

<<庶民经济学>>

图书基本信息

书名：<<庶民经济学>>

13位ISBN编号：9787535772046

10位ISBN编号：7535772048

出版时间：2012-5

出版时间：湖南科技出版社

作者：钟文荣

页数：123

字数：90000

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>

<<庶民经济学>>

前言

经济学是什么？
或者是经济学像什么？
经济学到底在研究什么？

这几个问题正是我在大学教经济学第一堂课时，一定要问堂下大学生的几个基本问题。

很显然的，答案一定是五花八门，但我认为这是一个正常现象，至少，有答案是互动的开始，也是好的开始。

除了我的提问之外，大学的第一堂课，堂下的大学生一定会问我几个问题，会不会“当人”？这是其中之一。

我的回答方式是这样：“我不会把你‘当掉’，是你‘选择’把自己‘当掉’！”

于是乎，我再度把问题丢回给发问的大学生。

当然，还有诸多像会不会点名，考试和计分方式等关系到自身成绩的问题，这些问题都很“理性”¹，当然也很“自利”，这些一定会被发问的问题，搞得大学第一堂课像是菜市场，论起成绩来还得讨价还价一番，好不热闹。

当然，大学生会认为我这个老师回答的问题真的很“机车”（代表奇怪与莫名其妙的意思，时下年轻人的口头禅），而且和其它老师不太一样。

他们一定会想，尔后的一年不知如何度过，会不会着了了我的套啊？

没错，讨价还价正是一种经济生活的代表，正因为人是理性的，每每要追求效用极大的，要是不讨价还价一下，实在是对不起自己。

大学的第一堂课，从讨价还价开始步入经济学的正课，似乎也是一种不错的引导方式嘛！

正因为我立志要当鲜师（鲜师即可，麻辣则不必），显然要好好处理一下大学生的“问题”。

首先，关于点名制度是这样的，我每节必点，但允许缺课。

缺课的理由必须说明选择缺课的“机会成本”，这样我才知道，当有所选择时，一定有某件事情的机会成本实在太大，事件的价值高过于上我一堂课。

这就让我很有兴趣知道大学生为何要缺课，以及为何缺一门课的代价不高的原因，甚至，还可以让我了解一下自己为什么还不够「鲜师」的原因，竟然让学生还想逃课，也好让我调整授课的方式，努力保持鲜师的角色！

至于考试的方式我是这样表达的，不考是非题，正因为经济学极少“论是非”（不是我是非不分喔），所以不考是非题；我也不考选择题，是因为经济学没有标准答案，而且答案还不只一个，所以我也不考选择题。

上述，是我努力传达经济学是一门有趣的学问的讯息给修课的大学生，当然，我的自我信念也支持我经济学的确是一门“有趣的学问”，直到我看到Robert H. Frank所写的《经济自然学》（The Economic Naturalist）²，我发现有趣的事变多了，而且还五花八门，包山包海。

关于这本书，是我针对《经济自然学》的心得与补述，作者在书中提了一百三十七个生活经济个案，而且用最简短的文字来分析每个案例后面的经济问题。

我必须承认，这本书相当有趣，很像以前读过的科普书《十万个为什么》，从为什么出发，这种导引方式的确是进入经济学的不二法门，了解到经济为何可以解释这些看似平常，其实一点也不陌生的生活问题。

