

微观经济学讲义

第一节 西方经济学概论

一、稀缺性

1. 相对于人类社会的无穷欲望而言，经济物品，或者说生产这些物品所需要的资源总是不足的。这种资源的相对有限性就是稀缺性。

2. 稀缺性的相对性是指相对于无限的欲望而言，再多的资源也是稀缺的。

3. 稀缺性的绝对性是指它存在于人类历史的各个时期和一切社会。稀缺性是人类社会永恒的问题，只要有人类社会，就会有稀缺性。

4. 经济学产生于稀缺性的存在。

5. 稀缺性的存在决定了一个社会和个人必须作出选择。

二、选择

1. 稀缺性的存在决定了一个社会和个人必须作出选择。

2. 选择就是用有限的资源去满足什么欲望的决策。它包括“生产什么”、“如何生产”和“为谁生产”三个问题。这三个问题被称为资源配置问题。

三、机会成本

1. 经济学是研究选择的，要选择就要有所舍弃，舍弃的东西就是机会成本。

2. 机会成本并不是实际上的支出，而是一种观念上的支出。

四、微观经济学与宏观经济学

微观经济学以单个经济单位为研究对象，通过研究单个经济单位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社会的资源配置问题。

宏观经济学以整个国民经济为研究对象，通过研究经济中各有关总量的决定及其变化，来说明资源如何才能得到充分利用。

微观经济学与宏观经济学的区别：

第一，研究的对象不同。微观经济学的研究对象是单个经济单位的经济行为，宏观经济学的研究对象是整个经济。

第二，解决的问题不同。微观经济学解决的问题是资源配置，宏观经济学解决的问题是资源利用。

第三，中心理论不同。微观经济学的中心理论是价格理论，宏观经济学的中心理论是国民收入决定理论。

第四，研究方法不同。微观经济学的研究方法是个量分析，宏观经济学的研究方法是总量分析。

微观经济学与宏观经济学的联系：

第一，微观经济学与宏观经济学是互相补充的。

第二，微观经济学与宏观经济学的研究方法都是实证分析。

第三，微观经济学是宏观经济学的基础。

五、理论

(一) 理论的内容

一个完整的理论包括定义、假设、假说和预测。

定义是对经济学所研究的各种变量所规定的明确的含义。假设是某一理论所适用的条件。微观经济学的基本假设有：(1) 市场出清，就是坚信在价格可以自由而迅速地升降的情况下，市场上一定会出现充分就业的供求均衡状态。(2) 完全理性，是指消费者和厂商都是以利己为目的的人，他们自觉地按利益最大化的原则行事，既能把最大化作为目标，又知道如何实现最大化。(3) 完全信息，指消费者和厂商只有具备完备而迅速的市场信息，才能及时对价格信号作出反应，以实现其行为的最优化。假说是对两个或更多的经济变量之间关系的

阐述，也就是未经证明的理论。预测是根据假说对未来进行预期。

（二）理论的形成

首先要对所研究的经济变量确定定义，并提出一些假设条件。然后，根据这些定义与假设提出一种假说。根据这种假说可以提出对未来的预测。最后，用事实来验证这一预测是否正确。如果预测是正确的，这一假说就是正确的理论，如果预测是不正确的，这种假说就是错误的，要被放弃，或进行修改。

第二节 需求供给和均衡价格

一、需求的定义

需求是指消费者（家庭）在某一特定时期内，在每一价格水平时愿意而且能够购买的某种商品量。需求是购买欲望与购买能力的统一，二者缺一不可。需求不同于欲望。欲望仅仅是消费者的一种愿望，不一定有购买能力，而需求一定是购买欲望与购买能力两者的统一。两者差别在于是否具有购买能力。

二、需求曲线与需求定理

1.需求曲线是一条向右下方倾斜的曲线，表示一种商品的价格与需求量之间是反方向变动的。

2.需求定理是说明商品本身价格与其需求量之间关系的理论。其基本内容是：在其他条件不变的情况下，一种商品的需求量与其本身价格之间成反方向变动，即需求量随着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。

3.影响需求的因素包括价格（商品本身的价格和相关商品的价格）、收入、消费者嗜好及

预期等。

三、供给理论

(一) 供给的定义

供给是指生产者(企业)在某一特定时期内,在每一价格水平时愿意而且能够供应的某种商品量。

供给也是供给欲望与供给能力的统一。影响供给的因素主要是:价格、生产要素的数量与价格、技术以及预期。

(二) 供给曲线与供给定理

供给曲线是根据供给表画出的,表示某种商品价格与供给量之间关系的曲线,向右上方倾斜。它实际上是用图形的形式来表述供给这个概念。

供给定理是说明商品本身价格与其供给量之间关系的理论。其基本内容是:在其他条件不变的情况下,一种商品的供给量与价格之间成同方向变动,即供给量随着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。在理解这一定理时,也同样要注意“在其他条件不变的情况下”这个假设前提。这也就是说,供给定理是在假定影响供给的其他因素不变的前提下,研究商品本身价格与供给量之间的关系。离开了这一前提,供给定理就无法成立。

