

全美经济学教材新典范

哥伦比亚大学商学院院长倾力力作

以最真实鲜活的商务案例，带你走进最现实的经济学世界

哈佛大学、哥伦比亚大学、密歇根大学、宾夕法尼亚大学、波士顿大学、华盛顿大学等

300余所高校使用

Microeconomics

5th Edition

经济学

(微观)

(原书第5版)

[美] R. 格伦·哈伯德 (R. Glenn Hubbard) 哥伦比亚大学 著
安东尼 P. 奥布赖恩 (Anthony P. O'Brien) 利哈伊大学

赵英军 译



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目(CIP)数据

经济学(微观) / (美) R. 格伦·哈伯德(R. Glenn Hubbard), (美) 安东尼·P. 奥布赖恩(Anthony P. O'Brien) 著; 赵英军译. —北京: 机械工业出版社, 2018.10
(华夏教材经典译丛)
书名原文: Microeconomics

ISBN 978-7-111-65140-9

Microeconomics

5th Edition

经济学

(微观)

(原书第5版)

[美] R. 格伦·哈伯德(R. Glenn Hubbard) 哥伦比亚大学 著
安东尼 P. 奥布赖恩(Anthony P. O'Brien) 利哈伊大学

赵英军 译



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

经济学 (微观) (原书第 5 版) / (美) R. 格伦·哈伯德 (Hubbard R. C.), (美) 安东尼 P. 奥布赖恩 (O'Brien A. P.) 著; 赵英军译. —北京: 机械工业出版社, 2016.10

(华章教材经典译丛)

书名原文: Microeconomics

ISBN 978-7-111-55140-9

I. 经… II. ①R… ②安… ③赵… III. 微观经济学—教材 IV. F0

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 243079 号

本书版权登记号: 图字: 01-2016-2179

R. Glenn Hubbard, Anthony Patrick O'Brien. Microeconomics, 5th Edition.

ISBN 978-0-13-345554-0

Copyright © 2015 by Pearson Education, Inc.

Simplified Chinese Edition Copyright © 2016 by China Machine Press.

Published by arrangement with the original publisher, Pearson Education, Inc. This edition is authorized for sale and distribution in the People's Republic of China exclusively (except Taiwan, Hong Kong SAR and Macau SAR).

All rights reserved.

本书中文简体字版由 Pearson Education (培生教育出版集团) 授权机械工业出版社在中华人民共和国境内 (不包括台湾地区和香港、澳门特别行政区) 独家出版发行。未经出版者书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

本书封底贴有 Pearson Education (培生教育出版集团) 激光防伪标签, 无标签者不得销售。

本书是一部激发学生通过真实商务案例学习微观经济学的经典著作。本书紧紧把握时代脉搏, 立足于现实的商业世界和经济政策, 引导学生的兴趣, 培养学生的经济学直觉和理解力。作者强调经济学原理在当前经济事件中的应用, 所选的实例更注重商业现实, 同时以适宜的难度详细介绍了所有的核心概念。全书以非常清晰的主体结构, 从各个方面阐述了经济学的原理。书中的开篇案例、解决问题、建立联系、案例透视等专栏, 可以使经济学这门课程的学习变得更轻松有趣。

本书可以作为经济和管理类专业的大学本科生、MBA 学生的教科书, 也可以作为研究人员以及企业经营管理者们的参考用书。

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 冯小妹 宋燕 黄丽晓

责任校对: 董纪丽

印刷: 北京诚信伟业印刷有限公司

版次: 2016 年 11 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 214mm×275mm 1/16

印张: 30.75

书号: ISBN 978-7-111-55140-9

定价: 75.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光/邹晓东

哈伯德和奥布赖恩教授合写的《经济学》(微观)、《经济学》(宏观)出版后,在世界上大卖,第1版和第3版的中译版曾经在国内出版,第3版宏观新修订部分是我翻译的。因其易读、对原理阐释清晰,特别是“用真实世界中的商务与政策事例解释完整的经济学理念”的叙事方式,也受到国内读者的好评。现在呈现给读者的是《经济学》(微观)第5版。

2010年以来,世界经济发生了许多变化,两位作者对全书进行了较多的内容修订,不仅对书中各章的案例、事件进行了更新,而且也内容进行了调整,增加了一些新的章节,如第7章。新增加的内容更为贴切地反映了当今经济生活中的新事件和新案例,如每章的“开篇案例”使用的都是贴近现实的例子,如特斯拉汽车(第2章)、苹果公司(第3章)、Facebook(第8章),还通过“你将购买苹果公司的iPhone,还是三星公司的Galaxy”(第3章)、“为何买不到便宜的PlayStation4”(第14章)等来引出问题以引起学生的兴趣。作为原理级教科书,本书将理论建立在真实世界事例基础之上,通过鲜活事例培养经济思维,使得经济学的学习少了几分沉闷,多了几分趣味。

