

27 26 25 24 23 22 21 19 18 17 16 15 14 13 12 11 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0

每天学一点·时尚阅读书系

20几岁

学点

经济学

墨墨/编著

学经济 添财路

看穿数字背后的谎言

解析发生在你身边的捞金术

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

27 26 25 24 23 22 21 19 18 17 16 15 14 13 12 11 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0



每天学一点·时尚阅读书系

20几岁

学点

经济学



 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

20 几岁学点经济学 / 墨墨编著. —北京:北京理工大学出版社,
2011.4

ISBN 978-7-5640-4218-9

I. ①2… II. ①墨… III. ①经济学-青年读物 IV. ①F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 012335 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / [http://www. bitpress. com. cn](http://www.bitpress.com.cn)

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京市通州富达印刷厂

开 本 / 710 毫米 × 1000 毫米 1/16

印 张 / 17

字 数 / 220 千字

版 次 / 2011 年 4 月第 1 版 2011 年 4 月第 1 次印刷

责任校对 / 王 丹

定 价 / 28.00 元

责任印制 / 母长新

图书出现印装质量问题,本社负责调换

前言

FOREWORD

无论你未来成为一名公司员工，还是成为一位政府官员，或是企业领导人，都不可避免地会被“经济”所“挟持”，因为你要生存，就必须与他人发生经济利益关系，你绝对不可能置身“经济”之外。

所以，20几岁的年轻人必须马上去做的，就是学点经济学，让经济学更好地为自己的现在和未来服务。

那么，学习经济学真的会给我们带来好处吗？

答案是肯定的！对个人来说，经济学可以帮助你花更少的钱办更多的事；对家庭而言，经济学可以指导你更正确地投资理财；对政府而言，经济学可以用来制定国家的经济政策。

那么，什么是经济学呢？

虽然真正意义上的现代经济学从产生至今只有两百多年的时间，但“经济”在人类生活中的应用却早在10万年前的远古时期就已经出现。据人类学家的考证，自从人类有了语言以后，就有买与卖方面的词汇。古希腊的哲学家色诺芬在他的《经济论》中，最早使用了“经济”一词，用于阐述奴隶制的家庭管理模式。

在中国，最晚在东晋时期，便已经开始正式使用“经济”一词，有“经世济民”、“经国济物”之意，内容则涵盖对国家各种经济活动的管理、财富的管理，还包括对国家政治、军事、法律等方面的掌控。

到1776年，英国学者亚当·斯密出版了《国民财富的性质和原因的研究》（简称《国富论》），书中提出了市场经济会由“看不见的手”自

行调节的理论，这一理论影响了后来的一大批经济学家。《国富论》这部著作奠定了现代经济学发展的基础，被视为经济领域的“圣经”。亚当·斯密本人也被人们尊称为“经济学之父”。

1890年，英国著名的经济学家马歇尔出版了《经济学原理》，该书被看做是与《国富论》齐名的划时代著作。马歇尔比亚当·斯密更加强调人的行为，他在书中这样告诉人们：“经济学是一门既研究财富，又研究人的学问。”

现在，大部分的经济学家都这样认为：经济学是研究如何“调配资源”的学问。为什么需要“调配资源”？其本质就是“稀缺资源”，这也是经济学研究的出发点。俗话说：“人心不足蛇吞象。”人的欲望总是无限的，而满足这种欲望的资源却是有限的，“无限”和“有限”之间就产生了矛盾。经济学就是为更好地调和这种矛盾服务的。

通俗地说，经济学是帮助人们生活得更幸福、更快乐的学问，个人通过合理的“调配资源”，可以更好地满足自己的欲望；国家和集体通过合理的“调配资源”，可以促使社会财富和集体财富顺利地持续增长等。

可以这样说，经济学能够解决人类社会中几乎所有的重大问题。无论是谁，离开了经济学，都将寸步难行。例如，每个人都需要考虑吃、穿、用的费用，包括交通费、物业管理费、手机电话费、煤气水电费、孩子的学费、人情往来、房贷等，这些生活成本逼得你一天都不敢懈怠，你不得不为生活疲于“算计”。为了能“算计”更明白一些，也让自己的生活轻松一些，最有效的方法就是学点经济学知识。

