



F0-49
6



寓言中的经济学

梁小民

著

北方工业大学图书馆



00578462



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

寓言中的经济学 / 梁小民著. —北京: 北京大学出版社, 2004.12
ISBN 7-301-08330-0

I. 寓... II. 梁... III. 经济学—通俗读物 IV. F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 126045 号

书 名: 寓言中的经济学
著作责任者: 梁小民 著
插图设计: 张静
责任编辑: 赵婕 符丹
标准书号: ISBN 7-301-08330-0/F·0996
出版发行: 北京大学出版社
地 址: 北京市海淀区中关村北京大学校内 100871
网 址: <http://cbs.pku.edu.cn>
电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672
编辑部 58874097 58874098
电子信箱: pw@pup.pku.edu.cn
印 刷 者: 北京中科印刷有限公司
经 销 者: 新华书店
650 毫米 × 980 毫米 16 开本 17 印张 180 千字
2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷
定 价: 28.00 元

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有, 翻版必究

目 录

自 序	1
布利丹毛驴的选择	3
人性和理性人假设	7
欲望不是贪婪	11
滥竽充数的制度根源	15
没有十全十美的经济制度	19
不能让偷鸡的狐狸盖鸡舍	23
如何让狼不能吃羊	27
法律不是稻草人	31
分红争吵的根源	35
官船为什么破烂	39
外部性的私人解决之道	43
不龟手药的产权交易	47
别为红豆汤放弃长子权	51
平等与效率难两全	55
被曲解的公平	59
“原罪”与酸葡萄心态	63
富人的自律	67

富人高消费的意义	71
别当守财奴	75
把金钱作为普度众生的船	79
遗产效应	83
矢车菊更需要阳光	87
信用如金	91
交易为什么是双赢的	95
互助才有互利	99
合作也是双赢的	103
占小便宜终究要吃大亏	107
船儿走，我也走	111
东床如何成佳婿	115
把名叫实话的女子请回来	119
楚王好细腰的示范效应	123
学问是财富	127
书本并不是知识	131
好心办坏事	135
愚公不能移山	139
杞人应该忧天	143
政府别当抓耗子的狗鱼	147
让小猴自己长大	151
治大国若烹小鲜	155
广开言路才能求医治病	159
不要拔金天鹅的毛	163
杀鸡其实无卵	167
把雨下在哪里	171
今日之宋人	175

目 录

目 录

东施不可效西施	179
激励机制中的二桃杀三士	183
经营管理有规律而无模式	187
橡树与芦苇并存	191
猴子如何去捕鱼	195
不当胡雪岩式的企业家	199
别让显贵的公子掌舵	203
学习老板好榜样	207
善于听别人的话	211
留住羊靠的不是绳子	215
如何使天鹅、狗鱼和大虾 协同努力	219
投入增加，产出不一定增加 ...	223
别作杰米扬的汤	227
广告是盐	231
朝四暮三就是创新	235
且莫小看包装	239
鼠盟式的价格联盟	243
作暴风雨中的海燕	247
两只母山羊的博弈	251
挖井得一人的经济学版	255
鹰永远比鸡飞得高	259
后 记	263

自序

日落西山，劳作了一天的人们聚集在野地里，边烧烤打回的猎物，边讲一些动物的故事。故事诙谐生动，有教诲，有讽喻。这些故事流传下来就成了寓言。

阳光普照，莘莘学子们静坐在课堂听教授从最大化到边际方法讲授人类行为的经济分析。这些内容写成论文和专著就成了经济学。

乍看起来，产生于远古、流传于民间的寓言和产生于近代、讲授于课堂上的经济学，并没有什么共同之处。一个是下里巴人，一个是阳春白雪；一个具体生动，一个严肃抽象。但我在夜深人静读寓言和经济学时，总感到它们是相通的，在不同表述方式的背后都体现了相同的道理。

