



# 微观 经济学

Microeconomics

(第四版)

〔美〕平狄克 / 著  
鲁宾费尔德

Robert S. Pindyck  
Daniel L. Rubinfeld

张军 / 校

张军 罗汉 尹翔硕 谢识予 / 译

经济

科学

译丛



中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微观经济学：第四版 / [美] 平狄克 (Pindyck, R.),  
[美] 鲁宾费尔德 (Rubinfeld, D.L.) 著; 张军校; 张军等译.  
北京: 中国人民大学出版社, 2000  
(经济科学译丛)

ISBN-7-300-03496-9/F·1050

I. 微...

II. ①平... ②鲁... ③张...

III. 微观经济学

IV. F016

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 08896 号

经济科学译丛

微观经济学 (第四版)

[美] 平狄克 著  
鲁宾费尔德

张军 校

张军 罗汉 尹翔硕 谢识予 译

---

出版发行: 中国人民大学出版社

(北京海淀路 157 号 邮编 100080)

发行部: 62514146 门市部: 62511369

总编室: 62511242 出版部: 62511239

E-mail: rendafx@public3.bta.net.cn

经 销: 新华书店

印 刷: 涿州市星河印刷厂

---

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 42.5 插页 5


2000 年 9 月第 1 版 2002 年 1 月第 2 次印刷

字数: 892 000

---

定价: 72.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)



# 《经济科学译丛》总序

中国是一个文明古国，有着几千年的辉煌历史。近百年来，中国又由盛而衰，一度成为世界上最贫穷、落后的国家之一。1949年中国共产党领导的革命，把中国从饥饿、贫困、被欺侮、被奴役的境地中解放出来。1978年以来的改革开放，使中国真正走上了通向繁荣富强的道路。

中国改革开放的目标是建立一个有效的社会主义市场经济体制，加速发展经济，提高人民生活水平。但是，要完成这一历史使命决非易事，我们不仅需要从自己的实践中总结教训，也要从别人的实践中获取经验，还要用理论来指导我们的改革。市场经济虽然对我们这个共和国来说是全新的，但市场经济的运行在发达国家已有几百年的历史，市场经济的理论亦在不断发展完善，并形成了一个现代经济学理论体系。虽然许多经济学名著出于西方学者之手，研究的是西方国家的经济问题，但他们归纳出来的许多经济学理论反映的是人类社会的普遍行为，这些理论是全人类的共同财富。要想迅速稳定地改革和发展我国的经济，我们必须学习和借鉴世界各国包括西方国家在内的先进经济学理论与知识。

本着这一目的，我们组织翻译了这套经济学教科书系列。这套译丛的特点是：第一，全面系统。除了经济学、宏观经济学、微观经济学等基本原理之外，这套译丛还包括了产业组织理论、国际经济学、发展经济学、货币金融学、公共财政、劳动经济学、计量经济学等重要领域。第二，简明通俗。与经济学的经典名著不同，这套丛书都是国外大学通用的经济学教科书，大部分都已发行了几版或十几版。作者尽可能地用简明通俗的语言来阐述深奥的经济学原理，并附有案例与习题，对于初学者来说，更容易理解与掌握。

经济学是一门社会科学，许多基本原理的应用受各种不同的社会、政治或经济体制的影响，许多经济学理论是建立在一定的假设条件上的，假设条件不同，结论也就不一定成立。因此，正确理解掌握经济分析的方法而不是生搬硬套某些不同条件下产生的结论，才是我们学习当代经济学的正确方法。

本套译丛于1995年春由中国人民大学出版社发起筹备并成立了由许多经济学专家学者组织的编辑委员会。中国留美经济学会的许多学者参与了原著的推荐工作。中国人民大学出版社向所有原著的出版社购买了翻译版权。北京大学、中国人民大学、复旦大学以及中国社会科学院的许多专家教授参与了翻译工作。在中国经济体制转轨的历史时期，我们把这套译丛献给读者，希望为中国经济的深入改革与发展作出贡献。

