

第11章

效率與市場



效率與市場

11.1 需求背後的理論

11.2 供應背後的理論

11.3 經濟效率

11.4 奇妙的市場



11.1 需求背後的理論

一、邊際利益與總利益

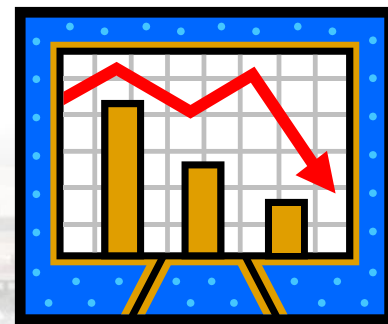
1. 邊際利益與總利益的分別

- 邊際利益(MB)是某人從消費多一單位物品而獲取的利益。邊際利益亦是個人為了獲取多一個單位物品而願意付出的最高代價。
- 總利益(TB)是已知消費數量，從該物品所獲取的邊際利益之總和。

一、邊際利益與總利益

2. 邊際利益遞減（或邊際上願意付出的代價遞減）

- 經濟學假設邊際利益遞減：當已獲取的物品數量增加，該物品的邊際利益會下降。
- 由於邊際利益仍然是正數，總利益仍會上升。

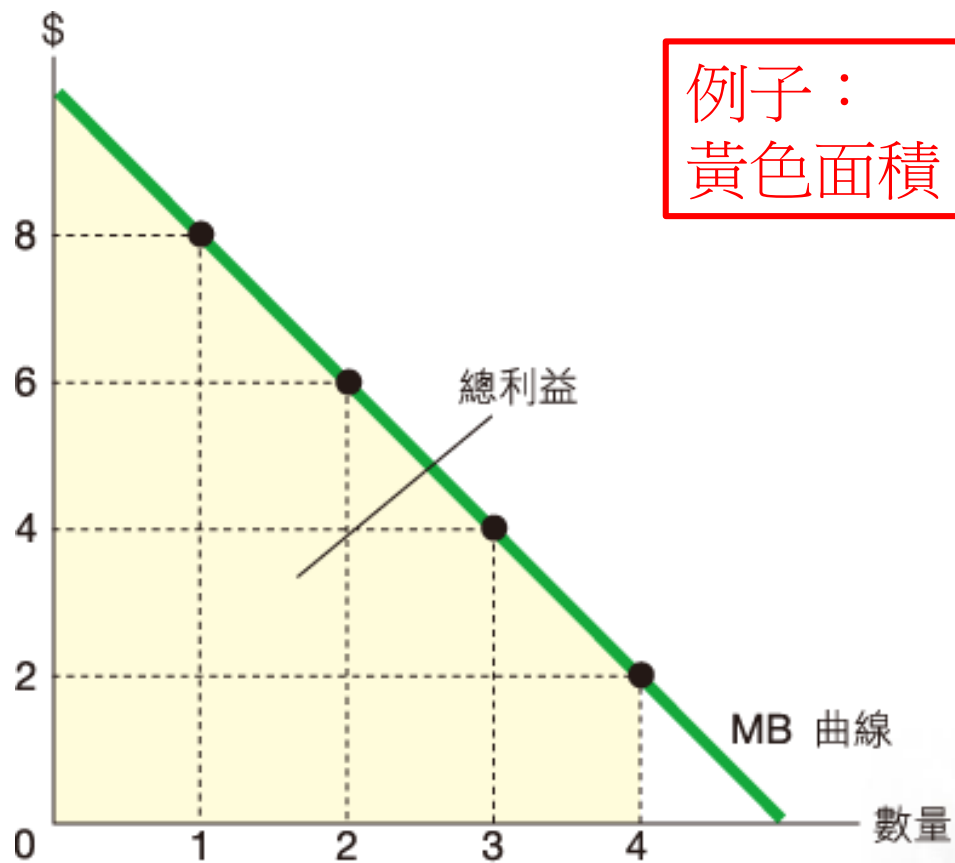


一、邊際利益與總利益

3. 邊際利益曲線

- 由於邊際利益不斷遞減，邊際利益曲線是向右下傾斜的。
- 如圖11.1所示，邊際利益曲線以下的面積是總利益。

邊際利益曲線



例子：
黃色面積 = 4個蘋果的總利益

圖 11.1 邊際利益曲線



快問快答

1. 指出以下陳述是否正確。

陳述	是/否
(a) 當物品的供應上升，邊際利益及總利益都會下降。	否
(b) 若火災損毀了農田的一半蔬菜，蔬菜的邊際利益會上升。	是
(c) 物品數量愈少愈好，因為邊際利益會較大。	否
(d) 免費物品的邊際利益是零。	是

