



实用百科速查速用
shiyong baike sucha suyong



一本书囊括你想要了解的所有经济学常识

经济学常识

JINGJIXUE CHANGSHI
SUCHASUYONG DAQUANJI

速查速用大全集



案例
应用版

宋卫东 主编

**不可不知的
经济学常识**
速查速用大全集

★百科全书式全面覆盖：生活消费经济学、财务经济学、投资理财经济学、职场经济学、社会交际经济学、商务贸易经济学、管理经济学、金融经济学、宏观经济学……

★深入浅出的精彩案例：词条解析+经典案例，在每个经济学词条后面做了案例解析，一方面增强趣味性，另一方面希望以此加深读者对于相应词条的理解和认识。

★互动性、趣味感十足：解释词条+讲解本词条的应用之道，同时穿插一些经济政策和经济数据，读完此书，您一定会有恍然大悟的感觉，恨未早读此书。

★强大的实用和操作性：本书分为若干个章节，每个章节都是同一类的常识，读者学习起来能够一目了然，也方便查找。

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE



实用百科速查速用
shiyong baike sucha suyong



一本书囊括你想要了解的所有经济学常识

经济学常识

JINGJIXUE CHANGSHI
SUCHASUYONG DAQUANJI

速查速用大全集

宋卫东 主编



中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

经济学常识速查速用大全集:案例应用版 / 宋卫东
主编. —北京:中国法制出版社,2011.9
(实用百科速查速用)
ISBN 978 - 7 - 5093 - 3013 - 5

I. ①经… II. ①宋… III. ①经济学 - 基本知识
IV. ①F0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 145027 号

策划编辑 刘 峰(52jm.cn@163.com)

责任编辑 曹译丹

封面设计 周黎明

经济学常识速查速用大全集

JINGJIXUE CHANGSHI SUCHA SUYONG DAQUANJI

主编/宋卫东

经销/新华书店

印刷/三河市紫恒印装有限公司

开本/710×1000 毫米 16

版次/2011 年 9 月第 1 版

印张/19.5 字数/328 千

2011 年 9 月第 1 次印刷

中国法制出版社出版

书号 ISBN 978 - 7 - 5093 - 3013 - 5

定价:48.00 元

北京西单横二条 2 号 邮政编码 100031

网址:<http://www.zgfzs.com>

市场营销部电话:66017726

传真:66031119

编辑部电话:66022958

邮购部电话:66033288

每天学点经济学常识

人活一辈子，从呱呱坠地那天起，我们的生活就不得不与经济沾上关系。上学读书，要交培养费、择校费、学杂费等各种名目的费用，还要明白读书的机会成本等；参加工作，要缴纳个人所得税；出来创业开公司，要缴各种名目的法人税费，企业的贷款、运营、重组、上市……无不与经济有关；要买房子，就会关心国家对楼市的调控政策，关心房价的未来走向；手里有了闲钱，需要投资，要关心投资途径、收益率等；临近退休，要弄清楚养老保险、社会保障体制等与自己生活密切相关的经济常识。总之，经济学对于我们的日常生活都具有十分重要的意义，我们的生活每分每秒都与之息息相关。

然而现实中，大多数公民对于经济学的了解却是少之又少，近乎无知。当我们看到在CPI高企、通货膨胀如此厉害的今天仍然有那么多人将钱存在银行，眼看着资产缩水却还在掰着手指头计算利息时，我们只能感慨：不懂经济学是多么可怜！当我们听到一家人为了一间说不清产权的房子闹得六亲不认、反目成仇的时候，我们只能摇头：不懂经济学是多么可悲！当我们眼见众多的股民盲目追高而被深度套牢、损失惨重时，我们只能叹息：不懂经济学是多么可惜！当我们看到有人为自己家乡那不断增长的GDP高兴地手舞足蹈时，我们只能叹道：不懂经济学是多么可笑！……

因此，为了帮助更多迷茫的读者朋友从懵懂中解脱出来，在日常经济生活中更加得心应手，能够更好地保护自己的利益，更好地理解国家经济政策，学会自己分析经济形势，我们编写了这本《经济学常识速查速用大全集》。为了照顾到绝大多数读者，我们努力做到了以下几点：