四、均衡价格的决定与变动

(一) 均衡价格含义及形成

均衡价格是指一种商品需求量与供给量相等时的价格。这时该商品的需求价格与供给价格相等称为均衡价格,该商品的需求量与供给量相等称为均衡数量。

均衡价格是在市场上供求双方的竞争过程中自发地形成的。当供大于求时,生产者之间的竞争会导致价格下降;当供小于求时,消费者之间的竞争导致价格上升;只有当供给量等于需求量,并且供给价格等于需求价格时,双方处于相对平衡状态,此时的价格就是均衡价

格。如果有外力的干预(如垄断力量的存在或国家的干预),那么,这种价格就不是均衡价格。

(二) 供求定理

1. 需求变动引起均衡价格与均衡数量同方向变动。

2. 供给变动引起均衡价格反方向变动, 均衡数量同方向变动。

五、价格如何调节经济

(一) 价格机制的含义及其内容

价格机制又称市场机制,是指价格调节社会经济生活的方式与规律。价格机制包括价格调节经济的条件,价格在调节经济中的作用,以及价格调节经济的方式。

(二) 价格在经济中的作用

价格在经济中的作用是传递情报、提供刺激,并决定收入分配;作为指示器反映市场的供求状况;价格的变动可以调节需求;价格的变动可以调节供给;价格可以使资源配置达到最优状态。

(三) 价格是调节经济的“看不见的手”。

市场经济中价格的调节作用以三个重要的假设为前提条件。第一、人是理性的。第二,市场是完全竞争的。第三,信息是完全的。

当市场上某种商品的供给大于需求时会使该商品的价格下降。这样,一方面刺激了消费,增加了对该商品的需求,另一方面又抑制了生产,减少了对该商品的供给。价格的这种下降,最终必将使该商品的供求相等,从而资源得到合理配置。同理,当某种商品供给小于需求时,也会通过价格的上升而使供求相等。价格的这一调节过程,是在市场经济中每日每时进行的。价格把各个独立的消费者与生产者的活动联系在一起,并协调他们的活动,从而使整个经济和谐而正常地运行。

第三节 弹性理论

一、需求价格弹性的含义

需求的价格弹性又称需求弹性，指价格变动的比率所引起的需求量变动的比率，即需求量变动对价格变动的反应程度。

二、决定一种商品需求弹性的因素

消费者对某种商品的需求强度；商品的可替代程度；商品本身用途的广泛性；商品使用时间的长短；商品在家庭支出中所占的比例。

三、收入弹性

收入弹性，指收入变动的比率所引起的需求量变动的比率，即需求量变动对收入变动的反应程度。

四、需求交叉弹性

需求的交叉弹性又称交叉弹性，指相关的两种商品中一种商品的价格变动比率所引起的另一种商品的需求量变动比率，即一种商品的需求量变动对另一种商品价格变动的反应程度。

五、供给弹性

供给价格弹性又称供给弹性，指价格变动的比率与供给量变动比率之比，即供给量变动对价格变动的反应程度。

供给取决于生产。影响供给的因素很多，影响一种商品供给弹性的因素也很多，但最重要的是时间因素。在经济分析中，时期长短与时间多少无关，而取决于生产要素的调整。如果在某一时期内生产中所使用的生产要素完全可以根据产量来调整，这一时期就称为长期。如

果在某一时期内所使用的生产要素一部分可以根据产量调整，而另一部分生产要素不能根据产量调整，这一时期就称为短期。

供给弹性的大小与时间相关。一般来说，在价格发生变动之时，供给量很难调整，即生产无法立即增加或减少，所以，即期供给弹性几乎为零。换言之，在价格变动之后的极短时间内，供给量几乎不变。在短期中，价格变动后，可以通过调整劳动力、原料这类生产要素来改变供给量。但由于生产规模不能变，调整的幅度有限，短期中供给缺乏弹性。在长期中，价格变动后可以调整生产规模，供给可以充分调整，长期中供给富有弹性。

六、需求弹性与总收益之间的关系

1.需求富有弹性的商品，价格与总收益成反方向变动。

2.需求缺乏弹性的商品，价格与总收益成同方向变动。

七、税收分摊

税收负担在经营者和消费者之间的分割称为税收分摊，税收负担最终由谁承担称为税收归宿。在这种税收的分摊中，经营者承担多少，消费者承担多少，取决于需求弹性和供给弹性。

如果某种商品需求缺乏弹性而供给富有弹性，这就是说，消费者对这种商品的供给变动反应不敏感，无法及时根据价格调整自己的需求，而生产者对这种商品的价格反应敏感，可以根据价格调整自己的供给，那么，税收就主要落在消费者身上。

