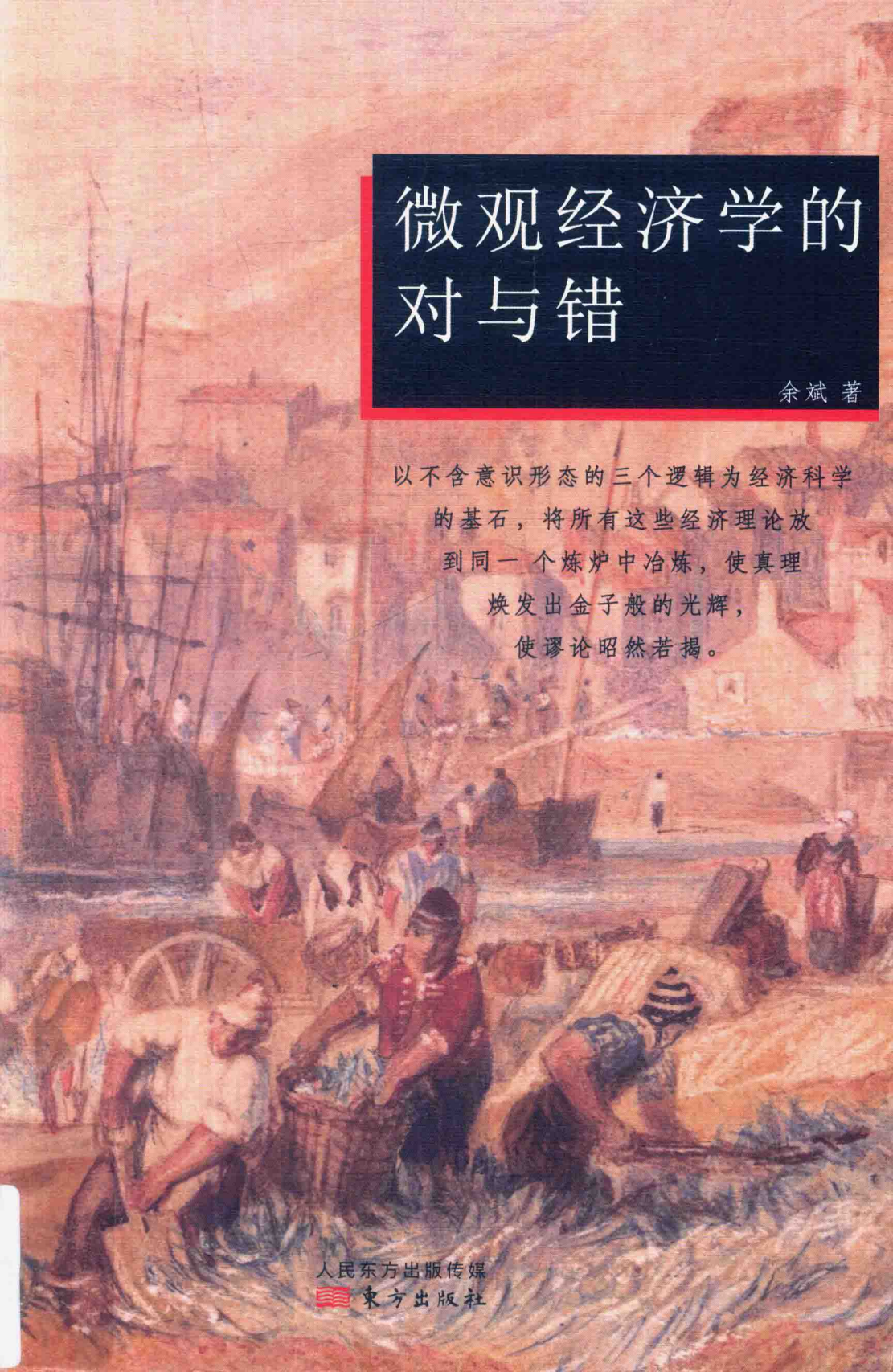




微观经济学的 对与错

余斌 著

以不含意识形态的三个逻辑为经济科学
的基石，将所有这些经济理论放
到同一个炼炉中冶炼，使真理
焕发出金子般的光辉，
使谬论昭然若揭。

人民东方出版传媒
 东方出版社

微观经济学的 对与错

余斌 著

人民东方出版传媒

 东方出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微观经济学的对与错 / 余斌 著. —北京: 东方出版社, 2016. 12
ISBN 978-7-5060-9419-1

