



根据清华、北大、人大、南开等重点院校权威教材编写

微观经济学

WEI GUAN JING JI XUE

考研考点精要 (含考研真题精选和解析)

总策划◎跨考专业课考试研究中心

编 著◎跨考教育教研中心

名校博士+一线辅导专家联手打造

60

套名校真题 精准阐释

考点难点重点 一网打尽

用真题 讲规律 务本源 求专业



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

微观经济学考研考点精要

(含考研真题精选和解析)

编 著◎跨考教育教研中心
总 纂◎跨考专业课考试研究中心
编委会成员◎张晏志 张文平 曹先仲
薛思科 邢金武 计湘婷
鲁 伟 赵海丰 杨国蓉
康国英 王 伟

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

微观经济学考研考点精要: 含考研真题精选和解析 / 跨考教育教研中心编著.
北京: 北京理工大学出版社, 2012. 4

ISBN 978-7-5640-5782-4

I. ①微… II. ①跨… III. ①微观经济学-研究生-入学考试-题解
IV. ①F016-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 069738 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (办公室) 68944990 (批销中心) 68911084 (读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市文阁印刷厂

开 本 / 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 / 10.75

字 数 / 212 千字

版 次 / 2012 年 4 月第 1 版 2012 年 4 月第 1 次印刷

责任校对 / 陈玉梅

定 价 / 22.80 元

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 本社负责调换

前言

从 19 世纪 70 年代起,经济学被认为是能够说明市场经济运行和国家调节的重要理论、概念、政策主张和分析方法,被称为“社会科学之王”。尤其是近年以来,经济学作为社会科学中的一门“显学”,日益引起人们的关注。学习和应用经济学知识的人也成倍增加,全国各大高校都开设了经济学相关课程,每年都有大批学生报考经济学研究生,成功考取经济学硕士是大家心中共同的梦想。面对日趋激烈的考研竞争,为了帮助考生既系统全面地掌握经济学知识,又有针对性地参加经济学研究生入学考试,我们在充分调查研究和细致分析的基础上编写了本书。

我们的编写团队由北京大学、清华大学、中国人民大学等名校的经济学在读博士及在考试辅导教学一线的专家组成,不但具有扎实的经济学知识,了解经济学的发展与前沿,而且熟悉经济学考研的出题思路与动向,为考生专业分析经济学的解题思路与答题技巧,为成功考取名校经济学研究生提供支持和帮助。

本书共八章,每一章都分为名词解释、简答题、计算题、论述题等四个部分。具有如下特色:

(1)精选北京大学、清华大学、中国人民大学、复旦大学、南开大学、中央财经大学等名校最近 3 至 5 年的微观经济学考研真题,题目丰富,考点全面。

(2)各章涵盖经济学考研的经典题型,答题角度切合学校评卷标准,深入细致,精益求精。根据各大院校阅卷特点对每一个考题进行详解,力求将知识点讲透讲精,能够让读者以最快的速度对全国重点院校经济学专业的出题特点及规律有全面的了解,希望能帮助广大考生结合自身的特点选择合适的学校进行全面、系统、有针对性的探究学习。

(3)本书避免了一般参考书的题海战术,力求最大化节约广大考生的复习时间,提高复习效率。

本书严谨的体例、详尽的解释一定是您开启成功大门的一把钥匙,定能帮助您跨越考试,成就梦想!祝愿莘莘学子在激烈的考研竞争中脱颖而出!

跨考教育教研中心

2012.4

目 录

	第 1 章 消费者行为理论	1
	一、名词解释	2
	二、简答题	9
	三、计算题	24
	四、论述题	39
	第 2 章 生产者行为理论	43
	一、名词解释	44
	二、简答题	48
	三、计算题	57
	四、论述题	70
	第 3 章 完全竞争与垄断	73
	一、名词解释	74
	二、简答题	75
	三、计算题	82
	四、论述题	86
	第 4 章 寡头与垄断竞争	89
	一、名词解释	90



二、简答题	92
三、计算题	97
三、论述题	112

第 5 章 生产要素市场 119

一、名词解释	120
二、简答题	120
三、计算题	121
四、论述题	122

第 6 章 博弈论 127

一、简答题	128
二、计算题	131
三、论述题	132

第 7 章 一般均衡理论和福利经济学 133

一、名词解释	134
二、简答题	136
三、计算题	141
四、论述题	147

第 8 章 市场失灵和微观经济政策 149

一、名词解释	150
二、简答题	152
三、计算题	157
四、论述题	158

第1章

消费者行为理论





一、名词解释

1. arc elasticity of demand(武汉大学,2009 年)



