

# Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white, sans-serif font centered within a solid blue rectangular background.

爱+经济学 = Agape economics

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Book
Authors	Cui, Wantian
DOI	<a href="https://doi.org/10.58863/20.500.12424/3931362">10.58863/20.500.12424/3931362</a>
Publisher	Globethics.net;Geneva Agape Foundation
Download date	2026-07-11 04:02:38
Link to Item	<a href="http://hdl.handle.net/20.500.12424/3931362">http://hdl.handle.net/20.500.12424/3931362</a>

AGAPE

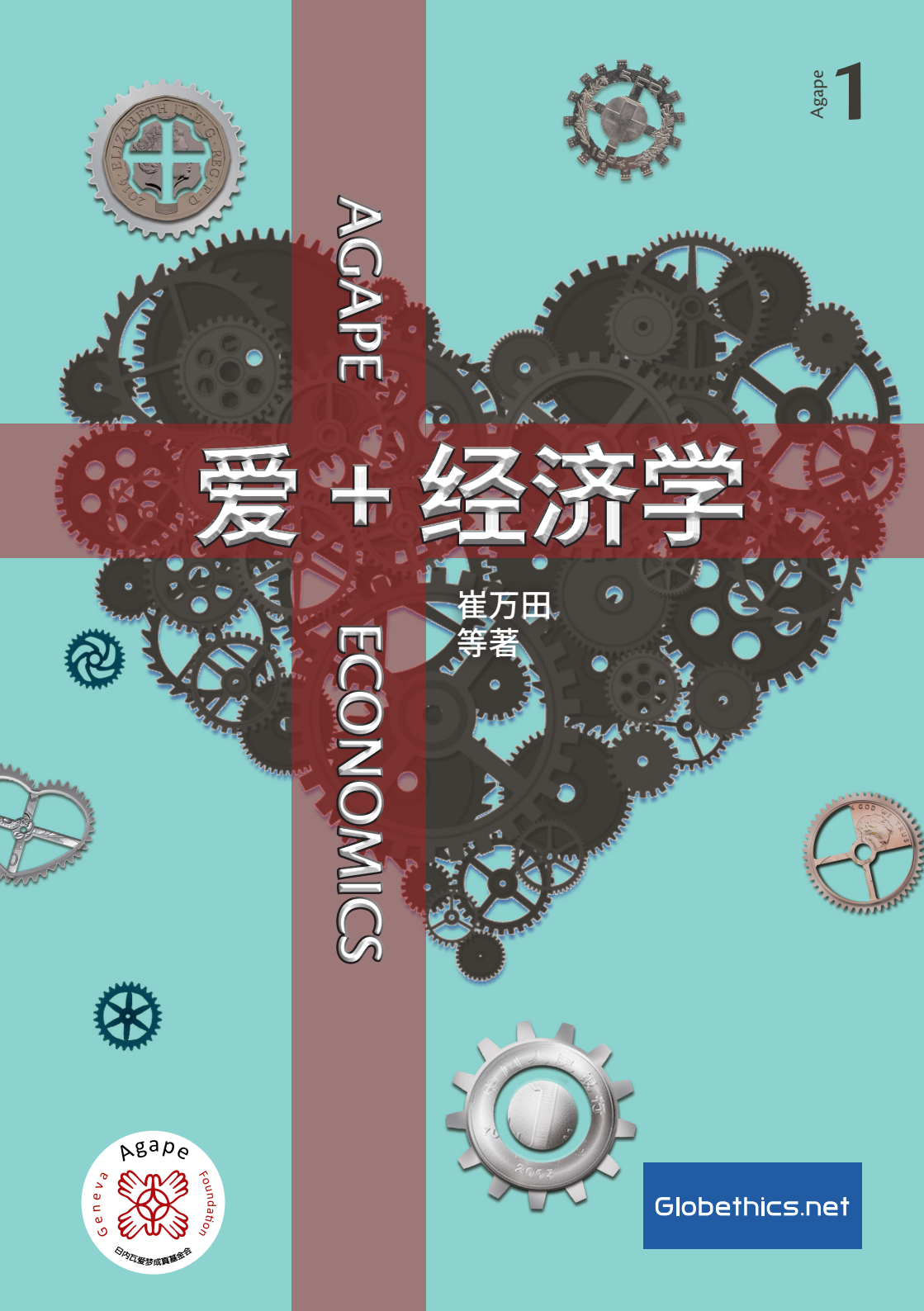
# 爱 + 经济学

ECONOMICS

崔万田  
等著



Globethics.net



爱+经济学

Agape Economics



# 爱+经济学

崔万田 (Cui Wantian)

Globethics.net Agape No. 1

Globethics.net 的主管出版物：（Obiora Ike）博士是日内瓦 Globethics.net 的執行董事。他還是尼日利亞 Enugu 的 Godfrey Okoye 大學的倫理學教授。

日内瓦大爱基金会 全球伦理网 “大爱”系列丛书  
GAF Agape Series at Globethics.net.

丛书系列编辑：克里斯托弗·司徒博（Christoph Stückelberger），日内瓦大爱基金会主席，全球伦理网 Globethics.net 主席，多所高校伦理学教授。

Globethics.net Agape 1 全球伦理网中爱系列，第 1 册

崔万田 Cui Wantian 爱+经济学 *Agape Economics*

Geneva: Globethics.net, 2020

DOI: 10.58863/20.500.12424/3931362

ISBN 978-2-88931-349-5 (在线版本)

ISBN 978-2-88931-350-1 (印刷版本)

© 2020: 全球伦理网 Globethics.net

编辑管理: 伊尼亚斯 哈茨 Ignace Haaz

全球伦理网总部

150 route de Ferney


1211 Geneva 2, Switzerland

网址: [www.globethics.net](http://www.globethics.net)

邮箱: [publications@globethics.net](mailto:publications@globethics.net)

All web links in this text have been verified as of April 2020.

本书可免费下载，印刷版本可从 [www.globethics.net/publications](http://www.globethics.net/publications) 订购，同时提供英文版。

版权是共同创作版权 4.0  Globethics.net 授予下载和打印电子版权利，在以下三种情况下可免费分发和传播：1) 署名：用户必须注明原署名，归类书目数据，清楚标明该作品的许可条款；2) 非商业化：用户不得将本作品用于商业目的或出售；3) 保留原著：用户不得修改，转换或者加工本作品。本规定不影响或限制作者的精神权利。全球伦理网有权免除这些条件，尤其是针对欧洲之外其他大洲和不同语言版本的印刷和出售。

# 目录

导言 .....	9
<b>第一篇 理论篇 .....</b>	<b>33</b>
第一章 爱的模型构建 .....	33
第一节 当今世界面临三大挑战引发的思考 .....	33
第二节 从正外部性到爱 .....	52
第三节 为何当今社会人们变得越来越没有爱了? .....	61
第四节 爱的运作机理: 传递理论 .....	69
第五节 对策和建议 .....	74
第二章 爱+经济原理和爱+发展模式 .....	91
第一节 爱的资源特征 .....	91
第二节 有爱的经济学 .....	100
第三节 自由是爱得以存在和延续的前提条件 .....	108
第四节 爱的正外部性特质 .....	111
<b>第二篇 宗教篇 .....</b>	<b>119</b>
第三章 垄断: 从标准石油到教皇 .....	119
第一节 标准石油与教皇 .....	119
第二节 人们对教会的通常看法 .....	121
第三节 垄断之源 .....	123
第四节 天主教与垄断 .....	129

第五节 以爱的名义 .....	132
第四章 宗教正外部性论--对宗教市场论的回应.....	139
第一节 战争、石油和宗教.....	139
第二节 市场论之外的宗教观.....	141
第三节 宗教市场论的主要内容与核心观点 .....	142
第四节 宗教市场论对历史问题的解释及理论局限.....	149
第五节 宗教正外部性论 .....	161
第二节 正外部性的供给机制.....	173
第五节 宗教外部性论小结.....	181
第五章 功利的教会与无私的企业.....	187
第一节 欧洲教会的衰败与公司的兴盛.....	187
第二节 经济理论中理性人的假定 .....	192
第三节 教会与企业都是“理性人” .....	193
第四节 不完全的理性人 .....	196
第五节 扩展的理性自利模型.....	200
<b>第三篇 企业篇 .....</b>	<b>209</b>
第六章 爱+企业——再论企业的性质 .....	209
第一节 世界首富的“烧钱”梦 .....	209
第二节 企业是什么? .....	213
第三节 西方经济学的企业理论.....	215
第四节 经典企业理论解释力的局限 .....	217
第五节 企业理论的重构 .....	220
第七章 专利与创新.....	239

第一节 坚守专利还是救人? .....	239
第二节 专利理论.....	243
第三节 对专利制度的理性思考.....	247
<b>第四篇 投资篇 .....</b>	<b>253</b>
第八章 爱+投资——投资目的的再思考.....	253
第一节 传统投资模式存在的缺陷.....	253
第二节 普通公众对传统投资模式缺陷的认知.....	257
第三节 投资的外部性分析 .....	260
第四节 缺乏投资正外部性的考量才是传统投资的痛点... ..	271
第五节 充满“爱”的投资 .....	276
第九章 金融危机——用“爱”化解金融危机 .....	285
第一节 占领华尔街——次贷危机的持续 .....	285
第二节 普通公众对金融危机成因的普遍认知.....	287
第三节 金融外部性与政府金融监管 .....	290
第四节 政府的金融监管导致金融负外部性的扩散 .....	295
第五节 用“爱”化解金融监管难题 .....	305
<b>第五篇 社会篇 .....</b>	<b>311</b>
第十章 爱+教育——21世纪我们需要什么样的教育.....	311
第一节 教育的悲剧.....	311
第二节 教育的本质与现实表现的对比 .....	312
第三节 从经济学角度看教育.....	317
第四节 教育的正外部性供给不足 .....	323
第五节 回归教育的初衷——有“爱”的教育.....	327

第十一章 医疗困境：《疫苗之殇》何时能不再	
“一殇再殇”？ .....	341
第一节 疫苗之殇.....	341
第二节 疫苗事件为何引发持续关注 .....	343
第三节 公共医疗的经济学界定.....	345
第四节 从经济学上看疫苗的公共医疗困境.....	359
第五节 怎样让爱在公共医疗发挥作用？ .....	361
第十二章 宗教与宗教旅游——信仰能否商业化.....	373
第一节 宗教旅游不断商业化的恶果 .....	373
第二节 宗教旅游——旅游和宗教的结合.....	376
第三节 宗教旅游的外部性分析.....	383
第四节 过度商业化导致了宗教旅游的正外部性缺失.....	392
第五节 让宗教旅游回归初衷.....	396
第十三章 爱+消费.....	403
第一节 故事.....	403
第二节 大众消费观.....	405
第三节 消费需求是生产的本源.....	407
第四节 消费理论的局限 .....	411
第五节 爱+消费.....	416

## 导言

21 世纪人类社会最大的变革之一莫过于全球化，世界各国在全球化浪潮推动下，实现了分工合作，获得了共同发展。经济全球化是全球化的重要特征之一，也是世界经济发展的重要趋势，它为世界各国提供了一个广阔的竞争舞台，伴随着经济全球化，商品、技术、信息、服务、货币、人员、资金、管理经验等生产要素跨国跨地区的流动，使世界经济日益成为紧密联系的一个整体。

在分享全球化带给本书的巨大红利的同时，人们也在不断反思全球化带来的一系列问题和挑战，联合国开发计划署在《人类发展报告》<sup>1</sup>中指出：“迄今为止的全球化是不平衡的，它加深了穷国和富国、穷人和富人之间的鸿沟。”人类进步基金研究报告更是深刻指出，人类社会如果按照目前的方式发展下去，就将自我毁灭。报告认为本书面临的三种失衡：穷人和富人的失衡；人与自然的失衡；人与自身的失衡。这三种失衡反映了三重危机：社会与社会关系的危机；人与人关系的危机；人与其生存环境的危机。这三重危机不可分割，它们有着共同的原因。两个世纪以来，世界获得了迅速的发展，西方创造的“现代文明”在世界广为传播。这种现代文明本来应该给人类带来繁荣、和平、幸福和自由，但这只是在一部分人中得到了实现，而它给人类的另一部分却带来战争、奴役、压

---

<sup>1</sup> 世界各国领导人收到了一份客观的估测报告，表明如若错失全球所达成的使人们摆脱极端贫穷的目标，人类将为之付出何种代价，此代价之一便是在下一个十年可能会有数千万人死亡，而这本应是可避免的。

迫和贫苦。现代文明的两大支柱——自由交换和科学曾为人类的进步服务，但是今天它们却更多地被当做实现私人目的的手段。科学和市场是最好的东西，也是极具破坏力的东西。科学是理解力、行动力和创造力的源泉，市场可以使具有不同需求的大量当事人结成最灵活和平等的交换关系。按照理想的科学主义，科学可以解决人类进步中的一切问题；按照理想的经济标准，商品和货币的自由交换可以在一切领域中实现人与人之间关系自动的、理想均衡。但是科学和市场的发展却导致了价值危机，这是因为科学和技术在强调对人和物的控制的同时，把自然、有生命的世界和人变成了工具；而市场领域的扩大、分工的发展、商品和货币流通的不断扩大更是造成了对精神和伦理的破坏。市场把人和物的价值都归结为货币的价值，从而把富有当做人和社会成功的标志。当前，物质对精神的统治正不断地产生出有支付能力但却是非理性的需求。力量战胜了理智，眼前的利益战胜了长远利益，其恶果是道德沦丧、物欲横流、腐败成风，青年对他人和周围环境的冷漠和恐惧，更有一些人在毒品中逃避现实。更有甚者市场分工造就的贫富分化愈演愈烈，使得社会阶层之间的裂痕难以弥补，民粹主义和反全球换浪潮在全球蔓延，这给世界带来了越来越多的不确定因素。

同时，如果听任社会从属科学和市场，那么上述三重危机就永远无法得到解决。这是因为一方面科学和市场的发展是一种加速运动。商品统治的普遍化，生产、人口和需求的增长，信息、产品、劳动力、资本流通的加速，科学和技术手段的不断强化，资源消耗和工业污染、废弃物的增加，国际交换的扩大，使人类的运动超越了人类本身；另一方面，经济竞争的加剧会使每个社会都致力于解决自己最紧迫的问题和实现自己的目标，所有这些目标都是平行的、

分散的，而不是集中的，其结果必然造成新的、更为深刻的、更广泛的不平等以及地方、地区乃至全世界范围内的生态环境恶化。因此本书必从这种关系失衡的角度出发，深刻探讨关系失衡的深层次原因，在本书的传统和文明中找到行动指南，从而做出共同的选择和决策。

**从经济学的角度看，这种关系失衡就是一种负外部性过多，正外部性供给不足的表现**，即人的行为对周围的环境产生了过多的负面影响。负外部性就是一些人的生产或消费使另一些人受损而前者无法补偿后者的现象，如隔壁邻居音响的音量开得太大影响了我的休眠，这时隔壁邻居给我带来了负外部性。

对于本书人类面临的三大关系失衡问题，其本质上是负的外部性供给过多，正外部性供给不足。造成当今社会阶层分化和对立的进而导致社会关系失衡的原因，是资本和资源的收益率要远远大于技术和劳动的收益率，从而导致了贫者越发贫困，越贫困越无力，而富者则以更快的速度积累财富的状况，而在这种分配方式不公平的背后则是社会制度的不公平，这样的例子在本书周边随处可见，一个兢兢业业的环卫工人一个月多收入可能还不如金融行业从业者工作一天的薪资。而处于社会底层的他们无法支付足够的资源来进行培训，也没有充足的信息去从事回报更高的职业，慢慢陷入了“贫困的死循环”。当前本书以市场模式为主体的发展模式确实造就了本书人类近代以来的空前繁荣，但也出现了社会阶层之间的巨大分化和不平等，一言以蔽之，是本书的组织协调方式出现了问题，是本书当前不公平的分配制度巨大的负外部性所造成的。

对于人和自然界关系的失衡，则是当今社会的不可持续的发展模式的巨大负外部性。就以本书国家为例，改革开放四十年以来，

中国取得了举世瞩目的成就，尤其是社会经济发展使得我国从改革开放前国民经济从崩溃边缘走到今天的世界第二大经济体。但本书付出的额代价也是巨大的，据不完全统计，目前中国约 1/3 有的耕地受到水土流失的危害，荒漠化严重，并且每年以 3000 多平方公里的速度扩展；23.3% 水体污染十分严重，45% 的河段水质污染严重而不能用于灌溉，鱼虾绝迹，85% 的河段不符合人类饮用水标准，而且河流自洁等生态功能也严重衰退；近 2/3 的城市的空气质量未能达到国家空气质量 2 级标准，等等。显然这种粗放的以环境为代价的发展模式是不可持续的，面对如此严峻的问题和挑战，社会各界都在努力探寻合理的解决方式。要想提高可持续发展能力，首先本书要弄清是什么导致了现有的这些不可可持续发展的现象。西方经济学界普遍认为发展模式的负外部性是导致可持续发展的重要原因。发展模式的负外部性是指人类在进行生产的同时根本没有考虑到环境的承载能力和能力，对人类来说自然就是一个可以无限索取的对象。当前发展模式的负外部性之所以导致可持续发展，是因为在无其它社会约束条件下的负外部性导致了个体理性与集体理性的不一致，当冲突无法通过外界的力量进行协调统一时便产生了不可可持续发展的现象。

对于人与自身关系的失衡，则是个体自身决策的巨大负外部性。按照弗洛伊德精神分析法，精神的三大部分是本我、自我和超我。“本我”（完全潜意识）代表欲望，受意识遏抑；“自我”（大部分有意识）负责处理现实世界的事情；“自我”（部分有意识）是良知或内在的道德判断。用通俗的语言来解释，就是人其实有三个部分，一部分是自然地我，一部分是社会的我，另一部分是理想的我。当处在社会中的本书为了谋求生存及名利时，往往会违背本我，

违背自己的内心。这种行为本身除了会使时下的本书感到压抑与不悦之外，还会对未来“理性的我”，也就是自己理想中想变成的样子产生影响。这种影响会不断蔓延，最终造成自己内心的扭曲，经由某一事件的引发，就会爆发出惊人的破坏性。同时，处于社会群体中的本书常常会感到自己的渺小，也不会觉察到自己的决定对整个社会产生的巨大影响，也就是个人行为的外部性。然而，当今社会已经是一个极度复杂的人类综合体，一个小小的变动产生意想不到的影响。正如蝴蝶效应所揭示的那样“一只南美洲亚马逊河流域热带雨林中的蝴蝶，偶尔扇动几下翅膀，可以在两周以后引起美国得克萨斯州的一场龙卷风。”其原因就是蝴蝶扇动翅膀的运动，导致其身边的空气系统发生变化，并产生微弱的气流，而微弱的气流的产生又会引起四周空气或其他系统产生相应的变化，由此引起一个连锁反应，最终导致其他系统的极大变化。在一个复杂的系统中，一个初始条件的微小变化可能带动整个系统长期的巨大的连锁反应，正如投入湖中的一粒石子激起的涟漪会不断向外扩散。事实上生活中的大量的不能为市场有效计量的非市场交易——外部性。每个人的行动都有如投石入水泛起的阵阵涟漪，给他人带来无穷无尽的外部性。当社会由大量的群体出现与自身关系的失衡时，整个社会便会呈现更多不确定性和不安定因素。

因而正外部性的供给相对人们的需求往往供给不足，负外部性供给过多，由此导致当今世界的三大危机，各种问题频发。传统经济学对正外部性供给不足的原因归结为市场失灵和政府失灵，但这样的讨论仅仅将原因归之于制度的缺陷，并且没有行之有效的策略。

本质原因：本书回到外部性的本质，来探讨正外部性缺失的根本原因。根据学者的研究，外部性本质源于人类的相互依赖性。人

类的一切社会活动都不可能是绝对孤立的，而必须和他人发生直接或间接的联系，这种联系就构成了相互依赖性。而在人与人的相互依赖中，外部性是个人理性与集体理性之间的张力，也就是个人理性导致的集体非理性。张力这个词来源于物理学，物理学家赫姆霍茨认为在两个自由质点之间同时存在着斥力和引力，而张力就是保持斥力与引力平衡的一种能量（势能）。之后，张力这个词被许多学科所借用，与平衡力的含义逐渐趋同，本书也借用张力这个词，形容外部性是介于个人理性与集体理性之间的平衡力。经济学这对个人理性和集体理性之间的张力进行了大量研究，无论是奥尔森的集团理论，还是纳什均衡、公共选择理论，都认为是个人理性和集体理性之间的冲突导致了外部性。其实归根结底，外部性的产生原因在于，人和人的相互依赖中，没有考虑自身行为对他人的影响，没有将他人的福利纳入自身的行动考量之中。总结来看，外部性本质是源于人的相互依赖性，产生于个人理性和集体理性的冲突，个人行为不考虑他人的利益，通俗地讲就是缺少对他人的爱。

古往今来，先哲们从不同角度对爱进行了赞扬和界定，这也说明了爱在本书人类社会文明中的重要作用。但无论是文学哲学的描述，还是社会学的关系角度，都似乎没有给出爱一个清晰的界定，给人一种雾里看花之感。不过随着当今经济学和利他主义等自然科学的发展，本书逐渐对爱的本质有了越来越清晰的认识。综合众多领域的研究并从中抽取精要，本书从正外部性角度入手对爱进行定义。可将爱的定义概括为：真正的爱是一种个体对他人不断产生正外部性的行为，这表现为个体同他人和世界的一种正向关系。这种正向关系是个体在充分理性基础上对自我的超越，体现为个体为了对方能够自由发展最终获取真理或者获得幸福而不计成本、持续不

断的投入。同时这种对他人的关注和投入又是个体自身的一个偏好，能从中不断得到自身效用的满足，因而个体能够不断激励自我满足，能够在不断自我实现的过程中不断为社会供给正外部性。

在明确了当今社会困境的原因是正外部性缺失而本质是爱的缺失之后，本书剖析了造成社会爱缺失的原因。从经济学供给和需求的分析角度出发，本书认为是当今社会对爱的需求很大，而爱的供给缺失不足的。从需求侧来讲，爱根源于人克服分离和摆脱孤独感的心理需要；社会结构和文化导致的逃避自由、人性异化的社会问题需要爱来解决；爱是一种人类情感活动，是个体与世界和他人联系的情感纽带，是人际关系的体现，这三点原因使得在分工程度日益加深，协作关系愈发复杂的当下人对爱的需求大量增加。而从供给侧来讲，爱的本质是给予，而不仅仅是占有，并非所有的人都具有爱的能力，而只有那些具备创造性人格倾向的人才有爱的能力。同时，当今社会结构和社会文化的原因导致人爱的能力的缺失，爱的供给不足。再加上现代社会的使人的异化程度加深，阻碍了人爱的表达，扭曲了人爱的供给。以上原因导致爱的供给不足。爱的供给和需求的严重不匹配，导致了社会中爱的缺失，进而导致社会关系失衡，危机爆发。

有爱社会的可能原则：为应对社会危机，弥补社会关系失衡带来的危害，本书亟需去增加爱的供给，构建一个充满爱的社会。要想最终实现人人有爱，人人传递爱的有爱社会，本书面临的首要任务是要让人们认识到爱的真谛和重要意义，在人们心中播下爱的种子。进而建立相应的社会和法律制度，来保障爱能够在社会中发芽，爱的能量能够在社会中传递。具体而言，就是要建立保障自由的制度，因为自由的人更有可能传递爱。要赋予人们自由和权利，重要

的就是要建成一个“自由且每个人都为自身行为负责”的公民社会。第二，要把握好人处理关系的方向，防止陷入以自我为中心的付出。第三，要促进有爱的社会组织建设，市场和政府都不是万能的，要借助社会组织的力量来解决。作为现代社会独立与市场与政府的第三方社会管理力量，社会组织可以解决政府和市场解决不了的问题。最后，要弘扬有爱企业家精神，有爱企业家往往是一群理想主义者，他们做事情往往是不计成本地投入，目的就在于尽可能为社会提供更多的正外部性。

本书从经济学角度提炼出了有爱的经济社会的运作原理：首先，爱是一种资源并且是最有价值的资源，同时这种资源是取之不竭的；第二，有爱的经济学的特点：没有爱的收入不能让你感到幸福，爱会增加每个人的福利，有爱心的社会组织可以弥补政府失灵；第三，揭示了爱得以存在的条件：自由是爱得以存在和延续的前提条件；第四，爱的正外部性特质：爱的这种正外部性是一种理性行为、具有正向反馈、能够克服正外部性供给不足。

本书试图从爱的正外部性角度出发，分析当前社会爱缺失的主要原因，并对提高爱的供给提出相应的建议，同时能够填补学术界对于爱和正外部性的认知空白：就是学术思想界对于爱的认识往往局限在文学、哲学道德等领域，没有从经济学的角度予以界定；同时，经济学界对于正外部性的供给往往从市场失灵角度出发，没有对正外部性的本质及涉及的物品特性进行分析。我们尝试从爱的正外部性这一经济学角度出发，剖析当今社会关系失衡乃至危机爆发的原因所在，同时针对社会热点问题进行分析，并给出可行的模式。

内容共四篇十二章。

第一篇是理论篇，由第一章和第二章构成，系统性建立了本书的分析框架和模型。第一章介绍了当今社会面临的三大危机，正外部性缺失，爱的正外部性解释，爱的重新定义，爱的运作机理，建立有爱社会的对策建议，爱+经济学原理等。第一章开宗明义，道出了当今社会面临的三大危机：人与人关系的失衡、人与自然关系的失衡、人与自身关系的失衡。这三大危机有越演越烈之势，如果得不到有效的治理，将会危及到人类社会生存。而当今的社会体系，尤其是现存的经济体系，对于人类面临的危机显得束手无策捉襟见肘。本文另辟蹊径，从经济学中正外部性角度道出了当前人类三大危机的原因在于正外部性供给不足，负外部性供给过多，并进一步指出正外部性的本质在于人与人之间的相互依赖，由此正外部性供给不足的原因即是人们缺少对他人福利的考虑，也即是缺少爱。但当前学术界对于爱的研究多局限于文学、哲学、心理学、宗教学等角度，从情感、道德、社会关系角度界定爱难免会陷入过于抽象而不为人们所认知和掌握。我们通过对学术界关于爱的研究进行综述分析，发现从经济学正外部性角度去理解爱这一命题，很多问题变得清晰起来，同时对于社会当前正外部性供给不足的难题也变得豁然开朗。我们从正外部性角度入手对爱进行定义，可将爱的定义概括为：真正的爱是一种个体对他人不断产生正外部性的行为，这表现为个体同他人和世界的一种正向关系。这种正向关系是个体在充分理性基础上对自我的超越，体现为为了对方能够自由发展最终获取真理或者获得幸福而不计成本、持续不断的投入。同时这种对他人的关注和投入又是个体自身的一个偏好，能从中不断得到自身效用的满足，因而个体能够不断激励自我满足，能够在不断自我实现的过程中不断为社会供给正外部性。针对当前社会中爱缺失的原因，

我们从经济学的供给和需求分析方法，分别从需求侧对爱的供需双方进行了分析，得出了爱缺失的原因在于其供需严重不匹配，从爱的角度解释了当今社会危机的深层原因所在，同时对爱的运行原理进行了阐述，并说明了爱的传递模式，并为建立有爱社会的提供一些建议。

第二章中，我们从当前经济运行遇到的问题出发提出了“爱+经济学”的思路和框架，并创新性地从爱的资源特性、有爱的经济学、爱的存在和保障条件、爱的正外部性特质四个方面总结了爱+经济学的原理。首先从爱的资源特性出发，我们认为爱是最高价值的资源，并且是被忽略掉的资源。本书从观念改变导致经济增长角度出发，认为爱才是导致观念改变的本质原因。同时，本文在借鉴学界研究的基础上提出了“爱+经济学函数”，明确指出了爱作为经济增长的重要变量，同劳动、资本、人力资本、技术、制度等具有同等重要的地位，然而历来的经济学者都没能注意到这一点。根据这一函数，由于爱对人和社会关系的重塑，解放了人们的观念，赋予人们自由创造、创新的自由和尊严，并建设相应的制度予以保障，因此才促使了这轮史无前例的经济大飞跃，才造就了我们当今社会的繁荣。更为重要的是，不同于劳动资本及矿物等自然资源，爱这种资源是取之不尽用之不竭的，爱这种行为本身具有能够不断被激发产生，不断循环的特点。接着，从有爱经济学角度，本书提出有爱经济的三个命题：没有爱的收入不能让你感到幸福、爱会增加每个人的福利、有爱的社会组织可以弥补政府失灵。从经济学效用函数的角度出发进行分析，文章指出了在以往的分析中，效用函数只考虑了人对物质的消费，而未考虑人的精神追求，如对他人的付出于关爱，意义与价值观等。若是这样，如果人只是单纯追求对

物质的消费，那么必定陷入无穷的虚无之中。正如人类学家和心理学家指出的那样，吃一顿饭、盖一座大楼或者看一场电影，都会是人陷入欲望的陷阱，不管是路边的小贩还是华尔街的操盘手，都难逃这个法则。同时，经济学的一个重要共识是贸易使得交易双方的状况得到改善，通过与其他人交易，人们可以按较低的成本获得各种各样的物品与劳务。同样，爱作为一种正外部性可以通过降低交易成本显著提高每个人的福利，使生活变得更加美好。进而从社会运行角度出发，指出有爱的社会组织可以有效地弥补政府失灵和市场失灵。然后，本书明确指出了自由是爱得以存在和延续的条件，只有在自由的环境下才会有真爱，在自由得到充分保障时爱才能得到充分释放。最后，从爱的正外部性特质角度出发对爱进行了进一步的阐述：首先，爱这种正外部性是一种理性行为，而不是舍弃自我的一味付出。通过对当前效应函数进行修改，将他人的福利纳入到个体的效用函数中，完美解决的之前效用函数无法揭示利他等爱的行为的矛盾。接下来该部分系统阐述了爱具有自我激烈、自我满足的正反特性，正是基于该特性，爱能够有效地克服正外部性不足的难题。

第二篇是哲理篇，由第三章至第五章构成。承接第一篇部分对爱的界定和阐述，从天主教和标准石油的垄断、揭示新教兴起的宗教市场论、天主教的没落和企业的兴起三个方面探讨了宗教的垄断、兴盛于没落，并对比分析了宗教和企业这两种组织的。第三章由对宗教事务垄断近千年的天主教出发，讨论垄断背后的真实含义。大众的观点通常认为，垄断是厂商通过自己的垄断地位获取超额的垄断利润，不利于广大消费者。而经济学理论对此持有不同的看法，如产业组织理论中也有一个 X 理论认为垄断厂家一般没有动力进行

创新，于此同时企业的创新能力对于规模较大的高新技术垄断企业，垄断有利于集约资源、降低成本，占据高的市场份额，从而形成规模经济，只有形成规模经济才有获利的可能，从这个方面说垄断更容易创新，由此，传统的经济学在解释垄断时会陷入自我矛盾的境地。面对传统经济学在解释垄断时的两难局面，该章节加入爱这一变量，从爱的角度来重新审视垄断，提出了判断垄断善恶的标准：是否存在正外部性。即：作为公司组织形式的一种，如果能够以更低的成本、更有效的方式为社会提供正外部性，那么其就有存在的合理性；如果一个垄断组织只是为了获取超额利润，以较低的效率提供正外部性甚至是提供负外部性，那么其必然是一种坏的垄断形式。事实上，中世纪以垄断形式存在的天主教，正是因为源源不断地为社会提供正外部性，才能延续上千年。

第四章是宗教正外部性论，是对宗教市场论的回应。在人类文化发展的进程中，宗教一直就是不可分割的一部分。它不仅是文化的重要组成部分，更是文化的核心和基础，在各个时期，不断牵引带动着文化的发展和变迁，对人类文化与文明的进程起到深远的作用。在现代科学思想、历年已经深入人心的情况下，宗教为什么没有衰弱、消亡，反而生机勃勃？宗教市场论的代表人物罗德尼·斯达克在一些主要元素上，宗教系统与经济系统具有极大的相似性，可以将经济学的基本原理应用到对宗教现象的分析上。斯达克从理性选择理论出发，认为宗教组织是“以超自然的假设为基础、主要致力于提供一般性补偿的人类组织”。正因为跨越历史时空，不同地域与文化中的人类都对永生这种“普遍补偿物”的渴慕与追求，所以人类社会对宗教服务存在着稳定和无限的需求，但事实上宗教服务的供给并不是稳定的或无限的，这就解释了为何在不同的社会

会表现出不同的宗教活力。宗教市场论很好地解释了美国宗教地兴盛和欧洲宗教地衰落，但近年来美国宗教地衰落给宗教市场论带来了挑战，同时该理论也无法解释重视天主教地兴起。针对于此，我们提出了宗教正外部性论，认为宗教繁荣的根本原因在于其能够源源不断地为社会提供正外部性。该部分从社会和私人两个维度，四个方面阐述了宗教提供正外部性的机制：宗教的初心：具有正外部性的免费保险、不收会员费的俱乐部、社会的稳定器、一种不可或缺的社会资本。同时通过正式的制度安排（礼拜、教会税等）和非正式机制（志愿者行为），宗教的正外部性的供给能够自发进行。正是由于宗教源源不断地为社会提供正外部性，才使得总结能够经久不衰，繁荣至今。

第五章对比了对人类社会发展起到重要作用的两个组织——宗教和企业——的此消彼长，并从正外部性角度给出了解释。西方文艺复兴之前，人们生产生活的一切活动围绕教会展开，文艺复兴之后，教会在人们生活中的地位日渐衰微。与之相对，公司这种组织形式悄然兴盛，经过几个世纪的演变，已经成为介于国家和个人之间、在各个领域都极具影响力和支配力的社会性组织：促进自由公平的竞争、建立和完善法治社会、推动科学技术的进步、提高社会的文明程度、改变人们的生活方式和彼此间关系、改变国与国之间合作与竞争的方式。作为对社会发展起到重要推动作用的两种重要组织形式，为什么公司后来居上成为现代社会的主要力量呢？如果仅仅套用经济学理性人的假设，定义教会与公司的本质，显然不能解释欧洲教会与企业两种截然相反的命运。无论是有形的教会观还是无形的教会观，圣经新约定义了它必须是由有爱的基督徒组成的有爱的组织。从经济学的角度看，爱是一种正外部性的利他行为。

当教会的行为带来的社会收益大于它自己能够获得的收益时，教会的行为就具有了正的外部性，才会向外界提供爱。然而中世纪的教会组织凭借对信仰的垄断特权，将信仰变现，自利理性的经营教会，与其纯粹的正外部性提供者的本质使命背道而驰。作为对照，在非洲基督教教会兴盛与其提供具有正外部性社会服务密不可分。与欧洲教会相比，非洲教会为当地的人民带来了实实在在的正外部性的公共服务，从这一角度来看，非洲教会更加符合圣经中对于教会本质的定义，非洲教会复兴与欧洲教会衰落就不难理解了。而除了直接财富转移的慈善捐赠外，企业的科技创新活动因具有高风险、高成本但收益却不能独享的特点。从经济人自利理性的角度看，研发活动风险大且具有强外溢性，企业减少在研发领域的投资是有利于利润最大化的。“知识公共品”的生产投入往往不能为企业带来即期的回报，甚至是企业长期也难以收回的成本负担。但事实上，越是赚钱的公司，越愿意研发投入，如今世界上最伟大的公司，都是以创造改变人类的技术为终极追求，每年进行大量的研发投入。我们会发现恰恰是这些非自利理性的具有正外部性的企业行为，让谷歌、微软这样的公司更加伟大。这些有爱的正外部性行为正在改善人类生活、推动整个社会的进步。显然，从经济理性的角度看，这些具有显著正外部性的行为，它的成本远远超过企业所能够获得的当期收益，如果企业完全理性，它不会选择这样的行为，企业现实经营的行为证明它并非完全“理性”。正是对于正外部性提供的“理性”与“非理性”造就了欧洲教会与现代企业的此消彼长。

第三篇是企业篇，由第六至第七章构成。第六章首先指出传统经济理论中高度抽象的企业行为假设很难具有现实解释力，在进一步梳理了自亚当·斯密、马歇尔到熊彼特和科斯等经济学家所提的

企业理论后，发展了企业的人格化的理论，提出了企业是企业人有爱的组织的概念，并进一步分析企业追求的目标是实现企业人的效用最大化，利润只是实现效用最大化的必要支撑也是企业人效用最大化的可能结果。企业爱的最大化时实现企业人效用最大化的保障，爱的最大化包括三个层次：首先是员工爱工作，享受工作，才能全身心投入到工作中，产生强大的自我内驱力，获得自身价值实现需要的同时，创造最大的生产价值。其次，企业爱员工，为其创造实现效用最大化的环境条件，既包括必要的物化环境，更包括对员工追求和精神的自由的尊重；最后，在社会层面，为生产型爱+企业创造制度环境。同时发展了企业家的企业的观点，注重了企业家与企业员工对于企业的意义。本文对于企业性质的新观点，是期望全社会、企业家与员工关注效用满足，而非追求功利主义价值观下的企业利润。有爱的企业能够在持续生产，创造财富的同时，更能够不断的向企业员工、企业家和社会提供爱！

第七章通过抗癌药物价格及专利保护的争议，引出对专利保护的思考。通常的观点认为，假如我们不尊重药企的知识产权，今后就不会有人继续研发新药，这是药企维护自身专利权的常见说辞。但专利制度确实是一种垄断机制，为企业制定高价格提供了可能。在面对生死两难的困局时，是坚持专利的保护机制还是出于对生命的重视逾越对专利权的尊重？诚然，专利制度通过确认和保护专利权益而激励发明创造，即“给天才之火添加利益之薪”。但是，专利制度将利益之薪是添加给发明天才以激发其燃起更旺的发明之火、做出更多的发明创造，还是添加给发明天才创造出的技术成果，使之影响更广、作用更大？或者说，专利利益所激励的，是发明创造还是发明创造的利用呢？根据发明活动的特点和专利制度的运行实

践，本书认为，专利之薪激励的，是将技术予以市场化利用的商业之火，而非发明天才的创新之火。发明活动不依赖于专利利益的激励，专利利益激励的是发明成果的市场化利用。发明创造不依赖专利的激励众所周知，发明创造是促使人类文明进步的基本要素，人类文明史即发明创造史。专利作为法律保障的技术市场化权利，无论从 1474 年威尼斯专利法还是从 1623 年英国垄断法起算，在世界范围内的历程不过几百年，与人类社会历史相比，只是很短的一瞬间。在漫长的没有专利制度的历史中，人类为了生存和发展，不断地在总结前人经验的基础上，从事着各种各样的发明创造。可以说，发明创造是人类的发明本能与现实需要相结合的产物，它因专利制度的存在而存在。实践中，发明人并不因为专利才进行发明创造，发明创造不依赖专利的激励。专利制度激励的并不是单纯的发明创造，而是具有市场利益的技术之发明创造以及发明成果专利化后的商业经营，或者说是专利化技术的市场运用。因此，对于当前的专利保护制度，应该更多向提高社会福利造福社会角度出发，提高技术的正外部性供给，而不是沦为专利权这种排他性权力的交易本身。

第八章对当前企业投资中存在的问题进行了深刻的剖析，指出传统投资模式存在的几个问题：第一，资本助长“毁三观”式投资蔓延：热情高涨的资本使工业产品、服务项目在极大丰富人们业余生活的同时，也出现让人瞠目结舌的“要钱不要命”、“要现在不要未来”的投资赌博。GDP 重了，污染也重了；文化传播了，但都是低俗文化，完全抛弃“三观”。具体表现为：资本逐利断送投资理性、资本逐利扩散恶性投资。第二，新殖民主义投资模式：“新殖民主义”经济一般是掠夺性的而非分享式的，同时它带来的是不平等的发展权利，当今的投资行为也如出一辙。主要表现为：掠夺

式投资和不平等投资。对于传统投资带来的恶果，传统观点认为这是投资者仅追求收益最大化的结果，或者是投资者的道德败坏使然，但这显然无法解释现实中对于技术革新、造福人类等一系列高风险项目的投资。本书从投资的正外部性出发对投资行为进行分析，认为有爱的投资就是能给社会带来正外部性的投资，能提高全民福利的投资，具有有责任、可持续、绿色、有影响力四个特征。有爱的投资通常更强调社会收益而非财务收益，更用于主动承担风险，其目的也并非获取超额的收益，为了让世界更美好。并且，和传统观点不同的是，本书通过分析认为培育创新成果和追求投资正外部性是可以共生的，因为培育创新成果的同时也可释放投资的正外部性。本书给出了有爱投资的建议：第一，建立投资受众易接纳的中立性投资评价；第二，从个体信仰的引导到有“爱”的社会投资风格的形成；第三，鼓励并推广有“爱”的投资模式。

第四篇是金融篇，由第九章和第十章构成，旨在对在宏观经济中居于核心的投资和金融进行分析。第九章从历次爆发的对人类社会造成巨大影响的金融危机入手，探讨了如何从正外部性的角度出发，建立对社会更加友好有爱的金融，同时避免不定期爆发的金融危机。对于金融危机，普通观点普遍认为是基于以下几个原因：货币体系的内在缺陷、美元的特殊地位、国际游资的攻击、政府金融监管部门监管不严。其中加强政府部门的监管被认为是避免金融危机的良方，但伴随着监管力度的加强金融中介的作用将会受到极大限制，同时金融创新的空间也会缩小，这都会妨碍金融对经济的促进作用。现代信用社会，金融在经济活动中的核心地位毋庸置疑，但对于金融的负面作用和对于金融的监管，始终是摆在人们面前的一道难题。本书尝试从金融的外部性出发，对金融的两面性进行分

