

经济学

(微观)

(美) R. 格伦·哈伯德 (R. Glenn Hubbard) (哥伦比亚大学) 著
安东尼 P. 奥布赖恩 (Anthony P. O'Brien) (利哈伊大学)
张军 等译

Microeconomics



机械工业出版社
China Machine Press

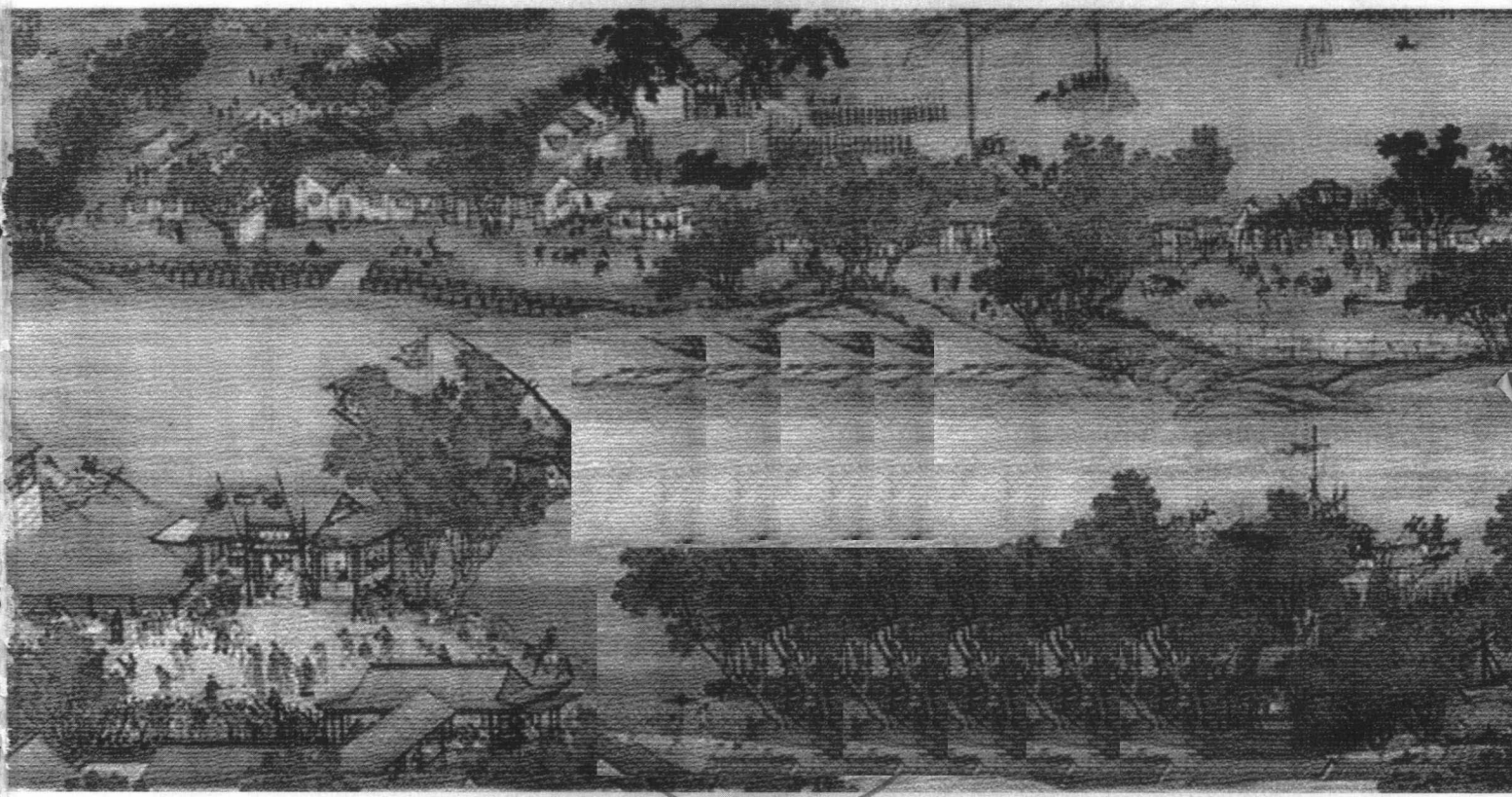
经济学

(微观)

(美) R. 格伦·哈伯德 (R. Glenn Hubbard) (哥伦比亚大学)
安东尼 P. 奥布赖恩 (Anthony P. O'Brien) (利哈伊大学)
张军 等译

著

Microeconomics



机械工业出版社
China Machine Press

这是一部激发学生通过真实商务案例学习微观经济学的经典著作。本书紧紧把握时代脉搏,立足于现实的商业世界和经济政策,引导学生的兴趣,培养学生的经济学直觉和理解力。作者强调经济学原理在当前经济事件中的应用,所选的实例更注重商业现实,同时以适宜的难度详细介绍了所有核心概念。全书共分七个部分,以非常清晰的主题结构,从导论(第1~4章)、市场行为(第5~6章)、国内和国际经济中的企业(第7~8章)、微观基础(第9~10章)、市场结构和市场策略(第11~15章)、生产要素市场(第16章)、信息、税收以及收入分配(第17~18章)等方面阐述了经济学的原理。书中的“开篇案例”“解决问题”“建立联系”“不要犯这样的错误!”“案例透视”等专栏,可以使经济学这门课程的学习变得更轻松有趣。

本书适合经济类专业的大学本科生、MBA学生及教师使用,也可以作为研究人员以及企业经营管理者参考用书。

R. Glenn Hubbard and O'Brien, Anthony P. Microeconomics.

ISBN 0-13-034826-0

Copyright © 2006 Pearson Education Inc.,

Chinese Simplified Language edition published by Pearson Education Asia Ltd., and China Machine Press.

