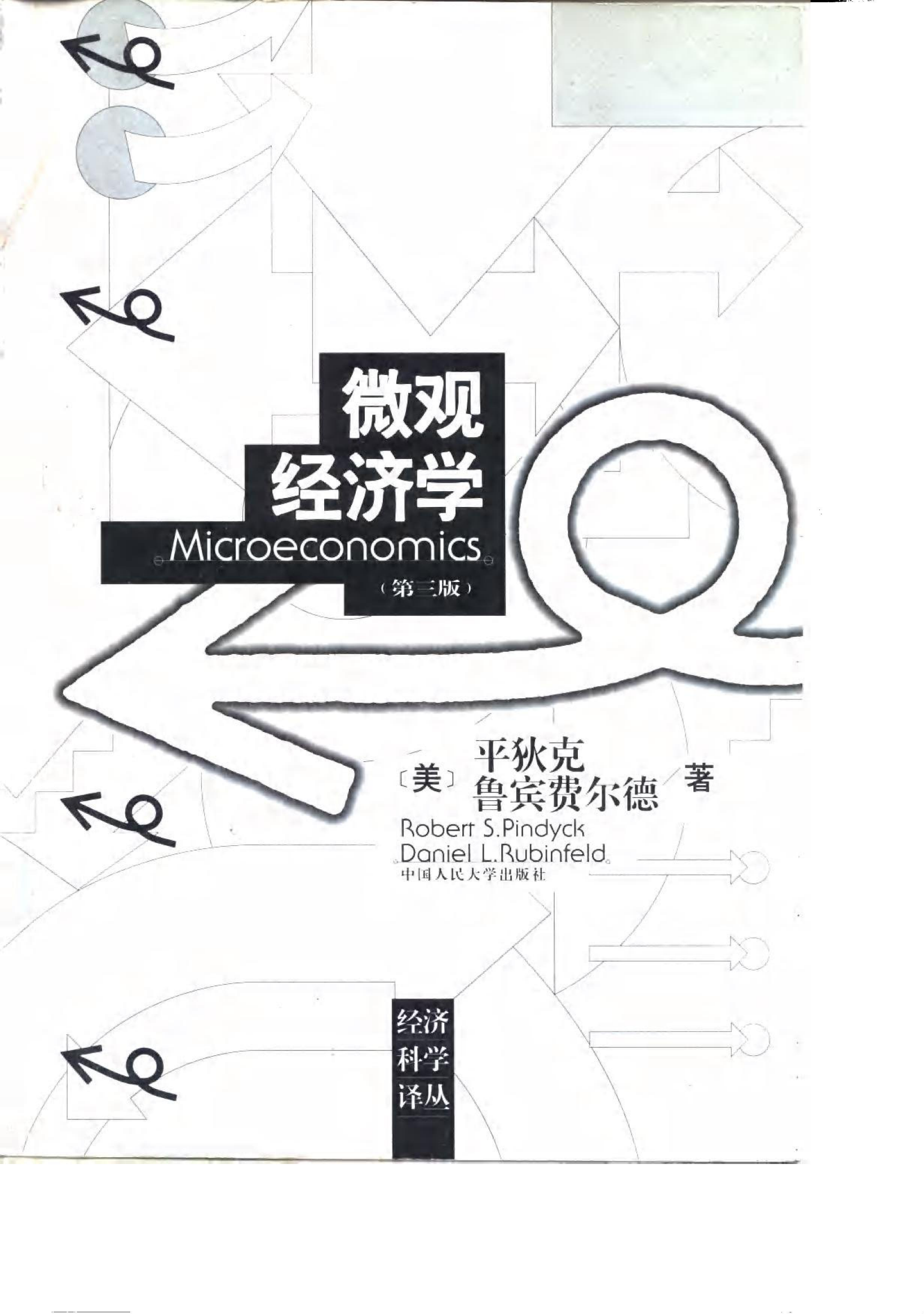




微观 经济学

Microeconomics

(第三版)

〔美〕平狄克
鲁宾费尔德 著

Robert S. Pindyck
Daniel L. Rubinfeld
中国人民大学出版社

经济
科学
译丛

微观 经济学

Microeconomics

(第三版)

