



中学生常识书系

“我们获得晚餐食物和饮料，不是出自屠户、酿酒师或面包师的恩惠，而是由于他们自利的打算。”“人们追求自己的利益，往往比出于本意情况下更有效地促进了社会利益。”



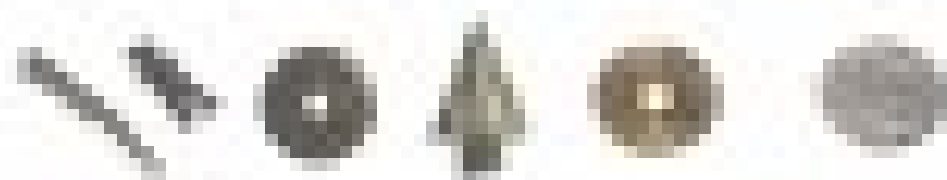
总主编 / 滕 刚 编著 / 张静芬

中学生不可不知的 经济常识

凤凰出版传媒集团

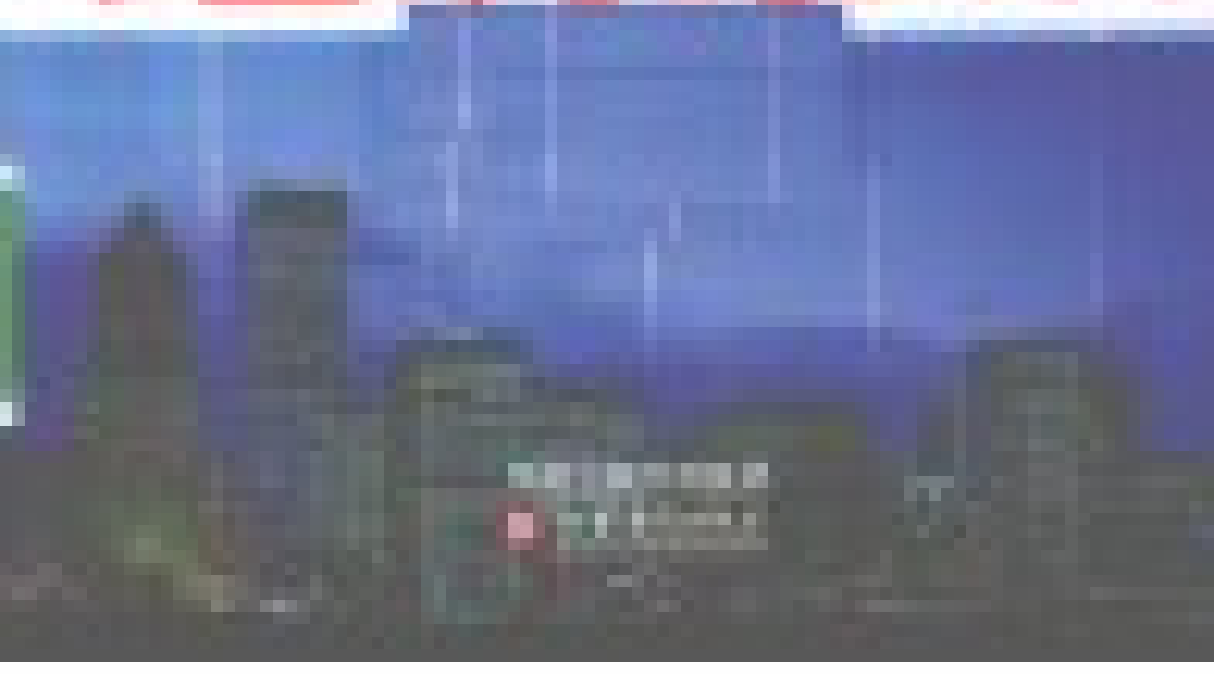
江苏教育出版社
JIANGSU EDUCATION PUBLISHING HOUSE

