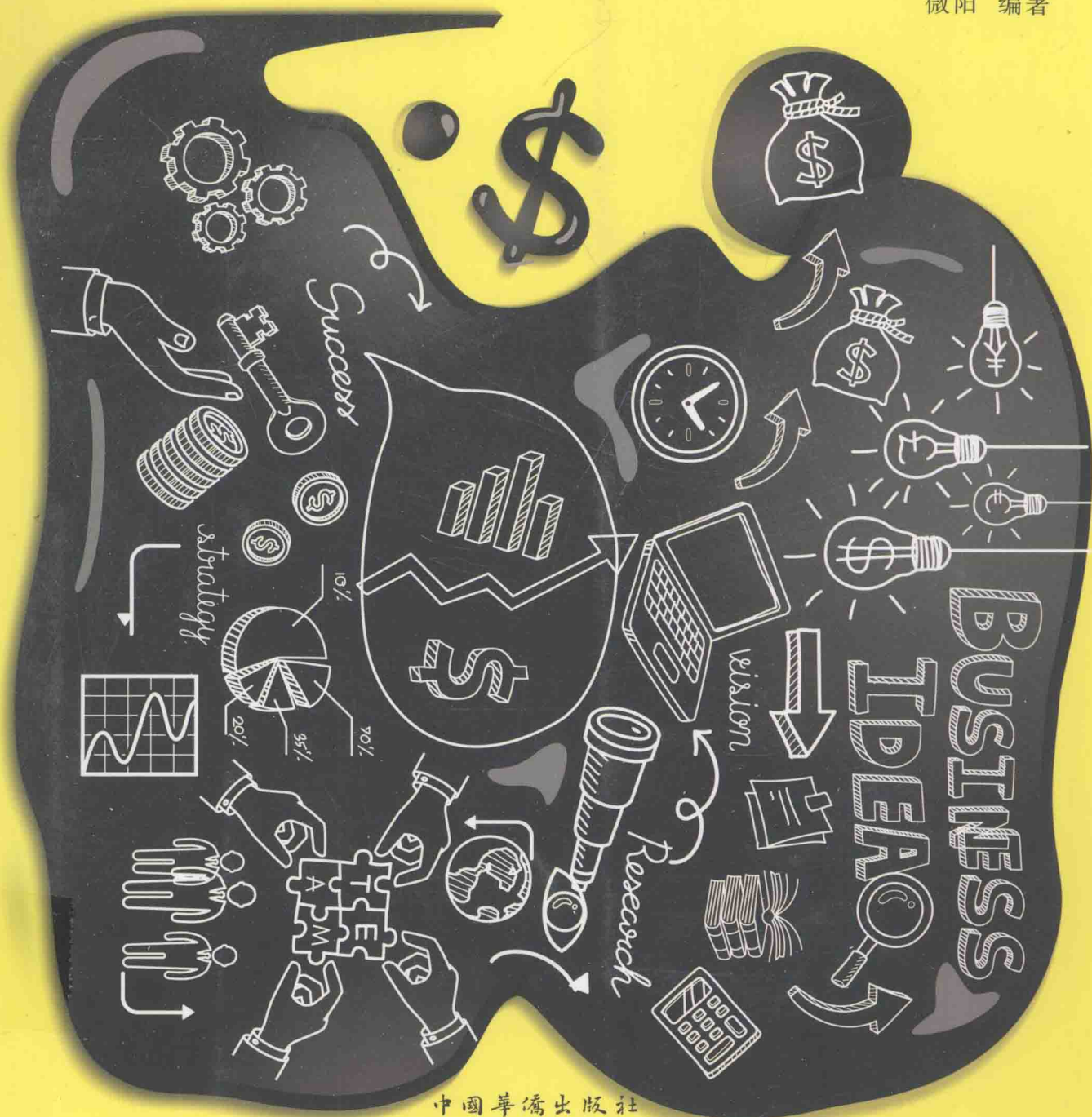


重口味经济学

用经济学揭开重口味现象背后的本质

微阳 编著



中國華僑出版社

日常生活中荒诞行为的经济学解读

重口味 经济学

用经济学揭开重口味现象背后的本质

微阳 编著



中国华侨出版社

图书在版编目(CIP)数据

重口味经济学：用经济学揭开重口味现象背后的本质/微阳编著.
—北京：中国华侨出版社，2014.7
ISBN 978-7-5113-4763-3

I.①重… II.①微… III.①经济学—通俗读物 IV.①F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 146574 号