一、让读者朋友掌握尽量多的常识

为了让读者朋友能够尽量多地了解经济学常识，我们选取了与生活关联较密切的经济学词条来编写本书，摒弃了一些与人们日常生活关联不大、实用性不强的经济学词条。但对于一些重要的理论性词条，我们又予以必要的兼顾。我们可以肯定地说，读完此书，读者一定会有恍然

大悟的感觉。

二、让读者朋友能够愉快地阅读

这本书一定不能像词典一样乏味，要让读者读起来津津有味，能够轻松愉悦地读完，在轻松的心情下学习到经济学知识。这是我们编写本书的心愿。我们在每个经济学词条后面都设置了案例，一方面是希望增强此书的趣味性，另一方面是希望通过案例能够加深读者对于相应词条的理解和认识。值得说明的是，我们选取的案例，绝大多数都是比较典型的案例或者热点案例。我们相信，这些案例对于读者理解经济学常识具有十分重要的作用。

三、让读者朋友能够轻易地查找词条

经济学常识如此之多，词条如浩瀚大海一般，如果不加以梳理归类，相信读者朋友阅读起来会很吃力，难以形成对经济学知识的系统掌握。正是基于这样的考虑，我们将本书分为若干个章节，每个章节都是同类的常识，希望读者学习起来能够一目了然，也方便读者查找学习。

我们衷心地期望，读者朋友能每天挤出几分钟的时间，读一下这本书，学一学经济学常识；我们也衷心地祝愿，读者朋友都能学好用好经济学，早懂经济学早过好日子！

目 录

CONTENTS

第一章 生活消费经济学

◎CPI：你的资产跑赢CPI了吗？	2	◎机会成本：三十年河东，四十年河西？	12
◎PPI：比弹药更厉害的“武器”	2	◎沉没成本：瓦罐破了就破了吧	13
◎消费者剩余：谁动了乘客的“消费者 剩余”？	3	◎边际效益：第五个馒头不值钱？	13
◎炫耀性消费：省吃俭用的炫耀族	4	◎吉芬反论：土豆涨价的奥秘	14
◎节约悖论：节约导致收入减少？	4	◎替代效应：独一无二的补鞋匠	15
◎冲动型消费：为何花钱买不需要的东西？	5	◎逆向选择：为什么房子降价买的人 却少了？	15
◎派生需求：买得起开不起的汽车	6	◎收入效应：收入决定休闲方式	16
◎最高限价：家电下乡限得住价吗？	7	◎道德风险：买了保险就安全了？	17
◎最低限价：东风标致为何“最低限价”？	8	◎互补品与独立品：物品间的并存与独立	17
◎捆绑销售：“买一赠一”的奥秘	8	◎消费券：杭州市政府的如意算盘	18
◎信息不对称：买家永远没有卖家“精”	9	◎价值悖论：钻石为什么比水贵？	19
◎价格歧视：中国人的钱好赚？	10	◎基尼系数：看我国日益扩大的贫富差距	20
◎间接税：谁是税收的最大贡献者？	10	◎恩格尔系数：恩格尔系数失灵？	20
◎个人所得税：收入越高，责任越大	11	◎购买力：去年的10万≠今年的10万	21

