

你不可不知的经济学定律

江 东◎编著

超有味 经济学

什么是“看不见的手”

为什么一票难求

“石油战争”真的存在吗

为什么富者更富，穷者更穷

为什么美女总要配丑男



西苑出版社
XIYUAN PUBLISHING HOUSE

你不可不知的经济学定律

江 东◎编著

超有味 经济学



西苑出版社
XIYUAN PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

超有味经济学：你不可不知的经济学定律 / 江东编
著 . — 北京：西苑出版社，2012.2

ISBN 978-7-5151-0154-5

I . ①超… II . ①江… III . ①经济学 - 通俗读物
IV . ① F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 017008 号

超有味经济学：你不可不知的经济学定律

编 著 江东

责任编辑 刘荔 010-88637291

出版发行 西苑出版社

通讯地址 北京市海淀区阜石路15号 邮政编码：100143

电 话：010-88624010 传 真：010-88637120

网 址 www.xycbs.com E-mail: xycbs8@126.com

印 刷 北京九天志诚印刷有限公司

经 销 全国新华书店

开 本 640mm × 960mm 1/16

字 数 180千字

印 张 16

版 次 2012年10月第1版

印 次 2012年10月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5151-0154-5

定 价 32.00元

(凡西苑出版社图书如有缺漏页、残破等质量问题，本社邮购部负责调换)

版权所有 翻印必究



前言

如今，可以找出很多学习经济学的理由。比如理财的需要，比如经济活动在人们生活中的重要性提高后，掌握经济学知识可以多一种认识世界的角度，再比如交流和沟通的需要。在经济学知识需求暴涨的背后，渴望财富是很现实的动力。但是，经济学知识与财富获取能力是否成正比？从历史记录看，投资回报很高的经济学家有，比如凯恩斯。但也不乏真刀真枪一败涂地的例子，比如大经济学家费雪。

了解经济学有什么意义呢？经济学提供的理论框架给予人看待世界的某种角度。亚当·斯密在18世纪中叶出版了《道德情操论》、《国富论》两部伟大著作，这就是经济学的奠基之作。从书名可以看出，经济学脱胎于古典道德伦理哲学。现代经济学融汇了大量文明成果，它或许永远只能是“不精确的科学”，但它与几乎所有其他学科“交叉”的宽广，以及试图对所有与人有关问题“插嘴”的禀赋，使它既被用来解释柴米油盐的琐碎，也触及对宗教、哲学等玄妙范畴的追问。

在很多人的印象中，经济学是一门既枯燥又抽象的学科，太深奥太艰涩，还涉及很多数学模型和计算，这些都是经济学家玩的游戏，与普通民众无关。其实经济学正生动地编织着生活的方方面面，人们身边的大事小



事都可以用经济学原理来一一破解，经济学也包含着许许多多生活小智慧，爱尔兰文豪萧伯纳就曾经说过：经济学是一门使人幸福的学问。

如今，工资越挣越多，为什么手头的钱却越来越不够花；日本发生大地震，中国内地却发生了盐荒；为了获得理想的婚姻，我们需要在茫茫人海中千挑万选……面对我们所迷惑的这些现象，我们有意无意地会联想到一些经济学知识。

萨缪尔森说得好：“学习经济学并非要让你变成一个天才，但是不学经济学，命运很可能会与你格格不入。”无论是国际社会动向、政府决策，还是日常生活中的柴米油盐、衣食住行，我们都可以从经济学中获得有益的启示。对于每个人而言，自利是最高价值导向，精于算计是所有人的行为标准；供需是市场经济的永恒主题，买卖中蕴涵无限的玄机；宏观经济的大势中，个人必须学会如何读懂宏观数据，从而做出某种经济决策；用经济学的眼光为人处世，会发现很多隐藏在个人行为背后的种种秘密。

本书从不同侧面通过经济学的表象剖析经济学的规律与法则。作为经济学的通俗读物，本书生动形象地将经济学的观点寓于故事、生活实例中，为你展示经济学真实的一面，并能让你随时随地在享受阅读的乐趣中学会实用的经济学知识。读完本书，你会发现，在那些你耳熟能详的故事中，在你每天都会见到的生活现象中，无不闪耀着经济学的光芒。

