

# 2023年发展经济学读书笔记(汇总7篇)

人的记忆力会随着岁月的流逝而衰退，写作可以弥补记忆的不足，将曾经的人生经历和感悟记录下来，也便于保存一份美好的回忆。写范文的时候需要注意什么呢？有哪些格式需要注意呢？接下来小编就给大家介绍一下优秀的范文该怎么写，我们一起来看一看吧。

## 发展经济学读书笔记篇一

“经济学”在我的印象中是个高大上的晦涩难懂的概念，但作者的一些解释很接地气。我惊讶生活中的很多我们熟悉的，认为理所当然从未思考过的买卖现象竟然包含了不少经济学知识，例如男女衬衫的扣子安排，牛奶可乐分别装在方盒子圆罐子的原因，作者给的解释完全在老百姓能理解的范围内，却又不显得牵强。没有高深的定义和恼人的图表，但却为我们提供了一种用经济学的角度思考正常问题的方式。

作者不是死板的教授，而是一个在生活中具有超强洞察力的有趣且热爱生活的人。他和本书内收录的其他作品的作者都是有趣的人，让我有了生活中处处是经济学知识的感觉，只是不易察觉或者我们缺少了一双发现的眼睛。很多你卖我买中都蕴含了一定的经济现象，只是我们觉得太小或者司空见惯而忽略了而已。同时也让我明白不是每一个人都是经济学家，但至少我们可以更积极地去思考，并把思考用于生活。

作者和他的《牛奶可乐经济学》才是真正剖析经济现象的人与著作，曾经有许多的经济学家被看作疯子一般的存在，他们口若悬河，口无遮拦，预言未来的经济走向，放出很多长篇大论，只把经济学看做是一种理论概念；而作者罗伯特弗兰克教授把理论用于实践，真正的对社会的经济发展提供了动力。实践是检验真理的唯一标准，一切理论知识都要在现实中才能体现它的价值，如果一种学术只能停留在理论，而

不能惠济与人，我认为它不是成功的。

我的另一个感受是拥有一双发现的眼睛和强大的联想能力是非常重要的。如果只是学习理论知识而两耳不闻窗外事，对身边的人与事以及物麻木不仁，势必会走火入魔而一无所得；但是如果只是一味的做事而不思考学习则走入了另一个极端，又难免落得愚昧无知吃力不讨好的境界。正如古语所言“学而不思则罔，思而不学则殆”这两种方式都是不可取的。

如果不能把所学用于生活不如不学，而如果只是空想而不思考如无头苍蝇一般也是可悲的，所以唯有在学习中把学与思二者辩证地结合起来才是最佳的状态。

《牛奶可乐经济学》这本书中的很多例子都来源于生活，并且是我们熟悉的现象和事件，读起来有趣而且收获颇多，真的适合初学经济的人阅读也适合有值得对经济学有兴趣的非经济学学习者阅读学习。

## 发展经济学读书笔记篇二

通过将可口可乐与红牛、ibm、谷歌、苹果等将故事方案转化为行动的或成功或失败的案例分析，使读者了解如何正确将故事的拉动力量融入市场营销、品牌、广告和销售中，通过解析这些代表行业最前沿的巨头的改变，促使在即将来临的新科技变革中，使掌握了故事技巧的营销人员塑造品牌故事的未来。

故事结构化的处理方式为虚无混沌的存在赋予了秩序、和谐与意义。有了故事化的思维方式，人类终于学会了如何带着目的生存，达到生活的平衡。

自我意识：即区分主观自我与公众面前的客观自我，并将外在自我视为独立人格进行审视的能力。

他者意识：有能力透过他人的眼睛观察，像自我感知一样从他人的角度感知世界。

故事是什么：一系列由冲突驱动的动态递进的事件，在人物的生活中引发了意义重大的改变。

故事的八个阶段是这样创造意义的：首先，所有故事的核心脉搏都是一至多个二元对立的价值观，比如生/死，自由/暴政，成功/失败，真理/谎言，爱/恨，诸如此类。随着故事发展，核心价值由负转正或者由正转负。

