

《古古经济学》

目 录

1. 稀缺基础上的经济学
2. 缺陷与灾难
3. 三个基本问题
4. 逛街看经济
5. 一本正经
6. 边际效用
7. 稀缺的价值
8. 价值难题
9. 最终的消费
10. 吉芬陷阱
11. 生活选择
12. 无形之手
13. 市场的总管
14. 均衡价格
15. 芹菜再思考
16. 生产可能性曲线
17. 收益递减
18. 规模经济递增
19. 长期供给和短期供给
20. 资本
21. 借鸡不生蛋
22. 真实资本与虚拟资本
23. 创业者热情
24. 投资
25. 投资与风险
26. 投资三要素
27. 投资与利率
28. 机会成本
29. 面馆与宾馆

- 30.时间价值
- 31.时间价值观念
- 32.消费决定生产
- 33.完全与不完全竞争
- 34.竞争与合作
- 35.囚犯的困境
- 36.规模越大越有竞争力?
- 37.市场细分
- 38.防御与进攻
- 39.破产的效率
- 40.一厢情愿
- 41.善变的市场形象
- 42.名牌的尴尬
- 43.天下为我所用
- 44.分享成果
- 45.雇员拥有企业股权
- 46.投资乘数
- 47.公共汽车原理
- 48.货币乘数
- 49.托宾的 q
- 50.谁在为税收买单?
- 51.内在稳定器
- 52.国际收支平衡表
- 53.影子价格
- 54.货币均衡原理
- 55.三大法宝
- 56.利率战
- 57.相机决策
- 58.储蓄、消费与投资
- 59.投资与储蓄
- 60.比较优势
- 61.幼稚产业的保护
- 62.货币的演变
- 63.通货膨胀
- 64.与狼共舞
- 65.经济周期
- 66.预测衰退
- 67.奶牛是否该杀
- 68.菲利普斯曲线
- 69.失业
- 70.失业的代价
- 71.激励经济学
- 72.泡沫经济
- 73.计划经济与市场经济

- 74. 龟兔赛跑
- 75. 计划生育的悖论
- 76. 公平与效率
- 77. 漏水的桶
- 78. 福利国家
- 79. 帕累托最优
- 80. 交易费用
- 81. 游戏规则
- 82. 制度的创新与变迁
- 83. 科斯定理
- 84. 外部效应
- 85. 企业和市场
- 86. 委托—代理制
- 87. 公共物品和搭便车
- 88. 公共产权与产权效率
- 89. 公共选择
- 90. 阿罗不可能性定理
- 91. 看不见的脚
- 92. 劣品驱逐优品
- 93. 激情和稳健
- 94. 看得见的手
- 95. 政府失败论
- 96. 马路经济
- 97. 商品房的空缺
- 98. 合理预期假说
- 99. 时间和金钱
- 100. 天下安危 匹夫有责

一、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，唯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。好比土地，既要满足人们吃饭的需要，也要用于盖房居住，如何在二者之间进行分配呢？人类对拥有各种物品的欲望是无限的，而无限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。

二、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！”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，以生产能尽量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、三个基本问题

开一个小店，你必然考虑你经营什么，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，小店才可以生意兴隆。

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，这涉及到许多客观经济条件。

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。

四、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，且全无缺盐少米的彷徨，还都显示出一种莫名其妙的高傲，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。

五、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。由此造就的经济研究，十有八九谓之定性分析，名曰“一点思考”“与××商榷”“与××再商榷”，且不屑一顾百姓生活，看多了，都似曾相识，陈词滥调。从这种意义上说，这种建立在“实践哲学”基础上的所谓马克思经济理论，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，我们的马克思经济理论却还停留在一百多年前，这不能不说是一个悲剧，而这悲剧正是由我们这些自称为马克思主义的忠实跟随者和捍卫者撰写的。

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。

六、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，如果我把消费作了如此安排，以致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。这也被视为消费者均衡。

七、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，也是面对包装有足够的承受能力，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以承认，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质时，知识也会产生价值，你会说这不公平吗？

八、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？

这个问题的一个显而易见的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。现代经济学对此难题的另一解释是：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价。

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。

九、最终的消费

任何投资的目标都是追求利益的增长，但决定个人消费的因素却不这样单纯，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了最终消费。

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。

还有其他的很多因素也在影响消费，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，即可替代商品的价格和性能也在决定消费。

十、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，甚至那 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，要维持销售除非继续打折，这显然又不可能。换句话说，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，所以，商家不要轻易动用打折牌，否则极易陷入“吉芬陷阱”。

十一、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。

十二、无形之手

手是用来使用物品、操纵机器的，对于人来说手是实实在在的，可经济学偏又有“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，没有人指挥，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。

十三、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得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。

