

商情漫画经典

古古经济学

○ 何志勇 / 策划

○ 曹 雅 / 主编

大众经济
科学哲理
探本求源



西南财经大学出版社

古古经济学

主编 鲁稚

策划 何志勇

博 库

中国·美国·台湾

版权所有 翻印必究

权 利 声 明

对从博库网(www.BOOK00.com.cn 和/或 www.BOOK00.com) 下载的作品, 仅限于家庭内自己私人阅读, 博库公司(BOOK00, Inc.)保留一切的版权权利, 包括但不限于: 出版、复制、传输、发行、出租、播放、传播、展示、制作为磁盘或光盘等现在已有的及将来技术发展所产生的电子和/或数字载体、印制、镜像、设立网站、上载、下载。未经博库公司(BOOK00, Inc.)许可, 任何人不得擅自使用作品, 无论是出于商业目的的还是非商业目的。

未经博库网的许可, 任何人不得修改、删除博库网的权利声明和权利管理信息。

博库网自行开发或采用的技术措施、技术手段受法律保护, 任何人不得侵害、破坏。

“BOOK00”, “博库”及相关图形等为 BOOK00, Inc. 的商标。



稀缺基础上的经济学

常常有人说：“学经济的人，就是学挣钱。”不错，经济学是要培养你挣钱意识，但经济学的精髓不是“挣钱”二字能够涵盖的。

商品社会中，钱货交易的实质是你手中的钱可以交换任何产品，惟一的障碍就是钱不充足，所谓顾了头就顾不了脚。你必须从你的购买欲望中进行挑选，对最迫切需要满足的愿望最先进行支付。这时，钱可以看成你手中的一种资源，而这种资源对所有的人，哪怕是比尔·盖茨，也永远是不充足的。

同钱可购买任何商品一样，每一种自然资源也可以生产不同的产品；同钱不充足一样，相对于人类的需要来说，每一种自然资源亦非取之不竭。人类对拥有各种物品的欲望是无限的，而无限量地生产每一种物品又是不可能的，正是这种困扰促使了经济学的诞生。

经济学就是研究人和社会如何进行选择，使用可以有其他用途的稀缺的资源生产各种商品，并在现在或将来满足社会成员对商品的消费。也就是说，经济学产生的基础是资源稀缺，其精髓是用最适当的资源投入组合，获得社会消费满足的最大化产出。



缺陷与灾难

成本和利润这样的语言，早已不再是专业人士才采用的经济学术语，买卖的时候常见的对话就有“你这点成本要卖这么贵！”“先生，我不要利润啦！”这体现了一种购买意识和经营意识，国有企业中的采购人员和销售人员如有这种意识，大概它们的改革也不会太难。

但在有些人的观念中，经济意识就等同于不拿白不拿、不捞白不捞。其实，经济的根本在于不浪费稀缺的资源，以生产能满足人们需求的商品，这是中华民族节约这一传统美德的传神体现，跟白吃白占、认钱为亲等行为是沾不了边的。说某些人钱字当头可以，说他有经济头脑就有奉承之嫌了。

有个笑话是，十六的少年娶六十老太，图个儿女齐全，子孙满堂，委实划得来。听的人都笑了，有些人笑他蠢，有些人却是如遇知己般会心一笑，只感叹自己的见解还达不到如此之精辟罢了。

对一个人来说，不懂经济学是一种缺陷，而事事“经济学”就是一种灾难了。



三个基本问题

开一个小店，你必然考虑经营什么，每次进货多少，雇几个什么样的人，顾客是家庭主妇还是白领一族，解决好了这些问题，小店才可能生意兴隆。

经济学也是围绕这样三个基本的和相互关联的问题展开研究，即用有限的资源生产什么和生产多少？如何生产？为谁生产？

消费者每天都作出选择购买的决策，其付出的货币最终构成产品生产企业的工资、租金和股息。企业受利润诱使，被引向生产需求和利润都很高的商品，从而引起资金和劳务在各个生产部门间的流动，最终形成了社会总产品，解决了生产什么和生产多少的问题。

