

<<经济解释的乐趣>>

图书基本信息

书名：<<经济解释的乐趣>>

13位ISBN编号：9787514115499

10位ISBN编号：7514115498

出版时间：2012-5

出版时间：经济科学出版社

作者：刘宝宏

页数：342

字数：180000

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>

<<经济解释的乐趣>>

内容概要

《经济解释的乐趣》是一本用经济学方法解释世事的书，是一本纯粹为了满足好奇心而自然天成的书。

它是近年来我在市场里边走边看、边看边问、边问边思进发的思想火花，是连我自己都未曾料到的一系列行动的意外收获。

经济学的魅力不在于它可以经邦济世，而在于它解释世事的能力。

为什么旅游景区会有“诚信饭店”？为什么靓女会嫁“丑男”？为什么空姐的薪酬比一般职业高？为什么中国人爱买房？诸如此类的现象，无论是否属于传统的市场领域，经济学都可以提供一个与其他学科视角不同，但却令人叹服的解释。

<<经济解释的乐趣>>

作者简介

刘宝宏，河北沧州人，管理学博士，现任职于东北财经大学工商管理学院，讲授管理经济学等课程，没值得自夸的学术经历，也无重大成果发表，但醉心于经济解释，于市场细微之处、日常琐碎之间，寻找先哲那份“我找到了”的快感。

<<经济解释的乐趣>>

书籍目录

前言
市场故事
靓女缘何嫁丑男?
月嫂市场的口碑机制
空姐市场里的怪现象
韶山冲的“诚信饭店”
孔夫子旧书网的信誉机制
“又好又便宜”的家庭装修
“等客权”的形成与交易
中国人为什么爱买房?
小费的性质与合约安排
价高之谜
情人节的玫瑰花价
交易费用与玫瑰花价
书价上涨的背后
药品价高之谜新解
杂粮价格暴涨的根源
为什么房价易升难降?
经济生活
淘书三趣
以价论质
网络团购为何陷阱密布?
网络成瘾是如何形成的?
麦当劳优惠券里的学问
凯恩斯的炒股智慧
理发师的工资合约
超市为什么让顾客排队?
广告为什么泛滥成灾?
交易费用与埋单方式
从免费手机看合约选择
产经观察
北京名肴为何外地客居多?
“印象·大红袍”之印象
大连服装业的衰落
报业竞争能否走出“囚徒困境”?
农地人股的困境与出路
工资水平的决定因素
版面费之弊
经济方法
经济学的边界
经济学的“艳遇”
张五常的经济学研究方法
中国经济学家为什么低效率?
“道德风险”的讹误
回归真实世界

<<经济解释的乐趣>>

后记

<<经济解释的乐趣>>

章节摘录

农民的“消极”主要缘于他们对持续、稳定地获得农地增值收益存在顾虑，即担心自己是否能确实分得这增殖的一部分。

这一顾虑的产生，不能说与农民的思想保守无关，但关键症结所在，却是相应的农民权益保障机制缺失。

毕竟，农地“农转非”可实现农地增值，是农民普遍掌握的信息。

有利而不逐，必定是有其他的制约因素。

遗憾的是，农民权益保障机制缺失有其“天然性”。

农地入股之后，实质上形成了农民与企业之间的委托代理关系。

由于农民很少参与企业经营，即便有一些农民可以“进厂务工”，但由于自身素质限制，也多在基层岗位工作，加之“进厂务工”的农民是少数，因而，企业经营的实际绩效对于农民这部分“股东”来说，基本上属于“神秘信息”。

如果再考虑到农民与企业之间谈判力量的不对称性，尤其是农民的分散性极易导致其“集体行动”能力不足，那么，当农民与企业就“农地股份”收益发生分歧时，单个农民倘若想通过自身努力来保护自身权益，则基本上不具有现实性。

当预期到上述情况有可能发生时，为降低风险，农民的理性选择就是“要现钱”，而不是积极入股。

该乡的实际情况印证了上述理论推测。

据乡长介绍，某一工业项目用地中自愿采取“农地入股”的农民也就七八户，不到相关农民总数的10%。

并且根据初步调查，这部分农民还大多是已经比较“富裕”的农民，因而他们的风险偏好相对较强。

由于农地具有“连片”特征，所以，在农民参与农地入股积极性不高的情况下，企业或乡政府如果想通过“全体一致”的民主决策方式征用农地根本行不通。

但是，假使乡政府利用权威强行征用，则又与农地入股的初衷以及国家相关政策法规相冲突。

.....

<<经济解释的乐趣>>

编辑推荐

刘宝宏编著的《经济解释的乐趣》内容介绍：经济解释不仅要求对现象知得详尽，细节把握得精细，而且要求对理论的重点拿得准，理念知得透。

即便是满腹经纶的经济学家，倘若“大门不出，二门不迈”，也不可能做出引人入胜的经济解释；同样，缺乏“理论武装的头脑”，即便是天天在市场中观察，看到的也只能是杂乱无章的现象。

<<经济解释的乐趣>>

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>