



财政部“十五”规划编译教材
经济学教材译丛

Managerial Economics

管理经济学

[美] 莱拉·J·特鲁特 / 著
戴尔·B·特鲁特 / 著
李克宁 / 译

(第七版)

Seventh Edition



经济科学出版社
Economic Science Press

财政部“十五”规划编译教材
经济学教材译丛

管理经济学

——分析·问题·案例

(第七版)

[美] 莱拉·J·特鲁特 著
戴尔·B·特鲁特

经济科学出版社

责任编辑：张建光

责任校对：徐领弟 董蔚挺 杨晓莹 王苗苗

版式设计：代小卫

技术编辑：李长建

管理经济学

——分析·问题·案例

(第七版)

[美] 莱拉·J·特鲁特 著
戴尔·B·特鲁特

李克宁 译

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www.esp.com.cn

电子邮件：esp@esp.com.cn

北京密兴印刷厂印装

787×1092 16 开 51.5 印张 850000 字

2003 年 3 月第一版 2003 年 3 月第一次印刷

印数：0001—4000 册

ISBN 7-5058-2895-9/F·2263 定价：79.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

第

七版教材是本书面市 20 多年来的一个里程碑，20 多年来，我们在内容和范围方面对本书进行了多次的修改，在努力保持本书内容的清晰并富有时代特色的同时，我们将择其要者呈现给读者。

本书的对象仍旧是那些已经学习了一些初等经济学课程的企业管理专业的学生。正如本书书名所意味的，本书的目标是使学生更好地懂得如何将经济学理论应用于管理决策。我们相信，实现这一目标的最好方法是简明、扼要地讲述微观经济决策的原理，同时，通过问题与案例分析，说明如何应用这些原理。

本书各章在讨论决策标准和准则的过程中，都穿插了大量的数学计算例题及案例分析，第 2~14 各章在末尾给出了与内容相关的问答题与习题，部分单编号习题的答案见本书末尾。此外，我们还在每篇的末尾提供了案例，这些案例综合性地运用了相关各章中所介绍的各种概念和理论。

第七版教材的特点和改动

在本版教材中，我们对《管理经济学》进行了一些结构上的改动和内容上的改进。以下是本书的一些主要特点和变动：

- 全面的更新。企业管理专业学生最好的学习方法便是研究当前的和具体的案例。为此，我们对本书内容进行了全面的更新，并增加了很多有关当前事件的新的案例与参考资料。
- 增加了博弈论方面的内容。第 9 章在对寡头垄断的讨论之后，提供了一个扩充了的有关博弈理论的附录。该附录介绍了标准形式和扩展形式的博弈。附录对一次博弈、重复博弈和序列博弈进行了讨论，并在

末尾提供了一些习题。

- 增加了信息经济学方面的内容。第9章的第2个附录介绍了一些主要的信息经济学问题,包括信息不对称、逆向选择以及道德风险等问题。该附录末尾也提供了少量的习题。
- 理论应用专栏。本书前一版开始使用了两个便于教学的专栏——管理视野专栏与计算例题专栏。本版教材保留和更新了这两个专栏。管理视野专栏用当前的和有趣味的事例说明了现实中的企业是如何处理书中讨论的各种经营管理与决策问题的。计算例题从各章内容出发,着重介绍了解决特定问题(如弹性、成本最小化、利润最大化以及现值等)而必须采取的步骤。这些问题都是学生在章末习题和《学习指导》习题中会反复遇到的。我们相信,花一些时间做完各计算例题,一定有助于提高学生解决相关问题的能力。
- 对国际问题的理论应用。管理经济学理论在国际商务问题中的应用,在当今比以往任何时候都更为重要。在过去15年中,我们曾有幸到世界各国进行旅游和研究,这些国家包括俄罗斯、中国、英国、澳大利亚、韩国、西班牙、意大利以及南非。这些经历加上对美国、加拿大和墨西哥等国许多产业进行的研究与咨询,曾极大地加深了我们对企业界和公共部门运营与决策状况的了解。这方面的收益曾有助于我们使本书具有更为独特的国际视角。我们进一步加强和充实了具有经营战略意义的国际经济专题专栏,该专栏旨在使学生理解国际经济环境是如何影响企业的经营管理决策的。
- 对市场结构的比较。熟悉本书前面各版的读者会发现,这一新版本的第9章的内容得到了明显的增加。应审阅者们的要求,我们增加了一个总结性的表格,并对不同产品的市场结构进行了讨论。这些将有助于学生进一步明确企业在进入其产品销售市场时会遇到的各种可能的市场条件。
- Ⅴ • 术语表及术语定义。正如前面各版一样,我们在本书末尾提供了术语表,并对该表进行了扩充。术语表给出了术语的定义,这些定义有助于学生准确地理解各种概念的含义。
- 数学附录。本教材末尾的数学附录对很多学生来说都将是一个重要的学习工具。
- 更新的章末习题。在本版教材中,我们保留了前面各章的章末习题,但用一些符合21世纪初情况的数据取代了一些原有的数据。这些改变

使习题更为贴切，但并不改变习题的结果。

课程 设计

根据我们教授管理经济学课程的经验，我们需要提醒学生和教员注意的是，本书所包含的内容超过了一学期 3 个学分课程通常所能教授的内容。具有经济学基础知识一般水平的学生应能够在一个学期内学完第 1、2、5~7，以及 8~11 各章。具有更强经济学背景的学生可以再增加第 3、4 两章的学习。

在本教材的使用中可以有不同的教学重点。例如，若强调私人 and 公共部门投资项目分析，便可以用第 12~14 章取代第 3、4、10 各章中有关需求估计、预测与复杂的定价问题的内容。对于这类课程，大概应该需要学习整个第 5 篇的内容。

对于两学期的课程安排，我们建议在第一学期学习基础内容部分（第 1~3，5~9，11、15 各章），第二学期如不能列入必修课，则可以作为选修，可以包括经济预测（第 4 章）、线性规划（附录 7）、高级定价问题（第 10 章及其两个附录）、项目分析（第 12 章及其附录，及第 13 章），以及公共部门的决策制定（第 14 章）。

附 录

正如前面提到过的，我们在本书的末尾提供了一个有关数学基本知识的附录。该附录可供学生复习之用，同时也进一步充实了本书在数学方面的内容。第 1 章后面的附录 1 用有关竞争性市场的例子简要进行了基本的需求与供给分析；第 2 章和第 5 章的附录分别简要介绍了无差异曲线和生产分析中的有约束条件的最优化问题；完全重写的附录 9 介绍了博弈理论；附录 9B 介绍了信息经济学方面的内容；第 12 章后的最后一个附录则介绍了复利计算和贴现方面的内容。

致 谢

就本书中有关微观经济学方面的背景知识，我们的确应当感谢艾奥瓦大学的毕业生 James Jeffers 和 Gerald Nordquist。我们还应当感谢已经去世

我们的老师 H.H.Liebhafsky、Wendell C.Gordon 以及 Cliff Lloyed。我们的同事 Robert E.Langley 和 Vincent DiMartino 为编写不同版本的题库和其他某些材料而付出了辛勤的劳动。我们的同事 Robert Collinge 对我们新增加的信息经济学内容进行了审阅和评论,我们特对他表示感谢。圣安东尼奥得克萨斯大学经济与金融学院的教职员工和学生们在本书的编写中曾给了我们难以估量的支持,我们特向他们表示衷心的感谢。

我们还要感谢本书的各位审阅者,他们的经验和宝贵建议使我们受益颇深。他们是:

Krishna Akkina (堪萨斯州立大学)
Thomas Cate (北肯塔基大学)
Stephen Conroy (南加利福尼亚大学)
Audrey Davidson (路易斯维尔大学)
Cliff Dobiz (北达科他州立大学)
Richard Evans (孟菲斯大学)
Sherman Folland (奥克兰大学)
Soumendra Ghosh (新墨西哥州立大学)
James Henderson (贝罗大学)
David Kreutzer (詹姆斯·麦迪逊大学)
Jodey Lingg (城市大学)
Edward Millner (弗吉尼亚联邦大学)
Jose Pagan (泛美得克萨斯大学)
Kang Park (东南密苏里州立大学)
Kent Saunders (莱蒙尼学院)
Charles Upton (肯特州立大学)

最后,我们还要对曾经为本书前面各版本提出宝贵意见的各大学的老师们表示感谢。

莱拉·J·特鲁特
戴尔·B·特鲁特

目 录

第一篇 企业与环境

- 1 引言、环境与方法 / (3)
 - 1.1 管理经济学与全球经济 / (3)
 - 1.2 经济学与企业管理 / (4)
 - 1.3 我们解决问题的方法 / (12)
 - 1.4 本书的结构 / (13)
 - 附录 1A 需求、供给与市场价格概述 / (19)
- 2 企业收益 / (29)
 - 2.1 广告、消费者需求与企业研究 / (34)
 - 2.2 需求函数 / (37)
 - 2.3 需求决定因素 / (47)
 - 2.4 供给决定因素概述 / (49)
 - 2.5 需求弹性 / (50)
 - 2.6 小结：需求弹性、收益与企业 / (68)
 - 附录 2A 消费者行为理论 / (78)
- 3 需求分析与估计 / (91)
 - 3.1 市场调查 / (93)

3.2	用回归分析进行需求估计	/	(94)
3.3	市场试验	/	(102)
3.4	小结: 需求估计技术	/	(106)
附录 3A	线性回归分析	/	(109)
4	经济预测	/	(134)
4.1	经济预测的类型	/	(134)
4.2	两种主要的数据	/	(136)
4.3	影响经济变量的因素	/	(136)
4.4	预测方法	/	(138)
4.5	预测的准确性	/	(153)
4.6	小结: 经济预测与企业	/	(159)
综合案例 1A	是否存在两个微波炉市场?	/	(162)
综合案例 1B	欧米茄分销公司 (I)	/	(164)

第二篇 生产、成本与利润最大化

5	生产理论	/	(169)
5.1	生产函数与长期情况	/	(174)
5.2	总产量曲线与短期情况	/	(193)
5.3	小结: 生产与企业利润	/	(204)
附录 5A	确定最小成本要素组合的数学方法	/	(216)
6	生产成本	/	(218)
6.1	成本的类型	/	(222)
6.2	长期成本	/	(224)
6.3	短期成本	/	(231)
6.4	短期成本曲线与短期产量曲线的关系	/	(236)
6.5	短期成本曲线与长期成本曲线的关系	/	(245)
6.6	学习效应	/	(250)
6.7	范围经济	/	(252)
6.8	确定最优工厂规模的一个例子	/	(252)

- 6.9 成本估计 / (255)
- 6.10 小结:成本与企业 / (260)
- 国际经济专题 (I) 一些与需求、生产和成本
相关的国际经济问题 / (273)

- 7 企业利润分析 / (284)
 - 7.1 利润最大化 / (289)
 - 7.2 停业点 / (296)
 - 7.3 盈亏平衡分析 / (300)
 - 7.4 利润最大化与盈亏平衡分析 / (303)
 - 7.5 增量利润分析 / (304)
 - 7.6 小结:利润最大化准则与现实情况 / (308)
- 附录 7A 线性规划与企业 / (322)
- 综合案例 2A Frontier 混凝土制品公司 / (346)
- 综合案例 2B 上海华润铸造厂 (I) / (349)

第三篇 市场与企业行为

- 8 完全竞争与垄断:两种极端的情况 / (353)
 - 8.1 完全竞争及其经济环境 / (353)
 - 8.2 垄断及其经济环境 / (366)
 - 8.3 小结:竞争、垄断与企业分析 / (375)
- 9 垄断竞争、寡头垄断与相关问题 / (384)
 - 9.1 垄断竞争:有众多企业的情况 / (386)
 - 9.2 双头垄断:两个企业的垄断 / (392)
 - 9.3 进入问题 / (398)
 - 9.4 扭折的寡头垄断需求曲线:
 - 无合谋时的价格刚性 / (400)
 - 9.5 默契合谋与价格领先 / (407)
 - 9.6 完全合谋——卡特尔 / (414)
 - 9.7 多工厂生产 / (417)

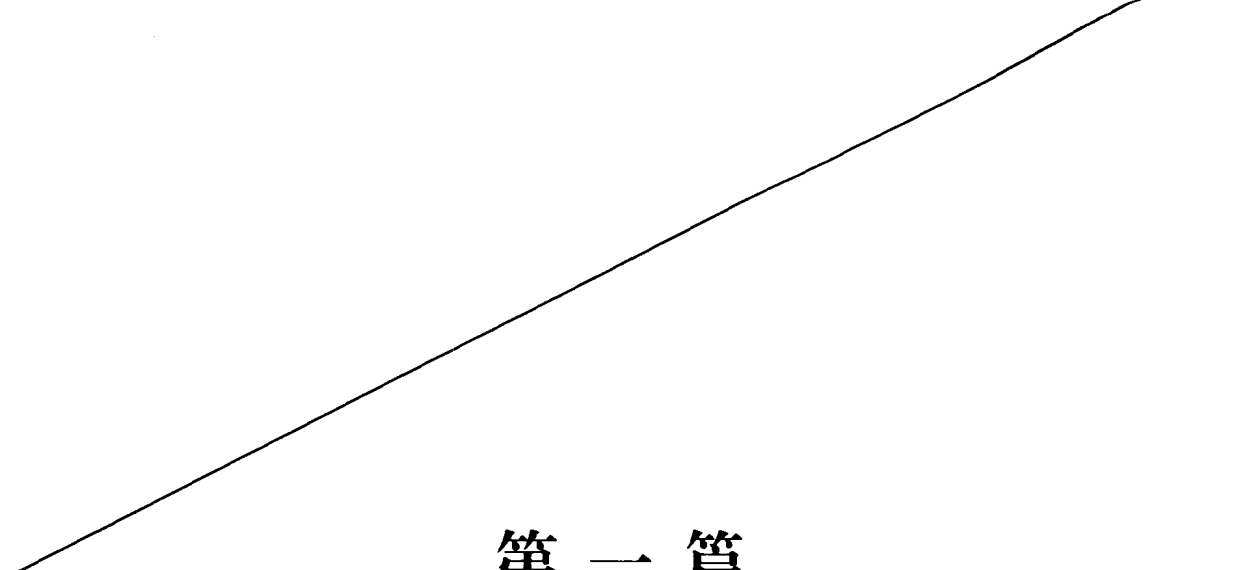
9.8	产品市场结构：重述与比较	/	(419)
9.9	小结：寡头垄断理论与企业行为	/	(419)
附录 9A	寡头垄断分析中的博弈论	/	(430)
附录 9B	决策制定与信息经济学	/	(444)
10	定价与利润分析的有关专题	/	(450)
10.1	加成定价法	/	(450)
10.2	多产品决策	/	(453)
10.3	差别定价	/	(468)
10.4	两部分定价法	/	(477)
10.5	非利润最大化目标	/	(484)
10.6	小结：多产品、细分市场以及定价策略	/	(486)
附录 10A	非完全竞争调拨产品 市场条件下的转移定价	/	(496)
附录 10B	差别定价的数学计算	/	(499)
	国际经济专题(Ⅱ)国际贸易中的市场与定价策略	/	(504)
11	要素市场与可变要素的利润最大化使用	/	(514)
11.1	一种可变要素的利润最大化使用量	/	(515)
11.2	完全竞争型要素市场中要素均衡 价格的确定	/	(522)
11.3	买方垄断要素市场中要素均衡价格的确定	/	(526)
11.4	双边垄断要素市场中均衡要素价格的确定	/	(529)
11.5	小结：利润最大化与对要素的使用	/	(531)
附录 11A	存在原材料成本时要素的利润 最大化使用量的数学推导	/	(539)
综合案例 3A	德—美金属公司	/	(542)
综合案例 3B	Bonco, Incorporated: 一家转型中的公司	/	(544)
综合案例 3C	养兔子的决策	/	(547)
综合案例 3D	欧米茄分销公司(Ⅱ)	/	(549)

第四篇 投资项目决策分析

- 12 投资项目评价的基本方法 / (553)
 - 12.1 资本预算与项目分析 / (555)
 - 12.2 新投资项目的成本 / (555)
 - 12.3 收益流 / (556)
 - 12.4 一个简单的投资项目分析 / (563)
 - 12.5 项目收益率 / (566)
 - 12.6 资本预算分析中的项目排序 / (567)
 - 12.7 资金成本与贴现率 / (571)
 - 12.8 小结:项目分析与资本预算 / (575)
 - 附录 12A 复利与贴现计算 / (582)
- 13 投资项目分析中的风险问题 / (588)
 - 13.1 确定性与风险 / (588)
 - 13.2 经济分析中的风险问题 / (589)
 - 13.3 风险—收益无差异曲线 / (589)
 - 13.4 不确定性与概率 / (591)
 - 13.5 概率方法在风险分析中的应用 / (593)
 - 13.6 对有风险收益流的评价 / (602)
 - 13.7 多项目投资分析中的概率方法 / (603)
 - 13.8 风险分析中可接受的简便做法 / (604)
 - 13.9 外部性及其特征 / (608)
 - 13.10 小结:投资项目中的风险与风险调整 / (610)
- 国际经济专题(Ⅲ) 国际投资项目分析 / (618)
- 综合案例 4A “被担保的”国际投资 / (626)
- 综合案例 4B 上海华润铸造厂(Ⅱ) / (629)

第五篇 企业与公共部门

- 14 公共部门决策经济学 / (633)
 - 14.1 公共部门分析中的微观与宏观经济学 / (633)
 - 14.2 公共部门的产品 / (634)
 - 14.3 资源配置与公共物品的供给 / (635)
 - 14.4 成本—福利分析 / (640)
 - 14.5 公共投资与贴现率 / (648)
 - 14.6 成本—福利分析与不同类型的公共投资项目 / (650)
 - 14.7 成本—福利分析中存在的问题 / (652)
 - 14.8 成本—福利分析的未来 / (657)
 - 14.9 小结:公共部门的管理决策 / (657)
- 15 企业的法规环境 / (662)
 - 15.1 管理者与法律 / (664)
 - 15.2 影响企业经营的法律类型 / (664)
 - 15.3 反垄断法与商业惯例法 / (667)
 - 15.4 政府管理机构与法律 / (675)
 - 15.5 被管制的产业 / (677)
 - 15.6 政府管制对谁有利? / (682)
 - 15.7 对非管制产业的管制 / (687)
 - 15.8 法规与企业策略 / (689)
 - 15.9 小结:法规环境与管理经济学 / (690)
 - 综合案例 5 贝维尔会议中心 / (694)
- 附录 A 数学基本知识 / (697)
- 附录 B 利率系数表 / (718)
- 附录 C 部分单数习题答案 / (735)
- 术语表 / (742)
- 索引 / (756)



第一篇 企业与环境

- 1 引言、环境与方法
- 2 企业收益
- 3 需求分析与估计
- 4 经济预测

引言、环境与方法

1.1 管理经济学与全球经济

一个全球化的新世纪已经到来！对于新千年中的商务活动将发生何种变化的讨论大多集中于这样一个问题，即一体化经济将使管理者如何面对数量与种类成倍增多的决策。经济活动的全球化已变得日益重要，这是由于先进技术正在全球范围内扩散，各种制度安排（包括单个国家和许多国家的集体行动规范以及经济和政治生活的规则）提高了国家和贸易集团间的相互依赖以及人们生产产品和提供服务的效率。

和过去相比，经济全球化给管理者带来了更多的机会和选择，这些选择不仅仅局限于将产品销往何处。例如，作为一个高效率的生产单位，企业还必须更多地确定从何处得到投入品（劳动力、设备、零配件及原材料等）和技术。这不仅仅涉及用廉价的外国劳动力替代昂贵的本国劳动力这样的问题，它还涉及到其他一些问题，诸如就特定生产技术而言的劳动力质量，以及最为适合于企业产品线的技术类型等。美国、日本和西欧各国都是技术巨人，但诸如墨西哥和俄罗斯这样的国家，也拥有一些非常有竞争力的最为先进的技术。^①

管理经济学的任务便在于集中研究上述各类型的决策与选择，其中心议题包括以下三项：

① Michael A. Dornheim, "Rocket Technology Prevails over Politics," *Aviation Week and Space Technology*, Vol.147, No.3 (August 14, 1995), pp.51~52; and Dave Sarova, "The Hunt for Red Technology," *International Business*, Vol.7, No.4 (April 1994), pp.60~64.

1. 识别和确认问题与机会。
2. 分析备选解决方案。
3. 从企业或组织的角度出发, 选择最佳(最优)方案。

由于管理者总是要从备选方案或战略中进行选择(如决定是否建立新产品线, 是否采用新技术, 是否考虑在国外进行生产, 以及其他多种决策), 管理经济学中的各种分析工具对他们来说非常重要。当然, 我们并不是说所有的管理者都必须同时又是管理经济学家, 然而理解了管理经济学是如何对企业和其他组织所面临的各种问题进行基本经济分析的, 管理者可以更为明智地进行决策。当国际经济与商务环境的变化使企业面对更多的机会与选择时, 尤为如此。

1.2 经济学与企业管理

管理经济学的中心任务在于识别问题与机会, 分析各种备选方案, 以及进行最优选择。这些对于进行国际经营的企业管理者来说至关重要, 而对于没有或很少接触国际市场的企业和组织来说, 也同样具有意义。1993年, 对美国最大的 1 000 家公司进行的一项调查得出了如下有意思的结果: 这些公司首席执行官所拥有的大学文凭最多的是工程学或经济学专业的。^② 这两个学科的共同之处部分地在于它们所使用的分析方法与工具。工程师和经济学家都要经常使用非常精确的数量技术对项目进行分析。即便在处理其专业以外的问题时, 他们也要用到对不同方案及其预期结果进行比较这样的方法对问题进行分析。拥有这类专业背景的首席执行官们似乎总是要寻求问题的最佳解决方案, 而且毫不奇怪地, 也总是希望其助手能够提供得出该解决方案所需要的大量信息和资料。

1.2.1 管理经济学在解决问题中的作用

我们知道, 在学习管理经济学的学生中, 只有少数人在未来可以成为

^② “Portrait of a CEO,” *Business Week* (October 11, 1993), p.64. Another interesting article on CEO characteristics is Susan Kitchell, “CEO Characteristics and Technological Innovation,” *Revue Canadienne des Sciences de l’Administration*, 14, No.2 (June 1997), pp.111~125.