

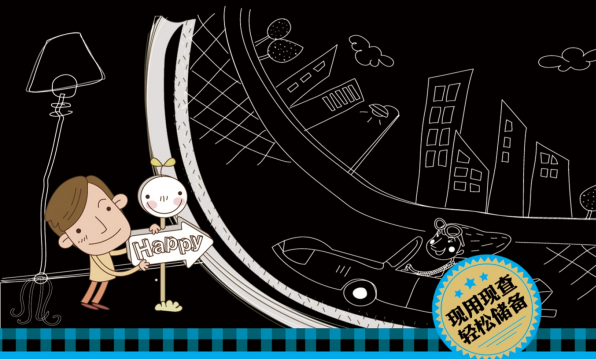


Mobile
Book
随身读

职场
充电

何耀明◎编著

20几岁要知道点 经济常识



现用现查
轻松储备

sina 新浪文化·读书
book.sina.com.cn

一本让你轻松学会经济学思维的趣味读本

越早懂得经济规律，越早享受富足生活

从个人消费到企业经营、政府管理，从日常生活到职场、婚恋，
全面解析经济学在生活中的神奇魔力

华夏出版社

Mobile Book 职场充电
随身读

何耀明◎编著

20几岁要知道点 经济常识



sina 新浪文化·读书
book.sina.com.cn

一本让你轻松学会经济学思维的趣味读本

越早懂得经济规律，越早享受富足生活

从个人消费到企业经营、政府管理，从日常生活到职场、婚恋，
全面解析经济学在生活中的神奇魔力

华夏出版社

20几岁要知道点 经济常识

何耀明◎编著

华夏出版社

图书在版编目（CIP）数据

20几岁要知道点经济常识/何耀明编著.—北京：华夏出版社，2011.9

（MBook随身读）

ISBN 978-7-5080-6522-9

I. ①2... II. ①何... III. ①经济学—青年读物 IV. ①F0-49

中国版本图书馆CIP数据核字（2011）第105309号

出版策划：新华文轩北京华夏盛轩图书有限公司

网 址：<http://www.huaxiabooks.com>

20几岁要知道点经济常识

编 著 何耀明

责任编辑 陈文龙

封面设计 思想工社

排版制作 思想工社

出版发行 华夏出版社

（北京东直门外香河园北里4

号 邮编：100028）

总 经 销 新华文轩出版传媒股份有限公司

印 刷 北京通州皇家印刷厂

开 本 720mm×1020mm 1/32

印	张	10	
字	数	140千字	
版	次	2011年9月第1版	2011年9月第1
次印刷			
定	价	18.00元	
书	号	ISBN 978-7-5080-6522-9	

本版图书凡印刷、装订错误，可及时向我社发行部调换

目 录

[前言 掌握经济常识 畅享无忧人生](#)

[第一章 揭开经济学的神秘面纱](#)

[经济学——使人幸福的学问](#)

[经济学的中心目的](#)

[经济学的基本原理](#)

[经济学的最大特点](#)

[经济学的重要概念](#)

[第二章 货币与消费](#)

[流通中货币的数量由什么决定](#)

[通货膨胀及其危害](#)

[节俭会不会阻碍经济的发展](#)

[是什么主宰了你的消费](#)

[做金钱的主人而不是奴隶](#)

[第三章 买卖双方的博弈](#)

[什么因素决定了商品的价格](#)

[吉祥号码为何能卖出好价钱](#)

[商家为什么爱扎堆](#)

[商家为何要“大放血”](#)

[消费者如何追求商品的高效用](#)

[第四章 日常生活中的经济学](#)

为什么好收成带不来高收入
人们为什么热衷于美容整形手术
贝克汉姆为什么要不断变换发型
“美女经济”为什么会扑面而来
失业的原因是什么

第五章 政治经济学

不良需求呼唤政府调控
人才强国
人性自利与政府介入
制度、寻租与政府限权

第六章 企业经营中的经济学

竞争经济中的“鲶鱼效应”
要依照客观规律来做大企业
有效率的制度可以把懒人变为勤劳者
企业内部要有良好的合作关系
和谐与竞争的统一是企业经营的最高境界

第七章 人力资源管理中的经济学

要整合人力资源就要学会团队合作
三大激励原则
招聘与留住人才的方法
如何用好绩效考核这把钥匙

把最合适的人放到最合适的岗位

第八章 方圆做人的经济学

人都是理性的

人类的两难选择

做人不能太“精明”

每个人的行为都会影响别人

积累人脉的高级方式

做人要避免“零和博弈”

第九章 成功经济学

懂得人力资本投资

从事自己具有“比较优势”的事情

注意积累人脉资源

留意被大多数人忽略掉的“小”信息

既要忠诚，还要做事有主见

了解幸福的真谛

第十章 经济学家的忠告

天下没有免费的午餐

尽量忘记沉没成本

学会选择，争取效用最大化

不比较，才幸福

职业选择不能从众

女性要及早追求经济上的独立

后记

前言 掌握经济常识 畅享无忧人生

经济学往大了说是“经世济民之学”，往小了说是“经济实惠之学”，人人都能从经济学中淘到自己需要的宝贝。比如，它会为你解答：

房价为什么这么贵？会不会降？

为什么大米又贵了，鸡蛋又涨价了？为什么通货膨胀又来了？

大学为什么要扩招？毕业生为什么“一毕业就失业”？

人们的收入差距为什么这么大？

老百姓看病会越来越容易吗？会越来越便宜吗？

……

不要以为经济学是那些高居庙堂的经济学家们才玩的游戏。经济学其实存在于每个人的日常生活中，每个人在生活中都在有意无意地运用经济学原理进行选择 and 取舍。

比如，在即将完成高中学业的时候，你需要决定是否去上大学或上什么样的大学；在大学毕业的时候，你需要决定是继续在国内读研究生还是出国留学，或者去工作；在工作之后，你需要决定如何分配你的收入——多少用于现时的消

费，多少用于储蓄，如何投资你的储蓄，是买股票还是存在银行……所以说，经济学又是一门研究如何抉择的学问。

本书是一本通俗的、不用费力就可读懂的经济学书籍，它从大量的生活案例中总结出经济学的一般规律，教会人们从经济学的视角去解读日常生活中的疑问和难题，帮助人们去规划更美好的人生。

当然，经济学对生活的分析不一定总是正确，更不是唯一正确的。这不仅仅因为经济学是一门仍处于发展中的学科，还在于我们的学识以及对生活的感受是有限的，因而，我们期待着广大读者朋友给予最诚挚的批评与指正。

经济学不是一种教条，只是一种方法，一种心灵的器官，一种思维的技巧，它能帮助拥有它的人得出正确的结论。

第一章 揭开经济学的神秘面纱

经济学是一门理性的学问，触及到人自身最根本的利益，教人从对自己对社会最有利的角度去分析、解决问题，给我们的生活提供了理性且有益的帮助。对个人来说，经济学是一门高明的成功学与幸福学。使人生幸福，正是经济学的宗旨所在。

经济学——使人幸福的学问

经济学往大了说是“经世济民之学”，往小了说是“经济实惠之学”，人人都能从经济学中淘到自己需要的宝贝。对个人来说，经济学是一门高明的成功学与幸福学。使人生幸福，正是经济学的宗旨所在。

萧伯纳，英国著名的戏剧家，1925年诺贝尔文学奖的获得者。他曾经说过一句名言：“经济学是一门使人生幸福的艺术。”经济学的研究对象是人，那么研究人类的幸福也应该是经济学的必由之路和归宿点。

这种幸福感在经济学大家的身上可见一斑。

美国著名非主流经济学家加尔布雷斯幸福地生活了97年，新自由主义大师弗里德曼幸福地度过了94年的光阴。“从这两位大师的身上，我们可以感受到经济学的魅力，可以感受到真正的经济学精神对于我们的建设性作用。”中国经济学家卢周来这样评价他们。

美国马克思主义经济学家保罗·斯威齐也是94岁高寿，薛暮桥在经济学王国生活了101年。经济学巨匠普遍长寿。献身经济学研究的人是幸福的，这种幸福来源于经济学家用经济学这个工具认清了纷繁复杂的人生与世界。正因为拥有“心如明镜”的境界，他们才心情愉悦、得享高寿。

诺贝尔经济学奖获得者、美国著名经济学家约翰·梅纳德·凯恩斯认为经济学“不是一种教条，只是一种方法、一种心灵的器官、一种思维的技巧，帮助拥有它的人得出正确的结论”。一个优秀的教练员未必比运动员实战水平更高，但他能够给运动员以理论、经验和方法，使运动员的技能水平更上层楼。一个优秀的经济学家未必是一个理财能手、成功的企业家或政府官员，但他能给一个理财能手、成功的企业家或政府官员以非常重要的指导。

经济学能解决生活中的疑惑，它不仅能告诉人们“是什么”，还能告诉人们“为什么”以及“怎么办”。所以，“使人幸福”的经济学不是高高在上的

阳春白雪，也绝不是停留在经济学家的长篇巨著、经济评论家的艰深高论和难辨真假的媒体评论上，它是平常人触手可及的学问。

经济学不是一种教条，只是一种方法，一种心灵的器官，一种思维的技巧，它能帮助拥有它的人得出正确的结论。

经济学的中心目的

你是否注意到这样一个细节：当你所在小区的菜摊上西红柿从2.20元/斤上涨到2.50元/斤时，全市所有菜市场的西红柿都是2.50元/斤。这就是市场机制的奇妙作用。

诸如西红柿的价格如何神速地统一起来的问题，让人们不禁疑惑：所有这些活动是如何协调起来的？人们为什么能以合理的方式完成纷繁复杂的社会分工？

经济学的中心目标之一，就是解释复杂的经济是如何运行的。

为什么某些人做这些事，某些人做那些事？信息是如何在人群中交流的？决策又是如何作出的……这些问题涉及经济的协调机制。不同的经济社会有不同的协调机制，从而形成了不同的经济体制。

其中一种协调机制是计划经济体制，即由一个集中的中央官员体系发布行政命令，指挥经济的运行与协调。生产什么、如何生产、为谁生产的决策都由中央计划机构作出，每个居民和企业只能执行上级的命令。这种协调机制通过垂直的等级体系传达下去，各经济主体按上级的指令进行经济活动。计划体制具有很大的弊端：一是抑制了经济主体的积极性；二是很难对成千上万种

产品的供给与需求作出正确的计划，资源配置的效率低下；三是政府官员权力过大，容易滋生腐败与寻租行为。

另一种协调机制是市场经济体制。它是在产权确定的条件下，由价格调节单个经济主体的决策。它像一个非常精巧的机构，通过价格和市场体系，无意识地协调着生产者及消费者的活动，把千百万个经济主体的偏好和行为汇集在一起，很好地解决了生产什么、如何生产、为谁生产这些基本的经济问题。在市场经济体制下，资源会自动流向获利最高的产业和产品，人们的逐利动机像雷达一样敏锐。为了在竞争中获利，生产者必然会选择效率最高的生产方式，把成本降到最低点。谁享有生产成果，谁获得较多的收入，取决于谁掌握了较多的生产要素以及这些要素的稀缺程度。市场价格调节着商品的供求，而利润与亏损是胡萝卜加大棒，驱使企业有效率地生产出消费者合意的物品。

“看不见的手”这个比喻是现代经济学的开山祖师亚当·斯密提出的，按照“看不见的手”的理论，几乎每一样东西都存在相应的市场，市场是买者和卖者相互作用并共同决定商品和劳务的价格和交易数量的机制。市场通过它自身的内在逻辑体系，使得资源向最优化配置的方向流动。它通过价格和市场体系对个人和企业的各种经济活

动进行协调。

市场的运行具有它本身的特性，亚当·斯密将市场的运行规律归结为“看不见的手”。他认为，当个体自私地追求个人利益的同时，他就像被一只看不见的手引导着去实现公众的最佳福利。而且在所有可以出现的结果中，这个是最好的。他在其经典著作《国富论》中，这样写道：“每一个人都力图利用好他的资本，使其产出能实现最大的价值。一般来说，他并不企图增进公共福利，也不知道他实际上增进的公共福利是多少。他所追求的仅仅是他个人的利益和所得。但在他这样做的时候，有一只看不见的手，在引导着他去实现另一种目标，这种目标并非是他本意所要追求的东西。通过追逐个人利益，他经常增进社会利益，其效果比他真的想促进社会利益所能够得到的那一种更好。”



为了在竞争中获利，生产者必然会选择效率最高的生产方式，把成本降到最低点。

经济学的基本原理

想要对整个经济学有所了解，首先应了解以下几个重要的经济学原理：

1.得到一种东西要付出机会成本

一种东西的机会成本是指为了得到这种东西所放弃的东西。以考研为例，考研费用要花数千元，辞职考研期间将损失工资，如果考上了将损失读研那两三年的工资收入，而且还要付出几万元的学费。

2.边际收益与边际成本决定人们的行为

边际收益是指增加一单位产品的销售所带来的总收益的改变量。一架飞机即将起飞时仍有10个空座，在登机口等退票的乘客愿意支付300元买一张票（原价800元），应该卖给他吗？当然应该。如果飞机有空座，多增加一位乘客的边际成本仅仅是这位额外的乘客将消费的一包花生米和一杯饮料而已。只要一种行动的边际收益大于边际成本，一个理性决策者就应采取这项行动。

3.人们会对激励作出反应

由于人们通过比较成本与收益而作出决策，所以，当成本或收益有所变动时，人们的行为也会随之改变。这就是说，人们会对激励作出反应。例如，2007年猪肉价格上涨时，人们就决定少吃肉类多吃蔬菜，因为吃猪肉的成本高了；同

时，养猪场决定投入更多资金来养更多的猪，因为养猪的收益提高了。再如，2007年，中央银行决定加息以降低通货膨胀率，但利率的提高也吸引了国外资金进入中国以获得更高的利息收入，大量资金的涌入使得市场上的货币更多，最终没有降低通货膨胀率，反而加剧了通货膨胀。

所以，在分析任何一种决策时，我们不仅应该考虑直接影响，而且还应该考虑激励发生作用的间接影响，只有这样，我们才能作出较合理的决策来。

4.贸易能使每个人状况更好

国内贸易：在市场经济中，虽然你的家庭与所有其他的家庭都会或直接或间接地产生竞争，但是，若把你的家庭与所有其他家庭隔绝开来，你未必会过得更好。因为，如果隔绝开来的话，你的家庭就必须自己种粮食、做衣服、盖房子，而这是低效率的做法。

国际贸易：国家与国家之间，能从相互交易中获益。例如，美国从中国获得了价廉物美的消费品，中国从美国获得了高技术含量的医疗与生产设备。

5.一国的生活水平取决于它生产物品与劳务的能力

几乎所有生活水平的变动都可以归因于各国生产率的差别——一个人一小时所生产的物品与

服务量的差别。生产率与机器设备、工人素质密切相关，美国工业在这两方面都优于中国，因此美国工人的劳动生产率高于中国工人，因此他们的生活水平也高于中国工人。

6.当政府发行了过多的货币时，物价上升

通货膨胀使经济中物价总水平上升。什么引起了通货膨胀？在大多数严重或持续的通货膨胀情况下，其罪魁祸首总是相同的——货币量的增长。当一个政府发行了大量本国货币时，货币的价值下降了，因此同样的东西要用更多的钱才能买到。

通货膨胀还有另一个可能的原因：对一种商品的需求远远大过了供给。例如当中国人口比20世纪90年代多了一亿多时，如果粮食产量没有上升，粮价上涨就是必然的。

7.社会面临通货膨胀与失业之间的短期交替关系

当政府因为通货膨胀而减少货币量时（如加息政策可吸引人们把钱存入银行，从而减少市场上的货币），它就减少了人们支出的货币量。较低的支出与暂时居高不下的价格结合在一起就减少了企业销售的物品。销售量减少又引起企业解雇工人，就暂时增加了失业率。一方面货币量减少，一方面失业者又减少了商品的购买量，对商品需求的降低会拉低商品价格（即降低了通货膨

胀)。



当一个政府发行了大量本国货币时，货币的价值下降了，因此同样的东西要用更多的钱才能买到。

经济学的最大特点

某高校工商管理专业的一位毕业生为自己顺利找到工作感到非常得意，她在简历上对自己的优势及不足来了个“明码标价”，乍一看，就像一个“价目表”。她说：“这一招助我一路拼杀，找到了现在这份令我非常满意的工作。”

基本价值：1800元——作为一个国家直属重点大学的本科毕业生，我在16年的求学生涯中耗费了父母大量的金钱和感情，需要足够的物质支持来回报家人和提供个人生活基本费用，并用于工作技能的进一步发展。

技能价值：-500元——自己作为一个管理学专业的学生缺乏“一技之长”，所能干的工作似乎任何专业的人都可以胜任，但我的优势只有在进入某单位经过一段时间的磨炼后才能有所发挥。为了感激贵单位给予这个“进门”的机会，认为应该减去500元的月薪。

性格价值：100元——开朗、活泼、幽默的性格，能最大限度地使一个团体士气高昂，在愉快的氛围中保持工作的高效。

经验价值：-500元——自己的经验欠缺，没有独立地完成过一次完整的学术研究，也没有组织过大型的社会活动，但是请相信，作为一个具有扎实的专业知识和较高的综合素质的社会新鲜

人，能很快完成从学生到管理工作者的过渡。

.....

和其他毕业生的简历相比，她的简历更像一份报价单，她对自己的各项素质进行了具体而客观的评价，分别给出了或正或负的价值数额。最后，她给自己评定的市场价值是2500元/月。

上面故事中的主人公很懂得理性分析，高度的理性是经济学最大的特点。

这位同学是以经济学的眼光看待自己、衡量自己的，她把自己在大学时代学过的经济学原理很好地运用到了自己的生活中。如果把求职看作一种市场行为，这位同学就是卖方，企业则是买方。这位同学对自己的特点一一介绍并明码标价，她的优劣让企业一看便知。这和商家推销产品是一个道理，这种产品是干什么用的、有什么特点、价值多少，让人清清楚楚。很多大学生对自己的评价，尽是“本人刻苦努力、成绩优良、尊敬老师、团结同学、积极参加各种社会活动，只要贵单位能给我一次机会，我一定努力工作”之类，至于他到底是怎样一个人、擅长什么、能干多大的事、该拿多少钱，则让人云里雾里、难以知晓。学好了经济学，则会有一个将事物进行理性量化的意识。

经济学从来不跟着感觉走，它总是非常冷静地去分析和计算，发现现象背后惊人的本质。我

们来看一些具体的例子。

经济学中有个重要概念叫“沉没成本”，指已经付出且不可收回的成本。用“沉没成本”理性地分析日常生活，可让人获益良多。例如，你预订了一张电影票，已经付了票款且假设不能退票，此时你付的钱已经不能收回，就算你不看电影钱也收不回来，电影票的价钱算作你的沉没成本。接下来会有两种可能的结果：付钱后发觉电影不好看，但忍受着看完；付钱后发觉电影不好看，退场去做别的事情。

经济学家认为，如果你是理性的，那就不该在作决策时考虑沉没成本。在这个看电影的例子中，两种情况下你都已经付了钱，所以应该不考虑这件事情。如果你后悔买票了，那么你当前的决定应该是基于你是否想继续看这部电影，而不是你为这部电影付了多少钱。此时的决定不应该考虑到买票的事，而应该以看免费电影的心态来判断。经济学家们往往建议选择后者，这样你只是花了点冤枉钱；而如果选择前者，你还要继续浪费宝贵的时间去受冤枉罪。



经济学从来不跟着感觉走，它总是非常冷静地去分析和计算，发现现象背后惊人的本质。

类似于看电影这样的情况也常出现于其他方面，这个时候就需要我们进行理性的成本利益分析，这样会对我们的生活大有益处。

一段分手的爱情或糟糕的婚姻，在外人看来是失败的，是浪费的，是青春损失，因而，是绝对不经济的。其实，无论多长时间的爱情或婚姻，对智者都是一所学校，是一个人生得以升华的机会，就像从中学到大学，从大学再到研究

生，都是人生必要的历练阶段。这种历练的价值在于，它使人从对方身上看清了自己。无论是自己的优点还是缺点，也无论是成功还是失败，在对方给予了评价之后，任何人都会去反思自己。因而，它能使人全面彻底地认识自己，使自己成熟，为以后的正确判断和抉择奠定基础。从这点上来讲，这种所谓的“浪费”是具有经济价值的。

透过以上的分析，我们可以看出经济学确实是一门理性的学问，它触及到人自身最根本的利益，教人从对自己、对社会最有利的角度去分析、解决问题，给人们的生活提供了理性且有益的帮助。它给人们警示，让人们清醒。

经济学的重要概念

想要对整个经济学有所了解，还需要了解以下几个重要的经济学概念：

1.经济人

“经济人”是微观经济学得以建立的假设条件之一，是对经济生活中的一般人的抽象化，其本性是自利的，其行为合乎“理性”，即总是在一定约束（如收入）下寻求讨价还价，以追求效用最大化的方式行事，力图以最小的经济代价去追逐和获得自身的经济利益。

自“经济人”的概念产生以来，就一直存在着不同的观点论争。一些批评者认为，经济人假定是一种没有得到证实的虚构，并提出用“社会人”、“成就人”或“复杂人”的概念来取代“经济人”，修正其单纯以经济利益最大化作为唯一目标的局限理论。

近20年来，许多西方学者认为“经济人”追求的是效用最大化，不仅仅包括物质上的效用，也包括心理上的效用。这种效用不仅仅局限于利润、财富，还包含了道德、正义等以前被人们视为伦理学范畴的“非理性”行为内容。

2.需求、需求曲线

需求是指在一定时期内，消费者在各种可能的价格下愿意而且能够购买的该商品的数量。根

据定义，如果消费者对某种商品只有购买的欲望而没有购买的能力，就不能算作需求。

需求曲线是指在其他情况不变时，消费者在一定时期内在各种可能的价格下愿意而且能够购买的该商品的数量。所谓“其他情况不变”包括：消费者的收入水平不变，相关商品的价格不变，消费者的偏好不变，消费者对商品的价格预期不变等。这里的“不变”是指在需求曲线的所有各点上这些条件都一样。需求曲线一般以纵轴表示价格，横轴表示数量。

3. 博弈

博弈论是一种“游戏理论”，其准确的定义是：一些个人、团队或其他组织面对一定的环境条件，在一定的规则约束下，依靠所掌握的信息，同时或先后，一次或多次，对各自允许选择的行为或策略进行选择并加以实施，并从中各自取得相应结果或收益的过程。

你的选择必须考虑其他人的选择，而其他人的选择也会考虑你的选择。你的结果（博弈论称之为支付）不仅取决于你的行动选择（博弈论称之为策略选择），同时取决于他人的策略选择。这样，你和这群人就构成了一个博弈（game）。

4. 偏好与效用

消费偏好是指消费者对特定的商品、商店或商标产生特殊的信任，重复、习惯地前往一定的

商店，或反复、习惯地购买同一商标或品牌的商品。属于这种类型的消费者，常在潜意识的支配下采取行动。

在经济学中，效用是用来衡量消费者从一组商品和服务之中获得的幸福或者满足的尺度。有了这种衡量尺度，我们就可以在谈论效用的增加或者降低的时候有所参考，同时，我们在解释一种经济行为是否带来好处时也就有了衡量标准。

5.GNP与GDP

GNP是国民生产总值（Gross National Product）的简称，而GDP则是与国内生产总值（Gross Domestic Product）的简称。

国民生产总值是指在一个既定时期内，由一国永久居民生产的所有最终物品与劳务的市场价值。

国内生产总值是指一个国家在一年内生产的所有最终物品与劳务的市场价值的总和。它是衡量一个国家经济整体状况的最重要的指标。

这里所说的“一国”是指在一国的领土范围之内。这就是说，只要在一国领土之内，无论是本国企业还是外国企业生产的都属于该国的GDP。

“最终物品”是指最后供人们消费使用的物品，它有别于作为半成品和原材料再投入生产的中间产品。这样就避免了重复计算。

“市场价值”指GDP是按照价格计算的。如果

用当年的价格计算，就是名义GDP；如果用基年（统计时把某一年作为基年）的价格计算，则为实际GDP。

6. 货币政策

货币政策是中央银行通过货币工具来调整货币供给量和利率水平，以影响和调节国民经济运行的宏观经济政策。利率水平是影响投资需求，从而影响社会总需求的重要因素。中央银行运用货币政策的主要目的就是通过增加或减少货币供给量来影响利率水平、间接地调整总需求状况。

7. 交易成本

交易成本是产权理论中的一个核心概念，是指使卖者和买者走到一起、签订合同以及获得有关市场信息的费用，是除价格之外影响交易的成本的总称。

8. 泡沫经济

泡沫经济是指一种或者一系列资产在经历一个连续的涨价过程后，其市场价格远远高于实际价值的经济现象。

泡沫经济是由虚假的高额赢利的预期投机带动起来的，并不是实际经济增长的结果。它的产生和形成使国民经济的总量虚假增长，经济结构扭曲。在泡沫经济的形成过程中，开始的价格上升会使人们产生还要涨价的预期，于是又吸引了新的买主，这些新的买主一般只是想通过未来价

格的变化牟取利润，并不关心这些资产本身的状况和赢利能力。当这些行为成为一种普遍的社会现象时，社会资产所表现的账面价值大大高于其实际价值，于是就形成一种所谓的泡沫经济。

9.知识经济与人力资本

知识经济是一种全新的经济形态，它完全不同于农业社会以土地和劳动力为主要生产要素的农业经济，也不同于以资本和技能为主要生产要素的工业经济，而是一种以知识资源为基础的经济形态。

知识经济的繁荣不是直接取决于资源、资本、硬件技术的数量、规模，而是直接依赖于知识或有效信息的积累和利用。知识经济的特征是知识和经济的一体化，即知识经济化、经济的知识化和知识的产业化。

第二章 货币与消费

流通中货币的数量是由什么决定的？是什么导致了通货膨胀？节俭会不会阻碍经济的发展？是什么主宰了你的消费……要想了解经济学，就得从货币与消费开始。

流通中货币的数量由什么决定

著名的货币主义创始人弗里德曼认为，货币是一切经济波动的根源，研究货币必然要从研究流通中货币的数量开始。而在流通中，货币的数量同价格一样，是由货币的需求和供给共同决定的。当社会群体对货币的需求数量和所能供给的货币的数量达到均衡时，流通中货币的数量便确定下来了。

当然，货币的供给和需求不是固定不变的，它们分别由不同的要素决定。关于货币需求的决定因素，西方的经济学家有不同的观点。凯恩斯认为，人们持有货币的动机和市场利率和货币需求有决定性作用。弗里德曼认为，货币的需求主要由社会上的总财富、货币与其他资产的预期收益、非人力财富在总财富中所占的比例以及其他因素决定。

经济学理论上，货币的供给一般由中央银行的财政政策、商业银行派生资金的能力以及经济发展状况、企业和居民的货币需求状况等因素决定。不过弗里德曼在其文章中根据美国的情况，将决定货币供给的因素主要归为政府的开支情况、政府推行充分就业的情况和央行实行的货币政策。

一般情况下，弗里德曼认定货币需求是相对稳定的，而货币供给的变动很大。他认为，货币数量的变动主要是由货币供给引起的。在纸币本位制度下，货币数量的多寡取决于政府当局，因此流通中货币的数量同政府有着很大的关系。

前面已经说过，货币的供给和需求决定了流通中货币的数量。而当货币的需求量相对稳定、货币供给的数量过度增加时，会产生多余的货币。这些多余的部分会在社会中被怎样消除掉？

西方经济学家对这个问题进行了回答。他们在对待这个问题时，首先会强调一个假设，即此种情况是发生在货币需求相对稳定的情况下。在这些答案里，以凯恩斯和弗里德曼的回答最为著名。

凯恩斯认为，当货币的供给大于需求而使货币的数量大大增加时，（若不采取政府的干预）多余的货币将被消费或保存起来，用于投资将来的生产，从而通过增加社会的产值而消耗掉。弗

里德曼则认为，在这种情况下，多余的货币会通过物价上涨被消除，也就是说，货币数量的过度增加会引发物价上涨。

通货膨胀及其危害

通货膨胀是现代社会常见的一种经济现象，也是各国经济学家同政府关注的问题之一。在经济学理论中，通货膨胀的成因主要有下面几点：需求的拉动，即总需求过度增长，远远超过总供给，引起物价上涨，形成通货膨胀；成本的拉动，即生产成本过度增加而引起的一般价格总水平的上扬，形成通货膨胀；需求和成本共同作用下产生的通货膨胀；通货膨胀的惯性和对通货膨胀的预期，即无论什么原因引起了通货膨胀，即使最初原因消失了，通货膨胀也会由于其本身的惯性和人们对通货膨胀的预期而持续下去。

弗里德曼认为，货币的过度增加形成了物价的上涨，而物价水平的持续上涨就是通货膨胀。所以，弗里德曼的观点属于第一种，即需求拉动形成了通货膨胀，简单地说就是“过多的货币追逐太少的商品”。他曾在文章中提过：“如果能买到的货物和劳务的数量能够同货币的数量以同样快的速度增加，物价会趋于稳定。而通货膨胀发生在货币的数量明显地增加，且增加速度超过产量的增加之时。”此时，货币的数量远远大于商品的数量，供不应求，物价自然会提高。所以，他的通货膨胀理论的基本命题就是：通货膨胀主要是一种货币现象，是由货币量比产量增加得更

快造成的。

在这一命题下，弗里德曼继续讨论了通货膨胀的形成同纸币本身的性质和政府的发行之间的关系。

1.纸币的性质同通货膨胀

在17世纪甚至更古老的年代，几乎没有通货膨胀，而现在有。弗里德曼分析，这是因为过去使用的都是黄金等贵重金属，其有一定的价值，资源相对有限，所以不容易贬值。而在现代，货币——即纸币和簿记项目只是一个价值符号，它可以大量印制，而不受物质的限制。用他文章中的原话就是：“纸币的数量可以按可忽略不计的成本无限递增长，所需的只是在同一张纸上印上较大的数字而已。”

2.政府的发行同通货膨胀

在现代社会，纸币掌控在政府手中，所以弗里德曼指出，是政府在主导货币的发行。政府会根据统治的目的加大货币的发行量，且政府发行纸币的数量是不受约束的，所以当政府发行过量的纸币时，通货膨胀便发生了。因此，弗里德曼认为：“就今天的纸币来说，只有政府，只有政府自身，才能制造过度的货币增长，从而制造通货膨胀。”他相信，这才是最深层的原因。

弗里德曼认为，通货膨胀是一种疾病，一种危险到会致命的疾病，那么，通货膨胀到底有哪

些危害呢？

弗里德曼曾在文章中提到，通货膨胀对于政府来说是个很棘手的问题，如不及时制止会摧毁整个社会。他也举过一些例子来说明这点，例如“在巴西，通货膨胀率在1954年达到大约100%，由此产生了军人政府。比这严重得多的通货膨胀导致了1973年智利阿连德政府的倒台和1976年阿根廷庇隆政府的倒台，两国都由军政府接管了政权”。可见，通货膨胀具有很大的危害性，这点应当引起人们的注意。

弗里德曼认为通货膨胀会带来很多社会危害，它们主要有：

1. 物价上涨，百姓的日常生活开支增加

对此进行进一步分析：在通货膨胀下，个人的工资可能增加也可能不变。

如果工资增加的比率小于价格上涨的比率，个人的生活水准就会降低。一般来说，高收入者的工资增加比率相对较高，生活不一定受影响，而低收入者的情况则恰恰相反。

2. 让财富减少

弗里德曼认为，在经历了通货膨胀后，财产会“缩水”。因为在经济领域里，任何事情都要考虑时间因素和未来的风险。若其他条件不变，在通货膨胀的影响下，今年的一美元同明年的一美元的价值是不一样的。

3. 损害经济效率

弗里德曼认为，通货膨胀会造成物价上涨。向更深一步推进，就会发现通货膨胀造成了整个价格体系的扭曲。在市场经济中，价格是市场经济中的信号系统，资源配置和市场运行都依靠价格信号来完成。而在通货膨胀时，很难分清哪些价格反映了通货膨胀，哪些价格没有。这使得人们无法在价格的引导下有效完成资源配置，从而导致市场运行混乱，经济效率降低。

4. 增加社会成本

弗里德曼指出，在通货膨胀时，价格的飞涨，会带来很多隐性的成本。这其中就包括一种常为经济学家提到的“菜单成本”，它是指当价格发生变动时，企业必须消耗真实的资源以调整价格。如，饭店要重新印制菜单，商店需要重新印刷价格标签，出租汽车公司必须重新定计价表等等。

5. 影响社会安定

弗里德曼认为，持续长久的恶性通货膨胀带来的长期、过度的价格上涨，将加剧贫富差距和社会的不稳定性，会给社会带来诸多的不安全因素，甚至还会引发革命和变革。关于这点，在前面就提到了相关的例子，即巴西、智利等政府的案例。弗里德曼还曾在他的《货币的祸害》一书中提过，如果美国在20世纪30年代，能够控制通

货膨胀，压制物价的漫天飞涨，就不会有后来的社会动荡。

总而言之，通货膨胀问题是不可忽视的，它关系着国计民生，关系着百姓的生活和命运，也关系着整个社会的安宁和谐，绝对不能对其掉以轻心。

节俭会不会阻碍经济的发展

“节俭悖论”是凯恩斯最早提出的一种理论，也叫“节约反论”、“节约的矛盾”。凯恩斯认为，在社会经济活动中，勤俭节约对于个人或家庭来说是美德；然而对整个社会来说，节约意味着减少支出，它迫使厂商削减产量、解雇工人，从而减少了收入，造成有效需求不足，阻碍经济发展和产量、就业的增加。为了说明这个道理，凯恩斯还引用了一则古老的寓言：

有一窝蜜蜂原本十分繁荣兴隆，每只蜜蜂都整天大吃大喝。后来一个哲人教导它们说，不能如此挥霍浪费，应该厉行节约。蜜蜂们听了哲人的话，觉得很有道理，于是迅速贯彻落实，个个争当节约模范。但结果出乎预料，整个蜂群从此迅速衰败下去，一蹶不振了。

凯恩斯上述观点在现代西方经济学界得到了相当普遍的认同，许多不同版本的西方经济学教科书都相当醒目、相当郑重地向读者介绍、阐述这一思想。

在20世纪30年代大萧条时期，德宾甚至将储蓄说成“一个特别危险的自我毁灭过程”。凯恩斯则在1931年1月的广播中断言，节俭将促成贫困的“恶性循环”。他还告诉大家，如果“你们储蓄五先令，将会使一个人失业一天”。

比起“储蓄是恶习”的说法，勤俭节约一直作为我国的传统美德被颂扬。然而现在，在我国的一些大城市里，出现了一群独特的“都市月光族”，他们薪水丰厚，却几乎没有存款，一发薪就立即花到服饰、化妆品、餐馆酒吧、旅游等方面，一旦花完就开始过着数日子等发薪的贫穷生活。他们年轻、浪漫，有着体面的工作，秉着“钱就是用来花的”的心态，周期性地经历着从富有到赤贫的过程。这样盲目地消费、支出不留储蓄，一旦碰上需要用钱的时候，马上就会断“粮”而陷入困境，而不完善的社会保障体制不可能把他们的问题全包下来。