如果某种商品需求富有弹性而供给缺乏弹性，这就是说，消费者对这种商品的价格变动反应敏感，能及时根据价格调整自己的需求，而生产者对这种商品的价格反应不敏感，无法根据价格调整自己的供给，那么，税收就主要落在生产者身上。

第四节 消费者行为理论

一、基数效用论和序数效用论

基数效用论是研究消费者行为的一种理论。其基本观点是：效用是可以计量并加总求和的，因此，效用的大小可以用基数(1、2、3.....)来表示。所谓效用可以计量，就是指消费者消费某一物品所得到的满足程度可以用效用单位来进行衡量。所谓效用可加总求和是指消费者消费几种物品所得到的满足程度可以加总而得出总效用。根据这种理论，可以用具体的数字来研究消费者效用最大化问题。基数效用论采用的是边际效用分析法。

序数效用论是为了弥补基数效用论的缺点而提出来的另一种研究消费者行为的理论。其基本观点是：效用作为一种心理现象无法计量，也不能加总求和，只能表示出满足程度的高低与顺序，因此，效用只能用序数(第一、第二、第三.....)来表示。序数效用论采用的是无差异曲线分析法。

二、效用、总效用与边际效用

效用是一个人消费某种物品所得到的满足程度，它是主观的，效用因人、因时、因地而不同。

总效用是指从消费一定量某种物品中所得到的总满足程度。

边际效用是指某种物品的消费量每增加一单位所增加的满足程度。边际的含义是增量，指自变量增加所引起的因变量的增加量。在边际效用中，自变量是某物品的消费量，而因变量则是满足程度或效用。消费量变动所引起的效用的变动即为边际效用。

边际效用与总效用的关系表现为：当边际效用为正数时，总效用是增加的；当边际效用为零时，总效用达到最大；当边际效用为负数时，总效用减少。

三、边际效用分析与效用最大化的条件

消费者行为理论主要有：基数效用论和序数效用论。基数效用论采用的是边际效用分析

法，序数效用论采用的是无差异曲线分析法。

（一）边际效用递减规律

随着消费者对某种物品消费量的增加，他从该物品连续增加的消费单位中所得到的边际效用是递减的。这种现象普遍存在，被称为边际效用递减规律。

（二）消费者均衡

消费者均衡所研究的是消费者在既定收入的情况下，如何实现效用最大化的问题。在运用边际效用分析法来说明消费者均衡时，消费者均衡的条件是：消费者用全部收入所购买的各种物品所带来的边际效用，与为购买这些物品所支付的价格的比例相等，或者说每 1 单位货币所得到的边际效用都相等。

四、无差异曲线的含义

无差异曲线是用来表示两种商品的不同数量的组合给消费者所带来的效用完全相同的一条曲线。在这一概念中，无差异的含义就是对消费者来说效用是相同的，满足程度是无差别的。

五、消费可能线

消费可能线又称家庭预算线，或等支出线，它是一条表明在消费者收入与商品价格既定的条件下，消费者所能购买到的两种商品数量最大组合的线。

如果商品价格不变而消费者的收入变动，则消费可能线会平行移动。收入增加，消费可能线向右上方平行移动；收入减少，消费可能线向左下方平行移动。

如果收入不变，而两种商品的价格同比例上升或下降，则其结果与收入变动相同。

如果收入不变而两种商品的价格变动，则消费可能线也要移动，但并不是平行移动。

六、序数效用分析与效用最大化的条件

无差异曲线分析法用无差异曲线表示偏好，用消费可能线表示收入与价格既定的限制条件，当无差异曲线与消费可能线相切时，消费者实现了效用最大化。

七、消费者剩余

消费者愿意对某物品所支付的价格与他实际支付的价格的差额就是消费者剩余。消费者剩余并不是消费者实际收入的增加，只是一种心理感觉。消费者剩余是衡量消费者福利的指标，即消费者剩余的增加就是消费者福利的增加。

八、消费者行为与需求定理的关系

需求定理表明：一种商品的需求量与价格之间成反方向变动。

消费者购买各种物品是为了实现效用最大化，或者也可以说是为了消费者剩余最大。当某种物品价格既定时，消费者从这种物品中所得到的效用越大，即消费者对这种物品评价越高，消费者剩余越大。当消费者对某种物品的评价既定时，消费者支付的价格越低，消费者剩余越大。因此，消费者愿意支付的价格取决于他以这种价格所获得的物品能带来的效用大小。消费者为购买一定量某物品所愿意付出的货币价格取决于他从这一定量物品中所获得的效用，效用大，愿付出的价格高；效用小，愿付出的价格低。随着消费者购买的某物品数量的增加，该物品给消费者所带来的边际效用是递减的，而货币的边际效用是不变的。这样，随着物品的增加，消费者所愿付出的价格也在下降。因此，需求量与价格必然成反方向变动。