十四、均衡价格

今年的报纸在探讨芹菜的烂市，以前也探讨过草莓和蒜苔，为什么每一年都有“烂市新品种”？

芹菜价格不是农民根据自己的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，可以以 1 元的高价售出。冲着 1 元的价格，很多农民投入到芹菜生产中，第 2 年市场上的芹菜就猛增为 2000 斤，积压使得竞争的售卖者必须降低价格，直到每斤 0.1 元才能把所有的芹菜卖出。价格的下跌促使生产者大量退出，第 3 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。中国的农民不该流着泪，一边血本无归，一边盲目生产。

十五、芹菜再思考

去年“市场芹贵”，菜农笑开了颜，当即芹菜种籽价也涨上了一个台阶，菜农纷纷购种种植。今年芹菜产量大大超过去年，不可避免地贱卖，而去年一文不值的蒜苔却在今年卖出了好的价钱，只是，不幸听说蒜苔种籽价格又在大幅上涨，市场的导向作用似乎失灵了。

实际上，市场供求关系所反映的价格是公正的，正是市场规律的作用才使今年过量生产的芹菜价格上不去，而使相对稀缺的蒜苔卖出了好价钱。消费者是相对稳定的，自然商品的产量就成了价格决定最主要的因素。因为农业生产周期过长的特殊性，农业市场对信息的反映严重滞后，再加上农户生产的分散性和盲目性而缺少统一有效的市场导向，导致此种与市场相违现象的年年反复。

政府不是要转变职能吗？统计不是有死板之嫌吗？为什么政府不将开会布置农业生产的精力转向沟通市场信息，提供可供参考的经济数据呢？

十六、生产可能性曲线

如何判定我们所进行的生产是否具有效率呢？

手里有十尺布，尽量使用布料的成品组合是：3 件衬衣；3 条裤子；1 件衬衣和 2 条裤子；2 件衬衣和 1 条裤子。如果只做了 1 件衬衣和 1 条裤子，显然没有充分使用布料，而如果想在产品中拥有一条裤子而不放弃一件衬衣也是不可能的。以裤子为横轴、衬衣为纵轴形成坐标，把几种成品组合描绘为点，再将点连成曲线，就是我们所说的生产可能性曲线。

首先，既然人力资源和非人力资源的数量都是有限的，使用这些资源，最好的技术知识所能生产出来的每一种物品也都有个有限的最大数量。其次，在充分就业的经济中，替代乃是必然规律，即在生产某一种物品时总是必须放弃某种其他物品的生产。那么，关于生产是否具有效率的结论是：当社会增加一种物品的产量，做不到不减少另一种物品的产量时，其生产便是有效率的，有效率的经济位于其生产可能性边缘之上。生产可能性边缘是描述可供社会选择的生产清单，表示可以被生产出来的物品的各种组合的外部界限。

提供更多的布料或是改进裁剪技术，都可以得到更多的衣物，这说明，技术的发展和自然资源的开发都能使生产可能性曲线在坐标上向右上方移动。

十七、收益递减

厨房太小，多一个人帮忙只是越帮越忙，这在经济学上被总结为收益递减规律：当我们连续地把同单位的可变投入量(例如劳动)增加到一定数量的某种其他投入量(例如小厨房)上时，我们所得到的增加的产出量是递减的。

将一种投入量保持不变而改变其他投入量，可变投入量只能和越来越少的不变投入量在一起发生作用，这些增加的可变投入量自然就只会带来越来越少的额外产出。1000 个人在 1 亩地上耕种会出现什么情况？

资金、技术、自然资源和人力资源都是生产的构成因素。现在已不必宣扬扩张资本、领先技术的优越了，这种观点实在已经深入人心。几乎每个企业都在拼命地缩减人工开支，将资金向技术投入倾斜。但是，此番愈演愈烈的技术含量战只是配合了可怜的人力资源投资，其不平衡的投入方式不幸地正符合了收益递减规律。人员的低素质、管理的混乱抵消了技术投入的功效，并既而造成企业利益的丧失。

任何资源都有其不可替代的特殊性，废除“人海战术”并不是废除人力资源投入，相反，生产应该讲求一种平衡，极端则是一种可怕的思维。

十八、规模经济递增

为什么我们所购买的彩电、冰箱以及其他许多物品都是由大公司生产的？

在许多工业生产过程中，当你把所有的投入量加倍时，就能够以一种不同的、更有效的方式经营工厂，从而在实际上使增加的产出量比 1 倍还多，这一现象叫做规模收益递增。规模收益递增并不是指技术进步或其他投入因素的更有效率，而仅仅是指增加“经营的规模”，即在同一时候以同样的比例来增加一切的生产要素——劳动、土地、资本，这时，规模本身就产生了效益。

规模收益递增不是在每个行业或生产中都能得以体现，实际上，只有当产品的数量多得值得设置相当庞大的生产组织时，“规模”的经济效果才能完全体现。如果社会只是需要几辆汽车，那么，用手工制造也未尝不可，但是，如果具有生产数十万辆汽车的资源，在一开始就设计专门的设备和工厂以便减少生产汽车的劳动成本，这就是很合算的。比如汽车、钢铁的生产，往往是与动力设备、标准化零件、复杂工序分解成简单和重复动作、职能专业化等等相联结的。

