



像经济学家 一样思考

用经济学的思维武装头脑
用经济学的逻辑思考人生

李婷婷◎编著



哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

像经济学家
一样思考

李婷婷◎编著

 哈尔滨出版社
HARBIN PUBLISHING HOUSE

图书在版编目(CIP)数据

像经济学家一样思考 / 李婷婷编著. — 哈尔滨: 哈尔滨出版社, 2010.2

ISBN 978-7-80753-826-4

I. 像... II. 李... III. 经济学 - 通俗读物 IV. F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 141724 号

书 名: 像经济学家一样思考

作 者: 李婷婷 编著

特约编辑: 李异鸣

责任编辑: 陈春林 金 金

装帧设计: 壹一设计

出版发行: 哈尔滨出版社(Harbin Publishing House)

社 址: 哈尔滨市香坊区泰山路 82-9 号 邮编: 150090

经 销: 全国新华书店

印 刷: 三河市南阳印刷有限公司

网 址: www.hrbchs.com www.mifengniao.com

E-mail: hrbchs@yeah.net

编辑版权热线: (0451)87900272 87900273

邮购热线: (0451)87900345 87900299 87900220(传真) 或登录蜜蜂鸟网站购买

销售热线: (0451)87900201 87900202 87900203

开 本: 787 × 1092 1/16 印张: 15.75 字数: 209 千字

版 次: 2010 年 2 月第 1 版

印 次: 2010 年 2 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-80753-826-4

定 价: 28.00 元

凡购本社图书发现印装错误,请与本社印制部联系调换。 服务热线:(0451)87900278

目 录

第一章 生活中最重要的问题多为概率问题

- 竞争者往往喜欢凑在一起.....2
- 太精明其实不是什么好事.....6
- 让自己的满意程度最大化.....9
- 恋爱中的交际费用.....12
- 婚姻中的经济“潜价值”.....15
- 家务劳动为何不列入 GDP.....18
- 优秀的不一定总能战胜落后的.....21
- 利他不一定是好事吗.....24
- 白吃的午餐是否该肆意挥霍.....27
- 购买同样的商品,为何你付出的价钱要高.....29
- 工作与闲暇的最佳均衡.....33
- 你认为对的,别人也都这样认为吗.....37

第二章 交易的目的在于最大程度地获利

- 高工资带来的高效益.....40
- 借钱不还还有道理吗.....44
- 理财中需注意的经济学问题.....47
- 市场价格的奥秘.....49

麦当劳的优惠券·····	51
返券销售里的秘密·····	54
高边际税率是绊脚石吗·····	57
定价中的经济思维·····	60
数量与价格反应之间的秘密·····	62
交易费用有时是一种损失·····	65
银行为何会垮掉·····	68
交易动机中的经济原理·····	71
有些商品为什么不涨价·····	74

第三章 选择与代价

理性的傻瓜做不得·····	78
选择伴侣的经济学意义·····	82
单身女子与经济学·····	85
借力使力中的经济原理·····	88
信息搜寻成本与理性决策·····	90
由继承遗产引发的思考·····	92
短线、中线还是长线·····	94
仅有十元钱,看电影还是吃饭·····	96
如何利用边际成本增加自己的收益·····	99
对你来说,留学是否划算·····	102
世上没有百吃不厌的东西·····	105
欲望与贪婪的PK·····	107
庞齐的游戏与泡沫的幻灭·····	110
被多数人同意的选择是理性的吗·····	112
择优分配原理的应用·····	116

麦当劳的位置怎么那么好·····120

第四章 成本就是代价

- 大家都有比较优势·····124
- 同一件商品可以从多角度进行核算·····127
- 门当户对的说法有道理吗·····129
- 为什么恋爱了就一定要结婚·····131
- 新婚夫妇是否和谐,生活以后才知道·····133
- 覆水难收时,就让它流走吧·····135
- 亏本经营为什么也能干劲十足·····139
- 如何让企业的利润最大化·····143
- 我们是否需要低通货膨胀·····145
- 对幸福,你了解多少·····148
- 幸福的经济学效用·····151

第五章 普通大众的消费能力是经济发展的核心动力

- 钻石之所以比水贵·····156
- 面子中的经济学问题·····158
- 教你看透 AA 制·····161
- 看上去很划算的事情其实未必如此·····163
- 为什么说由俭入奢易,由奢入俭难·····166
- 是否该提倡节俭·····169
- 吃在广州的道理·····172
- 超市商品价格抬高的秘密·····175

