

序

今天的经济学似乎变成了俱乐部游戏，一种只有“经济学家”自己才能看懂的智力游戏。这种经济学漠视鲜活生活，不管解释预测，只追求逻辑不打架，模型比妞靓。可惜，这只是数学，不是经济学。这种不切实际的学问，被诺贝尔经济学奖得主科斯称为“黑板上的经济学”，被官员和企业家朋友称为“不管用的经济学”。

其实，思想如鱼，生活如水，鱼离不开水，思想也离不开生活。本书着眼于生活中五彩缤纷、新奇有趣的事件，探索这些事件背后的原因，解释事情的来龙去脉，预测事情的变化趋势。它没有模型，不用所谓的前沿分析工具，只从基本的经济概念和原理出发进行通俗易懂的分析，如抽丝剥茧一般，一点点把谜底揭开，让我们豁然开朗，既满足了我们的好奇心，也让我们读有所得。另外，此书文字通俗，语言流畅，不是所谓的学术式写作，也没有高深的说教，可读性极强。

在一些经济学家看来，这样的学问可能太浅，也不够前沿。但正如科斯所言：其实，经济学能够告诉我们的只是一些简单的原理。俗话也说：非名山不留仙迹，是真佛只说家常。这种以小见大，以简单驾驭复杂的学问才具有生命力，我们叫它真实世界的经济学，其他“神马都是浮云”。

由于经济学越来越远离现实，诸多大家纷纷表达了对经济学的不满。美国经济学会会长奈特说，经济学完全没有用，应该把经济系从大学取消。美国著名经济学家克鲁格曼说，过去几十年来的宏观经济学，说得好听点是百无一用，说得不好听点是有百害而无一利。诺贝尔经济学奖得主科斯说，经济学家的贡献远低于他们的工资，应该叫他们改行做其他职业。读了这本书，读者朋友就能知道，教科书在正确指出成本概念之后，为什么随后的分析基本上全错了。

一切好奇别样生活与其背后奥秘的读者朋友，不管你从事什么职业，处于何种职务，不妨读一读这本书。当然，如果只想发点文章，拿张文凭，混个教授，骗群学生，可能不必读这本书。即便在大学里发文章，拿文凭，混职称，骗学生，但假如对鲜活的生活与生活的学问还有些兴趣，也不妨读一读这本书。我也祝愿王兴康先生在真实世界的经济学上不断取得进步，写出更多更好的文章。

谢作诗

辽宁大学教授、博士生导师

浙江财经学院经济与贸易学院院长

2011年7月

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、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

明朝皇帝朱元璋为何杀尽功臣？(1)

逃不出“兔死狗烹，鸟尽弓藏”的历史循环，农民和尚朱元璋屁股刚沾上龙椅，马上翻脸不认人，大批量杀戮功臣。由于被杀者如麻，断头者众，只能拣几位重量级人物说说。文臣当中，丞相胡惟庸被杀，因此案株连被杀者超过一万人；已退位的高龄丞相李善长也被杀，兼夷其三族。他们可是出谋划策、屡建奇功的牛人，也是朱元璋亲密无间的朋友兼战友。

杰出的武将队伍中，除了死得早的常遇春，被削职流放的李文忠，最能打的徐达与蓝玉，均遭不测。徐达不仅是和朱元璋从小玩到大的好朋友，更是打败朱元璋竞争对手，推翻元朝主力的杰出将领。徐达得病不能吃蒸鹅，朱元璋偏偏赐给他蒸鹅，致其含恨而死。徐达以后的名将，剿灭元朝残余主力的功臣蓝玉被诬以谋反罪灭族，牵连同党一万五千人。如此大规模的杀戮，真让人匪夷所思，我们不禁会想，朱元璋为何要大批量杀戮功臣呢？

此事与竞争规则密切相关。鉴于竞争概念在经济学江湖中的老大地位，有必要开门见山地介绍介绍。大家知道，世间普遍的现状是人心不足，资源有限，而对众人而言，钱不够，地不够，房不够，人不够，相貌不够，能力不够，权力不够，关系不够 于是“僧多粥少”，你要我要他也要，这就是竞争。

世间任何资源的价值均由供求竞争决定，如果是物品买卖，那么，买的人增加，买方竞争就会加剧，价格自然会上升；而卖的人增加，卖方竞争就会加剧，价格自然会下降。企业员工的价值也同样如此：企业数量增加，老板雇人增加，老板对人才的需求竞争就会加剧，工人报酬自然会增加，待遇也会跟着上升；而工人数量上升，人才供应就会增加，岗位竞争就会加剧，工人报酬也就因之减少，待遇自然跟着下降。下面就用这两种竞争规则解释朱元璋为何大杀功臣。

如果把朱元璋政权看成一个武装集团，朱元璋就是集团董事长，文臣武将则是他雇用的大小经理。从集团间竞争与员工的待遇关系看，当类似的武装集团数量众多，集团之间竞争激烈的时候，老板对经理的需求竞争就会加剧，而经理的报酬待遇自然相对较高，这个时候，老板不敢怠慢工人，更不可能杀掉能臣。

比如春秋五霸与战国七雄那会儿，耍嘴皮子的纵横家游走于各国之间，好像到邻居家串门儿一般轻松随意。当时，各路诸侯竞相追逐人才，老板普遍爱才惜才，工人报酬待遇普遍较高。这个时候，才会出现腰揣六国相印的说客。那年头，如果集团老板胆敢杀死人才，谁还跑你这儿来？没有优秀人才，集团如何与其他集团竞争土地与子民？如何与其他集团竞争霸权与皇位？

三国两晋南北朝、五代十国等时代，争夺霸权与皇位的集团数量也很多，集团间、老板间竞争十分激烈，员工的报酬待遇较好，老板不可能杀死手下经理。同样，朱元璋在同元朝暴力竞争时，与陈友谅、张士诚争夺天下时，就不敢除掉徐达与蓝玉，刘邦在同项羽争夺天下时，也不敢杀死韩信。这个时候，杀掉能臣，无疑自毁长城，自降竞争力。

但在天下大一统的太平年代，武装集团数量减少，集团间竞争减弱，外部威胁与忧患减少，集团老板竞争人才的压力减轻，人才的报酬待遇就下降了，这个时候，才有可能大批量杀掉能干的经理。朱元璋就是在打下天下后杀掉大批功臣的，刘邦也是在打下天下后杀掉或贬黜功臣的。

从企业内部竞争角度看，岗位越少，候选人越多，竞争就越激烈，杀人与被杀的可能性就越高。皇位数量极少，“一山难容二虎”，不是朱元璋就是陈友谅，不是刘邦就是项羽。所以，皇位竞争十分激烈，手段十分残忍，方式基本全是武力，不是你死就是我亡。历史上好多人为了诱人的皇位，不惜杀兄弑父，可见皇位竞争的激烈与残忍。

与竞争皇位不同，现代企业竞争的是消费者。消费者数量众多，目标较多，需求竞争较温和，竞争手段较平和，很少以武力方式竞争，比如企业提高技术，改进管理，降低成本等均可做优产品，降低价格，吸引消费者。

除了皇位稀缺引发激烈竞争之外，皇位竞争程度还与皇朝建立的时间有关。刘邦与朱元璋大杀功臣都在开国之际，一旦建立了皇朝，守成君王就很少大开杀戒了。这是为什么？纵观历史，开国皇位都以武力方式从旧皇朝抢夺而来，改朝换代无非是皇帝从一个族姓变成另一个。这个时候，既然皇位是抢来的，那么“乱世英雄出四方，有枪便是草头王”，你刘邦能抢，为什么我韩信不能抢？你朱元璋能抢，为何我徐达不能抢？开国之际，众人均有可能登上皇位，皇位竞争异常激烈，杀人或被杀的可能性就增加了。

开国之后的二世及随后的皇位实行世袭，多数是父死子继，少数是兄终弟及，外加立嫡立长规矩。在这种选拔方式下，只有与皇帝有血缘关系的才有可能继承皇位，这就减少了皇位候选人，降低了皇位竞争程度，杀人与被杀的可能性就下降了。

总而言之，供求竞争决定人才待遇。从外部看，集团间竞争减弱，老板争夺员工的竞争减弱，员工待遇相应下降，被杀的可能性增加；从内部看，竞争皇位的候选人越多，竞争越激烈，被杀的可能性越高。朱元璋大杀功臣便是在集团间竞争温和，集团内竞争激烈的情况下发生的。前者表现为敌人已被消灭，武力集团之间的竞争程度下降，后者表现为开国之际参与皇位竞争者众多，皇位需求竞争加剧。

中国古代太监为何总能受宠掌权？(1)

太监也称宦官，是古代阉割后丧失性能力的男人，是不男不女的中性人，也是专供皇帝、君主及其家族役使的员工。太监大多贫苦人家出身，读不起书，当不了官，走投无路，才狠心给自己一刀，把男人的把柄与能力也给废了。凭此资格，方能进宫服伺皇族，混口饭吃。

一般富家子弟，有吃有穿，有工作有地位，谁会出此下策，不但身体因之残疾，而且心理也跟着变形。性别变化与太监有得一拼的泰国人妖，十有八九也是穷家子弟，可惜人妖只受宠不掌权，不如太监风光无限。

同样让人奇怪的是，这些个要知识没知识，要武力没武力，无甚文韬武略的皇家“后勤工”太监，许多人却能受到皇帝的恩宠，甚至牢牢掌控军政大权，好比保姆竟然翻身成主人。

东汉、唐朝与明朝中后期是这群人的黄金时期，他们纷纷掌权当道，要多拽有多拽。明熹宗时期的魏忠贤是他们当中的佼佼者，自称九千岁，排除异己，专断国政，以致时人“只知有忠贤，不知有皇上”。魏忠贤专权之际，特务与恐怖政治流毒天下，一大批正直的官员士子惨死狱中；大批无耻之徒阿附于他，谄媚者到处为他修建生祠，耗费民财数千万。

为什么皇帝宁愿恩宠文不能拿笔，武不能握剑的太监，甚至把军政大权授予他们，而不重用具备文韬武略，能治国平天下的文臣武将？好比一个工厂里，打扫卫生的后勤人员竟然成了各色经理，而能干的生产与销售人員却成不了管理者。为何会有这种怪事？

这与人才选拔制度与竞争规则有关：但凡参与竞争的人越多，竞争越激烈，被选拔上来的人才水平越高，反之则越低。从秦始皇建立统一帝国以来，中国的皇位一直是世袭的，不是父死子继，就是兄终弟及，皇帝只在同姓中产生。

这样一来，皇帝候选人范围缩小，竞争程度下降，真正的政治达人很可能坐不上皇位。没有领导能力与治国优势者，却仅凭出身好，老爹有实权，就能坐上皇位。比如宋徽宗擅长绘画，李后主特长作词，可是皇帝世袭制度下，硬是让他们坐上了皇位，从事他们并非擅长的治国平天下。

