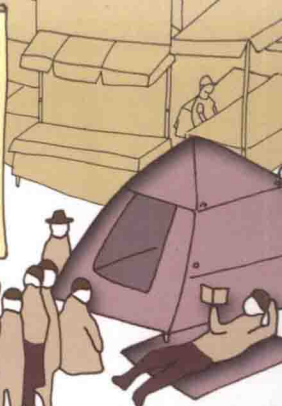


巷子口經濟學

抗漲
2版



三十年老店
刈包 35元



臥底經濟學家

鍾文榮 著

最暢銷本土科普經濟學！

擺脫學院派窠臼 經濟原來這麼生活

- 物價上漲有感、薪資成長無感？帶您洞悉物價上漲的真相。
- 「誠實商店」究竟賣的是什麼？
- 性感美女為何不介意大肚男？愛情竟可以和脂肪交易？

從愛情、購物、生活看經濟，連婆婆媽媽都是經濟學家！

更新版針對首版幾篇文章進行後續追蹤，檢驗作者的經濟預測力。

巷子口經濟學

2 抗漲版



臥底經濟學家
鍾文榮 著

財經新視界 002

巷子口經濟學

作 者 鍾文榮
發行人 楊榮川
總編輯 王翠華
主 編 張毓芬
責任編輯 侯家嵐
文字校對 劉禹伶 陳俐君
封面設計 盧盈良
封面插畫 王正洪
內文插畫 鄭勝文
出版者 博雅書屋有限公司
地 址 106台北市大安區和平東路二段339號4樓
電 話 (02)2705-5066
傳 真 (02)2706-6100
劃撥帳號 01068953
戶 名 五南圖書出版股份有限公司
網 址 <http://www.wunan.com.tw>
電子郵件 wunan@wunan.com.tw
法律顧問 元貞聯合法律事務所 張澤平律師
出版日期 2008年2月初版一刷
2012年1月初版九刷
2012年7月二版一刷
定 價 新臺幣250元

國家圖書館出版品預行編目資料

巷子口經濟學/ 鍾文榮著. — 初版. — 臺

北市: 博雅書屋, 2012. 07

面; 公分

ISBN 978-986-6098-50-5 (平裝)

1. 經濟學 2. 通俗作品

550

101004302

二版序

我相信每個人人生來都有自利的傾向，這種自利的傾向，其實也是經濟學的基本思考，這可以從我兩個女兒身上得到印證。

我設定她們兩個每次買零食的「預算」是30元，為了對兩個只有8歲和6歲的小女生解釋什麼是預算，必須用她們可以接受的語言解釋；也就是說，必須白話到「童言童語」的程度，大抵上她們才能夠聽得懂，她們這位經濟學老爸葫蘆裡到底賣什麼膏藥？經過我多番思考後，嘗試著和她們這麼說：

所謂的預算，就是妳們可以買糖果或者是餅乾的錢，但是，你們買的東西的價格必須小於，或者是等於這筆錢，絕對不能超過，也無法超過。再來，妳們買的東西可以是一樣，或者是好幾樣，這些加起來的錢，也一樣不能超過30元的預算。妳們花用預算的方法可以有以下幾種：

第一，買一樣東西，全部花掉30元。

第二，買多樣東西，全部花掉30元。

第三，買不到30元，剩下的錢存起來。

第四，30元全部存起來。

在小女生的心中，想要她們把預算存起來的可能性實在微乎其微，正因為30元在她們手中，馬上就可以享受到買零食的快樂，這種快樂，我相信是一種幸福。

事後，老大選的是第三種方案，她的想法是30元可以買多種零食組合，然後剩下的當零用錢，下次可以買較貴的零食。其實老大的行為表現，就是經濟學講的邊際消費傾向、邊際儲蓄傾向及跨期消費。至於，老二的行為表現，就是極大效用與滿足，一次花完30元，只選一樣零食，邊際對她而言完全發揮不了效用。

另外，我也在老大身上看到一些有趣的經濟決策。

有一回，她們小學舉辦跳蚤市場，低年級的學生只能負責消費，我給她的預算是50元，這時候已經不用再和她提什麼是預算了。回家之後她向我報告戰果，我覺得她的戰果價值應該超過50元才對，她說這是經過殺價之後的結果，有一樣對方出價25元，她議價到10元成交，讓她有物超所值的感覺。當然，我不用和她講對應某個數

