校相关专业的教师编写了这套《国际商务系列教材》。希望通过这套教材能使学生通晓现代国际商务基础理论，具备完善的国际商务知识体系，掌握现代国际商务实践技能，具有较强的英语交流能力，能在企事业单位和政府机关从事国际商务运作与管理，并且能成为开拓国际市场的高素质、复合型高级商务专门人才。

这套教材在编写的过程中主要突出专业性和综合性的特征。

专业性突出体现在全球视野下从事商务活动的职业定位，强调理论和实际工作技能尤其是软技能的提升。全球视野的缺失和专业技能的弱化是传统国际经贸人才培养的不足，本套教材力图打破经济学与管理学的界线，特别是把经济学与管理学理论知识与开放经济实践联系起来，通过大量的实验教学和案例研究，使学生掌握国际商务的基本理论知识和国际商务实践的先进方法，提升学生在国际商务领域中的工作能力、外语能力和跨文化沟通能力。因此，教材编写是以职业性和实践性为导向，知识内容具有明显的专业性。

综合性意味着国际商务专业人才要具备宽厚的知识面，学习多门跨学科的课程，塑造较高的职业操守，形成广博知识与较强能力的综合素质，胜任在复杂多变的国际环境下成功开展商务活动的工作。因此，这套教材在编写的过程中，重视经济理论与管理理论的综合，强调国家经济实践与国际经济实践的结合，突出企业国内经济活动与国际经济活动的结合，把理论知识与企业具体的经济实践结合在一起，使学生能从多方位、多角度和多渠道来吸收国际商务基础知识，掌握国际商务的基本技能。因此，教材编写以综合性为导向，知识体系具有很强的综合性。

这套教材是一个系统工程，其内容涉及多个学科和领域，参考了国内外很多同行的研究成果，在此表示衷心感谢！武汉大学出版社经济图书事业部舒刚主任付出了很多的劳动，在此也表示感谢。

我们虽然重视知识内容创新，但更强调尊重知识产权，因此，要求各书主编向每位编（著）者强调这一方针，每位编（著）者对所写内容文责自负。

2010年10月于武汉大学枫园

目 录

第 1 章 需求和供给	1
1.1 需求及需求曲线	1
1.2 供给及供给曲线	7
1.3 需求弹性及供给弹性	14
1.4 供给和需求的均衡	19
第 2 章 成本理论与市场结构	23
2.1 生产成本	23
2.2 市场结构	32
第 3 章 外部效应与公共物品	54
3.1 外部效应	54
3.2 公共物品	61
第 4 章 国际商务中的宏观经济数据	67
4.1 国民收入的测度——GDP	68
4.2 生活成本的测度——CPI	79
4.3 失业状况的测度——失业率	88
第 5 章 国际商务与宏观经济的长期趋势	98
5.1 经济增长与生产率	99
5.2 货币创造与货币制度	108
5.3 货币增长与通货膨胀	120
第 6 章 国际商务与宏观经济的短期波动	130
6.1 经济周期	131
6.2 总需求与总供给	137
6.3 货币政策与财政政策	146
第 7 章 国际贸易的原因与结果	163

7.1 国际贸易的原因	163
7.2 国际贸易所得	168
7.3 国际贸易成本	173
第8章 国际贸易政策与规则	176
8.1 国际贸易政策	177
8.2 世界贸易组织	179
8.3 国际贸易救济措施	184
8.4 国际贸易条约与协定	188
第9章 外汇与汇率	195
9.1 外汇和汇率的基本概念	196
9.2 外汇风险	202
9.3 汇率决定理论	208
第10章 国际收支	220
10.1 国际收支与国际收支平衡表	220
10.2 国际收支失衡及其影响	227
10.3 国际收支调节理论和政策	231
参考文献	246
后记	249

