

黄晓林 黄梦溪 著

最神奇的经济学定律

20%的事情能够决定你80%的人生？

羊群效应在股市中和你的办公室里都发挥着魔力？

鲶鱼效应让婚姻中的“小三”也成为功臣？

马太效应不仅教你积累财富，更提醒你维护好你的人脉？

经济学定律的神奇魔力在你的生活中，也在这本书里。

黄晓林 黄梦溪 著

最神奇的 取经济学定律

20%的事情能够决定你80%的人生？

羊群效应在股市中和你的办公室里都发挥着魔力？

鲶鱼效应让婚姻中的“小三”也成为功臣？

马太效应不仅教你积累财富，更提醒你维护好你的人脉？

经济学定律的神奇魔力在你的生活中，也在这本书里。

图书在版编目(CIP)数据

最神奇的经济学定律 / 黄晓林, 黄梦溪著. —北京:
新世界出版社, 2010.7

ISBN 978-7-5104-1056-7

I. ①最… II. ①黄… ②黄… III. ①经济学—通俗读物 IV. ①F0-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第109571号

最神奇的经济学定律

作 者: 黄晓林 黄梦溪

责任编辑: 杨艳丽 梁素娟

责任印制: 李一鸣 黄厚清

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京市西城区百万庄大街24号(100037)

发行部: (010) 6899 5968 (010) 6899 8733 (传真)

总编室: (010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版权部: +86 10 6899 6306

版权部电子信箱: frank@nwp.com.cn

印刷: 环球印刷(北京)有限公司

经销: 新华书店

开本: 710×1000 1/16

字数: 230千字 印张: 15.75

版次: 2010年8月第1版 2010年8月第1次印刷

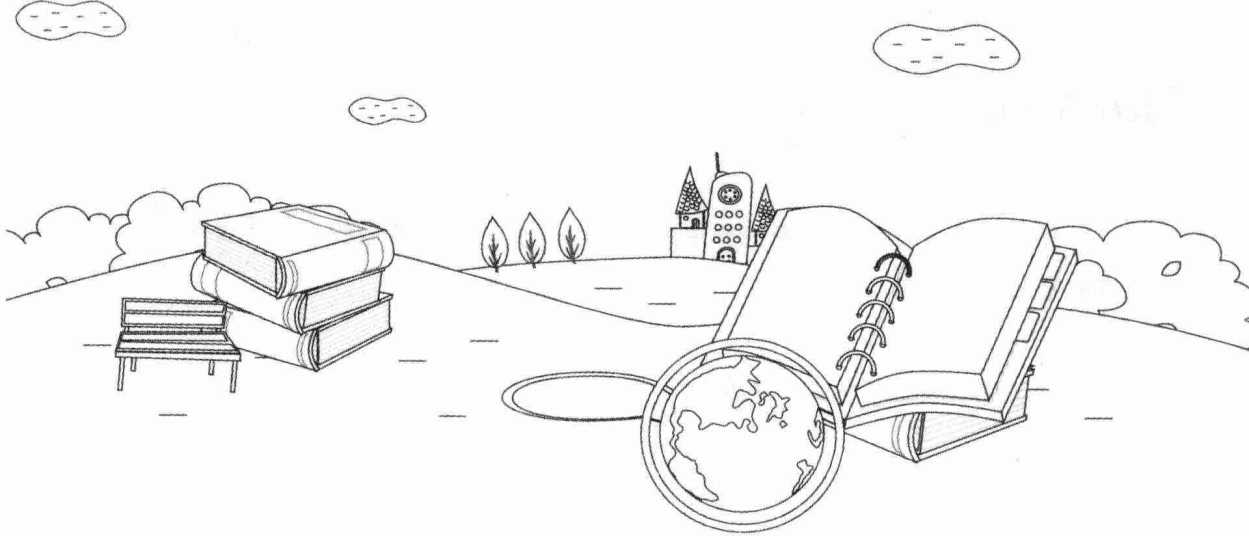
书号: ISBN 978-7-5104-1056-7

定价: 26.80元

版权所有, 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010) 6899 8638



左右你的神奇力量

在纷繁复杂的世界中，虽然很多事情我们习以为常，但并不了解其中真相。我们需要用一些理论揭示事物运行的逻辑规律，推演命运发展的因果关系，需要用一些理论来指导我们的生活和工作，以使我们的生活更加美好，工作更加顺利。

