

家庭经济通

王晓雄

隋明梅

著



序

陈岱孙

王晓雄、隋明梅两位同志写了一本关于家庭经济学的书，将以问世，来求序。

全书分八章，共八十九个题目；内容从家庭生产财务核算，民事法律至菜摊、君子兰、轿车梦等等。每一题目所及似乎都是琐事，并以讲小故事轻松的笔墨为表达形式。在今日，以所谓严肃的科学的的面目出现的现代经济学眼里，它似乎未必是其所能接受为可同处在同一学术庙堂，为社会所承认的经济科学的一亚科。

家庭经济学并不是一个陌生的名词。在今日西方国家，和在解放前我国内，某些少数的高等院校中，都曾有过这门学科或专业。它主要包括食物营养，屋内装修和陈设，穿着设计，婴孩抚养，家庭簿记核算，地区关系等等方面课程内容。在西方国家，它称为“家庭经济学”(HOME ECONOMICS)，而在国内则被译称为“家政学”。本书和这一门学科似无直接的瓜葛，虽然这门学科，无论在西方或国内，也曾被所谓严肃的经济学认为“非我族类”。

我们毋宁认为，本书的题材有着一个更古老、更有声誉的世系。中文经济学一词是西欧文字中 ECONOMICS 等字的译词。而西欧各文字中 ECONOMICS 等字则源自希腊文中，由义为家庭的 OIKOS，和义为支配、管理的 VOMOS 二字所组成的“OIKOVOMIKOS”。所以，这一词的原型含义是家庭管理。在这一时期，希腊正处于奴隶社会的历史阶段，奴隶主占有奴

隶和生产资料；社会生产以家庭为单位，由奴隶进行。因此，在希腊文中，“经济”这一词所涉及者就是如何组织管理奴隶生产的问题。希腊哲学家赞诺芬，在公元前第四世纪上半期所写的名为《经济论》（《ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ》）的一本书是西方古代最有代表性的，专论家庭奴隶生产的经济著作。

可以说，在古希腊，“经济”（ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ）一词指的是私人的经济。由于当时私人经济几乎等同于以家庭为单位的奴隶生产，所以“经济”一词只能意味着以家庭管理为内容的家庭经济。至于当时社会中同时存在的若干不属于家庭管理的公家经济问题，在古希腊哲学家著作中，却被纳入政治和政治哲学范围。应该指出，哲学家们也承认私人经济和公家经济有一定共同之处。柏拉图在《政治论》中曾说过一个大家庭和一个小国家几乎没甚差别，执政的艺术既可称为政治，也可以称为经济。实际上，苏格拉底，在柏拉图之前，就已经说过类似的话。他认为家庭和国家间的区别，更多是程度的问题；在每一国家存在着一些同于家庭管理的因素；在每一家庭也存在一些同于国家事务的因素。但是在学科范畴的区分上，他们仍然把私人 and 公家的经济分开，而“经济”（ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ）仍然只包括组织和管理奴隶生产的私人家庭经济。

随着在历史历程中，商品经济的不断扩展，私人经济突破了家庭的范围而演化为社会生产，交换各种组合形式，而且把依古义原属于政治范畴的部分公家经济改隶于经济学。到了中世纪和近代之交，为国家提供必要财富充实国库的要求，和为了满足这要求，应该采取的，通过对工商的控制以求社会富裕的手段、政策，引起了当时政治家强烈的注意。于是出现了旨在于强调和“经济学”古义有别的“政治经济学”一词。但

是，到了十九世纪的末年，社会富裕的含义，有了从较少地从国家经济的角度，到从更多地从人民本身福利的角度，来考虑的变化。于是“政治经济学”又去掉“政治”这一前缀词而仍恢复为“经济学”这一旧称，虽然其后者的内涵和其原型的古义有了天壤之别。

值得注意的是，在这发展的过程中，作为经济学古义主体的家庭管理却悄然消失。当然，在社会大生产商品经济占优势的近世，家庭经济，在全部的社会经济行为中，占的成份必然甚小。但家庭，作为社会一个重要组织，其集体的行为不能和社会经济无关；至少，在社会消费中，它还是一个有一定分量的因素。上面对本书提出其具有古老世系的说法，和这一世系在其简单发展过程中，内涵的改变，是否也提出了一个问题，即近世所谓经济学对家庭经济学完全断而不与以经济科学中一席之地的习惯，是否尚有可议之处？