第 1 章

需求和供给

一般认为，经济学有三个基本任务：

生产什么和生产多少：即什么产品是人们所需要的，需要的数量是多少。这一任务主要是为了确定生产的目标，包括商品的种类和数量。一般而言，对消费者而言，这一目标就是要使消费者效用最大化；对厂商而言，这一目标就是要使厂商利润最大化。

如何生产：即面对既定的生产任务，如何最有效地组织各种生产要素，以最经济的成本来完成这一生产过程；也就是说，当产品的最优种类和数量确定之后，我们应该怎样合理分配投入，保证在达到这一生产目标时总成本最小；或者说，此时各种生产要素的单位货币边际产出率应该相等。

为谁生产：即生产成果，应该如何在各种生产要素之间达成合理的分配。从微观上来说，产品一般按各种生产要素的边际产出率来进行分配；从宏观上来说，则可能会涉及税收调节和国家转移支付等调控手段的应用。

而当我们要解决第一个任务时，则首先要从需求和供给谈起，这就是本章的主要内容。

1.1 需求及需求曲线

1.1.1 需求的基本概念

1. 需求

需求是指人们对某物品或服务具有的既有愿望又有能力的要求。也就是说，一个有效的需求必须两者兼备——愿望和能力。如果只有愿望，而没有能力，不能称为需求。例如，一个普通工人也许曾经想拥有一架飞机，在一般情况下，这种愿望不能构成需求的一部分。反过来说，如果具有能力，而没有愿望，也不能称为需求。例如，一名百万富翁显然有足够的能力去买公共汽车票，在上下班高峰拥挤的时候，和大家一起去挤公共汽车，但是，正常情况下，他可能也没有这样的需求。由此可见，需求是一种有现实支付能力的愿望和要求。

值得指出的是，在一定的时间和地点等条件下，从一个社会的角度来看，人们现实的需求并不一定能够顺利实现。因为，这一过程还会涉及市场的另一方面——供给。例如，中国在改革开放前的日子里，基本上一直处于短缺经济的状态，人们要使用粮票、油票、布票来进行生活必需品的分配和调剂。这种供不应求的局面，使人们的需求长期处于被压抑的状态。

2. 需求量

简单地说，需求量是指对商品或劳务的需求数量。具体地说，它是指在一定的环境下，在其他条件不变的时候，对于某一价格的商品或劳务所表现出来的需求数量。因此，当其他条件不变时，需求数量是随着价格的变化而变化的。

一般而言，对应于一种商品的某一价格，人们就会有一定的需求数量与之对应，两者之间表现为一一对应的函数关系。但在特殊情况下，人们的需求量也可以是一个集合。例如，空气和河水是免费的，其价格为零，则人们的需求量就可以是0到无穷大之间任何一个数，只受空气和水的供给量的制约。

结合需求的定义，我们可以认为，需求量是指在某一特定条件下对应于某一价格的需求数量，是一个点；而需求则是指在一定环境下，在不同价格水平上，人们所具有的不同需求数量，是一条线或集合。

3. 引致需求

这里顺便再介绍一个概念：引致需求。若人们对某商品或劳务的需求主要是由于对其他商品或劳务的需求而产生的，则称对该商品或劳务的需求为引致需求。

一般而言，经济学家主要用引致需求这一概念来描述对生产要素的需求。这里的生产要素，主要包括劳动、资本和土地等。例如，最近新闻上频繁出现的北京、上海、海南等地出现的所谓“地王”现象，就是因为人们对住房有着巨大需求。在中国现实的制度和背景下，这会导致房地产开发商囤积土地，从而引发对土地的疯狂购买。

此外，人们对产品需求而产生的对生产要素的需求，还具有联合需求的特点。即某种产品的生产需要两种或两种以上生产要素的结合。^①

仍以前述房地产开发商为例，当房地产开发商竞标成功并得到土地之后，还需要雇佣大量劳工组成施工队伍来进行房屋的建设，此外，大型的机械设备也是在这一过程中不可或缺的装备。因此，在这一例子中，劳动、资本和土地这三种要素共同构成人们对住房的引致需求，结合在一起使用才能使房屋得以顺利建成。

1.1.2 需求的表示方法

需求的表示方法很多，有需求表、需求收入曲线、需求价格曲线等直观的表现方

^① 丁娟娟、吴振信、郑春梅、郝凯. 微观经济学教程. 北京: 清华大学出版社, 北京交通大学出版社, 2007: 264-265.

