

# 目摇摇录

第一章摇税、费、价格的基础理论·····	员
摇第一节摇公用物品、准公用物品和私人物品·····	员
摇第二节摇公用物品、准公用物品和私人物品的特性分析·····	源
摇第三节摇公用物品、准公用物品、私人物品的供给与需求·····	员
第二章摇税、费、价格的适用范围与分类·····	猿
摇第一节摇公用物品、准公用物品与私人物品生产制度的选择·····	猿
摇第二节摇税、费与价格的涵义·····	猿
摇第三节摇税、费、价格的区别与联系·····	源
摇第四节摇收费的分类·····	源
第三章摇费收形成与变动影响因素的经济分析·····	缘
摇第一节摇成本对费收制定的影响·····	缘
摇第二节摇市场状况对费收制定的影响·····	缘
摇第三节摇政府财政对费收制定的影响·····	远
摇第四节摇国家体制与政策法规对费收制定的影响·····	远
摇第五节摇国际惯例对费收制定的影响·····	苑
第四章摇公路交通规费·····	苑
摇第一节摇公路交通规费概述·····	苑
摇第二节摇公路交通规费种类·····	苑
摇第三节摇我国公路交通规费管理体制·····	愿
摇第四节摇我国公路交通规费的征收、使用与管理·····	愿
第五章摇十一届三中全会以来我国公路规费改革的经济分析·····	员
摇第一节摇改革开放之前公路建设养护资金来源·····	员

第二节 改革开放后公路建设投融资体制的衍变·····	152
第三节 公路建设与养护资金来源渠道及投资 结构规律分析·····	154
第四节 公路债务及其经济分析·····	156
第六章 典型国家的公路交通税费·····	157
第一节 典型国家公路资金结构·····	157
第二节 世界各国公路资金的来源渠道·····	158
第三节 典型国家公路资金来源及筹措方法·····	160
第四节 典型国家公路资金管理制度·····	161
第五节 值得借鉴的经验·····	164
第七章 公路交通费改税概述·····	165
第一节 公路交通费改税的涵义和性质·····	165
第二节 公路交通费改税的必要性·····	166
第三节 公路交通费改税难以实施的原因·····	168
第四节 海南省经验分析·····	169
第八章 我国公路交通费改税的改革方案分析·····	170
第一节 公路交通费改税方案选择·····	170
第二节 费改税对公路交通运输行业的影响·····	172
第三节 公路交通费改税对其他行业的影响·····	173
第四节 公路交通费改税对公路建设和养护的影响·····	174
第五节 对公路交通费改税方案制定的建议·····	175
第九章 费改税后公路建设及养护资金的供求分析·····	176
第一节 公路资金预测的必要性及资金需求规律分析·····	176
第二节 公路建设资金需求量预测·····	178
第三节 公路养护资金需求量预测·····	180
第四节 公路建设与养护资金供给预测·····	181
第十章 费改税后公路资金的管理体制与公路建设的 投资融资·····	182
第一节 费改税后公路资金的运动形式及其管理体制·····	182
第二节 费改税后公路建设的投资与融资·····	183

第十一章 摇公路收费政策评价·····	猿怨
摇第一节 摇政策理论概述·····	猿怨
摇第二节 摇公路“过路费”政策的出现与发展·····	圆缘
摇第三节 摇公路收费政策影响分析·····	圆园
摇第四节 摇我国公路收费政策取向·····	圆愿
第十二章 摇公路交通税费与公路交通事业的可持续发展·····	猿怨
摇第一节 摇可持续发展概述·····	猿怨
摇第二节 摇公路交通可持续发展的内容·····	猿怨
摇第三节 摇公路交通可持续发展与公路交通税费的关系·····	猿愿
主要参考文献·····	猿愿
摇	

