



BUKEBUZHI DE JINGJIXUE CHANGSHI
JINGJIXUE DE BA GE LIAOTIANSHI

不可不知的经济学常识

经济学的8个聊天室

郭小东 主编

SPM

南方出版传媒
广东经济出版社



BUKEBUZHI DE JINGJIXUE CHANGSHI
JINGJIXUE DE BA GE LIAOTIANSHI

不可不知的经济学常识

经济学的

8个聊天室

郭小东 主编

SPM

南方出版传媒

广东经济出版社

· 广州 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

不可不知的经济学常识：经济学的 8 个聊天室 / 郭小东主编. —广州：广东经济出版社，2015. 7

ISBN 978 - 7 - 5454 - 3796 - 6

I. ①不… II. ①郭… III. ①经济学 - 通俗读物 IV. ①F0 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 305664 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11 ~ 12 楼)
经销	全国新华书店
印刷	茂名市永达印刷有限公司 (茂名市计星路 144 号)
开本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
印张	17.5 1 插页
字数	410 000 字
版次	2015 年 7 月第 1 版
印次	2015 年 7 月第 1 次
书号	ISBN 978 - 7 - 5454 - 3796 - 6
定价	35.00 元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

发行部地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：(020) 38306055 37601950 邮政编码：510075

邮购地址：广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼

电话：(020) 37601980 营销网址：<http://www.gebook.com>

广东经济出版社新浪官方微博：<http://e.weibo.com/gebook>

广东经济出版社常年法律顾问：何剑桥律师

· 版权所有 翻印必究 ·

编 委 会

主编：郭小东

编委：罗 莉 郭歆星 刘达恩

龙 华 宋明岷 王晓刚

刘志鸿 徐 贵 张锦胜



聊天室欢迎词

——权当前言

朋友，您好！

欢迎来到本财经聊天室！

本聊天室以经济问题为讨论主题。“财经”与“经济”的意义实际上大致相仿。

经济与我们每个人都密切相关。我们时时都生活在一定的经济环境之中，天天都从事着一定的经济活动。说到经济，您可能会马上闪出一个念头：“经济”这东西我可是太熟悉了。大至国家当前的经济政策，小至邻家小孩今天的晚餐；上至太空探索，下至深海采矿；远至太平洋彼岸的纳斯达克指数，近至本人的发展大计。凡此种种，我无所不通，无所不晓。经济就这么回事，我懂。那么，如果冒昧地请教您一句：什么是经济？经济这个篮子里到底装着些什么东西？或许，您又会眉头一皱，顿时生出些“不识庐山真面目，只缘身在此山中”的感觉出来。

“经济”，按我们中文的原意，是指“经国济世”或“经世济民”，是我们的祖先，特别是古代知识分子按“修身齐家治国平天下”理念所要追求的崇高目标。说某人有“经济之才”，原来的意思是说这个人有抱负、富韬略、心怀报国为民之志、胸有兴国安邦之策。当然，今天的“经济”，其含义和古代相比，已大相径庭。今天，我们虽然可以从不同角度对“经济”作出不同的定义，但一般而言，**经济**是指由生产、分配、交换、消费活动所构成的总体。

出于理论和实践上的需要，经济又可按不同标准划分为许许多多不同的种类。例如，按照一般行业划分，经济可分为工业经济、农业经济、商业经济等；按照经济活动中交换所起作用的大小，经济可分为自然经济和商品经济等；按照经济活动决策机制的不同，经济可分为计划经济和市场经济；按照对外联系程度的不同，经济可分为开放经济和封闭经济；按照对象范围的大小，经济可分为微观经济和宏观经济；按照经济活动主体的不同，经济可分为公共部门经济和私人部门经济；按照竞争程度的不同，经济可分为完全竞争经济、不完全竞争经济和垄断经济；按照所有权归属的不同，经济可分为公有经济和私有经济；按照所处周期阶段的不同，经济可分为繁荣期经济、收缩期经济、上升期经济和萧条期经济；按照社会性质不同，我们也把经济分为社会主义经济和资本主义经济等不同社会形态下的经济，等等。