析，同时对如何更为有效的避免金融危机提出对策建议。金融的负外部性包括对实体经济的过度攫取、虚拟经济的过度杠杆化、金融系统动荡带来的系统性危机等。而有爱的金融即是要有效限制金融负外部性的外溢，同时加强金融中介作用的正外部性供给。总的来说，就是要在金融体系内建立传递爱的渠道——监管的第三只手。具体来讲，第一，引入 NGO 成为“第三只手”监管者，以解决解决政府金融监管（“看得见的手”）的失灵，解决市场化监管“看不见的手”的瓶颈。NGO 在金融监管中的具体手段包括：建立金融监管指数；金融消费维权；公益金融。第二，充分利用科技手段提升金融市场监管的透明度，包括充分掌握金融资产风险、充分掌握投资者的风险承受能力、掌握产品涉及层面等。第三，用信仰的“爱”引导从业者规避贪欲。金融危机不仅是信仰危机，也是金融从业者人性的危机。政府缺乏对从业者信仰的监督与引导。但政府往往不愿意成为某一宗教信仰的附庸，不宜成为信仰的传播者与监管者。市场的价格手段也不能成为信仰的筹码，否则信仰就会被金钱所操控。而 NGO 作为“第三只手”，它的中立性与社会功能可以成为信仰对从业道德约束的载体与渠道。

第五篇是社会篇，由第十章至第十三章构成，通过本书建立的爱+经济模型，对社会热点问题进行剖析，破解传统观点和经济学中认识的不足，并对困扰民生的热点问题提出应对之策。第十章对当前中国社会最为关注的教育话题进行了分析。针对传统教育带来的伦理惨剧，引发人们对教育本质的思考。传统观点认为，教育的本质作用包括知识培养和人格培养。知识培养是教育最基础的作用，但我们认为教育的人格培养功能更为更要。知识教育只是一方面，人格教育才是教育的核心与根本。而现实中国教育的却呈现出一些

弊端：第一，教育的逐渐功利化，生产出极度逐利的“教育产品”。工业革命结束之后，理性与科技结合并迅速崛起，逐渐为人们所用，成为追逐利益的工具。第二，形式化的圣人教育，表现为追求不可量化的道德情操和意志品质的德育教育，较为普遍的做法是将传统文化引进校园，在实践中往往流于形式。传统经济学对教育问题的分析，主要从教育的生产功能和筛选功能角度进行研究。但对于教育的本质揭示不够，同时对于当前的教育困境也无法给出有利的解决办法。本书从教育正外部性角度入手，认为教育的本质即在于供给正外部性，也即：教育的经济正外部性和非经济正外部性。而解决当前教育困境的根本在于提高教育正外部性的供给，抑制其负外部性的扩散，具体措施包括：第一，坚持“利他信仰”传播有“爱”的教育；第二，社会对有“爱”的教师的评选与奖励；第三，政策引导教育增加正外部性供给。

第十一章从引发全国关注的“毒疫苗”事件出发，针对关乎每个人健康乃至生命的热点社会议题进行了分析。本该是预防传染病，造福大众的疫苗现在变成戕害儿童的罪魁祸首，舆论大哗。总结来看，大众的观点主要集中在三点：一是对于出事企业的谴责，在明知疫苗有问题的情况下依然将问题疫苗流向市场；二是相关监管部门的失职，为何在企业人员举报的情况下才发现问题？第三就是在事件爆发后相关部门对出事企业的处罚力度的质疑。疫苗事件的持续发酵，引发了对公共医疗的讨论，政府监管部门的缺失自然是毋庸置疑，但对于疫苗生产厂商的历次行为来看，单单从企业主道德败坏的角度出发，解释显得苍白无力。传统的经济学的观点中，按照经典的公共产品定义，医疗、住房等是既可排他也具竞争性的私人产品。历次疫苗事件中涉及的则是公民资源接种的第二类疫苗，

属于私人产品。但是，公共医疗卫生服务涉及全社会的卫生安全，具有受益的非排他性——一个人享受清洁卫生的环境，并不会妨碍其他人的享受，以及消费的非竞争性——我们也无法用价格或其它手段对此类物品的消费者进行个别限制，所以公共医疗提供的服务例如防疫、环境卫生等则是真正意义上的公共产品。无论是疫苗还是公共医疗服务，初衷都是要为社会提供正外部性。因而解决问题的根源在于如何提高其正外部性供给同时减少甚至避免负外部性的外溢。本书给出了相应的建议：第一，注意到公共医疗的特殊性，充分发挥医疗工作者的主观能动性；第二，从医疗现状的混乱根源入手，加强政府监管，同时政府不能再从成本-收益的角度去考虑公共物品的供给；第三，壮大民间组织的力量，有效弥补市场的缺位。

第十二章是宗教与旅游。随着现代社会市场化水平不断发展，旅游市场竞争愈演愈烈，上市成为提升各个景区竞争力的重要途径。由于无法禁得住资本的诱惑，诸多宗教型景区纷纷上市，盲目地开发景观，使得宗教场所内商业气息浓厚，严重影响了宗教旅游的本质，从而引发了人们对于宗教旅游发展方向以及发展模式的热议。但传统的观点更多的是从道德的观点来对此进行批判，认为其背后所隐藏的是这个浮躁的社会无底线地追求物质金钱的行为。经济学也没有认识到宗教的特殊之处，仅作为普通商品进行分析，认为这只是当地政府唯 GDP 论英雄，认为经济发展了，当地政府和民众收入增加了，那么政府的目的就达到了，但商业化并不是原罪，更多时候反而能促进很多古建筑的保护，所以这样得出的结论无法令人信服。从宗教正外部性的本质来看，其初衷是给信仰宗教的人们提供一个栖息心灵的场所，僧侣、教众能够在此学习、修行、举行

一系列宗教活动，让前来观光的人们感受宗教信仰带来的身心上的愉悦和灵魂上的解脱，将人们从繁忙浮躁的生活中解救出来，给予精神上的支撑和面对生活与未知的力量。所以不管是普陀山上市还是岩泉寺的丑闻，政府妄图把宗教旅游当做一个经济增长点，这种商业化行为本身并没有问题。关键在于其没有真正的认清宗教的本质，限制了宗教旅游更多其他价值的发挥，从而把宗教发展引导向了一个错误的方向。过度商业化只是让政府和民众看到了短期收入，但是从更长远来看，这种发展思路阻碍来宗教旅游更多其他的价值的发挥。因此宗教旅游要回归到宗教的本质，通过商业化的手段来扩大其正外部性的提供，商业化只是手段，利润是助推其发挥正外部性的动力，而不是目的。

第十三章是爱+消费。消费是人类生活的手段，而非人类生活的目的。但是，在现代社会中，消费成了目的本身，消费欲望的不断满足成为人的价值体现和社会进步的标志。消费的本质已被扭曲，消费不再是为了满足人的生存和自由的发展，而是为了满足虚假的需求。爱+消费就是针对这些消费主义的弊端而提出的，克服消费主义所造成的人与人、人与自然关系的紧张，人的物质生活与精神生活的失谐。它应该建立在对地球资源蕴藏、环境容量、生态承载力有限性的科学认识之上，以资源节约和环境友好为实践取向，不是前工业文明时代“原生态型”和“生态维护型”消费方式的简单认同与回归，而是对工业文明时代生态破坏或反生态型消费方式的扬弃与超越。换言之，爱+消费是用生态文明的理念规范人们的消费方式，倡导适度消费，反对铺张浪费，使人类的生产消费活动沿着与自然相互协调的方向进化。因此，适度应该是爱+消费最重要的原则，我们不是禁欲主义者，但也反对纵欲主义。我们也不反对

随着经济发展提高消费水平，而是反对一味迎合消费欲望的挥霍和浪费。消费数量或规模要适应生产力发展水平的要求，不能超出消费品的生产水平以及当时的经济技术发展水平。与适度原则紧密相连的则是人与自然和谐共生的原则，生态质量追求应成为人们在消费活动中时刻关注的重要内容。消费活动应当限制在环境和资源能够承受的范围内，以不突破生态平衡所要求的质的限量为度。基于上述原则的分析，我们可以认为爱+消费指向的发展模式不是一种高能耗、高污染的粗放型发展模式，而是一种“人一自然”共同体协同进化的以发展为出发点和归宿点的、给自然以平等地位的发展模式。不再以人为唯一尺度，不再以人的利益为出发点，而是承认自然界有与人同等的存在和发展的权利——自然界有其固有的、按生态学规律存在和发展并接受人类尊重的权利。要实现发展模式的转变必须削弱消费的经济功用，因为其存在着严重的道德风险。刺激消费—生产增长—经济繁荣似乎成了现代经济生活的内在逻辑，消费的经济功用得到了最大限度的凸显。在促进经济增长的同时，也带来了突出的社会矛盾，比如对有限资源的争夺、对生存空间的争斗等。这些风险说明，消费作为经济增长点的功用不是无限的，而是有限的。不能过分扩大消费的经济功用，不能将消费的经济功用神圣化，否则既会造成经济的盲目发展，也会造成严重的社会危机。

爱+消费是本书的最后一章，也是构建爱+经济模式的最重要环节。因为无论是什么样的商品或服务，最终都是为了满足消费者的需要，不符合消费者需要的商品或服务也必定没有市场，因此从这点上来说，消费者能够“用脚投票”，引导企业家构建一个更为美好的世界。

本书针对当今社会存在的挑战从经济学角度进行了分析，并尝试从正外部性的角度给出应对之策，是对现实问题的一次有意义的思考，但是限于作者的知识和阅历，本书提出的问题和解决方案在未来还需要不断完善。本书在理论研究和实证分析方面还需要做很多工作，但能给大家对社会问题的分析提供一个新的视角，引起相关领域专家的批评和注意已经是我们首要的努力目标了。

最后，感谢郭广珍教授和我的学生徐艳、王一、周永斌、张紫薇、李新梅、孙永强等人在本书撰写过程的付出，他们主要负责了资料的收集和各章节初稿的撰写；同时，要感谢出版社和编辑，没有他们的帮助、辛苦工作、宽容与理解，就没有本书的出版。



# 第一篇 理论篇

## 第一章 爱的模型构建

### 第一节 当今世界面临三大挑战引发的思考

#### 一、当今世界人类面临的三大紧迫挑战

今年是马克思诞辰 200 周年，马克思及其思想对中国乃至世界产生的影响自然毋庸多言。一百多年前在评价社会生产力的巨大进步时，曾说“资本主义在不太长的时间内，创造出比过去以往世代的全部生产力还要多得多的生产力”。<sup>2</sup>时间距离马克思感慨资本主义生产力显示出的巨大力量又过去了一百多年，在这过去的时间里，世界科技社会的进步更是日新月异。回望两个世纪前，世界经济尚处今天孟加拉国的水平，1800 年的普通人每天只消费 3 美元。但今天在日本或者法国，可能每天要消费差不多 100 美元。100 美元对比 3 美元：这就是现代经济增长的巨大数量级。<sup>3</sup>根据相关的统计数据，自 1800 年以来，世界人口翻了 6 倍，平均寿命预期翻了一番，实际收入提高了 9 倍多。<sup>4</sup>就拿一段较短的时间范围来说，较

---

<sup>2</sup> Maddison, A.2006.The World Economy. OECD Publishing.

<sup>3</sup> 迪尔德丽·M·麦克洛斯基,企业家的尊严——为什么经济学无法解释现代世界,沈路等译.中国社会科学出版社,2018年。

<sup>4</sup> Kremer, M.1993.Population growth and technical change, one million B.C.to

之 1955 年，2005 年的全球人均收入翻了差不多 3 倍多，摄入的食物卡路里多了 1/3，出生婴儿的死亡率降低到了此前的 1/3，人类寿命增长了 1/3。<sup>5</sup>不管用什么样的标准来衡量，这都是人类取得的惊人的成就。的确，生产力的飞速发展，极大丰富了我们的物质生活，如今我们社会中每天所消费的产品种类可达数十亿种之多。<sup>6</sup>

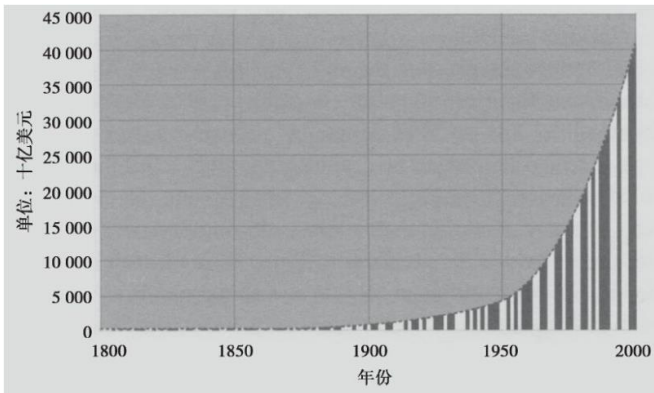


图 1-1 1800 年以来世界制造的产品 (以 1990 年美元计)<sup>7</sup>

---

1990. Quarterly Journal of Economics 108: 681-716.

<sup>5</sup> 马特·里德利，理性乐观派——一部人类经济进步史[M]. 闰佳译，机械工业出版社，2011.

<sup>6</sup> 尤瓦尔·赫拉利，人类简史——从动物到上帝. 林俊宏译，中信出版社，2014.

<sup>7</sup> 马特·里德利，理性乐观派——一部人类经济进步史[M]. 闰佳译，机械工业出版社，2011.

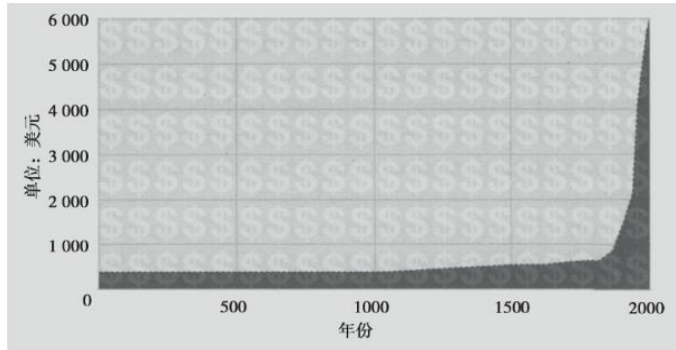


图 1-2 世界人均国内生产总值（以 1990 年美元计）<sup>8</sup>

然而我们人类在取得巨大成就的同时，也面临着巨大的社会问题。当今社会人类面对三大问题：越来越大的贫富差距问题；越来越多的人迷失自我；日益严峻的生态问题。当今人类身处史无前例的收入非线性飞速增长时期，创造了比以往所有时代总和还要多的财富。然而伴随着资本的快速积累，收入财富不均衡、不均等现象不仅普遍存在，而且日益恶化已经危及到了社会稳定。如今世界不到 10% 的人群占据的全球 99% 的财富，根据《2018 年世界不平等报告》所列出的数据显示，世界主要国家地区最富的 10% 人口所拥有的财富在国民财富中的占比（2016 年）：欧洲为 37%，中国为 41%，北美为 47%，中东为 61%。

<sup>8</sup>Maddison, A.2006.The World Economy. OECD Publishing.

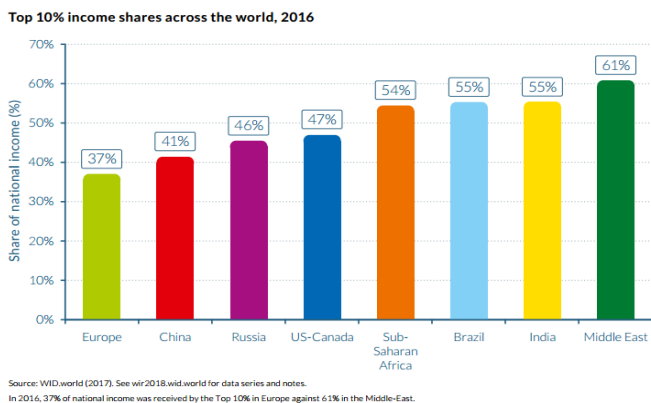


图 1-3 世界最富有 10% 人口占世界财富的比例<sup>9</sup>

更为严峻的事实是，这一趋势还在增长且有继续扩大的趋势。根据《21 世纪资本论》作者的分析，造成这一问题的原因在于资本回报率远远高于经济增长率，而自由的市场经济并不能外全解决财富分配不均衡的问题。<sup>10</sup>《21 世纪资本论》利用众多研究人员精心收集的 20 多个国家的数据，回顾了自工业革命以来收入及财富分配的历史，梳理出了社会财富分配不平等所引发的社会矛盾的发展脉络，并从中得出自己的结论。皮凯蒂在《21 世纪资本论》中，对过去 300 年以来欧美主要国家财富收入的丰富历史数据进行了详尽探究，其结论是：第二次世界大战以来，各个国家的不平等现象已经逐渐扩大，并且正在变得更加严重。现在，个人财富的多寡主要不是由劳动所得决定，而是由继承的财富决定，因而出身要比后天的努力和才能更加重要，社会正在向 19 世纪的“世袭资本主义”

<sup>9</sup>数据来源：2018 世界不平等报告。

<sup>10</sup>托马斯·皮凯蒂.《21 世纪资本论》[M].巴曙松等译, 中信出版社, 2001 年。

回归，重新进入“拼爹的时代”。近年来这种观念弥漫在社会各个角落，不但使得人们充斥着各种仇富和消极心理，更严重的是日益扩大的贫富差距正在撕裂整个社会的价值观。而政府同样由于自身工作边界和财政约束问题，显然也不能完全解决这一问题。<sup>11</sup>如果放任这一趋势继续恶化，社会矛盾将会变得愈发尖锐，如果放任这一趋势继续恶化，游行罢工、暴力冲突、社会阶级对立、国家间相互敌对甚至爆发战争也都不是危言耸听了。

同时伴随着我们取得的巨大成就，也付出了巨大的生态代价。科学技术的每项重大发现发明，都促进了生产力的大发展，为人类创造出前所未有的物质财富提供了条件。与此同时，人们的消费要求越来越高，对自然界的榨取也就变本加厉，矿产资源在衰竭，森林面积急剧减少，工厂林立，车流如注，废水废气的排放使地球的环境（包括水、空气、土地）全方位地受到严重污染，生态平衡遭到破坏。全球气候变暖是近年来讨论最多的话题。大量历史证据显示，大气中不断增多的二氧化碳温暖了地球。过量二氧化碳带来的影响不是瞬间的，而是长远的。它的影响就像滚雪球一样，越积越多，直至给人类带来毁灭性的灾难，并且这个雪球还在不断壮大中。由二氧化碳直接造成的每 1 摄氏度升温都被其他反馈作用所增强。海冰消融后暴露出深色海洋，这意味着地球将吸收更多的太阳热量。温度越高，水蒸发越快，因此大气中的水蒸气含量增加，这是另一种潜在的大气保温气体。由二氧化碳造成气温上升 1 摄氏度，会通过反馈作用最终使气温升高约 3 摄氏度。如果说由全球气候变暖所

---

<sup>11</sup>严新明，童星.《市场失灵和政府失灵的两种表现及民间组织应对的研究》[J].中国行政管理，2011(11):90—93.

引发的海平面上升对我们人类造成的困扰还不明显的话，那么它的另一个副产品——全球气候异常，越来越来频发的“历史最严重干旱”“XX 不遇的台风”等极端天气估计已经让人领略到了“大自然无情的报复”。于此同时，人类的多种生产方式使地球上的许多物种灭绝。全世界每天有 75 个物种灭绝，每一小时就有 3 个物种被贴上死亡标签。很多物种还没来得及被科学家描述和命名就已经从地球上消失了。目前，我们还不能确定究竟要损失多少物种、哪些物种，才会导致生态系统崩溃。但如果任由这种趋势发展下去，人类会不会是下一个要灭绝的物种？总之，20 世纪中后期以来，生物物种数量迅速减少，不少珍稀动植物面临灭顶之灾，愈来愈多的城市变得烦嚣、拥挤不堪，有氟电冰箱的普及造成大气臭氧层的空洞越来越大……地球已经不堪重负，人们在享受物质文明的同时，也会感到生活越来越艰难。生态问题现在已经人人皆知，地球已经向我们敲响了警钟。<sup>12</sup>

于此同时伴随着社会化大生产，现代社会的高度分工使得我们每个人都处于社会这个精密仪器中的一环，而工作又占据了我们每个人绝大多数的时间。然而，根据相关调查显示，绝大多数人感到不幸福，并且对现在的状态感到不满，其中最重要的原因是不喜欢自己所从事的工作。人生的大部分时间都是花在工作上，然而可惜的是，我们身边的人，大部分是不热爱自己工作的人。从一个疯了一样开车的出租车司机，到一个没有微笑服务员；从一个不搭理你的地铁工作人员，到一个愁眉苦脸的公务员。每一个都不爱自己

---

<sup>12</sup> 李星学，王仁农.《还我大自然——气球敲响了警钟》[M].清华大学出版社，2013.

的工作，每个人都不开心。他们每天厌恶自己的工作，敷衍的上班，痛苦的活着，然而他们就是不选择去做自己热爱的事。这又是多么巨大的资源浪费？由此各种不断冲击人们道德底线的社会性事件也就接连爆发，从在机场因学费问题正直连刺母亲数刀的 5 岁留学生<sup>13</sup>，到广州番禺大学城持刀行凶事件<sup>14</sup>、震惊全国的复旦投毒案与北大杀母案<sup>15</sup>，医疗行业接连曝光的“毒疫苗”事件、医患关系紧张到医院需要采取措施保护医生安全……，这些关乎我们基本生活方面的家庭、教育、医疗等接连爆出问题，我们不禁要问，这社会究竟是怎么了？毫不客气的讲，我们当前的社会面临极端严峻的挑战，

---

<sup>13</sup> 2011 年 4 月 1 号，在上海浦东国际机场，顾女士满怀期待地站在浦东机场大厅接机，准备带赴日留学 5 年的儿子汪晶佳去美餐一顿，因学费问题发生争执。儿子汪晶佳遂从行李中取出一把水果刀，对母亲顾某连刺了数刀，导致顾某当场重伤倒地昏迷，汪晶佳在逃离现场时被民警抓获。——作者注。

<sup>14</sup> 在广州番禺区大学城某高校的地下停车库内发生了一起恶性的持刀行凶案件。一名 50 多岁的中年男子持刀刺伤了一男一女两个人。而令人惋惜的是，两名伤者经“120”医护人员到场全力抢救之后，终因伤势太重，最后抢救无效身亡。这起血案让人震惊，更令人意想不到的是，涉案的三个人全部都是大学城某高校的老师，而死者二人是夫妻关系，行凶者竟然是这二人的同事。——作者注。

<sup>15</sup> 2013 年 4 月，复旦硕士研究生林森浩用实验时用过的剧毒化学品 N-二甲基亚硝胺毒死室友。——作者注。2016 年，就读于北京大学的 22 岁学生吴谢宇，在一所中学生教职工宿舍内将自己的亲生母亲残忍杀害，作案后封死了住处，将尸体用塑料布层层包裹，还放入了活性炭吸臭。杀害自己的母亲之后，还继续以自己母亲的名义，进行贷款活动。

人与人之间缺乏信任，社会中彼此冷漠甚至相互敌视，一旦超过某个临界点，就会爆发社会动乱，甚至出现像 30 年前卢旺达种族屠杀那样的惨剧。

## 二、三大问题的根源是正外部性缺失

### （一）造成人类生存挑战的原因是关系的失衡

针对人类当前面临的三大挑战，早有学者对此进行了研究和批判，其中对此最为深刻的批判是社会达尔文主义，<sup>16</sup>这个影响主要表现为：社会精英无论门派，普遍放弃了道德伦理和正义良知，接受了弱肉强食、成王败寇的价值观，达尔文的适者生存价值观连同达尔文主义由此主导了此后将近一个世纪的社会思潮。<sup>17</sup>在全球化大分工带个我们巨大红利的同时，人们也在不断反思全球化带给我们的一系列问题和挑战，联合国开发计划署在《人类发展报告》<sup>18</sup>中指出：“迄今为止的全球化是不平衡的，它加深了穷国和富国、穷人和富人之间的鸿沟。”人类进步基金研究报告更是深刻指出，人类社会如果按照目前的方式发展下去，就将自我毁灭。报告认为我们面临的三种失衡：穷人和富人的失衡；人与自然的失衡；人与

---

<sup>16</sup> 社会达尔文主义本身并不是一种政治倾向，而是一种社会基模，根据自然界“食物链”现象提出“弱肉强食，物竞天择，适者生存”的观点，并以此解释社会现象。——作者注。

<sup>17</sup> 蒋方舟，《达尔文改变中国》，纽约时报，2013。

<sup>18</sup> 世界各国领导人收到了一份客观的估测报告，表明如若错失全球所达成的使人们摆脱极端贫穷的目标，人类将为之付出何种代价，此代价之一便是在下一个十年可能会有数千万人死亡，而这本应是可避免的。

自身的失衡。这三种失衡反映了三重危机：社会与社会关系的危机；人与人关系的危机；人与其生存环境的危机。这三重危机不可分割，它们有着共同的原因。两个世纪以来，世界获得了迅速的发展，西方创造的“现代文明”在世界广为传播。这种现代文明本来应该给人类带来繁荣、和平、幸福和自由，但这只是在一部分人中得到了实现，而它给人类的另一部分却带来战争、奴役、压迫和贫苦。现代文明的两大支柱——自由交换和科学曾为人类的进步服务，但是今天它们却更多地被当作实现私人目的的手段。科学和市场是最好的东西，也是极具破坏力的东西。科学是理解力、行动力和创造力的源泉，市场可以使具有不同需求的大量当事人结成最灵活和平等的交换关系。按照理想的科学主义，科学可以解决人类进步中的一切问题，按照理想的经济学标准，商品和货币的自由交换可以在一切领域中实现人与人之间关系自动的、理想均衡。但是科学和市场的发展却导致了价值危机，这是因为科学和技术在强调对人和物的控制的同时，把自然、有生命的世界和人变成了工具；而市场领域的扩大、分工的发展、商品和货币流通的不断扩大更是造成了对精神和伦理的破坏。市场把人和物的价值都归结为货币的价值，从而把富有当作人和社会成功的标志。当前，物质对精神的统治正不断地产生出有支付能力但却是非理性的需求。力量战胜了离职，眼前的利益战胜了长远利益，其恶果是道德沦丧、物欲横流、腐败成风，青年对他人和周围环境的冷漠和恐惧，更有一些人在毒品中逃避现实。

同时，如果听任社会从属科学和市场，那么上述三重危机就永远无法得到解决。这是因为，一方面科学和市场的发展是一种加速运动，商品统治的普遍化，生产、人口和需求的不断增长，信息、产品、

劳动力、资本流通的加速，科学和技术手段的不断强化，资源消耗和工业污染、废弃物的增加，国际交换的扩大，是人类的运动超越了人类本身；另一方面，经济竞争的加剧会使每个社会都致力于解决自己最紧迫的问题和实现自己的目标，所有这些目标都是平行的、分散的，而不是集中的，其结果必然造成新的、更为深刻的、更广泛的不平等以及地方、地区乃至全世界范围内的生态环境恶化。因此我们必从这种关系失衡的角度出发，深刻探讨关系失衡的深层次原因，在我们的传统和文明中找到行动指南，从而做出共同的选择和决策。

## （二）这种关系失衡本质上是正外部性的缺失

从经济学的角度看，这种关系失衡在经济学上看来就是一种负外部性过多，正外部性供给不足的表现，即人的行为对周围的环境产生了负面的影响。外部性是经济学中的一个重要概念，不同的经济学家对外部性给出了不同的定义。归结起来不外乎两类定义：一类是从外部性产生的主体角度来定义，如萨缪尔森和诺德豪斯的定义：“外部性是指那些生产或消费对其他团体强征了不可补偿的成本或给与了无需补偿的收益的情形”。<sup>19</sup>另一类是从外部性的接受主体来定义，如兰德尔给出的定义：“外部性是用来表示当一个行动的某些收益或成本不在决策者的考虑范围内的时候产生的一些低效率现象：也就是某些效益被给与，或某些成本被强加给没有参与这一决策的人。”<sup>20</sup>上述两种不同的定义，本质上是一致的，差别

---

<sup>19</sup> 萨缪尔森，诺德豪斯，《经济学》[M] 北京：华夏出版社，1999年。

<sup>20</sup> 兰德尔，《资源经济学》[M] 北京：商务印书馆，1989年。

在于考察的角度不同，大多数经济文献都是按照萨缪尔森的定义来理解的。<sup>21</sup>同时，根据行为主体对其他人的影响不同，外部性可以分为正外部性和负外部性。正外部性就是一些人的生产或消费使另一些人受损而又无法向后者收费的现象，如私人花园的美景给过路人带来美的享受，但路人却必付费，这样私人花园的主人就给过路人产生了正外部性；负外部性就是一些人的生产或消费使另一些人受损而前者无法补偿后者的现象，如隔壁邻居音响的音量开得太大影响了我的休眠，这时隔壁邻居给我带来了负外部性。

对于我们人类面临的三大关系失衡问题，其本质上是负的外部性供给过多，正外部性供给不足。对于第一个问题，按照《21世纪资本论》的作者的 analysis，造成当今社会阶层分化和对立的原因是资本和资源的收益率要远远大于技术和劳动的收益率，从而导致了贫者越发贫困，越贫困越无力，而富者则以更快的速度积累财富的状况，而在这种分配方式不公平的背后则是社会制度的不公平。这种不公平的更深层次的影响是人们价值观的撕裂：穷人认为自己贫穷都是社会的责任，对社会充满仇视、对富人甚至中产阶级充满恶意，而自身的贫穷是其他人强加给自己的，只有消灭了“让”自己贫穷的人，或者让中产和富人来帮助自己，才能摆脱贫穷。如此大的差距，资本的利得远超劳动，努力也是没用的，因此他们不再努力。而富人和中产认为，我们是努力至今才获得了今天的成就和财富，社会给了我们足够的机会，只是你们自己不努力。而因此导致的人与人之间的仇恨更是到处蔓延，正如法国作家塞利纳 1935 在他的

---

<sup>21</sup> 沈满洪，何灵巧.《外部性的分类及外部性理论的演化》[J].浙江大学学报, 2002 (1) .

著作《长夜行》中所描述的：“我们之间有五个法郎的隔阂，就足以产生恨，希望他们统统死光。”事实上这样的例子在我们周边随处可见，一个兢兢业业的环卫工人一个月多收入可能还不如金融行业从业者工作一天的薪资。而处于社会底层的他们无法支付足够的资源来进行培训，也没有充足的信息去从事回报更高的职业，慢慢陷入了“贫困的死循环”。一切正如美国畅销书作家芭芭拉·艾伦瑞克在《我在底层的生活——当专栏作家化身女服务员》中所描述的“钱生育钱，贫困生育贫困。”当前我们以市场模式为主体的发展模式确实造就了我们人类近代以来的空前繁荣，但也出现了社会阶层之间的巨大分化和不平等，正如《世界不平等报告》数据所揭示的那样，一言以蔽之，是我们的组织协调方式出现了问题，是我们当前不公平的分配制度巨大的负外部性所造成的。

对于第二个问题，人和自然界关系的失衡则是当今社会的不可持续的发展模式的巨大负外部性。就以我们国家为例，改革开放四十年以来，中国取得了举世瞩目的成就，尤其是社会经济发展使得我国从改革开放前国民经济从崩溃边缘直到今天的世界第二大经济体。但我们付出的额代价也是巨大的，据不完全统计，目前中国约1/3有的耕地受到水土流失的危害，荒漠化严重，并且每年以3000多平方公里的速度扩展；23.3%水体污染十分严重，45%的河段水质污染严重而不能用于灌溉，鱼虾绝迹，85%的河段不符合人类饮用水标准，而且河流自洁等生态功能也严重衰退；近2/3的城市的空气质量未能达到国家空气质量2级标准，等等。显然这种粗放的环境为代价的发展模式是不可持续的，面对如此严峻的问题和挑战，社会各界都在努力探寻合理的解决方式。要想提高可持续发展能力，首先我们要弄清是什么导致了现有的这些不可可持续发展的现

象。西方经济学界普遍认为发展模式的负外部性是导致不可持续发展的重要原因。发展模式的负外部性是指人类在进行生产的同时根本没有考虑到环境的承载能力和能力，对人类来说自然就是一个可以无限索取的对象。当前发展模式的负外部性之所以导致不可持续发展，是因为在无其它社会约束条件下的负外部性导致了个体理性与集体理性的不一致，当这冲突无法通过外界的力量进行协调统一时便产生了不可可持续发展的现象。

对于第三个问题，则是个体自身决策的巨大负外部性。按照弗洛伊德精神分析法，精神的三大部分是本我、自我和超我。“本我”（完全潜意识）代表欲望，受意识遏抑；“自我”（大部分有意识）负责处理现实世界的事情；“超我”（部分有意识）是良知或内在的道德判断。用通俗的语言来解释，就是人其实有三个部分，一部分是自然地我，一部分是社会的我，另一部分是理想的我。当处在社会中的我们为了谋求生存及名利时，往往会违背本我，也就是我们通常所言，违背自己的内心。这种行为本身除了会使时下的我们感到压抑与不悦之外，还会对未来“理性的我”，也就是自己理想中想变成的样子产生影响。这种影响会不断蔓延，最终造成自己内心的扭曲，经过某一事件的引发，就会爆发出惊人的破坏性。同时，处于社会群体中的我们常常会感到自己的渺小，也不会觉察到自己的决定对整个社会产生的巨大影响，也就是个人行为的外部性。然而，当今社会已经是一个极度复杂的人类综合体，一个小小的变动产生意想不到的影响。正如蝴蝶效应所揭示的那样“一只南美洲亚马逊河流域热带雨林中的蝴蝶，偶尔煽动几下翅膀，可以在两周以后引起美国得克萨斯州的一场龙卷风。”其原因就是蝴蝶煽动翅膀的运动，导致其身边的空气系统发生变化，并产生微弱的气流，而

微弱的气流的产生又会引起四周空气或其他系统产生相应的变化，由此引起一个连锁反应，最终导致其他系统的极大变化。在一个复杂的系统中，一个初始条件的微小变化可能带动整个系统长期的巨大的连锁反应，正如投入湖中的一粒石子激起的涟漪会不断向外扩散。事实上生活中的大量的不能为市场有效计量的非市场交易——外部性。每个人的行动都有如投石入水泛起的阵阵涟漪，给他人带来无穷无尽的外部性。比如，一名男子因熬夜看世界杯早上上班迟到，没有赶上老板的会议。老板因此心情败坏，于是公司破产，这又导致同僚失业，使其家庭不和睦……当然，如果一个人出门时神采奕奕这又可能会给别人带来一连串的正外部性。随着人类之间的联系更加紧密，一个个体小小的负外部性可能造成整个社会的巨大变革，也不曾想一个小小的泗水亭长的“大丈夫当如是”的念头将来会毁了不可一世的大秦帝国，<sup>22</sup>一个年轻小贩抗议粗暴警察自焚的视频会引发横扫阿拉伯世界的革命，一个个中东政治强人从此走下政治舞台，或身陷囹圄、或暴尸街头。进入冬季时，北方人们深受雾霾之苦，而雾霾天持续的罪魁祸首是华北地区密布的重化工高污染型企业，而对于单个企业来说，他们都是符合环保固定的，但整体造成的效应缺失华北地区严重的空气污染。还有国家层面的例子，根据大前研一的《低欲望社会》一书，日本当前现在出现了低欲望的年轻一代，无欲无求，不买房，不结婚，不生育，甚至不出门，生活一切都可以因陋就简。对单个个体来说，都是理性的决策，但他们的大量出现，使得日本社会逐渐失去动力，消费低迷，经济

---

<sup>22</sup> 秦末农民起义浪潮中泗水亭长刘邦率领的起义军最终取代秦朝建立汉朝政权。——作者注。

增长乏力，出生率下降，劳动力短缺，偏远地区房屋空置率高企，一片死气沉沉。

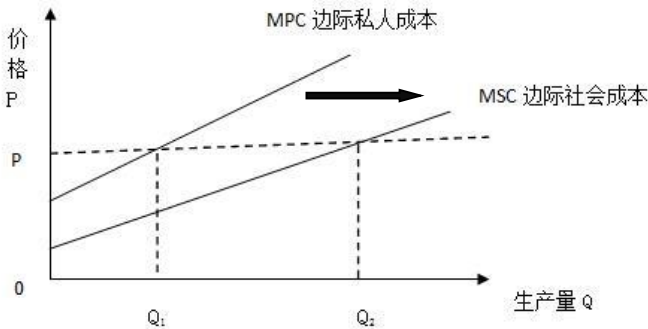
### 三、为什么会出现正外部性供给不足？

#### （一）正外部性供给不足的原因

正外部性是一个经济学的概念，根据经典经济学的解释，外部性实际上是市场主体的经济活动产生溢出成本或者溢出收益的现象。理论上表现为市场主体的私人边际收益（MPR）与社会边际收益（MSR）或者私人边际成本（MPC）与社会边际成本（MSC）的不一致。私人边际净产值是指在生产经营活动中，市场主体每追加一个单位的生产要素投入而取得的产出增量，也可以用生产者的私人边际收益与其私人边际成本相抵后的净收益表示；社会边际净产值是将构成社会的所有市场主体看成是一个整体，整个社会在经济活动中每追加一个单位的生产要素投入所获得的产出的增量，或者说是社会边际生产成本与社会边际收益的差额。如果把个别企业的投资当作社会总投资的一部分，假设私人边际净产值之和与社会边际净产值相等，则社会资源配置必然实现了最优化。但现实生活中，由于市场主体的经济活动相互联系、相互影响、相互制约，资源或生产要素的功能也存在多样性，因此边际私人净产值与社会边际净产值总是表现为不一致，在很多情况下某一市场主体的经济活动会给其他市场主体带来额外的收益或损失。

如果把某一市场主体的经济活动对社会造成的正面效应称为社会边际收益，把负面效应称为社会边际成本，那么除市场主体在经济活动中获得相应的私人边际收益之外，其他人也因此获得额外

收益，即市场主体的经济活动给其他人带来正面效应，那么社会边际收益就大于私人边际收益，这时市场主体的生产活动存在外部经济（正外部性）。如下图所示，私人边际收益小于社会边际收益（ $MPR < MSR$ ），亦即私人边际成本大于社会边际成本（ $MPC > MSC$ ），该企业产量小于最优产量。个别企业正外部性的存在，导致该企业产出太少，资源投入不足。而社会其他市场主体产出过剩，社会资源对该企业的配置不足，资源配置出现低效率现象。如果某个产业部门（如农业部门）私人边际收益社会边际收益，则这个产部门就存在资源利用不足，资源配置低效率的情况。也就是说，由于私人边际成本大于社会边际成本使得正外部性的供给往往不足，如图中所示市场供给产量  $Q_1$  小于市场需求量  $Q_2$ 。



正外部性对资源配置的影响

图 1-4 正外部性对资源配置的影响

现有的经典经济学认为，正外部性属于市场失灵的范畴，没有切实有效的方法予以应对。面对正外部性供给不足的情况，政府通常的应对方式是对具有正外部性的产品进行补贴，例如我们前文提到的私人花园，政府可以通过以优惠价格出售种子及修理工具的方

式，或者是直接补贴的方式鼓励私人维护自己的花园；甚至可以直接免费赠送种子和树苗的方式鼓励大家搞好绿化；政府对有贡献的科技人员发放特殊补贴等。但是，政府补贴同样存在着巨大的问题，首先是政府自身由于财政和人员约束，存在工作边界，无法生活中所有的正外部性予以管理；第二，政府也无法真正识别人们对正外部性的真实需求量；第三，政府的介入往往导致腐败和低效率。因此，由于市场对正外部性供给不足的缺少行之有效的办法，而政府补贴同样不是一个好的选项，这是当前人们对正外部性供给不足的一个共识。

## （二）正外部性供给不足的一般性解释

现实生活中人们对社会物品的生产和消费行为对其他人的生产和消费行为可能产生影响，也可能不产生影响。如果产生影响，那就存在外部性。积极的影响叫正的外部性，消极的影响叫负的外部性。按照之前我们对正外部性的界定，正的外部性就是人们对社会物品的生产或消费行为对其他人的生产或消费行为带来的附带的效益或好处；负的外部性就是人们对社会物品的生产或消费行为对其他人的生产或消费行为带来的附带的损失或坏处。例如，教育除了给受教育者带来好处外还能够极大地促进整个社会的进步，给其他人带来好处。教育降低了社会犯罪率；提高了社会和谐程度；促进了社会的技术进步；加快了信息的传播速度；提高了劳动力市场的运作效率。因此，教育是典型的具有正外部性的物品。其它类似的物品包括蜜蜂养殖业，它对果树种植业带来好处，因为蜜蜂在产蜜的同时传播花粉，加快了花树的繁殖。类似的例子还有很多。可见，这些具有正外部性的物品对其他人或整个社会带来很多好处。但正

如我们前文所说的那样，正外部性的供给相对人们的需求，往往是不足的，因此我们的世界出现了各种问题频发。人们对正外部性供给不足的原因归结为市场失灵和政府失灵。但这样的讨论仅仅将原因归之于制度的缺陷，并且没有行之有效的策略。

我们不妨回到外部性的本质，来探讨正外部性缺失的根本原因。根据学者的研究，外部性本质源于人类的相互依赖性。<sup>23</sup>人类的一切社会活动都不可能是绝对孤立的，而必须和他人发生直接或间接的联系，这种联系就构成了相互依赖性。根据我们对外部性的界定，我们知道外部性的发生至少具备一个条件，即存在两个行为主体，而不可能单独发生在个体 A 或 B 等单个的行为主体上，这就好比物理学上的“力”，施力物体和受力物体必须同时存在。而相互依赖性就包含了一个人对另一个人有影响的含义，从这个意义上来说，外部性就是一种相互依赖性，但并不是所有形式的相互依赖性都是外部性。而在人与人的相互依赖中，外部性是个人理性与集体理性之间的张力，也就是个人理性导致的集体非理性。在《新帕尔格雷夫经济学大辞典》中的一些词条很好地解释了主流经济学对理性的界定：希普对：“经济人”的定义是：“经济人”的称呼通常加给那些在工具主义意义上是理性的人。（他们）具有完全充分有序的偏好、完备的信息和无懈可击的计算能力。在经过深思熟虑之后，他会选择那些能够比其他行为更好满足自己的偏好的行为。这里理性是一个手段一目的的概念，不存在偏好的来源或价值的问题。<sup>24</sup>同

---

<sup>23</sup> 贾丽虹，《外部性理论及其政策边界》.华南师范大学博士研究生论文，2003.

