



山东省建设厅执业资格注册中心 组织编写

房地产估价

注册房地产估价师

继续教育专用教材

苏召学 主编



山东科学技术出版社 www.lkj.com.cn

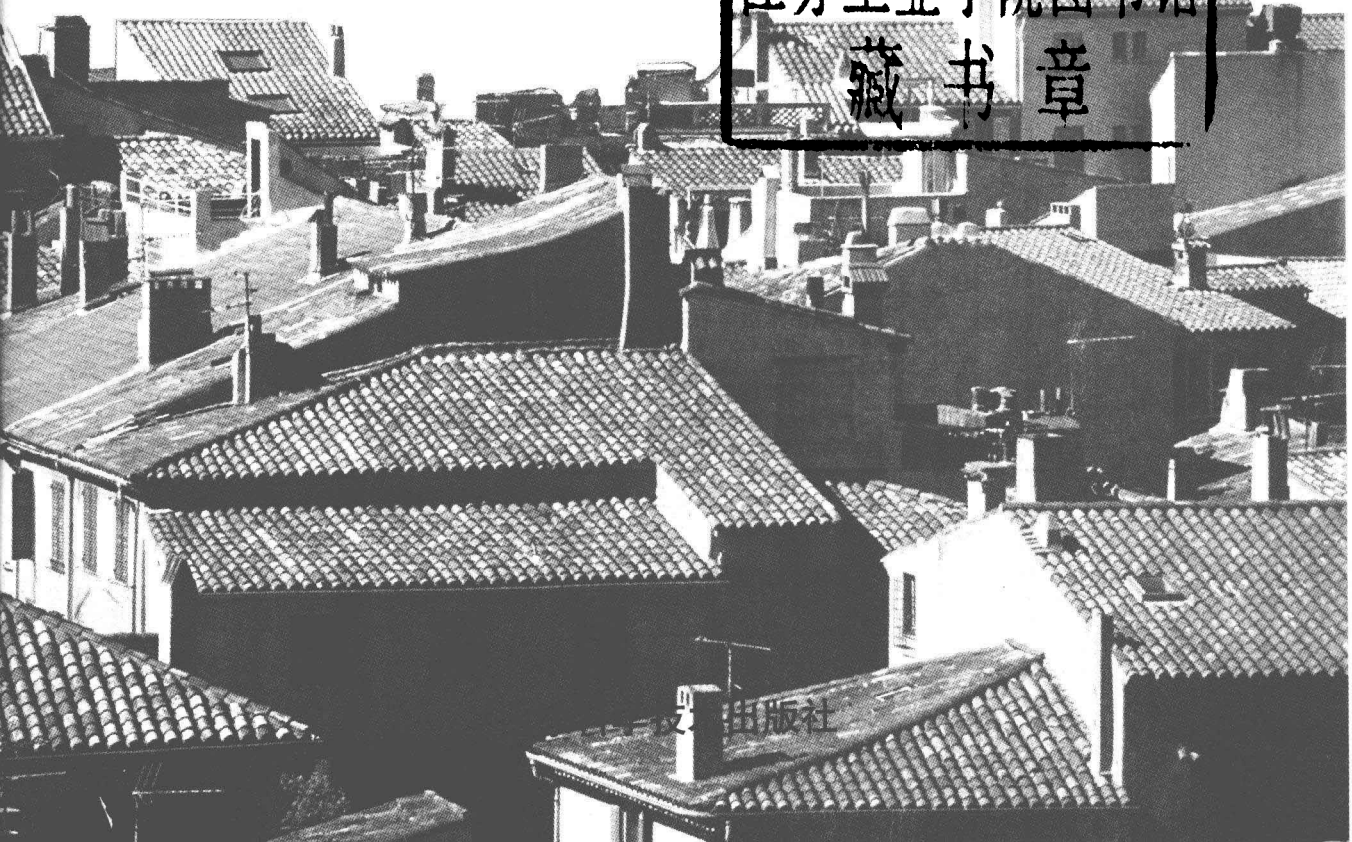
山东省建设厅执业资格注册中心 组织编写

房地产估价

注册房地产估价师 继续教育专用教材

苏召学 主编

江苏工业学院图书馆
藏书章



图书在版编目(CIP)数据

房地产估价 / 苏召学主编. — 济南: 山东科学技术出版社, 2003.9

ISBN 7-5331-3405-2

I. 房… II. 苏… III. 房地产—价格—评估—教材 IV. F293.35

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 022790 号

注册房地产估价师继续教育专用教材

房 地 产 估 价

山东省建设厅执业资格注册中心组织编写

苏召学 主编

出版者: 山东科学技术出版社

地址: 济南市玉函路 16 号

邮编: 250002 电话: (0531)2065109

网址: www.lkj.com.cn

电子邮件: sckj@jn-public.sd.cninfo.net

发行者: 山东科学技术出版社

地址: 济南市玉函路 16 号

邮编: 250002 电话: (0531)2020432

印刷者: 山东人民印刷厂

地址: 泰安市灵山大街东首

邮编: 271000 电话: (0538)6110014

开本: 787mm × 1092mm 1/16

印张: 15

字数: 330 千

版次: 2003 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

印数: 1 - 2000

ISBN 7-5331-3405-2

F·58

定价: 32.00 元

内 容 简 介

本教材根据山东省建设厅执业注册中心《注册房地产估价师继续培训方案》编写,主要内容有:微观经济学、宏观经济学、金融知识、工程建设造价与投资、房地产开发财务报告、房地产估价相关法规等内容。

本教材主要用于注册房地产估价师继续培训,同时也适用于大专院校、注册房地产估价师执业资格考试等相关学习的参考。

编审委员会

主 任	顾发全				
副主任	刁伟明	董林玉			
委 员	马传朋	安 强	张尚杰		
主 编	苏召学				
副主编	郑生钦	崔晓青	贾书新	宋 军	

目 录

第一章 微观经济学	1
第一节 需求、供给与价格	1
第二节 消费者行为	9
第三节 厂商行为理论	12
第四节 市场理论	21
第五节 分配理论	26
第二章 宏观经济学	33
第一节 国民收入核算理论	33
第二节 国民收入的决定	38
第三节 国民收入的变动	47
第四节 国民收入与就业量的决定	51
第五节 宏观经济政策	60
第三章 金融知识	72
第一节 金融概述	72
第二节 金融机构	80
第三节 金融市场	90
