

农业市场政策 基本原理

【联邦德国】 R 普拉特 著

E 贝肯霍夫

倪丽泓 柯柄生 译

北京农业大学出版社

求、供给与价格的形成过程与主要的农业市场政策手段的作用方式。在本书的结尾部分，将对农产品的广告推销方法尤其是市场结构政策中的重要之点，农产品销售中的问题进行分析。

初版序言

随着国内和国际间劳动分工的发展，农业市场政策的作用意义变得日益突出；这不仅仅是对农业而言，也是对国民经济的所有其它部门而言。但尽管如此，目前的农业政策的制定仍一如既往，缺乏足够的科学基础。所采取的政策措施，大多是基于一时一地的表面观察做出的，而缺乏对当时的客观环境的深入分析与全面考虑。虽然科学工作者们早已注意到了这个问题，并且从二次世界大战之后加强了这方面的研究，但迄今在农业市场政策的基本原理方面、在市场政策的手段与作用方式方面，以及在正确、合理地使用这些政策手段的前提条件等等方面，都尚未见到全面、系统的阐述。

本书的写作，旨在填补这一空白。无庸讳言，本书的论述不可能包罗万象、无一遗漏；书中各部分深入程度也各有不同。此中的原因之一是，在这个年青的学科中，许多问题尚未经过彻底研究，而更有一些领域根本就未经触及。本书中所选入论述的内容，是来源于作者二十年来研究工作的结果；其以实证研究为主，且主要是以德国与西欧为对象。

本书的上篇分三章，头两章分析农产品的需求、供给及其制约因素，第三章论述价格形成与市场政策手段。书中引用了许多实例，以求理论性的解释易于理解。在计划写作中的下篇中^①，将运用上篇中的理论知识，对联邦德国和欧洲经济共同体的农业政策进行批判性的分析。

作者 斯图加特

一九六八年四月

^①下篇已出版。这里译出的只是上篇 - 译者注

作者简介

路德里希·普拉特 (Roderich Plate), 联邦德国著名的农业经济学家。1907年生于柏林, 1931年大学毕业, 1933年获博士学位。曾任联邦德国布郎斯瓦西农业科学院市场研究所所长、该院院长、联邦农业部顾问委员会主任以及霍恩海姆大学农业政策和农业市场学教授。他长期致力于农业市场和农业政策方面的理论分析、实际研究和教学实践, 对联邦德国和欧洲共同体的农业市场发展预测和农业市场政策制定方面做出了卓越的贡献, 并因此而先后获得了李比希奖、联邦德国大十字勋章和巴符州金质奖章。

艾华德·贝肯霍夫 (Ewald Böckenhoff), 1929年生于北德的拉斯夫艾特镇。现为联邦德国霍恩海姆大学农业政策和农业市场学教授。1954年毕业于波恩大学, 1960年获博士学位, 1973年晋升为教授。他的教学与研究重点也是农业市场发展预测和农业市场政策分析。自六十年代以来主持联邦德国每年定期三次的畜产品市场调查统计分析和发展预测, 自七十年代以来为欧洲共同体畜产品市场研究专家组成员。曾多次参与了世界粮农组织、经济合作与发展组织、欧洲共同体等国际组织在农业市场领域中的研究工作。他自1983年以来先后三次访华, 进行了参观、考察和讲学活动, 对我国农业市场的发展问题提出过很有见地的看法。

译 者 序

在欧洲的经济生活中，农业市场政策是一个特别热门的论题。欧洲共同体的人口中有8%为农业人口，而其财政支出中却有近70%用于农业，这决定了农业政策的中心地位；而农业政策中，又以市场政策为主，由共同体统一决策，各成员国不能独自行动，这又决定了农业市场政策的首要地位。存在决定意识，农业市场与农业市场政策的研究也就因此而自然而然地被推到了农业经济乃至共同体经济研究之首。

