

<<微观经济学>>

图书基本信息

书名：<<微观经济学>>

13位ISBN编号：9787564214104

10位ISBN编号：7564214104

出版时间：2013-1

出版时间：胡放之、童光荣 上海财经大学出版社 (2013-01出版)

作者：上海财经大学出版社

页数：200

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<微观经济学>>

内容概要

《微观经济学（第2版）》是在第一版的基础上修订而成的。在修订过程中，基本保持了上一版的体例和内容；同时，对上一版中的错误予以改正，对部分文字进行了适当修改；并根据教学需要，增加了适量练习题和案例分析等。

《微观经济学（第2版）》是根据教育部经济学科教学指导委员会制定的大纲编写的，其内容包括微观经济学的基本理论及其应用。

全书理论结合实际，方法结合应用，内容深入浅出。

它可作为经济与管理和一些相关专业的本科生经济学基础课程的教材或教学参考书，适当取舍后也可作为经济与管理专业高职高专学校学生的教材，还可供从事经济与管理理论研究和实际工作者阅读，以及作为相关人员的培训参考书。

<<微观经济学>>

书籍目录

第二版前言 导论 引言 第一节经济学的研究对象 第二节经济学的研究方法 第三节学习经济学的目的 第一章需求、供给与均衡价格 引言 第一节需求 第二节供给 第三节均衡价格及其应用 本章小结 练习题 第二章弹性及其应用 引言 第一节需求弹性 第二节供给弹性 第三节弹性的应用 本章小结 练习题 第三章消费者行为分析 引言 第一节基数效用 第二节序数效用 第三节消费者均衡的变动 本章小结 练习题 第四章生产者行为分析 引言 第一节投入与产出 第二节收益递减规律与生产要素的合理投入 第三节生产要素的最适组合 第四节规模经济原理 本章小结 练习题 第五章成本与利润 引言 第一节成本 第二节短期成本与长期成本 第三节收益与利润 本章小结 练习题 第六章市场结构 引言 第一节市场的类型 第二节完全竞争市场 第三节不完全竞争市场 本章小结 练习题 第七章生产要素价格和收入分配 引言 第一节生产要素的需求 第二节生产要素的供给 第三节生产要素市场的均衡 第四节报酬和收入分配 本章小结 练习题 第八章一般均衡与福利经济学 引言 第一节一般均衡理论 第二节帕累托最适度 第三节福利经济理论 本章小结 练习题 第九章市场失灵与政府作用 引言 第一节市场失灵的类型 第二节政府的微观政策 第三节公平与效率 本章小结 练习题 后记

<<微观经济学>>

章节摘录

版权页：插图：在一家企业内，如果有两种产品，其交叉弹性值为负，说明这两种产品互补。互补产品一般可以分为基本品和配套品两种，通常的定价策略是对基本品定低价，对配套品定高价。例如，吉列公司生产刀片和刀架，刀架定低价，而刀片定高价。

因为顾客购买了它的刀架，就必须购买它的刀片。

采用这种定价策略，企业可以获取更多的利润。

主机和辅机、整机和零件、设备和原料之间都存在着类似的互补关系，可采用这种定价策略。

在经济学中，需求交叉弹性还是从经济上划分不同行业的标志。

交叉弹性的绝对值越大，说明两种商品之间的相关程度越高，从而说明它们在经济上属于同一行业；交叉弹性的绝对值越小，说明两种商品之间的相关程度越低，从而说明它们在经济上属于不同的行业。

[案例与分析2—2] 短期弹性和长期弹性 对于许多商品来说，长期需求远比短期需求富有价格弹性，原因之一就是人们需要较长的时间才能改变他们的消费习惯，例如，即使咖啡价格迅速上涨，其需求量也只会随着人们慢慢开始减少咖啡的消费而逐渐下降。

另一个原因是人们对某一种商品的需求可能与另一种商品的存量有关，后者只能慢慢地变化。

例如，汽油的长期需求远比短期需求更富有弹性，汽油价格的迅速上涨使开车者减少开车，从而在短期内降低了汽油的需求量，但是它促使消费者购买更小的、更省油的汽车，这对汽油的需求具有最大的影响。

然而，汽车的存量只能慢慢地变化，因此汽油的需求量也只能是慢慢地下降。

对于有些商品来说，情况恰恰相反，短期需求弹性要大于长期需求弹性，这些商品（汽车、冰箱、电视机，或产业部门购买的资本设备）都很耐用（durable），因此，消费者拥有每种这类商品的总量要大于其每年的产量。

结果，消费者打算拥有的总量的一个小变化会引起购买水平的百分比大幅度变化。

例如，假定价格上升10%，使消费者打算拥有的总量下降5%。

起先，这会引引起购买量的下降超过5%，但最终随着存货量的下降（并且卖掉的商品还得加以补充），需求量就会上升。

这样，从长期来看，消费者拥有的总量会比价格上升前下降大约5%。

汽车是一个例子，美国的年需求——新车的购买量，大约在700万~1000万辆，但是汽车的存量大约有7000万辆。

如果汽车价格上涨，许多人就不会急于购买新车，需求量便会急剧下降（即使消费者打算拥有的总量只下降一点点）。

但是，最后旧车会报废，人们不得不买新车来替换旧车，需求将再次上扬。

结果，需求量方面的长期变化比短期变化小很多。

长期的和短期的收入弹性也不相同。

对绝大多数商品（如饮料、燃料、娱乐等）与劳务来说，需求的收入弹性表现为长期的大于短期的。

以经济发展强劲时期（此时的总收入上升了10%）的汽车消费情况为例，人们最终将增加他们的汽油消费，因为他们能负担得起更多的外出旅行，或许还要买一辆更大的汽车。

但是，这种消费方面的变化是需要时间的，而一开始，需求只是略微增加。

因此，长期的弹性将大于短期的弹性。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>