

微观经济学

Microeconomics

第2版



高扬 主编



机械工业出版社
China Machine Press

014004328

21世纪高等院校专业课系列教材 ·

【经济学

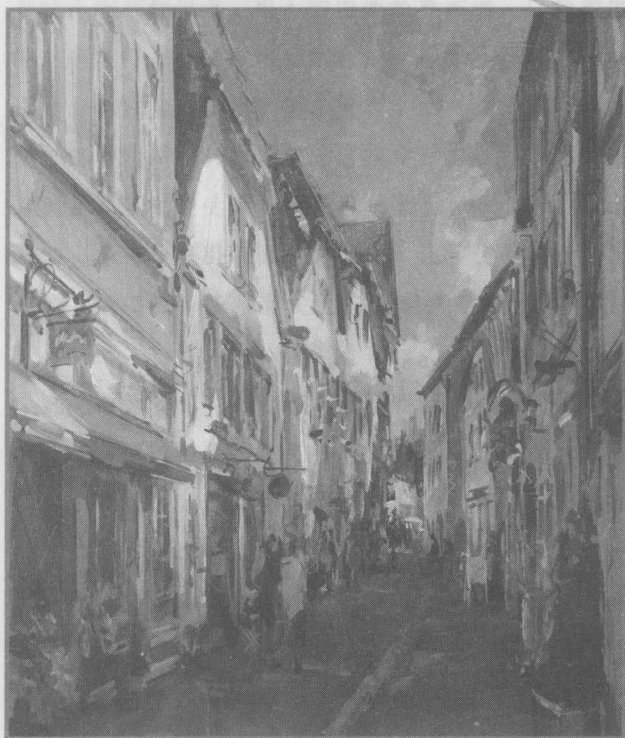
F016
176-2

微观经济学

Microeconomics



第2版



高扬 主编



北航

C1691017



机械工业出版社
China Machine Press

F016

176-2

图书在版编目 (CIP) 数据

微观经济学 / 高杨主编. —2 版. —北京: 机械工业出版社, 2013. 10
(21 世纪高等院校专业系列教材·经济学类)

ISBN 978-7-111-44040-6

I. 微… II. 高… III. 微观经济学-高等学校-教材 IV. F016

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 216982 号

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本教材知识体系完整、逻辑严谨, 写作风格深入浅出。在理论阐述上充分考虑了学生的理解和接受程度。开辟了“热点”专栏, 引入国内外经典案例, 将理论学习与现实观察相结合, 提高学习兴趣; “拓展知识”专栏, 引入与知识点相关的背景知识、历史沿革或前沿发展, 扩展学生视野, 加深其对经济学这一学科的认识。

本教材适合普通高等院校经济管理类专业本科生及文科类专业的学生使用。

机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

责任编辑: 赵艳君 版式设计: 刘永青

蕺城市京瑞印刷有限公司印刷

2013 年 10 月第 2 版第 1 次印刷

185mm × 260mm · 17.25 印张

标准书号: ISBN 978-7-111-44040-6

定 价: 35.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649

68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

PREFACE

前言

本教材主要定位在初级入门和中级之间。适合的读者群包括经济管理类专业的学生，法律、新闻等文科类专业的学生，当然也包括对经济学感兴趣的读者。

在教材编写中，为了较大程度地涵盖各类读者群体的需要，我们一方面保证知识体系的完整性、逻辑的严谨性，另一方面在教材写作风格上也尽可能做到深入浅出，在理论阐述上考虑学生的理解和接受程度。我们开辟了“热点”与“拓展知识”两类专栏，前者主要结合相关知识点，引入国内外经典案例，以帮助学生对所知识点的理解，并引导学生将理论学习与现实观察相结合，提高学习兴趣；后者则通过引入与知识点相关的背景知识、历史沿革或前沿发展，旨在增加学生对经济学理论形成过程的了解，扩展学生视野，加深对经济学这一学科的认识。这些专栏内容，大多是编写老师自己在备课中收集、整理并撰写的，并且也经受了多年授课的检验，因此具有很强的原创性和成熟度。在案例选择上，我们也尽可能多引入国内的案例，让学生更有亲切感，以增加学生对我国市场经济改革的现状、问题的了解，激发他们将经济学理论用于对我国经济实践问题的观察，提高分析能力。

另外，我们在教材编写上尽可能方便不同程度学生对本教材的使用。对于非经济类学生，通过阅读该教材正文中的文字部分和专栏，可以对基本经济学原理有全面把握；对于经济类学生，则可以将正文中、脚注中和附录中涉及的数理部分也全部掌握，从而有助于建立经济学的理论框架、变量间的关联，也可为进一步考研深造奠定基础。

