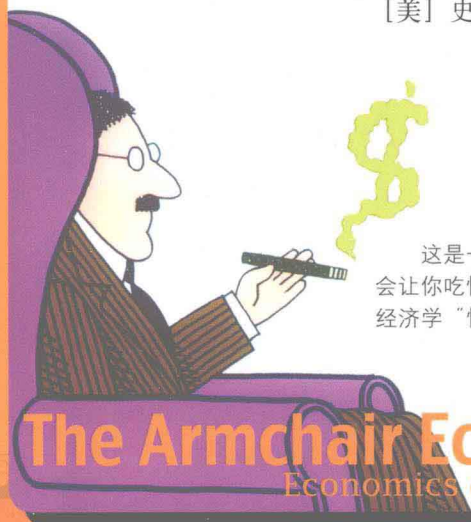


买房子还是 买股票

你不可不知的经济学常识

[美] 史蒂文·兰兹伯格◎著



这是一道触角丰富、轻松活泼，会让你吃惊不已、相见恨晚的日常经济学“快餐”。

——《华尔街日报》

The Armchair Economist:
Economics & Everyday Life

面对高企的房价和扑朔迷离的股市，你决定买房子还是买股票？你开车时系上安全带，就更加安全了吗？为什么说税收见得是个好东西呢？我们是不是需要更多的文盲？这些日常中的经济学常识你认真思考过吗？

诺贝尔经济学奖得主**弗里德曼**
著名经济学家**王则柯**

倾力推荐

《性越多越安全》作者又一力作



中信出版社
CHINA CITIC PRESS

买房子还是 买股票

你不可不知的经济学常识

[美] 史蒂文·兰兹伯格◎著
董宜坤◎译

The Armchair Economist:
Economics & Everyday Life

中信出版社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

买房子还是买股票：你不可不知的经济学常识/(美) 兰兹伯格著；董宜坤译.
—北京：中信出版社，2008.7

书名原文：The Armchair Economist: Economics & Everyday Life

ISBN 978-7-5086-1171-6

I. 买… II. ①兰…②董… 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 056306 号

Translation copyright © 2008 by China CITIC Press

The Armchair Economist: Economics & Everyday Life

Original English Language edition Copyright © 1993 by Steven E. Landsburg

Published by arrangement with the original publisher.

ALL RIGHTS RESERVED.

买房子还是买股票：你不可不知的经济学常识

MAIFANGZI HAISHI MAIGUPIAO: NI BUKE BUZHI DE JINGJIXUE CHANGSHI

著 者：[美] 史蒂文·兰兹伯格

译 者：董宜坤

策 划 者：中信出版社策划中心

出版发行：中信出版社 (北京市朝阳区和平街十三区 35 号煤炭大厦 邮编 100013)

经 销 者：中信联合发行有限责任公司

承 印 者：中国电影出版社印刷厂

开 本：787mm×1092mm 1/16 印 张：13.5 字 数：164 千字

版 次：2008 年 7 月第 1 版 印 次：2008 年 7 月第 2 次印刷

京权图字：01-2007-0300

书 号：ISBN 978-7-5086-1171-6/F·1346

定 价：36.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书，如有缺页、倒页、脱页，由发行公司负责退换。

E-mail:sales@citicpub.com

author@citicpub.com

服务热线：010-84264000

服务传真：010-84264377

专家推荐

如果你想知道经济学家怎样思考

在《财富》、《福布斯》、《纽约时报》、《华盛顿邮报》和《华尔街日报》等著名财经报刊上，我们经常可以看到美国罗切斯特大学经济学教授史蒂文·兰兹伯格的文章，这些文章自然比较严肃。殊不知，兰兹伯格教授还善于从日常生活中的琐事遐思发掘经济学的道理，写给非专业的读者甚至小朋友看。中信出版社先前出版的《为什么不向美丽征税》和《性越多越安全》，就是他这种小品的代表作，现在中信出版社又将他的《买房子还是买股票：你不可不知的经济学常识》呈现在我们面前。