当然，这本书也和我常教大学生要做到的三门功夫互相契合：
一、敏感度。
二、质疑力。
三、写下推论过程。

《经济自然学》这本书即是一些大学生透过对生活经济的敏感度与质疑力，所写下的短篇经济评论，再经Robert H. Frank修订而成。

不容怀疑的，以大学生对于经济学所知有限的情况之下，提出的生活经济分析一定是五花八门，甚至是超乎经济学家的想象之外。

这是个相当有趣的地方，即使很多问题我也没遇过，所以也从来没有好好深思过，到底是为什么？

<<庶民经济学>>

但问题也在于此，经济学无法铺天盖地似的解释所有事物，就像经济学家无法解释万有引力一样，苹果，为何会成直线落地？

总不能说因为所有的路径组合中，直线落地是最具有效率的方式吧？

至少，我认为经济学无法解释所有的现象，正因为经济学是社会科学，总不能要经济学家越俎代庖去解释物理与化学现象吧？

也因为经济学是一门研究人类选择行为的科学，总不能要经济学家去研究蜜蜂如何分工的道理吧？

（其实，蜜蜂的分工方式是合乎经济学的比较效益原则。

）此外，如过去受教的背景，经济学没有是非性的绝对推论，也无法提出一个坚不可摧的唯一理论，因此，观察一个经济现象，可以提出诸多的解释，也许，这诸多的解释都可以成立也说不定。

这是很多人的困惑，经济学为何没有“唯一”且“标准”的答案呢？

底下这段话是旧着《搞笑经济学》3中一段经典叙述：经济学的特色就是“有容乃大”，此话怎讲？

轻松一点来说，就是经济学家认为对一事实的描述要是持相反的意见，在一堆经济学家的眼光中，就都是对的。

正因为经济学不太爱讲对与错的问题，所以也不爱提是与非，以至于很多人觉得经济学所提出的看法总是模模糊糊的，横看竖看总是看不出个所以然，真像是雾里看花一般。

这正是“有容乃大”的特色。

但对某些人来说，意见太多和没有意见，其实相差不大。

很多学问会求唯一的解，但对经济学来说，唯一的解正是经济学家要刻意避免的。

也就是说，经济学家会说「可能」的答案，但不会说「一定」的答案。

因此，可能的答案就有数个，于是乎数个答案和没有答案之分，看起来是无分轩轻的。

这就是为何很多人认为经济学家讲的话简直是和废话一样，而所有调侃经济学家的笑话，也大都绕着这个环节在铺陈。

网络上有个笑话是这么流传的：当上经济学家的第一定律：“对任何一位经济学家而言，一定存在着一位实力旗鼓相当，观点又相反的经济学家。

”第二定律：他们都是错的。

对第一个定律而言，上面已经说明了，没有一个经济学家敢说他的答案是「唯一」的答案，开玩笑地讲就是另外一个答案就是相反的答案。

怎么会这样？

在人类的科学里，唯有经济学这一门学科，会出现两位学者互唱反调，而他们却分享着同一个诺贝尔奖，其中最令人津津乐道的，非Myrdal与Hayek莫属。

海耶克（Hayek，1988-1992）是奥地利出生的英国知名经济学家和政治哲学家，海耶克以坚持自由市场资本主义、反对社会主义、凯恩斯主义和集体主义而著称。

他被广泛视为是奥地利经济学派最重要的成员之一。

海耶克在一九七四年和他理论的对手Myrdal一同获得了诺贝尔经济学奖，用以表扬他们在货币政策和商业周期上的开创性研究，以及他们对于经济、社会和制度互动影响的敏锐分析。

所以，事实证明持不同意见的经济学家，在理论上都是对的，这是其它学科难以想象的。

Hayek和Myrdal当年得到的诺贝尔经济学奖，好事者就编了个笑话：一直流传到现在：

"Economics is the only field in which two people can get a Nobel Prize for saying the opposite thing" is true, but is not strong enough. "Economics is the only field in which two people can share a Nobel Prize for saying opposing things." Specifically, Myrdal and Hayek shared one. 这两句话看起来差不多，但事实上还是有所差别的。