普拉特教授与贝肯霍夫教授均为联邦德国在农业市场研究领域中的著名学者。他们在这方面具有远见卓识的实证研究，使他们在联邦德国和西欧享有盛誉。例如，早在1962年欧洲农业共同市场成立之前，普拉特就在一篇题为《国民经济转变中的农业》的长篇报告中，深入分析了农产品的供给与需求及其发展趋势，指出，农业结构的变化是一种不可避免的客观趋势，即国家的价格支持措施无法挽救一些小农的破产命运，他们必须从农业中转移出去。他预测到1975年，联邦德国的农业就业者人数将减少40%。这种断言和预测惹起了一场轩然大波，招致了农民联合会的激烈指责和农民的游行抗议。然而，实际情形的发展证明普拉特是正确的：1975年联邦德国农业就业者的人数比1962年减少了57%！

这本农业市场政策方面的教科书，是两位教授多年研究工作与教学工作经验的总结。初版二十年来，多次修改再版，被联邦德国农业院校广泛采用作为基本教学参考书。

我们很高兴能将此书译成中文出版。

我们觉得不论在体例方法上还是在基本内容方面，此书对我

国在农业市场政策基本理论的教学、研究和实际应用方面，均有着一定的参考借鉴意义。

毋庸讳言，作者所面对的研究对象在特点上与我国的农业市场实际情况是有几处重要区别的：在供求关系上，西欧农产品普遍供大于求，过剩问题是最为头疼的老大难；在对外贸易上，西欧各国农产品进出口量均很大，外贸保护政策构成农业市场政策的主要方面之一；在政策目标上，共同体国家中食品消费支出占家庭消费总支出的比例较小，农业市场政策的重点在于保护生产者而不是消费者的利益。这三点显然都与我国的现状不同。

然而，这并不妨碍此书对我国的参考价值。因为，首先，基本原理的正确性是不受影响的，而手段的采用则可反其道而行之。其次，我国的情况也将随着经济的发展而发生变化：虽然农产品全面过剩不会在短时期内出现，但局部的单项产品的过剩却是可能发生的；进一步的对外开放以及为了加入“关贸总协定”也要求改革进出口管理措施，食品支出的比例额也必将日益减少。

作为研读经济科学的留学生，我们对德国学者“理论密切联系实际”的学风留下了深刻的印象。他们并不将这八个字挂在嘴上，却视为天经地义地实行着。这大概也是市场机制的作用吧。这种密切联系实际的研究态度，也在此书中留下了鲜明的烙印，构成其特点之一。

贝肯霍夫教授对此书的翻译给予了多方面的大力支持，谨此深表谢意。

译者：倪丽泓

柯炳生

一九八八年一月

于联邦德国斯图加特

中文版前言

尽管本书当初是以社会主义市场经济为应用对象而写作的，作者此刻还是抱着这样的希望：本书能够对中国在农业市场政策的理论与实际运用方面，起到一点抛砖引玉的作用。这种希望是基于作者在中国参观、讲学活动中所获得的印象、感受与认识之上的。

中国在农业政策方面的改革和在有计划的商品经济的建立过程中，都势不可避免地需要首先对农产品商品经济中的一些基本规律性问题做出回答。例如农产品需求与农产品供给的特点及其发展的制约因素、市场价格的形成机制等等。本书在探讨这些问题时，均以联邦德国为例，出于时间等因素的限制，作者不得不暂时放弃了针对中国的具体情况而改写实例的打算。或许以后会有机会做到这一点。至于在农业市场政策手段的作用方式与作用效果方面，则是在所有各种经济社会中均具有普遍的共性，对其的认识是制定农业市场政策的基础。

值此本书中文版出版之际，作者向为本书的翻译付出了辛苦劳动的两位译者倪丽涇女士与柯炳生先生深致谢忱。

联邦德国的畜牧肉类加工与中国一工作协会（股份有限公司）赞助了本书的汉字打印，作者对此致以衷心的感谢。

作者

一九八八年一月

于联邦德国斯图加特

引 论

农业经济学可以分为两大部分，即：

1. 微观农业经济学，或者说有关单个农民的企业经营管理活动的学说；

2. 宏观农业经济学，或者说有关整个农业部门与国民经济其它部门以及国家间的关系的学说。

这两大组成部分的区别在于研究对象的不同，但二者又是密切相关的。前者的既定前提，是后者的研究对象；反之亦然，即后者的既定前提，又是前者的研究对象。例如，在微观农业经济学中，农产品的价格是既定前提；微观农业经济学应当解释，在给定的价格与其它条件下，各个农民应当如何经营，才能为自己取得最大效益。与此相反，在宏观农业经济学中，农产品价格则是研究对象；宏观农业经济学必须解释，价格是如何形成的，有哪些决定因素，人们能否对这些因素施加影响，通过什么方式；等等。

