

荣膺第四届“国家图书馆文津图书奖”

The Economic Naturalist

In Search of Explanations for Everyday Enigmas

牛奶可乐 经济学

完整版

最妙趣横生的
经济学课堂



罗伯特·弗兰克 (Robert H. Frank) 著

阎佳 译

为什么牛奶装在方盒子里可乐却装在圆瓶子里?

为什么餐厅都为饮料提供免费续杯?

为什么女士衣服的扣子在左边而男士的在右边?

为什么女模特要比男模特挣得多?

为什么全新的二手车要比新车便宜得多?

为什么大学教授说话语焉不详?



中国人民大学出版社
China Renmin University Press

牛奶可乐 经济学

(完整版)

[美] 罗伯特·弗兰克 (Robert H. Frank) © 著

闫佳 © 译

中国人民大学出版社
·北京·

图书在版编目 (CIP) 数据

牛奶可乐经济学 (完整版) / (美) 弗兰克著; 阎佳译.

北京: 中国人民大学出版社, 2010

ISBN 978-7-300-12908-2

- I. ①牛…
II. ①弗…②阎…
III. ①经济学 - 通俗读物
IV. ①F0 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 206533 号

牛奶可乐经济学 (完整版)

[美] 罗伯特·弗兰克 著

阎佳译

Niunai Kele Jingjixue

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010 - 62511242 (总编室)

010 - 62511398 (质管部)

010 - 82501766 (邮购部)

010 - 62514148 (门市部)

010 - 62515195 (发行公司)

010 - 62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京京北印刷有限公司

规 格 170 mm × 230 mm 16 开本

版 次 2010 年 12 月第 1 版

印 张 16 插页 2

印 次 2010 年 12 月第 1 次印刷

字 数 175 000

定 价 39.80 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

无与伦比的“牛奶可乐经济学”之旅

2007年,《牛奶可乐经济学》英文版首度在纽约精彩亮相。作者罗伯特·弗兰克是美国康奈尔大学管理学院的教授,他教的微观经济学入门课程堂堂爆满,每年都会吸引6 000多名学生。他给学生布置过这样的书面作业:“利用经济学原理,探讨你亲身观察到的事件或行为模式中的有趣问题,字数限制在500字以内。而且要假设你是在给一个从没上过经济学课的亲戚讲故事。”这就是《牛奶可乐经济学》最初的缘起。

2008年,《牛奶可乐经济学》来到中国。恐怕罗伯特·弗兰克怎么也没想到,他的“牛奶可乐”竟然引爆了一场革命,掀起了中国人的阅读狂潮:一时间《牛奶可乐经济学》以无可抵挡的速度传遍了街头巷尾,一跃而为经济学第一畅销书。它把原本高高在上、敬而远之、学院式的经济学,彻底变成了我们每个人随处可见、亲切可人的身边经济学。影响力至此,就难怪连如此审慎的“国家图书馆文津奖”也会青睐于它,成为十本获奖图书中唯一一本商业类图书。

2009年1月,《牛奶可乐经济学2》风暴再袭。这次罗伯特·弗兰克树起了“行为经济学”的大旗,让“有限理性”的读者和在商界苦心经营的企业家们完全可以把自已的问题在书中对号入座。

2009年9月,《牛奶可乐经济学3》横空出世。在世界经济的大背景下,罗伯特·弗兰克首度开讲国计民生,娓娓道来经济政策如何影响每个人的生活。

《牛奶可乐经济学》3年来走过的历程,其实就是我们每个人认识、亲近和运用经济学的历程,经济学再也不是板起面孔讲大道理的老学究,

而成了与你促膝长谈，为你答疑解惑的邻家老师。我们慢慢学会了用经济学绚丽的思维去编织我们生活的方方面面，去破解生活中的大事小情。而与此同时，“牛奶可乐”似乎也成了通俗经济学的代名词，植根于每个人的内心，持续引爆着人们对经济学的渴望与希冀。

三年来，我们与“牛奶可乐经济学”一同成长，一个更宽广的系列平台给了我们更深入的思考与延伸，这也正是今天我们重新奉上这本《牛奶可乐经济学》（完整版）的初衷：那些曾经因为彼时彼刻的需要而删减的问题，是时候补上了；那些当时没有显现而现在正在影响着我们的经济生活的问题，是时候再来强调了……