第一句话是说：经济学是诺贝尔奖的学问领域里，唯一两个人能获得诺贝尔经济学奖，而且竟是持相反的说法。

但好事者认为这个答案「不错」，但还是描述得仍不够贴切。

第二句话则改说：经济学是诺贝尔奖的学问领域里，唯一两个人能“分享”诺贝尔经济学奖，而且竟是持相反的说法。

<<庶民经济学>>

这两句话差在哪里呢？

“获得”代表的可能是一前一后，但“分享”则代表着同时。

所以，能够以相反的看法同时得到诺贝尔经济学奖，当然只有经济学能够享此殊荣！

至于第二定律，要证明很简单，证明如下：既然甲说的A和乙说的B都是对的，而A和B是矛盾的。

所以丙可以说C是对的，并且同时否认甲说的A和乙说的B，全都是错的。

以此类推，后面那一个人都可以全盘否定前面其它人所提的看法与言论。

下面这则笑话，应该是所有流传的经济学笑话中最为经典的：十个经济学家一起开会，却有十一种意见。

其中的一个人可以同时持相反的两个意见！

够经典吧！

听说这个人就是大名鼎鼎的凯恩斯⁴。

要是你认为这个笑话不足以贴切地形容大家对于经济学家的刻板印象的话，下面这则笑话应该可以弥补少许：有一年，美国前总统克林顿和俄罗斯前总统叶利钦在美俄首脑会谈的咖啡时间闲聊。

叶利钦对克林顿说：“你知道吗，我遇到了一个麻烦。我有一百个卫兵，但其中一个叛徒，而我却无法知道是谁。

”听罢，克林顿叹了一口气说：“这还算不了什么。

令我苦恼的是，我有一百个经济学家，而他们当中只有一人讲的是事实，可每一次都不是同一个人。

”关于这本书，我选择了一些较没地域之分，且相当经典的生活疑问来重新解释一番，有些是补述作者书中不足之处（显然，在极短的篇幅里面要表达一项经济概念，是一件难事），有些依答案不只一个的基本精神则是提出不同的见解，但是，不减《经济自然学》这本书的价值，我只是借题发挥一下，多了一种经济学上常讲的边际效果而已。

在此，感谢母校东海大学经济系，以及两位启蒙老师罗台雄教授和已故刘正义副教授对我经济学观念的养成，容许我天马行空似的发问，以及受教很多经济思维的训练；同时，也由衷的感谢家人、诸多好朋友、《巷子口经济学》读者、部落格读者以及出版公司的支持才能让这本书问世，在此一并感谢。

谨将此书献给我的先祖母钟李瑞兰女士一位传统克勤克俭的客家女性，我完成她的遗愿当一个大老师，同时，著书立志。

钟文荣 谨志于彰化八卦山脚 2009年10月1日

<<庶民经济学>>

内容概要

什么是庶民经济呢？

当“行政院长”吴敦义倡议要建立“庶民经济”

指标时，你会想到什么？

套句《庶民经济学》作者钟文荣好友“怡克纳米斯”所言，就是在生活当中，最贴近的经济体，除了家庭之外，就是家门口外的巷子。

包含了食、衣、住、行、育、乐等等商业服务，这些服务其实都可以透过一些经济观察得到一些看法。

如果，政府可以倾听这些市井经济现象，很多经济政策应该不会出现“感受太远”的问题。

一粒沙中可以见世界。

透过客观的庶民观察，有时候比起一些评估报告或者是统计指标来的具体而有意义。

《庶民经济学》除了延续《经济自然学》[在中国大陆本书的中文简体版书名为《牛奶可乐经济学》]