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. This edition is authorized for sale only in the People's Republic of China(excluding the Special Administrative Region of Hong Kong and Macau).

All rights reserved.

本书中文简体字版由机械工业出版社和Pearson Education(培生教育出版集团)合作出版。此版本仅限于在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区)销售。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

本书封底贴有Pearson Education(培生教育出版集团)激光防伪标签,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:01-2006-1108

图书在版编目(CIP)数据

经济学(微观)/(美)哈伯德(Hubbard, R. G.), 奥布赖恩(O'Brien, A. P.)著;张军,等译. —北京:机械工业出版社, 2007.5

书名原文:Microeconomics

ISBN 978-7-111-20550-0

I. 经… II. ①哈… ②奥… ③张… III. 微观经济学 IV. F0

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第062513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:石美华 版式设计:刘永青

北京牛山世兴印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

2007年5月第1版第1次印刷

214mm×275mm·32.5印张

定价:50.00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

作为经济学教师和研究者，我一直有一个梦想，希望退休之后能写一本初级经济学教科书，把数十年来教学和研究的体验作为要表达的主题写在教科书中。我设想，这样的教科书应该能表达三个意思：要有好的经验现象；要告诉学生我们该怎样分析这样的现象；要有简化的理论，要有精彩，还要有理论背后的“直觉”和“故事”，让学生从精彩的故事中领悟理论。如果经济学教科书有理论对政策的切中要害的分析或者讨论政策时有精彩的理论做支撑，就更好了。要写出包含这三层意思的教科书，没有足够的时间和全身心的投入是不可能的。而我们本土的经济学教科书近年来虽然长进不少，但缺陷依然存在。最大的缺陷是，我们的本土经济学教科书大都是为方便学生考试而编写的，这可能是本土经济学教科书的范式迟迟没有突破的主要原因。

在我看来，能写出好的初级或中级经济学教科书，是非常了不起的事情。经济学专业需要好的教科书，而在当今的商学院，能让商业世界的决策者弄明白经济学在说什么，真正被经济学的精彩所吸引，更是件非常不容易的事情，尤其是在中国。我还记得萨缪尔森教授20世纪40年代获得博士学位后的第一件事就是决定写一本能让商学院的学生喜欢的经济学教科书，这就是他在1948年出版的《经济学》。1948年版《经济学》实际上形成了一个非常高的标尺，此后的经济学家所写的经济学教科书必须超越它才有价值。这解释了经济学教科书的建设为什么形成了所谓“高原效应”现象。

我认为，一本经济学教科书如果能在商学院受欢迎，那一定是因为它把精彩和逻辑力量展现得非常巧妙。微观经济学理论最适合分析商业活动和企业决策，但是这样的分析对大众读者或者对商业世界的决策者来讲往往是最难把握和接受的。我曾经根据自己在商学院教授“管理经济学”课程的经验写过一篇文章，在文章中我说，微观经济学教科书对商业决策活动的分析更像是写给经济学家的，而不是写给管理者的。而且经济学教科书中选择的所谓“案例”大多数出自财经媒体的新闻报道和记者评论，这几乎是一个通则。这好像是说，微观经济学的理论对我们阅读财经新闻报道更有帮助。所以，如果没有对这些财经新闻报道的精彩分析，教科书是无法被商学院的学生认同的。

这些年来我就一直在思考如何找到建立经济学与商业世界联系的最佳桥梁的问题。这样的思考让我拒绝了很多经济学教科书的翻译或者编写工作。也是因为这个原因，我认识了哈伯德和奥布赖恩合著的这本经济学教科书，并对它产生了好感。在反复翻阅之后，我发现这本教科书与我对经济学教科书的看法最为接近。于是我决定承担这本书的翻译工作。

其实我知道，在我于10年前负责翻译了平狄克和鲁宾费尔德的中级《微观经济学》教科书之后，西方那些最著名的大学使用的经济学教科书都先后被翻译成中文出版了。我怎么能够说明这本教科书是众多教科书中少见的一本能让商学院的学生也喜欢的经济学读物呢？当然，最好的答案只能由本书读者和使用者提供。我对本书将会受到的好评和青睐是有充分信心的。

这些年来，在中国的很多大学校园里，平狄克和鲁宾费尔德的中级《微观经济学》教科书和

瓦里安的经济学教科书都同样受欢迎。但是平狄克和鲁宾费尔德的写法更符合中国学生课堂学习的习惯方式。按部就班的陈述,清晰的概念和命题的严格逻辑推演,这些都便于记忆和考试。虽然也有大量的案例故事,但理论陈述与经验现象的结合相对比较松散。而相比之下,瓦里安的经济学教科书更突出了严谨和学术性,希望展示经济学体系的公理化和演绎技巧,而不太去混杂经验材料和故事。

曼昆的《经济学原理》在“理论联系实际”(这是我不太喜欢的一句被我们长期误解了的话)方面比其他教科书更用心。为了“理论联系实际”,作者在表达上也更下功夫。而我感到,曼昆的《经济学原理》更适合美国学生。这当然是几乎所有美国作者编写的经济学教科书普遍面临的问题。作者熟悉美国的制度和经济生活中的重大事件,自觉不自觉地在经济学教科书中加以体现。在曼昆的《经济学原理》中,这个问题尤为突出。

不错,美国经济生活中面临的很多问题对于理解经济学和运用经济学的理论是重要的,但发生在美国的故事和事件能否吸引非美国本土的学生,很大程度上也取决于作者分析这些问题的立场以及作者是否具有全球意识。哈伯德和奥布赖恩合著的《经济学(宏观)》和《经济学(微观)》在这方面做出了可喜的突破。

