



决策的 智慧

经济学家
教你读懂经济学

李婷婷——编著

图书在版编目 (CIP) 数据

决策的智慧：经济学家教你读懂经济学 / 李婷婷编
著. — 哈尔滨：哈尔滨出版社，2018.10
ISBN 978-7-5484-4142-7

I. ①决… II. ①李… III. ①经济学 - 通俗读物
IV. ①F0-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2018) 第151225号

书 名：决策的智慧——经济学家教你读懂经济学
JUECE DE ZHIHUI——JINGJIXUEJIA JIAO NI DU DONG JINGJIXUE

作 者：李婷婷 编著
责任编辑：尉晓敏 邹德萍
责任审校：李 战
封面设计：华夏视觉

出版发行：哈尔滨出版社 (Harbin Publishing House)
社 址：哈尔滨市松北区世坤路738号9号楼 邮编：150028
经 销：全国新华书店
印 刷：哈尔滨市石桥印务有限公司
网 址：www.hrbcbbs.com www.mifengniao.com
E-mail：hrbcbbs@yeah.net

编辑版权热线：(0451) 87900271 87900272
销售热线：(0451) 87900202 87900203
邮购热线：4006900345 (0451) 87900256

开 本：787mm × 1092mm 1/16 印张：15.75 字数：240千字
版 次：2018年10月第1版
印 次：2018年10月第1次印刷
书 号：ISBN 978-7-5484-4142-7
定 价：35.00元

凡购本社图书发现印装错误，请与本社印制部联系调换。
服务热线：(0451) 87900278

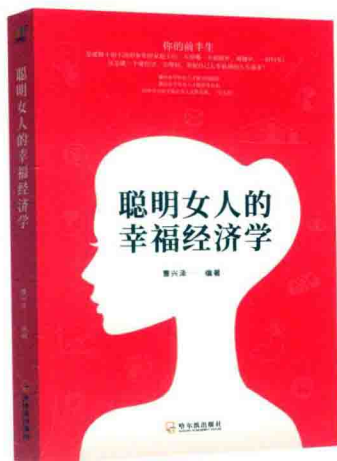
决策的 智慧

经济学家
教你读懂经济学

本书是一部通俗易懂的经济学基础知识和分析方法读本。全书以生动的叙述方式，从人们日常生活中经常遇到的问题出发，深入浅出地将经济学的基本原理和方法进行系统的分析说明，使读者无论是在学习经济学的相关课程上还是在实际生活工作中，都能结合身边的实际事物进行观察和分析，从而加深对经济学基本原理的理解，并自觉运用到具体生活实践中去，逐步养成用经济学眼光观察和分析事物的好习惯。

本书语言幽默，轻松活泼，旨在告诉读者如何掌握经济学，进而用经济学来进行思考。

好书推荐：



责任编辑：尉晓敏 邹德萍

特约编辑：李异鸣 杨 肖

封面设计：✿ 华夏视觉 / 李康生
E-mail: 250940264@qq.com

团购电话：010-81282844

目 录

第一章 生活中最重要的问题多为概率问题

- 竞争者往往喜欢凑在一起/2
- 太精明其实不是什么好事/6
- 让自己的满意程度最大化/9
- 恋爱中的交际费用/12
- 婚姻中的经济“潜价值”/15
- 家务劳动为何不列入GDP/18
- 优秀的不一定总能战胜落后的/21
- 利他不一定是好事吗/24
- 白吃的午餐是否该肆意挥霍/27
- 购买同样的商品，为何你付出的价钱要高/29
- 工作与闲暇的最佳均衡/33
- 你认为对的，别人也都这样认为吗/37

第二章 交易的目的在于最大程度地获利

- 高工资带来的高效益/40
- 借钱不还还有道理吗/44
- 理财中需注意的经济学问题/47
- 市场价格的奥秘/49
- 麦当劳的优惠券/51

返券销售里的秘密/54
高边际税率是绊脚石吗/57
定价中的经济思维/60
数量与价格反应之间的秘密62
交易费用有时是一种损失/65
银行为何会垮掉/68
交易动机中的经济原理/71
有些商品为什么不涨价/74

第三章 选择与代价

理性的傻瓜做不得/78
选择伴侣的经济学意义/82
单身女子与经济学/85
借力使力中的经济原理/88
信息搜寻成本与理性决策/90
由继承遗产引发的思考/92
短线、中线还是长线/94
仅有十元钱，看电影还是吃饭/96
如何利用边际成本增加自己的收益99
对你来说，留学是否划算/102
世上没有百吃不厌的东西/105
欲望与贪婪的PK/107
庞兹的游戏与泡沫的幻灭/110
被多数人同意的选择是理性的吗/112
择优分配原理的应用/116
麦当劳的位置怎么那么好/120

