

第02章 微观市场机制分析

- 微观经济学研究资源配置问题，即：生产什么和生产多少、如何生产、为谁生产。
- 这一问题通过价格机制来解决，因此**微观经济学的核心是均衡价格理论**。
 - 消费者、生产者与市场；
 - 市场需求分析；
 - 市场供给分析；
 - 市场均衡与政府政策。

2019/03/21

1

第一节 消费者、生产者与市场

一、消费者 (Consumer)

- 消费：为个人目的购买或使用商品和接受服务。
- 消费者：具有消费预算、能够作出统一消费决策的单个经济单位。
 - 个人、家庭、企业、组织。
 - 消费者行为最基本的假定是**消费理性**，即：消费者总是反复权衡、比较，在有限的支出下作出获得最大满足的最优购买决策。

2019/03/21

2

二、生产者 (Producer)

- 生产者：也称企业或厂商，是指能够作出统一生产和销售决策的单个经济单位。
 - 生产者可以是生产产品的企业，也可以是提供服务的企业/实体，如工厂、农场、银行、医院、学校等。
- 社会生产力水平决定了社会基本经济单位的组织形式，生产者的演进经历了**工场手工业时期、工厂制时期、现代企业时期**三个阶段。

2019/03/21

3

□ 经济学假定：生产者或企业具有**生产理性**，即**目标是追求利润最大化**。

- 要实现利润最大，必须把各种生产要素（土地、劳动力、资本和企业家才能等）组织起来，经过一系列生产转换过程，为消费者提供产品或服务。

□ 生产目标有**短期和长期**之分。

- **短期**是指生产者来不及调整全部生产要素，至少有一种生产要素的数量固定不变的一段时期。
- **长期**是指生产者可以调整全部生产要素数量的时期。在长期中，企业可以根据需要随时调整所有的生产要素投入数量，所有的投入都是可变投入。

2019/03/21 4

三、市场（Market）

□ 传统上，市场指固定时段或地点进行交易的场所。

- **交易场所**是经常进行物品交换的人为了减少搜寻成本而自发形成的。

□ 经济学上：**市场不仅是交易场所，还包括买卖双方在此场所进行交易的行为**。

- 市场常被表述为商品交换关系的总和，市场是体现供给与需求之间关系的矛盾统一体。
- 供给方代表的是卖方、生产者，需求方代表的是买方、消费者。

2019/03/21 5

□ 市场可以划分为不同的类型。

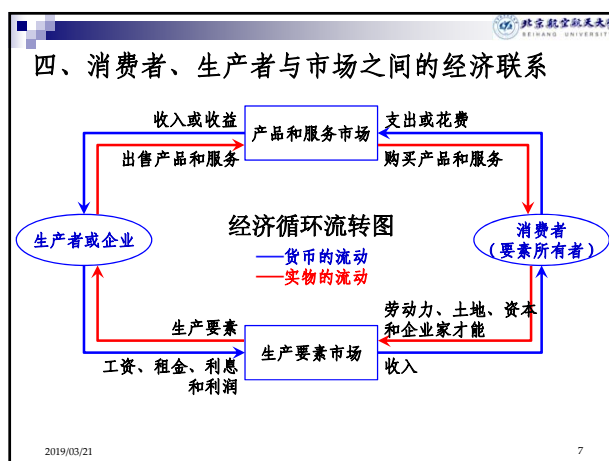
□ 按**商品的基本属性**分为商品市场和要素市场。

- 商品市场包括消费品市场和工业品市场；
- 要素市场指进行生产要素交易的市场，包括生产资料市场、资本市场、劳动力市场、房地产市场和技术信息市场等。

□ 按**交易对象是否具有物质实体**分类，市场可以分为有形的**产品市场**和无形的**服务市场**。

□ 按**竞争或垄断的程度**来分，市场可以分为完全竞争、完全垄断、垄断竞争和寡头垄断市场。

2019/03/21 6



第二节 市场需求分析

一、需求及其表达

(一) 需求 (Demand) 的概念

- 需求：消费者在某一特定的时期内和一定的市场上在各种可能的价格水平下愿意而且能够购买的某种商品或服务的数量。
 - 特指消费者有支付能力的需求，有别于人类无限多样化的需要 (Needs)。
 - 体现了商品自身的价格与该价格相应的需求量的内在关系。

2019/03/21

8

(二) 影响商品需求量的主要因素

- 商品的需求量由许多因素共同决定，核心是价格。
 - 价格、消费者的收入水平、相关商品的价格、消费者的偏好、消费者对商品未来价格的预期等。
- 消费者的收入水平 (I)
 - 购买愿望+支付能力→有效需求
 - 购买愿望与偏好有关，而支付能力与收入有关
 - 日常生活中，人们对正常品（如精细食品或高中档服装）的需求量与收入同方向变化，而对低档品（如粗布、过时服饰）的需求与其收入呈反方向变化。

2019/03/21

9

□ 相关商品的价格 (P_r)

- 相关商品的价格变化对需求量的影响取决于该商品是替代品还是互补品。

□ 消费者的偏好 (T)

- 消费者选择商品和支配他们的收入时，往往表现出某种兴趣和偏爱。
- 消费者偏好受许多因素的影响，诸如家庭环境、物质条件、收入水平、年龄、性别、教育、社会风俗、流行风气等。

2019/03/21

10

□ 消费者对商品的未来价格预期 (E)

- 消费者预期某商品的价格在未来会上升时，会增加对该商品当前的需求量；预期价格在将来会下降，就会减少对该商品当前的需求量。

□ 其他影响因素 (O)

- 时间因素影响季节性商品的需求；社会人口特征、地理环境因素的影响。
- 促销广告会影响人们对产品的选择。一般广告投入越多，产品的需求量增加也较多，但当广告投入增加到一定程度后，广告所增加的边际需求量将递减。