法，还有需求函数和需求法则两种抽象表示方法，后两种是学术上比较常用的表示方法。

1. 需求表

如表 1-1 所示，该表就是一个消费者在不同价格水平下对苹果的需求量。它表明在不同价格水平下，该消费者所具有的对苹果的不同需求数量。例如，当苹果的价格为 1 元/斤时，某一消费者对苹果的需求量为 6 斤；随着苹果价格的上升，该消费者对苹果的需求数量逐渐下降；当苹果的价格上涨到 6 元/斤时，该消费者对苹果的需求数量则下降到 1 斤。这种方法具有简单、方便的特点。

表 1-1 某一消费者对苹果的需求表

苹果价格 (元/斤)	1	2	3	4	5	6
苹果需求量 (斤)	6	5	4	3	2	1

2. 需求价格曲线

将表 1-1 中的数据按横坐标为数量、纵坐标为价格的方法描画在坐标轴上，而且将各点用线连接起来，就得到所谓的需求价格曲线，如图 1-1 所示。可以看出，苹果的需求价格曲线是一条斜向下的曲线。一般而言，像苹果这样的正常商品，都具有斜率为负的需求价格曲线。在第二章中，我们将可以用预算约束条件下的消费者均衡来推出这一正常商品的需求价格曲线。

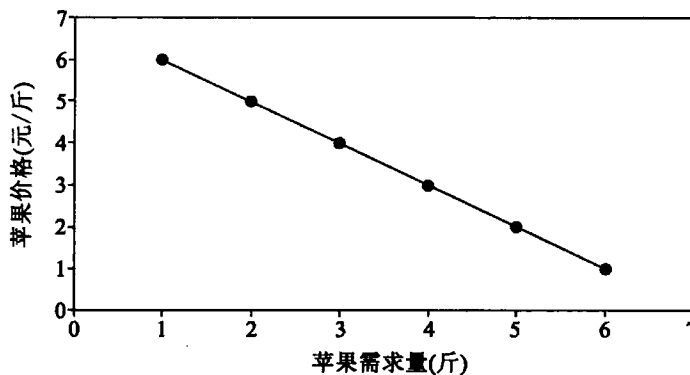


图 1-1 某一消费者对苹果的需求曲线图

值得注意的是，由于历史上约定俗成的缘故，经济学中通常用横轴表示数量这一因

变量，用纵轴表示价格这一自变量，这一传统和数学中规定的因变量和自变量表示方法正好相反。

在介绍了需求价格曲线之后，我们可以区分需求量的变动和需求的变动这两个概念。需求量的变动是指在其他条件不变的情况下，需求量随着价格的改变而改变，表现为沿着同一条需求曲线的变动；而需求的变动，则是指在价格不变的情况下，由于外在其他条件（例如人们的收入提高、偏好改变或相关产品价格变动等）的改变而导致需求量的变动，表现为需求曲线本身的移动。

例如，当该消费者的收入等其他条件不变，而苹果的价格从6元/斤降低为5元/斤时，该消费者的需求数量从1斤苹果增加为2斤苹果，这就是需求量的变动；而如果该消费者的收入翻番，即使苹果的价格保持不变，该消费者对苹果的需求也可能上升，在图1-1中则会表示为苹果需求曲线向右上方移动，这就是需求的改变。

3. 需求收入曲线

其他条件保持不变时，某一消费者对苹果的需求数量随该消费者的收入变化而呈现出一定的变化规律。我们将不同收入水平下消费者的需求数量分别列表和描点并连接成一条直线，即得到如表1-2所示的需求收入表和如图1-2所示的需求收入曲线。

