

21世纪经济管理类精品教材

管理经济学 (第三版)

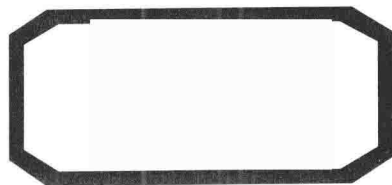
Managerial Economics Third Edition

主 编 ○ 张晓东

副主编 ○ 刘海燕



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press



类精品教材
才出版资助

管理经济学 (第三版)

Managerial Economics Third Edition

主 编 ○ 张晓东

副主编 ○ 刘海燕



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

中国 · 成都

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学/张晓东主编. —3版. —成都:西南财经大学出版社,
2015. 12

ISBN 978 - 7 - 5504 - 2229 - 2

I. ①管… II. ①张… III. ①管理经济学—高等学校—教材
IV. ①F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 269393 号

管理经济学(第三版)

GUANLI JINGJIXUE DISANBAN

主编:张晓东 副主编:刘海燕

责任编辑:李 才

封面设计:何东琳设计工作室

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街55号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
照 排	四川胜翔数码印务设计有限公司
印 刷	四川森林印务有限责任公司
成品尺寸	170mm × 240mm
印 张	21.75
字 数	380千字
版 次	2015年12月第3版
印 次	2015年12月第1次印刷
印 数	1—3000册
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 2229 - 2
定 价	39.80元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。
3. 本书封底无本社数码防伪标志,不得销售。

第三版前言

寒暑往复，这本《管理经济学》从2009年第一版问世到现在将近七个年头，得到了越来越多高校的认可 and 读者的喜爱。

这次修订，仍然不改初衷，本着几个原则：

一是精实。作为管理人才的培养者本身必须坚守精益管理和“最优化”的思想，杜绝一切浪费。让学生、让教师在管理经济学有限的学习时间里获得最大的“产出”。本书简明扼要地介绍管理经济学的基本理论和方法，剔除复杂的公式和图表，深入浅出将深奥问题分析得通俗易懂，通过精心选编的大量现实案例提高学生的分析决策能力，最终使学生能够用经济学的方法思考企业决策。

二是新颖。管理经济学是管理专业的基础性应用科学，有很强的时代背景。本书杜绝陈旧过时的案例与分析方法，重点突出当下的时代特点。在案例编写与应用分析中立足于“互联网+”“工业4.0”“电子商务”“经济全球化”等实现背景与未来趋势。教材的结构和主题既包括了传统的核心内容，又在许多新的方面有所扩展，反映出现代管理工具和方法的最新趋势。

三是有趣。所有内容，不论是理论、方法，还是决策，都以大量事实为依据，以具体环境为背景，用大量市场经济实例来说明主题，增加学生的学习兴趣。如此不仅使抽象的理论与概念生动易学，而且能使学生了解管理实际，为今后的实际工作提供指导。

本书内容全面，既包括传统教材的核心内容——市场供求与均衡、弹性分析、消费理论与应用、生产理论与应用、成本理论与应用、市场结构、产品与服务的定价、市场失灵与政府规制，又在许多新的方面有所扩展——把最新的博弈论与信息经济学在管理中的决策和思考方法在《博弈论与企业策略》一章中进行了生动而细致的讲授，把企业在国际经营中所遇到的重要决策问题提炼形成了专门的一章，即《开放经济中的管理经济》。

在栏目设置方面,每章以“知识结构图”栏目开篇,让读者一览本章的全貌,把握学习的脉络与重点。以有趣的“导入案例”栏目吸引学生深入学习,激发学生的探索欲望。以“管理实践”栏目突出管理经济学在企业决策中的独特应用价值,强化学生分析、解决企业管理问题的能力。经济学细节往往隐藏在细密的逻辑分析中,我们精选了一些典型习题和历年各名校研究生入学考试中重点考察的知识点试题作为课后练习,开辟了“经典习题”栏目,通过精选习题让学生更加快速、深入地了解管理经济学的精髓。每章的结尾设置“综合案例”栏目,让学生直接面对企业的实际问题和具体环境,提高在复杂条件下利用所学理论进行管理决策的能力。