优点，取材日常生活中的实例。

现场直击日常社会经济活动。

作更贴近生活实况的分析。

此外。

“怡克纳米斯”进一步的经济原理分析，让您对庶民经济有更完整的概念，不再望门兴叹。

<<庶民经济学>>

作者简介

钟文荣，专长为经济分析，擅长产业经济分析与管理经营分析，曾任企业营销主管、产业分析师、服务业品质咨询师。

现为大学讲师、财经专栏作家、博客作家，著有《发现虚拟货币藏宝图》、《巷子口经济学》、《火星人经济学》及专栏数百篇，作品分布于各大财经媒体与文化媒体。

<<庶民经济学>>

书籍目录

为什么冰箱冷藏室有电灯，但冷冻室却没有？

为什么笔记型电脑适用于每一个国家的电压，而其他电器则不行？

鲜奶的包装是圆的还是方的？

为什么汽车的加油孔有左有右呢？

为什么移动电话绑定号码比单买便宜呢？

为什么洗衣店洗烫男女衬衫的收费不同？

为什么饭店迷你吧的饮料特别贵？

家电福利品拍卖会，厂商会刻意制造商品瑕疵吗？

为什么餐厅愿意提供免费续杯饮料？

为什么游乐园一些热门游乐设施大排长龙，业者却不愿意额外收费？

聚餐时，平均分摊费用，为什么常会使人增加餐厅消费？

既然有百视达影带出租店，为什么没有百视达租书店？

为什么出租车费率包含起跳价和里程费率两种？

为何航空公司和百老汇剧院临时购票的做法不同？

为什么首轮电影院一张票只能看一场电影？

二轮电影院却可以看两场？

百货公司男装和女装的楼层安排有何特色？

后记 漫谈经济学的生活观察与乐趣

<<庶民经济学>>

章节摘录

我是一个不爱逛百货公司的中年男人。

我和一般男人一样，要找我逛百货公司，总有千百个不愿意，理由很简单，身为一个中年男人，而且是一个“理性”还很“自利”的中年男人，我实在找不出为何要逛百货公司的理由。当然，所谓的“逛”就是没头没脑的逛，毫无理由的逛，加上莫名其妙的逛，总而言之，就是找不出“理由”来支持我去逛百货公司，从经济学的角度来看，就是没有“动机”⁶⁵加上没有“诱因”⁶⁶，所以我不会逛百货公司。

总的来说，要我在百货公司拔毛花钱，一句话：“对不起，我办不到！”

不过，我得解释一下，所谓的不逛百货公司，不代表我不会去百货公司购物，这理由还是和前面一样动机，动机是支持我购物的决策因素。

我会去百货公司购物，当然是有动机也有诱因，譬如说打折或者是换季，百货公司有较大的折扣，加上我有购物的需求时，我才会逛百货公司，除此之外，我有千百个不愿意。

至于，多少折扣我才愿意去百货公司“逛一下”呢？

坦白说，没有三折以下，免谈，更积极一点来说，只有一折才会吸引我注目的眼光。

我想了一下，“至少”可以提出四个不愿意逛百货公司的理由。

第一个不愿意：百货公司不是一个男人愿意没事跑去逛的地方，逛街脚还会酸、会累，我的机会成本⁶⁷很高（同样的逛街时间，我可以产出一些文章，并且换取稿费）。

第二个不愿意：百货公司基本上是女人的地盘，光看楼层的分布就知道，男人只有一层，叫做“男装部”，除了美食广场之外，其余的一概称之为“女装部”。

第三个不愿意：非折扣期间，百货公司的商品售价，一定会高于其它商店，没有必要跟自己的钱包过不去。

第四个以后的不愿意：我不想花钱！

看吧，我实在找不出逛百货公司的充足的理由，除非我内人拖我去当小弟，以及付钱，我才勉为其难的进百货公司，当然，这个动机是被迫的。

话说回来，不晓得有人知道为何要成立百货公司吗？

而且，为何百货公司的商品售价高于一般商店，还是有消费者愿意购物呢？

打个比方好了，花木兰有一个购物计划“东市买骏马，西市买鞍鞴，南市买辔头，北市买长鞭”，花木兰为了代父从军必须在城里绕一圈才能买齐骏马、鞍鞴、辔头和长鞭这四样军备品，她必须花时间四处奔波才能买齐从军的基本配备，也许，还必须雇车夫载她去。

我们算一下她为了从军的成本，除了这些装备之外，还有购物的“时间成本”，加上为了购物的“移动成本”。

当然，有人也许会说花木兰自己走路，没有花上一毛钱，怎会有成本呢？

不要忘了，经济学最基础的假设就是说人必有选择，有所选择就有机会成本，花木兰也许没有花上实质的代价，自己靠走路就可以买齐设备，她用的是“体力”与“时间”来交换，她的机会成本也许是好好在家陪父亲，或者是帮人织布赚钱，这些活动对花木兰而言都有经济价值，因此，不能说花木兰自己走路买设备是没有成本的。