中学生常读名著



教育部推荐书目 初中生必读书目

中学生不可不知的 经济常识



中学生常识书系

总主编 / 滕 刚 编著 / 张静芬

中学生不可不知的 经济常识

凤凰出版传媒集团

江苏教育出版社
JIANGSU EDUCATION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

中学生不可不知的经济常识/张静芬编著. —南京:
江苏教育出版社, 2010. 5

ISBN 978-7-5343-9658-8

I. ①中… II. ①张… III. ①经济学—青少年读物
IV. ①F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 087202 号

书 名 中学生不可不知的经济常识
编 著 张静芬
责任编辑 韩宇新 吴嫦娥
出版发行 凤凰出版传媒集团
江苏教育出版社(南京市湖南路 1 号 A 楼 邮编:210009)
网 址 <http://www.1088.com.cn>
集团网址 凤凰出版传媒网 <http://www.ppm.cn>
经 销 江苏省新华发行集团有限公司
印 刷 南京市溧水秦源印务有限公司
厂 址 南京市溧水县开发区溧淳路(邮编 211200)
电 话 025-56213588
开 本 787×1 092 毫米 1/16
印 张 17
字 数 279 000
版 次 2010 年 5 月第 1 版
2010 年 5 月第 1 次印刷
印 数 1—10 000 册
书 号 ISBN 978-7-5343-9658-8
定 价 29.00 元
批发电话 025-83657791, 83658558, 83658511
邮购电话 025-85400774, 8008289797
短信咨询 025-85420909
E - mail jsep@vip.163.com
批发电话 025-83658551
苏教版图书若有印装错误可向承印厂调换

提供盗版线索者给予重奖



目 录

Contents

第 1 章 chapter one

解析生活中常见的 经济名词

- 002/GDP
- 002/ 绿色 GDP
- 003/GNP
- 003/CPI
- 003/PPI
- 004/ 国民收入
- 004/ 恩格尔系数
- 005/ 基尼系数
- 005/ 看不见的手——市场
- 006/ 市场疲软
- 006/ 市场份额
- 007/ 宏观调控
- 007/ 国家发改委
- 007/ 财政政策
- 008/ 货币政策
- 008/ 财政预算
- 008/ 政府采购
- 008/ 财政赤字
- 009/ 通货膨胀
- 009/ 最隐蔽的税收——“通货膨胀税”
- 010/ 通货紧缩
- 011/ 生产率
- 011/ 资本收益率

- 012/ 失业
- 012/ 自然失业率
- 013/ 摩擦性失业
- 013/ 结构性失业
- 014/ 菲利普曲线
- 014/ 软着陆
- 015/ 税收
- 015/ 个人所得税
- 016/ 个人所得税起征点
- 017/ 消费税
- 017/ 资源税
- 017/ 房产税
- 017/ 增值税
- 018/ 特许经营
- 018/ 信用
- 019/ 商业信用
- 020/ 银行信用
- 020/ 消费信用
- 021/ 国际信用
- 021/ 经济过热

第 2 章 chapter two

生活中的 趣味经济原理

- 024/ 裙边理论
- 024/ 无所不有的伊甸园存在吗



- 025/ 面对鱼与熊掌时怎么办
- 025/ 意外之财如何对待——理性人假设
- 026/ 不龟手之药——交换的基础
- 027/ 为什么畅销书比滞销书便宜——成本
- 027/ 电影院里的爆米花为什么比外面的贵
- 028/ 当你选择鱼时你放弃了什么——机会成本
- 028/ 旅游区附近的饭店在淡季为什么不关店——固定成本
- 029/ 做第 2 个馒头比第 1 个增加了多少成本——边际成本
- 029/ 机票“跳楼价”是怎么回事
- 030/ 电影观看中途走出电影院你要考虑什么——沉没成本
- 030/ 商家打折真的是“大出血”吗
- 031/ 破解幸福密码——效用
- 031/ 什么时候吃一个面包比吃六个面包饱——边际效用
- 032/ 总统的第三块三明治——边际效用递减规律
- 032/ 偏好
- 033/ 信息不对称是怎么回事
- 033/ 高品质的车为什么在二手车市场上吃亏——柠檬市场
- 034/ 劣币驱逐良币