〔美〕平狄克
鲁宾费尔德 著

Robert S. Pindyck
Daniel L. Rubinfeld

宋承先 张军/校
张军 罗汉 尹翔硕 谢识予/译



经济科学译丛
中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

微观经济学/〔美〕平狄克 (Pindyck, R.S.)、鲁宾费尔德 (Rubinfeld, D.L.) 著
张军等译. 3 版

北京: 中国人民大学出版社, 1997.6

(经济科学译丛)

ISBN 7-300-02353-3/F·705

I. 微…

II. ①平…②鲁…③张…

III. 微观经济学

IV. F016

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 06309 号

经济科学译丛

微观经济学 (第三版)

[美] 罗伯特·S·平狄克 著

丹尼尔·L·鲁宾费尔德

宋承先 张军 校

张军 罗汉 尹翔硕 谢识予 译

出 版:  中国人民大学出版社 (北京海淀路 175 号 邮码 100872)
Prentice Hall 出版公司

发 行: 中国人民大学出版社

经 销: 新华书店

印 刷: 北京市丰台丰华印刷厂

开本: 787×1092 毫米 1/16 印张: 37 插页 5

1997 年 6 月第 1 版 1998 年 3 月第 3 次印刷

印数: 11 001—22 000

定价: 70.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

《经济科学译丛》

编辑委员会

学术顾问

高鸿业 王传伦
胡代光 范家骧
朱绍文 吴易风

主 编

陈岱孙

副 主 编

梁 晶 海 闻

编 委

王逸舟
王利民
贝多广
林毅夫
李 扬
李晓西
刘 伟
朱 玲
金 碚
张 宇
易 纲
徐 宽
高培勇
姚开建
盛 洪
樊 纲



《经济科学译丛》总序

5748/05

中国是一个文明古国，有着几千年的辉煌历史。到了近代，中国又由盛而衰，一度成为世界上最贫穷、落后的国家之一。1949年中国共产党领导的革命，把中国从饥饿、贫困、被欺侮、被奴役的境地中解放出来。1978年以来的改革开放，使中国真正走上了通向繁荣富强的道路。

中国改革开放的目标是建立一个有效的社会主义市场经济体制，加速发展经济，提高人民生活水平。但是，要完成这一历史使命决非易事，我们不仅需要从自己的实践中总结教训，也要从别人的实践中获取经验，还要用理论来指导我们的改革。市场经济虽然对我们这个共和国来说是全新的，但市场经济的运行在发达国家已有几百年的历史，市场经济的理论亦在不断发展完善，并形成了一个现代经济学理论体系。虽然许多经济学名著出于西方学者之手，研究的是西方国家的经济问题，但他们归纳出来的许多经济学理论反映的是人类社会的普遍行为，这些理论是全人类的共同财富。要想迅速稳定地改革和发展我国的经济，我们必须学习和借鉴世界各国包括西方国家在内的先进经济学理论与知识。

本着这一目的，我们组织翻译了这套经济学教科书系列。

《经济科学译丛》总序 ► 1

这套译丛的特点是：第一，全面系统。除了经济学、宏观经济学、微观经济学等基本原理之外，这套译丛还包括了产业组织理论、国际经济学、发展经济学、货币金融学、公共财政、劳动经济学、计量经济学等重要领域。第二，简明通俗。与经济学的经典名著不同，这套丛书都是国外大学通用的经济学教科书，大部分都已发行了几版或十几版。作者尽可能地用简明通俗的语言来阐述深奥的经济学原理，并附有案例与习题，对于初学者来说，更容易理解与掌握。

经济学是一门社会科学，许多基本原理的应用受各种不同的社会、政治或经济体制的影响，许多经济学理论是建立在一定的假设条件上的，假设条件不同，结论也就不一定成立。因此，正确理解掌握经济分析的方法而不是生搬硬套某些不同条件下产生的结论，才是我们学习当代经济学的正确方法

本套译丛于 1995 年春由中国人民大学出版社发起筹备并成立了由许多经济学专家学者组成的编辑委员会。中国留美经济学会的许多学者参与了原著的推荐工作。中国人民大学出版社向所有原著的出版社购买了翻译版权。北京大学、中国人民大学、复旦大学以及中国社会科学院的许多专家教授参与了翻译工作。在中国经济体制转轨的历史时期，我们把这套译丛献给读者，希望为中国经济的深入改革与发展作出贡献。