【参考答案】

需求弧弹性是衡量弹性大小的一种计算方法。

例如,为了计算一条需求曲线上两点之间的弹性,第一步是求出在两点之间需求量的变化与需求量中值的比率,以及在两点之间价格变化量与平均价格的比率;然后将这两个比率进行比较,得到的数就是这两点之间的弧弹性。弧弹性可以用公式表示为:

$$E = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \bigg/ \frac{P_2 - P_1}{P_2 + P_1}$$

其中, (P_1, Q_1) 和 (P_2, Q_2) 分别表示变动前后的价格及数量。

2. 需求价格弹性(南京大学,2009 年)



【参考答案】

需求价格弹性,简称为价格弹性或需求弹性。需求价格弹性是指需求量对价格变动的反应程度,是需求量变化的百分比除以价格变化的百分比。

当需求量变动百分数大于价格变动百分数,需求弹性系数大于 1 时,叫做需求富有弹性或高弹性;当需求量变动百分数等于价格变动百分数,需求弹性系数等于 1 时,叫做需求单一弹性;当需求量变动百分数小于价格变动百分数,需求弹性系数小于 1 时,叫做需求缺乏弹性或低弹性。

需求价格弹性和总销售收入的关系:需求价格弹性系数的大小与销售者的收入有着密切联系,如果需求价格弹性系数小于 1,价格上升会使销售收入增加;如果需求价格弹性系数大于 1 时,那么价格上升会使销售收入减少,价格下降会使销售收入增加;如果需求价格弹性系数等于 1,那么价格变动不会引起销售收入变动。这就是企业实行薄利多销策略的一个主要理论基础。

3. 需求收入弹性(南京大学,2008 年)



【参考答案】

需求的收入弹性是指在价格和其他因素不变的条件下,由于消费者的收入变化所引起的需求数量发生变化的程度大小。通常用需求的收入弹性系数来表示需求收入弹性的大小,其公式为: $E_m = (\Delta Q/Q) / (\Delta I/I)$ 。

其中 E_m 表示需求收入弹性系数, Q 代表需求量, ΔQ 代表需求量的变动量, I 代表收入, ΔI 代表收入的变动量。如果 E_m 大于零,即为正数,则表示收入变化与需求数量变化成同方向变化,把具有这类特征的商品称之为正常品。如果 E_m 小于零,即为负数,则表示收入变化与该商品的需求数量变化成反方向变化,经济学将具有这种特征的商品称为低劣品或低档品。一般而言,必需品的需求收入弹性大于零而小于 1,奢侈品的需求收入弹性大于 1。

西方经济学中的恩格尔定律就是分析收入变化中的食品支出比重的变化所得到的结论: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。即对于一个国家或一个家庭来说,富裕程度越高,则食物支出的收入弹性就越小;反之,则越大。这一定律在许多国家的经济发展过程中都得到了验证。

4. 无差异曲线(北京工商大学,2008 年)



【参考答案】

无差异曲线是指用来表示消费者偏好相同的两种商品的不同数量的各种组合的一簇曲线。或者说,它是表示能给消费者带来同等效用水平或满足程度的两种商品的不同数量的各种组合。与无差异曲线相对应的效用函数为 $U = f(X_1, X_2)$ 。其中, X_1 、 X_2 分别为商品 1 和商品 2 的消费数量; U 是常数,表示某个效用水平。由于无差异曲线表示的是序数效用,所以,这里的 U 只须表示某一个效用水平,而不在乎其具体数值的大小,有的西方经济学者称这种效用水平为效用指数。

5. 恩格尔定律(中央财经大学,2010 年)



【参考答案】

恩格尔定律是 19 世纪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的一个规律,指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。在需求收入弹性的基础上,如果具体地研究消费者用于购买食物的支出量对于消费者收入量变动的反映程度,就可以得到食物支出的收入弹性。用弹性来定义恩格尔定律,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。