学生也许会问一个更尖锐的问题:即使有值得推荐的地方,我们时至今日还有必要再引进初级或中级经济学教科书吗?我的回答是,由经济学的实证性质所决定,经济学教科书是一个会不断升级换代的产品。发现更好的解释方法,找到更贴切的事例,对经济学的理论有更新颖的理解和表述,这些都是教科书升级换代的理由。另外,我觉得经济学中最基础的东西往往是我们某个时刻的理解永远不能到位的东西。所以我们需要不断补充基础性东西。另外,我个人的经验是,每当在经济研究上取得一点进步再回过头去理解我们在教科书里学到的东西,感觉更是不同寻常。

虽然中国的经济学教育在不到20年的时间里发生了质和量两方面的深刻变化,但若加以评价,则可喜又可忧。关于可喜的道理,我两年前在中国人民大学参加中国经济学教育会议时就曾经提到。我说,中国经济学教育取得的可能是最重要的成就就是,在中国,经济学吸引了一大批非常聪明的学生。这有点出乎意料。差不多30年前,最好的学生一定去读数理化;20年前,中国最好的学生一定会去读工程学;而当今,在我们的很多大学里,读经济学的学生同样十分聪慧、优秀和出色。他们当中不乏文理科的尖子学生,包括各地的高考状元。不少在本科阶段学习物理学、数学或者工程学的学生,最终却选择了报考经济学研究生。

我忧虑的地方是什么呢?依然是我们的优秀学生。十多年来的教学、研究和与学生交流的经验告诉我(我相信我的很多同行也会支持我的这个看法),我们的学生们尽管非常出色和聪慧,但他们有一个致命的弱项,那就是他们在学习经济学的过程中有急于追求理论前沿和复杂性的倾向。这个问题是中国学生,尤其是尖子学生的一个可怕的问题。为什么这会是一个问题?因为这样的学生往往把大部分宝贵时间和精力花在了经济学技术和细枝末节上,而丢掉了经济学的精神和直觉,更没有办法懂得如何才能在经济理论上有所建树。

在今天高度竞争的经济学界,经济学家的生存能力不在于他们过去是否是数学家或物理学家,而在于他们对现实复杂问题的敏感、把握、判断和简化的能力是否出人头地。这些能力的训练是非常重要的。我们听学术讲座或者阅读别人的论文,要学习的正是这些能力。我们夯实基础训练的目的在于把别人的理论模型和技术策略简化成经济学最基本的东西,这就需要在学习经济学时从非常具体的和细节的技术中摆脱出来。钻牛角尖往往是优秀学生的一大毛病。我们有不少聪明能干的学生刚涉足经济学不久,就埋头于修改和挑战某些经济学家发表的理论论文,而实际上他们并不知道这些理论是怎么提出来的。这种劲头和精神虽然可爱,但并不值得肯定。即使这样的学生可以在名校很容易地获得经济学博士学位,恐怕日后也难有大的成就。我们二十多年前试办的自然科学“少年班”多少已经证明了这一点。

好了，我该交代一下本书的翻译过程了。翻译本书是一个对经济学的很多基本原理的新的体验过程，收获很大。参与本书初稿翻译的都是我指导的硕士研究生，具体分工如下：王世磊，翻译了第1、15、16章；丁丹，翻译了第2、3、4章；阳桦，翻译了前言、第5章、附录；刘宇，翻译了第6、7章；周正清，翻译了第8章；张弘，翻译了第9、10、11章；高远，翻译了第12、13、14章。我本人翻译了第17和18章。王世磊还担任了本书翻译过程中的协调工作，并在前期协助我做了不少与出版社的沟通工作。高远帮助我翻译了第18章的部分内容。

我很荣幸能与这么多出色的学生一起工作。当然，学生们把英文的意思严格地翻译出来基本上是没有问题的，但他们的中文表达能力还不够。这是个通病。翻译中最常见的一个问题就是中文的表达受到了英文句法的限制，全然忘记了中文的习惯。使中文表达更恰当，更易懂，这是我在统稿和审校过程中的主要责任。初稿形成后，我开始对每一章进行逐字逐句的审校。审校工作花费了我两个多月的时间，我的目的是确保忠实原文和译文流利顺畅，尽量消除“英式汉语”。

这里举一个小例子。

最初的译稿：

“转向消费税是税收体制的激烈变革吗？对许多家庭来说，答案也许是惊讶的“不”。许多纳税人已经把部分储蓄放入基金账户中，获得的利息不会被征税直到这些基金被取出用于退休支出——例如，个人退休账户（IRAs）或401(k)计划。实际上，储蓄主要在退休账户的个人已经支付了消费税而不是收入税。最近股息和资本所得税率的降低——两者都是储蓄的收益——与刺激储蓄动力的提议一起将进一步增加消费税的角色。”

我修改后的文字如下：

转向消费税会是税收体制的重大变革吗？对许多家庭来说，答案也许是“不”。因为许多纳税人已经把部分储蓄放入基金账户中了，放入这些账户中的资金以及获得的利息在被取出用于退休开支[例如，用于个人退休账户（IRA）或401(k)计划]之前是不会被征税的。实际上，主要在退休账户上储蓄的个人已经支付了消费税而不是所得税。最近对红利和资本利得（两者都是储蓄的收益）实行的减税以及扩大储蓄的动议都将进一步突出消费税的功能。

坦率地说，这是我十多年来首次如此费心地加以审校和参与翻译的一本书。这种逐字逐句的修改工作对我的心力和时间来讲都是一个极大的挑战。但面对这样一本好书，同时也为了向学生示范如何做好翻译工作，我坚持了下来。我对本书的最终译稿质量是满意的。但是，虽然我已经尽了力，但本书仍然可能存在瑕疵，不当之处，恳请指正。

我要感谢机械工业出版社华章公司的张渝涓女士和吴颖洁女士对本书在翻译和审校过程中给予的支持。本书的责任编辑石美华女士不仅做了出色的编辑工作，而且还协助我为本书做了不少编辑之外的工作。没有她们的努力，本书的翻译工作不可能如期完成。最后我还要特别感谢我的妻子和远在美国的儿子给予我每天坚持不懈工作的力量。