在很多人看来，经济学是一门晦涩难懂的学问，需要储备足够的专业知识才能读懂。这也是很多20几岁的年轻人对经济学望而生畏的原因。为了让每个人都能轻松地学习经济学，我们编写了本书。本书用生动有趣的故事、深入浅出的说理来解读经济学的知识，引导读者去领悟经济学的智慧，并且能够在生活中自如运用。

第一章 致富经济学：跳出穷人的圈子

- 马太效应：积累更多的财富优势 / 002
- 比邻而居：穷也要站到富人堆里 / 005
- 信息效应：不做井底之蛙 / 006
- 长尾理论：小需求能催生出大产业 / 009
- 机会成本：在鱼和熊掌之间选择 / 011
- 比较优势：发现并放大自己的优势 / 015
- 帕累托最优：对资源的最佳配置 / 017
- 节俭悖论：欲望是成就财富的因素 / 019
- 名牌效应：打造自己的品牌 / 022
- 创新效应：通往成功的捷径 / 024
- 蓝海战略：在少人走的地方发现财富 / 026
- 规模经济：把企业做大做强 / 030

第二章 销售经济学：生意成交的秘诀

- 看不见的手：亚当·斯密的法宝 / 034
- 消费者剩余：如何让顾客更开心 / 035
- 引导消费：生意越做越大的秘诀 / 039
- 奢侈品：享受有差别的生活 / 042
- 示范效应：名人的作用 / 043
- 广告：有效果是硬道理 / 045
- 捆绑销售：商家和顾客双赢的戏法 / 047
- 边际递减：让人生厌的杰米扬的汤 / 050

顾客满意度：胡雪岩做生意的秘诀 / 054

禁果效应：让顾客主动购买的理由 / 057

第三章 职场经济学：让自己身价倍增

稀缺效应：让自己不可替代 / 062

诚信效应：诚信是一种价值 / 066

美丽溢价：漂亮是一种资本 / 069

学习回报：培训是最有意义的事 / 072

木桶效应：阿喀琉斯的脚踝 / 076

剩者为王：不要轻易辞职 / 078

个人品牌：打造核心竞争力 / 080

内卷化效应：警惕职场原地踏步 / 082

有效需求：工作不一定专业对口 / 085

劳动价值：付出与收入成正比 / 087

位置效应：职位决定身价 / 092

注意力经济：别迷信“酒香不怕巷子深” / 095

第四章 管理经济学：当好团队中的头羊

激励效应：让员工自动奔跑 / 100

鲶鱼效应：竞争才有活力 / 103

压力效应：有压力才有动力 / 105

分槽喂马：管人的原则 / 107

奥卡姆剃刀：简单就是美 / 108

制度效应：一个关于分粥的故事 / 110

二八法则：什么才是最重要的 / 114

第五章 宏观经济学：关心国计民生

政府干预：另一只手的威力 / 118

- 汇率：为什么能喝到免费的啤酒 / 121
- 税收：一个国家的立国之本 / 125
- 恩格尔系数：测测你的富裕程度 / 130
- 通货膨胀：筐比筐里的钞票值钱 / 133
- 经济周期：无法逃避的轮回 / 136
- 产权：有妈的孩子像个宝 / 139
- GDP：经济活动的核心和陷阱 / 144
- 财政赤字：事关纳税人的权益 / 146
- 国际贸易：世界更紧密联系在一起 / 148
- 低碳经济：未来可持续发展的保证 / 152
- WTO：世界贸易的协调者 / 155

第六章 投资经济学：让钱生钱的学问

- 复利：投资最好要趁早 / 160
- 聚少成多：钱少更要会投资 / 163
- 储蓄：聚沙成塔的秘密 / 167
- 期权期货：今天做明天的交易 / 170
- 股票：最热门的投资工具 / 173
- 基金：最省心的理财方式 / 176
- 债券：比存款要合算 / 178
- 保险：未来的安全带 / 180
- 黄金：为财富筑个“避风港” / 183
- 组合投资：不把鸡蛋放进一个筐里 / 185
- 博傻理论：别做那个最大的笨蛋 / 187

