

(原书第 8 版)

管理经济学

Managerial Economics (8th 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 葛凤玲

清华大学

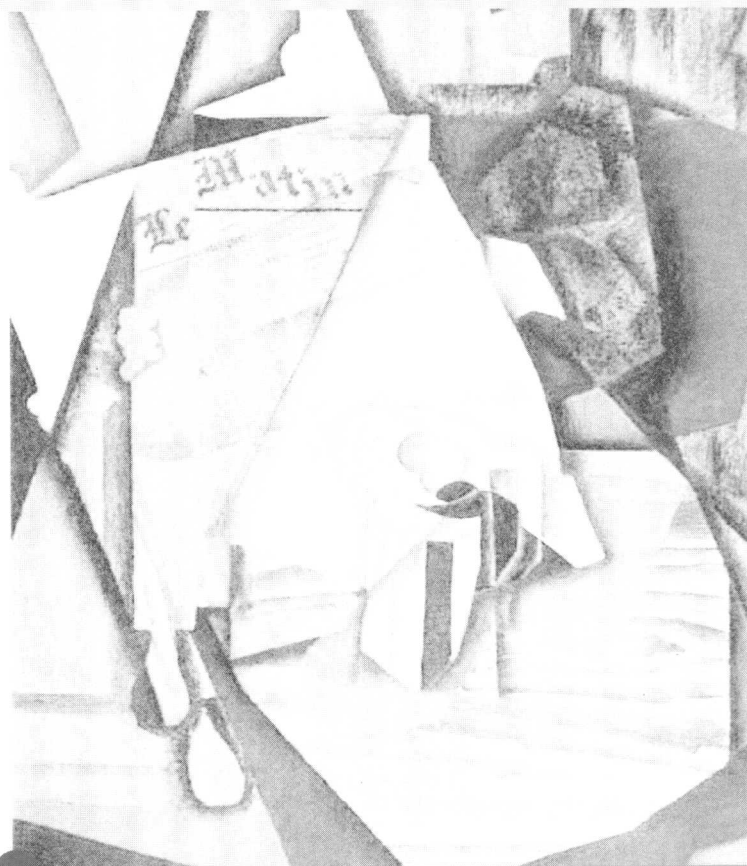
译

经济教材译丛

(原书第 8 版)

管理经济学

Managerial Economics (8th 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

陈章武 葛凤玲
清华大学



机械工业出版社
China Machine Press

托马斯和莫瑞斯写作的这本教材,从1999年引进中文版到国内,一直受到广大经管师生的喜爱,其体系和内容也一直处于不断调整之中,其主旨就是要不断增强经济学理论的先进性、案例授课的典型性和适用性,从而在经济学和管理学之间架起一座桥梁。

本版不仅对部分章节进行了调整,对内容进行了更新和修改,更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。

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

ISBN 007-287174-1

Copyright © 2005, 1997 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:01-2004-5750

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学(原书第8版)/(美)托马斯(Thomas, C. R.)等著;陈章武等译.

-北京:机械工业出版社,2005.8

(经济教材译丛)

书名原文:Managerial Economics

ISBN 7-111-16722-8

I. 管… II. ①托… ②陈… III. 管理经济学-教材 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第065287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 版式设计:刘永青

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8月第1版第1次印刷

787mm×1092mm 1/16·30印张

定价:68.00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

推荐序

自2003年始,北京交通大学经济管理学院采用了机械工业出版社中英文版本的《管理经济学》,用于各类MBA和研究生教育。从第6版开始,一直到目前的第8版,Thomas和Maurice撰写的这本教材的体系和内容一直处于不断调整之中,其主旨就是要不断增强经济学理论的先进性、案例授课的典型性和适用性,从而在经济学和管理学之间架起一座桥梁。

北京交通大学经济管理学院的若干教师,结合自己的专业特点,经过几年的MBA和研究生教学实践,编写了《管理经济学》第7版和第8版的电子讲义PPT,加入了相当数量的、长期积累的教授《管理经济学》的理论素材及特色案例,形成了“中英文双语教学相结合,案例教学与经济解释相结合,课堂研讨与专家讲座相结合”的教学模式。

