

工商管理硕士
(MBA)教材新系

公司经济学 (第二版)

Economics
of the Firm

MBA

毛蕴诗 主编

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

“工商管理硕士(MBA)教材新系”书目

1. 运营管理
2. 营销管理
3. 公司理财
4. 会计学
5. 数据、模型与决策
6. 战略管理
7. 管理经济学
8. 企业法律环境
9. 组织行为学
10. 人力资源管理与开发
11. MBA管理案例
12. MBA案例精选(人力资源与组织行为学)
13. 公司经济学



无防伪标志者均为盗版
举报电话: (0411)84710523

ISBN 7-81084-713-9



9 787810 847131 >

ISBN 7-81084-713-9

定价: 46.00元

工商管理硕士
(MBA) 教材新系

公 司
经 济 学

(第二版)

毛蕴诗主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大 连

© 毛蕴诗 2005

图书在版编目 (CIP) 数据

公司经济学 / 毛蕴诗主编. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2005. 9

(工商管理硕士 (MBA) 教材新系)

ISBN 7-81084-713-9

I. 公… II. 毛… III. 公司-企业经济
-研究生-教材 IV. F276.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 089805 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@vip.sina.com

大连海事大学印刷厂印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm 字数: 441 千字 印张: 23 1/2

印数: 7 001—10 000 册

2002 年 6 月第 1 版

2005 年 9 月第 2 版

2005 年 9 月第 3 次印刷

责任编辑: 孙晓梅

责任校对: 贺 荔

封面设计: 张智波

版式设计: 刘瑞东

定价: 46.00 元

《工商管理硕士（MBA）教材新系》 编写指导委员会

主任

吴世农 厦门大学管理学院院长，教授

副主任

席酉民 西安交通大学副校长，教授

徐二明 中国人民大学管理学院院长，教授

秘书长

于立 东北财经大学 MBA 中心主任，教授

委员 (以姓氏笔画为序)

王方华 上海交通大学管理学院常务副院长，教授

李维安 南开大学国际商学院院长，教授

李一军 哈尔滨工业大学管理学院院长，教授

陈荣秋 华中理工大学管理学院院长，教授

陈收 湖南大学国际商学院院长，教授

杨德礼 大连理工大学系统工程研究所所长，教授

赵曙明 南京大学商学院院长，教授

赵锡斌 武汉大学管理学院副院长，教授

赵景华 山东大学管理学院院长，教授

高闯 辽宁大学工商管理学院院长，教授

蓝海林 华南理工大学工商管理学院院长，教授

魏明海 中山大学管理学院院长，教授

总序

我国 1991 年开始试办 MBA 教育并正式设立工商管理硕士 (MBA) 学位。自全国首批招生不足百人到 2000 年招生逾万人, MBA 已经成为当今社会上频繁出现的名词, 其地位和重要性也逐渐得到社会的承认和重视。

为巩固 MBA 教育的良好基础和发展形势, 2000 年国务院学位委员会委托“中国研究生教育发展中心”, 组织专家对授予试办资格的前两批共 26 所院校进行 MBA 教育教学合格评估, 2001 年又对第三批 28 所院校进行了教学合格评估。从评估的效果和结果看, 我国的 MBA 教育已经取得了丰富的经验和长足的发展, 并成为我国培养高层次管理人才的重要渠道。

尽管如此, 中国现有的 MBA 规模与整个国家的人口规模和经济发展的要求还很不相称。特别是在经济日益全球化的今天, 中国的 MBA 和 MBA 教育如何在与世界接轨的过程中, 充分地体现出自己的优势和特色, 无疑是一个新的挑战 and 机遇。现在, 中国已经加入了世界贸易组织 (WTO), 如何迅速培养出适合我国需要又符合国际标准的 MBA 对我国今后的经济发展至关重要。

