

圣才 圣才考研网
电子书 www.100xuexi.com

大礼包
扫码领取



国内外经典教材辅导系列·经济类

高鸿业《西方经济学(微观部分)》

名校考研真题详解 (第4版)

主编：圣才考研网
www.100xuexi.com

赠 超值大礼包

- ◆ 本书电子书（手机版、电脑版）
- ◆ 高鸿业《西方经济学（微观部分）》（第7版）章节习题精编详解电子书
- ◆ 考研专业课咨询服务

说明：购书即可免费享受一年大礼包增值服务；
手机扫码（本书右上角）免费领取本书大礼包。



中国石化出版社

HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM

国内外经典教材辅导系列·经济类

高鸿业《西方经济学(微观部分)》
名校考研真题详解
(第4版)

主编：圣才考研网

www.100xuexi.com



中国石化出版社

[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

内 容 提 要

本书是普通高等教育“十一五”国家级规划教材《西方经济学(微观部分)》(第7版,高鸿业主编,中国人民大学出版社)的学习辅导书。本书基本遵循第7版的章目编排,共分11章,每一章按常见的考试题型进行分类,分为名词解释、简答题、计算题和论述题。所选考研真题全部来自指定高鸿业主编的《西方经济学》为考研参考书目的院校,并对所选考研真题进行了详细的分析和解答。

圣才考研网(www.100xuexi.com)提供高鸿业《西方经济学(微观部分)》网授精讲班【教材精讲+考研真题串讲】、电子书、题库。购书即可免费享受一年大礼包增值服务【本书电子书+高鸿业《西方经济学(微观部分)》(第7版)章节习题精编详解电子书+考研专业课咨询服务】。手机扫码(本书封面的二维码)免费领取本书大礼包。

图书在版编目(CIP)数据

高鸿业《西方经济学(微观部分)》名校考研真题详解/圣才考研网主编.—4版.—北京:中国石化出版社,2019.4

国内外经典教材辅导系列

ISBN 978-7-5114-5234-4

I. ①高… II. ①圣… III. ①西方经济学-研究生-入学考试-题解②微观经济学-研究生-入学考试-题解 IV. ①F0-08②F016-44

中国版本图书馆CIP数据核字(2019)第040190号

未经本社书面授权,本书任何部分不得被复制、抄袭,或者以任何形式或任何方式传播。版权所有,侵权必究。

中国石化出版社出版发行

地址:北京市朝阳区吉市口路9号

邮编:100020 电话:(010)59964500

发行部电话:(010)59964526

http://www.sinopec-press.com

E-mail:press@sinopec.com

湖北华锦印务有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

787×1092毫米16开本11印张276千字

2019年5月第4版 2019年5月第1次印刷

定价:48.00元

国内外经典教材辅导系列·经济类

编委会

主编：圣才考研网(www.100xuexi.com)

编委：肖娟 王巍 匡晓霞 李雪 肖萌
段瑞权 赵立亭 夏蜜 赵芳微 娄旭海
涂幸运 倪彦辉 严艳丽 殷江东 万军辉

序 言

高鸿业主编的《西方经济学》(第7版)(中国人民大学出版社)被列为普通高等教育“十一五”国家级规划教材,是我国众多高校采用的经济学优秀教材,也被众多高校(包括科研机构)指定为“经济类”专业考研参考书目(详细介绍参见本书书后附录)。

为了帮助参加研究生入学考试指定考研参考书目为高鸿业主编的《西方经济学》的考生复习专业课,提高专业课成绩,我们从指定高鸿业主编的《西方经济学》为考研参考书目的名校(包括科研机构)历年考研真题中挑选有代表性的考研真题,并对所选考研真题进行了详细的解答。作为该教材的学习辅导书,本书具有以下几个方面的特点:

1. 针对性强,紧密结合考研真题。本书所选考研真题全部来自指定高鸿业主编的《西方经济学》为考研参考书目的名校(包括科研机构),使本书具有很强的针对性与参考性。为便于考生复习,第4版特添加了相关名校近年考研真题,并提供了详细的解答。

2. 全面系统,秉承“三贴近原则”,即贴近教材、贴近考研真题、贴近命题方向。为了强化对重要知识点的掌握,本书所选历年考研真题都具有一定的代表性,既注重基础知识的掌握,让学员具有扎实的专业基础,也对一些重难点部分(包括教材中未涉及到的知识点)进行详细阐释,以使考生全方位备考。

3. 解答详尽,条理清晰。本书所选部分考研真题有相当的难度,对每道题(包括名词解释)都尽可能给出详细的参考答案,条理分明,便于记忆,便于引导考生养成良好的应试技巧和作答思路。

与本书相配套,圣才考研网提供高鸿业《西方经济学(微观部分)》网授精讲班【教材精讲+考研真题串讲】、电子书、题库。

要深深牢记:考研不同一般考试,概念题(名词解释)要当作简答题来回答,简答题要当作论述题来解答,而论述题的答案要像是论文,多答不扣分。有的论述题的答案简直就是一份优秀的论文(其实很多考研真题就是选自一篇专题论文),完全需要当作论文来回答!