2019/03/21

11

(三) 需求函数与需求曲线

□ 需求函数

- 影响商品需求量的各因素视为自变量，需求量视为因变量，得到需求量与各因素之间的函数关系。

$$Q_D = f(P, I, P_r, T, E, O)$$

□ 线性形式是广泛使用的一种需求函数

$$Q_D = a + b_P P + b_I I + b_{P_r} P_r + b_T T + b_E E + b_O O$$

□ 一般重点考虑需求量与自身价格的函数关系

$$Q_D = a + b_P P$$

2019/03/21

12

例：某洗衣机厂的需求函数估计为

$$Q_D = -200P + 200I + 0.5O$$

- Q_D ：顾客对该厂洗衣机的需求量；
- P ：为洗衣机价格；
- I ：居民的平均收入水平；
- O ：为广告费。

若某期 P , I , O 分别预计为300元、800元和10000元，则该期洗衣机厂洗衣机的预计需求量为

$$Q_D = -200 \times 300 + 200 \times 800 + 0.5 \times 10000 = 105000(\text{台})$$

□ 需求表

- 表示某种商品的各种价格水平和与各种价格水平相对应的该商品的需求量之间关系的数字序列表。

□ 假定某消费者的需求函数为

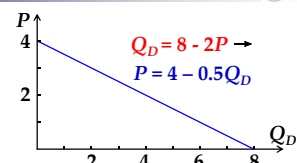
$$Q_D = 8 - P$$

□ 与此相对应的需求表

P	8	7	6	5	4	3	2	1
Q_D	0	1	2	3	4	5	6	7

2019/03/21

14



□ 需求曲线

- 根据“价格—需求量”组合，在几何平面坐标图上所绘制的一条曲线称为需求曲线。
- 与数学的习惯相反，微观经济分析通常以纵轴表示自变量——价格，以横轴表示因变量——需求量。
- 需求曲线可以是直线型的，也可以是曲线型的。

2019/03/21

15

(四) 需求定律 (Law of demand)

- 大部分产品的需求曲线向右下方倾斜, 即: **商品的需求量与价格呈反方向变化**, 称为需求定律。
- 需求定律的解释: **替代效应和收入效应**。

(1) 替代效应

- 商品价格**上升**, 消费者会**更多**购买该商品的替代品, 而**更少**购买该价格上升的商品, 称为“替代效应”, 造成需求下降; 反之需求上升。

2019/03/21

16

(2) 收入效应

- 对于**正常产品**, 收入水平上升, 则消费量也上升;
- 对于**低档品**, 收入水平上升, 其消费量会下降; 反之, 若收入水平下降, 低档品的消费量会上升。
- 如果是**正常产品**, 其价格**上升**, 即便消费者实际收入水平不变, 其相对收入水平也会**下降**, 这会引起消费者所购正常品的总量**下降**, 称为“收入效应”。
- 如果是一般低档品, 则价格上升会导致**相对收入下降**, 低档品的“收入效应”会使得**需求上升**。但是, 一般低档品的替代效应引起的需求下降量仍大于收入效应引起的需求上升量, 因而总体上需求随价格上升而下降, 仍然符合需求定律。

2019/03/21

17

吉芬品

- 有一类特殊的低档品, 其价格上升时, 替代效应引起的需求下降量小于收入效应引起的需求上升量, 结果总需求随着价格上升而上升。
- 这类特殊的低档品由19世纪英国经济学家吉芬 (Giffen) 所发现, 称为**吉芬品**。
- 当时的欧洲农民以土豆为主食。
- 吉芬发现, 土豆的需求量会随着价格上升而上升, 而降价反倒又使其需求量降低, 所以当时土豆的需求量和价格同方向变化。

低档品 { 一般低档品
吉芬品

2019/03/21

18

□ 关于欧洲土豆的账:

- 假设19世纪, 欧洲某农民家庭月伙食费共100元, 主食为土豆100斤, 0.5元/斤; 副食为5斤肉 (10元/斤)。
- 若土豆提至0.8元/斤, 按“替代效应”, 需要多吃肉。
- 但因为肉更贵, 因此, 即便把50元买土豆的钱都用来买肉, 也远远不够全家的食用量: 这个家庭就可能不再吃肉, 而把买肉的钱用来买更多的土豆, 使之需求量上升至: $100/0.8 = 125$ 斤。
- 因此, 当时土豆价格上升总的结果就是土豆的需求量增加了。

低档品 { 一般低档品
吉芬品

2019/03/21

19

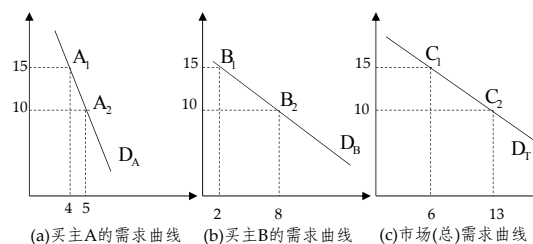
(五) 个体需求和市场需求

- **个体需求**：又称单个需求，是指在一定市场范围内个别消费者（家庭、居民、个人）对某种商品（服务）的需求。
- **市场需求**：又称整体需求，是指在一定市场范围内全部消费者（家庭、居民、个人）对某种商品（服务）的需求。
- **关系**：一定范围内的个体需求的合成构成市场需求。

2019/03/21

20

例：某一市场范围内仅有A、B两个购买者，在价格为10元时，A、B消费者需求量分别为5和8个单位，则市场总需求量就是13个单位。



个别需求与市场需求

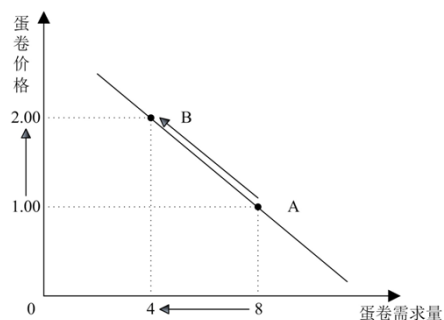
(六) 需求量的变动 vs. 需求的变动

- **需求**是在各个价格水平下消费者愿意购买和能够购买的商品或服务的数量，代表一种关系。
- **需求量**是在确定的价格水平下消费者购买的商品或服务的数量，代表某个数值。
- 在其他条件不变时，因商品自身的价格变化而引起的需求量的变化称为**需求量的变动**。
- **需求的变动**是在商品自身价格不变的情况下，其他因素的变化所引起的需求曲线的平移。