结合我们教授《管理经济学》十余年的经验,通过对Thomas和Maurice这本教材的学习、教学和研讨,我们认为该教材具有如下几个特色:

(1) 适宜于中英文双语教学。机械工业出版社引进了《管理经济学》英文版,并组织具有相当力量的专家学者进行了翻译工作,同时出版了《管理经济学》中文版,适合具有不同专业基础的研究生及MBA学习,也有利于教师因地制宜地开展英语教学或双语教学。

(2) 结构体系保持基本稳定。该教材经过了几次调整,但教材基本结构体系却保持了前后的一贯性,主要内容仍然由预备知识、消费者行为、长短期成本、不同市场结构下的决策以及有关的管理技术组成。这种变化过程中的不变化,无疑有利于保持教和学活动前后的一致性,且不妨碍教材的前沿性和时代性。

(3) 案例教学与经济解释相结合。管理经济学本来就是要用经济学特别是微观经济学的理论来解释、解决现实的管理问题的一门学问,因此,该教材既注重吸纳经济学发展的前沿理论如博弈论、委托代理理论、政府管制理论等,以便培养学生对经济现象的经济解释能力,同时,该教材也注重采纳具有代表性的案例教学,以便培养学生对经济现实的分析、把握和实践能力。对不同的教学对象,这两个方面可以各有侧重,对缺乏专业经济学基础的研究生可以侧重于经济解释,而对于缺乏管理学理论的MBA则可以侧重于案例教学,特别是通过课堂研讨与专家讲座来提高学生对经济现实的理解和把握。

(4) 有趣的、多样化的配套材料。教材每章后都附有概念性习题、应用性题等题型,许多问题是具有启发性的,问题并没有单一的答案,问题设计注意引发学生的思考和讨论;教材还配有教学手册、电子讲义

等，从而为教与学活动提供了便利。

当然，任何一本外文教材的引入都存在着本土化的问题，尽管外文教材在内容、体系、结构、案例、方法等方面都值得我们学习借鉴，但是，我们不可避免地会在教学过程中遇到许多矛盾和问题，其中最突出的就是如何缩减国外教材与我国实际的距离，在向学生教授《管理经济学》最核心思想的同时，增强案例教学和经济解释的现实感和亲切感，使教学内容紧密切合我国的实际，把外文教材水土不服因素降低到最低程度。

基于此，在充分吸收北京交通大学经济管理学院从事《管理经济学》教学活动的教师的有益经验基础之上，由我和李红昌博士主笔，编写了与Thomas和Maurice《管理经济学》第7版和第8版相配套的电子讲义，并整理了若干案例。相信随着时间的推进，相关的内容和案例会得到进一步完善和提高。

接受机械工业出版社的委托，我们把相关的电子讲义和案例进行了整理，随第8版同时出版发行。由于时间有限，我们的电子讲义和案例库肯定存在着缺陷和不足，文责自负。我们的目的是抛砖引玉，希望同行在我们的基础上进一步提高教学内容的丰富性和适用性，不断提高我国MBA和研究生教育的水平。我们在课件中引用到了多个案例，我们重点介绍了相关案例的思想而不是其内容，因此案例基本都是标题性的。本教材和电子讲义的整理出版，需要很多人的智慧才得以完成，在此我们向所有帮助支持过我们的人们表示感谢，特别向案例的作者和提供者表示诚挚的感谢！

北京交通大学经济管理学院

刘延平 李红昌

2005年7月6日

译者序

近几年来，不断地听到来自我国企业经营者的一个声音：“企业的经营管理越来越困难了，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正在日趋成熟，只靠感觉已经不能很好地驾驭企业经营。在市场经济的条件下，迫切需要学习一些经济学的基本知识，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，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。学习本书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。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。6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）的中文译本也相继问世。现在，又将本书的第8版的中文版与第8版的英文版同年推出，推荐给大家。

第8版是在莫瑞斯教授在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重组成“利润最大化的高级技巧”一章。这样的编排更加有利于教学的组织和循序前进的学习。第8版还增加了更多的全球市场分析和国际性的案例，大量的数据也进