I. ①微… II. ①余… III. ①微观经济学—研究 IV. ①F016

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 304638 号

微观经济学的对与错

(WEIGUAN JINGJIXUE DE DUI YU CUO)

作 者: 余 斌

责任编辑: 袁 园

出 版: 东方出版社

发 行: 人民东方出版传媒有限公司

地 址: 北京市东城区东四十条 113 号

邮政编码: 100007

印 刷: 北京京都六环印刷厂

版 次: 2017 年 3 月第 1 版

印 次: 2017 年 3 月第 1 次印刷

开 本: 710 毫米×1000 毫米 1/16

印 张: 25.5

字 数: 300 千字

书 号: ISBN 978-7-5060-9419-1

定 价: 49.00 元

发行电话: (010) 85924663 85924644 85924641

版权所有, 违者必究 本书观点并不代表本社立场

如有印装质量问题, 请拨打电话: (010) 85924602 85924603

修订版前言

本书原版出版之后即受到学术界的极大关注,其中既有好评,更有恶评。好评就不提了,恶评还是值得提一下的。因为这些恶评再好不过地证实了西方经济学即现代庸俗经济神学的神学性质及其黔驴技穷,并说明了马克思早就指出过的,“在政治经济学领域内,自由的科学研究遇到的敌人,不只是它在一切其他领域内遇到的敌人。政治经济学所研究的材料的特殊性质,把人们心中最激烈、最卑鄙、最恶劣的感情,把代表私人利益的复仇女神召唤到战场上来反对自由的科学研究。”^①

本书原版出版不久,北京大学中国经济研究中心的一些人就在他们创办的中国经济学教育科研网对笔者进行了辱骂,一直骂了两年之久,才算是骂累了,没有新的辱骂出来,但骂帖一直挂在网上至今。也许,那些人以为这样就可以羞辱笔者和否定掉本书的原版,但这只不过表明这些经济学人的智商太低,或者西方经济学让人变蠢。几年前,一个老教授对笔者说,由于青年时

^① 《马克思恩格斯文集》第5卷,人民出版社2009年版,第10页。

期知识结构的缺陷,身为经济学教授的他已看不懂本书的原版,为了评判这本书,他观察别人怎么回应这本书,结果五年时间过去,他只看到了辱骂,没有看到任何像点样子的学术批判,于是,他认定这是一本好书,要求他的青年学生一定要去看。这就是那些弱智咒骂的一个后果。

这世界上最白痴的,莫过于以为只有自己会骂人,别人不会将这些骂语奉还给他们的那些人。对于这些咒骂,我在这里加 N 倍全部奉还他们。不过,我并没有骂他们。因为对人的负面评价,如果是有理有据的,就不算骂人,而是指出事实,就像说汪精卫是汉奸,并不是骂他一样。实际上,这些人在咒骂笔者的同时,也辱骂了他们的祖师爷。他们以为笔者只看过四本西方经济学教科书(平新乔、瓦里安、高鸿业、厉以宁),因此称笔者还是对西方经济学无知的人,无权对西方经济学进行批判。但是,即便笔者只看过这四本教科书,但如果此四人不是对西方经济学无知,从而他们的书连西方经济学的皮毛都没有触及,不然怎么会使读者读完它们后对西方经济学仍然无知呢?用这样的理由来骂笔者无知,难道不是骂者本人的无知+无耻么?

