

听

萧 剑 编著

经济学家故事

讲

ECONOMICS

在轻松的阅读中
掌握解读经济问题的
钥匙



ECONOMICS

当代世界出版社

F0-49/17

2007

听

萧 剑 ■ 编著

经济学家讲故事

ECONOMICS

在轻松的阅读中
掌握解读经济问题的
钥匙



ECONOMICS

当代世界出版社

图书在版编目(CIP)数据

听经济学家讲故事/萧剑编著.—北京:当代世界出版社,2007.6

ISBN 978-7-5090-0240-7/F·009

I.听… II.萧… III.经济学—通俗读物 IV.F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 097415 号

出版发行:当代世界出版社

地 址:北京市复兴路4号(100860)

网 址:<http://www.hmok.net>

经 销:全国新华书店

印 刷:河北固安保利达印务有限公司印刷

规 格:920×720 毫米 1/16

印 张:17

字 数:240 千字

版 次:2007 年 8 月第 1 版

印 次:2007 年 8 月第 1 次

印 数:0~10 000 册

书 号:ISBN 978-7-5090-0240-7/F·009

定 价:29.00 元

如发现印装质量问题,请与承印厂联系调换。

版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换

卷首语

经济学就像远远挂在天边的星辰,可望而不可及吗?经济学是复杂的理论,高深的原理,抽象的数学符号吗?不,经济学是和我们现实生活密切相关、不可分离的、妙趣横生的事实。本书就是你正在寻找的通俗化的、不用费力就可读懂的“经济学”。

在这本书里,你可以从大量的生活小事中明白经济学的规律,从生动风趣的描述中学到经济学的常识,却不需要去读那些高深莫测的理论,去钻研那些艰涩难懂的经济学读本。

不懂经济?没问题,本书真心关注你;不懂管理?没问题,本书教会你;不懂投资?没问题,本书告诉你赚钱的绝招。

本书可以使你在最短的时间,学到最多的经济知识,教你在日常生活中,如何正确地认识经济社会的方方面面,更从容地驾驭生活。



卷首语

第一章 消费现象：一池浑水

老太太买房子 /2

雪中送炭 /4

电信领导去洗澡 /7

天价的吉祥号码 /9

沃尔玛的天天平价 /12

放假与经济增长 /15

旭日升冰茶与冲货 /18

药价“无底洞” /20

“面子”的消费 /24

第二章 消费理论：浑水变清水

水和钻石的价值反差 /28

为什么刺激消费 /31

口红里的学问 /33

赌徒的口袋永远没钱 /35

价格歧视 /38

马屁股和现代铁路 /40

促销打折一条龙 /42

娃哈哈和超级解霸 /45

微软，我对不起你 /47

第三章 消费秘密：摸大鱼

- 姚明的广告合同 /52
- 汽车降价的背后 /55
- 打折中的“水分” /58
- 8分钱的机票 /61
- 以情动人的启事 /64
- “与众不同”的广告 /66
- 培养顾客的忠诚度 /68
- 发掘潜在顾客 /70
- 给消费者分分类 /73
- 顾客就是上帝 /75
- “无为”胜“有为”的营销 /77
- 卖楼中的行为经济学 /80

第四章 消费原则：不当大鱼

- 不掏冤枉钱 /84
- 摆脱好奇心 /86
- 价格里面的“猫腻” /88
- 多角度分析 /91
- 眼见不为实 /93
- 买房的选择 /96
- 怎样留学最合算 /99
- 看病的窍门 /102
- 不买房运动 /106
- 高手比武 /109

第五章 投资理论:黄金与石头

股份制的诞生 /114

哥伦布的契约 /117

婚姻的“四大收益” /120

收益和成本的比较 /123

“一枚子弹”的效用 /126

鸡和蛋的倍增原则 /129

投资亚马逊 /131

时间就是金钱 /134

“美女投票”的选择 /137

第六章 投资原则:黄金别变成石头

打赌扔硬币 /142

狮子和兔子 /144

杨东的人生哲学 /146

钢铁大王的原则 /148

抓住注意力 /151

计算风险——报酬线 /154

“郁金香”投机 /156

彩票、赌博与投资 /158

第七章 投资方法:石头变黄金

乐也股票,愁也股票 /162

鸡蛋分篮放 /165

“股神”投资 /170

炒出自己的风格 /174
成本平均法 /178
基本分析法 /180
“大猪”和“小猪”的投资 /182
个人投资的建议 /185
“投资天才”的警告 /188
“华尔街教父”原则 /191

