

PEARSON
Prentice
Hall



Business Administration Classics 工商管理经典译丛

管理经济学 (第4版)

MANAGERIAL ECONOMICS
(Fourth Edition)

[美] H·克雷格·彼得森 (H. Craig Petersen) 著
W·克里斯·刘易斯 (W. Cris Lewis)

吴德庆 译校



中国人民大学出版社



BUSINESS
ADMINISTRATION
OL 488708

工商管理经典译丛

Administration Classics

管理经济学 (第4版)

MANAGERIAL ECONOMICS
(Fourth Edition)

[美] H·克雷格·彼得森 (H. Craig Petersen) 著
W·克里斯·刘易斯 (W. Cris Lewis)

吴德庆 译校

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学:第4版/[美]彼得森,刘易斯著;吴德庆译校
北京:中国人民大学出版社,2003
(工商管理经典译丛)

ISBN 7-300-04334-8/F·1462

I.管…

II.①彼… ②刘… ③吴…

III.管理经济学

IV.F270

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第037838号

工商管理经典译丛

管理经济学(第4版)

[美] H·克雷格·彼得森 著
W·克里斯·刘易斯

吴德庆 译校

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街31号 邮政编码 100080

电 话 010-62511242(总编室) 010-62511239(出版部)
010-62515351(邮购部) 010-62514148(门市部)

网 址 <http://www.crup.com.cn>
<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷厂

开 本 787×1092毫米 1/16 版 次 2003年7月第1版

印 张 37.5 插页3 印 次 2003年7月第1次印刷

字 数 833 000 定 价 65.00元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

工商管理经典译丛
编辑委员会

顾问：袁宝华 黄达

主编：纪宝成

副主编：贺耀敏 周蔚华

编委：(以姓氏笔画为序)

王化成 王其文 王立彦 孙健敏 刘曼红

李 焰 余明德 吴雯芳 金 碚 费小琳

闻 洁 赵锡军 徐二明 郭 毅 黄卫伟

梅清豪 董克用

《工商管理经典译丛》

出版说明

随着中国改革开放的深入发展，中国经济高速增长，为中国企业带来了勃勃生机，也为中国管理人才提供了成长和一显身手的广阔天地。时代呼唤能够在国际市场上搏击的中国企业家，时代呼唤谙熟国际市场规则的职业经理人。中国的工商管理教育事业也迎来了快速发展的良机。中国人民大学出版社正是为了适应这样一种时代的需要，从1997年开始就组织策划《工商管理经典译丛》，这是国内第一套与国际管理教育全面接轨的引进版工商管理类丛书，该套丛书凝聚着100多位管理学专家学者的心血，一经推出，立即受到了国内管理学界和企业界读者们的一致好评和普遍欢迎，并持续畅销数年。全国人大常委会副委员长、国家自然科学基金会管理科学部主任成思危先生，以及全国MBA教育指导委员会的专家们，都对这套丛书给予了很高的评价，认为这套译丛为中国工商管理教育事业做了开创性的工作，为国内管理专业教学首次系统地引进了优秀的范本，并为广大管理专业教师提高教材甄选和编写水平发挥了很大的作用。据统计，本丛书现已成为目前国内管理院校和企业培训中采用率最高、影响最大的引进版教材。其中《人力资源管理》（第六版）获第十二届“中国图书奖”；《管理学》（第四版）获全国优秀畅销书奖。

进入21世纪后，随着经济全球化和信息化的发展，国际MBA教育在课程体系上进行了重大的改革，从20世纪80年代以行为科学为基础，注重营销管理、运营管理、财务管理到战略管理等方面的研究，到开始重视沟通、创业、公共关系和商业伦理等人文类内容；并且增加了基于网络的电子商务、技术管理、业务流程重组和统计学等技术类内容。另外，管理教育的国际化趋势也越来越明显，主要表现在师资的国际化、生源的国际化 and 教材的国际化方面。近5年来，随着我国MBA和工商管理教育事业的快速发展，国内管理类引进版教材的品种越来越多，出版和更新的周期也在明显加快。为此，我们这套《工商管理经典译丛》也必须适时更新版本，并增加新的内容，才能保持持久的生命力。我们将在推出更新版的基础上，增加《管理沟通》、《商业伦理》、《经济管理统计学》、《企业的法律环境》、《管理信息技术》和《企业研究方法》等新的内容，同时还将陆续推出新的系列和配套的案例教材、教学参考书，以顺应国际管理教育发展的大趋势。

