

一口氣讀懂經濟學

經濟學的100個關鍵詞

董典波、黃曉林◎著

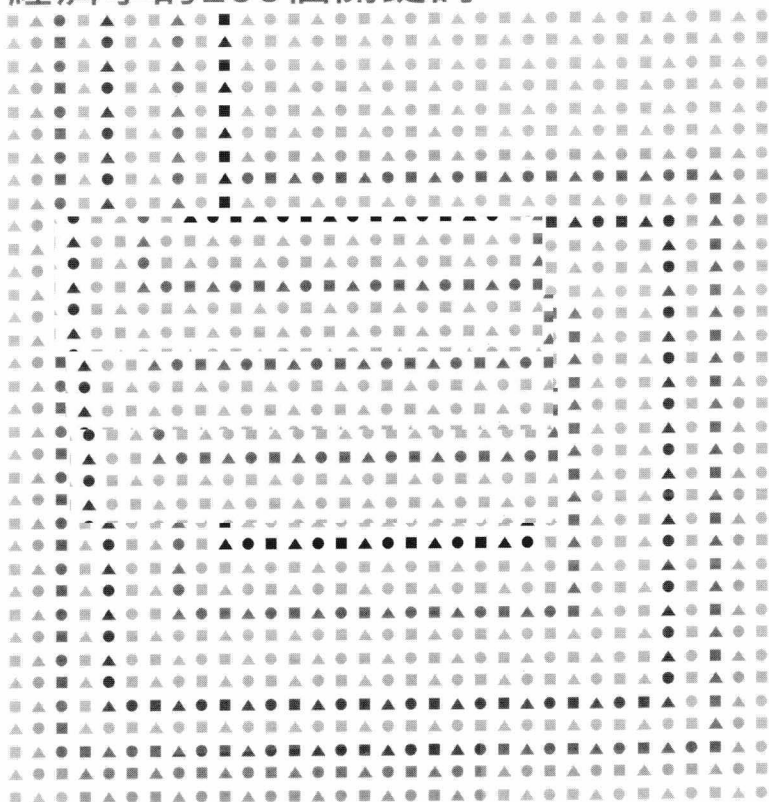
100個有趣故事、100個重要觀念、200個延伸知識
搞懂經濟學，讓生活更自在的第一本入門書！



一口氣讀懂經濟學

經濟學的100個關鍵詞

董典波、黃曉林◎著



一口氣讀懂經濟學：經濟學的100個關鍵詞／
董典波、黃曉林著．——一版．——臺北市：臉
譜出版：家庭傳媒城邦分公司發行，2010.02
面： 公分．——（企畫叢書：FP2201）

ISBN 978-986-235-085-0（平裝）

1. 經濟學 2. 關鍵詞

550.41

99000102

企畫叢書 FP2201

一口氣讀懂經濟學

經濟學的100個關鍵詞

作 者 董典波、黃曉林
副 總 編 輯 劉麗真
主 編 陳逸瑛、顧立平
特 約 編 輯 陳錦輝

發 行 人 涂玉雲
出 版 臉譜出版

城邦文化事業股份有限公司
台北市中山區民生東路二段141號5樓
電話：886-2-25007696 傳真：886-2-25001952

發 行 英屬蓋曼群島家庭傳媒股份有限公司城邦分公司
台北市中山區民生東路二段141號11樓
客服服務專線：886-25007718；25007719
24小時傳真專線：886-25001990；25001991
服務時間：週一至週五上午09:30-12:00；下午13:30-17:00
劃撥帳號：19863813 戶名：書虫股份有限公司
讀者服務信箱：service@readingclub.com.tw

香港發行所 城邦(香港)出版集團有限公司
香港灣仔駱克道193號東超商業中心1樓
電話：(852) 25086231 傳真：(852) 25789337
E-mail: hkcite@biznetvigator.com

馬新發行所 城邦(馬新)出版集團【Cite (M) Sdn. Bhd. (458372U)】
11, Jalan 30D/146, Desa Tasik, Sungai Besi,
57000 Kuala Lumpur, Malaysia
電話：(603) 90563833 傳真：(603) 90562833

初 版 一 刷 2010年2月2日
一 版 二 刷 2010年2月25日

城邦讀書花園
www.cite.com.tw

ISBN 978-986-235-085-0

版權所有，翻印必究（Printed in Taiwan）

售價：299元

（本書如有缺頁、破損、倒裝，請寄回更換）

目錄

入門篇：踏上你的經濟學之旅

[001] 理性經濟人 人是利己且理性的動物？	010
[002] 稀少性 撥開伊拉克戰爭的迷霧	012
[003] 財貨 什麼都能買賣	014
[004] 價值與價格 「天價理髮」事件的背後	017
[005] 使用價值 我們購買的究竟是什麼	019
[006] 需求與供給 經濟學的永恆話題	022
[007] 貨幣 石頭也可以買東西	025
[008] 成本 皮拉斯的慘勝	028
[009] 市場 進行交換的場所	031

