

清华 MBA 核心课程英文版教材

管理经济学

(美) 多米尼克·萨尔瓦多 (D. Salvatore) 著

第6版

清华大学出版社



清华MBA核心课程英文版教材

管理经济学

(美) 多米尼克·萨尔瓦多 (D. Salvatore) 著

第6版

清华大学出版社

北京

北京市版权局著作权合同登记号 图字：01-2009-3085

Original edition, entitled *Managerial Economics: Principles and Worldwide Applications*, Sixth Edition, 9780195326994 by Dominick Salvatore, published by Oxford University Press, Inc., copyright © 2007.

All Rights Reserved. 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.

本书影印版由 Oxford University Press, Inc. 授权给清华大学出版社出版发行。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目（CIP）数据

管理经济学：英文/（美）萨尔瓦尔（Salvatore, D.）著. —6 版. —北京：清华大学出版社，2009.8
（清华 MBA 核心课程英文版教材）

ISBN 978-7-302-20548-7

I. 管… II. 萨… III. 管理经济学—研究生—教材—英文 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2009）第 111131 号

责任编辑：梁云慈

责任印制：王秀菊

出版发行：清华大学出版社

<http://www.tup.com.cn>

社 总 机：010-62770175

投稿与读者服务：010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者：清华大学印刷厂

装 订 者：北京鑫海金澳胶印有限公司

发 行 者：全国新华书店

开 本：185×230 印张：41.25

版 次：2009 年 8 月第 1 版

印 次：2009 年 8 月第 1 次印刷

印 数：1~4000

定 价：56.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题，请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话：010-62770177 转 3103 产品编号：029078-01

出 版 说 明

为了适应经济全球化的发展趋势，满足国内广大读者了解、学习和借鉴国外先进的管理经验和掌握经济理论的前沿动态之需要，清华大学出版社与国外著名出版公司合作影印出版一系列英文版经济管理方面的图书。我们所选择的图书，基本上是已再版多次、在国外深受欢迎，并被广泛采用的优秀教材，绝大部分是该领域中较具权威性的经典之作。在本书的阅读过程中，我们得到了很多专家的支持、帮助和鼓励，在此表示谢意！

由于原作者所处国家的政治、经济和文化背景等与我国不同，对书中所持观点，敬请广大读者在阅读过程中注意加以分析和鉴别。

我们期望这套影印书的出版对我国经济科学的发展能有所帮助，对我国经济管理专业的教学能有所促进。

欢迎广大读者给我们提出宝贵的意见和建议；同时也欢迎有关的专业人士向我们推荐您所接触到的国外优秀图书。

清华大学出版社

2009. 2

总序

世纪之交，中国与世界的发展呈现最显著的两大趋势——以网络为代表的信息技术的突飞猛进，以及经济全球化的激烈挑战。无论是无远弗界的因特网，还是日益密切的政治、经济、文化等方面的国际合作，都标示着 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。

教育，特别是管理教育总是扮演着学习与合作的先行者的角色。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，我国的教育机构与美国、欧洲、澳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。在这样高层次、多样化、重实效的管理教育国际合作中，教师和学生与国外的交流机会大幅度增加，越来越深刻地融入到全球性的教育、文化和思想观念的时代变革中，我们的管理教育工作者和经济管理学习者，更加真切地体验到这个世界正发生着深刻的变化，也更主动地探寻和把握着世界经济发展和跨国企业运作的脉搏。

我国管理教育的发展，闭关锁国、闭门造车是绝对不行的，必须同国际接轨，按照国际一流的水准来要求自己。正如朱镕基同志在清华大学经济管理学院成立十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，结合中国的国情，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的MBA教育要加强英语教学。我体会，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。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。

课堂讲授之外，课前课后的大量英文原版著作、案例的阅读对于提高学生的英文水平也是非常关键的。这不仅是积累相当的专业词汇的重要手段，而且是对学习者思维方式的有效训练。

我们知道，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，尤其是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差半年甚至一年的时间，他就会在无形中减弱自己的竞争能力。因此，我们认为，有一定外语基础的读者，都应该尝试一下阅读外文原版，只要努力并坚持，就一定能过了这道关，到那时就能体验到直接阅读的妙处了。

在掌握大量术语的同时，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。知己知彼，对于跨文化的管理思想、方法的学习，一定要熟悉这些思想、方法所孕育、成长的文化土壤，这样，有朝一日才能真正“具备国际战略头脑”。