张 军

2007年4月29日于上海

作者简介

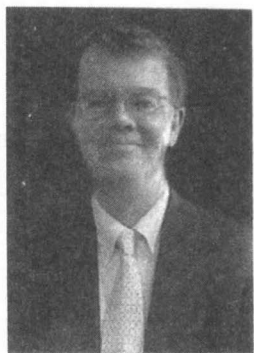
About The Authors

R. 格伦·哈伯德 (R. Glenn Hubbard) 教授、学者和政策制定者



R. 格伦·哈伯德是哥伦比亚大学商学院院长和Russell L. Carson金融经济学教授，同时他还是哥伦比亚文理学院的经济学教授。此外，他还担任美国国家经济研究局的研究员，并且是多家公司的董事，这些公司包括：Automatic Data Processing, Black Rock Closed-End Funds, Dex Media, Duke Realty, KKR Financial Corporation以及Ripplewood Holdings。哈伯德教授1983年获得哈佛大学经济学博士学位，2001~2003年间，他担任白宫经济顾问委员会主席，1991~1993年间担任美国财政部助理部长帮办。哈伯德教授的研究领域包括公共经济学、金融市场和金融机构、公司金融、宏观经济学、产业组织以及公共政策。哈伯德教授在顶级学术期刊上发表了九十多篇文章，这些杂志包括：《American Economic Review》，《Journal of Finance》，《Journal of Financial Economics》，《Journal of Political Economy》，《Journal of Public Economics》，《Quarterly Journal of Economics》，《Rand Journal of Economics》以及《Review of Economics and Statistics》。他的研究获得美国国家科学基金、美国国家经济研究局和许多私人基金会的资助。

安东尼 P. 奥布赖恩 (Anthony P. O'Brien)，获奖教授和学者



安东尼P. 奥布赖恩是利哈伊大学的经济学教授。他于1987年获得加州大学伯克利分校的博士学位。他教授经济学原理课程已经有15余年。奥布赖恩教授曾获利哈伊大学优秀教师奖。他曾担任Diamond经济学教育中心主任，Dana基金会冠名教授和利哈伊大学1961班经济学教授。他是加州大学圣巴巴拉分校和卡内基·梅隆大学产业管理研究生院的访问教授。奥布赖恩教授的研究领域包括美国汽车产业的演变、美国经济竞争力的源泉、美国贸易政策的发展、大萧条的起因、白人与黑人收入差异的原因等。奥布赖恩教授的研究成果发表于多个顶级学术期刊，其中包括：《American Economic Review》，《Quarterly Journal of Economics》，《Journal of Money, Credit, and Banking, Industrial Relations》以及《Journal of Economic History》。他的研究获得多家政府机构和私人基金会的资助。除了教学和写作，奥布赖恩教授还担任《Journal of Socio-economics》杂志的编委。

张 军



1963年生。复旦大学经济学教授，教育部重点研究基地中国社会主义市场经济研究中心主任，国务院特殊津贴获得者，“当代中国经济”长江特聘教授。1992年在复旦大学获得经济学博士学位。1992~1995年间分别获得“英国文化委员会”（British Council）和“美中学术交流委员会”（US Committee on Scholarly Communication with China）提供的奖学金，在英国萨塞克斯大学（University of Sussex）和华盛顿州立大学（Washington State University）从事博士后研究工作。1997年以来，曾在伦敦经济学院、剑桥大学、牛津大学、哈佛大学、东京都立大学、韩国庆北国立大学、联合国大学经济发展研究院（UNU-WIDER）、中欧国际工商学院（CEIBS）、上海交通大学安泰管理学院等做访问研究员和客座教授。他还是包括香港中文大学在内的许多大学的External Examiner和包括牛津大学出版社等在内的特邀审稿人，他是众多的经济学期刊（包括《经济学季刊》和《China Economic Journal》在内）的学术委员。

他是中国有影响的经济学家之一，对中国的工业改革、经济增长和当代中国的经济政策有深厚的研究。他用中文和英文在包括《经济研究》、《Journal of Asian Economics》、《Journal of Chinese Economic and Business Studies》、《East Asian Review》等在内的中外学术刊物上发表了数十篇研究论文。他最近出版的著作包括《中国的工业改革与经济增长：问题与解释》（2003）、《组织、制度和中国的经济改革》（2004）和《资本形成、投资效率与中国的经济增长》（2005）等。他对中国经济问题的评论和观点频繁见诸于国内外重要的媒体，包括《New York Times》、《Financial Times》、《Wall Street Journal》、BBC、PBS、ABS等。他还是《Project-Syndicate》、《经济观察报》、《上海证券报》等多家财经杂志的专栏作家。

前言

Preface

情境式学习

如果学生在其熟悉的情境中学习,我们相信,他们一定能非常好地学会运用经济学理论。无论学生将来是经营美术工作室,从事社会工作,在华尔街交易,在政府部门工作,还是经营酒吧,都必须理解自己所承担的工作背后的经济原理。尽管商学院的学生在许多课堂上有机会学到经济学原理,但是,那些人文科学专业的学生可能就没有那么多的机会。因此,我们会用各种各样现实世界中商业和政策的例子来阐述经济学概念,以为社会培养出更多有学识的消费者、选民和公民。

本书的一些相关特色如下:

第4章 经济效率、政府定价和税收

我们运用消费者剩余和生产者剩余来度量我们所熟悉的租赁产权和最低工资中价格上限及下限对经济的影响。本书还在其他三章介绍了消费者剩余和生产者剩余。在第8章“比较优势和国际贸易利益”中,我们分析了影响贸易的政府政策。在第14章“垄断与反托拉斯政策”中,我们考察了市场力量对经济效率的影响。在第15章“定价策略”中,我们考察了公司定价策略对经济效率的影响。