快問快答

2. 完成下表。

衣服	邊際利益(\$)	總利益(\$)
1	45	45
2	30	75
3	15	90
4	10	100

升級提示

畫出邊際利益及總利益

當我們以每個蘋果為一個單位來量度時，圖中的棒形面積便代表每單位蘋果的邊際利益，而它們的總面積便是 4 個蘋果對消費者的總利益。

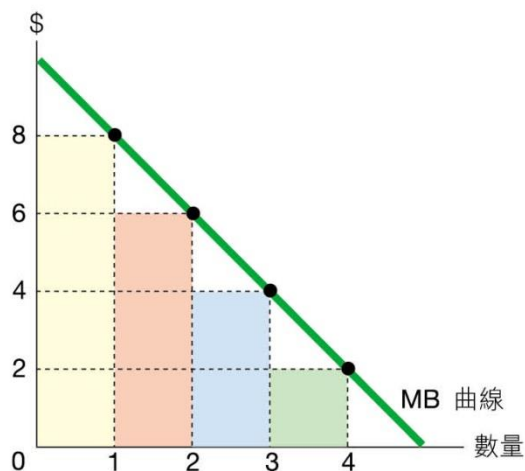


圖 11.2 棒形面積是每單位蘋果的邊際利益。

蘋果	邊際利益(\$)	總利益(\$)
1	8	8
2	6	14
3	4	18
4	2	20
5	0	20

升級提示

畫出邊際利益及總利益

圖中的棒形面積是每0.5 單位蘋果的邊際利益，而它們的總面積便是4 個蘋果的總利益。

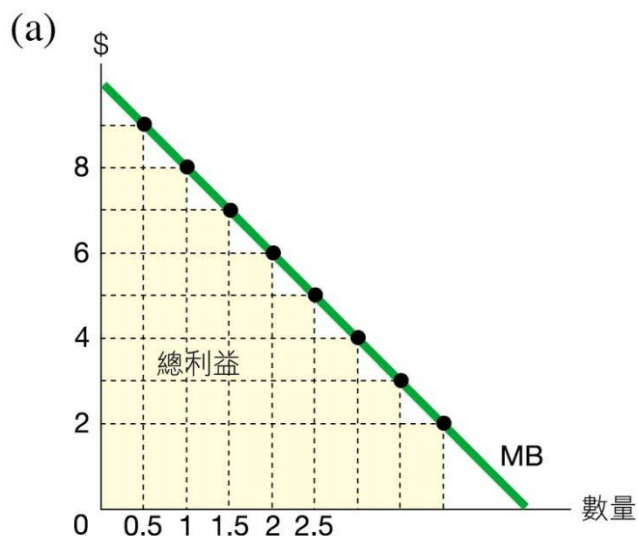


圖 11.3 MB 曲線以下的總面積代表總利益。

升級提示

畫出邊際利益及總利益

如果蘋果可以無限拆細，例如可以再分割為**0.1** 或**0.01** 等較細的單位，**MB** 曲線以下的總面積便是**4** 個蘋果的總利益。

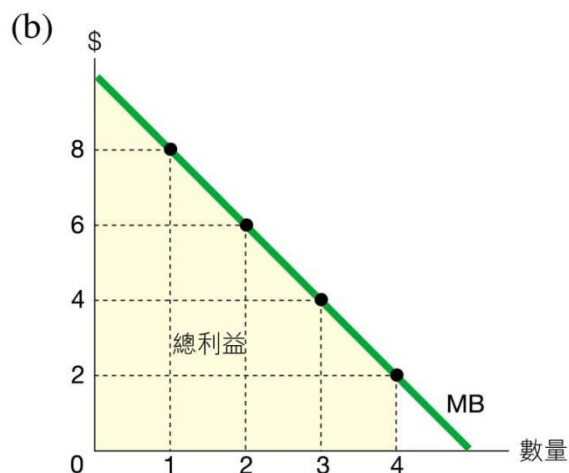


圖11.3 MB 曲線以下的總面積代表總利益。

二、消費的選擇

1. 消費者盈餘

- 消費者盈餘(CS)是消費者在實際需付的費用之外還願意支付的額外費用。
- 換言之，消費者盈餘就是當消費者對物品的總利益高於總支出時，他從交易得到的淨獲益。

$$\text{消費者盈餘} = \text{總利益} - \text{總支出}$$

二、消費的選擇

2. 消費者盈餘極大化

(a) 消費者盈餘極大化的條件

- 經濟學假設消費者會把消費者盈餘極大化。
- 當物品的邊際利益等於它的價格($MB = P$)，消費者盈餘會最大。

消費者盈餘極大化的條件： **$MB = P$**

- $MB > P$ ：若增加消費， $CS \uparrow$
- $MB < P$ ：若增加消費， $CS \downarrow$

2. 消費者盈餘極大化

蘋果	邊際利益 MB(\$)	價格 (P)(\$)	Δ 消費者盈餘 (\$) (= MB - P)	總消費者盈餘 (\$)
1	10	4	6	6
2	8	4	4	10
3	6	4	2	12
4	4	4	0	12
5	2	4	-2	10
6	0	4	-4	6

表11.3 不同數量下的消費者盈餘

消費者盈餘極大化的條件



2. 消費者盈餘極大化

(b) 計算總消費者盈餘

參看表11.3。消費4個蘋果所帶來的消費者盈餘可計算如下：

消費者盈餘

= 總利益 - 總支出

= (\$10 + \$8 + \$6 + \$4) - (\$4 × 4)

= \$12



2. 消費者盈餘極大化

(b) 計算總消費者盈餘

總消費者盈餘也是每個蘋果的消費者盈餘之總和，
所以另一個計算方法是：

消費者盈餘

= 每個蘋果的**MB** 減去價格之總和

= $(\$10 - \$4) + (\$8 - \$4) + (\$6 - \$4) +$
 $(\$4 - \$4)$

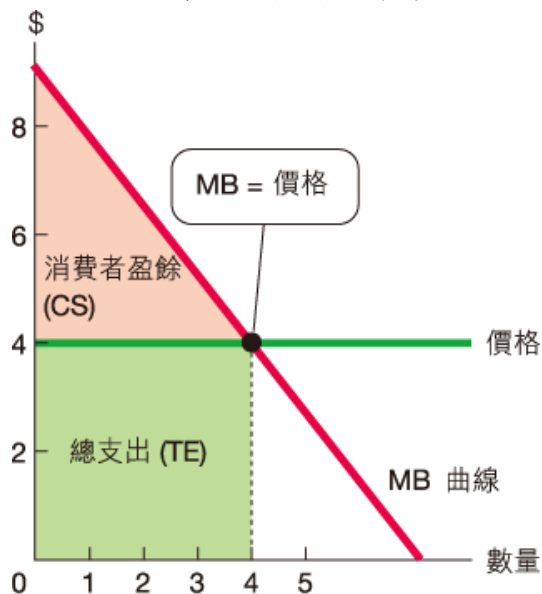
= \$12



2. 消費者盈餘極大化

(c) 以圖顯示消費者盈餘

當消費者購買至 $MB = P$ ，消費者盈餘是橙色三角形。
這是消費者能夠獲得的最大消費者盈餘。



$$TB - TE = CS$$

當購買 4 單位蘋果 ($MB = P$)，消費者盈餘會最大。

圖 11.6 消費者盈餘是總利益減去總支出。

快問快答

3. 參考下表。

蘋果	總利益(\$)	邊際利益(\$)
1	10	10
2	18	8
3	24	6
4	28	4
5	30	2

- (a) 計算邊際利益，並將答案填寫在表格內。
- (b) 當蘋果價格是每單位\$4，志偉會購買 4 單位，他的消費者盈餘是 \$12。
- (c) 若志偉只購買2單位蘋果，他的消費者盈餘會減少至 \$10。消費者盈餘的損失是 \$2。

三、邊際利益與個別消費者的需求

1. 邊際利益曲線反映消費者需求

- 消費者會購買更多同一物品直至邊際利益等於價格($MB = P$)。
- 如圖11.8所示，我們可以從邊際利益曲線找出不同價格下的需求量(Q_d)。

三、邊際利益與個別消費者的需求

1. 邊際利益曲線反映消費者需求

例如：

- 當價格是\$8，他會買1單位蘋果。 $(Q_d = 1)$
- 當價格是\$4，他會買3單位蘋果。 $(Q_d = 3)$

□ 因此，邊際利益曲線也是需求曲線。

1. 邊際利益曲線反映消費者需求

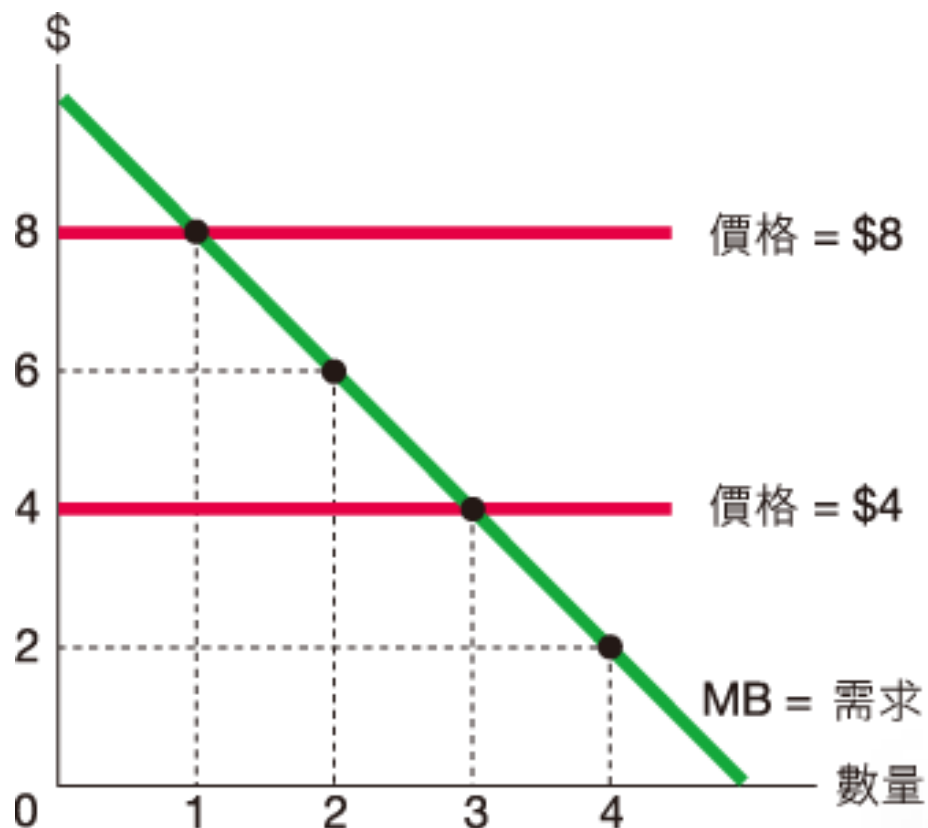


圖 11.8 邊際利益曲線是需求曲線。



2. 需求定律

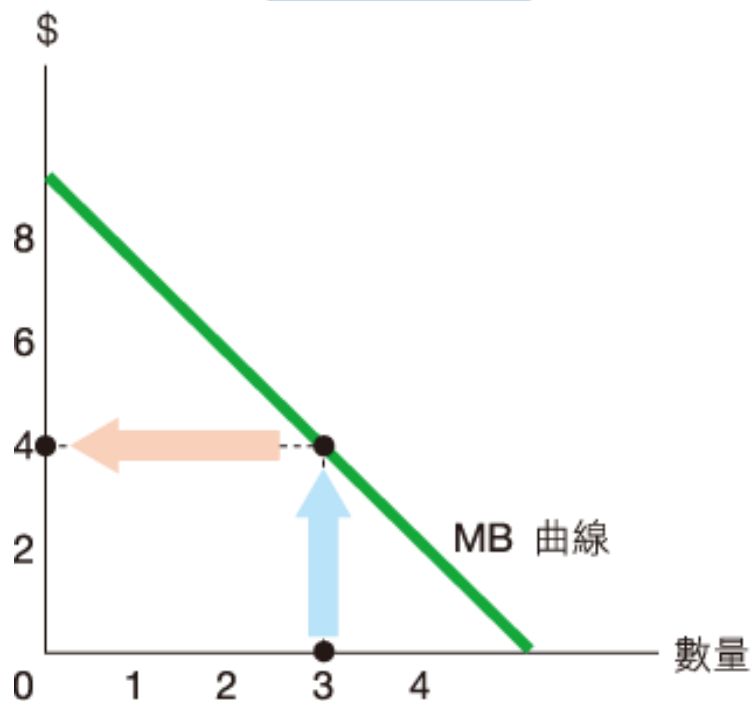
- 邊際利益遞減的假設意味當物品的價格較低，消費者會多買該物品。
- 因此，邊際利益遞減的含意符合需求定律。

