

从牛奶可乐中窥见经济学

歌德在《浮士德》中说道：“理论灰色而生命之树长青”。博物经济学在近几年饱受欢迎，细想不无道理。它所用的都是经济学中最通俗却也是最基本的原则，去分析生活中最最细小而常见的事情。在学习经济学时我们常常抱怨原理抛弃了生活，过于宏大而枯燥。其实经济学在无形之中规范着我们生活的方方面面。《牛奶可乐经济学》关注我们在现实中司空见惯而又从未注意到的现象，在阅读的过程中无形塑造着我们思考问题、观察生活的方式，相信无论是谁，都会从这本书中获益良多。

我们组成员分工合作，通过阐明例子把不同章节的所感所获分享给大家。

第一章 产品设计中的经济学

成本效益原则是所有经济学概念的源头，它告诉我们人们行动的前提是其带来的额外效益大于额外成本。产品设计也不例外。产品设计既要包含最符合消费者心意的功能，又要满足卖方保持低价、便于竞争的需求。

一个不为我们所注意的例子是 **24 小时营业的便利店门上依旧会安锁**。这是因为如若出现紧急情况——比如卡特里娜飓风来袭时，新奥尔良的居民被迫在全无准备的情况下疏散，这时有锁的门可以保护便利店免于被哄抢和抢劫。从供给方来讲，既然大多数工业门销售的时候就带锁，那么生产商按照统一模式制造所产生的成本会更少。

此外，产品设计不仅要符合产品可能的使用方式，还希望向用户传达有效的信息。同时必须深入考虑历史的源流，才能对产品设计功能做出解释。

第二章 供求决定实践

我们必须清楚，市场清算价格是市场供应方和需求方实现均衡的情况下出现的，因而要解释价格或者是产量波动，只看供应或者需求都是不正确的。

我们注意到，**对一流学校新生入学资格的需求，显然比二流学校要紧张的多，但一流私立大学的学费与二流私立大学并无太大差异**。这是因为要成为排名前十的精英大学的候选人，大学必须吸引一流的生源，结果是一流大学不得不激烈争夺最有天赋的学生。虽然即使每年学费要 10 万美元，哈佛一类的大学招够高素质新生也毫无问题，但这势必只能吸引优秀学生中有限的一部分。另外学费只占培养学生成本的一部分，其余差额，大部分来自校友和其他人的捐赠。一流大学的捐赠收入比二流大学多得多，因而更有能力负担较高的成本。

第三章 职场的奥秘

竞争性的劳动市场中也存在着前一章所提到的供求关系，其基本原则是：雇员的工资与他们为雇主在盈亏平衡点之上所创造的价值大致成正比关系。

第四章 折扣中的经济学

从社会福利最大化的角度来看，差别定价是最为有效的方式，但是套利空间的存在限制了卖者对不同买家索取差异价格的能力。为了突破这一局限，卖家通过为不同定价设置门槛，允许顾客以折扣价购买商品，以此来吸引那些对价格极度敏感的潜在买家。

一个有趣的问题是，**为什么黑色的苹果笔记本电脑比同样规格的白色笔记本电脑贵 150 美元？**前几年 iPhone4 刚刚上市的狂潮还历历在目，当时白色版 iPhone 的价格也高于黑色版本，乍一看消费者可能以为两种版本在制作工艺方面存在某些不同，但事实上这只是苹果公司的一种定价策略。由于白色版本是新款，买家对新产品的偏好更为强烈，因此相同的定价很可能在极短的时间内耗尽白色版本的库存。而黑白版本的差别定价使得价格成为区分消费者对价格是否敏感的标准，也是辨别对新性能有特殊偏好的买家的一种机制。

第五章 个人利益和集体利益

亚当·斯密认为人的利己心是经济生活中一切行为的原动力。在自由竞争的环境中，人们在利己心的驱动下，凭着自己的理性判断，追求个人利益最大化，把自己所掌握的资源恰当配置到最能获利的地方，而这也是社会最需要的地方，从而更有效地促进社会的福利。