《经济科学译丛》编辑委员会

1996年12月

# 序

对于那些关心世界是如何运转的学生来说，微观经济学是他们所学的最相关的、最有趣的学科之一。对于管理决策，对于制定和理解公共政策，更普遍的是对于理解一个现代经济社会是如何运作的，真正掌握微观经济学是不可或缺的。

我们撰写了这本《微观经济学》，是因为我们认为，学生需要面对在过去几年中已成为微观经济学重点的新课题，如博弈论和竞争策略，不确定性和信息的作用，具有市场势力的厂商的定价分析。我们还感到，学生需要看到微观经济学如何可以用作决策的一种工具。微观经济学是一门令人激动的、生机勃勃的学科，学生需要了解这一学科的相关性和有用性；也需要很好地理解，在课堂之外，微观经济学究竟有何实用之处。

为了满足这些需要，我们这本书在论述微观经济学理论时作了与众不同的处理，即着重突出了这一理论对于管理和公共政策决策所具有的相关性和实用性。本书通过八十多个较详尽的案例来强调这一学科的实用性，这些案例涉及需求、成本和市场效率的分析，定价策略的制定，投资和生产决策，以及公共政策分析。由于我们认为这些案例相当重要，所以我们将它们融合于全文之中，而不是用框框划出来或加网印刷（本书目录包含了案例目录）。

《微观经济学》这本书的内容覆盖了近年来经济学领域中的一些重大变化，其中有人们日益感兴趣的一些课题，如：博弈论以及厂商间策略上的相

互作用(第12章和第13章),不确定性和不对称信息的作用及意义(第5章和第17章),具有市场势力的厂商的定价策略(第10章和第11章)以及如何制定政策来有效地对付外部效应,如环境污染(第18章)。这些课题在绝大多数书本中要么不见踪影,要么寥寥数笔;而在本书中,它们花了我们很多的笔墨。

《微观经济学》这本书内容全面,时代感强,但这并不意味着它就是深奥难懂的。我们在撰写过程中,力求做到语言活泼,引人入胜,条理清晰,易于理解。我们相信,学习微观经济学将是一件愉快且又能激发兴趣的美事;我们指望本书能体现这一点。除了附录和注释,这本《微观经济学》不运用微积分。自然地,这本书对于背景迥异的学生来说应该都是适用的(较难的小节前都标有星号,不读也无妨)。

本书第2、第3版在第1版的成功基础上作了一系列修改和增补,其中包括许多新课题,如:市场大小,显示性偏好,恩格尔曲线,广告,比较优势理论,战略性贸易政策,以及纵向联合厂商中的激励机制。而更重要的是,在众多能干的审稿者的协助下,我们对前八章作了重大修订,更新了许多案例。我们修订本书的根本目标一直就是要让这本教科书尽可能条理清晰、文字易懂、内容生动有趣。第4版继承了这一传统。在第4版中我们增加了一些新材料,但我们也抱着让本书更清楚易懂的目的修订了现存课本的许多内容。

本次再版的修改内容包括对第2章供给需求讨论的更详细介绍,也包括对贯穿全书,特别是前十章的一些核心理论的修正阐释。第3章增添了生活成本指数的新材料,第6章增添了对生产力增长的进一步讨论,第7章进一步讨论了成本。我们还在第10章中对反托拉斯法的有关内容作了修订和深入的探讨,为第11章有关搭售问题增添了新材料。另外,增加了一些新的案例,在该书已有的案例中,许多作了修改和更新。

最后,我们修改了许多图表以提高它们的精确性和清晰性。这一版和第3版一样采用四色印刷。但这次我们试图更有效地利用这些色彩,使图表尽可能清晰、有助于教学。

教员在微观经济学的授课计划方面可以有充分的灵活性。半学期或一学期的课程可着重讲解基本的核心内容,我们建议不妨采用以下的章节:第1章,第2章,第3章,第4章§1~§4,第6章§1~§5,第7章§1~§4,第8章,第9章§1~§4,第10章§1~§4,第11章§1~§3,第12章§1~§2、§5~§6,第14章,第15章§1~§4,第18章§1~§2、§5。如果课程要再深一些的话,就得加上第5章和第16章,以及第6、第7、第9、第10和第12章中的其他小节。如果重点在于不确定性和市场失灵,教员还应该加上第5章和第17章的绝大部分。