本译丛入选的书目，都是世界著名的培生教育出版集团、美国麦格劳-希尔教育出版公司、汤姆森学习集团、约翰威立出版公司等权威出版机构畅销全球的工商管理教材，被世界各国（地区）的著名大学商学院和管理学院所普遍选用，是国际工商管理教育界最具影响力的教科书。本丛书的作者，皆为美国管理学界享有盛誉的著名教授，他们的这些教材，经过了美国和世界各地数千所大学和管理学院教学实践的检验，被证明是论述精辟、视野开阔、

资料丰富、通俗易懂，又具有生动性、启发性和可操作性的经典之作。本译丛的译者，是中国人民大学、北京大学和上海各著名大学的优秀中青年学术骨干，他们大都曾留学欧美，在长期的教学研究和社会实践中积累了丰富的经验，具有较高的翻译水平。

本丛书的引进和运作过程，从市场调研与选题策划、每本书的推荐与论证、对译者翻译水平的考察与甄选、翻译规程与文稿要求的制定、对译者质量的严格把关和控制，到版式、封面和插图的设计等各方面，都坚持高水平和高标准的原则，力图奉献给读者一套译文准确、文字流畅、从内容到形式都保持原著风格的工商管理精品图书。

本丛书参考了国际上通行的 MBA 和工商管理专业核心课程的设置，并充分兼顾了我国管理各专业现行通开课与专业课程设置，以及企业管理培训的要求，故适应面较广，既可用于管理各专业不同层次的教学，又可供各类管理人员培训和个人自学使用。

为了本丛书的出版，我们成立了由中国人民大学、北京大学、中国社会科学院等单位专家学者组成的编辑委员会，德高望重的袁宝华同志、黄达教授和中国人民大学校长纪宝成教授，都给了我们强有力的支持，使本丛书得以在管理学界和企业界产生较大的影响。许多我国留美学者和国内管理学界著名专家教授，参与了原著的推荐、论证和翻译主持工作，原我社编辑闻洁女士在这套书的总体策划中付出了很多心血。在此，谨向他们致以崇高的敬意并表示衷心的感谢。

愿这套丛书为我国 MBA 和工商管理教育事业的发展，为中国企业管理水平的不断提升继续做出应有的贡献。

中国人民大学出版社

2003 年 6 月

译者前言

这本由美国著名经济学家、犹他州立大学经济学教授 H·克雷格·彼得森和 W·克里斯·刘易斯合著的《管理经济学》，是一本很好的教材，在美国，深受各高等院校经济管理专业广大师生的欢迎。它的最大优点有四个方面：

一、经济学理论能与企业管理决策的实践紧密结合

正如作者在序言中讲到的，许多管理经济学教科书仅限于对经济学原理本身的探讨，几乎没有（或很少有）用实例来说明经济学原理是怎样应用于管理决策实践的，其结果是学生们在学完这门课程之后，仍然未能充分认识到经济学原理作为决策工具的真正价值。

这本教材在向学生们系统和准确介绍经济学基本原理的基础上，着重探讨了经济学原理在企业决策中的应用。在这里，企业管理决策问题始终是它研究的中心，而经济理论的讨论是从决策需要出发、又为管理决策服务的。书中每章都有精心设计的典型案例和例题来帮助学生学会用经济理论来指导管理决策。全书的结构也是以管理决策为中心来安排的，例如，对于企业决策中的几个较重要问题（如企业的技术变革、布点、税收对决策的影响等）特辟专章进行理论剖析，这是其他管理经济学教材所少见的。