第二章 财务经济学

◎可支配收入：比一比谁更有钱？	24	◎创造财富	24
◎（未来收入）折现：巧用未来收入		◎现金流量：家庭储备金该留多少？	25

◎需求的收入弹性：从需求可以看出什么？ … 26	◎投资：最明智的投资 …… 36
◎负储蓄：不可忽视负储蓄风险 …… 26	◎经济效率：1个美国人=8个中国人？ …… 37
◎利息收入：怎样存款利息最多？ …… 27	◎债券收益：我国为什么买美国国债？ … 37
◎补贴收入：生活中都有哪些补贴？ …… 28	◎可分散风险：别把买卖成败寄托在 一艘船上 …… 38
◎个人储蓄率：中国人为什么爱存钱？ … 29	◎不可分散风险：投资要注意的不可 分散风险 …… 39
◎福利：为何公务员工资低依然抢手？ … 29	◎债务：美国次贷危机是怎么回事？ …… 40
◎（资产的）现值：不值得买的保险 …… 30	◎复利：你会巧用复利吗？ …… 40
◎薪酬设计：多劳一定多得吗？ …… 31	◎投资组合理论：投资也要玩花样 …… 41
◎实际工资：你的实际工资是多少？ …… 32	◎自愿失业：大学生为什么自愿失业？ … 42
◎工资铁律：为什么中国人的平均工 资不高？ …… 33	◎存量和流量：一个有关 GDP 的笑话 …… 43
◎补偿性（工资）差异：为什么中兴、 华为的员工愿意去非洲？ …… 33	◎产权：婚前公证为哪番？ …… 44
◎财产性收入：你每年有多少财产性收入？ … 34	◎遛狗理论：是什么栓住了价格？ …… 45
◎有效工资理论：福特公司高工资的奥妙 …… 35	

第三章 投资理财经济学

◎股票：全民炒股，疯狂的宴席 …… 48	◎外汇：中国储备了多少外汇？ …… 57
◎长期投资：该出手时就出手 …… 48	◎外汇汇率：政治也会影响外汇汇率 …… 58
◎基金：捂出来的百万富翁 …… 49	◎种子投资：风险与收益俱高的投资 …… 58
◎股指期货：高风险的富人游戏 …… 50	◎股权：股权激励缘何流行？ …… 59
◎风险投资：风投不是善财童子 …… 51	◎直接投资：为什么要重视外商直接 投资？ …… 60
◎联邦基金利率：美联储控制经济的利器 …… 52	◎间接投资：越南是怎么被算计的？ …… 61
◎承销：让所罗门美邦受伤的中海油事件 …… 53	◎分红保险：分红保险一定会有分红吗？ …… 62
◎投资银行：知名投行为何频频出状况？ … 54	◎负利率：存款为何越来越“少”？ …… 62
◎私募：国际国内形势为私募打开空间 … 55	◎银行理财产品：普通百姓为何不敢 买理财产品？ …… 63
◎牛市：投机性牛市长不了 …… 56	
◎熊市：什么是奥巴马熊市？ …… 56	

◎无记名国债：我国发行历史最长的国债	64	◎每股收益：每股收益是否愈高愈好？ ...	71
◎凭证式国债：通胀下国债不再受“追捧” ...	65	◎净资产：跌破净资产的股票就安全？ ...	71
◎记账式国债：记账式国债不适合老百姓？ ...	66	◎利息资本化：如何计算资本化的利息？ ...	72
◎零息债券：如何理解零息债券	67	◎债券：什么是“熊猫债券”？	73
◎股东权益：股东权益决定公司实力	68	◎权证：了解权证的起源	74
◎净资产收益率：净资产收益率的缺陷 ...	68	◎金融期货：金融期货在国内外的发展史	75
◎资金周转率：为何我国 B2C 行业资 金周转率低？	69	◎黄金储备：大国囤金的背后目的	75
◎每股净资产：每股净资产调整的意义 ...	70	◎大小非：大小非改革的前后	76
		◎老鼠仓：危害公平的老鼠仓	77

第四章 职场经济学

◎示范效应：跟风购物要不得	80	◎蝴蝶效应：随意跳槽挫折多	86
◎经纪人：职场经纪人遭遇质疑	81	◎吉尔伯特法则：千万不要纵容自己	87
◎最大最小策略：怎么选择才能考到 最好的学校？	81	◎古特雷定理：做好现在的事情	88
◎囚犯困境：你会是告密者吗？	82	◎列文定理：做事要有计划性	89
◎科斯定理：政府还要不要干预？	83	◎路径依赖：做好第一个选择	89
◎比较优势：职场上要善于发挥比较优势	84	◎不值得定律：做好值得做的事情	90
◎格雷欣法则：优币为何反被驱逐？	85	◎蘑菇原理：成功始于简单的工作	91
◎瓶颈效应：打破瓶颈，走向成功	86	◎奥卡姆剃刀定律：复杂的工作简单化 ...	92
		◎时间管理：做时间的管理大师	92

