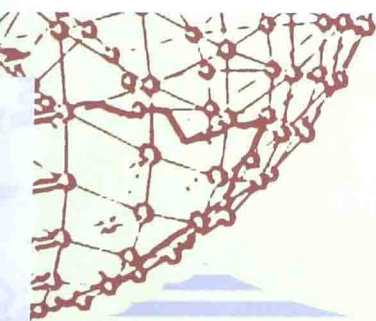


资本市场中的会计信息

从规则逻辑到信息流逻辑



李晓东◎著



清华大学出版社



汇智文库
QINGHUA
UNIVERSITY LIBRARY

资本市场中的会计信息

从规则逻辑到信息流逻辑

李晓东◎著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书论述了会计信息与资产定价之间的基本理论,分析了商业文明发展对会计社会功用的影响,重点考察了资本市场出现后对会计理论与实践带来的革命性变革。在此基础上,立足于资本市场中会计信息的运用,对会计信息规则逻辑和会计信息流逻辑进行了分析。提升会计信息在资本市场和宏观经济社会中的作用,需要一套完整的机制对会计信息流逻辑提供有效保障,不能过于关注会计规则逻辑的改善,而应致力于如何确保市场参与者得到一个清晰一致的会计信息流逻辑的推断框架。

本书可作为会计、金融专业的本科生和研究生的扩展性阅读书籍。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。
版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

资本市场中的会计信息:从规则逻辑到信息流逻辑/李晓东著. --北京:清华大学出版社,2014

(清华汇智文库)

ISBN 978-7-302-39120-3

I. ①资... II. ①李... III. ①资本市场—会计—研究 IV. ①F830.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第017687号



责任编辑:杜 星
封面设计:汉风唐韵
责任校对:王凤芝
责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:三河市君旺印务有限公司

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:170mm×230mm 印 张:10.5 插 页:1 字 数:177千字

版 次:2014年12月第1版

印 次:2014年12月第1次印刷

印 数:1~2000

定 价:38.00元

F 前言

Foreword

会计发展的历史长河中,一些“偶然因素”的作用将会计与资本市场紧密地结合在一起。这些“偶然因素”很大程度上均是人类自发设计的产物:复式记账与“资本”观念的出现促进了企业规模扩张,且使严格区分“业主行为”与“企业行为”成为可能;出于风险分担的考虑,股份制这种产权组织形式也被设计出来,随后,股票交易市场以及相应的各类制度不断创立和完善。当前,会计已成为人类商业文明发展中的一项重要制度设计,而通过有效的制度安排扩展人类的有限理性来促进社会集体理性的形成,是制度安排具有的一项重要社会功能。在资本市场中,为使证券的定价过程具有集体理性,避免证券价格的非理性波动给宏观经济造成危害,必须围绕证券价格的形成进行一系列有效的制度安排。上市公司必须向投资者公开其会计信息便是这一系列制度安排中的一个重要组成部分,虽然众多国内外研究文献已证实会计信息与证券定价之间存在相关性,但会计信息对证券定价的影响路径、方式和程度等问题仍不够明确。

由于会计信息、证券定价、资本市场与宏观经济之间具有极强的关联,使得会计信息在经济体系运转不畅时屡遭诟病。那么,为什么现代会计屡屡成为经济体系运转不畅的“替罪羊”?会计信息在促进证券定价集体理性的过程中究竟能起什么作用?哪些因素阻碍了证券定价集体理性中会计信息的介入?如何对上市公司公开其会计信息这一制度安排进行改进和完善?传统的以证券价格对会计信息有无反应的价值相关性研究无法全面揭示其中的作用机理,尚须从证券价格对会计信息“吸收过程”的研究视角进行尝试。从本质上看,会计信息是对企业经济活动



的抽象反映,市场参与者若能将会计信息恰当还原,形成对目标经济资源的正确认识(知识),并且所有市场参与者均能根据这些共同知识进行决策推断,合理地调整自身交易行为,则会对证券定价集体理性的形成具有重要的促进意义。因此,研究会计信息与证券定价的总体思路,应沿着“企业经济活动→会计信息→信息使用者逻辑推断→投资行为改变→证券定价”的路径展开。