本书所涉及的是在一个商品经济发达的社会中，现代家庭所可能遇到的各种经济问题。这些问题当然不是古代社会所具有的。所以，同是家庭经济学而内容绝不相同。但恰是同是家庭经济学这一点是值得我们注意的。本书没有岸然道貌式的说教，也不沉溺于故弄玄奥的论辩；行文力求具有可读性。但书中确涉及不少有关于理论争议的问题。它不只是以家庭成员为对象。一般经济工作者也许可以在书中看到自己在所谓严肃经济学教科书中所没有提出或没有解决的问题。当然，如果因此即讥所谓严肃经济学之完全忽视家庭经济为“数典忘祖”，似乎是小题大做。但也应该肯定本书提出的问题对于所谓严肃经济学未始不起着补缺拾遗的作用而对于经济学知识的普及更有着不可忽视的功效罢？是为序。

一九八九年二月十五日

目 录

家庭经济通的话·····	(1)
--------------	-----

第一章 铁算盘

1. 名牌与非名牌之争·····	(2)
2. 该不该买“半年闲”·····	(6)
3. 古董的价值·····	(10)
4. 逛市场基本功·····	(13)
5. “经济动物”·····	(17)
6. 消费适度·····	(20)
7. “领头菜”的奥秘·····	(23)
8. 室内装修新思路·····	(26)
9. 从买相机说到租·····	(29)
10. 大小家庭哪个好·····	(32)

第二章 管理者

11. 家庭记帐·····	(35)
12. 购买新产品问题·····	(39)
13. 口传广告·····	(42)
14. 劳务商品的价格·····	(46)
15. 清“仓”查“库”·····	(50)
16. 楠楠的感冒药·····	(54)
17. 沙发换啤酒·····	(57)
18. 礼品学·····	(60)
19. 关于小三轮的对话·····	(64)
20. 防窃点滴·····	(67)

21. 想得起就做得出·····	(70)
22. “适航性管理”·····	(73)
23. 特殊的规章·····	(76)

第三章 金融家

24. 叩开金融世界的大门·····	(79)
25. 储蓄的学问·····	(83)
26. “逢十节存法”·····	(86)
27. 压箱底的国库券·····	(90)
28. 国债市场·····	(93)
29. 买债券·····	(96)
30. 老工人的新追求·····	(99)
31. 股票持有者·····	(102)
32. 两级市场·····	(106)
33. 也谈保值储蓄·····	(109)
34. 大家保一家·····	(112)
35. 房门被撬以后·····	(115)
36. 种类繁多的保险·····	(118)
37. 手存外币怎样处置·····	(121)
38. 金银饰品的保值功能·····	(124)
39. 谈当铺·····	(127)
40. 会吃人的君子兰·····	(131)
41. “纸制金字塔”·····	(134)

第四章 运筹学

42. 第二台冰箱要不要买·····	(137)
43. “大主意您自己拿”·····	(140)

44. 三个准则·····	(144)
45. 早间半小时·····	(147)
46. 存储食品多与少·····	(150)
47. 菜摊前的谈话·····	(153)

第五章 生产力

48. 绣花与收入·····	(156)
49. 建房不忘生产性·····	(159)
50. 窗前自留地·····	(162)
51. 莫让楼顶空对天·····	(165)
52. 废纸巧利用·····	(168)
53. 第二职业·····	(170)
54. 家庭发明潜力无穷·····	(173)
55. 走向社会的家庭产业·····	(176)
56. 科研所见闻·····	(180)
57. 电脑排字社·····	(183)
58. 陈硕士的事业·····	(186)

第六章 法律篇

59. 无效民事行为·····	(189)
60. 孩子的年龄·····	(193)
61. 监护人职责·····	(196)
62. 老两口有桩心事·····	(199)
63. 法定继承·····	(202)
64. 遗赠案例一则·····	(205)
65. 合理不合法·····	(217)

第七章 智慧树

66. 购物见“8”费思量·····	(211)
67. 大奖的诱惑·····	(214)
68. 运气如何·····	(218)
69. 真货假货如何辨·····	(222)
70. 还价的艺术·····	(225)
71. 小心陷阱·····	(229)
72. 给有奖销售打个问号·····	(234)
73. 开发家庭软件·····	(238)
74. 享受型消费与奢侈型消费·····	(241)
75. 诊治“消费烦恼症”·····	(244)