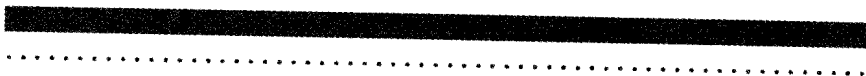
打折的秘密.....	178
为什么生活必需品不打折.....	181
为什么有时东西越贵越好卖.....	183
从经济的角度看消费与储蓄.....	187

第六章 获得最大优势的关键取决于个人行为

鸡蛋应该怎么放.....	192
你的真实为何总被人怀疑.....	195
专家是否真的值得你信赖.....	197
公平与效率之争.....	200
三个和尚一定没水喝吗.....	203
交换行为是否有意义.....	207
有时装傻也是有必要的.....	210
用经济学的方法减肥.....	212
外部性的私人解决之奥妙.....	215
讨价还价中的博弈.....	218
交往间的博弈守则.....	220
家务活为什么总是你来干.....	223
唯美的爱情也许并不美.....	226
凡事不一定要亲历亲为.....	229
寻求完美为什么不明智.....	233
分工协作体现的经济理论.....	236
人云亦云不是个好行为.....	241
天下真的没有免费的午餐.....	245

第一章

生活中最重要的问题多为概率问题



竞争者往往喜欢凑在一起

做同样的生意,经营者为什么不分散开呢?小吃街、服装街的出现到底说明了什么?

哈佛大学经济学教授曼昆在《经济学原理》中说过这样一段话:“博弈论主要研究人们在各种策略的情况下如何行事。我们说的‘策略’这个词是指每个人在决定采取什么行动时,必须考虑其他人对这种行动会作出什么反应的状况。由于寡头市场上企业数量很少,所以每家企业都必须按策略行事。每个企业都知道,它的利润不仅取决于它生产多少,而且还取决于其他企业生产多少。在作出生产决策时,寡头市场上的每个企业都必须考虑到它的决策会如何影响所有其他企业的生产决策。”

你可能会发现这样一种现象,小孩子们总是喜欢凑在一起玩,尽管会时不时地发生争吵,但他们毕竟还是聪明的,他们知道别的孩子那里肯定有自己没有的更好玩的玩具,所以他们喜欢待在一起,共同分享好玩的东西。

大人也是一样,你不难发现,在北京的金融街聚集了多家银行和金融机构,他们之间的业务也是相互竞争的,残酷点说是你死我活的,但是他们喜欢这么做邻居。在一些城市的步行街上,也是商铺林立,不管经营的是什么品种,大都是一家挨着一家。对一个普通的逛街者来说,也许在大体上分不出各个商家之间的经营项目有什么本质上的区别,显然,各商家之间也是直面竞争、互相对立的。但是,为什么还要挤在一起呢?如果分散一些,竞争是不是就没有那么激烈了呢?

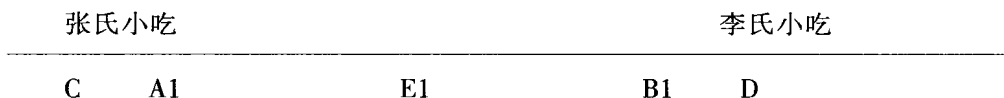
面对这样的疑问,经济学家建议我们,如果从博弈本身来理解这种现象,道理就很简单,因为它体现了一种“均衡”的思想。也就是说,要达到一种均衡的状况,让各商家都没有利益动机再去改变各自的策略,因为他们目前的选择都是所谓的最优策略。

我们可以举个例子来说明这个问题。比如说在一个很大的居民小区附近,有两家小吃店。我们在直觉上可能觉得这两家店应该分别置于小区的两边,这样相互间

就不会有直接的竞争冲突了,而且方便了小区内多个单元的居民去就餐。但是稍微留意一下我们就会发现这种想法并没有实现,因为这两家店就喜欢扎堆聚在一起,而不是按我们所想的那样均匀分布。

为了更好地说明这个问题,我们画了下面的图示:

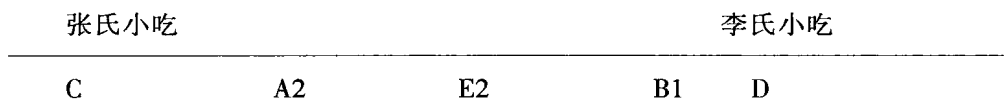
图 1:



直线代表小区,直觉上我们认为两家小吃店应该开在位于小区两边的 A1、B1 点才对,但事实上,张氏小吃如果开在 A1 的位置,会有不甘心的感觉,因为在两家店的服务、价格以及经营品种都相差无几的情况下,开在 A1 处,只有 C、E1 两点之间的居民来光顾,而 E1 到 D 点的居民则不会经常来,想想看很是不划算。