中国现在大多数家庭还不是富裕的小康家庭，一部分人还在贫困边缘挣扎，如果没有平时的节省，又怎能拿出钱来支付孩子高额的上学费用，又怎能在有病时买得起昂贵的药品？事实上，对于生产力水平较低、经济比较落后的国家来说，它们迫切需要积累资金（资本），因此应该提倡节俭，鼓励储蓄。要解决“节俭悖论”，关键在于不要让储蓄的资金闲置起来，而是要把储蓄转化为投资，扩大和提高生产能力。因此，重要的是银行应增加有效贷款，把钱用到刀刃上。

“节约悖论”提出来以后，常常使人迷惑不解。根据一般人的常识，一个家庭也好，一个企业也好，一个国家也好，如果大家都挥霍浪费，

很快就会吃光喝光。唐代著名诗人李商隐有两句诗说得好：“历览前贤国与家，成由勤俭败由奢。”那么，凯恩斯提出的上述观点，又该如何解释呢？

要理解这个问题，关键是要注意到：凯恩斯的国民收入决定分析，是在非自愿失业存在的前提下进行的短期、静态的分析。通俗地讲，就是经济陷入了严重的萧条状态，市场上有大量产品积压在仓库中，找不到销路，也就不能计入到国民收入统计数字中。显然，如果国民增加消费，积压的产品就能实现其市场价值，从而使统计到的国民收入数字增加；反之，如果国民减少消费，积压产品增加，统计到的国民收入数字就会下降。这就是凯恩斯国民收入决定分析的实际意义所在。说穿了，凯恩斯提出“节约悖论”，实际上不过是推销积压产品罢了。

从长期、动态的角度来看，人们会将节约下来的钱用于投资，以增加生产能力，从而使经济趋向更加繁荣。相反，若只图眼前繁荣，大肆挥霍浪费，则会影响未来的经济发展，甚至导致经济停滞和崩溃。正是在这个意义上，人们强调节约，反对奢侈浪费。

静态地来看，一个人收入越高，其用于消费的比例越低；但动态地来看，在人们收入随着时间增加的同时，人们的消费需求也在随着时间的

推移逐渐发展，结果消费在收入中占的比例并不下降。

抽象地来讲，个人收入的一部分会用于消费，另一部分则用于储蓄，而储蓄则会通过金融机构转到厂商手里，用于增加投资。这样，厂商生产的产品就会全部销售出去，其中一部分被消费者购买用于消费，另一部分被其他厂商购买用于投资，整个国民收入就实现了充分就业的均衡。但实际上，厂商生产的产品并不会完全销售出去，原因在于产品结构 with 需求结构不一致。例如，中国在2000年前后，市场上积压了大量的彩色电视机，尽管彩电价格一降再降，但市场反应却十分冷淡。为什么呢？因为消费者家庭已经普遍购买了彩电，整个彩电市场已经饱和。消费者手里尽管有钱，但并不会用于购买彩电，于是影响到彩电厂商进一步对增加彩电生产的投资，这样，就导致了市场疲软。在这种情况下，单纯地刺激消费或刺激投资，必然徒劳无功。那么怎么办呢？唯一的出路只能是调整产品结构，开发新兴替代产品，使之与消费者潜在的市场需求结构相一致。例如，在模拟信号彩电市场饱和的情况下，应该开发数字化的液晶彩电或等离子彩电，这样消费者手里的钱就会转化为现实的购买力，从而使市场走出萧条的困境，逐渐复苏，进入新一轮的繁荣佳境。而要开发新兴替代产品，必须

有大量的投资支持，从而需要大量的居民储蓄。



人们将节约下来的钱用于投资，以增加生产能力，从而使经济趋向更加繁荣。

从这个角度来讲，节俭非但不会导致经济萧条，反而会促进经济增长，因而它依然是一种值得提倡的美德。

中国作为一个发展中国家，目前刚刚进入小康阶段，整个国家的经济实力还比较薄弱，不能完全依据凯恩斯的观点，大肆鼓吹刺激消费。让

我们跳出凯恩斯短期、静态、总量分析思维的框框，着眼现实经济生活，换用长期、动态、结构分析的思路，为明天的经济发展着想，继续保持和发扬节约的美德。只要将节约下来的钱用于投资，用于开发适应消费需求的新兴产品，我们的生活就会变得越来越美好。

是什么主宰了你的消费

为了满足日常生活所需，人们会购买、使用商品或接受服务。这些对于我们来说都是司空见惯的事情，不过，你是否好奇，是什么在背后主宰着你的消费？

消费是人类通过购买商品或服务，满足自身欲望的一种经济行为。每天、每周、每月，人们都会消费——为了满足生存的需要、为了娱乐、为了健康，等等。对于这种常见的社会现象，弗里德曼进行了相应的研究。

弗里德曼认为，消费受到多种因素的影响，这些因素有收入的大小、利率、一些偏好的因素、消费者的年龄、文化方面的客观因素（如种族或国籍）等等。现将它们与消费的关系解释如下：

1.收入

弗里德曼认为，收入的多少、增加（减少）等因素对消费都有影响。

2.利率水平

假设在其他条件不变的情况下，人们在生活中与金钱有关的主要行为就是储蓄与消费。当利率水平高时，储蓄的收益较高，人们就更愿意储蓄，从而使得消费水平降低。

3.对消费时期的偏好

这里主要指消费者心理上的差别，即是愿意更多地现期消费，还是更多地远期消费。如果消费者倾向于现期消费，则当前的消费支出水平就较高；但若消费者希望远期消费，结果就相反。

4.消费者的年龄

一般中老年人消费水平较低，而年轻人消费水平较高。这主要是因为年轻人有更多的消费欲望，处于消费高峰期，倾向于多消费；而老年人因生理、心理及收入等因素的影响，其消费欲望减退，消费水平也就相对下降。

5.文化习惯等方面的因素

这与一个社会长期以来形成的生活习惯、潜在的文化中的消费观念有关。在有些国家和民族中鼓励超前消费和奢侈消费，而有的国家则提倡减少消费。相比而言，前者的消费就较高，而后者则较低。

在上述这些因素中，弗里德曼认为收入是影响消费的最主要因素，即消费的主宰，因为收入是消费的基础和前提，如果没有收入，就不会有消费。而一般高收入的群体消费水平比较高，而低收入的群体消费水平则较低。消费水平与结构是同收入的水平基本相适应的。虽然也有高收入的消费群体消费水平较低的个例，但毕竟是少数。个人在消费的时候，一般会参考自己的收入来消费，所以我们的消费不是永无止境的，是有

限度的。

做金钱的主人而不是奴隶

国家经济要增长，就要有投资来发展生产，而投资就需要储蓄。其实一个家庭也是如此，不能把所有钱都吃光、用光，要注意积蓄，以为将来的投资机会做好准备，例如投资股票或投资继续教育。科学而合理地使用金钱，才能够让金钱发挥出更大的价值。有的人则不是这样，他们以挥霍金钱为荣耀，最后只能落得个身无分文的下场。

事实上，金钱本身并没有力量，但是只要控制并使用得当，它就会带来力量。

如果想要获得大量的权力，就应该首先学会处理权力的方法。有人以加拿大百万彩券得奖人为对象进行追踪研究，结果发现其中绝大多数的中奖者是暴发户，他们在5年之内便把所获奖金挥霍一空。原因就在于他们没有培养成功意识，不懂得怎样去处理这笔意外之财。

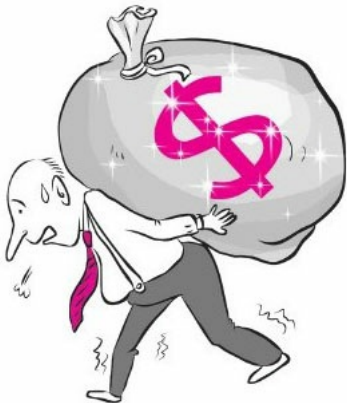
如果不做金钱的主人，便会成为金钱的奴隶。其间的差别，完全取决于能否认清金钱的力量，以及是否掌握了处理金钱的方法。把钱用于正道，才会使你清廉做人，并受益终生。这完全是一念之间的事。

金钱所代表的力量，就是帮助我们成长的力量。我们必须使这种力量持之以恒。我们必须深

入了解，并因此决定在钱的问题上的施与与接受、储蓄与花销的分寸。为此，我们要掌握好用钱的“成功法则”，这样才能有效地引导和运用这股力量。

囤积并不会使金钱增多，靠这种方法发财是绝对不可能的。那些想靠囤积致富的人，最终往往会弄巧成拙，招来相反的结果。每年我们都会听到穷死的守财奴的故事，钱对这样的人来说真是一无是处。

俗话说：“一分耕耘，一分收获。”这个道理对金钱来说也同样适用。一切花费都是周而复始的付出，只要出发点正当。你不妨试验一下，在花钱时，就把它当作是在造福自己和别人，这和付出爱是一个道理。付出爱，你可以得到同样的回报，感受、体验一次新鲜的经历。抱着这种精神去付出的人，得到的回报将数倍于付出的。



如果不做金钱的主人，便会成为金钱的奴隶。

有了钱之后，首先就要负起有钱的责任。其中之一就是要学会储蓄和有目的地投资。例如，美国哲学家兼诗人爱默生就把金钱看成是一项“管理”工作，或是对人的挑战。他认为，每一位有钱的人都有责任用他所有的金钱为他人创造工作的机会。

第三章 买卖双方的博弈

是什么因素决定了商品的价格？吉祥号码为何能卖出好价钱？商家为什么爱扎堆？消费者如何追求商品的高效用……买卖的过程，就是一个双方博弈的过程。

什么因素决定了商品的价格

商场里，每种物品的标价各不相同，例如香皂、卫生纸、洗衣粉等，虽然同是生活用品，价位却高低不一。那么，是什么决定了它们各自的价格？

在日常生活中，价格同我们息息相关，它的波动带动着我们消费金额的波动。一般来说，当价格上涨的时候，我们手中的钱能买的东西就少了；当价格下跌的时候，我们所能买的东西就多了。在不同的情况下，我们可能会为价格的上涨抱怨，为价格的下跌欣喜。但大家是否仔细想过，到底是什么在背后影响和决定着价格？

关于这个问题，有很多种解释。但在西方经济学界，大多数经济学家都认为，任何商品的价格都是由供给和需求共同决定的。

既然谈到供给和需求，就不得不提到供给量

和需求量。对于经济学理论来说，这几个词语是最为基础的。不过，时常有人将它们混淆。实际上，供给和供给量、需求和需求量是完全不同的概念，所以有必要将它们区分清楚。



一般来说，当价格上涨的时候，我们手中的钱能买的东西就少了。

弗里德曼指出，供给规律和需求规律是研究价格同供给量、需求量之间关系的重要规律。

1.需求规律

在影响商品需求量的其他因素不变时，商品的需求量同其价格有反方向的依存关系。即商品价格上涨，需求量减少；商品价格下降，需求量增加。

2. 供给规律

在影响供给量的其他因素既定的条件下，商品的供给量与其价格之间存在着正向的依存关系。商品价格上涨，供给量增加；商品价格下降，供给量减少。

这两个规律有一个假设前提，即“影响商品需求量（供给量）的其他因素不变”。因为在现实中，影响需求量和供给量的因素很多，而需求规律和供给规律只研究价格与需求量、供给量之间的关系，所以为了屏蔽其他因素对研究的干扰，就必须先假设其他影响需求量（供给量）的因素都不变。

另外，对于绝大多数商品来说，需求和供给规律都是适用的，因为这些规律是根据对大量经济现象的观察而得出来的，具有普遍性。不过也有个别特殊商品并不遵循这种规律，例如吉芬产品，但这并不影响这两个规律在大多数情况下的使用。

根据弗里德曼在《价格理论》一文中的分析，需求和供给共同决定商品在市场上的一般价格，也就是均衡价格。在市场上，首先要了解需

求和供给是如何变动的，然后才能研究两者对价格的决定作用。

所谓需求的变动，指的是某商品除价格变动的因素外，由于其他因素变动所引起的该商品的需求数量的变动。可以影响需求变动的因素有收入变动、相关商品的价格变动、消费者偏好的变化和消费者对商品的价格预期的变动等。

而供给的变动是指因为产品本身价格以外的因素而引起的供给量的变化。影响供给变动的因素有生产成本的改变等。

假定在完全竞争的市场中，商品的供给和需求变动处于自发状态。在其他条件不变的情况下，现在以商品甲为例，在各种可能的价格下，消费者对商品甲有不同的需求量，而在各种可能的价格下，生产者有不同的愿意提供的商品甲的数量。

若在某一价格下，生产者愿意提供的产品数量多于消费者所要求的需求量，结果就会出现过剩，这些剩余的产品没人买；而在另一价格上，如消费者的需求量多于市场上生产者能提供的商品量，结果就会出现商品的短缺。这两种情况都会造成资源配置的不平衡，甚至是浪费。

然而，在同一市场里，为了生产者和消费者都能够获得满意，商品甲的供给和需求将在消费者和生产者的行动下，自动地被推向供需均衡。

在这一情况下，供给和需求刚好都能满足，市场不存在剩余和短缺，此时，价格也不会再变动。用弗里德曼的原话说就是：“均衡状态是这样一种状态，它一经确立，就将被维持下去。”

这时市场上最稳定的价格形成了，需求者和供给者都会以这个价格来提供或消费货物，结果，供给和需求最终共同决定了这个物品在市场上的价格。不过这种均衡状态会在需求和供给再次出现变动时被打破，然后均衡价格也将重新稳定。

吉祥号码为何能卖出好价钱

生活中有很多类似的事情：

一个最后7位都是“8”的吉祥手机号码的价格高达22万元。

类似的还有天价车牌号。

.....

谁为这些天价吉祥号码埋单？

据调查，这些天价号码无非是买来送人，或是一些商场上有钱人的个人嗜好。它们的价值在哪里呢？据介绍，买家几乎全部是生意人，他们不仅仅是出于便于记忆和对吉祥数字的崇拜，更重要的是用来“撑门面”，当然也可当作礼物送人。

正因为吉祥号码有市场价值，因此它成了收藏爱好者的宝贝。有一个收藏爱好者从事吉祥号码收藏已两三年了，一共收藏了20多个吉祥号，其中多数号码都是花钱买来的，像尾数为7个“8”的号码，两年前的收购价就超过10万元。此外，尾数为5个“8”或“6”的号码，他的手头还有好几个。

“吉祥号码”又被人们称为“个性号码”，它是由于人们的传统观念和个人喜好而产生的对某个或某组数字的崇拜。在很多人看来，这些数字会给自己带来好运，因此倍受一些人的青睐，甚至

达到了一种崇拜的程度。

正是出于对“吉祥号码”的崇拜，我国普遍存在着吉祥号码拍卖的现象。比如说，我国许多地方都有人认为“8”字能给自己带来好运，主要是因为8与“发”谐音，常让人联想到“发财”。于是与8相关的数字总能卖个好价钱。相反，一些数字则被人们所厌弃，比如带有4的手机号码，往往可以免费赠送，有些楼盘甚至不设13、14层，迎合了一些业主的喜好。

这些天价号码的价格远远高出了它们本身的价值，这正常吗？

从经济学的角度来说，这种供给和需求都是“物以稀为贵”的市场规律的正常表现。是吉祥号码数字的需求和供给共同决定了它的高价位。

资源的稀缺性可分为几种：有些是天生的，无法创造，如金子、钻石；有些是衍生的，如中国的土地，面积一直就是这么大，因为人口越来越多，才使今天的土地越来越稀缺。有些稀缺可以创造，如很多大城市的地铁磁卡，每天大量供应，只值票面价格，永远有求必应，无增值可能；但地铁旅游公司发行的纪念卡，却可以通过限量发行等方式，凭空创造出一个稀缺资源，求大于供，于是几十元面值可以被炒到几百元。

经济学上有个著名的理论：有用的水，不值钱；无用的钻，天上价。水，源源不断，随地可

取，所以不值钱；钻石，稀罕物，所以值钱。当然也有例外，“上甘岭”上一滴水，比生命还珍贵；水在沙漠里，比油珍贵。

聪明人有意消灭多余，牟取暴利。如果世间只剩两张清朝大龙邮票，各值十万，善贾者必然撕毁一张，这样另一张的价值就不是两枚之和的二十万，而可能是三十万、四十万，因为它的唯一性。唯一比稀缺更稀缺，无竞争比价。

虽然吉祥号码的拍卖也许会给社会带来一定的负面影响，但是，从经济学的角度来看，它的出现是完全符合经济规律的。

因为人们对稀缺资源的偏爱，有时会发生“劣币驱逐良币”的现象。

在很长的一段历史时期内，人们在市场交易活动中使用的货币不是我们今天大量使用的纸币，而是用金属铸造的铸币——类似我们今天的硬币。但不同的是，今天的硬币只是作为辅币使用，而在当时，有钱人出门则要带上一袋沉甸甸的货币——金币或银币，这是财富的象征。

与今天的纸币不同的是，当时的铸币本身即有价值——其所采用的金属的价值，其面值的基础就是其重量和成色。随之而来的有两个问题：一是在铸造的时候，不能保证每一枚货币都有一样的成色和重量；二是在长久的使用和流通中，货币本身有一定的磨损而导致重量的下降。换句

话说，同样面值的货币，其实际价值会有差别。

这样，每个人都想着把“好”的钱（良币）留在自己手里，把“差”的钱（劣币）花出去。时间长了，市场上流通的就都是“差”的钱，于是“劣币驱逐良币”的现象就产生了。

商家为什么爱扎堆

人们常说买东西要“货比三家”，如果三家商店分别分布在城南、城北、城西，这显然不如三家商店一家挨着一家更能吸引消费者的到来。人流对一个店面来说是最宝贵的资源，品牌扎堆正是为了吸引人流，也就是说，只有商家先扎堆制造出热闹氛围，顾客才会过去凑热闹。

经常光顾麦当劳或肯德基的人们不难发现这样一种现象，麦当劳与肯德基这两家店一般选址在同一条街上，或在相隔不到100米的对面或同街相邻门面。不仅麦当劳与肯德基的布局如此，大多类型相似的商场、超市的布局也同样存在这样的现象，比如在北京的北三环不到15公里的道路两侧，已经驻扎了国美、苏宁、大中三大连锁家电的8家门店。从一般角度考虑，集结在一起就存在着竞争，而许多商家偏偏喜欢聚合经营，在一个商圈中争夺市场。这样选址会不会造成资源的巨大浪费，会不会造成各超市或商家利润的下降呢？

答案当然是否定的，不然这些商家不会傻到一起扎堆的程度。那为什么商家利润不降反升呢？

从经济学角度考虑，如果市场上有甲、乙两个商家，他们向消费者提供的商品和服务具有优

势互补关系，则应该聚合经营，这是因为聚合经营能够聚集“人气”，形成“马太效应”，从而能够吸引更多的消费者前来购买，进而使企业获得更多的利益。分散经营使企业无法获得与其他企业的资源共享优势，从而导致市场风险明显增大，获利能力下降。

聚合经营意味着竞争的不可避免，竞争的结果是企业要生存和发展，就必须提升自己的竞争力。而企业要有竞争力，必须要有个性。商家要想在聚合经营中获胜，在经营上就一定要有特色和个性，这需要商家明确市场定位，深入研究消费者的需求，从产品、服务、促销等多方面进行改善，树立起区别于其他门店类型和品牌的形象。如果聚合的每一个商家都能够做到这一点，就可以发挥互补优势，形成“磁铁效应”，这样不仅能够维持现有的消费群，而且能够吸引新的消费者。

此外，商业的聚集会产生“规模效应”。一方面，丰富的商品种类满足了消费者降低购物成本的需求，而且同行业大量聚集实现了区域最小差异化，给消费者购物带来更多的选择余地，让消费者充分感受到“一站式”消费的便利；另一方面，经营商为适应激烈的市场竞争环境，谋求相对竞争优势，会不断进行自身调整，在通过竞争提升自己的同时让普通消费者受益。正因为如

此，聚合经营使商家能够充分发挥自己的优势，将更多的消费者吸引过来。

其实，商家在实施聚合经营时还可以考虑差异化聚合，如食品超市可将生鲜超市、日用品超市作为聚合对象，综合超市可以将家具超市、家电超市、医药超市、建材超市等作为聚合对象，这样更能发挥聚合效应。如今我国的居民小区在逐步发展和完善，商场、诊所、银行、邮局、餐厅等配套服务设施的健全备受居民小区的瞩目，连锁超市可以选择诊所、银行、邮局、餐厅等作为聚合对象，这样在连锁门店的经营上就没有过强的竞争，还能为小区居民提供便利。

需要说明的是，“聚合”不代表“饱和”，商家决定在某区域实施聚合经营的策略时，一定要避免在已经饱和的区域选址，否则恶性竞争就难以避免。

商家为何要“大放血”

如今，商品打折已经成了一种“商业风气”，无论大街小巷，你总会看到商店的门口贴着“大甩卖”、“跳楼价”、“大放血”等字样。而且，商店里还贴着“恕不讲价”的牌子。老板还在不停地摇头叹气，一副“失血过多”的样子。

而商场里，“买一送一”、“买二送一”等广告也随处可见。许多商场都把一周年、五周年、十周年店庆当作是“答谢新老客户的关爱”的最佳时刻。“全场商品一律5折”、“满200送100”的口号也喊得特响。本来只有一天的“店庆”，一开就是几个星期、一两个月。就像一些小店，每天都喊着“最后一天大甩卖”，也不知道哪天才是最后一天。

总之，这种打折气氛，让人觉得自己是在一个充满了“便宜”的世界里，似乎只要你稍稍打开你的口袋，就能够把无穷的便宜货带回家。但是，面对疯狂的打折潮流，我们都应该清醒地对待，不要因为贪小便宜而吃了大亏。

我们不得不承认，确实有一些商店由于生意转行、建筑拆迁、商品换季、清理库存等原因而被迫降价甩卖商品，有些商品打折后，价格确实比原来要低了，但其中利用“薄利多销”的手段进行促销的商家占很大一部分。谁都知道，赚钱是

商家做生意的目的所在。如果他们真的“大放血”，而且是整天整月地“放血”，恐怕不是哪个商家能承受得了的。他们这样这样做的目的很明显，就是假借打折之名招徕顾客、赚取高额的利润。

那么，商家打折的秘密在哪里呢？我们知道，生产产品时，无论是一万件还是一件，有些投资是必需的，比如厂房建筑物和机器设备。而且，这些投资在短期内是不能及时改变的。这种短期内在数量上不能改变的投资成本，我们称之为“不变成本”。而另一些可以随时改变数量的投资，称为“可变成本”。不变成本和可变成本之和，就是生产商品所需要的总成本。

当我们把一段时间内生产出来的产品看作一个整体，把生产这些产品所耗费的成本（包括不变成本和可变成本）平均分摊到每一件产品上时，就可以大致知道每一件产品中包含了多少可变成本和不变成本。这样就产生了“平均可变成本”和“平均不变成本”的概念，两者之和又可以称为“平均总成本”。如果我们把厂家出售商品的价格看作是它从每一件商品中获得的收益，那么，我们就可以通过比较价格和以上几个方面的平均成本的大小关系，来判断厂商愿意生产商品的最高数量和愿意出售商品的最低价格。



面对疯狂的打折潮流，我们都应该清醒地对待，不要因为贪小便宜而吃了大亏。

实际上，商店不可能把所有的商品都打折销售。商场里只有部分商品打折，不仅是部分打折，而且是轮流打折——今天是日用品打折，明天是调料打折；这周是烟酒打折，下周是食品打折。其他的商品呢？其他商品的价格与别的超市的价格则没有区别。沃尔玛的营销状况就是这样的。

那些知道打折商品又意欲购买的消费者显然愿意前去购物，但去超市是要花车费和时间的。既然去了，既然花了车费和时间，哪能只购买打折商品呢？总是要购买一些别的商品。那些不知

道打折商品的人又当怎样呢？他们虽然不知道具体打折的是些什么商品，但既然有打折商品，而别的商品又不比别处的超市贵，为何不奔着打折的商店去呢？

商店的打折虽然使得商品的平均单价降低了，但由于打折吸引了消费者，提高了销售量，因此总利润不减反增。为了吸引那些即使知道打折也不购买打折商品的消费者，最大限度地增加销售量，商店不可能让所有人事先都知道具体打折的商品，它要让一部分人知道，又要让一部分人不知道。

其实，正像前边所说的，由于各种特殊原因，商场被迫降价出售商品，价格往往比实际造价还低，那么，消费者就会获得比较实在的优惠。但是，这种情况是很少见的。因为，商品出售的价格都比实际成本要高许多，而在比较紧急的时候只要把价格下调，调到可变成本以上，从消费者的消费预期来说就已经十分满足了，商品就很容易卖出去，而且会比原来销售量更大，这才是最常见的打折现象。许多商场就是用这种手段吸引消费者，以获得“薄利多销”的效果。看起来商场是在“放血”，但是，虽然在单件商品上的利润少了，卖出去的商品数量却增多了。所以只要打折程度合理，商家完全可以在打折的情况下，获得比原来还多的销售收入。

因此，对于各个商场疯狂的打折热潮，我们应该清醒对待。

消费者如何追求商品的高效用

一种商品对消费者是否具有效用，取决于消费者是否有购买这种商品的欲望，以及这种商品是否具有满足消费者欲望的能力。从这个意义上说，消费者购买商品，就是为了从这种商品中得到物质或精神的满足。效用不同于商品本身的使用价值。使用价值产生于商品的属性，是客观的；效用是消费者消费某物品时的感受，本身就是一个主观的、抽象的、虚无的概念，而不是一个客观的尺度。某种商品给消费者带来的效用因人而异，效用大小完全取决于个人偏好，没有客观标准。

我们总是追求物美价廉的商品，但随着商品的丰富、营销手段的多样以及竞争的加剧，“物美”与否并非我们所能简单判断的。在鉴别“物美”的交易成本过大时，“越贵越买”行为的发生就不足为奇了。

商家常常在商品上标明“原价 $\times\times$ ，现价 $\times\times$ ”，商家这样做，无非是想通过所谓的“原价”来增加商品的预期效用，即使“原价”从来没有出现过。较低的现价会使消费者认为用较低的支出会得到效用较高的商品，销售量自然增加，同时增加消费者的消费剩余。价格对消费者有反作用，是决定消费者预期效用函数的一个变量。“越贵越

买”，消费者的信息劣势是一个很重要的前提。

消费者追求高效用，并希望能以最低的成本达到这一目的。但在一些情况下，比如信息不完全，我们无法在使用之前清楚地判断其价值，或者这么做的交易成本较高（询问、调查让许多人烦不胜烦）。按质优价高的一般规律，我们会在这样的情况下作出价值的判断，尽管是经验的，却并非没有道理。

如果在使用商品之前不清楚商品的效用，我们会反过来根据价格判断商品的效用。“便宜没好货”就是这个道理。事实上，我们需要某种商品，首先有了这种欲望后才去市场中搜寻，然后才是讨价还价，很少有人仅仅根据价格去搜寻。于是某种商品的价格越高，人们对它的评价就越高，购买的欲望就越强，购买的人就越多，这就形成了“越贵越买”的现象。当然，贵到一定程度，或者商品成了奢侈品，买的人就会少了。

按照上面的说法，有一类商品的需求曲线是有一段上升，然后下降。这类商品有药品、衣服、珠宝首饰等。患者一般对药品效用不清楚，所以常觉得好药应该贵一些，并且价格不是病人考虑的主要因素，所以会有一段需求曲线是上升的。衣服有其特殊性，我们每次买的不一样，这时候经验不起作用，因此对其效用的评估的一个重要标准是价格，况且很多人不是把衣服价格作

为主要考虑的因素，甚至有人把衣服的价格作为炫耀的资本。珠宝首饰也是如此，特别对于玉器、玛瑙等需要专业鉴别知识的商品，我们判断它们的预期效用更依靠价格，所以常常有人高价买来假货。

在实际生活中，在消费者面对成千上万的产品种类的各种不同的搭配组合的情况下，要想使消费者都准确表达自己的偏好是不现实的。消费者在一段时期内购买商品时，总是在满足了生活必需品的需求之后才考虑购买非生活必需品的。另外，即使在满足同一个需求层次的同一类别的商品中，一个正常的消费者对商品的偏好也仍然存在一定程度的标准。例如，绝大多数消费者会认为购买彩电带给他们的效用比购买黑白电视机更大，饮用干净的水比饮用浑浊的污水带给他们的效用更大，闻香味比闻臭味更能带给人愉悦感。这些需要由消费者的主观感受来决定。

现在的消费品生产企业普遍重视起产品包装，我们可以从效用角度对这一现象作出分析。

《汉书·朱买臣传》中有这样一个故事：

春秋时代，楚国有一个商人，是专门从事珠宝生意的。但是他的珠宝一直价格低廉，利润菲薄，所以，他苦思冥想，希望通过一定的手段抬高自己珠宝的价格。后来，当他看到别人卖丝绸的时候总是有个漂亮的包装袋，便有了主意：如

果我把我的珠宝好好地包装一下，有了高贵的包装，再加上珠宝惊人的成色，那么珠宝的身价一定会上涨。

有一次，他到齐国去兜售珠宝。为了卖个好价钱，他便想：这次一定要把珠宝好好包装一下。于是，这个楚国人找到了名贵的木兰材料，又请来手艺高超的匠人，为珠宝做包装的盒子（即椟）。匠人费尽心思把盒子雕刻装饰得异常精致美观，并用桂椒香料把盒子熏得香气扑鼻，还在盒子的外面精雕细刻了许多好看的玫瑰花纹，在盒子周围镶上了漂亮的翡翠花边。完工之后，整个盒子看上去闪闪发亮，实在是一件精致美观的工艺品。而后，楚人将珠宝小心翼翼地放进盒子里，拿到市场上去卖。

到了市场以后，果然有很多人围上来，大家都被这个盒子吸引住了，驻足欣赏起来。一会儿，过来一个郑国的商人，他看见装珠宝的盒子既精致又美观，将盒子拿在手里看了半天，爱不释手，问明价钱后，决定出高价将楚人的盒子买下来。郑人交过钱后，便拿着盒子往回走。可是没走几步他又回来了。楚人以为郑人后悔了，要退货，却见郑人打开盒子，将珠宝取出来交给楚人说：“先生，您将一颗珠宝忘记在盒子里了，我是特意回来还珠宝的。”于是郑人将珠宝交给了楚人，然后低着头一边欣赏着木盒子，一边往

回走去。

楚人拿着被退回的珠宝，十分尴尬地站在那里。他原本以为别人会欣赏他的珠宝，可是没想到精美的外包装超过了盒内珠宝的价值，以至于“喧宾夺主”，令楚人哭笑不得。

这就是“买椟还珠”的故事，从故事中我们可以看出，卖珠宝的楚人非常精明，为了能更好地卖掉珠宝，便制作了非常漂亮的包装盒来吸引买者的眼球，借以抬高珠宝的身价。而那个郑人则受到事物表面的影响，或者说是受到他喜欢那个精美包装盒的感情影响，以至于忽略了盒内的珠宝，作出了非理性的行为，这一行为使他作出了舍本求末的不当选择。

但从楚人的角度看，楚人做的包装盒的确有点过分了，以至于消费者只被表面包装吸引，而不管实质内容。包装是为了推销产品的，楚人并不是木盒生产商，而是珠宝商，只卖出盒子而卖不出珠宝，岂不是本末倒置吗？

值得注意的是，在现实生活中，这种楚人越来越多了。现在，越来越多的企业随着产品的更新及市场的变化，相应地改革包装设计，尤其在现代市场经营中，包装的创新和产品创新已经具有同等重要的意义。包装上的新意，即使在产品质量不变的情况下，也往往会产生意想不到的作用。许多保健营养品的，包装占了总价格的三分

之一甚至更多；每年中秋节的月饼，大概包装费要是月饼成本的几十倍。毫不重视包装或过分包装，消费者同样不喜欢。毕竟对大多数人而言，包装是要扔的，花那么多钱去买一个包装盒，消费者会认为不值。谁都知道，包装成本是要计入价格的。因此，现代企业切不可做楚人，舍本求末，毁了自己。

第四章 日常生活中的经济学

为什么好收成带不来高收入？人们为什么热衷于美容整形手术？“美女经济”为什么会扑面而来？失业的原因是什么……看似高深的经济学原理，其实就蕴含在普通的日常生活当中。

为什么好收成带不来高收入

中国有句古语叫“谷贱伤农”，意思是丰收了，由于粮价下跌，农民的收入减少。其原因就在于粮食是生活必需品，需求的价格弹性小。人们不因为粮食便宜而多吃粮食，由于丰收而造成粮价下跌，并不会使粮食的需求量同比例地增加，因而使农民的总收入减少，蒙受经济损失。

市场经济中，出现诸如把牛奶倒掉的现象，究其原因也在于农产品的需求缺乏弹性。降价不会使需求大幅度增加，因而会减少总收益，所以企业把过剩的农产品毁掉，反而会因供给的减少而维持价格，从而维持利润。

事实上，关于过剩的解释，经济学上有“绝对过剩”和“相对过剩”这两个概念。绝对过剩是指社会生产出来的东西在让所有需要它的人的需求都得到最大的满足之后，还有所剩余。相对过剩

是指该种商品的过剩是相对于一定的时间和空间而言的，是相对于人们的购买能力的过剩。也就是说，社会的供给超过了具有购买能力的人的需求，而与此同时，还存在许多买不起该种商品的人。绝对过剩是以社会生产力的高度发展为基础的，是一种很难达到的境界，而相对过剩则是时常出现的情况。无论是发达国家，还是发展中国家，都存在相对过剩的现象。牛奶的过剩，就属于相对过剩。

香烟是需求价格弹性较小的商品。对于吸烟上瘾的人来说，价格上涨不会减少消费；对不吸烟的人来说，香烟的价格再低他也不会消费。吸烟对本人、对社会都是不利的，因此，为限制香烟的消费，政府对香烟征收重税，但是烟厂的利润依然相当可观，因为消费者对香烟有依赖，生产者因此可以将其税负转嫁给消费者，结果香烟的税主要由消费者来承担。

家用电器是需求价格弹性较大的商品，价格上涨会减少消费，价格下跌会增加消费。在当前买方市场的情况下，各个家电企业竞争非常激烈，如果税负转嫁给消费者，就会使价格上涨，价格上涨会减少消费，不利于提高市场占有率，因此家电产品的税负主要由生产者负担。

物品之所以成为商品，不一定在于它本身具有多大价值，而更主要是看它是否存在一定的需

求和供给。没有供给的商品是没有意义的，同样，没有需求的东西是没有价值的，因为根本没有人去花钱买它。所以，商品的价格是由需求和供给两方面共同决定的。水的需求大，但是供给也是大的，这样，需求价格弹性和供给价格弹性共同作用，导致水的价格低廉。

钻石是一种奢侈性消费品，人们对正常的生活是可有可无的，所以它的需求价格弹性很大。价格提高一点，人们就有可能放弃这种需求。由于钻石在地球上的含量以及开采难度，钻石的供给也是十分困难的，供给的价格弹性很小。这样一来，很大的需求价格弹性和较小的供给价格弹性共同作用的结果，就是钻石的市场价相对十分高昂。

