

21世纪清华MBA精品教材

清华大学精品课教材

# 管理经济学

(第二版)

◀ 陈章武 编著 ▶

MBA

Managerial Economics

清华大学出版社



21世纪清华MBA精品教材

清华大学精品课教材

# 管理经济学

(第二版)

陈章武 编著

Managerial Economics

清华大学出版社  
北京

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

### 图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/陈章武编著.--2版.--北京:清华大学出版社,2010.6

(21世纪清华MBA精品教材)

ISBN 978-7-302-22436-5

I. ①管… II. ①陈… III. ①管理经济学—研究生—教材 IV. ①F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第066061号

责任编辑:刘志彬

责任校对:宋玉莲

责任印制:杨艳

出版发行:清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社总机:010-62770175

投稿与读者服务:010-62776969,c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015,zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

地址:北京清华大学学研大厦A座

邮编:100084

邮购:010-62786544

印装者:三河市春园印刷有限公司

经销:全国新华书店

开本:185×260 印张:24.5

字数:566千字

版次:2010年6月第2版

印次:2010年6月第1次印刷

印数:1~5000

定价:38.00元

# 管理

## 经济学

# 前言

## FOREWORD

《管理经济学》(第一版)自1996出版以来,已重印20多次,累计印数也早已超过10万册。但目前来看,教材的内容和结构都已经很不适应我国经济的发展和教学的需要,因此迫切需要对其进行一次全面的修订。

《管理经济学》(第一版)的编著是出于时代的客观需要。写作资料主要准备于1994年、1995年。那时,我国建立社会主义市场经济体制的目标刚刚确立;同时,借鉴世界上许多发达国家培养企业高层次管理人才的经验,在我国引入工商管理硕士(MBA)学位也只有短短的几年时间。《管理经济学》(第一版)的编著主要是照着讲:照着在发达国家已经有成熟体系的微观经济学讲;照着为阐明企业经营管理决策的经济学原理而设置的管理经济学讲。虽也力求以马克思主义经济理论为指导,努力结合中国企业经营的实情,但无论是个人的能力和知识,还是我国社会主义市场经济实际运行的情况,都决定了那种结合是十分肤浅的。

14年过去了,我国社会主义市场经济的运行已经初步积累了丰富的经验,在政府宏观调控下,市场机制对资源配置的基础性作用日益显现。现代企业制度的改革也在不断深化,开始形成了以公有制为主体、多种所有制共同发展的基本经济制度,企业日益成为拥有完善的法人治理结构的企业。基于此为企业经营决策管理服务的管理经济学也需要从当初的照着讲,开始考虑向接着讲转变。

中国工程院院士、工程院工程管理学部副主任郭重庆教授提出:“中国管理学的发展思路很像冯友兰先生对中国哲学发展思路的表述:

中国哲学应从“照着讲”转到“接着讲”。中国管理学不也是从对外来管理文化“照着讲”的阶段，走向“接着讲”的阶段。”并援引类似北京大学汤一介先生关于中国哲学“接着讲”的路径，提出中国的管理学应当“接着中国传统文化讲；接着西方管理学讲；接着中国近现代管理实践讲”。

中国引入经济学要比管理学有着更长的历史。最早是近代著名学者严复将西方经济学的圣经——亚当·斯密的《国富论》译作《原富》引入我国，而将 Economics 译为“计学”。他在给梁启超先生的一封信里还特别说明：“计学之名，乃从 Economics 字祖义著想……又见中国古有计相计偕，以及通行之国计、家计、生计诸名词。窃以谓欲立一名，其深阔与原名相副者，舍计莫从。”<sup>①</sup>最初日本人将 Economics 译作经济学，取义是“经世济民”的学问，后来该词基本都被改译为“产经”，即产业经营。无论是“计学”还是“产经”，其深阔都与原名相符。而“Economics”一词经由孙中山先生推荐后，在中国一直被译作“经济学”，这就说明了中国学者对“Economics”的期待很高，期盼着“Economics”能经邦济世；期盼着“Economics”能经纶天下、济世救人，能用来管理好国家，造福于人民，而不是只为一部分人、一个利益集团“算计”；期盼着将“Economics”与中国的文化相结合，与中国的国情相结合，使之能成为一门经世济民的学问。