本教材是一个集体创作的成果。从最初大纲讨论、风格体例的确定，以及教材的分工编写、初稿的讨论修改及定稿等，都凝结了各位编写老师的辛劳和智慧。参与编写的老师均来自北京工商大学经济学院经济系的一线教师，教龄均超过10年。他们都有经济学博士学位，教授、副教授职称，有扎实的理论功底，年轻有思想，严谨而又有创新精神。根据各位老师的研究专长或教学专长，对教材的编写进行了分工，以充分发挥各自的优势。具体分工是：第1章 高扬；第2章 王云霞；第3章 王云霞；第4章 朱中彬；第5章 孟昌；第6章 高扬；第7章 郭毅，徐秋慧；第8章 徐秋慧；第9章 余向华；第10章 余向华；第11章 孟昌；第12章 张宏艳。

在本教材的整个编写过程中，北京工商大学周清杰博士提供了宝贵的建议，机械工业出版社的章集香策划和赵艳君编辑做了大量细致认真的工作，这都推进了本书的顺利出版，在此表达我们衷心的感谢。

受时间、精力所限，教材的编写尚存在不足和缺憾，诚恳地希望各位专家和读者提出宝贵意见，使我们的教材得以不断完善和充实。

编者

2013年8月

经济学

课程名称	书号	书名、作者及出版时间	版别	定价
中级微观经济学	978-7-111-27372-1	中级微观经济学（第4版）（佩罗夫）（2009年）	外版	85
中级微观经济学	978-7-111-28516-8	中级微观经济学（斯科特）（2009年）	外版	86
中级微观经济学	978-7-111-24880-4	中级微观经济学（英文版·第4版）（佩罗夫）（2008年）	外版	88
中级宏观经济学	978-7-111-43155-8	宏观经济学（第5版·升级版）（布兰查德）（2013年）	外版	75
中级宏观经济学	978-7-111-34766-8	中级宏观经济学（巴罗）（2011年）	外版	49
中级宏观经济学	978-7-111-25446-1	中级宏观经济学（第6版）（亚伯·伯南克）（2008年）	外版	68
西方经济学学习指导	978-7-111-33099-8	哈伯德《经济学》学习指南（第3版）（斯卡希尔）（2011年）	外版	45
西方经济学学习指导	978-7-111-31352-6	经济学精要（精要版）（第4版）学习指南（拉什）（2010年）	外版	39
西方经济学（微观）	978-7-111-32767-7	经济学（微观）（第3版）（哈伯德）（2011年）	外版	59
西方经济学（微观）	978-7-111-35779-7	经济学（微观）（英文版·第3版）（哈伯德）（2011年）	外版	78
西方经济学（微观）	978-7-111-42810-7	经济学（微观部分）（第2版）（斯通）（2013年）	外版	55
西方经济学（微观）	978-7-111-31796-8	微观经济学（第3版）（中国版）（卡茨）（2010年）	外版	59
西方经济学（微观）	978-7-111-32008-1	微观经济学（迈克易切恩）（2010年）	外版	49
西方经济学（宏观）	978-7-111-31727-2	宏观经济学（迈克易切恩）（2010年）	外版	49
西方经济学（宏观）	978-7-111-32768-4	经济学（宏观）（第3版）（哈伯德）（2011年）	外版	49
西方经济学（宏观）	978-7-111-35870-1	经济学（宏观）（英文版·第3版）（哈伯德）（2011年）	外版	59
西方经济学（宏观）	978-7-111-42849-7	经济学（宏观部分）（第2版）（斯通）（2013年）	外版	49
西方经济学	978-7-111-28088-0	经济学：私人与公共选择（第12版）（格瓦特尼）（2009年）	外版	78
西方经济学	978-7-111-29597-6	经济学：私人与公众选择（英文版·第12版）（格瓦特尼）（2010年）	外版	78
西方经济学	978-7-111-27481-0	经济学原理（精要版）（第4版）（帕金）（2009年）	外版	62
西方经济学	978-7-111-32830-8	经济学原理（精要版）（英文版·第4版）（帕金）（2011年）	外版	68
西方经济学学习指导	即将出版	《西方经济学》（习题集）（周清杰、高扬）（2013年）	本版	25
西方经济学学习指导	978-7-111-41637-1	西方经济学概论学习指南与习题册（刘平）（2013年）	本版	22
西方经济学学习指导	978-7-111-37954-6	西方经济学习题集（第3版）（精品课）（赵英军）（2012年）	本版	26
西方经济学（微观）	978-7-111-32919-0	经济学原理（微观）（佟琼）（2011年）	本版	36
西方经济学（微观）	978-7-111-44040-6	微观经济学（高扬）（2013年）	本版	36
西方经济学（微观）	978-7-111-39441-9	微观经济学（王文寅）（2012年）	本版	32
西方经济学（微观）	978-7-111-30940-6	微观经济学（武立东）（2010年）	本版	32
西方经济学（微观）	978-7-111-19966-9	微观经济学（朱中彬）（2006年）	本版	26
西方经济学（微观）	978-7-111-38114-3	西方经济学（微观部分）（第3版）（精品课）（赵英军）（2012年）	本版	32
西方经济学（宏观）	978-7-111-43987-5	宏观经济学（葛敏）（2013年）	本版	29
西方经济学（宏观）	978-7-111-34032-4	宏观经济学（李宝伟）（2011年）	本版	29
西方经济学（宏观）	978-7-111-43294-4	宏观经济学（刘平）（2013年）	本版	25
西方经济学（宏观）	978-7-111-42949-4	宏观经济学（王文寅）（2013年）	本版	35
西方经济学（宏观）	978-7-111-36957-8	经济学原理（宏观）（佟琼）（2012年）	本版	29
西方经济学（宏观）	978-7-111-37935-5	西方经济学（宏观部分）（第3版）（精品课）（赵英军）（2012年）	本版	29
西方经济学	978-7-111-39029-9	经济学基础（第2版）（李海东）（2012年）	本版	30
西方经济学	978-7-111-33476-7	经济学基础（第2版）（李士金）（2011年）	本版	26
西方经济学	即将出版	经济学基础（胡伟清）（2013年）	本版	28
西方经济学	978-7-111-40480-4	西方经济学概论（刘平）（2012年）	本版	35

