

管理经济学

(原书第7版)

Managerial Economics

S. 卡利斯·莫瑞斯 (S. Charles Maurice)

(美)

得克萨斯 A&M 大学

著

克利斯多弗 R. 托马斯 (Christopher R. Thomas)

南佛罗里达大学

陈章武 等译



经济教材译丛

管理经济学

(原书第7版)

Managerial Economics

S. 卡利斯·莫瑞斯 (S. Charles Maurice)

(美)

得克萨斯 A&M 大学

著

克利斯多弗 R. 托马斯 (Christopher R. Thomas)

南佛罗里达大学

陈章武 等译



机械工业出版社
China Machine Press

本书以严谨的学术风格详细论述了对企业经营决策最有用的经济学原理，并给出了大量案例，以帮助读者加强对管理经济学原理在实际中的应用。在每章的结尾，还给出了概念性习题和应用性习题这两类习题。学习本教材主体部分并不需要很深的数学基础，数学上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。这样的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，同时还有利于读者自学。

本书适合经济、管理类本科生、研究生、MBA和业余自学者使用。

S.Charles Maurice, Christopher R. Thomas: Managerial Economics, 7th edition.

ISBN: 0-07-112321-0

Copyright © 2002 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.

Simplified Chinese translation edition jointly published by McGraw-Hill Education (Asia) Co. and China Machine Press.

本书中文简体字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，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

本书封面贴有McGraw-Hill公司防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。

本书版权登记号：图字：01-2002-2481

图书在版编目（CIP）数据

管理经济学（原书第7版）/（美）莫瑞斯（Maurice, S. C.），（美）托马斯（Thomas, C.R.）著；陈章武等译。—北京：机械工业出版社，2003.8

（经济教材译丛）

书名原文：Managerial Economics

ISBN 7-111-12266-6

I. 管… II. ①莫… ②托… ③陈… III. 管理经济学 IV. F270

中国版本图书馆CIP数据核字（2003）第043576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：魏杰 版式设计：刘永青

北京忠信诚胶印厂印刷·新华书店北京发行所发行

2003年8月第1版第1次印刷

889mm×1194mm 1/16·35.25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

译者序

加入WTO以后，我国经济体制改革在国际竞争的框架下向纵深发展，社会主义市场经济运行机制日趋完善。既能掌握市场经济的一般原理，熟悉其运行规则，而又了解中国国情的经济管理人才十分短缺。为适应这一迫切需要，以培养企业经营管理战略后备人才为目标的MBA得到了极为迅速的发展；以普及、更新经营管理知识为目标的各级、各类继续教育也如火如荼地展开。广大读者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。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，还给出两类习题。一类是概念性习题，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；另一类习题是应用性习题，这类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，同时还有利于读者自学。我国正缺少这样一本《管理经济学》教材，3年前，本书第6版的中文翻译出版后受到热烈欢迎就充分说明了这一点。

现在又将本书第7版的中文版推荐给大家。第7版除保持了第6版的风格以外，增加了更多的全球市场分析和国际性的案例，对寡头垄断市场中的决策从结构上进行了大幅度调整，使得更加贴近企业的实际经营决策；大量的数据也进行了更新。

第7版翻译初稿主要由葛凤玲女士完成。这里要感谢参加第6版翻译的全体女士和男士们，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、方宝荣和孙秀琴等，他们为第7版顺利翻译奠定了良好的基础。

