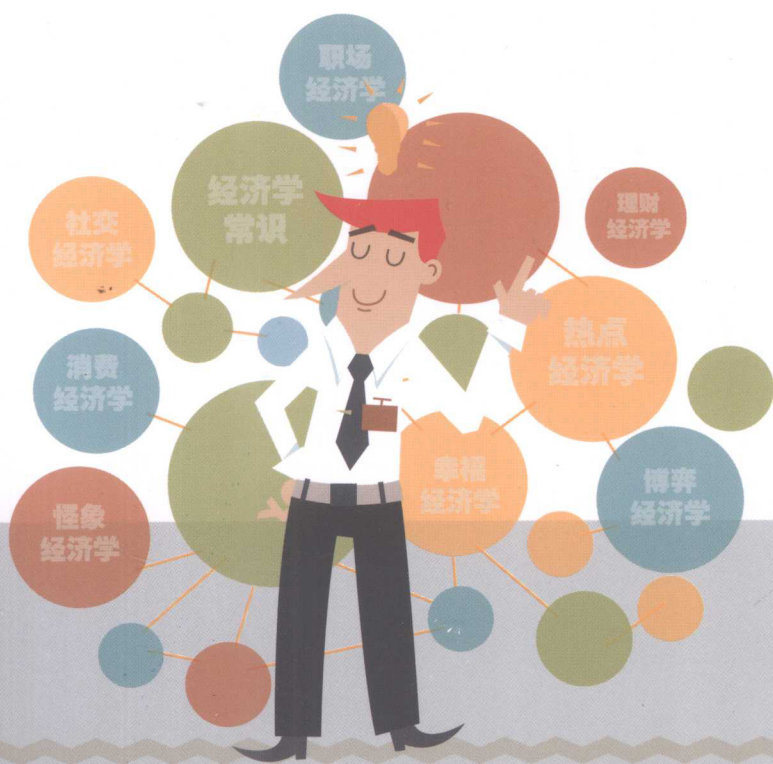


1000个关键词 读懂经济学

聂小晴 / 著



有料、有趣、有用的经济学通俗读物

清华大学出版社



100个关键词 读懂经济学

聂小晴 / 著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书从经济学常识、热点经济学、怪象经济学、消费经济学、社交经济学、职场经济学、博弈经济学、幸福经济学、理财经济学九个方面的关键词出发,运用诙谐幽默的语言,将生涩难懂的经济学术语与原理一一投射到生活化的场景中,以生活解读经济,借经济参透生活,让读者在品味生活哲理的过程中,轻松掌握经济学的玄妙与内涵,并通过经济学在生活中的运用来成就事业和获得幸福。读完本书,你就能很快明白经济学的奥秘,发现经济学原来如此好懂、有趣、有用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

100个关键词读懂经济学/聂小晴著.--北京:清华大学出版社,2016
ISBN 978-7-302-43472-6

I. ①1… II. ①聂… III. ①经济学—通俗读物 IV. ①F0-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第078267号

责任编辑:陈凌云

封面设计:毛丽娟

责任校对:刘 静

责任印制:刘海龙

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦A座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-62786544

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者: 三河市君旺印务有限公司

装 订 者: 三河市新茂装订有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 152mm×228mm 印 张: 14

字 数: 180千字

版 次: 2016年9月第1版

印 次: 2016年9月第1次印刷

定 价: 35.00元

产品编号: 046629-01

■ 前 言 Preface

100个关键词读懂经济学

有一户农民，家里不富裕，几亩耕地养不活一家人，于是买了一头母猪。母猪很争气，一窝一窝地下小猪崽。周围方圆数公里的农户大部分都从这家农户购买小猪崽，然后把猪养大，杀了吃。行情持续了两年，这家农户因为卖小猪崽改善了生活。

天下的好事总有人跟，其他农户看这家人赚钱了，也开始养母猪，生小猪崽，再卖小猪崽……结果弄得“猪满为患”，大家都赚不到钱。终于有一批农户最后不得不杀了母猪，退出猪崽市场。

