

“十一五”国家重点图书出版规划项目

PEARSON

· 经 / 济 / 科 / 学 / 译 / 丛 ·

Microeconomics

(Seventh Edition)

微观经济学

(第七版)

罗伯特·S·平狄克 (Robert S. Pindyck)

著

丹尼尔·L·鲁宾费尔德 (Daniel L. Rubinfeld)

 中国人民大学出版社

“十一五”国家重点图书出版规划项目

· 经 / 济 / 科 / 学 / 译 / 丛 ·

Microeconomics

(Seventh Edition)

微观经济学

(第七版)

罗伯特·S·平狄克 (Robert S. Pindyck)

著

丹尼尔·L·鲁宾费尔德 (Daniel L. Rubinfeld)

张 军 校

高 远 朱海洋 范子英 张 弘 译

中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

微观经济学：第7版/平狄克，鲁宾费尔德著；高远等译.

北京：中国人民大学出版社，2009

(经济科学译丛)

ISBN 978-7-300-11073-8

I. 微…

II. ①平…②鲁…③高…

III. 微观经济学

IV. F016

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 132163 号

“十一五”国家重点图书出版规划项目

经济科学译丛

微观经济学 (第七版)

罗伯特·S·平狄克

丹尼尔·L·鲁宾费尔德 著

张 军 校

高 远 朱海洋 范子英 张 弘 译

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)

010-62511398 (质管部)

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 涿州星河印刷有限公司

规 格 185mm×260mm 16 开本

版 次 2009 年 9 月第 1 版

印 张 43.25 插页 3

印 次 2009 年 9 月第 1 次印刷

字 数 991 000

定 价 75.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

《经济学译丛》编辑委员会

学术顾问 高鸿业 王传纶 胡代光

范家骧 朱绍文 吴易风

主 编 陈岱孙

副主编 梁 晶 海 闻

编 委 (按姓氏笔画排序)

王一江 王利民 王逸舟

贝多广 平新乔 白重恩

刘 伟 朱 玲 许成钢

张宇燕 张维迎 李 扬

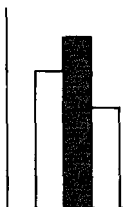
李晓西 李稻葵 杨小凯

汪丁丁 易 纲 林毅夫

金 碚 姚开建 徐 宽

钱颖一 高培勇 梁小民

盛 洪 樊 纲



《经济科学译丛》总序

中国是一个文明古国，有着几千年的辉煌历史。近百年来，中国由盛而衰，一度成为世界上最贫穷、落后的国家之一。1949年中国共产党领导的革命，把中国从饥饿、贫困、被欺侮、被奴役的境地中解放出来。1978年以来的改革开放，使中国真正走上了通向繁荣富强的道路。

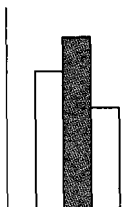
中国改革开放的目标是建立一个有效的社会主义市场经济体制，加速发展经济，提高人民生活水平。但是，要完成这一历史使命绝非易事，我们不仅需要从自己的实践中总结教训，也要从别人的实践中获取经验，还要用理论来指导我们的改革。市场经济虽然对我们这个共和国来说是全新的，但市场经济的运行在发达国家已有几百年的历史，市场经济的理论亦在不断发展完善，并形成了一个现代经济学理论体系。虽然许多经济学名著出自西方学者之手，研究的是西方国家的经济问题，但他们归纳出来的许多经济学理论反映的是人类社会的普遍行为，这些理论是全人类的共同财富。要想迅速地改革和发展我国的经济，我们必须学习和借鉴世界各国包括西方国家在内的先进经济学的理论与知识。

本着这一目的，我们组织翻译了这套经济学教科书系列。这套译丛的特点是：第一，全面系统。除了经济学、宏观经济学、微观经济学等基本原理之外，这套译丛还包括了产业组织理论、国际经济学、发展经济学、货币金融学、公共财政、劳动经济学、计量经济学等重要领域。第二，简明通俗。与经济学的经典名著不同，这套丛书都是国外大学通用的经济学教科书，大部分都已发行了几版或十几版。作者尽可能地用简明通俗的语言来阐述深奥的经济学原理，并附有案例与习题，对于初学者来说，更容易理解与掌握。