世界上有许多神奇的经济学定律、法则、效应，运用这些神奇的理论，我们可以解释诸多现象，洞悉世事，更重要的是，这些理论能指导我们如何去做，如何去改变自己的命运。不管你是否知道这些定律、法则，它们都在起着决定性的作用，只是我们很少关注它们。

格雷欣法则、德尼摩定律、配套效应、棘轮效应、蘑菇定律……当你看到这些拗口的经济学定律时，你很可能不知道它们究竟有什么深刻内涵。繁杂的定律冠上高深莫测的经济学之名，愈发令人觉得遥不可及。

我们暂且不说定律，不说经济学，先来看看我们的生活：

你可能是刚刚毕业的大学生——初出茅庐，对工作、对人生一片迷茫，在职场的“蘑菇”生涯里看不到未来，

你可能是工作中的跳槽老手——在读不懂的经济大势中被动地调整自己的职业规划，依然找不到通往成功的捷径，

你可能是摸爬滚打多年的管理人员或营销人员——碰到的问题永远比自己掌握的经验多，市场变化规律难寻，

你也许只是普通的消费大军中的一员——最朴实的想法就是买到物美价廉的商品，不再被商家“忽悠”；

.....

生活中有太多的问题，我们找不到答案，而它们正是经济学家们尝试解答的问题。

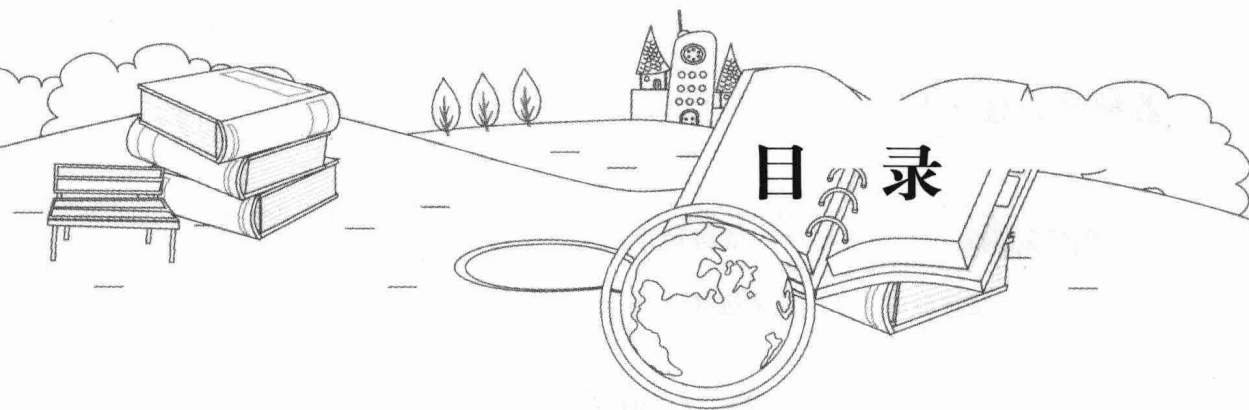
事实上，经济学就是在西方思想家对当时经济现象和经济问题发表的见解中起源与发展起来的。因此，经济学与社会生活密切相关。著名经济学家马歇尔这样评价：“这就是经济学，它是研究人类一般事物的学问。”经济学为我们提供了看待世界的角度和思考问题的思路。

经济学家试图通过考察生活中最熟悉的场景、分析生活中最熟悉的事物，发现社会问题中的一些特定的规律，于是，有了啤酒效应、鳄鱼法则、沸腾效应这样的定律。

在这本《最神奇的经济学定律》里，我们介绍了80个神奇的定律，从生活化的场景出发，从经济学家的视角分类解读，力图为读者呈现浅显易懂的经济学定律。

无论你是什么样的人，从事着怎样的职业，生活在怎样的人生状态里，总会遇到各种各样的问题，当然，也总有针对各种问题总结出的原理或定律。经济学的智慧无处不在，在这本书里，它们将伴随着80个奇妙无穷的定律，一并融入你的生活。