<sup>24</sup> 《新帕尔格雷夫经济学大辞典》是由英国经济学家伊特韦尔约请美国经济

时，阿马泰亚·森<sup>25</sup>认为理性有两种探讨方式，一种是内在的一致性，第二种是以对追求自身利益的推断来表示的。张力这个词来源于物理学，物理学家赫姆霍茨认为在两个自由质点之间同时存在着斥力和引力，而张力就是保持斥力与引力平衡的一种能量(势能)。之后，张力这个词被许多学科所借用，与平衡力的含义逐渐趋同，我们也借用张力这个词，形容外部性是介于个人理性与集体理性之间的平衡力。经济学这对个人理性和集体理性之间的张力进行了大量研究，无论是奥尔森的集团理论，还是纳什均衡、公共选择理论，都认为是个人理性和集体理性之间的冲突导致了外部性。其实归根结底，外部性的产生原因在于，人和人的相互依赖中，没有考虑自身行为对他人的影响，没有将他人的福利纳入自身的行动考量之中。事实上，经济学家奥尔森所给出的解决外部性的方案如减少集团人员数量和“选择性激励”制度，也无非是从技术层面强制让人在行动时考虑他人的利益。综上，我们认为，外部性本质是源于人的相互依赖性，产生于个人理性和集体理性的冲突，行为不考虑他人的利益，通俗地讲就是缺少对他人的爱。

---

学家米尔盖特和纽曼为他的合作者，于 1983 年开始编纂，1986 年编成，1987 年 9 月出版的。这部四卷本的大辞典由世界上 34 个国家的 900 多名知名学者（其中包括 13 位当时在世的诺贝尔经济学奖获得者中的 12 个）撰写。——作者注。

<sup>25</sup>阿玛蒂亚·森，诺贝尔经济学奖获得者、美国哈佛大学教授，1998 年因福利经济学方面的贡献而获得诺贝尔经济学奖。——作者注。

## 第二节 从正外部性到爱

### 一、正外部性的本质解释：爱

根据我们前文的界定，正外部性就是一些人的生产或消费使另一些人受损而又无法向后者收费的现象，如私人花园的美景给过路人带来美的享受，但路人却必付费，这样私人花园的主人就给过路人产生了正外部性。事实上，我们所描述的具有正外部性的活动通俗的解释就是爱，只不过我们没有用经济学的这一专业词汇来描述罢了。正如我们前文对外部性的分析，正外部性的缺失原因在于个体决策时没有考虑对他人的影响，也即是没有爱。有爱的人通常会考虑其他的处境和反馈，并努力为他人的处境而努力营造一个良好的环境，换言之就是不断供给正外部性。就好比上文所说的私人花园，其实自身在打理维护花园中所投入的时间和劳动，当然是不能向路过的人收取“劳务费”的，事实上花园的主人也未曾这样想过。按常理推之，如果路过的人能因此而心情舒畅，我想按花园的主人定也会感到一些欣慰，这也是他打理花园的初心吧。回到我们文章开头就提出的问题，我们人类当前面临的三大挑战：社会阶层之间的矛盾对立、人和自然生态之间的紧张关系、人与自身的无限矛盾，这三种挑战都是关系的错位，表现为正外部性的缺失，其实归根结底就是爱的缺失。如果一个人充满爱的话，他能较好且恰当的选择符合内心的职业，并付出全部的身心 and 精力，于他们而言工作更多是一种乐趣和享受，人的异化也就无从谈起了；如果一个制度充满爱，也就是说不仅仅是为了效率最大化，而是为了全社会的福利最大化，它就能够鼓励个体充分发挥自身才能和优势进而获取

赢得的回报，同时失败也能报以肯定和理解，对因为先天劣势等各种原因造成的贫困等，也会给予帮助，比如我们当前中国正在实施的消灭贫困计划就是这样一个宏伟工程，单靠市场可能只会扩大贫富分化的趋势，政府的帮助能够有效缓解这个问题；同样的，如果我们的生产模式充满爱的话，就会正确对待人类与整个生态及自然资源的关系，认识到自身也是整个生态系统的一份子，就不会竭泽而渔，为了一时的利益而不顾长远的发展。同时对于发展中出现的问题，也会利用鼓励创新的办法去不断弥补和完善，最终使人和自然达到一种和谐共处的美好状态。

## 二、人类对爱的思考

爱是人类发展的永恒主题，也是人类一直歌颂的美好主题。一直以来的研究多是从哲学、宗教和情感的视角去探析。古今中外，人们对于爱在不断的探究，并且在此从未曾止息，同时对于爱的一些基本问题也在不停的争论之中。在哲学、文学、艺术、教育、心理、宗教等众多领域，有很多人对爱进行思考、探索，试图探寻爱的真谛，概括出爱的定义，留下无数可供借鉴的思想。<sup>26</sup>

自人类文明诞生以来，一直从不同角度去界定和完善对爱的理解和解读。先哲们从来不乏对爱的热烈歌颂与赞扬：罗曼·罗兰把爱提升到生命的高度，认为“爱是生命的火焰，没有它，一切都变成黑夜；”泰戈尔也说“爱是充实了的生命，正如盛满了酒的酒”；英国抒情诗人雪莱曾经说过“道德中最大的秘密就是爱，或者说就是逾越我们自己的本性，而溶于旁人的思想、行为或人格中存在的

---

<sup>26</sup>崔德华 张澍军，《爱的定义与本质》，《汉江论坛》，2007年05期。

美。”在哲学当中爱被认为是一种原体验，是世界万物得以生存的根基与核心，更是被认为是人类的真正的智慧。

爱在宗教中也占据重要的位置。在世界许多宗教中，其伦理核心都是爱。正如上净下空老法师所言：“每一个宗教的核心理念都是爱……佛法里的慈悲就是理性的爱。《圣经》里面最重要的一句话，「神爱世人」，「上帝爱世人」，父子有亲那个亲爱，这是性德，自性里头本有的，而且是万德万行的根本。中国自古以来，圣贤教育就是从这个地方发明的，所以中国的教育是爱的教育。”也就是说爱是所有宗教信仰的核心。

从哲学宗教、情感等角度去探讨爱，很多时候不免陷入了过于抽象而不为人们所认知和掌握。奥地利心理学家弗洛伊德从精神分析角度定义爱，认为爱植根于性，爱主要作为一种性欲现象，即把爱当作性吸引的产物或者说性要求的情感表现。<sup>27</sup>而爱情就是“俄狄浦斯情结”的升华，这种升华是通过移情作用实现的。<sup>28</sup>马克思从社会存在尤其是社会经济关系入手分析社会意识的辩证唯物主义的方法对爱进行了评述：“如果你以人就是人以及人同世界的关系是一种充满人性的关系为先决条件，那么你就只能爱去换取爱，用信任换取信任。如果你想欣赏艺术，你必须是一个有艺术修养的人；如果你想对他人施加影响，你必须是一个能促进和鼓舞他人的人。你同人及自然的每一种关系必须是你真正的个人生活的一种特定的、符合你的意志对象的表现。如果你在爱别人，但却没有唤起他人的

---

<sup>27</sup>弗洛伊德，《爱情心理学》[M].北京：作家出版社。

<sup>28</sup>邓周平，弗洛伊德美学观、爱情观评述，[J] 江苏科技大学学报，2012(12):03.

爱，也就是你的爱作为一种爱情不能使对方产生爱，如果作为一个正在爱的人你不能把自己变成一个被人爱的人，那么你的爱情是软弱无力的，是一种不幸。”马克思认为，爱应该是人的本质力量的体现，是人通过发展他的理性而对一种自由和谐的生存状况的渴求。<sup>29</sup>通过对弗洛伊德和马克思的继承和批判，社会学家弗洛姆将爱定义为“在最一般的意义上，爱主要是给予，而不是接受”。<sup>30</sup>也就是说爱的是通过对他人的付出表达出来的，是个体与世界和他人联系的情感纽带。爱的内蕴为思想情操，外显为实践行为，具体表现为理解、关心、体贴、呵护、帮助、给予、宽容、责任等。

自然科学通过利他角度来定义爱，认为爱的表现其实就是一种利他行为。通过对人类数万年来进化发展模式进行研究，一些科学家认为人类之所以能生存、发展并且创造出如此灿烂辉煌的文明，正因为人类并不是完全自私的，而是充满着对亲人、朋友乃至陌生人的利他主义情怀。可以说，如果没有人与人之间的利他行为，就没有人类发展的今天。这样的观点也得到了学者支持，例如汪丁丁（2003）介绍了克莱因的《人类文化的黎明——一个大胆解释人类意识进步“大爆炸”的新理论》，认为基于“信誉”的社会交往秩序的确立使人类在物种竞争过程中获得竞争优势，进而结成今天的人类社会。

**经济学则在社会学利他主义分析的基础上，认为按照爱的核心与本质是不求回报的给予，并因此会带给人带来福利的角度出发，**

---

<sup>29</sup> 马克思，1844年经济学哲学手稿[M].北京：人民出版社，2005年。

<sup>30</sup> [美]埃·弗洛姆：《爱的艺术》，商务印书馆，1987年版，第17页。

认为爱属于正外部性的范畴。也就是说，爱是一种具有正外部性的行为，让社会中的他人受益，但又不用为此付出成本。

### 三、对爱的重新诠释

古往今来，先哲们从不同角度对爱进行了赞扬和界定，这也说明了爱在我们人类社会文明中的重要作用。但无论是文学哲学的描述，还是社会学的关系角度，都似乎没有给出爱一个清晰的界定，给人一种雾里看花之感。不过随着当今经济学和利他主义等自然科学的发展，我们逐渐对爱的本质有了越来越清晰的认识。正如前文所言，按照当今利他主义的判断，人绝不是完全自私的，所谓体内携带者“自私的基因”，因为按照这一“物竞天择适者生存”进化论观点，人类很多利他的行为完全得不到解释。遥想在人类发展早期的采集——狩猎时代，人类经常面临各种各样的“囚徒困境”。但是人们并没有陷入相互伤害的霍布斯丛林，霍布斯丛林”是社会学中一个可怕的名词，他设想的“原始状态”下，每个人的生活都是“贫穷、孤独、肮脏、残忍和短命的”。由此生出的“丛林法则”概念则是：弱肉强食。在丛林法则下，人们之间没有道德，没有怜悯，没有互助，有的只是冷冰冰的食物链，有的只是残暴无情和赤裸裸的利益关系。所有人都不关心别人，所有人都不惜牺牲别人让自己生存，这一自我保全的利己动机是人性最根本的、决定一切的特征，相反，人们通过相互合作和利他行为成为了自然竞争中的强者。我们千万不要忘记，利他行为本身就需要高标准的道德层面的利他信仰作为支撑，一个高标准的道德对一个部落中的某些成员以及他们的子女来说，相对于其他成员或许没有多大的好处，甚至

没有好处，但是对整个部落来说，如果部落中天赋良好的成员数量有所增加，而道德标准有所提高，却肯定是一个莫大的好处，有利于该部落在竞争之中胜过另一个部落。一个部落，如果拥有许多的成员是富有高度的爱护本族类的精神、忠诚、服从、勇敢与同情心等品质，并且几乎总是能随时随地地进行互助，又且能为大家的利益而牺牲自己，这样一个部落会在绝大多数部落之中取得胜利。

也许，一个集体中，利他者的处境总是比利己者的处境更艰难。例如面对歹徒时，见义勇为者往往必须面对死亡的威胁，而袖手旁观的看客们却落得逍遥自在。但不管怎样，一个社会中总是有一些利他者，他们把道德和集体利益看得比个人利益更重要。但是，正是由于他们的存在，人类社会才不至于在无休止的争斗中分崩离析。利他行为的存在和发展，也向我们表明了利他行为的适应性，这种适应性并不是表现在利他者本身获得的个人利益上，而是通过利他者所在的集体利益表现出来的。

而正如前文所言，这一利他的行为，在经济学中则属于“正外部性”的范畴。外部性是经济学中的一个重要概念，不同的经济学家对外部性给出了不同的定义。归结起来无外乎两类定义：一类是从外部性产生的主体角度来定义，如萨缪尔森和诺德豪斯的定义：

“外部性是指那些生产或消费对其他团体强征了不可补偿的成本或给与了无需补偿的收益的情形”。<sup>31</sup>另一类是从外部性的接受主体来定义，如兰德尔给出的定义：“外部性是用来表示当一个行动的某些收益或成本不在决策者的考虑范围内的时候产生的一些低效率现象：也就是某些效益被给与，或某些成本被强加给没有参与这一

---

<sup>31</sup> 萨缪尔森，诺德豪斯.经济学[J].北京：华夏出版社，1999年。

决策的人。”<sup>32</sup>上述两种不同的定义，本质上是一致的，差别在于考察的角度不同，大多数经济文献都是按照萨缪尔森的定义来理解的。<sup>33</sup>同时，根据行为主体对其他人的影响不同，外部性可以分为正外部性和负外部性。正外部性就是一些人的生产或消费使另一些人受损而又无法向后者收费的现象，如私人花园的美景给过路人带来美的享受，但路人却必付费，这样私人花园的主人就给过路人产生了正外部性；负外部性就是一些人的生产或消费使另一些人受损而前者无法补偿后者的现象，如隔壁邻居音响的音量开得太大影响了我的休眠，这时隔壁邻居给我带来了负外部性。归结起来就是说能够对给其他人带来福利而有又无须付费的行为即是正外部性，从这个角度讲，爱是一种纯粹的正外部性行为。我们不妨想一想世间最伟大的母爱吧，一个养育孩子的母亲，在任何时候母亲都是优先考虑自己的孩子，并且在给与与孩子关怀的过程中也从没想到过孩子来回报自己。母爱是对儿童的生活和需求做出的毫无保留的肯定，体现在两个方面：一是必须关心孩子的生理需要，满足其生命成长的需要。二是关心孩子的身心健康发展需要，使孩子成长为热爱生活、热爱生命、热爱世界的健康人。人类幼儿的柔弱决定了母爱的特点：在两个不对等的人的关系中，丰富、强壮的母亲为需要帮助的弱小孩子提供无私的帮助和爱护。当母亲意识到孩子是自己基因的传递、生命的延续，而不是因为孩子满足了自己的要求，母爱就成为其美好人性和无限潜能的表达。

---

<sup>32</sup> 兰德尔，《资源经济学》[J] "北京：商务印书馆，1989年。

<sup>33</sup> 沈满洪，何灵巧，《外部性的分类及外部性理论的演化》[J].浙江大学学报，2002年第1期。

我们从正外部性的角度，再去回顾先哲们对爱的理解，一些模糊的界定就变得逐渐清晰起来。正如文学家勃朗宁所言“地球无爱则犹如坟墓”，其所表述的不正是正外部性对于我们人类文明的重要性吗？离开了每个人对他人的关心和对社会的奉献，这个世界将毫无生机可言。哲学领域亦是如此。哲学中关于爱的界定，最著名的莫过于《会饮》这部歌颂作品，书中记载的古希腊哲学家苏格拉底和好友们齐聚一堂歌颂爱神的一篇做作品，其中苏格拉底对爱的解读，“‘爱’即人对所缺乏的向往或对已经拥有的希望在未来也可以拥有。”苏格拉底借狄奥提玛之口提出尚未拥有之物也许是善也许是美，而爱的追求是为了使自己幸福（使善和美成为自己的一部分）。总结一下就是，爱是对尚未拥有的美或者善的追求，通过使自己拥有美或善，从而使自己幸福。

前文所言宗教的核心是爱，宗教对爱的理解也很广泛。世界上有无数宗派门类，它们起源自各个民族对各自图腾的崇拜，发展到今天在世界范围内基本形成了三大教：佛教、基督教和伊斯兰教。而在我国本土也形成了三大教：佛教、道教和儒教。我们试着用六个关键字概括了世界三大教和中国三大教思想之核心：也就是佛教的“善”字，基督教的“爱”字和伊斯兰教的“真”字；以及道教的“道”字和儒教的“仁”字。如果我们将这五个关键字集中在一起再作分析，就可发现还能作进一步的概括。因为，无论是按佛家思想做“善事”；还是按基督教思想去“爱一切”；还是按伊斯兰教思想去“真心”对待一切；或者按道家思想以民为上，去“爱民”；或者按儒家思想去讲礼，使天下归“仁”，都集中反映出人类最本质特征之一，那就是“爱”，即要有“爱心”，能“博爱”，不然是做不到上述这些的。故如要将这中外六大教思想之核心从上

述五个字再作进一步归纳的话，还可用一个关键字加以概括，那就是一个“爱”字，也就是说这些宗教思想之核心的共同点为“爱！”

通过对宗教教义的研读和收集的案例进行分析，宗教所强调的“爱”其实就是一种正外部性。无论是佛教强调要与人为善，与世界万物为善，要善于帮助人，要多做善事，且做过了就做过了不求回报。而且要将做善事称为自己一种自觉的行动，做到“乐善好施”另外，从佛门居士称为“善男信女”也可看出佛教突出了一个“善”字。而善本质上就是一种大爱，对社会对人类的大爱。伊斯兰教《古兰经》里，每一段重要的经文前面一定有，「真主安拉确实是仁慈的」；抑或是基督教的“爱一切”，这本质上就是要求佛教信徒对他人的付出和奉献，表现为正外部性。

同时对于社会学认为爱定义，正如弗洛姆所言，无论何种对于爱的解释和定义，都有一个共通的特征，使我们做出关于爱的判定的最简单标准：爱的本质就是给予。给予，并不是索要，而是把自己人生中的乐趣，有意义和有价值的事情分享给别人。给予，不是舍弃自己的幸福，而是在给予过程中自己得到精神上的满足和快乐，从而觉得自己的生存的意义所在。爱的特征是给予，爱的最终目的是其从中获得满足，快乐和更多发展的机会。不求回报且能够自我满足的给与，不就是不断为他人提供正外部性吗？

同时对于从社会关系界定的爱，其本质上仍是一种正外部性。从关系角度界定爱，认为爱是一种人类情感活动，是个体与世界和他人联系的情感纽带，是人际关系的体现。<sup>34</sup>他们认为爱是指热烈地肯定他人的本质、积极地建立与他人的关系，是指在双方保持独

---

<sup>34</sup> 埃利希·弗洛姆，逃避自由 [M]. 北京: 工人出版社, 1987年。

立和完整性基础上的相互结合。爱包含两个相反的方面：它既是人出于克服孤独的需要，追求与他人结合，趋向群体；又是要各方维护自我保持个性，不把自身消融于他人之中。总之，爱是一种活动，一种人际关系，是建立在双方平等、各自独立、相互肯定基础上的人与人的结合，人与他人的和谐相融。这种正向关系的爱，其实还是对自身和他人的健康持续发展着想，为他人追求幸福提供一个友好的环境，这同样是一种正外部性。

**综合上述众多领域，从中抽取精要，我们从正外部性角度入手对爱进行定义。**可将爱的定义概括为：真正的爱是一种个体对他人不断产生正外部性的行为，这表现为个体同他人和世界的一种正向关系。这种正向关系是个体在充分理性基础上对自我的超越，体现为为了对方能够自由发展最终获取真理或者获得幸福而不计成本、持续不断的投入。同时这种对他人的关注和投入又是个体自身的一个偏好，能从中不断得到自身效用的满足，因而个体能够不断激励自我满足，能够在不断自我实现的过程中不断为社会供给正外部性。

### 第三节 为何当今社会人们变得越来越没有爱了？

供给—需求分析作为经济学中最为基础和重要的分析模式，近来已经在社会问题中展现出了惊人的解释力，的确经济学作为当今的一门显学，其在社会中的影响力绝非其他学科所能比拟的，这恐怕是经济学的开山祖师亚当斯密也未曾预想到的。经过数百年的发展，经济学早已不是当初的面貌，尤其是随着“经济学帝国主义”

思潮的泛滥，经济学俨然已经成为影响世界观<sup>35</sup>、改变世界<sup>36</sup>，如同《自然哲学的数学原理》那样要解释世界运行的喻世箴言了，也难怪在 08 年经济危机之前，曾有人放言将美元上的“我们信仰上帝”改为“我们信仰格林斯潘”了。<sup>37</sup>经济学理论的最基本假设是，人们做选择时会遵循最优化原则，由此每个完全理性的经济人，从自我利益最大化出发会导致社会效用最大化。<sup>38</sup>亚当斯密这样“无形之手”始终指引着我们社会的正常运转。每种物品的价格也都是由对该物品的供给和需求两种力量决定的，当供给和需求无法有效匹配时，不管是供给大于需求还是需求超过供给，都会出现供给不平衡的状态。同时对于具有正外部性的爱，其状态也可由供给和需求来解释。

## 一、爱的供给不足

**(1) 爱的本质是给予，而不仅仅是占有，并非所有的人都具有爱的能力，而只有那些具备创造性人格倾向的人才有爱的能力。爱是一种积极的活动，而不是一种消极的情绪。它的本质是“给予”，“爱情首先是给而不是得”。<sup>39</sup>“给予”并不是具有非生产性性格**

---

<sup>35</sup> 《经济学通识》，薛兆丰，北京大学出版社，2015 年。

<sup>36</sup> 《改变世界的 12 位经济学家》，[美]雷尼·卢辛格，浙江人民出版社，2011 年。

<sup>37</sup> 格林斯潘，08 年金融危机前美联储主席。---作者注。

<sup>38</sup> 《国民财富的性质和原因的研究》，亚当·斯密，郭大力、王亚南译，商务印书馆，1972 年。

<sup>39</sup> [美]艾·弗洛姆.爱的艺术[M].李健鸣,译.北京:商务印书馆,1987 年。

倾向的人所理解的“放弃、被别人夺走东西或做出牺牲”，也不是以交换为条件，更不是“一种自我牺牲的美德”。“有创造性的人对“给”的理解完全不同。他们认为“给”是力量的最高表现，恰恰是通过“给”，我才体验我的力量，我的“富裕”，我的“活力”。体验到生命力的升华使我充满了欢乐。我感觉到自己生气勃勃，因而欣喜万分。“给”比“得”带来更多的愉快，这不是因为“给”是一种牺牲，而是因为通过“给”表现了我的生命力。弗洛姆正是从对“给”的深刻分析中，看到了爱与人的本质力量的体现，与人的自我价值的实现之间的必然联系，所以他肯定地说，“没有生命力就是没有创造爱情的能力。既然爱的本质是给予，“爱的目的是使其对象获得幸福、发展和自由”，故并非所有的人都具有爱的能力，而只有那些具备创造性人格倾向的人才有爱的能力，因为他们摒弃了剥夺或聚敛财富的欲望，勇于奉献自己。

**(2) 当今社会结构和社会文化的原因导致人爱的能力的缺失，爱的供给不足。**在弗洛姆看来，当代西方社会的爱正走向衰亡，人与人之间真正的爱情已是一种罕见的现象。人们要么“把爱情看作是性满足的产物”，要么“把爱情看作是结伴思想和防止孤独的避风港”。“大多数人认为爱情首先是自己能否被人爱，而不是自己有没有能力爱的问题”或者“认为爱的问题是一个对象问题，而不是能力问题”。只要能提高自己的身价和找到合适的爱的对象，自然就会被人爱或产生爱。这些爱的异化现象和社会上广泛流行的错误观点正是西方社会爱情衰亡、匮乏的集中表现。他认为当代西方社会的爱反映着资本主义的生产关系，其爱的异化和衰亡则是资本主义社会的经济结构、政治结构以及把物质成功看得高于一切并以互利交换的观念为基础的全部西方文化发展的必然结果，因为这种

社会结构把整个社会变成了一架“经济机器”，“一切活动都从属于经济目标”，“人变成了物”，变成了适应社会这个巨大的经济机器运转的“自动机器”，而“自动机器是不会爱的。

**(3) 现代社会的使人的异化程度加深，阻碍了人爱的表达，扭曲了人爱的供给。**当代的生活方式和分工，使得每个人都处在社会化大分工这部机器中的一环，在日益严酷的竞争中，人不得不更多展现出背离其本性的一面，越来越被工作、金钱和权利所统治奴役。在经济生存领域，人的异化表现为工业生产中的劳动异化，劳动成了不合人性的、有害的和无意义的东西。在异化的劳动中，人失去了自己的尊严和价值，消费过程和生产过程一样也被异化了，消费成了目的。同样科技领域也出现人的异化，人变成了自己创造物的奴隶。在精神生存领域，人的异化体现在理性、伦理和宗教等方面。异化的人理智发达而理性退化，只管满足肉体的需要而不问事物的本质，缺乏创造性思维。在社会关系领域，人的异化主要表现在人与国家、人与人、人与自己关系的异化。社会共同体与政治国家的分离，使国家成为一种凌驾于人之上的偶像，个人存在和社会存在产生错位，人与人之间的关系蜕变为一种相互间有利可图的交易关系。人已不再把自己当作活生生的人，而只作为一种商品，失去了自己的本质。

如同弗洛姆批判的西方社会爱情的消亡，当今社会中国正在经历弗洛姆时代西方国家社会发展过程中所带来的社会结构和社会文化问题。中国用 30 年时间走完了西方工业国家走完的工业化历程，这一令世人惊叹的速度背后是廉价劳动力和资本的运用等一些了力量合力的结果。因此在借鉴模仿西方发展模式先进经验的同时，我

国也不可避免的遭遇西方社会遇到的社会问题。这些问题的结果都使得人们爱的能力的缺失，社会中爱的供给不足。

## 二、对爱的需求增加

(1) **爱根源于人克服分离和摆脱孤独感的心理需要。**可以说被爱是人的天性，对此亚当斯密曾在其《道德情操论》中写道“人，天生就希望被人爱，而且希望自己是一个可爱的人，或者说希望成为应当被热爱的人”。<sup>40</sup>马克思认为，爱应该是人的本质力量的体现，是人通过发展他的理性而对一种自由和谐的生存状况的渴求。<sup>41</sup>当弗洛姆循着马克思的这一思路探索爱的本质时，就很自然地考察人与自然的关系开始。自人从自然中脱离出来时，人就作为一个与自然界、与他人有别的整体，开始了人类的社会发展史，亦即“个体化”的过程；当社会发展到现代资本社会，“个体化”过程似乎发展到了顶点。与此同时出现两种情况，一方面是自我力量的增长，意味着人越来越自由；另一方面，孤独感疏远感也日益加强。此时的人正如物理学上所提到的原子一样，当外界的力量不足以去破坏物质的分子结构时，人们就像一个个的原子一样，紧密的团结在一起，彼此间相互吸引相互作用。而当外界的力量破坏了这一平衡后，物质被分解，原子被打开，成为了带电的粒子，游离于物质之外。人与人的结合被社会的进步与发展打乱了阵脚，个个处于游离状态，彼此之间既相互吸引又相互排斥，他们不知道结合的原则是什么，也不知结合的目的是什么。最终，这些人都被资本的力量所

---

<sup>40</sup> 亚当·斯密，道德情操论[M].中央编译出版社，2008年。

<sup>41</sup> 马克思，1844年经济学哲学手稿[M].北京：人民出版社，2005年。

吸引到一起，资本的规则成了他们的目的，资本的规则成了他们的规则，最终成为了资本的俘虏，在资本的海洋中迷失了自我，迷失了爱！弗洛姆将人的害怕孤独和疏远看成是一种本能。随着资本主义的发展，人“愈加个人化”，他就愈别无选择，或者通过自发性的爱和创造性的工作来与世界联结起来，或者通过那些会破坏他的自由和他个人自我完整性的与世界的联结方式来寻求某种安全”。

人一旦脱离动物界，作为与自然和谐一体的原始状态即永远逝去。有理性的人开始对他的生存状况，特别是对自己作为一个孤独实体的现状日益有所认识。“孤独的经历引起人们焦虑”，而“人的最深切的需要就是克服分离”，达到新的和谐。于是人们自然而然的就要努力追求发现摆脱分离的新道路。在追求发现的过程中，“通过创造性的劳动达到的统一不是人与人之间的统一。通过纵欲达到的统一是暂时的。通过同一组人同一和适应这一组人达到的统一仅仅是一种假统一。”它们都不是使人摆脱孤独、实现人与人的结合或统一的真正的和全面有效的途径，都不是对人类生存问题的成熟回答。

能对人类这一问题做出真正的和全面的回答的就只能是爱。只有爱，才能冲破人与人之间的高墙，并使人与人相结合，才能使人克服孤寂和与世隔绝，才能满足“人内心最强烈的追求”。“这种对人与人之间融为一体的渴求，是人类最强有力的奋斗的动力。它是最基本的激情，它是一种保存人类种族、家庭、社会的力量。”这就是弗洛姆所探索的爱所包蕴的内容，他的结论是：“没有爱，人类一天也不可能生存。

**(2) 社会结构和文化导致的逃避自由、人性异化的社会问题需要爱来解决。**弗洛姆认为，人类的历史就是人追求自由的历史。在

漫长的生物进化中，人类逐渐摆脱了自然和母体的约束，实现了个体第一次自由。但是这种自由却让人类产生了伴其一生的孤独感与恐惧感。为了克服这种孤独与恐惧，人类“创造”了很多方法，以此来逃避自由减轻孤独与恐惧带来的“痛苦”，但最终却带来了更加深重的痛苦与灾难。逃避自由的方式有典型的三种：第一种方式是倾向独裁主义，即放弃个人的独立性和完整性，屈从于权威之下。第二种方式是发泄破坏冲动，不能为善，不如为恶；不能创造，不如毁灭。第三种方式是机械地自动迎合他人，个人完全放弃自我，完全按照社会的要求塑造自己。弗洛姆认为，以上三种都不是人的生存困境的真正出路。真正的出路在于应该向“积极的自由方向”发展，发展人的创造性的爱。

现代人的异化在广度和深度上都达到了空前的程度。弗洛姆提出，经济上人们的劳动被异化成了不符合人性、有害的、磨灭人的活力的东西，人的尊严和价值也没有得到尊重；消费过程和生产过程一样也被异化了，消费成了目的，人们被“物化”的倾向于盲目追求物质享受；人与人之间的关系也蜕变为一种相互有利可图的交易关系，人已不再把自己当作活生生的人，而只作为一种商品，失去了自己的本质。社会伦理道德等方面遇到了巨大挑战……人性被异化了，人类陷入了更加痛苦无望的境地。

弗洛姆认为，爱是指热烈地肯定他人的本质、积极地建立与他人的关系，是指在双方保持独立和完整性基础上的相互结合。爱包含两个相反的方面：它既是人出于克服孤独的需要，追求与他人结合，趋向群体；又是要各方维护自我保持个性，不把自身消融于他人之中。总之，爱是一种活动，一种人际关系，是建立在双方平等、各自独立、相互肯定基础上的人与人的结合，人与他人的和谐相融。

爱是对人的生存处境问题的真正解决，是人与自然、他人、自己建立联系的最健康途径。

**(3) 爱是一种人类情感活动，是个体与世界和他人联系的情感纽带，是人际关系的体现。社会转型期的不确定性增加，人际关系过于复杂和不确定导致人对爱的需求增加。**当前我国正处转型时期，由传统社会向现代社会进行过渡，经济体制、产业结构、增长方式、发展模式等都发生着深刻的变革，尤其是互联网的普及和推广对人们生活方式也产生深刻的影响。道德教化是中国数千年来的传统，在过去为端正社会风气、维护社会秩序，培养高素质人才发挥了不可磨灭的作用。但社会发展的巨大变革，社会各个领域也随之发生深刻的变革：经济全球化、社会结构现代化、文化产业化，原有的道德规范所依存的社会基础正在发生着深刻的变化。传统道德已经不能在上层建筑的地位之上引领社会经济的发展，两者不相适应的情况渐渐浮出水面。于是旧的道德体系出现了动摇，新的道德伦理体系尚未建立。人们原有的社会结构、生活模式被打破，而新的结构尚未形成，这些都给人际关系带来了更大的挑战。

同时丰裕的物质生活并没有带来健康充实的精神生活，反而被物所奴役，缺乏超越和批判的向度，并且逐渐同化于商业时代的当下满足与自娱，单面人现象也在增加。当这所有的一切都被资本的阴影所覆盖后，人性的迷失就成为了必然的趋势：亲情被利益所包围，友情需要资本来维系，性爱可以用金钱去获得，母爱变成了榨取利益的最大突破口，甚至连神爱也沦落成为了聚敛财富的最佳、最稳定、最安全、最高尚的帮凶！此时，爱的包容性，爱的创造力，爱的一切特性都蒙上了一层资本价值的阴影。这使得个体精神生活及生存陷入空前的焦虑与失重状态。现代人还面临着贫富差距过大、

就业医疗、食品安全、环境污染、战争和恐怖主义威胁等等生存困境，这一切都使得人对确定性的人际关系、对爱的需求增加。

#### 第四节 爱的运作机理：传递理论

##### 一、我们每个人都蕴含着爱的巨大矿藏

通过前文我们对爱的供给—需求分析，我们从经济学角度解释了为甚当今社会越来越没有爱了，人对爱有需求的天性加上当今时代不确定性使人对爱的求增加，同时爱的供给有要求对人提出了要去，再加上当今社会的组织形式使人“异化”，阻碍了我们对爱的供给能力。但这种分析可能会给我们造成这样一种假象：当今社会的人没有爱。事实上，我们每个人都蕴藏着巨大的爱的矿藏。正如亚当斯密在其经典著作《道德情操论》中所言“不管某人如何自私，这个人总是存在着怜悯或者同情的本性，他看到别人幸福时，哪怕他自己实际上一无所获，也会感到高兴。这种本性使他关心别人的命运，把别人的幸福看成是自己的事情。同情的感情绝不只是品行高尚的人才具备，即便是最残忍的恶棍，即便是严重违犯社会法律的人，也不会丧失全部同情心。”<sup>42</sup>正如一句常被引用的佳句所言“每个人都是潜在的上帝”，按照基督教的说法，我们每个人都是上帝按照自己的样子造的，也都有部分上的化身，所以上帝的爱我们也统统都具有。信佛者亦言，“佛就在每个人心中”，只不过我们不知道佛离我们这么近。意识到我们每个人体内都富有无穷无尽的爱这点这关重要，这种意识具有一种罕见的力量，它能掌管我们

---

<sup>42</sup>亚当·斯密，道德情操论[M].中央编译出版社，2008年。

生命的一切行动，负责做出决定并把决定付诸实施。因此，有自主行动能力的成年人，可以独立做出影响他人和世界的选择，这种成熟而自由意识，可以使我们的心灵和上帝达成一致，我们的一举一动也会成为一种神奇的力量，推动我们不断去关心他人，去播撒爱的雨露，甚至在没有爱的地方创造爱。

## 二、世界所有的能量都是源于太阳

我们个人自身所具备的才能、能力、智谋都源于太阳。接受过一些物理学知识的人都知道物理学经典的能量守恒定律，这构成了物理学大厦的基石。它是这样描述的“能量既不会凭空产生，也不会凭空消失，它只会从一种形式转化为另一种形式，或者从一个物体转移到其它物体，而能量的总量保持不变。<sup>43</sup>”作为自然界做普遍的定律之一今天已深入人心。生活在地球上的我们，每天都需要消耗大量的能源，身体也需要摄取食物以获取能量。初中阶段的生物教材是这样描述：生物圈中的绿色植物（生产者）通过光合作用利用二氧化碳和水合成糖类（有机物），同时把一部分太阳能储存在合成的有机物中；草食性动物（消费者）通过吃植物得到它们的有机物和能量；肉食动物（消费者）则通过吃其他动物得到有机物和能量（也就是有机物和能量通过食物链传递）；营腐生生活的微生物（分解者）则通过分解动植物排泄物、残骸中的有机物获得能量。从上述描述中，我们得出结论：所有生物所需要的能量均来自太阳能。同时我们每天生活赖以生存的能源，无论是煤炭、石油、天然气亦或是现在方兴未艾的页岩气和核能，其最终来源无一不指

---

<sup>43</sup> 该定义来自百度词条。

向了太阳。正是太阳这一能量来源一刻不停歇的为我们提供能量，我们的世界才能得以运行。用经济学语言来表达，就是太阳是正外部性的最大来源，这一来源是我们文明的根基。同样，我们每个人所从父母、教育所得到的能力、技能也都来自于父母、师长和他人的传递，没有他们无微不至的关怀和爱心呵护，我们只不过是像笛卡尔笔下的芦苇罢了。

### 三、从物理学热传递理论和宗教传教来讨论爱的传递模式

根据物理学的定义，热传递是指在**不做功**的情况下，能量从高温物体迁移到低温物体的过程，或者是高温物体部分转移到低温部分。这种过程是改变系统状态的一种方式，这种方式下可以有多种方法，不同类型的热传递对温度传递有着不同的影响。热传递可以有效地改变物体的内能，将物体内部的能量进行转移。

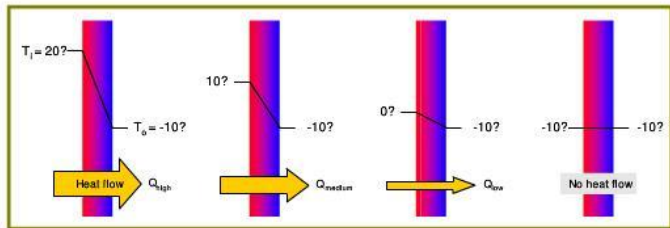


图 1-5 热传递示意图

这是物理学中对热传递的描述，其传递给我们两个信息，第一具有高能量的物体会自动向周围传递热，而无需额外的做功；第二，热传递效率通常有高有低。关于第一点正如我们前文分析的那样，每个人都是富有能量和爱的，这也是他人传递给我们的结果，我们有能力和责任向他人传递爱。至于第二点，就涉及到传递的管道和

效率问题。我们平时都有这样的认知，不同的介质其传递热的效率是大不相同的，通常而言玻璃的传递效率要比金属好一些，金属又要强于木头等。具体到我们传递爱的渠道，也是有效率的问题。当今社会化大生产的一大特点是分工越来越深化，每个人都从事自身最擅长的职业，这样整个社会运行才是最优效率的。同样，在爱的传递上，也存在着专业化的效率更高的组织，那就是相应的基金会和专业的社会组织。正如比尔盖茨设立的盖茨·梅琳达基金会，接受了大量的捐款，其中就包括他的好友巴菲特，简而言之就是“让专业的人做专业的事”。正是如此，它使我们能专注于学习和工作，基金会能够做出许多突破，更加平等地对待生命，为社会提供更多的服务。

同样，宗教在爱的传递方面早就为我们做出了典范。具有外部性的爱显然属于后者，有爱的人很多时候往往是不考虑外部效用的。他们更多在乎自己内心的满足，他们对自身的行为更多认为是与生俱来的使命，正如基督徒所做的一切都是为了荣耀神那样。基督徒在世上的使命就是行使“盐”和“光”的功用：像盐一样，渗透到各个领域中去；像光一样对这个时代发出光照、引导的作用，信仰的大光要照亮每一个地方。<sup>44</sup>马丁路德说：“整个世界都是我的修道院。”

---

<sup>44</sup> 语出马太福音 5:13-16：耶稣对门徒说：“你们是世上的盐。盐若失了味，怎能叫它再咸呢？以后无用，不过丢在外面，被人践踏了。你们是世上的光。城造在山上，是不能隐藏的。人点灯，不放在斗底下，是放在灯台上，就照亮一家的人。你们的光也当这样照在人前，叫他们看见你们的好行为，便将荣耀归给你们在天上的父。”

#### 四、我们社会运行的基础是爱

因此，人们要传递爱。经济学的鼻祖亚当斯密以无形的手的理论奠定了经济学的基座，但很少有人注意到斯密还写了另外一本重要的著作《道德情操论》，他在书中写到“我们在这个世界上辛苦劳作，来回奔波是为了什么？所有这些贪婪和欲望，所有这些对财富、权利和名声的追求，其目的到底何在呢？归根结底，是为了得到他人的爱和认同。”这句话道出了我们社会运行的动力所在，实际上，我们世界运行的基础是正外部性，而我们每个人所具有的一切：容貌、知识、谋生技能无一不来自他人的传递。认识到这一点，我们就在也不能以所谓的“自利原则”为借口来拒绝向社会提供正外部性，向他人传递爱。事实上，根据叶航等人结合生物学和行为经济学的最新研究构建相关模型，指出“纯粹的利他是人类进化的必然产物，在生存条件极其恶劣、选择压力他别巨大的环境下，个体间的合作是一个生死攸关的选择。”同时他还指出，“合作以及由合作产生的剩余，可能是我们人类心智、人类行为包括人类文化和人类制度共同演化的最终原因。”<sup>45</sup>一切也正如比尔·盖茨所言“任何超过百万美元的财富都有回报社会的责任”，也正是基于这样的理念，比尔盖茨在退休之后，开始经营基金会回馈社会。