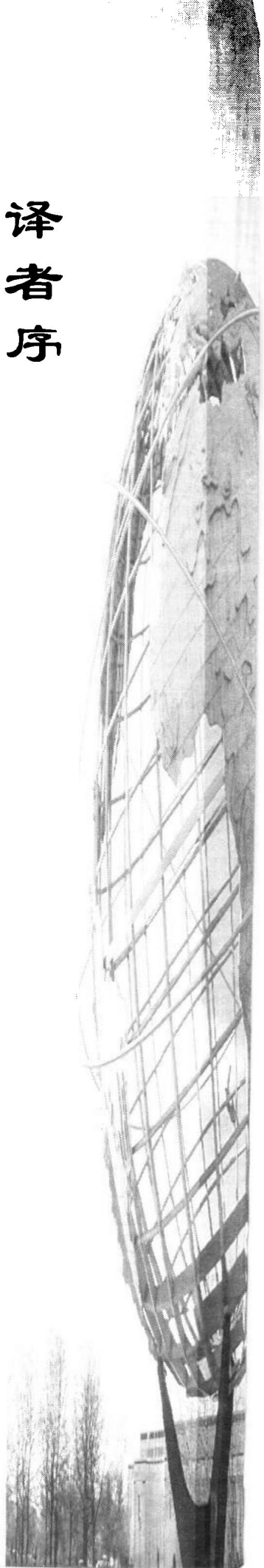
还要特别感谢机械工业出版社的杨雯女士、吴颖洁女士，没有她们认真负责的敦促和辛勤的劳动，管理经济学的中文版不可能面世。

全书的最终统稿和审定仍由本人负责，文责也由本人负责。

陈章武

2003年春节于蓝旗营

11/26/04



作者简介

S.卡利斯·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大学的经济系里度过了生命中的30个年头，1977~1981年期间任经济系主任，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；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 Philips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1971~1996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。

克利斯多弗 R.托马斯

克利斯多弗 R.托马斯，从1982年起开始在南佛罗里达大学执教，现任经济学副教授。此前，他作为能源经济学家在Oak Ridge国家实验室工作。目前，托马斯在南佛罗里达大学教授管理经济学课程，对象包括本科生、2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。他在诸如《经济学季刊》(*Quarterly Journal of Economics*)、《法律与经济学》(*Journal of Law and Economics*)、《南方经济学报》(*Southern Economic 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 Economic 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做研究员。托马斯教授与他的妻子和女儿生活在佛罗里达州的坦帕，工作之余他喜欢打网球。

中文版序

今日中国正在进行一场巨大的经济体制改革。在国有企业占绝对优势的大多数经济领域——农业、能源工业、制造业、采掘业、交通运输业和科技领域，正出现蓬勃发展的民营企业。在这个新兴的经济形态中，中国的民营企业也已经超越了小型的、家族式的作坊工厂阶段，发展成为能够提供参与国际竞争的优良商品和服务的大型综合企业。在一个全球化的市场环境中，企业所有者和投资者对经理们高于一切的要求是赢利，企业的经理们需要知道如何在这样的环境中进行企业决策。

无论这本书是你的企业经济学的入门课程，还是MBA的学位课程，你都会发现它是一个教你怎样进行企业赢利决策的很有价值的工具。尽管本书对企业决策的分析基本是针对美国市场的，但企业赢利决策的经济学原理适用于任何地方的企业。作为这本教科书的作者，期盼着有机会向中国学生传授管理经济学的知识。由衷地感谢清华大学陈章武教授和麦格劳-希尔教育（亚洲）出版公司，正是他们的工作使这本书的中文版得以面市。

克利斯多弗 R. 托马斯
南佛罗里达大学经济学副教授
cthomas@coba.usf.edu



前

言

为什么要学习管理经济学

作为工商管理类的学生，要想成为一个成功的企业经营管理者，就应该懂得为了获取利润，市场的经济动力是如何既创造机会又设置约束的。工商管理类的学生与其他任何专业的学生相比，要想成为市场战略的设计者，而不是忙忙碌碌的业务人员或循规蹈矩的中层管理人员，就更需要在微观经济学的应用方面加强训练。《管理经济学》把微观经济学中能够用于企业决策的内容集中起来，为现在和将来的企业决策提供一个方便的、长期有效的思考方法。