九、工资决定劳动供给

每个人的时间可以分为两部分：工作以及闲暇。一个人把多少时间用于工作，多少时间用于闲暇取决于工资。

工资的变动通过替代效应和收入效应来影响劳动供给。闲暇是没有收入的，享受闲暇就必须放弃工作所能得到的工资。替代效应指工资增加引起的工作对闲暇的替代。因此，随着工资的增加，替代效应使劳动供给增加。另一方面，随着工资增加，人们的收入增加，收入增

加引起人们对各种物品与劳务的需求增加。闲暇也是一种正常物品。因此,随着收入增加,对闲暇的需求也增加。增加闲暇必定减少劳动时间,这就是工资增加引起的收入效应,收入效应使劳动供给随工资增加而减少。

随着工资增加引起的替代效应和收入效应对劳动供给起着相反的作用。如果替代效应大于收入效应,则随着工资增加,劳动供给增加。如果收入效应大于替代效应,则随着工资增加,劳动供给减少。工资作为劳动的价格决定了劳动供给决策。

第五节 生产理论

一、技术效率与经济效率的含义与关系

技术效率是投入的生产要素与产量的关系,即如何在生产要素既定时使产量最大,或者换句话说,在产量既定时使投入的生产要素为最少。经济效率是成本与收益的关系。要使利润最大化,就要使扣除成本后的收益达到最大化。

技术效率和经济效率都是生产效率的问题,但前者是从纯粹生产技术的角度来说明如何使用各种生产要素,而后者则要考虑到生产要素的价格,如何使用生产要素才能使生产成本最低,以实现利润最大化。技术效率是基础,只有在技术效率的基础上同时实现经济效率,才是目的。

二、企业的形式

在市场经济中,企业一般采取三种形式:单人业主制、合伙制和股份制公司。

单人业主制是由一个人所有并经营的企业。它的特点在于所有者和经营者是同一个人,企业形式产权明确,责权利统一。

合伙制是由若干人共同拥有、共同经营的企业。这种企业可以比单人业主制企业大,但

致命的缺点是实行法律上的无限责任制，这种无限责任制使每一个合伙人都面临巨大风险，企业越大，每个合伙人面临的风险越大。此外，合伙制企业内部产权并不明确，责权利不清楚，合伙者易于在利益分配和决策方面产生分歧，从而影响企业的发展。

现代市场经济中最重要的企业形式是股份制公司。股份制公司是由投资者（股东）共同所有，并由职业经理人经营的企业，股东是公司的共同所有者。

三、公司治理结构和激励机制

公司治理结构也译为“法人治理结构”，从广义上说，指关于企业组织形式、控制机制、利益分配的所有法律、机构、文化和制度安排。

激励机制是鼓励职工为企业目标努力工作的一套制度，它的中心是把代理人的业绩与其利益联系在一起，以使代理人自觉地减少机会主义行为，为企业目标努力工作。激励机制包括对总经理的激励和对职工的激励。这种机制的中心是设计一套合理的薪酬与奖励制度。

四、在分析企业技术效率时，短期与长期的含义与区别

短期是企业不能全部调整所有生产要素投入的时期。在短期内，企业的生产要素投入分为固定投入与可变投入。固定投入在短期内不能改变，企业所能改变的只是可变投入。长期是一切生产要素可以调整的时期。

短期与长期的区别表现为：第一，二者的区别不是表示时间的长短，而是生产要素能否完全调整。第二，对于不同行业的企业来说，短期与长期的时间不一样。

五、生产要素

生产要素是指生产中所使用的各种资源。这些资源可以分为劳动、资本、土地与企业家才能。劳动是指劳动力所提供的服务，可以分为脑力劳动与体力劳动；资本是指生产中所使用的资金。它采取了两种形式：无形的人力资本与有形的物质资本；土地是指生产中所使用的各种自然资源，是在自然界所存在的；企业家才能指企业家对整个生产过程的组织与管理

工作。生产是这四种生产要素合作的过程，产品则是这四种生产要素共同努力的结果。

六、边际产量递减规律

在技术水平不变的情况下，当把一种可变的生产要素投入到一种或几种不变的生产要素中时，最初这种生产要素的增加会使产量增加，但当它的增加超过一定限度时，增加的产量将要递减，最终还会使产量绝对减少。

