

21世纪经济管理

优秀教材译丛

陈章武 杨晓丽/译



(美) 多米尼克·萨尔瓦多 著

*Dominick Salvatore*

# 管理经济学

## 原理和国际应用(第八版)

MANAGERIAL ECONOMICS



清华大学出版社

21世纪经济管理

优秀教材译丛

陈章武 杨晓丽/译

(美) 多米尼克·萨尔瓦多 著  
*Dominick Salvatore*

# 管理经济学

## 原理和国际应用 (第八版)

MANAGERIAL ECONOMICS

清华大学出版社  
北京

北京市版权局著作权合同登记号 图字：01-2016-3104

Authorized translation from the English language edition, entitled MANAGERIAL ECONOMICS IN A GLOBAL ECONOMY, EIGHTH EDITION, 978-0-19-939715-0 by Dominick Salvatore, published by Oxford University Press. This translation is published by arrangement with Oxford University Press, copyright © 2015.

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 13801310933

#### 图书在版编目（CIP）数据

管理经济学：原理和国际应用：第八版 /（美）多米尼克·萨尔瓦多（Dominic Salvatore）著；陈章武，杨晓丽译. —北京：清华大学出版社，2017  
（21世纪经济管理优秀教材译丛）  
书名原文：Managerial Economics in a Global Economy  
ISBN 978-7-302-45890-6

I. ①管… II. ①多… ②陈… ③杨… III. ①管理经济学—教材 IV. ①C93-05

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2016）第 294612 号

责任编辑：刘志彬  
封面设计：汉风唐韵  
责任校对：王荣静  
责任印制：王静怡

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>  
地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084  
社 总 机：010-62770175 邮 购：010-62786544  
投稿与读者服务：010-62776969, [c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)  
质 量 反 馈：010-62772015, [zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 装 者：北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：185mm×260mm 印 张：39.5 字 数：981 千字  
版 次：2017 年 3 月第 1 版 印 次：2017 年 3 月第 1 次印刷  
印 数：1~3000  
定 价：79.00 元

产品编号：061383-01

## 译者序

自1993年多米尼克·萨尔瓦多教授编写的《管理经济学》(第一版)出版不久,便传到中国,正值中国MBA教育刚刚起步。由经济学、决策科学和企业管理各职能领域综合的课程《管理经济学》,顺理成章就成为中国MBA教育一门重要的基础理论核心课程,既为随后相关课程的学习提供了理论基础和分析框架,也为读者的职业生涯提供了一个有用的企业管理决策工具,奠定了《管理经济学》在工商管理教育课程体系中的重要地位。随后,萨尔瓦多教授与时俱进的各版《管理经济学》相继出版,也都给中国工商管理教育的发展,尤其是管理经济学的教学,提供了有益的借鉴。今天,萨尔瓦多教授《管理经济学》第八版的中文版呈献在中国读者面前。

第八版的重要特点和过去一样,在保持严谨学术风格的前提下,坚持把教材设计成一部易于讲授和易于学习的管理经济学教科书,关键是在如何处理好在经济分析中通常都要运用到数学知识,在概念、应用和可教性之间寻找平衡,强调应用性。全书各章都不含有微分的运算,而用通俗的描述,解释清楚在经济学中需要运用的微分学基本概念,尽管有些地方从数学的角度看似不尽严谨,但也不会引起什么混淆。这对大量没有接受过高等数学严格训练的读者来说,是十分有益的。

第八版的又一个重要特点是与时俱进,展示和涵盖了大量本学科的最新话题。包括企业架构、企业治理、商业道德;波特战略模型、虚拟企业、关系企业、创新型企业的演变;电子商务、互联网的商业应用、信息经济学;新数字工厂,新(国际化)规模经济、学习曲线等。用经济学的基本理论和决策工具不断地来解释新问题,不仅有利于学习新知识,而且可以帮助读者从中更好地学会学以致用用的方法,同样十分有益。

