

(原书第 9 版)

管理经济学

Managerial Economics (9th Edition)



克里斯托弗 R. 托马斯 (Christopher R. Thomas)

南佛罗里达大学

(美)

S. 查尔斯·莫瑞斯 (S. Charles Maurice)

得克萨斯A&M大学

著

陈章武 葛凤玲

清华大学

译



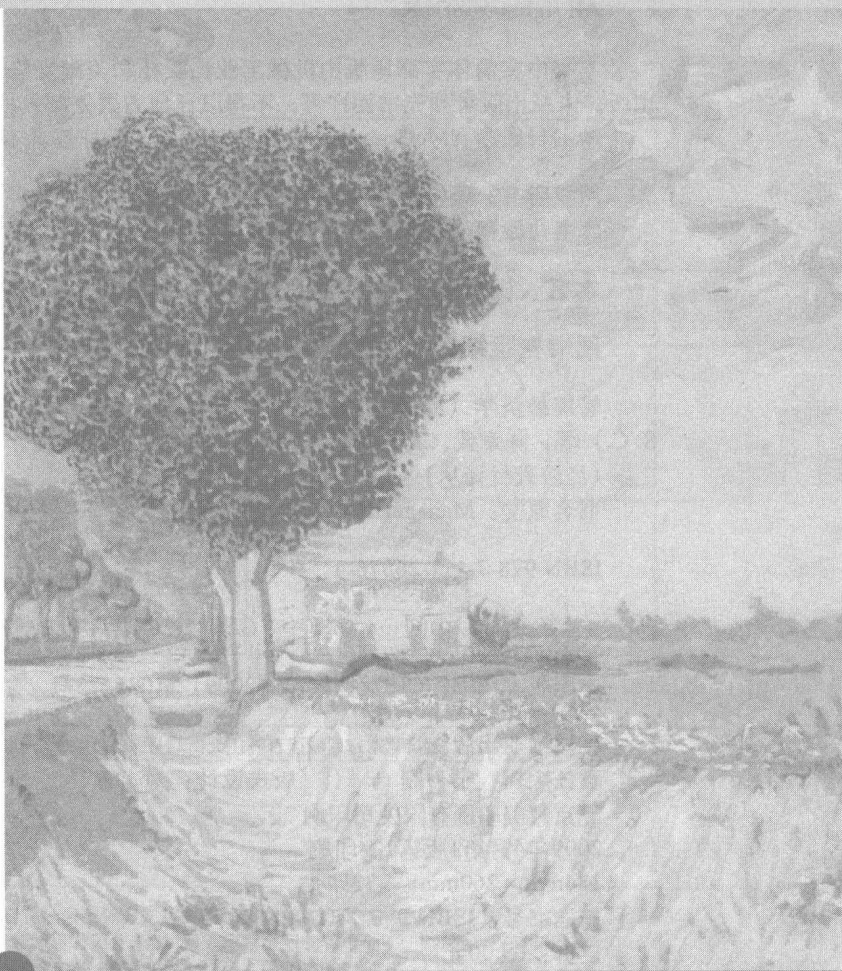
机械工业出版社
China Machine Press

经济教材译丛

(原书第 9 版)

管理经济学

Managerial Economics (9th Edition)



克里斯托弗 R. 托马斯 (Christopher R. Thomas)

南佛罗里达大学

(美)

S. 查尔斯·莫瑞斯 (S. Charles Maurice)

得克萨斯A&M大学

著

陈章武 葛凤玲

清华大学

译



机械工业出版社
China Machine Press

《管理经济学》(原书第9版)保持了经济学严谨的学术风格,详细地论述了对企业经营决策最有用的经济学原理。各章节适时总结,并用醒目的字体给出相关的经济学原理,以及各经济变量间的相互关系,以便突出重点、加深读者印象。书中还给出了大量的专栏案例,帮助读者加强经济学原理在实际中的应用。在每章的结尾,给出两套习题。一套是概念性习题,引导读者对经济学的基本原理、概念进一步消化和理解;另一套习题是应用性习题,这套习题以现实经济活动为背景,通常没有标准答案,用于课堂或课外小组讨论。学习本教材主体部分也不需要很深的数学基础,适合广大读者使用。同时,数学的推导和分析以附录的形式给出,并附有数学习题供有数学基础的读者学习,这也是本书往往受偏爱定量分析的读者所喜欢的原因。本书适用于经济、管理专业师生及相关的从业人员。

Christopher R. Thomas and S. Charles Maurice. Managerial Economics, 9th edition.