回到开头的“谷贱伤农”。本来，农业丰收了，农民的收入应该会更更高些，应该高兴才对。可是，由于全体农业的丰收，造成了粮食产量的增加，供给急剧上升，超过了需求量，这样一来，粮食的价格就会下降，农民的收入反而减少了。这是由农业生产的周期性造成的。由于农产品的储存、加工、保鲜等特殊问题，农产品一般都不能存放太长时间，这样一来，在市场交易时，就给农民带来了天然的讨价还价的劣势。买方会想“反正你一定要急着卖出去，否则就会坏掉。那么你对交易的要求比我要迫切”，于是利

用这种心理，拼命地压低价格。而在供给量相对过剩的情况下，农民达成交易的要求就会更迫切，价格就会被压得更低。



没有需求的东西是没有价值的，因为根本没有人去花钱买它。

供求决定价格，这个道理在人才市场上也同样适用。现在各企事业单位求贤若渴，而人才又是一种稀缺性资源，因此很多人说：“21世纪什么最贵？人才！”所以，作为一名人才，我们要追求好的收入与发展，就必须重视自己的人力资

本投资，使自己成为一流的人才。

人力资本是指通过教育、培训和“干中学”等方式和手段，在人身上积淀的、具有稀缺性的、能够被投入到生产中并能产生价值增值的知识、技能、经验和健康等质量因素之和。人力资本是一个多维度的概念。现代经济学已经将人力资本和技术知识作为经济增长的主要解释变量，而技术创新与运用，又是在人力资本的作用下完成的。人力资本同其他资本一样，已成为获取经济收益和非经济收益所凭借的一种手段。

随着竞争的加剧，人力资本所表现出来的作用也越来越明显。舒尔茨曾说，人的知识、能力、健康等人力资本的提高对经济增长的贡献远比物质、劳动力数量的增加重要得多。比如，全美最受尊崇的通用公司CEO杰克·韦尔奇自1981年入主通用，在短短的20年时间里，通过实施一系列人力资本管理与竞争变革，使通用这个百年老企业重新焕发出新的活力，公司排名也从世界第10位上升到第2位，成为全球最具竞争力的跨国公司。

所以，重视人力资本的管理，对一个企业来说至关重要。对于个人而言，只有注重人力资本的投资，才会有较高的回报。

人们为什么热衷于美容整形手术

2004年，黑龙江省某著名高校的毕业生小邹做了一个“大眼睛、双眼皮”的美容手术，花了1500多元，是接二连三的应聘失败让他痛下决心走进医院的。小邹曾到几家公司应聘市场销售的工作，笔试成绩都很理想，但一到面试关，他就被淘汰。几家公司的招聘人都说他“眼睛小、没神”，形象和气质不适合这份工作。

如果你有过找工作的经历，相信你一定对这样的现象不陌生：你的同学里面、竞争对手里面，通常是长相英俊、漂亮的人更容易受到面试官的青睐。

美国联邦政府的一项研究报告指出，人生际遇和长相密切相关，俊男靓女比普通人更有机会获得高收入。美国一项最新调查表明，长相漂亮的人不仅收入高，升迁的机会也大。长相丑的人待遇比一般人低9%，长相漂亮的人待遇比一般人高5%。此外，身材也会影响收入：胖女人比一般人的收入平均低17%；身材高挑者，每高1寸，收入平均增加2%~6%。

无独有偶，美国经济学家曼昆在《经济学原理》中提到了“漂亮的收益”，他根据其他经济学

家的研究，得出了长相引起收入差别的结论。

无论是理论或现实，都说明了收入和长相有关系。我们该如何看待这个现象呢？

漂亮能产生更多的收益。在市场经济中，商品的价格都取决于供求关系。漂亮的需求来自企业，这种需求的大小决定了漂亮的收入有多少，而需求的大小又取决于漂亮给企业带来的效益。简言之，漂亮能得到多少收入取决于它给企业带来的效益。应该说，漂亮的确能给企业带来高效益。有些高效益的行业，如演艺界、电视主持、模特，脸蛋和身材就至关重要。在其他行业中，漂亮对成功也相当重要。例如，服务员漂亮的饭店来的客人更多，漂亮的老师更受学生的欢迎，病人对漂亮的医护人员的服务更满意，漂亮的记者更容易得到更多的新闻，连领导开记者招待会，漂亮的记者提问的机会也更多。在社会上，漂亮是一张成功的通行证。爱美之心人皆有之，人们也都愿意为漂亮付费，这种付费就成为企业的效益。企业对漂亮的需求大于漂亮人数的提供，供小于求，俊男靓女收入高就正常了。而且，漂亮还影响人的机会。漂亮的人让人喜爱，机会就更多。

但是，长相普通的人也没有必要抱怨父母没有给自己一个好脸蛋和一副好身材，从而自暴自弃，因为决定一个人成功与否的绝不仅仅是长

相。那些成功人士，如政治家、科学家并不见得多么英俊、多么漂亮。

什么是真正的漂亮？仅仅是长相好就能称为漂亮吗？一般来说，漂亮是内在美和外在美的综合。一个外在美的人如果缺少气质和内在修养，举止粗鲁，他将很难成为得到高收入的人。相反，一个外在普通的人若很有修养、内涵，人见人爱，人缘很好，取得高收入的可能性也会非常大。

另外，一个长相普通、甚至有点丑的人，可以通过提高内在美来提升自己的整体形象指数。更为重要的是，外在的美是暂时性的，而内在的美才是永久的。

如果你是一位长相好的人，那么恭喜你获得了通往高收入的第一步。如果你没有长相方面的先天优势，你还拥有塑造一种永久魅力的机会。美国总统林肯说过：“一个人过了四十岁，应当为自己的长相负责。”在漫长的岁月中好好磨炼，普通的脸也会散发出迷人的魅力。

外表美是一种人人看得见的资本，然而在现实生活中，有很多人却没有学会发掘自己这一潜在的资本，结果守着金矿还是没饭吃。

李明，中专毕业，一个人北上京城谋求发展。当踏上这块土地时，他意识到自己是如此的天真，激烈的竞争近乎残酷，一个稍微好一点的

职位往往几十人甚至上百人去争取，而自己一个中专生在人群中显得毫无优势。十天下来，李明一无所获，身上的钱即将用光，心里非常着急。

这天，他拖着疲惫的身子，两手空空地回到了他租住的小屋。房东是个精神矍铄的老人，看到唉声叹气的李明，便把他叫住了。

“小伙子，年纪轻轻的，有什么事使你这么不高兴呢？”老人微笑着问道。

李明也正需要向人诉说，于是便把这些天来找工作的遭遇告诉了老人，并感慨地说：“要是我资本雄厚一点，也不至于这样了！”

“什么资本，你指的是什么资本？”老人似乎有点不解。

“当然是指找工作的资本啦，比如文凭、技术等级证，还有经验啦。有了这些资本，我就不愁找不到工作了。”李明肯定地说。

“没有资本？那我现在给你一百万，让你变成我这样的老头，你干不干？”老人问。

“那怎么行，我还有好多理想未曾实践，还有好多人生乐趣未曾感受呢！不行！”李明说道。

“那现在给你一百万，让你患上一种绝症，怎么样？”老人继续问道。

“更不行！都要死了，我要那些钱干吗？”

“好，如果现在还是给你一百万，让你成为

一个植物人，不用再思考和烦恼了，你答不答应？”

“不行。”李明坚定地摇了摇头。

.....

老人不停地发问，李明的回答都是“不行”。

突然老头停下了问话，说道：“年轻人，你数过刚才有几百万是属于你的资本了没有？”

李明猛然醒悟。

李明再次出去找工作时，信心百倍，很快在一家小公司谋到了一份差事。由于他能力杰出、积极肯干，再加上脑子灵活，很快升任为部门经理。

朋友，你的资本你都发现了吗？年轻、健康、智慧.....这些人力资本的重要构成部分是金钱都换不来的，这些资本的存在，就可以帮助你成就你自己。

邱吉尔有句名言：“空的袋子站不直。”资本并不是狭隘地专指金钱，它有着更广泛的内涵。

资本是你的职业生涯赖以建立的原材料。一个人所特有的性格、经历、才干、专长或专业是使他比别人更具有优势的因素。这些资本几乎从来没有统一的标准，而是相对于特定的工作所占据的优势。也就是说，你需要在对工作职位的需求有所了解后，才能判断你的优势在面对这样一个职位时到底是不是资本。

你拥有的资本不一定是你的长处，有时候也许并不是你希望拥有的东西，但无论如何，它们都是你特有的资本。

希望你能真正清楚自己有哪些资本。要成功就一定要好好利用你的资本，要不断地发掘自己的内在潜力，并努力使这些潜力发挥出更大的能量，从而使自己的职业生涯更加辉煌。

贝克汉姆为什么要不断变换发型

世界杯是一个帅哥的舞台。英俊的外表再配上经典的发型，帅哥们想让人们不记住都难，贝克汉姆就是一个最具典型性的例子。除了一脚优美的“贝氏弧线”之外，贝克汉姆之所以如此有吸引力，他那变幻莫测的发型恐怕是其中一个至关重要的因素。

有着“万人迷”之称的贝克汉姆已不再是单纯的足球运动员，自从和维多利亚在一起之后，他正逐渐成为一个时尚界的明星。他对于时尚的敏感度和品位都在逐渐地发生变化——从文身、眉毛故意剃掉一半、莫希干头到染指甲、戴太阳镜等，不一而足，尤其是他的发型更是变化多端。

1995年，贝克汉姆从曼联青年队升到一队，并且在4月2日首次代表曼联参加比赛，他们的对手是利兹联。那个时候的贝克汉姆一脸稚气，唯一能够代表他独特气质的便是那一头蓬松的金发和他灿烂的极具魅力的笑容。每当球队取得胜利的时候，或者他自己将球攻入对方大门的时候，小贝都会张开两臂在场上飞奔，那一头飘逸的金发就成为场上最引人注目的焦点。

1997年，小贝认识了辣妹组合中的“时髦辣

妹”维多利亚，从那时起我们就开始见到一个不一样的贝克汉姆了。那个曾经以为美国著名设计师范思哲是一个意大利球员，那个根本没有听说过GUC-CI、阿曼尼这些世界著名品牌的贝克汉姆成了一个超级明星，他的发型也由原来的清汤挂面变成了很有性格的莫希干头：脑袋两边剃得精光，只在中间留下两寸来宽的头发。但是球队主教练弗格森大光其火，斥令贝克汉姆要么留头，要么留人。于是，贝克汉姆的“莫希干”夭折了。

2002年世界杯之前，英国某赌博公司为贝克汉姆设计了8种发型，但他们还是不了解小贝。贝克汉姆以一个胭脂鱼的发型出现在赛场上。自从贝克汉姆到日本后，许多日本球迷纷纷模仿小贝的发型，他们理这样一个发型大约需要花费2万~3万日元，相当于几天的工资。东京涉谷专门开了一家贝克汉姆莫希干发型设计屋，每天从上午11点半一直到晚上8点生意都相当红火。

2003年5月21日，曼德拉在约翰内斯堡接见来访的英格兰国家队。为了这一次接见，贝克汉姆给自己设计了一个很非洲的发型——将自己的头发编成了近20根小辫子。而为了完成这个发型，小贝需要安静地待上4个小时，花费450英镑。

2005年，头发变长之后，小贝就开始以马尾辫示人：有的时候是后脑上扎一个小辫子，有的

时候会变成上下两个。

球星们的闪亮登场不仅仅是单纯为了吸引眼球，更多的是经济因素在作怪，因为众多的眼球中不仅仅有球迷的，还有广告商的。他们考虑更多的是经济的作用。用经济学家的话说，这是一种新的经济模式，叫作“注意力经济”，俗称“眼球经济”。

对于球迷来讲，是“从精神上支持你”，但这是不值钱的；而一旦被开发商发挥成一个广告，“眼球经济”马上就会发挥效力。注意力在很大程度上都可以换成钱来理解，例如芙蓉姐姐，虽然没有挣到钱，但是某些网站可以靠她的几张图片赢得点击率，一些网站靠她的几个视频赢得了收视率。

当我们“在精神上支持你”的时候，球星的价值和我们的注意力之间发生了交换，这种交换跟货币交换没有什么两样。在将来，这种注意力交易的发生不会比现在货币之间的交易来得更容易。人们渐渐开始衡量付出的注意力所换回来的价值是否值得，就像现在衡量用金钱买来的东西是否值得一样。如果不值得，就会把注意力给别人，就像现在会到其他的商店买东西一样。当然，注意力并非那么简单，并非像上面所说的点击率、收视率那么肤浅，它们表现丰富，例如，投诉你是投资你，那就是注意力资产。

亚里士多德曾说过：美是比任何介绍信更有力的推荐。美的东西，自然会产生更强的注意力，有注意力，就会有商机。这就是“注意力经济”日渐风靡的道理。



美的东西，自然会产生更强的注意力，有注意力，就会有商机。

“注意力经济”还可以延伸为名人效应。要不然，市场上怎么会出现如此多的品牌，诸如“李宁”、“乔丹”，等等。

当然，并不是所有的名人都会产生这样的效

应，也不是所有的商家请了名人后都能脱胎换骨，甚至起死回生，但有一定胜过于无。

明星的发型可以解释为性格独特，他们喜欢标新立异、卓尔不群，因此发型也要与众不同。这种解释有一定的道理，但恐怕不是真正的原因，真正的原因也许是出于经济上的考虑。发型独特，才能吸引球探、球迷、媒体尤其是广告商的眼球，在当今强调“注意力经济”的时代，谁吸引的眼球多，谁的身价自然就高。且不说转会身价和转会后的薪水，单是担任某个产品的广告形象代言人，收入就很可观。

世界杯之后，铁杆的球迷们可能还会记住球星们的球技，但大部分业余球迷却根本记不住，这并不影响业余球迷像铁杆球迷那样牢记球星们的怪异发型。谁会忘记威斯特的朝天辫，谁又会忘记马西斯的“莫希干”发型和那么多锃亮的光头呢？在球技基本相当、声望基本相同的情况下，请发型独特的球星做广告，和请一个发型平庸的球星做广告，哪个广告效果更佳，这是不言自明的，也许这就是球星们的“发型经济学”。

“美女经济”为什么会扑面而来

在物品短缺时代，人们渴求商品，企业生产什么就可以卖出什么。但那样的时代早已一去不复返了，世上有千万家企业生产着亿万种商品，此时人们的注意力成了商家渴求的一种稀缺资源，把人们的注意力吸引到自己的产品上成了产品销售的头等大事。商家通过金钱来吸引美女这种稀缺资源，再通过美女这种稀缺资源来吸引注意力这种稀缺资源，“美女经济”由此应运而生。

美女们以“形象代表”、“亲善大使”、“产品代言人”的面目出现，在市场上呼风唤雨、争夺眼球，也为商家立下了不少奇功，可以说是一种真正意义上的“注意力经济”。几年前电视台搞“选美大赛”是“美女经济”的一个开始，而这几年“美女经济”又被商家加入了一些新的注解。对电视台来说，美女的加入可以提高收视率，使广告不再单调乏味；对商家来说，利用美女做形象代言人可以提高人们对产品的关注度和购买率；对赞助商来说，美女为他们带来了广泛的广告效应；而对观众来说，看“美女加广告”要比看纯粹的广告有意思多了。

“美女经济”这个词在市场经济时代似乎得到了最有力的印证。

大凡经济活动，一般都有物质文化资料的生

产、分配、交换、消费这四大活动在其中，“美女经济”也不外乎如此。时下流行的选美亦是“美女经济”中的一种，现在我们就从选美这个角度，来谈谈物质文化资料的生产、分配、交换、消费这四大活动是如何运作起来的。



对商家来说，利用美女做形象代言人可以提高人们对产品的关注度和购买率。

选美产生美女。美女由其父母赋予生命，原

本不为大众所知，混迹于茫茫人海之中，这时候她们还仅仅是一种资源，而选美就是开发这种资源，将其包装成众所周知的“美女”，然后把她们推向市场。以模特业为例，选美产生了模特，模特公司在所有模特身上运作的最终目的是把自己的产品——模特——推向市场，出售给商家。上市即进入流通，售出即实现交换价值。至于分配，基本上是单一的货币分配，即花了钱就获得参与分配的权利，就可以挑选自己喜爱的模特。可以这样描述：商家说，我要的模特三围必须是84、60、82，于是一批模特被淘汰，也就完成了分配。当然选美也要消费美女。作为商业促销工具的美女，商家是把她们当作生产资料来消费的，在消费过程中将其价值转移到商品上去；作为艺术人才的美女，商家往往将其作为精神文化产品的组成部分推出来，让大众消费。由此看来，“美女经济”确实存在，它是稀缺的美女和飞速发展的经济结合在一起而形成的，而如今正是“美女经济”的时代。

我们不难发现，现在的厂长、经理、广告公司的老板好多都是美女。虽然她们不是绝顶聪明，但是她们拥有一定的智慧再加上一定的美貌，那就攻无不克、战无不胜了。

在今天，美女的影响力越来越大，大有辐射至各领域、渗透到各行业之趋势。房地产业界有

了，娱乐业界也有了，在一般只能靠本事吃饭的文学界更是早就有了。就是在普通老百姓难以有机会一试身手的“贪污受贿”界，美女也披荆斩棘、大行其道：有的赤膊上阵，直接混个一官半职；有的迂回曲折，甘为前驱，舍身奉献，一般回报也颇为丰厚。就因为太有杀伤力了，很多人看不过去，群起要求为“性贿赂”立法，并博得许多人的摇旗呐喊。除了法律，似乎再难有什么盾牌能阻挡美女的所向披靡了。

鉴于美女有如此大的能量，很多人也就顺理成章地要充分开发这种资源。西部大开发初见端倪，“中国西部形象小姐大赛”已然先行，还美其名曰“树立西部形象”，就好像没了这些小姐，西部的形象就要大打折扣似的。

那么，“美女经济”为什么会扑面而来呢？它应该完全是市场选择的结果。在市场经济中，一件东西有没有价值、值多少钱，并不是个人头脑中的想象，也不是由谁来安排的，它完全取决于市场的供求关系。既然爱美是人的天性，那么人就有这方面的欲望与需求，企业就得制造出各种产品来满足人们的这种需求与欲望，从而创造利润。如美女封面、选美大会、香车美人、女性人体彩绘等各种活动，在很大程度上都是利用美女为企业创造利润的方式。

同时，美女是十分稀缺的资源，这样，美女

的价值也就真正地显现出来了。如果凡女性都是美女，美女的价值自然也就没有多少了。

既然人的美貌是有价值的，是一笔财富，而且这笔财富只需花很小的努力就可能满载而归，那么美女们就会趋之若鹜，个个都想成为美女，个个都希望轻易地获得一笔财富，以此提升家庭的生活水准，提升家庭的社会地位。美女之间的竞争也不可避免，这样，不仅需要通过各种不同的方式把那些天生丽质的女孩从芸芸众生中选拔出来，而且这些天生丽质的女孩为了让自己在激烈的竞争中获胜，还得有巨大的个人投资，还得经过训练与培养。这样训练美女的产业（如健美训练、培训模特儿的企业等）及产品（如高级化妆品）也应运而生，“美女经济”也就扑面而来了。

失业的原因是什么

弗里德曼及他领导的货币主义学派认为，失业主要是由摩擦性和结构上的原因引起的，所以他们将失业总体分为摩擦性失业和结构性失业。

摩擦性失业是指人们为了找到最适合自己的嗜好和技能的工作而在换工作的过程中发生的失业现象，这是因劳动力市场运行机制不完善而造成的。因为劳动力市场上的信息不完备，所以初次求职者及有工作经验的求职者在找工作的时候，即便市场上存在职位空缺，也需要花费时间才能找到合适的工作。而在这一过渡期间内，求职者没有工作。

摩擦性失业的发生多少与劳动力市场上的信息不完备有关，这是市场本身存在的缺点和信息存在时间、空间的局限性导致的，是无法完全消除的。所以摩擦性失业在任何时期都存在，但如果工作的信息流通变顺畅，就会降低该类失业的比率。

高校毕业生的“刚毕业就失业”很大程度上就是摩擦性失业的体现。

在每年的毕业生求职旺季，总会出现这样的情况：一些毕业生无法在短时间内找到工作。尤其每年的6~8月，既是求职高峰期，也是失业高峰期。

刚工作的毕业生在寻找工作的过程中，对自己的兴趣特长、对所求职的工作以及劳动市场上空缺职位的相关信息认识很有限，即便找到工作，也在工作上缺乏稳定性，容易因觉得不适应而辞职或者跳槽。于是，便有人戏称这种现象为“刚毕业就失业”。

结构性失业则是指一国或者区域因经济结构变化、产业兴衰转移，导致人们的技能与企业所需要的技能不能配合而形成的失业。例如，在2000年底，我国台湾地区网络经济泡沫化，加上产业结构调整，许多劳动密集型产业纷纷转移到东南亚地区，于是2001年，台湾地区的失业人口剧增。

虽然在结构性失业的情况下，失业与职位空缺也并存，但它与摩擦性失业不同，此情况下失业工人能够获得劳动市场有关职位空缺的信息，只是无法填补空缺的职位。因为该职位所需技能与失业工人所具备的劳动技能不相符。要减少这种失业，可以通过加强教育及接受新的职业培训的方式培养劳动者的相关技能。

另外，根据引起失业的原因不同，还有需求不足型失业、自愿失业和周期性失业。需求不足型失业，即因社会经济对劳动者有效需求过低或者增长过慢造成的失业。自愿失业，指工人所要求得到的实际工资超过了其边际生产率，或不愿

接受现行的工作条件而未被雇佣，因此造成的失业。周期性失业，指经济周期中的衰退或萧条阶段因需求下降而造成的失业循环性失业等。

造成失业的原因多种多样，并且有时候失业可能是在几种不同原因的共同作用下形成的，比较复杂。社会中必然会有摩擦性失业和结构性失业，因为它们是社会经济活动不断变动、企业对劳动力资源要求的变动以及个人对工作的要求变动的结果。而这些变动在一个社会的经济发展中具有必然性，所以失业也具有一定的必然性。也就是说，社会中必然存在着失业。

弗里德曼为了概括社会中必然存在的失业状态，提出了一个概念——自然失业率。它是指在没有货币因素影响下，劳动力市场和商品市场自发供求力量发挥作用时应有的处于均衡状态的失业率。一般情况下，确定自然失业率对判断一国经济是否实现了充分就业十分重要。弗里德曼认为自然失业率在任何时候都存在，并与劳动力市场的现存真实情况相适应。他还指出，一定时期中自然失业率的大小取决于与货币因素相对立的“实际”因素，如劳动力市场的有效性、竞争或垄断程度、阻碍或促进到各种职业部门去工作的因素等。

第五章 政治经济学

如何应对“泡沫经济”？怎样实施人才强国的战略？什么是公共资源悲剧？如何才能减少甚至消灭寻租活动……这些都是政治经济学所要解决的问题。

不良需求呼唤政府调控

大家都知道猴子捞月的故事。故事说，树上的猴子们一只只都拉着前面一只的尾巴，形成一条链子，把最前面的一只送到水面，让它在水中捞月。大家看了觉得好笑，现在看来，这些猴子的探索精神还是很不错的，通过实践，它们自会明白，那水中的月亮不过是天上的月亮的影子，并非实体，从而增长知识。倒是我们人类，往往把投影当作实体，而把实体抛在脑后。例如，宋代理学家朱熹主张“存天理，灭人欲”，而不知道当时的人的贪欲是商品经济发展的折射，是社会不公正的投影。这无异于企图从水面上抹去月亮，又比捞月的猴子高明多少呢？

猴子认为月亮在水中，可等它们真正去打捞时，月亮却破了、碎了。水中的月亮永远只是一个美丽的影像而已。在经济学里，泡沫经济就如

水中的月亮一样，它由投机活动产生，从而造成社会经济的虚假繁荣，最后必定泡沫破灭，导致社会动荡，甚至是经济崩溃。

所谓的“泡沫经济”，是指经济过热、虚假膨胀。其主要表现是不动产和股票的市价超常规急剧上涨，价格严重背离价值，破坏了市场正常的供求关系，信用混乱，资产骤然收缩，经济陷入危机。

最早出现的泡沫事件，是以郁金香这种观赏植物为投机对象，而不是以房地产和证券为投机对象。

郁金香从土耳其传入西欧，是在16世纪中叶，传入后不久即在荷兰获得较高的评价。特别是变种郁金香栽培成功之后，稀有品种的郁金香球茎的价格开始异常上升，进而发展成投机对象。郁金香交易市场除在阿姆斯特丹证券交易市场内诞生外，在鹿特丹和莱登等地也先后出现。随着价格的上涨，与郁金香栽培无直接关系的人也参与了交易，于是许多人一夜之间成为富翁。富翁们的出现又促使更多的人倒购，球茎的价格则扶摇直上。随着买卖的日趋活跃，现货交易已不能满足需要了，期货交易开始产生。期货交易又使郁金香球茎买卖中的投机性迅速加大。

好景不长，泡沫的破裂，终于在1637年2月4日这一天到来。这天，希望出手郁金香球茎的人

挤满了各地的交易所，球茎的价格急剧下落，市场迅速崩溃。许多靠借款进行买卖的人突然间变得身无分文甚至负债累累。没有预料到的事态使城市陷入混乱，直至发生国家经济危机，这也成为一次著名的“泡沫事件”。

“泡沫”破灭后，经济显现后遗症，其主要特征是：股价、地价大幅下落，不动产产业萧条，股市长期低迷，证券公司收益剧减；欠息欠账等不良债权膨胀，偿款负担增大，企业对价格风险大的产业投资热情下降，资金转向短期投资和债券；股价下落损害一般中小企业和家庭的消费，资金需求不旺迫使中央银行贴现率下降。

另外，“泡沫”破灭后，经济恢复滞缓，经济调整难度增大。“泡沫”高潮时企业借贷增多，“泡沫”破灭后企业收益恶化，负债加重。因此，各个国家都会积极防止“泡沫经济”的发生。

对资产的狂热需求会引发经济泡沫，泡沫崩溃导致经济萧条，但不良需求还可能造成更大的危害。

只要市场上有一种需求，而这种需求又能够给商家带来利润，就一定会有这种供给，即使这种需求未必文明、这种供给未必合法。比如由对毒品的需求导致的对毒品的供给就是较极端的例子。即便是文明社会用尽各种办法，但因为满足对毒品的需求的供给可以导致暴利，毒品供给者

就是冒着上绞刑架的危险也要生产并贩卖毒品。

惩罚只是抬高了毒品的生产与销售成本，但生产者与贩卖者转而又将这种风险成本以提高价格的方式转嫁给毒品消费者了。这就是需求的力量！

人的欲望是产生各种需求的源泉，而欲望又具有无限性的特点，即人们的欲望永远没有完全得到满足的时候。一个欲望满足了，又会产生新的欲望。“人心不足蛇吞象”这句中国俗语就揭示了这个道理。中国传统道德观把人的欲望看成罪恶之源，主张“存天理，灭人欲”。其实，正是人类欲望的无限性推动了社会的不断进步。人的欲望要用各种物质产品或劳务来满足，物质产品或劳务要用各种资源来生产。但是，自然赋予人们的资源是有限的。一个社会无论有多少资源，总是一个有限的量。相对人们的欲望，资源量总是不足的，物质产品或劳务也总是不足的。人类欲望的无限性造成了资源的稀缺性。

稀缺性是经济物品的显著特征之一。人们常接触的物品可划为两类：一类是像空气这样可以随意得到任意数量的物品，它们是不用付费的自由品；另一类是必须通过交易手段获取的，称为具有稀缺性的经济物品。得到这些经济物品总是要付出某种代价的。

经济物品的稀缺性并不意味着它是稀少的，

而是指它不可以免费得到。因此，通常所说的稀缺性是相对稀缺，即相对于人们的无限欲望，某些资源与物品总是有限的，也即这些资源与物品是稀缺的。要得到这样一种物品，必须自己生产或用其他经济物品来加以交换。

稀缺性是人类面临的永恒问题，它与人类社会共存亡。当穷国政府为把有限的财政收入用于基础设施建设还是教育方面而争论不休时，富国政府也为把收入用于国防还是社会福利而发愁；当穷人为一日三餐担心时，富人正在考虑是打桥牌还是打高尔夫球。



一个社会无论有多少资源，总是一个有限的量。相对人们的欲望，资源量总是不足的。

稀缺性的概念在整个经济理论中起着至关重要的作用，一些经济学家认为稀缺性是经济学存在的前提条件，所以他们往往用稀缺性来定义经济学。由于稀缺性的存在，人们在使用经济物品中不断作出选择，如决定利用有限的资源去生产什么、如何生产、为谁生产以及在稀缺的消费品中如何进行取舍和如何用来满足人们的各种需求，这些问题被认为是经济学所研究的主题。只有当物品稀缺时，才能被认为是社会财富的一部分。

从人类可利用的能源的角度看，似乎还没有什么限制。但从另外的角度看，人类为此付出的代价却已经够大的了。

鲸鱼油的使用以及后来的匮乏，没有难倒人类，却使鲸鱼几近灭绝；煤的使用以及匮乏，没有难倒人类，却把一个好端端的地球挖得百孔千疮，地质构造的变形引发了无穷的地质灾害；石油的利用与最终可能的匮乏，也许还难不倒人类，但其后果是除了地质灾害外，人类将更贪婪地扑向下一种可能出现的替代品……同时，我们还必须注意到，所谓没有极限的增长，目前只发生于这个世界上的少数中心国家。而支撑这些国家没有极限的增长的假象的，却是大量的其他国

家日益面临实质性枯竭的资源。

森林是另外一个例子。1990年到2000年，世界森林的面积平均每年减少940万公顷。

有人还算了这样一笔账：占世界人口二十分之一的美国，耗费着世界三分之一的资源。即使将全世界可能开发的资源都利用起来，并且重新分配资源，全世界人也不能按照美国人的方式生活。

看来，需求的力量是一种伟大的力量，不断创造着供给；但也是一种毁灭性的力量，使人类在表面进步的同时正面临因资源的最终匮乏而导致的大崩溃。人们不良的过度的需求需要政府加强管理。

人才强国

人力资本理论的创始人是1979年诺贝尔经济学奖获得者、美国经济学家西奥多·舒尔茨。舒尔茨经过对美国农业经济问题的长期研究，发现从20世纪初到20世纪50年代，美国的农业产量迅速增加，农业生产率大幅度提高，其主要原因并不是土地、人口数量或资本投入的大量增加，而是由于科学技术水平的不断进步和人的生产能力的迅速提高。如果按照以前传统的经济理论所认为的那样——经济增长取决于物质资本和劳动力的增加——是很难解释清楚这种增长的实质所在的。

为此，舒尔茨于1960年在其《人力资本的投资》一书中，首次以“人力资本投资”的概念来解释这种体现在劳动者身上的资金投入效应，并提出了它对经济增长的贡献要远比物质资本和劳动力数量的增加重要这一新观点。这个新观点突破了只有厂房、机器、存货等有形物质才是资本的传统观念，转而强调人力资本的增进和技术水平的提高在经济发展中的特殊作用，认为提高人力资本水平是刺激经济增长、缩小收入差距的根本所在。美国经济学家加里·贝克尔在1964年出版的《人力资本》一书中，强调了正规教育和职业培训在人力资本形成中的重要作用。

人力资本是体现在劳动者身上的知识、能力和健康，它是以劳动者数量和质量表示的资本，是相对于传统意义上的物质资本概念而言的。完整的资本概念应包括物质资本和人力资本两个部分。人力资本投资与实物资本投资之间有相似之处，例如两者都要计价折旧等。但是两者之间也有区别，特别是人力资本不能作为担保品，因为它不能出售；且个人也不能像实物资本的所有者那样将其风险分散化或多样化。

人力资本是通过对人力的投资而形成的。这些投资主要包括用于提高劳动力质量的教育和培训的支出、用于增加未来劳动力数量和提高现有劳动力身体素质的卫生保健费用的支出、用于调剂国内劳动力余缺和发挥劳动者专长的国内流动费用的支出、用于国际人力流动的移民入境费用的支出等。

人力资本是推动经济增长的最重要的动力源泉。最终决定一个国家经济和社会发展速度的，不是自然资源的丰瘠或物质资本存量的多寡，而是这个国家所拥有的人力资本的数量和质量，尤其是经过专门训练的专业化人才的规模 and 水平。

人力资本投资的核心是教育投资。教育投资带来的收益要远比对非人力资本投资更有益于经济的持续增长。

发展中国家经济落后的根本原因，主要不在

于物质资本的匮乏，而在于人力资本的稀缺。

按照新的发展理论，影响经济增长的要素包括人力资本、物质资本和自然资本。而世界银行采用新的国民财富测量方法发现，人力资源占国民财富总量的比重最大，在40%~80%之间。其中，高收入或中上等收入国家这一比重占优先位置，如北美地区为76%，西欧地区为74%，东亚地区为77%。即使在低收入国家，这一比重也是最大的，超过了生产性资产和自然资产的比重。尽管这一测量方法还有许多值得商榷的地方，但它使人们重新认识国民财富的来源，即人力资源是最大的国民财富，而人力资源在传统的国民经济核算体系中被人为地忽略了。不断提高人们的发展能力，大力开发人力资源，就等于大幅度增加国民财富。

邓小平曾提出科教兴国战略，2002年我国又提出了人才强国战略，这些都是认识到了人力资本重要性后推出的积极政策。

人性自利与政府介入

经济学离不开一些基本的假设前提。其中最基本的假设，便是关于人性的假设——经济人假设。

亚当·斯密在《国富论》中首次揭示出“经济人”的含义以后，约翰·穆勒依据斯密对“经济人”的描述和西尼尔提出的“个人经济利益最大化公理”，提炼出了“经济人假设”。具体地说，经济人就是使市场经济得以运行的人，即会计算、有创造性、能寻求自身利益最大化的人。由于经济人的唯利性和有限理性，有些经济领域他不愿进入，因而出现公共产品失灵现象，这需要国家公共权力的介入，并以相应的法律制度作为保证。

1.人们不愿提供公共物品

当潜在的消费者面临为某种公共物品的供应出钱的问题时，个人都有不说出他真实付款意愿的动机，因为他同样可以取得供应给表示愿意付款人的公共物品。所以在公共物品的提供量不能改变的场合，公共物品就有可能被提供出来，而那些不能真实地说出他们优先选择的人，却从这种公共物品的存在中得到好处；如果公共品的提供量可以改变（如可变的新鲜空气的量），那么若不如实说出优先选择，将使这种货物的供应比如实说出时少，但不如实说出优先选择的人仍将

得到这种货物，并且仍然不付款，所以他们仍是得益者，因而称之为免费搭乘者。

我国传统文化之一就是人们在元宵节放烟花、看烟花。但是有研究人员发现了这样一个事实：在一个村镇上，起初一两个人在放烟花，但他们很快就没了积极性。这是为什么？为什么个人不愿意举办烟花表演呢？全镇500个居民中的每个人对观看烟火都给予了10元的估价，放烟火的成本为1000元，由于5000元的利益大于1000元的成本，小镇居民在元宵节看烟火是有效率的。