第5章 外部性、环境政策与公共品

为了激发学生的学习兴趣,也为了能让他们更早接触到本章中的政策观点,我们纳入了一些热门话题,如空气污染、全球变暖,并介绍了两种处理方式:“命令和控制方式”以及“交易许可证方式”。本章还介绍了科斯定理,并解释了私有谈判是如何在存在外部性的市场上达到经济效率的。

第7章 厂商、股票市场和公司治理

本章重点介绍了厂商的组织形式及资金筹集方式,以及厂商如何将其相关信息传递给投资者。我们也阐述了在市场体制中厂商是如何满足消费者的需求并有效组织生产的。为了探求政府政策是如何影响厂商的,我们介绍了安达信和安然公司丑闻以及2002年《萨班斯-奥克斯利法案》。

第8章 比较优势和国际贸易利益

本章深入讨论了第2章中已经介绍的外包、全球化以及贸易等比较优势问题。本章还分析了贸易政策的经济影响。

第12章 垄断竞争:一个更现实的竞争模型

在介绍寡头垄断和垄断之前,我们专辟一章来介绍垄断竞争。尽管很多教师通常非常简单地介绍垄断竞争,或者干脆完全把这些内容省略掉,但是,我们认为学生适当了解这方面的知识是

有益的。我们在垄断竞争模型中引进完全垄断中经常使用的向下倾斜的需求曲线，这有利于学生抓住要点：几乎所有的企业——不仅仅是完全垄断下的企业——都面临着向下倾斜的需求曲线。在介绍了完全竞争后，我们继续介绍垄断竞争，这是为了深入讨论前面章节中曾经提及的一些话题，如品牌管理和竞争力源泉。这种安排可以使那些更喜欢在讲述完全竞争后（第11章）直接介绍垄断（第14章）的教师不会失去连贯性。

第13章 寡头垄断：不完全竞争市场中的厂商

我们应用博弈论分析寡头厂商之间的竞争。博弈论有助于学生了解在各种竞争环境中，拥有市场力量的厂商是如何制定策略的。在应用博弈论时，我们使用了一些熟悉的公司，如沃尔玛、Target、可口可乐、百事可乐以及戴尔等公司事例。

第15章 定价策略

我们研究厂商如何努力达到利润最大化。对学生来说，定价策略问题无处不在，如购买电影票、为春季假期预订机票或者在线购书等。我们使用这些相关的和熟悉的例子阐述厂商是如何使用诸如价格歧视、成本加成以及两步定价法等定价策略来制定价格的。

第17章 信息经济学

本章研究一个重要的现实：消费者、厂商和政府都必须在不完全信息的基础上做出决策。二手车市场、劳动力市场以及保险市场上都存在不确定性，而人们却要在不完全信息下做出决策。我们帮助学生分析这些熟悉的情形，并从消费者和厂商的角度予以探究。同时，我们还运用道德风险和逆向选择的概念来分析金融市场。

商业应用

当乔治·卢卡斯被问到为什么拍摄《星球大战》时，他回答说：“我喜欢看这类电影，但是似乎没有人愿意拍摄，所以我决定拍一部。”我们意识到似乎没有人能够写出那种我们想在课堂上使用的教科书，所以，经过若干年从报纸、杂志以及专业期刊上寻找新颖、生动和现实的事例对文本进行补充后，我们决定编写这样一本经济学教材，它通过很多现实世界中的经济事例来表述完整的经济学。我们的目标是让学生在经济学课堂上学到实实在在的东西。

如果学生们能把他们所学的知识运用到个人或商务实践中，并且开始逐步具有分析理解所读文章和报道的能力，那么，我们就有理由相信这门课程的学习是成功的。这就是我们使用很多现实世界中的经济实例及其应用来解释经济学概念的原因。下面是一些例子：

- 像家得宝这样的公司对逐渐增多的西班牙裔人有何反应？
- Abercrombie & Fitch服装店会不会把自己的目标市场限定得过小？
- 其他公司应该怎样与沃尔玛竞争？

开篇案例

每章的“开篇案例”都为学习提供了一个现实环境，激发学生学习经济学的兴趣，同时也提出了该章的主题。每章的开篇案例都会介绍一些大公司面临的现实环境，如可口可乐、迪士尼乐园等公司。在正文、图表和专栏中会再次讨论开篇案例中提出的问题。许多开篇案例都会强调厂商在开发新产品和促进新产品上市的决策。

政策实例

案例透视

在每章的“案例透视”中，学生可以了解到如何使用经济学概念来分析报刊上的文章。读报纸和杂志是理解当前经济环境的一项重要工作。案例透视包括文章摘录、文章要点、新闻分析和深入分析等内容。

建立联系

这部分内容的宗旨是在经济学概念与现实世界之间建立联系，为此，我们提供了一些相关的、能启发思考的有趣新闻故事，这些故事主要是经济方面的。

解决问题

在处理实际经济问题方面，学生经常会遇到困难。我们因此在每章提供了两三个解决实际问题的例子，这些问题都与篇首的学习目标相关。这样做是为了使学生集中关注每章的主要理论思想，同时为学生提供通过将经济问题逐步分解而解决问题的方法模型。在每章最后的“应用题”中，还有一部分与“解决问题”有关的题目。

不要犯这样的错误！

通过多年的教学实践，我们清楚地知道学生在哪些概念的理解方面容易出错，所以我们在每章都提供一个小专栏，提醒学生最常见的一些错误。在每章后面的“应用题”部分，我们继续提出相关问题，以测试学生的理解程度。

图表

图表是经济学原理课程中不可或缺的一部分，但对许多学生来说图表却成了主要障碍。每一章的“应用题”部分都有要求学生作图、读图和解释图表的题目。我们使用图注和图表总结等工具来帮助学生读图和理解图表。

