

(原书第10版)

管理经济学

Managerial Economics (10th 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

译丛

(原书第10版)

管理经济学

Managerial Economics (10th 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)

著

得克萨斯A&M大学

陈章武 杨晓丽 译



机械工业出版社
China Machine Press

《管理经济学》(原书第10版)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;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。本书主体部分的学习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。本书适用于经济、管理专业师生及相关的从业人员。

Christopher R. Thomas and S. Charles Maurice. Managerial Economics, 10th edition.
ISBN 0-07-337591-8

Copyright © 2011 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

All Rights reserved. 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 (Asia) 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 ©2012 by McGraw-Hill Education (Asia), a division of the Singapore Branch of The McGraw-Hill Companies, Inc. and China Machine Press.

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©2012由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司与机械工业出版社所有。

封底无防伪标均为盗版

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:01-2011-5608

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学(原书第10版)/(美)托马斯(Thomas, C. R.), (美)莫瑞斯(Maurice, S. C.)著;陈章武,杨晓丽译. —北京:机械工业出版社, 2012.8
(经济教材译丛)

书名原文: Managerial Economics

ISBN 978-7-111-39069-5

I. 管… II. ①托… ②莫… 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(2012)第152225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:云逸 版式设计:刘永青

藁城市京瑞印刷有限公司印刷

2012年8月第1版第1次印刷

185mm×260mm · 33.75印张

标准书号: ISBN 978-7-111-39069-5

定价: 75.00元

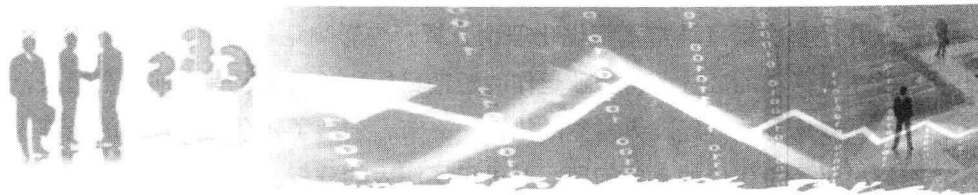
凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

客服热线:(010) 88379210; 88361066

购书热线:(010) 68326294; 88379649; 68995259

投稿热线:(010) 88379007

读者信箱: hzjg@hzbook.com



译者序

现代历史上,有着重大影响的邓小平先生南方谈话已经过去了20年,他的讲话极大地推动了我国经济体制改革的进程,我国的经济建设取得了举世瞩目的成绩。同时,市场机制的长处和短处也逐步显现出来,人们迫切需要学习一些市场经济条件下的经济学基本知识,用所学的基本原理来指导和帮助企业经理日常的经营决策和长远的战略管理。广大读者面对一本本东西方的经济学巨著,大多数人只能望而却步。

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日常经营决策和长远战略管理有用的经济学原理。各章节适时总结,并用醒目的版式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,帮助读者加强经济学的基本原理在实际中的应用。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、概念进一步消化和理解,这套习题还给出了答案,读者可用来自行检验学习的效果;另一套是应用性习题,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广大读者自学、自检。我国正缺少这样一本教材。12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)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)的中文译本也相继问世。现在,本书又推出了第10版的中文译本。

在莫瑞斯教授于1999年辞世以后,托马斯教授在第9版内容上多次增减。第10版在前几版的基础上又做了改进。对目标利益最大化的企业

日常经营决策（通常基于优化理论分析）与影响竞争对手行为的战略决策（基于博弈理论分析）做了更仔细的区分，将企业运作的短期目标和长远发展有机地结合起来，这是第10版的重要特征。新增加的“经理人常犯的错误”一节，列举了几个现实世界的经理人有时会感到困惑甚至付出过昂贵代价的重要问题，并进行了深入的分析。对可避免成本在制定决策特别是关闭决策时的重要性也给予了更为清楚的强调。关于规模经济与范围经济的内容进行了大幅度调整，以更新这两个对成本有重要影响的概念，使得管理经济学的课程和企业的实际经营管理更加贴切。教材中所涉及的数据也进行了更新。为了使教材更加完整、清晰和通畅，多处细节问题也做了修整。同时将一些比较困难，有些人又觉得很有用的数学推导移出，利用麦格劳-希尔公司为本书提供的网站www.mhhe.com/economics/thomas10e，供有兴趣的读者在线学习。

