

21世纪经典原版经济管理教材文库

Mc
Graw
Hill Education

(英文版·第8版)

管理经济学

克里斯托弗 R. 托马斯(Christopher R. Thomas)

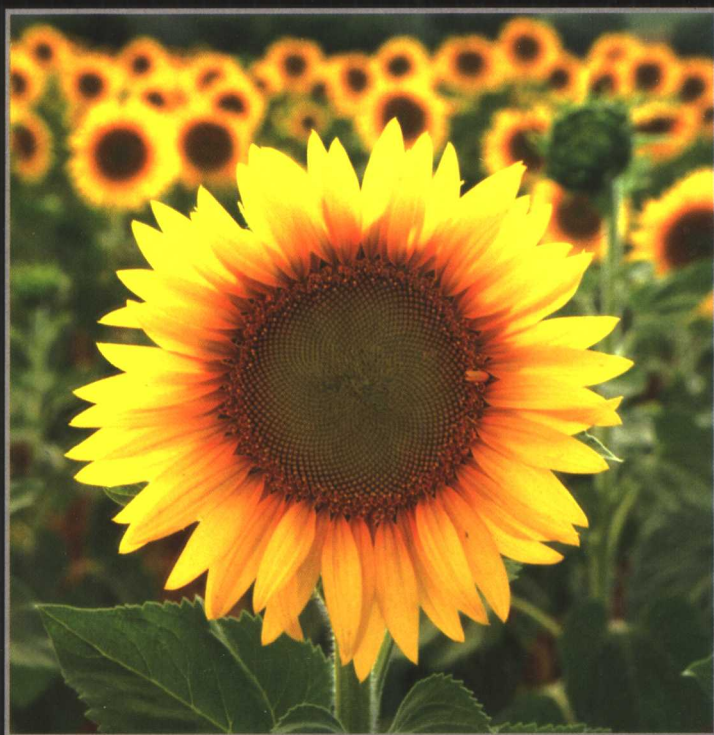
南佛罗里达大学

(美)

S·查尔斯·莫瑞斯(S. Charles Maurice)

得克萨斯大学

著



Managerial Economics (8th edition)



机械工业出版社
China Machine Press

21世纪经典原版经济管理教材文库

(英文版·第8版)

管理经济学

克里斯托弗 R. 托马斯(Christopher R. Thomas)

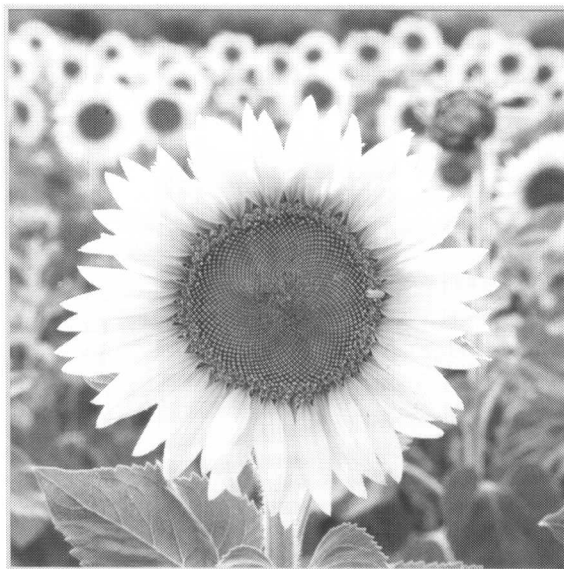
南佛罗里达大学

(美)

著

S·查尔斯·莫瑞斯(S. Charles Maurice)

得克萨斯大学



Managerial Economics (8th edition)



机械工业出版社
China Machine Press

本书是在莫瑞斯教授1999年辞世以后,托马斯教授第一次进行较大篇幅的重新编排而成的。对一些章节进行了调整,对采用的资料也做了更新和修改,并把普遍开设的章节移入麦格劳-希尔公司的网站上。本书延续了以前各版的优势:继续强调用经济学的方法思考企业决策;自成体系,是最易于讲授和学习的管理经济学教科书之一;附有双套习题,从两个层面培养读者的理解能力和思维能力。本书的目标是强化读者的分析和批判性思维能力,使其成为商业战略的设计师,而不仅仅是寻求如何击败对手的中层经理人。

本书适于本科生的管理经济学教程,也适于MBA或EMBA的教程。

Christopher R. Thomas and S. Charles Maurice. Managerial Economics, 8th edition.

