

解惑 中国经济

华说 著



清华大学出版社

解惑

中国经济

华说 著



清华大学出版社

内 容 简 介

这是一本针对当下社会经济热点现象下笔的一本书稿。通过经济学的视角,以随笔的手法,深入浅出地分析了其背后的道理。逻辑井然,文采斐然。作者用自己扎实的经济学基础和身为记者的敏锐度,就广大读者关心的社会经济现象加以剖析说明,立体且全面的展现了当今的中国经济现状。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

解惑中国经济 / 华说著. — 北京:清华大学出版社,
2014

ISBN 978-7-302-36588-5

I. ①解… II. ①华… III. ①中国经济—研究 IV. ①F12

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第039818号



责任编辑:刘志英

装帧设计:许芳

责任校对:王荣静

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社总机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 三河市君旺印装厂

装 订 者: 三河市新茂装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 170mm×230mm 印 张: 17.5 字 数: 311 千字

版 次: 2014 年 6 月第 1 版 印 次: 2014 年 6 月第 1 次印刷

定 价: 48.00 元

产品编号: 058272-01

自序

preface

“子不教，父之过”是古训，也是明训。作为一名在读小学生的父亲，于情于理，不能不操心孩子的功课与学业。感谢孩子，因为借此机会，我竟然得以重温孩提时代的乐趣。尤其是那些童话故事，读来每每有“似曾相识燕归来”之感，恍若穿越时空。

有一天，在孩子的童话书上，看到了一则题为“国王的法则”的故事。故事说，从前，有一位爱民如子的国王。在他的英明领导下，全国臣民都过得非常幸福，生活富裕、安居乐业。可是，国王的年纪越来越大，身体也越来越差。一天，他把自己最信任的大臣叫到身边，对他说：“我这身体不行了，恐怕也活不了多久了，可我担心自己死了以后，人民的生活……”

“陛下，您的意思是……”

“我想在自己死后，让我的臣民继续过着幸福的日子，所以，你们要为我寻找一条能确保臣民生活幸福的永世法则。”国王说。

于是，这位大臣召集天下所有的学者来研究“幸福法则”。三个月后，大臣献给国王三本书。国王摇头说：“不行，臣民没有那么多时间来看书的，你们删减一下。”

两个月后，大臣与众学者们把三本书简化成了一本。

国王还是不满意。他说：“我们的臣民每天都在忙碌着耕田织布、经商贸易，让他们读完这样一本书，至少也要花上一个月的时间。一个月啊，他们可以做很多的事啊……”

大臣终于明白了。国王想要的其实只是“一条”法则。于是，一个月后，大臣呈给国王一张纸。国王看了之后，非常满意地说：“很好，只要我的臣民都真正奉行这条宝贵的法则，我相信他们一定能继续过上富裕幸福的生活。”

没多久，国王去世了，新国王将这张纸上的“法则”公告天下。这张纸上只写了一句话：天下没有不劳而获的东西。

读完这个故事，脸上不禁有些发热。作为成年人，我感到汗颜了。当我们端着架子

一本正经地教育孩子“天下没有不劳而获的东西”的时候，我们是否做到了言行一致？倘若你是诚实之人，扪心自问，得到的答案大抵是令人难堪的。从这些年风起云涌的舆论来看，我们几乎天天盼望着“天上掉馅饼”。蔬菜价格上涨了，我们大呼“吃不起蔬菜了”，呼吁政府补贴；风景区的门票涨价了，我们又大呼“看不起风景了”，要求政府限价。养老、住房、教育、医疗，许多人一直在呼吁政府提供各种各样的社会福利，而且“多多益善”。“免费大餐”一旦吃上了，吃习惯了，想不上瘾都难。君不见，高速公路重大节假日免费通行之后，有人开始呼吁平日也要免费；义务教育阶段学杂费免除之后，又有人提议学龄前教育免费了……此情此景，倘若孩子发问：“你们不是说天下没有不劳而获的东西吗，为什么又要求‘免费大餐’？”面对孩子天真的眼神，我们又该如何张嘴作答，如何自圆其说？

是的，天下哪里有不劳而获这样的好事！我们生活的这个真实世界，绝大多数物品是稀缺的，要获得它，就必须付出代价。这代价，表现在市场上，就是价格。目前各类冠以“免费”名目的社会福利是免费的？当然不是！政府提供的种种福利和服务，都是需要庞大的费用支持的。但政府本身并不创造财富，政府的收入，正是来自你我他每一个“光荣的纳税人”缴纳的税收！换言之，那些所谓的“免费大餐”并不免费，只不过收费的方式较为隐蔽和迂回。而这种迂回或者隐蔽的收费方式，往往遮蔽和扭曲了人们对资源价值的认知，从而导致资源未能实现最为有效的利用。理论和事实已经证明并将继续证明，从社会整体利益看，那些由政府提供的“免费大餐”，其付出的代价，远比市场运作的成本高昂得多。

