

新视野文丛 ©

从身边的常见事物入手，一一剖析常见经济现象。  
冷冰冰的经济学原来可以写得如此性感。

# 口红经济学

〔韩〕经济教育研究会 著 千太阳 译

山东画报出版社



# 口红经济学

〔韩〕经济教育研究会 著      千太阳 译

山东画报出版社

## 图书在版编目 ( CIP ) 数据

口红经济学 / [韩] 经济教育研究会著; 千太阳译. — 济南: 山东画报出版社, 2013.7

ISBN 978-7-5474-0736-3

I. ①口… II. ①经…②千… III. ①经济学—通俗读物  
IV. ①F0-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第012204号

립스틱 경제학口红经济学

Copyright © 2013, Economic Education Research Institute 经济教育研究会  
Simplified Chinese translation edition © 2013, Shandong Pictorial Publishing House  
All rights reserved.

Simplified Chinese edition published by arrangement with WISDOMHOUSE  
PUBLISHING CO., LTD. through Imprima Korea Agency and Qiantaiyang Cultural  
Development(Beijing)Co., Ltd.

山东省版权局著作权登记章图字15-2012-039

责任编辑 王硕鹏

装帧设计 王 钧

主管部门 山东出版传媒股份有限公司

出版发行 **山东画报出版社**

社 址 济南市经九路胜利大街39号 邮编 250001

电 话 总编室 (0531) 82098470

市场部 (0531) 82098479 82098476(传真)

网 址 <http://www.hbcbs.com.cn>

电子信箱 [hbcbs@sdpress.com.cn](mailto:hbcbs@sdpress.com.cn)

印 刷 山东临沂新华印刷物流集团

规 格 148毫米×210毫米

5印张 20幅图 120千字

版 次 2013年7月第1版

印 次 2013年7月第1次印刷

定 价 25.00元

如有印装质量问题, 请与出版社总编室联系调换。

## 前言

# 不景气时，经济会变得性感

经济不景气的时候，口红的销量会增加；经济不景气的时候，女人的高跟鞋的鞋跟也会变得更高。这样的俗语，不管是谁都可能听过几次。而这样的俗语，非常容易被人们接受，因为它不会和很多深奥经济问题一样，连着一连串根本让人摸不着头脑的经济学原理。而且这些俗语不会引起人们对于经济学的思考，仅仅是接受而已，非常轻松。

为什么经济学有这么多俗语呢？不管怎么样，这能显示人们对于经济学的很大兴趣。但是深一层次的思考后，我们可以发现，不管这种行为是对是错，它都是以人们形成的固有模式为前提的。这里所指的前提就是——人们在这样的情况下，会表现出这样的行为；在那样的情况下，会表现出那样的行为。换句话说，人们的行为背后，往往拥有某种特定的规律。

经济学经常被批判过分强调了人们的理性，因为在现实中的人们，不可能一直作出理性的选择。引用最近经常提到的著名经济学

家凯恩斯的话，就是“人不可能一直凭借理性作出决定，偶尔会有动物冲动（animal spirits）”。但是一直听到类似的话之后，我们就会误以为理性是不好的东西或者人不能太过于理性。但是人不可能一直作出理性的选择，这句话不能理解成人的感性会比理性更重要，或者人一直是不理性的。

在经济学中提到的人的理性，其实不是很难理解的东西。大部分的人，大体上都是理性的，即使偶尔有些人在这方面有点缺陷，但是都会为了让自己更加理性而付出努力。如果这样来理解，那些俗语所显示的同一性则证明了这个道理：人们的理性是相似的。换句话说就是，一般人们的相同想法，就可以理解为是理性的想法。人的理性和动物冲动是不相同的，大部分人会有相同的想法，并努力将其付诸行动，这就是理性。而一些人不能解释自己的行为或者被大部分人理解的行为，就会被称作动物冲动。

我们仔细观察后就会发现，关于经济的俗语，大部分都是在经济不景气的时候流行，而经济景气时候，几乎没有。唯独经济不景气的时候，有这样那样的俗语，而且花样层出，这其中的原因是什么呢？