其次，故事中的因果动态解释了为什么发生和如何发生，也就是上述转变背后的原因。

长故事：首要原则：渐进式行动/反馈。在扩展的作品中，第七阶段和第八阶段会以不同的形式重复，推动故事渐进式发展，直至达到最终的高潮。

由特殊推向普遍是最适合人类思维方式的模式，而不是反其道而行之。设定越具体越特别，故事的适用性就越广。

物理和社会维度让故事在时空当中立起来，但这只是两个维度。只有当创作者以价值标准的形式增加第三个要素，设定才能三维立体。

激励事件打破主角的生活平衡，将故事的核心价值正向或者反向扭转，但毋庸置疑地推至失常状态。这个转折点是后续事件的起始，推动主角采取行动。

目的型故事打开一个缺口。将故事高潮的美学体验转化成市场中的有效行为，即把受众变成消费者。

如果你塑造的故事主角无法让目标受众产生情感共鸣，他就不会留意你的故事到底怎么样。他不听，不认可，更不会采

取行动。

除非人们有意或无意地感觉到他选择的行动是最佳决策，或者是唯一决策，否则没人会采取行动（更不用说花钱买东西了）。人们追随欲望的引导。

三个关键的故事化时刻：（1）强大的“钩子”激发潜在客户的兴趣，得到面谈机会；（2）戏剧化故事弧光抓住对方注意力，让对方产生共鸣，在客户和你的产品或服务之间建立起情感连接；（3）引人入胜的故事高潮完成销售。

## 发展经济学读书笔记篇三

tim harford写的《卧底经济学》肯定不是大经大典，当然，作者也没把它当作大经大典来写。有点二十年前高希均先生的目标大众启蒙著述的感觉，但是俏皮的成分更多了；也有点张五常不时见诸报端的那种小豆干作品感觉，少了君王式傲慢。这类作品，其实多在微观和中观经济学的范畴。

这本书给我的收获是，从策略层面了解了一些消费类连锁品牌的定价模型，有些模式在中国尚未出现还。有时候，知道并不意味着获得改变局面的能力，但会在智力上获得“不被蔑视而带来的快感”。

作者首先的举例是遍布伦敦、纽约、巴黎的都市咖啡店，多都是在地铁站周边，或者是商业区、旅游景点区里。这些店通过支付相当高的商铺租金，交换回了一定程度的垄断权力。咖啡店老板的心理斗争由此开始，房租和其他运营成本基本固定，要赚钱必须要通过卖咖啡多获利润。

如果把咖啡的价格提高，那么销售额会有下降，你会失去那些价格敏感型的消费者；如果把单杯价格降低跑量，总销售额会有上升但利润却也不见得高，因为你没有从珍贵的忠诚

消费者处赚取到本可以属于你的高额利润。

接下来的问题就是如何区分出价格敏感型的消费者与非敏感型的消费者。结合生活实际观察，扩展产品谱系是用得比较多的方法，让每一类消费者都能找到对应的消费点。然而，这并不是唯一的方式，或者说花头其实很多的。

新产品开发不仅可以走货币支付能力的思路，还可通过道德感、社会责任感等方面区分出不同消费者。比如有咖啡店设计“公平贸易咖啡”产品：产品的解释是，咖啡豆来自发展中国家的赤贫地区，由于国际间贸易规则，购买这类产品需支付稍微高点的价格（这稍微的高里其实有部分是让咖啡店赚的）。但喝的话，将不仅是消费行为，还体现着社会责任感。

不排除这种可能，受过高等教育且有着社会良心的那类价格敏感型消费者，会在此时心甘情愿地从皮夹子里多拿出些钞票来。还有的咖啡店，针对座位的稀缺性做出创新，只有当坐在店里消费时，才区分大杯与小杯的价格，而对于打包带走的消费者，则是不区分大杯小杯的价格。是把地产的时间价值附加到价格里。