第四章 工程建设造价与投资	99
第一节 工程建设投资的构成	99
第二节 建设项目资金筹措	114
第三节 资金的时间价值及贷款利息的计算	123
第五章 房地产财务会计报告	130
第一节 财务报告的作用和种类	130
第二节 资产负债表及其附表	133
第三节 损益表及其附表	140
第四节 成本报表	145
第五节 成本报表	154
第六节 会计报表附注	156
第七节 财务情况说明书	159
第六章 相关法规	166
一、中华人民共和国土地管理法	166
二、中华人民共和国房地产管理法	178
三、中华人民共和国城市规划法	186
四、城市房地产开发经营管理条例	190

五、城市房屋拆迁管理条件	195
六、商品房销售管理办法	199
七、中华人民共和国城镇国有土地使用权出让和转让暂行条例	205
八、城市私有房屋管理条例	210
九、住房公积金管理条例	213
十、外商投资开发经营成片土地暂行管理办法	218
十一、城市房地产估价市场管理暂行办法	220
十二、城市房地产中介服务管理规定	223
十三、房地产估价师注册管理办法	227
参考文献	232

第一章 微观经济学

人类的需求是无止境的、日益增长的,而资源供给受有限资源的制约,人类没有足够的资源无限量地生产和提供他们所需的各种物品和服务。而既定的资源往往具有多种可供选择的用途,不同的选择和安排会产生不同的经济效果。因此,“生产什么”、“如何生产”和“为谁生产”的问题构成了经济学的永恒主题和核心论题,即资源配置问题。萨缪尔森和诺德豪斯(中译本 1996)指出:“经济学研究社会如何使用稀缺资源来生产有价值的商品,并把它们在不同的人之间进行分配”,“其核心在于理解社会如何配置它的稀缺资源”。经济学分为微观经济学和宏观经济学,本章仅介绍微观经济学的基本理论、知识。微观经济学是以单个经济主体的经济行为作为研究对象,通过研究单个经济主体的经济行为和相应的经济变量单项数值的决定,来说明价格机制如何解决资源配置问题的经济学分支学科。由于微观经济学以市场经济条件下的产品价格和以货币表示的工资、利息、利润和地租等生产要素价格的决定为中心,因而微观经济理论又被统称为价格理论。

第一节 需求、供给与价格

一、需求

1. 需求、需求表与需求曲线

需求是指某个消费者(家庭)在某特定时期内和一定市场上,按某一价格愿意并且能够购买的某种商品或劳务的数量。应当注意的是,需求是与该商品销售价格所对应的消费者购买欲望和购买能力的统一。因此,在说到人们对某种商品的需求量时,必须同时明确与该需求量所对应的商品价格。

需求表是指以列表形式反映某种商品价格与该商品需求量之间关系的表格。把需求表的有关数据描绘在以需求量为横坐标、商品价格为纵坐标的平面坐标系上,得出表示某种商品价格与该商品需求量之间关系的曲线,即为需求曲线。

表 1-1 对某商品的需求

	价格(元)	需求量(吨)		价格(元)	需求量(吨)
a	20	110	d	80	67.5
b	40	90	e	100	62.5
c	60	77.5	f	120	60