重口味经济学：用经济学揭开重口味现象背后的本质

编 著：微 阳

出 版 人：方 鸣

责任编辑：文 丹

封面设计：李艾红

文字编辑：胡宝林

图文制作：北京东方视点数据技术有限公司

经 销：新华书店

开 本：1020mm×1200mm 1/10 印张：44 字数：780 千字

印 刷：北京中创彩色印刷有限公司

版 次：2014 年 8 月第 1 版 2014 年 8 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5113-4763-3

定 价：29.80 元

中国华侨出版社 北京市朝阳区静安里 26 号通成达大厦三层 邮编：100028

法律 顾 问：陈鹰律师事务所

发 行 部：(010)58815874 传 真：(010)58815857

网 址：www.oveaschin.com

E-mail:oveaschin@sina.com

如果发现印装质量问题，影响阅读，请与印刷厂联系调换。



前言

P R E F A C E

我们的生活消费、职场工作、经营管理、婚姻爱情等无处不充斥着一些奇怪的现象：为什么一见钟情到最后会一见就堵？为什么明星不愿意生孩子？为什么婚外情让法律很为难？为什么女模特比男模特收入高？为什么堕胎可以降低犯罪？为什么北大高才生可以卖猪肉？为什么三个和尚反而没水喝？为什么经济学家不为打破的玻璃难过？……其中有些是我们司空见惯却无法合理解释的；有些是我们认为理所应当，但深究起来却又觉得有奇异之处的；还有一些则是从发生伊始就让我们充满疑惑的。但如果我们掌握了一些经济学的分析工具和方法，便能拨开重重迷雾，看清这些奇怪现象背后的真相。

为了帮助大家用经济学的眼光和思维看清生活中形形色色的奇怪现象，从而更理性地抉择工作和处理生活中的各种问题，我们特编写了这本《重口味经济学：用经济学揭开重口味现象背后的本质》。这本口味麻辣、刺激的经济学的书全面而深入地揭示了人们的消费、工作、理财、爱情、婚姻、管理等方面存在的种种奇怪现象背后的经济学原理，剖析了那些不易察觉的非理性行为，诠释了生活的本质与真相，并为读者提供了相应的应对措施，从而帮助读者更好地了解自己、读懂他人、透视社会，做到见怪不怪，以怪制怪，化生活的非常态为常态，更好地驾驭学习、工作、生活。书中内容既新颖有趣，又能启发读者思考，引人入胜，我们力求让读者认识到经济学重口味的一面，从容看清经济学到底在我们身边布下了什么迷阵，到底生活中都隐藏了哪些秘密，到底工作中又有哪些不为人知的故事，同时通过日常生活中的常见例子，来介绍经济学的基本知识，并且帮助读者把经济学的智慧运用到生活和工作中去，让读者既能在精神上得到知识的愉悦，在欲望、诡计、陷阱和谎言背后读懂经济学，更能在工作和生活中以经济学家特有的“法眼”识破一切诱惑、机关，从而避开陷阱，有效地保护自身的利益。

这是一本颠覆你的传统印象而又妙趣横生的书，书中幽默的故事、有趣的案例和我们对案例的精彩点评，避免了传统经济学著作空洞的理论、抽象的概念和公式、让人一头雾水的数字和符号。所以你大可不必担心看不明白，完会可以放下负担，抹去经济学给你的枯燥感，现在就跟随本书去拨开生活的迷雾，寻找破解一切的秘密！学习重口味经济学并不是教你



变坏，而是要让你少走弯路；并不是要把你变成经济学怪才，而是让你在生活的陷阱中从容周旋。如果你不懂得用经济学来分析生活中的一些奇怪现象，你就会少些理性，多些冲动；少些智慧，多些愚笨。正如诺贝尔经济学奖获得者、美国著名经济学家约翰·凯恩斯所说：“经济学不是一种教条，而是一种方法、一种心灵的器官、一种思维的技巧，能帮助拥有它的人得出正确的结论。”我们学习经济学正是为了利用经济学指导生活。