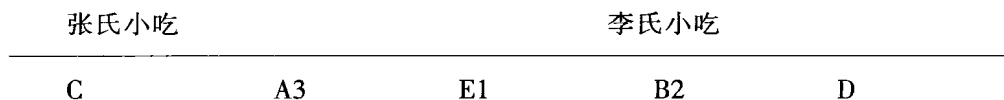
所以,为了吸引更多的居民光顾自己的小店,张氏小吃就会把店址往对手李氏小吃那里靠拢一些,就成了以下这个格局:

图 2:



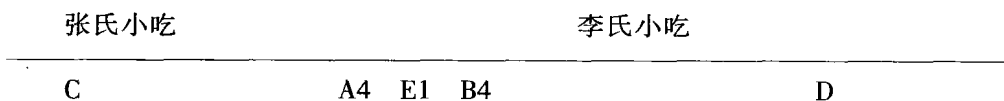
这样的话,张氏小吃就可以吸引 C 到 E2 这个更大范围内的居民了。然而,李氏小吃也不会无动于衷,他也会把自己的小店向张氏小吃那里移动,就又形成了这样的格局:

图 3:



很显然,李氏小吃要夺回被张氏小吃抢占的地盘,这样,他们两家的中点由 E2 又变回 E1……这样抢来抢去,最终的结果可以想象,那就是两家小店都挤到直线的中心位置了,也就形成了我们开头所提到的“扎堆”现象。如下图所示:

图 4:

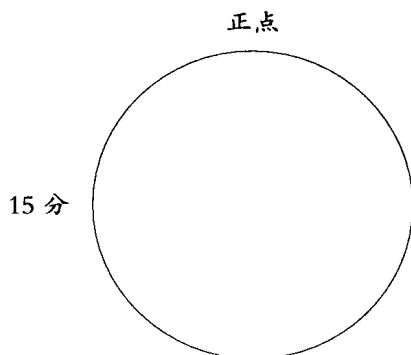


在现实中,商铺不一定都挤在某一个地方的地理中心位置,但大多会挤在人流较多的几个街区交汇点这样的地方。只有达到这种聚集状态的时候,才会罢手,也不会再争抢地盘,也就是达到了所谓的均衡效果。

同理,如果是在地段繁华的同一条路上,没有一个商家会将自己安置在路的一头,只要条件许可,商家都将趋向于相依为邻,这种现象完全看成是由公正的市场竞争所形成的合理结果。这就是很多城市商业中心形成的原理,也就是我们通常所说的“位置博弈”。

再比如说,各电视台之间在时间段上的重叠问题在本质上就是位置博弈。事实上,我们只要将时间设想为上述案例中的公路,就不难分析出,市场竞争的结果就是,观众青睐的精彩节目将集中在同一黄金时段。在这种情况下,电视台之间的竞争会更加激烈。而为了提高收视率,电视台只能在节目的制作质量上下工夫,最终获得实惠的仍然是广大观众。

以上我们所说的是在一个直线状况下的聚集效应,但在某些情况下,这种“扎堆”现象就不容易出现。比如说下图所示的一个圆,假如甲航空公司的班机是每个正点起飞,而乙航空公司的班机是每个小时的 15 分起飞的,那么这两家航空公司就没有利益动机凑在一起,因为在这个圆上,无论在哪一点,与另一点所能分得的地界总是一样的,因此也就没有必要拼命地挤了。



在这个圆上,竞争的关键点是密集度。经济学家的启示是,如果你在整个圆上控制的点很多,那么在竞争中就会很占优势,反之则处于劣势,这就是连锁超市不挤在一起的原因,因为它们有在一定区域里密集度的优势。

当然,是选择挤在一起扎堆还是靠密集度来争抢地盘,这个没有定论。有的商家靠经营单一商品挤在一起抢市场,有的商家依靠多种系列产品来占有市场的密集度。不管怎样,最后都是各有所获。

经济学家的思考

建立一个模型,假设两家店开在一条线段的两头,基于利润最大化和对市场与客户争夺,两家店最终都会移动到线段的中点。它们之间在竞争中学习,在竞争中发展,互相取长补短,通过竞争使价格降低,使服务水平得到提高。从消费者的角度讲,形成市场后便形成了品牌,消费者就能够在心理上感受到品牌效应。

太精明其实不是什么好事

很多人担心自己不够精明,怕因此上当受骗,但是用经济学的观点来看,太精明却未必见得是好事,这是为什么呢?

