

上完这一课，看懂世界格局
全球经济形势 · 股票市场行情 · 住房价格走势 · 石油价格波动



世界经济领袖都听过这堂课
你还等什么

最受欢迎的 哈佛经济课

| 斯凯恩 韩晓龙◎著 |



经济学入门书，没有艰涩的数学公式，只有有趣的生活事例。
读懂经济常识和规律，实现财富自由。

Zui Shou HuanYing De
HaFo JingJiKe



立信会计出版社
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

「世界经济领袖都听过这节课
你还等什么」

最受欢迎的 哈佛经济课

| 斯凯恩 韩晓龙◎著 |



经济学入门书，没有艰涩的数学公式，只有有趣的生活事例。
读懂经济常识和规律，实现财富自由。

Zui Shou HuanYing De
HaFo Jing Ji Ke



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

最受欢迎的哈佛经济课 / 斯凯恩, 韩晓龙著. -- 上海: 立信会计出版社, 2014.8

(去梯言)

ISBN 978-7-5429-4318-7

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

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第161894号

策划编辑 蔡伟莉

责任编辑 蔡伟莉 何颖颖

封面设计 久品轩



最受欢迎的哈佛经济课

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路2230号

邮政编码 200235

电 话 (021) 64411389

传 真 (021) 64411325

网 址 www.lixinaph.com

电子邮箱 lxaph@sh163.net

网上书店 www.shlx.net

电 话 (021) 64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 固安县保利达印务有限公司

开 本 720毫米×1000毫米

1/16

印 张 20.5

插 页: 1

字 数 303千字

版 次 2014年8月第1版

印 次 2014年8月第1次

书 号 ISBN 978-7-5429-4318-7/F

定 价 36.00元

如有印订差错, 请与本社联系调换



PREFACE

前言

经世济民，是为经济。经济的发展是国计民生的根本和基础，也是关乎百姓生活质量水平的关键因素。如今，经济学的知识和相关概念早已深入人心，影响着我们工作和生活的方方面面，经济现象随处可见。因此说，经济学对我们的日常生活产生了令人不可想象的影响力。

在现代社会经济的发展大潮之下，一些经济术语、经济理论被人们所熟知，耳熟能详，甚至成为百姓茶余饭后最津津乐道的谈资。比如，人民币升值、次贷危机、就业率、旅游经济、通货膨胀、进出口贸易，等等，这些最基本的经济常识；物价的上涨与下跌、供不应求与货币贬值、买房买车、贷款红利、养老、创业、生活成本、幸福指数，等等，这些生活中处处离不开的经济学问；生产、消费、管理、营销、市场经济、企业盈亏、成本效益，等等，这些商业发展中无处不在的经济学原理和规律；以及网络经济、绿色经济、健康经济、人文经济、知识经济、假日经济、循环经济，等等，这些新时代新环境下衍生出来的一系列新型经济发展模式和体系。除此之外，一些另类的特色经济以其独有的生存和发展模式，引领着人们向着新奇、创新的道路发展，开启了一个个新的经济格局。

经济是任何时代都无法避免的话题，只要有生存，有发展，就离不开经济的作用和力量。为此，每个人都有必要学一点经济学知识，了解经济学规

律，才能顺应新时代的经济形势，平衡和处理好日常生活和工作。

虽然经济学内容博大精深，却也通俗易懂；经济学无处不在，基本上所有的活动都可以从经济学的角度去分析和领悟。

《最受欢迎的哈佛经济课》以哈佛教学经验为依据，理论与实践相融合，集中了日常生活中最实用的经济常识内容，这些经济学知识和经济学现象离我们生活最近，与百姓的衣食住行密切相关。书中避免了过多艰深晦涩的经济学术语和理论赘述，用深入浅出、简洁平实的表达方式，帮助读者解读经济学概念，了解现今最流行、最热门的经济热点，分析经济学理论和规律，参透经济学现象，学习最实际、最有用的经济发展战略和创新方法，从而让读者整体上对经济学有一个宏观而科学的认识。

通过阅读本书，我们可以轻松畅游经济学的世界，感受经济领域中所具有的独特魅力和乐趣。最重要的是，希望本书所提供的知识和方法，能够有助于提高我们的生活质量，提升幸福指数，实现事业和家庭的双倍收益，让快乐和财富源源不断地增值！



CONTENTS

目 录

第1章 经济常识课

一美元可以买一辆宝马车	2
两个桃子也能杀人	3
被舍弃的潜在机会	6
有什么物品不能买卖?	9
狗牙也可以买东西	11
我们购买的到底是什么?	12
为什么理发费用如此之高?	13
如何像“尿布大王”一样成功?	15
为什么“粗粮”比“细粮”贵?	18

