

<<掌握價格，就能操控世界>>

图书基本信息

书名：<<掌握價格，就能操控世界>>

13位ISBN编号：9789573268093

10位ISBN编号：9573268094

出版时间：2011-7-1

出版公司：遠流出版事業股份有限公司

作者：艾都亞多．波特

页数：352

译者：薛絢

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>

<<掌握價格，就能操控世界>>

前言

凡是到開發中國家看見過垃圾山的人都曉得，價值是難以認定的。對於大多數已開發國家的人而言，居家生活的廢棄物當然是沒價值的東西。所以人們才要把它丟棄。

挪威人顯然情願花大約每公噸一百一十四美元的費用找人幫他們把可回收再利用的垃圾作分類。數年前曾有一項調查顯示，美國田納西州的卡特社區的人家，情願每年支付等於目前三百六十三美元的費用，以免自家附近建有垃圾掩埋場。

走出我們切身經驗的圈子不遠，垃圾會成為值錢的商品，非洲的布吉納法索的首都瓦加杜古（Ouagadougou）市區以外的康波安塞地區（Kamboinse），農民出錢讓瓦市的垃圾清運人員把未經分類的固體廢物傾倒在高粱田和小米田裡，連同廢棄塑膠物品在內，充當肥料用。

二 三年的要價是每公噸四百法郎。

二 二年的一項研究發現，在新德里市垃圾場挑揀垃圾的人，每揀一公斤的PET（聚對苯二甲酸乙二醇酯）製飲料空瓶可以賺取兩盧比，每揀一公斤硬質洗髮精空瓶可賺七盧比。

小孩走在德里的垃圾山上挑揀，每人每天可以賺二十至三十盧比。

廢物垃圾呈現的價值議題，其實是和其他事物相同的。

我們派給它的價格 - - 也就是我們為了取得它或除掉它所樂意付出的，乃是隨著它附帶的損益而變的。

兩盧比的一袋PET空飲料瓶，一個一整天沒吃飯的印度小孩眼中所見的價值，會比我這個吃飽肚皮的紐約新聞人所見的要高，這孩子為了揀得值兩盧比的一袋空瓶子所必須做的事 - - 承擔生命與健康的風險在垃圾堆裡耗上一天，對她自己而言不算是太過高的代價，因為這條命差不多就是她僅有的了。

為了取得食、衣、住，她除了冒這樣的風險之外，也沒什麼其他選擇。

反觀我呢，擁有的東西很多。

我的收入頗不賴。

如果要問什麼東西我嫌太少，就是空閒時間。

把空的PET瓶拿到超市的回收亭，一只可以換五美分，可是我嫌太浪費時間。

這樣作比較，用意不是要強調富裕的人擁有的機會比貧窮的人多，而是要點明，窮人面對選項的時候和富人一樣，會評估取捨的代價。

最貧窮的印度小女孩和最富有的美國男人如何行為，都是由眼前的可行之路附帶的相對損益來決定。

價值的高下，是根據這兩個人可掌握的機會與面臨束縛的多寡而定。

他們認定的事物的價格 - - 他們願意為生活或垃圾付出多少，大致道出他們是什麼樣的人。

垃圾的價格是社會文明的指標之一，污染在貧窮國家裡最不值錢。

貧窮國家最情願為了換取經濟成長而接受更多垃圾。

然而，人們漸漸富裕的同時，污染的相對價格也在升高，終至昂貴到足以改變經濟發展的路線。

中國的環境污染嚴重，其污濁空氣與骯髒水流卻是作了選擇的後果，已經盤算過污染危害健康、水源等等的代價，以及削減生產或更換廠房設備以控制毒害的成本孰輕孰重。

這個選擇和瑞士大不相同。

在瑞士，保存環境資產（包括清淨空氣、樹木、野生動物）是比提供失業農民至工廠就業的機會更有價值的事。

瑞士人加入環保組織的人數是中國的兩倍。

超過三分之一的瑞士人口認為環境污染是國家當前最重要的問題，中國有同感的人只佔一六%。

可是，中國人將來也會認為，多蓋一所火力發電廠的代價是高過增加產量的價值的。

中國經濟持續成長之際，有可能逐步脫離諸如煉鋼石化等毒害最重的工業，轉向諸如醫療與金融服務等污染較少的方面，甚而可能發展到向一些更能容忍污濁水源空氣的較貧窮國家購買鋼料和化學品，換言之，中國的做法會越來越像瑞士或美國。