恩格尔定律是根据经验数据提出的,它是在假定其他一切变量都是常数的前提下才适用的,因此在考察食物支出在收入中所占比例的变动问题时,还应当考虑城市化程度、食品加工、饮食业和食物本身结构变化等因素都会影响家庭的食物支出增加。只有达到相当高的平均食物消费水平时,收入的进一步增加才不对食物支出发生重要的影响。

6. 吉芬物品(中央财经大学,2008年,2009年;中山大学,2005年;南京大学,2008年) ➤



【参考答案】

吉芬物品指需求与价格之间呈反常变化的一类商品,由英国统计学家罗伯特·吉芬发现而得名。这种商品的价格与需求量的变动违反了需求规律,即价格越低购买得越少,价格提高反而购买得更多,商品需求量与其价格成正比关系。1854年当爱尔兰发生大饥荒而使马铃薯的价格大幅度上涨之时,对马铃薯的需求量却反而增加了。

之所以会发生这种现象,原因在于所引起的替代效应远远低于其收入效应。说得通俗一些,也就是因为当时人们太穷了,平时人们所能消费的肉类不太多,如今马铃薯涨价了,相对来说他们更穷了,穷到买不起原来消费肉类的数量,结果只好增加对马铃薯的购买来补救。因此,吉芬物品的价格上升时,需求量增加;价格下降时,需求量减少。因此,它的需求曲线的斜率为正,吉芬物品的需求曲线呈现出向右上方倾斜的特殊形状。吉芬物品是低档商品的一种,但并不是所有的低档商品都可以被称作吉芬物品。

7. 序数效用(中山大学,2005年) ➤



【参考答案】

序数效用是用人们对某种商品的主观评价的先后顺序或优劣对比来表示的效用。序数效用论者认为,效用是一个有点类似于香、臭、美、丑那样的概念,效用的大小是无法具体衡量的,效用之间的比较只能通过顺序或等级来表示,消费者要回答的是偏好哪一种消费,即哪一种消费的效用是第一,哪一种消费的效用是第二。

例如,消费者甲乙丙三种物品的效用的绝对值是无法测定的,但却可以排列出三种商品效用的先后次序。

8. 偏好的可传递性(中央财经大学,2009年) ➤



【参考答案】

消费者在 (y_1, y_2) 可以消费得起的情况下却选择了 (x_1, x_2) ,就是说消费者偏好 (x_1, x_2) 甚

于 (y_1, y_2) , 或者说严格偏好于 (x_1, x_2) , 记为 $(x_1, x_2) \succ (y_1, y_2)$;

如果消费者的一个消费束 (y_1, y_2) 与 (x_1, x_2) 相比, 所获得的满足程度完全一样, 就是说消费者对于这两个消费束是无差异的, 记为 $(x_1, x_2) \sim (y_1, y_2)$;

如果消费者在两个消费束之间有偏好或者无差异, 则对该消费者而言, (x_1, x_2) 弱偏好于 (y_1, y_2) , 记为 $(x_1, x_2) \succeq (y_1, y_2)$ 。

传递性: 如果 $(x_1, x_2) \succeq (y_1, y_2)$, 且 $(y_1, y_2) \succeq (z_1, z_2)$, 那么就一定有 $(x_1, x_2) \succeq (z_1, z_2)$ 。

9. 边际效用递减规律(北京工商大学, 2009 年)

【参考答案】

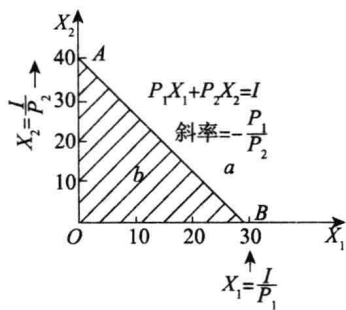
在一定时间内, 在其他商品的消费量保持不变的条件下, 随着消费者对某种商品消费量的增加, 消费者从该商品连续增加的每一单位消费中得到的效用增量即边际效用是递减的。

边际效用递减的原因在于: 第一, 从人的生理和心理角度看, 随着相同商品的连续增加, 人们从每一单位商品消费中得到的满足程度是递减的; 第二, 一种商品往往有几种用途, 消费者总是将前一单位商品用在较重要的用途上, 将后一单位的商品用在次重要的用途上。

10. 预算约束线(北京工商大学, 2010 年; 南京大学, 2008 年, 2009 年)

