

BUSINESS ADMINISTRATION

21世纪工商管理系列教材

管理经济学

(第四版)

吴德庆 马月才 编著

MANAGERIAL ECONOMICS
FOURTH EDITION

 中国人民大学出版社

21 世纪工商管理系列教材

管理经济学

(第四版)

吴德庆 马月才 编著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

管理经济学/吴德庆, 马月才编著. 4 版.

北京: 中国人民大学出版社, 2006

(21 世纪工商管理系列教材)

ISBN 7-300-07077-9

I. 管…

II. ①吴… ②马…

III. 管理经济学-高等学校-教材

IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 007541 号

21 世纪工商管理系列教材

管理经济学 (第四版)

吴德庆 马月才 编著

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)

010-82501766 (邮购部) 010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司) 010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京新丰印刷厂

开 本 787×965 毫米 1/16 版 次 1987 年 10 月第 1 版

2006 年 2 月第 4 版

印 张 26 印 次 2006 年 2 月第 1 次印刷

字 数 490 000 定 价 23.00 元

未经同意, 不得以任何方式复制或抄袭本书的局部或全部内容

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

21 世纪工商管理系列教材

主 编 徐二明
副主编 伊志宏 宋远方
 王化成 李 平



总 序

在管理学顺应历史发展的需要成为一个独立的学科门类之后，管理教育得到了持续不断的新发展。特别是 MBA 的教育形成一个很猛的势头，为从事管理教育的教师们提供了一个很好的平台。在这个平台上，无论是教师还是学生都在积极吸收国外先进的管理经验，探讨解决中国实际的问题，力求获得最大的教育效果。目前，这个平台不断地在扩大，更多的学校加入到了 MBA 教育的行列中。

当然，相对于我们 MBA 等研究生层面的管理教育而言，本科的管理教育更为重要些。这是因为本科的管理教育是基础教育，本科的学生是我们大学的基本队伍，本科毕业的校友更是不容忽视的基本力量。我们必须在本科的管理教育上下更大的气力，使我们的学生有更大的收益。为此，在本科管理教育方面要在进一步发扬我国管理教育优良传统的基础上，改善教育的治理结构、更新教育理念、创立为师生服务的教学管理体制、设计更具特色的课程体系以及教学方法，彻底改变一些浮躁风气，真正创出具有中国特色的管理教育来。

50 多年来，中国人民大学商学院一直在这条道路上不断地前进着。随着我国经济体制的改革，商学院的教师们积极总结我国产业经济、企业管理与会计学等重要学科领域的科研成果，力求大胆创新，走出我国管理教育的新路子，创出中国人民大学的具有人文特色的管理学派来。为此，我们的教师沿着企业从计划经济逐步转向市场经济的轨迹，研究中国企业管理的实际问题，率先提出中国企业经营转轨变型理论，倡导改善公司治理结构，主张研究新时期的物资流通体系，加强中国的市场营销，改革中国的会计体系。他们先后研究了“我国大中型企业活动”等国家重点课题，推出了一系列具有重大影响的科研成果，并在此基础上撰写了《工业经济概论》、《工业企业管理学》、《市场营销学教程》、《会计

学》等一批在国内管理教育界与企业界有着重要影响的教材，为我国的管理科研与教学贡献了自己的力量。与此同时，我们的教师还系统地介绍了国外先进的管理理论与实践，翻译出版了一大批国外优秀的管理学名著，拓宽了人们的视野，启发人们去思考和借鉴先进的管理理论与方法。

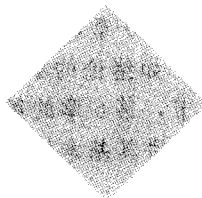
在我们的教师队伍中，中青年教师已经开始在各自的学术领域里独当一面，著述颇丰。在他们当中，有一批历经10年“文化大革命”的老大、中学生。10年的社会实践，使他们真正地了解了中国的国情。1978年以后，经过严格的入学考试，他们陆续进入了大学，圆了“我要读书”的梦，成为改革开放后新一代的莘莘学子。在学校里，他们认真地向老师们请教理论问题，同时积极参加社会实践，思考中国改革开放的问题。后来，他们有的负笈东渡，有的西上欧美，进一步探讨管理教育的理论与方法。他们所做的一切，对于我国的管理教育起到了承前启后的作用。此外，商学院还有一大批具有活力、思维敏锐、颇有见地的年轻教师活跃在管理理论与实践的前线上。

