



圣才[®]考研网
www.100exam.com

【圣才考研】——考研考博专业课辅导中国第一品牌

考研专业课辅导系列

微观经济学

考研强化班内部讲义（精华版）

——要点精编、考题透析及名师点评

【赠高清视频光盘】

主编：圣才考研网
www.100exam.com

- 六年磨练，几经易稿，内部讲义首次公开面世
- 博览众书，字字珠玑，权威打造考研辅导精品
- 近万名考生受益，被誉为经济学考研辅导圣经

赠

140元大礼包+高清视频光盘

大礼包：100元网授班 + 20元真题模考 + 20元圣才学习卡

登录：圣才考研网首页的【购书大礼包专区】，刮开本书所贴防伪标的密码享受购书大礼包增值服务。

推荐：经济学考研辅导班【一对一辅导、网授班、视频光盘等】。

- 重点院校巡礼及真题比较分析
- 名校考研真题名师精讲及点评



中国石化出版社

HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM

教·育·出·版·中·心

圣才学习网
www.100xuexi.com

网授班面授班 真题模考试题
购书享受大礼包增值服务

密码 fwm1 wn1e PpSd



考研专业课辅导系列

要 点 精 编

微观经济学考研强化班内部讲义(精华版) ——要点精编、考题透析及名师点评

【赠高清视频光盘】

主编：圣才考研网

www.100exam.com



太原工业学院图书馆



* B 0 6 3 2 3 5 6 *

中国石化出版社

内 容 提 要

本书是圣才考研培训名师结合六年来对经济学考研的潜心研究编写而成的经济学考研强化班内部精华版讲义。根据经济学考研要求,本辅导讲义共分8讲,涵盖了消费者理论、企业行为、市场结构与博弈论和一般均衡论等考试要求掌握的内容。一方面,本辅导讲义将经济学要点进行归纳总结,以帮助学员明确考点、抓住重点、掌握难点;另一方面,穿插介绍相关名校考研真题并予以详尽的分析和解答,帮助学员更好地理解 and 掌握相关知识点、理清解题思路和提高解题能力。另外,“名师点评”部分介绍了考研真题出处、解题应注意的问题以及复习方法等,起到了画龙点睛的作用。

圣才考研网(www.100exam.com)提供经济类国内外经典教材名师讲堂、全国各高校经济类专业考研考博辅导班【保过班、一对一辅导、网授班、题库、光盘、图书(含网络学习版)等】(详情参见本书书前彩页)。随书赠送经济学考研高清视频光盘【名校考研真题名师精讲及点评(含导学班)】,并享受大礼包增值服务【100元网授班+20元真题模考+20元圣才学习卡】。本书特别适用于报考经济学相关专业研究生的学员强化阶段复习备考,也可供各大院校学习微观经济学的师生参考。

图书在版编目(CIP)数据

微观经济学考研强化班内部讲义:要点精编、考题
透析及名师点评:精华版/圣才考研网主编. —北京:
中国石化出版社,2012.6

(考研专业课辅导系列)

ISBN 978-7-5114-1591-2

I. ①微… II. ①圣… III. ①微观经济学—研究生—
入学考试—自学参考资料 IV. ①F016

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第108439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:北京市东城区安定门外大街58号

邮编:100011 电话:(010)84271850

读者服务部电话:(010)84289974

http://www.sinopec-press.com

E-mail:press@sinopec.com

北京旺鹏印刷有限公司印刷

全国各地新华书店经销

*

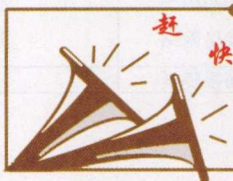
787×1092毫米16开本10印张4彩插234千字

2012年6月第1版 2012年6月第1次印刷

定价:26.00元

圣才考研网是圣才学习网旗下的考研考博专业网站，是一家提供全国所有院校考研考博辅导班（保过班、面授班、网授班等）、考研题库（在线考试）、全套资料（历年真题及答案、笔记讲义等）、高清视频光盘、图书（含网络学习版）等全方位教育服务的大型考研平台。