把某一商品所有个人需求加总,即把该商品每一价格对应的每个人的需求量相加,得出该商品市场上与每一价格对应的市场需求量,即为该商品的市场需求。由此形成的市场需求表和市场需求曲线,反映了该商品的市场需求状况。

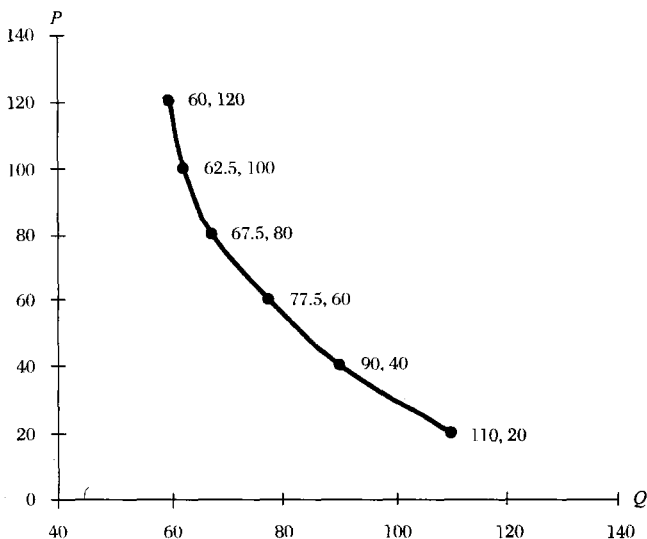


图 1-1 需求曲线

2. 影响需求的因素与需求函数

在某种商品市场上,影响该商品市场需求的因素有:

(1)消费者偏好。反映消费者心理上对商品喜好程度的排序,从而影响对该商品的需求。

(2)消费者的收入水平。一般而言,当其他条件不变时,人们的收入水平越高,对商品的需求也越多。因此,消费者的收入水平和社会收入分配情况对市场需求有重要影响。例如,我国现阶段商品住宅的售价与广大中低收入阶层家庭平均年收入的比远远大于 6:1,因而严重制约了广大居民对商品住宅的需求。

(3)该商品本身的价格。大量经验事实揭示,商品的价格与其需求量之间存在相当稳定的负相关关系,即两者之间存在反向变动的关系。

(4)其他商品的价格。商品之间的关系有两种,一种为互补关系,另一种为替代关系,前者是指两种商品共同满足一种欲望,如汽车和汽油;后者是指两种商品可以相互代替来满足同一种欲望,如大米和小麦。两种互补商品之间价格与需求量反向变动,如汽油价格上涨将导致人们使用汽车的费用增加,从而引起人们对汽车的需求减少。而两种替代商品之间价格与需求呈同向变动,如小麦价格上涨,人们将减少对小麦的需求而增加对其替代商品大米的需求。

(5)消费者对该商品和其他商品未来价格的预期。消费者预料该商品价格将上涨时,会增加对该商品的购买量,或者预计其他商品价格上涨时,会增加对其替代商品的需求。此外,还有一些其他因素影响商品的市场需求,如人口数量与结构的变动、政府鼓励或抑制消费的政策等。将影响需求的各种因素作为自变量,将需求作为因变量,那么反映需求随这些影响因素变化而变化对应关系的数学表达式即为需求函数,它可表示为:

$$D = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n) \quad (1-1)$$

式中 D 表示需求, $X_1, X_2, \dots, X_n$ 表示影响需求的因素, f 表示函数关系的记号。设

Q_d 为人们对某商品的需求量, p 表示该商品的价格, 除 p 之外, 其他影响需求的因素都不变, 则需求函数可表示为:

$$Q_d = f(p) \quad (1-2)$$

或

$$p = f^{-1}(Q_d) \quad (1-3)$$

式(1-3)中, 符号 f^{-1} 表示为 f 的反函数。

3. 需求规律

需求规律是人们从大量经验资料中所观察到的商品价格与其需求量之间变化依存关系的规律。其基本内容是: 在其他条件不变的情况下, 某商品的需求量与价格之间成反方向变动, 即需求量随商品本身价格的上升而减少, 随商品本身价格的下降而增加, 需求曲线是一条自左向右下方倾斜的曲线。需求规律在理论上可用“替代效应”和“收入效应”的综合作用即“价格效应”来解释。所谓替代效应, 是指由于商品的相对价格发生变化, 消费者增加跌价商品的购买量以代替其价格相对上涨的商品的现象; 而收入效应是指由于消费者的收入增加(或商品价格降低从而使消费者实际收入增加)而增加对商品的购买量的现象。但对某些商品而言, 由于消费者收入增加后会改用其他品质较高的商品, 反而减少对其需求, 因而表现为收入负效应。