经济学本身就是神奇的，人类的生活同样充满神秘感。那么，不妨试试用经济学定律的金钥匙，开启你的奇妙人生之旅。



第一章 价值迷思

钻石与水悖论 价值只与稀缺性有关 / 2

没什么东西比水更有用，但能用它交换的货物却非常有限，很少的东西就可以换到水。相反，钻石没有什么用处，却可以用它换来大量的货物。

偏好理论 萝卜白菜，各有所爱 / 5

偏好实际上是潜藏在人们内心的一种情感和倾向，是非直观的。引起偏好的感性因素多于理性因素。

供需定律 游走于短缺与过剩之间 / 7

一般情况下，价格与需求的关系成反比，即价格越高，需求量越小；价格越低，需求量越大。

凡勃伦效应 只买贵的，不买对的 / 10

消费者对一种商品需求的程度因其标价较高而不是较低而增加。

德尼摩定律 放对地方的石头就是城堡 / 13

凡事都应有一个可安置的所在，一切都应在它该在的地方。

替代效应 稀缺才能稀罕 / 16

由于一种商品价格变动而引起其他商品的相对价格发生变动，从而导致消费者在保持效用不变的条件下，对商品的需求量产生改变，称为价格变动的替代效应。

不值得定律 不必为那些不值得的事痛苦 / 19

不值得做的事情，就不值得做好。

第二章 理性与感性

最大笨蛋理论 你会成为那个最大的笨蛋吗 / 24

在资本市场中，人们之所以完全不管某个东西的真实价值而愿意花高价购买，是因为他们预期将有一个更大的笨蛋会花更高的价格从他们那儿把它买走。

消费者剩余效应 在花钱中学会省钱 / 27

消费者购买某种商品时，愿意支付的价格与实际支付的价格之间的差额。

机会成本 鱼和熊掌不能兼得 / 29

为了得到某种东西而放弃的另一样东西。我们在做一件事情时权衡利弊，然后做出最优选择，那个被放弃的选择，就是机会成本。

前景理论 面对获得与失去时的心理纠结 / 31

前景理论包括三个基本原理：一是大多数人在面临获得时具备风险规避意识；二是大多数人在面临损失时具备风险偏爱倾向；三是人们对损失比对获得更敏感。

诱饵效应 别被“诱饵”忽悠了 / 33

人们对两个不相上下的选项进行选择时，因为新选项（诱饵）的加入，会使某个旧选项显得更有吸引力。被诱饵帮助的选项通常称为“目标”，而另一选项被称为“竞争者”。

羊群效应 被潮流牵着鼻子走 / 36

只要一个领先者（领头羊）吸引了主要的注意力，整个羊群就会不断模仿领头羊的一举一动，领头羊到哪里去吃草，其他的羊也去哪里。

棘轮效应 由奢入俭难 / 39

消费者容易随着收入的提高增加消费，但不容易因为收入降低而减少消费。

配套效应 高雅应与高档相配 / 42

人们在拥有了一件新的物品后不断配置与其相适应的物品以达到心理平衡的现象。

第三章 突破思维惯性

沉没成本 不为失去而难过 / 46

由于过去的决策已经发生的，而不能由现在或将来的任何决策改变的成本，如已经付出的时间、金钱、精力等。

鳄鱼法则 为自己设定止损点 / 49

假若一只鳄鱼咬住你的脚，如果你试图用手帮助挣脱你的脚，鳄鱼便会同时咬住你的脚与手。你愈挣扎，被咬住的就愈多。

秃头论证 “再多一个”的神奇魔力 / 52

当一个人头上掉一根头发时觉得很正常，再掉一根时不用担心，又掉了一根，仍旧不必忧虑……长此以往，一根根头发掉下去，最后秃头便出现了。

边际效益递减 投入不是越多越好 / 55

如果不断添加相同增量的一种投入品（其他投入品保持不变），会导致产品增量在超过某一点后下降，增加的产量就会变得越来越少，甚至使总产量绝对减少。

路径依赖 马屁股与火箭助推器的关系 / 58

路径依赖是指人们一旦选择了某种体制，由于规模经济、学习效应、协调效应以及适应性预期等因素的存在，会导致该体制沿着既定的方向不断得以自我强化。

二八法则 抓住关键的少数 / 60

20%的投入获得80%的产出。少量的投入和付出将获得大量的产出和回报。