第2章 消费心理课

为什么餐厅会提供免费续杯服务?	22
为什么不同的人有不同的选择?	25
牛羊肉涨价了就多吃猪肉	26
食盐和汽车有什么不同?	28
为什么对打折如此热衷?	31
为什么土豆的需求量随价格一起节节高攀?	33

为什么“天价”大米依然畅销?	35
为什么会出现8分钱的机票?	37
为什么只能前进,不能后退?	40
为什么物价下跌会刺激消费的增加?	42

第3章 市场经济课

不受干扰的市场机制	46
为什么中国人要交漫游费?	48
为什么买的没有卖的精?	50
为什么共有的草地一天天荒芜?	52
提倡市场机制,反对干涉经济	53
如何从阿司匹林变成汽车?	56
个人的利己行为导致市场的有序运行	58
对传统理论的挑战	60

第4章 金融经济课

为什么贷款容易,还款难?	64
为什么从一粒麦子迅速变成了天文数字?	66
金融交易活动的场所	69
谁在为资金盈余和短缺者牵线搭桥?	71
货币流通的中转站	73
把钱存入银行	75
为自己的未来投资	77
不空头就有价值	80
没钱也能买东西	82



走遍天下都不怕	84
高风险、高回报	85
利率是如何决定的	88
经济领域的孪生兄弟	90
是什么诱发了金融危机的爆发?	92
是什么对国际金融体系的安全造成威胁?	95
为什么黄金投资业务备受追捧?	97

第5章 财富投资课

所有权的证明	100
如何让专家打理你的财富?	102
比存款划算的投资方式	104
如何在今天做明天的交易?	106
牺牲当前消费来增加未来消费	109
如何以时间换取空间?	112
最常见的股票	114
获得稳定利息的股票	116
搭上股市航母	117
抓住现金牛	119
躲得越远越好	120
实实在在的收益	121
搭上港股直通车	123
纸面的输赢	124
股市源头活水	126
经济的晴雨表	127
股市的专业术语	129

股票贵贱的标尺	131
公司质量是基石	132

第6章 经济贸易课

经济领域内的世界大战	136
各国货币的“身价”	138
你的钱在其他国家能买到什么?	140
两利相权取其重, 两弊相权取其轻	142
以低价取胜	143
世界加工厂	145
做美国的农民最幸福	146
国内外公民享有同等待遇	148
贸易顺差、逆差的喜与忧	150
为什么各国经济的联系越来越紧密?	152
一个地区的发展导致另一个地区的衰落	154
为什么理论和现实差距这么大?	155
国际金融理论的核心内容之一	156

第7章 宏观调控论

经济学的变革	162
看得见的手如何调节经济运行?	163
调控经济的“大手”	165
调控经济的杠杆	168
为什么 $1+1>2$?	172
你有多少货币?	174



你的个人收入有多少?	175
为什么收入高的人多交税?	177
税赋应该由谁承担?	179
为什么蛋糕忽然变小了?	181
为什么涨也滞后, 跌也滞后?	183
为什么发行国债反而有害?	184
应该通过什么方式拉动经济增长?	185
为什么必须明确产权?	186

第8章 民生经济课

如何更全面地衡量一个国家的经济状况?	190
什么才是真正属于自己的价值?	195
物价涨了还是跌了?	197
如何来把握经济的温度?	200
银行偷走了你的钱吗?	201
为什么会有错觉?	203
带薪休假	204
老有所养	207
从此不再看病难	209
安得广厦千万间	211
是什么在损害整个社会的福利?	214
穷人和富人的差距有多大?	215
用什么来衡量居民生活水平的高低?	217
如何衡量一个国家的综合实力?	219
几家欢乐几家愁	221
为什么贫者越贫, 富者越富?	223

为什么要持有外汇？	226
唐骏身价10亿为什么不买房？	228
“天价结婚”的高速引擎	230
检验社会经济福利的标准是什么？	234
利率和通货膨胀之间有什么关系？	235
法律鞭长莫及保持经济有序运行	237
补钙广告却为“骨头汤”做了宣传	238

第9章 生产管理课

有收获就有放弃	244
规模决定了效益	247
已经付出就不必收回	250
为什么缺一个人包不好饺子？	253
哥伦布契约背后隐藏着什么？	255
为什么“三个和尚没水吃”？	257
微观经济学的重要组成	259
商品的价值取决于生产费用	260