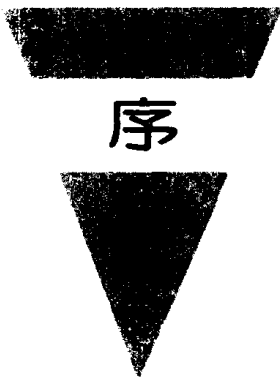
《经济科学译丛》编辑委员会

1996 年 12 月



内容简介

本书是 1995 年在美国出版的一部中级微观经济学教科书，作者罗伯特·平狄克和丹尼尔·鲁宾费尔德分别执教于美国的麻省理工学院和加州伯克利大学。全书以市场和价格为导言逐步深入到消费者选择、生产者选择、市场的结构、竞争性策略、信息、市场失灵以及政府的作用等方面，全面系统地论述了现代微观经济学的基本内容和理论结构，阐明了资源分配的效率条件以及市场和政府在协调资源配置中的作用，与已有的教科书相比，本书在内容上吸收了经济学在过去十多年里的最新研究成果如博弈论、信息经济学、新制度经济学等等，在叙述上采用理论讲授与案例分析（全书有 80 多个案例）相结合的方法，并最大限度地把基本原理应用于对制定政策的分析，具有知识性、启发性 and 实用性的特点，该教科书在西方得到许多大学经济系和相关系科的推崇。



序

对于那些关心世界是如何运转的学生来说，微观经济学是他们所学的、最相关的、最有趣的学科之一。对于管理决策，对于制定和理解公共政策，更普遍的是对于理解一个现代经济社会是如何运作的，真正掌握微观经济学是不可或缺的。

我们撰写了这一本《微观经济学》，是因为我们认为，学生需要面对在过去几年中已成为微观经济学重点的新课题，如博弈论和竞争策略，不确定性和信息的作用，具有市场势力的厂商的定价分析。我们还感到，学生需要看到微观经济学如何可以用作决策的一种工具。微观经济学是一门令人激动的、生机勃勃的学科，学生需要了解这一学科的相关性和有用性；也需要很好地理解，在课堂之外，微观经济学究竟有何实用之处。

为了满足这些需要，我们这本书在论述微观经济学理论时作了与众不同的处理，即着重突出了这一理论对于管理和公共政策决策所具有的相关性和实用性。本书通过 80 多个较详尽的例子来强调这一学科的实用性，这些例子涉及需求、成本和市场效率的分析，定价策略的制定，投资和生产决策，以及公共政策分析。由于我们认为这些例子相当重要，所以我们将它们融合于全文之中，而不是用框框划出来或加网印刷。

《微观经济学》这本书的内容覆盖了近年来经济学领域中的一些重大变化，其中有人日益感兴趣的一些课题，如：博弈论以及厂商间策略上的相互作用（第 12 章和第 13 章），不确定性和不对称信息的作用及意义（第 5

章和第 17 章), 具有市场势力的厂商的定价策略 (第 10 章和第 11 章), 以及如何制定政策来有效地对付外部效应, 如环境污染 (第 18 章)。这些课题在绝大多数书本中要么不见踪影, 要么寥寥数笔; 而在本书中, 它们花了我们很多的笔墨。

《微观经济学》这本书内容全面, 时代感强, 但这并不意味着它就是深奥难懂的。我们在撰写过程中, 力求做到语言活泼, 引人入胜, 条理清晰, 易于理解。我们相信, 学习微观经济学将是一件愉快且又能激发兴趣的美事; 我们指望本书能体现这一点。除了附录和脚注, 这本《微观经济学》不运用微积分。自然地, 这本书对于背景迥异的学生来说应该都是适用的。(较难的小节前都标有星号, 不读也无妨。)

《微观经济学》第 2 版作了一些重要的改动和增添了一些内容。有关消费者需求的第 3 章和第 4 章, 有关厂商理论的第 6 章和第 7 章都作了很多的修改, 使这些重大的核心课题的内容更完整, 条理更清晰, 文字更易理解。我们重新安排和改写了第 12 章中有关寡头垄断的一些材料; 我们在开头先介绍了纳什均衡, 然后运用这一概念作为框架, 来分析库尔诺模型和价格竞争模型。在该书的其他几章中也作了一些范围更小的修改。另外, 增加了一些新的例子, 在该书已有的例子中, 许多作了修改和更新。

