

投资理财：通俗经济学系列

洞察中国经济的 130个关键词

《我要学会理财·告别投资小白》

索晓辉 主编



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

投资理财：通俗经济学系列

洞察中国经济的 130个关键词

《我要学会理财·告别投资小白》

索晓辉 主编



中山大学出版社
SUN YAT-SEN UNIVERSITY PRESS

· 广州 ·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

洞察中国经济的 130 个关键词/索晓辉主编. —广州: 中山大学出版社, 2018. 2

(投资理财: 通俗经济学系列)

ISBN 978 - 7 - 306 - 05430 - 2

I. ①洞… II. ①索… III. ①中国经济—研究 IV. ①F12

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 207793 号

DONGCHA ZHONGGUO JINGJI DE 130 GE GUANJIANCI

出 版 人: 徐 劲

策划编辑: 曾育林

责任编辑: 曾育林

封面设计: 曾 斌

责任校对: 廉 锋 向晴云

责任技编: 何雅涛

出版发行: 中山大学出版社

电 话: 编辑部 020 - 84111996, 84113349, 84111997, 84110779

发行部 020 - 84111998, 84111981, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传 真: 020 - 84036565

网 址: <http://www.zsup.com.cn> E-mail: zdcbs@mail.sysu.edu.cn

印 刷 者: 广州家联印刷有限公司

规 格: 787mm × 1092mm 1/16 13.25 印张 270 千字

版次印次: 2018 年 2 月第 1 版 2018 年 2 月第 1 次印刷

定 价: 40.00 元

如发现本书因印装质量影响阅读, 请与出版社发行部联系调换

序 言

给您一把金钥匙

大千世界，无奇不有。怪事常常有，近年尤其多，他们越来越让我们觉得困惑，真是百思不得其解。

为什么大家都争着举办世界博览会？

为什么奥巴马急着嚷着要人民币升值？

为什么农民即使种再多的地也还是挣不到大钱？

为什么人人都不花钱，社会反而无法发展？

为什么同样的东西您买得贵而别人却买得便宜？

为什么美国爆发金融危机会影响中国的老百姓？

为什么美国的玉米歉收，却导致中国的猪肉涨价？

为什么会有比 24 美元买下曼哈顿岛更赚的事情？

为什么创业板上市后，一堆亿万富翁开始出现？

为什么在拍卖中获胜的人却是不折不扣的输家？

为什么四万亿投资能撬动整个中国十几万亿元的经济？

.....

其实，这些问题您觉得难解，是因为您不懂经济学。学习经济学知识又下不了决心，经济学教程里那些晦涩的语言和深奥的理论实在让人望而生畏，不学又有那么多困惑。该怎么办呢？为了解答您的种种困惑，本书诞生了，它将带您进入通俗经济学知识的殿堂，很快您就会发现原来经济学也不过如此。

本书作为一本经济学常识的通俗读物，基本上是以故事和通俗的语言来阐述经济学知识，让您在闲暇之余就将经济学知识收入囊中，免受痛苦求知的折磨。

目 录

第一章 经济学，经世济民的学问——经济学的基本原理	1
人人为自己，上帝为大家——经济学的基础：理性经济人	1
天下熙熙，皆为利来——一切竞争的原因：资源的稀缺性	2
人们面临权衡取舍——选择	4
人们会对激励做出反应——激励	6
一切可以买卖的东西——商品	7
为什么空气一文不值——价值与价格	8
我们购买的究竟是什么——使用价值	10
为什么梵高的画在他死后价格倍涨——价值悖论	11
分析一切经济问题的两端——需求与供给	12
第一个苹果和第五个苹果对你的效用不一样——边际效用递减	14
房价为什么涨得这样快——需求弹性和供给弹性	15
获得了高薪工作就不能享受闲暇——机会成本	17
“看不见的手”——市场机制	18
“看得见的手”——政府干预	20
第二章 像大师一样思考——经济学的思维范式	22
亚马逊雨林的蝴蝶振动翅膀，将掀起太平洋的飓风——蝴蝶效应	22
强者愈强，弱者愈弱——马太效应	23
蜜蜂采蜜，也在无偿地传粉——外部性效应	25
私人不愿意提供的服务——搭便车理论	26
大家都可以无偿使用的物品——公共产品	28
短板，永远决定整体的水平——木桶效应	29
为什么程咬金只有三板斧——路径依赖	31
应该偏向谁呢——效率和公平	33
为什么 20% 的人掌握着 80% 的财富——“二八法则”	34
何时，可以称之为完美——帕累托最优	36