量，在需求線上的一點，為心目中願意且付得起的最高價格，和成交價之間的價差代表「消費者剩餘」。但是，我相信老大議價之後的滿足，某大部分應該來自於消費者剩餘。

我相信天生的自利行為就是經濟行為，但是自從經濟學被鎖在大學裡後，只能呈現在黑板前，經濟學總是失去那點親民的味道。六年前寫的《巷子口經濟學》其實期望打破經濟學刻板印象，能夠把經濟思維重新拉回到生活周遭裡。何其有幸地，第一版的成績是九刷，還遠征到韓國授權為韓文版，也在大陸翻譯成簡體版。這讓我更深切相信，經濟學也該庶民、親民一點。

二版的《巷子口經濟學》稍微進行了增修，刪掉幾篇已經沒了時效的文章，但針對書中幾篇文章進行了後續的追蹤，感覺有點事前預言，事後驗證的感覺。

在〈愛情是不是一場交易？〉這篇文章中，很多讀者反應很兩極，但事實上愛情真的是一種交易，事實上也可以驗證。我在後續追加了哥倫比亞大學經濟學家 Pierre-Andre Chiappori 所創造的一條數學公式，男性和女性都喜歡身材高瘦和有錢的伴侶，而不喜貧窮和肥胖，但是，在身價豐厚和肥胖之間，其實是可以補償的，他認為，男人可以用金錢進行補償，而女人可以用學歷來彌補。所以，愛情可以和脂肪交易，可不是嗎？

〈情人節的玫瑰花〉這篇文章，針對送禮的經濟效用問題，我整理了 Joel Waldfogel 和 Dan Ariely 的說法，這兩者各有其支持的理由，這也說明經濟學所支持的答案，永遠不只一個。

〈一杯咖啡的價格〉是一篇很有意思的文章，剛好在二〇一一年臺灣發生了連鎖超商咖啡聯合漲價的新聞，但消費者聯合抵制的效果竟然有限，且超商的業績似乎不受影響。我分析的理由是，正因為消費者使用儲值卡消費，消費者僅會在儲值的時候才會感受到付費效果，而在儲值後每次消費的感受類似免費的效果，所產生的知覺扭曲。這種知覺扭曲換得的是忠誠消費，這種忠誠消費的背後產生的原因就是消費者被「套牢」與「內鎖」，交換儲值消費後微薄的紅利點數罷了。

〈上廁所你願意付費錢嗎？〉則是一篇最有話題性的文章，第一版時說臺灣即將立法通過公共廁所男女廁位的比例，事後也確實立法通過。第二版花了較大的篇幅分析各國男女廁位比例的法令，以及公廁是否應該收費的問題，儼然廁所經濟學真是大哉問。而在二版付印前，立法委員又提議公共廁所蹲式與座式馬桶的比例，也應該立法規定。看來，廁所經濟學不只經濟學家關心，政治人物關心的廁所政治學程度，甚至還超過經濟學家。

〈觀光的危機〉這一篇其實是則新聞事件，事後，也的確驗證第一版的預言，說

明國道6號通車後，日月潭和清境農場的危機已經浮現。但問題在於，即使現在已知結果，也無法「何必當初」了！。

二版付印在即，臨時再改寫兩篇文章。

五月中，去了一趟楓樹社區，理事長江鳳英老師抱怨說誠實商店恐被媒體誤導，以為虧損連連，而且大家只願意當個觀光客，卻不消費了。〈誠實消費值多少錢？〉談到的誠實商店，在媒體與政治人物蜂擁而至後，儼然已經變成一個觀光點。誠實商店所要訴諸的社區參與和公民實踐的精神，反而因為媒體著重在報導盈虧之後，誤導了大家思維的方向。其實，誠實商店所販售的不僅僅是「商品」而已，而是在透過消費的過程中，體驗「誠實付費」這項公民參與的經驗。很多人以為按照標價，誠實的付費即是誠實消費，但卻沒有去思考一件事，就是誠實商店所提供誠實消費的這個經驗，到底價值多少？而又願意為這個難得的經驗，付出多少錢？

