

微观经济学

第三版

[英] 休·格拉韦尔 (Hugh Gravelle) 雷·里斯 (Ray Rees) 著
秦向东 等译

汉译经济学文库
Translated Economics Library

MICROECONOMICS,
3rd Edition

 上海财经大学出版社



汉译经济学文库

微观经济学(第三版)

休·格拉韦尔

(Hugh Gravelle)

[英]

雷·里斯

(Ray Rees)

著

秦向东 等译

②

 上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

微观经济学(第三版)/[英]格拉韦尔(Gravelle, H.), 里斯(Rees, R.)
著;秦向东等译. —上海:上海财经大学出版社,2009.4

(汉译经济学文库)

书名原文: Microeconomics, 3rd Edition

ISBN 978-7-5642-0273-6/F·0273

I. 微… II. ①格… ②里… ③秦… III. 微观经济学
IV. F016

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 117756 号

□责任编辑 温 涌

□封面设计 钱宇辰

WEIGUAN JINGJIXUE

微 观 经 济 学(第三版)

休·格拉韦尔
(Hugh Gravelle) 著
[英] 雷·里斯
(Ray Rees)
秦向东 等译

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海市印刷七厂印刷

上海远大印务发展有限公司装订

2009 年 4 月第 1 版 2009 年 4 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16 43.25 印张(插页:1) 968 千字

印数:0 001—4 000 定价:79.00

图字:09-2005-378 号

Microeconomics, 3rd Edition

Hugh Gravelle and Ray Rees

© Longman Group UK Limited 1981, 1992, © Pearson Education Limited 2004

This translation of MICROECONOMICS, Third Edition is published by arrangement with Pearson Education Limited.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by SHANGHAI UNIVERSITY OF FINANCE AND ECONOMICS PRESS, Copyright © 2009.

2009 年中文版专有出版权属上海财经大学出版社

版权所有 翻版必究

译者序

宋向晨

（南开大学经济学院教授、博士生导师）

休·格拉韦尔(Hugh Gravelle)和雷·里斯(Ray Rees)不是出书很勤快的经济学家,这本《微观经济学》(第三版)之前的两版都是相隔了11年之久才完成的。他们出书速度虽然慢,但是这也使得他们可以比较从容地审视经济学各个领域发展的动向,在新版书中加入微观经济学发展的最新热点。例如,他们从1992年的《微观经济学》(第二版)开始,就有意识地在书中加入了博弈论和不确定性,以及非对称信息的问题。到了现在的第三版,他们更是加入了一个完整章节的博弈论,还在多个地方扩充了不确定性和非对称信息的内容。

在林林总总的微观经济学教科书中,纯粹由欧洲经济学家写作的并不多见。格拉韦尔教授和里斯教授的最新版《微观经济学》在中高级微观经济学教科书中占有特殊的地位,在一定程度上平衡了北美经济学家在教科书方面的垄断地位。译者前些年在英国伦敦旅行时,特地去伦敦经济学院的书店看了一下,休·格拉韦尔和雷·里斯的这本最新版《微观经济学》赫然占据了书店的主要位置,可见这本书在欧洲高等经济学院受到了格外的青睐。

格拉韦尔和里斯的写作非常精致,对主要问题的介绍采用了图文和数理推导并用的方法,从多个角度强化了对各个主题的诠释。整本书布局恰当。从内容衔接上来看,作者绝大部分的论述都遵循了微观经济学教科书内容演进的一般顺序:从消费者入手,到要素市场和一般均衡理论,基本上包罗了实证经济学的主要内容;随后,他们又从福利经济学开始,阐述了规范经济学的要旨。而第三版的后面三分之一内容则为重新整理过的博弈论和不确定性,以及非对称信息的经济学新近成果。

格拉韦尔和里斯的《微观经济学》与北美流行的其他几本中级微观经济学教科书相比,有着许多独到的优点。针对有一定经济学基础,但对于高等数学不是最为擅长的读者来说,这本微观经济学教材能够帮助他们很快地将基本的数学知识和经济学逻辑结合起来,使得微观经济学原理的数学推理不再显得那么深奥难懂,所以很容易吸引读者一直有兴趣地看下去,充分领略本书关于微观经济学论述的精华。而那些需要对高等数学的基本知识做一个较完整复习的读者,也能够从本书