学生可以使用的资源

配套网站

www.prenhall.com/hubbard 这个免费网站让学生可以看到部分章末习题的答案、即时反馈的互动学习指导、经济学方面的最新资料、学生的PPT演示材料，以及帮助学生在经济学原理课程的学习中取得成功的许多其他资源。

PPT演示页面

这些PPT页面由费尔南多·奎加诺和沃恩·奎加诺夫妇编写，供学生作为学习辅助材料或者记笔记的指导使用。可以从www.prenhall.com/hubbard 这个配套网站下载。这些PPT演示页面包括：

- 课文中的所有图表和公式。
- 每个页面单击一次，即可一步一步自动显示的图形。
- 各章的关键术语，以及从“建立联系”至相关演示页面的超链接。

学习指南

学习指南包括如下内容：

- 本章小结。
- 学习技巧。
- 概念复习。
- 讨论学习目标。
- 对每一章的“建立联系”“解决问题”“不要犯这样的错误！”等专栏进行讨论和进一步解释。
- 提供一个新的“解决问题”（附有答案）。
- 更多的应用题和练习题。

目 录 Contents

译者序

作者简介

译者简介

前言

第一部分 导论

第1章 经济学：基础和模型 2

1.1 构建经济学基础：经济学和个体决策 4

1.1.1 人是理性的 4

1.1.2 人们对激励做出反应 4

1.1.3 最优决策与边际成本和边际收益有关 5

1.2 每个社会都必须解决的经济问题 5

1.2.1 生产什么产品和服务 6

1.2.2 如何生产这些产品和服务 6

1.2.3 谁将获得这些产品和服务 6

1.2.4 中央计划经济与市场经济 6

1.3 现代的“混合”经济 7

效率与公平 7

1.4 经济模型 8

1.4.1 经济模型中假设的作用 9

1.4.2 形成并检验经济模型中的假说 9

1.4.3 规范分析与实证分析 10

1.5 微观经济学与宏观经济学 11

1.6 预习重要的经济技术语 11

1.7 结论 13

本章小结 15

复习题 15

应用题 16

附录1A 使用图表和公式 18

第2章 权衡、比较优势和市场体系 26

2.1 生产可能性边界和真实世界的权衡 28

2.1.1 绘出生产可能性边界 28

2.1.2 边际机会成本递增 31

2.1.3 经济增长 32

2.2 交易 32

2.2.1 专业分工与交易收益 33

2.2.2 绝对优势与比较优势 34

2.2.3 比较优势与交易收益 35

2.3 市场体系 37

2.3.1 收入的循环流 37

2.3.2 自由市场的收益 38

2.3.3 市场机制 39

2.3.4 企业家的作用 40

2.3.5 成功的市场体系的法律基础 40

2.4 结论 42

本章小结 45

复习题 45

应用题 45

第3章 价格从何而来：需求和供给的相互作用 49

3.1 市场的需求方 51

3.1.1 单个买方的需求 51

3.1.2 需求表和需求曲线 51

3.1.3 单个需求与市场需求 52

3.1.4 需求法则 53

3.1.5 什么可以解释需求法则 53

3.1.6 保持其他一切不变：“其他一切相同”条件 53

3.1.7 导致市场需求移动的变量 54

3.1.8 需求变化与需求量变化 57

3.2 市场的供给方 58

- 3.2.1 供给表和供给曲线 58
- 3.2.2 单个供给和市场供给 59
- 3.2.3 供给法则 60
- 3.2.4 导致供给移动的变量 60
- 3.2.5 供给变化与供给量变化 62
- 3.3 市场均衡：把需求和供给带到一起 62
 - 3.3.1 市场如何消除过剩和短缺 63
 - 3.3.2 需求和供给都起作用 64
- 3.4 需求和供给移动对均衡的影响 65
 - 3.4.1 供给曲线的移动对均衡的影响 65
 - 3.4.2 需求曲线的移动对均衡的影响 67
 - 3.4.3 需求和供给曲线在一段时间内的移动 67
 - 3.4.4 曲线的移动与沿着曲线的运动 70
- 3.5 结论 71
- 本章小结 74
- 复习题 74
- 应用题 74

第4章 经济效率、政府定价和税收 78

- 4.1 消费者剩余和生产者剩余 80
 - 4.1.1 消费者剩余 80
 - 4.1.2 生产者剩余 82
 - 4.1.3 消费者剩余和生产者剩余所衡量的是什么 83
- 4.2 竞争性市场的效率 83
 - 4.2.1 竞争性市场上的边际收益等于边际成本 83
 - 4.2.2 经济剩余 84
 - 4.2.3 无谓损失 85
 - 4.2.4 经济剩余和经济效率 85
- 4.3 政府干预市场：价格下限和价格上限 86
 - 4.3.1 价格下限：以农业市场为例 86
 - 4.3.2 价格上限：以房租控制为例 88
 - 4.3.3 黑市 89
 - 4.3.4 政府干预的后果：赢家、输家和无效率 91
 - 4.3.5 价格上限和价格下限的实证分析和规范分析 91
- 4.4 税收的经济影响 92
 - 4.4.1 税收对经济效率的影响 92
 - 4.4.2 税收归宿：谁实际缴了税 93
- 4.5 结论 96