七、总产量、平均产量和边际产量的关系

总产量指一定量的某种生产要素所生产出来的全部产量。平均产量指平均每单位某种生产要素所生产出来的产量。边际产量指某种生产要素增加一单位所增加的产量。

三者的关系表现为：

第一，在其他生产要素不变的情况下，随着一种生产要素的增加，总产量曲线、平均产量曲线和边际产量曲线都是先上升而后下降。这反映了边际产量递减规律。

第二，边际产量曲线与平均产量曲线相交于平均产量曲线的最高点。在相交前，平均产量是递增的，边际产量大于平均产量；在相交后，平均产量是递减的，边际产量小于平均产量；在相交时，平均产量达到最大，边际产量等于平均产量。

第三，当边际产量为零时，总产量达到最大，以后，当边际产量为负数时，总产量就会绝对减少。

八、规模经济与企业最适规模

（一）规模经济

规模经济指的是产量变动的比率与企业规模扩大的比率之间的关系。当企业生产规模扩大时，产量的增加会大于、小于或等于生产规模的变动。如果产量增加的比率大于生产规模扩大的比率，这就是规模收益递增；如果产量增加的比率小于生产规模扩大的比率，这就是规模收益递减；如果产量增加的比率与生产规模扩大的比率相同，这就是规模收益不变。

规模经济可以用内在经济和内在不经济来解释。

内在经济是指一个企业在生产规模扩大时由自身内部所引起的产量增加。引起内在经济的原因主要有：第一，可以使用更加先进的机器设备。第二，可以实行专业化生产。第三，可以提高管理效率。第四，可以对副产品进行综合利用。第五，在生产要素的购买与产品的销售方面也会更加有利。第六，技术创新能力的提高。

内在不经济是指一个企业由于本身生产规模过大而引起产量或收益减少。引起内在不经济的原因主要是：第一，管理效率的降低。第二，生产要素价格与销售费用增加。

（二）根据规模经济规律确定企业的最适规模

适度规模就是使两种生产要素的增加，即生产规模的扩大正好使收益递增达到最大。当收益递增达到最大时就不再增加生产要素，并使这一生产规模维持下去。

在确定适度规模时应该考虑到的因素主要是：第一，本行业的技术特点。一般来说，需要的投资量大，所用的设备比较先进的行业，适度规模也就大，生产规模越大经济效益越高。相反，需要投资少，所用的设备比较简单的行业，适度规模也小。第二，市场条件。一般来说，生产市场需求量大，而且标准化程度高的产品的企业，适度规模也应该大。相反，生产市场需求小，而且标准化程度低的产品的企业，适度规模也应该小。

九、范围经济

范围经济就是扩大经营范围所带来的好处。范围经济有四点好处：

第一，使企业规模可以无限扩大。一种产品的增加总要受技术或市场条件的限制。生产多种产品就可以打破这种限制。

第二，可以更有效地利用企业的人力与物力资源。

第三，各种不同行业产品可以互相承担风险，增强企业的抗风险能力。

第四，有利于企业的产品结构调整，便于从以一个行业为主转向以另一个行业为主。

范围经济并不是跨的行业越多越好。企业盲目扩大，同时进军若干行业往往会面临灭顶之灾。

十、边际分析与两种生产要素最适组合

生产要素的最适组合，是研究生产者如何把既定的成本（即生产资源）分配于两种生产要素的购买与生产上，以达到利润最大化。其原则是：在成本与生产要素价格既定的条件下，应该使所购买的各种生产要素的边际产量与价格的比例相等，即要使每一单位货币无论购买何种生产要素都能得到相等的边际产量。

第六节 成本与收益

一、机会成本与会计成本的不同

企业生产与经营中的各种实际支出称为会计成本，因为这些支出一笔一笔地记在会计账簿中，所以，称为会计成本。同时，因为这些支出是过去的支出，所以也称为历史成本；这种成本在企业中是显而易见的，称为显性成本。

当我们把一种资源用于一种用途时，就放弃了其他用途。所放弃的用途就是把资金用于一种用途的机会成本。

二者的不同表现在：第一，机会成本不是企业的实际支出，会计成本是企业的实际支出。第二，机会成本在会计账目上反映不出来，又称为隐性成本；会计成本能够在会计账目上反映出来，又称为显性成本。

二、经济利润与会计利润的不同

会计利润 = 总收益 - 会计成本。

经济利润 = 总收益 - 会计成本 - 机会成本。

在正常情况下,机会成本大于零,所以,会计利润大于经济利润。企业的利润最大化不是会计利润最大化,而是经济利润最大化。

三、短期成本分类

(一) 短期总成本

短期总成本是短期内生产一定量产品所需要的成本总和。短期总成本分为固定成本与可变成本。固定成本是指企业在短期内必须支付的不能调整的生产要素的费用。可变成本是指企业在短期内必须支付的可以调整的生产要素的费用。