当然是因为经济不景气的时候，人们会更加关注经济方面的问题。但实际的情况是，经济景气或者不景气的时候，人们对于经济的关注，并没有太大的变化。唯一的不同点就是，当经济繁荣的时候，人们想到的是“怎样挣钱”；而在经济衰退的情况下，人们想的就是“怎样可以不让自己的财产贬值”。也就是说，不同的情况下，人们对经济的着眼点不同。

有这样一句话，“高风险，高回报；无风险，无回报”（High

Risk High Return, No Risk No Return)。意思就是说，如果想得到高收入，就应该冒更大的风险，相反就会没有收入。所以不管经济情况怎么样，人们都会平衡风险和收入后行动，但是在经济不景气的时候，往往更关注于风险这一方面。

将风险降低到最小的最好方法，就是跟着别人的脚步行动。人们都不愿意共享挣钱的办法，所以经济繁荣的时候，大家都倾向于隐藏彼此所掌握的信息。但是在经济不景气的时候，人们往往会关注这样的问题，即“别人怎么想，又会怎么做”。所以这个时期的人们，非常关注他人的行动，在这样的情况下，自然就会导致人们的观察力和总结能力的上升，从而出现很多经济俗语。

当然我们不是说经济繁荣的时候，就没有任何俗语。只是经济景气的时候，没有人会注意这样的俗语，但是当经济萎靡不振的时候，人们就会更愿意倾听俗语。这样的道理不仅仅适用于经济学，人与人之间关系也是如此。只有在失去的时候，人们才会懂得珍惜。那么，这么多的经济学俗语，想要告诉我们的道理，难道就是“拥有的时候就要更加珍惜”吗？当然不是，这些俗语真正想要告诉我们的，就是不要过分依赖经济学俗语，而要拥有看清世界的智慧和眼光。

这些俗语到底有多少是真实的呢？老实说，根本没有人会知道。因为这些俗语的对和错是很难判断的。经济学教科书常常引用这样的故事，说经济学就是可以由两个人，分别证明两个截然相反的经济学理论，然后一起获得诺贝尔奖的奇怪学科。但是产生类似于“经济学就是奇怪的学科”或者“经济学家都是骗子”的想法，则是完全没有必要的。经济学之所以充满矛盾，其原因就在于，我们所生活的世界中，经济情况本身就是矛盾的。

总而言之，深究俗语是对是错是没有实际意义的。重要的不是判断对与错，而是探究其中的道理。我们学习经济学的目的，也正在于此。我们都深信，经济学是为我们的生活提供智慧的重要学科。我们很难理解，为什么一些普通人，会疯狂地背诵老套的经济学理论和公式。我们绝不能简简单单地背诵这些原理，而是应该正确地理解。虽然有的时候，我们确实需要学习相关的经济学理论，但这些并不是最重要的。比学习经济学本身，从经济学中总结出来的生活智慧，才是重中之重。

作者

写于葱绿的夏天

# 目 录

Contents

前言 不景气时，经济会变得性感 / 1

1 超短裙的秘密 / 1

2 口红经济学 / 12

3 二八定律与长尾理论 / 26

4 极端的投机——博彩 / 34

5 啤酒、葡萄酒和烧酒 / 45

米酒逆袭，烧酒倒台 / 53

6 整容还是整形？ / 57

7 摩天大楼效应 / 63

8 避孕套经济学 / 70

9 内裤与胸罩经济学 / 76

10 星巴克咖啡 / 82

内衣的历史 / 92

11 韩国泡面 / 97

12 高高的高跟鞋 / 107

13 恶魔的诅咒——香烟 / 115

14 广告与消费 / 120

超短裙与正装 / 128

15 经济与色彩 / 130

16 周易、占卜与塔罗牌 / 136

17 股市与通货膨胀 / 142

我的百万富翁梦 / 147

## 1

## 超短裙的秘密

当经济不景气的时候，会有更多的俗语在人们之间流传。这到底是为什么呢？这是因为，在经济不景气的时候，人们会越发感到不安，他们会在不安当中寻找可以安慰自己的东西。在这些俗语当中，最有名的莫过于“经济越不景气，超短裙越流行”。事实上，超短裙刚问世的时候，确实是如此。近来韩国的经济情况，也正好符合这句俗语。韩国开始流行超短裙，大概是在 2003 年，这一时期正好是韩国经济情况极速恶化的时期。这句俗语真的是普遍的规律吗？