思維篇：像經濟學家一樣思考

[010] 信用 傳之後世的經商法則	036
[011] 邊際效用 第一個和第七個的不同	038
[012] 公共財 免費的午餐	041
[013] 機會成本 到底選哪個好？	043
[014] 比較優勢 比一比，自己的優勢在哪裡	046
[015] 規模經濟 小心大而無當	048
[016] 搭便車 私人不願意提供的服務	050
[017] 馬太效應 窮人更窮，富人更富	052
[018] 效率和公平 無法調和的矛盾？	054

[019] 80/20法則 少數人掌握多數財富	057
[020] 外部效應 三個和尚沒水喝	060

消費篇：做個懂消費的消費者

[021] 效用 你要蘿蔔，我愛青菜	064
[022] 消費心理 買？還是不買？	066
[023] 消費財 生活的目的在消費	067
[024] 價值矛盾 鑽石與木碗的故事	070
[025] 需求彈性 糧店打折無助銷路	072
[026] 奢侈財 享受有差別的生活	074
[027] 替代效應 豬肉漲價了就多吃牛羊	077
[028] 互補財 你得利我才有好處	079
[029] 消費者剩餘 省出來的19元	082

市場篇：市場先生是最誠實的朋友

[030] 看不見的手 亞當·斯密的法寶	086
[031] 供需機制 洋布在中國賣不動	089
[032] 均衡價格 買賣雙方腦袋的碰撞	092
[033] 市場經濟 衝破小農經濟的藩籬	095
[034] 房地產 高房價的隱憂	097
[035] 價格歧視 不同的人不同的價格	101
[036] 完全競爭 不受任何干擾的市場機制	103
[037] 獨占 繳不完的洗澡費	105
[038] 寡占 我們幾個說了算	109
[039] 市場失靈 自由交換也有吃不開的時候	111
[040] 蛛網理論 跳不出的漩渦	114
[041] 產權 「路邊苦李」暗藏玄機	117

賽局篇：創造一個多贏的結局

[042] 賽局 市場中的高手對決	122
[043] 不完全資訊賽局 「黔驢技窮」的教訓	125
[044] 逆向選擇 資訊太少，所得太差	128
[045] 道德風險 經濟學家的發現	130
[046] 公地悲劇 占有越多或許得到越少	133
[047] 納許均衡 能不能只贏不輸	135
[048] 正和賽局 三個臭皮匠，頂個諸葛亮	138
[049] 帕雷托最優 「一毛不拔」的完美結局	140
[050] 囚犯的兩難 沉默還是背叛	143

就業篇：把自己賣個好價錢

[051] 人力資本 蕭何為何月下追韓信	148
[052] 人口紅利 人多力量大	150
[053] 生產效率 一條圍裙省下大筆工資	153
[054] 勞動工資 勞動力價值的貨幣表現	156
[055] 充分就業 所有願意工作的人都有工作	158
[056] 失業率 經濟指標的「冠上明珠」	160
[057] 個人所得稅 你的收入有多少給了國庫	162
[058] 菲利浦斯曲線 物價上漲與失業	165

宏觀經濟篇：推開綜觀全局之窗

[059] 宏觀調控 一隻「看得見的手」	170
[060] 凱因斯主義 政府對經濟進行全面干預	172
[061] 預算 準備花多少錢	174
[062] 財政赤字 入不敷出的窘境	177
[063] 通貨膨脹 一份報紙7,000萬馬克	179

[064] 通貨緊縮 阻礙復甦的幽靈	182
[065] 乘數效應 成倍增長的連鎖反應	184
[066] 稅收與稅率 為什麼要繳稅	186
[067] 拉弗曲線 你樂意繳的稅	189
[068] 購買力平價 你的錢在其他國家能買到什麼	192

金融篇：財富的泡沫之殤

[069] 虛擬經濟 身價百倍的燒餅	196
[070] 儲蓄 存款從窖藏到銀行	199
[071] 期貨 今天做明天的交易	201
[072] 債券 鑲金邊的投資證明書	204
[073] 基金 專業的理財顧問	207
[074] 股票 在機會與風險中淘金	211
[075] 保險 從容面對「飛來橫禍」	215
[076] 泡沫經濟 上帝欲使人滅亡，必先使其瘋狂	218