【参考答案】

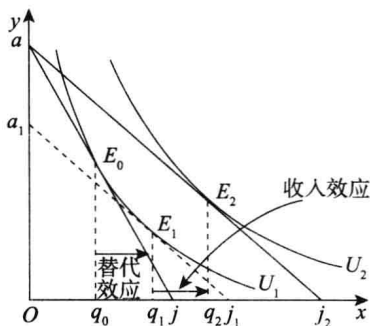
预算线约束线表示在消费者收入和商品价格不变的条件下, 消费者的全部收入所能购买的两种商品的不同数量的各种组合。以 I 表示消费的收入, P_1, P_2 分别为商品 1 和商品 2 的价格, X_1, X_2 分别为两商品的数量, 则预算线方程为: $I = P_1 X_1 + P_2 X_2$, 它表示消费的全部收入 I 等于消费者购买商品 1 和购买商品 2 的支出之和。



11. 替代效应(对外经济贸易大学, 2009 年)

【参考答案】

一种商品的名义价格发生变化后, 将同时对商品的需求量发生两种影响: 一种是因该种商品名义价格变化, 而导致的消费者所购买的商品组合中, 该商品与其他商品之间的替代, 称为替代效应。另一种是在名义收入不变的条件下, 因一种商品名义价格变化, 导致消费者实际收入变化, 进而导致的消费者所购商品总量的变化, 称为收入效应。



收入效应与替代效应

上图描述了当其他商品(用 y 表示)价格不变, x 商品降价(预算线斜率改变)后的总效应、替代效应和收入效应。

无论是正常商品、低档商品还是吉芬商品,它们的替代效应都始终为负。

12. 边际效用价值论(南京大学,2009年;中央财经大学,2008年)



【参考答案】

边际效用价值论是在 19 世纪 70 年代初,由英国的杰文斯、奥地利的门格尔和法国的瓦尔拉斯提出的,后由奥地利的庞巴维克和维塞尔加以发展的资产阶级经济学的价值理论之一。其特点是以主观心理解释价值形成过程,认为商品的价值是人对物品效用的感觉和评价;效用随着人们消费的某种商品的不断增加而递减;边际效用就是某物品一系列递减的效用中最后一个单位所具有的效用,即最小效用,它是衡量商品价值量的尺度。

13. 消费者剩余(中央财经大学,2010年)



【参考答案】

“消费者剩余”的概念,是纽约大学教授马歇尔在《经济学原理》一书中提出来的。简单地说,就是买者卖者都希望从市场活动中获得收益:一个叫“消费者剩余”;一个叫“生产者剩余”。两者相加,叫“市场总剩余”。

传统的消费者行为理论认为,消费者剩余根源于递减的边际效用,由于消费品先前各单位都要比最后的一单位具有更高的价值,消费者从先前的每一单位中享受到了效用剩余。因此,消费者剩余衡量的是消费者从某一物品的购买中所得到的超过他们所为之支付的那部分额外效用。即消费者在购买一定数量的某种商品时愿意支付的最高总价格与实际支付的总价格之间的差额。

用公式表示为 $CS = \int_0^Q f(Q) dQ - P_0 Q_0$, 其中 $P_d = f(Q)$ 为反需求函数。式中第一项表示消费者愿意支付的总数量, 第二项表示消费者实际支付的总数量。

14. 显示性偏好(浙江大学, 2007 年)



【参考答案】

显示性偏好是由萨缪尔森提出来的一个经济学上的术语, 其基本精神是: 消费者在一定价格条件下的购买行为暴露了或显示了他内在的偏好倾向。因此我们可以根据消费者的购买行为来推测消费者的偏好。这是一种不基于“偏好关系(效用函数)—消费者选择”的逻辑思路, 而是一个相反的过程, 即“消费者选择—偏好关系”。

15. 连带外部效应(network externality)(对外经济贸易大学, 2010 年)



【参考答案】

当一个人的需求直接受到其他消费者的购买决策的影响时, 连带外部效应就会发生。正的连带外部效应的一个例子是攀比效应, 当一个典型的消费者认为别人已经购买的某种商品是紧随潮流因而对其需求量上升时, 这种效应就会发生。反过来, 负的连带外部效应的一个例子就是虚荣效应, 当拥有某种商品的人越少, 消费者对需求量就会上升的时候, 这种效应就会发生。

