

<<麻辣经济学>>

图书基本信息

书名：<<麻辣经济学>>

13位ISBN编号：9787539947952

10位ISBN编号：7539947950

出版时间：2011-10

出版时间：江苏文艺出版社

作者：王兴康

页数：268

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>

## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

## 前言

今天，市面上的经济类图书犹如繁星点点，令人目不暇接。

可惜的是，她们不是戴着模型术语的专业眼镜，就是穿着劣质粗糙的业余泳衣，想找位既有内涵又能养眼的美眉比寻恐龙还困难。

与其傻傻等待梦中的她到花谢发白石头烂，不如自己生一个养一个。

咱这闺女靓丽俊俏，不长模型，鲜含术语，素养专业，内涵丰富，读者在轻松愉悦的阅读旅途中，就能领略经济学的神奇魅力，掌握经济学的独特思维，享受经济学的无穷乐趣。

这不，当爹的怀着王婆卖瓜般的心情，领着闺女闪亮登场了：她身怀百姓眼前身边出乎意料、生动有趣、五彩斑斓的事件与问题，略带一点历史上那些好玩的事儿。

古往今来，听说过为妇女立贞节牌坊的，从没听过为男人立贞节牌坊的；有要求古代妇女“三从四德”、“从一而终”、“嫁鸡随鸡，嫁狗随狗”的，从没对男人如此要求的。

这是为什么？

时代变化，思潮涌动，观念进步，男女地位越来越平等，性爱观念越来越开放。

与古代“三从四德”、“嫁鸡随鸡”不同，这年头，可以“租个女友回家过年”了，还能“未结婚先试婚”了。

现如今，倘若再提“三从四德”那一套，肯定会被当作老顽固，太out。

这又是为什么？

类似的好玩事件与问题还挺多：为什么男人比女人花心？

为什么我们会“活得起死不起”？

为什么美女更爱打扮？

为什么中国人把面子当宝贝？

为什么古代婚姻一夫一妻多妾，现代婚姻却一夫一妻？

为什么美容院小姐拿提成工资，家庭保姆却拿计时工资？

为什么畅销图书打折销售，火爆影片却加价放映？

为什么肯德基先付钱后用餐，酒店却先用餐后付钱？

等等。

闺女学名“经济学”，研究人的选择行为，她说行为受利害关系影响，利害变化，行为随之变化。

比如吹牛不上税，满嘴跑火车的“牛人”一抓一大把，但吹牛达人一踏进税务局，立即变成老鼠遇见猫，吹的牛不如小孩吹的泡。

许多吹牛公司都有两本帐，一本给税务，用来装孙子；一本给银行，用来充大爷。

种种规则影响着人们面临的利与害，规则变化，利害变化，行为随之变化，上述让人好奇的事件与问题都与规则有关，闺女会在书中为您一一破解。

“规则是只大染缸”，水容于器，器方则方，器圆则圆；人处于缸，遇红则红，遇黑则黑。

以前干部讲究论资排辈，越老越吃香，召开干部大会，苍颜白发一大片；邓小平主政后，主张干部年轻化，于是“年龄是个宝”，召开干部大会，朱颜乌发一大群。

改革开放前，农民在公家大田劳动，多劳不多得，少劳不少得。

当时比的是谁的偷懒技术好，谁能舒适自己又不让队长发现，谁就是高手。

家庭联产承包后，公家的地成了自个的田。

天还是那片天，地还是那块地，人还是那个人，却变成了比赛谁的经验足技术好，谁更用心用力，谁的产量高了。

和平发展年代，人们追求苗条高挑，有人喝牛奶打篮球，还有人购买增高鞋，于是姚明成为我们这个时代的英雄。

要是在革命战争年代，对不起，姚明面积太大，运作太不灵活，更易负伤牺牲，因此，潘长江式的英雄人物就增加了。

等等。

闺女的眼光好比X光，她能透视各行各业各种各样让人好奇的潜规则，包括政府、企业、学校、家庭

<<麻辣经济学>>

、娱乐与生活等诸多场景。

听她讲述尤如看福尔摩斯或狄仁杰侦破案件一样，既紧张刺激，又轻松有趣。

她将运用几个最基本的概念与原理，通过环环紧扣的推敲与分析，一点点破解日常生活中的潜规则密码，以满足您的好奇之心，启发您的经济思维，让您更轻松、更有趣地享受现实生活。

王兴康2011年8月

## <<麻辣经济学>>

### 内容概要

为什么古代婚姻一夫一妻多妾，现代婚姻却一夫一妻？  
为什么美容院小姐拿分成工资，家庭保姆却拿计时工资？  
为什么畅销图书打折销售，火爆影片却加价放映？  
为什么KFC先付钱后用餐，一般饭店却先用餐后付钱？

为什么美女更爱打扮，而剩女却越来越多？  
为什么易中天能成为“学术超男”，凤姐能一夜走红网络？  
为什么站票与坐票享受不同，价格却相同？  
为什么年夜饭价格大涨特涨，春节票价却纹丝不动？

诸多出乎意料的事件，其实皆与规则有关。  
现象当中存在非常规则，规则之下产生异常现象。  
经济学从利害角度理解人们的选择行为，利害不同，选择不同。  
规则影响并决定着利害，规则变化，利害变化，人们的选择行为也随之变化。

本书通过经济学这面显微镜，透视规则与行为的相互关系，并运用几个最基本的经济学概念与原理，通过环环紧扣、抽丝剥茧般的推敲与分析，一点点破解日常生活中各个领域的规则密码，把隐藏在日常生活现象背后的经济学谜底揭开，让您豁然开朗，满足您的好奇之心，启发您的经济思维，从而使您更好地理解 and 享受现实生活。

## <<麻辣经济学>>

### 作者简介

王兴康，1976年出生，知名经济学者，财经专栏作家。1999年毕业于浙江财经学院财政系，21世纪初，接受北大林毅夫与周其仁教授课程培训。专注从日常生活的视角解读经济学，致力于把高深的经济学思维通俗化、常识化和普世化，著有畅销书《价格的奥秘》。