# 第一章 摇税、费、价格的基础理论

## 第一节 摇公用物品、准公用物品和私人物品

现代经济学认为,人类所有的社会产品可以分为三个大的类别,无论这些产品属于有形的物品或者无形的服务,也无论这些产品是自然资源物品或是经人类经济活动加工制造的物品,它们就是公用物品(摇公用物品)、准公用物品(摇准公用物品)和私人物品(摇私人物品)。这个概念十分重要,在经济学、管理学、政治学及各种其他学科中得到广泛的使用。

目前我国经济学界对 摇公用物品 的译法有多种。北京大学经济学教授厉以宁把它译为公共产品,并将它定义为:“公共产品是政府向居民户提供的各种服务的总称。公共产品包括的范围很广,诸如国防、警察、司法、经济调节、教育、卫生等等”。(《现代西方经济学概念》,北京大学出版社,第 10 页)。香港大学张五常教授将 摇公用物品 译为“公用物品”,本书就采用张五常教授的译法。一般来说,公共二字更多地是表述所有关系,公共的是指大家所有的,但并不一定是大家都可以使用的,而公用二字则更多地表述消费、享用,是使用价值的体现,公用的更准确的表达是大家都可以使用的。因此,公用物品的译法更能确切地表达 摇公用物品 的含义。

无论对 摇公用物品 的译法有几种,但对其内涵的解释则是相同的,即公用物品(包括有形公用产品和无形的公用服务)一旦被生产出来,就会向所有的人提供,它不排斥社会中任何一个成员的享用,任何一个成员对公用物品的享用不以影响其他成员的享用

为前提,也就是说每个成员对这类物品的消费不会导致别人对该物品消费的减少,并且也无论这些享用的成员是否为这种公用物品的生产作过贡献。例如,社会成员由政府提供的“安全”、“公正”就是最重要的无形的公用物品(服务),它们是通过政府花费巨资设置的国防、军队、警察、法院以及社会保障体系等等来实现的。又例如,政府提供的城市建设、环境卫生、公共教育、公共设施等等也都是典型的公用物品,有的经济学家有时也把这类公用物品称作纯公用物品,以便与后面讲述的准公用物品相区别。

第二次世界大战之后,各国采用凯恩斯的宏观经济调控政策,政府的经济职能扩大,政府提供的产品和服务种类增加。世界经济学界对公用物品的概念有了新的理解,一种典型的观点把公用物品的提供与政府的职能履行等同起来,即认为政府履行职能(包括经济职能和非经济职能)的过程就是向社会提供公用物品的过程。政府的非经济职能,是指维护国家正常运行,保持国家及其社会成员的安全与公正。政府的经济职能,即政府作为国有资产的所有者和宏观经济运行的管理者,在公益事业方面,在通过转移支付调节社会成员或地区差异方面,在环境保护等方面所应履行的职能。美国经济学家布查南认为:“许多人传统上所接受的政府职能,全部或部分地是通过区分公用物品和私人物品来说明的。”(布查南:《公共财政》,北京:中国财政经济出版社,1985年版,第151页)。由此,他认为政府的国防安全、法律秩序、环境保护、货币稳定等等职能都属于公用物品的生产和提供。美国另一位经济学家罗森从另一个视角解释公用物品,他认为由于市场失灵(资源配置无效率),才使政府提供公用物品;市场失灵的因素有垄断、外部作用、信息不完全等等,由于这些因素的存在使政府的干预成为必要,而政府的干预在本质上就是政府提供公用物品。这说明,在新的经济条件下,公用物品的概念在不断地扩大和延伸。上述观点同时说明西方国家经济学家是把公用物品、政府职能和政府干预当成同一概念的。

公用物品还可以通过数学模式来表示其含义。由于公用物品

是由全体社会成员共同消费的,所以,对整个社会而言,该产品或服务的生产数量就等于每个人的消费数量,而且每个成员都消费相同的数量,用数学式表示即:

$$Q = Q_1 + Q_2 + \dots + Q_n$$

在这个公式中, $Q$ 是公用物品的全部供应量; $Q_1, Q_2, \dots, Q_n$ 为第1员到第n个成员的消费量。这个式子说明,公用物品一旦被生产出来,就为全体社会成员共同使用和消费,不能把任何个人享用的效用加以划分或排除,当然也不能在社会成员之间进行划分,这体现了公用物品在消费上的非排他性。