第七章 消费经济学：把钱花在刀刃上

- 棘轮效应：培养合理的消费习惯 / 192
- 价格歧视：别再掉进商家的陷阱 / 197

生理期效应：警惕冲动型购物 / 201
信息不对称：买的总是没有卖的精 / 203
羊群效应：理性消费不跟风 / 208
团购：打捞实惠的消费途径 / 211
家庭预算：有备才能无患 / 213
心理账户：别拿豆包不当干粮 / 216
免费午餐：吸引顾客的诱饵 / 219
朝三暮四：怎么说比说什么更重要 / 222

第八章 博弈经济学：怎样赢得更多的利益

智猪博弈：做一头聪明的“小猪” / 226
纳什均衡：超市排队的智慧 / 230
正和负和博弈：是合作还是争斗 / 233
斗鸡博弈：狭路相逢勇者胜 / 235
囚徒困境：两难选择的困惑 / 237
动态博弈：海盗如何分金 / 241
冰激凌博弈：学学妥协的艺术 / 244
重复博弈：永远没有最终的赢家 / 246

第九章 婚恋经济学：幸福不是一场交易

时间价值：把握恋爱的火候 / 250
婚姻成本：天下没有免费的午餐 / 253
婚姻收益：结婚就像开公司 / 255
恋爱成本：不能忽略的因素 / 258
沉没成本：不要为失去的爱情哭泣 / 260

马太效应：积累更多的财富优势

《圣经》中“马太福音”一章里有这样一个故事：

一位富翁要去国外，在临走的时候，把他的3位家仆叫来，依照他们的才干给他们塔伦特（古罗马货币单位）。富翁给了第一位家仆5个塔伦特，给了第二位家仆2个塔伦特，给了第三位家仆1个塔伦特，吩咐他们说：“你们去做生意，等我回来时再来见我。”

富翁走后，第一位家仆用它当本钱去做买卖，又赚回来5个塔伦特；第二位家仆也用它去做生意，也赚回来2个塔伦特；而第三位家仆则把钱藏起来了。

过了很长一段时间，富翁从国外回来了。第一个家仆带着5个塔伦特和赚到的另外5个塔伦特来见富翁，高兴地对富翁说：“主人，您给了我5个塔伦特，请看，我现在又赚了5个塔伦特。”

“好！你是一个充满自信的人，我把这10个塔伦特奖给你，让你享受更多的快乐。”

第二位家仆也带着主人给他的2个塔伦特和赚回来的2个塔伦特来见富翁，他对富翁说：“主人，你给我的2个塔伦特，请看，我又赚回来了2个塔伦特。”

富翁说：“好！我也把这4个塔伦特奖给你，让你享受更多的快乐。”

第三位家仆拿着1塔伦特来到富翁面前说：“我怕把你给的1个塔伦特弄丢了，就藏起来了，现在正好，不多也不少。”

富翁把第三位家仆斥责了一顿，并且将这1个塔伦特也交给第一位赚了5个塔伦特的家仆。

“可是，第一位家仆已经拥有10个塔伦特了，再给1个塔伦特，那他不是更富有了。”

“凡是有的，还要给他，使他更富足；凡是没有的，连他所有的也要被夺去。”

这个故事告诉我们的道理就是让富有的人更加富有，让贫穷的人更加贫穷。

人们一开始也说并不知道其中的道理，甚至还有一种莫名其妙的感觉，“贫者越贫，富者越富”，这纯粹就是强盗逻辑。

著名的社会学家罗伯特·莫顿于20世纪60年代，第一次将这种现象归纳为“马太效应”，人们才明白：一个人如果在某一方面（如金钱、名誉、地位等）获得成功，就会获得更多的机会，取得更大的成功和进步。

“马太效应”在社会生活的各个角落中无处不在。例如，一个人一旦出名，就会越来越有名；公司越大越容易推销自己的产品，而小企业则只能在夹缝中生存；朋友多的人，则有可能结交更多的朋友……