经济学是一门社会科学，许多基本原理的应用受各种不同的社会、政治或经济体制的影响，许多经济学理论是建立在一定的假设条件上的，假设条件不同，结论也就不一定成立。因此，正确理解掌握经济分析的方法而不是生搬硬套某些不同条件下产生的结论，才是我们学习当代经济学的正确方法。

本套译丛于 1995 年春由中国人民大学出版社发起筹备并成立了由许多经济学专家学者组织的编辑委员会。中国留美经济学会的许多学者参与了原著的推荐工作。中国人民大学出版社向所有原著的出版社购买了翻译版权。北京大学、中国人民大学、复旦大学以及中国社会科学院的许多专家教授参与了翻译工作。前任策划编辑梁晶女士为本套译丛的出版做出了重要贡献，在此表示衷心的感谢。在中国经济体制转轨的历史时期，我们把这套译丛献给读者，希望为中国经济的深入改革与发展作出贡献。

《经济科学译丛》编辑委员会



前言

对于那些关心我们这个世界是如何运转的学生来说，微观经济学应该是他们所学的最相关而且是最有趣的学科之一。对于管理决策的制定，公共政策的设计和了解，更一般地，对于现代经济运行规律的理解，熟练地掌握微观经济学都是至关重要的。

我们撰写这本《微观经济学》是因为，我们知道学生需要面对微观经济学的新领域，而在过去的几十年中，这些新的领域日益起到关键的作用——诸如博弈论和竞争性策略，不确定性和信息的作用，以及对具有市场势力的企业定价行为的分析。另外，我们还深深地感到，学生应该懂得微观经济学不但能够帮助我们理解这个世界的运行，而且它也是一种实用的工具，有助于我们的日常决策和选择。微观经济学是一门激动人心并且活力无穷的学科，学生需要理解她的相关性和有用性；当然学生还需要知道，在课堂之外，微观经济学究竟有何实用之处。

为了满足这些需要，《微观经济学》第七版在论述微观经济学理论时作了一些恰当的处理，我们注重于它对于管理决策和公共政策决策的相关性和实用性。这种对实用性的强调体现在本书的 118 个详细的案例中，这些案例涉及需求、成本和市场效率的分析，定价机制的设计，投资和生产决策以及公共政策分析。我们认为这些案例相当重要，所以它们被有机地融合在全书之中。

《微观经济学》第七版涵盖了最近几年来的理论发展。这些理论的新发展也日益成为人们感兴趣的一些课题，比如：博弈论和厂商间策略的相互作用（第 12 章和第 13 章），不确定性和不对称信息的作用及应用（第 5 章和第 17 章），具有市场势力的厂商定价策略（第 10 章和第 11 章）以及制定政策以有效地处理诸如环境污染之类的外部性问题（第 18 章）。这些课题在绝大多数教材中只是寥寥数笔，但在本书中，我们用了许多笔墨来仔细解释这些理论。

《微观经济学》第七版覆盖的知识面广，并且紧跟时代，但这并不意味着她是一本“高级”或者高难度的教材。我们细致而考究的写作就是，希望本书能做到语言生动活泼，引人入胜，并且条理清晰，易于理解。我们相信，微观经济学的学习是一件愉快而又让人兴奋的事情；我们期望本书能够做到这一点。除了附录和注释，本书没有使用任何的微积分知识；自然地，这本书对于背景迥异的学生来说应该都是适用的。（本书较难的部分都以星号标示，不读也无妨。）

第七版的变化

这本书的每一次更新都是建立在前一版成功的基础上的，我们在新版中及时加入一些新的主题，并且增加或者更新案例，以及改进对原有案例的解释说明。

第七版也延续了这一传统。我们扩充和更新了第 18 章（外部性和公共品），所以该章现在包括更全面和时新的环境经济学，它是在许多中级微观经济学课程中逐渐涵盖的一个领域。特别地，我们重写有关外部性的章节使其更加易懂，相关变化包括新增了有关累积外部性的一节（温室气体和全球变暖这类的外部性），并新增了中国对污染进行控制的一个案例。我们也在第 8 章介绍了各种组织形式的新材料，并大量地修改和更新了第 5 章有关行为经济学的内容，在第 6、7 和 8 章改进了有关生产和成本的一些核心材料，包括第 7 章的数学附录。在第 14 章，我们新增了新材料以清楚地区分垄断势力和讨价还价势力。另外，我们还新增了许多新案例，代替了一些旧的案例并更新了大部分案例。

