第一图书网, tushu007.com

<<一口氣讀懂經濟學>>

图书基本信息

书名：<<一口氣讀懂經濟學>>

13位ISBN编号：9789862350850

10位ISBN编号：9862350857

出版时间：2010-2-2

出版时间：臉譜出版社

作者：黃曉林,董典波

页数：304

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

前言

妙聽聞　　曾經有這樣一則行銷故事：向和尚賣梳子，賣得越多越好。
幾乎所有人都對這樣的命題表示懷疑：把梳子賣給和尚，這怎麼可能？
有沒有搞錯？
和尚沒有頭髮，根本就用不著梳子。
面對根本沒有需求的市場，許多人都打了退堂鼓，但甲、乙、丙三人勇敢地接受了挑戰。
一個星期的期限到了，三人回公司彙報各自的銷售成果，甲先生僅賣出1把，乙先生賣出10把，丙先生居然賣出了1,000把。
同樣的條件，為什麼結果會有這麼大的差異呢？
甲說，他跑了三座寺院，受到無數和尚的臭罵和追打，但仍然不屈不撓。
在下山的時候他碰到一個小和尚，這個小和尚因為頭皮癢在撓頭，他遞上一把梳子，小和尚很高興地買了這把梳子。
乙去了一座名山古寺，由於山高風大，把前來進香的善男信女的頭髮都吹亂了。
乙找到住持，說：「蓬頭垢面對佛是不敬的，應在每座香案前放把木梳，供善男信女梳頭。
」住持認為有理。
那間廟共有10座香案，於是住持買下10把梳子。
丙來到一座頗負盛名、香火極旺的深山寶刹，對方丈說：「凡來進香者，多有一顆虔誠之心，寶刹應有回贈，保佑其平安吉祥，鼓勵多行善事。
我有一批梳子，您的書法超群，可刻上『積善梳』三字，然後做為贈品。
」方丈聽罷大喜，立刻買下1,000把梳子。
經濟學這麼說　　美國著名經濟學家保羅?薩繆爾森（Paul A. Samuelson）說過：學習經濟學是再簡單不過的事了，你只要掌握兩件事，一個叫供給（supply），一個叫需求（demand）。
需求指的是消費者在一定時期內的各種可能的價格下願意而且能夠購買的該商品的數量，指的是消費者想得到某種商品的願望。
需求不是自然和主觀的願望，而是有效的需要，它包括兩個條件：消費者有購買的欲望和有購買的能力。
影響需求數量的因素有：商品的自身價格（需求量隨價格上升而下降，隨價格的下降而上升）、消費者的收入水準（需求量隨收入水準的上升而上升，隨收入水準的下降而下降）、相關產品的價格（需求量在一定時期內隨價格的上升而上升，隨價格的下降而下降）、消費者的偏好（需求量隨偏好的上升而上升，隨偏好的下降而下降）、消費者對商品的價格預期（需求量隨價格預期的上升而上升，隨價格預期的下降而下降）等。
供給指的是生產者在一定時期內在各種可能的價格下願意而且能夠提供出售的該商品的數量。
這種供給是指有效供給，必須滿足兩個條件：生產者有出售的意願和有供應的能力。
影響供給數量的因素有：商品的自身價格（供給量隨價格上升而上升，隨價格的下降而下降）、生產成本（供給量隨生產成本的上升而下降，隨生產成本的下降而上升）、生產的技術水準（供給量隨生產技術水準的上升而上升，隨生產技術水準的下降而下降）、相關產品的價格（供給量在一定時期內隨價格的上升而上升，隨價格的下降而下降）、生產者對未來的預期（供給量隨未來預期的上升而上升，隨未來預期的下降而下降）等。
知識鏈結　　需求法則need rule）是微觀經濟學中一個重要的法則，即在一般情況下，需求與價格成反比，價格越高，需求量越小，價格下降，需求量上升。
例如：如果每勺冰淇淋的價格上升20美分，你將會少買冰淇淋，你會購買冷凍優酪乳。
如果每勺冰淇淋的價格下降20美分，你會多買一些。
由於需求量隨價格上升而減少，隨價格下降而增加，我們說，需求量與價格呈負相關。
價格與需求量之間的這種關係對經濟中大部分物品都是正確的，而且，實際上這種關係如此普遍，經濟學家稱之為需求法則：在其他條件相同時，一種物品價格上升，該物品需求量減少。
但在少數情況下會出現相反的情形，即價格越高需求量越大，價格越低需求量反而越小。

這種財貨通常是社會上具有象徵地位的奢侈財，如鑽石、古董，它們常常會因為價格的提高，需求量反而增加。

需求曲線demand curve）是指表示商品價格與商品需求數量之間的函數關係的曲線。它表明在其他情況不變時，消費者在一定時期內在各種可能的價格下願意而且能夠購買的該產品的數量。

供給的價格彈性（price elasticity of supply）在概念上與需求的價格彈性相似，只不過它衡量的是供給對價格變動的反應，更精確地說，供給的價格彈性是供給量變化的百分比除以價格變動的百分比。供給彈性在完全競爭條件下最為有用。

