

第四届“国家图书馆文津图书奖”获奖图书升级版

# 牛奶 可乐 经济学

Microeconomics and Behavior  
**2**

行为经济学版

[美] 罗伯特·弗兰克 (Robert H. Frank) 著 阎佳 译

为什么专业投资顾问的投资建议不可靠？

为什么航空公司提供的机上餐那么难吃？

为什么手动档汽车有5个档位，自动档却只有4个？

为什么收取会员费的网球俱乐部还要收取场地费？

为什么一个花盆里出产的粮食总量，养不活全世界的人口？

经济学第一畅销书作者**卷土重来！**

**更深入、更充实、更逗趣！**

普通读者**要读**，让自己像经济学家一样思考；

专业人士**更要读**，让自己对经济学的认识更上层楼！



中国人民大学出版社  
China Renmin University Press

[美] 罗伯特·弗兰克 (Robert H. Frank) 著 阎佳译

# 牛奶 可乐 经济学

Microeconomics and Behavior  
**2**

行为经济学版

中国人民大学出版社  
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

牛奶可乐经济学 2 / (美) 弗兰克著; 闻佳译. —北京: 中国人民大学出版社, 2009  
ISBN 978-7-300-10113-2

I. 牛… II. ①弗…②闻… III. 经济学 - 通俗读物  
IV. F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 198368 号

牛奶可乐经济学 2

[美] 罗伯特·弗兰克 著  
闻佳 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	<a href="http://www.crup.com.cn">http://www.crup.com.cn</a> <a href="http://www.ttrnet.com">http://www.ttrnet.com</a> (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京京北印刷有限公司		
规 格	160mm×230mm 16 开本	版 次	2009 年 1 月第 1 版
印 张	15.75 插页 2	印 次	2009 年 1 月第 1 次印刷
字 数	223 000	定 价	39.80 元

---

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

## “牛奶可乐 2”：非读不可的三个理由

- 经济学第一畅销书升级

2008年，“牛奶可乐”传遍了街头巷尾。这本通俗经济学书籍彻底改变了中国读者对于“经济学”的传统认知。“劳苦大众们”终于从以数学为核心的硬科学中解放出来，开始另眼看待经济学——一门根植于日常生活中的经验和观察的社会科学。“牛奶可乐 2”在延续着这场革命的同时，扩大了革命的面向。在“牛奶可乐”以“实用性”网罗了众多普通读者之后，本书在“知识性”上更上层楼，为普通读者打开更多扇窗，为专业人士提供窗外更多视角。

- 行为经济学为核心

2002年，卡尼曼获得诺贝尔经济学奖，行为经济学开始大行其道。作为实用经济学的核心，行为经济学将行为分析理论和经济运行规律、心理学、经济科学有机结合起来，以发现现今经济学模型中的错误或遗漏，进而修正主流经济学基本假设的不足。“牛奶可乐 2”针对日常生活中“有限理性”的人们和在商界苦心经营的企业家们，相对应地打造了消费者行为学和组织行为学两块核心内容，读者完全可以把自已的问题在书中对号入座，我们为你一一破解行为背后的经济学谜题。

- 罗伯特·弗兰克再执笔

没错，还是那位康奈尔大学教授，还是典型的“弗兰克”风格——逗趣的生活事例出人意料，独特的语言风格字字珠玑。你会发现“不对称信息”不总是一定要要在市场这个框架下来解析，弗兰克的癞蛤蟆小伙子和癞蛤蟆姑娘也能为

你“拨开迷雾见青天”。放下你手中“晦涩”的大部头吧，几个干巴巴的数学公式和毫无新意的事例，不会让你成为经济学家；而想要通晓生活中的经济学，你必须知道，在通俗经济学领域，弗兰克是不可模仿与复制的。

希望这本由弗兰克操刀的《牛奶可乐经济学 2》行为经济学版，能带给你独特的阅读体验。

## 一切为了您的阅读价值



常常阅读我们图书的读者一定都记忆犹新，2008年前出版的图书中，都放置了一篇题为“一切为了您的阅读体验”的文章，文中所谈，如今都得到了读者的广泛认同，也得到了出版业内同行的追随。

在我们2008版的新书以及重印书中，读者会看到这篇“一切为了您的阅读价值”；而对于我们图书的新读者，我们特别在整本书的最后几页，放置了“一切为了您的阅读体验”的精编版。今后，我们将在每年推出崭新的针对读者阅读生活的不同设计和思考。