表1-2 某一消费者对苹果的需求收入表

收入(元)	100	200	300	400	500	600
苹果需求量(斤)	1	2	3	4	5	6

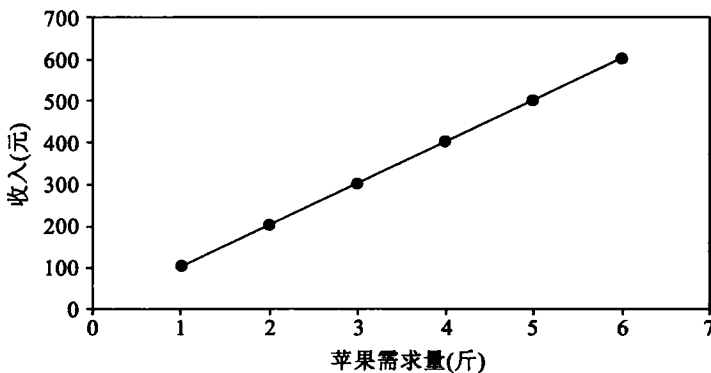


图1-2 某一消费者对苹果的需求收入曲线

从表1-2和图1-2中，我们可以知道，当该消费者的收入增加时，对苹果的需求量也相应增加。例如，当消费者的收入为100元时，对苹果的需求量为1斤，而当消费者的收入增加为200元时，对苹果的需求量为2斤，当消费者的收入最大增加为600元

时，对苹果的需求量也达到最大，为6斤。

经济学中，我们把这种随着收入增加，其消费量也相应增加的商品称为正常品；而把其消费量随着收入增加而减少的商品称为劣质品。

一般来说，大部分商品都是正常品，只有少数商品才归为劣质品的类别。此外，应该注意的是，正常品和劣质品是一个相对的概念，是针对具体的消费者而言的。也就是说，某一件物品对于小王来说是正常品，对于小李来说却可能是劣质品。例如，搭乘公共汽车这一服务，当小王由一个大学生转变为一个刚刚找到工作的工薪收入者以后，由于收入的提高和工作往返的需要，小王搭乘公共汽车的行为也相应增加。而小李则由一名中层管理人员提拔为其所在公司的高级经理，由于收入的提高，小李买了私人小汽车，则其搭乘公共汽车的行为反而减少。在这种情况下，搭乘公共汽车这一服务对小王而言就是正常品，对小李而言则是劣质品。

专栏 1-1

天下有没有“吉芬商品”？——评张五常、汪丁丁需求定律之争

2001年前后，我国经济学界就需求定律问题展开了一场争论，参战高手之多，讨论时间之长，影响范围之广，极为罕见。而今，尘埃似将落定，但这场争端并无结果，对于广大读者或经济学界人士而言，还是一头雾水：需求曲线是否必定向右下方倾斜？世界上到底有没有“吉芬商品”？

张五常和薛兆丰等坚持认为，需求曲线必定向下。例如在某大学的演讲中，张五常表示：“我知道汪丁丁对这个需求曲线的说法，我知道黄有光对它的说法。可是，你们听我说：第一，需求曲线和需求定律是不一样的，曲线走哪个方向都可以。需求定律呢，也就是说需求曲线一定是向下倾斜，这是第一点。第二，这条需求曲线可不可以向右上升，逻辑上，可以，绝对可以。但是呢，那就不是需求定律了。”

黄有光、汪丁丁等则认为存在向上倾斜的需求曲线。例如，汪丁丁认为，在特定的成本分摊方式和激励机制下，确实可以出现“越贵越买”的现象，如对城市房产的需求，在特定社会条件下，可以出现“向上倾斜”的情况。