为了保持翻译风格的一贯性,全书由我本人进行翻译,历时半年多时间。如有漏译、错译之处,敬请批评指正。

赵英军

浙江工商大学

2016年8月30日

作者简介 About the Authors

R. 格伦·哈伯德（教授、学者和政策制定者）

R. 格伦·哈伯德（R. Glenn Hubbard）是哥伦比亚大学商学院院长和 Russell L. Carson 金融经济学教授，同时他还是哥伦比亚文理学院的经济学教授。此外，他还担任美国国家经济研究局的研究员，并且是多家公司的董事，这些公司包括：Automatic Data Processing、黑岩封闭式基金、KKR 金融公司以及大都会人寿。他还曾在 Capmark Financial、杜克地产、信息服务集团和利普伍德投资公司中担任董事一职。哈伯德教授 1983 年获得哈佛大学经济学博士学位；2001 ~ 2003 年，他担任白宫经济顾问委员会以及经济合作与发展组织（OECD）经济政策委员会主席；1991 ~ 1993 年担任美国财政部助理部长；如今则是无党派市场监管委员会的联席主席。哈伯德教授的研究领域包括公共经济学、金融市场和金融机构、公司理财、宏观经济学、产业组织以及公共政策。哈伯德教授曾在顶级学术期刊上发表了 100 多篇文章，这些杂志包括：《美国经济评论》《布鲁金斯经济活动论文集》《金融》《金融经济学》《货币、信贷和银行业务》《政治经济学》《公共经济学》《经济学季刊》《兰德经济学》《经济学与统计学评论》。他的研究获得美国国家科学基金、美国国家经济研究局和许多私人基金会的资助。

安东尼 P. 奥布赖恩（获奖教授和学者）

安东尼 P. 奥布赖恩（Anthony P. O'Brien）是利哈伊大学的经济学教授。他于 1987 年获得加州大学伯克利分校的博士学位，教授经济学原理课程已经超过 15 年。奥布赖恩教授曾获利哈伊大学优秀教师奖。他曾担任 Diamond 经济学教育中心主任、Dana 基金会冠名教授。他是加州大学圣巴巴拉分校和卡内基-梅隆大学产业管理研究生院的访问教授。奥布赖恩教授的研究领域包括美国汽车产业的演变、美国经济竞争力的源泉、美国贸易政策的发展、大萧条的起因、白人与黑人收入差异的原因等。奥布赖恩教授的研究成果发表于多个顶级学术期刊，其中包括：《美国经济评论》《经济学季刊》《货币、信贷与银行业务》《劳资关系》《经济史杂志》以及《经济史研究》。他的研究获得多家政府机构和私人基金会的资助。除了教学和写作，奥布赖恩教授还担任《社会经济学》杂志的编委。

在本书的新版中，我们的写作方法仍然像 10 多年前出版第 1 版时一样：为学生和教师提供一本用真实世界中的商务与政策事例解释完整的经济学理念的经济学教科书。我们的目标是在讲授经济学时，以“自由插件的方式”使用来自真实世界中的商务与政策事例。我们非常感谢使用前 4 版的学生和教师给出的热切反馈，使得该书成为世界上最畅销的经济学教科书之一。上一版书出版后，世界发生了很多变化，我们需要将这些新出现的真实世界的事例包括在本版书中。

本版新增内容

第 5 章新增了“二氧化硫总量控制与交易制度的终结”等内容，这有助于我们强化经济分析与政府政策形成之间相互影响的讨论。

第 7 章是第 4 版引入的新内容，受到了教师和学生的欢迎。在本版书中进行了改写，我们增加了几个新的需求供给图形。我们的目的是使内容更有分析意义，也使作为需求供给分析应用的事例更加贴切。我们也扩展了时任总统奥巴马关于《患者保护与平价医疗法案》的讨论。

第 8 章新增图 8-2。

第 9 章新增图 9-1 和图 9-3。

第 10 章已经提供了大量行为经济学的内容。我们发现，许多学生对于微观经济学，包括这些材料很感兴趣。我们将约翰逊担任彭尼百货 CEO 时所遇到的问题加入“购物的行为经济学”一节中。本章包含了几个行为经济学研究消费者选择的讨论。

第 18 章增加了新的“建立联系”专栏，总结了近几年关于“美国收入不平等加剧”的争论。

另外，所有章节的开篇案例和部分章后的练习题进行了更新。

学习基础：情境式学习和新颖的组织结构

我们认为，一门课如果能让将他们的所学应用于个人生活和他们未来的职业，培养起他们理解所读媒体内容的分析能力，那么这门课就是成功的。这就是我们在开篇案例、图表、建立联系专栏、案例透视专栏和章后问题中大量采用许多真实世界的案例来解释经济学概念的原因。这种方法有助于将商科专业和人文社科专业学生培养成为有教养的消费者、投票人和公民。此外，我们的“自由插件的方式”、我们具有现代意义的章节结构安排和在书中尽早引入政策话题都是为了激发学生的学习兴趣。

我们认为，讲授经济学原理最好是用学生们熟悉的话题。当学生们开办艺术工作室、做社会工作、在华尔街从事证券交易、在政府部门工作或者经营一个酒吧时，学生们会从明白他们所从事工作背后的经济力量原理中获益。学商科的学生有机会在其他课程中学到许多经济原理，但是学人文的学生则不一定。因此，我们使用许多来自真实商业世界和政策的事例来解释经济概念，目的是培养受过教育的消费者、投票人和公民。