21世纪高等院校专业课系列

课程名称	书号	书名、作者及出版时间	定价
财务管理(公司理财)学习指导	978-7-111-30619-1	现代公司理财习题集(姚益龙)(2010年)	38
财务管理(公司理财)	978-7-111-29296-8	现代公司理财(姚益龙)(2010年)	45
运营管理	978-7-111-34234-2	运营管理(第2版)(马凤才)(2011年)	29.8
企业管理	978-7-111-39908-7	现代企业管理(第2版)(周荣辅)(2012年)	35
领导学	978-7-111-27011-9	领导学:方法与艺术(仵凤清)(2009年)	36
管理学	978-7-111-25012-8	管理学(聂锐)(2008年)	36
管理学	978-7-111-33846-8	管理学(王关义)(2011年)	29
管理学	978-7-111-24832-3	管理学:企业的视角(纪成君)(2008年)	28
创业管理	978-7-111-34049-2	创业学导论:原理、训练与应用(张耀辉)(2011年)	28
技术创新管理	978-7-111-30136-3	技术创新管理(赵晶媛)(2010年)	32
高级运筹学	978-7-111-24349-6	高级运筹学(马良)(2008年)	30
中国对外贸易概论	即将出版	中国对外贸易概论(黄晓玲)(2013年)	36
经贸英语	即将出版	经贸英语阅读(杨伶俐)(2012年)	30
国际商法	978-7-111-20474-9	国际商法(徐康平)(2007年)	30
国际贸易理论与实务	978-7-111-39640-6	国际贸易理论与实务(第3版)(卓骏)(2012年)	39
当代世界经济	即将出版	世界经济概论(李晓)(2013年)	38
审计学	978-7-111-32015-9	审计学(第2版)(刘建军)(2010年)	35
会计学	978-7-111-30620-7	会计学原理(第3版)(韩星)(2010年)	28
管理会计	978-7-111-37238-7	现代管理会计(第2版)(宋效中)(2012年)	38
财务会计	978-7-111-36072-8	财务会计(第2版)(赵书和)(2011年)	38
投资银行学	978-7-111-24899-6	投资银行学(张志元)(2009年)	36
投资管理	978-7-111-21926-0	投资管理(庄新田)(2007年)	32
商业银行经营管理学	978-7-111-19856-5	商业银行经营管理学(刘毅)(2006年)	32
金融市场学	978-7-111-28226-6	金融市场学(韩国文)(2009年)	48
金融工程	978-7-111-30979-6	金融工程(李飞)(2010年)	38
保险学	978-7-111-25494-2	保险学(黄守坤)(2009年)	36
保险学	978-7-111-30080-9	保险学(王海艳)(2010年)	30
(证券)投资学	978-7-111-29863-2	投资学(朱相平)(2010年)	38
西方经济学学习指导	即将出版	《西方经济学》(习题集)(周清杰、高扬)(2013年)	25
西方经济学(微观)	978-7-111-32919-0	经济学原理(微观)(佟琼)(2011年)	36
西方经济学(微观)	978-7-111-44040-6	微观经济学(高扬)(2013年)	36
西方经济学(微观)	978-7-111-30940-6	微观经济学(武立东)(2010年)	32
西方经济学(微观)	978-7-111-19966-9	微观经济学(朱中彬)(2006年)	26
西方经济学(宏观)	978-7-111-34032-4	宏观经济学(李宝伟)(2011年)	29
西方经济学(宏观)	978-7-111-36957-8	经济学原理(宏观)(佟琼)(2012年)	29
西方经济学	978-7-111-33476-7	经济学基础(第2版)(李士金)(2011年)	26
统计学	978-7-111-42075-0	统计学(卢小广)(2013年)	35
税收学	978-7-111-20494-7	税收学(姜竹)(2007年)	33
计量经济学	978-7-111-23470-8	计量经济学(李宝仁)(2008年)	35
国际经济关系学	978-7-111-27371-4	国际经济关系学概论(周林)(2009年)	30
公共支出管理	978-7-111-21170-7	公共支出管理(吴强)(2007年)	28
财政学	978-7-111-27276-2	财政学(第2版)(李友元)(2009年)	36
组织行为学	978-7-111-33919-9	组织行为学(李爱梅)(2011年)	29.8
薪酬管理	978-7-111-24780-7	薪酬管理:理论与实务(刘爱军)(2008年)	32
消费者行为学	978-7-111-35452-9	消费者行为学(第2版)(王曼)(2011年)	35
市场营销学(营销管理)	978-7-111-20759-7	市场营销:价值的认识与实现(钟旭东)(2007年)	35
品牌管理	11-27809-2	品牌管理(沈铨)(2009年)	32
服务营销学	11-39417-4	服务营销学(聂元昆)(2012年)	35
物流成本管理	11-34749-1	物流成本管理(鲍新中)(2011年)	28