除了这些改进，我们保持了之前版本的章节架构，这会令本书之前的忠实读者更容易适应新版本。一直以来，我们使教材尽可能地条理清晰、文字易懂并且生动有趣。

供选择的课程设置

《微观经济学》第七版给授课教师在课程的教学使用上提供了相当大的灵活性。半学期或者一学期的课程可以着重讲解基本的核心内容，我们建议不妨讲授下面的章节：1~6 章，7.1~7.4，8~10 章，11.1~11.3，12 章，14 章，15.1~15.4 章，18.1~18.2 以及 18.5。假如还需要讲得再深一点的话，可以考虑继续讲授第 5 章和第 16 章，以及第 7 章和第 9 章余下的部分。如果课程的重点希望放在不确定性和市场失灵上面，教师应该讲授第 5 章和第 17 章的绝大部分内容。

当然，你可以根据自己的兴趣以及课程的目标，增加其他章节的内容或者减少以上所建议的授课计划。强调现代价格理论和商业策略的课程设置还应该包括第 11、12 和 13 章的全部内容以及第 15 章的剩余部分。管理经济学的课程设置还应该包括第 4、7 和 11

章的附录,以及本书末尾关于回归分析的附录。强调福利经济学和公共政策的课程设置还需要加入第16章和第18章的剩余部分。

最后,我们还想重点说明的是,那些较难和(或)不属于核心内容的章节都用星号标示,读者可以轻松地跳过不读,而这不会影响对本书的理解和掌握。

■ 辅助材料*

使用这本书,教师和学生可以获得极高质量的辅助材料,北卡罗莱纳州立大学的邓肯·霍尔索森(Dun M. Holthausen)所提供的《教师手册》(Instructor's Manual)给出了每一章后面的复习题和练习题的详细答案。本书的第七版包括许多全新的复习题和练习题,并对上一版中某些练习题进行了修改和更新;而新的《教师手册》也作了相应的调整。同时,《教师手册》在每一章都有一些教学提示,它会概述该章的关键知识点。

密苏里大学的道格拉斯·米勒(Douglas J. Miller)准备的《题库》(Test Bank)大约有2 000多道多项选择题以及一些配有答案的简答题。对照本书的第七版,那本书也进行了彻底的修改和仔细的检查。《题库》的纸质版本是和新的TestGen试题生成软件相配套的,通过这种计算机软件包,教师可以定制设计、贮存、生成班级测试题。教师还可以用这个软件编辑、增加、删减题库中的试题;编辑既有的图标或者绘制新的图标;分析考试成绩;并且还能为考试和学生的成绩建立数据库。这种新的软件具有极大的灵活性和易操作性;查找和分类功能使教师能很快命制一份试题并合理地安排考试。

授课用的幻灯片(PowerPoint Lecture Presentation)也已经由狄克森州立大学的费尔南多(Fernando)和伊冯·基哈诺(Yvonn Quijano)完整修订过了,教师可以利用它来编辑具体的大纲,创建符合自己习惯的专业授课计划,以及制作一些适合学生具体要求的材料。那些幻灯片可以从网页 www.prenhall.com/pindyck 上的教师资源库(Instructor Resources)链接下载。

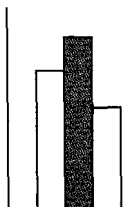
由密歇根大学的瓦拉里·苏斯洛(Valerie Suslow)和佛罗里达大学的乔纳森·汉密尔顿(Jonathan Hamilton)所编写的《学习指导》(Study Guide)给学生提供了大量的复习材料和练习题。该书的每一章都包括重要概念的列表、章节重点、概念复习、习题以及自测题。所有的练习题、习题和自测题都配有确切的答案。

在线资源 本书的教学辅助专用网站(<http://www.prenhall.com/pindyck>)上有大量的资源,提供了练习题,教学互动以及其他和《微观经济学》第七版具体相关的资源。在线学习指导(Online Study Guide)为学生提供了另外一个机会来提高他们的解题技能并且巩固他们对于教材中知识的理解,它为学生配备了一些多项选择题和问答题,学生在网上所提交的答案会由计算机进行评分,然后计算机给你一个答案正确与否的即时反馈,当然学生也可以通过电子邮件的方式来进行答案的提交,网页上有四个电子