那么，将“Managerial Economics”译为“企业赢利学”是其深阔与原名相符。而众多的“Managerial Economics”方面的教科书也确实是围绕着企业利润最大化为目标展开的。而一旦称之为“管理经济学”，就不应单纯围绕企业利润最大化展开，而应当围绕企业的社会经济责任展开。

企业作为社会经济活动中的一个独立实体，追求利润无可厚非。如果一个企业没有利润，就没有能力承担自己的社会经济责任，而追求利润是更好地承担社会责任的手段，也是企业运行的目标。这次修订，再版《管理经济学》，就是试图以企业追求利润为手段，以担当社会经济责任为目标展开讨论，作为“管理经济学”接着讲的一个初步尝试。

尝试处理好“管理经济学”与“Managerial Economics”的关系。大量的“Managerial Economics”是以企业赢利为目标展开讨论，管理经济学则仍以企业赢利为主线展开，赢利是企业运行的目标，但不是仅考虑股东和投资者的利益，而是要考虑所有相关者的利益，乃至整个社会福利的企业社会经济责任。其主线仍是企业赢利，不赢利就不能有效地承担社会经济责任，但强调赢利的目的变了。

尝试处理好“管理经济学”和“微观经济学”的关系。管理经济学是在微观经济学的基础上发展起来的应用经济学，注重为企业经营者提供经济分析工具。在《管理经济学》（第一版）中，考虑到当时大多数读者并没有机会系统学习微观经济学，因此大体上保留了微观经济学理论的完整性，注意突出与企业分析决策相关的经济学原理。而今，微观经济学，特别是初级微观经济学的学习已经有了相当程度的普及，因此，本教材第二版在注意到微观经济学系统构架的基础上，更加注重企业的分析决策工具的应用。例如，消费者的效用函数、企业的生产函数，在企业经营决策时很少用到，因此就应该基本不讲，或尽量少讲。而要素市场中的资本市场的相关内容，考虑到 MBA 课程体系中有专门课程讲授，

① 王栻主编，《严复集》（第三册书信），摘自 1902 年《新民丛报》第七期。

因此也没有将其包含在本教材中。要素市场中的土地市场的相关内容,因其涉及面较小,也没有包含在本教材中。而政府对企业的管制政策,本教材则对此作了比较详细的讨论。之所以保留了微观经济学的基本构架,是为了让没有学习过初级微观经济学的读者也能对微观经济学有一个基本的了解。

尝试处理好定量分析和定性分析的结合。为了企业决策的实用性,在理解基本概念的基础上,本教材尽量充分引入定量分析的工具,并注意最大限度地避免数学推导的烦琐性,将部分稍为复杂的数学推导放在各章的附录中,供对此有兴趣的读者学习。为了加强对定性分析的理解和切身感受,将对需求函数的估计和预测独立作为第三章,侧重对估计和预测方法的介绍和应用,以缩短读者与经济模型和现实经济现象之间的距离,而避免估计预测方法的数学推导。在整个课程中,突出弹性的应用,特别是突出弹性在企业经营决策中的应用。而弹性是定量分析和定性分析的很好的结合点。

尝试处理好经济学一般理论与中国企业实情之间的关系。在注意到中国社会主义市场经济理论探讨的领先性、企业改革的渐进性的基础、市场经济对资源配置的一般性特点以及企业作为独立法人的基本特征的同时,又注意到政府的宏观调控,同时也充分注意到我国经济是以公有制为主体、国有经济为主导的国情。在教材的编写过程中,应用了大量与中国国情密切相关的实例,并将其作为专栏分布在各个章节,全书共 38 个专栏。书中的例子和采用的数据也都与中国的社会经济现象直接相关。当然,在教学过程中,还应注意结合当时的热点问题展开讨论。