显然,引爆如此反响的一本书,自然少不了一些奇遇。当笔者拿它申请北京大学 2005 年度教学成果奖时,申请材料被原封不动地退了回来。于是,笔者写信向北京大学有关部门抗议,要求给出不被评奖的理由。结果申请材料又被要了回去,本书最终获得了北京大学 2005 年度教学成果(教材)二等奖,同时失去了只有一等奖才享有的参选北京市 2005 年度教学成果奖资格。

几年过去了,有人来信说,已经买不到这本书了,网上盗卖的电子版居然要四五十元,而该书当年的定价只有 25 元,询问笔者何时再出此书。后来又有人来信,要出 80 元购买这本书,说他在出版社和网上某书店都没有买到。于是,笔者上网查了一下,发现这本书在网上已经卖到 85 元。几年间,溢价已达 240%。一些人嘴里的垃圾书居然相比他们嘴里的宝贝书溢价这么多,的确是个小小的奇迹。这使笔者看到了此书的价值(笔者曾经以为该书已经

完成了自己的使命,可以不再出了),于是决定出修订版。

实际上,本书原版出版后,不少人告诉笔者,说他们只看得懂前言和后记,看不懂正文。的确,现代西方经济学拿高等数学故弄玄虚,有意让大多数人弄不明白,只好听他们摆布。而本书原版的目的在于从数学上来批判现代西方经济学,揭露西方经济学只不过是在糟蹋数学而已。因此,笔者认为,本书原版的出版就是其使命的完成,有了这样一本书的存在,人们就可以不再理会荒谬的西方经济学及其数学模型了,同时也没有必要再看本书了。但是,西方经济学家即现代庸俗经济神学棍们的无耻超出了笔者的想象,十年来,网友们从那些“砖家”们身上也看到了这一点。既然荒谬的西方经济学仍然甚嚣尘上,那么本书再版,以满足那些渴望摆脱现代庸俗经济神学愚民教育的读者们的愿望,就仍然是有必要的。事实上,只要西方经济学存在一天,只要西方经济学还在滥用数学公式,本书对其理论基础的批判的有效性也就保持一天,本书的价值也就保持一天。

十年前,笔者写作本书原版时,在马克思的经济学说中,只系统地读过三卷《资本论》,而如今则读完了《马克思恩格斯全集》第一版和《列宁全集》第二版。尽管三卷《资本论》足以抵得上三百卷现代庸俗经济神学教科书,但毕竟还没有反映马克思的经济学观点的全貌。马克思在26岁时写下的《1844年经济学哲学手稿》中指出:“我们是从国民经济学的各个前提出发的。我们采用了它的语言和它的规律。……国民经济学从私有财产的事实出发。它没有给我们说明这个事实。它把私有财产在现实中所经历的物质过程,放进一般的、抽象的公式,然后把把这些公式当作规律。它不理解这些规律,就是说,它没有指明这些规律是怎样从私有财产的本质中产生出来的。”^①只要将“国民经济学”换成“西方经济学”,这段话就同样适用于今天。因此,这段话成为本书再版的修订方针。

^① 《马克思恩格斯选集》第1卷,人民出版社1995年版,第39页。

这样一来,本书仍然不适合普通读者阅读,而是更适合具有经济类专业研究生学历的人阅读。适合普通读者所读的已有笔者所写的其他书。但普通读者拥有本书也无不可。美国共产党经济委员会委员哈拉比先生访华时,笔者曾送他一本本书原版,虽然他完全不懂中文。后来他再次见到笔者时说起,曾有一位中国女学者到美国去见他,见他拿出本书原版后,竟然全身发抖。哈拉比先生非常好奇,本书原版中到底写了什么内容,居然有如此魔力。

最后,感谢东方出版社对本书再版的支持。时过境迁,有意指教者请直接通过以下电子邮件地址与笔者联系:haidianqu163@163.com。

余 斌

2013年夏于中国社科院马研院

原版前言

本书的内容是笔者为在北京大学政府管理学院给研究生讲授高级微观经济学课程准备的。微观经济学是现代西方经济学的核心内容。韩德强先生在其著作《萨缪尔森〈经济学〉批判——竞争经济学》(经济科学出版社2002年版)中将经济学界称为“市场神学界”,笔者颇感认同。不仅如此,凡是接触过一点西方经济学的人都听说过主流经济学这个名词,但是谁也没有听说过主流数学、主流物理学,甚至主流历史学。事实上,现代西方经济学已经彻底成为了神学,而且还不仅仅是市场神学,应当称为现代庸俗经济神学。在这样的学术体系中,一切都拘泥于神圣的基本教义,而不论这种教义是多么的违背历史和现实的事实,多么的不合逻辑,就像法轮功邪教的教义一样(需要说明的是,笔者认定法轮功为邪教是基于独立的思考。在1997年,笔者第一次看到法轮功的公开宣传时就认定其为邪教并诧异当时有关部门为什么不出来管一管)。在马克思的《资本论》中,读者可以找到“儿童读物”一词,指的就是庸俗经济学。

