

每周一堂

经济课

郑月玲 编著

- 一年52周，每周学一点
- 用经济学的眼光，
审视复杂变化的经济现象

每周一堂经济课

郑月玲 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

每周一堂经济课 / 郑月玲编著. —北京: 人民邮电出版社, 2009. 4

ISBN 978-7-115-20567-4

I. 每… II. 郑… III. 经济学—通俗读物 IV. F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 031510 号

内 容 提 要

你可以不是经济学专家, 但不能不懂经济学常识, 更不能不懂与自己日常生活息息相关的经济定律。

本书所选的 52 条经济定律都是经典的经济理论, 如复利累进效应、最大笨蛋理论、节俭悖论、棘轮效应、格雷欣法则、纳什均衡、蛛网理论、萨伊定律、科斯定理、阿罗不可能定理、帕累托最优、马太效应、二八法则、柠檬原理、拉弗曲线、基尼系数、恩格尔定律、长尾理论、蓝海战略、锁定效应、多米诺骨牌效应等。

这些经济定律和人们的生活息息相关, 涵盖了人们日常生活的方方面面。读者朋友每周只需学习一个定律, 一年即可掌握这些经济理论。

无论是普通读者, 还是专业人士, 相信都能从本书中感受到阅读的乐趣和智慧的启迪。

每周一堂经济课

◆ 编 著 郑月玲

责任编辑 李宝琳

执行编辑 付微微

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700 × 1000 1/16

印张: 15

2009 年 4 月第 1 版

字数: 200 千字

2009 年 4 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-20567-4/F

定 价: 29.80 元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154

前言

在市场经济社会中，经济渗透于生活的方方面面，可以说，每一项经济活动都与我们的生活有着千丝万缕的联系，任何人想要置身事外都是不可能的。

在日常生活中，面对纷繁复杂的经济现象，人们有太多的疑问和困惑。比如，为什么有些东西质量非常糟糕，却还是有人争相购买，而质量好的却无人问津，甚至在竞争中最终败下阵来？为什么有些东西降价后物超所值却销路不畅，而把价格提到高得吓人时却备受追捧？为什么教科书上明明告诉人们要勤俭节约，可经济学家却号召人们消费，甚至有些国家还发钱鼓励民众消费？为什么农作物丰收时，本应该欣喜的农民却愁上眉梢？这到底是怎么回事呢？

其实，我们只看到了表面现象，而没有去分析纷繁复杂的经济现象背后的本质规律。

经济规律以各种形式在暗中支配着人们的生活和商务活动。了解、掌握经济学的游戏规则，并且将这些博弈规则自觉地运用到日常生活和商务实践中去，将能很好地调整我们的行动和策略，掌握经济先机，以最小的投入获得最大的收益。

可以说，“经济规律”是一只看不见的手，它在默默地指挥着经济的运行和变化。我们可以不是经济学专家，但是不能不懂经济学常识，更不能不懂与我们日常生活息息相关的经济规律。

为了普及经济学常识及规律，我们编写了这本书。本书所选的 52 条经济规律都是经典的经济理论，如复利累进效应、最大笨蛋理论、节俭悖论、棘

轮效应、格雷欣法则、纳什均衡、蛛网理论、萨伊定律、科斯定理、阿罗不可能定理、帕累托最优、马太效应、二八法则、柠檬原理、拉弗曲线、基尼系数、恩格尔定律、长尾理论、蓝海战略、锁定效应、多米诺骨牌效应等。

这些经济规律包括供给与需求、市场与竞争、生产与消费、投资与理财、博弈与选择、产权与制度、收入与分配、国民收入与宏观经济调控、信息与经济、经营与管理等内容，和人们的生活息息相关，涵盖了人们日常经济生活的方方面面。

在日常生活里，如果你看不起低投资回报率，总为自己找不到一个一本万利的投资项目而苦恼时，那是你不了解经济学中的“复利累进效应”；如果你以为大手大脚花钱没什么，认为即使养成一个不好的消费习惯以后也能改掉的话，那是你不懂棘轮效应；如果你因为看到很多人买了股票就赚钱而奋不顾身地把全部身价都投入股市的话，那是你还不知道什么叫最大笨蛋理论……