教学要点

《管理经济学》第7版延续了本书以前各版本赖以成功的所有因素，包括：

强调经济学的思考方法

《管理经济学》的首要目标就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。

自成体系

《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。第7版继承了这个传统，并且也为学过这一课程的学生们提供了一本珍贵的参考书。

易教易学

在保持严谨学术风格的前提下，我们把本书设计成关于管理经济学的一部最易于讲授和学习的教科书之一。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。有许多细节——教师也许没有时间在课堂上讲授，或者可能觉得在课堂上讲授会很枯燥无味——也为读者做了清楚而完整的阐述。

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** 每章的每一节都与1~2个概念性习题相连系，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找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** 跟随着概念性习题，每一章都有一套应用性习题，为培养批判性思维的能力服务，也为培养企业经营决策的能力服务。正像数学课本中的“应用性习题”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《华尔街日报》、《商业周刊》、《经济学家》和其他商业新闻出版物。工商管理类学生以后会发觉，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。

灵活的数学知识要求

仅仅从基本的代数运算和看图技巧开始，书中要用到的其他所有的分析工具都在课本中给出。

虽然本书任何一章都不含有微积分运算，但是希望使用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上的分析。每一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7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忽略，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7版的新特点

与以前所有的版本一样，这次的再版依旧强调使本书更易于讲授和学习。第7版的新特点使得这本书无论对于学生和教师来说，都能够有友好的界面。此外，大量的修订，包括增加或修改那些能够改善企业决策的经济学领域的最新进展，这本书始终保持着它的先进性。在展现经济学思维方式这个问题上，我努力做到能够保持平衡：既保持现代而又不冒失；严谨而又灵活；紧跟潮流而又不标新立异。因为本书的第6版已经做了较大修订，所以这本第7版并没有像第6版那样做很大的改动；但还是对一些章节做了重要的修订。在这些改动的地方我尽量不去改变莫瑞斯教授清晰、直接的思路。所做的修订如下：

- 根据很多读者的建议，我加入了更多的全球市场的分析和国际性的案例；但是我始终遵循一个原则，那

就是只在那些国际视野更能够加深对企业决策的理解的地方才这样做。第1章里现在加入了一个小节讨论市场国际化。第7版的图表中有5个是研究国际市场的，此外，在每章后边的应用性习题中也包含有关于国际市场的题目。

- 由于网络经济正在对企业运营模式发生着革命性的影响，所以第7版中加入了电子商务的内容。新经济的案例贯穿于全书始终，而且包括图表和应用性习题。
- 超过20%的图表是全新的或经过修订的。那些被新图表所取代的旧的内容可以在McGraw-Hill公司为本书特设的网址上找到。
- 在第2章的供给与需求分析中，我把供给方程的函数的含义加以引申，使之不仅包括行业内公司数目的变化，并且可以用它来解释整个行业生产能力的变化。函数含义延伸的意义在于，我们可以使用它来分析行业内企业数量没有发生变化，由于现有企业的增产或减产而导致的整个行业的供给变化这种情况。比如，现有的石化厂可能增加石油提炼生产能力；现有的航空公司可能会通过增加飞机数量来扩大他们的航班规模；也可能一场霜降会毁坏许多农民的庄稼，但是整个农业并没有因此而停止生产。

第7版中使用最小二乘法估计行业需求时，包括有一个详细的小结，以方便学生们的理解。

关于规模经济与规模不经济的讨论在第7版中加上了一个长期成本的解释。

第6版中关于利润最大化决策实施的两章内容，在第7版中分别与它们的原理讨论部分合并到了一起。

两种额外的市场力量——由转换成本导致的客户封闭和外部效应被放到了进入壁垒的讨论中。

寡头垄断市场中的决策被大幅度修订，而且结构也进行了调整。我的目的是为了向商学院的学生们教授如何做出战略性决策，而不是仅仅向学生们灌输各种各样关于寡头行为的行业组织理论。现在许多杂志千篇一律地使用博弈理论的一些基本概念，比如囚徒困境，最优策略，双赢决策（纳什均衡），先行者占优或是后行者占优，信用威胁和承诺以及触发策略等讨论战略决策问题。根据我的执教经验，商学院的学生总是在战略决策内容上陷入误区。

