

创世世纪工商管理译库  
主 编：廖 理

# 管理经济学与 商务战略

[美] 米歇尔·R. 贝叶(Michael R. Baye) / 著

社会科学文献出版社

Managerial Economics  
& Business Strategy

第 3 版

Mc  
Graw  
Hill

创世纪工商管理译库

# 管理经济学与 商务战略

[美] 米歇尔·R·贝叶(Michael R. Baye)/著  
张志勇等译

社会科学文献出版社

Managerial Economics  
& Business Strategy

第3版

0178/14

管理经济学与商务战略(第3版)· 创世纪工商管理译库·

---

著 者 / [美] 米歇尔·R. 贝叶  
译 者 / 张志勇 等

---

出 版 人 / 谢寿光  
出 版 者 / 社会科学文献出版社  
地 址 / 北京市东城区先晓胡同 10 号  
邮 政 编 码 / 100005  
网 址 / <http://www.ssdph.com.cn>  
责 任 部 门 / 财经与管理图书事业部  
(010)65286768  
项 目 经 理 / 路卫军 周 丽  
责 任 编 辑 / 屠敏珠  
文 稿 编 辑 / 李玉平  
责 任 校 对 / 刘玉霞  
责 任 印 制 / 同 非

---

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部  
(010)65139961 65139963  
经 销 / 各地书店  
读 者 服 务 / 客户服务中心  
(010)65285539  
法 律 顾 问 / 北京建元律师事务所  
排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司  
印 刷 / 北京美通印刷有限公司

---

开 本 / 787×1092 毫米 1/16 开  
印 张 / 37.5  
字 数 / 720 千字  
版 次 / 2003 年 9 月第 1 版  
印 次 / 2003 年 9 月第 1 次印刷

---

书 号 / ISBN 7 - 80149 - 875 - 5 / F · 301  
著 作 权 合 同 / 图字 01 - 2002 - 3056 号  
登 记 号 /  
定 价 / 58.00 元

---

本书如有破损、缺页、装订错误，  
请与本社客户服务中心联系更换



版权所有 翻印必究

**图书在版编目(CIP)数据**

管理经济学与商务战略(第3版) / [美] 迈克尔·R. 贝叶著;  
张志勇等译. - 北京: 社会科学文献出版社, 2003.9

(创世纪工商管理译库)

ISBN 7-80149-875-5

I. 管… II. ①米…②张… III. ①管理经济学  
②企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 086583 号

MANAGERIAL ECONOMICS & BUSINESS STRATEGY

MICHAEL R. BAYE Third Edition

ISBN: 0-07-228917-1

Copyright © 2000 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 SOCIAL SCIENCE DOCUMENTATION PUBLISHING HOUSE, CASS.

本书中文简体字翻译版由社会科学文献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。

---

## 作者简介：

米歇尔·R. 贝叶

现为美国印第安纳大学凯利商学院商务经济学和公共政策伯特·埃尔沃特教授。1980年获得克萨斯州 A&M 大学经济学学士学位。1983年获普渡大学经济学博士学位。他在《美国经济评论》、《政治经济杂志》、《计量经济杂志》和《经济研究评论》等杂志发表多篇论文。他在印第安纳大学、普渡大学为大学生、MBA 和博士生主讲管理经济学和工业组织课程。

## 译者简介：

张志勇

曾获北京理工大学工学硕士学位，清华大学工学博士学位。1996年在澳大利亚阿德雷德大学经济学系做访问学者。曾在机械电子部、国家经贸委、财政部等经济部门工作。在《自动化学报》、《宇航学报》和第12届国际自动控制联合会世界大会等杂志和学术会议发表多篇论文。曾在清华大学经济管理学院、北京理工大学管理与经济学院为 MBA 和硕士生讲授管理经济学，并被北京理工大学聘为兼职教授。

# 前 言

我非常荣幸有机会再次感谢诸位读者使这本《管理经济学与商务战略》的以往版本获得了如此成功。这本教材的目标是为学生提供中级水平的微观经济学、博弈论、工业组织等方面的知识，这些知识对于做出正确的管理决策是需要的。读者评价本书的成功之处在于覆盖了广泛的现代论题，诸如寡头、多阶段和重复博弈、传递信号、筛选、订立合同、垂直和水平集成、讨价还价、委托-代理问题、逆向选择、拍卖、研究开发以及众多的定价策略等，这些在以往单个管理类教材中是难以全面涉及的。本书也阐述了传统经济分析工具之间的关系，如现值分析、供应和需求、回归、无差异曲线、等产量线、生产、成本以及完全竞争、垄断和寡头垄断竞争的基本模型等。对这些议题的研究范围本书进行了平衡，使其适合于各种不同类型的管理经济学课堂所需。