附录的 A 到 L 内容中得到简明扼要的提示。这些数学知识的总结虽然不是必不可少的,却能帮助一般读者更好地阅读和理解这本堪称经典的《微观经济学》。

本版书的一个小小缺憾是没有将一些越来越跻身经济学主流的内容收入在内,特别是有关实验经济学和行为经济学的内容。希望在不久的将来,格拉韦尔教授和里斯教授能在第四版的《微观经济学》中介绍这些新的发展。

本书的翻译工作得到了上海财经大学出版社几任编辑的大力支持,尤其是温涌编辑更是做了大量细致耐心的校对和纠误工作,在此,译者特别表示感谢。在本书的翻译和文稿整理过程中,上海交通大学安泰经济与管理学院的部分研究生也提供了许多协助,倾注了大量的时间和精力,他们中有欧恺、王海南、王若溪、孟新丹和王婷婷等同学,译者也借此机会向他们表示感谢。

秦向东

上海交通大学安泰经济与管理学院

2009 年 2 月

目 录

CONTENTS

译者序 / 1

1 微观经济学的实质和范围 / 1

- A. 概念和方法 / 1
- B. 经济和社会体系 / 7

2 消费者理论 / 9

- A. 偏好序列 / 9
- B. 可行集 / 19
- C. 消费决策 / 22
- D. 消费者行为的比较静态分析 / 25
- E. 提供曲线和净需求曲线 / 32
- 附录 1: 词典序列 / 36
- 附录 2: 效用函数的存在性 / 38

3 消费者理论: 对偶性 / 41

- A. 支出函数 / 41
- B. 间接效用函数: 罗伊恒等式和斯勒茨基方程 / 46
- C. 衡量价格变动导致的收益 / 53
- D. 组合商品、可分割性、位似性 / 60

4 消费者行为的扩展模型 / 65

- A. 显示性偏好 / 65
- B. 消费者作为劳动力的提供者 / 71

C. 消费和时间的分配 / 75

D. 家庭 / 80

5 生 产 / 85

A. 介绍 / 85

B. 生产函数 / 88

C. 规模的变化 / 94

D. 要素比例的变化 / 98

E. 多种产品的情况 / 99

6 成 本 / 104

A. 介绍 / 104

B. 长期成本最小化 / 107

C. 短期成本最小化 / 119

D. 多家厂商的成本最小化 / 128

E. 多种产品的成本函数 / 132

7 供给和企业目标 / 136

A. 长期利润最大化 / 137

B. 短期利润最大化 / 141

C. 生产多种产品的企业 / 145

D. 利润函数和比较静态 / 148

E. 企业家企业 / 152

F. 工人管理的企业 / 158

8 完全竞争市场理论 / 164

A. 短期均衡 / 164

B. 均衡的稳定性 / 169

C. 长期均衡 / 177

D. 结论 / 181

9 垄 断 / 182

A. 介绍 / 182

B. 垄断条件下价格和产量的决定 / 183

C. 价格歧视 / 186

D. 垄断条件下的福利损失 / 196

10 要素市场 / 200

- A. 要素需求 / 200
- B. 买方垄断 / 206
- C. 垄断要素供给联盟 / 209
- D. 双寡头垄断 / 212

11 资本市场 / 216

- A. 介绍 / 216
- B. 跨期最佳消费 / 216
- C. 最优投资决策 / 220
- D. 确定条件下的资本市场均衡 / 228
- E. 多期扩展模型 / 233

12 一般均衡 / 237

- A. 介绍 / 237
- B. 竞争市场中的瓦尔拉斯均衡 / 238
- C. 瓦尔拉斯均衡的存在性 / 241
- D. 瓦尔拉斯均衡的稳定性 / 246
- E. 埃奇沃斯交易理论 / 251
- F. 交易、均衡和核 / 254

13 福利经济学 / 264

- A. 介绍 / 264
- B. 帕累托有效的资源配置 / 264
- C. 福利函数和帕累托标准 / 273
- D. 帕累托有效和竞争市场 / 277
- E. 分配和市场 / 282
- F. 阿罗不可能定理 / 287
- 附录：福利经济学第二定理 / 293