第八版的第三个重要特点是引入国际化维度,以反映当今世界偏好、生产和分配的全球化,以及在更具风险、危机多发、经济发展缓慢的全球经济中的竞争。在引入国际化维度时,作者突出地表现出国际化是“美国情怀,全球视野”,在讨论全球竞争中,始终保持美国情怀,处处结合美国的企业实情,有评论、有批判、有爱护、也有赞誉,甚至因而出现一些明显的偏颇。这同样能给中国读者有益的启示,今天中国企业走向世界,参与全球化竞争,也要有“中国情怀,全球视野”,而不是一味向别人照搬照抄。

学习不仅仅是学习知识,更加重要的是学习方法。从学习知识的过程中学习方法,领会方法,掌握方法,最终来解决实际问题。

陈章武

2016年9月于北京西山林语山语间

## 前 言

偏好、生产、劳动力市场、金融市场和竞争都已经变得高度全球化；金融危机和经济危机也已经变得越来越频繁。在这个更加低迷的世界经济条件下（比过去几十年增速慢了很多），做生意的风险也在变大。在运用企业理论作为统一主题的同时，《管理经济学：原理和国际应用》（第八版）这本书带领读者彻底地认识并着重强调这一新的商业环境，探讨企业在面对这些现代制约因素时，如何达成最优管理决策。

与以往版本一样，本书在概念、应用和可教性之间获取平衡。本书用清晰、简明的解释和阐述，考察了一些管理经济学中已经经过时间考验的，以及许多新的令人兴奋的话题（如企业架构、商业道德、创新企业的演变、波特的战略框架、电子商务、信息经济学和风险管理），并通过 97 个真实案例，10 个管理经济学实践专栏，以及 11 个综合案例（比前一版本增加了 2 个），说明企业实际是怎么操作的。这些综合案例内容翔实，且设计成可由教授布置作业的形式。因为管理经济学本质上是一门应用型课程，所以应用性这个特点是怎么强调都不为过。相比之下，书中的案例更是阐述了所学理论，如何在实际中一直被应用，内容简短、有趣，有时还有些出人意料。学生需求很大的决策工具（如电子表格应用程序）在本书中也非常突出。灵活、模块化的组织形式，也使本书既适用于整个学期的管理经济学课程，也可用于短期课程。同时，本书配备了丰富的包括在线资源在内的教学辅助包，因此本书是采用课堂模式、在线模式或混合模式授课的管理经济学课程教材的完美选择。

本书一直并依然坚持的主要目标如下所述。

- 围绕全球化经济中企业理论的应用，提供制定管理决策的统一主题。本书阐释了管理经济学不是研究孤立的主题，而是经济学、决策科学和企业管理各个职能领域的综合，研究这些方面是如何相互作用的。
- 识别并应用最优管理决策的基本决策过程。本书详细说明了企业应该遵循参照的逐步管理决策过程，以及在具体案例中，企业是否的确遵循了这些步骤，以及这些步骤应用的结果（即遵循这些步骤是否能作出最优管理决策？）。
- 在管理经济学中引入国际化维度，以反映当今世界偏好、生产和分配的全球化，以及在更具风险、危机多发、经济发展缓慢的全球经济中的竞争。本书在每一章、每一节中都详细地综合和讨论了管理经济学的国际化衍生。简单地说，无论企业规模有多大，21 世纪的管理者必须做好在一个更具风险、危机多发、经济发展缓慢的全球经济中运营、并竞争的准备。
- 增加可用于进行班级讨论和分析的“管理经济学实践”专栏。目的是模拟企业决策制定的过程：在一个真实的环境中，企业的管理团队（在这里即指班级中的学生）在 CEO（教授）的领导下，尝试回答某特定企业要获得成功的管理，所必须回答的一系列重要问题。企业实际的决策正确吗？为什么？如果不正确，那么又是为什么不正确？企业能做得更好吗？如果是你的团队来做，会怎么做呢？

- 以学生容易理解的方式，展示该学科中的最新话题。话题内容包括企业架构、企业治理、商业道德；波特战略模型、虚拟企业、关系企业、创新型企业的演变；电子商务、互联网的商业应用、信息经济学；新数字工厂，新（国际化）规模经济、学习曲线；以及全面质量管理、流程再造、标杆管理、学习型组织、捆绑销售、商业决策中税收的作用和国际风险。