“世上没有免费的午餐——是我的经济理论的全部，其余只是枝节！”美国著名经济学家米尔斯·弗里德曼这样说。收集在这里的文章，虽然涉及的题材各不相同，表达的形式也互有差异，但其核心的思想，其实是一致的。这一“中心思想”，一言以蔽之，不过是重复着的那句老话——天下没有免费的午餐。

是为序。

目录

contents

Part 1	楼市之器	1
1	房产中介与虚假房源	2
2	闲话“自住型商品房”	6
3	房价的“建房成本下降论”	10
4	“地王”的底气从何而来 ——楼市“红五月”的断想之一	13
5	房价的拐点在哪里 ——楼市“红五月”的断想之二	16
6	掩耳盗铃现代版：房价的数字游戏	19
7	好政策 坏政策 ——从楼市调控“国五条”及地方实施细则说起	23
8	楼市新政与税收负担	27
9	高档小区的廉租房	30

Part 2 / 出行之困

33

1	机场的打包费	34
2	廉价航空的春天	37
3	公交“一卡通”：退卡难的秘密	40
4	进口汽车的价格争议	44
5	“定制公交”与价格管制	47
6	铁路总公司：名号与实质	50
	—— 中国铁路的市场化之路之一	
7	从捡“芝麻”说起	53
	—— 中国铁路的市场化之路之二	
8	打车软件之“劫”	56
9	春运“退票潮”	60
10	自学驾车与行政管制	63
11	“刷票插件”与竞争准则	66
12	火车无座票与价格管制	69
	—— 站票价格之争的经济分析	
13	出租车“趴活”的制度变迁	73
14	一车难求与出租车集体“趴窝”	76
	—— “打车难”的经济分析	
15	从新交规说到“办公室法规”	79
16	高铁的票价	82

Part 3 / 餐桌之间

85

1	星巴克的价格风波	86
2	“奶粉进药店”会降低价格吗	89
3	北大的馒头	91
4	奶粉“国家队”	94
5	“三公消费”与婚宴价格	97
6	冷饮乾坤	100
7	进口大增会危及粮食安全吗	103
8	肯德基套餐与菜单成本论	106
9	代驾费的分成	109
10	“天价”神话的终结说明了什么	111
11	家庭农场的“松江模式”	114

Part 4 / 税收之痛

117

1	减税是最好的“刺激”	118
2	存款征税为什么错了 ——存款征税风波之一	121
3	塞浦路斯：受益者还是受害者 ——存款征税风波之二	124
4	电商征税的争议	127
5	税收的效率：从富豪移民潮说起	130

Part 5 / 金钱之讼

133

1	比特币与财富累积仓库	134
2	民营银行与金融市场开放	138
3	一张 24 年的存单	141
4	银行的网上商城	144
5	闲话“钱荒”	147
6	余额宝的争议	151
7	地方政府债务是一个问题吗	154
8	做空机构与市场运作	157

Part 6 / 时事之辩

161

1	垄断之辩：中国移动与腾讯微信	162
2	苹果：傲慢的代价	165
3	反垄断的闹剧	169
4	没有“电荒”的夏天	174
5	企业的寿命	177
6	光伏大战：和解及其后果	180
7	电商、零售业及其命运	183
8	优秀企业为什么反对政府补贴	186
9	发改委加班与 250 个公章	189
10	多此一举的反垄断	192

1	雾霾之思：“先污染后治理”的宿命	196
2	假货定律	200
3	“单独二胎”的经济分析	204
4	“双十一”：封杀与合作	207
5	“整酒”轶事	210
6	“圈子”的经济分析	213
7	富人为什么比穷人更健康	216
8	澳大利亚的工人工资	219
9	淘宝挂号风波	222
10	高铁“意城”：错误的生意	225
11	“史上最难就业季”的经济分析	228
12	佃农与地主的故事	232
13	慈善的竞争	235
14	好莱坞的“中国特供”	238
15	“中国式过马路”与“枪打出头鸟”	241
16	从云南白药配方说到商业秘密	244
17	手机尺寸为什么越来越大	247
18	“iPhone在线”	250
	——以貌取人与信息费用	