经济学考研专业课暑假特训营



【北京7月~9月】

- 小班授课模式，以专题精讲的方式，详尽讲述要点和答题技巧
- 网授精讲班与面授强化班完美结合，打造专业课辅导第一品牌

【考研专业课辅导体系】——经济类示例

院校	考研辅导体系	内容	招生简章	备注
北京大学 经济学院 中国人民大学 经济学院 	1. 特别保录班 /保录班	政数英全套+专业课全套（含以下所有辅导班）。 每科均提供个性化辅导方案，实行一对一辅导。	参见圣才考研网 相关院校网站	①配专职班主任，全程管理。 ②签约保过，不过免费重修或退 1/3学费。
	2. 保过班（面 授/网授）	一对一辅导（面授/网授）+网授精讲班【教材 精讲+考研真题串讲】+真题解析班（网授）+ 题库（在线考试）+全套资料+全程答疑	参见网站	①配专职班主任，全程管理。 ②签约保过，不过免费重修或退 1/3学费。
	3. 一对一辅导 （面授/网授）	制定个性化辅导方案+串讲教材、解析考研真 题+题库（在线考试）+全套资料	参见网站	主要针对基础比较薄弱的学员。
	4. 网授精讲班 【教材精讲+考 研真题串讲】	精讲参考教材章节内容，穿插经典考研真题， 分析各章考点、重点和难点。	参见网站	高清视频讲解，影院效果； 配专职班主任，全程管理。
	5. 真题解析班 （网授）	包括：①历年考研真题综合分析（导学班）【总结 命题规律，比较历年真题】+②精选讲解2~4套 近年考研真题【解析每道真题，详解难点重点】。	参见网站	高清视频讲解，影院效果； 配专职班主任，全程管理。
	6. 面授冲刺班/ 远程面授班	精讲参考教材和历年真题，勾画串讲考点、重 难点。	参见网站	小班面授或者远程面授（二者同 步）。
	7. 面授冲刺班 视频/远程面 授班视频 （网上学习）	精讲参考教材和历年真题，勾画串讲考点、重 难点。	参见网站	可上网多次学习。
	8. 题库（在线 考试）	历年考研真题测试+参考教材章节练习+全真 冲刺模拟试题（考前教师押题）	参见网站	在系统开放之日起累计时间进行 题库魔鬼强化训练。
	9. 全套资料（考 研真题、笔记 讲义及课件等）	全国所有院校的：①历年考研真题及详解【14万套考研考博专业课历年真题（含答案）】；②本科生、 研究生课堂笔记；③本科生、研究生课堂作业；④教师授课讲义及课件；⑤期中期末考试试题；⑥指定 教材（参考教材）配套资料（课后习题答案、模拟试题等）。		
	10. 复试一对一 辅导	提供个性化辅导方案，通过面授或者网授（远程面授）对复试内容进行一对一辅导。		
	11. 复试保过班	复试专业课一对一辅导+多对一辅导（包括口语、礼仪等）+复试全套资料。配专职班主任，负责学员 全方位全程管理。		

注：全国所有院校的专业课辅导，详情参见【圣才考研招生简章】或者登录【圣才考研网（www.100exam.com）】。

圣才教育高清视频课程——中国第一家真正高清视频课程

1. 微观经济学

课程名称	班型	课时	上课时间	价格
1. 高鸿业《西方经济学（微观部分）》 名师讲堂	网授精讲班【教材精讲+ 考研真题串讲】	30	随报随学	500元
	一对一辅导（面授/网授）	18	随报随学	3000元
	面授班/远程面授班	22	参见网站	1200元
	面授班视频/远程面授班 视频（网上学习）	30	参见网站	500元
	题库（在线考试）	60	随报随学	180元
2. 曼昆《经济学原理》（微观分册） 3. 平狄克《微观经济学》 4. 范里安《微观经济学：现代观点》 5. 范里安《微观经济学（高级教程）》 6. 萨缪尔森《微观经济学》 7. 斯蒂格利茨《经济学》（微观部分） 8. 帕金《微观经济学》 9. 尼科尔森《微观经济理论》 10. 平新乔《微观经济学十八讲》 11. 黎诣远《微观经济学》 12. 尹伯成《微观经济学简明教程》 13. 宋承宪《现代西方经济学（微观）》				

详情参见网站

2. 宏观经济学

课程名称	班型	课时	上课时间	价格
1. 高鸿业《西方经济学（宏观部分）》 名师讲堂	网授精讲班【教材精讲+ 考研真题串讲】	30	随报随学	500元
	一对一辅导（面授/网授）	18	随报随学	3000元
	面授班/远程面授班	22	参见网站	1200元
	面授班视频/远程面授班 视频（网上学习）	30	参见网站	500元
	题库（在线考试）	60	随报随学	180元
2. 曼昆《经济学原理》（宏观分册） 3. 曼昆《宏观经济学》 4. 多恩布什《宏观经济学》 5. 罗默《高级宏观经济学》 6. 萨缪尔森《宏观经济学》 7. 斯蒂格利茨《经济学》（宏观部分） 8. 帕金《宏观经济学》 9. 布兰查德《宏观经济学》 10. 萨克斯《全球视角的宏观经济学》 11. 巴罗《宏观经济学》 12. 巴罗《宏观经济学：现代观点》 13. 黎诣远《宏观经济学》 14. 尹伯成《宏观经济学简明教程》 15. 宋承宪《现代西方经济学（宏观）》				