曾有一項研究指出，一個國家的人均所得達到八千九百美元至一萬零五百美元之間的時候，也是該國

<<掌握價格，就能操控世界>>

家二氧化硫排放量達到高峰的時候。

以美國而言，二氧化硫排放量在一九七一年通過清潔空氣法案（Clean Air Act）的時候最高，此後至今，排放量下降了一半。

由此可見本書主張的論旨：我們每次作的選擇都受擺在眼前的選項的價格左右，價格是我們就選項的益處計算它們的相對成本多寡而估定。

有時候得失權衡是明白且直接的，例如，我們捨自己喜愛的啤酒品牌去買當日特價的另一種啤酒。

揀垃圾的印度卻可能不知道自己的得失究竟在哪兒。

知道該從哪兒看出那些操縱我們生活的價格，知道我們的行為如何影響我們面對的種種價格，不僅僅會幫助我們評價自己作的決定。

我們個人與整個社會面對的諸多價格，以及它們如何牽動我們，如何在我們循著某一條路走的時候起變化，乃是披露歷史時的一個有力觀點。

將近二十年前，歐巴馬總統（Brack Obama）的首要經濟顧問桑默斯（Lawrence Summers）還是世界銀行（World Bank）的主要經濟學家。

當時他簽署了一份備忘錄，內容提及富裕國家輸出垃圾到貧窮國家是有理的。

他說，因為貧窮國家的工資比較低，工人若是生病或死亡，承受的損失也會比較小。

備忘錄說：「我認為把一整批有毒的廢物倒在工資較低的國家裡是有無懈可擊的經濟理由為後盾的，我們應該勇敢地面對。

」此外，有其他問題的貧窮國家裡，污染不是那麼重要。

「相較於一個國民五歲以下死亡率是千分之兩百的國家，國民會存活到可能發生前列腺癌的國家關注對於前列腺癌發生機率有百萬分之一影響的作用物，當然要嚴重得多。

」這份備忘錄在一九九二年聯合國於巴西里約熱內盧舉行地球高峰會之前僅幾個月的時候走漏，證實各界批評世界銀行把貧窮國家當作垃圾場的話不假。

已故的巴西環保部長魯曾柏格（Jose Lutzenberger）在致桑默斯的信函中說，如此推論「十分合乎邏輯，卻是徹底失心瘋」。

當時的副總統高爾（Al Gore）震怒之下出手，扼殺了桑默斯出任柯林頓總統（Bill Clinton）經濟顧問委員會主席的機會。

桑默斯為此道了歉，說備忘錄其實是以「譏諷的對比法」來突顯有關垃圾交易的分析思考。

魯曾柏格說得對。

工資不是人們認定價值的唯一基準。

貧窮國家中處理垃圾問題的代價往往是零，不是因為公民不在意污染，而是因為政府不實施與污染相關的法條。

然而桑默斯的論點也很有力：在比較貧窮的國家，無污染環境的價值比不上較富裕國家裡許多供應無虞的東西——例如學校。

接受垃圾以換取多建一所學校的機會，是許多開發中國家最符合自身利益的做法。

越過邊界的代價 我們多數人會在購物行動中想到代價。

在市場裡，是價格在節制我們消費什麼東西，在指導我們如何配置資源給諸多需求。

價格提示我們在自己的預算限度之內定出優先順序。

價格也為我們的購買模式操舵，為企業如何決策製造我們購買的東西操舵，使業者的供應能符合我們的需求。

市場便是這樣組織起資本主義式的經濟。

但價格卻不僅僅關乎我們在店裡買的東西，價格無處不在。

價格在每個路口慫恿我們走上這條或那條路。

這可說是顯而易見的：每個決定都等於是我們在自己指定的多種不同價值選項中間作了一次選擇。

辨識這些價值能使我們更透徹地理解自己作的決定。

價格可以用貨幣、現款、信用來計量。

成本與效益也可能設定在愛、苦勞、時間之中，我們最重要的通貨其實是機會。

不論採取什麼行動、擇定哪一條途徑，成本都是由我們當下可取捨的項目構成的。

<<掌握價格，就能操控世界>>

五美元一片的比薩餅的代價，是我們能用五美元去做的所有其他事。

結婚的代價包含我們必須維持單身才能做的所有事情。

我們抗拒不了愛情與伴侶的誘惑而結婚了，多年後卻納悶自己怎會捨棄自由被婚姻綁住。

經濟學家把這種情形稱為「機會成本」(opportunity cost)。

我們評估機會成本的大小，從而規劃我們的人生。

揀垃圾的印度小女孩光是能呱呱墜地，就已經越過了一道關卡。

因為印度人非常重男輕女。

按印度二〇〇一年的人口調查記錄，六歲與六歲以下的男女童比率是一千人比九二七人。

反觀巴西，是每千名男童比一，二六名女童。

美國的是一千比一，二九，印度的重男輕女源於一種極不利的成本效益分析：男孩子生來是要接掌家業奉養父母的，女兒卻必須出嫁——父母得負擔繁重的嫁妝。

印度各個地方政府為了補救失衡現象，試行了提增父母親愛女之心的反貧計劃。

德里政府二〇〇八年的政策是，給貧窮家庭新生女嬰開戶存入一萬盧比的錢，女嬰達學齡之後，還會再存入一筆錢。

這些存款是為了女孩日後結婚或升學預備資源。

哈里亞那(Haryana)於二〇〇六年推行了一套社會保險方案，只有女兒的家庭中，雙親在四十五到六十歲之間，每個月可領五百盧比，六十歲以後改領一般老人補助。

我想起一次與美國加州史道克頓(Stockton)一個非法移民的對話。

那是大約二〇〇二年的事。

我當時在《華爾街日報》(Wall Street Journal)撰稿談論美國的西班牙語族裔人口。

這位移民給我上了一課，告訴我他要把兩名幼年子女從墨西哥偷渡來美國的兩種方式，各有何優缺點。

走山路(por el monte)要受橫越沙漠之苦，走邊界(por la linea)要用假證件通過正規的檢查站。

他很難作決定。

他在加州聖華金谷(San Joaquin Valley)做採收蘆筍、櫻桃以及其他各式作物的工作，時薪不會超過八、九美元。

如果讓幫忙偷渡的人蛇帶他的子女穿越沙漠，每個小孩需付大約一千五百美元。

如果讓他們用偽造證件帶小孩子通關，每人得花上五千元，這番談話把左右人們生活的這種無情的成本效益分析暴露無遺。

十五年來，美墨的邊境巡邏隊(Border Patrol)的預算成長了大約五倍。

郊狼(Coyote，即以協助偷渡美墨邊界為業的人蛇)的平均費用也隨之增高，二〇〇八年大約為兩千六百美元。

然而，按中途死亡的機率所估算的代價才是增加最劇的，以前從聖地牙哥一帶越界需時不到一天，現在穿越亞利桑納沙漠要走三至四天的路，一路上要慎防盜賊以及邊界巡邏警，還得拖得沉重的飲水。

一九九四年有二十四名試圖偷渡美墨邊界的人死亡。

二〇〇八年的死亡人數是七百二十五人。

那位與我談話的移民所作的盤算是相當明白的。

如果讓他的子女走邊界來美國，他必須努力加班賺到代價。

代價雖高，卻可以降低孩子在途中喪命的風險。

美國人有關非法移民的辯論，本身就是一場代價討論。

批評者指稱，非法移民甘願少拿工資，把本國勞工的薪資也拉低了。

他們說，這些移民消耗諸如子女教育、緊急醫療照顧等公部門服務，加重了本國人的負擔。

這些證據不像表面看來那麼站得住腳。

多數非法移民是用假的身份證明登記入冊而就業，和其他所有的勞工一樣，領的薪水是已經扣了稅的。

政府提供的各項福利，大部分是他們無緣享用的。

而且，外來移民拉低美國工作者薪資之說也欠缺證據。

<<掌握價格，就能操控世界>>

有些企業 - - 加州的農業是一例 - - 根本是靠廉價的移民勞力在支撐。

一旦沒有這些移民，農場的工作機會也就沒了，從農田到包裝工廠的各式各樣工作也跟著消失，美國人吃的蘆筍和草莓就得靠進口了。

非法移民的確會影響美國的一些價格。

按一項研究估計，一九八一年至二〇〇〇年的移民激增導致管家、園丁等服務業的平均代價降低超過九%，主要是因為破壞工資行情。

不過這對本國人工資並未構成衝擊，因為貧窮的非法移民在就業市場上的競爭對象是別的貧窮非法移民。

移民政策向來是由負擔其成本與收取其效益的人在決定。

政治體系容忍非法移民，是因為非法移民的廉價勞力對於農業綜合經營以及其他企業是有助益的。

他們的廉價勞動力為中產階級的美國人提供了費用不貴的保姆管家。

這也暗示，儘管總統口頭上贊成有必要改革移民法，卻不可能有大動作。

為非法移民開一條在美國工作的合法之路，會有政治方面的風險，也可能鼓勵更大量的非法移民流入。

反之，完全排除非法移民的成本太高了。

眼前的現狀將就些也還過得去，何必徒勞一番增煩惱？

外來移民的消長，將持續取決於潛在移民如何計量最低薪資工作的前景（也許是步上富足之路的第一階）以及嚴峻邊界施加的成本。

代價有時候可能會太高。

美國國土安全部估計，二〇〇〇年的非法移民人口已從二〇〇七年高峰的一千零八十萬減少了一百萬人。

代價重於一切 我們既然知道代價能在左右人的選擇，政府竟不多多用它來導引人民的行為，實在相當出人意外。

比方說，推行公共衛生方面的運動也許是教導戒絕某些有害行為（如吸菸、濫用藥物）的良策，但是效用遠不及價格的大。

尼克森總統（Richard Nixon）發起「向毒品宣戰」至今已三十年，藥物濫用的情形猖獗依舊。

一九八八年至二〇〇〇年之間，十二年級學生承認上個月吸食過毒品者從一六%增加至二三%。

同期，十三歲至十九歲青少年吸過菸的人數從二八%下降至二〇%。

數字看來有矛盾。

未成年的人買香菸雖然是違法的，成年人卻可以隨便取得。

至於毒品，任何人買賣使用都是犯法的。

在伊利諾州被逮到持有古柯鹼，哪怕只是一丁點，也要坐牢一至三年。

如果再看使用菸、毒的代價一路如何演變，就會覺得上述數字差異不那麼矛盾了。

市、州、聯邦各級政府自一九九〇年起雷厲風行的一系列稅捐，使菸價大致加倍，平均一包售價漲至五．二美元。

二〇〇一年七月一日，紐約市一包香菸的售價再漲一．六美元，使最低售價高達十元八角，其中有七毛五是聯邦、州、市政府課徵的稅捐。

相形之下，二〇〇七年紐約市街頭的古柯鹼零售價是每公克一．一美元，比一九九一年下降了二七%。

海洛因的售價暴跌四一%，一公克只賣三百二十美元。

價格暴跌反映的是，扼止非法藥物流入美國市場的政策無效。

但是這也指向一個可行的辦法：代價夠高，青少年就會減少使用。

與其打一場失敗的反毒戰，改用合法化、管制、課稅的手段，也許更能有效減少濫用。

且看我們撥弄油價能達致什麼結果。

美國汽油價廉，所以人們可以搬到距離工作場所、學校、購物地點比較遠的大一些的住宅。

一九九七年至二〇〇七年間，美國人的上班通勤路程中間數從九英哩增為十一英哩（約十四．五公里至一七．六公里），典型的住家從一七五〇平方呎擴大至一八七〇平方呎（約四十九坪至五十一坪）。

