

书籍数字化 GROUP 制作 请勿用于商业用途 喜欢本书 请购买正版

每天学点经济学

张立娟，王彩霞 编著

本电子版本已精校，但依然存在少许文字错误，但保证基本不影响阅读！

电子书的体验没实体书那么好，请尽量购买实体书或者去图书馆借阅！

还有很感谢扫描版本的制作者！

By 书籍数字化 Group @10.9.3 dzs2018@163.com

本书不是一本乏味的经济学教程，那样只会使读者昏昏欲睡；但也绝不只是为了迎合读者，那样只会使读者迷离于浮光掠影，却忽视了对经济学的进一步接触。实际上，本书以经济学的基本结构为骨架，以生活中的鲜明事例为血肉、涵盖个人、家庭、企业、社会、世界……生动而又严谨地阐述了经济生活中的许多基本原理和热门话题。面对一篇篇小品文，读者如果随意一翻，可以在轻松的浏览中了解某一个经济学常识。如果沿着本书的目录逐次阅读，就会发现，这些文章实际勾勒出了一幅现代经济学的大体轮廓。

前言

简单设问一下，一个人从呱呱坠地，直到垂垂老矣，这一生当中，始终都在面对一个什么样的最基本的问题？这个问题，其实也是有史以来，人类一直所面对的，那就是——怎样有效地利用有限的资源？而为解决这个问题一直在不懈努力的，便正是“经济学”。这也许是对经济学最平民化的解释。

然而，作为一门真正的现代科学，真正了解经济学，并能为己所用者，却为数不多。究其原因，在于自从 1776 年，亚当·斯密发表《国富论》以来，经济学历经了漫长发展，时至今日已博大精深。这就像当初只有几株幼苗的原野，而今已是一望无际的林海。“由极简至极繁”，当今的经济学已渗透于人类社会的各个领域，其范围之广，远远超乎人们的想象。如果罗列这门科学的分支，其数量当以百计，以至于 1992 年诺贝尔经济学奖获得者，美国人加里·贝克尔声称，经济学几乎可以分析人类社会 90% 的行为。

话虽如此，在现实当中，如果一个人对某种事物、某个现象产生好奇，进而想去探究它的经济学机制时，却往往会在专业书籍大量的原理、数字和图表面前无所适从，接着望而生畏，最后退避三舍，从而极大伤害了对这门学科的兴趣。

和任何一门科学一样，经济学也是由最基础的命题、定理开始，沿循着逻辑体系展开，直至构筑成一座宏伟的大厦。要学习它，需要按这一模式循序渐进。然而，我们普通人基本没有时间和精力，在工作闲暇去系统掌握。

可是，生活在这个时代，我们已经注定不能对生活里的各种现象视若无睹：

为什么同一种型号的手机，在百姓和学生间会有悬殊的售价？

为什么在粗粮和细粮之间，玉米的市场价格有时会超过小麦？

为什么某种商品价格猛涨，人们反而争先恐后地抢着去购买？

为什么把钱存进银行生利，储户几年后发现自己反而赔了钱？

为什么已经提高香烟征税，对控制吸烟的效果依然不甚明显？

为什么学经济学的研究生，几个人要联合起来到街头擦皮鞋？

为什么人民币在不断升值，变得更加值钱后反而又生新烦恼？

为什么产品比原料还便宜，这种市场竞争优势反而隐藏风险？

为什么中国制造风靡全球，经济学家们对此却一直忧心忡忡？

要理解这些现象，就必须借助经济学的一臂之力。不过，面对那些生涩的阐述和深奥的理论，我们又往往困惑不已。在这种情况下，《每天学点经济学》将努力帮助读者解决这一难题。

本书不是一本乏味的经济学教程，那样只会使读者昏昏欲睡；但也绝不只是为了迎合读者兴趣，而刻意编写的猎奇读物，那样只会使得读者迷离于浮光掠影，却忽视了对经济学的进一步接触。

实际上，本书以经济学的基本结构为骨架，以生活中的鲜明事例为血肉，涵盖个人、家庭、企业、社会、世界……生动而又严谨地阐述了经济生活中的许多基本原理和热门话题。面对一篇篇小品文，读者如果随意一翻，可以在轻松的浏览中了解某一经济学常识；如果沿着本书的目录逐次阅读，就会发现，这些文章实际勾勒出了一幅现代经济学的大体轮廓。

——无论采用哪一种方式阅读，读者都会在轻松愉快中有所收获，进一步提升对经济学的认识和兴趣，这也正是本书的编写目的。如果本书就此成为读者打开经济学大门的一把钥匙，那必将是编者莫大的荣幸。

第一章 当前经济学领域的热点问题——人人都应学点经济学

不值钱的背后——通货膨胀

从 2007 年下半年开始，通货膨胀成了人们最热门的话题之一。“粮价涨了，油价涨了，猪肉价涨了，房价更是在涨……”可以说是涨声一片。这让敏感的老百姓渐渐紧张起来，办公室、菜市场、洗手间、公交车、网络论坛……关于涨价的讨论随处可见。那么，作为普通老百姓，我们该怎样认识通货膨胀呢？

通货膨胀，就是货币相对贬值的意思。说得通俗一点，就是指在短期内钱不值钱了，一定数额的钱不能再买那么多东西了。假如半年前，8 元钱能买 1 斤猪肉，可是现在却需要 13 元才能买 1 斤猪肉。而且这种物价上涨，货币贬值的现象还比较普遍，也就是说，不光是猪肉涨价了，当你环顾四周，看到绝大部分商品的价格都上涨了，这就可以断定通货膨胀确实发生了。人们通常都不喜欢通货膨胀，因为辛辛苦苦赚来的钱变得不值钱了——尽管在通货膨胀时，人们往往赚得更多。

通货膨胀可以分成好几类，而且不同的通货膨胀对人们生活以及社会经济的影响也不相同。

1. 温和的通货膨胀。这是一种使通货膨胀率基本保持在 2%~3%，最多不超过 5%，并且始终比较稳定的一种通货膨胀。人们一般认为，如果每年的物价上涨率在 2.5% 以下，不能认为是发生了通货膨胀。当物价上涨率达到 2.5% 时，叫做不知不觉的通货膨胀。

一些经济学家认为，在经济发展过程中，搞一点温和的通货膨胀可以刺激经济的增长。因为提高物价可以使厂商多得一点利润，以刺激厂商投资的积极性。同时，温和的通货膨胀不会引

起社会太大的动乱。这种温和的通货膨胀能像润滑油一样刺激经济的发展，因此被称为“润滑油政策”。

2. 快速的通货膨胀。这是一种不稳定的、迅速恶化的、加速的通货膨胀。这种通货膨胀发生时，通货膨胀率较高（一般达到两位数以上），人们对货币的信心产生动摇，经济社会产生动荡，所以这是一种较危险的通货膨胀。

3. 恶性的通货膨胀。恶性的通货膨胀也称为极度的通货膨胀、超速的通货膨胀。这种通货膨胀一旦发生，通货膨胀率非常高（一般达到三位数以上），而且完全失去控制，其结果是导致社会物价持续飞速上涨，货币大幅度贬值，人们对货币彻底失去信心。这时整个社会金融体系处于一片混乱之中，正常的社会经济关系遭到破坏，最后容易导致社会崩溃，政府垮台。

这种通货膨胀在经济发展史上是很少见的，通常发生于战争或社会大动乱之后。例如在 1923 年的德国就发生过，当时第一次世界大战刚结束，德国的物价在一个月內上涨了 2500%，一个马克的价值下降到仅及战前价值的一万亿分之一。还有津巴布韦，其 2008 年 7 月份的通货膨胀率高达 231000000%。

4. 隐蔽的通货膨胀。这种通货膨胀又称为受抑制的（抑制型的）通货膨胀。这种通货膨胀是指社会经济中存在着通货膨胀的压力或潜在的价格上升危机，但由于政府实施了严格的价格管制政策，使通货膨胀并没有真正发生。但是，一旦政府解除或放松价格管制措施，经济社会就会发生通货膨胀，所以这种通货膨胀并不是不存在，而是一种隐蔽的通货膨胀。

通货膨胀的原因有很多种，也比较复杂，比如物价指数提高、经济过热、大宗商品交易价格上升、政治因素等。对于我们普通人来说，没有必要深究其产生的原因，关键是如何应对，以减少压力和损失。

从宏观上来讲，抑制通货膨胀我们普通老百姓无能为力，主要是依靠政府进行调控，出台相关的经济政策和措施，例如上调存贷款利率，提高金融机构的存款准备金率，实行从紧的货币政策，包括限价调控令、严禁哄抬商品价格等。从微观上来说，老百姓自身也可以采取一些措施，以应对通货膨胀。

首先，当然是努力工作，多多赚钱，减少开支，以减轻通货膨胀的压力。

其次，可以通过各种投资理财来抵消通货膨胀对财产的侵蚀。但需要针对不同程度的通货膨胀来考虑选择投资理财的工具。

2%-5%的温和通货膨胀一般是经济最健康的时期。这时一般利率还不高，经济景气良好。这时虽然出现了一些通货膨胀，但千万不要购买大量的生活用品或黄金，而应当将你的资金充分利用，分享经济增长的成果。最可取的方法是将资金都投入到市场上。此时，无论股市、房产市场还是做实业投资都很不错。当然这个思路的另一面就是，这时一般不要购买债券特别是长期的债

券。而且要注意的是，对手中持有的资产，哪怕已经有了不错的收益，也不要轻易出售，因为更大的收益在后面。

当通货膨胀达到 5%-10% 的较高的水平，通常这时经济处于非常繁荣的阶段，常常是股市和房地产市场高涨的时期。这时政府已经出台的一些调控手段往往被市场的热情所淹没。对于理性的投资者来说是该离开股市的时候了，对房产的投资也要小心了。

在更高的通货膨胀情况下，经济明显已经过热，政府必然会出台一些更加严厉的调控政策，经济软着陆的机会不大，基本上经济紧接着会有一段时间衰退期。因此这时一定要离开股市了。房产作为实物资产问题不大，甚至可以说是对抗通货膨胀的有力武器，但要注意的是不要贷款买房，这个时候的财务成本是很高的。也绝不能炒房，甚至不是投资房产的好时候，手中用于投资的房产也要减持，因为在接下去的经济衰退期中房地产市场也一定受到影响。这时，利率应当已经达到了高位，长期固定收益投资成为了最佳的选择，如长期债券等，但企业债券要小心，其偿付能力很可能随着经济的衰退而减弱。还有保险，储蓄型的保险也可以多买一些。

当出现了恶性的通货膨胀的时候，最好的方法就是以最快的速度将你的全部财产换成另一种货币并离发生通货膨胀的国家。这个时候任何金融资产都是垃圾，甚至实物资产如房产、企业等都不能要，因为这里的经济必将陷入长期的萧条，甚至出现动乱。对于普通老百姓来说，离开国家的可能性不是很大，那就只有多选择黄金、收藏等保值物品，以减少损失。

到底是好事还是坏事——人民币升值

2005 年 7 月汇改以来，人民币对美元保持持续升值的态势。2008 年 4 月 10 日，人民币兑美元的汇率首度破 7，人民币汇率一时又成为舆论的焦点，甚至普通百姓也会热议人民币升值问题。有的人认为人民币升值是好事情，而有的人认为人民币升值是坏事情，不同的人有不同的看法。那么，到底人民币升值是好是坏呢？对于普通百姓来说有多大影响？该如何对待人民币升值？

有的人认为人民币升值了，钱值钱了，老百姓出国旅游、买原装进口汽车、瑞士表更便宜了，大企业到国外吞并企业成本降低了……美国为什么下大力气逼迫人民币升值？难道美国人傻吗，让自己国家的钱不值钱？其实我们从日元相对美元的升值就能看到其中的道理。1985 年美、英、法、前联邦德国在纽约广场饭店举行会议，迫使日本签下了著名的《广场协议》，签字之前美元兑日元在 1 美元兑 250 日元上下波动，《协议》签订后，在不到 3 个月的时间里，快速下跌到 200 日元附近，跌幅 20%。到 1987 年最低到达 1 美元兑 120 日元，在不到三年的时间里，美元兑日元贬值达 50%，也就是说，日元兑美元升值一倍。日本人当时也以为自己一夜之间成为了富翁，但事实却是日本的经济所遭受的打击用了 20 年也没有缓过劲来！

人民币的升值对富人的好处确实是显而易见，如人民币对美元升值，以前 8.5 元人民币换一美元，现在不到 7 元就可换到，到国外去玩、去购置产业就更廉价了，显而易见富人手里的钱更

值钱。但对于指着工资生活的老百姓来说却没有多少好处，甚至带来坏处。以前买一个烧饼五毛钱不会因为人民币升值而变为四毛，相反境外游资来豪赌人民币升值，大量热钱促使物价上涨，这看看现在的房价就知道了。最要命的就是就业问题！外国企业到中国来办厂，是来挣钱的，图的就是低廉的劳动力成本，一旦人民币升值的幅度威胁到外国企业的利益（因为人员工资等费用是以人民币结算），他们就会撤资，去寻找更低廉的劳动力市场。还有就是不利于中国产品的出口。因为换汇成本问题，你的东西在国际市场上贵了，肯定影响到占有率。比如，升值前 1 美元等于 8 元人民币，升值后，1 美元只折合 7 元人民币，假设包子 1 元人民币 1 个，升值前，外国人用 1 美元本来能买 8 个包子，升值后，1 美元只能买 7 个包子了，也就是说中国的东西变贵了，那外国人就会不买你的东西，而去买更便宜的东西，因此，中国的出口量就要减少。这样一来，国内的企业特别是出口企业就更困难了。

总体来说，人民币升值是大势所趋，关键是如何升。其实，客观地说，人民币升值是一把“双刃剑”。升得恰到好处，则对我国有利；升得不好，则对我国有害。具体来说，有利的方面体现在以下几点：

(1)人民币升值给国内消费者带来的最明显变化，就是手中的人民币“更值钱”了。你如果出国留学或旅游，将会花比以前更少的钱；或者说，花同样的钱，将能够办比以前更多的事。如果买进口车或其他进口产品，你会发现，它们的价格变得“便宜”了，从而让老百姓得到更多实惠。

(2)有利于进口产业的发展。人民币升值以后，其购买能力就提升了，企业进口的成本就降低了。

(3)人民币升值可能意味着人民币地位的提高，中国经济在世界经济中地位的提升。一国货币的升值和贬值，是一国国力的象征，比如，近年以来，你到东南亚各国去旅游，只要带人民币就可以了。人民币并不能自由兑换，为什么东南亚各国会接受人民币呢？那是因为中国经济实力增强了，人民币获得了人们的认可和信任。这样，靠经济实力说话的人民币自然而然也就获得了更大的国际事务话语权。

人民币升值的弊端体现在以下几点：

(1)人民币升值会影响到我国外贸和出口。人民币升值，就会提高中国产品的价格，加大资本投入的成本，带来的是我国出口产品竞争力的下降，从而引发国内经济的不景气。

(2)人民币升值不利于我国引进境外直接投资。我国是世界上引进境外直接投资最多的国家，目前外资企业在我国工业、农业、服务业等各个领域发挥着日益明显的作用，对促进技术进步、增加劳动就业、扩大出口，从而对促进整个国民经济的发展产生着不可忽视的影响。人民币升值后，则对外资造成很大的影响。20 世纪 80 年代，台湾也曾经历过中国现在的压力，在港币对美元的汇率从 1: 40 涨到 1: 25 后，一些传统的低附加值产业，纷纷转移到东莞。同样，有专家分析，如果人民币升值，这些传统产业又会从东莞转移到像中亚、越南等更不发达的地区。本

来，中国还有很多地区，比如西部，可以容纳这些产业，但因为货币的调整是针对所有企业的，可能使得中国被迫提早经历产业空洞化的过程。

(3)人民币升值会加大国内就业压力。人民币升值对出口企业和境外直接投资的影响，最终将体现在就业上。因为我国出口产品的大部分是劳动密集型产品，出口受阻必然会加大就业压力；外资企业则是提供新增就业岗位最多的部门之一，外资增长放缓，会使国内就业形势更为严峻。

(4)人民币升值影响金融市场的稳定。人民币如果升值，大量境外短期投机资金就会乘机而入，大肆炒作人民币汇率。在中国金融市场发育还很不健全的情况下，这很容易引发金融货币危机。这就好比是一户本来很穷的人家，来了一个巨富亲戚，为他们带来了暂时的“富裕”生活，因而外人便因其阔而借给这家人巨资，不料这户人家的富亲戚突然消失，留给这户人家的只有高筑的债台，最终导致这家人崩溃破产。

人民币升值，有利又有弊。那么，对于普通大众来说，该如何应对人民币升值呢？面对人民币升值普通大众应当调整储蓄、投资和消费三大结构。

一是调整储蓄结构。多存人民币，少存美元。目前亚洲有四大流通货币——人民币、日元、韩元和新元，人民币是亚洲的主体流通货币，占流通量 40%以上，将来升值空间大。此外，可尝试到外资银行开展人民币储蓄业务。汇率放开之后，一些外国银行相继进入我国，普通大众可以拿出一部分人民币储蓄到外国银行，通过多元化储蓄来分散风险。

二是调整投资结构。普通大众因此不能全依靠储蓄来保值和增值，还可以考虑拿出一部分人民币购买不动产，比如山林、土地、房产等，因为实物保值比货币保值风险性更小。

三是调整消费结构。面对人民币的不断升值，人们就要调整自己的消费结构，多消费进口产品，多进行境外购物消费。

金融世界的“大地震”——次贷危机

对于任何一个关心经济领域的人来说，次贷危机这个名词是再熟悉不过了。因为从 2007 年开始，这个名词就频繁地出现在各种媒体上。次贷危机让强大的美国经济陷入了增速减缓的困境，甚至面临经济危机。在经济全球化的今天，美国经济的变脸牵一发而动全局，让全球众多国家的经济也陷入了危机。在中国，次贷危机也产生了很大的影响，如经济的下滑、通货膨胀、股市的暴跌等，都和次贷危机有关系。那么，什么是次贷危机呢？

次贷危机全称为次级房贷危机(subprime*lending*crisis)，是指发生在美国，因为次级抵押贷款机构破产而导致的投资基金被迫关闭，股市震荡反常剧烈的危机。次贷危机造成了全球金融市场流动性不足，包括美国、欧盟、日本等主要金融市场都受到其影响。

在美国，按揭贷款有三个层次。第一个层次是优质贷款市场，这个市场面对信用分数在 660 分以上的优质客户，主要提供传统的 15-30 年固定利率按揭贷款。第三个层次就是次级贷款市场，针对的是信用分数低于 620 分，没有收入证明与负债较重的人，主要是提供 3-7 年的短期贷款。至于第二层次就是“另类 A 级”(Alt-A)抵押贷款市场，主要是提供介于前两者之间的贷款。

次贷危机的产生，就是由于第三个层次的次级贷款市场出现问题。次级贷款市场面向收入证明缺失、负债较重的人，贷款人可以在没有资金的情况下购房，无须提供资金证明。这表面上来看，贷款银行似乎在做着善事，让那些低收入家庭能够有房可住。事实上，我们不能忘记任何公司都是逐利的，银行也不例外。这些银行推出的都是无本金贷款，三年、五年、七年可调整利率贷款，选择性可调整利率贷款等多种贷款方式。而这些贷款都有一个共同特点，那就是在还款的开头几年，每月的按揭支付很低而且固定，但是等到一定时间之后，还款压力就突然增加。这样做的危险性是显而易见的。但因为银行对资产价格有着极其强烈的上涨预期，而且这样做的利润空间很大，所以，就冒着极大的风险为低收入者提供贷款了。

银行将贷款贷给低收入家庭之后，它本身为了转移风险以及尽快网笼资金，以住房抵押为基础，对次级贷款进行了证券化，将这些贷款发行成债券，即次级债(MBS)。相应地，此类次贷债券的利率也高于普通的债券。因为利率高，于是很多国际投资机构，包括投资银行、对冲基金等都纷纷买入了次级贷款债券。

而投资银行更加富有创新意识，将次级债再次证券化，设计出次级抵押证券(CDO)，卖给全球的保险公司和对冲基金。保险公司和对冲基金再次转卖这些次级抵押证券，到了最后，风险已经蔓延到了全球的金融机构。

如果房价能够持续上涨，这样的利益链条是能够保持正常的。但是，从来就没有只升不降的资产价格，当经济进入滞胀，通胀泛滥，资产价格的下跌就无法避免了。从 2006 年开始，美国楼市开始出现下滑，房价开始下跌，次级贷款这个多米诺骨牌随之倒塌，无数家庭无法偿还贷款，大量的违约房产被银行收回拍卖，导致了贷款银行的巨额亏损，投资银行也无法幸免，花旗、美林、瑞银、摩根士丹利等著名投资银行也爆出巨亏。这就是席卷全球的次贷危机了。

随着中国经济和世界经济的联系越来越紧密，次贷危机对中国经济的影响也就非常显著。虽然中国金融机构持有美国次贷金融产品的规模有限，但次贷危机的间接影响不容忽视。

首先，次贷危机造成美国进口需求下降，以及美国政府应对危机而导致的美元大幅贬值，严重恶化了中国出口行业的外部环境。统计显示，2008 年上半年中国出口增速比去年同期放缓 5.7 个百分点，其中纺织品服装出口额换算成人民币，增幅回落 11.6 个百分点；部分中小企业尤其是以出口为主的企业生产经营压力加大，全国有 6.7 万家规模以上中小企业亏损。

其次，由于美联储进入了降息周期，而中国央行在通胀压力下不得不实施从紧货币政策，加剧了人民币相对于美元的升值预期，吸引了大量的国际热钱流入中国套利。大量热钱的涌入一

方面造成外汇储备迅猛增长(2008年上半年我国外汇储备新增 2806 亿美元,总额达 1.8 万亿美元),强化了人民币升值预期;另一方面加剧了国内流动性泛滥的局面,推动通胀率和资产价格上升。

再次,次贷危机的爆发改变了全球投资者的风险偏好,推动了全球范围内的金融产品价值重估,增加了金融市场的波动性,这也是造成目前中国股市与房地产市场波动性加大的原因之一。

最后,美元贬值推高了全球能源与初级产品价格,这将通过 PPI 的上涨(我国的 PPI 从 2007 年 10 月份开始上升,到 2008 年 2 月份达 6.6%,创 3 年新高),最终传递到中国的 CPI(2008 年 2 月份达到峰值 8.7%)。

新世纪第一场全球经济大动荡——金融危机

对于全球经济来说,进入新世纪的第八个年头是一个悲惨的年份。由于次贷危机的影响,多米诺骨牌效应逐渐显现,继 4 月份贝尔斯登破产被托管后,7 月份两房——房地美与房利美危机爆发引发民众疯狂挤兑潮,9 月初美国政府被迫承诺接管两房;9 月 15 日,美国第四大投行雷曼兄弟宣布破产,同时,美林证券也被美国银行收购;最后,美国五大投行仅剩的两巨头摩根士丹利和高盛被迫转型为银行控股公司。至此,美国次贷危机全面升级为全球性的金融危机。

金融危机又称金融风暴,是指一个国家或很多国家与地区的全部或大部分金融指标(如短期利率、货币资产、证券、房地产、土地价格、商业破产数和金融机构倒闭数)的急剧、短暂和超周期的恶化。其特征是人们基于经济未来将更加悲观的预期,整个区域内货币币值出现幅度较大的贬值,经济总量与经济规模出现较大的损失,经济增长受到打击。往往伴随着企业大量倒闭,失业率提高,社会普遍的经济萧条,甚至有些时候伴随着社会动荡或国家政治层面的动荡。

可以说,金融危机是资本主义经济危机固有的内容,20 世纪 30 年代的世界经济大恐慌,更是以严重的金融危机为先导。1994 年的墨西哥金融危机和 1997 年的亚洲金融危机都先发生于资本主义世界。可见,金融危机有其制度根源,是资本主义危机。金融危机的可能性存在于市场经济固有的自发性的货币信用机制,一旦金融活动失控,货币及资本借贷中的矛盾激化,金融危机就表现出来。这次美国金融危机的爆发就是很好的证明。

从表面上看,美国金融危机是由住房按揭贷款衍生品中的问题引起的,其实有更深层的原因。中国人民银行研究员邹平座认为,美国金融危机发生的深层原因有两个:美国金融秩序与金融发展失衡、经济基本面出现问题。

1. 金融秩序与金融发展、金融创新失衡,金融监管缺位,是美国金融危机的重要原因。一个国家在金融发展的同时要有相应的金融秩序与之均衡。美国在 1933 年大危机以后,出台了《格拉斯-斯蒂格尔法》,实行严格的分业监管和分业经营。在随后近 60 年里,美国金融业得到了前所未有的发展,但在其高速发展的同时,金融市场上的不确定性相应增加。1999 年美国国会

通过了《金融服务现代化法案》，推行金融自由化，放松了金融监管，并结束了银行、证券、保险分业经营的格局。结果造成金融活动逐渐失控。

此外，金融生态中的问题，也助长了金融危机进一步向纵深发展。金融生态本质上反映了金融内外部各要素之间有机价值关系，美国金融危机不仅仅是金融监管的问题，次贷危机中所表现出的社会信用恶化、监管缺失、市场混乱、信息不对称、道德风险等，正是金融生态出现问题的重要表现。

从 1999 年开始，美国放松金融监管使金融生态环境不断出现问题。金融衍生品发生裂变，价值链条愈拉愈长，终于在房地产按揭贷款这一最薄弱的环节发生断裂，引发了次贷危机。华尔街在对担保债务权证(CDO)和住房抵押贷款债券(MBS)的追逐中，逐渐形成更高的资产权益比率。各家投资银行的杠杆率变得越来越大，金融风险不断叠加，并被无限放大。

2. 美国经济基本面出现问题，从而加速了金融危机的爆发。20 世纪末到本世纪初，世界经济格局发生了重大调整，世界原有的供需曲线断裂，出现了价格的上涨。美国采取了单边控制总需求的办法，使得原有的供给缺口不断扩大，物价持续上升，就业形势出现逆转，居民收入和购买力下降。

另外，在过去 60 年，美国经济增长和国内消费超出了本国生产力的承受能力。一方面，美国在实体经济虚拟化、虚拟经济泡沫化的过程中，实现不堪重负的增长；另一方面，美国把巨额的历史欠账通过美元的储备货币地位和资本市场的价值传导机制分摊到全世界。这增加了美国经济的依赖性，动摇了美国经济和美元的地位和人们对它们的信心。

次贷危机爆发之前美国政府出台的一系列限制进出口的法案和政策，是导致经济环境走弱的直接因素。在进口方面对发展中国家制造各种贸易壁垒，在出口方面又对技术性产品设限，这些政策直接推动了美国物价的上涨，减少了美国的就业机会，抑制了国内的经济创新动力，这也是金融危机爆发的重要诱因。

这次金融危机极大地削弱美国的实力。其一，体现在对全球资本市场的控制力方面。在金融危机中大量的美国投资银行、对冲基金、私人股权基金遭到严重的打击，这些投资机构首先崩溃，没有人再敢买美国的金融产品了，马上就会造成信贷紧缩。接下来一大批相关的企业倒闭，对美国的经济实力影响相当大。。

其二，体现在软实力方面。过去 20 年间，整个美国经济体系都是以金融这个核心来运转，这个体系被认为是经济发展的最佳样板。人们甚至认为美国模式已经战胜了周期波动。现在，这个经济体系按照美国人最为自豪的“市场规律”崩塌了，以从繁荣到萧条，从金融到实体的顺序。这对美国的硬软实力都有相当大的损害，特别是许多新兴市场经济国家，以美国金融模式作为改革样板，现在要认真思考一下这个样板的作用，美国的榜样力量要打一个大折扣。

这次金融危机不但重创了美国，更是对全球的经济造成了严重的冲击。在全球金融一体化的今天，作为世界风向标的美国，打个喷嚏连全球都要跟着感冒，更不要说如此严重的金融危机。

对此，经济学家章玉贵说：此轮全球金融风暴在将美欧金融业十年来取得的成就毁灭大半的同时，更有可能将全球经济周期拖入寒冷的“失落十年”。

金融危机冲击下的国家级灾难——国家破产

2008年10月6日，冰岛总理哈尔德通过电视讲话，对全体国民发出警报。“同胞们，这是一个真真切切的危险。在最糟的情况下，冰岛的国民经济将和银行一同卷进漩涡，结果会是国家的破产。”此时，他面对的冰岛不再是这个世界最美丽干净、金融高度发达的天堂，而是一个外债超过1383亿美元、本国货币大幅贬值的黑色乌托邦，昔日在全世界过得最幸福的冰岛人生活在国家破产、朝不保夕的恐惧中。

冰岛人口只有32万，过去仅靠渔业支撑，但是在20世纪90年代，全世界进入一个连续10余年高速增长的黄金年代。冰岛的银行体系此时迅速萌芽并以疯狂的速度扩张。它们在全球各地成立分行，发放了大量的贷款，银行因此成为冰岛经济的最强支柱。截止到2008年6月30日，冰岛三大银行的资产规模总计达到14.4万亿克朗，约合1280亿美元。与之相比，2007年冰岛的国内生产总值(GDP)仅为1.3万亿克朗。

银行资产的大量累积，让冰岛人尝到了甜头，这个小国人均GDP占到世界第四，美丽洁净的环境、优厚的福利政策让这里成为一方世人向往的“幸福乐土”。但是当金融危机袭来时，这个国家才发现他们原来正是巴菲特所说的“裸泳者”。总理哈尔德承认，由于冰岛银行产业几乎完全暴露在全球金融业震荡波中，冰岛面临“国家破产”。

在日常生活中，我们会经常听到哪个公司或企业破产了，倒闭了，可从来没有听说过哪个国家会破产。但这种现象现在却真实地出现了，冰岛由于金融危机的冲击，严重地资不抵债，濒临破产的边缘。

随着美国金融危机的加剧，加入将要破产困境的国家越来越多。全球信用评级机构标准普尔发布评级报告（警告），面临“国家破产”边缘的国家还有一长串。

当然，国家破产的概念不是特别严格，从理论上说，一个经济单位，小到家庭，大到国家，如果资不抵债就是陷入了破产的境地。但是国家和其他单位不同，国家手上第一有苛税权，第二有发钞票的权力，第三有举债权，有这三权在就使得他不可能实际地破产。但是在西方国家这样一个已经破产的事实，可能会导致政府更迭，但是国家破产不太可能。应该这样来看，这里用国家破产这个词说当前的事，表明了问题的严重性。

对此，著名经济学家徐东华认为，所谓的国家破产实际上也就是对于一个国家经济状况的一种描述。他说：“国家破产，是说一个国家在一定时间段里的经济情况，首先，就是出现大量的财政赤字、对外贸易赤字；其次，就是出现大量外债；最后，该国家没有偿还外债的能力，同时也没有改善国内经济状况的办法。在这种情况下，我们就可以说这个国家要破产了。”

面对一个个国家纷纷陷入破产危机，如何拯救它们，也同样成为迫在眉睫的任务。早在 2000 年，国际货币基金组织(IMF)的第一执行总裁克鲁格女士曾提出过一个解决机制，将 IMF 的地位放在了国家破产解决程序的核心地位，但是很明显，这一方案遭到了所有国家的反对。两年后，IMF 再次提出一个改进后的方案，该条款从法律上允许债权人中的一个“绝大多数集体”（占债权人总量的 60%-70%）可以进行债务重组，同时该重组须将其余的债权人包括在内，而 IMF 只起到监督和最后仲裁的作用。

为了应对当年的阿根廷债务危机（阿根廷当年的债务危机与现在所说的“国家破产”几乎相同），美国政府也提出过相应的解决方案，但实际上也没有起到任何作用。

著名专家学者曹凤岐认为，要挽救国家破产的危局，就必须从国内、国际多方面寻求解决的办法和渠道：“第一，是国际求助，比如这次冰岛向俄罗斯寻求贷款：从国外获得帮助来缓解自己的压力；第二，就是通过谈判解决债务问题，比如上一次拉美国家的债务危机，进行国际谈判，对那些无法偿还的债务进行免除、延期等措施，这也是一种缓解危机的办法；第三，就是要发动国内民众共度难关。只有国际、国内多方面共同地努力和配合，才能真正起到挽救的效果。”

谁到底是上帝的手——市场失灵

面对愈演愈烈的全球金融危机，2008 年 10 月 8 日，美联储和欧洲央行、英国央行、加拿大央行、瑞典央行、瑞士央行进行史无前例的紧急协同减息，以缓解金融危机对经济的影响。

各大央行关于降息的联合声明全文：

为了应对目前的金融危机，各国央行已进行长期紧密磋商，并已采取了提供流动性支持、减缓金融市场紧张状况等前所未有的联合行动。

一些国家的通货膨胀压力已经减缓，原因是能源和其他商品价格大幅下降。通货膨胀预期已逐渐缩小，但仍对物价稳定有重要意义。最近金融危机的恶化，增大了经济成长的下行风险，同时也减小了通货膨胀的上行风险。

因此，鉴于部分放松全球货币政策的条件已经成熟，加拿大央行、英国央行、欧洲央行、美国联邦储备银行、瑞典央行和瑞士央行今天共同宣布，降低基准利率。

同时，中国央行积极响应救市，也宣布从 2008 年 10 月 15 日起下调存款类金融机构人民币存款准备金率 0.5 个百分点，从 2008 年 10 月 9 日起下调一年期人民币存贷款基准利率各 0.27 个百分点，其他期限档次存贷款基准利率作相应调整。

全球主要央行联手应对金融危机，共同挽救市场，说明全球经济面临巨大的危险。这说明市场已经失灵，需要政府进行干预，以度过危机。

一直以来，每当市场出现危机的时候，始终充斥着关于救市还是不救市的争论。赞成救市的一方认为，市场短期出现大幅暴跌远超出基本面因素的影响，是非理性的，市场崩溃会引发更为严重的后果；反对的一方认为，市场有自身的运行规律，政府干预市场只能延缓危机的发生，反而不利于金融市场的长期发展，不符合市场经济规律。

其实，全球金融市场的发展过程中历经过无数次的危机与灾难。每一次灾难都源自人性的贪婪，但每一次人类也都用智慧与勇气战胜灾难。神奇的市场拥有超强的修复能力，往往被称做“看不见的手”，指挥着经济个体的行为。然而，市场不是万能的，由于信息不对称等原因的存在，市场经常会出现失灵的现象。当金融市场出现危机并有可能进一步引发更大危机的时候，各国政府都会进行直接或间接的干预。不管是在发达的金融市场还是欠发达的金融市场，无一例外。与市场这只“看不见的手”相比，政府干预就是一只“看得见的手”。当“看不见的手”失灵的时候，通过“看得见的手”来进行矫正，当然是最有效的手段。

从美国陷入次贷风波并引发更为严重的金融危机的过程来看，美国政府从来没有停止过政府干预行为。而且，与历次金融危机的应对手段相似，美国政府依然采取了以直接向金融市场注资为主的救市举措。注资是美国走出历次金融危机中不可或缺的一个环节。通过政府的引导和干预，市场开始逐步实现自身的修复功能，并最终度过危机。

对于如何应对全球性的金融危机，G30主席雅各布·弗兰克尔表示，面对金融市场失灵和信用市场失效，现在，真正的问题已不只是流动性不足或流动性定价问题，而是怎样使用流动性，解决方案则在于恢复信心和信任。

关于如何恢复市场信心，雅各布·弗兰克尔指出，鉴于金融危机引起的问题不是某个城市、某家银行或某个国家的问题，而是全球金融体系的系统性问题，因此需要系统性的解决方案。在方案实施上，一是不可单纯依靠投资者和投资机构良我的约束力，而需加强监管体系。从以往的经验教训来看，大部分投资者和投资机构不是健忘，就是“失忆”。稳健推进自由市场经济，必须建立在严格约束的基础之上。二是全球金融监管体制面临革新需求。当前，经济、金融一体化使得各国金融市场相关性加强，某一市场失灵将会殃及全球市场。然而，现有的监管体系仍是各自为政，监管政策的出台主要是基于本国国内因素和利益考虑。为保证国内利益与国际市场需求的一致，便需要国际间的协作与协调。

你找到工作了吗——失业现象

就业是民生之本，而民生则是人民大众之生计，通俗地讲，就是养家糊口，混口饭吃。能继承祖辈基业而无须为温饱奔波的人是少数的，绝大多数人都需要社会上寻找一个岗位，出卖劳动力换生存。生存是个沉重的话题，要生存我们必须找工作。

可以说，就业是一个非常敏感的问题，也是人民大众非常关心的问题。因为就业问题牵扯到每一个人的切身利益，也牵扯到社会的安定团结。所以，就业不论是在经济学教科书里还是在

决策层案前都是一个重要课题。不管是发达国家还是发展中国家都很重视就业，尤其是进入 20 世纪 90 年代以来，随着经济全球化速度加快和新一轮经济结构调整，结构性失业和摩擦性失业人数大量增加，不少国家就业形势极为严峻。进入 21 世纪后，随着我国改革进一步深入展开，就业问题已不仅仅是单纯的经济问题，而更成为不容回避的社会问题。

在经济学范畴中，一个人愿意并有能力为获取报酬而工作，但尚未找到工作的情况，就被认为是失业。失业率是劳动人口里符合“失业条件”者所占的比例，旨在衡量闲置中的劳动产能。

失业率的计算方法为：失业率=（失业人口÷劳动人口）×100%

实际上，确定确实在找工作的失业人员数量是非常困难的，特别是在找到工作前失业救济金已经过期的那些人的数量。

失业的历史就是工业化的历史。在农村这并不被看做是一个问题，尽管农村劳动力的隐性失业人员几乎没什么事可做，特别是在人口过剩的情况下。

造成失业的原因很多，因此失业的结构与变动情况是观察重点。失业可分为：

(1)摩擦性失业：指人们在寻找工作或转换工作过程中的失业现象。例如，年轻人在找到自己满意的职业并长期投入之前，常常会更换几次工作；或者由于居住地的变更而更换工作等。摩擦性失业最终的表现形式即求职者找不到满意的工作，用人单位也找不到自己需要的人才，造成就业难和招工难并存的现象。现在好多大学生毕业后找不到合适的工作，就属于这种情况。

一般来说，增加职业训练计划与提高信息沟通（使失业者能确实掌握就业机会）可降低这方面的失业。

(2)结构性失业：指市场竞争的结果或者是生产技术改变而造成的失业。例如，新型的计算机产业正在大力招兵买马时，炼钢工人却因为钢铁业的衰落却面临失业；同样，当繁荣的经济特区虚位待人时，而老工业区的许多工人却正在丢掉饭碗。这种因结构性失业而造成的失业者，往往要忍受长时间的失业痛苦，因为钢铁工人很难在短短几个月时间内培养成计算机程序员。

由此可见，结构性失业通常较摩擦性失业持久，因为结构性失业常表示人员需要再训练或是迁移才能找到工作。

(3)季节性失业：指由于某些行业生产条件或产品受气候条件、社会风俗或购买习惯的影响，使生产对劳动力的需求出现季节性的波动而形成的失业。例如，雪糕厂在销售淡季裁减员工，因此而造成的失业者就是季节性失业。

对季节性失业人员的职业指导应侧重于信息服务，指导他们在淡季以灵活的形式（如非全日制工作）临时就业。

(4)周期性失业：指由于整个经济周期波动造成劳动力总需求不足产生的失业。它一般出现在经济周期的萧条阶段。这种失业与经济中周期性波动是一致的。在复苏和繁荣阶段，各厂商争

先扩充生产，就业人数普遍增加。在衰退和谷底阶段，由于社会需求不足，前景暗淡，各厂商又纷纷压缩生产，大量裁减雇员，形成令人头疼的失业大军。

例如，你是一家空调生产厂商的职员。随着经济衰退周期的来临，人们的收入减少，买空调的人也就越来越少。这时，你们所生产的空调就会在仓库里越堆越多，老板的脸色一天比一天难看。直到有一天，老板面色沉重地宣布：为了挨过危机，企业不得不裁员。于是，你就成了周期性失业者。而且你会发现，你周围有很多人也都和你一样失业了。

失业是普遍存在的现象，不管是在哪个国家，都会有失业者。一般来说，人们都不愿失业，都认为失业是一种不好的现象。但不少西方经济学家认为，一个合理的失业率及其失业现象的存在，是促进社会发展所必需的条件之一。

比如说，现在我国大学生失业的现象比较严重，但大学生失业现象对整个社会也并非一无是处，而是有着一定的积极意义。“水往低处流，人往高处走。”而只有通过自由流动，人力资源才能实现最佳配置，资源利用效率才会尽可能地提高。从人力资源配置的角度看，大学生失业现象是人力资源自由流动的结果，反过来，也为人力资源的自由流动扫除了障碍，创造了更充分的条件，同时也具有一定的人才储备作用。从这个意义上说，大学生失业现象并非完全是人力资源的浪费，相反在某种程度上能够促进人力资源最优配置。

收入高的人为什么多交税——累进税

税收的一个重要功能就是调节收入差距。其原则是从富人那里多征一点，用于帮助低收入阶层的教育、医疗、市内交通等开支。一般所采取的办法是累进税。即按照课税对象数额的大小，规定不同等级的税率。课税对象数额越大，税率越高；课税对象数额越小，税率越低。通俗地讲，就是谁收入越高，谁交的税就越多。比如，王先生和李先生是某公司的职员，王先生是普通销售员，每月实发工资 3500 元。李先生是销售经理，每月实发工资 5000 元。李先生就要比王先生多交个人所得税。

累进税率的形式有全额累进税率和超额累进税率。

1. 全额累进税率简称全累税率，即征税对象的全部数量都按其相应等级的累进税率计算征税额。

采用全额累进税率进行征税，方法简单，易于计算。但在两个级距的临界部位会出现税负增加不合理的情况。例如，甲月收入 1000 元，适用税率 5%；乙月收入 1001 元，适用税率 10%。甲应纳税额为 50 元，乙应纳税额为 100.1 元。虽然，乙取得的收入只比甲多 1 元，而要比甲多纳税 50 元，税负极不合理。这个问题，要用超额累进税率来解决。

2. 超额累进税率。超额累进税率简称超累税率，是把征税对象的数额划分为若干等级；对每个等级部分的数额分别规定相应税率，分别计算税额，各级税额之和为应纳税额。超累税率的“超”字，是指征税对象数额超过某一等级时，仅就超过部分，按高一级税率计算征税。

例如，我国个人所得税的起征点原来是 1600 元，从 2008 年 3 月份起是 2000 元，使用超额累进税率的计算方法如下：缴税=全月应纳税所得额×税率-速算扣除数全月应纳税所得额=（应发工资-五险一金）-2000 实发工资=应发工资-五险一金-缴税应用税率如下表：

以上面所列举的王先生和李先生为例，王先生应缴个人所得税= $(3500-2000) \times 15\% - 125 = 100$ 元；李先生应缴个人所得税= $(5000-2000) \times 15\% - 125 = 325$ 元。在这里，李先生比王先生收入高 1500 元，就要多交 225 元的个人所得税。

累进税率的特点是税基越大，税率越高，税负呈累进趋势。在财政方面，它使税收收入的增长快于经济的增长，具有更大的弹性；在经济方面，有利于自动地调节社会总需求的规模，保持经济的相对稳定，被人们称为“自动稳定器”；在贯彻社会政策方面，它使负担能力大者多负税，负担能力小者少负税，符合公平原则。累进税的这些优点，决定了其为多国所采用。

消费 PK 节俭——节俭悖论

王先生是一家外企的高级管理人员，收入丰厚，家庭生活富足。可是王先生却常常因两个人的花钱而生气，一个是他的父亲，另一个是他的儿子。这生气不是因为别的，却是因为父亲的过分节俭和儿子的过度消费。

王先生的父亲是一个十分节俭的人。虽年已七旬，但勤俭的习惯却一直未改。为了节省一点电费，他的父亲看电视时是从来都不开灯的，空调从装上到现在如果不是王先生去他那里开上一会儿的话，他自己是舍不得开的。当王先生因此而说几句时，他的父亲总是说：“咱住在二楼这么阴凉，如果再開空调，浪费电不说，凉得也实在让人受不了。”为了防止蚊子咬他，王先生专门给父亲买了一盒蚊香让他记着晚上睡觉前点上。可他的父亲总是说：“不点也罢。过去在农村，有谁点蚊香？人湊睡了自然就会睡着，这么大个人还在乎蚊子咬两口。”为了能免费理发，他的父亲能从城西步行到城东找义务理发摊儿。为了省钱，他的父亲不仅坚持自己蒸馒头，而且也很少买菜，常常是逛菜市场时顺便就捡上一些菜回来。父亲过生日时王先生说到饭店里去吃顿饭，可他却说：“还是在自己家吃实惠，割斤肉，擀点儿面，比去饭店吃强多了。”

与父亲形成鲜明对比的是王先生的儿子。为了玩游戏，硬是让他妈给买了一台好电脑，游戏光盘一买就是好几盘儿。想弹吉他，就让他妈给买了一把吉他，还专门请了老师教他。到了夏天，儿子是进门就开空调，冰箱里好点的冰糕都是为他准备的。早上他动不动就要去喝两三块钱一碗的羊肉汤。中午和晚上没有肉他是不会动筷子的。就这还不算，双休日他还总要王先生带他去饭店里撮一顿。对此，王先生没有少说儿子，可是儿子却振振有词：“现在提倡消费，国家领

导人都说要扩大内需，我们应该响应党的号召，为社会多作贡献。而且，您和我妈的收入也不应该在乎这点支出。”

王先生非常矛盾，常因父亲过分的节俭而心疼地责怪他，但对儿子的过度消费虽然生气却又无可奈何。

其实，王先生在这里就遇到了一个经济学问题——节俭悖论。

18 世纪，荷兰的曼德维尔博士在《蜜蜂的寓言》一书中讲过一个有趣的故事。一群蜜蜂为了追求豪华的生活，大肆挥霍，结果这个蜂群很快兴旺发达起来。而后来，由于这群蜜蜂改变了习惯，放弃了奢侈的生活，崇尚节俭，结果却导致了整个蜜蜂群体的衰败。

蜜蜂的故事说的就是“节俭的逻辑”，在经济学上叫“节俭悖论”。在西方经济学说史上，节俭悖论曾经使许多经济学家备感困惑，但经济学家凯恩斯从故事中却看到了刺激消费和增加总需求对经济发展的积极作用，受此启发，他进一步论证了节俭悖论。

凯恩斯是 20 世纪最有影响的经济学家，一生对西方经济学作出了极大贡献，一度被誉为资本主义的“救星”、“战后繁荣之父”。“节俭悖论”就是他最早提出的一种理论，也称为“节约反论”、“节约的矛盾”。

如何解读这个悖论呢？我们都知道，节俭是一种美德，是个人积累财富最常用的方式。如果某个家庭能勤俭持家，减少浪费，增加储蓄，那么这个家庭往往可以致富。但是，根据凯恩斯的总需求决定国民收入的理论，节俭对于经济增长并没有什么好处。实际上，这里蕴涵着一个矛盾：公众越节俭，降低消费，增加储蓄，往往会导致社会收入的减少。因为，人们的收入通常有两种用途——消费和储蓄，而消费与储蓄成反方向变动，即消费增加储蓄就会减少，消费减少储蓄就会增加。所以，储蓄与国民收入呈现反方向变动，储蓄增加国民收入就减少，储蓄减少国民收入就增加。根据这种看法，增加消费减少储蓄会通过增加总需求而引起国民收入增加，就会促进经济繁荣；反之，就会导致经济萧条。由此可以得出一个蕴涵逻辑矛盾的推论：节制消费增加储蓄会增加个人财富，对个人是件好事，但由于会减少国民收入引起萧条，对整个国民经济发展却是件坏事。

节俭悖论告诉我们：节俭减少了支出，迫使厂家削减产量，解雇工人，从而减少了收入，最终减少了储蓄。储蓄为个人致富铺平了道路，然而如果整个国家加大储蓄，将使整个社会陷入萧条和贫困。也就是说，在资源没有得到充分运用、经济没有达到潜在产出的情况下，只有社会每个成员都尽可能多地消费，整个经济才能走出低谷，迈向更加充分就业、经济繁荣的阶段。

凯恩斯还说明了，需求增加所引起的 GDP 的增加一定高于原来需求的增加。这被称为“乘数效应”。比如说，需求增加了 1 亿，但最后 GDP 的增加一定大于 1 亿。这是因为各种物品有互补性，国民经济各部门之间是相关的。比如，富人买别墅花了 1 亿，GDP 增加了 1 亿。住在别墅里一定要有汽车，买车又用了 1000 万。买汽车要买汽油、买保险，购买各种服务（使用高速公路，维修等）又要用 1000 万。仅就这些支出已达 1.2 亿元。用于买别墅的 1 亿元带动了建筑、

装修等行业，这些部门的人收入增加，消费增加。用于买汽车和相关物品与劳务支出的 1000 万元也带动了这些行业的人收入和消费增加。住房和汽车又带动了钢材、水泥、机械等行业。这样一轮一轮带动之下，整个经济 GDP 的增加肯定不止原来买别墅的 1 个亿。在这个过程中，经济发展了，所有的人——无论是作为股东和高管的富人，还是作为管理和技术人员的中等收入者，以及低收入者工人——都会受益。

在经济学中一加一不一定等于二。也就是说，对单独个人有益的事情不一定因而就对全体有益；在有些情况下，社会成员个人的精明可以是整个社会的愚笨。解决节俭悖论的这一现实存在于经济是否处于萧条的水平这一问题之中。在一个古老的社会中，我们总是处在充分就业状态；因此，我们把国民产品用于当前消费越多，可用于资本形成的产品就越少。如果产出可以假定总是处在其潜在水平，那么传统的节俭理论就是绝对正确的，即从个人和从社会角度来说都是正确的。也就是说，节俭悖论的存在，是有它的社会经济条件的特定条件的，并不是说任何时候都如此。

总之，我们要辩证地看待节俭和消费的问题。像本书开头案例中王先生的父亲和儿子，他们的观点都对，但又都不全对。这里关键是一个度的把握问题。节俭是中华民族的传统美德，但并不是不去消费；而消费也不是奢侈地去浪费。我们要大力提倡理性消费，也要理直气壮地反对盲目消费。

你买，我也跟着买——示范效应

在日常生活中，我们常常会发现这种现象：当你的同事或者邻居买了某种商品，引得其他人羡慕的时候，你也会跟着购买这种商品。

一次出差，张娜与另外一个部门的同事刘婷婷结伴而行。刘婷婷是一位性格活泼开朗的女孩，结识刘婷婷，也让张娜觉得这次枯燥的出差有了新的乐趣。出差的间隙，张娜和刘婷婷少不了安排在空闲的时间到当地的商场去购物，刘婷婷的出手大方也给了张娜不小的触动。

“平时一般购物，我都喜欢挑选一些中等价位的产品，普通的衣服一般在几百元，很少有四位数的；购买化妆品，也是挑一些自己可以承受的二线品牌，既实惠质量也不差。”可是与和自己收入相当的刘婷婷相比，张娜不由得自惭形秽起来，觉得自己简直太“小儿科”了。“刘婷婷出手很阔绰，七八百元的化妆品，上千元的衬衫，四五千元的皮包，她买起来似乎眼睛都不眨，还连呼当地的商场比上海的便宜，动员我一起血拼。”可是在张娜看来，这些打折后的商品尽管比上海的便宜一些，也远远超过了她的消费能力。

“可是毕竟是刚刚认识的新同事，而且我和刘婷婷的收入差不多，我要是太寒酸不是被别人笑话？”出于爱面子的心理，张娜也放开胆子花掉自己近半个月的收入，购买了一只名牌皮包。

从商场回来，张娜就后悔了。和刘婷婷快乐的单身生活不一样，张娜去年新婚，每个月还要和丈夫一起偿还一笔不小的按揭款，可是买一个手提包就花掉了自己半个月的薪水，想想下个月去偿还信用卡的情景，张娜就开始有点担忧。

其实偶尔购买了一件“奢侈品”也算不了什么大事，对张娜来说更重要的是，自己的消费心态受到了不小的影响。“女性之间难免进行攀比，想想同事和自己的收入差不多，购物时那么爽快，我心里就开始有点不平衡，为什么我不能像刘婷婷那样把自己的消费水平提高一个层次呢？”

由此可见，人们的消费行为不但受收入水平的影响，而且受其他人——主要是那些收入与其相近的人——消费行为的影响。这就是示范效应在起作用。

示范效应这个名词最早是心理学家对人类行为研究所作的总结，现在已广泛地被经济学家用于研究人的经济行为，尤其是人类的消费行为

示范效应往往是双向的，这就是所谓“坏”榜样和“好”榜样所起的影响。从动态上看，示范效应最终会使少数成为主流。

那么人们最终为什么会形成这种主流趋势呢？从诺贝尔经济学奖获得者加利·伯克尔的著作《口味的经济学分析》中的理论，可以得到解释。

说来非常有意思，伯氏理论的获得竟和他经常陪太太去餐馆有密切关系。当时，在加利福尼亚有两家海鲜餐馆。伯克尔发现他太太总有一个非常奇怪的行为，就是在两家餐馆中，她总选座位被占满的那家。而在伯克尔看来，两家餐馆质量完全一样，差别在于，其中一家餐馆人多，而另一家人少得可怜。为什么会出现这种情况呢？

经过细心的观察研究，伯克尔得出了后来获诺贝尔奖的基础理论之一：理性的人们支持他们自己的生活方式，也就是说，是否理性取决于生活的方式……因此，不可能存在一个其行动对于每个人都是理性的行动集。也就是说，消费者对某些商品的需求，取决于其他消费者对这些商品的需求，简称消费的示范效应。

确实如此，消费者在认识和处理自己的收入与消费及其相互关系时，会和其他消费者相比较。例如，单位组织向贫困地区捐款，这对捐款的人来说当然是消费支出。有些人在这时不一定是看自己收入的高低，而是会先看看周围的人捐了多少。他们会根据自己的判断，觉得自己应该跟哪些人捐一样多。即使他的收入高点，他也不会多捐，他担心有出风头的嫌疑。即使他的收入较低，他也要向某一部分人看齐，甚至会“打肿脸充胖子”，他不愿意别人说他小气。从理论上讲，这里所表现的就是消费的示范效应。这就使我们看到消费者分成了许多群体，有许多消费者自觉不自觉地把自己算在一定的群体内，他的消费向这个群体内的其他人看齐。

在市场环境下，特别是在商品供应比较丰富的情况下，消费的示范效应表现得越来越明显，对市场供求关系起着比较大的影响，比如说有人看到别人的衣服漂亮，不管自己穿着好不好看，

也要千方百计买一套穿在自己身上。“名牌效应”也是示范效应的典型现象，这完全可以解释为什么各种商家要不惜重金聘请“明星”做商品广告的缘故了。

在现代社会中，示范效应随时都左右着人们的经济生活，以及消费习惯。当消费者看到有些人因收入水平或消费习惯的变化而购买高档消费品时，尽管自己的收入没有变化，也可能仿效他人扩大自己的消费开支，或者在收入下降时也不愿减少自己的消费支出。示范效应甚至可以跨越国界，当某国居民接触到别国居民购买高档消费品时，他们可能会仿效别国居民从而改变自己的消费习惯。于是，消费的示范效应会造成低收入水平国家居民的消费需求远远超出他们正常的水平，从而导致储蓄不足和国际收支严重逆差等问题。

信息经济时代新法则——长尾理论

在日常经济生活中常有一些颇有趣味的商业现象：

与人们预料中的情况正好相反，在网上书店亚马逊的销量中，畅销书的销量并没有占据所谓的 80%，而非畅销书却由于数量上的积少成多，而占据了销量的一半左右。

投向 1000 个活跃博客的广告，其效果有可能不亚于投向大型网站的效果，尽管每个博客的读者可能只有几十人。

彩铃等数字音乐的出现，让身受盗版之苦的中国唱片业，找到了一个陡然增长的、心甘情愿地进行多次小额支付的庞大用户群。此前，有意愿、有能力进行金额可观的正版音乐消费的客户群，其数量少得可怜。

这些商业现象对人们的传统观念造成了很大的冲击。在这些故事中蕴涵着一种新的理论——长尾理论。

长尾理论是网络时代兴起的一种新理论，由美国人克里斯·安德森提出。长尾理论认为，由于成本和效率的因素，过去人们只能关注重要的人或重要的事，如果用正态分布曲线来描绘这些人或事，人们只能关注响线的“头部”，而将处于曲线“尾部”、需要更多的精力和成本才能关注到的大多数人或事忽略。例如，在销售产品时，厂商关注的是少数几个所谓“VIP”客户，“无暇”顾及在人数上居于大多数的普通消费者。而在网络时代，由于关注的成本大大降低，人们有可能以很低的成本关注正态分布曲线的“尾部”，关注“尾部”产生的总体效益甚至会超过“头部”。我们都知道冰山理论，用冰山理论来形容长尾部分的巨大价值是再适合不过了。长尾的世界就好像是一座海上冰山，露出海面的部分就是大热门，但是在海面下是巨大的冰山基层，这一部分远比海上冰山的部分要大得多。例如，Google 就是一个最典型的“长尾”公司，其成长历程就是把广告商和出版商的“长尾”商业化的过程。数以百万计的小企业和个人，此前他们从未打过广告，或从没大规模地打过广告。他们小得让广告商不屑，甚至连他们自己都不曾想过可以打广告。但 Google 的 AdSense 把广告这一门槛降下来了：一方面广告不再高不可攀，它是

