

The Economic Naturalist: in Search of Explanations for Everyday Enigmas

牛奶



可乐



经济学

最妙趣横生的经济学课堂

[美] 罗伯特·弗兰克 (Robert Frank) 著 阎佳 译

为什么牛奶装在方盒子里可乐却装在圆盒子里?

为什么女士衣服的扣子在左边而男士的在右边?

为什么全新的二手车要比新车便宜得多?

为什么餐厅都为饮料提供免费续杯?

为什么女模特要比男模特挣得多?

为什么大学教授说话语焉不详?



中国人民大学出版社
China Renmin University Press

牛奶

可乐



The Economic Naturalist

经济学

[美] 罗伯特·弗兰克 (Robert Frank) 著 阎佳 译

图书在版编目 (CIP) 数据

牛奶可乐经济学：最妙趣横生的经济学课堂 / (美) 弗兰克著；闫佳译。

北京：中国人民大学出版社，2008

ISBN 978-7-300-08854-9

- I. 牛…
- II. ①弗…②闫…
- 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 202616 号

牛奶可乐经济学：最妙趣横生的经济学课堂

[美] 罗伯特·弗兰克 著

闫佳译

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511398 (质管部)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	河北三河市新世纪印务有限公司		
规 格	160 mm × 230 mm 16 开本	版 次	2008 年 1 月第 1 版
印 张	14.75 插页 2	印 次	2008 年 1 月第 1 次印刷
字 数	175 000	定 价	39.80 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

博物经济学

经济学?! 别害怕, 这本书并非学术大部头, 它只是生活小智慧。平日里, 我们总是抱怨课堂上的经济学早已经抛弃生活, 百无一用。如果你阅读了这本书, 就会发现, 其实经济学正生动地编织着生活的方方面面, 我们身边的大事小事都可以用经济学原理来一一破解, 这就是博物经济学。同时, 这也正是这本书的绝妙之处。

本书的作者罗伯特·弗兰克教授是美国康奈尔大学管理学院的教授。他喜欢在自己的课堂上给学生布置“博物经济学作业”, 让学生写小短文, 提生活中的问题, 并以经济学的视角做出回答。经过几年的积累, 这些问题被收集成册, 就成了此书的蓝本。在接受《商业周刊》采访时, 弗兰克教授被问及, 为什么对“博物经济学”情有独钟时, 他回答道, “你只需掌握五六个基本的经济学概念, 生活中的所有相关问题都会迎刃而解。就如同生物进化论, 只要你理解了它, 什么物种、组织、结构, 都会变得简单起来。这也会使你对这门学科产生更浓厚的兴趣。”

在谈到这些博物经济学问题的答案时, 弗兰克教授的观点显然不同于传统经济学课堂的要求。“请不要急于去书中找寻答案。这些生活中的问题不是公式和概念, 它们并没有标准确切的答案, 每个人都有可能给出更多更合理的解释。虽说, 不是每一个人都是经济学家, 但至少, 我们可以更积极地去思考, 并把思考用于生活。这样, 我们每一个人, 都可以成为一名博物经济学家。”

如果弗兰克教授的这一番话唤起了你思考的热情和对经济学的兴趣, 那么, 就请翻开这本书吧。一次经济学趣味之旅即将在你眼前展开。

一切为了您的阅读价值



常常阅读我们图书的读者一定都记忆犹新，2008年前出版的图书中，都放置了一篇题为“一切为了您的阅读体验”的文章，文中所谈，如今都得到了读者的广泛认同，也得到了出版业内同行的追随。

在我们2008版的新书以及重印书中，读者会看到这篇“一切为了您的阅读价值”；而对于我们图书的新读者，我们特别在整本书的最后几页，放置了“一切为了您的阅读体验”的精编版。今后，我们将在每年推出崭新的针对读者阅读生活的不同设计和思考。

- 您知道自己为阅读付出的最大成本是什么吗？
- 您是否常常在阅读过一书籍后，才发现不是自己要看的那一本？
- 您是否常常发现书架上很多书籍都是一时冲动买下，直到现在一字未读？
- 您是否常常感慨书籍的价格太贵，两百多页的书，值三十多元钱吗？