依据人们的兴趣和课程的目标,可以增加一些别的小节或用别的小节来替换上面提及的内容。强调现代定价理论和经营策略的课程应当包括第10、

第 11、第 12 和第 13 章的所有内容和第 15 章的其余小节。管理经济学的课程不仅包括本书最后有关回归分析的附录，还要包括第 4、第 7 和第 11 章的几个附录。而侧重于福利经济学和公共政策的课程则应该包括第 16 章以及第 18 章的其他小节。

最后，我们想强调的是，那些较难的和（或）不属于核心内容的节和目都已标上了星号，读者可以轻松地跳过这些部分不读，而这不会影响他对全书的理解和掌握。

使用本书的教员和学生还可以得到具有极高水准和指导意义的帮助。《教员手册》是由密歇根大学的吉尔伯特·戴维斯以及瓦拉里·苏斯洛共同编写的，它不仅对每一章的要点作了概述，提出了一系列教学建议，而且还给每一章后面的复习题和练习题提供了答案。从出版社那里还可以得到一本单独的《试题库》，这是由加利福尼亚州立大学的丹尼斯·默劳卡和朱迪斯·罗伯茨合写的。此外，密歇根大学的瓦拉里·苏斯洛和佛罗里达大学的乔纳森·汉密尔顿编写的《学习指导》给学生们提供了多种不同的复习材料和练习题，此书也可以单独购买。欲了解各种补充材料的购买详情，请与你的普伦蒂斯·霍尔销售代表联系。

既然这本教科书是课堂上数年耕耘的产物，我们自然要感谢我们的学生和同事，我们经常与他们探讨微观经济学及其描述。我们还得到了很能干的研究助理们的帮助。

撰写本书是一个甘苦互现的过程，在每一阶段我们都收到了美国各地微观经济学教师的真知灼见。本书第 1 版第一稿完成编排和审阅之后，在纽约举办了一次为期两天的重点小组会议来讨论这一初稿。我们借此机会听取了不同背景、不同观点的教员的意见，我们对重点小组成员的忠告和批评谨表谢意。

我们也感谢众多思考缜密、颇具天赋的审稿者，他们的评价和意见大大地提高了这第 4 版的质量。

最后，我们想真诚地感谢麦克米伦和普伦蒂斯·霍尔的工作人员，在我们教科书诞生的过程中，他们花费了不同寻常的精力。

R.S. 平狄克

D.L. 鲁宾费尔德



# 目 录

第 1 篇	导论：市场和价格 .....	1
	第 1 章 绪论 .....	3
	§ 1 微观经济理论的应用及其局限 .....	4
	§ 2 实证分析和规范分析 .....	5
	§ 3 为什么要学习微观经济学 .....	6
	3.1 公司决策：福特公司推出“金牛”车型 .....	6
	3.2 公共政策的制定：汽车排放标准 .....	7
	§ 4 什么是市场 .....	8
	4.1 竞争性市场和非竞争性市场 .....	9
	4.2 市场价格 .....	10
	4.3 市场界定——市场的范围 .....	10
	§ 5 实际价格和名义价格 .....	11
	提要 .....	14
	复习题 .....	15
	第 2 章 供给和需求的基本原理 .....	17
	§ 1 市场机制 .....	18
	§ 2 供给和需求的变动 .....	20
	§ 3 供给和需求的弹性 .....	28
	§ 4 短期弹性和长期弹性 .....	31