与我们已经熟悉的的前两本书不同，《买房子还是买股票》这本书还给我们展示了经济学家特有的思考方式。例如，面对“节能汽车会降低石油消耗吗？”的问题，人们多半会回答说，“节能汽车当然会降低石油的消耗”。可是本书给出的答案却是“不一定”。事实上，因为石油价格疯涨，人们呼唤节能汽车，以便降低对于石油的需求。但是经济学家会马上想到节能汽车出现以后的新问题，那就是因为节能型汽车会降低驾驶成本，一方面原来开车的人骑个自行车也可以办好的事，现在也愿意开车去办，另一方面有一些原来不买车不开车的人，现在也会买车开车。总之，由于节能汽车出现，人们出门会更愿意选择汽车代步，从而很难说节能汽车的出现就能够降低人们对石油的需求。

兰兹伯格在导言中就清楚表明，他的这本书要以“杂谈的形式”向读

者展示经济学家的思维方式。上述“节能汽车会降低油耗吗？不一定。”这种“问题——解决办法——可能的后果”这样三段式的思想路径，就是经济学家典型的思维方式。作者“希望清楚细致地呈现主流经济学家的思考方式”，哪怕他也知道，他展示的“有些细节值得商榷，有些经济学家对我书中的观点持不同看法”。

大家知道，“经济学模型”是当代主流经济学最时髦也是最基本的概念。兰兹伯格对于所谓经济学模型，有独特的解说。

兰兹伯格原来是一位数学家。他说，“现在的我对经济学的含义有了新的理解”。首先，经济学是用真正的好奇心去观察这个世界，发现奥秘无处不在。许多时候，这些奥秘似乎根本无从破解，所以经济学家尝试把问题放在虚拟的世界中试着解决。这个虚拟的世界是我们自己的创造，称之为模型。例如，如果想弄明白为什么橘子汽水的价格高于汽油，我们首先假设世界上能买到的东西只有汽水和汽油。这就是最简单的一个模型。事实上，模型就是假设，假设就是模型。

科学研究需要假设，需要从真实世界抽象出最本质的东西。“假设的检验标准不是看它真实与否，而是看从它出发的推论质量的高低。”物理学家假设在真空的环境中考察落体运动，经济学家何尝不是这样？“模型”是典型的经济学假设。模型之高下，就看能否推论出深刻的甚至出人意料的结论来，而不在于模型是否“符合实际”。

如此说来，经济学似乎只关心自身逻辑完美。其实不然。我们都读过“龟兔赛跑”的寓言，也都很欣赏这则寓言。事实上，如果有一门人生哲学的话，“龟兔赛跑”就是一个精彩的人生哲学模型。寓言不求真实性，也不需要讲什么大道理。乌龟从未与兔子真正赛跑过。但是“龟兔赛跑”的寓言却是人类文明史上重彩的一笔。如果我们清楚兔子从来不与乌龟赛跑，却仍然欣赏“龟兔赛跑”的寓言，我们怎么能够责怪经济学家对他们的寓言即经济学模型情有独钟呢？

当然，这本书也有其他许多的精彩讨论。例如，在康拉德的小说《台风》中，许多水手把金币藏在船上保险箱个人的盒子里，因为遇到暴风雨盒子破裂，金币混杂在一起，完全分不清哪些是谁的了。每个水手都清楚

自己有多少金币，但无人知道别人有多少枚金币。这时候，船长怎样把金币都准确无误地返还给每一名水手呢？

问题看上去很棘手，却有非常简单的解决办法：让每一名水手写下自己的金币数，然后把他们写下的数目累加起来，并且预先告诉他们，如果累加的结果正好是眼前金币的数目，就按照每个人所写的数目，把金币发还给他们，如果与眼前的金币总数不一致的话，就把所有的金币扔进大海。面对这样的金币返还“政策”，每个人都有如实申报的压力，因为只有如实申报，才有收回自己金币的可能。这是信息经济学激励理论的一个深入浅出的范例。

王则柯

2008年5月18日

导言

Introduction

1974年11月，我刚到芝加哥大学读研究生没多久，《华尔街日报》就刊登了一篇《难倒经济学家的若干法》。这篇文章是一个叫约翰·特雷西·麦克格瑞斯的人写的，在文章中他罗列了一长串日常生活的简单问题，简单到令人不屑一顾。但他觉得经济学家根本答不上来：为什么自动售货机的香烟要比小卖铺的香烟卖得贵呢？为什么橘子汽水的价格是汽油的4倍？

