



民主·自由·市場

吳惠林著

本書內容分為「生活經濟」和「環境與政策」兩大篇。第一篇探討的主題取自你我日常生活中常遇見的經濟活動或現象，第二篇則著眼於政府研擬或施行之各項政策的反思與檢討。

本書是作者近年來於報端發表文字的集結。作者憑藉其深厚的學術根柢，以深入淺出的活潑筆法與犀利的批判眼光，和你一起重新思索切近我們的生活現象，以及全面性的經濟議題。

國家圖書館出版品預行編目資料

民主・自由・市場／吳惠林著。——初版。——臺北
市：商周文化發行；城邦文化發行，民86
面： 公分。——
ISBN 957-8420-06-4 (平裝)

1. 經濟-台灣-論文-講詞等

552.2832

86003191

民主・自由・市場

作者／吳惠林

責任編輯／陳筱宛

文字編輯／陳逸瑛

校對／呂佳真

發行人／金惟純

社長／何飛鵬

主編／胡芳芳

出版／商周文化事業股份有限公司

台北市敦化北路62號5F

電話／(02)7736611 傳真／(02)7110520

發行／城邦文化事業股份有限公司

台北市信義路二段213號11F

電話／(02)3965698 傳真／(02)3570954

劃撥／18966004 城邦文化事業股份有限公司

封面設計／李振洋

打字排版／上統電腦排版事業有限公司

印刷／韋懋印刷事業股份有限公司

總經銷／農學社

□1997年(民86)4月1日初版

行政院新聞局局版臺業字第4081號

售價／200 元

版權所有●翻印必究

ISBN 957-8420-06-4

民主・自由・市場

吳惠林 著

〈自序〉

魅力無窮的自由經濟觀念

苟活於塵世的凡人，無非在求取生活的快樂、福祉的增進，到底何種方式才是較佳途徑呢？在共產世界如骨牌式地傾倒，且自由世界也不斷響起開放呼聲的現實下，自由經濟或市場經濟較能養活衆多人口，較適合被人類採取，已經是毋庸置疑了。不過，儘管世界潮流和趨勢是如此，而日常生活中遵循市場倫理者也往往較能存活，但違背市場經濟的事例卻仍到處充斥。之所以如此，自由經濟「觀念」的缺乏是主因，但該觀念的浸淫灌輸卻是一大難事，因為看似簡單的理念，其實不易說明也不容易懂。有鑑於此，個人雖不敢說十分專精於此道，但起碼的基本理念應不離譜，爲了扭轉被誤導的觀念，多年來不憚其煩，藉著對現實事件的解析，儘量以平常語言作自由經濟觀念的傳布。本書所蒐集的篇章都是秉持此一理念的作品。

本書由二十二篇文章組成，簡單分成「生活經濟」和「環境對政策」兩大類。第一類解析日常生活中的一些現象並澄清某些被誤導的觀念，先對「不二價」作駁斥；再對「租」這個重要名詞，藉由喬登這位NBA天王巨星爲例作解讀；接著對

「排隊」這個司空見慣現象提出經濟分析；再來又將凡人對事物的悲觀、樂觀看法及如何以正確態度發揮悲憫情懷，以免反而產生「愛之適足以害之」的適得其反後果，舉實例說明。

第二類文章的篇幅比較長。第一篇「迎接無國界的經濟世界」，其篇名已經明確顯示自由、開放政策是一條明路；「應該的年代，不應該的作法」旨在檢討先進國家的福利政策並述說這些國家的反省，供作後進國家借鏡；「經濟成長與經濟景氣的迷思」是反思通用的國民所得衡量指標之意含；「美國經濟會有大恐慌嗎？」顧名思義質疑此種聳動說法；「亞太營運中心與政府職能」剖析政府的正確角色及廓清亞太營運中心面目；「家庭與社會福利」在強調家庭功能及其與社會福利的因果關係；「突破人力的瓶頸」和「外勞是台灣產業的不歸路」解析台灣唯一豐富的人力資源所遭遇難題和因應之道；「民主·自由·市場」被選為本書書名，可見其重要性，旨在強調民主社會係以自由、市場為主軸；「值得商榷的買車自備停車位政策」在駁斥該政策的不當；「國民年金」這幾年受到關注並被提倡，其內涵妥當嗎？藉由評估內政部草案可見端倪；天災是台灣季節性現象，應如何救災？需不需要有什麼優惠措施，「救災求效率，優惠則不必」試圖提答案；「選舉症候群如何了？」剖析最受媒體青睞的選擇現象；而「安定」是「繁榮」的陷阱則在破解執政

黨在歷次選戰中採用「安定牌」策略，最後一篇「黨營事業應接受競爭市場的洗禮」對於全球最大的國民黨營事業該何去何從，提出轉換成本最低的「開放競爭」方法讓其自然演變。

本書的各個篇章都在傳輸自由經濟「觀念」，目的在於增進每位讀者福祉。畢竟「人者心之器」，人的行動還是受到既存觀念主導，只知道這些篇章對於讀者們是否具足夠說服力，但願答案是肯定的。