贪污，为何屡禁不绝——寻租理论	37
第三章 上帝之手，无形之手——市场与买卖	39
进行交换的场所——市场	39
为销售而生产的经济——市场经济	41
这里没有老大——完全竞争	42
当我们别无选择时——完全垄断	44
联手坐庄的学问——寡头垄断	45
为什么大家都去养猪——供求机制	46
当买方与卖方达成一致——均衡价格	48
不同的顾客，不同的待遇——价格歧视	49
自由交换也有失灵的时候——市场失灵	51
跳不出的漩涡——蛛网理论	52
第四章 买东西，大有学问——消费者的经济学	55
活着，就离不开消费——消费品	55
你有没有发现你抽的烟贵了——消费税	56
要与众不同，就需要付出更多——奢侈品	58
面粉涨价了，吃大米的人就会多起来——替代效应	60
房市火爆，装修也一定会火爆——互补品	61
越贵越要买——吉芬商品	63
你是否意识到自己占了便宜——消费者剩余	65
只为吃穿的人，肯定是穷人——恩格尔系数	67
第五章 各种奥秘，尽在利益——博弈者的经济学	69
华山论剑，未出招已见高下——博弈	69
招，还是不招，囚徒的困境——纳什均衡	71
人人不花钱，社会就无从发展——节俭悖论	72
付出多，回报少，大家都将不愿付出——公共地悲剧	74
“优胜劣败”的悖论——劣币驱逐良币	75
“黔驴技穷”的故事——不完全信息博弈	76
不想让来的，全来了——逆向选择	78
最出乎意料的风险——道德风险	79



1 + 1 > 2——正和博弈（协同效应）	80
你输我赢的游戏——零和博弈	82
第六章 货币的神奇与魅力——金融活动中的经济学	84
从金银宝贝到美元英镑——货币的产生与发展	84
谁在印刷钞票——中央银行	85
1 元钱如何变成 5 元钱——基础货币	86
小数字撬动大经济——存款准备金率	88
调整经济的“三板斧”——货币政策	89
胡雪岩为何会抑郁而死——资本充足率	91
美元霸权时代的开启——布雷顿森林体系	93
引入外资重要，还是输出资本重要——资本项目	94
进口多，还是出口多——经常项目	95
3.51 万亿美元的财富从何而来——外汇储备	97
开端是甜美的，后果是苦涩的——通货膨胀	98
当大家不愿贷款时——通货紧缩	100
麻烦的制造者——热钱	101
第七章 一生劳碌，不如几年投资——投资活动中的经济学	104
让钱为你挣钱——财产性收入	104
最传统的投资方式——银行储蓄	105
并非为了当股东——股票投资	107
把钱直接借给债务人——债券	108
今天做明天的交易——期货	110
请专家为你打理投资——基金	111
让自己的生活更有保障——保险	113
股指期货怎么玩——股指期货	114
比 24 美元买下曼哈顿岛更赚的复利游戏——复利	116
创业者需要先找到“伯乐”——天使投资	117
安华农保的“小马甲”——买壳上市	119
当掌柜变成老板——管理者收购（MBO）	121
当你知道“新股不败”时，明白怎么做了吧——打新股	122