就像探究各种语言现象要靠语言学，分析各种数量关系要靠数学一样，我们分析把握各种经济现象靠的是经济学。那么，什么是经济学？首先，我们可以说，经济学就是一门以经济为研究对象的学科。当然，这种解释未免表面化了一些，应该有个更深入的说明。可以说，长期以来，人们对经济学到底要研究的是什么，在认识上是经历了一个明显的变

化过程的。例如，18世纪时英国的经济学大师、古典经济学的建立者亚当·斯密认为，**经济学**是一门研究国民财富的性质和增长的学科。生活于18世纪后期和19世纪前期的法国著名经济学家、当时被称为“科学王子”的萨伊又认为，经济学应该是一门分析财富如何生产、分配和消费的科学。生活于19世纪后半期和20世纪初的英国著名经济学家、因博采众家之学而把经济学推向一个新的高度的马歇尔则认为，经济学就是一门说明人类一般生活事务的学问。今天，随着认识的不断发展，人们对经济学内涵的认识已进一步深化。如果要一言以蔽之的话，那么，人们已普遍认为，**经济学**是一门关于如何合理配置稀缺性资源的学科。相对于人类无穷无尽、不断发展的需求来说，我们能够用于满足这些需求的绝大多数资源显然是稀缺的。自然资源中的水资源应该是一种相对丰富的资源了吧，但是，农业灌溉用水紧张、工业用水紧张、城市生活用水紧张已经是司空见惯的现象。更何况，当我们大片大片的沙漠需要开发时，我们首先感觉稀缺的是什么？水！那么，对我们这个拥有十亿人口的泱泱大国，我们的人力资源具有稀缺性吗？一样有。我们人力资源的结构性稀缺太明显了。我们太需要各种各样的杰出的科学技术人才了。正是这种无时不在、无处不在的稀缺性，迫使我们必须认真考虑如何更充分地利用各种有限的资源，在稀缺性资源的安排配置上作出合理的选择。这正是经济学所要解决的问题。

具体说，面对稀缺性资源合理利用的选择问题，经济学要回答好如下四个问题：①生产什么。也就是说，一段木材，是用来生产书刊、书桌为教育事业服务，还是用来生产乒乓球台为体育事业发挥作用。②如何生产。即为做成一张书桌，是用手工方式进行制作，还是用机械化方式完成。③为谁生产。即这张乒乓球台最后被谁消费，是进了投资者的家，还是进了工人俱乐部等此类问题。④如何决定。即对以上几个问题，靠什么办法来回答。例如，可以靠政府的行政决策来定夺，也可以让市场机制来支配，还可以通过政府和市场都发挥一定作用来共同决定。我们只要稍微品味一下就可知道，这几个问题实际上也就是和生产、分配、消费活动有关的问题。

和经济学要回答好有关选择的几个问题一样，处于经济生活中的每一个经济活动主体（政府、企业、家庭、个人等）也要不断地作出选择。政府今年的一笔资金是用来铺一条高速公路还是建一座污水处理站？某家工厂这个季度是扩大生产还是减少产量？您家这个月的收入是打算全部花完还是储蓄一部分？您将乐意于从事哪种职业？这些，都体现了经济活动主体的选择。这些选择既构成了经济活动主体的思考、判断，也会最终变成经济活动主体的行为，体现在形形色色的经济活动上。

也许您接着会问，千千万万、各种各样的经济活动主体，大家目标不同、爱好不同、所能支配的资源不同，这将会使经济活动主体们作出千差万别的选择，那经济活动岂不会是一团“剪不断、理还乱”的乱麻？让我们看看情况是否如此。