- 您知道自己为阅读付出的最大成本是什么吗？
- 您是否常常在阅读过一本书籍后，才发现不是自己要看的那一本？
- 您是否常常发现书架上很多书籍都是一时冲动买下，直到现在一字未读？
- 您是否常常感慨书籍的价格太贵，两百多页的书，值三十多元钱吗？

### ★ 阅读的最大成本

读者在选购图书的时候，往往把成本支出的焦点放在书价上，其实不然。时间才是读者付出的最大阅读成本：

阅读的时间成本 = 选择图书所花费的时间 + 阅读图书所花费的时间 + 误读图书所浪费的时间

### ★ 选择合适的图书类别

目前市场上的图书来源可以分为两大类，五小类：

1. 引进图书：引进图书来源于国外的出版公司，多为从其他语种翻译成中文而出版，反映国际发展现状，但与中国的实际结合较弱，这其中包括三小类：

a) 教科书：这类书理论性较强，体系完整，但多为学科的基础知识，适合初入门的、需要系统了解一门学问的读者。



b) **专业书**：这类书理论性、专业性均较强，需要读者拥有比较深厚的专业背景，阅读的目的是加深对一门学问的理解和认识。

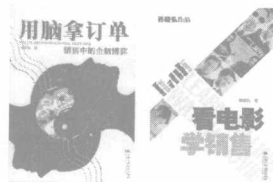


c) **大众书**：这类书理论性、专业性均不强，但普及性较强，贴近现实，实用可操作，适合一门学问的普通爱好者或实际操作者。



2. **本土图书**：本土图书来源于中国的作者，反映中国的发展现状，与中国的实际结合较强，但国际视野和领先性与引进版相比较弱，这其中包括两小类，可通过封面的作者署名来辨别：

a) **“著”作**：这类图书大多为作者亲笔写就，请读者认真阅读“作者简介”，并上网查询、验证其真实程度，一旦发现优秀的适合自己的作者，可以在今后的阅读生活中，多加留意。系统地了解几位优秀作者的作品，是非常有益的。



b) **“编著”图书**：这类图书汇编了大量图书中的内容，拼凑的痕迹较明显，建议读者仔细分辨，谨慎购买。

### ★ 阅读的收益

阅读图书最大的收益，来自于获取知识后，应用于自己的工作和生活，获得品质的改善和提升，由此，油然而生一种无限的满足感。

业绩的增长 

职位的晋升 

工资的晋级 

更好的生活条件 



一张电影票 

一顿麦当劳 

一次打车费 

两公斤肉 

## 中文版序

---

大多数通俗读物的作者都打心眼儿里渴望自己的书变成畅销书。但现实告诉我们，此事的发生几率渺茫。每年出版的图书数以万计，只有很小一部分能卖上个几千册。所以，听说我的《牛奶可乐经济学》居然在中国这个全世界人口最多的国家成了畅销书，震惊之情实在难以言表。去年我收到不少中国读者热情洋溢的来信，知道这本书有了一批善汲新知的受众。可我委实不知道这本书竟然成了中国的头牌畅销书。真叫我吃了一惊！

我以为，《牛奶可乐经济学》成功的原因在于，通过解答日常生活里的有趣小问题，它帮助读者们对基本的经济学原理有了深刻的理解。一旦掌握了这些最重要的基本原理，人们就会克制不住地想要利用它去洞穿这个世界的所有真相。当然，这也是我在《牛奶可乐经济学2》中仍在坚持达到的目标。

就拿我最近的一次经历来说吧。我的常任教职是在康奈尔大学，它位于纽约州的一座小城伊萨卡，在纽约市西北约225英里。可2008—2009学年，我和妻子住在纽约市，因为我在纽约大学做客座教授。尽管这两座城市有许多截然不同的地方，生活的不少方面却大同小异。比方说，跟美国的所有地方一样，这两座城市的不少人都喜欢按照传统方式，在圣诞假期买一棵树装饰起来放在家里。一般而言，家庭圣诞树是用一张四脚小凳固定住根部，才能放得稳稳的。可伊萨卡和纽约卖的圣诞树有个有趣的差异。