## 本书作为教学的工具

经过精心设计，助力教学。

- 采用模块化的组织形式，涵盖了实际管理决策制定中会遇到的和其他管理经济学课程都会涉及的全部主题。因此，在课程内容的取舍上，为教师提供了极大的灵活性。
  - ◇ 对于一个学期的 MBA 课程来说，核心章节是第一章～第十一章，不包含附录。这些章节内容约占本书 60%，适合在一个学期中学完。
  - ◇ 对于 EMBA 课程，作者建议学习第一章～第十一章，不包括附录，同时排除以下内容：第三章中除案例以外的内容；第四章中除第 7 节以外的内容；第五章中除第 1、4、5 节以外的内容。第 7.9 节、9.2 节、10.2 节、10.3 节和 11.1 节都可以跳过。排除以上内容后，本书大概还剩余一半内容，可以覆盖一门优秀的 EMBA 课程的基本材料。
- 不论是否具备微分知识，都可以使用本书。第二章中深入讨论了管理决策制定过程中需要用到的所有最优化技术。最优化的微分方法只在第二章的附录，以及大部分章节后面的数学附录，以及脚注中有介绍。
- 尽管本书本质上是应用性的，但建立在分析的理论基础上。这就解决了对这一学科的一般批评：要么过度理论化（有一些内容纯粹是微观经济学的，而不是管理经济学），要么纯粹是应用性的，而理论基础薄弱。
- 图表一般都标有数字刻度，从而可以从实际数字中读取到答案，而不是简单地通过距离来读数，从而有助于学生对不熟悉的材料变抽象为具体。另外，在配图中颜色深浅和阴影的使用也有助于学生的理解。
- 在章节中重要术语以粗体呈现，本书末尾也提供了按字母顺序排列的词汇表，并给出每个重要术语的定义。
- 每章末尾都配有丰富的练习题。每章的 15 个练习题，要求学生把在本章中学到的内容进行实际应用。本书末尾提供了其中一些练习题（用星号标记）的答案，以快速反馈的形式，对于有效学习非常重要。本书配套网站（[oup.com/salvatore-8XE](http://oup.com/salvatore-8XE)）中还有大量的额外测试可供选择。

## 第 8 版新增内容

根据来自世界各地教师的反馈，作者和出版商在第 8 版中做了以下一些重要的改进。

- 新增了相比过去几十年危机多发、发展缓慢的经济环境下，关于企业决策制定过程的新章节、案例和综合案例。
- 增加可用于进行班级讨论和分析的“管理经济学实践”专栏，模拟在真实环境中，

- 企业的决策制定过程。其中包括：专栏 3：黑莓的衰退；专栏 5：施乐公司如何失去又重获国际竞争力，并变成信息技术的领导者；专栏 6：戴比尔斯放弃其钻石垄断。
- 新增或彻底修改的部分是：关于商业道德的 1.5 节；关于电子商务的 3.7 节；关于创新（包括 3D 打印）和全球竞争的 6.9 节，关于国际性成本最小化——新规模经济的 7.6 节；关于后勤管理或供应链管理的 7.7 节；关于全球经济中的完全竞争的 8.3 节；关于全球寡头进行曲的 9.5 节；关于理想企业架构和创新型企业的 9.6 节；关于转移定价的 11.4 节；关于企业决策的税收效应的 12.7 节；关于信息和风险的 13.8 节；关于资本成本和国际竞争力的 14.6 节。
  - 本书 97 个案例中，约有三分之一是全新增加的，其他原有的一半案例是经过大篇幅修改、更新的，从而使它们更相关。其中包括：案例 1-3：全球金融危机；案例 2-5：通用电气的再造；案例 4-3：在大众市场逐渐消失的背景下抓住客户；案例 9-4：企业规模与赢利性；案例 9-10：世界顶级创新企业；案例 11-4：发达国家的转移定价；案例 11-7：购买汽车时一口价定价的广泛应用；案例 12-6：航空业的放松管制：一个评价；案例 13-7：金降落伞是在奖励失败吗？
  - 新增 4 个篇幅较长的综合案例，它们是：综合案例 1：史蒂夫·乔布斯：一个天才的离去——世界最受尊敬首席执行官的惊人业绩；综合案例 5：第三次工业革命；综合案例 8：苹果已达巅峰，好日子已一去不复返？综合案例 9：互联网上的定价；综合案例 11：科技巨头的战争。
  - 网站也进行了更新和内容扩展，目前包括 19 个案例研究和应用。

