



第七章

市场失灵与微观经济政策



如何认识亚当·斯密的著作

- “看不见手”的“功”与“过”
- “功”——通过市场的自由竞争合理配置资源：
 - “每个人都力图运用他的资本，来使其产品能得到最大的价值。一般说来。他并不企图增进公共福利，也不知道他所增进的公共福利是多少。他所追求的仅仅是他个人的安乐，仅仅是他个人的利益。在这样做时，有一只看不见的手引导他去促进一种目标，而这种目标绝不是他所追求的东西。由于追逐它自己的利益，他经常促进社会利益，其效果要比它真正想促进社会利益时所得到的效果要大。”（《国富论》）
- “看不见的手”的含义：即个人利益、价格机制、竞争机制。



“看不见手”的“过”——市场失灵

- **市场失灵**：是指完全竞争的市场机制在很多场合下不能导致资源的有效配置，不能达到帕累托最优状态的情形（社会福利的最大化）。
- **市场失灵的几种情况**：垄断、外部性、公共物品和非对称信息。

市场真得完美无缺吗？



第一节 外部性

- 1、**外部性**：是一个人的行为对旁观者福利的影响。
- **正外部性**：如果一个人的行为对旁观者或社会影响是有利的，行为主体却不能从中得到报酬时，就是正外部性。
- 例如：自己注射疾病防疫针，减少传染他人的机会。
 - 兴建医院、养老院、孤儿院等非营利事业。
 - 整洁的住宅与美丽的庭院。
 - 教养子女谦恭有礼、守法爱国。
 - 办公大楼前设置的时钟或温度计。
 - 参加免费的学术演讲或音乐会。
 - 爱好音乐者欣赏声乐家的邻居在家练唱。



■ **(1) 生产的外部经济：** 当一个生产者采取的经济行动对他人产生了有利的影响，而自己却不能从中得到报酬时，便产生了生产的外部经济性。

■ **例1，** 果园主扩大果树种植面积会使养蜂者受益，养蜂者无须向果园主付费。在果树授粉期，养蜂者同样使果园主受益也无须向养蜂者付费。

■ **例2，** 企业为生产职工进行培训，提高了职工的技术素质，而当这些职工今后可能转到其他企业工作，该企业并不能从其他单位索回培训费用或其他形式的补偿。因此，该企业从培训职工中得到的私人利益就小于该活动的社会利益。



七十七团油菜花招来“养蜂人”

- 2006-07-26 | 新华网乌鲁木齐7月26日电
- 目前，77团7万余亩油菜，向正值盛花期，一望无际的油菜花，叶少枝繁，姿丰势旺。吸引了很多外来“养蜂人”。
- 据养蜂人刘国杰介绍，蜜蜂采蜜的活动范围在**5平方公里**左右，“请来”一箱蜜蜂就等于请来了**2万个“授粉员”**，他养蜂300箱，油菜花开后格外忙。和刘国杰一起到七十七团放蜂的养蜂户有10多户。
- 经过多年的生产实践和科技培训，该团承包职工科技兴农的意识明显增强。油菜花授粉季节，承包职工纷纷与养蜂人联系，“请来”蜜蜂帮助授粉，以提高油菜的坐果率。





负外部性如果一个人的行为对旁观者或社会影响是不利的，行为主体并没有为此付出代价，就成为负外部性。

- 例如：工厂产生的空气污染、污水排泄、废物、噪音。
滥伐森林、滥垦山坡地、滥用自然资源。
汽车排放之废气、噪音，占领人行道的停车。
交通事件中的无辜受害者。
麻将牌声音或音响妨碍邻居安宁。
游客乱掷垃圾与不小心带来森林火灾
在公共场所（如音乐会）高声谈笑。
新建高楼挡住附近较低建筑的光线



案例：淮河污染创历史之最 600亿资金治淮无效



渔民望着成堆的死蟹只能“自认倒霉”



污流去了又来，淮河沿岸居民唯有年复一年的叹息



淮河污染创历史之最 600亿资金治淮无效

■ 十年治淮600个亿，淮河对我们的回应，就是举起有史以来最大的污染团狠狠地砸下！

■ 2004年7月20日至27日，淮河突然爆发有史以来最大的污染团，如同巨大的黑蘑菇，从上游奔腾而下，横扫千里淮河，充斥河面的黑色污染水团全长133公里，总量超过5亿吨，一路浩浩荡荡杀奔洪泽湖，顺者昌，逆者亡，满河黑暗，伏尸(鱼虾蟹)千里。