- 034/ 就业歧视问题
- 035/ 汽车里设置安全带后为什么车祸数量反而增加——道德风险
- 035/ 黄金搭档——帕累托最优与帕累托改进
- 036/ 幸运的津巴布韦大象——公共产品
- 037/ 免费开放的厕所为什么十分肮脏——公地的悲剧
- 037/ 爱尔兰的土豆——吉芬商品
- 038/ 为什么凡·高的画在他死后身价倍增——价值悖论
- 038/ 替代品与互补品
- 039/ 猴子的投资收益会比专家差吗——随机游走
- 039/ 来自扑克游戏的启发——零和效应和双赢效应
- 040/ 倒霉的定理——墨菲定理

第 3 章 chapter three

货币王国的秘密

- 042/ 货币是什么
- 042/ 中国最早的货币是什么
- 043/ 纸币什么时候出现
- 043/ 货币需求
- 044/ 货币供给
- 044/ 基础货币
- 044/ 货币头寸



045/ 货币失衡
046/ 货币回笼
046/ 货币扩张
047/ 货币扩张乘数
047/ 公开市场操作
047/ 银行是什么
048/ 央行
049/ 美联储
049/ 商业银行
050/ 不是银行而叫银行——投资银行
050/ 银根
051/ 为什么要设准备金
051/ 什么是法定准备金及法定准备
 金率
051/ 超额准备金是什么
052/ 你经常遇到的存款类型
053/ 利率变化改变财富的中心轴
053/ 利息
054/ 复利
054/ 美国联邦基金率
055/ 贷款
056/ 什么是高利贷
057/ 贴现
057/ 再贴现
057/ 算算自己有多少钱——资产负
 债表
058/ 谁给资金盈余者和短缺者牵线搭
 桥——金融中介

058/ 经济周期
059/ 什么叫经济危机
059/ 经济泡沫是什么
060/ 金融危机
060/ 金融泡沫是怎么形成的
060/ 墨西哥金融危机
061/ 亚洲金融危机
061/ 房地产泡沫
062/ 次贷危机

第 4 章
chapter four

看好你的腰包——
破解花钱的奥秘

064/ 市场上的需求与供给
064/ 价格
064/ 需求弹性
065/ 价格歧视
066/ 解构消费心理
066/ 消费者剩余导致的多购现象
067/ “口红效应”反映出的消费心理
067/ “鸡生蛋，蛋孵鸡”——市场的
 倍增效应
068/ 走进 2 元市场划得来吗
068/ 高跟鞋背后的秘密
068/ 为什么妈妈们喜欢到大超市去
 购物
069/ 什么商品经常拿来打折
070/ 超市标价尾数“9”多于“10”



的秘密

- 070/ 珠宝的包装盒为什么如此精致
- 070/ 看上去很美——消费的陷阱
- 071/ 世上有免费的午餐吗
- 072/ 天上会凭空掉下来一个林妹妹吗
- 072/ 为什么家电的价格越来越低
- 073/ 为什么存在手机漫游费
- 073/ 牛奶消费观察
- 074/ 为什么牛奶的包装是方的，而可乐的包装是圆的
- 074/ 自来水公司为什么是自然垄断产业
- 075/ 中国手机市场的状况——寡头垄断
- 075/ 餐饮业是什么行业——完全竞争
- 076/ 童话般的定价系统
- 076/ 商家的戏法——捆绑销售
- 077/ 为什么饭店一般谢绝自带酒水
- 077/ 为什么有自助餐
- 078/ 拍卖是怎么回事
- 078/ 为什么商品价格定得越高越畅销——凡勃伦效应
- 079/ AA 制是怎么回事
- 079/ 遛狗理论
- 080/ 超市商品摆放的学问
- 082/ 个人收入
- 082/ 个人消费支出
- 082/ 财产
- 083/ 什么是储蓄实名制
- 083/ 基金
- 083/ 投资基金有哪些收益
- 084/ 基金投资的小窍门
- 085/ 基金经理
- 085/ 组合投资
- 085/ 保本基金
- 086/ 成长型基金
- 086/ 股票型基金
- 086/ 债券基金
- 087/ 货币市场共同基金
- 087/ 开放式基金
- 088/ 封闭式基金
- 088/ 收入型投资基金
- 088/ 风险投资基金（创业基金）
- 088/ 平衡型投资基金
- 089/ 指数基金
- 089/ 国家基金与国际基金
- 089/ 离岸基金
- 090/ 基金拆分
- 090/ 金融商品
- 091/ 金融投资
- 091/ 人无远虑，必有近忧——保险如何应对风险
- 092/ 保险商品