这些年，我们身边频繁上演“蒜你狠”“豆你玩”之类的事件，农民们一看什么价格上涨了，就拼命地种植，结果因为一窝蜂上产量，导致最后连贱卖都没人要，很多农作物最后都烂在了地里。出现这些问题，都是因为不懂经济学，缺乏经济常识导致的。

一个人能不能赚到钱，除了个人努力之外，更重要的是要考虑经济规律，要有经济头脑。就像雷军问一个投资工作者为什么她过去做得很成功。这个投资工作者的回复是，她比别人都勤奋，她相信天道酬勤。雷军最后不认可这个说法。为什么呢？因为光有勤奋远远不够，还得有好头脑，要善于思考，要考虑得比别人深。

近几年来，随着经济形势的日益复杂，老百姓对于经济社会现象的关注度前所未有地高涨。为了帮助那些对经济学一知半解的人更深入地了解经济运行规律，理解经济学与日常生活的关系，我创作了这本通俗经济学读物。

人生时时有经济，生活处处是经济，关键是我们有没有发现经济学智慧的眼光。萧伯纳说，经济学是一门使人生幸福的艺术。真正懂得

经济学的人，不是那些将经济学的公式与模型画得满黑板、令人眼花缭乱的教授，而一定是懂得用经济学解释生活的人。真正懂得生活的人，也一定是能够用智慧的眼光参透经济学的人，是将经济学游刃有余地运用在生活中的人。

当然，即使你读了这本书也成不了经济学家。我也不是经济学家，充其量只能说是一个爱思考的经济学爱好者。不过，就像打篮球不一定能成为乔丹，踢足球不一定能成为梅西，成不成为乔丹或者梅西并不妨碍你从打篮球、踢足球中获得好处一样，这本书承担的使命就是让你清楚地知道，哪些问题是经济学所关注的，也是你应该有所了解的常识。

本书有一个特点，即围绕经济学的核心概念进行解读。概念是基本要素，是构成经济学常识的主要内容。对于普通百姓来说，并不需要系统地研究专业经济学理论，能够知道一些简单的经济学常识，运用一两个经济学概念分析身边的人和事，让自己活得更聪明一些，就已经很不错了。

本书从经济学常识、热点经济学、怪象经济学、消费经济学、社交经济学、职场经济学、博弈经济学、幸福经济学、理财经济学九个方面的关键词出发，运用诙谐幽默、通俗易懂的语言，将高深的经济学术语和原理娓娓道来，进而运用经济学原理解读社会、生活问题。本书既有故事，又有案例；既有十足的趣味性，又有很强的实用性。不管是专业人士，还是门外汉，看了本书都能很快明白经济学的奥秘，发现经济学原来如此好懂和有趣，并从中感悟到生活富裕、幸福的经济学逻辑。

搁笔之际，愿本书所述的这些事和这些常识进入你的生活和视野。如果能够点燃你对经济学的关注，幸莫大焉。

聂小晴

2016年4月于北京

■ 目 录 Contents

100 个关键词读懂经济学

Part 1

推开经济学之门——不可不知的经济学常识

关键词 1	理性经济人	3
关键词 2	商品	5
关键词 3	稀缺性	7
关键词 4	成本	9
关键词 5	收益	9
关键词 6	价格	12
关键词 7	价值	12
关键词 8	货币	14
关键词 9	均衡	16
关键词 10	公平	18
关键词 11	效率	18

Part 2

热点经济学——不可不关注的经济热点

关键词 12	国债危机	23
关键词 13	金融危机	25
关键词 14	人民币升值	28
关键词 15	流动性危机	30
关键词 16	通货膨胀	32
关键词 17	市场失灵	35