这一次，开始批发亿万富翁——首次公开募股（IPO）	124
跟风是对是错——羊群效应	125
人人都在挣钱，我为什么不去呢——财富效应	126
当大家都想投机时——泡沫经济	128
航空公司亏损运营的秘密——沉没成本	129
“不要用买古董的心态去买房子”——胜者的诅咒	131
“金字塔”也有崩溃的时候——庞氏骗局	132
大厦的倒塌，可能是因为一声咳嗽——黑天鹅效应	134
 第八章 国强家方富——解读宏观经济指标，判断宏观经济走势	136
国家对经济的调节和控制——宏观调控	136
政府对经济进行全面干预——凯恩斯主义	137
衡量大国的尺子——GDP	139
真正属于自己的价值——GNP	140
物价是涨了还是跌了——CPI	142
富人的天堂和穷人的地狱——基尼系数	143
真正的个人收入——个人可支配收入	144
诠释自己的幸福——幸福指数	146
我们究竟走向何处——人类发展指数	148
一国的生活水平取决于它生产物品与劳务的能力——生产率	150
四万亿为什么能撬动十几万亿——乘数效应	151
几家欢喜几家愁——通货膨胀的财富效应	152
政府准备要花多少钱——政府预算	154
政府也会入不敷出——财政赤字	155
为什么要交税——税收与税率	157
应该征收多少税——拉弗曲线	159
调整经济的财政手段——财政政策	161
如何让先富带动后富——转移支付	163
或者高物价，或者没工作，政府政策的两难选择 ——菲利普斯曲线	165



第九章 和你的生活成本、工资收入息息相关

——国际贸易活动中的经济学	167
美国玉米歉收，中国猪肉涨价——把世界连为一体的	
国际贸易	167
出口对我国为什么那么重要——外贸依存度	168
美国人为什么要穿中国人造的鞋子——比较优势	170
世界贸易的协调者——WTO	171
两国货币兑换的比率——汇率	174
美元到底价值几何——购买力	175
谁在决定汇率的高低——购买力平价理论	176
奥巴马为何如此关注人民币汇率——本币的升值与贬值	178
出口与进口的关系——贸易顺差与逆差	180
进出口贸易的津贴——贸易补贴	181
低价卖货也有错——商品倾销	183
美国为什么要对中国的轮胎加税——贸易壁垒与贸易战	185

第十章 未来的世界将会怎么样——未来经济热点问题展望

当世博会来到中国——会展经济	187
城乡差距为什么那么大——二元经济	188
北京的“黑车”为什么那么多——地下经济	190
当地球成为“地球村”——经济一体化	191
大家都要当城里人——城市化	193
“笨猪四国”的麻烦——国家破产	194
世界需要那么多的钢材吗——产能过剩	195
奥巴马为什么那么急——人民币升值	197
仅仅是可以买到便宜手机吗——山寨经济	198
阿里巴巴的成长历程——网络经济	199
沃尔玛离不开中国货——中国制造	201
为了我们的地球——低碳经济	203

第一章 经济学，经世济民的学问

——经济学的基本原理



人人为自己，上帝为大家

——经济学的基础：理性经济人

人生来就是自私的、利己的，人有趋利的本性，因此人从事一切活动的目的就是个人利益最大化。经济学正是建立在承认这种“人人为自己，上帝为大家”的基本文化共识和共同信仰基础之上，并以此构造了“理性经济人”的假设，而把基本的信仰、公正和基本价值判断等都交给了上帝。

所谓理性经济人，是指在一定约束条件下总设法使自己的利益得到最大满足的人，或追求效用最大化的人。具体而言，“理性经济人”除了他自己的利益追求、他自己的最大满足以外，并不关心他人，也不同情他人。亚当·斯密曾形象地说明了理性经济人的这一特性：“我们不能从屠夫、酿酒家或烤面包师的仁慈中，来祈盼我们的晚餐，而是从他们的自利考虑；我们不要诉诸他们的人道，而要诉诸他们对自己的爱；永远别向他们提到我们的需要，而要向他们提到他们的利益。”

也许很多人会给出一些不符合理性经济人假设的例子来驳斥这个假设，比如，罗密欧与朱丽叶这对莎士比亚笔下的苦命恋人，如果从爱情伟大坚贞的角度来看，绝对是一流的实证例子，但选择自杀殉情来结束爱情却是怎么都和理性行为搭不上边的。还有为搭赠的礼品而买东西的“买椟还珠”行为同样称不上理性。的确，这些行为在我们看来都是不理性的，他们都谈不上是理性经济人。但是，我们忽略了一点，理性经济人的定义中明确的是“自身利益最大化或者效用最大化”，这里的利益、效用通常不是我们所认为的金钱、地位等，而可能是一些诸如感受、感情、快乐之类的无法用金钱衡量的东西。我们看到他们的不理性仅仅是局限于我们所