3. 比較邊際利益曲線及需求曲線

- 雖然邊際利益曲線也是需求曲線，但兩者的詮釋並不相同。
- 參看圖11.9，邊際利益曲線顯示物品的數量決定邊際利益，而需求曲線則顯示物品的價格決定需求量。

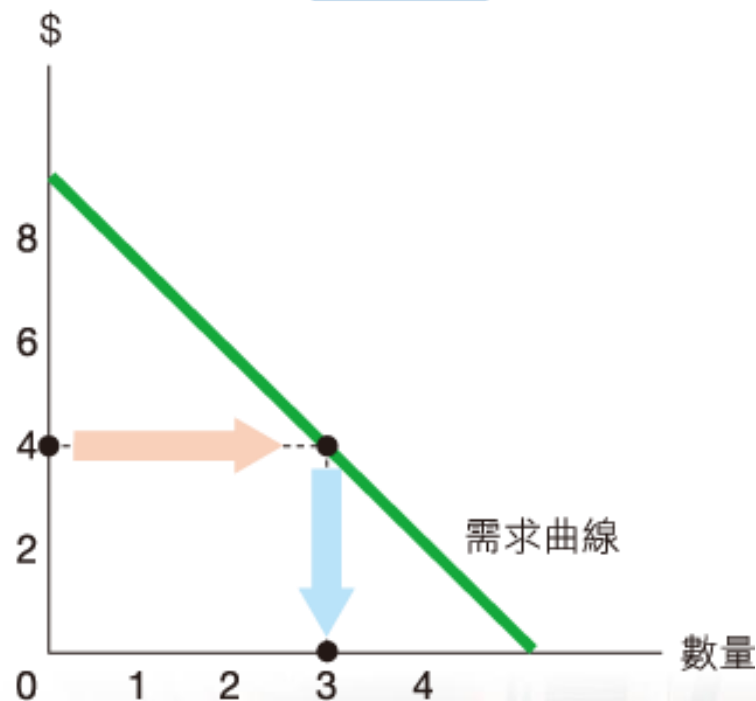
3. 比較邊際利益曲線及需求曲線

邊際利益曲線



(a) 數量決定邊際利益。

需求曲線



(b) 價格決定需求量。

圖 11.9 邊際利益曲線與需求曲線



升級提示

需求改變意味邊際利益改變

需求上升（ D_1 至 D_2 ）有以下含意：

- 人們願意付出較高的代價來獲取該物品，即是每單位該物品的邊際利益增加。
- 在任何價格下，人們都願意購買較多該物品，即是在任何價格下，該物品的需求量增加。

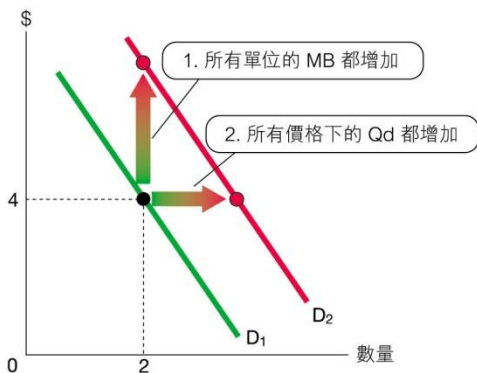


圖 11.10 需求上升的含意

升級提示

需求改變意味邊際利益改變

需求下降有以下含意：

- 消費者願意付出較低的代價來獲取該物品，即是邊際利益減少。
- 在任何價格下，該物品的需求量減少。

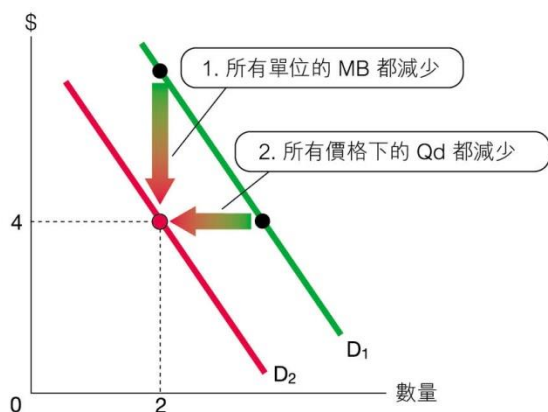


圖 11.11 需求下降的含意

複習題

示例：

下表顯示志偉對蘋果的需求表。

價格(\$)	需求量 (單位)
10	1
8	2
6	3
4	4

- 假設市場價格是\$6。求志偉的消費者盈餘，並列出計算步驟。
- 若蘋果的價格上升，志偉的消費者盈餘會如何受到影響？以圖輔助解釋。

複習題

(a) 假設市場價格是\$6。求志偉的消費者盈餘，並列出計算步驟。

答題步驟：

(a) 當價格是\$6，志偉會買3個蘋果。

$$\begin{aligned}\text{消費者盈餘} &= \text{總利益} - \text{總支出} \\ &= (\$10 + \$8 + \$6) - (\$6 \times 3) \\ &= \$6\end{aligned}$$

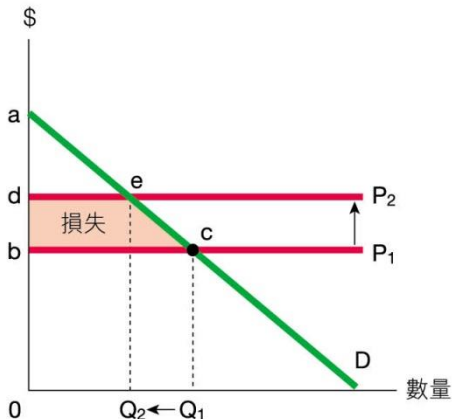
複習題

(b) 若蘋果的價格上升，志偉的消費者盈餘會如何受到影響？以圖輔助解釋。

答題步驟：

(b) 當價格由 P_1 上升至 P_2 ，他的消費者盈餘會由 Δabc 減少至 Δade 。

消費者盈餘減少的原因是價格較高及購買量減少。



複習題

下表顯示志偉對蘋果的需求表。

價格(\$)	需求量(單位)
10	1
8	2
6	3
4	4

- 參看以上需求表，若志偉在任何價格下的需求量都減少1單位，而產品價格仍然是\$6，志偉的消費者盈餘會是多少？

志偉會買2單位。 $CS = [(\$8 + \$6) - (\$6 \times 2)] = \2 。

11.2 供應背後的理論

一、假設

1. 利潤極大化

- 利潤是總收入減去總成本。我們會假設廠商會以利潤極大化作為唯一的目標。

$$\text{利潤} = \text{總收入} - \text{總成本}$$



2. 向右上傾斜的邊際成本曲線

- 參看圖11.12，邊際成本曲線顯示每增加一單位產出的額外成本。
- 某個產量的總可變成本 (TVC) 是每單位的邊際成本之總和，即邊際成本曲線以下的面積。
- 當生產沒有固定成本時，邊際成本之總和亦是生產的總成本(TC)。