书中,将第一次出现的关键词、术语用黑体字印出。为了帮助读者更好地理解 and 消化课程的基本知识,每章结束时都安排了内容摘要和复习题,复习题近 200 道。复习题中通常都没有所谓的标准答案,主要用来帮助读者系统回顾和检查各章学习的主要概念和知识。一般来说,读者学习采取两种主要方式:一是被动学习;二是主动学习。听老师讲课和自己读书基本上都属于被动学习,被动学习是必要的,可以较快地获取知识。但还要进行主动学习,主动学习就是用获取的知识自己来思考和解决问题。在各章后面还安排了 150 多道练习题,包括选择题 88 道和计算题 69 道。这些练习题用来帮助读者主动学习,尝试用被动学习获取的知识来思考和解决问题,以更好地提高解决实际问题的能力。被动学习是为主动学习服务的,随后我们还将出版相应的教师用教学指导书,教师用教学指导书可由从事管理经济学教学的教师直接向清华大学出版社免费索取。另行编著密切配合学生学习用的指导书,将公开出版发行。在教师用教学指导书中提供全部练习题的答案,而在学生用学习指导书中只提供部分练习题的答案。

虽然本教材是为工商管理硕士(MBA)的核心课程“管理经济学”编写的,但也完全适合工商管理类专业本科生学习,它是微观经济学最好的替代教材。目前国内也有许多学者主张:在工商管理类专业本科生的核心课程中安排学习管理经济学比学习微观经济学更恰当。同时,本书也可作为各种百战归来再读书的企业经营管理人员在职培训教材,以及自学参考书。

清华大学经济管理学院自 1991 年以来,开设管理经济学已经有近 20 年的时间。先后有黎诣远教授、宁向东教授、平新乔教授、杨之曙教授、李明志副教授、曹静助教授等参加了管理经济学的教学工作。我们经常在一起讨论管理经济学的教学内容,研究教学方

法,改进教学手段,这对我完成本教材的编著有着十分重要的帮助。同时,我还先后7次参加了由MBA教育指导委员会组织的全国高等院校管理经济学教学研讨交流会,兄弟院校老师的教学经验也给了我很大的启示,在此一并表示感谢。

在过去的近20年时间里,我一直从事MBA管理经济学的教学,直接教授的学生已经有3000人左右。同时,管理经济学还是清华大学经济管理学院高级培训中心对企业在岗人员培训的核心课程,我直接参与教学的已有近百个班次,其中有近7000多位在在职的企业中高层管理人员参加学习。此外,管理经济学课程教学还推广到清华大学继续教育学院的远程教学,先后有4300多人通过远程教学学习了管理经济学。这些学生中,绝大多数都有丰富的企业经营管理经验,他们不断地对我的教学内容及方法提出讨论、质疑,为我这次再版《管理经济学》,提供了极为丰富的养分,在此也一并表示感谢。

这里,我还要感谢一个人,那就是清华大学出版社的刘志彬编辑。他不断地向我反馈广大读者对我第一版《管理经济学》的批评与建议,同时,还一次又一次地催促我尽快修订再版,而我也一次又一次地找借口推辞。2009年5月,在我刚刚离开学院管理岗位几天后,他再次来到我的办公室,商谈《管理经济学》再版的事宜。这次我无法推脱,只得应承下来,这样才有了半年多后《管理经济学》的修订稿。

《管理经济学》的修订,尽管得到如此众多人的关心和指点,也几乎倾注了自己半生教学的心血,但对经济学领域来讲,我仍是一个半路改行者,水平有限,书中也还存在许多不足之处,我将继续期待着广大读者的批评指正。

陈章武

2010年2月于清华大学经济管理学院舜德楼

# 管理

## 经济学

# 目录

## CONTENTS

前言 .....	I
第一章 绪论 .....	1
第一节 管理经济学与经济学理论 .....	1
一、管理经济学内涵 .....	1
二、管理经济学与微观经济学 .....	2
三、管理经济学与宏观经济学 .....	3
四、管理经济学的学习方法 .....	4
第二节 企业与企业运行目标 .....	5
一、企业性质 .....	5
二、企业组织 .....	6
三、企业社会经济责任 .....	8
四、企业运行目标 .....	9
第三节 社会主义市场经济体制 .....	10
一、资源配置 .....	11
二、市场规则 .....	11
三、市场机制 .....	13
四、国家宏观调控 .....	17
本章提要 .....	18
复习题 .....	19
练习题 .....	19



