



北京高等教育精品教材

BEIJING GAODENG JIAOYU JINGPIN JIAOCAI

21世纪清华MBA精品教材

清华大学精品课教材

管理经济学

(第四版) 简明版

◀ 陈章武 编著 ▶

MBA

Managerial Economics



清华大学出版社





北京高等教育精品教材
BEIJING GAODENG JIAOYU JINGPIN JIAOCAI

21世纪清华MBA精品教材
清华大学精品课教材

管理经济学

(第四版) 简明版

陈章武 编著

Managerial Economics

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书是《管理经济学》(第四版)的简明版本,简化了高等数学的内容,以便那些没有一定高等数学基础的读者和本科层次学生都比较容易使用。

本书试图以企业承担社会经济责任为目标,以追求利润为手段展开讨论。保持在微观经济学理论框架基本完整性的前提下,侧重研究企业经营管理决策所依据的经济学原理;保持经营管理决策科学的严谨性,开始注意决策的艺术性;注重实证研究的同时,也注重规范研究;注意定性研究和定量研究相结合;注意市场经济一般理论和国情相结合,全部采用中国案例。为了帮助读者更好地理解 and 消化课程的基本概念,每章结束时都安排了相应的内容提要 and 复习题、练习题。

本书是为工商管理硕士(MBA)核心课程“管理经济学”编写,也同样适合作为工商管理类专业本科生“管理经济学”或者“微观经济学”课程的教材,也可以作为各种百战归来再读书的企业经营管理人员在职培训教材 and 有兴趣读者的自学参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

管理经济学:简明版/陈章武编著.—4版.—北京:清华大学出版社,2019

(21世纪清华MBA精品教材)

ISBN 978-7-302-51784-9

I. ①管… II. ①陈… III. ①管理经济学—研究生—教材 IV. ①C93-05

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第274379号

责任编辑:刘志彬

封面设计:汉风唐韵

责任校对:王荣静

责任印制:董瑾

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印装者:三河市君旺印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:21.75 插 页:1 字 数:499千字

版 次:1996年2月第1版 2019年1月第4版 印 次:2019年1月第1次印刷

定 价:46.00元

产品编号:080179-01

管 理

经 济 学

第四版序

PREFACE

早在 1996 年,我国在刚刚确立经济改革的目标是建立社会主义市场经济体制时,笔者初次推出《管理经济学》,作为当时 MBA 学位课程教材。《管理经济学》(第一版)基本是“照着讲”:照着发达国家已有成熟体系的“Microeconomics”来讲,照着为阐明企业经营决策的经济学基本原理而设置的“Managerial Economics”来讲。

2010 年,笔者编著了《管理经济学》(第二版),其初心是将“Economics”原意为“算计”,向“经纶天下济世救人”的经世济民学转化;将“Managerial Economics”原意为“企业盈利学”,向企业应当承担社会经济责任的“管理经济学”转化,且全部采用了中国案例。

2014 年,笔者的《管理经济学》(第三版)出版。试图努力探讨以下问题:市场怎样决定资源配置?市场决定的资源配置是优化配置吗?市场决定的资源配置是社会公平正义的优化配置吗?社会公平正义要求的资源优化配置是怎样决定的呢?

2017 年,中国共产党第十九次全国代表大会召开,中国特色社会主义进入新时代。笔者于 2018 年年初推出《管理经济学》(第四版),尝试将经济学的基本假设,从“经济人”假设向“社会人”假设过渡。

为此,改动的主要地方有:第九章在开始讨论博弈论时,简要介绍了“经济人”“理性经济人”“社会人”经济学理论基本假设的发展过程,旨在突出人的本质在其现实性上,是一切社会关系的总和。人不能只考虑“个人利益最大化”,还要考虑“公共利益最大化”;不能只迷恋于自身的感受,还要注意他人的感受,要注意自己的行动会如何影响他人的体验,即从本质上来讲,人不能只有“自利”的一面,还应当要有“利

他”的一面。之所以将第九章的改动首先提出来,是因为笔者认为,“社会人”假设更加贴近真实。博弈只应当也只能是在合作基础上的竞争,在共赢前提下的自利,合作才能走向共赢。