购书即可免费享受一年大礼包增值服务!手机扫码(本书封面的二维码)免费领取本书大礼包。具体包括:①本书电子书;②高鸿业《西方经济学(微观部分)》(第7版)章节习题精编详解电子书;③考研专业课咨询服务。

圣才考研网(www.100xuexi.com)是圣才学习网旗下的考研考博专业网站,提供全国各高校经济类专业考研考博辅导班【一对一辅导(面授/网授)、网授精讲班等】、电子书、题库、全套资料(历年真题及答案、笔记讲义等)、经济类国内外经典教材名师讲堂、考研教辅图书等。

考研辅导: kaoyan.100xuexi.com(圣才考研网)

资格考试: www.100xuexi.com(圣才学习网)

圣才学习网编辑部

试读结束: 需要全本请在线购买: www.ertongbook.com

目 录

第一章 引论	(1)
一、名词解释	(1)
二、论述题	(2)
第二章 需求、供给和均衡价格	(4)
一、名词解释	(4)
二、简答题	(7)
三、计算题	(12)
四、论述题	(17)
第三章 消费者选择	(21)
一、名词解释	(21)
二、简答题	(26)
三、计算题	(34)
四、论述题	(42)
第四章 生产技术	(45)
一、名词解释	(45)
二、简答题	(47)
三、计算题	(52)
四、论述题	(57)
第五章 成本	(59)
一、名词解释	(59)
二、简答题	(61)
三、计算题	(63)
四、论述题	(68)
第六章 完全竞争市场	(71)
一、名词解释	(71)
二、简答题	(72)
三、计算题	(78)
四、论述题	(86)
第七章 不完全竞争市场	(89)
一、名词解释	(89)
二、简答题	(91)

三、计算题	(98)
四、论述题	(109)
第八章 生产要素价格的决定	(113)
一、名词解释	(113)
二、简答题	(116)
三、计算题	(121)
四、论述题	(126)
第九章 一般均衡论和福利经济学	(130)
一、名词解释	(130)
二、简答题	(134)
三、计算题	(138)
四、论述题	(142)
第十章 博弈论初步	(146)
一、名词解释	(146)
二、简答题	(146)
第十一章 市场失灵和微观经济政策	(149)
一、名词解释	(149)
二、简答题	(151)
三、计算题	(157)
四、论述题	(162)
附录 指定高鸿业《西方经济学》教材为考研参考书目的院校列表	(168)

第一章 引论

一、名词解释

1. 稀缺(中国地质大学(北京)2018研;中央财经大学2000研)

答:经济学所说的稀缺是指在给定的时间内,相对于人的需求(欲望)而言,经济资源的供给总是不足的。一方面,人类对经济物品的欲望是无限的;另一方面用来满足人类欲望的经济物品是有限的。故存在着资源的有限性和人类欲望与需求的无限性之间的矛盾。

人类消费各种物品的欲望是无限的。满足这种欲望的物品,有的可以不付出任何代价而随意取得,称之为自由物品,如阳光和空气。但绝大多数物品是不能自由取用的,因为世界上的资源(包括物质资源和人力资源)有限,这种有限的、为获取它必须付出某种代价的物品,称之为“经济物品”。这样,一方面,人类对经济物品的欲望是无限的;另一方面用来满足人类欲望的经济物品却是有限的。相对于人类的无穷欲望而言,经济物品或生产这些经济物品所需要的资源总是不足的。正因为稀缺性的客观存在,就存在着资源的有限性和人类的欲望与需求的无限性之间的矛盾。这样,就导致经济学家们从经济学角度来研究使用有限的资源来生产什么、如何生产和为谁生产的问题。

经济学研究的问题和经济物品都是以稀缺性为前提的。从稀缺性出发,经济学家一般认为,经济学的一个重要研究任务就是:“研究人们如何进行抉择,以便使用稀缺的或有限的生产性资源(土地、劳动、资本品,如机器、技术知识)来生产各种商品并把它们分配给不同的社会成员提供消费。”

2. 经济人(南京财经大学2015研;江西财经大学2014研;中央财经大学2005研;中南大学2005研)

答:经济人是西方经济学在进行经济分析时的一个基本假设,也称为理性人,是经济生活中一般人的抽象。其本性被假设为是利己的,总是力图以最小的经济代价去追逐和获取自身的最大的经济利益。这样人们做出经济决策的出发点,就是私人利益,每个人都寻求个人利益极大化,而不会做出于己无利的事。

经济人假设包括以下内容:①在经济活动中,个人所追求的惟一目标是自身经济利益的最大化。例如,消费者所追求的是最大限度的自身满足;生产者所追求的是最大限度的自身利润;生产要素所有者所追求的是最大限度的自身报酬。这就是说,经济人主观上既不考虑社会利益,也不考虑自身非经济的利益。②个人所有的经济行为都是有意识和理性的,不存在经验型和随机型的决策。因此,经济人又被称为理性人。③经济人拥有充分的经济信息,每个人都清楚地了解其所有经济活动的条件与后果。因此,经济中不存在任何不确定性,获取信息不需要支付任何成本。④各种生产资源可以自由地、不需要任何成本地在部门之间、地区之间流动。