## <<麻辣经济学>>

### 书籍目录

#### 第一章?无奇不有的政府权力

明朝皇帝朱元璋为何杀尽功臣？

中国古代太监为何总能受宠掌权？

为什么说降低个税才能放水养鱼？

为什么政府号召献血医院却依然“贫血”？

为什么中国人喜欢把面子当宝贝？

#### 第二章?行业老大的算计与逻辑

15.5元的药品为啥卖到213元？

为什么养生“神医”层出不穷？

为什么我们会“活得起死不起”？

天价住房都是土地流转惹的祸  
为何微软的垄断行为反而能造福大众？

为什么不是会员就不能进入高尔夫球场？

为什么年夜饭价格大涨特涨，春节票价却纹丝不动？

#### 第三章?国企体制内的咄咄怪事

为什么国企领导能上不能下？

为什么国有企业长期养“黄牛”？

为什么民企福利发现金，国企福利发实物？

为什么计件工资还要另加奖金？

为什么一般企业是股份制，法律事务所却是合伙制？

为什么股票买卖与进价毫无关系？

为什么品牌商品和一般商品成本相同，价格却有天壤之别？

为什么中国消费者不是上帝？

#### 第四章?让人感慨万千的中国教育

“高中航母”是怎样炼成的？

## <<麻辣经济学>>

为什么大学生没事就逃课？

大学生为何喜欢用书占座？

中国学生为何考试厉害，动脑不行？

教师节缘何成了“教师结”？

八名教授为何招不进一位国学“天才”？

湖南卫视得罪了哪个学校？

### 第五章?形形色色的后现代婚恋

为什么古代男人妻妾成群？

为什么古代女人“嫁鸡随鸡，嫁狗随狗”？

盲婚是怎样炼成的？

为什么以前流行多子多福的观念？

为什么家庭中男性一般比女性大？

为什么网恋蔚然成风？

为什么剩女这么多？

为什么男人比女人花心？

为什么女人变坏就有钱，男人有钱就变坏？

### 第六章?丰富多彩的衣食买卖

衣服贵贱不在用料多少

为什么大型商场往往一楼卖首饰二楼卖服装？

为什么买卖双方都不愿意先开价？

为什么6分钱的卷心菜摇身一变成6毛？

为什么肯德基提供优惠券，快餐店却不提供？

为什么肯德基先付钱后用餐，一般饭店先用餐后付钱？

为什么自助餐按人收费，超市按物收费？

为什么住房大量预售，苹果却现售现卖？

## <<麻辣经济学>>

### 第七章?交通运输的奇形怪状

为什么站票与坐票享受不同，价格却相同？

为什么杭州到安徽的班车比安徽到杭州的贵？

为什么出租车偏偏在繁忙时段交接班？

大卡车为何大超载？

中巴车“拉等飚”乱象是怎样消失的？

为什么机票经常超卖，电影票从不超卖？

为什么“8”字车牌特别金贵？

为什么“摇号”走俏豪华汽车？

### 第八章?五花八门的大众文娱

为什么旅游景点卖的东西特别贵？

五星级酒店缘何没有绝色佳人？

为什么美容院小姐拿分成工资，家庭保姆却拿计时工资？

为什么王菲与刀郎的CD价格竟然相同？

电影院的爆米花为何比其他地方卖得贵？

网上买书为何越迟越便宜？

出版社策划的图书为何不如民营公司？

为什么畅销图书打折销售，火爆影片却加价放映？

### 第九章?网络时代的各路牛人

凤姐是如何出名的？

裸模苏紫紫为何不可以一脱成名？

为什么说周立波的“网意自宫论”话糙理不糙？

“超级女声”是如何红透中国的？

为什么易中天能成为“学术超男”？

陈光标为何高调慈善？



<<麻辣经济学>>

政府若要“逮捕炒家”，郎咸平该自首认罪

第十章?别具一格的学问之道

孔子是位经济学家

葛朗台都是活雷锋

“中庸之道”这老古董还中用吗？

为什么中国的古文比现代文写得好？

为什么美女更爱打扮？

新世纪为何重现“重男轻女”现象？

“中国两个经济奇迹”是怎样炼成的？

欧美经济危机都要怪中国？

## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

## 章节摘录

为什么美容院小姐拿分成工资，家庭保姆却拿计时工资？

单位隔壁有家“紫罗兰”美容推拿店，主业是推拿，兼做美容与理发。

该店推拿分韩式、泰式与中式三种，每次价格分别50元、40元与30元，时间分别为80分钟、60分钟与60分钟。

店内员工是清一色的外地美眉，美容院收入由老板与小姐分成，每种推拿皆是六四分成，老板拿六成，小姐拿四成，包吃包住。

与推拿小姐报酬不同，保姆工资是按时计算的。

像我们这里，长期的保姆每天照顾小孩、买菜烧饭、洗衣拖地，工作6小时，每月工资1200元；临时的保姆，拖地擦窗的每小时15元，只擦窗的每小时20元，每到逢年过节，工资随行情上涨。

同样是服务行业，为什么美容店小姐拿分成工资，家庭保姆却拿计时工资？

大家可以试想，如果美容院小姐也拿计时工资，会发生什么情况？

如果也按时付钱，比如每位小姐每月2000元，那么，小姐肯定不会努力工作。

反正貌如恐龙，技能不咋地，服务不咋样，生意门庭冷落的小姐每月2000；貌若天仙，技能了得，做得努力，客户高兴，客似云来的小姐也是每月2000元。

那么，小姐何必好好打扮，何必提高技能，何必努力工作！

进一步说，天生丽质的小姐何必来此？

虽然每位小姐上班时间一样，但每人的长相、工作技能与服务态度，却可以千差万别。

而相貌、技能与服务态度对吸引客户相当重要，对生意好坏相当重要。

如果采用计时工资，小姐的相貌、技能与服务态度均会下降，美容院生意也将下降。

为了吸引美若天仙者，提升小姐推拿技能，提高小姐服务态度，收入分成方式应运而生。

在分成方式下，各个小姐的相貌、技能与服务态度可以通过客户多少体现出来。

美若天仙的，技能高的，服务态度好的，她的生意自然也好，收入自然也高。

老板与小姐又是一条绳上的蚂蚱，小姐收入高，老板收入自然水涨船高。

这就是美容院为何采用分成工资的原因。

那家庭保姆为何采用计时工资而不用分成工资？

因为保姆的姿色对做的家务的质量关系不大（请小保姆为了欣赏者除外）。

另外，不像美容院小姐的服务技能和态度与生意密切相关，一个家庭保姆，小孩带得好不好，饭菜做得可口不可口，地扫得干净不干净，窗擦得明亮不明亮，这些都能方便地看出来。

一个保姆家务做得不好，下个月换掉就是了。

这种情况下，保姆工资按时计付是合适的。

如果采用分成，反而十分麻烦。

首先，分成的目标很难选择，保姆的工作比较琐碎，选择什么作为分成目标？

扫地次数吗？

擦窗次数吗？

还是洗衣件数？

看来去，没有合适的指标。

而且，不像客户数量是多还是少，一目了然，计量方便。

如果选择扫地次数为分成指标，保姆说今天上午打扫了3次，你说只有1次，该如何解决？

而且，只要打扫干净了，打扫几次根本无关紧要。

也就是说，保姆的工作琐碎，每样工作都微不足道，选择分成目标较难，计量与监管也麻烦，所以，家庭保姆采用计时工资而非分成工资。

总而言之，个人能力对工作效果影响越大的，工作努力又难以识别的行业，往往采用分成工资；反之往往采用计件工资或计时工资。

比如推销员，个人能力对营销业绩影响较大，工作态度难以识别，往往按销售额提成；制造业的工人，个人能力对工作业绩影响也大，但工作态度容易识别，查看产量就一目了然，往往采用按件工资；

## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

厂里的秘书，个人能力对工作业绩影响不太大，工作容易识别，往往采用按时工资为什么女人变坏就有钱，男人有钱就变坏？

现在的世道人心，好像有点不咋地，俗话说：“女人变坏就有钱，男人有钱就变坏。

”女人变坏主要指不小心“失足”，比如当“三陪”与“二奶”，相应地，男人变坏指与变坏的女人在一起，干些见不得人的勾当。

当然，俗语所谓变坏男女指总体而言，现实中，有钱变坏的女人与变坏有钱的男人，也都存在，数量少点而已。

让人好奇的是，俗语为何不是反过来讲“男人变坏就有钱，女人有钱就变坏”？

这背后究竟有什么道理？

从经济角度看，人的行为选择都是趋利避害的。

男人也好，女人也罢，选择“变坏”或者“有钱”都是趋利避害的结果。

男女生理特点使得两性“变坏”与“有钱”面临的利害不同，因此导致“女人变坏就有钱，男人有钱就变坏”。

“女人变坏就有钱”从生理的角度看，女性的黄金时段来得早：美貌、身材、风韵、生育，都集中在青年时期，人到中年已大功告成。

男性则相反：风度、经验、事业、财富，往往要到中年以后，才初露端倪。

失足行业吃的是青春饭，面老珠黄者没资格进入。

青春饭有年龄的限制，导致从业者减少。

另外，此项行当以美貌为主要资本，一个相貌平平的女孩没有竞争优势，美貌这个要求又淘汰了不少竞争对手。

还有，失足毕竟不是体面事，人言可畏，道德歧视，是不得不承担的行业风险。

在世俗眼光看来，“失足”女人从床上下来那一刻起，在人心中就开始贬值了。

如果女人把一切都给了坏男人，那么，除了一张结婚证，失足女还可以留给未来的丈夫些什么？

除了身体价值外，失足女从行当中学到的主要经验与技能——如何服侍男人、如何讨男人欢心之类，除了以后用在老公身上外，在其他行业没有多少利用价值。

失足行当技能通用性差，折旧贬值快，不像工人打工，商人做生意，从中学到的经验，下次再就业仍然有效，通用性比较好，折旧贬值较慢。

年龄要小，相貌要好，行业知识通用性差，折旧贬值快，还得承担巨大风险，能够这样“过五关斩六将”成为花木兰与穆桂英式的人物，数量实在有限。

“物以稀为贵”，从事这行当的收入自然就高，这就是“女人变坏就有钱”的含义。

其实，准确地说，应该是年轻貌美的女人变坏就有钱。

年龄大的，貌不美的，即使想从事失足行业，“有钱”的程度也要大打折扣。

同样，符合上述标准的男人，要想变坏的话，估计收入也不菲。

“有钱”的问题算是解释了，但还存在另外的问题：为何“变坏就有钱”的主角里，男人所占比例远低于女人？

有人可能会说，男人对此项服务需求较大，女人对此项服务需求较小，这种说法好比写作文，推理不清楚，结果不明确。

下面我们就来求解一下“男人变坏”这道算术题。

“男人有钱就变坏”男人的生理变化与成就时间与女人不同，男人的黄金时间不在青年而在中年，人到中年经验、知识、财富、身份、地位、风度等都拥有了。

从生理方面讲，随着时间与岁月流逝，男人的体力与精力比女人衰退得慢，“男人四十一朵花”、“女人四十豆腐渣”，这为男人变坏提供了体力与精力保证。

女人色貌如花的时间来得短，男人精力充沛的时间来得长，女人会更珍惜利用自己的青春年华，而男人更多关注的是较长时段内的增值。

这就好比一台机器，折旧贬值快的，你会早用多用它；折旧贬值慢的，你不会在意一时，更会注重整个时段的利用价值。

追求总体利用价值的男人，分配时间精力的合理方式是早期投资后期享受。

## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

年轻的时候，要经验没经验，要地位没地位，要财富没财富，有的仅仅是年轻人的闯劲与活力。在“三没一有”条件下，年轻男人没有“变坏”的资本与可能，一般男人年轻时主要做两件事情——“往上爬”与多赚钱。

但随着时间的流逝，职位上升，财富增加，再想提升职务，获取更多财富，难度就大多了。

从办事员爬到股长位置，一般比较方便，但想从处长爬到局长，难度就大了。

财产从10万到100万容易，从100万向1000万迈进就难多了。

经济学把这种随着数量、程度增加难度增加的规律，叫做边际成本上升规律；对应地把随着数量、程度增加而价值减少的规律，叫做边际价值下降规律。

比如爱情七步曲：初识 - 甜蜜 - 无趣 - 腻烦 - 厌倦 - 逃避 - 再见，一步比一步无趣。

同样，随着年龄增加，岁月流逝，男人的地位与财富水涨船高，但获取地位与金钱的边际成本上升，边际价值下降，从地位与金钱上获得的净收益下降，此时风流的代价降低，于是“男人有钱就变坏”了。