详情参见网站

3. 政治经济学

课程名称	班型	课时	上课时间	价格
1. 逢锦聚《政治经济学》 名师讲堂	网授精讲班【教材精讲+ 考研真题串讲】	24	随报随学	500元
	一对一辅导（面授/网授）	18	随报随学	2400元
	面授班/远程面授班	22	参见网站	1200元
	面授班视频/远程面授班 视频（网上学习）	24	参见网站	500元
	题库（在线考试）	60	随报随学	180元
2. 吴树青《政治经济学（资本主义部分）》 3. 吴树青《政治经济学（社会主义部分）》 4. 宋涛《政治经济学教程》 5. 程恩富《政治经济学》 6. 蒋学模《政治经济学教材》				

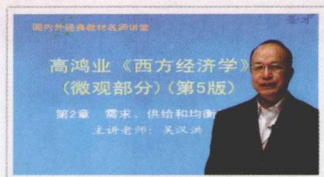
详情参见网站

中国第一家真正高清视频课程

火爆销售

——全球经济学经典教材名师讲堂【高清视频光盘】

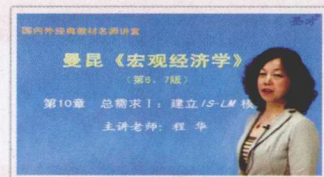
圣才学习网 (www.100xuexi.com)



中国人民大学吴汉洪教授



北京大学王志伟教授



中国人民大学程华教授

中国第一套经济学经典教材名师讲堂高清视频光盘系列:



微观经济学

1. 高鸿业《西方经济学（微观部分）》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
2. 曼昆《经济学原理》（微观分册）【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
3. 平狄克《微观经济学》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
4. 范里安《微观经济学：现代观点》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
5. 范里安《微观经济学（高级教程）》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
6. 萨缪尔森《微观经济学》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
7. 斯蒂格利茨《经济学》（微观部分）【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
8. 帕金《微观经济学》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘

宏观经济学

1. 高鸿业《西方经济学（宏观部分）》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
2. 曼昆《经济学原理》（宏观分册）【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
3. 曼昆《宏观经济学》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
4. 多恩布什《宏观经济学》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
5. 罗默《高级宏观经济学》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
6. 萨缪尔森《宏观经济学》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
7. 斯蒂格利茨《经济学》（宏观部分）【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
8. 帕金《宏观经济学》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘

政治经济学

1. 逢锦聚《政治经济学》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘
2. 宋涛《政治经济学教程》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘

国际经济学

1. 克鲁格曼《国际经济学》【教材精讲+考研真题串讲】高清视频光盘

更多经济学经典教材名师讲堂【高清视频光盘】参见圣才学习网 (www.100xuexi.com)。

产品内容:

1. 经典教材精讲（高清视频）
2. 考研真题解析（高清视频）
3. 一本手册（视频课程讲义）

产品特色:

1. 结合真题精讲教材
2. 板书授课如临其境
3. 高清影院学习平台

全国热线: 4006-123-191 (24小时), 18001260132 (24小时), 咨询QQ: 474400084 (早8~晚24点)

· 购买圣才学习网或圣才考研网主编的图书，登录相关网站，刮开所购图书封面防伪标的密码，即可享受大礼包增值服务：

- ① 价值100元的网授班。可冲抵价值100元的相关考试、经典教材名师讲堂学费。
- ② 价值20元的真题模考。可免费参加或者下载价值20元的历年真题、模拟试题（在线考试）。
- ③ 价值20元的圣才学习卡。您的账户可以获得20元充值，可在圣才学习网旗下所有网站进行消费。

经济类图书目录

一、考研考博专业课辅导系列

① 考研

1. 西方经济学（微观部分）考研真题与典型题详解（第9版）
2. 西方经济学（宏观部分）考研真题与典型题详解（第9版）
3. 政治经济学考研真题与典型题详解（第8版）
4. 微观经济学考研强化班内部讲义（精华版）——要点精编、考题透析及名师点评【赠高清视频光盘】
5. 宏观经济学考研强化班内部讲义（精华版）——要点精编、考题透析及名师点评【赠高清视频光盘】
6. 北京大学光华管理学院考研手册（含历年真题详解）
7. 清华大学经济管理学院考研手册（含历年真题详解）
8. 中国人民大学802经济学综合考研手册（含历年真题详解）