经济人的利己主义假设并不等于通常意义上所说的“自私自利”,即该假设并不意味着这些市场活动个体只会关心自己的钱袋子。相反,他们会在孜孜不倦地追求自己最大利益的过程中,自然地、必然地为社会提供最优的产品和服务,从而客观地实现一定的社会利益。

二、论述题

试概述微观经济学的理论体系，并说明微观经济学研究的中心问题。（四川大学 2018 研；华中科技大学 2005 研）

答：（1）微观经济学的理论体系

微观经济学是经济学的一个重要组成部分。它以市场经济中的单个消费者（或称家户、家庭）和生产者（或称厂商、企业）为研究对象，通过分析他们的消费决策或生产决策，来说明消费品和生产要素的价格的决定及其变动，进而说明稀缺性的资源如何得到最有效的配置。微观经济学的理论目的是为了论证亚当·斯密“看不见的手”原理，这只“看不见的手”就是价格机制。因此，微观经济学又被称为价格理论。

微观经济学的基本假设为：其一，经济行为个体是进行自由的、分散化决策的理性经济人，即消费者追求自身效用的最大化，生产者追求自身利润的最大化；其二，完全竞争和完全信息。

微观经济学从这两个基本假定出发对上述问题的解决就构成了它的主要内容。具体地，它包括：①供求规律；②消费者行为理论，它构成消费品价格决定的需求方面；③生产者行为理论或厂商理论，它构成消费品价格决定的供给方面；④生产要素的价格决定理论或分配理论；⑤一般均衡理论；⑥福利经济学；⑦市场失灵和微观经济政策。

微观经济学对单个经济单位的考察，是在三个逐步深入的层次上进行的，而这三个层次都与价格因素有关：

①第一个层次是分析单个消费者和单个生产者的经济行为，它分析单个消费者如何进行最优的消费决策以获得最大的效用，单个生产者如何进行最优的生产决策以获得最大的利润。这里面都涉及到了价格问题，对消费者来说，其消费必须考虑到自己的预算约束问题，预算约束问题使消费者不得不考虑自己所要消费的产品价格水平是否可以接受。对生产者来说，他的生产决策也必须考虑到产品当前的价格问题，高价格会使其增加投资，增加产量；低价格会使其减少投资，减少产量。

②第二个层次是分析单个市场的价格决定问题。单个市场的价格决定，是作为单个市场中所有的消费者和所有的生产者的最优经济行为的共同作用的结果而出现的。在第二个层次中，价格是核心。

③第三个层次是分析所有单个市场的价格的同时决定。这种决定是作为所有单个市场相互作用的结果而出现的。单个市场的核心是价格，那么多个市场的核心仍然为价格。产品市场和生产要素市场的循环流动图可以通过图 1-1 予以描述。

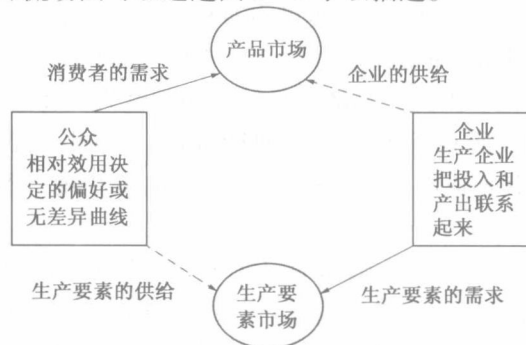


图 1-1 产品市场和生产要素市场的循环流动图

图 1-1 实际上是微观经济学的一个鸟瞰图，从图 1-1 可以看出产品市场均衡与生产要素市场的均衡是微观经济学中一个市场均衡的核心。而这个市场均衡与否的杠杆就是价格，通过价格可以使一个市场的供给与需求达到平衡。而一个市场的供给与需求是通过供给曲线和需求曲线来决定的，这就必然涉及到消费者行为和生产者行为问题。需求曲线就是消费者行为的一种体现，在这条曲线上表示了在一定的价格水平下，消费者所愿意并且能够消费的产品数量，这个产品的数量就是保证其效用最大的数量。对于供给曲线而言，这条曲线表示了在一定的价格水平下，生产者所愿意并且能够供给的产品数量，这个产量就是保证其利润达到最大的产量。因此，价格在消费者与生产者的决策中是至关重要的。

通过图 1-1 还可以看出，生产要素市场的供给与需求所决定的价格决定了消费者的要素供给和生产者的要素需求，而产品市场的供给与需求所决定的价格决定了生产者的产品供给和消费者的产品需求。正是价格最终使整个微观经济学得以形成一个完整的体系，使微观体系得以顺利运转。