世袭制度产生的政府一把手——皇帝，很可能不是治国牛人，爱好与特长可能在别处。比如明朝天启皇帝是个“木匠天才”，喜欢刀锯斧凿油漆的工作，“朝夕营造”，工作得意之际，废寝忘食，不知寒暑。他曾亲自在庭院中建造一座小宫殿，形式仿乾清宫，高不过三四尺，曲折微妙，巧夺天工。

经济学认为，人的选择都是趋利避害的，面对一件事情，所付代价越低，人们选择越多，所付代价越高，人们选择越少。从经济角度看，一个人的特长与优势是指面对同件事情折腾得比别人轻松。

比如做一张雕花睡床，天启皇帝只需 10 天，李后主却要半年，而且，成品质量远不如天启帝。同样，如果作一首风花雪月的词，李后主只需 10 分钟，天启帝却要一整天，而且，韵律与意境相差十万八千里。

从经济角度看，天启帝做木器代价更低，具备比较优势；李后主作词代价更低，具备比较优势。既然各人本事不同，代价各异，比较优势有差异，天启帝当然选择多做木器，李后主当然选择多作诗词。

同样道理，一个没有治国优势的皇帝，让他治国平天下，肯定是事倍功半，其兴趣与心思不会在治国上面。比如天启皇帝一天到晚沉浸在最感兴趣的职业——木匠上面，很少打理朝政。

魏忠贤总是乘他木工做得全神贯注之际，拿重要的奏章请求批阅，熹宗随口便说朕知道啦，你看着办就 OK 啦，由此，魏忠贤便逐渐把持了朝政。

与公开竞选体制相比，世袭皇帝的特长与优势更可能在别处，世袭皇帝专心治国的可能性较低。这样一来，权力就会出现真空，留给身边太监掌权的机会较多，虽然多数宦官也非治国这块料。

与守成皇帝竞争环境不同，开国帝王的皇位不是世袭来的，而是与其他武力集团真刀真枪竞争夺来的。这种残酷竞争产生的帝王，文治武功就有了保证，他们能够专心治理朝政，这种时候，太监想掌权，那是门都没有。

比如秦始皇、刘邦、李世民、朱元璋，这些生猛的开国皇帝个个精明过人，牢牢掌握着大权，不可能让太监插足政权。而秦二世身边就出现了宦官达人赵高，刘邦、李世民与朱元璋的后代，也让大权旁落给了太监。实际上，不同的竞争规则下产生的皇帝，治国能力也会天差地别，太监掌权的机会更是大相径庭。

还有个问题：虽然有些守成皇帝不善治国，难道连识人之明也没有？太监与文官武将谁更能治国，难道皇帝判别不清楚？一般来说，糊涂到没有识人之明的皇帝，恐怕也绝无仅有，即使像刘阿斗怎么也扶不起，但也清楚孔明伯伯是位治国达人。既然如此，为何有的皇帝还是宁愿把权力交给太监，不交给能力更强的文官武将？

这由另一种竞争规则与标准决定。另有所长的皇帝，虽然政治水平与治国能力平平，但若让他让出皇位，恐怕也一万个不愿意。如果选择牛皮哄哄的文官武将掌权，这些草包皇帝的大权很可能旁落，并因此被篡夺。

历史上这种皇帝能力低下，最后让异姓大臣控制并篡权夺位的事情，一抓一大把，代表人物是刘裕。异姓夺取皇位的路线一般是这样的：出身军旅 建立大功 挟天子以令诸侯 加九锡封王、与皇室联姻 禅让 杀旧帝。同类人物还有曹操（曹丕）、司马懿（司马炎）、高欢（高洋）、宇文泰（宇文觉）、萧道成、萧颐、陈霸先、李渊等等。

既然自己治国能力不行，但又不想拱手把皇位让给别人，那么，皇帝就不可能把大权交给政治达人，理性的做法是选择政治侏儒。要文没文、要武没武的太监刚好成为候选人，而且，老在皇帝身边呆着，皇帝更了解他们的性格为人，更易选择性格温顺，附和自己，不易造反之徒。这种情况下，太监掌权就不是什么稀罕事了。

总的来说，追求更多利益的“理性人”参与任何竞争，都希望自己面临的竞争程度越低越好，竞争对手的竞争程度越高越好，只有这样，才能在竞争中立于不败之地。比如买卖市场上，买方希望卖者云集，竞争激烈，这样，才能买到物美价廉的物品。同样，商家希望买者众多，竞争激烈，这样，自己的物品才能卖个好价钱。

皇位竞争同样如此。为了降低皇位竞争程度，避免激烈的竞争引起的暴力与残杀，中国古代选择了皇位世袭的方式。但世袭产生的皇帝，治国能力就得不到保证，权力就可能出现真空，皇帝身边的太监就有了掌权的可能。

同样，在位的皇帝为了坐稳位置，也会希望竞争温和一些。如果让政治牛人掌权，他们面对的竞争就更激烈，丢掉皇位与小命的可能性就更高，所以，他们更愿意把权力交给政治侏儒太监。这也是为何皇帝能力越低下，政治越黑暗的年代，太监越能受宠掌权、风光无限，而政治达人却只能一边凉快的原因。

皇帝能力越低，越要防止牛人篡权夺位，只能把实权授予能力更加低下的宦官之流。这样一来，牛人的确不易抢权夺位了，政权的确巩固了。可惜，一大群“武大郎开店”式的人物掌权治国，政治不黑暗，人民不受罪，才怪。

为什么说降低个税才能放水养鱼？ (1)

2011 年 6 月 30 日，十一届全国人大常委会第二十一次会议表决通过了关于修改个人所得税法的决定，新法案将于当年 9 月 1 日起实施。我国曾于 2006 年将个人所得税起征点从 800 元/月提高到 1600 元/月，2008 年又提至 2000 元/月，本次是第三次修改个人所得税法案。

本次个税调整最受公众关注的有两点，一是免征额由现行的 2000 元/月提高到 3500 元/月，二是将超额累进税率由 9 级减为 7 级，并对级距作了相应调整，调整前后情况见下表。

表 1?现行个人工资、薪金所得九级超额累进税率表

级数	全月应纳税所得额（元）	税率%	速算扣除法（元）
1	<500	5	0
2	500-2000	10	25
3			

2000-5000

15

125

4

5000-20000

20

375

5

20000-40000

25

1375

6

40000-60000

30

3375

7

60000-80000

35

6375

8

80000-100000

40

10375

9

>100000

45

15375

表 2?草案拟行个人工资、薪金所得七级超额累进税率表

级数

全月应纳税所得额（元）

税率%

速算扣除法（元）

1

<1500

3

0

2

1500-4500

10

105

3

4500-9000

20

555

4

9000-35000

25

1005

5

35000-55000

30

2755

6

55000-80000

35

5505

7

>80000

45

13505

表 3?个税调整前后税收增加情况

扣除三险一金后收入（元）

调整前(元)

调整后(元)

变化(元)

3500

125

0

-125

4000

175

15

-160

5000

325

45

-280

7500

725

295

-430

8000

825

345

-480

9000

1025

545

-480

1 万

1225

745

-480

1.5 万

2225

1870

-355

1.9 万

3025

2870

-155

2 万

3225

3120

-105

3 万

5625

5620

-5

3.86 万

7775

7775

0

4 万

8125

8195

70

5 万

11025

11195

170

10 万

28825

29920

1095

减税：放水养鱼扩大内需

与多数发达国家不同，目前，我国工薪阶层是个税主要负担群体。低收入人群除了工资、薪金之外很少再有其他收入，而高收入人群除了工资、薪金，往往还有大量的额外收入，比如财产转让、拍卖、股权转让以及股息红利等。为了让财富在贫富人群中实现二次分配，用税收手段来缩小贫富差距，我国曾于 2006 年与 2008 年两次提高个税起征点。

此次个人所得税修正草案拟将免征额由现行每月 2000 元上调至每月 3500 元，调整幅度为历次最高。那么，个税改革一旦通过将会惠及多少工薪阶层？受惠的程度又将如何？

我国个税的计算方法为先算应纳税所得额=月收入-免征额，再用应纳税所得额×适用税率—速算扣除数=应纳个人所得税额。这里的月收入是指扣除三险一金后的月收入。

当下，个人所得税的征收对象是全国 13.39 亿人口中的就业人口，这部分人口数量在 3 亿左右。而这 3 亿人在扣除符合月入 2000 元免征额的人群以后，还有 28% 的人需要缴税。

按照财政部、国税总局两部委的解释，此次个人所得税免征额调整后，工薪所得纳税人占全部工薪收入人群的比重，将由目前的 28% 下降到 7.7% 左右。也就是说，起征点从 2000 元提高到 3500 元，纳税人口将减少 6000 万人，只剩下约 2400 万人继续缴税。

从表 3 中，我们可以看到此次提高个税免征额和调整税率结构后，给不同收入的纳税人带来的不同影响。其中，扣除“三险一金”后收入为 3500 元~30000 元的纳税人，在调整后纳税额将减少 5 元~480 元，尤以扣除“三险一金”后收入在 8000 元~10000 元之间的纳税人减税幅度最大，这一群体也是本次税改的最大受益人。而收入高出 3.86 万元的纳税人，纳税额则随着收入递增。

有专家测算，此次改革将使国家每年个人所得税收入减收 1600 亿左右，其中提高减除费用标准和调整工薪所得税率级距带来的减收大约是 1440 亿元，并形成高收入者多缴个税，中低收入者少缴或不缴个税的局面，使得个税将成为调整贫富差距越来越重要的杠杆。

经济原理告诉我们，消费水平由收入水平决定，收入增加，消费将水涨船高。此次税改，政府让利于民，增加了家庭可支配收入，将直接扩大家庭消费，有力拉动国内需求。

节税：合理安排收入方式

此次个税调整草案再次提高了个税起征点，将现行工薪所得 9 级超额累进税率修改为 7 级，对于很多人而言，都影响其切身利益。不过，由于个税起征点属于硬性规定范畴，因此，能够帮助广大工薪族合理节税避税的方式，就是合理安排个人收入的方式。

一般来说， $\text{应纳税额} = \text{应纳税所得额} \times \text{适用税率} - \text{速算扣除数}$ 。由于大部分工薪族的收入来源主要以工资薪金收入为主，而这部分收入以后都将适用 7 级超额累进税率，因此，如何巧妙地安排自己的收入就显得非常重要。而对于大众而言，在收入结构中，也主要是从月薪和年终奖的角度来考虑。