自助的，廉价的，谁都可以做的；另一方面，对成千上万的 Blog 站点和小规模的商业网站来说，在自己的站点放上广告已成举手之劳。Google 目前有一半的生意来自这些小网站而不是搜索结果中放置的广告。数以百万计的中小企业代表了一个巨大的长尾广告市场。这条长尾能有多长，恐怕谁也无法预知。因此安德森认为，网络时代是关注“长尾”、发挥“长尾”效益的时代。

“长尾理论”被认为是对传统的“二八定律”的彻底叛逆。尽管听上去有些学术的味道，但事实上这不难理解——人类一直在用“二八定律”来界定主流，计算投入和产出的效率。它贯穿了整个生活和商业社会。这是 1897 年意大利经济学家帕累托归纳出的一个统计结论，即 20% 的人口享有 80% 的财富。当然，这并不是一个准确的比例数字，但表现了一种不平衡关系，即少数主流的人（或事物）可以造成主要的、重大的影响。以至于在市场营销中，为了提高效率，厂商们习惯于把精力放在那些有 80% 客户去购买的 20% 的主流商品上，着力维护购买其 80% 商品的 20% 的主流客户。

在上述理论中被忽略不计的 80% 就是长尾。克里斯·安德森说：“我们一直在忍受这些最小公分母的专制统治……我们的思维被阻塞在由主流需求驱动的经济模式下。”但是人们看到，在互联网的作用下，被奉为传统商业圣经的“二八定律”开始有了被改变的可能性。这一点在媒体和娱乐业中尤为明显，经济驱动模式呈现从主流市场向非主流市场转变的趋势。

“长尾理论”也会影响到社会形态及公共服务，如以往不受重视的冷门服务项目、更个性化的社会医疗护理等，其应用也可移植。

衡量国家财富的尺子——GDP

中国从改革开放以来，经济获得了前所未有的发展，其中一个最重要的衡量标准，就是 GDP 的持续增长。人们只要谈到中国的经济，就会谈到 GDP。报刊、网络、电视、书籍等媒体上，到处都有 GDP 的影子。GDP 已经成为一个非常热门的话题。那么，GDP 到底是什么呢？

GDP 是国内生产总值(Gross*Domestic*Product)的简称，是指在一定时期内（一个季度或一年），一个国家或地区的经济中所生产出的全部最终产品和劳务的价值。它不但可反映一个国家的经济表现，更可以反映一国的国力与财富，常被公认为衡量国家经济状况的最佳指标。

使用 GDP 是为了衡量一个国家或地区的经济产出，或者说是生产能力。因为这个社会其实就是收入和支出构成，也是投入和产出构成。任何经济行为都可以用这两者来计算。所以对于一个国家或地区而言，也应该存在一个投入和产出的问题。到底一个国家或地区的生产能力有多强，或者说得更简单点就是创造了多少社会财富，这个时候就需要一个统一的度量单位，以便国家与国家、地区与地区之间进行比较。而 GDP 就是这个统一的度量单位。也就是说，GDP 是用来衡量国家或地区社会财富的尺子。

到底社会财富包括哪些呢？一般来说，工厂生产的产品，银行提供的服务，学校创造的价值……凡是人们通过自己的劳动所创造的产品，不管是有形的还是无形的都是社会财富。把这些社会财富都加起来就是国内生产总值，即 **GDP**，简单点就可以这样表示：社会总财富=冬瓜+南瓜+丝瓜+……+鞋子+衣服+包子+美酒+香烟……为了使这些毫不相干的产品相加，经济学中便出现了“价值”这个概念，即冬瓜多少钱，丝瓜多少钱，衣服多少钱……这样用统一的货币表示各种产品的价值，就可以算出社会总财富。我们所经常看到或听到的 **GDP** 增长百分之多少，就是指社会总财富在前一年的基础上增长的幅度。

这里所指的社会总财富是没有民族和国籍之分的，就是说一国的领土范围之内，无论肤色，不管国内企业还是外国企业，只要它是在这个时间所创造的都归入 **GDP** 内。例如，诺基亚在中国的分公司所获得利润就要计入中国的 **GDP**，而不能计入芬兰的 **GDP**；联想在美国的公司所获得利润就会计入美国的 **GDP**，而不会计入中国的 **GDP**。

当然，关于 **GDP** 这个概念，我们还有几个修饰词要把握好。一是时间概念，就是“一定时期（一个季度或一年）内生产的”，这说明 **GDP** 是个时间段的概念，不是某个时间点的概念；二是生产的概念，是指所有生产的产品的价值，不包括销售的收入，否则就会重复计算的。比方说生产了十台电视，就会有 10 台电视的社会财富的价值表示，并不会因为你没有销售出去，而只记部分的价值表示；三是“最终产品和劳务”，这是指最终为人们所消费和使用的物品，不包括中间产品，这样也是为了避免重复计算；四是“价值”，这是指这些最终产品和劳务都是要通过市场价格来统一计算的，不是某个厂家自己臆断的价值。

GDP 产生于第二次世界大战之后，逐渐被世界各国所采用。我国自 1985 年建立 **GDP** 核算制度，1992 年之后逐步建立起一套新的国民经济核算体系，**GDP** 成为核心指标。作为一个国家或地区一定时期内社会经济活动成果的集中体现，目前，这一指标已成为各级政府制订经济发展计划和战略目标的重要依据，并成为家喻户晓、世人关注的经济“晴雨表”。

一般来说，一个国家的 **GDP** 大幅增长，反映出该国经济发展蓬勃，国民收入增加，消费能力也随之增强，人民的生活水平提高。反过来说，如果一个国家的 **GDP** 出现负增长，显示该国经济处于衰退状态，消费能力减低，人民的生活水平降低。但有的时候，却会出现反常的情况，**GDP** 高速增长，但人民生活水平却并未随之提高。

为什么会出现这样一种怪现象呢？这是因为 **GDP** 代表的是全社会终端商品的价格总和，而我们的生活水平取决于全社会终端商品使用价值的总和。这二者既相互关联，又相互背离。比如李先生家 3 年前每月吃 10 斤猪肉，每斤 4.5 元，共需 45 元。去年猪肉涨到了 9 元一斤，李先生家每月还吃 10 斤，需 90 元，这样在李先生家的生活水平没有任何提高的情况下消耗的 **GDP** 增加了一倍。今年猪肉涨到了 13 元一斤，李先生家吃不起 10 斤了只能吃 7 斤，需花费 91 元，这样李先生家在生活水平下降 30% 的情况下消耗的 **GDP** 反而还略有增加。李先生的生活水平取决于他吃了多少肉，而 **GDP** 反映的是李先生买这些肉花了多少钱，二者既有相互关联的一面，又有相互背离的一面。有时李先生花的钱多说明他吃的肉多了，有时他花的钱多反而吃的肉少了。

可见，虽然 GDP 的积极效应是多方面的，但也有其局限性。具体来说，GDP 的局限性表现在两个方面：

其一，GDP 不能反映经济增长的准确情况。因为现行 GDP 统计对没有效益的经济活动也照算不误，比如有一年发生大水了，水灾造成了很大的经济损失，造成了很多灾区的人民群众生产生活的困难。但是，GDP 却增长上去了。这是为什么呢？因为你救灾需要投进大量的人力、物力、财力，要花费大量的物资，所以 GDP 上去了，GDP 增长了。从我们的日常生活来说，比方说早上开车上班，如果开车很顺利，就很快到了工作单位；如果出了车祸，人要送到医院去治病，车要送到车行去修理，那么这样 GDP 就上去了，GDP 就增加了。本来出车祸是不好的事情，也不会产生效益，但是从 GDP 来讲却是增长了。这种 GDP 的增长，其财富积累的效率是非常低的。

其二，GDP 也不能够反映经济增长的成本。比方说，有些地方，经济增长虽然比较快，但是，资源消耗非常厉害，造成了很大的环境污染，GDP 上去了，但是成本很大，破坏了生态平衡。这是非常不划算的。

因此，我们要正确地认识一个国家或地区的 GDP，既不要忽视它的重要作用，也不要把它作为唯一的衡量指标。

真正属于自己的价值——GNP

GNP 就是国民生产总值(Gross*National*Product)的简称，是指在一定时间里，不管一个国家的生产要素流入哪个国家，只要它们仍然为该国的个人或法人所有，那么用这些要素生产出来的最终产品或劳务价值就称为该国的国民生产总值。例如，诺基亚在中国的分公司所获得利润就要计人芬兰的 GNP，而不能计人中国的 GNP；联想在美国的公司所获得利润就会计人中国的 GNP，而不会计入美国的 GNP。这里强调的是一国的国民，就是有着本国国籍的人，无论他身在何地，所创造的价值都计入本国的 GNP。这和 GDP 强调的地域性有很大区别。

GDP 和 GNP，无论是外国名还是中国名，都只差一字，所以很容易让一般人混淆。很多人在刚开始接触 GDP 的时候，都会误以为它就是 GNP。为了让大家更容易区分它们，我们在这里举个例子。假如有一家子，妻子在家里种蔬菜，一年的产值是 6000 元，丈夫在外地做小生意，一年的产值是 13000 元。他们还有一间房屋出租给一个公司搞软件开发，一年的产值是 10 万元。房屋的租金是 1 万元。那么，这个家庭的 GNP 就是丈夫和妻子的生产总值，再加上房租，就应该是 29000 元；这个家庭的 GDP 就是这个妻子和那个公司的生产总值以及房租，就是 116000 元。

GDP 和 GNP 的关系是： $GDP = GNP + (\text{外资生产总值} - \text{本国国民在国外的生产总值})$

在上例中，那个家庭的 $GDP = 29000 + (100000 - 13000) = 116000$ 元。

从上面公式中，我们可以看到，假如一个国家，外资在这个国家内的生产总值和它在外国的生产总值相等，即括号内的值为 0，那么这个国家的 GDP 就等于它的 GNP。如果这两个值相

差不多，那么这个国家的 GDP 也就约等于 GNP。如果一个国家，外资在这个国家内的生产总值远远大于它在外国的生产总值，那么这个国家的 GDP 就远远大于它的 GNP。如果一个国家，外资在这个国家内的生产总值远远小于它在外国的生产总值，那么这个国家的 GDP 就远远小于它的 GNP。

GDP 和 GNP，究竟哪个能比较真实地反映一国国民的生活水平呢？当然是 GNP。GNP 是本国国民生产的总产值，当然比 GDP 反映得要真实一些。外资在该国的产值再大，也不是该国的。外资在该国内，就像在一个人肚子里的用塑料膜严密封好的一个蛋糕，这个蛋糕虽然在这个人肚子里，但是不属于这个人。还拿上例来说，真正能反映那个家庭生活水平的数据，是 29000 元，而不是 116000 元，那个软件开发公司的产值再高，也和这个家庭无关。GNP 才是真正属于自己的价值。

经济学研究的基石——经济学假设

由于经济现实是非常复杂的，而且还经常处于不断变化之中，那些经济学家为了专注于要说明的东西，就常常会假设其他条件不会变化。这样一来，就用一道屏障隔开了其他事物的干扰。这就跟数学中的变量一样，因为现实是所有的因素都在变化，以人类的智慧很难容易地分析出其运动规律。只有先假定某一或某些因素不变，才能分析出其他因素的运动变化规律，然后再假设这些因素不变的情况下其他相关因素的变化情况，这样总结起来就比较能客观地反映事物的运动本质了。例如，经济学家断言：“香蕉的价格下降一定会导致其需求量上升。”他们的这种断言就是建立在其他条件——消费者的收入、消费者对香蕉的喜好程度、其他水果的价格等——不变的情况下。可以说，经济学假设是了解和研究经济学的必要前提。

在具体的研究中，西方经济学有三大基本假设：

1. 理性经济人

所谓的理性经济人，是在一定约束条件下总希望实现自己的效用最大化的人。理性经济人假设是进行现代经济分析和把握经济规律的重要工具。

对于理性经济人的理解，我们可以从四个方面来把握：人是自私的，自私的人是有理性的，从个人理性可以推出社会理性，理性是可以计量的。

中国有句俗话说“江山易改，本性难移”。这里所说的本性并不是指个人的性格，而是人类作为群体共同的本性。现代生物学已经证明了趋利是动物的本性，而作为万物灵长的人类，在趋利的本性上表现得更为明显，从这个层面上说，人是自私的，人有趋利的本性，因此人所从事一切活动的目的就是个人利益最大化。

经济学就是建立在对这种人性承认的基础之上的，也因此经济学把理性人假设作为自己的基本前提。理性经济人就是把个人利益最大化当做是一切行为的目标的人，而经济学就是在这一

假设前提之下对资源在限制条件下如何实现效用最大化的问题进行研究。这对个人而言是实现收入和效用的最大化；对企业而言是实现利润和企业资产价值的最大化；对国家、社会而言是 GDP 和社会福利的最大化。

理性经济人的真正内涵，我们可从以下两个方面理解：

一方面，经济学的开端就是从假设开始的，如果没有理性经济人假设，就不能正确地认识经济规律，也不可能制定切实可行的经济政策。可以说，理性经济人假设是现代经济学具有分析力的重要标志，如果没有这个假设，现代经济学因为不具有分析力而无从开展研究。

另一方面，理性经济人只是认识经济规律的一个工具，并不是提倡人自私自利。一些人把理性经济人这个假设说成是主张自私自利的东西了，看成是具有价值导向和政策趋向的东西了，好像是经济学家主张人们都自私自利。这是一个非常大的误区。分析工具本身并不带有意识形态的东西，不存在价值趋向的问题，谁都可以用。不能说一个人坐了美国的飞机，他就主张美国的意识形态了。

承认理性经济人的存在只是对人类趋利本性的一个正确的认识和引导。在现实的经济活动中，这种所谓的“自私”之人是有理性的，他首先要受法律制度的约束，其次要遵循市场经济本身的发展规律，并不是为了实现自己利益的最大化就不择手段。

2. 资源稀缺

资源稀缺性假设是指相对于人们永无止境的欲望和需求，资源总是不够的。学习经济学首先必须承认资源稀缺性假设，因为如果资源是足够的，那就不需要选择，也就不必考虑成本，当然就不会有经济学存在和发展的必要。人们的欲望和需求是复杂多样的，也是无穷无尽的，满足了一种低层次的需要，就会产生一种更高的新的需要。如 20 世纪 80 年代初，我们追求的是饱暖，到了 90 年代我们需要家电，90 年代末我们需要电子通信，现在我们开始购买住房和汽车，再往后我们可能会开始考虑私人飞机的需求。我们需求的结构总是在不断地升级，需要永远得不到彻底的满足。于是任何一种资源，无论总量有多大，总是稀缺的。

因此从这个角度上说，资源之所以稀缺完全是被我们人类自身“制造”出来的。人类在不断追求更高的生活质量的过程中，会受到来自时间、空间和各种资源的限制，人们为了突破这种限制，在寻求和实现解决方法的同时，也就不断为自己制造出更多的难题和更大的麻烦，于是又要花费力气发展自己以解决这些问题、克服这些难题。就是在这种无限循环的解决问题、制造新的矛盾、再解决新的矛盾、又制造新的问题的过程中，我们的资源变得越来越稀缺。从这个意义上讲，资源的稀缺性在人类生存这个层面上讲，是可以不成为问题的，但在人们无限度的需求面前，资源的稀缺性就有了实际意义，因此这个假定也就无疑地成立了。

3. 完全信息

完全信息是指每一个人都能够掌握足够使自己交易得以顺利进行的信息。完全信息假设在微观经济学中占有重要的地位。如果信息是完全的，那么市场价格机制才会是有效的，资源就能实现最优配置。

在日常生活中也有许多这样的例子，比如我们每个人都面临的婚姻。我们首先需要在恋爱阶段了解对方的脾气性格、爱好兴趣、个人习惯，甚至价值取向等，随着关系的不断深入，我们会了解到对方的亲戚家人、朋友同事、家庭事业，在实现了有效的信息沟通之后，再踏上婚姻的红地毯，这样的结合会因为在作出决定之前，对双方的信息有了充分的掌握，因而比较牢固稳定。试想，如果两个人不是建立在充分的互相了解的基础上，就贸然而盲目地结婚，在日后的生活中肯定会出现很多意料不及的问题。

在市场经济中也是同样的道理，政府只有在掌握完全信息的基础上，才能对事实有全面而真实的把握，以这些信息为根据所作出的决策才具有现实可行性。个人和企业也需要大量地掌握经济信息，才能在市场的变换面前适时地调整自己的策略，以实现利益的最大化。由此可见完全信息假设在微观经济学中所占的重要地位。

理性经济人、资源稀缺、完全信息这三个基本的假设，为经济学的分析力、决策力提供了现实的前提条件和基础，因而我们在学习经济学的时候就必须了解这些假设。

第二章 你是要买房子还是买股票——投资要懂的经济学

牺牲当前消费来增加未来消费——投资

随着经济的不断发展，投资和人们的生活越来越紧密，已经成为许多人生活的重要组成部分。所以，我们很有必要对投资的概念及内涵进行探讨。根据经济学上的定义，投资是指牺牲或放弃现在可用于消费的价值以获取未来更大价值的一种经济活动。投资活动主体与范畴非常广泛，在此我们以个人投资为例来对投资进行解释：

如果你手上现有 1000 块闲钱，你可在周末带全家出游后上酒店吃上一顿大餐，大家可以过一个愉快的周末，或者买一件高档的衣服。但你可存入银行，以获得利息，或者买入股票或基金，等待分红或涨升，或者从古玩市场买入字画，等待增值，或者参股朋友所开的小店，分得利润。前面一种情况就是花掉金钱（价值），获得消费与全家的享受；后面几种情况就是放弃现在的消费，以获得以后更多的金钱，这就是投资。再简单来说，你的本金在未来能增值或获得收益的所有活动都可叫投资。消费与投资是一个相对的概念。消费是现在享受，放弃未来的收益，而投资是放弃现在的享受，获得未来更大的收益。

投资的资本来源既可以通过节俭的手段增加，如每个月工资收入中除去日常消费等支出后的节余，也可以是通过负债的方式获得，如借人贷款等方式，还可以采用保证金的交易方式以小博大，放大自己的投资额度。从理论上来说，其投资额度的放大是以风险程度的提高为代价的，

它们遵循“风险与收益平衡”的原则，即收益越高的投资则风险也越大。所以说任何投资都是有风险的，只是程度大小不同而已。由此可见，只要是投资就有赌博的成分在里面，因为未来的预期往往会随着现实的变化而变化。如果现实按着你的预期方向发展，你就赌赢了，会获得很好的投资回报；如果现实没有按着你的预期方向发展，你就赌输了，就会遭受亏损。

具体来说，个人投资的主要成分包括金融市场上买卖的各种资产，如债券、股票、基金、外汇、期货等，以及在实物市场上买卖的资产，如房地产、金银珠宝、邮票、古玩收藏等，或者实业投资，如店铺、企业等。

投资可以根据不同的标准划分成不同的类别：

1. 狭义投资和广义投资

在经济学中，投资有广义和狭义之分。广义的投资是指为了获得未来报酬或收益而预先垫支资本及货币的各种经济行为。如开办工厂、开发矿山、开垦农场，以及购买股票、债券、期货等。狭义的投资则仅指投资于各种有价证券，进行有价证券的买卖，也可称为证券投资，如购买股票、债券等。

2. 实际投资和金融投资

按照投资对象的不同，投资可以分为实际投资和金融投资。实际投资是指投资于具有实物形态的资产，如黄金、房地产、厂房、机器设备、文物古玩、珠宝玉石等。一般来说，实际投资所涉及的是人与物，与自然界的联系，而且实际资产能看、能摸、能用，用途广泛，价值稳定，投资收益也不低。金融投资则是指投资于货币价值形态表示的金融领域的资产，如股票、债券、外汇等。金融投资不涉及人与自然界的联系，只涉及人与人之间的财务交易，而且金融资产也是一种无形的抽象的资产，具有投资收益高、价值不稳定的特点。

3. 国家投资、企业投资和个人投资

按照投资主体类别不同，投资可分为国家投资、企业投资和个人投资。

国家投资，是指中央政府和地方各级政府所进行的投资，通常表现为财政投资，它可由国家直接拨款来安排，无偿使用，也可以委托管理投资的专业银行或投资公司实行贷款，有偿使用。国家投资的主体是各级政府，投资对象多为公共事业，如学校、医院、邮电局及其他一些基础设施、公共设施等，因此也被称为政府投资、公共投资。其实质是国家作为特殊的经济主体，引导社会生产，稳定社会生活，保持经济和社会的正常发展。

企业投资，是指企业作为投资主体所进行的投资。这里的企业包括国营、集体、个体、私营、企业集团、跨国公司及其子公司、金融组织及海外分支机构等各种类型的企业，其投资范围涉及社会生产以及社会生活的各个方面。企业投资的实质，是企业作为独立的投资主体，在优先实现自己的投资目的和经济利益的前提下，为国家的发展做贡献。对于企业投资，我们既要加以支持和鼓励，又要对其进行调控和约束，以防止出现不良投资行为。

个人投资的主体是个人，是指个人凭手中的资金购买投资证券充作金融资产借以获利。值得注意的是，这里的个人并不是指个体企业，应将二者加以区分。个人投资的实质是广大劳动者将自己节约的消费支出转化为投资，在个人获得利益的同时增加了社会的积累。

4. 生产性投资和非生产性投资

投资按其投入的领域，可分为生产性投资和非生产性投资。

生产性投资是指投入到生产、建设等物质生产领域中的投资，其最终成果是各种生产性资产。由于企业的生产性资产分为固定资产和流动资产，因此，生产性投资又分为固定资产投资和流动资产投资。在经济建设中，固定资产投资与流动资产投资必须保持适当的比例，这样，生产和投资才能正常进行。生产性投资通过循环和周转可以回流，并且可以实现增值和积累。

非生产性投资是指投入到非生产领域中的投资，其最终成果是各种非生产性资产，主要用于满足人的物质文化生活需要。非生产性投资又可以分为两部分：一部分是纯消费性投资，没有赢利，投资不能收回，其再投资依靠社会积累，如对学校、国防安全、社会福利设施等的投资；另一部分是可转化为无形商品的投資，有赢利，可以收回投资，甚至可以实现增值和积累，如对影剧院、电视台、信息中心和咨询公司的投资。

5. 国内投资和国外投资

按照投资来源的不同，投资可分为国内投资和国外投资。国内投资是指本国政府、企业、个人等在本国境内所进行的投资。国内投资总量代表了一个国家的经济发展水平的高低，积累能力的大小和经济实力的强弱。

国外投资是指外国政府、企业、个人，以及国际机构在本国境内所进行的投资。它包括外国资本以各种形式直接进入本国境内投资和本国筹资者到境外发行债券和股票筹集资本带回本国境内使用两大类型。国外投资的实质，就是利用外资，利用国际经济资源，包括先进的技术设备，举借债务投资经营发展本国经济。

一个国家，尤其是发展中国家，应处理好国内投资和国外投资的关系，根据本国的具体情况，确定吸收国外投资的规模、内容和方式，在充分依靠本国力量的前提下，最大限度地利用外国资本。

6. 赢利性投资与政策性投资

按经营目标的不同，投资可分为赢利性投资和政策性投资。赢利性投资又称为经济性投资，在西方也常称为商业投资，是指为了通过生产经营而获取赢利所进行的投资，一般主要投入到生产或流通领域当中。经济性投资能带来赢利，担负着促进生产发展和社会进步的重要职能，同时也承担着一定的风险。

政策性投资又称非赢利性投资，是指用于保证社会发展和群众生活需要而不能或允许不能带来经济赢利的投资。政策性投资不能带来经济效益，却能带来社会效益，具体可分为两种类型：一种是本身就不属于生产经营因而不存在赢利可言的项目所花费的投资，如公共设施投资。这类投资支出由国家规定安排。另一种本身是生产经营性投资支出，存在潜在的赢利性，但由于各种因素而发生亏损，这类投资是国家允许的并有相应的政策规定。后一类型的投资会随着客观条件的变化而转变为赢利性投资。

对于一个国家来说，应处理好政策性投资和经济性投资的关系，尽量节约对政策性投资的支出，同时加强经济性投资的建设。

最热门的财产增值手段——买卖股票

从 2007 年以来，消费者物价指数(CPI)越来越高。2008 年 1 月份 CPI 达到 7.1%，2 月份达到 8.7%。如果人们不能通过投资使自己的资产有效增值并超过 CPI 的增速，那么等待的只有财富或快或慢地缩水。在通货膨胀面前，银行存款最不可靠；债券也难以保值；固定资产买多了也不好兑现，流动性很差；黄金尽管可以保值，但是保管难度大。从美国经济发展历史来看，抵御通货膨胀风险的最好办法其实就是股票投资。

可以说，股票是现在最流行、最火爆的投资工具。大部分人围绕股票构建自己的投资理财规划，再结合其他投资工具建立投资组合。从短期来看，股票具有很大的风险，操作不好有可能血本无归，但从长期来看，股票的风险并不是很大。

海外大量的历史数据表明，股票的收益率在长期几乎不受通货膨胀率的影响，是一种出色的长期保值工具，而银行存款、各类债券、短期票据等固定收入资产都无法与股票相提并论。

美国的证券市场至今已经历了 200 多年的历史，研究美国市场的发展历程无疑具有较好的借鉴意义。有专业机构对美国证券市场中的股票、长期政府债券和短期政府债券三类资产在不同阶段的长期的收益表现进行了对比，资产收益率的数据都是剔除了通货膨胀影响后的实际收益率，以反映各项资产的购买力的增长情况。

数据显示，股票实际复合收益率在过去 195 年中达到了平均每年 7% 的水平，即股票收益率战胜通货膨胀率 7 个百分点。令人惊奇的是股票实际收益率在所有主要阶段均表现如了出色的稳定性：1802-1870 年是年均 7%；1871-1925 年是年均 6.6%；1926-1997 年是年均 7.2%。即使在美国过去 200 年中通货膨胀最严重的第二次世界大战后的时期，股票的实际收益率仍达到了年均 7.5% 的水平。

而固定收入资产的长期实际收益在各个主要的经济时期都要低于股票的实际收益，在 1802-1997 年间的长期政府债券的复合年实际收益率仅为股票的一半，短期政府债券则更低。固定收入资产的长期收益变化情况也与股票不同，票据的实际收益率从 19 世纪初的 5.1% 迅速下降

到 1926 年后的 0.6%，仅略高于通货膨胀率；长期债券的实际收益变化情况也类似，从第一阶段的 4.8% 下降到第二阶段的 3.7%，到第三阶段仅为 2.0%。

如果以离目前较为接近的第三阶段的收益率来预测，票据的购买力翻一番需要 120 年，长期债券需要 40 年，而股票只需要 10 年。因此，股票投资在长期的优越性极其显著。

当然，并不是所有的股票都可以帮助你抵御通货膨胀，股票的质地很重要，比如那些基本面很差、没有赢利能力、两三年后就有可能破产的股票，应该坚决规避；而那些可以转嫁通货膨胀风险的股票完全可以帮助投资者保值增值，尤其是那些拥有较多赢利能力强的优质固定资产和有自主定价权的股票，比如可口可乐。

巴菲特就通过长期持有可口可乐的股票获得高额的回报。从 1987-2003 年，16 年间巴菲特持有可口可乐股票从未动摇过，投资收益率高达 681.37%。尽管这期间可口可乐也一度出现过业绩下滑，但巴菲特坚持相信对其强大长期竞争优势的判断，而决不把股价的一时涨跌作为持有还是卖出的标准。1997 年可口可乐的股票资产回报率为 56.6%，1998 年下滑到 42%，1999 年更跌至 35%。许多投资者纷纷抛售可口可乐的股票，但巴菲特不为所动。他继续坚决持有可口可乐公司股票，并与董事会一起解雇了可口可乐原 CEO 艾维斯特，聘任达夫为新 CEO。果然不久之后可口可乐就重振雄风，为巴菲特继续创造高额投资回报。

那么，投资者该如何选到质地优良的股票呢？要选到质地优良的好股票，就要从以下几方面去挑选：

第一，要严格挑选股票，不能怕麻烦。

严格挑选股票是股票投资中的主要矛盾。投资的核心问题是如何用较低的风险取得较高的回报，要解决这一问题就必须选好股票。要成为一个卓越的投资者，就必须严格挑选极为优秀的公司，要有“股不惊人誓不休”的精神。那么，什么样的股票才是惊人的呢？主要有两层意思，第一层意思是在有生之年能拥有几只涨幅达到 100 倍的股票。很多人一听 100 倍会有些吃惊，其实举几个例子就能说明这并不罕见。比如沃尔玛和微软公司上市也不过 20-30 年，股价都已涨了 500-600 倍之多，我们身边的万科按 1990 年的原始股股价一元计算，则已涨了 1400 多倍。第二层意思是选择的股票必须要“万千宠爱在一身”，就是要拥有多种独一无二的竞争优势。无论从哪个方面来考察公司，无论怎么苛刻，都挑不出影响公司长期成长和收益的毛病来，它是那样的卓越和超群。

第二，挑选的公司要具有独一无二的竞争优势。

这个“独一无二”极其重要，你会一下子就把优势公司和一般公司筛选出来。如果你用半个小时都找不出一个“独一无二”出来，那就要放弃它了，尽管它可能看起来股价较低。具体来说，这种“独一无二”的优势包括 6 个方面：

(1)垄断优势。在经济学上，垄断是指单一的企业或少数几个企业控制着某一个行业的生产或销售。通俗地说，就是独家生意。或者说得长一点，是独家经营，或者重要产品、服务的最先推出和独家拥有。具有这种优势的企业或机构，在本地区本国独此一家，别无竞争。例如，美国辉瑞药厂的伟哥刚推出来的时候，就被独家垄断。当然，垄断除了独家生意以外，还有一种叫寡头垄断，我们在市场上经常能发现，80%的市场和利润被两至三家最大的生产组织所拥有。银行信用卡大部分必须通过万事达或维萨两家国际组织的网络，世界上的碳酸性饮料的市场基本上就被可口可乐和百事可乐所垄断。不过，独家垄断更具有优势。

(2)资源优势。资源就是与人类社会发展有关的、能被利用来产生使用价值并影响劳动生产率的诸要素。许多公司都拥有各自的资源。资源的关键在于稀缺，按照稀缺的程度可以分成不同的等级。比如江西铜业拥有铜矿，但却还不具备独占的优势，因为很多铜业公司也有铜矿，不能算是最高等级。中国石油的等级就要高一些，南非的黄金钻石等级更高一些，而盐湖钾肥所拥有的钾盐矿，则占全国总量的近90%，这种资源的优势就具有独一无二的性质。又比如离开了茅台镇就生产不了茅台酒，那么茅台酒厂资源优势就具有独占性质。这些具有独占性质的资源优势的公司最具有投资价值。

(3)品牌优势。有品牌的企业非常多，但有了品牌并不等于有了独一无二的优势。品牌优势的独一无二简单地说是强大，强大到行业第一。茅台号称国酒，同仁堂号称国药，耐克公司是世界最好的体育用品公司和运动产品的标志，这些品牌已深深地为全世界消费者所认可和喜爱。比如同样的产品，消费者就要买这个牌子的，哪怕这个牌子贵了很多。

(4)能力技术优势。也就是大家讲得最多的核心竞争力。能力指的是公司团队在决策、研发、生产、管理、营销等方面的技能，比如万科公司，它在品牌强大之前，主要是管理团队极为优秀，能力太强，堪称地产界第一。微软的技术优势简直是世界老大，任何软件产品不适用WINDOWS系统，你就麻烦了。具有这种优势的公司，往往会持续高速地发展，给投资者带来丰厚的回报。

(5)政策优势。政策优势主要是指政府为加强相关产业的战略位置，制定有利于发展的行业政策与法规，使相关产业形成某种具有限制意义的优势。除了专利保护和减免税优惠政策外，还有原产地域保护政策。例如香槟酒。香槟是法国一个地方，只有这个地方生产的气泡酒才能叫香槟，别的地方就不行。还有我国的中药行业，有些公司的政策优势就比较明显。例如，云南白药、片仔癀、马应龙三个公司的产品被列为国家一类中药保护品种，在很长时间内别人都不能生产，甚至也不能叫这个名字。

(6)行业优势。行业分析是投资者作出投资抉择时非常重要的一步，有时甚至是投资成功的先决条件。因为有些行业牛股众多，投资获利的可能性高；而有些行业却牛股稀少，投资获利的概率低。这是因为基本面确实如此：有些行业就是有先天优势，有些行业注定要吃亏。有些行业就是稳定增长，没有周期性，比如食品饮料业；有些行业就是门槛高，大部分企业进不来，比如航天业；有些行业就是有提价能力，不会你杀价我也杀价，比如奢侈品行业；有些行业的产品就是不怕积压，甚至越积压越值钱，比如白酒、葡萄酒；有些行业就是集中度高，它们的优势就是

竞争对手少，比如银行业、保险业，更不要说交易所和银行卡国际组织。而且由于行业壁垒的存在，更体现出了一些行业的优势。如果投资者选择这种具有行业优势的公司股票，赚钱的可能性就大为增加。

第三，挑选的公司要具有极强的赢利能力。

公司拥有极强的赢利能力非常重要。比如自来水、电力、燃气、桥梁、高速公路、铁路等公用事业公司，虽然具有明显的垄断优势，可是价格受管制，没有自主定价权，能赚大钱的不多。例如在美国上市的中国公司中，广深铁路表现不佳，11年只涨了一倍多。铁路是高度垄断行业，业务好得不能再好，它不太赚钱就是因为事关民生，票价不能乱提。还有很多公司拥有资源优势，但当国际商品资源价格处于低潮时，它也是一筹莫展。我们投资股票，最重要的一点就是看它有没有良好的收益，所有的优势最终也还得落实在收益上。

那么，极为优秀的公司平均每年的利润增长率至少应该是多少呢？好股票应该具有数十倍的成长潜力和前景，平均每年的利润增长率不能低于20%，当然，能超过30%就更好。茅台、招商银行、万科就超过了30%。

第四，挑选的公司的竞争优势和赢利能力要具有持续性。

有了某种独一无二的竞争优势，又有极强的赢利能力，还要看它的优势和赢利能力能不能长期保持，也就是通常所说的持续竞争优势。这一点难度更高，更有技术含量。买股票就是买未来，长寿的企业价值高。一个公司在某一年赚钱不难，难的是持续几十年甚至上百年的赚钱。传呼机刚生产出来的时候风光无限，但没持续多长时间就被手机取代了；柯达、乐凯等生产胶卷的公司由于数码相机的出现而变得非常被动。这就需要投资者的眼光更为长远，思想更为深刻。这就需要这个公司“万千宠爱在一身”，也就是多种竞争优势都具有。

第五，挑选的公司股票要有合适的价格。

股票的价格是相当重要的。好公司加上好价格才是好股票。好价格就是指股票要有很大的“安全边际”。当买进的价格远低于其应有的价值时，你就有了安全边际，这可用来抵消大部分人为错误、坏运气或国前变化莫测的世界中所产生的剧烈摆动。安全边际主要由所付的价格决定。价格愈高，安全边际愈小。

沃伦·巴菲特如此描述安全边际：当你造一座桥时，坚持其承载能力要能通过载重三万磅重的货车，但你只开载重一万磅的卡车通过去。同样的道理也适用于投资。那些被大幅炒高，股价远离其内在价值，“安全边际”非常小的股票，一定不要选。即使这家公司非常优秀，也要等其股价降到合理的价格再买入。

好多投资者挑选股票的时候非常盲目，害怕麻烦，不愿花费很大的精力，结果常常赔钱。我们为什么不充分利用上面的方法，精挑细选几只股票，非常有把握地获得高额的收益呢？花半年时间挑一只赚大钱的股票，比花1小时挑几只赔钱的股票更为划算。

是自住，还是投资——购买房产

据《北京晨报》2008年5月22日报道，《北京晨报》房产周刊与和讯房产网共同组织的《2008春季房展会购房人问卷调查》结果昨日出炉，根据本届北京春季房展会的现场调查和在线网站调查的数据显示，目前有9成以上买房人均以自住为目的购房，与以往接近20%的投资购房人数相比，这一比例缩水近一半。

在调查过程中，有9成参与调查者认为北京房价偏高。而来自于中大恒基的数据显示，2008年4月北京二手房投资比例仅4.2%，与2007年同期相比下降2/3，这是二手房投资比重自2007年10月份以来连续6个月下降。中大恒基相关负责人透露：“目前北京二手房市场投资比例降至3年来最低，主要是北京房价高位运行，第二套房贷政策及多次加息导致投资成本提高，挤出了相当一部分的投资群体。”

人们买房的目的一般有两种，一种是为了自住，一种是用于投资。由上面的报道可以看出，人们对购买房产的目的会随着国家经济的发展和政策的变化而发生改变。但是，在这种变化的过程中，自住还是投资就要采取不同的措施。

如果买房的目的是为了自住，就要考虑如下因素：

(1)房子是否实用

对于自用型购房者来说，应该将实用放在首位。要看交通条件是否便利，周边自然环境是否好，房屋结构是否满意，价钱是否合理等。总之就是要住起来舒适实用。

(2)房子能否适应今后生活的变化

要知道生活不是一成不变的，自用型住房在选房的初期就应该考虑到今后生活的变化——单身的人要考虑到日后的结婚、生子；孩子尚小的人要考虑到以后孩子入托、上学的条件与环境；父母年迈的人应该考虑到今后对父母照料的方便等问题。一处外围环境再好、小区建设再理想的房子，如果不能为以上这些问题带来方便，也不是一处适合自用的房产。

(3)物业公司好不好

对于自用房产来讲，物业公司的优劣绝对是一个大问题。一家好的物业公司所提供的优质、完善的服务直接关系到业主生活的舒适度与便利度。这一点对于购房自用的人来说尤为重要，因为你可能要在这个房子中生活十几年甚至几十年。

(4)所购房产是否具有一定的升值潜力

在考虑好以上条件的情况下，还要考虑房产的升值潜力。虽然我们买房的目的是为了自住，但也要考虑日后房产升级的因素——随着生活水平的提高，我们也许对于自住房产的面积、品质

等方面的要求也会相应提高，而对自用房产进行升级时，将“老房子”卖个好价钱会对购买新房大有帮助。

如果买房的目的是为了投资，则要考虑以下因素：

从这个狭义投资角度讲，“房地产投资”与购买股票、国债和期货合约没有什么两样。理由只有一个，那就是对于它的未来增值预期有多少。比如买某只股票，是因为自己分析它要涨了，搞清楚的是什么时候涨、涨多少，而不会去考虑这只股票的公司在哪座城市，不会去考虑这只股票在哪个交易所上市。同样，如果你想做纯粹的“房地产个人投资”，则主要考虑的是该房产的未来增值预期有多少。那么，什么样的房产最具有升值潜力呢？

首先，房产作为不动产其地理位置是最能带来升值潜力的条件。那些地铁、大型商圈、交通枢纽等地段的房产升值潜力比较大。

其次，所购房产周边的基本配套设施和政府综合城区规划的力度和预期，是否有便捷的交通、学校，都将为楼盘升值起到推动作用。

再次，房产所属的小区的综合水平，物业设施、安全保障、公共环境以及房屋本身内在的价值等，都将是未来房产升值的评判标准。

最后，还要看该房产所属地的出租率和租金情况。总的来说，不动产作为一种特殊的商品有两种变现方法：一是出售，二是出租。一个地区的不动产销售数据有时会失真，但出租行情作为终端用户的直接使用，其租金和出租率能够较为真实，就会明确地告知你该地区物业的真实价值。同时，租金和出租率也是不动产短期收益的衡量指标之一。

那么，如何考察一处房产的潜在价值呢？如果将购买的房子租出去，会赚钱吗？我们用三个简单的公式即可粗略地估算出房产大体的价值。作为普通人，虽然不能用严谨的方法得出专业数据，但可以通过简单方式作为自己的买房参考。

(1)用租金乘数进行估算

租金乘数是比较全部售价与每年的总租金收入的一个简单公式，计算公式为：租金乘数=投资金额÷每年潜在租金收入。

如果得出的结果小于 12，即在合理购买范围之内。比如某套房子的售价 22 万元，月租金 1500 元，那么它的租金乘数约为 12 倍。一般来说，这个数字被看成大多数租赁房产的分界线。

但是，如果一处房产的租金乘数超过 12 倍，就很可能带来负现金流。假如若干年后这套房子的售价上涨到 60 万元，而月租金却仍不到 2000 元，租金乘数升到 25 倍，已经大大超过了合理的范畴。

投资者可以将房产的租金乘数与自己要求预期进行比较，也可在不同房产间比较，取其较小者。不过这个方法并未考虑房屋空置、欠租损失、营业费用、税收等方面的影响。

(2)用 15 年租金收益比较购买价

这种计算方式也是国际专业理财公司评估物业的常用方法，其计算方法主要是以 15 年为期比较房产购买价格。

如果该房产的年收益 $\times 15$ 年=房产购买价，该物业物有所值；

如果该房产的年收益 $\times 15$ 年>房产购买价，该物业尚具升值空间；

如果该房产的年收益 $\times 15$ 年<房产购买价，该物业价值已高估。

比如某套房子在 2001 年时，年租金收益为 18000 元，乘以 15 等于 27 万元，大于当时的售价 22 万元，因此是值得投资的。但是现在，就以 2000 元月租金计算，合理价值为 36 万元，远远小于当前 60 万元的售价，价值已经被过度透支了。

(3)用投资回收期进行计算

投资回收期法考虑了租金、价格和前期的主要投入，比租金乘数适用范围更广，还可以估算资金回收期的长短，计算公式为：

投资回收年数=（首期房款+期房时间内的按揭款） \div （税后月租金—按揭月供款） $\times 12$

这种方法可简略估算资金回收期的长短，一般来说，回收年数越短越好，合理的年数在 8 年至 10 年。在业内，又将该方法划分为两种：一是即刻回报型，二是培养回报型。

即刻回报型：通常指购买的房产位于周边配套完善、交通发达、商业氛围非常成熟的地区，不需要培育，购买后出租即可获得可观的租金回报。但此类房产通常需求的资金量较大，资金门槛相对较高。

培养回报型：通常指位于非传统的商业核心区，但是在市政规划、消费人群增长等方面，都有着比较良好的前景，而这个过程便是培养的过程。这类房产通常售价较低，但可以放长线钓大鱼，从长期看往往可以获得比即刻回报型更高的投资回报率。

以上三种方法是房产投资时最常用的估算方法，有的只需进行简单的预测和分析即可帮助投资者快速作出判断，有的还需要进行专业性的投资分析，计算另外一些指标以增加可靠性。比如，一处地段好的房产可能现在的租金回报率不高，但具有较佳的升值前景，或者一套普通住宅能够享受税收减免，一定程度上能够弥补过高的租金乘数。

值得房产购买者注意的是，以上三个计算方法只能作为简单的房产价值评估手段，并不具备严格的通用性。这其中并没有考虑到如通货膨胀、人民币升值等具体问题在内。因此，该方法适用于对房产作出大致的价值参考判断。

总之，不管是自住型或是投资型的购买需求，都应该考虑到房价未来能涨多少，因为大部分人是用毕生的积蓄购买的房产，起码也得保证较长年头内不跌，才能做到真正划算，投资才能得到良好的收益。

让家打理你的财富——基金

两年前，由于对股市缺乏了解，老张炒股票亏了。后来他听说基金比较稳健，于是就买了一只基金，一块钱一份，他买了 5 万份。

那时候，股市还挺好的，没过多少天，那只基金就涨到了 1.03 元，老张挺美。

可是没多少日子，股市就跟吃了泻药似的，一个劲儿地“拉稀”，几天的时间，就跌下了 100 多个点儿。他上银行一打听，他的基金缩水了，变成了 0.97 元。他有些懊丧，可是这还没完，股市又再接再厉地往下跌。过了几个月，那只基金变成 0.9 元了。他一算，啊？我都亏了 10% 啦？

老张想赎回来，可听理财专家说，基金是长期投资品种，不能像股票一样频繁炒作。于是他不再上银行了。

前几个月，老张听说股市又好了，一片飘红，那指数就跟井喷似的“噌噌”地往上蹿。他憋不住，还是上银行了。他找到大堂经理，让人家给查查，他的那只基金这会儿多少钱了。大堂经理是个 30 多岁的女士，她翻开表格一看，说，涨到 1.4 元了！老张说，真的？那经理说，可不是真的吗？不信您自己瞧瞧。老张仔细看了看，可不吗，一点儿都不假。他当时就“呵呵”地乐了。大堂经理说，您的还没赎回哪？老张说，没有。经理说，您可真有眼光，我这学金融的都不如您。当初我跟您买的一样，不过我在 1.1 元的时候就都给赎回了，现在一看，我可亏多了。

到了家里，老张把这事儿跟老婆说了，老婆也特高兴，赶紧给他包饺子。

过了一段时间，那只基金又涨到了 1.5，老婆说，赶快赎回吧。老张说，捂着，等再涨一涨。又过了一段时间，那只基金涨到了 1.8 元。老张想，已经有 80% 的收益了，见好就收吧。于是他赎回了基金，5 万元变成了 9 万元，他乐得合不拢嘴：小散户还是投资基金最放心划算。

在股市上，有好多像老张一样的投资者，他们对股市了解太少，炒股的时候亏了，可是买基金却赚了。那么，基金到底是什么投资品种，为什么会获得中小投资者的青睐？

通俗地讲，投资基金就是汇集众多分散投资者的资金，委托投资专家（如基金管理人），由投资管理专家按其投资策略，统一进行投资管理，为众多投资者谋利的一种投资工具。投资基金集合大众资金，共同分享投资利润，分担风险，是一种利益共享、风险共担的集合投资方式。

为了进一步加深对基金概念的理解，我们可以作一个比喻：假设你有一笔钱想投资债券、股票等进行增值，但自己既没有那么多精力，也没有专业知识，钱也不是很多，就想到与其他几

个人合伙出资，雇一个投资高手，操作大家合出的资产进行投资增值。但这里面，如果每个投资人都与投资高手随时交涉，那将十分麻烦，于是就推举其中一个最懂行的牵头办这事。定期从大伙合出的资产中按一定比例提成给他，由他代为付给高手劳务费报酬，当然，他自己牵头出力张罗大大小小的事，包括挨家跑腿，有关风险的事向高手随时提醒着点，定期向大伙公布投资盈亏情况等，不可白忙，提成中的钱也有他的劳务费。上面这种运作方式就叫做合伙投资。将这种合伙投资的模式放大一千倍、一万倍，就会成为基金。

如果这种合伙投资的活动经过国家证券行业管理部门（中国证券监督管理委员会）的审批，允许这项活动的牵头操作人向社会公开募集吸收投资者加入合伙出资，这就是发行公募基金，也就是大家现在常见的基金。

基金管理公司就是这种合伙投资的牵头操作人，不过它是个公司法人，资格必须经过中国证监会审批。基金公司与其他基金投资者一样也是合伙出资人之一，但由于它牵头操作，要从大家合伙出的资产中按一定的比例每年提取劳务费（称基金管理费），替投资者代雇代管理负责操盘的投资高手（就是基金经理），还有帮高手收集信息搞研究的人，定期公布基金的资产和收益情况。当然，基金公司的这些活动必须经过证监会批准。

为了大家合伙出的资产的安全，不被基金公司偷着挪用，中国证监会规定，基金的资产不能放在基金公司手里，基金公司和基金经理只管交易操作，不能碰钱，记账管钱的事要找一个擅长此事又信用高的人负责，这个角色当然非银行莫属。于是这些出资（就是基金资产）就放在银行，而建成一个专门账户，由银行管账记账，称为基金托管。当然银行的劳务费（称基金托管费）也得从大家合伙的资产中按比例抽一点按年支付。所以，基金资产相对来说只有因那些高手操作不好而被亏损的风险，基本没有被偷挪走的风险。从法律角度说，即使基金管理公司倒闭甚至托管银行出事了，向它们追债的人都无权碰基金专户的资产，因此基金资产的安全是很有保障的。

基金是以“基金单位”做单位的，在基金初次发行时，将其基金总额划分为若干等额的整数份，每一份就是一个基金单位。例如某只基金发行时的基金总额共计 30 亿元，将其等分为 30 亿份，每一份即一个基金单位，代表投资者 1 元的投资额。

基金相对于股票来说，更适合时间紧张、投资知识欠缺的中小投资者。这是由基金的特点决定的。基金具有以下特点：

(1)专家理财是基金投资的重要特色。基金管理公司配备的投资专家，一般都具有深厚的投资分析理论功底和丰富的实践经验，用科学的方法研究各种投资产品，降低了投资的风险。

(2)组合投资，分散风险。基金通过汇集众多中小投资者的资金，形成雄厚的实力，可以同时分散投资于股票、债券、现金等多种金融产品，分散了对个股集中投资的风险。

(3)方便投资，流动性强。基金最低投资量起点要求一般较低，可以满足小额投资者的需求，投资者可根据自身财力决定对基金的投资量。基金大多有较强的变现能力，使得投资者收回投资时非常便利。

保值增值的宝贝——黄金投资

继“股民”、“基民”之后，“金民”又成投资新一族。特别是在 2008 年 1 月，股市连续下挫，而黄金的价格却在节节飙升，于是，很多股民纷纷从股市抽回资金，转头杀进金市寻金。可以说，在股市行情不好的情况下，黄金投资是最具潜力的投资品种，它为人们打开了新的财富之门。那么，黄金到底具有哪些魅力呢？

黄金作为一种货币，具有不变质、易流通、保值、投资、储值等多种功能。当然，随着国际事务的变动，黄金的价格也会有变动，不过到任何时候，就算所有的纸币都不能花了，黄金仍可以充当货币。因此，黄金成为人们新的投资品种，尤其在不确定的经济、政治环境下，黄金作为“没有国界的货币”更是受到人们的青睐，成为一种永久、及时的投资方式。

同时，黄金作为一种世界范围的投资工具，具有全球都可以得到报价，抗通货膨胀能力强，税率相对于股票要低很多，公正公平的金价走势，产权容易转移，易于典当等比较突出的优点。这奠定了这个天然的货币之王的地位。

对于人们来说，要想进行黄金投资，就首先要了解黄金投资的品种。在我国，现阶段主要的黄金投资品种有以下三种：

1. 实物金

实物金买卖包括金条、金币和金饰等交易，以持有黄金作为投资。这种投资的实质回报率基本与其他方法相同，但涉及的金额一般较高（因为投资的资金不会发挥杠杆效应），而且只可以在金价上升之时才可以获利。一般的饰金买入及卖出价的差额较大，视作投资并不适宜，金条及金币由于不涉及其他成本，是实金投资的最佳选择。但需要注意的是持有黄金并不会产生利息收益。

金币有两种，即纯金币和纪念性金币。纯金币的价值基本与黄金含量一致，价格也基本随国际金价波动，具有美观、鉴赏、流通变现能力强和保值功能。纪念性金币较多更具有纪念意义，对于普通投资者来说较难鉴定其价值，因此对投资者的素质要求较高，主要为满足集币爱好者收藏，投资增值功能不大。

黄金现货市场上实物黄金的主要形式是金条和金块。金条有低纯度的沙金和高纯度的条金，条金一般重 400 盎司。市场参与者主要有黄金生产商、提炼商、中央银行、投资者和其他需求方，其中黄金交易商在市场上买卖，经纪人从中搭桥赚佣金和差价，银行为其融资。黄金现货报盘价差一般为每盎司 0.5-1 美元。盎司(ounce)为度量单位，1 盎司相当于 28.35 克。

黄金现货投资有两个缺陷：须支付储藏和安全费用，持有黄金无利息收入。于是通过买卖期货暂时转让所有权可免去费用和获得收益。每日期货合约约为 100 盎司。中央银行一般不愿意通过转让所有权获得收益，于是黄金贷款和拆放市场兴起。

2. 纸黄金

通俗地说，纸黄金就是黄金的纸上交易。投资者的买卖交易记录只在个人预先开立的“黄金存折账户”上体现，而黄金的价格根据国际金价实时调整，用户不用担心银行随意操纵金价。

纸黄金的优势是显而易见的。

(1)安全性高

由于纸黄金是不依赖于实物的交易，所以你不用担心黄金的储存、保管，它是以数据的形式记录在银行的数据库中。其安全性要远远高于银行存款。

(2)成本低

纸黄金交易中，投资者无须透过实物的买卖及交收来实现交易，而是采用记账方式来投资黄金，由于不涉及实金的交收，交易成本可以更低。

(3)变现速度

从变现的程度来说，纸黄金的变现是瞬间到账的，不像基金需要几个工作日才可以拿到钱。而且纸黄金也比股票更具有弹性，只要你愿意，你可以在买入一分钟后卖出你的纸黄金，而这在股市是不可能实现的。

(4)交易方式规范

纸黄金跟随国际金价制定价格，而不是由银行自己制定的，所以投资者不用担心银行会通过操纵价格来获取利润。

(5)手续费低

与我们投资股票、基金一样，纸黄金的交易也是需要一定的手续费，与传统的按交易金额的百分之几收取手续费不同，纸黄金的手续费是按照黄金数量来收取的，投资纸黄金的手续费要远远低于股票、基金的手续费，并且这一比率会随着金价的上涨而下降。

但是纸黄金也并非没有缺陷，虽然它可以等同持有黄金，但是户口内的“黄金”一般不可以换回实物，如想提取实物，只有补足足额资金后，才能换取。

这里要注意的是，纸黄金和实物黄金的共同缺点就是不能做空。也就是说，当黄金价格下跌的时候，投资者就无法进行黄金投资操作了，只能等待下次上涨。如果投资者手中持有黄金，而没有及时卖出，那么只能承担黄金价格下跌的损失了。

3. 黄金期货

通常来说，黄金期货的购买、销售者，都在合同到期日前出售和购回与先前合同相同数量的合约，也就是平仓，无须真正交割实金。每笔交易所获利润或亏损，等于两笔相反方向合约买卖差额。这种买卖方式，才是人们通常所称的“炒金”。黄金期货合约交易只需 10%左右交易额的定金作为投资成本，具有较大的杠杆性，少量资金推动大额交易。所以，黄金期货买卖又称“定金交易”。

世界上大部分黄金期货市场交易内容基本相似，主要包括保证金、合同单位、交割月份、最低波动限度、期货交割、佣金、日交易量、委托指令。

投资黄金期货有以下几点优越性：

(1)较大的流动性，合约可以在任何交易日变现。

(2)较大的灵活性，投资者可以在任何时间以满意的价位入市。

(3)委托指令的多样性，如即市买卖、限价买卖等。

(4)市场集中公平，期货买卖价格不容易被操纵，开放条件下世界主要金融贸易中心和地区价格是基本一致的。

(5)品质保证，投资者不必为其合约中标的的成色担心，也不要承担鉴定费。

(6)安全方便，投资者不必为保存实金而花费精力和费用。

(7)杠杆性，即以少量定金进行交易。

(8)套期保值作用，即利用买卖同样数量和价格的期货合约来抵补黄金价格波动带来的损失，也称“对冲”。

黄金期货投资的缺点是：投资风险较大，因为需要较强的专业知识和对市场走势的准确判断；市场投机气氛较浓，投资者往往会由于投机心理而不愿脱身，所以期货投资是一项比较复杂和劳累的工作。

给未来系好安全带——保险

人们因为厌恶风险而规避风险，保险就应运而生。保险是人们为了对付由意外事件——疾病、事故或其他不幸——引起的财务风险而购买的安全性。人们向保险公司支付保险费，换一个承诺，即如果所保险的事件发生，保险公司将进行赔偿。保险并没有消灭风险，而是转换了风险：风险原来由投保人自己承担，现在由保险公司承担。

通俗地讲，其实“保险”就是“互助”，互相帮助解决经济上的困难。保险公司就是提供了一个许多人互助的平台。在我们传统的社会里，家里发生了意外的不如意的事情，我们都会通知亲戚朋友并请他们来帮忙，但是亲戚朋友是有限的，能发挥的力量也是有限的。

假如一个人现在得了非常严重的病，他的家人通知亲戚朋友来帮忙，能写出 100 个名单都很不错了，假设平均一个人拿出 1000 元来帮忙，总共合起来也不过 10 万元，这看病都非常紧张，如何能照顾家人今后的生活呢？但是，假使这个人有 10 万个亲戚朋友，每一个人只要拿出 10 块钱，就能凑到 100 万元的大数目。一个人拿出 10 块钱是太容易了，但是要认识 10 万个亲戚朋友，却谈何容易？恐怕一辈子也认识不到那么多人。然而，通过保险，就能帮你去结交十万个亲戚朋友，而他们当中的任何一个人发生最不如意的事情时，我们都会拿出 10 块钱来帮他，凑成 100 万解决他的经济危机。有一天，最不如意的事情发生在我们身上，别人也都拿出 10 块钱，凑成 100 万来帮忙我们。所以保险其实就是“我为人人，人人为我”的制度。保险公司不过是公平合理地收集、管理、分配这些互助基金的中间人而已。我们平时帮助人愈多，当发生急难时，别人也帮助我们愈多。

