

CAMBRIDGE

经
济
科
学
译
库

Microeconomics
for MBAs

微观 MBA

微观经济学

理查德·B·麦肯齐

Richard B. McKenzie

德怀特·R·李

Dwight R. Lee

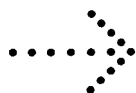
/著

陈彦斌 黄海思 张鹏龙 崔尔南

赵彤彤 李 昕 彭 博 李 果

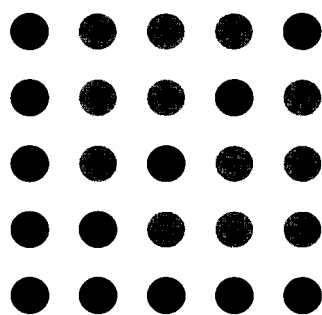
/译

黄海思 李 果 /校



经济科学译库

MBA 微观经济学



理查德·B·麦肯齐

Richard B. McKenzie

德怀特·R·李

Dwight R. Lee

陈彦斌 黄海思 张鹏龙

崔尔南 赵彤彤 李 昕 / 译

彭 博 李 果

黄海思 李 果 / 校

Microeconomics
for MBAs

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

MBA 微观经济学/麦肯齐, 李著; 陈彦斌等译.
北京: 中国人民大学出版社, 2010
(经济科学译库)
ISBN 978-7-300-12098-0

I. ①M…
II. ①麦…②李…③陈…
III. ①微观经济学
IV. ①F016

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 077897 号

经济科学译库

MBA 微观经济学

理查德·B·麦肯齐 著
德怀特·R·李
陈彦斌 黄海思 张鹏龙 崔尔南 译
赵彤彤 李 昕 彭 博 李 果
黄海思 李 果 校
MBA Weiguan Jingjixue

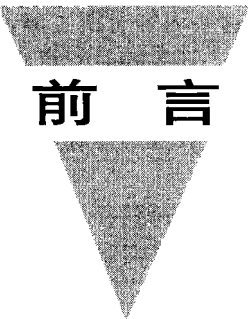
出版发行	中国人民大学出版社	
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码 100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)	
经 销	新华书店	
印 刷	北京宏伟双华印刷有限公司	
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次 2010 年 7 月第 1 版
印 张	31.75 插页 2	印 次 2010 年 7 月第 1 次印刷
字 数	700 000	定 价 68.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

评价经济学家的好与不好只有一个标准：不好的经济学家只看到那些显而易见的影响，而好的经济学家不仅能看到这些影响，还能够预见未来。

——Frédéric Bastiat (1801—1850)

节选自《政治经济学》



前言

MBA 学生使用的微观经济学教材几乎都是经济学本科或博士生第一年使用的书，属于中级微观经济学理论，这类书大多充斥着数学公式，其应用部分也主要集中在社会与政府政策对市场的影响，很少讨论市场作用下经理如何为公司做出更好的决策，以及市场怎样影响公司制度和资本结构。

这主要是因为，许多微观经济学理论只是简单假定公司是存在的，没有说明公司为什么会产生并成为市场的头阵。经理人员及他们的团队也通常被假定能够准确无误地实现雇主的意愿，即最大化雇主利润，却没有讨论公司的组织结构怎样影响激励政策，以及公司的激励制度如何影响产出和利润。

也就是说，现行 MBA 课程的规范教材里，并没有描述现实世界里的公司是如何实现利润最大化目标的，这对读 MBA 的学生来说是个很头疼的问题，他们本是为了学习怎样提高管理技能而重返校园，即怎样从有限的资源中为所在公司（或者毕业后想去的公司）获取更大的利润，而并不是想成为一个理论经济学家。因此现行教材对 MBA 学生用处不大，不能帮助他们实现事业上的目标。

MBA 学生与本科生不同，本科生基本上还不知道自己未来想做什么，也没有什么实际业务的相关经验，而 MBA 学生虽然具有这些方面的优势，但他们的牺牲也较大，因为教育成本的存在，他们必须从课堂和书本中获得有价值的知识，以便对得起支付的学费和搁置一旁的工作机会。

