

(原书第12版)

管理经济学

Managerial Economics: Foundations of Business Analysis and Strategy (12th 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 杨晓丽 译



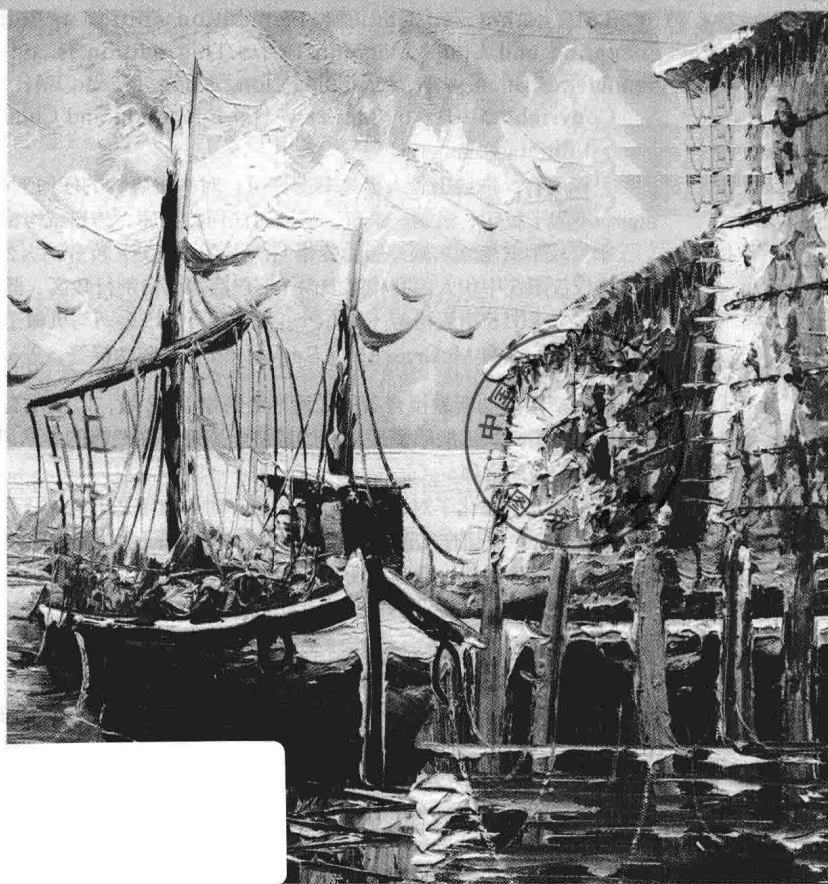
机械工业出版社
China Machine Press

经济教材译丛

(原书第 12 版)

管理经济学

Managerial Economics: Foundations of Business Analysis and Strategy (12th 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



机械工业出版社
China Machine Press

陈章武 杨晓丽 译

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学 (原书第 12 版)/(美) 克里斯托弗 R. 托马斯 (Christopher R. Thomas), (美) S. 查尔斯·莫瑞斯 (S. Charles Maurice) 著; 陈章武, 杨晓丽译. —北京: 机械工业出版社, 2018.1

(经济教材译丛)

书名原文: Managerial Economics: Foundations of Business Analysis and Strategy

ISBN 978-7-111-58696-8

I. 管… II. ①克… ②S… ③陈… ④杨… III. 管理经济学—教材 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 301109 号

本书版权登记号: 图字 01-2017-8128

Christopher R. Thomas, S. Charles Maurice. Managerial Economics: Foundations of Business Analysis and Strategy, 12th Edition.

ISBN 978-0-07-802190-9

Copyright © 2016 by McGraw-Hill Education.

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Chinese translation edition is jointly published by McGraw-Hill Education and China Machine Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2018 by McGraw-Hill Education and China Machine Press.

All Rights reserved.