我们相信你是一个“理性人”，我们也相信这本书也能给你带来启发和收获。

目录

CONTENTS

第一章 从最基本的说起：进入经济学的奇妙世界 /001

人人都精于算计——理性人假设 /001

“石油战争”真的存在吗——稀缺性 /003

到月球上买块地——商品的属性 /006

为什么一票难求——供需 /009

婚前买的房子究竟归谁——产权 /010

纸币有价值吗——货币 /013

什么是“看不见的手”——市场调节 /016

税率越高政府越富？——拉弗曲线 /018

第二章 通胀时代：我们能否掌控自己的生活 /021

为什么感觉钱不值钱——通胀 /021

不能承受的物价上涨之重——CPI/024
从柴米油盐看生活水准——恩格尔系数 /027
是做房主还是房奴——房价 /029
钱值钱了？——人民币升值 /031
还钱容易借钱难——国家利率 /033
逃离“北上广”——生活成本指数 /035
幸福究竟在哪里——幸福指数 /038

第三章 财富不缩水：让钱袋子加速鼓起来 /041

衡量经济发展的尺度——GDP/041
姚明为什么收入这么高——个人收入 /044
为什么富者更富，穷者更穷——基尼系数 /046
钱是不断贬值的——贴现率 /049
我们的财富究竟有多少——购买力平价 /051
收入高的人为什么不开心——累进税 /053
交更少的税——合理避税 /057
做大蛋糕与均分蛋糕——效率和公平 /060

第四章 价格背后的尺子：谁动了价格这个奶酪 /062

“史上最贵”微博——价值规律 /062
学会讨价还价才聪明——均衡价格 /063
薄利多销还是薄利少销——价格弹性 /066
一样的东西为何不一样的价格——价格歧视 /068
沃尔玛在中国为何能成功——平价策略 /070
大家一起去抢盐——吉芬商品 /072
多吃香蕉，少吃苹果——替代效应 /074
丈母娘推高了房价——刚性需求 /076
为什么彩色照片比黑白照片成本低——完全竞争 /078

第五章 消费迷局：需求背后的那只“推手” /081

自己买的就是最好的——消费者剩余 /081

萝卜白菜，各有所爱——消费偏好 /082

以满意为标准——消费效用 /084

今天你团了吗——团购 /087

期望所带来的神奇效应——消费预期 /089

为什么东西越贵越有人买——炫耀性消费 /090

由俭入奢易——棘轮效应 /092

都是冲动惹的祸——冲动型消费 /093

为什么在酒吧喝酒要钱，却又免费提供花生米——搭售 /096

明星具有超强号召力——示范效应 /098

第六章 第三只耳朵：为什么有些人总比我们多知道一些 /101

为什么说“买家没有卖家精”——信息不对称 /101

为什么企业认可名牌大学生——信息传递 /103

众所周知的信息——共同知识 /104

柠檬市场全是便宜货——劣币驱逐良币 /106

吃别人剩下的“草”——羊群效应 /108

别被所谓的选择忽悠了——霍布森选择 /110

必须要找到最值得信赖的人——道德风险 /112

杜绝一锤子交易——重复博弈 /114

第七章 热点面面观：《新闻联播》里的经济学密码 /116

同一经济现象，不同的经济数据——统计数据 /116

节俭是美德吗——节俭悖论 /118

社会面临通货膨胀与失业之间的关系——菲利普斯曲线 /120

价格究竟能不能限定住——限制价格 /122
“挖坑”真能带动经济发展吗——看得见的手 /124
世博会给上海带来了什么——乘数效应 /125
逃不掉的经济兴衰——经济周期 /127
美国老太太与中国老太太——次贷危机 /129

第八章 非常生活秀：身边的经济学现象 /132

天下没有免费的午餐——成本与收益 /132
女人是花，女人也会花——她经济 /134
丰产不一定丰收——蛛网理论 /136
为什么总是到卓越买书——路径依赖 /138
楼下商店卖的香烟比商场贵——交易成本 /140
新增的就是好的吗——边际 /142
公共草场的悲惨结局——公地悲剧 /144
当理性遭遇理性——囚徒困境 /146
最完美的分粥方法——制度 /147