尽管如此,现代庸俗经济神学这样一个甚至对资本家提高剥削收益都没

有什么帮助的神学体系,却仗着西方垄断资本的势力,抢占经济理论的学术阵地,并对世界各国的现实生活指手画脚,尤其是对中国的改革实践指手画脚,以便为西方垄断资本肆虐中国和世界扫清体制障碍。这一神学也像西方传统神学那样,借用数学工具来给自己裹上一层神秘的、思辨的伪装。不过,这一神学对数学工具的运用却在两个方面不同于传统神学。第一个区别是,传统神学中用数学包装的地心说理论由于与现实不符而最终破产并被放弃,但这一神学中用数学包装的理论即使明显地违背现实却仍然不被放弃,反而是现实要受到不与神学理论相一致的指责。第二个区别是,传统神学对数学的运用在数理逻辑上是相当严密的,仅仅是因为与现实不符才不得被放弃;而这一神学中的数学运用却不仅与现实不符,而且本身就不符合数理逻辑。笔者在另外一本书中——《诺贝尔经济学奖的耻辱——彻底否定资本结构无关论》(中国商业出版社2001年版),对此曾有过详细的揭示,读者在本书的阅读中也会感受到这一点。正是这两个区别,使得这一神学不同于传统神学而更具有邪教的性质。本书的分析将充分暴露这套神学体系庸俗、荒谬、虚伪和帮凶的邪教本质。

为讲授高级微观经济学课程,笔者主要参考了两本教材。其中一本是平新乔先生的《微观经济学十八讲》,北京大学出版社2001年版。该书注明是教育部主干课程推荐教材,书中的内容提要称该书反映了微观经济学在世纪之交的最新研究成果,是作者在大量阅读近三十年来经济学文献并联系中国实际后所写出的一份讲稿。另一本是美国的哈尔·瓦里安著,周洪等译,由经济科学出版社于1997年出版的《微观经济学(高级教程)第三版》,据称是每一个微观经济学家的书架上都必备的图书。为了不至于受译者的可能的误导,笔者还对照了该书的英文版。应当说,这两本教材反映了现代庸俗微观经济神学的最主要的方面。其中,平新乔先生虽然不是西方人,但也是海外回来接受过西方系统训练的经济学博士,其著作据说参考了200来种书籍和文章。

本书的结构就是根据平新乔和哈尔·瓦里安的上述两本教材综合而成的。为了系统地批判现代庸俗微观经济神学,本书大量引用了这两本教材中的内容作为批判的对象。而用来批判的利器,则是笔者曾经公开发表的并在本书中进一步明确地划分经济科学与经济学的三个逻辑标准,即历史逻辑、现实逻辑和数理逻辑。

这样一来,本书可以作为正反两方面的教材。一方面,可以使读者系统地了解现代庸俗微观经济神学的主要内容,以便读者能够从自身的角度进行分析批判;另一方面则可以使读者系统地了解如何利用三个逻辑来鉴别庸俗的经济神学理论,如何科学地从事经济理论的研究工作。而这一点正是本书的价值和意义之所在。

本书的另一大特点是,大量引用了马克思在《资本论》中提供的资料。以往在中国,所谓的马克思主义经济学与现代庸俗经济神学仅仅以意识形态来划分,处于一种各说各话的境地。随着资本势力和国际垄断资本势力在中国的兴起,现代庸俗经济神学无论是在大学校园,还是在社会上,特别是在新闻媒体上都已经占了上风。而本书则以不含意识形态的三个逻辑为经济科学的基石,将所有这些经济理论放到同一个炼炉中冶炼,使真理焕发出金子般的光辉,使谬论昭然若揭,也使现代庸俗经济神学的神甫们的无知和无耻无所遁形。