CONTENTS

目 录

前言

第1章 微观经济学概述 / 1

本章要点 / 1

第一节 稀缺性与经济学 / 1

※拓展知识 关于经济学的其他
定义 / 3

第二节 经济学的研究内容 / 9

※拓展知识 计划经济与票证
时代 / 10

第三节 经济学的分析方法 / 13

第四节 微观经济学的历史演进
与发展 / 17

※关键术语/本章小结/参考文献

第2章 需求、供给与供求均衡 / 25

本章要点 / 25

第一节 需求 / 25

※拓展知识 消费欲望与需求 / 26

第二节 供给 / 32

第三节 均衡价格的决定及其
变动 / 36

第四节 价格政策的运用 / 40

※拓展知识 农产品保护价的
利弊 / 42

※关键术语/本章小结/参考文献

第3章 弹性及其应用 / 45

本章要点 / 45

第一节 需求价格弹性 / 46

※拓展知识 垂直需求之谜 / 48

※拓展知识 弹性不等于斜率 / 50

第二节 其他弹性 / 53

第三节 弹性的应用 / 58

※拓展知识 谁为奢侈品付出
代价 / 63

※关键术语/本章小结/参考文献

第4章 消费者行为理论 / 66

本章要点 / 66

第一节 预算线 / 66

第二节 效用及其分类 / 68

第三节 基数效用分析 / 69

※拓展知识 戈森与边际效用
递减规律 / 70

※拓展知识 效用理论与日常
生活 / 73

第四节 序数效用分析 / 75

※拓展知识 改革开放以来中国
居民家庭恩格尔系
数的变化 / 80

第五节 替代效应与收入

效应 / 82

※关键词/本章小结/参考文献

第5章 生产理论 / 86

本章要点 / 86

第一节 厂商和厂商的目标 / 87

第二节 生产、生产函数与生产技术 / 88

第三节 等产量线 / 90

第四节 短期生产函数：一种可变要素的生产函数 / 91

第五节 两种可变投入的生产函数：长期生产函数 / 95

※热点 东风本田公司汽车生产中的短期问题和长期问题 / 97

第六节 等成本线与最优要素组合 / 98

第七节 扩展线和规模报酬 / 100

※热点 福特汽车公司的T型车 / 102

第八节 三种特殊的生产函数 / 103

※关键词/本章小结/参考文献

第6章 成本理论 / 108

本章要点 / 108

第一节 成本的性质 / 108

第二节 短期成本分析 / 111

※拓展知识 为什么会有盗版行为 / 118

第三节 长期成本分析 / 119

第四节 规模经济与规模不

经济 / 122

※热点 谨防“大企业病” / 124

※热点 如何从钢铁大国变为钢铁强国 / 126

※拓展知识 SAC曲线与LAC曲线均呈“U”形，原因相同吗 / 126

※关键词/本章小结/参考文献

第7章 完全竞争市场 / 129

本章要点 / 129

第一节 市场类型的划分依据与完全竞争市场的特点 / 130

※拓展知识 完全竞争：瓜子市场中的经济学 / 132

第二节 供求曲线、收益曲线与短期均衡 / 133

第三节 完全竞争厂商的短期均衡分析 / 136

※拓展知识 生意清淡的餐馆和小型高尔夫球场 / 138

※拓展知识 农村春联市场：完全竞争的缩影 / 141

第四节 完全竞争条件下的长期均衡分析 / 142

※关键词/本章小结/参考文献

第8章 垄断市场 / 149

本章要点 / 149

第一节 垄断市场的特点及形成原因 / 150

第二节 单一价格垄断的产出和价格决策 / 151

※拓展知识 为什么倒掉
牛奶 / 157

第三节 垄断的效应分析 / 158

第四节 垄断厂商的定价
行为 / 161

※热点 联想 TP 电脑的定价
策略 / 165

第五节 对垄断的公共政策 / 167

※热点 可口可乐收购汇源
果汁案 / 168

※关键术语/本章小结/参考文献

第 9 章 垄断竞争市场 / 172

本章要点 / 172

第一节 垄断竞争市场概述 / 173

※拓展知识 张伯伦与琼·罗宾
逊在理论上的不谋
之合 / 176

第二节 垄断竞争市场的产量与
价格决定 / 177

第三节 非价格竞争手段 / 181

※拓展知识 过度的包装与
广告 / 183

第四节 垄断竞争的效率