ISBN 0-07-340281-9

Copyright ©2008 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. No part of this publication may be reproduced or distributed in any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and China Machine Press.

All rights reserved.

本书中文简体字翻译版由机械工业出版社和美国麦格劳-希尔教育(亚洲)出版公司合作出版。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封底贴有McGraw-Hill公司防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究

本书法律顾问 北京市展达律师事务所

本书版权登记号:图字:01-2007-5526

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学(原书第9版)/(美)托马斯(Thomas, C. R.), (美)莫瑞斯(Maurice, S. C.)著;陈章武,葛凤玲译. —北京:机械工业出版社, 2009.4

(经济教材译丛)

书名原文: Managerial Economics

ISBN 978-7-111-26576-4

I. 管… II. ①托… ②莫… ③陈… ④葛… III. 管理经济学—教材 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第035275号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:宁 珊 版式设计:刘永青

北京慧美印刷有限公司印刷

2009年4月第1版第1次印刷

184mm×260mm · 33印张

标准书号:ISBN 978-7-111-26576-4

定价:69.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010) 68326294

投稿热线:(010) 88379007

译者序

随着我国社会主义市场经济运行机制日趋成熟，只凭感觉已经不能很好地驾驭企业经营决策。在市场经济条件下，迫切需要学习一些经济学的基本原理，用所学的基本原理来指导企业的经营决策。但广大读者面对一本本经济学巨著，大多数人只能是望而却步。

我在这里向大家推荐这本《管理经济学》。它保持了经济学严谨的学术风格，详细地论述了对企业经营决策最有用的经济学原理。各章节适时总结，并用醒目的版式给出相关的经济学原理，以及各经济变量间的相互关系，以便突出重点、加深读者印象。书中还给出了大量的专栏案例，帮助读者加强经济学原理在实际中的应用。在每章的结尾，给出两套习题。一套是概念性习题，引导读者对经济学的基本原理、概念进一步消化和理解，概念性习题也给出了答案，读者可用来自行检验学习的效果；另一套习题是应用性习题，这套习题以现实经济活动为背景，通常没有标准答案，用于课堂或课外小组讨论。学习本教材主体部分也不需要很深的数学基础，适合广大读者使用。同时，数学的推导和分析以每章附录的形式给出，并附有数学练习题供有数学基础的读者学习，这也是本书往往受偏爱定量分析的读者所喜欢的原因。这样一个教材体系和结构，既有利于教师面授教学，也有利于接受远程教学的读者自学、自检。我国正缺少这样一本《管理经济学》教材。9年前，本书英文第6版（1999年）首次在中国由机械工业出版社影印出版后，备受中国读者的欢迎。随后，英文第7版（2002年）、第8版（2005年）在中国影印发行，第6版（2001年）、第7版（2003年）、第8版（2005年）的中文译本也相继问世。现在，本书第9版的中文版与第9版的英文版将再次同年推出，推荐给大家。

第9版是在莫瑞斯教授于1999年辞世以后，托马斯教授在第8版进行较大篇幅的重新编排的基础上，再次做了内容上的重要增减。特别是增加了第16章“企业的政府监管”。侧重讨论了在市场失灵时，政府监管对注重社会公平发挥的决定性作用；简要综述了不同类型市场失灵时，政府干预的政策与措施。在第2章引入了衡量市场交易得失的生产者剩余和消费者剩余的概念。这个概念随后在各章中反复出现，利用生产者剩余和消费者剩余的变动来衡量决策的利弊得失。此外，对教材中所涉及的数据也进行了更新。为了使教材更加完整、清晰和通畅，本版在多处细节问题上也做了调整。同时将一些比较困难，而有些人又觉得很有用的数学推导移出，利用麦格劳-希尔公司为本书提供的网站，

www.mhhe.com/economics/thomas9, 供有兴趣的读者在线学习。

第9版翻译初稿仍由葛凤玲女士完成。陈永刚先生为第9版的顺利翻译做出了重要贡献。这里,也要感谢曾经参加第6版、第7版、第8版翻译的全体人员,他们是:李刚、秦跃红、王海英、吴楚红、李姝、林薇、刘满江、邹家佳、宋风华、王宏东、孙立元、田天、吴子云、何权君、郑越强、石少强、秦茜、翟艳玲、白英波、李方、刘琦、吴非、郭丹、方宝荣、孙秀琴等,他们的前期工作成果为第9版的顺利翻译奠定了良好的基础。