以您身边的生活例子为证。当您观察您和某个熟人的选择表现时，情况确会像您开始时感觉的那样，说不清，理还乱。您会看到，你们两人爱好的差别实在太大了。从吃的到穿的，从日常用品到文体活动，你们两人的选择都截然不同。而且，你们的选择带有太多的偶然性和随意性。您前天花钱买了一本小说，可能完全是您一时冲动的结果。您的那位熟人昨天掏腰包请您在饭店饱吃一餐，可能完全是因为他（她）突然心血来潮所致。今晚，连您明天想吃什么早餐都还难说。那么，面对这类乱糟糟的选择，经济学能理出个头绪，对此进行有效的分析吗？能说哪一种选择是合理的，哪一种选择又是不合理的吗？更



何况，你们都觉得你们各自的选择是合理的、自然的。这讲得清楚吗？

确实，当您单看两个人时，情况可能真的难以用三言两语讲清。但是，当您把观察的范围不断放大，从您和您的某个熟人放大到全部熟人，再放大到您所能接触的全部的人，乃至进一步放大到全县、全市、全省所有的人，您的感觉就会不断改变。这时，因偶然因素和个体差异而造成的区别将会随着您面对范围的扩大而不断缩小。您会很自然地发现，原来，和您以及您的那位熟人行为方式相类似的人还有很多很多。您熟人的饮食习惯刚好和他（她）的老乡大李小陈相近。而您自己的衣着品味则恰恰和您同事中的老张小王他们相仿。也正是因为你们在日常生活中都能不断观察到这种现象，所以，您和您的那位熟人也就自然都会互相认为对方是很正常也很普通的人，而并不会因为互相间衣着品味的差异而把对方看成是“怪人”，更不会天天带着“和外星人同行”的心情走在一起。再回头看看您的书架。上面所堆的，实际上并非全部都是您一时冲动而买回来的书籍，大多数的书是按您明确的目的选购的。您的那位熟人也不会老是心血来潮请您下馆子。至于明天早上您会买什么早餐，一般也跑不出离家不远的那家小餐厅里准备的那几种食品的范围。这时，您就会发现，经济活动并不是乱糟糟的，经济活动主体的选择并不是杂乱无章的，这其中是有规律可循的。实际上，经济学已针对人们的生产、分配、交换、消费行为寻找出了不少的规律，并建立了相应的理论体系。通过认识这些规律，经济学不但可帮助您更好地认识今天的经济，而且还会建议您，在今后的选择中，如何才能做得更好、更合理。

现在，您有兴趣在我们的财经聊天室里转转吗？

竭诚欢迎您的光临！

主编

2010年3月



目 录

第一聊天室 置身市场

主题一 借问市场何处有	3
主题二 钱归何处	7
主题三 揭开需求的面纱	11
主题四 供给的背后	15
主题五 为什么丰产不丰收	19
主题六 价格：物以稀为贵	23
主题七 一家企业的成长	27
主题八 市场失灵	31

第二聊天室 金融与贸易

主题一 金融市场面面观	37
主题二 从古代钱庄到现代银行	40
主题三 风险应对话保险	44
主题四 钱也有价格吗	48
主题五 钱钱交易	52
主题六 商海泛舟话贸易	55
主题七 零售业百态	58
主题八 莫让合同变空文	62
主题九 为什么国际贸易会发生	66
主题十 跨出国门做生意	70

第三聊天室 为投资指点迷津

主题一 寻求理想的回报	75
主题二 缤纷的投资领域	79
主题三 股票 ABC	83

主题四	债券述要	87
主题五	空手套白狼	91
主题六	不要把鸡蛋放在一个篮子里	95
主题七	财务报表简介	99
主题八	解读财务报表	104
主题九	现金流量分析	108

第四聊天室 市场经济中的政府职能

主题一	认识政府	115
主题二	从“守夜人”到公共产品提供者	118
主题三	维护市场秩序的“裁判员”	121
主题四	公共产品的基本理论	124
主题五	政府提供的主要公共产品	127
主题六	调节收入与财富分配	130
主题七	政府与社会保障	134

第五聊天室 财政运行与税收

主题一	认识财政	141
主题二	财政收入与你	147
主题三	走近税收	152
主题四	税务机关护税的法律措施	157
主题五	纳税人的权利与义务	160
主题六	财政支出与你	162
主题七	为人民理好财	166