寓言讲的是动物或人，反映的是人性以及做人的道理。经济学用的是逻辑推理或数学工具，分析的是人类行为。无论在寓言还是经济学中，人性是共同的，做人或做事的道理也是相同的。寓言用原始质朴的方式表现了当代经济学中的许多深奥道理，经济学用现代精致的方式再现了寓言中的许多简单道理。阅读各类寓言时的这点感受让我萌发了探求寓言中的经济学思想，用人们熟悉的寓言阐发经济学思想的想法。我希望用大家喜闻乐见的寓言

故事介绍一些基本经济思想，分析各种现实问题，能吸引更多
人学习经济学的兴趣，也使人们能更容易地接近、感悟和接受经济
学。

这本书收录了我在阅读各种寓言中所写的65篇文章，没有什
么体系，也不是系统的经济学介绍，只是有什么感悟写什么感悟，
兴之所至，信手拈来而已。这些文章的共同之处在于都从某一个
寓言出发阐发一个经济学观点。

用寓言来讲经济学是一种尝试，成功与否还要读者朋友们来
判断。

梁小民

2004.8.8 于怀柔陋室

拉封丹寓言故事集 / 拉封丹寓言故事集 / 拉封丹寓言故事集

布利丹毛驴的选择 / 布利丹毛驴的选择 / 布利丹毛驴的选择

拉封丹

布利丹毛驴的选择

《拉封丹寓言》中有一头著名的布利丹毛驴，它面对两捆干草不知该吃哪一捆好，最后竟然饿死了。

布利丹毛驴面临的是经济学家所说的选择问题。经济学家所说的选择是，人的欲望是无限的，但用于满足欲望的资源是有限的，所以，要决定用什么资源去满足哪些欲望。这就是资源配置问题。经济学的目标正是要实现资源配置最优化。其实每个人也和布利丹毛驴一样，面临在两捆干草之间做出选择的问题。



布利丹毛驴做不出选择而饿死说明做出选择并不是一件容易的事。其根源在于在资源有限的情况下有所得必有所失。为了得而失去的东西被称为机会成本。就布利丹毛驴而言，它选择一捆干草必须放弃另一捆干草。放弃的干草就是得到的干草的机会成本。经济学家常说世界上没有免费的午餐，就是指任何选择行为都有机会成本。

经济学家在谈资源的稀缺性时，往往指客观存在的物质资源，如劳动、资本、自然资源等等。因此，选择就是要实现有限资源下的最大化。在按照这种思路做出选择时，人们往往把收入最大化、利润最大化，或其他物质利益的最大化作为目标，忘记了个人的能力——包括创造财富的能力和享受财富的能力——也是有限的。布利丹毛驴犯的正是这个错误。这头驴子的消费能力（能吃的干草）是有限的，在两捆干草中吃一捆就足够了。但它觉得哪一捆都好，都舍不得放弃，最后哪一捆都没吃，饿死了。

驴子毕竟是驴子。在寓言中，驴子都是愚蠢的，所以才有蠢驴之说。但人们在嘲笑驴子时却往往忘记了，他们有时也会像驴子那么蠢。一个既爱白马王子又爱大款，不知和哪一个结婚好的美女，不就是一头漂亮的布利丹毛驴吗？一个女人不能同时与两个男人明媒正娶地结婚（这是法律给出的限制），与白马王子结婚的机会成本是放弃财富，与大款结婚的机会成本是放弃美色。两者都不愿放弃，就成了布利丹毛驴。

像美女这样的布利丹毛驴选择困境也许并不具普遍性，因为美女毕竟是稀缺资源，白马王子和大款都想得到。但每个人都面临类似的困境。每个人都面临从事什么职业的选择。从政当官，有地位有权力，但不能发财；从商当企业家，有钱，但无权无地位；从文当学者，有地位，但无钱。这是摆在每个人面前的三捆干草，每捆都诱人。但人的能力有限，只能从事一种职业。只选一种者