我们也给整本书增添了材料。第 1 章探讨了市场大小和市场价格的意义; 第 3 章包括了显示性偏好的内容; 第 4 章论述恩格尔曲线; 在第 8 章和第 10 章中, 我们扩展了利润最大化和产出选择的内容; 在第 11 章中, 我们新加了广告一节; 第 13 章的篇幅有相当大的增加, 博弈论及其在厂商竞争策略和国家战略性贸易政策方面的运用都有新的材料; 第 16 章明确探讨了比较优势和国际贸易; 在第 17 章中, 我们就纵向联合厂商中的激励计划新增了一小节; 最后, 考虑到人们对于环境问题的高度关注, 我们在第 18 章中增加了外部效应以及对付这些效应的公共政策制定的内容。

《微观经济学》第 3 版作了一些重要的改动和增添了一些内容。为了使内容更加清晰易懂, 我们改写了有关消费者需求的第 3 章和第 4 章, 有关厂商理论和竞争性供给的第 6、7 和 8 章。有几处增加了新的材料, 包括第 4 章中的希克斯替代效应, 第 18 章中的再循环分析。在该书的其他几章中也作了一些范围更小的修改。最后, 增加了一些新的例子, 在该书已有的例子中, 许多作了修改和更新。

教员在微观经济学的授课计划方面可以有充分的灵活性。半学期或一学期的课程可着重讲解基本的核心内容, 我们不妨建议采用以下的章节: 第 1 章, 第 2 章, 第 3 章, 第 4 章 § 1~§ 4, 第 6 章 § 1~§ 5, 第 7 章 § 1~§ 4, 第 8 章, 第 9 章 § 1~§ 4, 第 10 章 § 1~§ 4, 第 11 章 § 1~§ 3, 第 12 章 § 1~§ 2、§ 5~§ 6, 第 14 章, 第 15 章 § 1~§ 4, 第 18 章 § 1~§ 2、§ 5。如果课程要再深一些的话, 就得加上第 5 章和第 16 章, 以及第 6、7、

9、10 和 12 章中的其他小节。如果重点在于不确定性和市场失灵，教员还应该加上第 5 章和第 17 章的绝大部分。

依据人们的兴趣和课程的目标，可以增加一些别的小节或用别的小节来替换上面提及的内容。强调现代定价理论和经营策略的课程应当包括第 10、11、12 和 13 章的所有内容和第 15 章的其余小节。管理经济学的课程不仅包括本书最后有关回归分析的附录，还要包括第 4、7 和 11 章的几个附录。而侧重于福利经济学和公共政策的课程则应该包括第 16 章，以及第 18 章的其他小节。

最后，我们想强调的是，那些较难的和（或）不属于核心内容的节和目都已标上了星号，读者可以轻松地跳过这些部分不读，而这不会影响他对全书的理解和掌握。

使用本书的教员和学生还可以得到具有极高水准和指导意义的帮助。《教员手册》是由密执根州立大学的吉尔伯特·怀特、斯坦福大学的杰弗里·罗斯威尔以及密执根大学的瓦拉里·苏斯洛共同编写的，它不仅对每一章的要点作了概述，提出了一系列教学建议，而且还给每一章后面的复习题和练习题提供了答案。从出版社那里还可以得到一本单独的《试题库》，这是由加利福尼亚州立大学的丹尼斯·默劳卡和朱迪斯·罗伯茨合写的。此外，密执根大学的瓦拉里·苏斯洛和佛罗里达大学的乔纳森·汉密尔顿编写的《学习指导》给学生们提供了多种不同的复习材料和练习题，此书也可以单独购买。最后一种是由布兰迪斯大学的阿瑟·列贝尔开发的一种独创性的软件 MICRO-EX，它可以提供许多例子，并通过学生轻松地做各种模拟练习，使他们增强对概念及其运用的理解；这种软件也能单独购买。欲了解各种补充材料的购买详情，请与你的普伦蒂斯·霍尔销售代表联系。

既然这本教科书是课堂上数年耕耘的产物，我们自然要感谢我们的学生和同事，我们经常与他们探讨微观经济学及其描述。我们还得到了很能干的研究助理们的帮助。

撰写本书是一个甘苦互现的过程，在每一阶段我们收到了全国各地微观经济学教师的真知灼见。本书第 1 版第一稿完成编排和审阅之后，在纽约举办了一次为期 2 天的重点小组会议来讨论这一初稿。我们借此机会听取了不同背景、不同观点的教员的意见，我们对重点小组成员的忠告和批评谨表谢意。