1. 有冲击力的引导章节

引导章节会为学生提供打好基础的基本知识，我们强调了边际分析和经济效率这些关键概念。在第4章中，我们使用消费者剩余和生产者剩余的概念来讨论最高限价与最低限价的经济影响，并联系了财产租赁和最低工资等熟悉的事例。我们在后面的章节再次讨论了生产者剩余和消费者剩余：第9章中的外包和影响贸易的政府政策，第15章中市场势力对经济效率的影响，第16章中企业定价政策对经济效率的影响。此外，在第8章中，我们为学生提供了最基本的理解企业如何组织、筹集资金或向消费者提供信息的分析框架。我们也解释了市场体制中，企业如何有效组织生产并满足消费者需要。

2. 及早引入政策话题

为了让学生们尽早接触到政府政策的话题，我们在第1章中讨论了卫生医疗政策，在第4章中讨论了租金控制和最低工资，在第5章中讨论了空气污染、全球变暖和公共物品的问题，在第6章中讨论了政府对毒品的政策问题，在第7章中讨论了医疗卫生政策。

3. 介绍了垄断竞争的全方位内容

我们在第13章中讨论了垄断竞争问题。尽管许多教师对垄断竞争简要讲授甚至完全略过不讲，但我们认为这是一个十分重要且易被忽略的工具，学生们根据更加熟悉的环境来强化认识市场如何作用，因为相较于完全竞争市场，学生们对在垄断竞争市场中讨论农产品事例更熟悉。我们使用垄断竞争模型引入向下倾斜的需求曲线，这通常是在“垄断”一章才引入。这种处理方法，有助于学生们抓住对几乎所有企业（并非仅仅是垄断企业）都重要的一点——向下倾斜的需求曲线。在完全竞争之后介绍垄断竞争也使得我们可以尽早讨论品牌管理和竞争成功的决定因素等话题。尽管如此，我们认为，如果教师喜欢在完全竞争之后就马上介绍完全垄断，也可以忽略该章，并不影响内容的连续性。

4. 丰富真实的博弈理论

在第14章中，我们使用博弈论来分析寡头垄断企业之间的竞争。博弈论可以帮助学生理解具有市场势力的企业在竞争性状况下怎样做出战略决策。我们在博弈论应用中使用了大家所熟知的公司，如苹果、惠普、可口可乐、百事可乐和戴尔等。

5. 独特的定价策略内容

在第16章中，我们探讨了企业怎样使用定价策略来提高利润水平。学生们随处会遇到定价策略，如购买电影票、春假预订飞机票以及在线书架的比较等。我们使用与他们密切相关且熟悉的事例来说明公司怎样使用差别定价、成本加成定价和第二步定价的策略。

本书特色：用来自真实世界实用的方法学习经济学

1. 开篇案例和对媒体文章的深度透视

每章的“开篇案例”都为学生提供了一个贴近现实的情境，激发学生对经济学的兴趣，同时也有助于统一每章的主题。这些案例都会介绍一些大公司面对的真实情境。在每章的文字叙述、图表和教学专题栏目中都会用到这些公司的材料。许多开篇案例会集中于企业家在开发新产品以及产品推向市

场所所发挥的作用。例如，第2章是特斯拉的埃隆·马斯克，第8章是扎克伯格。

对媒体文章的深度透视是由两部分构成的特别专题，向学生们展示了如何将在章节中学习的概念应用于对新闻文章的分析。所选的文章主要涉及当前政策讨论，并加以政策深度透视。“案例透视”专题包括文章摘录、对文章进行的分析，并提供一幅图形和一些供思考的关键问题。

2. 生活中的经济学

在开篇列出真实世界的案例之后，在正式开始每章内容之前，我们增加了一个与个人有关的专题，冠之以“生活中的经济学”，目的是让学生思考经济学怎样影响他们自身的生活。这个专题将激发学生的兴趣，强调他们所学的内容与自己生活经历的联系。

3. 解决问题

我们知道，在面对应用性的经济问题时，许多学生感到束手无策。本书通过设计两三个与所学章节有关的需解决的问题，为学生们指明了学习目标，将帮助他们渡过这种难关。我们的目的是使学生将精力集中于每一章的主要思想上，并且教给学生一个模型来一步一步地解决经济问题。在每一章的“问题与应用”之后，我们又增加了一些与每一章解决问题有关的练习题。

4. 勿犯此错

通过多年的教学实践，我们清楚地知道学生对于哪些概念理解起来困难最大，所以我们在每章都设置了一个小专栏——“勿犯此错”，提醒学生在该章最容易犯的错误。在每章后面的“问题与应用”部分，我们也设计了相关问题。

5. 建立联系

每一章都包括2~4个来自真实世界的“建立联系”专题，目的是强化核心概念并帮助学生如何解释他们在网页和报纸上阅读到的内容。大部分“建立联系”专题都采用与企业 and 政策紧密相关、引人入胜以及有说服力的新闻故事。本版书中有1/3的专题是新增加的，其他的也进行了更新。有几篇与医疗保险的讨论有关，这仍然是目前最热门的政策话题。每一个“建立联系”专题都至少与每章后面的一个问题有关，目的是让学生们检验他们对所讨论话题的理解程度。

6. 图表和本章小结

图表是经济学原理课程中不可或缺的一部分，但对许多学生来说，图表却成了主要障碍。除第1章外，其他各章课后练习中都包括让学生画图、读图和解释图表这样的题目。我们使用图注和总结图表等工具来帮助学生读图和理解图表。