《民主・自由・市場》

〈自序〉魅力無窮的自由經濟觀念

0
0
3

第一篇 生活經濟

豈有此理的「不二價」！

租・地租・超級巨星

排隊經濟學

籃球巨星喬登要求「天價」有理嗎？

生活經濟學

樂觀還要進取

悲憫，也得符合經濟學

0	0	0	0	0	0	0
4	4	3	3	2	1	1
8	4	9	3	9	8	1

第二篇 環境與政策

迎接無國界的經濟世界

0
5
5

應該的年代，不應該的作法

經濟成長與經濟景氣的迷思

美國經濟會有大恐慌嗎？

亞太營運中心與政府職能

家庭與社會福利

突破人力的瓶頸

外勞是台灣產業的不歸路——冷眼看外勞的引進

民主・自由・市場

值得商榷的買車自備停車位政策

檢視內政部〈國民年金保險草案〉

救災求效率，優惠則不必

選舉症候群如何了？

「安定」是「繁榮」的陷阱？

黨營事業應接受競爭市場的洗禮

0
5
9

0
7
6

0
8
3

1
0
0

1
2
1

1
3
9

1
6
3

1
7
6

1
8
3

1
8
7

1
9
4

2
0
1

2
1
2

2
1
9

第一篇 生活經濟

豈有此理的「不二價」！

在以往那個威權的時代，曾有不少官方發起的運動，如新生活運動、勤儉愛國、保密防諜運動……。『不二價』也是曾經推行過的一種運動，雖然該運動已無疾而終，但『不二價』卻深印在一般人心，如今還有標榜不二價的商店呢！不過，不二價為何不能持久？現實社會裡不二價為何不是常態？簡單的經濟學理可以提供我們有理的答案。我們先由日常生活中常見的案例談起。

「不二價」非常態

到KTV唱歌在台灣社會是非常普遍的休閒活動，雖然有好幾次火燒的不愉快和令人心悸的事故，但不可否認的，它已是國人日常生活中一項非常重要的休閒、調劑和娛樂，相信許多讀者們都有到過KTV的經驗。不過，去過的朋友除了特別觀察逃生設備和通路之外，不知有沒有注意到一個現象，那就是KTV的「收費」方式。一般而言，KTV是以小時為單位時間計價的，但「每小時多少錢？」卻因

不同時段而有差別。如果朋友們有這種印象，那麼，以早上、下午、晚上三個時段區分，那個時段較便宜？那個時段比較貴呢？又，那個時段介於中間？

答案是：早上最便宜，晚上最貴，下午居中。朋友們有沒有想過：為什麼是這樣？如果反過來會是如何呢？

在超級市場裡，其所販賣的名牌冰淇淋，購買愈多盒，平均每盒的單價愈便宜；就是一般飲用的牛奶，也時常看到一罐五十元、三罐一百元的現象。類似這種買量愈多、平均單價愈低的例子可說隨處可見，這些生意人為何會這樣做呢？

在傳統菜市場裡，同一種貨色的菜，在市場的入口處以及市場後頭的菜攤，售價是否相同？大概是不一樣的，而入口處的價格會較貴，愈後頭則愈便宜。此外，同一攤菜販，早上八點的價格和近中午的價格會一樣嗎？何者便宜？當然是愈近中午時刻愈便宜，其道理安在？

電話和電力是日常生活的必需品，它們都不是免費的，但電信局和電力公司在訂定價格時，不用我說，大家也都有經驗：白天較貴、夜晚較便宜。這種被稱為「尖峰訂價」的做法，其理安在？

賣桔者差別取價

世界著名的華裔經濟學家、也是香港大學經濟系主任張五常教授，是個「產權理論」專家，也是個極為務實的學者。他研究問題時，往往是親自去體驗，在認為對事情有真正了解之後，再利用學理從事剖析的工作，因此每篇文章都很札實，更不是打高空。他曾經養過蜜蜂、開餐館、養魚，實際觀察、體驗各種行為的運作。話說一九八四年的香港年宵夜，張教授與三個朋友購進兩百多盒四季桔，送一小部分給親友後，剩下二百盒到市場出售，自當晚八時起開始賣，每盒成本四十港元，賣不出不能退貨，到凌晨三時半便將桔子全部賣掉。

張教授四人之所以到市場賣桔，並非為了獲利，而是想體會市場中價格的變化，當然，他們在賣桔時，還是站在求取「高利」的立場。他們當晚是在「一定要賣光」這個限制條件下從事銷售，晚上九點左右，客人大批湧至，而年宵市場根本沒有不二價這種事，無論賣者開價多少，顧客都會講價。當晚只有五、六盒桔是照著所開的價格賣出的，此因一般顧客都知道年宵市場是要討價還價的，若實行不二價就很難成交，於是賣者意識到，自己的開價是「預備」要被減的。由於每位顧客的習性和所獲資訊不同，因而成交價格也不一。賣者希望以最高的平均價格，及時將全部

貨品賣掉，買者當然想以最低價購得。張教授及其朋友最初的開價是每盒八十港元，最低以六十港元賣出。十一點時開始下雨，開價馬上下降，半小時後雨停了，開價又立即提高，午夜之後開價減至七十港元，就是這一個小時顧客最多，但這些人大都以爲午夜之後可以買便宜貨，因而講價較繁。這一段顧客雲集時段過後，賣者的減價次數逐漸增多，到最後每盒開價只三十港元，低於成本。

市場、顧客不必區隔

張教授的這一段生動賣桔經驗，活生生地將「差別取價」顯露了出來，此與上述各個日常生活事例都類似。不過，張教授的賣桔經驗卻讓他領悟到至少兩個重要含義。這兩個含義就是對一般標準經濟學教本上所敘說的，實施差別取價必須具備兩個條件的質疑。教本中的第一個條件是：市場必須區隔或分開，或者要將顧客分隔，但一般經濟學者幾乎都認爲，在同時同地將顧客分開是不可能的。張教授認爲這個看法明顯是錯了，關鍵在於顧客們所具有的資訊並不相同，而價格的資訊成本相當高，賣者相對於買者的資訊來得充足、豐富，只要買者「相信」自己議定的價格夠「便宜」，便不會再費時去查詢，也沒有意願去公布自己的買價。第二個條件是：支付不同價錢的顧客，他們的「需求彈性」必定有所不同，支付較高價格者的