<<掌握價格，就能操控世界>>

範圍拉得這麼大的情形在歐洲極少見。

歐洲的城市是被歷史限制的，建築時間超過一世紀或幾世紀，那時候的遠距移動是耗時又費力的。法國大革命期間，國王路易十六（Louis XVI）從巴黎逃到一百五十哩（約四二公里）外的瓦連納（Varennes），耗費了二十一小時，現代的都市範圍擴大則是受汽油稅的抑制。

歐洲的油價是美國的二至三倍，德州的休士頓市（Houston）總人口與德國港都漢堡（Hamburg）差不多，每平方哩的人口卻比漢堡市少了兩千五百人，部分要歸因於油價。

美國城市與西歐城市雖然有別，兩者若與前蘇聯集團的城市發展相比較，差異就更顯著了。

市場價格在蘇聯體制下對於土地分配的影響極小，甚或全無影響。

七十年共黨治國憑官僚法令分配土地，留下的都市景象是，痘疤般的老朽工廠在鬧區精華地段上凋零，住宅區的房屋往外環越建越多，都是史達林（Joseph Stalin）時代、赫魯雪夫（Nikita Khrushchev）時代，布里茲涅夫（Leonid Brezhnev）時代蓋的一圈又一圈的公寓群。

蘇聯解體之後，世界銀行都市計劃與住屋籌資專家於一九九〇年代中期作的一項研究發現，莫斯科的建築物多的區域有三一·五%是工業建築佔據。

首爾市的只有六%，香港和巴黎只有五%，這三個城市的人為了要住在靠近鬧區便利設施的地方而付出高價，人口最稠密的地方是距離市中心大約三哩（四·八公里）處。

莫斯科的最稠密區是距離市中心十五哩（廿四公里）的地方。

人類歷史上為何會有根本迥異的動態，用代價的三稜鏡可以看出端倪。

運輸工技的進步降低了遠距移動的成本，促成了十九世紀第一波經濟全球化。

肥胖的流行病遲早會發生，因為人類進化所設計的身體原本是為了要在食物稀少的環境裡求生，怎堪我們一見到現代科技帶來的豐厚廉價卡路里就大吃一頓？

走訪一下不容許代價發揮其功能的地方，最有助於理解價格的威力。

幾年前我去了古巴的聖地牙哥（Santiago de Cuba），由一位外表髒兮兮的女士駕車帶我在這個港市到處跑。

我沒料到她竟是該市最大醫院的一位小兒科醫生。

她有點女巫的味道——長著瘤結又瘦得像根蘆葦，門牙少了兩顆。

她說是一九九一年古巴全國發生營養不良症的時候掉的，當時因為蘇聯解體，切斷了古巴的經濟命脈。

這位醫生有一輛自用的破舊拉達（Lada）牌汽車，人很精明。

除此之外，她的生活和一般街頭小混混似乎沒什麼兩樣，也是在忍耐邊緣的黑市討生活，用汽車載客，或是兜售從某輛貨卡上掉下來的一盒雪茄菸。

她載我在市內轉上一整天要價十美元。

我忍不住要思索，塑造古巴當時發展前途的那些集體決策，怎會使一位小兒科醫生覺得掙來這樣的待遇而不吃虧。

代價一旦失靈——代價和所有威力強大的東西一樣，必須謹慎處理。

二〇〇四年五月間，澳洲政府因為關注生育率低的問題，宣布發給七月一日以後出生的孩子「嬰兒獎金」，每名三千澳幣。

立即就有回應：預產期快到的媽媽把剖腹分娩的時間延後，盡全力阻止胎兒在七月一日以前誕生。

結果整個六月嬰兒出生數目下降。

七月一日當天，澳洲創下了三十年來最高的單日嬰兒數記錄。

英王威廉三世（William III）曾於一六九六年推行窗戶稅，當時他一定認為按窗戶的數目來課稅是個好點子。

住家的窗戶多達十個的，要納稅兩先令。

房子的窗戶在十至二十扇之間的，課稅四先令，多於二十扇的需繳八先令。

這種稅很合邏輯：窗戶多寡很容易計算，徵稅也簡易。

而且算得上公平，因為富人比較可能住窗戶多的大房子，所以應該多繳錢。

此外，這麼做也迴避了人民對於所得稅的強烈敵意。

可是國王沒料到人民的反應：大家為了少納稅都把自家的窗戶封死了。

<<掌握價格，就能操控世界>>

後來比特（William Pitt）於一七八四年又在蘇格蘭實施這個稅目。

至今愛丁堡人把封死的窗戶稱作「比特的圖片」（Pitt's pictures），就是從這位首相的名字來的。

看似不過分的舉措，如果改變了——哪怕只是微幅改變——人們對成本與效益的評價，也可能引起整個社會反彈。

美國於一九七四年規定全國遵行每小時五十五英哩的速限就是一個例子。

當時是因為阿拉伯國家宣布對美國禁運石油，以回應美國要在贖罪節戰爭（Yom Kippur War）之後再供應以色列軍事裝備的決策。

美國政府面臨這第一次的石油危機，採用了藉速限來節約汽油的辦法。

增加汽油存量在當時是個合理的目標。

然而，政策錯在忽視了開車人的時間的價值。

按新定的合法速限，開一趟七十英哩的路程要花一小時十六分，比時速七十哩的速限多了十六分鐘。

以一九七四年生產工人平均時薪約四．三美元來計算，來回通勤的那十六分鐘要工人付出大約一．一五美元的成本。

一九七四年的含鉛汽油售價是每加侖五角三分。

一般的開車人若要拉平損益，每跑一趟得省下二．一七加侖。

為了達到這個目標，必須大幅節約燃油。

例如，像雪佛蘭郊區（Chevy Suburban）這種車款可增加燃料效率二二%，或是像本田喜美（Honda Civic，一稱本田思域）把燃料效率加倍。

壓低速限當然達不到這種增值，所以駕駛都不理會這速限新規定。

以一九八四年為例，紐約州際公路上的駕駛，有八三%的時間不遵守時速五十五英哩的速限。

他們集資五十至三百美元購買短距無線電手機（CB radio），互相通報道路上哪兒正有警察抓超速。

一九六六年到一九七三年間，美國聯邦通訊委員會（Federal Communications Commission）核發了將近八十萬個使用許可給火腿族。

到一九七七年，路上的這種無線電多達一，二二五萬個。

警察針對火腿族的反應是裝設雷達測速，火腿族的反應則是使用雷達偵測機。

有些州政府又明令雷達偵測機是違法的。

我想，美國參議院在一九七四年通過「緊急公路能源節約法案」的時候大概沒料到會有這些連鎖反應，參院於一九八七年把速度上限提高為時速六十五英哩，到一九九五年再把聯邦速限整個撤銷掉。

