

不花钱^的经济学

用经济学家的眼睛看生活，
让简单的经济学帮你过好日子。

陈皮◎著



ZERO COST ECONOMICS

经济不好，怎么办？减薪裁员，怎么办？
不花钱，也能做很多事！开动脑筋，金山银山，就在你身边！

不花钱的经济学

陈皮◎著



 中国纺织出版社

内 容 提 要

经济不好,怎么办? 减薪裁员,怎么办? 不管是新时代的三无青年(无房、无车、无老婆),还是精打细算的家庭主妇,21 世纪最大的危机是什么,没钱! 请不要害怕,本书要告诉你的是:不花钱,也能做很多事! 开动脑筋,金山银山,就在你身边!

图书在版编目(CIP)数据

不花钱的经济学 / 陈皮著. —北京:中国纺织出版社,2010.2

ISBN 978-7-5064-6105-4

I. ①不… II. ①陈… III. ①财务管理—通俗读物

IV. ①TS976.15-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 216301 号

策划编辑:曲小月 林少波 责任编辑:宋 蕊 责任印制:周 强

中国纺织出版社出版发行

地址:北京东直门南大街 6 号 邮政编码:100027

邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社印刷厂印刷 各地新华书店经销

2010 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:16.5

字数:192 千字 定价:28.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换



终于把这几年的细末的思考付诸文字的时候,心里却颇有些不安。这不安令人困扰,像是终于把一屋子的家具器物擦洗干净,摆放整齐了,却还是觉得这有序的房间未必足以待客一样。想想也觉得可笑,真正困扰我的,或许正是这待客的心思吧。毕竟,收拾自己的屋子和设计一个展厅是两件不同的事情。

需要供认不讳的是,虽然学了好些年的经济学,自己却并非所谓的经济学专家,也并非是什么实业家或者有钱人,相反,我不过是一个市井里的草野小民。以这样的身份来写作一本经济学的书,似乎颇有点不合时宜的感觉。“时宜”这种事情,在很多时候,尽管不合情理,却也会让人不合情理地不安起来。接着上面的比方来说,我远非什么空间设计师、也并非是什么巨富名流,只是有些逐年积累下来的“古董”和“玩意”,可以拿来给大家把玩。作为一个草野小民,我所有的不过是些日常“物件”,我的擦洗和整理,似乎带了太多的烟火气,不够堂皇。

我想,好在客人大概也都是些与我相同的平凡市民吧。这样,那烟火气也许也正合他们的意思。我之所愿,想要和他们分享我的“房间”和“物品”,好像也就没那么冒昧难堪,这样,也大概可以心安。其实作为日常生活的一分子,人们对柴火油盐、衣食住行等诸多事情,大概都有一种“使之有序”的愿望。而在我看来,这其实正是经济学的愿景。或许,这愿望大概就是人性之一种吧。

还有一件凑巧的事,就是我所整理的“房间”和“物品”,看起来似乎是另一种心理的表征——看起来像个不安分的小市民——我希望天上可以掉块馅饼下来。并且,我认为天上真的可以掉馅饼下来。为此,我甚至还进行了很多的思考和辩证。我像个执拗且发了癔症的孩子一样,跑遍大街小巷,到处收集信息和论据,我登门拜访那些已经见到过馅饼的人,并把他在何时何地捡到馅饼的事情记录下来,甚至我还想把这些被捡到的馅饼的形状和重量都弄清楚。我的癔症的表现是,我以为,我一定看到了一幅新景。我想把这幅新景绘制下来,给人们看。

其实,那新景早已存在,就在我们居住的城市和街道上,每天都在发生,并正在被很多人看见。我坐下来仔细思考那些我所听过的理论,也发现有许多字在松动散落,在生成新的文句。可惜的是,我不大能够把那些字记录下来。我最后整理出来的不过是一些细小的逻辑和日常的事情,它们同样都带着浓厚的烟火气。不够堂皇,这是有点不好意思的事情。