2. 向右上傾斜的邊際成本曲線

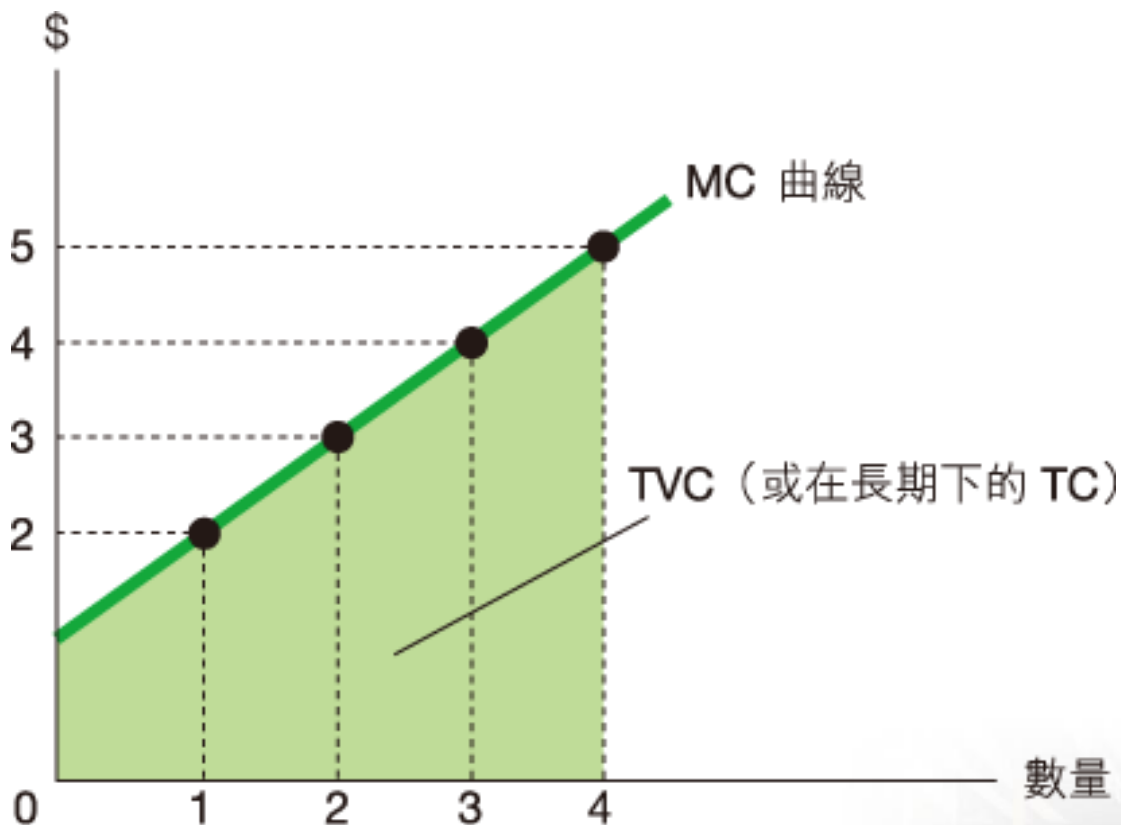


圖 11.12 MC 曲線以下的面積是總可變成本。

3. 完全競爭

- 我們假設市場是**完全競爭**的。
- 即市場上個別廠商或賣家都是受價者，市場上只有一個價格。

3. 完全競爭

數量(Q)	價格 (P)(\$)	總收入 (TR) (\$)	邊際收入 (MR) (\$)	平均收入 (AR) (\$)
0	10	0	-	-
1	10	10	10	10
2	10	20	10	10

表11.4 某受價廠商的收入表

3. 完全競爭

參看表11.4，

- 總收入(TR)：價格乘以產量($P \times Q$)。
- 邊際收入(MR)：額外一單位產出所帶來的額外收入。
- 平均收入(AR)：總收入除以總產量。
- 由於每單位產出都是以同一市場價格(\$10)出售，邊際收入及平均收入都等於價格(\$10)。

升級提示

廠商是否只為了賺取利潤？

1. 擴大市場佔有率

- ❑ 一家私營廠商可能會為了擴大市場佔有率而犧牲短期利潤。
- ❑ 例如，《蘋果日報》創刊時以低於成本的價格發售來爭取市場佔有率。

2. 履行企業的社會責任

- ❑ 企業的社會責任是指社會對廠商的道德要求。
- ❑ 企業社會責任涵蓋多個範疇，包括產品質量及安全、環境保育、員工培訓及福利、職業安全及慈善活動等。



二、產出的決定

1. 利潤極大化的條件

- 經濟學假設生產者會以利潤極大化為目標。
- 已知生產的邊際成本是遞增的，當產品的邊際收入（或價格）等於邊際成本，利潤會達致最大。



1. 利潤極大化的條件

蘋果 (單位)	價格 (P)(\$)	邊際成本 (MC)(\$)	邊際利潤(\$) (= P - MC)	總利潤 (\$)
1	4	1	+3	3
2	4	2	+2	5
3	4	3	+1	6
4	4	4	0	6
5	4	5	-1	5

表11.5 利潤極大化的產量

在表11.5 中，生產3單位和生產4單位的利潤相同。然而，如圖11.14所示，當蘋果的單位可以無限拆細時， P 會大於 MC ，直至第4個單位。因此，廠商必須生產4單位，令 P 等於 MC ，利潤才能極大化。

1. 利潤極大化的條件

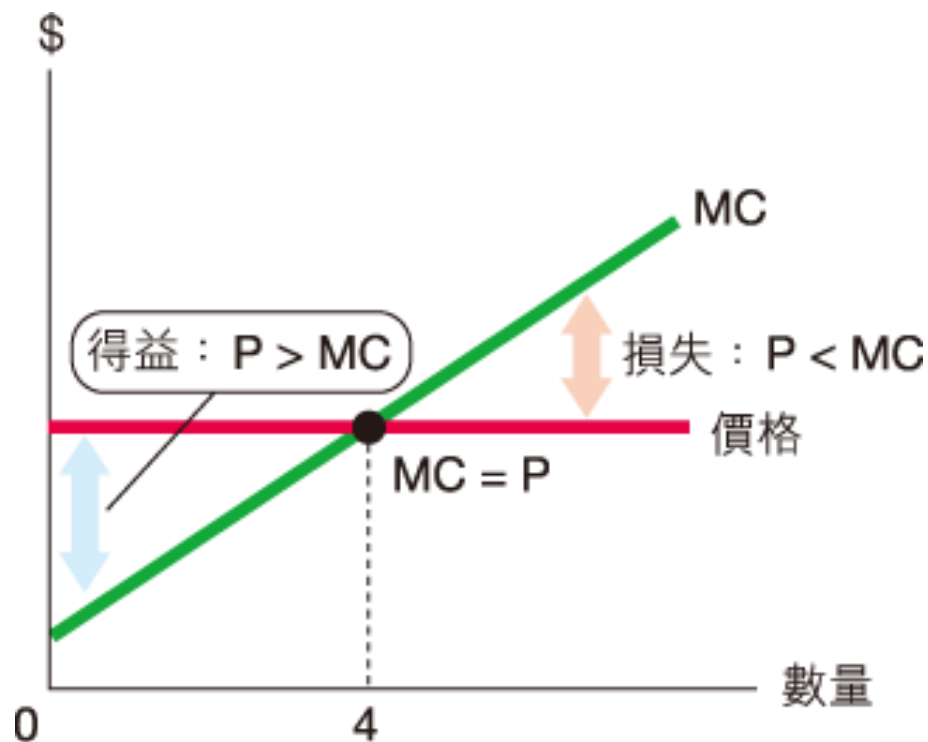


圖 11.14 當 $MR = MC$ (或 $P = MC$)，利潤會達致最大。

1. 利潤極大化的條件

參看表11.5及圖11.14，

- $P > MC$ ：生產者可以增加產量來增加利潤。例如，廠商生產第1單位產出可以獲取\$3利潤。
- $P < MC$ ：邊際利潤是負數，廠商不會生產。例如，廠商生產第5單位產出會有\$1損失。
- 當 $P = MC$ ，利潤會達致最大，即利潤極大化產量是4單位。