★ 阅读的最大成本

读者在选购图书的时候，往往把成本支出的焦点放在书价上，其实不然。时间才是读者付出的最大阅读成本：

阅读的时间成本 = 选择图书所花费的时间 + 阅读图书所花费的时间 + 误读图书所浪费的时间

★ 选择合适的图书类别

目前市场上的图书来源可以分为两大类，五小类：

1. 引进图书：引进图书来源于国外的出版公司，多为从其他语种翻译成中文而出版，反映国际发展现状，但与中国的实际结合较弱，这其中包括三小类：

a) 教科书：这类书理论性较强，体系完整，但多为学科的基础知识，适合初入门的、需要系统了解一门学问的读者。



b) **专业书**：这类书理论性、专业性均较强，需要读者拥有比较深厚的专业背景，阅读的目的是加深对一门学问的理解和认识。



c) **大众书**：这类书理论性、专业性均不强，但普及性较强，贴近现实，实用可操作，适合一门学问的普通爱好者或实际操作者。



2. **本土图书**：本土图书来源于中国的作者，反映中国的发展现状，与中国的实际结合较强，但国际视野和领先性与引进版相比较弱，这其中包括两小类，可通过封面的作者署名来辨别：

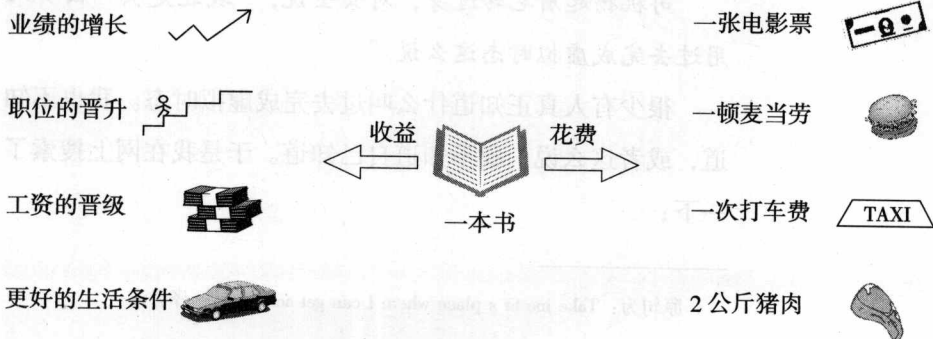
a) **“著”作**：这类图书大多为作者亲笔写就，请读者认真阅读“作者简介”，并上网查询、验证其真实程度，一旦发现优秀的适合自己的作者，可以在今后的阅读生活中，多加留意。系统的了解几位优秀作者的作品，是非常有益的。



b) **“编著”图书**：这类图书汇编了大量图书中的内容，拼凑的痕迹较明显，建议读者仔细分辨，谨慎购买。

★ 阅读的收益

阅读图书最大的收益，来自于获取知识后，应用于自己的工作和生活，获得品质的改善和提升，由此，油然而生一种无限的满足感。



前言

当我开始教经济学概论的时候，有位资深同事向我建议说，每堂课正式开始之前，不妨先讲个笑话。他解释说，这能带给学生们一个好心情，好让他们更容易接受后面的正课内容。可惜我一直没采纳他的建议。我倒不是觉得他的话有什么错。我只是觉得，每一回找到一个相关的笑话太难，可要是讲不相关的笑话，又显得有点低级趣味。

还好我挺幸运，偶然发现了一个很适合为本书拉开序幕的笑话。这个笑话发生在素以出租车司机知识渊博而著称的波士顿，他们好些都是哈佛大学和麻省理工学院的辍学生：

一位女士在洛根机场下了飞机，抓着行李，饥肠辘辘地跳上了一辆出租车，想找一家好点的海鲜店。“带我去一个能吃到新鲜鱼片的地方”，她告诉司机^①。

司机扬起眉毛转过身，对女士说，“我还是头一回听人用过去完成虚拟时态这么说。”

很少有人真正知道什么叫过去完成虚拟时态。我也不知道，或者这么说，我不知道自己知道。于是我在网上搜索了一下：

原句为：Take me to a place where I can get scrod. ——译者注



过去完成虚拟时态，用来表达假定情况或动作与现实相反。所以，主句中的动词要使用条件式，从句必须使用虚拟语气。

我再举个例子，纽约扬基队的球迷大概会很熟悉。20世纪90年代末的一场比赛里，球队的二垒手查克·纳布拉克（Chuck Knoblauch）向一垒手提诺·马丁内兹（Tino Martinez）投短球，却莫名其妙地把球投飞了。用过去完成虚拟时态该这么说：“要是纳布拉克一开始就投好那个球，扬基队早就赢了。”^①