最后,要特别感谢机械工业出版社华章分社,没有他们认真负责的敦促和辛勤的劳动,《管理经济学》的中文第9版不可能如此及时面世。

全书的最终统稿和审定由本人负责,文责也由本人负责。

陈章武

2008年夏于北京清华园

克里斯托弗 R.托马斯 (Christopher R. Thomas)

克里斯托弗 R.托马斯，南佛罗里达大学Exide可持续企业经济学讲席教授 (Exide Professor)。在1982年加入南佛罗里达大学之前，作为能源经济学家在橡树岭 (Oak Ridge) 国家实验室工作了两年。目前他教授管理经济学课程，对象包括本科生、MBA和EMBA学生。托马斯教授在诸如《经济学季刊》(*Quarterly Journal of Economics*)、《法律与经济学》(*Journal of Law and Economics*)、《南方经济学杂志》(*Southern Economics Journal*)、《经济学与商业杂志》(*Journal of Economics and Business*)、《经济与商业季度评论》(*Quarterly Review of Economics and Business*) 和《经济学教育杂志》(*Journal of Economics Education*) 等报纸杂志上发表了大量关于政府管制和反垄断的文章。他在南佛罗里达大学的经济政策研究中心担任研究员职务。托马斯教授与他的妻子和女儿生活在佛罗里达州的Brooksville，工作之余他喜欢打网球。

S.查尔斯·莫瑞斯 (S. Charles Maurice)

莫瑞斯教授是得克萨斯A&M大学荣誉退休经济学教授。他在得克萨斯A&M大学的经济系任教30年，1977~1981年期间任系主任，1981~1985年他享受Rex. B. Grey大学Free Enterprise的荣誉教授称号。莫瑞斯教授在知名的经济学杂志上发表了许多论文、文章；此外，他还与人合作撰写了两本关于自然资源消耗的学术著作：《世界末日之神话》(*The Doomsday Myth*) 和《矿产采掘经济学》(*The Economics of Mineral Extraction*)。另外，他还先后与Charles Ferguson和Owen Philips合作撰写了中级微观经济学教科书——《经济学分析》(*Economics Analysis*)，该书自1971~1996年在全世界范围内被广泛应用。莫瑞斯教授退休后定居于佛罗里达州的Gainesville，于1999年春病逝。

前言

为什么要学习管理经济学

在过去的十几年里，商学院课程委员会通过课程设置，强化商学院学生的分析和批判性思维技能。这种更强的理论训练趋势是一系列因素作用的结果，其中最强烈的原因之一就是雇主们要求商学院毕业生具有更强的思考力。很多教授商学院学生经济学课程的老师都认为，经济学训练不仅可以帮助商学院学生更好地理解 and 预测经济影响，从而形成实际商业决策，而且可以用来开发、强化不同专业学生的全面分析能力。

大多数商学院要求学生学习几门经济学课程。管理经济学通常是这些课程之一，把微观经济学中能够应用到商业决策的题目放在一起，用来形成对市场和商业决策的有价值的思考方法。《管理经济学》的目标是帮助商学院学生成为商业战略的设计师，而不仅仅是探索如何击败对手的中层经理人。

教学要点

《管理经济学》第9版延续了本书以前各版本赖以成功的所有特征，包括以下几个方面。

强调经济学思维方式

《管理经济学》首要和一贯的目标是教授学生用经济学的方法思考企业决策，强调批判性思维技能，并为学生提供了企业决策的一种逻辑分析方法。

易教易学

《管理经济学》一直是一部自成体系的书，学习本书并不要求学生以前曾受过微观经济学的培训。在保持严谨学术风格的前提下，我们把本书设计成一部最易于讲授和学习的管理经济学教科书之一。本书详细地阐述并应用对企业决策最有用的概念，而不是带着学生快速浏览微观经济学中每一个有趣的或新鲜的题目。

