

第四届“国家图书馆文津图书奖”获奖作品升级版

Microeconomics and Behavior

牛奶可乐 经济学

最通俗实用的
经济学课堂



Microeconomics
and
Behavior
2

[美] 罗伯特·弗兰克 (Robert H. Frank) 著

闫佳 译

为什么专业投资顾问的投资建议不可靠?

为什么收取会员费的网球俱乐部还要收取场地费?

为什么航空公司提供的飞机餐那么难吃?

为什么雨天难打车?

为什么手动挡汽车有5个档位,自动挡却只有4个?

为什么含蓄是一种迷人的品质?

北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

Microeconomics and Behavior

牛奶可乐 经济学 2

Microeconomics
and
Behavior

[美] 罗伯特·弗兰克 (Robert H. Frank) 著

阎佳 译

 北京联合出版公司
Beijing United Publishing Co., Ltd.

图书在版编目 (CIP) 数据

牛奶可乐经济学2 / (美) 罗伯特·弗兰克著; 闫佳译. —北京: 北京联合出版公司, 2017.1

ISBN 978-7-5502-9251-2

I. 牛… II. ①罗… ②闫… 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291963号

著作权合同登记号

图字: 01-2016-9845

上架指导: 通俗经济学 / 管理 / 生活


版权所有, 侵权必究

本书法律顾问 北京市盈科律师事务所 崔爽律师
张雅琴律师

牛奶可乐经济学2

作者: [美] 罗伯特·弗兰克

译者: 闫佳

选题策划:  CIP

责任编辑: 丰雪飞

版式设计:  杨静玉

封面设计:  沈丽君

北京联合出版公司出版

(北京市西城区德外大街 83 号楼 9 层 100088)

北京中印联印务有限公司印刷 新华书店经销

字数 231 千字 720 毫米 × 965 毫米 1/16 17.25 印张 3 插页

2017 年 1 月第 1 版 2017 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5502-9251-2

定价: 49.90 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书部分或全部内容

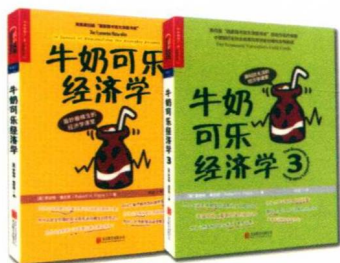
版权所有, 侵权必究

本书若有质量问题, 请与本公司图书销售中心联系调换。电话: 010-56676356



罗伯特·弗兰克

- 博物经济学家，康奈尔大学约翰逊管理学院经济学和管理学教授，《纽约时报》“纽约现场”专栏特约评论员。
- 从20世纪80年代开始，在康奈尔大学的课堂上通过与学生问答的方式，收集各种生活中的经济学问题。经过二十多年的收集和整理，先后完成《牛奶可乐经济学》《牛奶可乐经济学2》《牛奶可乐经济学3》等超级畅销书。
- 主张经济学应该是一门根植于经验和观察的社会科学，而不是以数学为核心的硬科学。致力于把经济学从数学中解放出来，并为其在人们的日常生活中生根发芽提供无限的能量。



出品 Published by: 湛庐文化 Cheers Publishing
 湛庐文化总经理 General Manager: 陈晓晖 Chen Xiaohui
 湛庐文化出品人 Publisher: 韩焱 Han Yan

法律顾问 Legal Consultant:

北京市盈科律师事务所 崔爽律师
 张雅琴律师

商业图书事业部总编辑 Chief Editor: 董寰 Dong Huan
 人文社科事业部总编辑 Chief Editor: 季阳 Christine G

高级副总裁兼对外合作 Senior VP: 张晓卿 Anna Zhang
 首席运营官 COO: 赵丽琴 Lina Zhao
 质量总监 Quality Director: 周裕 Zhou Yu

责任编辑 Executive Editor: 丰雪飞 Feng Xuefei
 特约策划 Acquisition Editor: 吴悦琳 Wu Yuelin
 特约编辑 Contributing Editor: 李婷 Li Ting
 王玲 Wang Ling

版式设计 Layout Designer: 杨静玉 Yang Jingyu
 封面设计 Designer: 沈丽君 Shen Lijun

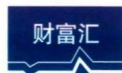
采购热线: 15910746279
 传真 FAX: 010-56676359
 投稿请至: service@cheerspublishing.com