为了更好地发展我们的本科管理教育，中国人民大学商学院除设计精品课程以外，还力争有一个完善的本科课程体系。在充分研究国内外本科管理教育的基础上，在本科课程的设计思路充分发扬中国人民大学优秀的人文因素，在不同专业领域里设计相应的知识模块，使学生不仅掌握该领域的理论，而且掌握技能，拥有一个完整的管理知识体系，以适应新的就业环境的需要。在核心课方面，商学院开设了宏观经济学、微观经济学、管理学原理、统计学、会计学、财务管理、市场营销、组织行为学、人力资源管理、管理信息系统以及战略管理等课程，试图为学生们奠定扎实的管理理论基础。同时，还开设了大量的选修课，扩大学生的知识面，拓展学术思路。

在这样的课程体系的基础上，商学院的教师将他们的科研与教学成果凝聚成了这套《21世纪工商管理系列教材》，以与同行、学生们以及各界的读者分享自己收获后的喜悦。在这套教科书里，作者们旁征博引，吸纳了当今管理学界的最新学术观点以及实践经验，同时力求图文并茂，并辅之以大量的案例，以推动管理教育中不可缺少的案例教学。这套丛书中已经出版的教材在2002年荣获教育部“全国普通高等学校优秀教材一等奖”，肯定了作者们对管理教育的贡献。希望通过这套教材促进我国本科管理教育的繁荣发展，使我们的学生有更大的收获。

最后，再次向我们的作者们表示衷心的感谢，感谢他们为我们的学生与读者奉献的心血，希望他们有更多的著作问世；也向我们的编辑们表示衷心的感谢，感谢他们策划了本套丛书，更感谢他们用点睛之笔使我们的教科书更臻完善。同时，也希望我们的同行与读者们多给我们的教材提出宝贵意见。

徐二明
2003年夏



前 言

这本《管理经济学》教材早在1987年就已经出版，近20年来，广大师生和读者对它的欢迎程度始终不减。为了使教材内容能够与时俱进和不断完善，中间对它做过几次修订，现在这个版本是它的第四版。

我们编写这本教材的目的有两个：一是向读者介绍微观经济学的基础知识；二是探讨怎样将微观经济学的原理和方法应用于企业管理决策的实践。这两个目的是互相联系、相辅相成的。但管理经济学是一门应用经济学，我们更着力于突出它的应用性，更致力于把这门学科建设成为连接经济学理论和企业管理决策的桥梁。

在本书中，对经济学理论的探讨力求从实际需要出发，少而精，重点放在市场机制运行的基本原理和在市场经济条件下企业行为的一些基本规律上。运用经济学的原理，结合企业内外的具体环境探讨如何进行管理决策，是本书的中心。微观经济学的具体原理很多，但对管理决策来说，最基础的概念是机会成本，最基本的方法是边际分析法。正确理解和把握这两者是科学决策的保证。本书的一大特点就是对这两者都作了深入具体的剖析，在各章中用大量实例和案例来反复说明它们在管理决策中的应用，这两者所蕴涵的决策思想贯穿全书的始终。另外，作为一种基本的经济分析方法，增量分析法是边际分析法的变形，其中，边际分析法多偏重理论，增量分析法更接近实际。为了更好地理论联系实际，突出应用性，在这本教材的各章里，我们尽量做到两种方法并举。

本书的结构和章次的安排是围绕企业的目标——谋求企业价值的最大化这一主线展开的。全书共11章，需要说明的是，鉴于管理经济学这门课程与其他课

程在内容上可能会有交叉，课堂讲授的时数可能有限，学员的需要可能不同，教师在使用这本教材时，可以对讲授的内容做一定的选择。本书的核心内容共7章，即绪论，第1、2、4、5、6、7章。其他各章，即第3、8、9、10章，都是可供选学的，即使在核心的7章中，有些问题仍然可以略去不讲，如绪论的第2节，第1章的第4节和附录，第4章的第5、6节，第5章的第6节，第6章的第6、7节，第7章的第5、6、7节。在可供选学的几章中，也可主要讲其基本的原理，而把有些外围性和应用方面的内容留给学生自己去阅读。

本书在文字上力求深入浅出，清晰易懂。在数学上最高不超过初等微分。在如何决策上，尽量做到理论上的探讨与实用的方法相结合。

本版与第三版相比，更加紧跟时代，更加贴近生活。在教学内容上，增加了一些反映时代特点和经济学最新成就的课题，如经济全球化、可竞争市场理论等。许多章节增辟了“生活中的经济学”这一新专栏。对有些内容和案例进行了改写或重写，对习题进行了调整和增补。