私人物品指私人使用或消费的产品和服务,也就是一般的生产要素供给者(一般社会成员和厂商)通过市场机制所提供的产品和服务,如食品、服装、机器设备、家用电器、导游服务等等。私人物品可以按不同的数量提供给个人消费者,每个社会成员可根据自己的意愿和支付能力在市场上购买并消费,消费者的货币“选票”投向哪一种私人物品,完全由消费者根据自己的需要做出决定。由于市场上私人物品的供应量是一定的,因此社会成员对任何私人物品的消费就意味着可供他人消费的数量要相应减少,这种物品的供应总量等于各个消费者消费数量的总和,用数学式子表示就是:

$$Q = \sum_{i=1}^n Q_i$$

式中, $Q$ 是私人物品的全部供应量; $Q_1, Q_2, \dots, Q_n$ 为各社会成员的消费量。从这个式子中,可以体现出私人物品的两个显著特性,就是产品消费的排他性和产品供应的排他性。所谓产品消费的排他性,就是私人物品由购买者消费和支配,而排除其他人的使用和消费。所谓产品供应的排他性,就是产品或服务的提供者只将所生产的产品提供给付钱购买的人,而不会提供给不付钱购买的人,这就是对未付钱者的排他性。这两个排他性是私人物品的本质特性,正是由于这些特性,私人物品才能够通过市场机制来配置资源、组织生产,决定生产什么私人物品、生产多少和为谁

生产,并通过市场交换的方式来提供产品和服务,实现私人物品的实物补偿和价值补偿。

准公用物品是介于公用物品和私人物品之间的一类较特殊的产品和服务。上面对公用物品和私人物品的分析是典型意义上的概念,即通常所说的纯公用物品和纯私人物品。但是,在现实的经济生活中,有些产品的具体属性却比较复杂,它们在有些条件下类似私人物品,由使用者单独消费,可以在使用者之间进行消费上的区分;但在另一些条件下,又表现出公用物品的特性,例如消费上的非排他性或者供给上的非竞争性,我们把这类产品和服务叫作“准公用物品”。即英文的 *quasi-public goods*。美国的经济学家布查南( *James M. Buchanan* )曾解释过准公用物品的涵义:“有趣的是这样的物品和服务,它们的消费包含着某些‘公共性’,在那里,适度的分享团体多于一个人或一家人,但小于一个无限的数目,其公用的范围是有限的”( *Public Goods and Public Choice* )。他称准公用物品是“俱乐部物品”( *club goods* )。它们就是介于私人物品和公用物品之间的所谓“俱乐部物品”。在现实经济生活中的教育(政府供给和私人供给)、医疗及本书着重分析的收费道路、桥梁等都属于准公用产品的范畴。

## 第二节 摇公用物品、准公用物品和 摇摇私人物品的特性分析

摇摇本节主要从消费角度来分析三种物品的特性。

### 一、私人物品的消费特性

从消费角度来说,私人物品具有消费独有性、消费排他性和消费的竞争性。消费独有性就是当消费者花钱决定购买了某个私人物品后,他便有绝对的独自享用权或支配享用权,而任何其他人则没有这种权力。对于所购买的私人物品,购买者完全自己决定如何消费、给谁消费、何时消费,或者做出其他处置的决定,这都是由

源

此为试读,需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

购买者进行决策而不是其他人,这就是私人物品的消费独有性,它是由市场经济规则决定的。消费的排他性就是私人物品只能由付费者消费,而经济社会通过法律的、行政的、经济的、技术的各种手段和办法将不付费的消费者排除在对这种私人物品的消费之外。私人物品消费的竞争性则体现在市场经济的运行过程中,即私人物品的消费必须通过价格机制发生作用,通过价格竞争和其他竞争,在当时市场供求均衡所确定的价格条件下,愿意以竞争价格出钱购买的人最终实现对该私人物品的消费,而不愿在这种价格水平下付款的人则得不到消费,这个过程体现了私人物品消费的竞争性。