■ 2004年7月29日，国家环保总局副局长、新闻发言人潘岳就此次特大污染在北京发表讲话：淮河水资源开发利用率已超过50%，远远超过国际上内陆河合理开发利用程度30%的平均水平，河道基本丧失生态基流，已不能简单称之为河流。枯水季节，死水一潭；洪水季节，毒浪滔天，近万座水库闸坝的修建导致河流断流，地下水位下降，水土流失加剧，生态不断恶化，河流的自然水文性质被彻底改变，淮河基本丧失自净能力。



（2）消费的外部经济：当一个消费者采取的行动对他人产生了有利的影响，而自己却不能从中得到补偿时，便产生了消费的外部经济。

- 例如，保持自己的衣着整洁、住宅周围环境的美化、自家庭院中花草的培植，对社会当然也是有益的。
- 再如，家庭成员的教育消费也是为社会培养合格的公民。
- **（4）消费的外部不经济：**吸烟、在公共场所随意丢弃果皮、瓜壳等废弃物品，也增大了社会成本。



二、外部性的影响

■ 1、外部效应的定义:

外部效应: 是指由于生产或消费中外部性的存在, 生产者或消费者在自己的活动中产生了一些有利影响或不利影响, 这些影响带来的利益或损失都不是消费者和生产者本人所获得或承担的。

■ 2、社会收益与社会成本

■ 社会收益=私人收益+正外部性

■ 社会成本=私人成本+负外部性



外部性带来的效率损失

■ 外部性带来的效率损失

■ **正外部性**：产量太少

■ 生产上：私人成本 $>$ 社会成本

■ 消费上：私人收益 $<$ 社会收益

■ 决 策：边际私人收益 = 边际私人成本

■ （边际）社会收益 $>$ （边际）社会成本

■ **负外部性**：产量太多

■ 生产上：私人成本 $<$ 社会成本

■ 消费上：私人收益 $>$ 社会收益

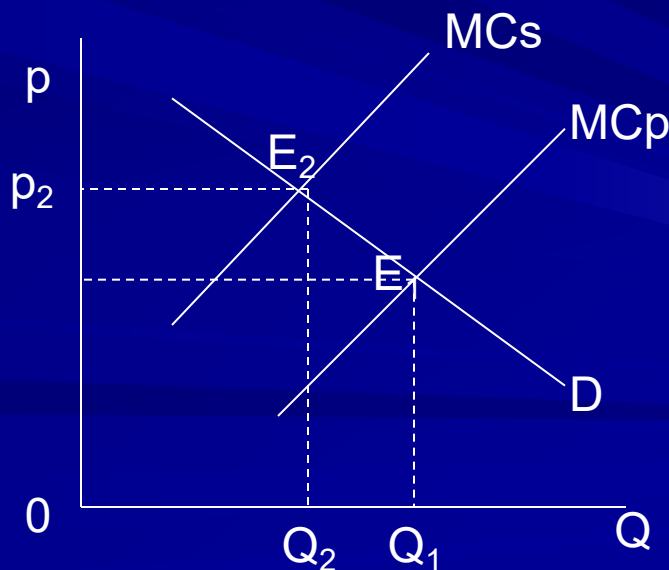
■ 决 策：边际私人收益 = 边际私人成本

■ （边际）社会收益 $<$ （边际）社会成本



负外部性的影响

如果只考虑私人成本，不考虑社会成本，就会过分刺激具有消极外部因素的活动。例如，某化工产品如果仅仅从原材料、设备、能源消耗及人工等耗费考虑，可能成本很低，每单位产品带来的利润甚高，从而生产似乎应大大扩大。但由于它造成了严重污染，给社会带来了很大负担，因而从社会成本考虑，生产不宜如此扩大，这可用下图来表示。





边际成本曲线就是供给曲线，因为供给是由成本决定的。 D 代表需求曲线，如不考虑社会成本，则均衡产量将是 Q_1 ，价格是 P_1 ；若要考虑社会成本，则产量就会减少到 Q_2 ，价格上升到 P_2 。这就是说，如果工厂要承担污染处理费用，则成本将从私人边际成本转变为边际社会成本，即成本要上升，因而对此产品的需求量减少。可见，如果化工厂产品生产者不承担污染处理费用的话，则它们会按私人成本将生产扩大到 Q_1 ，给环境造成严重影响。这种情况表明，从社会的观点看，资源没有达到最佳配置。从社会角度看，化工产品产量只宜是 Q_2 ，价格应是 P_2 ，这样，就能对化工生产造成的污染做出正确处理。



对外部性的措施

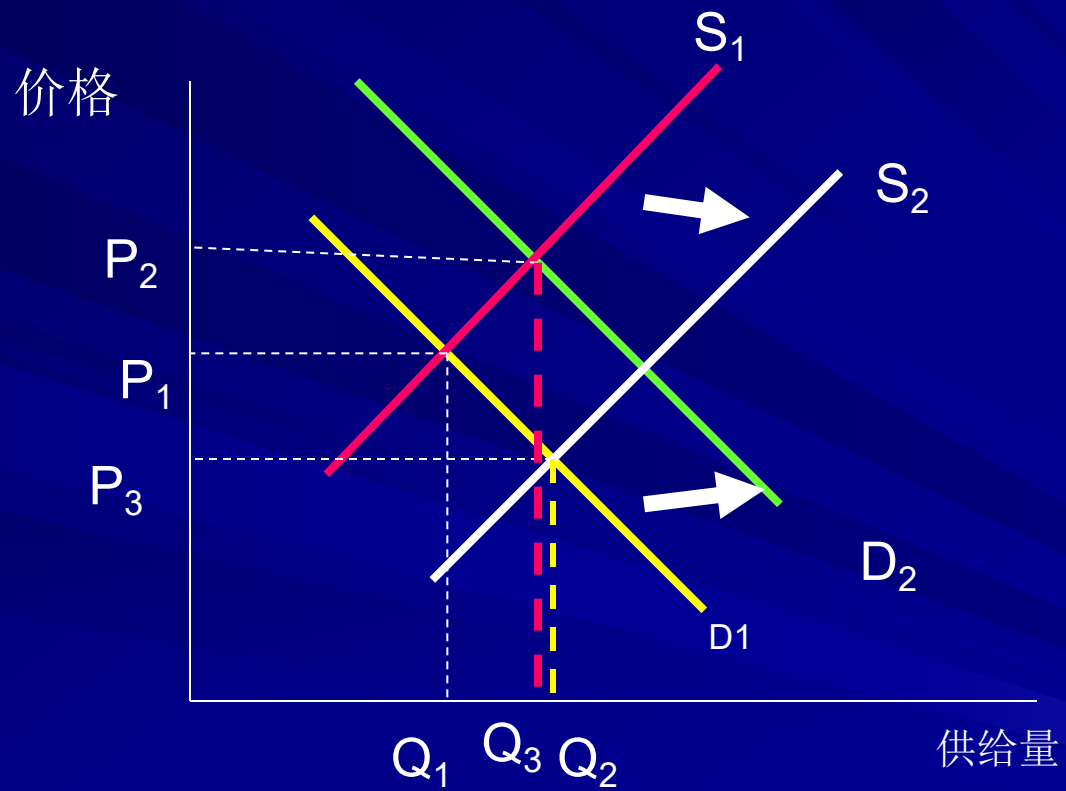
■ 第一，使用税收和津贴。

针对正外部性行为：采取补贴、减免税等措施补偿私人收益低于社会收益的部分。使得个人利益与社会利益一致，以鼓励其生产者和消费者。

例如：退耕还林、还草国家给予补贴；农村沼气工程；使用再生资源的产品减税；

教育，受教育者从教育中得到私人利益：能得到较理想的工作，较丰厚的报酬，能较好享受文化生活等。此外教育还产生许多积极的社会影响：良好社会风气与社会秩序，民主氛围，经济技术进步等等。教育不能单靠市场机制，政府有必要对教育进行不同程度、不同方式的干预，采取各种补贴措施降低求学者与办学者的边际成本，有助于将教育水平提高到社会所要求的最优水平。

特别是基础教育、师范教育。



政府对正外部性的反应



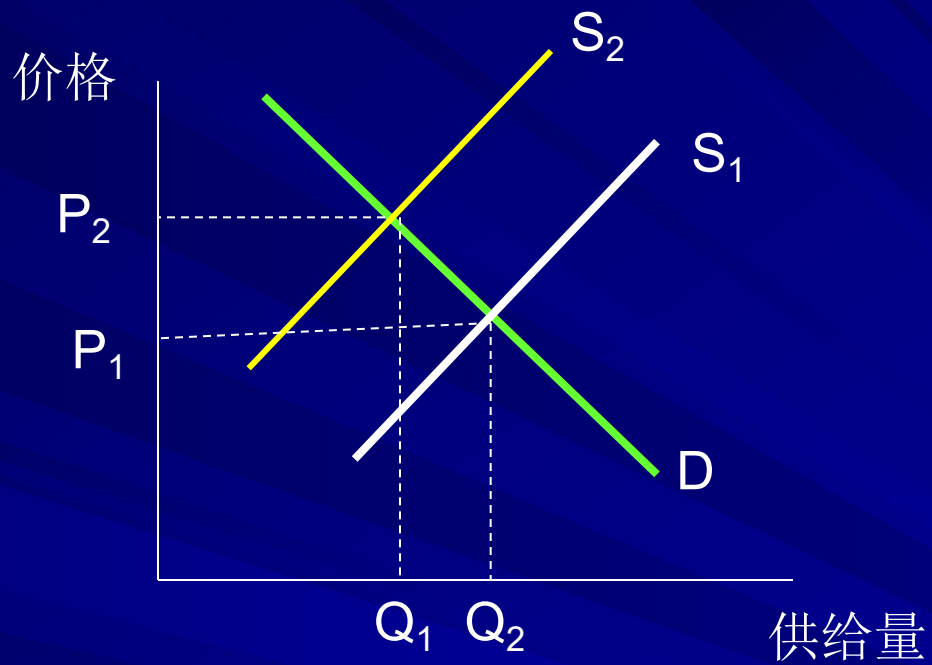
针对负外部性行为：采取罚款、征收特别税等惩罚措施使私人成本上升到与社会成本一致。

对造成外部不经济的企业，国家应该征税，其数额应等于该企业给社会其它成员造成的损失，使得该企业的私人成本恰好等于社会成本。

如政府向制造污染的企业收税，其税额要等于治理污染所需要的费用。显然，用税收解决外部不经济的最大弱点在于政府很难确定企业的污染成本，因而无法设定污染税率。但是只要税率不是太高而超过污染成本，就会使完全竞争企业的产量接近社会最优产量，从而对改善市场效率是有积极意义的。

对香烟实行高税率；

目前，日本的燃油税税率是120%，德国是260%，法国是300%，高燃油税政策促进了节能小型车的发展。除此之外，积极推进技术创新，加快设备革新，也是他们建立低能少耗、无污染生产体系的关键。



政府对付外部性的反应



税收在我国今后加强对能源资源节约和生态环境保护方面，将扮演十分重要角色。那么，我国目前在这方面有哪些税收政策？

增值税主要有5项：自2001年1月1日起，对属于生物质能源的垃圾发电实行增值税即征即退政策；自2001年1月1日起，对风力发电实行增值税减半征收政策；自2005年起，对国家批准的定点企业生产销售的变性燃料乙醇实行增值税先征后退；对县以下小型水力发电单位生产的电力，可按简易办法依照6%征收率计算缴纳增值税；对部分大型水电企业实行增值税退税政策。



第二，使用企业合并的方法。例如，一个企业的生产影响到另外一个企业。如果影响是正的（外部经济），则第一个企业的生产就会低于社会最优水平；反之，如果影响是负的（外部不经济），则第一个企业的生产就会超过社会最优水平。但是如果把这两个企业合并为一个企业，则此时的外部影响就“消失”了，即被“内部化”。

■ **第三、制定污染标准。**

■ 控制污染的另一项政策是设定污染标准。政府通过调查研究，确定社会所能忍受或承受的环境污染程度，然后规定各企业所允许的排污量。凡排污量超过规定限度的，则给予经济或法律惩罚。

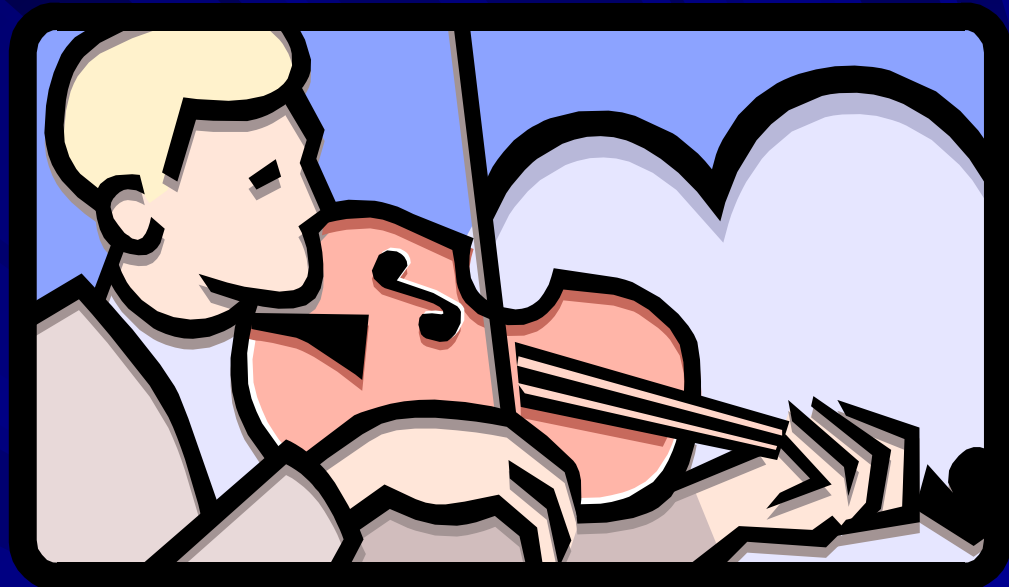


- **第四，使用规定财产权的办法。**在许多情况下，外部影响之所以导致资源配置失当，是由于财产权不明确。如果财产权是完全确定的并得到充分保障，则有些外部影响就可能不会发生。
- **政策目标：使得私人成本（或利益）与社会成本（或利益）趋于一致。**
- **不存在外部影响：** $\text{私人成本} = \text{社会成本}$
 $\text{私人利益} = \text{社会利益}$



科斯定理

- —— 只要明确地规定法定所有权，并且可以自由交换，只要所有权的交易成本为零，那么，不论所有权在开始如何分配，市场机制所导致的均衡状态符合最有效率状态。
- 即：科斯认为在产权明晰的前提下，政府不需要制定微观经济政策，市场机制就能通过自我调节，使克服负外部性的成本降到最低限度。



- 案例：
- 甲：爱听音乐，收益为200元
- 乙：爱安静，收益为100元
- 谈判：谁买耳机(价值30元)
- 结果：权利归甲，乙买甲用；
- 权利归乙，甲买甲用。



例如，假定有一工厂排放的烟尘污染了周围5户居民晾晒的衣服，每户由此受损75元，5户共损失375元。

■ 再假定有两个解决方法，一是花150元给工厂烟囱安装除尘器，二是给每一户买1台值50元的烘干机，5户共需250元。不论把产权给工厂还是给居民，即如果听任市场机制发生作用，工厂或居民都会自动采取150元解决问题的方法，因为这样最节省。

■ 科斯定理认为，外部影响之所以导致资源配置失当是由于产权不明确。如果产权明确，且得到充分保障，有些外部影响就不会发生。在上述例子中，只要产权归工厂或居民是明确的，则他们中任何一方都会想出用150元安装一个除尘器来消除污染，即解决外部影响问题。



我国开始建立排污权交易制度

- **所谓排污权交易制度**，是指在实施排污许可证管理及排放总量控制的前提下，鼓励企业通过技术进步和污染治理节约污染排放指标，这种指标作为“有价资源”可以“储存”起来以备自身扩大发展之需，也可以在企业之间进行商业交换。那些无力或忽视使用减少排污手段、导致手中没有排放指标的企业，可以按照商业价格，向市场或其他企业购买指标。在世界发达国家，排污权交易制度对污染总量控制起到了重要作用。



我国开始建立排污权交易制度

- 一个企业节约下来的污染排放指标，可以作为商品出售给其他缺少排放指标的企业。目前，我国正将市场机制引入污染防治领域，着手建立和推广排污权交易制度。
- 国家环保总局自2002年起在全国部分省市开展了排污权交易的综合试点工作，探索在市场经济条件下，运用经济杠杆的作用，充分调动企业主动削减污染物排放总量的积极性。
- 建立排污权交易制度，并不意味着企业只要有钱就能无所顾忌地扩大排污。无论“买”“卖”双方，其交易都只能在满足国家总量控制的前提之下进行。





第二节 公共物品

- 一、私人物品和公共物品
- 物品的种类：
 - 路灯、国防等；——公共物品
 - 公共牧地、收费的高速公路；——准公共物品
 - 个人衣服、电脑等——私人物品
- 不同种类的物品划分标准是什么？——是否具有竞争性和排他性。
 - 竞争性——消费时是否影响他人消费？
 - 排他性——可否禁止他人消费？

消费特点	竞争性	非竞争性
排他性	私人物品：饮用水	俱乐部物品：有线电视，网络
非排他性	共有资源：渔业资源	公共物品：绿化，普通马路



一. 私人产品和公共产品

- **私人产品**:是每一单位产品与劳务只能由一个人消费的物品与劳务.
- 私人产品具有两个特征:一是竞争性,二是排他性.
竞争性:是指你消费的东西,别人就不能消费,你们的消费是处于竞争状态.
排他性:是指你有钱买了这个东西,别人没钱,他就被排斥在外.
- **公共产品**——政府提供的用于满足社会公共需要的产品和劳务。如义务教育、国防、外交、公共卫生等。
- 借助边际生产成本为零和边际拥挤成本是否为零的标准,可以把公共产品分为三类:纯粹公共产品、准公共产品。



纯公共产品的特征

(1) 非排他性:当一个人提供了特定数量的公共产品时,就不可能排除其他人来免费享用该公共产品,或者这种排他成本相当高,

如,总不能一盏路灯下站一个警察,凡是不交钱的人就不让从这里走,这多困难!在如国防,当导弹打过来时,军队只保护交过税的人,没交税的就不保护,这难不难?还有灯塔,让海上过往的船只交费是一件多么困难的事情.所以,在公共物品的使用上,排斥别人的费用是相当高的,也是非常困难的,但增加一个人消费,却不增加它的成本.

(2) 非竞争性:当一个人消费了某一数量的公共产品,该公共产品同时也可以被其他人消费同样数量,即它们之间对公共产品的消费不是竞争性的,一个人不可能用价格去阻止别人对公共产品的消费.

如灯塔、路灯、国防、公路、义务教育等。



■ 准公共产品——不竞争或不排他。

例1，高速公路——无竞争但有排他性，不交钱不能上去。

（德国的高速公路是纯公共用品。）

例2，公共牧地、草场、公海捕鱼——有竞争无排他。



公共物品的外部性与市场失效

- 纯公共产品的“非排他性”和“非竞争性”极易导致“搭便车”问题。
- 一是“非排他性”，公共产品的供给者不能排除其他人来消费此公共产品，所以，只要有一个人提供了公共产品，其他人就不必花费任何成本而能享用此产品，
- 二是“非竞争性”又将保证每个人(无论是供给者，还是免费享用者)消费的品质是一样的。

如，只要有一户住户安装了公共楼道里的灯，这幢楼的其他住户就可以免费享用灯光带来的照明，并且一个人享用照明并不会影响别人来享用这种照明。由于每个人都是理性的经纪人，自己付出了成本却让别人获得了额外受益，而别人并不需要因此而付费，这样的是显然是没人愿意做的，所以“搭便车”产生的结果使公共产品的供给量为零或者达不到最优供给水平



具有“非排他性”但是在消费上游具有“竞争性”的准公共产品也将导致“公共地悲剧”现象的发生。经济学上著名的“公共地悲剧”讲述的是这样一个故事：

有一块公共牧地，每个人都可以免费地让自己的羊群到这块牧地上去吃草，结果造成过度放牧，超过了草地的可承受能力，最终导致了无牧可放。国际水域的过度捕捞和若干种动物因过度捕猎而灭绝的现象也是典型的“公共地悲剧”例子。由于这类公共产品产权的共有性，每个人都可以免费地消费此公共产品，正如不能排除任何一个人来免费放牧，而对于此产品的消费又是竞争性的，一个人在公共牧地上放牧会影响到别人放牧的质量，所以每个人都争先恐后来放牧，以免免费获取额外收益，直到无牧可放，所以这类公共产品极易行成过度使用。



市场不能有效提供公共物品

- 市场提供公共物品时出现搭便车现象：不付出成本而免费享用。
- 原因：
 - (1) 不必付出成本，因为自己的消费不影响他人；
 - (2) 可以不付成本，因为无法强制付费；
 - (3) 不愿意付成本生产，因为
私人收益 < 社会收益，或者
私人成本 > 社会成本



公共物品生产及其决策分析

- 政府提供公共物品
- 政府用什么提供？——税收。
- 提供什么？提供多少？如何提供？
- 根据的原则：

经济效益：成本——收益；
社会效益和生态效益。