第八章 现代人

76. 中西餐之短长·····	(249)
77. 旅游效益一得录·····	(253)
78. 方兴未艾的体育投资·····	(256)
79. 表弟的信·····	(259)
80. 从文字到音像·····	(263)
81. 小摩托·····	(266)
82. 把塑料制品请进来·····	(270)
83. 买钢琴还是买电脑·····	(274)
84. 家庭消费品的“排头兵”·····	(278)
85. 买房与租房·····	(282)
86. 捷足先登·····	(286)
87. 盖房·····	(288)
88. 鲍教授的设想与比肖夫的假日·····	(291)
89. 开始实现的轿车梦·····	(294)



家庭经济 通的话

朋友你好！

每个人都有家庭，每个家庭都有经济问题。家庭是社会的细胞，又是完全属于你和你家人的私有领地。在家里，你消除疲劳，恢复体力，娱乐享受；在家里，老人安度晚年，儿童长大成人。家庭无疑是个消费单位，如果你懂得节流，现有的收入会使你生活得更美好。家庭又是个生产单位，蕴藏着巨大的潜能，如果你善于开源，把这能量开发出来，于自己于社会都意味着增加一笔可贵的财富。

平日，我喜欢收集家庭经济方面的资料，经常研究家庭经济问题，有志于为家庭经济学添加砖瓦，于是周围的人们管我叫“家庭经济通”。这个雅号我受之有愧，但是我又深感荣幸，因为我有了为每个家庭效劳的机会。

和广大读者朋友相见，时值 1989 年，为了迎合这个年份，我先与朋友们探讨八十九个题目吧。

好，现在请你翻开这本书——

第一章 铁算盘

1. 名牌与非名牌之争

“笃笃笃”，家庭经济通叩开一扇淡黄色的房门。

这里的主人是一对年轻夫妇。他们结婚三年，有个可爱的小宝宝。这几年，随着家庭收入的稳步提高，他们的积蓄也是月有小增年见大长。和大多数家庭一样，他们开始考虑把自己存的钱变换成高档耐用消费品。

一个三口小家买一件高档耐用消费品，无异于国家动用巨额资金建设一个重点项目，免不了要“研究”、“论证”一番。但是当夫妻双方意见不一致的时候，就很想听听第三方的意见。经济通就是应这个家庭之邀前来参加“论证会”的，议题是：买个什么样的电冰箱，是名牌货还是大路货。

经济通走进了布置得典雅整洁的房间。招待一番以后，夫妻二人双双落座，一场针锋相对的辩论开始了。

丈夫先发言：“现在电冰箱品种不少，大致是两类，一类是公认的名牌产品，虽然价钱贵一点，但是东西好，性能、质量都属上乘。我听说有这么一句话，‘一分钱一分货，多花钱买不错’，既然要买，就买个大的、好的、多功能的。不说把别人都盖过去吧，起码不能落在后头，归入下三流。买个杂牌的，不三不四，有什么意思？”

妻子持不同意见：“我也常听人家讲这样一句话，‘吃不穷

喝不穷，算计不到就受穷。’过日子就得算计着来，讲究个平稳劲，要是照你说的办法花钱，日子还不知道过成什么样。你就知道一锤子买卖，过瘾，过瘾，花钱倒是痛快，你不吃不喝不穿啦，就不买别的啦。什么名呀牌的，不能吃不能嚼。冰箱冰箱，能制冷就行了，如果买个一般化一些的，能省将近三分之一的钱。我看可以买个普通型号的，经济实用就挺好。”

你来我往，辩论得还蛮有意思，最后由经济通出任“仲裁员”。

经济通微微一笑，并不忙直接进入主题，他转对丈夫说：“在我的印象里，你是搞技术工作的，对吗？”

“对。”丈夫点点头。

经济通又转向妻子：“你是你们单位财务部门的负责人，这不错吧？”

“不错。”妻子回答。

“正好，这使我想起了一个故事：有一个大老板，每逢出去购置新设备，都要带两个人，一个是技术权威，一个是财务总监。这两个人经常吵架，可是老板总愿意把他们带在身边。为什么呢？原来老板很了解这两个人的特点：技术权威特别欣赏设备的先进性，他认为购置技术上不先进的东西等于胡闹，但是价格多么昂贵，他就不考虑了。财务总监是铁算盘，他一心就想省钱，决不轻易抛出一个铜板，可是设备好不好他就不大注意了。老板在决策的时候，总是要综合这两个人的意见，各取所长，防止产生片面性。”