本书适合作为经济管理类专业学生学习“管理经济学”或“微观经济学”课程的教材,也可用作企业经营管理人员培训教材和自学参考书。

本书出版过程中得到了西南财经大学、宁波工程学院、成都理工大学、四川农业大学等院校的大力支持,并为本学科的建设提供了良好的教学环境,西南财经大学出版社编辑同志为本书出版付出了辛勤工作,写作过程中我们参考和引用了部分国内外同行的有关著作和文献,在此一并表示感谢!

张晓东

2015年8月

目 录

第一章 管理经济学导论	(1)
[知识结构]	(2)
[导入案例] 生意不好,是网店冲击了实体店吗?	(2)
第一节 经济学基础知识	(2)
第二节 管理经济学内涵	(6)
第三节 管理经济学的基本方法	(8)
第四节 企业理论	(10)
第五节 企业利润	(19)
[管理实践 1-1] 机会成本分析	(21)
[管理实践 1-2] 怎样保证企业长期协调发展,避免目光短浅化? ...	(24)
[管理实践 1-3] 如何提高企业员工凝聚力,实现企业目标?	(24)
[管理实践 1-4] 企业改制	(24)
[管理实践 1-5] 企业流程优化与供应链管理	(25)
[经典习题]	(26)
[综合案例] 范蠡经商	(33)
第二章 市场供求与均衡	(35)
[知识结构]	(36)
[导入案例] 为何“农村多剩男城镇多剩女”?	(36)
第一节 需求与需求函数	(37)
[管理实践 2-1] 企业需求预测	(42)
第二节 供给与供给函数	(43)

第三节 供求分析与均衡	(46)
[管理实践 2-2] 供求作用分析	(48)
[管理实践 2-3] 供求分析逻辑	(54)
第四节 农产品定价	(54)
[管理实践 2-4] 公共政策的制定与分析	(58)
[经典习题]	(59)
[综合案例] 政府应该补贴农村淘宝的快递物流吗?	(63)
第三章 弹性分析	(65)
[知识结构]	(66)
[导入案例] 经济萧条时, 女人的迷你裙将消失?	(66)
第一节 需求的价格弹性	(67)
[管理实践 3-1] 价格决策	(71)
[管理实践 3-2] 价格和销售量的估计	(73)
[管理实践 3-3] 税收政策制定	(73)
[管理实践 3-4] 社会问题分析	(75)
第二节 需求的收入弹性	(78)
[管理实践 3-5] 企业进入战略	(79)
[管理实践 3-6] 补贴分析	(80)
[管理实践 3-7] 规划与预测	(81)
第三节 需求的交叉价格弹性	(82)
[管理实践 3-8] 交叉价格弹性应用	(83)
第四节 供给的价格弹性	(85)
[经典习题]	(87)
[综合案例] 征收房产税, 谁哭了? 谁笑了?	(93)
第四章 消费理论与应用	(95)
[知识结构]	(96)
[导入案例] 穷人比富人丢钱更值得同情?	(96)

第一节 欲望与效用概述	(96)
第二节 基数效用论：边际效用分析法	(100)
第三节 序数效用论：无差异曲线分析法	(103)
第四节 消费者行为理论的应用	(109)
[管理实践 4-1] 客户的管理	(114)
[经典习题]	(120)
[综合案例] 手机商爱玩饥饿营销	(125)
第五章 生产理论与应用	(127)
[知识结构]	(128)
[导入案例] “创客”缘何引总理点赞	(128)
第一节 生产与生产函数	(129)
第二节 一种可变要素的最优生产	(130)
第三节 多种可变要素的最优生产	(135)
第四节 规模与收益	(138)
第五节 生产函数和技术进步	(141)
[管理实践 5-1] 如何面对新的需求环境	(143)
[经典习题]	(144)
[综合案例] 红领集团的个性化定制与数字化生产	(150)
第六章 成本理论与应用	(151)
[知识结构]	(152)
[导入案例] 余额宝的长尾效应	(152)
第一节 企业成本	(153)
第二节 短期成本分析	(155)
第三节 长期成本分析	(159)
第四节 规模经济与范围经济	(161)
[管理实践 6-1] 短期决策——贡献分析	(163)
[管理实践 6-2] 长期决策——利润分析	(169)