内容概要

16005665 16005665

作者简介

董典波　　華東石油大學管理系畢業，曾任職於勝利油田開發公司、山東證券公司副總經理、齊魯證券公司總經理以及經濟改革委員等職，豐富的閱歷和親身實踐讓他對世界經濟、中國經濟的發展有著獨到的見解。
黃曉林　　畢業於東北大學教育經濟與管理專業，管理學碩士，主要研究經濟學及人力資源管理。著有《每天讀點經濟學》。

第一图书网, tushu007.com

<<一口氣讀懂經濟學>>

书籍目录

入門篇：踏上你的經濟學之旅[001] 理性經濟人　人是利己且理性的動物？
[002] 稀有性　撥開伊拉克戰爭的迷霧[003] 財貨　什麼都能買賣[004] 價值與價格　鄭州「天價理髮」事件的背後[005] 使用價值　我們購買的究竟是什麼[006] 需求與供給　經濟學的永恆話題[007] 貨幣　石頭也可以買東西[008] 成本　皮拉斯的勝利[009] 市場　進行交換的場所思維篇：像經濟學家一樣思考[010] 信用　傳之後世的經商法則[011] 邊際效用　第一個和第七個的不同[012] 公共財　免費的午餐[013] 機會成本　到底選哪個好？
[014] 比較優勢　比一比，自己的優勢在哪裡[015] 規模經濟　小心大而無當[016] 搭便車　私人不願意提供的服務[017] 馬太效應　窮人更窮，富人更富[018] 效率和公平　無法調和的矛盾？
[019] 80/20法則　少數人掌握多數財富[020] 外部效應　三個和尚沒水喝消費篇：做個懂消費的消費者[021] 效用　一種物品百種情[022] 消費心理　買？
還是不買？
[023] 消費財　生活的目的在消費[024] 價值矛盾　鑽石與木碗的故事[025] 需求彈性　糧店打折無助銷路[026] 奢侈品　享受有差別的生活[027] 替代效應　豬肉漲價了就多吃牛羊[028] 互補財　你得利我才有好處[029] 消費者剩餘　省出來的19元市場篇：市場先生是最誠實的朋友[030] 看不見的手　亞當?斯密的法寶[031] 供需機制　洋布在中國賣不動[032] 均衡價格　買賣雙方腦袋的碰撞[033] 市場經濟　衝破小農經濟的藩籬[034] 房地產　高房價的隱憂[035] 價格歧視　不同的人不同的價格[036] 完全競爭　不受任何干擾的市場機制[037] 獨佔　繳不完的洗澡費[038] 寡佔　我們幾個說了算[039] 市場失靈　自由交換也有吃不開的時候[040] 蛛網理論　跳不出的旋渦[041] 產權　「路邊苦李」暗藏玄機賽局篇：創造一個多贏的結局[042] 賽局　市場中的高手對決[043] 不完全資訊賽局　「黔驢技窮」的教訓[044] 逆向選擇　資訊太少，所得太差[045] 道德風險　經濟學家的發現[046] 公地悲劇　佔有越多或許得到越少[047] 納許均衡　能不能只贏不輸[048] 正和賽局　三個醜皮匠，頂個諸葛亮[049] 帕雷托最優　「一毛不拔」的完美結局[050] 囚犯的兩難　沉默還是背叛就業篇：把自己賣個好價錢[051] 人力資本　蕭何為何月下追韓信[052] 人口紅利　人多力量大[053] 生產效率　一條圍裙省下大筆工資[054] 勞動工資　勞動力價值的貨幣表現[056] 充分就業　所有願意工作的人都有工作[056] 失業率　經濟指標的「冠上明珠」[057] 個人所得稅　你的個人收入有多少[058] 菲利浦斯曲線　物價上漲與失業宏觀經濟篇：推開綜觀全局之窗[059] 宏觀調控　國家對經濟的調節和控制[060] 凱因斯主義　政府對經濟進行全面干預[061] 預算　準備花多少錢[062] 財政赤字　入不敷出的窘境[063] 通貨膨脹　一份報紙7000萬馬克[064] 通貨緊縮　阻礙復甦的幽靈[065] 乘數效應　成倍增長的連鎖反應[066] 稅收與稅率　為什麼要繳稅[067] 拉弗曲線　你樂意繳的稅[068] 購買力平價　你的錢在其他國家能買到什麼金融篇：財富的泡沫之殤[069] 虛擬經濟　身價百倍的燒餅[070] 儲蓄存款　從窖藏到銀行[071] 期貨　今天做明天的交易[072] 債券　鑲金邊的投資證明書[073] 基金　專業的理財顧問[074] 股票　在機會與風險中淘金[075] 保險　從容面對「飛來橫禍」[076] 泡沫經濟　上帝欲使其滅亡，必先使其瘋狂貿易篇：生意越來越大，地球越來越小[077] 匯率　誰的錢更值錢[078] 升值與貶值　去哪個國家玩最划算[079] 對外貿易　沒有商人到不了的地方[080] 貿易順差與逆差　出口與進口的關係[081] 貿易補貼　進出口貿易的津貼[082] 傾銷　以低價佔領市場[083] WTO　世界貿易的協調者[084] 熱錢　具有「四高」特徵的燙手鈔票經濟指標篇：做經濟生活中的聰明人[085] GDP　兩堆狗屎，一億產值[086] GNP　真正屬於自己的價值[087] 恩格爾係數　從「吃了嗎？
」到「你好！
」[088] 消費者物價指數　物價是漲還是跌[089] 吉尼係數　富人的天堂和窮人的地獄[090] 人均可支配所得　真正的個人所得[091] 幸福指數　掛在國民臉上的指數[092] 人類發展指數　我們究竟走向何處生活經濟篇：經濟學就在你身邊[093] 美女經濟　美麗也是生產力[094] 體育經濟　奧運為何如此火熱[095] 假日經濟　喧囂的「十一黃金週」背後[096] 考試經濟　萬馬千軍獨木橋[097] 「她經濟」　女人撐起半邊天[098] 會展經濟　跨越市場的橋梁[099] 網路經濟　阿里巴巴的成長歷程[100] 地下經濟　灰暗角落裡的發現後記