以年终奖为例，国家的规定是将纳税人全年一次性奖金，单独作为一个月工资、薪金所得计算缴纳个税，如此一来，由于年终奖一般数额较大，个人所需要缴纳税额必然较多。而在实际操作中，一般都是将纳税人当月取得的全年一次性奖金除以 12，按其商数确定所适用的税率和速算扣除数，如此就可以节省不少纳税金额。

避税：精明投资进行“税务筹划”

除了在工资收入上可以合理节税外，人们还应懂得利用各种手段提高家庭的综合理财收益，尤其是随着收入的增加，通过“税务筹划”合理合法地避税也是有效的理财手段之一。那么，怎样才能做到这一点呢？从目前看，个人可以通过各种投资手段科学地筹划税务。

说到合理合法避税，目前对个人而言，运用得最多的方法还是投资避税，投资者主要可以利用的投资产品有基金定投、国债、教育储蓄、保险产品以及银行推出的本外币理财产品等。

目前股票型基金、债券型基金和货币型基金等开放式基金派发的红利都是免税的。对于那些资金状况良好、追求稳定收益的投资者而言，利用基金投资避税无疑是一种不错的选择。

此外，尽管作为“金边债券”的国债的投资魅力在加息通道中有所减弱，但其稳妥安全的投资特点和利息税免税效应，也仍受到部分追求稳定收益的投资者的青睐。要是处于减息周期，国债本身的较高利息加上免税效应，其投资价值将更高。

除了上述投资品种之外，市场上常见的由银行发行的本外币理财产品也可以避税。随着 2011 年央行的不断升息，目前的本外币理财产品的投资收益也跟着水涨船高。由于有关部门还没有出台代扣代缴个人所得税的政策，故而投资这类银行理财产品也可以暂时避税。

当然，除了上述品种外，投资者还可以通过购买保险来进行合理避税。从目前看，无论是分红险、养老险还是意外险，在获得分红和赔偿的时候，被保险人都不需要缴纳个人所得税。因此，购买保险也是一个不错的理财方法，在获得所需保障的同时还可合理避税。

此外，信托公司发行的信托产品，以及教育储蓄等品种，同样可以避税。只不过这两类品种，适合的人群范围相对小一些，故建议投资者可根据自身的实际情况决定是否投资。

为什么政府号召献血医院却依然“贫血”？

2010 年冬季，多家媒体报道北京、武汉、南京、青岛等地血库频频告急，血源保障预警连续升级，医院因为缺血手术推后，病人的生命危在旦夕 “血荒”字眼进入大众视野，成为人们竞相讨论的焦点。

“血荒”新闻屡见不鲜，但像 2010 年这样，“荒”的时间之长，地方之多，程度之重，实属罕见。卫生部部长陈竺坦承，中国现在的献血源结构不尽合理，据一些城市统计，献血者中有 30%是大学生，30%是农民工，本地献血者只占 40%。

这些年来，无论献血设备、场地、人员，还是宣传广告，均投入不少。民众对献血的认识与热情都有提高，但为何献血者仍少之又少，以至于“血荒”？献血结构为何那么不合理？

这与单位性质与激励体制有关。私营企业与市场经销商，他们的财产属于私人所有，赚钱主要依靠产品好，价格低，消费者欢迎，面对这些独立自主、拿真本事吃饭的，卫生行政主管部门不好下达献血指标，这些人要么不献，要么自愿献。献血者中，农民工、私企员工、个体工商户相对较多。

而国有企业与事业单位的财产属于全体人民，单位收益归全体员工，很难实行市场报酬的方式，只能采用职务工资的方式。

因此，国有企业、事业单位与政府机关每逢献血任务下来，往往按照科室人员数量分解指标，科室再把献血名额指派给员工，不少单位与科室还把献血当作政治任务对待。

政治任务短期内或许有效，但非长久之计，长此以往，不但会引起员工反感与厌恶，而且会减少员工主动献血的次数。读者可以想象，有的员工本来愿意主动献血，现在单位强制摊派献血任务，要是早早献了血，又轮到单位摊派，岂不是双重献血？要是昨天刚刚献了血，今天又轮到单位献血，岂不完成不了单位指标与政治任务？

此种情形下，人们的理性选择是放弃主动献血，仅仅完成单位摊派的任务。这样一来，既成全了单位的政治任务，又不会出现昨天自己献，今天单位献的尴尬。这就是本地献血者只占40%的原因。

学校虽然也与政府机关有密切的联系，不接受政治任务可能受到严厉的处罚，但学生不拿工资，学校不能怎样处罚学生。这样一来，学校很难对学生强制性地摊派献血任务。所以大学生强制献血少，主动献血比较多也就不难理解了。

解铃还需系铃人。国有企业、事业单位与政府机关在做好献血宣传的同时，如果能改单位强制摊派献血为主动献血，反而能够提高献血数量。建议国家应出台更多措施激励公众参与无偿献血，争取让医院不再“贫血”。

为什么中国人喜欢把面子当宝贝？(1)

选择字号：大 中 小 键盘左右键（← →）可以翻页

全屏阅读

加入书签

面子就是贬低自己抬高别人的表演，正如易中天先生所说，面子是中国人的宝贝，面子几乎主宰着我们的日常生活。人际关系，要靠面子来维持与处理；社会生活，要靠面子来决定与操作。

比如请客吃饭。什么人该请，什么人不该请；什么人该再三请，什么人只需随便请，都一律取决于面子。请来以后，什么人该坐首席，什么人只能“打横作陪”，甚至站在旁边，也一律取决于面子。被有面子的人请去吃饭固然是有面子，能把有面子的人请来吃饭也同样有面子。

不妨看看中国人的面子之盛：吃饭穿衣，社交应酬，人前人后，单位家里，朋友亲戚，无处不在，无时不有。没了面子简直没法子活命。现象见得多了，往往变得见怪不怪，不去思索背后的道理。若问中国人为何爱面子？恐怕不是人人能回答得了的。

易中天先生说完面子的重要性与普遍性后，从群体意识与个人意识的角度作了解释，认为中国人群体意识较强，群体的活动往往成双成对出现，比如君臣夫妻父子等等，不讲面子不行；外国人个体意识较强，更加关注私人之间合约形式的经济与社会交往，不太讲究面子。

仅用意识解释有两个弱点，一是难以观察，意识看不见摸不着，好比天上的神仙到底有没有就很难讲。好的解释好比做数学题：推理清楚，答案明确， $1+1=2$ ，只要读过小学的正常人，无论谁来计算答案都一样。

二是意识强弱的判断仅仅只是价值判断，价值判断是最简单的事情。好比一只公兔子也会价

值判断，知道大灰狼是坏的，母兔子是好的，但兔子不会计算 $1+1=2$ 的逻辑推理。

如果不满足于仅仅当兔子，就让我们来求解这道有关面子的算术吧。中国人好面子与制度密切相关，是等级制度的必然产物，与市场经济不发达有关。

从世界范围看，到目前为止，人类经历的经济制度有两种：一种是以人的权力作为使用资源的主要手段，称之为等级制度，其特点是自上而下，因此，在这种制度下，巴结领导就显得异常重要。另一种以财产权力作为使用资源的主要手段，称之为市场制度，其特点是自下而上，因此，在这种制度下，巴结群众就显得很重要。就中国而言，前一种在改革开放前盛行，后一种在改革开放后逐渐普及。

在等级制度下，生产、分配、交换与消费活动都用等级指令决定。一个人的财富多少，社会身份及地位与等级密切挂钩，等级越高能够获得的财富越多，各种权力越大，越受人尊重。

等级制下，面子的角色当然重要了。领导当然是很有面子的，领导周围能说得上话的小人物也相当有面子。比如古代皇帝的面子，那是相当的大，大量事情包括一个人的生杀予夺，全由天皇老子说了算。这种帝制下，就算是皇帝身边的太监，众人也往往不敢怠慢，面子也大得不得了，讲一句话，讲得好讲得坏，对你无疑非常之重要。

后来独裁制度被推翻了，政府与国企的行政科学民主多了，但是还是存在少数领导说了算的个别现象。现实中就存在这样的司机，他是给某市委书记开车的，下面的官员有理无理都得让他三分，每次逢年过节都要主动与他联络感情，顺便给点好处，很是给他面子。

看得出，等级制度下，使用资源主要由个人的等级权力决定，面子是等级权力的副产品，等级越高，权力越大，面子越大。给人面子，其实是想从人家手中的权力与资源当中分得一杯羹。

市场制度下，物品的生产、交换与消费，收入的分配由个人选择决定，不再由领导指令决定。比如企业生产以满足众多消费者需求为目标，生产成功与否由众多消费者说了算。企业产品受消费者欢迎，企业就赚钱，否则就亏本，与企业面子大小没有关系。

又如企业收入分配，民营企业里是以工人能力强弱，带给企业贡献大小为分配标准，与面子无关。在交换与消费领域，如果你我都想要同幢房子，无论你是多大的官，多大的腕，多大的款，只要你出的价钱没有我的高，我能买到，却不能，虽然你的职务、名气与财富比我有优势。

市场制度下，一件物品你要我也想要，那好，我们就来一场出价比赛吧，谁出价高，谁就赢了，与面子没有关系；同样，企业想卖产品赚钱，那好，就比赛谁把产品做得更好，把价格定得更低，谁就赢了，与面子没有关系。

市场的逻辑是欲想取之，必先予之，只有方便别人，才能成就自己。以“房”为例，市场制度下，人人都有一本难念的“房”经：这年头，老百姓愁住房，开发商愁售房，企业家愁账房，制片人愁票房，当官的愁二房，贪赃的愁班房，男人愁私房，女人愁乳房，老人愁心房，打工的愁租房，住院的愁病房，分娩的愁产房，结婚的愁新房，小市民愁拆房。

市场经济里，要说与面子有关系的话，那也是财富的副产品。比如，当今的时代，当老板的与做企业家的，往往很有面子，往往令人羡慕与尊敬。但是成功的老板与企业家们受人尊敬，是因为他们为社会创造了财富，为大家提供了有效服务，而不是如天皇老子一般，仅仅依靠等级树权立威。

市场经济里，许多事情都以物质方式衡量与处理，财产的作用大了，面子的作用小了，所以，面子慢慢变得不太吃香了。

15.5 元的药品为啥卖到 213 元？

选择字号：大 中 小 键盘左右键（← →）可以翻页

全屏阅读

加入书签

“药品虚高”作为“看病难，看病贵”的一部分，向来为广大百姓所诟病。不说不知道，说出来吓一跳：一种出厂价 15.5 元的药品，经过医药公司、医药代表、医生等环节，最后价格竟然涨到 213 元，从出厂售卖到患者手中利润率竟高达 1200%以上（2010 年 5 月 17 日中国新闻网）。为什么 15.5 元的药品竟然能够卖到 213 元？

