

工商管理

高等学校经济管理教材

微观经济学

金镒 任曙明 / 编著

JJGL

大连理工大学出版社

6

T-016-43
567

高等学校经济管理教材

微观经济学

金 镐 任曙明 编著

大连理工大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

微观经济学/金镛,任曙明编著. —大连:大连理工大学出版社,2001.9

(高等学校经济管理教材·工商管理系列)

ISBN 7-5611-1901-1

I. 微… II. ①金…②任… III. 微观经济学-高等学校-经济管理教材 IV. F016

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 22378 号

大连理工大学出版社出版发行

大连市凌水河 邮政编码 116024

电话:0411-4708842 传真:0411-4708898

E-mail:dutp@mail.dlptt.ln.cn

URL:http://www.dutp.com.cn

大连理工印刷有限公司印刷

开本:850毫米×1168毫米 1/32 字数:360千字 印张:13.5

印数:1—6000册

2001年9月第1版

2001年9月第1次印刷

责任编辑:孙心伟

责任校对:洪梅

封面设计:孙宝福

定价:16.80元

高等学校经济管理类教材

工商管理系列编委会

主 编	侯铁珊				
副主编	韩大卫	张启奎			
编 委	李 弘	原毅军	金 镒	俞明南	
	栾庆伟	仲秋雁	董大海	王学先	
	吾 敏	李延喜	傅永刚		
策 划	刘 杰				

前言

满足某种需求是人类进行各种经济活动的出发点和归宿，我们撰写这部《微观经济学》也是为了满足人们日渐高涨的学习经济学的需求。微观经济学是经济学的基础，它着重研究经济系统中个量的经济行为和规律，因此几乎与每个人一生中的大部分事件都密切相关。经过 200 多年的历史，微观经济学已经发展成为颇具逻辑性和系统性的宏构巨制，可以为人们的理性思维提供极大的帮助。所有这些，都是人们愈益关注经济学的主要原因。

但是，由于传统、习俗、文化、观念以及体制等诸多方面的原因，也有许多人认为微观经济学理论性太强，距离我们的现实太远，很难学以致用。我个人则认为，人们必须努力去了解那些相对陌生而且似乎遥远的理论和方法，才能激发起创新的冲动，完成较为深刻的变革。事实上，一旦观念发生了转变，就不难运用微观经济学指导我们的决策和实践。本书在经济学的应用方面作了一些尝试，努力

使抽象的经济问题更贴近人们的现实生活，但愿这种尝试能够达到预期的效果。

在许多管理学科的教学，案例研究和实例分析的确是帮助人们跨越知与用之间鸿沟的桥梁。但是，抽象的经济理论却很难依靠单纯的案例讨论加以明确阐述。这时，数学工具则发挥了积极的作用。如何把形象的案例分析与抽象的数学推导有机地结合起来，特别是，如何准确生动地揭示数学结果所包含的经济含义，是本书所刻意追求的另一个目标。

有些人习惯上把包括微观与宏观经济学在内的经济学科称之为西方经济学。的确，这门学科的创立与发展主要是由西方人完成的。东方文明虽然渊远流长，但自 18 世纪以来，却在科学技术与经济理论各个方面都大大落在了后面。这也正是为什么今天西方人占有的物质财富远远超过东方的主要原因。不过，我个人认为这门学科还是称为经济学更为妥当，因为我们并不曾在现代物理学或数学之前冠以“西方”二字，而且也还未形成能够与之相匹敌的东方经济学。

承认差距是缩小差距的前提条件，有学习与借鉴才可能有创新和提高。一位国有企

业的管理者在学习微观经济学之后,辞诚意切地讲述了他的一段经历和感受,给我留下了极为深刻的印象。两年前,他所在的企业与美国一家公司谈合资,谈判过程中美方代表随手画了几条曲线、分析起拟议中的合资公司产品的产量应该定为多少,此时的成本是多少,价格如何确定,最终的利润大约是多少等等。美国人讲得头头是道,可惜当时参加谈判的十几位中方代表无一人听得懂。今天,他才醒悟到这位美国人画的曲线、作的评论,都是微观经济学所介绍的。在经济全球化和市场一体化高度发展的新世纪,不论与西方人竞争还是合作,不了解他们的观念或语言是很难成功的。

这部书是我与年轻教师任曙明女士共同完成的(她负责撰写第1~7章),并包含有我的研究生王轶同学的辛勤劳动。此外,我还必须向负责审稿的原毅军教授,向给予我大力关心与帮助的金洛清先生,鲍维贤、刘玉珍女士表示衷心的感谢。