第10版翻译初稿由杨晓丽女士一人完成，孙秀琴女士帮助审阅了全部译稿。这里，也要感谢曾经参加第6版、第7版、第8版、第9版翻译的全体人员，他们是葛凤玲、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10版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编辑，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10版不可能如此顺利地面世。

全书最终统稿和审定由本人负责，文责也由本人自负。尽管翻译和审校的过程中都勉力为之，但每次翻译和审校还会发现前稿中的错误和不足。现在战战兢兢提交的第10版中文译稿，一定仍然会有许多错误和不足，恳请广大读者不吝批评指正。

陈章武

2012年春节于清华大学经济管理学院舜德楼



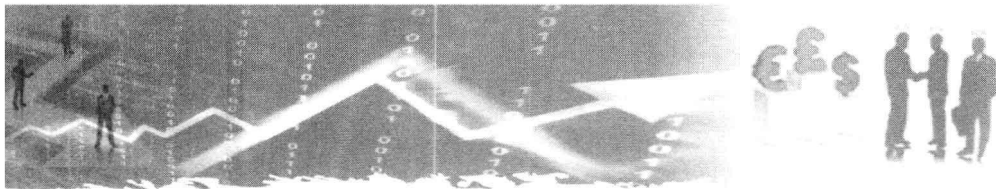
作者简介

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Exide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 Economics 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*) 等报纸杂志上发表了大量关于政府管制和反垄断的文章。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。



前言

为什么要学习管理经济学

在过去的30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”当做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一个学期的“企业战略”课上。然而，在一门课上，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10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，我们把本书设计成一部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做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，而不是囫囵吞枣；（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，他们与教师的交流就会更有成效。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。

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。

自成体系的经验分析

本书第10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学生在课后向教师请教的机会有限，本书自成体系的特点对他们就显得特别有价值。

补充资源

所有供学生和教师使用的补充资源在麦格劳-希尔网站 (www.mhhe.com/thomas10e) 上提供，以下是第10版提供的补充资料。

供学生使用的资源

学生手册

由作者编写的《学生手册》为学生提供了章节总结和大量习题，并附有答案。手册每章分为五个部分：基本概念、问题、相应定义、选择/判断题，以及练习作业。此外，手册也提供了一份包含大量习题以及配套答案的管理数学学习指南，以及一份关于微积分的复习摘要。

选择题小测验

本书每章都配有一个选择题小测验，由南佛罗里达大学的Victoria Perk提供。小测验包含10个测试教材中关键概念的选择题，可即时评分。

在线话题

在线话题包含从上一版中删除的内容，从而为改版增加新内容留出空间。网站上有以下几个在线话题。

- 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；

- 投资决策。

供教师使用的资源

题库

题库由作者修订，提供了与每章的概念性习题紧密相关的选择题和填空题。题库为Word格式，只在需要密码验证的教师服务区提供。

教师手册

《教师手册》经过作者的详细修订，提供了教材中应用性习题、数学习题和《学生手册》中练习作业的答案。《教师手册》只在需要密码验证的教师服务区提供。

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。教师可以根据演示需要编辑幻灯片。PPT文件只在需要密码验证的教师服务区提供。

第10版的新特点

本版继续更新和修订内容，涉及语言、内容以及需要注意的重点。同时，书中新增、更换了一些专栏。此外，绝大部分章节后面都增加了新的概念性习题和应用性习题，其中有两个新习题需要学生用电子表格建立和分析。