裸模苏紫紫为何不可以一脱成名？

苏紫紫，女，1991年出生在湖北省宜昌市，中国人民大学艺术系二年级学生，也是每场五百元报酬的全裸模特。

两个天壤之别的身份，让90后的苏紫紫陷入争议的漩涡。

在一片争议声中，与凤姐一样，她也迅速蹿红网络。

有人说她的艺术离色情只有一步之遥，指责她给女人丢了脸，责问她“女人何苦为难女人”，谴责她“赤裸裸地炒作”。

其实炒作并非什么贬义词，不去说如今炒作无时不有、无地不存，所谓炒作几千年前就有了，从伯乐相马到吕不韦一字千金，再到陈子昂摔宝琴。

这些流传千古的案例告诉我们，只要事物本身是值得关注的与肯定的，用点所谓的手段也往往是必要的。

除了炒作说之外，谴责也好，支持也罢，也都只是一种价值判断。

如前所述，价值判断是最最简单的智力游戏，好比喜羊羊也知道灰太狼坏美羊羊好，但喜羊羊不会计算阴影部分的面积——逻辑推理。

为了显示我们高于喜羊羊，有必要对裸模事件进行经济分析与推理。

我们每个人都生活在社会当中，每个人的行为不但影响自己，也往往影响别人。

苏紫紫当全裸模特，不但有她的艺术与金钱追求，也对一般民众产生了影响，所以有人认为她伤风败俗，有人认为她勇气可嘉，是在追求自己想要的生活。

要说个人行为对别人的影响，生活当中时时处处都有：街上走来一位美貌如花的佳人，路人看着赏心悦目；要是遇到一位貌如车祸现场的恐龙，你会肃然而恐。

在公园散步，顺便能欣赏美景；要是遇到一对男女在Kiss，一般人会避之唯恐不及。

经济学称前者有正的外部性，后者有负的外部性。

按照英国著名经济学家庇古（Arthur Cecil Pigou）的分析与建议，前者，我们得付钱给美女或者公园管理者，后者，恐龙或者Kiss者得付钱给我们。

他认为，如果众人不补偿给美女与公园，美女将减少出行，公园将少建，人们的享受就会减少。

同样，恐龙与Kiss者得补偿给路人，否则的话，恐龙出行将增加，Kiss者将普及，同样会将降低众人享受。

这种分析忽视了众人的影响是相互的。

是的，美女街上走，的确给路人带来了愉悦，要是路人得因此付钱给她，那么路人的利益会受到损失。

处理外部性问题的关键，是看何种方式可以使路人与美女的好处最大，而不是一见好处就给钱，一见坏处就补偿。

要是美女向路人收费，路人就会拒付，美女与路人就会起争执，就得花费时间与精力。

争执的结果往往是美女收费不成，路人仍然我行我素，然而用于争执的时间精力却不创造财富，对谁都没好处，是种浪费。

## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

对小偷的处理往往就不同了。

小偷的行为对社会有负的外部性，各人为了防偷不得不花费心思与资源，比如各家各户安装门锁，不少家庭安装防盗窗等。

减少小偷就能节省防偷资源，提高众人的好处。

所以，街上有人喊抓小偷，前去抓的人会比较多。

我们再来看一个真实的案例。

金华发生过一起狗咬人事件，报纸报道说张三家养的狗咬了路人李四，李四向张三索赔，张三不给，认为是李四自己不小心，狗才咬到他。

李四认为是狗咬了他，错在狗的主人没有把狗管好，责任在张三，张三得赔偿，于是把张三告上了法庭。

最后，法院的判决是狗咬李四责任在张三没有把狗看好，张三得赔偿给李四。

法院认为，要是路人有责任防狗咬，那么人人走路都得小心翼翼，要么穿着铁甲，要么拿根棍子，很是麻烦。

相对路人而言，狗的主人管理狗就方便多了，主人不在时，一条铁链把狗锁起来就是。

很明显，相对路人，狗主人管狗防狗的代价更低，让他管理效率较高。

同样地，苏紫紫当裸模也会对别人产生影响，有人觉得她伤风败俗，“为难女人”。

问题是，如果不让苏紫紫当裸模，对她也会有损害。

而且，如果你不喜欢、不认同她这种做法，可以不闻不问，不会造成现实的损失。

从这个角度看，以道德批人与杀人对被批被杀者危害极大，批人杀人者受益有限，最多获得意淫的好处。

比如苏轼因诗获罪，岳飞“莫须有”被杀，对此等因言获罪，诛心杀人之事，世人无不扼腕叹息，痛心疾首，痛恨那昏庸的君主。

同样道理，面对苏紫紫当裸模，也不能以道德君子自居，对她说三道四，甚至鄙视谴责。

因为这种处理方式，对她压力与危害较大，谴责者却什么也没得到。

一般认为宽容是一种美德，因为宽容者对己没有危害，却成全、幸福了别人。

用经济学语言讲，这种自己不受损，却能让别人增进好处的行为方式，是一种“帕累托改进”。

理性的做法是从社会总收益的角度看待与处理外部性问题，不以个人道德评判别人。

宽以待人能够不妨碍自己，又幸福别人，这才是符合效率的理性态度。

从这个角度讲，苏紫紫当不当全裸模特完全是她自己的事情，应该由她自主选择。

只要她没有触及他人利益，就应该发挥宽容的美德，尊重她的选择，成全她的幸福。

为什么我们会“活得起死不起”？

这年头，“骨灰盒比电视机贵”、“坟墓比房子贵”、“活得起，死不起”。

继“经济适用房”后，宁波北仑推出了4800元和7800元两款“经济适用墓”。

该公墓每座1平方米，用花岗岩制造，原价10000元以上，只有具有当地户籍的困难家庭才能申请购买（2010年10月27日《钱江晚报》）。

推出“经济适用墓”说明墓地价格已然非常之高，这正如住房价格不合理，才需要推出“经济适用房”一样。

以深圳为例，墓地价格直逼豪宅，增速与房价相当。

实地观察发现深圳墓地价格的确一路看涨，最便宜的也需1.5万元，最贵的高达20余万元（2010年4月5日南方都市报）。

南山西丽报恩福地是深圳主要墓园之一，这里新开发的墓地——永安园墓地，每个不到4平方米，开价从122000元到188000元不等，均价接近每平米4万元，直达深圳香蜜湖豪宅均价。