这本供 MBA 学生使用的微观经济学教材打破了传统教材的模式。正如书名所示，本书专为 MBA 学生编写。在各章的第一部分，主要包括标准的微观经济

学理论以及一系列政府政策应用,语言简洁易懂。学生应对这些内容有所了解,毕竟,经理人员在进行公司决策时不仅要面对政府的法律法规,还要随时留意政策的变化。同时,那些向 MBA 一年级或二年级学生讲授营销、金融、会计、企业策略以及运筹学的教授们,也希望他们的学生在课前就已打下扎实的传统微观经济学理论基础。

为了帮助学生们学好本书,我们在网上提供了以下三类主题的研究:

(1) 基本的经济学观点。MBA 学生在正式展开学习时应对这些内容有一定的了解。

(2) 开始学习时较难理解的经济学观点、原理和方法。它们都以文章和讲座的形式呈现在网上。

(3) 考试中容易涉及的主题。

在各章第二部分中,我们论及其他微观经济学教材极少完整论述的内容。这部分中我们舍弃了公司存在以及利润最大化法则中的最大化雇主利润假设,取而代之的是公司要面对的一些关键问题。这些问题(在经济学领域和本书中称为“委托—代理问题”)研究的是雇主和雇员都在最大化自己的利益,而非他人的利益。

雇主(委托人)建立公司,希望从雇员身上获得最多价值以最大化自己的收入和财富。相似的是,经理人员和其他雇员(代理人)也在最大化自己的收入组合,如福利和保险,这通常与公司股东利益最大化相矛盾。如果缺乏有效的公司政策来将雇主和雇员的利益统一起来,那么即使在完全的市场竞争条件下,公司也可能成为自我破坏的战场,最终走向灭亡。

在本书中,我们要将学生的注意力集中在思考如何使激励有效这一复杂问题上。其原因在于建立有效的激励机制,相对于开发新产品来说,可能获得同样的或者更多的利润。

合理薪酬支付的制度显然是匹配雇主和经理人利益的重要工具。然而,我们也要解释公司的组织结构,即人力和资金,这也能够影响雇主和员工的利益结合。毫无疑问,如何很好地将雇主和雇员利益统一起来是极其重要的。如若不然,员工的工作无法得到落实。雇主由于成本效益和激励政策的模糊而无法确定其投资。

因此,这本书大量描述这一在经济学中越来越重要的领域,尤其是与商界联系紧密的相关主题以及 MBA 课程——组织经济学,后者是用微观经济学的分析方法研究公司组织与资本结构,其思维模式无论是对想升职还是想离职自己创办公司的经理人员来说,都十分重要。

在每章第一部分与第二部分之间,我们增加了一个非常简短的“视角”部分——它提供了一种新的与传统观点不同的商业看法或者政策问题。例如,人人都知道,“先行者”在任何市场中都有竞争优势。但在第 9 章的“视角”部分中,我们讨论管理学学者的一个惊人的发现:不存在先行者优势。

每章的结尾部分是“结论”,它包含了本章所讲的要点。我们知道, MBA 学生,也包括你,具有时间约束,尤其是当你工作繁忙还肩负着家庭的责任的时候。因此这一部分可以帮你回顾各章的内容,使你从有限的时间投入中获得更多

的回报。

本书运用了大量经济管理方面的学术和政策文章来阐述书中的内容，这些文章的出处会以脚注方式标注，特别是那些有独特见解的观点，但我们尽量控制脚注的数量，以便保持阅读过程的连贯性，当然，在书后的参考文献部分会详细标注。为了连贯，我们也会降低某些内容的难度，如果课堂上涉及这类内容可以到附录中查找。

许多教科书的作者和出版商为了使书能够卖得出去，通常选择那些耳熟能详、毫无争议的内容，即“保守的智慧”。我们认为这种做法过于教条。而那些几十年来一直有争议的内容却没有被写入书中。这样，学生看到的通常是一个论述完美的整体，也一直相信这些论述。因此，在这本书中，你将会看到所期望的学生小组之间以及教授和学生之间那种富有闪光性和启发性的争论。这也是我们最想看到的结果。

在每一章后面，我们设计了一系列思考题来帮你进行回顾，你也可以与你的小组成员们进行激烈的讨论。除此之外，我们还为本书建立了一个网站，并不断地把一些有趣的点子和难题放到上面。你在阅读本书或者听课时，也可以登录网站浏览我们上传的与管理 and 经济政策有关的视频。