除了上述改动，第10版还做了以下比较大的修订。

- 第1章中，对目标利益最大化的企业日常经营决策（通常基于优化理论分析）与影响竞争对手行为的战略决策（基于博弈理论分析）做了更仔细的区分。你也会看到对于波特（Michael Porter）五力分析的一个简短讨论，说明现代产业组织对企业决策分析的影响。此外，新增加的“经理人常犯的错误”一节列举了几个现实世界的经理人有时会感到困惑，甚至付出过昂贵代价的重要问题，这些将会在后面的章节中分析。
- 第10版对可避免成本在制定决策特别是关闭决策时的重要性给予了更为清楚的强调。如果各项收益不足以支付所有可避免成本（与准固定成本有关，即非沉没固定成本），那么企业就要短期关闭。设立准固定成本也涉及规模经济的解释。
- 利用毛利或单位利润来进行优化定价和制定产量决策的分析运用贯穿到多个章节中。本版中还增加了一个突出毛利（而不是总利润）相关问题的专栏。
- 第9章对关于规模经济与范围经济的内容进行了大幅度调整，以更新这两个重要的成本概

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。

念。本章介绍了最小有效规模，并讨论了它对市场竞争的影响；还比照了购买性规模经济和技术性规模经济，阐述了学习性规模经济。

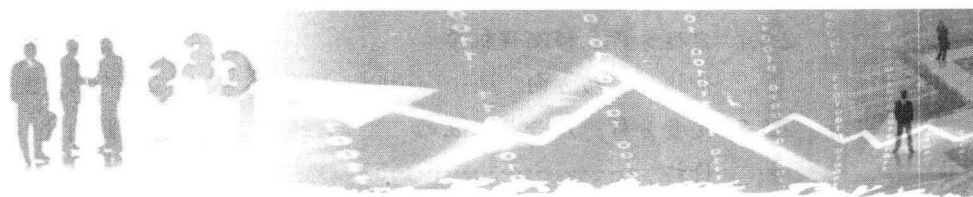
- 第14章增加了捆绑式定价，在章后也增加了两个新的关于捆绑的问题。这里主要讨论了纯捆绑，而混合捆绑只是稍微提了一下，使说明尽可能简洁明了。

作者始终非常重视来自教师和学生的批评和建议。如果你对本书有任何改进意见，请直接与作者联系（crthomasl@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，因为这些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。



目 录

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 企业运作和战略的经济学思考 方法	3
1.1.1 经济学理论把复杂简单化	3
1.1.2 微观经济学和产业组织理 论的角色	4
1.2 经济利润的度量和最大化	5
1.2.1 使用资源的经济成本	6
1.2.2 经济利润与会计利润	9
1.2.3 企业价值最大化	10
1.2.4 价值最大化与利润最大化 的等效性	10
1.2.5 经理人常犯的错误	11
1.3 所有权与控制权分离	13
1.3.1 委托—代理问题	15
1.3.2 公司的控制机制	16
1.4 市场结构和管理决策	17
1.4.1 什么是市场	17
1.4.2 不同的市场结构	18
1.4.3 市场的国际化	19
本章小结	20
关键词	20

概念性习题	21
概念性习题答案	21
应用性习题	22
附录1A 现值计算方法	23
数学练习题	24

第2章 需求、供给与市场均衡	25
2.1 需求	25
2.1.1 广义需求函数: $Q_d=f(P, M,$ $P_R, \mathcal{I}, P_e, N)$	26
2.1.2 直接需求函数: $Q_d=f(P)$	29
2.1.3 逆需求函数: $P=f(Q_d)$	30
2.1.4 沿着需求曲线的移动	31
2.1.5 需求曲线的移动	31
2.2 供给	35
2.2.1 广义供给函数: $Q_s=f(P, P_I,$ $P_r, T, P_e, F)$	35
2.2.2 直接供给函数: $Q_s=f(P)$	37
2.2.3 逆供给函数: $P=f(Q_s)$	38
2.2.4 供给曲线的移动	38
2.3 市场均衡	40
2.4 衡量市场交易的价值	42
2.4.1 消费者剩余	43
2.4.2 生产者剩余	43
2.4.3 社会剩余	44
2.5 市场均衡的变动	45
2.5.1 需求变化(供给不变)	45
2.5.2 供给变化(需求不变)	46
2.5.3 需求与供给的同时变化	47