资产价格是市场经济体系中各式各样信息组合的集中反映,这一观点已得到学术界的广泛认可。Hayek(1945)认为,一个竞争的市场制度就是一个信息系统,它通过价格发出的信号自动地传递信息。Rothschild 和 Stiglitz(1976)基于保险市场的研究,使信息的价格揭示功能进一步得到明确。这样,资产的市场价格不仅表明资源的稀缺程度,而且是汇总、传递私人信息的指示器(张圣平,2002)。在资本市场的证券定价方面,以 Markowitz(1952)的投资组合分散风险理论为基础,Sharpe(1964)建立了资本资产定价模型,该模型将公司层面的特质信息(包括公开信息和私有信息)摒弃在定价模型之外,Bernstein(2008)指出:有效市场的定义就是依资本资产定价模型的预测所产生的。但是,由于传统证券定价理论认为公司层面的风险可以通过构造恰当的投资组合分散掉,因此,很少有学者对公司层面特质信息导致的股价波动进行系统研究(杨华蔚,2008)。在这里,公司层面特质信息的一个主要内容就是会计信息。

沿着上述研究脉络更进一步,一个亟待研究的内容便凸显出来,即反映公司特质信息的会计信息究竟怎样影响证券价格的波动,且能在多大程度上抑制证券定价非理性波动。国外许多学者都针对证券价格对会计信息有无反应进行了研究(这类研究被统称为会计信息价值相关性研究),其中最为经典的当属 Ohlson(1995)提出的基于会计信息的剩余收益模型,国内很多学者也进行了类似研究,如:陈信元(2002)研究了特定类别的会计信息对证券定价的影响;姜国华(2005)分析了基于会计信息的证券投资策略问题。但是,“我们需要了解的是证券价格怎样、何时以及为什么能包含信息,因此,资本市场领域的会计学术研究不应该抛弃价格对信息的‘吸收’这样一个过程”(Lee,2001),显然,会计信息的价值相关性研究范式无法有效解决这一问题。

证券定价的研究大致可归入三个理论分析框架:瓦尔拉斯均衡框架、理性预期

均衡框架和博弈均衡框架。由于前两个理论框架暗含了与现实世界不符的完全信息和价格不能传递信号两个假设,故现在的主流研究一般均采用博弈均衡框架。在博弈均衡框架中,一个重要前提是所有市场参与者拥有某些共同知识(比如上市公司公开披露的会计信息在一定程度上能够形成市场参与者的共同知识),张圣平(2002)研究了私有信息、共同知识和证券定价的关系,他的研究将共同知识视为外生变量,未考虑公开信息与共同知识之间的关系。虽然资本市场中会计信息所具有的特征表明其与共同知识之间存在紧密联系,但是现有国内外研究几乎没有从共同知识的角度去分析会计信息对证券定价的作用,仅有个别学者对会计信息与共同知识的关系做了初步研究。比如,Sunder(1997,2002)首次将共同知识概念引入了会计研究领域,他分析了会计信息与共同知识的关系,指出会计信息的重要作用就是提供共同知识以消除冲突。黄董良和黄芳(2005)研究了基于共同知识的会计信息的质量改进问题。Plantin、Sapra 和 Shin(2008)将基于会计信息的共同知识视为外生给定的条件下,研究了不同会计计量方式对贷款资产定价的影响。由于会计信息对证券定价的影响实质上是一个会计信息的传导过程,因此,“会计信息能否有效形成投资者的共同知识”便成为该传导过程的关键环节。

总的来看,虽然会计信息与投资者行为之间的关系受到许多研究者的关注,但现有研究大多是基于会计信息既定的条件下,检验两者之间通过证券价格表现出的相关性,而很少从投资者怎样利用会计信息进行逻辑推断以及会计信息本身具有何种逻辑推断功能的角度进行系统研究。因此,基于不同时期、不同市场特征的数据展开研究,结论出现不一致也就并非偶然。如果无法从本质上揭示会计信息流逻辑与投资者行为逻辑之间的内在关联,那么,现有研究的理论纷争就无法对资本市场实践提供有益指导,致使一些学术研究仍停留于“空中楼阁”。