更多阅读资讯，尽在湛庐微信平台
 请扫二维码或查找cheerspublishing



加入“庐客汇”，与爱读书的人相遇
 请扫二维码或查找lukehui1230



通俗经济学鼻祖

• THE FOUNDER OF POPULAR ECONOMICS

罗伯特·弗兰克

Robert H. Frank



R

Robert H. Frank

从都铎家族弃子到常春藤名校教授

1945年，罗伯特·弗兰克出生在美国佛罗里达州的科勒盖布尔斯。他的生父是一名飞行员，生母来自科德角的一个显赫家族，外祖父的祖父是被称为“冰王”的弗雷德里克·都铎（Frederic Tudor）——19世纪新英格兰最富有的人之一，其本人的大幅油画肖像就挂在哈佛大学的贝克图书馆里。然而，因为生父早在家乡与别人订婚，无法与他的生母结婚，弗兰克一出生就被送给两位按摩师收养。他小时候的生活并不富裕，他曾经为了赚钱在酒吧擦过皮鞋，在黎明前送过报纸。虽然弗兰克的生活看似不如他的表兄妹幸福——他们很小就知道自己长大后能获得一笔数目不菲的信托基金，但这段经历令他明白，如果想要某件特别的东西，就要凭借一己之力去赚取，能否克服一切困难争取自己想要的东西，对一个人的成长来说非常重要。

1971年，读经济学博士研究生的第四年，弗兰克到新奥尔良美国经济协会的年度会议上寻找工作。那几天他恰巧生病了，挺着40度的高烧参加面试却依然得到了三所高校的青睐，最终他选择了常春藤名校康奈尔大学。

THE FOUNDER OF POPULAR ECONOMICS



全世界最受欢迎的经济学教材作者

参加工作的前三年，弗兰克的生活并不顺利，他离了婚，要一个人照顾两个未成年儿子，基本没有精力和心思投入学术研究。但第四年成为一个重要的转折点，他与成功的政策经济学家内德·格拉姆利克（Ned Gramlich）成了朋友。内德发现，弗兰克关于劳动力市场的一些想法很耐人寻味，于是鼓励他写一篇论文。弗兰克写完后将这篇论文投给了经济学领域最负盛名、择稿最严格的《计量经济学》（*Econometrica*）杂志，不到两个月就收到了用稿信。随后，他对这一主题进行延伸扩展，又完成三篇论文并投给了杂志社，很快就收到《美国经济评论》（*American Economic Review*）、《政治经济学杂志》（*Journal of Political Economy*）以及《经济学与统计学评论》（*Review of Economics and Statistics*）的用稿信——这些刊物的论文投稿选用率都是不到 10% 的。

随后，弗兰克发表了大量学术论文，撰写了多本经济学著作，其中与美联储主席本·伯南克（Ben Bernanke）合著的《宏观经济学原理》和《微观经济学原理》成为“全世界最受欢迎的经济学教材”之一。

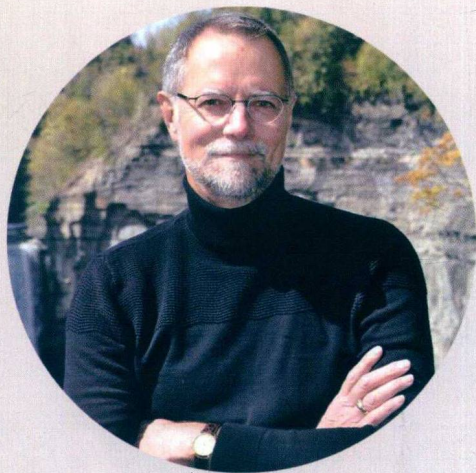
让经济学变得妙趣横生的博物经济学家

除了在研究领域的骄人成果外，弗兰克在教育领域也成就非凡，被誉为“全美最有趣的经济学课堂主讲教授”。他开设的微观经济学入门课程每年都会吸引 6 000 多名学生，他们通过这门课程体会到了学习经济学的乐趣。

通过与学生问答的方式，弗兰克收集了大量生活中的经济学问题。经过二十多年的收集和整理，他完成了《牛奶可乐经济学》一书。不同于传统经济学著作中充斥着艰涩的数学公式，这本书通过一个个妙趣横生的生活事例，将经济学化繁复为精妙。该书在中国一经出版，就成为经济学类第一畅销书。随后，他又出版了《牛奶可乐经济学 2》《牛奶可乐经济学 3》等作品。

《华盛顿邮报》这样评价他：弗兰克不是一位学术型经济学家，他主张经济学应该是一门根植于经验和观察的社会科学，而不是以数学为核心的硬科学。他所著的《牛奶可乐经济学》把经济学从数学中解放了出来，并为其在人们的日常生活中生根发芽提供了无限的能量。