你也许有兴趣知道，其实我们两个人（本书的作者）加在一起已经有超过70年的大学授课经验，并且大多数时间是在商学院授课。在后15年中，我们只教授MBA学生。之所以说这些是要告诉你，我们能够很好地针对我们的读者和他们的兴趣，当然学习课程也是很重要的，它不仅能挑战智力，也能应用于实际。

每一年我们在讲授MBA课程的微观经济学中，都以一个问题作为开始。而这个问题却把我的学生们难住了，要知道他们可都是各行各业公司里的中高层管理者。这个问题表面上很简单：“你们为什么会在这里？”一如既往，他们的兴趣立刻被激发起来了，但同时又因为他们有些迷惑，我们开始进一步细化：“你们为什么在研究生院里读MBA？”更进一步说：“你们为什么此时坐在现在的教室中，听着冗长的讲座？”

读MBA的学生都非常活跃，答案很快就有了，而且各种各样。“我来这是为了挣更多的钱”，一个学生带着不安的笑容回答。但是其他人的回答也基本如出一辙，“为了学会怎样做生意”（特别强调是做生意）。这个答案是可以理解的，因为这些学生做事强调抓重点，他们的眼中只有一个目标——提高自己未来职业能力。而且，许多商业方面的教育主要是围绕商业技巧的说明，即“学会怎样做生意”，却并不解释为什么他们要坐在教室里听讲台后面的我们讲课。

这个答案有些矛盾，因为我们两个人（本书作者）中没有一个曾经“做过生意”。我们终其一生在学术上面，为学生做商业或者其他以社会、政治、经济为主题的讲座。事实上，我们没做过生意的最好理由就是：我们不认为自己有这方面的能耐。我们的特长在于思考、研究和讲课，并且将我们的所思所想以及研究和讲授的东西记录下来而不是从事商业。

如果我们要讲的课程，就算不是全部但只要大部分在讲关于做生意的技巧，那么我们干吗不和学生换位置？让他们到讲台上来，我们坐在凳子上听。毕

竟，他们才是真正的商界人士，而且知道的东西要比我们所期望了解的东西还多。

不难想象，学生们开始对我们上面所说的东西有些迷糊了，为了减轻这种疑惑，我干脆单刀直入，就是我们在课堂上讲的东西与他们经营公司是完全不同的。实际上，这些学生来到校园里上课，他们离开工作岗位，停下手头的工作，这就意味着停下了每天需要处理的大量纷繁复杂的工作细节。简单来理解，也就是课堂里的世界与现实中的世界是完全不同的。有意这样设计的目的是使学生能够抛开每天的工作细节，以一种广阔的视角来看商业活动是如何进行的。

更复杂一点来说，这一课程的目的（或者其他获得学术关注的课程）是为了开拓出一种创新式的思考方式来思考商业活动如何进行，以及如何更好地进行，而不是具体教学生如何做生意。从这个意义上来说，我们需把已故经济学家 Kenneth Boulding 的一段话铭记于心：

知识的获得总是依赖于信息的有序缺失（orderly loss of information），这实际上是一个十分基本的原理。也就是说，要想获得知识，就需要我们把来自于周遭的那些令人费解的信息，经过处理、抽象和标注转化成我们能够体会和理解的方式。

我们在课堂上采用的思考方式，即 Boulding 教授时刻谨记的，必然是抽象的思考方式——因为它忽略了大量的交易细节。我们采用这种贴近抽象的思维方法主要是因为人类的大脑远没有强大得可以掌握所有日常交易中错综复杂的细节。总的来说，若想思考的成果丰富，我们必须从复杂的日常生活中概括出精华，即那些最重要的问题，使我们集中从这些问题上找出有意义的联系。这便是 Boulding 教授坚持认为的知识的获得通常（若非“总是”）依赖于“信息的有序缺失”。

许多商界人士不加思索地认为这些理论缺乏实践意义。但是我们觉得，“根本不是如此”。我们将在本书中开展抽象性思考，其目的既实际，又重要。它能令学生在商业世界中与通过其他渠道相比，获得更多的体会，即学生们前来听课时，能够在头脑中跟着分析那些工作中的“恼人的困惑”。

通过学习理论（或者在一定程度上思考理论的应用），可以达到更加实际的目标，即如果人们在遇到问题时，能够有条理地进行思考，就算这一思考是抽象的，也能够帮助他们在商业活动中避免错误的发生。从经济学角度来看，商业活动中出现差错（business mistake）意味着对公司资源的滥用和浪费，十分可惜。只有三思而后行才能减少商业活动中不应出现的浪费。

