

一册通晓 你不可不知的基础人文 Economics

图
解

经济学

衣食住行、学习工作、运动休闲、旅行度假……日常生活中我们时时刻刻都在进行经济行为，思索经济问题，经济学就是这样一门与我们的生活息息相关的学问。

温美珍 著 熊秉元 审订



图书在版编目(CIP)数据

图解经济学 / 温美珍著. —天津: 天津教育出版社,
2007.7

ISBN 978-7-5309-4956-6

I. 图… II. 温… III. 经济学—图解 IV. F0-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 103752 号

图解经济学

出版人	肖占鹏
选题策划	新经典文化 (www.readinglife.com)
作者	温美珍
审订	熊秉元
责任编辑	杜 平
特邀编辑	林妮娜 杜 度
装帧设计	徐 蕊
内文制作	田晓波
出版发行	天津教育出版社 天津市和平区西康路 35 号 邮政编码 300051
经 销	新华书店
印 刷	三河市三佳印刷装订有限公司
版 次	2007 年 7 月第 1 版
印 次	2007 年 7 月第 1 次印刷
规 格	16 开 (700 × 990 毫米)
字 数	178 千
印 张	9.5
书 号	ISBN 978-7-5309-4956-6
定 价	20.00 元

作者简介

温美珍

英国东安格利亚大学国际经济系硕士，曾任职于多家外资银行。在财经领域有着丰富的工作经验，对经济学有着深入的研究。

审订者简介

熊秉元

著名经济学家，美国布朗大学经济学博士，主要研究法律经济学和经济学方法论。他善于从生活中的小事入手，以清新、浅白的散文笔调，来讲解艰涩难懂的经济学知识，著有《我是体育老师》《追求司法女神》《约法哪三章》《熊秉元漫步经济》《经济学者的十四堂法学课》等多部作品，被誉为“经济学巨侠”。

责任编辑：杜 平

特邀编辑：林妮娜 杜 度

丛书策划：新经典文化 www.readinglife.com

装帧设计：新经典工作室·徐蕊



定价：25.00 元

日本销量最大、最受欢迎的 心理学读物！

兄弟姐妹为什么个性截然不同？为什么结了婚又要离婚？父母与子女之间为什么总是矛盾对立？工作中的人际关系为什么那么难处？为什么努力表现却吃力不讨好？为什么倒霉的事一件接着一件？……

生活中方方面面的问题，都与心理学有着千丝万缕的联系。一旦掌握了基础的心理学知识，许多问题就能迎刃而解。本书以直观、形象的图解形式，配以通俗易懂的讲解，全面介绍了心理学的基础知识，让你一学就会，一用就灵！

一册通晓

Economics

你不可不知的基础人文知识

图解经济学

温美珍 著
熊秉元 审订



天津教育出版社
TIANJIN EDUCATION PRESS

第1章 ► 消费者行为理论

1

价格的决定——需求与供给	8
收入如何影响需求	10
价格如何影响需求	12
均衡价格如何形成	14
供需对均衡价格的影响	16
对价格变动的敏感性——弹性分析	18
如何达到最大满足——效用分析	20
工作与休闲时间的取舍	22

第2章 ► 生产理论与市场结构

2

什么是生产成本	26
被舍弃的潜在机会——机会成本	28
数大就是美——规模经济	30
完全竞争市场	32
不完全竞争市场	34
独占与寡占厂商的定价行为	38
差别定价	40
博弈论——囚徒困境	44
博弈理论下的价格战争	46

第3章 ► 市场失灵及经济效率

3

市场失灵	50
信息不对称	52
逆向选择	54
企业的白吃者	56
市场外部性	58
公共财产	60

第4章 ► 衡量社会福利的指标——国民

4

收入

国民收入的计算方法：国内生产总值与国民生产总值....	64
国内生产总值可以衡量社会进步的全貌吗	68
消费、储蓄与投资的循环.....	70
对外直接投资.....	72
吸引国外投资的因素.....	74

第5章 ► 政府调节经济的工具——财政

5

政策与货币政策

什么是财政政策	78
政府如何解决财政赤字	80
什么是货币	82
货币如何流通	84
中央银行与商业银行的关系	86
中央银行与货币政策	88
利率如何影响货币流向	92
货币政策如何发挥作用	94
财政与货币政策的限制	96

第6章 ► 世界经济的往来——国际贸易

6

绝对利益	100
比较利益	102
关税壁垒	104
进口限额	106
世界贸易组织	108
倾销与反倾销	110

第7章 ► 全球化的发展——国际金融

7

汇率的高低由什么决定	114
外汇的需求与供给	116
货币为何会升值或贬值	118
利率对汇率的影响	120
外汇储备	122
中央银行为何要干预外汇市场	124
国际收支平衡对汇率的影响	126
经济指标与全球金融市场	128