正的连带外部效应——攀比效应, 表现为消费者愿意购买一种商品部分是因为其他人也购买了, 消费者购买商品是为了追逐“时髦”。促成攀比效应的形成是“市场营销”和“广告”的主要目的。负的连带外部效应——虚荣效应, 表现为消费者拥有别人所没有的商品的欲望。显然, 如果人们认为拥有该商品的人越多, 对其需求量就会下降, 它导致市场需求变得缺乏弹性。

16. 期望效用(对外经济贸易大学, 2010 年)



【参考答案】

期望效用指的是消费者在不确定条件下可能获得的各种结果的效用的加权平均数。如果用 P 和 $1-P$ 表示两种结果 W 和 Q 发生的概率, 则期望效用函数可记作 $EU = PU(W) + (1-P)U(Q)$, 也可以写成 $E\{U[P, (1-P); W, Q]\}$ 。

期望效用只用于判断不同人对风险的不同偏好。

17. 蛛网模型(中央财经大学, 2008 年)

【参考答案】

蛛网模型考察的是市场周期较长的商品。它是用动态的方法考察该类商品的产量和价格在偏离均衡状态以后的实际波动过程及结果。其基本假定是: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 $Q_t^s = f(P_{t-1})$; 商品本期的需求量 Q_t^d 决定于本期的价格 P_t , 即需求函数为 $Q_t^d = f(P_t)$ 。根据以上的假设条件, 蛛网模型可以用以下三个联立的方程式来表示:

$$Q_t^d = \alpha - \beta \cdot P_t; Q_t^s = -\delta + \gamma \cdot P_{t-1}; Q_t^d = Q_t^s$$

式中 α, β, δ 和 γ 均为常数, 且均大于零。

第一种情况: 相对于价格轴, 需求曲线斜率的绝对值大于供给曲线斜率的绝对值。当市场由于受到干扰偏离原有的均衡状态后, 实际价格和产量会围绕均衡水平上下波动, 但波动的幅度越来越小, 最后会回到原来的均衡点。

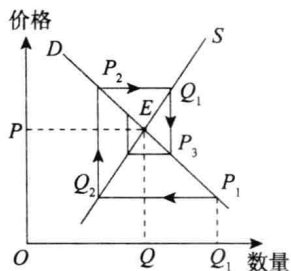


图 1

第二种情况: 相对于价格轴, 需求曲线斜率的绝对值小于供给曲线斜率的绝对值。当市场由于受到外力的干扰偏离原有的均衡状态后, 实际价格和产量上下波动的幅度会越来越大, 偏离均衡点越来越远。

第三种情况: 供给曲线斜率的绝对值等于需求曲线斜率的绝对值。当市场由于受到外力的干扰偏离原有的均衡点后, 实际产量和价格始终按同一幅度围绕均衡点上下波动, 既 not 进一步偏离均衡点, 也不进一步的趋向均衡点。

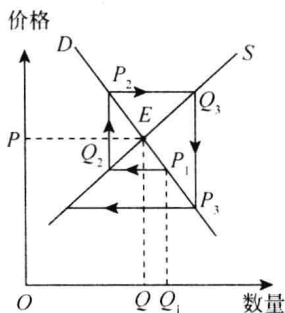


图 2

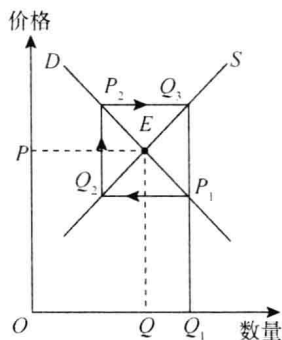


图 3



二、简答题

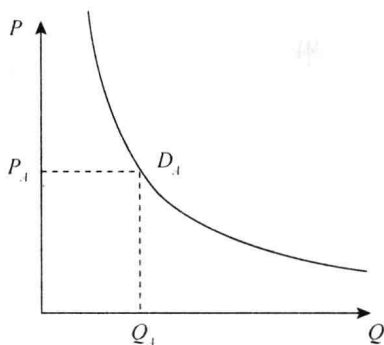
1. 需求曲线的基本特征是什么？其原因是什么？（南京大学，2008 年）



【参考答案】

需求曲线表示在每一价格下所需求的商品数量，是显示价格与需求量关系的曲线，指其他条件相同时，在每一价格水平上买主愿意购买的商品量的表或曲线，其中需求量是不能被观测的。需求曲线可以以任何形状出现，可是符合需求定理的需求曲线只可以是向右下倾斜的。