金 锺

2001年4月18日于大连

目 录

第一章 基本知识	1
第一节 经济学和微观经济学	1
一、什么是经济学	1
二、经济学研究的主要问题	2
三、微观经济学与经济学	4
四、微观经济学的科学性	6
第二节 微观经济分析基础	8
一、混合经济中的市场和政府	9
二、理性人、产权和动机	12
三、稀缺和选择的经济学表述——机会集合	14
四、成本	22
第二章 需求与供给	24
第一节 需求	24
一、需求与需求函数	24
二、需求表和需求曲线	26
三、需求量的变化与需求的变化	28
第二节 供给	31
一、供给和供给函数	31
二、供给表和供给曲线	32
三、供给量的变化和供给的变化	34
第三节 需求和供给均衡	36
一、需求和供给均衡：价格决定	37
二、需求和供给变化对均衡的影响	39

三、政府干预效果分析	45
第四节 需求弹性和供给弹性	48
一、弹性	48
二、需求价格弹性	49
三、供给价格弹性	57
四、其他弹性	60
第三章 效用理论与消费者选择	63
第一节 基数效用理论和消费者行为	64
一、效用函数	64
二、总效用和边际效用	66
三、基数效用论的消费者均衡	69
四、从基数效用论的消费者均衡到个人需求曲线	71
五、消费者剩余	72
第二节 序数效用理论和消费者行为	75
一、消费者偏好和序数效用的假设	75
二、无差异曲线	78
三、边际替代率	82
四、预算约束线和预算空间	85
五、序数效用论的消费者均衡	89
第三节 收入变化条件下的消费者选择	92
一、收入消费曲线	92
二、恩格尔曲线	94
三、恩格尔定律与恩格尔系数	96
第四节 价格变化条件下的消费者选择——推导出需求曲线	97
一、价格消费曲线	98
二、导出个人的需求曲线	99
三、替代效应和收入效应	101

四、替代品和互补品	107
第四章 时间和风险	109
第一节 时间约束下的预算约束线	110
一、时间约束	110
二、修正的预算约束	111
三、完全价格预算约束	111
四、完全价格预算约束线的移动	114
第二节 修正的消费者行为模型	116
一、完全价格预算约束下的消费者均衡	117
二、非工资收入变化和工资率变化对消费者均衡的影响	117
三、最低的完全价格	119
第三节 风险的测度	123
一、风险的描述	123
二、风险的测量	124
三、风险的效用	127
四、人们对风险的态度	128
五、风险溢价	132
第四节 风险市场	134
一、多样化	134
二、保险	136
三、逆向选择和道德风险	137
四、获取更多的信息	142
第五章 生产理论	144
第一节 厂商	144
一、厂商及其组织形式	144
二、利润最大化目标	145
三、时间和生产要素	147
第二节 生产函数	149

一、生产函数	149
二、常见的生产函数	151
三、技术上有效率和经济上有效率	152
第三节 只有一种可变要素的生产	154
一、总产量、平均产量和边际产量	155
二、总产量曲线、平均产量曲线和边际产量曲线的关系	157
三、生产阶段的划分	160
四、边际收益递减规律和技术进步	162
第四节 具有两种(或多种)可变要素的生产	164
一、等产量曲线	165
二、边际技术替代率	168
三、脊线和生产的经济区域	171
第五节 最优生产要素组合	173
一、等成本线	174
二、最优生产要素组合	176
三、厂商的扩张通道——成本预算变化时的厂商选择	180
四、生产要素价格变化时的厂商选择	182
五、技术进步对厂商行为的影响	185
第六节 规模报酬与生产弹性	186
一、不变的规模报酬	187
二、递增的规模报酬	188
三、递减的规模报酬	190
四、生产弹性	191
第六章 成本理论	194
第一节 关于成本	194
一、会计成本和机会成本	194

二、显性成本和隐性成本	195
三、其他成本	196
四、成本函数	197
第二节 短期成本	200
一、短期总成本	200
二、短期平均成本与短期边际成本	204
三、短期成本曲线之间的关系	208
四、短期成本曲线与短期产量曲线的关系	209
第三节 长期成本	211
一、长期总成本	212
二、长期平均成本和长期边际成本	214
三、成本弹性	216
四、影响长期平均成本变化的因素	218
第四节 长期成本曲线和短期成本曲线的关系	229
一、长期总成本曲线和短期总成本曲线的关系	230
二、长期平均成本曲线和短期平均成本曲线的关系	231
三、长期边际成本曲线和短期边际成本曲线的关系	234
第七章 厂商的生产决策	237
第一节 厂商的收益和利润	237
一、收益	237
二、各条收益曲线之间的关系	238
三、利润	240
四、利润最大化决策	242
第二节 市场结构和完全竞争市场的特征	245
一、市场结构	245
二、完全竞争市场的特征	247
第三节 完全竞争厂商的短期产量决定和均衡分析	248
一、完全竞争市场厂商面临的需求曲线	249