收益递减规律总是涉及某些生产要素变动而某些要素不变的情况，因此，规模收益递增与边际收益递减并无矛盾之处。

十九、长期供给和短期供给

西方经济学在研究厂商行为时，以市场需求为横轴，市场价格为纵轴描绘了一条供给曲线，表明市场需求的变动和市场价格的变动都会影响厂商的生产，那么，这两个因素的作用是一致的吗？

当市场需求增加时，厂商在短期总是有提高总产出和产品售价的举动。因为，在数月或数年的一段时间内，厂商面临着一些相对固定的投入价格，比如劳动契约规定的工资、设备的租金、受到管制的公用事业价格等等，这就是说，在某些成本暂时不变的条件下，要提高利润必须提高销售收入，即提高价格和出售额外产品是有利可图的。因此，当市场需求上升时，厂商会在短期内利用一定的设备和一定的人工尽可能多地生产。

但是，从长期来看，工资总会调整，设备租约也会到期，不存在使成本冻结的因素。随着成本的调整，在坐标图上，长期供给曲线几乎是垂直于横轴的，表明产出对需求变动的反应越来越小，而对价格的反应越来越大。厂商投资建厂时，往往会根据市场评估确定一个设计生产量，它代表一定企业规模下的最优生产量，因此，在非常长的时期内，厂商的实际产出就主要由这种潜在产出来推动。当然，我们不难知道，产品的市场价格是确定最优生产量的重要因素。

总需求是实际产出短期变动背后的决定性力量，而价格所影响的主要是长期产出。

二十、资本

一个人将 100 元钱用来买了 100 个气球，充气后 1 个卖 1.5 元，最后得到了 150 元。一个家庭很穷，每月都会从社会福利局领取一笔生活补贴 100 元，全部用于购买大米和油盐。都是 100 元，前一个 100 元经过一种经营行为增值了，我们称这笔能产生增值的资金为资本，而后一个 100 元因为没有在价值上有任何改变，就只能是一笔生活费用而不是资本。

对很多人来说，收入用于衣食住行之后都有剩余。如果将这笔钱投入储蓄，就变为食利资本；如果将其投入股市，就是金融资本；如果投入生产行业以购买设备，就是生产性资本。不管资本有何形式，其共同特点是在一段时间之后“钱将生钱”。

如此看来，对穷人的救济，只是让他吃饱穿暖是没有前途的，这个月给他 100 元可以勉强生存，下个月你还得给他 100 元。换个方式吧，第一个月给他 200 元，他可用余下的 100 元去做气球生意，一月下来就有 150 元。下月还发 200 元，他用 250 元来买卖气球，又可赚 125 元。瞧，到第三个月，这个穷人手里已经有了 375 元，除去 100 元的生活费用，他已拥有 225 元的资本，你不用再给他任何救济了。

能够带来剩余价值的价值，就是资本。

二十一、借鸡不生蛋

一个项目需要投资 1000 元，对投资利润率的预测是情况好 30%，情况一般 15%，情况差 5%。你有三个可选方案：

第一方案自己出 1000 元，所赚的利润全部归己，在三种预测下可分别到手 300、150 和 50 元，自有资本 1000 元的投资利润率也就为 30%、15%和 5%。

第二方案借款 500 元，利率 10%，根据不同的预测，在归还利息后可分别得到 250、100 和 0 元，按自有资本 500 元计，投资利润率为 50%、20%和 0。

第三方案借款 800 元，利率依然 10%，则归还利息后分别可得到 220、70，-30 元，自有资本 200 元的投资利润率为 110%、35%和-15%。

借钱有时会使用你自己投入的钱有很高的回报率，但有时却可能亏损，为什么？我们可以采用财务杠杆系数理论为你解释。

投资资本包括债务资本和自有资本，经济学上将债务资本与投资资本的比例称为财务杠杆系数。当预期的投资利润率很高或者至少高于你的借款利率时，提高财务杠杆系数即借更多的钱有助于增加自有资本的收益率；而当项目经济状况不好时，借更多的钱将不仅没有投资收益，反而会背上利息的负担。

上述三个方案的财务杠杆系数分别为 0、50%、和 80%，稍加分析你就会应证这个理论。因此，“借鸡生蛋”不可谓不好，但借鸡也有风险，毕竟不是每一只借来的鸡都会生蛋。

二十二、真实资本与虚拟资本

资本有真实资本与虚拟资本之分。

真实资本是指在现实的商品经济生活中发挥职能的货币资本、生产资本与商品资本的总和，表现为人工的工资、机器设备和存货等等。称其“真实”，是因为这种资本处于社会再生产的运行过程中，能够自行增值，即生产出剩余价值或利润，其数量的增长反映了社会物质财富的增长情况。