私人市场能提供有效率的结果吗？也许不能。设想这个小镇的企业家决定举行一场烟火表演，他肯定会在卖出这场晚会的门票时遇到麻烦，因为他的潜在顾客很快就会想到，他们即使不买票也能看烟火。这种物品没有排他性，因为要排除任何一个人看烟火是不可能的。而且，它也没有竞争性，因为一个人观看烟火并没有减少其他任何一个人观看烟火。因此，人们有一种搭便车者的激励。搭便车者是得到一种物品的收益但避开为此支付成本的人。

如果企业家举行烟火表演，他就给那些不交钱看表演的人提供了一种外在的收益。当他决定是否举行烟火表演时，没有考虑到这种外在收益。尽管从社会来看烟火表演是合意的，但从私人来看无利可图。结果，企业家作出不举行放烟

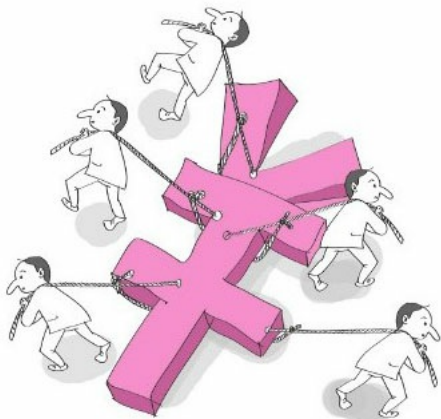
火表演的决定。

尽管私人市场不能提供小镇居民所需要的烟火表演，但解决小镇问题的方法是显而易见的：当地政府可以赞助元宵节的庆祝活动。镇委员会可以向每个人增加2元的税收，并用这种收入雇佣张三提供烟火表演。小镇上每个人的福利都增加了8元，烟火的估价10元减去税收2元。

免费搭乘者的存在也是竞争的市场机制不可能解决公共产品有效生产的主要原因。一般认为，公共物品没有竞争，如果把这种物品供给一个人，必然无法供应给别人。

2.人们争夺公共资源

在集体和个人之间存在着一个冲突悖论：我们每个人都是自私的，当我们每个人按照自己的利益原则来行动的时候，整个集体所表现出来的就是一种无序的状态，无论你个人怎么努力，集体的无序状态也会破坏你的劳动成果，因为每个人的利益偏好是不一样的。如果存在群体行动的话，那么群体性行动在没有指导的情况下一定是一种悲剧。



当我们每个人按照自己的利益原则来行动的时候，整个集体所表现出来的就是一种无序的状态。

群体悲剧是群体的灾难，这种灾难是不可抗争的，而且这种灾难的形成在一定程度上是群体受一个无情规律的支配所造成的。下面让我们看一下哈定悲剧，这是关于群体行动悲剧的一个著名的公共资源悲剧问题。该问题是经济学中的经典问题。

公共资源悲剧最初由哈定提出。哈定举了这样一个具体事例：有一群牧民面对向他们开放的草地，每一个牧民都想多养一头牛，因为多养一

头牛增加的收益大于其购养成本，是合算的，尽管平均草量的下降可能使整个牧区的牛的单位收益下降。每个牧民如果多增加一头牛，草地将可能被过度放牧，从而不能满足牛的食量，致使所有牧民的牛都饿死。这就是公共资源的悲剧。

对公共资源的悲剧有许多解决办法。哈定说，我们可以将之卖掉，使之成为私有财产；可以作为公共财产保留，但准许进入，这种准许可以以多种方式进行。哈定说，这些意见均合理，也均有可反驳的地方，“但是我们必须选择，否则我们就等于认同了公共地的毁灭，我们只能在国家公园里回忆它们”。

哈定说，像公共草地、人口过度增长、武器竞赛这样的困境“没有技术解决途径”。所谓技术解决途径，是指“仅在自然科学中的技术的变化，而很少要求或不要求人类价值或道德观念的转变”。

我们可能经常可以听到这样一些事情，比如，中国周边沿海、江河的渔业资源越来越少了。我们小时候可以很容易看见的大黄鱼，现在已经很少见了，市面上只能看到些小黄鱼。素有“长江三鱼”之称的刀鱼、回鱼、鲥鱼，现在几乎已经绝迹，致使我国不得不发布法定休渔期，在一年中主要水域都有1到2个季度实行伏季休渔，即在该区域内不得捕鱼，同时通过人工繁殖

种群幼苗大量投放各海域，使各水域渔业资源不致枯竭。我国北方草原由于过度放牧而导致的日趋严重的沙漠化，使包括北京在内的北方各地频受沙尘暴的侵袭。我国很多煤矿资源丰富的地区，群众偷偷开挖的小煤窑此起彼伏，屡禁不止，重大安全事故频频发生……类似许多范围内的公共资源总是受到过度使用的情况，人们总是不怎么爱惜公共设施、公共资源，很多平时对待自己私人物品的那种勤俭节约的美德在使用公共资源时却荡然无存，正所谓“不拿白不拿，不用白不用”，难道真的仅仅是我们的道德素养的问题吗？

其实并不然，我们知道正所谓公共地带，就是每个人都有进入和使用的权利，我们最常说的话可能就是“我不用，别人也会用；我不拿，别人也会拿”，于是乎，就成了“不拿白不拿，不用白不用”了。这是一个十分简单的逻辑，因为一般意义上的公共资源总量总是有限的，而人们的本性则是“自私”的，所以，个人如果可以从公共资源里多获得一点好处，那么别人就会少获得一点好处，而且因为别人没有权力来阻止个人使用公共资源，所以，个人会尽可能多地去使用公共资源。

对公共资源悲剧的防止有两种办法：一是制度上的，即建立中心化的权力机构，无论这种权

力机构是公共的还是私人的——私人对公共地的拥有即处置便是在使用权力；第二种便是道德约束，道德约束与非中心化的奖惩联系在一起。

在实际中也是可以避免这种悲剧的。当悲剧未发生时，如果建立起来一套价值观或者一个中心化的权力机构，这种权力机构就可以控制悲剧的发生。所以社群出现的地方，一般都有一个管理中心，用于协调、管理群体，以防止悲剧的发生。

制度、寻租与政府限权

一位在读博士讲了这样一件事：小学读书时，家里很穷，两元钱的学费都很难付得起。有一次母亲为奖励他考试得了第一名，给了他五毛钱零花钱，他非常高兴，但很快有些犯愁：这五毛钱该如何花呢？应该买练习本吗？能买一个，因为他的练习本已快用完了。但学校边上卖的三毛钱一个的烧饼对他的诱惑力也不小。有一次同桌小伙伴让他咬了一小口烧饼，那味道之好，以至于让他觉得哪天有钱时一定要吃个够。但显然，他无法同时实现两个愿望，二者只能择其一。在反复权衡了两天后，他最后的选择是：花两毛钱买了一张白纸，裁订成一个小练习本；剩下的三毛钱则买了一个烧饼。

这位博士长大后，他再也不会为到底是买练习本还是买烧饼发愁了。但生活、工作中，我们还是常常会面对几乎同样的选择：也许你正想更新一下手提电脑，同时家中那台用了八年的彩电也应该更新了。在反复权衡后你还是选择了先买电脑，用电脑工作赚回的钱来买彩电。

我们所处的社会最大的遗憾就在于：人的需求是无限的，而物质总是有限的。从个人到家庭再到国家，都面临同样的一个问题：需要花钱的地方很多，而财力却总是有限的。那么，面对有

限的财力，如何能最大限度地用好它呢？

相对于人们的欲望，资源总是稀缺的。经济学就是要讨论如何使原本有限的资源能最大限度地使人们获得满足。研究稀缺资源的配置是现代经济学的中心任务。

那位博士小时候面对的“五毛钱如何花”就是经济学所要研究的问题。当然，他最后的选择是既满足了学习的需要，又满足了解馋的需要，从而使这五毛钱花得最值，即不自觉地符合了经济学的要求。

那么，解决“有限的钱如何花得最值”这个问题到底又取决于什么呢？如果小时候妈妈在给他五毛钱时规定只能用来买练习本，他不可能有其他的选择，不可能还能用它买烧饼，这五毛钱肯定花得没有他自己决定的那样值。看来，有限的钱如何花得最值还取决于某种配置。

这种“配置”在现代经济学中就称为“制度”。在经济学中“制度”的含义十分广泛，既指一切法律法规对权利的界定，甚至也指传统、习惯与习俗，它构成了稀缺资源配置的一个最大的约束条件。“制度”直接影响到资源配置的效率高低，也就是说，直接影响到有限的钱花得是不是恰到好处。

“制度”在决定资源配置效率方面如此重要，以至于有时比个人决策在决定资源配置方面还重

要。如果我们买东西时不幸买到了假冒伪劣商品，我们一定认为那笔钱花得最不值、最不经济；尽管我们个人在购买东西时很小心，还是有上当受骗的时候。而如果在制度安排中，对商品生产者的市场准入控制得十分严格，对制作销售假冒伪劣商品者能进行事后的严厉惩罚，并且惩罚带来的损失超过其因制作销售假冒伪劣商品带来的利润，等等，那么，我们有限的钱至少可以因为少上当而花得更值。

正因为制度安排在决定资源配置的效率方面如此重要，现在经济学除了研究稀缺资源如何配置外，还研究稀缺资源配置的制度决定因素。最终的目的只有一个，即使有限的钱花得最值，使资源配置的效率最高。

在中国的制度经济学研究中，最热门的词汇之一是“寻租”。

“寻租理论”最早产生于20世纪70年代的美国，它是现代经济学的一个重要分支。

1974年，美国的经济学家克鲁格首次公开发表了《寻租的政治经济学》一文，深入研究和探讨了由于政府对外贸易的管制而产生的对租金的争夺活动。这篇文章因此成了现代“寻租理论”的里程碑，克鲁格因此也被视为“寻租理论”的鼻祖。

根据公共选择学派代表人物布坎南的定义，

寻租是指通过国家的保护所产生的财富的转移，旨在通过引入政府干预或者终止它的干预而获利的活动。寻租者通过特殊的地位或者垄断权力将本应该属于别人或者公众的财富转移到了自己的手中。

为什么会有这么多的寻租活动呢？因为社会有设租的存在。许多行业都规定了特殊的经营群体，这样由于进入的限制，人们为了进入这些领域，就需要开展寻租活动，争夺经营权；由于特殊行业的管理者拥有绝对的审批权力，是人们公认的“肥缺”，所以很多官员就开展寻租活动，争夺这个权力以及权利。

“寻租理论”认为，寻租存在的根本原因就是政府行政干预的存在。行政干预越多，管制越多，寻租的机会就越多，社会资源的浪费就越严重，负面的效益就越大。图洛克把寻租看成是“负总和的游戏”。所谓“负总和”，就是说财富根本没有任何增加，只是从一个人的手中转到了另外一个人的手中，而财富在过手的过程中还要损失一定的交易成本。就整个社会效益来说，寻租活动创造的是一个负值，社会的财富减少了。

如何才能减少甚至消灭寻租活动？

首先，限制政府官员的权力。那些政府中不受权力约束的官员是寻租活动的根源，因为政府也是由人支配的，政府官员也是理性有限的经济

人，要限制寻租活动，首先就要通过制度建设约束政府工作人员的行为和权力，制止权力的滥用。

其次，要尽可能依靠法律和行政的手段减少行政审批项目，也就是说要减少人为“设租”的可能性。

最后，要增加政府行为的透明度，加强社会公众和舆论的监督。最大限度地降低信息不对称的程度，使公众对政府的决策、审批有合法的知情权。

在可能的情况下，当内部的阻力足够大的时候，借助外在力量的推动来减少寻租活动也不失为一种比较好的办法。因为自己的刀有时候削不了自己的把儿。比如国家借加入世界贸易组织的契机，大量削减行政审批，向国际接轨，这就是借助外力推动的最好证明。

第六章 企业经营中的经济学

如何使企业保持活力？怎样才能做大企业？如何把懒人变为勤劳者？怎样才能在企业内部建立起良好的合作关系……作为企业经营者，这些都是必须要考虑的问题。

竞争经济中的“鲶鱼效应”

市场经济是竞争经济，是竞争保持了企业的活力。

沙丁鱼是欧洲人非常喜欢的一道美味，但是长期以来，由于沙丁鱼在运输中经常莫名其妙地死去，很多贩运沙丁鱼的商人蒙受了巨大的损失，人们在餐桌上也很难见到新鲜的沙丁鱼。

一次，一位鱼商意外发现了一个绝妙的解决方法。在运输过程中，由于准备的鱼槽不足，商人只好将鲶鱼和沙丁鱼混装在一个鱼槽中。结果，到达目的地的时候，商人意外地发现，沙丁鱼竟然一条也没有死。

原来，这都是鲶鱼的功劳。鲶鱼是一种好动的鱼类，在水中总是不停地东游西窜，使水槽不再是死水一潭。沙丁鱼本来是一种非常懒惰的鱼，很少游动，但是鲶鱼的到来使它们非常恐

惧，使它们改变了好静不好动的习性，也跟着鲶鱼快速地游动起来。一舱的水被鲶鱼搞活了，船到岸边的时候，这些沙丁鱼仍然活蹦乱跳。

自然界就是在这种“鲶鱼效应”的竞争和选择中发展的，即所谓物竞天择，适者生存。也正是这种竞争和选择，使我们赖以生存的世界呈现出如此瑰丽多姿的色彩。

竞争在生活中是普遍存在的现象。比如运动员长跑训练，一个人在运动场上跑就不容易出成绩，几个人一起跑的时候，大家的成绩一下子都提高了。为什么呢？因为人们在运动场上有了参照物，有了竞争的对象。再比如，学校为了进行分层次教学，将学生分成快班、慢班，这是很不科学的做法。这样分班的确能使快班的学生得到额外的关照，却使其他班级的学生没有了参照物，没有了领头羊，导致大家的学习成绩都平平常常，没有彼此的竞争，最后大家的成绩都下降了。如果不分成快慢班，情况就不同了，哪一个班级里都自然地形成了上、中、下三个层次，学生们相互竞争、不甘落后，在这种效应的影响下，班级里的学习成绩也普遍得到了提高。

所以，有时候我们为了使大家产生这种竞争的心理，在工作、学习、生活中就要适当地将一个团体拆分成几个组，然后根据各组的成绩进行表彰，这样常常会产生意想不到的效果。

在经济领域更是如此。没有竞争，就没有琳琅满目的商品；没有竞争，就没有绚丽多彩的生活。

说到竞争，我们感触最深的可能就是中国电信的拆分了。过去的电信市场是一家垄断，当时国家想方设法进行通信设备的投资、改造，又开展各种服务竞赛活动，都没有任何效果，通信费用居高不下，服务质量低劣，安装一部电话甚至要花5000多元，而且还要排队等候三五个月，电信部门还要收取装机费，要指定购买电话，要交纳电话费押金，还要托关系走后门。这些都是国有企业一家垄断带来的弊端，当时的电信行业就仿佛是船舱中的沙丁鱼，根本就一动不动，怎么能够发展呢？

后来，中国电信被拆分成了几个公司，几个公司之间仿佛水槽中的鲶鱼和沙丁鱼一样，水被搞活了，每一个公司都不可能再呆在一潭死水之中坐享其成了。网通公司、中国电信、中国铁通、中国移动都行动起来了，你推出长途优惠服务，我推出假日半价优惠；你赠送话费，我赠送话机；你邮寄话费清单，我就亲自送话费清单……就像驼鹿和狼，你在前面跑，我就在后面追。新鲜的招数层出不穷，消费者得到了实惠，经营者也因此获得了更多的利润，国家的电信事业更是进入了一个快速发展的车道。

竞争的作用就是这么奇妙，竞争的市场有无数的买者和无数的卖者，而且各个卖者提供的物品大体是相同的；市场是开放的，任何企业随时都可以自由地进出市场。这些条件的存在，使市场上任何一个买者或卖者的行动对市场价格的影响都是微乎其微的，每一个买者和卖者都不可能左右市场，而只能是市场价格的接受者。

要想获得更高的利润，最好的办法是差别竞争，也就是提高商品的科技含量、提高产品质量、改进服务手段、增加或者改进商品的性能等。这些手段从满足不同消费者的偏好入手，满足消费者的更高需求，使市场变得异常丰富。这样，不仅不会引起价格的降低，而且由于商品的不同，还可以提高商品的价格。



每一个买者和卖者都不可能左右市场，而只能是市场价格的接受

者。

优胜劣汰的市场机制使新的充满活力的卖者不断进入，而那些僵化的不思进取的企业则被挤到市场之外。为什么我们的市场会呈现出一派如此繁荣的景象呢？经济学家说，因为有新的企业、新的资本、新的人才不断涌入，市场处于不断的更新之中，保持了永久的生机。

要依照客观规律来做大企业

古时候有个宋国人，看到自己田里的禾苗长得太慢，心里非常着急。

一天，他干脆下田把禾苗一株株地往上拔高一节，然后疲惫不堪地回到家里，对家人说：“今天可把我累坏了！我一下子让禾苗长高了许多！”

他的儿子听了，很是吃惊，连忙跑到田里去看。田里的禾苗全部枯萎了。

“拔苗助长”的故事揭示了人性中“自作聪明”的弱点。现代行为经济学也用大量实验证明了这样一个观点：人总是过分自信。自信是人成功的起点，但如果像那位宋人一样过分自信，那结果就很不好了，可惜现在这种过分自信而又不怕劳苦的人真是太多了。就比如一些企业家，他们总想尽快地把自己的企业做大，甚至立下短短几年中进入世界500强的宏图大志，结果违背了事物发展的客观规律，还是同样失败。

20世纪80年代末，天津产的可耐冰箱曾经红极一时。本来冰箱的生产应该在保证质量的基础上增加数量——让苗正常长大，但他们等不及了，在技术与管理都不稳定的情况下，下达了年产30万台的任务——拔苗助长。结果，生产出来的冰箱达不到质量标准，许多冰箱根本不制冷，

发往外地的冰箱中还有旧皮鞋等垃圾。“可耐”在天津话中是“可爱”的意思，名字起得不错，可惜质量太差，成了“可憎”。市场失去了，可耐厂也破产了——苗死了。要说下达这个指标的人，动机绝对纯正，但他不懂企业的经营规律，又把自己当作专家，亲自下达命令并实地督战。这种人和那个为主人打蚊子却把主人打死的熊有什么本质区别？

如果这种人多了，你搞坏一个“可耐”，我搞坏另一个“可敬”，这企业这国家还怎么得了？

宋人的根本错误在于违背了不以人的意志为转移的客观规律。从小苗长成稻谷必须经过数月，无论你怎么努力也无法改变这个规律。同样，一个地区的经济发展，或者一个企业的成长也有一个过程，有时这个过程还是相当长的。那些成功的企业，哪一个是一夜成名的？这让人想起一句西方谚语：“罗马城不是一天建成的。”

现在中国正在进行新农村建设，政府想让农民尽快增收，也不能拔苗助长。我们来看新华社记者2002年的一篇报道：

人大代表在审议政府工作报告时，谈到了这样一种“怪”现象：如今在一些地方乡长号召农民种什么、养什么，农民就是不干。有时乡长让农民种这个，农民偏要种那个。

“其实乡政府让农民调整种植结构，是出于

好心，但乡长就是变成诸葛亮也算不准今后的市场是好是坏。”宽城县绊马河村村支书张焕余代表说：“前几年，乡里让农民养獭兔，要求一家必须养几十只，结果兔肉难卖，最后大家气得把兔肉挂到了乡政府墙上；乡里又让农民养鹅，农民赔了。农民吃过苦头，还能都听乡长的吗？”

一些人大代表忧心忡忡地说，近几年，由政府好心导致的农民“卖果难”、“卖菜难”，甚至砍果树、拔菜苗等现象屡见不鲜。

河北丰宁县委副书记王韶华代表说：

“调整农业结构，促进农民增收，当然离不开政府推动。政府有责任引导农民调整农业种植结构，帮助农民销售农产品。但在市场经济条件下，政府要引导而不要强制，要支持而不要包揽，否则就会事与愿违。用老眼光、老办法‘引导’农民调整种植结构显然行不通。尤其是我国加入世贸组织后，政府决不能再搞强迫命令，否则好心也会办坏事。”

在市场经济中，无论是国有企业还是民营企业，抑或是农村生产，拔苗助长都绝对是行不通的，即使一时间带来了很大的收益，但由于缺乏市场根基，早晚也会被市场所抛弃。

有效率的制度可以把懒人变为勤劳者

战国时期，齐国国君齐宣王好听吹竽，手下有300个善于吹竽的乐师。齐宣王喜欢热闹，爱摆排场，所以每次听吹竽的时候，总喜欢叫这300个人在一起合奏给他听。

有个南郭先生听说了齐宣王的这个癖好，觉得有机可乘，是个赚钱的好机会，就跑到齐宣王那里吹嘘自己说：“大王啊，我是个有名的乐师，听过我吹竽的人没有不被感动的，就是鸟兽听了也会翩翩起舞，花草听了也会合着节拍颤动，我愿把我的绝技献给大王。”

齐宣王听了很高兴，手一挥，南郭先生便成了300人乐队中的一员。刚开始，南郭先生还心虚，没多久，他便放心了：300人的乐队，谁会注意他一个人呀。就这样，南郭先生在乐队中混了几年。几年后，宣王归天，新王继位。新王虽然也喜欢听吹竽，但他更喜欢听独奏。看着其他乐手一一上殿演奏，南郭先生便呆不下去了，于是在一天深夜偷偷溜走了。

这一故事有着深刻的经济学含义。“滥竽”为什么能够“充数”？是由齐宣王的听竽制度造成的。齐宣王的个人爱好决定了乐队是一个庞大的

集体，在这样一个集体中出现南郭先生是必然的。一是因为这样一个集体存在着管理的漏洞，而管理漏洞恰恰是很多喜欢钻空子的人的“套利机会”；二是在这样一个集体中总是会存在“搭便车”的机会，南郭先生便有效地享用着这一机会。

我们应该看到，齐宣王这一制度从效率的角度讲是失败的，但是这一制度有另外一个功效，那就是提供了充分就业的机会。而到了新王，集体演奏制度变成了个人演奏制度，于是“套利机会”和“搭便车”的机会没有了，效率提高了，但就业机会却少了。南郭先生跑了，没准儿会到某一个地方成立反对派。因此，制度的设计既要考虑经济效益，也要考虑社会公平。

相比较而言，新王设计的制度则是很合理的，有一根“竽”成了一个必要条件而不是充分条件，最终还要看个体能把竽“吹”得怎么样，这就把齐宣王原本“物化”的标准“人化”了，从而使钻空子的人失去了套利空间。

我们要使南郭先生这样的懒人变得勤劳，就一定要改变制度。当新王改变了制度，要一个人一个人地吹竽时，南郭先生只有两条路可走：或者努力学吹竽，或者被淘汰。南郭先生没有吹竽的才能，只好逃之夭夭。淘汰了南郭先生这样的人，就激励了其他人，效率也一定会提高。

要使懒人变得勤劳，可以采用下面的方法：

1.实行效率工资

“效率工资”一词最初来源于发展经济学。发展经济学家们发现，在发展中国家，较高的工资待遇可以提高劳动生产率。他们认为，由于发展中国家的人们营养普遍不良，因而较高的工资可以改善工人的营养，增强工人的身体素质，这样也大大提高了劳动效率。

但是很快经济学家们发现“效率工资”现象在发达国家也同样存在，于是原来的解释显然不合理。最后，经济学家们统一解释为：较高的工资是企业为防止工人偷懒而采取的激励办法。在这里，工资构成了工人偷懒被发现进而被解雇的机会成本：工资越高，解雇的机会成本越高。为了避免过高的机会成本，工人就必须努力工作，避免因偷懒而被解雇。所以，较高的工资有利于减少工人偷懒的机会主义倾向。

2.实行团体激励或惩罚

在团体合作的过程中，要测定或监督每个成员的业绩是不容易的，因而监督成本就会变高。替代的办法就是对整个团体的最终业绩进行评估，当业绩达到一个给定的目标时给以团体奖金，达不到则给以团体罚金。因为每个人都渴望得到奖金，谁也不愿意受罚，于是每个人就会努力工作。当然，在团体活动中很难避免偷懒行

为，如果奖金足够高，罚金也足够高，每个人在进行利弊权衡后都会减少这种偷懒倾向。

人的懒惰或勤奋不是天生的，而是制度引导的结果。一种平均主义大锅饭制度可以把勤劳者变为懒人，一种有效率的激励制度也可以把懒人变为勤劳者。

正如经济学家常说的：好的制度使坏人也会做好事。因此，组织要开发制定一套更完善的制度体系，以杜绝“滥竽充数”的现象再次发生。

企业内部要有良好的合作关系

在企业领域，老板自然希望少出钱、少操心、多拿利润，而职业经理人则希望多拿年薪少干活。老板与经理人之间是一种博弈关系。因此，建立一个良好的老板与经理人合作机制，对于企业来讲是必要的。

对于一个市场经济的发展处于初期的国家来说，相对于老板，经理人是弱势群体。由于这个群体还没有形成统一的社会机制，所以其集团利益是无法得到保证的。

由于市场机制是一种均衡机制，只有双方的利益达到均衡点才能实现交易，因此，在一个经理人处于弱势的市场环境中，合作机制的取向应当偏重于经理人。

老板与经理人博弈问题的核心，实际上是一种经济利益的规范，即老板与经理的权责分担和利益分配的规范。这种规范主要表现在以下三个方面：



市场机制是一种均衡机制，只有双方的利益达到均衡点才能实现交易。

1. 合约的规则问题

由于交易容易产生纠纷，所以交易的双方要事先签订合约。合约是交易的法律基础。但是合约是对将来可能发生的事情的规定，它无法防止意外。因此在老板与经理人的交易中既要有合约，又不能完全依赖合约。交易的双方要有合作精神。但是在现实中，由于合约的不完善与合作精神的缺乏，经理人往往会吃亏。

比如说一个大型私营企业的老板，他和总经

理之间有了矛盾，他对总经理产生了不信任感。而合约中规定的是将总经理的业绩与收益挂钩，于是老板采取明升暗降的办法想使总经理达不到业绩而无法拿到报酬。总经理一怒之下愤然辞职并带走了企业关键岗位的员工。另一个企业登广告以年薪100万元聘请一个经理，但是试用期一满，就立即辞退了他。由这两个案例可以看出，经理人在签订合约时，不仅要规定合约的结果，还要规定执行的过程，只有通过合约建立一个公平、合理的机制，最终才会达到目的。

2.企业核心资源的垄断性与替代性

企业发展的关键是企业的核心资源，谁掌握了它，谁就把握了企业发展的命脉。经理人的普遍想法是努力做大自己的一块，使自己所掌握的部门成为企业的核心资源，这样就具有与老板谈判的资本，从而获得企业的决策权。所以营销经理成为总经理以后，往往会加大对营销部门的投入，而研发部门的经理上台后，也会加强对研发部门的投入。老板要想消除经理人对企业核心资源的垄断，就必须寻找一个替代品，比如说在每个关键部门安插几个副手，以便降低经理人讨价还价的能力。

3.短期与长期的问题

对于一个注重长期行为的企业来说，股权的激励是不重要的，更重要的是以人际关系为代表

的非正式制度规则对个人所带来的意义。例如，日本企业的人员一般是不流动的，经理人轻易不会退出，因为退出的成本是很高的，如果一个经理离职后，不可能很快就去另一个公司做经理；而且经理与工人之间的工资比是很低的，之所以有这种情况出现，是因为他们有着高额的退休金。这样，短期行为就不容易发生，因为长期行为的收益是很大的，足以制约短期行为。与此相反的是，在一个注重短期行为的企业中，更多的是正式的契约，很少有非正式的规则。在美国企业中，经理人频繁地跳槽不但不会降低他们的身价，反而会被视为具有丰富经验的表现。因为美国更注重的是短期的契约。

从以上两种企业的对比来看，短期博弈的关键是合约，而长期博弈的关键是非合约的非正式制度规则。

由老板和经理人博弈问题的核心可以看出，老板若想在与经理人的这场博弈中占据优势地位，还必须处理好与经理人之间的利益关系。

和谐与竞争的统一是企业经营的最高境界

龟兔赛跑的故事连幼儿园的小朋友都知道。兔子因为骄傲，半路上睡着了，于是乌龟跑了第一。可是，龟兔赛跑并不止赛一次，后面的故事更精彩。第一次乌龟赢了，兔子不服气，要求再赛第二次。第二次赛跑兔子吸取了经验，一口气跑到了终点，兔子赢了。乌龟又不服了，对兔子说，咱们跑第三次吧，前两次都是按你指定的路线跑，第三次该按我指定的路线跑了。兔子想，反正我跑得比你快，你怎么指定我都同意，于是就按照乌龟指定的路线跑，这次又是兔子领先。

快到终点时，一条河挡住了去路，兔子过不去了。乌龟慢慢爬到河边，一游就游过去了，这次是乌龟得了第一。当龟兔商量再赛一次的时候，它们突然改变了主意：何必这么竞争呢，咱们合作吧！在陆地上，兔子驮着乌龟跑，很快跑到河边；到了河里，乌龟驮着兔子游，结果是双赢的结局。

实际上，四次龟兔赛跑给了人们四个重要的启示。

第一次赛跑的启示是：当你在竞争中处于劣势时，不要气馁，不要松懈，要坚持下去，等待

对手犯错误。果然，在赛跑中乌龟坚持下去，兔子犯了错误，中途睡觉，乌龟取得胜利。

第二次赛跑的启示是：要善于把潜在的优势变成现实的优势。兔子善跑，这是潜在的优势。第一次赛跑，兔子睡觉了，潜在的优势没有化为现实的优势，兔子输了。第二次赛跑，兔子一口气跑完全程，潜在优势变成现实优势，兔子赢了。

第三次赛跑的启示是：如果发现原来的策略不管用了，要及时调整策略、改变策略。乌龟提出换一条路线跑，中间有条河挡着，兔子过不去，输了。

第四次赛跑的启示是：协作和优势互补是建立在相互信任的基础上的。如果缺乏互信，不以诚相待，陆地上兔子驮乌龟跑时，兔子耍坏，一扭身，把乌龟摔伤了怎么办？乌龟驮着兔子过河时，乌龟耍坏，往下一沉，岂不把兔子淹死了？

缺乏诚信，怎么会有双赢的结局？今天我们发展经济、搞企业，不一定什么事情都非要我吃掉你、你吃掉我。企业兼并、企业重组都是双赢。商场上，今天他是你的竞争对手，说不定以后他会是你的合作伙伴，不一定非要把问题搞得那么僵，各自后退一步，也许就会海阔天空。这跟战场一样，不战而胜为上策。

所谓的双赢就是大家都有好处。“双赢”模式

是中国传统文化中“和合”思想与西方市场竞争理念相结合的产物。在现代企业经营管理中，有人强调“和谐高于一切”，有人提倡“竞争才能生存”，而实践证明，和谐与竞争的统一才是企业经营的最高境界。市场经济是竞争经济也是协作经济，是社会化专业协作的大生产，因此在市场经济条件下的企业运作中，竞争与协作不可分割地联系在一起。近年来，很多学者提倡“合作竞争”的概念，值得大家注意。

媒企双赢是一个很好的实例。作为一个品牌，需要一个好的媒体长期支持，这是一个品牌公司在成长过程中通行的做法。古井集团前董事长王效金先生说：“品牌的塑造，贵在持之以恒，它是一个时间和质量双重积累的过程，这个时间的积累，主要是依赖于媒体的广泛传播。”而且，从市场发展的趋势来说，优秀的企业品牌更需要优秀的媒体，媒企需要建立战略合作伙伴关系，构建一种双赢的格局，这样才能是共同发展、共同提高。

古井贡酒是安徽的名酒，也是安徽酒类行业中的驰名商标。“南有黄山松，北有古井贡”，“安徽有三宝，徽茶宣纸古井贡”（徽州的茶、宣州的纸、亳州的古井贡）。古井贡之所以有这么高的美誉度，之所以能够走出亳州、走出安徽、走向全国，是与安徽电视台对古井贡品牌的长期支

持和有效传播分不开的，这也是双方十几年来结成战略伙伴关系的必然结果。

媒体凭借着独具的注意力资源，为古井贡带来了丰硕的“注意力经济”。好的栏目策划，能够紧紧抓住人的眼球，对观众形成强大的视觉冲击，对品牌形成好的感情定式，使品牌与栏目相得益彰。比方说《古井贡与您相约花戏楼》、

《古井贡请您法眼看天下》就是安徽台与古井贡合作的双赢经典。长期冠名出色、出彩、出位的栏目，对古井贡品牌而言，是个极好的形象提升，不仅加大了品牌亲和力，而且激增了品牌的活跃度。十多年来，安徽电视台就像保护自己的眼睛一样关心古井贡品牌、宣传古井贡品牌、支持古井贡品牌。

双赢不仅能为双方带来利益，更为市场经济所推崇。

第七章 人力资源管理中的经济学

怎样才能招聘与留住人才？如何用好绩效考核这把钥匙？怎样把最合适的人放到最合适的岗位……在人力资源管理的过程中，到处都留下了经济学的烙印。

要整合人力资源就要学会团队合作

《伊索寓言》中有篇《团结的力量》，这个故事大概是这样的：

从前，一位农夫的三个儿子干农活干得非常出色，可是家家有本难念的经，这三个儿子之间不团结，日子过得别别扭扭，任凭农夫怎么劝说，他们三个就是不听。

有一天，农夫听到枯枝的断裂声而有了启发。他让儿子们捡来枯枝，先把枯枝扎成一捆，让儿子们试着把它折断，结果谁也没成功。农夫又让他们把枯枝一根一根地折断，所有人都轻而易举地折断了。农夫告诉儿子们，他们就像枯枝，如果不团结，很容易就被折断，因此一定要

团结。三个儿子终于明白了父亲的一番苦心，从此以后和睦相处，日子过得越来越好。

三个人的力量是分散的，倘若团结起来，形成团队，必定会增加他们的竞争优势。

谈到团队，我们便会想起吴承恩笔下去西天取经的师徒四人。如果我们从现代管理学的角度观察，《西游记》就是一部团队理论的经典教科书。众所周知，师徒四人的价值观、性格、经历、心理状态截然不同。悟空火眼金睛，是一员开拓型猛将，但他性急，遇事不请示领导；八戒虽性格憨厚、本性单纯，但贪色、懒惰、嘴馋，喜好溜须奉承；沙僧可谓人品忠厚、任劳任怨，但能力一般，缺乏开拓精神；而作为领导的唐僧信仰执著、作风正派、威信极高，但判断能力时常遭人质疑。按照单个人的标准去衡量，这并非是一个由一流队员组成的团队。但是，恰恰就是这个团队，在经历了九九八十一难之后取得真经、修得正果。

所谓团队精神，具体来说就是：一群人同心协力，集合大家的脑力，共同创造一项智能财产，其产生的群体智慧将远远高于个人智慧。一群人全心全意地贡献自己的创造力，将结合成巨大的力量，结合的创造力由于这一群人的互动关系而彼此激荡、更加复杂。