第一章在讨论企业应当崇尚社会责任时,增加了在社会经济发展水平的不同阶段,企业的社会责任四个层次间的关系也是在不断地发生变化。经济责任是企业社会责任中的基础性责任。当社会逐渐摆脱贫困、实现全面小康时,企业社会责任中不同层次的责任划分为:经济责任是本职,法律责任是本分,伦理责任是道德,慈善责任是境界,彼此不是替代关系,而是权重要发生变化,高层次的社会责任要逐渐起到引领作用。

第四章在讨论企业可持续发展时,增加了恩格斯在《自然辩证法》中对我们的一再告诫:“我们不要过分陶醉于我们对自然界的胜利。对于每一次这样的胜利,自然界都报复了我们。”地球能满足人类对美好生活的需要,但不能满足人类对贪婪的需要。人类必须要尊重自然、顺应自然、保护自然,因此增加了“绿水青山就是金山银山”理念的讨论。

第六章中增加了市场对资源的配置起决定性作用和更好发挥政府作用并不对立的讨论。资源的有效配置既需要“看不见的手”,也需要“看不见的法网”。“看不见的手”是指利益引导;法网恢恢,疏而不漏,“看不见的法网”则是指制度约束。

第十一章中增加了劳动工资是由政府、工会、企业三者共同参与、协商的协调机制。市场对资源配置起着决定性作用,工会与企业、劳资双方从供求的角度进行协商;为更好地发挥政府作用,政府从全体人民的长远根本利益进行了引导协商。三者的共同协商,实现了在经济增长的同时,居民收入也获得了同步增长,在劳动生产率提高的同时,劳动报酬也获得了同步提高。

第十二章改动的内容更多一点。增加了市场在资源配置中起决定性作用和更好发挥政府作用的讨论。政府不仅对市场竞争有管理作用,同时对市场效率也有救护作用,政府与市场只有相辅相成,相得益彰,才能达到资源的优化配置,并逐步达到社会公平正义要求下的优化配置;而且,政府对市场发展有引领作用,对市场使命有担当作用,这更能体现出新时代中国特色社会主义的优越性,进而也对政府和执行政府政策的政府官员提出了更高的政治素质和业务素质要求。

类似的改动还散见于本书各个章节。本书试图在“社会人”假设的前提下,阐述让市场对资源配置起决定性作用和更好发挥政府作用的有机结合,进而实现社会资源准确地配置和社会财富公平正义地分配。笔者深知,由于这里涉及经济理论的基本假设,仅凭一己之力、一时之力,是无法完全达到目的的。但如果能抛砖引玉,引起读者的一点兴趣和一些讨论,就十分欣慰了。

本次改版,在书中有关的社会经济数据可得的情况下,都作了及时的更新,对所引专栏进行了全面梳理,完全重写和新增了11个专栏,并且对其他专栏的相关数据和内容也都进行了更新。

为了丰富教学内容和提高教学效率,并帮助读者检查学习效果,本书配备了互联网的内容:在每章复习题后增加了自我检测题及答案,读者可以采用微信扫描的方式自行获取,自我检测题都是选择题,其数量根据本章内容的多少,从一二十题到三四十题不等,读者可以快速解答,再用微信扫描二维码自行获取相应答案,以检查本章基本概念的掌握程

度；每章结尾的练习题，主要用于检查读者对本章基本概念灵活应用的程度，对于序号为奇数的选择题和计算题，同样提供了答案，需要读者用微信扫描二维码来获取；对序号为偶数的选择题和计算题却没有提供答案，目的是让课程教师便于布置作业；全书的最后，笔者还提供了一套《管理经济学》全真试题及答案，读者同样可以自行用微信扫描二维码进行获取，建议读者在学完全部课程并认真复习后再使用。

