

• 阅读精彩的经济故事 步入神奇的经济殿堂 •

JINGJI XUE 100

趣味

经济学

— 100问 —

黄典波 ○ 编著

抛开数字与图表，换个角度学经济，
让你在轻松幽默中感悟经济学的智慧，在愉悦思考中做一个幸福、理性的经济人。

阅读本书，开启神奇的经济之旅吧！



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS



• 阅读精彩的经济故事 步入神奇的经济殿堂 •



抛开数字与图表，换个角度学经济，

让你在轻松幽默中感悟经济学的智慧，在愉悦思考中做一个幸福、理性的经济人。

阅读本书，开启神奇的经济之旅吧！

经济学并不意味着复杂的数学模型和演算公式，也并不仅仅充斥着晦涩的专业术语，本书帮你找到了通俗易懂、简便快捷、生动形象地学习经济学的好方法。全书用生动的故事和生活中的实际事例来解释深奥的经济学原理，突出趣味性，以简洁明了、幽默风趣的方式将那些高深的经济学道理用平白易懂的语言娓娓道出。本书将为那些希望轻松学习经济学的读者提供愉快、轻松的阅读体验，在享受阅读的乐趣中学会有用的经济学知识。

图书在版编目 (CIP) 数据

趣味经济学 100 问/黄典波编著. —北京: 机械工业出版社, 2009. 10
ISBN 978-7-111-28478-9

I. 趣… II. 黄… 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 178929 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑: 曹雅君 责任编辑: 曹雅君 尔学会

责任校对: 侯 灵 封面设计: 柏拉图

责任印制: 杨 曦

保定市中国画美凯印刷有限公司印刷

2009 年 10 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm × 242mm · 16.75 印张 · 1 插页 · 261 千字