2019/03/21

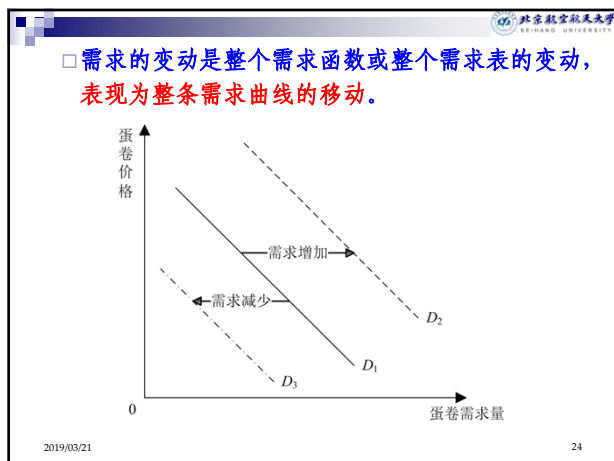
22

- **需求量的变动**并不改变需求函数或需求表，表现为需求曲线上A点到B点的移动。



2019/03/21

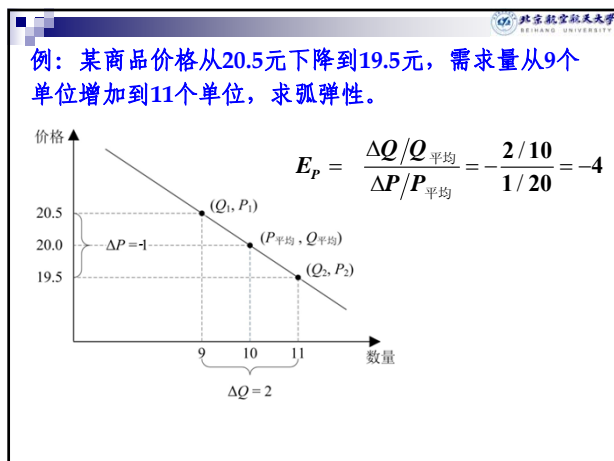
23



- ## 二、需求弹性分析
- 当一种商品的价格下降1%时，需求量会上升多少个百分点？
 - 当消费者的收入水平或相关商品的价格上升1%时，该商品的需求量又会增加多少？
 - 需求弹性：衡量商品的需求量变动对影响因素变化的反应程度。
 - 价格弹性
 - 收入弹性
 - 交叉价格弹性
- 2019/03/21 25

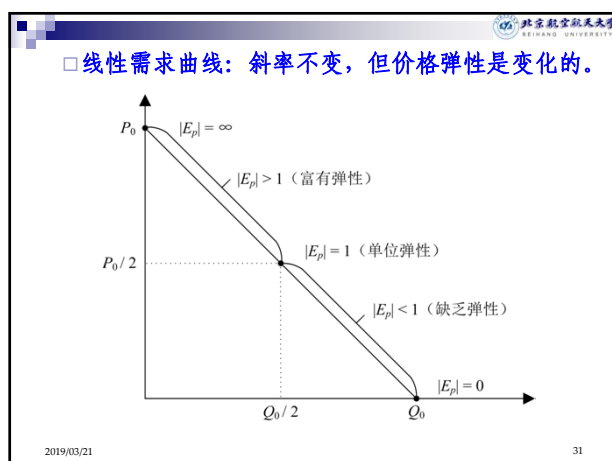
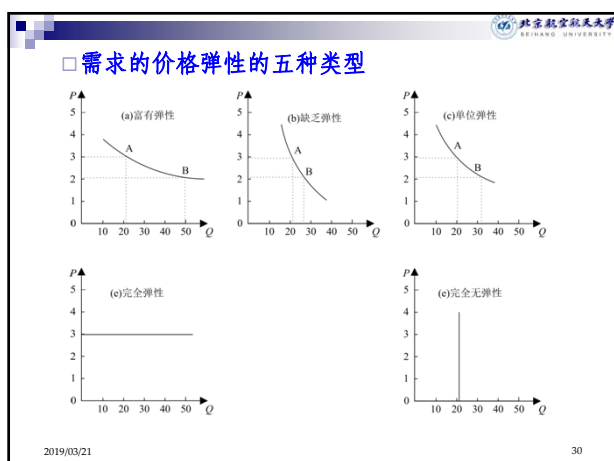
- ### (一) 需求的价格弹性及其决定因素
- 需求的价格弹性：在一定时期内，某商品的价格变化百分之一时所引起的该商品的需求量变化的百分比。
- 需求的价格弹性 = $\frac{\text{需求量变动百分比}}{\text{价格变动百分比}}$
- 无量纲的度量指标，衡量一定时期内一种商品的需求量对于该商品自身价格变动的反应程度。
- 2019/03/21 26

- 价格弧弹性：表示需求曲线上两点之间的需求量的变动对于价格的变动的反应程度。
- $$E_p = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$
- 价格点弹性：表示需求曲线上某一点上的需求量变动对于价格变动的反应程度。
- $$E_p = \lim_{\Delta P \rightarrow 0} \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} = \frac{dQ}{dP} \cdot \frac{P}{Q}$$
- 2019/03/21 27



□ 价格弹性代数值为负，但一般取**绝对值**。

- **富有弹性**：需求量变动比例大于价格变动比例，即消费者对价格的变化反应剧烈，弹性大于1。
- **缺乏弹性**：需求量变动比例小于价格变动比例，即消费者对价格的变化不敏感，弹性小于1。
- **单位弹性**：需求量与价格同比例变动，弹性等于1（需求曲线为双曲线）。
- **完全弹性**：弹性为无穷大。
- **完全无弹性**：弹性为0。



北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

□影响需求价格弹性的因素

□第一，商品的可替代性。

- 替代品越多，相近程度越高，该商品的需求的价格弹性就越大。
 - 香烟 vs. 食盐
- 对一种商品所下的定义越明确、越狭窄，相近的替代品就越多，需求的价格弹性也就越大。
 - 面包 vs. 食品

2019/03/21 32

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

□第二，商品用途的广泛性。

- 商品用途越是广泛，需求的价格弹性就可能越大。
 - 用途广，则价格较高时，消费者只购买较少的数量用于最重要的用途上。当价格下降，消费者的购买量就会逐渐增加，将商品越来越多地用于其他用途上。