网上的看法很多：中间环节过多、医院的心太黑、政府监管不力等等。从这些看法出发提供的建议，无非是实行统一采购、减少中间环节、医药分家、政府加强监管、对违者处以重罚等。但问题是为何在别的领域，比如菜馆、服装、家电、汽车等行业不存在暴利，为何仅仅在医药等少数行业长期存在暴利？

商品价格涉及到买卖双方的切身利益，对买家而言，商品价格当然是越低越好；对卖家而言，商品价格当然是越高越好。但愿望归愿望，毕竟美梦未必能成真。

现实世界里，商品价格由买卖双方两种愿望相反的行为共同决定，买卖竞争决定价格。但凡一件商品，一样服务，买的人多了，买方竞争加剧，价格上升；但凡一件商品，一样服务，卖的人多了，卖方竞争加剧，价格下降。

从买卖竞争的角度看天价药品与超额利润，就容易理解了。在我国，开办医院的门槛由政府严格把关，私人与外资很难开办医院。医疗行业较高的进入门槛，使得开设医院代价极高，医院与医疗服务供应不足。据统计，1978 年至 2005 年间，我国的医疗卫生总费用增加了 77.65 倍，个人卫生开支增加了 199.75 倍，而同期的医院、诊所、医生与护士数目却只增加 1 至 2 倍。

与此形成鲜明对比的是，政府没有抬高门槛的行业，就能及时灵活地反映市场需求，动员更多资源进入相应的行业。比如餐饮业，1978 年至 2003 年间销售总额增长 112 倍，同期餐饮网点数量增加 33 倍，从业人员数量增加 17 倍。

药厂生产药品投放到市场，面对的需求方是医院。由于行业门槛较高，医院数量相对较少，买方竞争程度下降，或者说相对药厂，医院形成了买方垄断，在此情形下，药厂的药品售价自然较低。

另一方面，医院购进各色药品，在诊疗治疗过程中，面对病人，角色又转变成药品卖方。同样地，医院数量相对较少，卖方竞争程度下降，面对病人，医院又形成了卖方垄断，药品售价肯定较高。

综合供求两个方面，由于进入门槛较高，医院数量较少，医院相对于药厂形成买方垄断，相对于病人形成卖方垄断。在此双重垄断条件下，药品进价较低，售价较高，价差较大，利润丰厚就不足为怪了。

超额利润其实就是医院垄断能力的体现。从总体看，医院获得超额利润，但上游企业却减少了收入，下游病人也加重了负担，医院超额利润就是上游企业与下游病人的损失与代价。这种体制下，药品需求量无法提高，“看病贵，看病难”的问题将长期存在，并且，还妨碍行业技术创新，经营管理改善。从长远看，对整个社会经济发展和福利提升都是很不利。为什么养生“神医”层出不穷？(1)

随着老龄化社会来临，百姓高血压、糖尿病类慢性病逐渐增多。而且，随着经济增长，人均收入增加，人们对健康更加用心。正是这二个因素，使得养生理论随之红火起来。

张悟本被称为养生专家，在出事前，可谓是人气冲天，红得发紫。可是好景不长，这位“京城最贵中医”从“养生”神坛突然跌落，身份、学历与经历之老底被揭穿，行医的“悟本堂”作为违章建筑被突击拆除。

无独有偶，出版《是药三分毒》的“刘太医”（刘宏章），出版《无毒一身轻》的林光常，二人也在被揭穿骗人老底后锒铛入狱。接着是“神仙道长”李一，由于真面目被揭而轰然倒塌。距离北京悟本堂被拆除才半年多，“神乎”大道堂即北京大道堂中医养生研究院，又因媒体曝光而暂停营业。

从悟本堂到大道堂，神医何其多，“神医”成长的土壤是什么？为何“神医”层出不穷、不绝如缕？美国总统林肯说过：“你能一时欺骗所有的人，也能永远欺骗一个人，但不可能永远欺骗所有的人。”出现一两个“神医”可能，一时出现“神医”也可能，“神医”们“年年岁岁花相似”，此情此景就值得怀疑，到底哪个环节出了问题？

问题出在正规医院与医生身上，李逵不行，李鬼当道。要是正规渠道看病方便快捷，便宜省事，疗效灵验，人们何必去求“神医”。可惜的很，去正规医院就医，与老百姓如影随形的是“看病贵，看病难”。不仅医疗费用老高，等待时间老长，而且，常常被“过度检查”、“过度医疗”及“过度用药”，甚至还要“医生红包”。

现在病人去医院要经历双重痛苦：生病本身很痛苦，不放心医院与医生，又是一大痛苦。看看书店里满满当当的养生书籍，大报小报满是医疗专栏，医患之间的纠纷直线上升，凡此种种，皆是老百姓不放心、不信任正规医院与医生的证明。

既然正规医生不可信，那么退而求其次，只能求“神医”与“土郎中”。“神医”年年岁岁景相似，问题在于正规医生“性价比”下降，竞争力降低，在百姓心中地位下降，这才给了“神医”们可乘之机与生存土壤。让人不解的是，为何正规医院长时间“看病贵，看病难”？他

们是如何自降“性价比”的？

供求竞争决定物品与服务的质量及价格：一个行业里，供应者众多，供应竞争激烈，产品质量高，服务态度好，价格较低；一个行业里，供应者较少，供应竞争温和，产品质量低，服务态度差，价格较高。

大家可以回想下当年的通讯服务，由于只有一个运营商，竞争程度极低，想用是它，不想用也是它，当年，通讯产品何其少，质量何其低，服务态度何其劣，价格又何其高，还要支付天价的初装费。现在呢？不仅有中国电信，还有联通、网通、铁通等，通讯产品丰富多彩，通话质量明显提高，服务态度明显改善，通讯价格降之又降。

既然激烈的竞争会促使商家把产品做得更好，价格定得更低，从而提高自身竞争力，取悦自己的“上帝”，如此才能成就自己，那么，正规医院“性价比”下降的毛病一定出在竞争上。

现行医疗体制的显著特色是管办合一，政府既办医院又管医院，医院的准入、任命、指导、检查都是其职能。政府管理抬高了行业进入门槛，使得医疗服务供应严重不足，据北大周其仁教授统计，1978年至2005年间，中国医院、诊所、医生与护士数目的增加只有1至2倍，而同期医疗卫生的总费用却增加了77.65倍，个人卫生开支增加了199.75倍。

既然进入门槛较高，医院与医生较少，行医竞争相对温和，必然的结果是产品质量低，服务态度差，价格较高，“看病难，看病贵”就这样形成了。

既然开办医院门槛极高，私人难以开办，那么，绝大部分医院属于“国字号”，国立医院财产应属于全体人民，收益也得由全体人民享用才对。这种情况下，医生的收入难以采用市场方式，只能在职务工资基础上，外加与医疗指标挂钩的绩效工资。绩效工资类似计件工资，多劳多得，少劳少得，在此情形下，“过度医疗”、“过度用药”便出现了。

要是医院由私人开办，医生收入就能市场化，医生给病人实事求是地诊断，“你的病没啥大问题，不需多用药，无需检查，不用手术”，就能得到相应的报酬。医生不需过度检查与用药，也不用手术，病人也因此减少了开支，减轻了痛苦。

现在，医生收入却与指标挂钩，医生要是实事求是地诊治，只能获得几块钱的挂号费用。与丰厚的药品、检查、手术费用相比，医生说实话办实事的代价太高，由此，不实诊治，过度医疗，过度用药的现象自然就增加了。

正规的医院与医生就这样自降了“性价比”，不再受老百姓信任，失去了竞争优势。在这种环境与气候下，“神医”们便粉墨登场，不绝如缕了。

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，涨速与房价相当。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，均价接近每平方米 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。

天价住房都是土地流转惹的祸

我国住房货币化改革以来，城市住房价格一路上扬。如果用房价收入比来衡量，按照惯例，发展中国家在 3 至 6 之间比较合理，即一个家庭 3 年到 6 年能买上一套房。我国是多少呢？据国家统计局数据显示，2010 年我国房价收入比达 7.76，京、沪、深、杭四地纯商品住宅超过 14，四个城市的普通家庭不吃不喝十多年才买得起房子。

对高房价各人看法不同，普遍认为是投机盛行之故，只要防住了投机，住房价格马上会下来。是的，天下的确存在投机这档子事，当年的南海泡沫、密西西比泡沫及郁金香狂热便是典型代表，可惜好景不长，高价只是昙花一现，短命得很。世上没有一种投机，像中国的房地产这样，能够长年累月只升不降的。

怪就怪在长时间上涨上面，在自由市场里，但凡一样东西，价格不断上涨，供应自然会被刺激起来，供应的力量会自动平衡价格，不可能出现长年累月上涨的现象。所以，中国的房价老往天上飞一定是供应机制出了毛病，具体说来是土地流转环节出了问题。

商品价格由供求竞争决定：买的人增加，需求竞争加剧，价格上升；卖的人增加，供应竞争加剧，价格下降。而在现行土地流转制度下，农业用地转化为住房用地只有政府征收批租华山一条路。在土地市场上，面对农户与居民，政府是唯一的土地买方，卖方竞争温和，土地流转补偿价格较低，农民与居民出让土地减少。

在土地拍卖市场上，面对房产开发商，政府又成了唯一的卖方，卖方垄断的市场，一向是价格过高，质量过低，以前的电信、移动、邮政、石油，无不如此。垄断的土地同样有价高的特点，多年来“地王”频现就是最好的说明。既然拿地价格高涨，开发商拿地代价上升，拿的地自然就减少了。

总而言之，在土地流转过程中，政府不是唯一的买方，就是唯一的卖方，需求竞争与供应竞争降低，价格极不合理，流转到房地产的土地当然减少，从而制约了住房供应。

从需求角度看，随着经济发展，人均收入提升，城市化推进，城市住房需求日益增加。在供求夹击之下，住房价格自然水涨船高，不断上窜。“解铃还需系铃人”，既然高房价的主因在于供地太少，那么，在经济增长条件下，只有完善土地制度与流转制度，改变政府双重垄断格局，合理规定土地流转价格，方能刺激土地与住房供应，稳定住房价格。

为何微软的垄断行为反而能造福大众？ (1)

21 世纪前后，举世知名的微软公司被美国法院以垄断为由提起诉讼，依据是微软把浏览软件捆绑在有垄断地位的视窗操作系统之上，增加了 IE 软件，却保持 Windows 系统价格不变。法院认为此举拓展了微软产品的垄断领域，威胁到了同业进行市场竞争。这起案件至少有两个问题：微软视窗软件是不是垄断？有垄断地位的企业能否通过捆绑销售，拓展垄断领域而获利？