人的思维过程是具有一定逻辑性的,有时即便事实过程中的某个环节尚存疑虑,但为增强说服力或尝试揭示某种规律,仍会使用带有逻辑特征的方式对事物进行描述。如《周易·序卦传》中写道:“有天地,然后有万物;有万物,然后有男女;有男女,然后有夫妇;有夫妇,然后有父子;有父子,然后有君臣;有君臣,然后有上下;有上下,然后礼义有所错。”这段话意在解释人类社会秩序的起源,其前后逻辑关系看似明确,但其中个别环节毕竟存在争议。比如,有男女然后有夫妇之间并不存在



明确、直接的关联。

在会计信息的生成使用中,信息使用者的逻辑思维过程决定了其对经济现象的看法,进而影响其交易行为的选择。因此,欲全面、深入地揭示会计信息与证券定价之间的内在关联,须从资本市场的会计信息使用者(市场参与者)如何基于会计信息做出逻辑推断、各逻辑推断环节是否存在断裂(或非唯一性)的视角进行深入研究,这对揭示会计信息与投资者行为的本质关联、丰富资本市场中会计问题研究的内涵方面具有积极作用。实际上围绕会计信息存在着两个方面的逻辑问题,一是会计信息生成的逻辑规则,二是信息使用者使用会计信息时的逻辑推断过程;前者决定了后者的运用效果,而后者实际上就是会计目标的核心内容。但是,会计规则逻辑具有一个不容忽视的特征:会计规则主要是由会计惯例演变而来,而非通过构建概念框架来演绎推理得到的(雷光勇,2004)。

会计信息是资本市场所有公开信息中存续时间最长、花费最多、生成和披露制度最为健全的一类信息,虽然投资者获得的会计信息消耗了巨额披露成本,但其在资本市场中的应用依然问题重重,那么,是什么因素阻碍了投资者主动地从会计信息中搜寻企业的价值信息?是因为投资者对会计规则逻辑的不信任还是因为我们缺乏一个严密清晰的会计信息流逻辑体系。本书立足于会计信息在资本市场中的应用,回顾了会计社会功用的历史变迁,分析了现代资本市场中会计信息与证券定价的内在关联,对涉及资本市场参与者决策过程的逻辑问题,从会计的规则逻辑和信息流逻辑两个角度进行了阐述,并对会计信息流逻辑和会计信息质量的影响因素进行了讨论和分析。

本书的主要研究结论包括:资本市场的发展是促使财务会计和管理会计分开独立发展的重要推动力,两者泾渭分明地服务于不同领域,财务会计在宏观经济领域创造价值,而管理会计则在微观经济领域创造价值;虽然会计在宏观经济社会中的作用越来越突出,但外界对会计的认识并不一致,会计本身所具有的管理工具属性,使其在宏观经济出现问题时,社会对其褒贬不一;会计规则逻辑是各种会计概念和方法之间的内在关联及其规律性问题,其主要由会计惯例演化而来,而非纯粹通过经验知识理性建构的结果;提升会计信息在资本市场和宏观经济社会中的作用,需要一套系统的机制来对会计信息流逻辑提供有效保障,不能将所有注意力集中在会计规则逻辑的改善上,而应将注意力集中于如何确保市场参与者得到一个

清晰一致的会计信息流逻辑推断框架；尽管可以通过加强会计信息披露监管、强化中介机构的行业监督以及完善审计准则等方法对会计信息流逻辑提供保障，但就保障的效率而言，市场机制自发的调整最为有效；由于现阶段我国还不能完全依靠市场的自发调节机制来对会计信息流逻辑提供有效保障，因此，加强由政府主导的包括会计人员、机构、后续教育、信息披露监管等相关会计组织管理工作便是当下我国的最优选择。

