

<<好好学点经济学>>

图书基本信息

书名：<<好好学点经济学>>

13位ISBN编号：9787115197139

10位ISBN编号：711519713X

出版时间：2009-3

出版时间：人民邮电出版社

作者：唐华山

页数：181

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<好好学点经济学>>

前言

当前，席卷全球的金融风暴，让一向不太关心经济的老百姓，也开始关心起经济来。普通人切实感受到了“经济”的重要性。

从工资待遇的变化到自己手中货币的升值与贬值，从银行利率的浮动到基金股票的走势，从物价的涨落到房价的波动，无一不牵扯着国人的心思和眼球。

无论你相信不相信，不管你承认不承认，我们所生活的这个世界，已经彻底被“经济”所“挟持”了。

我们日常生活中的所见所闻与所做，全都与经济活动有关。

那么，什么是经济学？

如何从经济的角度看待我们的婚姻、恋爱、面子、交际、教育？

价格大战背后隐藏着怎样的秘密？

价格背后的真相是什么？

怎样才能理性消费，不做冤大头？

如何利用信息指导经济行为？

做事要考虑哪些成本？

诚信、制度对我们有着怎样的经济学意义？

这些问题，对于经济学专业的人来说，可能根本就不是问题，但对于更多非专业的人来说，却是一个很有必要搞明白的重要问题。

当然，像任何一门学问一样，经济学也有深有浅，深邃的经济学是经济学家所要研究的，而日常生活中的经济学常识，却是生活中的普通人必须要了解和掌握的。

本书就是这样一本专门为普通人量身定做的关于经济学常识的通俗读物。

本书用通俗的语言和生动的故事，讲述日常生活中的经济学常识，将抽象、深奥、晦涩的经济学理论还原为浅显易懂的事理常规，不仅普及了经济学的知识，还能够帮助读者正确地运用经济学，让经济学更好地为自己服务。

需要指出的是，本书中的这些经济学案例，都经过了千挑万选，都是发生在我们身边的生动故事。

这些故事不但有趣，而且蕴涵着深刻的经济学知识在里面。

相信这些精彩的案例会让读者耳目一新，让读者在轻松的阅读中掌握经济学的抽象理论。

<<好好学点经济学>>

内容概要

《好好学点经济学：看懂经济现象的平民武器》是一本专门为普通人量身定做的关于经济学常识的通俗读物。

全书用通俗的语言和生动的故事，讲述了日常生活中的经济学常识，将抽象、深奥、晦涩的经济学理论还原为浅显易懂的事理常规，不仅普及了经济学的知识，还能够帮助读者正确地运用经济学，让经济学更好地为自己服务。

《好好学点经济学：看懂经济现象的平民武器》适合所有对经济感兴趣的读者阅读。

<<好好学点经济学>>

书籍目录

第一章 生活中的经济学家 家务劳动中的GDP 请客吃饭的经济方式 关于看一场电影的经济学评估 从贝克汉姆的身价看注意力经济 留学需要考虑的问题 投资理财时，必须重视现金流 生活不是为了挣钱，挣钱只是为了更好地生活

第二章 价格背后的真相 如何看待商品打折 天天平价：零售巨头的成功密码 格雷欣法则：劣币何以能驱逐良币 企业保护？支持价格？价格管制 羊肉粉？限制价格 定价高低需要考虑的实际问题

第三章 理性消费，不做冤大头 欲望与效用：为什么钻石总比水值钱 消费欲望与需求：渔翁为何只要小鱼不要大鱼 面子中的经济学 理性投资，理性消费

第四章 有需求才会有市场经济人假设：经济学的基石 经济学中供给与需求的关系 替代效应：及时把目光瞄向焦点物品的替代物 消费预期与需求 蛛网理论：丰产并不等于丰收 供给定理：亚默尔巧做生意赚大钱 均衡价格：供求关系影响价格高低

第五章 信息的价值 信息搜寻：从老太太买菜看信息搜寻成本 一字千金的信息 经济学信息不对称：高额悬赏抓小偷行为的经济学解释 信息失真将造成巨大损失 长尾理论：网络时代的新规则 不完全信息假设 逆向选择现象的分析 从指鹿为马看信号发送与信息甄别

第六章 经营与管理中的经济学 从马屁股的宽度到现代铁路的“锁定”效应 兔子的生存逻辑 包饺子与分工协作设计激励机制 要从实际出发 X理论：有效鼓舞士气才能提高效率 高工资并不一定能够换来高效率 规模经济：企业做大做强的理论支持 蓝海战略：如何为企业找到新出路 外部性：宣传“补钙品”也是在为“骨头汤”做广告 生产要素价格