可以成为成功的政治家、企业家或学者。类似布利丹毛驴者往往一事无成。但世界上的布利丹毛驴真还不少。一些当官者还想发财，利用职权戴一顶教授博导，甚至院士的帽子，结果成了贪官或沽名钓誉者，被世人所不齿。一些从商者一心想当官，花钱买官，犯了行贿罪。至于那些一心要钻入官场或发财的文人，结局也是不伦不类，没学问只好去剽窃。这些人不都成了饿死的布利丹毛驴吗？

每个人面临的另一个重要选择是事业与家庭生活幸福。这种选择不同于布利丹毛驴在两捆干草之中选一捆的选择，而是要在两捆干草中求得一种平衡。这就是说，布利丹毛驴觉得两捆干草都好，可以每捆干草都吃一半，不至于饿死，或两捆都吃掉撑死。人的时间和精力都是有限的（资源稀缺），对事业与家庭幸福的期望是无限的（欲望无限）。正确的原则不是为了一个放弃另一个，而是在两者之间选择一种平衡。那种为了事业（赚钱或当官）而放弃家庭幸福，或者满足于过一种小日子而没有追求的人，都是布利丹毛驴，因为在这两者之中完全放弃了另一个，实际上仍是一事无成。你见过家庭后院起火而事业成功的人，或者一事无成

仍有家庭幸福的人吗？《笑傲江湖》中的岳不群选择了当五岳盟主而放弃其他一切，最后不就是布利丹毛驴饿死的下场吗？

经济学所说的最大化并不是物质的最大化。对一个社会而言，最大化并不是GDP最大化，对一个人而言，最大化也不是财富最大化。社会的最大化是社会福利最大化，GDP之所以重要在于它是社会福利提高的基础，不能把GDP最大化作为惟一目标是因为GDP并不等于幸福。个人的最大化是幸福的最大化，财富之所以重要在于它是幸福的物质基础，不能把财富作为惟一目标是因为财富并不等于幸福。社会应该协调发展，人也要追求全面的幸福。这才是选择的真正目标，也才是经济学的真谛。

许多人都把经济学作为一门赚钱的学问，认为它能使一个国家GDP增长或使一个人发财。这是一种误解。布利丹毛驴式的错误正由此而来。在学习经济学时，要记住英国文豪萧伯纳的一句话：经济学是一门使人生幸福的艺术。

市场经济是一种符合人性的经济制度。为这种制度服务的现代经济学也必须从永恒不变的人性出发。所以，学经济学首先必须了解——

人性和理性人假设

中国自古以来就有性善和性恶的争论，但无论哪一派都认为存在抽象的普遍的人性。“性相近，习相远”正说明了这个道理。那么，人性变不变呢？13世纪亚美尼亚作家奥洛比安的寓言“伶鼬和老鼠”说明了人性的不变性。

有一只伶鼬狂热地爱上了一个小伙子，它向爱神祈祷，把它变成一个美丽的少女。爱神满足了它的心愿，它幸福地与自己心



仪的小伙子结婚了。在热闹非凡的婚礼上，突然一只老鼠从门口跑过去，这位新娘忘却了一切，狂奔过去追老鼠。作者的寓意是：本性难移，动物和人概莫如此。中国的“白蛇传”与这个寓言同工异曲。你看，白蛇都变为人了，但蛇的本性仍不变，饮了雄黄酒就要露出本性。中国有句俗话说，“江山易改，本性难移。”这里的本性主要不是指个人的性格，而是人类共同的本性。现在我们都承认，人的本性是利己，即所从事一切活动的目的是个人利益最大化。现代生物学证明了这是人和动物的本性。

经济学是建立在对这种人性承认的基础之上的，因此，经济学的基本前提是理性人假设。理性人就是一切行为的目标为个人利益最大化的人。经济学正是在这一假设之下研究资源既定时的最大化问题。对社会是GDP和社会福利最大化，对个人是收入和效用最大化，对企业是利润最大化和企业资产价值最大化。正是在对这种最大化的研究中得出了许多有意义的结论。离开了这个假设，经济学的全部内容都要被推翻。