---

<sup>45</sup> 叶航、汪丁丁、罗卫东.作为内生偏好的利他行为及其经济学意义[J].经济研究, 2005年第8期。

## 第五节 对策和建议

### 一、有爱社会的可能原则

在讨论是什么造就了当今世界的繁荣时，人们通常将之归功于技术的进步，法律社会制度的创新，市场的健全，公民的自由权，然而美国经济学家麦克洛斯基指出，让世界繁荣的力量既非资本积累也非制度法律，而是人们的观念或思想。正是人们意识到了因为人们对企业家的态度和观念的转变使得企业家在创新和提高生产效率中起到了至关重要的作用，由此有了我们今天繁荣的世界。关于观念的力量和社会影响，这方面的著作和论述卷帙浩繁，最终的结论也都可以总结出一句话：你相信什么，你最终会成为什么。法国大革命的时候，当民众攻陷巴士底狱的消息传到巴黎南郊的凡尔赛宫，路易十六惊慌失措之下问道：“什么？造反了吗？”当时的波尔多公爵回答他说：“不，陛下，是革命”。造反与革命，一词之差，不仅是语词的转换，更是观念和理念的革命。还是这个法国国王路易十六，当他身陷囹圄的时候，据说在夜半人静之时，他说了一句话，他说：“是这两个人消灭了法国。”他说的这两个人一个是卢梭，一个是伏尔泰，都是哲学家。所以，改变观念就是改变世界！我们大家都耳熟能详的思想家马克思死后葬在伦敦北郊的海格特公墓，在他的墓碑上刻有两句话，第一句话大家耳熟能详：“全世界无产者联合起来”。第二句话大家同样耳熟能详：“从来的哲学家都是用不同的方式解释世界，而问题在于改变世界”。因为马克思本人正是通过解释世界来改变世界，如果不是因为他发明了“剥削”、“剩余价值”这些概念，全世界的无产者怎么可能会联

合起来去推翻这个旧世界，去建立一个新世界？经历过 40 年改革开放的中国人有着最深切的体会，正是邓小平的那句“解放思想”让人们从封闭的计划经济桎梏中解放出来，释放出了惊人的生产力，这才有了我们今天的巨大成就。

生活在今天的人们已经不仅仅关注物质生活水平，更关注生活质量，其中很重要的一项就是周围的生活环境。同样，对于政府来说，经济增速已不是唯一的指标，还有绿色和可持续性，这在半个世纪以前是不可想象的事情。这一切的结果就是绿色可持续发展的观念已经深入人心，用当下的话说就是“绿水青山就是金山银山”。因此，要使爱的因素在社会中充分得到释放，最终建立人人有爱的社会，我们必须从观念上做出改变，认识到爱在社会运行乃至人类文明中所起到的作用。但纵观历史，我们发现人类的思想生活（它可能是我们最重要、最令人满意、最有特点的一个存在维度）是非常脆弱的，很容易被毁灭或丢弃。人们可能很自然的认为人类社会的这部思想史应该展现一个流畅的人类思想发展进程：从早期人类使用石器的时代的原始思维，经过几大宗教的酝酿，直到文艺复兴时期史无前例的艺术繁荣、现代科学的诞生、工业革命、摧枯拉朽的进化论和我们非常熟悉并赖以生存且成为我们这个时代标志的神奇技术，但是我们发现情况并非这么简单。多数时候，确有一个总体的发展和稳定的进步，但绝不是所有的阶段都如此。通观整个历史，某些国家和文明在一段时期内散发过光芒，然后由于种种原因，光芒消退了。思想史绝不是一条直线，这正是它的魅力所在。剑桥大学科学史学家李约瑟在他的《伟大的滴定》（1969）一书中，着手解决他认为是历史上最令人费解的难题之一：为什么发明了纸张、火药、木板印刷、瓷器和科举制度的中国文明在领先世界思想几个

世纪之后，从未发展出成熟的科学或现代商业机制——资本主义，并且在中世纪以后被西方超越，远远地落在后面？伊斯兰文明也是如此。9世纪，巴格达在地中海的文化领域居领先地位：正是在这里，古代文明的伟大典籍得到翻译，医院得以建立，几何学得到发展，哲学取得重大进展。到11世纪，由于宗教极端主义的严酷与苛刻，先进的伊斯兰文明消失了。查尔斯·弗里曼在他的新著《西方思想的终结》中，描述了许多在中世纪早期基督教极端主义统御下智识生活枯萎的案例。5世纪的拉克唐修写道：“知识有何用？关于自然界，即便我知道尼罗河从何而来，或拥有任何‘科学家’为之疯狂的知识，又能为我带来什么福祉呢？”早在公元前5世纪，希波克拉底就把癫痫描述为一种自然疾病。然而到中世纪，它却成为圣克里斯托弗负责的事情。当时的一位英格兰医生加德斯登的约翰，向癫痫病人推荐了一种治疗方法，让他们一边读《福音书》，一边在身上放一根白狗毛。就连我们今天习以为常的自由、民主、平等也不过是近三百年的产物，并且其被认可的过程并不是人们所想象的那样顺利。

由此，要想最终实现人人有爱，人人传递爱的有爱社会，我们面临的首要任务是要让人们认识到爱的真谛和重要意义，在人们心中播下爱的种子。进而建立相应的社会和法律制度，来保障爱能够在社会中发芽，爱的能量能够在社会中传递。具体而言，就是在当前我们的社会目标中加入爱这一至关重要的变量，正如四十年前人们将“绿色”和“可持续”加入到人类发展模式中去那样。在建设人类命运共同体，实现中华民族伟大复兴的今天，我们提炼出了“富强、民主、文明、和谐，倡导自由、平等、公正、法治，倡导

爱国、敬业、诚信、友善”的社会主义核心价值观，在这些要素中爱都是不可或缺的。

## 二、建立保障自由的制度，自由的人更有可能传递爱

正如前文所言，无论是让人意识到自身有爱需要向外传递，还是给予人们传递的权利，都需要自由制度的保障。对此平等派的理查德·兰伯尔德在 1685 年阐述自由的消极面：“我敢肯定，没有人出生即被标记为神，凌驾于他人之上；因为没有人出生时就背着一副马鞍，被穿着靴子和踏着马刺的人所骑。”而威廉·冯·洪堡在 1792 年阐述了同样的观点：“人的真正目的是最大限度和最和谐地把他的力量发展成一个完整和一致的整体。要实现这样的发展，自由是重要和不可缺少的前提条件。”<sup>46</sup>要赋予人们这样的自由和权利，重要的就是要建成一个“自由且每个人都为自身行为负责”的公民社会。

公民社会是一个来自西方的概念，在英文中是 *civil society*。公民社会最开始出现在希腊，它指的是一个与自然社会相对立的人类社会，是人们生活的共同体。历经时代的发展，对公民社会这一概念的理解也经历了相应的变化。当前关于公民社会的概念，俞可平认为，公民社会是国家或政府系统以及市场或企业系统之外的所有民间组织或民间关系的总和，是官方政治领域和市场经济领域之外的民间公共领域。美国的思想家希尔斯认为公民社会就是社会成员相互之间的行为体现公民精神的社会。在这里，我们认为公民社会就是介于国家和市场之间的以公民社会组织为主体的社会的第三领域。

---

<sup>46</sup> 威廉·冯·洪堡. 政府的范围和职责[M], 1851 年。

公民社会的构成要素主要包括私人领域、社会组织、公共领域、社会运动。在“政治社会-经济社会-公民社会”的三分法中，私人领域是指私人的家庭生活和私人生活的空间，它是个人生活方式和道德选择的空间。它强调私密性，不希望受到政治生活和经济系统的侵入和打扰。社会组织既不是政府组织也不是盈利组织，而是公民为了共同的利益和目标，自愿结成的非营利性的社会团体。公民社会组织是公民社会的核心要素，以至于有一些学者把公民社会等同于公民社会组织，将公民社会组织的数量作为衡量公民社会成熟程度的标准。公民社会组织有四个显著特点：非政府性、非营利性、自愿性、相对独立性。公共领域特指以各种媒体、网络、俱乐部为核心的从事自由讨论、社会批判而形成公共意见、公共舆论的空间。哈贝马斯认为公共领域是介于私人领域和政治系统之间的一个领域，是各种公众聚会场所的总称。自由的、理性的、开放的和批判性的精神是公共领域不可或缺的。社会运动有别于传统意义上的工人运动，特指公民为了一定的公共利益而展开的旨在维护和实现公民权益的集体性行动，例如，女权主义运动、生态主义运动、民权运动等。

由于历史等原因，当前我们离公民社会还有很长的距离要走。所以，我们需采取一定策略来推进公民社会的进程。第一，转变政府职能，提供政治法律环境。公民社会的构建离不开政府的推动作用，为了培育和塑造一个能监督和制约国家权力，具有自觉权利意识和自主能力的现代社会，国家必须自觉塑造出制衡自己的社会。转变政府职能就是要建立一个廉洁高效的政府，政府不再独揽大权于一身，放权于市场和社会，使公民社会组织承担起政府鞭长莫及的事务，这既减小了政府负担，又提高了办事效率。公民社会虽属

社会范畴，但市场经济才是刺激它成长并走向成熟的基础性条件。所以，政府必须要推进产权制度改革，改变产权模糊、责任不清的状况，减少不必要的行政审批程序，通过多方面的改革为社会主义市场经济的发展扫清障碍，为公民社会的发展注入动力。除此之外，政府需在税收方面给公民社会组织一定的优惠政策，营造一个宽松的发展空间。在公平的竞争环境下，在健全的法律制度的保障下，市场经济的发展才能构建一个生机勃勃、健康发展的公民社会。

第二，积极培育公民社会组织，增强社会自治能力。公民社会组织是公民社会的重要载体。构建公民社会必须逐步增强公民社会组织的自治性。政府首先应在政策法律上为公民社会组织的独立发展给予支持，建立其自律机制，实现成员的自我管理，并确保其正规性、民间性、非盈利性、代表性和参与性等。

第三，积极推进公民文化的建设。首先，公民要培养和形成强烈的主体意识。在高度发达的公民文化中，任何公民在社会关系或政治关系上都不存在人身依附关系，每一个人都是独立的主体，自主选择、自我负责，依靠自己的理性来支配自己行动，实现自身价值。其次，公民应具备良好的参与意识，积极行使自己的政治权利。公民对待政治参与时的政治冷漠是实现政治民主的一大障碍。所以，公民应具备参政意识，担负起社会主人翁的责任，为政治民主的实现和公民社会的构建尽一己之力。公民通过积极参政，去影响政府决策和公共生活，这一方面维护了自己的权利，另一方面促使政府政策的科学性和合理性。

再次，培养公民的契约观念和诚信道德。契约观念和诚信道德是公民文化中“公民性”的基本内容。“人无信则不立”，诚信它表现为一种信守承诺的责任感和道德感，它可促进社会主义市场经济的良性运转，又是公民社会理性公民所必须的生存品质。最后，公民

要具有较强的政治认同感。要维持一个国家正常的政治秩序，政府必须赢得公民对于政府权力的认同。在民主国家里，公民对国家和法律持有信任态度，它就能在公民个人和政治系统之间起缓冲作用，就可以减少社会冲突事件的发生。公民文化的培育，还需提高公民的个体文化素质，它不只是指公民的受教育水平，还包括公民及时获取政治法律信息、表达自己意见、参与社会生活、公众活动等的综合能力。

### 三、把握好人处理关系的方向，防止陷入以自我为中心的付出

通常来说，经济学士研究人类行为及将有限或者稀缺资源进行合理配置的科学，在多数经济学经典书籍里你通常可以看到“资源”、“稀缺性”、“选择”、“机会成本”等名词，经济学大部分也都是围绕这些概念来展开的。无论是资源的配置还是选择，本质上都是要将各种资源与人的需求进行合理匹配。由此产生了经济学的三个基本问题“生产什么？”、“如何生产？”、“为谁生产？”，其基本导向就是满足消费者的偏好与需求，加上利润最大化的假设就构成了经典经济学的生产理论，或者是厂商理论。但是等等，我们发现消费理论中还有所谓消费者偏好的假设，但到了生产者理论中，则只剩下厂商利润最大化（或者成本最小化，他们是一个问题的不同表述）这一目标了。由此看来，该理论假定人们工作只是为了追求自身利润最大化，而对于工作的形式和内容是完全中性的，因为他满足经济学“经济人”的假设。然而，毋需过度论证，想必读者也能认识到这一假设和现实的巨大矛盾。诚然，根据这一假设确实能解释经济生活中的很多现象，但人绝非是简单的追

求利润（进而用来消费）这一单一目标，很多时候还要受到与价格无关的因素的影响，如社会、道德、法律等因素。就现实来看，如果不能解决匹配问题，人人都干着自己不爱的的工作，不能捋顺自身和工作的关系，那创新和效率又能发挥多少呢？同时，就消费者理论而言，其效用函数的通常形式为  $U=U(X,Y,Z\dots)$ 。

其中  $U$  为消费者的满足程度， $X, Y, Z$  分别代表消费者所消费或者拥有的各种商品的数量。按照这一函数的解释，人们拥有越多的商品，满足程度就越高，<sup>47</sup>相应的也就应该更幸福。但是正如伊斯林特所言“经济增长本身就是一种物质文化的载体，决定了人类永远陷入对更多商品的追求。”<sup>48</sup>如果人只是单纯追求对物质的消费，那么必定陷入无穷的虚无之中。正如人类学家和心理学家指出的那样，吃一顿饭、盖一座大楼或者看一场电影，都会是人陷入欲望的陷阱，不管是路边的小贩还是华尔街的操盘手，都难逃这个法则。

事实上，在凡勃仑以来的社会科学已经发现了一个答案：任何程度的收入都是一种“物质文化的载体”，无论是日进斗金的金融行业从业者，还是挣扎在生存线边缘的环卫工人。经济史学家斯坦利·勒博格特反问道：“什么样的社会只会致力于追求物质文明？”怀特黑德也指出“人类是宇宙的子夜……有着非理性的希望……一

---

<sup>47</sup>但效用函数也往往具有边际效用递减的规律。边际效用递减，是指在一定时间内，在其他商品消费数量保持不变的条件下，当一个人连续消费某种物品时，随着所消费的该物品的数量增加，其总效用虽然相应增加，但每增加一单位物品消费所带来的效用增加是减少的。--作者注。

<sup>48</sup> Eastlin, Richard A., 2004, *The Reluctant Economist: Perspectives on Economics, Economic History, and Demography*. Cambridge: Cambridge University Press, p.52.

棵树只是为了活着而活着，一直牡蛎也是。”人类则不然，正如萨林斯解释的那样“‘活着’并非人的唯一目的，重要的是怎样活着”。由此可见，人绝非是只追求利润乃至物质这一单纯目标，还有很发复杂需求，正如马斯洛的需求层次论所说的那样。

通过这一认知的改变，我们发现或许就在于马克思·韦伯所说的那样，“人是悬挂在自己编织的意义之网上的动物”，人与动物最大的区别在于人会主动去思考，思想形成人的伟大。不然的话，人就只不过是一根芦苇，是自自然界最脆弱的东西了。人和蜜蜂不一样，筑巢是顺应本能，而人是有目标的，人在建造房屋前会有一个蓝图在心——这是恩格斯的思想，但是我们可以进一步延伸：人在建造中还可以不断纠正蓝图，最终蓝图变为现实之后，人还有巨大的喜悦和成就感。这种蓝图，可以是家庭的圆满，可以是社会组织的完善，可以是民族的兴旺发达，也可以是人类大同的雄伟壮观。这种有意义的存在，鼓舞着人们的生存繁衍，激励着人们的劳动创造，为此这个世界不会陷入持久的荒诞和虚无。生命是一种类的存在，人只有在类中才得以诞生，只有在相互的启示和关爱中，人类对外界的认识，对自我的意识，才能逐步成长起来。也正因为此，人不同于其他生物，人活着是为了追寻自身所认定的意义，而不是简单地生存，物质的极大丰富。具体到社会发展，人为了什么在不停进行生产活动，除了满足人生活的基本需求，恐怕就是人类的福祉吧。人为他人生存而努力，这本身就是一种正外部性。

#### 四、促进有爱的社会组织建设

现实经验表明市场和政府都不是万能的，市场机制在公共物品的提供方面的失败称之为“第一种市场失灵”，政府在私人物品供给方面的不足称之为“第一种政府失灵”。而由于市场交换信息的不对称，市场在提供私人物品时的失灵称之为“第二种市场失灵”；政府的政策制定与公共服务常常具有“趋中性”，从而难以照顾到一些特殊的边缘群体，政府在提供公共物品、从事公共事务管理方面的失灵，称之为“第二种政府失灵”。如果说“第一种市场失灵”即市场在提供公共物品方面的失灵可以靠政府发挥作用来弥补，“第一种政府失灵”即政府在提供私人物品方面的失灵可以靠发挥市场作用来弥补的话，那么“第二种市场失灵”就不可能指望政府发挥作用来解决，因为私人物品的提供领域本来就是政府作用的“软肋”；同样，“第二种政府失灵”也不可能指望发挥市场的作用而得到解决，因为公共物品的提供领域本来就是市场作用的“软肋”。这就需要借助社会组织的力量来解决。作为现代社会独立与市场与政府的第三方社会管理力量，社会组织可以解决政府和市场解决不了的问题。

要进一步提升我国社会组织的社会经济效益，需从政府层面、社会组织层面、社会层面和企业层面进行。政府层面要不断优化法律法规，鼓励引导建立社会组织对绝对贫困和教育等社会问题的关注，充当社会组织的“孵化器”。同时出台有利于降低投资风险的有效政策，支持社会组织改善人类生活方式和创新模式的风险投资，资助扶持其在精神文化领域的投入。社会组织层面要强化建设自身能力，“打铁还需自身硬”，社会组织要进一步提升其社会经济效

益从根本上依赖于组织自身能力的切实提高。社会环境层面要以依法有序开展社会监督为推手，通过依法有序开展社会监督，推动社会组织持续健康发展，同时建立高“容错率”的环境，促使其更好地发挥经济功能。企业层面要加大对社会热点问题的关注同时加强和社会组织的合作，促使新商机和创新模式的转变更快转化为产品和服务。

## 五、弘扬有爱企业家精神

自从工业革命以来，企业家的创新活动在社会发展中起到的作用越来越大，正如马云所言“企业家从来没有像今天这样如此受重视”。但正如我们前文所言，爱是不计成本永不停息地投入，目的是产生更多的正外部性。和普通的企业家不同，有爱的企业家通常会关注于社会的福祉乃至人类未来的发展，而不是着眼于如何攫取利润。正如马云在一次企业家谈话中所言：“做企业有生意人、商人和企业家之分。生意人是完全的利益驱动者，为了钱他可以什么都做；商人重利，但有所为，有所不为；而企业家是带着使命感去完成某种社会价值的。当企业家想着去帮助别人，去为社会创造财富，为国家发展做贡献的时候，才能真正成功。”企业家和商人一样，也会赚取利润，利润往往意味着企业所提供的产品或者服务是受到大众所认可的，因此也就在客观上能够给别人带来福利，并解决很多人的就业问题。但是企业家以做成某一件事情为目标，利润不过是一个结果，而在一般意义上的商人看来，利润就是他的目标，其他都不过是手段。用德鲁克的话来说：“创造价值是真实的，利润不过是结果。”有一个造船厂有一句很有名的话：“我们要做最

好的船，顺便赚点钱”。这是企业家的思维方式。对于有爱的企业家而言则要更上升一步，因为他们关注的更为长远。比如当今时代日益严峻的生态问题，有爱的企业家通常会主动承担起风险，大力投资于清洁能源等领域，“硅谷钢铁侠”埃隆马斯克甚至要致力于把人类送到火星，被人们称为疯子，这是一般的企业家所做不到的。因为这种区别，导致有爱的企业家和一般意义上的企业家行事风格有很大的不同：有爱企业家往往是一群理想主义者，他们做事情往往是不计成本地投入，目的就在于尽可能为社会提供更多的正外部性。正如埃隆马斯克功成名就之后本可以全身而退，反而赌上全部身家从事着别人看起来不可能完成的任务，力排众议顶着巨大压力不断往人类火星生存技术上“烧钱”。环境污染，全球变暖，过度依赖石油资源等等这些问题促使马斯克开发新能源，最终使人类在火星生存，“使人类成为跨行星的物种”马斯克探索太空并不是为了一己之私，是站在全人类的角度考虑。

有爱的企业家能够为社会持续提供正外部性，因为他们很多时候往往是不考虑外部效用的，他们更多在乎自己内心的满足，他们对自身的行为更多认为是与生俱来的使命，他们所做的一切都是为了人类福祉。正是由于有爱的企业家自身内部效用远大于外部效应，使得有爱企业家个人边际收益往往远大于社会边际收益（或者说边际社会成本小于边际社会成本），这样使得其能连续稳定地为社会提供正外部性。有爱的企业家用持续的高投入对抗未来的不确定性和风险。面对人类日益增长的需求和层出不穷的问题，企业家采取的办法是不断地进行创新。但正如熊彼特所言，创新就是创造性地破坏。创造性破坏的是创新些对应的旧事物，所谓破旧立新。但是由于外部环境的不确定性、创新本身的复杂性以及科学家自身的局

限性，科技创新的路上难免面临未知的风险，探索的路上也绝不可能一帆风顺。就连今天司空见惯的电灯，也是在爱迪生失败了上千次后才被发明出来的。同时，由于未来的不确定性，创新过程往往也意味着高风险。面对未来不确定性带来的高风险，不同于普通企业家的利润导向，往往会选择风险较低的领域，进行保守投资，有爱的企业家往往主动选择那些风险较高，但对社会有益，能解决社会“痛点”的领域。有爱的企业家为这两大问题的解决带来了一丝曙光。企业家的爱是爱在企业家这一特殊群体上的具体表现，企业家的爱来源于其内心对于人类美好事物最深沉的希望和追寻，既包括对所从事事业的全身心投入，对产品的精益求精，改变世界“经世济民”的远大理想，也包括心怀天下的慈善情怀，热爱自然保护生态的不懈努力。与主观上追求利润的企业家或逐利者不同，有爱的企业家往往拥有高尚的精神追求，其创办企业的根本动机不是获得利润，而是造福大众。正如前文所言，有爱的企业家通过重塑关系，使得工作成为自身生活的一部分，同时也积极为社会提供正外部性。通过自身努力为社会问题提供尽心尽力。这方面的典型就是前微软总裁比尔盖茨，据不完全统计，盖茨至今已为世界各地的慈善事业捐出近 290 亿美元的财富，成为世界上最慷慨的富人。他和夫人联合设立的盖茨·梅琳达基金会在教育、医疗、健康等方面做出了巨大贡献，这是企业和政府无法做到的。

## 六、人要从“社会人”回归到“自然人”

正如前文所言，当今社会爱的供给不足，一个重要原因是社会组织形式使人“异化”，从而逐渐丧失了供给爱的能来。然而，正

如于马克思·韦伯所说的那样，“人是悬挂在自己编织的意义之网上的动物”，人与动物最大的区别在于人会主动去思考，思想形成人的伟大。不然的话，人就只不过是一根芦苇，是自自然界最脆弱的东西了。人和蜜蜂不一样，筑巢是顺应本能，而人是有目标的，人在建造房屋前会有一个蓝图在心——这是恩格斯的思想，但是我们可以进一步延伸：人在建造中还可以不断纠正蓝图，最终蓝图变为现实之后，人还有巨大的喜悦和成就感。这种蓝图，可以是家庭的圆满，可以是社会组织的完善，可以是民族的兴旺发达，也可以是人类大同的雄伟壮观。这种有意义的存在，鼓舞着人们的生存繁衍，激励着人们的劳动创造，为此这个世界不会陷入持久的荒诞和虚无。生命是一种类的存在，人只有在类中才得以诞生，只有在相互的启示和关爱中，人类对外界的认识，对自我的意识，才能逐步成长起来。也正因为此，人不同于其他生物，人活着是为了追寻自身所认定的意义，而不是简单地生存，物质的极大丰富。具体到社会发展，人为了什么在不停进行生产活动，除了满足人生活的基本需求，恐怕就是人类的福祉吧。人为他人生存而努力，这本身就是一种正外部性。

同时，爱根源于人克服分离和摆脱孤独感的心理需要。马克思认为，爱应该是人的本质力量的体现，是人通过发展他的理性而对一种自由和和谐的生存状况的渴求。<sup>49</sup>当弗洛姆循着马克思的这一思路探索爱的本质时，就很自然地考察人与自然的关系开始。自人从自然中脱离出来时，人就作为一个与自然界、与他人有别的整体，开始了人类的社会发展史，亦即“个体化”的过程；当社会发展

---

<sup>49</sup> 马克思，1844年经济学哲学手稿[M]。北京：人民出版社，2005年。

现代资本社会，“个体化”过程似乎发展到了顶点。与此同时出现两种情况，一方面自我力量的增长，意味着人越来越自由；另一方面，孤独感疏远感也日益加强。此时的人正如物理学上所提到的原子一样，当外界的力量不足以去破坏物质的分子结构时，人们就像一个个的原子一样，紧密的团结在一起，彼此间相互吸引相互作用。而当外界的力量破坏了这一平衡后，物质被分解，原子被打开，成为了带电的粒子，游离于物质之外。人与人的结合被社会的进步与发展打乱了阵脚，个个处于游离状态，彼此之间既相互吸引又相互排斥，他们不知道结合的原则是什么，也不知结合的目的是什么。最终，这些人都被资本的力量所吸引到一起，资本的规则成了他们的目的，资本的规则成了他们的规则，最终成为了资本的俘虏，在资本的海洋中迷失了自我，迷失了爱！弗洛姆将人的害怕孤独和疏远看成是一种本能。随着资本主义的发展，人“愈加个人化”，他就愈别无选择，或者通过自发性的爱和创造性的工作来与世界联结起来，或者通过那些会破坏他的自由和他个人自我完整性的与世界的联结方式来寻求某种安全。”

人一旦脱离动物界，作为与自然和谐一体的原始状态即永远逝去。有理性的人开始对他的生存状况，特别是对自己作为一个孤独实体的现状日益有所认识。“孤独的经历引起人们焦虑”，而“人的最深切的需要就是克服分离”，达到新的和谐。于是人们自然而然的就要努力追求发现摆脱分离的新道路。在追求发现的过程中，“通过创造性的劳动达到的统一不是人与人之间的统一。通过纵欲达到的统一是暂时的。通过同一组人同一和适应这一组人达到的统一仅仅是一种假统一。”它们都不是使人摆脱孤独、实现人与人的

结合或统一的真正的和全面有效的途径，都不是对人类生存问题的成熟回答。

能对人类这一问题做出真正的和全面的回答的就只能是爱。只有爱，才能冲破人与人之间的高墙，并使人与人相结合，才能使人克服孤寂和与世隔绝，才能满足“人内心最强烈的追求”。“这种对人与人之间融为一体的渴求，是人类最强有力的奋斗的动力。它是最基本的激情，它是一种保存人类种族、家庭、社会的力量。”这就是弗洛姆所探索的爱所包蕴的内容，他的结论是：“没有爱，人类一天也不可能生存。”

**社会结构和文化导致的逃避自由、人性异化的社会问题需要爱来解决。**弗洛姆认为，人类的历史就是人追求自由的历史。在漫长的生物进化中，人类逐渐摆脱了自然和母体的约束，实现了个体第一次自由。但是这种自由却让人类产生了伴其一生的孤独感与恐惧感。为了克服这种孤独与恐惧，人类“创造”了很多方法，以此来逃避自由减轻孤独与恐惧带来的“痛苦”，但最终却带来了更加深重的痛苦与灾难。逃避自由的方式有典型的三种：第一种方式是倾向独裁主义，即放弃个人的独立性和完整性，屈从于权威之下。第二种方式是发泄破坏冲动，不能为善，不如为恶；不能创造，不如毁灭。第三种方式是机械地自动迎合他人，个人完全放弃自我，完全按照社会的要求塑造自己。弗洛姆认为，以上三种都不是人的生存困境的真正出路。真正的出路在于应该向“积极的自由方向”发展，发展人的创造性的爱。

现代人的异化在广度和深度上都达到了空前的程度。弗洛姆提出，经济上人们的劳动被异化成了不符合人性、有害的、磨灭人的活力的东西，人的尊严和价值也没有得到尊重；消费过程和生产过

程一样也被异化了，消费成了目的，人们被“物化”的倾向于盲目追求物质享受；人与人之间的关系也蜕变为一种相互有利可图的交易关系，人已不再把自己当作活生生的人，而只作为一种商品，失去了自己的本质。社会伦理道德等方面遇到了巨大挑战……人性被异化了，人类陷入了更加痛苦无望的境地。

弗洛姆认为，爱是指热烈地肯定他人的本质、积极地建立与他人的关系，是指在双方保持独立和完整性基础上的相互结合。爱包含两个相反的方面：它既是人出于克服孤独的需要，追求与他人结合，趋向群体；又是要各方维护自我保持个性，不把自身消融于他人之中。总之，爱是一种活动，一种人际关系，是建立在双方平等、各自独立、相互肯定基础上的人与人的结合，人与他人的和谐相融。爱是对人的生存处境问题的真正解决，是人与自然、他人、自己建立联系的最健康途径。

## 第二章 爱+经济原理和爱+发展模式

### 第一节 爱的资源特征

#### 一、爱是最高价值资源

##### (一) 观念的改变才是经济增长的关键

自从西方古典经济学诞生以来，经济学界就一直把土地、资本和劳动看成是对生产起积极作用的基本要素。然而现在的研究越来越表明，简单的把产出的增加，经济的增长归结为技术的进步及劳动资本投入的增加，不足以解释近代社会发生的沧桑巨变。世界经济在 1800 年之前是一个非常缓慢的发展过程，在 1800 年之后呈现出飞跃式发展，出现了马克思所说的“人类创造了比过去一切时代都要多得多的财富”。那么这一切是如何发生？到底是什么导致了经济增长？不同时代的经济学家相继对此进行了探讨。费尔南德·布罗代尔<sup>50</sup>认为 15 世纪地理大发现创造了欧洲的奇迹；重商学派<sup>51</sup>则认

---

<sup>50</sup> 费尔南德·布罗代尔（1902-1985）：法国著名历史学家，代表作《15-18 世纪的物质文明、经济和资本主义》。--作者注。

<sup>51</sup> 该理论认为一国积累的金银越多，就越富强。主张国家干预经济生活，禁止金银输出，增加金银输入。重商主义者认为，要得到这种财富，最好是由政府管制农业、商业和制造业；发展对外贸易垄断；通过高关税率及其它贸易限制来保护国内市场；并利用殖民地为母国的制造业提供原料和市场。--作者注。

为是国家间的贸易导致了经济增长；古典经济增长理论<sup>52</sup>提出“资本决定论”，强调物质资本（资本积累）决定了经济增长；新古典经济增长理论<sup>53</sup>强调技术因素的作用，提出了外生经济增长理论，还有相关的资源禀赋理论和地理决定论等相关理论等，不一而足。这些理论的共同点都是从经济生产函数出发，认为经济增长的原因是该函数中经济变量（劳动、土地、资本等）发挥作用的结果。一些经济学家则提出了其他的观点，如马克思的历史决定论；马克思·韦伯认为清教徒的思想影响了资本主义发展；道格拉斯·诺斯<sup>54</sup>和阿西莫格鲁<sup>55</sup>则提出了制度决定论；马歇尔在三个基本要素之外，又提出了“具有利用资本的经营能力”的这第四个要素，也可以说

---

<sup>52</sup>在早期的古典经济理论中，斯密、穆勒、马尔萨斯和李嘉图等人都曾涉及到经济增长（或剩余）同资本、劳动力的关系。他们认为，“剩余”的出现引起了资本的积累，资本的积累同时构成了对劳动力需求的增加，从而加大了就业规模和社会生产规模。而社会生产规模扩大的直接结果就是剩余的增加，再在更高的起点上重复前一过程。如此反复，从而带动了经济的增长。这也就是经济增长理论基础和经济增长模型的理论依据。--作者注。

<sup>53</sup>索洛经济增长模型（Solow Growth Model）， $Y=AF(K,L)$ 罗伯特·索洛所提出的发展经济学中著名的模型，又称作新古典经济增长模型、外生经济增长模型，是在新古典经济学框架内的经济增长模型。--作者注。

<sup>54</sup>道格拉斯·诺斯（1920-2015），美国经济学家，在《制度、制度绩效与经济增长》提出有效率的组织导致经济增长。--作者注。

<sup>55</sup>阿西莫格鲁，美国经济学家，在《国家为什么会失败》中指出制度，尤其是政治制度使经济增长的根本原因。--作者注。

成是“企业家才能”的要素。熊彼特<sup>56</sup>则认为企业家的创新造就了现代社会的繁荣。

然而，正如麦克洛斯基所言，这些理论或许能部分解释经济增长的想象，但绝不能解释过去两百年间人类社会发生的翻天覆地的变化，“过去人们一直错误地认为所有经济活动最终只能通过对物质的追求来解释，但现代经济起源之谜的正确答案是观念的改变”。<sup>57</sup>她的核心观点是人的观念或修辞改变造就了世界，造就了现代世界的繁荣。简单来说就是人类之所以能够繁荣，是因为企业家受到的尊严和经济自由，而这人们改变观念和修辞的结果。无独有偶，许多经济学家也相继将经济增长的本质原因指向了观念的力量，米塞斯在《自由与繁荣的国度》指出：“人类的进步大多是通过以下方式实现的：即从一小部分人偏离大多数人的思想和生活习惯开始，直到他们的行为最终得到大多数人的认同和接受，从而形成了人的观念和生活方式的更新。如果将全力赋予多数人，让他们规定少数人可以想什么，可以谈什么，可以做什么，那么人类的一切进步都会就此终止。”<sup>58</sup>哈耶克也同样注重观念的力量，他在《通往奴役之路》中写道：“观念的改变和人类意志的力量塑造了今天的世

---

<sup>56</sup>熊彼特（1883-1950）在《经济发展理论》中提出了企业家创新是经济增长的关键。---作者注。

<sup>57</sup>迪尔德丽·M·麦克洛斯基,[M]企业家的尊严——为什么经济学无法解释现代世界,沈路等译.中国社会科学出版社,2018,第2页。

<sup>58</sup>米塞斯,[M],自由与繁荣的国度,韩光明等译.中国社会科学出版社1994年版,第92页。

界。”<sup>59</sup>凯恩斯甚至断言“经济学家以及政治家的思想，其力量之大往往出乎意料。事实上统治世界的，就是这些思想而已。”<sup>60</sup>

《增长的本质》一书作者塞萨尔·伊达尔戈进一步认为人类有史以来的绝大多数进步，都是靠人的想象力得来的，<sup>61</sup>这和尤瓦尔·赫拉利的“认知革命”观点不谋而合。

## （二）这种观念的变革本质上是离不开爱

其实，无论是米塞斯哈耶克的观念和人类意志，还是塞萨尔·伊达尔戈的想象力解放和尤瓦尔·赫拉利，再或是麦克洛斯基的观念或修辞的改变，本质上都是人们对商业逐利和道义这一关系的重塑。在此之前，无论是亚洲文明还欧洲文明，无论是基督教中“让富人进天国比让骆驼穿过针眼还难”还是伊斯兰教义中严禁收取利息，或者东亚儒家文化“重农抑商”思想对商人的打压，国家对商业和企业家的价值和地位的看法，在过去很长的历史长河中总体来说是负面的。而这时人们观念的改变对这一关系重塑，到 17-19 世纪人们对商人和企业家的价值和地位的看法出现了较大的转向，加上对私有财产的保障及相关法律制度的建设，由此导致了一系列有利于商业发展和创新的大变局，造就了惊人的经济成就。而这一关系的重塑，体现出了极大的正外部性，使得创新称为可能，因为从根本上说，创新是无法预测的，它产生于希望和信念，产生于受

---

<sup>59</sup> 弗里德里希·奥古斯特·冯·哈耶克，[M]通往奴役之路，王明毅、冯兴元等译，中国社会科学出版社 2013 年版，第 39 页。

<sup>60</sup> 约翰·梅纳德·凯恩斯，[M]就业、利息和货币通论，高鸿业译。商务印书馆 1999 年版，第 396-397 页。

<sup>61</sup> 塞萨尔·伊达尔戈.[M]增长的本质，中信出版社，2015 年。

到尊重的商人和工程师阶层。而对人的观念和创造力这一关系的重塑，这种观念的改变产生了意料之外的正外部性。而这按照我们的定义归根结底就是一种爱，他给予人们尤其是企业家更多的尊严和自由，对企业家的财产和创新予以保障，让企业家的创新能够充分释放，最终带来社会的沧桑巨变，这一点历来为人们所忽略。由此，在参考前人的基础上，我们加入爱这一经济增长的重要因素，重新构建新的生产函数或者方程，我们称之为“爱+方程式”：

$$\begin{cases} Y=L\bullet F(k, sL) \\ L=L(I, B, D, R, S) \end{cases} \quad (1)$$

这其中， $L$  是爱的创新函数，取决于  $I$  创新， $B$  创新者的自由， $D$  创新者的尊严， $R$  创新的利润， $S$  相应的市场制度和法律体制保障。爱的创新函数与新古典经济学的传统生产函数  $F$  相乘，生产函数  $F$  取决于一般的有形资本和土地  $K$ ，还有人力资本  $sL$ 。其中  $s$  是教育和培训， $L$  是劳动力。根据我们这一函数，由于爱对人和社会关系的重塑，解放了人们的观念，赋予人们自由创造、创新的自由和尊严，并建设相应的制度予以保障，因此才促使了这轮史无前例的经济大飞跃，才造就了我们当今社会的繁荣。

正如麦克洛斯基所言，人们观念的改变，给与了企业家尊严与经济自由，从而释放了企业家的创造力，进而造就了人类近代社会的空前繁荣。熊彼特也鲜明的指出：企业家是不断地在经济结构内部进行“革命突变”，对旧的生产方式进行创造性的破坏，实现生产要素新组织的人，是推动国民经济向前发展的主体<sup>62</sup>。企业家是

---

<sup>62</sup>熊彼特.经济发展理论[M].北京:商务印书馆,1990年。

经济活动的重要主体，改革开放以来我国取得的巨大成就，离不开各行各业企业家的贡献。正是这一代又一代企业家的艰苦奋斗，推动了中国经济的崛起和辉煌。根据相关数据显示，中国的民营企业贡献了中国制造业 70% 的工业产值，贡献了中国 55% 的税收，贡献了中国 95% 的就业机会。企业家对社会的推动作用自然毋庸置疑，但正如熊彼特所指出的那样，企业家的创新精神是“创造性破坏”，而创新就具有不可预测性，对人类带来的是福利还是灾难都未可知。事实上，创新的结果和方向往往具有巨大的不确定性。比如 1874 年首次合成的 DDT 有非常好的杀虫效果，该产品几乎对所有的昆虫都非常有效。由此 DDT 的使用范围迅速得到了扩大，而且在疟疾、痢疾等疾病的治疗方面大显身手，救治了很多生命，而且还带来了农作物的增产。但在上个世纪 60 年代科学家们发现 DDT 在环境中非常难降解，并可在动物脂肪内蓄积，甚至在南极企鹅的血液中也检测出 DDT，美国国鸟白头海雕几乎因此而灭绝。这些事实无不说明企业家创新活动的不确定性。这样的例子在人类技术创新的历史上数不胜数，更为可怕的一个事实是，如果创新者出于一己之私而创造出的产物可能给人类造成巨大的破坏，例如曾烜赫一时的“熊猫烧香病毒”，其始作俑者就是一个为了证明自己编程能力水平的少年；10 年前由金融衍生品创新引发的全球的金融危机，使世界各国至今仍笼罩在阴云之中；近来频频攻击私人电脑的勒索病毒则直接是为了自己谋利，这些新生事物莫不是“创新”的产物，但并没有给人们带来福利。而破解这一创新魔咒的正是爱，爱为“破坏性的创新”指明了方向。正如前文所言，爱是不计成本永不停息地投入，目的是产生更多的正外部性。就当前推动社会创新的主体企业家而言，有爱的企业家通常会关注于社会的福祉

乃至人类未来的发展，而不是着眼于如何攫取利润。企业家和商人一样，也会赚取利润，利润往往意味着企业所提供的产品或者服务是受到大众所认可的，因此也就在客观上能够给别人带来福利，并解决很多人的就业问题。但是企业家以做成某一件事情为目标，利润不过是一个结果，而在一般意义上的商人看来，利润就是他的目标，其他都不过是手段。用德鲁克的话来说：“创造价值是真实的，利润不过是结果。”因为这种区别，导致有爱的企业家和一般意义上的企业家行事风格有很大的不同：有爱企业家往往是一群理想主义者，他们做事情往往是不计成本地投入，目的就在于尽可能为社会提供更多的正外部性。同时对于创新的个体而言，其创新、发明的动力来自原为大家提供便利、乃至提升社会的福祉，绝不会因为自己的一己之私而打开“潘多拉魔盒”，并且在出现这种趋势时也会全力去补救。正如当前社会中沸沸扬扬的“转基因婴儿”事件，有爱的科学家纷纷予以谴责和制止，如果每个科学家都为了自己的私利而打着创新的旗号进行相关研究，后果将是不堪设想的。

事实上，爱这种资源在商业中的作用显示出的力量是巨大的，有爱的企业家为了满足人类需求和推动社会发展所设立的宏伟目标，往往即企业家不为名利对事业的不计回报的付出，全力以赴地投身于事业之中，不间断的工作已经成为他们生活中不可或缺的组成部分。同时有爱的企业家能够有效的重塑自身和事业的关系，完成从被事业绑定到享受事业的转变；重新定义和员工的关系，从之前的压榨员工到培养祝福员工；对于自身所服务的客户，由之前的抢占客户到真心服务客户。这种转变对于社会经济的高质量发展有非常大的推动作用。