14 市场失灵和政府失效 / 296

- A. 市场失灵的原因 / 296
- B. 市场失灵的具体表现 / 299

- C. 次优理论 / 316
- D. 政府行为和政府失效 / 320

15 博弈论 / 326

- A. 介绍 / 326
- B. 博弈的表述方法和解 / 328
- C. 不完美和不完全信息博弈 / 342
- D. 混合策略 / 355
- E. 合作的议价博弈 / 358
- F. 非合作的议价博弈 / 365
- G. 议价的延迟和意见不一致 / 372

16 寡头垄断 / 381

- A. 介绍 / 381
- B. 单次博弈 / 382
- C. 重复博弈的寡头垄断 / 398
- D. 进入 / 414
- E. 结论 / 423

17 不确定条件下的决策 / 425

- A. 介绍 / 425
- B. “不确定性”的正规描述 / 426
- C. 不确定条件下的决策 / 427
- D. 效用函数的性质 / 434
- E. 风险厌恶和无差异曲线 / 444
- F. 风险的度量 / 451
- G. 不确定条件下的比较静态 / 461

18 不确定条件下的生产 / 468

- A. 介绍 / 468
- B. 不确定条件下的竞争厂商 / 468
- C. 期货市场的生产 / 480

19 保险、风险分摊和汇聚 / 483

- A. 介绍 / 483

- B. 保险决策 / 483
- C. 不完全保险市场 / 490
- D. 风险分摊:阿罗—林德定理 / 495
- E. 风险汇聚和多样化 / 499
- F. 保险市场中的信息不对称:逆向选择 / 504
- G. 保险市场中的信息不对称:道德风险 / 513
- H. 信号传递 / 520

20 代理、契约理论和企业 / 525

- A. 对古典企业理论的批判 / 525
- B. 代理理论以及所有权和控制权的分离 / 527
- C. 道德风险委托—代理模型 / 539
- D. 逆向选择委托—代理模型 / 549

21 不确定性和不完全市场下的一般均衡 / 571

- A. 介绍 / 571
- B. 状态依存要求的完全市场 / 572
- C. 状态依存商品 / 583
- D. 生产的有效性 / 595
- E. 股票市场 / 604
- F. 不完全股票市场 / 615

数学附录 / 623

- A. 最优化问题的结构 / 623
- B. 最优化问题的解 / 625
- C. 解的存在性 / 634
- D. 局部最优化和全局最优化 / 635
- E. 解的唯一性 / 637
- F. 内部最优解和边界最优解 / 639
- G. 最优解的确定:拉格朗日方法 / 640
- H. 凹性规划和库恩—塔克条件 / 646
- I. 二阶条件和比较静态 / 655
- J. 包络定理 / 666
- K. 不动点和布劳威尔定理 / 667
- L. 贝叶斯定理 / 668

参考文献 / 670

微观经济学的实质和范围

A. 概念和方法

微观经济学是一组模型,其构建的目的在于帮助我们理解稀缺资源被配置于不同用途的过程,同时彰显价格和市场在这一过程中的作用。从最纯粹的层面讲,微观经济学是关于资源配置过程的哲学探讨。然而,随着理解而来的是预测和控制的能力,对微观经济学来说也是如此。经济学家创造并发展的概念和模型,加上必要的实证数据,就为政府试图影响资源配置的政策提供了分析的基础。通过“运筹学”、“管理科学”和“企业经济学”的发展,微观经济学的观念也被用来帮助企业进行决策。

对微观经济学进行介绍性综述的一个比较好的方式是罗列出它的基本要素。

商品和服务

这些是经济活动的中心目标,因为“经济活动”包含了商品的生产和交换。我们用下列三种特征中的一种或多种来区分商品:商品的属性,这决定了它们如何满足消费者和生产者的需求;商品出现的地点;商品出现的日期。例如,煤和原油各有不同的属性,理发师和会计提供的服务也各不相同。(尽管在这两个例子中,商品的来源有共同的广义类别,比如第一个例子中的“土地”和第二个例子中的“劳动”。)同样重要的是,明天在迪拜市场上出现的原油和在西欧某家炼油厂出现的原油不是相同的商品;今天在伦敦的煤和明年这个时候在伦敦的煤也不是一样的商品。这些商品间差异的本质是它们无法在生产和消费中被当作完全的替代品:一个商人去会计那里咨询税务问题,如果得到的是理发服务,那他是不开心的。