ISBN 007-287174-1

Copyright © 2005 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All Rights reserved. 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.

Authorized English language reprint edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. 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. Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. Violation of this Law is subject to Civil and Criminal Penalties.

本书英文影印版由机械工业出版社和美国麦格劳-希尔教育出版(亚洲)公司合作出版。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括香港、澳门特别行政区及台湾)销售。未经许可之出口,视为违反著作权法,将受法律之制裁。

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:01-2004-2602

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学(英文版·第8版)/(美)托马斯(Thomas, C. R.)等著. -北京:机械工业出版社, 2005.1

(21世纪经典原版经济管理教材文库)

ISBN 7-111-15612-9

I. 管… II. 托… III. 管理经济学-教材-英文 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第117434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:程天祥 审校:陈章武

北京瑞德印刷有限公司印刷·新华书店北京发行所发行

2005年1月第1版第1次印刷

787mm×1092mm 1/16·42.75印张

定价:63.00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

21世纪经典原版经济管理教材文库

编 委 会

主任委员 赵纯均

副主任委员 陈国青 陈章武 李维安

常务委员 钱小军 杨 斌

委 员 陈国权 陈 剑 陈涛涛

冯耕中 韩 焱 刘冀生

刘 力 刘丽文 刘 昕

宋逢明 宋学宝 吴维库

夏冬林 谢德仁 杨 忻

原毅军 朱宝宪 赵 平

郑晓明

总序

2001年，对于中国而言，是新世纪的开门红。这一年中所发生的很多事情，无论是加入WTO，还是获得2008年的奥运会主办权，都提示着我们，21世纪的中国是一个更加开放的中国，也面临着一个更加开放的世界。中国的日益开放，大背景是当今世界发展所呈现出的最显著的趋势——经济全球化，这也是为越来越多的事实揭示与验证的。当然，这当中也有以网络为代表的信息技术突飞猛进的重要影响。在今天的中国，任何企业、任何组织，想谋求发展，想自我超越，恐怕都很难脱离日益密切的政治、经济、文化等方面的国际合作大舞台，当然，这同时也意味着更加激烈的全球范围的挑战。

春江水暖鸭先知。教育，特别是管理教育，作为一个前瞻性的事业，在学习、借鉴与合作中扮演着先行者的角色。改革开放以来，尤其是20世纪90年代之后，为了探寻中国国情与国际上一切优秀的管理教育思想、方法和手段的完美结合，为了更好地培养高层次的“面向国际市场竞争、具备国际经营头脑”的管理者，我国的教育机构与北美、欧洲、大洋洲以及亚洲一些国家和地区的大量的著名管理学院和顶尖跨国企业建立了长期、密切与实质性的合作关系。以清华大学经济管理学院为例，2000年，学院顾问委员会成立并于10月举行了第一次会议，2001年4月又举行了第二次会议。这个顾问委员会包括了世界上最大的一些跨国公司和中国几家顶尖企业的最高领导人，其阵容之大、层次之高，超过了世界上任何一所商学院。此外，在同外方合作的过程中，我们始终坚持“以我为主，博采众长”，能够主动地实施国际化战略，而不是被动地“守株待兔”。同外方合作，就是要增强我们办学的综合实力，加强我们成为一流学院的力量。在这样高层次、多样化、重实效的管理教育国际合作中，教师和学生，特别是教师，与国外学术机构和企业组织的交流机会大大增加，管理教育工作者和经济管理学习者，越来越深入到全球性的教育、文化和思想观念的时代变革中，真切体验着这个世界上正发生着的深刻变化，也能够更主动地去探