## 二、爱这种资源是取之不竭的

在曼昆的《经济学原理》中，开篇即提出了经济学十大原理，其中第一条即是“人们面临权衡取舍”，用经济学的话说就是资源的稀缺性。资源的稀缺性通常有两层含义，第一是相对人们的日益增长的无穷无尽的需求，资源是相对稀缺的；第二层含义是，人们对自身掌握的资源，必须做出将该资源用于何种目的的抉择，经济学中最为著名的“大炮与黄油”即说明了这样的道理。当一个社会的支出更多运用在国防上以免遭受国外入侵（大炮）时，用于提高国内生活水平的消费品就少了（黄油）。资源的稀缺性构成了经济学的前提，经济学就是研究有限的资源如何高效配置的科学。正如我们前文对爱的界定，爱是个体对他人不断产生正外部性的行为，也正是这种正外部性造就了近代经济的巨大繁荣，但与生活中其他物质性资源不同，爱这种行为本身具有能够不断被激发产生，不断循环的特点。

$$E = MC^2 \quad (2)$$

有物理学基本知识的人都知道这个著名的公式，它给出了能量核定的一个标准。核能对于当前人类来说几乎是一种取之不尽的资源，其能量巨大来源在于其链式反应，也就是说原子中一个反应会产生溢出效应，进而影响到其他的原子，从而使反应不断持续下去，最终使得质量很小的核原料能够产生惊人的能量。<sup>63</sup>同样，爱的这种正外部性行为除了会给自身一个正反馈之外，还会对他人造成激励，促使人们不断对他人社会做出善举、供给正外部性。正如我们

---

<sup>63</sup> 关于这点，相关的讨论和文章著作有很多，在此不再赘述。

在第一章所言，我们世界运行的基础是正外部性，而我们每个人所具有的一切：容貌、知识、谋生技能无一不来自他人的传递。认识到这一点，我们就在也不能以所谓的“自利原则”为借口来拒绝向社会提供正外部性，向他人传递爱。事实上，根据叶航等人结合生物学和行为经济学的最新研究构建相关模型，指出“纯粹的利他是人类进化的必然产物，在生存条件极其恶劣、选择压力他别巨大的环境下，个体间的合作是一个生死攸关的选择。”<sup>64</sup>同时他还指出，“合作以及由合作产生的剩余，可能是我们人类心智、人类行为包括人类文化和人类制度共同演化的最终原因。”<sup>64</sup>一切也正如比尔·盖茨所言“任何超过百万美元的财富都有回报社会的责任”，也正是基于这样的理念，比尔盖茨在退休之后，开始经营基金会回馈社会。也正是这种向一片树叶撼动另一片树叶式的传递过程，使得爱这种极具能量的正外部性供给能够像核燃料的链式反应那样不断传递下去，给整个社会源源不断地提供取之不尽的资源。同样地，有爱的企业家而言，其爱的本质同样是给予，是奉献，是不断地付出。虽然爱是一种付出行为，却有在供给中满足自己需求的功能，因而爱具有自我激励、自我循环、自我满足的特性，正是爱的这一特性使得企业家能够不在不断奉献的过程中获得幸福和满足感，体验自身价值。

---

<sup>64</sup>叶航、汪丁丁、罗卫东.作为内生偏好的利他行为及其经济学意义[J].经济研究, 2005 第 8 期。

## 第二节 有爱的经济学

### 一、没有爱的收入不能让你感到幸福

通常来说，经济学士研究人类行为及将有限或者稀缺资源进行合理配置的科学，在多数经济学经典书籍里你通常可以看到“资源”、“稀缺性”、“选择”、“机会成本”等名词，经济学大部分也都是围绕这些概念来展开的。无论是资源的配置还是选择，本质上都是要将各种资源与人的需求进行合理匹配。由此产生了经济学的三个基本问题“生产什么？”、“如何生产？”、“为谁生产？”，其基本导向就是满足消费者的偏好与需求，加上利润最大化的假设就构成了经典经济学的生产理论，或者是厂商理论。但是等等，我们发现消费理论中还有所谓消费者偏好的假设，但到了生产者理论中，则只剩下厂商利润最大化（或者成本最小化，他们是一个问题的不同表述）这一目标了。由此看来，该理论假定人们工作只是为了追求自身利润最大化，而对于工作的形式和内容是完全中性的，因为他满足经济学“经济人”的假设。然而，毋需过度论证，想必读者也能认识到这一假设和现实的巨大矛盾。诚然，根据这一假设确实能解释经济生活中的很多现象，但人绝非是简单的追求利润（进而用来消费）这一单一目标，很多时候还要受到与价格无关的因素的影响，如社会、道德、法律等因素。就现实来看，如果不能解决匹配问题，人人都干着自己不爱的工作，不能捋顺自身和工作的关系，那创新和效率又能发挥多少呢？同时，就消费者理论而言，其效用函数的通常形式为：

$$U=U(X, Y, Z...) \quad (3)$$

其中  $U$  为消费者的满足程度,  $X, Y, Z$  分别代表消费者所消费或者拥有的各种商品的数量。按照这一函数的解释, 人们拥有越多的商品, 满足程度就越高,<sup>65</sup> 相应的也就应该更幸福。但是正如伊斯林特所言“经济增长本身就是一种物质文化的载体, 决定了人类永远陷入对更多商品的追求。”<sup>66</sup> 如果人只是单纯追求对物质的消费, 那么必定陷入无穷的虚无之中。正如人类学家和心理学家指出的那样, 吃一顿饭、盖一座大楼或者看一场电影, 都会是人陷入欲望的陷阱, 不管是路边的小贩还是华尔街的操盘手, 都难逃这个法则。

事实上, 在凡勃仑以来的社会科学已经发现了一个答案: 任何程度的收入都是一种“物质文化的载体”, 无论是日进斗金的金融行业从业者, 还是挣扎在生存线边缘的环卫工人。经济史学家斯坦利·勒博格特反问道: “什么样的社会只会致力于追求物质文明?” 怀特黑德也指出“人类是宇宙的子女……有着非理性的希望……一棵树只是为了活着而活着, 一直牡蛎也是。”人类则不然, 正如萨林斯解释的那样“‘活着’并非人的唯一目的, 重要的是怎样活着”。由此可见, 人绝非是只追求利润乃至物质这一单纯目标, 还有很发复杂需求, 正如马斯洛的需求层次论所说的那样。但归根结底, 要解决这个问题, 就必须对当前的效应函数。

---

<sup>65</sup> 但效用函数也往往具有边际效用递减的规律。边际效用递减, 是指在一定时间内, 在其他商品消费数量保持不变的条件下, 当一个人连续消费某种物品时, 随着所消费的该物品的数量增加, 其总效用虽然相应增加, 但每增加一单位物品消费所带来的效用增加是减少的。--作者注。

<sup>66</sup> Eastlin, Richard A., 2004, *The Reluctant Economist: Perspectives on Economics, Economic History, and Demography*. Cambridge: Cambridge University Press, p.52.

通过上文我们对效用函数的改动，我们发现或许就在于马克思·韦伯所说的那样，“人是悬挂在自己编织的意义之网上的动物”，人与动物最大的区别在于人会主动去思考，思想形成人的伟大。不然的话，人就只不过是一根芦苇，是自自然界最脆弱的东西了。人和蜜蜂不一样，筑巢是顺应本能，而人是有目标的，人在建造房屋前会有一个蓝图在心——这是恩格斯的思想，但是我们可以进一步延伸：人在建造中还可以不断纠正蓝图，最终蓝图变为现实之后，人还有巨大的喜悦和成就感。这种蓝图，可以是家庭的圆满，可以是社会组织的完善，可以是民族的兴旺发达，也可以是人类大同的雄伟壮观。这种有意义的存在，鼓舞着人们的生存繁衍，激励着人们的劳动创造，为此这个世界不会陷入持久的荒诞和虚无。生命是一种类的存在，人只有在类中才得以诞生，只有在相互的启示和关爱中，人类对外界的认识，对自我的意识，才能逐步成长起来。也正因为此，人不同于其他生物，人活着是为了追寻自身所认定的意义，而不是简单地生存，物质的极大丰富。具体到社会发展，人为了什么在不停进行生产活动，除了满足人生活的基本需求，恐怕就是人类的福祉吧。人为他人生存而努力，这本身就是一种正外部性。

作为社会细胞的企业，其如果只追求利润最大化，也会陷入虚无的状态，甚至可能为了追求利润而不惜给社会带来巨大的负外部性。具体说来，在传统西方经济学中，“追求利润最大化是企业本性”是西方经济学厂商理论分析的基础，它源自于理性人和自利动机的基本假设。在该框架下，企业决策的行为逻辑就是在既定的价格水平和生产能力约束下，追求成本最小化以实现利润最大化。亚当·斯密“看不见的手”的理论是指，当企业以利润最大化为目

标时，价格这只看不见的手就指挥着企业的行为。各个企业在价格的指引之下决定生产什么和如何生产，整个社会就实现了资源配置的最优化。然而在马克思主义经济学的巨著《资本论》中，却将资本追逐利润的行为描述成最卑劣和肮脏的罪行，书中生动的描写到，“资本是惧怕没有利润或利润过于微小。一有适当的利润，资本就会胆壮起来。10%会保障它在任何地方被使用；20%会使它活泼起来；50%的利润会引起积极的大胆；100%会使人不顾一切人的法律；300%就会使人不顾犯罪，甚至不惜冒绞首的危险了。叫嚷和斗争如果会带来利润，它就会鼓励这二者。走私与奴隶贸易，充分证明了这里所说的一切。”

事实上，无论是西方经济学还是马克思主义经济学对于企业追逐利润动机的评价都过于片面。前者极端美化企业对于利润追求的结果，后者极端扭曲企业追逐利润的行为。在非理论的现实世界中，企业对于利润的追求既是企业组织生产的的目标导向也是保证生产源源不断持续的基本支撑。改革开放40年，中国经济飞速发展，中国的企业家也经历了最黄金的发展时代。市场经济逻辑为经济发展前所未有的活力与效率，但现实市场并非如西方经济学所述的那样完美，伴随财富大量积累，价值观、伦理观与社会观在瓦解，企业家的信仰缺失使许多企业的发展都受到了阻碍，也使许多企业家自身陷入困境，其产生的负外部结果产生严重的社会问题。对于目前我国的社会问题，就是爱的缺失而导致的危机，直接表现就是企业道德的缺失，主要表现在：假冒伪劣产品泛滥、资源的恶性消耗、安全生产事故的频繁发生、侵害企业员工权益。那么我们如何解决这些问题呢？纵观全书，我们愈发清晰地得出这样的逻辑，企业家的信仰决定了企业家有什么样的价值观，而企业家的价值观又直

接影响了企业家精神，最终某种特定的企业家精神又会影响到企业的经营行为和经济产出。与主观上追求利润的企业家或逐利者不同，有爱的企业家往往拥有高尚的精神追求，其创办企业的根本动机不是获得利润，而是造福大众。有爱的企业家通常具有“圣母情怀”，认为自己是蒙受“上帝”的爱，自身有义务去把爱传递给更多人，而企业家实现的方式就是对企业发展的不懈追求，进而惠及更多的人。

## 二、爱会增加每个人的福利

经济学的一个重要共识是贸易使得交易双方的状况得到改善，通过与其他人交易，人们可以按较低的成本获得各种各样的物品与劳务。同样，爱也可以使生活变得更加美好，事实上，正如前文所界定的那样，爱是一种正外部性，这是我们世界得以正常运行的根基。经济学中的正外部性指的是不能为社会计量的对他人的福利。<sup>67</sup>事实上生活中的大量的不能为市场有效计量的非市场交易——外部性。每个人的行动都有如投石入水泛起的阵阵涟漪，给他人带来无穷无尽的外部性。比如，一名男子因熬夜看世界杯早上上班迟到，没有赶上老板的会议。老板因此心情败坏，于是公司破产，这又导致同僚失业，使其家庭不和睦……当然，如果一个人出门时神采奕奕这又可能会给别人带来一连串的正外部性。有经济学家把这种现象比喻为“蝴蝶效应”或“混沌效应”。由此看来，所谓“外部性”可以归纳为更广义的“不确定性”的一个类型。正如现实世界

---

<sup>67</sup>事实上虽然近年来有很多技术在试图计量正外部性，但很多正外部性涉及到人的效用——人的心理主观感受，无法有效计量及比较。——作者注。

中我们无法彻底消灭不确定性，要想消灭所有外部性问题也不可能。负的外部性将导致一系列意想不到的社会灾难，谁也不曾想一个小小的泗水亭长的“大丈夫当如是”的念头将来会毁了不可一世的大秦帝国，<sup>68</sup>一个年轻小贩抗议粗暴警察自焚的视频会引发横扫阿拉伯世界的革命，一个个中东政治强人从此走下政治舞台，或身陷囹圄、或暴尸街头。<sup>69</sup>相反，正外部性则是提高社会福利、促进人类进步的不竭动力。身处互联网时代的我们离开了网络就仿佛被丢回到远古时代那般手足无措，但互联网的发明人蒂姆·伯纳斯·李在日内瓦的欧洲粒子物理实验室里开发出了世界上第一个网页浏览器后却将互联网免费推广到世界各地，发明发电机的特斯拉也没有向我们用电收取专利费。<sup>70</sup>事实上，我们社会得以正常运转、进步的原因正是因为有正外部性的持续提供，邻居的和善、朋友的帮助、老师的谆谆教导……，乃至我们极力倡导的构建文明社会其底层就是正外部性。而作为最高价值资源的爱，正是正外部性持续提供的源泉所在。

---

<sup>68</sup> 秦末农民起义浪潮中泗水亭长刘邦率领的起义军最终取代秦朝建立汉朝政权。——作者注。

<sup>69</sup> 阿拉伯之春：2010年12月17日，26岁年轻人穆罕默德·布瓦吉吉因经济不景气而无法找到工作，在家庭经济负担的重压下，无奈做起小贩，期间遭受当地警察的粗暴对待，抗议自焚，不治身亡。视频在网上转发后引发全国性抗议，进而蔓延到整个阿拉伯国家，引发地区持续动荡直到今天。——作者注。

<sup>70</sup> 会有人反驳说是爱迪生发明了发电机，但他发明的是直流电发电机，而我们今天广泛应用的交流电发电机发明者是尼古拉·特斯拉。

### 三、有爱心的社会组织可以弥补政府失灵

实践经验表明市场和政府都不是万能的，市场机制在公共物品的提供方面的失败称之为“第一种市场失灵”，政府在私人物品供给方面的不足称之为“第一种政府失灵”。而由于市场交换信息的不对称，市场在提供私人物品时的失灵称之为“第二种市场失灵”；政府的政策制定与公共服务常常具有“趋中性”，从而难以照顾到一些特殊的边缘群体，政府在提供公共物品、从事公共事务管理方面的失灵，称之为“第二种政府失灵”。如果说“第一种市场失灵”即市场在提供公共物品方面的失灵可以靠政府发挥作用来弥补，“第一种政府失灵”即政府在提供私人物品方面的失灵可以靠发挥市场作用来弥补的话，那么“第二种市场失灵”就不可能指望政府发挥作用来解决，因为私人物品的提供领域本来就是政府作用的“软肋”；同样，“第二种政府失灵”也不可能指望发挥市场的作用而得到解决，因为公共物品的提供领域本来就是市场作用的“软肋”。这就需要借助社会组织的力量来解决。作为现代社会独立与市场与政府的第三方社会管理力量，社会组织可以解决政府和市场解决不了的问题。

社会组织是国家和家庭之间的一个中介性的社团领域，这一领域由同国家相分离的组织所占据，这些组织在同国家的关系上享有自主并由社会成员自愿结合而形成以保护或增进他们的利益或价值。这些社会组织被称为非营利组织或非政府组织，在我国则统称民间组织。民间组织作为重要的社会产品与服务的提供者。其作用主要有以下几个方面。一是民间组织为企业的经济活动提供支持和服

务。在市场经济中。企业的许多活动是由民间组织支持的。例如商

会、企业家协会以及各种行业协会等，它们的宗旨通常都是为企业服务，协调同企业有关的各种关系；二是民间组织可以为特殊群体、边缘群体等提供公益性或维权性的服务；三是民间组织可促使公民发挥发展潜力，促进社会发展的多样性。民间组织特别是公益型民间组织为社会成员在政府机构与企业体制之外开展活动提供了组织形式，公民可以根据个人兴趣、意愿和利益自主地组织起来，创造性地从事各项社会发展活动；四是民间组织可增进社会包容，促进社会和谐，维护社会稳定。民间组织为各种社会成分提供了较宽松的活动空间，社会成员可以通过各种方式满足其多样性和多层次的愿望并实现其利益，能够起排解社会怨气、释放社会压力的作用，也使各种不同的社会群体能够依法共存相容，增进社会容忍度。

金融是现代经济的核心，是配置资源要素的枢纽、调节宏观经济的杠杆，直接影响着实体经济的兴衰。自从 2008 年金融危机以来，世界经济仍然未能从之前经济危机的阴影中走出来，近些年中国金融业“脱实向虚”，公众对金融行业对一般企业利润的挤占、成本不合理的转嫁、高薪导致的社会阶层分化诉说着诸多不满。本应为社会运行润滑剂、降低社会运转成本的金融中介功能在逐步丧失。上述现象在各国的金融行业中都表现明显，这在 10 年前美国次贷危机的持续过程就有所展现。现在人们谈起金融，总是喜忧参半。这都源于金融的巨大力量，如果运用得当，则能服务实体经济，造福人类，反之则能给人类带来巨大的灾难。金融的巨大力量的体现为其外部性，金融外部性是金融行为中的私人成本或私人收益向第三方溢出的外部经济效应。当金融行为的私人成本低于社会成本时，私人收益大于社会收益，产生金融负外部性；反之，当金融行为的私人成本高于社会成本时，私人收益小于社会收益，就形成金

融正外部性。因而金融行业的良性发展就是要最大限度的发挥其正外部性，避免其负外部性。具体来讲就是金融行业的决策中加入爱的考量，通过引入第三 NGO 组织来提高对金融行业的监管力度和透明度，最重要的则是用信仰的“爱”引导从业者规避贪欲。金融危机不仅是信仰危机，也是金融从业者人性的危机。分析金融危机时我们还应反思、审视其背后隐藏的金融从业者的信仰危机、对“爱”的缺失。在金融资本逐利的同时，考虑金融工具带来的正外部性，避免甚至杜绝负外部性的金融投机，这样才能从根本上解决金融的难题，更好的为人类社会服务。

### 第三节 自由是爱得以存在和延续的前提条件

#### 一、自由是爱得以存在的前提条件

对此哈耶克这样阐述“人类越是无知的地方——无从预知的知识边界——也是最需要自由的地方。”而且我们的知识越是丰富，我们任何一个人物质的领域也就越多，无论是中央规划者还是伟大的科学家都概莫能外。同时他还指出“人类知道的越多，任何人头脑中能吸收的知识占人类知识宝库的份额也就越小”。因此在知识大爆炸的今天，我们拥有海量的知识，因而我们就需要越多的行动的自由，因为我们需要以这种或者那种方式来尝试新鲜的想法，而且任何人都无法语言后果将会是如何。在 1900 年，没有人能想象到互联网会变成今天的样子。当初发明微信时，腾讯也不会行到其会对电信和人们的生活方式产生如此重大的影响。相反，不给予人们表达爱，重塑社会关系供给外部性的自由，旧的世界也不会被打

破。例如，东亚儒家文化下的东亚国家（中国、日本、韩国为代表），“士农工商”的阶级观念把商业打压了三千年之久，认为商人是贱人。同样在基督教盛行的欧洲，商人在两千年里被认为是上帝的敌人，由此才有漫漫的“黑暗中世纪”。在 1700 年左右，荷兰人率先放开限制，赋予了公民履行契约的自由，尊重交易和创新，现代世界由此诞生。

## 二、只有在自由的环境下才能有真爱

正如我们前文所言，一般的经济理论完全依赖于对人追求物质利益的常规理论，例如资本积累和国际贸易，无法解释人们收入的巨大增长。只有通过充满爱的认识来重塑企业家、逐利和我们一直以来坚持的道义的关系，赋予企业家自由和尊严，并给与其私有产权的保障，创新的火种才有可能真正最终形成燎原之势。而企业家及创新者在经济活动时获得的尊严，和在经济事务创新时获得的自由，则是一个极大的外部效应。这也都是人们在重塑关系时所始料未及的，正如创新不能预测的那般。但是，如果创新者缺乏普遍的自由和尊严，以及相应的权利保障，现代世界就不会发生。正如法国先哲伏尔泰和孟德斯鸠以及后来的托克维尔对率先产生工业革命的英国的进行研究得出的结论，英国具有其他欧洲国家所不具有的自由，其特殊性体现在英国有独特的人身保护权、议会有最高的地位、特别是商人和发明家拥有尊严。托克维尔总结道“激发商业精神和习惯的首先是自由精神和习惯”<sup>71</sup>对于商业领域如此，其他领域也是这样。相反，在没有自由的地方，人是很难有爱的，不会有

---

意愿和能力去改造失衡的关系，去给社会供给正外部性。在集权的压力之下，人人都在为自己的生存而表演，这样的爱往往都是假爱，是对爱的扭曲。正如奥威尔在《一九八四》<sup>72</sup>中所描述的那般：一个极权主义横行的世界，“大洋国”以“英国社会主义”为思想基础控制人的思想行动，不断篡改历史以保证统治集团的极端正确性并让人民产生生活的越来越幸福的错觉，由“思想警察”揪出异端并加以改造，在持续不断的战争（或是战争的假象）中解决产能过剩问题并激发人民的爱国主义情怀（或者说，“仇恨”），从而维持社会的稳定。在这样的环境中，人们会发现连表达的词汇都越来越少，除了唯唯诺诺的生活下去，没有别的选择。

### 三、自由是爱得以充分释放的必要条件

北京大学著名经济学教授张维迎曾在毕业典礼上谈到自由和发展的关系，在列举了中国过去 500 年对世界文明贡献几乎为零，原因就在于我们古代的体制和制度上。**创造力依赖于自由，思想的自由和行动的自由。**中国古代封建社会的体制的基本特点是限制人的自由，扼杀人的创造力，扼杀企业家精神。中国人最具创造力的时代是春秋战国时期和宋代，这不是偶然。这两个时代也是中国人最自由的时期。同时也一针见血地指出：**自由是不可分割的整体，当灵魂不自由的时候，行动不可能自由；当言论不自由的时候，思想不可能自由。只有自由，才有创造。**对此，著名经济学家茅于軾曾说“我国的经济改革取得了非常伟大的成功，改革成功的基本经验是什么？无非是扩大了的人民选择的自由度。”我国在建国后曾经

---

<sup>72</sup> 乔治·奥威尔，[M]1984,万卷公司出版社，2010年。

确立国家统一管理的计划经济模式，什么都要按照国家计划来统一安排。于是乎老百姓一般是坐不了飞机的，不可以坐软席卧铺，而现在只要有钱，什么都能买；过去我国实行户籍管制，农民不能到城市谋职，现在早已不是问题。总结回顾我国经济在改革开放后四十年的发展历程，我们不难发现主要原因是人们的活动自由度的增加。自由度越大，人才施展的机会越多，人才被埋没的机会也越少。世界银行等机构专门研究过经济自由度和经济发达水平之间的关系，得到的结论是自由度高的国家发展水平也较高。而给与人们自由的背后则是一种大爱，因为只有有爱的政府才会给予人们自由。正如茅于軾所言“给你所爱的人自由”。对此泰戈尔曾用他那妙笔写道“你若爱她，让你的爱像阳光一样包围她，并且给她自由”。

#### 第四节 爱的正外部性特质

##### 一、爱的这种正外部性是一种理性行为

爱是一种理性行为。自从经济学诞生以来，以其强大的解释里席卷整个社会科学领域。经济学中经典的理性人假设，认为对于一个理性人其一切活动的目的都是为了自身利益最大化，包括为他人的付出与帮助，也是为了获得别人的赞赏抑或是自己内心的满足感。从奥地利学派的米塞斯到芝加哥学派诺奖得主加里·贝克尔，甚至衍生出一整套理论体系，来解释人类的行为。但正如前文所言，如若按照完全理性的角度出发，不能解释自然界和人类社会中的很多行为，甚至按照自私这一逻辑出发，人类文明是否能够诞生都要打上问号。其实，从我们重新理解的人的效用函数出发，这一问题便

可迎刃而解。但要解决这个问题，就必须对当前的效应函数，做出修改，我们借鉴了叶惠雄的理论。

$$\left\{ \begin{array}{l} U_i = u_i(c_i) \\ U_i = u_i(c_i) + \delta u_j(c_j) \\ U_i = u_i(c_i) + \delta u_j(c_j) + \lambda u_k(c_k) \end{array} \right. \quad (4)$$

式中理性人*i*的效用仅仅取决于个人的经济自利，利他与非经济效用利己均被排除在外，这是一个典型的经济理性人效用函数。式中*j*是*i*关心的另一个人， $\delta$ 是经济上的利他主义参数，且 $0 < \delta < 1$ 。令 $\delta = 0$ ，即为(1)式所示的完全经济效用自利的理性人情形，用以分析基于市场交易行为的个人偏好。当 $\delta < 1$ 时，表明*i*给*j*带去交易好处的同时也给自己带来某种收益，从而形成包含利他主义的相互依赖且为正相关的个人效用函数。经典经济学家如萨缪尔森、贝克尔等人包含利他的利己一致性理性人效用假说指的就是这种情形。式中 $\lambda$ 为“雷锋式”的纯粹利他行为参数。且 $0 < \delta + \lambda < 1$ 。*j*为*i*关心的有回报利他行为的对象，*k*为*i*关心的无雷锋式利他行为的对象。当 $\lambda = 0$ 时，无此种行为发生；当 $0 < \lambda < 1$ 时，纯粹利他行为仍然能够给行为主体*i*以 $1 - \lambda$ 的快乐回报系数，助人为乐、奉献为乐即为此种利他主义情形。这样，完整的人类行为模式就应由“自利+有回报利他+无回报利他”的偏好结构组成。包括雷锋式利他行为在内的所有利己、利他行为均服从于行为者自身的快乐观，收敛于利己一致性的行为框架。

在爱的这种关系中，付出爱的一方往往自身的满足往往不仅仅在于自身利益及自身的名誉或满足感，还在于对方的往往要考虑到

对他人的关心和他人效用的实现。能够做到行动不仅仅以自我为中心，其付出往往是为了使对方能够自由不受约束的发展，最终获得幸福，同时也实现自身的最大价值。但至于从付出结果中获得的愉悦与赞美，则远不是付出者的初衷。正如亚当·斯密所言自私的人最终使得社会的福利最大一样，这些结果远不是自私人的最初动机，因为他们的目的只有一个那就是个人效用最大化。同时，在爱的关系中，有爱的付出者，也绝不是仅仅为了自身效用的满足。概括而言，这种付出和人的理性并不冲突，它不要求人舍弃自身利益而去一味的“奉献”和“投入”，反而是人在自由的机制下，在充分理性基础上，自发的一种行为。在付出及投入的过程中，不仅实现自身效用最大化，同时能够给与对方自由发展的条件和机会，最终实现整个社会福利的最大化。或许大仲马的《三个火枪手》<sup>73</sup>中的那就名言最能表达这种状态，那就是“我为人人，人人为我”。

## 二、爱这种正外部性具有正向反馈

在经济学中对人们的行为进行分析是，通常会在理性人假设的前提下，认为人们通过比较成本与利益做出决策，所以当成本或利益变动时，人们的行为也会改变。这就是说，人们会对激励做出反应。然而有爱的正外部性供给者，通常不需要外界给予的激励。正如弗洛姆所认为的那样，“爱本质上是给予而非获取”。给予并不注重于物质财富，首先是指施爱者要把自己生命中的欢乐、兴趣、理解、知识等奉献出来，以此充实他人，丰富他人。给予并非只意味着自我舍弃、牺牲，而正是在给予中，施爱者领略到他的力量、

---

<sup>73</sup> 大仲马.[M]三个火枪手，上海译文出版社，1996年。

财富、能力、生机活力，感受到他潜能的充分实现，由此无限欢欣，这是因为给予比获取更会愉快。

在给予的因素之外，爱的主动特性明显地表现在这样的事实中，即所有形式的爱常常包含着共同的基本要素：关心、责任、尊重和了解。<sup>74</sup>关心要求施爱者主动关怀所爱者的生命与成长。哪里缺少这种积极主动的关心，哪里就根本没有爱。母爱典型地表现母亲对孩子的关心。责任指个人对整个人类负有的职责，是绝对自由地对他人要求发出积极的响应。它不同于义务，后者是从外部强加于人身上的东西，前者则是一种完全自愿的行动。对于母亲和婴儿，这种责任主要指对身体需求的关怀。在成年人的爱中，责任主要指对精神需要的关怀。尊重是指一个人对另一个人的成长和发展应该顺其自身规律和进展，让被爱的人为他自己的目的去成长和发展，而不是为了服务于我。尊重不是害怕和畏惧，它蕴涵没有剥削。没有尊重，责任有可能蜕变成支配和占有。爱的知识也就是对人的了解，它是爱产生的基本前提。因为“不了解一个人就不能尊重他；爱的责任若没有了解作为向导便是盲目的”。

### 三、爱这种正外部性能够克服正外部性供给不足

基于爱的这些特点，赋予了爱与其他人类行为截然不同的特点。按照经济学的经典理论理论，由于正外部性的实施主体通常会感受到自身的效用小于社会效用，因此会出现所谓的“**正外部性供给不足的现象**”。

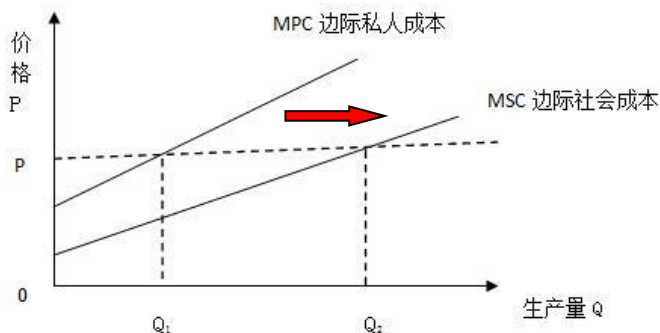
---

<sup>74</sup>解保军，李锐·弗洛姆对人类生存问题的解答——弗洛姆爱的艺术评述.[J].理论探讨，2005年第2期。

根据经济学的理论，一种行为产生的正外部性，从正外部性与行为本身的关系来看，可以表现为两种情形。一种是正外部性直接与行为本身相关联，外部性承受者从外部性中得到的效用与行为者相同，或者说外部效用与内部效用是同一种类效用。这时，行为者可以从量上对外部效用与内部效用以其自身的效用评价准则作出直接比较以决定是否愿意发生该种行为。例如住在底楼的你在自己家门口安装一盏照明用的灯，这项行为产生的正外部性与你所安装的灯是直接关联的，外部性承受者如二楼、三楼的住户从外部性中得到的效用与你自身从装灯行为中获得的效用是一样的。如果经过比较你认为外部效用大于内部效用而觉得不合算，你就可能不会去安装这盏灯了。另一种情形是正外部性与行为本身间接地相关，外部性承受者从外部性中得到的效用与行为者从其行为中获得的效用不完全相同，或者说外部效用与内部效用属于不同种类的效用。这时，行为者不容易直接地对外部效用与内部效用做出比较，或者根本就没想到去比较，因而行为的发生与否往往与外部性无关，而是仅仅取决于其内部效用。例如，在一项接受教育的行为中，其外部效用与内部效用是不同的。内部效用主要表现为接受教育者获得的知识及其对其日后选择就业机会的影响，而外部效用则体现为整个社会因行为者接受了教育而获得的其他方面的益处，如整体国民素质的提高、犯罪率的下降、劳动生产率的上升等等。显然，行为者在选择是否接受教育时是不会受到这类外部性的影响的。再例如，在事业成功者给家乡捐建一所学校或捐修一条马路的这种行为中，行为者与外部性承受者得到的效用也是不同的。外部性承受者很显然是得益于捐建的学校或捐修的马路，而行为者的效用则是来自于捐赠行为本身它可能是为了显示行为者的成功，也可能是为尚留在

老家的亲戚们“添置”受人尊重的资本，或干脆就是一种“积德”行为。在这个例子当中，行为者是否发生捐赠行为同样也不是取决于行为的外部性——学校和道路的效用的多少，而是取决于其内部效用的大小。

而具有外部性的爱显然属于后者，有爱的人很多时候往往是不考虑外部效用的。他们更多在乎自己内心的满足，他们对自身的行为更多认为是与生俱来的使命，正如基督徒所做的一切都是为了荣耀神那样。基督徒在世上的使命就是行使“盐”和“光”的功用：像盐一样，渗透到各个领域中去；像光一样对这个时代发出光照、引导的作用，信仰的大光要照亮每一个地方。<sup>75</sup> 马丁·路德说：“整个世界都是我的修道院。”



<sup>75</sup> 语出马太福音 5:13-16：耶稣对门徒说：“你们是世上的盐。盐若失了味，怎能叫它再咸呢？以后无用，不过丢在外面，被人践踏了。你们是世上的光。城造在山上，是不能隐藏的。人点灯，不放在斗底下，是放在灯台上，就照亮一家的人。你们的光也当这样照在人前，叫他们看见你们的好行为，便将荣耀归给你们在天上的父。”

图 1-5 正外部性对资源配置的影响

由于爱是一种积极的活动，而不是一种消极的冲动情绪。真正的爱是那些具有创造性性格倾向和成熟人格的人(能够创造性地发挥自己力量的人)的一种能力，是人的内在创造力的表现，是积极追求被爱人的发展和幸福，是一种在自由自觉中发挥灵魂的一股力量，它永远不是强制的产物。当然，一个人是否具有爱的能力不仅取决于个人因素，即他“本人成熟的程度”以及在他“同世界和同自己的关系中能不能发展一种创造性的倾向”，而且“也取决于社会中人与人的关系，也就是取决于一个社会的全部结构和生活实践”。爱作为具有创造性的性格倾向和成熟人格的人的一种能力、一种积极的活动，其本质是一种“给予”的行为，“爱情首先是给而不是得”。“给予”并不是具有非生产性性格倾向的人所理解的“放弃，被别人夺走东西或做出牺牲”，也不是以交换为条件，更不是“一种自我牺牲的美德”。“有创造性的人对‘给’的理解完全不同。他们认为‘给’是力量的最高表现，恰恰是通过‘给’，我才能体验我的力量，我的‘富裕’，我的‘活力’，在给与的过程中体验到生命力的升华使我充满了欢乐。我感觉到自己生气勃勃，因而欣喜万分。‘给’比‘得’带来更多的愉快，这不是因为‘给’是一种牺牲，而是因为‘给’表现了我的生命力。”爱是一种付出行为，却有在供给中满足自己需求的功能。爱具有自我激励，循环，满足等特性，施爱者通过给与的过程感受到自己内心的满足与欢愉，达到自我激励与自我满足的效果。



## 第二篇 宗教篇

### 第三章 垄断：从标准石油到教皇

#### 第一节 标准石油与教皇

曾流传这样的笑话：2008 年国际金融危机，使得世界各国大批金融精英下岗。一名被裁掉的银行职员和老友喝酒，职位无忧的老友和被裁的同事谈到，在整个世界一片低迷萧条时，有些国家的心理诊所和教堂生意却异常火爆。然后这位老友问道，知道世界上哪家公司历史最长，利润最高吗？他的答案是：天主教教会！同事好奇的问为什么。他细细道来，天主教教会其实是个非常严密的组织：教会有 CEO，即教皇；有股东会，红衣大主教；每个国家都有分公司，有各国分公司 CEO，即每个国家的大主教；推销员遍布世界各地，即传教士；整个销售网络遍布全世界各个角落，严格按照科层制分工。与世界上其他公司最为不同的是，该“公司”就是垄断厂商，利润率超高，从耶稣出世到现在 2000 多年，一直屹立不倒，而且越来越大。世界经济好的时候它的生意好，世界经济不好的时候它的生意更好，哪家公司有它这样厉害！

金融是现代经济的核心，在当今全球经济一体化的时代，更是无人怀疑金融在经济中的作用。现代经济是市场经济，本质上讲就是一种发达的货币信用经济或金融经济，它的运行表现为价值流导

向实物流，货币资金运动导向物质资源运动。金融运行得正常有效，货币资金的筹集、融通和使用充分而有效，社会资源的配置也就合理，对国民经济走向良性循环所起的作用也就明显。同时金融是现代经济中调节宏观经济的重要杠杆。现代经济是由市场机制对资源配置起基础性作用的经济，其显著特征之一是宏观调控的间接化。而金融在建立和完善国家宏观调控体系中具有十分重要的地位。最后，在现代经济生活中，货币资金作为重要的经济资源和财富，成为沟通整个社会经济生活的命脉和媒介。现代一切经济活动几乎都离不开货币资金运动。

而对于宗教人们的认知更多停留在精神寄托及对科学发展对立面的层面。其实，在人类文化发展的进程中，宗教一直就是不可分割的一部分。它不仅是文化的重要组成部分，更是文化的核心和基础，在各个时期，不断牵引带动着文化的发展和变迁，对人类文化与文明的进程起到深远的作用。

宗教对于人类社会的重要性不言而喻，甚至在文字诞生以前，宗教已经产生。并且许多研究也表明，宗教是文化的核心。根据《说文解字》上的解释：“宗”者，“尊祖庙也。从宀从示”。“教”，上施下效、学入道也。人类最早的崇拜主要是祖宗崇拜，图腾崇拜，通过“奉祀祖庙”敬畏神灵形成群体认同意识。可以说，宗教自生成之日，便包含了丰富的文化内涵。正如英国著名历史学家汤因比所说：“宗教是文明生机的源泉，各种文明形态就是此种文明固有的宗教的反映。”<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> 《展望二十一世纪——汤比因与池田大作对话录》，国际文化出版社公司，1985年版。

正因为如此，本书试图从经济学角度入手，还原一个统治欧洲中世纪长达一千年之久的天主教的真实面目。

## 第二节 人们对教会的通常看法

当然玩笑归玩笑，但当人们在谈及天主教时，不免想到坐在梵蒂冈教堂里的独揽圣经解释权的教皇及红衣主教，黑暗漫长的中世纪里靠贩卖“赎罪券”大发横财的教会，教科书中那个在近代迫害哥白尼、伽利略等科学家，并烧死布鲁诺的“压制科学发展的反动透顶”的罗马教廷……但是在公元5世纪时的天主教并非如此反动，而是一个相对开放与包容的教派。教派中的贤者们认为任何事物都可以被用来利用服务上帝，即使是异教的著作也是如此，于是这时的天主教大量吸收希腊罗马时代的文化与知识用来武装自己，除了神学以外逻辑学与哲学也都是教士们的重要课程。在那时，大部分基督教派都是如此，而天主教更是其中翘楚。换句话说，那时的天主教，继承了希罗时代丰富的文化遗产，是欧洲先进知识的载体。在这些知识的帮助下，天主教在西欧地区又掌握着大量的信众，进一步扩大了影响。而对于知识的掌握，更使其在黑暗的中世纪屹立不倒，中世纪的有名的学术中心，大多数都与教会有关。教士们既是宗教的领导者，更是文化的领导者。中世纪初的各基督教会掌握着先进的知识与大量的信众，这些都是建立和稳定国家所需要的因素。那么世俗的统治者为了能够稳固与维持自己的统治，与掌握这些的基督教会进行联合便毫不奇怪了，而与其中翘楚天主教会联合，便更是首选。如公元9世纪时崛起的查理曼帝国，其开国君主查理曼的加冕仪式便是由罗马教皇主持的，教皇亲自对他施以“涂

油礼”，昭示了世俗君王与天主教的联合。而在帝国的治理方面，其表现更是明显。一个帝国要想正常运转，拥有一群掌握知识的人是必需的，这就需要帝国建立教育体制来教育国民。于是这时天主教的教士们的作用就更加凸显了出来，因为在那个时代的西欧，只有教会的教士们才有足够的数量和水平胜任教育工作。而在教育的过程中，天主教的思想更进一步得到了传播，正如某人所说的那样：“只有通过读书，才能更接近上帝”，而这也就成了西欧最终被天主教所统一的内在原因——掌握先进知识。

以至于当今人们提到欧洲中世纪的天主教，人们脑海中通常会浮现出这样的情景：在中世纪欧洲的一个小城镇里，大多数人都是文盲（包括贵族，主要负责打仗），所以要是遇到需要记账之类的文字工作，就得找教堂的神父；如果因为自己做了错事甚至犯了罪要向上帝忏悔，也只能找神父——因为只有他们能读懂晦涩难懂的拉丁文圣经，也只有通过他们才能和上帝沟通。至于结婚，由于古代欧洲一些国家是政教合一的国体，人们也必须到教堂接受神父或牧师的祈祷与祝福，这样才能算正式的合法婚姻。甚至于新娘所穿的下摆拖地的礼服原是天主教徒的典礼服，所以当新娘穿上典礼服向神表示真诚与纯洁，象征着新娘的美丽和圣洁。以至于曾有人断言，天主教垄断了西方的政治、经济和教育领域达一千年之久，一部西方历史就是天主教发展史。<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> 《天主教与西方文化》，赵林，商务印书馆，2013年。

### 第三节 垄断之源

#### 一、垄断的代表：标准石油

通常谈到垄断我们立马联想到的是中国石油、中国石化、中国移动等这些巨头，的确，它们占据大量的市场份额，价格下不去，服务上不来，霸王条款……垄断（monopoly）一词源于《孟子》“必求垄断而登之，以左右望而网市利”。原指站在市集的高地上操纵贸易，后来泛指把持和独占。中国自古称垄断为“榷”。古代中国的盐、铁、茶长期属于官营之垄断事业，因有暴利之故，国家一旦出现了财政危机，为贴补国用不足，必然实行禁榷制度。从字面意义上看，垄断是在某种市场上仅有一个生产者。对市场来说，该生产者的产品是独一无二的，不存在类似的可替代的产品。通俗来讲，就是“只此一家，别无分店”。根据这个定义，美国历史上的首富洛克菲勒的标准石油公司，一度垄断了美国 95% 的炼油能力、90% 的输油能力、25% 的原油产量，对美国石油工业的垄断一直持续到 1911 年，标准石油公司毫无疑问是垄断商。但和标准石油公司不同，天主教本质上并没有控制像石油这样具有无可替代性的“产品”——人们可以选择不信奉天主教或者转向其他的宗教。在对这一问题下结论之前，我们来看看经济学界对这一问题的观点。

#### 二、关于垄断的经济学观点

垄断是经济学理论和实践中备受关注的概念之一。严格来讲，垄断是指在某种产品市场中仅存在一个生产者或销售者。然而照此定义，现实经济中纯粹的垄断非常少见，垄断的形式也复杂多变。

因此，在世界各国的反垄断实践中，“垄断”的涵义也并不一致，故在理论研究中很难对垄断的涵义进行统一、精确的界定。总的来讲，垄断作为一种经济现象，曾有很多学者尝试对其涵义进行界定，但他们对垄断概念的具体理解和概括却大相径庭。· ·

传统的**古典经济学**受到当时社会中封建残余和重商主义思想的影响，认为垄断是由于政府权利和自然条件限制等原因造成的。亚当·斯密在其著作《国富论》<sup>78</sup>中提到“虽然从事相同贸易的经营者们很少因为消遣或娱乐的原因而聚在一起，但他们聚会的结果，要么是阴谋对付公众，要么是筹划抬高价格”，故斯密认为，垄断主要是指各种政治权利或法律对自由竞争和贸易的限制。大卫·李嘉图在其著作《政治经济学及赋税原理》<sup>79</sup>中提出了垄断价格的概念：当商品可以按照消费者愿意购买该种商品的最高价格出售时，该商品的价格即为“独占价格”。按照“独占价格”出售的商品，其交换价值在任何情况下都不是由其生产成本决定的。因此，在李嘉图看来，这种所谓的“独占价格”便是垄断价格。他同时还认为，因为土地供给受到限制，谷物的价格和地租便会受到影响，这种因自然条件限制导致的价格变化，实质上也是一种垄断价格。约翰·穆勒以煤气、供水、公路和铁路等行业为例对比分析竞争与垄断的效率并提出了自然垄断的概念。<sup>80</sup>他认为具有自然垄断属性的

---

<sup>78</sup> 亚当·斯密，国民财富的性质和原因的研究（上卷）[M]，北京：商务印书馆，2014:22. · ·

<sup>79</sup> 大卫·李嘉图，政治经济学及赋税原理 [M]，北京：商务印书馆，1983:212-213. · ·

<sup>80</sup> 吴汉洪，西方寡头市场理论与中国市场竞争法 [M]，北京：经济科学出

行业，仅有一家企业经营时的技术效率更高。约翰·穆勒对自然垄断的初步研究，为后来垄断理论的发展和反垄断政策的研巧奠定了重要的理论基础。

不同于传统的古典经济学，**新古典经济学**对垄断的关注始于欧美工业化国家从自由竞争走向垄断的转型时期，因此，新古典经济学将垄断界定为完全竞争的对立面，即现代微观经济学中所指的垄断市场。马歇尔（1964）<sup>81</sup>将垄断定义为单个人或者单个集团拥有决定其销售商品的数量和价格的权力。他同时还提出，除因自然条件限制形成的垄断之外，现实经济中几乎不存在绝对的和永久的垄断，垄断仅仅是相对的和暂时的，而垄断和自由竞争之间也不存在绝对的界限，有的只是数量和程度的差异而已。张伯伦（1958）<sup>82</sup>认为产品差异化可以导致垄断，因为产品差异化使企业有能力控制市场供给和市场价格，而这些差异化产品的生产者被认为是“垄断者”，因提供差异化产品所形成的市场则被认为是“垄断市场”。萨缪尔森和诺德豪斯（1999）<sup>83</sup>将垄断定义为“单一的出售者完全控制某一产业”，显然他们认为垄断不仅是完全竞争的对立面，同时也是不完全竞争的极端情况。新古典经济学对垄断问题的研究，也为现代微观经济学厂商理论和产业组织理论的发展奠定了重要的理论基础。

---

版社，1998:82.