0 001-6 000 册

标准书号: ISBN 978-7-111-28478-9

定价: 35.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

电话服务

网络服务

社服务中心: (010) 88361066

门户网: <http://www.cmpbook.com>

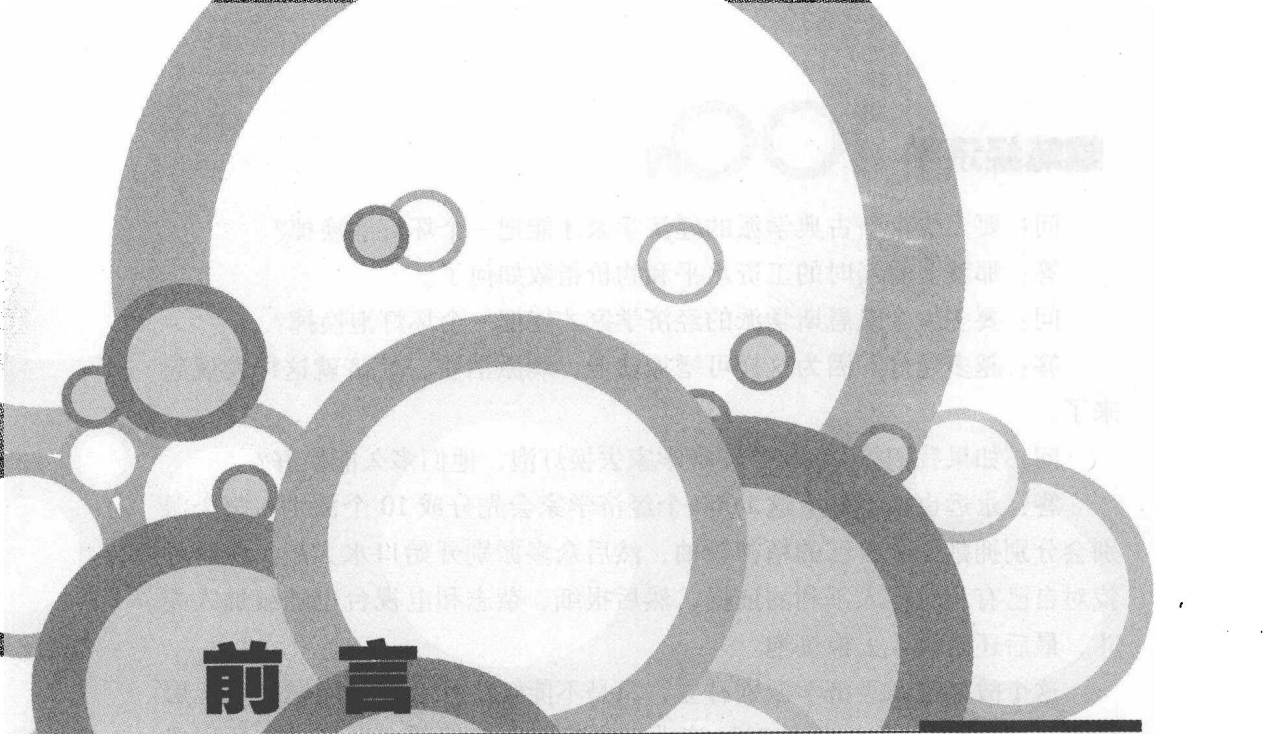
销售一部: (010) 68326294

教材网: <http://www.cmpedu.com>

销售二部: (010) 88379649

读者服务部: (010) 68323821

封面无防伪标均为盗版



前言

在大多数人眼中，经济学显得沉闷乏味，因为它的内容枯燥令人望而生畏。即使是最基础的经济学教科书，也充斥着定理、模型和统计数据，于是经济学这门本应当经世致用、服务大众的学问渐渐远离了我们的生活。

很多人认为，经济学不过是经济学家们的经济学，与我们普通老百姓有何关系呢？晦涩难懂的经济学如同“空中楼阁”，既看不懂也用不上，于是便产生了很多笑话用来讽刺经济学家，以此来揶揄经济学的华而不实。

问：要多少个经济学家才能把一个坏灯泡换掉？

答：八个人。一个人负责把灯泡换上，剩下的七个人负责保持所有其他条件不变。

问：要多少个芝加哥学派的经济学家才能把一个坏灯泡换掉？

答：一个也不用。要是灯泡坏了，万能的自由市场机制自然会把它换掉，如果市场没有更换，那就说明没有换灯泡的需求，就不必去更换。

问：要多少个新古典学派的经济学家才能把一个坏灯泡换掉？

答：那就要看当时的工资水平和物价指数如何了。

问：要多少个凯恩斯学派的经济学家才能把一个坏灯泡换掉？

答：越多越好。因为这样可增加就业、刺激消费，经济就这样发展起来了。

问：如果我们派 1000 个经济学家去换灯泡，他们多久能换好？

答：永远也换不好。这 1000 个经济学家会先分成 10 个派别，每个派别会分别拥戴一个自己的精神领袖，然后众多派别开始口水大战，纷纷寻找对自己有利对他人不利的证据，然后报纸、杂志和电视台也陆续加入战斗，最后还是没人去换灯泡。

这个故事嘲讽经济学派别林立，只是不能解决社会经济问题的“上层建筑”。实际上，这样评价对经济学来说确实有失偏颇，经济学之所以成为一门科学，必有其可取之处。在社会主义市场经济下，掌握必要的经济学知识显得尤其必要。蓦然回首之时，我们会发现经济学原来就在我们身边。有心者也许会注意到，我们的一举一动几乎都与经济学有着千丝万缕的联系。例如，商品价格起伏涨跌，口袋里的钞票价值增减，是买房还是炒股……每一件小事背后其实都有一定的经济规律和法则可循，我们的生活已经离不开经济学。用经济学的原理来反观我们的生活，其实我们就是生活在一个经济学乐园里，人生时时皆经济，生活处处皆经济。