第 5 章 chapter five

个人理财之路

- 082/ 什么是个人理财



092/ 意外伤害保险
092/ 医疗保险
093/ 养老保险
093/ 失业保险
093/ 投资型保险
094/ 银行理财产品
094/ 信托产品
094/ 银联
095/ 银行卡
095/ 借记卡
096/ 贷记卡
096/ 信用卡
096/ 转账
097/ 自动取款机
097/ 网上银行
097/ 电话银行
098/ 手机银行
098/ 电子货币
099/ 电子支付
099/ 现钞
100/ 网上购物应注意什么

第 6 章
chapter six

**拨开股票、证券
的迷云**

102/ 手
102/ 场外交易
102/ 场内交易

102/ 一级市场
103/ 二级市场
103/ 二级市场与一级市场有何联系
104/ 大盘
104/ 小盘
105/ 开盘价、收盘价与成交量
105/ 停牌
105/ 涨（跌）停板
105/ 价格股利率
106/ 投资报酬率
106/ 股价指数
107/ 评级机构
107/ 三大评级机构
107/ 上证股价指数
108/ 深圳股价指数
108/ 标准·普尔股票价格指数
108/ 道·琼斯股票指数
109/ 《金融时报》股票指数
109/ 日经股票指数
110/ 恒生指数
110/ 国企指数
110/ 纳斯达克
111/ 美元指数
111/ “T+1”交割制度
112/ “T+0”交割制度
112/ “利多”和“利空”
112/ 股票
112/ 国家股和个人股



113/ 绩优股
113/ 蓝筹股
114/ 红筹股
114/A 股
115/B 股
115/H 股、N 股、S 股
115/ST 股
116/ 一线股与二线股
116/ 优先股
116/ 配股
117/ 新股
117/ 标的资产
117/ 标的与标的物
118/ 期权
118/ 期货
119/ 股指期货
119/ 建仓、平仓
120/ 爆仓
120/ 私募
121/ 牛市（多头市场）
121/ 熊市（空头市场）
121/ 平衡市
122/ 证券
122/ 国务院证券委和中国证监会
123/ 证券交易所
123/ 买空
124/ 卖空
124/ 跳空

124/ 缩量
124/ 放量
125/ 底部堆量
125/ 总市值
125/ 流通市值
126/ 对冲基金
126/ 国家债券有哪些
126/ 公司债券
127/ 企业债券
128/ 华尔街
128/ 摩根财团
129/ 雷曼兄弟

第 7 章 chapter seven

不可不知的 企业常识

132/ 有限责任公司
132/ 股份有限公司
132/ 上市公司
132/ 上市公司收购
132/ 法人与自然人
133/ 董事
133/ 董事长
134/ 总裁
134/ 首席执行官
135/ 董事会
135/ 监事
136/ 监事会



- 136/ 信托
- 137/ 委托人和受托人
- 137/ 股东大会
- 138/ 国企
- 138/ 营业执照
- 139/ 企业文化
- 139/ 企业精神
- 140/ 国外企业精神摘录
- 140/ ISO
- 141/ 产品质量认证
- 141/ 供应链
- 142/ 啤酒效应是什么
- 142/ 连锁经营
- 142/ 电子商务
- 143/ 企业家
- 143/ 品牌效应
- 144/ 品牌文化
- 145/ 营销
- 145/ 分销
- 146/ 售后服务
- 146/ 债权人
- 147/ 债务人
- 147/ 破产
- 148/ 破产保护
- 148/ 跨国公司
- 149/ 兼并与收购

第 8 章
chapter eight

人与人之间的
博弈游戏

- 152/ 机构人员膨胀的原因及后果——
帕金森定律
- 152/ 不要同时用两只手表——手表
定理
- 153/ 怎么激励别人才最有效——需求
层次理论
- 153/ 沙丁鱼为什么能活着——鲰鱼
效应
- 154/ 三个和尚没水喝的故事——华盛
顿合作规律
- 154/ “烂苹果”的可怕之处——酒与
污水定律
- 155/ 要想做婆婆，就先做媳妇——蘑
菇定律
- 156/ 为什么富者越富，穷者越穷——
马太效应
- 156/ 新来的猴子为什么不敢拿香
蕉——路径依赖
- 157/ 请关注“非明星员工”——水桶
效应
- 158/ 如无必要，勿增实体——奥卡姆
剃刀定律
- 159/ 选择你所爱的，爱你所选择
的——不值得定律
- 160/ 蝴蝶效应