第五章 社会交际经济学

◎齐加尼克效应：学会释放心理的压力 ...	96	◎投入产出比：留学的投入为何这么大？ ...	97
◎专业化：做好自己的本分	96	◎互补效应：共赢关系最持久	98

- ◎利他行为：为什么有人会无私助人？ … 99
- ◎产权明晰：AA 制中的学问 …… 99
- ◎需求曲线：价格影响用水量 …… 100
- ◎刺猬理论：距离产生美 …… 101
- ◎优势策略：爱情是人生的优势策略 …… 102
- ◎韦奇定律：时刻坚持希望和信念 …… 102
- ◎利润最大化：提高交际的含金量 …… 103
- ◎弗里德曼定律：满足他人需要 …… 104
- ◎250 定律：不要随便得罪每一个人 …… 104

第六章 企业经济学

- ◎股东大会：股东大会岂能罢免股东？ …… 108
- ◎董事会：董事会的注意义务 …… 108
- ◎上市公司：名人持股与上市公司之痛 …… 110
- ◎企业文化：海尔 20/80 原则 …… 110
- ◎ISO：日常生活中可能遇到 ISO 标准问题 …… 111
- ◎人力资源战略：良好的人力战略也是一种实力 …… 112
- ◎薪酬管理：看微软如何管理员工薪酬 …… 113
- ◎约束机制：失去了约束的疯狂 …… 114
- ◎竞争机制：公私医院的分工与竞争 …… 115
- ◎核心价值观：华为——客户需求即为真理 …… 116
- ◎产品质量认证：多样化的认证标志 …… 117
- ◎企业精神：小生意的精神传奇 …… 118
- ◎核心竞争力：低成本帝国——沃尔玛 … 119
- ◎商业模式：树挪死，“模式挪活” …… 120
- ◎供应链：中国是供应链小国？ …… 121
- ◎品牌经营：双星的成功之路 …… 122
- ◎品牌文化：金六福的“金玉良言” …… 122
- ◎品牌效应：塞维利亚的转变 …… 123

第七章 商务贸易经济学

- ◎营销：红罐王老吉的“声名鹊起” …… 126
- ◎物流：空运啤酒的酿酒厂 …… 127
- ◎运营：百胜跻身五百强的运营之术 …… 128
- ◎售后服务：惠普公司的“蟑螂门”事件 … 128
- ◎企划：古井酒的价格企划 …… 129
- ◎电子商务：Amazon 在赔钱中高速发展 … 130
- ◎连锁经营：永和豆浆——从宝岛走向世界 …… 131

◎病毒式营销：惠普公司“Flash 创意大赛”	132	◎成本递减行业：大企业的成本优势	144
◎天使投资：3 年 2200 倍回报的苹果	133	◎固定成本：细节决定成本	145
◎买壳上市：方正科技借壳上市之路	134	◎规模收益递减：丰田帝国一脚踏空的原因	146
◎寻租理论：政府无意的寻租活动	135	◎经济资源：信息影响成败	147
◎管理者收购：TCL 集团的 MBO 案例	136	◎配额：欧佩克的利益算盘	147
◎产业链：没有硝烟的战争	137	◎可转让的排放许可证：流域排污权的经济性	148
◎长尾理论：带动 Google 成功的长尾	138	◎（国际贸易中的）绝对优势：越贸易，差距越大？	149
◎蓝海战略：太阳马戏团成功的秘密	138	◎加速原理：投资如何被加速？	150
◎集群效应：中小企业扎堆的作用	140	◎套利：国际间套利如何产生？	151
◎净投资：负净投资是怎么回事？	140	◎市场权力：IBM 的权力衰落	152
◎资本收益率：中国式的资本收益率	141	◎市场份额：警惕虚幻的“市场权力”	153
◎利润：一分钱利润的启示	142		
◎预期利润：金融海啸是怎么传导的？	143		