第六聊天室 经济周期与反周期

主题一	给经济量体温	173
主题二	潮起潮落看周期	181
主题三	谁在驾驭经济的马车	185
主题四	熨平经济波动的抓手	188
主题五	货币政策主要工具述略	192
主题六	财政政策工具览要	194



第七聊天室 经济发展趋势

主题一 经济增长和经济发展	199
主题二 迎接工业化的多重挑战	204
主题三 贸易自由化的趋势	210
主题四 经济全球化和一体化	217
主题五 赶乘知识经济的快车	224
主题六 追求可持续发展的经济发展	229
主题七 驶上信息高速公路	233

第八聊天室 在经济现象的背后

主题一 消费与预算约束	241
主题二 如何衡量消费者的偏好	243
主题三 消费者的选择与价格变动	245
主题四 经济学中的边际思想	247
主题五 收益	248
主题六 成本	249
主题七 企业的经营目标	250
主题八 规模经济、范围经济与企业经营	252
主题九 垄断	254
主题十 竞争市场上价格的决定	256
主题十一 博弈三要素	257
主题十二 博弈的类型与均衡	259
主题十三 如何衡量经济运行的效率	261
主题十四 市场经济是否有效率	263
主题十五 旧货市场与逆向选择	265
主题十六 保险市场与道德风险	266
主题十七 拍卖与招标	267

【正文】

第一聊天室

置身市场



【版主的话】

“市场”是经济生活中最基本的概念之一。我们每天都要与形形色色的市场打交道，这些市场有着共同的任务，那就是要在资源有限的条件下解决生产什么、如何生产和为谁生产的问题。

在市场上，买者决定了一种物品的需求，卖者决定了一种物品的供给。商品的价格、收入、相关物品的价格、预期和偏好等因素会对某种物品的需求产生影响。同样，商品价格、投入物品价格、技术和预期等因素也会对某种物品的供给产生影响。市场上的供给和需求共同决定了商品的均衡价格。供求关系决定商品价格的过程，同时又是价格调整需求和供给的过程。这种市场机制通常被称为调节经济运行的“看不见的手”。“看不见的手”可以使经济资源获得有效的配置，但是，它有时也会失效，甚至使经济走上错误的道路，出现市场失灵。外部性和垄断是导致市场失灵的重要原因。

作为消费者，需求方在市场中发挥着关键的导向作用。在市场中，我们常常要在一个目标与另一个目标之间有所取舍，我们总是希望用最少的花费满足自己最大的需要；同时我们注意到，在新增加的消费中获得的额外满足程度将会下降。

企业作为市场的主体，在市场中扮演着重要的角色。在历史发展的不同时期，先后出现了独资企业、合伙企业和公司企业等三种类型的企业，在目前，公司作为现代企业的形式而存在。



主题一 借问市场何处有



【讨论热点提示】

什么是市场？

你身边哪些市场是有形市场，哪些市场属于无形市场？

你身边哪些市场是竞争市场，哪些市场属于垄断市场？

提起市场，几乎每个家庭、每个人每天都要与它发生联系，小至衣食住行，大至入学就业，没有一样不需要通过市场来实现。市场与我们的关系如此紧密，然而，你对市场的了解有多少呢？这个问题看起来好像很简单，或许你会举出许多关于市场的例子，譬如，你家附近的农贸市场，又或者你平日常常光顾的超级市场。然而，接下来的交流将会告诉你，市场的奥妙远远不止这些。

有形市场

我们平常所见的市场，无论是农贸市场还是超级市场，虽然买卖的商品不一样，但是它们都有着各自固定的地点。不错，**市场**这个词的字面意义或者最初的含义，就是指买卖商品的地方。我们可以设想，沿着时空隧道，作一次回到过去的旅行，观看一下最初的交换活动是怎样进行的。首先，交换的一方将自己拿出来交换的东西放在一个空地上，然后在空地旁边隐藏起来，等待交换的另一方的到来。他要一直等到交换的另一方在空地上放上自己满意数量的物品，才出来拿走换来的物品，否则就不出来，以表示对这桩交易还不满意。不要小看了这种原始的交流，正是用这样的方法，伊图里森林中的姆布蒂人用肉换取了图班族人的香蕉，斯里兰卡的维达人用蜂蜜换取了迦罗人的铁器。