第四章 成本就是代价

大家都有比较优势/124

同一件商品可以从多角度进行核算/127

门当户对的说法有道理吗/129

为什么恋爱了就一定要结婚/131

新婚夫妇是否和谐，生活以后才知道/133

覆水难收时，就让它流走吧/135

亏本经营为什么也能干劲十足/139

如何让企业的利润最大化/143

我们是否需要低通货膨胀/145

对幸福，你了解多少/148

幸福的经济学效用/151

第五章 普通大众的消费能力是经济发展的核心动力

钻石之所以比水贵/156

面子中的经济学问题/158

教你看透AA制/161

看上去很划算的事情其实未必如此/163

为什么说由俭入奢易，由奢入俭难/166

是否该提倡节俭/169

吃在广州的道理/172

超市商品价格抬高的秘密/175

打折的秘密/178

- 为什么生活必需品不打折/181
- 为什么有时东西越贵越好卖/183
- 从经济的角度看消费与储蓄/187

第六章 获得最大优势的关键取决于个人行为

- 鸡蛋应该怎么放/192
- 你的真实为何总被人怀疑/195
- 专家是否真的值得你信赖/197
- 公平与效率之争/200
- 三个和尚一定没水喝吗/203
- 交换行为是否有意义/207
- 有时装傻也是有必要的/210
- 用经济学的方法减肥/212
- 外部性的私人解决之奥妙/215
- 讨价还价中的博弈/218
- 交往间的博弈守则/220
- 家务活为什么总是你来干/223
- 唯美的爱情也许并不美/226
- 凡事不一定要亲历亲为/229
- 寻求完美为什么不明智/233
- 分工协作体现的经济理论/236
- 人云亦云不是个好行为/241
- 天下真的没有免费的午餐/245

第一章

生活中最重要的问题多为概率问题

竞争者往往喜欢凑在一起

做同样的生意，经营者为什么不分散开呢？小吃街、服装街的出现到底说明了什么？

哈佛大学经济学教授曼昆在《经济学原理》一书中说过这样一段话：“博弈论主要研究人们在各种策略的情况下如何行事。我们说的‘策略’这个词，是指每个人在决定采取什么行动时，必须考虑其他人对这种行动会做出什么反应的状况。由于寡头市场上企业数量很少，所以每家企业都必须按策略行事。每个企业都知道，它的利润不仅取决于它生产多少，还取决于其他企业生产多少。在做出生产决策时，寡头市场上的每个企业都必须考虑到它的决策会如何影响其他企业的生产决策。”

你可能会发现这样一种现象，小孩子们总是喜欢凑在一起玩儿。尽管他们会时常发生争吵，但他们毕竟还是聪明的，他们知道别的孩子那里肯定有自己没有的、更好玩儿的玩具，所以他们喜欢待在一起，共同分享好玩儿的东西。

大人也是一样。你不难发现，在北京的金融街聚集了多家银行和金融机构，它们之间的业务也是相互竞争的，残酷点说是你死我活的，但是它们喜欢这么做邻居。在一些城市的步行街上，也是商铺林立，不管经营的是什么品种，大都是一家挨着一家。对一个普通的逛街者来说，也许在大体上分不出各个商家之间的经营项目有什么本质上的区别，显然，各商家之间也是直面竞争、互相对立的。但是，为什么还要挤在一起呢？如果分散一些，竞争是否就没有那么激烈了呢？

面对这样的疑问，经济学家建议我们，如果从博弈本身来理解这种现象，道理就很简单了，因为它体现了一种“均衡”的思想。也就是说，要达到一种均衡的状况，让各商家都没有利益动机再去改变各自的策略，因为他们目前的选择都是所谓的最优策略。

我们可以举个例子来说明这个问题。比如在一个很大的居民小区附近，有两家小吃店。我们在直觉上可能觉得这两家小吃店应该分别置于小区的两边，这样相互间就

不会有直接的竞争与冲突了，而且方便了小区内多个单元的居民就餐途径。但是稍微留意一下，我们就会发现这种想法并没有实现。因为这两家小吃店就喜欢扎堆儿聚在一起，而不是按我们所想的那样均匀分布。