“马太效应”这一术语现被广泛应用于经济学界，它反映一种让富人更加富有而让穷人更加贫穷的社会现象。我们从“马太效应”中得到什么启示呢？

一方面穷人越穷、富人越富的最根本原因就是自身素质的高低和努力程度所导致的。

这个社会本来就是一个弱肉强食、优胜劣汰的社会，如果自身不努力进取，很快就会被残酷的社会竞争淘汰。人生来都是平等的，

虽然有些人出身豪门，而有些人出身卑微，但是这些也不能全部决定他们的未来是尊贵或卑贱。

而这个社会之所以会出现如此悬殊的高低贵贱，最根本的原因还是在于自身。外界因素只起到一个辅助作用，并不是决定穷人越穷、富人越富的根本因素。穷人为什么会贫穷呢？最主要的原因就是因为自身不努力，包括知识水平、工作技能、思维意识等方面。而因为不努力又直接影响他们的思维，让他们缺少提高自身素质的能力，于是造成了穷人越来越穷的恶性循环。同样，富人为什么会越来越富，是因为他们善于学习、积极进取，在工作技能和思维方式上比穷人更加激进，正是这些价值观又直接影响他们的行动，让他们更注重自身能力的提高和改进，于是形成了富人越来越富有的良性循环。

导致穷人越穷、富人越富的另一个重要原因就是外界的推波助澜。除了一些诸如勤奋、天赋等个人因素外，在我们身边，总有一些“含着金钥匙出生的人”，他们天生就享有优厚的待遇和财富，而有一些人则一出生就一贫如洗。

虽然这些外部因素不是决定事物结果最关键的原因，但确实存在着一些导致穷人越穷、富人越富的外部因素，如社会歧视、家庭地位悬殊、收入分配不均及机遇巧合等，但对事物发展变化有时也会起到重要的影响，甚至有时在一定程度上起主导作用，从而加剧社会上的贫富分化。

“马太效应”是造成社会经济贫富悬殊的原因。但是，要怎样才能尽快摆脱这种贫穷怪圈呢？

首先，我们要对自身的状况做出一个清晰的判断，明确了解自己的优势与不足，然后通过自己后天的努力去弥补先天的劣势，只有这样，才能尽快走进富人行列。

比邻而居：穷也要站到富人堆里

经常光顾超市的人们不难发现这样一种现象，如在北京某道路的两侧相距不远处，可以同时看到苏宁、国美等几大连锁家电企业的门面店。大多数麦当劳或肯德基的布局也同样存在这种现象，这两家店一般在同一条街上选址，从常人的角度考虑，聚集在一起就有竞争，只有竞争才能有发展，这正是许多商家喜欢聚合经营，在一个商圈中争夺市场的原因，如北京的茶叶一条街、金融一条街等。

这样选址就不会造成各商家或超市利润的下降，也不会造成资源的巨大浪费。为什么呢？

假如，甲、乙两个超市在同一市场，它们的优势具有互补关系，两者提供给消费者相同的服务和商品；在理性的基础上谋求各自的最大化利益都是甲、乙两个超市的最终目标；假设甲、乙两个超市的经营成本是相同的，并且没有“共谋”：如果甲、乙两个超市都是以分散的方式经营，那么它们所获得的利润分别为3个单位。如果甲选择与其他超市分散经营，而乙选择聚合经营，那么它们经营所获得的利润各为1个单位和5个单位，总效用还是6个单位。

“分散经营”无法使企业与企业之间的资源共享，同时使企业获取利润的能力明显下降、市场风险明显增大。而“聚合经营”则可以汇聚“人气”，形成“马太效应”，进而吸引更多的消费者前来购买，使企业获得更大的利润。同样的道理，若甲选择聚合经营的方式，乙选择分散经营的方式，那么它们各自经营的方式所获得的利润分别为5个单位和1个单位。但是，若甲、乙两家超市都选择聚合经营的方式，由于两家企业可以互补，所以，两家超市的利润都会增加为8个单位。