随着生产力的进步和社会分工的发展，交换的方式也在发生改变，零星的、偶然的交换变成了大量的、经常的交换。在人群聚居的地方，人们往往选择交通方便的地点定期集市，进行交换。渐渐地，这一地点就成为固定的交换场所，形成了市场的雏形。在我国，很早就有关于市场的记载，《易经》中描述的神农氏时代“日中为市，致天下之民，聚天下之货，交易而退，各得其所”，就是古代市场的典型写照。我们从中不难看到，由于受生产力发展水平的制约，人们提供交换的商品数量很有限，因而市场活动在时间上是间歇的，只是在“日中”进行；人们交换的目的还仅仅限于“各得其所”，即换取不同商品，满足生活的需要，所以交换活动主要是直接的物物交换。



随着社会经济的发展，商品交换的规模日益扩大，进入市场交换的物品种类也越来越多，不再限于满足人们生活需要的各种商品，还包括各类生产要素。同时，在人们的交换活动中逐步发展出了一些大家公认、易于被人接受的商品，如晒干的鳕鱼、贝壳，或某些贵金属，以这些商品作为交换的媒介。这些作为交换媒介的特殊商品，也就成为随后出现的货币的前身。据记载，唐朝时的长安城设立了东西两市，各有 220 行，而其后的宋朝洛阳城有 120 行 3000 余肆。这里所说的市与肆就已经是我们今天的集市与店铺了。到了今天，除了前面提到的农贸市场和超级市场以外，我们还可以举出许多市场的例子。例如大家都熟悉的上海证券交易所和深圳证券交易所，在那里交易的是各个上市公司的股票，还有每年春秋两季在广州举办的中国进出口商品交易会，在那里交易的是从玩具熊到成套机械等各种各样的进出口商品。

无形市场

前面我们提到的市场，都是有固定交易地点的，这些市场称为**有形市场**，与此相对应的，没有固定交易地点的市场叫做**无形市场**。让我们看一个例子：在广州有一个全国闻名的购书中心，当地人把它简称“书市”。毫无疑问，这是一个典型的有形市场，买者和卖者在固定的地点接触并且进行交易。除了这个购书中心，广州城还有大大小小过百甚至上千家的书店和书屋，所有的这些书店、书屋与购书中心一道组成了整个城市的图书市场。在这个庞大的市场上，书的买者并没有相聚在一起，他们在不同的地方向不同的卖者购买书籍。另一方面，书的卖者也一样。所以我们说整个城市的图书市场是无形的，因为它并不拥有一个固定的地点。虽然这个市场是无形的，但它确实存在，它由书的买者集体和书的卖者集体所组成，他们交易的对象是书。

另一些无形市场的出现和兴起要归功于现代通信技术的发展。在这些市场上，买卖双方的接触、交易指令的下达主要依靠邮政通信、电话传真以及互联网来完成。特别是随着计算机网络的推广，更使得无形市场大有挑战有形市场的趋势。作为消费者，我们在网上淘宝、买书、购票，通过网络参加旅游团；作为供应者，我们在网上发布商品的信息，达成企业间的大宗交易。这种方式已成为买卖双方并行的重要交易方式。

既然市场已经不是一个空间地点的概念，那么市场是什么呢？我们发现，无论是古代的市场还是今天的市场，无论是有形市场还是无形市场，它们都离不开三个最基本的元素，那就是：买者、卖者和交换物。因此我们可以说，市场就是某种物品或劳务的一群买者与卖者。其中，买者作为一个群体决定了一种物品的需求，而卖者作为一个群体决定了一种物品的供给，只有买者或只有卖者都不能成为市场。举例来说，我们每个人每时每刻都在吸入氧气，呼出二氧化碳，大家都是二氧化碳的提供者，但是没有谁需要这些二氧化碳（当然，植物的光合作用是需要的，但是它们不在我们的讨论之列），所以就不会有这类二氧化碳的市场了。再举一个例子，一直以来人类都想找到长生不老的秘方，即使无法办到，也希望尽可能地延长寿命。因而人们对于时间有着强烈的需求，遗憾的是没有时间的提供者，因此也就不存在时间的市场了。