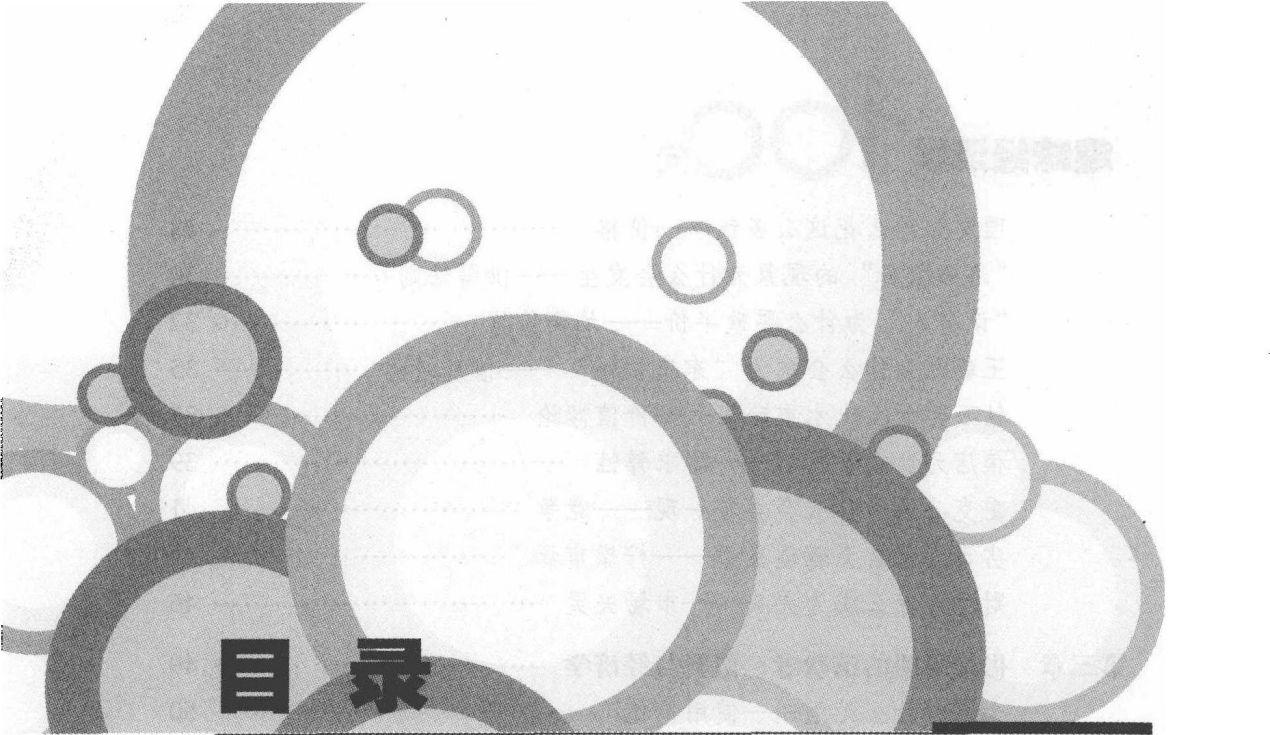
经济学与我们的生活如此密切，但是它的高深“面孔”却吓退了许多人。不用说那复杂的数学模型和演算公式，单说那晦涩的经济术语，也会让绝大多数读者望而却步。难道经济学只能成为少数经济学家在课堂上或书斋里阳春白雪式的欣赏品吗？有没有一种通俗易懂、简便快捷、生动形象地学习经济学的好方法呢？答案是肯定的。用生动的故事和生活中的实际事例来解释深奥的经济学原理，经济学将会更加生动有趣！

本书的书名为《趣味经济学 100 问》，就是以让每个人都能读懂经济学的基本知识为宗旨，给读者提供了一种学习经济学的捷径。本书并不推崇以复杂的图表及公式阐释经济学，通俗风趣是本书的最大特色。从趣味性入手，结合生活中的实例，以简洁明了、幽默风趣的方式将那些高深的经济学道理用平白易懂的解释娓娓道出，让你摆脱啃大部头经济学著作时的费力和烦躁，随时随地在享受阅读的乐趣中学会有用的经济学知识。

当然，本书并不仅仅停留在趣味的层次上，而是以通俗易懂为宗旨，让读者在轻松和幽默中学习到经济学知识，从经济学的不同领域阐释经济学知识，如生产、消费、博弈、货币金融等方面。每章的各个小节分为三个板块，“轶闻趣谈”以小故事或趣闻引领读者进入经济学的殿堂，“经济学聊天室”以通俗化的语言解释经济学现象、阐释经济学道理，“知识链接”则连接相关的经济学知识，进一步开拓读者的经济学视野。