□第三，商品对消费者生活的重要程度。

- 生活必需品的需求的价格弹性较小，非必需品的需求弹性较大。
 - 馒头 vs. 电影票
 - 食盐 vs. 馒头

2019/03/21 33

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

□第四，商品消费支出占总支出中的比重。

- 某商品上的消费支出在预算总支出中所占的比重越大，需求的价格弹性可能越大；反之，则越小。
- 自来水 vs. iPhone手机

□第五，消费者调节需求量的时间。

- 考察的时间越长，需求弹性一般就越大。
- 消费者减少对提价商品的购买之前，要花时间寻找替代品：石油价格上升时，消费者在短期内不会较大幅度地减少需求量；而一旦有足够长时间找到替代品，石油的需求量将会因价格上升而较大幅度下降。

2019/03/21 34

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

(二) 需求价格弹性的应用

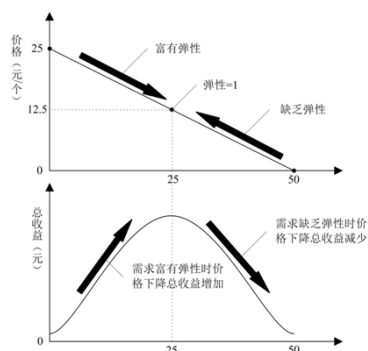
销售总收益 = 价格 × 销售量

□销售总收益的变动取决于需求价格弹性的大小

- 对于富有弹性的商品，销售总收益与商品的价格成反方向变动。
- 对于缺乏弹性的商品，销售总收益与商品的价格成同方向变动。
- 对于单位弹性的商品，降低价格或提高价格对厂商的销售总收益都没有影响。

2019/03/21 35

需求的价格弹性与生产者的销售总收益



2019/03/21

36

价格弹性应用举例

(1) 用于对价格和销售量的分析与估计

例1: 某国于某年限制石油进口, 估计这些措施将使可得到的石油数量减少20%, 若石油的需求价格弹性在0.8-1.4之间, 则第二年价格如何?

- 当价格弹性为0.8时, 价格变动% = $20\% \div 0.8 = 25\%$
- 当价格弹性为1.4时, 价格变动% = $20\% \div 1.4 = 14.3\%$
- 所以, 预期第二年该国的石油价格上涨幅度在14.3%至25%之间。

2019/03/21

37

例2: 企业某产品需求的价格弹性在1.5-2.0之间, 如果明年把价格降低10%, 问销售量预期会增加多少?

- 价格弹性为1.5时, 需求量变动% = $10\% \times 1.5 = 15\%$
- 价格弹性为2.0时, 需求量变动% = $10\% \times 2.0 = 20\%$
- 所以, 预期明年该企业的销售量上涨幅度在15%-20%之间。

2019/03/21

38

(2) 用于企业的价格决策

企业在定价时必须考虑商品需求的价格弹性, 对于缺乏弹性的商品, 价格不可过低。

例, 中国高铁的座位分为商务座(面向高端商务人士)、一等座、二等座。

- 问题1: 商务座定价应该高 or 低?
- 问题2: 除了必需品, 还有哪些商品价格弹性小?

2019/03/21

39

(3) 用于政府制定有关政策

- 例，某些商品对人民健康有害，或者要使用稀缺的战略物资，政府有时需要通过征税（导致价格升高）来限制它们的需求。
- 分别对价格弹性大的产品 vs. 价格弹性小的产品征税，哪个效果更明显？

2019/03/21

40

(三) 需求的收入弹性

- 表示在一定时期内当消费者的收入变化1%时所引起的该商品的需求量变化的百分比。
- 需求的收入弧弹性和点弹性公式分别为

$$E_I = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta I / I} = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \cdot \frac{I}{Q}$$

$$E_I = \lim_{\Delta I \rightarrow 0} \frac{\Delta Q / Q}{\Delta I / I} = \frac{dQ}{dI} \cdot \frac{I}{Q}$$

2019/03/21

41

■ 根据需求的收入弹性大小将商品分类：

- **低档品**：收入弹性为负值，即该商品的需求量与收入水平成反方向变化。
- **正常品**：收入弹性为正值，即该商品的需求量与收入水平成同方向变化。
 - 收入弹性小于1的商品一般为**必需品**
 - 收入弹性大于1的商品一般为**奢侈品**
- **恩格尔定律**：家庭或国家越富裕，食物需求的收入弹性就越小。

2019/03/21

42

- 例1：政府为解决居民住房问题，要制定长远规划。已知租房需求的收入弹性在0.8-1.0之间，买房需求的收入弹性在0.7-1.5之间；估计今后10年内，每人平均每年可增加收入2%-3%。问10年后，租房和卖方需求量将增加多少？

- 解：先估计10年后，居民平均收入增加比例
 - 如果每年增加2%，10年后每人的收入将增加21.8%
 - 如果每年增加3%，10年后每人的收入将增加34.3%

$$\text{需求量变动\%} = \text{收入变动\%} \times \text{收入弹性值}$$

2019/03/21

43

(1) 十年后租房需求量

		收入增加%	
		+ 21.8%	+ 34.3%
收入弹性	0.8	+ 17.4%	+ 27.4%
	1.0	+ 21.8%	+ 34.3%

十年后租房需求量增加在17.4%-34.3%之间。

(2) 十年后买房需求量

		收入增加%	
		+ 21.8%	+ 34.3%
收入弹性	0.7	+ 15.3%	+ 24.0%
	1.5	+ 32.7%	+ 51.5%

十年后买房需求量增加在15.3%-51.5%之间。

2019/03/21 44

(四) 需求的交叉价格弹性

- 表示在一定时期内，一种商品价格变化1%时所引起的另一种商品的需求量变化的百分比。
- 需求的交叉价格弧弹性和点弹性公式：

$$E_{XY} = \frac{\Delta Q_X / Q_X}{\Delta P_Y / P_Y} = \frac{\Delta Q_X}{\Delta P_Y} \cdot \frac{P_Y}{Q_X}$$

$$E_{XY} = \lim_{\Delta P_Y \rightarrow 0} \frac{\Delta Q_X / Q_X}{\Delta P_Y / P_Y} = \frac{dQ_X}{dP_Y} \cdot \frac{P_Y}{Q_X}$$