代價會把我們帶到哪裡？

公元前三百年的希臘大數學家阿基米德（Archimedes）曾說，他只需有一根槓桿、一個支點、一個穩固的地方可站，就可以移動地球。

使人行動需要代價，結婚率下降不是因為風尚有變，而是因為就結婚連帶的必要犧牲計算的代價升高了。

我們現在生的孩子比以前的人少，是因為養育小孩的成本比以前高。

經濟學家說，天主教會的信徒遞減不是因為人不信上帝了，而是因為入教的代價大不如福音教派基督新教，後者的教會要求信徒付出大得多的投資，所以能激發較大的忠誠度。

本書要帶大家走進商店，看看價格標籤如何對我們的心理發生作用，巧妙地慫恿我們購買。

我們也要試圖越過日常交易行為這一層，探討別種代價如何影響人們的生活方式。

許多文化之中，男子付出娶妻成本以求盡量多累積財產，並提增繁衍子孫的成功率。

也有一些文化裡，父母親會把女的胎兒墮掉，以避免將來嫁女兒時的嫁妝負擔。

我們歸因於「文化變遷」的許多行為，其實是在我們為因應代價改變而調整預算的時候發生的。

本書將要思考，僱主為什麼要付錢給員工，卻不使他們成為奴隸。

我們將要剖析，為什麼在我們變得越來越富裕之際，代價漲得最多的卻是難得的閒暇時間。

我們也會發現，即便我們都說生命是無價的，卻往往對自己的生命賤價看待。

我們也會發現，代價可能誤導我們。

至今我們仍不清楚，美國社會要為二〇〇〇至二〇〇六年間的住屋價格節節上升導致的經濟扭曲付出多大代價。

<<掌握價格，就能操控世界>>

進入二十一世紀以後，回顧二十世紀的低廉油價，也許會覺得那是環境遭受莫大危害的起因。價格有可能包含的危險。

<<掌握價格，就能操控世界>>

內容概要

2011年度關鍵字：價格 當代觀察最敏銳、白話經濟能力最強的作家 如果要找一個代表2011年的詞語，那就是價格。

房價已經漲得令大多數民眾難以負擔；石油、水電等民生基本物資的價格蠢蠢欲動；極端氣候肆虐下，食物順勢漲價。

古董字畫的藝術市場，更有炒家翻雲覆雨。

請告訴我，食衣住行育樂，有哪樣不漲？

你可曾想過，生活中事物的價格，是誰定的？

價格的漲幅，又是哪些力量在背後操控？

《紐約時報》專欄作家艾都亞多·波特告訴你，價格到底是怎麼一回事？

從信仰、婚姻、政策到幸福感、未來，原本你以為不能用金錢衡量的事物，其實都有價格。

如果你難忘《蘋果橘子經濟學》帶領你走過那趟充滿驚奇知性之旅的話，如果你曾被《世界是平的》把繁瑣現象化為有趣敘述所吸引的話，如果你知道《正義》所討論的是「道德抉擇的價格」的話，那麼你一定不能錯過《掌握價格，就能操控世界》！

推薦者：諾貝爾經濟學獎得主／蓋瑞·白克（Gary Becker）

<<掌握價格，就能操控世界>>

作者簡介

艾都亞多·波特 (Eduardo Porter) 《紐約時報》主編，撰寫有關商務、經濟等多種題目的文章。他也在墨西哥市、東京、倫敦、聖保羅、洛杉磯擔任新聞工作。他是《美洲經濟》(America Economía) 的巴西版主編，並為《華爾街日報》撰寫美國西班牙語裔人口的相關報導。目前定居紐約。

譯者介紹 薛絢 台大外文系畢業，目前專事譯作，譯有《費正清論中國》、《植物的秘密生命》、《空間地圖》、《福爾摩哈》、《富翁的物種源始》、《聖境醫療》、《阿茲特克帝國》、《石油世紀》等書。

<<掌握價格，就能操控世界>>

書籍目錄

導論 價格無所不在第一章 事物的價格第二章 人命的價格第三章 幸福的價格第四章 女人的價格第五章 工作的價格第六章 免費的價格第七章 文化的價格第八章 信仰的價格第九章 未來的價格結語 當價格失靈謝辭

<<掌握價格，就能操控世界>>

章节摘录

關於價格，你所不知道的事情 經濟學家往往假定人們掏錢出來的時候清楚自己在做什麼。掏錢的人能評量自己從正在買的東西得到什麼，曉得自己付錢值不值得。

這個假說的重要性當然不在話下。

它乃是兩百五十年來的古典經濟學立足的基本原理之一，通常是正確無誤的，而且曾經歸納出有關人類行為的一些影響深遠的結論。

但是就一條通則而論，這個假說有隱晦卻重要的誤導之處。

市場也許是人類所知的最有效的決定價值的機制，消費商品與服務的人透過市場確定自己買的東西值多少。

但是定價格的過程卻並不是理性的、完全洞悉成本與效益的估算者之間的透明而老實的互動，這是因為市場交易不一定會供給人們想要的東西；市場供給人們以為自己想要的東西。

兩者並不是同一回事。

消費者往往只能極模糊地知道自己為什麼為某件他們想要的東西付出那個代價。

有時候他們根本不知道那件東西為什麼值得他們要。

他們受了一些偏見所鼓動，成為那些想賣東西給他們的人略施操弄手段便輕易擄獲的犧牲品。

這與我們理解人的行為是大有關係的。

這意味著價格提供了一幅人們心理的道路圖，畫出他們的急轉彎、恐懼，以及未曾承認的壓抑。

價格、價格如何定成、人們如何對價格反應，都可以教我們知道人的真正面目。

由此可見《掌握價格，就能操縱世界》主張的論旨：我們每次作的選擇都受擺在眼前的選項的價格左右，價格是我們就選項的益處計算它們的相對成本多寡而估定。

有時候得失權衡是明白且直接的，例如，我們捨自己喜愛的啤酒品牌去買當日特價的另一種啤酒。

揀垃圾的印度卻可能不知道自己的得失究竟在哪兒。

知道該從哪兒看出那些操縱我們生活的價格，知道我們的行為如何影響我們面對的種種價格，不僅僅會幫助我們評價自己作的決定。

我們個人與整個社會面對的諸多價格，以及它們如何牽動我們，如何在我們循著某一條路走的時候起變化，乃是披露歷史時的一個有力觀點。

安慰劑的效果如何受價格所影響？

我們大概都聽過安慰劑效用（placebo effect）一詞。

這是說，我們以為自己服下的藥片有療效，但其實並沒有，但卻了啟動心理作用，也可以把真正的病症治好。

幾年前，麻省理工學院的心理學家艾瑞里（Dan Ariely）和一些同事把這種實驗作了一次有趣的變體。

研究者告訴一群受試的學生，發給他們的是止痛藥，其實給的是安慰劑。

研究者繼而捏造了安慰劑的價格，告訴一組受試者的是每顆兩美元，告訴另一組的是便宜的批發價，每粒 . 一美元。

結果得知昂貴藥價的一組回報的疼痛減輕程度，遠遠大於得知便宜藥價的一組。

美女坐在你大腿上跳舞，你要給多少小費？

女舞者坐在男客大腿上做撩人動作的膝上舞（lap dance）這種服務會受歡迎，與色慾脫不了關係。

顧客付多少錢看似出自自己的意願，其實卻是聽從看不見的慾望差異度的指揮。

新墨西哥大學（University of New Mexico）的心理學家作的「男士俱樂部」調查發現，不服用避孕丸的膝上舞者在月經週期中生育力最強的時段賺的錢特別多。