(2) 微观经济学研究的中心问题

微观经济学研究的中心问题是如何利用市场机制来实现资源的最优配置。所谓资源配置，是指把现有资源用于生产可供人们消费的物品或劳务的过程。由于资源在任何经济社会中都是稀缺的，因而资源最优配置的机制必须决定资源用于何种物品的生产以及如何实现有效率的生产。另外，在资源的所有权既定的条件下，一定的资源将是获得产品的惟一途径。所以，资源配置问题就是决定经济社会生产什么和生产多少、如何生产以及为谁生产的问题，从而构成了微观经济学研究的中心问题。

①“生产什么和生产多少”要解决的问题是，如何选择既定的资源来生产哪些产品，并最大限度地满足人们的需要。在市场经济下，生产什么和生产多少取决于消费者的“货币选票”，也就是说取决于消费者的需求。在其他条件不变情况下，一种商品的价格越高，社会分配到用于生产该商品的资源就越多，市场上该商品的供给量就越大。

②“如何生产”取决于厂商的行为。一般情况下，一种产品的生产可采用多种方法，但这些方法有效率高低之分。由于资源是稀缺的，所以采用效率高的方法具有特别重要的意义。在利润最大化目标的驱使下，理性的厂商将选择要素的最优组合，以实现产量既定时成本最小或成本既定时产量最大。

③“为谁生产”在相当程度上是一个收入分配问题。厂商使用要素所有者的要素必须支付一定的费用，这些费用构成了要素所有者的收入。而这些收入又成为作为消费者的要素所有者获得消费品的基础。所以，决定要素所有者的收入也就决定了社会产品的归属。

第二章 需求、供给和均衡价格

一、名词解释

1. 需求变化与需求量变化(东北财经大学 2011 研)

答：需求量的变动是指在其他条件不变时，由某商品的价格变动所引起的该商品的需求数量的变动。在几何图形中，需求量的变动表现为商品的价格 - 需求数量组合点沿着一条既定的需求曲线的运动。

需求的变动是指在某商品价格不变的条件下，由于其他因素变动所引起的该商品的需求数量的变动。在几何图形中，需求的变动表现为需求曲线的位置发生移动。

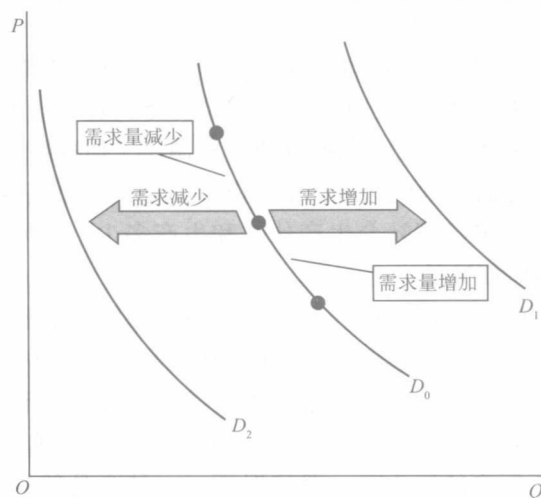


图 2-1 需求量变动与需求变动

如图 2-1 所示，当一种产品的价格变化时，将引起沿着需求曲线的变动和需求量的变动，如需求曲线 D_0 上的箭头所示。当任何一种其他影响购买计划的因素变动时，将引起需求曲线移动和需求变动。需求增加使需求曲线向右移动(从 D_0 到 D_1)，需求减少使需求曲线向左移动(从 D_0 到 D_2)。

2. 需求价格弹性(山东大学 2018 研；厦门大学 2017、2008 研；东北大学 2016 研；中央财经大学 2013 研；财政部财政科学研究所 2012 研；电子科技大学 2006 研；江西财经大学 2004 研；武汉大学 2004、2002 研；辽宁大学 2001 研；复旦大学 1997 研)

答：需求价格弹性表示在一定时期内一种商品的需求量变动对于该商品的价格变动的反应程度。或者说，表示在一定时期内当一种商品的价格变化百分之一时所引起的该商品的需求量变化的百分比。其公式为：

$$\text{需求价格弹性系数} = - \frac{\text{需求量变动率}}{\text{价格变动率}}$$

影响需求价格弹性的因素有很多，其中主要有：商品的可替代性、商品用途的广泛性、商品对消费者生活的重要程度、商品的消费支出在消费者预算总支出中所占的比重以及所考察的消费者调节需求量的时间等。

需求价格弹性与商品销售总收益有密切的关系。如果需求价格弹性大于1，即商品富有弹性，其销售总收益与价格是反方向变动的，即销售总收益随价格的提高而减少，随价格的降低而增加；如果需求价格弹性小于1，即商品是缺乏弹性的，该商品销售总收益与价格是同方向变动的，即销售总收益随价格的提高而增加，随价格的降低而减少。如果需求价格弹性等于1，即商品是单位弹性，降低价格或提高价格对厂商的销售总收益都没有影响。