根据上述定义和例句来看，笑话中的女士根本没有使用什么过去完成虚拟时态。如果这个笑话成立，只能是因为我们大多数人根本就搞不清楚什么叫过去完成虚拟时态。

这有什么关系吗？心理学家曾提出过一个理论：除非明确地理解各种虚拟时态，否则，人们无法清晰地展开与事实相反的假设性思考。但这种看法经不起检验。比方说，大多数美国体育播报员根本不知道过去完成虚拟时态（至少是不会选择用它），也能毫不费力地设想与事实相悖的情况。所以，在上述那场比赛里，扬基队的播报员博比·莫瑟尔（Bobby Murcer）是这么说的：“纳布拉克投好那个球，他们就赢了。”^②

了解过去完成虚拟时态并不是件坏事。可如果你的目标是学会说一门新语言，那么与其把时间和精力花在学习这一时态的精确细节上，还不如做点其他的。对学生来说，以学习这种细节为重点的课程一点都不好玩，而且这种课程效率低得可怕。

我高中时学过4年西班牙语，大学上过3个学期德语课。在这些课程中，我花了很多时间学习导师觉得重要的各类语法，但没学怎么对话。我到西班牙和德国旅行，连跟别人沟通些基本想法都觉

^① 原文为：The Yankees would have been out of the inning if Knoblauch had made the throw to first. ——译者注

^② 原文为：Knoblauch makes that throw, they're out of the inning. ——译者注



得艰难。不少朋友也有过类似的经验。

后来，我志愿参加和平队到尼泊尔，出发前的训练让我第一次意识到，学习语言还有一种更有效的方式。训练项目只有13周，跟我之前上的那些语言课完全不一样。它提都没提什么过去完成虚拟时态。它的任务是教会我们说尼泊尔语，要完成这一目标，掌握神秘的时态并不是必经之途。它采用的是模仿婴儿学说母语的方法。

一开始，导师拿出一些简单的句子，让我们反复朗读。第一句是，“这顶帽子贵。”在尼泊尔买东西，随时都要讨价还价，所以这是一个很有用的句子。第二步是换一个名词，比方说，袜子，我们必须用尼泊尔语做出反应，“这双袜子贵。”这里的目标是让我们不假思索就能做出回答。

简而言之，讲师从常见语境中找一个简单的例子，让我们反复朗读几次，然后稍加变化，再反复朗读。等我们能在当前程度上进行对话时，他们再教更深的内容。

训练项目的职责是确保我们学完13个星期就能靠自己生活。志愿者同伴和我到尼泊尔后不久，就要教自然和数学。一切从零开始，我们居然办到了。在整个过程中，我体会到了一种在传统语言学习班上从未曾感受过的主动感。

所以，我首先要感谢多年前我的尼泊尔语老师，是他们打开了我对学习效率问题的眼界，使我明白了何谓“教得少，学得多”。在后来的十多年里，学生们和我都发现，这一方法同样适用于学习经济学的核心概念。

在大多数经济学概论课上，学生们把大量时间用在掌握经济学中等同于过去完成虚拟时态一类的东西上。而读者在本书中碰到的经济学概念，只出现在从日常生活经验中提取的例子当中。这些例子的作用，是阐释相关的概念。学习经济学和学说一门新语言一



样，重要的是慢慢开始，看看每个概念在不同环境下如何应用。如果你发现这种学习方法，比你在大学经济学概论课上碰到的那种更管用，不妨脱帽向我的尼泊尔语老师致敬。

本书是很多杰出头脑的产物。霍尔·贝曼、克里斯·弗兰克、海顿·弗兰克、斯瑞纳吉什·盖文内尼、汤姆·吉洛维奇、鲍勃·利比、艾伦·麦考李斯特、菲尔·米勒、迈克尔·奥海尔、丹尼斯·雷根、安迪·芮纳都曾对本书的初稿提过不少意见。感谢的话说再多也不够。在后来的修改稿中，还有很多人帮过忙。一些读者可能会注意到，本书不少例子都出现了我的级任教师乔治·艾克洛夫和前同事理查德·泰勒的名字。但若论知识债，我欠托马斯·谢灵最多，他是当代最伟大的博物经济学家。请允许我把本书献给他。

我还要感谢安德鲁·维利和威廉·费鲁特，没有他们的努力，本书恐怕到不了各位读者手中。此外，皮尤什·纳亚尔、伊丽莎白·塞瓦、玛丽亚·克里斯蒂娜·卡瓦纳格罗和马修·莱顿，为我提供了宝贵的研究协助，克里索纳·施密特的文稿复制工作也很出色。