在 MBA 的培养过程中, 教材建设 (包括案例建设) 是个重要环节。全国 MBA 教育指导委员会和具有 MBA 学位授予资格的院校对此给予了高度的重视。东北财经大学出版社曾经在引进国际权威 MBA 教材方面做出了卓有成效的工作, 在我国 MBA 教育界产生了重大影响。现在, 该社又聘请国内著名专家组成编写指导委员会, 并遴选国内著名院校具有丰富 MBA 教学经验 (并且有博士学位) 的骨干教师, 编写出版了这套《工商管理硕士 (MBA) 教材新系》。

丛书的编写过程, 充分体现了 MBA 教育的特点, 并在以下的几个方面进行了有益的尝试:

1. 力求兼顾各方面需要。既考虑 MBA 教学的特点, 又考虑授课教师的需要, 同时也尽量适用于企业管理者自学。因此, 教材强调理论体系的清晰完整, 同时也突出其实践性和实用性, 争取做到二者完美的结合, 最大限度地增加教材中的案例、专栏和实验, 使教材具有相当的深度和广度。

2. 尽量按现代 MBA 教学模式进行编写。这套教材首先保证贯彻科学合理的思考方法, 然后是传授知识, 尽可能地提供各种教学支持和其他便利, 并与先进的教学方法相适应。

3. 力求既要符合国际惯例, 又要适合我国国情, 在整体上适应更高层次的需要。中国加入世界贸易组织 (WTO) 之后, 不仅国内的 MBA 学生需要更多地了解国际惯例, 而且会有越来越多的外国人攻读中国的 MBA 学位或参加有关培训。因此, 我们自己编写的教材应该在管理文化与法律环境等方面充分体现中国特色, 在“国际化”的同时, 坚持“本土化”, 保证其良好衔接与融合。

总之, 基于这套教材的上述特点, 加之参编院校及各位作者在 MBA 教育教学方面的雄厚基础, 以及东北财经大学出版社引进出版国际权威 MBA 教材的成功运作经验, 我们相信它的出版必将对我国 MBA 教育产生积极的推动作用。当然, 书中不可避免会存在一些疏漏甚至谬误, 诚恳地欢迎有关专家和读者提出批评建议。

《工商管理硕士 (MBA) 教材新系》编委会
2005 年 7 月

第二版编写说明

本书第一版自 2002 年 6 月由东北财经大学出版社出版以来，深受欢迎，很快就再次印刷。

本书作为教材在研究生、MBA 学员中使用，收到不少反馈意见，也有些不相识的读者寄来信件，发来电邮，表达自己的看法，并指出一些疏误之处。

基于这 3 年的授课实践和研究积累以及信息反馈，我们对第一版进行了补充和修改，形成第二版。除了对第一版中的疏误进行了校正之外，第二版有以下新颖之处：

在适当的地方补充了一些新的资料；

删去了一些引用的、时间较久的经验研究，而替换为基于作者调研基础上的新的经验研究内容；

增多了习题、思考题。

国外许多教材往往经过多次修订，不断再版，从而提高教材质量，形成精品。这不仅值得我们借鉴，也是我们努力的方向。

《公司经济学》第二版得以出版，首先要感谢东北财经大学出版社和孙晓梅编辑的支持。同时，我也要借此机会感谢帮助作者进行资料整理、文字核对的研究生，感谢那些提供反馈意见的研究生、MBA 学员和不相识的读者。

毛蕴诗

广州中山大学管理学院

中山大学企业与市场研究中心

2005 年 8 月

第一版编写说明

我于1980—1983年在比利时天主教鲁文大学（Catholic University of Leuven）攻读MBA学位，第一年统一学习9门课程，22学分。第二年进行选课。我的主修方向为管理经济学（Managerial Economics），副修方向为经济计量学与管理定量方法（Econometrics and Quantitative Methods），按规定要求在主修方向中修满8学分，副修方向修满6学分，选修课8学分，共22学分，并覆盖6个方向。然后再用半年的时间撰写MBA硕士论文。