## 本书的重要特征

### 专 栏

在本书以往版本中，每章以一个现实世界中的经济问题作为专栏开始，学生们完成该章学习后应该能够回答标题提出的问题了。每一标题实质上是一个揭示现实问题的“小案例”，每章正文之后读者可以就此发表见解。当学生对如何处理现实问题的复杂性自己有了想法和准备之后，本书对标题所提出的问题在相关章之后给出了答案。学习本书前两个版本的教师和学生对专栏称赞有加，因为这不仅激发了学生学习每章内容的兴趣，而且每章之后的答案有助于学生练习如何运用经济学知识进行商务决策。

### 例 题

笔者还是认为学习经济学的最好方式是做习题。因此，除了专栏的问题以外，还有很多例题出现在教材中，并且给出了详细的答案。前两个版本的读者认为有两个主要原因使这种方式受欢迎：第一，例题为学生提供了一个检验他们所学内容的机制；第二，例题节省了学生和教师

在会面时间讨论例题答案所花费的成本。

### 商务透视应用

第3版包括了更新的框形阅读材料（称之为“商务透视应用”），以描述如何将教材中介绍的理论和现实中大量不同的商业情形联系起来。在以前的两个版本中，作者尽量对来自于当前经济学文献和大众出版物之间的素材把握平衡。

### 微积分和非微积分方法两者可选

读者可以容易地阅读到基于微积分的说明材料，或者跳过这些材料也不会对课文内容或连续性造成影响。这是因为对于解决某一特殊的经济问题（如  $MR = MC$ ）所需的基本原理和公式首先以非微积分的符号表述，非微积分表述的原理或公式随即以微积分形式表述。这些带标记的微积分形式再次阐述了前面的原理和公式，并对微积分和非微积分表示的公式之间的关系给出解释。更详细的微积分推导放在有关章附录中。因此，本书既适合于愿意将微积分用于管理经济学教学的教师，也适合于那些不要求学生使用微积分的教师。

### 关键术语和关于边际的定义

本书每章结束时列出了关键术语和概念的清单，这为教授们整理每章的内容提供了便利，也使学生容易检查他们对术语的理解。除此之外，有关边际定义穿插于整个课文中。

### 每章末尾的习题

本书所有13章均包括大量各式各样的经过课堂实际检验的习题。第3版对其中很多习题进行了更新。部分习题的答案在本书最后给出，教师可以在教师手册中找到习题的全部答案。

### 本书的多种适应性

我们通过市场调查发现管理经济学的课堂教学正在经历很大的变化。作为调查的成果，对教师可能面临的各种不同的需求已经体现在本书中。本书第3版继续注意到市场的不同需求。本书的审阅人和读者已使我们相信，略去本书每章的部分内容甚至整个章都不会影响本书的连续性。

## 学习磁盘

本书附带了一张磁盘，里面包含帮助学生获得做出经济决策时的实战性经验的文件。磁盘中内容如下：(1)用于回归问题的更新数据；(2)本书中重要表格的电子版本，以帮助学生理解关键的经济学概念，如边际成本和利润最大化如何以标准的电子表格实现；(3)电子表格文件，学生们可以用来练习在诸如垄断、古诺寡头、斯塔克伯格寡头垄断等各种市场场景下，如何寻求最优价格和最优数量。

## 补充材料

### Power Point 投影胶片

采用本书的教师在第3版中可以首次得到Power Point的表述文件。这些表述文件包括可以激活的图表，以使教学像快照一样进行。举例来说，点击一下鼠标可以显示厂商的需求曲线，再点击一次就会出现相关的边际收益曲线，再点击一次就会出现厂商的边际成本曲线。通过更多的几次点击，学生们可以理解如何确定利润最大的输出、价格和最大利润。所有其他有关的概念（如古诺均衡和斯塔伯格均衡、规范形和扩展形博弈等）均可以通过激活图表来描述。

### 教师手册

迈克尔·贝叶和Patrick Scholten为本书准备了教师手册，主要提供了：(1)每章的小结；(2)每章的教学大纲；(3)Darrell Parker编辑的开放式结尾的小案例集；(4)所有章尾习题的答案；(5)所有电子测试题库中的问题硬拷贝；(6)从课文中选取的部分示图透明胶片的原始拷贝。