关于买保险的意义，新浪网上的一篇博客说得很精彩：

为自己买一份保险，是年初的计划。目的是为了防范万一自己出现重大疾病或者更严重的事情也就是身故后，能够给自己的家庭提供一份保障。

有人说，买保险是对家庭负责任的一种行为。我想有道理。

人有旦夕祸福，生命是脆弱的。这些年身边亲朋好友不时传来的坏消息让我们在珍惜生命的同时也感受到个人是那么渺小。作为家庭的经济支柱，万一不幸降临，我不希望我的亲人们从此要过上颠沛的生活。

我爱我的生命，我更爱我的家人。与其让上苍来保佑我的健康，不如通过自己的行动来给我的家人更多实际的保障。

因此，保险的意义应该超出其本身的价值，换个角度说，应该不是用合不合算来衡量的。

买保险主要是为了规避风险，即花少量的保险费，避免大的经济损失。这就像一把保护伞一样，能为未来提供一份保障。

保险的分类标准非常多，不同的学者、不同的教科书有不同的分法。根据不同的标准，可以将保险分为若干类型。我们主要使用以下五个标准：被保险人、保险标的、实施的形式、业务承保方式、保险机构的性质，把保险分为五大类。

1. 个人保险与商务保险

根据被保险人的不同，保险可分为个人保险和商务保险。个人保险是以个人或家庭作为被保险人的保险。商务保险是以工厂、商店等经营单位作为被保险人的保险。

2. 财产保险、人身保险与责任保险

根据保险标的的不同，保险可分为财产保险、人身保险和责任保险。在财产保险中，又可以分为：海上保险、火险、运输险、工程险等；在人身保险中又可以分为：人寿险、健康险、意外伤害险等；在责任保险中又可分为：雇主责任险、职业责任险、产品责任险等。

财产保险是以物或其他财产利益为标的的保险。广义的财产险包括有形财产险和无形财产险。人身保险是以人的生命、身体或健康作为保险标的的保险。责任保险是以被保险人的民事损害赔偿责任为保险标的的保险。

3. 强制保险与自愿保险

根据实施形式的不同，保险可分为强制保险和自愿保险。强制保险又称法定保险，它是由国家颁布法令强制被保险人参加的保险，如交强险、建工险、公众责任险等。自愿保险是在自愿协商的基础上，由当事人订立保险合同而实现的保险，绝大部分保险属于这一类。

4. 商业保险与社会保险

根据国内保险机构的性质，保险又可分为社会保险和商业保险。对个人投保而言，社会保险是基本，商业保险是补充。

社会保险是指国家通过立法强制实行的，由个人、单位、国家三方共同筹资，建立保险基金，对个人因年老、疾病、工伤、生育、残废、失业、死亡等原因丧失劳动能力或暂时失去工作时，给予本人或其供养直系亲属物质帮助的一种社会保障制度。社会保险具有强制性、法制性、固定性等特点，每个在职职工都必须实行，所以，社会保险又称为（社会）基本保险，或简称为社保。

社保是最基本、最重要的保险，参加社保的好处也有很多。其一，单位、国家分担了社保的大部分保费，个人所缴比例很小。其二，享受国家的补贴。如养老、医疗等，国家给参保人不少补贴，相当于国家给参保人的福利。

商业保险又称为金融保险，是指按商业原则所进行的保险。这种保险是指投保人根据合同约定，向保险人支付保险费，保险人对合同约定的可能发生的事故因发生所造成的财产损失承担赔偿责任或保险金责任，或者当被保险人死亡、疾病、伤残或者达到合同约定的年龄、期限时承担给付保险金责任的保险行为。商业保险根据保险的范围或保险标的的不同，又分成财产保险、人身保险、责任保险、信用保险等。

5. 原保险与再保险

根据业务承保方式的不同，保险可分为原保险和再保险。原保险是指保险人对被保险人因保险事故所致的损失承担直接的、原始的赔偿责任的保险。再保险是原保险人以其所承保的风险，再向其他保险人进行投保，与之共担风险的保险。

如果家庭没有相应的保险，人们心里就不踏实，但是保险也不是越多越好。虽然保险多，保障也多，但投保是需要成本的，家庭投保的根本原则是以尽可能小的代价获得较全面的保障。所以在买家庭保险的时候，还要遵循一定的基本原则：

1. 要量力而行

量力而行就是购买保险的投入必须与家庭的经济状况相匹配。首先，你必须了解自己家庭的收入水平，并预估未来的收入能力，计算出收支结余。在此基础上，再算出可用来购买保险的资金，专家推荐保险支出最好占收支结余的 10%-30%。这样，才能确保你的保险不会无力支付，也不会出现保险投资比率不足的情况。

2. 要按需选择

按需选择原则就是根据家庭所面临的风险种类选择相应险种。因为针对家庭和个人的商业险种非常多，并不是每个都适合你的家庭。你必须识别家庭所面临的风险，根据风险种类和发生的可能性来选择险种。例如，家庭中男主人是主要收入者，是家庭的经济支柱，而且从事危险程度较高的工作，则此家庭的首要保险就应该是男主人的生命和身体的保险。

3. 要优先有序

优先有序的原则就是重视高额损失，自留低额损失。确定保险需求的首要考虑是风险损害程度，其次是发生频率。损害大、频率高的损害优先考虑保险。对较小的损失，自己家庭能承受得了的，一般不用投保。而且保险一般都有一个免赔额，低于免赔额的损失保险公司是不会赔偿的，所以，应该放弃低于免赔额的保险。

4. 要合理组合

合理组合原则就是把保险项目进行科学的组合，并注意利用各附加险。许多保种除了主险外，还带了各种附加险。如果你购买了主险种，如果有需要，可也购买其附加险。这样的好处是：其一，避免重复购买多项保险。例如，购买人寿险时附加意外伤害险，就不需要再购买单独的意外伤害险了；其二，附加险的保费相对单独保险来说较低，可节省保费。所以综合考虑各保险项目的合理组合，既可得到全面保障，又可有效利用资金。

5. 不要轻易退保

退保后将遭受几重损失：一是没有了保障。二是退保时往往拿回的钱少，会有损失。三是如果万一以后要投保新保单，则按新年龄计算保费，年龄越大，保费越高，且同时还需考虑身体状况，有时还要加费处理。

如果实在需要用钱，有两种方法可以减少损失：第一是投保人可以向保险公司申请贷款。第二就是变更为减额缴清保费。按照一般规定，投保人未能在保费到期日后 60 天之内缴纳保险费，保险合同效力将中止，保险公司暂不承担保险责任，但投保人仍有两年的时间可以

申请恢复合同效力。因此，经济状况好转时还可以申请合同复效。复效的保单仍以投保时的费率为基础计算保费，与重新投保相比，保费不会因年龄增长而增加。

经济泡沫产生的幕后推手——流动性过剩

在人们近两年的经济生活中，感受最深的一个字就是“涨”。从股价翻番，到房价坚挺，再到肉价飙升，就像连锁反应，涨价开始蔓延至各个领域。这些与老百姓息息相关的话题，似乎在瞬间吸引了所有公众的目光和言论，为什么会有这种连锁反应？

其实，产生这种连锁反应的根本性原因就是流动性过剩。所谓流动性过剩就是指有过多的货币投放量，也就是说钱太多了。也许有人会说，钱多了还不是好事吗，谁怕钱多呀。可是，对国家和社会来说，钱太多了并非好事。因为这些多余的资金需要寻找投资出路，于是就大量地涌进股市、房地产、基础资源等领域，推高股票、房屋、能源等商品的价格。而上游资源价格的上升，必然会推动下游消费品价格的上升。如果在一些因素的刺激下，部分流动性开始追逐消费品，就会引起物价的较快上涨，最终导致投资与经济的过热现象，以及通货膨胀的危险。

流动性过剩在经济上的表现为：

- (1)货币增长率超过 GDP 增长率；
- (2)金融系统存款增速大大快于贷款增速；
- (3)证券市场的大幅上涨；
- (4)基础建设加快，地方政府追求高增长，产能过剩；
- (5)贸易顺差加大，外汇储备激增；
- (6)柴米油盐、水电油气的轮番涨价和居民日常消费品的全面涨价，房价上涨过快；
- (7)人民币在国际市场受到美元的攻击，不断升值，导致了一些国际热钱的流入。

现在我国存在的流动性过剩问题，是国内外多种因素共同作用的结果。从内部因素来看，有经济结构不平衡、储蓄和投资倾向强于消费倾向等。储蓄投资缺口，造成了贸易顺差和外汇储备的急剧增长。按目前的外汇管理制度，我国的外汇收入必须结售给中国人民银行，而央行为收购外汇必须增加货币发行。与此相关的是，贸易顺差的大量增加，人民币升值预期加大，国外资本的流入显著增加。因此，贸易和资本流动的双顺差，使我国的外汇储备急剧增加，2008 年 4 月份，我国外汇储备达到了 1.68 万亿美元。而央行为收购这些外汇储备就需要发行货币超过 11 万亿人民币，这是我国流动性过剩的主要内部原因。从外部因素来看，美国“9.11”事件以后，全球各主要经济体一度普遍实行低利率政策，导致各主要货币的流动性空前增长，出现了全球流

动性过剩。在全球经济失衡的诱导下，大量资金从美国流入以中国为代表的亚洲新兴经济体，这是造成目前我国流动性过剩的重要外部原因。

面对我国流动性过剩的现状，普通老百姓该怎样应对，以保证自己手中的资产不贬值？

对普通老百姓来说，最主要的保值手段就是投资。但应尽量避开高风险的投资市场，比如不懂股票的就不要去做股票，想获得股市的收益可以购买基金，让专业人士去帮你炒股。另外，投资黄金也是不错的选择，因为黄金作为抵御通胀风险的首要硬通货，应该是流动性过剩形势下投资者作为资产配置的重要投资品种之一。

同时，人们还可以投资房产。但投资者应购买市区地段的中小型房产，而避免购买郊区的别墅。因为随着城市入网膨胀，地段好的中小型房产风险很小，也非常容易出手，而处于郊区地段的别墅因为总价高，不好出手，投资者承担的资金流动性风险和通胀风险都会比较大。

最神奇的财富增值工具——复利

有一个古老的故事。一个爱下象棋的国王棋艺高超，从未遇到过敌手。为了找到对手，他下了一份诏书，说不管是谁，只要下棋赢了国王，国王就会答应他任何一个要求。

一个年轻人来到皇宫，要求与国王下棋。紧张激战后，年轻人赢了国王，国王问这个年轻人要什么奖赏，年轻人说他只要一点小奖赏：就是在他们下棋的棋盘上放上麦子，棋盘的第一个格子中放上一粒麦子，第二个格子中放进前一个格子数量的一倍麦子，接下来每一个格子中放的麦子数量都是前一个格子中的一倍，一直将棋盘每一个格子都摆满。

国王没有仔细思考，以为要求很小，于是就欣然同意了。但很快国王就发现，即使将自己国库所有的粮食都给他，也不够百分之一。因为从表面上看，青年人的要求起点十分低，从一粒麦子开始，但是经过很多次的翻倍，就迅速变成庞大的天文数字。

这就是复利的魔力。虽然起点很低，甚至微不足道，但通过复利则可达到人们难以想象的程度。但复利不是数字游戏，而是告诉我们有关投资和收益的哲理。在人生中，追求财富的过程，不是短跑，也不是马拉松式的长跑，而是在更长甚至数十年的时间跨度上所进行的耐力比赛。只要坚持追求复利的原则，即使起步的资金不太大，也能因为足够的耐心加上稳定的“小利”而很漂亮地赢得这场比赛。

据说曾经有人问爱因斯坦：“世界上最强大的力量是什么？”他的回答不是原子弹爆炸的威力，而是“复利”；著名的罗斯柴尔德金融帝国创立人梅尔更是夸张地称许复利是世界上的第八大奇迹。

复利就是利滚利或利上加利，一笔存款或者投资获得回报之后，再连本带利进行新一轮投资，这样不断循环，就是追求复利。复利公式是 $y = N \times (1+p)^x$ ，其中 y 指本利合计， N 指本金，

p 指利率，x 指存款的时间。和复利相对应的是单利，单利只根据本金算利，没有利滚利的过程，但这两种方式所带来的利益差别一般人却容易忽略。假如投入 1 万元，每一年收益率能达到 28%，57 年后复利所得为 129 亿元。可是，若是单利，28% 的收益率，57 年的时间，却只能带来区区 16.96 万元。这就是复利和单利的巨大差距。

因此，我们完全可以把复利应用到自己的投资理财活动中。假设你现在投资 1 万元，通过你的运作每年能赚 15%，那么，连续 20 年，最后连本带利变成了 163665 元了，想必你看到这个数字后感觉很不满意吧？但是连续 30 年，总额就变成了 662117 元了，如果连续 40 年的话，总额又是多少呢？答案或许会让你目瞪口呆，是 2678635 元，也就是说一个 25 岁的年轻人，投资 1 万元，每年赢利 15%，到 65 岁时，就能获得 200 多万元的回报。当然，市场有景气有不景气，每年都挣 15% 难以做到，但这里说的收益率是个平均数，如果你有足够的耐心，再加上合理的投资，这个回报率是有可能做到的。

由此可见，在复利模式下，一项投资所坚持的时间越长，带来的回报就越高。在最初的一段时间内，得到的回报也许不理想，但只要将这些利润进行再投资，那么你的资金就会像滚雪球一样，变得越来越大。经过年复一年的积累，你的资金就可以攀登上一个新台阶，这时候你已经在新的层次上进行自己的投资了，你每年的资金回报也已远远超出了最初的投资。

从另一方面来看，复利的巨大作用也会从投资者的操作水平中体现出来。因为，为了抵御市场风险，实现第一年的赢利，投资者必须研究市场信息，积累相关的知识和经验，掌握一定的投资技巧。在这个过程中，需要克服一些困难，但投资者也会养成一定的思维和行为习惯。在接下来的一年里，投资者过去的知识、经验和习惯会自然地发挥作用，并且又会在原来的基础上使自己有一个提高。这样坚持下来，使投资者越来越善于管理自己的资产，进行更熟练的投资，这是在实现个人投资能力的“复利式”增长。而投资理财能力的持续增长，使投资者有可能保持甚至提高相应的投资收益率。

这种由复利所带来的财富的增长，被人们称为“复利效应”。不但投资理财中有“复利效应”，在和经济相关的各个领域其实广泛存在着复利效应。比如，一个国家，只要有稳定的经济增长率，保持下去就能实现经济繁荣，从而增强综合国力，改善人民的生活。从这个角度来看，“可持续发展”这个时髦的词汇，实质上是追求复利的另一种说法。

企业的发展壮大也是一种复利效应。有的企业只追求眼前利益，在企业竞争力和企业文化方面缺乏积淀，没有发展后劲，久而久之，企业要么发展不下去，要么仍然是小打小闹。但有的企业目光远大，设定了远景目标，注重可持续发展，善于利用市场中提供的机会扩大规模，使企业的发展能够一年一个台阶不断攀登新的高峰，虽然中间也会有波折，但通过几十年甚至上百年的努力，就会成为一个世界著名的大企业。

从广义上来看，人生中也有和复利效应类似的道理。比如，一个人一年取得的成就也许微不足道，但如果他每年都能在过去的基础上前进，长期的积累，就会获得巨大的成就。人生的价值虽然难以用复利的计算方法进行数字计算，但随着时间的推移，同样的起点却导致不同的人生，

在个人成就上，不同的人之间可以有遥不可及的距离。人年轻时可能起点差不多，理想也差不多，但是一生的成就却千差万别，有的成就斐然，有的则一事无成，庸庸碌碌一生。这是“复利”的力量在人生历程中的体现。

可以说，复利是一种思维，是一种以耐心和坚持为核心的思维方式。如果我们能充分利用复利思维，不管是投资还是人生，都会有不错的回报。

为什么“存钱”反而赔钱——负利率

负利率是指利率减去通货膨胀率后为负值。也就是说，你把钱存进银行里，过一段时间后，算上利息在内没有增值，反而贬值了。

当你把钱存入银行，银行会给你一个利息回报，比如某年的一年期定期存款利率是 3%。而这一年整体物价水平涨了 10%，相当于货币贬值 10%。一边是银行给你的利息回报，一边是你存在银行的钱越来越不值钱了，那么这笔存款的实际收益是多少呢？用利率（明赚）减去通货膨胀率（暗亏），得到的这个数，就是你在银行存款的实际收益。

例如 2008 年的半年期定期存款利率是 3.78%（整存整取），而 2008 年上半年的 CPI 同比上涨了 7.9%。假设你在年初存入 10000 元的半年定期，存款到期后，你获得的利息额 $= (10000 \times 3.78\%) - (10000 \times 7.9\%) \times 5\% = 359.1$ 元；而你的 10000 元贬值额 $= 10000 \times 7.9\% = 790$ 元。 $790 - 359.1 = 430.9$ 元。也就是说，你的 10000 元存在银行里，表面上增加了 359.1 元，而实际上减少了 430.9 元。这样，你的银行存款的实际收益为 -430.9 元。

负利率的出现，意味着物价在上涨，而货币的购买能力却在下降。即货币在悄悄地贬值，存在银行里的钱也在悄悄地缩水。

虽然理论推断和现实感受都将“负利率”课题摆在了百姓面前，但有着强烈“储蓄情结”的中国老百姓仍在“坚守”储蓄阵地。银行储蓄一向被认为是最保险、最稳健的投资工具，但也必须看到，储蓄投资的最大弱势是：收益较之其他投资偏低，长期而言，储蓄的收益率难以战胜通货膨胀，也就是说，特殊时期通货膨胀会吃掉储蓄收益。因此，理财不能单纯依赖“积少成多”的储蓄途径。

面对负利率时代的来临，将钱放在银行里已不合时宜。对于普通居民来说，需要拓宽理财思路，选择最适合自己的理财计划，让“钱生钱”。负利率将会对人们的理财生活产生重大影响。以货币形式存在的财富如现金、银行存款、债券等，其实际价值将会降低，而以实物形式存在的财富如不动产、贵金属、珠宝、艺术品、股票等，将可能因为通货膨胀的因素而获得价格的快速上升。因此，我们必须积极地调整理财思路，通过行之有效的投资手段来抗击负利率。

抵御负利率的手段有很多，首先是进行投资，可以投资基金、股票、房产等，还可以购买黄金珠宝、收藏品。当然，我们必须以理性的头脑和积极的心态来进行投资，不要只看到收益，而忽视风险的存在。

除了投资之外，还要开源节流，做好规划。其中首先就是精打细算。在物价不断上涨的今天，如何用好每一分收入显得尤为重要。每月收入多少、开支多少、节余多少等，都应该做到心中有数，并在此基础上分清哪些是必要的开支、哪些是次要的、哪些是无关紧要的或可以延迟开支的。只有在对自己当前的财务状况明白清楚的情况下，才能做到有的放矢。

其次是广开财源，不要轻易盲目跳槽，在条件允许的情况下找一些兼职，与此同时也要不断地提升自我，增强职场与市场竞争力。

最后就是要做好家庭的风险管理，更具体来说，就是将家庭的年收入进行财务分配，拿出其中的一部分来进行风险管理。而提及风险，就必然要提到保险，保险的保障功能可以使人自身和已有财产得到充分保护，当发生事故的家庭面临资产入不敷出的窘境时，保险金的支付可以弥补缺口，从而降低意外收支失衡对家庭产生的冲击。从这一点来说该买的保险还是要买，不能因为省钱而有所忽视。

总之，你必须行动，不能坐等财产逐渐缩水。其实，负利率不可怕。最可怕的是你面对负利率却无动于衷。

捕捉低风险赚钱机会——套利

套利是指在一个市场买进外汇、商品或证券的同时，又在另一市场以高于前一市场的价格卖出的行为。说通俗点就是在同一时间进行低买高卖操作，以获得中间的差价（如下图）。套利行为的基本诱因是两个市场间的价差超过了买进与卖出的交易费用，而套利活动的结果则使在这些市场交易的相类似的商品的价格保持在买进与卖出所确定的范围内。任何价格如有偏离由交易费用所确定的范围的倾向，都会诱发套利行为，从而迫使价格重新返回到这一范围内。

假设某一时期 1 英镑在伦敦与美元的兑换率低于 1 英镑在纽约与美元的兑换率。如果两个市场上汇率之差超过了交易费用，套利者就会用英镑在伦敦市场买进美元，然后在纽约市场卖出美元换回英镑。两个市场的汇率之差减去交易费用即为套汇者的净收益。但套汇行为将提高买进市场即伦敦的英镑兑换率，降低卖出市场即纽约的英镑兑换率，直到套汇者不再能够获得净收益为止。

套利交易目前已经成为国际金融市场中的一种主要交易手段，国际上绝大多数大型基金均主要采用套利或部分套利的方式参与期货或期权市场的交易。随着我国期货市场的规范发展以及上市品种的多元化，市场蕴涵着大量的套利机会，只要我们认真观察，潜心研究，及时捕捉，套利交易势必使我们获得稳定的回报。

套利一般可分为三类：跨市套利、跨期套利和跨商品套利。

跨市套利是在不同交易所之间的套利交易行为。当同一期货商品合约在两个或更多的交易所进行交易时，由于区域间的地理差别，各商品合约间存在一定的价差关系。例如伦敦金属交易所(LME)与上海期货交易所(SHFE)都进行阴极铜的期货交易，每年两个市场间会出现几次价差超出正常范围的情况，这为交易者的跨市套利提供了机会。例如当 LME 铜价低于 SHFE 时，交易者可以在买入 LME 铜合约的同时，卖出 SHFE 的铜合约，待两个市场价格关系恢复正常时再将买卖合约对冲平仓并从中获利，反之亦然。在做跨市套利时应注意影响各市场价格差的几个因素，如运费、关税、汇率等。

跨期套利是套利交易中最普遍的一种，是利用同一商品但不同交割月份之间正常价格差距出现异常变化时进行对冲而获利的，又可分为牛市套利(bull*spread)和熊市套利(bear*spread)两种形式。例如在进行金属牛市套利时，交易者买入近期交割月份的金属合约，同时卖出远期交割月份的金属合约，希望近期合约价格上涨幅度大于远期合约价格的上涨幅度；而熊市套利则相反，即卖出近期交割月份合约，买入远期交割月份合约，并期望远期合约价格下跌幅度小于近期合约的价格下跌幅度。

跨商品套利指的是利用两种不同的、但相关联商品之间的价差进行交易。这两种商品之间具有相互替代性或受同一供求因素制约。跨商品套利的交易形式是同时买进和卖出相同交割月份但不同种类的商品期货合约。例如金属之间、农产品之间、金属与能源之间等都可以进行套利交易。

投资者之所以进行套利交易，主要是因为套利的风险较低，套利交易可以为避免始料未及的或因价格剧烈波动而引起的损失提供某种保护，但套利的赢利能力也较直接交易小。套利的主要作用一是帮助扭曲的市场价格回复到正常水平，二是增强市场的流动性。套利最重要的是时间的同一性和收益为正的确定性。

在现实中，通常会存在一定的时间先后顺序，也可能是以很小的概率出现亏损，但仍被称做“套利”，主要是从广义上来说的。

在我国目前证券市场中，比较获得人们认同的套利包括 ETF 套利、期货套利、权证套利等。

第三章 居民的钱口袋和国家宏观调控——日常生活要懂的经济学

你可以跑不赢刘翔，但必须跑赢 CPI——消费者物价指数

从 2007 年开始，CPI 如同脱缰野马一般，一路狂奔上涨(2007 年 3 月为 2.70%，而 2008 年 2 月达到 8.70%)，令几乎所有人尤其是普通百姓目瞪口呆。于是，在网上流传着这样一句经典名言：“你可以跑不赢刘翔，但必须跑赢 CPI。”CPI 随着其数值连续不断地升高，已经成为人们

街头巷尾热议的话题，我们日常生活的方方面面越来越多地被它牵动着，人民币升值了，粮价涨了，肉价涨了，油价涨了，房价涨了，似乎一切都在上涨！人们明显地感到自己的财富在缩水。

的确如此，你可以不喜欢运动，但你的财富一辈子都在赛跑，这是一场长达几十年的“马拉松”，这场比赛悄无声息，甚至不管你愿不愿意参加，而你的对手就是 CPI。

CPI 全称为 **Consumer*Price*Index**，中文意思是消费者物价指数。其反映的是根据和居民生活有关的商品及劳动力价格所统计出来的一个指标。其作用是对通货膨胀水平的一个量化体现。通俗地说，现在我们吃的、喝的、用的一些物品，很多价格都在涨，那到底涨多少呢？这就需要有一个统一的标尺来衡量，这个标尺就是 CPI。

CPI 作为一个固定的价格指数，不反映商品质量的改进或者下降，对于新产品也不加考虑，它所考量的只是和居民生活相关的一些商品及劳务价格。

当 CPI 升幅过大的时候，表明居民生活成本较之以前变高，如果你的收入没有增加那么相对于社会环境来说你的收入实际是降低了。举一个简单的例子：假如说去年你得到 100 元没有花掉，而今年 CPI 上升了 6%，那么你现在用这 100 元其实只能买到相当于去年 94 元就能买到的商品及劳务服务。

因此 CPI 的大幅上涨，即最通俗的说法“涨价”，是不受欢迎的。如果 CPI 升幅过大，则通货膨胀就会成为国民经济中的不稳定因素，央行即会有紧缩货币政策和财政政策的风险，继而导致经济前景不明朗。

CPI 的变化会对股市产生一定的影响。CPI 增幅过大，会导致通货膨胀，而央行为了抑制通胀，会采取加息等紧缩策略，继而导致股市流动资金的减少，而减小股票的买盘。根据供求关系，股票买盘小的情况下其价格就会下跌。反之，如果 CPI 降低，则股市走热，股票上涨。

CPI 计算体系是 1993 年确立的，但一直以来，不为人们所重视。2007 年初，中国人民银行设定了 3% 的 CPI 目标，这一底线，也被认为是央行加息的“警戒线”。但自 2007 年 5 月开始，这条警戒线，却被轻松突破。

2007 年 5 月，CPI 增速首次越线，达到 3.4%，6 月再上新台阶，达到 4.4%。到了 8 月，已是“连升三级”，达到了令人瞠目的 6.5%。8 月 8 日，曾经一心力保 3% 的央行甚至发出了“防止物价全面上涨”的警告。但是，CPI 只稍微放慢了脚步，9 月降到 6.2%。随后又急速上涨，直到 2008 年 2 月份的 8.7%。

CPI 的连续上涨，让人们感到很大的压力。人们感到的压力还并不仅仅在于日常消费品的本身，更在于货币的加速贬值和资产价格的持续上升。医疗、住房、教育的价格高涨，使大家的实际收入迅速降低，CPI 的高涨，使大家存在银行的那点“养命钱”迅速贬值。

那么，普通大众该怎样在和 CPI 的赛跑中胜出呢？其实，理财是一个不错的手段。我们可把人生划为 4 个时期，不同的时期采用不同的策略。

1. 单身期

这是指刚工作未组建家庭的年轻时期。这个阶段的人收入以薪金为主，而且数额比较小，甚至有时会入不敷出，但不要因此为理由而拒绝理财。即使每月投入 100 元，也可以做基金定投。虽然净资产值相对较小，但如果能坚持长期投资的话，赢利能力还是相当可观的。

从 2000 年 8 月上证基金指数推出到 2008 年 1 月底，如果每月以该指数为标的进行基金定投的话，年均收益率也在 30% 以上，远远超过 CPI。

2. 养育期

这主要是指从结婚生孩子到孩子成年的一段时期。这是人生最重要的一段时期。这一时期一般收入较多，比较稳定，但负担也最重，是保险需求的高峰期，基本上都需要购买房屋偿还贷款，所以可供投资的余钱并不多。

这一阶段的人除了延续单身时期的基金定投外，家庭增加保险保障是必不可少的，按照个人风险承受能力的不同，可以尝试投资不同比例的债券型基金。在银行理财产品的选择方面也可以尝试本金安全、收益浮动的产品。

一般说来，浮动收益型的产品由于风险稍大于固定收益型，因此产品的潜在收益也通常相对较高。此外，可根据各家庭的实际情况，适当尝试股票、黄金及外汇买卖。

3. 稳定期

这是指孩子成年后到退休的一段时期。这是最稳定的一个阶段。这一阶段的家庭成员由收入稳定的中年夫妻及成年儿女构成，家庭收入达到巅峰期，且支出逐渐降低，是家庭理财的黄金时期。开始生成理财收入，减少债务，积累资产，为未来的退休提供保障。

这一阶段的人可在理财师的帮助下，建立具有长期性、中等风险的多元化的投资组合。此时，银行的理财产品、新股产品及基金都是不错的选择。当然，还要买足终身寿险和年金保险，投资黄金和住宅之外的不动产。当然贯穿一生的基金定投也是不可缺少的。

4. 退休期

这一阶段的人群由退休的老年人构成，收入减少，并且，因为健康等原因造成潜在支出增加。生活收入主要依靠社会保障收入（退休金收入）和理财收入。

这一阶段的人投资的重点是降低风险，要逐渐地把多元化的投资组合转变为固定收益或者低风险的理财产品。应选择低风险的投资来保住价值，少量资金可进行一些有一定风险但基本风险可控的投资以抵御通货膨胀对资产造成的损失。如债券基金、银行固定收益型理财产品，并可配置少量混合型基金。中年时期已买足的各类保险是当前年老多病多意外的保障，而坚持了几十年的基金定投，这个时候可以转为“基金定赎”，与退休工资、年金一起，共同构成养老的现金流，维持老人的生活质量。

总之，如果能根据不同的时期，配置不同的投资工具，长期坚持，就一定能跑赢 CPI，并获得不错的收益，保障生活的质量。

国家经济的“体温计”——PPI

国家统计局发布了 2008 年 8 月份的 CPI 和 PPI 数据后，专家和机构纷纷发表评论，对我国的经济前景进行分析与预测。关于 CPI 我们前面已经讲述过，现在主要讲述 PPI。

PPI 是生产者物价指数的英文缩写，它是站在生产者的角度来观察不同时期货物和服务商品价格水平变动的一种物价指数，反映了生产环节的价格水平，也是制定有关经济政策和国民经济核算的重要依据。在我国，PPI 一般指统计局公布的工业品出厂价格指数，目前我国 PPI 的调查产品有 4000 多种，包括各种生产资料和生活资料，涉及调查种类 186 个。其中，能源原材料价格在 PPI 构成中占较大比重。

通常情况下，PPI 走高意味着企业出厂价格提高，因此会导致企业赢利增加；但如果下游价格传导不利或市场竞争激烈，走高的 PPI 则意味着众多竞争性领域的企业将面临越来越大的成本压力，从而影响企业赢利，整个经济运行的稳定性也将受到考验。

我国的 PPI 自 2007 年 10 月份开始，涨幅持续提高，从 3.2% 持续攀升到 2008 年 8 月份的 10.1%，涨幅达到了两位数。这引起人们极大的关注。

我国近一年多 PPI 攀高的根本原因是，在全球需求急速扩张下，资源类产品价格持续走高，而我国部分资源匮乏、内外需求旺盛，经济对于外部资源的依存度越来越大，导致国内 PPI 走高，直至 2008 年 8 月份创下 10.1% 的新高。

但是，在 PPI 连创新高的同时，而 CPI 却连续下降，形成了明显的“剪刀差”。按理说，PPI 对 CPI 有一定的传导作用，PPI 增高，也会推动 CPI 增高。为什么会出现 PPI 和 CPI 背道而驰的现象呢？其原因有以下几点：

第一，从历史来看，在物价上涨周期，PPI 和 CPI 的峰值出现的时刻不同，CPI 峰值在很多时候较 PPI 早几个月。以我国 2004 年前后的物价上涨为例，CPI 于 2004 年 7 月达到 5.3% 的高点，而 PPI 则于同年 10 月达到 8.4% 的高点，相差 3 个月。同时，进入 2008 年以来，由于供需矛盾和资本炒作等多方面原因，以原油为代表的国际大宗商品价格冲高，带动我国 PPI 涨幅明显提升，更凸显了两指标走势之差。

第二，我国现阶段 PPI 向 CPI 的传导并不顺畅。PPI 向 CPI 传导上涨压力的链条大致有三种：PPI（煤炭、成品油、电力）→农业生产资料→农产品→CPI；PPI（采掘工业）→水电燃料→CPI；PPI（原料工业、加工工业）→工业消费品→CPI。由于我国下游产品市场总体供大于求，而且国家对中间产品实行价格管制，这就导致 PPI 向 CPI 的传导在很大程度上被弱化，PPI 上涨对 CPI 的影响更多是在心理层面。据专家估计，当前我国 PPI 上涨只有 10% 左右可传递到 CPI 中。

第三，PPI 和 CPI 两指标的侧重点不同。CPI 中食品和服务业所占比重非常大，PPI 则涵盖各种工业制造业产品，两指标的构成因素区别明显。按权重及价格波动性来看，石油价格变动对 PPI 影响更为显著，而 CPI 受食品价格影响更为突出。通常而言，CPI 是衡量国家物价水平的最重要指标，而对于 PPI 以及其他价格指标，政府则很少有动力去进行专门调控。

不过，PPI 和 CPI 背道而驰的局面不会长期保持，从中长期来看，PPI 和 CPI 的差距一定会缩小，并最终保持基本同步。其实，在多数情况下 CPI 和 PPI 走势方向是相同的。

总之，PPI 和 CPI 作为整体经济运行的核心指标，对国民经济和资本市场有着深远的影响。我们可以做一个形象的比喻：整个国家经济就如同一辆飞驰的列车，普通居民是列车的乘客，各类企业则是列车的零部件，而国家经济政策就是要确保这辆列车又快又稳地行驶。如果说 GDP 增速反映的是速度指标，那么 CPI 和 PPI 就是表明列车运行稳定程度的核心指标。如果 CPI 太高，车上的乘客——广大居民会感到列车过于颠簸受不了；如果 PPI 不正常，那么列车的零部件——众多企业则会承受过大的压力负荷。这两种情况一旦发生，都需要迅速对宏观经济进行“点刹”与调整。因此，PPI、CPI 的走势在某种程度上表明了整个经济运行的健康程度，并可作为预判未来国家宏观经济政策变化的重要指标。

如何判断货币供应量的多少——M0、M1、M2

2008 年 7 月 17 日，国家统计局公布了我国 2008 年上半年的各项经济数据。其中有一项是：货币供应量基本稳定，存款余额增加较多。6 月末，广义货币(M2)余额 44.3 万亿元，同比增长 17.4%，比去年同期加快 0.3 个百分点；狭义货币(M1)15.5 万亿元，增长 14.2%，回落 6.7 个百分点；流通中现金(M0)30181 亿元，增长 12.3%，回落 2.3 个百分点。

关于 M0、M1、M2 在经济报道中时常出现，但好多人都是一知半解，只知道是广义与狭义的货币，不知道具体表示什么意思。

具体来说，M0、M1、M2 是货币供应量的范畴。人们一般根据货币流动性的大小，将供应量划分为不同的层次加以测量、分析和调控。我国现阶段是将货币供应量划分为三个层次，其含义分别是：

M0 是指流通中的现金，即在银行体系以外流通着的现金。这类货币与消费变动密切相关，最为活跃。

M1 即狭义货币，实际上就是指流通中的货币量加上商业银行的活期存款。这类货币具有很强的流动性，随时可以用来进行支付。

M2 即广义货币，是指在 M1 的基础上再加上商业银行的定期存款和储蓄存款，一般说来，由于定期存款和储蓄存款都不能随时支付，所以它的流动性稍微差一些。

它们三者之间的关系可以用公式表示：

$M0 = \text{流通中现金}$

$M1 = M0 + \text{非金融性公司的活期存款}$

$M2 = M1 + \text{非金融性公司的定期存款} + \text{储蓄存款} + \text{其他存款}$ 。

在日常生活中， $M0$ 数值高证明老百姓手头宽裕、富足。衣食无忧的情况下这种可能性更高。 $M1$ 反映居民和企业资金松紧变化，是经济周期波动的先行指标，流动性仅次于 $M0$ 。 $M2$ 流动性偏弱，但反映的是社会总需求的变化和未来通货膨胀的压力状况。通常所说的货币供应量，主要指 $M2$ 。货币投放的渠道有两个，一是外汇占款投放，二是通过银行信贷投放。它们的投放增长越快 $M2$ 的增速越大。

我们一般可以通过 $M1$ 和 $M2$ 的增长率变化来揭示宏观经济运行状况。将 $M2$ 的增长率和 $M1$ 的增长率进行对比，有很强的分析意义。如果 $M1$ 的增长率在较长时间高于 $M2$ 的增长率，说明经济扩张较快，活期存款之外的其他类型资产收益较高。这样更多的人会把定期存款和储蓄存款提出进行投资或购买股票，大量的资金表现为可随时支付的形式，使得商品和劳务市场普遍受到价格上涨的压力。影响 $M1$ 数值的原因很多，例如股票市场火暴就会影响到 $M1$ 的数值变化，很多人会将定期存款和部分资产变现投放到股市，促使 $M1$ 加速上扬。

反之，如果 $M2$ 的增速在较长时间较 $M1$ 的增速高，则说明实体经济中有利可图的投资机会在减少，可以随时购买商品和劳务的活期存款大量转变为较高利息的定期存款，货币构成中流动性较强的部分转变为流动性较弱的部分，这无疑将影响到投资继而影响到经济增长。

为什么贷款容易，提前还贷却难——国家利率

在人们的传统观念中，向银行贷款比较难，而向银行还款非常容易。但是，现在却出现了这样的情况，贷款容易，还款难。

《工人日报》刊登了这样一件事：

穆先生在北京一家有名的 IT 公司工作，5 年前他的月收入是 2000 多元，现在的月收入是 6000 多元。3 年前他贷款 30 万元，加上从家里凑的 10 多万元，在北京南三环附近买了一套 96 平方米的房子。当时的房价是 4600 元一平方米，穆先生每月拿出收入的一半，也就是 1000 元来还房贷。但就穆先生现在的收入水平而言，他可以每月还贷 3500 元，既能缩短还款期限，又可节省利息支出。

可让穆先生不明白的是，他提前还贷银行怎么还不乐意呢？

其实，这里面最主要的就是牵扯到国家利率问题。利率又称利息率。表示一定时期内利息量与本金的比率，通常用百分比表示，按年计算则称为年利率。其计算公式是：利息率=利息量÷本金。

利率是经济学中一个重要的金融变量，几乎所有的金融现象、金融资产均与利率有着或多或少的联系。当前，世界各国频繁运用利率杠杆实施宏观调控，利率政策已成为各国中央银行调控货币供求，进而调控经济的主要手段。在萧条时期，降低利息率，扩大货币供应，刺激经济发展；在膨胀时期，提高利息率，减少货币供应，抑制经济的恶性发展。利率政策在中央银行货币政策中的地位越来越重要。

上例中出现的“贷款易，还贷难”的问题，就有深刻的经济背景。在 2007 年的时候，我国的通货膨胀问题非常突出，为了遏制膨胀，抑制经济过热，国家多次提高利率。对于贷款买房的消费者来说，无形中加重了利息负担。为了不多掏钱，他就会选择提前还贷。可对于银行来说，利率提高是好事，可以多收利息，可这时候消费者却提前还贷，它当然不愿意了，出现推三阻四的情况也就是必然的了。

利率是市场经济中最重要的变量之一，它的变化对人们的经济生活影响非常大。因此，我们也就有必要对利率作进一步的了解。利率到底会受到哪些因素的影响，也就是说，哪些因素会导致利率的变化？通常情况下，影响利率的因素大致有四种：

1. 货币政策

政府制定货币政策的目的是为了促进经济稳定增长。控制货币供给和信贷规模，可以影响利率，进而调节经济增长。扩大货币供给，会导致利率下降，反之，则造成利率上升。

2. 财政政策

一个国家的财政政策对利率有较大的影响，通常而言，当财政支出大于财政收入时，政府会在公开市场上借贷，以此来弥补财政收入的不足，这将导致利率上升。而扩张性的经济政策，往往扩大对信贷的需求，投资的进一步加热又会导致利率下降。

3. 通货膨胀

通货膨胀是指在信用货币条件下，国家发行过多的货币，过多的货币追求过少的商品，造成物价普遍上涨的一种现象。通货膨胀的成因比较复杂，因此，通货膨胀使得利率和货币供给之间的关系相对复杂。如果货币供给量的大幅增长不是通货膨胀引起的，那么利率不仅可能不下降，反而会上升，造成高利率现象，以弥补货币贬值带来的损失。因此，利率水平随着通货膨胀率的上升而上升，下降而下降。

4. 企业需求和家庭需求

企业对于信贷的需求往往成为信贷利率变化的“晴雨表”，每当经济步入复苏和高涨之际，企业对信贷需求增加，利率水平开始上扬和高涨，而经济发展停滞时，企业对信贷的需求也随之减少，于是，利率水平转趋下跌。家庭对信贷的需求也影响到利率的变化，当需求增加时，利率上升；需求减弱时，利率便下跌。

收入的差距是如何形成的——二八定律

在这个社会上，总会有穷人和富人，总会有高收入者和低收入者。而且富人总是占少数，穷人总是占多数。他们两者的比例一般会保持在 20: 80 左右。即使某一特殊时期出现财富均衡，也最终会向这一比例靠拢。这就是“二八定律”在起作用。

“二八定律”是 19 世纪末，意大利经济学者帕累托发现的。他发现：在任何一组东西中，最重要的只占其中一小部分，约 20%，其余 80% 尽管是多数，却是次要的。如 20% 的人占有 80% 的财富；20% 的投入换来 80% 的回报。而且，这种不平衡的模式会重复出现。

“二八定律”的关键是不平衡关系问题。因为事物本身是存在一定的秩序关系的，各种关系内在的力量也是不平衡的，必然会有强势和弱势之分，也势必会造成因果关系的不对等。这样一来，投入和产出也就不会成为正比。从财富分配的角度来说，就是这种不平衡，导致了人们收入的差异。例如，两个人投入同样的 8 个小时，而产出的成果是绝对不一样的。员工工作了 8 小时获得的报酬是 100 元，而老板工作了 8 小时获得的报酬是 1 万元。

“二八定律”存在于生活的方方面面。例如，20% 的产品或顾客，通常占该企业组织约 80% 的获利。20% 的罪犯占了所有罪行的 80%。在家中，无论是地毯还是家用电器，80% 的磨损出现在 20% 的位置。80% 的时间里，你穿的是你所有衣服的 20%。在学校里，你获得的绝大多数知识来源于少数的课程和书籍。被称为“20 世纪最大投资失败”的铱星公司倒闭，就是被“二八定律”击败的活生生的例子。铱星公司出身豪门（后台是大名鼎鼎的摩托罗拉），其所推出的铱星电话——“在世界任何地方都能打通的电话”技术上的先进性举世无匹，可就是这样一个“天之骄子”，却在投入运营两年后不得不宣布倒闭，原因何在？除了运营方面的种种失误，最重要的败因正是它所追求的“覆盖全球”的理想。不要忘了，地球表面的 80% 以上是人迹罕至的海洋、极地和高山，为了将这些地域纳入通信网络，铱星公司不但要发射大量卫星，还要负担维护其运转的巨大费用，可是这些地方所能产生的利润却微乎其微。这些成本最终都要由另外那 20% 地区的用户负担，这就是造成铱星电话价格过高，无法和普通移动电话竞争的原因。

“二八定律”对不平衡关系的揭示，给我们提供了一个新的视角，只要想想约 80% 的收获来自约 20% 的努力，其他约 80% 的力气只带来约 20% 的结果，你就不会盲目地将自己的财力、精力都捐献给无偿劳动了。我们可以尝试问自己：“是什么因素让约 20% 的原因产生约 80% 的结果？”找到其中的原因，用来提高我们的工作效率，改善我们生活的质量。

“二八定律”在到处发生着影响，你也可以成为运用“二八定律”的专家，这需要发挥你的创造力，积极观察，并从“二八定律”中得到启发，这可以使你更有效率地做事情。比如，对一个企业来说，顾客中的约 20%占有营业额的 80%左右，而他们就是所谓的“贵客”。既然如此，要怎样做才能抓住这些“贵客”，也就是我们经营的诀窍所在。再比如，如果公司发现约 20%的产品带来了约 80%的利润，那么这家公司就应该集中精力予这些利润高的产品。

我们在现实生活中可以发现，尽管约 80%的人只得到约 20%的收获，但他们大部分是非常努力和勤奋的。很多人拼命去挣钱，但事实上真正拼了命也未必能挣多少钱，这个事实说明努力并不必然地带来丰厚的报酬。聪明人应该讲究效率，而不是一味地盲目努力。约占 20%的少数人能得到约 80%的收获，但他们也未必都那么勤奋，仔细观察可以发现，他们只是在做事的方式上符合了一定的原则而已。可见，人人都应该依照一定的原则去做事，而不是像头老黄牛似的单纯地低头向前拉车。

《畅销书 80 / 20 定律》一书的作者理查德·科克曾谈到他在牛津大学的经历，可以算应用“二八定律”的一个经典案例。理查德·科克在牛津大学读书时，学长告诉他：“没有必要把一本书从头到尾全部读完，除非你是为了享受读书本身的乐趣。在你读书时，应该领悟这本书的精髓，这比读完整本书有价值得多。”这位学长想表达的意思实际上是：一本书约 80%的价值，已经在约 20%的页数中就已经阐明了，所以只要看完整部书的 20%左右就可以了。当然这种看法不能适用于阅读所有的书籍，对有些书还是要从头到尾细细阅读的。

理查德·科克很喜欢这种学习的方法，而且以后一直沿用它。牛津并没有一个连续的评分系统，课程结束时的期末考试就足以裁定一个学生在学校的成绩。他发现，如果分析了过去的考试试题，把所学到知识的 20%左右，甚至更少的与课程有关的知识准备充分，就有把握回答好试卷中约 80%的题目。这就是为什么专精于一小部分内容的学生，可以给主考入留下深刻的印象，而那些什么都知道一点但没有一门精通的学生却无法获得考官的青睐。这项心得让他并没有披星戴月终日辛苦地学习，但他依然取得了很好的成绩。

在股票市场上，“二八定律”也充分地发挥着作用。

股市中有 80%的投资者只想着怎么赚钱，仅有 20%的投资者考虑到赔钱时的应变策略。但结果是只有那 20%的投资者能长期赢利，而 80%的投资者却常常赔钱。

20%赚钱的人掌握了市场中 80%正确的有价值信息，而 80%赔钱的人因为各种原因没有用心收集资讯，只是通过股评或电视掌握 20%的信息。

当 80%的人看好后市时，股市已接近短期头部，当 80%的人看空后市时，股市已接近短期底部。只有 20%的人可以做到抄底逃顶，80%的人是在股价处于半山腰时买卖的。

券商的 80%佣金是来自于 20%短线客的交易，股民的 80%收益却来自于 20%的交易次数。因此，除非有娴熟的短线投资技巧，否则不要去贸然参与短线交易。

只占市场 20%的大盘指标股对指数的升降起到 80%的作用，在研判大盘走向时，要密切关注这些指标股的表现。

一轮行情只有 20%的个股能成为黑马，80%个股会随大盘起伏。80%投资者会和黑马失之交臂，但仅 20%的投资者与黑马有一面之缘，能够真正骑稳黑马的更是少之又少。

有 80%投资利润来自于 20%的投资个股，其余 20%投资利润来自于 80%的投资个股。投资收益有 80%来自于 20%的交易，其余 80%的交易只能带来 20%的利润。所以，投资者需要用 80%的资金和精力关注于其中最关键的 20%的投资个股和 20%的交易。

股市中 20%的机构和大户占有 80%的主流资金，80%的散户占有 20%的资金，所以，投资者只有把握住主流资金的动向，才能稳定获利。

成功的投资者用 80%的时间学习研究，用 20%的时间实际操作。失败的投资者用 80%的时间实盘操作，用 20%的时间后悔。

股价在 80%的时间内是处于量变状态的，仅在 20%的时间内是处于质变状态。成功的投资者用 20%的时间参与股价质变的过程，用 80%的时间休息，失败的投资者用 80%的时间参与股价量变的过程，用 20%的时间休息。

对于投资者来说，如果能吃透“二八定律”的精髓，把它应用于股市，赚钱就会变得很轻松。

总之，“二八定律”提醒我们去思索，怎样付出更少，既能获得个人成功，又能获得事业成功；怎样做得更少，既能享受幸福生活，又能实现生命价值。要尝试把这种四两拨千斤、事半功倍的想法，应用到你的事业和生活等领域中。如果你想取得人生的辉煌和事业的成就，就必须约束自己。运用“二八定律”的最好办法，是为自己形成一定的规则，为了形成你自己的规则，你可以从以下几方面去做：

(1)用约 80%的力量和时间去做最重要的约 20%的事情，用约 20%的力量或时间做约 80%的事情。

(2)人的精神状态有一定的周期性，用约 20%的精神处于最佳状态的时间，做最重要的事情。

(3)少做一些，锁定少数能以“二八定律”完成的目标，放弃太费力气、风险太大的事情。

(4)从生活的深层去探索，找出琐碎无益的事情，并摒弃它们。

(5)面对问题的时候要关注要点，找出那些关键的 20%，实现 80%的好处。

(6)在日常生活中，找人来负责一些事务，不需事必躬亲，这样可以使自己更轻松地面重要的 20%。

(7)寻求捷径，而非直接参与。学会用最少的努力去解决问题。

(8)在几件事情上追求卓越，不必事事都有好表现。只做我们最能胜任，且最能从中得到乐趣的事。

要补休还是要加班费劳动与闲暇

《新民晚报》法治视窗栏目里有这样一篇报道：

为了一天的加班工资，上海市一家货运代理公司操作工贺小芳（化名）向虹口区劳动争议仲裁委员会提请仲裁，要求公司支付周六加班的费用。

原来，不久前的一天，公司接到安排一批货物紧急上船的任务，遂要求贺小芳周六加班，她欣然答应。不日，公司安排她补休。由于想多挣点钱，贺小芳不愿补休，要求公司支付加班工资，标准是按《劳动法》的规定为日工资的 200%。公司不同意，并认为公司的一贯做法就是员工加班安排补休，不支付加班工资。

在仲裁委的庭审过程中，贺小芳提出，休息日加班，是要加班工资还是补休，自己应有权选择。公司强行安排补休，侵害了自己的合法权益。而公司则辩称：加班的补偿形式有支付加班工资或安排补休两种，公司根据《劳动法》的有关规定作此安排并无不妥，劳动者应服从公司的安排。

最终，劳动争议仲裁委员会根据《中华人民共和国劳动法》对此案作出裁定，贺小芳的请求没有得到支持。

其实，从经济学的角度来说，这篇报道所反映的问题就是劳动与闲暇的问题。

每个人的时间是有限的——一天 24 小时，人要把时间这种资源配置于两种用途：劳动和闲暇。劳动是指有报酬的活动，比如上班工作或从事商业活动。闲暇是指一切无报酬的活动，比如休息、娱乐，以及家务劳动。人把多少时间用于劳动，多少时间用于闲暇，取决于劳动（有报酬活动）的价格，即实际工资水平。人们选择闲暇，是因为他们认为闲暇比工作带来更大的效用。例如，在上面的报道中，贺小芳认为劳动的价格高于闲暇的效用，于是她选择了放弃休息，而要加班费。在现实中，可能有好多人会选择补休，而不要加班费。在他们看来，闲暇的效用高于劳动的价格。

在人们选择劳动还是闲暇的时候，劳动的价格也就是实际工资起决定性的作用。实际工资的变动会引起两种效应：替代效应和收入效应。替代效应是指工资增加，人们用工作替代闲暇。这是因为在工资增加时，闲暇的代价高了。比如，每小时工资为 8 元时，闲暇一小时减少 8 元收入；每小时工资为 15 元时，闲暇一小时就减少 15 元收入。这时人们就会减少闲暇，增加工作。所以，替代效应能引起劳动供给随工资上升而增加。

工资的增加还有另一种收入效应，即工资增加。人们的收入增加，就要减少工作，增加闲暇。这是因为，闲暇是一种正常需求，其需求随收入的增加而增加。通俗点说就是，人们收入多了，就想有更多的时间用于休息或娱乐。随着收入的增加，人们想有更多闲暇。而增加闲暇必然会减少工作，所以，收入效应的结果就是工资增加，劳动供给减少。

随着经济的发展和生活水平的提高，人们的观念也在不断发生变化。好多人认为：拥有充足的闲暇时间和高质量的闲暇生活是人真正富有的重要标志。也就是说，人们在劳动和闲暇之间选择的时候，更倾向于后者。例如，2008年6月17日法国总工会和法国民主工会联盟联合发动全国性大示威。在全法各大城市约50万人拥上街头，表示对萨科齐政府准备延长法定工作时间和推迟退休年龄等改革措施的抗议。法国人为什么要举行全国性大示威，就是为了获得更多的闲暇。

还有我国，自从20世纪90年代中期以来，开始实行双休日，每周工作5天，一些单位还实行每天7小时工作制，人们的闲暇时间拥有量得到了增长。每周5天工作日，每年就可增加50天左右由个人支配的时间，其中自然包含了闲暇时间。

另外，自2008年1月1日，我国的《职工带薪年休假条例》开始实施，这是人们得到闲暇时间的又一渠道。

总之，人们会通过不断的努力和选择，在劳动和闲暇之间寻找到某种平衡，以实现自己的最大满足。

达到小康水平的标尺——恩格尔系数

以前，人们见面的最常用问候语为“你吃了吗”，由此可见“吃”在当时人们生活中占有非常重要的地位。然而，随着社会的不断发展进步，“你吃了吗”的口头问候语已渐渐远离了我们的生活。这是因为“吃”对于大多数国人来说已不是最重要的事情，很少有人为吃不饱肚子发愁了。人们有更多钱用于教育、健身、旅游、娱乐等事情上。我们来看一下王老师的家庭消费结构就会明白。

王老师是大学教师，每月工资收入约6000元，稿费等其他收入平均2000元。妻子正在读博士，没有固定收入。女儿上幼儿园。家庭总收入8000元。

每个月的支出：住房支出没有，因为王老师家现在住的房子由学校解决。吃饭花掉1000元，买书400元，订阅杂志报刊200元，购买唱片100元，去影院看电影两场200元。妻子购买化妆品和服装以及做美容等800元。

去体育馆健身平均每月100元。夫妻两个还一起办了游泳卡每月100元。每周打两次网球，一个月消费300元。

每月给孩子买书 200 元，玩具 100 元。孩子上幼儿园每月 1000 元。

这样算下来消费 4500 元，再加上一些临时出现的支出，每月总消费额在 5000 元左右。在这些消费开支中，吃饭只花掉了 1000 元，占总消费额 20%。而教育、健身等消费占绝大多数。

“民以食为天”，吃是人们获得生存的首要条件，只有这一层次获得满足后，消费才会向其他方面扩展。因此，食品支出的比重从一个侧面反映了生活水平的高低。食品在王老师家庭消费中占很低的比例，这说明王老师的生活水平比较高。而这个食品在总消费中所占的比例就是恩格尔系数。

恩格尔系数是德国经济学家和统计学家恩格尔(1821-1896)提出的衡量居民生活水平高低的计算方法。这个方法表明，随着居民收入的增加，耗费在食品上的支出比例就会减少。耗费在食品上的支出越少、数值越小，生活富裕程度就越高。这个系数的数值越小，表明在食品上的支出越少，生活水平越高。根据联合国粮农组织提出的标准，恩格尔系数超过 59%为贫困，50%-59%为温饱，40%-50%为小康，30%-40%为富裕，低于 30%为最富裕。

恩格尔系数一经提出，就得到西方经济学界的广泛接受和确认，认为它具有普遍的适用性。在我国也较早地就被应用在统计工作中。计算恩格尔系数一般是采用各地的城乡住户调查资料。如北京市统计局 2007 年 4 月 10 日发布调查数据：2006 年北京市恩格尔系数为 30.8%，比 2005 年下降 1%，比 1978 年下降了 27.9%。这个数据与 30%的“富裕系数标准”还差 0.8%。恩格尔系数一路走低，表明北京城市居民的生活质量在不断提高，正在由小康向富裕迈进。

但是，恩格尔系数这个衡量指标并不是万能的，它有时会制造一些假象，出现失灵的情况。例如在我国特别是贫穷地区，人们长期以来形成了“勒紧腰带过日子”的习惯。这种习惯会降低恩格尔系数，但人们的生活水平并没有提高。众所周知，在家庭收入不增加或增加十分有限时，家庭总支出规模基本不变，但由于诸如学费、电费、水费、医药费、燃气费等刚性支出的急剧增加，一个现实的选择就只能是压缩食品支出。这种情况在中国特别是西部落后地区尤其普遍，为了应付急速增长的学费、药费和房费等刚性开支，“省吃俭用”成为中国百姓的通常选择，与其说这是中国人的一种美德，不如说是一种无奈。正是这种无奈，直接导致收入与恩格尔系数“双低”现象的产生。此外，不同地区的消费习惯也影响恩格尔系数。“穿在上海，吃在广东”，是对上海和广东两地消费习惯的高度概括。广东的恩格尔系数较高，与这种历史上形成的消费习惯不无关系。恩格尔系数恰恰忽略了消费习惯的差异。

因此，在我国运用这一标准进行国际和城乡对比时，要考虑到那些不可比因素，如消费品价格比价不同、居民生活习惯的差异以及由社会经济制度不同所产生的特殊因素。对于这些横截面比较中的不可比问题，在分析和比较时应作相应的剔除。