以往，普通读者购买和阅读英文原版还有一个书价的障碍。一本外版书少则几十

美元，多则上百美元，一般读者只能望书兴叹。随着全球经济合作步伐的加快，目前在出版行业有了一种新的合作出版的方式，即外文影印版，其价格几乎与国内同类图书持平。这样一来，读者可以不必再为书价发愁。清华大学出版社这些年在这方面一直以独特的优势领先于同行。早在1997年，清华大学出版社敢为人先，在国内最早推出一批优秀商学英文版教材，规模宏大，在企业界和管理教育界引起不小的轰动，更使国内莘莘学子受益良多。

为了配合清华大学经济管理学院推动英文授课的急需，也为了向全国更多的MBA试点院校和更多的经济管理学院教师和学生学习上的支持，清华大学出版社再次隆重推出与世界著名出版集团合作的英文原版影印商学教科书，也使广大工商界人士、经济管理类学生享用到最新最好质优价廉的国际教材。

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、日进日新；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中兴。

赵纯均 教授

清华大学经济管理学院

前 言

本书是为管理经济学——绝大多数商业和经济课程计划都会涉及的传统课程——准备的教科书。本书结构和涵盖的主题既遵循了传统的授课方式，又在许多新的方面有很大拓展，以反映现代管理工具和方法的最新进展。

本书的主要目标是：

围绕厂商理论，提供制定管理决策的统一的主题。本书展示了管理经济学不是研究孤立的主题，而是经济学、决策科学和企业管理各个职能领域的综合，研究企业在约束条件下，试图实现最优化决策的过程中，这些方面是如何相互作用的。

介绍许多在其他的管理课程中根本不提或者只是简单提及的新主题和新型管理工具。主要包括公司结构、创造型企业的发展、波特战略模型、虚拟企业、关系企业、企业治理、商业道德、电子商务、信息经济学、国际化风险、新（国际化）的规模经济、学习曲线、全面质量管理、流程再造（重组）、标杆管理、学习型组织、新的数字化工厂、捆绑销售、商业决策中税收的作用和互联网的商业用途。

在管理经济学中引入国际化以反映当今世界偏好、生产和分配的全球化。其他教科书只是包含了管理经济学国际化方面的几个孤立的例子或者章节，但是本书，在每一章、每一节都详细地综合和讨论了在当今的全球化形势下，管理经济学的国际化分支。这是非常必要的，因为我们消费的多数商品是进口的，并且企业也从海外购买大量要素并向海外销售更多的商品。更重要的是，美国国内的企业面临着国外企业越来越激烈的竞争。

展示在现实世界中，管理决策是如何制定的。本书包括 117 个真实案例分析（远远多于其他教科书），在本书中还包含 6 个篇幅较大的综合案例，分布在每篇的最后。这些案例内容充实，涉及行业比其他同类书籍丰富。管理经济学实际上是门应用科学，这个特点并非言过其实。本书的案例包括多个方面：电子商务、eBay 和网络竞争、施乐 (Xerox) 的标杆管理、通用电气的流程再造（重组）、吉列 (Gillette) 引入 Sensor 和 Mach 3 刀片、虚拟管理、通用汽车认为小得更好、美国的全新数字企业、企业如何获取新技术、惠普的物流管理、欧元和欧洲企业的国际化竞争、美元汇率和美国企业的赢利能力、沃尔玛的抢先市场战略、多国企业的转移定价、康-爱迪生公司 (Con

Edison) 的价格歧视、Priceline 网站的定价方式、微软的反垄断案、风险矩阵系统、通过资产组合分散风险, 以及安然 - 安达信和其他金融灾难。

其他特色

本书还具有以下的特色:

- 涵盖了实际管理决策和任何管理经济学课程的全部主题。因此, 在课程内容的选择上为教师提供了极大的灵活性。
- 不论是否具备微积分知识, 都可以使用本书。第2章的选学部分深入讨论了管理经济学用到的最优化技术。最优化的微积分方法只在大部分章节后面的数学附录以及脚注中用到。
- 尽管本书本质上是应用性的, 但却建立在充分的理论上。这就解决了对这一学科的一般批评: 要么过度理论化, 要么纯粹应用性的而理论基础薄弱。

第6版新增之处

新增加的部分包括: 关于决策制定过程的1.2节, 关于虚拟购物和虚拟管理的4.2节, 关于创新过程的6.8节, 关于波特战略模型的9.3节, 关于创造性企业发展的9.6节, 关于商务决策中税收效应的12.7节, 有关委托代理问题和拍卖的13.8节, 第4章和第5章新增了附录, 介绍如何使用Excel进行一元和多元回归分析以及利用时间序列数据预测波动情况。

