



石家莊鐵道大學  
SHIJIAZHUANG TIEDAO UNIVERSITY

在线开放课程

消费者行为理论

序数效用论

主讲：谢佳伟



# 一、序数效用论 ( Ordinal Utility ) 的基本观点

效用作为一种心理现象无法计量，也不能加总求和，只能表示出满足程度的高低与顺序，效用只能用**序数词**（第一，第二，第三，……）来表示。



## 二、序数效用论的分析方法

### ——无差异曲线分析法

#### (一) 无差异曲线

##### 1、无差异表、无差异曲线的含义

无差异表是指这样一个**消费组合表**，它表明消费者所购买的某两种商品和劳务的不同数量组合给消费者带来的总的**满足程度是相同的、无差异的**。

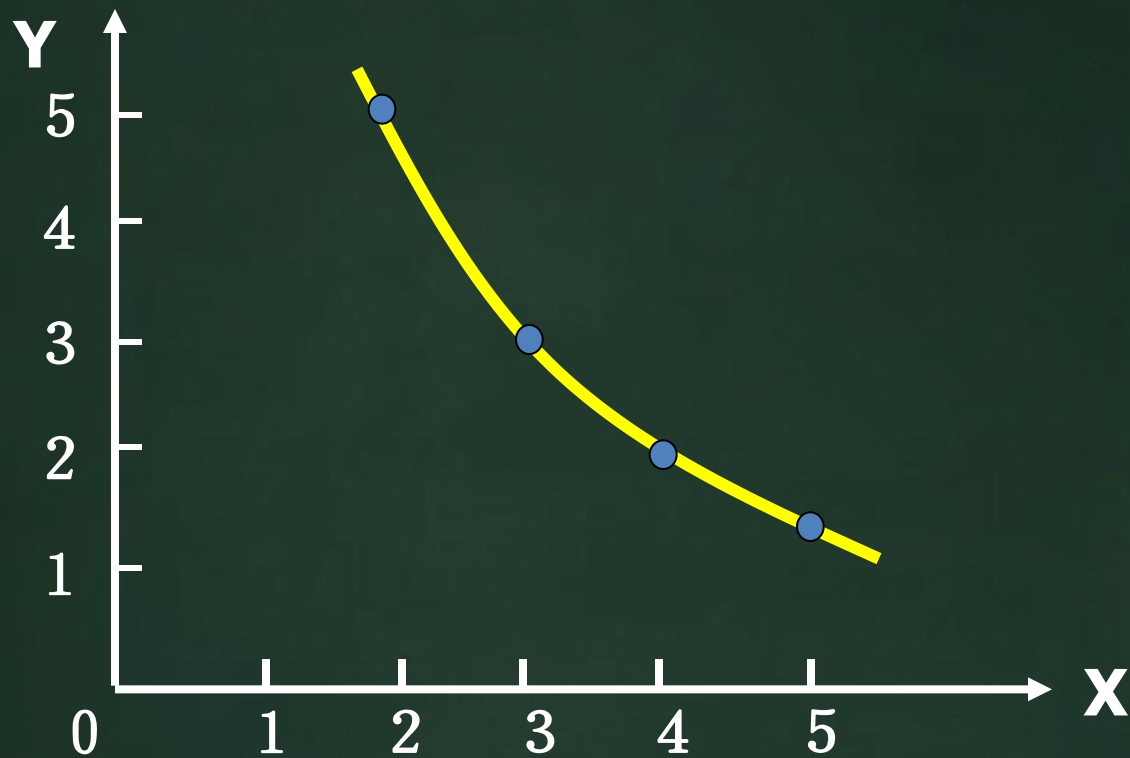


组合方式	X 商品 (牛奶)	Y 商品 (面包)
a	5 单位	1.5单位
b	4 单位	2 单位
c	3 单位	3 单位
d	2 单位	5 单位

# 无差异曲线 (Indifference Curve)

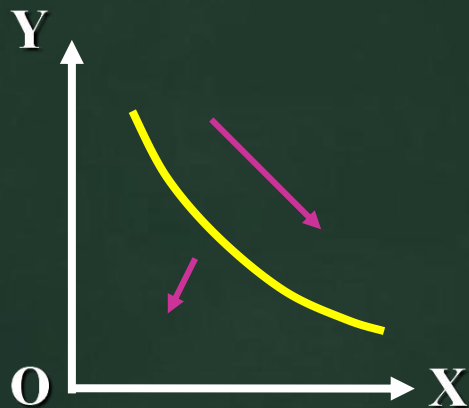
用于表示两种商品的不同数量组合给消费者所带来的效用完全相同的一条曲线。



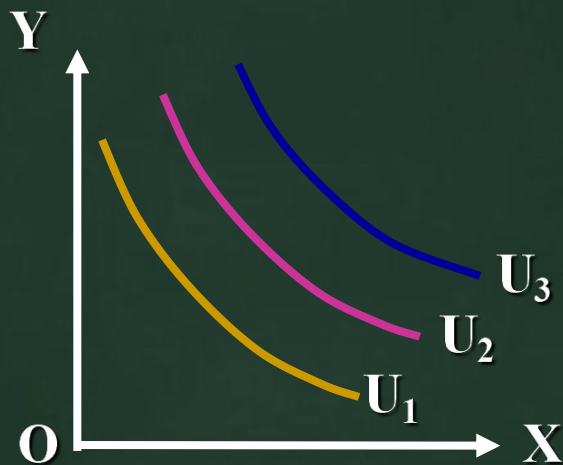


## 2、无差异曲线的性质及特征

∞ 无差异曲线是一条向右下方倾斜、斜率为负且凸向原点的曲线。