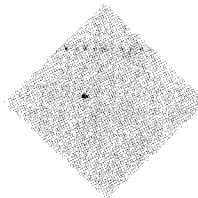
由于这本教材的内容具有弹性，它既可用于MBA学生、研究生，又可用于本科生；既可用于经理人员的培训，又可用于他们的自学。

本书的绪论、第1~第2章、第4~第10章由吴德庆编写，第3章由马月才撰写初稿，吴德庆定稿。案例由吴德庆和马月才编写。

为了方便教学，我们还编写了教学辅助资料《管理经济学（第四版）习题解答与题库》。讲授这门课的教师如有需要，可以登录人大经管图书在线(<http://www.rdjg.com.cn>)，经过注册，免费下载。

尽管我们付出了很大的努力，但由于水平有限，书中的错误和不当之处在所难免，热诚欢迎读者批评指正。

吴德庆



目 录

绪 论

第 1 节 管理经济学的对象和任务	1
第 2 节 管理经济学与企业管理决策	3
第 3 节 管理经济学的基本方法	5
生活中的经济学 0—1 学习时间应当怎样分配	11
第 4 节 社会主义市场经济体制下的企业	13
案例 0—1 阶段性战略目标, 指引海尔发展壮大	18
第 5 节 社会主义市场经济条件下的企业利润	19
生活中的经济学 0—2 看电视的经济学	24

第 1 章

市场供求及其运行机制	29
第 1 节 需求	29
案例 1—1 不断创新, 满足消费者的需求, 海尔洗衣机销量再攀新高	31
第 2 节 供给	36
第 3 节 供求法则和需求—供给分析	39
案例 1—2 房价走高, 原因何在	43
生活中的经济学 1—1 倒卖专家号, 屡打不绝	47

	第4节 市场机制与社会资源的配置	47
	案例 1—3 珠江三角洲的产业积聚	49
	附录 在需求曲线的背后：消费者选择理论	52
第2章		
	需求分析	62
	第1节 需求的价格弹性	63
	案例 2—1 门票涨价，收益减少	70
	生活中的经济学 2—1 自由贸易和价格弹性	73
	生活中的经济学 2—2 价格弹性与征税效果	74
	案例 2—2 根据“ ϵ_p ”把生意做大——一则美国 西南航空公司的发家故事	75
	第2节 需求的收入弹性	76
	案例 2—3 背投彩电的收入弹性	78
	第3节 需求的交叉价格弹性	79
	案例 2—4 汽油价格与小型汽车的需求	81
第3章		
	需求估计和需求预测	87
	第1节 需求估计	87
	案例 3—1 什么样的人丢什么样的垃圾	91
	第2节 需求预测	102
第4章		
	生产决策分析	118
	第1节 什么是生产函数	118
	第2节 单一可变投入要素的最优利用	119
	生活中的经济学 4—1 人多真的好办事吗	124

案例 4—1 国企改革中的减员增效	128
第 3 节 多种投入要素的最优组合	128
生活中的经济学 4—2 用投入要素最优组合原理 指导裁员决策	139
案例 4—2 技术效率与经济效率	142
第 4 节 规模与收益的关系	143
案例 4—3 上规模、降成本	147
第 5 节 柯布-道格拉斯生产函数	148
第 6 节 生产函数和技术进步	150
案例 4—4 技术进步不断推动成本降低	151

第 5 章

成本利润分析	160
第 1 节 管理决策中几个重要的成本概念	160
生活中的经济学 5—1 为从国外购买的物品补税是否合算	163
第 2 节 成本函数	164
生活中的经济学 5—2 为什么有些企业的短期平均变动成本 在一定产量范围内是不变的	169
案例 5—1 塑胶大王王永庆的成功之路	174
第 3 节 规模经济性和范围经济性	177
案例 5—2 怎样确定餐厅的经营规模	178
第 4 节 贡献分析法及其应用	182
第 5 节 盈亏分界点分析法及其应用	193
第 6 节 成本函数的估计	203

第 6 章

市场结构和企业行为	216
第 1 节 市场结构的分类	216

第2节 完全竞争条件下的企业行为模式	217
生活中的经济学 6—1 股票市场和完全竞争	226
第3节 完全垄断条件下的企业行为模式	227
第4节 垄断竞争条件下的企业行为模式	230
生活中的经济学 6—2 缤纷的美食世界	237
第5节 寡头垄断条件下的企业行为模式	238
案例 6—1 政府的广告禁令,反使烟草业得利	246
案例 6—2 彩电业的价格战	247
案例 6—3 沃尔玛是怎样起家的	249
第6节 销售收入最大化的企业行为模式	251
生活中的经济学 6—3 作者与出版社在定价问题上的矛盾	255
第7节 经济全球化与竞争	256