杜甫的名句“朱门酒肉臭，路有冻死骨”是对贫富差距的形象描写。确实，现实中富人和穷人的差距非常大。当然，绝对平均的社会也是不正常的，因为差距也是一种动力。在市场经济社会里，竞争是普遍存在的，物竞天择，优胜劣汰，这是不可抗拒的经济规律，有竞争就会有差距，就要有先进和落后，就要有富有和贫穷。这种贫穷和富有的差距就形成了一种无穷的动力，促使贫穷者不断地向富裕的方向努力，小富的人不断地向大富的方向拼搏，大富者向巨富的目标奋斗，永无止境。但是，一个社会的贫富差距也不能过大，差距过大社会就失去了安全的保证。所以，人们对一个国家的贫富差距是非常关注的，发明了很多评价贫富差距的指标或者参数。基尼系数就是最著名的一个。

基尼系数是由意大利经济学家基尼于 1912 年提出的，定量测定收入分配差异程度，国际上用来综合考察居民内部收入分配差异状况的一个重要分析指标。基尼系数越小，收入分配越平均；基尼系数越大，收入分配越不平均。通常把 0.4 作为贫富差距警戒线，大于这一数值容易出现社会的动荡。

其经济含义是：在全部居民收入中，用于进行不平均分配的那部分收入占总收入的百分比。基尼系数最大为“1”，最小为“0”。前者表示居民之间的收入分配绝对不平均，即 100%的收入被一个单位的人全部占有了；而后者则表示居民之间的收入分配绝对平均，即人与人之间收入完全平等，没有任何差异。但这两种情况只是在理论上的绝对化形式，在实际生活中一般不会出现。因此，基尼系数的实际数值只能介于 0-1 之间。

基尼系数，按照联合国有关组织规定：

若低于 0.2 表示收入绝对平均；

0.2-0.3 表示比较平均；

0.3-0.4 表示相对合理；

0.4-0.5 表示收入差距较大；

0.6 以上表示收入差距悬殊。

现在，国际上用来分析和反映居民收入分配差距的方法和指标很多，基尼系数由于给出了反映居民之间贫富差异程度的数量界线，可以较客观、直观地反映和监测居民之间的贫富差距，预报、预警和防止居民之间出现贫富两极分化，因此得到世界各国的广泛认同和普遍采用。

在我国，随着贫富差距的逐渐拉大，基尼系数也越来越成为人们热议的话题之一。有人认为我国基尼系数已经超过了 0.4 的警戒线。而有的人认为我国情况特殊，基尼系数的作用被夸大，贫富差距情况没有那么严重。

其实，我国当前基尼系数上升，贫富差距拉大是不争的事实，这点不用多说。中央已多次开会研究改革收入分配制度和规范分配秩序问题，花力气构建科学合理公平的分配制度，着力提

高低收入者收入水平，扩大中等收入者比重，有效调节过高收入，取缔非法收入，努力缓解地区之间和部分社会成员之间收入分配差距扩大的趋势。但同时，我们也要科学理解基尼系数，不能产生“基尼恐慌”。

国际劳动组织有一项关于基尼系数的研究显示：基尼系数的高低同人均国内生产总值(GDP)密切相关。即经济发展水平越低（人均 GDP 低）的地域，其社会的收入分配也普遍趋于不平均（基尼系数高）。这提示我们，应注意基尼系数运用的社会条件、发展水平差异等，而不能照搬。如果不考虑发展水平的差异，不加分析地将基于发达社会的基尼系数经验数据运用于仍处发展中的中国，就会把原本科学的方法变成有悖科学的教条。

可以说，如果不深刻认识我国发展的阶段性特征，就容易盲目“炒作”基尼系数。

因此，当面对类似于中国这样一个庞大的地域来测算和比较基尼系数时，就更要谨慎，更要讲求科学运用。我国地域辽阔，人口众多，经济呈现典型的城乡二元结构，各地区的基本物价水准和生活费用指数也呈现出较大的差异。而基尼系数评价指标体系，是产生于市场经济发育比较充分、人口比较少、地区差异比较小、城乡二元结构基本消除的西方社会。这些就要求在应用基尼系数时，应作正确的背景分析。

还有，基尼系数在反映经济公正性方面有局限性。

基尼系数反映的是一个静态的结果，针对指标分配的结果，而不考虑分配的初始条件和分配中各群体投入的劳动。因此，它是一个单纯指示结果公正的工具，而不反映过程的公正与否，即它只看不同人群最后获得了多少钱，而不看各组人群到底为获得那些钱各自付出了多少劳动、接受了多少教育等。所以，当我们在追求结果公平的时候，更重要的是要强调社会公平和规则公平，改变那种只看结果不关心过程的思想方法。

最后，需提醒注意的是，国际上有些基尼系数超过 0.4 警戒线的国家，当年似乎都没有发生动乱。而发生动乱的国家，原因非常复杂，有政治的、宗教的、民族的、国际的，也有经济的，但有好些并非收入差距扩大直接引起的。

从我国情况来看，我国社会总体上是和谐的，政治稳定、经济迅速发展、城乡居民收入不断增长、就业规模逐年扩大、贫困发生率大幅下降。1978 年，我国农村绝对贫困人口数有 2.5 亿，可是到 2006 年的时候，这一数字降到了 2148 万。收入差距虽然扩大了，但人们的收入水平是在逐年上升、提高的，而不是停滞和下降的。这些年政府加大扶贫力度，扩大就业规模，“十一五”规划更明确提出，“要更加关注公平”。这就是说，我们国家更加自觉更加主动地在科学分析影响我国社会和谐矛盾、问题及其产生的原因，更加积极主动地正视矛盾、化解矛盾，最大限度地增加和谐因素，最大限度地减少不和谐因素，不断促进社会和谐。

总体而言，基尼系数是一个反映收入分配公平程度、衡量收入分配差距的指标。对此，要科学认识，科学运用。我们也应相信，当前我国存在的收入差距、贫富差距拉大的问题，一定会在建设社会主义和谐社会的过程中逐步解决。

调控经济的“大手”——货币政策

在第二届广东中小企业经济论坛，国家发改委中小企业司有关负责人透露，据初步统计，全国 2008 年上半年 6.7 万家规模以上的中小企业倒闭。作为劳动密集型产业代表的纺织行业中中小企业倒闭超过 1 万多家，有 2/3 的纺织企业面临重整。

在我国经济高速发展的现在，为什么突然出现这么多的企业倒闭？如此众多的中小企业倒闭，其原因是很复杂的，有经济大环境因素，企业自身的结构，市场优胜劣汰等诸多原因。但有一条原因不能否认，那就是我国的货币政策。

近几年，由于房地产市场的过热，导致房价大幅上涨，再加上股市的大幅飙升，因此政府认为经济过热、流动性过剩，并造成了现在的通货膨胀，为了紧缩房地产市场、抑制通货膨胀，央行采取紧缩性的货币政策，多次提高银行利率和银行存款准备金率。我国到 2008 年 6 月 25 日的时候存款准备金率高达 17.5%，这在全世界都是最高的。

央行采取了回收流动性的货币手段，导致国内消费形势不明朗，企业普遍贷款较难，特别是中小企业，因此大规模的中小企业倒闭也就不足为奇了。

由上我们可以看出，国家的货币政策就像一只“大手”，不断地校正着国家经济的方向，对经济会产生重大的影响。那么，我们就很有必要对货币政策作深入的了解。

通常来说，货币政策是指中央银行为实现既定的经济目标（稳定物价，促进经济增长，实现充分就业和平衡国际收支）运用各种工具调节货币供给和利率，进而影响宏观经济的方针和措施的总和。

货币政策分为紧缩性的和扩张性的两种。

紧缩性的货币政策是通过削减货币供应的增长率来降低总需求水平，在这种政策下，取得信贷较为困难，利息率也随之提高。因此，在通货膨胀较严重时，采用紧缩性的货币政策较合适。

扩张性的货币政策是通过提高货币供应增长速度来刺激总需求，在这种政策下，取得信贷更为容易，利息率会降低。因此，当总需求与经济的生产能力相比很低时，使用扩张性的货币政策最合适。

运用货币政策所采取的主要措施包括七个方面：

(1) 控制货币发行。

(2) 控制和调节对政府的贷款。

(3) 推行公开市场业务。

(4)改变存款准备金率。

(5)调整再贴现率。

(6)选择性信用管制。

(7)直接信用管制。

货币政策对宏观经济进行全方位的调控，调控作用突出表现在以下几点：

(1)通过调控货币供应总量保持社会总供给与总需求的平衡

货币政策可通过调控货币供应量达到对社会总需求和总供给两方面的调节，使经济达到均衡。当总需求膨胀导致供求失衡时，可通过控制货币量达到对总需求的抑制；当总需求不足时，可通过增加货币供应量，提高社会总需求，使经济继续发展。同时，货币供给的增加有利于贷款利率的降低，可减少投资成本，刺激投资增长和生产扩大，从而增加社会总供给；反之，货币供给的减少将促使贷款利率上升，从而抑制社会总供给的增加。

(2)通过调控利率和货币总量控制通货膨胀，保持物价总水平的稳定

无论通货膨胀的形成原因多么复杂，从总量上看，都表现为流通中的货币超过社会在不变价格下所能提供的商品和劳务总量。提高利率可使现有货币购买力推迟，减少即期社会需求，同时也使银行贷款需求减少；降低利率的作用则相反。中央银行还可以通过金融市场直接调控货币供应量。

(3)调节国民收入中消费与储蓄的比例

货币政策通过对利率的调节能够影响人们的消费倾向和储蓄倾向。低利率鼓励消费，高利率则有利于吸收储蓄。

(4)引导储蓄向投资的转化并实现资源的合理配置

储蓄是投资的来源，但储蓄不能自动转化为投资，储蓄向投资的转化依赖于一定的市场条件。货币政策可以通过利率的变化影响投资成本和投资的边际效率，提高储蓄转化的比重，并通过金融市场有效运作实现资源的合理配置。

我们用什么买东西——货币

通俗地讲，货币就是我们在日常生活中经常使用的“钱”。我们买衣服需要钱，坐车需要钱，接受技能培训需要钱，看电影需要钱……货币在人们的日常生活中无处不在，是生活中非常重要的一部分。

货币不是从来就有的，货币产生于人类为生活而进行物品交换的需要，是作为物品交换的媒介而存在的。人们刚开始的时候，是没有货币的。当时，人们需要的物品并不多，想要哪样物品，就可以用自己拥有的物品直接去换。假如一个人狩猎时获得了一只鹿，他想需要食盐，而另一个人拥有食盐，他想获得食物，于是这两个人直接交换就行了。后来，人们需要的物品越来越多，不得不寻找一种能够为交换双方都能够接受的物品。这种物品就是最原始的货币。这种物品在当时都是非常珍稀的，人们不容易获得。

历史上曾经有过很多物品作为货币使用，如中国人用龟壳、贝壳、布帛、烟草，法国人用兽皮，阿兹特克人用可可豆，印度原始居民用杏仁，危地马拉人用玉米，巴比伦人用大麦，蒙古人用砖茶等。这些物品之所以能被分离出来充当货币使用，是因为随着人类社会分工和交换行为的日渐频繁，易货交换需要一种大家普遍愿意接受的物品作为媒介。

人类对用哪种物品作为货币的挑选也经历了一个漫长的历史时期。后来，人们发现金、银、铜、铁等金属容易建立重量和质量标准，更易保存和携带，而且它的制造需要人工，无法从自然界大量获取，就用它们来取代早期的货币实物。数量稀少的金、银和冶炼困难的铜逐渐成为主要的货币金属。在金属货币之后，又诞生了纸币，因为其本身的价值和其所代表的价值不等同，被称做信用货币。今天，一些新的货币形式正在出现，如最新的电子货币等。

货币是商品，但又不是普通商品，而是特殊商品。其特殊性并不在价值方面，而在使用价值方面。黄金被固定地充当一般等价物，被作为货币后，其使用价值便“二重化”了，它既具有以其自然属性所决定的特定的使用价值，如用于装饰、制作器皿等，又具有以其社会属性所决定的一般的的使用价值即充当一般等价物和交换手段。很明显，当它以第一重使用价值出现时，就是普通商品，而以第二重使用价值出现时，才是货币。货币在充当一般等价物时，有两个基本特征：

第一，货币能够表现一切商品的价值。货币出现后，整个商品世界就分裂成为两极，一极是特殊商品——货币，另一极是所有的普通商品。普通商品是以各种各样的使用价值的形式出现，而货币则是以价值的尺度出现，普通商品只有通过于货币的比较，其价值才能得到体现，所有商品的价值只有通过于货币的比较之后，相互之间才可以比较。

第二，货币对一切商品具有直接交换的能力。由于货币是价值和社会财富的一般代表，谁占有了货币，就等于占有了价值和财富。在实际交换中货币作为一般的交换手段，是不存在对方对其使用价值特殊需求方面的障碍的，货币的交换能力是超越使用价值特殊性限制的，是具有直接交换性质的。一般等价物是商品交换赋予货币的属性，与货币材料是否有价值和使用价值没有关系，普通商品的意义在于通过交换满足人们生产或生活方面的特殊需要，而货币的意义则在于充当表现一切商品价值的材料、充当一般的交换手段，为商品交换服务。

这就是货币与普通商品的本质区别。可见，考察货币的本质，应把其质的规定和存在形式区别开来。无论货币由什么来充当，它作为一般等价物的本性决不会改变，否则就不能称其为货币。

货币固定地充当一般等价物的本质，决定了货币的主要职能有：

(1)价值尺度。即货币作为衡量和表现一切商品价值量的职能。货币执行价值尺度职能可以是想象中的或观念上的货币。价值尺度是货币最基本、最主要的职能。

(2)流通手段。即货币作为商品流通的媒介，作为买卖商品的手段。流通手段是货币的基本职能之一，是价值尺度职能的发展。货币执行流通手段职能，必须是实实在在的货币。

(3)贮藏手段。即货币退出流通领域，被人们当做独立的价值形式和社会财富的一般代表保存起来。执行贮藏手段职能的货币只能是足值的金银。

(4)支付手段。即货币被用来清偿债务或支付赋税、租金、工资等的职能。货币的这一职能是随商品交换过程中赊账买卖的出现而产生的。

(5)世界货币。即货币在国与国之间的经济关系中发挥作用。执行世界货币职能的货币必须是足值的金银。

关于货币，还有一个有趣的现象，那就是“货币幻觉”。“货币幻觉”一词是美国经济学家欧文·费雪(Irving Fisher)于1928年提出来的，它是指人们只是对货币的名义价值作出反应，而忽视其实际购买力变化的一种心理错觉。他告诉人们，理财的时候不应该只把眼睛盯在某种商品价格降或是升了，花的钱多了还是少了，而应把大脑用在研究“钱”的购买力、“钱”的潜在价值还有哪些等方面，只有这样，才能真正做到精打细算，花多少钱办多少事。否则，在“货币幻觉”的影响下，“如意算盘”打到最后却发现自己其实是吃亏了。

面对人民币升值，大多数普通老百姓都对国际收支那么遥远与陌生的事情没有兴趣，关心的唯有自己如何趋利避害的如意小算盘——人民币“更值钱了”，进口商品的价格将要降低了，将手头持有的外汇尽快兑换成本币会更划算，出国购物留学将更加实惠等。于是人们就有了充满幸福感的“货币幻觉”。这就需要引起我们高度的警惕，不要因幻觉而吃亏。

最后的放贷者——中央银行

简单地讲，中央银行就是一国最高的货币金融管理机构，在各国金融体系中居于主导地位。中央银行是“发币的银行”，但钱从何而来？钱只能印出来。那么到底是什么使印钞机不停地运转？

假设一个岛上有1000口人，与世隔绝，人与人之间交换物品过活。但有时候你手里用来交换的东西不一定是对方想要的，怎么办？于是人们就用都喜欢的金银作为交换的东西，于是交换方便了。但金银要磨损，携带也不方便，当交换活动频繁时，发现这个东西太烦琐，限制了交换活动，是为了解决这个问题，想了一个办法，就是由岛上的管理者发行一种符号，用它来代替金银，于是钞票出现了。

刚开始这种钞票可以随时兑换金银。大家都很放心，因为钞票就是金银。可是岛上金银的产量太小，当人们的交换活动更加频繁时，钞票不够用了，只能暂停交换。暂停交换的后果就是大家不生产别人想要的东西了，因为虽然别人用，但交换不出去，套用现在的话说就是经济发展减速了。

于是大家想了一个办法，成立一家钱庄，这个钱庄是大家的，由钱庄来发行钞票，印出的钞票借给想用钱的人，然后这个人有钱了再还给钱庄。于是银行就出现了。

银行的出现，能保证交换活动更持续地进行，大家都拼命地生产，岛上的东西越来越多，银行根据产品的生产数量，不停地印制钞票，以保证交换能更深入地进行。

后来人们的交换活动更频繁了，一家钱庄太少了，于是出现了很多钱庄，但总要有个管钱庄的吧，于是指定一家钱庄管理其他钱庄，并且钞票只能由这家钱庄印刷，然后通过其他钱庄借给用钱的人，中央银行就这么出现了。

第四章 把握商品供需变化的内在规律——做生意要懂的经济学

物以稀为贵——稀缺性

近来，中国现当代艺术尤其是油画，在全球拍卖台上连创高价，最突出的例子是徐悲鸿的作品：2005 年秋拍，《珍妮小姐画像》在北京保利 2200 万元成交；2006 年春拍，《愚公移山》在北京翰海 3300 万元成交；2006 年秋拍，《奴隶与狮》在香港佳士得 5388 万港元成交；2007 年春拍，《放下你的鞭子》在香港苏富比 7200 万港元成交。不到两年拍卖纪录涨了两倍，真可谓一季一个价，价格节节高。为什么徐悲鸿的作品会连续拍得如此天价？其实，这就牵扯到经济学上的稀缺性。

稀缺性，又称稀少性、缺乏，在经济学中特指相对于人类欲望的无限性而言，经济物品或者生产这些物品所需要的资源等的相对有限性。即代表“人类拥有无穷的欲望，但只拥有有限的资源”的意思，而资源的有限性促使了竞争及选择的出现。徐悲鸿在中国美术史上是有数的几个有领袖地位的艺术大师，他界定了现代中国油画，承先启后，发扬了中国美术的传统，解决了如何用中国观点、中国面貌创造中国油画的历史课题。这就使得他的作品极具收藏价值，每个人都想拥有。可徐悲鸿的作品就只有那么多，于是就显得非常稀缺，就会出现竞价拍卖，拍出天价。

还有，我们常常会听说某个手机号或汽车牌照卖出了天价，这也是资源稀缺性的体现。因为这种手机号或汽车牌照的数字非常独特，而且是唯一的，不会再有第二个。物以稀为贵，这样的商品人人都想购买，也就会卖出很高的价格。

资源的稀缺性是经济学的前提之一。稀缺性对社会、对人们的生活产生巨大的影响。我们必须深刻认识稀缺性。

首先，稀缺性导致了竞争和选择。也就是说，稀缺性促进了社会的发展。想象一下，如果资源不是稀缺的，而是极大富足的，那么世界会完全变样。自然界中不会有优胜劣汰，不会有厮杀，每个生物都可以得到满足。人们不用工作，不用考虑买房子了，因为土地是富足的，不用考虑衣食住行，一切资源都是富足的。那这样的世界就没有任何活力，就会变成死水一潭，最终毁灭。

其次，资源的稀缺性是有历史条件的。古代、近代、现代甚至十年以前，人们认为缺少的东西，在现在看来很多都已经很丰富了，比如粮食、生活用品等。而以前清新的空气到处都会有，而现在却由于环境污染，人们很难享受到了。还有古代的陶器，当时很多，但现在却很少，非常珍贵。

再次，资源的稀缺性也是因人而异的。对于一个没有工作的闲人来说，时间对他是廉价的，而资本（也就是金钱）则是稀缺的；相反对于工作事业狂来说，时间对他可能是一个奢侈品，相对而言资本是富足的。对于处于正常社会中的人来说，黄金非常珍贵，但对于一个困在岛上生存面临威胁的人来说，则一块馒头比黄金珍贵得多。

最后，稀缺资源可以通过交换来实现再分配。从经济学上来说，资源的分配不均必然要通过交换来实现。婚姻就是一个最实际的例子。比如对于一个身材相貌不如意而事业有成的男人来说，先天的条件是无法改变的，对他来说，可能高个子和帅哥脸这辈子都无法实现了，那么他会把希望寄予婚姻，希望他的另一半能够满足他的这些期望，因为相貌对于他来说是稀缺资源，相比较而言，事业和资本可能他不是很看重，因为这些对于他是富足的。人们总是希望利用自己富足的资源去交换他稀缺的资源。

可见，用经济学中的稀缺性可以解释我们生活中的许多现象，只要我们用心思考和观察，就会明白好多事理。

为什么她的水果店生意最好——边际效用

在一个集贸市场里，刘小姐经营的水果店生意最好。人们都去她的店买水果，大多是回头客。旁边店里的王先生非常困惑：我的水果质量不比她的差，价格也和她的一样，服务态度也很好，为什么我的店生意没有她的好？

于是，王先生注意观察刘小姐的生意是怎么做的。过了一段时间，王先生终于发现了刘小姐经营的秘密。原来，刘小姐总是额外送顾客一些水果。比如，一位老大妈花了 15 元买了 5 斤苹果。刘小姐在给老大妈装袋子的时候，会从苹果筐里拿起一个苹果送给她。这样，老大妈就会觉得自己占了便宜，以后还会再来刘小姐的水果店。

在这个小故事中，刘小姐的经营秘诀看起来简简单单，其实，里面蕴涵着一定的经济学知识。她充分地利用了边际效用原理。

边际效用是一个经济学概念。物品都有用，人们消费物品后获得效用。每多消费一个单位量的物品，都能多获得一些额外效用，这些额外效用就叫做边际效用。刘小姐给顾客的那个额外苹果就是边际效用。

边际效用在应用的过程中，有一个递减的作用，叫做边际效用递减。比如，一个很饿的人，第一碗饭对他的价值很高，给他的快乐可能是 100 单位；第二碗饭他已经不那么饿了，所以价值是 50 单位；第三碗饭他已经差不多饱了，价值剩 10 单位；到了第四碗饭，价值是 0；第五碗饭他已经很饱了，价值是负的，如果要他吃，还要给他钱才行。

所以，当他还没吃饭时，一碗饭的边际效用是 100；吃了一碗饭时，一碗饭（也就是第二碗）的边际效用是 50；吃了两碗饭时，一碗饭的边际效用是 10；吃了三碗饭时，一碗饭的边际效用是 0；吃了四碗饭时，一碗饭的边际效用是一 10……以此类推。

大部分的时候，边际效用都是越来越小的，包括钱也是。想想看，如果某人有一千元，他的第一个一百元，会去买对他来说最有价值的东西；第二个一百元，次之；第三个一百元，再次之。同样是 10 万元，对普通打工者的效用比对比尔·盖茨的效用大多了。因为普通打工者的 10 万元是第一个 10 万元，而比尔·盖茨的 10 万元是第 N 个 10 万元。

这种边际效用递减的原理广泛地存在于日常生活中。比如说工作，为什么新人的干劲很大，而过几年大家都意志消沉、尽显沧桑了？这就是因为如果一个人在一段时间以内一直做同样的工作，那么工作带给他的新鲜感和满足度是一直边际递减的。所以如果在长时间内一个人的工作得不到可以晋升或者变化的机会，那么他很有可能会因此而离职。这不是没有解决的办法，我们看到，边际效用递减规律的前提是，在其他商品的消费数量保持不变的条件下才有这个规律，所以我们可以打破这个前提。这个变化可以是多方面的，比如，工作内容的变化，公司对员工关心度的加强，薪水的提高等这也对每个公司的管理者有借鉴的意义，是不是你手下的员工很长一段时间都在做毫无挑战的工作？是不是他们已经很久没有感受到公司对他们的关心？如果是的话，这就需要管理者好好考虑一下了。

还有在婚姻中，之所以会有喜新厌旧的说法，就是由于边际效用递减的缘故。一般来说，结婚头三年都是很幸福的，而到了后来夫妻双方习惯了家庭生活之后，每个人从婚姻获得的效用都是边际递减的，婚姻不再有新鲜感和刺激感，更多的是安稳和平静。那么对于生性喜欢追求刺激的人来说这样的生活太没有挑战意义，那么婚姻中的他很有可能通过外在异性的获得来填充这种需求。所以，保持婚姻持久的最好方法就是保持婚姻的新鲜度，让感情常新。

还有在旅游中，也是如此。例如 2005 年“十一黄金周”收场后，不少省份关于本次黄金周的统计数字也纷纷“出笼”，大都与 2004 年持平或略有增长。以北京为例，“十一”接待游客增加近 5%，旅游总收入与去年同期持平。上海接待观光游客与 2004 年同期相比减少 2.84%。这一方面表明，黄金周消费更趋理性。另一方面，也说明了，在度过 15 个黄金周之后，黄金周的边际效用在逐步递减。

对于人们来说，第一个、第二个黄金周带来的是兴奋与便利，效用极高，然而随着时间的推移，效用逐渐减低。比如外出旅行，刚开始实施时兴奋难耐，第一次外出旅行的时候，高兴得不得了，冲动性消费带来的效用为 100；第二次外出旅行的时候，效用为 90；第三次外出旅行的时候，效用为 70。从第一次到第二次外出旅行效用减少了 10，第三次外出旅行的边际效用比第二次则减少了 20。

总之，边际效用存在于生活的方方面面，我们就要尽量利用边际效用，采取相应的措施，以减少和阻止边际效用递减。

玉米凭什么比小麦贵——均衡价格

在人们的印象中，小麦属于“细粮”，玉米属于“粗粮”，小麦的价格一直比玉米贵。可是从 2006 年以来，“粗粮”玉米的价格却不断上涨，甚至超过了小麦。到 2007 年时陕西宝鸡地区玉米的工业收购价达到 1.66 元 / 公斤，而每公斤小麦的市场价格仅为 1.44 元左右。人们不禁感到疑惑：经济困难时期让人们吃得难受的玉米，如今怎么又值钱了呢？而且还都比小麦贵了？

其实，任何现象都有其内在的原因。价格一直比小麦低的玉米突然值钱了，比小麦贵了，这种价格的变化，说明它们的供求关系发生了变化。这里就有一个均衡价格的问题，那么，什么是均衡价格呢？均衡价格就是指某种商品的需求与供给达到均衡时的价格。如果供需不平衡，则价格就会波动，即需求大于供给，价格就会上升；需求小于供给，价格就会下降。也就是说，市场的供求是围绕均衡价格上下震荡调节的。

通过对均衡价格的理解分析，我们就不会对玉米比小麦贵的现象感到奇怪了。2007 年宝鸡市玉米种植面积仅为 232 万亩，与往年相比，面积有所减少。在风起云涌的农业产业结构调整大潮中，许多乡镇和粮农压缩了玉米的种植面积，改种了如苹果、西瓜等收益高、见效快的经济型作物，导致了玉米总体产量的下降。尽管科技不断发展，玉米单产有了一定的提高，但是由于面积小了，全市玉米年产量不但没有明显增长，而且有些年份还比过去少一些。

虽然产量减少了，但现实中需求量却在不断上升。其一，猪肉价格的疯涨调动了广大养殖户的养猪积极性，养殖业使玉米饲料消费量大增。其二，随着技术的创新，玉米在现代人的眼中已不是用来填饱肚子的主食了，通过工业深加工可以制造出多种产品，如玉米淀粉、玉米油、玉米蛋白和燃料乙醇等。这使得工业对玉米的需求强劲增长。这样一来，玉米的供给严重小于需求，导致价格失去了平衡，这时价格必然要大幅上涨，以达到平衡。

而小麦的功用比较单一，需求没有大的变化，且产量稳定，供需基本平衡，价格也就不会上升。这样一来，玉米价格比小麦价格高也就不足为奇了。

关于均衡价格，我们还可以演唱会门票为例进行说明。

假设某文化公司邀请一名著名歌手举办演唱会。如果主办方将演唱会门票价格定得很高，并找很大的场地或增加演出的场次，以容纳更多入场观众，就可以获取更多的门票收入。因此，对主办方来说，票价越高，总观众人数（供给量）也越多，价格与供给量呈现正向变动的关系。另一方面，以歌迷对门票的需求而言，票价越低，当然购买的意愿（需求量）就会提高，价格与需求量呈现反方向变动的关系。但是歌迷要求的票价过低，主办方会因收入太低甚至亏损而不愿意举办演唱会；相对地，如果主办方票价定得过高，大多数的歌迷会不愿意购买，主办方的收入反而有限，因此，歌迷为了满足看演唱会的需求，主办方也为了吸引更多歌迷来买票，在需求及供给之间必须找出一个双方都能接受的价格与数量，因而形成了演唱会门票的均衡价格（这里假设均衡价格是 280 元）。

如果演唱会票价比均衡价格更贵或更便宜，结果会如何呢？假设票价降为 180 元，此时因为价格偏低，消费者需求的数量远超过主办方提供的数量，形成供不应求的现象，因而造成价格的上涨。这时没买到票的人为了一睹偶像风采，不得不花高于 180 元的价钱去买黄牛票。直到消费者因价格提高使需求量逐渐减少，或者主办方为了满足原先买不到票的观众而增加门票供给量，使得最后仍会趋向均衡价格。

反之。当票价定为 400 元的高价，会使表演场地出现大量空位，由于供过于求，主办方不得不降价出售，或以打折、赠送纪念品的方式来吸引观众，避免“存货累积”。观众也因为感觉门票变便宜了而增加需求量，借由如此调整使供需间的差额逐步缩小，趋向最后的均衡价格。

总之，市场均衡价格的形成，取决于供需双方。均衡是市场的必然趋势，也是市场的正常状态。而脱离均衡点的价格必然形成供过于求或供不应求的失衡状态。由于市场中供求双方竞争力量的作用，存在着自我调节的机制，失衡将趋于均衡。

粮价开放与食盐专营——需求弹性

从人们生活的角度讲，粮食比盐对生命更重要。历史上就有“手中无粮心中慌”、“一日无粮千兵散”的说法。可我国粮食却在 10 多年前就逐步放开了，而食盐到现在仍继续实行专营，并且不光是我国，世界上许多国家对盐都控制得很严。例如，美国号称市场经济的典范，什么商品的生产销售都是由市场供求来决定，可对食盐却控制得特别严格。美国采取的管理模式是协会和政府共同管理，政府负责盐开采的审批，制盐企业都必须在美国食品药品监督管理局进行登记，而美国盐业协会等行业协会和政府部门制定各种盐的技术指标，并有专门机构对不同用途的盐的指标进行监督检查。

这种对盐的严格控制，有很多原因。但从经济学的角度来说，需求弹性是其中的一个主要因素。需求弹性指的是价格变化对需求的敏感度。各种物品的需求弹性是不一样的，大体可以分为两种。一种是需求富有弹性的物品，即需求量变动的百分比大于价格变动的百分比，或者说需求弹性大于 1。例如，某种化妆品降价 10% 时，需求量增加 20%，需求弹性为 2，就是需求富

有弹性的物品。另一种是需求缺乏弹性的物品，即需求量变动的百分比小于价格变动的百分比，或者说需求弹性小于 1。例如，如果食盐降价 10%，需求量仅增加 1%，需求弹性为 0.1，就是需求缺乏弹性的物品。

正是由于食盐没有替代品，其需求弹性很小，所以国家对食盐的管制非常严格。对于人们来说，不管食盐价格涨多高，都必须消费。如果国家放开对食盐的控制，导致食盐市场出现混乱，则对人们生活影响非常大。当然，粮食的需求弹性也非常小，但相对于食盐来说还是大一些，因为粮食的品种非常多，大米、小麦、玉米等都可以相互替代，这种价格高了就可以吃另外一种，而原盐就只氯化钠一种，至少目前尚无其他物质可以替代。

决定某种物品需求弹性大小的因素很多，一般来说有以下几种：

(1)消费者对某种商品的需求程度。越是生活必需品如食盐、蔬菜，其需求弹性越小。奢侈品的需求弹性大。

(2)商品的可替代程度。如果一种商品有大量的替代品则该商品的需求弹性大，如饮料；反之则需求弹性小，如食用油。

(3)商品本身用途的广泛性。一种商品用途越广如水电，其需求弹性就越大，反之一种商品用途越窄如鞋油，其需求弹性就越小。

(4)商品使用时间的长短。使用时间长的耐用品比如电视、汽车的需求弹性大，而晚报等易抛品商品需求弹性小。

(5)商品在家庭支出中所占的比例。比重小的商品如筷子、牙签等，其需求弹性小，而电视、汽车等商品比重大，需求弹性也大。

需求弹性对企业营销的影响很大。例如，生产饮料的企业，对价格的调整就要非常谨慎。因为饮料的需求弹性很大。类似的饮料（如各种可乐或各种果汁或各种奶茶）除非做特别的品牌包装促销，不然价格不会相去太多，如果某饮料突然涨价，就会让顾客转往其他品牌的类似饮料，顾客迅速流失。这种取代性商品众多、需求弹性很大的商品，价格调高将会导致销量迅速变化。

如果商品需求弹性很小，企业提高价格，需求量减小不多，收入会升高，反之降低价格，收入会降低。如果商品富于弹性，企业提高价格，需求量减少很多，收入会降低，反之降低价格，收入会增加。因此企业制定价格时必须考虑到商品的价格弹性，弹性低不妨提高价格，弹性高就降低一点价格。

估算需求弹性非常困难，但如果能算得准则会发大财。因为需求弹性是因人而异，比如影碟并非生活必需品，按理来说价格弹性比较高，但有人爱电影如命，价格再高也照买不误，这种人多了影碟的价格弹性就降低了。

同物不同价的缘由——价格歧视

有一次，刘女士花了 2000 元买了一部最新款的时尚手机，她爱如至宝，一有空就拿在手上把玩。她为了买这部手机，花了整整两天时间跑了大半个城市的手机店，挑来拣去，反复比较，总算使自己称心如意，价格低，款式和功能又好。

可是刘女士去了一趟朋友家，先前的高兴劲儿就消失得全无踪影了。因为她那朋友最近也买了一款同样的手机，才花了 1100 元，另外每月还赠 15 元话费，赠 20 个月，等于手机只有 800 元！原来刘女士朋友的儿子今年上了大学，那款手机在他们学校进行助学活动，只要凭学生证购买就能享受到如此优惠。刘女士朋友的儿子上学前才买了一部新手机，但又不想错过这个大好时机，就买了给他妈。

为什么同样一部手机在校园里和商场里的价格差别竟这么大呢？难道真是商家慈悲为怀，进行助学活动吗？企业的性质是赢利，是追求利润的最大化，而不是慈善机构，虽然我们不能否认商家有这种崇高动机的存在，但其主要还是为扩大市场，提高利润的一种价格策略。这种价格策略在经济学上叫“价格歧视”，即出售完全相同的产品或提供完全相同的服务，却对不同的消费者收取不同的价钱。说白了，也就是同样的东西，给不同的人卖不同的价钱。乍一看，还真有点让人费解，这不明明是在看人下菜碟吗？没错，商家就是在看人下菜碟，这种行为表面看来非常不合理，但只要运用得恰到好处，却能够达到商家提高利润和消费者满意的效果。

我们还是拿卖手机来分析。手机对学生来说需求弹性较大，学生一来经济不独立；二来手机属于可用可不用的东西，如果价格过高，大部分学生会选择不用，这样商家会失掉很大市场，所以商家给学生的价位极低，这样看似以成本价甚至不足成本价卖给学生，但却获得了更多的用户，实际上商家仍能获利。只要你买了手机，你就要打电话，产生话费，况且大多数学生都是远离家乡异地求学，有了手机会更频繁地和亲人朋友联系，每月的话费将不是一个小数目。另外商家还实行了一些辅助策略，如每月赠送话费等，以刺激你多打电话。这样商家扩大了市场，提高了利润，学生也从中得到了实惠。而对于像刘女士这样的社会上的人，对手机的需求弹性相对就小，现代社会，工作、交际离了手机简直就极不方便，所以尽管价格高一些，你还是会买的。因此，商家就会在这两类消费者之间实行“价格歧视”，以赢得更大的市场份额，获得更大的利润。

在生活中，实行“价格歧视”的事例比比皆是。以前公园卖门票，对本国人卖低价，对外国人卖高价，现在有的地方，对有本地身份证的卖低价，对外地来的游客卖高价；乘公交车，买了月票的老乘客与偶尔的乘客所花的钱不一样；飞机票，寒暑假时对学生教师打折卖，只要有学生证和教师的工作证；卖电脑的，卖给大学生就比卖给公司职场的人便宜；用电，工商企业与老百姓的价格不同，白天与深夜的峰谷电价也不同；电影票，一般对少年儿童实行“半票”，看同样的电影，节假日的观众也要比平时的观众多付钱买票；有的舞厅为了使舞客在跳舞时可以成双配对，甚至只对男士卖票，女宾可以完全免费。

按普通人的心理规律，得了便宜的并不觉得特别高兴，而多付了钱的便会觉得很吃亏，所以，作为消费者，人们一般都反对商家的“价格歧视”而要求公平待遇。

但“价格歧视”对商家来说却是有好处的，只要有可能，他就要实行“价格歧视”的定价策略。之所以对他有好处，是因为，每一个消费者都有不同的需求价格弹性，只要商家能够在市场上将他们有效地分割开来，实行价格歧视就可以“捕获”更多的顾客，把能够支付高价的顾客与只能支付低价的顾客一网打尽，获取最大可能的利润。

消费者总是有区别的，每类顾客对商品价格的敏感程度是不同的，有的人贫穷或节俭，对价格斤斤计较，而有的人富有或大方，对价格满不在乎。对前者实行低价，可以让他们也成为商家的顾客，对后者实行高价，他们也不会因之而放弃购买。

“价格歧视”的极致是实行“完全的差别价格”，它适合于那些一对一服务的行业，如律师、医生之类，因为他们的服务相互分离，他们的顾客也是各不相同。

当然，商家能够这样做的前提是，他能够把顾客加以准确地“识别”。因此，当一个独立行医的医生在病人家里给病人看病时总要问三问四，例如“平时你是不是经常到饭店吃饭呀？”“你经常喝什么酒呀？”“你经常进行健身活动吗？是否经常出去旅行？”不要以为他只是在关心你的饮食起居，其实他还在“侦察”你的经济实力，以便在报价的时候使他的“价格歧视”有所依据。

由此可见，了解价格歧视会使我们看清许多经济现象的本质，对我们的日常生活会有很大的帮助。

讨价还价的秘密——消费者剩余

有一天，李先生到一个做服装生意的朋友那里去聊天。一个顾客看好了一套服装，服装的标价是 800 元。顾客说：“你便宜点吧，500 元我就买！”朋友说：“你太狠了吧，再加 80 元！而且也图个吉利！”顾客说：“不行，就 500 元！”随后，他们又进行了一番讨价还价，最终朋友说：“好吧，就 520 元！”

顾客去交款了，但是不一会儿又回来了。她有些不好意思地说：“算了，我不能买了，我带的钱不够了！”朋友又说：“有多少？”顾客说：“把零钱全算上也就只有 430 元了。”朋友难为情地说：“那太少了，哪怕给我凑一个整数呢？”顾客说：“不是我不想买，的确是钱不够了！”最后，朋友似乎下了狠心，说：“就 430 元钱给你吧，算是给我开张了，说实在的，一分钱没有挣你的！”顾客满脸堆笑，兴高采烈地走了。

看着顾客远去的背影，朋友告诉李先生：“这件衣服是 180 元从广州进的货。”李先生听了哈哈大笑：“真是无商不奸啊，可是你有些太狠了吧？”

朋友说：“这你就是外行了，现在都时兴讲价，顾客讨价，我还价这很正常，你要给顾客留出来讨价还价的空间，要让顾客心理上获得一种满足！其实这件衣服我 300 元的价格就卖，到换季的时候我本钱都往外抛。”

李先生的朋友是一个精明的生意人。他懂得通过讨价还价让顾客心理上获得一种满足。而这种“心理上的满足”在经济学中就叫做“消费者剩余”。概括地说，消费者购买某种商品时，他所愿意支付的价格与实际支付的价格之间的差额被称为消费者剩余。在这个事例中，顾客获得的“消费者剩余”为90元(520元-430元)。

“消费者剩余”的概念是马歇尔在他的《经济学原理》中首次提出来的。他说“一个人对一物所付的价格，决不会超过，而且也很少达到他宁愿支付而不愿得不到此物的价格。”这句话读起来实在太拗口。其实他是说，人们希望以一个期望的价格购买某商品，如果人们在消费时实际花费的金钱比预期的花费低，人们就会从购物中获得乐趣，仿佛无形中他获得了一笔意外的财富；相反，如果商品的价格高于他的预期价格，他就会放弃购买行为。他因为购买商品的实际支出低于预期价格获得某商品而得到满足；同样，当某商品的价格高于他的预期时，他就不会购买，他因此也会获得一种满足，他会想，我虽然没有得到某商品，但是我也没有失去我的金钱，就算省了。但是很显然，他的第一种满足要大于第二种满足。这就是马歇尔那句拗口的“消费者剩余”定义的解释。

由此我们可以看出，商家为什么会大力让价促销，会打9折，打8折，甚至打4折、打3折了。他们无非是让顾客心理上获得一点满足而已，无非送给顾客一个空心的汤圆。消费者剩余不会给顾客带来实际的收益。

有很多时候，我们会发现一种非常奇怪的事情，你在高档的精品屋里打7折、8折，花上千元买来的东西，在外面一般的商场里价格却只有二三百元。东西竟然一模一样。因为你被打折的手法诱惑了，你只获得了过多的消费者剩余——心理的满足，而付出了自己的真金白银。

做生意的人会利用提高顾客的消费剩余促成交易。而对于消费者来说，则可以利用消费者剩余理论进行杀价。

当你在水果摊档看到刚上市的荔枝时，新鲜饱满的荔枝激起了你强烈的购买欲望，并且这种欲望溢于言表。卖水果的人看到你看中了他的荔枝，他会考虑以较高的价格卖给你。其实，你对荔枝的较强的购买欲望，表明你愿意支付更高的价格，从而有更多的消费者剩余。所以，当你询问价格的时候，他会故意提高价格，由于你的消费者剩余较多，或许你对这个价格还挺满意，毫不犹豫把荔枝买了下来。结果，你的消费者剩余转化为水果摊主的利润。

这个例子告诉我们在购买商品时应该如何维护自身利益的一些经验，比如，当我们想购买某种商品时，不要眼睛直勾勾地看着这件商品，不妨表现出无所谓的态度，甚至表现出对该商品的“不满”，这样，商家以为你不太想买，就不敢提高价格。

再比如说，你去服装店买衣服，看见一件衬衣标价380元，但实际上80元就能够买下来。为什么标价这么高呢？这是因为商家想把你的消费者剩余都赚去。这些衣服的成本不足80元，但是有人特别喜欢这些衣服，他们愿意出高于80元甚至远远高于80元的价格买下来，这里面就存在着消费者剩余。因此，当你看上某件衣服时，最好不要流露出满意的神色，否则你就要花费

较多的钱买下这件衣服。对于那些没有购买经验的顾客来说,当他以较高的价格买下这件衬衣时,或许还以为自己占了个便宜,殊不知在他高高兴兴花费 380 元钱买下这件衣服时,商家也高高兴兴地发了一笔小财。

商家想方设法把消费者剩余转化为利润的例子在日常生活中比比皆是,即使是大公司也不例外。例如,在我国,奶粉这种产品…直是低价销售,每袋奶粉的价格在 10 元钱上下。改革开放以来,外国生产商大量进入中国,它们也运用消费者剩余的概念寻觅发大财的机会。一些奶粉生产商了解到中国奶粉的价格低,但是有一部分中国母亲生下孩子后,由于缺乏人奶,她们对适合婴儿食用的高质量奶粉的需求十分迫切。于是,这些外国公司研制出添加各种营养成分的较高质量的奶粉,使用更为漂亮、防潮的包装方式,以每袋 80 元至 100 元的价格销售。年轻的中国母亲为了婴儿的健康成长,她们愿意花较多的钱去买质量较好的婴儿奶粉。这样,中国母亲在购买婴儿奶粉时的消费者剩余就转移到了外国生产商的口袋里。外国生产商利用消费者剩余的概念确实发了一笔大财。

寻呼业的辉煌与落幕——替代效应

2007 年 3 月 2 日,信产部发布了中国联通公司申请停止 30 省(自治区、直辖市)寻呼业务的公示。该文件显示,中国联通向信产部申请停止经营全网(除上海市)198/199、126/127、128/129 元线寻呼服务,目前已经基本完成北京、天津、河北等 30 省(自治区、直辖市)范围内在网用户的清理和转网等善后处理工作。联通在全国范围内停止寻呼业务,预示着 BP 机将正式告别历史舞台,成为一个时代的背影。

BP 机刚出现时,价格贵得惊人,一部要几千元,而当时人们的工资一般才几百元。谁要是有一部这样的机子,是很叫人羡慕的。中国的寻呼业获得飞速发展,在 20 世纪 90 年代曾经辉煌一时,全国用户发展的增长幅度曾高达 150%,用户规模一度逼近一个亿。但是繁华易逝,自 1999 年年底开始,随着手机的迅速普及,寻呼业被打入漫长的冬天。

尽管寻呼企业也曾尝试转向股票、警务等专业化服务,但依然无法扭转颓势。2002 年时,联通还高调接收了另一家著名的寻呼企业——润讯通讯的用户,仅广东就接纳了 50 万户之多。但是,兼并与重组也不能改变寻呼企业每况愈下的经营状况,寻呼业务再也没有寻到翻身之日。所有努力都无法阻挡寻呼业走向没落脚步。

寻呼机为何只发展了短短的十几年,就从辉煌走向衰落?从经济学角度解释,替代效应发挥了巨大的作用。人们有了更方便实用的手机,谁还会选择 BP 机?BP 机完全被手机替代了。

替代效应在生活中非常普遍。我们日常的生活用品,大多是可以相互替代的,我们可以根据其价格的变化情况,从经济实惠的原则出发,安排我们的生活。萝卜贵了多吃白菜,大米贵了多吃面条。买不起真名牌,用仿名牌来替代,也能让我们的心理产生极大满足。如果 CD 唱盘的价格上涨了,我们可以用磁带、电台的音乐节目,甚至现场的音乐会等这些东西来替代 CD 唱盘。

有时替代效应也与价格无关，比如发生禽流感以后，鸡蛋和鸡肉就很少有人再买，而用猪肉等来替代。一般来说，越是难以替代的物品，价格就越是高昂。产品的技术含量越高价格就越高，因为高技术的产品只有高技术才能完成，就像彩电必须是彩电厂才能生产，而馒头谁家都会做，所以价格极低。艺术品价格高昂，因为艺术品是一种个性化极强的物品，几乎找不到替代品。达·芬奇的名画《蒙娜丽莎》只有一幅，所以珍贵异常，价值连城。

在人们的爱情中，替代效应也总是在发挥作用。你爱一个女孩儿，爱得如醉如痴，非她不娶，就是因为她在你心中是没有人能够替代的，你感到她的点点滴滴都是美的，她对于你来说是再合适不过的。但是过了一段时间，你遇上了另外一个女孩儿，也许又会移情别恋，是因为你有了第一个女孩的替代品。一个美女在几个小伙子之间难以选择，她喜欢张三的人品，但是张三却没有钱，李四有钱，却涵养不足，这几个小伙子对于她来说都是不能相互替代的，因而她不知道该选择哪一个好。

在人们的工作中，替代效应的作用也非常明显。例如，为什么那些有技术有才能的人在企业里是香饽饽，老板见了又是笑脸，又是加薪，还生怕他们跳槽？就是因为这个世界上有技术有才能的人太少了，找到一个能够替代的人很困难。尤其是对于企业的中高层来说，不仅需要才干出众，经验丰富，而且成员之间的性格、行为方式能够磨合到位，彼此融洽，成为搭档，就更是不易，所以对于管理人才来说，企业就更为珍惜。所以，我们对那些著名企业 CEO 的百万年薪、千万年薪，就没有必要吃惊，更不要不平。我们想要让自己获得与他们同样的待遇，就要先让自己具有与他们同样的不可替代性。

有许多人发出这样一种慨叹，说自己刚进一个公司的时候，老板对他是如何如何地器重，而当他把才华全都献给公司的时候，自己的末日也就来了。按情理说，一个曾经对公司作出贡献的员工，应当受到公司的尊重和妥善安置，过河拆桥式的老板也确实是没有良心的老板。但从另一个角度来说，也是替代效应在发挥作用。一开始，你能够进公司，因为你具有公司发展所需要的才华，你在老板的眼里无可替代，老板当然对你非常器重，可在公司发展的过程中，一旦你才华用尽，为了公司的进一步发展，老板就只有请更有才华的人来替代你了。

因为市场是无情的，如果老板不让新员工替代才能用尽的老员工，市场就会让别的企业替代这个企业。市场优胜劣汰企业，而企业也在优胜劣汰员工，你想要保住你的职位，并得到升迁，你就必须不断地学习、充电。在错综复杂的市场中，如果你总能做到思维超前、新意迭出、应对自如，你还会被别人替代吗？俗话说要活到老，学到老，用经济学的話說，就是不学习就会跟不上时代，就要被后来者替代。

替代效应在人们日常生活中无处不在，无时无刻不在起着巨大的作用。因此，我们就要充分利用这种效应，不断地提高自己，发展自己。

2008年8月18日浙江在线有这样一则新闻报道：目前，杭州的钟点工平均工资是一小时12-15元不等，比去年的6-8元已有明显上涨，一小时10元以下几乎已经找不到了，有的地方甚至出现了28元一个小时的价格。钟点工薪水的涨幅超过了包月保姆。

下城区朝晖社区的居民陈女士买了一家家政公司的服务券，上周末她打电话想请保洁员来家里打扫一下，才得知价钱涨了，原先10元每小时，一下涨到15元每小时。陈女士本来持有4个半小时券，现在只能当3小时用了。

钟点工的工资上涨，一方面是由于物价上涨，另一方面也说明钟点工的需求量上升。现在好多家庭，尤其是双职工家庭，由于工作繁忙，时间紧迫，就请钟点工来照顾孩子、清洁家庭、整理庭院。这种把核心业务（工作）自己做，而把其他业务（照顾孩子、家庭清洁等事情）包给别人的方式，就叫做外包。钟点工的工资上涨，就说明把家庭杂务外包出去的情况日益普遍，对钟点工的需求量大幅上升；说明现在人们更有经济头脑，我请钟点工减轻我的日常家务负担，我就可以集中精力工作，赚更多的钱。

这种外包的方式在企业中应用最为广泛。外包业是新近兴起的一个行业，它给企业带来了新的活力；

外包将企业解放出来以更专注于核心业务。外包合作伙伴为企业带来知识，增加后备管理时间。在执行者专注于其特长业务时，为其改善产品的整体质量。外包协会曾经进行的一项研究显示：外包协议使企业节省9%的成本，而能力与质量则上升了15%。

外包使一些新的经营业务得以实现。一些小公司和刚起步的公司可因外包大量运营职能而获得全球性的飞速增长。

一方面，有效的外包行为增强了企业的竞争力。

企业在管理系统实施过程中，把那些非核心的部门或业务外包给相应的专业公司，这样能大量节省成本，有利于高效管理。

例如，一个生产企业，如果为了原材料及产品运输而组织一个车队，在两个方面其成本会大大增加：(1)管理成本增加，因为它在运输领域不具备管理经验；(2)因管理不善，运输环节严重影响生产和销售环节的工作，从而导致生产和销售环节的成本增加。如果把运输业务外包给专业的运输企业，则可以大幅度降低上述成本。

另一方面，企业也因市场竞争的激烈面临巨大的挑战。

市场竞争的加剧，使专注于自己的核心业务成为了企业最重要的生存法则之一。因此，外包以其有效减低成本、增强企业的核心竞争力等特性成了越来越多企业采取的一项重要的商业措施。如经济不景气时，企业会裁掉一些非核心业务的部门，这往往是不得已而为之。负面影响很大，如团队的稳定、额外支出等，但如果一开始这些非核心业务就是外包给专业的组织去做，那么损失一定会减少到最小。

现在，好多企业的人力资源也实行外包的形式。如果某一天，当你发现经常从楼下的星巴克帮你带杯咖啡的同事每月并不在公司领薪水，而是通过一家外部机构得到工资和报销费用，你不用吃惊。这是新型的人力资源外包。你会发现，你身边拥有“双重身份”的同事越来越多：他既是为公司工作的职员，又是某家人才派遣公司的合同工——说到底，他在这里，但不属于这里。

这也许是最新的“三角关系”了：人才派遣机构与企业建立服务与被服务的民事关系，与被派遣雇员建立劳动关系，而企业与雇员之间则只是一种劳务关系。当企业有相关的人力需求时，派遣服务商会为它招募、筛选并确定合适的雇员，签订劳动合同之后，派遣到企业工作，其间的社保福利、工资计发、档案管理、员工关系、用工风险全部由派遣机构承担，一旦合同到期，雇员便成为“自由人”，结束聘用，等待下一次派遣。这种人力资源外包模式越来越多地为企业所接受。

但是，在现实应用中，有些企业或人对外包产生了错误的认识。他们认为“把不懂的业务全部包出去已经成为企业管理新思潮”。这是一个非常普遍又危险的误区。

企业把部分业务外包出去，可以获得的好处有很多，一方面可以降低成本，另一方面可以专注于自身核心能力的发展，但绝对不是把“自己不懂的业务”，花点钱，一包了之。企业层面的业务外包并不是生活中普遍意义的接受服务。一提到服务，很多人有这样的感觉：所有的事情都由服务商来搞定，自己只用等现成的就行了，比如修理家用电器，到医院看病等，自己不懂，花钱让专业的人搞定。但是，对于企业，自身对包出去的业务，可以“不专”，但不能“不懂”。“不专”与，“不懂”是有很大区别的。如果企业对外包出去的业务“不懂”，很容易就会丧失对业务的监控、管理和对结果的考核能力，最终所得到的结果就会与初衷背道而驰。“不懂业务”从另一个层面来说是指不具备和服务供应商的议价能力，如此一来又如何达成降低成本的目的呢？

众多的研究表明，服务发包商与服务供应商之间最为良好的关系，并不是简单的买卖关系，而是一种合作伙伴关系。一旦外包服务合同关系成立，随之就要确立外包项目的管理模式，要建立诸如项目管理的组织结构、职责界定、交流机制和交流渠道等一系列的内容。如果是长期项目，还要有不断总结改进的机制。这一系列的复杂情况决定了简单的买卖关系很难产生成功的服务外包结果。如果企业不懂，又如何在项目过程中与服务商进行博弈与合作，进而保证满意结果的达成呢？可见，外包并不是简单地包出去，而要进行复杂的运作，讲究一定的方式方法。

总之，接受外包这种新的经营理念是一种必然趋势，外包服务势在必行。企业可以充分利用外包，甩掉不必要的包袱，抓住核心，轻装快速地发展。

破窗户会更加破——破窗效应

有一家理发店的窗户玻璃破了一个角，由于生意非常红火，老板没有时间去修理它。有一天夜里，一个小男孩路过理发店，看见破了一个角的窗户，就拿起一块石头砸过去，大半截玻璃

稀里哗啦地掉了下来。等老板追出来的时候，小男孩已经跑远了。老板想换掉玻璃，可由于马上就要过节了，理发的人很多，他非常忙，根本没时间。那扇掉了大半截玻璃的窗户依旧破裂着。过了几天，老板正在里边忙碌着，突然听见“啪”的一声，那扇半截玻璃被完全打碎了。等老板追出来的时候，只看见了两个跑远了的孩子的背影。不得已老板抽出时间装了一块新的玻璃。为了防止玻璃再被打碎，老板只要有时间就站在窗户后面，企图逮住打碎玻璃的小孩。可令他奇怪的是，此后再也没有小孩来打碎他的窗户玻璃了。

这个小故事反映了这样一个道理：如果有人打坏了一栋建筑上的一块玻璃，又没有及时修复，别人就可能受到某些暗示性的纵容，去打碎更多的玻璃。久而久之，这些窗户就给人造成一种无序的感觉，在这种麻木不仁的氛围中，就会出现更多破坏性的行为。这就是政治学家威尔逊和犯罪学家凯琳提出的“破窗效应”。

“破窗效应”在生活中广泛存在：桌上的财物，敞开的大门，可能使本无贪念的人心生贪念；对于违反公司程序或廉政规定的行为，有关组织没有进行严肃处理，没有引起员工的重视，从而使类似行为再次甚至多次重复发生；对于工作不讲求成本效益的行为，有关领导不以为然，使下属员工的浪费行为得不到纠正，反而日趋严重；一面墙上如果出现一些涂鸦没有清洗掉，很快墙上就布满了乱七八糟、不堪入目的东西；而在一个很干净的地方，人们会很不好意思扔垃圾，但是一旦地上有垃圾出现，人们就会毫不犹豫地随地乱扔垃圾，丝毫不觉得羞愧。在公交车站，如果大家都井然有序地排队上车，又有多少人会不顾众人的文明举动和鄙夷眼光而贸然插队？与之相反，车辆尚未停稳，猴急的人们你推我拥，争先恐后，后来的人如果想排队上车，恐怕也没有耐心了。这些都是“破窗效应”的表现。