是纪念，更是新的开始。正如弗兰克教授本人所说：

请不要急于去书中找寻答案。这些生活中的问题不是公式和概念，他们并没有标准确切的答案，每个人都有可能给出更多更合理的解释。虽说，不是每一个人都是经济学家，但至少，我们可以更积极地去思考，并把思考用于生活。这样，我们每个人，都可以成为一名博物经济学家。

常常阅读我们图书的读者一定都记忆犹新，2008年前出版的图书中，都放置了一篇题为“一切为了您的阅读体验”的文章，文中所谈，如今都得到了读者的广泛认同，也得到了出版业内同行的追随。

在我们2008年以后的新书以及重印书中，读者会看到这篇“一切为了您的阅读价值”；而对于我们图书的新读者，我们特别在整本书的最后几页，放置了“一切为了您的阅读体验”的精编版。今后，我们将在每年推出崭新的针对读者阅读生活的不同设计和思考。

★ 您知道自己为阅读付出的最大成本是什么吗？

★ 您是否常常在阅读过一本书籍后，才发现不是自己要看的
那一本？

★ 您是否常常发现书架上很多书籍都是一时冲动买下，直到
现在一字未读？

★ 您是否常常感慨书籍的价格太贵，两百多页的书，值三十多
元钱吗？

☞ 阅读的最大成本

读者在选购图书的时候，往往把成本支出的焦点放在书价上，其实不然。**时间才是读者付出的最大阅读成本。**

阅读的时间成本=选择图书所花费的时间+阅读图书所花费的时间+误读图书所浪费的时间

☞ 选择合适的图书类别

目前市场上的**图书来源**可以分为**两大类，五小类**：

1. 引进图书：引进图书来源于国外的出版公司，多为从其他语种翻译成中文而出版，反映国际发展现状，但与中国的实际结合较弱，这其中包括三小类：

a) 教科书：这类书理论性较强，体系完整，但多为学科的基础知识，适合初入门的、需要系统了解一门学问的读者。



b) 专业书：这类书理论性、专业性均较强，需要读者拥有比较深厚的专业背景，阅读的目的是加深对一门学问的理解和认识。



c) 大众书：这类书理论性、专业性均不强，但普及性较强，贴近现实，实用可操作，适合一门学问的普通爱好者或实际操作者。

2. 本土图书：本土图书来源于中国的作者，反映中国的发展现状，与中国的实际结合较强，但国际视野和领先性与引进版相比较弱，这其中包括两小类，可通过封面的作者署名来辨别：



a) “著”作：这类图书大多为作者亲笔写就，请读者认真阅读“作者简介”，并上网查询、验证其真实程度，一旦发现优秀的适合自己的作者，可以在今后的阅读生活中，多加留意。系统地了解几位优秀作者的作品，是非常有益的。

b) “编著”图书：这类图书汇编了大量图书中的内容，拼凑的痕迹较明显，建议读者仔细分辨，谨慎购买。

老 阅读的收益

阅读图书最大的收益，来自于获取知识后，**应用于自己的工作和生活**，获得品质的**改善和提升**，由此，油然而生一种无限的**满足感**。

业绩的增长



一张电影票

职位的晋升



一顿麦当劳

工资的晋级



一次打车费

更好的生活条件



两公斤肉

推荐序

经济学解释生活

著名经济学家 梁小民

20世纪90年代在康奈尔大学进修时，朋友告诉我，罗伯特·弗兰克教授的经济学课讲得生动、活泼，极受同学欢迎，于是我也去听。果然教室里常有一阵阵大笑，应该是有什么幽默的妙语，可惜我的英语听力太差，讲原理还能连蒙带猜听下来，幽默的话听懂得少，只能陪着干笑，且慢了半步。罗伯特·弗兰克教授上课时经常要求同学们把自己想到的经济现象写下来，并用经济学方法进行分析。写得好的常受到表扬。这本书的部分内容就来自学生写的这些短文（当然弗兰克教授作了修改），另一部分是他自己写的。

这本书的内容是用经济学的原理和方法来解释生活中的各种现象的，并通过这些事例和解释来加深对经济学的理解。这也是弗兰克教授讲授经济学的方法。这种讲法同学爱听，写出书来，读者也爱看。