一年共有 52 周，读者朋友每周只需学习一个规律，通过一年的时间，即可掌握这些经济学上最著名的经典理论，从而对经济学这门奥妙无穷的学科有个基本的了解，用它们来指导自己的经济生活。

总之，通过掌握这些与生活紧密相关的经济规律，将有助于我们更深入地把握住经济思维的本质，看清隐藏在复杂事物表象下的真实世界，从而提高自己对待财富、处理金钱、衡量利益的财富智商与情商。

在本书编写过程中，作者得到了龙春平、陈红玉、吴丹、唐善凯、赵红敏、王克龙、魏守军、陈海凤、任红丝、冯立军、陆小可、王伟、李召旺、李彩莉、李刚、唐贵荣、姜立波、李龙玉、王克联、张平等人的大力帮助，在此向他们表示感谢。

目 录

❖ 供给与需求 ❖

第 1 周 蛛网理论：丰产并不等于丰收 / 3

蛛网理论是运用弹性理论来考察价格波动对下个周期产量的影响，以及由此产生的均衡变动。

第 2 周 萨伊定律：惟有适应社会需求的生产才有出路 / 7

惟有当供给具有效用及产品品质的时候，萨伊定律才是有效与言之有物的。

第 3 周 边际效用递减规律：善用递减理论，坚持产品创新 / 12

企业想更好地发展，就要不断地进行创新，生产不同的产品以满足消费者的需求，从而减少与阻碍边际效用递减。

第 4 周 替代效应：及时把目光瞄向焦点物品的替代物 / 16

在经济学上，替代品与互补品是企业定价的参照法宝。它们是由需求交叉弹性理论引发出来的两类产品，并与需求交叉弹性共同在企业经营策略中有着广泛而普遍的应用。

第 5 周 价格歧视理论：一样的东西为何有不一样的价格 / 20

价格歧视实质上就是一种价格差异，它通常是指商品或者服务的提供者，在向各种不同的接受者提供相同等级与质量的商品或者服务时，在接受者之间实行不一样的售价或者收费标准。

市场与竞争

第6周 完全竞争：瓜子市场中的经济学 / 27

通常而言，假如市场中的买家与卖家数量规模足够大，每个人（包括买方与卖方在内）都是价格接受者，而且不能独自影响市场价格的时候，这样的竞争状态就叫完全竞争，这样的市场就叫完全竞争市场。

第7周 竞争理论：竞争战略就是要创造差异性 / 31

波特的“竞争三部曲”对与企业战略相关的内外竞争环境，从企业内部活动成本、外部产业结构、地域产业集群等不同层次进行了全面、深入的解剖，这为人们了解竞争本质提供了广泛的视角。