## 第 2 篇

4.1 需求 .....	31
4.2 供给 .....	35
* § 5 了解和预测改变市场状况造成的结果 .....	39
§ 6 政府干预的结果——价格控制 .....	46
提要 .....	48
复习题 .....	48
练习题 .....	49
<b>生产者、消费者以及竞争性市场 .....</b>	<b>53</b>
<b>第 3 章 消费者行为 .....</b>	<b>55</b>
§ 1 消费者偏好 .....	56
1.1 一些基本的假定 .....	57
1.2 无差异曲线 .....	58
1.3 序数排列和基数排列 .....	60
1.4 边际替代率 .....	61
1.5 完全替代品和完全互补品 .....	62
§ 2 预算约束 .....	65
2.1 预算线 .....	65
2.2 收入和价格变化的影响 .....	67
§ 3 消费者选择 .....	69
3.1 一个拐角解 .....	73
§ 4 显示性偏好 .....	74
§ 5 效用的概念 .....	77
5.1 效用和满足 .....	78
5.2 边际效用 .....	79
§ 6 生活成本指数 .....	81
提要 .....	85
复习题 .....	86
练习题 .....	87
<b>第 4 章 个别需求和市场需求 .....</b>	<b>90</b>
§ 1 个别需求 .....	91
1.1 价格变化 .....	91
1.2 需求曲线 .....	92
1.3 收入变化 .....	93
1.4 恩格尔曲线 .....	95
1.5 替代品和互补品 .....	97
§ 2 收入和替代效应 .....	98
2.1 替代效应 .....	99
2.2 收入效应 .....	99
2.3 一个特例：吉芬商品 .....	100

§ 3	市场需求	103
3.1	从个别需求到市场需求	103
3.2	需求的点弹性和弧弹性	104
§ 4	消费者剩余	107
§ 5	连带外部效应	111
5.1	攀比效应	111
5.2	虚荣效应	112
* § 6	需求的经验估计	114
6.1	确定需求的面谈和实验的方法	115
6.2	估计需求的统计方法	115
6.3	需求关系的形式	117
	提要	117
	复习题	118
	练习题	119
<b>第 4 章附录</b>	<b>需求理论——一种数学的处理方法</b>	<b>123</b>
	效用最大化	123
	消费者最优	124
	边际替代率	125
	一个例子	125
	收入的边际效用	126
	消费理论的对偶性	127
	收入和替代效应	128
	练习题	130
<b>第 5 章</b>	<b>不确定条件下的选择</b>	<b>131</b>
§ 1	风险描述	132
1.1	概率	132
1.2	期望值	133
1.3	方差	133
1.4	决策	136
§ 2	风险的偏好	136
2.1	不同的风险偏好	138
§ 3	降低风险	141
3.1	多样化	141
3.2	保险	142
3.3	信息的价值	144
* § 4	对风险资产的需求	145
4.1	资产	146
4.2	资产的回报	146
4.3	风险与回报之间的权衡	147
4.4	投资者的选择问题	148

提要 .....	150
复习题 .....	151
练习题 .....	151
<b>第6章 生产 .....</b>	<b>155</b>
§1 生产的技术 .....	156
§2 等产量线 .....	157
2.1 短期与长期 .....	159
§3 一种可变投入(劳动)的生产 .....	159
3.1 平均产出和边际产出 .....	159
3.2 报酬递减规律 .....	162
3.3 劳动生产率 .....	164
§4 两种可变投入的生产 .....	167
4.1 报酬递减 .....	168
4.2 投入品间的替代 .....	168
4.3 生产函数——两种特例 .....	170
§5 规模报酬 .....	173
提要 .....	175
复习题 .....	176
练习题 .....	176
<b>第7章 生产成本 .....</b>	<b>179</b>
§1 成本的测度: 哪些成本重要 .....	180
1.1 经济成本和会计成本 .....	180
1.2 沉淀成本 .....	181
§2 短期成本 .....	182
2.1 短期成本的决定因素 .....	184
2.2 成本曲线的形状 .....	186
§3 长期成本 .....	187
3.1 成本最小化的投入选择 .....	187
3.2 等成本线 .....	188
3.3 选择投入品 .....	189
3.4 不同产出水平下的成本最小化 .....	192
§4 长期与短期成本曲线 .....	192
4.1 短期生产的固定性 .....	192
4.2 长期平均成本 .....	193
4.3 规模经济与规模不经济 .....	194
4.4 短期成本与长期成本的关系 .....	195
§5 两种产品的生产——范围经济 .....	197
* §6 成本的动态变化——学习曲线 .....	199
* §7 估计和预测成本 .....	203
7.1 成本函数和规模经济的计量 .....	204