如果，在花木兰住的城市里有一家百货商店，专门卖从军的设备，花木兰就可以在最短的时间内买齐她所想要的设备，并将剩下的时间发挥其它效用。

这样一来，花木兰就有所选择了，一个选择是东西南北市各走一圈买她想要的设备，另一种选择是到军备专卖店购物，她这时的选择是什么呢？

我们假定花木兰除了有勇气之外，她也是个「理性消费」的女性，她会付自评估两边购物的总成本，也许分散购买军备的成本会低一些，但是有移动成本和时间成本；虽然军备专卖店的单价高了一些，但是可以一站购足，省掉一些移动成本和时间成本。

因此，花木兰做出一个理性的选择，只要专卖店贩卖军备的成本和东西南北市贩卖的军备成本差异，不大于花木兰的移动成本和时间成本的总和，花木兰就会选择到专卖店购物，而且把省下的时间留下来陪她父亲，这对她而言是最有利且最理性的选择。

<<庶民经济学>>

从花木兰的案例里我们可以知道，百货公司之所以会存在的理由，是可以省掉消费者因为购物的需求所发生的移动成本和时间成本，因此，即使百货公司卖的商品单价高于一般商店，消费者还是会到百货公司购物消费，百货公司当然有市场存在的效用。

解释了百货公司为何可以存在的理由之后，再来看看百货公司楼层的设计有何不一样呢？

在《经济自然学》这本书里提到68：为何大多数的百货公司把男装部门放在较低楼层，而女装则往往位在高楼层？

这让我有点疑惑，在我的印象里，台湾百货公司的男装部往往是在高楼层，女装部则在低楼层，和作者Robert H. Frank的观察是不一样的。

当然，美国的百货公司也许是如此安排，但这样的安排有何依据呢？

或者说这样安排，会促使消费者做出什么样的购物决策呢？

作者提到，女性消费者希望穿得体的面一点，而且置装费高出男性消费者许多（关于这点我十分同意），因此，即使百货公司把女装部放在高楼层，女性消费者也不会因为楼层太高，就懒得搭电梯上楼消费。

但男性消费者就不一样了，一点点不方便就会促使男性消费者拒绝消费，因此，男装部楼层设低一点而反有助于消费。

这会让我脑海中跑出一幅图像，美国的百货公司顶楼是女装部，一楼是男装部，中间的楼层呢？似乎没有区位的重要性了！

（因为我没去美国，就只能作这种想象）但作者也提出另外一种看法，男装部设在低楼层的好处是，女性消费者经过时可以顺道帮先生（或者是男友）购物（也许是衬衫或袜子），但男人却不会帮太太（或者是女友）买衣服，这样的安排会发生额外购物的好处。

从经济学理论简单来说，这样的楼层安排会触发女性消费者的边际消费69，对百货公司业者而言，当然有极大收益的好处。

真的是这样吗？

既然美国的百货公司是这样安排的，我相信其它地方的百货公司的业者也是如此刻意安排的，至少，男人和女人的个性差异不会因为国别不同而有所差异吧？

我找到一个大陆山东省百货公司的案例，很凑巧的，楼层安排和《经济自然学》是一样的。

在中国大陆济南的贵和购物中心和银座商城，二楼均设为男装，三楼和四楼都为女装，山东经济学院工商管理学院副院长、营销专家杜岩说，女性给自己买衣服时，会路过二楼男装区，这时不少女性会想到给丈夫也买件衣服，就产生了连带消费。

特别是给自己买完衣服的女性，下楼路过男装区，可能会产生「愧疚感」，顺便给丈夫买一件。

另外，男性往往不喜欢逛商场，将男装设置楼层低些，可以给那些独自来逛商场的男性提供便利70。

另外，四楼的女装设置也有玄机，往往三楼设置成熟女装，四楼是年轻女性的时尚女装。

这是因为不同年龄消费者购物习惯不同，服装的安排位置也有所区别。

年轻女性认为逛商场是一种享受，不会在乎时间消耗，因此服装位置可以设在较高的楼层。

而年龄稍大点的中年女性，体力没有年轻人充沛，并且受家庭、工作等方面的时间限制，通常买到适合或需要的商品就会离开，安排在低楼层会方便很多。

从上面这个案例来看，大陆学者的看法显然和《经济自然学》的作者一致，但不同处在于中国的女性消费者通常会径自往女装部门消费，只是在路过一楼男装部门时，顺便帮先生或男友购买衣服。再细腻一点安排，女装楼层中较高楼层的是年轻小姐的时装，而较低楼层的是属于淑女的专柜，以减少熟龄女性消费的不便。

