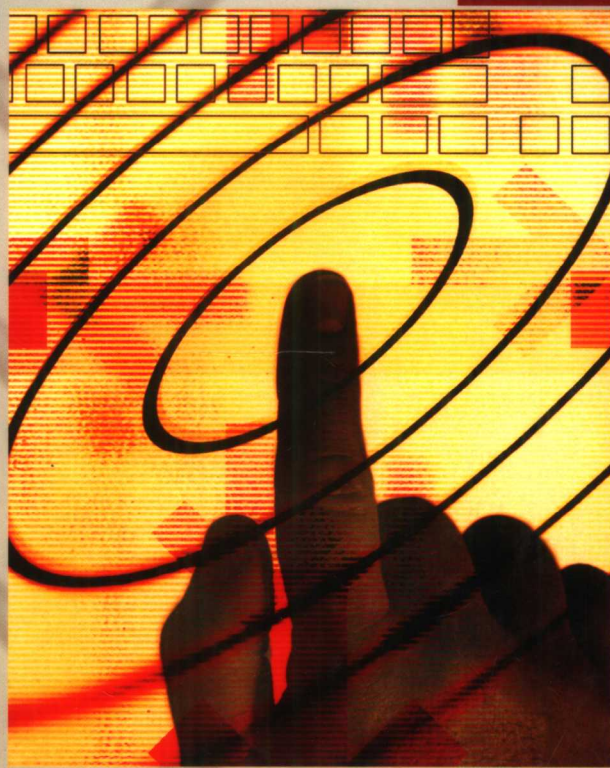


Essentials of Economics

经济学精要

6th Edition

(第6版)



(美) 保罗·R·格里高利 著
刘元春 彭志文 译



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

世界权威教材精要译丛

Essentials of Economics

6th Edition

经济学精要

(第6版)

(美) 保罗·R·格里高利 著

刘元春 彭志文 译

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Paul R. Gregory: Essentials of Economics, Sixth Edition

Authorized translation from the English language edition, entitled Essentials of Economics, Sixth Edition, 0321238036 by Gregory, Paul R., published by Pearson Education, Inc, publishing as Addison-Wesley.

Copyright © 2005 by Pearson Education, Inc.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from Pearson Education, Inc.

Chinese simplified language edition published by Pearson Education Asia Ltd., and Publishing House of Electronics Industry Copyright © 2006.

本书中文简体字版由 Pearson Education, Inc. 授权电子工业出版社独家出版发行。未经书面许可, 不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字: 01-2006-4800

图书在版编目 (CIP) 数据

经济学精要: 第 6 版 / (美) 格里高利 (Gregory, P.R.) 著; 刘元春, 彭志文译. —北京: 电子工业出版社, 2006.10

(世界权威教材精要译丛)

书名原文: Essentials of Economics, 6th Edition

ISBN 7-121-03164-7

I. 经… II. ①格… ②刘… ③彭… III. 经济学—教材 IV. F0

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 106984 号

责任编辑: 刘露明 陈 晶

印 刷: 北京市天竺颖华印刷厂

装 订: 三河市金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 20.25 字数: 324 千字

印 次: 2006 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 36.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系电话: (010) 68279077; 邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

前言

经济学具有解释现实经济活动的功能。21 世纪头一个十年已近过半, 经历了 2000 年至 2001 年的衰退, 人们已经淡忘了长达 10 年的经济扩张。目前明显的经济强劲复苏迹象开始显露。衰退期间暴跌的股票价格开始接近先前的高位。美国国会批准了减税方案, 对于该方案, 民主党指责其过于庞大而共和党认为不失谨慎。2004 年总统选举也已经开始, 其结果将严重影响经济。俄罗斯得益于石油高价已经从经济衰退中脱身。加州的电力管制和其他经济问题导致州长被罢免, 其职位由一个电影明星取代。美国总统倡议就建立包括南北美洲在内半个地球范围的自由贸易区开展对话。中国作为世界上人口最多的国家正继续向超级大国地位迈进。通过吸纳 12 个新成员国加入欧盟, 欧洲继续向包括近 4 亿人口的单一欧洲市场发展。欧洲统一货币的进程业已完成, 欧元对美元的汇率正在上升。

《经济学精要》(第 6 版) 通过涵盖现代微观和宏观经济学基本原理的内容体系来说明经济理论如何解释这些事件。如果学生准备在一门课程内同时学习微观和宏观经济学, 那么充分理解基本原理其学习效果要好于阅读大量过分专业化的材料。本书设计为一学期课程, 但也可以结合指定读物用做连续两个学期的微观与宏观经济学课程。

《经济学精要》(第 6 版) 采纳了新的组织结构, 认同了微观与宏观经济学之间不断加强的联系。第 1 篇给出了供给、需求和市场的基本概念, 使学生了解基本的经济学专业用语。该篇新增了关于因特网经济学一章。第 2 篇展现了微观经济学的内核, 关注生产成本、竞争性企业行为以及非竞争性企业行为。第 3 篇“宏观经济学的微观基础”提供了宏观经济学的微观经济基石, 即消费、储蓄、利率和财政。第 4 篇讲述宏观经济学的核心内容: 总需求与总供给、国民收入、经济增长、通货膨胀及失业。第 5 篇讨论世界经济全球化以及描述贫富分化的世界经济、贸易理论和国际货币体系。

《经济学精要》融合传统主题与现代理论, 提供了关于基本微观及宏观经济理论的全面阐释。在宏观领域, 它综合了现代总量供求分析、预期理论、契约以及自然率假设, 对短期及长期总供给的不同观点加以分析, 并对积极干预主义与非积极干预主义的政策争论

进行了探讨。由于绕开总支出模型直接讨论总需求与总供给,从而使宏观部分更为简短。失业、消费、投资和利率理论只在微观基础部分涉及。微观经济学章节囊括了经济学最前沿的主题:信息理论、网络外部性、纳什均衡、高峰负荷定价、生命周期消费、道德风险、投资泡沫以及现代产业组织,并对传统微观经济学进行了全面的评述。

由于基础讲义涵盖核心经济主题,阐述理论也应以精确简易为要。理论性概念都以通俗易懂的语言进行了解释,尽量不使用现代经济学专业语汇,并且将关键术语和概念单独列示以方便读者参考。对理论性概念的介绍采取图解说明与语言解释并用,从而避免使用过多的图形图像,让读者无所适从。每章内容都展示了现实关联性。微观部分的章节提供了一些应用与实例,包括电力管制、股票市场、电子商务、微软案例、远程交流以及摩尔定律。宏观部分的章节以现实数据和政策实例来补充说明理论概念。本书旨在说明经济学是一门实用的学科,只要教学得当,便有助于学生理解真实世界。

《经济学精要》有完整的配套支持系统。在线学生学习指南通过大量的问题集和分析性多项选择题提供了一学期经济学原理课程的学习指导,这些指导旨在引导学生最有效地解决问题;配套网站 www.aw-bc.com/gregory 上有额外的学生及教师资源;在线题库可以帮助教师教学。

众多人士对本书的早期版本提出过宝贵的建议,他们是 Wake Forest 大学的 Claire H. Hammond、盖恩斯维尔大学的 Gena F. Hampton、莱克县学院的 Robert Kerr、桑特湖社区学院的 John Neal、圣约翰大学的 Charles A. Rambeck、匹兹堡大学的 Steven Husted、希尔兹堡社区学院的 Jerry Knarr、圣弗朗西斯科州立大学的 William John Mason、加州大学圣芭芭拉分校的 W. Douglas Morgan、科格威尔学院的 Nic Nigro、佛罗里达大学的 Mark Rush、富劳斯特堡州立大学的 Anthony Stair、北卡罗莱纳大学夏洛特分校的 Richard A. Zuber、加州州立大学 Northridge 分校的 Richard L. Tontz 以及塔里顿州立大学的 Paul A. Stock。我同样乐于向圣奥兰夫学院的 William Carlson、哈特威克学院的 Laurence Malone、史密斯学院的 Mark Aldrich、东康涅狄格州立大学的 Rhona Free、北卡罗莱纳大学的 Michael K. Wohlgenant、波士顿马萨诸塞大学的 Marlene Kim 以及 William Rainey Harper 学院的 Mark Healy 致以谢忱,他们对本书第 6 版提供了非常有价值的建议。

最后,我要对 Addison-Wesley 出版公司职员专业的编辑和制作工作表示感谢。

电子工业出版社世纪波公司好书推荐

《消费者行为学》(第6版)(中国版)(双色)

(美) 迈克尔·R·所罗门 (中) 卢泰宏 合著 书代号: F0018540 定价: 68.00 元

这本书是一部在消费者行为学领域首次将国际最新理论与中国本土实际相结合的国际巨献。

作者简介:

迈克尔·R·所罗门: 美国奥本大学教授, 行为科学/时尚文献中被引用最广的前 15 位学者之一, 广告和营销沟通领域 10 个最多产的研究者之一。

卢泰宏: 中国中山大学国际营销学教授、博士生导师, EMBA 主讲教授, 中国营销研究中心(CMC)主任, 飞利浦·科特勒国际营销理论贡献奖中国首位获奖者, 中国市场学学会常务理事。

- 保留《消费者行为学》(第6版)的结构、理论与精华;
- 增加中国消费者行为的关键性内容、相关理论延伸及本土实践案例, 体现国际本土化特色;
- 探讨消费者行为案例与新现象, 强调消费者行为学理论在营销中的应用。

读者对象: MBA、EMBA、大学相关专业师生、职业经理人



《市场营销研究: 应用导向》(第4版)

(美) Naresh K. Malhotra 著 涂平等译 书代号: F0029860 定价: 58.00 元

国际最知名的市场营销研究专家之一, 美国乔治亚理工学院 Malhotra 教授经典著作最新版!

国外最流行的市场营销研究教科书! 翻译成五种语言!

美国 140 多所大学采用为教材!

北美版、澳大利亚版、新西兰版、国际版等多个国际版!

北京大学、中山大学等市场营销专业硕士生和 MBA 指定教材!

反映国际市场营销研究过程、方法及应用方面的最新趋势!

第4版更新: 修订部分案例、相关数据; 新增 SPSS 软件的应用和数据分析; 扩充 Internet 和计算机应用章节; 关注营销研究的职业道德问题

读者对象: MBA、市场营销专业师生、市场营销研究从业人员



教学支持说明

Pearson Education 旗下的国际知名教育图书出版公司 **Prentice Hall** 的高品质的经济类出版物是全美及全球高校采用率最高的教材, 享誉全球教育界、工商界和技术界。

为秉承 **Prentice Hall** 出版公司对于其教材类产品的一贯教学支持, **Pearson Education** 将向采纳本书作为教材的老师免费提供【网上教学支持课件】。任何一位注册的老师都可直接下载所有在线的【教学辅助资料】包括教师指导手册、PowerPoint 教学讲义、习题解答、习题库等。

为取保此资源仅为老师教学所使用, 烦请填写如下情况调查表。所示如下:

证 明	
兹证明	_____ 大学 _____ 系/院 _____ 学年
(学期) 开设的	_____ 课程, 采用 _____ 出版社
出版的	_____ (作者 / 书名) 作为主要教材。任课教师为 _____,
学生 _____ 个班共 _____ 人。学生为:	_____ (请在下面选择:
专科, 本科 1/2 年级, 本科 3/4 年级, 研究生, MBA, EMBA, 在职培训)	
电话:	_____
传真:	_____
E-mail:	_____
联系地址:	_____
邮编:	_____
系/院主任:	_____ (签字)
	(系 / 院办公室章)
	_____ 年 _____ 月 _____ 日

同时本书还配有其他教学辅导资料, 相关事宜敬请访问 **Prentice Hall / Addison Wesley Longman** 的相关网站: www.prenhall.com/myphlip / www.prenhall.com / www.aw.com

世纪波文化发展有限公司
电子工业出版社

Tel: 8610-88254199

Fax: 8610-88254200

E-mail: sjb@century-wave.com



Pearson Education Beijing Office
培生教育出版集团北京办事处

北京市西三环北路 19 号外研社大厦 2202 室 100089

Tel: 8610-88817488 ; 88817788-2301/2302

Fax: 8610-88817499

E-mail: service@pearsoned.com.cn

《电子商务：管理新视角》（第2版）

（美）Efraim Turban 等著 王理平（上海交通大学）等译 书代号：071780 定价：49.00 元

北美选用率最高的电子商务教材！

首届和第二届全国电子商务大赛的指定参考用书！

全国数十所高校选作电子商务专业教材！

全国电子商务师考试认证指定教材！

全球化视角介绍电子商务前沿理论与实践

读者对象：电子商务专业师生、电子商务研究人员和从业人员



《人力资源管理》（第9版）

（美）R. Mathis （中）赵曙明（南京大学）合著 书代号：F088830 定价：48.00 元

美国马希斯教授畅销教材《人力资源管理》（第9版）经典原著

中国人力资源管理权威（南京大学）赵曙明教授翻译

针对中国人力资源管理现状及教学需求进行相应删节与调整

增补大量中国发展实践内容和案例

注重直线经理与人力资源部门职能的联系性与相关性

读者对象：高校人力资源及相关专业师生、人力资源专业人员、企业管理人员



《组织行为学精要》（第8版）

斯蒂芬·P·罗宾斯 著 书代号：F0016040 定价：32.00 元

美国组织行为学权威斯蒂芬·P·罗宾斯教授的经典名著《组织行为学》的最新精要版本！

全球有 500 多所大学采用本教材！

从个体、群体和组织系统三个层面阐述组织行为。

读者对象：MBA、EMBA、大学相关专业师生、职业经理人



以上图书各大新华书店均有售，或按如下地址咨询：

北京世纪波文化发展有限公司（北京市万寿路南口金家村 288 号华信大厦）

邮编：100036 电话：010-88254199 E-mail: sjb@phei.com.cn

目 录

第 1 篇 经济学导论

第 1 章 稀缺性、选择与机会成本.....2

1.1 定义.....	3
1.2 概念与主题.....	3
1.3 有限资源与无限欲望.....	6
1.4 解决经济问题.....	9
1.5 机会成本.....	9
1.6 生产可能性与机会成本.....	10
1.7 成本递增规律.....	12
1.8 宏观与微观.....	12
1.9 经济理论.....	13
1.10 实证经济学与规范经济学.....	14
小结.....	15
问题与思考.....	15
附录 1A 图表分析.....	17
附录 1B 关系、趋势与散点图.....	22
小结.....	24
问题与思考.....	25

第 2 章 市场经济如何运行：价格体系.....26

2.1 市场与企业组织.....	27
2.2 经济活动的循环流.....	29

2.3 价格体系.....	31
2.4 相对价格.....	31
小结.....	36
问题与思考.....	37

第 3 章 市场需求、供给与弹性..... 38

3.1 其他条件不变.....	39
3.2 市场需求.....	39
3.3 需求曲线.....	41
3.4 市场供给.....	45
3.5 均衡：供给与需求共同决定.....	49
3.6 均衡变化.....	52
3.7 弹性和价格.....	55
小结.....	59
问题与思考.....	60

第 4 章 信息、因特网、电子商务和金融市场..... 62

4.1 信息与价格.....	63
4.2 信息成本.....	63
4.3 信息与因特网.....	64
4.4 虚拟市场.....	66
4.5 中介机构.....	67
4.6 产品责任.....	69

4.7 投机者	69
4.8 中介机构与因特网	71
4.9 关于未来的信息: 金融市场	72
小结	75
问题与思考	76

第2篇 微观经济学基本原理

第5章 成本与生产率

5.1 机会成本	79
5.2 短期与长期	80
5.3 报酬递减	81
5.4 短期成本	84
5.5 长期成本	87
小结	91
问题与思考	92

第6章 竞争性市场

6.1 竞争性市场	95
6.2 厂商与市场: 完全竞争	96
6.3 短期竞争性厂商	97
6.4 短期供给曲线	98
6.5 长期调整	102
6.6 效率与垄断竞争	105
6.7 竞争促进政策	106
小结	108
问题与思考	109

第7章 垄断、寡头与策略

7.1 垄断与寡头	112
7.2 价格搜寻	112

7.3 边际收益曲线	114
7.4 效率、反垄断与网络 外部性	121
7.5 集中度与集中趋势	125
小结	128
问题与思考	129

第3篇 宏观经济学微观基础

第8章 劳动市场: 工资、就业 与失业

8.1 要素市场	133
8.2 要素市场的供给与需求	133
8.3 劳动市场	138
8.4 宏观经济劳动市场	142
小结	147
问题与思考	148

第9章 储蓄、投资和利率

9.1 消费与储蓄	151
9.2 生命周期消费	152
小结	162
问题与思考	162

第10章 政府支出、税收和赤字

10.1 政府支出不受市场检验	164
10.2 税收	165
10.3 联邦预算	168
10.4 多数决定原则: 中位数投票 人的权力	172

10.5 互投赞成票	173	13.2 货币供给	212
10.6 理性忽视	174	13.3 银行	214
小结	175	13.4 联邦储备	216
问题与思考	175	13.5 联储如何控制货币 供给	225
 第 4 篇 宏观经济学基本原理		小结	226
 第 11 章 宏观经济问题：经济增长 与经济周期		问题与思考	227
 11.1 理想的宏观经济世界		 第 14 章 通货膨胀	 229
11.2 经济增长		14.1 通货膨胀的定义	230
11.3 经济周期		14.2 需求方通货膨胀与供给方 通货膨胀	234
11.4 宏观经济变量：产出、 价格与就业		14.3 货币与通货膨胀	237
小结		小结	241
问题与思考		问题与思考	242
 第 12 章 总供给与总需求		 第 15 章 宏观稳定政策	 243
 12.1 微观与宏观供求		15.1 宏观经济的稳定	244
12.2 古典经济学与凯恩斯主义 经济学		15.2 积极干预主义	244
12.3 总供给与总需求		15.3 通货膨胀缺口与通货紧缩 缺口	245
12.4 总需求		15.4 财政政策	246
12.5 总供给		15.5 货币政策	248
12.6 总供给曲线与总需求曲线 的移动		15.6 货币政策还是财政政策	249
小结		15.7 衰退、减税与赤字：政策 制定者的两难	251
问题与思考		15.8 自我纠正代替积极干预	254
 第 13 章 货币与银行		15.9 非积极干预主义	255
 13.1 货币定义及其职能		15.10 菲利普斯曲线、自然率 与宏观政策	258
		15.11 积极干预主义的理由	261

15.12 产出损失与价格刚性	261
小结	263
问题与思考	263

第 5 篇 国际经济学

第 16 章 国际贸易与全球化266

16.1 全球化	267
16.2 贸易利益	270
16.3 通过工资竞争	272
16.4 贸易壁垒	273
16.5 保护主义者的论据	276
16.6 美国的贸易政策	277

小结	279
问题与思考	280

第 17 章 国际货币体系 282

17.1 外汇与汇率	283
17.2 国际资本流动	287
17.3 国际货币体系	289
17.4 固定汇率与货币危机	290
17.5 国际收支	292
小结	293
问题与思考	293

附录 A 术语表

PART ONE

第 1 篇

经济学导论

第 1 章

稀缺性、选择与 机会成本

本章预览

在我们看来，将电能用于室内取暖、空调运行、食物烹调以及工厂和企业的运营等都是理所当然。用电管制曾被认为是其他非洲或亚洲的发展中国家人民的灾难。然而从 2001 年到 2003 年，加利福尼亚这个美国人口最多的州却一直被用电管制所困扰。这再一次警醒世人，所有经济资源都是稀缺的，必须在竞争中分配使用，“天下没有免费的午餐”。我们将经济物品用于某一目的时，就不能用于其他用途。在第 1 章中我们以电力这样一种产品为例来说明稀缺性与选择。

1.1 定义

关键点：经济学研究，在现行经济体制中，我们如何利用稀缺资源进行专业化生产并交换和消费产品及服务。

经济学研究现行经济体制中家庭、企业和政府作为经济主体如何使用稀缺资源进行专业化生产，并交换和消费产品及服务。

经济舞台上的主角是家庭、企业和政府，它们必须在有限的资源限制下，从多种行动中做出选择。专门从事不同经济活动的经济角色必须彼此进行交换或者贸易。生产和交换以消费为终点，而商品和服务的消费决定我们的物质生活水平。经济体制包括法律制度、政治制度以及组织交换的社会制度。

1.2 概念与主题

由于我们对经济学的定义中包含了许多信息，因此，有必要对其中的关键概念加以解释，如经济主体、稀缺资源、选择、专业化与交换以及经济体制。

1.2.1 经济主体

经济主体是那些参与生产、交换、分工和消费的个人与组织，可以是家庭中的个人、企业、非营利组织或者政府。由于经济学关注私人经济活动，所以我们研究的经济主体主要是企业和家庭，但我们同样对投票人与政府机关如何做出经济决策感兴趣。

关键点：经济主体参与生产、交换、分工和消费。

美国经济中有多少经济主体呢？大概有 1 亿家单身或几口之家、1 500 万家企业和 8 万多家政府单位。

哪些经济主体参与电力市场呢？超过 1 万家生产单位利用水能、蒸汽、燃气涡轮和核能发电，它们为 1.14 亿家住户、1 500 万家商业机构和 57.5 万家工业用户提供电力。

1.2.2 稀缺资源

为了理解**稀缺资源**，我们必须定义**资源**和**稀缺性**。资源是指组合起来生产商品和服务的土地和自然资源、劳动力以及资本（工厂、设备和存货）。

生产性资源又称**生产要素**。由于其最终决定产出水平，故而代表经济财富。资源一般分为三类：土地和自然资源、劳动力以及资本。土地可以从生产性农田变成垃圾场；劳动

关键点: 稀缺资源是指当其免费赠予时需求超过供给的土地、劳动力和资本资源。

资源是指组合起来生产商品和服务的土地和自然资源、劳动力以及资本, 又称生产要素。

稀缺性存在于产品或资源提供量少于免费赠予时用户需求量的情形中。

力可以从一名熟练的外科医生变为一名挖掘工; 资本可以在水电大坝、80 层写字楼和犁具之间转化。资源, 特别是劳动力, 可以从定性与定量两个角度进行考察: 有人可能拥有卓越的运动才能; 有人可能是个天才的演说家; 也有人拥有多年职业训练的经验。除了发电厂和劳动力外, 电力行业使用稀缺资源生产电力, 如 2003 年就用掉了 10 亿吨煤、7 万亿立方英尺天然气 (1 立方英尺=0.028 3 立方米) 和 1.9 亿桶石油, 这些资源本可以用做他途。

稀缺性一词在日常语言中与经济学中含义颇为不同。只要所能提供的产品或资源少于使用者在免费赠予时想要的数量, 就存在稀缺性。稀缺性基本与富裕或贫穷无关。它既存在于富裕社会, 也存在于贫穷社会。只要现有产品数量与免费提供时人们想要的数量之间存在不平衡就有稀缺性。像劳斯莱斯、游艇和曼哈顿的豪宅等这些供富人消费的产品与供穷人消费的产品 (如城市公共交通工具、罐头食品和活动房屋) 一样稀缺。两种情形中, 人们在零价格时想拥有的产品数量都超过了现有数量。