商品并不一定是实物或劳动服务。例如,第十九章和第二十一章讨论的就是保险市场和金融资本。购买上市公司股票的股东将能因此得到公司今后的一系列分红。而购买汽车保险的人则从保险公司买到了承诺,即今后若遇到车祸,将能得到保险赔付。正如保险的例子说明的,我们在第十九章中也会看到,这类商品的定义要求那些定义商品的特性能够进一步延伸,从而包括商品交付时的“环境状况”。在本书的前半部分,我们所讨论的市场是没有不确定性的,而商品的特征中包含它的属性、地点和日期就已经足够了。

在微观经济学的大部分内容里,我们通常假设商品可能有的属性组合是有限的;可能出现的地点也是有限的——我们认为地理空间不是连续的,而是被分成很小的地区;可能出现的时间也是有限的,我们认为日历的日期不是连续的,而是被分成离散的时间段落;时间也不是延续到永远,而是到一个确定的、虽然可能是比较遥远的未来。这些假设是为了保证商品的数量是有限的。如果不是这样,我们也可以假设有一系列连续的商品:给定一个商品,我们总能定义另一个商品,不管那个商品在属性、地点或时间方面和第一个商品多么接近。而且这些商品序列不一定是要有界的——我们可以想象不同的商品是一些在一个无限的空间上的点,因为我们总能定义有商品出现在更晚的时间。因为有限商品的假设并不严重违背现实,而且能够大大简化分析,所以我们一般都采用这个假设。

价 格

和商品相关联的是价格。价格可以用下列两种方法之一来表达。第一,我们可以选取一种商品作为经济中的计价单位。例如,我们选黄金。那么,一种商品的价格就是换取一个单位的这种商品需要多少单位的黄金,而黄金的价格就是1。一般来讲,我们可以自由地选取任何商品作为计价单位,所以一种商品的价格可以表现为换取一个单位的这种商品所需的若干单位的某种劳动服务,或是若干瓶某种啤酒,或是若干件阿玛尼牌西服。但是现实中,不同商品被用作市场交换媒介的适合度都不尽相同。那些不易分割、体积过于笨重、容易变质的商品一般不适合作为支付的手段。这里要注意的是,一种计价单位并不是用来代表交换媒介或“钱”的。我们只是把它用来作为计价单位,或是经济中价格的度量单位,并不代表任何交易发生的机制。选定计价单位以后,价格就成了商品的兑换率——它们代表计价单位换取其他商品的兑换率。它们可以被度量(计价单位数量/商品数量)。所以它们不独立于被衡量商品的数量。比如说,我们把被衡量的商品数量翻一番而保持计价单位不变,那么我们也必须把价格翻一番。

第二种表现价格的办法不涉及计价单位。我们假设有一种不代表任何商品的计量单位,而只是用来记账的抽象单位。如果一个单位的商品被售出,那么收益项上就记录下若干个抽象单位。而当一种商品被购入时,支出项上会记录下同样多的抽象单位。商品的价格就是售出或购入一个单位的这种商品时记录在收益项或支出项中的抽象单位的数量。我们发现给这样的计量单位取一个名字会很有用,于是我们就把它称为英镑或是美元什么的。如果不同的账户使用了不同的计量单位,那么它们之间必须先建立起一定的汇率,才能在不同的账户间进行转账。很明显,与这个计量单位(比如英镑)相对应的并没有一种实际的商品。一张面值为 x 英镑的支票实际上是一个在收益项和支出项之间划账的指令,它要求把 x 英镑从支出账划到收益账上。纸币和硬币并没有内在价值(除非它们不再被用作流通媒介而成为钱币收集者的商品,这样它们才得以获得内在的价值),而只是流通的货币记号,代表账户中的单位数量,形成了某人账户中相对较小的一部分收益。