(二) 短期平均成本

短期平均成本是短期内生产每一单位产品平均所需要的成本。短期平均成本分为平均固定成本与平均可变成本。

(三) 短期边际成本

短期边际成本就是在短期内企业每增加一单位产量所增加的总成本量。

四、总收益、平均收益与边际收益

总收益是企业销售一定量产品所得到的全部收入。平均收益是企业销售每一单位产品平均所得到的收入。边际收益是指企业每增加销售一单位产品所增加的收入。

五、利润最大化原则

利润最大化的原则是边际收益等于边际成本。

无论是边际收益大于边际成本还是小于边际成本,企业都要调整其产量,说明这两种情况下都没有实现利润最大化。只有在边际收益等于边际成本时,企业才不会调整产量,表明已把该赚的利润都赚到了,即实现了利润最大化。企业对利润的追求要受到市场条件的限制,不可能实现无限大的利润。这样,利润最大化的条件就是边际收益等于边际成本。企业要根据这一原则来确定自己的产量。

第七节 厂商均衡理论

一、市场结构

市场结构是指市场的垄断与竞争程度。

根据行业的市场集中程度、行业的进入限制和产品差别，可以把市场结构分为四种类型。

1.完全竞争是一种竞争不受任何阻碍和干扰的市场结构。形成这种市场的条件是企业数量多，而且每家企业规模都小。价格由整个市场的供求决定，每家企业不能通过改变自己的产量而影响市场价格。

2.垄断竞争是既有垄断又有竞争，垄断与竞争相结合的市场。这种市场与完全竞争的相同之处是市场集中率低，而且无进入限制。但关键差别是完全竞争产品无差别，而垄断竞争产品有差别。企业规模小和进入无限制也保证了这个市场上竞争的存在。

3.寡头是只有几家大企业的市场，形成这种市场的关键是规模经济。在这种市场上，大企业集中程度高，对市场控制力强，可以通过变动产量影响价格。而且，由于每家企业规模大，其他企业就难以进入。由于不是一家垄断，所以在几家寡头之间仍存在激烈竞争。

4.垄断是只有一家企业控制整个市场的供给。形成垄断的关键条件是进入限制，这种限制可以来自自然原因，也可以来自立法。此外，垄断的另一个条件是没有相近的替代品，如果有替代品，则有替代品与之竞争。

二、完全竞争市场上的厂商均衡

完全竞争是一种竞争不受任何干扰与限制，没有一点垄断的市场结构。这种市场上企业很多，每家企业规模都很小，无法通过调整产量来影响市场价格。

在短期内，企业不能根据市场需求来调整全部生产要素，因此，从整个行业来看，有可能

出现供给小于需求或供给大于需求的情况。如果供给小于需求,则价格高,存在超额利润;如果供给大于需求,则价格低,则存在亏损。在短期中,均衡的条件是边际收益等于边际成本,即 $MR = MC$,这就是说,个别企业是从自己利润最大化的角度来决定产量的,而在 $MR = MC$ 时就实现了这一原则。

在长期中,各个企业都可以根据市场价格来充分调整产量,也可以自由进入或退出该行业。企业在长期中要作出两个决策:生产多少,以及退出还是进入这一行业。各个企业的这种决策会影响整个行业的供给,从而影响市场价格。具体来说,当供给小于需求,价格高时,各企业会扩大生产,其他企业也会涌入该行业,从而整个行业供给增加,价格水平下降。当供给大于需求,价格低时,各企业会减少生产,有些企业会退出该行业,从而整个行业供给减少,价格水平上升。最终价格水平会达到使各个企业既无超额利润又无亏损的状态。这时,整个行业的供求均衡,各个企业的产量也不再调整,于是就实现了长期均衡。

三、垄断市场上的短期均衡和长期均衡

在垄断市场上,企业可以通过对产量和价格的控制来实现利润最大化。企业仍然根据边际收益与边际成本相等的原则来决定产量,这种产量决定后,短期中难以完全适应市场需求进行调整。这样,也可能出现供大于求或供小于求的状况,当然也可能是供求相等。在供大于求的情况下,会有亏损;在供小于求的情况下,会有超额利润;供求相等时,则只有正常利润。

在长期中,垄断企业可以通过调节产量与价格来实现利润最大化。这时企业均衡的条件是边际收益与长期边际成本和短期边际成本都相等。

四、垄断竞争市场上的均衡

在短期中每一个垄断竞争的企业都是一个垄断者。它以自己的产品差别在一部分消费者中形成垄断地位。而且,短期中其他企业生产不出与之竞争的有差别产品。这样垄断竞争企业就可以像一个垄断者那样行事,高价少销,低价多销,或歧视定价,以获得利润最大化。

在长期中，垄断竞争的市场上也存在着激烈的竞争。各个企业可以仿制别人有特色的产品，可以创造自己更有特色的产品，也可以通过广告来创造消费者的需求，形成自己产品的垄断地位。在实现了长期均衡时，边际收益等于边际成本，平均收益等于平均成本。