如何生产指为保证生产的效率，由哪一些人，使用何处资源，应用何种技术，采用何种组织形式来生产物品，比如资本是更多投入人力雇佣，还是购买机器？是采用合作伙伴形式，还是股份公司形式等等。

为谁生产，换句话说，就是社会产品如何分配给不同的人和家庭，这取决于谁是生产要素的所有者。由于商品社会是货币交换商品，因此，社会产品的分配就体现为收入分配。我们熟悉的个人获得分配的方式是工资、补贴和福利，当然还有红利、股息以及经营利润等。分配的一个难点是如何兼顾公平与效率，解决富人穷人的争论。

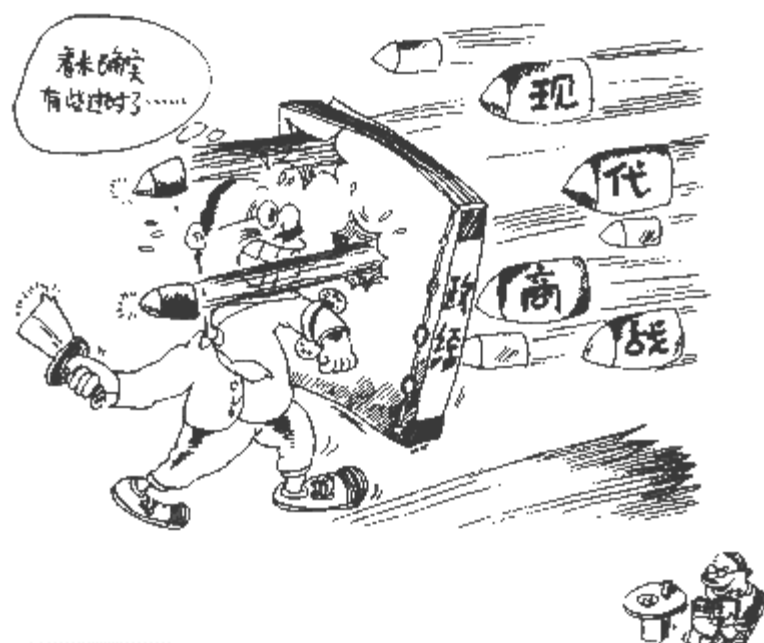


逛街看经济

经济存在于与你寸步不离的日常生活中，即使是在逛街，你也可以通过周围的现象来判断社会经济的方方面面。

走进一家商店，售货员拉长了脸展示着冷漠的美丽，或是自顾自地聊天，对你爱理不理，且全无缺盐少米的仿惶，还都显示出一种莫明其妙的高傲，你就可以初步认定这不是一家面临市场竞争的商店。也许，这家商店出售的是计划控制型产品，里面的人没有必要对进门人笑脸相迎，因为只要进了这门就代表有求于他；也许，这是一个有着某种垄断特性的商店，缘于垄断可以决定市场供求和价格，你一进门就得看他的脸色行事，自然可以表现一下至高无上的权威。到一个国家，逛街发现家家商店都是如此这般态度，你可以判断，这是一个缺少竞争的国家，比如实行的是单一的计划体制。

考察一个国家或一地区经济状况的视点很多，经济学家有经济学家的视点，老百姓也可从自己的生活中观察经济，认识经济。



一本正经

有一则谜语：传统经济学教材，打一成语。谜底是：一本正经，即一本《政治经济学》。

多少年来，我们的经济学课堂上就只有一本《政治经济学》，马克思经济理论绝对权威，其他的西方经济学统统是批判的对象。由此造就的经济学研究，十有八九谓之定性分析，且不屑一顾百姓生活，看多了，都似曾相识。从这种意义上说，这种建立在“实践哲学”基础上的所谓理论研究，在一定程度上却是用理论诠释理论，用逻辑描绘未来。