<b>第二章 需求与需求函数分析</b> .....	21
<b>第一节 需求函数</b> .....	21
一、需要与需求 .....	21
二、个人需求曲线 .....	25
三、市场需求曲线 .....	27
四、市场广义需求函数 .....	28
<b>第二节 需求弹性分析</b> .....	30
一、需求价格弹性 .....	30
二、需求收入弹性 .....	34
三、需求交叉价格弹性 .....	37
<b>第三节 需求弹性的计算</b> .....	38
一、点弹性的计算方法 .....	39
二、弧弹性的计算方法 .....	40
三、弹性推测需求函数 .....	41
<b>第四节 需求弹性在管理决策中的应用</b> .....	41
一、需求价格弹性对企业销售收益的影响 .....	41
二、需求收入弹性对企业发展政策的影响 .....	44
三、需求交叉弹性对企业决策的影响 .....	45
本章提要 .....	47
复习题 .....	48
练习题 .....	48
<b>第三章 需求函数的估计和预测</b> .....	51
<b>第一节 需求函数估计回归分析法</b> .....	51
一、变量的确定与数据的甄别 .....	51
二、数据收集 .....	53
三、需求函数形式的确定 .....	54
四、回归分析 .....	55
五、统计检验与经济检验 .....	56
<b>第二节 需求函数估计的直接调查法</b> .....	60
一、消费者直接访谈法 .....	60
二、市场试验法 .....	60
<b>第三节 需求的预测</b> .....	61
本章提要 .....	64
复习题 .....	64
练习题 .....	65

<b>第四章 生产函数分析</b> .....	67
<b>第一节 企业生产</b> .....	67
一、企业生产类型 .....	67
二、生产要素 .....	67
三、生产函数 .....	69
<b>第二节 一种可变投入生产函数</b> .....	70
一、实物产量 .....	70
二、边际实物报酬递减法则 .....	73
三、生产三阶段 .....	75
<b>第三节 两种可变投入生产函数</b> .....	76
一、等产量线 .....	77
二、边际技术替代 .....	78
三、生产弹性 .....	80
四、生产者优化选择 .....	81
五、规模报酬原理 .....	84
六、范围经济 .....	86
<b>第四节 经验生产函数</b> .....	89
一、线性生产函数 .....	89
二、多次项生产函数 .....	90
三、柯布-道格拉斯生产函数 .....	91
<b>第五节 技术进步与测定</b> .....	92
一、技术进步 .....	92
二、技术进步分类 .....	93
三、技术进步贡献率的测定 .....	95
四、可继续发展 .....	95
<b>本章提要</b> .....	97
<b>复习题</b> .....	98
<b>练习题</b> .....	98
<b>附录</b> .....	100
4A-1 平均产量与边际产量 .....	100
4A-2 产出弹性与生产力弹性 .....	101
4A-3 边际实物报酬均等法则的一般性证明 .....	101
4A-4 技术进步贡献率的测定 .....	102
4A-5 其他类型的生产函数 .....	103
<b>第五章 成本函数分析</b> .....	105
<b>第一节 经济成本</b> .....	105

一、机会成本 .....	105
二、沉没成本 .....	108
三、经济成本与经济利润 .....	110
第二节 短期成本函数 .....	110
一、总成本 .....	110
二、平均成本和边际成本 .....	112
三、短期成本函数与生产函数 .....	114
第三节 长期成本函数 .....	114
一、扩张线与长期成本函数 .....	115
二、长期成本函数与短期成本函数 .....	116
第四节 动态成本函数和学习效应 .....	118
一、技术进步与成本 .....	118
二、要素价格与成本 .....	118
三、学习效应 .....	119
第五节 成本函数弹性分析 .....	122
一、成本产出弹性 .....	122
二、范围经济的测度 .....	122
三、经营杠杆分析 .....	122
第六节 成本函数的估计 .....	124
一、成本数据收集 .....	124
二、短期成本函数估计 .....	125
三、长期成本函数估计 .....	127
本章提要 .....	129
复习题 .....	130
练习题 .....	130
附录 .....	133
5A-1 长期生产函数与长期成本函数的推导 .....	133
<b>第六章 完全竞争市场企业经营决策分析</b> .....	<b>135</b>
第一节 市场竞争与结构 .....	135
一、产品市场 .....	135
二、市场结构 .....	136
三、企业收益和利润最大化 .....	137
第二节 完全竞争市场上的短期经营决策 .....	138
一、完全竞争市场的特征 .....	138
二、完全竞争企业面对的需求曲线 .....	139
三、短期决策 .....	139
四、企业的短期供给曲线 .....	142