## 本书的组织结构

本书包括五篇：

- 第一篇（第一～二章）论述了管理经济学的性质和研究范围，介绍了企业理论，回顾了基本市场模型和最优化技巧。第一章以更清晰且更令人信服的方式，阐述了企业理论如何提供了管理经济学研究的统一主题，以及在当今世界，偏好、生产、分配和竞争快速国际化的趋势下，管理经济学的全球视野为什么是必需的。此外，还介绍了运用电子表格工具，去解决管理决策问题。第二章回顾了最优化技术，或者说企业在一定的约束条件下，寻求最有效地实现目标的方式。第二章也讨论了几种新型管理工具，以及如果运用电子表格工具（Excel）来实现最优管理决策。
- 第二篇（第三～五章）分析了需求。各章分别讨论了需求理论、对需求的经验估计和需求预测。第四章的附录展示了如何用 Excel 进行回归分析，第五章的附录展示了如何用 Excel 进行预测。
- 第三篇（第六～七章）介绍了企业生产理论和成本理论及其度量。第六章介绍了生产中的要素替代，第七章完整且清晰地论述了长期生产曲线和短期生产曲线。有关线性规划的新章节，在本书的网站中可以找到。
- 第四篇（第八～十一章）把需求分析（第二篇介绍的）与生产和成本分析（第三篇论述的）结合在一起，分析在各种市场结构中，价格和产量是如何决定的。第八章讨论了完全竞争、垄断和垄断竞争；第九章论述了寡头垄断和企业结构；第十章介

绍了博弈论和战略行为；第十一章论述了在各种市场结构中的定价行为。

- 第五篇（第十二~十四章）论述了管制和反垄断，政府在经济活动中的角色，风险分析，长期投资决策和资本预算。

## 教学支持资源包

作者和牛津大学出版社精心准备了内容丰富的资源以支持教学。

- 《教师用书》提供了各章节后全部练习题的答案。该书由作者认真撰写完成。
- PPT 演示。PPT 课件中有本书中的所有图表。此外，牛津大学出版社也准备了针对每章内容的授课用 PPT，可以让讲师更快速地熟悉课文内容。

网站（[www.oup.com/salvatore-8XE](http://www.oup.com/salvatore-8XE)）上可下载所有的教师资源（网站上没有中文版资料，是否不用翻译？）。你可以联系当地牛津出版社的销售代表，或客户服务取得帮助。对于学生，也可在网站（[www.oup.com/salvatore-8XE](http://www.oup.com/salvatore-8XE)）上找到以下内容，辅助学习。

- 免费、开放获取的在线学习指南。每章都配备有可自动评阅的小测验，方便学生在考试前，对自己的学习情况进行自我测试。基于案例应用的问题，提供了针对每章内容的有深度、开放性的问题（指导教师可看到参考答案）。
- 互联网网址。为扩展每章的主题和应用，作者在互联网上搜索了很多资源。
- 额外的案例和应用。更多不适于在书中一一呈现的案例和应用，可以在网站上找到。
- 线性规划章节。网站上可找到长达 35 页，免费详细讲述线性规划这一强大工具的章节。

## 致谢

这本书来源于我在纽约的 Fordham 大学和 Vienna and Krems 经济与管理大学。北京大学中，20 多年的本科生和研究生管理经济学课程授课经验。我很幸运有很多优秀的学生，他们的问题和意见大大增加了本书的清晰性和解释能力。