在第7版中，我把关于寡头垄断的讨论分成了第14和第15两章。在第14章中，我运用博弈理论来解释寡头市场中战略决策的不合作性本质。接着，在第15章中，我讨论了寡头市场中几种达到合作性结果的方法。我抵挡住了引用博弈理论最新发展的诱惑，尽管这些理论十分有趣，但在实际的管理决策中却没有多大用处。大部分教师可能并不想涉及第14章和第15章的全部内容，这本书的结构设计也为他们提供了这种方便。

作为本书前几版的附录，线性规划曾经被包含在其中。但是，第7版将这一部分删掉。有关这一部分的内容，读者可以在Irwin/McGraw-Hill关于本书的网站上找到（www.mhhe.com/economics/maurice7）。

除了上边所提及的修订以外，我尽量使每一章的内容都能有所改进。这些修订主要用来强调课程的重点，那就是管理经济学对企业决策的重要性。

- www.mhhe.com/economics/maurice7：McGraw-Hill公司为本书设立了一个网址，为教师和学生提供各种支持和信息。这个网址所提供的信息包括章节总结，关键术语，每章20个可以立即打分的多项选择，特别的教学材料，如讨论线性规划的一个小节。此外，学生们可以在这里观看PowerPoint幻灯片，寻求Statistix的使用帮助，并且阅读那些不再使用的图例。教师们可以找到附加的数据和“咨询项目”作为使用统计分析达成企业决策的家庭作业。

对读者的忠告

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

译者序	
作者简介	
中文版序	
前言	

第一部分 预备知识

第1章 管理者、企业与市场	2
1.1 管理经济学和经济学理论	2
1.2 利润最大化	4
1.3 所有权与控制权分离	8
1.4 市场结构和管理决策	13
小结	15
关键词	16
概念性习题	16
概念性习题答案	17
应用性习题	17
附录1A 现值计算方法	18
第2章 需求、供给与市场均衡	22
2.1 需求	22
2.2 供给	30
2.3 市场均衡	35
2.4 市场均衡的变动	38
2.5 限价与支持价	47
小结	49
关键词	50
概念性习题	52
概念性习题答案	55
应用性习题	59
附录2A 线性条件下的需求与供给计算方法	61
第3章 弹性和需求	67

3.1 需求弹性系数	68
3.2 弹性和总收益	69
3.3 影响需求弹性的因素	71
3.4 需求弹性计算	73
3.5 其他弹性	77
3.6 边际收益、需求和弹性	79
小结	85
关键词	86
概念性习题	87
概念性习题答案	89
应用性习题	91
附录3A 需求弹性计算方法	92

第4章 最优化理论

4.1 概念和术语	95
4.2 无约束下的最大化	97
4.3 有约束下的最优化	103
小结	110
关键词	111
概念性习题	111
概念性习题答案	115
应用性习题	117
附录4A 优化理论概述	120

第5章 基本估计技术

5.1 简单线性回归模型	124
5.2 拟合回归曲线	126
5.3 统计显著性检验	128
5.4 回归方程的评估	133
5.5 多元回归	137
5.6 非线性回归分析	139
5.7 管理决策中的回归分析	143
小结	143
关键词	145
概念性习题	146

概念性习题答案	148
应用性习题	150
附录5A 统计方法	153

第二部分 需求分析

第6章 消费者行为理论

6.1 消费者偏好与效用	158
6.2 无差异曲线	160
6.3 消费者预算约束	164
6.4 效用最大化	167
6.5 单个消费者需求曲线	173
6.6 替代效应和收入效应	174
6.7 市场需求曲线	179
小结	179
关键词	180
概念性习题	180
概念性习题答案	186
应用性习题	188
附录6A 消费者理论中的一般数学方法	189

