

掌握经济学 获得人生巨大财富

Acquire **Economics** Everyday
Collected Edition

每天学点 经济学

全集

王俊峰◎编著



石油工业出版社

掌握经济学 获得人生巨大财富

Acquire **Economics** Everyday
Collected Edition

每天学点 经济学

全集

王俊峰/编著



石油工业出版社

图书在版编目(CIP)数据

每天学点经济学全集/王俊峰编著.

北京:石油工业出版社,2009.7

ISBN 978-7-5021-7277-0

I. 每…

II. 王…

III. 经济学—通俗读物

IV. F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 117548 号

每天学点经济学全集

王俊峰 编著

出版发行:石油工业出版社

(北京安定门外安华里 2 区 1 号楼 100011)

网 址:www. petropub. com. cn

编辑部:(010)64523643 营销部:(010)64523603

经 销:全国新华书店

印 刷:北京中印联印务有限公司

2009 年 8 月第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

710 × 1000 毫米 开本:1/16 印张:18.5

字数:268 千字

定价:31.80 元

(如出现印装质量问题,我社发行部负责调换)

版权所有,翻印必究

前 言

经济这一词来源于希腊语，其意思为“管理一个家庭的人”，唯物主义代表色诺芬在他的《经济论》中把经济理解为“家庭”及“管理”，严复在介绍西方学术著作的时候曾将经济一词翻译为生计，日本人则将其翻译为经济，后来孙中山先生从日本将这一种翻译法引入我国，所以，在中国就出现了“经济”这一词。

但是，不管怎么翻译，有一点是相同的，那就是说经济和我们每一个人都是有关的，因为不仅我们每天的生活都要和经济挂钩，而且我们每天的行为也和经济发生着联系……

而经济成为一门学科被称为经济学，这是18世纪的“经济学之父”的亚当·斯密在他的著作《国富论》中首先提出来的，从此以后，这一学科就正式成为了影响整个世界的学科之一。而随着时代的进步、社会的发展，经济学也逐渐地产生出新的学科分支，这些经济学分支涉及到我们生活的方方面面并与我们的一切经济行为息息相关。

所以——

如果你想了解市场，那就学点市场经济学吧！冷眼旁观市场中的经济现象，它会让你在风云变幻的市场中立于不败之地。

如果你想弄懂消费，那就学点消费经济学吧！任何一种消费现象后面

也许都隐含有一种经济学原理，看懂了它们，会提高你的消费水平。

如果你想提高自己的管理水平，那就学点管理经济学吧！任何一种管理都是有章可循的，管理的目的就是为了提高效益，从经济学的角度来分析管理，会让你以最低的成本获取最高的回报。