第一图书网, tushu007.com

章节摘录

妙聽聞　　佛教《百喻經》中有一則寓言：有個人肚子餓了，去買煎餅吃。
他一連吃了六個，覺得還是不飽，就買了第七個吃，剛吃了半個，就覺得很飽了。
這時，他心中很懊悔，用手打自己的嘴巴說道：「我怎麼如此愚癡而不知節約！
早知道後頭的半個煎餅能吃飽，那麼我只要買這半個煎餅就是了，前頭的六個煎餅不是多吃了嗎？
」　　經濟學這麼說　　「邊際」（margin）是經濟學上的關鍵術語，常常是指新增的意思。
邊際效用（margin utility）就是消費者多消費一單位商品而得到的新增效用。
1870年代初出現的邊際概念，是西方經濟學自亞當?斯密以來的一個極為重要的變化。
經濟學家把它做為一種理論分析工具，應用於任何經濟中任何可以衡量的事物上。
正因為此一分析工具在一定程度上背離了傳統的分析方法，故有人稱之為「邊際革命」。
日常生活中，人們常常會碰到需進行邊際分析的問題。
譬如：你是火車站附近一家小百貨店的經理，是什麼使你決定營業24小時，而不是朝8晚9？
你可能會這樣考慮：24小時營業當然要額外（邊際）花費一些成本（如水電費、工資等），但是也會有一定的額外收益（多營業11個小時的收入），只要額外收益比額外成本高便是可行的。
其實你是在拿額外增加的成本與額外增加的利潤做比較，而不是以建百貨店的費用、購櫃檯、售貨架等的成本做為決策的依據的。
在經濟學上，這「額外」的部分便稱之為「邊際」，而把由某項業務活動引起的邊際收入與其邊際成本（而不是全部成本）比較的方法，就叫邊際分析法。
如一家民航公司開闢從甲地飛往乙地的新航線，每運載一位旅客的全部成本是260元，那麼，當每次飛機有空位時，它能不能以每張130元的票價賣給學生呢？
有人可能會說：「不行！
」理由是每個旅客的全部成本是260元，低於這個數目的票價將使航空公司虧損。
但是，如果我們用邊際分析法一分析，便會發現，行！
因為我們此時做決策不能依據全部成本（包括飛機維修費用以及機場設施和地勤人員的費用等），而是要依據邊際成本。
飛機維修費以及機場設施費等的開銷，不論是否搭載學生，都是要發生的，而學生在機上的就餐費和飛機因增加負載而增加的燃料支出，才是因學生乘坐飛機而額外增加的成本。
若該邊際成本只有30元，則邊際收入130元大於它的邊際成本，說明學生乘坐飛機能為公司增加利潤，所以，按低價讓學生乘坐飛機對航空公司是有利的。
邊際分析法是經濟學的基本研究方法之一，不僅在理論上，在實際工作中也有相當大的作用，是打開經濟王國的鑰匙。
知識鏈結　　邊際效用遞減（diminishing marginal utility）對物品的欲望會隨欲望的不斷滿足而遞減。
如果物品數量無限，欲望可以得到完全的滿足，欲望強度就會遞減到零。
中午你肚子餓了，去麥當勞吃漢堡，吃第一個的時候你會覺得漢堡太好吃了，於是你又買了一個；吃第二個的時候，你可能感覺沒第一個好吃了，但也還行，於是再買了一個；吃完第三個，你真的覺得飽了。
碰巧的是，一個要好的朋友來了，硬拉著你又吃了一個漢堡，吃這個的時候你就覺得有些膩了。
如果再要你吃一個，你可能以後看到漢堡就想吐。
每個漢堡帶給你的滿意度是遞減的，從好吃到想吐，這就是邊際效用遞減。
邊際成本（marginal cost）指在任何產量水準上，增加一個單位產量所需增加的工人工資、原材料和燃料等變動成本。
例如：生產某種產品100個單位時，總成本為5,000元，單位產品成本為50元。
若生產101個時，其總成本為5,040元，則所增加一個產品的成本為40元，即邊際成本為40元。

第一图书网, tushu007.com

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