轻轻松松学习经济学，我们的目标不是为了成为经济学专家，而是要理解和运用经济学知识，进而学会如何更理性、更舒适、更精彩地生活。你可以在百忙之中抽出片刻时间阅读此书，如果它能给你带来一点愉快和轻松，同时也能增长一点经济学知识，这便达到我们的初衷了。

编者



目 录

前言

第一章 心较比干多一窍：经济学的思维	1
“君子国”里为什么也有讨价还价——经济人	2
1 美分硬币为什么成为“鸡肋”——成本与收益	4
“朝三暮四”为什么与“朝四暮三”有区别——效用	7
中外首脑为什么对饮食各有喜好——偏好	9
田忌赛马为什么能赢——权衡取舍	11
甘地为什么要扔掉另一只鞋——沉没成本	13
她为什么要“东食西宿”——机会成本	16
鲜鱼汤为什么不好喝——边际	18
分粥为什么这么难——效率与公平	20
小孩为什么不来玩了——激励制度	22
第二章 “市场先生”是好友还是损友：供需与经济学	25
皇帝为什么不能拆除磨坊——产权	26

理发为什么花这么多钱——价格	28
“洛阳纸贵”的现象为什么会发生——供需法则	30
“读书人”为什么要砍半价——均衡价格	32
王羲之为什么会成为“东床快婿”——信息对称	35
钻石为什么比水更珍贵——价值悖论	37
粮店为什么不打折——需求弹性	39
雷克公司为什么会昙花一现——竞争	41
劣币为什么会驱逐良币——柠檬市场	44
财主为什么成为秃头——市场失灵	46
第三章 做最聪明的消费者：消费与经济学	49
大瓢为什么无用——使用价值	50
房子买贵了为什么还如此高兴——消费者剩余	52
价格越高为什么越要去买——吉芬商品	54
节俭为什么反而会导致衰亡——节俭悖论	56
别人的选择为什么会成为自己的选择——消费从众	59
拿破仑为什么不用银器而用铝碗——炫耀性消费	61
女性生理期为什么会影响购物欲望——冲动型消费	63
你为什么愿意在楼下买烟——交易费用	66
补鞋匠为什么能够免死——替代效应	68
商家为什么会“看人下菜碟”——价格歧视	70
第四章 做个会卖瓜的“王婆”：厂商与经济学	74
大熊猫为什么是“国宝”——稀缺价值	75
景点中的饭店为什么在淡季也不关门——生产成本	77
百万大军为什么敌不过八万精兵——规模经济	80
摩根家族为什么得以崛起——诚信	82
约翰逊黑人化妆品为什么畅销——捆绑销售	85
秦池酒为什么会家喻户晓——广告	87
“红顶商人”胡雪岩为什么会致富——顾客满意度	90
小需求为什么会催生大产业——长尾理论	93
兄弟二人为什么会“自相残杀”——价格战	95

美丽为什么也是生产力——美女经济	97
第五章 一场游戏一场梦：博弈与经济学	100
两个嫌疑人为什么自愿坐牢——囚徒困境	101
双方为什么都会遭受损失——斗鸡博弈	103
弱小的刘备集团为什么能“借”走荆州——智猪博弈	106
郭嘉为什么能赢袁绍——枪手博弈	109
共同知识为什么会引发奇怪的推理——脏脸博弈	111
争吵为什么不增加自己的收益——谈判博弈	114
算命先生为什么能够“未卜先知”——策略欺骗	116
私闯园林者为什么不再私闯——威胁与可信度	119
乌龟为什么要和兔子合作——正和博弈	121
“一锤子买卖”为什么会时常发生——重复博弈	124
第六章 从“守夜人”到干预者：政府与经济学	127
“挖坑”为什么会带动经济发展——政府干预理论	128
法律为什么不能成为摆设——经济与法	130
装钱的筐为什么更有价值——通货膨胀	132
格林斯潘为什么会有如此威力——货币政策	135
灯塔为什么只能由政府建设——公共物品	137
过度放牧为什么会引起悲剧——公地悲剧	139
女大学生为什么“急嫁”——就业与失业	142
和珅为什么会成为“贪污之王”——寻租	144
砸玻璃为什么会促进经济发展——拉动效应	146
爷孙俩为什么会陷入两难境地——相机抉择	149
第七章 “皇粮”从何而来：财税与经济学	151
政府的钱袋子为什么很重要——财政	152
加州为什么从“富”走向“负”——财政赤字	154
国家为什么要强制征税——税收	156
抽烟的人为什么不减反增——税率	159
里根为什么只拍四部电影——拉弗曲线	161
我们为什么要交增值税——增值税	163