- 160/ 明星挑大梁的现象——二八法则
161/ 为什么你总是原地踏步——内卷化效应
162/ “红牌作战”背后的依据——破窗理论
163/ 由俭入奢易，由奢入俭难——棘轮效应
164/ 生活中充满了博弈
164/ 纳什均衡与价格大战
165/ 囚徒困境
166/ 重复博弈
166/ 为什么大酒店旁边的小商店生意好——智猪博弈
168/ 谁是真正的勇士——懦夫博弈
168/ 爱情博弈
169/ 约会对象为何重要——麦穗理论
170/ “剩女”是怎么来的
170/ 避免让最珍贵的礼物变成无用之物
171/ 为什么大鱼不吃小鱼——合作博弈
171/ 动态博弈
171/ 旅行者博弈
172/ 投票博弈与羊群效应
176/ 出口贸易
176/ 进口贸易
177/ 贸易顺差（出超）
177/ 贸易逆差（入超）
178/ 休漠机制是怎么回事
178/ 比较优势
179/ 人民币怎么换算成美元
180/ 基本汇率
180/ 套算汇率（交叉汇率）
180 直接标价法
181/ 间接标价法
181/ 买入汇率
181/ 卖出汇率
182/ 外汇
182/ 外汇风险
183/ 外汇管制
183/ 个人外汇买卖
184/ 远期外汇买卖
184/ 布雷顿森林体系
186/ 关税及贸易总协定
186/WTO
187/ 世界银行
188/ 国际货币基金组织
188/ 欧盟
189/ 经济合作与发展组织
189/ 石油输出国组织
190/ 固定汇率制
190/ 浮动汇率制

第9章
chapter nine

跟外国人做生意——
国际贸易与国际金融

176/ 国际贸易



- 191/ 盯住汇率制
- 191/ 远期汇率
- 192/ 升水与贴水
- 192/ 外汇储备
- 193/ 购买力平价
- 194/ 汇票是什么
- 194/ 本票
- 194/ 支票
- 195/ 特别提款权
- 195/ 经常项目
- 196/ 资本项目
- 196/ 世界工厂
- 197/ 关税
- 198/ 配额
- 198/ 贸易摩擦
- 199/ 倾销
- 200/ 大象的舞蹈——规模经济
- 201/ 高校扩招折射出的现象——范围经济

第 10 章 **走进真实世界中的**
chapter ten **经济学**

- 204/ 新制度经济学
- 204/ 制度
- 205/ 产权
- 205/ 交易费用
- 206/ 科斯定理

- 206/ 寻租
- 207/ 人力资本
- 207/ 物质资本
- 208/ 社会资本
- 208/ 奥运经济
- 209/ 浅盘经济
- 209/ 短缺经济
- 210/ 数字化经济
- 210/ 绿色经济
- 211/ 知识经济
- 211/ 山寨经济
- 212/ 美女经济
- 212/ 网络经济
- 213/ 虚拟经济
- 213/ 旅游经济
- 214/ 三农问题
- 214/ 国家专项储备粮制度
- 215/ 什么是新型农村合作医疗制度
- 215/ 什么是房奴
- 216/ 小产权房
- 216/ 农村信用合作社
- 217/ 农业信息化
- 217/ 硅谷现象
- 218/ 家乐福
- 218/ 数码相机
- 219/eBay (易趣)
- 220/ 淘宝网
- 220/ 淘宝商城



- 221/ 支付宝
- 221/ 联合利华
- 222/ 麦当劳
- 222/ 肯德基
- 223/ 可口可乐公司
- 223/ “零成本”信息化——永和大王
- 224/ “草原奶业双雄”之一——伊利
- 224/ “草原奶业双雄”之二——蒙牛
- 225/ 世界第四大白色家电制造商——海尔集团
- 225/ 联想集团
- 226/ 《华尔街日报》
- 227/ 《纽约时报》