* 中国人民大学出版社并未购买以下所列辅助材料的版权。——出版者注

邮件地址可供联系。网站还提供了一些有关当前发生的事件的文章和练习，其中选取的文章和练习都紧密联系课本；这些练习有助于学生理解经济学和当今世界的联系。它们还能引导学生浏览那些即时更新的经济学相关网站，这样学生就可以自主地收集数据，并且分析具体的经济学问题。

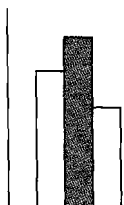
对于教师来说，教学辅助专用网站提供了教学大纲管理器（Syllabus Manager），这使得教师能够利用各种可得资源来提高他们的教学质量。教师可以向网站提交他们的教学大纲，还可以下载各种教辅材料和授课帮助。要得到这些材料，教师首先应该在教师资源（Instructor Resource）下面注册登录。



案例列表

- | | |
|---------------------------|--------------------------------|
| 例 1.1 处方药市场 | 例 4.1 美国的消费支出 |
| 例 1.2 甜味剂市场 | 例 4.2 汽油税的影响 |
| 例 1.3 鸡蛋的价格和大学教育的价格 | 例 4.3 小麦的总需求 |
| 例 1.4 最低工资 | 例 4.4 对住房的需求 |
| 例 2.1 鸡蛋的价格和大学教育的价格（再次讨论） | 例 4.5 清洁空气的价值 |
| 例 2.2 美国的工资不平等 | 例 4.6 网络外部性：电脑和电子邮件的需求 |
| 例 2.3 自然资源价格的长期走势 | 例 4.7 即食谷物类食品的需求 |
| 例 2.4 “9·11”对纽约办公楼供求的影响 | 例 5.1 制止犯罪 |
| 例 2.5 小麦市场 | 例 5.2 企业经理与风险选择 |
| 例 2.6 汽油和汽车的需求 | 例 5.3 产权保险在住房购买中的价值 |
| 例 2.7 巴西的气候和纽约的咖啡价格 | 例 5.4 信息对牛奶行业的价值 |
| 例 2.8 铜价的走势 | 例 5.5 医生、病人与信息的价值 |
| 例 2.9 世界石油市场的起伏动荡 | 例 5.6 在股票市场上投资 |
| 例 2.10 价格控制和天然气短缺 | 例 5.7 纽约的出租车司机 |
| 例 3.1 设计新的汽车（I） | 例 6.1 马尔萨斯和食物危机 |
| 例 3.2 金钱能够买到快乐吗？ | 例 6.2 劳动生产率与生活水平 |
| 例 3.3 设计新的汽车（II） | 例 6.3 小麦的生产函数 |
| 例 3.4 大学信托基金 | 例 6.4 地毯业的规模报酬 |
| 例 3.5 对消遣活动显示出的偏好 | 例 7.1 为法学院新大楼选址 |
| 例 3.6 边际效用和快乐 | 例 7.2 沉淀成本、固定成本和可变成本：计算机、软件和比萨 |
| 例 3.7 汽油定量配给 | 例 7.3 铝精炼中的短期成本 |
| 例 3.8 CPI 的偏差 | 例 7.4 排污费对企业投入要素选择的影响 |