[经典习题]	(173)
[综合案例] 富士康加速向印度转移	(176)
第七章 市场结构与企业行为	(179)
[知识结构]	(180)
[导入案例] 褚橙、柳桃、潘苹果	(180)
第一节 市场结构	(181)
第二节 完全竞争条件下的企业行为	(184)
第三节 完全垄断条件下的企业行为	(190)
第四节 垄断竞争条件下的企业行为	(195)
[管理实践 7-1] 广告竞争和广告决策	(198)
第五节 寡头垄断企业决策	(199)
[经典习题]	(205)
[综合案例] 农民“丰产”却难“丰收”，农产品滞销出路何在	(211)
第八章 产品与服务的定价	(213)
[知识结构]	(214)
[导入案例] 如此定价为哪般？	(214)
第一节 定价概要	(215)
第二节 成本加成定价与增量定价分析法	(218)
第三节 差别定价法	(220)
第四节 常见定价法	(225)
[管理实践 8-1] 产品与服务定价实务	(228)
[经典习题]	(234)
[综合案例] 羊毛出在狗身上	(240)
第九章 博弈论与企业策略	(241)
[知识结构]	(242)
[导入案例] 相亲节目的高跟鞋博弈	(242)

第一节 博弈论概要	(242)
第二节 囚徒困境与纳什均衡	(245)
第三节 管理中的智猪博弈	(251)
第四节 动态博弈与承诺行动	(253)
第五节 信息不对称及解决方法	(259)
[经典习题]	(269)
[综合案例] 为什么医生倾向于开过量的抗生素?	(274)
 第十章 市场失灵与政府规制	 (277)
[知识结构]	(278)
[导入案例] 垄断企业强大为何令人不安?	(278)
第一节 市场的效率	(279)
第二节 垄断及其管制	(283)
第三节 外部经济与解决对策	(287)
第四节 公共物品及供给	(292)
第五节 信息不对称与市场失灵	(295)
第六节 政府干预与政府失灵	(296)
[经典习题]	(299)
[综合案例] 电力公司的未来	(303)
 第十一章 开放经济中的管理经济	 (305)
[知识结构]	(306)
[导入案例] 人民币升值, 外贸企业叫苦	(306)
第一节 汇率	(307)
第二节 汇率的决定	(310)
第三节 汇率变动对经济的影响	(316)
第四节 外汇风险与规避	(321)
[管理实践 11-1] 外汇风险的规避	(324)
第五节 购买力平价	(328)

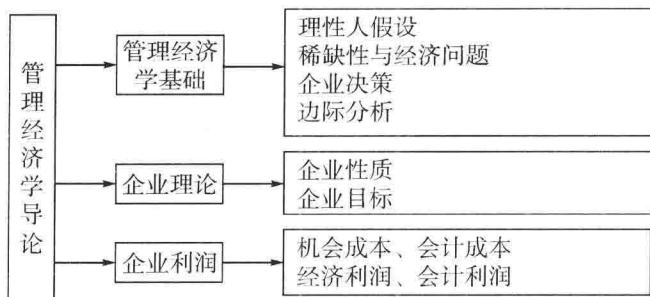
第六节 区域经济整合	(331)
[经典习题]	(333)
[综合案例] 人民币汇率贬值影响几何?	(334)
参考文献	(337)