五、垄断竞争市场上的产品差别竞争

产品差别是同一种产品在质量、牌号、形式、包装等方面的差别。

在垄断竞争市场上企业的成功取决于产品差别竞争。在垄断竞争市场上，长期竞争的结果是经济利润为零，但短期中可以凭借产品特色形成的垄断地位获得经济利润。因此，想实现利润最大化的企业就应该把长期变成一个个短期。这样做的关键则是创造产品差别，以不断变化的产品特色保持自己的垄断地位。

（一）实际产品差别的创造

企业创造产品差别就要使自己的质量、外形、包装不同于同类其他产品。这些不同差别的产品满足消费者的不同偏好，就可以在一部分消费者中形成垄断地位。

（二）广告与营销手段的运用

产品差别在许多情况下取决于消费者的认知，无论产品有多大差别，但如果消费者不承认这种差别，这些差别就不存在。反之，尽管产品本身并无差别，但只要消费者认为它有差别，它就有差别。因此，创造产品差别还要使消费者承认这种差别。这就要靠企业通过广告等营销手段来创造产品差别。广告的作用正是要使消费者认识那些不易辨认的产品差别，甚至使消费者承认本无差别的产品有差别。这正是垄断竞争企业花巨资作广告的重要原因。

（三）创造名牌

在产品差别中，品牌是一种重要的产品差别，它既有实际差别，又有消费者对它的认知。就是说，名牌首先是作出来的，没有高质量、受消费者欢迎的产品，就没有名牌。但名牌还要靠广告宣传，让消费者认知。所以，在垄断竞争行业中，企业创造名牌是十分重要的。

六、寡头市场的特征

寡头市场是几家大企业控制的市场。形成寡头市场的关键原因是规模经济的存在。

寡头市场具有其他市场结构所没有的一个重要特征：几家寡头之间的相互依存性。因为在寡头市场上，企业数量很少，每家企业都占有举足轻重的地位。他们各自在价格或产量方面决策的变化都会影响整个市场和其他竞争者的行为。因此，寡头市场上各企业之间存在着极为密切的关系。每家企业在作出价格与产量的决策时，不仅要考虑到本身的成本与收益情况，而且还要考虑到这一决策对市场的影响，以及其他企业可能作出的反应。

第八节 分配理论

一、生产要素的需求

生产要素的需求是一种派生的需求，也是一种联合的需求或相互依存的需求。

由生产要素需求的性质可以看出，影响生产要素需求的主要有这样一些因素：第一，市场对产品的需求及产品的价格。第二，生产技术状况。第三，生产要素的价格。

二、劳动的供给曲线

劳动供给曲线指起先随工资上升，劳动供给增加，当工资上升到一定程度之后，随工资上升，劳动供给减少的劳动供给曲线。

劳动供给取决于工资变动所引起的替代效应和收入效应。随着工资增加，由于替代效应的作用，家庭用工作代替闲暇，从而劳动供给增加。同时，随着工资增加，由于收入效应的作用，家庭需要更多闲暇，从而劳动供给减少。当替代效应大于收入效应时，劳动供给随工资增加而增加；当收入效应大于替代效应时，劳动供给随工资增加而减少，一般规律是，当工资较

低时,替代效应大于收入效应;当工资达到某个较高水平时,收入效应大于替代效应。因此,劳动供给曲线是一条向后弯曲的供给曲线。

三、工会的存在对工资决定的影响

在工资决定中,工资水平一般是由工会与企业协商确定的,政府在其间起一种协调作用。因为工会控制了入会的工人,而且工会的力量相当强大,所以,在经济学中被作为劳动供给的垄断者,并以这种垄断来影响工资的决定。

工会影响工资决定的方式主要有三种:第一,增加对劳动的需求。在劳动供给不变的条件下,通过增加对劳动的需求的方法来提高工资,不但会使工资增加,而且可以增加就业。第二,减少劳动的供给。在劳动需求不变的条件下,通过减少劳动的供给同样也可以提高工资,但这种情况会使就业减少。第三,最低工资法。最低工资法是规定企业支付给工人的工资不能低于某个水平(最低工资)的法律。工会迫使政府通过立法规定最低工资,这样在劳动的供给大于需求时也可以使工资维持在一定的水平上。

四、正常利润与超额利润

正常利润是企业家才能的价格,也是企业家才能这种生产要素所得到的收入。正常利润包括在成本之中,其性质与工资相类似,也是由企业家才能的需求与供给所决定的。企业家才能的需求与供给的特点,决定了企业家才能的收入——正常利润——必然是很高的。可以说,正常利润是一种特殊的工资,其特殊性就在于其数额远远高于一般劳动所得到的工资。

超额利润是指超过正常利润的那部分利润,又称为纯粹利润或经济利润。只有在动态的社会中和不完全竞争条件下,才会产生这种利润。动态的社会涉及到创新和风险。不完全竞争就是存在垄断。