我为拥有编写成此书的知识，而深深感谢我早先的导师们，他们是：William Baumol（纽约大学和普林斯顿大学），Victor Fuchs（斯坦福大学和国家经济研究局），Jack Johnston（加利福尼亚大学欧文分校）和 Lawrence Klein（宾夕法尼亚大学和沃顿商学院）。作为永远活在我心中的经济学家和导师的学生，我学到了那么多的知识！

Fordham 大学商学院和经济系的许多同事们，对本书提出了许多有价值的建议，对于提高本书的质量有很大帮助，其中有：商学院的 Donna Rapaccioli 院长，David Gautschi 院长，Elhan Akbil，Victor M. Borun，Sris Chatterjee，Francis Petit，James Stoner，和 Robert Wharton；以及经济系的 Mary Burke，Joseph Cammarosano，Fred Campano，Edward Dowling，Duncan James，Erick Rengifo，Henry Schwalbenberg，和 Greg Winczewski。我的前同事 Frank Fabozzi 也给出了很多有价值的建议。

以下的教授为当前版本提供了很多有价值的建议：

Anthony Andrews，美国州长州立大学

Charles Callahan，纽约州立大学布洛克波特分校

Eric Bentzen，哥本哈根商学院



George Young, 自由大学

Jean Cupidon, 得克萨斯理工大学

Jean-Claude Leon, 美国天主教大学

John Roufagalas, 特洛伊大学蒙哥马利分校

M.J. Alhabeeb, 马萨诸塞大学阿默斯特分校

Manzoor Chowdhury, 哥伦比亚学院

Peter Huang, 科罗拉多大学博尔德分校

Salvadore Contreras, 得克萨斯大学泛美分校

Stuart Abraham, 蒙莫斯大学

其他的美国教授作出了宝贵贡献, 有助于使这本管理经济学成为世界各地领先的教材之一。他们是: 加努恩大学的 Robert Brooker, 圣地亚哥大学的 Denise Dimon 和 Bob Johnson, 路易斯安那科技大学的 Otis Gilley, 加州州立大学长滩分校的 Jack Hou, 南佛罗里达大学的 Brad Kamp, 东北路易斯安那大学的 Carl Kogut, 加努恩大学的 David Miller, 哥本哈根大学的 Mare Nyeland, 圣心大学的 Lucjan Orłowski, 中佛罗里达大学的 Bob Pennington 和圣何塞州立大学 David Saurman。

以下教授审读了以往版本, 并提出了很多有用的改进建议: 佩波戴恩大学的 Bairn 院长, 田纳西大学的 Saul Barr, 印第安纳大学南岸分校的 John Beck, 普利茅斯州立大学的 Trent E. Boggess, 加努恩大学的 Robert Brooker, 包伊州立大学的 Barrington K. Brown, 古斯塔夫阿道尔夫学院的 John Bungum, 拉萨尔大学的 John E. Connor, 普利茅斯州立大学的 John Gregor, 天普大学的 Simon Hakim, 中田纳西州立大学的 Richard Hannah, 伊利诺伊州立大学的 Hiebert 院长, 卡梅隆大学的 James Horner, 宾州印第安纳大学的 Nicholas Karatjas, 圣母升天学院 Demetrius Karenteli, 马里兰大学巴尔的摩分校的 Douglas J. Lamdin, 爱纳大学的 Mary Lesser, 默西学院的 Louis Lopilato, 菲尔莱狄更斯大学的 Wilfred McAloon, 中佛罗里达大学的 Warren Machone, 北科罗拉多大学的 Philip S. Mahoney, 达拉斯大学的 Daniel Marsh, 中央州立大学的 Don Maxwell, 加州州立大学长滩分校的 Marshall H. Medoff, 里士满大学的 Robert Nicholson, 纽约州立大学奥尔德里奇伯特里学院的 Patrick O'Sullivan, 中佛罗里达大学的 Robert Pennington, 加利福尼亚理工学院的 Walter Rice, 北卡罗来纳大学夏洛特分校的 David Riefel, 北爱荷华大学的 Janet M. Rives, 北卡罗来纳州立大学格林波若分校的 John Rodgers, 普罗维登斯大学的 William J. Simeone, 佩斯大学的 Michael Szenberg, 西卡罗来纳大学的 John Wade, 弗吉尼亚联邦大学的 James N. Wetzel, 亚利桑那州立大学的 Richard Winkelman, 加努恩大学德坎佩尔商学院的 Robert Brooker, 华盛顿州立大学商业和经济学院的 Ananish Chaudhuri, 贝瑟尼学院经济系的 Wilfrid Csaplar, 爱商学院经济系的 Jayoti Das, 圣地亚哥大学国际商务与 MBA 学院院长 Denise Dimon, 斯克兰顿大学卡尼亚管理学院经济与金融系主任 Satyajit Ghosh, 印第安纳大学科克摩分校商学院的 Luba Habodaszova, 圣地亚哥大学工商管理学院的 Robert Johnson, 蒙特克莱尔州立大学商学院经济学和金融系的 Philip LeBel, 西华盛顿大学经济及商学院的 Matthew Roelofs, 圣心大学金融研究院的 Lucjan Orłowski, 佛罗里达大西洋大学经济与商业系的 Rupert Rhodd, 道林大学商学院的 Stuart Rosenberg, 西弗吉尼亚大学商业经济学院的 Mehmet Tosun, 维也纳大学经济及工商管理学院的 Fritz Breuss、