本书最重要的目的是帮助读者掌握经济学原理的一些基本概念和决策思维方法，提高读者在企业日常经营管理中的决策能力。为了能使数学基础相对薄弱的读者同样能顺利阅读，和《管理经济学》(第三版)出版时一样，《管理经济学》(第四版)也同时出版了简明版。简明版在保持经济学基本概念清晰的前提下，尽量采用文字叙述，将较为复杂的数学模型、曲线及推导、演绎删除；保留每章的提要和复习题，略去了练习题，同时每章增加了关键词和术语。这样一来，第四版也有两个版本可提供读者自由选择，既适合作为工商管理硕士(MBA)的核心课程“管理经济学”的教材来使用，也适合作为各种百战归来再读书的企业经营管理人员在职培训的教材；结合由笔者编著的清华大学出版社2011年出版的《管理经济学学习指导用书》，也可供读者自学，指导用书的资料同样可用微信扫描出版社来获取。

《管理经济学》(第四版)的修订是在笔者退休数年以后完成的，因为笔者不仅仍继续承担一些企业高层管理人员在职培训的教学，而且还在几所大学为EMBA讲授管理经济学，活跃的课堂交流和讨论，大大地丰富了《管理经济学》(第四版)的内容，同时也促使笔者努力与时俱进，在此笔者要对课堂上的学生们一并表示感谢。同时还要感谢清华大学出版社责任编辑刘志彬先生，他为《管理经济学》(第四版)的出版提出了大量建设性的意见，没有他的鼓励和督促，《管理经济学》(第四版)是不会顺利地提交到大家面前的。

笔者同样决定将《管理经济学》(第四版)的全部版税捐给甘肃兴华青少年助学基金会，为帮助贫困山区的寒门学子能完成高中阶段的学业尽一点绵薄之力。

陈章武

2018年春节于清华大学经济管理学院舜德楼

前言

FOREWORD

《管理经济学》(第一版)自1996年出版以来,已重印20多次,累计印数也早已超过10万册。但目前来看,教材的内容和结构都已经很不适应我国经济的发展和教学的需要,因此迫切需要对其进行一次全面的修订。

《管理经济学》(第一版)的编著是出于时代的客观需要。写作资料主要准备于1994年、1995年。那时,我国建立社会主义市场经济体制的目标刚刚确立;同时,我国借鉴世界上许多发达国家培养企业高层次管理人才的经验,引入工商管理硕士(MBA)学位也不过只有短短的几年时间。《管理经济学》(第一版)的编著主要是“照着讲”:照着在发达国家已有成熟体系的微观经济学讲;照着为阐明企业经营管理决策的经济学原理而设置的管理经济学讲。虽也力求以马克思主义经济理论为指导,努力结合中国企业经营的实情,但无论是个人能力和知识,还是我国社会主义市场经济实际运行的情况,都决定了那种结合是十分肤浅的。

14年过去了,我国社会主义市场经济的运行已经积累了丰富的经验,在政府宏观调控下,市场机制对资源配置的基础性作用日益显现。现代企业制度的改革也在不断深化,开始形成了以公有制为主体、多种所有制共同发展的基本经济制度,企业日益成为拥有完善的法人治理结构的企业。基于此,为企业经营决策管理服务的管理经济学也需要从当初的“照着讲”,开始考虑向“接着讲”进行转变。

中国工程院院士、工程院工程管理学部副主任郭重庆教授提出:“中国管理学的发展思路很像冯友兰先生对中国哲学发展思路的表述:

中国哲学应从‘照着讲’转到‘接着讲’。中国管理学不也是从对外来管理文化‘照着讲’的阶段,走向‘接着讲’的阶段。”并援引类似北京大学汤一介先生关于中国哲学“接着讲”的路径,提出中国的管理学应当“接着中国传统文化讲;接着西方管理学讲;接着中国近现代管理实践讲”。

中国引入经济学要比管理学有着更长的历史。最早是近代著名学者严复,将西方经济学的圣经——亚当·斯密的《国富论》译作《原富》引入我国,而将“Economics”译为“计学”。他在给梁启超先生的一封信里还特别说明:“计学之名,乃从‘Economics’字祖义著想……又见中国古有计相计偕,以及通行之国计、家计、生计诸名词。窃以谓欲立一名,其深阔与原名相副者,舍计莫从。”^①最初日本人将“Economics”译作经济学,取义是“经世济民”的学问,后来该词基本都被改译为“产经”,即产业经营。无论是“计学”还是“产经”,其深阔都与原名相符。而“Economics”一词经由孙中山先生推荐后,在中国一直被译作“经济学”,这就说明了中国学者对“Economics”的期待很高,期盼着“Economics”能经邦济世;期盼着“Economics”能经纶天下、济世救人,能用来管理好国家,造福于人民,而不是只为一部分人、一个利益集团而“算计”;期盼着将“Economics”与中国的文化相结合,与中国的国情相结合,使之能成为一门经世济民的学问。