在谈论这句话的对错之前，我们先要弄清楚一个问题，裙子长度要达到多短，才能算是超短裙呢？在国语字典里对于超短裙是这样定义的，即“裙底位于膝盖上方，非常短的西洋式裙子”。超短裙一般指的是离膝盖 10—20 厘米的裙子。“miniskirt”当中“mini”是“minimum”的缩写，代表“小，非常小”。这个词来源于追求简洁性和单纯性的艺术词组“minimalism”。

虽然之前有几位服装设计师进行过尝试，但是超短裙真正开

始流行，一般认为是因为英国服装设计师玛丽·奎恩特（Mary Quant）和她的同事简·米尔（Jean Muir）。在英国出生的奎恩特就读于英国伦敦的戈德史密斯大学的绘画专业。1995年，她在伦敦开办了服装设计室，专为年轻人设计服装。之后经过一段时间，她进行了多次尝试，最终第一次发明了突出女性曲线的超短裙。在此基础上，20世纪60年代的中后期，全世界掀起了超短裙热风。

有人说法国服装设计师安德雷·库雷热（Ander Courreges）才是真正的超短裙创始者。他在60年代中期，推出了拥有创新风格和多样材质的服装。奎恩特曾经专研于建筑学，他是第一位将裙子长度缩短到大腿中间部分的女士服装设计师。但是真正让他名扬海外的并不是这一点，而是因为他借助当时宇宙探索的热潮，用几何曲线展现宇宙魅力被称为“space look”的服装。他也是第一位将塑料、人造皮革、金属、玻璃等各种素材，运用于设计的服装设计师。

超短裙体现了年轻人对于阶级社会的抵触，试图打破人们对于裸露的固有观念。但这些行为不可避免地成为保守主义者的批评对象。对于奎恩特的设计，有人认为会有损社会的道德风气。但是没有什么可以阻挡超短裙的人气。女生的超短裙变得越来越短，她们开始疯狂地减肥。女生们一直认为，Twiggy那样瘦瘦的身材很适合穿超短裙。现在人们印象当中，Twiggy也是最适合穿超短裙的模特。在她十几岁的时候，她的身高已经达到了167厘米，体重40千克，腰围还不到22英尺。就是这样瘦瘦的形象，成为了如今年轻女性疯狂减肥的榜样。疯狂减肥这个问题，甚至已经成为了社会问题。

那么，韩国从什么时候开始，出现了真正的超短裙呢？正是在1967年1月，从美国归来的歌手尹福姬，穿着超短裙从飞机上走下

来。据说看到她这种裸露穿着的市民，还向她投掷了鸡蛋。但是据她本人说，在她归国的时候，正是寒冷的一月，所以没有穿超短裙。而且因为是深夜，根本没有市民看到她下飞机。我们记忆当中的画面，应该是某个商业广告的海报。

实际上，尹福姬第一次穿着超短裙出现在大众面前，是在1967年2月发表个人专辑的时候。她在专辑封面穿着超短裙的照片，看起来非常惊艳。同年3月，她又穿着超短裙站在了时尚秀的舞台。所以大家普遍认为，这段时期韩国开始出现了超短裙的流行风潮。

在当时保守的韩国社会环境中，超短裙的出现，对社会思想产生了极大的冲击。但是尹福姬的行为，让青年人彻底陷入了疯狂，她也成为了新青年文化的标志。虽然很多老一代的人，说这是末日的征兆，但是在年轻人之间，超短裙变得越来越流行。青年人想以此将自己和老一代的人区别开来。虽然青年一代有这样的想法，但是在老一代人们的眼里，超短裙只是年轻人堕落和腐化的表现。最后，朴正熙政府不得不出面干涉。在当时有这样一个滑稽的场景——警察们拿着格尺，测量年轻女子的裙子长度，检查有没有短于膝盖上方15厘米。