寻和把握世界经济发展和跨国企业运作的脉搏。

我们清楚地知道，要想建设一流的大学、一流的管理学院、一流的MBA项目，闭关锁国、闭门造车是绝对不行的，必须同国际接轨，按照国际先进水准来严格要求自己。正如朱镕基同志在清华大学经济管理学院成立10周年时所发的贺信中指出的那样：“建设有中国特色的社会主义，需要一大批掌握市场经济的一般规律，熟悉其运行规则，而又了解中国企业实情的经济管理人才。清华大学经济管理学院就要敢于借鉴，引进世界上一切优秀的经济管理学院的教学内容、方法和手段，结合中国国情，办成世界第一流的经管学院。”作为达到世界一流的一个重要基础，朱镕基同志多次建议清华大学的MBA教育要加强英语教学。我个人体会，这不仅因为英语是当今世界交往中重要的语言工具，是连接中国与世界的重要桥梁和媒介，而且更是中国经济管理人才参与国际竞争，加强国际合作，实现中国企业的国际战略的基石。推动和实行英文教学并不是目的，真正的目的在于培养学生——这些未来的企业家——能够具备同国际竞争对手、合作伙伴沟通和对抗的能力。若英文学习同专业学习脱钩，那么培养高层次的面向国际市场竞争、具备国际经营头脑的管理者是不可能的。按照这一要求，清华大学经济管理学院正在不断推动英语教学的步伐，使得英语不仅是一门需要学习的核心课程，而且渗透到各门专业课程的学习当中。

根据我们的师生在培养工作中的体会，除了课堂讲授外，课前课后大量阅读英文原版著作和案例对于尽快提高学生的英文水平是相当关键的。这不仅是积累一定专业词汇的必由之路，而且是对学习者思维方式的有效训练。就阅读而言，学习和借鉴国外先进的管理经验和掌握经济理论动态，或是阅读翻译作品，或是阅读原著。前者属于间接阅读，后者属于直接阅读。直接阅读取决于读者的外文阅读能力，有较高外语水平的读者当然喜欢直接阅读原著，这样不仅可以避免因译者的疏忽或水平所限而造成的纰漏，同时也可以尽享原作者思想的真实表达。而对于那些有一定外语基础，但又不能完全独立阅读国外原著的读者来说，外文的阅读能力是需要加强培养和训练的，而专业外语的阅读能力更是如此。如果一个人永远不接触专业外版图书，他在获得国外学术信息方面就永远会比别人慢半年甚至一年的时间，就会在无形中减弱自己的竞争能力。因此，我们认为，只要有一定外语基础的读者，都应该尝试着阅读外文原版，只要努力并坚持，就一定能过这道关，到那时就能体验到直接阅读的妙处了。

在掌握了大量术语的同时，我们更看重读者在阅读英文原版著作时对于西方管理者或研究者的思维方式的学习和体会。我认为，原汁原味的世界级大师富有特色的表达方式背后，反映了思维习惯，反映了思想精髓，反映了文化特征，也反映了战略偏好。对于跨文化的管理思想、方法的学习，一定要熟悉这些思想、方法孕育、成长的文化土壤，

VI

这样，有朝一日才能真正“具备国际战略头脑”。

当然，在学习和研究管理问题的时候，一定要兼顾全球化与本土化的均衡发展。教师要注意开发和使用相当数量的反映中国企业实情的案例，在教学过程中，要启发学生“思考全球化，行动本地化”。我们希望在这样的结合中能够真正培养出具备“全球视野，国情感觉，规范训练，务实手段”的中国MBA。

机械工业出版社华章分社与 McGraw-Hill、Thomson Learning、Pearson Education等国际出版集团合作，从1998年以来出版了一百余种MBA国际经典教材，为我国MBA教育教材的建设做出了很大贡献。这些出版物大都是在国外一版再版的成熟而经典的教材，同时，华章分社向任课教师提供的教师手册、PowerPoint、题库等教辅材料非常完备，因此，这些教材也在国内大学中广为采用，并赢得了不错的口碑。

华章分社特别注意教材的更新，其更新频率也争取与国际接轨。这次，清华大学经济管理学院与华章分社联合策划并陆续推出的英文版教材中，也有一部分是已出版教材的更新版本。我们在审读推荐的部分教材甚至是国外公司出版前的清样（Pre-publication Copy），所以几乎能够做到同步出版。

“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。”祝愿我国的管理教育事业在社会各界的大力支持和关心下不断发展、日新月异；祝愿我国的经济建设在不断涌现的大批高层次的面向国际市场竞争、具备国际经营头脑的管理者的勉力经营下早日振兴。