作者还不断提及超市的盈利。每年来个三四次的高折扣率到30%，持续三天搞得车水马龙，为什么不变成全年降5%呢？其实道理和咖啡店是一样：既想赚忠诚客户的钱，又想赚价格敏感消费者的钱，一定要通过事件促销把这两类人区分开来。至于如何防止忠诚客户也动摇乃至揩油，后面进行了论述。

作者还观察到两个现象：有两家超市，绝大多数人都抱怨a店贵，但事实是如果选择完全一样的货品□a□b两个超市的价格基本上没什么差别。导致a给人留下贵印象的主要原因是，位置更佳的超市a把昂贵货品放在超市的主道和显眼、易取位置。

另外一个有利可图的方式是出人意料地大幅涨价，比如每天

随机把两种蔬菜的价格翻三番。顾客要绕过出人意料的涨价是很难的’，所以很多超市很偏爱用不可预测的方式大幅涨价。还有用得比较多的手法包括，用塑料袋包起来的蔬菜和作料，比散装得贵十多倍，顾客根本不会辨分出来，或者没有意愿去进行辨分。

那么，到底如何才能防止忠诚客户也受到低价产品、服务的诱惑呢？书中举的例是法国，当时火车作为交通工具出现还没很长时间，一些运营公司就是不给三等车厢加一个顶，也不给木制座位装上软垫，原因不在于那区区几千法郎，而只是为了吓住富人，让他们感受到不同等级的车厢原来差距是如此之大。

现代社会里的服务业也不乏此等个案。以各大航空公司为例，机票打折打得热闹非凡，但是商务仓和vip的价格却是不为所动。他们是怎么做到这点的呢？不看机舱，看看机场的休息室也可见一斑，休息大厅常常是人满为患，声音嘈杂，但vip的休息室里却是另外一番洞天。富人于是被处心积虑地吓坏了。

再比如制造业，作者说ibm在研发出的打印机中故意添加延缓打印速度的芯片，于是高端产品的优势就显露出来了，叠加上外型设计的故意落差，一个产品演化成了高低两端的不同利润率产品。作者在书里还说intel公司的中央处理器产品，也应用了类似的定价策略。

解释说明下：个人的阅读习惯比较杂，但还算有个大致的范围，如商业、金融、政治、政策、传播、媒体、历史、科普，再就是人物传记和小说类。时间一般在两小时/天左右，毕竟不是做研究。知远提醒得也很道理，工作与阅读之外，得留时间与人深入、放松交流，对媒体工作者来说也许惟此才能朝着“格高局大”进发去。

我还自设了“二八定律”，即80%的时间用来读大经大

典，20%的时间用来读新出的著作；也试过反过来执行这个“二八定律”，即用80%的时间读新书，但后来发现一流的书其实这辈子够消化的了，但不读新书又难以把握住现今。和看碟、听音乐是一个道理。

## 发展经济学读书笔记篇四

《牛奶可乐经济学》，原名叫做《经济博物学家：破解日常生活的密码》。一部“博物经济学”著作，它非学术大部头，而只是生活小智慧。下面是本站小编向各位推荐的牛奶可乐经济学读书笔记，希望对各位能有所帮助！

大一的时候曾经看过曼昆的《西方经济学》，感觉其实经济学还是比较容易理解的，但在看到投资和储蓄这两个概念的时候就有一些迷糊了，后面当学到需要数学知识的“乘数”概念的时候，我就决定放弃了。

当我看到《牛奶可乐经济学》这个可爱的书名的时候，当我看到如同《货币战争》一样设置谜题的宣传方式，我已经决定要读这本书了。因为里面的内容实在太有趣味性啦!!!!