处的角度，我们认为活下来比坚贞的爱情有价值，认为赠品不如所买的商品有价值。而在当事人看来，坚贞的爱情是无价之宝，没有任何东西能好过它，能带来更多的快乐和更大的效用；获得的赠品呢，也许是自己苦苦寻找了很久想要但是又一直买不到的东西。大家想想，如果这样，我们还能说他们不理性吗？还能认为他们是在做傻事吗？

同样，根据这种思路，我们自然也能理解社会上为什么会有“活雷锋”存在了。“雷锋”的收益是“他内心的一种满足”，成本是“他付出的东西”，“雷锋”正是因为一种精神的需要而甘愿无私奉献，他自己更应该感谢别人能给他这样的机会。这一点有些类似于基督教徒的虔诚：不要怕麻烦基督教徒，有什么需要尽管去找基督教徒帮助，你去找他，正好给了他一个帮助别人并实现自我价值的机会。

我们在各大商场、超市经常会看到五花八门的产品附加赠送活动。对于精明的商家，我们不禁困惑，难道他们一夜之间都成为乐善好施的慈善家了吗？我们要在这里提醒大家，理性经济人中关于经济人和利益最大化的假设是永远存在的，商家的慈悲如同太阳会从西边出来一样——概率几乎为零。那么，这种现象为何会发生呢？其实这种看似附加赠送的活动是一种捆绑销售行为，不过是商家为了获得更多利益而采取的行动罢了。

所以，一定要相信：人人为自己，上帝为大家。这也是深刻理解经济学知识所必不可少的一个前提条件。



天下熙熙，皆为利来

——一切竞争的原因：资源的稀缺性

人是自私的，人会为了得到想要的东西而不顾一切，这是为什么呢？因为资源是有限的，资源具有稀缺性，如果不努力争取，那你可能什么也得不到。稀缺性也叫有限性，是指相对于人们的无穷欲望而言，经济资源或者说生产满足人们需要的物品和劳务的资源总是不足的。任何物品想要成为商品必须具有稀缺性的特点，空气对人虽然重要，但是却无法成为商品，因为它随手可得。而钻石呢，因为稀少，物以稀为贵，尽管不是人们生活所必需的，人们也会为了能够获得钻石而愿意出很高的价钱。



当然,具有稀缺性的东西不仅仅是钻石,但凡是人们想要得到,而供应又很有限的物品都具有稀缺性。或许每个女孩子都做过白雪公主的梦,然而在传说中的白马王子怎么都等不来的严酷现实面前,不禁会去想为什么没有我的白马王子?答案是白马王子也具有稀缺性,不能人手一位。这也就不难解释为什么会出现几个女孩为了争一个男孩做男朋友而吵得面红耳赤了。

近年来,中国现代艺术作品,尤其是油画,在全球拍卖会上连创高价,最突出的例子是徐悲鸿的作品:2005年秋拍,《珍妮小姐画像》在北京保利以2200万元成交;2006年春拍,《愚公移山》在北京翰海以3300万元成交;2006年秋拍,《奴隶与狮》在香港佳士得以5388万港元成交;2007年春拍,《放下你的鞭子》在香港苏富比以7200万港元成交。不到两年拍卖价格涨了两倍,真可谓一季一个价,价格节节高。为什么徐悲鸿的作品会连续拍得如此天价?这就牵扯到经济学的资源稀缺假设。徐悲鸿在中国美术史上是少数几个有领袖地位的艺术家的,是中国现代美术的奠基者,他界定了现代中国油画,发扬了中国美术的传统,解决了如何用中国观点、中国面貌创造中国油画的历史课题。这就使得他的作品极具收藏价值,很多人都想拥有。可徐悲鸿的作品就只有那么多,非常稀缺,于是就出现竞价拍卖中被拍出天价的現象。