<sup>81</sup> 马歇尔，经济学原理（下）[M]，北京：商务印书馆，1964年。

<sup>82</sup> 张伯伦，垄断竞争理论 [M]，北京：三联书店，1958年。

<sup>83</sup> 保罗·萨缪尔森、威廉·诺德豪斯，经济学（第十八版）[M]，北京：人民邮电出版社，2008年。

马克思（1976）<sup>84</sup>在其巨著《资本论》中将垄断界定为自然垄断<sup>85</sup>、偶然的垄断和人为垄断等几种类型：首先，自然垄断是指因某些自然条件限制形成的垄断，这与李嘉图对垄断的定义基本一致；其次，偶然的垄断是由市场中供需关系暂时失衡所引起的，这种垄断也会随着市场中供需矛盾的缓解而逐渐消失；最后，人为垄断即由资本集中和生产集中为主要特征的资本主义生产方式所导致的垄断。马克思还特别强调资本主义生产方式导致的资本集中和生产集中是自由竞争的必然产物和对立面，但马克思对垄断问题的研究主要集中于垄断资本主义，他并未对垄断问题进行更为深入的探索。

随着现代经济学理论的发展，经济学家对垄断概念的界定不再局限于对垄断市场结构的关注，与垄断相联系的市场行为、市场势为等概念也越来越多的被用于对垄断涵义的解释。如谢泼德（1980）<sup>86</sup>认为市场势为，即市场中·的经营者影响产品数量、价格和性质的能力就是垄断，企业运用市场势力的目的是最大限度地提高其在市场中获取利润的能力，而拥有市场势力的企业，又或多或少的可以获得高于竞争市场中所能达到的利润水平。波斯纳（2003）<sup>87</sup>则将传统意义上对垄断“单一生产者”的定义拓展为“众多有能力制

---

<sup>84</sup> 马克思，资本论（第3卷）[M]，北京：人民出版社，1976年。

<sup>85</sup> 马克思所说的“自然垄断”和我们当前主流经济理论所说的自然垄断不同。我们当前所说的自然垄断是指企业成本的劣加性，即只要单一企业供应整个市场的成本小于多个企业分别生产的成本之和，由单个企业垄断市场的社会成本最小，该行业就仍然是自然垄断行业。

<sup>86</sup> 谢泼德，市场势力与经济福利导论[M]，北京：商务印书馆，1980年。

<sup>87</sup> 波斯辄反托拉斯法（第二版）[M]，北京：中国政法大学出版，2003年。

定高于竞争价格出售产品的供给者及其联盟”，由此可见，垄断是指企业对市场的支配力及企业为获得一定市场支配力而采取的串谋等垄断行为。总的来讲，现代经济学通常从更广义的角度界定垄断的概念，即从**垄断结构**和**垄断行为**两个维度对垄断的涵义进行概括。垄断结构是市场结构的具体表现形式，与竞争结构相对应，包括垄断竞争市场、寡头市场和完全垄断市场。如果行业中企业规模较大或企业数量较少，又或者行业中少数几个企业所占的市场份额极大，则可认为这种市场结构为垄断结构。垄断行为是市场行为的具体表现形式。市场行为通常是指企业在市场竞争中所采取的定价、促销、合并等市场策略和行为，如果企业的市场行为旨在限制竞争获得高额垄断利润，则认为这种行为是垄断行为<sup>88</sup>。

综上所述，由于垄断问题的复杂性，对垄断概念的界定从未形成统一的认识，垄断的含义也是随着经济的发展而越来越全面和深入。工业革命前，因自由竞争所形成的经济性垄断尚未出现，故传统的古典经济学对垄断的解释更多的是较为粗糙地对垄断情况的直接描述和说明，如政府保护、土地条件限制等。这种对垄断涵义的直接描述显然缺乏系统性，但作为对垄断问题的初步探索，却具有积极的意义。新古典经济学对垄断的解释包含对商品数量和价格的控制，特别是产品差异化被用于垄断概念的界定，是垄断理论研究的一大进步。新古典经济学还意识到垄断结构的效率效应及其与竞争活力的内在冲突，这也是现代产业组织理论的重要理论基础。马克思则根据垄断形成的原因界定垄断，同时他还详细分析了资本主

---

<sup>88</sup> 戚幸东，论中国反垄断的行为指向与结构规制 [J]，经济与营理研究，2001，(6)：9-14.

义生产集中与垄断的关系，即垄断是自由竞争的必然产物。现代经济理论则通常从垄断的结构规制和行为指向两个维度对垄断进行考察。经济学理论对垄断的定义大多基于市场结构的视角，但发达国家的反垄断实践对垄断概念的界定又常常带有垄断行为的色彩。因此，从**垄断结构**和**垄断行为**两个角度解释垄断，既具有较强的理论性，又与实际经济紧密联系，具有一定的实用性。

### 三、对垄断的分类

最常见的垄断分类方法有两种。第一，按照行业的成本特征分类，垄断通常可以被分为自然垄断和非自然垄断。自然垄断是指行业具有较强规模经济性和范围经济性，市场需要的产品全部由一家或少数几家企业生产时比由多家企业生产时的成本更低，那么该行业就属于自然垄断行业。相反，除自然垄断外的其它行业，就属于非自然垄断行业。第二，按照垄断的形成原因分类，垄断通常可被分为经济性垄断和行政性垄断。如果垄断的形成源于国家的特殊政策或行政权力，那么这种垄断就属于行政垄断。通过市场自由竞争而形成的产业集中，则通常被称为经济性垄断。当然，如果综合的根据市场进入壁垒形成的原因分类，垄断也可以直接被划分为三类：一是自然垄断，即具有较强规模经济性、范围经济性或成本可加性，并需要较大的初始投资规模的行业；二是市场垄断，即经济性垄断，其市场势力通常来自于自由竞争或技术优势，例如，微软公司在操作系统软件领域的垄断，即来自于其领先的技术优势；三是行政垄断，即由于政府的管制、特殊政策等原因形成的垄断。·

## 第四节 天主教与垄断

### 一、天主教与垄断

通过对垄断理论的讨论，我们通过垄断结构和垄断行为两个角度来探讨天主教是否构成了在宗教思想及教义方面的垄断。

垄断结构：天主教有特许经营。自从公元 392 年年天主教成为罗马帝国国教，世俗王权与天主教结盟，政教合一，天主教便拥有了欧洲宗教市场的特许经营权，只此一家，别无分店。从罗马帝国到神圣罗马帝国千年以来，王权始终与天主教保持着斗而不破的默契。在某些欧洲版图四分五裂的时期，教会的势力甚至大过各地区的王权。直到 14 世纪，新兴的工商业阶层兴起（如汉萨同盟），与代表封建经济的天主教产生了利益矛盾。此时，各地势弱的王权结合与城市工商业者结为盟友，或者推崇新教，或者准许信教自由，出现了自由城市的现象（农奴只要跑到城市超过一年就可以成为自由身）。也就是说，世俗王权收回了天主教的特许经营权，曾经的同盟解体，王权有了新伙伴。新旧势力为此开展长期的斗争，并以 1618-1648 的三十年战争（又称宗教战争）为高潮。新教国家（德意志新教诸侯国、丹麦、瑞典、英、荷等）、东正教俄国加上天主教叛徒法国，联合起来挑战天主教（哈布斯堡王朝、德意志天主教诸侯国、西班牙、波兰等），最后天主教一方战败，双方签定了《威斯特伐利亚和约》。从此，以民族为划分的现代意义上的国家兴起，以主权国家为单位的国际秩序形成。天主教从主角转为配角，直至逐渐退出历史的主舞台，成为一个文化符号，欧洲也彻底走出了中世纪。

**垄断行为：**天主教通过技术壁垒来达到垄断目的。所谓天主教的技术壁垒，也就是天主教的对宗教知识解读、传播的垄断，最重要的表现是天主教教会对接经的解释权。根据相关历史记载，中世纪欧洲的圣经都是拉丁文版本，天主教教会凭借自身对拉丁文字的掌握，拥有了圣经的解释权，罗马教廷甚至不允许把圣经翻译为各国当地的语言。这样，教廷就可以完全按照有利于自身利益的原则对教义进行解释。变化还要从十字军东征说起，十字军在东征过程中，带回了比当时拉丁版本圣经更早的希伯来文或希腊文的圣经。通过对照，人们发现天主教的拉丁圣经竟然多有人为篡改。宗教改革者遂致力于翻译新版圣经。我们熟知的马丁路德就根据希伯来文《旧约》和希腊文《新约》翻译了德文版的圣经。不只是德国，英国、法国、捷克等国威克利夫、胡斯等人都翻译了本国语言的圣经。欧洲各地的信徒开始自行阅读圣经，解释圣经。与此同时，印刷术出现在欧洲，大大加快了圣经在欧洲大陆的传播速度。罗马天主教对圣经的技术垄断瞬间土崩瓦解，一去不复返。各类新教拥有了可以武装自己的理论武器。

通过对天主教垄断结构和垄断行为两方面分析来看，欧洲天主教通过罗马帝国的特许经营权及后来各国国家的法令制度达到了行政垄断，同时天主教控制对宗教典籍圣经的解读权来巩固其垄断地位。由此，从这个意义上来说现代社会之前的欧洲天主教会在宗教思想及文化传播方面是一名垄断供应商，直到宗教改革之后垄断被打破。

## 二、垄断的两面：经济学的无力

通过上述我们队中世纪垄断地位的研究，曾经冰清玉洁、温情脉脉的天主教竟也可以变得如此堕落不堪、残暴不仁。而当今世界天主教又恢复了往日的温良恭俭。这是为什么？并非是科技的进步（中世纪之前更加落后），而是垄断起了关键的作用。而在经济学上，将垄断作为对经济效率的严重破坏。

根据经济学中理性人<sup>89</sup>的假定，垄断厂商做出决策的目标是利润最大化。<sup>90</sup>不同于完全竞争市场，<sup>91</sup>垄断厂商能够通过控制产量来控制市场价格，因此在利润最大化的产量上，垄断厂商能够取得利润。在西方经济学的市场理论占主流地位的今天，理论界对垄断的看法往往是限制，无论是宏观上政府直接通过行政手段强行拆分大公司（我们上文提到的标准石油公司在 20 世纪出被拆分为 7 个公司），还是通过微观规制，制定条目繁多的反垄断法，无不体现了人们对人们这一看法。大众对垄断厂商通过垄断高价谋取超额利润的印象可谓深入骨髓，在中国接受过马克思资本论教育的人们更是对垄断资本家有着深刻的印象：“一旦有适当的利润资本就大胆起来，如果有 10% 的利润，它就保证到处被使用；有 20% 的利润，它就活跃起来；有 50% 的利润，它就铤而走险；为了 100% 的利润，它就敢践踏一切人间法律；有 300% 的利润，它就敢犯任何罪行甚至冒上

---

<sup>89</sup> 理性人：系统而又目的地尽最大努力实现其目标的人。

<sup>90</sup> 对生产者来说，利润最大化的条件是边际收益等于边际成本。

<sup>91</sup> 完全竞争市场：有许多交易相同产品的卖者与买者，以至于每一个卖者和买者都是价格接受者的市场。

绞架的危险。”在加上现实中确实一部分企业唯利是图，补习违反企业伦理甚至法律谋取超额利益，人们对垄断没什么好感也就在情理之中了。在我们根深蒂固的观念中，垄断与高价和暴利是天然联系在一起。通常人们对垄断也往往并无好感，认为垄断企业缺乏创新动力，通过控制产量攫取垄断利润。在产业组织理论中也有一个 X 理论（x-theory）实证认为垄断厂家一般没有动力进行创新。

但在另一方面，创新的能力对于规模较大的高新技术垄断企业，垄断有利于集约资源、降低成本，占据高的市场份额，从而形成规模经济，而新产品尤其是 R&D 型科技含量高的，只有形成规模经济才有获利的可能，从这个方面说垄断更容易创新。创新的动力垄断厂家也会有创新的动力，垄断不是没有竞争的，垄断可以是竞争下形成的局面，垄断者也会面对潜在竞争者。为了阻止新的竞争者的进入，垄断厂家会通过改进技术降低自己的成本，威慑新的竞争者，阻止新竞争者的进入。

### 第五节 以爱的名义

但是，用传统经济理论去理解垄断的话，我们似乎陷入了一个死循环：为了向人们提供更廉价更优质的产品和服务，现在企业必须做的很大以追求规模经济和范围经济，于是产业巨头就不可避免。但企业在行业中占据主导地位后，它就可以通过调整向市场供给的产量来改变产品的价格，或者通过产品差异化等策略谋取超额利润。<sup>92</sup>同时，为了维持自己的垄断地位，垄断厂商通常还会通过价格战

---

<sup>92</sup>曼昆，《经济学原理》，北京大学出版社，2009年。

或提高进入壁垒来打击潜在竞争者，并且垄断厂商一般没有动力进行创新，这又会造成效率损失。

传统经济学在垄断是否对社会有利方面陷入了进退两难的境地，面对这个困境，我们可以加入爱这一变量，从爱的角度来重新审视这个问题。一直以来对爱的研究多是从哲学、宗教和情感的视角去探析。很多时候不免陷入了过于抽象而不为人们所认知和掌握。美国哲学家、社会学家、心理学家埃里希·弗洛姆则从人类存在的视角研究爱，较之同类研究，意义深刻。<sup>93</sup>根据弗洛姆的定义，爱的本质是给予而非获取，爱的目的是使其对象获得幸福、发展和自由。<sup>94</sup>具体而言，就是企业的存在是否是消费者的境遇更好，用经济的术语来说就是是否使其正外部性<sup>95</sup>提供最大化。具体而言，可以从两个角度来看待垄断问题。

### 一、判断垄断善恶的标准：是否存在正外部性

传统的市场经济理论从完全竞争市场的基本假设出发，得出了垄断会导致市场最终均衡产量会小于潜在产量，由此导致低效率从而使社会福利损失。但若换个角度来看待这个问题，我们会得到截然不同的结论。社会的生产、技术的升级进步，从本质上来讲是为了提高人类福祉，让人类生活地更有尊严，更有价值。从这个角度

---

<sup>93</sup> 黄志平，弗洛姆爱的哲学思想及其教育意义，内蒙古师范大学硕士学位论文，2006年。

<sup>94</sup> [美]艾·弗洛姆：《爱的艺术》，国际文化出版公司，2004年。

<sup>95</sup> 正外部性，通俗来说就是当一个人从事一种增加旁观者福利，而旁观者对这种影响既不付报酬时，就产生了正外部性。

来讲，技术进步、公司运营对人类有益即是其存在正外部性。正如蒸汽机的发明，绝不仅仅是一个技术上的进步这么简单，它由此产生的外溢效应使得人类从此进入了“工业时代”，创造的财富比以往任何时代的总和都要多。由此，我们从让人类生活更美好这一本质出发，把“是否能提供正外部性”这一准则作为评判一个公司组织形式合理性的标准。作为公司组织形式的一种，如果能够以更低的成本、更有效的形式为社会提供正外部性，那么其就有存在的合理性。

马克思曾断言，资本主义自由竞争引起生产和资本集中，生产和资本集中发展到一定程度，必然会导致垄断。现在从规模经济和规范经济的观点看来有其必然性和合理性。经济学家熊彼得认为创新引起的垄断利润是合理的，是企业发展新产品和新工艺的动力。经济学家 M·卡曼、N·施瓦茨等人从垄断与竞争的角度对技术创新的过程进行了研究，探讨了技术创新与市场结构的关系，提出了最有利于技术创新的市场结构类型。M·卡曼、N·施瓦茨认为，制约和影响技术创新的因素主要有：一是市场竞争程度的强弱；二是企业规模的大小；三是垄断力量的强弱。他们将技术创新分为两类：一类是由预计可以获取垄断利润的引诱而采取的创新措施，即所谓垄断前景推动的创新；另一类是迫于竞争对手的威胁而采取的创新措施，即所谓竞争前景推动的创新。《从 0 到 1》的作者比德尔认为富有创意的垄断者创造出新的事物，给消费者更多的选择。有创意的垄断企业不仅对外界社会没有坏影响，相反，它们是使社会更美好的推动力。垄断企业推动社会进步，因为数年甚至数十年的垄断利润是有力的创新动机。在《从 0 到 1》中，彼得尔对垄断比较推崇，不过他说的垄断和“两桶油”的垄断完全是两回事。他说的

是（谷歌式）创新式垄断，也就是通过科技创新创造出崭新的事物让大众受益，同时创造者又能获得长期利润。他说“企业成功的原因各不相同，每个垄断的企业都是靠解决独一无二的问题获得垄断地位；而企业失败的原因却相同：它们都无法逃脱竞争”。虽然用的是垄断这个带有贬义的词汇，但在彼得尔眼中，创新式垄断不仅对外界社会没有坏影响，相反，它们是使社会更美好的推动力。

事实上正是作为垄断组织形式的教会，对西方乃至近代文明产生了重大影响。从元四世纪，在古罗马皇帝君士坦丁的庇护下，天主教由屡受迫害的异教变成了正统国教。当徒手的耶稣战胜了持剑的恺撒之后，天主教逐渐征服了西方人的精神，对西方文明的发展做出了诸多贡献：它驯化了“野蛮人”、改变社会结构，培育了西方的人文精神，一部西方历史就是基督教发展史，“不了解基督教，就根本不可能了解西方文化。”<sup>96</sup>作为垄断组织存在的中世纪天主教是促进了社会进步、提高了正外部性的，但当天主教逐渐走向封闭腐败时，其提供正外部性的能力逐渐减弱甚至消失，由此引发的“宗教改革”发起了对天主教垄断的挑战。

## 二、有爱企业家对无效率垄断的挑战

企业家的爱是爱在企业家这一特殊群体上的具体表现，企业家的爱来源于其内心对于人类美好事物最深沉的希望和追寻，既包括对所从事事业的全身心投入，对产品的精益求精，改变世界“经世济民”的远大理想，也包括心怀天下的慈善情怀，热爱自然保护生

---

<sup>96</sup>《基督教与西方文化》，赵林，商务印书馆，2013年。

态的对不懈努力。与主观上追求利润的企业家或逐利者不同，有爱的企业家往往拥有高尚的精神追求，其创办企业的根本动机不是获得利润，而是造福大众。有爱的企业家通常具有“圣母情怀”，认为自己是蒙受“上帝”的爱，自身有义务去把爱传递给更多人，而企业家实现的方式就是对企业发展的不懈追求，进而惠及更多的人。比如微软前总裁比尔·盖茨的梦想就是“让每个人桌面上都有一台电脑”；乔布斯也曾说道“活着就是为了改变世界”。<sup>97</sup>当现存的企业缺乏创新动力，不能够更大程度的提供正外部性时，有爱的企业家往往会挺身而出，向这些垄断者发出挑战，正如中世纪是宗教改革的倡导者马丁路德那样。

埃隆·马斯克就是这样的一个人。典型的硅谷企业是通过创新区占领市场，创造利润，它的最终目标正如美国商业教科书所说的那样，是为投资者创造回报，为股东实现价值最大化。由此，企业市值就越来越大，市值也称为衡量硅谷企业成功与否的标准。但马斯克显然是一个异类，他 17 岁时一个人离开南非的家去加拿大寻找新生活，21 岁拿到宾夕法尼亚大学的奖学金到美国读书，28 岁时以 3 亿美元卖掉了他创办的第一家互联网公司，31 岁时以 15 亿美元卖掉了他和彼得·蒂尔联合创办的第二家互联网公司。然后他拿着自己的全部财产投身实业，自杀般地同时从事航空航天、电动汽车和太阳能这三个发展长期停滞不前的高科技行业。最艰苦的时候，面临其中两家企业同时倒闭的危险，也被大众当作兜售虚假希望的骗子。最后，他忍受着难以想象的屈辱和压力，奇迹般地把这三家企业都做成了：SpaceX 成为航空航天业最稳定的运营商，

---

<sup>97</sup>沃尔特·艾萨克森.《史蒂夫·乔布斯传》，中信出版社，2011年。

特斯拉已经是全球最酷最畅销的纯电动豪华汽车，太阳城目前是最大的消费者商用太阳能电池板安装供应商。完成了这些看似绝无可能的任务后，他又马不停蹄野心勃勃地开始了尝试让人类能够移民火星的未来 10 年计划。

驱使这样企业家推动事业进步的，通常不是名和利，而是强烈的使命感和充满个人英雄主义色彩的梦想和野望。与逐利的风险投资家相比，那斯克的投资更具理想主义和人道主义色彩，比如马斯克公然宣称要将人类送至火星，要知道相比于火星，地球上最蛮荒的撒哈拉沙漠可谓富饶丰产；比如投资特斯拉，其目的是生产纯电动汽车，他甚至不愿意妥协去生产目前大多数汽车巨头热衷的混合动力汽车；再比如，SpaceX 的火箭探索技术，其对抗的不仅仅是某一个公司，连俄罗斯、欧洲也视他为眼中钉。当然，马斯克的产业布局绝非是一部乐观主义者的狂想曲，而是对未来充满忧虑先知的未雨绸缪：马斯克的产业结构中，特斯拉使用电能，太阳城用太阳能发电，通过这样的清洁能源能保证地球不被人类的能源需求榨干。如果这样还不能让地球免于毁灭，那么就通过备用给的 B 计划——SpaceX 把人类送上火星，以延续人类文明。从这个意义上来说，马斯克犹如当代诺亚，充满着末世论的生存危机感，他认为人类只有通过能源多样化，并成为多星栖居的物种，才能造气一艘方舟，使人类这束微弱的“生命与智慧之光”，在无尽黑暗的宇宙中能够永不熄灭。

当然，现在说马斯克一举解决了我们人类面临的资源危机还为时尚早，但正如马斯克所言“我就是想让人们相信电动汽车是可能的”。他吹响了打破能源行业垄断，限制人类步伐的号角。随着“页岩油”革命的轰轰烈烈的展开，我们有理由相信清洁便宜的能

源对我们来说再也不是什么奢望，标准石油、OPEC 操纵市场，让大家排队加油的事情也一去不复返了。<sup>98</sup>

---

<sup>98</sup>在 20 世纪 70 年代，石油输出国组织（OPEC）曾联合减产，导致世界各国原油供不应求，出现了彻夜排队加油的现象，由此也导致了“石油危机”。——作者注。

## 第四章 宗教正外部性论--对宗教市场论的回应

### 第一节 战争、石油和宗教

就在本文书写之际，中东再一次牵动大家的神经：美英法三国的导弹正呼啸着飞往叙利亚，一个被战火蹂躏多年的土地。以美国为首的西方国家宣称这是对叙利亚阿萨德政府对平民使用化学武器的惩罚，而俄罗斯和叙利亚则坚称是西方强权“欲加之罪何患无辞”，是对叙利亚赤裸裸的侵略。对于其中的谁是谁非我们无意去做评判，更无力去改变当前糟糕的状况。人们满是疑惑地问道，作为世界最古老闻名发源地之一，曾经诞生过犹太教的先知、基督教的耶稣以及伊斯兰教默罕默德的地方，怎么变成了今天这样的乱象？对于承平已久的国人来说，战乱似乎是遥不可及的事情。而今天大家对于中东的印象除了石油和沙漠，大多只剩下宗教、战争、穆斯林、难民等等这些词汇，而所有这一切的都绕不开宗教这个话题。

曾有人开过玩笑，美国和中东国家之间的战争本质上是宗教之间的较量，因为美国总统在结束演讲之后总会说“愿上帝保佑美国”（May God Bless America），而中东穆斯林国家领导人也会说“真主与我们同在”，真所谓“不是东风压倒西风就是西风压倒东风。”的确，中东尤其是宗教圣城几千年的历史就是一部精彩异常的宗教史<sup>99</sup>，你方唱罢我登台。而近代欧洲的扩张，也伴随着其价值观中居于内核的宗教的扩张。

---

<sup>99</sup>[英]西蒙·蒙蒂菲奥里，《耶路撒冷三千年》.民主与建设出版社，2014年。

在人类文化发展的进程中，宗教一直就是不可分割的一部分。它不仅是文化的重要组成部分，更是文化的核心和基础，在各个时期，不断牵引带动着文化的发展和变迁，对人类文化与文明的进程起到深远的作用。

宗教对于人类社会的重要性不言而喻，甚至在文字诞生以前，宗教已经产生。并且许多研究也表明，宗教是文化的核心。根据《说文解字》上的解释：“宗”者，“尊祖庙也。从宀从示”。“教”，上施下效、学入道也。人类最早的崇拜主要是祖宗崇拜，图腾崇拜，通过“奉祀祖庙”敬畏神灵形成群体认同意识。可以说，宗教自生成之日，便包含了丰富的文化内涵。正如英国著名历史学家汤因比所说：“宗教是文明生机的源泉，各种文明形态就是此种文明固有的宗教的反映。”<sup>100</sup>宗教是各个民族文化的核心与根基，不论是在东方还是西方，在哪个国家，都能找到宗教的身影，宗教以其自身的作用，一直在社会中扮演着特定的角色。马林诺斯基在《巫术科学宗教与神话》书中这样说道：“不存在没有宗教和巫术的民族，不管它们多么原始”，<sup>101</sup>因此，不论从远古的原始社会，还是在现代社会，宗教始终伴随着人类社会的发展。

因此我们试图以基督教为例对宗教存在的原因及其兴衰进行探究，讨论左右基督教兴衰的背后原因，为人们理解宗教作为参考。

---

<sup>100</sup> 《展望二十一世纪——汤因比与池田大作对话录》，国际文化出版社公司，1985年版。

<sup>101</sup> 马林诺夫斯基.《巫术科学宗教与神话》，上海科学院出版社，2016年。

## 第二节 市场论之外的宗教观

随着自然科学的发展，大家对宗教的重要性的认知逐渐发生变化，认为宗教不过是蒙昧时代人类认识世界的一种方式。其赖以生存的根基无外乎以下几个原因：第一、人们对有些现象无法解释由此产生的对大自然的敬畏；第二，人类社会中经常会有各种各样的灾难，人类却无法避免；第三，人们在日常生活中总想着获取而少付出，一旦付出又应该得到回报。由此，宗教就成了弥补的作用，人们以虚幻的形式来解释和控制这些无法控制和解释的领域，或让宗教成为其保护伞，或试图从中获得安全感报偿的事物。从这个层面上说，是由于人们在某些方面对大自然的不理解，使得人们感觉可以从宗教中获得答案。

按照这样的思路走，随着科学的发展和社会的进步，人们对于大自然本质的认识越多，就越能“摆脱”宗教，宗教将逐渐衰弱直至灭亡。随着科学的进步，人类对宗教的需要会逐渐降低，直至消亡。后来这被归纳为“世俗化命题”。而且就在 1710 年，英国宗教研究者托马斯·沃尔斯顿对于宗教的存活给了一个期限，认为必定会灭亡。例如，基督教将在 1900 年以前灭亡。同样，宗教社会学大师皮特伯格认为：“21 世纪，宗教信徒可能只在极端小教派中才能找到。”这类判断成为近 3 个世纪以来宗教社会学研究的主导声音。

但是实际情况却是到目前为止，在世界上的任何一个角落，我们尚未发现有宗教灭亡的迹象。相反，宗教不仅没有灭亡，还在不断的发展，信徒也不仅没减少，反而还在不断的增加，尤其是美国

宗教的繁荣对上述解释提出了重大挑战。因此，单纯的从认知的角度去分析宗教兴衰似乎是站不住脚。

### 第三节 宗教市场论的主要内容与核心观点

#### 一、对历史问题的回应

在现代科学思想、历年已经深入人心的情况下，宗教为什么没有衰弱、消亡，反而生机勃勃？这是自 20 世纪 60 年代以来，一直困扰全球宗教学家的难题。上个世纪 90 年代，西方宗教社会学家在历经 30 多年的艰苦探索之后，终于赢得了突破，提出了新的理论范式，这就是宗教市场论。传统的范式认为，宗教活动是一种“非理性”行为；宗教信仰是一种心理现象，且只是社会发展的副现象，注定衰亡。应该说，“旧范式”很大程度上是对欧洲社会宗教现象的解释和总结，但与美国及拉美国家宗教发展趋势并不相符。因此，20 世纪下半叶以来，宗教研究领域以斯达克为代表的学者，借助调查和统计数据，经由数量化分析与论证，提出了被称之为“宗教市场论”（或“宗教经济学”、“宗教研究的理性选择理论”）的宗教研究“新范式”。

所谓宗教市场论，英文是 Economics of Religion，直译“宗教经济学”。考虑到中文语境中“宗教经济”很容易让人等同于“寺院经济”、“教会经济”等，故称其为“宗教市场”。宗教市场论创立的核心人物是美国的罗德尼·斯达克，他曾长期任职于华盛顿大学，现任教于德克萨斯州的贝勒大学，是目前最具影响力的宗教社会学家。宗教市场论认为，在一些主要元素上，宗教系统与经济系

统具有极大的相似性，可以将经济学的基本原理应用到对宗教现象的分析上。宗教市场的构成包括：宗教产品的消费者——一般信徒：佛教居士、基督教信徒等；产品的供给者——教职人员：和尚、牧师、阿訇等；宗教产品——各种形式的活动。斯达克的宗教市场理论是古典经济学的“需求—供给”模型在宗教研究中的成功应用，其意义在于，“理性选择”假设在宗教研究中显现出巨大研究优势并获得了令人瞩目的成绩。

## 二、宗教市场论的理论背景与发展脉络

在西方学术界，尤其是在 20 世纪 70 年代以前，世俗化理论一直在西方宗教社会学理论中占据主导地位，有理论家甚至认为世俗化是宗教社会学在理论和实践上的最重要的问题<sup>102</sup>。韦伯和迪尔凯姆对宗教的看法成为世俗化理论的基础，威尔逊、贝格尔是世俗化理论现代版本的重要推动者。**世俗化理论的核心观点是现代化的发展必然导致宗教的衰弱和宗教影响的缩减。**<sup>103</sup>以世俗化理论作为核心理论的宗教社会学“旧范式”被斯达克与芬克总结为以下五个要素：断言宗教是错谬和有害的；预测宗教必定走向衰亡；否认宗教

---

<sup>102</sup> Susan Budd, *Sociology and Religion*, p.119.转引自孙尚扬著《宗教社会学》，北京大学出版社 2000 年版，第 127 页。

<sup>103</sup> 李向平，黄海波. 从世俗化到去世俗化——彼得·贝格尔宗教社会学思想特征及其演变[G]徐以骅. 宗教与美国社会：第二辑. 北京：时事出版社，2004 年。

的实在性；把宗教当作心理现象，而很少把宗教当作一种社会现象；控诉宗教多元的有害作用，而强调垄断信仰的优越。<sup>104</sup>

然而，主要用来解释欧洲经验的“旧范式”在美国宗教历史的面前招致广泛的质疑，并引来无情的批判。这样，作为世俗化理论的一个反叛形象而出现的宗教市场论开始登上历史舞台。自 20 世纪 60 年代起，一批美国的社会科学家，组成了一个松散的学术团体，开始从美国宗教的历史与现实中寻找资料与数据，全面向“旧范式”，尤其是世俗化理论发起了进攻，并开始在理性选择理论的基础上来解释各种宗教现象，从而逐渐形成了以理性选择为理论基础的宗教市场论。

理性选择的源头要追溯到亚当·斯密的《国富论》，在《国富论》中亚当·斯密认为：自利的动机刺激着神职人员，就如同世俗的生产者一样；市场的力量制约着教堂，就如同世俗的公司一样。在《国富论》中，亚当·斯密强调竞争的好处、垄断的重负、政府管理的危险对于宗教和其他经济的组成都是一样真实的。<sup>105</sup>因而宗教活动和其他人类活动一样是理性的，因而可用世俗方法来进行分析。

霍曼斯首先将理性选择理论引入到了社会学研究，霍曼斯在小群体交换行为理论中，引入了成本和报酬两个古典经济学的概念，

---

<sup>104</sup> 斯达克，芬克. 信仰的法则——解释宗教之人的方面[M]. 杨凤岗，译. 北京：中国人民大学出版社，2004.

<sup>105</sup> Roger Fink, *The Consequences of Religious Competition-Supply-Side Explanation for Religious Change*, edited by Rational choice theory and religion: Summary and assessment[M]. Routledge, 1997.

在交换行为中，人们都视图以更小的成本获得更大的回报。科尔曼进一步发展了理性选择理论在社会学中的应用，科尔曼在《社会理论的基础》中提出“个人水平的行动理论”，试图通过对个体的行为来研究整个社会系统的运动。科尔曼将霍曼斯“经济人”的概念扩展到“社会人”，把个体的行为内化到社会系统的内部分析，经济利益也被扩展到社会利益的范围中，社会资本、人力资本、社会地位等社会因素都纳入了理性选择理论的范围。· ·

理性选择理论在社会学中的研究一方面取得长足的发展，同时也面临较大的异议，总体而言可以分为两类。第一种是形式上的：在特定的环境下，理性和最佳并没有独一的定义或者无法定义，即“不确定问题”。第二种是经验上的，有时社会行为者不会按照理论所预计的那样行为，即“非理性问题”。面对这些质疑，西蒙界定了“有限理性”的概念，卡尼曼·特沃斯基提出了“非理性选择行为”的研究。· ·

将经济的相关理论重回到宗教的研究开始于 20 世纪 70 年代，由美国著名经济学家加里·贝克尔(Gary Becker)就家庭的开创性工作所激励。他的第一批论文将教堂上座率和奉献模型化为一种家庭生产的特殊形式——一个人要参与到时间投入与资金投入、世俗与宗教产出以及现世与身后效用的权衡之中。这一模型很快加入了偏好结构与人力资本，因此使其应用范围扩展到儿童社会化、年龄效应、改宗、不同宗派的通婚和家庭交互性上。大约在同一时期，一些宗教社会学家开始以理性交换和市场竞争理论来挖掘旧有的数据材料。· ·

理性选择在宗教研究上的应用实际上在很大程度上受到的贝克尔的经济分析方法的影响，这个思路在韦伯和涂尔干的宗教社会学

中得到应用，并逐步统一在“理性选择”理论。“理性选择”表明，宗教活动是内在理性的，人们加入教会、委身宗教或接受一种信仰，都是从他们自身偏好出发并权衡其成本和收益的结果。20世纪70年代、90年代，学者们在前辈研究者的基础上，借鉴相关学科的理论，对宗教市场理论作了拓展。最具代表的是“宗教家庭生产”模型和“宗教人力资本”模型。阿兹和艾仁伯格所建立的“宗教家庭生产”模型、艾纳孔所提出的“宗教人力资本”模型都是从宗教需求端来研究宗教行为。在此基础上以罗德尼·斯达克为代表的一批美国宗教社会学家系统的提出了宗教社会科学的研究新范式，宗教社会学汲取了亚当斯密和贝克尔的宗教经济学的思想，用更为社会学的角度阐述理性选择理论。

### 三、宗教市场论的理论框架

在80年代中期，斯达克与班布里奇合作出版的两本著作中<sup>106</sup>，首次提出了一种宗教行为的交换理论<sup>107</sup>，其理论的出发点就是理性选择假设：人类总是趋利避害，总是追求他们认为是报偿(rewards)的东西，规避他们认为是代价的东西。但是由于实际社会中存在两个限制条件：其一，在所有社会中，许多报偿物既匮乏又分配不均；

---

<sup>106</sup>斯达克和班布里奇合作的两本早期著作是 Rodney Stark and William S. Bainbridge, 1985. *The Future of Religion*. (Berkeley: University of California Press, ) 和 Stark, R., and W.S. Bainbridge. 1987. *A Theory of Religion*. New York: Peter Lang.

<sup>107</sup>此理论被国内学者介绍为“补偿论”，见孙尚扬著《宗教社会学》，北京大学出版社2000年版，第24页。

其二，人们孜孜以求的有些报偿并非唾手可得，例如，永生不可能在此时此地获得，必然要推迟到一个遥远的未来并需付出代价才能得到。因此人类就会创造一些补偿物(compensators)或交换补偿物，而且必须要投放信心，绝对相信补偿者，补偿物就成为理解该理论的一个核心概念。因此，斯达克认为，宗教组织是“以超自然的假设为基础、主要致力于提供一般性补偿的人类组织”。<sup>108</sup>正因为跨越历史时空，不同地域与文化中的人类都对永生这种“普遍补偿物”的渴慕与追求，所以人类社会对宗教服务存在着稳定和无限的需求，但事实上宗教服务的供给并不是稳定的或无限的，这就解释了为何在不同的社会会表现出不同的宗教活力。这不但直接挑战了当时流行的世俗化理论，也为后来斯达克强调“供应方”的宗教市场模型奠定了基础。

在宗教市场论的另一重要领军人物艾纳孔看来，对于个人而言，首先选择宗教产品同样意味着一定风险，归属一个宗教有点像买股票；其次，人们是在理性地选择他们的宗教行为，衡量宗教行为的成本和收益，在宗教选择过程中力图限制风险。<sup>109</sup>因此，个体的宗教选择就非常需要宗教类的或基于信仰的社会组织，把个体间信仰关系予以整合，以宗教制度的形式消解个体的信仰风险。这个时候，宗教就如同一个社会组织，具有独立的系统功能，为个体面临信仰风险之时提供社会类的价值归属感。而另一方面，以社会组织整合

---

<sup>108</sup>Rodney Stark, William S. Bainbridge. *The Future of Religion*[M].Berkeley: University of California Press, 1985.