债券、股票等有偿证券能够为其持有人定期带来收入，是因为它代表了一种资产所有权，可参与剩余价值或利润的分配，但这种资本只是拥有“真实资本”的一纸证明，本身没有任何价值可言，或者说其不能发挥资本的职能，不能生产剩余价值或利润，因此，被视为“虚拟资本”。资本虽然是以虚拟形式存在，却也是一种特殊商品，能够在金融市场上进行买卖。由于金融市场价格变动，虚拟资本的总额往往与有偿证券的票面价值不一致，同样基于此，本来应该是真实资本代表的虚拟资本，其总额也与真实资本总额不一致。

虚拟资本虽不是现实的财富，但正是虚拟资本形式的诞生，使企业直接融资的渠道变得畅通，促进了现实财富的集中和增长。

二十三、创业者热情

股份公司的发起者都是很热衷于将股票操作上市的，上市以后也继续地表现出扩股的强烈冲动。人是不会无缘无故地热情，除非存在某种“有利可图”。

股票的投资者从来都不是很关心股票的面值，他们看好的是企业的前途，希望通过股票涨价或派利，获得至少不低于存款利息的收入。当预期股息水平高于存款利率时，企业的创业人就能够按高于面值的价格卖出股票，这使得股票价格总额与投在企业的真实资本总额之间通常都有一个差额，这个差额就可以看作是股份企业创业人利用创业者的地位获得的额外收益。创业利润能否取得及数量多少，在很大程度上取决于创业者的信誉、股份公司的发展前途、投资者的心理预期、金融市场的行市等因素。

公司在原有基础上增加资本、进行企业改组或合并时，都要对现有资本进行估价，确定实际资本额，并应该按实有资本发行股票。但发行人是不会拘泥于“实有资本”的，而往往是高估企业财产，按夸大了的企业资本额发行股票，以聚集更多的资金和获得更多的额外收益，这种夸大了的资本便是所谓的“掺水资本”。实际上，我们常见的用股票支付股息也是一种资本掺水的方式。

当然，对创业利润或掺水资本的承认，是基于投资者对企业未来盈利的信任，而非“上了傻当”。

二十四、投资

关于投资的定义可谓仁者见仁，智者见智，但不管怎样，投入小于预期产出总是投资者进行投资的前提条件。也就是说，投资是现在投入一笔资金，这笔资金预期在未来获得更大

的现金流量。

有些经济行为并不能简单地就说它是投资行为，比如购房，买为住是消费，买为卖才是投资。还有的时候，投入资金时是明确的消费行为，但出乎意料的升值使得你将它变现后有明显的收益，这就转化为了一种投资。具有超前投资意识的人，总是能抓住机会实现个人资产的累积。

开厂从事实业，对机器、技术、无形资产、劳动力、信息、土地等生产要素进行投入，是生产性投资。对在未来投资期内能产生与风险成正比例收益的金融资产的购买，如股票、债券等，被称为金融投资。就个人而言，生产性或金融性投资均是对投资者提供货币报酬，没有什么区别。就社会整体而言，生产资料投资能增加一国经济生产的能力，是反映经济增长的因素，而纯金融投资仅表现为所有权的转移，却并不构成生产能力的增加。

投资虽然是货币的投放，但实质上是对有限资源的分配行为，讲求在数量和结构上的合理性，也讲求科学的判断和正常的心态。这好比世上本来没有剩男剩女，一旦胡思乱想，马上一堆问题。

二十五、投资与风险

行走江湖的首要原则是安全，一件事情的风险太大，显然不是好事，自是能避就避，但站在投资的立场上来看待风险，却应是另一番见解。投资学家有一句常挂在嘴边的话：成功的投机是投资，失败的投资是投机，他们虽然从不鼓励无谓的冒险，但也一致同意投资收益与风险成正比。

每一个投资人都是理性的决策者，如果存在收益高而风险小的行业，立马就会有大量资金涌入，使得供给渐趋饱和，收益率即刻下降，获取高额报酬的目的自然不能达成。当资金转入一个风险大，参与人少的领域，由于竞争力小而市场占有率大，产品价格也相对可以较高，投资就有丰厚的回报。因此，要满足资金在高收益上的要求，投资必然承担风险。

这里所谈到的风险，并不是羊入虎口似的危险，而是说在投资决策时即使考虑了各种因素，但由于有些因素是不可控制的，比如汇率、国家产业政策取向、市场状况等，必然引起投资结果与预期产生差异。有些投资行为涉及的不可控因素少，风险就小；有些涉及的不可控因素多，风险就大。

看来安全并非是投资行为唯一的爱，比如存款的确安全，但增长的慢速却使你有口难言，好似一脚踏进了安全的陷阱。而既然明白了投资与风险成正比，你还会相信那些天花乱坠的发财广告吗？