行了更新。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。

第8版翻译初稿主要由葛凤玲女士完成。陈永刚先生为第8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、第7版翻译的全体同志，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8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雯女士、李文静女士、吴颖洁女士、程天祥先生，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8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

2005年春 于北京清华园

克里斯托弗 R. 托马斯

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、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》（Journal of Law and Economics）、《南方经济学杂志》（Southern Economic 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

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 Phillips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和预测经济影响，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，学习本书并不要求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。本书仔细地阐述和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

大多数学生可能都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，这些情况节选自《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当中去。

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，这些数学部分可以被略去，而无损整本教材的完整性。

广泛的读者

这本《管理经济学》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。由于业余或EMBA的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。

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。优化理论现在在第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：需求分析和预测在一章里面，战略决策从两章缩为一章。另外，我重组并重新命名了第14章，包括多工厂、多市场和多产品，“利润最大化的高级技巧”，以及两个从前面书中移过来的部分：成本加成定价和战略进入壁垒。

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、下策和纳什均衡的过程；缩减并简化了引发策略的讨论；对卡特尔的讨论，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）；增加了一个帮助练习的小节。
- 本版中25%的专栏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需求价格弹性、需求收入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，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加法并不比 $MR=MC$ 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，成本加成定加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。我们希望你发现这本书条理清晰，概念重要，很值得你把它收藏，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。

目 录

推荐序
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	8
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	17
概念性习题	17
概念性习题答案	18
应用性习题	18
附录1A 现值计算方法	20

第2章 需求、供给与市场均衡	23
2.1 需求	23
2.1.1 广义需求函数	24
2.1.2 需求函数	26
2.1.3 需求法则	28
2.1.4 需求曲线的移动	28
2.2 供给	31
2.2.1 广义供给函数	31
2.2.2 供给函数	32
2.2.3 供给曲线的移动	33
2.3 市场均衡	36
2.4 市场均衡的变动	37
2.4.1 需求变化(供给不变)	38
2.4.2 供给变化(需求不变)	39
2.4.3 需求与供给的同时变化	41
2.4.4 定性分析: 预测飞机票 的变动方向	42
2.4.5 定量分析: 广告与土豆 的价格	45
2.5 限制价与支持价	45
2.6 小结	46
关键词	47
概念性习题	49
概念性习题答案	52
应用性习题	55
附录2A 线性条件下的需求与供给 计算方法	57

第3章 最优决策的边际分析	62
3.1 概念和术语	63
3.2 无约束下的最大化	63
3.2.1 行动的最优水平 (A^*) ...	64
3.2.2 边际收益与边际成本 ...	66
3.2.3 用边际分析找到最优行动水平	67
3.2.4 离散变量的最大化问题 ...	70
3.2.5 与决策无关的沉没成本、固定成本和平均成本	71
3.3 有约束下的最优化	72
3.3.1 在某一行动上单位美元的边际收益	72
3.3.2 有约束的最大化	72
3.3.3 广告费用的优化配置: 有约束的最大化问题例示 ...	74
3.3.4 有约束的最小化	74
3.4 小结	75
关键词	76
概念性习题	76
概念性习题答案	79
应用性习题	81
附录3A 优化理论概述	83
第4章 基本估计技术	87
4.1 简单线性回归模型	87
4.1.1 假设回归模型	88
4.1.2 随机误差项	88
4.2 拟合回归曲线	89
4.3 统计显著性检验	91
4.3.1 $\hat{b}$ 的相关频率分布	92
4.3.2 t 比的概念	93
4.3.3 对统计显著性的 t 检验 ...	94
4.3.4 用 p 值决定统计显著性 ...	95
4.4 回归方程的评估	96
4.4.1 可决系数	96
4.4.2 F 统计量	97
4.4.3 SLM公司产品的质量控制的回归分析例示	99
4.5 多元回归	99
多元回归模型	100
4.6 非线性回归分析	102
4.6.1 二次回归模型	102
4.6.2 对数-线性回归模型 ...	103
4.7 管理决策中的回归分析	105
4.8 小结	106
关键词	107
概念性习题	108
概念性习题答案	110
应用性习题	112
附录4A 统计方法	114
第二部分 需求分析	
第5章 消费者行为理论	118
5.1 消费者偏好与效用	118
5.1.1 完全信息	118
5.1.2 偏好次序	119
5.1.3 效用函数	119
5.2 无差异曲线	120
5.2.1 性质	120
5.2.2 边际替代率	121
5.2.3 无异图	121
5.2.4 边际效用与边际替代率 ...	122
5.3 消费者预算约束	123
5.3.1 预算线	124
5.3.2 预算线的移动	125
5.4 效用最大化	126
5.4.1 有限货币收入下的效用最大化	126
5.4.2 边际效用均等	129
5.4.3 热狗和可口可乐的最佳组合	130
5.5 个别消费者需求曲线和市场需求曲线	131