还有,我们常常会听说某个手机号码或汽车牌照卖出了天价,这也是资源稀缺性的体现。因为这个手机号码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。物以稀为贵,这样的商品人人都想买,大家都想争,自然也就卖出很高的价格。

但是,对资源的稀缺性认识,每个人的观点是不一样的。对于一个没有工作的闲人来说,时间对他而言是廉价的,而资本(也就是金钱)则是稀缺的;相反,对于工作狂来说,时间对他而言可能是奢侈品,而资本则是富足的。对于处于正常社会中的人来说,黄金非常珍贵,但对于一个被困在岛上、面临生存威胁的人来说,馒头则要比黄金珍贵得多。这也就是为什么每个人追求的东西会有所差别了。

虽然我们说稀缺性是一切竞争的根源,但是也正是有了稀缺性社会才会发展进步。稀缺性导致了竞争和选择。大家可以想象一下,如果一个社会资源不是稀缺的,而是极大富足的,那还会有如今这个社会吗?显然没有的,世界会完全变样。自然界中不会有优胜劣汰,不会有厮杀,每种生



物都可以得到满足。人们不用工作，不用考虑买房子，因为土地是富足的；不用考虑衣食住行，因为一切资源都是富足的。那这样的世界就没有任何活力，就会变成一潭死水，最终走向毁灭。

显然，用经济学的稀缺性可以解释我们生活中的许多现象，只要我们用心思考和认真观察，就会明白很多看似迷惑、实则简单的事理。

你能想象有一天被这样拍卖的是什么呢？



一切竞争的原因：资源的稀缺性



人们面临权衡取舍 ——选择

如果你有一个可以自由安排时间的周末，你是选择睡懒觉，还是选择约朋友出去踏青？如果你拥有10万元的存款，是选择用来旅游，还是选择置换家用电器？这种权衡取舍的情况随处可见，与我们的生活息息相关，不同的人会做出不同的权衡取舍。为了得到喜爱的一件东西，我们通常不得不放弃另一件东西。而我们平时所说的做出决策，其实就是要我们在了一件事物与另一件事物之间权衡取舍。那么，相信这个“鱼和熊掌不可兼得”的道理并不难理解。

我们从小就知道田忌赛马的故事。田忌是齐国的大将，一天他与齐威王约定赛马。当时人们通常都是把马分为上、中、下三等，然后一一较量。可是，齐王每一个等级的马都比田忌的好，所以比了几次，田忌都输给了齐王。后来，一旁的孙臧给他出了个主意，田忌用自己的下等马对齐王的上等马，用上等马对齐王的中等马，用中等马对齐王的下等马，这样必定能够在三局中取得两次胜利。田忌按照这个策略果然三局两胜，赢了齐王。

这个故事从经济学角度来说，正是一个人们对事物权衡取舍的过程，也是人们面临权衡取舍时所应采取的典型策略。一件事情的输赢、得失，关键在于决策人有没有权衡的能力和取舍的魄力。只有冷静客观地权衡事物的利弊得失，我们才能使利益最大化。而不要为了一时或者部分失利去



否定整个事件,看问题要全面、顾大局,不能狭隘片面。

如果田忌怕自己的下等马白白输给对手的上等马,而选择用自己劣势的上等马与对方的上等马硬拼,那么虽然结果可能会保住一匹下等马,但是失去的将是整场比赛。由此可见,要想获得最后的胜利就要学会权衡;有权衡,则必定就会有取舍。正所谓“舍得舍得,有所舍,才有所得”。一个人在生活中面对抉择时,只有保持冷静、清醒的头脑,对事物做出正确的权衡取舍,才能获得最理想的结果。

从田忌赛马的故事,我们应该看到选择是需要智慧的,有一句富于哲理的话叫“得而有所舍,是智慧之心”。佛家之道,舍得者,实无所舍,亦无所得,是谓“舍得”。可见,若要做个有智慧的人,就得明白舍得的道理,也就同样需要学学舍得之道的经济学。