弗兰克系列作品



作者演讲洽谈，请联系
speech@cheerspublishing.com

更多相关资讯，请关注



湛庐文化微信订阅号

圣诞树与小凳子

大多数通俗读物的作者都打心眼儿里渴望自己的书变成畅销书，但现实告诉我们，此事的发生概率很小。每年出版的图书数以万计，只有很小一部分能卖上几万册。所以，听说我的《牛奶可乐经济学》居然在中国这个全世界人口最多的国家成了畅销书，震惊之情实在难以言表。去年我收到不少中国读者热情洋溢的来信，知道这本书有了一批善汲新知的受众。我委实不知道这本书竟然成了中国的畅销书，真是吃了一惊！

我以为，《牛奶可乐经济学》成功的原因在于，通过解答日常生活里的有趣小问题，帮助读者对基本的经济学原理有了深刻的理解。一旦掌握了这些最重要的基本原理，人们就会克制不住地想要利用它去揭示这个世界的所有真相。当然，这也是我在《牛奶可乐经济学 2》中仍在坚持达到的目标。

就拿我最近的一次经历来说吧。我的常任教职是在康奈尔大学，它位于纽约州的一座小城伊萨卡，在纽约市西北约 360 公里。可 2008—2009 学年，

我和妻子住在纽约市，因为我在纽约大学做客座教授。尽管这两座城市有许多截然不同的地方，生活的不少方面却大同小异。比如，跟美国的所有地方一样，这两座城市的不少人都喜欢按照传统方式，在圣诞假期买一棵树装饰起来放在家里。一般而言，家庭圣诞树得用一张四脚小凳固定住根部才能放得稳稳的。可伊萨卡和纽约卖的圣诞树有个有趣的差异。

在伊萨卡，树几乎总是单独卖的，小凳子得另外买。我和不少邻居都买的是结实耐用的凳子，能方便地调整树的位置；而在纽约，树一般是和附加的简陋小凳子一起卖的。为什么会有这样的差异呢？大多数人每年展示圣诞树的时间不超过一个月，如果你买一张昂贵的可调式脚凳，就意味着剩下的 11 个多月你得另外找地方搁它。纽约的房价在全美数一数二的贵，人们大多住在小公寓里，额外的储物空间少得可怜，甚至干脆没有。可在伊萨卡，大多数家庭住的是独栋楼房，即便是公寓，面积也大得多。不少人家都有地下室、阁楼、车库，或者其他用来搁置杂物的地方。所以，纽约出售的圣诞树附带廉价的固定脚凳，或许是因为纽约人没地方搁置一张暂不使用的结实凳子。反之，大多数伊萨卡人有许多额外空间，对他们来说，买一张结实耐用的可调式脚凳每年重复使用，这样的做法更经济实惠。

这个例子阐明了所有基本经济学原理中最重要的一条——成本效益原则。该原则指出，唯有当某事带来的收益不小于成本时，你才应当做它。听上去似乎非常简单，可大多数人对它并没有太透彻的理解，也不能正确地运用自如——除非他们亲身加以实践。幸好实践并不麻烦，由此得到的回报又很突出：一旦你真正理解了成本效益原则，就会逐渐认识到周遭世界各种各样有趣的新模式。

这也是我撰写本书的目的——以简单、有趣的内容，兼顾严谨与易读，将经济学介绍给所有感兴趣的读者；在教会读者技术工具的同时，培养他们对经济学的直觉；只有二者兼顾，才能真正地掌握“经济学家独特的思维方式”，由此，读者才能爱上经济学。

在 2008 年经济危机爆发的大环境下，公众对经济学的兴趣日益浓厚——

这毫不令人意外。有人说，经济学就是一种思考方式，帮助你最充分地利用各种可行机遇。倘若全世界的经济活动萎靡不振，所有人的机遇也会随之减少，这样一来，尽量明智地开发手边的机遇，就变得更为重要了。简而言之，人们现在对经济学更感兴趣，是因为了解经济学的收益比从前更大了。

即便你已经明白在经济学上花点时间对自己有好处，也仍需要决定怎么做这件事。以历史的眼光看，大多数想要学习经济学的人采取的办法是去大学选修一门经济课，但经验告诉我们，这些经济课程一般没办法卓有成效地教人们掌握经济学的思维方式。恰恰相反，它们还会用成百上千个独立概念把学生吓趴下。许多概念都是用数学公式表达的，学生们理解不了也记不住，更无从在实际环境中加以应用。

另一个更为有效的方式是看若干基本经济学原理反复使用，帮助解答来自熟悉环境中的各种有趣问题。这就是你在《牛奶可乐经济学》和《牛奶可乐经济学2》里读到的方式。而后者保留了前者吸引忠诚读者的精华，并且在诸多细节上做了改进，阅读体验更佳。拿起你手中的这本书吧，你会发现学习经济学真的非常有趣。一旦掌握了这些最重要的基本原理，你会惊讶地察觉，原来我们的日常生活中有那么多有趣的新模式！