从上述例子可以看出，农业市场政策学属于宏观农业经济学。其发展成为一个独立的研究与教学分支，仅仅是最近不久的事。以前人们是将之作为农业政策学中的一部分来处理的。农业市场政策学之所以能够发展成为一个独立的学科，是因为随着时代的发展，市场对于农民的农业经营活动的赢利性来说，已经变得具有举足轻重的意义了。

在一个以自给自足的家庭经济占主导地位的社会中，市场对于农产品没有什么意义。所有的基本需要，如对食物、衣物、住房以及各种农具的需要，都可以在家庭内部获得满足，与外界的

交换活动，仅限于很少的几种物品和专门性服务。这种经济社会中的各个家庭，在经济上实际上是各自独立的；如果说其间也有相互依赖关系，那也是政治性的，而非经济性的。

这种建立在自给自足的家庭经济基础上的社会经济是缺乏效率的，其人均物品产量是很少的。这种经济空间的人口承载能力是微弱的，只能容纳很少的、生活水平低下的人口。如果人口密度增加，则将很快导致极度贫困。在这种经济社会中，往往有悬殊的贫富差距。许多发展中国家就正处于此种令人悲叹的境况中。

劳动分工与劳动力的专业化使人们有可能摆脱这种厄运。劳动分工与专业化是大规模投入生产资本、促进生产中组织管理进步与技术进步的前提。经济空间承载人口的能力也会增加，使在同一空间中会有更多的人口过着更好一些的生活。但是，人们也由此变得极为相互依赖。什么样的人才可能取得经济成就并使得他的需要与愿望获得满足呢？只有那些人，即：他们所生产的产品和所提供出的服务受到别人的欢迎与购买，简言之，受到了需求。到底是何种产品、何种服务，这将由市场决定。所谓“市场”，归根结底应理解为产品或者服务之间的交换。

劳动分工的发展浪潮，势不可当地卷入经济生活的各个领域。任何一个人，只要他想分享这个过程所带来的好处，即生存机会的扩展与生活水平的提高，都必须置身于这个过程去。不言而喻，对农民来说，也不例外。“农民”这个专门职业，说到底还是随着劳动分工的发展过程而产生出来的。在封闭型的家庭经济中，家庭中的劳动力不仅是农民，同时也是面包师、屠工、奶酪工、酿酒工、纺织工、建筑师、修车工等等；只不过都是在极为原始低级的意义上。随着时间的演进，他不断地放弃其它种种职能，最后才将经营活动的重点只放到农业上面来。从封闭型家庭经济过渡到充分劳动分工型的市场经济，这是一个长期的过程。在德国，这个过程从一百五十多年前开始加快，至今尚未结束。

德国农业，尤其是那些大批的中小农民家庭企业，直到不久前仍保持着家庭经济特征，即尚未完全跻身于充分劳动分工的市场经济中去。对那些尚难以在其它行业中争取到较为有利的工作待遇的劳动者来说，这种家庭经济为他们提供了生存之地与工作之所，从而具备着一种重要的社会政治功能。一直到了二次世界大战之后，大幅度的经济增长才将这些劳动力资源迅速地从业中吸引出去，从而使封闭型的家庭经济解体，而融汇到充分劳动分工的市场经济中去。这个过程迫使农业结构、农业企业组织，农民的经营方式、生活方式和思想方式均发生了深刻的变化。现在，市场对那些仍留在农业中的农民来说，与对其它行业的人一样，具有着决定性的意义。