## 二、公用物品的消费特性

根据经济学原理,公用物品的消费特性是消费的共享性、消费的非排他性、消费的非竞争性和消费的不可分割性。

公用物品由全体社会成员享用,而不管这个成员是否为这个公用物品的提供做过或者没有做过贡献;在任何社会成员得到这种公用物品并实现消费时,也用不着像购买私人物品那样当时付费,人人都可得到,人人有权享用,这就是公用物品消费的共享性。例如,政府通过设立军队、警察等提供的国家安全、社会成员安全的服务,是全体社会成员共享的,安全这种公用物品就具有共享性。

所谓消费的非排他性,就是说,公用物品一旦被提供给社会,就不能让一部分人消费而不让另外一些人消费,即一部分人对公用物品的消费不以阻止另一部分人的消费为前提,也不会因一部分人对某种公用物品的消费而影响到其他人对这种物品的消费。所有社会成员公平地免费获得对公用物品的消费,这一方面是因为在技术上不具备排除的可行性;另一方面是因为在经济上不具备排斥的必要性,即尽管在技术上也可能排斥其他社会成员,但由于排斥费用过高而得不偿失,从而没有必要。例如,在海上为航船指引航向的“灯塔”是无法向过往的船只收费的,“灯塔”就是一种

不具排他性的公用物品。又例如,某大城市由于卓有成效的污染治理,使城市的空气由原先的被严重污染而变得十分新鲜,新鲜空气实实在在地为在该城市生活的全体居民带来益处,但在这些受益的人群之中,有的人可能对空气治理做出了贡献,而有的人则很少贡献甚至毫无贡献,但做贡献的成员无论如何不可能排斥未做贡献的人对新鲜空气的享用,新鲜空气作为公用物品,也具有典型的非排他性。

公用物品消费的非竞争性,指消费者不用通过竞争的价格机制去得到该公用物品。从经济学原理上讲,公用物品的消费,不会因为消费者的增加而导致生产成本的增加,即增加的消费者引起的边际成本为零,在实现社会成员对公用物品的消费时,每个成员都得到相同的效用,一个人对公用物品的消费不会影响或妨碍其他人对这一物品的消费。这里应当弄清楚的是,对于新增消费,虽然其边际成本为零,但提供公用物品的设施成本并不为零,对于既定供给规模的公用物品设施,其提供过程必然有大量投资,这些投资必须通过一定途径加以补偿,如后面将详述的征税。由于公用物品的非竞争性,以追求利润为目标的私人物品投资,决不会染指这一领域,公用物品只能由政府通过预算以财政拨款来提供,这一点后面也将详细分析。另外,从上面的叙述中,细心的读者肯定会想到,公用物品的提供,在特定的社会经济环境下,存在着合理规模的问题,也就是说,政府的科学决策对公用物品的提供十分重要。

消费的不可分性也是公用物品一条很重要的经济特性,它说明公用物品的消费不能分割,其社会需求量通过个人需求的加总获得。例如,国防安全不能被分割成小的单位消费,人们也不能将新鲜空气分成很小的单位在市场出售,城市街道和其他公共设施也不能被分割开来提供给每个社会成员消费。

总之,公用物品的上述经济特性说明排斥其他人对公用物品的消费是无效的、不合理的,也说明排斥他人的消费是不可行的,是不经济的。在公用物品消费的共享性、非排他性、不可分割性和远

消费的非竞争性等各种经济特性中,公用物品的非竞争性是其本质特性,由于非竞争性,即使排他性在技术上可行,但也不会在经济上合理。这里更深层次地说明,在全体社会成员之间,有着利益上的依存关系,对公用物品不享用者也要付出成本(通常说的纳税的普通性),而“免费乘车者”(即免交或少交税者)也可以无偿而又平等地享用。