② 考博

1. 考博专业课真题与难题详解—微观经济学（第3版）
2. 考博专业课真题与难题详解—宏观经济学（第3版）

二、经济类经典教材辅导大系列

① 微观经济学

1. 高鸿业《西方经济学（微观部分）》（第5版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
2. 高鸿业《西方经济学（微观部分）》名校考研真题详解（第2版）
3. 曼昆《经济学原理（微观经济学分册）》（第5版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
4. 平狄克《微观经济学》（第7版）笔记和课后习题详解
5. 平狄克《微观经济学》名校考研真题详解
6. 范里安《微观经济学：现代观点》（第7、8版）笔记和课后习题详解
7. 范里安《微观经济学：现代观点》名校考研真题详解（第2版）
8. 萨缪尔森《微观经济学》（第19版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
9. 斯蒂格利茨《经济学（微观部分）》（第4版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
10. 尹伯成《微观经济学简明教程》笔记和课后习题（含考研真题）详解
11. 范里安《微观经济学（高级教程）》（第3版）课后习题和强化习题详解
12. 范里安《微观经济学（高级教程）》名校考博真题详解
13. 帕金《微观经济学》（第8版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
14. 平新乔《微观经济学十八讲》课后习题和强化习题详解（第2版）

15. 尼科尔森《微观经济理论—基本原理与扩展》（第9版）笔记和课后习题详解

16. 宋承先《现代西方经济学—微观经济学》（第3版）笔记和课后习题（含考研真题）详解

② 宏观经济学

1. 高鸿业《西方经济学（宏观部分）》（第5版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
2. 高鸿业《西方经济学（宏观部分）》名校考研真题详解（第2版）
3. 曼昆《经济学原理（宏观经济学分册）》（第5版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
4. 曼昆《宏观经济学》（第6、7版）笔记和课后习题详解
5. 曼昆《宏观经济学》名校考研真题详解
6. 多恩布什《宏观经济学》（第10版）笔记和课后习题详解
7. 多恩布什《宏观经济学》名校考研真题详解
8. 萨缪尔森《宏观经济学》（第19版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
9. 斯蒂格利茨《经济学（宏观部分）》（第4版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
10. 尹伯成《宏观经济学简明教程》笔记和课后习题（含考研真题）详解
11. 罗默《高级宏观经济学》（第3版）课后习题详解
12. 罗默《高级宏观经济学》名校考博真题详解
13. 帕金《宏观经济学》（第8版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
14. 布兰查德《宏观经济学》（第4版）笔记和课后习题详解
15. 萨克斯《全球视角的宏观经济学》笔记和课后习题详解
16. 巴罗《宏观经济学》（第5版）笔记和课后习题详解
17. 巴罗《宏观经济学：现代观点》笔记和课后习题（含考研真题）详解
18. 宋承先《现代西方经济学—宏观经济学》（第3版）笔记和课后习题（含考研真题）详解

③ 政治经济学

1. 逢锦聚《政治经济学》（第4版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
2. 逢锦聚《政治经济学》名校考研真题详解
3. 吴树青《政治经济学（资本主义部分）》笔记和考研真题详解
4. 吴树青《政治经济学（社会主义部分）》笔记和考研真题详解
5. 宋涛《政治经济学教程》（第9版）笔记和课后习题详解
6. 程恩富《政治经济学》（第3版）笔记和课后习题（含考研真题）详解
7. 蒋学模《政治经济学教材》（第13版）笔记和课后习题（含考研真题）详解

· 购书购盘热线：010-62573996（北京圣才书店），QQ：742045041

· 圣才学习网图书总目录，登录圣才图书网（book.100xuexi.com）

《考研专业课辅导系列》

编 委 会

主编：圣才考研网(www.100exam.com)

编委：郑 炳 白 洁 倪彦辉 邸亚辉 李昌付
肖 萌 潘丽繁 段瑞权 娄旭海 段辛云
张 帆 黄前海 段承先

序 言

本书是专为报考经济学相关专业研究生的学员复习备考微观经济学而编写的一本辅导讲义，由圣才考研培训名师结合六年来对经济学考研的潜心研究编写而成。自开办经济学考研辅导班起，圣才考研内部授课讲义帮助近千名学员成功地考上了北大、清华、人大等名校经济类专业，受到很多学员的追捧，被誉为经济学考研辅导圣经，也被一些社会辅导机构作为考研辅导首选教材。为帮助更多的学员在缺少老师指导的情况下复习备考，特将6年来的内部辅导讲义整理成书，予以出版发行。

作为一本适合于报考经济学相关专业研究生的学员强化阶段复习备考的辅导讲义，本辅导讲义具有如下特点：

1. 要点归纳，直击考点。本辅导讲义根据经济学考研命题规律，结合微观经济学相关知识要点，在参考众多的经济学教材和习题集的基础上，将经济学要点进行归纳总结，便于学员强化阶段复习备考。

2. 穿插真题，透析考题。为了强化对知识要点的掌握，本辅导讲义所选考研真题(绝大部分为最近三年的真题)针对性和应用性强，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进行详细阐释。学员通过研习考研真题，领悟出题规律，这一点对于应试取得高分是十分关键的。

3. 名师点评，精辟透彻。本辅导讲义特意添加了“名师点评”部分，指出相关考研真题的出处、解题时应注意的问题以及介绍复习方法，为学员强化阶段的复习备考保驾护航，做到有的放矢。