本书中超过100个案例中的近四分之一是全新的, 其余的案例有一半进行了修改和更新, 更贴近时代。这些新案例是: 案例1-1 彼得·德鲁克——管理学之父, 案例1-11 咖啡价格及其需求和供给的变化, 案例4-3 大宗市场逐渐消失背景下的销售, 案例8-3 美元汇率和美国企业的赢利能力, 案例9-6 汽车工业的全球化, 案例11-5 发达国家的转移定价, 案例12-9 世界各地的企业税收, 案例12-10 美国边境税和出口补贴, 案例13-9 金降落伞在奖励失败吗, 案例13-10 无线电的拍卖。

此外增加了两个篇幅较长的综合案例, “迈克尔·戴尔的教育”和“eBay和互联网上的竞争”, 以及其他案例研究, 补充阅读和互联网网址也都全部修改和拓展了。

管理经济学的主旨

管理经济学是指运用经济学和决策科学的分析工具, 研究企业如何在它所面临的约束条件下, 作出最优化管理决策。

本书适用于大多数商业和经济管理课程计划中的管理经济学课程, 适用于高年级本科生和研究生。本书通过厂商理论把经济理论(微观经济学和宏观经济学)、决策科学(数理经济学和计量经济学)、商业的基础领域(会计、金融、营销、人力资源

管理和生产管理)综合和联系在一起,阐述了这些部分如何成为管理决策的关键主题。企业管理的各个职能领域分析了企业的经营环境,同样地,它们也提供了管理决策的背景。经济理论提供了最优化决策的理论框架,决策科学提供了最优化和估计经济关系的工具。作为综述性课程,管理经济学综合和联系起所有这些主题,并展示了它们对管理决策的重要性。

正如上面所述,本书具有四个特色:第一,把厂商理论作为研究管理决策过程的统一主题;第二,在管理经济学中引入全球观点,以反映快速全球化的世界中偏好、生产、分配和竞争的国际化;第三,在管理经济学中引入了许多令人兴奋的主题,比如,公司结构、创造型企业的发展、波特战略模型、商业道德、电子商务、风险管理、国际规模经济、虚拟企业、企业再造、标杆管理、学习型组织和数字工厂;第四,通过100多个案例分析(比其他教科书都多)和6个更广泛的综合案例展示了管理决策实际上是如何制定的。

本书的组织结构

本书包括五篇:

- 第一篇(第1~2章)论述了管理经济学的性质和范围,介绍了厂商理论,回顾了最优化技术。第1章以更清晰且更令人信服的方式,阐述厂商理论如何提供了管理决策研究的统一主题,以及在当今世界偏好、生产、分配和竞争快速国际化的趋势下,管理经济学的全球观点为什么是必需的,还包括需求和供给的基本概念和原理;第2章回顾了最优化技术或者说企业在一定的约束条件下,寻求最有效地实现目标的方式,同时,也讨论了几种新型管理工具。
- 第二篇(第3~5章)分析了需求。各章分别讨论了需求、对需求的经验估计、需求预测。对这些重要的主题,其他的教科书一般很少分章节独立讨论,并因此缺乏综合性。
- 第三篇(第6~7章)介绍了厂商生产理论和成本理论及其度量,也介绍了线性规划及其在管理经济学中的应用。第6章介绍了生产中的要素替代,第7章论述了长期生产曲线和短期生产曲线,比任何其他课本要更完整和清晰。有关线性规划的新章节在本书的网站上可以找到。
- 第四篇(第8~11章)把需求分析(第二篇介绍的)与生产和成本分析(第三篇论述的)结合在一起,分析在各种市场结构中,价格和产量是如何决定的。第8章讨论了完全竞争、垄断和垄断竞争;第9章论述了寡头垄断和企业结构;第10章介绍了博弈论和战略行为;第11章论述了在各种市场结构中的定价行为。

- 第五篇（第12~14章）论述了管制和反垄断、政府在经济中的角色、风险分析、长期投资决策和资本预算。

教学特征

除了100多个现实的案例分析（每章6~11个），每篇末尾提供的扩展性综合案例分析是对该部分论述的管理决策类型的综述。

本书具有如下教学特征：

- 为了使用方便，每章都分成若干节。
- 文中给出全书所有曲线图和图表的详细解释，并在标题中加以提炼和总结。
- 图表是按照数学比例制作的，使得答案是真实的数字而非简单的例子。
- 书中一些重要的术语按字母排序列在书后。