为了简洁起见,如果没有特别的说明,书中的“经济学”就是指现代庸俗经济神学。同时,为了在本书中避免大量注明出处和出现大量的引号,以及为了便于统一平新乔和哈尔·瓦里安的那两本教材中不同的符号体系,本书用宋体字来表示对那两本教材及少量其他文献的不注明页码的引用与整理,而用楷体字来表示其他内容(脚注亦用宋体字),包括对那两本教材的打上了引号且注明页码的引用。

对于本书对现代庸俗经济神学的批判,欢迎所有的反批判和进一步的指正,但来自现代庸俗经济神学教徒的威胁和恫吓除外。这种黔驴技穷的手段

笔者曾经领教过一次,而它除了充分暴露现代庸俗经济神学的邪教本质之外,并不能改变现代庸俗经济神学终将被人类社会所抛弃的历史命运。

当笔者在网上发现有韩德强先生的《萨缪尔森〈经济学〉批判——竞争经济学》一书时,曾吓了一大跳,本来笔者准备率先彻底批判现代庸俗经济神学的,不料却被别人抢了先。但是看过韩先生的书后,笔者又有些释怀,毕竟笔者批判现代庸俗经济神学的角度和方式与韩先生的有所不同。韩先生是从竞争经济学的角度来批判现代庸俗经济神学的,而笔者是用三个逻辑来批判的。笔者的批判更为直接。因此,本书的独特价值不仅不会被韩先生的那本书所淹没,反而这两本书的价值是互相辉映的。

当初,笔者著书批判诺贝尔经济学奖中的荒谬理论时,就相信自己不是孤立的,相信“时势造英雄”,也就是说,笔者能够那样做是时势造成的,并非笔者本人是什么天才,而既然时势造英雄,那就不会只造一个,而将会是造一大批。面临当今这一难得的历史机遇,是做一个开辟经得起时间和逻辑考验的经济科学道路的时势英雄,还是做一个现代庸俗经济神学的虚伪的信徒(任何一个有头脑的人只要看了本书与韩先生的书,甚至是仅仅听说了这两本书而不敢看的人,都不可能再做现代庸俗经济神学的虔诚的信徒了)以便向国际垄断资本势力献媚,是值得每一个处于这一学术领域中的有志中国青年慎重抉择的。

感谢您的阅读!

余斌

2004年春于

北大政府管理学院

修订版前言 001

原版前言 001

第1章 偏好与效用 001

1.1 消费者偏好 001

1.2 效用函数 006

1.3 消费者行为 015

1.4 间接效用函数 022

1.5 需求函数 027

第2章 选择 031

2.1 替代效应与收入效应 031

2.2 可积性问题 038

2.3 显示性偏好 044

2.4 物品的归并 047

第3章 消费者需求 053

3.1 预算约束中的禀赋 053

3.2 消费者的归并 061

3.3 反需求函数 065

3.4 消费者剩余 068

第4章 不确定性 077

4.1 基本概念 077

4.2 期望效用 079

4.3 风险规避 086

4.4 跨期决策 093

第5章 生产函数 099

5.1 基本概念 099

5.2 短期生产函数 108

5.3 长期生产函数 113

5.4 产出弹性 115

5.5 规模报酬 116

第6章 利润函数 121

6.1 利润最大化 121

6.2 要素需求函数与供给函数 128

6.3 利润函数的特性 132

第7章 成本函数 137

7.1 成本最小化 137

7.2 条件要素需求函数 141

7.3 成本函数 145

7.4 学习曲线与生产者剩余 153

第8章 竞争市场 159

8.1 竞争厂商 159

8.2 行业供给函数 162

8.3 市场均衡 164

8.4 福利分析 170

8.5 完全竞争的市场 177

第9章 垄断 185

9.1 基本概念与模型 185

9.2 福利和质量 190

9.3	价格歧视	193
第10章	寡头垄断	209
10.1	博弈论	209
10.2	古诺均衡	222
10.3	贝特朗均衡	225
10.4	斯塔克博格模型	231
第11章	交换	237
11.1	当事人和商品	237
11.2	瓦尔拉斯均衡的存在性	242
11.3	福利经济学定理	251
11.4	微分特征与福利最大化	255
11.5	帕累托效率的“最优”	263
第12章	生产	267
12.1	厂商行为	267
12.2	消费者行为	270
12.3	均衡的福利性质	278
12.4	生产和一般均衡	283
第13章	公共品与外部效应	295
13.1	公共物品和公共产品	295
13.2	公共产品的有效供应	300
13.3	公共地的“悲剧”	307
13.4	外部效应	310
13.5	科斯“定理”	315
第14章	信息	323
14.1	委托—代理问题	323
14.2	隐蔽活动	329
14.3	隐蔽信息	335
14.4	用负债比例显示企业质量	340
14.5	信息的需求价格	345