二十六、投资三要素

既然投资是预期收益大于现在的投入，这意味着投资有三个基本要素：收益、成本和预期。

因资本品沿用多年，投资决策首先取决于对新投资所生产的产品需求状况。经济繁荣时期，新产品的需求旺盛，投资收益有保证，投资增长肯定很快。萧条时期，工厂本身已经闲置不用，厂商对新工厂的需要不大，投资数量自然低微。在经济周期的不同阶段，由于收益状况的变化，投资也频繁变动。

最直接影响投资成本的因素莫过于利率和税收。通常，大型项目或昂贵设备的投资需要巨量资金，企业总是愿意或不得不通过借款方式进行，借入资金的利息就构成了投资的成本。利率低则利息少，产品成本相对降低，可以为厂商带来额外的收益，企业便有更多借债用于投资的兴趣。税收同样是投资的成本，比如增值税或营业税抵减了企业的收益，再如公司所得税决定了企业经营所得等等。国家为鼓励急需大力发展的行业的投资或限制某些行业的投资，可以在税收政策上得以体现，如投资方向调节税。

投资中的第三个因素涉及当前对将来的预期和企业信心。投资归根结蒂是对未来进行赌博，所赌的是目前和未来的收益大于目前和未来的成本。投资决策随着对未来事件的预期摇摆不定，政府和中央银行就需要花费很多时间来考虑改善企业信心现状。

二十七、投资与利率

投资函数描述了投资与利率的反比例关系，即利率上升时，由于投资成本的增加，企业自然就会缩减自己的投资。但是，在我们所观察到的现实经济中，这个结果并没有那么顺利地如期而至。

投资决定于投资的成本约束——利率，与投资的引诱——投资预期收益率两个变量的对比，当预期收益率大于利率时，投资就会发生，这样看来，利率调控投资是与企业对利润的预期息息相关的。效益好的企业，经营者大都具备良好的市场意识，能够理智地分析利息对企业投资成本的影响，且企业本身获得资本的途径也很丰富(如股票上市等直接融资手段)，因此，提高利率会促使好企业从银行贷款的行列中退出。效益差的企业则不尽然，差企业融资渠道很少，经营者又急迫地需要摆脱困境，对投资的预期收益总是不切实际的幻想，即使利率再提高，依然围攻银行要求贷款，也就是说，利率调节失灵了。

80年代的利率水平显然高于今天，但80年代呈现出的是极高的实际投资水平，这又是什么呢？当高的货币利率与同样高、或者更高的通货膨胀率同时并存时，你的确必须支付很高的利息去借款，但当你偿还时，它已成为贬值了的人民币，即用实物表示的利率是很低的。实际利率等于名义货币利率减去通货膨胀率，投资需求应该通过考察实际产出和实际利率对实际投资支出的影响来加以分析。

二十八、机会成本

机会成本是一个大家都经常使用却又易生歧义的概念。

比如说一个道德的人谈恋爱，在恋爱持续过程中，他不仅要付出感情，也丧失了与他人恋爱的机会，他在收获“可爱的大眼睛”时，就不会拥有“可亲的小眼睛”，那么拥有“可亲的小眼睛”就是拥有“可爱的大眼睛”的损失，谓为机会成本。

再比如你计划一项卖烟的小生意，根据预测，投入自己的储蓄6000元作为本钱，一月销售收入3000元，销售成本2400元，利润600元。这个计算对吗？你应该想到，如果这6000元不从银行取出，按年利率10%算，1月的利息该是50元，而你如果不开这个小摊，受人雇佣的每月工资是400元。因此，这个生意实际上就损失了利息和雇佣工资，而这两项就构成了该计划的机会成本，正确计算的利润应该只有150元。当然，你的6000元如果能找到更好的投资，这个投资的收益就会代替利息而成为此项计划的机会成本。

所谓机会成本，是指你所拥有的资源是有限的，将资金或劳力等资源投入一个项目，就不能再投入另一个项目，那么，当你选择一个项目时，丧失的其他项目的最大收益就构成了该选定项目的机会成本。

二十九、面馆与宾馆

有人说，他发现面馆的生意都不错，投资不大又不需要高深的管理技巧，讲到投资收益率那是比开宾馆也高，真的是一笔划算的投资。“但那么多有钱的老板，等我看到面馆赚钱，别人还不早就行动了？”

诚然，开面馆的相对收益率很高，比如收益率是100%，这就是说投入2万开张，一年就能盈利2万。但是，一个面馆总是承载不了多少资本，比如就是2万吧，如果一个人有1亿的资金，他岂不要开5000家面馆才能物尽其用？这5000个面馆一一决策是5000个投资项目，要管理起来，又哪里不需要高妙的技巧呢？就算他精明能干，恐怕也有目不暇接之感。