虽然, 需求规律反映的是一般商品的规律, 但也有某些例外。例如, 由于消费者出于追逐“高雅”的心理选择消费, 产生了所谓的“炫耀效应”, 以至出现商品的价格越高, 需求量反而越大的现象。如消费群体对品牌高档商品的追求等。还有少数商品, 当其价格下降后, 由于收入负效应相当大, 消费者实际收入提高引起对该商品需求减少的数量超过替代效应所引起的购买量的增加, 导致事实上对该商品的需求量在其价格降低时反而减少, 这类商品称为“吉芬商品”。以上特殊商品是不符合需求规律的例外。

4. 需求量的变化与需求的变化

需求量的变化是指在影响需求的其他因素不变的条件下, 需求量在同一条需求曲线上随商品本身价格变化而发生的反方向变化。

需求的变化是指在商品本身价格不变的条件下, 由于其他原因变化所引起的需求状况的变化。需求的变化表现为需求曲线的移动。见图 1-2。

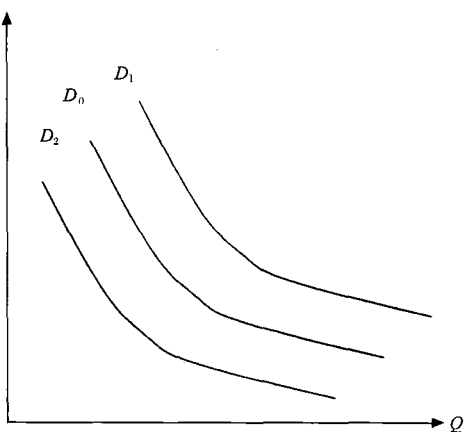


图 1-2 需求曲线的移动

二、供给

1. 供给、供给表与供给曲线

供给是指厂商在一定市场上和某一特定时期内, 与每一价格相对应, 愿意并且能够供给的商品数量。

供给表是以列表形式反映某种商品价格与该商品供给量之间关系的表格。把供给表的有关数据描绘在以供给量为横坐标、商品价格为纵坐标的平面坐标系上,得出表示某种商品价格与该商品供给量之间关系的曲线,即为供给曲线。

2. 影响供给的因素与供给函数

影响商品供给的主要因素有:

(1)考察的时间长短。商品供给情况与时间有关,尤其是生产周期较长的产品,如住宅等,如果考察的时间不同,供给量会有很大的差别。

(2)厂商从事生产的目标。在经济分析中,一般假定厂商的目标是实现利润最大化。但如果厂商以销售产量或以销售额最大化为目标,则供给曲线可能与以利润最大化为目标的厂商供给曲线有所不同。

(3)商品本身的价格。在影响某种商品供给的其他因素既定不变的条件下,该商品的价格与其供给量之间存在正相关关系,即两者之间存在同向变动的关系。

(4)其他商品的价格。当某种商品价格不变,而另一种商品价格上涨,则厂商将减少对该种商品的供给,增加对另一种商品的生产。

(5)生产技术的变动和生产要素的价格。由于技术进步,或由于任何原因引起生产要素价格下降,都将使单位产品的生产成本下降,从而使得与任一价格对应的供给量增加。

(6)政府的政策。政府主要通过计划、管制、税收、转移支付、货币政策等对国家经济发展进行宏观调控,并影响厂商的生产决策和消费者选择。如政府增加对某种产品的课税将使该产品售价提高,在一定条件下会通过需求的减少使供给减少;反之,如政府为刺激消费,降低商品税负或给予补贴,使商品价格降低而增加需求,从而使供给增加。

(7)厂商对未来的预期。厂商预料商品价格将上涨时会增加对该商品的供给量,反之则减少对该商品的供给量。将影响供给的各种因素作为自变量,将供给作为因变量,那么,反映供给随这些影响因素变化而变化对应关系的数学表达式即为供给函数,它可表示为:

$$S = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n) \quad (1-4)$$

式中 S 表示供给, $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ 表示影响供给的因素, f 为表示函数关系的记号。

设 Q 为某种商品的供给量, p 表示该商品的价格,除 p 之外,其他影响供给的因素都不变,则供给函数可表示为:

$$Q_s = f(p) \quad (1-5)$$

或

$$p = f^{-1}(Q_s) \quad (1-6)$$

式(1-6)中,符号 f^{-1} 表示为 f 的反函数。

3. 供给规律

供给规律反映了商品本身价格与其供给量之间变化的依存关系。其基本内容是:在其他条件不变的情况下,商品的供给量与价格之间同向变动,即供给量随商品本身价格的上升而增加,随商品本身价格的下降而减少,供给曲线是一条自左向右上方倾斜的曲线。

