

## 《牛奶可乐经济学》，罗伯特·弗兰克著

注：读书笔记仅做记录，可读性较差。

经济学不是少数人的专属，它充斥在我们周围，甚至可以说我们现在的一切都是经济学的选择结果，而且还会继续下去。所有的存在都没有绝对正确或错误的答案，不过是在一定时间内权衡成本和收益的结果。

本书用经济学的原理和方法来解释生活中的何种现象，书中关注的现象我们司空见惯但又未真正注意，本书不只是我们理解经济学的手册，甚至可以是了解生活的工具。

---

### ◆ 引子

咋眼一看可能有点绕，机会成本是为了得到某一些东西而需要放弃另一些东西的最大价值。迪伦的票值50美元，你为此花费了40美元，所以从中能获得的额外价值是10美元，机会成本当然是10美元，当然如果已经买了票，而且还不能退，那机会成本就变成50美元了。

不去看迪伦的演唱会，你会错失对你来说价值50美元的表演，但同时，你也省下了买迪伦演唱会票所需支付的40美元。所以，不去看迪伦演唱会，你放弃的价值是 $50-40=10$ （美元）。

面对这种情况，同样的10美元，按照绝对的理性人假设来说，当然成本相同。可是为什么大多数人会觉得多花10美元买电脑比多花10美元买闹钟更容易被接受呢，这就不得不考虑边际效益了，相同的成本并不代表相同的边际收益，而人们是否愿意花更多的钱并不完全取决于事物的实际价值，而在于人们获得的感官收益，价值是事物本身决定的，但价格却是交换产生的。

大多数人似乎认为，去城里买闹钟，能省50%的钱，而买台2510美元的电脑，只能省10美元，前者的效益似乎比后者要大得多。可惜这不是正确的思考方式。

---

### ◆ 第1章 产品设计中的经济学

市场一直在进化，但直接看市场环境会像空中楼阁，产品就提供了一个观察市场变化的角度，几乎全部的功能出现都是市场造就的，以前没用的功能不代表现在没用，有用的功能不代表用户愿意买单，用户今天愿意买单的不代表明天愿意买单，今天看似八杆子打不着的说不定明天就会狭路相逢。

本章讨论的例子将说明，不仅汽车设计的演变受制于成本效益原则，其他各种产品和服务也都可套用它来进行解释。头三个例子阐明了这样一个道理：如果某项功能的确有用，可用得着它的时候很少，那这项功能添加到产品身上的可能性就不大。

由于大多数人打开冷藏柜的次数，比打开冷冻柜的次数要多得多，显然，在冷藏柜安装一盏灯的好处更大。所以，既然加装一盏灯的成本相同，那么，根据成本效益原则，在冷藏柜安灯就比在冷冻柜安灯更划算。

当时购买笔记本电脑的人，大多是需要带着它们国内外到处出差的商务人士。

即便除掉这些有可能关门的紧急情况，便利店购买不带锁的门也说不上能有什么好处。

超市里大多数软性饮料都是放在开放式货架上的，这种架子便宜，平常也不存在运营成本。但牛奶则需专门装在冰柜里，冰柜很贵，运营成本也高。

由于存在这种错觉，消费者可能不愿意买矮胖易拉罐装的软饮料，觉得它容量小。

两种产品的关键区别在于，不诚实的顾客多拿饮料能给他带来好处，可多拿几份报纸却没什么用处。拿十份同样的报纸并不比只拿一份多出什么收益来。

不同车型的加油孔设在不同侧面，意味着有些车能从左边加油。于是司机们就不用排队等着加油了。

但更常见的情况是，在出租车驶过身边的时候招手叫停。因此，出租车颜色越抢眼越有利。

要在硬币上画出足够精细的正面肖像，技术上办得到，但费用极为可观。同时，随着硬币的流通，精致的细节很快就会磨损掉。

数字CD出现之前，大多数音乐是以黑胶唱片的形式出售的。

按当时的风俗，男士自己穿衣服，女士则由仆人帮着穿。女士衬衣上的扣子钉在左边，极大地方便了伺候女主人的仆人们（多为右撇子）。

## ◆ 第2章 供求关系实践

花生和酒是互补的。酒客花生吃得越多，要点的啤酒或白酒也就越多。

拥有并使用特定软件的好处，会随着使用者人数的增多而提高。这一不同寻常的关系，给最流行的程序厂商带来了难以估量的巨大优势，并使得新程序很难打入市场。

这类公司的大部分成本，是与铺设网络有关的固定成本——修建基站、获取相关执照等。这些成本，和广告支出一样，不会随着他们提供的服务量而发生变化。不管移动运营商花多大的功夫吸引顾客，这部分成本始终不会消失。

这种注意力转移相当高明，当用户面对低价手机与高价电池时，通常会认为移动运营商是把低价手机亏损的钱用高价电池赚回来，所以不买电池就不会上当，殊不知，移动运营商正是希望你这么想，电池买不买不重要，重要的是你以后是否需要花钱买通信服务，可惜很多时候我们都意识不到这一点。

反过来说，卖特价电池，却不是吸引新顾客的成功手段。（这没什么奇怪的，毕竟大多数人大多数时候都用不着多块手机电池。）所以，移动运营商发现，手机卖得比电池便宜的做法有利可图。

这是印度的特殊国情所致——按照法律规定，低于4层的楼房可以不安装电梯。

---

祖父母们或许想通过建一处便于来访的大房子，提高自身在孙儿女们有限访问次数中所占的份额。

---

所以可能不是因为在客房入住率最高的时候房价低，而是因为房价低了才导致客房入住率高，开酒店的人很少会直接因为来这里旅游的是低消费人群就主动降低房价，经常是因为高价不会有人入住而被迫降低房价。这种供需动态平衡在了高入住率低房价水平。

酒店的房价不仅取决于客房入住率，还跟潜在住客支付房价的意愿和能力有关。

---

反之，到访埃及和中东其他地区的游客不愿面对荒凉的冬天，因此愿意在夏季前往，他们中以学生和工薪阶层为主。这类游客的收入一般比冬天来访的游客要低，所以酒店无法收取冬季那么高的房价。

---

由于在相片冲印成本中，最主要的部分就是劳动力成本，使用新机器的冲印店能用比黑白相片低得多的价格生产并出售彩色相片。

---

#### ◆ 第5章 军备竞赛与公用品悲剧

成本分摊在感觉上让每个人承受的边际成本减小，每个人点超的菜品一般是自己喜欢吃的，愿意付出的机会成本会更高，现在有其他入分摊，消费时就会更加从容。成本分摊的过量消费还来自对别人理性人假设，认为对方付出了成本，在一定程度上就会觉得值得，实则产生了更多的碎片。

在经济学家看来，这就叫做无效决定，因为该人点大份牛排的净收益4美元（他认为大份牛排所值的5美元，减去他最终分摊的1美元）比该群体其他人的净损失要少（由于前面那位朋友点了大份牛排，他们支付的总金额增加了9美元）。

---

#### ◆ 第6章 所有权之谜

这个角度作实让人刮目相看，以前都觉得是因为安全性，没想到却是利益纠缠，禁止吃东西侵犯到了很多人的利益，而禁止打电话，可以用耳机，这并没有损害到厂商利益，所以就执行下来了。

假设立法者禁止司机边开车边喝咖啡、吃汉堡，快餐店的销售量就会陡降。因为害怕大企业会进行报复，拒绝提供竞选活动捐款，立法者们不愿意制定这种法律。禁止开车时打手机，但戴着耳机又可以打，立法者们规避了这一风险，因为无线电话运营商仍然能招揽到跟从前一样多的用户。

完～