

谁导演了价格乱象

韩哲

在百度键入“价格乱象”进行搜索，从衣食住行到生老病死，独善其身的行业几乎没有。

市场经济发展了小四十年，时间并不算短，市场依然没有变得成熟，市场经济依然没有能够将自身建构为道德经济和法治经济。市场错了？还是市场里的人错了？抑或是市场之外的“手”错了？

暂且将对错放在一边，我们先总结一下市场乱象的几种类别：一是先提价再打折，这个在电商各种大促中恶名昭著；二是先上船后补票，吃板刀面还是馄饨，基本没得选择；三是信息不对称下的价格不透明，从南到北，从古到今，买的没有卖的精；四是背靠权力面向市场的暴利收费，就此一家别无分店，不准讨价还价；五是所谓的价格虚高，之所以冠之以“所谓”，是因为这里掺杂了道德情绪；六是e租宝式的庞氏骗局，或是《叶问3》式的票房猫腻，把市场的水搅浑，最后浑水摸鱼。至于挂羊头卖狗肉等赤裸裸的价格欺诈，就不算在价格乱象之中了，而是触及法律。以上所述，挂一漏万，但大致囊括了常常常见诸舆论的价格乱象。

我们再进一步归纳，这些乱象根植于谁的“失灵”：企业的、体制的，还是消费者的？前三类价格乱象，企业急功近利的一面压倒了创造价值的一面；第四和第五则是体制下的蛋，供给侧没有跟上，或者说没有意识到这也是供给侧。最后一个，企业当然使坏，消费者也不够成熟。正所谓，谁的孩子谁抱走，解铃还须系铃人，都别问其他人能为这个市场做些什么，而是要问自己能为市场做些什么。

对于企业而言，不爱惜羽毛，将市场视做一把锤子买卖，而不是当做重复博弈的过程，屡屡算计消费者，最终导致很多消费者“用脚投票”，远赴海外买奶粉和马桶盖。很多企业抱怨劣币太多，不得不把底线放低，然而条条大路通罗马，总会有企业通过模式创新和技术创新脱颖而出，以品牌和服务获得溢价，而且是消费者心甘情愿的“溢价”。一个企业，可能在一时忽悠所有消费者，也可能一直忽悠个别消费者，但无法在所有时间欺骗所有消费者。

对于消费者而言，市场经济公开课听得越久，就越会明白“天下没有免费的午餐”，无论是

旅游中的“低价团”，还是金融里的“高利率”，看似诱人的价格里，埋伏着“宰人”的风险，而且成正比。

对于体制而言，管制和垄断成为绕不过去的话题，那些令人痛恨的价格乱象，多由此贡献。在市场派看来，任何一种价格乱象，归根结底都是由于人们把本来属于商品的商品，说成不是商品，这在医疗、教育体现得最为明显。越是价格管制的领域越容易出现价格扭曲，越是要求价格规律服从计划指令，价格规律越是会毫不留情地报复。还有，进口豪华车、进口奶粉、进口药等价格虽然虚高，却不是价格乱象，不过是供求规律作祟罢了。尽管不乏出自好心，但有时候政府没有很好地制约“市场失灵”乃至“市场之恶”，甚至还用“计划之恶”推波助澜。

价格乱象长期存在，导致市场充满了摩擦成本。砍价在很多人看来是一种乐趣，其实极大地增加了市场交易成本，包括时间成本、信用成本。击穿价格乱象，有些问题需要迎难而上，有些问题则首先需要承认它。

CONTENTS | 目录

调查篇

T04 心理咨询收费缘何天差地别

T06 牙医暴利的隐秘利益链

T08 同价位车维修花费最高相差10倍

T10 免费手游遍布付费陷阱

T11 手机维修贵缘于售后管理乱

T12 揭开艺术品金融产品高价面纱

T13 北京停车收费乱象

T14 进口奶为何到中国价涨10倍

T15 饿了么擅提高商户餐品价格赚差价

T16 同程邮轮向10月婴儿收成人“船票”

T17 看不清的钻石定价体系

论道篇

T18 专家：如何避开价格乱象

金融篇

T26 一场典型的银行飞单怎么防

T27 一个非法集资P2P的样本调查

T28 一个自融平台的样本调查

T29 现货贵金属：一次注定要赔的投资

T30 刺破原始股骗局

T31 打新杠杆专户爆仓样本调查

T32 摘下非法私募的伪装面具

T33 投资信托暗藏“灰色地带”

· 广告索引 ·

| | |
|----------|---------|
| 天津一汽 | T03 |
| 光大银行 | T07 |
| 百度外卖 | T09 |
| 去哪儿网 | T19 |
| 穗宝 | T19 |
| 一汽丰田 | T20 |
| 集美家居 | T21 |
| 百度糯米 | T22 |
| 富安娜 | T22 |
| 唯品会 | T23 |
| 飞鹤乳业 | T24-T25 |
| 玫琳凯 | T34 |
| 北京车展 | T34 |
| 广汽菲克 | T35 |
| 乐视 | T36 |
| 华夏银行 | T36 |
| 东风本田 | T37 |
| 伊利集团 | T38 |
| 捷豹路虎 | T39 |
| 1919酒类直供 | T40 |
| 奥迪 | T41 |
| 城外诚 | T42 |
| 宝马 | T43 |
| 居然之家 | T44 |
| 东风标致 | T45 |
| 红星美凯龙 | T46 |
| 康宝莱 | T47 |
| 沃尔沃 | T48 |

总策划：邱成军 李海
 总协调：白森森 齐琳
 主编：钱瑜
 执行主编：陈杰 卢扬 李锋 崔启斌
 编辑：阿茹汗 蓝朝晖 陈维 张绪旺 孙昊天
 王潇立 林杉 彭耀广 郭秀娟
 摄影：陈伟
 美编：韩玮 王飞 李杰 宋媛媛 张彬
 代小杰 胡潇 贾丛丛
 校检：林海英 杨少坤 池红云 杨志强
 李月 刘凯晶
 项目统筹：任晓昊 刘鑫 曹希宁
 技术支持：王志远 朱先锋
 印务统筹：管笛 李旭媛