- 例 7.5 卡车运输业的范围经济
- 例 7.6 实践中的学习曲线
- 例 7.7 电力的成本函数
- 例 8.1 纽约市的共有制与合作制
- 例 8.2 精炼铝工厂的短期产量决定
- 例 8.3 经理的一些成本考虑
- 例 8.4 石油产品的短期生产
- 例 8.5 铜的短期全球供给
- 例 8.6 成本不变、成本递增和成本递减行业：咖啡、石油和汽车
- 例 8.7 住房的长期供给
- 例 9.1 价格控制与天然气短缺
- 例 9.2 人的肾脏市场
- 例 9.3 航空管制
- 例 9.4 对小麦价格的支持
- 例 9.5 食糖配额
- 例 9.6 汽油税
- 例 10.1 阿斯特拉-默克公司定价奥美拉唑
- 例 10.2 加成定价：从超级市场到品牌牛仔裤
- 例 10.3 影像制品的定价
- 例 10.4 美国制造业的买方垄断势力
- 例 10.5 关于价格的一次通话
- 例 10.6 美国与微软
- 例 11.1 优惠券和回扣的经济学
- 例 11.2 机票价格
- 例 11.3 如何给畅销小说定价
- 例 11.4 宝丽来相机
- 例 11.5 给移动电话服务定价
- 例 11.6 套餐和点菜：餐馆的定价问题
- 例 11.7 广告实践
- 例 12.1 可乐和咖啡市场上的垄断竞争
- 例 12.2 宝洁公司的定价问题
- 例 12.3 囚徒困境中的宝洁公司
- 例 12.4 商业银行中的价格领导和价格刚性
- 例 12.5 大学体育运动的卡特尔化
- 例 12.6 乳业卡特尔
- 例 13.1 兼并一个公司
- 例 13.2 水表行业中的寡头合作
- 例 13.3 航空业中的竞争与共谋
- 例 13.4 沃尔玛连锁店的先发制人投资策略
- 例 13.5 杜邦在二氧化钛行业中阻止进入
- 例 13.6 纸尿裤战
- 例 13.7 拍卖的法律服务
- 例 13.8 网上拍卖
- 例 14.1 对航空燃料的需求
- 例 14.2 单收入和双收入家庭的劳动供给
- 例 14.3 军队的工资
- 例 14.4 棒球队员市场的买方垄断势力
- 例 14.5 青少年劳动市场及最低工资
- 例 14.6 私人部门工会主义的衰落
- 例 14.7 工资不平等——计算机是否改变了劳动市场？
- 例 15.1 失去的收入的价值
- 例 15.2 公司债券的收益率
- 例 15.3 一次性纸尿裤产业的资本投资
- 例 15.4 选择一台空调和一辆新车
- 例 15.5 你应该去读商学院吗？
- 例 15.6 可耗尽资源有多容易耗竭？
- 例 16.1 乙醇汽油的国际市场
- 例 16.2 贸易任务和 iPod 的生产
- 例 16.3 专门保护的成本和收益
- 例 17.1 棒球联合会中的“柠檬”
- 例 17.2 加班至深夜
- 例 17.3 减少道德风险——牲畜健康保证书
- 例 17.4 CEO 的薪水
- 例 17.5 作为代理人的非营利医院经理
- 例 17.6 福特汽车公司的效率工资
- 例 18.1 减少二氧化硫排放的成本与收益
- 例 18.2 减少北京的二氧化硫的排放
- 例 18.3 排污权交易和清洁空气
- 例 18.4 管制城市固体垃圾
- 例 18.5 全球变暖
- 例 18.6 科斯定理的应用
- 例 18.7 路易斯安娜的龙虾捕捞
- 例 18.8 对清洁空气的需求
- 例 A.1 对煤的需求



目 录

第 1 篇	导论：市场和价格	1
	第 1 章 绪论	3
	1.1 微观经济学的主题	4
	1.2 什么是市场？	7
	1.3 实际价格和名义价格	11
	1.4 为什么要学习微观经济学？	15
	第 2 章 供给和需求的基本原理	20
	2.1 供给和需求	21
	2.2 市场机制	24
	2.3 市场均衡的变动	25
	2.4 供给和需求的弹性	31
	2.5 短期弹性和长期弹性	37
	* 2.6 理解并预测市场状况改变所造成的结果	44
	2.7 政府干预——价格控制的效应	52
第 2 篇	生产者、消费者以及竞争性市场	61
	第 3 章 消费者行为	63
	3.1 消费者偏好	65
	3.2 预算约束	77
	3.3 消费者选择	81