5.5.1 个别消费者的需求曲线	131	6.5.2 边际收益与价格弹性	160
5.5.2 市场需求曲线	131	6.6 其他弹性	161
5.6 替代效应和收入效应	132	6.6.1 收入弹性	161
5.6.1 替代效应	132	6.6.2 交叉价格弹性	162
5.6.2 收入效应	133	6.7 小结	165
5.6.3 为什么需求曲线向下 倾斜	135	关键词	166
5.7 小结	136	概念性习题	166
关键词	136	概念性习题答案	170
概念性习题	136	应用性习题	172
概念性习题答案	141	附录6A 需求弹性计算方法	173
应用性习题	143		
附录5A 消费者理论中的一般数学 方法	144		
第6章 弹性和需求	148	第7章 需求估计和预测	176
6.1 需求价格弹性	149	7.1 经验需求函数	177
6.1.1 预测需求数量的百分比 变化	149	7.1.1 广义经验需求函数	177
6.1.2 预测价格变化的百分比	150	7.1.2 线性经验需求函数	177
6.2 价格弹性和总收益	150	7.1.3 非线性经验需求函数	178
6.2.1 需求价格弹性和总收益的 变动	150	7.1.4 需求函数的选择	178
6.2.2 Borderline音响商场的价格 变化: 一个数学例子	151	7.2 市场定价与管理者定价	179
6.3 影响需求价格弹性的因素	152	7.3 价格接受型企业的需求估计	180
6.3.1 替代品的可获性	152	7.3.1 行业需求的界定	181
6.3.2 消费预算的份额	153	7.3.2 二步最小二乘法的需求 估计	182
6.3.3 调整需要的时间	153	7.3.3 例: 世界铜市场需求 (用2SLS估计行业需求)	183
6.4 需求价格弹性计算	153	7.4 价格设置型企业的需求估计	185
6.4.1 弧弹性计算	154	例: 比萨饼的需求估计	186
6.4.2 点弹性计算	154	7.5 时间序列预测销售量和价格	187
6.4.3 需求线性时的点弹性	155	7.5.1 线性趋势预测法	187
6.4.4 当需求为曲线时的点 弹性	156	7.5.2 例: Terminator Pest Control 公司的销售预测	188
6.4.5 沿需求曲线的弹性变化	157	7.5.3 例: 佐治亚木材厂的价格 预测	189
6.5 边际收益、需求和价格弹性	158	7.6 季节性(周期性)变化	189
6.5.1 边际收益与需求	158	7.6.1 利用哑变量修正季节性 变化	190
		7.6.2 例: 哑变量技术	191
		7.7 计量经济模型	195
		7.7.1 预测行业价格和销量	195
		7.7.2 世界铜市场需求和供给 预测	196

7.7.3 估计价格设置型企业的 需求方程	197
7.7.4 比萨饼的需求预测	197
7.8 几句忠告	198
7.9 小结	200
关键词	201
概念性习题	202
概念性习题答案	204
应用性习题	206
附录7A 经验弹性与二步最小二乘法 估计的计算方法	208
附录7B 本章例子中使用的数据	211