本辅导讲义在编写过程中参考了大量的微观经济学教材和习题集，包括：高鸿业《西方经济学(微观部分)》、平狄克《微观经济学》、范里安《微观经济学：现代观点》、平新乔《微观经济学十八讲》、尼科尔森《微观经济理论—基本原理与扩展》、张元鹏《微观经济学》、黄亚钧《微观经济学》和钟根源《中级微观经济学学习指南》等，在此向这些教材的作者和译者表示衷心的感谢。

还要感谢历年参加圣才考研网经济学考研辅导班(面授/网授)的上万名学员，他们是本辅导讲义的受益者，通过辅导成功的考上了理想院校，实现了自己的理想；他们也是本辅导讲义的参与者，多次对授课讲义框架、内容等提出了很多宝贵的建议，使得本辅导讲义不断完善。可以说，本辅导讲义事实上凝聚了大家共同努力的心血，在此一并致谢！

随书赠送高清视频光盘“经济学考研名校考研真题名师精讲及点评(含导学班)【高清视频】”，光盘内容包括两大部分：第一部分为经济学专业考研(导学班)：①经济学考研概述；②经济学(含政治经济学)经典教材简评；③经济学重点院校巡旅；④经济学考研真题命题规律及名校考研真题比较分析；⑤经济学考研专业课复习方法；⑥圣才考研经济学专业课辅导体系。第二部分为微观经济学强化班名校考研真题名师精讲及点评，精讲名校考研真题并予以精彩点评。

圣才考研网(www.100exam.com)是圣才学习网旗下的考研考博专业网站，提供全国所

有院校各个专业的考研考博辅导班【保过班、一对一辅导、网授班、题库、光盘、图书(含网络学习版)等】、经济类国内外经典教材名师讲堂、考研题库(在线考试)、全套资料(历年真题及答案、笔记讲义等)、考研教辅图书等。购书享受大礼包增值服务【100元网授班+20元真题模考+20元圣才学习卡】。

你想免费代理:圣才考研网的14万余份考研考博真题(含详解)、全国500余所院校专业课考研辅导课程和194种经典教材名师讲堂(课程和题库)吗?圣才考研网创业网站是中国第一家提供考研考博资源产品的教育“淘宝店”,一个完全属于自己的创业网站:自选网站名称、拥有独立后台、自己收费开课。(创业网站的详细介绍参见本书书前彩页,咨询电话:18001260136,咨询QQ:540421935)

考研考博辅导: www.100exam.com (圣才考研网)

职称资格考试: www.100xuexi.com (圣才学习网)

圣才学习网编辑部

目 录

第一讲 需求与供给	(1)
第一节 需求、供给和均衡价格	(1)
第二节 弹性分析	(3)
第三节 政府对市场的干预	(8)
第二讲 消费者行为理论	(15)
第一节 基数效用论	(15)
第二节 序数效用论	(18)
第三节 替代效应和收入效应	(30)
第四节 消费者剩余	(35)
第五节 显示偏好与跨时期选择	(37)
第六节 不确定性与消费者行为	(41)
第三讲 生产者行为理论	(44)
第一节 生产理论	(44)
第二节 成本理论	(54)
第三节 厂商利润	(64)
第四讲 市场结构与竞争策略	(66)
第一节 完全竞争市场	(66)
第二节 完全垄断市场	(77)
第三节 垄断竞争市场	(88)
第四节 寡头市场	(91)
第五讲 博弈论及其应用	(98)
第六讲 生产要素定价理论	(107)
第一节 生产要素的需求	(107)
第二节 生产要素的供给	(115)
第七讲 一般均衡论与福利经济学	(122)
第一节 生产与交换的一般均衡	(122)
第二节 福利经济学	(133)
第八讲 市场失灵和微观经济政策	(138)
第一节 外部效应	(138)
第二节 公共物品与公共资源	(144)
第三节 不对称信息	(149)

第一讲 需求与供给

第一节 需求、供给和均衡价格

一、微观经济学的一个基本假设条件——“理性人”或者“经济人”假设

经济学家指出，所谓的“理性人”或者“经济人”的假设是对在经济社会中从事经济活动的所有人的基本特征的一个一般性的抽象和概括。这个被抽象出来的基本特征就是：每一个从事经济活动的人都是利己的，即他所采取的经济行为都是力图以自己的最小经济代价去获得自己的最大经济利益。

亚当·斯密在1776年出版的《国富论》(The Wealth of Nations)中提出“经济人”的原始含义，他写了一段被广为引用的话：

“每个人都在力图应用他的资本，来使其生产的产品能得到最大的价值。一般地说，他并不企图增进公共之福利，也不知道他所增进的公共福利为多少。他所追求的仅仅是他个人的安乐、他个人的利益。在这样做时，有一只看不见的手引导他去促进一种目标，而这种目标决不是他所追求的东西。由于他追逐他自己的利益，他经常促进了社会利益，其效果要比其他真正想促进社会利益时所得到的效果大。”