第8章 ► 经济增长与经济发展

8

经济增长	132
宏观经济活动水平循环	134
如何判断国民经济的好坏	136
通货膨胀	138
通货紧缩	140
如何对抗通货膨胀与通货紧缩	142
失业问题与失业率	144
失业的种类	146
贫富国家与失业的关系	148

第1章

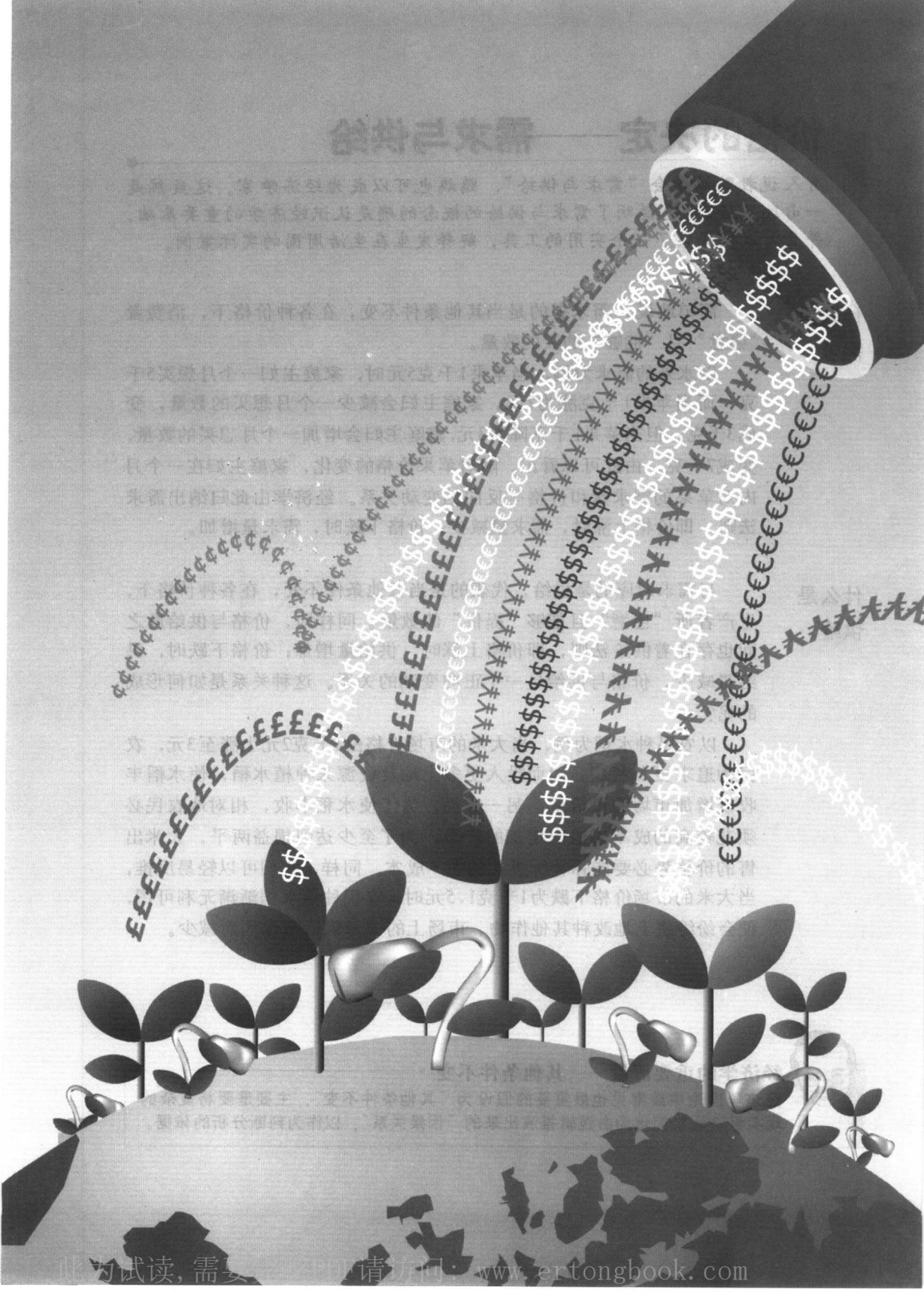
消费者行为理论

经济学是一门“经邦济世”之学，经济问题也是日常生活面临“选择”的问题。在“资源有限、欲望无穷”的现实世界里，它给我们提供了一个分析的工具，来研究如何将有限的资源做最有效的配置。众所周知，要学好经济学，开门见山的最基本概念就是——需求与供给，两者就像剪刀的双刃，相辅相成，缺一则不可。这两种要素形成了产品的均衡价格与数量；也是造成价格变动的原因。另外，更深一层的概念——弹性及效用分析在现实生活中对消费者行为提供了一个合理的解释。