五、市场的短期供给曲线 .....	142
第三节 完全竞争市场上的长期经营决策 .....	144
一、企业长期均衡产量的选择 .....	144
二、市场的长期供给曲线 .....	146
第四节 竞争市场分析 .....	148
一、供给曲线的价格弹性 .....	148
二、消费者剩余与生产者剩余 .....	151
三、价格管制政策的损益评介 .....	153
四、产量管制政策的损益评介 .....	157
五、对外开放政策的损益评介 .....	158
六、税收与补贴政策的损益评介 .....	162
本章提要 .....	164
复习题 .....	165
练习题 .....	166
<b>第七章 完全垄断市场的企业经营决策分析 .....</b>	<b>169</b>
第一节 垄断市场的条件和成因 .....	169
一、垄断市场的条件 .....	169
二、垄断市场的成因 .....	169
第二节 垄断市场上的企业经营决策 .....	172
一、垄断者面临的需求与收益 .....	172
二、垄断者的价格与产量决策 .....	173
三、多工厂的产量分配 .....	176
第三节 垄断市场分析 .....	178
一、垄断者的供给曲线 .....	178
二、垄断与竞争的比较 .....	179
三、垄断力的量度 .....	181
四、垄断力的来源 .....	182
第四节 买方垄断企业的决策分析 .....	183
一、买方垄断的决策 .....	183
二、买方垄断的社会成本 .....	184
三、买方垄断力的来源 .....	185
第五节 价格管制和反垄断法 .....	186
一、价格管制 .....	186
二、反垄断法 .....	188
第六节 垄断力的定价 .....	189
一、差别定价 .....	190
二、两部收费 .....	195

三、捆绑销售 .....	198
第七节 内部转移定价 .....	202
一、没有外部市场的内部转移定价 .....	202
二、有非竞争性外部市场的内部转移定价 .....	206
三、竞争性外部市场的内部转移定价 .....	210
本章提要 .....	213
复习题 .....	213
练习题 .....	214
附录 .....	218
7A-1 多工厂分配产量 .....	218
7A-2 多市场差别定价 .....	218
<b>第八章 垄断竞争与寡头垄断市场企业经营决策分析</b> .....	<b>219</b>
第一节 垄断竞争市场的企业经营决策 .....	219
一、垄断竞争市场的特征 .....	219
二、企业面临的需求曲线 .....	220
三、短期均衡的价格与产量决策 .....	220
四、长期均衡的价格与产量决策 .....	222
五、垄断竞争与经济效率 .....	223
第二节 价格竞争与非价格竞争 .....	224
一、价格竞争 .....	224
二、品质竞争 .....	226
三、广告竞争 .....	228
第三节 寡头垄断市场的企业经营决策 .....	231
一、寡头垄断市场的特征 .....	231
二、企业面临的需求曲线 .....	232
三、寡头垄断市场的均衡 .....	233
第四节 寡头垄断企业的策略行为 .....	234
一、古诺模型 .....	235
二、伯特兰模型 .....	237
三、卡特尔模型 .....	240
四、默许共谋 .....	242
第五节 定价实践 .....	245
一、成本加成定价法 .....	245
二、增量分析定价法 .....	247
三、目标利润导向定价法 .....	248
四、多产品定价法 .....	249
五、新产品定价法 .....	253

六、产品生命周期定价法 .....	254
七、网络定价法 .....	255
八、其他定价法 .....	255
本章提要 .....	257
复习题 .....	258
练习题 .....	259
附录 .....	262
8A-1 广告经验法则的推导 .....	262
8A-2 多企业古诺模型 .....	262
<b>第九章 博弈论与企业竞争策略</b> .....	<b>264</b>
第一节 理性人假定与经济博弈分类 .....	264
一、理性人的假定 .....	264
二、合作博弈与非合作博弈 .....	265
三、非合作博弈的分类 .....	265
第二节 三种基本博弈策略 .....	266
一、上策策略 .....	267
二、最小得益最大化策略 .....	269
三、混合策略 .....	272
第三节 一次性同时博弈 .....	274
一、上策决策 .....	275
二、剔除下策 .....	276
三、连续剔除下策 .....	277
四、无上策博弈 .....	278
第四节 重复博弈 .....	279
一、有限次重复博弈 .....	279
二、无限次重复博弈 .....	280
三、惩罚欺诈的引发策略 .....	281
第五节 次序博弈 .....	282
一、先发优势 .....	282
二、博弈的决策树分析 .....	283
第六节 威胁、承诺的策略性博弈 .....	285
一、威胁博弈 .....	285
二、承诺博弈 .....	287
三、进入威慑博弈 .....	289
第七节 拍卖中的博弈策略 .....	291
一、拍卖的主要形式 .....	291
二、私人价值和共同价值 .....	292