我们也感谢众多思考缜密、颇具天赋的审稿者，他们的评价和意见大大地提高了这第 3 版的质量。

最后，我们想真诚地感谢麦克米伦和普伦蒂斯·霍尔的工作人员，在我们教科书诞生的过程中，他们花费了不同寻常的精力。

R.S. 平狄克
D.L. 鲁宾费尔德

Robert S. Pindyck
Daniel L. Rubinfeld

Microeconomics

Third Edition

Copyright ©1995 by Prentice – Hall, Inc

All rights reserved. For sale in P. R. China only

本书中文简体字版由中国人民大学出版社和美国 Prentice Hall 出版公司合作出版，未经出版者书面许可，不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 Prentice Hall 防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，翻印必究。

目 录

第 1 篇	导论：市场和价格	1
第 1 章	绪论	3
§ 1	微观经济理论的应用及其局限	4
§ 2	实证分析和规范分析	5
§ 3	为什么要学习微观经济学	7
3.1	公司决策：福特公司推出“金牛”车型	7
3.2	公共政策的制定：汽车排放标准	8
§ 4	什么是市场	9
4.1	竞争市场和非竞争市场	10
4.2	市场价格	10
4.3	市场的大小	11
§ 5	实际价格和名义价格	12
第 2 章	供给和需求的基本原理	16
§ 1	市场机制	17
§ 2	供给和需求的变动	18
§ 3	供给和需求的弹性	25
§ 4	短期弹性和长期弹性	29
4.1	需求	29
4.2	供给	33

第2篇

* §5	了解和预测改变市场状况造成的结果	36
§6	政府干预的结果——价格控制	42
生产者、消费者以及竞争性市场		49
第3章	消费者行为	51
§1	消费者偏好	52
1.1	一些基本的假定	52
1.2	无差异曲线	53
1.3	序数排列和基数排列	55
1.4	边际替代率	56
1.5	完全替代品和完全互补品	58
§2	预算约束	60
2.1	预算线	60
2.2	收入和价格变化的影响	62
§3	消费者选择	64
3.1	一个拐角解	68
§4	显示性偏好	70
§5	效用的概念	73
5.1	效用和满足	73
5.2	边际效用	74
第4章	个别需求和市场需求	81
§1	个别需求	81
1.1	价格变化	82
1.2	需求曲线	83
1.3	收入变化	84
1.4	恩格尔曲线	85
1.5	替代品和互补品	87
§2	收入和替代效应	88
2.1	替代效应	89
2.2	收入效应	89
2.3	一个特例：吉芬商品	90
§3	市场需求	92
3.1	从个别需求到市场需求	93
3.2	需求的点弹性和弧弹性	94
§4	消费者剩余	97
§5	连带外部效应	100
5.1	攀比效应	100
5.2	虚荣效应	102
* §6	需求的经验估计	104
6.1	确定需求的面谈和实验的方法	104

6.2	估计需求的统计方法	105
6.3	需求关系的形式	105
第4章附录	需求理论——一种数学的处理方法	111
	效用最大化	111
	消费者最优	112
	边际替代率	113
	一个例子	113
	收入的边际效用	114
	消费理论的对偶性	115
	收入和替代效应	116
第5章	不确定条件下的选择	119
§1	风险描述	120
1.1	概率	120
1.2	期望值	121
1.3	方差	121
1.4	决策	124
§2	风险的偏好	124
2.1	不同的风险偏好	126
§3	降低风险	129
3.1	多样化	129
3.2	保险	130
3.3	信息的价值	132
* §4	对风险资产的需求	133
4.1	资产	134
4.2	资产的回报	135
4.3	风险与回报之间的权衡	136
4.4	投资者的选择问题	136
第6章	生产	142
§1	生产的技术	143
§2	等产量线	143
2.1	短期与长期	145
§3	一种可变投入(劳动)的生产	146
3.1	平均产出和边际产出	146
3.2	报酬递减规律	148
3.3	劳动生产率	150
§4	两种可变投入的生产	152
4.1	报酬递减	153
4.2	投入品间的替代	153
4.3	生产函数——两种特例	155
§5	规模报酬	158