值得庆幸的是,我觉得这些已经足够,因为我并非高深的专家。我所关心的说到底还是些日常事件,我需要更新的也不过是些聪明且有用的观念和逻辑。我喜欢有效的,甚至说得更庸俗些,我喜欢有利的。我喜欢让自己的生活更加便捷、更加轻松。对我来说经济学就是柴米油盐,然而,我所希望的是不要让柴米油盐这样的事情压得人气闷,我想做得比别人稍微聪明点。显然,这并非只有精心算计这一条路。或者可以这样说,经济学并非只有教你如何精打细算这一条路,相反,它甚至可以有挥霍的途径,有可以领到免费午餐的方法。

这一点,并非我的发明。而是生活的发明,我们在很多时候都不去注意、不去重视它。如果我们真的去思考它、了解它。我们会发现它有自己新的逻辑和智慧,我们需要转变的是我们自己的观念。经济学是应该有烟火气的,甚至,是应该有人性和感性的,它绝非仅仅是我们所理解的板着面孔的精算主义,或者是不可更改、没有回旋余地的概念和原理。把经济学理解成铜板和钞票就更是一种不可原谅的错误。经济学是生活的发明之一,我们每个人都可以在城市和日常生活中,到处都有经济学的信息。当生活在改变的时候,经济学也自然会有新的面貌和角度。

所谓不花钱的经济学想要说的,大概就是在市场的某些条件做出变动的时候,作为平常的经济个体——即使是作为一个消费者,都将具有更多的主动性,有更多的用武之地。随着市场的发展,生意的价值空间不是变小了,而是变大了。在这样的市场里面,我们有更多的机会来获得新的利益,我们可以让我们的生活变得更充裕。只要我们用心,在这个正在改变的时代,在市场里捡到免费的馅饼实在不是一件难事。

如何不花钱生产产品?如何不花钱消费?如何不花钱交换?如何不花钱开拓市场?如何不花钱做大生意?本书就是想从这一系列颇为不可能的问题入手,来描绘新的市场图景,并且勾勒出新的商业世界的生意逻辑。还是那句话,虽然很烟火气,但是却还有属于市井的那种情理,甚至,在许多时候,还有“泼辣”。因为,只要你转变角度,那些本来就是天经地义的。

陈 皮

2009年11月



1 经济学里到底有没有“免费午餐”

丰富和贫穷的故事.....	3
经济学的愿景和困境.....	5
音像商和免费下载的是与非.....	7
经济学里的免费午餐.....	9
新商机和不花钱的经济学.....	11



2 当边际成本为零的时候

为什么当当网的书那么便宜.....	15
为什么会有免费邮箱.....	17
为什么开网店是有利可图的.....	19
怎样免费打电话.....	23



3 市场规限的打破

用布做纽扣的裁缝师傅.....	26
富庶的新大陆.....	28
把教材打折卖给师弟的大学生.....	31
规限的打破.....	33



4 从事生产的消费者

玩吉他的人.....	39
为什么要做网络时代的写作者.....	40
生产工具的普及.....	42
为什么要尊重创作冲动.....	45
不花钱经济时代的三种身份.....	47
从事生产的消费者.....	50



5 在没有缺乏的情况下

如何实践不花钱的经济学.....	55
把产品分为两个部分.....	56
让市场替你做事.....	58
让消费者参与进来.....	61
尽最大努力降低成本和价格.....	64



6 像媒体一样做大市场

雅虎和谷歌的故事.....	69
怎样不花钱开拓市场.....	71
新的营销原则.....	73
一种产品、一种价格、一种传播途径并不适合所有人.....	76



7 弄清楚自己在做什么生意

马车生产商为什么会被淘汰.....	81
-------------------	----

找出那些正在改变的,转变原有的商业逻辑.....	83
思考那些不变的,找出生意的存在价值.....	85
研究能提供的服务,找出真正稀缺的.....	88

8 价格歧视理论及其延伸



免费网络游戏如何赚钱.....	94
怎样不花钱装扮QQ空间、获得QQ币.....	97
价格歧视不仅仅是细分.....	100

9 让产品做“兼职”



打火机和报纸为什么那么便宜.....	106
“兼职”为什么更能赚钱.....	108
每一件东西都是载体.....	110
怎样为产品找“兼职”.....	112