提要	207
复习题	208
练习题	208
<b>第7章附录 生产和成本理论——一个数学处理</b>	<b>213</b>
成本最小化	213
边际技术替代率	214
生产和成本理论的对偶性	215
科布—道格拉斯成本函数和生产函数	216
练习题	217
<b>第8章 利润的最大化和竞争性供给</b>	<b>219</b>
§1 利润最大化	220
1.1 厂商使利润最大化吗	220
§2 边际收益、边际成本和利润最大化	221
2.1 竞争性厂商的需求和边际收益	222
2.2 竞争性厂商的利润最大化	223
§3 选择短期产量	224
3.1 竞争性厂商的短期利润最大化	224
3.2 竞争性厂商的短期盈利能力	225
§4 竞争性厂商的短期供给曲线	227
4.1 厂商对投入品价格变动的反应	228
§5 短期市场供给曲线	230
5.1 市场的供给弹性	231
5.2 短期的生产者剩余	232
§6 长期的产量选择	234
6.1 零利润	235
6.2 竞争的长期均衡	236
6.3 经济租	237
6.4 长期的生产者剩余	238
§7 行业的长期供给曲线	239
7.1 成本不变的行业	239
7.2 成本递增的行业	240
7.3 成本递减的行业	241
7.4 税收的短期和长期效应	242
7.5 长期供给弹性	243
§8 完全竞争市场	244
8.1 市场何时是完全竞争的	245
8.2 可竞争市场	246
提要	246
复习题	247
练习题	248

<b>第 9 章</b>	<b>竞争性市场分析</b> .....	251
§ 1	政府政策的损益评价——消费者剩余和生产者剩余 .....	252
1.1	回顾消费者剩余和生产者剩余 .....	252
1.2	消费者剩余和生产者剩余的运用 .....	253
§ 2	竞争性市场的效率 .....	256
§ 3	最低价格 .....	259
§ 4	价格支持和生产配额 .....	262
4.1	价格支持 .....	262
4.2	生产配额 .....	263
§ 5	进口配额与关税 .....	267
§ 6	征税或补贴的影响 .....	270
	提要 .....	274
	复习题 .....	275
	练习题 .....	275
<b>第 3 篇</b>	<b>市场结构和竞争策略</b> .....	281
<b>第 10 章</b>	<b>市场势力：垄断和买方垄断</b> .....	283
§ 1	垄断 .....	284
1.1	平均收益和边际收益 .....	285
1.2	垄断者的产量决策 .....	286
1.3	一个例子 .....	287
1.4	定价的一个简单法则 .....	289
1.5	需求的变动 .....	290
1.6	税收的效果 .....	291
*1.7	多工厂厂商 .....	292
§ 2	垄断势力 .....	294
2.1	垄断势力的测定 .....	295
2.2	定价的简单法则 .....	296
§ 3	垄断势力的来源 .....	298
3.1	市场需求弹性 .....	299
3.2	厂商的数目 .....	299
3.3	厂商间相互作用 .....	300
§ 4	垄断势力的社会成本 .....	301
4.1	价格管制 .....	302
4.2	管制的实践 .....	304
§ 5	买方垄断 .....	304
5.1	买方垄断与垄断的比较 .....	306
§ 6	买方垄断势力 .....	307
6.1	买方垄断势力的来源 .....	308
6.2	买方垄断势力的社会成本 .....	309
6.3	双边垄断 .....	310