3. 需求交叉弹性(北京邮电大学 2010 研；华中科技大学 2008 研；上海理工大学 2004 研；中南大学 2003 研；中国海洋大学 2002 研；武汉大学 2002 研；中国人民大学 2000 研)

答：需求交叉价格弹性简称为需求交叉弹性，表示在一定时期内一种商品的需求量的变动对于它的相关商品的价格变动的反应程度。或者说，表示在一定时期内当一种商品的价格变化百分之一时所引起的另一种商品的需求量变化的百分比。如果用 e_{XY} 表示需求交叉弹性系数，用 ΔQ_X 表示商品 X 的需求量的变化量， ΔP_Y 表示相关商品 Y 的价格的变化量，则需求交叉弹性公式为：

$$e_{XY} = \frac{\Delta Q_X}{\Delta P_Y} \cdot \frac{P_Y}{Q_X}$$

如果两种商品之间可以互相代替以满足消费者的某一种欲望，则称这两种商品之间存在着替代关系，这两种商品互为替代品。若两种商品之间存在着替代关系，则一种商品的价格与它的替代品的需求量之间成同方向的变动，相应的需求交叉弹性系数为正值。

如果两种商品必须同时使用才能满足消费者的某一种欲望，则称这两种商品之间存在着互补关系，这两种商品互为互补品。若两种商品之间存在着互补关系，则一种商品的价格与它的互补品的需求量之间成反方向的变动，相应的需求交叉弹性系数为负值。

若两种商品之间不存在相关关系，则意味着其中任何一种商品的需求量都不会对另一种商品的价格变动作出反应，相应的需求交叉弹性系数为零。

4. 需求收入弹性(中国青年政治学院 2010 研；武汉大学 2003 研)

答：需求收入弹性表示在一定时期内消费者对某种商品的需求量的变动对于消费者收入变动的反应程度。或者说，表示在一定时期内当消费者的收入变化百分之一时所引起的商品需求量变化的百分比。如果用 e_M 表示需求收入弹性系数，用 M 和 ΔM 分别表示收入和收入的变动量， Q 和 ΔQ 表示需求量和需求量的变动量，则需求收入弹性公式为：

$$e_M = \frac{\Delta Q}{\Delta M} \cdot \frac{M}{Q}$$

在影响需求的其他因素既定的前提下，可以通过需求收入弹性系数值来判断该商品是必需品、奢侈品还是劣等品。如果某种商品的需求收入弹性系数大于1，即 $e_M > 1$ ，表示消费者对商品需求量增加的幅度大于收入水平上升幅度，则该商品为奢侈品；如果某种商品的需求收入弹性系数小于1而大于0，即 $0 < e_M < 1$ ，表示消费者对商品需求量增加的幅度小于收入水平上升幅度，则该商品为必需品；如果某种商品的需求收入弹性系数小于0，即 $e_M < 0$ ，表示随着收入水平的提高，消费者对此种商品的需求反而下降，则该商品为劣等品。

5. 恩格尔定律(东北财经大学 2019、2014 研；大连理工大学 2018 研；山东大学 2015 研；对外经济贸易大学 2014 研；中央财经大学 2010 研；中南财经政法大学 2009 研；东北大学 2004 研；财政部财政科学研究所 2004 研；青岛大学 2001 研；北京师范大学 2001 研)

答：德国统计学家恩格尔根据统计资料，对消费结构的变化得出一个规律：在一个家庭或在一个国家中，食物支出在收入中所占的比例随着收入的增加而减少。反映这一定律的系

数被称为恩格尔系数，公式表示为：

$$\text{恩格尔系数} = \frac{\text{消费者用于购买食品的支出}}{\text{消费者的可支配收入}}$$

用弹性概念来表述恩格尔定律可以是：对于一个家庭或一个国家来说，富裕程度越高，则食物支出的收入弹性就越小；反之，则越大。

随着时间的推移，后来的经济学家对恩格尔定律做了若干补充，恩格尔定律的内容有所增加。目前，经济学对恩格尔定律的表述是：

(1) 随着家庭收入的增加，用于购买食品的支出占家庭收入的比重会下降。

(2) 随着家庭收入的增加，用于家庭住宅建设和家务经营的支出占家庭收入的比重大体不变。

(3) 随着家庭收入的增加，用于服装、交通、娱乐、卫生保健、教育方面的支出和储蓄占家庭收入的比重会上升。

6. 比较静态分析(山东大学 2011 研)

答：所谓比较静态分析，它是考察当原有的条件或外生变量发生变化时，原有的均衡状态会发生什么变化，并分析比较新旧均衡状态。例如，在均衡价格决定模型中，当外生变量的变化使得需求曲线或供给曲线的位置发生移动时，均衡点的位置也会随之发生变化，对新旧均衡点的分析比较就是比较静态分析。

7. 限制价格(中南财经政法大学 2008 研)