3.4	显示偏好	86
3.5	边际效用与消费者选择	89
* 3.6	生活成本指数	93
第4章	个人需求和市场需求	104
4.1	个人需求	105
4.2	收入效应和替代效应	112
4.3	市场需求	117
4.4	消费者剩余	122
4.5	网络外部性	126
* 4.6	需求的经验估计	130
	第4章附录 需求理论——一种数学的处理方法	140
第5章	不确定性与消费者行为	148
5.1	描述风险	149
5.2	风险偏好	154
5.3	降低风险	159
* 5.4	对风险资产的需求	164
5.5	行为经济学	172
第6章	生产	182
6.1	生产技术	183
6.2	一种可变投入要素（劳动）的生产	185
6.3	两种可变投入要素的生产	192
6.4	规模报酬	199
第7章	生产成本	205
7.1	成本的测度：哪些成本重要？	205
7.2	短期成本	212
7.3	长期成本	216
7.4	长期与短期成本曲线	224
7.5	两种产品的生产——范围经济	230
* 7.6	成本的动态变化——学习曲线	232
* 7.7	估计和预测成本	237
	第7章附录 生产与成本理论——一种数学方法	244
第8章	利润最大化和竞争性供给	251
8.1	完全竞争市场	252
8.2	利润最大化	254
8.3	边际收益、边际成本和利润最大化	256
8.4	选择短期产量	258
8.5	竞争性厂商的短期供给曲线	263
8.6	短期市场供给曲线	265

8.7	长期产量选择	270
8.8	行业的长期供给曲线	275
第9章	竞争性市场分析	286
9.1	政府政策的损益评价——消费者剩余和生产者剩余	286
9.2	竞争性市场的效率	292
9.3	最低价格	295
9.4	价格支持和生产配额	299
9.5	进口配额与关税	305
9.6	征税或补贴的影响	309
第3篇	市场结构和竞争策略	321
第10章	市场势力：垄断与买方垄断	323
10.1	垄断	324
10.2	垄断势力	334
10.3	垄断势力的来源	338
10.4	垄断势力的社会成本	340
10.5	买方垄断	345
10.6	买方垄断势力	348
10.7	限制市场势力：反托拉斯法	351
第11章	有市场势力的定价	362
11.1	攫取消费者剩余	363
11.2	价格歧视	364
11.3	跨期价格歧视和高峰负荷定价	373
11.4	两部收费制	376
*11.5	捆绑销售	382
*11.6	广告	391
第11章附录	联合厂商的内部转移定价	402
第12章	垄断竞争和寡头垄断	411
12.1	垄断竞争	412
12.2	寡头垄断	416
12.3	价格竞争	423
12.4	竞争和共谋：囚徒困境	428
12.5	囚徒困境对寡头定价的意义	431
12.6	卡特尔	435
第13章	博弈论和竞争策略	446
13.1	博弈和策略性决策	446
13.2	占优策略	449
13.3	纳什均衡回顾	450

13.4	重复博弈	456
13.5	序贯博弈	460
13.6	威胁、承诺和可信性	463
13.7	对进入的阻止	468
* 13.8	拍卖	473
第 14 章	投入要素市场	486
14.1	竞争性要素市场	486
14.2	竞争性要素市场的均衡	498
14.3	买方垄断势力的要素市场	501
14.4	有垄断势力时的要素市场	506
第 15 章	投资、时间及资本市场	514
15.1	存量与流量	515
15.2	贴现值	516
15.3	债券的价值	519
15.4	资本投资决策的净现值标准	522
15.5	对风险的调整	526
15.6	消费者的投资决策	529
15.7	人力资本投资	531
* 15.8	跨时的生产决策——可耗竭资源	534
15.9	利率是如何决定的	538
第 4 篇	信息、市场失灵以及政府的角色	545
第 16 章	一般均衡与经济效率	547
16.1	一般均衡分析	547
16.2	交换的效率	551
16.3	公平和效率	558
16.4	生产的效率	561
16.5	自由贸易的利益	566
16.6	总结——竞争性市场的效率	570
16.7	市场为什么会失灵	571
第 17 章	信息不对称市场	577
17.1	质量不确定性和“柠檬”市场	578
17.2	市场信号传递	582
17.3	道德风险	587
17.4	委托—代理问题	589
* 17.5	一体化企业内的管理激励	594
17.6	劳动市场的不对称信息：效率工资理论	597

第 18 章 外部性与公共品	603
18.1 外部性	603
18.2 纠正市场失灵的办法	608
18.3 存量外部性	619
18.4 外部性和产权	623
18.5 公共资源	627
18.6 公共品	629
18.7 对公共品的私人偏好	633
附录 回归分析基础知识	640
词汇表	647
部分练习题答案	658
译后记	673