

早安財經

GOOD MORNING PRESS

誰賺走了 你的咖啡錢

一個臥底經濟學家，完美破解

香醇濃郁的卡布奇諾成本不到三十元，
定價卻要一百元，什麼道理？
為什麼電影院的爆米花比較貴？
超市的定價遊戲有什麼邏輯？

Undercover Economist: Exposing Why The Rich Are Rich, The
Poor Are Poor — And Why You Can Never Buy A Decent Used Car!

《金融時報》
幽默專欄作家

提姆·哈福特
(Tim Harford)

任友梅
譯

著

“非常好看，充滿智慧！”——《金融時報》

牛津大學出版、榮登美、歐、日、韓等多國暢銷排行榜！

《經濟日報》主筆馬凱、清華大學經濟學副教授劉瑞華

～微笑推薦～

在咖啡館裡享受一杯香濃的卡布奇諾，你有沒有想過：一杯咖啡，成本是多少？
咖啡店的老闆們，到底是怎樣讓你乖乖把口袋裡的錢掏出來？

還有，一模一樣的商品，為什麼不同的商店，有不同的定價？
為什麼有人可以發誓自己最便宜，有人不行？背後隱藏了什麼樣的經濟真相？
身為消費活動中的一分子，我們可以從中得到什麼啟發？

長期在《金融時報》撰寫生活經濟學專欄〈Dear Economist〉的幽默作家哈福特，這回化身為「臥底的經濟學家」，帶著我們在街頭巷尾明察暗访，為我們揭開這個世界商業活動的真相。書中沒有嚴肅難懂的外匯利率，也沒有複雜的景氣循環預測，但會告訴您，我們身邊的咖啡、超市、中古車行裡，眾多的商業秘密……

「假如你想弄懂經濟學有趣的本質，應該讀讀這本深入又饒富趣味的著作。總之，非常值得一讀。」

——美國哥倫比亞大學經濟學教授 Jagdish Bhagwati

一本值得細細品嚐的書。

——《紐約時報》

很有價值……充滿趣味。

——《華盛頓郵報》

一部充滿樂趣的生活經濟學入門，將小東西背後的經濟學談得淋漓盡致，把課堂上說不清楚的經濟學，生動地呈現。

——《經濟學人》

寫的太棒了……最好的經濟學入門書。

——《芝加哥太陽報》

引人入勝……所有圖書館都應珍藏這本書。

——《圖書館期刊》

一本罕見珍貴的書，哈福特讓我們感受到經濟學的力量，所有治人物、企業領袖、大學生都必須讀的一本書。」

——《蘋果橘子經濟學》作者 Steven D. Levitt

GML 022 NT\$ 300

ISBN 986745863-X



9 789867 458636

早安財經

GOOD MORNING PRESS

誰賺走了你的咖啡錢：一個臥底經濟學家完美破解/提姆·哈福特 (Tim Harford) 著；任友梅譯。—初版。—臺北市：早安財經文化，2006[民95]

面：公分。—（早安財經講堂；第22講）

譯自：The undercover economist: exposing why the rich are rich, the poor are poor...and why you can never buy a decent used car!

ISBN 978-986-7458-63-6（平裝）

1. 經濟-歷史-現代（1900-） 2. 消費者-教育

550.9407

95021696

早安財經講堂

第22講

誰賺走了你的咖啡錢

原文書名／THE UNDERCOVER ECONOMIST

作者／提姆·哈福特(Tim Harford)

譯者／任友梅

主編／葉冰婷

封面設計／張士勇工作室

責任編輯／廖秀凌

發行人／沈雲驄

出版發行／早安財經文化有限公司

臺北市郵政30-178號信箱

電話：(02) 2368-6840 傳真：(02) 2368-7115

郵撥帳號／19708033 早安財經文化有限公司

讀者服務信箱：service@morningnet.com.tw

總經銷／大和書報圖書股份有限公司

電話／(02)8990-2588

排版／極翔企業有限公司

製版印刷／微印事業股份有限公司

初版日期／2006年12月1日

初版6刷／2007年1月1日

定價／300元

ISBN 986-7458-63-X（平裝）

ISBN 978-986-7458-63-6（平裝）

Copyright ©2006 by Tim Harford

Complex Chinese translation copyright ©2006 by Good Morning Press

This edition arranged with Felicity Bryan Ltd. through Andrew Numberg Associates International Limited.