能和米克·斯蒂文森合作是我的荣幸，他为本书不少例子绘制了插图。我这个人很少妒忌别人，可要说谁的事业比我的更有意思，估计就是他了。多年来，在课堂讨论时，只要有可能，我都会利用一些简笔画或其他插图，对例子加以阐释。这么做的原因，认知理论家或许可以给出解释，它能将概念更牢靠地植入学生的脑海，哪怕我画的画很滑稽，也不包含特定的经济学内容。我鼓励学生们在碰到新概念时自己动手配图。“在笔记上涂鸦也可以！”我告诉他们。能把自己的想法告诉我最喜欢的《纽约客》杂志插画家，等上一两天就能看到成品，而且画得比我想像中要好得多，这是何其美妙的经历啊。



尤其要感谢的是，20世纪80年代初，约翰·奈特学院在康奈尔大学开办“严谨写作”项目时把我招了进去。要不是参加过这次培训，我绝对想不到要布置什么博物经济学作业，自然更无从促成本书的诞生了。

但更重要的是，我想感谢学生们写的短文，是它们激发了本书的灵感。虽然，在最终定稿中，我只选取了他们提出的一小部分问题，可若非他们在上千篇短文中所倾注的心血，我是无法想出这些绝妙例子的。

本书所选定的大部分问题，都是直接得自学生们的短文。在这些问题后面，我附上了学生的名字。还有一部分问题，灵感来自其他经济学家所写的文章和书籍，我同样在问题后面附上了相关作者的姓名。至于没有附上作者名字的问题，大多引自我自己的文章，或是我在课堂上讨论的案例。

为了表示对从前学生们的感谢，我将把本书版税的一半，捐给康奈尔大学约翰·奈特学院的“严谨写作”项目，我深深相信，要想让康奈尔大学未来的学生们获得更好的学习体验，还是钱这东西最管用啊。

目 录

引子 / 1

第 1 章 产品设计中的经济学 / 13

为什么牛奶装在方盒子里卖，可乐却装在圆瓶子里卖？

第 2 章 供求关系实践 / 30

为什么很多酒吧喝水要钱，却又提供免费花生米？

第 3 章 职场的奥秘 / 53

为什么女模特比男模特收入高？

第 4 章 折扣中的经济学 / 74

为什么很多餐厅都为饮料提供免费续杯？

第 5 章 军备竞赛与公用品悲剧 / 99

为什么许多超市 24 小时营业？

第 6 章 所有权之谜 / 114

为什么鲸鱼濒临灭绝，鸡却没有繁衍之忧？



第7章 市场信号揭密 / 139

为什么几乎全新的二手车比真正的新车便宜得多？

第8章 现实中的博物经济学 / 158

为什么 DVD 格式各地区不同，而 CD 格式却到处都一样？

第9章 当心理学碰上经济学 / 174

为什么在单行道上，谦让有时反而会导致效率降低？

第10章 非正式的人际关系市场 / 196

为什么通常外表富有吸引力的人也更为聪明？

第11章 起源二题 / 212

作者后记 / 217

引子

为什么高速路边取款机的小键盘上有点字盲文呢？光顾这些机器的人大多都是司机，其中并无盲人。根据我的学生比尔·托亚的说法，取款机制造商必须给普通的街头取款机装配带点字盲文的小键盘，因此，所有机器都造成一个样子，成本更低廉。要不然的话，就要把两类机器分开，保证合适的机器安装到合适的地方。倘若点字盲文给看得见的用户造成了麻烦，那费这么大功夫也算物有所值，但它们并不碍事。



高速路边取款机键盘上的点字盲文。

话要从头说起。我在自己的经济学概论课上，布置了一篇书面作业：“利用经济学原理，探讨你亲身观察到的事件



或行为模式中的有趣问题。”而托亚先生的问题，正是他交给我的作业——他交上来两篇短文，其中一个的标题就是这个。我在课堂上说，“文章字数有限制，500字以内。很多出色的论文比这还要短得多。文章里面不要掺杂复杂的技术。要假设你是在给一个从没上过经济学课的亲戚讲故事。最好的论文，普通人一看就明白了，而且一般都不用什么公式和图表。”

跟比尔·托亚有关取款机键盘的问题一样，最好的论文总包含着一个似是而非的问题。比方说，我最喜欢的一个问题是1977年由詹妮弗·杜尔斯基提出的：“为什么新娘通常花数千美元买一套她们永不再穿的婚纱，可新郎却往往租用便宜的礼服——哪怕以后有很多场合都可能会用得上它？”