Part 8 / 风景之谜 253

- | | | |
|---|----------------|-----|
| 1 | “引桥坍塌”与“垃圾换门票” | 254 |
| 2 | 从九寨沟事件说到《旅游法》 | 257 |
| 3 | 为“门票经济”一辩 | 261 |
| 4 | 凤凰古城的门票新政 | 264 |
| 5 | 东方明珠塔下的“黄牛” | 268 |

part 1

Part 1

楼市之器

楼市之器

1

房产中介与虚假房源

我所居住的小区大门外，每逢双休日，边上的一家房产中介公司往往会支上一块大白板，上面密密麻麻地写满了所谓“精选房源”。这样的一幕，在这个城市是司空见惯的。有一回访友，见其所在小区的门口，竟然有三四家房产中介占地“摆摊”。此情此景，想来其他城市也是如此罢了。不过，据说在首善之区北京，上述的行为已被列为房产中介的“十大恶习”之一而遭到严厉禁止！

2013年11月21日，据《新京报》的消息说，北京市工商局、市住建委、市公安局近日集体行政约见链家、我爱我家、中大恒基等20家大型房产中介，要求其自查自纠违规“恶习”。按照计划，即日起至2014年2月底，三部门将在全市范围内专项整治房产中介10种违法行为，重点是中介非法从事群租房业务。在报道的末尾，罗列了三大部门决意“专项整治”的房产中介“十大恶习”。包括“在小区、路口擅自截设的自设性户外违规广告牌”；“在店堂门窗张贴的房源信息或广告”；“无照、擅自设立分支机构或超出核准的经营范围从事中介”；“利用出租房屋从事无照经营等违法经营”；“发布虚假房源信息，或恶意抢占房源信息”；“诱导购房人违反限购等政策措施，协助购房人伪造证明材料骗取购房资格，擅自划转客户交易结算资金”，等等。

倘若说，将伪造材料、无照经营及擅自划转客户资金之类视为“恶习”而整顿，大

抵是在情理之中的。将“在小区、路口擅自截设的自设性户外违规广告牌”也列为“恶习”则有些奇怪，更奇的是“在店堂门窗张贴的房源信息或广告”居然也在“恶习”之列而要愤然要求加以“专项整治”。十八届三中全会通过的《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》（以下简称《决定》）刚刚公告天下，舆论普遍认为《决定》的重中之重，是市场上前了一步而政府后退了一步。因为上面白纸黑字写得清楚：“使市场在资源配置中起决定性作用。”然而以此琐屑之事来看，文件是一回事，事实又是另一回事。

言归正传，回到房产中介的话题上。在北京列出的房产中介“十大恶习”中，“发布虚假房源信息”赫然在列。“恶习”与否不是笔者的兴趣所在，但以日常观察所见及自己的亲身经历而言，房产中介喜欢发布虚假房源信息，以至于二手房市场上虚假房源信息满天飞确乎是一个事实。那么，为什么二手房市场充斥着“虚假房源信息”？为什么屡遭消费者投诉，但房产中介公司依然“一条道走到黑”，而且无一例外？

古时候的婚姻，决定于“父母之命，媒妁之言”。男女结合，没有媒婆（操此业者大抵是女性）不能成事。房产中介是卖房者与买房者之间的“媒婆”。做媒自然有收入，媒婆收取的是礼金或者酬金，房产中介收取的是佣金，对买卖双方都收。房产中介的收入，主要来自买卖之间的信息传达及其相关服务。从经济学上说，这收入属于信息费用，是交易费用的一种。

不言而喻，房产中介的主要工作，是在买家与卖家之家传递信息——向买家传达卖家的信息，向卖家传达买家的信息，然后居间运作加以撮合。也就是说，房产中介吃的是“信息饭”。既然吃的是“信息饭”，首要的是了解信息掌握信息，包括卖家的和买家的。但茫茫人海，谁是买家，谁是卖家？房产中介不是三只眼的杨戬，可以看穿门店路人的心理，从而辨别出卖家或者买家；卖家或者买家额头上也没有贴着标签。然则房产中介如何了解和掌握卖家与买家的信息？答案很简单：通过发布房源信息来收集卖家与买家信息。发布房源信息，一石二鸟：告诉购房者，可以到这里来买房，告诉卖房者，可以到这里卖房。所谓“在小区、路口擅自截设的自设性户外违规广告牌”以及“在店堂门窗张贴的房源信息或广告”，无非是房源信息发布的一种方式罢了。一旦有人在这些房源信息前稍微停顿一下，中介人员立马会上前询问：“先生，您是想买房还是卖房？”这就是收集卖家与买家信息也。

如同店内顾客的多少直观地反映着一家饭店的菜品质质量——在离笔者家不远的综合购物中心，就餐高峰期门口排长队的永远是那几家物美价廉的饭店，一家房

产中介拥有的房源多少，也直接反映了这家中介的经营状况。尤其是对作为外行的买家和卖家而言，如何选择自己的委托者？是挂满了房源的中介，还是房源屈指可数的中介？当然是前者被选中的概率更大。因为房源多表明了这家中介的经营能力，也表明了市场的选择。所以房产中介无一例外地会“虚构”房源信息。其目的，就是为了向买家和卖家传递这种信息。