第三部分 生产与成本分析

第8章 短期生产与成本理论214

8.1 生产理论的一些基本概念	215
8.1.1 生产函数	215
8.1.2 技术有效和经济有效	215
8.1.3 短期与长期	216
8.1.4 固定或变动比例	216
8.2 短期生产	217
8.2.1 总产量	217
8.2.2 平均产量和边际产量	218
8.2.3 边际实物报酬递减法则	219
8.2.4 固定投入改变	220
8.3 短期生产成本	220
8.3.1 固定成本与变动成本	222
8.3.2 短期总成本	223
8.3.3 平均成本与边际成本	223
8.3.4 广义短期平均成本和边际 成本曲线	225
8.4 短期成本和生产的关系	226
8.4.1 总成本和短期生产函数	226
8.4.2 平均变动成本和平均 产量	227
8.4.3 边际成本和边际产量	228
8.4.4 平均变动成本、边际成本、 平均产量和边际产量之间 的几何关系	228

8.5 小结	229
关键词	230
概念性习题	231
概念性习题答案	233
应用性习题	234
附录8A 短期生产与成本之间关系 的推导	235

第9章 长期生产与成本理论238

9.1 等产量线	239
9.1.1 等产量线的特征	239
9.1.2 边际技术替代率	239
9.1.3 边际技术替代率和边际 产量之间的关系	240
9.2 等成本线	240
9.2.1 等成本线的特征	241
9.2.2 等成本线的移动	241
9.3 投入的优化组合	242
9.3.1 给定产量下的最小成本	242
9.3.2 成本最小化的边际产 量法	244
9.3.3 给定成本下的最大产量	245
9.4 最优化与成本	247
9.4.1 扩张线	247
9.4.2 扩张线与成本结构	248
9.5 规模报酬	248
9.6 长期成本	249
9.6.1 从生产函数推导成本 函数	249
9.6.2 规模经济与规模不经济	252
9.6.3 范围经济	254
9.7 短期成本与长期成本之间的 关系	255
9.7.1 长期平均成本作为计划 范围	255
9.7.2 调整短期成本	256
9.8 小结	258
关键词	259

概念性习题	259
概念性习题答案	264
应用性习题	265
附录9A 两种变动投入生产和成本 函数关系的推导	267

第10章 生产和成本的估计272

10.1 短期生产函数的规范	272
10.2 短期生产函数的估计	274
10.3 短期成本估计: 有关成本量度 的一些问题	275
10.3.1 通货膨胀下的数据 修正	276
10.3.2 经济成本的度量问题	276
10.4 短期成本函数的估计	276
10.4.1 典型短期成本估计	277
10.4.2 例: Rockford公司的短期 成本估计	278
10.5 小结	280
关键词	280
概念性习题	281
概念性习题答案	282
应用性习题	283
附录10A 经验生产函数与成本函数 关系的推导	284

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...292

11.1 完全竞争市场的特征	293
11.2 价格接受企业所面临的需求	293
11.3 短期利润最大化	295
11.3.1 产出决策: 正经济 利润	295
11.3.2 产出决策: 亏损经营	297
11.3.3 固定成本的不相关性	298
11.4 企业和行业的短期供给	300

11.5 长期内的利润最大化301

11.5.1 企业利润最大化的长期 均衡	301
11.5.2 行业的长期竞争均衡	302
11.5.3 完全竞争行业的长期 供给	303
11.5.4 经济租金和长期竞争 均衡	306
11.6 利润最大化的要素投入量	307
11.6.1 边际生产收益和雇佣 决策	307
11.6.2 平均生产收益和关门 决策	309
11.7 利润最大化产出决策的应用	310
11.7.1 应用的一般原则	310
11.7.2 例: 花花公子服装利润 最大化	311
11.8 小结	314
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	323

第12章 具有市场力企业的管理

决策	326
12.1 市场力的度量	327
12.1.1 市场界定	327
12.1.2 需求弹性	328
12.1.3 勒纳指数	328
12.1.4 需求交叉弹性	328
12.2 市场力的决定因素	330
12.2.1 规模经济	331
12.2.2 政府设置的壁垒	331
12.2.3 要素壁垒	331
12.2.4 品牌效应	331
12.2.5 消费者锁定	332
12.2.6 网络外延	332