有一天晚饭后，我和朋友们坐在一起，当时大家都还是一年级的研究生，把麦克格瑞斯先生好一顿奚落。当时的我们对经济学懂得还不多，所以才嘲笑他的问题都提得太弱智了。

又过了20年，积累了很多知识的我再回想一下当时的情形，才发觉麦克格瑞斯先生的那些问题是多么巧妙而又难以回答。当时，大家在餐桌上之所以能轻松地应答那些问题，是因为根本没把它们当成一回事。大多数问题都被我们用“供求关系”这个解释给打发了，好像这个解释很有道理似的。不管道理何在，我们相信那就是经济学的含义。

现在的我对经济学含义有了新的理解。首先，它是用真正的好奇心去观察这个世界，认为奥秘无处不在。其次，它探索奥秘的方法与人类行为

的特定目的相一致。有时，奥秘——就像麦克格瑞斯的问题一样——根本无从破解，所以不妨把问题放在虚拟的世界中试着解决，虚拟的世界是我们自己创建的，称之为模型。如果想弄明白为什么橘子汽水的价格高于汽油，我们首先假设世界上能买到的东西只有汽水和汽油。如果想弄明白为什么有些选民们希望立法禁止用硅胶隆胸，我们可以首先假设世界上所有的男人选择结婚对象的唯一标准就是胸部的尺寸。

我们创建各种各样的模型，不是因为它们能够反映现实世界，而是因为对模型的思考是种很好的热身练习，能帮助我们更好地研究这个现实世界。研究的最终目的还是理解现实的世界。理解的第一步就是要明白：这个世界并不是那么好理解的。

这本书是以杂谈的形式向大家展示了经济学家的思维方式——令人困惑的问题有哪些？为什么会引起困惑？该如何去消除这些困惑？这本书确实弄清楚了一些问题，但还有一些悬而未决的。学习经济学的理由有一大堆，但我想通过这本书强调的是经济学是答疑解惑的一种工具，解答的过程充满了乐趣。

在过去的10年中，我有幸每天都能与一群优秀的经济学“侦探”共进午餐，他们的敏锐思维、奇思妙想以及旺盛的求知欲都源源不断地给予我灵感。每天都有人带来新的问题，席间总会有人提出几个精彩的答案，不同意见的人面红耳赤地进行反击，有时也会被驳倒。我们这样做就是为了好玩。

这本书主要讲述的是这么多年以来，我在午餐讨论中的心得体会。有些观点肯定是我原创的，但至于是哪些，我还真说不上来。还有很多观点取自马克·比尔斯、约翰·伯伊德、劳伦·费恩斯通、马文·古德弗瑞德、布鲁斯·汉森、汉娜·雅各比、吉姆·卡恩、肯·麦克拉夫林、艾伦·斯道克曼以及这么多年来来来去去的其他人。谨以此书献给我那帮共进午餐的朋友们，正是因为他们，我才有幸得此机会在思想的海洋里快乐遨游。

本书特别献给饭店经理邦尼布诺莫，他提供了一个完美的氛围，让我们可以沉浸其中，享受智慧碰撞的愉悦。另外，还要感谢罗切斯特的提弗利咖啡店，店主应该没怎么学过经济学，因为在完成本书最后一稿期间，每天我只需要点上一杯咖啡，他就允许我在店里待上一整天。