在这种复杂的情况之下，领导变成人际互动

的交响乐指挥，辅助并疏导各种微妙的人际沟通。当团体中的沟通和互动正确而健康时，就能够使这一群人的力量完全结合，从而产生乘数效应，抵消互斥。

那么，是不是说由一流的聪明人所组成的团队就一定能成功呢？不是。由聪明人所组成的团队有95%都失败了，成功的只有5%。这种现象被戏称为“阿波罗现象”。“阿波罗”意为由最聪明的人组成的团队，聪明人最大的特点是有自己的主见，但也正是因为如此，每个人的观点中的弱点最能吸引对方，而这恰恰又是对方攻击的火力点。这种团队的组合是乌合之众，不堪一击，就像病毒一样侵袭着企业的肢体，对企业是致命的。而由唐僧师徒四人组成的这种优势互补型团队却能够整合系统资源，故能攻无不克、战无不胜。

古罗马统帅恺撒相信：任何一个先进的社会有三个特征：其一，由很多的人构成；其二，不同的人有不同的才华；其三，人尽其才。这既是一种海纳百川的多元化发展思路，同时又是一种包容的观点，更是一种“瑕不掩瑜、人尽其才”的系统整合的策略，借此挖掘团队的最大潜能，并努力做到人的边际使用价值最大化。故而，一个优秀的团队必然是一个多元文化共同发展的团队、一个集思广益的团队、一个善于整合所有资

源并谋求效益最大化的团队。

经济学追求资源的合理利用，要整合人力资源就要学会团队合作。

三大激励原则

企业领导人在经营过程中，要设计一个有效的激励机制，必须抓住的关键就是理解员工的偏好。当人力资源主管在建立各种各样的激励机制时，必须能够预见到激励对象对此会作出怎样的反应，无论是设计薪酬制度，还是出台招聘、解雇、职称、职位、工作环境等政策，只有深入理解他们的偏好，才能找到符合企业发展需求的最优方案。

按照传统经济学有关个人偏好的假定，人们喜欢“收入越多越好，工作越少越好”。收入越多，收入的边际效用越低；工作越多，工作的边际成本反而越高。正因为一个人工作需要付出成本，所以要给予补偿，也正因为他在乎收入，所以企业才可以调动他的积极性，才有办法监督、制约他。

从这些简单的假定中，一名合格的人力资源主管应该至少可以读出薪酬激励的三种含义：

一是工资水平必须随着工作量的增加而递增。当工作量、工作时间、努力程度等工作成本不断增加时，多出部分的工资率一定要相应越来越高，通常加班费高于正常工资就是这个道理。

二是收入越高激励成本也就越高。收入水平越高，要调动其积极性就越困难。如果员工的工

资水平越高，企业为他提供的预期收入也就应该越高。

三是确定的收入和不确定的风险收入不是等价的，承担风险越大的人需要得到的补偿越多。

企业在用人时要把害怕风险的人放在固定薪水的位置上，而把愿意承担风险的人放在收入波动较大的位置上，这样可以使企业的平均工资水平下降。创业阶段的企业面临的风险特别大，因此创业型企业在招聘人才时需要支付的风险成本就相对较高；但随着企业逐步进入成熟期，创业者们的收入越来越稳定，这时他们的平均工资虽然在绝对值上是上升的，但增长速度可以降低。同样在企业内部，当上马新项目、开拓新市场、销售新产品时，企业要支付给相关人员的预期收入就应该相对较高；而在非常成熟、客户稳定的市场中，相关人员就可以接受相对较低的收入。

以色列心理经济学家丹尼尔·卡尼曼和实验助手得出一个结论：人们收入水平低于预期时的痛苦指数大大高于收入水平高于预期时的快乐指数。所以，企业的薪酬制度应有标准可依，让员工心里有底。

另外，如果员工喜好稳定，并比较在乎日常制度、日常细节，那么不易对这些员工作出强烈刺激，采用处罚的办法要比奖励的办法更见效；

当然，如果决定采用升职、加薪等奖励的办法，在作出这种决策时务必要特别谨慎。

通常人们最在乎的是自己已经得到的东西，而且占有的时间越长，失去时的痛苦就越大。所以如果某个位置空缺，你可以先给他一个代理职务，如果不合适还可以随时撤换；但如果是正式任命，想换掉就要颇费心思了。同样，在制定薪酬制度时，收入波动较大的企业如果想把浮动的收入变成固定的收入，一定要有谨慎的考虑，否则当业务进展不利时再想把固定收入降下来就会非常困难，企业在这方面的灵活性就会受到限制。

在了解员工偏好和通识管理基本常识的基础上，制定出来的制度是双赢的，对员工和企业都是一个胜利。这是制定激励制度的第一原则。下面的故事包含了激励的另两个原则。

《晏子春秋》中有一则故事：

春秋时期，齐景公手下有三员猛将：公孙接、田开疆、古冶子。这三个人自恃勇猛，就连齐国大夫晏子也不放在眼里。于是晏子对齐景公说：“此三人实为君之大患，宜早剪除。”景公也说：“此事我早有思量，可三人力大无比，没有好办法呀。”晏子说：“应当巧斗。”他向景公建议：赏赐给三人两只桃子，让他们按照功劳的大小分吃。



通常人们最在乎的是自己已经得到的东西，而且占有的时间越长，失去时的痛苦就越大。

三员猛将都认为自己的功劳很大，应该单独吃一个桃子。于是公孙接讲了自己的打虎功，拿了一个桃；田开疆讲了自己的杀敌功，拿起了另一个桃。两人正准备吃桃子，古冶子说出了自己更大的功劳。公孙接、田开疆都觉得自己的功劳确实不如古冶子大，感到羞愧难当，连忙让出桃子；并且觉得自己功劳不如人家，却抢着要吃桃

子，实在丢人，是好汉就没有脸再活下去，于是两个人都拔剑自刎了。古冶子见了，后悔不迭，仰天长叹道：“如果放弃桃子而隐瞒功劳，则有失勇士尊严；为了维护自己而羞辱同伴，又有损哥们义气。如今两个伙伴都为此而死了，我独自活着，算什么勇士！”说罢，也拔剑自杀了。

齐景公用晏子的妙计，用两个桃子除掉了心头大患。

“二桃杀三士”的原意并不是用于激励，而是杀人的一种阴谋。经济学讲的激励机制当然和故事本身所阐述的意义是不一样的，它不是要害人的，而是要激励人的。但许多激励机制由于设计本身不合理，以至于在客观上起了“二桃杀三士”的作用，不仅没有提高效率，反而起到了副作用，影响了组织自身的发展。可见，激励和激励机制十分重要。

所谓激励，通俗地讲就是指“调动积极性”，这种积极性的发挥不仅可以使参与者得到个人利益的实现，同时也能达到社会目标或机制设计者所要达到的目标。

在组织中，要使激励制度起到激励作用，就要体现出公开性与公平性。所谓公开性，就是员工都知道作出什么贡献应该得到什么报酬。如何激励应该是明文规定的，而不是老板一人在背后操作的。所谓公平性，就是作出同样贡献的员工

应该得到同样的报酬，不能以老板本人的好恶为转移，不能存在歧视。如果违背了这两个原则，激励机制就会起到“二桃杀三士”的作用，不仅与己无益，而且还会影响员工的心态。

想一想，两个桃子就把三个勇士给毁了，这其中一定还有另外的原因，那就是分配制度还缺乏一种客观评价功劳的标准。每个人都认为自己功劳大，又没有什么标准来评判。三士有的为自己功劳大但没有得到桃子而羞愧自杀，有的为自己的功劳没有别人大反而得到桃子而羞愧自杀。要知道，激励机制是根据贡献或业绩来支付报酬的，如果没有一种客观标准来衡量，也会起到“二桃杀三士”的负面效果。这是我们组织内部极需注意的问题。

因此，要让激励机制起到积极的作用，就一定要有一种衡量业绩的客观标准。有了这个客观标准，以此评价三士的功劳，排出名次，第一、二名吃桃子，第三名就没得吃了，自然也就不会出现上述情况了，自杀之事也就不会发生了。人与人之间受到这种客观标准的限定，就会积极干好本职工作，为下次能争得“桃子”而努力了。这在组织内才能真正起到激励作用。

“二桃杀三士”还有一种作用，那就是反向激励，即通过对员工的某些行为给予威胁、否定、制止和惩罚等，使之弱化或者消失，从而使企业

的目标得到实现。反向激励的表现形式之一就是末位淘汰制度。实践中成功的例子有海尔的“三工并存，动态转换”制度。“三工”即优秀、合格、试用员工。工作干好了，合格和试用员工可以成为优秀员工；干不好，优秀员工也可以随时转为合格甚至是试用员工；这样一来就可以发挥每一个人的积极性，生存的威胁不断地把压力转变为竞争的动力。

企业实行激励机制的根本目的是正确地引导员工的工作动机，使他们在实现组织目标的同时实现自身的满足，增加自身的满意度，从而使他们的积极性和创造性能够持续下去。由此也可以说，激励机制运用得好坏在一定程度上是决定企业兴衰的重要因素。

从上述情况中我们也可以看出，激励机制是存在两面性的。合理的制度化激励机制能提高效率，不合理的激励机制则会降低效率。要使合理的激励机制发挥作用，就要使激励机制规范化、制度化。

招聘与留住人才的方法

人才是企业竞争的第一资源，那么人才招聘应遵循什么原则呢？

一些企业招聘会上专设“入场资格审核区”，非名牌大学毕业生连入门的资格都没有。审核官们审核的程序非常简单：首先看学校，如果不是名校出身，马上就被拒绝。

对此，一位资格审核官坦白地说，此次招聘会只是面向名校学生：“我们此前在报纸上的广告已声明，只接待全国排名前20名的高校学生……像北大等名牌大学的学生肯定能进场。”

该企业的做法引起了许多学生的不满，他们对该企业这种只认“牌子”的做法非常气愤，认为是歧视。

“连面试的机会也不给我，怎么知道我的水平？”一位同学说，自己的成绩很好，而且有丰富的社会实践经验，“但门还没进就给拦下来，这公平吗？”

这确实不公平，但是企业有自己的道理，而且在一定意义上，这些道理并非完全不合理。

企业这样做也是有苦衷的，因为它们一直被找不到合适的人这个问题困扰着。它们也表示，招聘仅限名校确实是无奈之举。因为应聘者往往比企业更清楚地知道自己的能力。设想市场上有

两种应聘者——高能者和低能者，二者都积极地向雇主传递自己能力很强的信息，尤其是低能者要想方设法把自己伪装成一个高能者。这时候，教育程度和受过什么样的教育就成为一种可信的传递信息的工具。那些上过名牌大学的人一般要比普通学校的学生更聪明更勤奋，也更专注、更有自制力。当然，高学历并不意味着高能力，名牌大学有时候也会出现一些能力及知识较差的学生，但是在没有更好的选择的情况下，企业只能相信学历所传递的信号。

哈佛大学教授迈克尔·斯宾塞在哈佛大学读博士的时候，他观察到一个很有意思的现象：很多MBA的学生在进哈佛之前很普通，但经过几年哈佛的教育再出去，就能比教授多挣几倍甚至几十倍的钱。这使人禁不住要问为什么，哈佛的教育难道真有这么厉害吗？斯宾塞研究的结果是：教育不仅仅具有生产性，更重要的是教育具有信号传递的作用。

这就是名牌的作用。名牌大学或明星企业也可能出现次品，但这样的概率相对来说要低得多。而且，一个名牌大学的建立，是其多年有效信息累积的结果，没有人愿意轻易地毁掉自己的信誉。所以，即使出现了问题，解决的成本也相应的要低。

所以，在市场经济中，在企业眼中，品牌是

最有效的信息传递手段。

同样是刚毕业的大学生，企业优先选择名校毕业生。那么在有优秀学历和丰富经验的人才中，企业又该怎样选择呢？

逆向选择在招聘场合也是经常发生的现象，所以才会有那么多的人找不到合适的工作，而单位又慨叹招不到合适的人才。一方面是招聘会里人头攒动，人声鼎沸；另一方面是企业求贤若渴，迫不及待。两相对比的反差，正是招聘中逆向选择的规律在起作用。很多企业总是发愁：一个个求职者的简历五花八门，好不容易筛选出一份简历来，面试过关了，一工作，却没有实际能力，给企业造成浪费和损失。尤其是高层次人才，讲起话来滔滔不绝，使听者觉得他见多识广，经验也好像非常丰富，可是一工作，总是漏洞百出。



在市场经济中，在企业眼中，品牌是最有效的信息传递手段。

A集团公司的业务蒸蒸日上，但是最近老总却陷入了烦恼中。公司准备投资一项新的业务，已经通过论证准备上马了，但是几位高层在事业部总经理的人选上产生了很大的分歧。一派认为应该选择公司内部的得力干将小王，而另一派主张选用从外部招聘的熟悉该业务的小李，大家各执己见，谁也不能说服对方，最后还是需要老总来拍板。那么，究竟哪一种选择更好呢？

就经验而言，外聘的小李显然经验要丰富得

多，小李到此工作属于空降；而本公司的小王更具有本土优势，对业务也十分熟悉。老总觉得自己公司活力不足，应该填充些新鲜血液。最终老总拍板，决定用外聘的小李。小李开始正式走马上任。

小李的优势很明显，美国著名高校的MBA，完全的洋式经营理念。而小王不过是中专毕业，从底层一步步熬上来的。老总对小李寄予厚望，小李也很努力，开始认真地对公司的人力资源进行诊断，并煞有介事地挑出了一堆毛病。老总一看，心里不禁开始担忧：这些毛病要整改完成，自己公司将会垮掉！时间一久，小李只知道挑毛病，却没有对公司进行任何实际操作，弄得公司人人自危、怨声载道。老总一看，这样不行，于是迫不得已又把小李辞退了，而此时的小王却因为没有得到老板的重视，已经跳槽去别的单位了。A集团花费了大量的时间、精力和金钱，最终不但没有给公司带来效益，反而使公司发生了危机。

A集团所碰到的就是典型的逆向选择。正是因为彼此的信息是不对称的，老板不知道小李的实际操作能力，却只看到了小李的海外镀金背景，结果弄得自己很狼狈。其实老板应该给小王和小李每人一段试用期，试用期内的工资就算是了解信息的成本。如果这个成本也不愿花，那就

应该选择小王，因为小王毕竟是本公司的，老板更熟悉，对小王的信息掌握得更加充分。小王可能达不到老板的预期，但至少不会带来什么损失；而外聘的人，老总知道的信息就比较少了，需要花费成本来了解。所以为了避免逆向选择，信息是必要的判断依据。

掌握了挑选人才的方法之后，企业还要学会留住人才。

南宋军事家岳飞可谓是难得的帅才，不但能征惯战、屡破金兵，还对宋王朝忠贞不贰。可就在南宋王朝急需用人之际，岳飞却被秦桧之流以“莫须有”之罪名杀害。这不仅是岳飞的悲哀，更是大宋王朝的悲哀——就是因为没有了岳飞，金军的铁蹄才得以肆无忌惮地蹂躏大宋那仅存的半壁江山。

对于现代企业来说，只有知人善任、建立健康的用人制度，才能够很好地遏制“劣币驱逐良币”的现象。而要做到这一点，首先要有一个合格的人力资源管理者。

一个优秀的人力资源管理者，就像是寻找千里马的伯乐一样，要具有天赋的才能、丰富的经验和全面的综合能力。因此，企业和组织必须重视对人力资源管理者选拔，并善待人力资源管理者，因为“千里马常有，而伯乐不常有”。

其次，企业还要有一套用人、留人的科学方

法。

就因为“求贤若渴”，所以很多企业一旦求到了人才，就把他们高高地供起来，用高薪、住房、福利来挽留人才。实际上，这样的企业犯了一个根本性的错误，他们忽略了人才的真正需求。

诚然，要挽留住优秀员工，提高物质待遇是一个可取的方法，但是，却不能仅此一法，因为久而久之，公司的薪酬管理有可能陷入恶性循环，物质待遇还会成为员工讨价还价的本钱。

对于企业来说，要留住人才，就要搞清楚优秀员工的真正需要。他们的离职往往不是待遇的问题，而是对公司的目标缺乏认同、对公司的管理方式不满。另外，缺乏个人成就感也是员工离职的相当重要的因素。说到激励，很多人会想到晋级、加薪，但仅靠晋级、加薪并不一定能有效激励员工，企业必须使优秀的员工融入到企业的发展中来。这样，虽然会使优秀员工压力加大，但是却能够让他们有成就感。

总而言之，真正的人才不仅需要具有挑战性的工作，更需要工作的胜任感、成就感和责任感，只有他们感到自己受重视、有价值的时候，才会更积极地作出更大的贡献。

如何用好绩效考核这把钥匙

细心的人不难发现：在一个团队中，有的人能力突出而且工作积极努力；相反，有的人工作消极，从不尽心尽力，或者因能力差，即使尽力了也未能把工作效率提高。这在无形中便建立起了“智猪博弈”的模型：一方面，大猪在为团队的总体绩效也包括自己的个体利益来回奔波、拼命工作；另一方面，小猪守株待兔、坐享其成。长此以往，大猪的积极性必定会慢慢消退，逐渐被同化成“小猪”，届时，团队业务处于瘫痪状态，受害的不仅是单个团队，而且会伤及整个公司的总体利益。

那么，如何使用好绩效考核这把钥匙，恰当地避免考核误区，既能做到按绩效分配，又能做到奖罚分明呢？从“智猪博弈”中可以得到以下几种改善方案。

1.减量

将食物减为原来的一半，就会出现小猪、大猪都不去踩踏板的结果。因为小猪去踩，大猪将会把食物吃完；同样，大猪去踩，小猪也将会把食物吃完。谁去踩踏板，就意味着替对方贡献食物，所以谁也不会有踩踏板的动力。其效果就相当于对整个团队不采取任何考核措施，因此，团队成员也不会有工作的动力。

2.增量

加倍投放食物，就会出现小猪、大猪谁想吃谁就会去踩踏板的结果。因为无论哪一方去踩，对方都会剩余一部分食物。这种状态好比小猪和大猪生活在物质相对丰富的高福利社会里，所以不会有很强烈的竞争意识。如同在营销团队建设中，无论工作努力程度如何，每个人都能获得很好的报酬，大家都没有竞争意识了，而且这个规则的成本相当高，因此也不会有一个好效果。

3.将投食口移位

如果将投食口移到踏板附近，小猪和大猪就会拼命地抢着踩踏板。等待者不得食，而多劳者多得。每次踩踏板的收获刚好消费完。相对来说，这是一个最佳方案，成本不高，但能得到最大的收获。

当然，这种考核方法也存在它的缺陷性，但没有哪一种考核方法能真正让每个人都觉得公平。

在绩效考核运作中，实际是对员工考核时期内工作内容及绩效的衡量与测度：博弈方为参与考核的决策方；博弈对象为员工的工作绩效；博弈方收益为考核结果的实施效果，如薪酬调整、培训调整等。

由于考核方与被考核方都希望自己的决策收益最大化，因此双方最终选择合作决策。对于每

个企业来说，这将有利于员工、主管及公司的发展。

但是从长期角度看，只能在双方中有一方离职后，博弈才结束，因此理论上考核为有限次重复博弈。但在实际工作中，由于考核次数较多，员工平均从业时间较长，而且离职具有不可完全预知性，因此可将考核近似看作无限次重复博弈。

随着考核博弈的不断重复及在一起工作时间的增长，主管与员工对彼此都有一定程度的了解。在实际工作中，由于主管在考核结果中通常占有较高的比重，所以主管的个人倾向往往对考核结果有较强的影响力。而且考核为无限次重复博弈，因此员工为了追求效益最大化，有可能根据主管的个性倾向调整自己的对策。因此，从长期角度分析，要求人力资源部作出相应的判断与调整，如采用强制分布法、个人倾向测试等加以修正。

考核与被考核存在着一种博弈关系，无论对于哪一方来说，建立一个合理的、公平的考核制度是非常重要的，尤其是分工制度，可以避免出现评估中的“智猪模型”，这样才能提高员工的工作积极性，把企业做大、做强。

把最合适的人放到最合适的岗位

据野史记载：战国时北方有两种马特别有名，一种是蒙古马，力大无穷，能负重千余斤；另一种是大宛马，驰骤如飞，一日千里。

邯郸有一个商人同时豢养了一匹蒙古马和一匹大宛马，他用蒙古马来运输货物，用大宛马来传递信息。两匹马圈在一个马厩里，在一个槽里吃料，经常因为争夺草料而相互踢咬，每每两败俱伤，要请兽医调治。主人不胜其烦，当时恰巧伯乐来到邯郸，商人于是请他来帮助解决这个难题。

伯乐来到马厩看了看，微微一笑，说了两个字：分槽。主人依计而行，从此轻松驾驭二马，生意越来越红火。

要想使能者才尽其用，不但要分而并之，还必须善用之。因为不同的人各有其能，有的适合彼工作，有的适合此工作，只有把各种能力放在适合它们的土壤里，才能使其得以生存、成长。

去过庙里的人都知道，一进庙门，首先是弥勒佛笑脸相迎，而在他的背面，则是黑口黑脸的韦陀。但相传在很久以前，他们并不在同一个庙里，而是分别掌管不同的庙。

弥勒佛热情快乐，所以来的人非常多，但他什么都不在乎，丢三落四，没有好好管理账务，所以入不敷出。而韦陀管账是一把好手，但成天阴着个脸，太过严肃，搞得人越来越少，最后香火断绝。

佛祖在查香火的时候发现了这个问题，就将他们俩放在同一个庙里。弥勒佛负责公关，笑迎八方客，于是香火大旺，而韦陀铁面无私、锱铢必较，他负责财务，严格把关。在两人的分工合作下，庙里呈现出一派欣欣向荣的景象。

分槽喂马和佛祖派工说的都是一个问题，就是如何把最合适的人放到最合适的岗位上去。

法国著名企业家皮尔·卡丹曾经说：“用人上一加一不等于二，搞不好等于零。”如果在用人中组合失当，往往会失去整体优势；安排得宜，才能成就最佳配置。

凡是做大的企业都有“分槽喂马”的用人方略。2001年3月，联想集团宣布“联想电脑”、“神州数码”分拆进入资本市场，同年6月，神州数码在香港上市。分拆之后，联想电脑由杨元庆接过帅旗，继承自有品牌，主攻PC、硬件生产销售；神州数码则由郭为领军，另创品牌，主营系统集成、代理产品分销、网络产品制造。

至此，联想接班人问题以喜剧方式尘埃落定，不孚众望的“双少帅”一个握有联想现在，一

个开往联想未来。

但是在实行“分槽喂马”的过程中，还有一个如何进行搭配、使每个人才相得益彰而不是相互妨碍的问题。这就需要老板对“千里马”有深刻的洞察力，最好使他们彼此所负责的事务具有互补性。

第八章 方圆做人的经济学

在为人处世上，我们一定要明白：人都是理性的，每个人的行为都会影响别人。因此，我们要学会积累人脉的方式，并且避免出现“零和博弈”的局面。

人都是理性的

中国人向来讲究礼节，连一起吃饭埋单都要抢着付钱。而西方人却是不争不抢，AA制，简明了事。传统文化的观念使西方人崇尚个性，喜欢独立，而中国人则好谦让，爱面子，通过埋单来显示自己的实力，提升自己在别人心目中的地位。

为什么会有这种文化的差异呢？因为文化由经济基础决定。这就涉及经济学的成本与收益的问题，即一个人无论做什么事情，付出了成本，就要得到预期的收益。

首先，传统中国人的生活状态相对稳定。埋单不过是一个轮流程序而已。但西方不同，人们的流动性很强，生存状态很不稳定，一个人今天在这个地方，明天就有可能到了那个地方。所以为了公平，还是各自埋各自的单为好。

经济学家眼里的人都是理性的，他今天付出成本为别人埋单，就是想得到以后预期的收益，即让别人以后也为他埋单。相互间的生存状态越稳定，为他人埋单的风险就越小，被别人日后回报的可能性就越大；反之风险就越大，回报的可能性就越小。

其次，中国人也并非是一味地为别人埋单。两个人第一次在一块儿吃饭，大家都抢着埋单，第二次虽然都是抢着付钱，但往往第一次付钱的一方只是掏钱做做样子。这样看来，中国人实际上实行的也是一种AA制，只不过西方人是一次性的，中国人是多次性的。

其实人性都是相通的，中国人也同西方人一样，决定他们的思想观念与行为方式的，归根结底都是经济学上谈的根本问题——利益。正是这样，那些在文化、道德范畴内解释不清的东西，用经济学道理进行分析就让人豁然开朗。

人常说，“好朋友，勤算账”，这也是一种理性。因为人与人之间说到底是一种利益关系，朋友之间如果账算不清，彼此都感到自己好像是吃了亏，久而久之，好朋友也会反目成仇。

现实婚姻上的门当户对，是另一种理性。因为条件相当，所以彼此的付出与收益就相对平衡，双方结合的基础也就比较牢固。而癞蛤蟆想吃天鹅肉，则是一种不理性，最后受伤与吃亏的

只有癞蛤蟆，因为相差太远，所以付出得再多都是微不足道的，甚至人家也许根本就不会放在心里。

在现实生活中也不乏一些慈善家，他们常常主动帮助那些身陷困境的人渡过难关，如接济身边生活困难的人、帮助失学儿童重返校园、给贫困地区和灾区的人们以物质援助，或者向社会公益事业进行捐献。在经济学家的眼里，这是一种超乎理性之上的理性，是一种高境界的理性。他们的付出也许终生都不会得到受助者的回报，但是却从另外一个方面增加了他们做人的道德砝码，即提高了他们在人们心目中的威望和声誉，而这种威望和声誉，恰恰是一种无形的财富，是用金钱难以买到的财富。

人的本性是利己的，现代经济学对人的研究也是建立在这种对人性承认的基础上的，所以经济学家眼里的人都是理性人，理性人从事一切活动的目的都是为了实现个人利益的最大化。可是在处理人际关系的过程中，尽管顺应人性、遵循经济学道理，但因对理性的认识有别，便有了世俗和高尚之分。

利益分析法是经济学的一种基本思维方式，它可以很清晰地说明道德、法律与信用的关系。

在公共汽车上，两个陌生人会为一个座位争吵，可如果他们认识，就会相互谦让。在社会联

系紧密的人际关系中，人们普遍比较注意礼节、道德。

为什么大部分乡下人比城里人更淳朴善良？这是因为大家在一个村子里，世代生活在一起，整日“低头不见抬头见”，家长里短不出半日就能为全村所知道；若做损人利己之事，必招致对方的记恨以及村民的道德谴责。

城市里的人，一来流动性大，某个人干了坏事，转眼就消失在茫茫人海之中，对方难以对他实施报复；二来更注重隐私，同楼居民“电视之声相闻，老死不相往来”者甚多，若做了不道德之事，也难以受到道德谴责。

以上就是“熟人社会”和“陌生人社会”的差别。“熟人社会”这一概念是费孝通先生提出的。费先生认为，中国传统社会是一个“熟人社会”，其特点是人与人之间有着一种私人关系，将这种关系联系起来，便构成一张张关系网。背景和关系是“熟人社会”的典型话语。民间“熟人好办事”的说法，正是对“熟人社会”的一种朴素表达。

费孝通先生说，在现代社会中，由于社会变迁、人口流动，在越来越大的社会空间里，人们成为陌生人，因此法律才有产生的必要。因为当社会成为“陌生人社会”的时候，其发展就会依赖于契约和制度，人与人之间的交往就必须通过制度和规则建立起彼此的关系与信任。随着契约、

制度和规则的逐步完善，法律逐渐成长起来。

这和博弈有什么关系吗？有。“熟人社会”就是重复博弈，而“陌生人社会”则是一次性博弈。

乡下人在逢年过节、婚丧嫁娶时总要大摆酒席、请客吃饭，因为这种付出有指望得到乡亲们的回报。城里人则很少这样大宴宾客，因为不知道是否还有下次。外国人的“AA制”也开始在中国城市里流行，一起吃喝，但各自掏钱，谁也不欠谁。“AA制”不是因为人情淡漠，而是基于人口流动性大，难以形成重复博弈的缘故。

道德、法律、权力利益的划分，都与“还要见面”有关。从消极的层面看，我们互不侵犯，是为了避免没完没了、两败俱伤的循环报应。例如，两个原始人见面，一个拿着兽皮，一个拿着野果，他们都想把对方的东西据为己有。如果他们的见面是偶然的，可能相互抢劫；可是如果他们都在附近，考虑到对方家族的报复，抢劫的风险就大了，所以他们不去打对方的主意——所有权就这样产生了。如果确实想得到对方的东西，他们可以选择合作——以物易物，交易就这样产生了。地球正在浓缩成一个村落，“陌生人社会”几乎不可能出现了，而在“熟人社会”里，人们总是重复博弈，这就要讲究规则和诚信。所以，在现代商业社会里，诚信一再被强调。

重复博弈是信任的前提。地摊、车站、旅游

点……这些人群流动性大的地方，不但商品和服务质量最差，而且假货横行，因为商家和顾客之间不是“重复博弈”。

一个旅客不太可能因为某饭店的饭菜可口而再次光临，这种一次性博弈，是“一锤子买卖”，不赚白不赚。被卖了谎秤，也只好自认倒霉，顾客多半不会搭车赶回来和商家较真。

而开在社区的便利店，赢利靠的是“重复博弈”，那些“回头客”——周围的居民是他们的衣食父母，如果便利店欺骗顾客，就会失去长期赢利的机会。

同样的道理，买贵重物品，一定要去大的百货公司，他们一般不至于为了欺骗顾客而逃跑。所以说，平时我们讲信用、不骗人，其实是所谓重复博弈的一种手段罢了。

在经济领域，所谓信用，是指一种建立在对授信人在特定的期限内付款或还款承诺的信任基础上的能力。信用主要是在多次的重复博弈中为当事人谋求长期利益最大化的手段，博弈即是双方“斗智斗勇”的过程。在一种较为完善的经济制度下，若博弈会重复发生，则人们会更倾向于相互信任。所以说，信用是发展市场的一个必备的因素。

这可以用一个简单的博弈模型来解释。假设有甲、乙两人，甲出售产品，乙付货款（商业信

用问题），或甲借钱给乙，乙是否还钱（银行信用问题）。开始时，甲有两种选择：信任乙或不信任乙；乙也有两种选择：守信或不守信。

如果博弈只进行一次，对乙来说，一旦借到钱，最佳的选择是不还。甲当然知道乙会这样做，甲的最佳选择是不信任。结果是，甲不信任乙，乙不守信，这样的结果是最糟糕的，双方想达成有效交易是非常难的。

那么应该怎样建立起信用关系呢？假定博弈可以进行多次，甲采取一种这样的策略：我先信任你，如果你没有欺骗我，我将一直信赖你；而一旦你欺骗了我，我再也不会信任你了。这样乙有相应的两种选择：如果守信，得到的利益是长远的；如果不守信，得到的利益是一次性的。因此，守信是乙自己的利益所在。这样双方都会处于一种均衡状态，这种均衡的出现是因为乙为谋求长远利益而牺牲眼前利益（当然是不当得利）。所以，当一个人积极考虑长远利益时，自己的信用关系就会被塑造出来。

人类的两难选择

俗话说：“知人知面难知心，画龙画虎难画骨。”人心叵测，每个人的心理都是很难揣测的，因为人的大脑一天至少有五万个想法。尤其是在关系复杂的社会网中，每个人做事都有其方法和心理表征，面对每件事，都要经过一番心理斗争，而社会的种种现象正是发生矛盾的双方心理博弈的结果。

拉·封丹有一个心理博弈寓言“鼠盟”，说的是一群怕猫的老鼠在一只自称“既不怕公猫也不怕母猫，既不怕牙咬也不怕爪挠”的鼠爷带领下组成联盟对抗老猫，目的是去救一只小耗子。结果面对老猫，“首鼠两端不敢再大吵大闹，个个望风而逃，躲进洞里把小命保，谁要不知趣，当心老雄猫”。鼠盟就这样瓦解了，协议只是一纸空文。

关于价格联盟，早在几年前就有了，当时有些行业的寡头厂商和销售商运用“价格自律联盟”的手段，弱化竞争，维持稳定利润。比如，2000年彩电厂商在深圳推出“彩电厂商价格自律联盟”，试图联合起来将彩电的价格维持在高位，以获取稳定利润，结果行不通。因为这在经济学上是站不住脚的。

有一天，一位富翁在家中被杀，财物被盗。

警方在此案的侦破过程中，抓到两个犯罪嫌疑人斯卡尔菲丝和那库尔斯，并从他们的住处搜出被害人家中丢失的财物。但是，他们矢口否认曾杀过人，辩称是先发现富翁被杀，然后只是顺手牵羊偷了点儿东西。于是警方将两人隔离，分别关在不同的房间进行审讯，由地方检察官分别和每个人单独谈话。检察官说：“由于你们的偷盗罪已有确凿的证据，所以可以判你们一年刑期。但是，我可以和你做个交易。如果你单独坦白杀人的罪行，我只判你三个月的监禁，但你的同伙要被判十年刑。如果你拒不坦白，而被同伙检举，那么你就将被判十年刑，他只判三个月的监禁。但是，如果你们两人都坦白交代，那么，你们都要被判五年刑。”斯卡尔菲丝和那库尔斯该怎么办呢？他们面临着两难的选择——坦白或抵赖。显然，最好的策略是双方都抵赖，结果是大家都只被判一年。但是由于两人处于隔离的情况下，无法串供，所以，假设每一个人都是从利己的目的出发，他们选择坦白交代是最佳策略。因为坦白交代可以期望得到很短的监禁——三个月，但前提是同伙抵赖，这显然要比自己抵赖而坐十年牢好。这是种损人利己的策略。不仅如此，坦白还有更多的好处。如果对方坦白了而自己抵赖了，那自己就得坐十年牢。太不划算了！因此，在这种情况下还是应该选择坦白交代，即使两人

同时坦白，至多也只判五年，总比被判十年好吧。所以，两人合理的选择是坦白，原本对双方都有利的策略（抵赖）和结局（被判一年刑）没有出现。

假如他们在接受审问之前有机会见面好好谈清楚，那该有多好，因为彼此一定会同意拒不认罪。不过，接下来他们很快就会意识到，无论如何，那样一个协议都不见得管用。一旦他们被分开，审问开始，每个人内心深处那种企图通过出卖别人而换取一个更好判决的想法就会变得非常强烈。这么一来，他们最终还是逃脱不了被判刑的命运。这就是博弈论里经典的囚徒困境的例子，又被称为囚犯的两难选择。

其实加入鼠盟的各只小耗子们就如同那两个囚犯。一只耗子会想，如果其他耗子都不跑，它有两种选择：不跑，有可能被猫吃掉；跑，肯定能活命。结论是，其他耗子不跑时，它先跑是有利的。如果其他耗子都跑，它不跑，肯定被吃掉，它跑还有可能活下来。结论是，其他耗子都跑时，它更应该跑。每只耗子都这样作出选择，结果本来团结起来也许能把猫打败的局面，最后变成了所有耗子都逃走的结果。

价格同盟，无论是采取行业自律价的形式，还是禁折令的形式，最后也都和这个鼠盟一样的命运。当确定了行业自律价时，每个企业都会

想，别人都遵守自律价或禁折令不降价时，如果我降价，会占领更大市场，我不降价，市场份额仍不变，两者相比，还是降价有利；别人都不遵守自律价或禁折令而降价时，我降价，市场份额仍可保持，我不降价，市场就被别人占了，两者相比，还是降价有利。每家企业都按同样的推理作出选择降价的决策，自律价或禁折令就成一纸空文了。在汽车行业实行自律价和民航实行禁折令之后，每家企业如何作出选择不得而知，但结果与这种分析却完全一致，鼠盟式的价格同盟破产了。