10 稀缺的额外价值和可复制



奔驰和麦当劳的故事:什么是边际非稀缺产品.....	120
脑白金和奢侈品的故事:怎样寻找产品的额外价值.....	123
茅台酒的故事:怎样做“稀缺价值”营销.....	126

11 平台整合和多方生态系统



寻找关联性以加强流程整合.....	135
重新审视企业价值链系统.....	137

转向自组织的商业网络协作模式.....	139
如何搭建开放的社会广场.....	142

12 影响有关系的人



小姑娘的鞋子:影响有关系的人.....	148
博客和豆瓣网的营销故事:从小众到群体部落.....	152
劳务交换模式及其他:如何在网上不花钱却赚钱.....	156

13 价值传递



怎样运用交叉补贴模式.....	162
“创业联盟”的故事.....	164
怎样创作一本畅销书.....	166

14 长尾与机会成本



经济危机下的两个人.....	172
怎样利用长尾.....	176
如何看待机会成本.....	180

15 在这个资讯过剩的年代里



个人博客的价值在哪里.....	188
实践注意力经济的方法.....	190
几种新的聚合工具.....	194
怎样在网上用注意力注册赚钱.....	204



16 让顾客参与进来

Web2.0和开源软件的故事.....	210
“说话权”和“听话权”.....	214
经济学里可不可以有感性成分.....	216



17 声誉经济和个人档案

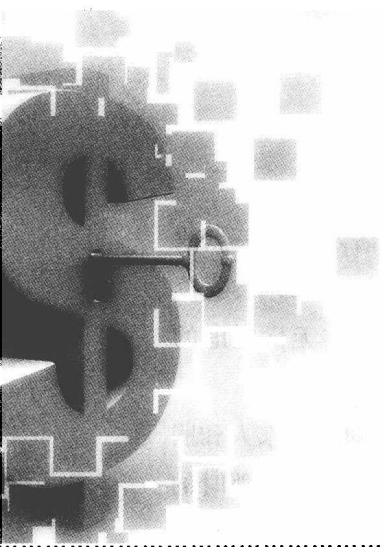
豆瓣网的个人档案和声誉经济.....	224
怎样在淘宝网上获得较高的卖家信誉.....	228
怎样做好博客行销.....	230



18 不花钱其实是另一种充裕

不花钱经济学的挥霍定理.....	238
寻找新的价值空间.....	243
如何不花钱上网.....	247

参考文献.....	250
-----------	-----



经济学里到底有没有“免费午餐”

1

- ✧ 丰富和贫穷的故事
- ✧ 经济学的愿景和困境
- ✧ 音像商和免费下载的是与非
- ✧ 经济学里的免费午餐
- ✧ 新商机和不花钱的经济学

有时候,我会想到 1996 年的事情。在那一年,我的生活发生了一点改变。在之前,我已在我出生的那个小县城生活了将近二十年,在那里,我读完了小学和中学,都是些安静而自足的日子,或者说,是些无忧无虑的日子。作为一个孩子,我甚至还不懂得柴米油盐之类的事情。

可是,1996 年是我告别那个小县城的时间。九月份,我向我的亲人和朋友告别,到北京去读书。我在大学里的专业是在当时颇为流行,而在那时的我看来却有点遥远的课程——经济学。我当时很懵懂,所以,似乎也并不介意那种遥远感。我提起行李,向爸爸招招手,就登上了绿色的铁皮小火车。

十几年之后,我不知道为什么还是总想那一年的事情。也许,这仅仅是一种个人的怀念,我会想那一年坐在车窗前向外望得出神的那个少年。他看那窗外呼啸而过的风景,心里有种莫名的缺失感,在他以前的生活风景里,一切都是静止有序的。而从那一刻起,生活给他呈现的更多的是一种涌动的景象。他有点无措,他想努力安静下来,想回到那之前的有序当中。为此他几乎判断那涌动是一种幻象。而之后的生活证明,那涌动不是幻象,而是实在。



