

身边的经济学

(修订版)

在短时间内重印15次并修订再版的畅销书
被韩国最大、最具代表性的广播电视台KBS
电视台选为“电视说书”的主题书籍



(韩) 郑甲泳◎著
徐 涛◎译

Economic Principles for Common
People: 9 Bigger than 10

从甜蜜的恋爱到挎着菜篮子去市场买菜，
日常生活中的任何角落里都隐藏着明快的经济故事！



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

身边的经济学

(修订版)

在短时间内重印15次并修订再版的畅销书
被韩国最大、最具代表性的广播电视台KBS
电视台选为“电视说书”的主题书籍



(韩) 郑甲泳◎著
徐 涛◎译

Economic Principles for Common
People: 9 Bigger than 10

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

Jung, Gab-young: Economic Principles for Common People: 9 Bigger than 10 Copyright © 2005 by YoungjinMedia

All rights reserved.

No part of this book may be used or reproduced in any manner whatever without written permission except in the case of brief quotations embodied in critical articles or reviews.

Chinese Translation Copyright © 2008 by Publishing House of Electronics Industry.

Chinese simplified edition is published by arrangement with YoungjinMedia through BOOKCOSMOS.Seoul.

本书中文简体字版由 YoungjinMedia 授权电子工业出版社独家出版发行。未经书面许可，不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何内容。

版权贸易合同登记号 图字：01-2006-0960

图书在版编目（CIP）数据

身边的经济学（修订版） / （韩）郑甲泳著；徐涛译. —北京：电子工业出版社，2008.3

书名原文：Economic Principles for Common People: 9 Bigger than 10

ISBN 978-7-121-06057-1

I. 身… II. ①郑… ②徐… III. 经济学—通俗读物 IV. F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2008）第 021157 号

责任编辑：李 静

印 刷：北京机工印刷厂

装 订：涿州市桃园装订有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1000 1/16 印张：17 字数：268 千字

印 次：2008 年 3 月第 1 次印刷

定 价：28.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线：（010）88258888。

译者序

郑甲泳教授是韩国延世大学信息学院院长，知名的经济学家，近年来以经济顾问、专家的身份活跃在 MBC 电视台“握在手里的经济”和 KBS 电视台“经济焦点”等与经济生活相关联的电视节目中，曾获得《每日经济新闻》颁发的“经济学家奖”。他所著的书籍如《产业组织论》、《宏观经济学》、《树后面隐藏的人》、《好企业，必定有经营秘法》、《移动经济》等均受到读者的喜爱和欢迎。尤其是本书 2001 年在韩国出版后，即受到读者的强烈的共鸣和推崇，并迅速在读者中传播开来，短短的时间内重印了 15 次之多，并修订再版，长期稳居畅销书的前列。可以说郑甲泳已经成为一个标志、一面旗帜，他所写的书贴近老百姓日常生活，并且在普通的生活中探求和讲述经济学原理，让读者在浅显易懂的语言中感悟到生活与经济的关联，学会从经济学的角度思考和看待生活。

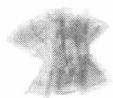
最初看到本书时我也曾对 10 不如 9 大的命题感到困惑不解。连小学生都知道 10 是比 9 大的，为什么作者却说 10 不如 9 大？这其中有什么道理吗？10 与 9 的大小与我们的生活有什么关联吗？读过此书，我才恍然大悟，豁然开朗。虽然在数学上，10 是比 9 大，但在人们的生活中，并不是只有冷冰冰的加减乘除，还有丰富的感情。实际上，人们常常都会感觉到 9 比 10 更珍贵。举个最简单的例子，女人都想永久活在 29 岁中，谁愿意成为 30 岁的女人？男人也一样，这是人们对岁月流逝的一种惋惜，是对从 9 到 10 的一种抗拒。因此，虽然不合数学原理，但是从内心来讲还是感觉到 9 比 10 珍贵。再比如，一个人非常喜欢吃葡萄，第一颗、第二颗、第三颗，直到第九颗的时候都感觉到美味无比，可是等你吃第十颗的时候已经有了饱的感觉，并开始觉得葡萄索然无味了。这时