如果是投入宾馆业，一个宾馆就能消化全部 1 亿的资本，尽管投资收益率可能只有 20%，但这一项投资带给他的利润就是 2000 万元。

资金在选择投入领域时，不会只考虑投资的相对效率，也要考虑投资规模和投资的绝对收益，这是基于人力、管理和技术等方面的原因。实际上，当小资金进入大资本行业存在资本障碍时，大资金也有进入小资本行业的障碍。因此，面馆老板赚钱以后，通常不会选择再开无数家面馆，而是等钱足够时，装修一下开个饭馆，再进军酒楼、美食城等等。面馆这个行业总是小资本的天下。

千万别以为有点钱的人在各个行业都已捷足先登，只要你不眼红别人的宾馆，也没有人来抢你的面馆。

三十、时间价值

一定数量的货币会在不同时间表现出价值的差异，这就是资金的时间价值。时间价值实际上是资金用于投资后产生的利润，其数量等于现在投资金额与未来收到金额之间的差额。

因为时间价值性，就必须区分资金的现值与终值。简单来说，现值是资金当前的价值，终值则是投资到期时的价值。比如，今天是 1999 年 1 月 1 日，采用一年定期的形式在银行存入 1 元钱，年利率 10%，到 2000 年 1 月 1 日的存款余额将是 1.1 元，那么 1 元的终值就是 1.1 元；反过来看，要在 2000 年 1 月 1 日有 1.1 元存款余额，相当于今天存入 1 元钱，即那个 1.1 元的现值是 1 元。如果将存款期限延长到 5 年，通过复利运算可以知道，今天的 1 元钱的终值是 1.61 元，同时，将复利计算来个逆运算，就可以算出要 5 年后在银行有 1 元的终值，应在今天存入 0.62 元。

上述计算时都采用了 10% 年利率这个关键因素，我们称这个因素是折现率。折现率并不是等于银行利率，而应该是投资报酬率或投资风险收益率。既然刚才假设进行了储蓄这项投资，折现率当然就是利息率；如果购买国债，折现率就是国债的利率；如果是投入房地产呢，折现率就变为地产界的平均投资利润率了。因此，资金的时间价值是与投资行为本身密切相关的，有“嫁鸡随鸡、嫁狗随狗”的功效。

三十一、时间价值观念

都说天才与白痴只有一步之遥。的确，在投资的领域中，是否具有资金时间价值的观念，往往就区分了天才与白痴。

你看好的两家公司分别为你开出了一份薪酬：第一份是签约 5 年，年薪 2 万，5 年期满再一次性给予 15 万；第二份同样签约 5 年，年薪 5 万。粗略一看，每年收入虽不一样，但都是 5 年 25 万，差不了多少。我们以现值为依据来细致算一算：假如你取得工资后用于存款，年利 10%，则第一份工资计划中 5 年总收入的现值是 15.65 万，第二份工资则为 15.85 万，显然第二份工资更高。当然，你取得的这笔工资也完全可以再投入一个高盈利行业，比如投资报酬率为 20%，即应以 20% 作为折现率，可以计算出，第一份工资的现值是 10.2 万，第二份则为 12.94 万，两相比较的优劣不言而喻。

有两台机器设备，都是需要投资 100 万，使用年限 5 年，第一台为每年产值 25 万，第二台为依年产出 30 万、30 万、25 万、25 万、15 万。那么，你肯定会基于现值的考虑选择第二台设备。

投资决策时一般都采用净现值判断法。把项目未来会产生的全部收益折现，再与原始投资相减就是净现值，净现值小于零就不予投资，若是几个方案比较，则净现值大的方案优选。

三十二、消费决定生产

“我的梦中情人，要有一头乌黑亮丽的长发”是一则成功的洗发水广告，广告妙就妙在

抓住了关于情人的想象力，突出了消费者意向而淡化了产品。其实，不管你能带来什么样的头发，只要能启动消费就成，因为，消费是经济发展的空间，也是经济增长的源动力。

在物质资料紧缺的年代，注重消费的观点等同于宣扬浪费，在那时讲国民经济的第一推动力是消费，生产的目的是为了人民的需求，大概没有几个人民是有这个信心的。难道消费多才能推动经济，或者说生产不是为下一次更多的生产？

进入买方经济以后，消费者成为上帝，这种“源动力”的信心产生了，也无庸置疑了。生产就是为我的生活服务，我可以喜爱长发，也可以偏好短发，关键是我的满意。对于厂方而言，生产的目标不是产品的多少，而是其满足市场需求的能力，体现为消费者购买的踊跃程度。生产是围绕消费而展开的，是销售额而不是库存体现为生产的增长。

当今中国，尽管有巨大的市场和潜在的消费力，但有效需求不足也已经成为经济增长的障碍。这种有效需求不足并不是消费者手中缺乏货币，而是市场无法提供能够激起消费者想象力的产品，要不就是诸如洋房豪宅等，却早已超出情人之梦而成为王母娘娘了。

三十三、完全与不完全竞争

完全竞争是一个严格的学术用语，描述了这样的情形：没有任何农民、企业或劳动者在整个市场上所占的份额大到使他能对市场价格施加影响的地步。而当供给者的商品或劳动的数量大到足以对市场价格施加影响时，某种程度的“不完全竞争”就出现了，称为垄断。

