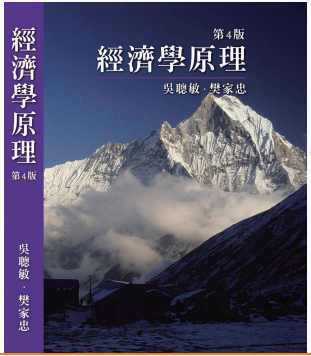
第 5 章
價格與資源配置



目錄

1. 網路拍賣

2. 果菜市場

3. 價格影響資源分配

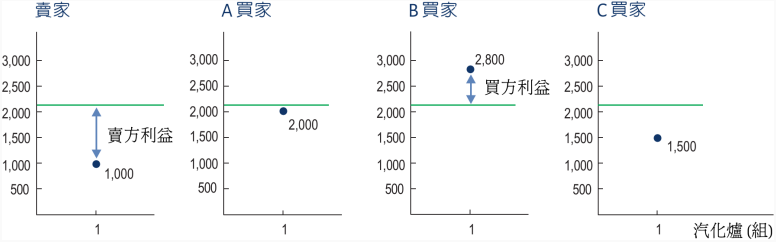
4. 中介商販 (交易成本)

資源配置

- 資源分配 (資源配置)
  - $1,000現金: 分配於買牛肉與豬肉
  - 土地與農夫: 分配於種稻或種蔗
  - 畢業生: 分配至各企業就業
- 資源如何分配? 價格 (薪資) 決定資源分配
- 由價格決定資源配置, 是否最佳?

網路拍賣

二手汽化爐競標



- 賣家: 願售價格 (willingness to sell) 是 1,000 元: 願售價格即使用價值
- 買家 *A* 之願付價格為 2,000 元, *B* 之願付價格為 2,800 元, *C* 之願付價格為 1,500 元 (願付價格即使用價值)
- A, B, C 三人競標, 假設成交價為 2,100 元, 買家為 *B*
- 買方利益 (buyer's gain): 2,800 − 2,100 = 700 元
  賣方利益 (seller's gain): 2,100 − 1,000 = 1,100 元

自願的交易

- 只要各人的使用價值不同, 而且產品是使用價值較低者所擁有, 交易 (exchange) 就會出現
- 價格決定資源配置: 願付價格最高者取得
- 成交價格會介於買方與賣方的使用價值之間
- 自願的交易 (voluntary trade) 對雙方都得利
- 汽化爐由使用價值低者轉到較高者手中, 資源配置更有效率

果菜市場

台北市第一果菜批發市場

- 2009年8月8日莫拉克颱風來襲

果菜市場價格

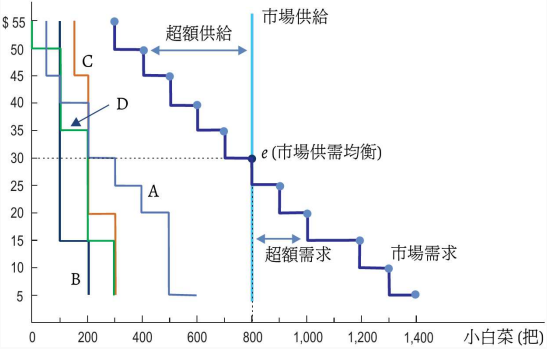
- 果菜價格
  - 產地價格 (農民出售的價格)
  - 批發價格 (台北市果菜市場競標價格)
  - 零售價格 (超市或傳統市場)
- 以上 3 種價格會同向變動

小白菜的需求

單價	A	B	C	D	市場需求量
55	50	100	150	0	300
50	50	100	150	100	400
45	100	100	200	100	500
40	200	100	200	100	600
35	200	100	200	200	700
30	300	100	200	200	800
25	400	100	200	200	900
20	500	100	200	200	1,000