1. 利潤極大化的條件

利潤極大化條件（已知邊際成本遞增）：
 $P = MC$ （或 $MR = MC$ ）



2. 計算利潤

參看表11.5。廠商的利潤可計算如下：

$$\begin{aligned}\text{利潤} &= \text{總收入} - \text{總成本} \\ &= (\$4 \times 4) - (\$1 + \$2 + \$3 + \$4) \\ &= \$6\end{aligned}$$

當沒有固定成本，總成本是邊際成本的總和。

2. 計算利潤

利潤也是每單位的邊際利潤（即 $P - MC$ ）之總和，
所以另一個計算方法是：

$$\begin{aligned}\text{利潤} &= \text{每單位產出的邊際利潤之總和} \\ &= (\$4 - \$1) + (\$4 - \$2) + (\$4 - \$3) + (\$4 - \$4) \\ &= \$6\end{aligned}$$



升級提示

計算在有固定成本下的總利潤

- 假設現在廠商有**\$5**固定成本，這會否改變廠商的利潤極大化產量？

蘋果 (單位)	價格 (\$)		邊際成本 (\$)	邊際利潤(\$) (= $P - MC$)	總利潤 (\$)
0	4		0	0	-5
1	4	>	1	+3	-2
2	4	>	2	+2	0
3	4	>	3	+1	1
4	4	=	4	0	1
5	4	<	5	-1	0

在開始生產前，廠商沒有收入，但有\$5的固定成本。因此，廠商有\$5的損失。

表11.6 短期生產的利潤極大化產量及利潤

升級提示

參看表11.6。

- 當產出是零，廠商沒有收入，但有\$5的固定成本，廠商的損失是\$5。然而，只要 $P > MC$ ，廠商增加產量便能賺取邊際利潤。
- 當 $P = MC$ 。邊際利潤會是零。因此，廠商的利潤極大化產量仍然是4單位。

升級提示

廠商的利潤可計算如下：

利潤 = 總收入 - 總成本

= 總收入 - 總可變成本 - 總固定成本

=($\$4 \times 4$) - ($\$1 + \$2 + \$3 + \4) - $\$5$

= $\$1$

- 簡言之，固定成本會影響利潤，但不會改變利潤極大化的條件（**P = MC**）及供應量。

複習題

2. 下表是某受價廠商的成本表，而產品價格是\$9。

產出	0	1	2	3	4	5	6
總成本(\$)	10	11	14	18	24	33	44

(a) 若沒有固定成本，求廠商的利潤極大化產量及總利潤。

(b) 若固定成本是\$10，(a) 的答案會改變嗎？

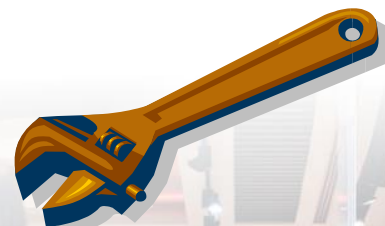
(a) 利潤極大化產量是5，總利潤是\$12 (= \$45 - \$33)。

(b) 當有\$10 固定成本，利潤極大化產量仍然是5，但總利潤只有\$2 (= \$45 - \$33 - \$10)。

三、邊際成本與供應

1. 邊際成本曲線是供應曲線

- 某受價廠商的邊際成本曲線也是供應曲線。
- 由於廠商會不斷生產直至邊際成本等於價格 ($MC = P$)，所以我們可以從邊際成本表找出每個價格下的供應量(Q_s)。



1. 邊際成本曲線是供應曲線

參看圖11.15：

- 當價格是\$2，廠商會生產1單位($Q_s = 1$)。
- 當價格是\$3，廠商會生產2單位($Q_s = 2$)。
- 當價格是\$4，廠商會生產3單位($Q_s = 3$)。

□因此，圖11.15中，廠商的邊際成本曲線顯示不同價格下的供應量，它也是供應曲線。

1. 邊際成本曲線是供應曲線

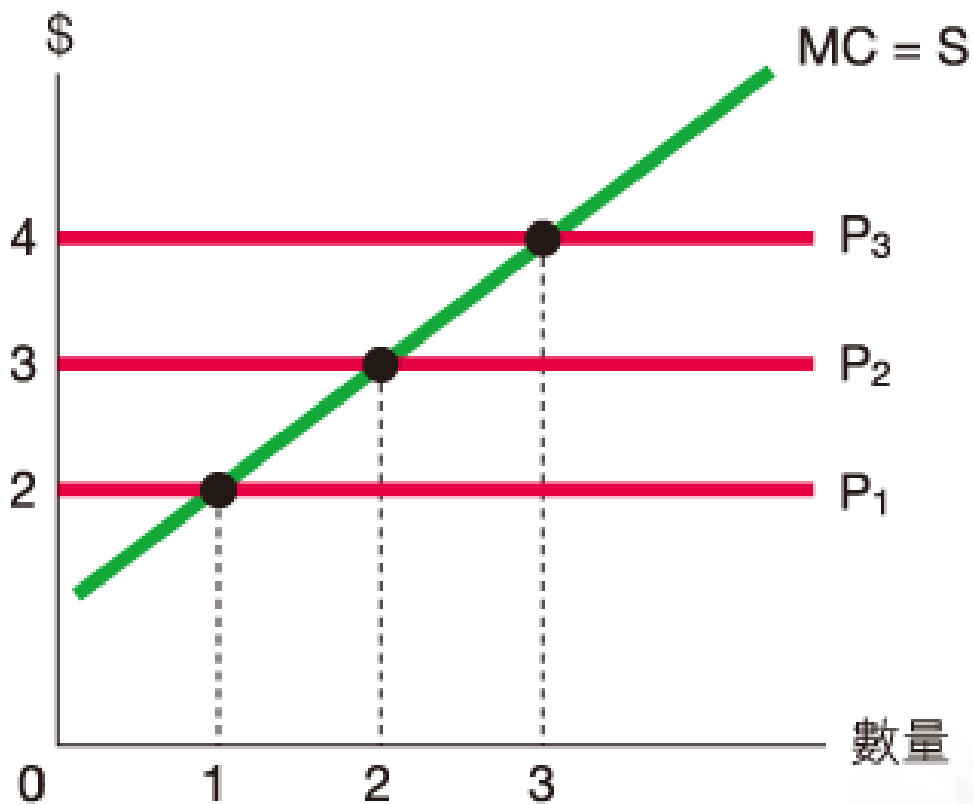


圖 11.15 廠商的邊際成本曲線也是供應曲線。

2. 供應定律

- 如圖11.15所示，邊際成本遞增意味供應曲線是向右上傾斜的。
- 這正是供應定律所指出的 — 當物品價格上升，它的供應量增加。

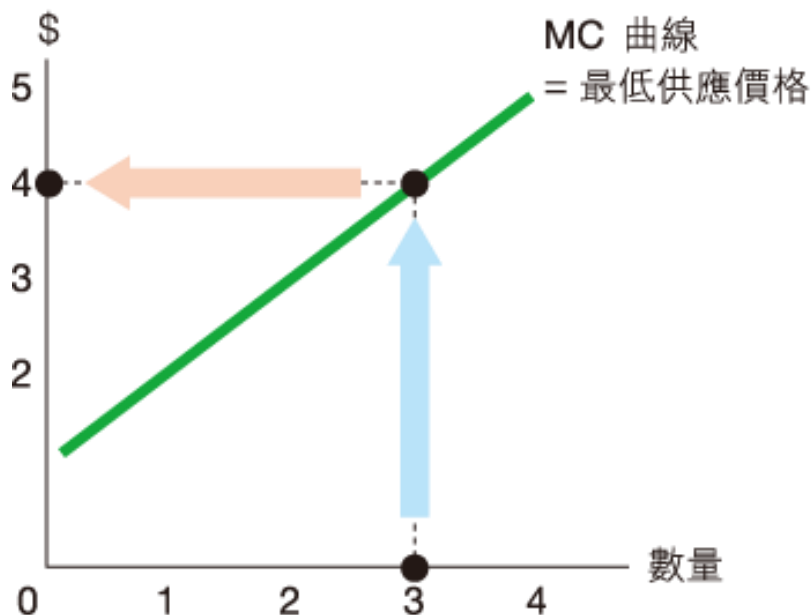


3. 比較邊際成本曲線及供應曲線

- 雖然邊際成本曲線也是供應曲線，但兩者有不同的詮釋。
- 在圖11.16(a)，邊際成本曲線顯示物品的數量決定邊際成本或最低供應價格，而在圖11.16(b)，供應曲線顯示價格決定供應量。