评价 / 184

※拓展知识 网购浪潮下快递业
的发展 / 185

※关键术语/本章小结/参考文献

第 10 章 寡头垄断市场 / 187

本章要点 / 187

第一节 寡头垄断市场的基本
特征 / 188

第二节 寡头间策略互动的现
代分析工具——博弈

论初步 / 189

※拓展知识 博弈论的诺贝尔经
济学奖缘分 / 196

第三节 寡头间的竞争分析 / 197

第四节 寡头市场竞争的其他
理论模型 / 203

第五节 寡头间的合谋问题 / 205

※拓展知识 石油输出国组织内的
合作与背叛 / 209

※关键术语/本章小结/参考文献

第 11 章 生产要素与收入分配

理论 / 211

本章要点 / 211

第一节 生产要素需求 / 212

第二节 完全竞争的要素市场与
完全竞争厂商使用生产
要素的原则 / 213

第三节 生产要素的需求
曲线 / 219

第四节 生产要素的供给
曲线 / 222

※拓展知识 节前保姆市场价格
水涨船高 / 227

第五节 收入分配与基尼
系数 / 234

※拓展知识 基尼系数与中国
基尼系数的国际
比较 / 236

※关键术语/本章小结/参考文献

第12章 市场失灵与政府的作用 / 239

本章要点 / 239

第一节 外部性和产权 / 240

※拓展知识 外部性的理论

渊源 / 240

※拓展知识 环境保护标准体

系的演变 / 249

※拓展知识 中国的排污收费

制度 / 251

※拓展知识 美国的可交易许

可制度 / 253

第二节 公共物品和共有

资源 / 254

※拓展知识 从公共服务角度认

识垃圾处理 / 258

第三节 不确定性和信息不

对称 / 260

※关键术语/本章小结/参考文献

微观经济学概述

本章要点

1. 理解经济学的含义,掌握稀缺性、选择、机会成本的概念。
2. 理解经济学的研究对象和内容、经济的协调机制、经济循环图的构成及它们之间的关联。
3. 了解经济学的基本假设、经济学的主要分析方法和微观经济学的历史演进与发展。

随着世界人口不断增加,能源匮乏、耕地减少、水资源紧张等问题日益凸显,摆在全世界面前的是众多的困境。人类该如何应对?人们可以通过提高科技水平,去发现更多资源或者提高资源的使用效率,甚至还可以通过人们的修身养性,来控制自身不断膨胀的欲望。还有其他解决途径吗?经济学的产生,为解决这些困境提供了另一种思路和方法。它告诉我们在资源稀缺的情况下,如何有效地利用资源,从而最大可能地满足人类的需要。所以,经济学也被称作“一门使人幸福的学问”。

第一节 稀缺性与经济学

一、稀缺性与三大基本经济问题

“经济”一词最早是源于希腊语“oikonomia”,本意是家庭经济管理。古希腊哲学家色诺芬在《经济论》中最先使用这一术语,论述了以家庭为单位的奴隶制经济的管理,之后经济的内涵逐渐扩大至对整个社会资源的管理。

为什么会产生经济学这门学科?我们不得不提到稀缺性这一概念。可以说,人们拥有的资源具有稀缺性,是经济学产生的前提。所谓稀缺性(scarcity),是指资源是有限的,不能生产出人们希望拥有的所有产品和服务^①,即资源相对于人类的欲望而言总是

① 产品和服务,前者是有形的,后者是无形的,均在经济学的分析范畴中。为了表述简便,本书统一用“产品”代指“产品和服务”。

不足的。资源的稀缺性是相对于人们的欲望而言的，即使人们面临的某些资源很丰富，但相对于人类无穷的欲望而言，总是不足的。可以说，稀缺性体现了资源有限性与欲望无限性的矛盾。

满足人类欲望的产品可分为自由品（free goods）和经济品（economic goods）两种。自由品是指不需要付出任何代价就能够得到的有用物品，如阳光、空气、海水等。经济品是指必须付出相应代价才能够得到的有用物品，如房子、汽车、粮食等。满足人类欲望的物品大多数是经济品，并且，随着环境变化，自由品的范围和数量都在不断减少。例如，在拥挤的城市中，人们发现要想呼吸到新鲜的空气、享受到和煦的阳光也变得越来越难了，这些自由品的数量在减少，且质量也在下降。城市中的人甚至要花费一些代价才能获得它们。例如，在选择购房时，选择环境优美的小区，选择采光充足的户型，而这一切都需要支付较高的房价。从某种意义上讲，在拥挤的城市中，新鲜的空气和和煦的阳光已经不是纯粹的自由品，而是经济品了。