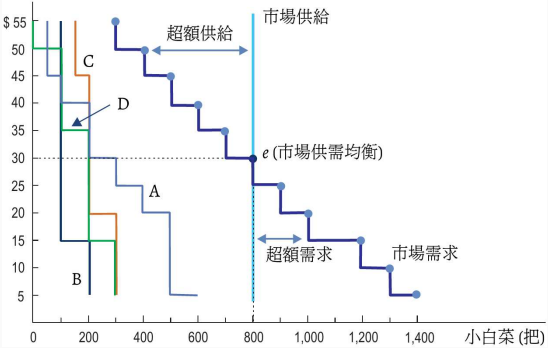
- 果菜批發市場之承銷人, 又稱為中介商販 (middlemen)
- 中介商販在果菜市場競標, 運到傳統市場出售
- 傳統市場需求量是由各消費者 (A, B, C, D) 之需求量相加而得
- 承銷人甲代表 A, B, C, 與 D 到果菜市場競標
- 承銷人乙與丙代表其他零售市場的消費者

小白菜之短期供給線為垂直線



- 小白菜運到之後, 供給量不再改變, 故競標時之短期供給線為垂直線
- 假設整批 (800 把) 競標; 一開始喊價較高, 若無人承接, 即往下調整
- 甲承銷人的願付價格為 30 元; 乙與丙承銷人的願付價格較低

果菜市場競標



- 若一開始喊價 50 元, 市場需求量等於 400 把 (甲承銷人), 超額供給 (excess supply) 為 400 把。因為無人下標, 故價格下降
- 價格降到 30 元時, 甲承銷人下標
- 若有多位承銷人的願付價格都是 30 元, 則先喊先贏

均衡價格與數量

- 供需均衡 (equilibrium, 或 market-clearing): 價格調整到使市場供給量等於需求量之狀態
  - 均衡價格 (equilibrium price): 30元
  - 均衡數量 (equilibrium quantity): 800把
- 若競標方式是由下往上, 而一開始的價格是15元, 市場需求量等於1,000把, 超額需求 (excess demand) 為200把

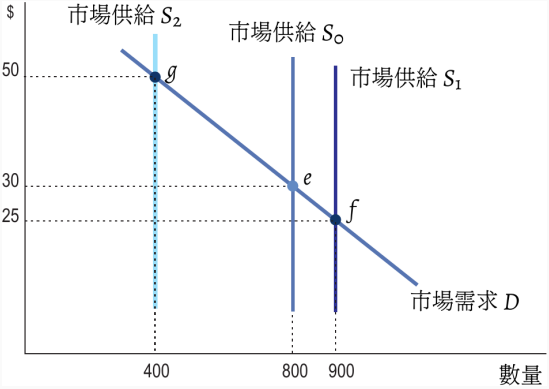
價格影響資源分配

價格決定資源分配

單價	A 消費群	B 消費群	C 消費群	D 消費群	市場需求量	市場供給量
50	50	100	150	100	400	800
30	300	100	200	200	800	800
25	400	100	200	200	900	800

- 800 把小白菜分配給哪一位承銷人?
- A, B, C, D 各得多少小白菜?
- 若價格上升為 50 元, 資源配置會改變; 但仍然是願付價格最高者得到小白菜

供給變動

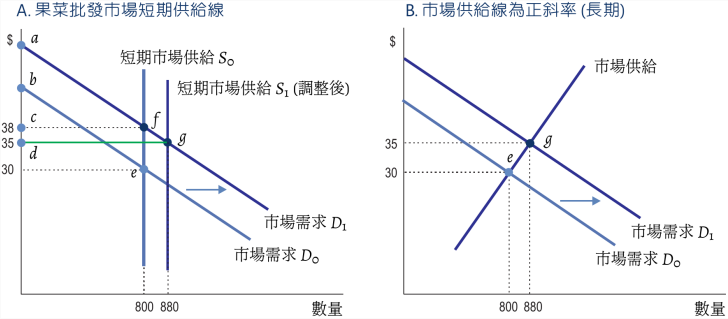


- 需求線簡化為負斜率之直線
- 颱風使供給減少 (S_0 左移至 S_2), 價格上升 (g 點)
- 反之, 天氣好使供給增加 (S_0 右移至 S_1), 價格下降 (f 點)

供給線: 垂直或正斜率?