在此情况下，给国家政府提出的要求便是：如何尽其所能所知组织好农业市场，使之对大量的经营规模较小的农业企业变得更为“透明”一些。此外，进行产业结构转移的必要性也提出了这样的问题，国家能否对市场行为进行干预？通过什么手段？也就是说，农业市场与价格政策在多大程度上可以为产业结构政策目标与社会政策目标服务。为此，就必须对那些影响市场运行的因素或者适合于用来影响市场运行的因素，进行透彻的了解与认识。

原则上说，这些因素及其作用方式已为人们所广为了解。在解释供给、需求与价格的形式方面，都已形成了一些理论，即已有了些简化了的模型，其排除了所有的特殊性与偶然性，而只包含着那些本质的、规律性的普遍适用的基本原理。我们的问题是，如何去认识农产品市场上的那些本质的、规律性的东西，如何将合适的模型应用到农业实践中去，以及如何建立起适用于农业的模型。农业市场政策学在本质上，是一门将已知的一般经济理论按照农产品市场的特殊情况加以实际运用的科学。

本书将阐述农业市场政策的基本原理，即阐述农产品的需

目 录

引论	(1)
第一章 农产品的需求	(1)
1.1 经济学中的“需求”概念	(1)
1.2 制约需求的因素	(1)
1.3 需求函数, 需求弹性	(6)
1.3.1 价格与需求数量, 价格弹性	(7)
1.3.2 相关产品的价格与需求数量, 交叉弹性	(11)
1.3.3 收入与需求数量, 收入弹性	(12)
1.4 需求函数的图解	(13)
1.4.1 价格—需求关系	(13)
1.4.2 收入—需求关系	(19)
1.4.3 价格—需求曲线的移动	(22)
1.4.4 收入—需求曲线的移动	(24)
1.5 需求弹性的确定	(25)
1.5.1 需求弹性的数学计算	(26)
1.5.2 需求弹性的估测	(29)
1.5.3 高生活水平下需求弹性的意义递减	(33)
1.6 市场透明度与消费者行为对农产品需求的影响	(34)
1.7 联邦德国农产品总需求的发展及其原因	(39)
1.7.1 人口变化	(39)
1.7.2 需要结构	(40)
1.7.3 消费者收入与食品价格	(48)
1.8 结论	(60)
第二章 农产品的供给	(65)
2.1 农场主的经营目标	(65)

2.2	农产品供给者的竞争关系及其制约因素	(68)
2.3	联邦德国农业中的竞争状况	(72)
2.4	不同的竞争环境中企业的生产与赢利计划	(76)
2.5	农产品供给对价格与成本变化的反应(供给弹性)	(89)
2.5.1	供给反应时滞与供给弹性	(89)
2.5.2	即期供给	(90)
2.5.3	短期供给与长期供给	(93)
2.5.3.1	价格与成本变化对生产发生影响的基本原理	(93)
2.5.3.2	农民的价格期望	(94)
2.5.3.3	单项农产品的供给弹性的决定因素	(96)
2.5.3.4	农产品总体的供给弹性的决定因素	(107)
2.6	生产成本变化的原因及其对供给发展的影响	(110)
2.6.1	生产要素的价格变动对生产成本的影响	(111)
2.6.2	生产率的变动对生产成本的影响	(113)
2.6.2.1	技术进步的影响	(113)
2.6.2.2	组织管理进步的影响	(121)
2.6.2.3	结构变化的影响	(121)
2.6.2.4	外部经济效果与外部负经济效果的影响	(122)
2.6.2.5	教育、培训、咨询与信息的影响	(123)
2.7	供给的定量分析的困难性	(123)
2.8	联邦德国农业生产的发展及其主要原因	(125)
2.9	结论	(132)

第三章 农产品的价格形成与农业市场政策手段的

作用效果

3.1	完全竞争条件下的均衡价格与均衡数量	(135)
3.1.1	需求变化时均衡价格与均衡数量的变化	(136)
3.1.2	供给变化时均衡价格与均衡数量的变化	(138)
3.1.3	需求与供给同时变化时均衡价格与均衡数量的变化	(141)
3.2	供给对需求变化的反应	(143)
3.2.1	供给反应时滞的意义	(143)