经济学认为，垄断是指市场里只有一个卖家能控制产品价格，相比竞争物品，垄断物品往往价格较高，产量较少，引起社会福利损失。在世界范围内，微软视窗软件的确鲜有竞争对手，从这个角度看，它的确是垄断企业。但微软的垄断其实有名无实，因为任何“黑马”在任何时候均可自由进入软件行业，只要编制的制作软件性能更强，价格更低，随时可以把微软杀下马来。

从进入门槛看，微软并没有申请政府保护，让政府把行业的门给关起来，让它一家生产。好比邓丽君唱歌了得，歌迷众多，人气与收入不菲，但她没有把唱歌的门关起来，只让自己一个人唱。政府也没有把唱歌的门关起来，只让邓丽君一个人唱，不让“四大天王”唱。

既然行业的门对所有企业开着，那么微软的垄断是市场竞争的结果，是消费者选择的结果，与那种人为抬高进入门槛，不让别人进来的商家不同。要是这种行为也不允许，那么，企业的技术创新，管理改进，从何而来？物品质量提高，价格下降，从何而来？经济发展，生活

改善，从何而来？

微软凭借其优良的产品质量，低廉的产品价格，为消费者提供服务，赢得了较大的市场份额。它能否凭借市场地位捆绑其他产品，从而拓展垄断领域获利呢？

不可能！要是可能的话，天下垄断行业多得是，比如电力、石油、烟草、自来水等，这些行业也可以通过捆绑产品，拓展垄断领域而获利，要是捆绑一种产品嫌不够，捆绑十种、一百种，是不是获利更多？事实上呢？天下从没有过此种事情，依靠捆绑获利只是个乌托邦，古今中外，概莫能外。既然如此，那么，生产者为何还要捆绑？

比如李白的诗，“床前明月光，疑是地上霜。举头望明月，低头思故乡”，把 20 个常用汉字捆绑在一起，产生了单个汉字无法达到的效果，成为吟诵至今的千古名篇。

又比如星巴克咖啡店，不仅仅卖咖啡，也卖咖啡豆、咖啡杯、咖啡机、咖啡技术甚至背景音乐。他们兼做产品与原料生意，只要在产品与原料上比消费者强，能因此赚钱，有何不可？

同样的现象也出现在出版市场上，香港花千树出版社主编叶海旋，不但替人编辑出书，还出书教人如何编书。他为何要这样做？难道不怕教会徒弟饿死师父？不会！编辑编书赚钱的关键是眼光，是对文章与读者的判断力。只要教人编书不妨碍编书赚钱，何乐而不为？毕竟教人编书赚来的钱也是钱嘛。

又比如旅游市场。据长沙朱锡庆教授讲，早年在雁荡山旅游，由于还没有数码相机，当地自然而然地出现了拍照市场。在市场上，一两个游人拍完后，胶卷往往用不完，只能采用先付钱后邮寄的方式。由于不少游人怕付了钱，到时候拿不到照片，致使拍照市场信誉缺乏，从而使得市场规模非常狭小。

后来，当地人发明了一种新的方法：既当导游又拍照片。这样一来，在导游过程中，能够同时给游人拍照。由于导游景点较多，时间较长，导游完后，胶卷也就用完了，游玩结束，照片就能够冲洗出来。当地人把导游与拍照捆绑出售，就解决了信誉问题，做大了拍照市场。

假如因为李白的诗才太厉害，就不允许他用汉字写诗，不让他捆绑汉字，我们还能见到诗仙的一首首千古传诵的诗作吗？

假如因为星巴克选料与制作技术强于常人，就不让他们出售原料与技术，消费者还能在家中制作味美价廉的咖啡吗？

假如不让叶主编教人编辑技术，想自编书籍的人怎么办？假如不让雁荡山人把导游与拍照服务捆绑在一起，还能做大拍照市场，让游人大享拍照之乐吗？

各类捆绑销售，目的都是在提高产品质量，降低产品价格，提高消费者享受的同时赚到更多的钱。微软软件捆绑与上述例子类同，是公司服务客户，实现自我销售的一种手段，与传统所指的垄断无关。

为什么不是会员就不能进入高尔夫球场？

市场定价方式五花八门，比如有些商家采用会员卡制度，像高尔夫球场与健身俱乐部，又如大型超市与高档服装店等，但小百货店与低档服装店很少采用。同样采用会员制的商家中，具体方式也有差异。高尔夫球场一般只对会员开放，非会员不能进场打球。健身俱乐部除了会员客户，非会员想进去也允许，只不过价格较高。

比如笔者所住小区附近，有个“贝斯特”健身俱乐部，办卡会员每月 200 元，健身次数不限；非会员前去健身，仅仅打羽毛球每次就收费 88 元，与会员价格不可同日可语；又比如笔者工作单位附近有家健身俱乐部，办卡会员每月 250 元，健身次数不限；非会员前去健身，仅仅游泳每次就收费 100 元，也与会员价格相差甚大。

与健身场所多为会员客户不同，大型超市与高档服装店多数是非会员客户，并且，会员价与非会员价差异相当小。既然大家都能采用会员制，为何有的商家采用而有的商家不采用？为何采用的商家之间也存在种种差异？

这要从商品与服务定价机制说起。价格均由供求竞争决定，具体地说，购买者增加，需求竞争加剧，价格上升；提供者增加，供应竞争加剧，价格下降。除此之外，供求竞争还决定价格控制能力。如果其他条件相同，影响供应竞争的重要因素就是进入门槛。进入门槛越高的行业中的商家越少，供应竞争越温和，商家对价格控制能力越强；进入门槛越低的行业里的商家越多，供应竞争越激烈，商家对价格控制能力越弱。

小百货店与低档服装店进入门槛较低，商家数量较多，竞争比较激烈，因此，它们对商品价格控制能力较弱。如果某家商店采用会员制，规定不是会员不能消费，或者非会员价格较高，这样一来，消费者就会跑到竞争对手那里去，到头来，吃亏的还是商家自己。所以，这种商店只能是价格“接收者”，只能“随行就市”、“看碟下菜”定价，没有能力采用会员制。

一般来说，超市的营业房、设备、人员等投入比小百货大得多，这些投入就构成了新进商家的门槛，门槛相对较高，进入的商家较少，供应竞争相对温和，对价格有一定的影响力，超市因此能办理会员卡，实行会员与非会员差别定价。同样道理，在营业用房、装潢、品牌等方面投入较多、档次较高的服装店，对价格也有一定的影响力，也能采用会员制。

建造高尔夫球场的投入十分巨大，进入门槛极高，进入商家极少，垄断程度较高，对价格的控制力较强，所以球场才能采用严格的会员制，不是会员不能消费。正是凭借高度的垄断地位与较强的价格控制能力，他们才能依靠严格的会员制度赚钱。

健身俱乐部在场地与设备方面投入也较大，但相对高尔夫球场就小多了。相比高尔夫球场，健身俱乐部数量相对较多，竞争比高尔夫球场激烈，对服务价格的控制能力不如高尔夫球场。因此，他们虽然也采取会员定价策略，但还是允许少量非会员顾客进入消费。凭借其垄断地位与价格控制能力，只能采取会员与非会员客户共存的方式赚钱。

总而言之，在需求竞争类似的条件下，价格控制能力取决于供应竞争程度。在其他条件相同的前提下，进入门槛决定供应竞争程度：进入门槛越高，在位商家越少，供应竞争程度越低，商家对价格控制能力越强。严格的会员制、会员与非会员共存制及非会员消费制，这些五花八门的定价策略正是商家竞争程度与价格控制能力的具体表现。

为什么年夜饭价格大涨特涨，春节票价却纹丝不动？(1)

“独在异乡为异客，每逢佳节倍思亲。”春节前夕，回家人流激增，乘坐火车的人流也跟着激增。虽然车站增加车次，延长服务时间，但仍远远跟不上人流的增长步伐，各个售票处还是排满了长长的队伍。让人不解的是，同样有季度性变动的酒店行业，就餐为何不用排长队、走后门？而买火车票却要如此？

经济学家吴敬琏、薛兆丰等提议火车票涨价，并列举了低价分配车票的种种代价，诸如排队时间、买票气力、依靠关系、与黄牛党周旋等。如果能采用价格机制即出价高者得的方式，这些无谓的损失就可以节省，车票配置效率就可提升。

既然其他分配方式存在“浪费”，为何现实中的人们还是采用“浪费”的方式？好比在某些人眼中，站街女是一时不慎而失足，小孩是无自制能力而尿床，但站街女是妙龄少女，具备行为能力与自制能力的，为何自愿失足，而且数量众多？看样子背后一定存在鲜为人知的理由。火车票也一样，采用非价格分配方式也一定存在某种道理。

经济学告诉我们，面对缺乏的经济资源，人们一定选择利益更多且代价更小的方式。既然排队分配车票有所失，肯定也有所得。

在说明车票排队分配的道理之前，先说明一下年夜饭的情况。随着经济发展，收入增加，生活提高，年夜前后，前去酒店吃饭者增加。但年夜前后人人想与家人团聚，为此，有的酒店关门，有的酒店减员，有的酒店提薪，综合表现是酒店饭菜供应减少。在供求一减一增之间，年夜饭价格就在天上飞了。究其根源，是不断上涨的菜肴价格阻碍了人们排长队、走后门。

与私营酒店的菜肴价格灵活及时反应市场行情不同，铁路部门是国有企业，国企资产属于全民所有，好处得由众人共享，涨价与否要与众人商量，比如召开听证会等，这样一来，价格调整难度较高。

另外，虽然排队分配车票对整个社会而言存在浪费，但对某些个人却是有好处的。这种个体与总体利益不一致的事情，现实中还挺多的，比如某国企拥有一间临街营业房，面积在 200 平方米以上，按 2000 年购入价格折旧，每年为 20 万。此房租给了一个商人，每年租金 5 万。虽然多人争着来租，出价有 20 万的，也有 25 万的，但最后竟然以 5 万元租掉了事。

国企的房子名义上是国有的，全体人民人人有份，好处也人人有份，事实上却归企业领导支配，好处主要由他们享受。的确，收取 25 万房租，从整个企业看来，好处较多，但领导利益却不见得比租 5 万来得更多。

国企房产是单位的，租金收益得由单位员工共享，如果按照市价 25 万出租，比最后成交的 5 万租金高出 20 万，如果单位有 200 位员工，每人平分可得 1000 元。要是领导把 25 万的房子以 5 万元租给商人，从中分到的“好处”大于 1000 元，领导就会选择廉价出租。

同样道理，国有铁路归全民所有，廉价车票的好处也应归全民所有，但实际支配权却归有关领导与员工。要是铁路部门从廉价车票中获得的“好处”比提价来得多，他们就有动力维护

廉价车票。

比如，原汉口火车站站长和武汉铁路局副局长刘志祥，1995 年至 2004 年 9 年在任期间，利用廉价车票私授 3300 万元，还有 1440 万元财产不能说明合法来源，被人封为“汉口站最大票霸”。当然，实行低价车票总能找到冠冕堂皇的理由，诸如为了公平分配车票资源、减轻农民工乘车负担等等。