数理经济学的发展，使古典经济学中的“经济人”假设具体化为一套以最大化为原则的经济理论体系，完全理性的经济人几乎成为标准的经济分析基础。最大化原则是微观经济学中各种经济主体(消费者、厂商)在一定约束条件下最大化其目标函数，其数学表述是条件极值和无条件极值的一阶偏导等于零——经济学的优化方法之一。

二、需求的变动和需求量的变动

需求量的变动(change in the quantity demand)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运动。

需求的变动(change in demand)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。

如图1-1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)。

也就是说，对于给定的需求曲线，价格

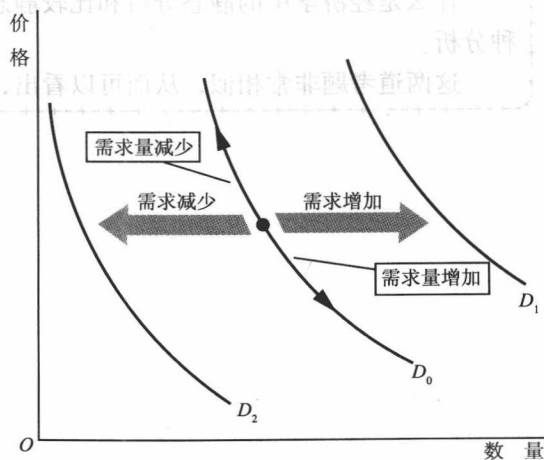


图1-1 需求量变动与需求变动

变化反映在沿着需求曲线的变动上；需求曲线的移动会引起在给定价格水平下需求量的变化。

三、静态分析、比较静态分析和动态分析

静态分析、比较静态分析和动态分析是经济学的三种分析方法。在整个经济学的分析过程中，经常用到以上三种分析方法。

【例 1.1】谈谈经济学中的静态分析、比较静态分析和动态分析。（中国社会科学院研究生院 2003 研）

答：静态分析、比较静态分析和动态分析是经济学的三种分析方法。由于经济学的目的在于寻找均衡状态，所以从研究均衡状态的角度来区别和理解静态分析、比较静态分析和动态分析这三种分析方法。

(1) 静态分析是指考察在既定的条件下某一经济事物在经济变量的相互作用下所实现的均衡状态。例如，在均衡价格决定模型中，在需求曲线和供给曲线给定的情况下，二者的交点即为均衡点，此时的价格为均衡价格，此时的数量为均衡数量，没有外力的情况下均衡点不再发生变化。这就是静态分析方法。

(2) 比较静态分析是指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。

(3) 动态分析是指在引进时间变化序列的基础上，研究不同时点上变量的相互作用在均衡状态的形成和变化过程中所起的作用，考察在时间变化过程中均衡状态的实际变化过程。例如，蛛网模型就是一个典型的动态分析。

名师点评：应该说本题的难度系数不是很大，但要答好也并不容易。之所以将此题列出来，重点是介绍答题方法。学员在作答时，一定要注意答题的条理性，从而保证主观题的作答能取得一个理想的分数。

中国人民大学 2012 年 802 经济学综合研究生入学考试中，微观经济学部分第一题为：

什么是经济学中的静态分析和比较静态分析？各举一个微观经济学的例子说明这两种分析。

这两道考题非常相似，从而可以看出，研究历年相关院校考研真题的价值所在。

第二节 弹性分析

一、弹性的概念

弹性(elasticity)原是物理学的概念,是指某一物体受外力作用而作出的反应程度。经济学家马歇尔把弹性引入经济学领域,是用来说明经济变量间某变量对另一变量变化的反应程度。在经济学中,弹性的一般公式为:

设两个经济变量之间的函数关系为 $Y=f(X)$, 则弹性的一般公式可表示为:

$$e = \frac{\frac{\Delta Y}{Y}}{\frac{\Delta X}{X}} = \frac{\Delta Y}{\Delta X} \cdot \frac{X}{Y} \text{ (弧弹性)}$$

表示:当自变量 X 变化百分之一时,因变量 Y 变化百分之几。

后面的需求价格弹性、需求收入弹性、需求交叉弹性以及供给弹性都是建立在弹性的一般含义基础之上的,描述自变量发生变化以后,对因变量的影响程度。

二、需求价格弹性

1. 需求价格弹性的含义

需求价格弹性(price elasticity of demand)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,也即表示在一定时期内当一种商品的价格变化1%时所引起的该商品的需求量变化的百分比。其公式为:

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

之所以前面加一个负号,只是一个技术上的处理,使得需求价格弹性的值为一个正数,以便于分析和比较。

2. 需求价格弹性和厂商的销售收入

需求价格弹性和厂商的销售收入之间的关系可以用数理方法予以证明。证明如下:

由于 $TR = P \cdot Q$, 所以 $\frac{dTR}{dP} = \frac{d(P \cdot Q)}{dP} = Q + P \cdot \frac{dQ}{dP} = Q \left(1 + \frac{P}{Q} \cdot \frac{dQ}{dP} \right) = Q(1 - e_d)$

当 $e_d > 1$ 时,有 $\frac{dTR}{dP} < 0$, 从而总收益 TR 与商品的价格 P 反方向变动。

当 $e_d < 1$ 时,有 $\frac{dTR}{dP} > 0$, 从而总收益 TR 与商品的价格 P 同方向变动。

当 $e_d = 1$ 时,有 $\frac{dTR}{dP} = 0$, 从而总收益 TR 与商品的价格 P 的变动无关。

商品需求价格弹性和厂商的销售收入之间的综合关系如表 1-1 所示。

表 1-1 需求的价格弹性和销售收入

	$e_d > 1$	$e_d = 1$	$e_d < 1$	$e_d = 0$	$e_d = \infty$
降价	增加	不变	减少	同比例于价格的下降而减少	既定价格下,收益可以无限增加,因此,厂商不会降价
涨价	减少	不变	增加	同比例于价格的上升而增加	收益会减少为零

3. 需求价格点弹性的几何意义

(1) 线性需求曲线的点弹性

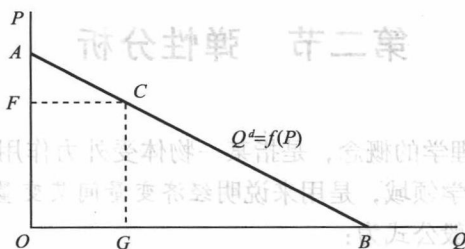


图 1-2 线性需求曲线的点弹性

从几何意义看, 根据弹性的定义, C 点的需求价格弹性可以表示为:

$$e_d = -\frac{dQ}{dP} \cdot \frac{P}{Q} = \frac{CB}{CG} \cdot \frac{CG}{OG} = \frac{CB}{OG} = \frac{CB}{AC} = \frac{FO}{AF}$$

即线性需求曲线上的任何一点的弹性, 都可以通过由该点出发向价格轴或数量轴引垂线的方法来求得。另外, 在线性需求曲线上的点的位置越高, 相应的弹性系数值就越大; 相反, 位置越低, 相应的弹性系数值就越小, 如图 1-3 所示。

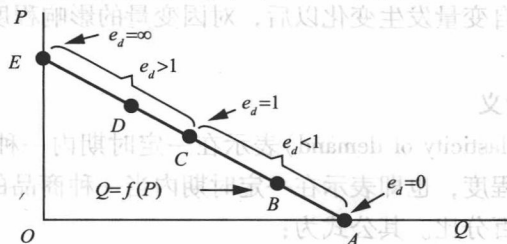


图 1-3 线性需求曲线点弹性的五种类型

(2) 需求曲线的斜率与需求价格弹性

可以看出, 需求价格弹性等于该点斜率的绝对值的倒数乘以一项 $\frac{P}{Q}$ 。之所以用需求价格弹性而不是需求曲线斜率作为反映需求量和价格变化之间关系的衡量工具, 是因为当所使用的单位发生变化时, 需求曲线的斜率就取决于所涉及的单位及其变化。需求曲线斜率与需求价格弹性的关系为:

第一, 需求价格弹性反映了需求曲线陡峭或平缓的程度。

第二, 当需求曲线所涉及的单位相同并且按同一比例绘制需求曲线时, 通过某一点的需求曲线越平坦, 需求价格弹性就越大; 通过某一点的需求曲线越陡峭, 需求价格弹性就越小。

第三, 当需求曲线为线性需求曲线时, 线性需求曲线上的所有点都具有相同的斜率。但是, 在该线性需求曲线中点的上方, 需求富有弹性; 在该线性需求曲线中点的下方, 需求缺乏弹性; 在该线性需求曲线中点, 需求具有单位弹性。

由此可见, 直接把需求曲线的斜率和需求价格弹性等同起来, 是错误的。

【例 1.2】在微观经济学中给定一般的线性需求函数 $Q = f(P)$ (Q : 需求量, P : 价格), 请用代数方法证明该函数任意两点上的需求弹性不等。(上海财经大学 2002 研)