3.2.2	妨碍农产品供给顺利适应需求变化的不利因素	(145)
3.2.3	供给的周期性波动与生产者对价格变动的错误 反应	(147)
3.2.4	改善农产品供给的适应性的措施	(153)
3.3	购销差价对生产者价格、消费者价格与均衡 数量的影响	(154)
3.3.1	生产者阶段与消费者阶段的均衡价格的形成	(154)
3.3.2	购销差价变化时均衡价格与均衡数量的变化	(156)
3.4	补贴与税收对生产者价格、消费者价格与均衡 数量的影响	(160)
3.4.1	对某种产品的总供给实行从量固定补贴或从量 固定税收	(160)
3.4.2	对某类供给者的供给实行从量固定补贴	(166)
3.4.3	对某类供给者的供给实行从量固定税收	(170)
3.4.4	对某类供给者的供给实行从量非固定补贴	(172)
3.4.5	对某类供给者的供给实行非从量税收	(175)
3.4.5.1	从值关税	(175)
3.4.5.2	调节关税	(176)
3.4.5.3	撤油关税	(177)
3.4.6	以限制供给量为条件的补贴	(180)
3.4.7	对同一起来源的供给实行差价税收	(184)
3.4.8	对农业生产资料的补贴	(185)
3.4.9	对补贴与税收的作用效果发生错误认识的原因	(187)
3.4.9.1	供给的反应时滞与补贴(税收)的作用方向	(187)
3.4.9.2	其它因素对补贴(税收)作用的冲抵	(188)
3.4.9.3	对价格弹性的了解不足	(190)
3.5	农产品的数量管制(限额)对价格的影响	(191)
3.5.1	对某种产品的总供给实行限额	(191)
3.5.2	对某类供给者的供给实行限额	(194)
3.5.3	对某种产品的总需求实行限额	(198)
3.5.4	对某种产品的部分需求实行限额(强迫使用)	(199)

3.6	为支持价格、稳定价格而进行市场“干预”	(201)
3.6.1	干预的含义、目标和执行者	(201)
3.6.2	以干预来支持价格	(202)
3.6.3	以干预来稳定价格	(203)
3.6.3.1	平抑季节波动	(204)
3.6.3.2	平抑随机波动(干预结合贮藏)	(205)
3.6.3.3	平抑随机波动(干预结合补贴性进出口)	(207)
3.6.3.4	平抑随机波动(干预结合降级使用和销毁过剩产品)	(208)
3.7	促进农产品销售的措施	(210)
3.7.1	广告	(211)
3.7.1.1	消费者广告成功的前提条件	(211)
3.7.1.2	联邦德国农业总体的广告	(213)
3.7.1.3	农业生产者集团的广告	(217)
3.7.1.4	小结	(219)
3.7.2	农业整体的“市场战略”	(219)
3.8	建立合理的运销体系(市场结构政策)	(221)
3.8.1	合理运销的宏观经济意义	(221)
3.8.2	合理运销对农民经济收入的意义	(222)
3.8.3	市场结构政策的手段	(224)
3.8.4	促进市场竞争的措施	(224)
3.8.4.1	建立能促发竞争的新企业	(226)
3.8.4.2	消除偏向性	(229)
3.8.4.3	改善对商品的认识	(231)
3.8.4.4	改善市场透明度	(233)
3.8.4.5	改善弱小企业的市场地位	(236)
3.9	结论	(238)

第一章 农产品的需求

1.1 经济学中的“需求”概念

在经济学中，当谈到存在某种商品（物品或服务）的需求时，意味着存在着一些经济实体，其渴望这种商品，并同时具有购买这种商品的支付能力与支付愿望。这就是说，“需求”并不是“必需”、“需要”或“欲望”的同义语。如果对一种商品的需要或欲望并不是建立在有支付能力与支付愿望的基础上，则不是经济学意义上的需求。然而，在日常生活用语中，人们往往将需求与需要、欲望混为一谈（例如说“人们对住房的需求是很大的，但却付不起昂贵的房租”）。在经济学中，需求（有效需求）意味着在某个具体的价格水平下人们所要求（或购买）的商品数量，或者是为购买这个商品数量所支付的货币额；前者称之为“数量需求”，或者就叫“需求”，后者则称之为“金额需求”。