### 三、准公用物品的消费特性

准公用物品是介于公用物品与私人物品之间的物品,所以在消费特性上视准公用物品的种类不同,而程度不同地兼有公用物品和私人物品的某些特性。而产生这种双重特性的经济学原理就在于准公用物品都普遍存在着消费者与非消费者之间利益的溢出性(杂费分摊)和程度不同地存在着规模经济规律。一个国家的基础设施(西方国家称为基础结构,如道路、水利设施、城间铁路、机场、港口、电力、电信、自来水、管道天然气等等,都属于准公用物品的领域。

在经济学上,对于利益的溢出性,由于研究的对象和场所不同,也时常称作外部性(外部效应、毗邻效应、第三方效应等多种表达形式。利益的溢出性是准公用物品的本质特性,抓住它,就抓住了准公用物品的本质,理解起来就不困难了。根据当前经济学的看法,对溢出性有以下几种较典型的解释。

(员)溢出性体现为一种外部影响或外部效应关系主导的外部性。在当代经济——社会——生态系统中,各主体由于社会分工的细化,形成了互相影响、相互制约的紧密联系,任何一个主体的活动都会对外部环境产生正面的或者负面的影响或效应。从这一广泛的意义上说,外部性是对这种外部影响或效应的一种描述。

(圆)溢出性体现的是一种外在于市场体系的外部影响或效应关系,即不能纳入市场体系之内实现价值补偿和公平交换的影响和效应。一般来说,可以在市场体系内实现补偿的外部影响或效应,通常是通过影响社会体系内的供给与需求关系,进而影响价格

而发生的,并由此形成市场均衡,从而使这些外部影响或效应在市场体系内得到反应,这也称作外部影响或效应的内部化。也就是说,因一方的活动而产生的对另一方的影响和效应,可以通过价格计算出来,可以采用货币方式结算损益,从而纳入了市场交换关系之内。但是,溢出性指的不是这部分外部影响或效应,而是现实生活中常常存在的另一种不能进入市场体系之内影响价格的外部影响或效应,这些外部影响或效应却能直接影响他人的福利。如汽车排出的废气和发出的噪声,对其他人产生直接的负面影响,但车主并未对这些受损害的人进行补偿。又例如,养蜂人在油菜田里放蜂,由于蜜蜂采蜜时帮助了油菜花传播花粉,使油菜籽产量提高,但油菜籽的种植者并未给养蜂人付费。这些外部影响和效应都是处于市场交换体系之外的。这些外部影响和效应所造成的外部正效益(如油菜籽增产)和负效益(如影响人们身体健康的废气、噪声)尽管客观存在,但都很难用价格计量出来,或者是因为技术手段的限制目前还不能计量,或者是计量成本极其高昂而不值得去计量。经济学中所讲的外部性,正是这一类在市场体系之外不能计量的影响或效应,正如日本经济学家奥野正宽说的,外部性是“某个经济主体生产和消费物品及服务的行为不以市场为媒介而对其他的经济主体产生的附加效应的现象”。

(獠)利益溢出表现的外部性是一种非自愿和非互利的外部影响或效应关系。市场体系之内的交换通常是建立在自愿的和互利的基础之上的。但在有利益的溢出现象存在时,由于外部损益难以计算,便会出现不自愿和非互利的情形,从而影响帕累托最优效率的实现。以植树造林为例,造林者生产的物品是森林,它产生的社会收益很大,等于市场体系内的私人收益加上净化环境、优化生态的外部收益,但由于外部收益并未转化为货币收入而为造林者得到,造林者得到的私人收益较少,因此缺乏生产积极性;其结果森林的外部收益为众多其他社会成员所免费享用。另一种情况是外部收益为负的情况,例如从事运输的生产企业,他们的汽车在运行中产生了大量的大气污染和噪声污染,从而形成外部成本,生产

愿

此为试读,需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)

者并未对这种外部负效应付任何费用,所以其市场体系内的私人成本要小于其社会成本,因为社会成本除了包括私人成本外,也应包括其产生的外部成本,其结果这些从事运输的生产者有了很好的利润和生产积极性。然而对于受污染和噪声损害的人,却不得不承担这些外部成本。这说明,利益的溢出性把公众和企业的生产函数联系在一起,形成了密切的依存关系。