当然，在现在这个竞争激烈的社会，聚合选址，竞争是不可避

免的，企业要想在竞争中取胜，获得生存和发展，就必须提高自己的竞争力。连锁企业要有个性，才有竞争力。在超市的经营上要有特色，才能显示出自己的个性，这就要求企业必须明确市场定位、深入研究和满足消费者的需求，从产品、服务、促销等多方面进行改善，力争与其他门店类型和品牌的形象相区别。如果聚合的每一个连锁超市都能做到这点，就可以充分发挥互补优势，形成“磁铁”效果，这样不仅能够维持现有的顾客，而且还能够吸引更多的顾客。

另外，丰富的商品种类降低了消费者购物的成本，满足了他们的需求，且同业的大量聚集也实现了区域的最小化差异，为满足消费者“货比三家不吃亏”的心理打下了良好的基础。还有，经营商为适应这种激烈的市场竞争环境，谋求相对竞争优势的同时，会不断进行自身调整，让更多的消费者受益，这样，“规模效应”就在商业的聚集上产生了。正因为如此，聚合选址使商家更能够充分发挥自己的优势，吸引更多的顾客。因此，商家在选址时一般比较注意同行竞争者的选址，乐意与它们聚合经营。

信息效应：不做井底之蛙

寓言故事《井底之蛙》可谓众人皆知。故事中的青蛙因为不知道外面的信息，认为世界只有“井口那么大”，从而不愿意跳出井口，另谋生路，最终老死在井底。

在当今社会，我们依然可以看到许多这种类似的事件，他们整天安于现状，陶醉在自己的狭小空间里。随着经济全球化和信息化的到来，无论是企业或是个人，都将面临全球性的竞争和挑战。因此，我们要想更好地去应对激烈的市场竞争，就必须重视对外界信息资源的利用和搜集。

1958年的一天，在美国克利富兰市的一家西餐馆里，有一个中

国人正和两个美国商人一起共进午餐。餐桌上三人亲密地交谈着。

那位中国人问道：“什么行业在美国最能挣钱呢？”

其中一个美国商人答道：“Wigs!”

“什么？假发？”这位中国人的眼睛一亮，脱口而出。

那个美国人再次肯定地回答说：“Yes, Wigs!”说完，他随即放下手中的刀和叉，从随身携带的皮包中拿出一个漂亮的黑色假发，在大家面前一晃，说：“我还想购买这样的多种不同颜色的假发呢！”餐桌上的这句话，让那位具有聪慧头脑的中国人顿时萌发了一个念想，那就是“假发”生意可以让他大做文章。像这样的谈话，对一般人来说只不过是商场上一次普通的交谈，并没有什么特殊的含意。但是，对那位具有商业头脑，且有心机的中国人来说，却成了他事业成功的起点。这个人就是后来被中国香港人誉为“假发业之父”的刘文汉。

“见多识广”是用来夸赞那些擅长获取信息的人，这样的人往往能从各条途径搜索到有价值的信息，从而能谋到先机，取得事业的发展。“孤陋寡闻”则是用来讥讽那些不擅长获取信息的人。而信息意识的高低恰恰是事业成功与否的关键所在。所以，要想事业成功，首当其冲就要培养一种信息意识。只有这样，商人才能够充分地把握时机，做出正确的判断，从而屡屡取胜。

有一次，年轻的树秀利在市场闲逛的时候，偶然听见几个顾客在议论现在的家用电器的电源插头是单用的，特别不方便，如果能够一件多用，且同时几种电器都能插上的话那该多好。树秀利听后心血来潮，产生了新的想法，回去后立刻组织人员研究，没过多久便生产了“三通”电源插头，特别受到人们的青睐，从而赚了很多钱。公司的长远发展就是被这些很小的心计、不大的改动、方寸的产品以及很少的追加投资奠定了基础。

对从事商业的人来说，像树秀利这种能通过从顾客那里听到的一句话而深受启发，从而迈出了事业成功的第一步，毫无疑问，这是一种很好的榜样。我们要想时刻发现新的事物，并从中受到启发，