### 电子测试题库

教师手册中的测试题也可以从Windows视窗下Word形式的电子测试题库中得到。

### 学习指南

除了教材中包含的大量习题和部分答案以外，作者还编写了一本学生用书，以较低的成本帮助提高学生的成绩。

### 网 站

从第3版开始，作者引入Ron Cenftelli开发的网站，即 [www.mhhe.com](http://www.mhhe.com)。



com/economics/baye。该网站不仅为课文提供直接支持和更新，而且对万维网上庞杂的经济学信息进行过滤。在该网站的教师区域中，可以下载的一些上述补充材料的文件，以及按章排列的与合适的新闻报道和网站相链接的超文本文件，它们提供了现实世界中的经济学实例。学生区域也包括与这些文章的链接、学习指南中的样题以及其他材料以帮助学生有效地利用教材和学习指南。笔者在美国印第安纳大学的网页 (<http://php.indiana.edu/~mbaye>) 上也提供了这些链接和其他站点地址。

## 本版的更新之处

笔者在尽力更新和改进《管理经济学和商务战略》的同时，保证平滑过渡到第3版。以下是对第3版变化的总结。

### 关于教学法的新特点

- 每本教材均包括一张学习磁盘，而无需其他附加费用；
- 对第3版教材的教师提供 POWER POINT 幻灯片；
- 对经济学和其他商业课程如市场营销学、战略管理、人力资源和管理会计学之间的关系给予清晰的判定；
- 扩展了边际的定义；
- 新加入和更新了部分标题、商务透视应用、例题以帮助学生掌握经济学的思考方式。

### 改版内容小结

- 第1章改写后将经济学和其他商业课程，如管理会计学、战略管理和财务学之间的联系融入本章。覆盖内容扩展到包括“五力”模型和增量决策。本章还包括新的章尾习题，其中一题是比较 Roth IRAs\* 与过去的 IRAs 的优劣。
- 第2章以一个新专栏开始，加入了新的和更新了的商务透视应用。第3版包括更生动的章尾习题，其中有关于 ATM(自动柜员机)手续费的建议限价问题。
- 第3章由一个新专栏开始，有几处新的商务透视应用，以及很多新的章尾习题。扩充内容包括交叉弹性，表明多产品厂商的经理如

---

\* IRAs 系 Individual Retirement Accounts(个人退休账户)的缩写。——译者注

何利用交叉补贴提高他们的收益。对那些涉及回归分析的教授，教材提供了基于学习磁盘中新数据的若干习题。这些习题帮助学生使用电子表格估计需求函数。

- 第 4~6 章提供了几个新的商务透视应用、章尾习题和标题。第五章有关沉没成本部分完全更新，使学生对于沉没成本与决策的无关性如水晶般清楚。
- 第 7 章对集中度、广告、利润、R&D、兼并和收购趋向等数据完全更新。在一个新的商务透视应用中，本章讨论了最近取代美国标准工业分类（SIC）制度的北美工业分类制度（NAICS）。
- 第 8 章提供了与价格、产量和广告决策等全新的内容，这些内容对学过其他商业课程如营销的学生来说有温故知新之感。关于广告的新节说明了如何利用需求的自价格和广告弹性系数确定最优的广告费和销售额比率。本章还包括几个新的例题和章尾习题。
- 第 9 章被重写并包括了来到我们生活中不同寡头模型的现实世界里的例子。一个新的商务应用告诉学生如何利用学习磁盘中的电子表格文件计算古诺和斯塔克伯格均衡下的产出、价格和利润，而只需点击几下鼠标。
- 第 10 章以新的标题开始，以激发学生对博弈论的兴趣。本章还介绍一个新的商务透视应用，讨论 NASDAQ 交易者之间的共谋，以及基于现实世界的商务场景下的很多新问题。
- 第 11 章以新的标题开始，并继续提供新的商务透视应用和章尾习题，关于高峰定价问题的处理也进行了改进。
- 第 12 章整个进行了修订和扩充，围绕不对称信息问题提供了最新的处理方法，其中包括道德风险（隐蔽行动）、逆向选择（隐蔽特性）、筛选、传递信号、自我选择机制以及拍卖中在独立私人价值和附加（或相关）价值估计两种情况下的最佳投标策略。本章还加入了很多新的习题和商务透视应用。
- 第 13 章进行了修订以反映美国司法部、联邦贸易委员会的兼并者指南、哈特-斯柯特-罗迪诺反垄断修订法、兼并预通知要求和兼并批准程序等法案 1997 年版本修订情况。关于清洁空气法、配额和虚假广告等内容进行了简化和改进。