我们开始时向学生们提出问题——“你们为什么会在这里？”其实是想要强调：既然这一课程是探讨思考方式（而不是行事方式），那么我们——Richard McKenzie 和 Dwight Lee，以及其他教授——就有理由站在讲台前为你们授课。而且，这一课程探讨的是思考的过程，那么在遇到与交易活动或其他有关的问题时，就需要有相应的思考方法，而本书与我们的课程正是集中研究这些思考的方法。

我们写此书的目的是要开拓出一种经济学思维来处理书中阐述的很多问题，这样一来作为公司未来的领导者，我们的学生就会从中发现与他们的职业目标相关的东西。

一些读者可能对我们重点研究理论有些担心，这个可以理解。他们也许读过一些既枯燥又落后的理论基础书籍，因为这些书大量依赖复杂且高深的数学技巧。本书并非如此。本书在写作过程中一直奉行的经济学第一原则就是许多读者所喜欢的：尽可能使理论简单化，并通过具体问题来阐述。

本书旨在培养经理人的经济学思维：在接下来的章节里，我们将把过去几十年来经济学家一直探讨的不同范围程度的思想汇集到一起，形成一种思考方式，我们必须研究这种思考方式如何在商业世界里运行。

我们期望，读者在读完本书后会对这些思想的感受有彻底的改变。其中大范围的两个问题是：

- 如何建立公司的激励机制，并与公司的结构协调起来以实现利润最大化？
- 商品竞争市场与公司控制权市场如何对经理人产生约束？

小范围的问题在学习本书的时候再涉及，但不表示这类问题不重要，可以作为兴趣来读：

- 二手车比起新车来，会是“更好的交易”吗？（似乎许多人这样认为。）
- 如果竞争性市场可以“出清”（需求量等于供给量），为什么商店和音乐会门前会排起队来呢？
- 如果排队对买卖双方都没有好处，那么为什么这种情况还存在？

读者若是认为这些问题的答案太简单，或者明显轻车熟路，那么就需要往下读了。

我们期望本书的读者与我们的学生以同样的方式结束本书或本课程：他们自己的生活会因他们了解商业世界的规则而发生改变。但这种改变正是 MBA 的学生们从他们进入到 MBA 项目中的每堂课起想要得到（或者应该追求的）。本书的读者也会带着我们美好的祝愿继续生命的征程。

本书的写作历经数年，写于我们在加利福尼亚大学欧文分校和阿森斯的佐治亚大学为 MBA 学生讲授微观经济学期间。学生们为本书的写作提供了不计其数非常珍贵的建议，我们对此非常感激。我们也对牛津大学出版社允许我们免费摘录先前出版的书籍《激励下的管理》（*Managing Through Incentives*）表示感谢。所有摘录部分在本书中均已重新修订和更新。

目 录

第1章 微观经济学：商业思维方式	1
第一部分 理论与公共政策应用	4
一、市场的出现	4
二、经济学问题	5
三、经济学的适用范围	7
四、经济学理论的发展和用途	8
五、微观经济学和宏观经济学	9
六、私人产权和囚徒困境	11
七、公共产权	16
视角 反公地悲剧	20
第二部分 组织经济学与管理学	22
一、商业中的激励效应	22
二、绩效工资	22
三、激励与公司成败	25
四、为什么激励措施如此重要	26
结论	28
复习题	28
附录：《我，铅笔》	29

第2章 竞争性产品市场和厂商决策	34
第一部分 理论与公共政策应用	35
一、竞争性市场过程	35
二、供给和需求：市场模型	36
三、需求因素	37
四、供给因素	41
五、市场均衡	44
六、最高限价与最低限价	46
七、竞争性市场模型的有效性	48
八、非价格竞争	49
九、短期竞争和长期竞争	51
十、竞争性市场的缺陷	53
视角 为什么会出现排队现象	54
第二部分 组织经济学与管理学	57
一、员工的超额薪酬和过低薪酬	57
二、亨利·福特的“超额薪酬”策略	57
三、过高薪酬限制滥用公司资源	60
四、员工何时不该接受高薪	61
五、超额薪酬和过低薪酬的关系	61
六、强制性退休	62
七、雇主“可信承诺”的重要性	64
八、违约	65
九、强制性退休的废除	68
结论	69
复习题	69
第3章 理性行为原理	71
第一部分 理论与公共政策应用	71
一、理性：探索人类行为的基础	71
二、个体行为	72
三、理性行为	72
四、限制条件下的理性决策	72
五、成本	75
六、时间效应以及风险成本和收益	76
七、哪些不属于理性行为	78
八、扶贫的负向激励	78
视角 马斯洛的需求层次论	80
第二部分 组织经济学与管理学	86
一、经理人困境：末期问题	86
二、到期合同问题	86
三、末期问题的解决办法	87