铁路国有一方面使得车价难以彻底采用价格机制，灵活按照市场行情调整价格；另一方面，也培养了部分既得利益者。是这两个方面阻碍了车票分配市场化。从这个案例可知，改变制度往往会有阻力，往往要付出代价，因此，现行分配方式未必是最好的，也未必是效率最高的，但是，要改变，还为时过早。只有潜在制度的好处高于现有体制的阻力，现实的分配制度才可能变化。因此，与其责备现行制度的种种不是，不如着手拆除妨碍制度变化的障碍，这才是最明智的做法。

为什么国企领导能上不能下？(1)

闲云潭影日悠悠，物换星移几度秋，昔日追风少年，今日世故工吏。有次同学聚会，酒足饭包之余，谈论起各自工作，才知道原来不少同学在国企上班。

同学提到，在国企工作一定要当领导，因为收入由职务决定，领导不但收入不菲，而且职务保险稳定，一旦当上领导，很难再下来。比如一旦当上股长，再过几年，一般都会科长、处长一路看涨，即使能力实在不济，关系处理实在不行，只要不犯重大过错，也不会再从股长位置上下来。这真是稀奇怪事，可为什么国企领导能上不能下？

这与企业财产制度密切相关。私营企业的财产属于个人所有，员工报酬往往采用市场方式进行分配，比如员工拿计件工资，营销员按业绩提成，老板分享利润等。在这种方式下，个人努力与所得直接相关，员工能力越高，工作越认真负责，对企业的贡献越大，个人收入也越多，领导也越因此直接受益。在这种情况下，领导就有动力提拔能力高的人。

而国有企业的财产虽然名义上属于全体人民，但实际上却属于企业员工，主要由领导支配，收益也归全体员工。在这种情况下，国企员工分配利益，不太可能采用市场报酬的方式，一般按职务工资进行分配。

职务工资下，个人能力及贡献与个人利益没有直接关系。比如一家国企有 N 位员工，假定一个特别能干的员工每天能给企业创造 1 万元利润，但这利润绝不能由他个人享用，而要大家分享，这样一来，他能分到的利润只有 N 分之一。贡献与所得相差悬殊，就导致能力强者的动力好好工作。

对领导而言，他能从员工创造成果中得到的好处无非在 N 分之一基础上，根据职务大小乘上一个系数，职务高系数大，职务低系数小，员工个人成果分配到领导头上也是微乎其微。

很多国企还有上级单位，分支机构不得不上缴利润，这样一来，一个大蛋糕左切一块右切一块，就成了小蛋糕。有的单位分走的份额还不小，我有位同学，他单位每年上缴给上级的利

润占单位利润的 85%。另外，各级领导的任期相对短暂，一般在 3 年至 10 年之间。

种种因素都使得员工再有能力，把蛋糕做得再大，分配到个人与领导头上的都微乎其微，如此一来，员工自然不会好好干活，领导也不会在意提拔能力强者。

一个人的能力往往偏重于某个方面，具备较高生产力的，往往不懂“搞掂”领导；能“搞掂”领导的，往往生产力低下，天涯网友李清找曾这样分析《西游记》里唐僧和孙悟空师徒两人的专业优势差异。

唐僧：

理念指数：

很多精神领袖，就是这种理念性的人物。印度圣雄甘地，虽然瘦小得“像只大鸟”，但却能调动上千万的追随者，这种能量就是靠自己独特的理念和信仰，来征服追随者的心灵，鼓舞他们的士气，凝聚他们的力量。

唐僧同志的最终理念，不是为了金钱、美女，而是为了普度众生。并且，其理念的坚强度绝对一流。在人类社会，理念的能量如果释放出来，堪比原子弹。

战斗指数：0

唐僧的直接战斗力为零。他对战斗的操作能力是白痴级别的。唐僧主要负责理念的部分，并且用对理念的认同感，来获取各界神佛资源，为自己摆平各种阻碍提供巨大助力。

孙悟空：

理念指数：

所谓普度众生的理念，在孙悟空的心中没有多少。对这种理论他不擅长也不太感兴趣，也很难像唐僧那样说起道理来头头是道脚脚有印。

战斗指数：

无需多言，作为斗战圣佛的孙悟空，绝对是战斗方面的最顶级的专家，他的手段、策略、能力、灵活性，在神鬼人三界绝对一流。

《西游记》虽然只是神话，但绝对是人类社会的缩影。不同场合的人都存在不同优势。在国企中，虽然提拔生产力高者对企业有利，但对领导激励不足；虽然提拔能“搞掂”领导者，对企业无利，但对领导更有吸引力。这种利益结构下，领导当然乐意提拔能被“搞掂”者，具体搞法有以下几项。

拍马奉承。以金钱讨好或者言语讨好，都是可以的。比如有同学提到，他们单位有个烧饭的员工，从没干过业务，但人家讨好领导自有一套，在领导没明说之前，主动承担起擦拭领导

用车的任务。

另外，领导家里缺啥家电、装潢材料甚至日常小菜，他是无所不晓，无所不精，均能主动提供解决方案，在领导没开口之前安排得妥妥当当，服服贴贴。结果，他从普通的炊事员开始青云直上，一路高歌：车队队长，后勤股长，副科长，科长，副处长，处长。

沾亲带故。如果是领导的亲戚，也就具备了提拔优势。不少同学提到，他们单位领导老婆或者亲戚在本单位有职务的，一抓一大把。这种潜规则见得多了，大家已经见怪不怪。要是谁认为反常，反而会被当作“另类”看待。若是不接受潜规则，不想被同化，也就失去了提拔的可能性。

认识领导的朋友。若你的有权朋友也是领导的朋友，在提拔上也就具备优势。因为领导也有需要别人帮助关照打点的时候，权力与权力也是可以交换的，正如青菜与萝卜可以交换一样。今天领导提拔了有权人的朋友，他日，有权人同样可以提拔领导的朋友。

同地老乡。有个同学的单位一把手是某地区的，结果这个地区的人，虽然能力平平，却占据了绝大部份关键性的领导岗位。

从上面的分析可知，在国有企业里，相对个人能力，各种“关系”对领导的收益更直接有效。于是乎，各种“关系”便成了国有企业提拔干部，决定个人收入多少的规则与标准。随着时间的推延，与领导有“关系”者，“关系”往往更加密切，其职务当然只升不降。

即使你的“关系”人退休或者调离了原来位置，新来的领导也没有必要降低你的职务。因为他的任期是短暂的，而且，个人能力带给企业的整体效益与领导的收入关系很小，降了你的职务对领导没啥好处，还会因此得罪了你，对新领导而言得不偿失。

要是攀不上与新领导的“关系”，你的上升通道也就失去了比较优势，再提拔的可能性就降低了。这就是国有企业中，为什么有些人老早进入到中层，以后长时间再也上不去的“秘诀”。

私企员工的能力贡献与个人所得相对称，员工能力越强，工作越努力，贡献越大，个人所得越多，领导越高兴。这样一来，领导更容易提拔生产力高者。员工之间公平竞争，有能力者上，无能力者下，领导上上下下是很正常的事情。

国企员工的个人能力、工作态度及贡献与个人所得不对称，与领导利益基本无关。这样一来，领导提拔生产力高者的动力不足，提拔对领导个人有益，对企业整体有害者的可能性增加。能让领导受益的就是与领导有层层“关系”的，国企干部能上难下的怪现象，便是这种“好处归领导，代价归大家”的潜规则的体现。

为什么国有企业长期养“黄牛”？(1)

每逢中秋佳节，家家户户忙着赏月聊天吃月饼。不止此也，中秋之前，还有另外一批人忙碌着。上下班途中，常能在酒店前见到他们忙碌的身影：坐着小板凳，手持“回收月饼票”牌子，不时有路人向他们询问、买卖月饼票子。很明显，他们便是“月饼黄牛”，依靠倒买倒卖月饼票赚钱。

与春节期间的火车黄牛一样，月饼黄牛同样“野火烧不尽，春风吹又生”。春节期间，过年回家的人流激增，政府规定车票价格，市场价与规定价之间存在差距，给了黄牛党赚钱的空间。就像当年物品价格实行计划与市场双轨制，计划轨的物品价格低于市场轨，“倒爷”们拿着计划指标到市场上赚钱一样。

但月饼厂家却无法控制价格，为何也会引来黄牛党，而且，年年岁岁景相似？为回答这个问题，先得搞清楚月饼黄牛赚钱的机制。黄牛回收的月饼票价与商家品牌及购票数量有关，品牌越高档，数量越多，回收价格就越高。比如笔者所在地区，有两家酒店的月饼颇受欢迎，他们的票价高于其他酒店。假如一次卖给黄牛 2 张票子，只能 3.8 折，如果一次转让 20 张，就可以卖到 4.5 折。

平均而言，黄牛回收价格为票面价的 4 折，售卖价格为票面价格的 7 折，中间的 3 折差价，便是黄牛酬劳。对于卖者而言，单位发放或者别人赠送的票子太多，自己用不了，过期一文不值，不如卖给黄牛。对于买者而言，到商场去买不能打 7 折，同样的月饼，从黄牛手里买，便宜点也好。既然黄牛、卖者与买者均有利可图，这个倒买倒卖市场便形成了。

黄牛回收的月饼票往往多于卖掉的，据媒体报道，这些“烂”在黄牛手中的票子，最后都有厂家兜底，厂家回收价是票面价格的 5 折。对黄牛而言，回收来的票子打 4 折，卖价至少 5 折，没有任何风险，何乐而不为？

对生产厂家而言，卖给单位的月饼为 7 折，从黄牛手中回收回来只需 5 折，转了一圈，同样一张月饼票子能赚 2 折的差价，当然也乐而为之。

让人特别好奇的是，为何别的物品很少见到这种厂家为黄牛当托，让黄牛无风险套利的情况？为何唯独月饼市场长期存在这种怪事？

这一方面是因为月饼需求具备一定的刚性，就像春节期间的火车票，广大百姓需求甚殷。另一方面，转让权本身也是有价格的。如果让消费者选择能够转让与兑现的月饼票子，或者不能够转让的，消费者会选择哪一种？

答案当然是选择能转让的那种。同样价值的东西，越容易转让与变现的，人们越喜欢；越不能转让与变现的，人们越不愿意接收。如果月饼不足以说明交易变现的重要性，我们可以再看股票的例子。

股票价格是上市公司将来收入的体现，公司业务越好，收入越多，股票价格越高。可有些公司一年到头不但没有盈利，而且还有亏损，比如说 ST 股票。奇怪的是，这些亏损的企业，它的股票价格不是零，有的还挺高。如果现实中的企业连年亏损，肯定得关门大吉，变得一钱不值。为什么同样是亏损企业，股市当中的价值远大于零，现实当中的只能关门大吉？

