

<<趣味经济学>>

图书基本信息

书名：<<趣味经济学>>

13位ISBN编号：9787506478687

10位ISBN编号：7506478684

出版时间：2012-2

出版时间：中国纺织出版社

作者：于跃龙

页数：315

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<趣味经济学>>

前言

在很多人的观念里，经济学是沉闷而乏味的，它的内容复杂艰涩，很难让人提起兴致。就算是最浅显的经济学教科书，也到处都是各种难以理解的定理、模型以及冰冷的统计数据，因此越来越多的人开始疏远经济学。

然而，经济学真的毫无用处吗？

我们真的可以不懂经济学吗？

当然不是！

也许有的人会质疑，我们既不是经济学家，也不从事经济类工作，何必要硬着头皮学习这门晦涩的学科呢？

实际上，经济学并不像我们想象的那么难以理解，并且它贯穿我们的生活之中，是一门实用、不可不学的学科。

大如美国的次贷危机、我国近几年来来的通货膨胀等，小如日常生活中的投资理财、购物消费等，生活中到处都充斥着经济学。

经济学可以说是一门真正意义的现代学科，自1776年亚当·斯密发表了《国富论》以来，经济学在漫长的历史中不断发展丰富，如今，有关经济学的文献资料浩如烟海，经济学俨然已经成为一门成熟的、博大精深的学科。

鉴于经济学对人类社会发展的的重要性，世界著名学府，诸如哈佛大学、耶鲁大学、剑桥大学等，都将经济学列为重点发展学科。

而世界著名经济学家们和诺贝尔经济学奖得主们对经济学的深入研究也让人们更加了解经济学，更善于运用经济学，比如美国诺贝尔经济学奖第一人萨缪尔森、供应学派经济学之父马丁·费尔德斯坦、哈佛当年最年轻的经济学教授N.格里高利·曼昆、诺贝尔经济学奖得主迈克尔·斯宾塞以及被公认为最有潜力获得诺贝尔经济学奖的罗伯特·巴罗教授等，他们不仅丰富和发展了经济学，而且对人类经济社会的发展做出了不可磨灭的贡献。

本书着重引用这些经济学权威的经济理论案例，以让读者了解最前沿的经济学知识。

经济学的重要性不言而喻。

目前全球知名的商业巨擘几乎都从经济学中受益匪浅，比如世界前首富比尔·盖茨、世界上最年轻的亿万富翁Facebook创始人马克·扎克伯格、投资天才杰西·米亚等人之所以成为商界精英，正是因为他们掌握了经济学的精髓，善于将经济学理论应用在商业实践中。

比如比尔·盖茨正是因为通过经济学意识到了股票的风险性，才会不断减持自己手中的股票，多元化自己的投资，并且聘请专门的理财专家打理自己的财产，进而使得自己的财产像滚雪球一样越滚越大，连续十三年蝉联《福布斯》亿万富豪榜首。

本书从供需、消费、厂家、财税、货币金融等方面，采用经济学知名教授所讲述的趣味案例或商界名人的亲身经历，引出经济理论，然后结合现实生活进行论述，让读者真正感受到经济学的智慧和魅力，了解那些生活必备的经济常识，把握当下的经济脉动。

本书旨在传播经济学智慧，让读者真正掌握经济学那些学以致用智慧，让经济学真正成为读者生活中的小助手，而不只是理论。

相信本书一定能够在经济方面给你带来很大的帮助。

即使你没有机会亲自去听那些著名的经济学教授们的经济课程，你依然可以通过本书，学习他们的经济理论，掌握他们的经济学智慧，了解当下的经济动向，最终实现制胜人生的目的。

对于普通人来说，要想了解经济学，让经济学为生活所用，本书将会是不二的选择。

于跃龙 2011年12月

<<趣味经济学>>

内容概要

你了解当下的经济动向吗？

你想把握时代的经济脉动吗？

跟随知名经济学教授或商界巨擘在趣味横生的案例中学习那些不可不知的经济学知识，将是怎样的一种体验呢？

本书从供需、消费、厂家、财税等方面，采用趣味案例引出经济理论，以经济理论结合实际生活的模式，向读者介绍了不可不知的经济学知识及应用，帮助读者更清楚地认识各种经济现象，更准确地把握经济脉动，进而更合理地规划自己的经济生活。

<<趣味经济学>>

书籍目录

第一章 像经济学精英们一样拥有经济思维

经济人：比尔·盖茨不会为方便而选择昂贵的停车位

稀缺：如果哈佛大学不断扩大招生.....