第8周 外部性定律：宣传“补钙品”也是在为“骨头汤”做广告 / 36

在现实生活中，很多活动都兼具正的外部性与负的外部性。

第9周 灯塔效应：市场失灵之后怎么办 / 39

假设市场上不存在引起市场失灵四种原因中的任何一种因素，竞争性市场就能够达到帕累托最优状态。

第10周 寡头市场：横行霸道的企业托拉斯 / 43

寡头垄断市场的一个基本特点就是互相依存。

第11周 完全垄断：钻石市场中的经济学 / 47

形成垄断的因素是多方面的，但主要因素是由于各种“行业壁垒”妨碍了其他厂商进入而造成的。

生产与消费

第12周 节俭悖论：促进消费才能拉动内需 / 53

惟有在大量资源闲置和社会有效需求不足的非充分就业状态下，促进消费拉动内需才有利于增加国民收入。

第 13 周 棘轮效应：消费习惯具有不可逆性 / 59

“由俭入奢易，由奢入俭难。”对于欲望，我们既不能禁止，也不能放纵，必须保持适度的物质消费。

第 14 周 消费者剩余：你买的东西是贵还是便宜了 / 63

同一件商品，当它的价格愈低时，所产生的消费者剩余就愈多。

第 15 周 消费预期：买涨不买落与持币待购 / 66

预期指的是对未来经济状况的判断，它对人们的经济行为有着重要的影响。

第 16 周 炫耀性消费：不怕东西贵，就怕显示不出身份与地位 / 69

商品要想起到炫耀作用，就必须满足两个条件，即价格极高和数量极少。

投资与理财

第 17 周 复利累进效应：坚持长期投资，收获巨额利润 / 75

复利力量的源泉来自两个要素，即时间的长短和回报率的高低。这两个因素的不同，给复利带来的价值增值也有很大的不同。

第 18 周 最大笨蛋理论：千万别接最后一棒 / 80

投机行为的重点在于判断有没有比自己更大的笨蛋，只要自己不是那个最大的笨蛋，那就是赢多赢少的问题。

第 19 周 奇货可居原则：投资冷门方能获利丰厚 / 84

投资冷门需要承担极大的风险，而高收益也往往与高风险相伴。

第 20 周 51%原则：多一分胜算就出手 / 88

我们在做出任何选择时都必须花费机会成本，利用 51% 原则，也许可以使你获得至少不低于机会成本的价值。

❧ 博弈与选择 ❧

第 21 周 格雷欣法则：劣币驱逐良币 / 93

格雷欣法则不仅存在于货币与金融领域，还存在于其他领域中，如社会经济、文化及人力资源管理等，需要我们时刻提高警惕。

第 22 周 酒吧理论：经验有时是陷阱 / 97

在现实生活中，酒吧理论存在于很多方面，比如股票买卖、交通拥挤及足球博彩等，人们也把这类问题称为“少数人博弈”。

第 23 周 零和游戏：双赢与多赢才是正道 / 100

无论对个人还是对企业来说，遵循和掌握双赢或多赢法则是至关重要的。

第 24 周 斗鸡定律：在骑虎难下时要尽早退出 / 102

在日常工作与人际交往中，我们要懂得何为进退之道，不要等斗得血肉模糊时再灰溜溜地败下阵来。

第 25 周 纳什均衡：从囚徒困境看纳什均衡 / 105

纳什均衡也称非合作均衡。任何一方在选择策略时都没“共谋”，他们仅仅是选择最有利于自己的策略，而未考虑社会福利或者任何其他对手的利益。这种策略组合由每个局中人的最佳策略组合所构成。

第 26 周 位置博弈：商家在同一时空博弈的受益者是消费者 / 108

只要条件允许，商家将基本趋向于相依为邻，这种现象完全可以视为由公正的市场竞争形成的合理结果。

❧ 产权与制度 ❧

第 27 周 科斯定理：产权明晰是效率的基础 / 113

在产权明确界定而且可以自由交换的条件下，如果产权交换的交易成本为零（或很低），则产权的初始分配对资源的最优配置没有影响。

第 28 周 阿罗不可能定理：少数服从多数原则的局限性 / 119

阿罗不可能定理让我们重新认识了公共选择与民主制度，“少数服从多数”原则具有一定的限度。

❧ 收入与分配 ❧**第 29 周 帕累托最优：门当户对的经济学原理 / 125**

门当户对的婚姻模式最易达到帕累托最优，即在不让任何人境况变坏的情况下，不可能再使某些人的处境变好。

第 30 周 马太效应：贫者愈贫，富者愈富 / 128

马太效应在社会中广泛存在，尤其是在经济领域。“凡是少的，就连他仅有的也要夺过来；凡是多的，还要给他，叫他多多益善。”

第 31 周 二八法则：80%的财富掌握在20%的人手中 / 131

社会上大约20%的人占有大约80%的财富，而大约80%的人仅占有大约20%的财富。

❧ 国民收入与宏观经济调控 ❧**第 32 周 拉弗曲线：减税才能增税 / 137**

当税率高到一定程度时，税收总收入不但不会增加，反而会减少。

第 33 周 基尼系数：衡量贫富差距的重要标尺 / 141

基尼系数是国际上公认的衡量一国或地区收入差距程度的重要标尺。

第 34 周 乘数效应：善用乘数理论，有效刺激经济 / 145

当经济社会机器无法运转，工人无法就业，产品售不出去的时候，“将钱埋在地下”就会让国民收入扩大数千倍。

第 35 周 恩格尔定律：生活水平的最直观反映 / 149

在运用恩格尔系数这个标准进行国际与城乡对比时，要考虑到不可比因素的存在，比如消费品价格比价不同、人民生活习惯的差异，以及因社会经

济制度不同所产生的特殊因素等。

第36周 菲尔普斯曲线：失业与通货膨胀关系的宏观体现 / 153

菲尔普斯曲线指出通货膨胀不只取决于失业状况，还和通货膨胀预期有着密切的关系。基于此，通货膨胀不会影响远期失业率，它只是由劳动力市场的运转来决定的，而经济稳定政策仅仅能影响失业率的短期起伏。