双套习题

大多数学生可能都不知道怎样靠自己来提高分析和批判思维的能

力，为了加快这种能力的开发，就像数学教学中采用“计算题”和“应用题”一样，我们在每章都配置了两类题目：概念性习题和应用性习题。

- **概念性习题** 每章每节都与一道或多道概念性习题相联系，专门来建立和强化独特的技巧。这些概念性习题一步一步地引导学生跟上每一章中的内容，开发自己的分析能力。在每章后，我们给出了所有概念性习题的答案，这样，这些概念性习题就可以当做与教材相配合的一本习题集使用。每一个概念性习题都有很强的针对性，以达到两个目的：（1）使学生们可以逐步地掌握概念，而不是囫圇吞枣；（2）使学生们能够准确地指出自己的困惑。这样，无论在课堂上还是在办公室，他们与教师的交流都更有成效。当学生们完成对概念性习题的求解后，他们也就练习了为解决应用问题所需的所有技巧。
- **应用性习题** 在概念性习题后，每章都有一套应用性习题，为培养批判性思维能力服务，也为培养制定商业决策的能力服务。正像数学课本中的“应用题”一样，这些问题是由典型的商业环境和现实世界真实发生的案例组合而成的，这些案例节选自《商业周刊》、《经济学家》、《华尔街日报》和其他商业新闻出版物。商学院学生以后会发现，关于应用性问题的课堂讨论，是他们整个工商管理培训课程中最有价值的环节之一。

清晰的说明配合完整的概念性习题一步一步求解的过程，使学生们在课前就可以学会大部分技巧。学生们如果确实能在课前掌握了这些技巧，教师就能够在课堂上花更多的时间向学生们演示如何把经济学的思维方法运用到企业决策中去。

灵活的数学知识要求

从基本的代数运算和看图技巧开始，书中要用到的所有的分析工具都在课本中给出。

虽然本书任何一章都不含有微积分运算，但希望教授微积分运算的教师，可以在本书绝大部分章节后的数学附录中，找到如何运用微积分对本章涵盖的关键题目做数学上的分析。每一个数学附录都包括一些需要使用微积分解决的数学练习。

自成体系的经验分析

本书第9版在需求、供给、生产和成本方程中继续使用一套自成体系的统计估计处理方法。虽然本书尽量避免涉及计量经济学中的高难度领域，只教授给学生那些用于需求、供给、生产和成本计算的基本统计知识，但是本书还是不可避免地要包含一些枯燥的数学公式和计算。对于那些不想把经验分析包含在课程中的教师来说，这些数学部分可以被略去，而无损整本教材的完整性。

广泛的读者

本书适用于本科生的管理经济学（或应用微观经济学）教程，也适用于MBA或EMBA水平的教程。由于在职或EMBA学生在课后向教师请教的机会有限，因此本书自成体系的特点对他们特别有价值。

第9版的新特点

本版继续强调使管理经济学的教与学变得有趣，对教师和学生而言都不那么晦涩难懂。本书的很多部分都得到了高度评价。然而，评论者和使用者也发现了有待提高的部分。因此，我在第9版着重于这些领域的更新与开发。

在本版中，您可能首先注意到增加了第16章，企业的政府监管。新的章节揭示了当市场失灵时，政府监管达到社会经济有效性手段的基本原理。接着，阐述了各种市场失灵的类型，提供了反垄断政策和实施的简要综述，并讨论在规范自然垄断时的几种定价策略。在本版中，您也会发现，在第2章引入了用于衡量市场交易价值的消费者剩余和生产者剩余。并且，这两个概念在随后的内容中反复出现。另外一个重要的变化是将第14章完全集中阐述高级定价决策。而多工厂生产移到第12章，进入限制策略移到第13章。我们对第14章的价格歧视分析做了彻底修改，通过强调剥夺消费者剩余的过程来进行分析。相对于单一定价，开发出一级、二级和三级价格歧视方法。在二级价格歧视中，当无法确定消费者类型时，两部定价和累退定价法成为自选的例子。

与最近几版明显不同的是大大缩减了需求的经验分析。尤其是很多本书的使用者感到，证明题和两步最小二乘法预测要么对学生而言太深，要么在有限课时中需要占据过多时间。因此，编辑非常鼓励作者实践条件优化，我做了艰难的决定，将两步最小二乘法移到书外，为本版新内容留出空间。