4. 供给量的变化与供给的变化

供给量的变化是指在影响供给的其他因素不变的条件下,供给量在同一条供给曲线

上随商品本身价格变化而发生的同方向变化。

供给的变化是指在商品本身价格不变的条件下,由于其他因素变化所引起的供给状况的变化。供给的变化表现为供给曲线的该商品的供给量,反之则减少对该商品的供给量。

三、需求弹性与供给弹性

1. 需求弹性

需求弹性是指由于影响需求的诸因素发生变化后,需求量作出反应的程度。从理论上分析,可以对影响需求的任何变化的弹性进行考察,但由于其中一些因素难以量化,因此通常考察的为需求的价格弹性、需求的交叉价格弹性和需求的收入弹性。而需求的价格弹性具有代表性,因此我们仅讨论需求的价格弹性,并按通常习惯称之为需求弹性。

各种商品的需求弹性是不同的,通常用需求弹性系数来表示需求弹性的大小。需求弹性系数是需求量变动比率与价格变动比率的比值。以 E_d 表示需求弹性系数,以 $\Delta Q/Q$ 表示需求量变动的比率,以 $\Delta P/P$ 表示价格变动的比率,则需求弹性系数的一般公式为:

$$E_d = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \quad (1-7)$$

(1)理解需求弹性和需求弹性系数的要点:

①需求弹性是指价格变动所引起的需求量变动的程度,即需求量变动对价格变动的反应程度。价格是自变量,需求量是因变量。

②需求弹性系数是需求量变动比率与价格变动比率的比值,而不是需求量变动绝对量与价格变动绝对量的比值,这样可以排除计量单位的影响。

③需求弹性系数的数值可以是正值,也可以是负值,这取决于有关两个变量的变动方向。若它们同方向变动,则 E_d 为正值;反之, E_d 为负值。实际运用时,为方便起见一般都取其绝对值, E_d 的绝对值表示变动程度的大小。

④同一条需求曲线上不同点的需求弹性系数大小并不一定相同。

(2)需求弹性的高低范围:各种商品的需求弹性不同,为了揭示某种商品及其在某一价格的弹性高低,通常根据需求弹性系数绝对值的大小进行分类:

① $|E_d| = 0$,表明无论价格如何变动,需求量都固定不变,始终有 $\Delta Q = 0$ 。如以价格为纵坐标,需求量为横坐标(以下同),则需求曲线是一条与横轴垂直的线。此时称需求完全无弹性,或称需求弹性为零。

② $|E_d| = \infty$,表明在价格既定的条件下,需求量可任意变动,需求曲线为一条与横轴平行的直线。此时称需求有完全弹性。

③ $|E_d| = 1$,表明价格每提高(或降低)一定比率,则需求量相应减少(或增加)相同的比率,其特征为 PQ 的乘积为定值,需求曲线为一条正双曲线,此时称需求为单一弹性。

④ $|E_d| > 1$,表明价格每提高(或降低)一定比率,则需求量相应减少(或增加)更大的比率,需求曲线比较平坦,此时称需求富有弹性。

⑤ $1 > |E_d| > 0$,在表明需求量变动比率的绝对值小于价格变动比率的绝对值,需求曲线比较陡峭,此时称需求缺乏弹性。

(3)影响需求弹性的因素:

①商品的替代品数目和可替代程度。一般而言,如果某种商品的替代品数目很多,则该商品的需求很可能是富有弹性的。因为若该商品价格上涨(或下降),消费者就会减少(或增加)对该商品的购买量,而增加(或减少)对该商品替代品的购买量。因此,若把一种商品的范围限定得越窄,则它的替代品越多,需求弹性也越大。如某开发商新开发的多层砖混结构商品住宅,它的替代品则包括其他开发商新开发的各种各样的商品住宅(其他结构的多层、低层或高层商品住宅等),以及市场上流通的各种商品住宅;但若所指的商品是开发商新开发的商品住宅,则替代品为市场上流通的其他非新开发的商品住宅,所以前者的需求弹性大于后者。另一方面,如果某种商品有完全相近的替代品,则该商品的需求可能有完全弹性。如某开发商在某地段新开发的商品住宅,而其他多个开发商在该地段也有足够多的新开发出的类似商品住宅,则该开发商只能按既定价格卖出他所愿意出售的商品住宅,若他试图提高价格出售其商品住宅,则消费者会选择购买其他开发商新开发出的完全替代品。这从另一个角度阐述了房地产估价中的替代原理。

②消费者对某种商品的需求程度以及商品在消费者家庭预算中所占的比例。若商品是家庭生活的必需品,如柴、米、油、盐等,则它们的需求弹性通常很小,因为无论这些商品是否涨价,消费者都必须购买,而且它们在家庭开支中所占的比例也不大,因此它们价格的涨跌对每个家庭需求的影响都很小。若商品为奢侈品,则通常可有可无,因此需求弹性相对较大。同时,商品在消费者家庭预算支出中占的比例也影响到它们的需求弹性。对于那些占家庭支出比例较大的商品,如果它们的价格上涨,则对消费者的生活影响较大,因而需求量必然减少很多,所以它们的需求弹性也较大;反之则需求弹性相对较小。