§ 7 限制市场势力：反托拉斯法	311
7.1 反托拉斯法的实施	312
提要	314
复习题	315
练习题	315
<b>第 11 章 有市场势力的定价</b>	321
§ 1 侵占消费者剩余	322
§ 2 价格歧视	324
2.1 一级价格歧视	324
2.2 二级价格歧视	326
2.3 三级价格歧视	327
§ 3 时期价格歧视和高峰价格	332
§ 4 两部收费制	335
* § 5 搭售	339
5.1 混合搭售	342
5.2 搭售实践	345
5.3 配售	348
* § 6 广告	348
6.1 广告的简单法则	350
提要	352
复习题	353
练习题	354
<b>第 11 章附录 联合企业的内部转移定价</b>	361
不存在外部市场时的转移定价	362
有一个竞争性外部市场时的转移定价	364
有非竞争性外部市场的转移定价	366
一个数字化的例子	367
练习题	368
<b>第 12 章 垄断竞争和寡头垄断</b>	371
§ 1 垄断竞争	372
1.1 垄断竞争的产生	373
1.2 短期和长期的均衡	374
1.3 垄断竞争和经济效益	375
§ 2 寡头垄断	377
2.1 寡头垄断市场的均衡	378
2.2 古诺模型	379
2.3 线性需求曲线——一个例子	381
§ 3 先行者利益——斯塔克博格模型	383
§ 4 价格竞争	384
4.1 相同产品的价格竞争——伯特兰德模型	385

4.2 差别产品的价格竞争 .....	386
§ 5 竞争和串通：囚徒的困境 .....	389
§ 6 囚徒的困境对寡头定价的意义 .....	392
6.1 价格刚性 .....	392
6.2 价格信号和价格领导 .....	393
6.3 主导厂商模型 .....	396
§ 7 卡特尔 .....	397
7.1 卡特尔定价分析 .....	398
提要 .....	401
复习题 .....	402
练习题 .....	403
<b>第 13 章 博弈论和竞争策略</b> .....	<b>408</b>
§ 1 博弈和决策 .....	409
1.1 非合作和合作博弈 .....	409
§ 2 上策 .....	411
§ 3 纳什均衡回顾 .....	412
3.1 极大化极小策略 .....	415
* 3.2 混合策略 .....	416
§ 4 重复博弈 .....	417
§ 5 序列博弈 .....	422
5.1 博弈的扩展形 .....	423
5.2 先行者优势 .....	423
§ 6 威胁、承诺和可信性 .....	424
6.1 空头威胁 .....	425
6.2 实施和可信性 .....	426
§ 7 对进入的威慑 .....	428
7.1 策略性贸易政策和国际竞争 .....	430
§ 8 讨价还价策略 .....	433
提要 .....	435
复习题 .....	436
练习题 .....	436
<b>第 14 章 要素投入品市场</b> .....	<b>443</b>
§ 1 竞争性要素市场 .....	444
1.1 只有一种要素是可变要素时对要素投入品的需求 .....	444
1.2 几种投入品是可变要素时对一种要素投入品的需求 .....	447
1.3 市场需求曲线 .....	448
1.4 对厂商的投入品供给 .....	451
1.5 投入品的市场供给 .....	452
§ 2 竞争性要素市场的均衡 .....	454
2.1 经济租 .....	456



§ 2	交换的效率	505
2.1	贸易的好处	506
2.2	埃奇沃斯盒形图	507
2.3	有效配置	507
2.4	契约曲线	509
2.5	竞争性市场中的消费者均衡	510
2.6	竞争性市场的经济效率	511
§ 3	公平和效率	512
3.1	效用可能性边界	513
3.2	公平和完全竞争	514
§ 4	生产的效率	515
4.1	埃奇沃斯盒形图中的生产	515
4.2	投入效率	516
4.3	竞争性投入品市场中的生产者均衡	517
4.4	生产可能性边界	518
4.5	产出效率	520
4.6	产出市场的效率	521
§ 5	自由贸易的利益	522
5.1	比较优势	522
5.2	生产可能性边界的扩张	523
§ 6	总的看法——竞争性市场的效率	526
§ 7	市场为什么失灵	527
7.1	市场势力	528
7.2	不完全的信息	528
7.3	外在性	529
7.4	公共物品	529
	提要	529
	复习题	530
	练习题	531
<b>第 17 章</b>	<b>信息不对称的市场</b>	<b>533</b>
§ 1	质量不确定性和“柠檬”市场	534
1.1	旧车市场	535
1.2	不对称信息的含义	536
1.3	保险	536
1.4	信贷市场	537
1.5	声誉和标准化的重要性	538
§ 2	市场信号传递	539
2.1	一个劳动市场信号的简单模型	540
2.2	保证和保证书	543
§ 3	道德风险	543