吃第九颗葡萄所获得的愉悦感就比吃第十颗的时候大,所以这里 10 不如 9 的满足感高。经济学中之所以会出现 10 不如 9 大的理论,是由于“9”比“10”更稀有,而越稀有的商品,其价值就越高。企业的生产也同样遵循这个道理,均衡数量,才能获得最大的利润,因此,精明的制造商并不无止境地扩大生产,因为他们明白生产 9 个商品比生产 10 个商品更能保证利润。

本书从生活的方方面面探求经济学原理的例子还有很多,它告诉我们一个显而易见的道理,那就是经济活动无处不在,而且就在我们身边。本书以极其通俗的表达方式,为大家揭开了经济学的神秘面纱,让每一位读者都能触及经济学的本质,摆脱对经济学畏惧的心理。

作者讲过:“众所周知,我们一生的任何活动都跟经济息息相关,因此,对经济知识的了解越多,我们的生活就越惬意。”现在请大家跟随作者的笔触一同感受并思考经济与我们生活的关联及带给我们生活的惬意。在此,谨向电子工业出版社各位编辑对本书翻译工作的支持和帮助表示衷心的感谢。

徐 涛



序 言

咖啡是从樱桃大小的红色果实中提取出来的，这还是我在访问巴西和埃塞俄比亚的咖啡农场时才知道的事情。在高约1米的咖啡树上，挂满了大大小小的咖啡果。对于我这个只知道红茶是从叶子里加工出来的异国人来说，参观咖啡农场，让我感觉到极其新鲜、刺激。我很快就在培植咖啡树苗的苗木场里发现了另一件很有趣的事情。苗木场里，排满了无数小小的沙袋，每个沙袋都种了两粒咖啡种子。我感到有些疑惑：为什么要种两粒咖啡种子呢？似乎一粒种子就够了吧！难道种三粒种子不行吗？在农场主的解释下，我才恍然大悟。他告诉我：“之所以要将两粒咖啡种子种在一个沙袋里，是为了让它们相互竞争着生长，再过几个月，农场工人就将这两粒种子长出的树苗中保留长得强壮的一棵，而将其中长得较差的那一棵苗除去。”巴西和埃塞俄比亚的摩卡咖啡品质很高，答案似乎显而易见了。

连咖啡种子都要从相互竞争的两粒中选择，难怪这个咖啡庄园的低档咖啡都能在国外卖个好价钱！竞争市场就隐藏在遥远的地球另一端的咖啡种子里，令我这个经济学家感叹不已。说实话，以“进化论”而闻名于世的达尔文当年就是导入了“市场竞争机制”，“适者生存”这一理论才得以自圆其说。那些当时认为“动植物都要适者生存”是荒唐理论，甚至不相信存在“适者生存”的经济学家亲眼目睹了产业革命以后无数企业倒下去的惨状，终于明白在市场竞争中生存下来的企业就是“适者生存”的标本。“适者生存”是亘古不变的法则，动植物的生存繁衍同样遵循这一法则。

我从不久前养的天竺鼠身上也发现了经济活动中“交易市场”的存在。外形介于兔子和老鼠之间的天竺鼠虽然看起来十分可爱，但对人类十分警惕，因

而人们很难与这种小动物建立起感情。一天，我那刚上大学的小儿子带回家一只天竺鼠。这小东西刚看到我，就摆出一副拒人于千里之外的面孔，我也就没把这小东西放在心里。过了一会儿，到了吃饭的时候，我随手挑了点食物扔给它。警戒心很强的天竺鼠就在食物的引诱之下，开始在一家人中对我有选择性地亲近起来。没过多久，天竺鼠只要一看到我就愉快地发出吱吱声。如果你家也养了小宠物，你会发现动物世界里也存有“交易市场”，虽然这是一种感情与金钱（食物）的交易。

当然，经济学的产生比生物学晚，由此，经济学原理首先就在“非人类世界”的其他生物世界里体现出来。不过，人也不例外，我们的生活也正是由于受经济的困扰而自由不得。任何一个人，任何一个企业，任何一个国家，都不可能随心所欲地享受自由经济生活，这是不能实现的事情。经济即使不是生活的核心，也是谁都不能随意离之弃之的。因此，即便“经济学原理”难理解，我们也不得不去理解。