竞争市场和垄断市场

我们会发现,市场除了可以划分为有形市场和无形市场以外,根据不同的划分标准,还可以有其他的分类方式。例如,按照交易对象的不同,可以分成商品市场和生产要素市场。在商品市场上交易的主要是消费品,而在生产要素市场上交易的主要是供企业生产所用的生产要素。又如,按照区域的大小,市场可以分成地区市场、国内市场和国际市场。再如,按照交易交割的时间不同,市场可以分成现货市场和期货市场。在现货市场上,交易在现时发生;而在期货市场上,买卖双方约定在未来某个时间以某个价格对某物进行交易。虽然对市场有各种各样的划分,但在讨论特定的问题时,我们往往只是关注市场某种特定的分类。比如,对于研究市场结构的经济学家而言,市场分成两类:一类是竞争市场,另一类是垄断市场。

举例来说,广州这个城市的报纸市场就是一个**竞争市场**。在这个市场上,有许多的买者和卖者,每个人对市场价格的影响都微乎其微。一方面,我们每个消费者都知道,每个报摊提供的都是相同的几种报纸,所以我们随便到哪个报摊购买都可以。另一方面,每个报贩也都认识到,他提供的报纸与其他报贩所提供的没有多大差别,所以他没有什么理由收取较高的价格,如果他这样做的话,消费者就会到其他地方购买。正是这两方面的原因,使得在这个市场上,没有一个卖者能够影响价格。同样,由于没有哪个买者购买报纸的数量特别多,所以在买者中也没有谁可以影响价格。

经济学中的许多理论都是以竞争市场为研究起点的,而且多数的经济学家认为,竞争市场是最理想的市场,在竞争市场中,市场的功能能够最大限度地发挥。在我们以后关于市场的讨论中,如果不加以说明,都是假定市场为竞争市场。

当然,并不是所有的市场都像报纸市场这样,在另外一些市场上,某种商品只有一个或少量几个卖者,而且是由这个或这几个卖者在决定价格,这样的市场被称为**垄断市场**。例如,我们的有线电视服务的市场就是一个垄断市场。每个城市的居民只能从当地为数寥寥的有线电视台购买有线电视服务,而这样的有线电视台在当地往往只有一两家。如果我们继续分析下去,就会发现,除了竞争市场与垄断市场这两种极端的情形,生活中更多的市场是处于这两者之间,既有某种程度的竞争,又有某种程度的垄断。但不管怎样,关于这些市场的一系列问题都可以通过对竞争市场与垄断市场的研究,最终得到解决。

市场的功能

现在我们对市场有了初步的了解,我们不妨把关注的焦点从单个市场转向更大的范围,当我们把茶叶、布匹、土地、劳动……各种不同的市场放到一起的时候,会得到一个什么样的结果呢?这时候,无数的个人和大量的企业将通过各种商品和劳务的市场进行交易,发生联系;与此同时,这些分散的主体将按市场情况独立地作出决策,支配自己所占有的资源,从而实现了整个社会的资源的配置。我们说,这时候的社会就是市场经济的社会了。那么,在市场经济的社会里是如何解决“生产什么”、“如何生产”、“为谁生产”这一系列问题的呢?