1983年，我回国到武汉大学任教，曾为本科生、研究生讲授“管理经济学原著选读”（Selected Readings in Managerial Economics）等课程。1993年调入中山大学后，开始为研究生开设“管理经济学”，并于1994年出版《公司经济学：企业经营理论与实践》。1996年后，中山大学开始招收MBA学生，授课又增加了新的对象。近几年国内大量引进国外MBA教材，包括许多英文原版教材，亦有优劣。

一段时间以来，许多学校宣传全英文教学、双语教学，吸引MBA考生。以我的经验，如果这些MBA学员将来仍然要在中国企业工作或在国内的合资企业工作，大多数专业课程仍应采用母语教材、母语教学。为此，我一直在为编写一本既能兼顾企业国际化经营，又能考虑中国企业特定环境的管理经济学教材而努力。

基于多年的授课实践和研究积累，我们编写了这本《公司经济学》，并在东北财经大学出版社的支持下得以出版。本书是面向MBA编写的，但经过教师适当取舍，也非常适合经济管理专业本科高年级学生使用。

中山大学管理学院符正平副教授编写了本书的第9章，中山大学管理学院宋耘讲师编写了本书第10章第1节，其余章节均由我编写。此外，我今年所授课的2000级EMBA班的一些学员为本书提供了若干现实的材料、生动的实例，在此一并致谢。

编者

2002年6月于中山大学

「目录」

导 言	1
0.1 公司经济学简介	1
0.2 管理经济学在管理学科中的地位	3
0.3 管理经济学与经济学的联系与区别	4
0.4 管理经济学与产业经济学的关系	6
0.5 公司经济与公司经济学	6
0.6 本书的特点	7
第 1 章 企业性质与环境	8
<input type="checkbox"/> 本章目标	8
1.1 企业性质与经营活动	9
1.2 企业环境的概念和内容	16
<input type="checkbox"/> 本章小结	28
<input type="checkbox"/> 关键概念	28
<input type="checkbox"/> 思考题	29
第 2 章 企业目标	30
<input type="checkbox"/> 本章目标	30
2.1 关于公司目标的一般理论	30
2.2 公司目标的经验研究	44
<input type="checkbox"/> 本章小结	54
<input type="checkbox"/> 关键概念	55
<input type="checkbox"/> 思考题	55
第 3 章 商品需求分析	56
<input type="checkbox"/> 本章目标	56
3.1 需求及其分类	56
3.2 需求的形成与实现	58
3.3 需求的衡量与需求函数	74

<input type="checkbox"/>	本章小结	78
<input type="checkbox"/>	关键概念	79
<input type="checkbox"/>	单项选择题	79
<input type="checkbox"/>	计算分析题	80
<input type="checkbox"/>	思考题	81
第 4 章	市场需求估计与经营分析	82
<input type="checkbox"/>	本章目标	82
4.1	需求弹性在经营分析中的应用	82
4.2	中外消费品需求估计	96
4.3	中国需求导向的消费品零售总量模型	104
<input type="checkbox"/>	本章小结	109
<input type="checkbox"/>	关键概念	109
<input type="checkbox"/>	单项选择题	109
<input type="checkbox"/>	思考题	111
第 5 章	生产理论与生产函数	113
<input type="checkbox"/>	本章目标	113
5.1	生产过程与生产函数	113
5.2	理论分析	119
<input type="checkbox"/>	本章小结	135
<input type="checkbox"/>	关键概念	136
<input type="checkbox"/>	单项选择题	136
<input type="checkbox"/>	计算分析题	137
<input type="checkbox"/>	思考题	138
第 6 章	生产函数及其应用	140
<input type="checkbox"/>	本章目标	140
6.1	两种典型的生产函数及其特性	140
6.2	生产函数用于资源投入最优决策分析	143
6.3	经验生产函数及其应用	147
6.4	中国煤炭市场供给导向模式研究 (1979—1995 年)	150
<input type="checkbox"/>	本章小结	158
<input type="checkbox"/>	关键概念	158
<input type="checkbox"/>	单项选择题	159
<input type="checkbox"/>	计算分析题	159