并非所有资源都是稀缺的。一些自然资源, 如氧气和阳光 (没有它们任何生产都不会发生) 是如此充裕, 以致现有数量超过了零价格时用户想要的量。这样的非稀缺性产品或者免费产品, 不需要复杂的选择。每一个想要的人都能得到。

1.2.3 选择

稀缺性迫使经济主体做出选择。因为生产要素是有限的, 无法生产出无限的商品和服务。家庭必须选择如何将有限的收入花费在想要的东西上; 企业必须在不同的稀缺资源组合以及生产产品中做出选择; 制造商必须选择是使用装配线工人还是使用工业机器人; 汽车制造商必须在轿车、越野车和卡车之间做出选择; 政府必须选择增加开支用于国防还是教育。如果我们拥有无限的资源, 稀缺性不复存在, 我们就不会被迫面临选择。所有的东西都会比人们想要的还要多。

电力供应商选择利用蒸汽生产 70% 电力、利用核能生产 20% 电力、利用水能生产 10% 电力; 消费者必须选择将钱花在电力、天然气还是其他产品上面, 这些都是经济方面的选择。

1.2.4 专业化与交换

经济主体进行专业化分工。**专业化**是将资源用于最具优势的地方。例如, 一些人从事

销售,另一些人为电脑编程;一些人专攻法律,另一些人精通医理;衣阿华州的农场种植谷物,堪萨斯州的农场盛产小麦;日本专业化生产电子产品和小型汽车,美国专业化生产商用飞机和小麦。个人、企业和国家都不可能是万能的。它们通过从事比别人相对更擅长的行业来增加自身的物质财富。

关键点:专业化是将资源用于最具优势的地方。

交换是通过专业化进行商品和服务的交易。

专业化和交换增加物质财富。

现代经济学奠基人亚当·斯密在其1776年的著作《国富论》中认为,专业化与交换是经济繁荣的根源。斯密使用现在已成为经典的制针工厂的例子表明,在一个机械化工厂里10名工人进行专业化分工,要比同样10名工人分别单独完成所有工序的生产效率高出100倍或者1000倍。

专业化要求**交换**。没有交换,经济主体只剩下自己的产品,专业化就会毫无益处。没有交换,日本只拥有电子产品和轿车而缺乏食物,医生只能照顾自己的健康而不能享受法律服务、食物、服装和汽车维修服务。

以电力行业为例,大多数家庭和企业通过交换获得电力供应。即使可以安装风车(或内燃机)自己发电,他们仍向电力公司购买电力。大公司、大学发电厂和风车主们这些不实用的电力生产者仅仅生产约1.5亿千瓦时的电量(总发电量超过3万亿千瓦时)。在这些不常见的情况中,电力消费者没有选择专业化生产而是自己生产产品。

例 1.1 专业化与丰田公司的即时制造

丰田公司的即时制造系统是斯密分工原理的当代例证。第二次世界大战后初期,丰田公司的产量远不及福特公司和通用汽车公司等美国同业巨头,但却具有与其同样的成本效益。丰田公司使用装配线和存货来批量生产相似产品,而非美国式依靠大规模生产相同商品来竞争,这就是丰田公司的所谓批量生产过程(与客户生产或规模生产相区别)。丰田公司密集使用其工具,像一个专营定制业务的生产工厂,但其工厂布局又与大规模生产无异。丰田公司的生产线像河流一样运行,原材料存货和收货坞就像源头,零件制造和子装配操作就像支流,最后汇合成主干道。作业中心在需要时从供给中心提取存货,就如同顾客从杂货店的货架上取商品一样。每个零件容器都有确切的认证卡片,以方便供应商作业中心及其使用者。如果供应中心用光或者堆积卡片,就表明供应链失衡,零件供应太慢(卡片用完)或者手头积累太多零件(卡片堆积)。这样做的目的是实现所谓即时生产,零件在需要时恰好到达。此外,丰田公司的零件可以在其不同车型间互换使用。丰田公司的即时生产方式现在已被广泛使用。例如,欧洲商用喷气式飞机制造商——空