在完全竞争状态下，市场是公平和透明的，经济资源的配置无疑最有效率。但是，这种完美竞争方式的定义如此苛刻，在现代经济中，你根本就找不到一个符合了这样条件的市场。也许，完全竞争的唯一毛病就是它从来没有被实施过。

不完全竞争中，当垄断权力(大企业影响一定市场价格的能力)太大时，市场上便出现离谱的高价、需求和生产结构扭曲、超过正常水平的利润等等现象，垄断利润可以转而用于不真实的广告宣传，或寻求影响力的保护。当然，对于垄断权力总是存在某些经济制约因素，比如，企业制定价格不可能完全随心所欲，它必须考虑到自己产品的替代品的价格，即垄断并不意味市场独裁。

企业家和劳动者既喜欢竞争又不喜欢竞争。当竞争能扩充自己的市场时，它是受欢迎的；当竞争会减少收益时，它则是“欺诈的”、“不公道的”和“破坏性”的。在印度尼西亚，尽管华人努力工作、合法经营、公平参与竞争，印尼人还是采用了打砸抢烧的方式来表达了对竞争的不屑。

三十四、竞争与合作

竞争与合作是经济世界永恒的主题。

经济活动中，任何一个主体都不是独立存在的，它必须和其他主体发生各种形式的交换关系，或竞争，或合作。至于是竞争还是合作，或者既竞争又合作，就要取决于预期收益。如果甲、乙之间的合作比甲、乙之间的竞争更能给他们带来好处，他们会选择合作，否则会选择竞争。比如，甲销售一件衬衫的价格为 500 元，乙为了同甲抢夺顾客而将衬衫的价格降为 450 元/件，甲为了夺回市场又将衬衫降至 400 元销售，如此下去，就会两败俱伤。当双方都不能承受竞争所致的低价格时，最好的选择就是两人合作，制定一个协议价格，分享市场。

竞争与合作不是对立的，或者说竞争中有合作，合作中又有竞争。甲、乙联手制定协议价格分享市场时，甲为了获得更高的预期利益，虽然不会再降低衬衫售价，却会在衬衫品质、款式上下功夫，以求争取更多的顾客，同样，乙也会这么做，这就是在价格的合作下又出现了非价格的竞争。

生意场上的竞争是无法避免的，但合作也是十分必要的。价格的恶性竞争只是低水平的

竞争，资源的共享和优势互补才能彼此都受益。

三十五、囚犯的困境

甲、乙两人由于共同作案被捕，警官将他们单独关押，分别对他们说：“我们已有足够的证据判处你们两人1年监禁，但如果掌握了全部证据，这宗犯罪将被判监禁5年。现有如下选择：如果你单独坦白交代这宗应被判为监禁5年的罪行，可以只判6个月，而你的同伙要被监禁6年；如果你们两人都坦白交代，你们都将被判处监禁3年。”

两个囚犯陷入一种困境：都不坦白要坐牢1年，万一自己不坦白而同伙坦白自己则要坐牢6年，都坦白自己只坐牢3年。想来想去，还是坦白的好，最多不过坐牢3年，万一同伙没有坦白，自己单独坦白了，还可能只判6个月。如此这般的结果是两个囚犯都坦白了，警官达成目的。但我们可以肯定的是，如果两个囚犯能够互通消息，最大的赢家就不会是警官。

这个案例包含着一个有趣的理论——博弈论，又称对策论，它所研究的主要问题是，在特定条件下，如何针对对手的选择作出决策。博弈分为非合作博弈和合作博弈，两个囚犯之间的博弈就是非合作博弈。非合作博弈会降低效率，合作博弈则会带来额外收益，比如两家百货公司，相互杀价、打价格战的结果是两败俱伤，反过来两家联手制定协议价格就大家受益。

在激烈竞争市场中的企业何尝不是“囚犯”？世界并非强硬才是道理，唯有把握对手信息和寻求合作之心的经营者，才能有效地根据对手的策略作出正确的、双方都获益的决策。

三十六、规模越大越有竞争力？

正如熊彼特指出的，巨型公司是推动技术进步和经济动态创新的发动机，公司本身也会因规模的扩大而降低单位产出的平均成本。必须承认，规模经营还能在一定程度上避免因恶性竞争而导致的重复建设，节约社会经济资源。比如我国的传呼市场，一个小城市就有数十家传呼台，如果当初只允许几家传呼商来经营，每一家都达到一定规模，就不会出现目前的混乱局势。

同是通讯市场，“中国电信”独揽天下的“规模化”却让人们极不满意。消费者在交费上已经是“剪不断，理还乱”了，中国电信却还是每年都要巨额亏损。这一不幸事实告诉我们，企业规模与竞争力并不完全成正比。当企业规模扩大至垄断地位时，价格必将被垄断者操纵而扭曲，导致社会资源配置不合理，消费者福利受损。企业规模的无限扩大，还将引发组织成本居高不下、内部协调困难、管理效率低下等症状，此时，“规模”就是“乌龟般的磨磨蹭蹭”，失去了竞争活力。