<input type="checkbox"/> 思考题.....	161
第 7 章 短期成本分析	162
<input type="checkbox"/> 本章目标.....	162
7.1 成本的概念	162
7.2 短期成本曲线	165
7.3 短期成本的确定	172
<input type="checkbox"/> 本章小结.....	184
<input type="checkbox"/> 关键概念.....	185
<input type="checkbox"/> 单项选择题.....	185
<input type="checkbox"/> 计算分析题.....	187
<input type="checkbox"/> 思考题.....	188
第 8 章 规模经济性——长期成本分析	189
<input type="checkbox"/> 本章目标.....	189
8.1 规模的经济性	190
8.2 规模经济性的决定因素	196
8.3 规模经济性的衡量方法	202
8.4 中外规模经济性的经验研究结果	210
<input type="checkbox"/> 本章小结.....	222
<input type="checkbox"/> 关键概念.....	223
<input type="checkbox"/> 单项选择题.....	223
<input type="checkbox"/> 思考题.....	224
第 9 章 博弈论与信息经济学	225
<input type="checkbox"/> 本章目标.....	225
9.1 博弈论基本概念	226
9.2 序贯博弈与承诺行动	231
9.3 委托—代理理论	234
9.4 逆向选择与信号传递	239
<input type="checkbox"/> 本章小结.....	240
<input type="checkbox"/> 关键概念.....	241
<input type="checkbox"/> 思考题.....	241
第 10 章 企业选址与物流优化	242
<input type="checkbox"/> 本章目标.....	242
10.1 企业布点的影响因素	242

10.2	企业系统中的资源配置	248
10.3	多个市场的物流优化模型	253
10.4	地区间最终产品、中间产品的供需与生产规模优化模型	260
10.5	厂址选择与生产规模优化模型	265
<input type="checkbox"/>	本章小结	267
<input type="checkbox"/>	关键概念	267
<input type="checkbox"/>	思考题	268
第 11 章	企业竞争	270
<input type="checkbox"/>	本章目标	270
11.1	企业竞争的特点与分类	270
11.2	企业竞争强度与企业在竞争中的地位	276
11.3	企业竞争的内容	281
11.4	企业竞争专题与实例	293
<input type="checkbox"/>	本章小结	306
<input type="checkbox"/>	关键概念	307
<input type="checkbox"/>	思考题	307
第 12 章	企业的扩展与战略选择	308
<input type="checkbox"/>	本章目标	308
12.1	企业扩展的四种分析方式与扩展动因	308
12.2	企业扩展的动因	327
12.3	长期投资决策分析	339
12.4	企业扩展实例	351
<input type="checkbox"/>	本章小结	359
<input type="checkbox"/>	关键概念	359
<input type="checkbox"/>	计算分析题	359
<input type="checkbox"/>	思考题	361
参考文献		362

导 言

0.1 公司经济学简介

公司经济学 (**Economics of the Firm**) 是工商管理硕士 (**MBA**) 课程中的综合基础课程, 它属于应用经济学科的范畴。

公司经济学有若干不同的名称, 较为常见的名称是:

- (1) 管理经济学 (**Managerial Economics**);
- (2) 企业经济学 (**Economics of Enterprise**);
- (3) 经营管理经济学 (**Business Economics**), 有时也称经营管理决策分析。

实际上, 许多差别是语义学上的, 真正理解这门学科还在于认识其本身的内容、方法, 它在管理领域中的地位, 以及和其他学科 (包括传统的经济学科) 的联系与区别。

企业是指以营利为目的的经济实体。企业包括个人企业、合伙企业和股份公司三种形式。不过就其从事营利性目的的活动看, 公司和企业并无本质区别。因此, 本书中企业和公司也是交替使用的。