2019/03/21 45

交叉弹性→替代品与互补品

- 若商品X和Y互为替代品：交叉价格弹性为正。
 - 苹果 vs. 梨
- 若商品X和Y互为互补品：交叉价格弹性为负。
 - 汽车 vs. 汽油。
- 若两种商品相互独立，则需求的交叉价格弹性为零。
 - 食盐 vs. 蔗糖

2019/03/21 46

交叉价格弹性的应用

- 企业经营多种产品：制定价格时要考虑替代品或补充品之间的相互影响。
- 不同企业经营替代品：交叉价格弹性反应了产品之间的竞争关系。
- 经济行业划分：
 - 交叉价格弹性的绝对值越大（无论是互补品还是替代品），则产品之间的相关度就越大，从而表明它们在经济上很可能属于同一行业；
 - 交叉弹性绝对值很小，则说明两种产品互不相关，在经济上属于不同行业。

2019/03/21 47

第三节 市场供给分析

一、供给 (Supply) 及其表达

(一) 供给的概念

- 商品或服务的供给是指生产者在某一特定的时期内和一定的市场上在各种可能的价格水平下愿意而且能够提供出售的该商品或服务的数量。

- (1) 生产者有提供出售的能力。
- (2) 体现了商品的价格与相应的供给量的内在关系。

2019/03/21

48

(二) 影响商品供给量的主要因素

- 主要因素有商品自身价格、生产的成本、生产的技术水平、相关商品的价格和生产者的未来价格预期等。
- 商品自身价格 (P)
 - 商品的价格越高, 生产者提供的产量一般就越大。
- 生产成本 (C)
 - 在商品价格不变的条件下, 生产成本上升会减少利润, 从而使得商品的供给量减少。相反, 生产成本下降会增加利润, 从而使得商品的供给量增加。

2019/03/21

49

□ 相关商品的价格 (P_r)

- 本商品的价格不变, 而相关商品的价格发生变化时, 该商品的供给量会发生变化。如在玉米价格不变和小麦价格上升时, 农户就可能增加小麦的耕种面积而减少玉米的耕种面积。

□ 生产的技术水平 (T)

- 生产技术的提高一般可以降低生产成本, 增加生产者的利润, 生产者会提供更多的产量。

□ 生产者的未来价格预期 (E)

- 预期未来商品的价格会上涨, 生产者往往会扩大生产, 增加产量供给。如果预期价格会下降, 则相反。

2019/03/21

50

(三) 供给函数与供给曲线

□ 供给函数

- 把影响商品供给量的各因素视为自变量, 商品供给量本身视为因变量, 用函数形式表示生产者对某种商品的供给量与众多影响因素之间的关系。

$$Q_s = f(P, C, P_r, T, E, O)$$

- 只考虑商品供给量与自身价格的线性对应关系时

$$Q_s = c + d_p P$$

2019/03/21

51

□ 供给表

- 表示某种商品的各种价格水平和与各种价格水平相对应的该商品的供给量之间关系的数字序列表。

□ 假定某生产者的供给函数为

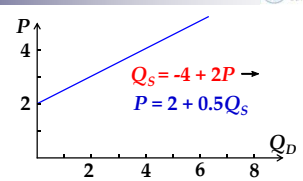
$$Q_s = -4 + 2P$$

□ 对应的供给表为

P	2	3	4	5	6	7
Q_s	0	2	4	6	8	10

2019/03/21 52

□ 供给曲线



- 根据供给表中商品不同的“价格—供给量”的组合在几何平面坐标图上所绘制的一条曲线。
- 与数学上的习惯相反，微观经济分析通常以纵轴表示自变量（价格），以横轴表示因变量（供给量）。

2019/03/21 53

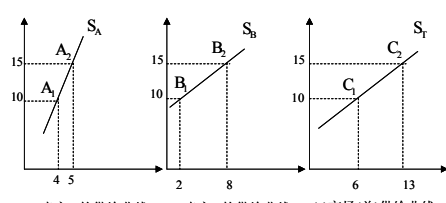
（四）供给定律

- 供给曲线向右上方倾斜，表明一般商品的供给量与价格呈同方向变化。
- 对于土地、劳动力等一些特殊的生产资源来说，其供给曲线不总是向右上方倾斜。
 - 土地：供给即使长期来看也是趋于固定的，因此土地的供给曲线与表示供给量的横坐标几乎是垂直的。
 - 工资：提高到一定程度时，劳动者反倒有更多经济实力享受闲暇，结果继续提高工资可能反而会减少劳动力供给。在某些条件下，劳动力的供给曲线并不一定向右上方倾斜。

2019/03/21 54

（五）个体供给和市场供给

- 个体供给：一定市场范围内单个生产者或企业对某种商品或服务的供给。
- 市场供给：一定市场范围内所有个体供给的总和。



(a) 卖主A的供给曲线 (b) 卖主B的供给曲线 (c) 市场(总)供给曲线

2019/03/21 55

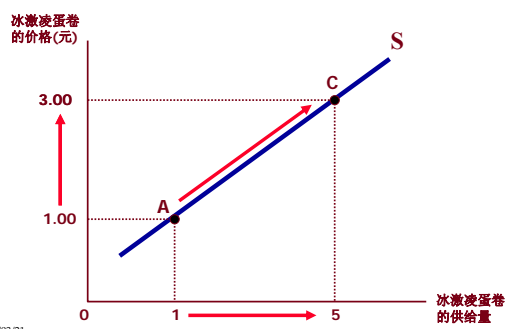
(六) 供给量的变动与供给的变动

- 供给是各个价格水平下生产者愿意而且能够提供出售的商品或服务的数量，代表一种关系。
- 供给量是在确定的价格水平下生产者提供出售的商品或服务的数量，代表某个数值。
- 在其他条件不变时，因商品自身的价格变化而引起的商品供给数量的变化称为供给量的变动。
- 供给的变动是在商品自身价格不变的情况下，其他因素的变化所引起的，
 - 如生产成本、技术水平、相关商品价格、税补等。

