

<<经济学家茶座（第59辑）>>

图书基本信息

书名：<<经济学家茶座（第59辑）>>

13位ISBN编号：9787209069717

10位ISBN编号：7209069712

出版时间：2013-3

出版时间：山东人民出版社

作者：詹小洪

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>

<<经济学家茶座（第59辑）>>

内容概要

《经济学家茶座(第59辑)》是山东人民出版社主办的通俗经济学杂志书，每两个月出版一辑，以文笔优美的经济学随笔为主要内容，关注经济社会热点问题，关注经济学界，关注学术。主要栏目有：国是我见，生活中的经济学，经济评论，经济随笔，学问聊斋，学界万象，他山之石，对话，等等。

<<经济学家茶座 (第59辑) >>

书籍目录

卷首语 俞炜华 研究新格局下的政治经济学 学界万象 陈 宪 文学获奖了, 经济学还远吗?
周业安 经济学家的工程师梦想 周 勤 “斯隆”模式是这样炼成的 包 特 我在博士期间开会的经历和体验
国是我见 姚 洋 不平等和中等收入陷阱 荆林波 关注分好蛋糕 恽 薇 改革未竟全功, 国企尚需努力 赵红军 “不该市场化的” 市场化可怕在哪里?
学问聊斋 邱 东 套用经济学模型的可能陷阱——读凯根《三种文化》札记 松 木 学术研究中的“经济原则” 梁平汉 文艺创作与经济学建模 欧阳蛟 经济学的国际话语权 李晓平 “凯恩斯理论” 错在哪里?
生活中的经济学 王 军 经济学家眼里的美容 赵世勇 冯迪刚 好心何以办坏事?
李增刚 习俗是被解释的还是被执行的?
陈惠雄 老年卡的幸福之路与社会保障的绿色之谜 郭金喜 居民小区楼道灯为何难以亮起来 蔡银寅 美酒中国: 交易文化的缩影 经济随笔 朱 玲 西陵镇今昔 宋胜洲 假日如何经济?
经济评论 蔡晓峰 理财产品与庞氏骗局 顾海兵 公民的权利与公仆的权力 蒲勇健 烂尾工程: 圈地及非正规获取项目中的博弈策略 朱富强 家族企业代际传承中的问题及其解决思路 经济史话 刁仁德 乾隆皇帝与英国人的摩擦 财经阅读 黄有光 人类婚姻有前途吗?
——评俞炜华的《婚恋与选择》 卢昌崇 话说“爷们儿”: 士宦工商的气节——《中国非二》序 李俊慧 我为什么要写《经济学讲义》 王 勇 以“常无”心态研究“新结构经济学”——再读林毅夫教授《本体与常无》 经济学人 董 昀 凯恩斯与熊彼特: 谁执经济学界牛耳?
皮建才 奥斯特罗姆与问题导向的经济学 他山之石 徐康宁 非洲为什么始终贫穷 颜 军 临时工: 美国军工企业的难题 王永钦 没有泡沫的经济增长: 日本的教训与德国的经验 吴崇伯 印尼是如何解决吃饭问题的?
詹小洪 东北亚经济棋局中的韩国

章节摘录

版权页：从成本和收益对比的角度看，美容和整形手术究竟值不值呢？

汉默许领导的一项调查回答了这一问题，他与几位中国学者一道，专门针对中国上海那些为了更好职业前景而整容的人群进行了调查，结果是令人沮丧的，即整容是不划算的。

分析表明，整形手术带给个人的收入增长仅够缴纳15%的整容开销。

换句话说，要么整容所需费用高得离谱，要么整容难以作为一种投资取得长期的回报。

指望整形给当事人带来好运的想法，既不太现实也太不可能。

最近，两位外国学者再次对上述论调进行了伸张，按照他们的观点，即使美貌本身可能是一种生产力，但实现美的过程即美容和整形手术却不大可能带来生产力的改善，因为它们并不是一种投资，从而给美容者以长期的回报。

从这种角度看，美容和整形手术都属于正常消费，与吃一顿饭本质上无异。

两位经济学家撰写的文章其实支持了汉默许的部分观点，即对于绝大多数接受整形手术的男女而言，尽管整容可以帮助他们的相貌更加美丽，但他们却无法从劳动和婚姻市场中获得更高的货币收入，收入的改善根本无法收回为整容付出的巨额开销。

这篇题为“整形手术：投资于人力资本还是消费？

”（Plastic Surgery：Investment in Human Capital or Consumption？

）的论文发表在最新一期由芝加哥大学主办的《人力资本杂志》（Journal of Human Capital）上。

需要指出的是，上述结论都是假定美容和整形手术顺利、无瑕疵的前提下得出的。

问题是，即使我们抛开整形开销能否收回这一问题不谈，仅就美容和整形手术本身而言，同样也是充满风险的。

美容和整容过程充满了不确定性，如手术失败、过敏和感染等等都有可能使得美容达不到预期的目标。

此时，美容者最初的愿望不仅会落空，而且还有可能变得更糟，如被毁容等。

这可是比整形费用能否收回更大的风险。

<<经济学家茶座 (第59辑) >>

编辑推荐

《经济学家茶座(第59辑)》主要作者包括国内一流经济学家、台港澳地区知名经济学家和北美、澳大利亚、新加坡等国家和地区的知名华人经济学家。2007年被中国书刊业协会评为“全行业优秀畅销品种”，2011年4月被媒体评为“影响中国经济的十人十书”，全国数百家媒体作了报道，系全国知名品牌。读者对象为经济工作者、企业家、金融工作者、经济学者、研究生大学生、白领大众等高端读者。

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>