学习重点 >>

- ✦ 价格是如何决定的
- ✦ 了解何谓正常品、劣等品、奢侈品与吉芬品
- ✦ 需求量增减对价格有何影响
- ✦ 供给与需求的变动如何影响均衡价格
- ✦ 经济学对价格敏感度的分析——弹性分析
- ✦ 如何衡量消费者的满足程度——效用分析
- ✦ 劳动供给与休闲的时间成本概念



价格的决定——需求与供给

有人说教鹦鹉学会“需求与供给”，鹦鹉也可以成为经济学家。这虽然是一句玩笑话，却也说明了需求与供给的概念的确是认识经济学的重要基础，并且为我们提供了一个实用的工具，解释发生在生活周围的实际案例。

什么是需求

简单地说，需求指的是当其他条件不变，在各种价格下，消费者“愿意”且“能够”购买的数量。

以水果的需求为例，当苹果1千克5元时，家庭主妇一个月想买5千克；而当苹果1千克涨为7元，家庭主妇会减少一个月想买的数量，变成3千克；但当苹果1千克降为3元，家庭主妇会增加一个月想买的数量，变成7千克。由此可以看出，随着苹果价格的变化，家庭主妇在一个月对苹果的需求量和价格呈反向的变动关系。经济学由此归纳出需求法则，即价格上涨时，需求量减少；价格下跌时，需求量增加。

什么是供给

与需求对应的是供给，代表的是当其他条件不变，在各种价格下，生产者所“愿意”且能够“提供”的数量。同样地，价格与供给量之间也存在着供给法则，即价格上涨时，供给量增加；价格下跌时，供给量减少，价格与供给是一个正向变动的关系。这种关系是如何形成的呢？

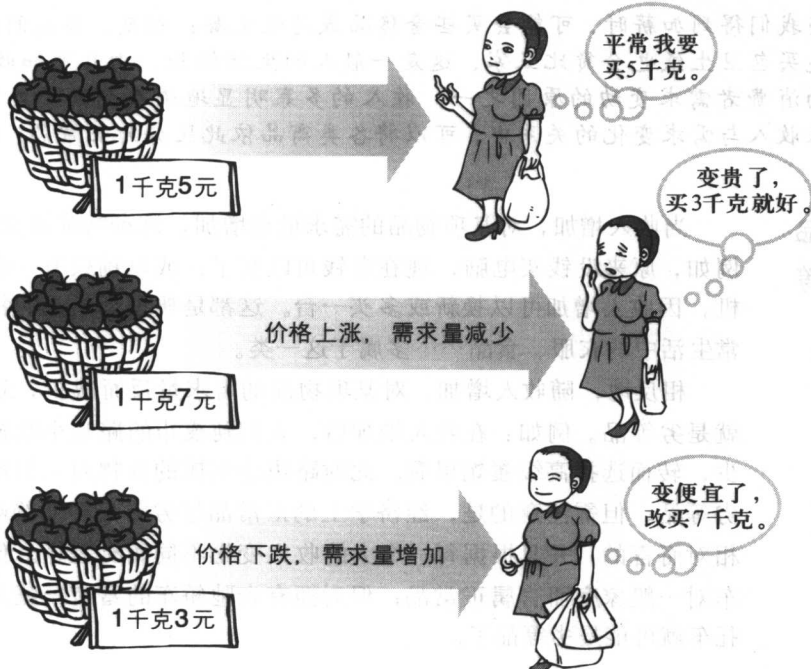
以农民种水稻为例，当大米的市场价格由1千克2元上涨至3元，农民为追求更大利润，因而投入更多土地及资源来种植水稻，使水稻丰收以增加市场的供给量。另一方面，为了使水稻丰收，相对地农民必须花较高的成本来适应增加的产量，为了至少达到损益两平，大米出售的价格势必要能弥补所投入的生产成本。同样，我们可以轻易反推，当大米的市场价格下跌为1千克1.5元时，农民种植水稻渐渐无利可图，便会纷纷将土地改种其他作物，市场上的大米供给量也因而减少。