附录 经济科学与经济神学的划分 353

A. 1 经济科学与经济神学 353

A. 2 历史逻辑 359

A. 3 现实逻辑 369

A. 4 数理逻辑 376

主要参考文献 387

原版后记 391

修订版后记 393

第1章 偏好与效用

1.1 消费者偏好

拿无法计量的消费者偏好作为考察对象,反映出西方经济学的唯心主义偏好,其用意旨在方便其胡说。

所谓偏好,就是一种相对的比较关系。对于消费者来说,所谓消费者偏好,就是在不同的消费品之间或者在不同的消费品的组合之间,优先选择哪一个的问题。在这里,所有的消费品构成消费集,而消费品的某种组合则称为消费束。

经济学中通常假定,消费集 X 是 n 维实数空间 R^n 中的一个非负子集,记为

$$X \subseteq R_+^n$$

其中, n 表示所有可供消费者选择的消费品的种类^①。

^① 在平新乔看来,消费集是代表所有的消费束的集合。但是,消费品的集合与消费束的集合在数学上是完全不同的两个概念。

进而,经济学还假定, $\mathbf{X}$ 是一个闭集和凸集。所谓闭集,是指消费集中所有的极限点都包含在该集之内。所谓凸集,是指消费集中的任两个消费束的任意的线性组合仍包含在该消费集内。因而,所有的消费品都必须是可以无穷细分的,不仅米饭可以按粒计算,衣服也可以按一丝一缕计算,至于电冰箱的容量,也是可以按毫升来计算和购买与消费的。实际上,可以细分或者说要求细分的不是商品本身或商品的使用价值,而是商品的交换价值。^①由于西方经济学要从商品的使用价值中直接导出商品的交换价值,因而就不得不将商品大卸N块直至无穷块了。

于是,某个消费束 $\mathbf{x} = (x_1, x_2, \dots, x_n) \in \mathbf{X}$ 就是 $\mathbf{R}_+^n$ 空间中的一个向量,记为

$$\mathbf{x} \in \mathbf{R}_+^n$$

其中, $x_i (i=1, 2, \dots, n)$ 表示消费者对第 i 种消费品的消费量。

平新乔认为, $\mathbf{0} = (0, 0, \dots, 0) \in \mathbf{X}$, 即“可以选择不消费”。^②但是,如果不消费,人就不能生存。因此,西方经济学中的这个消费集的概念实际上只能是一个时点的概念,从而在某个时点,由于消费者刚刚吃饱喝足,而以前买的衣服又足以保暖,故而可以在接下来的一小段时间内选择不消费。但这样一来,消费者在某个时点上的选择,就不仅取决于当前的偏好,还要取决于上一个时点的实际消费情况,从而消费的选择是动态的而非静态的。但在这里,西方经济学是仅从静态的角度来考虑的,以便抹杀刚刚酒足饭饱的剥削者与仍然饥寒交迫的被剥削者在选择不消费上的主动与被动之差别。

为了反映消费者对某个消费束的选择,经济学需要以偏好来反映消费束集的顺序,从而假设消费者对 $\mathbf{X}$ 中的消费束具有偏好关系。对于两个消费束 $\mathbf{x}$ 和 $\mathbf{y}$, 以 $\mathbf{x} \geq \mathbf{y}$ 表示消费者认为消费束 $\mathbf{x}$ 至少与消费束 $\mathbf{y}$ 同样好。进一步

① “交换价值本身要求有共同的实体,并且使一切差别化为单纯量的差别。”摘自《马克思恩格斯全集》第31卷,人民出版社1998年版,第342页。

② 平新乔,《微观经济学十八讲》,北京大学出版社2001年版,第2页。