7. 为提高评判效率，按照学习目标分类设置复习题和问题与应用

每章最后的安排，包括本章小结、目标回顾、复习题和问题与应用都是依据学习目标来分类的。这种架构的目的是让指导教师根据学习目标方便在书本上和在网上布置作业，也有助于学生对他们发现的有难度的问题进行有效率的复习。如果学生们对某个学习目标难以把握，指导教师能够方便地通过每章后与各个目标相关的问题和练习知道症结所在，从而通过课后作业或在课堂中进行重点讨论解决问题。根据学习目标进行总结和练习将有助于提高效率，有助于学生们更集中于那些对他们来讲更具挑战性的章节。本书主要章节都有明确的学习目标，并且配以至少两个复习题和三个问题。

目 录 Contents

译者序
作者简介
前言

本章小结/案例透视 谷歌和苹果也受到智能手机市场供给和需求问题的困扰/目标回顾

第一部分 导论

第1章 经济学：基础与模型 2

- 1.1 三个重要的经济学理念 4
- 1.2 每个经济社会都必须解决的经济问题 7
- 1.3 经济模型 9
- 1.4 微观经济学和宏观经济学 13
- 1.5 重要经济学术语预览 13

本章小结/案例透视 看着你的智能手机，说“嗯”/目标回顾/附录1A 图表和公式的使用

第2章 权衡、比较优势和市场制度 30

- 2.1 生产可能性边界和机会成本 31
- 2.2 比较优势和贸易 35
- 2.3 市场制度 39

本章小结/案例透视 哪些能入梅赛德斯—奔驰的法眼/目标回顾

第3章 价格来源：需求和供给的相互作用 54

- 3.1 市场的需求层面 55
- 3.2 市场的供给层面 62
- 3.3 市场均衡：供给与需求共同作用 65
- 3.4 需求和供给变动对均衡的影响 67

第4章 经济效率、政府限价和税收 80

- 4.1 消费者剩余与生产者剩余 81
- 4.2 竞争性市场的效率 85
- 4.3 政府干预市场：最低限价与最高限价 87
- 4.4 税收的经济影响 91

本章小结/案例透视 分享经济会增进效率吗/目标回顾/附录4A 需求与供给的数量分析

第二部分 市场行为：策略与应用

第5章 外部性、环境政策和公共产品 108

- 5.1 外部性和经济效率 109
- 5.2 外部性的私人解决方案：科斯定理 112
- 5.3 解决外部性的政府政策 116
- 5.4 四种产品分类 121

本章小结/目标回顾

第6章 弹性：供给和需求的反应 134

- 6.1 需求价格弹性及其度量 135
- 6.2 需求价格弹性大小的决定因素 140
- 6.3 需求价格弹性与总收益之间的关系 142
- 6.4 其他需求弹性 145

6.5 运用弹性理论来分析为什么

家庭农场日渐减少 146

6.6 供给价格弹性及其计算 148

本章小结/目标回顾

第7章 医疗保健经济学 159

7.1 美国医疗保健事业的发展 160

7.2 世界范围内的医疗保健状况 162

7.3 医疗保健市场的外部性与
信息不对称问题 1667.4 美国关于医疗保健政策的
争论 171

本章小结/目标回顾

**第三部分 国内和国际经济环境
中的企业****第8章 企业、股票市场和公司治理 186**

8.1 企业类型 187

8.2 公司结构和委托代理问题 190

8.3 企业如何筹集资金 191

8.4 使用财务报表来评估公司 196

8.5 公司治理政策和2007~2009年
的金融危机 198本章小结/目标回顾/附录8A 公司财
务信息分析的工具**第9章 比较优势和国际贸易得益 213**

9.1 国际经济中的美国 214

9.2 国际贸易中的比较优势 217

9.3 国家如何从国际贸易中
获益 218

9.4 限制国际贸易的政府政策 223

9.5 对贸易政策和全球化的
争论 229

本章小结/目标回顾

第四部分 微观基础：消费者和厂商**第10章 消费者选择和行为经济学 242**

10.1 效用和消费者决策 243

10.2 推导需求曲线 249

10.3 社会因素对决策的影响 251

10.4 行为经济学：人们都选择
理性吗 256本章小结/目标回顾/附录10A 使用
无差异曲线和预算线来解释消费者
行为**第11章 技术、生产和成本 276**

11.1 技术：经济学上的定义 277

11.2 经济学中的短期与长期 278

11.3 劳动的边际成本和平均
成本 28111.4 短期产量和短期成本的
关系 284

11.5 画出成本曲线 286

11.6 长期成本 288

本章小结/目标回顾/附录11A 使用
等产量线和等成本线来解释生产和
成本**第五部分 市场结构和企业战略****第12章 完全竞争市场中的企业 308**

12.1 完全竞争市场 309

12.2 在完全竞争市场中企业如何
实现最大利润 31112.3 通过成本曲线图形解释企业
盈利或亏损 31412.4 企业在短期决定继续生产
还是停业 318

12.5 企业在长期的进入和退出:

“如果所有人能做,你就
无法赚钱啦!” 321

12.6 完全竞争与效率 326

本章小结/目标回顾

第13章 垄断竞争:更切实际的竞争模型 335

13.1 垄断竞争市场中,企业的
需求和边际收益 336

13.2 垄断竞争企业在短期如何
实现利润最大化 338

13.3 利润在长期会发生什么
变化 340

13.4 垄断竞争和完全竞争
比较 344

13.5 怎样营销差异化产品 346

13.6 什么决定一个企业的成功 347

本章小结/目标回顾

第14章 寡头垄断:竞争不充分市场 中的企业 356

14.1 寡头垄断和进入壁垒 357

14.2 使用博弈论分析寡头
垄断 359

14.3 序贯博弈和企业策略 365

14.4 五力竞争模型 369

本章小结/目标回顾

第15章 垄断和反垄断政策 378

15.1 是否真的有垄断企业存在 379

15.2 垄断从何而来 380

15.3 垄断企业如何选择产量和
价格水平 385

15.4 垄断会减损经济效率吗 388

15.5 政府治理垄断的政策 391

本章小结/目标回顾

第16章 定价策略 401

16.1 价格策略、一价定律和
套利 402

16.2 差别定价:同种产品索取
不同的价格 404

16.3 其他定价策略 410

本章小结/目标回顾

第六部分 劳动力市场、公共选择 和收入分配

第17章 劳动和其他生产要素市场 422

17.1 对劳动的需求 423

17.2 劳动供给 426

17.3 劳动市场的均衡 428

17.4 工资差异的原因 431

17.5 人事经济学 438

17.6 资本和自然资源市场 440

本章小结/目标回顾

第18章 公共选择、税收和收入分配 449

18.1 公共政策 450

18.2 税收制度 453

18.3 税收归宿再议:价格弹性
效应 459

18.4 收入分配和贫困 461

本章小结/目标回顾

术语表 474

PART 1

第一部分

导论

第1章

经济学：基础与模型

学习目标

1. 本章将对三个重要的经济学理念进行解释：人是理性的；人们会对经济激励做出反应；最优决策是按边际原则做出的
2. 每个经济社会都有必须解决的经济问题，本章将讨论经济学如何回答如下问题：生产何种产品和服务；怎样生产这些产品和服务；谁将得到这些产品和服务
3. 理解经济模型在经济分析中所扮演的角色
4. 了解如何区分宏观经济学和微观经济学
5. 重要经济学术语预览：定义一些重要术语

开篇案例

美国的私人医生诊所行将消失？

传统上，美国的大部分医生以自我雇用或者与其他医生合伙来提供私人医生服务。与其他从业者类似，医生会雇用如护士、医生助理和接待员等其他人员，也会购买医疗器械与装备。医生的收入也就是他行医所得的利润，等于医生从病人或者病人的医疗保险计划中所得到的收入减去支付的工资、租金、贷款利息和保险费等。

然而，现在越来越多的医生放弃开设私人诊所，而是选择成为医院的拿薪雇员。在2000年，将近60%的医生是自我行医；2013年，这一比例已经低于40%。对于越来越多的医生放弃自我行医而成为医院的拿薪雇员的现象如何做出解释呢？有些医生选择自我行医，是因为他们喜欢自己当老板，有些医生则更喜欢医院有规律的作

息时间。在医院里，他们为应付急诊病人很少会工作到深夜2点。经济学家们认为，对于医生放弃自我行医行为的最好解释，是他们对于经济激励变化所做出的反应。事实上，我们在本书中想要探讨的核心理念之一就是假定人们会对经济激励做出反应，并据此可以经常对他们的行为做出预测。

医生们所面对的经济激励已经发生了许多变化。例如，医疗成本的大幅上升使得许多民营保险公司，甚至联邦和州政府，都减少了对医生看病的开支。由此导致的后果是私人诊所中的许多医生发现，他们的收入变得很不稳定。因此，从医院获得稳定收入变得更具吸引力。美国国会在2010年通过了奥巴马总统的医疗改革的一揽子方

案。该方案中的一项规定是要求大部分医生和医院转向保留电子医疗档案。尽管这会大大改善治疗质量，但是配备计算机系统的花费也不低。如果放弃私人行医改为医院雇员，则不需要这种成本支出；根据其他一些新的规定，为了能从治疗病人中获得收入，需要完成的文书工作数量也大大增加。

后面“案例透视”中还讨论了技术变革怎样影响医疗服务的问题。

资料来源：Robert Kocher and Nikhil R. Sahni, "Hospitals' Race to Employ Physicians," *New England Journal of Medicine*, Vol. 364, No. 19, May 12, 2011, pp. 1790-1793; Julie Creswell and Reed Abelson, "A Hospital War Reflects a Bind for Doctors in the U. S.," *New York Times*, November 30, 2012; and Scott Gottlieb, "The Doctor Won't See You Now; He's Clocked Out," *Wall Street Journal*, March 14, 2013.