每一章也包括如下所示的教学帮助：

1. 提纲，以及每章介绍的主要术语，给出了全章的概述。
2. 本章小结，回顾了每章的主要知识点。
3. 练习题，每章后面的15个问题要求学生能够实际运用所学到的知识来解答。
4. 补充阅读材料，这包括本章涉及的所有主题最重要的参考资料。
5. 互联网网址，为每章提到的主题提供了最重要的互联网站点。

为教师

1. 幻灯片演示。那些在一般课堂讲座上希望使用书中图表的教师，可以从网站获得现成的幻灯片形式的图表，也可以访问牛津大学的网站并下载。所有的幻灯片都可以根据老师们的课堂需要和要求编辑。

2. 网络教师资源。网站上包括可下载幻灯片形式的教师必要资源。本书中所有重要的表格、图形和讲座笔记里的手绘图形都有幻灯片，并且还提供了线性规划的网络章节。

为学生

学习指南。该指南为Gannon大学的Robert Brooker教授提供，可从牛津大学出版社购买。学习指南可以帮助学生复习和应用书中涵盖的材料（ISBN：978-0-19-531969-9）。

致谢

这本书来源于我在纽约的Fordham大学和Vienna and Krems经济和管理大学20多年的本科生和研究生管理经济学课程授课经验。我很幸运有很多优秀的学生，他们

的问题和意见大大增加了本书的清晰性和解释能力。

我为拥有写成此书的知识而深深感谢我早先的导师们，他们是：William Baumol (纽约大学和普林斯顿大学)，Victor Fuchs (斯坦福大学和国家经济研究局)，Jack Johnston (加利福尼亚大学欧文分校) 和 Lawrence Klein (宾夕法尼亚大学沃顿商学院)。作为这些优秀的经济学家和永远活在我心中的导师们的学生，能够得到的无数见识。

Fordham 大学商学院和经济系的许多同事们以及本书的众多审读者对本书提出了许多有价值的建议，对于提高本书的质量有很大帮助。在此一并表示感谢！

此外，我非常感谢已故的 Sir Ronald A. Fisher, F.R.S. 的遗产的文字执行人，还有 Frank Yates 博士 F.R.S.，以及 Longman Group Ltd., London，他们许可我从他们的书里翻印表 C-2, *Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research*, 第 6 版, 1974 年。

最后，我将对牛津大学出版社的全体人员表示感谢，特别是对 Terry Vaughn 和 Catherine Rae 的友好和专业上的帮助，对 Noel Hernandez、Meghan Hennessy 和 Candace Marriott (我的助教) 表示感谢。感谢 Angela Bates 和 Josephine Cannariato (Fordham 部门秘书) 的效率和令人愉悦的安排。

多米尼克·萨尔瓦多
(Domick Salvatore)

目 录

第一篇 导论.....	1
第1章 管理经济学的性质和研究范围.....	3
1.1 管理经济学的研究范围.....	4
1.2 决策的基本过程.....	7
1.3 厂商理论.....	10
1.4 利润的性质和作用.....	15
1.5 商业道德.....	19
1.6 管理经济学的国际框架.....	22
1.7 管理经济学与互联网.....	26
本章小结.....	27
练习题.....	28
第1章附录：需求、供给和均衡的基本概念.....	30
补充阅读材料.....	36
互联网网址.....	37
第2章 最优化技术和新型管理工具.....	38
2.1 表述经济关系的方式.....	39
2.2 总量、平均和边际之间的关系.....	41
2.3 最优分析.....	44
2.4 约束条件下的最优.....	47
2.5 最优化的新型管理工具.....	48
2.6 其他管理工具.....	56
2.7 新型管理工具和职能专门化.....	57
本章小结.....	60
练习题.....	60
补充阅读.....	61

互联网网址.....	62
综合案例1 迈克尔·戴尔的教育.....	63
第二篇 需求分析.....	67
第3章 需求理论.....	69
3.1 产品的需求.....	71
3.2 需求的价格弹性.....	79
3.3 需求的收入弹性.....	88
3.4 需求的交叉价格弹性.....	91
3.5 弹性在管理决策中的应用.....	94
3.6 偏好的国际融合.....	97
3.7 电子商务.....	99
本章小结.....	104
练习题.....	105
第3章附录: 消费者选择理论——市场需求曲线背后的原理.....	108
补充阅读材料.....	114
互联网网址.....	114
第4章 需求估计.....	115
4.1 识别问题.....	117
4.2 需求估计的销售调研方法.....	119
4.3 回归分析的引入.....	125
4.4 简单回归分析.....	128
4.5 多元回归分析.....	137
4.6 回归分析中的问题.....	142
4.7 通过回归分析进行需求估计.....	145
4.8 估计美国进出口的需求.....	149
本章小结.....	153
练习题.....	154
第四章附录: 用EXCEL做的回归分析.....	157
补充阅读材料.....	161
互联网网址.....	162