四、解决末期问题的方法——企业集团	91
五、市场在解决末期问题中的作用	93
六、利润来源问题	93
结论	94
复习题	94
第4章 集体行动的逻辑	96
第一部分 理论与公共政策应用	97
一、集体行动的共同利益理论	97
二、集体行动的经济理论	98
视角 管理监督	105
第二部分 组织经济学与管理学	108
一、严格经理的价值	108
二、接受工作以后	109
三、员工博弈	110
四、现实中的严格经理	112
五、剩余索取者的角色	115
六、风险承担、风险规避和企业所有权	117
七、最优怠工程度	120
结论	120
复习题	121
第5章 政府管制：管理激励如何受到影响	123
第一部分 理论与公共政策应用	123
一、谁在纳税	123
二、价格和租金管制	125
三、最低工资	129
四、污染管制：外部成本与外部收益	135
视角 垃圾邮件问题：发送者和受害者	145
第二部分 组织经济学与管理学	147
一、诚实的商业价值	147
二、诚实的商业角色	148
三、信任博弈	149
四、“抵押品”的商业角色	151
五、道德风险和逆向选择	153
结论	154
复习题	155
附录：重要的计量研究结果	156
第6章 企业和激励的存在原因	158
第一部分 理论与公共政策应用	159
一、企业和市场效率	159
二、企业存在的原因	161

三、组织成本的变化	167
四、多人囚徒困境的解决	168
五、“制造还是购买?”	170
六、特许经营决策	175
视角 合作的进化基础	178
第二部分 组织经济学与管理学	181
一、附加福利、激励和利润	181
二、作为利润中心的员工	182
三、最优附加福利	182
四、大企业和小企业的附加福利	183
结论	184
复习题	185
附录	185
第7章 传统市场和网络市场中的消费者选择及需求	188
第一部分 理论与公共政策应用	189
一、预测消费者需求	189
二、理性消费：边际效用的概念	189
三、从个人需求到市场需求	193
四、弹性：消费者对价格变化的反应	194
五、弹性概念的应用	198
六、需求价格弹性的决定因素	199
七、需求的变动	201
八、正常品和低档品	203
九、替代品和互补品	203
十、滞后需求和网络效应	204
十一、需求理论的异议	208
十二、稀缺、充裕和经济价值	209
视角 软件网络	209
第二部分 组织经济学与管理学	211
一、负担新员工的重置成本	211
二、负担新员工的住房附加成本	212
三、部分补偿新员工住房附加成本的逻辑	214
四、一些条件	215
结论	216
复习题	217
附录 A：无差异曲线和预算线	217
附录 B：关于需求定理普遍关注的问题	224
第8章 生产成本和商业决策	229
第一部分 理论与公共政策应用	230
一、形形色色的成本概念	230

二、边际成本的特殊重要性	233
三、成本—收益的权衡	237
四、生产函数	239
五、价格与边际成本：谋求利润最大化的生产	240
六、从单个企业供给到市场供给	241
视角 公司出现的原因：节约成本	243
第二部分 组织经济学与管理学	244
一、缩减医疗保险的成本	244
二、国家的“医疗保健危机”和市场力量	245
三、医疗保健危机的商业解决方法	247
四、MSA 的问题	250
五、MSA 的商业经验	251
结论	252
复习题	252
第 9 章 短期和长期的生产成本	254
第一部分 理论与公共政策应用	255
一、短期内的固定成本、可变成本和总成本	255
二、短期内的边际成本和平均成本	256
三、长期边际成本和平均成本	259
四、长期边际成本曲线和平均成本曲线	261
五、平均成本的行业差异	262
六、平均成本曲线和边际成本曲线的移动	263
七、超长期	264
视角 先行者优势的神话	265
第二部分 组织经济学与管理学	267
一、企业的负债/权益结构和管理人员的激励	267
二、作为可选投资工具的权益和负债	268
三、储蓄和贷款行业历史上失败的激励	270
四、企业成熟度与负债	273
五、企业融资结构的利润结果	274
结论	274
复习题	275
附录：选择最有效的资源组合：等产量线和等成本线	275
第 10 章 理想竞争条件下的企业生产	279
第一部分 理论与公共政策应用	280
一、四种市场结构	280
二、完全竞争者的生产决策	282
三、最大化短期利润	285
四、最小化短期损失	286
五、长期中的生产	288