目录

CONTENTS



第一章 为什么婚姻自始至终是垄断交易——市场 1

- 超市中总有卖不完的面包 1
- 电影院的爆米花要更贵一些 2
- 婚姻自始至终是垄断交易 4
- 市场也有失去效力的时候 5



第二章 为什么艾滋病毒也是濒危物种——竞争 8

- 为什么漂亮的姑娘更爱打扮 8
- 为什么在大医院看病难 9
- 为什么限塑令在小摊小贩那里不灵 10
- 降价竞争的企业早已经 OUT 了 11
- 合作是使事业成功的“双翼” 13
- 竞争优势效应：我+我们=完整的我 14
- 艾滋病毒也是濒危物种 15



第三章 为什么恋爱了就一定要结婚——边际效应 17

- 第一口啤酒总是最鲜美的 17
- 爱撒化肥的老农与减产的麦子 18
- 恋爱了就一定要结婚 19
- 工厂生产为什么不会无限制扩大 20
- 如果不是第一，最后就是灭亡 21
- 知识财富取之不尽，用之不竭 22
- 幸福与边际效用的关系 24
- 在边际的最后你还剩下什么 26
- 为什么一见钟情会变得一见就堵 26



第四章 为什么明星不愿意生孩子——机会成本 29

- 种小麦还是去酿葡萄酒 29
- 要获得机会，就要付出代价 31
- 比尔·盖茨为何早早退休 32
- 校园兼职牺牲的是什么 34

买不买车，这是一个问题	35
总经理就要干总经理的活儿	36
为什么明星不愿意生孩子	37



第五章 为什么男人会撒谎而女人也爱听谎言——沉没成本

沉没成本：失去的永不能再回来	39
不要在吃自助餐时想要赚回本钱	40
摔坏了的照相机应该拿去修理吗	42
航空公司亏本运营的秘密	43
付出越多的男友越执着	45
折旧的机器不再值钱	46
不要为了你的后悔埋单	47
恋爱的成本	49
男人会撒谎而女人也爱听谎言	50



第六章 为什么商品一样却价格不同——交易成本

商品一样却价格不同的神奇奥秘	52
组装还是套装，买哪种更实惠	53
吃肯德基，要网上订餐还是上门自取	55
一机多用大大节约了消费者的交易成本	56
真正了解顾客需求的商家更受欢迎	58
热恋时和分手时的交易费用分析	59
去星巴克应该买多大杯号的咖啡	61
同类店铺应该开在住宅区的什么位置	62



第七章 为什么美国大兵还不如秦军——寻租

孟买房屋租金堪比曼哈顿	65
民营书店无法摆脱经营困境	66
为什么我们常常要别人管	68
胸小就不能开电动车了吗	70
美国大兵还不如秦军有效率	71
人们为什么会寻租	73
租值消散，别说你不懂	74



第八章 为什么有人在股市里倾家荡产——预期

曹操是如何激励军队的	76
天气预报的准确度	77
你喜欢百事可乐还是可口可乐	78
美食不如美器，预期改变品位	80
现金变成度假，为什么反而高兴	81
2.2 亿的天价玉凳饱受质疑	83

省钱一样多，行为却不同	84
越有钱，就越一毛不拔吗	85



第九章 为什么错恋比正常恋更加热烈——偏好

萝卜是世界上最好的东西	87
我们天生就偏爱名牌吗	88
其实，9比10更加珍贵	89
戴劳力士的人一定要开宝马吗	91
1元钱对于穷人和富人的效用差别	92
消费者如何追求商品的高效用	93
为什么“情人眼里出西施”	94



第十章 为什么爱情没有最大的麦穗——替代效应

猪肉涨价了就多吃其他肉	97
为什么保健食品不能替代药物	98
城里唯一的补鞋匠死了，谁来补鞋	99
苹果人才济济，但乔布斯无可替代	100
被人替代并不是一件美妙的事情	102
做不可替代的员工更有前途	103
精明的经济人懂得因时而变	104
爱情没有最大的麦穗	105
最美的爱情总以悲剧结束	107
放手也是爱情的智慧	107