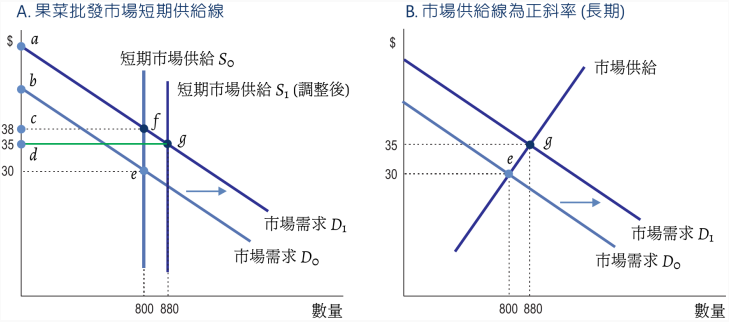
- 颱風剛離開, 小白菜價格上升, 農民會多種小白菜嗎?
- 若所有農民都多種小白菜, 一個月後小白菜的價格將低於正常水準; 短暫的價格上升不會使農民多種蔬菜
- iPhone 上市時若供不應求, 鴻海會擴張生產線?
  可能不會! 供不應求是短暫的
- 油價短暫上升時, 產油國不會新開油井
- 反之, 若是恆久性的價格上升, 農民會多種會多種小白菜

正斜率的供給線



- 市場需求為 D_0 時, 短期供給線 S_0, 均衡點為 e 點: (30,800)
- 若小白菜恆久性需求增加 D_1, 但短期內供給尚未增加, 故均衡點為 f 點: (38,800)

正斜率的供給線



- 需求恆久性增加, 供給最終會增加, 假設新的均衡點為 g 點 (35, 880)
- 連結 e 與 g 點, 可得出正斜率的供給線
- 正斜率的供給線: 長期的供給量與價格之關係

利潤誘因

- 農民為增加生產? 利潤誘因
- 但是, 農民追求利潤對消費者有好處:
  增產使價格下降 (由 f 降為 g)
- 亞當・史密斯
  「我們每天有得吃喝, 並非由於肉商、酒商或麵包商的仁心善行, 而是由於他們關心自己的利益。」

中介商販 (交易成本)

零售價格與生產者價格

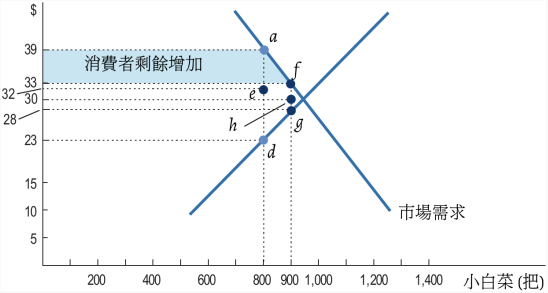
	零售價格	生產者價格	說明
iPad (16GB)	499 美元	424 美元	2011 年價格
雞蛋 (中等, 每公斤)	55.8 元	48.4 元	2009 年平均價格
甘藍菜 (每公斤)	105.3 元	30.0 元	2001 年

- 產品從生產者到消費者手上, 中間經過幾位中介商販 (middlemen) 之手; 中介商販提供運銷服務, 故零售價格高於生產者價格

交易成本

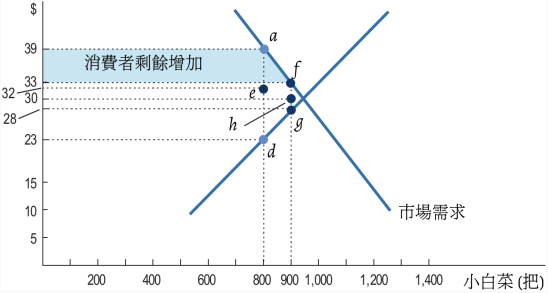
- 交易成本 (transaction cost)
  消費者購買商品時, 所付出的價格以外的時間與金錢成本, 以及生產者出售商品時, 所付出的時間與運輸成本
- 若交易成本太高, 可能使交易不出現; 反之, 交易成本下降使交易出現
- 縱貫鐵路通車; foodpanda, Uber Eats