第7章

定价实践	264
第1节 成本加成定价法	264
第2节 增量分析定价法	266
案例 7—1 大批量销售折扣价,给生产厂和销售商带来 双赢	269
第3节 最优报价的确定	269
第4节 差别定价法	271
案例 7—2 暑期机票对师生优惠	275
第5节 高峰负荷定价法	276
案例 7—3 上海实行电价新模式,平安度过电力短缺关	277
第6节 多产品定价法	278
案例 7—4 感恩节的火鸡价格	280
第7节 中间产品转移价格的确定	284
案例 7—5 市场链管理法	290

第 8 章

长期投资决策	297
第 1 节 投资概念及投资决策过程	297
第 2 节 货币的时间价值	299
第 3 节 现金流量的估计	304
第 4 节 资金成本的估计	311
第 5 节 投资方案的评价方法	315
生活中的经济学 8—1 在人力资本上的投资	321
第 6 节 投资决策原理和方法的应用	322
案例 8—1 海尔的兼并策略	329
案例 8—2 联想的跨国并购	333

第 9 章

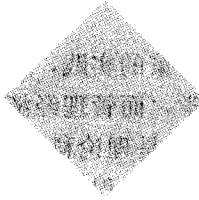
企业决策中的风险分析	339
第 1 节 风险概念和风险衡量	340
案例 9—1 “美味馅饼”背后的风险	341
第 2 节 经济学关于风险的理论	345
生活中的经济学 9—1 怎样阻吓违法行为——从经济学的 角度思考	347
第 3 节 降低风险的途径	348
案例 9—2 华录怎样规避风险，转亏为盈	350
第 4 节 在决策中如何考虑风险	351
第 5 节 不确定条件下的企业决策	360
第 6 节 信息的搜集成本和价值	362

第 10 章

政府的经济作用	369
第 1 节 市场的效率	370
案例 10—1 为“图章革命”叫好	373
第 2 节 垄断的弊端和政府的反垄断政策与 对自然垄断企业的管制	374
案例 10—2 我国是怎样打破电信垄断的	378
第 3 节 外部经济效应和政府的对策	379
案例 10—3 关于实行排污权有偿转让制度	383
第 4 节 公共物品及其供给	385
第 5 节 信息的不完全性和政府的介入	389
第 6 节 效率与公平	389

附 录

部分作业题答案	394
---------------	-----



绪 论

管理经济学这门学科是国外在第二次世界大战后建立起来的。在这以前，西方的传统经济学（主要是微观经济学）基本上停留在经院式的讨论上，很少解决实际问题。管理经济学的问世，开创了经济学实际应用的新时期。第二次世界大战后，国内外市场竞争加剧，企业界迫切要求提高企业经营决策的水平，这门学科的出现恰好适应了这种需要。所以从那时以来，管理经济学得到了迅猛的发展。在我国，这门学科是在改革开放之后 20 世纪 80 年代初从国外传入的。随着我国社会主义市场经济体制的建立和发展，这门学科越来越显示出了它的重要性。

第 1 节 管理经济学的对象和任务

管理经济学是一门研究如何把传统经济学的理论和经济分析方法应用于企业管理决策实践的学科。传统经济学主要指西方的微观经济学，是一门资产阶级的经济学，但其中有许多具体理论和方法，则是属于市场经济和社会化大生产的一般规律，是人类共同财富，我们可以利用它来为提高我国企业经营管理决策的科学水平服务。当前我国社会主义市场经济体制日趋完善，在我国加入 WTO 后，企业面对的国内外市场的竞争更加激烈，这要求广大企业管理人员的决策思想和决策方法必须有新的提高。然而，我们许多管理人员在这方面还很不适应。有些人习惯于传统的做法，在决策时，凭经验和感觉行事，结果常常导致决策失

误而不自觉。所以，学习管理经济学，用体现市场经济和社会化大生产一般规律的经济学原理和科学的决策分析方法来武装广大经济管理人员，以提高他们在新形势下的决策能力，就显得格外迫切、格外重要了。