这本书关注的是我们在现实中司空见惯而又未注意到的现象。比如，为什么牛奶的盒子是方的，可乐的瓶子是圆的；为什么酒吧中不值钱的水要收费而花生米却免费；为什么女模特的收入高于男模特；为什

么饮料可以免费续杯；为什么许多超市 24 小时营业；为什么鲸鱼濒临灭绝，而鸡却不会；为什么几乎全新的二手车比新车便宜的多；为什么 DVD 制式各地不同，而 CD 一样；为什么单行道上谦让反而降低效率；为什么外表富有吸引力的人也更为聪明，等等。当然，作者指出现实中比这多得多的现象，不是就事论事，而是要告诉你背后的经济学原理。

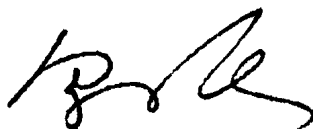
理论是灰色的，生命之树常青。如果一开始就讲经济学原理，你一定会感到枯燥，但从这些你每天都见到，但从未问为什么的现象入手，你一定兴趣盎然，不得不读下去。而且读完之后你有醍醐灌顶之感，对经济学的原理了解了，也知道如何用这些原理去解释更多的现象，这时你就会成为经济学的“粉丝”。在这种愉悦而轻松的阅读中你掌握了经济学看似深奥的原理，认识世界的水平提高了，决策也会更加理性。

当然，从现象入手并不是就事论事，解释这些现象，而是要给你一种系统的经济学入门知识。书中所涉及的现象，都是日常的凡人小事。用来解释这些现象的理论工具是微观经济学，这正是本书的基本内容。由于这本书的写作方法与一般的教科书不同，所以，书中的结构并不是教科书式的，而是每章围绕一个中心来展开。“引子”可以看做导言，介绍微观经济学中两个最核心的概念，机会成本和成本效益原则。第 1 章以后就是展开微观经济学的一些重要原理。第 1 章从产品设计中影响成本效益原则及其运用。第 2 章讲微观经济中最核心的供求定理。第 3 章讲收入与贡献之间的关系。第 4 章讲商品生产、定价与竞争。第 5 章讲公共资源。第 6 章讲产权明晰的重要性。第 7 章是信息经济学，以信息不对称理论为中心。第 8 章讲各国的文化与其他差异对经济行为的影响。第 9 章是行为经济学，即把心理学引入经济学来分析问题。第 10 章讲经济学对非正式的社交关系市场的影响，就是用经济学解释其他社

会行为，包括爱情、婚姻等等。最后的第 11 章与基本内容关系不大，是对学生的赞扬。看完本书你就知道，它包括了几乎所有微观经济学的内容，尤其是一些前沿内容，例如，行为经济学、信息经济学等等。但作者论述的重点不是介绍这些内容本身，而是通过对各种现象的解释来让你理解看似简单的原理。

书中所用的许多例子来自美国，但这些现象在中国也同样存在，你读起来并不会感到陌生。当然中国有一些有自己特色的现象，但你读了各国文化及其他差异对经济行为影响的第 8 章就会理解这一切，同样会把经济学原理用于你身边。

从一本这样的书开始学习经济学也许谈不上有深度。如果立志于当专业经济学家，还要学习更高深的内容。但这本书有两个重要作用。对专业经济学者而言，为你提供了丰富的案例，也加深你对那些深奥原理的理解。对一般读者而言，从这本书进入经济学殿堂，学会用经济学的方式去思考身边的事情，会使你更理性地生活。无论是谁，都可以从这书获得收益。不信，你读一读就知道了。

A handwritten signature in black ink, appearing to be the name '李俊' (Li Jun), written in a cursive style.

THE ECONOMIC NATURALIST



前 言

当我开始教经济学概论的时候，有位资深同事向我建议说，每堂课正式开始之前，不妨先讲个笑话。他解释说，这能带给学生们一个好心情，好让他们更容易接受后面的正课内容。可惜我一直没采纳他的建议。我倒不是觉得他的话有什么错。我只是觉得，每回都找出一个相关的笑话太难，可要是讲不相关的笑话，又显得有点低级趣味。

还好我挺幸运，偶然发现了一个很适合为本书拉开序幕的笑话。这个笑话发生在素以出租车司机知识渊博而著称的波士顿，他们好些都是哈佛大学和麻省理工学院的辍学生：

一位女士在洛根机场下了飞机，抓着行李，饥肠辘辘地跳上了一辆出租车，想找一家好点的海鲜店。“带我去一个能吃到新鲜鱼片的地方。”^①她告诉司机。

司机扬起眉毛转过身，对女士说，“我还是头一回听人用过去完成虚拟时态这么说。”