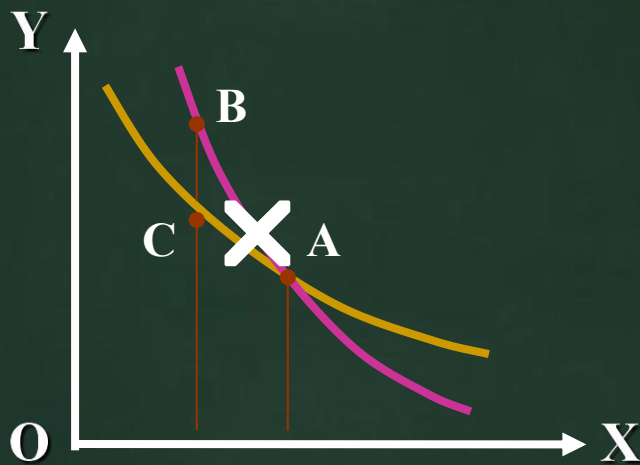


在同一平面图上可以有无数条无差异曲线，不同的无差异曲线代表不同的效用水平。离原点越远的无差异曲线效用越大。





在同一坐标平面上的任何两条无差异曲线永远不可能相交。



### 3、边际替代率递减规律

#### 边际替代率——

在维持满足程度不变的前提下，为了增加一单位的某种商品而需要减少的另一种商品的数量，称为边际替代率。

边际替代率实际上是无差异曲线的斜率的负值。

#### 边际替代率递减规律——

随着X商品的增加，人们愿意放弃Y商品的数量是递减的。



## (二) 消费可能线

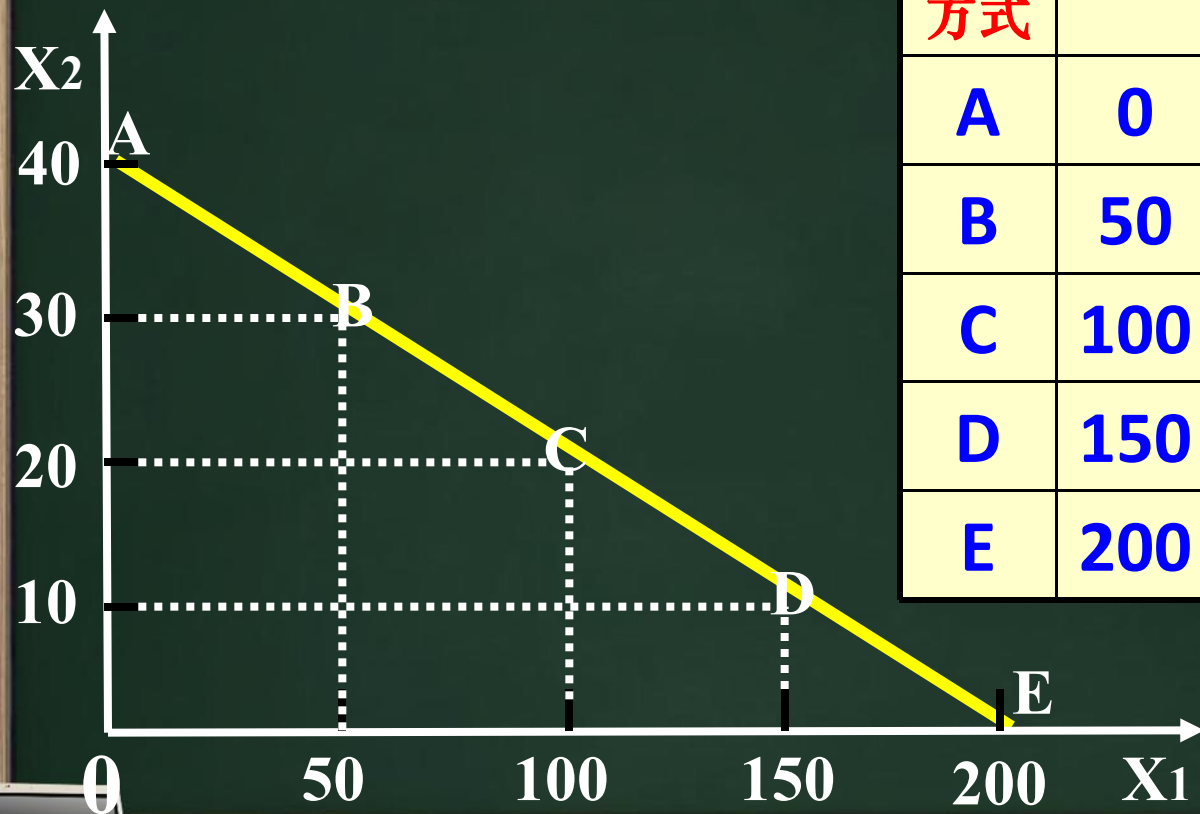
(预算线、价格线、支出线)