成本与收益：1美分硬币为什么成为“鸡肋”

效用：先享用咖啡与先享用牛排为何不一样

偏好：罗斯福与布什为什么对饮食各有偏好

权衡取舍：选奥巴马还是选希拉里

沉没成本：你会将只有一只的袜子洗干净吗

机会成本：是上大学，还是工作

边际：1982年的“拉菲”为什么也会不好喝

效率与公平：分面包有多难

第二章 供需与经济学：“市场先生”是好友还是损友

产权：国王也没办法拆除的磨坊

价格：理发为什么花这么多钱

供需法则：为什么苹果在旺季价格下降

海边别墅在旺季价格上升

均衡价格：为什么航空公司机票发售采取先到先得的政策

信息不对称：无名小卒可以成为洛克菲勒的女婿

价值悖论：钻石为什么比水更珍贵

需求弹性：食盐为什么不打折

竞争：雷克公司为什么会昙花一现

柠檬市场：劣币为什么会驱逐良币

市场失灵：雷曼兄弟公司为什么破产

第三章 消费与经济学：做最会消费的“聪明人”

使用价值：最大码或最小码的鞋为什么总在打折

消费者剩余：情人节的玫瑰花如此昂贵，
为何买后会如此高兴

吉芬商品：为什么价格越高越要去买

节俭悖论：节俭为什么反而会导致衰亡

消费从众：人人都在跟的流行

炫耀性消费：拿破仑为什么不用银器而用铝碗

冲动型消费：女性生理期为什么会影响购物欲望

交易费用：为什么即使贵，你也愿意在楼下消费

替代效应：故事中的补鞋匠为什么能够免死

价格歧视：有多少商家在“看人下菜碟”

第四章 厂家与经济学：每个企业领导人都应该知道的经营方法

第五章 政府与经济学：人们一直在关注的宏观调控

第六章 财税与经济学：国家财政收入从何而来

第七章 货币金融与经济学：财富的泡沫有多美就有多脆弱

第八章 平民生活与经济学：生活是检验经济的尺子

<<趣味经济学>>

章节摘录

效用：先享用咖啡与先享用牛排为何不一样 西方人非常讲究用餐顺序，通常情况下他们习惯先享用以牛肉或牛排为代表的主菜，最后才喝咖啡。

为什么他们习惯先吃牛排后喝咖啡呢？

先享用咖啡还是先享用牛排为何不一样？

关于这个问题，我们可以用经济学中的理论——效用理论来分析。

N.格里高利·曼昆，世界著名的经济学家。

曼昆在《经济学原理》一书中这样写过：“根据约翰·斯图尔特·穆勒的效用理论进行分析，对于一个富豪来说一美元意义不大，但是对于一个穷人来说一美元的作用非常的大。

”同样的一美元对于富人和穷人来说意义大不相同，这就是效用理论。

同样的咖啡和牛排，西方人认为先吃牛排后喝咖啡感觉更好，东方人觉得边吃牛排边喝咖啡感觉也很不错，感受因人而异。

效用实际上就是一种主观心理感受。

那么效用的原理是什么呢？

效用对于我们的生活又有怎样的影响呢？

效用，是经济学中最常用也最普通的概念。

在经济学中，效用是用来衡量某种商品或服务为人的需求或欲望带来满足或幸福感的一个尺度。

效用是一种主观心理感受，不能具体量化，效用的好坏完全取决于消费者的主观心理感受。

同一个商品或服务对人产生的效用会因人、因时、因地而异。

因为文化、传统、习惯等原因，大多数西方人认为先吃牛排后喝咖啡会产生更好的心理感受，而其他国家的一些人则喜欢边喝咖啡边吃牛排，或是先喝咖啡后吃牛排，他们也认为这种方式获得的心理满意度更高，这就是效用理论。