第十一章 为什么老虎·伍兹不自己剪草坪——比较优势

中国的大蒜和葡萄牙的酒	109
越南制造为什么有吸引力	110
老虎·伍兹应该自己剪草坪吗	112
能力是获得天价收入的真实原因	113
无论谁都拥有比较优势	114
找准比较优势，才能找到适合的工作	116
推动专业化生产，打造自己的比较优势	117



第十二章 为什么婚姻自古讲究门当户对——帕累托最优

明星富豪的结合是帕累托最优吗	119
观众在球赛中场陆续进入	120
实现快乐的帕累托改进	122
效果适得其反的儿童免费医疗政策	123
谁都想达到帕累托最优的理想状态	124
产权和资源配置有什么关系	125



第十三章 为什么皇帝会杀功臣——信息不对称 128

为什么皇帝会杀重臣	128
为什么老虎会害怕毛驴	130
为什么娱乐报纸可以赚钱	132
二手车市场买不到好车	133
郑堂会烧掉名画	134
买家没有卖家精	136
股市没有内幕消息	137
三菱能够拿到订单	138
所罗门王能辨别孩子的妈妈	139
难就业和难招工同时存在	141



第十四章 为什么癞蛤蟆吃到天鹅肉，鲜花插在牛粪上——逆向选择 144

次优秀人才是怎么“炼”成的	144
非道德行为终于出现	146
“柠檬婚姻”，你过得幸福吗	147
在交友网很难遇到真正的知己	148
房子降价，买的人却越来越少	150
经营者选择裁员，不选择降薪	151
为什么皇帝的女儿也愁嫁	152
为什么比尔·盖茨娶不到美女	153



第十五章 为什么中彩票的人那么少——概率论 155

你见过中大乐透的人吗	155
不成功是运气不佳吗	157
生男生女与上一胎无关	158
是否应该固执强求相连的航班坐席	160
想吃什么吃什么的消费选择	161
先把做人成功的概率增大	163



第十六章 为什么高额烟草税会让犯罪组织从中受益——外部性 165

谁是污染的受害者	165
隔壁讨巧的豆腐生意	166
自习室里的可怜虫 PK 小情侣	168
我们身边的外部性现象	169
不知这个橄榄球会弹向哪儿	171
种公地无力，扫院子精神	172
如何防止悲剧重复上演	173
高额烟草税会让犯罪组织从中受益	175
公园的樱桃没熟就被摘光了，而路边的李子却没有人摘	177

公路独立的北行车道上发生了车祸，却使南行车道堵了车	178
灯塔只能由政府建设	179
公众会为环保塑料袋埋单	180
医疗收费会越来越贵	182
气候大会未能达成协议	182



第十七章 为什么婚外情让法律很为难——约束机制

失去了约束注定疯狂	185
到底是缺钱还是缺制度	187
李约瑟之谜与中国足球	188
夫妻之间的“合约”炒饭	189
一只狐狸“创造”一种规则	191
少数服从多数的制度悖论	192
让企业的明天变得更美好	194
优秀的总统能让我们的幸福更加牢靠	195
婚外情让法律很为难	197



第十八章 为什么堕胎可以降低犯罪率——犯罪经济学

苏比会做监狱梦	199
坏人总是欺凌弱小	201
人们会违章停车	202
堕胎可以降低犯罪	203
死刑并不是多多益善	204
成功的缉毒行动不一定能直接降低犯罪率	205



第十九章 为什么经济学家不为打破的玻璃难过——经济增长

要 GDP，更要幸福感	207
理性看待 GDP 的增长	209
无效 GDP 耗费，必须放弃的崇拜症	210
倡导绿色 GDP，与大自然和谐相处	211
工资增幅落后 GDP，影响拉动内需	213
不用为打破的玻璃难过	214
CPI 能告诉你钱值不值钱	216