## 致 谢

首先，也是最重要的，作者要感谢本书众多的使用者，他们反馈了

大量的建议以帮助改进这本《管理经济学与商务战略》。这里面包括印第安纳大学的几届学生、在课堂上使用本书的教师们以及下面提供了详细建议改进这一版和前两版的评阅人：Dean Baim, Barbara C., Beliveau, Dan Black, Robert L. Chapman, Ian Cromb, Audrey B. Davidson, Robert DeCotret, Martine Duchatelet, Kevin C. Duncan, David Ely, Lynn G. Gillette, Otis Gilley, Andrea Mays Griffith, Gail Heyne Hafer, Karen Hallows, Robert Hansen, Mehdi Haiian, Jack Hou, Lowell R. Jacobsen, Jaswant R. Jindia, W. J. Lane, Khalid Mehtabin, Dennis Muraoka, James Perry, Dwight Porter, Craig Schulman, Peter Schwartz, Edward Shinnick, Dean Showalter, William Simeone, Mark Stegeman, Barbara M. Suleski, Roger Tutterow, John Wade, Leonard White, Mike Williams 和 Richard Winkelman。

作者还要感谢我所在的 Irwin/McGraw - Hill 公司的同行，即 Nelson Black, Michele Munn, Miller Murray 和 Paul Shensa，他们支持了此项工程而且使之获得成功。作者对 Patrick Scholten 有特别的欠债，因为他花费了大量的时间帮助这一新版本的问世。作者还要感谢 M'Lissa Baye, Michael Benavidez 和 Christopher Pope 在这一版本各个阶段所给予的帮助。在本书第 4 版的写作计划将于不久进行之际，作者欢迎您给予评论和建议。可以通过以下网页访问作者：<http://php.indiana.edu/~mbaye> 或直接发电子邮件给作者，作者的 Internet 地址是：[mbaye@indiana.edu](mailto:mbaye@indiana.edu)。

作者 米歇尔·R. 贝叶  
于美国印第安纳州伯鲁明顿市

前 言 ..... 1

## 第一章 管理经济学的基础知识

**专栏** Amcott 亏损了 350 万美元: 经理被解职 ..... 2

引 言 ..... 2

    经 理 ..... 3

    经 济 学 ..... 4

    管理经济学的定义 ..... 4

有效管理的经济学 ..... 5

    判别目标和限制条件 ..... 5

    认识利润的特性和重要性 ..... 6

        经济利润与会计利润 ..... 6

**商务透视 1-1**

    企业的目标是什么? ..... 7

        利润的作用 ..... 8

    理解激励 ..... 9

**商务透视 1-2**

    利润和计算机工业 ..... 10

    理解市场 ..... 11

        消费者—生产者竞争 ..... 11

        消费者—消费者竞争 ..... 12

        生产者—生产者竞争 ..... 12

        政府和市场 ..... 12

**商务透视 1-3**

    五力模型: 战略管理与管理经济学之间的联系 ..... 13

    认识货币的时间价值 ..... 13

        现值分析 ..... 14

    企业的价值 ..... 16

**商务透视 1-4**

加入喷气式飞机俱乐部 .....	16
运用边际分析 .....	18
离散决策 .....	18
连续决策 .....	20
增量决策 .....	22
关于学习管理经济学 .....	24
专栏答案 .....	24
关键术语和概念 .....	25
习 题 .....	25
选读材料 .....	28
附录 最大化净利益的微积分 .....	29

**第二章 市场力量:需求与供应**

<b>专栏</b> 三星电子与现代电子正在削减芯片生产 .....	32
-----------------------------------	----

引 言 .....	32
需 求 .....	32
需求移动因子 .....	33
收 入 .....	34
相关商品的价格 .....	35

**商务透视 2-1**

朝日啤酒有限公司与亚洲经济衰退 .....	36
广告与消费者偏好 .....	37
人 口 .....	37
消费者预期 .....	38
其他因子 .....	38
需求函数 .....	38
消费者剩余 .....	40
供 应 .....	43
供应移动因子 .....	43
投入价格 .....	44
技术或政府法规 .....	44

**商务透视 2-2**

<b>NAFTA 和供应曲线</b> .....	45
厂商数目 .....	45
生产的替代品 .....	45
税 收 .....	45
生产者预期 .....	46
供应函数 .....	47
生产者剩余 .....	49
<b>市场均衡</b> .....	50
<b>价格限制与市场均衡</b> .....	52
最高限价 .....	52
最低限价 .....	56
<b>相对静止分析</b> .....	58
需求的变动 .....	58