到底谁对谁错，似乎很难判断。其实，吉芬商品是否存在，一直是经济学上没有解决的难题。即使在美国学术界，也一直存在争论。

争执的双方在处理逻辑与现实的关系问题上陷入了泥潭，所以都出现了偏差。从标准教科书看，需求定律指的是，在其他条件不变时，需求价格与需求量成反比。用坐标图表示，若用横坐标表示需求量，纵坐标表示价格，那么需求定律就可以描绘成一条从左上角到右下角的曲线，就是“向右下方倾斜”。这个定律应该是很好理解的，但出问题的往往是我们最容易忽视的那个前提，即“其他条件不变”，这很关键。之所以说“需求定律”，而不说是“需求公理”，就在于“定律”是有条件的，“公理”是无条件的。比如，几何上有个公理，说的是“两点之间直

线的距离最短”，这个描述之所以是“公理”，就是因为无论我们在北京还是纽约，在地球还是月球，这个规律都是成立的，不必去证明了。但定律就不一样，必须依托一定的前提条件，没有前提条件，得出的结论必然是错的。比如牛顿定律，如果在极微观和极宏观的条件下，都不成立。

回到“需求定律之争”。如果其他条件都不变，则该定律百分之百成立，但是，应用在实践中，则需要考虑“其他条件”了。比如，用张五常在其连载的《经济解释》中的一个例子：如果大雨连天，雨伞的价格上升，而其需求量也增加了。从现象看，这显然是与需求定律不容，这是否意味着需求定律是错的？答案恐怕应该不是，因为我们还没有考虑“其他条件”。张五常的解释是：“雨伞的需求量上升，不是因为其价格上升，而是因为连天大雨。”汪丁丁的观点，其实也没有推翻需求定律，他说的是考虑了“质量”这个“其他条件”后的情形。所以，我们可以得出结论：（1）其他条件不变，则需求曲线必定向右下方倾斜；（2）如果考虑其他条件，则需求曲线不一定向右下方倾斜。

股票价格上涨，买的人反而多了，是因为存在“其他条件”，如投资者预期该股票的价格还会上涨，有钱可赚。同理，土豆价格上涨，需求量反而上升，是因为消费者收入较低，买不起其他食品，或者说，消费的主食因收入的限制而只好采用土豆，当土豆价格上涨时，他们预期价格还会涨，于是就去抢购了。其实，在我国商品短缺的经济时代，就存在商品价格上涨，百姓抢购的事实。在这些事例中，也是因为存在“其他条件”在变化的事实。从以上事例看，如果剔除“其他条件”，则这些产品的需求曲线必定向右下方倾斜；但考虑“其他条件”后，需求曲线也可能是向右上方倾斜了。而考虑了“其他条件”，并不等于推翻了需求定律。

参考资料：国际金融报，2002年8月16日，略有删节。

4. 需求函数

随着数学在经济学中应用的增加，为了更加精确地表达随着价格的变化，人们对商品或劳务需求数量的变化，经济学家用函数的形式来表达这一概念。即需求函数可以概括地表达为 $Q = F(p)$ ，并把该函数的逆函数 $p = F^{-1}(Q)$ 称为反需求函数。

需求函数和反需求函数都既可以是线性的，也可以是非线性的。

对于线性需求函数，一般采取 $Q = a + bp$ 的形式，其中 $b < 0$ 。在前面由表 1-1 和图 1-1 所示的苹果需求示例中，苹果的需求函数为 $Q = 7 - p$ 。

而非线性需求函数，则没有一般通用的经济学函数形式。一些可以使用的例子有 $Q = \frac{1}{p}$ 或 $Q = p^{-\frac{1}{2}}$ 等。

5. 需求法则

需求法则是需求定理的文字性表述。在前面的介绍中，我们所列举的例子都是需

求价格曲线向右下方倾斜的，即当其他条件不变时，一种商品的需求量随着价格的升高而递减。这就是需求法则。

同样，我们必须指出，需求法则对一般的正常商品是适用的，但对某一类别的劣质品则可能不适用。例如，几百年前的英国学者吉芬发现当爱尔兰出现饥荒时，土豆的价格上涨，但是面对土豆上涨的价格，饥饿的人们反而把原来用于购买肉类的消费减少，而用来增加对土豆的购买。由于吉芬最早观察到了这一现象，因此经济学家把这类价格升高反而会增加需求量的商品都称为吉芬商品。