因为股市当中的股票即使是亏的，它仍具有“壳”资源，而这个“壳”是值钱的。所谓“壳”，就是它能随时交易与变现。因为交易与变现能力不同，所以证券市场上亏损企业的价值，远远高于现实市场上的。

我国早年的股市奇怪得很，上市公司多数股票竟然不能自由买卖，这些就是非流通股。我还记得，同样一个上市公司的股票，非流通股在证券市场外买卖，每股价格是 1 元；但流通股在证券市场上却可以卖到每股 20 多元。非流通股与流通股的价格差异就是流动变现能力不同的反映。

同样道理，既然月饼黄牛的存在使得月饼票子更受消费者欢迎，商家便可以卖更高的价格。假定没有黄牛党，票子不能随时转让变现，消费者只愿意接收 6 折的票子；如果有了黄牛党，票子能够随时转让变现，消费者就愿意接收 7 折的票子。

这个分析好像解释了部分问题，但还是解释不通为何消费者以 7 折的价格买入，竟然会以 4 折价格卖给黄牛？如果对方是家庭或者私企，对这种亏本买卖肯定十万个不愿意。

但如果对方是国有企业呢？逻辑与故事就完全是两个版本了。国有企业的财产属于大家，收益当然也得归大家，这种情况下，员工报酬难以采用市场方式，而只能采用职务工资的方式进行分配，职务高收入高，职务低收入低。

职务工资下，个人能力、工作态度及工作业绩与个人收入关系不大，个人努力成果由众人分享，只不过职务高的多一点，职务低的少一点。在努力与收入不对称的情况下，领导决策就可能“变形”，形成“好处归个人，代价归大家”的行为模式。

在下文《为什么民企福利发现金，国企福利发实物？》中，我们会说到，企业发放的福利中，如果金额相同，现金价值最高，票券其次，实物最低。在国企报酬方式下，领导往往会发放票券与实物，而非现金。

因为发放现金的话，1 元就是 1 元，领导人变不出什么“花头”来。如果发放月饼票呢？形势就不同了。假如月饼厂家以 7 折的价格卖给企业，开具 7.5 折的财务发票给企业，那么，中间半折的差价就落入领导腰包。企业规模越大，发放月饼越多，领导能够收受的好处就越多，自然越有劲头多发票子。

月饼厂家、黄牛党、买票者与国企领导，这四方都在月饼票交易当中获得了各自的利益，唯一在此交易中吃亏的，便是国企广大员工。要是换成在私营企业，他们本来可以领到现金，或者折扣更低的月饼票，但在国企中，他们却成为了“好处归领导，代价归大家”这种潜规则的牺牲品。

从领导利益与单位利益是否一致的角度看，政府机关、事业单位比国有企业有过之而无不及，更有可能出现“好处归领导，代价归大家”的潜规则与不良表现。

因为国企的财富是自己创造的，只是利益分配与个人贡献不成比例。政府机关与事业单位的财富，并不是他们自己创造的，他们的财富分配与个人贡献就更不成比例。在发放月饼票券时，政府机关与事业单位领导更愿意高价购买，以从中私捞好处。

与国企不同的仅仅是猫腻损害的对象，国企财富由企业创造，猫腻损害的是广大员工，政府机关与事业单位的钱财却来自广大纳税人，高价购买私分好处的行为，损害的是广大纳税人的利益。如果像私营企业一样，能够做到人尽其才，物尽其用，便很少会出现这种“越贵越

买，越差越买”的怪现象。如果没有这种浪费，纳税人就可以少缴税收。

正是广大国企员工与纳税人的牺牲，养肥了月饼黄牛党，使得月饼黄牛年年岁岁景相似。正是他们的牺牲，养肥了单位领导，养壮了生产商家，便宜了购买票子的消费者。

什么民企福利发发现金，国企福利发实物？

上世纪 80 年代，借改革开放之东风，乡镇企业如雨后春笋一般，纷纷出土出园。逢年过节，企业就会发放大批实物福利，诸如苹果、桔子、梨头、桃子、菜油、大米、黄酒、鸡鸭鱼等，有的甚至发放自行车、煤气灶、金戒指。

一转眼，30 年过去了，过去的乡镇企业，绝大多数摇身一变，已成为了私营企业。逢年过节，福利往往还是发的，但形式有了变化，改成以发放现金为主。

国企老大哥，特别是规模较大的，仍然不改旧习，照样发放实物福利，而且品种更加丰富多彩。另外，还有发放购物券与消费券的，诸如超市券、图书券、理发券、蛋糕票、游泳票、电影票等。

如果任人选择，人们肯定更喜欢现金，不会选择实物与票券，因为同样金额的三种奖金方式，现金最实惠，实物最吃亏。比如，同样是面值 1000 元的超市购物券与现金，人们会选择现金。因为 1000 元钱，想买什么就买什么，想到哪买到哪买，想啥时买就啥时买，不受任何限制。而超市券不同，购物地点只能局限于几家超市；超市如果倒闭，超市券就一钱不值，就算不倒闭，许多超市券规定有效期，过了日期不能再用；最重要的是，超市的物品有限，许多东西在超市无法买到，比如乘车或理发等服务项目，超市肯定提供不了。

超市券时间、地点与种类的限制，使得相同面额的超市票券的价值不如现金。与各种票券相比，实物的选择更少，价值更低。既然同样金额的现金、票券与实物的价值依次递减，为何私营企业发放现金福利，国有企业却发放实物与票券？国企领导难道这么傻？

其实，傻的不是领导，人家的行为也完全符合理性，只是一般人不了解其中的奥妙。在《为什么国企领导能上不能下？》一文，说到私营企业一般采用市场报酬方式，员工能力越强，工作越努力，对企业贡献越大，员工收入越多，领导利益也越多。因此，企业老板有动力让员工好好工作，每当发放福利时，就会选择价值最大的现金方式。

而国企的逻辑与故事却是另外一个版本。国企财产属于全体员工，收益归全体员工，难以采用市场报酬方式，员工与领导收入以职务高低为标准，职务越高，收入越多；职务越低，收入越少。

如果一家国企有 N 人，一个人能力再高，工作再努力，对企业贡献再大，分到个人头上的成果却只有 N 分之一。领导收入无非也就是 N 分之一乘上领导系数，仍然微乎其微，企业规模越大，个人业绩与收入关系越小。

要是国企有上级单位，每年的利润还要上缴，一个大蛋糕因此成为一个小蛋糕。另外，从时间上看，领导任期短暂，不会考虑长远利益。所有这些因素加到一起，员工能力、工作态度

与领导收入之间关系很小。既然如此，领导就没有动力调动员工积极性，分配福利时，领导发放“实打实”的现金的动力自然因此下降。

还有，以现金形式发放福利，1元就是1元，领导变不出啥“花样”来。要是发放票券呢？那就不同了。如果超市以9折价格把超市券卖给企业，然后开具9.5折的售券发票，其中半折差价就落入领导腰包。国有企业规模越大，购买票券越多，领导越有动力。要是发放实物呢？实物选择更少，价值更低，领导回扣更高。这也是国企发放的实物福利，往往名不符实的原因。

私企与国企不同的财产制度导致不同的报酬方式，不同的分配方式导致不同的领导行为。私企采用市场报酬方式，员工个人能力、对企业贡献与个人收入及领导收入密切相关，员工与领导一荣俱荣，一损俱损，发放福利时，领导就会选择价值最大的现金方式。

国企难以采用市场报酬方式，采用的是职务工资，员工个人能力、对企业贡献与个人所得与领导所得关系不大。这样一来，国企领导决策容易出现“好处归领导，代价归大家”的现象，国企发放票券与实物福利便是这种潜规则的体现。

为什么计件工资还要另加奖金？(1)

多数物品买卖按件计价，同样物品购买越多，价格越低。这种现象稀疏平常、容易理解，因为购买数量越多，商家薄利多销，总体利润增加。另外，货转如流可以加快商家资金周转，保证货物新鲜时尚。

除了物品按件计价外，许多企业的员工报酬也采用按件计价，多劳多得，少劳少得，以此鼓励工人努力工作。这也稀疏平常、容易理解。

我的家乡有家机械纺织厂，档车工工资按米计算，每月产量达到一定的米数，采用累进计价。平均每个员工每班能织50米，一个月为1500米，每米报酬1元；超过1500米的，每米报酬1.3元；超过2000米的，每米报酬2元。

与计时工资不同，计件工资体现了多劳多得的原则，织得越多，报酬越高。既然已经体现了多劳多得原则，为何还要累进？其实，这只是普通人的直觉而已，如果放在经济学显微镜下看，累进计件工资才符合效率原则。

一段时期内，许多工厂的厂房与设备是固定的，企业雇用多少员工，才能使企业利润最大？员工收入是由劳动价值决定，劳动价值越高，工资越高，劳动价值越低，工资越低。要是劳动价值大于工资，企业增加员工数量，利润就能增加；要是劳动价值小于劳动工资，企业减少员工数量，利润也能增加。当劳动价值与员工报酬相等时，企业利润最大，此时，员工数量就确定了。

企业产值除了弥补工资外，还要支付土地报酬与资本报酬，三种要素报酬之和就是产品市场价值。从员工贡献角度看，只有每个员工的净产值相等，企业利润才能最大。

要是有两个员工的净产值不同，那么，让净产值高的员工增加劳动时间，让净产值低的员工

减少劳动时间，就能增加企业利润。好比恋爱前，为保险起见，你脚踏两只船，同时与两个姑娘交往，一段时间后，发现其中一个更吸引你，你就会多与她相处，少与吸引力不足的那位相处。

这个过程中，前面讲的边际收益递减规律就要起作用，随着劳动时间增加，高产值员工的劳动边际产值下降；随着劳动时间相对减少，低产值员工的劳动边际产值上升。当每个员工的劳动带来的净产值相等时，企业利润最大。

如果不采用累进的按件计价方式，不同生产力的员工带给企业的净产值不同，企业利润就不能达到最大，这当然是老板不愿意的。举例来说，假定每米布价格为 5 元，甲员工生产力较高，一班能产出 70 米布匹，以每米 1 元计算工资，他一天工资为 70 元，除掉工资，他带给企业的净产值是 280 元；乙员工生产力较低，每天只能生产 30 米布匹，他一天的工资是 30 元，除掉工资，他给企业带来的净产值只有 120 元。具体见下表。