尽管这种行为上不了台面，具有欺骗性质，但对房产中介而言，“虚构”房源信息的行为对收集卖家与买家信息而言是行之有效的。譬如说，一个买家在网上看中了一套“虚假房源”，打电话咨询中介，因为这套房源其实并不存在，中介必定会寻找各种理由让买家放弃这套“虚假房源”——理由并不难找，张口就来：“已经有买家下定金了”“房子刚刚卖掉了”“房东说不卖了”……接着就向买家推荐真实存在的房源，买家不感兴趣也无所谓：“没关系，我再帮您找找别的房源，你想找哪个区域或者楼盘？两房还是三房？大致的预算是多少？……”不动声色之间，已将买家的信息收集得差不多了。对卖家信息的收集也如法炮制，不过是换了另一套说辞而已。

说白了，这“虚假房源”其实就是一个“鱼饵”，用来“钓”买家和卖家的信息。有了卖家的信息，就掌握了真实的房源；有了买家的信息，就掌握了真实的需求信息。然后从中选择合适的买家与卖家进行匹配，经过一番撮合，成交就达成了！最终真实的成交，竟然建立在最初的虚假之上。大千世界，无奇不有！

有趣的是，在房产中介挂出的房源信息中，标注的价格一般是低于市价的。这其实是一种策略。价格偏低，容易吸引买家。一旦买家表达出购买意愿，则以“房东跳价”或者“这是房东到手价，双方的税费需要买方承担”等诸如此类的理由将价格加上。从卖家这方而言，房产中介在降低卖家心理预期的同时，承诺以高于此“市场价”的价格卖出来获得卖家的委托。

有人要问，倘若有一家房产中介坚决“出淤泥而不染”，在别家纷纷制造房源信息“虚假繁荣”之时，坚持以真实的房源示人，即便只有孤零零的几条房源信息也如实发布，其结局将如何？回答是，将会被市场淘汰。前文已经说过，房源的多少是房产中介在向买家和卖家发送信息，从而在市场上竞争获取卖家和买家的委托。这样，虽然以真实房源示人但房源信息少的中介，会在争取卖家和买家的委托中处于下风，最终在竞争中将其淘汰出局！因为虚构房源的中介会比不虚构房源的中介了解和掌握着更多的买家和卖家信息！所以二手房市场上虚假房源信息泛滥。原因再简单不过：倘若不“随其波逐其流”，将会在竞争中被市场淘汰！

以此观之，尽管北京市有关部门大张旗鼓地将“发布虚假房源信息”作为“恶习”而加以“专项整治”，但那效果，其实也渺茫。无他，此乃房产中介生存之道也。其实这也是有前车之鉴的。整治“发布虚假房源信息”的行动，大抵在各地都有过的，那成果据说也是显著而辉煌的，然而迄今为止，虚假房源信息依然充斥市场，这也是“铁一般的事实”。这样看，还是古人说得好：“水至清则无鱼，人至察则无徒。”

2

闲话“自住型商品房”

当一个人出现打喷嚏、鼻塞、咳嗽等症状时，人们知道，这大抵是感冒的前兆。在中国，当房价噌噌地往上涨的时候，人们知道，房地产调控政策就要来了。这是过去10多年来的一条楼市铁律。2013年以来，在国家统计局每月发布的70个大中城市住宅价格指数中，首善之区的北京一直位列涨幅榜前茅，近几个月尤甚。按照以往的经验，人们知道，所谓“楼市新政”的出台已经不远了。

果不其然。2013年10月23日，在国家统计局发布9月份70个大中城市房价数据之后的第二天，北京市发布了《关于加快中低价位自住型改善型商品住房建设的意见》和被称作升级版北京房地产调控政策的“京七条”两项房地产调控政策，拉开了新一轮房地产调控的序幕。在这一轮的楼市调控政策中，除了重申、强调或者加码既有政策之外，最新的一点，也是被舆论最为关注并视之为政策核心的，是郑重其事地推出了“自住型商品住房”。

“自住型商品住房”是简称，全称是“中低价位自住型改善型商品住房”。按照《关于加快中低价位自住型改善型商品住房建设的意见》，“自住型商品住房用地，可以采取集中建设或者配建等多种形式，由房地产开发企业通过‘限房价、竞地价’等出让方式公开竞得”。初步的计划，是“2013年年底全市要完成不低于2万套自住型商品住房供地，今后还要根据市场需求情况进一步加大供地规模。”来自北京市住建委的消息说，2014年自住型商品住房供地将会达到5万套。

因为在商品住房前有“自住型”这个前缀，这一类住宅有着明确的套型面积和价格标准限制——“以90平方米以下为主，最大套型建筑面积不得超过140平方米；