第 11 章
chapter eleven

经济名人集锦

- 230/ 《资本论》是谁写的——马克思
- 230/ 《国富论》的作者是谁——亚当·斯密
- 231/ 大卫·李嘉图与《政治经济学及赋税原理》
- 232/ 阿瑟·塞西尔·庇古
- 232/ 凯恩斯《就业、利息和货币通论》
- 233/ 里昂·瓦尔拉斯
- 233/ 马尔萨斯与《人口论》
- 234/ 经济计量学模式建造者之父——简·丁伯根

- 234/ 现代企业管理学之父——彼得·杜拉克
- 235/ 赫伯特·席勒
- 236/ 托尔斯坦·本德·凡勃伦与《有闲阶级论》
- 236/ 乔姆斯基
- 237/ 拉尔夫·纳尔逊·艾略特与波浪理论
- 237/ 传媒世界中的教父——基思·鲁珀特·默多克
- 238/ 谁是“华尔街的拿破仑”——摩根
- 239/ 历史上最富有的美国人——洛克菲勒
- 239/ 汽车大王——福特
- 240/ 钢铁大王——安德鲁·卡耐基
- 240/ 美国诺贝尔经济学奖第一人——保罗·萨缪尔森
- 241/ 电影《美丽心灵》的主人公——纳什
- 242/ 福布斯与福布斯富豪榜
- 242/ 研究中国民营经济的“教父级”人物——胡润
- 243/ 山姆·沃尔顿与沃尔玛
- 244/ 美联储的“三朝元老”——格林斯潘
- 244/ 谁写了《世界是平的：21 世纪