^① 原句为：Take me to a place where I can get scrod. ——译者注

很少有人真正知道什么叫过去完成虚拟时态。我也不知道，或者这么说，我不知道自己知道。于是我在网上搜索了一下：

过去完成虚拟时态，用来表达假定情况或动作与现实相反。所以，主句中的动词要使用条件式，从句必须使用虚拟语气。

我再举个例子，纽约扬基队的球迷大概会很熟悉。20世纪90年代末的一场比赛里，球队的二垒手查克·纳布拉克（Chuck Knoblauch）向一垒手提诺·马丁内兹（Tino Martinez）投短球，却莫名其妙地把球投飞了。用过去完成虚拟时态该这么说：“要是纳布拉克一开始就投好那个球，扬基队早就赢了。”^①

根据上述定义和例句来看，笑话中的女士根本没有使用什么过去完成虚拟时态。如果这个笑话成立，只能是因为我们大多数人根本就搞不清楚什么叫过去完成虚拟时态。

这有什么关系吗？心理学家曾提出过一个理论：除非明确地理解各种虚拟时态，否则，人们无法清晰地展开与事实相反的假设性思考。但这种看法经不起检验。比方说，大多数美国体育播报员根本不知道过去完成虚拟时态（至少是不会选择用它），也能毫不费力地设想与事实相悖的情况。所以，在上述那场比赛里，扬基队的播报员博比·莫瑟尔（Bobby Murcer）是这么说的：“纳布拉克投好那个球，他们就赢了。”^②

了解过去完成虚拟时态并不是件坏事。可如果你的目标是学会说一门新语言，那么与其把时间和精力花在学习这一时态的精确细节上，还不如做点其他的。对学生来说，以学习这种细节为重点的课程一点都不

① 原文为：The Yankees would have been out of the inning if Knoblauch had made the throw to first. ——译者注

② 原文为：Knoblauch makes that throw, they're out of the inning. ——译者注

好玩，而且这种课程效率低得可怕。

我高中时学过4年西班牙语，大学上过3个学期德语课。在这些课程中，我花了很多时间学习导师觉得重要的各类语法，但没学怎么对话。我到西班牙和德国旅行，连跟别人沟通些基本想法都觉得艰难。不少朋友也有过类似的经验。

后来，我志愿参加和平队到尼泊尔，出发前的训练让我第一次意识到，学习语言还有一种更有效的方式。训练项目只有13周，跟我之前上的那些语言课完全不一样。它提都没提什么过去完成虚拟时态。它的任务是教会我们说尼泊尔语，要完成这一目标，掌握神秘的时态并不是必经之途。它采用的是模仿婴儿学说母语的方法。

一开始，导师拿出一些简单的句子，让我们反复朗读。第一句是，“这顶帽子贵。”在尼泊尔买东西，随时都要讨价还价，所以这是一个很有用的句子。第二步是换一个名词，比方说，袜子，我们必须用尼泊尔语做出反应，“这双袜子贵。”这里的目标是让我们不假思索就能做出回答。

简而言之，讲师从常见语境中找一个简单的例子，让我们反复朗读几次，然后稍加变化，再反复朗读。等我们能在当前程度上进行对话时，他们再教更深的内容。

训练项目的职责是确保我们学完13个星期就能靠自己生活。志愿者同伴和我到尼泊尔后不久，就要教自然和数学。一切从零开始，我们居然办到了。在整个过程中，我体会到了一种在传统语言学习班上从未曾感受过的主动感。

所以，我首先要感谢多年前我的尼泊尔语老师，是他们打开了我对学习效率问题的眼界，使我明白了何谓“教得少，学得多”。在后来的

十多年里，学生们和我都发现，这一方法同样适用于学习经济学的核心概念。

在大多数经济学概论课上，学生们把大量时间用在掌握经济学中等同于过去完成虚拟时态一类的东西上。而读者在本书中碰到的经济学概念，只出现在从日常生活经验中提取的例子当中。这些例子的作用，是阐释相关的概念。学习经济学和学说一门新语言一样，重要的是慢慢开始，看看每个概念在不同环境下如何应用。如果你发现这种学习方法，比你在大学经济学概论课上碰到的那种更管用，不妨脱帽向我的尼泊尔语老师致敬。