第7章 经验需求函数

7.1 需求估计直接法	193
7.2 经验需求函数	196
7.3 需求估计: 市场定价与经理定价	199
7.4 价格接受企业的需求估计	200
7.5 价格制定企业的需求估计	206
小结	209
关键词	210
概念性习题	210
概念性习题答案	213
应用性习题	214
附录7A 经验弹性与二步最小二乘法估计的 计算方法	215

第8章 需求预测

8.1 定性预测技术	219
8.2 销售量和价格的时间序列预测	221
8.3 季节性(周期性)变化	223

8.4 计量经济模型	229
8.5 几句忠告	233
小结	235
关键词	236
概念性习题	236
概念性习题答案	238
应用性习题	239

第三部分 生产与成本

第9章 短期生产与成本

9.1 生产理论的一些基本概念	244
9.2 短期生产	246
9.3 短期生产小结	250
9.4 经济成本的性质	252
9.5 短期总成本	255
9.6 短期成本和生产的关系	258
9.7 短期经营成本小结	262
关键词	262
概念性习题	263
概念性习题答案	265
应用性习题	268
附录9A 短期生产与成本之间关系的推导	269

第10章 长期生产与成本

10.1 等产量线	272
10.2 等成本线	274
10.3 投入的优化组合	276
10.4 最优化和成本	281
10.5 规模报酬	283
10.6 长期生产小结	284
10.7 长期成本	285
10.8 短期成本与长期成本之间的关系	292
10.9 长期成本小结	294
关键词	294
概念性习题	295
概念性习题答案	298
应用性习题	299
附录10A 两种变动投入生产和成本函数关系的	

推导	301	13.3 垄断下的利润最大化:价格与产量决策	372
第11章 生产和成本的经验分析	306	13.4 成本加成定价法:另一种定价策略	379
11.1 短期生产函数的规范	306	13.5 利润最大化时投入要素量	380
11.2 短期三次生产函数的估计	309	13.6 垄断竞争	383
11.3 短期成本估计:有关成本量度的一些问题	311	13.7 利润最大化价格与产量决策的步骤	386
11.4 短期成本函数的估计	312	小结	391
小结	316	关键词	392
关键词	316	概念性习题	392
概念性习题	317	概念性习题答案	396
概念性习题答案	318	应用性习题	399
应用性习题	319	附录13A 垄断企业利润最大化的数学推导	401
附录11A 经验生产函数与成本函数关系的推导	320	第14章 寡头垄断市场的决策战略	404
		14.1 同步决策战略	406
		14.2 顺序决策战略	419
		14.3 进入限制战略	424
		小结	428
		关键词	429
		概念性习题	430
		概念性习题答案	433
		应用性习题	435
		附录14A 连续同步决策最好反应曲线的推导	437
		第15章 寡头垄断市场的合作	441
		15.1 重复决策寡头垄断市场的合作	441
		15.2 价格固定卡特尔	448
		15.3 默许共谋	451
		15.4 价格领导机制	451
		小结	454
		关键词	455
		概念性习题	455
		概念性习题答案	457
		应用性习题	459
		附录15A 卡特尔的利润最大化	460
		第16章 多工厂、多市场和多产品	462
		16.1 多工厂企业	462
		16.2 多市场企业的价格歧视	466
		16.3 多产品销售企业	473
		16.4 为什么生产多产品	480
第四部分 各种市场结构下的利润最大化			
第12章 竞争市场上的管理决策	328		
12.1 完全竞争市场的特征	329		
12.2 完全竞争企业所面临的需求	329		
12.3 短期利润最大化	331		
12.4 企业和行业的短期供给	336		
12.5 长期内的利润最大化	337		
12.6 利润最大化的要素投入量	344		
12.7 利润最大化产出决策的应用	347		
小结	352		
关键词	353		
概念性习题	354		
概念性习题答案	357		
应用性习题	360		
附录12A 完全竞争企业利润最大化的计算方法	361		
第13章 具有市场力企业的管理决策	364		
13.1 市场力的度量	365		
13.2 市场力的决定因素	369		