目录

Contents

专家推荐 如果你想知道经济学家怎样思考 王则柯 / V

导 言 / IX

第一部分 生活的真谛

第一章 激励的力量：害人的安全带？ / 003

第二章 理性的迷局：滚石乐团演唱会的入场券为何抢手？ / 010

第三章 事实还是推论：如何付账，看哪一部电影，你决定了吗？ / 019

第四章 无差异原则：谁在乎空气干不干净？ / 028

第五章 生活中的电脑游戏：学学都有些什么吧！ / 038

第二部分 好东西与坏东西

第六章 辨别是非：民主的陷阱 / 043

第七章 税收是个坏东西：效率的逻辑 / 052

第八章 价格是个好东西：斯密 VS. 达尔文 / 063

第九章 法庭上的经济学：药品和糖果，火车和火花 / 072

第三部分 如何读新闻

- 第十章 毒品战该支持谁：《大西洋月刊》错在哪？ / 083
- 第十一章 赤字的迷思 / 092
- 第十二章 声音与愤怒：言论版的欺骗话语 / 101
- 第十三章 统计数据如何撒谎：失业对你有好处吗？ / 111
- 第十四章 政策的缺陷：我们是不是需要更多的文盲？ / 121
- 第十五章 一点小小的建议：两党合作的终结 / 128

第四部分 市场如何运转

- 第十六章 为什么电影院的爆米花要更贵一些？为什么显而易见的
答案是错误的？ / 137
- 第十七章 求爱还是图谋：双方达成的游戏规则 / 147
- 第十八章 被诅咒的赢家和郁闷的输家：为什么生活充满了失望？ / 153
- 第十九章 对利率的看法：摇椅上的预测 / 160
- 第二十章 随机漫步与股票价格：股票投资的第一步 / 166
- 第二十一章 爱荷华州的“汽车作物” / 175

第五部分 科学的陷阱

- 第二十二章 爱因斯坦可信吗：科学方法的经济学 / 179
- 第二十三章 改良版的新式足球：经济学家是如何犯错误的？ / 186

第六部分 信仰的陷阱

- 第二十四章 我为什么不是一位环保主义者：经济学 VS. 生态“宗教” / 197

第一部分

Part One

生活的真谛

What Life Is All About



第一章

激励的力量：害人的安全带？

经济学的大部分内容可以用一句话来概括：“人们会对激励做出反应。”让我们来看看这句话该如何理解。

作为一个普遍的原理，几乎所有人都认同“人们会对激励做出反应”这种说法。然而经济学家的不同之处在于他们不仅认同，而且能自始至终认真地思考这种说法。

我还记得在 20 世纪 70 年代末，排队等上半个小时才能以联邦管制的价格买到一桶汽油。事实上，经济学家都认为，允许价格自由上涨的话，汽油的需求量就会减少。虽然很多非经济专业的人士另有看法，但事实证明，经济学家是正确的：政府后来取消了管制，排队购买汽油的人群不见了。

经济学家对激励的力量坚信不疑，他们也用这一原理解释专业领域以外的问题。1965 年，拉菲尔·南德出版了《任何速度都不安全》（*Unsafe at Any Speed*）一书。书中呼吁人们对汽车设计予以关注。南德认为这些设计让人们驾车的危险超出了必须承担的界线。联邦政府很快就做出了响应，出台了一系列汽车安全法规，要求汽车配备安全带、软垫仪表盘、折叠式方向盘柱、双回路制动系统以及钢化挡风玻璃。

在政府对汽车的安全监管发挥实效之前，经济学家都应预料到这样做的一个后果——车祸数量增加了。潜在的死亡威胁会激励司机谨慎驾驶。

当然，一个系着安全带、配有软垫仪表盘的司机发生事故丧生的概率肯定会小一些。但正是因为这样，司机开车时就不会再像以前那么小心了。结果车祸越来越多。

这和预测排队购买汽油的队伍会消失是一个道理：汽油价格处于低位的时候，人们就会购买更多的汽油；事故代价不大的时候，人们就越发不在意它的发生。

事故，不同于汽油，它绝不是人们可以选购的商品。但由于人们既想要速度，同时又很难做到不莽撞，所以从这个意义上讲，事故和汽油都成了商品。“人们会对激励做出反应”，选择更快或者更鲁莽地开车等同于选择了更多的事，至少从概率上讲是这样的。

下面，我们要提出一个有趣的问题供大家思考：政府的安全管制到底能起多大作用？到底有多少事故是因为 20 世纪 60 年代的安全管制引发的呢？我们把问题讲得更清楚些：政府管制的目的就是希望通过减少车祸来有效地降低司机的死亡率。但是从另一方面讲，管制却间接怂恿了莽撞的驾驶行为，反而增加了司机的死亡率。这两种影响哪一种更大一些呢？管制的实际作用是减少还是增加了司机的死亡率呢？