貿易篇：生意越來越大，地球越來越小

[077] 匯率 誰的錢更值錢	222
[078] 升值與貶值 去哪個國家玩最划算	225
[079] 對外貿易 沒有商人到不了的地方	228
[080] 貿易順差與逆差 出口與進口的關係	231
[081] 貿易補貼 進出口貿易的津貼	233
[082] 傾銷 以低價占領市場	236
[083] WTO 世界貿易的協調者	239
[084] 熱錢 具有「四高」特徵的燙手鈔票	243

經濟指標篇：做經濟生活中的聰明人

[085] GDP 兩堆狗屎，一億產值	248
[086] GNP 真正屬於自己的價值	250
[087] 恩格爾係數 從「吃了嗎？」到「你好！」	253
[088] 消費者物價指數 物價是漲還是跌	255
[089] 吉尼係數 富人的天堂和窮人的地獄	258
[090] 人均可支配所得 真正的個人所得	260
[091] 幸福指數 掛在國民臉上的指數	262
[092] 人類發展指數 我們究竟走向何處	264

生活經濟篇：經濟學就在你身邊

[093] 美女經濟 美麗也是生產力	268
[094] 體育經濟 奧運為何如此火熱	270
[095] 假日經濟 喧囂的「十一黃金週」背後	272
[096] 考試經濟 萬馬千軍獨木橋	274
[097]「她經濟」 女人撐起半邊天	276
[098] 會展經濟 跨越市場的橋梁	278
[099] 網路經濟 阿里巴巴的「網路開門」	281
[100] 地下經濟 灰暗角落裡的發現	284
後記	287
中英對照	288
英中對照	294

1

入門篇

踏上你的經濟學之旅

- [001] 理性經濟人 人是利己且理性的動物？
- [002] 稀少性 撥開伊拉克戰爭的迷霧
- [003] 財貨 什麼都能買賣
- [004] 價值與價格 「天價理髮」事件的背後
- [005] 使用價值 我們購買的究竟是什麼
- [006] 需求與供給 經濟學的永恆話題
- [007] 貨幣 石頭也可以買東西
- [008] 成本 皮拉斯的慘勝
- [009] 市場 進行交換的場所

[001] 理性經濟人

人是利己且理性的動物？

◎妙聽聞

有位婦人在紐約市的多家報紙上刊登一則1美元賣BMW的廣告，人們並不以為意，因為1美元不可能買到BMW。一週過去了，沒有人登門買這輛廉價的BMW。剛畢業的青年約翰看到這則廣告，就滿懷希望地拿著1美元按地址去買這輛BMW。很快，約翰就和賣車的婦人辦好手續。約翰問：「為什麼這輛BMW只賣1美元呢？」婦人說：「因為我老公去世了，他的遺產全是我的，只有那輛BMW屬於他的情婦。根據他的遺囑，要把這輛車拍賣，拍賣所得款項全部歸他的情婦。所以，1美元即可。」約翰高興地開著BMW回家了。

經濟學這麼說

理性經濟人（rational economic man），又稱為「經濟人假設」，即假定人的思考和行為都是有目標且理性的，唯一試圖獲得的經濟好處就是物質性補償的最大化。

亞當·斯密（Adam Smith）在《國富論》（*The Wealth of Nations*）中的一段話，對理性經濟人有較為清晰的闡述：「我們每天所需要的食物和飲料，不是出自屠戶、釀酒者和麵包師的恩惠，而是出於他們自利的算計。我們不說喚起他們利他之心的話，而是說喚起他們利己之心的話；我們不說我們自己需要，而是說對他們有好處。」亞當·斯密的這段論述向我們表明：人與人之間是一種交換關係，能獲得食物和飲料，是因為商家要獲得自己最大的利益。

大衛·李嘉圖（David Ricardo）則提出經濟人的「流氓假

設」：社會是由一群群無組織的個人組成的，每個人以一種計算利弊的方式為個人的利益而行動。為達這個目的，每個人盡可能合乎邏輯地思考和行動。

在經濟學家的眼裡，千差萬別的活生生的人都是理性經濟人——不懈地追求自身最大限度滿足的理性的人。顯然，經濟人都是自利的，以自身利益的最大化作為自己的追求。當一個人在經濟活動中面臨若干不同的選擇機會時，他總是傾向於選擇能給自己帶來更大經濟利益的那個，即總是追求最大的利益。

因此，理性經濟人是自利的，但自利並不完全等同於自私。舉個例子：一位虔誠的基督教徒由於相信上帝，充滿行善的願望，他人得到幸福時他會覺得自己也幸福——他是自利的，但並不自私。