什么牛奶的盒子是方的，可乐的瓶子是圆的；

为什么酒吧中不值钱的水要收费而花生米却免费；

为什么女模特的收入高于男模特；

为什么许多年后的饮料可以免费续杯；

为什么许多超市 24 小时营业；

为什么鲸鱼濒临灭绝，而鸡却不会；

为什么几乎全新的二手车比新车便宜的多；

为什么 dvd 制式各地不同，而 cd 一样；

为什么单行道上谦让反而降低效率；为什么外表富有吸引力的人也更为聪明，等等

看了之后，说老实话，可能因为我期望值比较高的缘故，觉得没有找到能够吸引到我的地方。

虽然提出的这些问题很有趣，但解释却很简单，我们平时也可以自己做出合理的解释，不过是作者用了一些经济学的概念。

当我不是很看得上这本书的时候，突然想到了陈寅恪大师是如何指导学生的：

姜亮夫在清华时曾写了一篇批评容庚的文章，发表在《燕京学报》上，容庚把这篇文章送给陈寅恪看。陈寅恪对姜亮夫说：“你花这么大的精力批评别人，为什么不把精力集中在建立自己的研究工作上。”姜亮夫听了，大受震动，从此不太愿意写批评文章了。

所以，其实我们在看书的时候，要多看别人的优点，没有完美的事，什么作品都有缺陷，重要的是在于我们能从中学到哪些好的方面。

仔细想想这本书还是能给我带来不少启发的：

其一，主题与角度很重要。

虽然都是生活中简单的例子，虽然解释起来也不见得有什么高明之处，但本书胜在接近性，和我们日常生活的接近，此外就是以博物经济学来总括所有的案例，确定书籍的范围。



其二，我们往往在进入一个新领域的时候，总想学习得快些，但却忽略了一些基本的概念，而这些概念往往却是一个学科成立的基础。

比如在经济学课程中“机会成本”的概念，作者就设置了一个问题，并且用这个问题去向经济学的学生与业内人士提问：

如果你上过经济学课程，至少听说过“机会成本”这个词吧。从事一项活动的机会成本，是指你为了从事这件事而放弃的其他事情的价值。举个例子，假设你赢了一张美国大歌星埃里克·克莱普顿(eric clapton)今晚演唱会的免费门票。注意，你不能转售。可另一美国大歌星鲍勃·迪伦(bob dylan)今晚也在开演唱会，你也很想去。迪伦的演唱会票价为40美元。当然，你别的时候去看他的演出也行，但你的心理承受价格是50美元。换言之，要是迪伦的票价高过50美元，你就情愿不看了，哪怕你没别的事要做。除此之外，看两人的演出并无其他成本。试问，你去看克莱普顿演唱会的机会成本是多少？去看克莱普顿的演唱会，惟一必须牺牲的事情就是去看迪伦的演唱会。不去看迪伦的演唱会，你会错失对你来说价值50美元的表演，但同时，你也省下了买迪伦演唱会票所需支付的10美元。所以，不去看迪伦演唱会，你放弃的价值是50 - 40 = 10(美元)。如果你觉得看克莱普顿的演唱会至少值10美元，那你就应该去看；要不然，就去看迪伦的演唱会。按一般的看法，机会成本是经济学概论课上要介绍的两大(或三大)重点概念之一。但根据我们现在手边的可靠证据，不管从哪一个角度来看，大多数学生都没有掌握这个概念。最近，经济学家保罗·费雷罗(paul ferraro)和劳拉·泰勒(laura taylor)向几组学生提出了上述克莱普顿/迪伦问题，看看他们能否做出正确回答。他们出的是选择题，只有4个答案□a. 0美元□b. 10美元□c. 40美元□d. 50美元。

看完《牛奶可乐经济学》是我对经济学的认识程度有了更深

一层的认识，虽然《牛奶可乐经济学》很通俗易懂，把一些经济学的术语用生活中的例子表现出来，但是它还是有一定的局限性的，毕竟它与西方的经济学比较接近，却与我们国家的经济学还是有一定差异性的，因此必须取其精华去其糟粕。