生产经济品需要投入（inputs）。投入也被称为生产要素（factors of production），即生产产品的过程中所使用的生产性资源。这些生产性的资源通过一定的技术就可以转化为产出（outputs）。我们可以将生产要素分为以下四种类型。

第一类，自然资源（nature），是指大自然赋予人类的一切有助于进行生产活动的自然条件，例如，矿藏、森林、陆地、海洋、河流等。我们通常用土地（land）来泛指一切自然资源。

第二类，劳动（labor），是指人类在生产过程中的体力和智力的总和。

第三类，资本（capital），是指被生产出来并用于生产新的产品的生产要素。例如，机器设备、厂房、原材料等。

第四类，企业家才能（entrepreneurship），是企业家特有的个人素质，其作用包括组织协调其他要素进行生产、寻求和发现新的商业机会、引进新的生产技术或发明和引导带动企业发展。

资源的稀缺性实际上包括各种生产要素的稀缺性和所生产的产品的稀缺性。

正因为资源的稀缺性，对社会资源的管理显得尤为重要。可以想象，如果人类拥有的资源是取之不尽、用之不竭的，人们就可以随意使用，就不需要对社会资源进行管理了。

也正是由于资源的稀缺性，才引起了人们对如何管理社会资源的思考。总结起来，主要体现在以下三大基本问题上。

问题一：“生产什么”（what），即将稀缺的资源用于生产什么产品，生产多少。人们有各种各样的欲望，例如衣、食、住、行等，而资源是有限的，这就需要选择究竟生产哪些产品，各生产多少，满足人们哪些欲望以及在多大程度上满足。再如，土地资源是有限的，可以用来种粮食，也可以用来盖房子，这都是人们所需要的，那么究竟多少用来种粮食？多少用来盖房子？这是人们要进行选择的经济问题之一。

问题二：“如何生产”（how），即用什么方法来生产产品。生产的过程是将各种生产要素进行组合的过程。组合方式的不同，得到的产量会存在差异。例如，同样的家用电器，

可以采取完全自动化的流水线生产,也可以采取人工组装方式生产,前者投入的机器设备多,而投入的劳动少,后者投入的机器设备少,而投入的人工多。究竟选择哪种方式最有经济效益?这是人们要进行选择的经济问题之一。

问题三:“为谁生产”(for whom)。资源是稀缺的,生产出来的产品种类和数量相对于人们的欲望而言是有限的,那么这些产品如何分配给社会中的个人和集团,依照什么原则分配,这也是人们要进行选择的经济问题之一。

经济学正是为了解决以上这些经济问题才产生的,而这些问题产生的根源就在于资源的稀缺性。因此,可以说,稀缺性是经济学产生的前提。

二、经济学定义

由前所述,我们基本了解了经济学产生的前提和要研究的经济问题。下面,我们需要对经济学的内涵做一个概括。

许多经济学家曾对经济学进行定义。其中有代表性的是英国经济学家莱昂内尔·罗宾斯(Lionel Robbins)在其著作《论经济科学的性质和意义》(1935)中的定义。他在书中提出,“经济学是一门把人类行为作为目的与可以有不同用途的稀缺资源之间的关系来研究的科学”。这一观点已被广泛承认为西方经济学的基本定义。美国著名的经济学家保罗·萨缪尔森(Paul A. Samuelson)在其《经济学》(第18版)中对经济学的定义是,“经济学研究的是一个社会如何利用稀缺的资源生产有价值的商品,并将它们在不同的人之间进行分配”。

这两个定义尽管在表述上有所不同,但存在这样几个共性:第一,强调资源的稀缺,这是经济学的产生前提;第二,研究对象是人类或社会;第三,定义中提到的“不同用途”或“有价值”,实际上均强调了经济学研究的目标是用这些资源来满足人类或社会需求的;第四,强调经济学研究内容是如何处理人类的欲望与资源稀缺的关系,这里面既包括资源如何配置,还包括产品如何分配。

综合上述观点,我们对经济学的定义是:经济学是研究对稀缺性的资源如何进行有效配置以使人类欲望得到最大限度满足的学科。

拓展知识

关于经济学的其他定义

经济学的定义有很多。除了比较规范的定义之外,还有一些人从特定的角度表达了对经济学的理解,虽然不尽完善与规范,但可以为我们更好地理解经济学的内涵提供有益的启示。

英国经济学家约翰·梅纳德·凯恩斯(John Maynard Keynes)对经济学的定义是:“经济学是一种方法、一种心灵、一种思维。”这个定义表明,经济学研究的并不仅仅是经济问题,它体现的是一种思维方式、一种解决问题的方法。因此,它的应用范围是比较广阔的,不仅限于与经济有关的事物。事实上,在经济学的发展中,它的研究领域已经扩展到军事、政治、法律、环境、家庭等各种与人类活动有关的事物当中了。