<sup>109</sup> Annacone, Laurence R. Risk, Rationality, and Religious Portfolios, *Economic Inquiry*, 1995. 38( 2) : 285—295.

个人信仰，常常需要经由制度形式来建构，更需要法律架构来支持。在国家权力与经济市场的双重制约之下，社会层面的宗教需求只有两大途径来予以表达：或者是依赖制度宗教，或者是依赖公民社会之互动空间来得以满足。这就出现了国家、宗教、个人信仰、社会等之间的复杂互动关系。它们之间的各自独立与彼此互动，促使宗教需求在制度宗教与社会、个人等层面之间，建构了一种复杂的变量关系；这就是社会需方与宗教供方之间真实的交换关系。

同时，宗教市场论认为如果信徒作为“最大化效用”的需求者，教会作为“最大化利润”的供应者，那么在需求与供应之间产生的市场力量会对教会产生制约，正如它们作用于世俗公司一样。如果把一个教会或教派看作一个生产宗教产品的公司，那么很多教会和教派就会形成一个宗教市场。在一个宗教市场中，有共同喜好的消费者就是一个市场区位。由于人们的喜好不同，如有的喜欢昂贵的信仰，而有的喜欢便宜的信仰，故市场中的宗教需求有着稳定的多元分布，在区位图上就会出现从极端开放到极端严格的一个连续体。斯达克强调，宗教需求长期来说是非常稳定的，而宗教变化主要是供应方面转变的产物，<sup>110</sup>因此，宗教公司就倾向于为争夺特定区位上的潜在消费者而相互竞争。最后，很自然地，宗教市场论就提出了宗教多元与宗教繁荣之间联系的命题。如果一个宗教市场是无管制的，它会倾向于多元；宗教多元主义就会导致宗教组织之间的竞争，提高宗教商品的质量和数量，最终能引发更多的宗教消费，宗教就会繁荣起来。与之相反，如果宗教市场由国家垄断，必定产生

---

<sup>110</sup>斯达克，芬克.信仰的法则——解释宗教之人的方面[M].杨凤岗，译.北京：中国人民大学出版社，2004年。

懒惰的宗教供应商和无效的宗教商品，进而降低宗教的消费水平，引发宗教的衰弱。

#### 第四节 宗教市场论对历史问题的解释及理论局限

##### 一、宗教市场论对历史问题的解释

斯达克的宗教市场理论是古典经济学的“需求—供给”模型在宗教研究中的成功应用，基于宗教“需求—供给”的分析，斯达克得出了“宗教参与的总体水平是宗教供给差异性和能力来决定”的结论。也就是说，宗教多元化，不会带来世俗化，只会带来宗教繁荣。在斯达克的分析中，宗教供给是决定宗教市场的关键力量，但宗教供给受政府影响而起伏波动。当宗教市场处在竞争的情况下，宗教供给水平会不断提高，能满足不同层次的宗教需求，宗教参与的总体水平也随之提高；而当宗教市场因宗教管制或者宗教补贴偏离竞争而形成垄断或者寡头垄断时，宗教供给水平则会降低，宗教参与的总体水平也随之降低。因此，斯达克支持宗教自由而反对宗教管制，认为宗教自由推动宗教和社会稳定。斯达克的理论范式出现后，面对美国和欧洲的当代宗教现象，对一些在传统理论范式下的难题给出了较好地解释。

首先，如何理解宗教在美国的繁荣，这是在旧范式框架下备受困扰的问题。有人满足于断言美国宗教缺少深度，表面的普遍流行是虚幻的。欧洲学者喜欢将其归咎于美国文化的落后、群众幼稚而轻信、知识分子的文化影响太小等等。依据新范式，美国宗教活力的真实原因是，基于政教分离的传统，美国政府对于宗教组织事务

的干预相对稀少，历经两个多世纪的自由竞争，美国宗教组织得到了超乎想象的成长：现在美国有 1500 多个宗教宗派，成员超过 100 万的有 24 个；每个团体的生存都完全依靠自愿奉献；美国人的宗教捐款目前是每年 600 多亿美元，即 18 岁以上的公民中平均每人 330 美元。这在全世界是无可比拟的。**基于竞争，美国成就了全世界工作最勤奋、价格最低廉、素质最高的教职人员。**

**第二，欧洲传统宗教表面衰弱的原因也可以在宗教市场论的框架下得到很好解释。**以瑞典为例，国家以基督新教路德宗为国教，强制征收教会税，所有的教职人员都享受国家公务员待遇、拿政府工资，维护教堂运转的费用也来自国家。这一宗教垄断造成的结果是，星期天教堂冷冷清清，教会得到的自愿捐献基本为零。斯达克总结说，欧洲社会表面的“世俗化”不是缺乏宗教“需求”、而是缺乏有活力而又吸引人的宗教“公司”的结果。

意大利宗教学家马西莫·英特罗维吉曾经就近 20 年来意大利的宗教发展予以市场论解释。1984 年，意大利进行了政教关系的改革，天主教神甫不再从国家领取薪水，国家设立“慈善或宗教”活动税，数额相当于全部纳税的 0.8%（简称零点八税），纳税人被要求在申报单上用划叉的方式选择你所支持的宗教团体，如果纳税人没作选择，那么他所缴纳的税额最后将按照已做出选择的人所形成的比例在各宗教间分配。这一法律改革很快见效，意大利的宗教卷入了一年一度的市场竞争。每年春季，当纳税人填写报税单时，很多宗教团体都雇用一流的广告商拉纳税人。新税制对宗教发展的第一个影响是：宗教活动的全面增长，蛋糕做大了。根据 1981、1990 和 1999 三年的欧洲价值观调查（EVS）表，上教堂的人和相信死后灵

魂存在的人总体上增加了，认为上帝在他们生活中不重要或与他们生活无关的人则有所下降。

另外一个引人注目的数据是，与天主教内某些悲观者的预言相反，1984年后的宗教经济并没有给罗马教会带来灾难性的后果。失去了某些特权，并且需要参与竞争，变成了刺激天主教会复苏的重要因素。与1984年前相比，现在有更多的钱流进了天主教会的银行账户。

虽然宗教市场论对欧洲宗教衰落、美国宗教繁荣这一历史问题做了较好地解释，但其自身仍有些问题亟待解决。

## 二、宗教市场论的历史挑战

在某种程度上，宗教世俗化理论与宗教市场论是建立在欧美不同宗教经验之上的。简单地说，欧洲因为有国教传统，宗教不曾展开充分的多元与竞争，由此出现主流宗教的衰退；美国从一开始就实行政教分离的原则，出现了空前多元、竞争激烈的宗教市场，造成了美国宗教的繁荣。正如沃讷所说：“大部分学者，无论是否使用‘新范式’这个概念，都逐渐同意宗教在美国与在欧洲有根本的不同，而后者正是宗教社会学旧的占统治地位的范式的来源。”<sup>111</sup>而所谓的美国例外论，则是新范式出现的社会根源。

1. 美国宗教繁荣受到的挑战。2009年3月，美国基督教“三大学院”发布的“2008年美国宗教认同调查”(American Religious Identification Survey 2008, ARIS 2008)，给美国例外论及宗教市场

---

<sup>111</sup> 斯蒂芬·沃讷：《宗教社会学范式及理论的新进展》，载《中国人民大学学报》，2006(6)。

论者以新的挑战:一系列重要数据都显示了美国宗教的衰退。这次调查的时间是 2008 年的 2 月到 11 月,回答者的数量高达 54 461 人。

112

首先,美国基督徒的比例出现明显衰退。美国一直被认为是基督教立国的国家,因此,基督徒的数量问题是美国宗教调查的首要问题。调查显示,2008 年,76%的美国成年人自认是基督徒;而在 1990 年,这一比例是 86%。换句话说,在过去的 18 年,美国基督徒在人口中的比例下降了 10%。

其次,很多美国人排斥制度化宗教。有 30%的美国人认同自己有“灵性追求”,而无“宗教追求”。灵性追求大致等同于终极关怀,换言之,接近 3 成的美国人承认自己有信仰层面的终极追求,但并不将其归于宗教。与此类似的是,在基督徒中,所有的宗派性教会都在衰退,而无宗派的基督教会则有所增长。

再次,美国的无信仰者比例增长很快。所谓无信仰者,包括无宗教喜好者、无神论者和不可知论者。这部分人的比例,1990 年占总人口的 8.2%,2001 年则急速增长到 14.1%,这次调查则已经达到人口的 15%。无宗教信仰者的地理分布也在扩展,由传统上的美国西北部,延伸到拥有深厚基督教文化传统的东北部。

综上所述,宗教市场论赖以生存的根基——美国宗教市场的繁荣,现在也越来越多的收到了挑战,并且有学者逐渐对宗教市场论的普适性提出了质疑,从宗教市场论的理论基础理性选择、宗教产品、宗教市场与政府管制等方面对宗教市场论提出了质疑。

---

<sup>112</sup> 魏德东:《美国宗教在衰退?》,载《中国民族报》,2009-09-08.

2.从历史维度看天主教在欧洲的发展壮大。众所周知，在漫长的欧洲历史上，自从君士坦丁大帝颁布著名的“米兰诏令”承认基督教为帝国的合法宗教，天主教和欧洲历史的发展就始终如影随形了。然而在创教之初的三百年里，罗马帝国对其严峻镇压，以至于基督教长时间见不得光，只能作为一个地下宗教，以不合法的身份，在底层民众中传达。那么诞生在罗马帝国偏远地区的一个宗教的小分支，怎么成为日后强大帝国的国教了呢？综合看来有以下四个方面原因：帮助罗马驯化野蛮人、对未来不确定性的弥补、圣徒的榜样激励、通过罗马政权的放大。从人性进化的角度讲，特别是在精神及其伦理层面上，基督教在古希腊的理性精神之外，提供了统一的持久的超验信仰，对天堂的期待安抚着地上的苦难，信徒的良知反抗着世俗权力的蛮横，并通过圣徒的殉道和忏悔为人们提供道德典范（比如，耶稣殉难之后，又有圣彼得和圣保罗的殉教，圣·奥古斯丁的忏悔）。这信仰和典范提升着西方人的精神世界，也作为在道德上凝聚社会的纽带连接起世世代代的伦理传承。由基督教和古希腊形而上学的结合而形成的超验伦理，在西方文明中具有超越世俗功利的绝对价值，并逐渐演变为普遍有效的公德标准。来自上天的超自然的恩惠和制裁，许给为善者入天堂的万世至福，降给作恶者下地狱的永生惩罚，又通过忏悔的途径给人以赎罪和自新的机会。上帝之子耶稣用甘愿上十字架的代价，背负起人的“原罪”，以绝对的非暴力对抗暴力，以绝对的爱与宽恕降恩于所有罪人。生而有罪的人类，唯有终生向上帝祈祷和忏悔，在行为上不断行善积德，才能在无限的赎罪之路上接近天国。正是这种恩罚并重、忏悔赎罪和良知反抗的超验伦理，逐渐把凶悍的野蛮人和贪婪的惟利是图之

徒，驯化为平和、节制和反省的文明人，也就是把本能人提升为具有信仰的理性人。

从历史进程的角度讲，基督教兴盛于大一统的罗马帝国开始走向衰败之时。北方蛮族的入侵、内部的暴虐统治、腐败奢侈、权争阴谋和底层反抗，已经失去道德方向的罗马帝国，强大的武力只能带来更大的灾难。幸运的在于，罗马帝国在武力上败给了蛮族，基督教却在精神上驯服了野蛮人，使之逐渐变成文明人。古罗马帝国的统一传统与北方蛮族的分离势力发生武力冲突，在世俗意义上，促成了罗马帝国的衰亡和民族国家的纷纷独立。但在属灵意义上，教权之下的信仰及教会的统一，等于在另类意义上延续着昔日的罗马帝国统一。正如英国历史上最伟大的政治领袖温斯顿·邱吉尔所言：“罗马帝国灭亡以后，获胜的野蛮人也同样被基督的福音迷住了。虽然他们并不比今天的善男信女更能克制自己的邪欲，但是他们有共同的教义和神灵的启示联接着欧洲各个民族。一个世界性机构遍布所有国家，它无比强大，而且是罗马时代幸存下来的惟一成为系统的机构。这一机构的首脑是罗马的主教，他在精神上或者至少以教职的形式，恢复了罗马皇帝已经丧失的权威。”<sup>113</sup>

正是凭借着圣徒的榜样激励、教会的超然权威、教义的普世正义、教士之布道安慰、仪式之庄严魅力、信徒之坚定虔诚……才培育出互助、慈善、克制、苦行等社会公德。僧侣们的开荒拓土，教堂和修道院对弱势者的庇护、对穷人的赈济、收养鳏寡孤独、安顿迷途旅客，教会医院救死扶伤，特别是救助那些被遗弃的罪犯和传

---

<sup>113</sup> 《英语民族史》第一卷《不列颠的诞生》，温斯顿·邱吉尔著，薛力、敏林林译，南方出版社2003年版第83页。

染病人……等等，宗教场所不仅成为施善育德和救死扶伤之地，也成为维护世界和平的源泉，交战双方不得进入宗教场所，已经成为世界通则。

### 三、宗教市场论的理论局限

1.理论质疑：宗教市场论赖以成立的美国宗教繁荣现象，近年来遭遇到了质疑。事实上从宗教市场论诞生之日起，针对宗教市场论的理论假设合理性的质疑就不断。但大都集中在“理性人”的假设、宗教产品与物质消费品的区别、宗教市场论的市场竞争逻辑这几方面。客观地讲，宗教市场论采取经济学视角观察宗教现象，在研究方法上大胆创新，将以往“纸面上”、“头脑中”的宗教学拉回到真实的世界，做出接近人类行为理性与事实真相的解释，的确具有很强的说服力。并且该理论经过斯达克、劳伦斯·艾纳孔<sup>114</sup>等人的不断完善，该理论已经发展成了一个从微观到中观察到宏观的严密理论体系，并引述了大量的先期成果(例证、数据、表格)对绝大部分命题进行佐证，对美国、加拿大以及欧洲、拉丁美洲等地区的宗教现象做出了令人信服的解释，对以上几方面的质疑也能做出合理解答。

然而，谬误离真理往往只差一步，“经济学帝国主义”不可能在人文社科领域为所欲为，相关分析工具必然有其适用边界和局限性。我们试图从供求关系理论在宗教事务中的应用出发，就宗教市场论的片面之处提出新的观点。

---

<sup>114</sup> 此人也自称是经济学帝国主义提出者贝克尔的学生---作者著。

**首先，宗教市场论的理论基础理性选择理论有很大的局限性。**

如果我们仅仅套用经济学理性选择理论，我们发现不是所有的行为都可以用理性选择来解释，比如彼得·伯格所言“对于伊斯兰教极端分子的自杀性爆炸，就很难说是理性选择的结果。这一理论关于成本的分析，在宗教领域也难以令人满意，宗教行为不能完全用成本和收益来解释”。<sup>115</sup>用伊斯兰教极端主义分子的自杀性爆炸论证理性选择理论的失效，是彼得·伯格反复使用的例证。更有甚者罗德尼·斯达克在《信仰的法则》中写道：“并不需要假设父母冲进燃烧着的房子的行为违背了他的自身利益。我们要认识到，人们把孩子的存活看作是比自己的存活更大的回报……我们有能力在我们的梦想、希望、爱情和理想中发现回报。”<sup>116</sup>这很显然和现实中父母中的抉择相违背，父母对孩子的关爱与付出，往往是不计成本、不求回报的，甚至是一种自我牺牲式的付出。<sup>117</sup>

**其次，私人物品和公共物品的供求关系不同，二者应该严格区分。**对一般的私人物品来说，它兼具排他性和竞争性。例如，不付费就吃不到面包（排他性），这块面包我吃了你就吃不到（竞争性）。通俗地说，私人物品的供求配给完全是由市场决定的，如一块面包最终由谁来享用决定于消费者为此面包所愿意付出的价，也

---

<sup>115</sup>黄剑波、魏德东：《宗教社会学研究的八大课题》，载《中国民族报》，2008-06-03。

<sup>116</sup>罗德尼·斯达克、罗杰·芬克：《信仰的法则——解释宗教之人的方面》，北京，中国人民大学出版社，2004年。

<sup>117</sup>现实中这样的例子数不胜数，在遇到危险时，父母会牺牲自己保全自己的孩子，这显然不是投入-回报这一模式所能解释的。--作者注。

就是说私人物品的成本（面包的价格）和收益（吃面包获得的满足）是完全匹配的。然而在现实社会中，还有其他大量的非私人物品存在，这些物品可以再同一时间内被不同的消费者所消费，并且这些物品一旦被提供出来，一般也不能排除消费者的消费，这些物品被称为公共物品，其简单含义为“用于满足公共需要或者服务”或“人类社会共同需要的产物”，萨缪尔森将公共物品定义为“每个人对这种物品的消费都不会导致其他人对这种物品消费的减少”。

118

一般来讲公共物品具有以下基本特点：第一，非排他性。对于私人物品，产权的确定使得物品所有者可以独享产品给他带来的效用或收益，并可排斥任何他人对该产品的占用和消费，即排他性。但对于公共物品而言，往往无法排他或排他成本太高而导致经济上不可行。这方面最典型的例子就是国家提供的国防服务，要把国境内的任何国民排除在外是不可能的。第二，非竞争性。指消费者的增加不引起生产成本的增加，即每一个消费者引起的社会边际成本为零。私人物品一旦被消费，其他个体就无法在不增加成本的情况下消费同一产品，这样私人产品就拥有了竞争性。但对于公共物品来说，在一定范围内，消费个体的增加不影响其他个体的消费，并且新增他人消费的边际成本为零，例如桥梁或者广播。第三，外部经济型。公共物品往往可以使他人无须付出成本就可获得经济活动所产生的成果。在这种经济活动中，产生外部经济的部门无法从其他部门获得报酬，因而会产生私人成本收益与社会成本收益的偏离。根据这样的定义，宗教服务的提供由于具有非排他性（一个人信教

---

<sup>118</sup> 《公共支出的纯理论分析》，萨缪尔森，1954年。

显然不会影响他人信教的机会)和非竞争性(多一个人听教会唱诗班的赞歌,对教会来说成本都是一样的)的特点,显然属于公共物品的范畴。<sup>119</sup>从这个角度来看,宗教就其本性而言,本质上就是一种思想公共品。它的存在就像灯塔,只要能够满足社会相当一部分人的宗教需求,指引其合乎法律秩序思想和行为即可。对此,片面提倡完全自由竞争市场基础上的无限制的宗教供应,就像在海边建设了无数灯塔一样,错把公共物品当成私人物品提供了。

**再者,最为重要的是,公共物品的外部经济型没有考虑。**根据上述定义指出外部经济型是指公共物品往往可以使他人无须付出成本就可获得经济活动所产生的成果。在这种经济活动中,产生外部经济的部门无法从其他部门获得报酬,因而会产生私人成本收益与社会成本收益的偏离,也即外部性。<sup>120</sup>根据经济学家的界定,外部性是指某一生产者或消费者的经济活动对其他市场主体带来外部影响。这种外在影响可能是有益的,也有可能是有害的。有益的影响称为外部经济或正外部性,如底楼住户安装的路灯给二楼及以上住户带来的便利;有害的影响称为外部不经济或负外部性,如吸烟者给周边人带来的空气污染。也就是说,在经济活动中,某一市场主

---

<sup>119</sup> 当然,严格地说,宗教产品更像是俱乐部公共品(具有排他性和非竞争性),不同宗教的活动场所和信众确有一定程度的排他关系。——作者注。

<sup>120</sup> 根据经济学经典文献:外部性实际上是市场主体的经济活动产生溢出成本或溢出收益的现象。理论分析,表现为市场主体的私人边际收益与社会边际收益不相等、或者私人边际成本与社会边际成本的不一致。——作者注。

体的行为或某些资源的使用影响到另外一些人的收益或福利。通常而言，宗教往往具备明显的正外部性：

通过上文回顾天主教在欧洲的发展历史，我们发现天主教统治欧洲上千年之久的原因在于天主教对欧洲的社会文明的重大推动作用：教会成为凝聚社会大家庭的组织纽带和自治权威，也成为秩序与和平之源；基督教信仰凝聚起整个西方教徒的信仰共识；为西方法治秩序的形成提供超验基础；培育西方人的人文精神……从经济的角度分析就是持续提供正外部性，而其衰落也正是因为由于天主教廷的腐败、神职人员道德沦丧、教会的商业化经营、罪孽忏悔系统等原因，人们对天主教逐渐失去了昔日的信任，进而天主教在欧洲丧失了昔日主导型的地位，这才有了后来的所谓欧洲宗教市场衰落。而对于所谓的美国例外论，其背后的深层次原因在于美国教会历来对社会事务的积极参与，也即社会正外部性的持续提供。具体来说有以下四个方面：**第一，宗教的心理功能。**当人们内心疑虑、焦虑时，宗教能教化人们，减轻他们的不安，并让苦难中的人们在教化中能够得到安慰和希望。美国绝大多数人信奉基督教，但其他各种宗教也同时并存，这是有其历史原因的。很久以前，那些背井离乡不远万里来到美洲大陆的人，许多是为了摆脱国内的宗教。他们满怀希望，要在新的土地上获得自由。这种最初的愿望逐渐形成了对宗教的偏爱，每个曾经受过压抑的人都竭力想表明自己是自由人，是一个有主权的人。于是他们主张随心所欲地选择宗教信仰，选择教堂和礼拜方式，而不是象过去那样唯权威是从。

**第二，宗教的社会功能。**美国是个移民国家，美国人来自世界各地，具有各种文化背景，但美国社会并没有因此而陷于分崩离析、四分五裂的状态。相反，美国人无论其祖先来自何处，肤色如何，

使用何种语言，只要他们来到美国，成为了“美国人”，绝大多数人都会表现出强烈的爱国心。这一点，对一个由血缘、肤色、语言、文化、生活习俗非常不同的移民组成的国家来说，是极其难能可贵的。将形形色色的移民及其后裔凝聚在一起，使其成为具有统一道德标准与价值观的“美国人”的法宝是什么？是基督教及其伦理观。

凝聚力与向心力对社会的稳定与民众的团结、对美国的存在与发展至关重要。但要在由来自世界各地移民组成的美国人中寻求“原生态”的共同点，又几乎是不可能的。然而，没有一套绝大多数人认可的、占主导地位的价值观和道德标准，社会就无法维系，国家就无法正常运转，这是一条任何国家都必须遵循的客观规律。于是，在世界上最大的民族熔炉里，美国社会树立了一条“熔所有外来移民于一炉”的标准，这就是基于基督教传统与圣经原则的价值观和道德标准。美国人可以选择不同的宗教，可以不相信宗教，可以从法律上强调政教分离，但却无法在现实生活中拒绝基督教的道德规范。受到官方推崇的基督教道德规范在美国事实上具有某种正统意识形态的色彩。无论是基督徒还是其他宗教的信徒，无论是在美国出生的人还是刚刚到来的新移民，无论是青少年还是成人，都无法改变与基督教传统相关联的道德规范和伦理观。作为个人，你可以不相信、不遵守甚至否认或批判基督教的道德伦理，但要在美国社会另搞一套与基督教毫无关系的道德体系，几乎是不现实的。因此，最终不管你信仰什么，来自非洲还是拉美，你只能“入乡随俗”地加入到使用这套标准、维护这套规范的美国大众中去，否则，你就无法在美国社会生存。

第三，**道德教化功能**。道德和宗教，都是一个民族文化体系中，相对独立的重要组成部分，都是为满足本民族生存、生活的需要。

作为宗教的领袖，在信徒中有很高的威望，其道德水平，又可作为榜样；宗教慰藉人们的同时，又有使人们健康的功能，不管对于任何年龄的人们，都没有性别、种族的区分，宗教在净化人们心灵的作用上起着正能量。

第四，**宗教有推动社会经济发展的功能**，韦伯在新教伦理中，认为基督新教所倡导的勤奋、克己、忠于职业等精神，是经济发展的动力所在；同时宗教还具有文化展示的功能，在欧洲各种各样的宗教场所，成为了当地的文化产业，将其作为旅游胜地，人们可以领略宗教文化、宗教建筑，对于政府则在其中获得经济效益。

## 第五节 宗教正外部性论

### 一、宗教正外部性论的提出

#### （一）宗教正外部性的界定

外部性是经济学中的一个重要概念，不同的经济学家对外部性给出了不同的定义。归结起来无外乎两类定义：一类是从外部性产生的主体角度来定义，如萨缪尔森和诺德豪斯的定义：“外部性是指那些生产或消费对其他团体强征了不可补偿的成本或给与了无需补偿的收益的情形”。<sup>121</sup>另一类是从外部性的接受主体来定义，如兰德尔给出的定义：“外部性是用来表示当一个行动的某些收益或成本不在决策者的考虑范围内的时候产生的一些低效率现象：也就是某些效益被给与，或某些成本被强加给没有参与这一决策的人。”

---

<sup>121</sup> 萨缪尔森，诺德豪斯，《经济学》[M]。北京：华夏出版社，1999年。

<sup>122</sup>上述两种不同的定义，本质上是一致的，差别在于考察的角度不同，大多数经济文献都是按照萨缪尔森的定义来理解的。<sup>123</sup>同时，根据行为主体对其他人的影响不同，外部性可以分为正外部性和负外部性。正外部性就是一些人的生产或消费使另一些人受损而又无法向后者收费的现象，如私人花园的美景给过路人带来美的享受，但路人却必付费，这样私人花园的主人就给过路人产生了正外部性；负外部性就是一些人的生产或消费使另一些人受损而前者无法补偿后者的现象，如隔壁邻居音响的音量开得太大影响了我的休眠，这时隔壁邻居给我带来了负外部性。

按照这一经济学定义，我们去试图定义宗教正外部性：宗教活动使他人无须付出成本就可获得宗教活动所产生的成果，也就是说他人可以免费享受到宗教活动带来的一系列好处。根据经济学中对正外部性的分析，宗教及宗教活动本身的边际收益要小于其带来的社会边际收益，或者说教职人员的个人边际成本要大于社会边际成本。外部性影响的领域，有生产的外部性影响，即某一生产者的经济行为给其他市场主体带来的外部性影响；有消费外部性影响，即某一消费者的消费行为给其他市场主体带来的外部性影响。根据这样的划分标准，宗教的正外部性可以细分为生产正外部性和消费正外部性。如我们前文所述天主教在欧洲的发展过程中，对欧洲文明的推动作用；美国宗教的发展在美国社会中起到的社交媒介的作用，都是宗教正外部性的例子。

---

<sup>122</sup> 兰德尔，《资源经济学》[M] 北京：商务印书馆，1989年。

<sup>123</sup> 沈满洪，何灵巧。《外部性的分类及外部性理论的演化》[J]。浙江大学学报，2002年第1期。

## （二）宗教提供正外部性分析

宗教具有两个维度：社会的维度和私人的维度。在人心灵的深处，宗教信仰的能够提供现实不确定性之外的稳定性、心灵的安慰等；此外，宗教具有主体性即社会主观能动性。美国社会学家帕森斯对一个社会之基本结构的描述可以总结为：家庭、经济组织、政府以及宗教。宗教是不可或缺的，它能够为社会提供一种共同的价值观。作为社会结构中一种不可或缺的制度，宗教与政治、经济、教育、法律、文艺等其他社会制度一样，在社会中也必然具有主体性即主观能动性的一面。宗教的社会主体性决定了其能够在社会生活中发挥公共价值。

### 1. 宗教的初心：具有正外部性的免费保险

在现实世界中的各种行动中，人们会普遍地感觉到：某种行为的未来结果会出现多种可能的情况，而每种情况都有成功与失败的可能，一些确切情况都非人们事先能准确地预知的，这样一来不确定性就产生了。也就是如果我们自身不能确切地知道事件或者行动变化的结果，那么我们会受到不确定性的支配。从本质上说，人类的一切实践活动都在追求确定性，因此人们倾向于从确定性来理解不确定性。在追求确定性的历史上，牛顿力学的确立使人们对确定性获得了前所未有的确切理解，即物体沿一定的轨道运动，在这个轨道上任何的一点物体既有确定的位置，也有确定的动量，即物体的运动状态是连续变化的。<sup>124</sup>自此之后，确定性的观念深深扎根在人们的脑海中，认为自然万物的运行规律就如同牛顿定律那样，

---

<sup>124</sup> 这是著名的牛顿第一定律。——作者注。

只要我们掌握了就能对这个世界获得确定性认知。然而科学的发展一再证明现实世界是高度不确定性的，从热力学中随机运动的分子，到处于生死之间纠缠态的“薛定谔的猫”，无一不再告诫人们堪称确定性论典范的牛顿力学所描述的现实世界也是不确定性的，传统教科书所介绍的基本概念只是现实世界中及其稀少的特例。人们对确定性的不懈追求与现实世界不确定性的本质之间存在了巨大的隔阂，人类在这种极其不确定的世界中急切需要一个精神支柱来建立起对未来的希望和信心，宗教则是这一需求的产物。同时由于资源的稀缺性，相对于人们无限的欲望，资源不能满足人们的需求；再加上由分配制度导致的人与人之间的差距，使得人们需要宗教这一心灵安慰的需求一直很强烈。当然除了给与人们确定性、安慰人们心灵之外，为宗教活动而建立的宗教场所现在越来越多的称为人们旅游观光的好去处，这种现象目前在中国内地极其常见，如绝大多数的佛教、道教等宗教场所，都在出售门票，这有效的拉动了当地的经济的发展。

## 2.不收会员费的俱乐部

宗教具有社会文化交往功能。交往在任何时代都是社会生活的重要组成部分，是个人融入社会并获得社会认同的必经之途，宗教则是社会交往的途径之一。宗教信徒参加礼拜，进行集体祷告、过宗教节日，都是社会交往的重要途径。宗教交往功能的特殊性在于，宗教的凝聚力极强，它用信仰的纽带把教徒紧紧联系在一起，使他们彼此认同，感觉彼此属于同一群体，因而产生出许多亲近感。同时宗教作为一种文化现象，其自身的形成和发展就是人类文化史的一部分。宗教通过其堂式教育、学校教育、神职教育、传播教育和家庭教育使个体达到与社会风俗、道德、规范的一致，从而使社会

文化、民族文化得以充分传播、传承与发展。宗教文化的广泛传播,也使不同文化、不同人群得以交流、沟通,从而达到相互了解、理解和谅解。

以美国为例,宗教在美国社会中一直扮演着重要角色,这可以追溯到美国建国之初的殖民地时期,教会在美国生活中起了极大的作用,特别是对美国人的日常生活影响更甚。一个不属于任何教会团体的入。就会处于被人唾弃的地位,没有人跟他交际来往,连他的家庭都要受到歧视。牧师成为美国家庭生活与各种事务中最主要的顾问。各教会刊印的大量书籍广泛流传,被人们奉为喻世箴言。

对于今日美国人而言,宗教绝不仅仅是一种信仰,而且还渗透在美国人生活的各个方面。一个美国人如果参加某个宗教组织,他便在社会上获得了某种身份和地位,使他意识到自己在社会团体中拥有一席之地而感到心安理得。美国人往往为这种观念所主宰,他们愿意在行动上和思想意识上同自己周围的人保持一致,而不愿茕茕孑立,落落寡合。在许多社会团体中,一个不信教的人可能会受到人们的某种非难,被视为有怪癖和不易接近的人。宗教对大多数人之所以重要,更主要的原因在于美国的教堂是人们互相交往的一个重要场所。不仅是举行宗教仪式的地方,还是教育、文化和社交中心。在这里常举行教友聚餐会、座谈会、运动会、舞会、社会活动和青年活动等。不管人们信仰如何,教会团体总是欢迎他们参加这些活动。许多教堂在星期日上午做完礼拜后,还有一个“咖啡时刻”,这是一个不拘礼仪的社交场合,大家边喝边谈,轻松随便。因此一个新教徒迁居之后,常常要把附近几个教堂挨个去了解一遍,最后才固定到一个自认为最合适的教堂去做礼拜。这样做并不是由于宗教方面的原因,而是为了找到志趣相投的朋友。

### 3.社会的稳定器

社会关怀和社会服务是宗教的主要功能之一。在人类社会慈善、社会福利事业中，宗教的参与占有很大的比重。在不少国家和地区，宗教的这种社会服务工作甚至在一定程度上起到了政府民政部门的作用，或者是对其功能的重要补充。从世界范围来看，在宗教传统强大、宗教气氛浓厚、宗教影响普遍的一些国家和地区，宗教机构与政府机构有机合作，形成系统的、全面的社会服务及社会救助体系，有些地方甚至取消了政府的民政机构而让宗教组织来完全承担这一任务。

宗教的社会服务有两种形式。一为宗教信仰者私人性的社会服务，即以信仰为支撑和动力来做出其信仰的社会表达。二为宗教信仰团体社会性的服务与关怀，即以宗教团体及其相关专门机构或基金会来专事社会服务、慈善工作，形成其系统性、体制性、组织性和长期性等特色。这些宗教团体大体会以三种方式来参与或投身于社会服务事业，发挥其社会服务功能：一是宗教核心组织自身的直接参与。这些参与或是由教会等宗教组织独自出面，或是与政府相结合，如德国政府就在国民中按其宗教信仰来代收教会税，然后将这种税款转给教会，由其实施教会开支和社会服务事业。二是组成相关的宗教社会团体来专事社会服务工作，如在社会服务、公益慈善等领域扶贫、救灾、社会援助、生命关爱心理治疗与安危、医疗卫生、残疾人事业、特殊教育等专门机构和团体，使这种社会服务工作落到实处，真有成效。三是相关宗教基金会或国际、国内机构如原初具有基督教背景的国际红十字会、具有伊斯兰教背景的国际红新月会等，它们通过社会募金、社会奉献而汇成专项基金，用于社会服务及慈善事业。这些方式所构成的社会服务体系使宗教在社

会发展中具有其他社会体制及机构所不可替代的意义与作用，也使宗教在各种社会服务、社会福利活动中能脱颖而出。

以我国地区为例，我国大陆地区蕴含着巨大的宗教慈善公益潜力，据一项统

计显示：“我国有宗教团体近 5500 个，宗教活动场所 14 万处，宗教界人士 36 万余人，信教群众数以亿计。”<sup>125</sup>在 2008 年汶川地震救援期间，全国宗教界向灾区捐款捐物约 4 亿多元，其中佛教界约 2 亿元，道教界约 4000 万元，天主教界约 1 亿元，基督教界约 1.2 亿元，伊斯兰教界约 2400 万元。<sup>126</sup>根据《2015 年中国宗教慈善报告》显示“截至 2015 年 11 月 30 日，全国拥有宗教文化背景的基金会 59 家，其中 10 家公募基金会、49 家非公募基金会。2015 年非公募基金会首次超过公募基金会数量，并且差距还在持续增大，在此之前公募基金会为主要力量。”值得注意的是，在 2012 年“全国 27 家宗教背景的基金会中，有公募基金会 12 家，非公募基金会 15 家。”这说明中国宗教慈善事业得到了较大的发展。（图 1）同时基金会的社会服务业延伸到社会的方方面面（图 2）。

---

<sup>125</sup> 王作安.《推动宗教公益慈善事业又好又快发展》.《中国宗教》.2012 年,第 155 期。

<sup>126</sup> 裴勇等.《我国宗教界参与社公益慈善事业的考察与分析》.载于中国民族宗教网 <http://www.mzb.com.cn/html/report/1311209638-1.htm>, 2016 年 5 月 4 日。

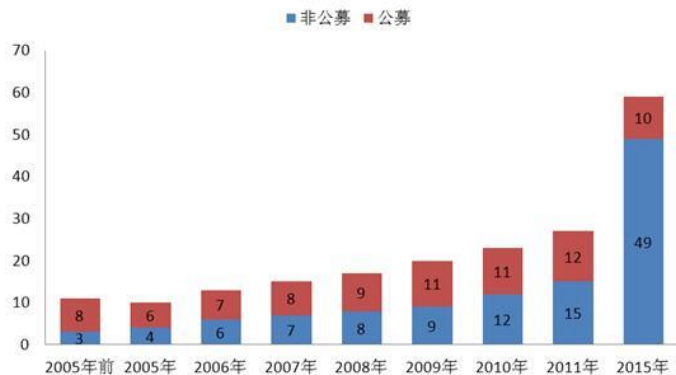


图 4-1 宗教背景基金会年度数量变化

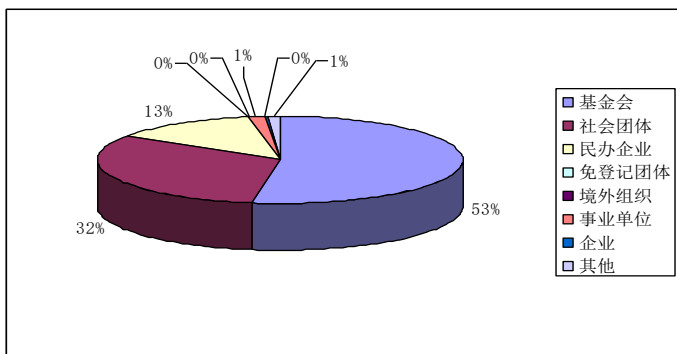


图 4-2 慈善组织服务类型分布图

#### 4.一种不可或缺的社会资本——对宗教功能的再认识

资本这个长期以来为经济学家所独享的概念在社会学家和哲学家介入之后其解释功能发生了巨大的变化。“社会资本”被作为一种资本形态提出，而在学术界引起重要反响的是法国的著名社会学家皮埃尔·布迪厄。他认为，“社会资本是实际的或潜在的资源

集合体”。<sup>127</sup>布迪厄所说的社会资本具有两个明显的特征：社会资本是一种与群体成员资格和社会网络联系在一起的社会资源，同时，社会资本是以人们之间互相认识和认知为基础的，社会生活中的个人能够有效地加以运用的联系网络规模越大，他能够占有的社会资本数量就越多，也就能够产生更好的增值效应。布迪厄强调社会资本的主体是个人，并且主张从微观层面上使用社会资本概念。美国社会学家科尔曼则认为，社会资本存在于人与人之间的关系中，它们由构成社会结构的各要素组成，为结构内部的个人行为提供便利。<sup>128</sup>普特南在科尔曼社会资本的概念基础上进一步指出：“社会资本就是指社会组织的特征，诸如信任、规范以及网络，它们能够通过促进合作行为来提高社会的效率。”<sup>129</sup>

通过上述对社会资本的概念的分析，我们再来观察宗教。主要借助于信仰、感情、仪式、教义来约束和规范人们行为的宗教及其信仰体系，具有社会资本的一切特征。首先，它使那些接受它的影响的人们形成一个具有共同意识的宗教共同体，然后又以不同于世俗思想的方式影响人们的认同意识，从而增强和促进共同体内人们的团结与一致，产生集体行动。从历史上看，宗教分别对习俗、惯例、道德、法律等形态的制度产生过深刻的影响，正如伯尔曼所说：

---

<sup>127</sup> 包亚明译.社会资本与社会炼金术——布迪厄访谈录[M].上海：上海人民出版社，1997年。

<sup>128</sup> 詹姆斯·S·科尔曼.社会理论的基础（上）[M].北京：社会科学文献出版社，1999年。

<sup>129</sup> 罗伯特·D·普特南.使民主运转起来[M].南昌：江西人民出版社，2001年。

“法律不只是一整套规则，它是进行立法、判决、执法和立约的活生生的人。它是分配权力和义务，并具以解决纷争，创造合作关系的活生生的程序。宗教也不只是一套信条和仪式，它是对各种超验价值之共有的直觉与献身。法律能够为社会提供一种结构、一种完型，它需要维持内部的聚合，它一贯与无政府状态为敌。宗教能够为社会提供它需要面对未来的信仰，它总是向颓废开战。”<sup>130</sup>

以现代信用社会的根基普遍信任为例：普遍信任作为社会资本的核心关注问题，其在经济发展、社会管理中具有无可替代的作用——它让行动者之间的合作成为可能。它是社会秩序的源泉、润滑剂与黏合剂。高水平的普遍信任可以促进经济增长<sup>131</sup>、高教育水平<sup>132</sup>、高经济活动参与程度<sup>133</sup>、良好的政府治理<sup>134</sup>、较小规模的地下经<sup>135</sup>以及较高的主观福利<sup>136</sup>。因此，普遍信任与整体社会的团结和

---

<sup>130</sup> 伯尔曼. 法律与宗教[M]. 北京：三联书店，1991年。

<sup>131</sup> Berggren, N., M. Elinder and H. Jordahl, “Trust and Growth: A Shaky Relationship,” *Empirical Economics*, 2008, 3(2): 251-274.

<sup>132</sup> Bjrnskov, C., 2009, “Social Trust and the Growth of Schooling,” *Economics of Education Review*, 28(2): 249-257.

<sup>133</sup> 李涛，2006，《社会互动、信任与股市参与》，《经济研究》第8期 34-35页。

<sup>134</sup> Knack, S., 2002, “Social Capital and the Quality of Government: Evidence from the States,” *American Journal of Political Science*, 772-785.

<sup>135</sup> D'Hernoncourt, J. and P. G. Méon, 2012, “The not so Dark Side of Trust: Does Trust Increase the Size of the Shadow Economy,” *Journal of Economic Behavior & Organization*, 81(1): 97-121.