虽然经济、市场就存在于我们周围，伴随着我们一生，但人们还是普遍认为经济学太深奥，就连我的专门研究经济学的同事都苦叹经济学太难，学生也把经济学当成一门尽量去“回避”的学科。对政府官员、企业家、公司员工，甚至于天天提篮买菜与钱打交道的家庭主妇来说，虽然经济学就在身边，可是他们依然把经济学当成是一门很难的学问。对经济学稍微表示好感的人只有不动产投资人士了。不过，即便是他们，也时常被搅得心烦意乱。

人们为什么会感觉经济学如此之难？首先，经济学原理本身有些晦涩难懂，所以解决经济问题的经济学自然也很难；此外，把经济学教得过于玄乎的“诲人先生”也要负起大部分责任来，因为他们总是生搬硬套书中难而又难的经济理论，而没有将理论与身边随处可见的经济活动联系起来。

不过，俗话说“世上无难事，只怕有心人”。喜欢美术的人会常常去美术馆；喜欢音乐的人会常常听CD。经济也是一样，对某一事物关心越多，了解的程度就越深。尤其是对经济学来说，关心经济的人越多，对国家、对个人就越有利。

实际上，只要我们大家多关心一些，多留意一些，经济学也不是一门特别难懂的学问。在我们的日常生活中，经济活动无处不在，经济、市场存在于咖

啡种子、天竺鼠等动植物中，存在于“费加罗”、“玫瑰骑士”的人类爱情、婚姻生活中，就连等人，都要为“等”支付相当的费用。生产一个小小的火柴盒，包装一位世界超级明星，邻居家令人作呕的“摆大款”等全部都属于经济活动。一只蝴蝶可能搅起一阵龙卷风，个人微不足道的经济活动也有可能带来全球性的经济风暴。我们应该关心经济的理由能装满一车库。

我们之所以要理解经济，其中重要的理由就是“经济”和“富有”是一脉相承的。虽然钱不能解决所有的问题，但这世上像钱一样能左右人的东西还是少之又少。没钱的人为养家糊口而早早白了头发；钱多了，但如果花钱不当，变得堕落颓废、虚度年华更是不可取的事情。不过，话又说回来，“钱不是万能的，但没有钱是万万不能的”。比起没钱所受的苦痛来，因为有钱而产生的烦恼也算是幸福的烦恼，奢华的人生谁不愿拥有呢？

“人为财死，鸟为食亡”，这也许是人类文明制造出来的扭曲的理论，但是，追求个人利益这一人类的本能欲求已成为经济发展的原动力，这也是不可否认的事实。再往前一步，随着技术进步和开放化程度的加深，经济也将以更快的速度发展，明天的不确定性日渐增加。“百年老店”的大企业可能在朝夕之间土崩瓦解；原本默默无闻的小企业老板可能在一夜之间一跃成为世界级的大富豪；原本拥有较强的竞争力的企业可能由于突然间预想不到的汇率变化，招致巨大的损失。如果你希望能在这样变幻无常的世界里生存下去，你又怎能对经济漠不关心呢？你当然要知道如何用经济思维去解读越来越复杂、越来越不确定、变化速度越来越快的世界。

了解经济的人越多，个人、国家就越富有。如果你希望随心所欲地享受丰富的物质生活，那么，我们都应该具备以经济思维来看世界的智慧和眼光。现在，就让我们一起来阅读这本书吧。