我对本书从头到尾做了很多微调，使思路更为流畅，更为清晰。在本版中，我也删去了一些专栏，调整了一些专栏，并增加了几个新的专栏。如果您对本书有任何意见和建议，为了进一步的改进，请直接与我联系（cthomas@coba.usf.edu）。

目 录

译者序
作者简介
前言

第一部分 预备知识

第1章 管理者、利润与市场	2
1.1 管理经济学和经济学理论	2
1.2 经济利润的度量和最大化	4
1.2.1 使用资源的经济成本	4
1.2.2 经济利润与会计利润	7
1.2.3 企业价值最大化	8
1.2.4 价值最大化与利润最大 化的等效性	9
1.3 所有权与控制权分离	10
1.3.1 委托—代理问题	11
1.3.2 公司的控制机制	12
1.4 市场结构和管理决策	13
1.4.1 什么是市场	13
1.4.2 不同的市场结构	14
1.4.3 市场的国际化	15
1.5 小结	16
关键词	16
概念性习题	16
概念性习题答案	17
应用性习题	18
附录1A 现值计算方法	19

第2章 需求、供给与市场均衡	22
2.1 需求	22
2.1.1 广义需求函数: $Q_d=f(P, M,$ $P_R, \mathcal{I}, P_e, N)$	23
2.1.2 直接需求函数: $Q_d=f(P)$	25
2.1.3 逆需求函数: $P=f(Q_d)$	27
2.1.4 沿着需求曲线的移动	27
2.1.5 需求曲线的移动	28
2.2 供给	31
2.2.1 广义供给函数: $Q_s=f(P, P_I,$ $P_r, T, P_e, F)$	32
2.2.2 直接供给函数: $Q_s=f(P)$	33
2.2.3 逆供给函数: $P=f(Q_s)$	34
2.2.4 供给曲线的移动	35
2.3 市场均衡	36
2.4 衡量市场交易的价值	38
2.4.1 消费者剩余	38
2.4.2 生产者剩余	39
2.4.3 社会剩余	40
2.5 市场均衡的变动	41
2.5.1 需求变化(供给不变)	41
2.5.2 供给变化(需求不变)	42
2.5.3 需求与供给的同时变化	43
2.5.4 定性分析: 预测飞机票 价格的变动方向	44
2.5.5 定量分析: 广告与土豆的 价格	47
2.6 限制价与支持价	47
2.7 小结	49
关键词	50

概念性习题	51	4.4.1 可决系数	99
概念性习题答案	55	4.4.2 F 统计量	100
应用性习题	59	4.4.3 实例: SLM公司产品 质量控制	102
第3章 最优决策的边际分析	62	4.5 多元回归	103
3.1 概念和术语	63	多元回归模型	103
3.2 无约束下的最优化	64	4.6 非线性回归分析	105
3.2.1 行动的最优水平 (A^*)	64	4.6.1 二次回归模型	105
3.2.2 边际收益和边际成本	66	4.6.2 对数-线性回归模型	107
3.2.3 用边际分析找到最优行动 水平	68	4.7 管理决策中的回归分析	109
3.2.4 离散变量的最大化问题	71	4.8 小结	109
3.2.5 与决策无关的沉没成本、 固定成本和平均成本	72	关键词	110
3.3 有约束下的最优化	73	概念性习题	111
3.3.1 在某一行动上单位美元的 边际收益	73	概念性习题答案	113
3.3.2 有约束的最大化	74	应用性习题	115
3.3.3 实例: 广告费用的优化配置	75	附录4A 回归分析中的一些问题	117
3.3.4 有约束的最小化	76		
3.4 小结	77	第二部分 需求分析	
关键词	78	第5章 消费者行为理论	120
概念性习题	78	5.1 消费者理论的基本假设	120
概念性习题答案	82	5.1.1 消费者优化问题	120
应用性习题	84	5.1.2 消费者偏好特点	121
附录3A 优化理论概述	86	5.1.3 效用函数	122
		5.2 无差异曲线	123
第4章 基本估计技术	90	5.2.1 性质	123
4.1 简单线性回归模型	90	5.2.2 边际替代率	124
4.1.1 假设回归模型	91	5.2.3 无差异图	125
4.1.2 随机误差项	92	5.2.4 边际效用与边际替代率	125
4.2 拟合回归曲线	93	5.3 消费者预算约束	127
4.3 统计显著性检验	95	5.3.1 预算线	127
4.3.1 $\hat{b}$ 的相关频率分布	96	5.3.2 预算线的移动	129
4.3.2 t 比的概念	96	5.4 效用最大化	129
4.3.3 对统计显著性的 t 检验	97	5.4.1 有限货币收入下的效用 最大化	130
4.3.4 用 p 值决定统计显著性	98	5.4.2 边际效用均等	132
4.4 回归方程的评估	99	5.4.3 热狗和可口可乐的最佳 组合	134