这个问题光靠逻辑推理是回答不了的。我们必须来看看一些实际的数字。20 世纪 70 年代中期，芝加哥大学的山姆·派兹曼就这个问题做了一个调查。他发现两种影响几乎是对等的，可以相互抵消。事故增多了，每次事故司机死亡率降低了，但是死亡率总体却仍维持不变。另外出现了一种值得玩味的副效应——行人的死亡率增大了，他们没有从软垫仪表盘那里得到任何好处。

当和那些非经济专业人士谈起派兹曼的调查结果的时候，我发现他们都认为有了更安全的汽车装备，司机不可能变得麻痹大意的。由于经济学家已经认同“人们会对激励做出反应”这一原理，所以他们不难理解派兹曼的调查结果。

如果你也不相信“汽车配置越安全，司机开车越鲁莽”的话，可以这样想：当驾驶汽车变得越来越危险的时候，司机就越发变得小心起来。当然这不过是一个意思的另一种说法，但不知为何，这反而更能得到人们的



认同。如果你的汽车不安装安全带的话，你难道开车不是更谨慎一些了吗？洛杉矶加利福尼亚大学的阿尔曼·阿尔钦对这种观察进行了彻底的研究，提出了一种有效降低车祸发生率的办法：在每辆汽车的方向盘正对司机心脏的位置装一支长矛。阿尔钦坚信这样做一定有助于减少车祸。

如果车上装有软垫仪表盘，多冒点险也没什么。鲁莽开车有失有得。速度快起来的时候，旅途常常因此变得妙趣横生。“鲁莽”有多种含义：一是指穿过危险的场所；二指心不在焉，也指突然将注意力从关注路况转移到挑选一盘磁带上。以上这几种举动都可能给你的旅途平添许多乐趣。哪怕会增加一点点驾驶的危险性，也都是值得的。

有时人们会认为，没有任何事情——至少我刚才提到的这些举动——值得冒生命的危险。经济学家发现这是无效的反驳，因为不管是反对者本人还是其他任何人都不相信这种说法。人们每天都在为了些蝇头小利冒着生命危险。驾车到药店、买报纸都可能会发生危险，除非足不出户。但是人们还是会开车去买报纸。为了小快乐是否值得冒险呢？这个问题没必要问，因为答案很显然是肯定的。该问的问题是：小快乐值得我们冒多大的风险？明智的回答是：“在开车过程中，如果死亡概率只有百万分之一的话，我愿意开个小差儿挑盘磁带听听。但是如果死亡概率是千分之一的话，我就不会这样做了。”这就是为什么更多的人会选择在开车时速为25迈而不是70迈的时候挑选磁带。

派兹曼的调查显示司机的周边环境对驾驶行为本身有很大的影响，一些司机因此就有可能影响到其他司机。随处可见的“车上有小孩”的标志就是一个例子。这种标志告诉其他司机开车时一定要遵守规矩。但是他们会觉得这是一种羞辱，好像是说他们开车已经不规矩了似的。经济学家对那些司机的感受并不同情，因为他们知道没有司机会全神贯注地驾车。（难道你每次去百货店之前，都会请人安装新的刹车系统吗？）另外他们也非常清楚，大部分司机的警惕性会随着周围环境的变化而发生很大的变化。其实所有的司机都不愿意对其他车主造成伤害。尤其是他人的车上还有小孩的时候，更是如此。当看到“车上有小孩”的牌子的时候，司机们会更小心地开车，他们也希望能有这么块标志给自己提个醒。

这其中包含着一个有趣的研究课题。经济学认为，“车上有小孩”这块标志的存在有助于提高很多司机的警惕性。这个研究课题通过比较有标志和没标志两种情况下车祸的发生率，看看司机警惕性到底提高了多少。但是，车祸发生率可能会误导研究人员，原因有三：第一，那些贴有这个标志的父母亲本身就有很强的安全意识，开车时非常谨慎小心，他们出事故的概率要小一些，不是因为标志对其他司机的警示作用，而是因为他们本身就是特别谨慎的司机。第二，（从反面介绍一种偏见）那些贴标志的父母知道标志可以给其他的司机提个醒，他们自己也不必时刻紧张了。这样一来，事故的发生概率上升了，而且至少在一定程度上会使其他司机放松警惕。第三，如果“车上有小孩”的标志果真奏效的话，车上没有孩子的夫妇也会虚张声势地贴上这个标志。当司机们对这种欺骗司空见惯之后，他们会压制自己的自然反应。