版权所有。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权中文简体字翻译版由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司和机械工业出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾)销售。

版权 © 2018 由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司与机械工业出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

托马斯和莫瑞斯教授合著的《管理经济学》12 版, 以技术有效和经济有效为主线, 贯穿了对企业日常经营决策和长远战略管理有用的经济学原理。在严谨的学术风格之上, 又突出了实用的色彩, 不愧为本领域的经典之作。

本书延续并强化了对读者友好的风格: 对各章节适时总结; 用醒目的字体标注原理和关系, 突出重点; 大量结合企业运作实践; 双套习题, 分别强调概念性和应用性; 严格数学的推导和分析以附录呈现; 网络上配有学生手册、教师手册和拓展学习资料。

本书适用于相关专业的本科生、研究生及 MBA。

出版发行: 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: 程天祥

责任校对: 殷虹

印刷: 北京市荣盛彩色印刷有限公司

版次: 2018 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 185mm × 260mm 1/16

印张: 33.5

书号: ISBN 978-7-111-58696-8

定价: 89.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光/邹晓东

2013年11月,中国共产党召开十八届三中全会,做出《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》(以下简称《决定》)。《决定》指出:“使市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用。”^①以职业经理人为就业目标的MBA和企业的经营管理者,需要深切理解“市场决定资源配置是市场经济的一般规律,健全社会主义市场经济体制必须遵循这条规律”,迫切需要学习一些市场经济条件下资源配置的经济学基本原理和技巧,用所学的基本原理和技巧来指导和帮助企业管理者做出日常的经营决策和长远的战略管理。同时,管理者也要深切理解“更好发挥政府作用”,“主要是保持宏观经济稳定,加强和优化公共服务,保障公平竞争,加强市场监管,维护市场秩序,推动可持续发展,促进共同富裕,弥补市场失灵”,处理好企业和政府的关系。管理经济学正是这样的一门课程。

我在这里向大家推荐这本《管理经济学》。它保持了严谨的经济学学术风格,详细地论述了有助于企业日常经营决策和长远战略管理的经济学原理。全书侧重讨论在各种市场结构条件下,企业如何实现技术有效前提下的经济有效,使资源得到有效的配置;同时,也讨论了在经济有效前提下的分配有效,进而实现社会有效;还初步分析了市场失灵和政府干预的关系,引导企业处理好与政府的关系。

全书从有利于读者学习的角度,对各章节适时总结,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。书中还给出了大量结合企业运作实践的专栏案例,帮助读者加深对经济学基本概念的理解,加强经济学的基本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,做进一步消化和理解;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不需要很深的数学基础,适合更广大的读者使用。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深入理解,这也是本书往往受偏爱定量分析的读者所喜欢的原因。在出版商网站上配有相应的学生手册和教师手册,以及拓展学习资料。这样一个教材体系和结构,既有利于教师面授教学,也有利于接受非面授教育的广大读者自学、自检。我国目前正缺少这样一本《管理经济学》教材。

① 中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定 [M]. 北京:人民出版社,2013.

18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,就备受中国读者的欢迎。随后,英文第7版(2002年)、第8版(2005年)、第9版(2009年)、第10版(2012年)、第11版(2015年)由机械工业出版社相继在中国影印发行;第6版(2001年)、第7版(2003年)、第8版(2005年)、第9版(2009年)、第10版(2012年)、第11版(2014年)的中文译本,也相继在中国问世。现在,又将本书第12版的中文译出,推荐给大家。

在莫瑞斯教授1999年辞世以后,托马斯教授对本书进行了多次增减。英文版第12版《管理经济学》对书中的内容进行了一些修订,增加了一些新的专栏,根据需要更新或改进了部分话题,并增加了一些概念性习题和应用性习题。第12版还有一个重要修改就是将概念性习题的答案转移到《教师手册》中。教师可以指定部分或所有习题让学生进行补充练习,学生无法从教材中直接获得答案,由任课教师自行决定是否为学生提供答案。