关键词 18	政府管制	35
关键词 19	国内生产总值	37
关键词 20	扩大内需	40
关键词 21	低碳经济	42
关键词 22	美女经济	44

Part 3

怪象经济学——不可不理解的经济学奇妙

关键词 23	马太效应	49
关键词 24	价值悖论	50
关键词 25	节俭悖论	52
关键词 26	拉弗曲线	54
关键词 27	信息不对称	56
关键词 28	规模经济	59
关键词 29	规模不经济	59
关键词 30	外部性	62
关键词 31	公共物品	62
关键词 32	搭便车	64
关键词 33	垄断	66

Part 4

消费经济学——决不轻易上商家的当

关键词 34	偏好	71
关键词 35	效用	73
关键词 36	边际	73
关键词 37	消费者剩余	75
关键词 38	需求弹性	78
关键词 39	收入效应	80

关键词 40	替代效应	80
关键词 41	吉芬商品	83
关键词 42	互补品	85
关键词 43	凡勃伦效应	87
关键词 44	棘轮效应	89
关键词 45	禀赋效应	91
关键词 46	交易成本	94

Part 5

社交经济学——不可忽视的社交大学问

关键词 47	圈子经济	99
关键词 48	社会资本	99
关键词 49	信用经济	101
关键词 50	利益集团	103
关键词 51	寻租	106
关键词 52	等价交换	108
关键词 53	名人效应	111
关键词 54	粉丝经济	113
关键词 55	社群经济	113
关键词 56	社交金融	115
关键词 57	共享经济	117

Part 6

职场经济学——用经济学的思维混职场

关键词 58	比较优势	123
关键词 59	路径依赖	125
关键词 60	不可替代性	127
关键词 61	木桶定律	129

关键词 62	二八法则	131
关键词 63	长尾理论	133
关键词 64	彼得原理	136
关键词 65	墨菲定律	138
关键词 66	帕金森定律	140
关键词 67	奥肯定律	142
关键词 68	菲利普斯曲线	142

Part 7

博弈经济学——不能不懂的博弈方法

关键词 69	帕累托最优	147
关键词 70	帕累托改进	147
关键词 71	负和博弈	149
关键词 72	零和博弈	151
关键词 73	合作博弈	153
关键词 74	纳什均衡	155
关键词 75	囚徒困境	157
关键词 76	猎鹿博弈	159
关键词 77	智猪博弈	161
关键词 78	斗鸡博弈	164

Part 8

幸福经济学——幸福不是命中注定

关键词 79	经济基础	169
关键词 80	上层建筑	169
关键词 81	恩格尔系数	171
关键词 82	基尼系数	173
关键词 83	消费物价指数	175

关键词 84	幸福悖论	177
关键词 85	幸福方程式	180
关键词 86	比较评价	181
关键词 87	边际效用递减	184
关键词 88	机会成本	186
关键词 89	沉没成本	188

Part 9

致富要讲经济学——理财中的经济学思维

关键词 90	产权	193
关键词 91	资金时间价值	195
关键词 92	储蓄	198
关键词 93	消费	198
关键词 94	风险	200
关键词 95	投资组合	203
关键词 96	套利	205
关键词 97	对冲	208
关键词 98	理性预期	210
关键词 99	短线投资	213
关键词 100	长线投资	213

100 · 个 · 关 · 键 · 词 · 读 · 懂 · 经 · 济 · 学

Part 1

推开经济学之门 ——不可不知的经济学常识

关键词 / 理性经济人

甲乙两人是世仇，互相挤兑了一辈子，结果二人却在同一天死亡，去上帝那里报到。上帝对两个人的关系早有耳闻，不希望他们带着仇恨进入天堂，所以决定略施小计化解他们的恩怨。