2.5.4 定性分析: 预测飞机票 价格的变动方向	48	4.1.1 假设回归模型	90
2.5.5 定量分析: 广告与土豆的 价格	52	4.1.2 随机误差项	91
2.6 限制价与支持价	52	4.2 拟合回归曲线	92
本章小结	54	4.3 统计显著性检验	94
关键词	55	4.3.1 $\hat{b}$ 的相关频率分布	95
概念性习题	56	4.3.2 t 比的概念	96
概念性习题答案	59	4.3.3 对统计显著性的 t 检验	97
应用性习题	63	4.3.4 用 p 值决定统计显著性	98
第3章 优化决策的边际分析	65	4.4 回归方程的评估	99
3.1 概念和术语	66	4.4.1 可决系数	99
3.2 无约束下的最优化	67	4.4.2 F 统计量	100
3.2.1 行动的最优水平 (A^*)	67	4.4.3 实例: SLM 公司产品 质量控制	102
3.2.2 边际收益和边际成本	69	4.5 多元回归	103
3.2.3 用边际分析找到最优行动 水平	71	多元回归模型	103
3.2.4 离散变量的最大化问题	72	4.6 非线性回归分析	105
3.2.5 与决策无关的沉没成本、 固定成本和平均成本	73	4.6.1 二次回归模型	105
3.3 有约束下的最优化	74	4.6.2 对数—线性回归模型	107
3.3.1 在某一行动上单位美元的 边际收益	75	4.7 管理决策中的回归分析	109
3.3.2 有约束的最大化	75	本章小结	109
3.3.3 实例: 广告费用的优化配置	76	关键词	110
3.3.4 有约束的最小化	78	概念性习题	111
本章小结	79	概念性习题答案	113
关键词	79	应用性习题	115
概念性习题	79	附录4A 回归分析中的一些问题	117
概念性习题答案	83		
应用性习题	85		
附录3A 优化理论概述	86		
数学练习题	88		
第4章 基本估计技术	89	第二部分 需求分析	
4.1 简单线性回归模型	89	第5章 消费者行为理论	120
		5.1 消费者理论的基本假设	120
		5.1.1 消费者优化问题	120
		5.1.2 消费者偏好特点	121
		5.1.3 效用函数	122
		5.2 无差异曲线	123
		5.2.1 性质	123
		5.2.2 边际替代率	123

5.2.3 无差异图	125	6.3 影响需求价格弹性的因素	157
5.2.4 边际效用与边际替代率	125	6.3.1 替代品的可获性	157
5.3 消费者预算约束	127	6.3.2 消费预算的份额	157
5.3.1 预算线	127	6.3.3 调整需要的时间	157
5.3.2 预算线的移动	129	6.4 需求价格弹性计算	158
5.4 效用最大化	129	6.4.1 弧弹性计算	158
5.4.1 有限货币收入下的效用 最大化	130	6.4.2 点弹性计算	159
5.4.2 边际效用均等	133	6.4.3 沿需求曲线的弹性变化	161
5.4.3 热狗和可口可乐的最佳 组合	134	6.5 边际收益、需求和价格弹性	162
5.5 单个消费者需求曲线和市场 需求曲线	135	6.5.1 边际收益与需求	163
5.5.1 单个消费者的需求曲线	135	6.5.2 边际收益与价格弹性	165
5.5.2 市场需求和边际收益	136	6.6 其他需求弹性	166
5.6 替代效应和收入效应	137	6.6.1 收入弹性 (E_M)	167
5.6.1 替代效应	138	6.6.2 交叉价格弹性 (E_{XR})	168
5.6.2 收入效应	139	本章小结	171
5.6.3 需求曲线向下倾斜的原因	141	关键词	171
本章小结	141	概念性习题	172
关键词	142	概念性习题答案	175
概念性习题	142	应用性习题	177
概念性习题答案	147	附录6A 需求弹性的计算方法	178
应用性习题	149	数学练习题	179
附录5A 消费者理论中的一般数学方法	150		
数学练习题	151		
第6章 弹性和需求	152	第7章 需求估计和预测	180
6.1 需求价格弹性	153	7.1 需求估计的直接方法	181
6.1.1 预测需求数量变化的 百分比	153	7.1.1 消费者访谈	181
6.1.2 预测价格变化的百分比	154	7.1.2 市场调研与实验	182
6.2 价格弹性和总收益	154	7.2 经验需求函数	183
6.2.1 需求价格弹性和总收益 的变动	154	7.2.1 广义的经验需求函数	183
6.2.2 Borderline音响商场的价格 变化	156	7.2.2 线性经验需求函数	183
		7.2.3 非线性经验需求函数	184
		7.2.4 需求函数的选择	184
		7.3 价格制定企业的需求估计	186
		例: 比萨饼的需求估计	186
		7.4 时间序列预测销售量和价格	189
		7.4.1 线性趋势预测法	190
		7.4.2 例: Terminator Pest Control 公司的销售预测	190