第九章 干活多，拿钱少：职场中的经济学“黑洞” /151

你的产出决定了你的收入——劳动生产率 /151
谁偷走了你的工作——失业 /152
激励员工努力工作——效率工资 /155
辞职之前先算一笔账——择业与跳槽 /157
你的一生就这样度过吗——内卷化 /159
一线城市中的奋斗群体——蚁族现象 /162
别让短板变成你的绊脚石——木桶效应 /164
多劳未必多得——智猪博弈 /166

第十章 不是教你诈：人脉的法则 /169

人际关系就是一种资源——人脉经济学 /169

与人交往的艺术——礼尚往来 /171

为什么锦上添花不如雪中送炭——及时雨效应 /173

熟人也未必是可靠的——杀熟现象 /174

狡兔三窟，多个朋友多条路——多余性 /175

与人为敌对自己有什么好处——对抗性博弈 /178

人际交往的尺度——刺猬法则 /179

第十一章 篮子里的鸡蛋：理财需要与经济学亲密接触 /182

如何才能惬意地生活——财务自由 /182

投资获利需要智慧而非运气——理性投资 /184

你会成为那个最大的傻瓜吗——最大笨蛋理论 /186

神奇的财富密码——复利 /188

股市没有带头大哥——股票投资 /191

一场风险与利润的战争——期货投资 /194

别把鸡蛋放在一个篮子里——投资的组合理论 /196

第十二章 几斤几两的男女：你为自己的婚恋估算过市值吗 /199

各取所需的市场交易——婚恋经济学 /199

裸婚时代的困惑——爱情与物质 /201

不以结婚为目的，不一定是耍流氓——同居现象 /203

为什么“小三”越来越多——婚外情 /205

21世纪了为何还流行门当户对——帕累托最优 /207

为什么美女总要配丑男——逆向选择 /209

爱情也要常保鲜——边际效用递减 /210

第十三章 他们为何那么红：名人的经济学定律 /213

贝克汉姆发型的魔力——注意力经济 /213

丁俊晖为什么不上大学——机会成本 /216

甘地为什么要扔掉另一只鞋——沉没成本 /218

罗斯福连任三届总统后的感受——边际效用 /220

杨振宁为什么选择理论物理？——比较优势 /221

所罗门王的智慧——信息甄别 /223

狄德罗丢掉旧长袍之后的烦恼——配套效应 /225

第十四章 创富有一套：做生意，远离经济学陷阱 /228

阿尔迪凭什么战胜了沃尔玛——价格战 /228

定价多少才有收益——边际成本 /231

走出定位的泥沼——市场定位 /233

赔本的买卖做不做——固定成本与可变成本 /235

规模越大，成本越低？——规模经济 /237

当中国制造遭遇狙击——贸易保护主义 /239

新配方差点弄垮了可口可乐——顾客忠诚度 /240

面临利益与诱惑时的抉择——诚信 /243



第一章

从最基本的说起：进入经济学的奇妙世界

✻ 人人都精于算计——理性人假设

人们通常以为自利是可鄙的，无私是高尚的。在很多人的眼里，自利是无私的天然反对面。或许是人们憎恶人性“自利”的一面，“无私”总成为文人墨客笔下永远的追求，如清代小说《镜花缘》就为我们描述了一个“君子国”：

有一个君子国，在这个国家，人人都大公无私，绝不存半点私心。

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

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。我收你付价的一半，已经显得很过分，怎么可能收你的全价？”

买东西的人说：“我能识别好货物，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，那你到别的商家那儿去买，看还能不能买到比我儿这更贵的货物。”

他们一番争执不下，买东西的人给了全价，拿了一半的货物转身



就走。卖主坚决不让走，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，只好拿了上等与下等货物各一半才离开。

“君子国”无疑是一个大公无私的社会。当然，现实生活中，这种完全利他的社会是不可能存在的。在社会以及经济活动中，人人都具有自利的一面。比如说买一件商品时，人们都希望买到“物美价廉”的商品，绝不会希望买“物次价高”的商品，因为在经济活动中人们都会保持最大的自利。