第10章 市场营销课

背靠大树好乘凉	264
不走寻常路	267
沃尔玛成功的秘籍	271
有效利用稀缺的资源	274
为什么有零有整？	277
如何在市场里找钱？	280



为什么“不买对的，只买贵的”？	282
“蓝瓶的钙”为何大获成功？	284
你买的食用油是“1：1：1”吗？	287

第11章 大数据时代下的新经济

不可缺少的第三方	292
挖掘隐藏的黄金	293
世界经济发展的风向标	295
基因也可以赚钱吗？	299
美丽的神奇功效	301
巨大的经济蛋糕	303
看得见但摸不着	304
喧嚣的黄金周背后隐藏着什么？	307
怎样才可以在互联网上获得财富？	309
为何“桑基鱼塘”卷土重来？	311
如何在公司中推销自己？	314



第1章

[经济常识课]

一美元可以买一辆宝马车

——理性经济人

有一位妇人在纽约市的多家报纸上刊登了一美元卖宝马车的广告，大多数的人都以为是开玩笑，因为一美元是不可能买到宝马车的。一周过去了，没有人去买这辆廉价的宝马车。刚毕业的小伙子约翰无意中看到了这则广告，半信半疑地拿着一美元按报纸上的地址去买这辆宝马车。很快，约翰就和卖车的妇人办好了手续。约翰很是奇怪，于是就问这位妇人：“为什么这辆宝马车只卖一美元呢？”妇人说：“因为我的丈夫去世了，他的遗产全都是我的，只有这一辆宝马车属于他的情妇。根据他的遗嘱，要把这辆车拍卖，拍卖所得的款项全部归他的情妇，所以，一美元即可。”于是约翰欢天喜地地开着宝马车回家了。

经济人假设，也叫“理性经济人”，是经济学中最根本的一个假设，整个经济学大厦就是建立在这个假设的基础上的。

经济人假设认为，因为资源的稀缺性，每个人都受到资源稀缺的约束（如收入的限制、时间的限制、价格的限制等），人的思考和行为都是在既定的约束下追求自己利益的极大化。如同上文中的约翰，他很乐意用一元钱就能购买一辆宝马车。所谓经济人假设是指作为个体，无论处于什么地位，其人的本质都是一致的，即以追求个人利益，满足个人利益最大化为基本动机，都希望以尽可能少的付出，获得最大限度的收获，并为此可以不择手段。

亚当·斯密在《国富论》中的对理性经济人有比较清晰的阐述：“我们每天所需要的食物和饮料，不是出自屠户、酿酒家和面包师的恩惠，而是出于他们自利的打算。我们不说唤起他们利他心的话，而说唤起他们利己心的话；我们不说我们自己的需要，而说对他们有好处的话。”这段论述向我们



表明：人和人之间是一种交换的关系，消费者能获得食物和饮料，是因为商家们要获得自己最大的利益。

大卫·李嘉图提出了经济人的“流氓假设”：社会是由一群群无组织的个人组成的，每个人以一种计算利弊的方式为个人的利益行动；每个人为达到这个目的，都尽可能地合乎逻辑地思考和行动。

在经济学家眼里，虽然人与人之间有很大的差异，但是所有的人都是不断地追求自身利益最大化的理性经济人。显然，经济人都是自利的，以自身利益的最大化作为自己的追求。当一个人在经济活动中面临着若干不同的选择机会时，他总是倾向于选择能给自己带来更大利益的那种机会，即总是追求最大的利益。

无论个体的行为是为个体带来经济利益的流入，还是带来经济利益的流出，在做出决策的时候，个体都是理性的经济人。在社会以及经济活动中，人人都是理性经济人。比如说买一件商品，谁都希望买到的是既便宜又实惠的商品，绝不会希望买到价钱又高、质量又差的商品，虽然有时候可能事与愿违，但这也不会改变个体是理性经济人这一事实。

理性经济人是经济学最基本的概念之一。

两个桃子也能杀人

——稀缺性

春秋时期，齐景公手下有三员猛将，公孙接、田开疆与古冶子，他们都为齐景公立下过赫赫战功。这三个人自恃勇猛，连齐景公也不放在眼里。晏子建议齐景公把这三个人铲除掉，以免留下祸患。景公也觉得应及早除掉这三个人，但是三人都立下过汗马功劳，又勇猛无比，齐景公又觉得很无奈。晏子说，应当巧斗。他向景公建议，赐给他们三人两只桃子，让他们分吃，

只赏赐给最有功劳的人。拿到桃子后，三位大臣开始争夺，竞相陈述自己对国家的功劳。最后三人中只有两个人得到桃子，另外一个羞愧自杀。得到桃子的两个人见同伴因自己而死，便也羞愧自杀。