舞者不能明定這項服務的要價，因為會與禁止拉客的法律抵觸。

她們只能討「小費」，通常會有混身肌肉的壯漢從旁協助。

按這項調查報告，阿布克基市（Albuquerque）的這類俱樂部裡的平均舞者小費是每三分鐘四十美元上下。

也許是因為舞者在生育力高峰的時候體味特別誘人，也許是因為她們扭得特別賣力或是特別會在

<<掌握價格，就能操控世界>>

顧客耳根甜言蜜語，總之，不服避孕藥的舞者在生育力高峰期間每晚可以有三百五十四美元的進帳，比月經來潮之前的十天多了九十美元，比月經來潮的時候多一百七十美元。

服用避孕藥的舞者賺的錢比不服用避孕藥的舞者少，日所得的多寡受月經週期影響的程度也低得多。

這項研究最有趣的地方是，舞者與顧客對於月經週期對舞者收入的影響一樣毫不知情。

越貴的紅酒越好喝 二 八年，美國的食品酒類品評人和耶魯大學一位統計學家、瑞典的幾位經濟學家合作，研究千餘例無視覺品嚐每瓶一．六五美元至一百五十美元的紅酒的結果。

他們發現，一般人如果看不到價格標籤，會覺得較便宜的酒比價格較昂貴的酒好喝。

品酒專家的口味方向比較對：他們會偏好檔次較高、價格較高的酒。

不過這偏好的差距小到幾乎感覺不出。

按一分至一百分的評分等級計，專家只多給價錢貴了十倍的酒七分。

你願意付多少錢來買車牌號碼？

二 八年夏天油價衝高到將近一百五十美元一桶的時候，阿布達比有一位名叫薩伊德．庫里（Saeed Khouri）的二十五歲商人買下有史以來最貴的车牌而登上了金氏世界紀錄。

阿布達比標售全國編號「一」的車牌，讓國內的勞斯萊斯與賓利（Bentley）車主都齊聚一堂，庫里出價一千四百萬美元而得標。

能夠把編為第一號的車牌掛在車頭車尾，當然是快事一樁。

但若是只為取得這個號碼就付出比一般車牌多一千三百九十九萬九千九百零五美元的代價，實在沒什麼道理。

如何打造鑽石的價格？

推出「鑽石恆久遠」（A Diamond Is Forever）標語的艾爾父子廣告公司（N. W. Ayer），在美國為國際鑽石卡特爾德比爾斯公司（De Beers）精心設計了策略，說服美國女性渴望大顆鑽石的訂婚戒指，說服男人買鑽戒送她們。

艾爾父子的手段是，教他們相信那一粒粒石頭象徵個人的成功。

艾爾父子送大顆鑽石給電影明星，在雜誌中安插報導，述說那些鑽石如何象徵影星不可磨滅的愛情。

他們又在精美的雜誌上刊登廣告，廣告裡有畢卡索或德韓（Andre' Derain）、達利（Salvador Dali）畫作的複製品，表示鑽石和名畫是同一等級的奢侈品。

艾爾父子一九五〇年代的一則報導說：「優質鑽石的禮物可成為廣泛追求的一種個人與家族成功的象徵，社經成就的一種表現。

」如今有八四%的美國新娘在訂婚時收到一枚鑽戒，平均代價是三千一百美元。

怎麼樣，老子付得起！

二 八年間，德國一位軟體開發者為智慧型手機iPhone設計了一個叫作「我有錢」（I Am Rich）的應用程式。

這個程式沒有功用，只會手機螢幕上亮出一顆紅寶石。

它的重點於它的要價：九九九美元。

蘋果電腦也許是不堪各界抨擊這個設計俗不可耐，就在推出的次日把它撤掉了。

可是仍有六個人在它被撤之前付錢買了它，以證明他們自己的確是有錢人。

花錢買健身的決心 有一項針對運動俱樂部顧客作的研究，目標包括繳月費七十美元多一點的人，以及每次去繳費十美元多一點的人，發現繳月費的人花費的比他們應付的多。

因為他們平均每個月去健身俱樂部四．八次，等於每次花費十七美元上下。

不過，當個月繳費會員可能改善他們的健康狀況，因為已經付的代價會是上健身房的一個動機。

你喝開水，你的印表機喝頂級香檳 我們每天都在不太留意花費的情況下購買商品和服務。

二 九年的惠普桌上噴墨印表機（HP DeskJet D2530）售價是三九．九九美元，原本看來簡直便宜得離譜，這個在惠普網站上醒目列出的價碼卻幾乎無關緊要。

因為更重要的是黑色墨水匣售價一四．九九元（可印兩百張），彩色墨水匣售價一九．九九元（可印一六五張）。

整個印表機業都在仰賴賣便宜印表機與昂貴的墨水。

<<掌握價格，就能操控世界>>

按《個人電腦世界》(PC World)作的一項調查，印表機多在墨水尚餘四 % 的時候發出墨水將要用完的警告。

惠普、愛普生 (Epson)、佳能 (Canon) 以及其他廠牌的印表機業者都和提供便宜墨水的業者打過官司，告他們做不實廣告以及侵犯專利。

其實印表機業的最佳拍檔是消費者對於自己花在列印上的真正代價的無知。

只需把印表機從預設改為設定「草稿」清晰度，消費者一年就能省下幾百美元。

可是幾乎沒多少消費者這麼做。

雖然許多業者在賣比較便宜的填充墨水，填充墨水只佔市場的一 % 至一五 %。

也就是說，九成以上的列印仍在使用一加侖四，七三一美元的墨水（這是《個人電腦世界》的估算）

。等於是拿一九八五年份的庫克牌 (Krug) 香檳當墨水用了。

汽油漲價，更要精打細算 由於油價竄升，二 九年一月的美國駕駛人在公路上跑的里程比前一年少了七十億哩（約一一二億公里），等於每人少開車二十二哩（約三十五公里）。

二 年至二 五年的油價急速上升，按柏克萊加州大學 (University of California Berkely) 與耶魯大學 (Yale University) 的經濟學家所作的研究，油價從一．五美元加倍至三美元的期間，一般家庭都節約開支，買每樣東西都少花五 % 至一 %。

加州一家大型雜貨連鎖店的顧客選購早餐穀物片平均每盒少花五 %。

新鮮雞肉特價時的出售量增加了五成。

垃圾的價格 凡是到開發中國家看見過垃圾山的人都曉得，價值是難以認定的。

對於大多數已開發國家的人而言，居家生活的廢棄物當然是沒價值的東西。

所以人們才要把它丟棄。

挪威人顯然情願花大約每公噸一百一十四美元的費用找人幫他們把可回收再利用的垃圾作分類。

數年前曾有一項調查顯示，美國田納西州的卡特社區的人家，情願每年支付等於目前三百六十三美元的費用，以免自家附近建有垃圾掩埋場。

非洲的布吉納法索的首都瓦加杜古 (Ouagadougou) 市區以外的康波安塞地區 (Kamboinse)，農民出錢讓瓦市的垃圾清運人員把未經分類的固體廢物傾倒在高粱田和小米田裡，連同廢棄塑膠物品在內，充當肥料用。

二 三年的要價是每公噸四百法郎。

二 二年的一項研究發現，在新德里市垃圾場挑揀垃圾的人，每揀一公斤的 P E T (聚對苯二甲酸乙二醇酯) 製飲料空瓶可以賺取兩盧比，每揀一公斤硬質洗髮精空瓶可賺七盧比。

小孩走在德里的垃圾山上挑揀，每人每天可以賺二十至三十盧比。

空氣污染和GDP的關連 中國人將來也會認為，多蓋一所火力發電廠的代價是高過增加產量的價值的。

中國經濟持續成長之際，有可能逐步脫離諸如煉鋼石化等毒害最重的工業，轉向諸如醫療與金融服務等污染較少的方面，甚而可能發展到向一些更能容忍污濁水源空氣的較貧窮國家購買鋼料和化學品。