在伊萨卡，树几乎总是单独卖的，小凳子得另外买。我和不少邻居都买的是结实耐用的凳子，能方便地调整树的位置；而在纽约，树一般是和



附加的简陋小凳子连着卖的。为什么会有这样的差异呢？大多数人每年展示圣诞树的时间不超过一个月。如果你买一张昂贵的可调式脚凳，就意味着剩下的11个多月的时间里你得另外给它找地方搁。纽约的房市在全国贵得数一数二，人们大多住在小公寓里，额外的储物空间少得可怜，甚至干脆没有。可在伊萨卡，大多数家庭住的是独栋楼房，即便是公寓，面积也大得多。不少人家都有地下室、阁楼、车库，或者其他用来搁置杂物的地方。所以，纽约出售的圣诞树附带廉价的固定脚凳，或许是因为纽约人没地方搁置一张暂不使用的结实凳子。反之，大多数伊萨卡人有许多额外空间，对他们来说，买一张结实耐用的可调式脚凳每年重复使用，这样的做法更经济实惠。

这个例子阐明了所有基本经济学原理中最重要的一条——成本收益原则。该原则指出，唯有当某事带来的收益不小于成本时，你才应当做它。听上去似乎非常简单，可大多数人对它并没有太透彻的理解，也不能正确地运用自如——除非他们亲身加以实践。幸好实践并不麻烦，由此得到的回报又很突出：一旦你真正理解了成本收益原则，你会逐渐认识到周遭世界各种各样有趣的新模式。

这也是我撰写本书的目的——以简单、有趣的内容，兼顾严谨与易读，将经济学介绍给所有感兴趣的读者；在教会读者技术工具的同时，培养他们对经济学的直觉；只有二者兼顾，才能真正地掌握“经济学家独特的思维方式”，由此，读者才能爱上经济学。

在2008年经济危机爆发的大环境下，公众对经济学的兴趣日益浓厚——这毫不令人意外。有人说，经济学就是一种思考方式，帮助你充分地利用各种可行机遇。倘若全世界的经济活动萎靡不振，所有人的机遇也随之减少，这样一来，尽量明智地开发手边的机遇，就变得更为重要了。简而言之，人们现在对经济学更感兴趣，是因为了解经济学的收益比从前更大了。

可即便你已经明白在经济学上花点时间对自己有好处，你仍需要决定怎么做这件事。以历史的眼光看，大多数想要学习经济学的人采取的办法都是去大学选修一门经济课。但经验告诉我们，这些经济课程一般没办

法卓有成效地教人们掌握经济学的思维方式。恰恰相反，它们还会用成百上千个独立概念把学生吓趴下。许多概念都是用数学公式表达的，学生们理解不了也记不住，更无从在实际环境中加以应用。

另一个更为有效的方式是看若干基本经济学原理反复使用，帮助解答来自熟悉环境中的各种有趣问题。这就是你在《牛奶可乐经济学》和《牛奶可乐经济学2》里读到的方式。而后者保留了前者吸引忠诚读者的精华，并且在诸多细节上做了改进，阅读体验更佳。所以拿起你手中这本书吧，你会发现学习经济学真的非常有趣；一旦你掌握了这些最重要的基本原理，你会惊讶地察觉，原来我们的日常生活中有那么多有趣的新模式！