- 本章小结 98
- 复习题 99
- 应用题 99
- 附录4A 需求和供给的定量分析 103

第二部分 市场行为

第5章 外部性、环境政策与公共品 108

- 5.1 外部性和有效性 109
 - 5.1.1 外部性的影响 110
 - 5.1.2 外部性导致市场失灵 111
 - 5.1.3 外部性产生的原因 112
- 5.2 解决外部性问题的私有方案：科斯定理 112
 - 5.2.1 降低污染的经济效率水平 112
 - 5.2.2 解决外部性问题的私有方案的基础 115
 - 5.2.3 产权有关系吗？ 117
 - 5.2.4 交易成本问题 117
 - 5.2.5 科斯定理 117
- 5.3 解决外部性问题的政府方案 117
 - 5.3.1 命令和控制与可交易的排放量许可 119
 - 5.3.2 污染许可？ 120
- 5.4 四类商品 122
- 5.5 公共品和公共资源 124
 - 5.5.1 公共品需求 124
 - 5.5.2 公共品的最优量 125
 - 5.5.3 公共资源 127
- 5.6 结论 129
- 本章小结 131
- 复习题 131
- 应用题 131

第6章 弹性：对需求和供给的反应 135

- 6.1 需求的价格弹性及其度量 137
 - 6.1.1 度量需求的价格弹性 137
 - 6.1.2 有弹性的需求和缺乏弹性需求 137
 - 6.1.3 计算需求弹性的一个例子 138
 - 6.1.4 中点公式 138

- 6.1.5 当两条需求曲线相交时,较为平坦的曲线具有更大的弹性 140
- 6.1.6 需求完全有弹性和完全缺乏弹性的极端情况 140
- 6.2 什么决定了一种商品价格弹性的大小? 142
 - 6.2.1 相关替代品的可获得性 142
 - 6.2.2 时间跨度 142
 - 6.2.3 必需品还是奢侈品? 142
 - 6.2.4 市场定义 143
 - 6.2.5 商品支出占消费者预算的份额 143
 - 6.2.6 对书的需求是完全缺乏弹性的吗? 144
- 6.3 价格弹性与总收入的关系 144
 - 6.3.1 线性需求曲线的弹性与总收入 145
 - 6.3.2 估计需求的价格弹性 146
- 6.4 需求的其他弹性 147
 - 6.4.1 需求的交叉价格弹性 147
 - 6.4.2 需求的收入弹性 148
- 6.5 用弹性概念分析正在消失的家庭农场 149
- 6.6 供给的价格弹性 151
 - 6.6.1 度量供给弹性 151
 - 6.6.2 供给的价格弹性的决定因素 152
 - 6.6.3 完全弹性的供给和完全缺乏弹性的供给 153
 - 6.6.4 利用供给价格弹性概念预测价格的变化 153
- 6.7 结论 155
- 本章小结 158
- 复习题 158
- 应用题 158

第三部分 国内和国际经济中的企业

第7章 厂商、股票市场和公司治理 164

- 7.1 公司类型 165
 - 7.1.1 谁来负责? 有限责任和无限责任 166
 - 7.1.2 公司制企业获取了收入和利润的大部分 167
- 7.2 公司结构和委托代理问题 168
 - 公司结构和公司治理 168
- 7.3 企业如何筹集资金 169

- 7.3.1 外部资金的来源 169
- 7.3.2 股票和债券市场提供了资金及信息 170
- 7.4 利用财务报表评估公司 173
 - 7.4.1 利润表 174
 - 7.4.2 资产负债表 174
- 7.5 解读2002年发生的商业丑闻事件 175
- 7.6 结论 176
- 本章小结 179
- 复习题 179
- 应用题 179
- 附录7A 分析企业财务信息的工具 182

第8章 比较优势和国际贸易利益

- 8.1 国际贸易概述 191
 - 8.1.1 贸易对美国经济的重要性 192
 - 8.1.2 国际背景下的美国国际贸易 193
- 8.2 比较优势:一切贸易的基础 194
 - 8.2.1 比较优势的简单回顾 194
 - 8.2.2 国际贸易中的比较优势 195
- 8.3 贸易利益 196
 - 8.3.1 通过贸易增加消费量 196
 - 8.3.2 为何没有完全的专业化分工? 199
 - 8.3.3 谁是国际贸易的输家? 199
- 8.4 比较优势从何而来 200
 - 比较优势的时代变迁:美国家电行业的兴衰 201
- 8.5 限制贸易的政府政策 201
 - 8.5.1 关税 202
 - 8.5.2 配额 203
 - 8.5.3 对食糖配额经济效益的度量 204
 - 8.5.4 利用关税和配额保护就业的高成本 206
 - 8.5.5 单方面取消关税和配额的获益 207
 - 8.5.6 其他贸易壁垒 207
- 8.6 贸易政策和全球化的争论 207
 - 8.6.1 为什么有些人抵制世界贸易组织? 208
 - 8.6.2 倾销 211
 - 8.6.3 实证分析与规范分析(再一次) 211
- 8.7 结论 211
- 本章小结 214
- 复习题 214
- 应用题 214
- 附录8A 跨国企业 218

第四部分 微观基础：消费者和厂商

第9章 消费者行为和行为经济学 224

- 9.1 效用和消费者决策 226
 - 9.1.1 消费者行为模型的核心 226
 - 9.1.2 效用 226
 - 9.1.3 边际效用递减规律 226
 - 9.1.4 单位货币的边际效用相等规律 228
 - 9.1.5 “单位货币的边际效用相等”条件不满足的情况 231
 - 9.1.6 价格变化引起的替代效应和收入效应 232
- 9.2 需求曲线来自何方？ 233
- 9.3 社会因素对于决策的影响 234
 - 9.3.1 名人代言效应 235
 - 9.3.2 网络外部性 235
 - 9.3.3 公平重要吗？ 236
- 9.4 行为经济学：人们的选择是否理性？ 239
 - 9.4.1 忽略非货币化机会成本 239
 - 9.4.2 消费者忽略非货币化机会成本的商业启示 240
 - 9.4.3 没有忽略掉沉没成本 240
 - 9.4.4 对未来不切实际的预期 241
- 9.5 结论 242
- 本章小结 244
- 复习题 244
- 应用题 245
- 附录9A 用无差异曲线和预算线描述消费者行为 248