答：限制价格也称为最高限价，是政府所规定的某种产品的最高价格。限制价格总是低于市场的均衡价格。

如图 2-2 所示，原先产品市场的均衡点为 E ，即均衡价格为 P_e ，均衡数量为 Q_e 。 P_0 为限制价格($P_0 < P_e$)，当价格为 P_0 时，需求量为 Q_2 ，供给量为 Q_1 ，($Q_2 - Q_1$) 为实行限制价格后的产品短缺的数量。

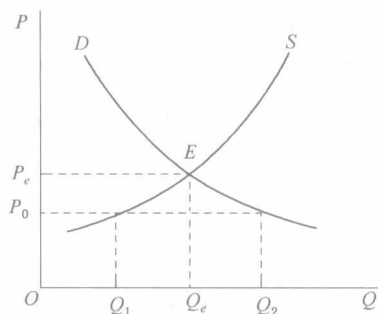


图 2-2 限制价格

产品的短缺会导致一个严重的后果，即可能引发黑市交易。为了维持产品的限制价格，政府通常会采取产品配给的方法，并采取相应的措施打击黑市交易。

8. 支持价格(东北大学 2019 研；北京邮电大学 2018 研；华中科技大学 2004 研；北京大学 1995 研)

答：支持价格也称为最低限价。它是政府所规定的某种产品的最低价格。最低价格总是高于市场的均衡价格。

如图 2-3 所示，原先均衡点为 E ，即均衡价格为 P_e ，均衡数量为 Q_e 。 P_0 为支持价格($P_0 > P_e$)，当价格为 P_0 时，需求量为 Q_1 ，供给量为 Q_2 ，($Q_2 - Q_1$) 为实行支持价格后的产

品过剩的数量。为了解决过剩的数量，政府通常收购市场上过剩的产品。

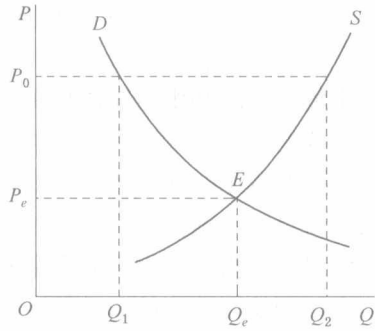


图 2-3 支持价格

9. 蛛网模型(兰州大学 2015 研; 北京邮电大学 2013 研; 中南财经政法大学 2010 研; 对外经济贸易大学 2004 研)

答:蛛网模型是运用弹性原理解释某些生产周期较长的商品在失去均衡时发生的不同波动情况的一种动态分析理论。古典经济学理论认为,如果供求量和价格的均衡被打破,经过竞争,均衡状态会自动恢复。蛛网模型却证明,按照古典经济学静态下完全竞争的假设,均衡一旦被打破,经济系统并不一定自动恢复均衡。

与均衡价格决定模型不同的是,蛛网模型是一个动态模型。假定商品的本期产量 Q_t^s 决定于前一期的价格 P_{t-1} , 即供给函数为 $Q_t^s = f(P_{t-1})$, 并根据需求弹性、供给弹性的不同,分为“收敛型蛛网”、“发散型蛛网”和“封闭型蛛网”三种类型。

蛛网模型解释了某些生产周期较长的商品的产量和价格的波动情况,对实践具有一定的指导作用。但是,这个模型还是一个很简单的和有缺陷的模型,需要进一步完善。

10. 封闭型蛛网(北京邮电大学 2007 研)

答:蛛网模型可分为收敛型蛛网、发散型蛛网和封闭型蛛网。其中,封闭型蛛网是指一种随着时间的变化既不收敛也不发散的蛛网模型,如图 2-4 所示。

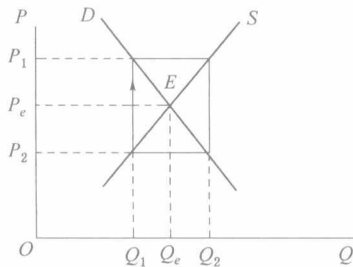


图 2-4 封闭型蛛网

如图 2-4 所示,供给曲线斜率的绝对值等于需求曲线斜率的绝对值。当市场受到外力的干扰偏离原有的均衡状态以后,由于供给曲线和需求曲线具有相同的陡峭或平坦的程度,实际产量和实际价格始终按同一幅度围绕均衡点上下波动,既不进一步偏离均衡点,也不逐步地趋向均衡点。

二、简答题

1. 商品的均衡价格是怎样形成均衡的?(北京师范大学 2003 研)

答:一种商品的均衡价格是指该种商品的市场需求量和市场供给量相等时的价格。在均衡价格水平下相等的供求数量被称为均衡数量。从几何意义上说,一种商品的市场均衡出现

在该商品的市场需求曲线和市场供给曲线相交的交点上，该交点被称为均衡点。均衡点上的价格和对应的供求量分别被称为均衡价格和均衡数量。市场上需求量和供给量相等的状态，也被称为市场出清的状态。

