

CEO 經濟學

120 Examples of Business & Economics

想知道面對不景氣，赤鬼牛排和王品如何創造出**主雇雙贏**的局面？

想知道各大賣場如何運用**尾數定價**來**刺激消費**？

想知道企業**運用經濟**提高競爭力的**秘辛**嗎？

如何把**企業做大**？如何讓**企業長青**？

透過企業**實例分析** *you must know*

深入淺出的**密計大公開** *you should learn*

輕鬆掌握經濟學理論

1st

2nd

企業實例分享

3rd

經濟學思維

經濟學大師

黃曉林◎著

經濟學小辭典

CFO 經濟學

120 Examples of Business & Economics

想知道面對不景氣，赤鬼牛排和王品如何創造出主僱雙贏的局面？

想知道各大賣場如何運用尾數定價來刺激消費？

想知道企業運用經濟提高競爭力的秘辛嗎？

如何把企業做大？如何讓企業長青？

透過企業實例分析 *you must know*

深入淺出的密計大公開 *you should learn*

輕鬆掌握經濟學理論

1st

企業實例分享

2nd

經濟學思維

3rd

經濟學小辭典

經濟學大師

黃曉林◎著

Work Smart! 003

CEO經濟學 120 Examples of Business & Economics

作者 黃曉林
特約編輯 黃韻竹、朱時嫻
封面設計 Atelier Design Ours
內頁構成 華漢電腦排版有限公司

發行人 周瑞德
企劃編輯 張雪珠

出版 貝斯特出版社有限公司
電話 / (02) 2706-9398 傳真 / (02) 2709-9729
地址 / 10661 北市大安區瑞安街286號2樓
Email / best.books.service@gmail.com

印刷 皇甫彩藝印刷股份有限公司
總經銷 易可數位行銷股份有限公司
電話 / (02) 8219-1500 傳真 / (02) 8219-3383
地址 / 231 新北市新店區中正路542-3號4樓

初版 2012年2月
定價 新台幣299元

版權所有 翻印必究

國家圖書管出版品預行編目 (CIP) 資料

CEO經濟學 120 Examples of Business & Economics / 黃曉林著.

--初版. --臺北市: 貝斯特出版, 2012.2

面: 公分

ISBN 978-986-87484-7-7 (平裝)

1.經濟學

550

100022865

目錄

前言 學習一門致勝之道／001

第一篇

經濟學的基本概念

第一章 供需關係

- 一、欲望與資源的永恆矛盾——稀缺性／008
- 二、市場交易的前提——產權／010
- 三、學習經濟學只要掌握兩件事——供給與需求／011
- 四、商品價格與供給量的關係——供給定理／014
- 五、薄利不一定多銷——需求的價格彈性／016
- 六、能源供給緊張的原因——供給的價格彈性／020
- 七、生活必需品不降價——剛性需求／023
- 八、價格波動的困境——蛛網理論／025
- 九、為什麼把棉花燒光——生產相對過剩／028

第二章 價格與價值

- 十、商品的價值——使用價值和交換價值／031
- 十一、商品價值的貨幣表現——價格／034
- 十二、買方與賣方的平衡點——均衡價格／036
- 十三、鑽石比水更值錢——價值矛盾／039
- 十四、價格的天花板——價格上限／041
- 十五、價格的地板——價格下限／043
- 十六、東西越貴，賣得越好——季芬財／046

第三章 市場

- 十七、社會分工和商品經濟發展的產物——市場／049

- 十八、無為而治——看不見的手／052
- 十九、生產者的資源——生產要素／054
- 二十、重要的要素市場——勞動市場／057
- 二十一、成本不只是錢——交易成本／060
- 二十二、看不見的手失控了——市場失靈／062

管理的經濟學內涵

第一章 生產與成本

- 二十三、有利潤的生意就做——生產者剩餘／068
- 二十四、產量最大化的條件——生產可能曲線／071
- 二十五、企業規模決定了盈虧——規模經濟／074
- 二十六、賠錢的生意有人做？——邊際成本／076
- 二十七、投入增加不保證收益增加——邊際收益遞減／079
- 二十八、企業永續發展的動力——利潤最大化／081
- 二十九、要繼續經營下去嗎？——固定成本與變動成本／084
- 三十、無法挽回的支出——沉沒成本／087
- 三十一、合理庫存的重要性——經營的機會成本／089
- 三十二、己所不欲，勿施於人——外部性／092
- 三十三、產品的生老病死——產品生命週期／094