吉芬商品是一种特别的劣质品。在第2章的消费者理论中，我们将使用替代效应和收入效应这两个概念来解释这一现象。

1.2 供给及供给曲线

1.2.1 供给

和需求的概念类似，供给是指在一定的条件下，人们愿意并且能够提供一定数量的商品或劳务。

同样，理解供给这一概念，必须兼顾意愿和能力这两个方面。

从前面的介绍我们可以知道，需求受到人们支付能力的制约，因此尽管人们的主观欲望具有无限膨胀的特点，对于商品和劳务的潜在需求也相应地存在增加的趋势，但是需求的增加最终会受到人们收入水平的制约。

类似的，对于供给而言，由于技术的进步或劳动生产率的提高或新资源的开发与利用，社会的供给能力也会相应增强。但是同样的，生产能力的提高对社会而言会受到资源和劳动等其他要素投入量的制约，尤其对于19世纪和20世纪初期的生产更是如此。例如，在工业革命初期，工人的生产状况相当恶劣，常常一天工作10个小时以上，后来在工人的罢工要求下，同时也由于生产条件随着社会的进步而不断改善，一天工作8小时的制度最终得到了资产阶级的承认。这里，工人的一天8小时工作制就可以被看成是供给能力的一个制约。

此外，对于企业而言，供给能力的增加在短期内还会受到厂房设备的制约，若产品价格太低或者投入要素的价格过高导致亏损，厂商也会考虑停止生产。因此，对具体的厂商而言，能否盈利也是制约其供给能力提高的一个条件。

1. 资源的稀缺性

正如我们前面介绍的，经济学是一门协调人们无限的欲望与稀缺的资源之间关系的科学或学问。当我们谈到供给时，将无法回避资源的稀缺性这一主题。

首先，相对于人们不断增加的消费需求而言，大自然的资源，尤其是不可再生性资源，是有限的。虽然随着科技的发展，人类对自然资源的开采能力不断提高。例如，1939—1976年，已探知的石油储量由51.46亿吨增加为754.71亿吨，增加了约15倍；

天然气储量由 1.95 万亿立方米增加为 39.5 万亿立方米，增加了 20 倍，^① 但是，这一速度呈现快速递减状态。根据 2008 年 6 月英国石油公司（BP）发布的《2008 年世界能源统计评论》，2007 年世界各地已探明的石油储量为 1687 亿吨^②，仅是 1976 年的 2.23 倍；而根据该公司 2009 年的数据，2008 年末所探明的储量为 1708 亿吨，仅比 2007 年增加 1.24%。^③ 而人类对能源消费的依赖程度却不断增加。例如，1964 年美国消费石油 4.34 亿吨，而到 1977 年则增至 9 亿吨。1970 年美国进口石油占消费量的 23.2%，而 1976 年增加到 41.8%，1978 年又上升为 47.5%。^④

近年来，能源危机问题随着世界经济一体化和全球化的发展，更是有不断增强的趋势。中国就曾经有不少地方出现过“油荒”，以致出现过重型汽车停工等待加油的现象。

而对于世界整体而言，从 1965—2008 年，世界石油的年产量从 15.67 亿吨增加为 39.29 亿吨，世界石油的年消费量从 15.30 亿吨增加为 39.28 亿吨。^⑤ 但是，随着石油的不断开采，剩下石油储量的开采条件将越来越差。甚至有人预测在 2015 年左右会出现所谓“peak oil”的现象，即石油的开采量已经无法保证石油的消费量，以致当年世界总体产油量会低于总体耗油量，而使有些需要石油的设施不得不停止运转。