7.4.3 例: 佐治亚木材价格预测	191
7.5 季节性(周期性)变化	192
7.5.1 利用哑变量修正季节性变化	192
7.5.2 例: 哑变量技术	193
7.6 几句忠告	198
本章小结	199
关键词	200
概念性习题	200
概念性习题答案	201
应用性习题	203
附录7A 经验需求弹性	204
在线话题1: 价格接受型企业的需求估计与预测	205

第三部分 生产与成本分析

第8章 短期生产与成本理论 208

8.1 生产和成本理论中的一些基本概念	209
8.1.1 生产函数	209
8.1.2 技术有效和经济有效	209
8.1.3 生产中的变动投入和固定投入	210
8.1.4 生产周期的短期与长期	210
8.1.5 沉没成本和可避免成本	211
8.1.6 固定比例和变动比例	212
8.2 短期生产	213
8.2.1 总产量	213
8.2.2 平均产量和边际产量	214
8.2.3 边际实物报酬递减法则	215
8.2.4 固定投入变动	216
8.3 短期生产成本	219
8.3.1 短期总成本	219
8.3.2 平均成本和边际成本	221
8.3.3 一般短期平均成本和边际成本曲线	222
8.4 短期成本函数和生产函数的关系	223

8.4.1 总成本和短期生产函数	223
8.4.2 平均变动成本和平均产量	224
8.4.3 边际成本和边际产量	225
8.4.4 AVC、MC、AP和MP之间的几何关系	225
本章小结	227
关键词	227
概念性习题	228
概念性习题答案	230
应用性习题	232
附录8A 短期生产与成本函数之间关系的推导	233
数学练习题	234

第9章 长期生产与成本理论 235

9.1 等产量线	236
9.1.1 等产量线的特征	236
9.1.2 边际技术替代率	237
9.1.3 边际技术替代率和边际产量之间的关系	237
9.2 等成本线	238
9.2.1 等成本线的特征	238
9.2.2 等成本线的移动	239
9.3 投入的优化组合	239
9.3.1 给定产量下的最小成本	240
9.3.2 成本最小化的边际产量法	241
9.3.3 给定成本下的最大产量	242
9.4 最优化与成本	243
9.4.1 扩张线	243
9.4.2 扩张线与成本结构	244
9.5 长期成本	245
从生产函数推导成本函数	246
9.6 影响长期成本的因素	248
9.6.1 规模经济与规模不经济	249
9.6.2 多产品企业的范围经济	252
9.6.3 购买经济	255
9.6.4 学习经济或经验经济	256
9.7 短期成本与长期成本函数之间的关系	259