Robert N. Frank



扫码关注“湛庐教育”，
回复“牛奶可乐经济学”，
进一步了解弗兰克教授和他的研究。

最通俗实用的经济学课堂

我撰写本书的目的是想以简单、动人的内容，向读者发起智力挑战。市场上有些经济学书籍打着“易读”的名义，牺牲了内容的严谨性。尽管这种书有时候颇能讨得读者欢心，但不能为他们在进一步深造时打下良好的基础。还有些经济学书籍侧重严谨性，却牺牲了易读性。严谨往往意味着长篇累牍的数学公式，这样的课程把不少大学生都累垮了。即便有少数学生最终学会了解决抽象的数学式经济问题，可在日常的小问题面前频频束手无策。我一贯相信，经济学书籍可以严谨与易读兼得。从这本书的销售范围之广来看，相信有不少读者同意我的说法。

我深深相信，传授直觉与传授技术工具，两者是互补关系，而非替代关系。只学会技术工具的学生，很难培养起对经济学的真正热情，更不可能掌握所谓的“经济学家独特的思维方式”。

相反，培养起经济直觉的学生，能够对学习到的技术工具进行更深入地

思考，找出使用这些工具的有趣方式。更重要的是，他们大多最终会爱上经济学。

本书不厌其烦地探讨了核心分析工具。与此同时，又把这些工具结合到各种生动的实例当中，阐明经济学思考方式的魔力和多种用途。

博物经济学

在 35 年的教学生涯中，我发现，要培养学生的经济直觉，最有效的方式莫过于训练他们养成“博物致知”的习惯。学习生物学的有效方法，是要让人们观察并震惊于许多平常所忽视的生命细节。同样的道理，学习微观经济学，就是要让学生们以全新的视角看待日常生活中的平凡琐事。我希望通过贯穿本书的许多从日常经历中提取的实例，培养读者的直觉，教会读者把现实场景的每一个特性，都看成是对成本效益原则间接或直接的反映。

举例来说，我把自己教授课程的讲义放到大学内部的服务器上，经济学院的副院长兴高采烈，管理学院的副院长却忧心忡忡。这叫我百思不得其解。开课后一星期，我收到管理学院副院长的一封急信，告诉我应该在管理学院的复印中心将讲义复印成册，再发给学生。经济学院的副院长却没有这么要求。

于是，我请管理学院副院长解释一下他要求我这么做的原因。他说，学生们在管理学院的计算机实验室下载并打印我的讲义，打印的成本是一页 5 美分，可在管理学院的复印中心，复印一页的成本只要 1.25 美分。而对于管理学院来说，学生们在计算机实验室和复印中心的打印、复印费用皆由院方承担。所以，讲义的成本当然越低越好。

为什么经济学院的副院长不担心这个问题呢？那是因为在经济学院，院方只承担讲义的复印费用。经济学院的学生们在计算机实验室下载并打印讲义，成本会直接计入学校的账户，而不会计入学院的账户。故此，对于经济学院来说，这相当于不为学生的讲义付钱。

在这本书中，有许多类似的对现实生活的思考。在我的经济学课上，最重要的作业是请学生们写两篇 500 字以内的简短论文，汇报他们尝试进行博物经济学思考的成果。这些短文的写作要点在于：**运用微观经济学原理，用普通人能理解的话语，解释一个日常观察到的现象。**学生们提出了诸如此类的问题：为什么航空公司提供的飞机餐那么难吃？为什么含蓄是一种迷人的品质？为什么游乐园收取固定门票，而不按游乐项目的受欢迎程度单项收费？为什么烟草公司广告太泛滥？为什么专业投资顾问的投资信息不可靠？

这项作业的妙处不仅在于让大多数同学乐在其中，还在于让他们终生都爱上了观察微观经济现象。

优选的主题

撰写本书的一个指导原则，是根据主题的重要性的掌握和难易程度，按比例分配其所占篇幅。因为基本的理性选择模型是微观经济学的基石，所以，我在这方面着了更多笔墨。对于需求理论以及生产理论中平均与边际概念的区别，我也多留了一些弹性空间讲解其应用。

为了解哪些主题最难于掌握，我还利用了行为经济学研究，找出人们在哪些方面会系统化违背理性选择模型的预测。比如，根据理性选择模型，理性的人会忽视沉没成本，而实际上，不少人深受其影响。简单地说，要是有人收到一份贵重的礼物，比如一双穿起来挤脚的昂贵鞋子，恐怕不大会穿它；要是这双鞋是自己掏腰包买的，大概会多穿几次。