第八章 经营经济学

◎赢者的诅咒：黯然流血的地王	156	◎生产者剩余：生产者剩余 = 收入 - 成本	164
◎加成定价制：肯德基双赢的采购协议	156	◎过剩生产能力：中国汽车业产能已过剩	164
◎70 规则：宁要沿海一张床，不要内地一间房？	157	◎边际成本：最大产出并非最优产出	165
◎替代品：天价香烟——昂贵的替代品	158	◎勒纳指数：垄断也不能任意涨价	166
◎替代原则：替代原则的妙用	159	◎市场周期：雕牌洗衣粉“三分天下”的秘诀	167
◎附加价值：看京瓷的附加价值三分法	160	◎价格领导者：艰难的铁矿厂价格谈判	168
◎可竞争市场：电信巨头 AT&T 如何消亡？	161	◎价格体系：中国式的价格体系	169
◎庞氏骗局：庞氏骗局的“发明”与“后继”	162	◎限制性定价：排它性的定价	169
◎跨国公司：在华跨国公司光环渐弱	163	◎掠夺性定价：具有侵略性的定价	170
		◎工厂的最小有效规模：厂子不是越大越好	171

◎扩张路径：勇于开拓的燕京啤酒	172	◎外部不经济：发展经济不能牺牲环境	180
◎垄断竞争：洋快餐的两大品牌	172	◎集体谈判：企业的“小宪法”	181
◎垄断：惊动 IT 界的微软反垄断案	173	◎经常账户：全球经常账户为何不平衡？ ...	182
◎买方垄断：高昂的超市进场费	174	◎差异产品：宝洁的多品牌战略	183
◎寡头：三大矿山遭炮轰	175	◎边际税率：5 个大饼的边际量	184
◎厂商均衡：规模大 ≠ 利润率高	176	◎生产可能性边界：权衡与海啸救济	185
◎配置效率：我国人力资本的配置效率	177	◎学习曲线：美日 DRAM 商的较量	185
◎兼并：中国企业启动海外兼并	178	◎帕累托法则：威廉·穆尔咸鱼翻身	
◎非价格竞争：更健康有利的竞争方式	179	的故事	186
◎劳动生产率：美国劳动生产率不		◎关税：伯德法案的终结	187
断提高的原因	180		

第九章 证券经济学

◎停牌：停牌对基金的影响	190	◎ST 股：ST 股易受基金追捧	198
◎涨(跌)停板：垃圾股何以鸡犬升天？	191	◎企业债券：我国企业债券发展之路	199
◎市盈率：市盈率越低越好吗？	191	◎包销：失败的“包销门”事件	200
◎证券交易所：中国企业为何被追捧？	192	◎集合竞价：香饽饽何以成为“噩梦”？ ...	201
◎上市公司收购：深发展的正式国际化	193	◎买空：借鸡下蛋的多头交易	202
◎对冲基金：1992 年英镑遭遇阻击	194	◎卖空：高抛低补的空头游戏	203
◎价格股利率：本利比高于存款的泡		◎投机股：英国南海公司案	203
沫房	195	◎垃圾股：垃圾股不是垃圾	204
◎投资回报率：物业投资的回报算法	196	◎绩优股：绩优股并非表现一直优	205
◎股价指数：股价指数是如何得出来的？ ...	197	◎成长股：高涨幅的投资神话	206

第十章 金融经济学

- | | | | |
|---------------------------------|-----|-----------------------|-----|
| ◎金本位制：英镑崛起的杠杆 | 210 | ◎准备金率：准备金率上调的原因 | 217 |
| ◎布雷顿森林体系：“一锤定音”的
新货币体系 | 211 | ◎外汇市场：中国外汇市场的建立 | 218 |
| ◎美元本位制：金融危机的制度性根源 | 212 | ◎汇率制度：汇率制度分类的发展 | 218 |
| ◎旅行支票：美国运通的旅行支票 | 213 | ◎补偿贸易：补偿贸易的国际化 | 219 |
| ◎信用卡：时髦的双刃剑 | 214 | ◎期权：中兴大派期权激励员工 | 220 |
| ◎国际货币基金组织：IMF 话语权的转移 .. | 214 | ◎破产保护：新通用公司的诞生 | 221 |
| ◎美联储：美联储的经济刺激手段 | 215 | ◎看不见的手：呵护不利企业成长 | 222 |
| ◎贴现率：贴现率的外贸算法 | 216 | ◎网络货币：网络货币大行其道 | 222 |
| | | ◎顺差/逆差：中国出现外贸逆差 | 223 |