用账户中的单位来表示价格的定义看上去很抽象,却是经常表示价格的方法。现代银行系统的发展又促进了这种方法的使用。用账户中的数量来表示价格和用

商品交换率来表示价格之间存在一种直接的联系。假设用英镑 £ 来表示价格: $P_1, P_2, \dots, P_n$ 。取其中的任意一个价格, 比如第 n 个价格, 然后获得 n 个比率:

$$r_1 = P_1/P_n; r_2 = P_2/P_n; \dots; r_n = P_n/P_n = 1 \quad [\text{A. 1}]$$

我们可以把每一个 $r_j, j=1, 2, \dots, n$ 当作换取一个单位 j 商品所需要的 n 商品的数量, 即把 n 作为基价单位的商品兑换率。每一个 r_j 的单位将是 (n 商品的单位数/ j 商品的单位数):

$$\begin{aligned} P_j/P_n &= (\text{£}/j \text{ 商品的数量} \div \text{£}/n \text{ 商品的数量}) \\ &= (n \text{ 商品的单位数}/j \text{ 商品的单位数}), j=1, 2, \dots, n \end{aligned} \quad [\text{A. 2}]$$

因此, r_j 就是如果我们卖掉一个单位的 j 商品所获得的收益能够买到的 n 商品的数量(账户中单位数量为 P_j)。

市 场

通常意义上的市场是一个买卖某种商品的特定地方。例如, 奶牛市场, 或是水果和蔬菜市场。经济学中的市场概念比这个要更加一般化: 只要有两个人或两个以上的人愿意进行交换, 不管在什么时间或是什么地方, 市场就存在。因此, 如果两个偷猎者于黑夜中在森林里碰到, 一个拿着捕获的三文鱼, 一个拿着一袋野鸡, 他们决定商量如何用三文鱼换野鸡, 这时我们可以说一个市场形成了。市场这个词代表了交换。微观经济学的核心问题是分析市场如何运作, 因为我们把资源配置的过程看作是市场运作的过程, 资源的配置是通过市场的作用来实现的。

分清期货市场和现货市场很重要。在现货市场里, 一旦协议被商定, 货品的交付是必须在现期完成的。而在期货市场里, 货品的交付则要等到将来的某一时期再完成。(有些市场上现货和期货交易同时都有, 比如房屋租赁市场, 在那里可以出售现房或未来许多年后的期房。)我们可以想象, 在一个经济体内, 在任何一个给定的时点上都存在着一个包含各种商品的市场, 这就意味着存在一个拥有现货市场和期货市场的完整体系。在这样一个经济体内, 所签订的合同可以包含所有的现货交易和期货交易, 那样所有的市场活动可以在第一期以后就完全中止: 余下的所有时间可以被用来履行已经签订的合同。真实的经济并不包含这样一个完整的体系。在任何一个时期内都有用来进行现货交易的市场, 也有进行期货交易的市场, 只是期货交易市场相对比较少。所以在任何一个时期内, 所有的商品中只有一小部分可以被用来交换。市场体系是延续的, 每一个时期都有一个, 而交换活动也因此而持续进行。

这段经济学的描述引出了很多有趣的问题。在一个时期内, 对未来市场产出的预期如何影响现阶段的市场产出? 商品的现货价格与期货价格(例如, 现在的原油价格和明年这个时候的原油价格)之间有关系吗? 如果有的话, 又是怎样的关系? 两个时期的收入(这里指的是商品销售的收益, 当然也包括劳动服务的收益)可以相互替换吗? 如果可以的话, 如何替换? 未来的不可预知性会给这种替换带来怎样的作用?

在一个时间序列框架中,关于市场体系对经济总体影响的分析是复杂的,并且是不完整的。我们可以分三步进行这种分析。首先,我们分析一个“单期经济”,这是一个单独时期内的经济。其次,我们将分析拓展到“跨期经济”,考虑一个有多个时期跨度的经济,并且假设未来时期的所有相关信息现在都是可知的。最后,我们放宽假设,使未来时期市场的信息不完整、情况不确定。这种情况下的经济学分析尚不完整。只要我们假设确定性,有关跨期经济的分析就可以套用单期经济或者是那种在任何时间节点都有完整的期货和现货市场的经济的分析结果(参见第十一章)。在接下来的分析中,我们通常合并第一步和第二步,分析一个单期或者跨期的经济。事实上,如果有一些足够强的假设前提,我们就可能对带有不确定因素的经济进行分析(参见第二十一章)。然而,我们在本书中的分析将一次只进行一步。