(源)准公用物品的溢出性决定该物品的公用性。上面叙述的正外部收益或者负外部收益所造成的非自愿、非互利的情形,如果仅仅出现在一个消费者的效用函数或一个厂商的生产函数中,那么这些外部影响仍然可能在市场系统内得到补偿,从而可以按照私人物品看待,因为根据科斯定理,采取当事人直接交涉的方法加以解决,达成交易,就可以实现最佳效果,而无论初始产权属于何方,也可以通过纵向或横向合并的组织方式,将外部收益的生产者与受益者,或者生产者与受害者融合在同一组织内部加以消化。然而,在实际经济生活中,这种情况是极罕见的,在绝大多数场合,利益溢出存在于不是一个而是多个函数之中,这就产生了公共影响,当这些公共影响为正时,就是通常说的“公益”,当这些公共影响为负时,就是通常说的“公害”。从这个意义上说,如果某物品的生产或消费所产生的公共影响涉及到全体社会成员,则该物品就称为“公用物品”,或者称为“纯公用物品”,如果所产生的公共影响只涉及到一部分社会成员,则这种物品称之为“准公用物品”。所以说,公用物品与准公用物品的区别,是在产生公共影响的范围大小上。

准公用物品所产生的一定范围的而不是涉及全体社会成员的公共影响,被某些经济学家称之为“俱乐部物品”(悦造早暴路)。如前所述,所谓俱乐部是只有社会中一部分含有某种共性的成员参加的组织,而非全体社会成员都参加的组织,这种特性与准公用物品的特性很相似。例如,俱乐部的局部排他性,俱乐部物品对于俱乐部的成员而言是非排他的,但对于非会员来说则是排他的,这与准公用物品对一部分社会成员具有排他性,而对另一部分社  
怨

会成员不具有排他性相似。在俱乐部会员对俱乐部内的物品或服务消费时,如果俱乐部会员人数在俱乐部规模的允许范围之内,则单个会员对俱乐部物品的消费不会影响其他会员对同一物品的消费,即物品消费具有非竞争性。然而,当俱乐部会员人数增加而超过俱乐部的容许限度,即达到“饱和”时,增加的单个会员消费就会影响其他会员的消费,就出现了有限的消费容量与无限的消费规模之间的矛盾,于是消费的非竞争性随之消失,而变为消费的竞争性。这一点,也是准公用物品的特性,即消费的有限非竞争性。一个典型的例子是公路,公路是准公用物品,在公路交通流量未达到饱和时,新加入车辆不会影响到其他交通车辆的行驶,体现为公路在未“拥挤”时的消费非竞争性;然而当交通流量饱和之后,新增车辆会造成更大拥挤,从而影响原有交通车辆的行驶,这时公路的消费就具有了竞争性,因此说,作为准公用物品的公路,其非竞争性是有限的,这是准公用物品不同于公用物品的特殊性。

通过上述分析,我们可以说,准公用物品是在消费上具有局部公共性和局部排他性的物品。它与私人物品的区别在于其消费具有局部的公共影响,而私人物品则完全没有公共影响,而它与公用物品的区别在于其消费具有局部排他性,而公用物品完全没有排他性。

根据对准公用物品的分析,发现准公用物品大体上可以分为两种类型,第一类准公用物品具有消费的竞争性但却没有消费的排他性,第二类准公用物品刚好相反,不具有消费的竞争性,却具有消费的排他性。前者例如社会福利服务中的养老院、孤儿园以及垃圾处理等等;后者例如医疗服务、教育、社会保险等等。一般来说,第一类准公用物品由于不具有排他性,因而价格形成困难,大多数采取免费供给;第二类准公用物品具有排他性,就有可能向受益者收费,从而可以按照市场体系来运作,解决生产补偿问题。摇摇