第十一章 管理经济学

- | | | | |
|------------------------|-----|------------------------------|-----|
| ◎规模效应：小小针厂也讲效率 | 226 | ◎氨基酸组合效应：铱星公司破产的教训 .. | 236 |
| ◎破窗理论：将危机扼杀在摇篮 | 226 | ◎米格 25 效应：马木留克骑兵为何失败？ .. | 237 |
| ◎鲶鱼效应：本田的“空降兵”策略 | 227 | ◎磨合效应：用沟通来消除隔阂 | 237 |
| ◎蓝斯登原则：做领导要宽容 | 228 | ◎波特定理：保护员工的积极性 | 238 |
| ◎卢维斯定理：鹰王的代价 | 229 | ◎权威暗示效应：敢讲真话的实习生 | 239 |
| ◎托利得定理：楚王脱帽获忠臣 | 230 | ◎木桶理论：重视对短板的提高 | 240 |
| ◎鲑鱼效应：员工过度流失的根源 | 231 | ◎马太效应：赢家通吃的怪圈 | 241 |
| ◎洛伯定理：让责任左右员工 | 232 | ◎手表定理：多选择的困惑 | 242 |
| ◎斯坦纳定理：做一个倾听的人 | 233 | ◎彼得原理：选拔人才，潜力比绩效
重要 | 242 |
| ◎费斯诺定理：小岳柱提意见 | 233 | ◎华盛顿合作规律：三个和尚没水喝？ | 243 |
| ◎牢骚效应：松下员工的发泄妙法 | 234 | ◎酒与污水定律：及时剔除烂苹果 | 244 |
| ◎避雷针效应：耐骂也是一种能力 | 235 | | |

- ◎帕金森定律：人浮于事的泥潭 245 ◎苛希纳定律：沃尔顿的管理费用控制之道 ... 247
◎达维多定律：不断创新的太阳微公司 246 ◎墨菲定律：怕什么来什么？ 248

第十二章 宏观经济学

- ◎政府预算：深圳——首个公开政府
预算的城市 250 ◎税收归宿：谁实际缴了税？ 260
◎平衡预算：加州平衡预算案惊险通过 251 ◎贸易壁垒：小小纽扣引发的案件 260
◎预算赤字：美国庞大的赤字危机 251 ◎二元经济：日本二元经济的转型 261
◎社会成本：制定策略应考虑总效果 252 ◎经济一体化：中国东盟自贸区的建成 263
◎挤出效应：白领返乡潮的根源 253 ◎城市化：美国的城市化进程 264
◎财政政策：我国的金融危机对策 254 ◎产能过剩：产能过剩的中国钢铁业 265
◎自由贸易：谁动了自由贸易？ 255 ◎银根紧缩：收缩银根控制房地产 265
◎GDP：那些无效和消失的 GDP 256 ◎经济泡沫：日本“土地神话”破灭 266
◎收入政策：我国基尼系数偏高 257 ◎国家破产：冰岛濒临国家破产的启示 267
◎货币政策：宽松的货币政策退出 258 ◎货币主义：撒切尔夫人的“货币主义试验” ... 268
◎奥肯法则：奥肯法则在中国变异 259 ◎保护主义：“中国制造”在美频受阻 ... 269