1

第一章 管理经济学导论

【知识结构】



【导入案例】生意不好，是网店冲击了实体店吗？

2014 年我国消费市场全年实现社会消费品零售总额 26.2 万亿元，其中电子商务交易额（包括 B2B 和网络零售）达到约 13 万亿元，电子商务业务已占消费品零售业的半壁江山。

面对网店的竞争，很多开实体店的老板在抱怨，以前生意怎么怎么好，现在这么难做，认为是网店断了他们的财路，是网店冲击了实体店，这样下去会导致商铺倒闭、经济下行、人员失业。马云则说，不要怪淘宝太便宜，是实体店成本高。

快速发展的互联网与高效率配送的物流技术给企业带来了什么影响？到底是网店冲击了实体店还是科技改变了企业的运作成本与运作方式？

第一节 经济学基础知识

一、经济学概念

（一）经济学的基本假设

1. 资源稀缺（scarcity）

（1）人类欲望是无穷的

人类生存发展总是需要生活资料，人们的需要具有多样性和无限性。它是由人的自然属性和社会属性决定的，表现为各种各样的需要，如生存需要、享受需

要、发展需要，或者经济需要、政治需要、精神文化需要等，这些需要形成一个复杂的需求结构，这一结构随着人们生活的社会环境条件的变化而变化。人们的需要不断地从低级向高级发展，不断扩充其规模。旧的需要满足了，新的需要又产生了。从历史发展过程看，人们的需要是无限的。

终日奔波只为饥	方才一饱便思衣
衣食两般皆俱足	又想娇容美貌妻
取得美妻生下子	恨无田地少根基
买到田园多广阔	出入无船少马骑
槽头扣了骡和马	叹无官职被人欺
县丞主簿还嫌小	又要朝中挂紫衣
作了皇帝求仙术	更想登天跨鹤飞
若要世人心里足	除是南柯一梦西

(2) 资源是有限的

资源的有限性是指相对于人们的无穷欲望而言，经济资源或者说生产满足人们需要的物品和劳务的资源总是不足的。资源主要指生产要素：①劳动（包括体力劳动和脑力劳动）；②土地（自然资源）；③资本；④科学技术。进一步可以把时间、机会、信息等也看作是资源的一部分。

2. 经济人

经济人=自利人（广义利己）+理性人（“精明的”“会算计的”）

最有代表性的，是斯密在《国富论》中提出的后人称之为“经济人”（economic man）的理性人：“每个人都在力图利用他的资本，使其生产产品能得到最大的价值。一般地说，他并不企图增进公共福利，也不知道他所增进的公共福利为多少。他所追求的仅仅是他个人的安乐，仅仅是他个人的利益。在这样做时，有一只看不见的手引导他去促进一种目标，而这种目标绝不是他所追求的东西。由于追逐他自己的利益，他经常促进社会利益，其效果要比他真正想促进社会利益时所得到的效果为大。我们每天所需的食物和饮料，不是出自屠户、酿酒师或面包师的恩惠，而是出于他们自利的打算。我们不说唤起他们利他心的话，而说唤起他们利己心的话。我们不说自己需要，而说对他们有利。”

从理性的经济人出发,那么企业经营管理可以这样分析:经营是创造价值的过程,管理是利益协调与统一的过程,它不是基于道德、文化等层面,而是通过利益来管理利益,通过利益来约束利益。

(二) 经济学定义

经济学是研究稀缺的资源在各种可供选择的用途中,进行最有效的配置,以求得人类无限欲望之最大满足为目的的一门社会科学。

二、研究内容与结构

(一) 研究内容

经济学家的忠告

某日,一位总经理向一位经济学家请教经营之道。

经济学家:头一条,一定要把利润作为首要目标。

总经理:这我知道,我办这个企业正是为了赚钱。

经济学家:第二条,一定要做到 $MR=MC$ 。

总经理:不就是有赚头就干吗?这我也知道,我一直就是这么干的。

经济学家:第三条,一定要做到 $MRP=ME$ 。

总经理:是不是雇员不称职就炒他的鱿鱼?这我也知道,我已经炒了好几个。

经济学家:就这些。

总经理:这些我都知道,能不能讲些我不知道的?