Gerhard Fink 和 Stefan Griller, 哥本哈根商学院的 Ove Hedegaard, 印度尼西亚北大学的 Fatimah Wati Ibrahim and Shaharuddin Tahir, 拉合尔弗曼基督学院的 Wasif Siddiqui, 胡志明大学的 Hans Stoessel, 巴林大学的 Sooraj B. Swami, 中国台北世新大学的 Chin-Fan Tai, 以及巴伦西亚大学的 Cecilio Tamarit。在此一并表示感谢!

安永会计师事务所的 Michael Halloran 博士、毕马威会计师事务所的 Luca Bonardi 博士、IBM 的 Selena Bonardi 博士、艾克发 (Equifax) 征信公司的 Reza Barazesh 博士, 摩根斯坦利和史密斯巴尼的 Robert J. Birnback 博士和 Jeffrey Shafer 博士, 以及 Simsbury 银行的 Anthony Bisceglia 博士也提出了宝贵的建议。

此外, 我非常感谢已故的 Sir Ronald A. Fisher, F. R. S. 的遗稿管理人 Frank Yates 博士, 以及伦敦朗文集团, 他们许可我从他们的书《统计学用表》( *Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research*, 6th ed. 1974 ) 里翻印表 C-2。

最后, 我要感谢牛津大学出版社的主编 Patrick Lynch 和助理编辑 Maura MacDonald, 他们为这本书成为领域内的重要著作, 提供了一流的帮助。我的助教 Michael Mebane, Joseph Mauro 和 Katie Jajtner 所做的工作是无价的。我也要感谢 Angela Bates 和 Josephine Cannariato (Fordham 的系秘书) 的效率和令人愉悦的安排。

多米尼克·萨尔瓦多 (Dominick Salvatore)

# 目 录

## 第一篇 导 论

第一章 管理经济学的性质和研究范围	3
1.1 管理经济学的研究范围	5
管理经济学的定义	5
管理经济学与经济学的关系	6
管理经济学与决策科学的关系	6
管理经济学与企业管理功能领域的关系	7
1.2 决策的基本过程	7
1.3 企业理论	10
企业存在的原因及其作用	10
企业的目标和价值	11
企业的经营约束	12
企业理论的局限性	12
1.4 利润的性质和功能	13
经营利润和经济利润	13
利润理论	14
利润的功能	15
1.5 商业道德	15
1.6 管理经济学的国际性框架	18
1.7 更具风险、危机多发、发展缓慢的全球经济中的管理经济学	21
1.8 管理经济学与互联网	22
本章小结	24
练习题	25
第一章附录：需求、供给和均衡的基本概念	26
市场需求方	26
市场供给方	26
均衡价格	27
需求曲线的移动与均衡价格	28
供给曲线的移动与均衡价格	28
附录问题	29
补充阅读材料	30