我们把公用物品、准公用物品和私人物品的竞争性和排他性总结一下,可以从表 员 中看到。

员

公用物品、准公用物品、私人物品特性比较 表 5-1

		消费的竞争性	消费的排他性
私人物品		竞争性	排他性
公用物品		非竞争性	非排他性
准公用物品	第一类	竞争性	非排他性
	第二类	非竞争性	排他性

### 第三节 公用物品、准公用物品、私人物品的供给与需求

需求一般意义上的需求(经济学),是指源于人的欲望,同时又具有支付能力的需求。需求必须有两个必要条件,一是消费者愿意购买,二是消费者有支付能力,二者结合,就形成需求。

影响需求的因素是多种多样的,经济学经常研究的最重要因素有四个,它们是:(一)商品自身的价格,它是影响该商品需求量的关键因素;(二)相关商品的价格,相关商品有两类,一类是替代商品,一类是互补商品,当某商品的相关商品价格发生变化时,也会使该商品的需求量发生变动;(三)消费者的收入水平,消费者可支配收入的多少,直接影响着对商品需求量的增加或减少;(四)消费者的偏好,即消费者对某种商品的偏爱和喜好,也影响着对这种商品的需求量;(五)人口数量及其构成,人口的增长直接影响着人们需要消费的各种商品的数量,而总人口中各种成份的人口结构不同,也会影响对各种商品的需求;(六)公众心理的预期,包括经济预期和非经济预期,例如对收入的预期,对价格变化的预期以及对政策变更、政局变动的预期等,都与商品价格的变动趋势联系在一起,并通过价格对商品的需求产生影响。

另外,还有一些因素,也或多或少不同程度地影响着需求,它们有社会时尚、文化习惯、历史传统、气候变化等等。

以市场体系中私人产品的需求为研究背景,经济学上有一个重要的需求定理(经济学),也称需求规律或需求法则,其

表述是：需求量与商品自身的价格呈反方向变动，即在假设其他因素不变的前提下，某种商品的价格越低，那么，对它的需求量就越大，反之，商品的价格越高，对该种商品的需求量就越小。需求定理是市场体系内私人物品的一般性规律，它只适用于同一商品的价格与需求量之间的关系，而不适用于不同商品的价格与需求量之间的关系。

供给( ~~杂项~~ )是相对于需求而形成的概念。需求是对消费者而言，供给则是对生产者而言。一般意义上的供给的定义是：在某一市场中，生产者在一定时刻，对于每个价格水平愿意并且能够生产和销售的某种商品数量。供给包括两个条件，一是生产者具有出售商品的欲望，二是生产者具有提供商品的能力。影响供给的因素主要有：商品自身的价格、相关商品的价格、生产要素的价格；生产者的技术水平和生产者对未来的预期。对于这些影响因素的理解与影响需求的因素类似，这里不再赘述，请读者自己分析。除上述几个影响供给的主要因素之外，供给还受到一国政治、文化、历史传统、社会时尚、地理气候等因素的影响。

供给定理( ~~蕴增~~ )也称供给规律或供给法则，其简要表述为：在假定其他条件不变的情况下，某种商品的供给价格越高，生产者愿意并能够提供的商品数量就越多；反之，价格越低，生产者愿意并能够提供的商品数量越少。供给价格与供给数量之间是正相关的关系，这就是供给定理。

应当说，上面对商品的需求与供给概念是对市场体系中私人物品的最一般的表述。由于在众多的经济学教科书和经济学著作中，对私人物品(也称作商品)的需求与供给都有深入地分析，相信读者对这个领域的理论概念并不陌生，我们没有必要用很多篇幅去分析它，我们重点分析公用物品和准公用物品的需求与供给方面的特殊性。

### 一、公用物品、准公用物品的需求特征

公用物品的需求和前面叙述的在市场体系内一般私人物品的

需求概念和规律有很大的不同。公用物品的消费最本质的特征是非排他性、非竞争性和不可分割性。就是这些本质特性导致公用物品的需求有很大的特殊性。

(丙)每个消费者对公用物品的需求都是相等的,并且各个消费者的需求量与总的需求量是一致的。假设经济社会中某种公用物品的消费者为  $n$  人,需求量为  $q$ ,总的需求量为  $Q$ ,则  $Q = nq$ 。