寓言故事中使鼠盟难以形成的原因是猫的强大无比。而现实中使价格同盟难以实现的原因是市场供求力量强大无比，不可抗拒。在市场经济中，决定价格的最基本因素是供求关系。供小于求，价格上升；供大于求，价格下降。这是什么力量也抗拒不了的。在不完全竞争的市场（垄断竞争、寡头、垄断）上，企业只能通过控制供给来影响价格，想把自己硬性决定的价格强加给市场是行不通的。

在汽车、民航这类寡头市场上，每个企业所考虑的只能是自己的短期利益，而不是整个行业的长期利益。因此，当整个行业供大于求时，不要寄希望于每个企业会减少产量来维持一定的价格。

做人不能太“精明”

做人不能太“精明”，否则得不偿失，聪明反被聪明误，弄巧成拙。

经常乘飞机的朋友会发现，托运的行李会不翼而飞或者里面有些易损的物品遭到损坏，是很麻烦的事情。向航空公司进行索赔，航空公司一般是根据实际价格给予赔付，但有时某些物品的价值不容易估算，且物件又不大，那怎么办呢？

有两个出去旅行的女孩，A和B，她们互不认识，各自在景德镇同一家瓷器店购买了一个同样的瓷器。然而在机场她们发现托运的行李中的瓷器损坏了，于是向航空公司提出索赔。

因为物品没有发票等证明价格的凭证，航空公司内部评估人员估算价值应该在1000元以内。因为无法确切地知道该瓷器的价格，所以航空公司请这两位小姐分别把价格写下来。

航空公司认为，如果这两个小姐都是诚实可信的老实人的话，那么她们写下来的价格应该是一样；如果不一样的话，则必然有人说谎。而说谎的人总是为了能获得更多的赔偿，所以航空公司可以认为申报的瓷器价格较低的那个小姐应该相对更加可信，并会采用两个中较低的那个价格作为赔偿金额，同时会给予那个给出更低价格的诚实小姐以价值200元的奖励。

这时，两个小姐各自心里就要想了，航空公司认为这个瓷器价值在1000元以内，而且如果自己给出的损失价格比另一个人低的话，就可以额外再得到200元，而自己实际损失（也就是购买价）是888元。

A很聪明。她想，航空公司不知道具体价格，那么B肯定会认为多报损失多得益，只要不超过1000元即可，那么那个最有可能报的价格是900元到1000元之间的某一个价格。A心想我就报890元，这样航空公司肯定认为我是诚实的好姑娘，奖励我200元，这样我实际就可以获得1090元。

而B更加聪明。她猜到A要报890元，于是准备报888元的原价。

A看到表情诡异的B，心里又开始盘算了：估计她会算计到我报890元，于是就填真实价格了，哼，我要来个更厉害的，我报880元，低于真实价格，这下她肯定想不到了吧！

我们都知道，下棋、计谋之类的东西关键是要想得比对手更远，于是这两个极精明的人相互算计，最后都报了689元。她们都认为，原价是888元，而自己报689元肯定是报价低的一方了，加上奖励的200元，就是889元，还能赚1元。

这两个人算计别人的本事是旗鼓相当的，她们都暗自为自己最终填了689元而感到兴奋不

已。最后，航空公司收到她们的申报损失，发现两个人都填了689元，料想这两个人都是诚实守信的好姑娘，航空公司本来预算的2198元的赔偿金现在只要赔偿1378元就可以了。最后，两个人各自只拿到689元，还不足以弥补瓷器的本来损失呢，亏大了！

本来，她们俩可以商量好都填1000元，这样她们各自都可以拿到1000元的赔偿金，而就是因为她们互相都算计对方，想拿得比对方多，最后搞得大家都不得益。这个就是著名的“旅行者困境”博弈模型。

这个模型告诉我们一个博弈思想，做人不能够过于“精明”，别机关算尽终成空。很多时候，人们只能精明到算出个大概来，但道理还是一样的。

生活中，人更多的是需要一种合作的大度，尽管人都是“自利”的，但真正聪明的人的“自利”是有前瞻性和远见的，能预测到事物的发展趋势及后果。在这个“旅行者困境”中，尽管各自自利的选择都是去算计对方，便如果她们够聪明的话，就应该预计到互相算计的后果只能使她们共同的博弈对象——航空公司渔翁得利。以无谓的内耗作为“自利”的代价是不值得的，真正聪明的人懂得去寻求合作，尽管合作总是要让自己预期的利益受到一部分的损失。但博弈论告诉我

们，合作的最终结果往往比完全各自自利的结果更能使各自获得更好的收益。

当今，经济学之所以可以在整个社会科学中处于统治地位，就是凭借了这种客观的分析方法，而不是主观地拍脑袋去感受。但是，我们所说的客观理性并不是说就不要伦理道德了，恰恰相反，我们认为伦理道德的形成本身就是一种博弈的过程。伦理道德本身就是一个博弈的均衡解，它是一种惯例、习惯、规范，也是制度的一种形式，它的重要性在于可以降低交易成本。

就像在我们这个“旅行者困境”的博弈中，如果双方都遵循“诚信”这个道德规范的制度，就都会选择888元，这样也不至于都落到689元的更大损失的境地。

所以，从这个角度看，做人讲求诚信和合作是非常重要的。

每个人的行为都会影响别人

存在主义大师萨特在《禁闭》中说：他人就是地狱。当“我”处在“他人”的目光注视下时，“他人”将“我”变成他思维的客体。“他人”构成“我”的地狱，“我”何尝不是“他人”的地狱？如果萨特所说正确，那么我们一生下来就进入了地狱，因为世界上不可能只有“我”一个人。我们生活在与他人组成的社会中，岂不是也变成了地狱，人与人之间究竟是什么样的利益组合呢？

社会是由“我”与“他人”构成的，每个人的行为都会影响对方，甚至说对方的存在便是影响“我”的行为！邱吉尔说：“在政治中，没有永恒的敌人，也没有永恒的朋友，只有永恒的利益。”一个活动是由多个人参与的，每个人的行为都对他人的生存状态产生影响，就像剧本《禁闭》中那三个被关在密室里的人物：逃兵加尔散、色情狂和溺婴犯艾丝黛尔、同性恋者伊内丝，他们彼此都对对方的生存状态产生了影响。

一位政治家这样表达他的无奈：“我们不得不与狗娘养的同乘一条船。”狗娘养的指的是他的敌手。他的敌手不这样想吗？为了不至于将船弄翻，一起沉入海底喂鱼，相互敌对的人必须克制自己对对手的痛恨，而作出理性的选择，必要时甚至不得不与讨厌的对手合作。政治上如

此，商业上也是如此。在自己的目标面前，敌人可以合作，朋友也可以成为对手。

他人并非总是我的地狱。这取决于活动的类型。按博弈论的术语来说，当你与他人的利益是相冲突的时候——此时处在常和博弈和零和博弈，“他人”所得即是我之所失，此时“他人”的存在构成我的“地狱”；然而，当与“他人”处于合作性博弈之中的时候，可以通过与“他人”建立集体行动的联盟，这样各自都会获得好处，此时“他人”便是我的“天堂”，达到双赢的效果。

“他人”也可以构成我的“天堂”。因为，虽然没有“他人”的情况下，我是自由的，不存在竞争，但在这种状态下的一切都没有了意义。“他人”虽然能够使我成为客体，然而这是有意义的客体，因为只有在“他人”存在的情况下，生存的价值和意义才能体现。

网络交友是21世纪的一大潮流，让我们来分析一下网友是你的“天堂”还是“地狱”吧。

计算机网络逐渐成为人际交往的媒介，人们与朋友之间的交流方式发生了很多变化，新的相遇机会大幅增加。



在自己的目标面前，敌人可以合作，朋友也可以成为对手。

如果就某一感兴趣的主题呼吁大家进行讨论，具有类似兴趣爱好的人就会给予回应。如果就某些社会潮流发表自己的一些感想，产生共鸣的人们就会给出相应的回复。而且，自己也有可能成为回复别人观点的一方。因为能够把信息传达给距离自己很遥远的人们，所以很快就会有志同道合的人或者产生共鸣的人出现。这样，很快就能组建起研究会或者好朋友团体。而且，这些团体成员在团体即将成立之前是互不相识的，组建这样一个团体在时间、金钱各方面的成本都是较低的。

如果不利用个人电脑网络，人们要想结识有共同兴趣爱好的朋友，就只有通过参加报纸、杂志的交流版面介绍的研究会或交流会了。但是，如果不是因为特别的兴趣爱好或者很强的必要性，一个并非爱好交际的人，是很难发挥出这种行动力的。即使去了这种场合，也不能够直接确定对方的兴趣爱好和知识水平，所以没法直接进行讨论。这时就应该先与对方聊天，慢慢地尝试了解对方，营造出友好的气氛，这就需要相当的社交能力。从初次见面到逐渐相互了解的过程是需要花费时间和精力。

而且，在出发的时候是不知道那里有没有与自己志同道合的人的。有时候虽然特意参加了类似的活动，但结果却是没有交到一个朋友就回家了。

在个人电脑网络上，人们很容易就能够了解到某一群体正在交流的内容，所以就可以根据正在讨论的内容和参加者之间的气氛来决定自己是否加入。而且，即使是在讨论中，如果突然觉得讨厌，也可以退出。这与面对面的交流不同，具有很大的自由性。

报纸、杂志的读者投稿栏也是如此，即使是相距甚远的不认识的人们之间，也能够就某一主题进行讨论。当议论变得白热化时，经常是一方等对方的投稿发表后再投稿，这一个人的投稿发

表后，又要等待下一个人的投稿发表后再投稿，这种时间推移很是麻烦。

快速的联系方式就是通信或者打电话，但这样互相之间就知道了对方的居住地址。因为不知道对方是不是值得信赖的人，所以大家自然不愿意采用这种联系方式。

在这一点上，个人电脑网络上的交往是很轻松的，互相都不触及对方的底细，只需围绕双方都关心的事情进行交流就可以了。

从上面的分析可以看出，网络对于人际关系的投资来说成本较低，收益回报快，是一种值得推广的方式。

积累人脉的高级方式

人际关系如同股票，要持续投入热情才能获得稳定的收益。

但生活中有许多人抱着“有事有人，无事无人”的态度，把朋友当作受伤后的拐杖，复原后就扔掉。此类人大多会被抛弃，没人愿意再帮忙他。

廉阳说：“我有一个高中三年的同学，而且是十分要好的朋友。我们进入了同一所大学，刚开学，她就主动地当了班干部。有人说，地位高了，人就会变。自从她上任后，见到我常装作没看见，日子久了，我们就疏远了。但她有时也会突然向我寻求帮助，而我总是尽力而为，可事后，她老毛病又犯了，我有种被利用的感觉，却无奈于心太软。就这样，她大事小事都找我，其他朋友劝我放弃这份友情，说这种人不值得交。当我下决心与她分开时，她哭着说除了我没有一个朋友。”

这种人只会用“互相利用，互相抛弃，彼此心照不宣”来交际，而不去深思人情世故的奥秘，所以无法达到对人情操纵自如的境界。

周恩来在人际交往中就很有人情味。长征途中，当时任民运部部长兼政委的杨立三坚持亲自给重病的周恩来抬担架。他和同志们饥寒交迫，

抬着周恩来走出沼泽泥潭的草地后就累病了。19年后，杨立三去世，身为政务院总理的周恩来，坚持要亲自给他抬棺送葬。

1937年6月，周恩来在峡山遇险，护卫他的十多名警卫战士光荣牺牲。事后，周恩来和另外三个虎口脱险的同志合影留念，周恩来在照片背后写上“峻山遇险，仅余四人”。这张照片一直珍藏在他贴身的衬衣口袋里，直至病逝才被人发现。

“滴水之恩，当涌泉相报。”这就是周恩来的人格魅力。难怪在举行他的遗体告别仪式时，群众的泪水把地毯洒湿了一米多宽的一圈。难怪会出现十里长街送总理时，长夜无言、天地同悲的动人一幕。

毋庸置疑，在某些“实用型”人物的眼中，所谓的“人情”便是你送我一包烟、我给你几块钱，就像欠债还钱，概不赊欠。这种一次性的交际行为看似洒脱，实则包含了太多的困惑与无奈。诚然，受助者也许在短时间内不愿再次开口求助，而实施援助行为的一方其实也没有必要固守“事不过三”的古训，当人家确实有困难而无能为力时，作为知情者，你不应无动于衷，不妨再次主动伸出援助之手。事实上这种“后继”的交际行为能够赢得更大的“人情效应”。

俗话说：在家靠父母，出门靠朋友。多一个

朋友多一条路。要想人爱己，己须先爱人。我们应当时刻存有乐善好施、成人之美的心思，这样才能为自己多储存些人情的债权。这就如同一个人防不测，需养成“储蓄”的习惯，这会让子孙后代得到好处。

究竟怎样去结得人情，并无一定之规。

对于一个身陷困境的穷人，一枚铜板的帮助可能会使他度过极度的饥饿和困苦，或许他还能干出番事业，闯出自己富有的天下。

对于一个执迷不悟的浪子，一次促膝交谈的帮助可能会使他建立做人的尊严和自信，或许他在悬崖勒马之后奔驰于希望的原野，成为一名勇士。

就是在平常的生活中，对一个正直的举动送去的一缕可信眼神，可能成为正义强大的动力；对一种新颖的见解报以的赞同掌声，也可能是对创新思想的巨大支持；就是对一个陌生人很随意的一次帮助，可能也会使那个陌生人突然悟到真情的可贵。

其实，在人生旅途中，每个人既需要别人的帮助，又需要帮助别人。从这个意义上说，帮人就是积善。

每个人都喜欢往春风得意、优秀的人身边靠拢。与事业有成的人缔结关系，以便利用对方那股气势，这是人之常情。然而在这种情况下结识

的对象，通常无法培育成可靠的人际关系。伊朗有句谚语：战场上识勇敢，激怒中识智慧，穷困中识朋友。因此，向落魄的人伸出援手，可以积累潜在的资源，给你带来日后的效益。

菲得洛斯曾明确地表示，与有权势的人交朋友是不安全的。但是，在对方没落失势时你走上前去，会让对方产生强烈的印象，感激涕零，并视你为患难之交。“江南神偷”王同山金盆洗手后一度生活潦倒，此时，一位宾馆老板收留了他，聘他做保安。王同山感激不尽，工作尽心尽力，且逢人便称赞老板的仗义相助。

在对方陷入困境时，你靠拢上前，必然会令人心存感激。所以许多人都认为，在落魄时伸手援助自己的人，值得与之交往一生。

在别人落魄时伸手相助，虽然看似会给自己带来一些麻烦，但雪中送炭却是增进双方友谊、加深双方感情的绝妙机会。



在人生旅途中，每个人既需要别人的帮助，又需要帮助别人。

在选举时，成功者与失败者之间明暗凸显的例子极其常见。在获胜的候选人周围，即使素昧平生的人也纷纷献花鼓掌，而落选的候选人却无人问津。甚至那些选举期间原本支持失败候选人的人，此时也转而投向政敌。

对于败选的人而言，这是十分落魄的时候。选举失败，人人离去，如果此时有人造访并鼓励他，此人必定大感欣慰；倘若再对失败者进行一番诚挚的勉励，“下次选举一定要好好加油！”失败者定会因此产生奋起之心。

在这种凄凉的失败情形下与失败者建立关系，会让人觉得你是个不势利的人。更何况，当时失败的人也不会永远处于失败的境地，如果你希望与胜利者结成莫逆之交，就应该在其失败时向他伸出援手。

在生活中，既有逐步攀升的人，也有失足没落的人。得意的人身旁有大批人包围着，可能没有觉得你的存在对于他的重要性；相反，落魄的人身旁无人靠拢，此时他的心中或许你的分量最重，你会被其视为可以共患难的挚友。并且，一度失败的人在某种机缘下再度翻身爬起的例子亦数不胜数。如果等到对方再度成功之际才来攀附交情，则为时晚矣。就像股票，如能在低价时购入潜力股，便可赚钱。在别人落魄时伸出援手、帮忙解难的行为，是赚取好人脉行之有效的方法。

做人要避免“零和博弈”

中国人有句老话“忍一时风平浪静，退一步海阔天空”，讲的是非暴力的指挥，用博弈论术语来说就是避免零和博弈。

零和博弈的意思是：双方博弈，一方得益意味着另一方吃亏；一方得益多少，另一方就吃亏多少。之所以称为“零和”，是因为将胜负双方的“得”与“失”相加，总数为零。

一个游戏无论几个人来玩，总有输家和赢家，赢家所赢的都是输家所输的，所以无论输赢多少，正负相抵，最后游戏的总和都为零，这就是“零和游戏”。

零和博弈属于非合作博弈。在零和博弈中，双方是没有合作机会的。各博弈方决策时都以自己的最大利益为目标，结果是既无法实现集体的最大利益，也无法实现个体的最大利益。零和博弈是利益对抗程度最高的博弈，甚至可以说是“你死我活”的博弈。

在社会生活的各个方面都能发现与“零和游戏”类似的局面，胜利者的光荣后面往往隐藏着失败者的辛酸和苦涩。从个人到国家，从政治到经济，到处都有“零和游戏”的影子。

一群年轻人在一家火锅城为朋友过生日，其中有一个年轻人拿着自己已吃过了的蛋饺要求更

换。由于火锅城有规定，吃过的东西是不能换的，所以年轻人的要求遭到拒绝，双方因此发生冲突，打了起来。

最后，火锅城人多势众，打败了那几个青年人。

可以说博弈的结果是火锅城的一方赢了，而实质上，他们真的赢了吗？从长远来看，他们并没有赢。这就是人际博弈中的“零和博弈”，这种赢方的所得与输方的所失相同，两者相加正负相抵，和数刚好为零。也就是说，他们的胜利是建立在失败方的辛酸和苦涩上的，那么，他们也将为此付出代价。还以此为例，虽然火锅城一方的人赢了，但从实际角度去分析，我们不难发现，火锅城的生意也会因此而受影响，传出去就会变成“这家店的服务真是太差劲了，店员竟敢打顾客，以后再也不来这里了”，“听说没有，这家店的人把顾客打得可不轻啊，以后还是少来这里了”，“什么店！竟然打人，做得肯定不怎么样”，等等。

其实，邻里之间也是一种博弈，而博弈的结果，往往让人难以接受，因为它也是一种一方吃掉另一方的零和博弈。

在一个家属院里住着四五家人，由于平时太忙，邻里之间就如同陌生人一样，各家都关着门过着平静的生活。但不久前，这个家属院热闹

了，原因是有一家的大人为家里的女儿买了一把小提琴，小女孩没有学过小提琴，又喜欢每天去拉，而且拉得难听极了，更要命的是小女孩还总挑人们午休的时候拉，弄得整个家属院的人都有意见。于是矛盾便产生了，有性格直率的人直接找上门去提意见，结果闹了个不欢而散，小女孩依然我行我素。大家私下里议论纷纷，有年轻人发了狠说，干脆每家买一个铜锣，到午休的时候一齐敲，看谁厉害。结果，几家人一合计，还真那样做了。结果合计的那几家人终于让那个小女孩不再拉提琴了。不过之后的几天，小女孩见了邻居，便如同见了仇敌一样。她认为，是这些人使她不能再拉小提琴的。邻里关系更是糟糕极了。

可以说，这个典型的一方吃掉另一方的零和博弈是完全可以避免的。对于这件事，其实双方都有好几种选择。对于小女孩这一家来说，其一，他们可以让女儿去培训班参加培训；其二，在被邻居告知后，完全可以改变女儿拉提琴的时间；其三，也就是在被邻居告知后，不去理会。而其邻居也有如下选择：其一，建议这家的家长，让小女孩学习一些有关音乐方面的知识；其二，建议他们让小女孩不要在午间休息时拉琴；其三，以其人之道，还治其人之身。

但其结果，双方的选择很令人遗憾，因为他

们都选择了最糟糕的方案。很多事实证明，在很多时候，参与者在人际博弈的过程中，往往都是在不知不觉中作出最不理智的选择，而这些选择都是由于人们的为己之利所得出的结果，要么是零和博弈，要么是负和博弈，都是非合作性的对抗博弈。

如果博弈的结果是“零和”或“负和”，那么，对方得益就意味着自己受损或双方都受损。因此，为了生存，人们必须学会与对方共赢，把人际关系变成是一场双方都得益的“正和博弈”。与对方共赢，是使人际关系向着更健康的方向发展的唯一做法。如何才能做到这一点呢？要借助合作的力量。

有这样一个关于合作的例子。

有一个人跟着一个魔法师来到了一间二层楼的屋子里，在进第一层楼的时候，他发现一张长长的大桌子，并且桌子旁都坐着人，而桌子上摆满了丰盛的佳肴，虽然他们不停地试着让自己的嘴巴能够吃到食物，但每次都失败了，没有一个人能吃得到。因为大家的手臂都受到魔法师的诅咒，全都变成直的，手肘不能弯曲，而桌上的美食夹不到口中，所以个个愁苦满面。但是，他听到楼上却充满了愉快的笑声，他好奇地上了楼，想看个究竟。但结果让他大吃一惊，楼上同样的也有一群人，手肘也不能弯曲，但是，大家却吃

得兴高采烈。原来，他们每个人的手臂虽然不能伸直，但是因为对面人的彼此协助，互相帮助夹菜喂食，结果每个人都吃得很尽兴。

从上面博弈的结果来看，同样是一群人，却存在着天壤之别。在这场博弈中，他们都有如下的选择：其一，双方之间互相合作、达到各自的利益；其二，双方间互相不合作，各顾各的，自己努力来获得利益。我们可以看出，在这场博弈中，只有那些互相合作、相互帮助的人，才能够真正达到双赢，走向正和博弈。事实上，正和博弈是一种相互合作的非对抗性博弈。而对于人际交往来说，要想取得良好的效果，就应该采取这种非对抗性的博弈。

可以说，在这个世界上，没有一个人可以不依靠他人而独立生活，这本来就是一个需要互相扶持的社会，主动伸出友谊的手，你会发现原来四周有这么多的朋友。在人生的道路上，我们需要和其他人互相扶持、共同成长。

第九章 成功经济学

一个人要想成功，必须要懂得进行人力资本投资，从事自己具有“比较优势”的事情，注意积累人脉资源，留意被大多数人忽略掉的“小”信息……最重要的是，要真正明白幸福的真谛是什么。

懂得人力资本投资

很多人都知道，在美国想要找一份好工作，在很大程度上会受到你的教育水平与经历的影响。受教育的程度越高，个人经历与阅历越丰富，在其他条件相同的情况下，你就会比别人更容易获得一份好工作。同样，普通员工没有职业律师收入高，主要是因为两者在人力资本投资上的极大差别所致。培养一名律师需要5~10年的专业学习时间，而培养一名普通员工通常只要一两个月就够了。

用于学习手艺或受培训的时间及货币财富共同构成了人们为进行人力资本投资而支付的全部机会成本。正是由于这种投资，人们在单位时间的生产率才会得到提高，而正是这种生产率的提高使雇主愿意用他，并为他付出较高的报酬。

从上述分析中，我们可以给人力资本下一个定义，那就是通过教育、培训等方式和手段，在人身上积淀的具有稀缺性的、能够投入生产中并能产生价值增值的知识、技能、经验和健康等质量因素之和。也有人建议把它解释为就业者的素质和能力，它是就业者未来收入增长的一个源泉。

有钱人学东西都是为自己学，都是主动地学，哪怕是学的东西在当时看起来可有可无。无论所学的东西如何难以掌握，他们都把这件事当成乐趣，并且往往还能发现掌握知识与技能的窍门。

有钱人无论选择学什么，都是用心来学，他们能掌握所学知识与技能的精髓，并能达到学以致用，而且能举一反三、活学活用。他们能把所学的东西变成改变自己命运的力量，变成自己真正的财富。

有的穷人是不爱学习的，他们只能掌握必要的生存技能，或者接受祖宗遗传下来的、落后的生存哲学和生存理念。他们不知道那些东西对自己有害还是有益，只知道继承而不知道发展。

穷人把学习当成苦差事。当然，穷人是最能吃苦的，但他们只能吃透支体力之苦，绝受不了由学习带来的枯燥之苦；他们能吃得被别人盘剥欺诈之苦，但吃不了为夺回别人手中的皮鞭而进

行的修炼之苦。

有的穷人也爱学习，他们愿意学习对自己没用的东西。他们之所以学，是因为别人在学，或者是大家都在学。他们永远不知道自己为什么要学这些东西，学这些东西有什么用。他们甚至爱学有害的东西，比如吃喝嫖赌。他们只学有钱人的生活方式，但不学有钱人的生存方法。

穷人学的东西往往是百无一用的。因为穷人的习惯是见到佛才准备供品，也就是说，他们真正想学的时候，那是因为他们看见所学的东西能给自己带来眼前的利益，所以就盲目地学，学其皮毛而不学其精髓，学其形式而不学其根本。

穷人学的东西往往是用不上的，因为他们不是有准备、有目的地学，而是不切合实际地学。学习上的投资只能给穷人带来时间、金钱和精力的浪费，甚至是伤害。

另一方面，穷人的教育观念落后。穷人的教育思想主要关注智力教育和阅读、写作、算术等技巧的传授，它们当然都非常重要，但让许多人非常怀疑智力教育能否真正影响人们的情感、行为和精神等方面。

这种教育的弊端，就是它放大了人们的畏惧情绪。具体说来，就是对出错的畏惧，这直接导致了人们对失败的畏惧。传统学校的老师不是激发学生们的学习热情，而是利用他们对失败的畏

惧，对他们说出诸如此类的话：“如果你在学校没有取得好成绩，将来就不会找到一份高薪的工作。”穷人也像传统学校的老师那样不断地叮嘱自己的孩子：要努力学习，考上大学拿个文凭，毕业才能找到好工作。

另外，人们在校期间，常常由于出错而受到惩罚，因而从情感上变得害怕出错。问题是，在现实世界中，出类拔萃的人往往就是那些犯了很多错误并且从中吸取到很多教训的人。

穷人总是与学校里的老师站在同一立场上，认为犯错是人生的败笔。与之相反，有钱人则认为：“犯错是我们进步的必由之路，正是因为我们反反复复地摔倒，反反复复地爬起来，我们才学会了骑自行车。当然，犯错而没有从中吸取教训是一件非常糟糕的事情。”

那么多人犯错后撒谎，就是因为他们从情感上害怕承认自己犯了错，结果他们白白浪费了一个很好的使自己提高的机会。犯错之后，勇于承认，而不是推到别人身上，不去证明自己有理或者寻找各种借口，这才是我们进步的正确途径。犯错之后，不愿意承认或者推到别人身上，实在是一种莫大的罪过。

在传统商业领域，讳疾忌医、不愿意承认错误的态度非常盛行。如果你犯错，常常会被解雇，或者受到惩罚。刚开始在公司学习销售的时

候，业绩不佳的销售员也常常会被公司解雇。也就是说，我们生活在一个畏惧失败的世界里，而不是生活在一个积极学习、接受教训的世界中。因此，无数供职于各类公司的员工依然是一只“蛹”，永远等不到化蛹成蝶的那一天。是的，一个人如果终日生活在被畏惧、失败紧紧包裹的“茧”里面，怎么可能去翩然飞翔？

在直销领域，领导者关注的是与那些业绩欠佳的人一起合作，鼓励他们进步，而不是轻率地解雇他们。事实上，如果因为摔倒而受到惩罚，你可能永远学不会骑自行车。



犯错之后，勇于承认，而不是推到别人身上，这才是我们进步的

有钱人在财务上比很多人成功，并不是因为他们比别人聪明，而是因为他们比别人经历了更多的失败。也就是说，他们之所以能够领先，是因为曾经犯过很多错误。打消自己对于犯错的畏难情绪，才有可能开始飞翔。

直销领域成功的领导者往往都具有激发他人斗志的能力，能够触动跟随者内心中的伟大之处，激发他们奋勇向前，超越人性弱点，超越自身的怀疑和恐惧。这就是改变人生的教育的巨大力量。

“教育”一词的本意是“教导、引导”。传统教育存在的问题之一，就是它们往往建立在畏惧的基础上，畏惧失败，而不是积极应对挑战，从自身错误中吸取教训。在我们看来，现行的传统教育只能“引导”出我们内心中产阶层的一面，让人们感到不大安全，需要找一份工作，拥有一份稳定的薪水，整日生活在对犯错的恐惧中，总是担心如果自己与众不同就会招来周围人的各种揣测。

改变人生的教育与传统教育之间的不同价值表现在两个方面：一是前者强调从错误中吸取教训，而不是单纯惩罚犯错的人；二是前者强调人类精神，而这种精神力量足以帮助人们克服智力、情感和行为能力的任何缺陷。

从事自己具有“比较优势”的事情

迈克尔·乔丹是一个优秀的运动员，是NBA中最优秀的篮球运动员之一，他能跳得比其他大多数人高，投篮也比其他大多数人准。现在就有一个问题，乔丹修剪自己的草坪比其他任何人都快吗？更进一步说，仅仅由于他能迅速地修剪草坪，就意味着他应该自己修剪草坪吗？

要回答这个问题，需要我们利用机会成本和比较优势的概念来分析。

我们假设乔丹能用4个小时修剪完草坪。在这同样的4个小时中，他能拍一部运动鞋的电视商业广告，并赚到200万美元。与他相比，住在乔丹隔壁的小伙子杰尼弗能用5个小时修剪完乔丹家的草坪。在这同样的5个小时中，他可以在麦当劳店工作赚40美元。

在这个例子中，乔丹修剪草坪的机会成本是200万美元，而杰尼弗的机会成本是40美元。乔丹在修剪草坪上有绝对优势，因为他可以用更少的时间干完这些活；但杰尼弗在修剪草坪上有比较优势，因为他的机会成本低。

比较之下，乔丹不应该修剪草坪，而应去拍广告，他应该雇用杰尼弗去修剪草坪。只要他支

付给杰尼弗的钱高于40美元而低于200万美元，双方的状况都会更好。

还有一些白领或双职工家庭会雇用钟点工帮助自己打扫房间、做饭、洗衣等。人们为什么会选择别人代替自己付出一些劳务呢？这些人又能从中得到什么呢？人们为什么选择在物品与劳务上依靠其他人？这种选择如何改善了人们的生活？这些问题可以用一种经济学原理——比较优势来解释。

比较优势是1817年由英国古典经济学派集大成者大卫·李嘉图在其《政治经济学及赋税原理》一书中提出的。如果一个国家生产某种产品的成本与生产其他商品的成本相比，比另一个国家相对要低，那么，该国就在这种商品的生产上与另一个国家相比具有比较优势。

比较优势说明了即使一国在两种商品的生产上较之另一国均处于劣势（即无绝对的优势），仍有可能存在互利贸易。一个国家可以专门生产、出口它的绝对劣势相对小一些的商品（这是其有比较优势的商品），同时进口其绝对劣势相对大的商品（这是其有比较劣势的商品），即按照“两利相权取其重，两弊相衡取其轻”的原则，进行国际分工和国际贸易。

比较优势学说要求各国选择自己具有比较优势的产品，实行国际贸易，以便提高劳动生产

率，节约劳动消耗，取得最大的经济效益。它奠定了自由国际贸易的理论基础，使得国际分工在更大范围内开展，促进了世界经济的繁荣。世界正是沿着李嘉图在近200年前指出的路实现着经济全球化。

比较优势原理说明，每种物品应该由生产这种物品机会成本较少的人生产。美国人生产一辆汽车的机会成本是2吨食物，但日本只是1吨食物，所以，日本人在生产汽车上有比较优势。日本人应该生产多于自己使用需要的汽车，并把一些汽车出口到美国。同样，由于日本人1吨食物上的机会成本是一辆汽车，而美国人只是0.5辆汽车，所以，美国人在生产食物上有比较优势。美国人应该生产多于自己消费需要的食物，并把一些食物出口到日本。通过专业化和贸易，两国人民都可以有更多的食物和更多的汽车。

同一个人不可能在生产两种物品中都有比较优势。因为生产一种物品的机会成本是生产另一种物品机会成本的倒数，如果一个人生产一种物品的机会成本较高，那么，他生产另一种物品的机会成本必然较低。比较优势反映了机会成本，任何一个企业都要有权衡和取舍。

从经济学角度讲，一个国家、一个地域、一个系统，要想寻求有效的生存和发展空间，必须发挥比较优势。企业也是如此。企业必须在优势

最强的方向上创造最大的价值，以获取最大利润。在某一方向上做到一流的企业才可能成功，世界上著名的通用、微软、沃尔玛都是很专业的企业。

了解这个基本的经济学原理，对我们作出正确的决策是非常有益的。这个道理在经营商业、在选择学习科目，甚至在恋爱中同样适用。如何把自己变得更加专业化，这将是你必须考虑的问题。

假如每个人都从事自己具有“比较优势”的事情，那么世界将变得更美好。

但对于每个人而言，在作出一个“选择”时，如果能充分认识到你作出这个“选择”的机会成本相对于别人而言是较低的话，那么你作出的这个“选择”就是具有比较优势的，你在与别人的竞争或者合作中就可以获益。当然，我们每个人都有比较优势，所以即使你所有的能力都比别人差，但你还是有你的“比较优势”。

比如，我们前面所说的乔丹剪草坪就没有比较优势。

无论个人、企业还是国家，只要坚持自己的“比较优势”，你在与别人的合作和竞争中就总是可以获得对你来说最大的效用收益。

其实，你只要始终坚持你自己的比较优势，执著地努力，你会发现你的总成本会慢慢地下

降，你的“比较优势”会慢慢地变大。因为你专业地去从事你具有比较优势的领域，你对这个领域和对这些专业工作的技能掌握也会更加熟悉，从而使你的效率更高，你的比较优势自然就会越来越大。

每个人都有自己最独特的东西，发掘自己的这种独特，进而充分发挥出自己的比较优势，你就可以扭转乾坤，立于不败之地。正所谓“扬长避短，立己所长”。没有一个人在所有方面都是杰出的，人总有擅长与不擅长的地方，正所谓“术业有专攻”，因此没必要为自己的短处而闷闷不乐甚至自卑。每个人都应发挥出自己的比较优势，让自己散发出应有的光芒。

注意积累人脉资源

人际关系是你人生中的重要资源，特别是求人办事时尤为重要。所以，在工作和生活中培养自己的人际关系意识，是一种投资也是一种必要。好习惯都是日积月累、慢慢培养起来的，因此，我们在日常工作和生活中就要培养自己的结交意识，以备不时之需。

一个刚踏上工作岗位的年轻人讲过他自己的一件事。第一天上班前，父亲把他拉到身边，问他：“你知道在社会上立足的关键是什么吗？”“是学历吗？”“不对。”父亲说。“是知识吗？”“不对。”父亲说。“是能力吗？”“不对。”父亲还是这句话。“那是——”年轻人大惑不解地望着父亲。父亲说：“是人际关系！”

一名华侨在祖国内地经商几年后认识到：在内地为人处世特别要花心思。很多时候，会交际确实比会做事重要，一个人缘好、有声誉的人，人际关系就是他的资源，很多事都可以轻而易举地做成。