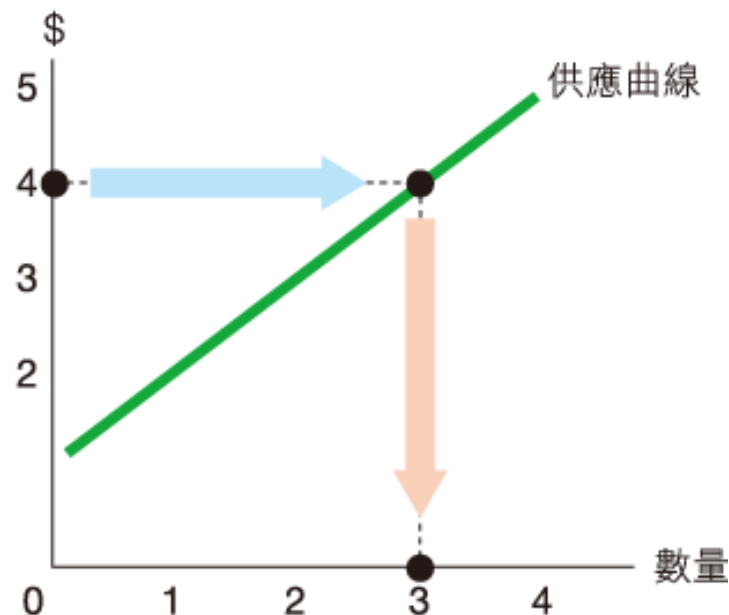
3. 比較邊際成本曲線及供應曲線

邊際成本曲線



(a) 數量決定邊際成本。

供應曲線



(b) 價格決定供應量。

圖 11.16 邊際成本曲線與供應曲線

四、最低供應價格與生產者盈餘

1. 最低供應價格

- 最低供應價格是賣家願意供應物品的最低價格。
- 最低供應價格等於邊際成本。

邊際成本 = 最低供應價格

1. 最低供應價格

- 從表11.7可見，生產第1個蘋果需要\$1成本。這意味市場價格至少是\$1，廠商才會供應。
- 同樣道理，第2、3、4及5個單位蘋果的最低供應價格分別是\$2、\$3、\$4及\$5。

1. 最低供應價格

蘋果	邊際成本(\$)	最低供應價格(\$)
1	1	1
2	2	2
3	3	3
4	4	4
5	5	5

表11.7 價格、邊際成本及最低供應價格

2. 生產者盈餘

- 生產者盈餘是已知物品的數量，廠商在維持生產所需的最低收入之外獲得的額外收入。

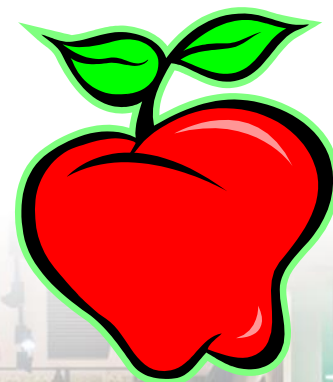
生產者盈餘 = 價格與邊際成本的差額之總和

或

生產者盈餘 = 總收入 - 總可變成本

例子

- 參看表11.8，當產品價格是\$4，生產者會生產4單位蘋果($MC = P$)。
- 總生產者盈餘是價格減去每單位產出的最低供應價格（或 MC ）之總和。



例子

蘋果	價格(\$)	邊際成本 = 最低供應價格 (\$)	Δ 生產者盈餘(\$) (= $P - MC$)
1	4	1	+3
2	4	2	+2
3	4	3	+1
4	4	4	0
5	4	5	-1

表11.8 不同數量下的生產者盈餘

例子

生產者盈餘

= P與MC的差額之總和

= (\$4 - \$1) + (\$4 - \$2) + (\$4 - \$3) + (\$4 - \$4)

= \$6



例子

又或者：

生產者盈餘

= 總收入 - 總可變成本

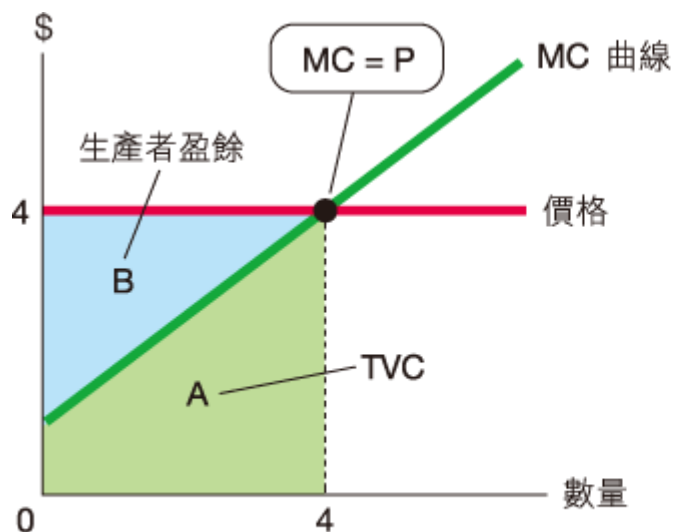
= $(\$4 \times 4) - (\$1 + \$2 + \$3 + \$4)$

= \$6



例子

參看圖11.17，當價格是\$4，廠商會生產4單位蘋果。生產者盈餘是面積B。



面積 A = 廠商的總可變成本 (TVC)
面積 A + B = 廠商的總收入
面積 B = 生產者盈餘

圖 11.17 個別受價廠商的產出決定



3. 生產者盈餘是否等於利潤？

生產者盈餘與利潤不一定相同：

生產者盈餘 = 總收入 - 總可變成本

利潤 = 總收入 - 總成本

= 總收入 - (總可變成本 + 總固定成本)

3. 生產者盈餘是否等於利潤？

- ❑ 當固定成本存在時，利潤必然小於生產者盈餘。
- ❑ 固定成本不會影響供應量。因此，在計算生產者盈餘時，固定成本可被忽略。

長期生產：

利潤 = 生產者盈餘

短期生產：

利潤 = 生產者盈餘 - 總固定成本

複習題

3. 下表是某廠商的供應表，而產品價格是\$16。

價格(\$)	10	12	14	16	18	20
供應量單位 (單位)	1	2	3	4	5	6

(a) 廠商有多少生產者盈餘？

(b) 若固定成本是\$15，廠商的利潤（或損失）是多少？

(a) 供應表的價格反映邊際成本。

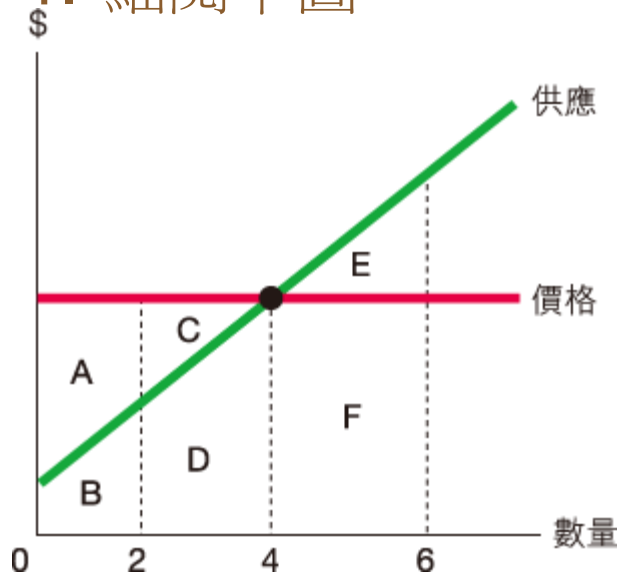
當價格是\$16， $P = MC$ 的極大化產量是 4。

生產者盈餘 = $(\$16 - \$10) + (\$16 - \$12) + (\$16 - \$14) + (\$16 - \$16) = \$12$

(b) 利潤 = 生產者盈餘 - 總固定成本 = $\$12 - \$15 = -\$3$

複習題

4. 細閱下圖。



找出不同產量下的總收入、總可變成本、生產者盈餘及生產者盈餘的損失，並在下表填寫圖中代表以上各項的面積。

數量	總收入	總可變成本	生產者盈餘	生產者盈餘的損失
4	$A+B+C+D$	$B+D$	$A+C$	-
2	$A+B$	B	A	C
6	$A+B+C+D+F$	$B+D+E+F$	$A+C-E$	E