经济学家:那得学点信息经济学。

经济学的研究对象表明,对一个经济社会来说,首要的任务就是要充分利用稀缺资源,按照社会经济目标的要求,选择合适的商品组合进行生产。这就是合理地利用和配置资源。因此,一个社会的经济系统通常应具备如下功能或解决以下基本经济问题:

- (1) 生产什么;
- (2) 如何生产;
- (3) 为谁生产;
- (4) 充分就业;
- (5) 物价水平;

(6) 经济增长。

其中前三个问题是资源配置问题；后三个则是资源利用方面的问题。20 世纪 70 年代后，西方社会出现了失业和通货膨胀、能源危机、环境污染、生态破坏、贫困化、城市膨胀等一些新的问题，从而进一步扩展了经济学的研究内容和范围。

(二) 经济学结构

现代西方经济学把经济学原理或经济理论区分为两大组成部分或两个分支学科——微观经济学与宏观经济学。在经济分析中以单个经济主体（作为消费者的单个家庭，单个厂商以及单个产品市场）的经济行为作为考察对象，称为微观经济学；而把一个社会作为一个整体的经济活动作为考察对象，称为宏观经济学。以上前三个问题是微观经济学（Microeconomics）所要研究的问题，后一个问题则是宏观经济学（Macroeconomics）所要研究的问题。

1. 微观经济学

微观经济学的内容包括两大部分：一是考察消费者对各种产品的需求与生产者对产品的供给怎样决定着每一种产品的产销数量和价格；二是作为消费者的生产要素所有者提供的生产要素与生产者对要素的需求怎样决定着生产要素的使用量与生产要素的价格。上述问题实际上是考察既定的生产资源总量如何被使用于各种不同的用途问题，即统称为价格理论。微观经济学的大致框架为：

需求供给理论→消费者行为理论→供给理论（生产理论与成本理论）→市场理论→生产要素的价格与收入分配理论→一般均衡理论与福利经济学

2. 宏观经济学

宏观经济学考虑被假定为已知和既定的被使用的生产资源总量的大小是怎样决定的，即国民收入大小的决定、物价水平的高低及其变化、全社会就业与失业人数以及经济增长与经济周期和国际贸易等。

经济学大厦结构

经济理论：微观经济学、宏观经济学、制度经济学

分析方法：数理经济学、博弈论、计量经济学

理论应用：产业组织理论、货币金融学、投资学、保险学、公共经济学、国际经济学、农业经济学、发展经济学、区域经济学、管理经济学、劳动经济学、环境经济学、卫生经济学、旅游经济学、教育经济学等

第二节 管理经济学内涵

一、管理经济学与企业决策

在解决上文提出的“生产什么”“生产多少”和“怎样生产”三个问题时，管理经济学起到了什么样的作用呢？实际上，这三个问题的解决就是一个决策的过程。

1. 决策

所谓决策，就是在许多可行方案中选择最佳方案。

(1) 确立目标

在进行决策时，首先要明确我们要获得一个什么样的结果。

(2) 提出可选方案

达到一个目标，可以有多条途径，我们的任务就是尽可能提出所有可能的方案。

(3) 选出最优方案

这是关键的一步，我们要对所有的方案进行比较，选出最为可行的方案，使这个方案的实施最有可能达到以较小的投入获得最大产出的目的。

2. 管理经济学在决策中的作用

管理经济学研究如何对可供选择的方案进行分析比较，从中找出最有可能实现企业目标的方案。在这个决策过程中，管理经济学的作用就是提供相关的分析工具和分析方法。

二、管理经济学内涵

1. 管理经济学的定义

管理经济学是将经济学原理和方法应用于企业经营决策的一门应用性经济学科。

2. 管理经济学结构

管理经济学总体结构如图 1-1 所示。