曾有一項研究指出，一個國家的人均所得達到八千九百美元至一萬零五百美元之間的時候，也是該國家二氧化硫排放量達到高峰的時候。

以美國而言，二氧化硫排放量在一九七 年通過清潔空氣法案 (Clean Air Act) 的時候最高，此後至今，排放量下降了一半。

窮人的命比較不值錢 歐巴馬總統 (Brack Obama) 的經濟顧問桑默斯 (Lawrence Summers) 還是世界銀行 (World Bank) 的經濟學家。

當時他簽署了一份備忘錄，內容提及富裕國家輸出垃圾到貧窮國家是有理的。

他說，因為貧窮國家的工資比較低，工人若是生病或死亡，承受的損失也會比較小。

備忘錄說：「我認為把一整批有毒的廢物倒在工資較低的國家裡是有無懈可擊的經濟理由為後盾的，我們應該勇敢地面對。

」此外，有其他問題的貧窮國家裡，污染不是那麼重要。

「相較於一個國民五歲以下死亡率是千分之兩百的國家，國民會存活到可能發生前列腺癌的國家關注

<<掌握價格，就能操控世界>>

對於前列腺癌發生機率有百萬分之一影響的作用物，當然要嚴重得多。

這份備忘錄在一九九二年聯合國於巴西里約熱內盧舉行地球高峰會之前僅幾個月的時候走漏，證實各界批評世界銀行把貧窮國家當作垃圾場的話不假。

已故的巴西環保部長魯曾柏格（Jose Lutzenberger）在致桑默斯的信函中說，如此推論「十分合乎邏輯，卻是徹底失心瘋」。

當時的副總統高爾（Al Gore）震怒之下出手，扼殺了桑默斯出任柯林頓總統（Bill Clinton）經濟顧問委員會主席的機會。

桑默斯為此道了歉，說備忘錄其實是以「譏諷的對比法」來突顯有關垃圾交易的分析思考。

印度政府如何因應男女失衡？

印度人非常重男輕女。

按印度二〇〇一年的人口調查記錄，六歲與六歲以下的男女童比率是一千人比九二七人。

反觀巴西，是每千名男童比一，二六名女童。

美國的是一千比一，二九，印度的重男輕女源於一種極不利的成本效益分析：男孩子生來是要接掌家業奉養父母的，女兒卻必須出嫁，父母得負擔繁重的嫁妝。

印度各個地方政府為了補救失衡現象，試行了提增父母親愛女之心的反貧計劃。

德里政府二〇〇八年的政策是，給貧窮家庭新生女嬰開戶存入一萬盧比的錢，女嬰達學齡之後，還會再存入一筆錢。

這些存款是為了女孩日後結婚或升學預備資源。

哈里亞那（Haryana）於二〇〇六年推行了一套社會保險方案，只有女兒的家庭中，雙親在四十五到六十歲之間，每個月可領五百盧比，六十歲以後改領一般老人補助。

偷渡的價格 把兩名幼年子女從墨西哥偷渡來美國的兩種方式，各有何優缺點？

走山路（por el monte）要受橫越沙漠之苦，走邊界（por la linea）要用假證件通過正規的檢查站。

他很難作決定。

他在加州聖華金谷（San Joaquin Valley）做採收蘆筍、櫻桃以及其他各式作物的工作，時薪不會超過八、九美元。

如果讓幫忙偷渡的人蛇帶他的子女穿越沙漠，每個小孩需付大約一千五百美元。

如果讓他們用偽造證件帶小孩子通關，每人得花上五千美元。

十五年來，美墨的邊境巡邏隊（Border Patrol）的預算成長了大約五倍。

郊狼（Coyote，即以協助偷渡美墨邊界為業的人蛇）的平均費用也隨之增高，二〇〇八年大約為兩千六百美元。

然而，按中途死亡的機率所估算的代價才是增加最劇的，以前從聖地牙哥一帶越界需時不到一天，現在穿越亞利桑納沙漠要走三至四天的路，一路上要慎防盜賊以及邊界巡邏警，還得拖得沉重的飲水。

一九九四年有二十四名試圖偷渡美墨邊界的人死亡。

二〇〇八年的死亡人數是七百二十五人。

那位與我談話的移民所作的盤算是相當明白的。

如果讓他的子女走邊界來美國，他必須努力加班賺到代價。

代價雖高，卻可以降低孩子在途中喪命的風險。

如何讓毒品降價？

尼克森總統（Richard Nixon）發起「向毒品宣戰」至今已三十年，藥物濫用的情形猖獗依舊。

一九八八年至二〇〇九年之間，十二年級學生承認上個月吸食過毒品者從一六%增加至二三。

同期，十三歲至十九歲青少年吸過菸的人數從二八%下降至二〇%。

數字看來有矛盾。

未成年的人買香菸雖然是違法的，成年人卻可以隨便取得。

至於毒品，任何人買賣使用都是犯法的。

在伊利諾州被逮到持有古柯鹼，哪怕只是一丁點，也要坐牢一至三年。

如果再看使用菸、毒的代價一路如何演變，就會覺得上述數字差異不那麼矛盾了。

市、州、聯邦各級政府自一九九〇年起雷厲風行的一系列稅捐，使菸價大致加倍，平均一包售價漲至

<<掌握價格，就能操控世界>>

五．二美元。

二一年七月一日，紐約市一包香菸的售價再漲一．六美元，使最低售價高達十元八角，其中有七毛五是聯邦、州、市政府課徵的稅捐。

相形之下，二七年紐約市街頭的古柯鹼零售價是每公克一．一美元，比一九九一年下降了二七％。

海洛因的售價暴跌四一％，一公克只賣三百二十美元。

價格暴跌反映的是，扼止非法藥物流入美國市場的政策無效。

但是這也指向一個可行的辦法：代價夠高，青少年就會減少使用。

與其打一場失敗的反毒戰，改用合法化、管制、課稅的手段，也許更能有效減少濫用。

油價如何影響城市建設？

美國汽油價廉，所以人們可以搬到距離工作場所、學校、購物地點比較遠的大一些的住宅。

一九九七年至二七年間，美國人的上班通勤路程中間數從九英哩增為十一英哩（約十四．五公里至一七．六公里），典型的住家從一七五平方呎擴大至一八七平方呎（約四十九坪至五十一坪）。

範圍拉得這麼大的情形在歐洲極少見。

歐洲的城市是被歷史限制的，建築時間超過一世紀或幾世紀，那時候的遠距移動是耗時又費力的。

法國大革命期間，國王路易十六（Louis X）從巴黎逃到一百五十哩（約四二公里）外的瓦連納（Varennes），耗費了二十一小時，現代的都市範圍擴大則是受汽油稅的抑制。

歐洲的油價是美國的二至三倍，德州的休士頓市（Houston）總人口與德國港都漢堡（Hamburg）差不多，每平方哩的人口卻比漢堡市少了兩千五百人，部分要歸因於油價。

美國城市與西歐城市雖然有別，兩者若與前蘇聯集團的城市發展相比較，差異就更顯著了。

市場價格在蘇聯體制下對於土地分配的影響極小，甚或全無影響。

七十年共黨治國憑官僚法令分配土地，留下的都市景象是，痘疤般的老朽工廠在鬧區精華地段上凋零，住宅區的房屋往外環越建越多，都是史達林（Joseph Stalin）時代、赫魯雪夫（Nikita Khrushchev）時代，布里茲涅夫（Leonid Brezhnev）時代蓋的一圈又一圈的公寓群。