11.3 經濟效率

一、效率與總社會盈餘

1. 總社會盈餘

- 總社會盈餘是生產帶來的淨獲益。在長期生產，總社會盈餘是總利益減去總成本。

$$\text{總社會盈餘} = \text{總利益} - \text{總成本}$$

2. 甚麼是效率？

- 效率是指現時的資源分配已使總社會盈餘達致最大。
- 即是不論如何重新分配資源，也無法再增加總社會盈餘。

效率 = 總社會盈餘極大化



2. 甚麼是效率？

- 無效率 是指總社會盈餘未達致最大，即是重新分配資源可能會增加總社會盈餘。

3. 效率的條件

- 當每種物品的邊際利益(**MB**) 都等於它的邊際成本(**MC**) 時，總社會盈餘會達致最大。

MB = MC → 總社會盈餘極大化 → 效率

MB ≠ MC → 總社會盈餘未極大化 → 無效率

二、無效率與效率損失

- 無效率是指總社會盈餘未達致最大。
- 因無效率而減少的總社會盈餘稱為效率損失（或淨損失）。

1. 生產不足

- 當生產的邊際利益高於邊際成本，會出現生產不足。



1. 生產不足

□ 參看圖11.19，

- 在有效率的產量(10單位)，總社會盈餘等於面積A及面積B。
- 當產出是8單位，邊際利益(\$10)高於邊際成本(\$5)，總社會盈餘是面積A。

生產不足：

MB > MC → 總社會盈餘未達致最大 → 效率損失

1. 生產不足

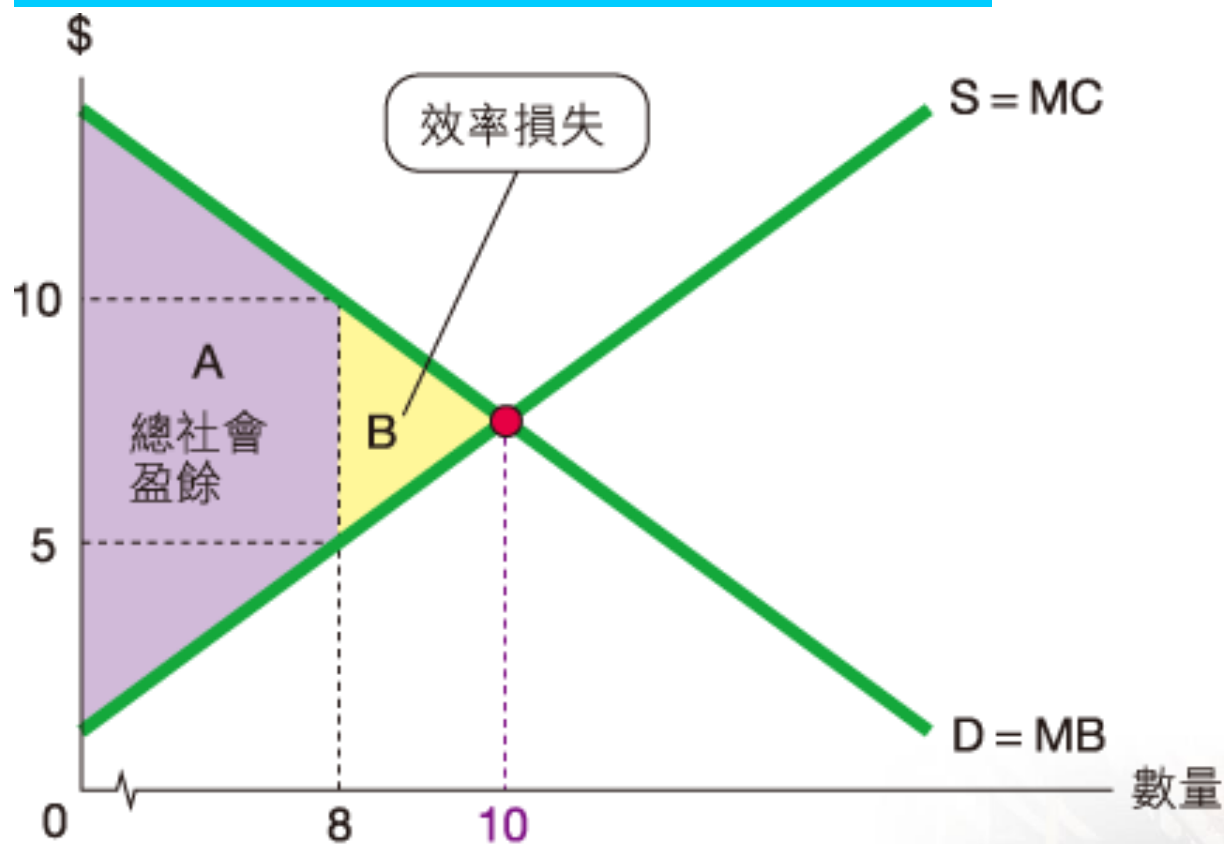


圖 11.19 生產不足的效率損失



2. 生產過剩

- 當生產的邊際利益 低於 邊際成本，會出現生產過剩。



2. 生產過剩

□ 參看圖11.20：

- 在有效率的產量($MB = MC$)，總社會盈餘等於面積A。
- 當產出增加至12單位，邊際利益(\$6)會小於邊際成本(\$8)，社會出現面積B的損失。

生產過剩：

$MB < MC$ → 總社會盈餘未達致最大 → 效率損失

2. 生產過剩

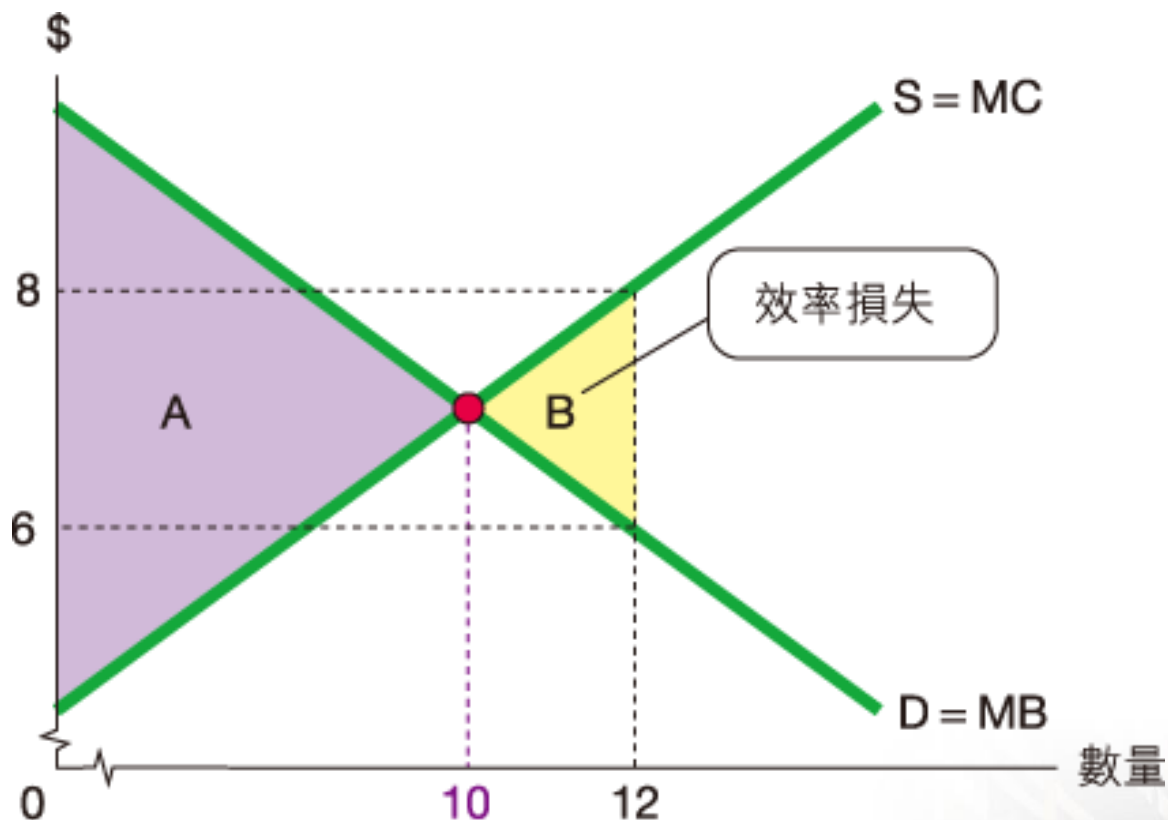


圖 11.20 生產過剩的效率損失



複習題

5. 以圖輔助，回答以下問題。

(a) 若產量是 Q_1 ，試標示效率損失，並解釋為何 Q_1 是無效率的產量。

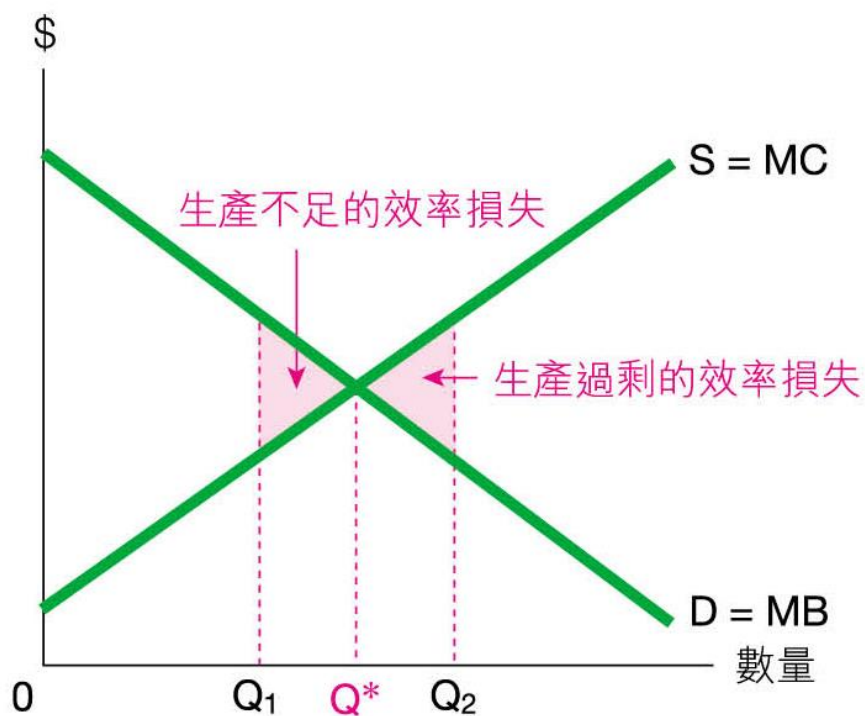
在 Q_1 ， $MB > MC$ ，會出現生產不足，總社會盈餘未達致最大。