5.5 单个消费者需求曲线和市场 需求曲线	135	6.6 其他需求弹性	167
5.5.1 单个消费者的需求曲线	135	6.6.1 收入弹性 (E_M)	168
5.5.2 市场需求和边际收益	136	6.6.2 交叉价格弹性	169
5.6 替代效应和收入效应	137	6.7 小结	171
5.6.1 替代效应	137	关键词	172
5.6.2 收入效应	138	概念性习题	172
5.6.3 需求曲线向下倾斜的原因	140	概念性习题答案	176
5.7 小结	141	应用性习题	178
关键词	141	附录6A 需求弹性	179
概念性习题	142		
概念性习题答案	147	第7章 需求估计和预测	182
应用性习题	149	7.1 需求估计的直接方法	183
附录5A 消费者理论中的一般数学方法	151	7.1.1 消费者访谈	183
		7.1.2 市场研究和实验	184
第6章 弹性和需求	154	7.2 经验需求函数	185
6.1 需求价格弹性	155	7.2.1 广义的经验需求函数	185
6.1.1 预测需求数量变化的 百分比	155	7.2.2 线性经验需求函数	186
6.1.2 预测价格变化的百分比	156	7.2.3 非线性经验需求函数	186
6.2 价格弹性和总收益	156	7.2.4 需求函数的选择	186
6.2.1 需求价格弹性和总收益 的变动	156	7.3 价格制定企业的需求估计	188
6.2.2 Borderline音响商场的价格 变化	157	例: 比萨饼的需求估计	188
6.3 影响需求价格弹性的因素	159	7.4 时间序列预测销售量和价格	191
6.3.1 替代品的可获性	159	7.4.1 线性趋势预测法	191
6.3.2 消费预算的份额	159	7.4.2 例: Terminator Pest Control 公司的销售预测	192
6.3.3 调整需要的时间	159	7.4.3 例: 佐治亚木材价格预测	193
6.4 需求价格弹性计算	160	7.5 季节性(周期性)变化	193
6.4.1 弧弹性计算	160	7.5.1 利用哑变量修正季节性 变化	194
6.4.2 点弹性计算	160	7.5.2 例: 哑变量技术	195
6.4.3 需求为线性时的点弹性	161	7.6 几句忠告	199
6.4.4 需求为曲线时的点弹性	162	7.7 小结	200
6.4.5 沿需求曲线的弹性变化	163	关键词	201
6.5 边际收益、需求和价格弹性	164	概念性习题	201
6.5.1 边际收益与需求	164	概念性习题答案	203
6.5.2 边际收益与价格弹性	167	应用性习题	205
		附录7A 经验需求弹性	206