第二十章 为什么有钱人只买贵的，不买对的——价值悖论

奢侈品总是越贵越好卖	218
运动鞋比轮胎还要昂贵	219
钻石真的比水更有价值吗	221
现状维持偏差反而妨害现状的维持	222
闲置电脑连接线能否高价出售	223
聪明人只买对的，不买贵的	224



第二十一章 为什么农民总是丰产不能丰收——弹性 226

- 上涨的油价和供给紧张的石油 226
- 超值午餐，亏本还是大赚 227
- 为什么丰产不能丰收 228
- 深夜出租车的优惠服务 230
- 产品价格越高，买的人却越多 231
- 购物返券，却不直接打折 231
- 就业难，随时微调你的行业指示灯 233



第二十二章 为什么粗粮反而成了香饽饽——均衡 235

- 为什么粗粮比细粮贵 235
- 牛肉价格越高，猪肉的需求就越大 236
- 对手为什么总喜欢做邻居 237
- 口渴的三个和尚喝上水 239
- 在讨价还价中走向均衡 240



第二十三章 为什么赠品反而让我们花费更多——免费效应 243

- 免费只是另外一个版本的垄断 243
- 我们为什么疯抢根本不需要的东西 245
- 互联网世界，只有广告免费 246
- 如果另有人埋单，那么是再好不过了 247
- 数字时代的无偿化将结束 249
- 免费经济的“底盘”有多大 250
- 免费时代，坐在家赚钱吧 251



第二十四章 为什么一只蝴蝶能搅起龙卷风——黑天鹅效应 254

- 次贷风波是经济的第一只黑天鹅 254
- “9·11”是经济的第二只黑天鹅 255
- 通用破产是经济的第三只黑天鹅 257
- 一只蝴蝶搅起一阵龙卷风 258
- 当心我们被既有的思维束缚 259
- 高风险意味着高回报吗 260
- 金融工具=不定时炸弹 261



第二十五章 为什么美国能玩转世界——货币 264

- 钱不是个好东西 264
- 为什么钱也不值钱了 265
- 钱只是虚拟富贵 266
- 格林斯潘具有神奇的魔力 267

热钱会成为战争	269
石油想与美元“悔婚”	271
美国对人民币说错了	272
朝鲜大嫂们生气了	274
挤兑会成为银行的致命软肋	275



第二十六章 为什么 1000 亿津巴布韦元买不回 1 条面包——通货膨胀

谁是通胀和紧缩的幕后黑手	277
萧条的唯一原因就是繁荣	278
石油暴涨让菜篮子轻起来	280
在你吃饭的时候菜价涨了	281
假如恶性通货膨胀出现谁会通知我	282
如何应对通胀之后的通货紧缩	284



第二十七章 为什么选美大赛成为选丑大赛——博弈

为什么不能第一个摘花	286
三个和尚会没有水喝	287
马屁股会成为火车的宽度	289
选美大赛会成为选丑大赛	290
乌龟要和兔子合作	291
驴子和驴夫都会遭受损失	292
为什么丈夫会要求严惩妻子	293
丈夫不敢真打妻子	295
婚纱照会超出自己的预算	296
长赌不赢不输	297
洛克菲勒会成为超级富豪	298



第二十八章 为什么播种了优种玉米却不丰收——囚徒困境

化解囚徒困境，赢得天长地久	301
摆脱企业管理中的困局	302
为别人着想就会有好的结果	304



第二十九章 为什么有人甘当笨蛋——博傻理论

一场注定会输的博弈	306
明知故犯的不等价交换	307
血本无归是赌客的不二结局	309
贪心让人们成为笨蛋	310
别做股市里的博傻笨蛋	311
继续寻找下一个冤大头	313

第三十章 为什么当小猪也有好处——智猪博弈 315

为什么小猪能不劳而获	315
鳄鱼与牙签鸟是好朋友	316
两倍的许愿机会让朋友成仇人	317
骂名也会成为借力	318
大商店旁边的小卖部生意好	319
利他才能利己	321
越聪明得到的越少	322
美洲虎也有烦恼	323
吃亏是福	324
商业促销中的“名人效应”	326