这是《晏子春秋》里的记载，三员大将因为两个桃子被杀死——历史上有名的二桃杀三士的故事。可能有人觉得，同伴自杀，自己也就自杀吗？太不划算了吧。别忘了春秋时代的人都是很讲义气的，见到同伴因自己而自杀，自己羞愧自杀就没什么可奇怪的了。晏子利用的就是经济学上的稀缺性。可以说杀死三个勇士的不是两个桃子，而是稀缺性，因为稀缺才产生互相之间的竞争和争夺，最后在争夺中死亡。

法国国王路易十四是个很奢侈的人，经常邀请大臣们跟他一起用膳。他在宴会上吃饭用的是一个铝碗，而他的大臣们用的都是金碗。因为当时没有电解铝技术，所以铝比黄金要稀有，那时候的铝和黄金的比例是1：126。由此可见，如果世界上遍地都是黄金，那么黄金肯定一文不值。

有一个人家里很穷，木碗是他唯一的财富，他每天拿着木碗到处流浪。有一天，他出海遇到了大风暴，被海水冲到一个小岛上。岛上的人们非常富有，没有人用木碗吃饭，他们看见这个穷人拿的木碗很新奇，于是就用一大口袋最好的钻石换走了木碗。

一个富翁知道了穷人的奇遇后，非常羡慕。于是他装了一船的山珍海味来到了穷人去过的的小岛上。岛上的人接受了富翁送来的礼物后非常高兴，声称要把他最珍贵的东西送给他。结果富人拿到手里的居然是穷人的那个木碗。

钻石和木碗的故事表明，在钻石很少，而木碗却到处都是的情况下，钻石的价格远远高于木碗，然而这个海岛却很特殊，钻石很多，却从没有见过木碗。因此，在这个岛上，木碗的价值远远高于钻石。

我们常常会听说某个手机号或汽车牌照卖出了天价，这正是资源稀缺性的体现。因为这种手机号或汽车牌照的数字非常独特，而且是唯一的，不会再有第二个，所以物以稀为贵，这样的商品人人都想购买，自然也就卖出很高的价格。鲁迅说过，北京的白菜太不值钱了，但南方的白菜拉到北京，



就不叫白菜了，叫胶菜，而且价格要高很多，由此他创造了一个俗语：物以稀为贵。

“稀缺”二字，代表着两种不同的含义：一个是稀有的，另一个是紧缺的。在经济学里，稀缺被用来描述相对于人们无穷的欲望而言资源总是有限的。人的欲望是无限的，但资源是有限的，相对于欲望的无限性，资源的有限性引起了竞争与合作。竞争就是争夺对稀缺资源的控制，合作就是与其他人共同利用稀缺资源、共同工作，以达到一个共同的目的。合作是为了以有限的资源生产出更多的产品，合作是解决资源稀缺性的一种途径。

资源的稀缺性是人类社会永恒的话题，经济学产生于稀缺性的存在，正因为资源稀缺，才需要经济学研究如何最有效最合理地配置资源，使人类的福利达到最大化。一个物品可以成为商品出售，首先是因为它是稀缺的，并不是因为人们的需求，例如阳光和空气，人人都需要，但因为太多了，所以不会成为商品。而淡水资源却越来越少，所以淡水从原来的免费供应，变成现在的有偿使用，且价格一再上涨。当一个商品变得稀缺的时候，它就开始变贵了。黄金因为属于稀有金属，所以价格才高。权力之所以人人追捧，也是因为权力是稀缺的。

资源的稀缺性是经济学的前提之一。稀缺性对社会、对人们的生活产生巨大的影响，正是稀缺性导致了竞争和选择，促进了社会的发展。想象一下，如果资源不是稀缺的，而是极其富足的，那么世界会完全变样。自然界中不会有优胜劣汰，不会有厮杀，每个生物都可以得到满足。人们不用工作，不用考虑买房子了，因为土地是富足的，也不用考虑衣食住行了，因为一切资源都是富足的。那么这样的世界就没有任何活力，就会变成死水一潭，最终毁灭。

就像我们的住房紧缺问题，随着人们物质生活水平的提高，我们对住房质量的要求也越来越高，很多人不再满足于只能遮风挡雨的小门小户，更多的是期望房屋兼具实用性和美观性。而这种实用性则包括住房面积的大小、房屋的舒适性和房屋所处地理位置的便利性等要求，这样一来，即使人口不增长也会产生住房压力，所以在有限的土地上满足如此庞大的人群的需求，