在经济学世界中，假定人人都是理性经济人，这是经济学的研究基础。经济学正是在理性经济人的假设下，研究资源既定的利益最大化问题：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，经济学认为所有人一切行为的目标只为个人利益最大化。理性经济人假定人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：人人与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人：不懈地追求自身最大程度满足的理性的人。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。

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上帝，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。尽管如此，每个人还是会尽力做出最有利于自己的决策。

一家商店正在清仓大甩卖，有一套餐具：8个菜碟、8个汤碗和8个点心碗，共24件，每件都完好无损。还有一套餐具，共40件，其中有24件和前面那套的种类大小完全相同，也完好无损；此外，还有8个杯子和8个茶托，不过有2个杯子和7个茶托已经破损了。在这种情况下，第二套餐具比第一套多出了6个好的杯子和1个好的茶托，但人们愿意支付的钱却反而少了。

大多数人做出这样的选择，无非出于这样的心理：一套餐具的件数再多，只要有一件破损，就认为整套餐具都是次品，理应价廉；而件数再少，如果全部完好，理所当然全都是合格品，当然应当高价。这就是有限理性的例子。

可能有人会有这样的疑问：如果人人都是理性人，都是理性且自利的，社会秩序不会变得紊乱？以亚当·斯密为代表的经济学家给出了这样的回答：“他追求自己的利益，往往使他能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，理性人假设是经济学的根基，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，人不可能处处都以理性经济人的视角观察世界。

经济学认为所有人都是理性人，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。

※ “石油战争”真的存在吗——稀缺性

“如果你控制了石油，你就控制了所有国家；如果你控制了粮食，你就控制了所有的人；如果你控制了货币，你就控制了整个世界。”亨利·基



辛格的这句经典名言，至今还在警醒着人们石油、粮食和货币在全球经济中的重要作用。

德国经济学家威廉·恩道尔在其著作《石油战争》一书中写道：“过去 100 年的历史，是为攫取和控制世界石油储备而战斗的历史，任何其他因素都不能与此相提并论。”石油这一战略资源，竟是推动历史发展的最大因素，这是危言耸听，还是最真实的解读？

2011 年前 5 个月，中国原油对外依存度达 55.2%，已超过美国 (53.5%)。工信部的数据表明，在美国着力摆脱“石油魔咒”之际，中国却陷入了“魔咒”之中。

最早把国家对进口原油过度依赖称为“石油魔咒”的，是美国白宫前能源安全顾问戴维·桑德罗。近年来，美国为摆脱“石油魔咒”实施了包括提高国内石油产量、扩大天然气消费、提高机动车能源利用效率以及鼓励新能源开发等多项举措。

众所周知，石油是一种资源，并被认为是现代经济的血液，如果没了它，对社会经济造成的后果将无法想象。按有关专家统计，地球上的石油资源 100 年后将面临枯竭。地球上的其他资源也一样，因为地球本身的容量是有限的，所以资源必定是稀缺的。正是资源的稀缺性，才导致了国与国之间对资源的争夺，而“石油战争”也就不可避免地会一再重演。

稀缺性的概念在整个经济理论中起着至关重要的作用，一些经济学家认为稀缺性是经济学存在的前提条件，所以往往用稀缺性来定义经济学。由于稀缺性的存在，决定了人们在使用经济物品中不断做出选择，如决定利用有限的资源去生产什么，如何生产，为谁生产以及在稀缺的消费品中如何进行取舍及如何用来满足人们的各种需求，这些问题被认为是经济学所研究的主题。

我们所处的社会最大的遗憾就在于：人的需求是无限的，而物质总是有限的。

满足这种欲望的物品，有的可以不付任何代价随意取得，称之为“自由取用物”，如阳光和空气。但绝大多数物品是不能自由取用的，因为世界上的资源（包括人力资源和物力资源）有限，这种有限的为获取它必须付出某种代价的物品，称之为“经济物品”。这样一方面人类对经济物品



的欲望是无限的；另一方面用来满足人类欲望的经济物品却是有限的。相对于人类无穷的欲望而言，经济物品或生产这些经济物品的资源是不足的。这种获得人们所需物品上存在的自然限制叫“稀缺”，所以经济物品又称“稀缺物品”。