在学校教育中也存在着“破窗效应”。经常听有老师说起，班里的某位学生调皮捣蛋，几乎没有办法管教，或者是某位学生不够聪明，屡教不会。可老师的话没有起到任何好的作用，调皮捣蛋的学生更淘气，不够聪明的学生表现得更笨。在这里，“破窗效应”起了作用。因为老师的话使学生觉得自己就是这样的一个人，既然如此，也就没有什么顾忌，调皮捣蛋是理所当然，笨也是理所当然。所以，老师千万不要打碎一扇窗子的“玻璃”，不要轻易放弃一个学生，而要用热情和鼓励去引导学生。

还有，当我们有了新的物品总要好生爱惜的。比如小孩子新得一玩具，总会爱不释手，无论谁要借，哪怕只是一小会儿，也要好生斟酌一番，然后找一借口不借给你；即使你面子很大，借到手，他也要商定一个还期，更要再三叮嘱，不要弄坏。及至后来，玩具有些磨损或是破旧，那时你即使不要，他往往也要问你要不要玩他的玩具。这也是生活中的“破窗效应”。

在企业管理中，“破窗效应”应用也非常多。比如对公司员工中发生的“小奸小恶”行为，如果管理者不引起足够重视，就会因“破窗效应”而引发非常严重的问题。管理者只有防微杜渐，甚至适当的时候小题大做，这样才能防止有人效仿，积重难返。

美国有一家公司，规模虽然不大，但以极少炒员工鱿鱼而著称。有一天，资深车工杰克在切割台上工作了一会儿，就把切割刀前的防护挡板卸下放在一旁。没有防护挡板，虽然埋下了安

全隐患，但收取加工零件会更方便、快捷一些，这样杰克就可以赶在中午休息之前完成三分之二的零件了。不巧的是，杰克的举动被无意间走进车间巡视的主管逮了个正着。主管大发雷霆，令他立即将防护板装上之后，又站在那里大声训斥了半天，并声称要作废杰克一整天的工作。第二天一上班，杰克就被通知去见老板。老板说：“身为老员工，你应该比任何人都明白安全对于公司意味着什么。你今天少完成了零件，少实现了利润，公司可以换个人换个时间把它们补起来，可你一旦发生事故、失去健康乃至生命，那是公司永远都补偿不起的……”

杰克被解雇了。离开公司那天，他流泪了，工作了几年时间，他有过风光，也有过不尽如人意的地方，但公司从没有人对他说不行。可这一次不同，杰克知道，这次碰到的是公司灵魂的东西。

“破窗效应”还可以应用于治安管理方面。纽约的地铁被认为是“可以为所欲为、无法无天的场所”。针对纽约地铁犯罪率的飙升，纽约市交通警察局长布拉顿采取的措施是号召所有的交警认真推进有关“生活质量”的法律，虽然地铁站的重大刑案不断增加，他却全力打击逃票。结果发现，每七名逃票者中，就有一名是通缉犯；每二十名逃票者中，就有一名携带凶器。结果，从抓逃票开始，地铁站的犯罪率竟然下降，治安大幅好转。他的做法显示出，小奸小恶正是暴力犯罪的温床。也就是说，这些看似微小但有象征意义的违章行为就是那第一扇破窗，如果修补了破窗，即大力整顿这些违章行为，就会发挥“破窗效应”，大大减少刑事犯罪。

在管理实践中，管理者必须高度警觉那些看起来是个别的、轻微的“小过错”，并坚持严格依法管理。“千里之堤，溃于蚁穴。”不及时修好第一扇被打碎玻璃的窗户，就可能会带来无法弥补的损失。而如果能及时修复，则效果会非常明显。

第五章 透视晋升、加薪的秘密——工作中要懂的经济学

你为什么总是原地踏步——内卷化效应

爪哇，印度尼西亚第四大岛，南临印度洋，北面爪哇海，人口稠密，风光旖旎，首都雅加达即位于此。作为世界著名旅游区，天南海北的游客纷纷慕名而来。然而，在 20 世纪 60 年代末，利福德·盖尔茨，一位美国人类文化学家在此长住，却一直无意于如碗风景，而是潜心于当地的水稻生产。刀镰犁耙，种锄收割，日复一日，年复一年，爪哇岛的原生态农业在维护了一派自然景色的同时，却长期陷入到简单重复、没有进步的状态。盖尔茨将这种现象冠名为“内卷化”，随后这一概念便广泛引入到政治、经济之中。

“内卷化”意指一个社会既无突变式的发展，也无渐进式的增长，长期以来，只是在一个层面上自我消耗和自我重复。大到一个社会，小至一个自我，一旦陷入内卷化状态，即似身陷泥沼，无力前进。

生活当中，经常可见这类事情。老李，“干事”一当三十年，身边同事一个一个升迁，自己却还原地徘徊。退休年龄将至，心中酸涩，“二锅头”变成贴心朋友。老张，“技工”一做十五年，同辈之人已升任高工和主管，自己却还只是戴着一顶技工的帽子，心境抑郁。老周，二十年少时，一部剧本即获得电影大奖，被公认前程似锦，然而二十载光阴荏苒，创作水平再不见长，毫无建树，甚至开始考虑改行……面对这些屡见不鲜的“内卷化”情况，人们不禁要问：他们为何停步不前？是天赋欠缺，勤奋不够，还是运气没有垂青？

分析个人的内卷化情况，根本出发点即在于其精神。人们常说，信念决定命运。如果一个人认为自己这一生只能如此，那么命运基本上也就不会再有改变，生活就此充满自怨自艾；如果相信自己还能有一番作为，并付诸行动，那么便可能大有斩获。正像运动员所说的，“拼搏不一定会得到，不拼搏一定会得不到”。如果上面提及的李“干事”认定此生只适合这一职位，那么他升迁的动力将消弭殆尽，前途可以不作他想。

上面提及的老李、老张、老周，都为现状不满，都为前途沉郁，其心气还在，这时就要分析个人内卷化的另一个重要原因，即个人能力。一般说来，它包括“专业”和“处世”两个方面，二者相辅相成。能力为一个人的立身之本，处世能力可以让专业能力如虎添翼。但是，若只重专业而不顾人际，将难以找到用武之地；只重处世而无一技之长，终究会成为空中楼阁。只有两者结合，个人才华才可得到淋漓尽致的发挥。上面提到的老张，“技工”一做十五年，可能是他上进不够，专业能力没有提高，也可能是不会处理人际关系，导致技术性更强的工作难以插手，种种原因使得他失去了评定职称的机会。推广开来，梦想有所作为的人比比皆是，然而大多只是空想家，不去提高自己的能力，从而处于“内卷化”当中。想想看，在现实生活中，哪个单位的一把手不是熟练业务，而又同时精于世故呢？

一个人早上出门，必照镜子以正衣冠，然而晚上归来，可否想到再照镜子以正心灵呢？这面镜子就是人的思想观念。千百年来，日出而耕，日落而息，中国农民一代一代繁衍，生活却不见大的改变，而更要命的是，人们身处其中却浑然不觉。多年前，中央电视台记者去陕北，偶然间采访一个在黄土高原上放羊的男孩，便有了这样一段“经典对话”：

“为什么要放羊？”

“为了卖钱。”

“卖钱做什么呢？”

“娶媳妇。”

“娶媳妇做什么呢？”

“生孩子。”

“生孩子做什么呢？”

“放羊。”

小孩几句话勾勒出了一种“内卷化”生活状态，这无疑折射出当时许多陕北农民的思想观念。多少年来，农民的生存状态没有发生什么改进，在于他们压根儿没想过要改进。思想观念的故步自封，使得打破内卷化模式的第一道关卡就变得非常困难。而对于整天忙碌于工作的人们，虽然没有站在黄土地上守着羊群，但在思想上是否就是那个放羊的小孩呢？怨天尤人或者安于现状，对职业没有信念，对前途缺乏信心，工作结束就是生活，生活过后接着工作，对内卷化听之任之，人生由此停滞不前。

生活陷于内卷化的普通人迫切需要改进观念，而那些成功人士相比之下，则更需要理念更新，否则内卷化的后果往往更为严重。为什么有些人一辈子注定只能做一个小老板？并非他不想做大做强，而是思想观念停滞在小的层面。小老板需要精明，而大老板不仅需要精明，更需要气度。20世纪90年代，我国的民营企业纷纷进入多事之秋，多少著名企业一夜之间轰然倒塌，其中的一个主要原因就是他们思想观念停在原地。面对国际化接轨、现代化生产的企业，这些老板还在用农民的思想进行管理。市场如同逆水行舟，不进则退，倒闭自属必然。

总而言之，一个人要摆脱内卷化状态，就要先确信自己是否还有上进的志气。如果有，那就再看看自己掌握的技能是否纯熟。精益求精，发挥极限，这样才能最大限度地提升自己。或者下决心钻研，或者再去接受培训，都非常必要。除此之外，再分析一下自己所处的人际环境。尤其是在企业这个大舞台里，自己与同事是琴瑟相和，还是凉若秋水？自己在领导那里，是青睐有加，还是可有可无？要切记，走出职场的内卷化，要靠自身力量。这种力量来自于强烈的求知欲望和顽强的上进精神。只有充分发挥自身力量，才能突破自我、表现自我、超越自我，从而使得职业生涯呈现出一片勃勃生机。

萧何月下追韩信的原因——人才经济学

秦末农民战争中，韩信仗剑投奔项梁大军，项梁兵败后，韩信归附项羽。他曾多次向项羽献计，却始终不被采纳，不得志之下转而投奔刘邦的汉军。汉军大将夏侯婴见韩信言论不凡、相貌威武，便将其向刘邦推荐，但仍然未被重用。后来，韩信多次与萧何论兵，颇得赏识，但仍不能舒展志向。刘邦行军至南郑时，郁郁不得志的韩信面对当空明月，仰天长叹前程渺茫，便骑马而去。萧何听说后，来不及向刘邦报告，连夜追赶，天至拂晓，方才追及。在萧何的再三恳求下，韩信勉强留了下来。此时刘邦正准备收复关中，萧何就向他推荐韩信，希望重用。刘邦起初只想将其封为将军，然而萧何竭尽所能争辩，说明争夺天下，韩信是必不可少的大将之才。于是刘邦便择选吉日任命韩信为大将，从此文依萧何，武靠韩信，刘邦终于夺取了天下，建立了西汉。

这就是著名的“萧何月下追韩信”的故事，在小说、戏剧当中屡屡提起，传为佳话。古往今来，这一典故的教育意义始终未曾降低分毫。从萧何为国求贤、识人爱才的一片赤诚之心中，

可以看到人才的高度重要性。而随着时代的发展，在当今社会，对人才的重视已经上升到“人才经济学”的高度。

人才经济学首先要明确“人才”的定义：人才是什么？首先，人才属于劳动者，但绝不是一般的劳动者。相比普通劳动者而言，他们具有“三高”，即“高质量”、“高素养”和“高能量”，因此，人才可以在为数众多的劳动力群体中，脱颖而出。古语说，“千军易得，一将难求”，求的就是高质量的人才。我国著名核物理学家钱学森当年从美国回归时，遇到百般阻挠，原因何在？一位美军高级将领给出了形象的答案，他说，宁愿枪毙钱学森，也不愿意他回到中国，因为他“一个人可以顶五个师”。所以钱学森在美国被扣五年才得返回，而他一旦回国，便对“两弹一星”的成功起到至关重要的作用。这就是人才的重要性，其释放出的能量是一般人无法相提并论的。

在明确人才的定义后，再分析市场竞争。归根到底，它将集中于人才的竞争。这里有一个简单、明了的逻辑关系：在市场经济下，市场的竞争取决于产品的竞争，谁能生产出适合用户需要、赢得用户满意的产品（这里的产品包括技术、服务等），谁就能占领市场。但是只有懂技术、懂管理的人才方能生产出这样的产品。因此，从根本上说，人才竞争决定了企业的兴衰成败。

在市场里，人才也作为一种商品来对待，其价值就由供求关系决定。但是对于人才，又绝不能简单等同一般的商品。随便列举某种商品，比如手机，在其刚进入市场时还是紧俏货，但是到了现在，手机已经非常普及，市场上基本达到供求平衡，甚至开始出现供大于求。手机的价格越降越低，就是一个证明。实际上，市场里绝大多数商品的供求发展都会符合这种最终供大于求的趋势，这是由科技的进步和市场的发展共同决定的。但是人才——而且只有人才，作为科技的研发者，是不折不扣的稀缺资源。尽管在短期内人才市场会有所起伏，但从长远看，人才总会供不应求。比如作为朝阳产业的IT界，已经持续多年上演争抢软件人才的大戏；近几年，中国模具工业高速发展，市场广阔，产销两旺，在我国一些模具业发达地区，如广东、江苏、浙江、山东等地，企业追着疯抢模具数控技术人才，技能较好者工资达四五千元，年薪十万以上的也并不鲜见。从这些例子可以看到，作为一种商品，人才因为具有了创造力，从而始终处于买方市场。

人才经济学同样注重人才这种商品的成本问题。企业追求效益，效益对应成本。企业购进人才同样需要成本的付出，但是付出的成本能否换来效益，则不是一个简单的问题。人才一般需要具有高学历，但这只是说明他已经获得了较高层次的知识，进入企业后能否创造价值，一般没有人可作保证。企业进口一条先进的汽车流水线，只要质量可靠，开动后就能达到预期的产出，但是人才却未必如此。比如企业高薪招来一位博士，本来希望其能发挥一技之长，在产品研发上有所创新，然而一年多过去后仍无所作为。企业这才意识到这名博士早已习惯了照本宣科的思维，更适合去做一名教师，无奈之下只好将其辞退——这是发生在企业中的真实事件。又比如，企业好不容易挖来一名高级管理人才，为其提供了很好的职位和薪资。然而，这名经理人却不能融入公司的企业文化，不久就开始一边工作一边暗自寻找机会。就在公司这边工作已经展开的时候，他却突然转投了其他公司。像这种跳槽现象，同样给企业带来不小的成本损失。由此可见，人才

的投入产出比是和一般商品不同的，是非线性的。正因如此，在大多数情况下，对人才的雇用，都有着高成本、高效益和高风险的特点。

企业渴求人才，在雇用人才商品时必须给出价格。但人才与一般劳动力相比，在供求关系上是截然不同的。在我国，有着大量的一般劳动力，供大于求；而人才总体来看一直就是求大于供。人才月工资可以拿到几千元甚至更多，同时，一项高科技成果可以卖到成百上千万元，这两种数额都是人才价值的转化。企业购进人才时，因为人才的价值往往难以在当下就体现出来，这就使其本身的定价难以预计，在企业效益尚未实现前谁都不能确定。面对这种风险，企业必须采取一定的措施加以防止，比如技术入股、报酬与效益挂钩等，都可以有效做到买卖双方都不吃亏。

对于企业而言，人才经济学还研究怎样才能招揽人才、留住人才。鉴于人才商品的特殊性，要达到这一目的绝非易事。地区不同，企业不同，都需要采取不同的对策。但总的说来，要吸引人才，其关键还是在于“以人为本”，即在以价值规律对待人才的同时，还要从人文角度充分尊重、吸引人才。为此，人才经济学指出，需要在两方面下足工夫。

首先，企业必须有优秀的激励机制。比如华为集团，人才一旦被聘用，就会享受优于同行业外资企业提供的薪资待遇。公司还对提出合理化建议或作出技术革新的员工提供报酬，而且它所占据员工收入的比例相当可观；山东海信集团实行年薪沉淀制度，集团经理的年薪从 15 万元到 50 万元不等，但这笔钱要分成四部分，当年只能拿走 30%，其余 70% 是“沉淀”的，五年之后才能兑付。如果有人提前离开，他的沉淀工资是不能全部拿走的。类似这样的激励机制，对于留住人才起到了很大作用。

其次，企业必须为人才提供优秀的发展环境，从而充分调动其积极性。在这一方面，日本企业做得是非常到位的。为了鼓励创新，日本企业普遍组建了各种“发明创造委员会”，人才以及所有员工都可以随时提出设想，如果被采纳，企业将会提供可观的奖励；即使不被采纳，也会获得一定奖金。企业还始终为人才提供继续提升自己的培训环境，鼓励他们继续学习新知识、钻研新技术，让自己的综合素质百尺竿头，更进一步。在生活当中，每逢员工遇到婚娶、祝寿、生子一类的喜事，日本企业都会有所表示，如在工厂门口贴出大幅标语以示祝贺，或者专门送上一份别具一格的贺礼。企业领导还定期与职工一起参加各种文体活动。这些优良的工作环境和人际环境，都加深了人才对企业的感情，从而产生了很强的凝聚力。

怎样在公司推销自己——注意力经济学

在公司中薪水猛涨、职位高升的人，衣着光鲜，风光无限，注定是职员们的关注焦点。有人羡慕，有人嫉妒，有人称赞，更有人暗自慨叹自己怎么没有机会吸引众人的视线。然而，你是否想过，这些经理、主管其实在升职以前就已经靠自己的表现吸引了公司高层的注意，而升职，只不过是这个过程的自然结果。当然，想要赢得关注绝非易事，但只要你也想加薪的话，就绝不

能在企业中如同空气一般让人视而不见，而是应努力抓住领导和同事们的视线，从而获得提升的机会。对此，可以用“注意力经济学”来加以描述。

“注意力经济学”这一术语由来已久。著名的社会科学家赫伯特·西蒙，1978年诺贝尔经济学奖的获得者，率先阐述了其基本原理——当公众接受信息时存在着消费，消费的正是他们的注意力。不过，直到20世纪90年代末期，随着计算机网络科技的兴起，注意力经济学这一理念才真正受到世人的关注，并获得了非常广泛的应用。

在注意力经济学里，公众的注意力被视作一种资源，而公众将消费这种资源去接受信息。不同信息具有不同的价值，如果以“好、坏、无所谓”对信息进行简单区分，那么好信息可以使其受众在消费注意力的同时得到利益，比如一种新药品信息有望改善糖尿病人的健康状况，一个精彩的幽默可以让人会心一笑；坏信息则相反，受众消费注意力后却可能会受到某种损害，比如在广告上鼓吹高蛋白、高营养的奶粉实际上是低劣产品，失态的言谈举止对别人心理造成伤害；至于无所谓的信息，受众往往是一带而过，不会去注意它们，因此谈不上什么消费。

我们知道，老板在提拔员工时，当然会把机会留给那些给其留下良好印象的人。这就是注意力的作用。因此，在企业里，如果一个职员能及早应用“注意力经济学”，控制领导的注意力消费，从而推销自己，那么晋升的可能性就会变得很大。相反，那些未曾消费过领导多少注意力的员工，其提升空间就要小了许多。在这里，我们着重分析一下那些有技术、有能力却不得晋升的人，看看他们在注意力经济上有着怎样的欠缺。

在职场上，这些不易升迁的员工有着如下种类和特征：

1. 伴郎型

这种职员具有良好的工作能力，却不能充分发挥自己的潜能。这缘于其消极的处事态度，不想喧宾夺主，也不想出人头地。这当然无法赢得公司的注意力，升迁晋级便会遇到阻碍。

2. 幕后型

这种职员任劳任怨，认真负责，可是工作却很少被人知道，尤其是上司。在其内心也想得到更高的地位和薪水，但却没有学会如何使人为之付出注意力，结果，往往让其他人坐享其成。

3. 黄牛型

这种员工对于任何要求，都不会说“不”，总是笑脸迎纳。别人请其帮忙，都会放下本职工作去支援，由此影响了自己的工作。为别人付出不少牺牲，但却很少得到上司的赏识。

4. 不满型

这种员工工作努力，但却总是习惯抱怨。这种信息在注意力经济上起到了副作用，让同事觉得他是在被动工作，让上司认为他爱发牢骚，结果该员工失去升级、加薪的机会。

5. 敌视型

这种员工自信，但却过度自信。工作表现突出，却看不起同事，在内心抱着蔑视甚至敌视的态度与人相处，常常干涉、扰乱别人。这时，他人为之消费注意力后，换来的是很坏的印象，久而久之，敬而远之。

以上五种员工，虽然表现各异，但在注意力经济上都有着相同的问题：或者缺乏向他人传递充分的信息（甚至传递不了信息），难以引起他人的注意；或者向他人传递了不良信息，反过来使自己的利益受损。那么，应该如何应用注意力经济学，使自己能够吸引同事和上级的关注呢？

我们已经知道，在应用注意力经济学向他人传达信息时，不但要抓住别人的视线，还要产生正面效果，这样才能使自己最终获益。由此，可以采取下列一些方法：

1. 学会露脸。这是最简单，也是最基本的办法。职员尽可能地多出席一些公司会议；多参加公司的各种活动；多做一些富于技术含量的工作。而且，要学会提出与众不同而又新颖精彩的见解。但是，需要提醒，你要做得谨慎小心，否则可能会适得其反。

2. 学会勇敢。要敢于做“吃螃蟹”的人，勇于承担其他员工不愿意做的事情。其关键在于，此类事情虽然不容易完成，却很可能为自己留出更多的自由发挥空间。一旦完成，必将吸引上司和同事的注意力，为日后成功增加一个筹码。但是，在行动中职工要付出完全的精力，否则弄巧成拙，将会画虎不成反类犬。

3. 善用新事物。在工作之外，员工还可以借助其他方式，间接吸引公司的注意力。比如互联网，员工既可以利用它选取、整理对公司有利的信息资料，在合适的机会提供给公司，也可以在公司论坛里积极、合理地发表自己的感想和观点。当然，其前提是员工必须首先做好自己的本职工作。

最后要指出的一点是，职工在企业里运用注意力经济学时，必须明确，所有的方法都源自一个前提——从自我出发。员工只有真正在心理上自我肯定，才能抓住自我、表现自我和捍卫自我，才能有力地控制他人的注意力消费，从而赢得关注，提升自己的事业。

“热门”不热与“冷门”不冷——择业经济学

小孙即将毕业于重庆某名牌大学，所学专业正是时下热门的计算机专业。在人山人海的招聘会上，他信心满满地去求职。然而，在先后递交了几十份简历并经历多次面试后，他却没有结果。不仅如此，他还发现其他同一专业的学友似乎也遇到了同样的困难。小孙疑惑不解：计算机不是热门专业吗？为什么会出现求职难的问题？

确实，虽然这两年IT行业看上去非常热门，但是现在很多大学的计算机本科毕业生都难以找到饭碗。这是因为当前人才市场上并不缺乏一般的计算机人才，缺少的是高级、顶尖的IT人

才。另外，前些年计算机人才走俏，人们一窝蜂地选择这个专业，并且各个学校都开设了计算机专业，造成这方面人才越来越多，庞大的毕业生数量使得整个就业形势都受到影响，导致在家待业的毕业生越来越多。计算机，作为公认的热门，已经出现了“热门不热”。

与之相对，某西部高校哲学专业的大学生，所谓的冷门专业并没有限制他们的出路。毕业时，有人在市电视台找到工作，有人当记者、教师、企业策划，还有市场营销——甚至有几个大三时就和人签约了。一位毕业生在接受采访时说：“当初找工作时，用人单位并没有特别在意我的专业出身，他们更看重的是你的沟通能力和适应社会的能力。”

除此之外，经过调查，近两年曾经被认为供需较小的传统冷门——地质专业的学生也几乎都找到了工作，另外，像港口航道与工程、海洋地质等专业的毕业生就业情况也很不错。小语种专业，如韩语、日语、德语等，也都不够用人单位争抢。化工、材料、土木工程、机械、自动化专业的毕业生就业形势也都很好。而在 2008 年 7 月，由共青团中央学校部和北京大学公共政策研究所发布的一项最新调查显示，农学专业的就业水平最高，达 78.38%；被视为冷门专业的哲学和历史学就业率分别达到 40.35%和 51.85%。正所谓“三十年河东，三十年河西”，上述就业情况让我们感到了冷门专业已不再像昔日那样被人冷眼相视；相反，它正以自身的优势在逐渐升温。

另据调查，我国现在已经有太多高考生第一志愿就报了冷门专业。人们传统观念上认为的社会需求相对较小的专业，如哲学、历史、地质、海洋、气象、农业、林业、勘探等，近几年的报考人数都呈现出增加趋势，这正是“冷门不冷”。

那么，个人又应该如何看待这些形势变化呢？

在我国，有一种传统说法叫做“一技傍身”，指的就是专业选择。在现代人看来，专业选择早已不再仅仅是选择未来从事的行业，更是选择未来的一种生活方式——这是个攸关发展前景、就业方向、兴趣爱好的选择。它已经成为人生规划的第一步，特别是在近年来，我国越发严峻的就业形势之下。

我们应该明确，从长远看人才对于市场：永远是紧缺资源。但是，在市场上，人才同样也面对着供需规律的支配。供大于求时，某行业的人才求职就会受到影响；反之，供小于求，该行业人才就会成为抢手货。一些曾经的热门专业，比如新闻专业，在前些年，各类高校纷纷开设这一专业，由于招生太多，导致几年后该专业就业不佳，已经成为就业“困难户”。这就是由人才饱和导致的就业不易。目前，在人才市场最难找工作的是管理类专业，如工商管理、旅游管理、人力资源管理、土地资源管理、信息管理、行政管理等，都出现人才严重饱和的状况，就业非常困难。那么，冷门专业为何升温呢？这里面同样有一个供求规律的作用。据中国人民大学的一位专家分析，冷门专业就业率上升，主要还是因为这些学科的社会需求比较稳定。随着扩招的增加，一些热门专业学生人数增多，造成了供大于求的局面。但一些冷门专业的学生人数却相对比较少，竞争相对较小，所以出现了稳中有升的现象。

那么，具体到个人，又该如何选择自己的专业呢？应该说，许多人在专业选择上出现了很多失误，给自己的前途造成了十分不利的影响。据一份对上海 10 所大学在校生的调查显示，竟然有 65.8% 的学生对自己所选专业表示后悔。此外，对 100 个工作半年到 3 年的职业规划咨询案例进行统计后发现，竟然有高达 75% 的人因大学专业选择失误导致职业定位不清，遭遇发展瓶颈。要避免这种情况，需要在择业过程中避免两个误区：

1. 缺乏了解。对自己不了解，对专业不了解。从专业名称去望文生义，觉得自己很喜欢，真正进入大学攻读之后却发现与自己的想象相差甚远。曾有这样一个实例，上海交通大学生命科学专业的某学生，在报考前着迷于中国的命相学，一直以为生命科学专业是学习《易经》、命理一类的内容，没想到真正的课程却是人体、基因和解剖，为此他非常失望。刚刚接触专业就了无兴趣，如何能把它学好，又如何能在未来把工作做好呢？

2. 跟风现象。这几年哪个专业吃香，报考的人数就呈直线增加，都没有考虑适不适合自己，四年大学读完后的市场前景会怎样。比如，前几年非常火爆的财务专业，现在已经趋于平静，就业市场上供大于求。

因此，要做到合理择业，就要针对这两个误区，采用如下方法：

第一，要有明确的目标，根据个人兴趣选择合适的方向。比如，如果将来非常想做研究型人才，选择基础学科就会更为合适。一个人应该对自己有一个职业规划，个人的职业生涯规划不一样，选择的专业就会不同。

第二，充分了解热门专业的市场行情。要注意，热门专业往往具有很强的时效性，并非都会一直热下去，应对该专业几年后的就业形势作出一定的评估。

第三，充分发挥自己的能动性，针对社会环境就业形势不断对自己进行完善补充，加强自我的拓展实践。这不仅适用于在校学生，更适合于已经参加工作的人们。一个人，只要有毅力，有热情，完全可以凭借自己的争取和努力，进行各种学习培训，对自己的人生作出及时的改进。

归根结底，没有永远的冷门，也没有永远的热门，一切都是随着社会市场的变化而变化着。选择专业不要太拘泥于冷门与热门，选择自己最有兴趣的、将来最想做的，才是上上策。要知道，只有这样，一个人才能在自己热爱的行业深入钻研。试想，假如你有着扎实的理论知识、高深的业务能力和娴熟的交际能力，那么，无论你学的是什么专业，做的是哪个行业，最终都会有所成就。

你是“大猪”，还是“小猪”——智猪博弈论

经济学里有一个著名的案例，讲了两头猪的智斗故事。

大猪和小猪共住一个猪圈，为吃食竞争。猪圈一侧有一个踏板，另一侧有一个食槽。每踩一次踏板，自动投食机就会向食槽投放一点饲料。这样，一只猪去踩踏板，另一只猪就会抢先吃到食物——如果小猪踩动踏板，大猪就会在小猪跑来之先吃光东西；如果大猪踩动踏板，则有机会在小猪吃光之前跑来，抢到一点残羹。那么，两只猪会采取什么策略呢？说出来大家可能会有些难以置信，结果只能是一种——强壮的大猪奔忙于踏板和食槽之间，而小猪则等在食槽旁边，坐享其成。

这是为什么呢？以小猪为例，对它而言，自己去踩意味着一无所有，但不踩则会出现两种可能：一、大猪去踩，它可以坐而待食；二、大猪也不踩，双方干耗，最终都会饿死——但这与小猪去踩的结果并无二致。对大猪来说，由小猪去踩踏板也是上策。但是，如果双方都静观其变，由于大猪的身体需要更多的能量，因此消耗不起。最终，结果只能是大猪去踩，并跑回来争食，这样多少还是有些收获。

这个耐人寻味的故事属于经济学的博弈论范畴。博弈论是指个人或者组织面对一定的条件，在一定的规则约束下，依靠所掌握的信息，进行策略选择并加以实施的过程。简而言之，就是研究个体如何在错综复杂的相互影响中得出最合理的策略。博弈论在经济学中占有非常重要的地位，而本文提出的这个“智猪博弈”早已作为一种博弈模型，应用于现实生活的各个方面。战争、政治、商业、体育比赛……几乎都能看到它的影子。而在职场当中，经常会看到这样的景象：任务完成，论功行赏时，有一些员工不劳而获，就像故事中的小猪，而另一些人费力又难以讨好，就像故事中的大猪。能者加班，而大伙一起拿加班费，就是这样一种情况。

当公司需要加班时，常常出现“人多力量大”的状况，不论事有多大，加班员工越多越好。本来一两个人就可以做完，总会有四五个甚至更多的员工凑在一起。由此，“智猪博弈”就会出现。如果大家都耗在那里，不去工作，结果当然是“三个和尚没水吃”，完不成任务。但是，当中能者碍于面子或者责任心，往往不便坐而待之，就去主动完成任务。由于大家对彼此的行事规则早已清楚，其余员工在加班中便多是出工不出力。工作一旦完成，大家便共拿奖金——由此，能者成了辛苦的“大猪”，而其他人则成了舒服的“小猪”。要解决此类问题，关键在于企业要充分了解员工，辨清能者与普通职员。如果工作有难度，则将其交给能者；如果工作人人都能胜任，则要让加班的人数和工作量相对应，不要造成人员浪费。一句话，“因事设岗，因事用人”，只有这样才能促使职工发挥自己的能力。

除去加班，在向老板争取增加薪水或者福利时，也会出现“智猪博弈”。当一名员工被推选为代言人与老板谈判时，他在为公司所有员工的利益而努力。然而，同为可能受益者的其他人却在此刻扮演了“小猪”角色，躲于幕后。如果谈判成功，他们可以轻松分一杯羹；如果失败，他们也可以全身而退，甚至发表一通与我无关的言论。而那名与老板谈判的员工，扮演了“大猪”，却有可能因此成为一名牺牲者——实际上，像这位勇于代言的职员，在公司里往往是那些胸无城府，而又总想树立积极形象的人。要解决这一问题，关键在于公司要加强民主参与决策，让每一位员工都有合适的途径表达自己的观点，从而避免“智猪博弈”的出现。

不仅在日常工作中会出现“智猪博弈”，在应聘工作时，有时也会发生。

某名牌大学面向社会公开招聘两名教授，分别负责经济学和会计学。招聘伊始，便应者甚众，竞争激烈。经过长时间的层层选拔后，有两个教授（称之为甲和乙）赢得了机会，开始最终定岗。大学规定，会计学教授月工资 6000 元，而经济学教授月工资 4000 元（这是缘于会计学为时下热门），而甲、乙两人都想去从事会计学，由此开始最后一次竞争。双方的大体情况如下：二人均有会计学硕士学位，同时又兼有会计学和经济学两方面的教学经验，而且，甲的会计学教学经验还优于乙。依正常逻辑推测，甲教授已经占得先机，获得会计学教授职位顺理成章。甲教授对此也颇有信心。在与学校谈判过程中，他除了详谈自己的会计学教学经验外，为了证明能力，还谈起自己的经济学教学经历。然而与之相比，乙教授采取的竞争策略令人匪夷所思：在与大学谈判中，他极力否认自己具有经济学教学经验，甚至还有意贬低自己，声称如果自己去讲授经济学，实属将误人子弟。从甲、乙两教授向大学一方传达的信息中可以看出，乙故意拉大了自己与甲的实力差距。然而，最终定岗结果却出乎所有人的意料：乙非常愉快地获得了会计学教授职位，而甲只能退而求其次，教授经济学。

为什么会出现这样的一个最终结果？更有能力和经验的甲教授为什么会在这场竞争中失利？这就需要应用“智猪博弈”来进行分析。该大学在整个招聘过程中，层层选拔，在最后选定两位佼佼者后，已付出大量时间和精力，除非出现极其特殊的情况（如天灾人祸），基本不可能再重新招聘。而对于两位教授而言亦是如此，也都不太可能随便丢掉触手可及的美差。对此局面，实力稍逊的乙教授了然于胸，主动充当了“智猪博弈”中的“小猪”角色，释放出“宁可失去职位（实则当然未必如此），也不愿担当经济学教授”的烟幕弹。相比之下，甲教授的做法就逊色不少，在无意当中充当了知识渊博、能力全面的“大猪”角色。面对两位教授的策略，大学由于难以再开展新一轮的招聘，只能作出让甲去教授经济学的选择。

这一事例无意否定知识的价值，而是指出，面对这一看似有悖事理、有违公平的“能者退其次”的结果，我们应该充分意识到，博弈论在此起了关键作用。回头再看，设想如果甲教授了解“智猪博弈”，吃透竞争形势，只要采取和乙教授同样的策略——“一定要教授会计学”，就很可能达到目的（因为他确实比乙要强一些）。但是很遗憾，他在“智猪博弈”当中扮演了能力更强，却费力不讨好的“大猪”角色，输掉了竞争。

第六章 左手税收，右手福利——关注民生要懂的经济學

税赋到底由谁承担——税赋归宿

纽约的史密斯在沃尔玛超市购物，他挑了一件质地不错的夹克，标价 100 美元。在付账时，收银员向他要了 108 美元。在给的小票上标明，这 108 美元中，包括 8% 的销售税。同样的情形史密斯在其他州也经历过，不过，当时征收的是 6% 的零售销售税。在美国和欧洲的一些国家，顾客是要按“标价乘以税率”的模式支付相应的销售税的。史密斯可以依据小票，及时、准确地

了解自己在这次购物中缴纳了多少税款。后来，史密斯来到北京旅游，并在一家大型超市里采购。可是，当他看到自己的小票时，却发现上面除了他所购买的货物的价格和数量外，平日习惯看到的税率没有了，于是他产生了一个疑问：在中国购物，消费者不用支付销售税吗？

美国和中国的税制不同，在我国相应的税种是增值税以及消费税。不过，有一点史密斯看到了，在我国的销售中，商品的标价是多少，顾客就付多少钱，仅此而已。倘若不作经济学分析，我们就可能产生这样的错觉：销售税征在谁的头上，谁就承担了这份税负。因此，许多人就此认为，在中国，对销售的征税是针对商家的，商家是这份税赋的负担者。那么，真的是这样吗？

在经济学上，这里涉及“税赋归宿”的概念。它是指一项税收最终的经济负担者。在这里要指明，它是相应于法定纳税人而制定的。之所以这样规定，是因为最终的税收负担者和法定纳税人有时候并不一致。

也许有些人对此还是有些迷惑。以个人所得税为例，工薪阶层对于它是非常熟悉的，其纳税人自然是有一定工薪收入的个人，而它的税收负担者不也正是这个人吗？是的，在这种情况下，两者是一致的。但是，以商场里的衣服为例。按照我国税法，商家是要缴纳增值税的，此时商家是法定的纳税人。然而，此刻的实际税收负担者却往往是消费者——他们所承担的数额就包括在衣服的价格里。只不过，在消费者的小票上没有标明而已。在经济学上，这种行为被称为“税负转嫁”。其实，我们打电话时交的话费，用电时交的电费等，里面都有税，只是在目前，我国给予消费者的收据上都未曾注明。

在这里需要指出的一个原则是，“只要消费，就会纳税”，我们每一个消费者都是纳税人。到目前为止，我国共有 22 种税（包括增值税、消费税、营业税、企业所得税、个人所得税、资源税、房产税、城市维护建设税、城市房地产税、城镇土地使用税、土地增值税、耕地占用税、车辆购置税、车船税、契税、印花税、烟叶税、关税、船舶吨税等）。在这些名目繁多的税当中，有些是由个人上缴的，有些是由企业上缴的。

曾有一份研究报告指出，在我国，假如 1 袋 1 公斤的盐价格为 2 元，其中就包含大约 0.29 元的增值税和大约 0.03 元的城建税。而每瓶 3 元的啤酒包含大约 0.44 元的增值税、0.12 元的消费税和 0.06 元的城建税。如果你花 100 元买了一件衣服，其中包含 14.53 元的增值税和 1.45 元的城建税。如果花 100 元买一瓶化妆品，其中除 14.53 元的增值税外，还包含 25.64 元的消费税和 4.02 元的城建税。如果你吸烟，每包烟 8 元，其中大约 4.70 元是消费税、增值税和城建税。如果去餐馆吃饭，最后结账时不论多少，餐费的 5.5% 是营业税及城建税。你如果使用一次性木筷，还会包括些许消费税。你去理发店理发，同样，费用的 5.5% 是营业税及城建税……总之，一个人只要生活在社会中，只要有购买行为，就免不了交税。因此，可以说，我们人人都是纳税人。但是，正如刚才提到的，税收负担者和纳税人并不一致，为此，需要进一步了解“税负转嫁”。

“税负转嫁”有多种方式，包括前转、后转、混转、旁转、消转、税收资本化等多种方式。在此我们仅对其中几种举例加以简要说明。

1. 前转

纳税人沿商品流转方向，以提高商品价格的方式将税负转嫁给消费者，称为前转。比如前面所举衣服的例子，商家将税负转嫁给了消费者。

2. 后转

与前转相反，纳税人逆着商品流转的方向，以压低购进商品价格的方式将税负转嫁给商品的提供者。比如，在零售端对营养补品征税时，零售商便压低进货价格向厂家购买，从而将税负后转给厂家。

3. 混转

又叫散转，纳税人将自己的税负分散转嫁给多方负担。严格说来，它是前转和后转等转嫁方式的结合。比如印染厂在面对税负时，将其中一部分用提高产品价格的办法转嫁给购货商，一部分用压低原料购进价格的办法转嫁给纺纱厂等。

在初步了解了税负转嫁方式后，再回到和消费者息息相关的“税负前转”上来。这里还涉及两个值得一提的问题。

首先是作为实际的税收负担者，消费者不知道自己纳了多少税。纳税人经常是通过消费活动来纳税的，但是由于缴纳的税金隐藏在商品之中，纳税人不但不知道早已在消费活动中到底纳了多少税，有时候，甚至连自己是不是纳税人都不知道。像在超市买衣服，就有不少人错误地以为自己根本就不是纳税人。如果要真正改变在商品税中消费者纳税被模糊的情况，就需要改变税制结构，这并非一日之功。不过，如果在商品销售中给消费者的发票能够注明哪些是价格，哪些是税负，消费者就会清楚了解自己的消费中有多少支出是用于国家税收。这对于培养、普及整个社会的纳税意识是有好处的。

其次，面对自己是“税负前转”的最终承担者，可能许多人会为自己负担了商品增值税而愤愤不平，因为它的法定纳税人本应是那些商家，最后却落到了自己头上。即使自己不是完全负担，追求利润的商家也会将相当一大部分税负推给消费者。

对此需要有一个正确的认识。税负转嫁是商品经济的一种正常的经济现象，在我国的市场经济条件下是客观存在的。而且，经济学也很早就已证明，一旦税率确定，税额在商家和顾客之间的分配也将随之确定。也就是说，对卖一件衣服而言，税率确定后，商家承担多少税负，又转嫁给消费者多少税负，这个比例是确定的，并不会存在商家想转嫁多少税负就转嫁多少的情况。那么，这又是为什么呢？这就要涉及商品的需求弹性和供给弹性的问题了。

经济学认为，某种商品税额的分配由需求弹性和供给弹性共同确定。如果某种商品供给的价格弹性为零，那么销售税将全部由供方负担。如果需求的价格弹性为零，那么销售税将全部由需方负担。简单地说，谁的弹性小，他负担的税额份额就大。谁的弹性大，准承担的税额就小。

由此可以得出结论，供应弹性大、需求弹性小的商品的课税易于转嫁；供应弹性小、需求弹性大的商品的课税不易转嫁。这个规律说明，商家是不能一味考虑将销售税负转嫁给消费者的。甚至，当税负转嫁与纳税人（比如商家）追求的利润目标发生冲突时，纳税人还会自愿放弃税负转嫁。原因很简单，转嫁税负势必提高商品价格。进而影响到其销量。而权衡的一个重要标准就是上面所说的供求弹性。以租房为例。租房的供给弹性几乎为 0（房屋数量摆在那里，不会轻易增加），假设这时对房东征税，那么房东是很难将这税负转嫁到租客身上的。原因在于，如果那样，租客将考虑寻找更便宜的住房或者与人合租，这样一来，房东的利润必将受到影响。在这种情况下，纳税人（房东）必须在税负转嫁与销量减少之间权衡，而最终做出的结果往往是放弃了税负转嫁，即不涨房价，自己承担这份征税。

我国第一大税——增值税

要了解税务，就必须了解增值税。因为到现在为止，增值税仍然是我国第一大税种。

一般地，从计税原理上看，增值税是对商品在生产、流通、劳务服务等多个环节中的新增价值或商品的附加值征收的一种流转税。从这个定义中可以看到，商品有增值才会征税，没有增值则不征税。然而，商品的新增价值或附加健在真实的生产和流通中，往往是难以准确计算的。因此，我国现在采用了国际上通行的一种办法，即税款抵扣。其中，销项税额是由商品或者劳务的销售额按规定的税率计算得出，进项税额是取得该商品或者劳务时所支付的增值税款。这两项税额的差额就是应纳税额。这种计算方法体现了按增值因素计税的原则。

我们举例加以说明。假定税率为 17%（对于销售货物，我国目前普遍施行这个税率），B 公司向 A 公司购进货物 100 件，金额为 10000 元。对这一采购行为，国家是要征收增值税的，由“税负转嫁”我们知道，A 公司作为纳税人，会将这部分税款转嫁到消费者（B 公司）身上。因此，B 公司实际上要付货款 $10000 + 10000 \times 17\% = 11700$ 元。此时 B 公司负担了 1700 元的增值税，这就是增值税的价外征收。对 B 公司来说，这 1700 元增值税就是“进项税”。当然，A 公司是要把 1700 元增值税上缴给国家的。

接下来，B 公司开始加工货物。假设将购进的 100 件货物加工成新产品 150 件，出售给 C 公司，取得销售额 15000 元，对这一销售行为国家同样要收增值税。由税率计算可得，C 公司要向 B 公司支付的新产品货款 $15000 + 15000 \times 17\% = 17550$ 元。对于 B 公司来说，这 2550 元就是“销项税”。当然，它也是上缴国家的。

但是，B 公司购进货物时已经支付了进项增值税款 1700 元，现在经计算销售新产品需缴销项增值税 2550 元，这时，B 公司上缴给国家的增值税款就不是 2550 元，而是 $2550 - 1700 = 850$ 元了。在这时我们看到，其实这 850 元是 C 公司支付的，通过 B 公司交给国家。同样的道理，C 公司再卖给 D 公司，D 公司再卖给 E 公司……直到最后的消费者。我们不难发现，在这些过程中所收取的增值税，最终都转嫁到了消费者身上。正是鉴于这一点，增值税也是流转税。

从上面的例子中，可以得出增值税的一个基本的计算公式：

应纳税额=销项税额-进项税额

“增值税”作为一项税种，出现的时间并不算长久。它是在 20 世纪 50 年代由法国创立的，但是很快便成为国际上广泛流行的税种。经过长时间的试点之后，我国于 1994 年开始推行新税制，在生产、批发、零售各环节全面推行了增值税。那么，增值税为何会这么广泛地被世界各国采用呢？这源于它的一个突出优点，即有效地消除了重复征税。

在实行增值税以前，商品每经过一个生产流转环节，就要按其销售收入金额征收一道流转税。与上面举的例子相比，这一做法是不能扣除已征税款的。正是这个原因，生产流转环节较少的商品，其总的税收负担就比较轻；反之，经过生产流转环节多的，由于难以避免重复性税收，企业税负必然就要加重。假如一个厂家能够“一条龙”生产，即从原料到产品都可以独立完成，那么其商品生产流转环节少，税负必然较轻；相反，对那些加工型的厂家，从原料到部件再到最终产品，需要经过更多的厂家，其生产流转环节多，税负必然较重。而征税的重复性是违反“市场公平”原则的，必然会打击投资者的积极性，并对市场的经济活动造成冲击。推行增值税后，对于企业而言，一个关键好处就是商品在以前生产流转环节中所缴纳的税款能够得到抵扣，由此，在经过诸多流转环节后，企业应负担的增值税都是固定不变的，这样就能够有效地实现税负公平，从而有利于企业进行公平竞争，使自然资源和劳动力达到最佳配置。

除此之外，增值税还有利于合理化生产经营结构，扩大国际贸易，以及利于国家稳定、及时地取得财政收入。

然而，任何事物都既存在着利的一面，也存在着弊的一面。增值税也概莫能外。对增值税的批评之声主要在于其累退性质。如从上面所举的计算增值税例子中，就可以看到税收最终会转嫁到消费者身上。以日用品和粮食为例，对任何收入阶层的人来说，它们都是必需品。但是相对来说，低收入者在购买日用品时，所承担的增值税在其收入中所占的比例要比高收入者更大（注意：这里是指比例）。仍以增值税率 17% 计算。一个每年收入 1 万元的低收入者，每年消费 7000 元，便要交 1049 元的税款；至于一个每年收入 10 万的高收入者，一年消费 5 万元，同时要交 8500 元的增值税。那么，比较增值税所占个人收入比例，低收入者为 10.49%，而高收入者则为 8.5%，显然，增值税造成的经济压力，低收入者要比高收入者更大。对于低收入者而言，这种现象是不公平的。此外，增值税有时也存在着多重征税的问题。如商业活动已经交税，但由于部分商品及服务也会有本身的税项（如酒精、香烟、燃油等），再征收增值税便造成了多重征税。

一张巾纸解决税收大问题——拉弗曲线

“取于民有度，用之有止，国虽小必安；取于民无度，用之不止，国虽大必危。”

——《管子》

这段名言表明着一个治国道理——一个国家，其最好的经济政策应该是顺应人们进行生产、贸易等经济活动，并在必要时进行一定的调节和控制，而不是横加干涉，对百姓强取豪夺。对于今天而言，这段话仍然有着鲜明的启迪意义。而从经济学的角度看，“取民有度”、“取民无度”实际上和税收政策的制定密切相关。

一个国家的税收政策正确合理，才能改善投资环境，吸引资金扩大实业，由此才能扩大税基，增加政府的税源，真正做到国富民强。纵观我国古代那些衰败的王朝，在行将就木之际，几乎都伴随着国家对百姓的横征暴敛。苛捐杂税多如牛毛，民不聊生揭竿四起，王朝最终不可避免地走向灭亡。

在赋税中，“利民”的思想是非常可贵的。但是，究竟税收、政府和个人之间存在着一个怎样的规律，在何种程度下才能使得税收政策收到最好的效果，于国于民都有益，却是一个深奥的经济学问题。不过，当代有一位经济学家竟然在一张餐巾纸上就解决了这个问题。

事情还得从 1974 年说起。当时，美国经济正处在“滞胀”的困境里。南加利福尼亚商学院的教授阿瑟·拉弗和当时福特总统的白宫助理切尼在华盛顿一家餐馆共进午餐，为了使其明白只有通过减税才能让美国摆脱“滞胀”，拉弗即兴在餐巾纸上画了一条抛物线，浅显生动地给切尼讲明了减税的奥妙所在。一起赴宴的还有《华尔街日报》的副主编万尼斯基，他立刻将这一曲线在报纸上大加赞扬和宣传，“拉弗曲线”由此声名远扬，被戏称为“餐桌曲线”的“减税主张”博得了社会各界的认同，并最终被后来的里根政府所采纳，其影响遍及欧美。拉弗也因之成为家喻户晓的经济学家。受拉弗的减税理论的影响，从 20 世纪 80 年代起，世界上许多国家持续实行减税政策，美国、加拿大、德国、英国、意大利、澳大利亚、印度、巴基斯坦、沙特、马来西亚……众多国家纷纷推出减税方案，形成了世界性的减税浪潮。而统计资料显示，这些国家的宏观税负水平并没有降低，反而呈现上升的态势。

下面就是“拉弗曲线”。

在图中，原点 O 处表示税率为 0，此时政府没有税收收入；随着税率增加（由 O-C-B 的方向移动），税收收入呈现抛物线形的变化。当税率到达 B 点为 100% 时，社会将没有人愿意工作，所以也就没有税收收入了。拉弗曲线说明，当税率在横轴上超过 C 点时，税收对人们工作积极性的挫伤将大于其收入对积极性的提升，所以税收收入随着税率的提高而下降，由此图中的阴影部分被称为“税率禁区”。当税率处于这个禁区时，只有通过降低税率才可以使得税收收入和国民产量同时增加。

拉弗曲线表明了这样一个观点：当税率低于某个水准时，会激发社会的工作热情，从而促进社会供给，政府的税收一同提升；当税率高于某个水准时，会降低工作热情，从而降低社会供给，政府税收也会跟着减少。由此可见，政府为了取得更多的税收收入，最佳方法不是提高税率，恰恰相反，而是减税。

拉弗曲线从经济学的角度揭示了“欲速则不达”的哲理。遗憾的是，在我们的经济生活中，违背这一客观规律，不按应有程序行事的例子却屡见不鲜。

在某城市郊区有一条通往著名旅游区的高速公路，除了节假日和旅游旺季外，大多时间并不拥塞。高速公路两侧设有辅路，通行时主路收费，辅路免费。当人们从这里经过时，常常看到这样一种现象：主路上车辆风驰电掣，但却寥寥无几；而辅路上的客车、货车，甚至还有自行车、三轮车等，将整个辅路挤得水泄不通。为什么会出现这种情况呢？当然是为了节约走主路时的“过路费”。对于大多数百姓而言，为省钱而多花点时间是可以理解的。然而从经济学的角度判断，这种情况实际上是一种非常不合理的资源配置。

首先，高速公路得不到充分利用，造成资源闲置；其次，辅路上的车辆行驶缓慢，耽误了大量时间，这又必将使社会资源受到不小损失。那么，如何才能解决这两个问题呢？自然是降低“过路费”。但是，现实中的情况往往是：经营高速公路的公司以“贷款修路、收费还贷”和高速公路的经营成本等因素拒绝降价。经营者的思维就是，收费高自然收入高，就可以更早还清贷款乃至赢利。在他们看来，如果不是政府还控制着收费，把过路费定得越高才越好。

如果结合拉弗曲线，我们就会很快发现，“收费高收入高”的看法是非常片面的。高速公路经营者们正处在拉弗曲线的“税率禁区”里。在这时，如果收费不沿 B-C-O 方向移动（降价），大多数司机都不会去走高速公路，经营者的总收入不但不会提高，还会降低。只有降价，车辆愿意走高速公路，总收入才可能增加。实际上，我国许多地方的高速公路运营，很长时间一直处于这种收费太高的不良状况中。结果不仅经营者难以为继，还造成了公众时间及公共资源的巨大浪费。直到后来，经营者终于开始对高速公路的收费进行了调整，总体降低了收费标准，通过高速公路的车辆这才明显增加起来，辅路的通行状况也得到明显改善。当然，经营者们运用拉弗曲线，还可以确定高速公路过路费的最优费率。比如，调查驾驶员对过路费的接受程度，测算出收费每上升或者下降一元，选择高速公路的车辆所减少或者增加的百分比；测算收费降低后经营者减少的收入和车辆增加而提升的收入两者之间的差额等，就可以最终得出一个收入最大化的收费率水平，从而促成高速公路经营者与过路司机之间的双赢局面。

提高税收能有效禁烟吗——香烟征税

棱角分明的牛仔，深沉锐利的眼神，手臂上陆军标志的刺青，坚强豪爽的个性，一位实实在在的硬汉站在你的眼前。尤其是他嘴角叼着的那根香烟，更是让你鲜明地感受到这是一位充满冒险与开拓精神的英雄——这就是著名的“万宝路男人”。作为世界的烟草销售冠军，万宝路(Marlboro)在全球平均每分钟就有 100 万多支香烟在消费，创下了烟草销售的神话。

然而，其中一位曾为万宝路香烟做过广告的好莱坞明星，最终却因为抽烟而英年早逝。死前他留给世人的一句话就是：“吸烟有害，而我就是最好的例子。”的确，烟草的成瘾特性，使它早已成为世界上使用最多、危害最广的物质。其实，与毒品（如海洛因）相比，除了一个是合

法消费品，另一个是违禁品外，在其他方面几乎没有质的不同，尤其是从物质依赖的角度看，二者更是如出一辙。烟草在全球盛行了两个多世纪，直到 20 世纪，人类才开始认识到烟草对人类的危害。吸烟产生的烟雾中含有许多致病物质，如烟碱、二氧化氮、氢氰酸、丙烯醛、砷、铅、汞等，其浓度远远超过工业许可值，对人群的危害甚至超过工业污染。吸烟，以及由此造成的被动吸烟可以导致多种心脑血管疾病和呼吸系统疾病，甚至癌症。

随着对香烟危害性的日益重视，世界上许多国家都加强了关于禁烟的立法，如禁止在公共场所抽烟，禁止向未成年人出售香烟等。作为一个拥有 3.5 亿烟民的“香烟超级大国”，我国也加强了禁烟工作，如从 2008 年 5 月 1 日起，北京市开始实施《北京市公共场所禁止吸烟范围若干规定》，成为我国第一个把禁烟范围扩大到所有餐馆、办公室的城市，更有人大代表呼吁制定《公共场所禁烟法》，以便将烟草的危害降到最低程度。

禁烟法规是从法律的角度出发对香烟加以控制的，在此不予太多探讨。那么，从经济学的角度看，又该如何对待禁烟呢？

无论从宏观经济还是微观经济的方面看，吸烟对于国家、社会和个人而言，都是成本大于产出。烟草销售固然能为国家提高税收，但是，这些收入永远弥补不了因烟害而导致的疾病、死亡、医疗费用等损失。因此，考虑经济上的成本与产出，也应该禁烟。而在市场层面，目前世界上常见的限制香烟的方法就是提高烟草的税率。的确，从理论上说，增加对烟草企业的税收，就可以迫使经营者提高烟草价格，依照“价格上升则需求下降”的供求规律，在一定程度上可以减少香烟的消费者（烟民），从而实现控烟。

实际上，自 2005 年 2 月 27 日，世界上第一个旨在限制全球烟草及其制品的《烟草控制框架公约》在 40 个国家生效后，全球的烟税水平正在迅速提高。以日本为例，在 2006 年 7 月 1 日前，日本的烟税水平为平均每支香烟 7.89 日元。此后，每支卷烟的烟税提高 1 日元，从而使得一盒 20 支装的香烟价格提高 20-30 日元。同时，日本政府还开始对游客携入境内的国外卷烟征收更高税额，即每盒此种卷烟的征税再增加 20 日元。与之相应，亚洲的其他国家，如韩国、马来西亚、菲律宾等也都实行了各自的提高烟税的措施，使得香烟的销售价格提升，以便达到减少香烟消费、进而控制烟草的目的。过去，我国卷烟消费税一直实行按价计率征收，现在则实行从量与从价相结合的复合计税方法，即先按量计算，每 5 万支卷烟计征 150 元的定额税，再按现行卷烟实际调拨价计征消费税。因为增加了一道从量征税，卷烟税负大幅度上升。特别是我国占市场份额较大的四、五类低档卷烟，税负增加尤其明显。

那么，通过“提高征税”这把经济利器，是不是就一定能够降低香烟消耗、削减烟民队伍呢？就实际情况看，结果恐怕并没有那么乐观。

虽然统计资料表明，的确有一些国家吸烟率得以下降，如美国在过去十年间，香烟价格提高了 10%，吸烟率降低了 3-5 个百分点，但是更多国家的吸烟形势却是不升反降，禁烟效果并不明显。比如在我国，烟草制造业依然是我国税收贡献的第一大税源，甚至连年出现税利大幅增长，

这一情况就很能说明问题——提高税率恐怕并没有使我国烟民数量降低多少。那么，为什么高税率对香烟并没有取得明显的限制作用呢？

首先，需要分析一下香烟这种商品的特点。前面提到，香烟有一种成瘾特性。尽管“吸烟有百害而无一利”的宣传铺天盖地，但吸烟时人的大脑和体内会产生脑啡肽和内啡肽，会使人感受到一种兴奋（当然这是一种短期的快乐），这已经为科研所证明。久而久之，吸烟就会使人成瘾。就像酒瘾一样，烟瘾一旦形成就很不容易戒掉。用经济学的的话讲，在香烟市场上，对烟草的需求（烟瘾）一经形成，就不易下降。卷烟需求是一种明显缺乏弹性的需求，这导致其对价格的上涨并不十分敏感。