甲乙员工生产情况表

单位：元、米

甲

乙

产量（米）

70

30

产品价格（元）

5

5

每米工资（元）

1

1

总产值（元）

350

150

工人工资（元）

70

30

净产量（元）

280

120

从表可知，甲员工每班净产值远高于乙员工，这种情况下，企业利润肯定达不到最大，老板当然不乐意。如果能够通过某种方式，使得两者净产值接近，企业利润就会增加。

而累进计件工资就能拉近员工净产值，从而增加企业利润。如果采用累进计件工资，那么，甲员工的收入将更多，她也会因此更加努力工作，同时，甲与乙的净产值会趋于接近，这样一来，企业的利润自然增加。

但仅仅累进计件，可能仍然不能完全刺激能力高者努力工作，仍然达不到各个员工净产值相等的理想状态，这样一来，企业利润也不能达到最大。现实当中的企业，除了累进计件工资外，有的企业还给生产力高的员工多发奖金，生产力低者少发甚至不发奖金；有的企业给生产力高者晋升职务，不给生产力低者晋升职务；有的企业让生产力高的员工白天上班，让生产力低的员工晚上上班；有的企业把高档的机器交给生产力高的员工使用，把档次低的机器交给生产力低的员工使用等。当然，有的企业兼备以上几项安排。

所有这些安排，目的只有一个，就是通过种种奖励进行调整，刺激能力强的员工努力工作，使得不同生产力员工的净产值尽量接近，从而增加企业利润。

如果读者难以理解上述分析，可以把生产力不同的员工类比成土地的不同用途，这样就容易理解了。比如，中国目前每亩农业用地的价值，相比每亩工商业用地的价值要低 10 倍左右。如果把土地用途由农业转向工商业，就能增加土地价值，推进经济发展。

目前，中国的确不断把农业用地转化成工商业用地。在这个过程中，随着农业用地减少，农产品价格会上涨，农用地价值会上升；同时，随着工商业用地的增加，工商业用地的价值会下降。当农业用地与工商业用地价值相等时，各种用途的土地使用就相对均衡了，土地价值就达到了最大值。

我们可以把高生产力员工看成工商业用地，他的净产值看成工商业用地的价值；把低生产力员工看成是农业用地，他的净产值看成农业用地的价值。土地通过农用地向工商业用地流转，使得农用地变得相对稀缺，相对价值逐渐上升，工商业用地越来越多，相对价值逐渐下降，当两者相等时，土地价值达到最大。

企业通过采用诸如累进计件工资、奖金、职务、不同机器分配、不同劳动时间安排等多种方法，使得高生产力员工更加努力工作，投入更多精力与时间，在这过程当中，边际产值逐渐下降，使之与生产力较弱的员工净产值接近，从而有效地增加了企业利润。

为什么一般企业是股份制，法律事务所却是合伙制？(1)

改革开放前，但凡涉及组织与路线的都是大问题，当年“宁要社会主义的草，不要资本主义的苗”、“狠斗私字一闪念”，只能为公前进一步死，不能为私后退半步生。这情形好比王小波说的草原上不能有驴，要不所有的马群都要被“炸”掉：如果这种长耳朵的内地动物来到草原上，看到了马群，以为见到了表亲，会高兴地前去认亲；而草原上的马没见过这种东西，以为来了魔鬼，被吓得一哄而散。一方急于认表亲，一方急于躲鬼，都要跑到死了才算。

时光来到 1980 年代，此时改革开放了，思想开始解放了，但制度与组织仍存在多个禁区。比如社会主义经济是有计划的商品经济，还是有商品的计划经济仍吵得热火朝天，实践中像个人能不能炒瓜子贩卖这号子事，也得由中央领导人定夺究竟是“姓社”还是“姓资”。

一部改革开放的历史，就是一部制度与组织越来越多样化，越来越让个人自由选择的历史。现如今，人们能够自由选择在市场上做买卖还是到企业里打工，好比马儿驴儿都可以拿出来遛遛了。多种企业组织也基本能够让人们自由选择了，诸如独资经营、股份制度、合作制度、家族经营等，想用哪种就哪种。

但让我们不解的是，为何一般规模较大的企业实行股份制，而法律事务所、会计师事务所等实行合伙人制？这两种组织方式有何区别？为何两者并存？能不能一种替代另一种？

任何一个组织都涉及到经营管理，比如一个集团企业做地产好还是做服装好，领导层可能存在异见，就算定下来做服装，每月生产多少衣服合适，又会存在异见。董事长可能认为市场前景好，应该生产 1 万套；总经理可能认为市场前景不妙，生产 5000 套就够了，生产过多会积压仓库。

当双方意见不统一时，怎么办？股份制企业容易解决：投票。按照各人拥有股份多少投票，哪种意见票数多就选哪项。这与市场里买卖东西道理相同，消费者到市场上买东西，其实也是在投票，只不过投的是钞票。比如到市场选购衣服，喜欢哪种类型，哪个品牌，哪个价位，消费者用手中钞票投票就是了。

被选择的一定是消费者心中“性价比”最高的商品。如果不用投钞票的方式，那就麻烦了。比如春节期间火车票分配，不完全投钞票决定，政府规定了价格，规定价格又远低于市场价格，这种情况下，车票供不应求，多人想买而不可得。于是，各人只得排着长队购买，或者凭借关系走后门，或者从黄牛那里购买。

如果完全用投票的方式，出价高者得，得票人出的价是为别人提供服务赚来的，比如一位菜馆老板出的价是为别人做菜换来的。只有每个人生产赚钱，消费花钱，才能真正做到“人人为我，我为人人”，这样，财富才能越来越多，生活水平才能越来越高。

但如果用别的方式，比如通过排队先到先得，那么，花在排队呆立中的时间，不能为别人服务，就是种浪费。同样，找关系走后门折腾掉的精力，对人没好处，是种浪费；与黄牛周旋，防止假票的精力对人没有好处，也是种浪费。

凡此种种，与出价相比，均存在浪费。与采用价高者得的市场规则类似，大型企业往往实行股份制。股份制下，但凡遇到众人争论不决的事情，容易投票解决，与买卖商品投钞票解决效果类似，这也是多数企业实行股份制的的原因。

既然如此，为何现实生活当中，还是存在像法律事务所、会计事务所这类合伙人制度，而不实行股份制？因为一般企业的产品容易识别，法律事务所提供的服务难以识别，比如能否打赢一场官司，与律师能力高度相关。

除了识别难度不同外，个人能力与物品还有重要区别。能力隐含在个人身上，无法与人分离，人在能力在，人亡能力亡。一台机器无论在谁手里均可开启动用，能力却只能由主人开启动用，个人的工作态度与积极性，只有当事人自己才能调动。

既然与个人能力高度相关的服务很难识别，就不能让股东投票判断与决定。既然能力天然与个人天然联系在一起，只有当事人能启用，那么，要启用个人能力，只能激励，不能强制。

这就使得股东难以判断行业服务，只能由同行识别判断，行内一致认同一个人，才能说明问题。众人认同的方式就是民主，即合伙人制。在中国，不仅与个人能力高度相关的律师事务所与会计师事务所实行合伙人制度，像大型游戏开发公司、咨询公司等，往往也实行合伙人制度。在美国，医生行业与教授行业实行合伙人制度，也是因为服务产品高度依赖成员能力，普通人与股东难以识别。

合伙制这种以人权而非财权为基础的经营管理，只能在熟人之间进行，一旦组织规模扩大了，人与人之间的关系就难于处理，因此合伙人制只存于小范围的单位中。一旦组织范围扩大，这种以人管人的方式就难以胜任了，这也是中国民营企业组建时往往以家族规则与江湖规则为主，发展到一定规模后，要么向股份制商业模式进化，要么完不成组织进化，只能在各派相互扯皮与互掐中死亡的原因。

为什么股票买卖与进价毫无关系？(1)

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。

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。

为什么品牌商品和一般商品成本相同，价格却有天壤之别？

打假名人王海向国家发改委举报“杰士邦”存在暴利行为：成本 2 元的安全套换了个新名字，竟卖到了百元。送检后，王海发现两款产品几乎一样：同一进口医疗器械注册证、同一规格型号，质量与厚度基本一致。通过律师取得的进口报关单显示，“杰士邦”两款超薄型安全套成本都仅为 2 元人民币。

在举报信中，王海表示，武汉杰士邦公司涉嫌将同一安全套产品包装成“玛尼仕”、“杰士邦”两个不同品牌，并以“玛尼仕”系高端品牌来忽悠消费者，骗取巨额利润，属于典型的价格欺诈行为。

不止此也，同样材料，同样款式，品牌不同，服装价格大异；同样材料，同样功能，品牌不同，电脑价格大异；同样材料，同样功能，品牌不同，手表价格大异。难道都是忽悠消费者？难道都是价格欺诈行为？

林肯说过：“你可以一时欺骗所有人，也可以永远欺骗某个人，但不可能永远欺骗所有人。”衣服、电脑、手表、安全套等等，材料相同，功能相似，成本相同，品牌不同，价格大异，为何能长久欺骗世人？

商品价格不仅取决于质量与性能，还取决于消费者对商品的信任程度。同类商品中，越是高档的商品，投入的研发、设计、商标与广告费用越大，而直接的生产成本，往往相差无几。

这些巨额的投入，商家会想方设法收回去，因此，品牌商品往往价格更高。

这就好比同样一枚钻戒，街上游贩 5000 元卖给你，你可能连看都不屑一看，认为那肯定是假的，就算万一是真的，你也会怀疑来路是否正当；要是放在一间装修豪华的名牌首饰店里，你反而会花费 10 万心安理得地买下来。

这就是品牌的作用。花费了巨资打造起来的名牌，能给消费者商品质量的承诺与保证，让消费者信任品牌代表的商品档次、功能与质量。衣服、电脑、手表、安全套，无不如此，虽然直接的生产成本相差无几，但品牌不同，质量保证不同，价格因此不同。价差就是品牌的价值所在，要是只能按照生产成本定价，谁愿意投巨资树品牌？

其实，任何商品价格均由供求竞争决定，而非生产成本决定。具体地说，购买的人增加，需求竞争加剧，价格上升；提供的人增加，供应竞争加剧，价格下降。

同类商品，品牌不同，传递给消费者的商品质量信息不同；同类商品，品牌不同，消费者的需求竞争不同。要是价格相同，购买品牌商品的消费者就会增多，需求竞争就会加剧，所以，品牌商品价格更高。

又如非典时期的醋，据说有预防非典的效果，购买者增加，需求竞争加剧，价格就上升了。同样一瓶醋，非典时期的价格是平常的 70 倍，而醋的生产成本却相差无几。要是商品价格由生产成本决定的话，就不可能相差这么多。

品牌保证商品质量，即使生产成本相同，人们对品牌商品的需求也会更殷盛，所以，品牌商品比一般商品贵。从这个意义上来说，“玛尼仕”系高端品牌安全套的利润比普通安全套高 50 倍，完全合理合法，只要消费者认账就行