商品的均衡价格表现为商品市场上需求和供给这两种相反的力量共同作用的结果，它是在市场的供求力量的自发调节下形成的。当市场价格偏离均衡价格时，市场上会出现需求量和供给量不相等的非均衡的状态。一般说来，在市场机制的作用下，这种供求不相等的非均衡状态会逐步消失，实际的市场价格会自动地恢复到均衡价格水平。当市场价格高于均衡价格时，会出现供大于求的局面。面对这种供给量大于需求量的商品过剩或超额供给的市场状况，一方面会使需求者压低价格来得到他要购买的商品量，另一方面，又会使供给者减少商品的供给量。这样，该商品的价格必然下降，一直下降到均衡价格为止。

相反地，当市场价格低于均衡价格时，会出现供不应求的局面。面对这种需求量大于供给量的商品短缺或超额需求的市场状况，一方面，迫使需求者提高价格来得到他所要购买的商品量，另一方面，又使供给者增加商品的供给量。这样，该商品的价格必然上升，一直上升到均衡价格为止。由此可见，当实际价格偏离时，市场上总存在着变化的力量使其最终达到市场的均衡或市场出清。

2. 影响一种商品需求的因素有哪些？它们分别如何影响商品需求。（武汉大学 2019 研）

答：一种商品的需求数量是指消费者在一定时期内愿意并且能够购买的这种商品的数量。在现实经济生活中，一种商品的需求受到多种因素的影响，其中主要的因素有：该商品的价格、消费者的收入水平、相关商品的价格、消费者的偏好和消费者对该商品的价格预期，以及消费者的人数等。它们各自对商品的需求数量的影响如下：

(1) 商品的自身价格。一般说来，一种商品的价格越高，该商品的需求量就会越小。相反，价格越低，需求量就会越大。

(2) 消费者的收入水平。对于大多数商品来说，当消费者的收入水平提高时，就会增加对商品的需求量。相反，当消费者的收入水平下降时，就会减少对商品的需求量。

(3) 相关商品的价格。当一种商品自身的价格保持不变，而与它相关的其他商品的价格发生变化时，这种商品本身的需求量也会发生变化。这种相关商品包括替代品和互补品，替代品的价格上升，会增加商品的需求，替代品的价格下降，会减少商品的需求。互补品的价格上升，会减少商品需求，互补品的价格下降，会增加商品的需求。

(4) 消费者的偏好。当消费者对某种商品的偏好程度增强时，该商品的需求量就会增加。相反，当偏好程度减弱时，需求量就会减少。

(5) 消费者对商品的价格预期。当消费者预期某种商品的价格在下一期会上升时，就会增加对该商品的现期需求量；当消费者预期某种商品的价格在下一期会下降时，就会减少对商品的现期需求量。

(6) 消费者人数的变化。一个商品市场上消费者人数的增减会直接影响该市场上需求量的多少。

3. 一种商品需求价格弹性的大小主要受哪些因素影响？这些因素对需求价格弹性的具体影响是怎样的？（北京师范大学 2018 研；大连理工大学 2018 研；东北大学 2018 研；山东大学 2017 研；西南大学 2012 研；中央财经大学 2011 研；昆明理工大学 2010 研；武汉大学 2005 研；辽宁大学 2003 研；浙江工商大学 2002 研）

答：需求价格弹性表示在一定时期内一种商品的需求量变动对于该商品的价格变动的反

应程度。或者说，表示在一定时期内当一种商品的价格变化百分之一时所引起的该商品的需求量变化的百分比。影响需求价格弹性的因素主要有：

(1) 商品的可替代性

一般说来，一种商品的可替代品越多，相近程度越高，则该商品的需求价格弹性往往就越大；相反，该商品的需求价格弹性往往就越小。对一种商品所下的定义越明确越狭窄，这种商品的相近的替代品往往就越多，需求的价格弹性也就越大。

(2) 商品用途的广泛性

一般说来，一种商品的用途越是广泛，它的需求价格弹性就可能越大；相反，用途越是狭窄，它的需求价格弹性就可能越小。

(3) 商品对消费者生活的重要程度

一般说来，生活必需品的需求价格弹性较小，非必需品的需求价格弹性较大。

(4) 商品的消费支出在消费者预算总支出中所占的比重

消费者在某商品上的消费支出在预算总支出中所占的比重越大，该商品的需求价格弹性可能越大；反之，则越小。

(5) 所考察的消费者调节需求量的时间

一般说来，所考察的调节时间越长，则需求的价格弹性就可能越大；反之，则越小。

4. 简述需求价格弹性与企业总收益的关系。(中南财经政法大学 2011 研；西南财经大学 2000 研)

答：商品的需求价格弹性和提供该商品的厂商的总收益之间存在着密切的关系，这种关系可归纳为以下三种情况：

(1) 当 $E_d > 1$ ，即需求富有弹性时，总收益与价格反向变动，即它随价格的提高而减少，随价格的降低而增加。这是因为，当 $E_d > 1$ 时，厂商降价所引起的需求量的增加率大于价格的下降率。这意味着价格下降所造成的销售收入的减少量必定小于需求量增加所带来的销售收入的增加量。所以，降价最终带来的销售收入值是增加的。相反，在厂商提价时，最终带来的销售收入值是减少的。