無論個體的行為是成功地為個體帶來正的經濟利益的流入，還是帶來負的經濟利益的損耗，在做出決策時，個體都是理性經濟人。在社會以及經濟活動中，人人都是理性經濟人。比如買一件商品時，都希望買到的是「物美價廉」的商品，絕不希望買到「物次價高」的商品，因為在經濟活動中，人會保持最大的自利。也許在結果上買了「物次價高」的商品，但不會改變個體是理性經濟人這一事實。

可以說，理性經濟人是經濟學最基本的概念之一。

知識鏈結

道德人（ethical man）亞當·斯密在《道德情操論》（*The Theory of Moral Sentiments*）中，闡述了人性不同於經濟人（economic man）的另外三個面向：同情心、正義感（合宜感）、行為的利他主義傾向。這些是人道德性的體現。斯密的這種倫理思想後來發展成

道德人理論。

複雜人（complex man）美國科學家埃德加·沙因（Edgar H. Schein）首先提出「複雜人」人性假設。該理論認為，人不是單純的經濟人，也不是完全的社會人（social man），而應該是因時、因地、因各種情況採取適當反應的複雜人。這種理論的主要內容包括：(1)人的需要是多種多樣的，而且這些需要是時刻變化的。(2)人的各種需要和動機會發生交互作用；(3)人的工作和生活條件是不斷變化的，因此會產生新的需要和動機；(4)由於人的需要不同，因此對不同的管理方式會有不同的反應。

[002] 稀少性

撥開伊拉克戰爭的迷霧

◎妙聽聞

伊拉克石油資源豐富，一九九三年的石油儲量即達1,120億桶，僅次於沙烏地阿拉伯，居世界第二位，約占世界已知總儲量的10%。

二〇〇三年三月二十日，以美國和英國為主的聯合部隊正式對伊拉克宣戰。澳大利亞和波蘭軍隊也參與了此次聯合軍事行動。在美國總統小布希（George W. Bush）向伊拉克總統薩達姆·海珊（Saddam Husayn）發出要求他和他的兒子在四十八小時內離開伊拉克的最後通牒時，軍事行動隨即展開。

戰爭爆發大約三個星期之後，美軍順利進入巴格達市區，途中並沒有遇到任何頑強抵抗。伊拉克官員則突然消失，去向不明。大批伊拉克軍隊向美軍投降，伊拉克戰爭迅速結束，美國傷亡極少。

波斯灣戰爭中美國有聯合國的授權，而伊拉克戰爭，聯合國始終未通過美國開戰的決議，然而美國繞過聯合國，直接發動了戰爭。也就是說，這次戰爭是不合法的。但美國何以不遵循聯合國憲章，逆國際民意而堅持攻打伊拉克呢？背後的「石油戰爭」才是最根本的目的。

美國政府官員從不諱言此一目的：控制伊拉克石油。據《世界日報》報導，時任美國國防部副部長的保羅·沃爾夫維茨（Paul D. Wolfowitz）在新加坡參加亞洲安全會議期間，回答記者提問時表示：「讓我們簡單地看這個問題，伊拉克與朝鮮之間最大的區別在於經濟資源，在這個問題上我們別無選擇，伊拉克這個國家到處都是石油。」

經濟學這麼說

稀少性（scarcity），是經濟物品的顯著特徵之一。經濟物品的稀少並不意味著它是稀有的，而是指它不可以免費得到，要得到這樣一種物品，必須自己生產或用其他經濟品交換。

「稀少」二字，代表著兩種不同的含義：一個是稀有的，另一個是緊缺的。在西方經濟學中，稀有是指相對於人們無窮的欲望而言，資源是稀少短缺的。在經濟學裡，稀少被用來描述資源的有限可獲得性。人的欲望無限，但資源是有限的，相對於無限的欲望，有限的資源就是稀少。

資源的稀少性是人類社會永恆的問題，經濟學產生於稀少性的存在。人類的欲望總是超過能用於滿足欲望的資源，正是資源的稀少性引起了競爭與合作。競爭就是爭奪對稀少資源的控制，競爭是社會配置資源，即決定誰得到多少稀少資源的方式。所謂合作就是與其他人共同利用稀少資源、共同工作，以達到一個共同的目的。通過合作的形式，是為了以有限的資源生產出更多的

產品，合作是解決資源稀少性的一種途徑。

因為資源稀少，才需要經濟學研究如何最有效地配置資源，使人類的福利達到最大化。

知識鏈結

資源的有效配置（efficient resource allocation）經濟學上的資源有效配置是指資源效用的最大化。最大化指的是資源在利用的過程中不僅本身的效益得到充分的發揮，還要考慮資源在運用過程中與其他資源的協調配合，從而產生更有效用的社會產品。

