

在美国感受“歧视”

许斌*

发表于《经济学家茶座》2009年第5期 105-107

今年夏天我在美国居住了一个多月，带女儿感受美国的生活。我们从旧金山入关，在填写海关申报表时我如实注明带有方便面等食品。我们乘坐的是美国联合航空公司的班机，乘客大约一半是华人。旧金山海关有不少华人职员，据我观察，他们的工作认真程度明显超过非华人职员。令人困惑的是，华人海关职员在遇到华人乘客入关时变得尤其认真甚至苛刻。为了避免“被认真”，我们在排队入关时有意避开华人职员，而选择了一位白人职员。这位女士很友善，在询问了我的职业后，开玩笑地问我金融危机有什么高招。正当我庆幸自己“选人”有方时，我们被要求拖着行李到一个指定的检查领域。我放眼一看，周边除了华人还是华人。一个貌似主管的拉丁裔女士问我是否带有食品，我回答说带有一些方便面，是准备做早餐用的。该主管眉毛一竖，正色地告诉我：在美国吃早餐可以去餐馆嘛！她一招手，一个年轻的华人职员疾步而至，眼明手快地翻起我的箱包。他将所有方便面扔出箱子，并指着包装纸上中文的“鸡”字和他的主管嘀咕了几句。突然我见他眼睛一亮，抓起一袋有彩纸包裹着的颗粒状食品的塑料袋，冲我用英语吼到：“这是什么？这难道是糖果吗？！”我说这是牛肉干，据我所知并不在违禁之列。小伙子不由分说地将方便面和牛肉干都扔到后面的一张桌子上，那里有一群白人职员正在看着越堆越高的亚洲食品嘻嘻哈哈地说笑着。虽然气愤，但类似的遭遇我在以前入境美国时已多次经历，于是我拉着满脸不解的女儿转身便走。没走几步我听到身后有人在叫我们。当我转回头时，那位拉丁裔主管招手让我过去，将几包包装纸上蔬菜和海鲜的方便面还给了我，告诉我因为我在表格上如实填写了携带有食品，所以我给自己买了保险（“You have yourself covered”），获得“宽大处理”。

“歧视”（discrimination）一词在美国不能随便使用，我在旧金山机场的遭遇或许也达不到被歧视的高度。然而种族问题在美国挥之不去是一个不争的事实。我在美国的一个月中，报纸头版有两条大新闻。第一条是美国首位拉丁裔大法官索尼娅·索托马约尔的提名听证会。对于这位由奥巴马总统提名的美国最高法院大法官人选，共和党右派在新闻舆论中极尽诋毁之词，指责她有（对美国白人的）种族歧视倾向。在收看索托马约尔提名听证会电视直播时，我不由想起当年由老布什提名的保守派黑人大法官克拉伦斯·托马斯的听证会，他当时受到同是非洲裔的阿妮塔·希尔的性骚扰指控，成为民主党左派的攻击对象。另一条新闻是哈佛大学非洲裔教授盖茨在旅行回家时因为忘了带钥匙而强行打开自家房门，结果一位白人警察在接到路人报案后赶到盖茨家，和盖茨教授发生了激烈的冲突。我在报纸上看到的是盖茨教授带着手铐被大批警察带走的照片。此事发生后，奥巴马总统在第一时间评论白人警察的行为“愚蠢”，引起轩然大波，迫使他之后不得不公开道歉，并且邀请两位当事人到白宫一起喝啤酒，希望借此平息这一事端。

经济学对种族歧视问题有一些研究，但谈及更多的是价格歧视。我在中

* 作者系中欧国际工商学院经济学与金融学教授

欧讲授管理经济学时，有一堂课是关于企业定价的。在企业定价时，价格歧视是常用的方法。价格歧视分为三级。所谓一级价格歧视指的是根据每个消费者的不同偏好来定价。记得 1995 年我博士毕业后去佛罗里达大学任教，做的第一件事是买车。那是一个星期五的下午，我去了一家本田汽车销售处。一位男性销售员向我介绍了各种款式，在我看中了本田雅阁后，这位销售员给了我一张白纸和一支笔，对我说：“请写下你愿意支付的价格”。当时我很感意外，思忖片刻后写下了“18000”。销售员看了我的报价，告诉我他需要请示一下他的主管。片刻之后，他从后台的办公室走出来，笑容满面地对我说：“恭喜你！这辆车是你的了！”虽然很多年过去了，但那时的情景今天仍然栩栩如生地浮现在我的眼前。学了这么多年经济学，那是第一次真切地体会到了什么是一级价格歧视！