那么，究竟“经济不景气的时候，就会流行超短裙”这句俗语，是否真的切合实际呢？以韩国的情况来说，这几年经济不景气的时候，超短裙的销量不仅猛增，而且裙子长度也从平均30—40厘米缩短到20厘米。据三星的时尚研究的调查数据显示，2009年女性穿着裙子的人数，占整体女性的31%，这比2008年的21%增加了很多。特别要指出的一点是，其中穿着超短裙的比率，增加了四倍以上。这足以显示，超短裙热潮在不断扩大。以15岁到20岁的女性为例，

调查问卷显示，购买超短裙占整体裙子类产品的比例，已经超过了80%。

我们以前谈论的超短裙，都是膝盖上方10—20厘米长度的裙子，但是现在的女性穿着超过30厘米的超短裙，已经是很普通的事了。现在流行的是超级迷你（super mini）或者超迷你（hyper mini）。其中一个有趣的现象就是，与我们认为年轻人购买超短裙的比例会更多的推测不同，40多岁的女性购买比例才是最高的。这个现象可以解释为，中年人更希望让自己看起来年轻，并拥有更强的追逐流行时尚的欲望。当然，40岁阶段的女性，比20—30岁女性更有购买力，这也是其中一个重要原因。

如今，在经济不景气的情况下，流行超短裙是不争的事实。究竟是什么原因导致了这种现象呢？很多人都主张，经济不景气的时候流行超短裙这个观点，是因为有一种化学原理叫“勒夏特列原理”

（Le Chatelier's principle）。简单解释这个原理，就是说在平衡状态的物质，客观条件一旦发生改变，就都会向着原有状态进行反应。举个例子，开启汽水的瓶盖后，瓶子内部的气压会变低，这个时候为了升高气压，气体会渗透到水里面，随着泡沫一起出来。冰刀能在冰面上顺畅滑行，在海拔高的地方水更容易沸腾，都是因为这个原理。

有人会问化学和超短裙到底有什么关联呢？用最简单的话语来解释“勒夏特列原理”——炎热的天气人们会扇风，寒冷天气人们会取暖。将此原理运用到我们谈论的问题中，就是人们在经济不景气的时候会穿短裙，经济繁荣的时候会穿长裙子，这就是所谓的“超短裙效应”。

经济不景气的时候，人们之所以会穿着超短裙，可以总结为如下几点原因。首先，从生产者的角度考虑。经济不景气的时候，生产者都会为了节约成本而努力，所以使用布料更少的超短裙，就会受到商家的大力宣传。事实上，在第二次世界大战期间，英国颁布了一条让妇女穿短裙子的法令，为的就是节约布料。其次，越是不景气的时候，设计师和服装公司为了吸引消费者的眼球，越会推出一些颜色华丽、设计新颖的服装。所以在这一时期，这样的服装就会变得非常流行。

用同样的方法，可以从消费者的角度考虑一下这个问题。服装专家解释说经济不景气的时候，女生们为了不让自己看起来憔悴，更倾向于挑选一些颜色特别、设计新颖的服饰。超短裙就是她们最好的选择。特别要说明的一点就是——经济不景气的时候，因为经济情况的限制，所以不可能购买好几件衣服，女性往往会挑选一些设计华丽的服饰。况且，经济不景气的时候，人们会感觉到更强烈的经济压力。求职者不得不面对就业压力，就业者也得面对解雇或者降低薪水的压力。越是这种时候，人们越喜欢用购物来释放压力，也就是我们经常提到的“购物疗法（retail therapy）”。这一时期的人们会认为，追求深刻的、理性的生活，还不如刺激原始需求，即消费。

虽然听起来可能有点不可理解，但是有人还主张“吸引异性关注”，也会影响到消费者的消费偏好。服装专家认为，经济不景气的时候，女性偏好颜色华丽、设计新颖的服饰，以此来突出女性美，这是希望借此得到男性的保护。经济不景气的时候，男性因为在生活上的压力，对女性的关注度会降低，因此女性为了吸引男性的眼球，