拜读了弗兰克教授的这本《牛奶可乐经济学》，我感触很深：

改变习惯思维，善于观察身边的事物并学会总结。经济学认为，人是有理性的，通常会以自身利益来权衡行为。在日常生活中，由于对我们周围事物的习惯，就不会对事物的存在性和合理性进行思考，不会对事物的表象进行更深层次的研究。其实生活有其自身的魅力，生活中的各种事物背后都蕴含着经济学道理，很多时候，我们都认为理所当然，只是习惯罢了。以往的学习过程中就是这种思维方式影响着我，理所当然的想法是我忽略了探究的意义，看过此书后使我意识到了以前的认识水平有多糟糕，理论与实际脱离的程度有多大，答案不可能是唯一的，换个角度思考就会有新见解。

用最简单直接的方式了解经济学基础里面的概念。虽然我学会计，对经济学也涉及颇多，之前上《西方经济学》课程时，就学的云里雾里的，连公式、专业名词都记不住，又谈何继续探究，当考完就觉得一身轻，暗暗发誓再也不碰了。经济学家的书都是“贵族经济学”，一大堆表格、公式、怪名词、英文缩写。这就让我们产生的错觉，认为经济学很抽象，难以理解且与生活联系不大。《牛奶可乐经济学》让我懂的将抽象的理论用身边的例子去理解，如此便简单明了了，在与人沟通时也是同样的道理，让对方理解我所表达的意思最有效的途径就是举对方熟悉的身边例子。特别在以后工作中，遇到的人不一定都懂财会专业名词或术语，用身边的事例就会使工作事半功倍，何乐而不为。

整本书读下来，不会觉得晦涩，彻底打消了“经济学”这座大山造成的心理障碍。至少这本书使我明白了“理论来自于

生活”这个朴素的道理，向我展示了经济学的有趣，生动。对于生活中所看到现象的解释，全书阐述了作者认为最基础最重要的两个经济学概念：机会成本和成本效益原则。机会成本是指为从事某活动而放弃其他事情的价值；成本效益原则意为唯有当行动所带来的额外收益大于额外成本时，才值得这么做，它外成本时，你才应该这么做。这就是开头问题的答案。

比如：为什么牛奶装在方盒子里卖，可乐却装在圈瓶子里卖？

一是因为消费的习惯，可乐圆的适合拿在手上喝。而很少有人拿着牛奶盒子喝，虽然有的配了吸管。二是产品的不同特性，牛奶需要专门装在冰柜里，运营成本高，如果是圆的，会使得冰柜的利用率降低。而我们在超市看到可乐大多放在开放式货架上。

这是书上给出的答案，我相信这没有绝对的标准答案，可以联系现实生活学会从不同角度思考问题。如王老吉、旺仔牛奶，有方的纸包装，有圆的铝罐包装。至于哪种利润高，我并不清楚，但从随处能买到的情况看，不同包装，不同定价的同种饮料在饮料市场都占领一定的份额。我觉得，不管方或圆，更多取决产品定位和市场需求。

由此也说明这本书更多的是唤起了我们思考的热情和对经济学的兴趣，是从一个例子去学从哪个角度怎么分析，书中还说了很多小事，不要太较真里面的例子，因为作者和我们所处的环境不一样，有些例子不免无法理解。在以后，我们要运用经济学来解决问题感受生活的魅力，它不仅对我们的事业有帮助更能优化生活。虽说并非每一个人都是经济学家，但我们至少可以更积极地用心去思考，并把思考用于生活。

最近又翻阅了下罗伯特·弗兰克的《牛奶可乐经济学》，作者用日常生活中的诸多小例子，从产品设计、成本效益、供求关系、价格体系、市场信号、行为心理学等经济学的角度进

行了解释，浅显易懂而又贴近生活，可以引发大家对周围事物的思考。因为有文化和地域的原因，其中有些国外的例子我们不能很好的理解，而也有一些例子解释的较为牵强，但无论如何至少有一半的例子的思考都是让人豁然开朗的。