小结	482
关键词	483
概念性习题	484
概念性习题答案	486
应用性习题	490
附录16A 决策法则的数学推导	492

第五部分 风险与不确定性

第17章 在风险和不确定下的决策	494
17.1 风险和不确定之间的差别	494
17.2 风险概率分布的测量	495
17.3 风险决策	498
17.4 预期效用：风险下的决策理论	502
17.5 风险优化水平	507
17.6 风险条件下利润最大化：完全竞争	510
17.7 风险条件下双寡头利润最大化	513
17.8 不确定性条件下决策	515

小结	517
关键词	518
概念性习题	519
概念性习题答案	522
应用性习题	525
附录17A 风险决策的数学推导	527

第18章 投资决策

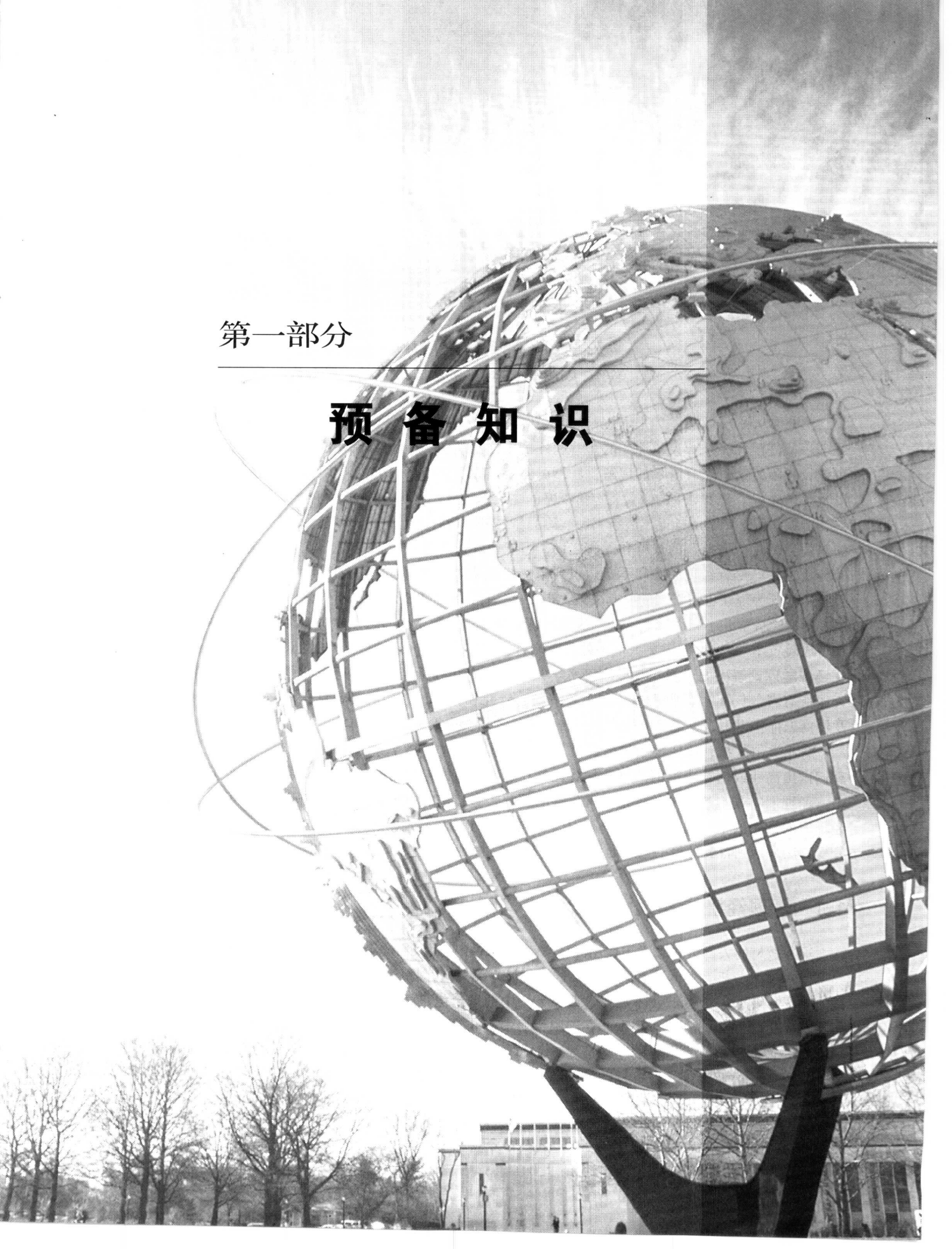
18.1 风险现金流的估值	528
18.2 风险项目贴现率	529
18.3 企业价值最大化的投资决策	532
18.4 其他投资决策法	535
18.5 资本配置	539
小结	539
关键词	540
概念性习题	541
概念性习题答案	543
应用性习题	544