生活中的经济学

医疗卫生行业会提供大量的就业机会吗

美国健康资源和服务管理局 (Health Resources and Services Administration, HRSA) 预测，到 2020 年，美国将有 866 400 名医生；该局还预测，到那时，美国需要 922 000 名医生。换言之，这家联邦政府机构预测，到 2020 年，美国的医生缺口约为 56 000 人。美国劳工统计局预测，未

来 10 年，20 个增长最快的就业领域中有 9 个来自医疗卫生领域。然而，这些新增职位是否出现取决于这些预测是否可靠。这里预测医疗卫生领域新增工作职位的基础是什么？这些预测可靠吗？当读者学习完本章后，请尝试回答这些问题。在本章结束时，你可以参考我们给出的答案。

在本书中，我们将使用经济学原理回答如下问题：

- 商品和服务的价格是如何决定的？
- 为什么卫生医疗成本上升得如此之快？
- 企业为什么要进行国际贸易？政府政策怎样影响国际贸易？
- 政府为什么要控制某些商品和服务的价格，这样的政策会产生什么样的影响？

经济学家们并不总是认同对这些问题的答案。事实上，正如我们将看到的那样，经济学家们对这些问题产生了激烈的争论。此外，新的问题或话题也在不断涌现，因此，经济学家们总是努力提出新的方法，对这些经济问题进行分析。

我们在本书讨论的所有话题都想说明一个生活中的基本事实：为了实现目标，人们必须做出选择。我们必须这样做，是因为我们生活在一个**稀缺** (scarcity) 的世界中。“稀缺”一词的含义是，人们的需要是无限的，但满足需要的资源则是一定的。你可能希望拥有一辆宝马牌轿车，每个炎炎夏日都能到欧洲五星级宾馆去度假，除非你是比尔·盖茨的近亲，否则你无力实现这些梦想。每天，我们都在为必须用有限的收入来购买众多产品或服务做出选择。你拥有的有限时光也限制着你能实现的这些目标。如果你为经济学课程的期中考试多花了一个小时的学习时间，也就意味着，你为准备历史学课程期中考试要少花一个小时。企业和政府所面临的形势与此类似，它们必须实现的多种目标的资源也是有限的。**经济学** (economics) 是一门研究消费者、企业管理者和政府官员在稀缺资源约束下为实现多种目标如何进行选择的学科。

本章开始我们先讨论三个重要的经济学理念，在以后各章我们还会多次提起：**人是理性的**；**人们会对经济激励做出反应**；**最优决策是按边际原则做出的**。随后，我们会考虑任一经济体都必须回答的三个基本问题：生产何种产品和服务？怎样生产这些产品和服务？谁将得到这些产品和服务？接下来，我们会讨论经济模型在分析经济问题中所扮演的角色。所谓**经济模型** (economic model)，是对现实进行简化，以用于分析现实世界的经济状况。我们将探讨为什么经济学家要采用经济模型，以及怎样

稀缺 人们的需要是无限的，但满足需要的资源则是一定的。

经济学 研究人们在稀缺资源约束下为实现多种目标如何进行选择的学科。

经济模型 对现实进行简化，以分析现实世界的经济状况。

来构建模型。最后，我们将讨论宏观经济学和微观经济学的区别，并要预习一些重要的经济学术语。

学习目标

1. 本节将对三个经济学重要理念进行解释：人是理性的；人们会对经济激励做出反应；最优决策是按边际原则做出的

市场 将大量产品或服务的购买者和销售者聚拢在一起进行交易的制度和安排。

1.1 三个重要的经济学理念

当你试图实现自己的行为目标时，比如要去购买一台新电脑或者寻找一份兼职工作，你必须与他在市场中进行接触。所谓**市场**（market），是指将大量产品或服务的购买者和销售者聚拢在一起进行交易的制度和安排。智能手机、住房、理发、股票和证券交易以及劳动等市场都是具体的市场事例。经济学的大部分内容，涉及分析市场中所发生的事情。因为我们要研究人们怎样做出选择以及市场中如何进行相互接触，因此贯穿本书的三个重要理念是：

- (1) 人是理性的。
- (2) 人们会对经济激励做出反应。
- (3) 最优决策是按边际原则做出的。

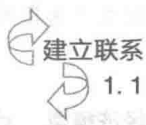
1.1.1 人是理性的

经济学家们一般假定人是理性的，但这并不意味着，经济学家们相信人人都知晓一切，或者说人们总是做出最“好”的决策。其意义在于，经济学家们认为，消费者和企业会使用所有可获得的信息来实现自己的目标。理性人会对每一行为进行收益和成本比较，只有当收益大于成本时，他们才会选择行动。例如，当苹果公司对最新 iPhone 定价为 299 美元时，经济学家们认为，苹果公司的管理者已经进行过预估，这一价格将为苹果公司带来最佳利润水平。当然，管理者有可能会犯错，325 美元才是最有利可图的价格。但是，经济学家们认为，苹果公司的管理者在定价时是基于可获得的所有信息，所以这样做是理性的。当然，并非所有的人总会保持理性行为。尽管如此，假设人们行为理性，在解释人们所做出的绝大部分选择时，仍然非常有意义。