但同时，为个人有限利益服务的行为，往往会伤害到个人所属的群体利益，这时人们就会审慎思考，尽量调和这两者之间的矛盾。为说明此，作者讨论了**医生倾向于开过量的抗生素、AA 制使得人们在餐馆里花费更多等问题，以及学校要求学生穿校服、官僚们喜欢使用语焉不详的句子**等日常现象。作者也特别指出法律和规章可以帮助解决个人和群体之间的利益冲突。

第六章 公共物品和私人物品

社会产品可分为两大类：公共物品和私人物品。第六章开篇指出，18C 末美国与其他工业国家对产权作了明确规定，其国民的生活标准提高了 40 多倍。相反，缺乏此制度，鲜有富裕国。**《鲸鱼与鸡》**以人对鸡能享有可靠的所有权而使得其繁衍不息的例子来说明私有产权制度会激励人们朝着保护自身生计的方向努力。**地中海地区的污染问题以及里海鱼子酱随苏联解体产量锐减**等普通现象都在“所有权”里找到了有力依据。

第七章、第八章 揭秘市场信号

市场信号是市场中信息传递的重要方式，准确地发现和识别市场信号有助于作出正确的分析和有效的判断，从而作出适当的竞争战略。

市场交易总发生于利益存在潜在冲突的参与方之间，但是市场信号的形式往往是多种多样的，它们可能是竞争者动机、意图和目标的真实指示，也可能是虚张声势。这种情况下，决策者往往依靠“难于造假原则”来获取有效信息。比如，**许多企业挑选更有生产效率的员工时，更倾向于选择一流大学毕业生**。这是因为，一流大学在录取学生时，接受的是考试成绩更为突出的考生，这表明了这些学生拥有至少超过一般水平的生产效率，这样的信号是难于造假的。而很多情况下，信息并非“有用信息”，只有意识到既成偏见的倾向性，才有利于作出更好的决策。

回归平均是经济学的一个重要概念。它是指诸事物在长期视野下难以保持高增长的速度，当它们超出平均值很多后，都会回归平均值。在很多时候，影响球队绩效的因素很多，运气也占了不小的比重。**在 2014 年世界杯中，德国队获得了冠军，而在 2016 年的欧洲杯上德国队却惜败法国队**。分析看来，2014 年的德国队的绩效比平均绩效高得多，而两年后，他们的比赛表现回归正常，或是差一些也不难理解了。

第九章 心理学对经济的影响

著名经济学家阿尔弗雷德·马歇尔曾解释，“经济学是一门研究财富的学问，同时也是一门研究人的学问”。因此，一个直觉性的判断是：心理学和经济学之间必然存在着天然的渊源。

有人提出过这样一个问题，**为什么维密每年圣诞节礼物上都要推出价值数百万美元但卖不出去的镶钻胸罩？**

研究认为，因为只要它们在产品目录上现身，人们对送礼物该花多少钱的参照系就会发生变化。也即维密把“别人花了几百万美元”的想法悄悄灌输到人的意识里，所以人们更愿意花几百美元买该公司一款高级胸罩。

这恰好论证了“我们的决策经常受到不相关信息的影响，人们有时会依赖错误的信息，也会从正确的信息推导出错误的结论。”

此外，伦理问题等也常在市场交易中潜移默化地影响人们的经济行为。

第十章 人际关系跳脱不了经济逻辑

《了不起的盖茨比》一书中，主人公詹姆斯·盖茨为了向戴茜求婚一心一意要在物质上实现最大成功，不惜违反道德和法律来成就自己。反映到今天，经济上成功的人往往更受欢迎和青睐。现代婚姻上看，如果把婚姻看作一个非正式市场，每个人的特质（经济、相貌、地位、爱好等）可看做购买力，以一个粗糙的模型来看，购买力等值的男女更有可能结成夫妻。当然这样的描述过分生硬，缺乏感情。但是不可否认，非正式的社交关系市场，也要受到供求逻辑的影响。

《牛奶可乐经济学》，不是要把复杂的经济模型、统计数字硬塞给读者，而是用一种充满着经济学魔力的独特思维方式去解构一些传统的研究方式和内容，同时用最有趣的问题解剖事物隐藏的一面，还原其本质。欢迎大家与我们一起选读这本不同凡响的“经济故事书”。

小组成员： 于扬 16340910070

赵佳雯 16340910073

杨玉洁 16340910069

罗林曦 16340910062

宋杨 15300180115