**商务透视 2-3**

<b>印度尼西亚的国民收入变化与“克隆”个人电脑市场</b> .....	59
供应的变动 .....	60
供应与需求同时发生变动 .....	61
<b>专栏答案</b> .....	63
<b>小 结</b> .....	64
<b>关键术语和概念</b> .....	64
<b>习 题</b> .....	65
<b>选读材料</b> .....	68

**第三章 定量需求分析**

<b>专栏 无线拍卖会赢者将支付 70 亿美元</b> .....	70
<b>引 言</b> .....	70
<b>需求弹性</b> .....	71
<b>自价格弹性</b> .....	72
弹性与总收益 .....	73
影响自价格弹性的因素 .....	77
可得的替代品 .....	77

**商务透视 3-1**

弧弹性计算与使用:对住房市场的应用 ..... 77  
 时 间 ..... 79

**商务透视 3-2**

通用汽车公司对土星(Saturn)轿车的定价策略 ..... 80  
 支出份额 ..... 81  
 边际收益与需求自价格弹性 ..... 81  
 交叉价格弹性 ..... 83

**商务透视 3-3**

汽油价格上涨时运用交叉价格弹性来促进新汽车的销售 ... 85  
 收入弹性 ..... 86  
 其他弹性 ..... 87  
 从需求函数中获取弹性 ..... 88  
     线性需求函数的弹性 ..... 88  
     非线性需求函数的弹性 ..... 90  
 回归分析 ..... 93  
     评价所估计系数的统计显著性 ..... 97  
         置信区间 ..... 97  
         t-统计 ..... 98  
     评价回归直线的总体拟合度 ..... 98  
         R-平方( $R^2$ ) ..... 99  
         F-统计 ..... 100  
     非线性和复回归 ..... 100  
         非线性回归 ..... 101  
         复回归 ..... 102  
 专栏答案 ..... 104  
 小 结 ..... 106  
 关键术语和概念 ..... 106  
 习 题 ..... 107  
 选读材料 ..... 112

**第四章 个体行为理论**

**专栏** 包装公司使用加班费来克服劳动力短缺 ..... 114  
 引 言 ..... 114

消费者行为 .....	115
限制条件 .....	118
预算约束 .....	119
<b>商务透视 4-1</b>	
无差异曲线与风险偏好 .....	120
收入的变化 .....	124
价格的变化 .....	124
消费者均衡 .....	126
相对静止分析 .....	128
价格变化与消费者行为 .....	128
收入变化与消费者行为 .....	129
替代效应与收入效应 .....	131
<b>商务透视 4-2</b>	
多产品厂商的价格变化与库存管理 .....	132
无差异曲线分析的应用 .....	133
消费者选择 .....	133
买一赠一 .....	133
<b>商务透视 4-3</b>	
收入效应与商业周期 .....	134
现金礼物, 实物礼品与礼券 .....	135
<b>商务透视 4-4</b>	
美国电话电报公司的无线用户将面临忙碌的信号吗? .....	136
工人和经理的选择 .....	140
收入——休闲选择的简化模型 .....	140
经理的决策 .....	142
无差异曲线与需求曲线之间的关系 .....	144
个体需求 .....	144
市场需求 .....	145
专栏答案 .....	146
小 结 .....	148
关键术语和概念 .....	148
习 题 .....	149
选读材料 .....	152
附录 个体行为的微积分分析方法 .....	153
效用函数 .....	153



效用最大化 ..... 153  
 边际替代率 ..... 153  
 边际替代率  $MRS = P_x / P_y$  法则 ..... 154

## 第五章 生产过程与成本

**专栏** 通用汽车公司(GM)和汽车工人联合会(UAM)  
 发生就业冲突 ..... 156

引 言 ..... 156

生产函数 ..... 156

    短期决策与长期决策 ..... 157

**商务透视 5-1**

    技术源自哪里? ..... 158

    生产率的度量 ..... 159

        总产出 ..... 159

        平均产出 ..... 160

        边际产出 ..... 161

    管理者在生产过程中的角色 ..... 163

        以生产函数生产 ..... 163

        使用正确水平的投入 ..... 163

    生产函数的代数形式 ..... 165

    生产率的代数量度 ..... 167

    等产量线 ..... 170

    等成本线 ..... 172

**商务透视 5-2**

    除盐处理的柯布-道格拉斯(Cobb-Douglas)生产函数 ..... 175

    成本最小化 ..... 176

    最优投入替代 ..... 178

成本函数 ..... 180

**商务透视 5-3**

    额外福利和投入替代 ..... 180

    短期成本 ..... 181

    平均成本和边际成本 ..... 182

    各种成本间的关系 ..... 185