所得税为什么是财富分割的利器——所得税	166
关税为什么被认为是限制的门槛——关税	169
瑞士人为什么如此“懒惰”——社会保障	171
低收入家庭为什么会得到保障——保障性住房	173
第八章 财富的泡沫之殇：货币金融与经济学	176
金钱为什么具有神秘魔法——货币及起源	177
威尼斯商人为什么最终获救——利息与利率	179
她为什么只贷款 1 美元——理财	181
中国人为什么喜欢存款——储蓄	184
丘吉尔为什么炒股不赚不赔——股票	186
普通人投资为什么也可以找专家——基金	189
期货为什么是场战争——期货	191
郁金香为什么如此“疯狂”——金融投资	193
借款为什么会存在风险——信用风险	196
美国老太太为什么会羡慕中国老太太——次贷危机	198
第九章 “中国花”开遍地球村：国际贸易与经济学	202
杨振宁为什么选择理论物理——比较优势	203
贸易为什么对每个国家都有利——自由贸易	205
埃塞俄比亚为什么越来越穷——两极分化	207
北大才子卖肉为什么会成为新闻——人力资本	210
西班牙人为什么要烧温州鞋——倾销	212
单身汉为什么能喝免费的啤酒——汇率	214
美国农民为什么比中国农民更逍遥——贸易补贴	217
中国人为什么突然“财大气粗”了——人民币升值	219
生活为什么会越来越好——国际分工	222
美国记者为什么离不开中国产品——中国制造	224
第十章 生活是检验经济最好的尺子：百姓生活与经济学	227
“吃狗屎”为什么能创造社会财富——GDP	228
俄罗斯为什么鼓励国民生育——人口增长率	229
贫富差距为什么越来越大——基尼系数	232

问候语为什么会发生变迁——恩格尔系数	234
姚明为什么收入这么高——个人收入	237
北京的生活压力为什么很大——生活成本指数	239
80 后的负担为什么这么重——负担系数	242
年轻人为什么买不起房子——房价收入比	244
1 元钱为什么越来越不值钱——消费者物价指数	247
穷人为什么会感觉幸福——幸福指数	249
后记	252



第一章 心较比干多一窍： 经济学的思维

◎ “君子国”里为什么也有讨价还价——经济人

轶闻趣谈

我国清代小说《镜花缘》一书中杜撰了一个君子国。在君子国里，人人都大公无私，绝不存有半点儿私心。

君子国也有交易行为，但卖者却少要钱，而买者却要多给钱。下面是其中的一幕场景：

买东西的人说：“我向你买东西所付的钱已经很少了，你却说多，这是违心的说法。”

卖东西的人说：“我的货物既不新鲜，又很平常，不如别人家的好。我收你货价的一半，已经很过分了，怎么可能收你的全价呢？”

买东西的人说：“我能识别好坏货物，这样好的货物只收半价，太有失公平了。”

卖东西的人又说：“如果你真想买，就照前价减半，这样最公平。如果你还说这价格太低了，那你就到别的商家那儿去买，看还能不能买到比我这儿更贵的货物。”

他们争执不下，买东西的人给了全款，拿了一半的货物转身就走。卖东西的人坚决不让走，路人驻足观看，都说买东西的人“欺人不公”。最后，买东西的人拗不过大家，只好拿了上等货物与下等货物各一半儿才离开。

经济学聊天室

说到人的本性，我国古代圣贤孟子主张“性善论”，认为人性是善良的；荀子则主张“性恶论”，认为人性是邪恶的。千余年来，关于人性的本源究竟是善恶的争论从来没有停止过。在经济学世界中的人性假设则是理性经济人。

理性经济人，又称作“经济人假设”，经济学正是在理性经济人的假设下研究资源既定时的利益最大化问题：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，对国家而言就是 GDP 和社会福利的最大化。换句话说，经济学认为所有人都是理性经济人，就是一切行为的目标只为个人利益最大化。因此，“君子国”中的人人利他的思想和行为是不会在现实经济生活中出现的。