假设三个人依据各自的经济状况选择高中低档三种香烟。加税后香烟价格提升，如果三个人还是分别固定地抽这三种烟的话，那么吸烟量将会下降，但是，在需求（烟瘾）和高价格的两种压力下，这三个人一般会选择降低香烟档次的方法（如原来抽高档烟的减少高档烟而增加中档烟的购买），在不增加开支的情况下满足烟瘾。这样，吸烟量并不会因为香烟价格的提升而下降。以印度为例，在 2001 年 2 月，印度出于地震救灾急需资金的压力，将卷烟税增加了 15%。结果 2001 年当年，印度人购买了大约 780 亿支卷烟，比去年的 920 亿支下降 140 亿支。然而，这并不说明这个国家的吸烟量下降了，烟民们的选择转向了价格相对便宜的比迪烟。比迪烟是一种传统的吸烟方式，与卷烟不同，而它的焦油含量却要比大多数卷烟高出 30 毫克（卷烟平均 18 毫克）。烟民们采用了“商品替代”的办法继续吸烟。

在我国，曾经有这样一个形象的链式图，也很好说明了香烟替代的特点：

“中华—红塔山—红河—金花—炮台—烟丝—烟叶—旱烟”。

毫无疑问，高额税收会通过税赋转嫁，最终由消费者负担。由于我国烟民中，绝大多数都是低收入阶层，加之卷烟市场上有各种价格的香烟，最终中国烟民（尤其是其中的两亿农民）没有因为卷烟高价选择了放弃或减少吸烟，而是转为吸食未经加工处理的烟叶或廉价假烟，而它所带来的社会成本将会更大，因为烟叶以及廉价假烟对人体的危害更大。

另外，卷烟高税也促进了黑市的发展。面对超额利润的诱惑，假烟、走私屡禁不止。假烟在世界的卷烟消费量中，已经占据了相当大的部分。

由此可见，高税政策在抑制吸烟、维护消费者健康方面所起的作用是有限的。由于卷烟需求缺乏弹性，消费者对于烟价提高并不十分敏感，该吸照吸，结果使得卷烟税收一直居高不下，并一直占据着中国第一税源的“宝座”。

事实上，要抑制吸烟，不能单纯依靠税收这个经济杠杆。最根本的办法是提高全民文化素质，加强吸烟有害的教育，改善医疗条件，从立法上规范卷烟生产和销售，扩大公共场所禁烟区，推广科学有效的戒烟方法。只有这样，才能做到真正、长期地控制烟草带来的危害。

两元钱帮助千万人——社会福利

——2008年7月的一个早上，深圳的某位彩民接到福利彩票中心的工作人员的电话，被告知其使用银行卡通过电话投注的一注彩票赢得了二等奖，总计奖金247765元。面对突如其来的惊喜，该彩民竟然一时难以接受已中大奖的事实。随后，工作人员耐心解释，提示他30天内兑奖，以防弃奖。这位幸运儿后来对别人说，他的中奖一半是幸运，一半是守号的执著。他从今年1月开始用电话投注购买福彩“双色球”，利用自动投注功能对他的这个固定号码每期自动追号。原本只是为了一种乐趣，没想到半年后竟然赢得了24万多元。

——“2003年2月16日，福彩双色球彩票联销。当年10月，湖南中出第一注500万，很多人开始购买双色球。我从双色球一开始发行就买，但只是关心是不是中奖。一年后，当我得知双色球销售了36亿多元，筹集福利金近13亿元时，就开始关注双色球公益金。5年来，双色球筹集的公益金资助了那么多困难群体，我想应该让更多人了解这一点。”湖南省常德市的孙先生这样说。

——2007年6月1日儿童节，南京市儿童福利院内一片喜庆。南京市“情暖童心、爱心助孤”大型公益活动在这里隆重举行。市福彩中心向南京市儿童福利院捐赠20万元福彩公益金，表达了全市彩民和中心工作人员的一片爱心。长期以来，市福彩中心开展了一系列的公益资助活动，如捐赠孤残康复手术费、修缮儿童福利院、流浪儿童救助中心和敬老院等，充分体现了福彩发行宗旨。

——据悉，至2008年春节前夕，“广东福彩爱心助学子”已举办4年，省福利彩票发行中心共安排了1900万元资助3800名生活困难大学生上大学。

长期以来，人们购买彩票的目的主要集中在“碰运气、中大奖”上，尽管中大奖的概率非常之低，但是“两块钱赢来五百万”，这种“以最少的投入换得最大的回报”的期盼心理，使得我国的彩票事业发展得非常迅速，而福利彩票就是一个典型。不过相对而言，却很少有人对福利彩票的发行宗旨——“扶老、助残、救孤、济困”有一个深入的了解。而这，就属于经济学中的福利范畴。

“福利”是经济学中的一个重要概念，但不同的国家对其理解稍有差异。我国传统使用的社会福利主要是指由国家出资兴办的、旨在为社会大众谋取利益的各种福利性事业，包括一般社会福利、职工福利和特殊社会福利等。彩票便属于社会福利范畴。

对于像我国这样一个拥有13亿人口的大国来说，其福利事业是非常艰巨的。我国残疾人口数量有8000多万，老龄化现象也日趋严重，这些人人都需要社会的帮助，而要解决这些问题，单一由国家开支是不可取的，必须向社会筹措资金。不过长期以来，我国筹措资金的方法却显得单一，主要通过国家和企业两个渠道，如此一来，国家和企业负担就显得过重，一些应该解决的社会问题又无力解决，因此必须打通个人和社会两个渠道——彩票在这里便发挥了巨大作用。

应该说，社会上确实有许多组织和个人在无偿捐资给国家的福利事业，他们的行动令人肃然起敬。不过从长远看，还没有任何一种捐赠像彩票这样，能够持久、稳定地为福利事业支持大量资金。对于个人的强烈吸引力和对于社会福利的强大帮助，使得彩票成为社会筹资的重要方法。

“彩票”在法律上有着严格的定义。它是国家为支持社会公益事业而特许专门机构垄断发行的一种有价凭证，人们可以自愿选择和购买，并按照事前公布的规则拥有中奖权利。“中国福利彩票”则是由国务院批准，由隶属于民政部的中国福利彩票发行管理中心承担，按省级行政区划组织实施。

其实，就世界范围的社会福利发展看，各个国家的具体做法虽然不同，但都采取了多渠道筹措资金的方式，即国家、个人、企业、社会四项并举。而向社会筹措资金，主要方法就是募捐和发行彩票。从 20 世纪 90 年代以来，世界各国彩票年销售总额已逾千亿美元。无论是发达国家还是发展中国家，都在发行彩票，彩票种类很多，其收入在除去支付奖金、行政运营成本后，主要用于公益事业，效果不错。除此之外，彩票还能缓解政府的财政压力，解决社会上其他一些燃眉之急。

由于历史原因，我国自建国以来，一直没有正式发行彩票。改革开放后，在 1987 年 7 月 27 日，中国社会福利有奖募捐券首发式在石家庄举行。该年 8 月 28 日，新中国彩票史上第一次摇奖仪式仍在石家庄举行。一等奖奖金为 2000 元，一位中奖者温先生将这笔钱筹办了自己的婚礼。从这以后，新中国的彩票就应运而生，结束了长达 38 年无彩票的历史。

自从 1987 年新中国第一批福利彩票正式发行以来，截至 2007 年 6 月 30 日，全国累计销售福利彩票 2423 亿元，为国家筹集公益金 809 亿元。其中，上缴中央财政约 300 亿元，用于支持社会保障基金、社会福利事业、残疾人事业、城乡医疗救助及青少年课外活动设施建设等公益事业；其余 500 多亿元，定向用于城乡社会福利机构和社区福利服务设施建设。

一张价值两元钱的彩票，借助社会福利这一渠道，可以帮助千千万万的人。通过一张彩票，一个人既可以体会投资和期盼的乐趣，更可以将自身与社会福利事业紧密联系起来，由此，一个公民便可以奉献爱心、弘扬美德和传播慈善。彩票已经成为推动我国社会福利事业不可或缺的重要力量。

带薪休假去看海——职工福利

在 20 世纪 80 年代，凡在国有企业的工会里工作过的人，大抵都有这种体会：在工会上班，有一项工作是很需要“创新”精神的，那就是每逢节假日时，怎么给职工发放福利礼品。比如，五一节快到了，工会提前十来天召集大家讨论，给每一位职工发什么礼品。那时候场面颇为热闹，大家众说纷纭，献计献策，最终会得出一个结论：给每个人发十斤羊肉。大家心满意足。接下来“十一”到了，这套程序会重复一遍。但是一定要有所创新，首先要保留十斤羊肉，或者要和十

斤羊肉基本相当的其他礼品，然后要有新礼物，要有增加部分。最后决定，每人再加一箱苹果。大家又是皆大欢喜。

如今的趋势是单位发福利卡，员工到福利卡的签约商户那里刷卡消费。有时也会用点卡，到指定的场所，输入账号、密码就可以采购，至于如何消费则是自愿、自由。这种福利卡涵盖商场、超市、百货、餐饮、娱乐等领域，预示了现代人生活的一种简约趋势。比如餐补、车补、话补、节假日补助等，都可以预存到福利卡中，目前中国各个城市也都有基于本地的福利卡商户体系。

这里涉及的福利就是职工福利。准确来说，职工福利是指职工所在单位通过建设集体福利设施、建立各种补贴或发放实物，以改善职工的物质文化生活。它所享受的对象是本单位的职工及其家属。“职工福利”可以体现于货币、实物，还可以体现在其他种种方面。

另外，在谈论职工福利的时候，还需要弄清楚它与其他几个常见名词的区别，因为人们常常会混淆它们。

“福利”和“津贴”：津贴是对职工在特殊条件下的额外工作给予的补偿，如夜班津贴、职务津贴等，与“福利”相比，两者的最大差别是，津贴是以现金形式固定发放的，而福利是非现金形式的报酬，如实物、股票期权、培训、带薪休假等，有较大的变动性。

“福利”、“奖金”和“工资”：福利可以看做工资外的收入。工资有一定的标准、制度，而“福利”相比就最得随意很多。奖金也是工资外的收入，但不能称为“福利”，因为它是按照贡献大小发放的，存在着竞争性，而“福利”与“奖金”相比，不论员工贡献大小，人人皆有一份，突出的是平等性。

弄清楚这几个概念的区别后，我们就能更深入地认识职工福利。对于员工和企业而言，职工福利具有如下重要作用：

1. 增强职工的凝聚力，使广大员工有“公平感”和“平等感”，有助于企业稳定和消除人员流动现象。
2. 提高员工士气，促进努力工作。
3. 从经济学的角度来看，职工福利也是一种企业投资，并能取得长远效益。

随着经济建设的不断发展，我国企业已经普遍认识到职工福利与企业生产效率之间存在着密切关系，已经将其视为企业的一项必不可少的、重要的人事管理工作。

然而，我们也应该看到，仍然有个别企业，为了降低成本，追求利润，不重视职工福利，不尊重职工权益，这种现象，必将引起员工的严重不满，进而损害企业的整体形象。下面就是发生在甘肃省张掖市的一个真实案例。

在张掖市某县有一煤矿公司，于 2006 年因资产重组，卖给了一私营老板。公司一部分职工办理了下岗手续，另外一部分职工被公司反聘继续上班。而这批继续上班的人，得到的待遇可谓每况愈下，工资、社保金等经常以各种理由被拖欠。以一位女职工为例，在私人老板经营公司后不久，她要结婚，然而，矿上却不给假期。该老板后来说，请假可以，但是要算作缺勤，并且要影响年终奖金。如果婚假时间超过三天，当月的工资就要扣除。结果，该职工在结婚第三天就赶到荒凉的矿区上班，而且这三天没有工资。2007 年，该女工怀孕回家生产，后返回单位时，老板又拒绝支付三个月的产假工资。带着无奈与愤怒，该女工向张掖市信访局反映了这一情况。

现在，私营企业对我国 GDP 的贡献每年都在递增，而私企员工的辛劳起到了重要作用，保证他们的福利和待遇，是一个不容忽视的社会问题，国家对此早有规定。上例中女职工的婚假和产假，可视作与节假日有关的职工福利。对此，《婚姻法》和《劳动法》有明确条文，凡属合法结婚者，都可以享受 3 天婚假，如果是晚婚（男年满二十五周岁、女年满二十三周岁初次结婚），还将增加晚婚假十天。女职工产假不少于 90 天，其中产前休假 15 天。职工婚假与产假期间的工资，单位均要按照其正常出勤应得的工资发给。煤矿老板将婚假算缺勤，克扣年终奖金，以及拒绝支付产假工资的做法，都已经侵犯了职工的合法权益，职工可以向劳动监察部门投诉举报，并要求单位赔偿由此带来的损失。

几乎与此同时，远在杭州的一家私企的做法和这家煤矿相比，可谓天壤之别。

在杭州市某县有一家从事皮手套生产的私营企业，规模在当地五六十家同行中首屈一指。2007 年 7 月的一天早晨，本来是工作日，来自河南农村的几名外来女工，却坐上了旅行社的豪华大巴，去宁波海边享受“带薪休假”。她们是该公司的普通员工，这是她们生平第一次去海边游玩。据该公司老总介绍，全体员工“5-7 天的带薪年假制度”是新推出的一项职工福利。在此之前，公司已实施带薪婚假、产假、丧假等制度。除去各种福利，还为员工提供各种补贴及保险。该单位的员工也说，公司为大家考虑得特别周到，在这里干活，大家觉得特别开心，可以找到“家”的感觉。该公司共有 300 多名员工，一年下来，员工流动率还不到 1%，而行业内的流动率却高达 20%-30%。与之相对的是，公司凝聚力不断加强，业务不断拓展，已经与数家国外公司签了订货合同。该私营公司大力为职工着想，关注职工福利的做法，已经取得了丰硕的回报。

随着我国经济的不断发展，企业对于职工福利已经越来越重视。相比之下，自私自利的企业家毕竟是少数，大部分企业在职工福利上做得还是到位的。越来越多的人已经形成这样一个共识：职工福利既可以促进企业自身的健康发展，又会为构筑和谐社会作出应有的一份贡献。

桃花源里看养老——老年福利

“……林尽水源，便得一山，山有小口，仿佛若有光。便舍船，从口入。初极狭，才通人。复行数十步，豁然开朗。土地平旷，屋舍俨然，有良田美池桑竹之属。阡陌交通，鸡犬相闻。其中往来种作，男女衣着，悉如外人。黄发垂髫，并怡然自乐。”

以上选自东晋名家陶渊明的代表作《桃花源记》，其中对“世外桃源”的描写影响了一代又一代的读者，至今仍是中学语文中的必学范文。文中所描述的桃花源的生活令人神往。那里的家庭多为三代同堂，从“男女”、“黄发”、“垂髫”即可看出，青壮年劳动，而老人和小孩都悠闲愉快，自得其乐（“黄发垂髫，并怡然自乐”）。这是一个多么令人神往的完美世界。然而，陶渊明的笔锋忽然一转，在结尾处，政府官员（太守）派人去寻，迷路；民间人士（刘子骥）去找，直到病死也没有结果（“太守即遣人随其往，寻向所志，遂迷，不复得路。南阳刘子骥，高尚士也，闻之，欣然规往。未果，寻病终。后遂无问津者”）。原来，在陶渊明看来，桃花源只能在理想之中觅其踪影，在东晋战乱频仍、流血不断的现实世界中是不存在的。

以经济学的眼光看桃花源，它之所以令人神往，关键就在于社会和谐。其中有一个重要问题，就是“老有所养”。尽管《桃花源记》中没有对此详谈，但我们不难从中得出，那里的老人是由家庭赡养的。“养儿防老”、“子女尽孝”，这也正是我国几千年的一个优良传统。

然而，如果陶渊明生活在今世，面对我国“老龄化”的现实，就会意识到，桃花源里的养老体制已经显得不够。如果单纯依靠子女，特别是越来越多的独生子女，赡养老人恐怕会心有余而力不足。要解决这个问题，就必须大力发展“老年人福利”。

老年人福利是指国家和社会为了安定老年人的生活、维护老年人的健康、充实老年人的精神文化而采取的政策、措施和社会公益服务。许多人会有一种模糊认识，就是老年人拿了退休金，即算是享受老年人福利了。实际上，这种看法是相当狭窄的。我国已经制定了《中华人民共和国老年人权益保障法》，并初步搭建了一个基本的老年福利政策框架，包括了老年人的物质生活和精神文化生活的各个方面，而绝不仅仅是养老金这一项内容。

按照世界卫生组织的规定，一个国家或地区 60 岁以上的老年人口比例如果在 10% 以上，或者 65 岁以上老年人口的比例在 7% 以上，就认为这个国家或地区进入了老龄社会。目前，世界上大多数国家都有老龄化趋势，我国也已经提前进入人口老龄化国家的行列。各个国家都把老年福利作为福利制度的重要内容之一，并推行了许多行之有效的措施。

以西方的一些发达国家为例，它们的老年人福利是在全民福利的模式中逐步建立起来的，基本上完全由政府开支。老年人除了可以享受公民的一切福利待遇以外，还可以享受社会提供给老年人的特有福利。美国、德国、瑞典、英国等都为老年人提供生活指导以及饮食配送。在瑞典，老年人乘坐公交车、上剧院、看电影、参观博物馆等都享受半价优惠。在对老年人尤为重要的医疗保健方面，美国提供住院和疗养性服务，德国、法国提供护理扶助，日本则有临终关怀医院等。需要指出的是，由于老年人平均寿命的延长，老年人的医疗和护理服务已成为衡量老年人福利水准的重要标志。老年人福利还包括精神文化生活，在这方面，许多国家对老年人的学校教育提供了很大的便利条件。法国由国家创办了多所老年大学，其开支均列入政府预算。瑞典国内所有的大学都对老年人开放。在巴西，大约有 150 所公立和私立大学招收老年大学生，规定 60 岁以上老人不必高考就可以直接入校，当然，课程安排也相应与常规不同；

与上述这些国家相比，我国的老年人福利差距立刻就显现出来了。近期有一项统计数据显示，在被调查的城市老人中，有 98% 的老人还在依靠自我养老，只有不到 2% 的老人由社区福利机构照顾。我国现有的老年人福利设施严重不足，社会福利机构的总床位数还不到老年人总数的 1%，无法满足养老需要，而且与发达国家 3%-5% 的比例相比，差距是相当大的。而在经济不发达的农村地区，农村老人生活困难、缺医少药的现象还很普遍。我国存在着诸多欠缺，做得还远远不够。

那么，为什么在有着“尊老爱幼”悠久传统的中国，国家的老年人福利会有着这么巨大的差距呢？归根结底，还要从我国的国情说起，它可以用四个字来表达，即“未富先老”。

我国还是一个发展中国家，虽然经济实力在不断增加，人均值却无法与发达国家相比。与此同时，我国 60 岁以上的老年人口已经达到 1.5 亿，根据预测，到 2015 年，我国 60 岁以上的老年人口将超过 2 亿，约占总人口的 14%。到了 21 世纪中叶，将达到 4 亿左右，占据总人口的 20% 以上。面对这么多的老年人口，国家财政明显感到力不从心。一方面是老年人福利建设资金不足，另一方面是全社会老年人的福利需求在迅速增长，这一矛盾显得尤其突出。

面对这种形势，推广“老年人福利社会化”，即广泛动员社会力量，而不是像欧美发达国家那样主要依靠国家财政将势在必行。“社会化养老”主要包括：一是投资渠道要多元化，形成国家、集体、企业和个人的多渠道投资，发展多种所有制养老机构；二是服务对象要扩大，福利机构不能只是面对“三无”老人、“五保”老人，要面对全社会的老年人；三是采用多种服务形式，过去基本上是“供养”，现在要通过各种社区服务的方式为老年人福利提供支持。只有将我国的实际情况与国际的先进经验接轨后，中国的老年人福利才会形成自己的特色，才会建立起真正的“老有所养、老有所医、老有所乐、老有所学、老有所为、老有所助”的和谐社会，才能让老年人真正生活在如《桃花源记》所描述的美好生活之中。

从此不再怕看病——新型农村合作医疗

三国时代，名将张飞，手持丈八蛇矛，纵横捭阖，自认天不怕地不怕，在诸葛亮面前也拍胸脯。诸葛亮微笑着问：“你真的什么都不怕吗？我看，你必有一怕。”张飞眼睛瞪圆，大声答道：“我什么也不怕！”于是，诸葛亮在自己手心上写了一个字，悄悄递给张飞。张飞一看，顿时没了脾气，连连说：“我怕！我怕！”

这位猛将怕的是什么呢？很简单，那个字是“病”。张将军百战穿金甲，唯独怕病；无独有偶，一位国君也很怕病，但他怕得不一样。春秋战国时期，蔡桓公让名医扁鹊给他诊断，扁鹊认为他有病，“不治将恐深”，然而这位国君讳疾忌医，想当然认为自己没病。扁鹊诊断了三回，第三回一见蔡桓公扭头便跑。原来国君已经到了病人膏肓的地步。结果，抱病而终。

是人都怕病。不过，无论怎么说，张飞和蔡桓公得了病，毕竟都有条件医治。至于要不要治，那是自己的事。病一旦到了老百姓身上，也怕，但这怕和将军与国君又不太一样，普通人怕的是有了病，却没钱医治。这种心态，在我国 8 亿多农民那里尤为强烈。

“辛辛苦苦十几年，一病回到改革前”。这句口头禅曾在农村中广为流行，说的是“因病返贫”。在缺乏医疗保障的情况下，这一现象在农村时常可以见到。两年前，黑龙江省富裕县和依安县的两位农民差不多同时患病，正是遇上了百姓最怕的事，然而，接下来，他们两家的境遇却大不相同。

正月十六，春节过完，农户开始盘算起春耕大事。然而，富裕县的老周一家却怎么也打不起精神——老周得了大病，一家之主，正当壮年，却让这个四口之家背上了数万元债务。对他们而言，这是一个沉重的负担。如果时间往前推上 3 年，老周一家在村里算得上数得着的富裕户：车、牛、地、存款，什么都有。然而，天有不测风云，一年多前，老周一时浑身乏力，到医院一检查，肺癌。为了治病，家中几万元的存款不到半年就空了。该借的借遍了，该卖的卖没了。如今老周只好硬挺，要不是县里扶贫干部春节前送来米、肉，周家这个年都不知道怎么过。这就是农民最怕的事情：因病返贫，一人得病撂倒一家。

然而，几乎与此同时，在不过百里之遥的依安县，农民汪女士也得了一场出血热病，但结果恰恰相反，一场大病并没怎么着。她家为看病花了 1.6 万多元，村里按规定给汪女士报销了 80% 的医疗费。算下来，汪家仅付了三千多元。原来，他们有村级合作医疗托着。这个村每年都从集体积累中拿出 20 多万元扶持村卫生所。村民们小病不出村，得了大病“公”家管。这正是“得了大病心不慌，合作医疗帮大忙”，如果没有合作医疗，汪女士一家迟早得“沉”下去。多年来，该村的合作医疗始终没停“摆”。农民得病，公家报 80% 医药费，家属有了病也享受报销一半医药费的待遇。该村的合作医疗由于村集体年年投入，规模、设备也一年比一年好。村卫生所现有两个病房 8 张病床，还有 X 光机、B 超机等检查设备，能做一般的小手术。由于设备好、药品全、价格低，连外乡村的患者都来这儿就诊。这些年，该村 340 户农民没有一家因病返贫。

周、刘两相对比，一家没有医疗保障，一家有医疗保障，在大病面前的命运有着天壤之别，令人歛歛叹息。汪女士享受的医疗，是指新型农村合作医疗。这项制度是由我国政府在 2002 年 10 月作出的，并明确到 2010 年，基本覆盖全国的农村居民。几年来，在各地区各有关部门的共同努力和广大农民群众的积极参与下，新型农村合作医疗的工作得到了扎实、积极的推进，取得了显著成效。2007 年，新型农村合作医疗从试点阶段转入了全面推进阶段，并覆盖了全国 80% 以上的县（市、区）的农民。

在普及的过程中，新型农村合作医疗制度也在不断完善。在 2008 年，其制度的基本规定如下：自愿参加合作医疗的农民，以家庭为单位按每人每年 20 元缴纳合作医疗资金，同各级财政每年每人补助的 40 元一起形成合作医疗基金，储存在县（市）国家商业银行的合作医疗专用账户内，并制定统筹补偿方案，合理使用基金，不断地改善广大农村的医疗服务质量，提高医疗服务水平。

曾几何时，“看病贵”一直是老百姓的心病，在收入普遍偏低的农民那里，对疾病的恐惧更为严重。据说，农民工外出打工时，最怕的一件事就是生病，因为价格不菲的医药费会将辛苦挣来的工资大把耗掉。由此可见，新型农村合作医疗制度的推广，是一件为中国八亿多农民造福的大好事。在 2008 年 1 月份，国家卫生部宣布将改革医保制度，并确定了具体的目标：到 2020 年，全国实现人人享有基本医疗卫生服务。“基本医疗卫生服务”既包括疾病预防控制、妇幼保健、职业病防治，也包括急慢性疾病的诊断、治疗和康复等服务。

中国在宣布深化医保制度改革的同时，也着重强调立足国情，走“中国特色的卫生发展道路”。我国公共医疗卫生体系是公益性质，而非赢利性质，强调“以人为本，为人民健康服务，为人的全面发展服务，为经济社会发展服务”。

“一个有着 8 亿农业人口的发展中国家”，这就是我国医保体制改革面临的最大国情。农村，恰恰是中国医疗卫生发展最薄弱的环节，因此要实现医保体制改革的目标，重中之重便是解决农民的医疗卫生。新型农村医疗合作制度的基本思路与这种特殊国情是完全吻合的。政府和农民共同筹资，对农民的医疗费用进行补贴，当这种新型的农村合作医疗制度覆盖所有农村的那一天，当 8 亿农民切实得到医疗保障的那一天到来时，可以说，那便是我国医保体制改革的成功之日。

安得广厦千万间——保障性住房

“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜，风雨不动安如山！”

这是杜甫的千古绝唱——《茅屋为秋风所破歌》中的诗句。公元 759 年暮冬，为避安史之乱，杜甫流亡到成都。次年春天，在友人的帮助下，于风景秀丽的浣花溪畔盖起了一座茅屋。诗人十分喜悦，在这里先后居住四年，留下诗作 240 余首。不料，最终在一个深秋，风雨大作，屋破雨漏，杜甫长夜难眠，遂写下了这一名作。诗人潦倒至极，然而在诗中，依然表现出身处窘困却心念黎民的胸怀。

“民以食为天，家以居为先”。住房，是生活的一项基本需求。时至今日，住房问题依然是中国百姓普遍关心的一个严峻话题。特别是进入 21 世纪以来，人们对于房产的改革，越来越关注，到了街头巷尾无不议论的程度。

“赶上分房的末班车了吗？”——这是 1997 年时，绝大多数中国人热议的一个话题。当年，中国的住房改革正式上路。国务院提出建立“以经济适用房为主的多层次住房供应体系”，由此终结了推行几十年的福利分房。紧接着，众多工厂职工掏钱购买自己租住的单位房屋。中国由此飞速进入了“住宅私有化”的时代。大致在 2000 年，中国房地产市场开始进入“市场化、民营化”的阶段，而房价也踏上了飞速上涨的历程。然而此时，保障性住房并未按照国务院当年的要求，成为城镇住房市场的主体。这导致低收入和高房价的矛盾越来越深，太多的普通百姓陷入到只能看，不能买的境地。

近些年来，房地产业一直是我国的一个重要支柱产业，同时也是一个高利润产业。在以市场化为主要的思路下，房地产商大多追求高利润，从而导致房地产畸形发展，让太多的老百姓望而生畏。其主要问题表现为：少数大城市房价上涨过快，住房供应结构不合理，矛盾突出，房地产市场秩序比较混乱。一个显而易见的现象就是，在虚热的房产市场中，商品房价格节节攀升，已建好楼盘和在建楼盘层出不穷，然而，几乎个个追求暴利，真正适合老百姓住的楼盘却没有几套。

高昂的房价，直接影响到人们的生活。最简单、最直观的一个现象就是，男大当婚，女大当嫁，可是，有多少爱情死于房价？虽然两者之间没有直接关系，但不可否认的是，不管什么时候，结婚总得有住的地方。中国有一个历史悠久的传统，老百姓都讲“盖房子娶媳妇”，在现代化的城市里，这演变成“想结婚买房子”。然而，一套房子的价格对大多数年轻人来说，称得上一个天文数字。再者，人们的生活除了住房之外，还有孩子的上学和老人的健康，这两者都需要作很大的储备，人们不可能把钱全都存到房子里。在这样的情况下，人们对保障性住房的渴求就不难理解了。

“社会保障性住房”，是指由政府投资兴建或收购的，限定建设标准、供应对象和销售价格或者租金标准，具有保障性质和特定用途的住房。保障性住房与市场上的商品房相比，一个为了公益，一个为了赢利，有着本质不同。对于老百姓而言，保障性住房的最大特点当然就是便宜、实惠。

实际上，在十多年前的住房改革中，保障性住房就已经被钦定为主角，但由于各种原因，它一直站在中国房地产这个大舞台的边缘。现在，在中国楼市甘当了十多年配角的保障性住房，终于等来了“变换角色”的时刻。

2006年5月，国务院发布《中华人民共和国测绘成果管理条例（修订草案）》，提出六条房产调控纲要，明确重点发展中低价位、中小套型普通商品住房、经济适用住房和廉租住房。2007年8月8日，国务院下达《关于解决城市低收入家庭住房困难的若干意见》，明确提出“进一步建立健全城市廉租住房制度”、“改进和规范经济适用住房制度”以及“逐步改善其他住房困难群体的居住条件”。其中，对于廉租房，当地政府可以根据本地具体情况确定每平方米租赁的补贴标准，对于经济适用房，其建筑面积控制在60平方米左右，并且，各地每年都要安排建设一定规模的经济适用房。进入2008年，各地政府推进保障性住房建设的力度进一步加大。这表明，买不起商品房的老百姓，有望借助保障性住房满足自己基本的生活需求，实现并不奢华的住宅梦想。尽管保障性住房的推广还需要时日，但许多家庭早已是翘首期盼。

我国人口众多、土地缺少，迫切需要建设资源节约型社会，这是基本国情。推广建设保障性住房，是大势所趋。在过去，一个普通居民，辛辛苦苦一辈子，赚得的那些钱，往往还不够买房子。现在，相信随着保障性住房的推广，“广厦千万间，百姓俱欢颜”的梦想，离我们的距离将越来越近。

挥别月票年代——交通福利

2007年1月1日，张先生在阜成门公交车站上车后，随着“嘀”的一声，公交车上的刷卡机显示，他的交通IC卡扣除了0.4元。接着，公交车载着张先生，还有一车乘客出发了。从这一天开始，北京取消了公交成人月票、学生月票和公交地铁联合月票三种月票。自此，北京告别了公交月票福利时代。

对于月票的取消，张先生的心情是比较复杂的。长期以来，月票已经成为人们的一种生活习惯，即使现在张先生的年收入已经很不错，他还是习惯使用月票。不过，他也不得不承认，这些年里，他和其他乘客一样，饱尝月票制的弊端之苦。在每天的出行中，费尽心思盘算如何换乘月票车，而且在上下班高峰期间，月票车内异常拥挤，人挨人，就像贴相片一样。月票制致使北京公交长期以来陷入亏损状态，而且使得交通资源配置出现严重的不合理现象。

北京月票福利制可谓历史悠久，早在1950年便开始实施，并对市民出行、市政交通的改善起到很大作用。然而，随着社会的不断发展，时代的不断进步，月票福利制愈来愈不合节奏，早已不合时宜。

首先，它成为北京公交系统亏损的一个重大原因。早在2004年，月票制这一项就使北京公交集团亏损11.94亿。北京取消月票的呼声在1999年左右就出现了，而其出发点之一就是为了减少亏损。在1999年前，公交月票已经历了数次涨价，到了2000年，月票再次涨价，普通职工月票价格为30元、通用职工月票为40元。然而，即便如此，对于公交系统而言，月票依然入不敷出。据统计，在2003年时，每张月票的实际成本已经达到103元，远远超过月票的价格。

其次，月票使得公交资源出现不合理的配置。大量乘客争先恐后挤月票适用车，这种现象在北京早已司空见惯。以三环线上著名的300路为例，从六里桥到静安庄，还有一条公交车和300在同一线路、同一时段，即830路。然而，在乘车途中，两者出现了截然相反的现象。300路可以使用月票，途经每一站地，都有许多乘客挤着上车，车内经常没有“立锥之地”。而830路公交车不能使用月票，起步价为2元，全程为6元，在途经三四个站点后，车内便出现空座的现象。类似这样“拥挤”和“空座”并存的情况，在北京经常见到。交通资源的不合理配置，必然影响交通效率的提升，月票制的负面效应由此变可见一斑。

既然如此，为什么月票制度还会在北京延续半个世纪之久呢？这与北京身为全国政治、文化中心的地位有关。要改革月票制度，取消一项人们长久依赖的福利政策时，必须慎重考虑“稳定”因素，必须调查在这个城市，究竟有多少人像本文提到的张先生那样对月票福利有所依赖，依赖到何种程度，然后才能作出决策。据大体估计，享受低票价月票的人，在北京要超过100万（包括相当数量的外地人口），差不多占到北京城区人口的1/10，取消月票，对他们的生活到底会产生多大影响，一时难以预测。也正因为公交月票牵涉到广大老百姓的福利问题，北京在取消月票的过程中，经历了其他城市所没有的曲折。进入2005年，当时全国各大城市的公交月票已基本取消，只剩下北京仍在坚持着这项从1950年开始的福利政策。取消月票的呼声一直存在，但政府对是否该取消月票、如何取消的讨论一直不断。

2005年，北京市发改委提出了将纸质月票改为公交IC卡的想法，这成为取消月票的一个过渡手段。由此，月票的纸质形态被取消。接着，由原先的月票不限次数改为限制刷卡140次。不过，虽然人们拿到了崭新的公交IC卡，月票作为一种概念依然存在着，IC卡也被称为“月票卡”。不过，公交IC卡由于采用了电子技术，从而为统计月票使用频率提供了结算依据，正是这种结算，成为了取消月票制的关键。据有关部门的数据统计显示，月票卡的使用效率并不高。成人月票的平均刷卡次数为每月86次，每月能够刷卡140次以上的乘客只有2.6%。这就意味着，能够足次使用月票的人并不太多，据此，北京市可以大胆地取消月票。

就实际情况看，人们对这项公交改革的关注也非常热情，纷纷通过各种渠道加以咨询。受公交“打四折”优惠的影响，人们大量购买北京市“市政交通一卡通”。以2006年12月份为例，一卡通的销量持续增高，有一天更是创出58000张销量的纪录。

当然，取消月票福利制度，许多人也有疑虑，这是不是意味着公交会从公益事业中消失呢？乘车是否会变得越来越昂贵呢？一般而言，交通成本不能超过一个家庭总收入的12%，超过这个数字，一般家庭就会觉得有压力了。对此，北京市政府明确表示，要把公交当成公益事业来办，将继续实行低票价政策，不以降低政府对公交的财政补贴为目标，而是充分考虑乘客的承受能力，并对学生和低保人群给予优惠照顾。并且，政府在北京市的二三环主路上，画出公交专用车道，以提高公交车辆的运送效率，更好地为广大市民服务。

第七章 投入、产出、成本——企业管理要懂的经济学

他山之石，可以攻玉——企业管理

管理，是指人们为了达到一定的目标而有组织地对管理对象发生作用的行为活动。至于现代企业管理，则可作如下解释：

企业为实现经营目标，依照现代管理的原则、程序和方法，对生产经营活动进行计划、组织和控制的过程。在这一过程中，只有依靠优秀的管理水平，才可能使企业的运转效率达到最优。

时至今日，现代企业的发展日新月异。在企业内部，它们有着精细的分工和紧密的协作，普遍利用了先进技术，如一条大型汽车流水线需要成百上千名工人有条不紊地工作，在企业外部，则是复杂多变的竞争环境，如新产品、价格战……层出不穷。所有这一切，都需要企业具有很高的管理水平。《西游记》中的哪吒脚踏两只风火轮，腾云驾雾，所到之处风生水起，然而在花果山被孙悟空的金箍棒打掉一只后，立刻举步维艰，一瘸一拐地回到天庭。现代企业也需要两个“飞轮”才能快速发展，分别是先进的经营管理和先进的科学技术。事实早已证明，如果缺乏管理水平，科学技术再先进也难以奏效。

现在，我国的企业正面临着国际市场的竞争，尤其需要先进的管理水平作为组织保证，以便及时调整生产经营，适应外部环境变化，在激烈的市场竞争中获胜。“他山之石，可以攻玉”，

了解外国企业的管理风格，并和自己进行对比，是很有益处，也很有必要的。需要指出的是，一个国家的企业管理特色，往往与这个国家的民族文化密不可分。我们以美国、日本、德国为例加以说明。

美国企业管理特色：个人激励+实用

“世界上最重要的工业生产国”+“多样性的移民国家”，这就是美国的两大特点。美国社会崇尚个人奋斗，与之相应，企业里面也是注重个人主义。强烈的个人奋斗精神与管理创新结合起来，促成了美国企业的管理模式：“激励”+“实用性绩效”。

好莱坞大片中，施瓦辛格扮演的英雄总是浑身是胆，独闯虎穴；拳击场上的阿里是被人尊崇的王者。同样，在美国人的心目中，在市场当中白手起家的人也是英雄。汽车大王福特，石油界的洛克菲勒，微软的盖茨……都有着浓烈的美国式个人主义。由此，美国的企业管理注重实用和务实，任何一项技术或者措施能否被企业采纳，关键即看其是否具备“两用”——“实用”和“效用”。所以美国人在家里就可以上班，原因就在于只要能够完成职责，企业就不会特别在意形式。当然，这种看似“松散”的个人主义管理，对员工其实也是一种很好的激励，因为它为美国式的个人奋斗、个人创新提供了很大的空间，而最终的绩效考核就是看其实用性如何。

德国企业管理特色：核心技术+严谨质量

德国民族稳重诚实，事无巨细都体现出“认真”二字。毛泽东说过，“世界上怕就怕‘认真’二字”，而德国人的认真已经深入骨髓。这种性格同样体现到企业管理上来，德国企业的职员工作非常严谨，产品质量完全可信。在这方面，就连一向以高品质取胜的日本人都不得不甘拜下风。

强烈的质量意识早已成为德国企业文化的核心内容。西门子公司的经营理念是“两个胜利”，即“以新取胜”和“以质取胜”，千方百计提高员工的质量意识。在中国各地设立的西门子分公司，每年会选择一批人去德国，在公司自己的培训学校深造，为期两年，结业后颁发证书，获“德国技师”称号，而其高昂费用全由公司支付。当然，附加条件也是有的，那就是受培训者必须为本公司服务8年才可离开。德国企业的技术研发也有其独到之处，体现在“集中优势兵力”，他们在有限领域深入研究，从而具有非凡的独创性。

日本企业管理特色：团队+培训

日本岛狭人多，资源匮乏，曾被认为“除了阳光和水，什么都没有”。然而这也培养了日本人强烈的团队意识。日本企业是以整体取胜，企业组织呈现出一种整体默契配合的状态，从而使得整个组织运转的效率达到最高。日本企业实施“全面质量管理”，“人人都是主人翁”，每个员工都参与到所有工作环节的改进和提高中来。与美国人相反，日本企业非常讲究整体，不突出个人作用。“为大家舍小家，为整体舍个体”，这是日本社会的价值观，也是日本企业的最核心的企业文化。

日本企业也很重视员工培训。一般在面试时，并不看重个人的具体技能，而是强调基本素质。员工在进入企业后，只要表现得到肯定，一般都会有接受培训的机会，而且，当有一个新的工作岗位或者提拔机会的时候，公司会尽量使用接受过培训的员工。

与上述国家相比，我国的企业管理呈现出什么样的特色呢？这仍然要结合我国的传统文化加以说明。

我国的历史文化博大精深，是取之不尽、用之不竭的宝贵资源。在我国的传统哲学中，儒家思想对世人的影响最为深刻。与之相应，我国企业一向崇尚中庸、和谐，关注企业人、事之间的互动联系，以和为贵，注重职工、股东、顾客以及社会大众之间的关系融洽。在我国的企业里，处理好人际关系是一项非常重要的内容，像那种具有很强的能力，但却会带来冲突的员工，在企业组织里往往难以得到重用，有干劲却缺乏冷静的人也往往如此。与西方企业相比，我国企业更热衷于追求平衡，强调不偏不倚，而西方则一贯追求自我，强调个人价值的实现；我国企业在管理上更侧重于“感性、亲情”，而西方企业更侧重于“理性、规则”；我国的企业多讲“人际”，而西方企业更多侧重于“工作”。

那么，我国企业在借鉴外国企业管理经验的时候，应该注意什么事项呢？

首要之处，就是在学习国外的先进经验的同时，一定要结合本民族的文化特征，从而形成自己的管理特色。外国特别是发达国家的先进管理方法，有的可以直接为我所用，这有利于我们节省成本，少走弯路。同时也要看到，各个国家的企业管理是具有其民族特色的，比如美国式的企业文化突出个人能力，追求理性主义，而我国的儒家文化强调社会性、群体性，与之相应，企业也更为注重人际和谐，如果生搬硬套美国的价值观，就有可能在企业组织中造成冲突和混乱。我国企业一定要在吸取传统文化优点的基础上，结合我国当今社会现实，兼容并蓄，建立起独具特色的、具有竞争力的管理模式。对于一个企业来说，这是具有民族自信心的一种表现，而且事实已经证明——这种底气在参与国际竞争时具有特殊的重要作用。

先学留人再用人——人力资源管理

“我劝天公重抖擞，不拘一格降人才。”清末思想家、文学家龚自珍这一发自肺腑的呐喊，至今仍为人传诵。邓小平也曾经指出：“事业成败的关键就是能不能发现人才，能不能使用人才。”对于企业而言，人才能够适应企业发展，完成企业目标，为企业带来效益。对人才重视与否在很大程度上决定了企业的前途。专家认为，对于企业的发展而言，企业效力、企业文化和管理者的素质固然重要，但相比之下，人力资源管理却显得更为关键。

人力资源管理，是指为了完成管理工作中涉及人事方面的任务所需要的各种技能，它包括：工作分析，制订人力需求计划，人员招募、培训及开发，薪酬管理，福利管理，绩效评估和沟通等。一般说来，人力资源的发展经历了人事管理、人力资源管理以及现在新兴起的人力资本管理。但不论名称有何不同，其关键都在于企业对待职员的理念的变化发展。

调查表明，那些陷入困境甚至破产的企业，多数都在人力资源管理上存在这样那样的问题和缺陷。它们大体可作如下分类：

1. 人力资源管理滞后于企业发展。有些企业已经上了规模、提了档次，人力资源管理的水平还在原地徘徊，甚至停留在“劳资管理”的原始阶段。
2. 激励手段缺乏创新，普遍依赖薪酬作用，而其效力却越来越弱，往往造成员工对于金钱的忠诚大过对于企业的忠诚。
3. 用人机制虽然灵活，却缺乏系统性建设，员工职业发展缺乏规划，对企业的信任度减弱。
4. 急功近利使用人才，却未将人才作为一种资源进行规划，不会开发，或者不愿开发。

“商场如战场。”一个人力资源管理水平低下的企业，可想而知会有怎样的战斗力。一个企业由最初的几个人做起，由小到大，最后发展为拥有几千人的规模。然而，一旦人力资源管理跟不上企业的发展，成为企业管理的短板之后，企业整体运作效率便随之降低，数千名职员逐渐沦为一盘散沙，偌大的企业在经历辉煌之后很快就轰然倒塌，而员工们“树倒猢猻散”，跑个干干净净。这样的例子，在现实当中并不鲜见。加强人力资源管理，对于企业来说，永远是重中之重。

世界著名的运动品牌公司耐克(Nike)，其上海联络处的人力资源经理曾经直截了当地对人们说，当大部分企业都强调招聘是“招最合适的人”时，耐克的招聘却是“招最优秀的人”，并且要用品牌魅力来吸引住他们。耐克提供的薪酬一般都高于同行业的平均水平，但是耐克更注重为优秀的人才提供优秀的企业文化和工作环境，让他们把有限的精力投入到专做实事、提升自我上来。在耐克，没有太多的留才政策，却自然而然地“锁住”了员工。一直以来，耐克的员工流失率非常之低，很多员工在耐克工作长达十几、二十几年之久。耐克的做法与许多企业急功近利，招募人才时追求短期效益，恨不得拿来就能创收的行为形成鲜明对照。

薪酬是企业对员工进行激励的一个重要手段，但是，单纯依赖薪酬，而放弃对人才资源的长远开发，必将造成员工对企业忠诚度的下降。世界 500 强之一，法国化妆品牌“欧莱雅”就绝不仅仅依靠金钱的激励作用。除了优厚的薪资福利、股权认购、年终分红和利润共享的激励策略外，欧莱雅以灵活机动的晋升机制吸引着全球各地的人才，长久地保持着朝气与活力。对于表现优秀的员工，欧莱雅毫无疑问将优先为其提供职位晋升的机会。欧莱雅有着众多的事业部以及各种产品线，当某个职位出现空缺时，欧莱雅会优先考虑留给公司内部表现突出的人。同时，欧莱雅还为优秀经理人提供赴巴黎总部进行培训的机会。经理人不仅仅是将它看做去学习某项技能，而是上升为一种荣誉。欧莱雅对于人才长久的开发与培养，使得员工对公司有着极高的忠诚度。

那么，对于一个企业来说，又该如何提高人力资源管理的水平呢？专家认为，这需从以下几个方面着手：

第一，提高对人力资源管理的认识，促进人力资源管理从劳资管理、人事管理向人力资源管理、人力资本管理转变，这是一个观念的根本变革；

第二，建立人力资源管理体系，促进人力资源战略管理与企业战略管理方向相一致；

第三，建立科学的绩效管理制度，有效管理员工绩效，促进企业目标的实现；

第四，对员工职业发展进行统一规划，建立培训体系。

随着经济的不断高速发展，经营者已经越来越明确这样一种观点：在一切资源中，人力资源是现代管理的核心。在今天，企业要想求得长远发展，就必须采用现代化的科学方法，对人力资源进行有效的协调、控制与管理，充分发挥人的主观能动性，使人尽其才，人事相宜，以达到企业的发展目标。而且从长远看，不断提高人力资源开发与管理的水平，不仅是企业当前发展经济、提高竞争力的需要，也是一个地区、一个民族乃至一个国家长期发展的重要保证。

选择饼干还是方便面——生产可能性边界

一家食品公司同时生产饼干和方便面两种产品。临近年末，公司开始制订明年上半年的生产计划，该怎样筹划呢？我们知道，公司的资源（如工人、机器、厂房、资金等）是有限的，怎么有效地利用这些资源生产，使得公司取得最大赢利是问题的关键。如果调动所有资源，单去生产饼干或者方便面，各自都会有一个最大的生产值。但是，公司不可能光去生产一种物品，而忽略另一种物品，饼干和方便面都有各自的市场，放弃任何一种产品，公司都会失去订单。因此，管理者们商讨的核心就是怎么确定饼干和方便面之间的产量关系。

类似这样的情况在现代企业中是经常见到的。在经济学上，这涉及“生产可能性边界”的概念。“生产可能性边界”是指在可投入资源数量既定的条件下，一个经济体所能得到的最大产量。如果企业的生产在这一边界内，则说明尚未达到有效生产；但是如果超过这一边界，则意味着目标会超过企业的生产能力，是难以达到的。作为一种理论模型，为了便于研究，生产可能性边界需要事先假定三个基本条件：

1. 资源不变。即所有资源投入的数量和质量在整个生产期间不变。
2. 资源得以充分利用，从而得到最大产量。
3. 在生产中，技术水平保持不变。

我们以该食品公司为例，它此刻面临着怎样分配其相对稀缺的经济资源问题。用既定的经济资源和生产技术，多生产饼干就必然减少生产方便面；反之亦然。假定全部经济资源用来生产饼干，可生产 15 个数量单位；全部用来生产方便面，可生产 10 个数量单位。不难理解，在这两个极端之间，还存在着各种生产可能性，即将生产资源的用途进行转化，会使两种产品的数量此消彼长。现在假定共有如下生产可能性：

我们用图加以说明。用纵轴表示饼干，用横轴表示方便面，根据上表的数据找出坐标点，连接各点使得得到一条曲线，这条曲线就叫生产可能性边界。它表明在既定的经济资源和生产技术条件下所能达到的两种产品最大产量的组合曲线。

在 A 点，公司只生产饼干，而不生产方便面；在 F 点，公司只生产方便面，而不生产饼干。公司不会选择这两种生产计划，而是在这条生产可能性边界曲线上选择其他方案，比如 C、D 两点处，饼干和方便面的产量分别是(12, 4)和(9, 6)。至于何种生产计划会被选中，则要在对公司的运营情况、市场的行情等进行一系列分析之后才能作出选择。需要指出的是，不管选择哪一种组合，只要是沿着生产可能性边界运动，公司在生产上就总是处于有效率状态。但是，如果选择点处于生产可能性边界的内部（如 M 点），则生产是无效率的，因为在此状态下未能充分利用资源，公司可以在不减少饼干产量的前提下，增加方便面的产量，使得 M 点向右移动到生产可能性曲线上；或者在不减少方便面产量的前提下，增加饼干的产量，使得 M 点向上移动。当然，也可以同时增加两者产量。而对于处在生产可能性曲线以外的点（如 N 点），则表示在现有的技术水平和资源总量下无法实现的产品组合。这种组合对于企业的生产是没有什么意义的。

食品厂作为一个企业，属于微观经济主体，将其所拥有的经济资源在不同用途间进行分配时，借助生产可能性边界，可以帮助其最有效率地实现目标。微观经济主体中，除了企业，还有家庭和个人。实际上，即使对于一个高中生，生产可能性边界也同样适用。对他而言，生产就是“学习”，资源就是“时间”，但他不会将有限的时间全部用于学习物理，也不会将时间全部用于学习英语，像这种“极端的生产”对于他来说都是不利的。他必须根据自己的实际情况设计出一个最有效率的时间安排，这也可以看做“生产可能性边界”。当然，因为学习技巧一般是在不断提高的，所以他的可能性边界也会随之变化，但“万变不离其宗”，其原理与企业生产是一样的。

资源配置不仅是微观经济学的主要研究任务，同时，对宏观经济学也有着重要的价值。对于社会而言，如果生产处于可能性边界以内，则表示社会未能充分、有效地利用资源，社会往往就存在着失业；而当社会使用了这部分资源，不仅可以解决就业问题，还可以得到更多的产品。在 20 世纪 30 年代时，处于经济大萧条时期的西方国家就普遍存在这种情况。大量煤炭销不出去，大批牛奶倒入江河，而工人们纷纷失业，社会资源严重浪费。另外，当经济缺乏效率时，也会造成生产处于可能性边界以内。比如我国 1958 年的“大跃进”，以及“文化大革命”时期。而要使社会处在生产可能性边界上，就必须充分利用现有的经济资源。现在，我国经济建设正处于高速发展之中，生产可能性边界对于充分发挥企业运营效率，有着更为重要的意义。

研究生选择擦皮鞋是理智的吗——机会成本

几年前，成都某两所高校的几名研究生联合起来开办了一家据称是“国内第一家由研究生开设”的擦鞋店。这一招牌吸引了不少顾客，开业头一天就赚了 300 多元。然而此举同时引起激

烈争议，有人尖锐地对此提出质疑，认为擦鞋是一项工作，固然无可厚非，然而这样太影响平时的功课，耽误了正事用于擦鞋，实在不能接受。

暂且抛开人们的激烈争议，设想以经济学的眼光，该如何看待这件事情呢？这就要涉及“机会成本”的概念。

“机会成本”，也叫“择一成本”，是指在制定某项决策时必须作出一定的选择，而在被舍弃掉的选项里的最高价值者，就是这次决策的机会成本。我们都知道，决策应该选择最高价值的选项，它可以使得机会成本最低，即失去越少越明智。当然也存在不得不放弃最高价值的选项的情况，那么其机会成本（从理论上讲，此时处于第二高的价值）将会是首选。

机会成本广泛存在于生活当中。比如下棋，喜欢下围棋的人都知道，在对弈的过程中经常会遇到一种两难处境。即将落子的这一手棋，是往中央跳出，争取一个广阔的天地，还是坚实地在低线守空，把看得见的好处拿到手呢？跳出固然海阔天空，但以后能不能得利，却显得难以把握；守地固然实空领先，但发展前景却有些乏力，如此长考一番，也是犹豫难决，其难就难在对一手棋的机会成本的衡量。在其他方面，机会成本也比皆是。一个有着多种兴趣的人在上大学时，会面临选择专业的困难；辛苦了五天，到了双休日，究竟是去郊区来个双日游，还是美美地看几张光碟……难就难在选择了这个，就要放弃那个。

对于个人而言，机会成本往往是我们作出一项决策时所放弃的东西，而且常常要比我们预想中的还多。以读研究生为例，现在的学校收费都普遍偏高，那么，你一年的学费、书本费和生活费之和是不是就是入校成本呢？当然不是，还不仅这些。机会成本必须包括你用于学习的时间的机会成本。如果你将这些学习时间用于工作，那么它们也必然将是一笔收入，只是你不得不放弃了。这样，我们就发现大学的机会成本是“实际的花销”再加上“放弃的收入”，如果你在读研前有一份收入不错的工作，我们就会发现你读研的机会成本将变得更大。

企业和政府在进行决策时，同样会遇到机会成本问题。比如在某个山区，既有秀丽如画的风景，又有着丰富的大理石矿。为了发展当地经济，政府有两个策略可以选择：一是建设旅游区，但要保护环境；二是大举开发石材，但要牺牲环境。由此引发了激烈的争论。支持开采大理石的人认为，这里高价值的石矿可以立竿见影地提升当地经济水平。然而，与之相对应的机会成本却可能会非常高。因为如果石矿开采导致了环境破坏，旅游区建设就会夭折，这种机会成本是难以估量的。此刻，大理石矿的价值和旅游区的价值同样真实。

在生活中，有些机会成本是可以用来进行衡量的。比如，要在某块土地上发展养殖业，在建立养兔场还是养鸡场之间进行选择，由于二者只能择一，如果选择养兔就不能选择养鸡，养兔的机会成本就是放弃养鸡的收益。在这种情况下，人们可以根据对市场的预期大体计算出机会成本的数额，从而作出选择。但是有些机会成本往往无法用货币衡量，它们涉及人们的情感、观念等。比如上文提到的，究竟是去郊区游玩，还是享受影碟带来的快乐。

有选择才有自由，然而熊掌和鱼不可兼得，在选择的同时往往附着着机会成本。职场里常见的跳槽现象便是如此，特别是对那些已经有了一定的职业地位和工作经验的人来说，跳槽意味着放弃原来单位的职位、待遇、人脉以及企业文化，方方面面加起来，实际上就是一笔不小的机会成本。而在新单位里有可能会大展宏图，也有可能因不适而遭受挫折。在作出跳槽决策前，一定要好好计算一下机会成本方可行事。

现在再回到“研究生擦鞋”的案例中来。在用机会成本加以分析之前，还要探讨一下读研究生和开擦鞋店之间的共性。说出来可能人们还不相信，依据当前的形势，上学和开店都是典型的风险投资行为，而且前者的风险还要高过后者。就投资成本而言，上大学的投入明显比开擦鞋店要高。按常理推断，“研究生擦鞋店”的注册资本在三四万元，而现在一个大学生一年的平均成本就超过一万元，据统计我国七个壮劳力也供养不起一名大学生。就投资收益而言，近几年来，大学生就业几乎成了难关，而且是一年比一年难。甚至在浙江、江西等地，有的毕业生已经开始寻求“零工资”就业。相比之下，开个擦鞋店的收益倒显得稳定得多。

接下来将读书与擦鞋两者的机会成本进行比较，就可以看出，研究生们牺牲部分学习时间用于擦鞋，其实是一种经济理性的选择。对于他们来说，放弃擦鞋的机会成本比放弃读书的机会成本更大。因此，他们的行为并不难理解，不应该遭到人们太多的非议。当然需要指出的是，这里其实还涉及另外一种机会成本，即本文中已经提到的情感和观念的选择。相信从长远来看，研究生对于学问的价值认同还是要高于擦鞋的，所以，他们是不会把读书的时间完全用于开擦鞋店的，他们需要的是在两者之间找到一种平衡。