ALL RIGHTS RESERVED

版權所有，翻印必究

缺頁或破損請寄回更換

誰賺走了 你的咖啡錢

Undercover Economist:

Exposing Why The Rich Are Rich, The Poor Are Poor —
And Why You Can Never Buy A Decent Used Car !

《金融時報》幽默專欄作家

提姆・哈福特 (Tim Harford) 著

任友梅 譯

推薦序	經濟日報總主筆 馬凱	005
推薦序	經濟學家的無間道	008
前言	全世界沒有人能獨力煮出一杯卡布奇諾	011

第1章	誰賺走了你的咖啡錢？	Who Pays for Your Coffee?	015
-----	------------	---------------------------	-----

一杯卡布奇諾居然不到成本的一半？	016
你的議價優勢是跟著你的稀有性來的	020
企業高利潤，那我們有沒有被剝削？	028
外來移民是否搶走你的飯碗？	042

第2章	超市不想讓你知道的秘密	What Supermarkets Don't Want You to Know	045
-----	-------------	--	-----

從英國的千禧巨蛋看「商業稀有性」	046
超市商品的定價暗藏什麼玄機？	058
天然有機食品很貴，貴的有道理嗎？	060
全店大拍賣可以讓顧客現原形	063
為什麼餐廳的酒很貴，電影院的爆米花也很貴	066
火車票價的集體價格鎖定策略	076

第3章 完美的市場與「真相的世界」 Perfect Markets and the "World of Truth"..... 079

兩杯咖啡的價錢可以買個麵包，你會選擇買什麼？..... 080

窮人受的教育品質不如有钱人..... 089

繳稅真的為我們帶來效率和公平嗎？..... 092

只要調整起跑點，任何競爭市場就會有效率..... 094

第4章 塞車的成本該怎麼算 Crosstown Traffic..... 101

個人的行為決定會對他人造成影響..... 102

收取外部成本最有效的方法——課稅..... 110

舉辦拍賣會決定誰有權污染..... 120

第5章 中古車的內幕追蹤 The Inside Story..... 131

買中古車應該要有內線消息..... 132

我們的醫療市場也受到內線消息影響..... 137

第6章 理性瘋狂 Rational Insanity..... 157

投資人越理性，股市表現就越不穩定..... 158

到底能不能找到下一個微軟？..... 174

第7章 人人都要有價值概念 The Men Who Knew the Value of Nothing 177

假如利用拍賣會來賣你的房子..... 178

第8章 貧窮國家為什麼還是窮 Why poor countries are poor 203

黑心政府有黑心的生存方式..... 204

喀麥隆有全世界最糟糕的圖書館..... 218

尼泊爾的誘因與發展..... 223

第9章 啤酒、薯條、全球化 Beer, Fries, and Globalization 231

莫斯科麥當勞，上海星巴克，似乎越來越像..... 232

貿易屏障到底對誰有利？..... 237

全球化真的是好事一件嗎？..... 245

外資越多的國家，污染也越多..... 248

利用貿易屏障來解決農業密集問題是下下之策..... 251

耐吉是剝削勞力，還是貧窮國家的衣食父母？..... 257

第10章 中國如何致富 How China Grew Rich 267

中國如何搖身一變寫下經濟神話？..... 268

中國大陸市場轉型的開闢之旅..... 276

外資是中國大陸的衣食父母..... 285

去一趟深圳才曉得什麼叫有錢人..... 289

推薦序

經普讀物又一個典範

馬凱

在全球化浪潮洶湧地衝擊下，全球各國經濟出現前所未有的快速變化，貧富之間所得的重新分配，使財富向少數贏者圈中的幸運兒集中，大多數人反而相對更貧窮；凡此種種關乎切身利害的發展趨勢，均使經濟學的身價愈來愈高。

但無論經濟學受到何等的重視，經濟學的枯澀難懂，依然是攔阻太多非科班出身者難窺其堂奧的重大障礙；即使經濟系出身者，也甚多勉強苦讀但難得其中奧妙，只是一知半解者。

因而如何跨越經濟學艱澀的壁壘，讓每一個亟需其臂助者，都能親近經濟學，了解其內涵，善用此一有力的工具，多年來都是經濟學家努力的目標。不過，在經濟學發展成熟的兩百多年間，罕聞能成功達成任務者。最近謝世的自由經濟大師傅利曼（Milton Friedman）與其夫人的通俗名著《自由選擇》（*Free To Choose*），以及配合的電視節目，即為少有的成功之作。