在市场发挥作用的前提下，一个社会生产什么取决于消费者的货币选票，消费者每天都要作出购买这种东西而不是那种东西的决策，这时他们手中的货币就发挥类似选票的作用。当消费者决定购买某种商品，把货币选票投向某种商品时，这种商品的需求就会趋于旺盛。企业作为生产者，看到这种商品需求增加，价格上升，受到追求利润的欲望驱使，就会增加对这种商品的生产，甚至将资本抽离原来利润较低的商品，而投向生产需求和利润较高的这种商品。于是，生产什么的问题就被解决了。

至于这种商品如何生产，则取决于不同生产者之间的竞争。为了在市场竞争中应付价格竞争和获取最大的利润，生产者唯一的办法便是采用效率最高的生产方法，以便把成本压缩到最低点。因此，总会出现用更便宜的生产方法取代成本较高的生产方法的现象。美国农民使用粗放的方法，把每小时的劳动用于相对多的土地上，因为美国地广人稀；我国农民使用精耕细作的方法，在每亩土地上使用相对多的劳动，因为我们的人口密度远比美国高。农民这种解决如何生产问题的方法并不是由各国政府制定的，而是由市场推动而成的，市场解决了如何生产的问题。

所以，商品为谁生产取决于收入分配的结果。在市场上，企业出卖产品并且购买生产要素，个人用出售生产要素（如劳动、资金）取得的收入去购买产品。就一个劳动者而言，个人因按劳动合同向企业提供技能、劳动而获取的货币构成为工资，工资就成为个人的主要收入。收入在劳动者之间的分配取决于他们劳动的时间和工资率，后者是由劳动市场的供给与需求决定的。当然，如果人们的收入比较高，手中的货币选票也就比较多，那么就可以购买更多的商品。

由市场作用而形成的分派结果，通常称**初次分配**。在市场竞争机制的作用下，初次分配总会拉开要素所有者之间的回报。现实世界中，既有获取高额回报、号称“日进斗金”的资本拥有者，也有回报偏低甚至“亏蚀连连”的资本投放者；既有领取高额工资的“打工皇帝”，也有收入水平在平均值以下的低工资劳动者。

一般而言，如果初次分配的结果符合这个社会在公平、伦理层面所形成的共识，高收入者和低收入者可以相安无事，那么对这种市场机制形成的初次分配结果在总体上是可以接受的。但是，如果初次分配的结果使贫富差距过大，超越了社会认可的程度，就需要通过其他手段来弥补这种市场失灵，这是我们在后面的交流中需要谈到的问题。



主题二 钱归何处



【讨论热点提示】

消费者的行为目标是什么？

上大学会给你带来哪些收益？什么是上大学的机会成本？

对不同的人来说（例如穷人和富人），1元钱的效用是不一样的，这与边际效用递减规律有关吗？

我们假设你决定今晚带着朋友一起出去玩，在你面前有两种选择：要么去看电影，要么去吃饭。电影票每张5元，共需10元。晚餐的费用大约为50元。让我们来看一下，在作出选择以前你会考虑哪些因素。

效用最大化

我们平日购买的东西，都是我们需要的东西。我们之所以花钱去吃饭，花钱去看电影，是因为我们有吃饭的需要，有看电影的需要。换句话说，吃饭和看电影能够给予我们一种满足和享受，这种满足和享受在经济学上叫做**效用**。值得注意的是，对于不同的消费者，效用的具体内容可能很不相同，他们对同一样物品效用的评价也很不一样。例如，某种消费对于你来说是一种享受，具有效用，而对于他来说可能是一种折磨，效用为负。

消费者的消费愿望不能不受到他自己支付能力的限制。我们的收入永远是有限度的，是稀缺的，我们的时间也永远是有限的。我们每一个人都不能随心所欲地得到我们所需要的东西。我们总是要考虑如何用稀缺的收入和有限的时间去购买和消费所需要的商品和劳务。因此，消费者的行为目标就被概括成：在既定的收入下追求效用的最大化，用最少的花费满足自己的需要。

我们决定去吃饭还是去看电影，不仅要比较吃饭和看电影的效用，还要比价格，因为我们的钱总是有限的。经济学家们认为，如果你吃晚餐的愿望很强烈，至少是看电影的愿望的5倍，那么你就会花费50元去吃晚餐，而不会花10元去看电影；反之，你就会去看电影而不是去吃晚餐。