六、边际收入和边际成本	290
七、对完全竞争的效率的批判	292
八、价格接受者和价格搜寻者	294
视角 创新者困境	295
第二部分 组织经济学与管理学	299
一、团队的价值	299
二、团队生产	300
三、团队规模	301
四、团队薪酬	302
五、团队薪酬有效性的实验证据	303
结论	305
复习题	306
附录：可竞争市场	307
第 11 章 垄断力量和企业定价决策	309
第一部分 理论与公共政策应用	310
一、垄断的来源	310
二、垄断力量的边界	311
三、边际成本等于边际收入	313
四、短期利润和损失	316
五、长期中的生产	318
六、垄断相对无效率	319
七、价格歧视	321
八、垄断理论应用	325
九、垄断总成本	327
十、耐用品垄断	328
十一、微软垄断案	329
视角 QWERTY 键盘：锁定？	331
第二部分 组织经济学与管理学	333
一、创造性定价的利润	333
二、现实中的价格歧视	334
三、卡特尔欺诈	337
结论	340
复习题	340
附录：边际收入曲线：图形推导	341
第 12 章 不完全竞争市场下的企业战略	344
第一部分 理论与公共政策应用	345
一、垄断竞争	345
二、短期垄断竞争	346
三、长期垄断竞争	347
四、寡头	348

五、长期中的寡头厂商	351
六、卡特尔：合谋与违约的激励并存	351
七、卡特尔和纳什均衡	353
八、政府对卡特尔的管制	355
九、自然垄断	356
十、垄断管制的公共利益理论	360
视角 “虐待”顾客所带来的价值	361
第二部分 组织经济学与管理学	366
一、“敌意”收购对管理垄断的检验	366
二、企业收购的原因	366
三、公司控制权市场	367
四、收购效率	370
五、收购防御	374
结论	377
复习题	377
附录：美国的反垄断法	378
第 13 章 竞争性劳动力市场及买方垄断劳动力市场	382
第一部分 理论与公共政策应用	383
一、劳动的需求与供给	383
二、工资水平差异	388
三、买方垄断劳动力市场	392
视角 买方垄断与最低工资	397
第二部分 组织经济学与管理学	398
一、绩效工资	398
二、“正确”的薪酬	399
三、计件工资率以及工人风险	402
四、案例：林肯电气公司的薪酬体系	404
五、改变计件工资水平的时机	405
六、两部分工资体系	405
七、为何激励工资更高	406
八、员工诚信激励	408
九、欧文公司案例：租赁合同中的激励	409
结论	411
复习题	411
第 14 章 集体决策问题	413
第一部分 理论与公共政策应用	413
一、两党制的中间化趋势	413
二、投票经济学	416
三、民主的无效率	417
四、关于商业监管的经济学与政治学	422

五、政府竞争的效率	424
六、政府官僚机构的经济学	425
七、增强官僚机构竞争性	427
视角 投票和政治无知的数学分析	428
第二部分 组织经济学与管理学	430
一、为什么教授有终身职位但是商人却没有	430
二、终身教职的本质	431
三、终身教职对于学校、教授、学生的成本收益分析	431
四、自治性大学与学术政治	432
五、为什么商人没有终身制	434
六、终身教职竞争	435
结论	436
复习题	437
第 15 章 国际贸易和金融	438
第一部分 理论与公共政策应用	439
一、商品的国际贸易	439
二、国际金融	454
视角 Bastiat 的自由贸易案例 —— 一封请愿书	460
第二部分 组织经济学与管理学	463
一、“水银资本”对企业和政府的影响	463
二、资本流动性和商业竞争	464
三、资本流动性和政府竞争	464
四、资本流动性的缺点	466
结论	467
复习题	468
参考文献	469