三、私人价值拍卖中的策略 .....	292
四、共同价值拍卖中的策略 .....	295
本章提要 .....	296
复习题 .....	297
练习题 .....	298
<b>第十章 要素市场与企业经营决策 .....</b>	<b>303</b>
第一节 要素市场的特征和边际分析 .....	303
一、产品市场与要素市场的区别 .....	303
二、边际生产力 .....	305
三、要素市场的企业决策 .....	306
第二节 劳动力市场与企业经营决策 .....	310
一、劳动的需求 .....	310
二、劳动的供给 .....	313
三、劳动力市场的均衡和工资 .....	314
四、协议工资 .....	316
五、绩效激励 .....	319
六、智力投资和技术培训 .....	320
本章提要 .....	322
复习题 .....	323
练习题 .....	323
<b>第十一章 市场失灵与信息不对称 .....</b>	<b>326</b>
第一节 市场均衡与效率 .....	326
一、市场的一般均衡 .....	326
二、埃奇沃思箱图 .....	327
三、市场竞争不完全 .....	328
四、市场供求非均衡 .....	329
第二节 市场信息不对称 .....	332
一、次品市场和逆向选择 .....	332
二、逆向选择的规避 .....	335
三、道德风险 .....	337
四、委托-代理问题 .....	338
本章提要 .....	340
复习题 .....	340
练习题 .....	341

<b>第十二章 外部性、公共品和政府宏观调控</b> .....	343
<b>第一节 外部性</b> .....	343
一、负外部性与市场配置无效率 .....	343
二、正外部性与市场配置无效率 .....	344
三、排放标准与排放费 .....	346
<b>第二节 公共品</b> .....	348
一、公共品的性质 .....	348
二、公共品的需求 .....	349
三、公共品的供给 .....	350
四、费用效益分析 .....	351
<b>第三节 共有资源</b> .....	354
一、共有资源的过度使用 .....	354
二、共有资源的配置 .....	355
<b>第四节 效率与公平</b> .....	356
一、贫富差距的衡量 .....	357
二、收入分配结果公平的界定 .....	358
三、贫富差距加大的根源 .....	359
四、效率与公平的实践 .....	361
<b>第五节 政府宏观调控</b> .....	362
一、公共品的提供 .....	362
二、公有资产管理 .....	363
三、调节收入分配 .....	365
<b>本章提要</b> .....	369
<b>复习题</b> .....	370
<b>练习题</b> .....	371
<b>参考文献</b> .....	373



### 专 栏 目 录

### CONTENTS

专栏 1-1	我国食糖市场价格的波动 .....	15
专栏 2-1	我国三大需求对 GDP 的拉动与增长贡献率 .....	22
专栏 2-2	恩格尔法则与恩格尔系数 .....	36
专栏 2-3	2008 年某汽车锻件市场及价格策略制定 .....	43
专栏 2-4	备件的价格怎么啦? .....	46
专栏 3-1	张老板的牛肉拉面铺 .....	57
专栏 3-2	中国人口年龄分布 .....	63
专栏 4-1	马尔萨斯人口论与“人有多大胆,地有多大产” .....	74
专栏 4-2	高等教育的规模经济与范围经济 .....	87
专栏 4-3	致力循环经济的“黄埔再生” .....	96
专栏 5-1	笔记本电脑的会计成本与经济成本 .....	107
专栏 5-2	这样的合同签不签? .....	108
专栏 5-3	这样的合同怎样签? .....	109
专栏 5-4	核电站的学习效应 .....	121
专栏 6-1	猪肉价格千家万户的话题 .....	150
专栏 6-2	无偿献血制度 .....	157