近年來，或許正因為大環境急速提升對經濟知識的迫切需求，英美諸國大量出現通俗文字呈現經濟概念的著作。相對於更早流行的所謂「科普讀物」，這一批

通俗經濟讀物，或許正可視之為「經普讀物」新風潮的濫觴。

在令人目不暇給的經普讀物中，最近國內外都頗受歡迎的，當屬以美國知名經濟學家李維特為主要撰寫人的《蘋果橘子經濟學》。這本叫好又叫座的經普讀物，以淺顯易懂的文字，針對若干通俗之見解進行顛覆，由於所運用的都是難以撼動的實證資料，分析方法又周延明確，的確引人入勝，甚至令讀者震撼。

《誰賺走了你的咖啡錢》這本剛譯成中文的新書，被認為與《蘋果橘子經濟學》齊名，並稱為近年來最重要的財經著作。財經著作多如牛毛，就經濟學而言，這兩本書是否最重要，恐有許多質疑。但就「經普讀物」而言，這樣的誇讚應非過譽。

本書作者哈福特卻絕對不能與李維特相提並論。李維特是一個紮紮實實的經濟學教授，在專業領域中頗富盛名；但哈福特卻以專欄作家見稱。不過細讀兩部著作，我們卻有角色倒錯的感受。

李維特與另一位作者所撰寫的蘋果橘子經濟學，特別強調某些實證資料的統計分析，因而只侷限在幾個似是而非的特殊課題上，其外更廣闊的經濟領域，則幾乎全未觸及。但這本《誰賺走了你的咖啡錢》卻野心十足，從咖啡價格不斷向外、向深處發展，到最後幾乎目前最受關注的課題全部包羅在內，在某種程度上，作者意欲嘗試以通俗文字改寫經濟學教科書。

這兩種寫作方法，顯而易見，蘋果一書討喜、易讀而且輕鬆好寫；咖啡錢則

分量極重，牽扯極多，推理與分析工作也格外吃重；因而對寫作者而言，是更艱難的挑戰，對讀者來說，也不是輕而易舉、興味盎然的閱讀經驗。不過，就「經普讀物」的使命而言，各擅勝場；《蘋果橘子經濟學》提供了一道美味誘人的甜點，《誰賺走了你的咖啡錢》則奉上一道營養豐富、嚼勁十足的牛排，若論經濟效益，似乎還是後者實惠些。

這本書的前半部讀來十分輕鬆愉快；作者以十分風趣的文字，從咖啡這個十分親切的主題切入，卻能從十九世紀李嘉圖的地租論中找到分析的樞紐，建立「稀有性」決定身價這個主要的線索，貫穿到許多同樣十分切身的課題，同時將近三十年來經濟學最重要又最有趣的新發現，深入淺出地透徹解讀、實際應用，在近年來的財經著作裡，的確少見這樣的作品。不過，由於所圖甚大、牽涉甚廣、內容十分複雜，因而作者也不得不將若干比較專業的術語與推理納入，使經濟學的艱澀面目不時隱顯其中。愈到後面，牽涉愈多、問題愈複雜，這樣的傾向也愈明顯。

儘管如此，我們還是得說，要獲得這樣多的經濟知識、概念與方法，讀這本書應該是最不痛苦，或者說，最有趣味的辦法了。因此，當你正被前半部有趣的討論引起了興趣，千萬不要半途而廢，你對這個世界的認知，可能會因而改變。

（本文作者為經濟日報總主筆）

推薦序

經濟學家的無間道

劉瑞華

幾天前我到上海，從人民廣場地鐵站走出來，街上飄著十一月的細雨，立刻有賣雨傘的人迎上來喊著：「雨傘、雨傘、十塊錢」。同行的學生本能反應說：「便宜一點。」那人回答：「要便宜，去別家買。」話還沒落地，旁邊就有一個人湊過來了：「這裡，八塊錢。」撐著剛買的傘往前走，學生對我說：「同一個地方就有兩種價格，這就不是課本上說的完全競爭。」我則說：「如果這不叫完全競爭，那一定是書本寫錯了。」

我不是臥底經濟學家，不過有時候，我的確並不想向人表明我在大學裡教經濟學，原因在於往往這樣會招來奇怪的眼光。在許多人眼裡，經濟學家的想法以及講出來的話，經常是很奇怪的。我剛考上大學時，鄰居送了一本大學用的經濟學課本給我，開學前的暑假裡我試著自修，卻始終無法看超過第十頁。至今我還不明白為何要讓初學者去記「點彈性」或「弧彈性」的公式。在學術圈裡待了這麼久，我不得不承認，經濟學家確實與眾不同，想法經常有點怪。