覆水难收不必收——沉没成本

这是一个真实的故事。某大学在两个城市的交界处买了一块地皮，这里比较荒凉但却便宜。大学领导的起初用意是投资 30 万元办一座生产豆奶的校办食品加工厂。结果一生产就亏损，很不景气。如果就此打住，这 30 万元对于大学来说也不算什么。但是学校领导很不甘心，不愿让这笔钱就此打了水漂，于是又投资 70 万从德国引进全套的进口设备，希望扩大生产规模，提高产品质量以赢得效益。结果还是一个字：赔。此时如果放弃这家工厂，将其折价处理，应该说损失还可以承受。但是领导的思维却是这样的：已经投入了 100 万，如果放弃损失太大，不如继续在这块地皮上投入，以期扭亏为盈，于是又作出决策：投入 300 万，在这里建立实习基地……在这种思路的支配下，最后，这块地皮干脆建成了该大学的西校区，一共投资两个亿。然而，随着时间的推移，西校区而今已经成了笑谈。它孤独地矗立在荒郊野外，其他大学的新校区则全部搬进了大学城。

在这个例子中，大学领导显然在对“沉没成本”的理解上出现了偏差。所谓“沉没成本”，是指过去已经发生的，在任何条件下都无法改变的成本支出。通常，它主要是指厂商花在机器、厂房等生产要素上的固定成本。从固定生产要素的无形损耗程度看，这些固定要素会因技术进步或产品的更新换代而引起贬值，从而产生无法补偿的损失。沉没成本不仅对于企业，对于个人来

说也很常见。在这里需要指出，有时候沉没成本只是价格中的一部分而非全部。比如，一台新买的电脑价值 6000 块钱，可是新鲜劲儿还没有过去，一种升级款式的电脑（这就是技术进步带来的更新换代）价钱才 5000 元，而且还打出广告，说原来的那款用 6000 元买的电脑“再加 2000 元就可更换一台新产品”。在这种情况下，为原来的电脑付出的成本中有很大部分已经变成“沉没成本”，除非你用这台电脑创造效益，收回部分投资。除此之外还有二手车市场，一辆新车在使用几个月后准备卖出，在这么短的时间里，车况当然不会有多少损耗，但是价格却不可能再回到原价。这时候，原价和现在卖价的差额就是沉没成本。并且，如果不能及时出手，时间越长，这个沉没成本就会越大。

成本一旦沉没，就不再是机会成本。沉没成本具有无关性，即不管企业如何对之作出决策，都难以改变。所以应对“沉没成本”，最合理的方法就是管理者在继续作出各种决策时，不再考虑沉没成本。当然，话说回来，一个企业无论如何都应该尽力减少沉没成本，这需要管理者首先要努力避免失误的决策，能从企业、市场的诸多方面对项目作出准确判断。比如，本文开头提到的大学建厂的事情，决策者如果充分考虑到在这块地皮投资具有很大的局限性，就可以避免低效率的巨额投资。管理者也应该认识到，在复杂的市场当中，投资决策的失误是难以避免的，一旦出现，则需要避免将错就错，一错到底，这才是真正考验管理水准的时候。另外通过合资或契约，采用非市场的管理结构等，对减少沉没成本都是十分有利的。

2000 年 12 月份，计算机芯片巨头英特尔公司(Intel)宣布取消整个 Timna 芯片生产线。Timna 是英特尔公司专为低端的 PC 市场设计的整合型芯片，当初在将巨资投入到这个项目的时候，英特尔公司的预测是：今后计算机减少制造成本的途径将通过高度集成(整合型)的设计来实现，针对这一分析，公司大力着手生产整合型的 Timna 芯片。可是后来，PC 市场发生了巨大变化，PC 制造厂商通过其他的系统成本降低方法，已经达到了目标，为 Timna 芯片投入的成本成了典型的沉没成本。在这种情况下，英特尔公司的高层管理者果断决定：让这一项目下马，从而避免在这个项目上消耗更多的资金。而后来的事实也证明，尽管 Timna 芯片给英特尔公司造成了损失，但及时放弃的做法使得公司得以将资源应用于其他领域，其收益很快便消除了沉没成本带来的不利影响。

在日常生活中，沉没成本最典型的一个例子就是“丢票现象”。比如，假设你非常想去听一场演讲，但是在进场前，你却丢了用 10 元买的入场券。很明显，此刻这 10 元已经成了沉没成本，覆水难收了。该如何应对呢？从经济学上分析，既然“非常想看”，就说明这场演讲对你而言价值大于 10 元，值得买票。这时你应该马上再买一张票，这样一来看听讲演的利益仍然大于机会成本（你所付第二张票的 10 元）——无论如何，不要再为 10 元的沉没成本懊恼。当然，话说回来，如果你买完第一张票后发现这场演讲对你来说意义不大（其价值小于 10 元），那你肯定不会再去第二次买票的。

以上两个例子中的做法都是不再理会沉没成本，这也正是大多数经济学家的建议。因为不管沉没的是什么，又有多少，对未来而言，都已经没有意义。彻底放弃那些沉没的东西，才是最明智的选择，才是智慧的体现。

“众人拾柴火焰高”与“三个和尚没水喝”——规模报酬

“人多力量大”，“众人拾柴火焰高”，这些耳熟能详的口号总是能让人联想到冲天的革命干劲和建设热情。在国外，类似的名言警句也比比皆是，如“微风积聚成台风”（越南）、“巨大的松涛声，是从每棵树上发出来的”（欧洲）、“蚊子如果一齐冲锋，大象也会被征服”（伊朗）等，它们都在说明一个道理：只有形成规模，才能发挥强大的力量。

从经济学上讲，这就涉及一个组织规模问题。用专业术语描述，就是“规模报酬”问题。它是指在其他条件不变的情况下，企业内部各种生产要素按相同比例变化时所带来的产量变化。“一根筷子容易折，一把筷子折不断”固然是事例，但“一个和尚挑水喝，两个和尚抬水喝，三个和尚没水喝”却也是一个著名的故事。无数的事实早已证明，人多力量确实大，但未必就一定会有更高的效率。在经济学上，便将企业的规模报酬变化分为规模报酬递增、规模报酬不变和规模报酬递减三种情况，我们举例加以说明。

假设某大型啤酒厂月产 10 万吨啤酒，耗用资本为 100 个单位，耗用劳动为 50 个单位。现在扩大了生产规模，使用 200 个单位的资本和 100 个单位的劳动（生产规模扩大一倍）。由此所带来的收益变化可能有如下三种情形：

1. 产量大于 20 吨，产量增加比例大于生产要素增加比例，这叫做规模报酬递增；
2. 产量小于 20 吨，产量增加比例小于生产要素增加比例，这叫做规模报酬递减；
3. 产量等于 20 吨，产量增加比例等于生产要素增加比例，这叫做规模报酬不变。

我们看到随着生产规模的变化，企业的规模报酬也在发生变化。那么，使得规模报酬变化的原因是什么呢？在经济学上，将这个原因称做“规模经济”，是指由于产出水平的扩大或者生产规模的扩大而引起产品平均成本的降低。反之，如果产出水平的扩大或者生产规模的扩大而引起产品平均成本的升高，则将其称做“规模不经济”。

一个管理者当然希望自己的企业随着规模的增大，生产会出现规模报酬递增的情况，因为这往往意味着“规模经济”的实现。在实际生产中，我们也看到大部分企业都在力争扩大生产规模。那么，规模扩大，为什么很有可能出现规模报酬递增呢？原因主要有两个。

第一，大规模生产有助于更好地实现“专业化分工协作”。大诗人李白小时候见到一个老婆婆磨一根铁杵，“只要工夫深，能磨绣花针”，由此深受激励，奋发读书。作为一个励志故事，老婆婆的行为很有教育意义。但是以企业生产的角度看，则是效率太过低下。18 世纪的经济学之父亚当·斯密在《国富论》中已经以大头针行业为例说明了这个问题。一个受过专业训练的人，一天下来也只能做一个大头针，但是如果将生产化分为 18 道工序，每人只承担一道工序，平均算下来，大头针的人均日产量竟然可以达到 4800 个。这已经很形象地说明规模经济的显著。

第二，除去生产协作的因素外，某些生产要素自身的特性也需要规模经济。某些大型设备与小型设备相比，每单位产出的制造费用和维修费通常就要低。比如国际上的输油管道，如果将其直径扩大一倍，其周长也相应扩大 1 倍，但由简单的面积计算公式可知，油管的截面积将超过 1 倍，即其运输能力也将超过 1 倍。这就是规模经济，每单位原油的运输成本将随之降低。另外，像电脑管理、流水作业这样的先进工艺和技术，只能在产量达到一定水平时才能够采用。比如汽车制造，实施流水线作业时，其成本优势十分明显。一般计算表明，一家汽车制造厂的年产量如果大于 30 万辆，其生产成本将会比小规模生产大大降低。在 20 世纪初，美国的福特汽车公司率先应用了大批量生产工艺，从而大大降低成本，成为汽车工业的领军人物。

但是，我们也知道“三个和尚没水喝”，企业一味追求大规模，未必就实现高效益。

这是因为各种生产因素都是有一定极限的，当生产规模达到一定程度后，就不太可能还要追求规模经济的优势。否则就往往会发生“规模不经济”，企业生产变得不合理了。

专业化分工固然可以提高效率，但它不可能无限地加以细分，否则会带来副作用。专业化分工往往使得工作变成机械化运动，工人变得像一台机器，久而久之，工人就会产生厌烦情绪，导致效率下降。输油管道的直径也不能无限扩大，否则铺设成本必然大增加。发电厂电力输送越远，电力的损耗就会因距离的一味增大而迅速上升。这些例子都说明，如果一味追求规模经济，必然会导致单位成本的上升，变成“规模不经济”。

从管理学的角度说，大规模生产必然会带来管理上的低效率。对任何一家企业而言，生产规模愈大意味着管理层次愈多，企业内的协调和控制也就愈加困难，作出正确决策以及执行决策，也就需要更长时间，并且执行的有效性很难得到保证。这种管理上的局限性必然会带来规模报酬递减。

认识规模经济的规律，对于我国的企业家是有着深刻意义的。企业急于做大，这几乎是中国企业家的通病。盲目扩张，而不是着力于做实做强，导致频频出现“规模不经济”，最后全军覆没，这方面的经验教训太多。企业家追求扩张，这个目的没有错，但是一定要在核心业务做实做强的基础上进行。只有在一切条件具备的情况下，企业规模变大，实现长久的规模经济才会水到渠成。

“补钙广告”旺销了肉骨头——外部性

前几年在营养保健品市场上，风行“人体补钙”，各种各样的补钙品琳琅满目，报纸杂志和电视广播里也充斥着补钙的广告。当“补钙大战”如火如荼、难分高下的时候，人们却吃惊地发现：由于竞争商家太多，营养品销量并不见得有多好，倒是农贸市场里的肉骨头大为旺销。原来，根据“吃什么补什么”的老话，吃肉骨头也是相当补钙的。特别是猪的脚筒骨，骨髓多，味道好，在市场上大受欢迎。供给有限导致了价格上涨，最后它甚至逼平了肋条肉。与此同时，饭

店里的骨头煲汤也备受欢迎。直到这时，那些在媒体上花大钱做广告的厂商才发现，自己为他人作了免费宣传。

在经济学上，一个经济主体在自己的生产和消费活动中对他人产生了影响，这种现象就叫做“外部性”。外部性有好有坏。好的影响就叫“正外部性”，或者“外部经济性”，不好的影响就叫“负外部性”，或者“外部不经济性”。在现实生活中，这样的例子是很多的。

著名生物学家、我国实验胚胎学的主要开创人童第周，他刻苦读书的故事写入过语文课本。少年时，除了上课，他还在路灯和厕所的灯光下抓紧时间刻苦读书，终于以优异的成绩实现了“一定要争气”的志向。我国古人匡衡“凿壁借光”、发奋读书的故事想必也有很多人知道。如果以经济学的角度来分析，童第周在路灯下学习、匡衡的借光读书就是一种典型的外部性现象，而且，是“正外部性”，因为那些灯光对读书人产生了很好的帮助作用。

然而，生活中同样存在着“负外部性”。某小区附近因为常有偷盗现象发生，家家户户纷纷将自家门窗装上了防盗门和钢条笼子，结果路人从街上经过，抬头望去满目全是黑灰铁条，整个小区简直就是一堆监狱牢房，大杀风景，这就是负外部性了。有个地方在架桥时，对山体进行爆破作业，不料附近有一个养牛场，许多怀孕的母牛听到爆炸后受到惊吓，整夜整夜地不敢休息，结果纷纷流产，造成了经济损失，这也是负外部性。

许多事物都有着“一分为二”的特点，同样，许多活动也兼有正和负两种外部性。比如商场促销时放着好听的歌曲，如果音量适中，顾客就会觉得这是一种享受；然而音量开得震耳欲聋，顾客们就会心烦意乱。在这里，音乐随着音量的变化，表现出两种正负外部性。

上面举的例子都具有这样一种特点：外部性并不是在相关各方以价格为基础的交流中发生的。如果说个体所付出的成本和得到的收益可以称做个体成本和个体收益，那么个体的活动给他人带来的额外成本或者额外收益，就构成了社会成本（负外部性）和社会收益（正外部性）。比如对于公共物品，全体社会成员都可以无偿享受，可以说它们是社会收益的特例。而最典型的社会成本便是污染问题。有的工厂浓烟滚滚，粉尘弥漫，有的工厂把污水直接排入河流，造成鱼虾死亡，农作物歉收，人们健康受到威胁，这就是极其严重的负外部性了。

一般说来，外部性并非当事的经济主体的本意，即他本来只是为了自己的利益而这么做，并非有意要帮助别人，或者损害别人，只是这种行为产生的效果影响了别人。比如上面提到的“凿壁借光”，在这个过程中邻家并没有多付出什么，而可以借光读书、得到收益的匡衡也不必为之付费。但是，假设本来该熄灯入睡，却因为邻家的灯光干扰而造成失眠，那么灯光就具有负外部性了。

外部性的广泛存在使得人们在做事时不能只考虑自己，也要考虑他人。有时候对于某些正外部性可以设法加以利用。常见的一种现象就是商场里开设餐馆。当一家大型商场建成以后，它周围小吃店的生意相对就要好起来。这时商场往往会在顶层开设餐馆，使得顾客在购物的同时顺

势上楼吃饭，这种做法就将正外部性“内部化”了。这也可以用来理解现在流行的多元化经营，在其项目之间就常常会有正外部性。

“己所不欲，勿施于人。”对于负外部性，我们最好及时避免。当损害到他人利益的时候，就可能会引起诉讼纠纷；当影响的是公共利益时，法律就要对其进行直接干预。对于负外部性，尤其要防微杜渐。这是因为，当负外部性的积累达到一定程度时，造成的问题将很难在朝夕之间得到解决。以环境污染为例，经过多年的污染积聚，现在已经出现了酸雨、臭氧空洞、温室效应等严重问题，已经极大地威胁到人类文明，在这样的局面下，尤为需要法律来约束人类的行为，严格减少负外部性的发生，以保护人类社会的和谐发展。

“少数服从多数”的危险——阿罗不可能性定理

每个人在从小学、中学直到大学这十几年的教育当中，恐怕都经历过选班干部的经历。投票、唱票，最后得票最多者当选。这就是“少数服从多数”这一原则的体现。往大了说，美国的总统选举也是如此。长期以来，一个集体如果遇到一时无法决定的事情，便实行民主集中，投票决定。这种决策方式尊重了大家的意见，体现了大多数人的利益，并且，在大多数人的脑海中几乎形成了思维定式，已经成了一个真理。

然而，在企业管理中，有时却会遇到一些特殊的情况，会发现“投票决定”并不适用。比如，五个年轻人合伙投资开了一家鲜花礼品店，各自的投资金额也大体相当。那么，他们对礼品店是如何管理的呢？由于他们当中没有“大股东”，按照股份比例决定话语权是不可能的。那么，在作出某项决策时，实行“少数服从多数”的原则举手来表决，可不可以呢？表面看来，这种方法是可行的，因为不会出现支持方和反对方人数相等的局面，最多也就是三比二。然而，这几个股东的实际做法却并非如此，恰恰相反，他们采取的是：“所有决策，只要有一人反对，便不能通过”。原来，在这时实行的是“多数服从少数”的原则——我们应该承认，他们的做法是一种智慧的体现。

为什么在企业管理中，“少数服从多数”原则有时会被搁置呢？仍以上边的鲜花店为例。作为企业，管理者的决策将直接影响企业的发展，如果此时采用投票办法，少数服从多数，将很可能使企业陷入巨大的风险。企业运作，关键是每一个环节都能顺利完成，这样才能达到最终的目的。试想，假设在其中至少有一个投资人不同意的情况下执行决策，这个反对者就成了鲜花店最危险的环节。不难想象，一个认为决策不可能成功的人，一个投反对票的人，在执行时的干劲、结果将会怎样。

“少数服从多数”、“投票决定”的结果，并不能令所有人都满意（至少还有反对者存在），这一现象很早就为经济学家们所关注。1972年度诺贝尔经济学奖获得者、美国人肯尼思·阿罗将这一研究应用到社会更广阔的范围，提出了著名的“阿罗不可能性定理”。它的基本内容是：

如果众多的社会成员有着不同的偏向，同时又要在多种方案之间作出选择，那么仅仅依靠民主制度，将不会得到让所有人都满意的结果。以下这个事例就形象地说明了这个问题。

我们都知道我国推行义务教育，它具有法律强制性，有效地保护了未成年人接受教育的权利。在美国，政府也同样规定，本国公民必须完成高中的义务教育，否则即视为违法。然而，美国的一个少数民族——阿米绪人却成了这一法规的反对者。原来，阿米绪人的宗教规定：本族人一旦过了 15 周岁，就不能受教育，只能务农劳动。由此，发生了大批警察强制阿米绪少年入学接受教育的暴力冲突事件。阿米绪人上告法院，要求维护自己的“不受教育权”。

阿米绪人作为美国公民的“少数”，挑战的是这个国家的法律。在这种情况下，如果依照“少数服从多数”的原则判断，他们绝无胜诉可能，因为法律体现的是“绝大多数美国人的意志”。然而，在经历了长达十年的诉讼后，1972 年美国大法官作出了一个著名的判决：保护阿米绪人的“不受教育权”。判决认为，所谓全体人民的利益是不存在的，不能压倒少数人的宗教自由，阿米绪人选择的教育方式并没有损害社会。没有任何理由能够认定今天的多数就是“正确”的，而有着与众不同的生活方式的阿米绪人就是“错误”的。这场旷日持久的诉讼在最终选择了“多数服从少数”的方式，但却充分体现出这样一种精神：“尊重多数，同时保护少数，不要求少数绝对地服从多数。”这就鲜明地表现出一种“多数”与“少数”并重的现代民主原则。

历史多次证明，“真理有时只是掌握在少数人手中”。科学文明的开拓者从来都是少数，在科学上实行“多数决定少数”，只能使科学倒退。同样，如果艺术贯彻这一原则，就会丧失发展的余地。具体到企业管理，企业中大多数人毕竟都是普通人，智者往往只占少数。在这种情况下，如果实行“少数服从多数”原则，就意味着智者需要服从常人，而我们不难想象，在日益激烈、复杂的市场竞争中，依靠常人去作出决策，必然是一件充满风险的事情。实际上，有着中国“犹太人”之称的温州人，以及频出商业巨子的潮汕人在管理过程中，“多数服从少数”哲学得到了非常普遍和坚决的执行。当然，这里的“少数”是指洞悉市场、有着远见卓识的少数。

然而，在企业决策中也会出现“多数”和“少数”都是智者的情况。这时该如何决断呢？首先，必须关注反对意见，对其进行充分的分析判断；其次，如果条件允许，要适当延迟决策，只要决策层中有人持反对意见，就暂缓实施，进一步论证。在许多时候，如果拿不出让所有决策者都满意的计划，就宁愿停止实施，等到时机成熟时再来决定方案，这也不失为一种智慧的选择。

利己而不损人的“理想王国”——帕累托最优

喜欢扑克游戏（比如拖拉机）的人都知道，打好牌需要两方面的因素：一个是对战略战术的理解，与对家的配合，这属于打牌的技巧；一个是手上所掌握牌的好坏，这属于打牌的运气。实际上，只要拿起了一手牌，就意味着自己掌握了一系列的资源。要在游戏中体验到胜利的滋味，就要学会控牌技术，如坐庄时的扣牌，对主牌、副牌的出牌次序的判断，对子的使用等。对于游戏者而言，要努力以最好的效率发挥自己所掌握的资源。在这里，关键是效率。

在《西游记》中，唐僧、孙悟空、猪八戒和沙和尚师徒四人一起去西天取经，那里被称做西方极乐世界，是一方“净土”之中的“净土”，一切众生都心向往之，希望在那个大同世界里得到解脱。在那里，社会公平公正，人人都得到圆满。《西游记》对西方世界的描述正是突出表达了这样一个观点：众生平等。

在经济学里，也早就有人研究类似的“理想”社会了。但是，与神话不同之处在于，经济学家是非常务实的，他们明白社会资源的有限性，因此，更为注重在资源使用时的公平与效率。在衡量优劣时将“效率”与“公平”结合起来，便产生了“帕累托最优”这样一个概念。

帕累托最优(Pareto*Efficiency)，又叫帕累托效率，它指的是一种资源分配的状态，在这种状态里，在不使任何人的处境变坏的条件下，已经不可能再使某些人的处境变得更好。通俗地讲，帕累托最优是指一个人已经处于这样一种极限状态：除非损害别人，否则就不能让自己变得更好。由此可以看出，帕累托最优是公平与效率的“理想王国”。这个概念是以意大利经济学家维弗雷多·帕累托的名字命名的，现在，帕累托最优已经成为评价经济制度和政治方针优劣的重要标准。

与“帕累托最优”相适应的，是“帕累托改进”。它是指在没有使任何人处境变坏的前提下，使得至少一个人的处境能变得更好。要注意，“帕累托最优”指的是一种状态，“帕累托改进”指的是一种变化。

试举一例。球迷们去体育场观看一场精彩的足球比赛，球场能坐 50000 人。假如在比赛开场前，坐到了 49000 人，那么，体育场在此时还没有处在“帕累托最优”的状态，因为如果再进入 1000 名球迷，他们也可以看到比赛，即“他们的处境会变得更好”，这个增加球迷的过程就是“帕累托改进”。但是如果已经坐满了 50000 人，如果再进入 1000 名甚至更多的球迷，这些新增加的球迷可能会因为看到球赛而使“自己的处境变好”，但对于那原有的 50000 名观众来说，处境却会变差，原因很简单，超过规定人数，安全性就受到损害了。同样的情况也适用于长途汽车。在没有满员的情况下，可以再上乘客，以达到“帕累托最优”，但是满员后再超载，全体乘客的安全就会受到影响。

上面提到，“帕累托改进”的特点是自己变好，同时又不使他人变差。正是由于“帕累托改进”没有损害到他人的利益，其行为所遇到的阻力往往很小。以我国初期的改革开放为例，其政策大多都是帕累托改进，比如“分田到户”和“联产承包责任制”，它们的特点是广大农民获得了切实的好处，而其他行业也没有受到什么损失，所以推行起来阻力不大。但是如果不是帕累托改进的话，即在使一部分人变好的同时，肯定会使另一部分人变差，阻力就会增大。

如果一个经济制度不是帕累托最优，那么就应该进行帕累托改进。一家企业如果能够做到在不损害对手的情况下为自己争得利益，即可认为在进行帕累托改进。如果是两家帕累托改进的企业进行交易，往往就意味着双赢局面的实现。

在经济学上，“帕累托最优”无疑是一颗闪烁着迷人光泽的宝石。它包含着自由平等的精神、公平公正的道德诉求以及对优劣进行评价的效率标准。在这种状态下，每个人均不会为了自己的利益而损及他人，最终将实现社会的充分富裕。由此看来，帕累托最优确实令人神往。

但是，需要指出的是，在经济学上，“帕累托最优”描述的是一种过于理想化的状态，在现实的经济生活中比较难以达到。“帕累托改进”又存在着一个很严格的条件，即不允许任何人的利益受到损害，这在当前的现实生活中往往难以满足。于是，经济学家们设立了另一个宽松一些的标准：卡尔多—希克斯改进。它的特点是，如果在一种变革中，受益者所得到的利益足以弥补受损失者的损失，那么这种变革就是卡尔多—希克斯改进。它是以一种长期发展的眼光来观察经济变化的，要求的是一项经济政策能够从长期提高全社会的生产效率。虽然它可能会在短期内使得某些人受损，但经过较长时间后，所有人的境况都会由于社会生产率的提高而获得补偿。应该说，现在的很多改革都是卡尔多—希克斯改进。

产品的“生、老、病、死”——产品生命周期

“人有生老病死”，“万物皆有时限”，这些朴素的话语同样适用于企业的产品。一种产品的成长和自然界的生物一样，都有一个生命周期。只是相对于有血有肉的生命体而言，企业产品作为一种经济现象，其生命周期有着自己的特点和规律。

“产品生命周期理论”是在 1966 年，由美国哈佛大学教授雷蒙德·弗农(Raymond*Vernon)在其著作《产品周期中的国际投资与国际贸易》中首次提出的。产品生命周期的英文名为 product*life*cycle，是指产品的市场寿命，即一种产品从进入市场开始，直到被市场淘汰的整个过程。

该理论认为，产品的生命是指其在市场里的营销生命。正如一个人要经历“诞生、成长、成熟、衰退”这样的周期，相应地，产品也要经历“介绍（引入）、成长、成熟、衰退”的阶段。但是，这个周期在不同的技术水平里，其发生的时间和过程是不一样的，不同的技术水平之间往往存在着较大的时差。这一时差反映了同一产品在不同国家的市场上竞争地位的差异，由此决定了国际贸易和国际投资的变化。在整个产品生命周期中，其销售额和利润额的变化大体表现为如下的曲线。

在介绍期，产品销售额和利润额增长缓慢，利润多为负数；当销售额迅速增长，利润由负变正并快速上升时，进入成长期；当销售额增长放慢，利润增长停滞时，则进入了成熟期；当销售额快速递减，利润也较快下降时，说明产品已经进入衰退期。伴随着产品寿命周期的各个阶段，企业也要采取相应的措施。这里特别要指明的是，当产品进入成熟期时，要对产品进行改革，增加其新用途、新特征，从而尽量延长其寿命，避免过早地进入衰退期。

“朝菌不知晦朔，蟪蛄不识春秋。”不同的产品，其生命周期亦常常各不相同。时装的生命周期只有几个月，而汽车的产品生命周期已经能够达到 100 年。各种产品的生命周期的曲线形

状也有差异。有的产品一进入市场就快速成长，迅速跳过介绍期；有的产品可能越过成长期，直接进入成熟期；还有的命运可能悲惨一些，在经历了介绍期后，未成长起来，直接迈向衰退期，此类商品大体可视为“夭折”。

目前，随着科技的飞速发展和市场竞争的加剧，各个公司都在努力赶超同类产品，使得产品的更新换代不断加快，其显著特征就是产品的生命周期不断缩短。特别是在微电子、电子计算机和新材料等高科技产业，其新产品和新工艺的开发已经达到了空前的速度。著名的“摩尔定律”就很能说明问题：IT 产业技术创新以 18 个月为一个周期，每过 18 个月，芯片的集成度和运算速度提高一倍，而此前的芯片价格下降一半。因此，在当今的形势下，研究产品生命周期的规律，必须与技术创新紧密地结合起来。

我们以手机市场的产品生命周期为例加以说明。

引入期——前面提到，在这个过程里产品的销售量较少，而且增长比较缓慢。作为电子产品，一款新手机在进入市场后需要区分两种情况。一种是有着创新技术的新产品，某些特征属于首次出现，在营销策略上便需要及早确立市场“领头羊”的地位。一般说来，具有创新意义的新产品会获得很大的成功机会。另外一种则是属于市场同质化的产品，当面对市场上众多产品的时候，在引入期应该更关注于对价格的定位以及相对应的推广策略。

成长期——在这一期间，产品得到市场认可，销量开始快速增长。当然，如果产品没有受到市场认可，就可能立即进入衰退期，即成为失败的“短命产品”。在成长期里，竞争者们虽然也发现了这块“肥肉”，但由于手机的创新技术难以马上跟进，因此，厂家依然能够保持价位，并尽力延长这个阶段。竞争品一旦出现后，竞争对手就很可能改进了原有创新的不足，同时会以价格战来冲击市场。在面对这种情况时，作为原来的领先者，也只有通过降价来进一步激发市场份额，提高销售量。

成熟期——在这一期间，产品的销售量达到了某一程度，并将放慢增长甚至停止增长。此时消费者对其已经有了全面认知，其销售渠道基本也达到了最大化，因此，这一时期应该是厂商最为轻松的阶段。虽然价格经过调整后已经比较低了，但由于销量较大，利润依然可观。手机的成熟期往往是该产品最长的生命阶段，厂家会通过各种形式的变化或组合来吸引新的消费者。比如，很多产品在步入成熟期后，将着重宣传原来被消费者忽视或者遗忘的销售卖点等，以实现销售量的提升。此刻由于竞争产品不断增加，市场有可能出现生产过剩的苗头，而这也预示着此产品可能开始步入衰退期。

衰退期——在这一时期，产品的销售下滑趋势无法阻止。其原因基本在于技术过时、消费者兴趣发生了变化以及竞争的加剧。但是需要指出的是，有时候厂商无法清醒地认识衰退期，或者说无法接受这个事实，对已经处于衰退期的产品继续投入大量资金，结果只能是“越投入越亏损”。尤其是像手机这样的快速消费品，降价频率快，在衰退期“清货”越慢，零售价格就会越低，就会更容易导致亏损。所以此时最好的办法就是快速降价和清货，宁肯亏一些，也要尽快处理完毕。

虽然产品生命周期模型提供了许多有价值的信息，但是目前这种理论还是营销决策的辅助参考工具，而不是主要决策工具。这是由于产品生命周期的曲线变化充满了很多变数，产品的销售成功与否和各种外界因素都有关联。例如当手机销量衰退时，其原因也许是因为覆盖的销售门店数量不够所致。如果这时贸然判断手机已经进入衰退期，采取“降价清库”行为，就有可能导致利润骤降甚至亏损。因此，决策者除了借助产品生命周期理论以外，还需要对各种影响产品销售的因素进行全面考虑，以努力形成准确的、全方位的判断。

第八章 资源如何达到最佳配置——市场营销要懂的经济學

市场主体追求的目标——利润最大化

“利润”这个词对我们每个人来说，都已经耳熟能详。它就像碧波里的珠宝，荡漾着诱人的光芒。虽然从经济学的角度看，在不同的社会条件下，利润的内涵有所不同，计算利润时也有一些比较复杂的方法，但在这里，我们可以先了解一个并不复杂的道理：

一个从事生产或销售的厂商，如果他的总收益大于总成本，那么他就会有剩余。这个剩余就是利润。

生活中有一句俗话：“有谁会嫌钱多？”甚至有人说得更加直接：“有谁会嫌钱扎手？”它表明的意思不言而喻——“钱，当然越多越好。”与之相应，对于作为市场主体的企业来说，也有一个鲜明的目标：“利润最大化。”它已经成为企业高呼的口号，行动的指南。身处市场大潮之中的任何一个企业，都不能、也不敢违背这一目标，而只能去尽力实现它。

那么，如何进一步深入理解利润最大化呢？如果我们单凭直观认为，对于一个企业来说利润越多越好，这样其实是没有什么意义的。原因很简单，企业的利润来自于自身的生产或者销售，在市场里，一个企业的生产和销售总是处于变化之中的，利润也在随之改变。因此问题的关键就在于，企业得判断出自己的经营在何种状态时能够取得利润的最大值。这就意味着，在恒量如何实现“利润最大化”时，必须要有一个客观的标准。

实际上，经济学家们早已经给出了这一标准，即“边际收益等于边际成本”。边际收益是每多卖出一单位产品所增加的收入，边际成本是每生产一单位产品所增加的工人工资、原材料和燃料等变动成本。需要指出的是，边际成本往往随着企业的生产发生变化。厂商在生产过程中会时刻监督自己的经营状况，如果从某一刻起，再增加一单位产量时，该单位产量的边际收益大于边际成本，就说明增加产量可以增加总利润，于是厂商会继续增加产量；反之，如果增加的这一单位产量的边际收益小于边际成本，就说明增加产量将发生亏损，这时会减少产量。这样，只有在边际收益等于边际成本时，厂商的总利润才能达到极大值。在经济学里，通常用高等数学中的微积分对此加以分析。边际收益用 MR 表示，边际成本用 MC 表示，所以，当你看到“ $MR=MC$ ”这一条件成立时，便说明企业实现了自己梦寐以求的目标，即利润最大化。我们举例加以说明。

假设有一家皮鞋厂，在一个销售期结束后进行盘点。它的总收益便是卖出皮鞋后的全部收入，它的平均收益便是每卖出一双皮鞋所增加的收入，规范地说，就是“出卖每单位产品所得到的收入”。大家不难看出，平均收益其实就是每双皮鞋的价格。假设该鞋厂生产一单位产品，也就是生产一双皮鞋增加的收益为 20 元（边际收益），而每多生产一双皮鞋的边际成本为 15 元，那么，企业一定要增加生产以实现利润最大化，把能赚的钱尽量都赚到。但是，如果一双皮鞋的边际收益为 20 元，而边际成本却变为 25 元时，鞋厂每生产一单位产品就会赔 5 元，那么，企业就一定要减少生产，因为它正在“贴钱卖货”。只有当边际收益与边际成本相等（都为 20 元）时，企业既不会增加产量，也不会减少产量，这时就说明企业实现了利润最大化。

在这个例子中，设定皮鞋的价格不变，因此其边际收益也不改变，但是生产皮鞋的边际成本却在发生变化。那么，这又是为什么呢？在这里，还需要对边际成本的变化加以说明。

以汽车客运为例。它的边际收益是指增加一名乘客所增加的收入，即乘客买票所支付的费用。如果乘客买票需要 10 元钱，那么汽车的边际收益就是 10 元。由日常经验我们知道，增加一名乘客，汽车的磨损、油费、司机和售票员的工资等基本可以看做无须增加，也就是说，为这名乘客支付的边际成本可以认为没有变化，多拉一个少拉一个都一样。在这种情况下，当然是乘客越多越好。

但是，现实生活中，边际成本往往是在变化当中的，比如铁路货运。

铁路货运的计算单位是吨·公里。假设某一铁路区段在运输饱和时，每吨·公里的成本是 5 分钱，在此可以暂将其边际成本视为 0.05 元 / 吨·公里。如果在这一饱和的基础上，再增加运量，其收益自然会增加，但是其利润却会下降。为什么呢？因为对于铁路来说，这往往意味着重大的技术改造，如更换大马力的机车、铺设铁轨辅线等，而这些技术措施都需要巨额投资，都要计入成本。也就是说，在运输饱和的情况下，如果要增加运量，那其边际成本就不会是 0.05 元 / 吨·公里，相反将会迅速增加。如果运输定价维持不变，铁路货运的利润将会迅速降低。这种情况对于生产型的企业来说，道理也是一样的。当产量很低时，再多生产一件产品的成本（如机器损耗、电力等）会呈下降趋势；但是当超过生产规模时，边际成本便会急剧上升（导致其上升的因素包括机器的超负荷运转，工人的加班费等）。本文提到的鞋厂生产，也符合这一规律。

在这里，也许有人会说：在现实当中，许多企业家并不清楚什么“MR”和“MC”，并没有刻意追求边际收益和边际成本的相等，也照样赚了不少利润。在市场之中，有一些成功的企业家确实如此。但是，规律就是规律，它的特点就是不管人们是否清楚，它总是在起着作用。那些实现了利润最大化的企业，有意也好，无意也罢，必然都遵循了这一规律。反过来，如果企业在生产中能够主动、自觉地按“利润最大化”规律办事，分析企业生产的边际成本和边际效益，就可以有效避免盲目、弯路所造成的浪费。在生活中，经常听到有人感叹“钱不是好赚的”，现在看来，这里边不仅包含着对工作辛苦的感慨，还应该有利润最大化规律不易掌握的意味吧。

看上去挺美，却马上就要破碎——市场泡沫

凡是吹过肥皂泡泡的人都会被它的七彩绚烂吸引，而孩子们更是乐此不疲。不过，我们也都明白，泡泡越大越圆越光鲜，离它的破灭往往就越接近，而且，这种破灭是瞬时完成的。在经济学里，也有一种现象和肥皂泡泡非常相似，那就是“泡沫经济”。

泡沫经济是指经济过热所造成的不正常膨胀，主要表现在房地产和股票方面。两者价格往往先是反常地急剧上涨，到了最后，当其价格已经严重背离其实际价值时，必然导致价格突然暴跌，资产猛然收缩，从而带来严重的经济危机。

说起来，泡沫经济倒还不是一个新鲜事物，早在 400 年前，西欧就第一次出现了“泡沫经济”，不过它的主体有些特殊，不是现在常见的房地产和股票，而是美丽的郁金香。

当时郁金香从土耳其传入了西欧，善于开发的荷兰人很快就栽培出了更具观赏性的变种郁金香。物以稀为贵，这些郁金香球茎的价格也随之迅速上涨。在利益的驱动下，鲜艳的花朵成了投机的对象，以至于后来许多与培植郁金香没有什么直接关系的人也参与进来，并且许多人还真的一夜暴富。长此以往，渐渐地现货交易已经难以满足需要，于是期货交易又开始产生。投资者们不分男女老少，个个满面红光、满怀期待，希望借助郁金香的华丽让自己成为百万富翁，为此，不知有多少人高息贷款，放手一搏。

然而，此时泡沫经济突然显现了它的可怕。1637 年 2 月 4 日，价格已经严重脱离其实际价值的郁金香一夜之间变得像魔鬼一样恐怖。这一天，希望郁金香出手而获得暴利的人们震惊地发现，郁金香的价格急剧下跌，市场几乎在转眼之间就迅速崩溃。那些欠着高额债务进行买卖的人，一下子变得一文不名，许多人自杀，社会动荡不安。事态的混乱使得荷兰整个国家陷入了经济危机，郁金香上演了一次著名的“泡沫事件”。

“郁金香事件”之后，人类经济史上的泡沫事件便频频发生。迄今为止，规模最大的一个肥皂泡沫发生在日本，而这要从 20 世纪 80 年代后期说起了。

在当时，日本这个巨大的经济体曾红极一时。这里仅举两个例子就可以看出当时的市道是多么景气。在东京街头，动辄就有人甩出大把钞票，要打的到 300 公里外的名古屋，而东京的出租车司机一年收入可以达到 1000 万日元。第二个例子就是大学生就业，当时流行一种“割青麦”的做法，即公司在学生临近毕业时就与之签约，但是还不会让这个学生来公司参加实习，而是将他送到风光旖旎的夏威夷去度假——当然，是以“进修”的名义。公司为什么这样做？原因只有一个，就是怕人才被其他企业抢走。

但是在这种繁华的背景下面，却隐藏着巨大的经济泡沫。前面我们已经提到，现代泡沫经济的主角基本上是房地产和股票，日本也概莫能外。全球最繁华的商业街之一——东京银座，在 1989 年泡沫经济的最高峰时，其地价曾达到每坪（合 3.3 平方米）1.2 亿日元，而一个东京的地价就相当于整个美国的土地价格。造成这种现象的原因便是在 20 世纪 80 年代中期，大量投资者将资金砸向房地产行业，从而使得日本地价疯狂飙升。自 1985 年起，东京、大阪、名古屋、京

都、横滨和神户六大城市的土地价格每年以两位数的百分比上升，东京在 1990 年最高峰期的地价竟然是 1983 年的 2.5 倍之多。“把东京的地皮全部卖掉就可以买下美国”，这样的言论让大部分日本人引以为傲。在那个年代，一向务实，对投机、股票没有好感的日本人，竟然有超过一半的国民购买了股票。谁不买股票，谁就是笨蛋，因为一年的投资就会有 100% 的回报。

在这样的形势下，银行拿出大把金钱来劝人买地，利息几近于零，地价却在不断上涨。如果贷款购买土地，肯定会因土地升值而大赚一笔。除了房地产，老百姓还纷纷把银行存款拿到股市。日本股市的市盈率曾高达 80 倍（当时美国、英国、香港的市盈率仅为 25—30 倍）。在“地市不倒”和“股市不倒”的神话里，日本举国欢腾。

然而，泡沫经济的特点就在于它必然会突然破灭。日本房产和股票的价格早已远远超过了它的实际价值，人们的买卖已经变成了纯粹的投机和炒作。从 1990 年市场交易的第一天起，日经股价便迅猛地跌入了地狱，其跌势之快令人瞠目结舌，随后，日本股票市场陷入了 10 多年的熊市。同年 9 月，日本 NHK 电视台连续播出有关土地问题的特别节目，指出地价可以下跌，主张进行土地税制改革，限制房地产恶性炒作。以此为转折点，日本地价自二战结束后开始了第一次急速跌落。在泡沫经济之前，花 5 亿日元购买的一套房子到了 1990 年中期一下子降到了 1 亿日元，贬值 80%。尽管这样，大批的土地和房屋还是根本卖不出去，竣工的住宅空空如也，没有住户。1990 年当年日本的各大城市的房价平均下降 15%-20%。而到了 2005 年，日本全国的平均地价已经连续 14 年呈下跌趋势。

日本“泡沫”经济的破灭带来了严重的后遗症，股价、地价大幅下跌，不动产业萧条，股市长期低迷，欠息欠账等不良债务大幅增加，企业对风险产业的投资热情下降。而股价下落直接损害了一般的中小企业以及广大的家庭。当这个人类经济有史以来最大的泡沫破裂后，整整 15 年，日本都在为之还债：经济萧条、政局动荡、犯罪率上升。以东京地铁的 JR 中央线为例，在泡沫破裂后，一度成为破产者自杀的热门地点，为此，东京的地铁不得不都安装了屏蔽门加以防范。直到现在，日本经济还处在恢复期里。

除此之外，泡沫经济的案例还有很多。由于泡沫经济的影响面广，危害性大，世界上各个国家，包括经济正在迅速发展的中国，都在研究泡沫经济，探究它的深层机制，并采取了种种措施，以便预防或者降低它造成的不利影响。

仍然以房地产为例。近几年来，包括我国在内，全球的房价几乎都在迅速上涨。如何抑制过高的房价，防止楼市泡沫，成为各国共同面对的一大问题。特别是在各国楼市中的一些新情况，更是敲响了警钟。比如，2007 年 8 月份的一份数据统计‘表明，俄罗斯房价上涨，而其居民的住房购买力持续下降；英国、印度的房地产价格持续快速上扬，尤其是在印度，有越来越多的海外资金加入到印度的“炒房”中来。面对这样的市场形势，各国不得不采取措施，以防止房产泡沫。以韩国为例，针对近几年房地产市场迅速升温，出现明显泡沫迹象的形势采取了一系列措施：对房地产加大税收力度，政府对居民拥有的第二套以上的住宅征收重税，将转让第二套以上住宅的交易税从 9%-36% 提高到 50%，此举有效抑制了住宅投机；韩国政府还将对非土地所有者自住

的土地交易征收交易税，税额达到 60%，此举有效抑制了土地倒卖的情况；同时，韩国财政经济部、建设交通部等部门还频频对房价虚高的泡沫现象发出警告，并计划自 2008 年起，在 5 年的时间内于房价涨幅最大的首尔江南区建造 10 万套住宅，并计划提高银行贷款利率。这些举措对房产泡沫产生了有力遏制，并为其他国家提供了良好的借鉴作用。

人人都想好，为何结果都不好——囚徒困境

这既是一个耐人寻味的小故事，又是一个经典的经济学悖论。

警察抓获了两个重要的嫌疑犯，却只掌握了很少的证据，如果就此量刑，嫌疑犯将只受到很轻的惩罚。所以，警察就动用了这样一个办法，将两人隔离，然后分别对每个人说：

1. 如果你认罪，而你的同伙沉默，那么他将被判 10 年监禁，而你马上获得自由；
2. 反过来，如果你的同伙认罪，而你保持沉默，那你将被判 10 年，他将自由；
3. 如果你们两个人都认罪，每人都将被判 5 年监禁；
4. 如果你们两个人都沉默，你们每个人只会坐 1 年牢（因为警察证据不足）。

稍加分析，我们会发现，每个嫌疑犯可能面临的监禁分别是 10 年、5 年、1 年和 0 年。从他们的角度来说，当然希望避开 10 年的漫漫铁窗生涯，从而马上自由。但是，问题的关键就在这里：每个人最终的刑期并不是由他自己决定的，而是两个人一起作出选择后的结果，即需要两人共同来达成。读者如果有兴趣的话，可以设身处地，将自己置于嫌疑犯的角度去考虑，就会发现其中有许多奥妙，甚至还能体会到有关人性的问题。

当然，经济学家更关心的是其中蕴藏的“博弈论”原理。一般的经济学理论认为，市场中的每一个个体都希望自己的利益最大化。不过，做生意的人都不是傻子，你希望利益最大化，我也肯定如此。假设我是其中的 A 嫌疑犯，当然希望自己“坦白从宽”，而 B “抗拒从严”，可是多年的“社会经验”告诉我，B 肯定也会这么想。退而求其次，只坐 1 年监禁也不错，前提是两个人都得沉默，但是那样做我将冒极大的风险（因为 B 可能会招供）。思来想去，决定自己还是招供，这样避开了 10 年牢狱，最多也就是坐 5 年，而对双方都有利的 1 年刑期就不作指望了。

“两人共坐五年牢”的结果，在博弈论中被称为“纳什均衡”。它的定义如下：

假设 N 个局中人参与博弈，在给定其他人策略的条件下，每个人都会选择自己的最优策略，从而使自己效用最大化，这样所有人的策略就构成一个策略组合。纳什均衡由所有参与人的最优策略组成，并且在给定其他人策略的情况下，没有人有足够的理由来打破这种均衡。在“囚徒困境”中，两名嫌疑犯都希望自己的利益最大化，并且都知道对方将要采取的策略（其他人策略已经给定），结果产生了一种“纳什均衡”，而任何一名嫌疑犯都无力将其打破。需要指出的是，将“囚徒困境”作为重要课题之一的博弈论几乎彻底改变了人们对市场和竞争的看法。在这里要

提一下纳什，作为一个天才的数学家，在经济博弈论领域，他提出的“纳什均衡”在非合作博弈理论中起着核心作用，到了今天，博弈论研究都以这一概念为基础。而作出划时代贡献的纳什，其克服精神分裂症，坚持研究的经历更是跌宕起伏，令人敬佩。

以旁观者的角度看，“囚徒困境”显然不是一个最佳的结果。然而，它竟然是符合西方经济学理论的。被誉为经济学圣人的亚当·斯密在《国富论》中有句名言：“一个人通过追求自身利益，常常会比他实际上想做的那样能更有效地促进社会利益。”这究竟意味着什么呢？也就是说，在市场经济中，每一个人都从利己的目的出发，而最终全社会将达到利他的效果。通俗点说，就是“人人都为自己好，社会就会变更好”。但是上面的“囚徒困境”却对斯密提出了有力挑战：对两个嫌疑犯来说，在斯密精神的指导下完全为了自己好，结果却是大家都不好。最有利的 1 年监禁没有出现，两个囚徒损人而不利己，一个悖论就此出现——实际上，从某种意义上说，正是这个悖论动摇了西方经济学的基础。

我们已经知道，在“囚徒困境”中，如果两个嫌疑犯相互串供（经济学上要文雅一些，称之为“合作”），就能达成最好的结果；或者换个角度，当他们都首先替对方着想时，也能共同获得最短时间的监禁。这时，问题就变得深刻了：每个人的利己行为，导致的最终结局却是对所有人都不利，只有合作，才能使得大家获得最多的利益，形成所谓的“双赢局面”——话说回来，这个结论又何尝不直指人性的本质呢？

如果将“囚徒困境”和“纳什均衡”运用到真实的生活中来，我们会看到在社会、经济、政治、管理和日常生活的各个方面，都存在着司空见惯的博弈现象。

在我国，老百姓经常会遇到各种各样的家电价格大战，彩电、冰箱、空调……无一不疯狂降价，以期占据市场。消费者当然是受益者，但是，厂家价格大战的结局却往往构成一个“纳什均衡”。前面提到了，它就像“囚徒困境”的结果，损人而不利己，最终是谁都没有钱赚，甚至还濒临破产。价格战对厂商而言无疑意味着自杀。因此，一个正确的解决方法应该是厂商采取合作的态度，通过建立行业协会等方式避免这种没有意义的价格战。

“囚徒困境”还适用于我国的“环境污染问题”。应该说，有些企业很清楚环境污染的危害，也不愿意这么做，但在很多情况下却被迫放弃污染治理。这是为什么呢？我们作个假设，即政府没有严格的管制，那么企业为了追求利润最大化，就必然会以牺牲环境为代价。如果其中一个企业家良心发现，自愿投资治理污染，那么他的生产成本必然增加，从而不得不提高产品价格，最后，在市场上失去竞争力，导致破产。由此，所有的企业最终都会进入“纳什均衡”状态。实际上，一直到 20 世纪 90 年代中期，我国乡镇企业因为盲目发展而造成严重的环境污染，就属于这种情况。大家都知道，从长远看，这种“纳什均衡”是极为有害的，它必将导致个人、企业，乃至整个国家成为“陷入困境的囚徒”。而在政府加强了污染管制后，企业都投入了成本以有效降低污染，即在“治污”上采取了合作的姿态，结果是获得了与高污染时期同样的利润，但是环境却得以大大改善。

经济学的理想实验——完全竞争市场

读过中学的人都知道牛顿第一定律：

“一切物体在不受任何外力作用的情况下，总保持匀速直线运动状态或静止状态。”

如果还有些印象，也许能想起这样一个实验：让一个小球从一个斜面上由静止状态滚动下来，并爬上另一个斜面，假设没有摩擦力，它就会上升到原来的高度。如果逐渐减小第二个斜面的倾角，并使它最终成为水平面，小球就会沿着这个平面以均匀的速度一直运动下去。而且在最后，物理老师还会来一笔“画龙点睛”：这是伽利略的“理想实验”，因为在现实中无法彻底消除摩擦力，所以是无法做到的，但是这种“理想实验”的方法却非常重要，因为它忽略了次要，抓住了关键。

在经济学中，也有类似物理的“理想实验”。在这里，我们就要提到“完全竞争市场”。严格地说，这种市场是一种“理想市场”，在现实中是不存在的。

完全竞争市场，又称纯粹竞争市场，是指一种购买者和销售者的买卖行为对市场价格没有任何影响的市场结构。它的特点主要有四个：

- 一、市场上有无数的买者和卖者；
- 二、同一种产品都是同质的，没有差别；
- 三、市场资源是完全自由流通的；
- 四、所有人都掌握着关于市场的全部信息。

为了便于理解，我们对这四个特征作一些补充说明。既然市场上有大量的需求者和供给者，那么其中任何一个人买与不买，或卖与不卖，都不会对整个商品市场的价格产生影响；既然产品都是一样的，那么对消费者来说，购买任何一家厂商的商品都是一样的；既然信息是非常充分的，那么也就排除了由于信息不畅可能产生的市场同时存在几种价格的情况，价格只能是一种，否则顾客当然会去挑最便宜的商品。

在这样的完全竞争市场里，商品的价格将彻底地由市场供给和需求决定，并且，每一种商品都会在最后形成一种均衡价格，也就是当市场供需相等时的价格。

伽利略的理想实验固然无法完全付诸实施，但还是可以利用小球和木板进行相对的模仿。完全竞争市场也是如此，我们可以在现实中找到和其相似的市场来。比如鸡蛋市场，我们用完全竞争市场的四个特征来进行分析。

如果多逛逛农贸市场，你很快就会发现，作为生活必备食品，几乎家家户户都要提个袋子或篮子去买鸡蛋，而且，卖鸡蛋的摊位也实在是很多。如果我们“理想”一下，就可以认为鸡蛋市场上有无数的买者和卖者。每个摊点的鸡蛋都大同小异，只要不是碎的、坏的，一般没有人会

去较真，硬要比较不同摊位的鸡蛋有什么区别，否则，那就真成了“鸡蛋里挑骨头”了。所以，可以看做所有的鸡蛋完全同质。至于完全竞争市场的其他两个特征，我们可以看到买方和卖方都能自由选择进入还是退出（也就是鸡蛋买卖完全自由），至于鸡蛋市场的信息，并没有多少值得掌握，所以也可以看做人们全部了解相关信息。在这个鸡蛋市场里，各个摊位的价格都一样，而且是由供需决定的均衡价格。通过鸡蛋市场，我们可以更形象地理解完全竞争市场——实际上，大多数农产品市场基本上都和完全竞争市场近似。

那么，这里还有问题，在完全竞争市场或者近似的市场里，因为同质同价，卖方究竟怎样才能赚取更多的利润呢？难道只能靠运气的青睐吗？的确，在这样的市场里，卖方完全受到市场支配，竞争激烈，在产品完全相同的情况下，卖方就不得不在降低成本上大做文章（比如降低运费、减少商业开支等）。除此，卖主还要进行价格外的营销竞争，比如要热情周到地服务，把鸡蛋装进盒子便于顾客提携，给鸡蛋贴上商标等，都可以吸引更多的顾客。

我们已经知道，现实中并不存在着真正意义上的完全竞争市场。但是就像伽利略的理想实验一样，现实中能否实现不重要，重要的是有了这种完全竞争市场的模型，并对之进行分析，我们就有了一把尺子，一面镜子，就可以很好地加深对非完全竞争市场的理解。

几个企业说了算的市场——寡头市场

看看这几个词，大家应该都不会陌生：——“朕”，“寡人”，“孤家”。

它们立刻让人想到古代的皇帝。不开口则已，一开口就是“朕”、“寡人”的人物，基本上都是说了算的角色。可以说，这几个词意味着强大权力。现在没有皇帝，也没有人以“寡人”自居了，但是在市场领域，却还存在着“寡头”一说。虽然它指的不是皇帝，却与之有着相似的地方，即有着强大的“说了算”的力量——经济力量。这就是将要提到的寡头市场。

寡头市场，也称寡头垄断，是指某种商品的生产和销售由少数几家大企业所控制的市场，其特点是在该行业中厂商数量少并且相互影响，而商品的价格比较稳定，厂商们进出这个行业都不容易——在这里补充一句，实际上，像这样的大企业几乎就相当于该市场中的皇帝，起码，也是诸侯。

当今世界上存在着一个规模极为庞大的寡头市场——民用飞机市场，在这个市场里有两个寡头：美国“波音”和欧洲“空中客车”。在全世界的天空里纵横穿越的客机基本上都是产自这两家公司，中国概莫能外，民机市场亦被“波音”、“空客”两个寡头共同垄断。到现在，民机市场已经成为全球垄断程度最高的行业之一。统计数据表明，在这一市场，特别是干线飞机领域，波音公司和空客公司已经完全瓜分完了世界市场。飞机价格极其高昂而又不可或缺，可以想象，在这一领域，占据垄断地位的波音和空客会获得多么丰厚的利益。

读者也许会问，其他的飞机公司为何不能进入这一市场呢？难道波音和空客真的就像皇帝一样专制，不许别人进来分一杯羹吗？两者当然没有权力禁止其他公司（包括本国或者外国）进

入客机市场，但是，他们却可以利用自己的强大实力，在这一市场上打压其他公司，从而确保自己的霸主地位，成为实际上“说了算”的“飞机皇帝”。而这，又要从寡头市场的行业特点说起。

在现实当中，寡头垄断常见于重工业部门，比如汽车、钢铁、造船、石化，以及我们正在谈论的飞机制造等部门。这些行业的突出特点就是“两大一高”——大规模投入、大规模生产、高科技支撑。这些苛刻的条件使得一般的厂商根本难以进入，再有钱的老板在这些行业门口一站，马上就会发现自己做的只不过是“小本生意”。而且，那些已经历长期发展（动辄几十、上百年）、具备垄断地位的“巨无霸”企业，为了保持对技术的垄断和丰厚的利益，也势必要采取种种高压手段打击竞争对手，绝不允许任何后来者与自己分享这一市场。这是现实，也是一种市场竞争的必然。

在民用飞机市场里，一直以来，波音、空客把精力投注在干线飞机市场，而不太关注支线飞机市场。加拿大庞巴迪宇航公司则活跃在支线领域，并占据了 20-92 座支线飞机市场的 41% 的份额。随着羽翼渐丰，庞巴迪有意寻觅更广阔的天空。由于不甘心干线市场被“双寡头”垄断，庞巴迪决定研发 110 座和 130 座的 C 系列民用飞机，为此投入了大量人力物力，并使用了大量类似于波音和空客的干线飞机技术。卧榻之侧，岂容他人安睡，一贯是竞争对手的波音和空客马上联合起来予以强烈反击，依仗富可敌国的财力，对相关企业抛出种种合作策略（实际上就是“恩威并施”），以至于在两大“寡头”的影响下，出于对利益的考虑，全球没有一家发动机制造商和航空公司敢于拿出实质行动支持庞巴迪的研发计划，既没人向其出售发动机，也没有人敢向其订购大飞机。到了最后，庞巴迪公司不得不放弃了已成“空中楼阁”的宏伟计划。实际上，日本、荷兰、俄罗斯、印尼甚至还有中国的民机制造业都或多或少受到过波音和空客的压制。两大寡头可以允许外来者进入狭小的支线飞机市场，但在大飞机市场里，是绝不容许外来者进入的。不过，尽管如此，仍然有许多企业盯着这一市场，并为进入该领域进行着不懈的工作。