理性经济人假定人的思考和行为都是目标理性的，唯一试图获得的经济好处就是物质性补偿的最大化。亚当·斯密在《国富论》中的一段话对理性经济人有较为清晰的阐述：“我们每天所需要的食物和饮料，不是出自屠户、酿酒家和面包师的恩惠，而是出于他们自利的打算。我们不说唤起他们利他心的话，而说唤起他们利己心的话；我们不说我们自己需要，而说对他们有好处。”亚当·斯密的这段论述向我们表明：人和人之间是一种交换关系，能获得食物和饮料，是因为每个人都要获得自己最大的利益。

在经济学世界里，千差万别的活生生的人都是理性经济人：不懈地追求自身最大限度满足的理性的人。它包含两层意思：人是自利的，同时人又是理性的。也就是说，每个人做事情都是为了有利于自己，并且每个人都知道做什么事情和怎样做事情才能有利于自己。

显然，经济人都是自利的，以自身利益的最大化作为自己的追求。当一个人在经济活动中面临若干不同的选择机会时，他总是倾向于选择能给自己带来更大经济利益的那种机会，即总是追求最大的利益。但有一点需要指出，自利并不完全等于自私。举个例子说，一个虔诚的基督教徒由于相信上帝，充满了行善的愿望，他人得到幸福时，他会觉得自己也幸福——他是自利的，但并不自私。

经济人的理性思维，就是每个人都知道自己的利益所在，都会用最好的办法去实现自己的利益。当然，这里的“理性”指的是有限理性。因为人不是全知全能的，人的行为受到各种因素的制约，如占有信息的多少、理智和聪明的程度以及外部条件的复杂多变使人难以驾驭等。但是，尽管如此，每个人还是会尽力作出最有利于自己的决策。趋利避害既是每个人的本能，也是理性使然。在经济活动中，人人都是理性经济人。比如，人们都希望买到“物美价廉”的商品，绝不会希望买“质次价高”的商品，因为在经济活动中人会保持自利性和理性。

可能有人会有这样的疑问：如果人人都是理性经济人，都是理性且自利的，社会秩序会不会变得紊乱呢？以亚当·斯密为代表的经济学家给出

了回答：“他追求自己的利益，往往能使他比在真正处于本意的情况下更有效地促进社会的利益。”也就是说，人人都是理性经济人，更能在客观上维护社会的秩序。

可以说，理性经济人是经济学的根基，没有理性经济人假设，就不能正确认识经济规律，也不可能制定切实可行的经济政策。但另一方面，我们也应该要看到理性经济人只是一种人性假设，在现实生活中，人不可能处处都以经济人的视角观察世界。如果一味把理性经济人的观点运用到一切生活准则中，生活将不可避免地有点儿变味。

经济学认为所有人都是理性经济人，并不是赞扬利己性，只是承认它是无法更改的人性，承认理性经济人的存在只是对人类趋利本性的一个认识和引导。在现实的经济活动中，我们不可能为了实现自身利益最大化就不择手段，我们必须遵循市场经济的规律以及法律制度的约束。



道德人

知识链接

亚当·斯密在《道德情操论》中阐述了人性不同于经济人的另外三个方面：同情心，正义感，行为的利他主义倾向。这些是人的道德性的体现，这种伦理思想后来被发展成“道德人”理论。

◎ 1 美分硬币为什么成为“鸡肋”——成本与收益

轶闻趣谈

早年，铸造1美分硬币需要黄铜、青铜和锌，甚至还有不锈钢等原料，从1982年起，开始采用以锌为主的原料。1美分硬币的正面是林肯总统的头像，背面是林肯纪念堂。

早年，1美分在美国可以买到1磅面包，但随着长年的通货膨胀，1分钱变得越来越不值钱了。美国财政部下属的造币局宣布，由于金属价格猛涨，生产1美分硬币的成本已高达1.2美分，超过了1美分本身的价值。因此，有舆论呼吁，除非商品经济学有某种改变，否则应当让1美分硬币退出货币市场。