蘇聯解體之後，世界銀行都市計劃與住屋籌資專家於一九九年代中期作的一項研究發現，莫斯科的建築物多的區域有三一．五％是工業建築佔據。

首爾市的只有六％，香港和巴黎只有五％，這三個城市的人為了要住在靠近鬧區便利設施的地方而付出高價，人口最稠密的地方是距離市中心大約三哩（四．八公里）處。

莫斯科的最稠密區是距離市中心十五哩（廿四公里）的地方。

獎勵生育的副作用 二四年五月間，澳洲政府因為關注生育率低的問題，宣布發給七月一日以後出生的孩子「嬰兒獎金」，每名三千澳幣。

立即就有回應：預產期快到的媽媽把剖腹分娩的時間延後，盡全力阻止胎兒在七月一日以前誕生。

結果整個六月嬰兒出生數目下降。

七月一日當天，澳洲創下了三十年來最高的單日嬰兒數記錄。

窗戶也要徵稅 英王威廉三世（William）曾於一六九六年推行窗戶稅，當時他一定認為按窗戶的數目來課稅是個好點子。

住家的窗戶多達十個的，要納稅兩先令。

房子的窗戶在十至二十扇之間的，課稅四先令，多於二十扇的需繳八先令。

這種稅很合邏輯：窗戶多寡很容易計算，徵稅也簡易。

而且算得上公平，因為富人比較可能住窗戶多的大房子，所以應該多繳錢。

此外，這麼做也迴避了人民對於所得稅的強烈敵意。

可是國王沒料到人民的反應：大家為了少納稅都把自家的窗戶封死了。

後來比特（William Pitt）於一七八四年又在蘇格蘭實施這個稅目。

至今愛丁堡人把封死的窗戶稱作「比特的畫片」（Pitt's pictures），就是從這位首相的名字來的。

油價與車禍死亡率 看似不過分的舉措，如果改變了——哪怕只是微幅改變——人們對成本與效益的評價，也可能引起整個社會反彈。

美國於一九七四年規定全國遵行每小時五十五英哩的速限就是一個例子。

<<掌握價格，就能操控世界>>

當時是因為阿拉伯國家宣布對美國禁運石油，以回應美國要在贖罪節戰爭（Yom Kippur War）之後再供應以色列軍事裝備的決策。

美國政府面臨這第一次的石油危機，採用了藉速限來節約汽油的辦法。

增加汽油存量在當時是個合理的目標。

然而，政策錯在忽視了開車人的時間的價值。

按新定的合法速限，開一趟七十英哩的路程要花一小時十六分，比時速七十哩的速限多了十六分鐘。

以一九七四年生產工人平均時薪約四．三美元來計算，來回通勤的那十六分鐘要工人付出大約一．一五美元的成本。

一九七四年的含鉛汽油售價是每加侖五角三分。

一般的開車人若要拉平損益，每跑一趟得省下二．一七加侖。

為了達到這個目標，必須大幅節約燃油。

例如，像雪佛蘭郊區（Chevy Suburban）這種車款可增加燃料效率二二%，或是像本田喜美（Honda Civic，一稱本田思域）把燃料效率加倍。

壓低速限當然達不到這種增值，所以駕駛都不理會這速限新規定。

以一九八四年為例，紐約州際公路上的駕駛，有八三%的時間不遵守時速五十五英哩的速限。

他們集資五十至三百美元購買短距無線電手機（CB radio），互相通報道路上哪兒正有警察抓超速。

一九六六年到一九七三年間，美國聯邦通訊委員會（Federal Communications Commission）核發了將近八十萬個使用許可給火腿族。

到一九七七年，路上的這種無線電多達一，二二五萬個。

警察針對火腿族的反應是裝設雷達測速，火腿族的反應則是使用雷達偵測機。

有些州政府又明令雷達偵測機是違法的。

我想，美國參議院在一九七四年通過「緊急公路能源節約法案」的時候大概沒料到會有這些連鎖反應，參院於一九八七年把速度上限提高為時速六十五英哩，到一九九五年再把聯邦速限整個撤銷掉。

一九八七年間，美國聯邦政府解除了自一九七四年起實施的時速五十五英哩規定，允許各州自定州際公路的速限。

一項就二十一個州改採時速六十五英哩之後的駕駛行為所作的研究發現，駕駛人平均加速三?五%。

這樣做可以縮短通勤時間，卻也提高了發生致命車禍的機率。

研究者估算，每有一人喪命，公路駕駛人在縮短通勤上節省的時間就有十二萬五千小時。

假如每個小時按當時的普遍薪資計算，駕駛人總共節省的是每條人命一五四萬美元的代價（按一九九七年的美元幣值計）。

有競爭，電話公司才會降價 一九八三年，美國政府解除了A T & T（美國電報電話公司）

的美國電話市場獨佔權之後不久，該公司所定的日間越洋電話費仍是十分鐘五．一五美元。

到一九八九年，話費降到二．五美元。

如今，客戶訂購A T & T的每月五元國際電話方案的話，打北京是每分鐘十一美分，打倫敦是每分鐘八美分。

英國的電信業獨佔權原本歸政府所有。

一九八一年柴契爾夫人（Margaret Thatcher）主政期間，政府許可民營的水星通訊公司（Mercury Communications）提供競爭的電話服務。

一九八四年，水星就把國營的英國電信（British Telecom，）打敗。

一九八二年二月，倫敦打到紐約的三分鐘一通的電話，費用從二．一三英鎊調降為一．四九英鎊。

現在B T有倫敦打紐約的包裹優惠，用戶只要每通不超過一小時，可享每個月付四．九九英鎊不限次數。

沃爾瑪效應的龐大威力 沃爾瑪（Wal-Mart）於一九八八年擴大經營項目把食品雜貨納入，

定價比競爭同業低一五%至二五%，逼得超級市場業走投無路。

沃爾瑪超市開張平均導致同社區內的其他食品雜貨業銷售量下降一七%，等於每月營收損失二十五萬美元。

競爭對手為了不要關門大吉，很快就被迫跟著沃爾瑪有樣學樣。

<<掌握價格，就能操控世界>>

有一項研究調查了美國各地一百六十五個城市一九八二年至二〇〇二年的零售物價，發現沃爾瑪開張後遲早會迫使同區域的競爭對手把阿斯匹靈、洗髮精、牙膏等產品降價七%到一三%。

批評者說沃爾瑪破壞社區，欺壓本地的零售業者。

沃爾瑪一味追求最便宜的商品，迫使許多供應產品的業者遷廠到成本低的中國，導致美國製造業式微。

其實沃爾瑪和多數經營者一樣，有競爭者當前的時候才會降價。

有一項研究發現，沃爾瑪在田納西州富蘭克林市（Franklin）的定價比在田州省府納什維爾（Nashville）高出六%，因為納市有競爭對手凱馬特（Kmart），在富蘭克林卻幾乎沒有競爭者。

不過，沃爾瑪的競爭推力確實使身為消費者的美國人受益。

有一項研究指出，美國商務部把美國通貨膨脹誇大了一五%，因為部內採用的樣本沒有包括沃爾瑪的便宜食品價格。

由此可見沃爾瑪的衝擊力有多強。

消費者真好騙 二〇〇五年間，底特律的汽車大廠，通用汽車（General Motors）、福特（Ford）、克萊斯勒（Chrysler），都用了一個新手法來解除存貨過多的壓力，同時也重振疲軟的財務。