那些在街上做小生意的，甚至經營大事業的，都未必學過經濟學，他們每天

所從事的經濟活動，按理說，應該是經濟學所要描述、說明的內容，然而經過經濟學理論的分析，當事人可能都無法理解他們自己所做的事情。在人民廣場地鐵站賣傘的小販才不會管什麼是「完全競爭」，那些不懂經濟學的人，卻可能創造出全世界最活躍的經濟。一般而言，經濟學的書是給學過經濟學的人看的；沒學過經濟學的人，通常看不懂經濟學家寫的文章。

當然不能否認，理論的修辭，對於知識的產生與演進有很大的功用，可是經濟學不是太空物理，不應該只屬於專家們的。長久以來，經濟學發展所建構的抽象理論，確實讓這些知識脫離一般人的理解範圍。用個比較誇張的比喻，這樣做，搞的經濟學界有點類似幫會活動。早有人把學術界比喻作「江湖」，那麼學術用語等於是江湖人物的「調（ㄉㄠˊ）侃兒」。經濟學家用術語、符號互相溝通，有意或者無意讓外人聽不懂，就像「調侃兒」。

要打入江湖幫會，掌握底細動向，那就是臥底的任務。這樣想，一般大眾如果想知道經濟學在幹什麼，也許應該派個人到經濟學界的圈子裡臥底，把經濟學的暗號和密碼破解，好讓大家了解。經濟學家不能只沈迷於自己才懂得的語言之中，必須觀察收集真實世界的情資。本書的作者就銜著這個使命，做起了臥底經濟學家，用遊走於真實世界與經濟理論之間的經驗，提供讀者一種親切的學習方式。喝咖啡、買中古車、出外旅行買紀念品，這些一般人常做的事，臥底經濟學

家也會做，不過在臥底經濟學家眼中，這些事都有奇特的意義。

理論經濟學家可能會把一件簡單的事情，或一樁簡單的買賣，想成抽象的經濟行為，甚至造個數學模型來描述說明，讓一般人看不懂自己做了什麼。臥底經濟學家則要用簡單的文字，把理論再還原成一般人能懂得的解釋。這件工作沒有說的這麼容易，臥底經濟學家必須懂得理論，還要擅長通俗文字，成果如何，可能還得視讀者有多少知識和經驗，成敗功過還是有很大風險。當然，有臥底，也有反臥底，學術工作或許也有如電影〈無間道〉裡的鬥智遊戲與心理掙扎。

其實，用通俗文字解說經濟理論並不是什麼冒險犯難的工作，說成「臥底」好像有點離譜。不過，臥底經濟學家雖然不用冒生命危險，卻經常兩面都不討好，有點像電影〈無間道〉裡的人物處境。如果艱深的理論能夠用簡單的文字就說明清楚，豈不是責怪了原來作者的表達能力不夠好。

另一方面，具體的事例所說明的現象，畢竟欠缺抽象理論所能展開的思考空間。專業與通俗之間應該兼顧還是分工，大家仁智互見。不過學術圈裡，多數人還是比較重視內行人或本幫人的看法，而把通俗寫作看成次級工作。這些年來，我只是零零星星寫了幾篇像本文這樣的文章，都有點身處〈無間道〉的感覺。我想，臥底經濟學家應該多一些鼓勵！

（本文作者為清華大學經濟學系副教授）

前言

全世界沒有人能獨力煮出一杯卡布奇諾

感謝你購買本書，但如果你跟我是同一類人，那麼這本書你應該還沒有買，因為很可能此刻你正坐在書店附設的咖啡廳裡，一邊喝著卡布奇諾，一邊盤算這本書到底值不值得花錢買。

本書內容在敘述經濟學家如何看待這個世界。說不定你身邊正坐著一位經濟學家，而你完全沒感覺，因為在一般人眼中，經濟學家沒什麼特殊之處；但是在經濟學家的眼中，一般人可是特殊得很。這位經濟學家到底看到了什麼？如果您有興趣問他，他會怎麼回答？你又為什麼要想問呢？

你覺得，自己只是在享受一杯充滿奶泡的卡布奇諾，但在經濟學家的眼中，你跟這杯卡布奇諾卻是玩家，一場錯綜複雜的訊息與談判遊戲，能力競賽與智力鬥爭的玩家。這也是一場風險很高的競賽：這些賣咖啡的人有些賺了很多錢，有些則否，還有一些正盤算著怎樣才能讓你把口袋裡的錢掏出來。經濟學家可以告訴您，是誰、在什麼時候、用什麼方法得到多少。希望讀完本書之後，您也能以經濟學家的角度發現同樣的道理。但請您在書店老闆還沒「清場」之前，先將本