二、完全竞争市场中单个厂商的短期均衡分析	250
三、厂商的短期供给曲线	252
四、市场的短期供给曲线	255
第四节 完全竞争厂商的长期产量决定和均衡分析	258
一、长期厂商的调整	258
二、市场的调整和厂商的长期均衡	260
三、长期供给曲线	262
第八章 完全垄断	268
第一节 关于完全垄断	269
一、垄断的成因	269
二、完全垄断企业所面对的需求曲线	270
第二节 完全垄断的均衡价格和产量	270
一、短期均衡价格与产量	270
二、长期均衡价格与产量	273
三、拥有多家工厂的完全垄断企业	275
四、完全垄断与完全竞争的对比分析	277
第三节 实际生活中的完全垄断	279
一、垄断能力	279
二、差别定价	281
三、两部收费与搭配销售	284
四、捆绑销售:另一种定价技术	287
五、关于完全垄断的公共政策	289
第四节 案例研究:价值永存的金刚石	291
第九章 垄断竞争与寡头垄断	294
第一节 垄断竞争	294
一、有关垄断竞争	294
二、垄断竞争的短期与长期的均衡价格和产量	295
第二节 实际生活中的垄断竞争	297

一、过剩生产能力与产品差异	297
二、成本加成定价	298
三、垄断竞争、完全竞争和完全垄断的对比分析	300
第三节 垄断竞争中的广告	301
一、广告开支	301
二、广告的社会价值	304
第四节 寡头垄断	307
一、有关寡头垄断	307
二、纳什均衡	308
三、企业勾结与卡特尔	312
四、卡特尔的不稳定性	316
五、价格领导	319
六、曲折的需求曲线	322
七、长期状况与进入壁垒	324
八、可竞争的市场	326
第十章 决策理论与战略行动	329
第一节 决策理论	329
一、决策理论	329
二、对纳什均衡的进一步讨论	331
三、囚犯的两难推理	334
四、囚犯的两难推理与针锋相对	337
第二节 战略行动	338
一、战略行动	338
二、空泛的与实在的威胁	340
三、对入侵者的威慑	341
四、限制定价	343
五、率先行动的优势	344
六、能力扩张与抢先战略	345

七、非价格竞争	346
八、寡头垄断的效应	348
第十一章 一般均衡和公共商品	351
第一节 一般均衡概述	351
一、局部均衡与一般均衡	351
二、抽象的一般均衡	353
第二节 纯交换经济的一般均衡	355
一、什么是纯交换经济	355
二、埃奇沃思盒图与资源有效配置	355
案例:在加利福尼亚交易用水权的障碍	361
第三节 投入产出分析	362
一、投入产出分析	363
二、投入产出分析的基本原理及举例	364
三、波动效应	366
第四节 公共商品	367
一、公共商品与私人商品的差别	368
二、公共商品的特征	368
三、公共商品的分类	370
案例:清洁空气	372
第五节 公共商品有效产量的确定	373
一、有效产量的确定	373
二、“搭便车”问题	381
三、公共商品的供给	382
第十二章 非对称市场信息	384
第一节 概论	384
第二节 逆向选择	387
一、旧车市场	387
二、保险市场的逆向选择问题	389

三、信贷市场的逆向选择	391
案例:职业棒球的自由球员市场	393
第三节 信号传递	394
一、信号传递	395
二、信息甄别	399
第四节 道德风险	401
第五节 委托-代理理论	405
一、委托-代理模型	406
案例:代理人——非赢利医院的经营者	409
二、代理人市场——声誉模型	409
三、棘轮效应	411

第一章 基本知识

我们发现人们学习经济学的热情日益高涨。因为他们希望赚钱；因为他们需要深入了解各种经济学概念，如贸易保护主义、关税、垄断、价格歧视和道德风险等。事实上，人们热衷于经济学学习的根本原因在于经济生活的焦点正是经济学关注的对象：如何分配个人收入、如何看待房地产价格波动、利率变动如何影响储蓄等。掌握经济学知识是正确理解这些问题的前提，即经济学能够引导人们的理性决策。为了使初学者对经济学有一个清晰轮廓，本章扼要介绍经济学和微观经济学的基本范畴和概念。

第一节 经济学和微观经济学

讨论微观经济学之前，我们先为经济学下定义。

一、什么是经济学

“经济学”(Economics)来源于希腊文“Oikonomos”，意思是“家政管理”(Household management)。按字面解释，早期经济学家认为经济学的研究主题是人类经济生活。但是在经济和技术飞速发展的今天，给经济学下定义往往遇到多方面困难。一是人类经济生活内容和结构的多样化和复杂化扩大了经济学的研究领域；二是经济学丰富的内容不但分化了经济学研究，也扩大了经济学家的意见分歧。古典经济学的创始人亚当·斯密(Adam Smith)，在《国民财富的性质和原因的研究》(1776年)中把经济学定义为财富的科学(事实上，亚当·斯密使用的是“政治经济学”一词，而非“经济学”)，着重讨论了国民财富的性质及其增长的源泉。一百多年后，在《经济学原理》