考虑到使用中文版的教师和学生,要在麦格劳-希尔的网站上查找英文版的《教师手册》和《学生手册》都有一定困难,没有渠道获知习题答案也会影响教和学的效果,经慎重考虑,本书还是保留各章的概念性习题答案,仍然将它放在了习题的后面。并建议学生在完成相应习题时,不要首先去翻看答案,而应将答案用于检查自己知识和概念的掌握程度。

第12版的翻译初稿仍由杨晓丽女士完成,这是杨晓丽女士第三次和我合作翻译托马斯的《管理经济学》,稳定的合作翻译,为提高质量提供了有力的保障。这里,也要感谢曾经参加第6、第7、第8、第9版翻译的全体女士和男士们,他们是:孙秀琴、葛凤玲、陈永刚、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、方宝荣等,他们的前期工作成果,为第12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的杨晓莉女士。我同时与翻译杨晓丽女士和编辑杨晓莉女士合作,使第12版中译本顺利出版,更增添佳话。还要感谢宁姗女士、李文静女士、杨雯女士、吴颖洁女士、程天祥先生、施琳琳女士,没有他们前期认真负责的敦促和辛勤的劳动,《管理经济学》的历年中文各版也不可能如此顺利地相继面世。

全书最终统稿和审定由本人负责,文责自负。18年来,托马斯教授和莫瑞斯教授的《管理经济学》中文版在中国已经出了7版,在每次翻译和校审的过程中,本人自问尽了绵力,但每次翻译和校审,仍能发现前稿中的错误和不足,现在战战兢兢提交的第12版中文译稿,一定仍然会有错误和不足,恳请广大读者不吝批评指正。

陈章武

于清华大学经管学院舜德楼

2017年6月

克里斯托弗 R. 托马斯 (Christopher R. Thomas)

克里斯托弗 R. 托马斯，南佛罗里达大学经济学副教授。在南佛罗里达大学任教 33 年，于 2004 ~ 2010 年间任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。托马斯教授发表了大量关于政府管制和反垄断的文章，是《牛津管理经济学手册》的编者之一。托马斯教授与他的妻子和女儿生活在佛罗里达州的 Brooksville，工作之余他喜欢摄影、打高尔夫和打网球。

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 年任系主任，1981 ~ 1985 年享受 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)，该书于 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。

为什么要学习管理经济学

在过去的 40 年里，微观经济学和产业组织经济学对企业分析各方面的影响越来越大，从而改变了管理经济学在商学院课程体系中的地位。经济学家认识到：现在每一门企业决策以及组织架构方面的课程，都需要吸收微观经济学和产业组织理论中关键领域的新进展。很多商学院一直都把“战略”当作课程体系中的一个重要主题，而这个主题往往只体现在一门仅一个学期的“企业战略”课上。然而，在一门课上，要教给商学院学生管理经济学并覆盖所有商业战略和组织方面的重要知识，是非常困难的，几乎不可能做到。在任何情况下，要想懂得如何去运用大量微观经济学和产业组织理论的重要新进展，就必须有管理经济学的扎实基础。

因此，《管理经济学》的目标是，既教会学生在企业日常决策中，运用微观经济学和产业组织理论的基础知识，实现利润最大化，同时又可以做出保障企业长远利润的战略决策。我们相信《管理经济学》能够帮助商学院学生成为企业战略的设计师，而不仅仅是探索如何击败竞争对手的中层经理人。

教学要点

《管理经济学》第 12 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会学生用经济学的方法思考企业决策和战略，强调批判性思维技能，并让学生用逻辑分析的方式处理企业日常管理决策，以及寻求应对竞争对手反应和再反应的长期战略决策。

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，我们把本书设计成最易于讲授和学习的管理经济学教科书之一。本书坚持详细地阐述并应用对企业决策和战略规划最有用的概念，而不是带着学生快速浏览微观经济学和产业组织理论中每个有趣或新鲜的话题。