美国经济学家米尔顿·弗里德曼 (Milton Friedman) 是这样定义经济学的:“经济学是研究人类行为的科学。”他的定义主要强调了经济学的研究对象,即人类行为。该定义表明,经济学是一门社会科学,是以人类社会为研究对象的。同样属于社会科学的还有政治学、社会学、管理学、法学、军事学、教育学,等等。不同的学科,对于人类及其行为特征的认识也存在着差异。在经济学中,对人的最经典的假设就是“理性人”假设,在这一假设下进而构造出一系列的经济理论。不过,由于人是复杂的,对于人的本质及行为特征的假设也不是单一的。心理学通过研究人的心理及行为特征发现,人在很多情况下是非理性的。心理学与经济学相结合,构成行为经济学这一新的经济学分支,其观点和理论也极大地丰富了以人类社会为研究对象的经济学科。

加拿大经济学家罗伯特·A·蒙代尔 (Robert A. Mundell) 对经济学的定义是:“经济学是一门选择的学问。”该定义主要突出了选择在经济学中的重要性。我们虽然在罗宾斯和萨缪尔森的定义中并没有找到“选择”二字,不过当人类面临“稀缺性”时,选择就不可避免了。事实上,经济学中研究的许多问题都是与“选择”有关的,包括消费者的选择,企业的选择,政府的选择,等等。

英国文学家乔治·萧伯纳 (George Bernard Shaw) 对经济学下了一个有趣的定义:“经济学是一门使人幸福的学问。”这个定义主要强调了经济学的研究目的。当人类面临稀缺性这一困境时,如果有一种能够解决这一困境的方法,那岂不是帮人们找到了通向幸福的道路?

三、选择与机会成本

资源相对于人们欲望来说是稀缺的,因此摆在人们面前的问题就是:用有限的资源去生产什么样的产品,来满足人们的哪些欲望。这就涉及选择的问题。经济学就是要告诉人们选择的原则是什么,以及当影响选择的环境发生变化时,这些变化如何影响人们的选择活动。

因为资源是稀缺的,要进行选择,就必须放弃其他可供的选择,这将带来机会成本 (opportunity cost)。所谓机会成本,是指作出一项选择时所放弃的其他可供选择的最好用途所带来的收益。例如,当你选择上大学时,意味着你放弃了直接参加工作的机会,那么参加工作可能赚得的钱,就是上大学的机会成本。如果有两项可能参加的工作,一项是打字员的工作,年收入是3万元,一项是服务员的工作,年收入是2万元,那么你上大学的机会成本应该是3万元,即较高的打字员工作的收入。

理解机会成本需要注意以下几个问题。

第一,机会成本产生于选择行为。没有选择,就没有放弃,不涉及没有得到的好处,也就不涉及机会成本。机会成本的大小是与特定的选择相联系的。假设你有10万元闲置资金,有两种用途,其一是购买基金,年收益6000元,其二是定期储蓄,年收益3000元。如果选择购买基金,则其机会成本是3000元,而如果选择存定期储蓄,则其机会成本是6000元。

第二, 机会成本是放弃的选择中最好用途所带来的收益。如果某个资源有多种用途, 当做出一种选择时, 机会成本应该是放弃的其他选择中收益最高的那项收益, 而不能是放弃的其他几项选择的收益总和。这是因为, 对于某个资源来说, 在特定时间内只能用于一种用途, 而不可能同时用于所有的用途。并且, 对于选择者而言, 他总会倾向于选择收益高的而非收益低的, 因此机会成本是以放弃的选项中收益最高的那项来衡量。

机会成本是经济学中的基本概念。经济学中有关成本的内容均是从机会成本角度理解的。它是人们进行有效配置资源、科学决策的依据。

四、生产可能性边界

(一) 生产可能性边界的定义

生产可能性边界 (production possibility frontier, PPF), 是指在生产要素和生产技术既定时, 一个经济体所能生产的各种产品的最大数量的组合。生产可能性边界可以很好地体现稀缺性和机会成本的概念。

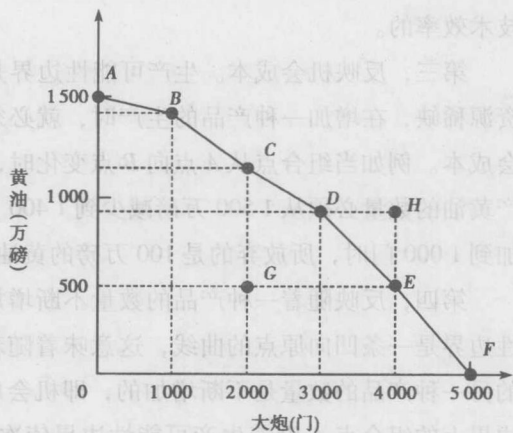
表 1-1 各种生产可能性组合

为了分析简便, 我们假设一个经济体仅生产两种物品: 大炮 (可代表军用途) 和黄油 (可代表民用途)。在资源总量既定、生产技术既定条件下, 假设可能生产的大炮和黄油的最大数量的组合如表 1-1 所示。