如果你想去投资，那就学点投资经济学吧！投资是资产增值的手段，但是投资也犹如一张巨口，会吞噬一切。对每一种投资工具的了解会令你在投资市场里稳操胜券。

如果你想弄明白生活中的税收与福利，那就学点民生经济学吧！民生与我们息息相关，如果你对它们了如指掌，那么你就会幸福与快乐二者皆得。

如果你想任用人才，那就学点人才经济学吧！因为人才是发展的前提。并且世界上的庸才也都是放错了地方的人才。

如果你想把信息转化为利益，那就学点信息经济学吧！信息时代的信息将是最有价值的商品，谁站在信息的潮头，谁就能收获成功。

如果你想在优胜劣汰的生存竞争中获胜，那就学点博弈经济学吧！博弈不仅仅只出现在赌场，也出现在生存环境中。

如果你想在制度的限制下游刃有余，那么学点制度经济学吧！没有规矩，不成方圆。制度是效益与价值最有利的保障。

如果你想把世界作为自己的市场，那就学点国际经济学吧！世界经济一体化将是势不可当的潮流，与其抓住世界经济发展的尾巴，不如主动迎接。

每天学点经济学，会让你受益匪浅。

也许你成不了比尔·盖茨，也许你成不了巴菲特，也许你也成不了沃尔顿；但是，每天学点经济学，会让你把自己的生活打理得井井有条。

也许你既没有买股票也没有买基金，也许你也不喜欢讨价还价；但是，每天学点经济学，会使你懂得每一种经济现象背后所隐含的经济学原理，为你将要作出的经济计划提供依据。

本书将带你进入这些经济学的世界，探索其中的经济学现象与经济学原理，你会发现，原来经济学并不像我们所想的那样只有数据与图表，而是我们实实在在的生活。

尽管经济学不是童话，但它却有童话一样迷人的魅力。你会发现，本书中的那些事例与故事与我们的生活是如此地近。

阅读本书，你将得到一次与经济学的心灵对话，你会理解经济学、运用经济学、爱上经济学……

目 录

第一章 稳操胜券的法宝——市场经济学

市场是买卖双方进行交易的场所,但它存在很多不确定性,让人难以把握。所以,有的人在市场上赚到了钱,有的人在市场上赔了钱,这两者之间的最大区别就在于谁更好地把握了市场的相关经济信息。在这个竞争激烈的社会中,可以说谁占有了市场的信息,谁就能在风云莫测的市场中立于不败之地。

大企业吃掉了小企业:兼并	003
玉米凭什么比小麦贵:均衡价格	008
中国乳业的双寡头蒙牛和伊利:寡头市场	011
婚姻中投入与回报的经济学分析:商业交易	015
TCL 冰箱与农夫山泉的联姻:边际效益决策	019

第二章 隐形的经济行为意识——消费经济学

消费是一门博大精深的学问,在消费现象的后面总是蕴含着许许多多商家的“陷阱”和经济知识,如果我们不想在消费中落入商家的“圈套”,不想花冤枉钱,我们就得了解这些消费现象背后隐藏的秘密,只有这样才能避免被人“宰”。

“保姆荒”的现象分析:劳务消费	025
同一航程两种票价:价格歧视	029

让石头变成稀世珍宝:最大笨蛋理论	032
二手车市场的交易:逆向选择	035
越贵的东西越有人买的原因:吉芬现象	038
不做家务的皮特先生:比较优势	041
是享受还是债务:超前消费	044

第三章 让人刮目相看的管理——管理经济学

企业的管理非常重要,它的管理水平如何,直接关系到企业的兴衰成败。但在市场经济中,仅仅知道怎样管理还不行,还需结合经济的概念,提高企业的经济效益,这才是企业进行管理的目的。本章我们就从经济学的角度来分析管理这一理念,教你怎样用最低的成本获取最高的回报。

菲利普·辛巴杜的实验:破窗效应	051
羊群和狼群的相生相克:鲶鱼效应	054
别被别人挖走利益:企业的知识产权	057
选择购置方案还是改造方案:沉没成本效应	062
福特的高工资低成本策略:效率工资	065

第四章 用最少的钱获得最大的利润——投资经济学

随着物质消费水平的提高,经济收入这个概念理所当然地被摆到日程上来。很多人为了提高自己的消费质量,都花尽心思想着怎样去赚钱,于是,许许多多的人将目光瞄向了股票、基金、房地产等行业,进行风险投资。可是大家也知道虽然股票、基金高回报、增值速度快,但风险也无法预料。所以很多人想投资,但又不肯投资。这里,我们就将阐述股票、基金等风险投资的相关知识,以此帮助您排除投资风险。

低风险高收益的投资:房地产	071
让专家帮你去理财:基金	075
通过合约而进行的投资:期货投资	080
备受关注的投资手段:股票	084
最快速地财富增值工具:复利	089
给未来买一份保障:保险	093
保值增值的投资:黄金	097

第五章 快乐和幸福皆能得——民生经济学

民生直接关系到广大人民群众的发展和生存,因此也是广大人民群众最关心的问题。同时,解决民生问题也是国家对于广大人民群众应尽的责任,所以,各级政府都将解决民生问题作为其组织领导经济社会发展的基本目的,并通过公正合理的制度安排加以实现。

青海的拉面经济:劳务输出	105
取之于民,用之于民:税收归宿	108
每个人都离不开“税”字:个人所得税	111
香烟真的能禁止得了吗:香烟税	117
70元教育附加费应该谁来交:教育附加费	120
带薪休假真的实现了:职工福利	124
有政府在,医疗保障就有办法:城镇医保	129
小储蓄,大收益:养老保险	133
改善医疗条件,降低农村人口死亡率:农村合作医疗	139
居者有其屋:保障性住房	142
老百姓真正的福利:月票	145

第六章 看不见的利润——职场经济学

在职场里,你是一个成功的员工吗?你是一个受欢迎的同事吗?你成功了吗?这些都会给你带来看不见的利益。你受同事欢迎了,你无形之中就积累了人脉资源;你受领导赏识了,你在无形之中就多了成功的机会。这些,都蕴含着经济学的知识,我们怎样才能识透这种经济学呢?本章将告诉您想要的答案!