因此，稀缺不是就资源和物品的绝对数量而言，而是就有限的资源和物品相对于人类的欲望而言，所以它是相对的，但它又是绝对的，存在于人类的任何地方和任何时期，是人类普遍永恒的问题。

其实资源的稀缺性，有些是天生的，如金子、钻石等。有些是衍生的，如耕地。随着人口的增多，人均耕地越来越少，因为稀缺才能更显其价值。用经济学中的稀缺性解释我们生活中的许多现象，会使我们明白很多经济学道理。以近期炒得火热的停车位收费为例：

在北京的一些年代较久远的小区，由于先天规划不足，车位太少，每天停车像打仗，来晚了肯定就没有车位；而在新建的小区，车库、车位的价格甚至比车还贵，没买车库、车位的业主只得让爱车“露宿街头”。如今，业主租个车位每月要花数百元，而买个地下车库则要花十几万元。由于车位价格飙升，加之规划的车位数量满足不了迅猛增长的停车需求等诸多原因，车位悄然间变成了稀缺商品，停车费、车位费的价格也随之越炒越高。

现实生活中，有限的资源不可能使每个人都得到满足，因此，在资源稀缺的前提下，对于停车位来说，人们就必须出高价才能获得。这也正是“物以稀为贵”的一个佐证。

资源的稀缺性是经济学的前提之一。稀缺性对社会、对人们的生活产生巨大的影响。我们必须深刻认识稀缺性。

首先，稀缺性导致了竞争和选择。也就是说，稀缺性促进了社会的发展。想象一下，如果资源不是稀缺的，而是极大富足的，那么世界会完全变样。自然界中不会有优胜劣汰，不会有厮杀，每个生物都可以得到满足。人们不用工作，不用考虑买房子了，因为土地是富足的，不用考虑衣食住行，一切资源都是富足的。那这样的世界就没有任何活力，就会变成死水一潭，最终毁灭。

其次，资源的稀缺性是有历史条件的。古代、近代、现代甚至十年以前，



人们认为缺少的东西，在现在看来很多都已经很丰富了，比如粮食、生活用品等。而以前清新的空气到处都会有，而现在却由于环境污染，人们很难享受到了。还有古代的陶器，当时很多，但现在却很少，非常珍贵。

再次，资源的稀缺性也是因人而异的。对于一个没有工作的闲人来说，时间对他来说是廉价的，而资本（也就是金钱）则是稀缺的；相反对于工作事业狂来说，时间对他可能是一个奢侈品，相对而言资本是充足的。对于处于正常社会中的人来说，黄金非常珍贵，但对于一个困在岛上生存面临威胁的人来说，则一块馒头比黄金要珍贵得多。

最后，稀缺资源可以通过交换来实现再分配。从经济学上来说，资源的分配不均必然要通过交换来实现。婚姻就是一个最实际的例子。比如对于一个身材相貌不如意而事业有成的男人来说，先天的条件是无法改变的，对他来说，可能高个子和帅哥脸这辈子都无法实现了，那么他会把希望寄予婚姻，希望他的另一半能够满足他的这些期望，因为相貌对于他来说是稀缺资源，相比较而言，事业和资本可能他不是很看重，因为这些对于他是充足的。人们总是希望利用自己充足的资源去交换他稀缺的资源。

总体看来，资源的有限性与人们无限需要之间的矛盾是人类社会最基本的矛盾，而且资源的有限性、人们需要的无限性以及它们之间的矛盾，已成为当今世界一个不可回避的基本的事实。

✳ 到月球上买块地——商品的属性

对于印度的第一颗绕月飞行器即将发射，塞康德拉巴德一家非常兴奋，因为户主拉杰泽夫相信他在月球表面拥有五英亩土地。

拉杰泽夫以每英亩 1400 卢比（约合 200 元人民币）的价格，通过一个网站取得了一份月球买卖契约文件。拉杰泽夫并不认为该项交易是个恶作剧，他骄傲地展示他的“月球共和国公民证”，上面有一个地址和显示他的月球地皮的确切位置的卫星图像。

拉杰泽夫说，该网站告诉他已有 800 万人购买了月球土地，而且快要卖光了。

据报道，兜售月球土地是美国人丹尼斯·霍普的发明。这位“疯