2019/03/21

56

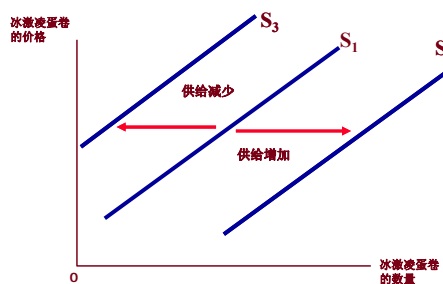
- 供给量的变动并不改变供给函数或供给表，表现为供给曲线上A点到C点的移动。



2019/03/21

57

- 供给的变动是整个供给函数或整个供给表的变动，表现为整条供给曲线的移动。



2019/03/21

58

二、市场供给弹性分析

- 当一种商品的价格、成本或相关商品的价格变动1%时，这种商品的供给量会变动多少比例？
- 供给弹性用来衡量商品的供给量变动对影响因素变化的反应程度。
 - 供给的三种弹性：供给的价格弹性、供给的成本弹性和供给的交叉价格弹性。

2019/03/21

59

（一）供给的价格弹性及其决定因素

□ 供给的价格弹性

- 表示在一定时期内当一种商品的价格变化1%时所引起的该商品的供给量变化的百分比。

□ 供给的价格弧弹性和点弹性公式：

$$E_s = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

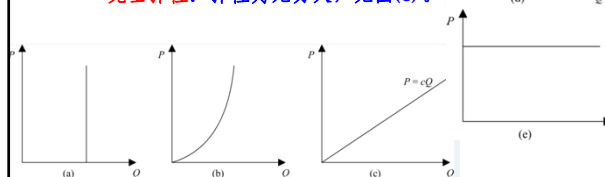
$$E_s = \lim_{\Delta P \rightarrow 0} \frac{\Delta Q / Q}{\Delta P / P} = \frac{dQ}{dP} \cdot \frac{P}{Q}$$

2019/03/21

60

□ 供给的价格弹性的分类

- 完全无弹性：弹性为0，见图(a)。
- 缺乏弹性：弹性小于1，见图(b)。
- 单位弹性：弹性等于1，见图(c)。
- 富有弹性：弹性大于1，见图(d)。
- 完全弹性：弹性为无穷大，见图(e)。



2019/03/21

61

□ 供给的价格弹性的影响因素：

□ 第一，产量调整需要的时间。

- 在短期内，生产者根据商品价格的变化不能及时地调整产量，相应的供给弹性是比较小的；但在长期来看，供给的价格弹性可能就比较大了。

□ 第二，生产成本随产量变化的情况。

- 若产量增加只引起边际成本较小的升高，则意味着商品的供给曲线比较平坦，其价格弹性可能比较大。

□ 第三，商品生产周期的长短。

- 对于生产周期较短的商品，生产者可根据市场价格的变化较及时地调整产量，价格弹性相应较大。

2019/03/21

62

（二）供给的其他弹性

□ 供给的交叉价格弹性

- 表示在一定时期内当一种商品的价格变化1%时所引起的另一种商品的供给量变化的百分比。

□ 交叉弹性对政府制定经济政策非常重要。

- 政府试图通过税收、补贴、支持价格或限制价格政策调节某种商品的生产时，需要考虑政策对其他商品供给量的影响，因为这些政策都会通过改变某种商品的价格而改变其他商品的供给量。

2019/03/21

63

□ 供给的成本弹性

- 表示在一定时期内当生产的成本变化1%时所引起的该商品的供给量变化的百分比。
- 在其他条件不变的情况下，供给的成本弹性一般为负值。
- 商品的供给量与生产成本反方向变化，成本越大，供给越少。

2019/03/21

64

第四节 市场均衡与政府政策

一、市场均衡

(一) 均衡价格的决定

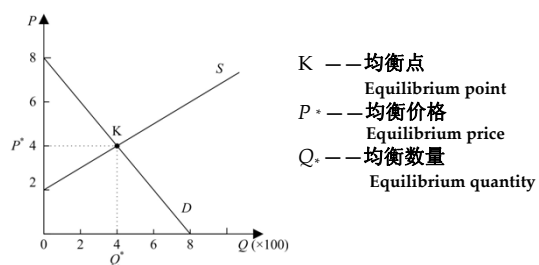
- 均衡 (Equilibrium)：经济活动中有关变量在一定条件下相互作用，达到相对静止或稳定的状态。
- 局部均衡：单个市场或部分市场的供、求与价格之间的均衡状态。
- 一般均衡：一个经济社会中所有市场的供、求与价格之间的均衡状态。