讲完故事，经济通回到了原来的议题上。

“你们的情况和上面的故事有很多相似的地方，决策必须从‘先进性’和‘经济性’两个方面去综合考虑。首先，对家庭耐用消费品的发展前景应该有清楚的认识。我国的生产水平

及消费水平，在全世界的范围内看，还是比较低的。但随着生产的发展和世界市场的日益开放，我国耐用消费品的生产近年内增长速度肯定是很快的，相应地，产品质量和性能也会快速提高。今年的高档货，到明年可能就降为中档；今年凑合用的，明年可能就摆不出去。你们想想看，从‘手表加自行车’时代到‘彩电加冰箱’时代，用了几年？十年！照此推定，‘空调加汽车’终将会成为中国大陆的消费热点。因此，我要说，购置大件多少应该有一点超前意识。试想，如果一味图省钱买来个质量不怎么样性能又差的冰箱或彩电，过一年就落后了，不是要心烦几年甚至十几年吗？”

丈夫得意地点点头。

“同时也要考虑另一面。”经济通接着说，“家庭经济生活是一个系统，由诸多互相联系的方面构成。在考虑某一方面支出时，还需同时考虑到收入、储蓄及其他方面的支出情况。就一件消费品大做文章，支出过量，破坏了基本比例关系，并不是高明的决策。前一阵，几乎全中国都刮起攀比风，彩电要大尺寸的，冰箱要双开门、四星级的，音响要落地的、组合的，总之，凡是别人有的我就应该有，凡是最新流行的就得买。买不是为了自己使用，而是为了面子，或者说是‘买回自家，为了别人’。每个家庭都有自己的‘家情’，最好的购买决策应来自家情，也就是根据自己的经济实力，有计划地全面提高各个方面的消费水平，使吃、穿、用、住、行、文化娱乐各种消费协调发展。”

听到这里，夫妻二人相对而笑。

“我还想再补充几点。高档名牌货比大路货在价格上高出很多，这个差距远远大于两者使用价值之间的差距。高档货常常把不少成本加在实用价值并不大的装饰品或附件上，

以显示豪华和体面。比如石英电子表，高档和中低档在走时精度上相差并不多，从计时功能上看，它们是相差无几的。而高档货往往在表壳、装饰、表带等附件上很有讲究。同一档次内的产品，有些货走俏，是因为受到市场上各种复杂因素的影响，由供求决定了它的地位，价格上浮大，背离价值较多，对消费者来说价格不一定是公道的。至于名牌产品，那里头也有文章，除了质量确实好、性能确实可靠以外，也有一定程度是在卖牌子。国外有些大公司，就是以其产品的高价来维护名牌地位，这就是所谓‘不降价策略’。事实上，他们的产品质量性能并不一定象它们的价格那样远远高于其竞争对手。你要这个牌子，就得多花钱。可话又说回来，牌子毕竟是虚的，不顶吃不顶用。”

听到这里，妻子笑了，“看来你成了综合两方面意见的大老板了。”

“不，我最多只是个顾问，决策还靠你们俩儿。”

2. 该不该买“半年闲”

经济通在家庭“论证会”上发表了对买名牌货还是买大路货的看法之后，本准备告辞，可是夫妻二人拉住他不放，说是还有一个问题想听听他的意见。

“如果我的看法对你们能有所帮助的话，我倒是想知道你们的第二个问题是什么。”

“也是花钱购物方面的问题。”又是丈夫抢先说话，“我早就知道有这么一句话，叫做‘有钱不买半年闲’，如果让我来当家，我一定把这句话作为当家理财的基本原则，有用的就买，没有用的，暂时用不着的就不买。可是我们这位‘内务部长’呢，没事干总爱逛商场，进了商场又总想买一大堆东西抱回家，买回的东西又多半是没用的。光是什么丝绸料子就存了十好几块，你问她为什么不做成衣服穿，她的回答经常是这么一句话：‘哎呀，想不出来做什么样子，再说我又不缺衣服，算了吧，就让它们睡箱底儿吧。’”

面对先发制人又揭人老底儿的丈夫，妻子并不示弱，她笑着听，笑着开口，且笑得很自信：

“有哲学家说过，存在的就是合理的。我存自有存的道理。就说他身上这件羊毛衫吧，去年我就说买，可是他说什么‘今年买了也穿不了几天了，等明年再说吧’。结果怎么样？多花了几十块钱。你说钱攥在手里有什么用？我看还不如买些‘半年闲’存着，用着方便，又可免受商品涨价的困扰。”