第三十一章 为什么强吃剩饭是更大的浪费——消费 327

节俭导致衰亡，奢侈反而导致兴隆	327
皇帝不禁止奢侈，富人不应该鼓励节俭	328
只买江诗丹顿手表，而不是上海手表	330
比尔·盖茨该坐头等舱	332
“900一只”有人买，“1800一双”无人问	333
消费者更愿意去便利店，而不愿意去超市	335
有人愿意在吉祥号码上花大价钱	337
小城市白领的职业装比大城市要便宜	338
吃豆沙糕而不是巧克力薄饼	339
强吃剩饭是更大的浪费	340

第三十二章 为什么南郭先生会迁怒齐宣王——公平 342

老公害怕说真话	342
南郭先生会迁怒齐宣王	343
交通肇事没判死罪	346
少数服从多数并不民主	347
高税收不能“劫富济贫”	349
对拥挤的高速公路收费不是良策	351

第三十三章 为什么白毛女可以嫁给黄世仁——婚姻 353

白毛女可以嫁给黄世仁	353
涓生与子君最终分手	355
婚姻不是一张长期饭票	356
为什么女方索要彩礼	357
妻子反对丈夫娶小妾	358
单身贵族结不起婚	360
金龟婿会喜新厌旧	361

“剩女”抢做“经济适用型”太太 363
 日本女人要嫁中国男人 364
 离婚也是场交易 365



第三十四章 为什么北大高才生可以卖猪肉——就业 367

上帝要和我们抢饭碗 367
 大学生不如农民工 368
 月嫂难求而白领过剩 370
 捡废纸会成为进入职场的敲门砖 371
 为什么不向美丽征税 372
 为什么不把自己明码标价 373
 洋打工者也来中国抢饭碗 375
 占有高端岗位，有效劳动 376
 热门法学专业难就业 377
 北大高才生可以卖猪肉 379
 轻易跳槽者会遭到专家批评 381



第三十五章 为什么女模特比男模特收入高——薪水 383

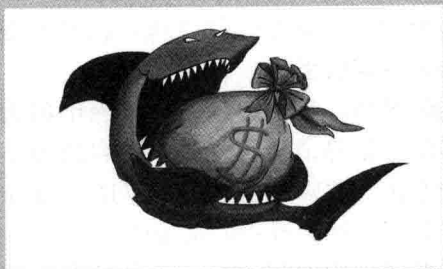
为什么能人怀才不遇 383
 傻瓜比聪明人赚钱多 384
 为什么有些人总是原地踏步 386
 补鞋匠的地位举足轻重 387
 女模特比男模特收入高 389
 工资随着工作年限增长，而不是随着工作效率增长 391
 你月薪只能 800，而他月薪却有 8000 392
 工资是自己要的而不是老板给的 393
 工作不能太卖命 395
 会哭的孩子有奶喝 398



附录一 神奇的经济效应 400



附录二 经济学入门关键词 411



第一章

为什么婚姻自始至终是垄断交易——市场

超市中总有卖不完的面包

通俗地说，市场应被理解成是一种买者和卖者决定价格并交换物品或劳务的机制。从艺术到污染，几乎每一样东西都存在相应的市场。市场可以是集中的，如股票市场；也可以是分散的，如房地产或劳动力市场。它甚至可以是电子化的，例如许多金融资产或服务是通过电脑进行交易的。市场的最关键特征是将买者和卖者汇集到一起，共同决定商品的价格和成交的数量。

市场是一部复杂而精良的机器，它通过价格和市场体系对个人和企业的各种经济活动进行协调。它也是一部传递信息的机器，能将成千上万的各不相同的个人的知识和活动汇集在一起。在没有集中的智慧或计算的情况下，它解决了一个连当今最快的超级计算机也无能为力的涉及亿万个未知变量或相关关系的生产和分配等问题。并没有人去刻意地加以管理，但是市场却一直相当成功地运行着。在市场经济中，没有一个单独的个人或组织专门负责生产、消费、分配和定价等问题。

我们通常想当然地认为经济会顺利进行。当你走进一家超市时，你想要的东西——面包、麦片粥、香蕉等通常都摆在货架上。你付款之后就可以将这些食品打包带走，然后美美地享用。世上还有什么事比这更简单呢？