在有关消费者行为的部分，我请读者们注意自己会在哪些场合做出非理性的选择。有人会想，我们煞费苦心地掌握理性选择模型细节的同时，却在探讨非理性选择的例子，这样会不会把自己弄糊涂呢？这个问题问得有道理，但从我的经验来看，情况恰好相反。这类例子恰好强调了传统理论中蕴含的规范信息。接触过这些例子的读者，总能对微观经济学的基础理论原则有更深入的

看法。实际上，能够看穿不少消费者做出的错误判断，往往会让人暗暗感到骄傲。若有读者希望更详细地了解认知局限如何影响消费者行为，本书有整整一章的内容阐述这一主题。二十年前，不少经济学专业的人士尚对行为经济学持很深的怀疑态度，但随着加州大学伯克利分校经济学家马修·拉宾（Matthew Rabin）获 2001 年克拉克奖^①，丹尼尔·卡尼曼（Daniel Kahneman）获 2002 年诺贝尔经济学奖，行为方法现已成为微观经济学的主流研究方法。

利己主义的宽泛概念

我的另一个目标是在个人选择模型的参数里融入一个更宽泛的概念。大多数微观经济学的书籍会在开篇就说，理性选择模型认为人的品性是固定不变的。人们有可能是利他的、施虐的或者受虐的，也可能只关心自己的物质利益。除此以外，大多数书籍对狭隘自利之外的动机避而不谈。原因很容易看出来，因为经济研究凭借这一对人类动机的描述，获得了最大的好处。比如，它能告诉我们：为什么油价上涨以后，福特停产了旗下的超重型“远行者”SUV？为什么配备了独立电表的公寓，取暖器的温度一般定得较低？

然而，读者们会敏锐地发现，经济学的假设和我们所知的许多人类行为并不相符。人们参加选举的投票活动，向公共电视台和私人慈善机构匿名捐赠，向患有白血病的陌生人献骨髓。他们宁肯承受极大的麻烦和损失，也要看到正义的伸张，哪怕此举无助于平复最初的伤害。他们冒着生命危险，从失火的房屋里救人；他们跳入冰冷的河流，捞起奄奄一息的溺水者；士兵纵身扑在引爆的手榴弹上，牺牲自己而挽救战友的性命。从大多数经济学教科书里强调的利己理论来看待这类行为，就好像用圆形塞子插方瓶口儿——格格不入。事实上，不少读者都极为反感我们的利己模型，他们认为这太过狭隘与卑鄙。

本书的观点是，在许多环境下，利己动机的重要性不容置疑。它利用初

① 克拉克奖（John Bates Clark Award），美国经济学会颁给全美 40 岁以下最出色经济学家的双年奖。——译者注

级博弈理论，找出在哪些环境下，持有无私动机的人比纯粹的机会主义者更具有竞争优势。例如，公认的合作者往往能解决囚徒困境和其他承诺问题，纯粹的自私者却办不到。

我们的人类本性理论模型之所以重要，并不仅仅是因为它们塑造了我们对他人行事方式的心理期待。经济学是最认同人类行为利己模型的社会科学。这一模型是否潜移默化了我们对他人，甚至对自身行为的期待？康奈尔大学的心理学家汤姆·吉洛维奇（Tom Gilovich）、丹尼斯·里根（Dennis Regan）和我就这一问题做了调查。大量迹象表明，碰到两难处境时，经济学家比其他人更容易采取投机做法。例如，学院派经济学家中，说自己从不向私人慈善机构捐钱的人数，比我们所调查的其他任何学科的专家都多；在跟陌生人玩一次性的囚徒游戏时，经济学院的学生背叛的可能性比其他学院的学生高两倍。

这一差异并不仅仅说明，以经济为主修科目的学生天生就比较爱投机。因为我们还发现，学生学习经济学的时间越长，背叛率就越高。问卷调查同样指出，选修第一门微观经济学课程的大一学生，在学期结束后比开学时更倾向于认为他人会从事投机行为。

故此，我们有理由担心，只强调狭隘的利己动机，经济学家或许会伤害学生们的合作天性。

本书的其他特点

本书中的实际应用案例，很多都是从日常生活中提取而来，为的是方便读者体会和深入理解。

本书所附插图是《纽约客》杂志的著名插画家米克·史蒂文斯（Mick Stevens）用黑色墨水绘成的。黑白就是它们最棒的样子。

读过我先前作品的读者会发现，我仍在不懈努力，使行文更加洗练。过