以下是其中一些有意思论点的记录，值得今后学习和应用。

产品设计既要符合消费者心意的功能，又要满足卖方保持低价、便于竞争的需求。也就是说，要在两者之间实现平衡。如牛奶一般装在方形盒里，而可乐装在圆形盒里，因为牛奶需要冷藏成本高。

“一价定律“指出，适合试图利用富人愿意花钱的供应商，都会给竞争对手创造出直接的获利机会，也就是利用价差进行套利。酒吧喝水要钱而花生免费，因为酒和水以及花生的不同关系。

从长远来看，新技术所节省下来的成本，并不会给生产者带来更高的利润，而是降低了产品的价格，使消费者受惠。

劳动力市场原则：雇员的工资与他们为雇主在盈亏平衡点上所创造的价值成正比。

技术的高速发展，提高了最有能力的人的个人优势，所以最近收入最高者的薪水比普通人涨的反而更快，如公司ceo及高管。

套利的可能性限制了垄断者向特殊买家索取高价的能力，所以商家的应对之道是，允许顾客以低价购买，但前提条件是顾客必须首选跃过某种门槛，如抢购、限时促销、改变包装等。

价格敏感消费者，价格第一，时间体验形象等其次，所以某种形式的购买门槛都是为了扩大这一消费群体；而价格不敏感

消费者，可能是富人，或者时间便利体面等更为重要的群体。扩大整体份额而不是使这两个群体价格冲突，会提高总体销量而降低成本，如样品、瑕疵品的销售。

对个人是好事，对群体来说可能没用。如雄鹿的大犄角只为了内斗而对狼群无用。当个人效益超过个人成本时，个体会采取行动，可能导致对群体有害的结果。

亚当史密斯认为，个人的回报只取决于绝对绩效。但事实上，生活里大多数事情都是以相对位置定高下的，因为整体资源是固定的。如春运火车票的座位有限，网购只会引起再分配；好学校招生有限，所以名次显然比分数重要。

商家习惯于利用各种措施向消费者释放错误的市场信号，从而影响决策。如律师都穿正装而教授则不需要，小成本而可能产生高收益，职场中的个人形象也是如此，短期多付一点而长期高收益；二手车不确定的质量可能有问题，这种信息不对称，造成了接近全新的二手车价格也较低。

一般来说，一旦遇到随机性成功，必然会出现”回归平均“。如业绩不好，炒掉领导后，业绩立刻反弹，则不见得一定能推论出“炒掉原来的领导是正确”的结论，而然大众可不这么看，足球教练的更换就是个例子。

从理论上来说，金钱奖励最优最方便，但实际上人们往往偏好其他形式的奖励，如奖励汽车等，或者朋友之间护送礼物，这是典型人力资源激励的心理学应用，无论金钱和实物，最终要看其“效用”如何。

很大程度上，人们所做的选择，源于一种想要构建、保持个人或群体认同的心理动机；而商家需要了解并满足客户的这种动机。

## 发展经济学读书笔记篇五

《生活中的经济学》讲述的是茅先生在1993年留学美国，发现美国市场经济下值得学习和研究种种经济现象，以浅显易懂的生活片段展现给读者，潜移默化的灌输经济学思想，让读者以经济学的视角来分析社会，解读社会现象。

书中分微观经济学、宏观经济学和经济体制三个部分，例如超市管理、后院经济、环境保护等日常点滴，篇篇反映出令人细细品味的经济学原理。我不会具体描述本书细节，以下两点是看完之后的一些思索和感受：

——不论多深奥的理论，如果透彻地理解了它，必定能够还原为日常生活中的现象，小事情反应大道理。

之后我渐渐明白，我们学习的是这种做学问学以致用用的方法，再深奥的原理，如果透彻理解融会贯通，应用于日常现象，那才真的实现了知识的价值。在生活中，要有敏感性，遇到事情多思考，把自己学到的知识来解释现象，从现象中获得知识，构成知识储备运用的良性循环。