权衡取舍的问题不仅仅是个人问题,同时也是家庭问题、国家问题。对于国家,在权衡取舍方面的一个典型例子就是在“大炮和黄油”之间的选择。当我们把更多的钱用于国防,以保卫我们的国土免受外国(大炮)入侵时,我们能用于提高国内居民生活水平的消费品(黄油)就少了。而对于我们当今的世界,获取高收益与保持清洁适宜的生活环境之间也存在着权衡取舍,而且可以说是很紧迫、很重要的取舍,这也就是为什么近年来气候问题、能源问题、环境问题成为当今世界热议的话题。

经济学家常常用大炮与奶油、食物与衣服、闲暇与工作,以及更多的例子来说明人们面临的各种各样的选择并权衡取舍。可是,我们为什么要做出这样或那样的选择,例如,在某时某刻为什么我们要选择工作而不是闲暇?事实上,因为资源是稀缺的,人们对资源的用途必须做出选择。对于个人的时间资源而言,如果你选择了闲暇,你就不能工作,不能获得收入,自然也就不能消费了。“天下没有免费的午餐”,你必须为获得商品、收入而放弃闲暇时间,付出自己的劳动。

面对诸多选择时,无论做出什么样的抉择,遵循的策略原则都是一样的,即根据自己的实际情况和需求,在不与道德和法律相抵触的前提下,进行权衡取舍,做出使自己利益最大化的选择。选择与日常生活、工作、学习甚至商业、政治等领域息息相关,我们要认真学习权衡取舍原理,并将它运用以帮助我们客观地面对生活中各种各样的决策,做出合理恰当的抉择。



人们会对激励做出反应

——激励

每个人都是有惰性的，在工作了一段时间后都会感到疲劳，有时候会不想工作，或者工作的效率变得很低。为了能使员工，管理者都会采取一些措施来提高员工的积极性以激励员工更好地工作。那么，什么是激励呢？简单地说，就是当外界环境变化时，人们在重新比较成本和收益之后，会相应地改变自己的行为，这些促使人们改变行为的因素就是激励。经济学中假设人都是理性的，他们通常会根据边际成本和边际收益的变动来做出反应。例如，在苹果销售市场上，抬高苹果的价格，会使消费者减少苹果的购买，增加梨和其他水果的购买比例，同时也会让更多的果农种植苹果。阿来的小说《尘埃落定》里面讲到一段故事：一个大的土司家族，安排自己的属地种罂粟，卖了很多钱，然后别的土司跟他学习，把领地都种了罂粟，而这位土司则种了小麦，这一年别人要用罂粟、土地等换他的小麦以避免饿死，他又赚了很多钱。这也是一个激励方面的典型例子。

公共决策者绝不应该忘记激励，因为许多政策改变了人们面临的成本或利益，从而改变了行为。例如，对燃油征税，提高燃油税，会鼓励人们开小型、节油型汽车；它还鼓励人们坐公共汽车，而不是自己开车，并鼓励人们在离家近的地方工作；如果税收足够高，人们就会开始驾驶电动汽车。

为了从边际量上来更进一步地了解“人们会对激励做出反应”，我们来看一个关于馒头的例子。原来馒头不要钱，一个人每顿吃4个馒头，总共获得6个单位的满足程度，但实际上他吃3个馒头同样也能获得6个单位的满足程度。现在假设馒头不再是免费的了，每个馒头需要花0.50元，这个人现在吃4个馒头需要花2元，吃3个馒头需要1.50元，但是吃4个馒头和3个馒头带来的满足程度是一样的，同样都是6个单位。如果这个人是理性的，他会怎么选择呢？显然，他应该选择3个馒头，这样花的钱少，但是满足程度并未降低。这个例子同样说明了价格变化，这里是馒头的价格从0元增加到了0.50元一个，也就是边际成本的改变，带来了选择行为的改变。



读者应该明白了,在原来选择的边际量上,由于成本和收益的变动,带来了激励的改变,从而人们的行为也会随着这种激励的改变而改变。因为经济学假设人们的行为,尤其是理性的行为是根据边际量的成本和收益的比较而做出的,所以任何改变这种成本和收益的因素都会产生激励的改变,也就会对人们的选择产生影响。