为了更好地说明这个问题，我们画了下面的图：

图1：



直线代表小区，直觉上我们认为两家小吃店应该开在位于小区两边的A1、B1点才对。但事实上，张氏小吃店如果开在A1的位置，会有不甘心的感觉。因为在两家小吃店的服务、价格以及经营品种都相差无几的情况下，开在A1处，只有C、E1两点之间的居民来光顾，而E1到D点的居民则不会经常来，看起来不是很划算。

所以，为了吸引更多的居民光顾自己的小吃店，张氏小吃店就会把店址向着对手李氏小吃店那里靠拢一些，就变成了下图这个格局：

图2：



这样的话，张氏小吃店就可以吸引C到E2这个更大范围内的居民了。然而，李氏小吃店也不会无动于衷，他也会把自己的小吃店向张氏小吃店那里移动，就又形成了下图的格局：

图3：



很显然，李氏小吃店要夺回被张氏小吃店抢占的地盘，这样，两家小吃店的中心位置由E2又变回E1……这样抢来抢去，最终的结果可以想象，那就是两家小吃店都挤到直线的中心位置了，也就形成了我们开头所提到的“扎堆儿”现象。如下图所示：

图4：

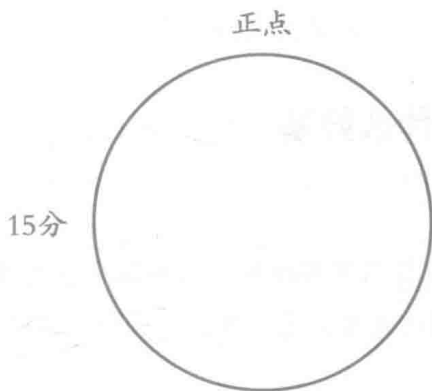


在现实中，商铺不一定都挤在某一个地方的地理中心位置，但大多会挤在人流较多的几个街区交会点。只有达到这种聚集状态的时候，才会罢手，才不会再争抢地盘，也就是达到了所谓的均衡效果。

同理，如果是在地段繁华的同一条路上，没有一个商家会将自己安置在路的一头。只要条件许可，商家都会趋向于相依为邻，这种现象完全可以看成是由公正的市场竞争所形成的合理结果。这就是很多城市商业中心形成的原理，也就是我们通常所说的“位置博弈”。

再比如，各电视台在时间段上的重叠问题，在本质上就是位置博弈。事实上，我们只要将时间设想为上述案例中的公路，就不难分析出，市场竞争的结果就是：观众青睐的精彩节目将集中在同一黄金时段播放。在这种情况下，电视台之间的竞争会更加激烈。为了提高收视率，电视台只能在节目的制作质量上下工夫，而最终获得实惠的仍然是广大观众。

以上我们所说的是在一个直线状况下的聚集效应，但在某些情况下，这种“扎堆儿”现象就不容易出现。比如下图所示的一个圆，假如甲航空公司的班机是每个正点起飞，而乙航空公司的班机是每个小时的15分起飞，那么这两家航空公司就没有利益动机凑在一起。因为在这个圆上，无论在哪一点，与另一点所能分得的地界总是一样的，因此也就没有必要拼命地挤了。



在这个圆上，竞争的点是密集度。经济学家的启示是，如果你在整个圆上控制的点很多，那么在竞争中就会很占优势，反之则处于劣势。这就是连锁超市不挤在一起的原因，因为它们具有在一定区域里密集的优势。

——当然，是选择挤在一起扎堆儿还是靠密集度来争抢地盘，这个没有定论。有的商家靠经营单一商品挤在一起抢占市场，有的商家则是依靠多种系列产品来占有市场的密集度。不管怎样，最后都是各有所获。

经济学家的思考

建立一个模型，假设两家店开在一条线段的两头，基于利润最大化和对市场与客户的争夺，两家店最终都会移动到线段的中心位置。它们之间在竞争中学习，在竞争中发展，互相取长补短，通过竞争使价格降低，使服务水平得到提高。从消费者的角度讲，形成市场后便形成了品牌，消费者就能够在心理上感受到品牌效应。

太精明其实不是什么好事

很多人担心自己不够精明，怕因此上当受骗，但是用经济学的观点来看，太精明却未必是好事，这是为什么呢？

在现实生活中，有很多人自以为很精明，总想着凭借自己的小聪明，可以得到很多。但事实上，“聪明反被聪明误”这句话在这种人的身上常有体现，因为无论做出怎样的行为，都会有机会成本的因素在里面，过于精明的结果可能就是最后什么也得不到。