第七章 重视成本分析，锁定经济效益 短期成本：饭店亏本营业的经济根源 路径依赖：可怕的沉没成本 机会成本与比较优势：乔丹是否应该自己修草坪 机会成本：选择的智慧 边际成本的长处与短处 天下没有免费的午餐，任何东西都是有成本的

第八章 诚信和规则是最有利的竞争手段 诚实是一种重要的经济资源 诚信与长远利益的关系 信用卡的出现与普及 手表定理的启发 从囚徒困境看纳什均衡

第九章 看不见的手 完全竞争：瓜子市场中的经济学 完全垄断：钻石市场中的经济学 寡头市场：横行霸道的企业 托拉斯体现失业与通胀关系的菲利普斯曲线 基尼系数：衡量贫富差距的重要标尺 恩格尔定律：生活水平的最直观反映 相机抉择：将不利因素消灭在萌芽状态 市场失灵：灯塔到底应该由谁来建

<<好好学点经济学>>

章节摘录

第一章 生活中的经济学 家务劳动中的GDP 美国经济学家加里·贝克指出：因为做家务需要消耗较长的时间，所以家庭提供的服务与商品，应当是国家整体生产的重要部分。

统计国内生产总值时，应当将家务劳动的贡献也算在内。

北京市海淀区曾对2000对夫妇做过一项调查，结果表明，伴随经济条件的大幅度改善，60%以上的职业女性希望回家做全职太太，仅有30%多的职业女性愿意继续工作下去。

等到调查结果一公布，很多人都大吃一惊！

甚至有人放言评价：“如今的女人都是‘好逸恶劳’啊！”

女人们不工作，男人们就惨啦！

而那些学究派们则一本正经地宣称：“这是社会倒退的表现。”

不过，也有人相当理智地认为：“这属于社会进步的表现。”

为什么会这样说呢？

让我们来看看下面这个事例。

曾有一位先生发现自己雇来的保姆不仅勤劳、贤惠，而且非常可爱，于是便娶她为妻。

此前，他需要给保姆支付薪水，所以，她从事的做饭、清扫房间以及照顾老人等活动就理所当然地被算进了GDP中。

然而当娶保姆为妻之后，尽管她从事同样的劳动，可因为雇佣关系不复存在，无人再向她支付这部分劳动的薪酬，从此她的一切活动也不再算进收入范围中。

从经济学层面上来讲，保姆变成了妻子，对于一个家庭的收入总值而言，看起来无疑是一种“损失”。

而倘若GDP以此来计算的话，那么，无疑国家的GDP也受到了“损失”。

不过，这就能够否认变换身份前后女方的劳动价值吗？

显然不能。

美国经济学家加里·贝克曾在1992年获得诺贝尔经济学奖，他就主张：“统计国内生产总值时，应当将家务劳动的贡献也算在内。”

他指出，因为做家务需要消耗较长的时间，所以家庭提供的服务与商品，应当是国家整体生产的重要组成部分。

在现实生活中，家务劳动或者是由家庭成员“业余时间”来做，或者是由某个成员专门来做。

业余做家务活的，算是对家里“做贡献”；而专门做家务活的，也许就会被认为是“吃闲饭”。

这对于那些工作量极大的家庭主妇而言，是非常不公平的。

为什么在自己家里做家务就不能够算是就业，而走出自己家门，到他人家中做家务，便算是有了一份工作呢？

为什么在GDP里，人们在自己家里做家务这部分劳动（就算是专职家庭妇女也一样）就从不体现，可是若出去做保姆，就肯定会反映在GDP中呢？

也许，我们真该为家务劳动仔细算一笔账。

美国人曾经做过一项调查，一个主妇常年从事家务劳动的价值差不多相当于年薪6万美元。

据美国一项统计显示，美国妇女在家务劳动中所创造的价值相当于全国GDP总量的28%。

这个数字若以具体的金额来计算，将会是一个无比庞大的数字。

但是，人们的就业理念无法一下子转变过来，GDP的统计方法也无法马上改过来。

因此，很有必要把一部分家务社会化，尤其是抚养子女和照顾老人，完全可以采取市场化的途径来加以解决。

这样做有两个方面的好处：首先，可以促进社会福利程度的提升，让经济发展体现在百姓的日常生活中；其次，当孩子被送进幼儿园、老人被送入养老院时，这一部分家务劳动就立刻被转化为就业岗位，当然也会被计算在GDP里。