那么,将“Managerial Economics”译为“企业赢利学”是其深阔与原名相符。而众多的“Managerial Economics”方面的教科书,也确实是围绕着企业利润最大化为目标来展开的。而一旦被称作“管理经济学”,就不应单纯围绕企业利润最大化来展开,而应当围绕企业的社会经济责任来展开。

企业作为社会经济活动中的一个独立实体,追求利润无可厚非。如果一个企业没有利润,就没有能力承担自己的社会经济责任,而追求利润是更好地承担社会责任的手段,也是企业运行的目标。这次修订,再版《管理经济学》,就是试图以企业追求利润为手段,以担当社会经济责任为目标展开讨论,作为管理经济学“接着讲”的一个初步尝试。

尝试处理好“管理经济学”与“Managerial Economics”的关系。大量的“Managerial Economics”是以企业赢利为目标来展开讨论的,管理经济学则仍以企业赢利为主线展开,赢利是企业运行的目标,但并不是仅考虑股东和投资者的利益,而是要考虑所有相关者的利益,乃至整个社会福利的企业社会经济责任。其主线虽仍是企业赢利,不赢利就不能有效地承担社会经济责任,但强调赢利的目的变了。

尝试处理好“管理经济学”和“微观经济学”的关系。管理经济学是在微观经济学的基础上发展起来的应用经济学,注重为企业经营者提供经济分析工具。在《管理经济学》(第一版)中,考虑到当时大多数读者并没有机会系统地学习微观经济学,因此大体上保留了微观经济学理论的完整性,注意突出与企业分析决策相关的经济学原理。而今,微观经济学,特别是初级微观经济学已经有了相当程度的普及,因此,《管理经济学》(第二版)在微观经济学系统构架的基础上,更加注重企业的分析决策工具的应用。例如,消费者的效用函数、企业的生产函数,在企业经营决策时很少用到,因此就应该基本不讲,或尽量少讲。而要素市场中的资本市场的相关内容,考虑到 MBA 课程体系中有专门课程讲授,因此

^① 王弼主编,《严复集》(第三册书信),摘自 1902 年《新民丛报》第七期。

也没有将其包含在本教材中。要素市场中的土地市场的相关内容,因其涉及面较小,因此也没有将其包含在本教材中。而政府对企业的管制政策,本教材则作了比较详细的讨论。之所以保留了微观经济学的基本构架,是为了让没有学习过初级微观经济学的读者也能对微观经济学有一个基本的了解。

尝试处理好定量分析和定性分析的结合。为了企业决策的实用性,在理解基本概念的基础上,本书尽量充分引入定量分析的工具,并最大限度地避免数学推导的烦琐性,将部分稍为复杂的数学推导放在各章的附录中,供对此有兴趣的读者学习。为了加强对定性分析的理解和切身感受,本书将对需求函数的估计和预测独立作为第三章,侧重对估计和预测方法的介绍和应用,以缩短读者与经济模型和现实经济现象之间的距离,从而避免估计预测方法的数学推导。在整个课程中,突出了弹性的应用,特别是突出弹性在企业经营决策中的应用。而弹性是定量分析和定性分析很好的结合点。

尝试处理好经济学一般理论与中国企业实情之间的关系。在注意到中国社会主义市场经济理论探讨的领先性、企业改革的渐进性的基础、市场经济对资源配置的一般性特点以及企业作为独立法人的基本特征的同时,又注意到政府的宏观调控,同时也充分注意到我国经济是以公有制为主体、国有经济为主导的国情。因此在教材的编写过程中,应用了大量与中国国情密切相关的实例,并将其作为专栏分布在各个章节,全书共44个专栏。书中的例子和采用的数据也都与中国的社会经济现象直接相关。当然,在教学过程中,还应注意结合当时的热点问题展开讨论。