萧何月下追韩信的原因:人才经济学	151
让自己成为公司的“焦点”:注意力经济学	155
不要停留在原地踏步:内卷化效应	159
肯尼思·阿罗的著名理论:阿罗不可能定理	163
人多力量不一定大:规模报酬变化	166

第七章 信息时代的信息效益——信息经济学

信息对现在的企业来说是非常重要的,任何一个企业如果不能准确把握所处行业的最新动态,那么企业随时都会有被淘汰出局的危险,可以说信息已经成为了企业生产要素之一,企业信息化建设已经成为提高企业竞争力的重要途径。

修电视不如买电视:信息不对称	173
沃尔玛超市受到威胁了:虚假信息	176
三人里应外合骗保险:内部人控制	180
“宠儿”变成“弃儿”:信息决策	184
大庆油田情报的泄露:情报经济学	187
上市公司最新公告预览:信息披露	191

第八章 优胜劣汰的生存法则——博弈经济学

21世纪是个竞争非常激烈的时代,很多人为了在社会中争得一席之地,就不得不和他人展开竞争,其实这也就是所谓的博弈。博弈是有输有赢的游戏,因此这个过程就有些残酷,如果你不想在竞争中败下阵来,就得讲究方式和方法。正确的方式和方法,是在竞争中取胜的有力保障。

安庆线和安纳线之间的战争:零和博弈	197
美苏之间的武器“争夺战”:负和博弈	201
大猪和小猪的聪明较量:博弈论	204
与合作伙伴共同成长:非零和博弈	207
优胜劣汰的“新原因”:决策论	211

第九章 制度限制下的利益最大化——制度经济学

国家制定相关的制度,其实也就是将所有的企业和人都约束于一定范围内,让所有的企业和人只能在约束的范围内发展。但这并不代表我们的正当利益受到损害了。要知道国家制定这样的措施,目的无非是为了规范相关的市场,尽量避免社会的不公平现象。所以,聪明的人不会局限在有限的范围内怨天尤人,而是想方设法在约束的范围内创造无限的价值。

假冒伪劣商品充斥着市场:健全市场体制	217
管理带动效益:现代企业制度	220
发展才是硬道理:激励机制的作用	224
市场经济有形的手:宏观调控	229

微软垄断与反托拉斯政策:垄断与反垄断	233
越有钱的人会越有钱:马太效应	239

第十章 发展自我,拥抱世界——国际经济学

随着社会经济的全面发展,世界经济逐渐一体化已经成了一种不可阻挡的趋势。所以,无论是国家、企业,还是个人,都应该把经济眼光放得长远一点,要学会抛开国门的束缚,去拥抱整个世界,让自己在世界的舞台上大放异彩。

人民币增值是好事还是坏事:通货膨胀	245
经济领域里的世界大战:国际贸易	250
凶猛的金融巨鳄:热钱	256
什么都不担心的美国农民:贸易补贴	260
世界加工厂的转型:中国制造	264
全球经济大动荡:金融危机	268
众人划桨开大船:经济一体化	274

第一章

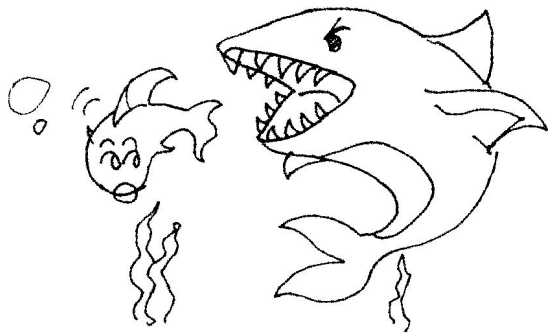
稳操胜券的法宝——市场经济学





大企业吃掉了小企业：兼并

清华同方股份有限公司，是国内首家上市的高校产业企业，其经营目的主要是为高校的科技成果转化为产品提供生产条件。在20世纪末期，该企业因为生产规模小和缺少营销渠道等问题，需要大规模的生产基地，但又考虑到这个基地无法在短时间内兴建完成，而且又要投入相当高的成本。因此，清华同方的领导层在想来想去之后，就将目光投向了兼并市场。而恰巧在此时，江西无线电厂（1966年创建在九江市，是生产通信设备的大型电子工业企业和军工骨干企业、国家大型二级企业，1993年入选“全国500家最大电子及通信设备制造企业”）由于经营机制不适应市场经济体制、民用产品滞销以及技术改造困难等原因，企业发展受到严重困扰，1997年，该企业负债1亿多元，生产经营陷入垂死挣扎局面，急需注入资金改造其产品结构及管理机制。