另外，二〇一二年四月一日經濟部取消油價緩漲機制後，加上電價也要漲價，油電雙漲起跑之後，臺灣的物價似乎從蠢蠢欲動到幾近崩盤。而且，這一次的油電雙漲，極有可能引發一連串의物價調漲，但政府與民間的感受不同，引發了極大的民怨。在價格機能下，政府最好不要干預物價，但也不是千篇一律說物價的波動都是價格機能。於是乎，二版在內文中臨時再添加了一篇〈物價上漲傷荷包〉，這是一篇全

新的文章，也是本書中一篇較偏向總體經濟的文章，探討了薪資與物價（包含大宗物價），以及個體經濟學中所談到的「價格轉嫁」效果。

《巷子口經濟學》進入二版，第一版感謝各方讀者的支持與批評指教，讀者的反應大多是正面，也感謝臺北市中山女中公民科教師，以及諸多大學通識課程教授大力的支持本書。書中的內容雖然離學院派經濟學有點距離，但我仍相信，這是經濟學的另一種面貌。也有讀者反應說，內容太過於初淺，看不出深度，其實，這本來就不是一本教科書，只是在引導讀者的經濟思維，所以毋需用教科書的框架來限制讀者的思維方向。我也看過讀者寫的讀後感言，說這本書是「胡說八道」，顛覆了學院經濟學。但我細看了他的留言之後，我只能感嘆大學生空讀、死背了這麼多的理論，連最基本的思辨能力都缺乏了。

有學界教授反應說，何時才會出現一本《巷子口經濟學》（總體經濟版）？這又是另一項挑戰了。

鍾文榮

僅誌於中華民國一〇一年五月二十五日

自序

朋友問我為何對經濟學情有獨鍾？這個問題真的很難回答，也許是一見鍾情，但多少有點相見恨晚的感覺。更有可能是資質駑鈍，只好多讀、多寫和多看一點，以彌補過去所學的不足。

但是寫文章，突然變成是一種興趣。

從開始寫書以後，有一種欲罷不能的感覺，這種感覺就是下筆不能自休，但又無法像蘇軾一樣，寫到如「行雲流水」，又能到「常行於所當行，常止於所不可不止」的境界。蘇軾這句話的意思是說文章要自由地表達作家對生活的真實感受，擺脫種種形式的束縛，但該簡約的地方還是得惜墨如金，該鋪陳的地方就該大筆揮灑。但看看自己寫的文章，恐怕只能做到表達經濟學對生活的真實感受，至於後者，尚待時間加以磨練了。

寫經濟學的書，難度真的很高，我對自己的期許是要有生活的廣度，又要有理論

的深度；這下可好，又深又廣的文章，不是容易流於形式，就是變成教科書，但這兩者我都盡量避免，一來失去了深度，二來也囿於學術的窠臼。

經濟學過去的刻板印象都是一些數據與圖表，也不能怪一般人對這門學問有如此僵固的印象，即使是我，涉獵多年以來，從學校到職場，從教科書到雜誌，所見所聞，幾乎被圖表與數字所淹沒。

這讓我想到一個問題，就是經濟學在數據與圖表之外的面貌如何呢？當經濟學不再講國家政治問題，而是講我們家門口外面的事情呢？

這是什麼樣的一種風貌？這個假設性問題我問過很多人，不管是家人還是親戚朋友，或者是學校的大學生和同事，總有一個疑問，就是經濟學到底在生活中扮演什麼樣的角色，可以幫忙我們解決什麼問題嗎？

其實生活中的食、衣、住、行都是經濟的問題，更何況都是發生在生活周遭，在家裡的大門內和大門外的問題而已，和政治及如何經世濟民都十分遙遠。但這不是說經濟學與此無關，只是說我們平常老百姓無力關心到這麼遙遠的事情。

那麼，從關心巷子口的生活開始，我發現，這是一種需求。

本書從三個面向來看經濟學，一個是愛情，一個是生活，另一個是購物。雖說巷子口的生活很微觀，但是我卻覺得很宏觀，可深可廣，可遠可近。凡是一個人的經

歷，大概不脫愛情、生活與購物這三種過程，在本書內文鋪陳的比例上，生活觀和購物觀會多了一些，當然這和每個人的生活經驗的比例有關，但關於愛情，卻是不得不提，若提多了邊際效用就低很多。內文提了四則愛情觀的分析，可以做到邊際效用最高的功效，就有如蘇軾說的「常止於所不可不止」的境界，就該適時點到為止。