大规模生产令任何一位经营者怦然心动，但一味追求规模经营的结果往往是以牺牲竞争力为代价的。规模经济和竞争活力之间的这种难分难解的矛盾，在经济学上称为“马歇尔冲突”。至于什么样的规模才是最经济的，则取决于每个产业的性质和市场容量。

三十七、市场细分

一位刚参加了旅行团的朋友，向人讲述美好感受之余也表达了一种遗憾的心情。他说，第一次看到大海很感动，真想停留下来慢慢体会，可导游拿着话筒在喊：“请大家抓紧时间，15分钟后集合到下一个景点。”

近年来，各种旅行社的组团广告都推出了几日游的旅游节目，并多是以少日多游作为吸引客户的主要手段。但是，旅游不像汽车零件一样可以标准化，参与旅游的消费者有不同的口味，有的人喜欢多到多看，有的人目的在于消闲放松，有的人兴趣在于猎奇，而有的人是为了追求探险的刺激。这种种不同的偏好就表现出不同的市场需求，而千篇一律的旅行社组

团方式却不能满足这些需求。

要进入一个市场，并在市场中成功经营，需要对市场进行细分，按照消费群体的不同需求来提供相应的产品。尤其是竞争激烈的行业，在别人眼中可能已经没有机会，你却可以通过这种市场细分，找到被遗忘了的消费者，并作出有针对性的广告，获得商机。比如，牙膏市场的竞争中，首先是争取“黑牙”的顾客，接着争夺“病牙”顾客，随后又转向了像小孩一样的“专门化”顾客。

将市场细分的另一个好处是，即使当前市场中还不存在符合细分市场特征的消费群体，你也可以进行引导和培养，并在市场形成过程中，获得绝对先机。

三十八、防御与进攻

不用特别留意就可以发现，在一个新近繁华起来的地方，一家银行刚刚设点，其他的银行马上就会蜂拥而至，似乎是一个在进攻，另一个马上防守。

银行业是寡占性行业，寡占是指由少数几家大公司占统治地位的行业或市场结构。在寡占市场结构中，每一家寡头大公司都占有举足轻重的地位，任何一家的重大活动都会影响到其他几家公司的利益，因此相互之间十分敏感。在实现必要利润的前提下，寡头公司都紧盯着竞争对手，如果对手在新兴投资上采取进攻的方式率先出击，则马上紧随其后作出同样的投资反应，这就是防御投资。防御投资在于防止因竞争对手的扩张而削弱自己的竞争能力，维护与发展原有的垄断优势，使市场份额保持不变。

当然，只有处在高盈利率行业的公司才能拥有雄厚的资金实力，迅速作出防御性反应。这好比最怕邻居富的不是穷人，而恰好是已经很富有的富人。

三十九、破产的效率

破产，这个曾经是资本主义“专利”的字眼，在现在，它却正向我们走来，正为我们理解和接受。破产是一种经济现象，是市场机制优胜劣汰的体现和结果。如果一个企业的产品卖不出去，产品成本高，以至于成本大于收益，便会出现亏损。当亏损到还不起别人的钱，维持不了正常的生产经营活动，养不活全厂员工时，企业就该破产了。

比如，一个生产皮鞋的企业，固定总成本为 120 万元，每双皮鞋成本 50 元，每双皮鞋售价 80 元。则该企业盈亏临界点为年产销 4 万双，如果产销量超过 4 万双企业就有钱可赚。当产销量低于 4 万双时，企业便会“吃老本”，即无力将回收的固定成本转化为再投资，而是用于弥补亏损缺口，维系日常的经营。当老本吃光了，企业便“无本可吃”，就该“寿终正寝”了。

投资的发展对社会的发展是极其有意义的，而企业“吃老本”行为，却抑制了投资，这本身就是对社会资源的极大浪费和资源配置的严重错位。解决这一问题的唯一办法，就是让该企业破产，将该企业占有的资源重新置于能够带来效益的地方。这样，虽然有一些企业“死”了，但整个社会资源配置合理了，更多的企业“活”了。市场机制的残酷性和效率性便体现在小“死”、大“活”这两个字上。

四十、一厢情愿

在引进国外投资时，一些官员总希望通过诚恳的态度、殷勤的接待就得到资金和技术的支持。这种愿望是好的，可惜只是一厢情愿。

日本小岛清教授提出了一个边际产业扩张理论：在选择对外直接投资的产业顺序时，投资国应该从本国已经处于或即将处于比较劣势的产业(边际产业)依次进行。

一国在另一国进行直接投资的原因是两国在资源上互有优势，可以取长补短而获取比较利润。比较利润率的差异与比较成本的差异有关，凡是具有比较成本优势的行业，其比较利