第二章 最优化技术和新管理工具	32
2.1 经济关系的表示方法	34
2.2 总量、平均量和边际量之间的关系	35
总成本、平均成本和边际成本	36
平均成本和边际成本曲线的几何推导	36
2.3 最优化分析	38
用总收益和总成本算出利润最大化	38
通过边际分析实现最优化	39
2.4 有约束下的最优化	41
2.5 最优化的新管理工具	42
标杆管理法	42
全面质量管理	43
企业再造	45
学习型组织	47
2.6 其他最优化管理工具	48
2.7 新管理工具和职能专业化	49
本章小结	53
练习题	53
电子表格练习题	54
第二章附录 1: 用电子表格实现最优化	55
附录问题	57
第二章附录 2: 微分计算和最优化技术	57
导数和微分法则	57
导数的概念	57
微分法则	59
优化计算	62
多变量的优化	64
偏导数	65
多变量函数的最大化	65
有约束下的优化	66
拉格朗日乘数法的有约束优化	67
附录习题	68
补充阅读材料	69
综合案例 1: 史蒂夫·乔布斯	71

## 第二篇 需求分析

第三章 需求理论	77
3.1 商品的需求	79

商品的个人需求 .....	80
从个人需求到市场需求 .....	82
企业面临的需求 .....	84
3.2 需求的价格弹性 .....	86
需求价格点弹性 .....	87
需求价格弧弹性 .....	88
价格弹性、总收益和边际收益 .....	89
影响需求价格弹性的因素 .....	92
3.3 需求收入弹性 .....	94
3.4 需求交叉价格弹性 .....	96
3.5 弹性在管理决策中的应用 .....	99
3.6 偏好的国际化融合 .....	101
3.7 电子商务 .....	104
本章小结 .....	108
练习题 .....	109
电子表格练习题 .....	111
第三章附录：市场需求曲线的背后——消费者选择理论 .....	112
消费者偏好：无差异曲线 .....	113
消费者约束：预算线 .....	113
消费者均衡 .....	114
消费者需求曲线的推导 .....	114
价格变化的收入效应和替代效应 .....	115
消费者选择理论的数学论证 .....	116
附录问题 .....	118
补充阅读材料 .....	118
<b>第四章 需求估计 .....</b>	<b>119</b>
4.1 识别问题 .....	121
4.2 需求估计的市场调研方法 .....	123
消费者调查和观察研究 .....	123
消费者门诊 .....	125
市场实验 .....	126
虚拟购物和虚拟管理 .....	127
4.3 回归分析简介 .....	129
4.4 单回归分析 .....	131
普通最小二乘法 .....	131
参数估计的显著性检验 .....	133
显著性检验和置信区间的其他方面 .....	135
拟合度和相关性检验 .....	135

4.5	多元回归分析	138
	多元回归模型	138
	可决系数和调整后的 $R^2$	140
	方差分析	141
	点估计和区间估计	142
4.6	回归分析中的问题	142
	多重共线性	142
	异方差	143
	自相关	144
4.7	通过回归分析的需求估计	144
	模型分类	145
	搜集有关变量的数据	145
	确定需求方程的形式	145
	检验经济计量的结果	146
4.8	美国进出口需求的估计	148
	本章小结	151
	练习题	152
	第四章附录：用 Excel 做回归分析	155
	单回归分析	155
	多元回归分析	156
	附录练习题	158
	补充阅读材料	159
<b>第五章</b>	<b>需求预测</b>	<b>160</b>
5.1	定性预测	162
	调查技术	163
	民意测验	163
	征求国外专家意见	164
5.2	时间—序列分析	165
	时间—序列数据波动的原因	165
	趋势预测	167
	季节变化	169
5.3	平滑技术	172
	移动平均	172
	指数平滑	173
5.4	气压法	176
5.5	计量经济模型	180
	单方程模型	180
	多方程模型	181