本书是很多杰出头脑的产物。霍尔·贝曼、克里斯·弗兰克、海顿·弗兰克、斯瑞纳吉什·盖文内尼、汤姆·吉洛维奇、鲍勃·利比、艾伦·麦考李斯特、菲尔·米勒、迈克尔·奥海尔、丹尼斯·雷根、安迪·芮纳都曾对本书的初稿提过不少意见。感谢的话说再多也不够。在后来的修改稿中，还有很多人帮过忙。一些读者可能会注意到，本书不少例子都出现了我的级任教师乔治·艾克洛夫和前同事理查德·泰勒的名字。但若论知识债，我欠托马斯·谢灵最多，他是当代最伟大的博物经济学家。请允许我把本书献给他。

我还要感谢安德鲁·维利和威廉·费鲁特，没有他们的努力，本书恐怕到不了各位读者手中。此外，皮尤什·纳亚尔、伊丽莎白·塞瓦、玛丽亚·克里斯蒂娜·卡瓦纳格罗和马修·莱顿，为我提供了宝贵的研究协助，克里索纳·施密特的文稿复制工作也很出色。

能和米克·斯蒂文森合作是我的荣幸，他为本书不少例子绘制了插图。我这个人很少妒忌别人，可要说谁的事业比我的更有意思，估计就是他了。多年来，在课堂讨论时，只要有可能，我都会利用一些简笔画

或其他插图，对例子加以阐释。这么做的原因，认知理论学家或许可以给出解释，它能将概念更牢靠地植入学生的脑海，哪怕我画的画很滑稽，也不包含特定的经济学内容。我鼓励学生们在碰到新概念时自己动手配图。“在笔记上涂鸦也可以！”我告诉他们。能把自己的想法告诉我喜欢的《纽约客》杂志插画家，等上一两天就能看到成品，而且画得比我想像中要好得多，这是何其美妙的经历啊。

尤其要感谢的是，20世纪80年代初，约翰·奈特学院在康奈尔大学开办“严谨写作”项目时把我招了进去。要不是参加过这次培训，我绝对想不出要布置什么博物经济学作业，自然更无从促成本书的诞生了。

但更重要的是，我想感谢学生们写的短文，是它们激发了本书的灵感。虽然，在最终定稿中，我只选取了他们提出的一小部分问题，可若非他们在上千篇短文中所倾注的心血，我是无法想出这些绝妙例子的。

本书所选定的大部分问题，都是直接得自学生们的短文。在这些问题后面，我附上了学生的名字。还有一部分问题，灵感来自其他经济学家所写的文章和书籍，我同样在问题后面附上了相关作者的姓名。至于没有附上作者名字的问题，大多引自我自己的文章，或是我在课堂上讨论的案例。

为了表示对从前学生们的感谢，我将把本书版税的一半，捐给康奈尔大学约翰·奈特学院的“严谨写作”项目，我深深相信，要想让康奈尔大学未来的学生们获得更好的学习体验，还是钱这东西最管用啊。

THE ECONOMIC NATURALIST



目 录

引子 / 1

第 1 章 产品设计中的经济学 / 15

为什么牛奶装在方盒子里卖，可乐却装在圆瓶子里卖？

第 2 章 供求关系实践 / 33

为什么很多酒吧喝水要钱，却又提供免费花生米？

第 3 章 职场的奥秘 / 57

为什么女模特比男模特收入高？

第 4 章 折扣中的经济学 / 79

为什么很多餐厅都为饮料提供免费续杯？

第 5 章 军备竞赛与公用品悲剧 / 103

为什么许多超市 24 小时营业？

第6章 所有权之谜 / 121

为什么鲸鱼濒临灭绝，鸡却没有繁衍之忧？

第7章 市场信号揭密 / 147

为什么几乎全新的二手车比真正的新车便宜得多？

第8章 现实中的博物经济学 / 165

为什么 DVD 格式各地区不同，而 CD 格式却到处都一样？

第9章 当心理学碰上经济学 / 181

为什么在单行道上，谦让有时反而会导致效率降低？

第10章 非正式的人际关系市场 / 205

为什么通常外表富有吸引力的人也更为聪明？

第11章 起源二题 / 221

作者后记 / 227