其基本特征是向右下方倾斜。原因在于消费者效用会随着消费产品的数量的增加而逐渐减少，同时他们愿意为每多出来数量的产品所愿意付出的钱也会减少，所以价格逐渐下降，消费曲线就逐渐往右下方倾斜。



2. 需求价格弹性的不同对生产者的总收益是如何影响的？（北京工商大学，2010 年）



【参考答案】

需求价格弹性是指某种商品需求量变化的百分率与价格变化的百分率之比，它用来测度商品需求量变动对于商品自身价格变动反应的敏感性程度。需求弹性小于 1，则称该物品的需求为相当缺乏弹性，如多数生活必需品。需求弹性大于 1，则称该物品的需求为相当富有弹性，如大多数奢侈品。

当需求价格弹性大于 1 时，销售收入与价格反向变动，即它随价格的提高而减少，随价格的降低而增加，此时厂商应该采取减价的方法，以提高销售收入。如高档消费品，由于其需求富于弹性，为了提高售卖者的销售收入，则应采取降价的办法。当需求价格弹性小于 1 时，销售收入与价格同向变动，即它随价格的提高而增加，随价格的降低而减少，此时厂商应该采取涨价的方法，以提高销售收入。如农产品是需求缺乏弹性的产品，为了提高售卖者的销售收入，应该采取提价的办法。

3. 请用经济学理论解释为什么可能发生“农民丰产不丰收”(即产量增加而收入可能下降)的现象。(南京大学,2010年)➤



【参考答案】

粮食产品属于生活必需品。

满足人们基本生活需求的商品,其范围为衣、食、住、行,可以分几类:随时要消耗掉的,柴米油盐酱醋茶、卫生、日用等;可以长期保有的,衣物、家具等;可以使用的公共交通工具;可供置换临时租用的住所。这样,作为一个人的基本生活可以得到保障,很显然,房产、私家轿车、各类超出必须范畴的奢侈品均不在此范围内,而粮食产品则属于这种产品,它的价格弹性非常低。

农民丰产不丰收可以用“谷贱伤农”来形容,是经济学的经典问题。农民粮食收割后到底能卖多少钱取决于两个因素:产量和粮价,是二者的乘积。但这两个变量并不是独立的,而是相互关联的,其关联性由一条向下倾斜的对粮食的需求线来决定。也就是说,价格越低,需求量越大;价格越高,需求量越小。另外还要注意的,粮食需求线缺少弹性,也就是说,需求量对价格的变化不是很敏感。当粮价下跌时,对粮食的需求量会增加,但增加得不是很多。其基本的道理在于,粮食是一种必需品,对粮食的需求最主要的是由对粮食的生理需求所决定的。此外,当今对大部分人来说,粮食方面的花费在全部花费中所占比例已很小了,并且还会越来越小,这也导致人们对粮价的变化反应不敏感。

认识到粮食市场的这一特性后,就不难理解下面的现象:当粮食大幅增产后,农民为了卖掉手中的粮食,只能竞相降价。但是由于粮食需求缺少弹性,只有在农民大幅降低粮价后才能将手中的粮食卖出。这就意味着,在粮食丰收时往往粮价要大幅下跌。如果出现粮价下跌的百分比超过粮食增产的百分比,就出现增产不增收甚至减收的状况,这就是“谷贱伤农”。

由于粮食是最基本的生活资料,绝大多数国家重视本国粮食生产,尤其是具有一定人口规模的国家,采取了各种为保证粮食安全、保护农民利益的干预粮食市场的支农政策。美国就是这样,但总的来说,效果并不理想。一是费用很高,要维持粮价,政府就要按保护价收购在市场上卖不掉的粮食,为此纳税人要支付相当大的粮食库存费用。二是由于对农民的补贴是按产量来进行的,结果大农场主得到的补贴最多,但他们并不是农村中的穷人,而真正需要补贴的小农场主因产量低反而得到的补贴少。最严重的是,减缓了农业生产的调整,使得投入到农业的劳动力和其他生产要素没有及时按价格信号转移到其他部门。

4. 运用供求均衡分析法说明销售税在市场双方之间的分配,并分析销售税对社会的经济福利的影响。(西南财经大学,2009年)➤