赵纯均 教授

清华大学经济管理学院院长

全国工商管理硕士教育指导委员会副主任

推荐序

近几年来，不断地听到一个来自企业经营者的声音：企业的经营越来越困难了，利润也是越来越薄。只有那些既能较好掌握市场经济的基本原理，又能较熟悉运行规则的人，才能获得一点利润。这说明我国的社会主义市场经济运行机制日趋成熟，只靠感觉已经不能很好地驾驭企业经营。迫切需要在市场经济的条件下，用经济学的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，并用醒目的字体给出有关的经济学原理和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，还给出两套习题：一套是概念性习题，引导读者对经济学的基本原理、概念作进一步消化和理解，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是很有价值的。学习本教材主体部分也不需要很深的数学基础，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基础的读者学习。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检，还有利于读者自学。我国正缺少这样一本《管理经济学》教材，五年前，本书英文版第6版在中国影印出版后受到的欢迎，随后本书英文第7版也在中国影印发行，就充分说明了这一点。

现在又将本书的英文版第8版推荐给大家。第8版是在莫瑞斯教授1999年辞世以后，托马斯教授第一次进行较大幅度的重新编排。需求弹性移到第二部分需求分析中讲述，优化理论则上升为第3章；将需求函数估计和预测合为一章，竞争市场上的企业管理决策合为一章，寡

VIII

头市场上的企业管理决策合为一章；将多工厂、多市场、多产品及成本加成定价等等重组为“利润最大化的高级技巧”一章。利用麦格劳-希尔公司为本书提供的网站，将一些特殊问题模块移入网站。为了教材的更加完整和清晰，在多处细节问题上也做了修整。

英文版在我国影印时，还将附录中比较复杂、一般读者极少读到的部分数学推导删除。

托马斯《管理经济学》英文版第8版在中国影印之时和第8版中文版翻译出版之前，特作此说明。

陈章武 教授

2004年底于清华园

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的因素作用的结果，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，而且可以用来开发和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中的题目放在一起，用来形成对市场和商业决策有价值的思考方法。《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8版延续了本书以前各版本赖以成功的所有因素，包括：

强调经济学思维方式

《管理经济学》的首要 and 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个逻辑分析方法。

易教易学

《管理经济学》一直是一部自成体系的书籍，学习本书并不要求以微观经济学为基础。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 and 学习的管理经济学教科书之一。本书仔细地阐述 and 应用对企业决策最有用的概念，而不是带着学生们快速浏览微观经济

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，我们在每一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** 每章的每一节都与一道或多道概念性习题相连系（用空白处的箭头表示），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。在每章之后，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）使得学生们可以逐步地掌握概念，而不是囫囵吞枣；（2）使学生们能够准确地指出让自己困惑的所在。这样，无论在课堂上还是在办公室，他们与教师的交流就更有成效。当学生们完成对概念性习题的求解之后，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，每一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情况组合而成的，这些情况皆选自《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觉，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一步一步的概念性习题的求解过程，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。

自成体系的经验分析

本书第8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，只教授给学生们那些用于需求、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他们的课程中的教师来说，这些数学部分可以忽略，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EMBA学生在课后向教师求教的机会有限，这本书自成体系的特点对他们就显得特别有价值。

补充

以下是第8版提供的补充资料：

PowerPoint幻灯片

本书中所有的图片在本书网站中以PowerPoint的形式提供给使用者。

www.mhhe.com/economics/thomas8

McGraw-Hill公司为本书提供了一个网址，为教师和学生提供各种支持和信息。这个网址提供以下说明材料：(1) 包括章节总结和关键术语；(2) 每章20个可以立即打分的多项选择；(3) 特殊问题模块（STM），包括生产分析中线性规划和投资或资金预算决策；(4) 说明以前版本中删节的部分；(5) 咨询项目——需要统计分析以达成商业决策的家庭作业；(6) 简要介绍适用Statistix8 解决《管理经济学》中问题的手册；(7) 6页的《导数和优化的复习》。有密码保护的教师区里，包括教师资源手册和可下载的PowerPoint幻灯片。

第8版的新特点

《管理经济学》第8版呈现出相当明显的内容重新编排。同时，为了提高本书内容的清晰度，我从头到尾对采用的资料进行了更新和修改。

使用过以前版本的读者会注意到几个内容编排上的变化。首先，我将几章移到了新的位置。优化理论现放在第3章，而需求弹性一章移到了第二部分需求分析里面。同时，我将几章合并：需求估计和预测在一章里面，竞争市场和寡头市场的企业战略决策制定从两章缩为一章。另外，我重组并重新命名第14章“利润最大化的高级技巧”，包含了多工厂、多市场和多产品一章，以及从前面书中移过来的部分：成本加成定价和战略进入壁垒。