经济学从来没有一种理论模式，也不存在纯粹的经典经济学。马克思经济理论以严密的逻辑思维、深刻的社会视角、尖锐的现实批判，找到了人类社会共同进步的坐标。但它毕竟是时代的产物，也需要随社会的发展不断自我完善。面对飞速发展的世界经济，我们对马克思经济理论的研究却还停留在一百多年前，这不能不说是一个悲剧。

对经济学不能“一本正经”，必须有科学和批判的态度。这才是真正的实践哲学。



边际效用

边际效用是经济学上的一个重要概念，它可以用来解释有理性的消费者如何把他们有限的收入分配在各种物品的购买上。

看一部电影你会感动，穿一套新装你会兴奋，将这种“感动”或“兴奋”进行抽象，便是经济学上所称的效用，即消费者从消费物品中得到的主观上的满足或享受。而边际是在“增加的”或“额外的”这一意义上来使用的。那么吃一个增加的苹果，你会得到一定心理上的效用的增量，这个增量就称为边际效用。

消费者手中的货币总是有限的，必须在购买时作出取舍选择，而选择的原则是使他的整体消费效用达到最大化。一个消费者并不期望他购买最后一个苹果和购买最后一本书所提供的边际效用正好相等，因为一本书的价格远高于一个苹果。较合理的作法应该是，如果书的价格五倍于苹果，书所带来的边际效用也应是五倍于苹果，即每付出一元钱所带来的边际效用相等。

这就是说，如果购买每一物品为我带来的边际效用都与其价格形成相同比例，我就可以得到保证：我从我的购买行为中得到了最大的满足。



稀缺的价值

社会上的收入分配肯定存在一些不公平的现象，但过多地去讨伐“明星”们的收入则没有太大的必要，甚至可以说，这是缺乏正确认识稀缺资源价值的一种表现。

例如歌星，多是天生的一付好嗓子，浓情一曲倾倒一片，相比我等唱卡拉OK也要被清场的人，这就是稀缺资源，就要体现为收入。即使是所谓的包装歌手，也要有受人追捧的某种稀有性。如果这种稀缺禀赋没有在价格上得到承认，反而说明其所面临的机制上并不完善。

乔丹的工资、《蒙娜丽莎》的天价、黄金口岸的租金，则是这个人或这种物品显示出了一种完全无弹性的或固定的供给，由于需求无可计算地大于供给，价格自然超乎常人想象，这是更明显的资源稀缺。

每一种资源都有稀缺性，而要体现为更高的价格，则必须要有对这种稀缺资源的需求。也就是说，当人们为了吃饱穿暖而绞尽脑汁时，对音乐磁带和歌友会是不感兴趣的，也不会为歌手无助于肠胃的稀缺禀赋支付金钱。

当人们认识到知识的稀有性时，知识也会产生价值，这不是很公平吗？



价值难题

斯密在《国富论》中感到为难的著名问题是：为什么像水那样对生命不可缺少的东西具有如此低的价值，而对生命并非不可少的钻石却具有如此高的价格？这个问题的一个答案是钻石比水稀有，但这个答案并不能与水比钻石更为有用的事实相协调。现代经济学的另一解释是：水的效用在整体上并不决定它的价格或需求，只有最后一杯水的边际效用才决定它的价格，像水那样有用的商品只能以几乎接近零的价格出售，是因为在正常情况下最后一滴水几乎一文不值。

人们可以自由地决定买不买市场上的最后一杯水，如果水的价格高于它最后一杯的边际效用，那么这最后一杯水便卖不掉，因此水的价格必然下降，一直到它正好完全等于最后一杯水的有用性质时为止。那么，一种商品的数量越多，即使它的全部有用性质随数量的增加而增长，但相对来说，它最后一个单位的满足需要的能力就越小，价格就越低，这便可以回答为什么水比钻石有用，但一颗钻石却远比一杯水值钱。