第7章 生产成本	163
§1 成本的测度：哪些成本重要	164
1.1 经济成本和会计成本	164
1.2 沉淀成本	165
§2 短期成本	167
2.1 短期成本的决定因素	168
2.2 成本曲线的形状	170
§3 长期成本	171
3.1 成本最小化的投入选择	172
3.2 等成本线	172
3.3 选择投入品	173
3.4 不同产出水平下的成本最小化	176
§4 长期与短期成本曲线	176
4.1 短期生产的固定性	176
4.2 长期平均成本	177
4.3 规模经济与规模不经济	178
4.4 短期成本与长期成本的关系	179
§5 两种产出的生产——范围经济	181
* §6 成本的动态变化——学习曲线	183
* §7 估计和预测成本	186
7.1 成本函数和规模经济的计量	188
第7章附录 生产和成本理论——一个数学处理	194
成本最小化	194
边际技术替代率	195
生产和成本理论的对偶性	196
科布一道格拉斯成本函数和生产函数	197
第8章 利润的最大化和竞争性供给	199
§1 利润最大化	200
1.1 厂商使利润最大化吗	200
§2 边际收益、边际成本和利润最大化	201
2.1 竞争性厂商的需求和边际收益	202
2.2 竞争性厂商的利润最大化	203
§3 选择短期产量	203
3.1 竞争性厂商的短期利润最大化	204
3.2 竞争性厂商的短期盈利能力	205
§4 竞争性厂商的短期供给曲线	207
4.1 厂商对投入品价格变动的反应	208
§5 短期市场供给曲线	209
5.1 市场的供给弹性	210
5.2 短期的生产者剩余	212

§ 6	长期的产量选择	214
6.1	零利润	215
6.2	竞争的长期均衡	215
6.3	经济租	217
6.4	长期的生产者剩余	217
§ 7	行业的长期供给曲线	218
7.1	成本不变的行业	219
7.2	成本递增的行业	220
7.3	成本递减的行业	221
7.4	税收的短期和长期效应	221
7.5	长期供给弹性	223
§ 8	市场何时是完全竞争的	224
8.1	可竞争市场	225
第9章	竞争性市场分析	229
§ 1	政府政策的损益评价——消费者剩余和生产者剩余	230
1.1	回顾消费者剩余和生产者剩余	230
1.2	消费者剩余和生产者剩余的运用	231
§ 2	竞争性市场的效率	233
§ 3	最低价格	237
§ 4	价格支持和生产配额	239
4.1	价格支持	239
4.2	生产配额	241
§ 5	进口配额与关税	244
§ 6	征税或补贴的影响	247
第9章	市场结构和竞争策略	255
第10章	市场势力：垄断和买方垄断	257
§ 1	垄断	258
1.1	平均收益和边际收益	259
1.2	垄断者的产量决策	260
1.3	一个例子	261
1.4	定价的一个简单法则	262
1.5	需求的变动	263
1.6	税收的效果	265
1.7	多工厂厂商	266
§ 2	垄断势力	267
2.1	垄断势力的测定	269
2.2	定价的简单法则	270
§ 3	垄断势力的来源	272
3.1	市场需求弹性	273

3.2	厂商的数目	273
3.3	厂商间相互作用	274
§ 4	垄断势力的社会成本	274
4.1	价格管制	276
4.2	管制的实践	277
§ 5	买方垄断	278
5.1	买方垄断与垄断的比较	280
§ 6	买方垄断势力	281
6.1	买方垄断势力的来源	282
6.2	买方垄断势力的社会成本	283
6.3	双边垄断	284
§ 7	限制市场势力：反托拉斯法	285
7.1	反托拉斯法的实施	286
第 11 章	有市场势力的定价	293
§ 1	侵占消费者剩余	294
§ 2	价格歧视	295
2.1	一级价格歧视	295
2.2	二级价格歧视	298
2.3	三级价格歧视	299
§ 3	时期间价格歧视和高峰价格	304
§ 4	两步收费制	307
* § 5	搭售	311
5.1	混合搭售	314
5.2	配售	317
* § 6	广告	318
6.1	广告简单法则	319
第 11 章附录	联合企业的内部转移定价	327
	不存在外部市场时的转移定价	328
	有一个竞争性外部市场时的转移定价	330
	有非竞争性外部市场的转移定价	331
	一个数字化的例子	333
第 12 章	垄断竞争和寡头垄断	336
§ 1	垄断竞争	337
1.1	垄断竞争的产生	337
1.2	短期和长期的均衡	338
1.3	垄断竞争和经济效率	339
§ 2	寡头垄断	341
2.1	寡头垄断市场的均衡	342
2.2	古诺模型	343
[例]	线性需求曲线	345