

第二節 個人需求： $Q^d = f(P; \alpha)$

一、需求法則之意義及其表現方式

(一)意義：在一段時間內，其他條件不變下，消費者對某產品的需求量應與該產品之價格成反向關係。

(二)補充說明：

1. 一般而言，對產品或勞務的需求量為流量（flow）變數，必須界定某一段期間才有意義。例如：一週內對冰淇淋的消費量。
2. 其他條件指的是除了產品自身價格以外，所有其他會影響該產品需求量之變數，例如：所得、偏好、相關財貨之價格。
3. 需求量表示消費者對某財貨願意且能夠購買之數量。因此若我們說消費者對房屋的需求量很大是有問題的。類似地，若我們說某國人口眾多，因此市場廣大，也是不恰當的。

註：據資策會統計，1997年台灣個人電腦市場需求量为88萬台，而同期大陸（12億）人民對PC之需求量約為台灣的3倍，印度（7億）人民對PC之需求量則僅約台灣的7成。

4. 在其他條件不變的假定下，當價格高到某一水準，則需求量必然減少，因為所得是有限的。

(三)需求法則的表現方式：

1. 需求表（demand table或demand schedule）：參見以下表2-1例。
2. 需求曲線（demand curve）：參見以下圖2-1（注意斜率的定義為縱軸變動量除以橫軸變動量）。
3. 需求函數（demand function）：

$$Q^d = f(P; \alpha), \quad \frac{\partial Q^d}{\partial P} < 0$$

例如常用的線性需求函數可寫成：

$$Q^d = a - bP, \quad \text{其中 } a > 0, b > 0$$

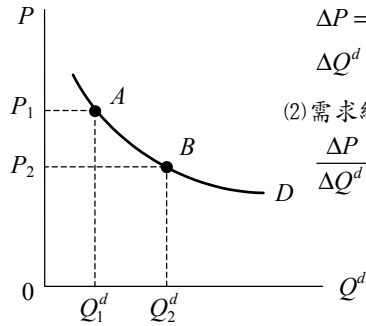
(四)需求線上的點（如圖2-1中的A點）一方面表現某一價格（ P_1 ）下的需要量（ Q_1^d ），另一方面也表示對某一特定數量（ Q_1^d ）而言，消費者願

支付之單位價格(P_1)。

註：上述消費者願付之單價，有時又被稱作需要價格(demand price)。

表2-1 需求表

P	Q^d
10	0
8	2
6	4
4	6
2	8
0	10



(1) 定義：

$$\Delta P = P_2 - P_1$$

$$\Delta Q^d = Q_2^d - Q_1^d$$

(2) 需求線斜率 =

$$\frac{\Delta P}{\Delta Q^d} < 0$$

圖2-1 需求曲線

二、需求量的變動與需求的變動

(一) 需求量的變動 (change in quantity demanded)：

具有如下特徵：(參考右圖)

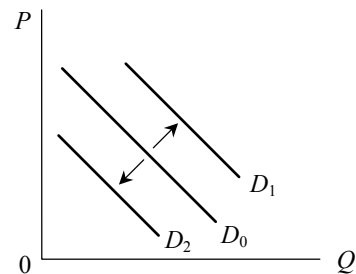
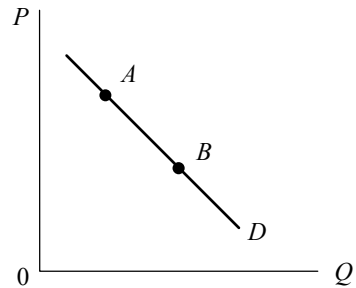
1. 因產品自身價格變動所引起。
2. 為某一條需求線上點的移動。

(二) 需求的變動 (change in demand 或 shift in demand)：(參考右圖)

1. 因其他條件變動所引起。
2. 整條需求曲線發生移動的現象。需求線右移表示需求增加，反之，表示需求減少。
3. 當整條需求線移動時，就任一價格而言，需求量皆發生變動。

簡而言之，除了財貨自身價格的變動

外，其他會影響需求量變化因素皆以整條線的移動表現。



三、需求變動之原因及其說明

(一)所得的變動：當商品是正常財（normal goods）時，所得增加會造成需求（量）上升；當商品是劣等財（inferior goods）時，所得增加，需求（量）反而減少。劣等財的例子如黑白電視機、地瓜、稻米等。

(二)相關財貨價格的變動：當兩種商品間彼此可相互替代時，其中一種商品價格上升會使得對另一種商品的需求（量）增加，例如鐵路與公路運輸、電影與錄影帶、豬肉與牛肉；當兩種商品間之作用為互補時，其中一種商品價格的上升則會使另一種商品的需求（量）下降，例如汽油與汽車、咖啡與奶精、鋼筆與墨水。

註：X 與 Y 兩商品為（毛）替代品的定義為 $\frac{\partial Y}{\partial P_X} > 0$ 或 $\frac{\partial X}{\partial P_Y} > 0$ ，為

（毛）互補品的定義為 $\frac{\partial Y}{\partial P_X} < 0$ 或 $\frac{\partial X}{\partial P_Y} < 0$ 。

(三)價格預期的影響：若預期未來價格上升，則目前對該商品之需求（量）會增加；例如若預期下個月衛生紙價格調高則本月需求（量）會提高，若預期穀價會進一步下跌則目前需求量下降。

(四)偏好的變動：例如每當報載某一食品有神奇療效，則市場需求立即大幅上升。過去的例子如蕃茄汁、黑豆等。

(五)對未來所得變動的預期：預期未來所得上揚通常會增加目前的消費。

(六)其他的因素尚包括氣候變化與人口的變動等等。

四、違反需求法則的可能情形

(一)炫耀性消費（conspicuous good）：就某些商品而言，如鑽石、貂皮大衣，在某一段價格區間有可能出現價量同向之現象。

(二)季芬財貨（Giffen good）：學者Giffen宣稱其看到馬鈴薯的價格上升，但需要量也上升之現象，詳見第六章之說明。

(三)當考量資訊不完整的情形時：價格與需求量可能出現同向變動。例如新品牌眼藥水的價格即使很低也未必可使需求量提高，因為此時的低價格很可能被誤認為低品質。進一步的說明，留待第二十三章再談。