1.1.2 人们会对经济激励做出反应

人的行为动机多种多样，出于忌妒、同情者有之，因为宗教信仰也有之。经济学家并不否认其他动机的存在，但他们更为强调的是消费者和企业总是会对经济激励做出反应。这一点似乎很显然，但却经常被忽略。例如，根据《华尔街日报》的一篇文章，美国联邦调查局（FBI）无法理解，为什么在抢劫案增多的情况下，银行并没有采取措施来改进安保。“联邦调查局官员建议，银行在大门外宜设置全副武装的安保人员，在营业窗口前安装防弹玻璃板（所谓‘盗匪屏障’）。让联邦调查局官员惊讶的是，几乎没有银行采纳他的建议。该文章也指出，安装防盗玻璃板的费用为 10 000 ~ 20 000 美元，一名训练有素的安保人员，每年的工资和福利大约为 50 000 美元。然而，银行抢劫案的平均损失，仅仅为大约 1 200 美元。对银行的经济激励很明显，银行招致抢劫的成本要大大低于采取额外安保措施的花费。联邦调查局对于银行怎样应对抢劫威胁感到意外，但经济学家们并非如此。

在每章特别设置“建立联系”专栏来讨论一个新的故事，或者其他与章节内容相关的应用。请阅读“建立联系 1.1”专栏，其中讨论了人们对诸如吃多少饭、花多长时间进行体育锻炼等话题的反应同样是出于经济激励。



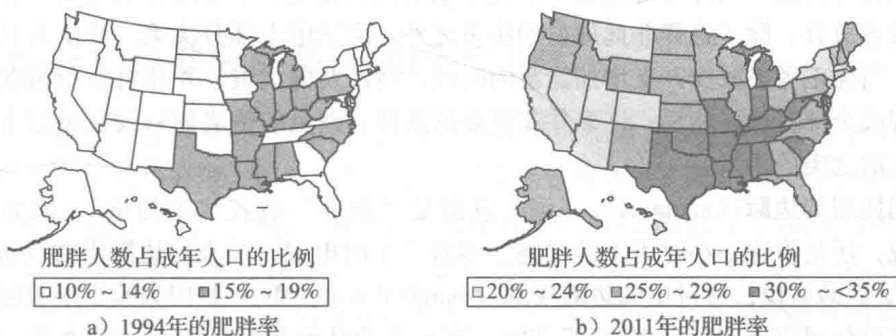
..... 是保险公司激励人们变得越来越肥胖吗

肥胖症已经成为美国越来越严重的问题，美国疾病控制和预防中心（CDC）定义的成年人患肥胖症为：体重指数（body mass index, BMI）大于等于 30。体重指数根据一个人的体重相对身高来计算，具体的计算公式是， $\text{BMI} = \text{体重(磅)} / \text{身高(英寸)}^2 \times 703$ 。体重指数为 30，相当于一

⊖ 1 英寸 = 0.0254 米。

名5英尺^①4英寸身高的人超重30磅^②。肥胖症与许多疾病有关，如心脏病、中风、糖尿病、高血压等。

下面两张地图，列出了1994~2011年，肥胖症快速增加的情形。1994年，在美国绝大多数州，成年人口中肥胖者的比例为10%~14%，没有一个州超过20%。2011年，每一个州的成年人中肥胖者所占比例最少有20%，大约3/4的州成年人中25%属于肥胖者。



资料来源：Centers for Disease Control and Prevention, "Prevalence of Self-Reported Obesity among U. S. Adults."

许多人因为肥胖症引起健康问题。对有些人来说，他们无力控制肥胖症带来的糟糕的健康问题。肥胖人群的不断增长，对于部分人来说说是饮食或生活方式不当造成的后果。对肥胖症发生的原因可能的解释有：过多食用高热量快餐、运动量不足，以及许多职业需要付出的体力劳动量大大减少。美国疾病控制与预防中心推荐的标准是青少年每天至少进行60分钟的有氧运动。2013年，美国高中学生中只有15%达到这一标准。1960年，美国50%的工作职位至少需要进行中度的体力活动；2013年，这一比例下降到20%。结果，一名普通工人每个工作日消耗掉的卡路里低于130单位。

除了饮食和运动不足外，医疗保险也是形成肥胖症的原因吗？肥胖人群会面临更多的健康问题，并支付更高的医疗费用。参加医疗保险的肥胖人群，仅仅支付了他们医疗费用的一小部分，或者说，如果没有参加医疗保险，他们就需支付部分或全部的高额医疗费用。参加保险的人，由保险公司支付大部分医疗费用，没有因为肥胖症而支付大额的货币成本。换言之，医疗保险因为降低了肥胖症带来的部分成本，对人们增加体重形成经济激励。

初看，这种观点似乎并不可信。一些人因为健康原因导致肢体行动困难，或者他们吃的并不多但仍然体重上升，这与他们是否参加健康保险、是否变得肥胖没有关系。一些人肥胖是因为不良的饮食习惯或者缺乏锻炼，他们在考虑是否再吃一片巧克力蛋糕时并不会考虑到健康保险。然而，如果经济学家们关于经济激励重要性的观点是正确的，那么，如果我们假定其他个人特质，比如年龄、性别、收入不变，我们就能够预测，参加医疗保险的人比不参加者更有可能患有肥胖症。