经济代理人

微观经济学分析的基本单位是个体的经济代理人或者是决策者(所以称为微观经济学)。这些代理人通常被区分为消费者或者厂商。一个消费者可能一开始拥有一部分商品,即他的“原始禀赋”(被当作是他的部分财产),他必须选择消费一定数量的各种商品(当然数量可能是零)。这个数量,连同他的原始禀赋,将决定他在相关市场上愿意买卖的各种商品的数量。另外一种不太一般的描述方法是忽略消费者卖出方面的活动,假设他的原始禀赋以收入形式出现,用计量单位或是货币单位表现出来。我们接下来只要分析他的消费(等同于购买)决定,假设他不拥有任何他想消费的商品。这个对消费者行为比较苛刻的限制是发展某种分析工具的有效途径。但这也是有条件的,如果我们还要描述商品的供给,比如劳动服务,此假设就不成立。

厂商也被认为是独立的决策者,把生产要素通过生产技术转换成各种商品。而这些生产要素本身也是商品。厂商可能拥有一部分生产要素作为原始禀赋,同时在相关的市场上购买其他的生产要素。但是,在某些情况下,一些重要的要素可能不是商品,比如在生产葡萄酒时需要的阳光。消费者和厂商之间的区别在于他们的经济活动:消费者为了消费而购买或出售商品;厂商则为了出售而购买要素进行生产。

在现实中,与这些理论概述相对应的实际情况却复杂得多。“消费者群体”一般是由两人或多人组成的“家庭”;那些购买和出售的决定也通常由集体做出。如果“家庭”在做决策时能够比较好地遵循理性和一致性的原则,那么从我们的理论而言就足以把它当作一个单独的抽象的决策者——“消费者”。但是也有些时候,把家庭当作一个单独的决策者是不恰当的。在第四章里,我们将延伸消费者理论,使之能够包含多人家庭中有两个或更多的决策者。

对厂商而言,与理论上的个体相对应的实证情况就更加不支持厂商是一个个体了。尽管许多所有者控制的或者创业型的厂商存在,但是现实中的经济活动主要还是由那些组织机构和决策过程复杂的大型企业主导的。我们可以使用先前的论点:忽略厂商的组织机构是一种分析一般的资源分配问题而采用的简化手段。

如果厂商行为的证据说明我们对厂商在这一过程中的决策的解释和预期是不错的话,那么我们先前的论点就还可以自圆其说。但是,有很多的反对意见和一些证据显示,企业组织的某些方面的确使得它们的行为和厂商作为一个独立决策者的预测不同。在第七章和第二十章中,我们将讨论现代企业中的组织结构问题。

把经济代理人区分为消费者和厂商,反映了生产活动和消费活动的基本概念区别。我们也可以把各种经济代理人做一个不太严格的区分。举例来说,比如控制一个企业的决策者是一个人,我们称之为企业家,那么他就一定既是一个消费者又是一个生产者。因此,我们可以构建一种理论:生产者既做消费决策又做生产决策。在这样的经济中,一部分消费者拥有生产可能性,他们有知识,有技术,有作为初始禀赋的商品,因此他们既可以生产又可以交换。这样的经济用我们在区分清楚消费者和生产者的经济框架内发展出来的工具就比较容易分析了。的确,如果我们假设作为生产要素的“管理服务”能够在市场上出售和购买,那么这两种经济实际上就没有什么本质的区别了。

另外一种把消费者和生产者的区别模糊起来的做法,就是把消费者当作一类生产者。一种把消费者当作生产者的模型就是把他视作在市场上购买商品和服务,然后结合自己的时间和精力,生产出某种消费服务,这也就是消费的真正目的。举例来说,从A地到B地的火车旅行需要到市场上去购买交通服务,和旅行者的时间投入加在一起,就可以生产出从A地到B地的旅行这种消费品了。从厂商生产中提炼出来的分析方法可以用来分析消费者在市场上选择购买作为生产消费服务的要素的商品。这些模型有着很广泛的应用,它们能够帮助我们理解为什么当真实收入增加时,消费者倾向于用节约时间和劳动的商品去代替其他商品。每当我们分析时间是一种稀缺的资源时,这些模型就非常有帮助。