双套习题

大多数学生可能并不知道怎样靠自己来提高分析和批判思维的能力。为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问题：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章的内容，开发自己的分析能力。在每章章末，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作与教材相配合的一本习题集使用。每道概念性习题都有很强的针对性，以达到两个目的：①使学生可以逐步掌握概念，而不是囫圇吞枣；②使学生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会更有成效。当学生完成求解概念性习题后，他们也就练习了为解决应用性习题所需的所有技巧。
- **应用性习题** 在概念性习题后，每章还有一套应用性习题，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，这些问题由典型的商业环境和现实世界真实发生的案例组合而成，案例节选自《商业周刊》《经济学人》《福布斯》《华尔街日报》和其他商业新闻出版物。商学院学生以后会发觉，关于应用性习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，使学生在课前就可以学会大部分技巧。学生如果确实能在课前掌握这些技巧，教师就能够在课堂上花更多的时间向学生演示如何把经济学的思维方法运用到企业决策中去了。

灵活的数学知识要求

从基本的代数运算和看图技巧开始，本书给出了要用到的所有其他分析工具。《学生手册》中包括解答书中习题所需要的代数知识和看图技巧的综述。

虽然本书任何一章都不含有微积分运算，但希望教微积分运算的教师，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分析。每个数

学附录都包括一些需要使用微积分解决的数学练习,《教师手册》中提供了这些练习的答案。《学生手册》中还包括一份 6 页的“导数与最优化问题简要回顾”,介绍了导数的概念、求导法则、无约束优化以及有约束优化。

自成体系的经验分析

本书第 12 版在需求、生产和成本函数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,只教授给学生用于需求、生产和成本估计的基本统计知识,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和企业战略导论课程。对于 MBA 或 EMBA 学生来说,本书也非常适合作为管理经济学课程中的“新兵集训营”或“工具包”来使用,同时也可用于企业战略和组织架构课程的补充读物。由于在职、在线学习或 EMBA 学生在课后向教师求助的机会有限,本书自成体系的特点对他们就显得特别有价值。

补充资源

所有补充资源在麦格劳-希尔网站 (McGraw-Hill Connect) 上提供,以下是第 12 版提供的补充资料^①。

在线附录和网络章节

在线附录包含部分教师和学生可能感兴趣的话题。网站上有以下几个在线话题:

- 价格变化的替代和收入效应;
- 价格接受企业的行业需求函数的估计和预测;
- 线性规划;
- 生产中关联多产品的定价法。

同时,网站还提供一个网络章节,包括部分教师和学生可能感兴趣的话题。与在线附录所不同的是,网络章节内容更为丰富,具备教材一个章节中所有的结构,包括摘要、概念性习题和应用性习题等。网络章节主题如下:

^① 读者可以登录 McGraw-Hill Connect 网站自行获取。

- 投资决策。

题库

题库提供了超过 1 500 道选择题和填空题，并根据难度等级、AACSB 学习类别、Bloom 分类和主题对这些试题进行了分类。

计算机试题库

麦格劳－希尔的“EZ 测试”是一个灵活且易于使用的在线测试软件，允许教师从教材配套试题中选取题目创建试卷。它支持多种类型的试题类型，教师也可以自己录入试题。教师可以创建多个试卷版本，并且导出每个试卷到课程管理系统中。教师可以在“EZ 在线考试”中在线发布所创建的“EZ 试卷”来进行考试或小测验。此外，教师也可以通过 McGraw-Hill Connect 来访问试题库。

教师手册

《教师手册》是由作者撰写的，其中包括教材中应用性习题和数学习题的答案。从第 12 版开始，“课后作业”部分从《学生手册》转移到《教师手册》中。教师可以指定部分或所有课后作业题让学生进行补充练习。由于学生无法获得答案，课后作业提供了除试题库中已有试题之外的一系列需要评阅的习题。与试题库的题目相反，课后作业中的习题不是选择题，它的设计与课本中的概念性习题和应用性习题较为类似。