第八章 博弈理论：象棋游戏的规则

分蛋糕与“谈判博弈” /196
夫妻看球与博弈 /199
滑稽的智猪博弈 /203
位置博弈 /207
两只斗鸡的遭遇战 /210
猴子和帽子 /213
泡酒吧与少数人 /218
“海盗分金” /221

第九章 博弈原则：生活中的象棋游戏

挑战所罗门的智慧 /226
骗子、傻瓜和小气鬼 /230
堵车的故事 /233
猴群博弈与道德产生 /235
公共地悲剧 /237
食堂里的博弈合谋 /240

博弈与法律的诞生 /242

苏格拉底与麦穗理论 /244

门当户对与帕累托最优 /247

信守誓约与爱的博弈 /250

第一章

消费现象：一池浑水

别吃惊，消费里也有经济学！我们的生活，夸张一点说，就是一个不断消费的过程。可是，我们生活中有哪些消费现象，我们怎样进行合理的消费，提起这些问题，人们都是一头雾水，不知所云。看来，消费就像一池浑水，令我们这些在岸边的人不知所措。先让我为您讲述一些生活中常见的消费现象，为您揭开这一池浑水背后的秘密。



老太太买房子

有一个故事曾经很流行，故事的主角有两个：一个中国老太太和一个美国老太太。

中国老太太一辈子都在攒钱中度过，目标就是要搬出自己破旧的房子。经过数十年奋斗，最终她买下一所属于自己的新房子，然而还没来得及搬进去她就不行了，临死时她幸福地说：“终于有了自己的新房子了……”中国老太太无牵无挂地走了。

而那位美国老太太在临死时也幸福地说：“终于还清了房屋贷款……”同样也是无牵无挂地走了。不同的是，那位美国老太太虽然在还贷款中度过了一辈子，但是也住了一辈子好房子。

两个老太太，代表着中美两种不同的消费观。

现如今，这种差别在新一代年青人身上已经不大。在中国，已经有“城市新贫族”和“百万负翁”等说法，“负翁”是对负债消费人士的一种戏称。调查表明，现在中国年轻人的消费观念愈来愈超前，有57%的人表示“敢用明天的钱”，48%的人不为自己成为“负翁”担忧。经济学家分析说，随着越来越多的人触摸到小康的生活水平，超前消费已水到渠成地来到中国都市居民身边。大到商品房、汽车，小到家电，年轻人都可以通过贷款的方式买了再说。

但是也有人说，这些“负翁”是在高消费“享受资料”，这些具有破坏性的享乐主义和不切实际的消费文化，是必须用制度加以约束的……

那么，经济学家怎么看呢？



经济学基本的行为假设是人人追求约束条件下的利益最大化。在经济学看来,人都是一样的聪明,一样的理性,行为和结果之所以不同,完全是因为约束条件不同所致。

所以,经济学家认为,这不是中国老太太蠢,而是美国老太太聪明。首先是因为以前中国经济不发达,利率高昂;市场不发达,交易费用高昂。过去,我们搞计划经济,就算老太太想贷款买房子,她上哪里去贷款呢?又从哪里能买到房子呢?市场化改革的初期,老太太可以贷款了,也有地方买房子了,但我们的经济还不发达,利率高昂,我们的市场还不发达,坑蒙拐骗、不履行合约的事情时有发生,老太太还是不会贷款买房子的。

今天,经济发展了,利率降下来了,市场发达了,合约履行程度提高了,我们开始贷款买房子车子了。今天的年轻人有几个不是贷款买房子买车子的呢?

◇◇经济学家笔记

经济学有一条定义性的规定:人的行为总是会对经济环境做出最好的反应。今天,中国老太太“聪明”起来了,这就是市场发达的结果。

雪中送炭

信用卡的产生,曾有过这样一段趣事:有一天,美国商人麦克纳马拉在纽约一家饭店请客吃饭。在结账时才发现没有带钱包,他深感难堪,不得不打电话叫妻子带现金来结账。这事让他产生了创建信用卡公司的想法,他在1950年与朋友合作,创立了“大莱俱乐部”。该俱乐部为会员提供一种证明其身份和支付能力的卡片,会员凭卡片可以记账消费。