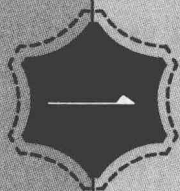
第十三章 热点现象经济学

- ◎浅盘经济：不稳定的浅碟子经济 272 ◎网络经济：中国网游产业的崛起 277
◎短缺经济：我国基础建设仍短缺 272 ◎绿色经济：绿色引导世界经济 278
◎次贷危机：噩梦般的次贷危机 273 ◎知识经济：21 世纪将是知识经济的时代 279
◎股市泡沫：中国股市的“食肉者” 274 ◎数字经济：北美引领全球数字化 280
◎房地产泡沫：亚洲金融危机的导火索 275 ◎旅游经济：旅游经济的兴盛 281
◎经济周期：景气也会循环 276 ◎经济过热：我国经济应避免过热 281

◎啤酒效应：房地产业的啤酒效应	282	◎蛛网理论：丰产为何不丰收？	285
◎商业信用：阿里巴巴的诚信保障金	283	◎市场失灵：市场不能主宰一切	285
◎失业率：美国的高失业率	284	◎搭便车问题：TCL 搭上韩国便车	286

第十四章 博弈江湖经济学

◎博弈论：英国政府与船队的博弈	290	◎公共地悲剧：聪明人集体的愚蠢行为	295
◎智猪博弈：两只猪的求食理论	290	◎胜者全得博弈：霸道的胜者全得规则	295
◎合成谬误：1 + 1 = 2?	291	◎合作博弈：中美两国应互利合作	296
◎纳什均衡：两个囚犯的困境	292	◎宏观经济均衡：房地产疯狂发展破坏 经济平衡	297
◎零和博弈：两军相持勇者胜	293		
◎劣币驱逐良币：正直者的无奈	294		



生活消费经济学

SHENGHUOXIAOFELJINGJIXUE

什么是经济学？经济学跟普通百姓的日常生活有多少关联？

经济学是对人类各种经济活动和各种经济关系进行理论的、应用的、历史的以及有关方法的研究的各类学科的总称。经济学从来都不是束之高阁的纯理论，它与我们的日常生活具有十分密切的联系，是一门来源于人类经济生活的学问。事实上，当你翻开本书、看到本章开篇第一个词条时，就能够感受到经济学所散发出来的经济生活气息以及它对我们来说有多么重要。是的，出门消费，进门生活，大家难道不关心物价吗？

CPI：你的资产跑赢 CPI 了吗？



消费者物价指数 (Consumer Price Index)，英文缩写为 CPI，是一个反映与居民生活有关的商品及劳务价格统计出来的物价变动指标，是分析通货膨胀程度的重要指标。一般而言，当 $CPI > 3\%$ 的增幅时，我们称为 Inflation，就是通货膨胀；而当 $CPI > 5\%$ 的增幅时，我们把它称为 Serious Inflation，就是严重的通货膨胀。

CPI 测量的是随着时间的变化，包括 200 多种各式各样的商品和服务零售价格的平均变化值。它的计算公式是 $CPI = (\text{一组固定商品按当期价格计算的价值}) / (\text{一组固定商品按基期价格计算的价值}) \times 100\%$ 。CPI 告诉人们的是，对普通家庭的支出来说，购买具有代表性的一组商品，在今天要比过去某一时间多花费多少。例如，若 2009 年某国普通家庭每个月购买一组商品的费用为 800 元，而 2010 年购买这一组商品的费用为 1000 元，那么该国 2010 年的消费价格指数为 (以 2009 年为基期) $CPI = 1000/800 \times 100\% = 1.25\%$ ，也就是说上涨了 1.25%。



经典案例

JING DIAN AN LI

赵某，去年手上余钱大约有 10 万元。本可以在当地买个合适的房子，付个首付，但赵某思虑再三，还是将钱存进了银行。按去年 1 年期利息 2.95% 计算，到今

年 6 月底 1 年期存款到期，她共获得银行税前利息 $100000 \times 2.95\% = 2950$ 元。而根据 7.0% 的 CPI 折算，赵某手中人民币的购买力实际上是下降的。折算下来下降了 $100000 - 102950 / (1 + 0.070) = 3785$ 元。