自由財（free goods）指不用花錢就可以得到的物品。在這個稀有的世界上，自由財是一種例外，它們是大自然的恩賜。

經濟財（economic goods）稀有的某種財貨，需要花費一定的代價才可以得到。經濟財是稀少的，但並不意味它是難以得到的，而僅僅意味著它是不能自由取用的。

[003] 財貨

什麼都能買賣

◎妙聽聞

泥土 太平洋上的諾魯共和國，是個由珊瑚礁形成的島國，礦產十分豐富，但島上沒有供農作物生長的土地。為了解決這一問題，諾魯出口礦產，同時進口泥土，以便種植農作物。

冰山 世界上最奇特的財貨，莫過於丹麥格陵蘭島出口的冰山了。這是十萬年前的冰，被認為純淨、沒有污染，雜質甚少。

水聲 美國商人費涅克周遊世界，用身歷聲錄音機錄下了千

百條小溪流、小瀑布和小河的「潺潺水聲」，然後高價出售。有趣的是，該行業生意興隆，購買水聲者絡繹不絕。

空氣 日本商人將田野、山谷和草地的清新空氣，用現代技術製成「空氣罐頭」，向久居鬧市、飽受空氣污染的市民出售。購買者打開空氣罐頭，靠近鼻孔，頓時香氣撲鼻，沁入肺腑。

黃沙 一些阿拉伯國家有廣闊的沙漠地帶，但這些沙漠中的黃沙不適於建造游泳池，而英國的黃沙卻是建造游泳池最理想的材料。在石油豐富的阿拉伯國家興建游泳池熱時，英國的黃沙備受青睞，價格猛增。

雨水 日本商人發現，雨水在阿拉伯國家是貴重財貨，便著手向阿拉伯國家出口雨水。第一個輸入這種財貨的國家是阿拉伯聯合大公國，這個國家每年進口大約2,000萬噸雨水，用來澆灌農作物。

經濟學這麼說

財貨（goods）對我們來說再熟悉不過了。我們每天吃喝穿用行，樣樣離不開財貨，只要荷包裡有錢，我們隨時可以買到想要的各種財貨。但是究竟什麼才是財貨？

作為財貨，首先必須是勞務財。換句話說，如果不是勞務財，就不能成為財貨。比如，自然界中的空氣、陽光，雖然是人類生活必需的，但這些都不是勞務財，所以它們不能叫做財貨。

作為財貨，還必須能用於交換。財貨總是與交換分不開的，也就是說，如果不是用來交換的，即使是勞務財，也不能叫財貨。比如在古代，傳統男耕女織式的家庭生產，種出來的糧食和織出來的布，儘管都是勞務財，但只是供家庭成員自己使用，並沒有用來與他人交換，因而也不是財貨。

因此，財貨可以簡單概述為：用於交換的勞務財。

財貨並不是從人類出現之時就有的，是人類社會發展到一定歷史階段的產物。它的產生，必須具備以下兩個條件：

第一是社會分工。它是財貨產生的基礎。因為社會分工，才提出交換的要求，也才有了進行交換的可能。社會分工的特徵，表現為每個勞動者只從事某種局部的、單方面的勞動，只生產某些甚至某種單一的產品，而人們的需求是多方面的，為了滿足多方面的需求，生產者必然要用自己生產的產品相互交換自己生產而又需要的產品。這種財貨生產和財貨交換就是財貨經濟。

第二是所有權不同。它是財貨得以產生的前提。因為生產資料和勞務財屬於不同的所有者，才發生了交換行為。在私有制條件下，產品交換的雙方成為獨立的利益主體，成為經濟利益的對立面。這就決定了雙方的交換不能是不等式的，而只能是等式的，即財貨經濟中的等價交換原則（principle of equal value exchange）。勞務財的交換既然是等價的財貨交換，那麼，生產者的生產過程就成為以直接交換為目的的財貨生產過程。

可見，財貨既是社會分工的產物，也是私有制的產物。

知識鏈結

季芬財（Giffen goods）一種財貨在其他因素不改變的情況下，當財貨價格上升時，需求量增加，價格下降時，需求量減少。這是西方經濟學研究需求的基本原理時，十九世紀英國經濟學家羅伯·季芬（Robert Giffen）對愛爾蘭的馬鈴薯銷售情況進行研究時定義的。還有一些財貨，比如帶有投機性的證券和黃金交易也是如此。

正常財與劣等財（normal goods and inferior goods） 需求量隨消費者的實際收入上升而增加的財貨稱為正常財；需求量隨消費者