二级价格歧视就是以量定价，买得越多，折扣越大。美国的饮料都是打包销售。可乐每罐单卖 1 美元，而六罐可乐打包只要 4 美元。为什么打包销售？经济学告诉我们，这样做可以在不知不觉之中将消费者剩余转化为企业利润。许多餐馆提供的一次付费后不限量供应食品的方法（buffet，谐称“包肥”）根据的也是这个原理。如果是单点，你会只吃三盘菜，因为你从第三盘菜获得的边际效用等于这盘菜的价格，再多吃就不划算了。而在“包肥”定价方法之下，理性的你会吃到边际效用接近零，因为你无需为多吃一盘菜而多付费！美国服务产业的二级价格歧视五花八门。这次带女儿去洛杉矶的迪斯尼乐园，票价有一日游、三日游、五日游和年票等各种花样。我在租车时看到某款车型的标价为每小时 22 美元，每天 44 美元，每周 308 美元，每月 929.99 美元。这些公司已将二级价格歧视用到了极致。

三级价格歧视指的是按照消费者群体实行差别定价，需求价格弹性低的消费者付高价，需求价格弹性高的消费者付低价。实施三级价格歧视的关键是能够将消费者区分开来，例如出示学生证可享受半价电影票。同一本教科书，在美国的售价是 150 美元，而它的国际版的售价只要 80 美元。后者的背面标注着“国际版，仅限在美国以外的地区销售”。将国际版返销美国是违法行为。由此可见实施三级价格歧视要求同一商品在分割市场之间不可转销。

三级价格歧视可能涉及性别和种族歧视。1991 年 2 月号的《哈佛法学评论》刊登了一篇题为“公平驾驶：汽车零售谈判中的性别和种族歧视”的文章。该文报告了一项实证研究的结果。研究者选择了一批年龄在 24 岁到 28 岁之间的美国青年，他们均有大学本科学历和平均的相貌，有白人男性、白人女性、黑人男性和黑人女性。这些年轻人首先参加了两天关于如何讨价还价的培训，然后每组两人被派往芝加哥的 90 个汽车零售店。在每个零售店，他们都声称自己是银行分析员之类的职业人士，住在芝加哥的高尚社区。他们采用相同的讨价还价策略，先向汽车销售员询问一个价格，停顿几分钟后还一个该汽车的边际成本价（事先由研究者确定）。等汽车销售员还价后，停顿几分钟，再还一个双方报价的中间价，依次类推，直到谈价成功或破裂。请猜一猜，在白人男性、白人女性、黑人男性和黑人女性四组中，哪组获得最低的报价，哪组获得最高的报价？

实验的结果是，白人男性获得最低的报价，其次是黑人男性，再次是白人女性，而黑人女性获得的报价最高。这是不是说明在美国汽车销售中存在着性别歧视和种族歧视？有趣的是，该文作者给出了经济学的解释。作者认为白人

男性获得最低的报价是因为他们对汽车最在行，并且拥有最多的关于汽车销售的信息，因此在汽车销售员看来，白人男性这个消费群体的价格敏感度最高。相反，黑人女性相对而言最缺少汽车方面的知识，也缺乏汽车销售方面的信息，因此她们对汽车报价的敏感度较低。作者由此推断，一些看似是性别歧视和种族歧视的行为其实可能只是基于需求弹性的三级价格歧视。作为佐证，作者指出该项研究的另一项发现：顾客从同一种族和同一性别的汽车销售员那里所得到的价格往往是最差的。因为他们对同类的了解最多，所以下手最狠。写到这里，我不由得又想起了我在旧金山机场所获得的特别待遇。

关于“歧视”的话题就聊到此。在结束此文之时，我想起了刚到美国时的一次遭遇。那是在哥伦比亚大学所处的纽约百老汇大街上的一家杂货店，我平生第一次购买一杯热咖啡。店员是一位黑大汉，他粗声问我：“Black or white?”（“黑的还是白的？”）我愣在那里，不知道如何回答。他两眼盯住我的两眼，冒出了一句我至今难忘的话：“Black like me, white like you, understand?!”（“黑的像我，白的像你，搞懂了吗？！”）后来我当然搞懂了，美国人指加牛奶的咖啡为“白”，指清咖啡为“黑”。黑白两色在美国社会就这么真切地存在着。经济学的价格歧视理论充满了理性，而人类社会不光只有理性，还有种种复杂的感性因素。当一个企业在实施黑白分明的差别定价之时，是否也应该考虑一下黑白背后的人们的感受呢？