(丁)消费需求量大,供给的价格越低。公用物品的生产和供给需要投入大量的各种稀缺资源,包括资金、劳动、时间等等,一旦该公用物品生产成功并被向社会提供,由于消费的非排他性,所有的社会成员都可消费,因此,消费的人越多,其单位平均成本越低。如果供给某公用物品的总的成本费用为  $C$ ,假如该物品只供给一个人消费,其价格( $P$ )等于  $C$ ,如果供给两个人消费,其价格就降低了一半,依次类推:

$P = \frac{C}{n}$  越悦

由此可见,消费的人越多,供给价格就越低。

(戊)公用物品具有特殊的需求显示机制。消费者对私人物品需求的显示机制是消费者在竞争市场通过货币选票的使用来实现的。在充斥着成千上万私人物品的商店和市场里,每天都有成千上万个消费者用挑剔的眼光选购自己满意的商品,最后通过货币投票方式,也就是购买行为,获得消费权。因此,可以通过很多技术手段准确地了解和掌握消费者的需求或消费意向,市场体系越是竞争充分,交易信息越是畅通,则消费者的需求越是显示透彻、准确。

而消费者对公用物品的需求显示机制则复杂得多。从经济学理论上讲,要保障公用物品的供给,就必须保证公用物品的供给得到合理的实物补偿和价值补偿,而为了实实现实物补偿,必须以实现价值补偿为前提,才能为实物补偿筹集足够的资金。公用物品的价值补偿主要是以收税形式来实现的,按照价格  $P$  (也即税率)向所有消费和使用公用物品的人收款。然而,由于公用物品的消费

是非排他性的和不可分割的,所以,很容易产生“无票搭便车”的投机行为,常常有部分消费者隐瞒自己的需求偏好,因此,需要建立合适的机制来显示消费者对公用物品的需求。

在公用物品具有非竞争性、非排他性和不可分割性的条件约束下,公用物品的需求曲线是虚拟的,不存在类似私人物品市场上生产者与消费者之间的那种价格信息与数量信息的传递过程。为了保证社会经济生活中公用物品的有效配置,必须在公用物品的需求者(全体社会成员)与供给者(政府)之间建立一种非市场的技术性媒介,它就是决策制度和决策方式。一般来说,公用物品的供需解决通常通过全体社会成员的投票决策制度,每个人通过政治选票,直接地或间接地选择自己所认同的公共开支与税收计划,它将可能产生三种不同的决策结果,第一是全体一致通过,第二是少数成员服从多数成员的意志,第三是由少数人或者个别人说了算。经济学认为,这三种决策方式的成本是不同的。公用物品的成本可分为决策成本(阅读时请尽早删除)与外部成本(转载请注明出处)。决策成本指为实现决策所需要花去的精力、时间与费用;外部成本指达成决策后所引起的部分人群的不满意。少数人说了算的好处是节省达成决策的时间、精力与费用,但常常会引起较多人的不满足,全体一致通过理论上不会引起人们的不满足,但达成决策所需要的时间、精力与费用可能会很大,有时技术上也难以实现。所以,显示对公用物品的需求和偏好的机制应当根据公用物品自身的特性和当时的政治、经济环境对上述三种决策方式进行比较权衡,选择最恰当的方式,以便总成本最小。

在决策方式的选择中,还应当注意到一些现实的问题。

首先注意到在现实生活中,并不是每个人的要求、愿望都是合理的。

可能某公用物品能为个人带来较大收益,但消费者本人却意识不到这一点,只给这种公用物品的价值很低的估计,以致可能投反对票,也可能另一种公用物品给人们带来的收益并不大,甚至有弊无利,但某些消费者却给予较高的评价,愿出高价购买。这种现

来源

此为试读,需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)