但我不得不承認，本書一開始下筆的地方就是經濟學的愛情觀，我認為是本書的經典之作。我試圖在部落格中探詢這方面的意見，沒料到光是幾篇語不驚人死不休的題目，閱覽人數與回應人數就已經超乎想像之外，原來，愛情與經濟學似乎很容易迸出火花，原因無他，大家都想瞭解愛情當中不為人知的一面。

本書的鋪陳，多少有點戲謔的手法，但是不影響經濟學的價值。

最後，由衷的感謝這段時間家人的支持，還有諸多好友與部落格讀者以及出版公司的支持才能讓本書問世，在此一併致謝。

鍾文榮

謹誌於中華民國九十六年六月十四日

目次

二版序

自序

怡克納米斯的出現 1

對經濟學的誤解 7

第一篇：經濟學的爱情柑仔店 13

愛情是不是一場交易？ 15

情人節的玫瑰花 25

愛情的代價 33

男人，凡是美女你就追吧！ 39

第二篇：經濟學的生活廣場 47

老闆，你的豆漿賣貴了 49

草皮變成羊腸小徑 57

大哉問，計程車的費率 67

一杯咖啡的價格 77

廣告的威力 91

時間有成本嗎？ 105

「刈包」店的消失 111

資訊展為何要收費？ 121

安全帶會失靈嗎？ 129

觀光的危機 137

上廁所你願意付錢嗎？ 149

公益彩券與窮人稅 163

物價有感，薪資成長無感？ 171

第三篇：經濟學的購物中心 191

排隊的現象觀察(一) 193

排隊的現象觀察(二) 203

排隊的現象觀察(三) 211

注
釋

303

你為什麼念不好經濟學？

300

你為什麼念經濟學？

297

後
記

297

為什麼清潔劑的補充包賣的比較貴？

289

什麼？買電池要押金

283

競標拍賣場你是贏家嗎？

279

揭開電視購物的面紗

269

M P 3 與唱片公司的戰爭

263

網路購物會比較便宜嗎？

255

兩人經濟學是什麼？

245

買中古車安全嗎？

237

水蜜桃怎會變甜桃？

231

誠實消費值多少錢？

217

怡克納米斯的出現

怡克納米斯何許人也

怡克納米斯是何許人也？我不是很有把握能夠說出所以然來，但至少我很有把握的說他是我的「好朋友」，一個良師和益友。

這小子（請原諒我這麼形容他）的腦袋裡裝的東西和講出來的話實在很不討喜，不是因為他腦袋迂腐和口臭的關係（他腦袋不迂腐，嘴巴也沒口臭），而是因為這小子老把事情看得太透徹、太明朗、太條理和滿口的邏輯，總讓人覺得這小子不是很學究，就是看起來很憂鬱。

怡克納米斯主修的是經濟學，這大概是他憂鬱的原因。我常笑他憂鬱的科學產生憂鬱的怡克納米斯，但他反譏我說就是因為這世界上事實太不透徹，難道看清事實也叫憂鬱嗎？我實在無言以對，和他說話，總是自討沒趣，碰了一鼻子灰回來，看來鐵

定憂鬱的是我，絕對不是他。

我可以說是他的「粉絲」(fans)，他寫的很多文章我都盡可能的忠實讀過，偶爾因為觀點的不同，會鬧點小意見，但是，我很快地就會被他說服了。我常說他講的是歪理，但又歪之有理（這樣的說法在邏輯上是不對的），但每當他醍醐灌頂之後，我會慢慢地發現，我也有一些經濟學的「智慧」了，關於這點我還得好好感謝他才對。

經濟學可以賺錢嗎？

有一天，有一位年紀輕輕的高一女生在怡克納米斯的部落格上留言，說她非常喜歡經濟學，認為念經濟學是一種可以「賺錢」的方法，但是又怕被同學笑，問他有沒有一種方式可以學好經濟學呢？

這件事讓我覺得經濟學什麼時候變成是一門可以幫助「賺錢」的學問，我可一點都不知道，可能是我見識過於淺薄所致。小女生才高一就開始看經濟學，我大概認為她是「有看沒有懂」，至於，她看的是哪一本經濟學，裡面竟然提到可以致富，這我得好好向她請教一下（怡克納米斯可沒教我怎麼賺大錢啊）。

經濟學要是可以致富，我口袋裡也不會空空如也，還得寫書賺版稅，大學裡的經濟學教授大概都改行去了，而且，他們一定不會教我們「致富之道」。