经济学家的观点是，尽管经济学的博弈论告诉人们如何可以变得更聪明，但其精髓却在于教人们如何成为一个真正聪明的人。很多时候，有些人自以为做出了精明的决定，其实却是弄巧成拙。

有两个出国旅行的女孩子，她们在机场附近的同一家店铺买了同样的纪念品。当她们回国下了飞机后，却发现托运的纪念品损坏了，因此二人向航空公司提出索赔。

由于购买纪念品时没有开发票，也没有其他可以证明价格的凭证，于是航空公司的评估人员经过估算，认为纪念品的价格应该不会超过1000元。但是他们没有办法知道确切的价格，因此航空公司通知这两个女孩子，让她们把当时购买纪念品的价格写下来，并告知航空公司的相关人员。

航空公司的看法是，如果两个人都是诚实可信的，那么她们写下来的价格应该是一样的。如果不一样的话，那必然是有一人在说谎，而说谎的人是为了能获得更多的赔偿，所以纪念品的价格应该是报价低的更为可信。在采用这个低报价作为赔偿标准的同时，航空公司还会给这个出了实价的人200元的奖励。

于是，两个女孩子就打起了小算盘。她们认为既然航空公司觉得纪念品的价格在1000元以内，如果自己的报价比对方低的话，就可以额外得到200元的奖励，而自己的实际损失其实就是888元。

这时候，女孩儿甲想，航空公司不知道具体的价格，另外那个女孩子肯定也会认为报价越低就会受益越高，只要低于1000元就可以，因此她的报价很可能是900元到1000元之间的某个价格。而我这么聪明，不可能做这样的傻事，所以我报个890元就可以了，这样我的报价肯定比她低，航空公司就会因为我的诚实而额外奖励我200元，实际上我得到的就是1090元，而她只能得到890元了。

此时，女孩儿乙也在考虑这个问题，她想女孩儿甲的报价肯定会比自己低。想得到便宜，没门！我也要想办法，我就写888元的原价，看你还怎么算计我。

而女孩儿甲的心思更是缜密，她觉得女孩儿乙要是知道自己的想法，可能就会报出实价，那么我就成全你吧。我要以退为攻，我填写880元，比实价还低，看你怎么办。

结果，女孩儿乙不知怎么又得知了女孩儿甲的想法，于是来了招儿更厉害的，将报价改为800元，心想这回看谁吃亏……

就这样，二人互相算计，压低价格，最后报的价竟然是689元。两个人都认为，原价是888元，而自己填689元肯定是最底的了，这样再加上奖励的200元，自己实际得到的赔偿就是889元，比实际还多了1元。

她们都为自己最终填了689元而暗自窃喜。当航空公司收到她们的申报损失时，发现二人都填了689元，就认为这二人都是诚实可信的。这样，航空公司本来预算的2000多元的赔偿金现在只需要1000多元就可以搞定，真是划算啊。

而两个自认为聪明的女孩子却各自只能拿到689元，还倒赔了199元，损失不可谓不大。如果一开始她们都商量好填1000元或者是900元，那么各自都可以拿到比实际损失高的赔偿金，但就是因为她们要互相算计对方，都想比对方拿得多，所以最后都没有得利。这也就是经济学上所说的“旅行者困境”，即博弈双方都为了让自己的收益最大化，而不考虑对方的收益。

这个故事告诉我们这样一个道理：做人有时候不能过于精明。有时候看似很聪明的行为，却未必是真的聪明。这种过头的精明往往会使事情变得更糟糕，不但不会达成目标，还会让自己蒙受损失。

经济学家告诉我们，合作可以使博弈双方的利益都有所增加，或者至少是使一方的利益得到增加，而另一方的利益不受损害，因此能让整个社会的利益有所增加。合

作博弈采取的是一种合作的方式，或者说是一种妥协，即收益分配问题。

因此，有的时候，我们就需要一种合作的态度。虽然自私是人的本性，但这种为自己着想的行为应该带有一定的前瞻性，能够看到事物的发展趋势。像前面提到的索赔案例，尽管二人都想让自己获得更多的利益，但如果能够意识到二人这样无休止更改的结果只会让航空公司得益而自己只能受损，她们也许就不会做这样无谓的内耗了。

经济学家的思考

真正精明的人会寻求合作，尽管自己的利益可能会受到一点儿损失，但合作的最终结果往往会使自己获得更好的收益。而合作的前提则是诚信，只有做到了这点，才能保证自己的利益最大化。