其次，即使对于资源丰富的生产要素，也存在着机会成本的问题。所谓机会成本，是指将某一资源或生产要素用于其当前用途时，所放弃的其他用途能够带来的最大收益。关于这一概念，我们在后面介绍成本分析时还会专门介绍。在这里，我们需要明确的是，由于人类的需求和欲望是多种多样的，当我们把一种资源或生产要素用于满足某一方面的需求时，我们将不得不减少对另一方面需求提供满足的能力。

例如，通常人们有限的收入就是一种稀缺的资源。面对固定的月收入，一个家庭除了不得不在吃、穿、住、行的日常消费中作出选择外，还要考虑将收入的多少用于储蓄，储蓄的形式是购买股票、债券还是银行存款等。这也就是所谓的“鱼和熊掌不可兼得”的情况。

同样，我们的时间也是一种稀缺的资源。俗话说，一寸光阴一寸金，寸金难买寸光阴。这一俗语就反映了时间的珍贵价值。当我们为了迎接即将到来的考试，而不得不加班加点复习时，我们就放弃了正常的娱乐休息；当我们参加一场音乐演唱会时，我们可

① 郭吴新、洪文达、池元吉、冯舜华. 世界经济（第三册）. 北京：人民出版社，1980：142.

② 苏振兴. 拉丁美洲和加勒比发展报告（2008—2009）：拉丁美洲的能源. 北京：社会科学文献出版社，2009：53.

③ BP (British Petroleum): Statistical Review of World Energy 2009, <http://www.bp.com/product-landing.do?categoryId=6929&contentId=7044622>.

④ 郭吴新、洪文达、池元吉、冯舜华. 世界经济（第三册）. 北京：人民出版社，1980：169-170.

⑤ BP (British Petroleum): Statistical Review of World Energy 2009, <http://www.bp.com/product-landing.do?categoryId=6929&contentId=7044622>.

能放弃了观看同时进行的一场精彩球赛的机会。

因此，对于人们丰富多样的各种需求而言，可以说资源的稀缺性是绝对的，我们拥有的资源再丰富，总还是会有一些需求受到资源有限性的制约而无法得到满足。

2. 生产供给的三种要素

经济学中，通常将生产要素归为三大类：土地、劳动、资本。

土地，是指我们用于生产和建设的地表，具有供给量固定的特点。这里，需要指出的是，土地应该是还没有进行任何投资的原始地表。如果一个农场主已经在土地上进行了一些基本投资，例如兴建了农舍、草厩或者仓库等，则土地就已经和资本相结合，此时土地的价值就不再是原始土地的价值，而应该加上相应的资本及利润的价值。此外，即使同样是原始土地，也会由于土地的物理性质、地理位置、坡度等原因，而具有不同的价值。例如有些土地地力肥沃，位于平原，灌溉条件好，耕种起来产量丰富，能够给农民提供更多的收入，则这种土地的价值就应该比那种地力贫瘠、位于山区、常受旱涝影响的土地价值更高。这也是我们通常所说的级差地租。

劳动是一个正常的人所具有的从事生产，提供商品或劳务以维持其正常生活的能力。劳动的成本通常包括人们为维持正常的生产或再生产所需的生活资料的费用。随着社会的发展和技术的进步，有时这一成本还包括为使劳动者适应工作的需要而必须提供的培训等。

资本包括有形资本和无形资本这两种形态。有形资本是指为使生产顺利进行而建设的厂房、设备等物质资料；无形资本则是指以资金形式持有，尚没有物化为生产资料的货币资本。一般地，如果没有明确的上下文，我们通常所谈的资本更多的是指无形资本。