本书中将第一次出现的关键词、术语均用黑体字印出。为了帮助读者更好地理解 and 消化课程的基本知识,每章结束时都安排了内容摘要和复习题,复习题近200道。复习题中通常都没有所谓的标准答案,主要用来帮助读者系统回顾和检查各章学习的主要概念和知识。一般来说,读者学习主要采取两种方式:一是被动学习;二是主动学习。听老师讲课和自己读书基本上都属于被动学习,被动学习是必要的,可以较快地获取知识。但还要进行主动学习,主动学习就是用获取的知识自己来思考和解决问题。在各章后面还安排了150多道练习题,包括选择题88道和计算题69道。这些练习题用来帮助读者主动学习,尝试用被动学习获取的知识来思考和解决问题,以更好地提高解决实际问题的能力。被动学习是为主动学习而服务的,随后我们还将出版相应的教师用教学指导书,教师用教学指导书可由从事管理经济学教学的教师直接向清华大学出版社免费索取。另行编著密切配合学生学习用的指导书,将公开出版发行。在教师用教学指导书中提供了全部练习题的答案,而在学生用学习指导书中则只提供部分练习题的答案。

虽然本书是为工商管理硕士(MBA)的核心课程“管理经济学”编写的,但也完全适合工商管理类专业本科生学习,它是微观经济学最好的替代教材。目前国内也有许多学者主张:在工商管理类专业本科生的核心课程中,安排学习管理经济学比学习微观经济学更恰当。同时,本书也可作为各种百战归来再读书的企业经营管理人员在职培训教材,以及自学参考书。

清华大学经济管理学院自1991年以来,开设管理经济学已经有近20年的时间。先后有黎诣远教授、宁向东教授、平新乔教授、杨之曙教授、李明志副教授、曹静助教授等参加了管理经济学的教学工作。我们经常在一起讨论管理经济学的教学内容,研究教学方

法,改进教学手段,这对我完成本教材的编著有着十分重要的帮助。同时,我还先后7次参加了由MBA教育指导委员会组织的全国高等院校管理经济学教学研讨交流会,兄弟院校老师的教学经验也给了我很大的启示,在此一并表示感谢。

在过去的近20年时间里,我一直从事MBA管理经济学的教学,直接教授的学生已经有3000人左右。同时,管理经济学还是清华大学经济管理学院高级培训中心对企业在岗人员培训的核心课程,我直接参与教学的已有近百个班次,其中有7000多位在企业中高层管理人员参加学习。此外,管理经济学课程教学还推广到清华大学继续教育学院的远程教学,先后有4300多人通过远程教学学习了管理经济学。这些学生中,绝大多数都有着丰富的企业经营管理经验,他们不断地对我的教学内容及方法做出讨论、提出质疑,为我这次再版《管理经济学》,提供了极为丰富的养分,在此也一并表示感谢。

这里,我还要感谢一个人,那就是清华大学出版社的刘志彬编辑。他不断地向我反馈广大读者对我第一版《管理经济学》的批评与建议,同时,还一次又一次地催促我尽快修订再版,而我却一次又一次地找借口推辞。2009年5月,在我刚刚离开学院管理岗位几天后,他再次来到我的办公室,商谈《管理经济学》再版事宜。这次我无法推脱,只得应承下来,这样才有了半年多后《管理经济学》的修订稿。

《管理经济学》的修订,尽管得到了众多人的关心和指点,也几乎倾注了自己半生教学的心血,但对经济学领域来讲,我仍是一个半路改行者,水平有限,书中也存在许多不足之处,我将继续期待着广大读者的批评指正。

陈章武

2010年2月于清华大学经济管理学院舜德楼

目 录

CONTENTS

第四版序	I
前言	V
第一章 绪论	1
第一节 管理经济学与经济学理论	1
第二节 企业与企业运行目标	6
第三节 社会主义市场经济体制	13
本章提要	23
关键词和术语	23
复习题	25
第二章 需求与需求函数分析	26
第一节 需求函数	26
第二节 需求弹性分析	35
第三节 需求弹性在管理决策中的应用	44
本章提要	50
关键词和术语	51
复习题	52
第三章 需求函数的估计和预测	53
第一节 需求函数估计回归分析法	53
第二节 需求函数估计的直接调查法	55