综上所述，会计信息的目标是提供资本市场参与者决策相关的有效信息，但达成这一目标既受会计规则逻辑的制约，也受会计信息流逻辑保障机制的制约。在市场环境无法为会计信息流逻辑提供充分保障的前提条件下，必须立足于给定的会计规则逻辑，强化并突出会计信息的可比性，即利用可比性的提高来抵消相关性下降的影响。而提高上市的会计信息可比性，必须在一个强有力的权威机构指导下进行。这样，在当前我国资本市场还不具备完善的自发调节机制的情况下，会计信息在资本市场中作用的提升就需要采取一个渐进式的改革策略：通过加强当前会计工作的业务指导和监督，实施严格的会计信息披露质量分类治理，来换取未来市场自发调节机制发挥作用的时间。

本书受到教育部人文社会科学研究项目“资本市场中会计信息的证券定价功能研究”(10YJC790148)的资助，同时感谢河南省第四批普通高校人文社科重点研究基地培育基地“会计与财务研究中心”提供的支持。

第一章 信息与资产价格形成	1
第一节 定价与均衡	1
一、定价的源起	1
二、定价中的均衡概念	4
第二节 信息与均衡	7
一、信息与信念修正	7
二、信息、均衡与价格	8
第二章 会计社会功用的历史变迁:从微观到宏观	11
第一节 会计行为的社会影响	11
一、会计、组织与企业	12
二、会计与经济制度	14
三、会计的社会文化意义	15
第二节 资本市场时代的会计	17
一、会计计量	17
二、会计信息披露管制	19
第三节 近代经济学家眼中的会计	22
一、关于会计对经济社会发展的重要性	23
二、会计信息规范性的问题	24
三、会计的局限性问题	24
四、会计的外生性	25
五、一个代表性观点:科斯的会计观	26



第三章 证券定价与会计信息的内在关联	31
第一节 会计信息与证券定价中的某些理论纷争	31
第二节 会计信息与企业现场知识	34
第三节 资本市场中会计信息的制度安排因应	37
第四章 资本市场参与者对会计信息的使用	42
第一节 资本市场参与者行为	42
一、资本市场的参与者	43
二、市场参与者行为的理性与非理性	44
三、资本市场参与者的行为特征	46
第二节 市场参与者基于会计信息的价值发现	48
一、投资价值产生的根源	48
二、有效市场与投资机会	49
三、企业财务模型:会计报表	51
第五章 会计规则逻辑	54
第一节 会计规则逻辑的产生	54
一、会计习俗与惯例	55
二、从会计惯例到会计规则	57
三、集体选择与会计规则逻辑	60
第二节 会计规则逻辑的演化	64
一、会计规则制定机构的演化	64
二、会计规则逻辑演化中的理性边界:会计报表改良的视角	66
第三节 会计规则逻辑的表现	70
第六章 会计规则逻辑与会计信息质量	75
第一节 代理问题与会计信息质量	75
一、会计信息质量的经济后果及其测度	76

二、代理问题与会计信息质量:权力制衡视角	77
三、代理问题与会计信息质量:激励契约视角	79
四、公司治理中的代理异质性问题	80
五、小结	82
第二节 产权性质、激励契约与会计信息质量	84
一、问题的提出	85
二、研究假设	86
三、研究设计	89
四、实证分析	91
五、小结	94
第三节 股权集中度与会计信息质量	95
一、问题的提出	95
二、研究假设	95
三、研究设计	97
四、实证分析	98
五、小结	100
第七章 会计信息流逻辑	102
第一节 会计信息:思考习惯、因果与逻辑	102
一、思考的习惯	103
二、因果与逻辑	105
三、会计信息流逻辑:基于会计信息的推理过程	107
第二节 会计信息流逻辑的制约:市场参与者的信任问题	109
一、理性与信任	109
二、对会计信息的信任	111
第三节 会计信息流逻辑的制约:市场参与者的认知问题	114
一、市场参与者行为的心理过程	114
二、认知的限度	116