2019/03/21

65

□ 商品的均衡价格

- 均衡价格是商品市场上需求和供给相等时的结果，古典经济学家，这可在市场供求力量的自发调节下形成。

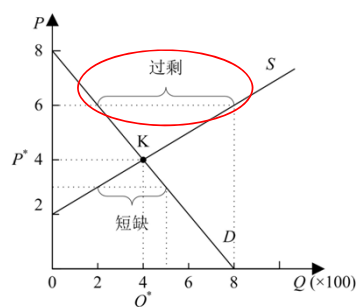


2019/03/21

66

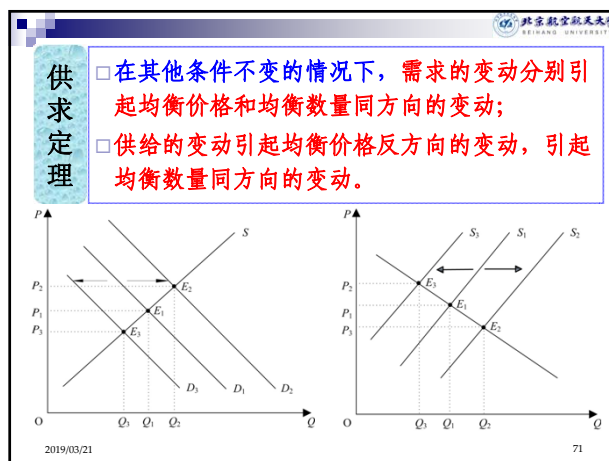
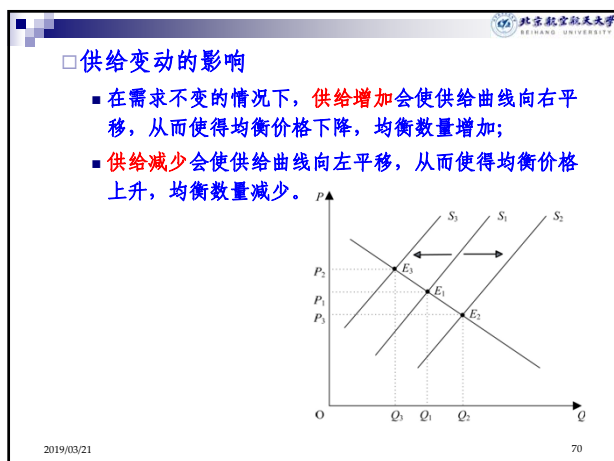
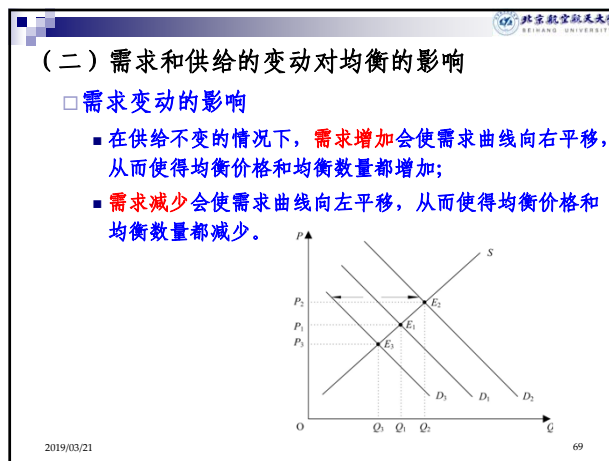
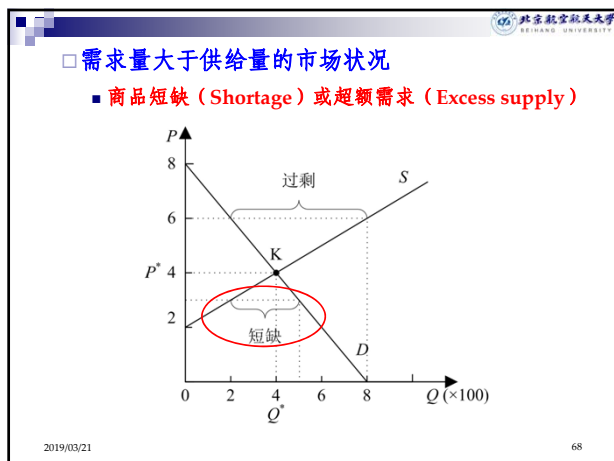
□ 供给量大于需求量的市场状况

- 商品过剩 (Surplus) 或超额供给 (Excess supply)



2019/03/21

67



二、市场均衡与政府政策

(一) 价格控制

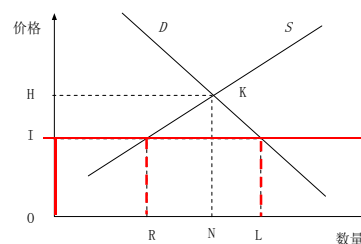
1、规定价格上限 (Price ceiling)

- 战争时期由于物资短缺，或者在平时由于通货膨胀，一些基本的生活用品通常会涨价。
- 政府为保障人民基本生活水平，会对一些生活必需品（粮食、食盐、糖、肉等）规定一个低于均衡价格的最高价格。

2019/03/21

72

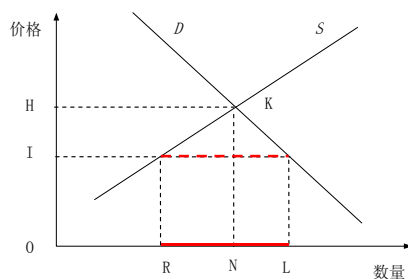
- 政府规定最高价格为OI，则市场价格超过OI是不被允许的。



2019/03/21

73

- 结果：价格为OI，供给量减少到OR，需求量增加到OL，出现供不应求的情况。
- 短缺数为： $OL - OR = RL$



2019/03/21

74

- 价格上限的积极作用
 - 短期面临突发事件（如战争和自然灾害），政府有必要直接干预：维持消费者的基本生活需要，保证社会稳定
- 价格上限的消极作用
 - 传递了不反映市场真实供求状况的价格信息。
 - 价格过低→生产者积极性降低→进一步供给短缺→从价格管制变为进一步的数量管制
 - 票证配给、定量供应，长时间的排队购物、商品搭配、黑市交易、变相收费、走后门、拉关系——本质上“涨价”的社会现象，社会成本急剧上涨。

2019/03/21

75

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

- 导致商品质量停滞不前，花色品种单一，生产者、销售者服务态度恶劣，服务时间减少，企业缺乏动力，不思进取。
- 政府财政支出增加：经常性的物价监督和检查→政府机构、人员、行政费用增加→政府增税和收费、增发货币和向银行透支，以弥补财政赤字→通货膨胀，损害消费者利益。
- 增加了政府官员和机构以权谋私、钱权交易、滋生腐败的可能和机会，败坏了社会风气。
- 影响其他产业和社会其他领域的发展：高额社会成本，使政府难有更多的资金用于扶持其他产业和保证社会其他领域与事业的发展，如教育、社会保证事业等。

2019/03/21 76

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

2、规定价格下限 (Price floor)

- 对于关系到国计民生的产业，受自然因素影响较大的产业以及国家要大力发展的产业，政府往往设置价格下限。
- 典型例子：政府为农产品规定支持价或保护价。
 - 美国农业生产技术发展快，产量大幅度增长，但农产品需求增长很慢，结果造成农产品价格的下跌，严重影响农场主生产积极性。
 - 美国政府为保障农场主的合法收益，经常为农作物规定最低限度的“支持价格”。