我们无法从第一手的事故统计资料中得到司机对“车上有小孩”标志的反应。关键是要有一种适当的统计手段对资料进行必要的修改。在这里，我不打算探讨如何修改，只是将之作为实证经济研究中一个常见的、典型的问题。经济学中有很多研究针对这类问题提出了颇具创造性的解决方案。

上段我们讲了实证研究面临的一些挑战。现在我们言归正传，回到我们的主题：激励的力量。经济学家向来喜欢用激励的力量解释问题。如果有更好的办法控制生育率的话，是否能减少意外怀孕的可能性？不一定——这种办法会减少性生活的“成本”（意外怀孕也是成本中的一部分），因此对性生活是一种鼓励。导致怀孕的性行为比例在下降，性行为数量在增加，意外怀孕的数量既有可能上升也可能会下降。节能汽车会降低油耗吗？不一定——节能型汽车会降低驾驶成本，人们出门会更愿意选择以汽车代步。低焦油烟反而更容易引发肺癌。卡路里含量低的合成脂肪可能会使美国人的平均体重增加。

人们是如何对激励做出反应的呢？学习刑法是回答这个问题的关键。严厉的刑法究竟能在多大程度上抑制犯罪？死刑就是一个很好的例子。无数的政府机构和学者都曾对死刑的威慑力进行过探讨，但是他们常常只是



对法律规定了死刑和法律没有规定死刑的州的谋杀率进行比较。经济学家非常怀疑这些研究成果，因为这些研究没有探讨决定谋杀率高低的其他一些重要因素。（甚至有时连执行死刑的严格程度都忽略不谈，尽管各州情况不尽相同。）另一方面，改进后的统计手段——计量经济学——专门用来衡量激励的力量，恰好可以应用到死刑效应的研究中。这一领域的第一人就是布法罗大学的伊萨克·埃利希教授，他的著作于1975年出版。埃利希教授在经过精确的分析之后得出一个令人震惊的结论：20世纪60年代，美国平均每执行一次死刑，相应就会减少8起谋杀案。

经济学界猛烈地抨击了埃利希教授的研究思路，但有可能批评得过分了。大多数的批评是关于统计手段的一些深奥的问题。这些问题很重要，但经济学界普遍认为埃利希教授的实验研究能够真实地反映出死刑的效应。

1983年洛杉矶加利福尼亚大学的爱德华·里莫尔教授发表了一篇有趣的文章，题目是《让计量经济学听不到反对的声音》（*Let's Take the Con Out of Econometrics*）。里莫尔在他的文章中发出警告：研究者的偏见将极大地影响他的研究结果。他以死刑为例。支持死刑的研究者做的一个简单的计量经济学测验显示：每执行一次死刑就能阻止13起新的谋杀案发生。反对死刑的研究者也做了一个相同的测试。结果显示：每执行一次死刑会引发最多3起新的谋杀案。除非研究者是死刑坚定的反对者，大多数计量经济学的研究结果都证实了死刑强大的威慑效应。杀人犯会对这种刺激做出反应。

这究竟是怎么回事呢？难道很多谋杀不是源于犯罪的冲动、不是非理智的行为吗？可能正是如此。对此研究者有两种回应。首先，埃利希的研究发现每一起死刑都会阻止8起新的谋杀案发生，但并没有说明是哪8起。只要能对一些谋杀行为产生威慑作用，死刑就不失为一种威慑手段。第二种回应是：为什么我们要指望那些有犯罪冲动的人不会对刺激做出反应呢？可以想象，一个对自己妻子恨得咬牙切齿的丈夫，一般只要他觉得有90%的可能性逃脱死刑，他就会毫不犹豫地把妻子杀掉。在盛怒得毫无理智的情况下，即使逃脱死刑惩罚的可能性在20%，他也有可能把妻子杀