就要经常注意周围的环境，留意身边每个人所说的话，同时再加上你自己的聪明才智，相信成功一定会向你招手。

个人成功的关键是在当今这个竞争激烈的市场环境中拥有广泛的信息来源。当今社会的发财商机无处不在，几乎包括社会风气、文化现象以及政治等各个方面，甚至对有些人来说，人类出生率的高低、贫富比例等专业的资料都是他们的商机。如果更深入一点，同类型的其他公司的生产动向，自己公司生产的产品是否受人们的欢迎等都是我们所要讲到的信息。对一般人来说，如果市场发生了大的变化或者提供了大的契机，是很容易被发现的。因为这些机遇的征兆很明显，信息的暗示性也很强烈。但是，大多数人已经捕获了这样的信息，真正属于你的机会却也不大。所以，要想别出心裁地寻找生财的机会，就必须留心那些被大多数人忽略的“小”信息。

1975年，美国一位从事肉食品加工的老板，在一次与朋友的不经意交谈中，获取到一条墨西哥发现了疑似瘟疫的病例的信息。他转念一想，美国肉类食品主要是由加利福尼亚州和德克萨斯州两个基地供应的，墨西哥如果真的发生了瘟疫，那么美国也逃脱不了，这种瘟疫一定会从这两个州的边境传染过来。到那时，肉类一定会供应不过来，肉价就会暴涨。

当日，他就立刻派人赶赴墨西哥，查证这条信息是否属实。几日后，电报发回，派出去的人证明那里确实有瘟疫，并且很厉害。收到电报后，这家公司立刻拿出全部资金前往加利福尼亚州与德克萨斯州购买牛肉与生猪，且立即被运到了美国东部。

没过多久，美国西部的几个州很快就被瘟疫蔓延。美国政府下令：严禁一切食品（包括牲畜在内）从这几个州往外运。瞬间，肉食品在美国国内短缺，价格也就跟着飞涨。但这家肉食品加工公司因先前及时购进了一大批的牛肉与猪肉，这时一并抛出，在这短短的几个月时间里，他挣的纯利润竟有900万美元。

俗话说：“言者无意，听者有心。”说话的人往往无形之中会给人提供一些特别重要的信息。从事商业的人应该多逛、多听、多看、

多想，这样，你就肯定会发现许多信息都对自己有用。

在当今信息经济时代，整个局面的掌控取决于信息的掌握。我们如果要想事先推测新的社会需求，就要注重搜集到社会的信息情报，从而才能在激烈的市场竞争中站稳脚跟，拥有自己的一席之地。由此可以看到，信息也是能决定你的生活的。

所有功成名就的人，没有对信息不特别敏感的。因为他们信奉的是：要想掌握世界，就要掌握信息，信息决定一切，所以他们的事业很少遇到挫折，前途一片光明。在当今这个经济信息时代及时地搜集到信息，并且及时利用。让信息为你所用，实现你的财富之梦吧！

长尾理论：小需求能催生出大产业

2004年10月，“长尾”的概念被美国人克里斯·安德森提出。他把市场分为“头部”和“尾巴”，“头部”是集中了人们需求的流行市场，而“尾巴”则是需求量小的，零散的以及个性化的非流行市场。“长尾理论”是指把所有的非流行市场累积起来就可形成一个比流行市场更大的市场，这就是长尾效应的意义所在。

一个小数乘以一个特别大的数字等于一个大数，许多的小市场汇聚到一起就变成了一个大市场，这就是“长尾理论”的表述。

人们十分公认的“二八定律”时代被“长尾理论”终结了，产生“长尾理论”后，因为80%的那群人占有的市场份额与20%的人占有的市场份额的比例相同，所以人们就不再仅关心20%的拥有80%财富的那些人了。“长尾理论”描述了这样一个新的时代：过去人们只关心和重视那些重要的人或事，若这些人或事用正态分布曲线来描绘，那么人们就只能关注曲线的“头部”，而将需要更多的精力以及成本才可以关心和重视的绝大多数人或事，也就是曲线的