这天价坟墓到底是怎样盖成的？

物品价格由供求竞争决定：购买者增加，需求竞争加剧，价格上升；供应者增加，供应竞争加剧，价格下降。

如果行业是垄断的，供应者减少，供应竞争减弱，价格就要上涨。

墓地的确是垄断经营，截至目前，我国共有殡仪服务单位3754个，其中殡仪馆1692个，民办机构不足

## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

两成；民政部门直接管理的公墓1209个，殡葬管理单位853个。

行业垄断导致供应不足，而殡葬需求又具备一定的刚性，在供求夹击之下，殡葬价格自然水涨船高。此情形下，深圳墓地价格直逼豪宅，宁波推出“经济适用墓”，就不足为奇了。

让人不解的是，殡葬为何能垄断？

为何餐饮与服装行业无法垄断？

其实，不仅殡葬行业，政府垄断的还有石油、电力、铁路、自来水与教育等。

仔细观察可以发现，政府能够垄断的，往往是替代品较少的行业。

能够替代殡葬行业的，几乎没有，石油、电力、自来水、教育等，替代品也极少。

铁路交通虽然有公路与飞机等替代，可惜得很，这些行业也基本由政府垄断。

餐饮业却大不相同，替代物品实在是多。

光是小吃，就有“兰州拉面”、“过桥米线”、“沙县小吃”、“成都小吃”、“土家火烧”与“印度飞饼”等等。

替代物品如此之多，政府想要垄断，困难可想而知，好比你要看住一个小孩，绰绰有余，若想控制一群小朋友，就没这么方便了。

同样，服装业花式品种实在是多，政府想要垄断，同样缚手缚脚，困难重重。

替代品多少是政府能否垄断的关键因素。

替代品越少的行业，政府垄断越容易，殡葬行业替代性服务极小，政府容易形成垄断。

既然政府垄断经营，加上生产与供应不足，需求又有刚性，这时墓地价格直逼豪宅，甚至推出“经济适用墓”，就自然而然顺理成章了。

为什么股票买卖与进价毫无关系？

人生的烦恼莫过于欲望太多，机会太少，比如鱼与熊掌往往不可兼得，“开车不喝酒，喝酒不开车”