会穿着短裙，并且改变化妆方式。当然，相反的情况下，也会出现截然不同的情况。男性在经济情况充裕的时候，会更多关注女性，而女性为了躲避男性的眼神，则会换上长裙子。

看到此处，读者可能觉得“经济不景气的时候，流行超短裙”这种观点很有道理。但是也有很多与此相反的观点。首先，我们再考虑一下，我们刚才提到的一种解释——经济不景气的时候，为了节约成本，生产者会减少布料的使用，因而会流行超短裙。但是我们可能会产生这样的疑惑：如果不是物资极度缺乏的战争时期，缩短裙子的长度到底能节约多少物资呢？

如果用这样的逻辑进行推理，经济不景气的时候，企业更好的经营策略是推出长裙增加消费。如果以上述的角度考虑，织物公司因为存货浪费物流费还不如推出长裙以此来增加布料的消费，所以不景气时流行的应该是长裙。经济繁荣时可以用相同的布料制作更多的衣服，即制造超短裙会更合理。从消费者的角度考虑也是如此。经济繁荣时用同样的布料制作更多的衣服，即生产超短裙会更划算，因此经济繁荣时应该流行超短裙。只有不懂事理的丈夫才会觉得衣服价格会和生产成本相关，超短裙价格也不是一定会比长裙便宜。

从消费者心理层面，同样也可以推理出，经济繁荣的时候流行超短裙。经济欣欣向荣的时候，在良好的社会氛围中，裙子长度更有可能变短。亮丽的颜色，活泼的服饰，自然会导致超短裙销售量的增加。相反，经济不景气的情况下，社会环境和氛围也是死气沉沉，这种时候消费者会偏好普通的服饰。不仅是裙子长短，一般情况下，着装的很多方面都能反映出经济情况。如果一个社会当中，女性穿着非常耀眼且很有前卫意识，即使经济情况不好，但也可以推测，

该社会非常开放且有进取心。

纵观历史，难道超短裙流行的时期，真的都是经济不景气的时候吗？超短裙开始在世界范围内流行的时间是 20 世纪 60 年代，对于那些深信“经济不景气的时候，会流行超短裙”的人来说，这个事实可能让他们感到很意外。虽然 20 世纪 60 年代没有像前十年那样繁荣，但是尚处于经济稳定发展的时期。进入 20 世纪 70 年代，美国经济学家马布里（Mabry），对纽约证券市场和超短裙长度之间的关联，进行了一番研究。之后他提出了“裙长理论（Skirt-Length Theory）”。这个理论与我们之前说的俗语正好相反。现在美国证券市场也普遍接受“长裙 = 熊市，短裙 = 牛市”这样的两个等式。

与我们知道的俗语正好相反的理论的出现，实际上可以追溯到更早的时期。哥伦比亚大学的 Paul H. Nystrom 教授，已经在他的著作《时尚经济学》当中，阐述了这样的理论。该书中的数据显示，1919 年美国女性平均裙子长度（以地面为基准）为身高的 10%。到了美国经济强劲增长的 1920 年，这个数据提高到了 20%。当美国经济出现疲软态势的 1921 年，百分比又回落到了 10%，而在美国证券市场繁荣的 1924—1927 年期间，百分比迅速增加到了 25%。这里要说明一点就是，女性身高的 25%，代表裙子底端已经高于膝盖部分。资本主义社会最大的经济萎靡时期，就是从 1929 年开始的经济大萧条时期。著名喜剧演员查理·卓别林主演的喜剧《摩登时代》（*Modern Times*）的背景，就是经济大萧条时期。大萧条之前，美国女性普遍穿着短裙，但是到了大萧条时期，美国女性的裙子甚至可以盖住脚背。这次大萧条持续到了 20 世纪 40 年代，而女性穿着长裙的情况，也一直延续到了这一时期。



街头随处可见穿着超短裙的女生。动物行为学家莫里斯教授指出，就像动物在食物充足的时候换毛一样，人们只有在经济充裕的时候，才会希望增加裸露的部分。广告商利用这一点，在经济繁荣的时候推出很多超短裙广告，并且让过度裸露的模特登上广告。所以这些人认为，在经济繁荣的时候，超短裙会更加流行。