丰富和贫穷的故事

我还能记得我当时有一款 sony 的小随身听,那时,它是我心爱的东西。在那列开往北京的火车上,我就是在它的陪伴下,体味着那种有点惆怅又有点恐慌的心绪。

这么多年之后,我还是能想起我穿过广场去音像店挑选磁带时的情形。我像许多人一样,对听音乐有种需要,这种需要要比爱好稍稍多一点,接近一种嗜好。十几年前,我带着那个蓝色的小索尼随身听,穿过广场,去西北角上的那几家音像店挑选我需要的磁带。在我居住的小城,只有那里有几家像样的音像店。其他卖磁带的店都似乎带有点兼营的感觉,大多是书店或者报亭,在柜台上摆了十几种当时流行的几个歌手的磁带。

那几年流行的也差不多就只有那几个港台的歌星,在那些音像店里能找到的也差不多就只有这些,这是令人沮丧的事情。我只是在想,如果那时我有幸听到更多其他的声音,该是件多么幸福的事情。

当然没有如果,转眼我就身在世纪交替的北京了。北京的丰富可以给我一个自由选择的空间。尽管自己离开从小居住的故乡令人寂寞,但能找到其他更多的东西也未尝不是一种补偿。在与一个更丰富的世界默默对话和磨合的过程中,会懂得更多,当然,有时候,也会迷失。

我把很多业余时间用在淘唱片(CD等)的过程中,我开始知道,这世界上有那么多人,在唱不同的歌。这个发现对我来说,是一件了不起的事情。这有时候令人狂喜,有时候也令人困惑。困惑的是,那么多唱片,不知道要买哪一张。买的时候,往往并不能确定自己喜不喜欢。那时候自己是穷学生,买唱片总是慎之又慎,就这样自己还是买了许多自己不喜欢的唱片,听一次就扔到床角。

十多年前,我们根本不知道 MP3 是什么,甚至连听都没听过。我们要想听歌,首先得去音像店买磁带、CD。我们要去挑选那些我们听说过的音乐,或者是那些我们知道并且在别处听过的音乐。因为在这种情况下,我们往往会有些把握,知道我们买到的音乐起码不会让自己不喜欢。若我们去挑选的是一些我们并不了解的音乐,事情往往就会有偏差。因为在我们还没有听过他们的时候,差不多只能靠介绍,甚至只能靠包装去判断自己会不会喜欢。在很多时候,我们发现我们买来的音乐并没有听说的那么好。即便是我们之前在别处听过了的,说不定也会发现,仔细听起来也并没有我们期盼的那样好听,或许仅仅是当初听到的那个片段和旋律还不错罢了。记得那时候,常常与一些朋友交流,在买唱片之前,听取别人的建议。后来,也渐渐地开始给别人提意见。但是,麻烦也常常有,因为人们对音乐的喜好大相径庭。



经济学的愿景和困境

当然那个时候,音乐品种不会有现在这样多,歌手也不多。这使我们的选择显得没有现在想象的那么困难。也就是说,缺乏在某种程度上帮助我们,这有点让人啼笑皆非,缺乏这种事情总是会使环境和资源显得有章可循一点。

于是,会有我要学习的那个专业——经济学。根据我在大学里学到的解释,经济学研究的是一个社会如何利用稀缺的资源以生产有价值的物品和劳务,并将它们在不同的人中间进行分配。就是说经济学是研究稀缺资源的分配的,经济学的愿景其实也是让这个社会有章可循。

其实可以就我上面所说的那些往事,做一个象征性的比较:

(1)小城象征缺乏的环境。1996 年之前,我居住那个小城时所感到的有序和安静,其实更多的也是由于各种物质和精神资源的缺乏所带来的吧。

(2)北京象征丰富。而当我离开小城,来到北京的时候,随着那缺乏的消失,我面临更多的选择和自由,也遇到许多困难和迷茫,或许也正印证那有序环境的坍塌。

(3)涌动的感觉和选择的困难象征着经济学的新处境。当年,我在火车上所感到的那种涌动感,直到多年以后还一直存在,并提示我们在非缺乏、非有序情况下的新处境。这件事,从大的方面说,甚至可以提到哲学的高度,而仅仅从资源分配上看,就是经济学的问题。而经济学要关心的其实就是这些事情。