### 1、消费可能线的含义

在收入和商品价格既定的条件下，消费者所能购买到的各种商品数量的最大组合。

$$P_x \cdot Q_x + P_y \cdot Q_y = M$$





组合方式	$X_1$	$X_2$
A	0	40
B	50	30
C	100	20
D	150	10
E	200	0

## 2、消费可能线的移动

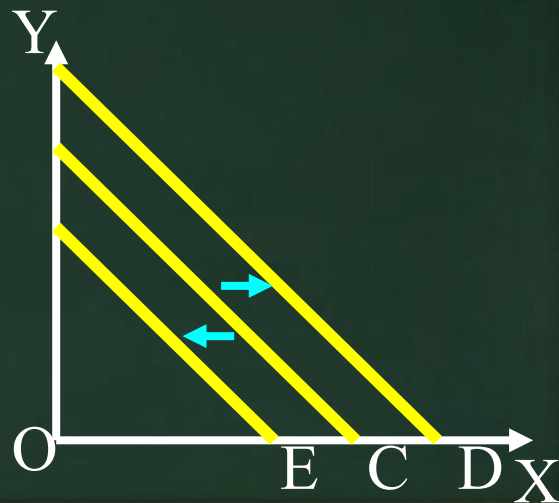
A、商品价格不变，消费者收入变化，  
消费可能线将整体平行移动

收入增加 →

消费可能线右移

收入减少 →

消费可能线左移



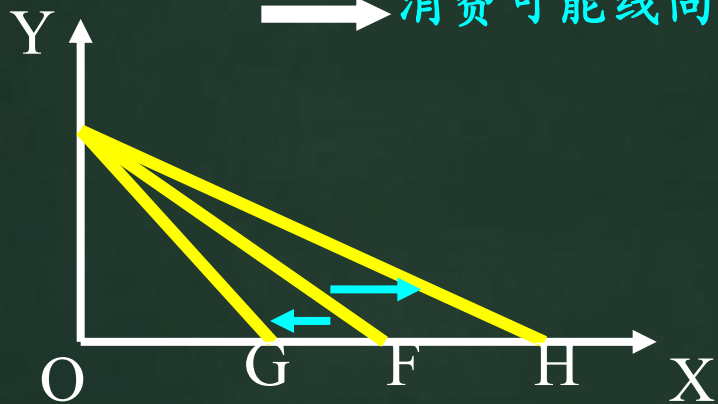
## B、消费者收入不变，商品价格发生变化，

两种商品的价格同比例变化

→ 消费可能线平行移动

一种商品价格不变，另一种商品价格上升或下降，

→ 消费可能线向左或向右旋转



### 三、序数效用论的结论——

#### 消费者均衡 (Consumer Equilibrium)

无差异曲线表明消费者在喜好程度一定条件下达到的**满足程度**，对消费者来讲，这一满足程度越大越好，即无差异曲线离远点**越远越好**。

**消费可能线**表明在消费者收入水平和商品价格一定条件下对消费者的消费行为的**约束**，对消费者来讲，实现效用最大化的点只能在**消费可能线上或线内**。



如果把无差异曲线和消费可能线画在一个图上，那么消费可能线与无数条无差异曲线中的一条相切，在此切点上，就实现了消费者均衡。

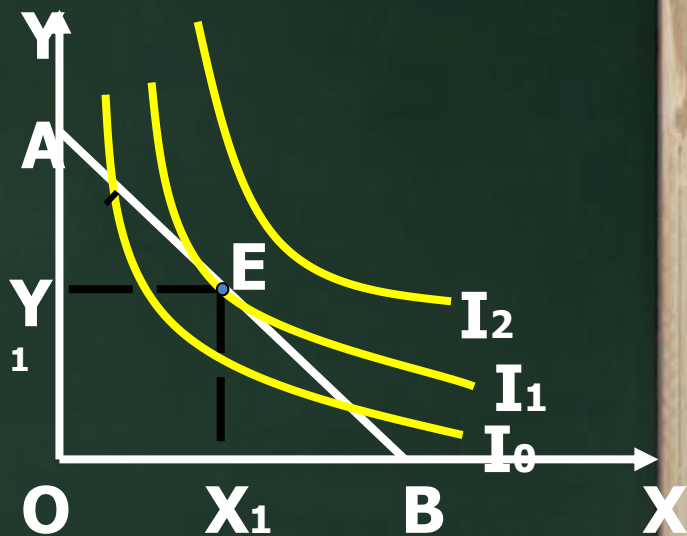




# 消费者均衡的实现条件

图形——

消费可能线与  
无差异曲线的切点



公式——

$$\frac{M_{UX}}{P_X} = \frac{M_{UY}}{P_Y}$$



## 四、消费者均衡的变动——

### 替代效应与收入效应

#### 1、替代效应 (Substitution Effect)

在实际收入不变的条件下，由于一种商品价格变动导致消费者在保持效用不变的前提下对商品需求量的改变，被称为价格变动的替代效应。

(反映的是一种商品价格变动对其他商品相对价格水平的影响) (不改变消费者的效用水平)



## 2、收入效应 ( Income Effect )

在货币收入不变的条件下，由于一种商品价格的变动而引起消费者实际收入发生变动，从而导致消费者对商品需求量的改变，被称为价格变动的收入效应。

(反映的是一种商品价格变动对消费者实际收入的影响)

(表示消费者的效用水平发生变化)



## 📍 小结：

# 序数效用论

- ❖ 序数效用论是为了弥补基数效用论的缺陷，在20世纪40年代形成的运用**无差异曲线分析法**研究消费者行为的理论；
- ❖ 应重点把握无差异曲线、消费可能线的概念以及消费者均衡的含义、结论。