“冰冻三尺，非一日之寒”，寡头市场有着长期发展所形成的优势，也有着明显的劣势。总的来说，就经济效率而言，由于长期以来寡头市场的市场价格高于边际成本，企业利润有着稳定、可靠的保障，加之缺乏竞争者的加入，因此寡头企业在生产经营上要缺乏积极性，这会导致其效率降低。但是从另一方面看，由于寡头企业规模较大，往往便于大量使用先进技术，所以又有效率较高的一面。有鉴于此，许多国家都在试图“扬长避短”，在发挥其高效率一面的同时，制定相应政策法规抑制其低效的一面（比如保护与寡头企业密切关联的其他中小企业的权利，打击垄断等），从而促进寡头市场的竞争。大鱼吃小鱼兼并企业兼并在当今已经屡见不鲜。“合而为一”，当优势企业兼并了劣势企业，后者的资源便可以向前者集中，这样一来就会提高资源的利用率，优化产业结构，进而显著提高企业规模、经济效益和市场竞争力。对于一个国家而言，企业兼并有其调整产业结构，在宏观上提高资源的利用效率。对兼并的研究，一直是经济学家的重点课题。不过，在此需要指出，人们提起兼并的时候，往往会把这样几个词混淆：“兼并”、“合并”与“收购”。

它们的共同点在于：这三种行为都是企业产权的有偿转让，即都是企业的买卖，都是企业为了谋求发展而采取的外部扩张措施。但具体来说，合并是指两家以上的公司归并为一个公司。

兼并是指把其他企业并入本企业里，被兼并的企业将失去法人资格或改变法人实体。收购在操作程序上与合并相比要相对简单，只要收购到目标公司一定比例的股权，进行董事会、监事会改组就可以达到目的。因此，一般情况下，可以这样认为：收购是兼并中的一种形式，即控股式兼并，而兼并又包含在广义的合并概念中，它是合并中的一种形式，即吸收合并。

当今世界上，任何一个发达国家在其经济发展过程中，都经历过多次企业兼并的浪潮。以美国为例，在历史上就曾发生过 5 次大规模企业兼并。其中发生于 19 世纪末 20 世纪初的第一次兼并浪潮便充分发挥了优化资源配置，在微观上和宏观上“双管齐下”的巨大威力，不仅使得企业走上了腾飞之路，更是基本塑造了美国现代工业的结构雏形。

当今世界航空制造业排行第一的美国波音公司有过多项兼并其他企业的案例，其中最著名的就是兼并美国麦道公司。在 1996 年，“麦道”在航空制造业排行世界第三，仅次于“波音”和欧洲的“空中客车”。该年“波音”以 130 亿美元的巨资兼并“麦道”，使得世界航空制造业由原来“波音”、“麦道”和“空中客车”三家共同垄断的局面，变为“波音”和“空中客车”两家之间的超级竞争。新的波音公司在资源、研究与开发等方面的实力急剧膨胀，其资产总额达 500 多亿美元，员工总数达 20 万人，成为世界上最大的民用和军用飞机制造企业。这对于“空中客车”来说构成了极为严重的威胁，以至于两家公司发生了激烈的争执。在经过艰苦的协商、谈判后，波音公司最终被迫放弃了已经和美国几十家航空公司签订的垄断性供货合同，以换取欧洲人对这一超级兼并的认可。但是不管怎样，前无古人的空中“巨无霸”由此诞生，并对世界航空业产生了巨大影响。

由于兼并涉及两家以上企业的合组，其操作将是一个非常复杂的系统工程。成功的企业兼并要符合这样几个基本原则：“合法”、“合理”、“可操作性强”、“产业导向正确”以及“产品具有竞争能力”。同时，企业兼并还要处理好“沟通”环节，包括企业之间技术的沟通，以及人与人的交流。只有这样，才能使企业兼并发挥它的优势，否则将会适得其反，在未能达到兼并目的的同时反受其害。有统计表明，全球一半以上的企业兼并行为都没有达到预期的目标——从表面上看，企业规模是增加了，但却没有创造出经济效益，更有甚者，因为兼并使得企业失去了市场竞争力。

以互联网为例，在 20 世纪 90 年代初期，网民的计算机上同时使用着两种浏览器：一种是微软的 Explore，另一种则是美国网景公司的 Netscape。微软凭借强有力的竞争措施逐渐在浏览器市场上占据了优势地位，网景处于相对的弱势地位。

1998 年，美国在线(AOL)以 42 亿美元的价格收购了 Netscape。当时，Netscape 在微软所提供的免费浏览器面前已经显得非常渺小，但美国在线却对其前景颇为看好。在他们看来，依靠美国在线的雄厚财力和技术优势，可以使得 Netscape 重新焕发活力，成为与微软竞争的对手。然而，无情的事实证明这是一项失败的兼并。首先，该次合并在一开始就受到很多人的质疑，认为两个公司在程序设计上，技术差异太大，难以兼容；其次，美国在线急于求成，于 2000 年直接跳过 Netscape*5，推出基于一项新技术-Mozilla*0.6 原始码的 Netscape*6。但是，由于 Mozilla*0.6

一时并不稳定，结果 Netscape*6 进一步失去了自己原有的用户。这两大失误使得美国在线不得不于 2008 年 3 月 1 日起，停止开发网景浏览器，作为一款曾经改变互联网、有着辉煌历史的浏览器，Netscape 彻底退出了历史舞台。

为什么东西越贵越有人买——吉芬商品

在日常生活中，许多人讲究“货比三家”。以张女士为例，她在购买时，总是会将好几家超市、商场的价格进行查询、对比。有一回，张女士的儿子要在一超市购买某种品牌的 T 恤衫，一看标价 100 元，张女士赶紧阻止，因为她刚刚查到离家三站地远的另一超市，同一款衣服正在打折促销，仅需 80 元。不仅如此，张女士还总结了好些省钱妙招，还常常对别人介绍经验：“买就要买个价廉物美，这才是过日子。”

张女士的做法想必大家早已司空见惯，这也是大多数百姓的购物哲学。但是，事情总有其特殊的一面。有时候，某种商品的价格如果上涨了，消费者对它的需求量却不降反升。听起来这似乎和商品需求规律是相悖的，但是在现实生活中确实存在着这种现象，我们将这样的商品称为“吉芬商品”。

“吉芬商品”是以英国经济学家吉芬的名字命名的。原来早在 1845 年，爱尔兰爆发了一次大饥荒，农产品的价格急剧上涨。令人奇怪的现象发生了——土豆、肉和奶酪的价格都已经很高，按常理讲，它们的消费量都应该降低，实际上肉和奶酪的情况确实如此，唯独土豆的销量却一反常态，大大增加。吉芬仔细研究了这种现象，他发现，由于土豆在当时爱尔兰人的生活支出中占有很大的份额，在大饥荒里生活大大恶化，人们为了生存，被迫大大减少了对肉和奶酪的消费，而把节约下来的钱花在相对而言还算便宜的土豆上。自此以后，人们就把这种价格上涨反而使得销量增加的商品称为、“吉芬商品”——可以想象，如果开头提到的张女士身处这种特殊的情况时，面对土豆这样的吉芬商品，恐怕也顾不得什么“价廉物美”了。

其实，生活中的吉芬现象并不少见。最突出的就是这几年来的房市。房价涨得越来越快，而买房子的人却越来越多，许多没钱的人也在想方设法购买，借钱、按揭、攒钱……无不希望自己“有房一族”的美梦早日成真。在股市上也经常看到吉芬现象。当某一种股票持续上涨的时候，经常看到的局面便是人们争相抢购这种股票，以便能够赶上“牛市”多赚一笔。相反地，当一种股票的价格持续下跌的时候，购买它的人反而会明显很少，而拥有它的人也都希望尽快抛出，以便避开“熊市”。另外，日常生活中还有一种所谓的“雨伞现象”。刚下车的乘客突然遇到大雨，早有准备的小贩趁机推销自己的雨伞，而且价格明显超出平时。结果是价格虽然上涨了，雨伞却卖得很不错。

那么，归根结底，“吉芬商品”是不是违反一般的商品需求定律呢？需求定律的定义是“在其他条件不变时，需求价格与需求量呈反向变动关系”。这里需要指出它的前提，即“其他条件不变”。这个不变其实涵盖了关于需求的许多概念，如“需求弹性”和“供给弹性”。以上述“雨

伞的需求量上升”为例‘，雨伞销量的上升，关键原因不是价格上涨，而是由于天空突降大雨，即“需求定律”的“其他条件”已经发生了变化了。这时“需求弹性”急剧降低，对价格已经不再敏感。在这种情况下，只要价格还不是高得离谱，人们就会购买。试想如果雨并不是很大，人们可以赶到商店再去购买的话，小贩们的高价雨伞自然就无人问津了。这一道理对于爱尔兰的饥民同样适用。土豆价格上涨而需求量反而上升，是因为人们收入所限只能去选择土豆。同时，在饥荒的压迫下，他们预期价格还会再涨，于是就去抢购。从这一点上说，“吉芬现象”并不等于推翻了需求定律。

信息不对称的产物——逆向选择

有这样一则趣闻：

一位大龄男青年多次在婚姻介绍所征婚都没有结果，不是这里不满意，就是那里不中意。时间长了，渐渐也就对征婚失去了信心。不料，婚姻介绍所又一次给他精心推荐了一位女士，称对方长得温柔贤惠、楚楚动人，但是男青年根本不信。婚介所就给他一段关于此女士的个人光盘以证明所言非虚，再加上婚介的一番夸赞，男青年动了心思，向婚介所付了费用。然而在经过一段时回的相处后，男青年发现自己再次上当，因为对方有着女性里比较罕见的口吃病。愤怒之下，男青年去婚介所索要费用，但是对方却明确拒绝，理由很简单：我们最初提供的信息是真实的——她确实长得不错——我们并没有说谎。

我们可以从信息经济学的角度分析一下，男青年吃亏在什么地方。我们知道，在市场上（比如本例中提到的婚介），任何一方都应尽可能多地掌握信息，另外，如何传递信息也很重要。婚介提供女士的信息时，肯定了解该“商品”（女士）的详细信息，但是却在传递信息的过程中使男士处于不利地位，他并不了解她的某些不利的特性（严重的口吃）。结果，在付费之后才惊觉上当。由此可见，买卖双方对商品的了解如果处于信息不对称的状态时，信息较充分的一方将更加有利；反之，信息不充分的一方就被动了。

在生活中，有些人常常会因虚假广告而上当受骗，蒙受损失，这便是由“信息不对称”造成的。最常见的就是那些“神奇的”医药广告，厂家（卖方）的宣传多是包治疾病，甚至还制造出一些“医学权威”做幌子。每个患者都希望自己早日康复，但是他们却往往缺乏对相关的医药知识和医疗动态的了解，在信息不对称的情况下，就会容易轻信那些虚假广告。

“一个人掌握的信息达到何种程度，就会采取相应的选择。”这是信息经济学的的一个基本原理。在双方信息不对称的情况下，总体而言，谁处于信息劣势，就会处于博弈劣势。因为虚假广告上当，从表面看是因为受害者目光不够准确，一时冲动花钱当了冤大头，但是以信息经济学的的眼光看，则是由于受害者掌握的信息不够充分，只能根据手头仅有的信息作出选择。消费者总是希望买到质优价廉的商品，但是现实生活中常常会出现买回的东西用了不久才发现质量糟糕的情况，这就是因为他当初购买该商品时掌握的信息处于劣势，不能发现真相。

以上所列举的是个体在接受外界信息时的情况。反过来，我们也会向外界传递自身的信息，求职就是其中一例。这时情况就反过来了，招聘方处于信息不对称的劣势。公司不可能在短期内对应聘者（也就是我们自己）的品质、能力、经验等有一个全面的了解。那么在这时，用人单位在进行“信息选择”时，一个非常重要的信息就是你提供的文凭。一般情况下，文凭信息是不容易造假的。尽管也会出现“高文凭低能力”的情况，但总体而言，企业对应聘者的信息掌握不完全时，借助文凭信息还是简单实用的。

信息不对称对于市场而言是不利的，因为它会限制市场的能力。一个常见的例子就是二手车市场。假设有一辆旧车，其实保养得相当不错，车主完全了解这一点，然而顾客却不可能在短时间内对车况抱以信心，他只能根据惯常的经验判断。此时，他总是会从最坏的车况想起，因此只能提供一个很低的价格，而车主再怎么强调这是好车都无济于事。由于车主除了嘴巴以外缺少其他办法向顾客提供值得信赖的信息，最后双方很难成交。接下来，顾客很可能作出的选择是：用低价购买了另外一辆质量很差的二手车——面对质量好的，却最终选择质量差的，这就是信息不对称的一种产物：逆向选择。

“逆向选择”在经济学里含义颇为丰富，这里可以解释为交易双方在信息不对称时所产生的劣质商品驱逐优质商品的现象。如果逆向选择长期存在，必然使得市场上产品的质量整体下降，因为好东西都被次品赶跑了。

以保险公司对汽车司机的投保为例。在投放车险时，保险公司自然希望它的顾客是一些经验丰富、稳重可靠的“好司机”，因为他们们的事故概率较低。当然大家都能理解，“差司机”其实更需要买保险，以便应对各种事故造成的损失。然而此刻，保险公司面对的却是一个信息不对称的问题，关键就在于分辨司机的好坏并不容易。如果真有“火眼金睛”的本事，保险公司就可以向好司机提供较低的保费率，而差司机的则加倍提升。

但是现实并非如此。这时保险公司面临着两种情况：假设顾客都是好司机，从而对每人索取相同的低保费率，但这样一来保险公司将面临巨大的破产风险，因为很难筹到足够的费用来赔付差司机带来的损失。这时，保险公司只好走向另一个极端，即假设顾客都是差司机，对他们索取同样的高保费率，但是这样一来，好司机就不愿意再买保险了，因为他们们的事故率本来就很低，现在却要面对太高的保费率。结果，在车险市场上，就出现了“逆向选择”现象——劣质商品（差司机）驱逐了优质商品（好司机）。毫无疑问，由信息不对称导致的结局对市场是很不利的。除非保险公司能找到一个办法，使自己摆脱信息不对称的劣势地位，将好司机区分出来，否则它将会损失巨大的市场利润。

要避免“信息不对称”和“逆向选择”现象的发生，首先需要掌握真实、可靠的信息。对于企业或者个人而言，在信息生产、传递的过程中，只有真实信息才能长期地发挥作用，虚假信息也许会赢得一时的利益，但不可能长久立足。其次需要逐步健全社会秩序和经济秩序，减少短期投机，建立长久合作。充分发挥制度和诚信的效力，必将有力消除信息不对称对市场的危害。

第九章 国际金融与国际贸易——对外交往要懂的经济学

凶猛的金融鳄鱼——热钱

热钱，又称游资，或叫投机性短期资本，在国际金融市场上，它流动迅速，目标是以最低的风险换来最高的报酬。由此可以看出热钱的三个最大特点：短期、套利和投机。这使得热钱成为诱发市场动荡乃至金融危机的重要因素。当年在墨西哥爆发的金融危机，热钱就起了极坏的作用。

在 20 世纪 80 年代后期，位于中北美洲的墨西哥为了加速本国经济增长，不断采取措施鼓励外资进入。当时，在北美自由贸易区正在筹办的情势下（后于 1994 年 1 月 1 日正式成立），墨西哥的经济前景也被广泛看好。由于墨西哥在进出口贸易中经常出现逆差，政府便采取大量吸引国外资本的方法来保持国际收支平衡。这样，到了 1993 年时，墨西哥外资流入量已经高达 300 多亿美元，但是其中的投机性资金超过了 50%，并且主要投入于证券和货币市场。大量的短期投机资金即构成了“热钱”，它们大大增加了墨西哥经济体系的脆弱性，只要国内外政治、经济形势发生任何风吹草动，都可能引起资金外逃，爆发金融危机。

在 1994 年，发生了两件对墨西哥非常不利的事情。一是美国联邦储备委员会 6 次提高基准利率，吸引了国际金融市场的资金向美国回流；二是这一年墨西哥总统大选，执政党的一名总统候选人被暗杀，政局动荡，投资者对墨西哥经济前景的信心动摇。在这两个因素的共同作用下，是年大量资金从墨西哥外逃，仅证券市场外流资金就高达 180 亿美元。墨西哥的国际贸易逆差迅猛加剧，外汇储备大量减少。为了改善这种情况，1994 年 12 月 20 日，墨西哥政府宣布本国货币比索对美元汇率的浮动范围扩大到 15%，但这实际上意味着比索的贬值。政府本来希望借此抑制资金外流，不料投资者更加失去信心，热钱外流更为迅猛。从 20 日至 22 日，短短的三天时间，墨西哥比索兑换美元的汇价就暴跌了 42%，这在现代金融史上都是极为罕见的。从 1994 年 12 月至 1995 年 3 月，墨西哥发生了一场比索汇率狂跌、股票价格暴泻的金融危机，直到以美国为主的 500 亿美元的国际资本援助到位后，这场金融动荡才于 1995 年上半年趋于平息。然而这场金融危机的震撼力已经波及全球，首当其冲的便是阿根廷、巴西、智利等经济结构与墨西哥相似的拉美国家。他们都存在着债务沉重、贸易逆差、币值高估等经济问题，由于外国投资者担心墨西哥金融危机有可能扩展到整个拉美，便纷纷抛售这些国家的股票，由此引发了拉美股市猛跌。结果仅在 1995 年 1 月上旬，短短十多天里，整个拉美证券市场就损失了近 90 亿美元的市值。这场由热钱酿成的金融风暴，迄今为止都让世界谈虎色变。

作为快速流动的投机资本，热钱在世界各地游荡，并频频引爆金融危机。1997 年的亚洲金融风暴，就沉重打击了许多国家，其影响还波及了中国。以韩国为例，在危机爆发前，韩国金融机构采取的是“短借长贷”的追求发展速度，但却充满风险的政策。但是当起源于东南亚的金融危机爆发后，大量热钱以及其他外国资本迅速大举撤离韩国，由此韩国突然出现了巨额短期外债要求兑现的局面，整个国家的资金顿时面临着枯竭，紧接着，韩元暴跌、股市疯降和企业接连破产，韩国经济陷入了前所未有的困境。另外，经济前景曾被一度看好的泰国在 1997 年前奉行“高

利率”政策，直接吸引大量“热钱”涌入。然而当泰铢贬值后，“热钱”迅速逃逸，泰国的经济大厦随之崩溃。

鉴于热钱对一个国家的经济、市场有着如此严重的危害，金融专家们一直在对各种热钱危机进行深入分析，总结出危机发生前普遍存在的一些特征：

1. 在热钱危机爆发前，国家已经有着持续多年的经济高速增长。以泰国为例，在 1990-1995 年，其 GDP 平均增长率高达 9%，而且在 1997 年金融危机之前，泰国国民经济已经连续 15 年保持高速增长。

2. 外部资金大量流入国内，造成普遍投资过度现象。在 1995 年，韩国的投资总额占 GDP 的比例高达 34%，1996 年便超过了 40%，由此导致电子、汽车等一些关键工业以及房地产出现生产能力过剩。

3. 股票、房地产等资产价格迅速上涨。泰国在经济危机爆发前，大量外资投入到房地产，房地产贷款比例高达 25%，但是房屋空置现象却很严重。泰国股市、楼市都出现了过度繁荣的现象。

4. 货币普遍被高估。墨西哥在危机前实施盯住美元的汇率政策，导致比索被高估。然而，一旦热钱危机爆发，货币“内虚”的隐患立刻发作，汇率一泻千里。

总的来说，预防热钱危机要做好以下几方面的工作：

1. 加强外汇监测体系，及早察觉外汇在本国的异常流动。

2. 注意政策、制度的可逆性设计，一旦热钱大量外流时，政策制度可以进行相应的应对和补救。

3. 保持理性政策，防止经济大起大落。保持经济的平衡增长而不是追求过度的繁荣，始终是稳定国家货币和金融体系的根本。

以越南为例，在经历热钱危机后，在金融开放进程上不再过于求大求快，而是通过制度化对资金进行约束，引导它为优化经济结构服务。央行不仅缩减了货币供应量，还对贷款采取了更加严格的措施。此外，越南还计划对外国资本占有股份上限加以规定，据悉，目前越南的上市公司外国资本只允许最多占有 49%。在 2008 年 5 月，东南亚国家联盟 10 国以及中国、日本和韩国 3 国计划出资至少 800 亿美元建立共同外汇储备基金，以帮助参与国抵御可能发生的金融危机，维护地区金融稳定，这无疑是在构筑了一道强大的堤坝，以遏制“热钱”再度兴风作浪。

2008年4月10日，中国外汇交易中心经中国人民银行授权公布信息：银行间外汇市场人民币对美元汇率中间价首度升值“破7”，比价为6.992:1。这一消息引起了外汇市场的高度关注。“破7”，这一天成为人民币对美元汇率持续升值、屡创新高的一个具有标志性意义的日子。

说起人民币升值，就必须谈及一个基本概念：汇率。

汇率，也称做汇价，是国家与国家之间兑换货币时的比率。通俗地说，如果把另一个国家的货币视为商品的话，汇率就是买卖该国货币的价格。当今世界上的货币种类繁多，名称不一，币值不同，所以货币与货币之间兑换时要规定汇率。

在国际贸易中，汇率起到不可或缺的杠杆调节作用。举例说明，在我国生产的一件衬衣，假设其价值为100元人民币，以上文提到的汇率比6.992计算，这件衬衣在国际市场上的价格就是14.30美元。假设该汇率涨到6.500:1，也就是说美元贬值，人民币升值，该商品在国际上的价格变成15.38美元；反过来，如果汇率降至7.5:1，美元升值，人民币贬值，衬衣在国际上的价格就成了13.33美元。由此可见，在国际市场上，商品的成本和价格必然和汇率的高低有关。衬衣的价格低，市场竞争力就强，此类衬衣的出口就会提升；反之，衬衣的出口就必定会受到制约。这就是汇率对国际贸易的基本作用。

世界上没有完美无缺的事物，对于任何一个国家来说，汇率都是一把“双刃剑”。汇率变动究竟会带来怎样的好处与坏处，要视一个国家的具体情况而定。

人民币如果适度升值，老百姓的第一感觉自然是手中的人民币“更值钱”了。

在我国，经常有人在取得外国大学的入学许可后，因为无法证明有足够的费用可以支付在国外的学费、生活费而不能成行。比如美国，近十多年来大学的学杂费不断上升，涨幅惊人，许多大学一年的费用已超过3万美元，而一些名校的收费更加高昂。不过现在情况将会出现好转，对于中国学生而言，在国外留学，将会比以前花更少的钱。原因很简单，就在于人民币对美元的汇率上升，人民币升值的缘故。

人民币升值还可以降低我国能源和原料的进口成本。随着经济建设的发展，我国对资源的需求量越来越大，大量资源依赖进口。在国际能源和原料价格不断上涨的形势下，国内企业的生产成本越来越高。如果人民币升值到合理的程度，就可大大减轻进口能源和原料的负担，从而使国内企业降低生产成本，增强竞争力。

近年来，我国出口贸易发展迅猛，贸易顺差日益增多。我国的主要贸易伙伴一再要求人民币升值。如果对此简单拒绝，将会不断恶化我国和他国的关系，对外经贸发展会遇到更多的障碍。最近几年针对中国的反倾销案迅速增加就是一个显著迹象，人民币适当升值，有助于我国缓和与主要贸易伙伴的关系，减少经贸纠纷，在国际上树立一个大国的良好形象。

然而，汇率的上升同样也会给我国带来种种不利。如果人民币升值幅度过大，将首先对我国的出口企业，尤其是劳动密集型企业造成冲击。在国际贸易中，中国产品由于劳动力价格低廉，

出口企业采用低价销售策略，使得其出口价格远低于外国的同类产品，具有明显的竞争优势。如果人民币一旦升值，汇率提高，我国出口产品在用外币表示其价格时，必然会提高，这就削弱了其价格竞争力。如果要保持出口产品的外币价格不变，则将损失出口企业的利润，从而对企业造成很大的冲击。由于我国出口企业大都属于劳动密集型，这些企业的就业岗位数量必将受到影响。从而使国内就业形势变得更为严峻。

除此之外，人民币汇率上升，大量境外短期投机资金就会乘机而入，变成“热钱”大肆炒作人民币汇率。在中国金融市场发育还不健全，缺乏有效机制的情况下，这样很有可能引发金融货币危机。

由于汇率变化会给我国的进出口贸易带来大范围波动，我们应该客观分析，对其有利之处充分利用，对其不利之处要采取必要措施加以化解。这不仅会起到稳定我国经济的作用，还将对世界其他国家产生有利影响。例如，在亚洲金融危机期间，东南亚国家的货币纷纷大幅贬值，他们的出口结构与我国大致相同，但中国却坚持了人民币汇率不贬值，对整个国际社会作出了重大贡献。

经济领域的世界大战——国际贸易

传说在古代，有一个国家的皇帝下了一道奇怪的圣旨，本国的大臣都得穿丝绸衣服，而老百姓却不能养蚕，只能种粮食。结果丝绸价格一涨再涨，仍然供不应求。见到这一情况，邻国几乎举国的老百姓都去养蚕制丝，再转而卖到这个国家，许多人发了大财。几年过后，这个国家的皇帝又下了第二道命令，本国大臣只能穿土布衣服，于是邻国的丝绸一下子卖不动了，不仅如此，由于举国造丝，无人种粮，他们只得向这个国家高价购买。然而紧接着，皇帝下了第三道命令：本国的粮食一粒都不能卖到外国去。结果可想而知，不动干戈，一个没有种粮食的国家便就此灭亡了。

以经济学的眼光看，这就是利用国际贸易毁灭了一个国家。虽然这个故事带有寓言味道，但却很真实地传达了一个信息：国际贸易对于一个国家来说，是非常重要而又伴随着风险的。那个灭亡了的国家，是以放弃国民生存的根本——粮食生产为代价去牟取暴利，这种做法当然极不可取。

国际贸易也叫世界贸易，是指不同的国家和地区之间进行商品和劳务交换的活动。它由进口和出口组成，所以也常常称之为进出口贸易。从根本上说，国际贸易和国内贸易并无不同，但是它在不同国家和地区间进行，容易受到国际政治、经济、双边关系等局势变化的影响，因此更为复杂。

对于任何一个国家而言，国际贸易都同时有着正面和负面影响。

国际贸易可以有效利用世界的资源，从而为各国提供更多的发展机遇，使其变得更加富裕。比如泰国生产稻米的成本较低，而日本生产电子产品的成本较低，那么泰国和日本可以进行稻米与电子产品的贸易（当然过程会很复杂），这样就有效避免了资源浪费。特别是在经济全球化的今天，如果在世界范围内形成国际分工协调与合作，每个国家都有希望得到更多的机会。

但是，国际贸易毕竟是一种世界范围的市场竞争，它的负面影响也很明显。由于国与国之间经济发展的不平衡，经常会出现发达国家依靠强大的经济实力，不考虑全局利益，自私地进行经济侵略，有可能让发展中国家受到更大的损失。在这种情况下，国际贸易就更像是一场经济领域的世界大战了。

1998 年，在美国发生了一起针对中国的反果汁倾销案。由于中国苹果资源丰富，质量上乘，加之生产成本较低，使得中国生产的浓缩果汁在国际市场上赢得了“价廉物美”的声誉，并对美国的同类产品构成了强劲竞争。针对这种情况，美国企业诉讼中国企业在美存在果汁倾销行为，要求对进口自中国的浓缩苹果汁征收 91% 的反倾销税。如果美方胜诉，中国的果汁在美国销售时将不得不提高近乎一倍的价格，将马上在这一市场陷入困境。对此，中国湖滨果汁有限责任公司、山东烟台北方安德利有限公司、中鲁果汁集团公司等 9 家国内企业经过充分准备果断应诉。在应诉过程中，中国企业针对国际上对倾销的认定和处理作出了有利安排，并聘请了具有丰富反倾销办案经验的美国律师来办理此案。经过艰苦的应诉，美国国家贸易委员会作出最终裁决，对来自中国的浓缩苹果汁征收 51.74% 的反倾销税。在这场中美贸易纠纷里，中国企业取得了大胜，避免了巨大的利益损失。这起国际贸易纠纷案使得中国出口企业大受鼓舞，充分说明只要准备充分，有理有利，在国际贸易纠纷案中，我们就不会总是处于不利的地位。

除去发达国家和发展中国家的贸易纠纷外，出于对利益的争夺，强势国家之间的贸易摩擦也屡见不鲜，并且更加激烈，比如旷日持久的美日汽车贸易战就是在两个经济巨人之间展开的。

“车到山前必有路，有路就有丰田车。”伴着这句著名的口号，日本丰田公司的汽车踏上美国的征程。同时进入美国市场的，还有其他的日本汽车公司。当日本汽车迅速崛起时，美国汽车业却出现明显衰落。在 20 世纪 80 年代初期，日本就占据了汽车制造业的头把交椅，而美国克莱斯勒、福特和通用三大汽车公司却都出现亏损。在进入 90 年代后，美国汽车市场里的日本车占有 25% 的份额，而美国车在日本市场上仅占 1.5%，彼此之间的汽车进出口贸易差距悬殊。而在汽车零部件贸易中，美国有高达 120 多亿美元的逆差，占据了对日长期双边贸易逆差的 60%。为了缩减逆差，美国决定从汽车贸易开始采取措施。

1980 年，美日之间旷日持久的汽车贸易战正式开始。从 1980 年到 1992 年，双方有关汽车贸易摩擦的谈判几乎就没有间断过。到了 1992 年，时任美国总统的老布什亲自带领美国汽车制造商组团到日本进行谈判。精明的日本人欲擒故纵，同意从该年起将对美轿车出口量由 230 万辆降至 165 万辆，紧接着便暗度陈仓，进一步扩大日本公司在美国本土的汽车生产，并通过在其他国的汽车生产，借助第三国将汽车源源不断开入美国。面对这种情况，1993 年美国总统克林顿在《美日框架协议》中要求日本进一步开放汽车市场，但遭拒绝。到了 1995 年 5 月 16 日，美

国政府终于决定实施单边报复，宣布将对来自日本的豪华轿车征收 100% 的关税。这一举措顿时在日本国内引起轩然大波，并迫使日本人“真正地”坐下来与美国人谈判。在经过拉锯式的磋商后，双方终于达成《美日汽车及汽车零件协议》。日本同意放宽对汽车配件市场的管制，增加购买美国生产的汽车零配件数量，美国则放弃了对日出口汽车及其零配件一贯设定数量目标的做法。自此，这场美日汽车贸易大战趋向缓和，然而，还远远不到画上句号的时候，双方的摩擦仍然时断时续。

国际贸易纠纷一旦爆发，势必异常激烈，因为它往往关系到一个国家某个行业的整体利益，进而牵连到国家的经济命脉。因此，维护自由贸易、反对成员国采取单方面的贸易限制措施的世界贸易组织便应运而生，并对解决国际贸易纠纷起到了积极的作用。我国在加入 WTO 后，与中国有关的诸多贸易争端便可以依据世贸组织的多边机制予以应对，更好地维护自身的利益，取得更快的经济发展。

从西班牙烧鞋事件谈起——商品倾销

2004 年 9 月 17 日，在西班牙东部的埃尔切城，几百名身份不明的西班牙人拥集街头，纵火焚毁了一座来自中国温州的鞋商仓库，同时还烧毁了运载着鞋集装箱的汽车，直接给华商造成 800 万元人民币的损失。这种极端的对中国鞋的反倾销暴力事件震惊了世界。

实际上，除去这种极端的民间反倾销行为，近年来中国企业被国外指控倾销的事件屡屡发生。自从 1979 年欧洲共同体对我国糖精发起首例反倾销指控以来，到现在为止，我国已经成为世界上遭受反倾销最多的国家，中国的对外贸易已经为此受到很大影响。

在关注反倾销事件的时候，我们首先应该明晰，“倾销”究竟是指什么呢？

倾销，是指企业以低于正常价格的出口价格，持续大量地向国外出售商品。这种做法早已有之，是扩大出口贸易的有力方法。但是，对于进口国而言，并非所有的倾销都是有利的，这要从倾销的分类谈起。

按照倾销的目的，商品倾销可以分为偶发性倾销、间歇性倾销和持续性倾销三种形式。其中偶然性倾销持续时间短、数量小，比如公司为了处理在国内市场上的积压库存，而以低价在国外市场上倾销就属这种情况。它对进口国没有明显的不利影响；相反，该国的消费者还会因之受益，所以一般不会遇到反倾销的打击。

间歇性倾销是指为了打击竞争对手、形成垄断，以低价（低于国内价格或成本价格）的方式在国外市场销售，一旦目的达到，就会利用垄断力量提升价格，从而获取高额利润。这种倾销显然破坏了公平的市场竞争原则，进而破坏了国际贸易秩序，所以是各国反倾销的打击对象。

持续性倾销是指无期限地、持续地以低于国内市场的价格在国外市场销售商品。该种倾销也被各国强烈反对。

由上可以看出，倾销的一个显著特征就是“低价”。实际上，就我国鞋业而言，出口价格低，已经授以外国贸易保护主义者口实，导致频频发生针对中国的反倾销行为。比如在西班牙，中国鞋不仅款式新颖、做工精良，而且确实卖得便宜。西班牙企业生产的一双旅游鞋，其最低价格在 20 欧元左右，而来自中国的同样的旅游鞋却仅为 3 欧元左右。这样在西班牙的市场里，到处都充斥着中国鞋，而西班牙的鞋厂纷纷破产，制鞋工人大批失业。人们极度的不满情绪最终酿成了“烧鞋”的暴力事件。

当然，从另一个角度来看，越来越多的国外指控中国企业倾销案，也有着积极的意义。这证明中国企业出口竞争力已经大大增强，出口价格和数额已经对别国企业的经营产生威胁。如果中国企业的竞争力弱小，其出口价格再低，也不会引起外国企业的反倾销。现在对中国出口企业而言，当务之急是在应对反倾销时，要做好充分的准备，要合理运用世界贸易组织的《反倾销协议》等条例，通过调解争端的机制维护自己的利益。

1999 年 1 月，中国出口的黄磷在欧盟遭遇反倾销调查。欧盟认为，作为涉案企业的云南马龙化建股份有限公司属于“国有企业”，是“非市场经济”，在出口中得到了政府的价格补贴，从而得以在欧洲进行倾销。但是，云南马龙的管理者已经拥有公司股权，公司有 30% 的股票已经上市，并不存在政府对公司管理的干预。虽然矿料的供应商有许多属于国有企业，但其生产、投入由市场决定，定价也由供需双方自行确定。鉴于此，云南马龙及时向欧盟提出市场经济地位的申请。经过一番调查，欧盟终于认可了云南马龙的市场经济地位。在这起反倾销案中，云南马龙赢得了胜利。这个案例为中国出口企业如何应对外国的反倾销指控提供了非常有价值的借鉴。

反商品倾销的目的是在最大限度保护本国的产业不受损害，但是同时，一个国家也要保护正当的国际贸易。因此，反倾销的正确做法应该是按照客观公正的原则去对待，要严格按照相关法律法规操作，从而得出正确的结论。美国诉墨西哥新鲜西红柿倾销案就是这样一个典型的案例。

1996 年 3 月 11 日，美国新鲜西红柿和铃状椒种植者向美国国际贸易委员会提出申请，指出他们受到了墨西哥冬季蔬菜进口的冲击，希望获得美国联邦政府的价格补贴。申请中还指出因为墨西哥的倾销行为，美国在该行业出现了“生产设施严重空置”（例如：种植面积、产量以及货运），“就业不足甚至严重失业”。对此，美国国际贸易委员会按照 1974 年《贸易法案》第 202 条款的规定组织调查，以确定进口自墨西哥的新鲜西红柿是否对国内同类产品构成了严重危害。由于墨西哥的出口贸易中，农产品占据了相当比重，因此这一起反倾销案的最终结果将会对墨西哥产生重大影响。

从 1996 年直到 2000 年 1 月，美国对墨西哥新鲜西红柿的进口进行了全面监控，范围覆盖了该产业的全部信息：消费、进出口贸易数据；美国生产数量、总价值、单位价值、种植区域；美国生产成本估计、出货量、一周最大出货量以及美国的平均零售价格与运输价格等。它们包括 1996-2000 年的全部，以及 2000-2001 年的部分数据。

在经历漫长的严格调查后，美国国际贸易委员会作出了最终的裁定：美国进口新鲜西红柿数量的增加，并不是国内同类产业受到严重损害的主要原因。他们指出，所谓的“生产设施严重

空置”，“就业不足甚至严重失业”缺乏可靠依据。这场由美国发起的，旨在保护美国产业利益的反倾销调查，在“客观、公正”原则的指导下，最终作出了有利于墨西哥人的裁定。

在这起影响深远的反倾销案例中，美国国际贸易委员会严格按照相关法律法规进行产业损害调查，体现了反倾销立法的完备性，为其他各国提供了很多可借鉴之处，特别是委员会在审理中的准确、全面、公平和公正，对国际贸易纠纷的仲裁有着深远的意义。

什么都不担心的美国农民——贸易补贴

贸易补贴，就是指一个国家的政府或者公共机构，采用直接或者间接的方式向本国出口企业提供现金补贴，或者提供财政上的优惠。此举有利于提高出口企业在国际贸易中的竞争力。但是，从另一个角度看，贸易补贴又会使外国同类企业受到不利影响，容易导致不公平贸易竞争。正是由于这个原因，在国际贸易中，关于贸易补贴的争执从来就没有停止过。

美国是世界第一经济大国，其产业结构和核心竞争力都处于优势地位。美国的农业非常发达，其农业劳动力在美国总就业人数中所占比重不到 3%。但是，就是这些农民，不仅可以养活美国 3 亿人，还使美国成为世界上最大的农产品出口国。在国际市场上，美国的小麦、大豆和玉米占有率分别高达 45%、34%和 21%以上。而这种强劲的出口势头除了与美国的农业体制、科技进步有关外，还有一个至关重要的原因，就是美国政府长期以来实施的农业补贴政策。

对于美国的农民而言，无论你在地里种什么，玉米、小麦、棉花、大豆……几乎都不用担心将来卖不出去，也不用担心风涝灾害会造成减产绝收，因为在他们背后，有美国的农业补贴。作为一个高度发达的工业国家，美国政府长期对农业提供着补贴这把牢固可靠的保护伞。据统计，美国每年的农业补贴约为 400 亿美元。这个数字细化一下，就是平均每 100 美元的农业产值中，农业补贴就有 20-30 美元。而且，形式繁多，种类各异，每年平均每个农户能从政府那里得到 1 万多美元的补贴。美国农业补贴条款的适用范围也很广泛，几乎覆盖了所有大宗农产品。美国农业部的统计表明，2001 年，美国的农业直接补贴已占到农场农业总收入的 11%，占农场农业净收入的 42%。

可以想象，美国农民吃了这颗“定心丸”，必然会大大提高生产的积极性，从而促进美国农业的稳定发展。但是一旦将这种补贴放到国际贸易体系中来，就可以看到它给其他国家带来的不公平。

高额的农业补贴使得美国农产品在国际市场上具有显著价格优势。举例说明，在 2000 年，美国对小麦的直接补贴为每吨 45 美元（按当时汇率计算，相当于人民币 370 元），对玉米的直接补贴为每吨 27 美元（折合人民币 220 元）。这意味着什么呢？在国际市场上，当小麦不太好卖的时候，美国的农民就可以将每吨小麦降价 370 元，每吨玉米降价 220 元，反正这个降价带来的损失是美国政府承担的，美国农民自己不用担心。但是，对于那些国力较弱，无力提供补贴

的发展中国家则极为不公，因为他们的农民无法与美国进行价格战，从而导致农产品卖不出去，他们的利益因此会受到严重损害。

实际上，在世界贸易组织的框架里，其他国家针对美国的国内农业补贴做法所提起的诉讼可谓此起彼伏，基本上都在要求美国大幅降低补贴，以保证正常的世界农业秩序。但是，美国为了确保本国农业出口的利益，总是以各种理由延缓甚至拒绝降低补贴。以棉花为例，农业补贴使美国农场主得益，但发展中国家的大量穷人却遭受损失。

目前，反补贴同反倾销一样，已经成为当前国际贸易中的突出问题。为了规范反倾销与反补贴的行为，关贸总协定乌拉圭回合达成了《反倾销协议》与《反补贴协议》。而世界各国为了保护国内产业，纷纷根据规定，制定了各自的反倾销、反补贴立法，并在必要时征收反倾销或反补贴税。我国在对外贸易中，也遭遇了国外的反补贴调查。

2004年4月13日，加拿大边境服务署(CBSA)对产自中国的烧烤架发起反补贴立案调查，这是我国遭受的第一起反补贴调查案件。在这之后不久，加拿大又对来自我国的碳钢和不锈钢紧固件、复合地板同时发起反倾销和反补贴调查。到2004年11月19日，加拿大边境服务署作出终裁，决定终止烧烤架反补贴调查，并将退还已征收的临时反补贴关税。由此，我国在首起针对自己的反补贴调查案中取得了胜利。但是，来自中国的紧固件却被认为100%受到了中国政府的补贴，从而受到了增加关税的打击。这几起案件拉开了国外对中国出口产品征收反补贴税的序幕，对我国企业来说有着长远的警示意义。就目前的国际贸易形势看，补贴与反补贴的斗争将会越来越频繁、越来越激烈，我国也在大力加强反倾销与反补贴的立法与实践。破除经济发展的壁垒——经济一体化明清时期，我国在农业、手工业和商业领域都取得很大发展，但是统治者却陷入了“天朝大国”的幻觉之中，满足于自给自足的封建经济，奉行“闭关锁国”的政策，实施海禁。由此，隔断了中国与世界的交流。无独有偶，日本在1615-1854年这两百多年间，也被德川幕府彻底封闭。外国人不能进去，日本人不许出来。应该说，在一定程度上，“闭关”政策给国家带来了稳定的经济结构，并一度带来繁荣，然而从长远看，自我封闭阻碍了社会各方面的进步，尤其是切断了与欧洲第一次工业革命的联系，使得中国的科技远远落后于西方。而后的历史也证明了，自我封闭在根本上是一种错误、愚蠢的决定。

明清时期的中国，以及德川幕府下的日本，在对外贸易上可以说采用了一种“绝对的”贸易壁垒，即拒绝贸易。贸易壁垒，又叫做贸易障碍，是指一些国家实施的阻止国际贸易的政策或规则。现在，世界上已经没有几个国家还在“闭关锁国”了，但是，贸易壁垒却还或多或少地存在着，并主要表现为以下几种形式：

人口税、关税、贸易配额、贸易补贴、人口牌照、出口牌照，以及其他非关税的贸易壁垒。

这些贸易壁垒都有一个共同的地方，即使得国际贸易的成本增加，从而使得商品的价格提高。人们一般认为贸易壁垒会降低经济效率，需要加以消除，而解决之道就是实施自由贸易。在自由贸易的模式中，将不存在任何贸易壁垒，商品、劳务和资本等都能够自由流动。然而，由于世界各国政治、经济形势的差异，在现实当中很难看到绝对自由的贸易，即使大力促进自由贸易

的国家，也往往会为本国的小麦、钢材等提供贸易补贴。尽管如此，国际上为自由贸易付出的努力却一直没有停止过，这是因为，国际间的生产分工与合作已经成为一种必然的历史潮流。

以电脑生产为例。当今的生产趋势是将其生产环节的链条配置到不同的地方，从而获得专业化的收益。计算机的芯片会在美国生产，显示器可能在中国台湾生产，鼠标和键盘则在中国广东生产，然后再将这些产品组装起来。这就像是积木游戏，将世界各地生产的一块块积木拼在一起，便构成了各种“产品”。可以想象，面对这种生产模式，如果各国为了保护自己的利益，纷纷设立贸易壁垒，那么分工合作将遇到巨大的阻碍甚至无法进行。于是，与之相适应的“经济一体化”就显得非常重要了。

经济一体化是指在现有的生产力水平和国际分工的基础上，两个以上的国家协商建立的经济联盟。在这个多国区域内清除了任何贸易壁垒，并由经济联盟建立的统一机构来监督政策及措施的运行。

从理论上说，最理想的经济一体化当然是全球经济一体化，在这个体系内，世界上各个国家的经济彼此开放，相互联系，相互依存。但是事情总会有一个漫长的过程，现实中的做法是先实施地区经济一体化。在这个区域内，建立一个由各国政府授权组成、具有超国家性的共同机构，并制定统一的贸易、财政与金融等政策，从而优化资源配置，形成一个高度协调发展的有机体。

地区经济共同体在世界范围内广泛存在。比如欧盟、北美自由贸易区、亚太经合组织、东盟自由贸易区、中国—东盟自由贸易区等。

以欧盟为例。在几十年的发展历程中，欧洲煤钢共同体(ECSC)、欧洲原子能委员会先后合并加入欧洲经济共同体，并于后来改称欧洲联盟(EU)。而伴随着欧盟发展的便是与之配套的各种经济政策及措施：

1958 年 1 月 1 日，欧洲经济共同体正式成立；

1959 年 1 月 1 日，欧共同体成员国之间的贸易首次降低 10%的关税；

1962 年，开始推广共同的农业政策；

1968 年关税同盟生效，取消了同盟内部工业产品流通关税，并制定共同对外关税税则；

同年欧盟内部劳务自由流通；

1972 年创立新的汇率制度，使各国货币浮动幅度降至 2.25%；

1990 年资本流动自由化；

1993 年 1 月 1 日，欧共同体实现单一大市场；

1993 年 11 月 1 日，欧共同体改称为欧洲联盟(EU)；

1998 年 6 月，欧洲中央银行成立；

2002 年 1 月 1 日，欧元开始在欧盟国流通。

这些措施都为推动欧洲经济一体化发挥了重要作用。多年的发展使得欧盟对欧洲乃至世界经济的发展产生了深远影响。它的“聚集效应”非常明显，不仅有西欧的众多经济强国参与进来，许多中、东欧转型国家也被吸引，这与欧盟实施的关税同盟有直接的关系；欧盟在国际上的经济、政治地位大大超过了其单个成员国，并对其他非欧盟国家产生了相当影响。虽然在欧盟内部，民族、国家的边界不可能在短期内消失，在欧盟之外还会遇到诸多经济不平衡与不协调的影响，但总体来说，欧盟的建立对于欧洲经济发展是有利的，随着欧盟经济一体化和政治一体化的发展，欧盟也将在国际事务中发挥越来越大的作用。

除了欧盟，北美自由贸易区、亚太经合组织、东盟自由贸易区、中国—东盟自由贸易区等也在推动着经济一体化的进程。这些组织在消除贸易壁垒，推动自由贸易方面，也都发挥着日益重要的作用。

世界加工厂的转型——中国制造

圣诞节过后，住在圣路易斯安那州的萨拉开始清理圣诞礼品。她忽然发现，在自己的家里，玩具、袜子、鞋子、DVD……几乎都贴着“中国制造”的标签。一瞬间她不禁异想天开：如果过一年没有“中国制造”的日子会怎么样？接下来，萨拉，她的丈夫凯文，还有两个孩子一起开始了这次“冒险”。

在没有“中国制造”的日子，全家人遇到了出乎意料的烦恼。为了给孩子买童鞋，萨拉跑遍居家附近的商场也一无所得，最后只能订购了一双价格不菲的意大利童鞋。而且她看到，在沃尔玛、塔吉特等大型连锁超市里，到处都是“中国制造”的鞋帽、玩具和工艺品，将“中国制造”放在购物车里的顾客络绎不绝。可是，她的丈夫凯文，在家里却只能穿着两只不同颜色的拖鞋。孩子们想要玩具，却只能在琳琅满目的货柜前逛来逛去，盼望着这一年赶快过去。当孩子过生日时，萨拉为了买到生日蜡烛，甚至开车跑遍了全城。除此之外，打印机墨盒、眼镜、咖啡机、捕鼠器……所有这些购物，都让萨拉大伤脑筋。

一年过去，萨拉全家终于愉快地和“中国制造”重归于好。萨拉感慨地说，虽然还没有到离开“中国制造”就无法生活的地步，但是，美国人对“中国制造”的依赖，却已根深蒂固。实际上，据统计目前全世界每四双袜子里，就有一双产自中国，世界上的玩具，近 70%由中国制造，世界上的牙刷，来自中国的也占据了七成……“中国制造”已经深入到世界的每个角落，包括发达国家和发展中国家，深深影响着外国人的工作、生活，足以令每一个中国人骄傲和自豪。

“中国制造”遍布全球，这正是经济全球化的结果。随着国际社会间联系的更加紧密，不同国家之间的相互依存也大大加深。“中国制造”也同样如此。实际上，在我国的出口贸易中，有接近 60% 的产品由外资企业生产。在这个意义上，“中国制造”包含着广泛的国际元素。

就目前来看，“中国制造”之所以遍布世界，其主要的原因在于价廉物美。“中国制造”的主体贸易有一半以上是加工贸易，其产品完全按照外国提供的要求和标准生产，产品的附加值很少。因此，即使有了这样辉煌的出口成绩，中国还不能称做真正的世界工厂，最多只能称做一个世界加工厂。

与日韩制造相比，客观而论，“中国制造”也有一些产品具有高端、高质、节能、环保和可持续发展的特性，但就整个出口产业来说，“中国制造”还普遍缺乏创新能力和自主知识产权。

美国汽车市场 2007 年的销售统计表明，排在前五位的汽车品牌中，日本汽车占据四席。在此之前的 2005 年，美国《消费者报告》便将现代索纳塔评为可信赖度第一的汽车。像丰田、本田、雅马哈、索尼、佳能、东芝、松下等日本产品，也被世界各地消费者接受。值得一提的是，在现代汽车刚刚进入美国市场的时候，曾经标着 5000 美元的低价，由此导致美国消费者对其质量产生怀疑，而“日本制造”在美国也经历过被认为“劣质产品”的阶段，但日本企业用了不到 10 年的时间便将其变为了高质量的代名词，现在许多美国人都觉得日本产品的质量已经高于本国。丰田汽车追求“零缺陷”的“精益管理”，已经成为全球竞相学习的范本。

另外，在“中国制造”大规模经济的背后，是严重的资源和环境问题。现在的中国每日耗水量世界第一，污水排放量世界第一，能源消费和二氧化碳排放量世界第二，这些问题都已经对中国的长期发展产生严重影响。种种情况表明，“中国制造”必须走转型之路，摆脱“世界加工厂”的帽子，开拓一条新型工业化之路。只有在政府、企业、机构以及个人的共同努力下，才能真正提升“中国制造”的国际形象。

从根本上说，要由“世界加工厂”转变为真正的“世界工厂”，企业就必须把更多的精力用在提高产品质量和竞争力上。只有这样，才能攻克反倾销、反补贴等贸易障碍，才能让“中国制造”真正成为全球市场的新贵，才能使得中国成为一个全新的“世界工厂”。

1.8 万亿美元外汇储备的喜与忧——贸易顺差、逆差

从前有两个海岛，分别叫做勤俭岛和挥霍岛。勤俭岛的居民很勤劳，每天努力工作，从而生产出大量食物。它们除了满足本岛居民的需要外，还出口到挥霍岛。然而，挥霍岛上的居民却不太喜欢工作，相反热衷于消费。他们从勤俭岛进口食物，并用本岛发行的债券作为交换。年复一年，勤俭岛上的居民积累了大量挥霍岛的债券，并用它们购买了挥霍岛的土地，最终将挥霍岛完全据为己有。

在这个小故事中，勤俭岛在对外贸易中，处于明显的顺差地位。而与之相反，挥霍岛则处于逆差地位。在经济学中，贸易顺差是指在一定时期内，一个国家的商品出口总值大于进口总值，又称出超；贸易逆差则与之相反，是指一个国家的进口总值大于出口总值，又叫入超。如果出口总值与进口总值相当，则称之为贸易平衡。

“勤俭岛和挥霍岛”是美国投资大师巴菲特讲过的一则寓言故事，他以挥霍岛的贸易逆差来比喻美国的巨额贸易逆差，并指出它会给国家带来巨大危害——导致美国的净资产以惊人的速度向海外转移。因此，他曾说过自己并不看好美元。

众所周知，美国贸易逆差已经连年创下历史新高。在 2007 年 2 月 13 日，美国商务部公布的 2006 年贸易统计数字当中，贸易逆差达到 7636 亿美元，比 2005 年多出 533 亿美元。其中，尤为引人关注的就是美国对华贸易逆差，与 2005 年相比激增 15.4%，达到 2325 亿美元，同样创下纪录。美国媒体的报道称，美中的贸易逆差在美国全部逆差中占到了 30%。鉴于此，美国频频要求中国“加快人民币升值的脚步”。由此，不可避免地涉及一个令人关注的问题——我国的外汇储备。借用本文开头的小故事，在中美贸易中，中国与美国有些类似于勤俭岛和挥霍岛的关系。而外汇储备正在成为勤俭岛的烦恼。

外汇储备作为一个国家保有的以外币表示的债权，是一个国家国际清偿力的重要组成部分，同时对于平衡国际收支、稳定汇率有重要的作用。一个国家的对外贸易会对该国的外汇储备产生直接影响。以我国为例，在加入 WTO 之后，随着出口壁垒的弱化，我国贸易顺差迅速扩大，而与之相对应的，便是外汇储备的迅速增加。2006 年 2 月底，我国国家外汇储备超过日本，跃居世界第一。到 2006 年年底，我国外汇储备首次突破 1 万亿美元。而据中国人民银行公布的数据显示，在 2007 年 12 月末，我国外汇储备余额为 1.53 万亿美元，同比增长 43.32%。到了 2008 年 6 月份，已经达到 1.8 万亿美元，继续稳居世界第一。

作为国家经济安全的重要保障，拥有庞大的外汇储备本来是件喜事，值得引以为傲。试想，一个人如果有撑得鼓鼓的钱袋子做家底，当然会不惧风险，心中感到踏实。充足的外汇储备对于一个国家来说，也起着类似的效用。比如在 1998 年亚洲金融危机期间，雄厚的外汇储备就曾让中国免受冲击。然而，事情总有其两面性。随着我国外汇储备的连续增长，现在它却成为令人关注的焦点。为什么一个国家拥有了大量外汇作为家底，反而又引起了忧虑呢？

其根本原因就在于我国的外汇储备中，有着巨额美元资产。据有关专家估计，其份额大约能达到 70%，而且其中很大一部分购买了美国国债。现在，面对着越来越强势的中美贸易顺差，美国要求人民币升值，而这就同时意味着美元贬值，势必会引起我国大量外汇储备的缩水。根据美国经济学家的估计，美元至少要贬值 20%，最多可能贬值 40%，试想，我国价值 18000 亿美元的巨额外汇储备原封不动，就要面临着 20%-40% 的缩水，这将是巨大的风险。

该采取何种措施应对这种风险呢？这还要从我国贸易顺差的具体情况说起。

长期的贸易顺差使得我国的国际收入始终处于盈余状态，严格说来，这其实也反映出，我国的国内经济和对外贸易存在着某种失衡。

一方面，在对外贸易中，我国实际资源的输出长期大于输入，就是说我国资源、能源，以及劳动力的大量消耗，实际上是处于一种净流出状态。这种情况长此以往，会使我国的经济承受力面对巨大的挑战。如今，能源和资源都已成为制约我国经济发展的主要瓶颈，这就意味着，必须对现有的出口贸易方式作出改变了。

另一方面，我国的外汇储备主要是用以购买美元资产，而中国本身就是一个非常需要资金的国家，实际情况却相当于把资产变相地以低息信贷的方式提供给了美国和其他国家，这对于提高我国资源的利用率、转变对外贸易的增长方式都是不利的。

对于外汇储备，在肯定其积极作用的同时，也要看到，如此巨大的数额表明我国是在牺牲自己国民消费和投资的机会，而去向外国（主要是美国）提供低息融资，也就是说，我国的外汇储备正在充当着别人的现金流。

要解决贸易顺差中存在的问题，根本办法即在于“实现国际收支的基本平衡”。对于我国的政策体制和发展战略而言，这将是一个巨大的调整。在出口方面，我国要改变“量多价低”、效益不高、国际摩擦加剧等一系列问题；在出口增长的形势下，要鼓励进口，特别是进口国内紧缺的能源、资源和技术，加强国际交流。

充足的外汇储备对于国家经济安全有着重要的作用，但是不能因此将其过于看重，它只是有利于经济稳定的一个因素，而根本还是在于一个国家经济体制的活力，尤其是企业和金融机构的活力。它们的实力越发强大，国家经济就会越发健康、安全，对外汇储备的依赖就会越弱。从这一点讲，外汇储备并非“多多益善”；相反，削减过高的外汇储备存量是非常必要的。那么，如何利用好我国 1.8 万亿美元的外汇储备，使它保值、增值，同时实现财富扩张呢？

这可以通过扩大资本设备和战略资源进口、对外直接投资等方式实现，包括国外能源的供应地、能源的供应线以及国外科技行业等。比如，美元大幅度贬值必然造成其国内产业、金融机构的价格下跌，我国可以借此机会收购他们的产业，来实现低成本扩张。还可以到非美元证券国家，如法国、德国、印度等地去投资。同时，我国可以购买国外的石油股份、矿产股份，从而掌握石油、矿产价格的话语权，这必将对我国经济产生巨大的保障和促进作用。伴随着这些策略的实施，我国长期的贸易顺差结构就会向国际收支基本平衡的结构转变，外汇储备也将向“追求适度规模、风险收益平衡”的良性状态发展。

（全书完）