五、收入分配不平等的原因

收入分配不平等的个人原因有:个人的能力;个人的勤奋程度;个人的机遇不同。

收入分配不平等的社会原因包括：户籍制度、工会制度等。

六、收入分配目标：平等与效率

平等是指各社会成员收入分配平均，效率是指资源配置有效，并得到充分利用。

经济学家认为，收入分配有三种标准：第一个是贡献标准，即按社会成员的贡献分配国民收入。这种分配标准能保证经济效率，但由于各成员能力、机遇的差别，又会引起收入分配的不平等。第二个是需要标准，即按社会成员对生活必需品的需要分配国民收入。第三个是平等标准，即按公平的准则来分配国民收入。后两个标准有利于收入分配的平等化，但不利于经济效率的提高。有利于经济效率则会不利于平等，有利于平等则会有损于经济效率，这就是经济学中所说的平等与效率的矛盾。

收入分配的原则是：效率优先、兼顾公平。

七、收入再分配政策

（一）税收政策

市场经济各国出于各种目的而征收税收。其主要目的还是通过税收为政府各种支出筹资，在宏观经济政策中，政府运用税收来调节宏观经济，在收入分配中，政府也运用税收来实现收入分配的公平。主要手段是个人所得税，此外还有遗产税、财产税、赠予税等。

个人所得税是税收的一项重要内容，它通过累进所得税制度来调节社会成员收入分配的不平等状况。累进所得税制就是根据收入的高低确定不同的税率，对高收入者按高税率征税，对低收入者按低税率征税。这种累进所得税，有利于纠正社会成员之间收入分配不平等的状况，从而有助于实现收入的平等化。但这种累进所得税不利于有能力的人充分发挥自己的才干，对社会来说也是一种损失。

（二）社会福利政策

社会福利政策是要通过给穷人补助来实现收入分配平等化。从当前西方各国的情况看，

社会福利政策主要有这样一些内容：

第一，各种形式的社会保障与社会保险。第二，向贫困者提供就业机会与培训。第三，医疗保险与医疗援助。第四，对教育事业的资助。第五，各种保护劳动者的立法。包括最低工资法和最高工时法以及环境保护法。第六，改善住房条件。

第九节 市场失灵与政府干预

一、公共物品与市场失灵

市场失灵指在有些情况下仅仅依靠价格调节并不能实现资源配置最优。

公共物品是集体消费的物品，它的特征是消费的非排他性和非竞争性。这种特征决定了人们不用购买仍然可以消费，这样公共物品就没有交易，没有市场价格，生产者不愿意生产。如果仅仅依靠市场调节，由于公共物品没有交易和相应的交易价格，就没人生产，或生产远远不足。但公共物品是一个社会发展必不可少的，这样，市场调节就无法提供足够的公共物品。公共物品的供小于求是资源配置失误，这种失误是由于仅仅依靠市场机制引起的，这就是市场失灵。

二、外部性与市场失灵

外部性又称外部效应，指某种经济活动给与这项活动无关的主体带来的影响，这就是说，这些活动会产生一些不由生产者或消费者承担的成本（称为负外部性），或不由生产者或消费者获得的利益（称为正外部性）。

在有负外部性时，社会边际成本大于私人边际成本，但私人边际利益与社会边际利益仍然相同，所以，当私人边际成本 = 私人边际利益时，社会边际成本大于社会边际利益。这时，从私人角度看，市场调节是有利的，但从社会角度看，不是资源配置最优。这就是外部性引起

的市场失灵。

当有正外部性时，一项经济活动所带来的私人边际成本与社会边际成本相等，但社会边际利益(包括给第三方带来的好处)大于私人边际利益，这同样是，市场调节从私人来看资源配置最优，但从社会来看并不是资源配置最优，同样是市场失灵。

无论是正负外部性都会引起市场失灵。

三、垄断与外部失灵

垄断是对市场的控制。如果是生产者垄断，即一般所说的垄断，或卖方垄断。如果是购买者垄断，就称为买方垄断。这两种垄断都会引起市场失灵。在竞争情况下，价格由供求决定，当价格调节使供求相等时，用消费者剩余和生产者剩余之和表示的社会福利达到最大，表明价格调节实现了资源配置的最优化。当有垄断时，垄断者利用对市场的控制把价格提高到均衡价格以上，这就引起消费者剩余和生产者剩余的损失，从而资源配置没有实现最优。这就是垄断引起的资源配置没有实现，即市场失灵。

四、政府在解决市场失灵中的作用

政府如何通过有关的政策来解决市场失灵问题，以便使经济运行的更好。

公共物品：由政府提供；

外部性：立法或行政手段，经济或市场手段；

垄断：价格管制、实施反垄断法、国有化。