第八章 会计信息流逻辑的保障机制	119
第一节 中介机构的保障:注册会计师审计意见	119
一、问题的提出	120
二、研究假设	120
三、研究设计	122
四、实证分析	124
五、小结	128
第二节 市场的保障:卖空交易机制	129
一、问题的提出	129
二、卖空交易:上市公司会计信息质量的一项外部治理机制	131
三、研究设计:基于我国首批融资融券标的股的检验	132
四、小结	134
第三节 市场的保障:行业竞争	135
一、问题的提出	135
二、研究设计	136
三、样本选择与描述性统计	138
四、实证分析	139
五、小结	140
全文总结	142
一、主要研究结论	142
二、相关优化思路	144
参考文献	146

第一章

信息与资产价格 形成

价格不是一个特定群体的行为产物,而是市场经济社会所有成员之间相互作用的结果。价格既传递着信息,同时信息又影响着价格。新古典经济学认为决定价格的关键因素是均衡状态,而供需结构不仅仅受消费者需求偏好和厂商生产量的决定,很多时候,信息能够打破原有的均衡状态,使价格发生变化。2011年日本“3·11大地震”后,中国内地的盐价波动就是一例。通常而言,食盐的生产和消费不可能有大波动,其均衡状态不易打破,但日本大地震后食盐可能受到核辐射影响的传言却不脛而走、传遍各地,并最终上演了一场疯狂的“抢盐风波”,一包普通食盐的价格一度从平时的几元钱飙升至二十元。2011年初春,均衡、信息与价格之间的相互关系在神州大地生动上演。

第一节 定价与均衡

一、定价的源起

人类从食物采集者进步到生产者,物品开始出现了剩余,交换行为开始萌芽。



交换行为首先涉及的问题是交换比率(即定价问题),而这其中的前提条件是“产权”观念。在产权观念出现之前,人类社会很难出现现代意义上的买卖交换行为。而家庭的出现则使人类社会迈向了一个崭新阶段,自此,产权的思想开始萌芽,“我的”、“你的”这些词开始有了具体意义,交易行为开始日渐活跃。诺斯(1992)指出,虽然人类社会交易行为起源甚早,但真正的定价市场却出现得很晚。

交换行为并不是一出现就具有现代交易特征的,一般来讲,一个人要使用其他人所生产的物品,可采取“掠夺”和“交换”两种方法。早期的游牧民族掠夺妇女后,恐遭报复,留下物品,以为交换(吕思勉,2010),这算是一种强迫交换行为,但已出现了定价的雏形。但是掠夺之法是不可以持久的,所以交易才开始盛行,商业初兴之时,只有现在所谓的定期贸易。在古代中国,对市场贸易最早的记载出现在《易经·系辞下》,“日中为市,致天下之民,聚天下之货,交易而退,各得其所”。它对交易时间进行了规定,即中午。另据《史记·三皇本纪》记载,“日中为市”的制度是由远古的炎帝设定的。在《周礼·地官》中,对集市的地点进行了规划,“凡国野之道,十里有庐,庐有饮食;三十里有宿,宿有路室,路室有委;五十里有市,市有候馆,候馆有积”。也就是说,国境之内,每隔10里、30里和50里就分别有“庐”、“宿”和“市”三种不同规模的聚集场所,“市”就是商品交易的地方,“积”则是供商贩存货的仓库,方圆50里设一个集市,显然考虑了人口流动的半径和交易成本。这些“市”通常被规划在城市的中心区,四周有墙,三面设门,市内预设一排排的摊位,周代还设立了负责管理市场的官员——司市。早期规划的市占地为一井,每边长约300步,所以日后有“市井”一词。较大的城可以设立多个集市,集市内预先划定商贩的摊位,称为肆。市场管理者把同一类商品的贩卖者集中于同一行列,不同行列的摊位贩卖不同货品。“行”就变成了商品分类,相同商品的销售者排在同一行列,故称为同行。^①

在商业行为日益普遍之后,相继出现了定期集市和常设集市,商品的定价开始成为一种常态。诺斯(2009)认为集市是生产率增长的源泉,定期集市于13世纪开始衰落,渐渐由位于城区中心地的永久性市场所取代,而这一过程较早发生于意大利。

^① 吴晓波. 浩荡两千年. 北京:中信出版社,2012:28-29.