为此，上帝找来了甲。

上帝：我可以满足你的两个愿望。

甲：我只要一个愿望就可以了。

上帝：好的，但是在我满足你的愿望的同时，我也会将双倍同样的东西送给你的仇家。

甲：那让我好好想想吧，我一会儿给您答复。

（几分钟后）

甲：上帝，我想好了，我决定下九层地狱，都说十八层地狱是不得超生的，对吧？我下了九层地狱，他就要下十八层地狱了。

上帝很无奈，但话已出口，也只能说到做到。就这样，上帝非但没有化解二人的仇恨，还永远无法拯救乙下了十八层地狱的灵魂。

在许愿之前，甲仍没有原谅乙，他唯一思考的就是：我如何才能让对方得不到任何好处的情况下让自己能得到好处，或者至少不比他的境况更坏。于是他做出了这个看起来似乎很荒谬的决定。

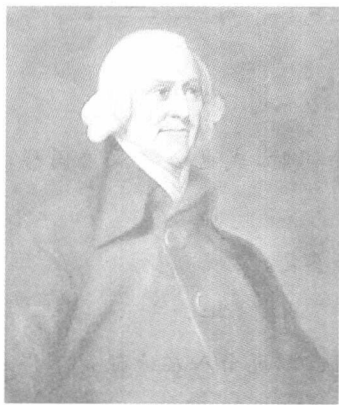
这个故事在现实中根本不可能发生，但我们生活的社会的确存在这样一群看似“流氓”的人。“流氓”一词出自著名的经济学家大卫·李嘉图。他对“流氓”是这样描述的：以各自计算自身利弊的方式为自己谋利的人。现实也正是这样一些人推动着社会的发展。

在经济学里,形象地将这些看似不通情理的“流氓”称为“理性经济人”。“理性经济人”的来源可以追溯到经济学鼻祖亚当·斯密在《国富论》中所阐述的观点,之后经济学不断完善和充实,并逐渐将“理性经济人”作为西方经济学的一个基本假设,即假定人都是利己的,而且在面临两种以上选择时,总会选择对自己更有利的方案。亚当·



□ 大卫·李嘉图(1772—1823)

斯密认为,人只要做“理性经济人”就可以了,“如此一来,他就好像被一只无形之手引领,在不自觉中对社会的改进尽力而为。在一般的情形下,一个人求为私利而无意对社会作出贡献,其对社会的贡献远比有意图做出的大。”



□ 亚当·斯密(1723—1790)

在现实生活中,有很多例子可以用于说明“理性经济人”假设。例如,对于同样质量的商品,人们会倾向于选择价格低的;对于同样价格的服务,人们会倾向质量好的。“理性经济人”假设是理解人的经济行为的逻辑起点,能够帮助我们更好地理解各种经济行为的因果联系。

需要强调的是,“理性经济人”只是认识经济规律的一个工具,并不是提倡人人自私自利。一些人把“理性经济人”这个假设说成主张自私自利,这是一个很大的误区。“理性经济人”假设只是解释人类经济行为的一种思路,事实证明还是挺好的一个思路。但它绝对不是对现实社会的完美描述,也没人会对它抱这样的期望。

关键词 2 商 品

我们今天所知的当铺，据说是古时一个姓王的囚犯发明的。他当时因罪被判终身监禁，由于资格老，他在狱中可以管些犯人，于是趁机勒索，让犯人赌博，输钱者可以用物向他抵款。日子一长，王犯手里积攒了不少钱。此时恰遇大赦，他出狱后，就开了一个类似当铺的小门店，门前书写：“指物代钱，无论何物均可抵押，物值十而押五，坐扣利息，几个月为期限，满不赎，即变卖折本。”生意蒸蒸日上，渐渐有人仿效，最后发展成为一个行业。

据考证，清朝光绪年间，北京的当铺不过二十家左右，且要得到官方承认，每年按期纳税，才能正常开张营业。所以那时的当铺，带有点半官半民的性质，铺中的伙计也是个个神气十足，不像其他行业的伙计那样满面和气。

人们在去当铺当东西时，会得到一张当票。当票上的字是由一种草字写成的，局外人很难认识。凡是初入当铺的学徒，必须首先要练习写好这种怪字。

对所当物品，当铺会故意降低原物的成色，如新衣必写“油旧破孔”或“油旧破补”；皮衣必写为“光板无毛”“缺襟短袖”；玉器必写为“假石”。且所写之字，皆仅写一半，如袄为“天”，棉为“帛”，凡此种伎俩，都是为了欺诈前来典当的人。