近年来，随着技术的进步和人力资源的开发，人力资本这一概念应运而生。所谓人力资本，可以理解为由于人们对自身教育或技术培训的投入而形成的更高的从事生产或创造财富的能力。它不同于前面提到的劳动，是因为这一概念已经超越了维持生存的基本生活资料和必须提供的工作培训这一层次，而具有了主动性和创造性的特点，有时也会伴随着高收益和高风险的特点。这一概念和后面将要提到的企业家才能有一定交叉，但是又不完全相同。企业家才能，主要是指创新的领导者。而人力资本则是一个更广泛的概念，它可以既包括高级管理者，也包括技术人员所具有的那种高于一般水平的某一方面的特殊能力和素质。而我们通常所说的大学教育，一般认为就是一种人力资本的投资，它使我们通过专业及素质教育而具有一种高于社会平均水平的一技之长或者能力，或者作为一种信号，向未来的雇主表明自己潜在的更高的素质。

专栏 1-2

作为生产要素的企业家才能

经济学家熊彼特认为，企业家的才能是创新的主要来源。由于其所提供的与众

不同的服务和能力，能够使一个社会的发展产生跳跃式的进步。而正是这种破坏性的创新，是人类社会长期历史进步的源泉。

熊彼特的“创新理论”认为，创新把生产要素和生产条件的新组合引入了生产体系，它包括引进新产品或一种产品的新特性、采用新技术即新的生产方法、开辟新市场、征服或控制原材料或半成品的新的供给来源以及实现企业的新组织。值得指出的是，在熊彼特看来，企业家区别于一般意义上的经理或工业家。他把后者称为“资本家”，认为他们只在循环流转的常规事务中发生作用，既不获得利润，也不遭受损失。而企业家则必须实现新组合，制定并执行战略决策，而正是这一职能形成了其工业领袖的特征。而一旦他建立起自己的企业并像其他人那样经营时，他就不再具有这个特征。因此，企业家既不是一种职业，也不是一种持久状态，所以企业家并不像地主、资本家或工人那样，他们不能形成一个专门的社会阶级。所以，熊彼特说：“马歇尔关于企业家的定义，只是把企业家职能看做是最广义的‘管理’，没有表达出企业家活动与其他活动的主要区别，所以我们不予接受。”

在分析企业家如何行使其职能时，熊彼特指出，在现有的经济体系中，新组合的实现会遇到很多困难。这些困难主要集中在三个方面：

第一，创新者没有关于新组合的经验、习惯，因此他难以根据熟知的数据来进行决策和制定行动规则。他只能根据自身掌握的有限的数据来进行预测和估计。因此，在新组合的实现过程中，存在很多不确定因素，有一些则只有在更宽泛的视野内才能确定，甚至一些事情只能通过“猜测”来解决。此时，每一件事情的成功都依靠直觉，也就是两种能力：一是用正确的方式预测事情的能力——尽管这种正确性只能在事后被证明；二是掌握主要事实、抛弃非主要事实的能力。在某些情况下，充分准备、专业知识、广泛理解和逻辑分析，反而可能导致失败。而我们对自然和社会的认识越准确，对事实的掌控也就越完善；随着时间的推移和逐渐增加的合理性，事物能进行迅速可靠的简单计算的范围越大，创新职能的重要性就越是下降。

第二，创新者会受到固定思维模式的影响。人们长期按照习惯的轨迹行事，会形成一种下意识的固定思维习惯。在创新者的心中，习惯的力量会上升并且反对那些处于萌芽状态的新规划。此时，创新者要想成功就必须具有坚强的意志，摆脱旧有习惯思维的束缚。

第三，社会环境对创新者的影响，也就是反作用。它首先可能通过法律上或政治上的障碍表现出来。即使忽略这些障碍，一个社会集团成员，他的行为一旦偏离常规，就会受到谴责，从而对个人造成压力，而这种谴责所带来的社会的排斥，又给人造成身心障碍。

创新的这三点困难，说明了领袖的职能和行为的性质。不管是短暂的还是相对持久的领导，其职能都不仅在于“找到”或“创造”新的可能性，而在于实际去“做这些事”。因此，熊彼特认为领导者发挥职能，主要是靠意志、“权威”、“个人声望”等，而不是靠聪明才智和初始思想。