9.7.1 计划范围中的长期 平均成本	259	11.2 价格接受型企业所面临的需求	291
9.7.2 调整期的短期成本	260	11.3 短期利润最大化	293
本章小结	262	11.3.1 产出决策: 正经济利润	294
关键词	262	11.3.2 产出决策: 亏损经营或 关闭	298
概念性习题	263	11.3.3 沉没成本、固定成本和 平均成本的不相关性	300
概念性习题答案	266	11.3.4 企业和行业的短期供给	301
应用性习题	267	11.3.5 短期竞争均衡下的生产 者剩余和利润	302
附录9A 两种变动投入生产和成本 函数关系的推导	268	11.4 长期利润最大化	303
数学练习题	270	11.4.1 企业利润最大化的长期 均衡	304
第10章 生产和成本的估计	271	11.4.2 行业的长期竞争均衡	304
10.1 短期生产函数的规范	271	11.4.3 完全竞争行业的长期供给	306
10.2 短期生产函数的估计	273	11.4.4 经济租金和长期竞争均衡 下的生产者剩余	309
10.3 短期成本估计: 有关成本量度 的一些问题	275	11.5 利润最大化的要素投入量	311
10.3.1 通货膨胀下的数据修正	275	11.5.1 边际生产收益和雇用 决策	311
10.3.2 经济成本的度量问题	276	11.5.2 平均生产收益与关门 决策	313
10.4 短期成本函数的估计	276	11.6 利润最大化产出决策的实施	314
10.4.1 典型短期成本估计	276	11.6.1 实施的一般原则	314
10.4.2 例: Rockford公司的 短期成本估计	278	11.6.2 例: 花花公子服装利润 最大化	315
本章小结	280	本章小结	319
关键词	280	关键词	320
概念性习题	280	概念性习题	320
概念性习题答案	281	概念性习题答案	324
应用性习题	282	应用性习题	326
附录10A 经验生产函数与成本 函数关系推导	283	附录11A 价格接受型企业利润最大化 的数学推导	328
数学练习题	288		
在线话题2: 线性规则	288		
第四部分 各种市场结构下的 利润最大化		第12章 具有市场力企业的管理决策	330
第11章 竞争市场上的管理决策	290	12.1 市场力的度量	331
11.1 完全竞争市场的特征	291	12.1.1 市场界定	331

12.1.2 需求弹性	332	第13章 寡头垄断市场的战略决策	374
12.1.3 勒纳指数	332	13.1 同步决策	375
12.1.4 需求交叉弹性	333	13.1.1 囚徒困境	377
12.2 进入壁垒	335	13.1.2 单方上策决策	378
12.2.1 规模经济	336	13.1.3 连续排除下策	379
12.2.2 政府设置的壁垒	336	13.1.4 纳什均衡: 相互做最好 决策	381
12.2.3 要素壁垒	336	13.1.5 纳什均衡的一个案例: 超级保龄球广告	382
12.2.4 品牌效应	336	13.1.6 最优反应曲线和连续决策 选择	385
12.2.5 消费者锁定	337	13.2 顺序决策战略	388
12.2.6 网络外部性	337	13.2.1 顺序决策	388
12.2.7 沉没成本的进入壁垒	338	13.2.2 先发和跟进优势	389
12.3 垄断下的利润最大化: 价格与 产量决策	339	13.2.3 行动策略: 承诺、威胁 和约定	391
12.3.1 垄断厂商面临的需求和 边际收益	340	13.3 在重复决策中的合作战略	393
12.3.2 例: 西南皮革制品设计 公司的利润最大化	341	13.3.1 一次性囚徒困境决策	393
12.3.3 短期均衡: 利润最大化 或亏损最小化	342	13.3.2 重复决策惩罚欺诈	394
12.3.4 长期均衡	344	13.3.3 合作决策	395
12.4 利润最大化时投入要素量	347	13.3.4 惩罚欺诈的引发策略	396
12.5 垄断竞争	349	13.3.5 促进合作的价格实践	397
12.5.1 短期均衡	350	13.3.6 明确的价格固定协议 和卡特尔	399
12.5.2 长期均衡	350	13.3.7 默许共谋	400
12.6 利润最大化产量与价格决策 的实施	353	13.4 进入限制战略	402
12.6.1 实施的一般原则	353	13.4.1 限制定价	403
12.6.2 例: Aztec电子公司的 利润最大化	354	13.4.2 生产能力扩张限制进入	405
12.7 多工厂企业	357	本章小结	406
企业的多工厂生产	358	关键词	407
本章小结	361	概念性习题	408
关键词	361	概念性习题答案	411
概念性习题	362	应用性习题	414
概念性习题答案	366	附录13A 连续同步决策最优反应 曲线的推导	416
应用性习题	370	数学练习题	418
附录12A 垄断企业利润最大化的 数学推导	372		