如果稍稍想一想并仔细观察一下，你也许会对每天为你提供面包的市场机制赞叹不已。这些食物在提供给你之前可能已经经历了5个或10个环节，它们成年累月地穿越全球的每一个国家、每一个角落，先后经过农民、食品加工者、包装员、运货员、批发商及零售商等一整套链条。整个过程似乎是一个奇迹：适量的食品被生产出来，运送到合适的地点，超市中总是有卖不完的面包。

除了有卖不完的面包，还有牛奶、咖啡等，只要你需要就能够在超市中找到。而真正的奇迹是：整个体系运行过程中，没有任何人进行统一指导或强制运作。成千上万的



企业和消费者自发地进行交易，他们的活动和目的通过看不见的价格和市场机制得以协调。没有任何人决定生产多少鸡肉，货车运往哪里，以及超级市场何时开业。然而，最终当你需要时，食品便会出现在商店里。

如果我们仔细观察我们的经济，就会很容易地发现市场无时不在我们周围创造类似的奇迹，成千上万的人无需统一指导或指令性计划，自愿地生产出许许多多产品。事实上，除了极个别的例外（如军队、政府和学校），我们的大部分经济生活都是在没有政府干预的情况下进行的，这才是人类社会真正的奇迹所在。

近代经济学之父亚当·斯密提出实现市场秩序井然有序的神秘力量就是有“一只看不见的手”在掌控着市场。这一发现是经济学史上最伟大的成就。人们在追逐利益之下对经济事项进行各种决策的结果就是整个社会通过“一只看不见的手”来进行调和，实现均衡。这只手就是追逐经济利益的我们的核心，它通过市场价格机制来实现。

价格对保证超市随时拥有充足的面包发挥了极为重要的作用。对于生产者和消费者来说，价格是一种极为有效的调控信号。如果消费者需要更多数量的某种物品，该物品的价格就会上升，从而向生产者传递出供给不足的信号。例如，每年夏天，由于许多家庭外出旅行，汽油的需求量会大幅度上升，从而价格也会上升。较高的价位一方面刺激石油公司增加产量，另一方面抑制旅行者延长行程的愿望。

此外，“看得见的手”对“看不见的手”的有形管制，也是使得超市能够有充足面包供应的重要原因之一。正如凯恩斯所强调的，经济学的基本课题之一就是确定政府同市场的合理界限。如果我们追溯下现存的界限是如何发展起来的话，那么我们对这个问题也许会有进一步的理解。

在中世纪，欧洲和亚洲的经济活动大多由贵族阶层和城镇行会来指导。然而，大约两个世纪以前，政府对价格和生产方法的控制力开始日渐减少。封建主义的枷锁逐渐让位于我们称之为“市场机制”或“竞争资本主义”的制度。

在计划经济时代，如果要买米的话，就必须到粮所。粮所那些人服务态度非常差，和他们关系好的话，就可以买到好的米，否则就只能买到差的米，并且还缺斤短两。总之，老是要看他们眼色，不敢显露半点不满。

无论是在欧洲的封建社会还是现代计划经济时期，不光是大米，还有很多东西都是无法用金钱直接买到的。缺乏市场的自我调节，没有明码标价，你永远不知道要获取它的代价是多少。单纯从价格角度来看，很多东西确实很便宜，但就是买不到。买不到的东西，即使价格便宜也是没有任何意义的。没有市场的地方，只是人们获取东西的竞争规则发生了变化，从货币转变为其他方式，但代价是永远存在的。

市场经济相比于计划经济，在价格机制上的交易以灵活见长。在市场体系中，每样东西都在价值基础上确立价格。价格代表了消费者与厂商愿意交换各自商品的条件。如果消费者同意以4000元的价格购入一台冰箱，这就表明该冰箱对于消费者的价值高于4000元，而这一价格也高于交易商眼中该冰箱的价值。这样，冰箱市场就决定冰箱的价格，并通过自愿交易将冰箱分配给那些对其具有最高价值的人。