③商品本身用途的多样性。某种商品的用途越多,其需求弹性越大。因为用途越多的商品,当其价格发生变化时,会从多种途径影响到对它的需求。

④商品的耐用程度。商品越是耐用,需求弹性越小。因为消费者一旦购买耐用品,即使它们的价格下降,消费者也不会再在短期内重新购置。

⑤时间的长短。需求弹性是时间的函数,会随时间的变化而变化。一般而言,时间越长,消费者和厂商越容易找到新的替代品,因而需求也越有弹性。

(4)需求的点弹性系数。前面定义的需求弹性系数是根据需求曲线两个点所代表的价格及其相应需求量的变化计算得出的,代表的是需求曲线上两个点之间的一段弧弹性。而需求的点弹性系数(用 E 表示)是指需求曲线上任一点的弹性系数,它可以根据求弧弹性系数的方法再求极限得出:

$$E = \lim_{\Delta P \rightarrow 0} \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{dQ}{dP} * \frac{P}{Q} \quad (1-8)$$

(5)需求弹性与消费者支出(或销售者收入)之间的关系。若某种商品的需求富有弹性,则价格与消费者支出成反方向变动。当价格上升时,消费者支出减少(或销售者收入减少);当价格下降时,消费者支出增加(或销售者收入增加)。

若某种商品的需求为单一弹性,即价格升(降)的百分率与需求减(增)的百分率相等,此时价格 P 与需求量 Q 的乘积为定值,因此价格变化与消费者支出(或销售者收入)无关。

若某种商品的需求缺乏弹性,则价格与消费者支出成同向变动。当价格上升时,消费者支出增加(或销售者收入增加);当价格下降时,消费者支出减少(或销售者收入减少)。

2. 供给弹性

供给弹性是指由于影响供给的诸因素发生变化后,供给量作出反应的程度。一般考察的是供给的价格弹性,通常用供给价格弹性系数来表示价格变动引起供给量变动的程度。供给价格弹性系数是供给量变动比率与价格变动比率的比值,以 E_s 表示。若以 $\Delta Q/Q$ 表示供给量变动的比率,以 $\Delta P/P$ 表示价格变动的比率,则供给价格弹性系数的一般公式为:

$$E_s = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q} \quad (1-9)$$

或:

$$E_s = \lim_{\Delta P \rightarrow 0} \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = \frac{dQ}{dP} \times \frac{P}{Q} \quad (1-10)$$

(1)理解供给价格弹性和供给价格弹性系数的要求:

①供给价格弹性是指价格变动所引起的供给量变动的程度,即供给量变动对价格变动的反应程度。价格是自变量,供给量是因变量。

②供给价格弹性系数是供给量变动比率与价格变动比率的比值,而不是供给量变动绝对量与价格变动绝对量的比值。

③供给价格弹性系数的数值一般都为正值,反映了供给量与价格同方向变动的供给规律, E_s 的值表示变动程度的大小。

④同一条供给曲线上不同点的供给价格弹性系数大小并不一定相同。

(2)供给价格弹性的高低范围:

各种商品的供给价格弹性不同,为了揭示某种商品及其在某一价格的弹性高低,通常根据供给价格弹性系数值的大小进行分类:

① $E_s = 0$, 这表明无论价格如何变动,供给量都固定不变,始终有 $\Delta Q = 0$ 。如以价格为纵坐标,供给量为横坐标(以下同),则供给曲线是一条与横轴垂直的线。此时称供给完全无弹性,或称供给价格弹性为零。

② $E_s = \infty$, 表明在价格既定的条件下,供给量可任意变动,供给曲线为一条与横轴平行的直线。此时称供给价格弹性无穷大,或称供给有完全弹性。

③ $E_s = 1$, 表明价格每提高(或降低)一定比率,则供给量相应增加(或减少)相同比率,此时称供给为单一弹性。对于点弹性而言,则表明过该点作供给曲线的切线必通过坐标原点。若供给曲线是以坐标原点为起始点的一条直线,则该供给曲线上任一点的价格弹性系数都是 1。

④ $E_s > 1$, 这表明价格每提高(或降低)一定比率,则供给量相应增加或减少更大的比率。供给曲线比较平坦,此时称供给富有弹性。

⑤ $1 > E_s > 0$, 在表明供给量变动比率的绝对值小于价格变动比率的绝对值,供给曲线比较陡峭,此时称供给缺乏弹性。

(3)影响供给价格弹性的主要因素:

与需求弹性有所不同,影响供给价格弹性大小的因素主要表现在两个方面:一是从厂商供应能力和产品生产周期方面考虑,则时期长短是决定供给价格弹性大小的主要因素;二是从厂商生产产品的成本方面考虑,由于厂商供给一定量产品所要求的售价取决于产品的成本,所以产品的成本状况决定供给价格弹性的大小。

在极短的时间内,厂商能够提供给市场的产品量,仅限于已生产的产品存量,供给量无法随价格变动而变动,因此供给价格弹性为零。同样,对于生产周期较长的产品,即使价格上涨,在极短时期内也无法形成现实供给,因而影响供给价格弹性。如房地产建设周期一般较长,所以通常采用预售的办法形成现实供给,从而增加供给价格弹性。在短期内,厂商可通过利用现有固定资产而增加可变生产要素来扩大产量。在长期,各厂商则通过调整生产能力来扩大生产规模,同时,价格 P 信号引导资源流向的作用,将使供给价格弹性增加,从而形成极短时期、短期以及长期三种不同的供给曲线。产品成本状况对供给价格弹性的影响可通过图 1-3 加以说明,当售价低于 P 时,供给量为零;当售价等于 P ,且产量小于 Q 时,单位产品的成本不变,因此供给有完全弹性;当产量处于 Q_1 与 Q_2 之间时,随着单位产品的成本递增,供给弹性逐渐减小,其中在 B 点的弹性为单一弹性,在 AB 段,有 E_s 大于 1,而在 BC 段,有 E_s 小于 1;当产量达到也后,由于厂商现有生产能力已被最大限度地利用,供给量无法随价格上涨而增加,因此供给价格弹性为零。

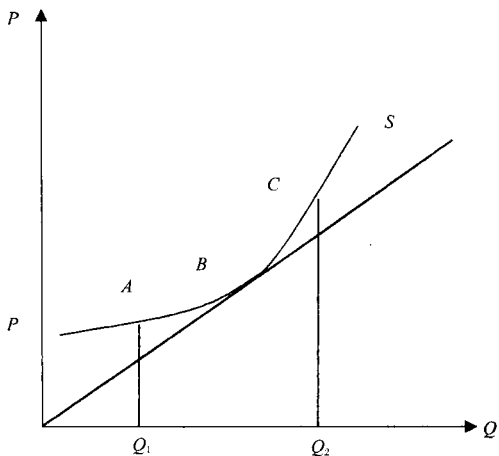


图 1-3 需求曲线的移动

四、均衡数量与均衡价格

1. 均衡数量与均衡价格的概念

假定某种商品的需求状况和供给状况已知并既定不变,由于需求和供给在市场竞争中的共同作用,使消费者愿意购买的数量与厂商愿意供给的数量恰好相等而达到某种相对稳定的状态,此时称需求等于供给的数量为该商品的均衡数量,称均衡数量所对应的价格(需求价格等于供给价格)为该商品的均衡价格。应当注意的是,均衡价格的形成即价格的决定,是在市场竞争的条件下由供求双方共同作用的结果,完全是自发形成的。

2. 需求、供给的变化对均衡数量和均衡价格的影响

设供给状况不变,需求状况由于其他因素变化而发生变化。当需求增加时,表现为需求曲线从原来位置向右上方移动,从而引起均衡数量增加、均衡价格上升;反之,当需求减少时,表现为需求曲线从原来位置向左下方移动,从而引起均衡数量减少、均衡价格下降。

设需求状况不变,供给状况由于其他因素变化而发生变化。当供给增加时,表现为供给曲线从原来位置向右下方移动,从而引起均衡数量增加、均衡价格下降;反之,当供给减少时,表现为需求曲线从原来位置向左上方移动,从而引起均衡数量减少、均衡价格上升。

当需求状况和供给状况同时变化时,均衡数量和均衡价格的变化视具体情况而定。假定需求曲线和供给曲线均为直线,当需求增加且供给也增加时,表现为需求曲线向右上方移动,供给曲线向右下方移动,因此均衡数量增加,而均衡价格可能上升,可能不升不降,也可能下降;当需求增加且供给减少时,表现为需求曲线向右上方移动,供给曲线向左上方移动,因此均衡价格上升,而均衡数量则可能增加,可能不增不减,也可能减少;当需求减少且供给增加时,表现为需求曲线向左下方移动,供给曲线向右下方移动,因此均衡价格下降,而均衡数量则可能增加,可能不增不减少,也可能减少;当需求减少但供给也减少时,表现为需求曲线向左下方移动,供给曲线向左上方移动,因此均衡数量减少,而均衡价格则可能上升,可能不升不降,也可能下降。