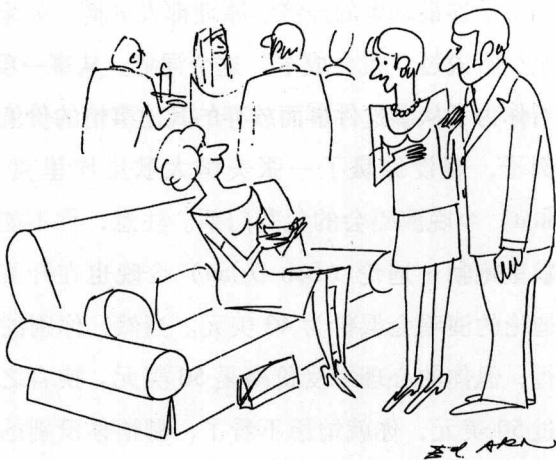
杜尔斯基认为，这是因为大多数新娘在婚礼那天都希望显得漂亮又时尚，所以租赁公司必须储备大量与众不同的婚纱——每种尺码四五十种。每套婚纱租赁的次数很少，可能每隔四五年才租得出去一次。因此，为了弥补开支，公司收取的租赁费比直接买一套还要贵。既然买更便宜，也就没有人会租。反过来说，由于新郎安于规矩的样子，租赁公司只需要每款型号准备一两套礼服就行了。所以，每套礼服每年都能租出去好几次，租比买要便宜得多。

本书收录了多个最有趣的例子，都是我历年来的珍藏。我把它献给那些像比尔·托亚和詹妮弗·杜尔斯基一类乐于解开人类日常行为之谜的读者。虽说很多人以为经济学不可思议、难以理解，可它的基本原理简单又实际。根据具体事例理解这些原理，谁都能毫不费力地掌握它。

不幸的是，大学里并不这么教经济学。我在康奈尔大学执教后不久，几个身在不同城市的朋友不约而同地给我发来了埃德·阿诺（Ed Arno）的这幅漫画：



Drawing by Ed Arno. © 1974 The New Yorker Magazine, Inc.



很高兴向你介绍刺儿头先生。他是个经济学家，可人真的很好。

机会成本概念

漫画就是事实。如果人们觉得它有意思，那准是因为它说出了一些真相。早在阿诺的漫画流传开来之前，我就注意到，每当在社交场合，人们问起我的职业，我回答自己是经济学家时，他们总会有点失望。我不禁追问为什么。不少人会提起多年前上过的经济学概论课，“全都是那些可怕的图表。”

19%的美国大学生只上过一门经济学课程，21%的人上过一门以上，只有2%的人主修经济学。具有经济学博士头衔的人基本上可以忽略不计。可那些充斥着公式和图表的可怕的经济学概论课，不少都要归功于这些可以忽略不计的极少数人。

结果，大多数上这些课的学生没学到什么知识。上课六个月之后，学生们参加基本经济学知识测试，他们的表现比从没上过概论课的学生好不了多少。真是丢脸啊！一门收了几千块钱学费的课程，居然没创造任何价值，这说得过去吗？



学生们似乎连最基本的经济学原理都没弄懂。如果你上过经济学课程，至少听说过“机会成本”这个词吧。从事一项活动的机会成本，是指你为了从事这件事而放弃的其他事情的价值。

举个例子，假设你赢了一张美国大歌星埃里克·克莱普顿（Eric Clapton）今晚演唱会的免费门票。注意，你不能转售。可另一美国大歌星鲍勃·迪伦（Bob Dylan）今晚也在开演唱会，你也很想去。迪伦的演唱会票价为40美元。当然，你别的时候去看他的演出也行，但你的心理承受价格是50美元。换言之，要是迪伦的票价高过50美元，你就情愿不看了，哪怕你没别的事要做。除此之外，看两人的演出并无其他成本。试问，你去看克莱普顿演唱会的机会成本是多少？

去看克莱普顿的演唱会，惟一必须牺牲的事情就是去看迪伦的演唱会。不去看迪伦的演唱会，你会错失对你来说价值50美元的表演，但同时，你也省下了买迪伦演唱会票所需支付的40美元。所以，不去看迪伦演唱会，你放弃的价值是 $50 - 40 = 10$ （美元）。如果你觉得看克莱普顿的演唱会至少值10美元，那你就应该去看；要不然，就去看迪伦的演唱会。

按一般的看法，机会成本是经济学概论课上要介绍的两大（或三大）重点概念之一。但根据我们现在手边的可靠证据，不管从哪一个角度来看，大多数学生都没有掌握这个概念。最近，经济学家保罗·费雷罗（Paul Ferraro）和劳拉·泰勒（Laura Taylor）向几组学生提出了上述克莱普顿/迪伦问题，看看他们能否做出正确答案。他们出的是选择题，只有4个答案：

- a. 0 美元
- b. 10 美元
- c. 40 美元
- d. 50 美元