这种商业信用卡在后来随着银行信用的介入,逐渐转变成了以银行信用为特征的信用卡。自从信用卡面世以来,很快就风靡起来了。但是很快就出现了问题,由于发行信用卡的银行之间互不联系,持有它的人只能在一定地区使用,超出一定范围,根本就没人理它。为了解决这个问题,加利福尼亚的银行率先站了出来,开始和其他地区的一些银行订立合同,主要就是准许它们发行加利福尼亚银行的美洲银行卡。1976年,美洲银行卡改名为VISA卡,即我们常说的维萨卡。这就是VISA卡组织的由来。随后,为了与VISA卡组织的垄断进行竞争,许多银行发奋图强,组建了一个新的组织,该组织的成员也像VISA卡组织的内部成员一样相互之间建成了一个网络,从而组成了MasterCard组织,即我们常说的万事达组织。随着时间的推移,VISA和MasterCard两个组织日渐壮大,许多银行不再试图建立新的组织,而是直接加入这两个组织中的一个。加入的条件之一就是要在卡上标上它所加入的信用卡组织的徽记。这就是为什么我们在使用信用卡或与信用卡相关的金融工具时,都会看到这两个标志的原因。这两个组织在当今的信用卡组织中始终充当着领路人的角色,而且相互之间的竞争与垄



断也在如火如荼地进行着。

可见,信用卡的出现,其初衷就是要为人们提供一种信用凭证,使得人们可以凭借自己的经济收入和人格,从银行获得一定的信贷额度。

所以,真正意义上的信用卡能够为你提供一定限额的消费信贷。这是信用卡的一个根本标志。也正是这样一个功能,信用卡具有了名副其实的“信用”意义。万事达卡国际组织的一位负责人认为,“真正的信用卡首先要有免息期,持卡人花银行的钱,只要在免息期内还款就没有利息;其次不需要担保,不需要担保人也不需要质押;第三是信用额度可循环使用。只有具备了这三个条件才算是真正意义上的信用卡。而准信用卡没有免息期,也没有信用额度”。也就是说,真正意义上的信用卡,是兼备借记功能和贷记功能于一身的。因此,只有借记功能的信用卡,虽然能给人们带来一定的方便,但它充其量只是一个电子钱包,人们更希望的是能够获得它的透支功能,把电子钱包变成具有超值功能的钱包。

普通民众一般需要进行的金融行为有三类:储蓄、投资和资金周转。对于储蓄和投资行为,人们都好解决。但是,在需要资金周转时,国家统计局的六次调查中发现,40%的被调查者还是愿意跟自己的亲友借钱,但现在已经有越来越多的人认识到与朋友借钱不方便,人们希望从一个“非亲非故”的银行来借钱。信用卡的透支就能够让你在短时间内急需一笔不太大的资金时,直接从信用卡上“无声无息”地取得,只要在免息期内把款还清,你就可以“无声无息”地通过银行解决你的燃眉之急,而不用在亲戚朋友面前表现出任何没面子或难为情了。同样是一笔借与还的交易,在亲戚朋友面前和在银行面前却是截然不同的两种感受,是两种截然不同的后果。因此,这样的一个功能,确实是十分诱人的。尤其是对那些需要解决燃眉之急的人来说,犹如雪中送炭。

另外,即使现在有足够的钱来消费,你也可以利用信用卡来赚取银行的钱。因为信用卡的信贷消费有一个免息期限,至少可以等到一个月后才付账——从签账到收到账单,当中可能隔了几个星期,从收到账单到真正需要付账,当中又隔了几个星期,在这段时间里,这笔钱可以继续摆在银行里头多生几个星期的利息。比如有的持卡人要出国用钱,可以先通过信用卡花银行的钱,而把自己的美元存在银行里继续生利息。银行的信用卡免息还款期是20天到50天不等,只

要在这个期限内把银行的钱还上,就不用付利息,而自己的存款则可以赚到银行利息了。因此,鼓励市民用信用卡消费,也就是在教市民如何赚银行的钱。尽管银行赚不到利息的钱,但会从持卡人的消费上收取佣金,这是发卡行与商户之间的事,与持卡人没有关系了。

目前,我国除少数信用卡如招商银行的一卡通、上海浦东发展银行的普通东方卡等不允许透支以外,多数信用卡都允许用户善意透支。可透支金额从1000元到10000元不等,一般普通卡多为1000元~5000元之间,金卡多为5000元以上。透支通常需经发卡行的同意。透支期限最长不得超过60天。透支利息自银行记账之日算起,15天内按日息万分之五计算;超过15天的,按日息万分之十计算;超过30天的,按日息万分之十五计算。透支计息不分段,按最后透支时间的最高利率计算。

比如说,广东发展银行在1995年就推出了信用卡,利用透支功能开展个人信用业务。根据持卡人的资信等级分为普通卡、金卡、白金卡。用信用卡可以不用存钱,只要有卡,就可以先用钱,再还钱,广发行提供了50天的免息还款期。也就是说如果短期用钱,信用卡是很好的选择。