其实，“废除1美分硬币”运动早在1989年就出现了，该运动创始人高尔说，如今再花1.2美分去制造1美分硬币，显然是荒谬之举。2002年盖洛普公司的调查也发现，58%的美国民众因为1美分面值太低，收到1美分硬币后从来不使用，而是存放在储钱罐或抽屉里，还有2%的人干脆扔掉。结果，在街道、汽车、海滩，甚至垃圾堆里，都很容易发现1美分硬币。

经济学聊天室

1美分硬币的铸造成本高达1.2美分，对于美国造币局来说无疑是成本太高而收益过小。当然作为造币局而言，并不总是以成本和效益作为考量标准。但是作为市场中的经济人，不能不考虑到成本效益的问题。

成本是商品经济的价值范畴，是商品价值的组成部分。人们要进行生产经营活动或达到一定的目的，就必须耗费一定的资源（人力、物力和财力），其所费资源的货币表现及其对象称为成本。成本是为达到一定目的而付出或应付出资源的价值牺牲，它可用货币单位加以计量。在经济学中，几乎任何成本都是可以用金钱来衡量的。

我们必须首先学会计算成本。比如说你打算开一家服装店，在计算成本时，你可能会考虑到店面的房租、进货的费用、借款的利息、付给雇员的工资、水电费、税金等。在扣除这些费用之后，你认为自己还会赚到钱。但这样的计算是不完全的，你漏掉了自己的工资，你垫付的资金的利息，还有开服装店的机会成本等。只有把这些成本也考虑在内，才能判断开服装店是否值得。

因为我们都是理性经济人，所以在做任何事情的时候，都要看付出多少成本和获得多少收益。而要获得收益，就必须进行成本与收益的分析，如果成本大于收益，一般都是不会去做的。

我国古代有一个“愚公移山”的故事，从经济学的角度来说，愚公移山绝对不是精明的经济学选择。从经济学的成本收益角度来说，挖山的成本过高，需要子子孙孙无数代的付出，收益仅仅是方便了愚公后代的出行。与搬家相比，移山显然是成本高、收益低。当然，作为一种精神，“愚公移山”代表着执著与坚持，受到了人们的尊重，这和经济学的混为一谈。

经济学中，作出任何选择必须考虑成本与收益。经济学家讲实际，做任何一件事情，不是为了表现什么精神，而是要获得某种利益，这种利益可以是个人的、群体的，也可以是整个社会的。要获得利益就必须进行成本收益计算。愚公移山只是为了出行方便，而世代去挖太行和王屋这两座大山，这究竟值不值呢？挖山是有成本的，且不说为了挖山所需要的镐、筐等需要花多少钱，仅就愚公一家人不从事任何有酬劳动，放弃的收入该有多少啊！如果天帝并没有将山移走，那愚公的后代可能直到现在还在挖山！这就是愚公移山的预期成本。从成本收益的角度来说，很明显是成本过高而收益过小。

人们虽然都知道成本效益的概念，却经常忽视从成本收益的角度看问题。几年前的央视春晚小品《装修》中，巩汉林怕装修工人偷工减料，宁愿花几十块钱打的去买一根一毛钱的钉子。黄宏有一句经典台词：“就这脑袋，在我们农村就是叫驴给踢了！”但在现实生活中，真正作出类似选择的人并不在少数，付出成本太大而收益较小的选择比比皆是。因此，我们在作选择时，应从成本收益的角度思考问题。

在经济学中，成本效益分析是最基本的概念之一，即使不懂经济学的人也知道它的概念和计算。随着商品经济的不断发展，其内涵和外延都处于不断变化发展之中。



成本的分类

知识链接

- (1) 按概念形成可分为理论成本和应用成本。
- (2) 按应用情况可分为财务成本和管理成本。
- (3) 按产生依据可分为实际成本和估计成本。
- (4) 按发生情况可分为原始成本和重置成本。
- (5) 按计量单位可分为单位成本和总成本。
- (6) 按生产经营范围可分为生产成本和销售成本。
- (7) 按发生可否加以控制可分为可控成本与不可控成本。
- (8) 按形态可分为：变动成本和固定成本。
- (9) 按发生与产品生产的关​​系可分为直接成本和间接成本。
- (10) 按产品成本的构成情况可分为主要成本和加工成本。