*Robert N. Frank*

## 引言

1

## 第一部分 欢迎来到妙趣横生的经济学世界

### 第1章 像经济学家一样思考

8

你应该先参加工作，还是先去上大学？  
为什么航空公司提供的机上餐那么难吃？

#### 经济学核心概念

- 决策中的成本效益原则
- 常见的决策陷阱
- 边际效益和边际成本曲线
- 博物经济学

### 第2章 供给与需求

30

为什么航空公司机票发售采取先到先得的政策？  
为什么苹果在旺季价格下降，海边别墅却在旺季价格上升？

#### 经济学核心概念

- 自由市场与低收入人群
- 供给与需求
- 均衡价格与均衡数量

## 第二部分 当消费者行为学碰上经济学

### 第3章 理性选择理论和需求理论的应用

38

燃油税和退税政策有什么玄机？  
为什么游乐园收取固定门票，而不按游乐项目受欢迎的程度单项收费？

#### 经济学核心概念

- 理性选择模型
- 需求曲线
- 消费者剩余
- 二部定价
- 需求的价格弹性

## 第4章 信息经济学

58

为什么含蓄是一种迷人的品质？

为什么小城市的人在职业装上的花销比大城市的人少？

### 经济学核心概念

- 潜在对手间的信息沟通
- 难于造假原则
- 充分披露原则
- 炫耀性消费

## 第5章 偏好探源：利他及其他非利己行为的重要性

72

为什么人们有利他的行为？

为什么人们要去给总统选举投票？

### 经济学核心概念

- 利他选择
- 承诺机制
- 囚徒困境
- 公平原则

## 第6章 认知局限和消费者行为

98

为什么在棒球界，年度新秀选手的次年表现一般都不好？

为什么房产经纪经常会带客户看两栋基本一样的房子，其中之一价格便宜、条件又好？

### 经济学核心概念

- 非对称价值函数
- 沉没成本和机会成本
- 幸福感预测偏差
- 判断标准和偏见

## 第三部分 当组织行为学遇上经济学

## 第7章 产品

124

为什么一个花盆里出产的粮食总量，养不活全世界的人口？

为什么建筑工人现场制作墙体，而在屋顶上使用预制结构？

### 经济学核心概念

- 投入—产出以及产品函数
- 短期产品
- 长期产品
- 规模效益

## 第8章 成本

142

为什么尼泊尔用人工生产砂砾，而美国用机器制造？  
为什么工会强烈支持最低工资法？

### 经济学核心概念

- 短期成本
- 生产分配
- 长期成本
- 选择最优投入组合

## 第9章 完全竞争

156

为什么彩色照片比黑白照片成本低？  
为什么到20世纪70年代中期，18轮大货车突然开始采用机翼型设计？

### 经济学核心概念

- 利润最大化
- 完全竞争
- 看不见的手
- 完全竞争的实际应用

## 第10章 垄断

171

为什么有些医生和律师会对低收入顾客收取折扣价？  
为什么电影院经营者对学生提供折扣电影票，但爆米花却不打折？

### 经济学核心概念

- 垄断的定义
- 垄断的五种来源
- 完全价格歧视
- 二级价格歧视

## 第11章 不完全竞争

188

为什么公司有时会做一笔明知永远也用不着的投资？  
为什么如今大多数城市的杂货店比20世纪30年代时少得多？  
为什么纽约市居民区的杂货店比洛杉矶市的多？

### 经济学核心概念

- 博弈论
- 纳什均衡概念
- 霍特林模型
- 消费者偏好与广告

## 第12章 劳动力要素

209

为什么雨天难打车？  
为什么闲暇不是吉芬品？

### 经济学核心概念

- 短期劳动力需求
- 长期劳动力需求
- 劳动力的市场需求曲线
- 劳动力的供给

## 第13章 资本要素

225

为什么垄断企业的股票，并不比完全竞争企业的股票好？  
为什么专业投资顾问的投资信息不可靠？

### 经济学核心概念

- 金融资本与实物资本
- 高效市场假设
- 股票与债券市场
- 投资信息

## 引 言

---

我撰写本书的目的，是想以简单、动人的内容，向读者们发起智力挑战。市场上有些经济学书籍打着“对用户友好”的名义，牺牲了内容的严谨性。尽管这种书有时候颇能讨得读者欢心，但却不能为他们在进一步深造时打下良好的基础。还有些经济学书籍侧重严谨性，却牺牲了易读性。严谨往往意味着长篇累牍的数学公式。这样的课程把不少大学生都累垮了。即便有少数学生最终学会了解决抽象的数学式经济问题，可在日常的小问题面前却频频束手无策。我一贯相信，经济学书籍可以严谨与易读兼得。从这本书的销售范围之广来看，相信有不少读者同意我的说法。

我深深相信，传授直觉与传授技术工具，两者是互补关系，而非替代关系。只学会技术工具的学生，很难培养起对经济学的真正热情，更不可能掌握所谓的“经济学家独特的思维方式”。

相反，培养起经济直觉的学生，能够对学习到的技术工具进行更深入的思考，找出使用这些工具的有趣方式。更重要的是，他们大多最终会爱上经济学。

本书不厌其详地探讨了核心分析工具。与此同时，又把这些工具结合到各种生动的实例当中，阐明经济学思考方式的魔力和多种用途。

### 博物经济学

---

在35年的教学生涯中，我发现，要培养学生的经济直觉，最有效的方式莫过于训练他们养成“博物致知”的习惯。学习生物学的有效方法，是要让人们观察并震惊于许多平常所忽视的生命细节。同样的道理，学习微