5.6 投入—产出的预测	185
本章小结	186
练习题	186
第五章附录：用 Excel 进行时间—序列分析来预测波动	190
用回归分析预测美国房屋新建数量	190
利用比例—趋势法对房屋新建数量的趋势预测进行季节变量调整	191
利用哑变量对房屋新建的趋势预测进行季节变量调整	193
附录练习	193
补充阅读材料	195
综合案例 2：福特的赌注：这毕竟是一个很小的世界	196
综合案例 3：美国电力需求的估计和预测	198

### 第三篇 生产和成本分析

<b>第六章 生产理论与估计</b>	<b>203</b>
6.1 生产的组织和生产函数	205
生产的组织	206
生产函数	206
6.2 一种可变生产要素的生产函数	209
总产量、平均产量和边际产量	209
边际报酬递减法则和生产阶段	210
6.3 可变要素的最优使用量	213
6.4 两种可变要素的生产函数	214
等产量线	215
生产的经济区域	216
边际技术替代率	217
要素的完全替代和完全互补	218
6.5 最优生产要素组合	219
等成本线	220
成本最小化或利润最大化的最优要素组合	221
利润最大化	222
要素价格变化效应	223
6.6 规模报酬	225
6.7 经验生产函数	227
6.8 创新过程	229
创新的意义和重要性	229
你的公司文化是如何创新性的呢？	231
开放式创新模式	232
开放式的创新模式的下一步	233

6.9 创新和全球竞争	234
美国企业的创新和国际竞争力	234
新型计算机辅助生产革命和美国企业的国际竞争力	236
本章小结	238
练习题	239
电子表格练习	241
第六章附录：微分生产分析	242
约束条件下的产出最大化	242
约束条件下的成本最小化	243
利润最大化	243
附录练习题	244
补充阅读材料	245
<b>第七章 成本理论与估计</b>	<b>247</b>
7.1 成本的性质	249
7.2 短期成本函数	250
短期总成本和单位成本函数	250
短期总成本和单位成本曲线	251
7.3 长期成本曲线	253
长期总成本曲线	254
长期平均成本和边际成本曲线	256
7.4 厂房大小和规模经济	258
7.5 学习曲线	260
7.6 国际性成本最小化——新规模经济	263
要素的国际贸易	263
新型国际规模经济	264
技工移民	264
7.7 后勤管理或供应链管理	265
7.8 本—量—利分析和经营杠杆	267
本—量—利分析	267
经营杠杆	269
7.9 成本函数的经验估计	271
估计短期成本函数的数据和度量问题	271
短期成本函数的函数形式	272
用横截面回归分析估计长期成本函数	274
使用工程法和生存法估计长期成本函数	276
本章小结	277
练习题	278
电子表格练习题	281



第七章附录：微分成本分析	281
附录练习题	283
补充阅读材料	283
综合案例 4：石油工业的生产和成本函数	284
综合案例 5：第三次工业革命	286
综合案例 6：丰田——运转过热的机器	288

## 第四篇 市场结构与定价实践

第八章 市场结构：完全竞争、垄断和垄断竞争	293
8.1 市场结构和竞争程度	295
8.2 完全竞争	295
完全竞争的意义和重要性	296
完全竞争市场的价格决策	297
完全竞争企业的短期分析	299
竞争企业和市场的短期供给曲线	301
完全竞争企业的长期分析	301
8.3 全球经济中的完全竞争	303
国内需求和供给、进口及价格	303
美元汇率和美国企业的国际竞争力	304
8.4 垄断	306
垄断的源泉	306
垄断的短期价格和产量决策	308
垄断的长期价格和产量决策	310
垄断和完全竞争的比较	311
8.5 垄断竞争	314
垄断竞争的意义和重要性	314
垄断竞争的短期价格和产量决策	315
垄断竞争的长期价格和产量决策	316
垄断竞争的产品差异化和销售费用	317
本章小结	319
练习题	319
电子表格练习题	322
第八章附录：微分求解利润最大化	323
附录练习题	325
补充阅读材料	325
第九章 寡头垄断和企业架构	327
9.1 寡头垄断和市场集中度	329