可能一个更重要的内容重组是我决定把一些题目从书中移到McGraw-Hill公司专门为本书开设的网址上。我将投资决策（资金预算）移到网上的“Special Topic Module 2”。许多使用者发现商学院学生都开设了包括投资和资金预算分析的财务课程。因此，从这一版起，这个题目与线性规划一起作为单独的特殊问题模块由McGraw-Hill公司的网站上提供。希望将这些题目移到网上能够通过市场的检验，可以为未来版本中增加一些新内容预留空间。仍如以前，欢迎使用者任何建议或评价。

在内容重组之外，为了提高第8版的清晰性和完整性，其他修订如下：

- 如前面所述，在寡头市场的战略决策制定现放在单独的一章，而不是上一版的两章里讨论。在将两章合并的过程中做了很多改进：简化并统一了在收益矩阵中寻找上策、下策和纳什均衡格的过程；缩减并简化了引发策略的讨论；对卡特尔的

XII

讨论现在强调了在价格固定协议之下作弊的动机（而不是卡特尔如何定价和确定产量）；增加了一个新的帮助练习的分段。

- 11个本版中没有采纳的上一版本的说明内容将在“前期版本的说明”中找到，本版中25%的说明内容是新的或者是重新修改过的。
- 为强调该章的主要思想，充分修订了优化理论：用边际分析做出最优决策。改进了图形分析，在与决策不相关的成本讨论（沉没成本和固定成本）中加上了平均成本。
- 在需求弹性分析中，为尽可能简化点弹性和弧弹性的计算，充分修订了“计算需求价格弹性”一节。在这章，现在充分展开了线性需求函数的价格需求弹性、收入需求弹性和交叉价格弹性的计算。
- 通过运用短期扩张曲线解释短期调整产量比长期代价更大，从而将短期和长期成本联系起来。
- 充分展开了对成本加成定价的讨论，并移到重新组织的第14章。我的EMBA学生一直表示出对这一定价技巧的极大兴趣。在本版，对成本加成定价的理论和实践给予了较大的关注。在成本不变的特殊例子中，我增加了一些应用性分析，来说明为什么成本加成定价法并不比 $MR = MC$ 原理来找到利润最大化的价格更好和更容易。当然，在其他的情形下，成本加成定价法也不能给出最优价格。
- 在对全书的修订中，我增加了一些概念性习题和应用性习题。

写给学生的话

我们写这本书的主要目的之一就是为你——一名学生，提供一本学习管理经济学的书。我们希望你会发现这本书条理清晰，概念重要，很值得你收藏，以便在整个职业生涯中作为参考。

你在管理经济学课程学习过程中所达到的成功水准，在很大程度上取决于你学习的有效性。我们提醒你要注意这一点：侧重主动学习，而不是被动学习。被动学习是那些不要求你自己思考的活动，阅读课文、复习课堂笔记、听课等实际上都是被动学习，因为教科书的作者或教师一直在引导你的分析方向。你只是跟随别人的分析思维过程，努力趋同于作者或教师。相反，主动学习的技巧在于要求你自己思考和推理。例如，当你合上课本，把课堂笔记放在一旁，然后试着自己来解释某个概念——也许你会在一张草稿纸上画画草图，或对一个结果进行数学证明，只有在这个时候，你才在养成自己逻辑分析的路子。你对关键概念的“怎么回事”和“为什么”解释得越好，你的理解就越深刻。当然，为了熟悉资料，有些被动学习还是必要的，但要真正地理解并使用管理经济学的决策技巧，则需要强调主动而不是被动的学习技巧。

作者简介

克里斯托弗 R. 托马斯

南佛罗里达大学经济学副教授。在1982年到南佛罗里达大学之前，托马斯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、两个职业经理培训项目，该校传统的EMBA项目以及一个从全美范围招收医生背景的EMBA项目。托马斯教授在诸如《经济学季刊》(*Quarterly Journal of Economics*)、《法律与经济学杂志》(*Journal of Law and Economics*)、《南方经济学报》(*Southern Economics Journal*)、《经济学与商业报》(*Journal of Economics and Business*)、《经济与商业季度回顾》(*Quarterly Review of Economics and Business*) 和《经济学教育报》(*Journal of Economics Education*) 等报刊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Tampa，工作之余他喜欢打网球。