第二节 消费者行为

一、效用

消费者决策是消费者行为理论的基本内容。所谓消费者决策是指消费者在既定的预算支出条件下,为使自己获得最大满足而作出的消费选择。消费者在消费某种商品中所获得的心理满足程度称为效用。效用取决于两种因素:一是由商品的自然属性所决定、具有满足人们某种需要的能力;二是人们在消费某种商品时对满足需要程度的主观感受。

19世纪末的西方经济学家认为,物品的效用可以计量。他们假设消费者能够用数字表示单个物品的效用大小,即以效用单位对消费者消费某一物品所获得的满足程度加以衡量;对于物品组合的消费,则假设每种物品的效用各自独立;因此效用可以比较、可以加总而得到总效用。这种以基数形式研究消费者效用最大化的理论,称为基数效用论。基数效用论采用的分析方法是边际效用分析法。

然而,基数效用论的假设与事实不相符。效用毕竟是人们的一种心理感受,不同消费者对消费同一物品所带来的满足程度并不相同,因此物品效用的大小没有客观标准,也不存在统一的判断尺度,它完全取决于消费者本身的偏好。为了弥补基数效用论的不足,西方经济学家又提出了序数效用论。他们认为,尽管不能用效用单位去计算效用,但效用的大小还是可以比较的。比如,消费者面对A、B、C三种商品,虽然他不能具体说出A、B、C三种商品各有多少效用,但他却能明确表示出对三种商品不同喜好的排序。这种以序数形式研究消费者效用最大化的理论,称为序数效用论。序数效用论采用的分析方法是无差异曲线分析法。

二、边际效用分析与消费者均衡

1. 总效用与边际效用

总效用(TU)是指消费一定数量物品所获得的总的满足程度。

边际效用(MU)是指某种物品每增加一个单位的消费量所引起的总效用的增加。

设效用函数为: $TU = U(X_1, X_2, X_3, \dots, X_m)$ (1-11)

式中 TU 表示总效用, $X_1, X_2, X_3, \dots, X_m$ 表示消费者购买 m 种商品各自的数量, U 为效用

函数记号。则商品 X_i 的边际效用为:

$$MU = \lim_{\Delta X_i \rightarrow \infty} \frac{\Delta U}{\Delta X_i} = \frac{\partial U}{\partial x} \quad (1-12)$$

若假定消费者消费其他物品的数量不变,只考虑消费一种物品的变化所引起的效用变化,则式(1-11)可简化为:

$$TU = U(x) \quad (1-13)$$

此时有

$$MU = \lim_{\Delta X_i \rightarrow \infty} \frac{\Delta U}{\Delta X_i} = \frac{dU}{dx} \quad (1-14)$$

2. 边际效用递减规律

随着消费者在一定时间内对某种商品消费量的增加,他从每增加一单位商品的消费中所获得的效用总量呈逐渐递减的趋势,即消费者消费后一单位商品所获得的效用增量小于他消费前一单位商品所获得的效用增量。总效用有可能达到一个极大值,此时边际效用为零;若继续增加该商品的消费量,则会使边际效用为负值,从而减少总效用。这种在人们日常生活中普遍存在的现象,被称为边际效用递减规律。实际上,这也是西方经济学家通过考察和总结而提出的边际效用随消费某种物品数量而变化的理论命题。

边际效用递减规律可从两个方面进行解释。一是生理或心理的原因:随着消费某种物品的数量增多,人们在生理上得到的满足或在心理上产生反映的强烈程度逐渐减少。二是由于物品本身用途具有多样性,消费者往往会根据自己的主观偏好对不同用途按重要性进行分级,并根据其所能支配的物品数量按满足需要的重要性顺序进行消费,所以边际效用递减。

3. 消费者均衡

消费者均衡是指消费者在既定的收入状况下,将货币合理花费于各种消费品的组合,使消费者获得了最大的效用总量,此时消费者不再改变其购买的各种消费品数量,即消费者的决策行为已达到均衡状态。

研究消费者均衡的假设条件是:①消费者的嗜好与偏好是既定的;②消费者的收入是既定的,且假定消费者的收入全部用来购买消费品;③消费者拟购买的商品价格是既定的。在以上假设条件下,实现消费者均衡的条件可通过对家庭预算支出约束条件下求解效用函数的极大值得出。即求解:

$$\begin{aligned} & \text{MAX} U(X_1, X_2, X_3, \dots, X_M) \\ & \text{s.t.} \sum_{j=1}^m P_j X_j = M \end{aligned} \quad (1-15)$$

式中 P_j 分别表示第 j 种商品 X_j 的价格, M 为消费者的既定总收入。用拉格朗日乘数法求解可得:

$$\frac{MU_{X1}}{P_1} = \frac{MU_{X2}}{P_2} = \dots = \frac{MU_{Xm}}{P_m} \quad (1-16)$$

三、无差异曲线分析与消费者均衡

1. 无差异曲线