二、紧跟时代

本书不仅在经济理论用于管理决策方面见长，而且还很注意用它来解释美国社会中的一些最新的经济和商业现象，从而赋予这本教材以很强的时代气息，这也是其他一些同类教材所不及的。美国是市场经济和科学技术均高度发达的国家，学会用经济理论对其进行观察，对我们建设社会主义市场经济体系和实现经济现代化肯定会有助益的。另外，本书还注意吸收经济学的最新成就。例如，这些年来博弈论在各个领域的应用有了很大发展。在本书中，作者就辟有专章用博弈论来研究寡头垄断企业的策略行为。

三、深入浅出

本书的两位作者在序言中讲道，他们在写这本书时，遵循的是爱因斯坦曾经说过的这样一个原则：事情总是做得越简单越好。作者是这样讲的，也是这样做的。本书涉及的都是经济学中的一些最基本的原理，没有把一些难懂的、边缘性的问题包括进去。即使为了管理决策的需要，探讨一些较为深奥、复杂的问题，也尽量做到深入浅出，使读者易学易懂。

四、便于教学

本书在每章的每一节后面都列有关键概念，并用最简明的语言对它们进行定义。在每章结尾又有提要，这些均有助于学生更好地掌握基本概念的要义和课程内容的重点。每章设计了一些案例和例题来帮助读者提高运用经济学原理分析实际问题 and 从事管理决策的能力。每章后面还有足够数量的讨论题和练习题来帮助学生复习和巩固所学的内容。

现在的这本《管理经济学》中文本教材是第4版，是译者在《管理经济学》第3版中译

本（中国人民大学出版社，1998）的基础上，根据第4版英文本（美国 Prentice Hall 出版公司，1999）译校的。与第3版相比，第4版增加了许多新内容，其中包括委托人—代理人问题、消费者选择理论、风险管理和可竞争市场等重要课题。在教学方法上，第4版在每一篇的后面新增加了综合案例题，全书共8个，目的是为了能够更好地提高学生综合运用所学理论解决更为复杂问题的能力。另外，这本教材还大大增加了每章后练习题的数量。与第3版中译本相比，第4版中译本还加译了需用计算机做的练习题，以锻炼学生利用计算机这一现代化工具进行管理决策的能力。

现在，我国的社会主义市场经济体系已在日趋完善，特别是在加入 WTO 之后，国内企业之间以及国内和国外企业之间的竞争都将更为激烈。为了适应这种形势，用经济学理论武装广大企业管理工作者，以求在激烈的市场竞争环境中进一步提高管理决策的科学性就显得更为重要。也正因为如此，我国许多高等院校的商学院都把《管理经济学》列为必修课程。我希望这本教材的问世，将有助于大家更方便地教好、学好管理经济学。

尽管译者做了一定的努力，但由于水平有限，译文中不妥之处在所难免，在此，衷心希望广大读者予以指正，不胜感谢。

吴德庆

2003 年 1 月

英文版序言

管理经济学是企业管理课程中一门颇具吸引力的基本学科，但对有些学生来说，学这门课可能很困难。掌握这门课程要求在对稀缺资源进行决策分析时，对经济学的基本概念是如何与数学工具和统计学相结合有一个很好的了解。但在学习管理经济学的过程中，学生们很容易陷入数据、图表、方程和定义的细节，结果是他们往往未能充分认识到经济学原理作为决策工具的真正价值。

讲授管理经济学的部分困难来自现有教科书的局限性。有些教科书把大量时间用于数据的演算、方程的推导和对统计学的一些难点的解释，以致学生们对经济学的基本原理不能很好地掌握。还有一些教科书则对这些原则进行详尽的讨论，但却几乎没有能使学生懂得如何应用这些概念的好例子。在本书中，我们所用的方法是尽量直截了当地重点讨论概念和应用。