当然，也不总是水比钻石价低，沙漠中的一杯水价值千金，钻石倒可能一文不值，这也是边际效用的缘故。



最终的消费

决定个人消费的因素很多，价格、消费者偏好、消费者的平均收入、市场的规模、其他物品的可替代性等等都影响着最终消费。

打折永远是令消费者心动的字眼，在收入一定的条件下，便宜的价格意味着更多的消费。但是，不管价格如何之低，也不能让痛恨西餐的人去购买汉堡包，或是让敬重牛的印度人购买牛肉，这是消费者偏好在影响消费。

富裕的国家或家庭几乎在一切物品上的需求都高于贫穷的国家或家庭，这表明消费受制于消费者的平均收入。即使是推行信用消费的今天，谨慎的心理也会使消费者在选择商品时顾虑到自己的收入状况，决不会在月收入 1000 元的条件下去养一辆宝马汽车。需要指明的是，这里所提到的收入是一种永久性收入，指个人在好的和坏的经济年景下平均所取得的收入水平。突发横财或不幸遭灾都只是转瞬即逝，不是消费者作出消费决策时的依据。

还有很多其他的因素也在影响消费，例如，偏僻的农村，即使有钱也没有什么值得购买的东西，这是由于市场的规模太小限制了消费。另外，美国的汽车虽然已经降价，但人们还是转向购买日本的汽车，因为日本的汽车更加低廉。也就是说可替代商品的价格和性能也在决定消费。



吉芬陷阱

一般说来, 降低商品价格会使需求量扩大, 比如打折往往就很受消费者的欢迎。情况是否总是这样呢?

假如你的预算是每天花 3 元钱用于早餐, 目前是粥价每碗 1 元, 牛奶每杯 2 元, 你决定喝 2 碗粥和 0.5 杯牛奶。现在粥的价格便宜了一半, 你每天就能够喝上 4 碗粥和 0.5 杯牛奶。但你显然感觉“多粥”的早餐不是滋味, 你会转而选择每天早晨喝 2 碗粥和 1 杯牛奶。但是那 1 杯牛奶可能让你深刻体会了美味可口, 你决定每天早晨把 3 元钱全部用于喝牛奶。情形就是, 你并未因粥价下降而增加对粥的消费, 甚至你还减少了对粥的消费。

最早注意到价格和需求之间这种可能性的是 19 世纪一位经济学家吉芬, 他是通过研究当时土豆价格的变动和人们对土豆消费量的变化之间的关系发现这一现象的。所以人们又称这样的商品为吉芬商品。

吉芬商品在实际生活中很难碰到, 但它并不只是逻辑意义上的存在。某个商家大打折时门庭若市, 一旦停止打折就会门前冷落, 甚至比打折前顾客还要少, 因为, 有些老顾客觉得打折已经损害了商品的形象, 而新顾客又完全是冲着打折而来, 显然商店不可能天天打折, 长远地看, 该商家可能由于那一次打折而失去了更多的顾客, 陷入了“吉芬陷阱”。



生活 选择



当你决定今晚带朋友一起出去玩，有两种选择，要么看电影，要么去吃饭。电影票每张 5 元，吃晚餐的费用大约为 50 元，当然你可能会说，如果有钱，你想干什么就干什么。但是从经济学的角度来看，在你选择的时候，你已经将你可能获得的收益和支付的成本作了比较。

看电影，你只需支出 10 元作为你的成本，获得的收益将是看电影带来的享受；而吃晚餐将支出 50 元，晚餐的成本支出将是看电影的成本的 5 倍，因此你必须期望吃晚餐所能获得的收益将超过看电影的 5 倍以上，你才会理智地选择吃晚餐。