在美国和中国大陆的济南，百货公司的楼层安排是女装部门高于男装部门，但是，台湾的百货公司，根据我的印象似乎有点不一致，难道，不同地域的差别有这么大吗？

假使，美国和中国大陆的百货公司业者是理性的，就会发现台湾的百货公司业者是不理性的，这当中应该还有其它的变量才对。

我找了台中市最具代表性的两家百货公司广三SOGO和新光三越来看看楼层的安排有何一致性，也许可以找出一些端倪。

广三SOGO的楼层是这样安排的： B1F：女鞋、少女服饰 1F：彩装时尚馆 2F：国际精

<<庶民经济学>>

品馆 3F：流行服饰馆 4F：都会仕女馆 5F：名媛淑女馆 6F：绅士休闲馆 7F：牛仔休闲馆 8F：欢乐儿童馆 9F：运动用品馆 10F：家庭生活馆 11F：寝具家饰馆 12F：文具玩具馆 13F：生活休闲馆 14F：特卖场 新光三越的楼层是这样安排的： B1F：少女流行服饰 1F：女鞋、化妆品与国际精品 2F：国际精品 3F：少淑女服饰精品 4F：少淑女服饰精品 5F：男装 6F：妇婴用品与童装 7F：家饰与家俱 8F：电器用品 9F：3C商品 10F：特卖馆 从这两家代表性百货公司而言，男装部的楼层均高于女装部，且单价高的精品往往集中在较低楼层（如1F到2F，但地下楼除外），家用品则集中在高楼层，然后特卖场是在更高的楼层。

这种楼层安排有何特色呢？

当然，还是得请我那位好朋友怡克纳米斯来释疑一下。

“我认为这种楼层安排是因为楼地板的租金成本所导致的，楼层越低，租金越高，楼层越高，租金越低。

因此，特卖会这种毛利极差的专柜，当然是摆在高楼层；家俱这种需要大量楼地板面积的专柜，当然选高楼层；男装的获利条件不高，楼层稍微高于女装；美食区位在顶楼或者是地下楼，一切的安排似乎是因为成本而来的。

当然，低楼层的1F和2F是兵家必争之地，这和李嘉图的地租论⁷¹也是谋合的，因为是百货公司的首善之区，当然会产生‘竞租’⁷²的现象，大张旗鼓的装饰与装潢，都是企图吸引消费者的眼光（当然是女性消费者），每坪的租金当然是最高的（此外，还有专柜抽成）。

”怡克纳米斯提出他的见解，我认为他的见解似乎可以解释台湾百货公司楼层安排的特色与共通之处。

有了怡克纳米斯的解释之后，我也相信同样的分析可以适用在美国和大陆，也许百货公司楼层的安排，关键的变量当中还包含“租金”这个变量必须考虑进去，而不单单只是一种购物习惯性的安排而已。

除此之外，我也相信台湾的女性消费者逛百货公司，大部分会从低楼层开始逛起，直到女装部，然后直奔特卖楼层抢便宜，顺便换赠品，这时候餐厅开在高楼层似乎也方便女性消费者的动线，用完餐后直奔地下楼的停车场，结束一天的逛街与消费，这种楼层安排似乎也合情合理。

至于，女性消费者顺道会帮先生或男友置装，这种可能性在台湾的楼层安排上似乎有点低，比较好的解释是当夫妇或男女朋友一起逛百货公司时才有机会发生，因为正巧男装部一定是在女装部的上面。

以上，是根据我的经验观察找出的解释，你可以姑且相信，或者，试图找出更好的解释，去探讨这个有趣的问题。

.....

<<庶民经济学>>

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>