不论定期集市和常设集市,物品的定价始终是一个首要的问题,但是价格与价值在很多时候是相互独立的。“年有丰凶,谷有贵贱;令有缓急,物有轻重”(吕思勉,2010),这段话表明谷物价格和供给的多寡相关,而有些物品的价格则和皇室征收的截止期限相关,越是催收得紧,其价格就越高。究其实质,物品价格乃是由市场供需结构决定的。因此,物品价格的形成是按照一定的交易规则,匹配具有不同价值判断的买者和卖者,使买卖双方就价格达成一致,把买卖双方的需求转化为可实现的交易。所以,价格和价值是两个不同的概念。价值是一种主观的判断,价格则是交易达成的客观结果。价格是按照一定规则使不同价值之间能够交换的一种度量。达成的价格往往与个人的主观价值相去甚远,但在现代经济学中,“价值”仍然用于表述人们对某种事物的主观判断(卞玉君,2008)。

在常设集市中,现代意义上的定价市场开始出现。诺斯(1992)指出一个定价市场要具有完善规定和实施的产权,必须能够衡量产品和劳务的大小,此外,由此而产生的权力必须是专有的,同时还必须具有维护产品交易的实施机制。一旦物品的价格能够连续地得到反映并被市场参与者接受,价格就在保障交易顺畅进行之外,兼具了信息指示、激励和利益调整等多重功能(刘玉红,2007)。

(1) 信息指示功能。商品交换是买者和卖者在各自拥有信息的前提下所达成的,价格显示了双方的心理状态,一方面显示了买者获取某种商品的紧迫性;另一方面也表明了卖者出让的意愿。价格的高低不但显示了市场供给和需求的现状,包括对未来供需状态的预示,而且反映了商品本身的一些属性,如质量、性能等。价格的波动不但反映了市场宏观信息的改变,也显示了市场微观信息的变化情况,同时还反映了供需双方所掌握的信息量发生的变化,因此不论对于生产还是消费,价格都具有市场信息的指示功能。

(2) 激励功能。所有的资源在市场上都不会仅有一种用途,新技术的不断运用使资源的用途更加广泛,资源的利用效率不断提高,技术导致市场上商品的供应数量不断增加,给消费者带来更大的选择余地,每个购买者都希望以最低的价格得到自己所要的商品,或者以相同的价格得到性能更好的商品,所以人们会合理使用已有资源,寻找最廉价的生产方法,对低成本的追求使企业会加大新技术的研究力度,因此价格则成为人们发现新生产可能性的最根本激励因素。

(3) 利益调整功能。市场交换虽然是双方自愿的行为,但市场环境的复杂性



使交易主体并不一定了解所有的信息,因此价格常常会出现对价值的偏离,导致交易双方的利益发生改变,当价格上升时,一方的收入增加,另一方的支出增加。市场均衡并不是利益分配的均衡,而这种利益的重新分配和调整只有通过价格来实现,价格起到了以一种合理、合法的方式对资源进行重新分配的作用,即在公平交易的表象下,交易双方基于对自己所掌握的资源,通过价格实现利益的非对称性转移。

二、定价中的均衡概念

在一个完善的竞争性市场体系里,个人之间的一切交易由非人格化的市场来调节。消费者的市场行为只由他们个人的自我利益引导,每个消费者无论作为购买者或销售者,在一个特定市场中他们不会有显著的个人影响,即没有能力影响当前的价格。在现行价格下,当所有的购买者决策与所有销售者的决策相协调时,每个市场上的均衡便会单独获得。当所有市场上,所有购买者的需求同销售者的供给在现行价格上同时相匹配,就能达到市场体系的均衡状态。