日常生活中，我们无时无刻不在进行成本与收益的比较，读书也罢，工作也罢，都取决于行为者对其从成本收益角度进行的自我评估。



无形之手

经济学上有“无形之手”的说法。在一个自由的市场上，有人卖某种物品，有人需要这种物品，二者便构成了对该种物品的供给与需求关系。当有一个双方都可以接受的价格时，这种供求关系便转化为买卖关系，该种物品进入消费领域。这样，从物品的生产、供给至物品的消费，这一个完整系统便自动形成。随着市场上该种物品供给量与需求量的变动，供求双方会重新确定价格，直至买卖双方都认为合理。这一井然有序的过程是在无人控制的情况下流转的，没有人规定生产多少，也没有人强制规定物品的销售价格。

那么，奥秘何在？经济学家认为有一只奇妙的“无形之手”奇迹般地、悄然地操纵这个系统。这只“无形之手”是由18世纪英国经济学家亚当·斯密发明的。他认为，无论是生产者、销售者还是消费者，他们都会根据自利原则来指导和约束自己的行为去实现自身所需要的利益，客观上也就维持了这个系统的成功、有序运转。这就是所谓的“无形之手”。

市场经济主体都是追求自身利益最大化的“经济人”，正是这个“追求自身利益最大化”原则，使经济主体根据市场的供求信息不断地调整自己的生产、销售和消费决策与行为，从而促成了生产与消费的成功转换，促成了市场经济系统的有序运转。



市场的总管

市场由什么决定，谁在掌握着市场经济？我们能够列举出众多的经济因素可能对市场发生作用以引起市场状况的改变，但将这些因素总结归类，最终可以看到，市场经济被两个主宰所控制。

一是消费者，消费者可以根据自己先天或是后天的爱好，用自己通过各种方式获得的货币收入选取所需物品，从而指明了各种社会资源最终最合适的用途。从这个角度讲，消费者通过手中所持货币选票决定市场，是市场拥有最高权力的统治者。

二是技术，技术对消费者构成一种基本的约束。经济社会是不能超越技术的限制的，比如，当前你可以自由自在地装修住宅，说要装修月球就是吹牛了。然而在未来的某一天，空间技术的发展将使这个提法并非痴人说梦。因此，消费者的货币选票也要受到技术的限制，不是想生产者生产什么，生产者就能生产什么。

市场能够发现消费者的需求并设法满足，当技术条件不充分时，就会聚集人力物力以求突破技术。因此，在拥有市场这个自动协调者时，技术的限制总是相对的和暂时的。



均衡价格

每年市场上都会有滞销的农产品，为什么？

芹菜价格不是农民根据生产成本加上正常利润就能确定的，市场是买主和卖主相互作用，以决定商品价格和数量的过程。随着价格的提高，供给会相应增加，而需求则与之相反。比如，芹菜卖 1 元时供给 2000 斤，需求 200 斤；卖 0.7 元时供给 1000 斤，需求也是 1000 斤；卖 0.1 元时供给 200 斤，需求 2000 斤。第 1 年，由于种植者少，只供应了 200 斤芹菜，可以 1 元的高价售出。于是很多农民投入到芹菜生产中，第二年市场上的芹菜就猛增为 2000 斤，积压使得售卖者必须降价，直到每斤 0.1 元才能把所有的芹菜卖出。跌价使生产者大量退出，第三年市场上的芹菜就减为了 1000 斤，则在价格为 0.7 元时需求也恰好为 1000 斤，芹菜可以顺利地全部售出。

供给和需求发生作用的力量彼此相等时的价格和数量水平就是市场价格均衡，在这一价格和数量水平上，买者愿意购买的数量正好等于卖者愿意出售的数量，以这个数量进行生产是一种理想状况。在芹菜市场上，0.7 元就是均衡价格，1000 斤为理想的供给量。

不是生产越多就越有收益，往往倒会由于供给太大导致价格太低而使总收益减少。欧佩克石油组织限量供应石油，就是为了保证石油的价格。