另一套概念性习题与答案

在第 12 版中，我们为教师额外提供了一整套新的概念性习题以及答案。教师可选择使用它们作为额外练习、课后作业或考试用题。学生无法获得这些习题和答案，教师可自行决定是否为学生提供答案。教师可登录 McGraw-Hill Connect 来获得这些额外的概念性问题。

PPT 文件^①

本书每章都配有相应的 PPT 文件，由 Victoria Perk 提供。PPT 中包括动画形式的图表，可以逐步演示。教师可以根据自己课程的演示需要编辑幻灯片。

^① 参见华章网站 <http://www.hzbook.com>。其他资料索取请填写书后所附《教师服务登记表》或联系出版社。

第 12 版的新特点

跟每次更新版一样，作者对书中的内容进行了一些修订，增加了一些新的专栏，根据需要更新或改进了部分话题，并增加了一些概念性习题和应用性习题。第 12 版中淘汰了两个专栏：专栏 1-3 “全球联盟正在破裂吗：会计利润与市场价值”和专栏 2-2 “购买者们真的能够哄抬价格吗”。这些淘汰的专栏，以及之前版本中淘汰的专栏，仍然可以通过 McGraw-Hill Connect 在学生图书馆模块中查看。以下是此次改版中新增的专栏：

- 专栏 1-3：“如何评估高尔夫球场的价值——估计一个企业的市场价格”
- 专栏 2-2：“供给决定因素变化的影响”
- 专栏 6-1：“ $P \times Q$ 衡量的不仅仅是企业的总收益”
- 专栏 12-2：“钻石是永恒的，而进入壁垒不是”
- 专栏 14-1：“灰狗汽车公司用动态定价替代统一定价”

除了这些新的专栏以外，作者用最新的新房销售数据对专栏 7-3 “新房销售预测：时间序列预测法”进行了完全的修订。

以下主要按章节介绍其中的主要变化：

- 在第 1 章中，对所有权和控制权分离的问题进行了修正和更新，更细致地讨论了目标冲突、隐藏行动，及其带来的监督问题、道德风险这些概念。现在对于这个话题的介绍更符合现代对不完整合同和不完整信息的处理。我选择不区分逆向选择和道德风险，是因为在企业主和管理者关系这个背景下，逆向选择的结果最终也是道德风险：具有未知、隐藏的“坏”特质的管理者会做出非价值最大化决策。委托—代理问题与公司控制机制是非常有趣且复杂的，虽然在第 12 版中只是简短地阐述了一些基本内容，但也是足够完整的，可以引起水平较高的学生选修更为高级的企业战略和组织课程的兴趣。
- 此外，在第 1 章中新增的专栏 1-3，检验了“现实世界”评估企业未来预期利润流的经验法则。据报道，该经验法则被专门从事销售高尔夫球场的房地产经纪人所使用。他们简化了评估过程，把购买高尔夫球场当成购买永续年金中今年的利润。虽然这个法则无疑是太简单了，但学生会觉得简单的计算方法——用单期利润除以风险调整贴现率——是“有用的”。专栏 1-3 讨论了在某些情况下，我们可以期望，在这个简单的经验法则和本书中对未来预期利润现值的计算方法之间，找到一个均衡。为了引起学生对这个话题的兴趣，我扩展了第 1 章中的数学附录，对应用这一方法计算永久期的现值进行讲解，并增加了一个数学习题。