目标

编写这本《管理经济学》（第4版）的目的主要有两个。一是试图向学生们全面而精确地介绍微观经济学的基本原理。爱因斯坦曾说，事情应当做得越简单越好。在这本教科书里，我们力求遵循这一忠告。为了集中讨论基本的经济学原理，我们尽量避免涉及深奥的和枝节性的问题。但是，难懂的概念，如果认为对于决策很重要，也就包括在内。在解释这些概念时，我们特别注意做到清楚和深入浅出。

写本书的第二个目的是要说明经济理论是怎样用来改进决策的。这一目标是通过在全书使用概念/例题的形式来实现的。方法是首先介绍管理经济学的基本概念，然后用这些原理来分析经理们面临的决策。另外，每一章都有许多案例和例题用来解释重要原理和引起人们对有关题目的兴趣。概念/例题形式的使用，使学生们能更好地懂得在决策中如何应用经济学原理，这就提高了这本教材的可读性，使它更便于学生学习。

特点

在不同的大学，所讲授管理经济学的内容可能很不相同。尽管要想提供一本能符合所有教师要求的教材几乎是不可能的，但本书仍然力图写得能合适多种用途。对本科生来说，前面13章能使他们学到基本的经济学原理及其应用。对MBA学生或知识面更广的本科生来说，如果时间允许，可再从其余6章中选学一些题目。

在写这本书的过程中，最大的困难之一是如何确定教材中所用的数学水平。有些讲课教

师使用微分；而另一些则愿意使用图解和代数，我们选择了折衷方案。有些题目用微分更好懂，因此就在这些章中用初等微分来讨论有关的概念。对那些没有学过微分的学生，第2章的附录为他们提供了这方面的必需知识。另外，大多数章都有明确标明需用微分求解的补充习题。

除了上面讲到的概念/例题的形式外，本书还有便于学生学习的其他特点。每章在主要节之后均列有关键概念。这些关键概念与每章的提要一起都有助于对内容的复习。每章都有若干案例说明经济学原理为什么对决策者有用，有例题用来指导学生们做习题，有讨论题和练习题。许多章还另外列出需用微分和/或计算机求解的练习题。最后，在本书的8篇中，每篇篇末均列有综合案例题。

第4版的变化

1. 新增的内容。本书的基本结构被保留，但增加了许多新内容。另外，对股东价值最大化目标更加重视。关于委托人—代理人问题和这两个群体的利益需要互相结合的新内容为股东价值概念建起了构架。增加消费者选择理论的附录是对第3章需求理论与分析的补充。增加风险管理（包括保险、多种经营和套头交易）一节，使第14章变得更为完整。在要素生产率、生产阶段和可竞争市场等课题上，也增加了新材料。另外，还增加了许多从现实生活经验中提取的新案例。

也许在教学上一个最重要的新特点就是在每一篇的篇后增加了综合性的案例题，一共有8个。这些题把篇中各章（有时候也包括前面的章）学习内容以学生大作业的形式综合在一起。它们与每章章末的习题相比，能促使学生更加深入地分析一些问题。

2. 新增的习题。在每章章末，新增了50多道练习题。其中有些是与新内容有关；另一些则是为了扩大现有课题可用的题库。

辅助资料

凡使用这本《管理经济学》（第4版）的，可获得下列辅助资料^①：

1. 学习指导。在学生指导中有每章关键概念和方程的概述。在第4版的学习指导中增加了更多的习题，其中有些需要使用微分。所有这些习题都有详细的答案。

2. TOOLS软件。卓有成效的TOOLS软件，经过按视窗环境重写之后，现在不仅看起来更令人鼓舞，而且学生使用起来也更加容易。这一软件包括货币的时间价值、多元回归、概率分布统计、趋势推测、投入/产出推测、线性规划、效益—成本分析和其他能使学生不用进行烦琐计算就能解决相当复杂问题的定量技术。学生可以直接从 www.prenhall.com/petersen 下载TOOLS软件和“使用者手册”。