一切可以买卖的东西

——商品

源自《中国环境报》的一篇文章让我们看到了世界上最为奇特的商品:

泥土 太平洋上的瑙鲁是一个由珊瑚礁形成的岛国,矿产十分丰富,但岛上没有供农作物生长的土地。为了解决这一问题,瑙鲁出口矿产,同时进口泥土,以便种植农作物。

冰山 世界上最奇特的商品,莫过于丹麦格陵兰岛出口的冰山了。这是10万年前的冰,被认为是纯净的,没有污染,杂质甚少。

水声 美国商人费涅克周游世界,用立体声录音机录下了千百条小溪流、小瀑布和小河的“潺潺水声”,然后高价出售。有趣的是,生意兴隆,购买水声者络绎不绝。

空气 日本商人将田野、山谷和草地的清新空气,用现代技术储制成“空气罐头”,然后向久居闹市、饱受空气污染的市民出售。购买者打开空气罐头,靠近鼻孔,香气扑面,沁入肺腑。

海水 法国一商人别出心裁,将经过简易处理的普通海水放在瓶子中,贴上“海洋”商标出售。他向家庭主妇宣传在烹调鱼肴时放几滴海水,可使菜肴有特殊的香味。

黄沙 一些阿拉伯国家有广阔的沙漠地带,但这些沙漠中的黄沙不适合建造游泳池,而英国的黄沙却是建造游泳池最理想的材料。在石油丰富的阿拉伯国家兴建游泳池热时,英国的黄沙倍受青睐,价格猛增。

雨水 日本商人发现,水在阿拉伯国家是贵重商品,便着手向阿拉伯国家出口雨水。第一个输入这种商品的国家是阿拉伯联合酋长国。这个国家每年进口大约2000万吨雨水,用来灌溉农作物。

以上这些东西能作为商品吗?相信很多读者跟我一样产生了这样的质



疑，感觉这些东西作为商品很离谱。商品对于我们来说，再熟悉不过了。我们每天吃、喝、穿、住、用、行，样样离不开商品，只要兜里有钱，我们随时可以买到想要的各种商品。但是，究竟什么才是商品？

商品有狭义和广义之分，狭义的商品仅指符合定义的有形产品；广义的商品除了可以是有形的产品外，还可以是无形的服务，如“保险产品”“金融产品”等。

作为商品，首先必须是劳动产品。换句话说，如果不是劳动产品就不能成为商品。比如，自然界中的空气、阳光等，虽然是人类生活所必需的，但这些都不是劳动产品，所以它们不能叫作商品。

作为商品，还必须要用于交换。商品总是与交换分不开的。也就是说，如果不是用来交换，即使是劳动产品，也不能叫商品。比如，在古代传统的男耕女织式的家庭生产所种出来的粮食和织出来的布，尽管都是劳动产品，但只是供家庭成员使用，并不是用来与他人交换的，因而也不是商品。

商品要对他人或社会有用。没有用就不会发生交换，有用才能发生交换。

因此，商品可以简单概述为：用于交换的有用的劳动产品。前面所列的奇特商品显然具备商品的基本特性，它们被称为商品也是合情合理的。

此外，还应该将商品与自由物品区分开来。商品是需要通过交换才能得到的，简单来说商品就是需要花钱才能得到的物品。而自由物品是指那些我们不用花钱就可以得到的物品。在这个资源稀缺的世界上，自由物品是一种例外，它们是大自然的恩赐。不幸的是，因为人们不加珍惜，这种恩赐正在一样一样地减少。空气曾经被公认为自由物品，但是随着污染遍及世界的每个角落，自由地呼吸清洁的空气似乎逐渐变成人们的一种奢望。



为什么空气一文不值

——价值与价格

价格是商品同货币交换比例的指数，或者说，价格是商品价值的货币表现。价格是商品的交换价值在流通过程中所取得的转化形式。

从本质上来说，价格是一种从属于价值并由价值决定的货币价值形式。价值的变动是价格变动的内在的、支配性的因素，是价格形成的基础。但是，由于商品的价格既是由商品本身的价值决定的，也是由货币本