有钱人都认识到人际关系对他们成功的重要性。美国某大铁路公司前任总裁A.H.史密斯说：“铁路的成分95%是人，5%是铁。”他的话反映了许多有钱人的共识，也为多项科学研究所证明。无论你干哪一行，或从事何种职业，若学会

了处理人际关系，你就在成功路上走了85%的路程，在幸福的路上走了99%的路程了。世界上最强有力的事业发展工具就是网络，就是建立起一个固定的人际关系网。你认识多少人，以及多少人认识你，决定了你能有多大的成就。

卡耐基说：“一个人的成功，只有15%是由于他的专业技术，而85%则要靠人际关系和他的为人处世能力。”可见，一个人的社交能力是多么重要。

人际关系网对一个人事业的成败及工作的好坏具有极大的影响，所以说成功在很大程度上取决于你拥有多大的权力和影响力，与合适的人建立稳固的关系至关重要。

成功建立关系网的关键是选择合适的人建立稳固的关系。良好的人际关系能开拓你的视野，让你随时了解周围所发生的事情，并提高你倾听和交流的能力。

当你对职业关系有所意识，并开始选择你认为对自己有帮助的人时，你必须放下那些关系网中的额外包袱。其中或许包括那些认识已久却对你的职业生涯毫无益处的人。当然，你们仍然是朋友，只是你不用浪费宝贵的时间去维系这种老关系。

保持联系是建立成功关系网络的另一个重要条件。当《纽约时报》的记者问美国前总统克林

顿是如何保持自己的政治关系网时，他回答说：“每天晚上睡觉前，我会在一张卡片上列出我当天联系过的每一个人，注明重要细节、时间、会晤地点以及与此相关的一些信息，然后输入到秘书为我建立的关系网数据库中。这些年来朋友们帮了我不少。”

要与关系网络中的每个人保持密切的联系，最好的方法就是创造性地运用你的日程表，记下那些对你的关系至关重要的日子，比如生日或周年庆祝等。在这些特别的日子里准时和他们通话，哪怕只是给他们寄张贺卡，他们也会高兴万分，因为他们知道你心中想着他们。

观察他们在组织中的变化也不容忽视。当你的关系网成员升迁或调到其他的组织去时，你应该衷心地祝贺他们，同时，也把你个人的情况透露给对方。去度假之前，打电话问问他们有什么需要你带的。

当他们处于人生的低谷时，打电话给他们。不论你的关系网中谁遇到了麻烦，你都要立即打电话安慰他，并主动提供帮助，这是你支持对方的最好方式。

充分地利用你的商务旅行。如果你旅行的地点正好离你的某位关系成员挺近，你可以与他共进午餐或晚餐。只要是你关系成员的邀请，不论是升职派对，还是他儿女的婚礼，你都要去露露

面。

至少每三个月调整一下你的关系网。要多问问自己：“为什么要维持这个关系？”如果你不能定期更新或增加新人，你的关系网络就会老化，其威力会大大减弱。

时刻关注对网络成员有用的信息，定期将你收到的信息与他们分享，这很关键。

优秀的关系网络是双向的。如果你仅仅是个接受者，无论什么网络都会疏远你。搭建人际关系网时，要做得好像你的职业生涯和个人生活都离不开它似的，因为事实上的确如此。

人是群居动物，人的成功来自于他所处的人群、社会。人脉对于每个人来说都是非常重要的。良好的人际关系是人身心健康的需要，良好的人际关系是人生事业成功的需要，良好的人际关系是人生幸福的需要。

可以说，人生中最大的财富便是人脉网，因为它能为你开启所需能力的每一道门，让你不断地成长。对于事业的创立而言，良好的人际关系尤其重要，创立事业者的人脉可以说就是他的钱脉。世界一流人脉专家哈维·麦凯说得更加形象：“建立人脉关系就是一个挖井的过程，付出的是一点点的汗水，得到的是源源不断的财富。”

美国著名杂志《人际》在2002年发刊词中有

这样一段话：“如果不信，你可以回忆以往的一些经验，你会发现原本以为是自己独立完成的事，事实上背后都有别人在协助。因此，在社交场合你应该尽量表露真正的自己与真正的才华，他们将会给你许多有用的建议。绝不可低估人际交往的力量，否则你将白白失去有利的帮助。”



人生中最大的财富便是人脉网，因为它能为你开启所需能力的每一道门，让你不断地成长。

此外，在人与人的相互作用中，一个人能够更清楚地认识自己，摸清你的对手，认识这个社

会。古人说：“学而无友，则孤陋而寡闻。”交友是一件有益的事，每个人都应该尽量去认识新朋友，因为朋友能扩大我们的生活领域，使我们能更深刻地认识这个世界。

社会学上有这样的说法：“好的人际关系有助于完善彼此的个性。”这种说法真是颇有见地。

事实上，我们对自己的所知极为有限，几乎无法具体地描述自己的个性、能力、长处和短处。当你以为“这就是真正的自己”时，通常只看到“有意识的自我”和“行动的自我”，而这些都只是自我的一部分而已。

穷人很难掌握自己，唯一的办法只有拿自己与周围的人作比较，或者从与人的交往中逐渐看清楚别人眼中的自己，有时候必须在多次受到长辈的斥责和朋友的规劝之后才能恍然大悟，掌握到真实的自我。除非有别人作为镜子，否则穷人永远不会知道自己是什么德性。

所以说，一个人的交际范围广阔，创富的机会便会相应增加。如果你希望早日成为有钱人中的一员，就必须有良好的人际关系网。实际上，所谓的“走运”多半是由良好的人际关系网展开的。能认同你的做法、想法和才华的人，一定会在将来的某一天为你带来好运。

总之，任何一个人，不管他本身有无实力，

在他的人生道路上，有了周围人的帮助会更容易取得更大的成功。

那么，我们就应设法与那些成功者交往。倾听他们的诉说，也以自己的力量给予他们帮助，这样，我们就能同他们建立起和谐融洽的人际关系。

精明的有钱人总是非常注重人际关系对自己的影响，他们会营造有利于自身发展的人际关系，利用有利的人际关系来提升自己、升华自己，从而有利于自己的生存和成长。这一点是非常值得穷人借鉴的。

留意被大多数人忽略掉的“小”信息

在现代这个竞争激烈的市场环境中，拥有广泛的信息网络是个人和企业成功的关键。现代社会的发财商机几乎包括政治、社会风气、文化现象等多方面的内容，甚至对于有些经营者来说，人类出生率的高低和贫富比例这些专业的资料都是商业信息。或者再深入一些，其他同行公司的生产动向，自己公司生产的产品是否受消费者的欢迎等等，都是我们所讲到的信息。对于一般人来讲，如果市场发生大的变动或提供大的契机，这些是很容易发现的。因为这些机遇的征兆很明显，信息的暗示性很强烈。但是，这样的信息被大多数人捕获，真正属于你的机会有多大呢？所以，要想独辟蹊径地寻找生财机会，就必须留意那些被大多数人忽略掉的“小”信息。

美国南北战争快要结束的时候，市场上的猪肉价格相当高。亚默尔从自己收集的各方面的信息来分析，认为这种现象不会持续太长时间了，因为一旦战争结束，猪肉的价格就会立即跌下来。于是，他更加关注战事的发展，因为他相信不久之后，市场上即将会发生一次大的转变，而他可以从其中抓住商机，做一笔大生意，从而猛捞

一把。

他像往常一样，天天阅读报纸。有一天，他发现报纸上写着这样一篇新闻，里面说一个神父在南军李将军的营区里遇到几个小孩子，小孩子们拿着许多的钱问神父怎么样可以买到面包和其他吃的东西。据孩子们讲，他们的父亲是李将军手下的军官，几天以来都没有吃过面包了，而带回来的马肉又非常难吃，所以他们才会到处买面包。

这本是一段普通的新闻，但是在亚默尔看来，这里面却充满了发财的商机。他对以前所获得的信息进行分析后，作出了判断：连李将军的大本营里面都出现宰马匹来吃的现象，就说明战争立刻就要结束了。对亚默尔来说，战争的结束也就意味着他发财的机会立刻就要来临了。他立刻与东部市场签订了一个大胆的销售合同，将自己的猪肉以较低的价格卖给对方，并约定迟几天交货。

以当时的情况来看，这批猪肉的价格实在是太便宜了，于是当地的销售商们都对此感到兴奋，当然也就乐于进货了。没过几天，战争果然发生了根本性的变化，市场上的猪肉价格一下子就跌了下来。而亚默尔那一批猪肉早就销售一空，他从这一次的行动中共赚取了100多万美元的利润，从而实现了他之前的愿望。

就是报纸上不引人注目的一条小新闻，亚默尔却能从中发现商机，并利用自己的科学分析预见到生财的可能性，再加上他行动的果断性，想到了就立刻去做，从而使自己在这一次的战争中大捞了一把。在信息经济时代，就得像亚默尔一样，及时捕捉信息，并及时利用，让信息为你所用，实现你的生财梦想。

下面我们再从逆向选择的角度来看收集信息的重要性。

造成逆向选择的原因只有一个，就是信息隐匿，所以要摆脱逆向选择只有一个途径，就是最大限度地去挖掘信息，尽量多掌握有利于自己的信息，做到知己知彼。

在社会上，谁掌握了信息，谁就掌握了整个世界；如果信息闭塞，那么你就会陷入逆向选择的困境。例如，你用很少的钱买了一箱银元，你觉得自己占了便宜，那么此箱银元是真是假的判断就至关重要了。一旦是赝品，哪怕它被铸造得再逼真，你也彻底赔掉了，除非你把银元再卖给别人。在信息不对称的情况下，也就是大家对银元都不知道真假、都没有判断银元真假的技术的情况下，这箱银元便会在市场上流通。如果你碰见一个技术高手或者碰见一个检察机关的工作人员，那么你就可能“赔了夫人又折兵”。这就是投资里的逆向选择。

在生活中，所有成就大事业的人，无不是对信息有着超人的敏感的人，他们往往信奉信息决定一切、掌握了信息也就掌握了世界的理念，所以在他们的事业发展过程中经常是一片坦途，很少发生逆向选择的触礁事故。著名的世界金融大亨罗斯柴尔德就是这样一个人物，他对信息有着极强的敏感性，而且这一传统也传给了他的家族，正因为如此，他的家族事业才长盛不衰。

信息是罗斯柴尔德家族的成功法宝。老罗斯柴尔德在父母去世之后便放弃了学业，一直没有找到合适的工作。后来，他偶然听说伙伴们喜欢到当地垃圾场去寻找古钱币。说者无心，听者有意，他灵机一动，便决定收集已经不再流通的硬币、勋章和绶带，把它们清洁后出售。可以毫不夸张地说，18世纪最伟大的金融世家是靠拾垃圾发家的。这个腼腆的少年受到法兰克福当地古董商的关注，他们纷纷与他合作，并把他推荐给同伴。罗斯柴尔德的经商之路从此一帆风顺，后来，他开了自己的古董店。

有其父必有其子。他的儿子同样具有灵敏的商业嗅觉。在拿破仑战争时期，老罗斯柴尔德的儿子内森获知英国打算给予威灵顿将军所在的部队庞大的财政支持，而此时正好赶上一家公司要出售大量的金条，内森当机立断，全部买进。英国政府得知后，马上找到内森，希望购入这批黄

金，这是战争时期唯一不会贬值的硬通货。内森还负责将黄金送到联军，并得到极为丰厚的酬劳。

不过，众多的投机之举也为罗斯柴尔德家族树敌不少。一次，他的竞争对手截获了罗斯柴尔德家族成员之间的重要信件。他们以为会从信中发现什么秘密，找到的却是一些神秘的符号和晦涩难懂的句子。罗斯柴尔德家族对商业秘密的保护可见一斑。

最令人津津乐道的是，1815年，正当欧洲债券市场随着滑铁卢战役的发展而动荡起伏时，内森在商业界上演了空前绝后的一幕。由于内森在交易所里是举足轻重的人物，而交易时他又习惯靠着厅里的一根柱子，所以大家都把这根柱子叫“罗斯柴尔德之柱”。现在，人们都在观望着内森的一举一动。

就在前一天，英国和法国之间进行了关系两国命运的滑铁卢战役。如果英国获胜，毫无疑问英国政府的公债将会暴涨；反之必将一落千丈。

因此，交易所里的每一位投资者都在焦急地等待着战场上的消息，只要能比别人早知道一步，哪怕半小时、10分钟，也可趁机大捞一把。

战事发生在比利时首都布鲁塞尔南方，与伦敦相距非常遥远。

因为当时既没有无线电，也没有铁路，除了

某些地方使用蒸汽船外，一般要靠快马传递信息。而在滑铁卢战役之前的几场战斗中，英国均是败仗，所以大家对英国获胜抱的希望不大。这时，内森面无表情地靠在“罗斯柴尔德之柱”上开始卖出英国公债了。“内森卖了”的消息马上传遍了交易所，于是，所有人毫不犹豫地跟进，瞬间英国公债暴跌，内森继续面无表情地抛出。

正当公债的价格跌得不能再跌时，内森却突然开始大量买进。交易所里的人给弄糊涂了，这是怎么回事？内森玩的什么花样？追随者方寸大乱，纷纷交头接耳。正在此时，官方宣布了英军大胜的消息。

交易所内又是一阵大乱，公债价格持续暴涨。而此时的内森却悠然自得地靠在柱子上欣赏这乱哄哄的一幕。无论内森此时是激动也好或者是陶醉在胜利的喜悦中也好，总之他发了一笔大财！

从表面上看，内森似乎在进行一场赌资巨大的赌博。如果英军战败，他岂不要损失一大笔钱？实际上，这是一场设计精密的赚钱游戏，滑铁卢战役的胜负决定英国公债的行情，这是每一个投资者都十分清楚的，所以每一个人都渴望比别人抢先一步得到官方情报。唯独内森例外，他根本没有想依靠官方消息，他有自己的情报网，所以他可以比英国政府更早了解到实际情况。

罗斯柴尔德的五个儿子分布在西欧各国，他们视信息和情报为家族生存的命脉，所以很早就建立了横跨全欧洲的专用情报网，并不惜花大价钱购置当时最新的设备。从有关商务信息到社会热门话题，他们无一不晓，而且情报的准确性和传递速度都超过英国政府的驿站。正是因为有了这一高效率的情报通讯网，内森才比英国政府抢先一步获得滑铁卢战役的战况。

信息在任何时候都起着关键作用，如果你能掌握及时和全面的信息，就能防止逆向选择的发生。即使在逆向选择表现得最为突出的保险领域，依靠信息的优势，一样可以尽量避免逆向选择。如果你事先了解了投保人的情况，知道他之所以投保是因为出事的概率比较大，你就可以要求他增加保费或加上其他的附加条款，以减少自己的损失。

既要忠诚，还要做事有主见

同是闯荡江湖，有的人波澜不惊，有的人却风生水起，这是因为有的人不谙水性，而有的人却精于此道。同样，在职场中闯荡，有的人忙忙碌碌、举步维艰，有的人却平步青云、直上九天。这是为什么呢？其实，职场如江湖，怎样在江湖中修炼内功使自己成为一个武林高手，对于你经营好自己的事业是至关重要的。

李开复从微软跳槽到Google，引起了一次人事地震，导致微软起诉Google。虽说官司最终和解，但两家世界上有名的公司为了一个员工打官司，毕竟很少见。

李开复给人的印象是儒雅、坦诚和智慧，中国的大学生们非常崇拜他。李开复曾说过微软是他最后一个东家，他在微软5年，跳槽走的时候，解释说是要“追随我心”。

从经历上看，李开复从小就很有个性，或者说是叛逆。幼儿园没上完，他就要上小学，家长不同意，他就天天闹，最后家长还是让他上了小学。20世纪70年代，李开复在美国读法律，毕业以后很可能成为大律师，在美国做律师都是很有钱的，社会地位也高，可是他中途放弃，说要学点新鲜的东西，于是，他学了计算机。那时计算机行业远没有现在这么火，可他还是“冒险”学了

计算机。

在职业生涯里，李开复往往都是在一个地方干三五年就跳槽到别处。李开复性格比较腼腆，但他非常清楚，在企业里面，得到关键人物的支持是最重要的，所以，他就用了一个特别简单的办法——请人吃饭，向人请教。在公司里面，大家吃午饭都很随便，李开复就专门去请本部门、其他部门的重要人物共进午餐，今天请这个吃，明天请那个吃，还总向人家请教。这样，几个月的时间，李开复就成为公司里面所有关键人物都很喜欢的人。

Google请李开复，其实主要看中他对青年大学生们的影响。因为Google是靠计算机技术立足的公司，而中国学生又是世界上公认的计算机天才最多的国家，请到李开复，就可以利用他的影响和魅力招聘到最棒的人才。事实上，李开复到Google上任之后，首先做的事就是招聘大学生。

追随我心，可以，但前提是得到雇主（老板）的认可和支 持。这才是李开复成功的关键。

得到老板认可要坚持两条原则：既要忠诚，还要做事有主见。

1. 忠诚原则

你可以能力有限，你可以处世不够圆滑，你可以有些诸如丢三落四的小毛病，但你绝对不可以不忠诚。忠诚是上司对员工的第一要求。不要

试图搞小动作，你的上司能有今天的成就说明他绝非等闲之辈，你智商再高，手段再高明，在他的经验和阅历面前也不过是小儿科。

最低级的背弃忠诚的游戏往往从贪小便宜开始。任何一家正规、资深的公司，再严密的制度，总会有漏洞。如果你是一个人品俱佳的人，切不可如此。

趁人不备悄悄打个私人长途；趁上司不注意时，悄悄塞上一张因私打的的车票，让其签字报销；上班时明明迟到，卡上却填着因公外出；更有甚者，当客户来访时，给你悄悄带来一份礼物，以答谢你在业务往来中曾经给过他的帮助，而这一帮助恰恰是以牺牲本公司的利益为代价的。细雨无声，倘若让这种“酸雨”淋了你的心，你就会慢慢地被腐蚀。老板都厌恶贪小便宜的人，他会认为这是品质问题，一旦他对你有了这种印象，就会失去对你的信任。

上司一般都把下属当成自己人，希望下属忠诚地跟着他、拥戴他、听他指挥。下属不与自己一条心，是上司最反感的事。忠诚、讲义气、重感情，经常用行动表示你信赖他、敬重他，便可得到上司的喜爱。



上司一般都把下属当成自己人，希望下属忠诚地跟着他、拥戴他、听他指挥。

你可以通过多种方式表达对老板的忠诚，让上司感到你是他可靠的员工，但这种表示不是要你去拍马屁，而是让你将自己的坦诚表现给上司看。

你做事要站在上司的立场去考虑，对上司尤其是老板的指令与意见要由衷尊重，并全力以赴；对公司或团队的形象要尽力维护，有时更需要耐心接受上司或老板的冗长说教，甚至是错误的指责；等等。

逆境是考验一个人是否忠诚的最佳途径。所

谓“疾风知劲草，板荡识忠臣”就是最佳的写照。当公司经营产生困境或内部高层倾轧、争权之际，你能坚守岗位，全力为上司分忧解难，丝毫无临危逃跑或落井下石的行为，在公司恢复正常运营时，公司必会对你的行为给予回报。即使上司将来另立门户，亦会视你为左右手而提拔你。

2.做事有主见原则

在职场博弈中，只做到忠诚还不够，你还要坚持自己的原则，做事有主见，因为职场里各种消息会满天飞，一不小心，你就可能被假消息迷惑，从而失去自己在职场中的机会，所以你一定要坚持做事有主见的原则。

IBM最喜欢的员工就是具有“野鸭精神”的员工。他们坚持自我，不迷信上司，有胆量提出尖锐而有设想的问题。IBM总经理沃森信奉丹麦哲学家哥尔科加德的一段名言：野鸭或许能被人驯服，但是一旦驯服，野鸭就失去了它的野性，再也无法海阔天空地去自由飞翔了。沃森说：“对于重用那些我并不喜欢却有真才实学的人，我从不犹豫。然而重用那些围在你身边尽说恭维话、喜欢与你一起去假日垂钓的人，是一种莫大的错误。与此相比，我寻找的是那些个性强烈、不拘小节以及直言不讳，甚至似乎令人不快的人。如果你能在你的周围发掘许多这样的人，并能耐心听取他们的意见，那你的工作就会处处顺

利。”IBM认为，这种毫不畏惧的人才会作出大的成绩，是企业真正需要的人才。

坚持自我是指维护自己的观点和立场。坚持自我的人会通过与人进行诚实、公正的交流来表达自己的需要，而不是靠争斗来解决问题。下面这几点就是坚持自我的很好表现：

(1) 重视自己的观点，保持自尊。

(2) 发言时斩钉截铁。

(3) 说话时要吐字清晰、语调平稳。你的心志越从容，你就会越自信。

(4) 清晰而缓慢地说出自己的需求。

(5) 保持身体前倾。

(6) 正视对方。

说话时要强调自我，这是坚持自我的真正本质，做到这一点，你就能清楚地表达自己的愿望和期待，同时还不会把对方置于敌对的立场上。比如，你可以采用“我想”、“我觉得”、“我愿意”等句式来表达自己的意愿。

在职场中，我们要争取老板的认可，还要用心把握好自己的发展方向。

在竞争激烈的职场中，不进则退是一个亘古不变的道理。然而，有关部门研究发现，有70%以上的职场人士随着职业经验的积累，反而会出现迷失职业方向的状况。而他们的职业困惑主要是对自己的优势和劣势仅有初步的感性认识，缺

乏科学认知自己的职业定位，更谈不上理性把握职业生涯的发展规律。

毕业于某大学英语专业的罗强，在国内某高校涉外部门工作，他希望能在教育交流领域创出一番自己的事业。因此，在正常的工作以外，罗强在业余时间又自学了市场营销和电子商务等课程，并主动承担起部门网站的组建和国际交流活动的策划等工作，成功组织了各项活动，网站质量也受到上司的好评。

几年后，因为部门管理的混乱，而且自己也感觉如此干下去毫无前途可言，罗强跳到一家国际教育发展投资公司做市场调研员。开始时每天都要跑业务，罗强只用了一年多的时间就成为公司的业绩标兵，升职做了主管。后来罗强被安排到市场部，担任市场部经理助理，在这个阶段，他开始全面接触市场工作，工作激情和绩效非常高。在助理的位子上，罗强充分发挥出自己的特长，特别在市场策划方面显示出了过人的能力。

就这样日复一日，年复一年，转眼间三年就过去了，下一阶段的发展问题摆在了罗强的面前：他感觉自己就目前从事的媒体、公关和广告管理三大部分都很感兴趣，可是不知道以后应该朝哪个方向持续发展，而且他感觉自己在哪个方向都不具备足够的竞争力。一些朋友劝他知足常乐，他不甘心；也有一些朋友劝他踏实工作，不

要老想“跳槽”，他有些犹豫。这次，他真的感到自己迷失了未来发展的方向。

钓过螃蟹的人都知道，篓子中放了一群螃蟹，不必盖上盖子，螃蟹是爬不出去的。其实，这正是运用了博弈理论。为什么呢？因为只要有一只想往上爬，其他螃蟹便会纷纷攀附在它的身上，结果把它拉下来。到了最后，就没有一只螃蟹可以爬得出去了。

罗强所处的环境就有一些这样的人，他们不喜欢看到别人的成就与杰出表现，更怕别人超越自己，因而天天想尽办法破坏与打压他人。如果一个组织受这样的人影响，久而久之，公司里只剩下一群互相牵制、毫无生产力的“螃蟹”。

罗强吸取了螃蟹的教训，以不懈的努力和敢于面对困难的毅力，不听朋友的劝告，找到了适合自己的工作，可谓是他奋斗的结晶。但是人在职场，不进则退。罗强过去的成功和现在面临的职业选择，值得每个人去深思。

在市场经济体制下，组织发展和变革的顺利进行离不开一个强有力的组织文化环境。作为在这个环境下成长的职场人员，应理性选择职业，做到高瞻远瞩，善于将自己的理想与组织目标保持一致，不要甘心当篓子里的螃蟹；要勇敢地面对现实，追求职业增值，像老鹰一样去搏击长空。这就像博弈一样，需要不间断地博弈才会成

为最后的胜利者。

了解幸福的真谛

20世纪70年代不丹提出GNH时并不引人注目，然而其20多年的实践已经引起全世界的瞩目，世界上不少著名的经济学家开始把目光投向这个南亚小国，并认真研究“不丹模式”。美国的世界价值研究机构开始了“幸福指数”研究；英国则创设了“国民发展指数”（MDP），考虑社会、环境成本和自然资本；日本也开始采用另一种形式的国民幸福总值（GNC），着重强调文化方面的因素。

世界银行主管南亚地区的副总裁西水美惠子对不丹的这一创举给予了高度评价。她说：“世界上存在着唯一以物质和精神的富有作为国家经济发展政策之源并取得成功的国家，那就是不丹王国，该国所提出的‘国民幸福总值’远远比国民生产总值重要得多。”

2005年全国“两会”期间，中国科学院院士程国栋向大会提交了一份题为《落实“以人为本”，核算“国民幸福指数”》的提案。程院士认为，只要人们理解了幸福与消费之间没有直接联系，就能改变人们对是什么真正增加或提高了幸福程度的认识，从而创造一个可持续发展的社会。他建议从国家层面上构造由政治自由、经济机会、社会机会、安全保障、文化价值观、环境保护这六

类要素组成的我国的国民幸福核算指标体系。

程国栋院士说：“希望在不久的将来，‘国民幸福指数’（GNH）与GDP一样重要，监控国家经济运行态势，了解人民的生活满意度，同时成为科学的政绩考核标准的组成部分。”

《现代汉语词典》对幸福给出的解释是“（生活境遇）称心如意”。但幸福指数不仅仅是幸福感。

幸福指数是衡量人们对自身生存、发展状况的感受和体验，即人们的幸福感的一种指数。不同的人对幸福感的理解和诠释不同，比如普通职员小王说：“幸福就是工资再高一点，晚上少加班，能和老婆孩子散散步。”中学生李飞的感觉是：“我数学考了满分，非常快乐！”而职业经理人胡雨则认为：“最幸福的事情就是把公司做成一个世界品牌，从而实现我的人生价值。”幸福感是一种积极向上的体验，可以理解为满意感、快乐感和价值感的有机统一。

事实上，幸福指数的含义远不止幸福感，它还包含民众所拥有的外部生存环境和自身发展条件。就像一位教授的统计：“非典”曾让人们的幸福指数下跌，“神六”的成功发射则提高了人们的幸福指数。又如农村人就越比城里人更容易感觉到幸福。再如，生活在空气污染指数低的城市，人们就相对幸福。

人们可以通过心理测量来把握自己的幸福程度。有专家提出了由10个指标构成的我国民众幸福指数指标体系：知足充裕体验指数、心理健康体验指数、成长发展体验指数、社会信心体验指数、目标价值体验指数、自我接受体验指数、人际适应体验指数、身体健康体验指数、心态平衡体验指数、家庭氛围体验指数。

当吃饭穿衣不再成为紧急问题，生活步入小康之后，金钱对幸福的提升将变得迟缓、无力。所以，《幸福与经济学》的作者强调说：“收入也会对幸福产生具有统计显著性的效应。无疑，那些生活在贫穷国家的人们会因人均收入的增加而变得幸福，但是在超过了一定限值后，人均收入的增加将不再对主观福祉产生效应与影响。”人类对幸福的渴望永远没有尽头，这山望着那山高，他们会随着生活水平的提高，提高对幸福的期望水平。也许正是人类这种对幸福追求的持久不满意，才推动了社会的进步与文明的发展。

长期以来，经济学家的工作似乎都远离了人间烟火，他们以砖头厚的经济学专著把普通读者和社会大众拒之门外。很多时候，他们所从事的工作不为公众理解，而与公众密切相关的问题也不在他们的关注视野之中。因而，《幸福与经济学》被如此关注，不是没有道理的。

如果认为幸福仅仅和收入有关，或者说收入是决定幸福与否的唯一标准的话，那就大错特错了。很多时候，人类幸福感的源泉是通过在一个社会群体中的相互比较而获得的。拥有亲密的朋友、事业伙伴、亲戚、稳定的婚姻和家庭关系，或者作为某个团体（如事业团体、兴趣团体等）的成员，都会给一个人带来极大的幸福感。从这一意义上说，人类对幸福的追寻，其实也切合了建立和谐社会的要素。

在客观经济学意义上，幸福的定义是生活者对生活者剩余所产生的效用的一种反应。生活者对幸福的感受可用幸福值来表示。一般来说，生活者剩余越大，所产生的正效用越大，幸福值就越高。从经济学角度讲，幸福是中性词，应该是可度量的，度量值为幸福值。幸福值的计算公式如下：

幸福值（HV）=生活者剩余（SL）×幸福弹性（EH）（系数）。

生活者剩余是生活者为达到某种生活目标而愿意付出的成本总值与实际付出成本的差额，这里的成本包括显成本与隐成本。幸福弹性（系数）是生活者对生活者剩余所产生效用的反应的敏感度。一般来说，幸福弹性（系数）大的人，“给点阳光（生活者剩余）就灿烂”，同样，如果遭受一点挫折（生活者剩余为负值），受到

的打击也会越大。

生活是一个人所有活动的总和，包括物质活动与精神活动。对幸福的定义也可以这样理解：生活者付出一定的成本，实际达到的目标所产生的效用与原定目标可实现的概率值所产生的效用的差额。

1.拥有了金钱和社会地位的人的幸福值并不一定就高

换句话说，有钱有势的人并不一定幸福。假设某君甲现为某企业的中层领导，其生活目标是5年后拥有1000万元，预期实现的概率为0.5；成为一家大型企业的董事长，年薪为50万元，预期实现的概率为0.1。假设5年后的实际情况是他成为董事长，却只拥有100万元，其幸福（弹性）系数为5，则其幸福值为：

$$\begin{aligned}HV &= [(100 - 1000 \times 0.5) + (50 - 50 \times 0.1)] \times 5 \\ &= (-400 + 45) \times 5 \\ &= -355 \times 5 \\ &= -1775\end{aligned}$$

假设某君乙为普通煤矿工人，其生活目标是5年后拥有20万元，实现概率为0.8；成为矿井的一名基层管理者，实现概率为0.2。5年后，他拥有了30万元，且成为一名基层管理者，年薪为5万元，其幸福（弹性）系数为15，则其幸福值为：

$$\begin{aligned} HV &= [(30-20 \times 0.8) + (5-5 \times 0.2)] \times 15 \\ &= (14+4) \times 15 \\ &= 270 \end{aligned}$$

由此看来，5年后，甲、乙尽管所处的环境不同，但乙显然比甲幸福。甲不但没有幸福，而且为负值。这时甲会急于找寻幸福，所以有了新的目标，他想在1年内得到2000万元，实现的概率为0.5，结果1年后他得到了5000万元。这时他的幸福值为：

$$HV = [(5000-2000 \times 0.5)] \times 5 = 20000$$

这时，他又想在1年后得到8000万元，预期实现的概率为0.8，结果1年后由于贪污腐败被查处，他被没收全部贪污款，并罚家产20万元，且被送进了局子。这种情况是他没有想到的，因此期望实现的概率为0。这时他的幸福值为：

$$\begin{aligned} HV &= [(-5000-20) - (8000 \times 0.8)] \times 5 \\ &= (-5020-6400) \times 5 \\ &= -11420 \times 5 \\ &= -57100 \end{aligned}$$

如果甲被判死刑，就超过我们谈论幸福的范畴了。

2. 如何做一个幸福的人

最有效的途径是双管齐下：一方面，调低生活目标的预期或生活目标实现概率的预期；另一方面，在既定的预期生活目标下，努力提高可实

际达到的目标。

第十章 经济学家的忠告

天下没有免费的午餐，在作出选择时要争取效用的最大化，职业选择不能从众，女性要及早追求经济上的独立……牢记这些经济学家给我们的忠告，将会让我们生活得明智而幸福。

天下没有免费的午餐

商海是一个信息纷飞的地方，商场中的骗局有明骗有暗骗，有合法的骗有不合法的骗。因此老一辈人常叮嘱晚辈“害人之心不可有，防人之心不可无”。

一个不规范的股市足以让许多人倾家荡产，例如股权分置改革前的中国股市，著名经济学家吴敬琏曾形容那是一个“大赌场”。

20世纪90年代人们疯狂“炒股”，“炒”就是通过频繁的买卖，达到拉升股价的目的。炒家可以炒作变化无穷的“概念”，这些“概念”有些是对未来的预测，也有很多是不负责任的谎言。诸如炒作“利好政策”，炒作“高科技板块”，炒作“网络股”，炒作“重组题材”等，促成股价飙升，以吸引大众跟风入市，从而实现“圈钱”的目标。能够在崩盘前逃脱的炒家，就能靠套住别人发一笔横

财。打麻将有些人会作弊，在不规范的股市上，有些庄家可以看底牌也可以换底牌，庄家想尽办法就是为了套散户，散户要靠这种博弈赚钱那真是难上加难。有些企业管理层，管理也就是做做门面，企业上市圈钱才是目的，这些人的工作就是吹牛撒谎，其对股市的炒作如同炉火纯青的投机大师。遗憾的是很多股民在炒股时，对他们的谎言不进行理性判断，不去做具体的企业分析研究工作，只是跟着市场潮流走，最多就是进行一些所谓的“技术分析”，待到股票价格大跌、资金被套牢，才大呼上当受骗。

是博弈就有胜负，在以博弈为主的市场中，散户由于其弱势地位，更容易成为被动捐献者，赔了还认为是运气不好。值得庆幸的是，随着近年来中国股市的逐步规范，进入中国股市可以逐步称为投资而非赌博了。

信息的传播在传销业可以说达到了登峰造极的地步，非法传销的一种形式是老鼠会，产品对他们来说只是个道具，实质就是拉人头来交钱。那么，人们怎么会交给他们钱呢？他们就是靠欺骗性的谎言，让人相信一定能挣到大钱。传销的课堂或教材往往充斥着许多怪异逻辑。

比如，以暴利相诱惑时说：可以缩短你成功的历程，可以使你一两年内挣到你几十年都挣不到的钱。如果你说你没钱，他说因为你没钱，所

以才让你想办法赚钱；如果你说你没时间，他说正是因为你没有时间，所以才让你在很短的时间内赚到钱，然后浓缩你的生命，让你拥有更多的时间。传销人员甚至为谎言这样辩护：谎言并不一定就是坏的，有时候我们甚至应该说，这个世界因为谎言而美丽。

鼓吹人人都能挣到钱是他们的基本命题。传销的“理论”基础很简单，即所谓“市场倍增学”。具体说就是：上线发展下线，下线再发展下线，如此不断发展；每个下线只要发展两个人，只要经过不多的数层下线，那么位于最顶端的上线就会拥有惊人的下线人数，其从各个下线所得的收入将是一个很大的数字。位于顶端的人可能挣到钱了，他挣的钱是他的层层下线的，但位于较下面的基层挣到钱了吗？这部分人最多，但主要是往上交钱而已，所以任何一个传销网络内挣到钱的人都是极少数。有人用他们的方法按他们的标准进行了计算，发现能够真正挣到钱的人占参加者人数的不到2%的比例。