2019/03/21 77

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

- 政府规定高于均衡价的最低价OI，会刺激供给量增加到OL，抑制需求量到OR。
- 农产品过剩： $OL - OR = RL$

2019/03/21 78

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

- 价格下限的积极作用
 - 一定程度上促进社会安定、保护生产者和消费者的利益：农业受不可控的自然因素影响较大，政府对其保护，有利于调动农民种粮积极性。
 - 当农产品市场价高于保护价时，政府可以抛售库存粮平抑物价；当农产品的市场价低于保护价时，政府以保护价收购，使农民的收入保持在一定的水平上。
- 价格下限的消极作用：
 - 向生产者和消费者传递了失真的价格信息。
 - 难以操作：保护价、支持价定在什么位置上，难以确定，太低起不到保护作用，太高则增加政府支出。

2019/03/21 79

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

- **政府财政支出增加**：保护价回购农产品→需要政府经费→增税、增发货币→通货膨胀，损害消费者和农民的利益；
- 政府机构、人员、行政经费增加，一旦经费不足，地方政府、特别是基层政府官员摊派收费，增加社会负担。
- 不利于被保护者提高市场**应变能力和竞争能力**。
- 市场价低于保护价时，商品过剩、积压，政府大量收购，财政支出不堪重负，于是以行政、政治手段**强制购买、硬性供给**，同样损害了消费者的利益。
- 当政府干预使进口品价格低于同美国内品价格时，随着差价拉大，增加了**海关缉私、打私的任务与难度**，使财政支出进一步增加。

2019/03/21 80

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

3、政府控制价格的放开问题

- 价格控制的政策初衷很好，但弊病很多。**经济改革的目的之一是减少政府对价格的控制**，问题在于如何放开。
- 政府设置价格上限的一般是短缺商品：如果商品的供给弹性很大，限价的取消可以带来供给量的大量增加，价格自然不会大幅度提高；如果商品是生活必需品，价格的大幅度提高会引发社会动乱。
- 对于需求弹性很大，供给弹性又较大的商品，最好由“**看不见的手**”自己调节。放开价格，鼓励多家企业竞争，价格并不会提高，如电讯业、金融业等。
- 但由于利益、国家安全等问题，政府是否放开某行业，并不完全取决于商品的价格弹性。

2019/03/21 81

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

(二) 价格补贴和税收

- **税收**是对市场交易的单位商品收取生产者或消费者固定金额的货币。
- **价格补贴**是对市场交易的单位商品给予生产者或消费者固定金额的货币。
- 税收和价格补贴政策实质是**使生产者的生产成本或消费者的收入水平发生变化**，来影响供给或需求的变动，进而引起均衡价格和均衡数量。

2019/03/21 82

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

(1) 征税和补贴的影响

- 税收抑制市场经济活动，而补贴则相反。
 - 只对**生产者征税**，使生产成本提高，供给曲线左移，需求曲线不变，导致均衡价格上升，**均衡数量减少**；
 - 只对**生产者补贴**，使生产成本降低，供给曲线右移，需求曲线不变，导致均衡价格下降，**均衡数量增加**；
 - 只对**消费者征税**，使收入水平降低，需求曲线左移，供给曲线不变，导致**均衡价格和数量都减少**；
 - 只对**消费者补贴**，使收入水平提高，需求曲线右移，供给曲线不变，导致**均衡价格和数量都增加**。

2019/03/21 83

□ (2) 税收归宿问题

- 假设向生产者征税，则税收缩小了商品市场规模，均衡价格升高、均衡数量降低，这使生产者和消费者的状况全都恶化。

□ 问题：到底谁最终实际承担了税负？

2019/03/21

84

新的均衡价格：

$$P_1 > P_0$$

新的均衡数量：

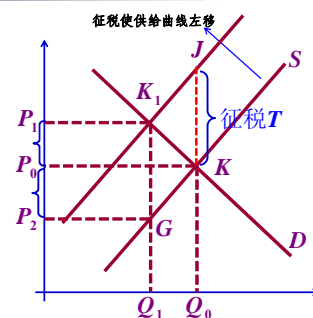
$$Q_1 < Q_0$$

消费者承担的税收：

$$P_1 - P_0$$

生产者承担的税收：

$$P_0 - P_2$$

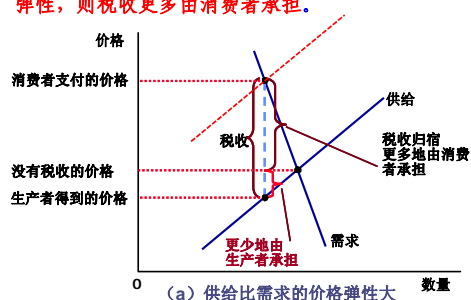


2019/03/21

85

□ 税收分摊的比例依赖于需求和供给曲线的斜率：

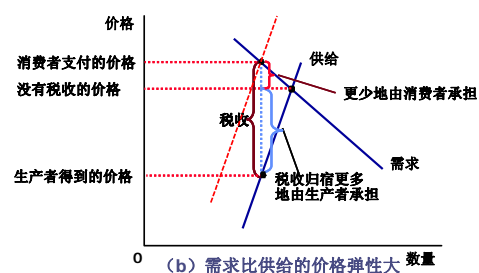
- 当需求曲线斜率大于供给曲线斜率时，供给比需求更有弹性，则税收更多由消费者承担。



2019/03/21

86

- 当供给曲线斜率大于需求曲线斜率时，需求比供给更有弹性，则税收主要由生产者承担。



2019/03/21

87

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

- 政府如果对消费者征税，可以获得与对生产者征税相同的结论：
 - 生产者和消费者的状况都会变坏，共同分摊税收；
 - 税收负担更多落在价格弹性较小的市场一方身上。
- 政府如果对商品价格补贴：
 - 生产者和消费者的状况都会变好，它们将分享政府给予的价格补贴；
 - 补贴更多地由价格弹性较小的市场一方获得。

2019/03/21 88

北京航空航天大学
BEIHANG UNIVERSITY

- 本章小结
 - 消费者、生产者和市场，及之间的经济联系；
 - 需求及其表达；
 - 市场需求弹性分析；
 - 供给及其表达；
 - 市场供给弹性分析；
 - 市场均衡原理；
 - 价格控制、补贴和税收等政府政策分析。

2019/03/21 89