郑甲泳

目 录

1 ○ 关于钱的恋爱

1

堪比浓情巧克力的初恋 \2

莎翁情史——一只看不见的手 \5

玫瑰骑士 \8

吸血鬼的爱情 \11

啊，这个……法院连这种事都管吗？ \14

爱乃树中一叶，人生乃潮中一浪 \16

恋爱了就一定要结婚，为什么？ \20

热恋时 VS 分手时 \23

没礼貌的淘气小子 \26

成双成对与形影相吊 \29

新婚夫妇是否和谐，生活以后才知道 \31

企业寿命知多少 \34

2 ○ 一只蝴蝶搅起一阵龙卷风

37

单丝不成线，独木不成林 \38

一只蝴蝶搅起一阵龙卷风 \41

“我”的幸福就是“我们”的不幸？ \44

因为蚊子多了，所以收入增加了！ \47

种公田时有气无力，打扫自家小院子时精神抖擞 \50

讨巧的豆腐生意，借力使力 \53

即使邻居花钱如流水，也不要看着眼红 \56

让非洲人穿上鞋子，期待改变命运 \60

10 不如 9 大 \62

时间的机会成本 \65

天气预报等于天气瞎报？ \68

改变考生命运的“时间的机会成本” \71

3 ○ 一个人的漂流

75

哈里·波特的奇迹 \76

超级明星诞生之路 \79

思考的速度 \82

一个人的漂流 \85

你的幸福，我的不幸？ \89

《巴黎恋人》里隐藏的经济 \91

4 ○ 放牛娃的春天和放牛班的春天

95

雅努斯的两张脸 \96

企业的三角形结构 \99

通用对麦当劳，极地对极地 \101

放牛娃的春天和放牛班的春天 \104

疑人不用，用人不疑 \107

哥伦布的鸡蛋 \110

恋爱交际费用 \114

5 ○ 真实在与我们捉迷藏

119

真实老是与我们捉迷藏 \120

橱窗一样的新世界 \123

好车才有好保险? \126

柠檬市场尽兜售便宜货 \129

200 英镑起家的现代拍卖行的鼻祖——索斯比拍卖行 \131

赢者的诅咒 \134

6 ○ 朝朝折

137

朝朝折 \138

把心敞开, 紫气东来 \141

越贵越好卖? \144

生活必需品不打折的理由 \147

不足的经济 \150

7 ○ 钱啊钱, 你我心中永远的痛

153

景气跟着利息变 \154

两只兔子一把抓? \157

无家可归的可怜的钱啊! \160

把石头当做钱的国家 \163

庞齐的游戏——泡沫的幻灭 \166

8 ○ 物心两相拥

171

《无所有》和《美国丽人》 \172

钱多了，日子好过了，幸福感却少了 \174

弥达斯之手——触指成金之手 \176

众生皆平等，不能不平等？ \179

平等和效率，弃谁取谁 \182

9 ○ 葡萄牙的葡萄酒

185

中国的蒜和葡萄牙的酒 \186

穷则变，变则通 \189

亚马逊的马瑙斯 \193

阿根廷探戈，流连往日情怀 \196

比轮胎贵的运动鞋 \199

10 ○ 都说形势一片大好，

为什么偏偏就我不好？

203

都说形势一片大好，为什么偏偏就我不好？ \204

小菜篮子 \207

企业家的预言 \210

我要学大雁南渡 \212

11 ○ 无花果树没结果，砍了吧

217

无花果树没结果，砍了吧 \218

格林斯潘效应 \220

裁员乃上上策？ \223

神啊，请赐予我力量吧！ \225

埃克尔斯的智慧 \227

政府和消费者，谁更合理？ \229

请君入瓮 \231

改变全球经济的凯恩斯革命 \233

12 ○ 不过、不及，中庸

237

中庸 \238

在你吃饭的时候菜价涨了 \240

想钱想疯了 \242

通货膨胀就是坏小子吗？ \244

物价涨了，利息也会涨 \246

俘虏收容所里的香烟 \248

0.5个百分点诞生出来的一夜暴富者 \250

后记

253

关于钱的恋爱

1



身边的经济学



堪比浓情巧克力的初恋

由于初恋的感觉最难忘、最珍贵，因此初恋比其他任何一次恋爱的“边际效用”都要高。

感恩

如果

每天都用稚子新入学时

摊开新书、制定一天的作息表

的玲珑的“初心”来学习的话……

如果

每天都像第一天上班时

边系鞋带边下决心

的激情在职场上打拼的话……

爱情啊！

假如

一见钟情的颤抖

一直持续下去的话……

在生病的日子里

如果始终怀有一颗对呼吸新鲜空气的感恩的心

来照料身体的话……

这是韩国已故童话作家郑采琫的《如果用这种心来生活》里的诗句。这首诗告诉我们，人们在第一次体验中感受到的兴奋、刺激最大——终生难以忘怀的初恋，买了新衣服迫不及待想炫耀的心情，希望得到其他人无法拥有的东西的渴望，挑战新事物的勇气等，全部都归类于此。如果我们做任何事情都像刚开始做那样有新鲜感和劲头的话，那么“不可能”这一词语将从字典里消失。