此后，当铺曾一度绝迹，但现在又茁壮发展起来，且典当物品的种类更加齐全，程序上也更加正式。

人们之所以要去当东西，说明这件东西肯定有价值，可以交换。在

经济学里,将这种既有价值又可以用于交换的劳动产品称为商品。

商品其实就是用来交换的劳动产品,首先它得是个劳动产品,不是劳动产品肯定不是商品。其次,它得用来交换,如果不用来交换也不能成为商品,比如在自己院子里种的白菜,这个白菜只是自己吃,而不是拿去卖,就不能成为商品。商品具有两个特性:一是有价值;二是有使用价值。价值是商品的本质属性,使用价值是商品的自然属性,一个商品怎么跟别的商品交换,要看它的价值是多少,两种商品只有具有相同的价值才能交换,人们的心理才能平衡。商品是社会发展的产物,也是人们生活的需要。

商品的产生依赖于两个条件:一是社会分工,社会上的劳动者分别从事不同的劳动,只能生产某些或者是单一的产品,但为了满足多种生活需要,劳动者必须交换各自生产的产品;二是这些产品属于不同的所有者,如果属于相同的所有者,即使有劳动分工,也不可能产生交换,也就更不可能出现商品了。所以,商品既是社会分工的产物,也是私有制的产物。

现在,随着社会的发展和人们接受力的提升,似乎已经没有什么东西不能成为商品,进入流通领域了。比如,有的商人将新鲜空气用先进技术制成“空气罐头”进行销售;美国有人录制小溪等自然界的声,然后高价出售,等等。



□ 网上销售的空气罐头

想必你一定看过或至少听过前几年热映的一部电视剧《第八号当铺》,它与传统意义上的当铺不同,在那里可以典当的不只是金银珠宝,大屋楼契,甚至一个人的四肢、内脏、运气、机遇、快乐,以及灵魂,都可以典当,只看你舍不舍得,认为值不值得。

这就说明,现在商品涵盖的范围进一步扩大了,我们似乎也生活在

了第八号当铺的世界中。虽然有些东西并不是劳动产品,但只要把它稍加改造,将劳动融入进去,并使其进入交换领域,就可以成为“商品”,如上文中提到的自然界的聲音、空气等。

不过要说明的是,在这个商品极大富足的世界,我们并不能无限地消费和买卖,而应该根据自己的需要有所取舍。有形商品也好,无形商品也好,都应该是为了社会的进步、人类的发展服务的。

关键词 3 稀缺性

想必你一定听过晏婴这个人,人多称其为平仲,又称晏子。他是春秋时期齐国的宰相,也是一位重要的政治家、思想家、外交家。他的一生生活节俭,谦恭下士,后人冠予其种种美名。然而晏婴也有人性的负面,“二桃杀三士”就是其真实写照。

当时的齐国是个“武夫当道”的世界,公孙接、田开疆、古冶子是最著名的三名武将,都是凭借无人能及的大个头和不怕死的精神打天下的。然而就是这样的三个人却惨死在了晏婴手里。

据说有一天,晏子从他们三个人身旁经过,赶紧小步快走以示敬意,但这三个人对晏子表现得非常失礼。对此,晏子极为生气,认为他们是因为自己身材矮小而看不起自己,便以三人无“君臣之义,长幼之礼”为由,建议齐景公除掉三人。晏子巧言善辩,加上其宰相的地位,齐景公认为他说的有一定道理,便交由晏子来处理这件事情。

晏子很快安排了一个饭局,邀请齐景公和三人出席,在三人酒足饭饱,甚至有些头脑不清,开始撒酒疯时,晏子提议齐景公将后园的桃子分给三人吃。于是差人将桃子端了上来。要说这次报仇行动之所以得