书中提到的许多现社会存在的问题，现实依然存在，例如节约时间，提高效率问题。书中讲到：有次作者看到马路上交通事故，只用了三分钟，当事人交换了驾驶执照，清理了事故现场，马路又恢复了平静。他们有很完善的保险制度，更重要的是双方寻求能够理解的妥协办法，把是非放到次要地位。这我不禁想起前几个月在三环上两辆汽车的刮蹭事件，为了持续事故现场，两辆车足足停了4个小时，造成三环交通大瘫痪。如果两位司机能够放下是非，协商妥协，那么节约的不仅仅是四个小时，还有这四个小时整个三环带个社会的财富。

社会道德在经济发展中的作用强大，良好的社会道德与秩序，能够减少纠纷，节约时间，提高工作效率，能够节省社会监

督成本，能够促使资本和劳动结合生产出更多财富。所以，“社会成员自觉程度越高，整个社会就越富裕”。

以上是读罢《生活中的经济学》感受很深的两点，尤其佩服茅先生数学、经济与哲学的综合素养，以及敏锐独特的视角。这是一个研究人员最就应具备的两个素质，以茅老为目标，学习，学习，再学习。

## 发展经济学读书笔记篇六

在解释这些各色各样的问题时，作者罗伯特·弗兰克教授的观点显然不同于传统的经济学书籍，他曾说道“请不要急于去书中找寻答案。这些生活中的问题不是公式和概念，它们并没有标准确切的答案，每个人都有可能给出更多更合理的解释。虽说，不是每一个人都是经济学家，但至少，我们可以更积极地去思考，并把思考用于生活。这样，我们每一个人，都可以成为一名博物经济学家。”

当我第一次看到这些问题，也许就如作者所说急于去书中寻求答案，可当看完以后用经济学的角度去思考其它的问题时，却会发现经济学已经渗透在生活的方方面面。从前我认为经济学是一个高深莫测的学问，可当我欣然接受它后，他便会成为我的一把利剑，从此思考问题又多了一种角度，这就是这本书带给我的一种体会。

## 发展经济学读书笔记篇七

《生活中的经济学》是一本经济学普及读本，茅于軾先生用“家常式”的随笔形式，运用简单易懂的经济学知识，巧妙地解释了社会生活中的各种经济现象。他从美国日常生活的各方面入手，深入浅出地写出了美国经济如此发达的原因。他的写作风格平易近人，虽有严肃认真的经济理论说明，但

又不会长篇大论，让你看得头昏脑胀，不知所云。书中写的都是日常琐事，却往往折射出惊人的启示。这是本需要咀嚼的书。我已经学到了很多。甚至能够说收获颇丰。

我们所教的教材必修一是《经济与生活》，但是我们对教材的把握只停留在教学大纲，考试说明中涉及考试资料，有些问题并不真正理解，甚至模棱两可，因为考试无要求，我们也不去深究，但是透过读这本书，我对很多经济学的理论和术语有了更深刻的认识。如，在微观经济学中，例举了美国一向以来的一些现象。根据美国政府发表的统计，全美国每年有17%左右的人搬了家。搬家的人中有约60%是就地迁居，其余的是搬往外地。这个比率从70年代以来没有什么大的变化。比较之下，中国人跨市镇流动比车远远低于美国人。这其中的原因是多种多样的，但是作者发现其中最主要的原因是因为工作变动。新能源的开发，工业重心的改变，经济实力的增强，这都促使了人们就业的改变，而选取职业的灵活性使美国的经济富于适应性，而这一切往往伴随以居住地点的迁徙。因此凡是经济繁荣的地方，招聘的广告比较多，从外地迁入的人口也较多，因而住房的需求也比较活跃。并且，在美国搬家没有任何限制，没有户口限制，无需向任何人或机构报告。在政府政策的鼓励下，居民们更喜欢买房而不是租房。由此证明，就业的灵活性使经济结构易于调整，但这必将引起人口的流动，如果没有住房市场，人口的流动将受阻。谈了租房和买房的区别，强调了市场分配住房与计划分配的重大差别。城乡二元制结构是我们在新农村建设的教学中常用的一个知识点或者说术语，一向是知其然不知其所以然，透过读《生活中的经济学》，就是这个事例让我对我国的城乡二元制结构的弊端有了更深刻的认识和理解，甚至对其改革的方向和出路也有了一些自己的思考。