第三部分 生产与成本分析

第8章 短期生产与成本理论210

8.1 生产理论的一些基本概念211

8.1.1 生产函数211

8.1.2 技术有效和经济有效211

8.1.3 短期与长期212

8.1.4 固定和变动比例213

8.2 短期生产213

8.2.1 总产量213

8.2.2 平均产量和边际产量214

8.2.3 边际实物报酬递减法则216

8.2.4 固定投入变动216

8.3 短期生产成本219

8.3.1 固定成本和变动成本219

8.3.2 短期总成本220

8.3.3 平均成本和边际成本221

8.3.4 广义短期平均成本和边际成本曲线222

8.4 短期成本和生产函数的关系223

8.4.1 总成本和短期生产函数224

8.4.2 平均变动成本和平均产量224

8.4.3 边际成本和边际产量225

8.4.4 AVC、MC、AP和MP之间的几何关系225

8.5 小结227

关键词227

概念性习题228

概念性习题答案230

应用性习题232

附录8A 短期生产与成本之间关系的推导233

第9章 长期生产与成本理论236

9.1 等产量线236

9.1.1 等产量线的特征237

9.1.2 边际技术替代率237

9.1.3 边际技术替代率和边际产量之间的关系238

9.2 等成本线238

9.2.1 等成本线的特征239

9.2.2 等成本线的移动240

9.3 投入的优化组合240

9.3.1 给定产量下的最小成本240

9.3.2 成本最小化的边际产量法242

9.3.3 给定成本下的最大产量243

9.4 最优化与成本244

9.4.1 扩张线244

9.4.2 扩张线与成本结构245

9.5 规模报酬246

9.6 长期成本247

9.6.1 从生产函数推导成本函数247

9.6.2 规模经济与规模不经济249

9.6.3 范围经济252

9.7 短期成本与长期成本函数之间的关系253

9.7.1 规划用长期平均成本253

9.7.2 调整用短期成本255

9.8 小结256

关键词257

概念性习题258

概念性习题答案262

应用性习题264

附录9A 两种变动投入生产和成本函数关系的推导265

第10章 生产和成本的估计269

10.1 短期生产函数的规范269

10.2 短期生产函数的估计271

10.3 短期成本估计：有关成本量度的一些问题272

10.3.1 通货膨胀下的数据修正	273
10.3.2 经济成本的度量问题	273
10.4 短期成本函数的估计	274
10.4.1 典型短期成本估计	274
10.4.2 例: Rockford公司的 短期成本估计	275
10.5 小结	277
关键词	277
概念性习题	278
概念性习题答案	279
应用性习题	280
附录10A 经验生产函数与成本 函数的关系	281

第四部分 各种市场结构下的 利润最大化

第11章 竞争市场上的管理决策

11.1 完全竞争市场的特征	291
11.2 价格接受企业所面临的需求	291
11.3 短期利润最大化	293
11.3.1 产出决策: 正经济利润	293
11.3.2 产出决策: 亏损经营	295
11.3.3 固定成本的不相关性	297
11.3.4 企业和行业的短期供给	298
11.3.5 短期竞争均衡下的生产 者剩余和利润	299
11.4 长期内的利润最大化	300
11.4.1 企业利润最大化的长期 均衡	300
11.4.2 行业的长期竞争均衡	301
11.4.3 完全竞争行业的长期供给	303
11.4.4 经济租金和长期竞争均衡 下的生产者剩余	305
11.5 利润最大化的要素投入量	307
11.5.1 边际生产收益和雇用 决策	307

11.5.2 平均生产收益和关门 决策	309
------------------------	-----

11.6 利润最大化产出决策的应用	310
11.6.1 应用的一般原则	310
11.6.2 例: 花花公子服装利润 最大化	311
11.7 小结	315
关键词	315
概念性习题	316
概念性习题答案	320
应用性习题	322
附录11A 完全竞争企业利润最大化 的计算方法	324

第12章 具有市场力企业的管理决策

12.1 市场力的度量	328
12.1.1 市场界定	328
12.1.2 需求弹性	329
12.1.3 勒纳指数	329
12.1.4 需求交叉弹性	330
12.2 市场力的决定因素	332
12.2.1 规模经济	332
12.2.2 政府设置的壁垒	332
12.2.3 要素壁垒	333
12.2.4 品牌效应	333
12.2.5 消费者锁定	333
12.2.6 网络外延	334
12.3 垄断下的利润最大化: 价格与 产量决策	335
12.3.1 垄断厂商面临的需求和 边际收益	336
12.3.2 例: 西南皮革制品设计 公司的利润最大化	336
12.3.3 短期均衡: 利润最大化或 亏损最小化	338
12.3.4 长期均衡	339

12.4	利润最大化时投入要素量	340
12.5	垄断竞争	342
12.5.1	短期均衡	343
12.5.2	长期均衡	344
12.6	利润最大化产量与价格决策 的实施	346
12.6.1	实施的一般原则	346
12.6.2	例: Aztetc 电子公司的利润 最大化	347
12.7	多工厂企业	350
	企业的多工厂生产	351
12.8	小结	353
	关键词	354
	概念性习题	354
	概念性习题答案	359
	应用性习题	363
附录12A	垄断企业利润最大化的 数学推导	364