3. 教师手册和题库。教师手册中有教材每章后面讨论题的答案和练习题的解。在教师手册的题库部分，多项选择题的数量大大增加了。在原来的150道试题的基础上，又增加了

^① 这些辅助资料的版权未授予中国人民大学出版社。

1 000多道多项选择题。

4. PH 试题编辑软件 (Prentice Hall Custom Test)。本教材的使用者还可以获得题库的计算机化 (按视窗格式) 版本, 即 PH 试题编辑软件。利用这一软件, 教师们就能很容易地对题库中的习题进行剪辑和增删, 从而得出的一套适合自己需要的试题。

感谢

许多人非常认真地对本书所有版本的手稿进行了审阅, 投入了大量时间, 提出了评定意见。他们的反馈大大地改善了这本书。我要感谢: 安德鲁·巴克、托马斯·凯特、唐纳德·查菲、约翰·科南特、罗伯特·克劳福特、克利福德·多比兹、托马斯·爱德华兹、帕特丽夏·尤曾特、维杰·贡海莱卡、罗伯特·格里埃、乔纳森·汉密尔顿、乔治·霍弗、威廉·H·霍伊特、理查德·詹纳、肯尼思·莱昂、迈克尔·麦古拉、J·彼得·马蒂拉、约翰·麦克金、路易斯·诺伊特、约翰·彼得森、吉恩·桑德弗、爱德华·萨特纳、约翰·斯尼德、摩因·唐和迈克尔·沃恩。

有些人对提高本书第4版的质量提供了莫大帮助。他们是: 查尔斯·卡拉汉 (纽约州立大学); 加里·基青 (布赖汉·杨大学); 哈里尤蒂·拉姆查兰 (阿克隆大学); 西伯德拉曼·罗巴纳 (阿尔弗烈德大学); 卡尔扬·查克拉鲍蒂 (犹他州立大学)。我们对他们所做的贡献以及来自读者们的宝贵建议表示感谢。

H·克雷格·彼得森

W·克里斯·刘易斯

Managerial Economics/H. Craig Petersen, W. Cris Lewis. —4th

ISBN: 0-13-976283-3

Simplified Chinese copyright © 2003 by China Renmin University Press

Original English Language Title: Managerial Economics © 1999 by Prentice-Hall, Inc.

All Rights Reserved

本书中文简体字版由培生教育出版公司授权中国人民大学出版社出版，未经出版者书面许可，不得以任何形式复制或抄袭本书的任何部分。

本书封面贴有 Pearson Education（培生教育出版集团）激光防伪标签。无标签者不得销售。

目录

I 篇 导言	(1)
1 章 绪论	(3)
前言	(4)
经济活动的循环流动	(5)
企业的性质	(6)
经济利润的概念	(12)
市场体系中的利润	(15)
经济学与决策	(17)
本章提要	(18)
讨论与练习	(18)
附录 现值分析	(20)
2 章 基本训练	(27)
前言	(28)
函数关系:总函数、平均函数和边际函数	(28)
经济模型	(33)
概率和概率分布	(35)
本章提要	(40)
讨论与练习	(40)
附录 微分学与管理经济学	(44)
综合案例题 I: 奥尔森要不要自己办企业	(56)
II 篇 需求	(57)
3 章 需求理论与分析	(59)
前言	(60)
个人需求	(60)
市场需求	(61)
总收入和边际收入	(65)
价格弹性	(67)
收入弹性	(75)
交叉弹性	(77)
本章提要	(80)