- 在新的专栏 1-3 中，也对“企业价值”（EV）的概念进行了简短的解释。现在这一术语，在商业出版物和投资博客中被广泛应用。企业价值，作为一种方便地将企业预期利润的现值，与购买该公司所需支付的市场价格联系起来的方式而受到推广。要计算一个公司的企业价值，一个公司的市场交易价格需要根据公司的资本结构进行调整：从市场价格中减去公司可能拥有的任何现金价值，加上公司买家在购买时需要解决的任何债务。也就是说，企业价值 = 企业市场价格 - 现金 + 债务。
- 在第 2 章中，一个新的专栏 2-2，为学生提供了更多让供给曲线移动的变量案例（专栏 2-1 是让需求曲线移动的变量的案例）。专栏 2-2 强调了供给曲线的移动应该是水平移动，而不是“向上”或“向下”移动。第 2 章在标记方面也做了一个小改动，为了避免可能出现的混乱，在此也需要提一下。对某一商品未来的预期价格的符号进行了小改动，以避免买方对未来价格的预期，在某种程度上与卖方对未来价格的预期等同起来，所可能造成的混乱。此版本中不再使用 P_e 来统一表示需方和供方的预期价格。按照过去版本中所采用的约定，今后需方变量的下标以大写 $E(P_E)$ 表示，供方变量下标继续用小写 $e(P_e)$ 表示。而作为这种变化的结果， P_E 不再表示均衡价格。现在用 $\bar{P}$ 表示均衡价格，用 $\bar{Q}$ 表示均衡数量。
- 第 6 章中新增了专栏 6-1，“ $P \times Q$ 衡量的不仅仅是企业的总收益”，提醒学生总收益也衡量消费者对商品或服务的总开支，然后说明如何使用需求弹性来预测价格变动对消费支出的影响。当然，这与预测价格变化对总收益的影响是相同的。专栏 6-1 对于教师来说，可能是很浅显甚至微不足道的，但学生们经常将它视为明了的单一概念。
- 在第 7 章中，如前所述，作者更新了专栏 7-3 “新房销售预测：时间序列预测法”，收集了 2012 年 1 月 ~ 2014 年 12 月共 36 个月的新房销售数据。使用最新的数据进行计算，发现季节性哑变量回归和预测模型的预测表现依然很好，再次说明了这种相当简单的方法对于预测每月新房购买模式的季节性变化非常有效。
- 第 11 和第 12 章中，分别增加了一个新的概念性习题，且第 12 章中还新增了两个应用性问题，以及专栏 12-2 “钻石是永恒的，而进入壁垒不是”。新专栏对纽约出租车市场进入壁垒的性质进行了讨论，并解释了现在基于新的智能手机 App 提供汽车服务的 Uber、Lyft 和 Gett，正让这些进入壁垒逐渐消失。
- 最后，在第 14 章中，新专栏 14-1 “灰狗汽车公司用动态定价替代统一定价”，讨论了灰狗汽车公司从统一定价转到“动态定价”，这样一种价格歧视形式所获得的价值。虽然，无论是专栏还是本书，都不打算做动态定价模型，但学生仍然可以看到，灰狗汽车公司是如何从不同时间的同一行程所收取的不同价格中获益的。

除了教材中的变化，第 12 版还对补充材料进行了改进。学生和教师可通过 McGraw-Hill Connect 获取这些补充材料。可能其中最有用的改进，还是“课后作业”中对习题量的显著扩充，正如前面提到的，现在已转移到《教师手册》中。

作者始终非常重视来自学生和教师的改进建议。如果你对本书或补充材料有任何改进意见，请直接与作者联系（crthomas1@usf.edu）。

给学生的寄语

写这本书的主要目的之一是给学生一本可以更好地学习管理经济学的书。然而，在管理经济学课程中学到多少，很大程度上取决于你自己的学习方法。我想给你们一点学习的小提示，那就是重视主动学习，而不是被动学习。被动学习是指不需要你自己去挖掘内容背后逻辑的学习，比如阅读课文、复习课堂笔记，以及听讲座等。这些活动之所以属于“被动”学习，是因为书的作者或你的教师为你提供了分析指导和逻辑，你只是跟着别人的推理过程，让大脑活动跟上作者或教师的思路就行。被动的学习不会让你的大脑“燃烧”出新的神经通路和网络。一般而言，学生会倾向于被动学习，因为这样学习比主动学习更简单、更轻松。