(b) 若產量是 Q_2 ，試標示效率損失，並解釋為何 Q_2 是無效率的產量。

在 Q_2 ， $MB < MC$ ，會出現生產過剩，總社會盈餘未達致最大。

複習題

(c) 以 Q^* 標示有效率的產量。



11.4 奇妙的市場

一、效率與完全競爭

1. 完全競爭為何有效率？

- 完全競爭的市場會達致效率，因為在市場均衡時，物品的邊際利益等於生產的邊際成本。



1. 完全競爭為何有效率？

參看圖11.21，

- 在均衡數量(Q_E)，邊際利益及邊際成本都等於價格($MB = MC = P_E$)，市場達致效率。
- 總社會盈餘(Δabc) 由消費者及生產者分享。
 ΔabP_E 是消費者盈餘， ΔbcP_E 是生產者盈餘。

1. 完全競爭為何有效率？

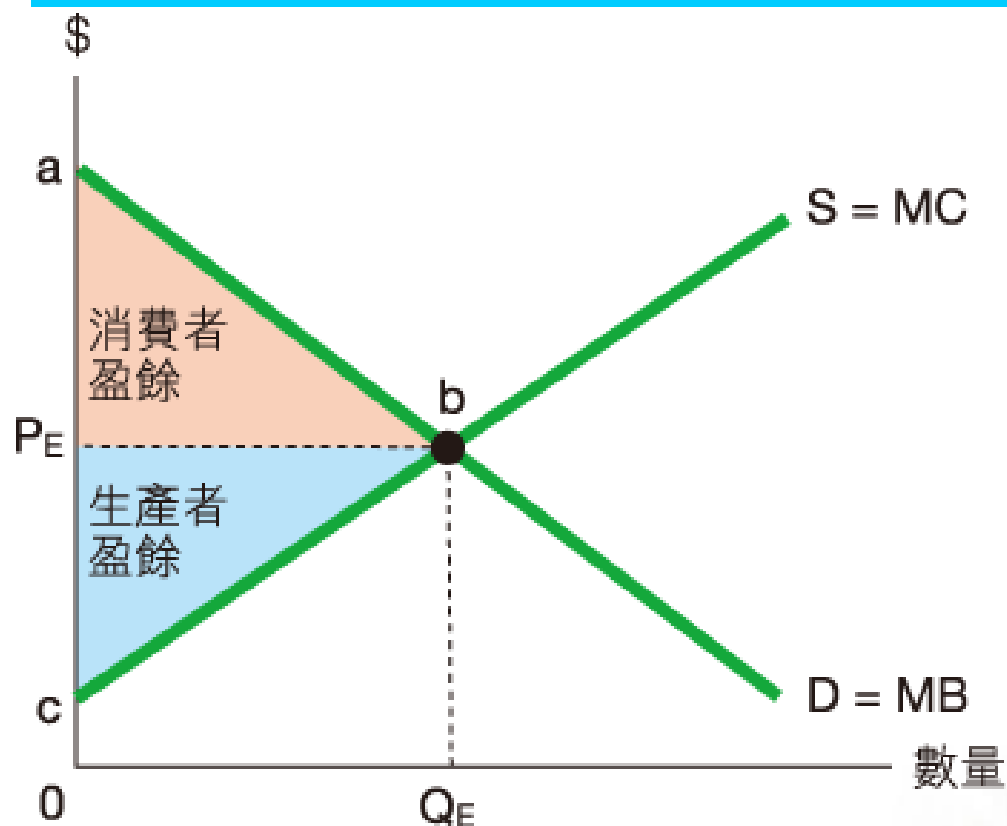


圖 11.21 市場均衡時的消費者盈餘及生產者盈餘



2. 完全競爭的市場如何達致效率？

- 消費者會不斷獲取物品直至該物品的邊際利益等於價格($MB = P$)，令消費者盈餘極大化。因此，產品價格反映消費者的邊際利益。
- 另一方面，生產者會不斷生產直至該物品的邊際成本等於價格($MC = P$)，令利潤極大化。
- 結果是市場達致效率($MB = MC$)。

二、價格的功能

1. 分配功能

□ 市場價格提供信息及誘因指導資源分配。

(a) 價格信息／信號

- 第一，產品價格顯示消費者喜好。
- 第二，投入價格提供有關生產成本的信息。
- 第三，價格傳達有關需求及供應狀況的信息。

1. 分配功能

(b) 價格誘因

- 市場價格亦提供誘因，引導人們按照價格信號行事。
- 產品價格是生產者的收入，而投入價格則是生產者的成本。
- 若生產者按照價格信號行事，他們會獲得利潤作為回報。否則，他們會有損失。

2. 配給功能

- 價格的配給功能是指把現存物品配給予願意付出最高價格的用家。
- 人們會以價高者得的方式競爭物品，而各人願意付出的價格反映該物品對他們的價值。
- 物品價格上升會減少需求量，直至市場清銷。

3. 總結

- 價格的配給功能關乎價格如何把物品配給予人們。
- 價格的分配功能則關乎價格如何把資源分配在不同用途上。



三、結論

- 競爭是個市場模型。它展示在市場價格的協調下，買家及賣家的競爭如何帶來有效率的資源分配。
- 雖然在真實世界中，完全競爭並不存在，但該模型卻有助我們了解：
 - 市場或價格機制如何運作
 - 促進效率的條件

第11章完