长尾理论 小需求成就大产业 / 63

不热销的东西积少成多，会产生非常高的价值，占据的市场份额等同甚至超过那些热销的商品。

跳蚤效应 不要自我设限 / 65

拿掉玻璃盖板后，跳蚤也跳不出原先的高度。这说明思维惯性制约了目标的实现。

第四章 信息不对称

格雷欣法则 劣币驱逐良币 / 68

格雷欣法则也称劣币驱逐良币法则，良币在流通中被收藏起来，以致最终被驱逐出流通领域，实际价值低于法定价值的劣币却在市场上泛滥成灾。

冰山理论 眼睛看到的远远小于看不到的 / 71

冰山之雄伟壮观，是因为它只有八分之一在水面上。眼睛所看到的总是远远小于看不到的，而且浮在水面上的是容易解决的问题，水面下的才是最难处理的问题。

啤酒效应 信号在传递过程中被无限放大或缩小 / 74

信号在逆向传递的过程中被不断放大了，消费者的需求可能只是10瓶，但零售商的订单使得生产商对需求盲目乐观，造成了好像需要100瓶的印象。而生产商向上游供给商的大量订货又给原料商造成好像需要1000瓶的印象。反之，当需求缩减的时候也是一样。

沃尔森法则 把信息和情报放在第一位 / 76

信息与情报是金钱的使者，你能得到多少，往往取决于你能知道多少。

沉锚效应 成败就在于第一印象 / 79

人们在对某人某事做出判断时，易受第一印象或第一信息支配，就像沉入海底的锚一样把人们的思想固定在某处。

霍布森选择效应 选来选去还是它 / 82

我们经常被表面上众多的选择项迷惑了，事实上其他的选择项并不可行，摆在面前的只有一个选项甚至于没有选项。

逆向选择 非对称信息下的次优决策 / 85

指在信息不对称的前提下，交易中的卖方往往故意隐瞒某种真实信息，使得买方最后的选择并非最有利于买方，这时候买方的选择就叫做逆向选择。

囚徒困境 陷入理性的迷宫 / 88

囚徒们彼此合作，可为全体带来最佳利益，但在信息不明的情况下，出卖同伙可为自己带来利益，虽然彼此出卖违反共同利益，却是自己的最大利益所在。

第五章 宏观现象

节俭悖论 节俭会破坏经济繁荣 / 92

增加储蓄会减少国民收入，使经济衰退，是恶的；而减少储蓄会增加国民收入，使经济繁荣，是好的。

乘数效应 投资促进经济发展 / 95

指一个变量的变化以乘数加速度方式引起最终量的增加。

公地悲剧 都是“公地”惹的祸 / 97

如果一种资源没有排他性的所有权，就会导致这种资源的过度使用。

拉弗曲线 荒年减税，藏富于民 / 99

一般情况下，税率越高，政府的税收就越多。但税率的提高超过一定的限度时，企业的经营成本提高，投资减少，收入减少，即税基减小，反而导致政府的税收减少。描绘这种税收与税率关系的曲线叫做拉弗曲线。

奥肯定律 经济增长保证就业 / 102

当实际GDP增长相对于潜在GDP增长（美国一般将之定义为3%）下降2%时，失业率上升大约1%；当实际GDP增长相对于潜在GDP增长上升2%时，失业率下降大约1%。

马太效应 富者愈富，穷者愈穷 / 105

指好的愈好，坏的愈坏，多的愈多，少的愈少的一种现象。

口红效应 经济危机中那些逆势上扬的商机 / 108

又叫低价产品偏爱趋势，指一种有趣的经济现象。在美国，每当经济不景气时，口红的销量反而会直线上升。

公共选择 少数服从多数并不一定合理 / 110

将经济学用来研究政治，也就是如何把个人偏好转化为公共偏好的问题。

恩格尔定律 一个衡量富裕程度的工具 / 113

随着家庭和个人收入增加，用于食品方面的支出比例将逐渐减小。

第六章 竞争与合作

格乌司原理 竞争是活力的源泉 / 118

原指在大自然中，各种生物都有自己的“生态位”：亲缘关系接近的，具有同样生活习性的物种，不会在同一地方竞争同一生存空间。应用在企业经营上就是，同质产品或相似的服务，在同一市场区间竞争难以同时生存。