附录 统计表

附录 统计表	546
--------------	-----

第一部分

预备知识



第 1 章

管理者、企业与市场

学生：我们会用到这门课程所学的东西吗？

教授：如果你的职业生涯成功的话，那么肯定会用到。

无论 you 从哪方面考虑，在商业界获得成功，就意味着占领市场。从大公司的首席执行官到小型私人企业的经理——甚至像医院和大学那样的非营利性机构的管理者——如果不对市场力如何既为企业创造机遇，又给企业设置障碍这一点有清晰的理解，就不可能获得成功。市场中的经济力决定了对产品的需求、资源的价格以及生产成本、竞争对手的数量、定价策略的性质直至最终商业投资的营利性。

出版商们每年都成打地出版新书，吹捧当年最具“洞察力”的商业界某一领袖近期的战略。这些没完没了的对商界新生“典范”的炫耀和无聊之词，可能使你认为成功的管理者，必须用最新潮的方法不断代替过时的分析方法。尽管经理们必须不断意识到市场的新动向，然而思考商业决策的经济学方法却是长久的。管理经济学就既为现在也为将来的商业决策，提供了一种系统而有逻辑的分析方法。

管理经济学并不列举针对特定的决策问题的细节性规则（比如怎样成功地设计一次汽车广告活动或者怎样获得风险资本），它专注于更大范围的既影响日常运作也影响长期规划决策的经济力。管理经济学注重运用微观经济学理论解决商业问题。微观经济学是一门研究和分析经济个体行为的科学。包括对消费者、劳动者、资源所有者、厂商、行业、商品和服务市场的研究和分析，诸如消费者怎样作出对商品和劳务的购买选择，及厂商怎样作出用工、定价、生产、广告、研发和投资决策。

商业类出版物，比如《华尔街日报》、《商业周刊》、《经济学家》、《福布斯》和《财富》定期讲述许多经理们做出高明或糟糕决策的故事。尽管运气在这些故事的结局中扮演了很重要的角色，但在许多这样的故事中，经理们对基本的经济关系是否有足够的理解，直接决定了商业决策的成败。尽管经济学理论不是成功的经理们的惟一法宝，但它却是一个有力而必须的工具。这本教材的目的是告诉你：经理们怎样运用经济学的分析方法来达到企业的目的——通常是要求利润最大化。