人们一般都认为经济学是一门十分深奥的学问，与国家的大政方针有关，茅先生将经济学中的大理论渗透到生活中的每个角落展现给读者，其中所讨论的道理既普通又深刻。读完该书后我们会发现我们生活中的许多现象都能够用经济学中



所学到的原理来解释。

颇有感触的是第一篇中的一个话题——环境保护的经济学。

以洗衣粉为例，过去的洗衣粉多半是含磷的化合物，这种洗衣粉透过下水道最终排向河道或海域，使水变得混浊。磷是植物生长的肥料，水草和藻类因获得此种营养而超多繁殖。这些水生植物死亡后吸收水中的氧分而腐烂变质，其后果是水果氧分减少使鱼类死亡，变质的水发出恶臭。改善后的洗衣粉不含磷，避免了对体的污染。

对于洗衣粉或肥皂是否含磷真没什么体会，也所谓有无，更没什么研究了，只觉得那是商家为了抢眼球的又一穴头罢了。老在抱怨那些一味追求利益的工厂排放不达标的污水，看完这段才明白，里面有这么大的学问，原先我们也在往下水道里放“慢性毒药”。

茅先生说：“发展中国家环境政策所走的路线往往是先污染后治理。发达国家批评说，先污染后治理在财务成本上不如预先就采取预防措施，不让污染发生。这样的说法简单从财务上看无疑是对的，但是从经济学来看并不必须正确，因为人穷时的一块钱比富有时的一块钱有更大的价值。人在穷的时候先要顾吃饱饭，顾不上环境的好坏。只有吃饱了饭才有可能去治理环境。”他一针见血的道出了症节的所在，所以在感慨发达国家的环境多么好的同时，也明白了经济基础对上层建筑的制约。我们的国家暂时还不够富裕，短时间内我们不可能从根本上改变我们的环境，也许要到我们的下一代，或者需要更长时间和更多人的努力才能赶上发达国家。而对于选取无磷洗衣粉或肥皂是举手之劳。从小事做起，从我做起，然后告诉我们身边的人，为保护我们的环境大家都行动起来吧！

除了茅先生在那里告诉我们的道理我自己还有所感悟，一个这样大而复杂的的问题，透过这样一个简洁明了的小例子就

说的清清楚楚，明明白白，这也是茅先生的高明所在。我们的教学也要贴近学生，贴近生活，让学生有所体验，有所感受，使他们学习理论不是空洞的说教，而是感受理论在生活中的应用，就应能让学生更感兴趣，更贴合我们教改的新思路。

重要的不同。这种不同主要是突出全社会的利益。诚实与守信能给市场经济带来整体利益。看到那里我想每个人都会问一句？“什么才是真正有价值和有好处的？”我的答案是“为社会创造和增加价值才是最有好处的。”这是我读茅先生的《生活中的经济学》告诉我的一种道德。

在繁忙的工作之余，翻开《生活中的经济学》，只需片刻闲暇，就能够读上一两篇短文，使人在简单的不经意中，从一个全新的视角，来观察体悟身边的生活。当然，读完此书，收获的不仅仅是短暂的惬意和经济学的知识，而是一种对待生活、研究学问应有的态度和方法。做学问应当学以致用，再深奥的原理，只有在透彻理解的基础上融会贯通，并能应用于分析研究日常现象，才真正实现了知识的价值。可见，茅先生普及的不仅仅是经济学知识我们更就应学习茅先生做学问的方法和对待生活的态度，力争学以致用，不断做好本职工作。