负和博弈 恶性竞争是毒药 / 121

双方冲突和斗争的结果是所得小于所失，就是我们通常所说的其结果的总和为负数，是一种两败俱伤的博弈，其结果是双方都有不同程度的损失。

螃蟹效应 从你死我活到你好我好 / 124

竹篓中放了一群螃蟹，不必盖上盖子，螃蟹是爬不出来的。当有两只或两只以上的螃蟹时，每一只都争先恐后地朝出口处爬，但篓口很窄，只要一只螃蟹爬到篓口，其余的螃蟹就会用威猛的大钳子抓住它，最终把它拖到下层，由另一只强大的螃蟹踩着它向上爬。如此循环往复，没有一只螃蟹能够成功。

跷跷板互惠原则 得利还要学会吃亏 / 127

人与人相处，犹如玩跷跷板。一个永不吃亏、总是得利的人，固然得到了好处，维持了高高在上的优势位置，就如同把自己固定在一个静止的跷跷板顶端，但是游戏进行不下去了，自己和对方都失去了游玩的快乐。

尼伦伯格原则 利己亦要利人 / 130

一场圆满的、成功的谈判，每一方都应是胜利者。

蓝斯登定律 与人为善，给自己留一条后路 / 132

在你往上爬的时候，一定要保持梯子的整洁，否则你下来时可能会滑倒。

华盛顿合作定律 三个诸葛亮可能不如一个臭皮匠 / 135

一个人敷衍了事，两个人互相推诿，三个人则永无成事之日。

正和博弈 在竞争中学会合作 / 138

博弈双方的利益都有所增加，或者至少是一方的利益增加，而另一方的利益不受损害，因而整个社会的利益有所增加。

第七章 激励与约束

绝对平均主义 滥竽充数的启示 / 142

要求绝对平均分配一切社会财富的思想。

热炉法则 不可触摸的“热炉” / 145

当人用手去碰烧热的火炉时，就会受到“挨烫”的惩罚。

分粥规则 自私并不妨碍公平 / 148

在没有精确计量的情况下，无论选择谁来分，都会有利己嫌疑。经过多方博弈后，解决的方法就是分粥者最后喝粥。等所有人把粥领走了，分粥者才能取剩下的那份。

犯人船理论 制度比人治更有效 / 151

利用适当的制度激励，让人们的工作更有效率。

公平理论 绝对公平是乌托邦 / 153

人的工作积极性不仅与个人实际报酬多少有关，而且与人们对报酬的分配是否感到公平关系密切。人们总会自觉或不自觉地将自己付出的劳动代价及其所得到的报酬与他人进行比较，并对公平与否作出判断。公平感直接影响员工的工作动机和行为。