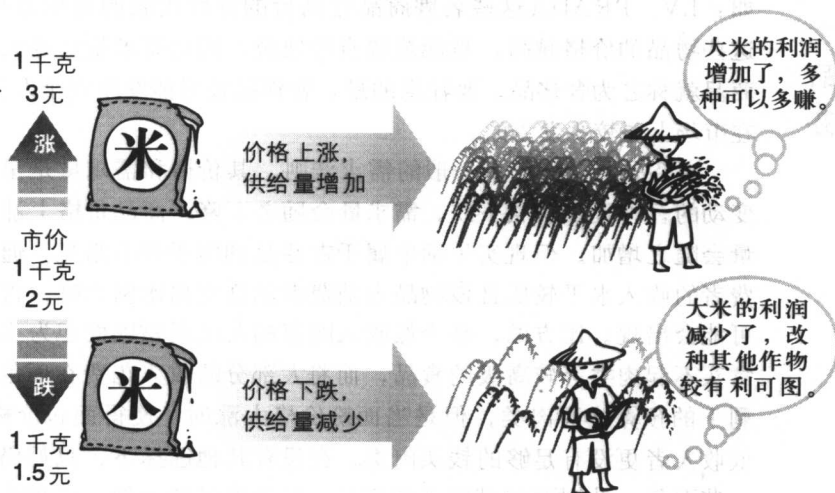
经济学的重要假设——其他条件不变

经济学理论中最常见也最重要的假设为“其他条件不变”，主要是要将复杂的现实经济现象简化为由逻辑推演出来的“因果关系”，以作为判断分析的依据。

苹果价格与消费者需求



大米价格与农民供给的关系



收入如何影响需求

当我们得到加薪时，可能会买些奢侈品或是吃大餐；相反，当我们失业时，连买包卫生纸也会货比三家，这是一般人的生活经验。由此可知收入是影响消费者需求变动的原因之一，收入的多寡明显地关系到购买力的大小。从收入与需求变化的关系中，可以将各类商品依此区分为正常品、劣等品。

正常品 与劣等 品

当收入增加，对某项物品的需求量也增加，这种物品就是正常品。例如，原来没钱买电脑，现在有钱可以买了；或以前只有一台旧电视机，因收入增加可以换新或多买一台。这都是典型正常品的特性，日常生活中的衣服、食品……多属于这一类。

相反地，随收入增加，对某项物品的需求量反而减少，这种物品就是劣等品。例如：在收入增加后，人们到夜市的路边小吃摊便去得少，转而选择高级餐馆用餐。此时路边小吃摊的食物对人们而言就算劣等品。但需注意的是，经济学上的正常品与劣等品并非绝对，而是相对而言的，并且根据每一个人的收入变化不同而有差异。例如摩托车对一般家庭而言属正常品；但对拥有奔驰轿车的富有家庭来说，摩托车就可能是劣等品了。

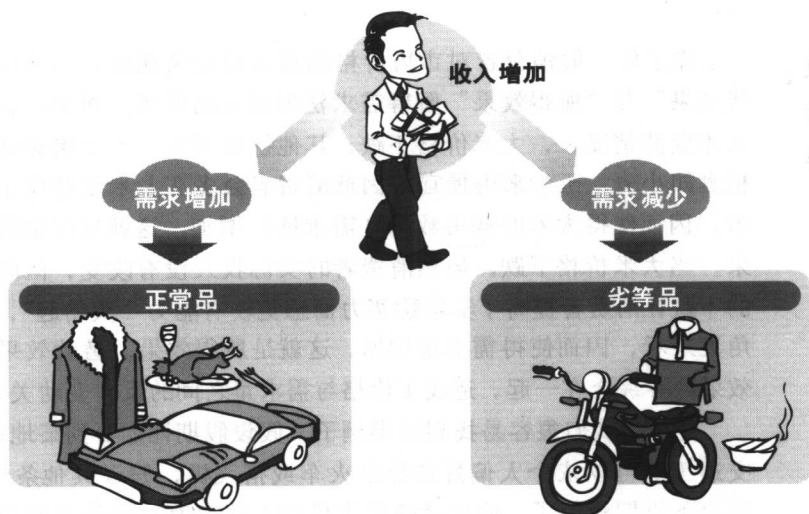
需求法 则的反 例—— 奢侈品 与吉芬 品

我们知道价格上涨使需求量下跌或价格下跌使需求量增加的需求法则。但有没有可能当价格上涨时需求量也增加的例子呢？有的。例如：LV、PRADA这些名牌商品在高价的背后代表的是权力与地位，这些物品的价格越高，越能炫耀身份地位，因此需求量会越大。这种商品就称之为奢侈品。要注意的是，奢侈品较可能发生在个人行为上，在市场上是较少发生的。