不过，很遗憾，人不可能永远活在“初次”，至少，对普通人来说是的。最初瞬间的那种满足、兴奋、决心，甚至于痛苦的感受，随着时间的流逝，酸甜苦辣渐渐被日常微不足道的小事吞噬。就像鲁迅笔下曾经的美人“豆腐西施”在岁月的流逝中也会变成“圆规”一样，初次体验的激情、青春华美逐渐就会随着时间的流逝成为褪色的记忆，淡而无味的琐事占据了生活的全部。即便如此，我们偶尔还是会被“新追求”的幻觉拉着前进。“新追求”有好坏之分。好的“新追求”产生新知识和新技术，改变世界的发明都是在对“新”的幻想里激发出来的。当然，平生都在追赶“新”的人少之又少，但是，追求新事物却是带动人类前进的原动力。反之，也有负面的“新追求”，没钱还要每天换一副“新面孔”，放着家里贤惠的妻子不理，偏偏要去找“新刺激”，类似于此的“新追求”会成为悬在头上的一把利剑，搞得不好就会自作自受甚至自掘坟墓。

负面的“新追求”从另一个角度来说就是喜新厌旧的表现，这种喜新厌旧的现象在我们的经济活动中是极其常见的。初次消费带来的满足感最大，随着消费量、消费频度的增加，每增加一个单位的消费，满足感就会降低一分。举例来说，一个家庭先后买进了两辆轿车，那么，买第一辆轿车时获得的兴奋和新奇感肯定要比买第二辆轿车时大得多。

消费者通过消费商品所获得的满足感、幸福感、充实感，在经济学中被称为“效用”。我们将每增加一个消费单元而随之增长的满足感（效用）称为“边际效用”。消费者在购买商品时，从第一次消费中获得的边际效用最多，此后，每增加一个消费单元，初次消费时的满足感就会相应减少，我们就说这是边际效用在逐渐降低，这就是“边际效用递减法则”，是基于人们喜欢新鲜和初次的本性而导出的经济法则。初恋的感情最值得人珍重、回味，从经济学的观点来看，这是由于初恋比其他任何一次恋爱的“边际效用”都要高。



边际效用是评价商品价值的尺度。没有哪个消费者愿意支付超过本人边际效用的价格来购买商品。就以水和钻石为例,水其实是比钻石要重要不知多少倍的生活必需品,虽然如此,钻石却不知要比水昂贵多少倍。为什么会出现这种事情?这是由于水资源充足,人们对其早已失去了新鲜感,其边际效用自然就低;相反,由于钻石稀少,消费者得到的边际效用就非常高。

让我们换一个角度,这次把地点设在没有一滴水的孤岛。岛上生活着可怜的漂流者鲁滨逊。在那个孤岛上,水是无比珍贵的,所以,每一杯水的边际效用都十分大。同样的道理,山顶销售的清凉饮料不是也比市场上要贵得多吗?18 世纪的经济学家们不能明确说明钻石比水贵的原因,他们花了近百年的时间,才明白价值的秘密,即商品的价值不是由从整体消费量中获得的效用的合计来决定的,而是由每个消费单元所重新感觉到的边际效用来决定的。

由此,我们只有开发出边际效用大的商品,才能提升商品的价值,价格才能卖得更高。为商品添加新功能,加大其与其他商品的差异化程度,赋予其较高的边际效用,才能使消费者获得满足感。这种现象不仅发生在消费方面,就连写文章也是一样,只有每一篇文章都标新立异,才能让读者将边际效用维持在初次阅读的水平。即便每天都在进行重复的劳作,但只要调节好心情,始终都像初次那样工作,也能获得较高水平的边际效用,生活的质量将越来越高。