1.1 管理经济学和经济学理论

这本教材的大部分将致力于运用经济学理论解决企业决策问题。我们想在这里简略地说明一下，怎样运用经济学理论来分析企业问题和为什么要这样做。毫无疑问，你已经听说过这样的话：“理论上虽然可行，但在现实世界中呢？”或者“我不想要这些象牙塔中的理论化东西，我需要的是解决问题的实际方法。”实用的、解决现实世界问题的方法，很少能在细则手册中、肤浅的经验规则或简单指导手册中找到。有益的解决办法通常需要人们理解真实世界的运行情况，而如果没有理论的简化假设，这常常是不可能办到的。理论使人们能够使用简化的假设深入分析复杂的问题，从而于纷繁中理出头绪，让复杂的问题变得相对简单。尽管理论可能忽略了现实世界的许多特征，经理们还是能够从不相关事物中抽取有用信息，运用经济学方法思考企业问题，继而做出现实世界中行得通的预测和解释。

使用经济学理论在很大程度上相似于使用交通路线图。一张交通路线图除去了不相干的特征，而关注于与当前任务相关的东西。假设你打算开车从坦帕（Tampa）驶往亚特兰大（Atlanta），如果你以前从来没有走过这段路，就可能需要一张地图。假设你有一张普通路线图，或者有一张坦帕和亚特兰大之间地区的国家宇航局（NASA）卫星导航图。

卫星导航图是对真实世界的完全再现。它标明了坦帕和亚特兰大之间的每条路、每棵树、每幢建筑、每头牛和每条河流。如果使用的是国家宇航局的卫星导航图，这张图包含了两地之间的一切事物，这使得它在指引你去亚特兰大的能力方面比不上普通地图。普通交通路线图去除了不必要的信息，只显示坦帕和亚特兰大之间的重要道路，是现实世界的抽象。这张简单的地图比国家宇航局的卫星导航图更清楚地显示了怎样到达亚特兰大。

同样，用经济学方法去理解企业决策，把企业问题简化到只留下最必要的部分。理解了企业决策的基本原理，为思考和分析适用于更多情况的问题提供了途径和方法。你所要学到的管理经济学的分析手段，将不仅应用于现在的决策，它同样适用于你所要面对的将来的决策。

专栏 1-1

管理经济学：医生们的渴求

南佛罗里达大学是国内为医生特设MBA课程的几所大学之一。绝大多数入学学习这一特设课程的医生是想要增长自己的经营决策技能，他们需要用这些技能来管理私人的、公共的诊所或医院。

学习MBA课程的医生无疑是既聪明而又有成就的一个群体，他们急于想学到一些有用的知识与技能。他们认识到来上课而没有去看病人有很高的机会成本，因此我们可以理解他们的主要兴趣在于那些能很快教给他们实用经营技能的课程。在管理经济学中，他们发现许多对制定经营决策有价值的工具，并且已经很快把这些管理经济学原理和工具应用于大量的医院经营问题中。下面讨论这些应用中的一些较有趣的问题，所有这些方面的应用你都将在这本教材中学到：

• 决策与固定成本无关

几乎所有医生都承认做出过一些基于固定成本的决策。一位辐射肿瘤科主任抱怨说，她所在医院的许多管理成本包括在治疗额外的病人产生的增量成本中。尽管医院以朝着为服务实行边际成本定价结构方向发展而自豪，但是会计部门对边际成本的计算却受固定的管理成本的影响而变动。

• 价格歧视

一位精通输精管切除的医生想通过实行价格歧视来增加收益。经过长时间对医疗服务收取不同价格合理性的讨论后，决定在当地报纸的电视节目导视栏附上一张40美元的优惠券，以此来对他的输精管切除诊所促销。他认为只有低收入的病人会剪下优惠券，从而支付较低的价格。

• 广告的两难困境

经过一节关于卖方市场中广告的两难困境的讨论课后，一位精通辐射眼角膜切除外科的医生说，在她所在的小镇里，其他三家辐射眼角膜切除外科医生对做广告一点兴趣都没有，这使她的压力有所减轻。她意识到在电台做广告对她来说是一个不明智的选择。

• 线性趋势预测

一些医生用线性趋势分析来预测患者的数量。一家医院的急救室主任发现，用一周的每一天作为模