吉芬品同样违反了一般的需求法则，其价格和需求量是呈同方向变动的，即商品价格下跌，需求量会随之下降；商品价格上涨，需求量会随之增加。但现实生活中属于吉芬品的例子并不常见，通常在消费者的收入水平较低且该物品占消费者的总支出比例大时，吉芬品才可能会出现。比方说，某个低收入国家的人民通常以面包为主食，平常买不起肉类等较高级的食品，而将大部分的收入花费在面包上，有剩下的预算才买肉类，但是当面粉价格大涨时，使得面包价格上涨，低收入者更没有足够的钱买肉类，在没有其他选择下，只好仍然多买一些面包，此时面包就成了吉芬品，是劣等品的一种。这种消费情形

最早是由19世纪的英国经济学家吉芬所发现，所以把这种商品称为吉芬品。

收入增加与需求的关系



价格上涨与需求的关系



价格如何影响需求

一般人在消费时都会有预算，例如：需要买一件身体清洁用品，是要花20元买沐浴乳，还是要花10元买香皂呢？在需求法则的基本概念下，我们再来看看价格变化对商品的需求有什么影响。

替代效果与所得效果

除了从一般消费者对市场价格的直觉反应来观察，还可以从“替代效果”与“所得效果”解释需求法则成立的原因。例如，在实际收入不变的情况下，大米价格下跌，其他物价不变，大米相对地比其他粮食如小麦、玉米来得便宜，因此消费者会多买大米来替代小麦、玉米，因而使得大米的购买数量（需求量）增加，这就是所谓的替代效果。当大米价格下跌，虽然消费者的实际收入没有改变，但商品价格的下跌让消费者提高了实际购买力而感觉较有能力“买得起”，换一个角度来看，因而使得需求量增加，这就是所得效果。替代效果与所得效果两者综合在一起，造成了价格与需求量之间的反向变动关系。

生活中我们很容易找到这类例子，假设假期计划要到某地玩一玩，交通工具可以依个人偏好选择坐火车或搭飞机，假设其他条件不变，如果飞机票涨价了，原先选择搭飞机的人就会有一部分改变初衷，改坐火车。连锁大卖场以减价刺激购买力更是如此。

消费上的替代品与互补品

每次听到新闻报道台风来袭，菜价就会上涨，依我们精打细算的习惯，消费者自然会减少对蔬菜的购买，转而购买其他食物替代，例如猪肉。所以如果一种商品价格上升（例如蔬菜），会引起另一种商品需求的增加（例如猪肉）。在经济学上，称两者互为消费上的“替代品”。

但也有一种商品价格上升会引起另一种商品需求下降的情况，这种在使用价值上相互补充的商品称为“互补品”，典型的案例就是汽车和汽油。当汽油价格上涨，人们会减少开车或是打消买车的意愿，即使有钱买车的人也会望而却步。因为轿车进入家庭的主要障碍已经不是车价本身，而转到了车价之外，除了汽油，可能还包括了保险、维修、停车费、保养费等，因为与汽车相关的费用过高，使得消费者对汽车的需求下降，这就是消费上的互补品的特点。



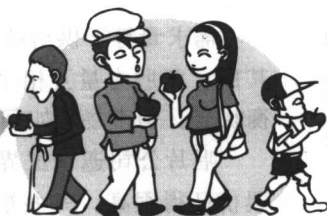
区分消费上的替代品与互补品

消费上的替代品，是指一种产品价格上升会使另一种产品需求增加；消费上的互补品，则是一种产品价格上升引起另一种产品需求的下降。

价格与需求的关系



苹果价格下跌



苹果需求量增加



苹果价格上涨



苹果需求量减少



1千克1.5元

蔬菜价格上涨

蔬菜和猪肉是消费上的替代品



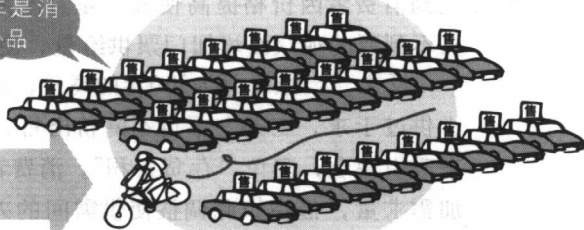
猪肉需求增加



1升4.5元

汽油价格上涨

汽油和汽车是消费上的互补品



汽车需求减少