。

选择就是放弃，有取就得有舍，舍鱼而取熊掌，鱼就是取熊掌的代价；要开车，不喝酒就是代价，要喝酒，不开车就是代价。

如果你有时光机，你想回去做什么？

1.重温美好时光；2.弥补一个遗憾；3.回去见一个人；4.好好学习。

在你心中，会对4个选项排出一个重要顺序，你肯定会选择最重要的那个。

放弃3个机会中最重要的那个就是代价，也是经济学所谓的成本。

成本影响选择，放弃的其他机会对你的选择没有影响，无论它有多么重要。

如何权衡取舍是衡量个人成熟与智慧的重要标准，比如小孩往往什么都想要，什么都不愿意放弃，只有成人才会权衡利弊作出合理选择。

理性人的行为倾向是趋利避害，追求较大收益，避免较大成本。

成本与选择形影相随，不可分离，没有选择就没有成本。

比如你过去做了一件事，历史上有所付出，由于没有时光机，不能回头重新选择一次，这个付出就不是成本，不影响你现在的行为。

让我们从这个平平无奇的概念出发，说明成本与股票价格的关系，揭示散户炒股屡战屡败的原因，指出正确的理念与做法是什么，再一般化说明成本对个人选择与生活的影响。

股市中，太多的散户具有这样的心理：这个股票是10元买的，要是股价跌到10元以下，坚决不能卖掉，否则我便亏了。

有这种想法的朋友，头脑中没有形成成本概念，误把历史事件当机会，误把历史成本当成本。

10元钱买入的股票，那是历史事件了，不可能再回到从前重新选择一回。

既然历史无法改变与选择，付出代价无法挽回，过去的事情本身就不再影响当前决策。

以10元价格买入股票，你面前的机会是卖掉或持仓，卖掉的收益是保留的成本，保留的收益是卖掉的成本，影响卖掉或者保留的唯一因素是股票接下来是涨还是跌。

倘若你预期会涨，那么保留的收益增加，即卖掉的成本上升，你就应该保留。

同样，要是预期会跌，保留的收益下降，即卖掉的成本下降了，你应该卖掉。

无论是买还是卖，与你过去是10元、20元还是1元买入毫无关系。

## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

有的散户10元钱买入股票，眼看着它一路往下跌，跌到进价之下。

由于误认“历史成本”为成本，产生了“不赚不卖”的想法，他就一直拿着，不管基本面是否在恶化，技术形态是否破坏，宏观形势是否改变。

在他眼中，现在的股票价格是否比10元高，才是他是否出手的唯一标准。

于是一幕幕周而复始的悲剧开演了：10元的股票，慢慢跌到了8元，5元，甚至3元，这个时候，散户往往恐慌了，生怕股票价格会跌到1元去，最终选择了出手。

历史经验告诉我们，这一卖往往灵验得很，你刚刚前脚把股票卖掉，股价立即从3元涨到5元，10元，甚至15元。

由于被“历史成本”误导，认为以前3元卖掉的股票，现在3元以上买入，又是亏了。

在这种错误观念引导下，你又只能作为一位旁观者，眼睁睁看着股票价格步步高升，却无能为力。

从成本角度看，当股票在3元以上，你面临的选择还是两个：买与不买。

买的收益是卖的成本，卖的收益是买的成本。

当你预期3元的股票还会涨时，买的收益上升，即卖的成本上升，就应该买入，这与你过去在1元、10元还是15元卖掉这只股票毫无关系。

“不赚不卖，否则就是亏钱”，一般的股民这样想，也这样做，随着时间流逝，最终逃脱不了亏损与失败的命运。

说到底，他们的错误与亏损源自不明白成本概念，误认历史成本为成本。

说完股票价格、历史成本与股市收益的关系，再来说明基本面与股价的关系，道理也类似。

许多散户朋友往往按基本面炒股票，业绩差的他们就不买。

这又犯了把历史机会当机会，历史成本当成本的错误。

从基本面看，股价是上市公司将来利润的折现，将来利润是影响股价趋势的唯一因素，如果将来利润下降，股价就会逐步下降；将来利润上升，股价就会逐步上升。

但股民们看到的上市公司业绩往往是已经过去了的，过去的业绩已经反应在当前的股价之中，不再影响接下来的股价走势。

可是，许多股民根据过去业绩买卖股票，他们认为过去业绩这么好，现在股价又不高，于是就放心地买了。

殊不知，同样想法与行为的人多了，股票筹码集中到散户手中就多了，大机构就无法收集足够的筹码。

而且，现在业绩好并不能代表将来业绩更好，一般来说，从垃圾业绩变好容易，漂亮业绩锦上添花困难。

一方面，业绩持续增长的可能性下降；另一方面，筹码集中到散户而非机构手中。

于是，过去业绩较好的蓝筹股的涨幅，往往赶不上现在看上去业绩平平或者业绩较差的股票。

无论基本面分析也好，技术面分析也罢，个股买卖决策都要从股价接下来的表现着手。

个股将来的机会才是可供选择的机会，这种机会的放弃才是成本，才会影响买卖决策。

过去的行为不再构成现在的选择，对现在的决策没有任何影响。

“世上没有后悔药”、“不要为溅出的牛奶可乐哭泣”，这是东西方智慧的结晶，说的就是历史事件不是机会，历史成本不是成本，日常决策只能着眼将来的道理。

炒股如此，恋爱如此，读书如此，凡事皆如此。

为什么肯德基先付钱后用餐，一般饭店先用餐后付钱？

生活中有许多现象，因为太过熟悉，我们往往熟视无睹，比如买卖中不同的“交钱”与“交货”顺序。

有的买卖一手交钱，一手交货，两个环节基本同时发生，比如农贸市场里的小菜买卖。

但有的买卖“交钱”与“交货”相互分离，顺序相反。

比如去肯德基是先付钱再用餐，去一般饭店是先吃饭再付钱。

这种“交款”与“交货”的先后差别是怎样形成的？

背后有没有一般化的规律？

交易是人类一大神奇的发明，其功能与作用远在“四大发明”之上，只要交换是自愿发生的，买卖双

## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

方均能获得好处。

因为若有一方没好处，交换肯定得泡汤。

交换的历史告诉我们，只有通过交换，人类的生活水平才能持续提升。

比如我们去KFC用餐，一定是用餐好处大于所付金钱，同样，餐馆一定认为所卖价钱多于生产费用，这样买卖才能成交。

通过KFC买卖，消费者与商家都获得了好处。

咋会有这么好的事情？

因为尺有所短，寸有所长，每个人的特长与优势不同，比如盖茨与鲁班，一个特长是编程，另一个特长是木工。

各人从事自己擅长的行当，比如盖茨只编程，鲁班只做木工，那么，生产的软件与家具会比他俩什么都做得多。

专业分工创造更多财富，然后通过相互交易，各人就能获得更多财富，具体分析可见本书第十章《孔子是位经济学家》一文。

一般的消费者做KFC肯定不如肯德基，同样的原料与人工，餐馆做出来的味道比消费者来得好。

同样，一定存在其他领域，消费者能力比KFC更牛，如果你是电脑高手，那么，KFC员工肯定做不过你，同样的原料与工人，你做出来的肯定更好。

你专门做电脑，KFC专门做快餐，通过交换，你们的财富都将增加。

各人从事擅长行当就是分工，具体来说，分工就是各人从事的领域越来越小，投入到专业领域的时间越来越多，专业经验与知识越积越多，生产力越来越高的过程。

但分工程度受制于市场范围，比如小村落肯定没有KFC，因为食用者太少，商家提供KFC会亏损。

只有人口规模较大的城镇，商家才能提供KFC赚钱。

市场范围越大，劳动分工才能越细，劳动分工越细，生产的物品才能越好，价格才能越低，买卖范围才能越广。

分工程度与市场范围相互联系，相互促进。

通过两者的良性互动，我们能够享受的物品才能越来越多，生活水平才能不断提高。

如果能够降低买卖困难，扩大买卖范围，就能促进分工深化，增加物品与财富，提高生活水平。

上述KFC与一般饭店用餐与付钱顺序的差异，就是商家降低交易困难的表现。

消费者到餐馆用餐，如果餐馆能够事先把食品做好，采用先付钱的方式，就能方便消费者与商家。

比如KFC先把食品做好了，不用消费者再点菜、说明菜的分量与做菜方式，也不用讨价还价。

他们把用餐中的多个环节合并到一起，自然能够方便买卖双方。