营利性企业经营管理的的基本职能是实现组织的目标。为了完成这一任务, 经理必须对各种各样的经营管理问题, 从日常工作的问题直到制定未来计划等作出决策。作出正确的经营管理决策需要对据以决策的技术与环境状况有清楚的了解。运用经济理论来解释与分析有关的技术条件和企业所处的环境将会对合理决策起很大作用。因

此，经济理论对于分析经营管理的现实问题有着广泛的应用。随着企业环境的日益复杂，经济理论作为一种分析工具和它对决策过程所起的作用已经得到了广泛的承认。

管理经济学与整个企业管理学科一样，具有跨学科交叉性、应用性的特点。埃文·J·道格拉斯（Evan J. Douglas, 1992）认为：“管理经济学是对会计、财务、市场营销有关概念在经济学意义上的综合，是应用上述概念、统计方法于需求估计、成本分析和竞争策略研究的综合性课程。”^①

管理经济学是研究通常用来解决现实经营管理问题的经济理论、逻辑推理和方法的一门学科。因此，管理经济学是由作为分析经营管理的合理决策问题的那部分经济知识或理论所组成的。有的学者认为：“管理经济学是有关经济概念和经济分析用于系统提出合理决策问题的学科。”

通过考察管理职责的特点与经济理论在帮助管理完成这一职责上的作用，可以获得对管理经济学特点的一个全面认识。如前面所指出的那样，管理的基本职能是依据某些预定要实现的目标来作决策和执行这些决策，正确的决策是成功经理的首要诀窍。

管理经济学所着重，是经济理论中与企业管理决策最有直接关系的那些部分。在这一意义上说，管理经济学可以说是传统经济学与企业管理决策两者之间的一道桥梁。企业经济学在企业经营管理决策中的作用示意图 0.1 表示了上述管理经济学与经济理论、经济分析方法之间的关系，及其在解决企业经营管理的典型问题和现实问题中的桥梁作用。

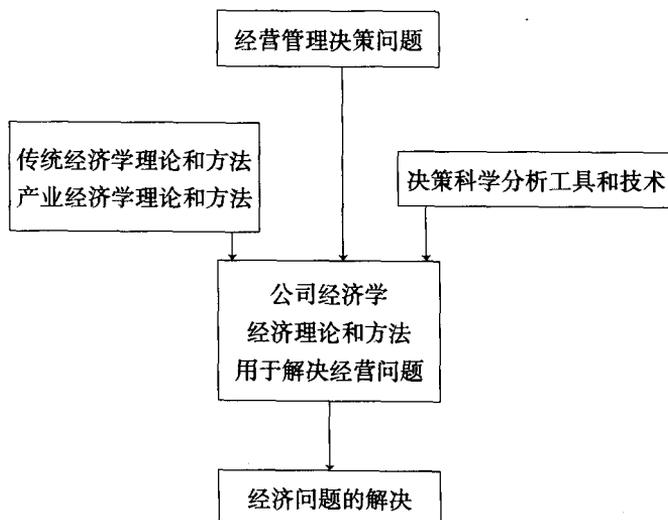


图 0.1 公司经济学及其在企业经营管理决策中的作用示意图

^① Evan J. Douglas, *Managerial Economics, Analysis and Strategy*, 4th Edition, Prentice-Hall International, Inc 1992 (扉页)。

0.2 管理经济学在管理学科中的地位

如表 0—1 所示，管理学科的课程一般分为五大类。第一类是与公司管理活动中的资源和内部职能有关的课程。随着企业环境的变化、人们对企业认识的深化，企业资源（内部要素）是不断拓展的，企业的职能活动是不断拓展的。例如，过去把企业的职能活动简单地说成是产、供、销，认为企业的资源是人、财、物。而在知识经济、信息时代的今天，人们都承认信息、知识，甚至管理技能都是重要的资源，因而企业的职能活动范围也有所扩展。事实上，按职能划分部门已成为一种很普遍的企业部门划分方式。另外，管理学院一般都设有这些部门或系。

表 0—1 企业管理学的学科与课程分类表

<p>(1) 职能课程：</p> <p> 会计</p> <p> 财务管理</p> <p> 市场营销</p> <p> 筹供管理</p> <p> 人力资源管理</p> <p> 运作管理</p> <p> 技术（R&D）管理</p> <p> 信息管理</p> <p> 公共关系</p> <p>(2) 工具课程：</p> <p> 会计</p> <p> 行为科学</p> <p> 计算机与应用</p> <p> 管理沟通</p> <p> 管理经济学</p> <p> 定量分析（包括运筹学）</p>	<p>(3) 专门领域课程：</p> <p> 银行管理</p> <p> 保险管理</p> <p> 国际企业经营管埋</p> <p> 不动产经营管理</p> <p> 运输管理</p> <p> 项目管理</p> <p> 非营利组织管理</p> <p>(4) 综合课程：</p> <p> 战略管理</p> <p> 产业组织</p> <p> 企业文化</p> <p> 企业伦理</p> <p>(5) 综合基础课程：</p> <p> 管理组织行为学</p> <p> 管理经济学</p>
--	--

第二类课程涉及管理技能、方法、技术、手段方面的内容，称为工具课程。考虑

到管理经济学与决策科学和方法的关系，也把它列入此类课程。常常有的课程跨及两个领域。例如，会计——它是企业内部的一项职能，但又是企业任何部门都要使用的一种工具。因此，会计既列作职能课程，又被看作是工具课程。

第三类是某些与专门业务领域有关的课程，如银行管理、保险管理等，它们本身与作为一类特殊企业的活动有关。专门业务领域课程的界限也相当分明，它们在管理课程中的地位比较明确。不同的管理学院因此侧重领域和特点不同的专门领域课程。

第四类课程可称为综合课程，包括战略管理、产业组织、企业文化、企业伦理等。这些内容对于企业的重要性越来越明显，但是企业内部不一定设置专门的有关部门。

第五类是综合基础课程，包括管理学与管理经济学。作为一门成熟的学科，必须有其赖以建立的理论基础并用以指导其发展。管理经济学和管理学在工商管理学科中就占有这样的地位。著名管理学家孔茨在其论文《管理理论的丛林再论》中，曾较系统地论述了管理理论在管理学科中所起的核心作用。

0.3 管理经济学与经济学的联系与区别

管理经济学与经济学的联系首先在于企业管理学科所获得的经济理论的支持。从国外管理学院、系科的发展看，绝大多数最初只是经济学系里的一个部门（如部门经济教研室），其课程偏重应用与实务。后来，随着商科课程的不断扩增，终于另行成立管理学院（或称商学院）。管理学院成立之后，与经济理论的距离似乎愈来愈远。但是，今天，人们已日益认清这两者间的相互关系。很明显，经济学家要想描述企业经营活动并帮助企业确立规范性的目标，他们就必须对现实世界中的企业管理实务有深切的认识；与此同时，商学院的教授们也日益认识到经济学家在企业管理的很多方面提供了重要的理论贡献。因此在西方商学院的课程中，管理经济学有极为重要的地位。

经济理论对于管理经济学有三个方面的主要贡献。首先，经济理论对于管理科学最重要的贡献之一是建立分析模型，这一模型将有助于认识管理问题的结构，有助于抽去可能妨碍决策的次要因素和致力于主要问题。其次，经济理论为经营管理决策提供了一组分析方法，虽然这些方法不大能直接用于具体的问题，但它们确能增进管理人员的分析能力。再次，经济理论能澄清用于经营管理分析的各种概念，防止经理犯概念的错误。

需要稍加解释的是，图 0.1 中所示传统经济学理论中有关厂商的部分仍然是公司经济学中的一个极为重要的成分。在某种意义上，可以将管理经济学视为应用微观经济学，或者说管理经济学吸收了微观经济学中对企业、经理而言最为重要的应用部