听了二人的意见，经济通思忖片刻后开口了：

“一般来说，消费品是不宜存放太长时间的，所以不买半年闲的说法是有道理的。在当今世界上，新产品层出不穷，新

产品的寿命越来越短，几乎每天都有新材料新发明问世。制造商和推销商联合起来挖空心思让产品翻新，让销售服务变花招，以引起消费者的兴趣，把自己生产或经销的商品塞给消费者，最终达到拿走消费者口袋里钱的目的。由于新商品不断进入市场，旧有的商品价格便会降低。这样看，存‘半年闲’是不合算的。”

见夫妻两位听得有兴致，经济通又作深入阐述：

“政治经济学理论中对固定资产的折旧评价有两个方面，一曰‘有形损耗’，另一叫‘无形损耗’。借用这两个概念的定义方式，来评价我们生活中所用物品的折旧程度，可以这样认为：物品经过使用或消耗，物质形态受到了破坏，由新变旧，由大变小等等，这叫有形损耗；随着时间的推移，由于科技进步和新产品的问世，旧有的物品虽然物质形态没有变化，但它却由新变老了，性能落后了，在社会上的地位下降了，物品的这种折旧叫无形损耗。”

说到这里，经济通话锋一转：

“你们当初上中学时，正值文革中期，那时最时髦的衣服是草绿色的军装，最抢手的鞋是草绿色的解放鞋。如果你们存一套二十几元的军装，四五块钱一双的解放鞋，今天拿出来能卖几块钱？没有人买了，自己也不肯穿了，怎么办？当破烂吧！这就是无形损耗造成的。

“有人会说，不少产品的式样都有一个循环周期，时髦——过时——时髦，转来转去，所以存的东西并不贬值。其实不然。从理论上说，任何轮回都不会转回到原先的点上。就事实来看，新材料替代旧材料，新花色替代旧花色，新款式替代旧款式，新品种替代旧品种，性能和质量都上乘的产品系列替代旧的产品系列，这是有目共睹的，而且作为趋势也是不会

改变的。就说丝绸吧，三四十年代、五十年代都是妇女喜爱的穿着物，进入八十年代，又时髦起丝质服装来，但是，面料的纺织工艺变了，花色反映的是八十年代的文化风尚，衣服款式更是年有翻新季有改进。”

“这倒是，我那十几段丝绸不是面料过时就是花色陈旧。不过，去年买的几段还凑合着可以。”妻子此时说话声音有些压低。

“那我劝你还是快打主意，或穿或卖。”经济通说，“理家应该把物品的无形损耗减少到最低程度，这也将成为一种现代时尚。我认识一位女士，她每买一件衣服只穿一季甚至几天，就处理掉，然后再买新的。尽管这一倒手价格相差很多，她在穿着方面的支出也高于一般人，但她说这‘划得来’。因为，第一，她总穿新衣服，第二，她不用存旧衣服，不存在无形损耗的问题。”

“这回我胜了吧？”丈夫得意起来。

“噢，不。”经济通摆摆手，“立论的基本正确并不等于你在实践中的做法都正确。‘半年闲’的标准是什么，你想过吗？有不少人以拒买‘半年闲’为名，掩饰自己在购物方面的无计划性和‘拒绝消费’的心理，男性和老年人尤为突出。新潮服饰、流行家用摆设、时髦食品，总之凡是尚未大众化的东西，他们都不持积极的购买态度，理由就是‘暂时不能用’或‘用不着’，‘买了也是放着’，人为地把即时可以消费的物品划归到‘半年闲’中去，这对个人对社会都是一种可悲的行为。在这方面，家庭主妇们往往是正确的。她们的消费热情高，喜于接受新事物，能够跟上消费潮流。虽然她们有些时候难免做‘购物狂’，买一些‘半年闲’甚至‘永久闲’，但她们却推动着消费大潮，从而推动生产、推动社会进步。对家庭而言，她们的这

种热情使得家庭生活更更好了，对不对？所以呀，男子汉也应该反省一下，自己是不是已经成为或正在成为消费行为上的‘半年闲’甚至‘数年闲’呢？”

“哎呀，我说经济通，你可真象个公正的大法官。”妻子笑道。

经济通说：“现在还不能下最后结论。世界上的事情是非常复杂的，同一枚硬币还有正反两面呢。我忘了说了，对有些‘半年闲’，甚至‘多年闲’，不但可以买，而且应该大买而特买。这问题说来话长，以后有机会再聊吧。”