第二章 行銷策略

- 三十四、企業經營活動的職責——行銷／098
- 三十五、塑造清晰的形象——市場定位／101
- 三十六、做好每一個細節——顧客滿意度／104
- 三十七、走在消費者的前面——時尚／107
- 三十八、人要衣裝，佛要金裝——商品包裝／109
- 三十九、抓住消費者的眼睛——注意力經濟／111

- 四十、和消費者溝通——廣告／113
- 四十一、一加一大於二——捆綁銷售／116
- 四十二、讓產品與眾不同——產品差異化／118

第三章 訂價心理術

- 四十三、降價是唯一出路嗎？——價格戰／123
- 四十四、東西相同，價格卻不同——差別訂價／125
- 四十五、高訂價與低訂價的取捨——單一訂價／127
- 四十六、未雨綢繆的訂價方式——預防式訂價／131
- 四十七、讓消費者一次購足——捆綁訂價／133
- 四十八、便宜的錯覺——尾數訂價／136
- 四十九、讓消費者嚐一點甜頭——折扣訂價／138

第四章 組織與人才

- 五十、優秀的管理就是生產力——企業管理／141
- 五十一、人是最重要的資源——人力資源管理／143
- 五十二、激發企業發展的活力——產權明晰與效率／146
- 五十三、激勵員工努力工作——效率工資／148
- 五十四、以企業興衰為己任——員工入股／150
- 五十五、企業長青的關鍵——人治與法治／153
- 五十六、企業發展要與時俱進——現代企業制度／155
- 五十七、讓濫竽充數的人無所遁形——用制度提升效率／158
- 五十八、有激勵才有動力——激勵機制／160
- 五十九、有效的懲處——熱爐法則／163

第五章 財務決策

- 六十、個人出資經營的企業——獨資企業／167
- 六十一、共享獲利，共擔風險——合夥企業／169
- 六十二、把企業做大——股份制／171
- 六十三、現在的一元不等於未來的一元——貼現／174

從經濟學搞懂競爭

第一章 商場競爭型態

- 六十四、弱肉強食之道——完全競爭市場／180
- 六十五、沒有競爭者的市場——獨占／183
- 六十六、市場由少數人控制——寡占／185
- 六十七、介於完全競爭和完全獨占之間——獨占性競爭／187
- 六十八、企業擴張的捷徑——兼併／190
- 六十九、聯合起來就有用？——價格聯盟／192
- 七十、品項增加帶來成本優勢——範疇經濟／194

第二章 市場經營戰略

- 七十一、消費者的需求無限——開發潛在需求／198
- 七十二、掌握最關鍵的少數——八二法則／201
- 七十三、小需求創造大產業——長尾理論／203
- 七十四、在競爭中尋找新出路——藍海策略／206
- 七十五、聚集帶來競爭優勢——聚集經濟／209
- 七十六、專注於核心業務——外包／212
- 七十七、消費者只買貴的？——品牌／214
- 七十八、人無信不立，業無信不興——誠信經濟／216

第三章 拓展國際市場

- 七十九、跨越國界的時代——經濟全球化／219
- 八十、全球資源配置優化——經濟整合／221
- 八十一、經濟領域的戰爭——國際貿易／223
- 八十二、讓各國人民過更好的生活——國際分工／226
- 八十三、兩利取重，兩害取輕——相對優勢／228
- 八十四、強國也能出口勞力密集型產品——要素稟賦理論／230

- 八十五、進口和出口貿易的關係——順差與逆差／232
- 八十六、破壞行情的貿易行為——傾銷／235
- 八十七、限制外國商品的銷售數量——進口限額／238
- 八十八、合法的壟斷權——智慧財產權／241

宏觀角度的經濟學

第一章 國民經濟

- 八十九、總體經濟學的基本概念——總供給與總需求／246
- 九十、錢的供給與需求——資本市場／249
- 九十一、虛假的繁榮現象——泡沫經濟／251
- 九十二、越節儉反而越蕭條——節儉的矛盾／253
- 九十三、總體經濟學的理论基礎——凱因斯主義／256
- 九十四、漸行漸遠的兩端——貧富差距／259