1.2 制约需求的因素

市场中对某种商品的需求，是混自于各个消费者和投资者的。由于农产品主要是食品或食品原料，所以农产品的需求主要是由消费者所决定的。因此，首先要研究的问题便是，有哪些因素制约着各个消费者的农产品需求。

最重要的因素有三个：

1. 消费者的需要结构（需要的优先次序、偏好次序）；
2. 可用于消费支出的货币金额（收入）；
3. 商品价格

需要结构

在可以自由进行消费选择的情况下，消费者在做购买决定（买哪些商品，各买多少）时所依据的原则是，使这种购买能给他带来最大的满足程度。某些商品，如食品、衣物，是生存所必需的，这对所有消费者来说均是如此；而另外一些商品，其生存的必需性以及需要次序的先后，则依各个消费者不同的主观判断而各不相同。有一些购买决定，是在几种选择之间经过充分比较权衡即深思熟虑之后才做出的。对于那些经常性的购买活动（如食物的购买）习惯起着很大的作用。常常起决定作用的还有摹仿：人们趋向于按照他们所要归属的那一社会阶层的购买行为来进行购买。最后，突发性的情绪冲动也能促成购买行为，这种情况亦非少见。

即使是那些经过深思熟虑的购买决定，也只能是在已经认识到了的几种选择之间做出。这意味着通过信息（提高或降低消费者对市场情况与商品知识的了解程度）可以影响消费者的购买决定。散发关于市场上的商品供给与商品特性信息的途径之一是广告。不过，广告也可以传播错误的、可造成假象的信息，从而诱使人们进行不理智的购买仿效或者激发人们的购买冲动。此处只想指出，消费者的需要结构在一定程度是可受外界摆布的，以后还要讨论，在农产品的推销方面，在多大程度上可以利用这一点。

消费金额

消费者需要的满足程度，是受其可支配消费金额的限制的。一般说来，消费者消费金额的多少取决于其纳税后的收入的高低。通常收入中只有一部分被用于消费，其余的部分将用于储蓄。即：

$$\text{消费} = \text{收入} - \text{储蓄}$$

有时，消费也可以超过收入，不过一般只能是暂时的。这种情况下所产生的亏空可以通过提取储蓄或借贷的方式来填补。即，

$$\text{消费} = \text{收入} + \text{借贷（或提蓄）}$$

经验表明，当可支配收入增加而其它条件不变时，消费者一般会增加消费；并且，消费的增加幅度通常小于收入的增加幅度。换句话说，当收入增加时，消费总额也增加，但消费率（消费占收入的比例）却是下降的，而储蓄率增加。当收入降低时，情形与之相反。这种现象显然是千差万别的、并且是随着时间而不断变化的行为方式的结果。

不言而喻，抛开强制性的储蓄不谈，消费与储蓄的比例关系也是受主观因素影响的，因此，不同的消费者之间，即使其它条件（其中主要是收入）相同，他们的消费—储蓄比例也是有所不同的。在这方面，习惯与仿效也同样起着重要的作用。

主要的储蓄动机有三点：

1. 积攒购买力，以进行较大的购买活动，对企业主来说，也可能是用于必要的或有利可图的投资；
2. 积蓄后备资金，以供不虞之需（例如由于生意不好、失业、疾病、年老造成收入减少，或者由于疾病、事故等造成支出增加）；
3. 积聚财富，以建立经济势力或提高社会声望。

上述最后一点动机的表现只表现在收入特高的那一小部分人身上。由于对这些人来说，储蓄倾向的改变几乎毫不影响其食品的消费，故对此种情况无须进一步进行讨论。

为了较大项目的购买而进行储蓄的倾向，对大多数消费者来说，明显地随着收入的增加而增加，因为只有当收入较高时，购买花费较多的耐用性物品（如家俱、现代化炊具、汽车、住房、业余与假日娱乐用地等等）才成为可能。不过，也有一些消费者