第三节 需求的预测	57
本章提要	60
关键词和术语	61
复习题	61
第四章 生产函数分析	63
第一节 企业生产	63
第二节 一种可变投入生产函数	66
第三节 两种可变投入生产函数	73
第四节 实用生产函数与技术进步	84
本章提要	89
关键词和术语	90
复习题	91
第五章 成本函数分析	93
第一节 经济成本	93
第二节 短期成本函数	98
第三节 长期成本函数	102
第四节 动态成本函数和学习效应	104
第五节 成本函数弹性分析	108
第六节 成本函数的估计	110
本章提要	115
关键词和术语	116
复习题	117
第六章 完全竞争市场企业经营决策分析	118
第一节 市场竞争与结构	118
第二节 完全竞争市场上的短期经营决策	121
第三节 完全竞争市场上的长期经营决策	127
第四节 竞争市场分析	131
本章提要	150
关键词和术语	150
复习题	152
第七章 完全垄断市场的企业经营决策分析	154
第一节 垄断市场的条件和成因	154
第二节 垄断市场上的企业经营决策	157
第三节 垄断市场分析	161

第四节	买方垄断企业的决策分析·····	166
第五节	价格管制和反垄断法·····	169
第六节	垄断力的定价·····	172
	本章提要·····	181
	关键词和术语·····	182
	复习题·····	183
第八章	垄断竞争与寡头垄断市场企业经营决策分析·····	184
第一节	垄断竞争市场的企业经营决策·····	184
第二节	价格竞争与非价格竞争·····	189
第三节	寡头垄断市场的企业经营决策·····	196
第四节	寡头垄断企业的策略行为·····	199
第五节	定价实践·····	208
	本章提要·····	216
	关键词和术语·····	217
	复习题·····	219
第九章	博弈论与企业竞争策略·····	220
第一节	社会人假定与经济博弈分类·····	220
第二节	三种基本博弈策略·····	224
第三节	一次性同时博弈·····	234
第四节	重复博弈·····	238
第五节	次序博弈·····	242
第六节	威胁、承诺的策略性博弈·····	245
第七节	拍卖中的博弈策略·····	252
	本章提要·····	258
	关键词和术语·····	259
	复习题·····	261
第十章	要素市场与企业经营决策·····	262
第一节	要素市场的特征和边际分析·····	262
第二节	劳动力市场与企业经营决策·····	266
	本章提要·····	278
	关键词和术语·····	279
	复习题·····	280
第十一章	市场失灵与信息不对称·····	281
第一节	市场均衡与效率·····	281

001	第二节 市场信息不对称·····	287
001	本章提要·····	295
001	关键词和术语·····	295
001	复习题·····	296
	第十二章 外部性、公共品和政府宏观调控 ·····	297
	第一节 外部性·····	297
	第二节 公共品·····	302
	第三节 共有资源·····	307
	第四节 效率与公平·····	310
	第五节 政府宏观调控·····	317
	本章提要·····	326
	关键词和术语·····	326
	复习题·····	328
	参考文献 ·····	330

专栏 1-1	我国食糖市场价格的跌宕起伏	19
专栏 2-1	我国三大需求对 GDP 的拉动与增长贡献率	27
专栏 2-2	我国居民恩格尔系数对照	42
专栏 2-3	某汽车锻件市场及价格策略制定	46
专栏 2-4	备件的价格怎么啦?	49
专栏 3-1	中国人口年龄分布	58
专栏 4-1	马尔萨斯人口论与“人有多大胆,地有多大产”	70
专栏 4-2	高等教育的规模经济与范围经济	83
专栏 4-3	绿水青山就是金山银山	88
专栏 5-1	使用笔记本电脑的会计成本与经济成本	95
专栏 5-2	这样的合同签不签?	96
专栏 5-3	这样的合同怎样签?	97
专栏 5-4	核电站的学习效应	107
专栏 6-1	“猪贱伤农,肉贵伤民”都伤不起	133
专栏 6-2	无偿献血的昨天和今天	140
专栏 6-3	中国稀土出口为什么没有定价权?	145