赵某的做法就是典型的“跑输 CPI”。CPI 仍在高位运行，这意味着手中人民币的购买力已经降低，生活成本在升高。如今，她手中的 102950 元已经不够支付去年相中的楼盘的首付了。在与 CPI 的博弈中，赵某显然是输家。

PPI：比弹药更厉害的“武器”



生产者物价指数 (Producer Price Index，简称 PPI)：生产者物价指数主要的目的在于衡量各种商品在不同的生产阶段的价格变化情形。一般而言，商品的生产分为三个阶段：一、原始阶段，商品尚未做任何的加工；二、中间阶段，商品尚需做进一步的加工；三、完成阶段，商品至此不再做任何加工手续。

PPI 是衡量工业企业产品出厂价格变动趋势和变动程度的指数，是反映某一时期生产领域价格变动情况的重要经济指标，也是制定有关经济政策和国民经济核算的重要依据。目前，我国 PPI 的调查产品有 4000 多种 (含规格品 9500 多种)，覆盖全部 39 个工业行业大类，涉及调查种类 186 个。

对于一般老百姓而言, PPI 似乎不太容易受到关注, 但实际上它对于人们的日常生活还是具有很大的影响。



经典案例

JING DIAN AN LI

上世纪 70 年代, 第三次中东战争爆发, 埃及与以色列这两个中东国家发生了激烈的火拼, 然而由于以色列得到美国援助的大量先进的武器, 致使埃及付出很大代价, 损失惨重, 士兵大量死伤, 连土地也丢了。但埃及人不甘心失败, 于 1973 年 10 月突然发动了对以色列的战争, 由于埃及是有备而战, 而以色列毫无准备, 结果战争一打响, 以色列先进的飞机、坦克被埃及飞弹炸得铁皮四飞, 以色列军队物资损失惨重。另外, 其他阿拉伯国家, 闻讯也迅速赶来帮助埃及攻打以色列, 眼看就要灭国的以色列只能求助于美国的援助。

美国出于控制中东的意图, 爽快地答应援助以色列, 大批先进的武器被运到以色列。这时, 阿拉伯国家不乐意了, 但碍于美国强大的军事实力不敢翻脸跟美国打, 于是聪明的阿拉伯国家迅速想到一个绝好的对付美国的办法: 石油禁运。美国的飞机、坦克、汽车再怎么先进, 没有石油, 照样是废铁一堆。由于石油严重缺乏, 国际市场石油价格很快从 10 月份的 3 美元左右疯涨到年底的 12 美元左右, PPI 也是一路狂涨, 美国经济陷入混乱, 以至于整个 70 年代美国经济都被通胀笼罩着。这是二战后资本主义第一次大规模经济危机, 美国为自己的“义举”付出了沉重的代价。

消费者剩余: 谁动了乘客的“消费者剩余”?



词条解析

消费者剩余是指消费者购买某种商品时, 所愿支付的价格与实际支付的价格之间的差额。在西方经济学中, 这一概念是由马歇尔提出来的, 他在《经济学原理》中为消费者剩余下了这样的定义: 一个人对一物所付的价格, 绝不会超过, 而且也很少达到他宁愿支付而不愿得不到此物的价格; 因此, 他从购买此物所得的满足, 通常超过他因此物付出的代价而放弃的满足; 这样, 他就从这种购买中得到一种满足的剩余。他宁愿付出而不愿得不到此物的价格, 超过他实际付出的价格的部分, 是这种剩余满足的经济衡量。这个部分可以称为“消费者剩余”。

通俗地说, “消费者剩余”就是消费者为购买一种商品或服务愿意支付的价格减去其实际支付后的节余部分。“消费者剩余”可能为正数, 也可能为负数。



经典案例

JING DIAN AN LI

以春节回家乘车为例, 假定甲消费者富有, 愿意为平时回家支付的路费为 300 元, 而实际支付的价格为 250 元, 那么他就获得了 50 元的“消费者剩余”; 而乙消费者贫穷, 打算仅用 250 元回家, 那么他的“消费者剩余”就为零。不管哪一类型的消费者, 在春运价格上涨 20% 后,