从另外一个角度看，就算一个人拉2个人，到第30代时，都10亿多人了，这就证明这种倍增是不可能的。况且，人的理智会自己分析判断，不可能所有的人都上当，当受骗者达到一定数量时也必然会受到社会的制裁。将数学计算不加辨别地套用在实际物质生活中，虽然很神奇，但是

背离了现实。所以这里的数学倒成了居心叵测的骗子们哄骗善良的人们的工具。

人的大脑并不总是很清楚，聪明的脑袋有时候会糊涂起来，尤其是对渴望致富的人们来讲，无孔不入的骗子有时会利用人的这个缺点来点小技巧。

社会上经常有这样一些赌博游戏，较简单的情形例如拿两个骰子，掷一次，看掷出的点数，如果是5、6、7、8、9，就算庄家赢，否则就是别人赢。看起来似乎很公平，结果却往往是庄家赢得多。实际上这只是一个小小的骗术，通过概率计算可以算出，掷出5、6、7、8、9点的概率是 $\frac{2}{3}$ ，掷出其他点数的概率是 $\frac{1}{3}$ 。

再比如在生活中有些人挺相信算命先生，算命的人对未来的预测有时很模糊，有时还能预测要发生什么事件，有些人看到事件发生了，就认为这个算命的算得挺准。其实呢，就是这个算命先生会给很多人算命，并预测要发生类似的事件，总有些人会被他蒙准。他所预测的只是一个概率事件，不过只是碰巧赶上罢了，哪里有什么神通。

天气预报中的“降水概率”使“概率”成了常用词，但是调查显示，大部分人对“降水概率60%”的理解是“下雨的地方占60%”，而并不能真正地理解这个概念。在生活中人们经常混淆可能

性与必然性，对概率方面的知识缺乏必要的理解，而很多欺骗手段正是利用概率知识搞欺诈的。

所谓天下没有免费的午餐，上天也不会平白无故地掉馅饼，即便掉了一个馅饼，也并不见得会砸到你头上，所以，聪明又渴望财富的你，还是保持理性为好。没有识破骗局的慧眼并不可怕，只要不心存侥幸，走“君子爱财，取之有道”的平安大道就行了。

尽量忘记沉没成本

斯蒂格利茨在其《经济学》一书中说，经济学家与普通人的区别之一就在于，经济学家会计算机会成本，而普通人不计算。其实，他认为经济学家与普通人的区别还有一个，即经济学家不计算沉没成本，而普通人计算。

小杨周末去商场，小李作陪。小李是经济学专业高材生，最头痛的是在商场里消磨时光。小杨对一件衣服一见钟情，所以，简单地问了问价钱，看了看衣服，但连试穿都没有，就被小李拉着交了款。回到家，小杨一试穿，问题来了：衣服的扣子竟然掉了两个。小杨认为是小李太急才造成的后果，要求一起去退货。没有办法，两人硬着头皮到了商店。谁知售货员不认账，而且同一型号与品牌的衣服也没有货了。最后他们找到商场经理，经协商，他们又加了100元钱，店方同意给他们换一件某著名品牌的夹克，而那种夹克的原价是400元。小杨很犹豫，有些舍不得那100元钱，想找两个扣子凑合一下。小李则痛痛快快地说：“很划算，100元买了400元的衣服，这种好事哪里去找啊！”最后，在小李的极力劝说下，这笔交易总算完成了。

路上，小杨问小李：“明明那件衣服花了430元钱，怎么能说是100元钱呢？”小李说：“商家

不退货，所以，实际上我们先花的330元钱就等于永远不可能再回到我们的口袋了。”

这在经济学上叫“沉没成本”，经济学家是不会把这笔成本计入成本的，所以，在经济学家眼中，后来那件衣服实际上就只是花了100元钱，因此他会认为这笔交易很值得。而如果将原来的330元钱也计入成本，那么，这笔交易可能就不会进行了，不仅穿不上这件合意的衣服，而且实际上前面330元钱也白扔了，因为凑合着穿不合意的衣服完全有可能使你的主观满足程度（即效用）变为零甚至是负数。

不计算沉没成本，其实就是说，过去的就让它过去吧，反正是覆水难收了。尤其是过去所受的苦难，我们更不要去计较，不要让它们成为我们前进的障碍。经济学从诞生之日始，就具有一种乐观主义的传统，也因此，经济学家都习惯于朝前看，而不回头看。

其实，想一想自己经历的一些事，就会发觉不计算沉没成本也不是经济学家的专利，中国普通百姓也有不计算沉没成本的，尤其是在大事上。比如中国人常讲一句成语，叫“功亏一篑”，就是说因为最后一刻没有坚持住，以至于前面所有的付出都化为泡影。我们经常会看到穷困家庭的孩子收到大学通知书时父母坚毅的目光，因为他们的信念是：好不容易已经将孩子送进了大

学，如果现在不让他上大学，那么不仅毁了孩子的前途，而且过去十几年自己所吃的苦也都白吃了。所以，他们宁可砸锅卖铁，也要供孩子上大学。

当一项已经发生的投入无论如何也无法收回时，就变成了沉没成本。

还有一个经典的例子可以证明。

有一个老人特别喜欢收集古董，一旦碰到心爱的古董，无论花多少钱都要想方设法买下来。

有一天，他在古董市场上发现一件心仪已久的古代瓷瓶，花很高的价钱把它买了下来。

他把瓷瓶绑在自行车后座上，兴高采烈地骑车回家。谁知由于瓷瓶绑得不牢靠，在途中“咣当”一声从自行车后座上滑落下来，摔得粉碎。但他居然连头也没回。这时，路边有位热心人对他大声喊道：“老人家，你的瓷瓶摔碎了！”老人仍然头也没回，说：“摔碎了吗？听声音一定是摔得粉碎，无可挽回了！”不一会儿，老人家的背影消失在茫茫人海中。

老人的反应是不是让人惊讶？如果是一般人，肯定会从自行车上跳下来，对着已经化为碎片的瓷瓶捶胸顿足、扼腕痛惜，有的可能会经过好长时间才得以恢复精神。

每一次选择都要付出行动，每一次行动都要投入。不管前期所做的投入能不能收回，是否真

的还有价值，在作出下一个选择时，我们不可避免还是会考虑到这些。最终，前期的投入就像坚固的铁链一样，把我们牢牢锁在原来的道路上，使我们无法作出新的选择，而且我们的投入越大，被锁得就越结实。可以说，沉没成本是路径依赖现象产生的一个主要原因。

一次考试成绩不理想，一次求职失败或一次恋爱挫折，会不会让你耿耿于怀呢？如果回答是的话，那么肯定会有人笑你。因为时间无法倒流，倾覆之水再难收回，所以过去的只能让它过去。

美国著名作家、企业家奥格·曼狄诺出生于一个贫民家庭，但他是幸运的，念完了书，有了工作，并娶了妻子。但是后来，面对人生的种种诱惑，愚昧、无知和盲目的冲动使他犯了一系列不可饶恕的错误，最终失去了一切宝贵的东西——家庭、房子和工作。几乎一贫如洗的他只能漫无目的地流浪。终于有一天，他碰到了一位牧师，牧师给了他一本书，他从中发现了自己的潜力，重新做人。他开始重新找工作，卖报人、公司推销员、业务经理……虽然饱受辛酸，但他创办了自己的企业帝国，并撰写了一本名为《世界上最伟大的推销员》的小说，这本小说就是著名的羊皮卷的故事，其中的原型就是他本人。这个故事激励了一批又一批的人从失败、错误的阴影中走

出来，直至最终走向成功。

我们与其为已经过去种种失败、错误悔恨内疚，还不如忘记过去，吸取教训，重新选择人生道路，因为过去的所有投入、付出都如往日云烟，无法回收。这种无法挽回的投入、付出成本，就是沉没成本。对于沉没成本的“选择”就是不要再去考虑它的存在，因为不管沉没成本是多少，对于未来而言都是毫无意义的，只有彻底地放弃沉没成本，我们才能生活得更好。

学会选择，争取效用最大化

关于选择，人们有无数名言，“生存还是毁灭”、“自由还是屈服”乃至“这山望着那山高”，但是最沉重的还是“你别无选择”。

什么是选择？选择可以看作一个判断和舍弃的过程，在多种可能性中找到最理想的一个，标准是效用（机会收益减掉机会成本）最大。

在作选择的时候你最好知道自己想要什么。收益最大的结果也许并不是最有利的选择——如果它的风险太大的话，比如在肯定得到1万元和只有十分之一的可能得到10万元之间作出选择，你会怎么做？

经济学中有一个名词——“霍布斯的选择”，据说这个名词来自中世纪英国一位叫霍布斯的马场老板。无论谁来买马，他都答应，但是每次他只卖最靠近门口的那匹马，不允许挑三拣四。其实，“霍布斯的选择”就是“没有选择”。

在商业竞争不发达的社会，“霍布斯的选择”很多见，随着竞争的发展，这种“不可选择”的现象大大减少，可是又出现了烦恼：太多的选择叫人眼花缭乱。当然，这总比没有选择要好。可是要从诸多选择中找到最优选择，也并非易事。

如果选择只限于买衣服、吃东西之类的小问题倒也无关紧要，可是小至人生道路的选择、企

业经营战略的设定，大至国家大政方针的制定，都有一个选择最佳策略的问题。

选择不容易，所以才有在两堆稻草之间饿死的毛驴。每个人都希望有选择，而且希望作出正确选择——即使不是最好的，至少也是比较好的。那么有没有一些方法帮助我们呢？

明智的选择，需要清楚正确地计算成本和收益，评估风险，更重要的，是明白自己到底想要什么。

选择的形成共有5个步骤，每个步骤都极其简单：

- 1.列出所有可以采取的行动，包括不采用的行动也要列出来，而决策就是从各种可能的行动方案中选出一个来。

- 2.尽可能列出每个行动的可见后果。

- 3.尽量评估每种结果可能发生的概率，这一点常被忽略，因此得仔细加以讨论。

- 4.试着表达你对每种结果的渴望或恐惧程度。

- 5.最后把列出来的所有因素全部放在一起考量，作出合理的决策。

如果还没有列出选择方案或可能的结果，那么你一定得先解决这两个问题，毕竟决策的本质就是从众多选择中挑出一个最好的，其目的就是要达到最佳结果；如果你连选择方案都说不出

来，更别想作出任何决策了。

人们在最终决定选择哪个方案之前，心里一定有一个标尺——也就是所谓的成本和收益，这个标尺用来衡量、比较和判断哪一个选择更符合自己的实际情况。

然而，这种标尺有很多种，因此才造成了选择时的困惑。

比方说约朋友去外面吃饭，你选择去川菜馆，因为考虑到朋友是四川人，这时，你心里的标尺是“利他”；反过来，若选择的标尺是“利己”，假设你是广州人，则你一定会毫不犹豫地选择粤菜馆。同时，你还会面临高档与低档、坐公交车去还是打的去等一系列的选择。面对这些选择，你若不拿出一个统一的标尺，就很难作出一个决定。

到了川菜馆，朋友点了几份素菜，而你点的是高热量的蘑菇炖小鸡。朋友正在减肥，不想吃高热量的食物，素菜是他最佳的选择。你却因为整天熬夜，身体疲惫，想补充一些营养，因此对荤菜情有独钟。在点菜的问题上，朋友心中的标尺是低热量，你心中的标尺是高营养。

人们在作一个选择时，先要有成本和收益的概念。一旦这个标尺建立，就可以很明确地判断我们选择的答案是好或不好、对或不对，而标尺判断的实际过程，是将你心中的想法一一拿出来

比对被选择的答案。比如你会考虑自己胆固醇太高，太油腻对健康不利。天气太热，湘菜大多又辣又烫，会不会吃得满身大汗？附近有哪几家湘菜馆？距离会不会太远？今天是周末假期，路上到处都是车子，到了餐馆有没有位子……你会对应所有的需要逐一去比较、判断。

当然，考虑因素的多寡因人而异，有些人天生就比较注重菜色及气氛，所以拼了老命也要去高级一点的餐厅，对其他如距离、健康、时间成本、交通等因素就不会那么在意；有些人天生比较精打细算，一旦评估了所有的因素，可能就推翻出去吃的决定，改成在家将就算了。

每个人的判断标尺不一样，很难说谁的选择一定是对的、十全十美的。所谓“海畔有逐臭之夫”，个人品味及需求不同，所以很难有一个共同的标尺。

有些人常在作决定前犹豫不定，就是因为心中拥有好几把“标尺”：“想吃蛋糕又怕身体太胖，不吃蛋糕又不甘心”；“星期六下午想去看电影，又想和朋友去爬山，也想和女朋友去跳舞，又想……”类似这种矛盾，相信在我们每一个人的生活中都出现过。

事实上，不管心中的标尺有几把，价值标准差异有多大，每个人在作判断型模式的思考时，方法和理论其实都大同小异，只是有些人反复在

更换自己的“标尺”罢了。不管我们有多少把“标尺”，多少选择，最后还是只能有一个决定。

因此，了解了自己在作判断时的“标尺”，并进行统一，有助于我们更快地作决定，不会在犹豫中浪费时间，伤透脑筋。

虽然我们心中的这把标尺是根据自身的需求打造出来的，但是这把标尺有很多不合逻辑的地方，甚至和现实背道而驰。所谓的现实逻辑就是现实世界中的各项事实及定律，像是酗酒和抽烟对身体不好却有无数烟民与酒鬼乐此不疲，违法犯纪必定会受到法律的制裁却不乏以身试法者等。

有时候，作决定时，除了自己是阻碍自我效益原则的因素外，外在的客观因素也是一大障碍。最常见的例子就是和自己不喜欢的人结婚。当事人在作决定时，可能以别人、父母亲友、社会或道德的标尺来作为判断依据，如此情况下所作的决定，很难是好的，是否符合自身的利益也很令人怀疑。因为只有自己知道自己需要什么，效益点在哪里。

还有一个常见的情形是高考后的选填志愿。本来，要选择什么专业什么学校应该是由自己根据自己的兴趣和专长来决定的，然而大部分的学生却会受到社会价值观、父母的期望等因素的影响而作出错误的选择。常常听到大学生因为兴趣

不合所以念得很辛苦的例子，适应力强的会继续念下去，也有人幸运地念出兴趣来了，但更多的人只是在浪费宝贵的光阴。

如果当初能够以自己的兴趣为标尺，或许可以少走些冤枉路。与其花时间去适应没兴趣或不擅长的事物，还不如把精力放在自己喜欢的事情上，这样收获必定会更多，心情也会更开朗。

我们再来看“比较”选择法。

在这个世界上，每个人都在追求自己的幸福。但如果问什么是幸福，不同的人有不同的看法。

有的人会说，幸福就是跟自己相爱的人在一起；有的人会说，幸福就是能周游世界；还有的人会说，幸福是天天睡懒觉；一个乞丐会说，幸福就是能吃到山珍海味；一个赌徒会说，幸福是整天都打麻将；一个游戏迷会说，幸福是自由自在地玩电子游戏……但这些回答正确么？

如果我们有机会到幼儿园去问小朋友：“什么东西最好吃？”很多小朋友会回答：“巧克力。”如果我们拿来很多巧克力，让小朋友们吃个够，再接着问：“什么东西最好吃？”这时候小朋友们肯定不会说是巧克力，回答可能是水、瓜子或者其他东西。可见“什么最好吃”这个问题并没有一个固定的答案，因为对每个人来说，最好吃的东西是不断变化的。

我们再问类似的问题：什么最好听？什么最好看？什么最好玩……这些问题都没有固定的答案。鲁迅在小说《社戏》中，描述过他和小伙伴们一起看京戏的故事。在舞台上，演员们不停地翻跟头，刚开始时小朋友们都觉得很精彩，但是看的时间一长，大家就觉得没有意思了。

可见，因为边际收益递减规律的存在，对于每个人来说，不管做什么事情，时间一长都难以继续。再好吃的东西，吃多了也会腻；再好玩的游戏，玩久了也会厌；哪怕是休息，保持某种姿势时间太长也会觉得不舒服。所以一个人要使自己的生活在不同的活动中进行变换。不但要睡觉、吃饭，还要看电视、听音乐、旅游等等。总之，一个人活在世界上，为了满足欲望，实现幸福，就要对自己的时间进行分配，要在不同的活动中进行选择。所以最好的选择来自理性的比较。

首先你运用“排除法”，但还是无法作最后的决定，像是到最后，选来选去，排除A也不是，排除B也不是，难以选择。这时候，你可以运用最后的绝招——“比较法”。

方法很简单，你只要拿出一张纸，把两个要选择的选项分别写在两边，然后在这两个选项的底下，列出它们各自的优缺点。等你列好之后，该选择哪一项，通常便可以一目了然了。

国内某著名大学曾有一名女生跳楼自杀，据称在其自杀前，也曾用比较法为自己的“活着”还是“死去”作了一番选择。她生前在网上发帖子说：我在“死去”的下面写了许多好处，而在“活着”的下面却一片空白。于是，她选择了纵身跃出窗台。

众多“天之骄子”的自杀，引起了许多人对当今教育的反思。这些“天之骄子”在生死的十字路口，用生与死各自的好处进行了比较和决断，可谓有一定的理性，此为“得”；但其“失”之处在于比较的不客观。死真的能一了百了吗？

活着真的没有欢乐与希望吗？事实上，活着一切皆有可能。

造成上面这位女生的悲剧，不在于其运用了“比较法”，而在于其运用“比较法”时未能做到客观公正的评判与比较，结果也就谬以千里。因此，人们在运用“比较法”作选择时，一定要尽量做到客观公正地评价、比较备选答案，不要预设立场，以免钻入错误选择的死胡同。

不比较，才幸福

澳大利亚的有一个幸福协会，不分男女老少，只要每小时交纳200澳元（约209美元）就能让你学会体验伟大的幸福。如果是团体消费，每人只需交纳30澳元。该协会的创始人蒂莫西·夏普说：“你真的可以提高你的幸福水平，这是我们要教给你的。我们可以让一个幸福‘存款’为零的人，在其幸福银行账号里有结余。”

据专家说，只有大约15%的幸福与收入、财产或其他财经因素有关，而近90%的幸福来自诸如生活态度、自我控制以及人际关系。夏普说：“如果你在 these 方面不是太好的话，可以学会更好地处理这些问题。”

幸福协会是美国经济学家保罗·赞恩·皮尔泽所称的“幸福革命”的组成部分。在他的同名书中，皮尔泽说，在上万亿的汽车工业和信息技术工业化后，将会出现一个预防性产业，帮助人们发现和平、健康和幸福。

我们中的大部分人在经济方面都比我们的父辈或祖父辈好得多，可是幸福水平并没有相应地按比例提高。有研究说，当住房和食物这些基本需要得到满足后，额外的财富很少能增加人的幸福感。正如夏普说的：“财富的增加绝对不能保证你的幸福也随之增加，一年挣3万元的人和一

年有30万元收入的人相比，在幸福感上的差别非常小，不过许多人对此并不了解。”为什么财富差距不会令幸福感有太大的区别呢？经济学家认为，是因为经济尺度发生了变化。

行为经济学家说，我们越来越富，但并没有更幸福的部分原因是，我们总是拿那些物质条件比自己好的人作参照物。

科内尔大学的教授罗伯特·弗兰克说：“当被问到你是愿意自己挣11万美元，其他人挣20万，还是愿意你自己挣10万美元而别人只挣8.5万美元呢？”大部分的美国人选择后者，他们宁愿自己少挣，也不要别人超过他。

几十年前，《巴尔的摩哲人》的编辑亨利·路易斯·曼肯曾说过，“财富就是你比你妻子的妹夫多挣100美元”。我们来做一个假设，如果你妻子的妹夫是一个洗车工，而你是一家公司的老板，要比你妻子的妹夫多挣100元是轻而易举的事，你会很轻易地就得到幸福。但如果正好相反，你是一个洗车工，而你妻子的妹夫是一家公司的老板，事情就很糟糕了，何时你才能比你妻子的妹夫多挣100美元呢？于是你会总是处于不幸福中。

夏普说：“如果你想幸福，有一件非常简单的事可以做，那就是与那些不如你的，比你更穷、房子更小、车子更破的人相比，这样你的幸

福感就会增加。可问题是，许多人总是做相反的事，老在与比自己强的人比，所以产生很大的挫折感，出现焦虑，觉得自己不幸福。”

你反思过你自己为什么不幸福吗？你是不是也在做着相反的事，拿邻居家的大住房跟自己的小居室作比较，拿邻居家的豪华跑车与自己的经济型小汽车作比较？你有没有想过，邻居所拥有的是不是你真正需要的呢？

幸福协会的目标就是要让你学会克服那些让你感到不幸福的因素。夏普说，最好的标准应该是凯利·帕克，他是澳大利亚最富的人，但由于健康问题，他移植了一个肾，而且心脏也做过手术。夏普说：“在幸福方面，我倒认为我比他强，你难道希望自己拥有40亿美元而一个肾被切除吗？”

既然不和别人比钱多钱少，那么就可以适当放松、享受闲暇了。

在传统观念中，闲暇没有什么好名声。我们的传统是崇劳抑闲，提倡劳动光荣，从来就没想过闲暇也光荣。长期的传统教育弘扬蜡烛精神，“燃烧自己，照亮别人”。英年早逝、累死在工作岗位上的英雄永远是媒体宣传的榜样。岂不知列宁早就说过：“不会休息就不会工作。”短期内过度地耗费人力资源，是最大的浪费。“小车不倒只管推”是一种愚昧，注意保养和休整能

让“小车”走更长的路程。闲暇是充电，是加油，关注闲暇就是关注人力资源的长期使用效率。况且，在市场经济环境下，人们的偏好与选择理应得到尊重。何时劳动，何时闲暇，是行为主体的自由。

如今，在“时间就是生命，效率就是金钱”的口号下，每个人都变得更加繁忙。当市场经济带给我们更多的选择时，时间的机会成本骤然增加。从原来大锅饭时代的混日子、低效率，转变为争分夺秒，投入更多的时间为自己和社会创造物质财富，这是一种进步。然而凡事有度，当社会到处充斥着“繁忙”的身影时，“闲暇”就变得稀缺，其效用也大大地提升。



闲暇是充电，是加油，关注闲暇就是关注人力资源的长期使用效率。

人的一生究竟追求什么？财富，权力，知识还是健康？说到底，人生是追求一种快乐。闲暇是快乐的重要组成部分。罗素说：“人太忙了，和许多美好的事物无缘。”美好的世界等待着能够发现它们的眼睛。人太匆忙，会走马观花。品味生活的美好，需要闲情逸致。在过分密集的现代生活中，给闲暇留点空间，那就留下了一份恬淡，一份从容。

世上总有干不完的事。在忙碌之余，我们应该反思。反思之一：我从事的工作能否发挥我的优势。以己之短做人所长，自然会事倍功半。反思之二：我的工作是否属于我的职责范围。越俎代庖、大权独揽，均为出力不讨好的傻子行为。市场经济不承认苦干，只承认巧干，不认可苦劳，只认可功劳。在历史长河中，个人不过是沧海一粟，世界上没有丢不开、放不下、舍我其谁的工作。强调闲暇是强调资源配置的高效、分工协作的合理以及时间安排的科学。工作与闲暇既有替代也有互补。

经济学中的闲暇并不是指无所事事，“做自己喜欢做的事”是经济学中闲暇的定义。闲暇强调的是个性的释放和选择的自由。在闲暇的时候，你可以随心所欲地追逐自己的梦想，心无旁骛地挥洒潜在的能量，活出一个真正的自我。闲暇是一种快乐，是一种幸福。在我们追逐能够带来快乐与幸福的物质财富及精神财富时，别忘了闲暇，它也有效用。

效用即消费者消费某种商品时的满足程度，其实是一种主观的东西。就拿生活方式来说，是“懒惰”地过一种低水平却能充分享受闲暇和交往的生活，还是“勤劳”地过一种可以换来金钱但每天要工作16个小时且没有任何自由的生活？生活幸福，不在于可换算的金钱有多少，而在于主

观感受。就人的本性来说，“只要有可能，就不愿意被强制”，所以，人们更倾向于选择前一种生活方式。

就生活方式对人的“效用”而言，只有生活中的人自己知道。经济学家都认为经济人的目的在于使自己的效用最大化，所以，应该尊重农民对生活方式的选择。你无法知道他们在不同的生活方式下的主观满足程度，所以不能先验地以自我标准判断说：农民的生活方式很“懒惰”、很落后。

职业选择不能从众

即使你才华横溢、学富五车，也总得找一个适合发挥自己优势的舞台，把人力资本转化为现实的价值。如果方向定错了，则距离目标就会越来越远，还要重新走回头路，付出较大的代价。因此，定位的决策，绝不能犯“方向性错误”。

一般情况下，定位的方向由专业确定。但现实的情况是，很多人毕业后并不能完全按照自己所学的专业来选择工作，有的甚至与原专业风马牛不相及。学非所用、用非所学、专业不对口的情况比比皆是，已不足为怪。在这种情况下，就需要认真考虑，选择适合自己的职业。有时为了就业，甚至要强制自己去从事并不喜欢的岗位，只要这种职业是社会紧缺的、急需的或有发展前景的。

1.要明确自身优势

要明确自己的能力大小，给自己打打分，看看自己的优势和劣势，这就需要进行自我分析。分析自己，旨在深入了解自身，根据过去的经验选择，推断未来可能的工作方向与机会，从而彻底解决“我能干什么”的问题。只有从自身的实际出发，顺应社会潮流，有的放矢，才能取得成功。定位，就是给自己亮出一个独特的招牌，让自己的才华更好地为招聘单位所赏识。对自己的

认识分析一定要全面、客观、深刻，绝不回避缺点和短处。

2.要发现自己的不足

如性格的弱点、经验与经历中的欠缺。对这些弱点要认真对待，并努力克服。

3.要对定位的方向作出分析

这些分析具体包括：

（1）社会分析

社会在进步、在变革，要善于把握社会发展的脉搏，这就需要做社会大环境的分析：当前社会的政治、经济发展趋势；社会热点职业门类分布及需求状况；专业需求形势；自己所选择职业在目前与未来社会中的地位情况；社会发展对自身发展的影响；自己所选择的单位在未来行业发展中的变化情况，在本行业中的地位、市场占有及发展趋势；等等。对这些社会发展大趋势问题的认识，有助于自我把握职业社会的需求，使自己的职业选择紧跟时代脚步。

（2）组织分析

这应是个人着重分析的部分。组织将是你实现个人抱负的舞台，你应对自己将要寄身于其中的组织的各个方面进行详细了解，在知己知彼的基础上，只有两者之间拥有较多的共同点，组织与个人才会相互接纳。

（3）人际关系分析

个人处于社会环境中，不可避免地要与各种人打交道，因而分析人际关系状况显得尤为必要。人际关系分析应着眼于以下几个方面：个人职业发展过程中将与哪些人交往，其中哪些人将对自身发展起重要作用；工作中会遇到什么样的上下级、同事及竞争者，对自己会有什么影响，该如何和他们相处；等等。

4.作出明确的方向选择

通过以上自我分析认识，我们要明确自己该选择什么定位方向，即解决“我选择干什么”的问题，这是定位的核心。定位的方向直接决定着一个人的发展，定位方向的选择应按照定位的四项基本原则——择己所爱、择己所长、择己所需、择己所利，结合自身实际来确定，选择适合自己、有发展前景的职业。

从事一项喜爱的工作本身就能带给你一种满足感，你的职业生涯也将因此变得妙趣横生。相反，一个人如果不知道自己想干什么，则什么也干不好。从事一项自己喜欢的工作，才能给你一种满足感，将来才会有所成就，否则不但自己痛苦，对社会也是一种浪费和损失。这就要求我们有清醒的头脑，避免从众心理，不一味追求知名企业、高薪和大城市。

“尺有所短，寸有所长。”也许你兴趣广泛，可以掌握多种技能，所有的技能中总有你的短

处，也必有你的强项。宇航员杨利伟、导演张艺谋、央视著名主持人白岩松、球星姚明等人所从事的职业，可以说是众多年轻人所向往的，但从事这些职业所必备的能力决定了不是只要有兴趣就能干好的。有些人善于做业务，有些人更适合做管理。在设计自己的职业生涯时，要注意选择最有利于发挥自己优势的职位，即择己所长。

社会需求在不断演化，旧的需求不断消失，同时新的需求不断产生。昨天的抢手货今天会变得无人问津。生活处于不断的变异之中，职业的选择应顺应就业变动规律。在进行定位时，还要分析社会需求，择世之所需，否则，就会陷入不断更换工作的旋涡中，苦不堪言。

社会需求的不断变化要求我们要不断地对人力资本进行投资。如果没有及时更新自己的专业知识，就会造成知识折旧。所以，我们要主动摒弃各种错误的观念，以防被错误思维误导。要不断开拓进取，不断开发新技能。

此外，职业是个人的谋生手段，其目的在于追求个人和家庭的幸福。我们在谋取个人福利的同时，也创造了社会财富，为社会作出了贡献。每个人都生活在现实世界当中，需要生存，因此做的工作必须要有合理的待遇，还要考虑到家庭的需要。

在把握定位的方向时，应有一个良好的心

态，要明确自己只是普通的沙砾，而不是价值连城的珍珠。要盘点自己现有的职业含金量，找准可持续发展的职业通道，适时考虑职业发展的变通性。

女性要及早追求经济上的独立

“婚姻是找一个体贴的伴侣，而不是求得一张长期饭票。”有过两次失败婚姻经历的小孟比任何女性都能够体会这句话的含义。

婚姻并不是女人一辈子的依靠，女性甚至有可能因为婚姻而失去经济自主性，因此，小孟不断提醒身边年轻的女性朋友或同事：“先别想着嫁人，经济独立是第一优先。”

现代社会，许多单身女性都以嫁有钱老公为第一目标，以为生活会因此而有保障。其实，天有不测风云，老公现在有钱，不代表将来一定有钱，中年破产的案例比比皆是。如果再看一看近几年直线上升的离婚率，女性就更要认清，有钱的老公不一定可靠。

这里有一组统计资料：在1997~1998年间，结婚15~19年的夫妻离婚率增长了10.97%，而结婚20~24年的夫妻离婚率增长了13.8%。这就特别提醒了女性朋友，千万别觉得有了“饭票”，就可以高枕无忧。如果不幸失去“饭票”，年龄越大，对于生活上的冲击也将越难以承受。

如此一来，女性怎么可以不及早追求经济上的独立？

如今，经济上完全依靠老公的时代已经过去了，新时代年轻的女性朋友要相信自己的能力并

善用年轻的优势，让自己在经济上独立起来。因为愈早开始追求经济独立，愈能够让你在婚姻中保持独立和尊严。

经济独立的单身女性最快乐。人生的缘分奇妙而难预测。单身，也许是一个过渡，也许不是短期内可改变的状况，但公主与王子若没有良好的财务规划为后盾，也很难在结婚后过上幸福快乐的日子。让现在的自己成为经济独立、财务规划稳健、坐拥成就与财富的快乐单身女郎，绝对是一个值得努力的目标。

女性在结婚前，虽然经济条件不一定非常好，但是由于没有家室之累，能够自给自足，这样也可以生活得很轻松。在这个年龄阶段，如何支配自己的收入，以使自己的生活更加精彩，就成为一个很重要的问题了。那么，如何支配收入才能为将来的生活打下良好的基础呢？对此，受过良好教育，又从事金融行业的单身女孩晓晓颇有心得，她建议：冷静评估自己的风险承担能力，确定自己理财的短、中、长期目标，以开放的心胸筛选信息，就可以轻松理财。

年轻女性要想经济独立，除了会挣钱，还要会花钱。盲目攀比是不少女士的通病，尤其是一些爱美、爱时尚的白领们。

28岁的谢小姐，在一家外资企业工作多年。平时，谢小姐与几个年轻的白领女友经常一起逛

街购物，形成了关注时尚的小圈子。同样的小圈子在公司里还有好几个，并因此形成了暗自攀比的局面：人家昨天穿了新买的意大利名牌服装，今天谢小姐一伙必定要穿上新买的法国名牌时装；今天人家提前穿上了夏季连衣裙，明天谢小姐等一定要更超前，把刚买来的新式吊带裙穿上。就这么攀比来攀比去，商家当然高兴了，货出钱进，只不过是多派发几张贵宾卡而已，而谢小姐她们可就惨了，皮夹总是空空的，银行卡里也所剩无几。为了攀比而买来的时尚衣物，有的并不适合长久穿着，于是，刚买不久的衣物要么压箱底，要么落得送人了之的结局，实在是得不偿失。

年轻女性几乎没有什么负担，花钱一般不注重节俭，每个月都口袋光光。但是，长此以往，生活就会被金钱牢牢套住。若想过更舒适的生活，就要学好经济学、学会理财。

本书由“行行”整理，如果你不知道读什么书或者想获得更多免费电子书请加小编微信或QQ：491256034 小编也和结交一些喜欢读书的朋友 或者关注小编个人微信公众号id：d716-716 为了方便书友朋友找书和看书，小编自己做了一个电子书下载网站，网址：www.i-readweek.com QQ群：550338315

后记

一本著作的完成需要许多人的默默奉献，闪耀的是集体的智慧。其中铭刻着许多艰辛的付出，凝结着许多辛勤的劳动和汗水。

本书在策划和写作过程中，得到了许多同行的关怀与帮助，及许多老师的大力支持，在此向他们致以诚挚的谢意：于海英、张保文、齐艳杰、张艳芬、赵广娜、王艳明、梁素娟、曹博、王杰、王鹏、何瑞欣、周珊、慈艳丽、李文静、刘健、程仕才、李彦岐、李静、宋洁心、黄亚男、李猛、黄克琼、魏清素、李良婷、武敬敏、黄梦溪、张晓静、李娜、李佳、李倩、杨英、徐娜、赵一、王艳、聂小晴、蔡亚兰、淡佳庆、黄薇、黄晓林、李伟军、齐红霞、李惠、欧俊、姜波、史慧莉、闫晗、焦亮、秦凤超、常娟、闫瑞娟、曹徐学、廖春红、杨云鹏等。

阅读是一种享受，写作这样一本书的过程更是一种享受。在享受之余，我们心中也充满了感恩。因为在写作过程中，我们不仅得到同行的帮助，还借鉴了其他人智慧的精华。相信你们劳动的价值不会磨灭，因为它给读者朋友们带来了宝贵的精神财富。

如果你不知道读什么书，

就关注这个微信号。



公众号名称：幸福的味道

公众号ID：d716-716

小编：行行：微信号：491256034

为了方便书友朋友找书和看书，小编自己做了一个电子书下载网站，网址：www.ireadweek.com
QQ群：550338315 小编也和结交一些喜欢读书的朋友

“幸福的味道”已提供120个不同类型的书单

- 1、 25岁前一定要读的25本书
- 2、 20世纪最优秀的100部中文小说

- 3、 10部豆瓣高评分的温情治愈系小说
- 4、 有生之年，你一定要看的25部外国纯文学名著
- 5、 有生之年，你一定要看的20部中国现当代名著
- 6、 美国亚马逊编辑推荐的一生必读书单100本
- 7、 30个领域30本不容错过的入门书
- 8、 这20本书，是各领域的巅峰之作
- 9、 这7本书，教你如何高效读书
- 10、 80万书虫力荐的“给五星都不够”的30本书
-

关注“幸福的味道”微信公众号，即可查看对应书单

如果你不知道读什么书，就关注这个微信号。