第二章 經濟週期

- 九十五、經濟發展的高低起伏——景氣循環／262
- 九十六、經濟從未停滯——經濟流動／264
- 九十七、衡量經濟發展的標準——經濟成長率／266
- 九十八、經濟發展太快不是好事——經濟過熱／268
- 九十九、經濟出現負成長——經濟衰退／270
- 一百、長時間的經濟衰退——經濟蕭條／272
- 一百零一、經濟停滯與通貨膨脹並存——停滯性通貨膨脹／274

第三章 政府與經濟

- 一百零二、沒有規矩，不成方圓——制度／278
- 一百零三、市場秩序的維護——法制／281
- 一百零四、利用特權移轉財富——尋租／283

- 一百零五、「挖坑」帶動經濟發展——政府干預／286
- 一百零六、有些產品或服務只能由政府提供——公共財／288
- 一百零七、都是公有惹的禍——公地悲劇／290
- 一百零八、政府不是萬能的——政府失靈／292
- 一百零九、市場失靈下的政府作用——宏觀調控／294
- 一百一十、砸玻璃為什麼會促進經濟發展？——乘數效應／296
- 一百一十一、國民經濟發展的方向——經濟發展策略／299
- 一百一十二、穩定物價是政府的大事——價格政策／301
- 一百一十三、政府要對症下藥——權衡性政策／303

經營者的決策智慧

- 一百一十四、企業永續發展的基礎——創新／308
- 一百一十五、資訊不對稱的產物——逆向選擇／310
- 一百一十六、不斷計算與調整策略——機率／312
- 一百一十七、一開始就要有對的決策——路徑依賴／314
- 一百一十八、沒有選擇餘地的選擇——霍布森選擇／318
- 一百一十九、找到最值得信賴的人——委託代理與道德風險／320
- 一百二十、適合自己的就是最佳選擇——最優決策／323



前言

學習一門 致勝之道



為什麼要學經濟學？因為經濟學的思維，是以「理性」為出發點；而身為一位經營者，具有理性的腦袋是最為重要的。

在經濟學中，「理性」是指個人的主觀意識總是在為自己謀取最大的福利；也就是說，理性人應該懂得如何為自己謀福利，做一個精於計算的人。理性人精於計算的基本含義就是成本小於收益；一般來說，人們往往在做事之前會考慮清楚事情的結果，然後才去做。但是，面對同樣一件事情，不同的人為了獲取自身最大的收益，會採取不同的方式，我們來看看經濟學家是如何理性思考的。

有一個經濟學家、一個醫生和一個牧師相約去打高爾夫球。打球打得正開心時，他們發現有一個人老是在球場上漫無目的地亂跑，嚴重影響了他們的興致，於是他們決定去向球場交涉。球場的管理人員向他們解釋：「球場為了向全社會的殘障人士展現愛心，星期一下午免費開放盲人進入。今天是星期一，那個到處亂跑的人是盲人，如果他的行為影響了你們，我向你們道歉。」三人聽後，有三種不同的反應——牧師大為感動，決定抽出固定的時間，免費為殘障人士祈禱，為殘障人士帶來福音。醫生馬上決定向球場學習，準備在他的診所裡，留出固定的時間免費為殘障人士提供醫療服務。經濟學家卻不以為然地說：「我有些不明白，你們球場為什麼不把對盲人的開放時段從白天改到晚上？」

從理性的角度來看，白天與黑夜對於盲人沒有差別，

把對盲人開放的時間從白天改到晚上，一點都不會損害盲人的利益。如果盲人在白天和一般人共用高爾夫球場，盲人的利益雖能得到保障，但一般人的利益就會受到損害。也就是說，盲人的利益是建立在一般人利益犧牲的基礎上，這樣代表球場資源的配置是缺乏效率的。經濟學家從資源配置的效率角度看問題、看世界，他們是最理性的人！

事實上，在日常生活中，人人都是理性「經濟人」。例如買東西時，我們都希望買到物美價廉的商品，因為在經濟活動中人們會保持自利性和理性。從經濟學來說，「理性」是永恆的價值導向，要從成本和收益的角度去思考問題，做什麼事情都要區分為「划算」與「不划算」，這就是理性！