马蝇效应 每个企业都需要配备一名“弼马温” / 156

针对不同的人，要对症下药，投其所好，用不同的方式去激励他。总之，要让这匹马儿欢快地跑起来。

鲑鱼效应 让外来“鲑鱼”助你越游越快 / 158

采取一些手段或措施，刺激一些企业活跃起来，投入到市场中积极参与竞争，从而激活市场中的同行业企业。

X效率理论 总有一份难以言说的“X”在发挥效力 / 161

除了传统的投入因素，如劳动投入和资本等，还有一种更大的力量因素，即X因素决定着产出和劳动生产率。

第八章 经营与管理

艾奇布恩定理 不要把摊子铺得过大 / 166

如果你遇见员工而不认得或忘了他的名字，那你的公司就太大了点。摊子一旦铺得过大，就很难把它照顾周全。

诚信法则 人无信不立 / 168

随着商品与货币经济的发展，西方学者提出一种互利互惠的契约伦理。人们订立契约，并履行已订立的契约。诚信就是一种承诺、履约的经济和道德法则。

酒与污水定律 匙污水坏一桶美酒 / 171

一匙酒倒进一桶污水，得到的是一桶污水；把一匙污水倒进一桶酒里，得到的却是一桶污水。

古狄逊定理 聪明主管和笨主管的距离 / 174

一个累坏了的主管，是一个差劲的主管。

拜伦法则 把信交给罗文，相信他会送给加西亚 / 177

授权他人后就完全忘掉这回事，绝不去干涉。

帕金森定律 让高效成为生命的主题 / 179

一个人在时间上如果没有自律性的话，那么他做某件事的时间就会自动地膨胀并占满所有可用的时间。

奥卡姆剃刀定律 化繁为简 / 182

把事情变复杂很容易，把事情变简单很难。在处理事情时，要把握事情的本质，解决最根本的问题。尤其要顺应自然，不要把事情人为复杂化，这样才能把事情处理好。

第九章 认识自我

内卷化效应 为什么总是原地踏步 / 186

指一种社会或文化模式在某一发展阶段达到一种确定的形式后，便停滞不前或无法转化为另一种高级模式的现象。

比较优势原理 以长搏短，把优势发挥到极致 / 189

只要比其他国家在生产成本上具有相对优势，就可以通过生产其相对成本较低的商品去交换别国生产的相对成本较低的商品，由此获得比较利益。

手表定律 只认准一块手表，校准它并相信它 / 192

只有一块手表，可以知道时间；拥有两块或者两块以上的手表并不能告诉一个人更准确的时间，反而会制造混乱，会让看表的人失去对准确时间的信心。

彼得原理 把握好适合自己的高度 / 195

在一个等级制度中，每个员工趋向于上升到他所不能胜任的地位。

蘑菇定律 先做职场“蘑菇”，才能长成市场“灵芝” / 198

组织对待初出茅庐者的一种管理方法，初学者被置于阴暗的角落（不受重视的部门或打杂跑腿的工作），浇上一头大粪（无端的批评、指责、代人受过），任其自生自灭（得不到必要的指导和提携）。

蜕皮效应 要像蝴蝶一样美丽，就要忍受“破茧”的痛苦 /201

许多节肢动物和爬行动物，生长期间旧的表皮脱落，由新长出的表皮代替，通常每蜕皮一次就长大一些。不断超越自己的人才能获得成功。

第十章 提升之道

人力资本理论 提升自己的硬实力 /206

人力资本就是指通过教育、培训等方式和手段，在人身上积淀的具有稀缺性的，能够投入生产中并能产生价值增值的知识、技能、经验等质量因素之和。

木桶定律 补齐自身的“短板” /208

一个水桶无论有多高，它盛水的高度都取决于其中最低的那块木板。

杜根定律 胜利属于自信者 /211

强者不一定是胜利者，但胜利迟早属于有信心的人。

智猪博弈 免费不是永久的 /213

小猪舒舒服服地等在投食处，而大猪不得不来回奔波于踏板和食物之间。

杠杆效应 娶个“杠杆女” /216

找到一个支点，以较小的动力，去撬起自己所追求的大事物。

“米格-25”效应 资源利用最大化 /219

事物的内部结构是否合理，对其整体功能的发挥关系很大。结构合理，会产生整体大于部分之和的功效；结构不合理，整体功能就会小于结构各部分功能相加之和，甚至出现负值。

沸腾效应 失败离成功仅一步之遥 / 221

水温升到99度，还不是开水，其价值有限；若再添一把火，在99度的基础上再升高1度，就会使水沸腾，产生大量水蒸气来开动机器，从而获得巨大的经济效益。

第十一章 效用与幸福

边际效用理论 欲望越多越不幸福 / 224

是指一个人连续消费某种物品时，随着所消费的该物品的数量增加，其总效用虽然相应增加，但物品的边际效用（即每消费一个单位的该物品，其所带来的效用的增加量）递减的趋势。

贝勃定律 意识不到自己的幸福 / 227

一个人右手举着300克的砝码，在左手上先放305克的砝码，开始不会觉得有多大差别，直到左手砝码的重量加至306克时才会觉得有些重。如果右手举着600克，这时左手上的重量要达到612克才能感觉到重了。

需要层次定律 幸福是无止境的 / 230

每个人在不同的时期会有不同的需要，在低层次的需要被满足后，很快会有更高层次的需要。

幸福定律 求解幸福方程式 / 232

幸福=效用/欲望