专栏 6-4	替代国价格计算反倾销必须停止	146
专栏 6-5	这样的项目政府支持不支持?	149
专栏 7-1	五矿有色的定价话语权	156
专栏 7-2	全民医保医疗改革	164
专栏 7-3	中国电网改革将向何处去?	168
专栏 7-4	反垄断的最大罚单	172
专栏 7-5	移动通信的套餐	179
专栏 7-6	苹果公司跨国避税“三明治”	180
专栏 8-1	从中国制造向中国创造迈进的格兰仕	190
专栏 8-2	同方威视让世界更安全	192
专栏 8-3	差异化赢回市场	192
专栏 8-4	“成也萧何,败也萧何”秦池酒厂的跌宕起伏	194
专栏 8-5	OPEC 是卡特尔组织吗?	204
专栏 8-6	不得相互串通操纵市场	205
专栏 9-1	“人家的孩子”——家长的苦恼	227
专栏 9-2	片酬兮片愁	230
专栏 9-3	小米和格力的“赌局”	242
专栏 9-4	人类历史上的一次核战争边缘	249
专栏 9-5	汽车牌照拍卖	257
专栏 10-1	切实保障被派遣劳动者合法权益	273
专栏 10-2	“就业难”陪伴“招工难”	277
专栏 11-1	“蒜你狠”“蒜你惨”生生不息	286
专栏 11-2	“三聚氰胺”永远铭记的教训	291
专栏 12-1	环保督察全覆盖	302
专栏 12-2	塞北塞罕坝——功在当代,利在千秋	306
专栏 12-3	“长江三鲜”们的命运	308
专栏 12-4	企业高管年薪 1 元高尚吗?	323
专栏 12-5	仁爱无言 大爱无疆	325

第一节 管理经济学与经济学理论

一、管理经济学内涵

管理经济学是经济学应用领域的重要分支,它作为工商管理硕士(MBA)的核心课程,主要为立志成为企业经营者和决策者的读者提供一个有效的决策分析工具。通过对经济学基本原理的学习,提高分析和批判思维的能力,用经济学的分析方法来观察、思考和实施企业的经营决策。在客观条件约束下,通过将有限资源的有效配置,从而实现企业经营的目标。

一个企业的经营者日常将面临大量的决策任务,如何在经营决策中尽量不犯或少犯错误,从根本上决定了企业的经营目标能否实现。要想成为一个比较成熟的企业经营决策者、职业经理人,就应当具备两个基本条件。中国的文字非常巧妙,企业的经营决策者有一个共同的称谓,即“经理”。这喻示着一个合格的职业经理人应当具备两个基本条件。一是要有“经”验,而经验的积累要靠悟性。“它是一个人学养、智慧、感觉、实践的综合体,是一种人本精神。”“它是一种善于对事物进行由表及里、由实及虚的融会贯通的思考和认识的能力,也是不断地对自身实践进行总结和升华的结果,是自己的思维由具体到抽象的过程。说透了,这是一个人的综合素质,特别是思想素质的反映。悟性需要长期的实践和积累,只有从实践中去感悟,从积累中去融通。”^①悟性只有从实践中去感悟,从积累中去融通,很难用课堂传授的方法来得到。但仅有悟性还不行,单靠悟性就是指凭感觉决策、凭经验决策。仅凭感觉决策、凭经验决策难免会犯错误。在企业的职务越重要,犯错误造成的损失就越大,有人称为交“学费”。这样的“学费”一点都不交是不可能的,但想要少交一点还是有可能的。这就需要职业经理人具备另一个基本条件,那就是要有一定的理性,有理性的思维。理性的思维意味着科学性,通过符合逻辑的推理即得出结论、意见,作出决策。其特点是具有概括性和间接性。理性的思维是可以通过课堂学习的方式来训练、书本学习的方法来提高了。对于职业经理人而言,这个“理”最重要的是要了解社会主义市场经济运作应当遵循的基本原理,它通常是前人积累的经验 and 总结,且在实践中被证明了的具有共同性的客观规律性。通过学习,可以尽量避免犯前人类似的错误,减少不必要的损失。决策者只有实现了悟性和理性的结合,才可能成为一个成熟的职业经理人。

^①范敬宜:“来自实践的悟性”,见姬振海.结合.北京:城市出版社,2002.