❧ 信息与经济 ❧

第37周 柠檬原理：逆向选择的奥秘 / 161

逆向选择主要是由信息的不完全性与机会主义行为所引起的，它会导致交易市场上出现劣质商品驱逐优质商品，进而出现市场交易商品平均质量下降的现象。

第38周 逆向思维：信息太少获得太差 / 167

伴随着价格的降低，存在着逆向选择效应：产品质量比平均水平高的卖家会退出交易，只有产品质量较低的卖家才会进入到市场中。

❧ 经营与管理 ❧

第39周 手表定律：标准的重要性 / 173

对同一件工作，不能同时确定两种不同的目标；对同一件事，不能同时采取两种不同的方法；对同一家企业，不能同时采用两种不同的管理方法及设置两个不同的企业目标；对同一个人，不能有两种不同的要求，而且不能同时有两个以上的人来指挥他。

第40周 木桶定律：细小的疏忽往往会导致整体上的失败 / 176

木桶能装多少水，这与最长的木板或木板的平均长度无关，其完全取决于最短的那块木板。

第41周 4+2法则：企业基业长青的秘密 / 179

持续遵守4+2法则的企业，有九成以上的几率会是“成功者”。

第 42 周 破窗理论：破坏事件对推动经济发展的作用 / 182

经济学家将破窗理论应用于如洪灾、地震以及战争破坏性事件中，指出这些破坏性事件有助于推动经济的增长，有着不容忽视的作用。

第 43 周 长尾理论：网络时代的新规则 / 186

长尾理论的基本原理是：只要存储与流通的渠道足够多，那些需求不旺或销量差的产品，其共同占有的市场份额就可以与那些少数热销产品所占据的市场份额相匹敌，即众多的小市场在汇聚以后，能够具备与主流大市场相较量的市场能量。

第 44 周 蓝海战略：如何为企业找到新出路 / 191

蓝海战略所透露出的核心观点就在于寻找突破点，在看似绝望的“红海”中开辟出一片光明的“蓝海”。

经济与效率

第 45 周 X 效率理论：有效鼓舞士气才能提高效率 / 199

在战争中，士兵的士气正是“X 效率”理论的具体体现。没有一套有效的激励和监督机制是某些企业 X 效率低下的根本原因。

第 46 周 帕金森定律：7 个人做 1 个人的事效率反而低 / 202

1 个人的工作如果由 7 个人来做，那它会比 1 个人做时还要忙。因为，这 7 个人之间将形成很多牵制关系，制造出许多新工作。

第 47 周 鲶鱼效应：让企业充满活力的妙方 / 206

适度的压力可以给企业带来活力，这就是“鲶鱼效应”带给我们的启示。

第 48 周 规模经济：企业做大做强的理论支持 / 209

规模报酬理论是经济学上一个很实用的理论。企业若想在竞争中得到最大收益，同时避免资源浪费，就必须尽量在规模报酬理论的框架之内行事。

第 49 周 麦穗理论：不求最大的，避免最差的 / 214

麦穗理论无法确保你能选出最饱满最美丽的那支麦穗，却一定能够让你选出最大类里较为美丽的一支麦穗。

第 50 周 示范效应：一人带头，众人从流 / 217

通常而言，只有上层社会人士才能够起到示范效应。

第 51 周 锁定效应：从马屁股的宽度到现代铁路 / 220

一个不断自我复制繁荣的产业，对所进入的企业来说就是一种幸运；一个不断自我复制衰败的产业，对该产业中的企业而言就是一种痛苦。

第 52 周 多米诺骨牌效应：单一事件所引发的连锁反应 / 223

在一个互相联系的系统里，一种极小的初始能量也许会产生一连串的连锁反应。

/ 供给与需求 /



- ◆ 第1周 蛛网理论：丰产并不等于丰收
- ◆ 第2周 萨伊定律：惟有适应社会需求的生产才有出路
- ◆ 第3周 边际效用递减规律：善用递减理论，坚持产品创新
- ◆ 第4周 替代效应：及时把目光瞄向焦点物品的替代物
- ◆ 第5周 价格歧视理论：一样的东西为何有不一样的价格