在现实生活中,有很多人自以为很精明,总想着凭借自己的小聪明,可以得到很多。但事实上,“聪明反被聪明误”这句话在这种人的身上常会得到很好的体现,因为无论做出怎样的行为,都会有机会成本的因素在里面,过于精明的结果可能就是最后什么也得不到。

经济学的观点是,尽管经济学的博弈论告诉人们怎样可以变得更聪明,但其精髓却在于教人们如何成为一个真正聪明的人。很多时候,有些人自以为作出了精明的决定,其实却是弄巧成拙。

有两个出国旅行的女孩子,她们在机场附近的同一家店铺买了同样的纪念品。当她们回国下了飞机后,却发现托运的纪念品被损坏了,因此二人向航空公司提出索赔。

由于购买纪念品时没有开发票,也没有其他的可以证明价格的凭证,于是航空公司的评估人员经过估算,认为纪念品的价格应该不会超过 1000 元。但是他们没有办法知道确切的价格,因此航空公司通知这两位女孩子,让她们把当时购买纪念品的价格写下来,并告知公司的相关人员。

航空公司的看法是,如果两个人都是诚实可信的,那么她们写下来的价格应该是一样的,如果不一样的话,那必然是有一人在说谎,而说谎的人是为了能获得更多的赔偿,所以纪念品的价格应该是报价低的更为可信。在采用这个低报价作为赔偿标准的同时,公司还会给这个出了实价的人 200 元钱的奖励。

于是,两个女孩子就打起了小算盘。她们认为既然航空公司觉得纪念品的价值在 1000 元以内,而如果自己的报价比对方低的话,就可以额外得到 200 元钱的奖

励,而自己的实际损失其实就是 888 元。

这时候,女孩甲想,航空公司不知道具体的价格,那么另外那个女孩子肯定会认为报价越低就会受益越高,只要低于 1000 元就可以,因此她的报价很可能是 900 元到 1000 元之间的某个价格。而我这么聪明,不可能做这样的傻事,所以我报个 890 元就可以了,这样我的报价肯定比她低,航空公司就会因为我的诚实而额外奖励我 200 元钱,实际上我得到的就是 1090 元,而她只能得到 890 元了。

此时,女孩乙也在考虑这个问题,她想女孩甲的报价肯定会比自己低。想得到便宜,没门,我也要想办法,我就写 888 元的原价,看你还怎么算计我。

而女孩甲的心思更是缜密,她觉得这个女孩乙要是知道自己的想法,可能就会报出实价,那么我就成全你吧,我要以退为攻,我填写 880 元,比实价还低,看你怎么办。

结果,女孩乙不知怎么又得知了女孩甲的想法,于是来了更厉害的,将报价改为 800 元,心想这回看谁吃亏……

就这样,二人互相算计,压低价格,最后报的价竟然是 689 元。两个人都认为,原价是 888 元,而自己填 689 块肯定是最底的了,这样再加上奖励的 200 元,自己实际得到的赔偿就是 889 元,比实际还多了 1 元。

她们都为自己最终填了 689 元而暗自窃喜。当航空公司收到她们的申报损失时,发现二人都填了 689 元,就认为这二人都是诚实可信的,这样,公司本来预算的 2000 多元的赔偿金现在只需要 1000 多元就可以搞定,真是划算啊。

而两个自认为聪明的女孩子却各自只能拿到 689 元,还倒赔了 199 元,损失不可谓不大。如果开始时她们都商量好填 1000 元或者是 900 元,这样各自都可以拿到比实际损失高的赔偿金,而就是因为她们要互相算计对方,都想比对方拿得多,所以最后都没得利。这也就是经济学上所说的“旅行者困境”,即博弈双方都为了让自己的收益最大化,而不考虑对方的收益。

这个故事告诉我们这样一个道理,做人有时候不能过于精明。有时候看似很聪明的行为,却未必是真的聪明。这种过头的精明往往会使事情变得更糟糕,不但不会达成目标,还会让自己受到损失。

经济学家告诉我们,合作可以使博弈双方的利益都有所增加,或者至少是使一

方的利益得到增加,而另一方的利益不受损害,因此能让整个社会的利益有所增加。合作博弈采取的是一种合作的方式,或者说是一种妥协,研究人们达成合作时如何分配合作得到的收益,也就是收益分配问题。

因此,在有的时候,我们就需要一种合作的态度。虽然自私是人的本性,但这种为自己着想的行为应该带有一定的前瞻性,能够看到事物的发展趋势。像前面提到的索赔案例,尽管二人都想让自己获得更多的利益,但如果能够意识到二人这样无休止更改的结果只会让航空公司得益而自己只能受损时,她们也许就不会这样做无谓的内耗了。

经济学家的思考

真正精明的人会寻求合作,尽管自己的利益可能会受到一点损失,但合作的最终结果往往会使自己获得更好的收益。而合作的前提却是诚信,只有做到了这点,才能保证让自己的利益最大化。

让自己的满意程度最大化

在日常生活中,你觉得自己怎样才会更满意?赚到的钱越多满意度就会越高吗?