(2) 当 $E_d < 1$ 时，即需求缺乏弹性时，总收益与价格同向变动，即它随价格的提高而增加，随价格的降低而减少。这是因为，当 $E_d < 1$ 时，厂商降价所引起的需求量的增加率小于价格的下降率。这意味着需求量增加所带来的销售收入的增加量并不能全部抵消价格下降所造成的销售收入的减少量。所以，降价最终带来的销售收入值是减少的。相反，在厂商提价时，最终带来的销售收入值是增加的。

(3) 当 $E_d = 1$ 时，总收益不随价格的变动而变动。这是因为，当 $E_d = 1$ 时，厂商变动价格所引起的需求量的变动率和价格的变动率是相等的。这样一来，由价格变动所造成的销售收入的增加量或减少量刚好等于由需求量变动所带来的销售收入的减少量或增加量。所以，无论厂商是降价还是提价，销售收入值是固定不变的。

5. 若要增加生产者的销售收入，对粮食、食油一类的商品，和对黄金手饰、高级音响一类的商品分别应采取提价还是降价的方法？为什么？(北京邮电大学 2007 研)

答：若要增加生产者的销售收入，对粮食、食油一类缺乏弹性的商品应该采取提价的方法，而对黄金手饰、高级音响一类富有弹性的商品应该采取降价的方法。分析如下：

商品的需求价格弹性和提供该商品的厂商的销售收入之间存在着密切的关系。具体来说，对于富有弹性的商品，降低价格会增加厂商的销售收入，其原因在于厂商降价所引起的

需求量的增加率大于价格的下降率，即价格下降所造成的销售收入的减少量必定小于需求量增加所带来的销售收入的增加量；对于缺乏弹性的商品，提高价格会使厂商的销售收入增加，其原因在于厂商提价所引起的需求量的减少率小于价格的上涨率，即价格上涨所造成的销售收入的增加量必定大于需求量减少所带来的销售收入的减少量。

因此，诸如粮食、食油一类生活必需品，是需求缺乏弹性的商品，为了增加生产者的销售收入，应该采取提价的办法；相反，黄金手饰、高级音响这类高档消费品，由于其需求富有弹性，为了增加生产者的销售收入，则应采取降价的办法。

6. 张三将全部的收入用于商品 X 和商品 Y 的消费。设他对这两种商品的消费已经满足 $\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y}$ 。现在，设 P_x 下降， P_y 和消费者收入保持不变。试分别在张三对 X 的需求价格弹性小于 1、等于 1 和大于 1 时，讨论张三对 Y 的需求量会如何变化？（辽宁大学 2005 研）

答：（1）当张三对 X 的需求价格弹性 e_d^x 小于 1 时，表示张三对商品 X 的需求缺乏弹性。当商品 X 的价格下降，商品 Y 的价格和消费者收入保持不变时，张三增加 X 的消费，但购买 X 所花的费用却减少，所以张三会增加对商品 Y 的消费，即张三对 Y 的需求量会增加。

（2）当张三对 X 的需求价格弹性 e_d^x 等于 1 时，表示张三对商品 X 的需求为单位弹性。当商品 X 的价格下降，张三增加 X 的消费，但购买 X 所花的费用不变，所以商品 Y 的价格和消费者收入保持不变时，张三对 Y 的需求量不变。

（3）当张三对 X 的需求价格弹性 e_d^x 大于 1 时，表示张三对商品 X 的需求富有弹性。当商品 X 的价格下降，商品 Y 的价格和消费者收入保持不变时，购买 X 所花的费用随着 X 的消费量的增加而增加，所以张三会增加对商品 X 的消费，而减少对 Y 的需求。

7. 价格管制对供需平衡会产生什么样的影响？（中南财经政法大学 2019 研；南开大学 2008 研）

答：政府根据不同的经济形势会采取不同的经济政策。政府的价格政策主要有最高限价和最低限价两种。

（1）最高限价对供需平衡产生的影响

最高限价也称为限制价格。它是政府所规定的某种产品的最高价格。最高价格总是低于市场的均衡价格。

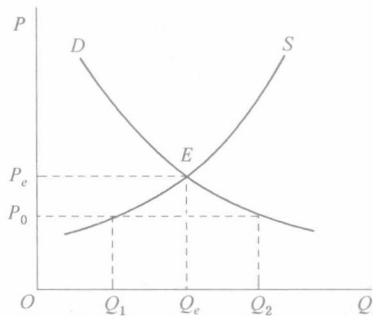


图 2-5 最高限价

如图 2-5 所示，原先产品市场的均衡点为 E ，即均衡价格为 P_e ，均衡数量为 Q_e 。 P_0 为限制价格 ($P_0 < P_e$)，当价格为 P_0 时，需求量为 Q_2 ，供给量为 Q_1 ， $(Q_2 - Q_1)$ 为实行最高限价后的产品短缺的数量。

产品的短缺会导致一个严重的后果，即可能引发黑市交易。为了维持产品的限制价格，