但“付钱拿货”这种方式要以买方相信菜肴数量与质量为前提，如果消费者对商家的东西不相信，不放心，就不乐意先付钱。

KFC在质量保证方面做得比较到位。

相比一般饭店，KFC食品种类较少，制作程序严格一致，食品分量与质量高度统一。

比如KFC里的汉堡在中国与在日本的含量与质量相差极小，有的学者甚至主张以汉堡表示各国汇率。

另外，肯德基是世界驰名品牌，开有多家连锁店。

品牌加连锁的方式能让消费者相信其产品质量，好比一颗钻石在豪华商场或游贩手中，你肯定更容易相信商场。

品牌加连锁店的形式本身就是食品质量的保证，既然KFC食品质量有保证，消费者容易相信，所以，FKC能够采用更方便的先付钱后消费的方式。

多数饭店没有连锁店，菜肴品种较多，菜肴数量与质量控制水平不如KFC。

一般说来，饭店自己清楚菜肴数量与质量，消费者对此了解较少。

对菜肴的数量与质量，让信息较少的消费者在食用过程中识别考核，比在事先考核容易得多。

而且，在饭店的就餐过程中，顾客还可以对不合口味的饭菜提出异议，可以要求重做或者换掉。

对于质量有问题的，比如菜里发现虫子之类，轻则换菜，重则免费。

因此，这种后付钱的方式更方便食客考核监管，能更好地维护消费者权益。

虽然后付钱的方式增加了用餐环节，麻烦了买卖双方，但唯有如此才能让食客放心，容易吸引消费者



## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

前来就餐，做大生意，所以饭店就愿意采用这种方式。

KFC食品数量与质量均有保证，就采用更方便的先付钱后用餐方式；一般饭店的菜肴数量与质量难以取信于消费者，只能采用后付钱方式，才能减轻消费者担心程度，做成买卖。

商品质量识别难度不同，商家采用的付价方式不同，但目的都是方便达成买卖，扩大市场范围，带动分工细化，提高生产效率，创造更多财富，提高人们生活。

为什么站票与坐票享受不同，价格却相同？

市场上买卖的多数物品，要是质量不同，价格也不同。

比如同型号的联想电脑，配置不同，价格不同；同一单元的住宅，楼层不同，价格不同；同一家酒店的厨师，等级不同，工资不同。

但也存在例外的情况，比如火车或公交的车票价格，无论是坐票还是站票，只要距离相同，价格一样。

显然，坐票的质量比站票高，享受的服务比站票好，从直觉看，坐票价格应该比站票价格高。

现实里却是两者同价，这是为什么？

乘客坐车当然是为了省时省力，公司当然是为了赚钱，但涉及乘客与公司利害关系的，不仅有服务质量与价格，还有如何保持乘车秩序的因素。

不同的定价方式与维护乘车秩序有某种联系，车票价格由价格与秩序两个因素决定。

我们可以设想，如果提高坐票价格或者降低站票价格，一般人会怎样行动？

一般来说，除春节等节假日外，火车会留下或多或少的空位。

如果坐票价格高于站票，乘客很可能购买价格更低的站票，上车后偷偷坐到座位上去。

既然乘客可以购买站票享受坐票，这样的话，很少有人愿意购买更贵的坐票，公司收入将大减。

要想提高公司收入，就要防止乘客“指鹿为马”、“鸠占鹊巢”的行为。

为此，就得有乘务员花费时间精力进行监管。

俗话说“法不责众”，未满的车座越多，站票与坐票价差越大，“指鹿为马”者越多，监管越吃力。

把坐票与站票价格定成一样，先让坐票卖光，让坐票者各得其坐，防止站票者坐他们的位置，就可以节省监管“指鹿为马”的代价。

与坐票定高价站票定低价相比，两类座位同价会使车主收入降低，但价格下降会使乘客增加，总收入是增是减并不一定，这要看车票价格弹性。

价格弹性用需求量变化百分比除以价格变化百分比表示，数值大于1叫富有弹性，小于1叫缺乏弹性。

比如车票价格为10元，若降到9元，变化10%，需求量由100变为120，变化为20%，那么车票价格弹性就是2。

原来收入是1000元，降低后收入为1080元，反而是增加的。

弹性大于1的物品，降价能增加总收入，涨价会减少总收入；弹性小于1的物品，降价会减少总收入，涨价能增加总收入。

要是车票价格弹性大于1，把坐票与站票订为同价，相当于降低坐票价格，那么，公司就能增加总收入。

这一样来，收入能增加，监管更方便，公司当然乐意。

要是车票弹性小于1，把两种车票订同价，虽然收入吃了点亏，只要监管代价下降足够大，收入上吃点小亏也是值得的。

以上说的是没卖完车票的情况，要是卖完坐票后，车票还是供不应求，站票也能卖掉一部分，这种情况下，站票与坐票价格一样，站票价格相对提高，总收入将提高，还能降低监管难度，就更值得了。

现实当中，不仅火车与公交的坐票与站票价格相同，电影院里不同位置的票价也相同，这与火车异票同价方便监督“鸠占鹊巢”的道理一样。

如果对好差座位实行差别定价，就会有人买了较差位置，进场后偷偷溜到好位置上去，这会增加影院的监管代价。

票价一律相同，让购买好位置的观众坐到自己的座位，就能自动防止差票者占位。

要是票价上吃的小亏能节省更多的监管代价，电影院好差位置同价就值得。

从节省监管代价角度看，有必要实行异票同价，从提供激励的角度看，道理也是相通的。

## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

把坐票与站票定为相同的价格，对于买坐票的人来说是一种激励。

一般来说，较早购买坐票的人，对坐车服务评价较高，这实际上也是一种“价高者得”。

从资源使用效率看，商品与服务被评价与出价更高者所得，效率较高。

我们不妨用下面的例子来说明一下。

比如一件衣服，你要她也要，那么，你俩只有出价更高者，才能得到它。

出价高说明衣服在她心中更重要，而她出的价是为别人提供服务换来的。

社会里的每个人，只在自己专业领域内是生产者，在更多的领域里是消费者，作为消费者想要在买卖竞争中胜出，只能出价比别人高。

想要出价比别人高，只能努力工作，为别人创造更多的财富。

当每个生产者在工作时努力赚钱，用赚来的钱出价购买物品，通过买卖做到“人人为我，我为人人”，社会的财富就能大大增加，我们的生活就能日益改善。

有人说，有的衣服价格是一样的，就算打折也打得一样，不存在消费者出价高低的问题。

这种说法只盯住货币价格，没有看到货币价格之外，时间本身也是一种经济资源。

如果你抢先去买衣服，生怕去迟了被别人抢走，说明衣服在你心目中评价很高。

在抢衣服的过程中，你不得不放弃做其他事情，这样一来，你的所付就是货币价格加上时间价值。

一般来说，如果不用赶急与生怕被别人抢购去，前者的时间代价更高，所付的实际价格更高。

因为在不用赶急的情况下，可以选择空闲时间去，可以选择在时间价值较低的时候去买。

从卖家角度看，即使价格相同，让对商品评价更高的人早买，对其也有利，商家可以更早空出货架摆放其他服装，可以早早回笼货款再去订货，等等。

同样，火车坐票站票定为同一个价格，对于早买者而言，他的真实代价高于迟买者，这种代价在春节期间更加突出。

春节期间车票需求激增，火车座位严重供不应求，买车票者得早几天预订，还得排上长长的队伍。

这种情况下，实行的仍然是价格高者得的市场原则，只不过这个价包括购票的时间与精力。

## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

## 后记

嗜书成性是进入大学第二年以后的事情了。

读大学前，我对读书一直提不起兴趣，甚至很是厌恶，与许多男生一样，那时最喜欢的，是如何变着花样玩耍。

当年，农村经济远不如今，我家穷得叮当响，没有如今小皇帝小公主们琳琅满目的玩具，没有丰富多彩的少儿书籍、动画影视，更没有让我们流连忘返的电脑与网络。

我们的童年，有的是自制的橡皮弹弓，用来弹杀麻雀；自装的链条火枪，分成两群，装了火柴，相互打仗；自叠的三角纸片，在长板凳上比赛谁滑得更远；两人一边“剪刀、石头、布”，一边用小刀在泥地里比赛谁能更快到达大本营，好比今天的飞行棋；等等。