换句话说，假如大家都不乐意做自己的家务，或者，假如做自己的家务不被GDP认同，那就该创造条件，让没工作的人去干别人的家务，让社会认可他们对GDP所做的贡献。

<<好好学点经济学>>

请客吃饭的经济方式 小团体内人少，相互之间观察约束比较容易，因此每个人都比较容易有理有节。

但是当团体变大时，个人的重要性就下降了，责任感也就随之减少，效率低下的局面几乎随处可见。

在日常生活中，我们会经常看到这样的情景：几个好友一起去饭店用餐，相互之间都让着点菜。要是平时自己一个人吃，未必会点那些价格非常贵的菜，可在朋友面前，这种心理就会发生一些奇妙的变化，常常会点一些价格昂贵而非常“显面子”的菜。

不过，最后吃完饭结账时，买单者就会感到非常心疼。

那就不用AA制来解决这个问题呗！

可能很多朋友会这样建议。

假如你与两个好友一起去吃西餐，说好花费三人均担，那当你点自己的餐饮时，你就不太会慷别人之慨搞“多多益善”。

因为，尽管你点的东西有三分之二的餐费由另两位朋友来负担，但你也要负担整个花费的三分之一。而且倘若你多点，朋友便要多负担，就算朋友嘴上不说，心里也会犯嘀咕，对你有意见。

反过来也一样。

所以，将心比心的结果就是每人点的大约会与自己单独用餐时差不多。

三个人可能会有一些浪费，可是绝对不会浪费太多。

不过，经济学告诉我们，要是你今天是去参加聚餐，一共有30个人，也是AA制，情况就大不一样了：你少点一些，他人不过少付1/30而已；你多点一些，他人也只是多负担1/30罢了。

所以，在这种情况下，每个人都会想：我又何必当傻瓜，浪费一点也无妨！

人同此心、心同此理的结果就是每人最后点的会远超三人吃饭或者自己单独用餐时点的量；而每人最后分担的也就远远高于自己一人用餐时的花费。

由此可见，在小团体内人少，相互之间观察、约束较容易，因此每个人都较容易有责任感。

但是当团体变大时，个人的重要性就下降了，责任感也就随之减少，最后所呈现出的常常就是一盘散沙的局面。

在现代生活中，这种大组织所造成的效率低下几乎随处可见。

例如，尽管许多大都市“彻底解决交通问题”的呼声很高，但在上班高峰时段，因为谁都不愿停在路边休息而让他人先走，这就必然会导致塞车。

尽管这些现象让人难过，可是却不让人困惑，因为这是人多时十分自然的现象。

对这些现象，仅仅呼吁人们该怎样做是没用的。

我们真正应该做的是应用经济学知识，了解事情背后的原因，以及各种条件的相关结构，然后再考虑用现有的资源进行调整和改变。

关于看一场电影的经济评估 在做出任何一项选择的时候，我们都必须花费机会成本，利用51%原则或许可以让你得到的价值超过机会成本。

人们常说，世人就怕“认真”二字，花钱这件事，要是你不认真，钱也就糊里糊涂地花出去了。

不过，要是你认真对待花钱这件事，就会发现里面的学问非常大，真可谓是“门道多多”。

比如，当你决定今天晚上带朋友一起出去玩时，有两种选择，一是去看电影，二是去吃饭。

一张电影票是50元，与朋友一起吃晚饭大约需要300元。

从经济学角度看，当你选择时，你已把自己或许得到的收益与付出的成本进行了比较。

如果是看电影，两个人只需要支付100元作为自己的成本，得到的收益将是看电影所带来的享受；而与朋友一起吃晚饭就要支付300元，其成本支出就是看电影的3倍，所以你必须期望与朋友一起吃晚饭能够得到的收益将超过看电影的收益，只有这样，你才会理智地选择去吃晚饭。

在生活中，我们时时刻刻都在进行成本和收益的比较，不管是读书还是工作，都决定于行为者对成本收益的评估。

经济学中的机会成本就是指既要善于选择，又要学会放弃。

经济学中将做出一个选择或者决策时放弃的东西叫做该决策的机会成本。

在K?E.凯斯与R?C.费尔合著的《经济学原理》中，对机会成本做出了以下描述：“产生机会成本的原因就在于资源是稀缺的（有限的）。”