主动学习要求你自己去思考、推理，比如你合上书，也不参考课堂笔记，试着去解释一个概念——可以是画一个图，或开发一个数学模型。只有如此，你才能让你的大脑“燃烧”出一条新的神经元的逻辑通路。你对本书中关键概念和原理的“怎么样”和“为什么”解释得越好，你的理解就会越透彻，考试也会考得更好。当然，有些被动学习对于熟悉材料也是很有必要的，但如果你想要获得真正的理解和运用管理经济学决策技巧的能力，你就要更注重主动学习而非被动学习。

译者序	
作者简介	
前言	

第 1 章 管理者、利润与市场	1
1.1 企业运作和战略的经济学思考	
方法	2
1.2 经济利润的度量和最大化	5
1.3 所有权与控制权分离	13
1.4 市场结构和管理决策	17
1.5 本章小结	21
关键词	22
概念性习题	22
概念性习题答案	23
应用性习题	23
附录 1A 现值计算方法	25
数学练习题	27

第 2 章 需求、供给与市场均衡	28
2.1 需求	29
2.2 供给	38
2.3 市场均衡	45
2.4 衡量市场交易的价值	47
2.5 市场均衡的变动	49
2.6 限制价与支持价	55
2.7 本章小结	57
关键词	57

概念性习题	59
概念性习题答案	62
应用性习题	65

第 3 章 优化决策的边际分析	68
3.1 概念和术语	69
3.2 无约束下的最优化	70
3.3 有约束下的最优化	78
3.4 本章小结	82
关键词	83
概念性习题	83
概念性习题答案	86
应用性习题	88
附录 3A 优化理论概述	90
数学练习题	92

第 4 章 基本估计技术	93
4.1 简单线性回归模型	94
4.2 拟合回归曲线	96
4.3 统计显著性检验	98
4.4 回归方程的评估	103
4.5 多元回归	107
4.6 非线性回归分析	109
4.7 本章小结	113
关键词	114
概念性习题	115

概念性习题答案	117	概念性习题答案	172
应用性习题	119	应用性习题	174
附录 4A 回归分析中的一些问题	121	附录 6A 需求弹性的计算方法	175
数学练习题		数学练习题	176
第 5 章 消费者行为理论	122	第 7 章 需求估计和预测	177
5.1 消费者理论的基本假设	122	7.1 需求估计的直接方法	178
5.2 无差异曲线	124	7.2 经验需求函数	180
5.3 消费者预算约束	128	7.3 价格制定企业的需求估计	183
5.4 效用最大化	131	7.4 时间序列预测销售量和价格	186
5.5 单个消费者需求曲线和市场 需求曲线	136	7.5 季节性(周期性)变化	189
5.6 角解	138	7.6 几句忠告	195
5.7 本章小结	139	7.7 本章小结	196
关键词	140	关键词	197
概念性习题	141	概念性习题	197
概念性习题答案	144	概念性习题答案	199
应用性习题	146	应用性习题	200
附录 5A 消费者理论中的一般数学 方法	147	附录 7A 经验需求弹性	201
数学练习题	148	在线附录 2 价格接受型企业的需求 估计与预测	202
在线附录 1 价格变化的替代效应和 收入效应	148		
第 6 章 弹性和需求	149	第 8 章 短期生产与成本理论	203
6.1 需求价格弹性	150	8.1 生产和成本理论中的一些基本 概念	204
6.2 价格弹性和总收益	151	8.2 短期生产	208
6.3 影响需求价格弹性的因素	155	8.3 短期生产成本	214
6.4 需求价格弹性的计算	156	8.4 短期成本函数和生产函数的 关系	218
6.5 边际收益、需求和价格弹性	160	8.5 本章小结	222
6.6 其他需求弹性	164	关键词	223
6.7 本章小结	168	概念性习题	223
关键词	169	概念性习题答案	226
概念性习题	169	应用性习题	228