第13章 寡头垄断市场的决策策略...368

13.1	同步决策	369
13.1.1	囚徒困境	371
13.1.2	单方上策决策	372
13.1.3	连续排除下策	373
13.1.4	纳什均衡: 相互做最好 决策	374
13.1.5	纳什均衡的一个案例: 超级保龄球广告	375
13.1.6	最优反应曲线和连续决策 选择	378
13.2	顺序决策策略	380
13.2.1	顺序决策	381
13.2.2	先入和跟进优势	382
13.2.3	行动策略: 承诺、威胁 和约定	384
13.3	在重复决策中的合作策略	385
13.3.1	一次性囚徒困境决策	385
13.3.2	重复决策惩罚作弊	386

13.3.3	合作决策	387
13.3.4	惩罚作弊的引发策略	388
13.3.5	促进合作的价格实践	388
13.3.6	明确的价格固定协议 和卡特尔	390
13.3.7	默许共谋	391
13.4	进入限制战略	392
13.4.1	价格限制	392
13.4.2	生产能力扩张限制	394
13.5	小结	395
	关键词	396
	概念性习题	397
	概念性习题答案	400
	应用性习题	403
附录13A	连续同步决策最优反应 曲线的推导	405

第五部分 高级管理决策

第14章 利润最大化的高级技巧...412

14.1	差别定价: 获取消费者剩余	412
14.1.1	单一定价问题	413
14.1.2	差别定价的类型	414
14.1.3	有利可图的差别定价 的条件	414
14.2	第一级(完全)差别定价	415
14.3	第二级差别定价	416
14.3.1	两部定价	417
14.3.2	递减分段定价	422
14.4	第三级差别定价	423
14.4.1	为使收益最大化在 两市场分配销量	423
14.4.2	第三级差别定价下的 利润最大化	425
14.5	多产品企业	429
14.5.1	在消费中相关的多产品	429

14.5.2 例: Zicon制造厂多产品 生产	429
14.5.3 生产过程中替代多产品	430
14.5.4 例: Surefire制造厂多产 品生产	431
14.5.5 生产过程中互补多产品	433
14.5.6 例: ChemTech公司的联 产品	433
14.6 成本加成定价	436
实践和理论缺陷	436
14.7 小结	438
关键词	438
概念性习题	439
概念性习题答案	441
应用性习题	444
附录14A 两群购买者的两部定价	446

第15章 在风险和不确定下的决策

15.1 风险和不确定之间的差别	449
15.2 风险概率分布的测量	450
15.2.1 概率分布	450
15.2.2 概率分布的期望值	451
15.2.3 概率分布的离散程度	451
15.3 风险决策	453
15.3.1 期望值最大化	453
15.3.2 均方差分析	453
15.3.3 离差系数分析	455
15.3.4 哪个方法最好	455
15.4 预期效用: 风险下的决策理论	456
15.4.1 管理者的利润效用函数	457
15.4.2 利润效用函数的推导	458
15.4.3 预期效用最大化	459
15.5 不确定性条件下的决策	461
15.5.1 最大收益最大化准则	461
15.5.2 最小收益最大化准则	462
15.5.3 最大遗憾最小化准则	462

15.5.4 等概率准则	463
15.6 小结	463
关键词	464
概念性习题	465
概念性习题答案	466
应用性习题	469
附录15A 风险决策的数学推导	471

第16章 企业的政府监管

16.1 市场竞争和社会经济有效	473
16.1.1 社会有效的条件	473
16.1.2 完全竞争时的社会有效	474
16.2 市场失灵和政府干预的情形	475
16.3 市场力和公共政策	476
16.3.1 市场力和分配失效	476
16.3.2 市场力和无谓损失	477
16.3.3 通过反托拉斯政策促进 竞争	478
16.3.4 自然垄断和市场失灵	479
16.3.5 自然垄断下的价格监管	479
16.4 负向外部性的问题	481
污染: 市场失灵和监管	483
16.5 非排他性	488
16.5.1 共有资源	488
16.5.2 公共品	489
16.6 信息与市场失灵	490
16.6.1 关于价格的不完全信息	490
16.6.2 关于产品质量的不完全 信息	491
16.6.3 作为公共品的信息	492
16.7 小结	493
关键词	493
概念性习题	494
概念性习题答案	498
应用性习题	502

附录 统计表	503
--------------	-----

预备知识

第1章 管理者、利润与市场

第2章 需求、供给与市场均衡

第3章 最优决策的边际分析

第4章 基本估计技术