于是，清华同方和江西无线电厂这两个带着不同目的的企业就这样走到了一起，从1997年8月起，清华同方公司和江西无线电厂经过5个多月的考察与协商，最后达成了兼并意向，即由清华同方来兼并江西无线电厂。由此，江西无线电厂成为清华同方的全资子公司。通过兼并，清华同方公司得到了一个完整的通信产品生产基地，而江西无线电厂则引进了资金和先进的产品及管理机制，两家企业可谓各得其所。

企业兼并，指的是由经济效益好的优势企业，吞并那些长期亏损甚至资不抵债的劣势企业的经济现象。

兼并是市场经济发展的必然结果，也是市场竞争的必然产物。兼并本身作为一种市场竞争行为，就是在市场经济条件下以优胜劣汰的原则实现社会资源的重新优化配置。而这种兼并的竞争性又与市场环境分不开。兼并需要市场为其提供各种信息，提供众多的选择机会，提供产权交易的场所。离开了市场环境，兼并可供选择的范围必然十分狭小，其竞争性将受到抑制，重新配置社会资源的合理程度将十分有限。

1996年，“麦道”却被“波音”以130亿美元的巨资兼并了。之前“麦道”在航空制造业排行世界第三，地位仅次于“波音”和欧洲的“空中客车”。这样，世界航空制造业由原来“波音”、“空中客车”、“麦道”三足鼎立，变为了“波音”和“空中客车”两家争霸。而新的波音公司因为兼并了“麦道”之后，在资源、研究与开发等方面有了突飞猛进的发展，整个公司呈现急剧膨胀的势头，在很短的时间内，其资产总额就达到了500多亿美元，员工总人数达到了20万人。由此，“波音”公司也当之无愧地成为世界上最大的民用和军用飞机制造企业。

随着“波音”公司越来越快的发展，“空中客车”面临的威胁也越来越严重，为此，这两家航空公司还曾闹过几次不愉快。但在经

过双方艰苦的协商、谈判后，波音公司最终被迫放弃已经和美国几十家航空公司签订的垄断性供货合同，以换取欧洲人对这一超级兼并的认可。但是不管怎样，前无古人的空中“巨无霸”由此诞生，并对世界航空业产生了巨大影响。

“麦道”之所以被“波音”兼并，肯定是经营或生产出了问题，并且它不能从这种困境中解脱出来，这时，兼并对于它来说是一种较好的出路。因为对于整个市场经济来说，劣势企业被优势企业兼并，资源就能得到更充分地利用。

兼并是否一定能给企业带利益呢？

我们都知道美国微软公司的 Explorer 浏览器，但是对于另一种浏览器——网景公司的 Netscape——却很少有人知道了。为什么呢？这其中的原因就是网景公司被别的公司兼并了。

微软公司的 Explorer 和网景公司的 Netscape 本来是世界上的两大浏览器，这两大浏览器又是竞争对手，但是，由于微软公司的实力以及强有力的竞争措施，使得 Explorer 浏览器逐渐在浏览器市场上占了上风。随着微软公司所占有的市场份额越来越大，使得网景公司的市场份额越来越小。几年之后，也就是 1998 年，美国在线 (AOL) 以 42 亿美元的价格收购了网景公司的 Netscape 浏览器，尽管此时的 Netscape 浏览器在微软公司的 Explorer 浏览器面前显得是如此的渺小与缺乏竞争力。但是美国在线却对其前景颇为看好，因为美国在线相信，Netscape 浏览器是一个老品牌，拥有许多老客户，美国在线相信凭借他们的雄厚财力和技术优势，可以使 Netscape 浏览器重新焕发活力，成为与微软竞争的对手。然而最后的结果证明这是一次失败的兼并。因为美国在线生产的程序设计与网景公司的程序设计差异很大，根本就不能兼容。同时，美国在线急于求成，为了与微软竞争，直接跳过 Netscape5，推出基于一项 Mozilla0.6 原