理 性

不管在微观经济学模型中如何区分消费者和生产者,两个核心问题依然存在:第一个是以个人决策者作为分析的基本单位;第二个就是理性决策者的假设。理性的概念应用非常广泛,所以它的意思必须表达清楚。在理性的决策过程中:

- (a) 决策者罗列出所有可行性选择,排除掉任何不可行的选择;
- (b) 他将所有现成的或者是值得收集的信息都考虑到决策过程中去,用来判断每个选择的后果;
- (c) 参照这些后果,他根据自己的偏好将各种选择排序,这种排序满足了完整性和统一性的某些特定假设(将在第二章中讨论);
- (d) 他在这个序列中选择排位最高的项,比如他会选择将产生最好结果的那个决策。

这些“理性的要求”看上去和日常生活中的理性意义是一致的。在这个意义上,人们有可能非理性:比如在决策过程中,他们可能忽视已知的可行的选择,他们可能会接受不可行的选择的影响,他们可能会忽视或者不愿意收集由他们的决策后果所带来的信息,他们可能会在选择的序列中自相矛盾,他们甚至可能选择他们已经说过其后果不如其他好的那些决策。也就是说,理性的假设是一种需要印证

的假说,而不是简单的同义反复,对特定的决策者来说可能是错的。

但是,要得出一个决策者的行为是非理性的结果,却并不容易。这里最主要的原则是上述的(b),与信息的使用和获得有关。收集信息和做出决策本身需要资源,因此产生了成本。与决策可能相关的信息都不是现成的或不费成本就能获得的。我们经常能够看到一些理性行为是符合上面(a)~(d)的原则的,却被误认为是非理性的行为。比如说,一个消费者可能会习惯性地同一家超市里购物,而不是在不同的超市中选择更实惠的价格。这看上去好像违背了上述原则(a),但是也可以解释成习惯本身就是对时间和精力最经济的安排,消费者对于在其他超市里得到更好价格的期望,可能抵不上他因此而产生的成本和麻烦。

这种解释的危险在这个例子中就非常明显:只要有一点灵活性,几乎所有的行为都可以被认为是理性的。这是我们必须避免的一种危险,如果要使理性的概念不变成空洞的同义反复,我们必须接受这样的事实,即人们有时候会非理性。直接通过观察,或者询问个人做决策的过程是很难验证理性假设的。一个更好的办法是验证决策的预测结果,尤其是这种预测如何随着决策者周围可观察到的环境变化而变化。

总结一下本章到目前为止的内容,即微观经济学的基本要素是:理性的个体决策者、商品、市场和价格。

分析方法

微观经济学理论的核心是经过了一系列系统性的发展的。我们首先分析个人决策者的模型,如一个“典型的”或具有代表性的消费者和一个“典型的”或具有代表性的公司。理性假设意味着这些模型采用了最优化问题的形式:假设决策者要在他所面临的可行集中选择最优决策。通过分析和解决这些最优化问题,我们能够把某些特点和性质归因于该决策接收者的选择。另外,通过检验最优选择随着决策问题基本参数(尤其是价格)的变化而变化的机制,我们能够描绘出行为关系,比如需求和供给曲线。

这些个人决策模型的主要目的是让我们对这些行为关系加以限制,或者至少阐明在哪些假设之下可以做出一些特殊的限制(如需求曲线有负斜率)。

理论发展的下一步就是在几组经济代理人的基础上综合个人行为关系——通常是一个市场中的买方集合和卖方集合。这些综合关系形成了对单一孤立的市场系统和相互关联的市场系统的运行分析基础。从最普遍的角度来讲,我们把市场系统看作一个经济整体,并且分析在这个系统中同时发生的交互作用是如何决定资源分配的。

分析采用均衡方法。一个系统的均衡可以定义为这样一种情况,所有决定该系统状态的外力都处于一种平衡的状态,所以系统中的变量再也没有继续变动的趋势。(严格地说,这是静态均衡分析的方法。在动态分析中,我们能够使变量和参数随着时间而变化,然后找到均衡的时间路径。)一个经济代理的均衡系统,可以是一个单一的市场,也可以是一个经济整体,其存在必须是当以下两个条件同时满足的时候: