

西方完全竞争厂商均衡理论的评析与修正

马文军

(鲁东大学 商学院, 山东 烟台 264025)

[摘要] 着眼西方的完全竞争厂商均衡理论,从其前提条件、厂商水平市场需求曲线以及短期长期均衡等方面进行了回顾,将市场总体需求与单个厂商的市场需求两个有机结合的因素予以简单割裂的分析逻辑问题进行了深入评析,基于“市场总体需求曲线等于所有单个企业市场需求曲线水平加总”的基本规律,将完全竞争厂商的市场需求曲线由水平形态修正了为逼近纵轴的垂直形态。

[关键词] 完全竞争; 厂商需求; 西方经济学

[中图分类号] F014

[文献标识码] A

[文章编号] 1672-5956(2011)06-0001-05

一、西方完全竞争厂商均衡理论的回顾

完全竞争厂商均衡理论是在以下四个前提条件的基础上分析的^[1]。

第一,市场上有无数的买者和卖者。由于市场上有无数的买者和卖者,所以相对于整个市场的总需求量和总供给量而言,每一个买者的需求量和每一个卖者的供给量都是微不足道的,都不会对市场的价格水平产生任何影响,都对市场价格没有任何控制力量,而只能被动地接受既定的市场价格。

第二,市场上每一个厂商提供的商品都是同质的。商品同质不仅指商品的质量、规格、商标等完全相同,还包括购物环境、售后服务等方面也完全相同。这样,消费者购买任何一家厂商的产品都是一样的,单个厂商既不提价也不降价,总是按照既定的市场价格实现属于自己的一份相对来说很小的销售份额。

第三,所有的资源具有完全的流动性。所有资源可以在各厂商之间和各行业之间完全自由地

流动,不存在任何障碍。而厂商进入或退出一个行业也是完全自由和毫无困难的。这样,任何一种资源都可以及时地从亏损的生产中退出,投向能获得最大利润的生产。期间,缺乏效率的企业将被具有效率的企业取代。

第四,信息是完全的。市场上的每一个买者与卖者都掌握与自己的经济决策相关的一切信息。这样,每一个消费者和每一个厂商可以根据自己掌握的完全信息,作出自己最优的经济决策,从而获得最大的经济利益。

基于以上四个前提条件,完全竞争厂商均衡理论认为,由于厂商只是既定市场价格的接收者,所以完全竞争厂商的需求曲线是一条由既定市场价格水平引发的一条水平线,用公式可表示为 $P = P_e$, P_e 为整个市场供求决定的既定的均衡价格。上述情况也可用图表示。图1中,市场需求曲线D和市场供给曲线S相交的均衡点E所决定的市场均衡价格为 P_e 。相应地,图2中由既定的价格水平 P_e 引发的水平线d就是厂商的需求曲线。水平的厂商需求曲线意味着,厂商只能被动地接收

[收稿日期] 2011-10-18

[基金项目] 中国博士后科学基金项目(20090460203);教育部人文社会科学研究项目(10YJC630179)

[作者简介] 马文军,1973年生,男,河南安阳人,鲁东大学教授,博士,研究方向为微观经济学、效率测评与优化管理,(电子邮箱) mawenjun73@126.com。

既定的市场价格,且厂商既不会也没有必要去改变这一价格水平。需要说明的是,图1表示整个市场的供求状况,图2表示一个厂商所面临的供求状况。

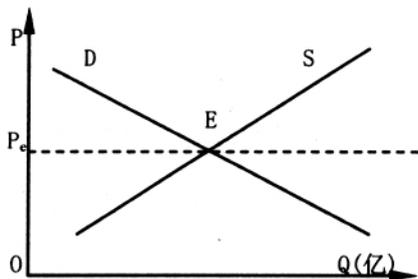


图1 完全竞争市场的供需图

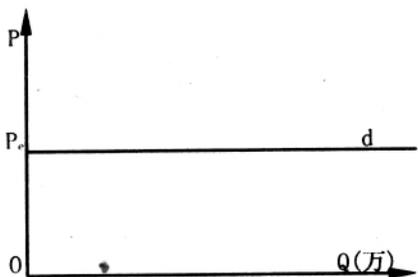


图2 完全竞争厂商的需求曲线

在由既定价格水平引发的水平的完全竞争厂商市场需求曲线基础上,可推导出完全竞争厂商的边际收益曲线和平均收益曲线与其市场需求曲线完全相同,用公式表示则为 $MR = AR = P$, 参见图3。

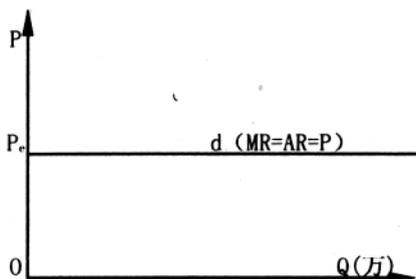


图3 完全竞争厂商的需求曲线与收益曲线图

基于对完全竞争厂商市场需求曲线和边际收益曲线、平均收益曲线的分析,可得完全竞争厂商短期均衡的基本公式为 $MR = SMC$ 且 $P \geq AVC$ 的最低点,即厂商边际收益与短期边际成本相等且大于等于厂商平均可变成本最低处的点即为短期利润最大化的均衡点。完全竞争厂商的短期均衡也可用图4予以说明,图中E点为厂商短期边际成本曲线SMC和厂商边际收益曲线MR相交的均衡点,对应的厂商最佳产量为Q₀。当然,基于完全竞争厂商短期均衡的一般示意图,还可以分别给

出完全竞争厂商实现短期均衡时的赢利、收支相抵等四种具体情况的示意图,这里不予详述。

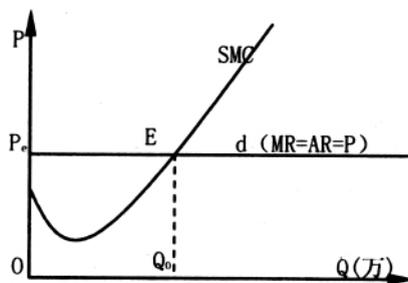


图4 完全竞争厂商的短期均衡一般情况图

基于对完全竞争厂商市场需求曲线和边际收益曲线、平均收益曲线的分析,还可得完全竞争厂商长期均衡的基本公式为 $MR = AR = P = SMC = LMC = SAC = LAC$, 即厂商边际收益曲线(也是其平均收益曲线和市场需求曲线)与短期边际成本、长期边际成本、短期平均成本、长期平均成本均相等的点就是厂商短期长期均实现利润最大化而稳定的均衡点,也是产业短期长期均实现平均利润而没有厂商进出的均衡点。完全竞争厂商长期均衡也可用图5予以说明,图中E点为厂商边际收益曲线与短期边际成本、长期边际成本均相交的点,这时厂商短期长期均实现了利润最大化而稳定。同时E点也是厂商平均收益曲线与短期平均成本、长期平均成本均相交的点,这时行业短期长期均实现了平均利润,不再有厂商进入或退出而稳定。这时厂商均衡产量为Q₀。

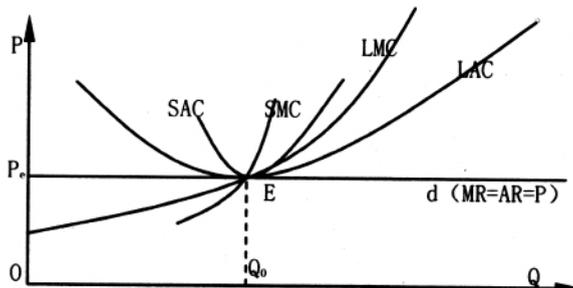


图5 完全竞争厂商的长期均衡图

二、学界关于西方完全竞争厂商均衡理论批评的评价

完全竞争厂商均衡理论为自由竞争的市场经济描绘了一个完美的境界,但许多学者认为,用这样一个高度抽象的理想经济模型来逼近市场经济的现实情况并不能令人信服^[1]。

首先,完全竞争市场的假设条件是很抽象的,如市场上的产品完全没有差别,厂商可以没有任

何障碍地自由进入或退出一个行业,市场上的大量交易者中任何一个人完全掌握与自己决策相关的所有信息,等等。学术界认为,如果以上述条件作为根据,除了证券市场能比较接近于这种模式外,完全竞争市场在现实经济生活中是根本不存在的。

其次,完全竞争厂商均衡理论始终坚持的一个重要假定是,任何一个厂商都是按照 $MR = MC$ 的利润最大化均衡条件来安排生产的。事实上,在现实的企业生产经营活动中,厂商并不一定遵照这一准则来安排生产,甚至完全不按照这一准则来安排生产。西方经济学者赖斯特写道:西方国家的学生向他们的老师提出抗议,因为他们的作为企业主的爸爸并不像老师们所说,按照边际收益等于边际成本来求得最大利润。

第三,即使厂商按照 $MR = MC$ 的条件来生产经营,我们也不能保证厂商达到了利润最大化的目标。因为,短期利润与长期利润并不是相互独立无关的,有的时候短期利润的增加可以减少长期利润。在我国和西方的经济实践中,存在着大量的企业的“短期行为”损害其长期利益的事例,其原因即在于此。

第四,在现实经济生活中,消费者是否真正进行“统治”很值得怀疑。这是因为,消费者统治的基础是他的货币选票,在收入悬殊的情况下,作为消费者的富人才是真正的皇帝,而穷消费者不过是一个居于次要地位的统治者。另外,能够自己独立进行决策的人才是真正的统治者,然而厂商为了拓宽产品销路进行的大规模广告宣传,往往会影响改变消费者的决策,许多时候消费者往往会成为被生产者牵着鼻子走的“统治者”。经济学家加尔布雷恩把这种情况称之为“生产者统治”。

学者们有关完全竞争厂商均衡理论的上述几点评析,其核心点在于说明完全竞争厂商均衡理论的分析与经济现实情况之间存在很大差距。事实上,由于现实经济生活非常复杂,一个经济理论的形成往往首先要对面临的许许多多因素进行分析,将其中非关键不重要的因素进行放弃,而只保留最关键最重要的因素,并进而对最关键的因素进行分析形成经济理论。这样形成的经济理论主要用来解释最关键因素之间的关系,用来反映最本质的原理。

反过来说,这样分析形成的经济理论几乎都不可能和经济现实完全一致,都存在差距。而这些不一致或差距的存在,并不影响经济理论的价格

和作用。从这个意义上讲,从理论分析与经济现实之间存在差距的角度来批判完全竞争厂商均衡理论,并不具有很大说服力。正是由于这个原因,完全竞争厂商均衡理论批而不倒,并且其所得出的竞争越充分效率越高的结论,不但在理论上为许多经济学者所认可,也为各国的经济实践界所支持和拥护。

三、西方完全竞争厂商均衡理论的基础性逻辑问题评析

本文认为,完全竞争厂商均衡理论在分析逻辑上还存在着重大的基础性问题,直接影响了该理论的成立性和应用性。遗憾的是,有关完全竞争厂商均衡理论在分析逻辑方面存在的问题,学术界并没有给予足够重视,这里予以专门分析。

完全竞争厂商均衡理论在分析逻辑上存在的基础性问题,就是其表面上将产业总体市场需求与单个厂商的市场需求进行了有机结合,在具体分析过程中却将两者予以了简单的割裂,表现在只关注单个厂商的市场需求,而忽略了产业总体市场需求。通俗地说,这是一种只着眼树木却忽略森林、只注重微观个体却忽略宏观总体的逻辑错误。

这种逻辑错误的表现之一就是对市场上有大量买者和卖者前提分析的错误。由于市场上有大量买者和卖者,每一个买者和卖者在整个市场所占的比重是非常小的,所以正确的理解应该是,在买卖量变动不大的情况下,任何一个买者和任何一个卖者对市场价格水平会产生非常轻微的影响,而不是没有影响。当然,随着买卖量变动幅度增大,任何一个买者和任何一个卖者对市场价格水平的影响将会同时上升。从另一个角度讲,每一个消费者或每一个厂商对市场价格的控制力量都相对很小,但肯定不是0。这样,完全竞争厂商均衡理论的任何一个买者买多买少和任何一个卖者卖多卖少都不会对市场的价格水平产生任何影响的结论,以及每一个消费者或每一个厂商都对市场价格没有任何控制力量而只能被动地接收既定的市场价格的结论,显然是不正确的。

这种逻辑错误的表现之二就是完全竞争厂商市场需求曲线为一条由既定价格水平出发的水平线的分析。由图1可知,该理论首先给出整个行业市场供需曲线,并分析得出其中的均衡点和均衡价格,这显然是整个行业的全局性分析。然而此后,图2基于完全竞争市场中厂商数量众多和

每一个厂商都是市场价格的接受者的判断,简单地得出了完全竞争厂商的市场需求曲线为由既定均衡价格水平出发的一条水平线的结论,而不再考虑产业市场需求情况。根据单个厂商水平的市场需求曲线可知,当单个厂商的产量从很小的起点增加很小的幅度时,比如在原先 100 个产量的基础上仅仅增加 1 个单位的产量,其对市场价格可以认为是没有影响的,参见图 6。然而如果厂商的产量增加很大的幅度时,比如在原先 100 个产量的基础上增加到 1 000 000 个单位的产量,其必然对市场价格会产生重大影响。然而按照该理论,其应该仍然对市场价格没有影响,参见图 7,显然这是不能理解和接受的。

这种逻辑错误的表现之三就是完全竞争厂商均衡分析结论与分析前提自相矛盾。任何现实的行业市场都是有限的,假设一个行业市场的需求空间为 1 亿。根据图 5,完全竞争厂商长期均衡时其产量为长期平均成本最低点对应的产量 Q_0 。如果长期平均成本最低点对应的产量 Q_0 很小比如说只有 100,则可知整个市场中厂商数量在 100 万个左右,符合市场上厂商数量很多的前提。然而如果厂商长期平均成本最低点对应的产量 Q_0 很大,比如说 10 000 000,则可知整个市场中厂商数量只有 10 个左右,这实际上已是寡头垄断市场了,与完全竞争市场上厂商数量很多的前提显然自相矛盾。

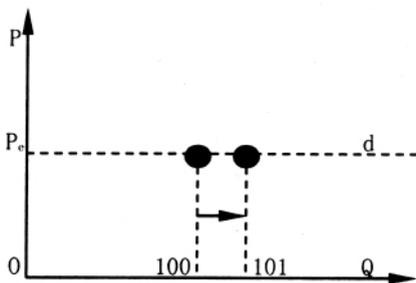


图 6 厂商增产很小对价值的影响

这种逻辑错误的表现之四就是这种分析只能适用于厂商 LAC 呈现 U 型的情况,这时 LAC 曲线才能和价格(收益)曲线相切于 LAC 曲线的最低点,从而得出厂商能以最低的成本进行生产的结论。然而现实生活中许多行业的 LAC 曲线不是 U 型的,而是呈现 L 型或者单调下降型。当行业的 LAC 曲线呈现 L 型时,厂商只有达到很高的产量规模 Q_0 后,其 LAC 曲线的水平段才能与水平的价格(收益)曲线合二为一,但无法找到两者的相切点,即无法找到厂商唯一的长期均衡点,参见图

8。当行业的 LAC 曲线呈现单调下降型时,厂商无论生产规模达到多大,都无法找到 LAC 曲线与水平价格(收益)曲线的相切点,即厂商的长期均衡点将不存在,参见图 9。

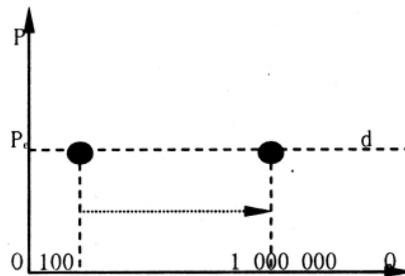


图 7 厂商增产很大对价格的影响

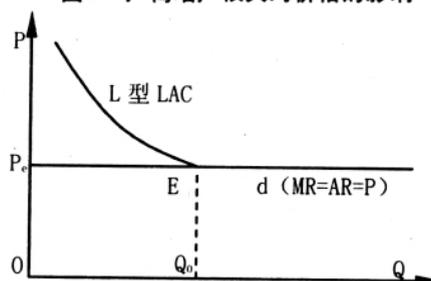


图 8 厂商 L 型 LAC 线的均衡图

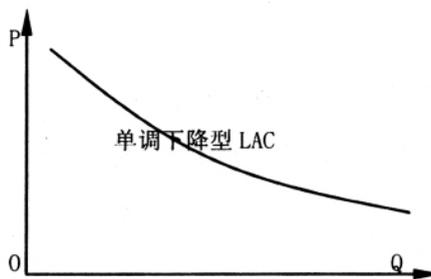


图 9 厂商单调下降 LAC 线的均衡图

特别地,这种将产业总体市场需求与单个厂商的市场需求予以简单割裂的只注重微观个体却忽略宏观总体的逻辑错误,其得出的单个厂商的市场需求曲线是一条由既定价格引发的水平线的结论,与“市场总体需求曲线等于所有单个企业市场需求曲线水平加总”的基本规律相背。由于不符合“市场总体需求曲线等于所有单个企业市场需求曲线水平加总”的基本规律,西方完全竞争厂商均衡理论和结论,显然也就不能成立了。

四、西方完全竞争厂商均衡理论的初步修正

1. 修正的前提

第一,本部分的修正将在把产业总体市场需求与单个厂商的市场需求予以有机结合的基础上,基于“市场总体需求曲线等于所有单个企业市

场需求曲线水平加总”的基本规律进行。根据该基本规律,参见图 10 可知,如果市场中只有 A、B 两个企业,则市场的总体需求曲线 $D_{\text{整个市场}}$ 就等于两单个企业的市场需求曲线 $d_{A\text{企业}}$ 与 $d_{B\text{企业}}$ 之水平加总。

第二,为方便分析,本部分的修正将以平均水平型企业作为市场中单个企业代表进行分析。

第三,现行完全竞争厂商均衡理论的核心,在于分析确定了市场中单个厂商的市场需求曲线基本形状。由此,本部分将重点着眼完全竞争市场中单个厂商的市场需求曲线基本形状进行修正。

第四,完全垄断是与完全竞争对应的另一种极端的市場类型,为使研究更具系统性,本部分也将同时对完全垄断厂商的市场需求曲线进行比较性分析。

2. 修正的结论

根据“市场总体需求曲线等于所有单个企业市场需求曲线水平加总”的基本规律,参见图 10 和图 11 可知,对一个具体的市场而言,如果该市场属于完全垄断时,其中只有一个企业,单个企业市场需求曲线就等同于市场总体需求曲线,即 $D_{\text{整个市场}} = d_{\text{完全垄断企业}}$;如果该市场属于完全竞争时,其中有无穷多个企业,每个企业所占市场份额无穷小,其市场需求曲线就是一条逼近于纵轴的垂直下倾线;居中的垄断竞争市场,其市场中企业数量介于两者之间,单个企业的市场需求曲线右下倾程度也介于两者之间,且市场垄断程度越高单个企业的市场需求曲线越平坦,越逼近于市场总体需求曲线,市场竞争程度越高单个企业的市场需求曲线越陡峭,越逼近于纵轴(完全竞争企业的市场需求曲线)。

显然,本修正的结论,与西方传统市场结构与厂商均衡理论的相关分析(参见图 12),具有明显的不同。相比之下,本修正的结论,符合“市场总体需求曲线等于所有单个企业市场需求曲线水平加总”的基本规律,因而是科学的。而西方传统市场结构与厂商均衡理论的相关分析,因为不符合“市场总体需求曲线等于所有单个企业市场需求曲线水平加总”的基本规律,因而是科学的,由此出发研究形成的理论和得出的结论,显然也就不能成立了。

[参考文献]

[1] 高鸿业. 西方经济学: 第五版 [M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2011.

[2] 马文军, 李孟刚. 新垄断竞争理论—产业集中、市场竞争与企业规模的最优度测算及中国钢铁产业组织安全的实证 [M]. 北京: 经济科学出版社, 2010.

[责任编辑: 刘 炜]

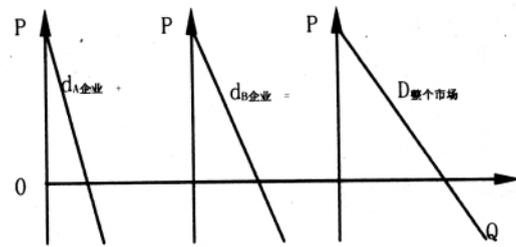


图 10 市场总体需求曲线等于单个企业市场需求曲线水平加总示意图

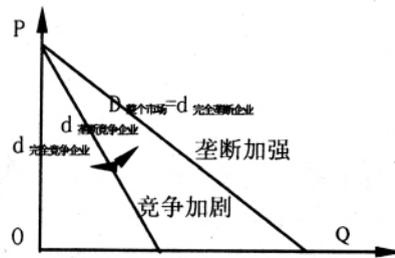


图 11 市场不同竞争度下平均型企业市场需求曲线变化规律示意图

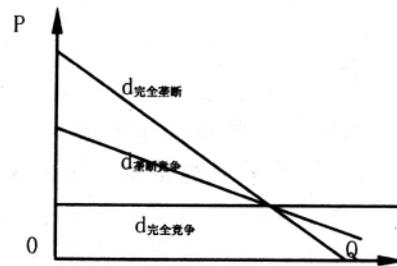


图 12 市场不同竞争度下单个企业市场需求曲线走势现行界定图

3. 进一步研究展望

根据本修正结论,可以就不同类型市场的均衡状态以及相互之间的效率比较和最优效率市场类型的分析等问题进行系统研究,得出更加科学务实的结论。作者已经就此问题进行了系统研究,并得出了以下基本结论:最优竞争度的市场结构一定是特定垄断竞争度的市场结构,其是可以通过模型构建和数据分析得到精确测算的;特殊情况下,最优竞争度的市场结构可以表现为完全垄断,但一定不是完全竞争;现实中相关调控优化措施的采取,应首先精确测算市场的最优竞争度目标值并以此为准进行。这在作者的其它论著中已有体现,此不赘述^[2]。