第 1 周 蛛网理论：丰产并不等于丰收

蛛网理论是运用弹性理论来考察价格波动对下个周期产量的影响，以及由此产生的均衡变动。

定律释义

蛛网理论是一种动态均衡分析，它运用弹性理论来考察价格波动对下个周期产量的影响，以及由此产生的均衡变动。蛛网理论引入时间这一重要因素，从动态变化的角度来分析考察需求和供给的变动，如果将变动情况用平面直角坐标系来描述，所得图像就类似于蛛网。因此，荷兰经济学家丁伯根将这一理论形象地称为“蛛网理论”。

旁征博引

某网络媒体曾有一则消息：

2004 年冬天，大白菜取得了丰收。当时，河北固安的白菜收购价低到了 1 分钱一斤，许多白菜烂在地里没人管，甚至出现了用白菜喂羊、喂鹅的现象。那时，北京新发地大白菜的批发价是 7 分钱一斤，最低是 4 分钱一斤，创下了六七年以来的最低价。这样一来，许多农民都不敢种白菜了，产量的减少使得 2005 年的白菜价格一路飞涨。看到这种现象，农民在 2006 年又大量种植白菜，结果，再次发生了白菜价格走低的情景。

这种现象是由于农业生产的周期性所导致的。因为，农产品的储存时间通常都很短，这就使农民在进行市场交易的时候处于劣势。许多消费者会想：“反正你急着卖出去，不然就会坏掉。你对交易的要求比我迫切。”所以，他们会利用这种心理来压低价格。而此时，如果是处于供给量相对过剩的情况

下，那么农民实现交易的要求便会更加迫切，价格也就会被压得更低。

有关过剩的解释，经济学上有这样两个概念，即“绝对过剩”与“相对过剩”。绝对过剩是指社会生产出来的东西，在让每个需要它的人的需求都得到最大的满足以后，还有剩余。相对过剩是指在一定的时间与空间范围内，相对于人们的购买能力而言出现的过剩，即社会的供给超出了具有购买能力者的需求。

绝对过剩是以社会生产力的高度发达为基础的，是难以企及的。而相对过剩则是经常出现的现象，并在某一行业中还具有一定的周期性。从厂商的长远经济利益而言，相对过剩的商品不适合无偿地分给那些无购买能力的人群。毕竟，市场经济规律是“冷漠无情”的。

经济学家们把农产品频频陷入丰产却不增收的怪圈现象，叫做“丰收悖论”。它是指农民在丰收年获得的收入却比平常年，甚至歉收年还要低的一种矛盾现象。这种现象出现的根本原因就是农产品的需求弹性低及生产周期长。

简单来讲，消费需求对农产品的价格变动反应迟钝。就拿大白菜来说吧，尽管2006年的价格远低于2005年，可是居民的消费需求并未随着白菜价格的下降而增加。价格下跌幅度大，需求又不能以相应的比例增加，这就使农民们难以通过“薄利多销”来增加或维持收入状况。

这种现象说明市场经济并非十全十美，它调节经济的自发性与滞后性就是其内在缺陷，蛛网理论就揭示了这一点。蛛网理论指出：当供求决定价格，价格引导生产的时候，经济中便会出现一种周期性波动。比如，当某一产品在第一期的市场销售中供小于求时，价格就会上涨，第二期必然会增加生产。而第二期产量的增加会导致价格下降，所以第三期产量又会减少，这样再次引起了价格上涨……

从蛛网型波动中，我们得到了这样一个启示：不能让农民单独面向市场。因为，他们没有足够的力量做出较正确的市场预测，也不能在某种程度上控制市场或承担得起市场风险。在市场经济的大海中，农民就像是一叶掌握不了自己命运的扁舟，单独去闯市场恐怕是凶多吉少。