经济学家们常讲起这样一则故事：兔子和猫争论世界上什么食物最好吃。

兔子说：“我觉得世界上最好吃的食物是胡萝卜，胡萝卜又脆又甜，哇，我现在都要流口水了。

”猫对兔子的回答不以为然，它说：“世界上最好吃的食物是老鼠，老鼠的肉又嫩又软，比胡萝卜强多了。

”在一旁树上休息的猴子听到兔子和猫的争论，哈哈大笑，猴子说：“你们俩说的都不对，世界上最好吃的东西是桃子！

”这个故事说的就是效用理论，同样的一根胡萝卜，能使兔子获得最大的满足感，而猫和猴子却毫无感觉。

引申来说就是不同的人对同一事物的理解会不尽相同。

实际上，效用和物品本身的使用价值无关。

物品的使用价值是客观的，属于物品的基本属性；效用是消费者使用物品所产生的主观感受，也就是说人的心理满足程度。

效用强调的是主观价值。

此外，在不同的情况下，物品的主观价值也会发生改变。

比如，通常情况下，我们都认为金子是最珍贵的，但是在特定环境这种认知也会发生改变。

我们再来看一个故事：某个村庄里生活着一个穷人和一个富人，有一天突然发大水，他们两个为了逃命爬到了山坡的同一棵树上，他们都带着各自家里最珍贵的东西——穷人带着一袋馒头，富人背着一包袱金子。

洪水迟迟不退，第一天穷人吃了一个馒头，富人抱着金子挨饿，第二天依旧如此，到了第三天，富人已经饿得毫无力气了，他跟穷人说：“你给我一个馒头，我给你一锭金子。

”穷人看了看漫无边际的洪水，摇摇头说：“不换。

现在对我来说，馒头比金子重要得多。

”在这种情况下，金子已经失去了货币的交换功能，它没有任何效用，而馒头的效用则变得非常大。

经济学中有这样一个重要条件，即人们在消费之时更倾向于那些他们认为价值更高的物品或服务。

<<趣味经济学>>

效用是消费者的主观心理感受，换言之消费者越喜欢某种物品，这种物品对他来说效用就越大，他购买的欲望就越强烈。

比如宝洁公司生产的洗发水有多个品牌，包括飘柔、潘婷、海飞丝等，每个洗发水的主打特色各不相同，这样就满足了不同消费者的不同需求。

对于想要柔顺秀发的顾客，飘柔顺直系列对她来说效用最大，而对于漂染过头发的顾客来说，潘婷染烫修护系列对她们来说效用最大。

宝洁公司之所以在日用品方面独占鳌头，跟宝洁领导人在制订商业策略的时候运用了效用理论有很大关系。

有人喜欢看书，那么书籍对于他来说效用就很高，但是对于一个不喜欢看书的人来说，书籍的效用就会很低。

在路过书店的时候，书虫会选择进入书店挑选自己喜欢的书籍购买，而不喜欢看书的人则会毫不犹豫地走过书店，甚至不会考虑是否走进去看看。

由此可见，喜好对于效用的影响非常之大。

经济学中的效用理论不仅可以应用在商业领域，而且可以解释日常生活中很多方面的问题，诸如我们日常吃饭的习惯、消费购物的心理等。

总之，掌握效用理论，有助于我们正确理解分析生活中遇到的难题，有助于培养我们的理性思维。

P18-21

<<趣味经济学>>

编辑推荐

经济学源于生活，被人们抽象成各种晦涩的理论、数字、图表。

通过数字、图表来学习经济学，往往是越学越迷茫。

我们需要从根本出发，从生活中学习经济学。

和《趣味经济学：把握经济脉动的绝佳教材》一起做有趣的事——用经济学解读生活趣闻、社会热点、名人经历，在轻松、幽默的氛围中感悟经济学，从此做一个幸福而理性的经济人。

于生活中学习经济学，于热点中思考经济学，于名人案例中感悟经济学！

懂得什么是美女经济吗？

了解“无利不起早”的商家不停减价促销的原因吗？

知道如何应对通货膨胀吗……《趣味经济学：把握经济脉动的绝佳教材》——为你阐述，让你准确地把握经济脉动。

生活趣闻、社会热点与经济学完美融合，于趣味、欢乐中把握经济脉动！

经济学遥远吗？

晦涩而枯燥吗？

答案当然是否定的。

抛开数字与图表，从生活趣闻、社会热点、名人案例中发现经济学、学习经济学，你会进入一个趣味而神奇的经济学殿堂，轻松把握经济脉动！

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>