第 5 章 需求预测.....	163
5.1 定性预测.....	165
5.2 时间 - 序列分析.....	168
5.3 平滑技术.....	177
5.4 气压法.....	182
5.5 经济模型.....	186
5.6 投入 - 产出的预测.....	192
本章小结.....	192
练习题.....	193
第 5 章附录: 利用电子表格进行时间序列分析来预测波动.....	196
补充阅读材料.....	200
互联网网址.....	201
综合案例 2 美国电力需求的估计和预测.....	202
第三篇 生产和成本分析.....	205
第 6 章 生产理论与估计.....	207
6.1 生产组织和生产函数.....	209
6.2 一种可变生产要素的生产函数.....	212
6.3 可变要素的最优使用量.....	217
6.4 两种可变要素的生产函数.....	220
6.5 最优的生产要素组合.....	225
6.6 规模报酬.....	232
6.7 经验生产函数.....	235
6.8 创新过程.....	238
6.9 创新和全球竞争.....	241
本章小结.....	245
练习题.....	247
第 6 章附录: 生产的微积分分析.....	249
补充阅读材料.....	252
互联网网址.....	252
第 7 章 成本理论与估计.....	253
7.1 成本的性质.....	254
7.2 短期成本函数.....	256
7.3 长期成本曲线.....	260

7.4	厂房大小和规模经济.....	265
7.5	学习曲线.....	268
7.6	在国际范围内最小化成本——新型规模经济.....	271
7.7	物流或供应链管理.....	275
7.8	本—量—利分析和经营杠杆.....	276
7.9	成本函数的经验估计.....	282
	本章小结.....	289
	练习题.....	290
	第7章附录：用微积分进行成本分析.....	292
	补充阅读材料.....	294
	互联网网址.....	295
	综合案例3 石油工业的生产和成本函数.....	296
第四篇	市场结构与定价实践.....	299
第8章	市场结构：完全竞争、垄断和垄断竞争.....	301
8.1	市场结构和竞争程度.....	302
8.2	完全竞争.....	303
8.3	全球经济中的竞争.....	312
8.4	垄断.....	317
8.5	垄断竞争.....	325
	本章小结.....	331
	练习题.....	332
	第8章附录：微积分法求解利润最大化.....	335
	补充阅读材料.....	337
	互联网网址.....	338
第9章	寡头垄断和企业架构.....	339
9.1	寡头垄断和市场集中度.....	340
9.2	寡头垄断模型.....	344
9.3	寡头垄断的收益及效率的含义.....	353
9.4	销售额最大化模型.....	357
9.5	全球寡头的进行曲.....	359
9.6	理想企业架构和创造性公司.....	364
9.7	虚拟企业和关系企业.....	369
	本章小结.....	372

练习题.....	373
第9章附录：应用数学方法研究寡头理论.....	374
补充阅读材料.....	382
互联网网址.....	383
第10章 博弈论和战略行为.....	385
10.1 战略行为和博弈论.....	386
10.2 占优战略和纳什均衡.....	388
10.3 囚徒困境.....	391
10.4 价格和非价格竞争，卡特尔欺骗与囚徒困境.....	392
10.5 重复博弈和针锋相对战略.....	395
10.6 战略措施.....	396
10.7 战略行为与国际竞争.....	399
10.8 连续博弈和决策树.....	402
本章小结.....	405
练习题.....	405
补充阅读材料.....	408
互联网网址.....	408
第11章 定价实践.....	410
11.1 多种产品定价法.....	411
11.2 价格歧视.....	419
11.3 国际价格歧视与倾销.....	426
11.4 转移定价.....	428
11.5 定价实践.....	435
本章小结.....	445
练习题.....	446
第11章附录：用微积分分析三级价格歧视.....	448
补充阅读材料.....	451
互联网网址.....	452
综合案例4 eBay和网络竞争.....	453
综合案例5 设计飞机票价的艺术.....	455
第五篇 管制、风险分析和资本预算.....	459
第12章 管制与反托拉斯：政府在经济中的作用.....	461
12.1 支持企业，保护消费者、工人以及环境的政府管制.....	462