美国的一位大投资家在面对很多野心勃勃的年轻人的提问时,给了他们这样的人生忠告:“做你深爱的事情,你才会幸福。”这位投资家没有劝人跟他一样从事投资行业,虽然这个行业很赚钱,但并不是每个人都会喜欢这个工作,就算喜欢,也不是每个人都有投资的才能。

这个道理很简单,但却很少有人能做到。

从经济学的角度来看,每个人都在努力让自己的满意程度最大化,无论是金钱、兴趣爱好、健康还是信仰等,都可以让个人实现一种满足感。

有这样一个故事,或许可以让我们领悟到有关满意度的哲理:

一个富翁在工作了几十年后,终于决定到海边去度假。每天在阳光沙滩海浪的包围中,他觉得很是幸福和满足。

在度假的这段日子里,他总能发现一个渔夫每天躺在沙滩上晒太阳,几乎很少打鱼。富翁觉得很奇怪,终于有一天他忍不住上前和渔夫搭讪起来。

他问渔夫说:“你为什么不每天打鱼呢?”

渔夫笑着反问道:“为什么要每天打鱼呢?”

富翁说:“每天打鱼可以挣很多的钱啊。”

渔夫又问:“挣很多的钱做什么呢?”

“挣很多钱,可以请别人为你工作啊。”

“别人为我工作,那我做什么呢?”

“你就可以像我一样,外出度假了。”

渔夫还是微笑着,慢慢地说:“那你看我现在在做什么呢?”

富翁无话可说。

富裕之后该做什么,这个问题不同的人会有不同的回答。道理其实很简单,富裕之后的人已经不再满足于物质上的成功,他们更愿意按照自己的爱好做事,做自己喜欢做的事,高兴做的事,并乐于为此付出物质的代价。

有个俄国人,刚到美国时很是缺钱,他想方设法多挣钱,每天谈论的主要话题也是挣钱。后来,他师从经济学的名师。再后来,他投身证券业,赚到了很多钱。但在此时,他却说,有钱并没有多大意思,他想去科罗拉多州做个流浪滑雪人。

还有一个英国的年轻人,是做数据编程的。他白天写程序,晚上在酒吧演奏。他说,单靠音乐,自己没有办法赚到足够的钱,所以需要找一个赚钱多的工作。没有金钱,他没办法生活,但没有音乐,他活着就没有乐趣,他说自己最大的愿望就是出一张音乐唱片。

经济学家对此的看法是这样的,他们认为,如果工作只是为了挣钱,那就该有个节制。而且,金钱的边际效用会递减,譬如富人花100元就不如穷人花同样的100元那么高兴。所以说,人要将自己的满意程度最大化,就需要在时间的分配上多考虑,多少时间用于挣钱,多少时间用于休闲。从效用最大化的角度来考虑,对人本身最大的效用并不是财富,而是满意程度本身。

对于穷人来说,财富的增长能够带来幸福程度的提升。但是,财富一旦积累到一定的程度后,财富与幸福的相关性就变得微不足道了。

一般来说,一个年均收入3万元的人要比年均收入1万元的人幸福得多,而一个年均收入10万元和一个年均收入8万元的人,幸福程度却相差无几。

有一位私营企业家,其公司年产值大概有2亿多,纯利润大概在3千万左右。他每天早上8点半上班,晚上10点多才回家。他经常自嘲自己是被企业套牢了,很少有感到轻松的时候。有人问他,每年增加的利润会给他带来多少快乐,他却说增加的几百万对他来说根本没有什么感觉。

事实就是如此,2元钱给一位身处饥饿的人带来的满足感可能要比1万元带给千万富翁的满足感强烈得多。假设有一个坐标轴,如果用竖轴代表快乐,横轴代表财富,那么二者的关系可以通过这样一条曲线反映出来:在一贫如洗时,最初的财富积累给人带来的幸福感一定呈急剧上升的状态。当财富积累到一定程度后,满