•机会成本**：**为了得到某种东西所必须放弃的东西。

•激励是引起一个人做出某种行为的某种东西

•一国的生活水平取决于它生产物品与服务的能力

•生产率，即每个人或每一单位劳动投入所生产的物品与服务数量

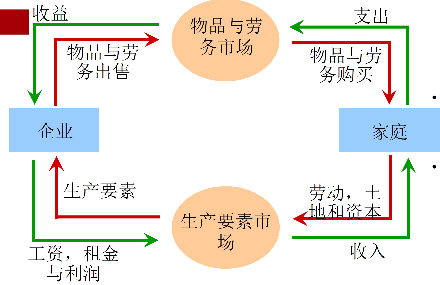
•政府增发货币的主要原因是避免失业率的上升

•实证表述：试图描述世界是什么样的观点

•规范表述：试图描述世界应该是什么样的观点

•假设是模型的关键：经济学家利用假设撇开与所研究问题无关的许多经济细节

•循环流量图：

•生产可能性边界：表示在可得到的生产要素与生产技术既定时，一个经济所能生产的两种产品数量的各种组合的图形：

•如果一个经济从它可以获得的稀缺资源中获得了它能获得的全部产品/服务，就称这种结果是有效率的

•生产可能性边界上的点代表了有效率的生产水平：

在边界上，如不减少一种产品的生产，就不能生产

更多的另一产品；反之，生产可能性边界内的点代

表了无效率/低效率的结果

•一辆汽车(X轴)的机会成本=生产可能性边界的斜率(绝对值)

•生产可能性边界最有可能是向外突出

•当生产两种物品的效率一致时为直线

•边界是可变的

•绝对优势：一个生产者用比另一个生产者更少的投入生产某种物品的能力

•比较优势：一个生产者以低于另一个生产者的机会成本生产一种物品的能力

•绝对优势并不意味着比较优势！

•贸易的利益来源于比较优势（机会成本的不同）

•在一个完全竞争市场里：

•可供销售的物品是完全相同的

•买者与卖者人数众多，市场价格不受买者和卖者影响

•资源自由流动，市场信息畅通

以上这三点是完全竞争市场模型的假设

•需求量是买者愿意并且能够购买的一种物品的数量

•需求定理：在其他条件不变时，一种物品的价格上升，对该物品的需求量将减少

•在图表中，我们常让纵轴代表价格，横轴代表数量

•市场需求是所有个人对某种特定物品或服务的需求的总和

•正常物品：在其他条件相同时，收入减少引起需求量减少的物品

•低档物品：在其他条件相同时，收入减少引起需求量增加的物品

•当一种物品价格上升/下降引起对另一种物品需求量增加/减少，这两种物品被称为替代品

•当一种物品价格下降/上升引起对另一种物品需求量增加/减少，这两种物品被称为互补品

•引起需求曲线移动的因素：收入、相关物品价格、偏好、预期、买者的数量 etc.

•价格变动只表现为沿着需求曲线的移动；其他所有因素的影响表现为整条需求曲线的移动

•需求下降表现为需求曲线向左移动、需求增加表现为需求曲线向右移动

•供给量：卖者愿意并且能够出售的该种物品的数量

•供给定理：在其他条件不变时，一种物品价格上升，该物品供给量将增加

•市场供给是所有个人对某种特定物品或服务的供给的总和

•引起供应曲线移动的因素：投入品价格、技术、预期、卖者的数量 etc.