斯坦福大学的杰伊·巴塔查里亚 (Jay Bhattacharya) 与凯特·巴恩道夫 (Kate Bundorf)，以及威尼斯大学的诺埃米·佩斯 (Noemi Pace) 和南加州大学的尼拉·苏德 (Neeraj Sood) 研究了健康保险对于体重的影响。他们采用1989~2004年将近8万人的跟踪数据样本，研究发现，在控制了收入、教育、种族、性别、年龄和其他相关因素后，参加医疗保险者的肥胖程度，明显超过没有参加保险的人。参加私立医疗保险者的体重指数，增加了1.3个百分点，而参加公共健康保险，比如说医疗补助计划，这是一种由政府为低收入人群提供医疗服务的项目，体重指数增加了两三个百分点。这些发现表明，即使是对于吃饭和体育锻炼这样的决策，人们也会对经济激励做出反应。

资料来源：Centers for Disease Control and Prevention, "Prevalence of Self-Reported Obesity among U. S. Adults," www.cdc.gov; Katherine M. Flegal, Margaret D. Carroll, Cynthia L. Ogden, and Lester R. Curtin, "Prevalence and Trends in Obesity among U. S. Adults, 1999-2008," *Journal of the American Medical Association*, Vol. 303, No. 3, January 20, 2010, pp. 235-241; Jay Bhattacharya, Kate Bundorf, Noemi Pace, and Neeraj Sood, "Does Health Insurance Make You Fat?" in Michael Grossman and Naci H. Mocan, eds., *Economic Aspects of Obesity*, Chicago: University of Chicago Press, 2011; and Tara Parker-Pope, "Less Active at Work, Americans Have Packed on Pounds," *New York Times*, May 25, 2011.

① 1英尺=0.3048米。

② 1磅=0.4536千克。

1.1.3 最优决策是按边际原则做出的

一些决策所涉及的结论，非此即彼，泾渭分明。当一名企业家考虑是否开设一家新的餐馆时，他的决策是开设或者不开设。当你考虑是进入研究生院攻读研究生，还是选择就业时，你面临的决策是进入研究生院或者放弃。除了这样非此即彼的决策之外，生活中大部分决策，涉及的只是多一点或者少一点。比如，当你正考虑减少开支增加储蓄的时候，所涉及的决策，并非将你所赚取的所有货币收入储蓄起来，抑或全部花掉。相反，许多并非重要的选择，涉及的是诸如每天在星巴克买一杯摩卡咖啡还是每周买三次之类的决策。

经济学家们使用的**边际**（marginal）一词，意思是“额外”或者“增加量”。比如，你应该再花一小时来看电视，还是将这一小时用于学习呢？多看一小时电视，带来的**边际得益**（marginal benefit, MB）是你多感受到的愉悦，所付出的**边际成本**（marginal cost, MC）是因为减少学习时间而致考试分数有所降低。苹果公司应该多生产30万部iPhone吗？企业从销售产品中获得**收益**^①（revenue）。苹果的边际得益是从多销售30万部iPhone所获得的额外收益。苹果公司的边际成本，是为多生产这30万部手机而增加的由工资、零部件等构成的额外成本。经济学家们认为，**最优决策是持续增加一项行动，直到边际成本与边际得益相等之点， $MC = MB$** 。其实，我们经常使用这一原则时并未有意识地这样考虑问题。通常的情形是，并不需要进行过多的思考，我们就知道，额外延长看电视的时间增加的愉悦感是否比用这一时段去学习所导致的额外损失更划算。然而，对于企业来说，为做出决策，经常需要进行细致的计算。比如，从额外增加的产出中所得到的收益是否大于为增加产出而额外付出的成本，经济学家们称这种比较边际得益和边际成本的分析方法为**边际分析**（marginal analysis）。

边际分析 比较边际得益和边际成本的分析方法。

在下面各章读者将看到“解决问题”专栏。设置该专栏的目的，是通过列出解决经济问题的步骤，帮助读者提高对经济素材的理解程度。阅读完这些问题后，通过完成每章课后相关问题，检验一下自己对问题的理解程度。



解决问题 1.1

医生按边际原则做出决策

医生收到病人的投诉，他的诊所开放时间太短。医生让诊所管理人员分析一下将诊所开放时间由每天开放8小时增加到9小时会有什么结果。诊所管理人员对医生说，每天多增加1小时的开放时间是个好主意，如果诊所每天开放9小时，每年将增加300万美元的收入。你同意诊所管理人员的意见吗？做出是否应该每日多增加1小时开放时间的决策，还需要了解什么额外信息？

解决问题步骤

步骤1：复习本章相关内容。这是关于决策的问题，所以，读者需要复习“最优决策是按边际原则做出的”一节的内容。

步骤2：解释你是否同意诊所管理人员的观点。我们已经知道，任何行动应该持续到

边际得益等于边际成本的时点上。对此情形，医生应该将诊所开放时间确定在增加1小时开放时间从看病所得到的额外收益等于增加开放时间所增加的边际成本的时点上。管理人员只提供了边际收益的信息，而没有给出边际成本的信息。因此，管理人员没有提供做出决策的足够信息。你不应该同意管理人员的观点。

步骤3：解释你需要了解的其他信息。为了做出正确决策，我们应该知道每日多增加1小时开放时间的边际成本的信息，其中包括支付给工作人员的额外薪水、额外增加的医疗费用，以及由此增加的用电或者其他公共设施支出。医生还要考虑到，多增加1小时工作的非货币成本，他本来可以利用这段时间与家人和

① 或者译为销售收入、收入，本书翻译中这几个词意义相同。——译者注