观经济学，就是要让学生们以全新的视角看待日常生活中的平凡琐事。我希望通过贯穿本书的许多从日常经历中提取的实例，培养读者们的直觉，教会读者们把现实场景的每一个特性，都看成是对**成本收益原则**的间接或直接反映。

举例来说，我把自己教授课程的讲义放到大学内部的服务器上，经济学院的副院长兴高采烈，管理学院的副院长却忧心忡忡。这叫我百思不得其解。开课后一星期，我收到管理学院副院长的一封急信，告诉我应该在管理学院的复印中心将讲义复印成册，再发给学生。经济学院的副院长却没有这么要求。

于是，我请管理学院副院长解释一下他要求我这么做的原因。他说，学生们在管理学院的计算机实验室下载并打印我的讲义，打印的成本是一页5美分，可在管理学院的复印中心，复印一页的成本只要1.25美分。而对于管理学院来说，学生们在计算机实验室和复印中心的打印复印费用皆由院方承担。所以，讲义的成本当然越低越好。

可为什么经济学院的副院长不担心这个问题呢？那是因为在经济学院，院方只承担讲义的复印费用。经济学院的学生们在计算机实验室下载并打印讲义，成本会直接计入学校的账户，而不会计入学院的账户。故此，对于经济学院来说，这相当于不为学生的讲义付钱。

在这本书中，有许多类似的对现实生活的思考。在我的经济学课上，最重要的作业是请学生们写两篇500字以内的简短的论文，汇报他们尝试进行博物经济学思考的成果。这些短文的写作要点在于：**运用微观经济学原理，用普通人都能理解的话语，解释一个日常观察到的现象**。学生们提出了诸如此类的问题：为什么航空公司提供的机上餐那么难吃？为什么含蓄是一种迷人的品质？为什么有些游乐园只收取固定门票，而不按游乐项目受欢迎的程度单项收费？为什么烟草公司广告太泛滥？为什么专业投资顾问的投资信息不可靠？

这项作业的妙处，不仅在于让大多数同学乐在其中，还在于让他们终生都爱上了观察微观经济现象。



## 优选的主题

撰写本书的一个指导原则，是根据主题的重要性的掌握和难易程度，按比例分配其所占篇幅。因为基本的理性选择模型是微观经济学的基石，所以，我在这方面着了更多笔墨。对于需求理论以及生产理论中平均与边际概念的区别，我也多留了一些弹性空间，讲解其应用。

为了解哪些主题最难于掌握，我还利用了行为经济学研究，找出人们在哪些方面会系统化违背理性选择模型的预测。比方说，根据理性选择模型，理性人会忽视沉没成本，可实际上，不少人却深受其影响。简单的说，要是有人收到一份贵重的礼物，比如一双穿起来挤脚的昂贵鞋子，恐怕不大会穿它；可要是这双鞋是自己掏腰包买的，那他大概会多穿几次。

在有关消费者行为的部分，我请读者们注意自己会在哪些场合做出非理性的选择。有人会想，我们煞费苦心地掌握理性选择模型细节的同时，却在探讨非理性选择的例子，这样会不会把自己弄糊涂呢？这个问题问得有道理，但从我的经验来看，情况恰好相反。这类例子恰好强调了传统理论中蕴含的规范信息。接触过这些例子的读者，总能对微观经济学的基础理论原则有更深入的看法。实际上，能够看穿不少消费者做出的错误判断，往往让人暗暗感到骄傲。若有读者希望更详细地了解认知局限如何影响消费者行为，本书有整整一章的内容阐述这一主题。二十年前，不少经济学专业的人士尚对行为经济学持深刻的怀疑态度。但随着加州大学伯克利分校经济学家马修·拉宾（Matthew Rabin）获2000年克拉克奖<sup>①</sup>，丹尼尔·卡尼曼（Daniel Kahneman）获2002年诺贝尔经济学奖，行为方法现已成为微观经济学的主流研究方法。

## 利己主义的宽泛概念

我的另一个目标，是在个人选择模型的参数里，融入一个更宽泛的概

<sup>①</sup> 克拉克奖（John Bates Clark Award），美国经济学会颁给全美40岁以下最出色经济学家的双年奖。——译者注