S·查尔斯·莫瑞斯

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年到1981年间任系主任，1981至1985年间他享受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 Phillips合作撰写了中级微观经济学教科书——《经济学分析》(*Economic Analysis*)，该书自1971年至1996年在全世界范围内广泛印行。莫瑞斯教授退休后定居于佛罗里达州的Gainesville，于1999年春病逝。

目 录

总序		需求曲线的移动	44
推荐序		2.2 供给	47
前言		广义供给函数	47
作者简介		供给函数	49
		供给曲线的移动	52
		2.3 市场均衡	54
		2.4 市场均衡的变动	57
		需求变化(供给不变)	59
		供给变化(需求不变)	60
		需求与供给同时变化	61
		定性分析:预测飞机票的	
		变动方向	62
		定量分析:广告与土豆的价格	67
		2.5 限制价与支持价	70
		2.6 小结	72
		概念性习题	73
		应用性习题	78
		附录 线性条件下的需求与供给	
		计算方法	81
		第3章 最优决策边际分析	84
		3.1 概念和术语	86
		3.2 无约束下的最优化	87
		行动的最优水平(A*)	88
		边际收益与边际成本	91
		用边际分析找到最优行动水平	94
		离散变量的最大化	98
		与决策无关的沉没成本、固定成本	
		和平均成本	99
		3.3 有约束下的最优化	101
		在某一行动上单位美元的收益	102
		有约束的最大化	103
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	3		
1.2 衡量和最大化经济利润	6		
使用资源的经济成本	6		
经济利润与会计利润	10		
公司价值最大化	13		
相等的最大价值和最大利润	14		
1.3 所有权与控制权分离	16		
代理人问题	16		
公司控制机制	17		
1.4 市场结构和管理决策制定	21		
市场是什么	22		
不同的市场结构	23		
市场全球化	25		
1.5 小结	27		
概念性习题	28		
应用性习题	29		
附录 现值计算方法	31		
第2章 需求、供给与市场均衡	34		
2.1 需求	35		
广义需求函数	35		
需求函数	40		
需求法则	43		

有约束最大化举例：广告费的		完全信息	159
优化	105	偏好次序	159
有约束的最小化	106	效用函数	160
3.4 小结	107	5.2 无差异曲线	161
概念性习题	108	性质	161
应用性习题	112	边际替代率	163
第4章 基本估计技术	117	无异图	165
4.1 简单线性回归模型	118	边际效用与边际替代率	165
假设回归模型	118	5.3 消费者预算约束	168
随机误差模型	119	预算线	168
4.2 拟合回归曲线	121	预算线的移动	171
4.3 统计显著性检验	124	5.4 效用最大化	172
b 相关概率分布	126	有限货币收入的效用最大化	172
t 比的概念	127	边际效用解释消费者优化	175
统计显著性 t 检验	128	寻找热狗和可口可乐的	
用 P 值决定统计显著性	131	最佳组合	179
4.4 回归方程的评估	132	5.5 单个消费者和市场需求曲线	180
协相关系数 (R^2)	132	单个消费者的需求曲线	180
F 统计	134	市场需求曲线	182
回归分析举例：SLM 公司产品的		5.6 替代效应和收入效应	183
质量控制	135	替代效应	184
4.5 多元回归	138	收入效应	185
多元回归模型	138	为什么收入曲线向下倾斜	189
4.6 非线性回归分析	139	5.7 小结	189
二元回归模型	139	概念性习题	190
对数-线性模型	143	应用性习题	197
4.7 管理决策中的回归分析	146	第6章 弹性和需求	199
4.8 小结	147	6.1 需求弹性	201
概念性习题	149	预测需求数量变化的百分比	202
应用性习题	152	预测价格变化的百分比	202
		6.2 弹性和总收益	203
第二部分 需求分析		弹性和总收益的变化	203
第5章 消费者行为理论	158	数字举例：改变价格	204
5.1 消费者偏好与效用	159	6.3 影响需求弹性的因素	206
		替代品的可获性	206

第三部分 生产与成本