可能性	大炮 (门)	黄油 (万磅)
A	0	1500
B	1000	1400
C	2000	1200
D	3000	900
E	4000	500
F	5000	0

表 1-1 给出了一系列的可能性, 分别用 A、B、C、D、E 和 F 组合表示。其中, 组合 A 表示资源全部用于生产黄油的情形, 组合 F 表示资源全部用于生产大炮的情形。组合 B、C、D、E 则表示既生产大炮也生产黄油的各种可能的组合。

根据表 1-1 的数据, 可以画出生产可能性边界, 如图 1-1 所示。图中横轴和纵轴分别表示大炮和黄油的数量。表 1-1 的 A ~ F 这六种可能性在图中对应地用 A ~ F 这六个点表示。



假设大炮和黄油的数量可以连续变化, 那么, 可能的组合点应不限于这六个点, 将

这些点连接起来成为一条平滑的线, 该线上的所有点均可表示可能的组合点。这条线就形成生产可能性边界。

生产可能性边界上的点表明资源被充分利用, 是在既定资源和技术条件下所可能生产的最大数量的组合。

图 1-1 生产可能性边界

在生产可能性边界内,虽然在生产上是可能的,但未实现资源的充分利用,是缺乏技术效率的。以 G 点为例,该点是 2 000 门大炮和 500 万磅黄油的组合。与 C 点相比,大炮数量相同,但生产黄油的数量要少 700 万磅。而与 E 点相比,黄油数量相同,但生产大炮的数量要少 2 000 门。

在生产可能性边界外,则表明是生产上不可能实现的点。以 H 点为例,该点代表 4 000 门大炮和 900 万磅黄油的组合。该点与 D 点相比,黄油数量相同,但生产大炮的数量要多 1 000 门。该点与 E 点相比,生产大炮的数量相同,但生产黄油的数量要多 400 万磅。由于 D 、 E 点在生产可能边界上,均代表资源充分利用的情形,因此 H 点在现有的资源和技术条件下是无法实现的。

(二) 生产可能性边界的经济含义

生产可能性边界是经济学中一个重要的分析工具,它可以用于表示以下经济含义。

第一,反映资源的稀缺性。由于资源稀缺,人们用于生产满足各种欲望的产品的资源数量是有限的。在生产可能性边界之外的组合点,是人们在资源稀缺条件下“可望而不可即”的。

第二,生产可能性边界上的点反映技术效率。技术效率是指增加某种产品产量的同时不可能不减少其他产品产量的状态。生产可能性边界上的任意一点都意味着资源配置是有技术效率的。以图 1-1 的 C 点为例,在该点上,要想增加大炮的生产,就必须放弃一定量的黄油的生产。与之相比,在 G 点上,由于资源未充分利用,要增加大炮的生产,并不必放弃黄油的生产,或者,要增加黄油的生产,也不必放弃大炮的生产,例如可向 E 点或 C 点方向变化。由此可见,生产可能性边界上的点是有技术效率的,而边界以内的点是缺乏技术效率的。

第三,反映机会成本。生产可能性边界是一条向右下方倾斜的曲线,这意味着,由于资源稀缺,在增加一种产品的生产时,就必须放弃一定的另一种产品的生产,从而带来机会成本。例如当组合点从 A 点向 B 点变化时,表明生产大炮数量增加 1 000 门,而相应地生产黄油的数量必须从 1 500 万磅减少到 1 400 万磅。从机会成本角度讲,当大炮数量从 0 增加到 1 000 门时,所放弃的是 100 万磅的黄油,由此带来的机会成本就是 100 万磅的黄油。

第四,反映随着一种产品的数量不断增加时,所带来的机会成本是递增的。生产可能性边界是一条凹向原点的曲线,这意味着随着每一单位某种产品数量的增加,所需要放弃的另一种产品的数量是不断增加的,即机会成本是递增的。以图 1-1 为例,当生产可能性边界上的组合点 A 沿着生产可能性边界依次移至 B 、 C 、 D 、 E 、 F 点时,从机会成本角度看,大炮数量每增加 1 000 门,所带来的机会成本依次是 100 万磅、200 万磅、300 万磅、400 万磅和 500 万磅,呈递增的规律。机会成本递增的原因在于某些资源适于生产某种产品,当把它用于生产其他产品时其效率下降(即单位资源的产出量减少)。在该例子中,如果将越来越多的资源从生产黄油转向生产大炮时,资源投入所带来的大炮产出的增加量将会减少,这意味着要增加等量大炮的产出,就必须使用更多资源,因而要放弃更多黄油的