書買下來。

這位經濟學家會對咖啡有興趣的另一個原因：他知道自己沒法一個人做出卡布奇諾，不過恐怕也沒有人可以辦到。誰能自己包山包海的種咖啡樹、採收咖啡豆、烘焙咖啡豆，還自己養牛兼充當擠牛奶工，再順便製造組裝個咖啡機，外加窯燒個馬克杯？這杯卡布奇諾可說是經過了十分複雜的流程，才能到達消費者手上。全世界沒有一個人能獨力煮出一杯卡布奇諾。

經濟學家了解這一點。也明白沒有誰是整個過程中的主導。經濟學者西布萊特（Paul Seabright）提到，蘇聯官員試圖了解西方國家如何運作並提出一個質疑：「請教……倫敦同胞的麵包供應，是由誰在負責領導？」這個問題很滑稽，但答案——沒人負責領導，讓蘇聯官員丈二金剛摸不著腦袋。

當這位經濟學家將注意力從您的咖啡轉到身處的這家書店時，他看到的是，更多一個人無法完成的挑戰。書店運作的複雜系統絕不簡單：想想多少世紀以來的設計與發展，從書本的紙張到書店的燈光照明、記錄庫存的電腦軟體，更別提一本書從印刷、製作到銷售的整個過程。

這樣的運作模式效率很高。當你買下本書的時候——你現在應該買了吧？——應該不須費心事先知會書店幫您訂書，說不定今天早上出門前，你根本連想都沒想過自己會買下這本書吧？

但神奇的是，許多人為了滿足你這種無法預期的購買動作而忙碌著：如我、這本書的編輯、行銷人員、校稿人員、印刷公司、造紙業者，還有墨水供應商等。經濟學家可以解釋為什麼這樣的系統得以運作，公司行號如何從中圖利，還有身為消費者的你如何才能不被剝削。

此刻，你身邊的這位臥底經濟學家正注意著窗外交通堵塞的狀況。對某些人而言，塞車只不過是生活中眾多惱人的狀況之一罷了；但對臥底經濟學家來說，外面混亂的交通與運作井然有序的書店之間的明顯對比，可大有文章。我們可以從書店學到避開車陣的方法。

雖然經濟學家們每天都在思考身邊周遭的人事物，但不代表他們不了解外面的世界。如果您有興趣，可以跟經濟學家聊聊已開發國家的書店和喀麥隆當地的圖書館有什麼不同——喀麥隆的圖書館只有人，沒有書。你可能還會指出貧富國家之間的懸殊差距，經濟學家也會跟你一樣為這個世界感到憤憤不平，但更重要的是，他可以告訴你你有錢人如何致富，窮人因何而窮的道理，以及有什麼可能解決的辦法。

聽起來好像臥底經濟學家無所不知、無所不曉；其實，他反映的就是經濟學廣義的目的：了解消費群眾；不論是將消費群眾看作單獨個體、合作夥伴、競爭對手，或是我們稱之為經濟體的廣大社會組織成員。

這一點可由諾貝爾獎評選委員會的評審眼光看出來。自一九九〇年起，諾貝爾經濟學獎的頒發，有時候是因為得獎者對經濟的卓越貢獻，例如外匯利率和景氣循環理論。但更常出現的一種狀況是，得獎是因為對於跟經濟相關、但不是那麼有關連的事物，提出深刻的見解：人類的發展、心理學、歷史、選舉、法律，甚至是發現，例如為什麼買不到好用的中古車。

希望本書可以幫助你以經濟學家的角度來審視這個世界。書中不會談到外匯利率或景氣循環，但會告訴你中古車的秘密，還有重大的相關議題，例如，為何每個月有一百萬名中國大陸的老百姓可以脫離貧窮？而較切身的議題則是像如何在超市消費而不被剝削等。這些就好像偵查工作一樣，而你也學會使用經濟學家的調查工具。

希望在讀完本書之後，你會變成一個懂門道的消費者，同時也更清楚在選舉時，自己的一票到底應該投給誰，以及政客們那套說詞背後的真相。我們的生活充滿許多令人困惑的現象，但是大多數人根本渾然不覺。因此，希望你能從揭開這些日常生活的秘密中找到樂趣。現在，就從我們比較熟悉的領域開始吧：是誰賺走了你的咖啡錢？