也就是说,我们现在需要明白的事情是:那困难既然是切实存在,我们要怎样才能使一切重新有章可循呢?这是传统的思路。我们也可以从另一个方面想,既然丰富远不能算是一件坏事,或者说,我们绝不能想象从丰富

退回缺乏,就好像我们不能像硬说我的小县城比北京更适应时代一样。那么,如果我们想要更加丰富起来的话,经济学将如何实现自己的愿景?这就出现了第四个方面的象征。

(4)MP3 的出现象征资源匮乏环境的彻底清除。随着限制的被打破,事情就会呈现出另外的样子。当互联网的发展越来越迅速,听音乐这件事情就得到了根本的改观,有了 MP3 这种东西,也有了免费下载这种方便的事情后,远远不是省下了买 CD 的钱。有了 MP3,才可以不受限制,不加过滤地接触到多种多样的音乐,从主流音乐到那些地下音乐,应有尽有。只要你在互联网上搜索试听、听满意了就可以下载下来,这一切都不需要你花一分钱。

音乐的免费下载实际上也是一种观念的分享。音乐的创造者与观念的拥有者一样,不会因为多一个人聆听而有所损失。一个音乐作品诞生以后,就可以被无限次欣赏和使用,这不是一个缺乏的资源,而可以制造缺乏的因素是工具,传统音像商利用的就是这个,他们把某个作品固定在一个只有自己可以生产的磁带和盘片当中。然而,互联网改变了这一切。

其实,从经济学角度来思考,这绝对是一件新鲜事。在这件事情的背后,隐藏着一种新的经济学,这种新的经济学要求我们学会把传统经济理论应用在一个新的范畴。传统经济学的中心思想,是在有限环境下分配资源。在一般情况下,经济学对“没有缺乏”的环境相当陌生,很多经济理论在这种环境下并不成立也不适用。

那么,若商品真的不再稀缺了,我们该怎么办呢?假如音乐商所制造的产品处处可见,不花一分钱就可以得到,他们应该怎么办呢?而经济学又该怎样理解和面对这样的事情呢?



音像商和免费下载的是与非

如果我们仔细去想这种不花钱的事情,我们会窥见更多有趣的东西。如今,我们可以在互联网上找到越来越多的不花钱就可以听的音乐。这对于那些音乐商来说,几乎是一个噩梦,当他们制造的商品处处可见,不再稀缺,他们就会产生一种被偷窃的感觉。这几年,我们见到许多关于版权的纠纷和官司,大都是由于传统制造商的这种被窃感,他们由此损失许多他们觉得是自己应得的利益,甚至有许多创作者,也纷纷站出来谴责。

这似乎是无可非议的,传统的智慧教导我们,认为我们应该通过专利、版权和商标来控制和保护专有资源和创新,尤其是知识产权。如果有人侵犯你的知识产权,那就请律师来解决问题。在今天,许多行业从业人员拥有的正是这种思维方式,他们以为商业社会最需要的就是产权意识。可是商业社会已经改变,原先的某些规则,已经不再是维持秩序的最佳手段了,相反成为一种限制。

如今,是数字音乐、是将艺术家和消费者置于价值创造网络中心的一个大好机会。但是音乐行业没有欣然接收 MP3 和采取新的商业模式,而是采取敌意和防御的态度。大公司天天忙于控制知识产权、反对盗版和控制专有标准等问题,但最后只会进一步疏远和惹怒音乐听众。毫无疑问,数字化为数字内容的制造者带来了严重的窃用问题。数字化的内容容易被共享,这与复制一样简单。如果你的创作内容能够无成本地复制,为什么人们要付费呢?如果没有人付费,你如何赚回固定成本的投资呢?

传统的音像商认为应该采用的方法是加强知识产权保护的范围和力度。新的数字权利管理技术使得知识和信息更加排外——内容花园的高墙、专利数据库、封闭性资源软件,他们全都许诺给予知识创造者合理的回