•投入品价格升高→供给曲线向左移动

•投入品价格下降→供给曲线向右移动

•供给下降表现为需求曲线向左移动、供给增加表现为需求曲线向右移动

•价格变动只表现为沿着供给曲线的移动；

•替代品和互补品不影响供给曲线

•均衡：市场价格达到使供给量与需求量相等时的状态

•市场均衡时的价格称为均衡价格,均衡价格下的供给量与需求量称为均衡数量

•市场会自然而然地向均衡靠拢

•需求价格弹性衡量需求量对价格变动的反应程度

•简单的说，它衡量买者需求的价格敏感程度：如果一种物品的需求量对价格变动的反应很大，则这种物品的需求是富有弹性的；反之则是缺乏弹性的

•价格需求弹性的决定因素：

•相近替代品的可获得性：有相近替代品的物品的需求往往较富有弹性

•必需品与奢侈品：必需品的需求往往缺乏弹性，而奢侈品的需求往往富有弹性

•市场的定义：狭窄定义的市场的需求弹性往往大于宽泛定义的市场的需求弹性

•时间范围：物品的需求往往在长期更具有弹性

•需求价格弹性与需求曲线的斜率密切相关

•通过某点的需求曲线越平坦，需求的价格弹性就越大

•通过某点的需求曲线越陡峭，需求的价格弹性就越小

•弹性大于1，需求富有弹性；需求小于1，需求缺乏弹性；需求等于1，需求具有单位弹性

•总收益= P \* Q

•当需求富有弹性时，价格上升会使收益减少；当需求

缺乏弹性时，价格上升会使收益增加；当需求具有单

位弹性时，价格上升会使收益不变；

•需求收入弹性：衡量消费者收入变动时需求量如何变动

•正常物品的需求收入弹性为正数，而低档物品的为负数

•需求的交叉价格弹性

替代品的交叉价格弹性为正数，互补品的为负数

•供给价格弹性衡量供给量对价格变动的反应程度，其公式与需求价格弹性公式类似

•供给价格弹性的决定因素

•卖者调整物品生产量的灵活性

•长期的供给弹性大于短期的供给弹性

•供给曲线：与需求曲线类似

•价格控制：

•价格上限、价格下限

•价格上限导致供给短缺，价格下限导致供给过剩

•若要起到效果，价格上限要低于均衡价格，价格下限要高于均衡价格

•无论对买者还是卖者征税，最后的市场价格，均衡数

量以及税收归宿都是相同的。在这两种情况下，税收

就像是在买者和卖者的价格中间打入了一个楔子

•当供给相对于需求更富有弹性时，买者承担大部分税

收；当需求相对于供给更富有弹性时，卖者承担大部

分税收

•支付意愿：买者愿意为某种物品支付的最高金额

•在任意数量上，需求曲线的高度代表边界买者的支付意愿

•边际买者：指如果价格再提高一点就首先离开市场的买者

•消费者剩余：买者愿意为一种物品支付的量减去其为此实际支付的量。消费者剩余衡量的是消费者从参与市场得到的利益。

•总消费者剩余等于需求曲线以下和价格以上的面积

•消费者剩余减少的两个原因：

1. 一些买者离开市场
2. 留在市场中的买者支付更高的价格

•成本：卖者为了生产一种物品而必须放弃的所有东西的价值，衡量了出售意愿。

•边际卖者及其成本的定义与需求曲线类似

•生产者剩余：卖者出售一种物品得到的量减去其生产成本

•总生产者剩余等于价格以下和供给曲线以上的面积

•生产者剩余减少的原因两个原因：

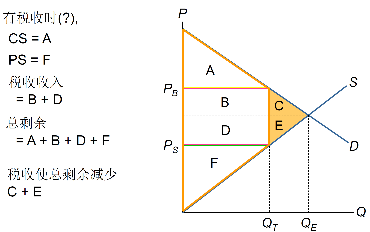
1.卖者离开市场减少的生产者剩余

2.仍留在市场的卖者只能得到更低的价格所引起生产者剩余的减少

•总剩余=（买者的评价）-（卖者的成本）

•如果资源配置使总剩余最大化，那我们可以说，这种配置是有效率的。如果一种配置是无效率的，就意味着买者和卖者之间交易的一些潜在利益还没有实现。

•市场均衡产量使总剩余最大：在其他任何数量下，向市场均衡数量移动都能使总剩余增加。市场均衡是有效率的，任何其他结果的总剩余都不会高于市场均衡产量的总剩余。

C+E被称为税收的无谓损失

•当供给/需求弹性小时，无谓损失更小；当供给/需求弹性大时，无谓损失更大。

•随着税收规模的增加，无谓损失增加的更快，税收收入呈先增加后减少的状态。

•外部性：一个人的行为对旁观者福利的无补偿的影响

•负外部性：不利影响；正外部性：有利影响

•社会成本= 生产者私人成本+受到不利影响的旁观者的成本

•社会价值= 私人价值+为旁观者带来的有利影响的价值

•外部性内在化：改变激励，以使人们考虑到自己行为的外部效应

•两种公共政策：

•命令与控制政策：直接管制

•以市场为基础的政策：矫正税和补贴、可交易的污染许可证

•私人物品的特点：

•排他性：可以阻止一些人使用这个物品的特性

•竞争性：一个人使用该物品将减少其他人对它使用

•公共物品：既无排他性也无竞争性的物品

•公共资源：没有排他性但具有竞争性的物品

•公共资源配置的更好办法是确定产权

•显性成本：需要企业支出货币的投入成本

•隐性成本：不需要企业支付货币的投入成本

•投入量：可变投入量和固定投入量（前者易变）

•边际成本/产量=(成本or产量的变化量)/(产量or成本)

•生产函数随着投入的增加趋于平缓，边际成本越来越大，总成本曲线越来越陡峭

•在典型企业，MC曲线分别从ATC和AVC曲线最低点穿过

•ATC一定先下降后上升，AFC一定下降

•ATC底端是企业的有效规模，MC曲线是企业的供给曲线

•产量低时规模经济常见，大型组织常常规模不经济