经济学中“均衡”一词来源于物理的均衡概念,用以描述经济环境中这样一种状态:博弈双方相互作用的力量势均力敌,任何调整决策已不可能增加任何一方的利益,即在不损害对方利益的条件下,双方的利益已达到最大。从而不再具有改变经济行为的倾向,在没有外力的作用下,内部的作用结构不会发生改变。用数学的语言来描述就是:由经过选择的相互联系的变量所组成的群集,变量的值已经过相互调整,使它们所构成的模型里任何内在改变既定状态的倾向都不能占优势。均衡概念为经济理论的研究提供了一个量化的思路,从古典经济学开始,均衡分析就成为研究市场价格的理论基础,分析的方法就是通过研究问题所涉及诸经济变量的因果关系,寻找变量之间达到均衡时所必须具备的条件,李嘉图、穆勒等 19 世纪众多的经济学家们都提出过稳态均衡的概念,只是没有用正规的数学语言表述。而古诺(Augustin Cournot)和马歇尔(Alfred Marshall)则在均衡分析中引入了数学方法,瓦尔拉斯(Leon Walras)在此基础上以数学方程形式阐述的一般均衡模型,对价格的形成与变动所做出的理论解释对经济学理论的发展起到了巨大推动作用。

马歇尔(Alfred Marshall)是最早将古典经济学中的均衡分析方法、效用理论及成本理论衔接起来,建立新古典经济学的理论学家,均衡价格论是其经济学说理论的核心。其分析方法是在分析任一商品的供求关系和价格时,抽象掉其他商品的价格及供求对该商品的影响,认为单一商品供求的变化唯一由该商品的价格的变化所决定。马歇尔的均衡理论抽象掉了不同市场及不同产品间的相互影响及依赖关系,因此其理论表现出局部性及局限性,因为社会是系统的整体,不同要素是相互依存的。瓦尔拉斯对此做了改进,建立了一般均衡理论。该理论假定一个社会的所有商品的供给、需求和价格,所有各种生产要素的供给、需求和价格,以及产品和生产要素的供求与价格是相互依存、相互作用的。一般均衡理论以边际效用价值论为基础,从微观经济主体的行为出发,考察了所有商品的供给和需求同时达到均衡时的价格决定问题,给出了同时决定一组均衡价格所必须的条件。

虽然瓦尔拉斯的一般均衡在理论上作出了完整、充分的论述,但均衡的求解是以方程都是线性、相互独立且无约束为充分条件的,当方程存在非线性或系统有附加约束时,并不能保证至少有一个解存在。因此,在其后的许多经济学家又对其理论作了进一步更为详细的阐释。帕累托(V. Pareto)在瓦尔拉斯均衡论的基础上,用序数效用论取代了基数效用论,运用无差异曲线这一分析工具考察资源的最适度配置,即所谓的帕累托最优(Pareto Optimum),并证明借助于完全竞争的市场机制,在达到长期一般均衡时即是帕累托最优,此时的市场价格就是均衡价格。

20世纪50年代以后,一般均衡理论得到了进一步发展,肯尼思·阿罗(Kenneth Arrow)、杰拉德·德布鲁(Gerard Debreu)和莱昂内尔·麦肯锡(Lionel McKenzie)都对均衡理论作了深入研究,提出了从不动点定理出发导出的均衡存在性是证明均衡存在的一般方法。阿罗以一般均衡理论重新表述了福利经济学的基本思想,并将商品概念推广至不确定环境中,讨论环境中的资源有效配置问题。而德布鲁等又系统证明了埃奇沃斯所阐述的一个大型经济中,价格均衡和多边团体与单个个人的谈判结果相互等价的观点,扩大了一般均衡理论的应用范围,进一步完善了一般均衡理论。

就均衡而言,还可以进一步分为生产均衡和交换均衡。在生产均衡条件下,一般假定:①既进行商品生产,又进行商品交换;②经济主体包括消费者(其同时也是生产要素拥有者)和生产厂商;③消费者初始禀赋为土地、资本、劳动等生产要素,