管理经济学要把微观经济学原理和分析方法应用于企业管理决策的实践，所以，它与微观经济学的关系十分密切。微观经济学是一门理论科学，而管理经济学则是一门应用科学。犹如在自然科学中，数学、物理学和化学都是理论科学，把它们应用于各个工程技术领域就有机械工程学、冶金工程学、化学工程学、电子工程学等。在社会科学中，把经济学理论应用于社会经济的各个领域，也就有各种各样的应用经济学，如农业经济学、工业经济学、贸易经济学、发展经济学、计量经济学、区域经济学、教育经济学、环境经济学和旅游经济学等，其中当然也包括把经济理论应用于企业管理决策的管理经济学。

管理经济学的经济原理与方法，主要来自微观经济学。但是管理经济学不是简单借用微观经济学中一些现成的原理和结论，更重要的是应用在推导这些原理和结论时所使用的经济分析方法。这是因为微观经济学研究的是抽象的企业，它所涉及的决策问题大多只属于价格决策、产量决策。而在现实管理中，要决策的问题多种多样，如企业的生产技术、生产规模、产品组合、广告和投资等。显然，要依靠微观经济学得出的用来研究抽象企业的现成原理和结论来解决这么多的现实问题是很不够的。所以，管理经济学在进行经济决策时，必须着重应用最基本的分析方法，这个方法就是微观经济学的边际分析法。

微观经济学对企业行为的研究，是以企业的唯一目标是追求最大限度的利润为前提的。但现实的企业不同，它的目标只能是有条件地谋求尽可能多的利润。这是因为：首先，现实的企业经营活动要受到一定的限制，例如资源条件的限制、政府法令的限制等，企业不能为所欲为。其次，从短期看，现实企业的目标总是多样化的，除了利润之外，还可能把扩大市场份额、提高产品质量、发展新产品和承担社会责任等作为一定时期的目标。所以，管理经济学在应用微观经济学的经济分析方法从事管理决策时，尽管首先也要以利润的多少作为决策的准则，但是管理者在最后决定之前，还必须兼顾其他目标和条件，这样作出的决策得到的就可能是满意的利润，而不是最大的利润。从长期看，企业则应当以企业价值的最大化作为目标（详见绪论第4节）。

管理经济学与传统微观经济学的区别，还在于微观经济学研究的企业是以它们所处环境的全部信息为已知的和确定的为假设的。但是管理经济学所研究的现实的企业则通常是在一个环境十分复杂、信息很不确定的情况下经营的。这种情况，要求管理经济学在研究决策时，还要借用来自其他学科的各种分析工具和概念，以便收集必要的信息，并在不确定的条件下选择最优方案。这些学科有数

学、统计学、运筹学、会计学、市场学等。从这个意义上说，管理经济学又是一门跨多门学科的综合学科，它在制定经济决策的总框架下，综合运用了许多学科中的有关方法和概念。

管理经济学既然是一门应用科学，就不能局限于对经济理论本身的探讨，必然要研究企业管理经济决策的实践，并把这些实践与经济学的理论联系起来。例如怎样确定产品的最优价格，从经济理论上讲，应该使用边际分析法，即当边际成本等于边际收入时的价格才是最优的。但在实践中，人们常用成本加成法和其他方法。管理经济学应当对这种经济决策的实践，尽量作出理论上的解释，从而成为经济理论与管理实践之间的桥梁。

第2节 管理经济学与企业管理决策

管理经济学研究如何把微观经济学的理论与方法用于企业管理决策的实践。这也就指出了这门学科的研究范围是企业管理的决策。企业管理中要决策的问题是很多的。例如，人事决策（包括配备、选拔和培训干部等）、组织决策（包括组织设计等）、财务决策（包括如何筹集资金等），以及销售决策（包括如何确定销售战略、建立销售渠道等）等。管理经济学当然不可能涉及企业管理中所有这些决策问题，它涉及的只是与企业资源合理配置有关的经济决策。

决策就是选择，就是在许多可行方案中选择最优的方案。从这个意义上说，管理经济学也就是研究如何对可供选择的方案进行比较分析，从中找出最能实现企业目标的方案，即最优方案的一门学科。

为了保证决策的科学性，决策工作必须按照自身的规律有序地进行，通常把管理决策过程分为七个步骤。无论是简单的决策，还是复杂的决策，以下七个步骤都是适用的。

一、确定目标

决策是从众多的方案中选择最佳方案，关键要看哪个方案最有利于实现企业的目标。所以，为了进行选择，首先应确立企业目标。目标的确定应尽可能具体，如果目标太一般化或含糊不清，就不利于作出真正最优的决策。

二、界定问题

之所以要进行决策，是因为在生产经营中存在问题，决策就是为了解决问题。所以，在决策前，首先要界定问题。例如企业销售量下降了，利润未达到预