◇◇经济学家笔记

信用卡的普及,可以让银行、持卡人、商家之间达到“三赢”的局面。就持卡人来说,他不仅可以很方便地在银行网络所及的许多地方实现存取款项,以避免携带现金之苦,而且可以从银行获得相当于其月收入2至4倍的信贷资金。既可以解决许多的燃眉之急,又能够利用银行账单的传送时段和免息期来获得一定的利息收入,赚取银行的钱。另外还可以在网络基础上进行邮递购物和网上购物,实现“足不出户”式的购货,实在是非常便捷的一个选择。



电信领导去洗澡

某电信部门的领导回到当年插队的地方看望老朋友，刚下车他就住进了镇里的一家招待所。经过一路的颠簸，领导身上汗津津的，他便想洗个热水澡。由于招待所条件有限，只有一个公用的澡堂。

领导来到澡堂门口却被一个服务生拦住：“先生，您要洗澡的话请先交纳15元的初装费。我们将会为您安装一只喷头。”领导马上一愣，心想这招待所怎么这么宰人！但碍于身份，领导没有发作。他交了钱刚想进去却又被服务生拦住：“先生，对不起，为了便于管理，我们的每只喷头都有编号，请您先交纳10元的选号费，选好的号码只供您一人使用。”领导有些生气，但还是交了钱选了“8”号。服务生又说：“您选的是个吉利号码，按规定您还得交8元的特别号码附加费。”“见鬼！”领导压了压火，说，“那我改成4号。4号也不是什么吉利号码，总用不着交什么特别号码附加费了吧？”服务生说：“4号是普通号码，当然不用交特别附加费，您得交5元的改号费。”领导无奈地摇摇头，心想当年这里的民风是何等的淳朴，没想到如今为了赚钱竟如此巧立名目，真是世风日下啊！

领导交了钱后便理直气壮地问：“这下我可以进去洗澡了吧？”服务生笑着说：“当然可以，您请。”领导瞪了他一眼，踱着步往里走。服务生突然又补充说：“对不起，我还得告诉您，由于4号喷头仅供您一人使用，所以不管您是否来洗澡，您每月还要交纳7元5角的月租费。此外您每次洗澡要按每30分钟6元的价格收费。另外，每月交费的时间是20日之前，如果您逾期未交，还要交纳一定的滞纳金……”“够了，够了，我不洗了！”领导气坏了，扭头就想走。服务生便问：“您

真的不洗了吗？”领导声色俱厉地说：“对！我永远也不在你们这里洗澡了！”服务生微笑道：“如果您不再使用4号喷头了，那您还得交9元8角的销号费。只有这样您以后才能再也不用向我们交纳任何费用了。”领导大怒，和服务生大吵了起来。不一会儿，招待所的经理闻声赶来。领导一见经理来了，便高声嚷嚷着要投诉。经理了解了事情的经过后，笑着对领导说：“先生，对不起，也许您还不知道，就像你们电信行业一样，洗澡业在我们这里是垄断经营的……”领导一听这话，哑口无言。

这个笑话典型地体现了垄断的特点。

在2001年中国电信业拆分以前，中国电信到处存在着收费高昂、制度不合理、效率低下等种种弊端，全民怨声载道，批评之言如风如雨不绝于耳。尤其是收费项目繁多，到了不可思议的地步。有人说道：“这几项收费好比进饭店吃饭，除交了饭钱外，还得交租用桌椅的费用。”而电信服务质量低劣，对装机、移机、话费咨询态度生硬；电脑计费出了问题，把责任推给电脑；客户投诉，你投你的，我行我素……种种情况数不胜数。

事实已经证明，在固定电话、移动电话资源中的垄断地位是电信公司、移动和联通公司在资费中不顾及消费者利益的最终原因，这的确惯坏了电信行业。根据国外的范例，没有一个发达国家是靠一家电信公司提供通讯服务的，不论是以地域划分还是以业务划分，拆分都形成了行业内的竞争。

2001年的电信拆分打破了这种局面，结果市场效应立竿见影。联通和移动互相竞争，使得移动资费不断下降，铁通和网通的崛起，把市话费拉下水来，全国装机费统一降到235元。

◇◇经济学家笔记

现在由于所有的电信业务每一家都有经营，四大电信集团的形成实际上让百姓多了另外三种选择。可以肯定，无论是固定电话还是移动电话，资费的逐步合理性是四家运营商中谁也扭转不了的。