闲云潭影日悠悠，物换星移几度秋，记忆犹存，往事随风。

可惜的很，在读书写作方面，我没有这份兴趣爱好，读写成为我学生时代最最头痛的事情。

由于读书太少，当年高考写作文，搜肠刮肚老半天，想来想去几句干瘪的话，最后，还是凑不足800字，结果，考了个不及格。

大学二年级，老师邀我做研究写文章，虽然明知是弱项，但最终盛情难却。

做研究写文章最重要的是创新。

新思想怎么来？

起码得了解前人说了些什么，怎么样说的，在前人所说与现实之间来回比较，找出其中不足，才能写出自己的新意来。

由于要知道前人所思所说，我就开始大量阅读，开始时，读的是老师与同学一致认可的文章。

后来，有了经济常识，知道了国内著名的经济学家，于是，就找他们的文章来读。

其中有“吴市场”吴敬琏，“厉股市”厉以宁，“张企业”张维迎，“杨承包”杨培新等人。

可是读了大半年，他们到底说了什么，我还是心中没底，对基本概念与理论仍感到头晕目眩，更甭说写出有新意的文章来了。

帮老师写文章当然只是说说而已，等与老师讨论具体内容时，只能支吾以对，说不出个所以然来，写文章的事就这样无功而返、不了了之。

事后，我总结经验教训，心想是否读错了书，念歪了经。

以前，我读书是按作者名气、别人推荐以及畅销书排行选择的，是不是这个方法不对头？

于是，我换了个选书的方法，至今仍在用，那就是凭自己的兴趣选书，选择那些自己能看懂，读起来愉快的书。

正如哲学家周国平所说，无论什么书，只有你读时感到了愉快，使你有了共鸣，获得了享受，才应该承认它对于你是本好书。

没有人有义务必须读历史、经济、诗词、小说、散文或者其他任何类型的文章。

一本书，无论老师教授说它多么好，无论同学朋友怎样推荐它，无论多么畅销，倘若引不起你的兴趣，没有让你感到愉悦，便都与你无关。

又如林语堂先生所言，读书应该读出语言的味道来，“读书读出味来，语言自然有味，语言有味，做出文章亦必有味。

有人读书读了半世，亦读不出什么味儿来，就是因为读了不合口味之书。

读书须先知味。

这味字，是读书的关键。

”读书好比寻找女友，无论媒人吹得多么好，父母说得多么棒，只要你没啥感觉，提不起劲，便都与你无关，你大可不必与她交往。

读书方案一旦定了下来，我的读书耐心与收获便接踵而至。

因为读的都是自己喜欢的书，所以也就没了那份苦读的烦闷，竟然可以整天整天泡在图书馆里了。

由于读的是自己喜欢的书，所读的东西也往往更容易理解。

又过了半年，另一个老师邀我做研究写文章，是关于农村股份合作制的。

由于阅读了大量感兴趣的文章，竟然对农村股份合作制有了不同于一般人的见解。

## &lt;&lt;麻辣经济学&gt;&gt;

于是，就写了篇文章，认为这是一个适合当地的企业制度，各地企业组织应该因地制宜，不可一刀切。

后来，这篇一万多字的文章竟然在一个大学院刊全文刊载了。

想想前后两次做研究写文章的经历与差异，我不禁感慨万千，彻夜难眠。

对我而言，喜欢上一本书，书内的文章也并非全部喜欢。

我只选择自己喜欢的章节来读，有的章节一翻一瞥，觉得没啥意思，就用铅笔打个“×”，永远不再看了。

比如费雪的《利息理论》，值得看的只有前面的70页，又比如弗里德曼的《价格理论》，值得看的只有第5章。

一本书经过初次选择，经得起读的文章往往没几篇，以后再读，就只需读这几篇。

等读完第二遍，又能发觉有几篇不值得读，这样来来回回三五次，剩下来的文章往往只有三四篇，这三四篇才是真正值得一而再、再而三，反反复复重读的。

值得这样反复重读的文章不多，它们只占0.01%都不到。

离开大学，踏入社会，迈进单位，我才悟出读书与实践，思想与生活的关系：生活是水，思想是鱼，鱼离不开水，思想离不开生活。

从此，在喜欢与愉悦的前提下，更是有意识地阅读来源于日常生活的文章。

张五常与周其仁是我最喜爱的经济学家，他们的文章与思想都与日常生活密切相关。

香港大学张五常教授的三卷本《经济解释》，我买了两套，一套放在家里，一套放在单位。

休息闲暇，沉浸其中，品尝咀嚼，回味无穷，“每有会意，便欣然忘食”。

从旁听北大周其仁教授的经历，可以看出我对鲜活思想的喜爱与痴迷。

2003年，教授来到浙大紫金港校区讲授“新制度经济学”，运用经济原理分析多姿多彩的日常生活。

我早于1999年毕业工作，为了准时听课，不得不每周四下午请了假，先是坐公交到绍兴客运中心，再坐班车赶赴杭州汽车站，然后几次转辗到达紫金港校区。

每次赶到授课大室，坐位早已爆满，所有可能利用的空间，包括过道与讲台周围，也早被别人挤得满满、水泄不通，许多人只能站着听课。

由于空间太小，各种站姿千奇百态，无奇不有。

我呢？

是坐在窗台上听讲的。

一位老师的课，竟然火爆如斯，喜爱如斯，是我平生仅见，恐怕也是空前绝后了。

3小时的课程在21：30结束，为了节省住宿费用，我们翘首企盼着校车，然后，拥挤着进入车里返回老浙大。

我与当时仍在读研的同学一起，挤在一张不足半米宽的小床上，满屋纷纷扰扰蚊子叮咬之声，满面分分秒秒臭熏陶之味，我却上床闭眼，粘被睡酣。

次日，天未亮就起来，几番转辗赶到汽车东站，坐头班车赶回单位上班。

这段旁听经历，苦则苦矣，累也累哉，如今却成了我最最温馨与珍贵的回忆。

张五常与周其仁影响了我的观察与思考方式，本书中的许多思想源自他们，在这里，我要真心感谢两位老师。

谢作诗教授在百忙之中慨然作序；被北大林毅夫教授中国经济课程吸引，阅读了他的全部文章，受益匪浅；北大薛兆丰博士不但给我提供了思想盛宴，还耐心教我如何写清楚明朗的文章；与网友张三李四探讨受益颇多，在此一并致谢。

王兴康2011年8月

<<麻辣经济学>>

媒体关注与评论

- 经济学是经验科学，日常生活是经济学的实验室，好的经济思想要不断以街头巷尾的现象进行印证。
- 香港大学金融学院院长 张五常学问是我们观察日常生活的向导，日常生活是寻求学问的真正场所，只有不断地在学问与现实之间来来回回，我们才能学到些什么。
- 北京大学国家发展研究院院长 周其仁作者师从周其仁，本书作序谢作诗，内容着眼生活，观点新颖正确，推荐！
- 北京大学法律经济学研究中心联席主任 薛兆丰思想如鱼，生活如水，一切好奇别样生活与背后奥秘的读者朋友，不管你从事什么职业，处于何种职务，不妨读一读这本真实世界的经济学。
- 浙江财经学院经济与贸易学院院长 谢作诗

## <<麻辣经济学>>

### 编辑推荐

《麻辣经济学》编辑推荐：为什么女人变坏就有钱，男人有钱就变坏？  
为什么年夜饭价格大涨特涨，春节票价却纹丝不动？  
为什么KFC先付钱后用餐，一般饭店却先用餐后付钱？  
为什么美容院小姐拿分成工资，家庭保姆却拿计时工资？  
为什么易中天能成为“学术超男”，凤姐能在网络一夜走红？  
最见怪不怪的生活案例，最意想不到的趣味解读，为你揭开日常生活中鲜为人知的经济学秘密和潜规则！

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>