讨论与练习	(81)
附录 在需求曲线背后:消费者选择理论	(84)
4 章 回归技术与需求估计	(94)
前言	(95)
回归技术	(95)
需求估计	(105)
回归分析中的问题	(111)
本章提要	(115)
讨论与练习	(116)
5 章 商业与经济预测	(122)
前言	(123)
数据的来源	(123)
时间序列分析法	(126)
气压表式预测法	(136)
投入/产出分析法	(140)
本章提要	(144)
讨论与练习	(145)
综合案例题Ⅱ:南方火鸡	(152)
Ⅲ篇 生产与成本	(155)
6 章 生产理论与分析	(157)
前言	(158)
生产函数	(158)
用一个可变投入要素生产	(161)
用两个可变投入要素生产	(168)
规模经济性和范围经济性	(181)
生产函数的估计	(185)
本章提要	(188)
讨论与练习	(189)
7 章 成本理论与分析	(197)
前言	(198)
成本的经济概念	(198)
生产与成本	(201)
短期成本函数	(203)
长期成本函数	(206)

成本理论中的几个专题	(211)
成本函数的估计	(216)
本章提要	(222)
讨论与练习	(223)
8 章 线性规划	(230)
前言	(231)
线性规划的应用	(231)
线性假设	(232)
有约束条件下的利润最大化	(232)
有约束条件下的成本最低化	(241)
线性规划中的几个特殊问题	(246)
对偶问题	(249)
本章提要	(252)
讨论与练习	(253)
综合案例题Ⅲ:邦德建筑公司	(260)
IV 篇 市场结构	(263)
9 章 完全竞争和垄断	(265)
前言	(266)
市场结构	(266)
完全竞争	(268)
垄断	(280)
为什么要讨论完全竞争和垄断	(287)
本章提要	(288)
讨论与练习	(289)
10 章 垄断性竞争、寡头垄断和进入障碍	(293)
前言	(294)
垄断性竞争	(294)
寡头垄断	(298)
市场结构和进入障碍	(309)
广告	(312)
本章提要	(314)
讨论与练习	(314)
11 章 博弈论和策略行为	(318)
前言	(319)

博弈论导论 (319)
 博弈论和寡头垄断 (326)
 阻止进入的策略行为 (330)
 本章提要 (337)
 讨论与练习 (338)
 综合案例题Ⅳ：太平洋铜业公司 (343)

V 篇 定价决策 (345)

12 章 物品和服务的定价 (347)
 前言 (348)
 多产品定价法 (348)
 差别定价法 (359)
 成套产品定价法 (364)
 高峰负荷定价法 (366)
 成本加成定价法 (369)
 本章提要 (372)
 讨论与练习 (373)

13 章 投入要素的定价和使用 (378)
 前言 (379)
 投入要素的价格和使用量的确定 (379)
 产出和投入决策之间的对应关系 (385)
 经济租金 (386)
 工资和收入差别 (388)
 工会 (391)
 最低工资法 (394)
 本章提要 (395)
 讨论与练习 (396)

综合案例题Ⅴ：北方木料制品公司 (401)

VI 篇 风险和资本预算 (403)

14 章 风险与决策 (405)
 前言 (406)
 风险的概念 (407)
 风险与决策 (408)
 风险管理 (416)
 决策树分析 (426)

本章提要	(430)
讨论与练习	(431)
15 章 资本预算	(439)
前言	(440)
股东价值最大化和资本预算	(440)
资本预算过程	(442)
资本成本	(451)
兼并与收购	(456)
本章提要	(462)
讨论与练习	(463)
综合案例题 VI: 本特莱公司	(471)
Ⅶ篇 技术变革和布点理论	(473)
16 章 全球经济中的技术变革	(475)
前言	(476)
技术变革的影响	(476)
技术变革和市场结构	(480)
产业创新	(483)
技术和环境预测	(489)
本章提要	(494)
讨论与练习	(495)
17 章 全球经济中的企业布点	(499)
前言	(500)
布点的基本原理	(500)
市场范围的确定	(506)
布点门槛分析	(510)
工业企业的选点	(511)
全球经济中的企业布点	(515)
本章提要	(518)
讨论与练习	(519)
综合案例题 VII: GMG 娱乐公司	(523)
Ⅷ篇 企业决策与政府	(525)
18 章 税收和决策	(527)
前言	(528)