附录 8A 短期生产与成本函数之间 关系的推导	229	附录 10A 经验生产函数与成本函数 关系推导	282
数学练习题	230	数学练习题	287
第 9 章 长期生产与成本理论	231	在线附录 3 线性规则	287
9.1 等产量线	232	第 11 章 竞争市场上的管理决策	288
9.2 等成本线	234	11.1 完全竞争市场的特征	289
9.3 投入的优化组合	236	11.2 价格接受型企业所面临的 需求	290
9.4 最优化与成本	239	11.3 短期利润最大化	291
9.5 长期成本	242	11.4 长期利润最大化	302
9.6 影响长期成本的因素	245	11.5 利润最大化的要素投入量	310
9.7 短期成本与长期成本函数之间 的关系	255	11.6 利润最大化产出决策的实施	313
9.8 本章小结	258	11.7 本章小结	318
关键词	259	关键词	319
概念性习题	260	概念性习题	320
概念性习题答案	263	概念性习题答案	324
应用性习题	264	应用性习题	326
附录 9A 两种变动投入生产和成本 函数关系的推导	266	附录 11A 价格接受型企业利润 最大化的数学推导	329
数学练习题	267		
第 10 章 生产和成本的估计	269	第 12 章 具有市场力企业的管理 决策	331
10.1 短期生产函数的规范	270	12.1 市场力的度量	332
10.2 短期生产函数的估计	271	12.2 进入壁垒	336
10.3 短期成本估计: 有关成本量度 的一些问题	273	12.3 垄断下的利润最大化: 价格与 产量决策	342
10.4 短期成本函数的估计	275	12.4 利润最大化时投入要素量	349
10.5 本章小结	278	12.5 垄断竞争	352
关键词	279	12.6 利润最大化产量与价格决策的 实施	355
概念性习题	279	12.7 多工厂企业	360
概念性习题答案	280	12.8 本章小结	363
应用性习题	281		

关键词	364	附录 14A 两群购买者的两部定价	458
概念性习题	364	在线附录 4 生产相关多产品的定价	459
概念性习题答案	368		
应用性习题	372	第 15 章 在风险和不确定下的决策	460
附录 12A 垄断企业利润最大化的 数学推导	375	15.1 风险和不确定之间的差别	461
第 13 章 寡头垄断市场的战略决策	377	15.2 风险概率分布的测量	461
13.1 同步决策	378	15.3 风险决策	464
13.2 顺序决策战略	391	15.4 预期效用：风险下的决策理论	468
13.3 在重复决策中的合作战略	396	15.5 不确定性条件下的决策	474
13.4 进入限制战略	405	15.6 本章小结	476
13.5 本章小结	409	关键词	477
关键词	410	概念性习题	478
概念性习题	411	概念性习题答案	479
概念性习题答案	414	应用性习题	481
应用性习题	417	附录 15A 风险决策的数学推导	482
附录 13A 连续同步决策最优反应 曲线的推导	420	第 16 章 企业的政府监管	483
数学练习题	422	16.1 市场竞争和社会经济有效	484
第 14 章 高级定价技巧	423	16.2 市场失灵和政府干预的情形	487
14.1 差别定价：获取消费者剩余	424	16.3 市场力和公共政策	488
14.2 第一级（完全）差别定价	426	16.4 负外部性的问题	494
14.3 第二级差别定价	428	16.5 非排他性	501
14.4 第三级差别定价	436	16.6 信息与市场失灵	503
14.5 多产品企业的定价方法	442	16.7 本章小结	506
14.6 成本加成定价	446	关键词	507
14.7 本章小结	450	概念性习题	507
关键词	450	概念性习题答案	511
概念性习题	451	应用性习题	515
概念性习题答案	453	网络章节 投资决策	515
应用性习题	455	附录 统计表	516
		A.1 学生 t 分布	516
		A.2 F 检验	516