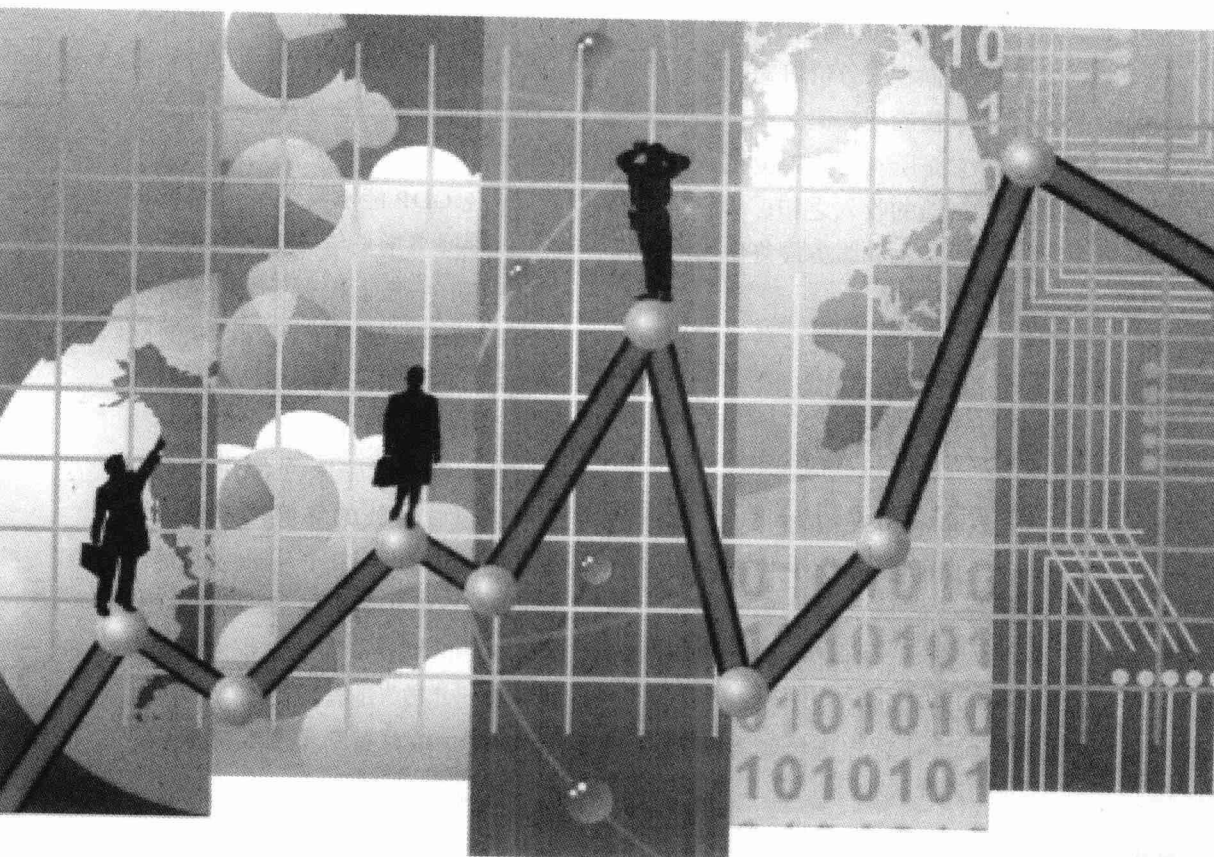


目 录

- 简史》——托马斯·弗里德曼
- 245/ 新制度经济学的鼻祖——科斯
- 246/ 先有鸡还是先有蛋——格兰杰
- 247/ 保罗·克鲁格曼
- 247/ 格里高利·曼昆
- 248/ 戴尔电脑创始人——迈克尔·戴尔
- 249/ 世界首富是谁——比尔·盖茨
- 249/ 股神是谁——巴菲特
- 250/ 杰恩——华尔街百万富翁的创业史
- 251/ 林毅夫
- 252/ 张五常
- 252/ 打工女皇——吴士宏
- 253/ 阿里巴巴的创始人——马云
- 254/ 大学生的知心朋友——李开复
- 254/ “新东方”校长——俞敏洪
- 255/ 深谙用人之道——李嘉诚
- 255/ 大金铺的小学徒——郑裕彤
- 257/ 体会创业之乐——马化腾

第1章

解析生活中常见的 经济名词





GDP

GDP 是英文 Gross Domestic Product 的缩写,即国内生产总值,指一定时期内(一个季度或一年),一个国家或地区的经济中所生产出的全部最终产品和提供劳务的市场价值的总和。

GDP 是宏观经济中最受关注的经济统计数字,因为它被认为是衡量国民经济发展情况最重要的一个指标。一般来说,国内生产总值有三种形态,即价值形态、收入形态和产品形态。从价值形态看,它是所有常驻单位在一定时期内生产的全部货物和服务价值与同期投入的全部非固定资产货物和服务价值的差额,即所有常驻单位的增加值之和;从收入形态看,它是所有常驻单位在一定时期内直接创造的收入之和;从产品形态看,它是货物和服务最终使用减去货物和服务进口。

绿色 GDP

绿色 GDP 是绿色经济 GDP 的简称,指的是从 GDP 中扣除自然资源耗减价值与环境污染损失价值后剩余的国内生产总值,称为可持续发展国内生产总值。

中国科学院可持续发展课题研

究组提出的绿色 GDP 为: GDP 扣减自然部分的虚数和人文部分的虚数。

自然部分的虚数从下列因素中扣除:(1)环境污染所造成的环境质量下降;(2)自然资源的退化与配比的不均衡;(3)长期生态质量退化所造成的损失;(4)自然灾害所引起的经济损失;(5)资源稀缺性所引发的成本;(6)物质、能量的不合理利用所导致的损失。

人文部分的虚数从下列因素中扣除:(1)由于疾病和公共卫生条件所导致的支出;(2)由于失业所造成的损失;(3)由于犯罪所造成的损失;(4)由于教育水平低下和文盲状况导致的损失;(5)由于人口数量失控所导致的损失;(6)由于管理不善(包括决策失误)所造成的损失。

绿色 GDP 能够反映经济增长水平,体现经济增长与自然环境和谐统一的程度,实质上代表了国民经济增长的正效应。绿色 GDP 占 GDP 比重越高,表明国民经济增长对自然的负面效应越低,经济增长与自然环境和谐度越高。实施绿色 GDP 核算,将经济增长导致的环境污染损失和资源耗减价值从 GDP 中扣除,是统筹“人与自然和谐发展”的直接体现,对“统筹区域发展”、“统筹国内发展和对外开放”是有力的推动。同时,绿色 GDP 核算有利于真实衡量和评