農夫擺攤



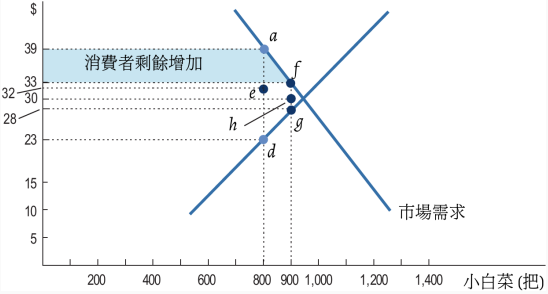
- 農夫在街角擺攤, 出售自種的小白菜, 消費者來自各處, 已知現場交易價格是 32 元, 農夫出售 800 把
- 假設農夫運送成本每把 9 元, 故每把實收 23 元, 願售數量為 800 把

農夫擺攤



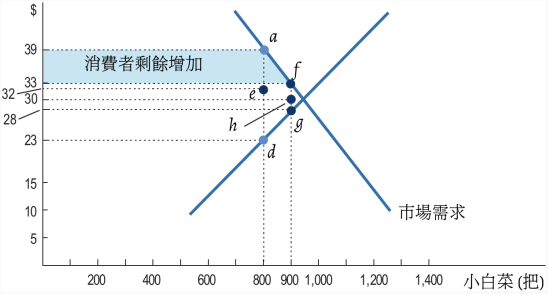
- 假設每位消費者只買一把, 而消費者到擺攤地點之時間成本都是 7 元
- 市場需求線是把 800 位消費者依願付價格由高往低排列
- 第 800 位的願付價格 (完全價格) 為 39 元, 現場交易價格是 32 元

中介商販出現



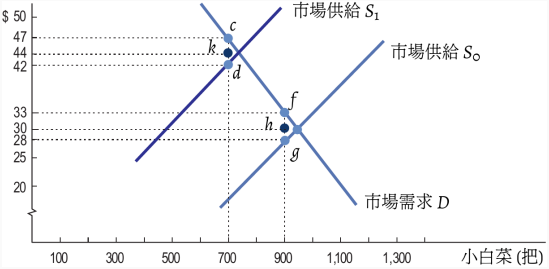
- 中介商販到產地向農夫買小白菜, 在超市出售, 農夫的交易成本降為 0 元; 消費者在超市購買, 交易成本由 7 元降為 3 元
- 中介商販的成本 (收入) 是 2 元 (hg 之距離), 超市的交易為 h 點
- 本圖假設超市的交易價格是 30 元; 購買第 900 把消費者的完全價格為 33 元; 農夫實收 28 元, 供給量增加為 900 把

中介商販的功能



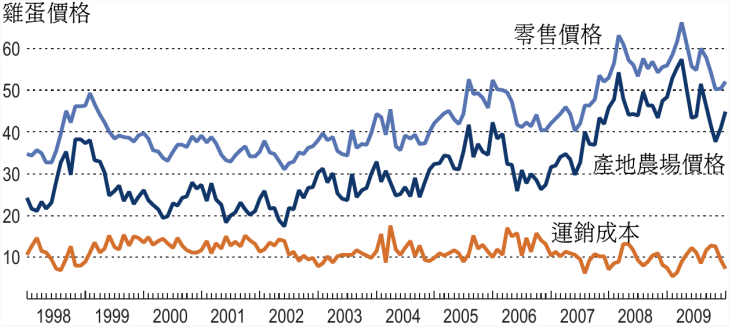
- 交易點由 *e* 點變成 *h* 點: 交易成本下降, 交易量增加, 消費者剩餘增加
- 本圖的例子是 *e* 點高於 *h* 點, 但也可能是 *h* 點高於 *e* 點
- 中介商販另一項功能: 區別品質, 運到特定市場出售 (水果攤: 溫州街 vs 新北市郊區)

「趁機哄抬」?



- 颱風剛離開, 零售價格上升是因為中介商販「趁機哄抬」?
- 颱風使供給減少, 中介商販之收入為 *kd* 距離與 *hg* 距離
- 若中介商販「趁機哄抬」, *kd* 距離會大於 *hg* 距離, 證據?

蛋蟲趁機哄抬?



- 2008–09年之間, 雞蛋零售價格上升, 但運銷成本反而下降
- 「趁機哄抬」的說法與證據不符
- 本書以下各章, 除非有必要, 不再特別討論交易成本