在既有的经济秩序下，市场经济一直在良好运转着。

电影院的爆米花要更贵一些

毫无疑问，现在越来越多中国人的生活方式开始西方化。早晨吃全麦面包喝脱脂牛奶，把在肯德基或者麦当劳里解决午餐当成一种习惯，到了周末就会充分利用自己的闲暇时间进行放松——电影院也许是周末消遣的最好去处之一。一张电影票，一桶爆米花，一上午的时间悠然自得。

喜欢在电影院一边看电影一边吃掉一桶爆米花和喝掉一大瓶汽水，就像边看棒球赛边吃几个热狗喝啤酒一样。这样的外出消费在任何家庭的娱乐预算中都占了不小的部分。

但是细心的你发现没有，电影院的爆米花要更贵一些，为什么呢？这先要从电影院这个小市场的定价系统说起。

一般来说，电影院在定价上都有以下特点：

第一，电影院对非老年人与儿童（一般指13岁以下的）和老年人（一般指55岁及以上）收的票价不一样，但是爆米花以及其他商品的价格却都是一样的。

第二，在电影院大桶（只有7盎司，1盎司=28.350克）爆米花的价格是7美元，也就是相当于1盎司1美元。另外，一桶爆米花的价格几乎是（非老年人）成年人电影票价格的75%，是儿童或老年人票价的90%以上。

可是一大包玉米粒有多么便宜？粮店以0.85美元/磅出售两磅重的袋装玉米。而且，一磅重的玉米大概能爆出3桶多电影院卖的爆米花。加上植物油和材料成本，在家制作电影院出售的一桶爆米花只需要0.55美元。这就表明电影院卖的桶装爆米花价格是在家制作爆米花的成本13倍左右，而且电影院单从材料上获得的利润一定超过90%——他们在大量购买玉米和油的时候往往能够获得折扣。

价格差异是显而易见的，但这只是市场运转的最后表现。从源头上说，电影院爆米花更贵主要与那里的爆米花供应存在明显的卖方市场优势有关。由于电影院中爆米花供应只有一方，再加上很多电影院不让带零食进入，爆米花供给小于需求，卖方在交易上处于有利地位。在卖方市场上，商品供给量少，由于供不应求而不能满足市场的需求，即使商品质次价高也能被销售出去，商品价格呈上涨趋势。卖方在交易上处于主动地位。

卖方市场的存在，意味着商品交换中买卖双方之间的平等关系，已被商品的供不应求所打破。卖方市场是商品经济特有的现象。资本主义商品经济中的卖方市场是在价值规律的自发调节之下，伴随着资本主义再生产周期中的复苏阶段和繁荣阶段出现的；社会主义商品经济发展的一定时期，也会出现卖方市场，这也是社会总供给和社会总需求比例失衡时出现的一种市场状态。

针对这些定价策略有一个简单、也是经常被引用的解释：电影院通过对成年人和儿童以及老年人制定不同的价格来把看电影的人引到他们垄断的商品面前。这就牵扯到一个市场分割的问题。

市场分割就是细分市场，其重要的核心是让同一个分割市场达到最大的同质化，不同的分割市场达到最大异质化。这个做好了，自然定位就出来，不同的细分市场，企业的定位肯定是不同的。而营销组合就是帮助被细分的市场实现定位。这种市场分割经常出现在电影院或机场里爆米花的定价上。

实际上，不同的价格是垄断市场力量的初步印象证据，经济学家一直这么认为。电影院往往有垄断价格的权力。而且，一旦顾客通过检票口的转门，电影院就成功地使顾客掉入陷阱，从而容许电影院给爆米花和其他商品定价。毕竟，一些电影院在一个城镇或一个城市的某个地区是唯一的一家电影院，要想看一部时下刚刚上映的电影，就只能去那家电影院。所以爆米花价格没得选，你只能选择吃或者不吃。

如果被问到电影院里的爆米花为什么这么贵，许多确信自己完全清楚这个问题的人会回答：“电影院利用叫座的电影把人们引诱到了电影院来。这些看电影的人就掉入电影院的设计里，然后不得不购买电影院柜台提供的商品，因为其他销售商不允许在这里与之竞争。”