第10章 技术、生产与成本 261

- 10.1 技术：经济学的定义 262
- 10.2 短期与长期 263
 - 10.2.1 固定成本和可变成本的区别 264
 - 10.2.2 隐性成本与显性成本 264
 - 10.2.3 生产函数 265
 - 10.2.4 产量与成本的关系初探 266
- 10.3 劳动力的边际产量与平均产量 267
 - 10.3.1 报酬递减规律 267
 - 10.3.2 画出生产图 267
 - 10.3.3 边际产量与平均产量的关系 269

10.3.4 关于边际值和平均值关系的例子：

大学绩点 269

10.4 短期产量与短期成本的关系 270

- 10.4.1 边际成本 270
- 10.4.2 为什么边际成本和平均成本曲线都为U形呢 271

10.5 画出成本曲线图 273

10.6 长期成本 274

- 10.6.1 规模经济 274
- 10.6.2 书店的长期平均总成本曲线 274

10.7 结论 279

本章小结 281

复习题 281

应用题 281

附录10A 使用等产量线和等成本线来理解生产与成本 286

第五部分 市场结构和市场策略

第11章 完全竞争市场中的企业 296

- 11.1 完全竞争市场 298
 - 11.1.1 完全竞争市场中的企业无法影响市场价格 298
 - 11.1.2 完全竞争市场中企业的需求曲线 299
- 11.2 完全竞争市场中的企业如何达到利润最大化 300
 - 11.2.1 完全竞争市场中企业的收入 300
 - 11.2.2 决定利润最大化的产量水平 301
- 11.3 用成本曲线表示利润或亏损 303
 - 11.3.1 用图表示利润 303
 - 11.3.2 描述企业何时达到收支平衡或者出现亏损 306
- 11.4 短期内继续生产还是关闭的决策 308
 - 11.4.1 企业的短期供给曲线 309
 - 11.4.2 完全竞争行业的市场供给曲线 309
- 11.5 “如果每个人都会，那么你将无从赚钱”——长期中企业的进入与退出 310
 - 11.5.1 经济利润与进入退出决策 310
 - 11.5.2 完全竞争市场中的长期均衡 312

- 11.5.3 完全竞争市场的供给曲线 313
- 11.5.4 成本递增行业 and 成本递减行业 314
- 11.6 完全竞争与经济效益 315
 - 11.6.1 生产效率 316
 - 11.6.2 配置效率 317
- 11.7 结论 317
 - 本章小结 319
 - 复习题 320
 - 应用题 320

第12章 垄断竞争：一个更现实的竞争模型 324

- 12.1 垄断竞争市场中的厂商的需求与边际收入 325
 - 12.1.1 垄断竞争厂商的需求曲线 326
 - 12.1.2 需求曲线向下倾斜的厂商的边际收入 326
- 12.2 垄断竞争厂商如何在短期利润最大化 328
- 12.3 长期利润 330
 - 12.3.1 新进入的厂商如何影响已有厂商的利润? 330
 - 12.3.2 在长期经济利润为零是必然的吗? 334
- 12.4 完全竞争与垄断竞争比较 335
 - 12.4.1 垄断竞争的超额生产能力 335
 - 12.4.2 垄断竞争是有效率的吗? 336
 - 12.4.3 消费者如何从垄断竞争中受益? 336
- 12.5 市场营销如何实现产品差异化 337
 - 12.5.1 品牌管理 337
 - 12.5.2 广告营销 337
 - 12.5.3 保卫品牌 338
- 12.6 是什么带来厂商的成功? 338
- 12.7 结论 339
 - 本章小结 342
 - 复习题 342
 - 应用题 343

第13章 寡头垄断：不完全竞争市场中的厂商 347

- 13.1 寡头垄断和进入壁垒 349
 - 13.1.1 进入壁垒 349
 - 13.1.2 规模经济 350
 - 13.1.3 关键要素的所有权 351
 - 13.1.4 政府设置的壁垒 351

- 13.2 使用博弈论分析寡头垄断 351
 - 13.2.1 双垄断博弈：两家厂商之间的价格竞争 352
 - 13.2.2 厂商行为和囚徒困境 354
 - 13.2.3 厂商可以摆脱囚徒困境吗? 356
 - 13.2.4 卡特尔：OPEC的案例 358
- 13.3 序贯博弈 360
 - 13.3.1 阻止进入 360
 - 13.3.2 讨价还价 362
- 13.4 五力模型 363
 - 13.4.1 来自现有厂商的竞争 364
 - 13.4.2 来自潜在进入者的威胁 364
 - 13.4.3 来自替代商品或服务的竞争 364
 - 13.4.4 买方的讨价还价能力 364
 - 13.4.5 供应商的讨价还价能力 364
- 13.5 结论 365
 - 本章小结 368
 - 复习题 368
 - 应用题 369

第14章 垄断与反托拉斯政策 373

- 14.1 是否真有垄断厂商? 374
- 14.2 垄断从何而来? 375
 - 14.2.1 政府设置的进入壁垒 376
 - 14.2.2 控制关键资源 377
 - 14.2.3 网络外部性 378
 - 14.2.4 自然垄断 379
- 14.3 垄断厂商如何选择价格和产量? 381
 - 14.3.1 再一次讨论边际收入 381
 - 14.3.2 垄断厂商的利润最大化 382
- 14.4 垄断是否会降低经济效率? 385
 - 14.4.1 比较垄断与完全竞争 385
 - 14.4.2 衡量垄断的效率损失 385
 - 14.4.3 垄断产生的效率损失有多大? 386
 - 14.4.4 市场力量与技术变革 387
- 14.5 政府针对垄断行业的政策 387
 - 14.5.1 反托拉斯的法律与实施 387
 - 14.5.2 合并：市场力量和效率之间的权衡 388
 - 14.5.3 美国司法部和联邦贸易委员会关于合并的指南 390