一些经济学界内外的学者对这个假设提出过不少批评。一些人举出了许多事实说明人并不自私，比如舍己救人，愿意为保卫祖国而牺牲，或者富人在死后把财产捐给社会等等。这些现象的存在是不是与理性人假设矛盾呢？我们否认利他主义行为的存在。而且也不否认，人性中除了利己之外，还有同情心、关爱同胞、关心社会等善良的一面存在。同时，我们也不否认提倡奉献精神的意义。但是承认人利己的本性与这一切并不矛盾。理性人的假设不仅正确，而且必要。说理性人的假设正确，并不是说它适用于每一个人（例如这个假设就不适用于雷锋这样的英雄）和每一个人的一切行为（一个为个人利益做事的人在祖国危难之际也会牺牲自己保家卫国），这是指它适用于绝大多数人的绝大多数行为。这就是说，在正常情况下，大多数人从事活动的出发点都

是个人利益。说理性人的假设必要是因为，经济学作为一个统一的理论体系，必须有一个确定的假设前提。如果既假设人是利己的，又假设人是利他的，经济学能得出什么结论呢？

对经济学理性人假设的误解还来自另一种形而上学的观点：把利己与利他、个人利益与社会利益对立起来。经济学的最伟大发现正是把利己与利他、个人利益与社会利益统一了起来。英国经济学家亚当·斯密对经济学的开创性贡献正在于此。理性人的假设是斯密提出来的，他并不是赞扬这种利己性，只是承认它是无法更改的人性——正如伶鼬变为美女仍忘不了抓老鼠一样。他认为，每个人对个人利益的追求可以实现社会利益。他说：“各个人都不断地努力为他自己所能支配的资本找到最有利的用途。固然，他所考虑的不是社会利益，而是他自身的利益，但他对自身利益的研究自然会或者毋宁说必然会引导他选定最有利于社会的用途。”把这种对个人利益追求引导向社会利益的是“看不见的手”，即价格机制。每个人为了自己的个人利益要最有效地利用自己的资源，这时整个社会就实现了资源有效利用。承认人的利己，又把利己引导向利他，正是市场经济的伟大之处。

传统社会是主张“存天理灭人欲”的，把人性看作万恶之源，要求人们“克己复礼”。结果怎么样呢？整个社会处于上千年的停滞状态，人民生活极其贫穷。利己的人性消灭了吗？老百姓的人性被强制消灭了，但倡导灭人性者的人性都发展为兽性。满嘴仁义道德，满肚子男盗女娼，他们提倡的是自己根本不去实践的伪道德。一部《十日谈》正揭露了这些伪道学、假正人君子的丑恶嘴脸。

市场经济承认人性的合理性，承认人利己的行为是正当的。任何一次启蒙运动都是从对人性的承认开始的。市场经济制度把人的利己心和利己行为变成了增加社会财富、推动历史进步的动力。

市场经济创造了巨大的社会财富，也创造了辉煌的精神文明。正是在这种基础上，人性升华了，越来越多的人更关心他人和社会。亿万富翁不再成守财奴，而成为社会公益事业的赞助者。我们否认市场经济下还有罪恶，但与传统社会比一比，哪一个更好？

与生俱来的人性是不能改变的——无论是用暴力还是道德说教，我们只能利用与引导人性。伶鼬改不了抓老鼠的本性也没什么，反正它的体形已是美女了。这个与它结婚的小伙子利用它的本性来消灭家里的老鼠，甚至可以让它为邻居抓老鼠赚钱，岂不既符合了它的本性，又增加了自己的收入，为社会也做了一件好事吗？

经济学家把欲望作为人类社会进步的
动力。但要正确理解这一点，必须记住——

欲望不是贪婪



古今中外有许多寓言都是讽刺人贪得无厌的，随手拣一个大家不太熟悉的。

明代刘之卿算不上名人，只是万历年间的一个礼部主事，他所著的《贤奕篇》亦不是什么名著，但有一个“王婆酿酒”的寓言还颇有趣。王婆以酿酒为生，有个道士常到她家借宿，共喝了几百壶酒也没给钱。王婆亦没计较。一天，道士说：我喝你那么多