证明: 设线性需求函数为: $P = f(Q)$, 则可得其斜率为 $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ 。假定 $A(Q_1, P_1)$ 和 $B(Q_2, P_2)$ 为该线性需求曲线上的任意两点, 则连结原点与 A 、 B 两点, 直线 OA 、 OB 的斜率分别为 $\frac{P_1}{Q_1}$ 和 $\frac{P_2}{Q_2}$ 。因为需求曲线向下倾斜, 若 $P_1 > P_2$, 则一定有 $Q_1 < Q_2$, 因此, $\frac{P_1}{Q_1} \neq \frac{P_2}{Q_2}$ 。根据公式 $e_{dA} = \frac{P_1}{Q_1} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P}$, $e_{dB} = -\frac{P_2}{Q_2} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P}$ 可得 $e_{dA} \neq e_{dB}$, 即函数 $P = f(Q)$ 上任意两点的需求函数弹性不等。

4. 影响需求价格弹性的因素

【例 1.3】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？（浙江工商大学 2002 研；辽宁大学 2003 研；武汉大学 2005 研；昆明理工大学 2010 研；中央财经大学 2011 研；山东大学 2012 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，该商品的需求的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，它的需求的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，则需求价格弹性就可能越大；反之，则越小。

名师点评：通过查看各高校考研真题，发现有些重要知识点经常被重复考到，个别考题甚至完全一样。所以，建议大家复习备考过程中一定要认真研究分析历年考研真题，其中包括其他水平相当高校的历年考研真题。

三、需求收入弹性

需求收入弹性 (income elasticity of demand) 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量变动的反应程度。也即表示在一定时期内当消费者的收入变化 1% 时所引起的商品需求量变化的百分比。计算公式为：

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

根据需求收入弹性，商品可分为奢侈品、必需品和劣等品，分类如表 1-2 所示。

表 1-2 根据需求收入弹性对商品分类

分类	特征	说明
奢侈品	$e_M > 1$	随着收入增加，消费量也增加
必需品	$0 < e_M < 1$	需求量对收入的增加不敏感
劣等品	$e_M < 0$	一旦收入增加，人们会减少或放弃消费

四、需求交叉价格弹性

需求交叉价格弹性 (cross-price elasticity of demand) 简称为需求交叉弹性，表示在一定

$$e_{xy} = \frac{\Delta Q_x / Q_x}{\Delta P_y / P_y} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \cdot \frac{P_y}{Q_x}$$

表 1-3 根据需求交叉价格弹性对商品分类

分类	特征	说明
替代品	$e_{XY} > 0$	Y 商品价格上升导致 X 商品需求量上升(猪肉与牛肉)
互补品	$e_{XY} < 0$	Y 商品价格上升导致 X 商品需求量下降(汽车与汽油)

A. X 和 Y 是替代品

B. X 和 Y 是互补品

C. X 和 Y 是劣质品

D. X 和 Y 是正常商品

【解析】在影响需求的其他因素既定的前提下，可以通过需求交叉弹性系数值来判断两商品的相关关系：需求交叉价格弹性 $e_{xy} > 0$ ，商品 x 与 y 为替代品； $e_{xy} = 0$ ，商品 x 与 y 相互独立； $e_{xy} < 0$ ，商品 x 与 y 为互补品。

个人需求价格弹性与市场需求价格弹性之间的关系可视为消费者在市场需求量的份额乘其需求价格弹性之和。数学证明如下(假设有两个消费者):

$$Q = q_A^d + q_B^d$$

$$e_d = -\frac{P}{Q} \cdot \frac{dQ}{dP}$$

【例 1.5】假设对于某商品，市场上共有 100 个消费者，该商品的 50% 为 75 个彼此相同的消费者所购买，他们每个人的需求价格弹性为 2；另外 50% 的商品为其余 25 个彼此相同的消费者所购买，他们每个人的需求价格弹性为 3，试求这 100 个消费者合起来的需求价格弹性。（东北财经大学 2009 研）

解：个人需求价格弹性与市场需求价格弹性之间的关系可视为消费者在市场需求量的份额乘其需求价格弹性之和。数学证明如下(假设有两个消费者)：

$$Q = q_A^d + q_B^d$$

$$e_d = -\frac{P}{Q} \cdot \frac{dQ}{dP} = -\frac{q_A^d}{Q} \cdot \frac{P}{q_A^d} \cdot \frac{dq_A^d}{dP} - \frac{q_B^d}{Q} \cdot \frac{P}{q_B^d} \cdot \frac{dq_B^d}{dP}$$

$$= \frac{q_A^d}{Q} \cdot e_A^d + \frac{q_B^d}{Q} \cdot e_B^d$$

本题中，可将这 100 个消费者分为两类，其中 75 个需求价格弹性相同的消费者视为一类，需求价格弹性为 2，所占市场需求份额为 50%；其中 25 个需求价格弹性相同的消费者视为一类，需求价格弹性为 3。因此，这 100 个消费者合起来的需求价格弹性为：

$$e_d = 50\% \times 2 + 50\% \times 3 = 2.5$$