《愚公移山》的寓言故事為大家所熟悉，但是從經濟學的角度來說，愚公移山絕對不是精明的經濟學選擇。從經濟學的成本和收益角度來看，挖山的成本過高，需要子子孫孫無數代的付出，收益僅僅是方便了愚公後代的出入。與搬家相比，移山顯然是成本高、收益低。當然作為一種精神，「愚公移山」代表著執著與堅持，受到人們的尊重，這和經濟學不能混為一談。

經濟學中，做出任何選擇應該遵從經濟人的「理性」。經濟學家講究實際，我們做任何事情，不是為了表現什麼精神，而是要獲得某種利益，這種利益可以是個人的、群體的，也可以是整個社會的。要獲得利益就必須進



行成本、收益計算。愚公移山只是為了出入方便，但為了出入方便而世世代代去挖太行和王屋這兩座大山，究竟值不值得呢？挖山是有成本的，且不說為了挖山所需要的鎬、筐等需要花多少錢，僅就愚公一家人不從事任何有報酬的勞動，放棄的收入該有多少啊！如果天帝並沒有將山移走，那愚公的後代可能直到現在還在挖山！這就是愚公移山的預期成本；從成本、收益的角度來說，很明顯是不理性的。

人類進行理性分析不僅源於無意識，更是在達到自身利益最大化的過程中，無時無刻都會考慮到成本與收益問題。任何一個人在進行經濟活動時，都要考慮具體經濟行為在經濟價值上的得失，以便對投入與產出關係有一個盡可能科學的估計。

在經濟生活中，成本是為達到一定目的而付出或應付出資源的價值犧牲，它可以用貨幣單位加以計量，幾乎任何成本都是可以用金錢來衡量的。因為我們都是理性人，所以在做任何事情的時候，都要看付出多少成本和獲得多少收益，而要獲得收益，就必須進行成本與收益的分析，如果成本大於收益，一般是不該去做的。

舉個簡單的例子，例如你打算開一家服裝店，在計算成本時，你可能會考慮到店面的房租、進貨的費用、貸款的利息、付給員工的薪資、水電費、稅金等。在扣除這些費用之後，你認為自己還會賺到錢。但這樣的計算是不完全的：你漏掉了自己的工資，你墊付資金的利息，還有開

服裝店的機會成本等，只有把這些成本也考慮在內，如果收益大於成本，開服裝店才是值得的。

「經濟人」的理性思維，就是每個人都知道自已的利益所在，都會用最好的辦法去實現自己的利益。現實生活中，人們雖然都在有意無意中用理性去看問題，但做出的最終決策有時卻與經濟學中的理性相違背，因為理性是有限的，人不是全知全能的，人的行為受到各種因素的制約，例如擁有資訊的多少、理智和聰明的程度、外部條件的複雜多變使人難以駕馭等，人的理性行為往往並非完全理性，也就是所謂人的「有限理性」。

當然在現實生活中，人不可能處處都以經濟學理性的角度來觀察世界。畢竟，世界上還有經濟之外的一些東西，像是親情、友情、同情心等，如果一味把這種理性觀運用到一切生活準則中，生活也會有點乏味。

但不可否認的是，用經濟人的「理性」去分析和思考問題，能避免生活中許多無意義的衝動和瘋狂，讓我們有限的生命能夠發揮出最大的能量。在社會生活中，必須培養出自己的理性精神，以理性人的觀點面對生活，這樣將能使我們的利益最大化，生活更加豐富多彩。



第一篇

經濟學的基本概念



第一章 供需關係

一、欲望與資源的永恆矛盾——稀缺性

有些稀有的東西，其價格往往會高到令人瞠目結舌的地步。以手機號碼為例：在2009年出版的《金氏世界紀錄大全》(Guinness World Records)中，卡達（一個阿拉伯國家）的電信營運商Qtel被認定賣出全球最昂貴的手機號碼。一個66666666的手機號碼2006年5月的拍賣成交價格為1,000萬里亞爾（QAR，卡達的貨幣單位），根據當時匯率換算約275萬美元。在此之前，金氏世界紀錄記載最昂貴的手機號碼，是中國四川航空以48萬美元買下的88888888手機號碼。



經濟學思維

「稀缺性*」的概念在整個經濟理論中有非常重要的作用，是指人們獲得所需物品上存在的自然限制。一些經濟學家認為稀缺性是經濟學存在的前提條件，所以往往用稀缺性來定義經濟學。由於稀缺性的存在，決定了人們不斷做出選擇：決定利用有限的資源去「生產什麼」、「如