<<好好学点经济学>>

例如时间问题，一天只有24小时，我们必须在这个约束下生活。

看电影的机会成本是你用同样多的钱与时间能做的别的事情的价值；大学教育的一部分成本就是你从事全日制工作能够获得的收入。

如果你的邻居今天要修剪自己的草坪，他就没有时间带孩子去动物园，而这就是修剪草坪的机会成本。

” 我们假定一件事情是非此即彼（二选一）的选择，而这两种选择差不多具有同样的吸引力，这样就很难做出选择。

按以上原则，对两种选择对象进行分析，倘若其中一个有51%的选择理由，就该果断地选择它，这就是51%原则。

也就是说，选择了一个，就表示放弃了另外一个，即表示失去了49%。

俗话说：有得必有失，鱼与熊掌不可兼得。

此时，你就不得不承认这个现实，49%已成了零，没有必要再为它花费心思，而应该全力以赴地去筹划怎样将51%尽快转化为100%。

在做出任何一项选择的时候，我们都必须花费机会成本，利用51%原则或许可以让你得到的价值超过机会成本。

从贝克汉姆的身价看注意力经济 有价值的不再是信息，而是注意力。

硬通货不再是美元，而是关注。

足球明星贝克汉姆谱写了一个堪称现代最完美的童话：英国最年轻的勋爵、足球场上最锋利的“尖刀”、女性心目中最完美的王子。

可以这么说，贝克汉姆在商业运作和成功包装下，最大程度地吸引了人们的眼球，吸引了人们极有限的注意力。

著名诺贝尔奖获得者赫伯特·西蒙在对当今经济发展趋势进行预测时指出：“随着信息的发展，有价值的不再是信息，而是注意力。

硬通货不再是美元，而是关注。

”这种观点被经济学家形象地描述为“注意力经济”。

注意力经济是新经济的一个独特之处。

所谓注意力，就是指人们关注一个主题、一个事件、一种行为和多种信息的持久程度。

注意力具有如下几个特点：一是它是不能共享和无法复制的；二是它是有限、稀缺的；三是它有易从众的特点，受众可以相互交流、相互影响；四是注意力是可以传递的，上文中的名人广告就说明了这一点，受众的注意力可以由自己关注的名人到名人所做的广告物——产品；五是注意力产生的经济价值是间接体现的。

在把注意力转化为经济价值的过程中，媒体既是注意力的主要拥有者，同时又是注意力价值的交换者，所以传媒经济就是以注意力为基础的经济。

但在当今这个信息过剩的社会，吸引人们的注意力往往能产生商业价值，获得经济利益，因此在经济上，注意力通常又会成为一种经济资源。

进一步说，注意力经济是指最大限度地吸引用户或消费者的注意力，通过培养潜在的消费群体，以期获得最大的未来商业利益的经济模式。

在这种经济状态中，最重要的资源既不是传统意义上的货币资本，也不是信息本身，而是大众的注意力，只有大众对某种产品注意了，才有可能让消费者购买该产品，而要吸引大众的注意力，最重要的手段之一就是视觉上的争夺，因此，注意力经济也被称为是“眼球经济”。

英特尔公司前总裁格鲁夫在1996年就指出：全世界将会展开一场争夺眼球的战争，谁能够吸引更多的注意力，谁就能够成为下个世纪的主宰。

当今时代是一个崇尚创新的时代，是一个崇拜力量和敬仰造势的时代，任何和庞大有力、引人注目等有关联的事物自身就是成功的一种标志。

因此，能有效利用这种“注意力经济”来抓住他人的眼球，才能让自己的钱包快速鼓起来。

<<好好学点经济学>>

媒体关注与评论

尽管有些人认为自己能够不受知识分子的影响，但是他们却往往被某些经济学家的观点所左右。

——约翰·梅纳德·凯恩斯 宏观经济学奠基人 我们的晚餐并非来自屠宰商、酿酒师和面包师的恩惠，而是来自他们对自身利益的关切。

——亚当·斯密 现代经济学之父 市场经济是一种自然、合理和能够带来繁荣的经济，因为它是能反映生活本质的经济。

——维克拉夫·哈韦尔 著名经济学家 一个民族的精神风貌、文明程度、社会结构，所有这些甚至更多，都记录在它的经济史上。

那些明白怎样读懂这个历史所蕴涵的信息的人们，在这里比其他任何地方都更能清醒地预感到震撼世界的惊雷。

——约瑟夫·熊彼特 创新主义经济学之父 在当今社会，谁不学习经济学，谁就不懂得怎样生活。

——保罗·安·萨缪尔森 诺贝尔经济学奖得主

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>