三家公司都給顧客一項史無前例的優惠，享用與平時只限員工享有的等量折扣價。

通用汽車於六月推出「人人可享員工折扣」的方案，銷售額大幅成長四成。

克萊斯勒於七月實施「比員工定價更優」，創下銷售量新紀錄。

然而，我們如果深入一點看，就知道這些促銷不是那麼划得來。

柏克萊加州大學與麻省理工學院的經濟學家作的一項研究發現，許多款車可以在員工折扣方案推出之前以更便宜的價格買到。

消費者在促銷的兩星期之中購買的大部分通用汽車和克萊斯勒的車款，以及許多的福特車款，都比早兩個星期去買的價錢貴。

消費者只聽業者說這個價格是撿到便宜，也就信以為真。

超市業者的心機 如果說市場競爭對消費者有利，企業主最愛用的抵制策略就是試圖擾亂競爭正常狀態，使消費者搞不清楚到哪裡買東西最划算。

經濟學模型之中描述的競爭理想國裡，消費者可以毫不費力地比較互相競爭的產品再作抉擇。

真實世界卻不是這樣，而是佈滿諾貝爾經濟學獎得主史蒂格勒（George Stigler）所謂的「搜索成本」（search cost）。

消費者很難從本城的所有商店查明某個產品的成本，在網際網路上辨別產品成本就更難了。

如果商品不是一模一樣，又更不易分辨。

這種缺點正是經營者的可乘之機。

我逢週末帶兒子去購物的地方是布魯克林區的航道超市（Fairway），這裡的售價頗貴的有機食品部門是與所有其他部門分開的，以防在乎比價的有機食品買主改變心意，買了價格便宜的原味穀物片。

類同的商品都處心積慮分開放置在相距很遠的地方，以阻止消費者比價。

入口處的專櫃放著高級精品的乳酪，便宜包裝的乳酪則是放在出口附近。

醃肉香腸等冷熟食以及橄欖油，各自都有至少兩處展售區。

不同品牌的義大利麵醬料似乎店內到處都有，連水果也分置在不同區塊。

經常特價打折與標高售價，也是防止消費者找到哪兒賣的穀物片最便宜的手段。

以色列的一項研究發現，四種類似的產品從一九九三年到一九九六年間在各種不同類型商店的售價有很大差異。

同樣一罐咖啡或一袋麵粉，在最奢華的商店裡的售價是在最平價商店的售價的兩倍以上。

不僅如此，最低廉的售價不會一直在同一家商店裡。

零售業者不停地挪動售價，讓選購的人疲於奔命。

「谷歌，谷歌，請你告訴我，誰的價格最低？」

網際網路這項科技，本意是要助二十一世紀消費者一臂之力，讓我們按一下滑鼠鍵就可以比較

<<掌握價格，就能操控世界>>

世界各地的價格，豈料它也會混淆消費者的視聽。

線上電腦晶片零售商會攪混產品的描述，提供十幾種版本，使購買方很難貨比三家。

零售商會外加高額的運費與處理費用，給產品添上一大堆必須剔除的附加元件，用低品質的產品把消費者吸引到自己的網站，迫使進入網站的人升等。

有些零售商甚至想出方法愚弄價格搜尋引擎使用的比價網站，使它們以為是在免費贈送產品而列於搜尋排榜的最前面。

網際網路非但沒有激發透明度，反而鼓勵零售業者詐欺。

按實在價供應不錯產品的人，會被一大堆比較不誠實的競爭者提供的「更便宜」超特惠商品所淹沒。

一種機位，二十種價格 航空公司最擅長以巨幅價差賣機位。

他們鍛練了三十多年的功力，能讓客滿與空機運行的成本一樣。

一九七七年，美國航空公司（American Airlines）是全美第一家試用這一招的業者，提供的是「超級省錢」的較便宜機票，條件是必須預購，往返之間至少有七天或以上的停留，目標鎖定在乎價差的休閒旅客。

票價管制於一九七八年解除之後，各式票價紛紛出籠，航空公司都努力搶客人。

二十五年來，他們最出名的一招是週六停留條件（Saturday-stay rule），用來區隔圖省錢的觀光客和買得起貴機票而且不計代價要在週末前趕回家的商務旅客。

如今，航空公司的同一班飛機上可能有多達二十種不同票價的機位，機票是什麼時候買的、在什麼地點買的、旅程停留時間多久，以及其他因素，都可能導致價差。

限制使用日期的機票比不限制的便宜大約三成。

在搭機前一週之內買的票，比至少提早三週預購的要貴二六%。

往返行程跳過週六的機票便宜一三%。

如何開演唱會賺到錢？

差別定價是利潤可得的策略。

有一項以一九九二年至二〇〇五年間的上千場流行音樂表演作的研究發現，演唱會票價如果有不同的座位區別，營收比統一售價要多三%，因為可以同時吸引「流鼻血區」買便宜票的歌迷和買高價位前排座的歌迷。

價格差別待遇用於比較富裕的城市和比較資深的表演者，效益更佳，因為可以組成比較多樣的觀眾群：包括從年輕時代就是歌迷的比較有錢的人，以及因為票價不貴而樂意一睹前輩樂手風采的年輕樂迷。

按這項研究，一九九二年的演唱會半數以上是統一票價，到了二〇〇五年，只有大約一%採取統一票價。

如今分區差別票價已經是常例了。

別人可以，但是可口可樂不行 有些按消費者意願區別售價的策略是行不通的。

一九九〇年代末，可口可樂試用了一種可以在天熱時自動提高可樂售價的販賣機。

可口可樂執行長艾維斯特（Doug Ivester）在接受巴西新聞雜誌《維嘉》（Veja）採訪的時候透露這個計劃，卻掀起抗議風暴。

《費城詢問報》（Philadelphia Inquirer）大罵這是「世界隨他們予取予求的最新證據」。

《舊金山紀事報》（San Francisco Chronicle）的社論下的標題是「可口可樂的自動敲竹槓機」。

百事可樂見縫插針，宣布百事可樂絕對不會「剝削」熱天裡想解渴的顧客。

艾維斯特為這個計劃辯解，說「熱天本來就該賣貴一點，販賣機只不過把這個手續自動化」。

即便如此，可口可樂還是停用了這種販賣機。

上亞馬遜，別急著按「我要購買」 網際網路可能把價格差別待遇帶進我們的生活的每個角落。

二〇〇一年九月，亞馬遜網路書店（Amazon.com）被逮到這種行為：同一套DVD，卻按廠商建議售價分別給不同的消費者三%、三五%、四%的差別折扣。

亞馬遜說差別定價是根據價格測試而來，否認是按消費者的價格敏感度區隔購買方 價格敏感度可以從記錄在亞馬遜網站中的個人檔案的購物紀錄蒐集。

<<掌握價格，就能操控世界>>

自從發生了這件事，維護消費者權益的人士就警告，人們在線上搜索、購物、在社交網站上玩遊戲的時候送出的大量個人資料，會幫助業者微調出適合各個消費者個檔的售價。例如，不太在意價格的人看到的搜索清單上，排在最前面的項目會是售價較高的版本。愛買便宜貨的人可能會先看到售價較低的選項。

<<掌握價格，就能操控世界>>

媒体关注与评论

「強力推薦本書給每一個願意就人如何作選擇、人的所有行為之本質進行好玩卻又有高明見解的討論的人。

」 - - 諾貝爾經濟學獎得主 / 蓋瑞·白克 (Gary Becker) 「我們如何給一切事物定價格，不論是一加侖汽油或是一枚可供移植的腎臟，本書作了有趣的剖析。每個人都可以從這本明智又機巧的書中學到東西。

我自己就學到不少。

」 - - 提《金融時報》(Financial Times) 專欄作家，《臥底經濟學家》(The Undercover Economist) 作者 / 姆·哈福特 (Tim Har

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>