<sup>136</sup> Helliwell, J. F., 2006, “Well-Being, Social Capital and Public policy:

稳定程度都息息相关<sup>137</sup>。现有的相关研究已经表明, 宗教思想有利于信任水平的提升,<sup>138</sup>同时参与日常的宗教活动、宗教服务对于居民的普遍信任有着正向的影响。<sup>139,140</sup>而霍鹏<sup>141</sup>等学者更是基于韦伯(1904)<sup>142</sup>、Fukuyama<sup>143,144</sup>(1995,2001)相关理论中“文化—信任”的相关论述构建了中国国情下宗教信仰影响居民普遍信任的传导机制。

综上所述我们可以毫无疑问地得出这样一个结论: 宗教是一种具有公共品性和生产效能的社会资本。其组织资源、信仰资源、道

---

What's New? ” *The Economic Journal*, 116( 510) :C34-C45.

<sup>137</sup> 敖丹、邹宇春和高翔, 2013, 《城镇居民普遍信任的区域间及区域内差异分析》, 《社会》第6期 161-179页。

<sup>138</sup> Norenzayan, A. and A.F. Shariff, 2008, “The Origin and Evolution of Religious Prosociality,” *Science*, 322( 5898) : 58-62.

<sup>139</sup> Mencken, F. C., C. Bader and E. Embry, 2009, “In God We Trust: Images of God and Trust in the United States among the Highly Religious,” *Sociological Perspectives*, 52( 1) : 23-38.

<sup>140</sup> Uslander, E.M. , 2002, “The Moral Foundations of Trust, Cambridge University Press.

<sup>141</sup> 霍鹏, 严如贺, 阮荣平, 2018, 《宗教信仰与普遍信任: 促进还是抑制? ——基于CGSS2012的数据分析》, 世界经济文汇, 第3期, 第78-98页。

<sup>142</sup> 韦伯, 2013, 《新教伦理与资本主义精神》, 电子工业出版社。

<sup>143</sup> Fukuyama, F. , 1995, *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity?* ( No.D10 301 c.1 / c.2) .Free Press Paperbacks.

<sup>144</sup> Fukuyama, F. , 2001, “Social Capital, Civil Society and Development,” *Third World Quarterly*, 22(1) : 7-20.

德资源凸现于任何其它非政府组织之上，它能够通过一定方式的组织网络，有效地征集一定的人力、物力和社会其它资源，并能够把这些资源成功地运用于社会服务和社会协调之中。

### （三）宗教繁荣的正外部性解释

宗教市场论在解释宗教历史问题上取得了重大成就，然而由于其理论假设等历史局限性，现在受到了越来越多的挑战。我们试图从宗教本质是公共物品、宗教发展及繁荣的根本在于持续稳定提供正外部性角度出发，给出当前宗教历史困境的新的解释。欧洲宗教衰落不在于缺乏竞争的环境，而在于欧洲中世纪天主教长达一千多年的垄断状态，由此产生的腐败和堕落，以及由宗教引发的战争和宗教教派之间残酷的杀戮，使得人们丧失了对宗教的信心。换言之，欧洲宗教背离了这一核心，在相当长的历史时期内没能为社会提供正外部性，这才不可避免的衰落了。至于美国，其在立国之初的政教分离以及没有国教的环境，使得各种宗教在美国有了茁壮成长的基础，但这并非是其根本原因，美国宗教繁荣的真正原因是其在建国之初直至今在美国社会中发挥的重要作用，持续为社会提供外部性。正如法国著名政治思想家托克维尔在《论美国的民主》一书中对此非常详尽和合理的阐述：概括来说，启蒙运动和资产阶级革命的影响、宗教精神和自由精神的契合度、政教分离作用和神职人员作用这四个方面的宗教在美国远比在西欧繁荣的原因。<sup>145</sup>而当其把宗教产品当作商品一样，在市场上单纯为了迎合消费者而和其

---

<sup>145</sup>托克维尔著，董果良译，《论美国的民主》北京：商务印书馆，1989年。

核心渐行渐远时，其衰落也是不可避免的了，近来美国宗教的衰落趋势则是其例证。

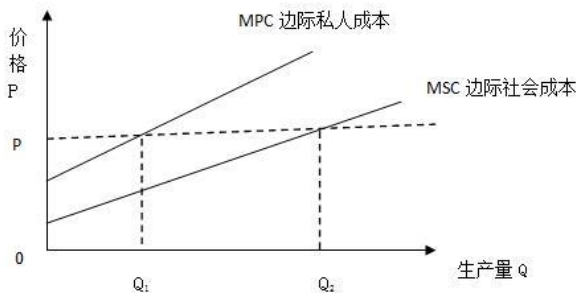
## 第二节 正外部性的供给机制

### 一、经济学中正外部性的供给机制

根据经济学的界定，外部性实际上是市场主体的经济活动产生溢出成本或者溢出收益的现象。理论上表现为市场主体的私人边际收益（MPR）与社会边际收益（MSR）或者私人边际成本（MPC）与社会边际成本（MSC）的不一致。私人边际净产值是指在生产经营活动中，市场主体每追加一个单位的生产要素投入而取得的产出增量，也可以用生产者的私人边际收益与其私人边际成本相抵后的净收益表示；社会边际净产值是将构成社会的所有市场主体看成是一个整体，整个社会在经济活动中每追加一个单位的生产要素投入所获得的产出的增量，或者说是社会边际生产成本与社会边际收益的差额。如果把个别企业的投资当作社会总投资的一部分，假设私人边际净产值之和与社会边际净产值相等，则社会资源配置必然实现了最优化。但现实生活中，由于市场主体的经济活动相互联系、相互影响、相互制约，资源或生产要素的功能也存在多样性，因此边际私人净产值与社会边际净产值总是表现为不一致，在很多情况下某一市场主体的经济活动会给其他市场主体带来额外的收益或损失。

如果把某一市场主体的经济活动对社会造成的正面效应称为社会边际收益，把负面效应称为社会边际成本，那么除市场主体在经济活动中获得相应的私人边际收益之外，其他人也因此获得额外收

益，即市场主体的经济活动给其他人带来正面效应，那么社会边际收益就大于私人边际收益，这时市场主体的生产活动存在外部经济（正外部性）。如下图所示，私人边际收益小于社会边际收益（ $MPR < MSR$ ），亦即私人边际成本大于社会边际成本（ $MPC > MSC$ ），该企业产量小于最优产量。个别企业正外部性的存在，导致该企业产出太少，资源投入不足。而社会其他市场主体产出过剩，社会资源对该企业的配置不足，资源配置出现低效率现象。如果某个产业部门（如农业部门）私人边际收益社会边际收益，则这个产部门就存在资源利用不足，资源配置低效率的情况。也就是说，由于私人边际成本大于社会边际成本使得正外部性的供给往往不足，如图中所示市场供给产量  $Q_1$  小于市场需求量  $Q_2$ 。



正外部性对资源配置的影响

图 4-3 正外部性对资源配置的影响

## 二、宗教正外部性供给的自发机制

通过上述讨论我们发现欧洲天主教衰落的原因是人们对其信心的丧失，背后与的原因则是由于天主教腐败等系列原因，不能为社会提供正外部性，而美国宗教繁荣的主要原因则是其在人们社会活

动中的积极参与，不断为社会提供正外部性。然而，根据经济学的经典理论，正外部性的供给通常是不足的，<sup>146</sup>进而导致“公地的悲剧”抑或“三个和尚没水喝”。而维持宗教持续提供正外部性、持续利他背后力量源泉是什么呢？

### （一）正式机制：制度性安排

**教会思想的内在要求：**伴随着人类社会发展的漫长历程，不同国家、不同民族、不同时代产生的宗教多种多样、成千上万、各具特色，但不管是哪一种宗教，作为社会的一员，它的存在与发展始终离不开社会。适应社会、服务社会是宗教生存发展的关键所在、生机之源、普遍追求。

服务社会是宗教的普遍特质。古往今来，举凡宗教都有扶危济困、利益人群、服务社会的鲜明特质。这种特质，体现着各宗教信仰和价值的精髓，倡导了济世行善的主张。如佛教主张“庄严国土、利乐有情”；道教主张“齐同慈爱、济世利人”；伊斯兰教主张“两世并重、两世吉庆”；基督宗教主张“作光作盐、荣主益人”，等等。这些体现宗教核心价值的思想，一旦外化为广大教徒具体社会行为，就构成了宗教服务社会的生动实践。

服务社会是宗教传承的内在需要。服务社会既是宗教信仰的内在要求与具体见证，也是宗教自身传承与发展的必然需要。宗教源于社会，植根于社会，也必须始终服务于社会。以基督宗教为例，服务是教会作为基督身体的表现；与此同时，基督宗教的社会服务，

---

<sup>146</sup> 根据经济学的理论，一项活动存在正外部性时，社会获得的边际收益会大于授予者私人的边际收益，因此授予者就存在提供不足的现象。

也是教会成长的重要因素，如果教会失去了这种见证，也就失去了自身成长的凭借。可以说，积极服务社会，是宗教信仰的生动见证，也是宗教不断适应社会、实现自身发展的重要途径。遵循宗教的教义与教规，因应时代和社会的需要，自觉服务社会已经成为各宗教主动担当社会责任的优良传统。佛教大力弘扬佛陀“无缘大慈、同体大悲”精神，形成了护国利民、济贫救苦、广作饶益的优秀品格。基督宗教践行“非以役人，乃役于人”的经典理念，服务社会历经2000多年而不衰。伊斯兰教一直十分重视赈济贫困，服务社会是其重要的价值主张。以1993年世界宗教会议通过的《走向全球伦理宣言》和2000年“宗教与精神领袖世界和平千年大会”通过的《和平宣言》为标志，“积极服务社会、担当时代责任”已经成为世界宗教界的普遍共识和自觉行动。

**教会税：**欧洲的教会税是个“骨灰级”税种，由古老的“什一捐”演变而来。在世纪教会势力行于欧洲时期，“什一捐”开始被欧洲教会法所规范。“什一捐”的税收强制性特征由此发轫。这是向教会捐献由自愿到强制征收的一个重大转折。后来，“什一税”逐渐获得欧洲世俗法律的支持，成为一种真正意义上的税收。教会税是对教会成员征收的一种税，由于与宗教有着密切联系，在各国的税法体系中往往显得很独特，目前主要存在于部分欧洲基督教新教国家，如德国、瑞士及瑞典、芬兰等北欧国家。在德国、瑞士、奥地利由于政府与天主教和新教教会签的条约有教会税。教会税是所得税的百分之九左右。而且，在弥撒可以捐款。别教会的会员通常自愿地付款。在德国，教会税的纳税人为天主教会和福音新教的信徒，这两个教会的信友约占德国总人口的70%。德国教会税的税率为个人所得税应纳税额的8%-9%，由雇主代扣代缴。教会税是

附加税，由财政部门收取后直接返还给教会。德国教会税收入每年大约有七八十亿欧元，其中在册信徒人数最多的科隆教区，2011年的教会税收入超过了7亿欧元。

在开征教会税的国家，人们可以自愿选择是否缴纳教会税，不论是否是教徒，前提是要在户籍上注明自己的信仰，否则在大多数情况下将被默认为教会税的纳税人。缴纳教会税的人可以享受包括圣诞礼仪、弥撒、傅油等圣事，还可以在教堂举行由神职人员主持的婚丧嫁娶活动，无需再另行奉献。不过，缴纳教会税并不意味着他们就是资深教友，因为他们中的大多数很少去教堂，只有重要的节日弥撒、洗礼、坚振、结婚、葬礼等不得不行的圣事才“光顾”教堂一次。当然，如果不是教徒，也可以向教堂捐款，奉献的钱还可能由于慈善的原因在税前扣除。比较有趣的是，冰岛不但对福音路德教教徒征教会税，而且对非教徒或其他非主流宗教团体的成员课征一笔与教会税等额的文教捐与教会税的计税方法相同，用之于国民教育。换言之，不缴教会税，就纳文教捐。

## （二）非正式机制

**志愿者的自愿行为。**根据经济学的理论，一种行为产生的正外部性，从正外部性与行为本身的关系来看，可以表现为两种情形。一种是正外部性直接与行为本身相关联，外部性承受者从外部性中得到的效用与行为者相同，或者说外部效用与内部效用是同一种类效用。这时，行为者可以从量上对外部效用与内部效用以其自身的效用评价准则作出直接的比较以决定是否愿意发生该种行为。例如住在底楼的你在自己家门口安装一盏照明用的灯，这项行为产生的正外部性与你所安装的灯是直接关联的，外部性承受者如二楼、三

楼的住户从外部性中得到的效用与你自身从装灯行为中获得的效用是一样的。如果经过比较你认为外部效用大于内部效用而觉得不合算，你就可能不会去安装这盏灯了。另一种情形是正外部性与行为本身间接地相关，外部性承受者从外部性中得到的效用与行为者从其行为中获得的效用不完全相同，或者说外部效用与内部效用属于不同种类的效用。这时，行为者不容易直接地对外部效用与内部效用做出比较，或者根本就没想到去比较，因而**行为的发生与否往往与外部性无关，而是仅仅取决于其内部效用**。例如，在一项接受教育的行为中，其外部效用与内部效用是不同的。内部效用主要表现为接受教育者获得的知识及其对其日后选择就业机会的影响，而外部效用则体现为整个社会因行为者接受了教育而获得的其他方面的益处，如整体国民素质的提高、犯罪率的下降、劳动生产率的上升等等。显然，行为者在选择是否接受教育时是不会受到这类外部性的影响的。再例如，在事业成功者给家乡捐建一所学校或捐修一条马路的这种行为中，行为者与外部性承受者得到的效用也是不同的。外部性承受者很显然是得益于捐建的学校或捐修的马路，而行为者的效用则是来自于捐赠行为本身。它可能是为了显示行为者的成功，也可能是为尚留在老家的亲戚们“添置”受人尊重的资本，或干脆就是一种“积德”行为。在这个例子当中，行为者是否发生捐赠行为同样也不是取决于行为的外部性——学校和道路的效用的多少，而是取决于其内部效用的大小。

由于外部性的存在，行为者的行为所产生的效用实际上是无法全部内在化的，这样有可能会产生两种结果一种结果是行为者停止其会产生正外部性的行为，另一种结果则是行为者继续做出其行为并且是按照对其自身效用的评价来选择其行为水平的。前种结果一

般是在行为者意识到了其行为存在正外部性而且感到外部效用远远超过行为者可以获得的内部效用的情况下才有可能出现。而后种结果的出现则可能是因为行为者并没有察觉其行为会产生正的外部性，或者虽然察觉到了但外部性相对于内部效用而言微不足道或不可比较。

而宗教的外部性显然属于后者，宗教的信徒很多时候往往是不考虑外部效用的，他们更多在乎自己内心的满足，他们对自身的行为更多认为是与生俱来的使命，他们所做的一切都是为了荣耀神。基督徒在世上的使命就是行使“盐”和“光”的功用：像盐一样，渗透到各个领域中去；像光一样对这个时代发出光照、引导的作用，信仰的大光要照亮每一个地方。<sup>147</sup>马丁路德说：“整个世界都是我的修道院。”换句话说，他认为信仰不是躲在教会中、角落里，而是要把信仰带到社会中间，对整个社会产生影响。加尔文以上帝的主权建立了日内瓦。日内瓦由一个罪恶之城，成了上帝之城，日内瓦大学更成了“自使徒时代以来世界上最完美的基督教学校”。

### （三）宗教自发供给机制解决了正外部性供给不足的问题

对于正外部性供给不足的问题，经济学的解决方案是政府介入，对生产正外部性的个体给予适当的补贴，使其私人收益等于或接近于社会收益。然而对于公共物品而言，政府履行职能的前提是以社

---

<sup>147</sup> 语出马太福音 5:13-16：耶稣对门徒说：“你们是世上的盐。盐若失了味，怎能叫它再咸呢？以后无用，不过丢在外面，被人践踏了。你们是世上的光。城造在山上，是不能隐藏的。人点灯，不放在斗底下，是放在灯台上，就照亮一家的人。你们的光也当这样照在人前，叫他们看见你们的好行为，便将荣耀归给你们在天上的父。”

会福利的最大化为目标，并且政府指导消费者个体的效用函数或对公共物品的需求。然而，一般来说政府无从得知个人对公共物品的需求信息。市场机制就是死人物品个人偏好的显示机制：每个人根据市场价格调整自己的消费数量和消费结构，市场可以解决私人的生产和供给问题，但是个人不能调整公共物品的消费数量（国防、道路、宗教），因此不存在一种像市场机制那样的公共物品的偏好显示机制。因此政府对正外部性供给不足的问题往往也无能为力。

但宗教的自发供给机制很好地解决了这个问题，由于宗教本身思想和制度的安排使得宗教正外部性的供给具有强制性，同时由于怀有强烈的是使命感，宗教信徒的个人边际收益往往远大于社会边际收益（或者说边际社会成本小于边际私人成本），这样使得最终宗教服务的功能往往大于社会需求量。

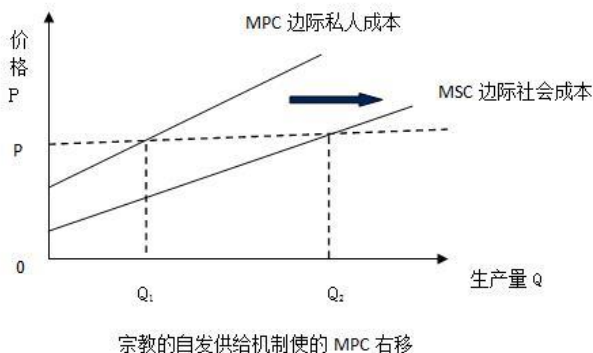


图 4-4 宗教的自发供给机制对正外部性曲线的影响

## 第五节 宗教外部性论小结

### 一、宗教正外部性的核心观点

(1) 宗教的本质不是私人物品，而是公共物品，同时具有非竞争性而非排他性。因此公共物品与私人物品的最优数量的决定不同，私人物品的最优标准是每个消费者的边际利益等于边际成本，而在公共物品的最优数量是由每个消费者的边际利益之和等于边际成本决定，其根本原因是由于消费的非竞争性的区别。宗教作为公共物品，市场的竞争理论在解决其均衡问题是往往面临“失灵”风险。

(2) 对宗教人员的区分：消费者、索取者、供给者。而宗教市场论只能解释消费者和索取者的需求，无法对宗教供给者的行为给出有效解释。

在宗教市场论中，斯达克简单的将宗教市场简单的分为宗教产品的供给者——教职人员和消费者——一般信徒。按照宗教市场论的假定，消费者的需求很稳定，因此宗教变化主要是供应方面转变的产物。如果一个宗教市场是无管制的，它会倾向于多元；宗教多元主义就会导致宗教组织之间的竞争，提高宗教商品的质量和数量，最终能引发更多的宗教消费，宗教就会繁荣起来。就斯达克的研究而言，他只简单地将信徒看作宗教产品的消费者，正如个人对商品的需求。但实际上，根据信徒看待宗教的态度，可以将信徒分为两类：宗教产品的供给者和宗教产品的消费者。第一类信徒通常而言比较虔诚，认同宗教的核心理念，同时也会热心捐助、积极参与教会的各种活动，为大家提供各种丰富的宗教活动及宗教产品。另外，这些信徒往往也更热衷于社会公益与慈善，举办各式各样的非公益

组织；同时，这些信徒往往热衷于传教，积极推动宗教的发展。事实上，宗教的教职人员相对于信徒而言往往占据很小的比例，第一类虔诚的信徒才是宗教产品供给的主要力量，而第二类信徒才是斯达克宗教市场论中的宗教消费者。

另外，宗教市场论还忽略了第三类信徒——索取者。这类信徒本身对自己所“信仰”的宗教并不了解，甚至不知道教义。他们有的人只是因为出生时的家庭社会的宗教环境罢了。他们皈依该宗教、参加宗教活动的动机或是出于社交目的，<sup>148</sup>或者纯粹是一种社会文化罢了（如在教堂举办婚礼、洗礼等）。

（3）宗教持续发展的原因是持续提供正外部性，评判宗教繁荣与否的标准是正外部性供给能力的大小，即公共物品和服务提供的能力。宗教作为公共物品，根本在于以零边际成本向人们提供收益或效用，而且没有人被排除享用消费的权利。因此评判宗教繁荣与否的标准应该是宗教对社会福利的改善程度，而不是信众人数、强调信教人的正外部性而不是看其是否去教会。事实上，在一些拥有广大信众、宗教氛围浓厚的国家，所谓的宗教“繁荣”并没有很好地改善社会福利。以菲律宾为例，该国同大多数亚洲国家不同，菲律宾人是亚洲人种却不信佛教，也不信伊斯兰。全国超过 1 亿居民，其中 85% 信奉天主教，就是说有八千多万居民信奉天主教，菲律宾也就成为亚洲天主教徒最多的国度。菲律宾作为“亚洲唯一的天主教国家”，因此菲律宾是东南亚国家中受基督教影响最深的国家。菲律宾受美国的影响，采取政教分离政策。尽管如此，菲律宾的宗

---

<sup>148</sup> 例如很多美国、加拿大的华人移民加入教会的原因就是因为是在教会里能获得关怀和认同，其本身并不认同基督教或天主教的教义。——作者注。

教尤其是基督教，对于政治的影响却是非常重大的。由于国会议员大多为基督教，所以政府的每一项议案的提出与执行，均要认真考虑教会的态度。一般的政治会议开始时都有神父进行说教。即使是总统的就职誓词，最后也要加上一句“愿上帝保佑”。但庞大的信徒群体及浓郁的天主教文化并没有对当地社会产生什么正外部性，相反的是，当今的菲律宾正如一位驻菲律宾记者观察到：“贪污腐败铺天盖地腐蚀着这个国家，扼杀了任何信仰和希望，道德的毁坏已发展成为一种完整的腐败文化。”而天主教会对此的态度却是漠视和容忍，甚至在某种程度上助长了腐败的势头。这样的例子还有很多，东正教的希腊、罗马尼亚，佛教的泰国、印度教的印度等等，莫不是宗教“繁荣”的国度，但显然宗教的繁荣并没有给社会带来正面的影响，并没有发挥其正外部性。因此对于宗教繁荣的评判标准决不能是其教徒数量上，而在于其对社会福利函数的改善程度上。

(4) 决定宗教持续提供正外部性能的机制是宗教有正外部性的自发供给机制。由于宗教本身思想和制度的安排使得宗教正外部性的供给具有强制性，同时由于怀有强烈的是使命感，宗教信徒的个人边际收益往往远大于社会边际收益（或者说边际社会成本小于边际社会成本），这样使得最终宗教服务的功能往往大于社会需求量。这很好地解决了正外部性供给不足的问题。因此能够更好提供正外部性的宗教往往能够得到更好的发展，由清教徒建立的美国，宗教从始至终在社会中发挥着重要的作用，为社会免费提供各种服务，因此其繁荣也就不足为奇了。

(5) 正外部性论的外延：宗教往往还能提供宗教产品之外的正外部性，这是正外部性的一个外延，广义的正外部性。如前文所言，

宗教持续发展繁荣的原因在于持续提供正外部性，除了为信徒提供宗教产品，宗教还积极参与社会活动，为非信徒提供各种社会服务。另外，经济学中的正外部性，在社会领域有着更为深刻的含义。经济学中的正外部性指的是不能为社会计量的对他人的福利。<sup>149</sup>事实上生活中的大量的不能为市场有效计量的非市场交易——外部性。每个人的行动都有如投石入水泛起的阵阵涟漪，给他人带来无穷无尽的外部性。比如，一名男子因熬夜看世界杯早上上班迟到，没有赶上老板的会议。老板因此心情败坏，于是公司破产，这又导致同僚失业，使其家庭不和睦……当然，如果一个人出门时神采奕奕这又可能会给别人带来一连串的正外部性。有经济学家把这种现象比喻为“蝴蝶效应”或“混沌效应”。由此看来，所谓“外部性”可以归纳为更广义的“不确定性”的一个类型。正如现实世界中我们无法彻底消灭不确定性，要想消灭所有外部性问题也不可能。负的外部性将导致一系列意想不到的社会灾难，谁也不曾想一个小小的泗水亭长的“大丈夫当如是”的念头将来会毁了不可一世的大秦帝国，<sup>150</sup>一个年轻小贩抗议粗暴警察自焚的视频会引发横扫阿拉伯世界的革命，一个个中东政治强人从此走下政治舞台，或身陷囹圄、或暴尸街头。<sup>151</sup>相反，正外部性则是提高社会福利、促进人类进步

---

<sup>149</sup>事实上虽然近年来有很多技术在试图计量正外部性，但很多正外部性涉及到人的效用——人的心理主观感受，无法有效计量及比较。——作者注。

<sup>150</sup>秦末农民起义浪潮中泗水亭长刘邦率领的起义军最终取代秦朝建立汉朝政权。——作者注。

<sup>151</sup>阿拉伯之春：2010年12月17日，26岁年轻人穆罕默德·布瓦吉吉因经济不景气而无法找到工作，在家庭经济负担的重压下，无奈做起小贩，期

的不竭动力。身处互联网时代的我们离开了网络就仿佛被丢回到远古时代那般手足无措，但互联网的发明人蒂姆·伯纳斯·李在日内瓦的欧洲粒子物理实验室里开发出了世界上第一个网页浏览器后却将互联网免费推广到世界各地，发明发电机的特斯拉也没有向我们用电收取专利费。<sup>152</sup>事实上，我们社会得以正常运转、进步的原因正是因为有正外部性的持续提供，邻居的和善、朋友的帮助、老师的谆谆教导……，乃至我们极力倡导的构建文明社会其底层就是正外部性。而在社会文化中居于重要地位的宗教，正是正外部性持续提供的一个重要的不可或缺力量，这是宗教正外部性论和宗教市场论的最根本意义上的区别所在。

## 二、宗教正外部性的时代变迁

综合我们上述的分析，宗教对于社会的正外部性主要体现在具有正外部性的免费保险（个人信念重建）、不收会费的俱乐部（社会化与社交功能）、宗教慈善、强化社会资本（整合功能、维系功能）。一言以蔽之，就是提高社会的福利水平，改善人们的福利函数。然而，随着时代的变迁人们的效用函数或者偏好是不断变化的，显而易见的是今天的人们和一千年前人们的喜好肯定有很大的不同，

---

间遭受当地警察的粗暴对待，抗议自焚，不治身亡。视频在网上转发后引发全国性抗议，进而蔓延到整个阿拉伯国家，引发地区持续动荡直到今天。——作者注。

<sup>152</sup> 会有人反驳说是爱迪生发明了发电机，但他发明的是直流电发电机，而我们今天广泛应用的交流电发电机发明者是尼古拉·特斯拉。

<sup>153</sup>其中一个很重要的因素是人们的价值观发生了很大的变化。斯达克所言人们对于宗教的需求是稳定的，其判断则是基于宗教是对未来不确定的“补偿物”的判断：由于未来世界的不确定性，人们需要一个确定性的指引，以此获得继续向前的动力，然而这一前提当今已经悄然发生改变。基于科技的进步，当今人们足不出户就能知道天下大事，用手机搜索一下就能知道未来几天的天气是否适合外出旅行，这个时间段的路程是否堵车……确定性这一概念对于人们的吸引力越来越小，正相反当今社会更多的是“活在当下”抑或是今朝有酒今日醉式的“混生活”。这当中有文化思潮的变化，文化启蒙、女权运动、性解放、嬉皮士……也有科技进步带来的影响。例如，宗教的社会交往作用在互联网普及的今天似乎显得越来越弱，越来越多的人选择在网络上聊天、晒图片、给被人点赞，而不愿意走出家门哪怕去跟朋友喝杯咖啡。并且随着社会保障体制的日益完善、公益组织体系日臻成熟、网络筹款公益平台的逐渐普及，宗教慈善的传统方式也似乎逐渐受到了挑战。所有的这些都在表明，宗教提供正外部性的群体偏好正在发生变化，一如欧洲中世纪发生的那样，所以能否很好地为社会持续提供正外部性、更好地改善社会福利，这是摆在当今宗教面前的一个问题。

---

<sup>153</sup> 当今天球迷为自己支持的球队晋级而狂欢时，几百年前的人们估计是不能理解的，当然那是足球还只是一项贵族运动。——作者注。

## 第五章 功利的教会与无私的企业

### 第一节 欧洲教会的衰败与公司的兴盛

典雅凝重的圣保罗教堂，坐落在民风传统的英国城市布里斯托尔的波特兰广场。这座 18 世纪的国教大教堂已被闲置了 15 年（历经失火、人为破坏及自然风化的洗劫），今年夏天它将重新开放。开放后，这个昔日人们跪拜祈祷的圣地，将成为马戏学校的新手们在紧绷的钢丝上练习后空翻的场地。

圣保罗教堂教区前居民莫利·亨利对教堂的衰落感到悲伤，教堂关闭前，亨利夫妇一直是教堂的常客，亨利太太表示很高兴看到教堂又被使用，哪怕是用作杂技训练场也好。

还有很多教堂因年久失修，无人问津，最终只得改作它用，成为住宅、剧院、办公楼、饭店、美术馆、展览馆、演出场地、博物馆、夜总会、攀岩中心。布莱顿的一些酒吧，伊普斯威奇的一家旅游信息中心和格拉斯哥的一所风笛学校，以前都是教堂。

统计数字表明，2001—2002 年间，英国国教教堂关闭的数目有所上升，在过去的 10 年里，每年平均都有 40 座教堂关闭。也许相对于 15000 座国教教堂而言，这不算什么，但是这一数字正在快速增长。其它教派的教堂也面临着同样的损失。基督教新教卫理公会教派在英国有 6300 多座教堂，1992—2001 年，就有 532 座被关闭。据估计，今后会有更多的教堂被冷落，教堂保护托管会（该组织是一个独立的、主要由政府资助的机构）主任凯瑟琳·卡丽斯指出：

“可能千禧年的到来使人们的心理发生转变，人们开始想：我们真的需要这些建筑吗？或者我们的信仰方式是否要有所改变？”。

牧师短缺促成了教堂的关闭。19世纪40年代，圣保罗教堂所在的教区仍然供养着三个大教堂。但是，曾经人口稠密的市中心经历二战后，人口急剧缩减。当年的3个教堂，两个已经关了，其中圣威勃格教堂很快就成了攀岩中心。虔诚的教徒马格利特·福特说：“尽管地方当局已尽了全力，但因教徒人数太少，教堂难以为继，经营攀岩中心使建筑得以维持。”

虽然牧师短缺促成了教堂的关闭，但是教徒的减少无疑是导致教堂关闭的最主要原因。在过去的一百年里，全世界基督徒总数几乎翻了四倍，从1910年的6亿增长到2010年的20亿。但是，世界总人口也在快速增长，从1910年的约18亿增长到2010年的69亿。但基督徒在世界总人口中的份额为32%和一个世纪之前的份额35%相差无几。然而，表面上的一致掩盖了一个重大变化。尽管欧洲和美洲仍然是世界63%基督徒的生活地，但这个份额已经比1910年的93%少了很多。而且，欧洲和美洲基督徒占总人口的比例也在下降。作为一个整体，欧洲信徒占地区总人口比从1910年的95%下降到2010年的76%，美洲从1910年的96%下降到2010年的86%。相反，基督教在撒哈拉沙漠以南的非洲和亚太地区获得了极大发展。在20世纪初，这些地方基督徒数量相当少。在撒哈拉沙漠以南的非洲，基督徒在总人口中的份额从1910年的9%攀升到2010年的63%。在亚太地区，基督徒的份额从1910年的3%增加到2010年的7%。

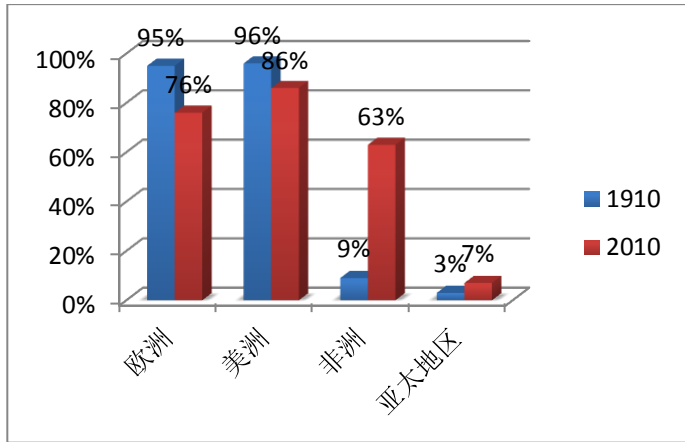


图5-1 1910年与2010年基督信徒占区域总人口比重

资料来源：《全世界基督徒规模与分布的报告》

欧洲基督信徒占总人口比大幅下降的同时挂名基督徒占比不断提高。在宗教改革的发源地德国，据统计 2009 年注册登记的德国基督徒近 5000 万，其中天主教徒 2490 万，基督教徒 2420 万。然而，很多德国基督徒信仰冷淡，只是名义上的基督徒。据悉，德国固定出席教堂弥撒的天主教徒约占 13%，而固定上教堂的基督教徒只有 4% 左右。由于上教堂的人越来越少，近年来一些教堂合并，不少更被迫关闭转作其他用途也就不足为奇了。

西方文艺复兴之前，人们生产生活的一切活动围绕教会展开，文艺复兴之后，教会在人们生活中的地位日渐衰微。与之相对，另一种组织形式悄然兴盛，经过几个世纪的演变，已经成为介于国家和个人之间、在各个领域都极具影响力和支配力的社会性组织：促进自由公平的竞争、建立和完善法治社会、推动科学技术的进步、提高社会的文明程度、改变人们的生活方式和彼此间关系、改变国与国之间合作与竞争的方式——这就是公司。

从历史的大本钟第一声长鸣，人类踏上了新的一段征程。公司就在这一声一声的钟响中诞生。从罗马集市到美国华尔街，从个体经营到股份上市。公司跨越地域，文化，种族，联系了世界、时间、个人，使一切皆有了可能。

公司无处不在，它无时无刻不在创造着属于它的奇迹、属于国家的奇迹、属于世界的奇迹。公司强则国强，公司的力量是国家力量的重要标杆。据统计，中国中小企业数量已达到 4200 多万家，占全国企业数量的 99.8%。其创造的最终产品和服务价值相当于国内生产总值的 60%左右，提供了全国 80%的城镇就业岗位，上缴的税收约为国家税收总额的 50%。在繁荣经济、推动创新、扩大出口、增加就业等方面发挥了重要作用。公司已经深入到经济社会和人民生活每个角落。

今天，公司在我们的生活中随处可见，它不仅创造了财富的积累、提供了就业岗位、增加了国家税收，它更服务于我们的生活甚至是前瞻性的引领与改变我们的生活方式。腾讯是当今中国互联网公司的翘楚，它开发的 QQ 与微信已然改变了中国人的沟通习惯和生活方式。消费者通过微信沟通交流、支付账单、叫车和购买婴儿用品；该平台上的月活跃用户达到 9.38 亿。目前，微信正在进军职场：超过 2,000 万用户通过企业账户请假或申请报销。这样庞大的需求量决定了这将在中国是一项非常有意义的服务。引导中国人的生活观念走进“共享”思维的摩拜单车，自 2016 年成立以来，摩拜在全世界 100 个城市种用户已经超过 1 亿。据估计，摩拜单车自创立以来，用户骑行里程已超过 25 亿公里，减少了 61 万吨二氧化碳排放。

从市场的产生到市场经济的发展，从个人的梦想奋斗变成集体组织的价值实现，公司一直在我们生活中扮演着重要的角色，不仅仅是提高了自身产品产生的效率，更是提高了每一个人的效率，使世界进入了飞速发展的轨道。

公司让一切人类所能看到的、想到的均有了价值。与教会的日渐衰败相对，公司兴起又不断走向繁荣，对于公司存在的意义，很多人都给出了自己的评价。美国华盛顿大学企业研究中心主任默里·韦登鲍姆说：“如果没有组织的商业活动，就不会有现代社会，就无法获得大多数的商品和服务，无论是公共事业、电力供应、信息通讯、银行体系，还是产品”。清华大学经济管理学院院长钱颖一曾说：“公司在现代社会的意义，不仅影响到我们的经济利益，影响我们的环境、我们的生活质量，而且还影响到很多社会公益方面的问题”。德国管理学家赫尔曼·西蒙认为，历史上几乎所有的重大革新都是在公司，而不是在国家层面产生的。日本创业者商学院院长大前研一指出，通过被雇用，我们获得生活所需的费用，成就自己的人生，养活自己的家人，这些钱是从公司那里获得的。法国巴黎高等商学院院长伯纳德·拉马南楚阿说过：“对于一个国家、对于一片大陆、对于整个世界，公司是创造财富的主要参与者之一”。

企业在社会经济活动中的作用我们不难看出，企业就好比国民经济的细胞，中国的国民经济体系就是由数以百万计的不同形式的企业组成的，千千万万个企业的生产和经营活动，不仅决定着市场经济的发展状况，而且决定社会经济活动的生机和活力，在社会经济生活中发挥着巨大作用。那么，企业作为行为主体，它走向繁荣

的背后逻辑是什么？与中世纪的教会组织相比，两者是否存在本质上的差异？

## 第二节 经济理论中理性人的假定

西方经济学理论分析的逻辑起点就是关于经济行为主体的假设，理性人是一个针对人性与人类行为进行分析的概念。一百多年来的经济学发展，大致可以看作是一场“经济学中的理性主义”运动，即以理性人理性为核心的理论拓展。

首先，古典经济学把理性人界定为个体利益至上的“自利主义者”，“自利性”是对理性人属性的基本假定。对理性人自利性的解释始于斯密的《国富论》。斯密认为“每个人都力求运用他的资本，生产出最大的价值。一般而言，他既不打算促进公共利益，也不知道促进多少。他只考虑自己的安全，自己的所得。正是这样，他被一只看不见的手引导，实现着他自己并不打算实现的目标。通过追求他自己的利益，他常常能够，与有意去促进相比，更加有效地促进社会的公益！”在追求自利这只“看不见的手”指引下，不仅个人能够实现自身的最大利益，而且“他们各自追求各自的利益，往往更能有效地促进社会的利益。他们如真想促进社会的利益，还往往不能那样有效”<sup>154</sup>。基于亚当·斯密的描述，新古典经济学认为这种理性、自利和彼此独立的“理性人”在看不见的手的引导下，

---

<sup>154</sup> 亚当·斯密：《国民财富的性质和原因的研究》，商务印书馆，1981年版，第421页。

能导致个人和整体社会福利水平的最大化，经济学被发展成为一种“伦理不涉”的实证科学。

理性人行为模型是一个什么概念呢？简单地说，理性人要有一个明确的偏好。然后，在给定的约束条件下，该人总是追求自我偏好满足的最大化。如果是生产者企业也是如此，在既定的价格和生产能力约束下，追求利润最大化的生产行为。理性选择理论把行为模型化为一个行为者在信息和物质约束下最大化其偏好函数。

### 第三节 教会与企业都是“理性人”

#### 一、理性人的企业

确如亚当斯密的理论所指，企业是追求利润的组织，它按照顾客的需求组织生产，提供工作岗位，购买来自其他企业生产的中间产品，这一切的经济活动，都因为企业对于利润的追求而产生。企业需要为产品定价，其实质是为了实现整个经济活动的有序运转。逐利的企业在看不见的手的引导下，自利的行为产生了利他的结果。市场经济活动的顺利进行离不开企业的生产和销售活动，否则市场就成了无源之水，无本之木。因此，企业的生产和经营活动直接关系到整个市场经济的发展。社会经济活动的主要过程即生产和流通，企业是其直接的承担者，都由企业承担和完成。离开了企业，社会经济活动就会中断或停止。企业的生产状况和经济效益可直接影响国家的经济实力的增长、人民物质生活水平的提高。企业是社会经济技术进步的主要力量。企业在经济活动中通过生产和经营活动，在竞争中不仅创造和实现社会财富，而且也是先进技术和先进生产

工具的积极采用者和制造者，这在客观上推动了整个社会经济技术的进步。

## 二、理性人的教会

我们很容易把企业视作追求利益的理性人。那么教会呢？其中世纪的逐利行为暴露了它的本质。只不过与普通的企业相比，它贩卖的不是普通商品，而是权利，用对上帝独家的代理权，将信仰与信徒做交易，获得最大化的政治权利、土地甚至是赤裸裸的金钱。

我们完全可以对中世纪教会经营进行类似企业的成本收益核算。由于教会成立就被赋予了独家垄断的宗教解释权，这完全可以被视为零成本的初始禀赋或者极低的固定成本，其可变成本仅仅是维持日常运营的人员开支和场地费用。显然，气势宏伟的额教堂，需要大量的资本修建和维护，为腐败的教皇和其下属神职人员支付薪水也确实是不小的开支。

为此，与一般企业无异，教会需要有高收入来源才能平衡它的高成本，中世纪的教会收入来源方式具体有：

### （一）“收门票”

收取瞻览圣物的入场费。教会也把握着拟定圣地和忏悔方式的权力，趁机向朝圣者收瞻览真实性成疑的圣物的入场费。当时这些真实性成疑的“圣物”的种类五花八门，从 Constantine (第一个罗马帝国基督教皇帝) 的母亲在公元 326 年带回来的耶稣十字架的木片到耶稣基督的摇篮、诺亚方舟到 St. Michael (天使)翅膀的羽毛。Frederick I, Crown Prince of Saxony (1423 年，德国北部的王子) 传说就拥有一个超过十七万文物汇集，据说包括了摩西的“燃烧

的灌木丛，三十三段耶稣十字架的木片，以及一些从耶稣的马槽里的秸秆。从这些文物的入场费让 Frederick I 建起了一座大教堂、一座城堡和一所国立大学。

## （二）“卖信仰”

神父凭借其拥有与上帝的特殊关系，用收费形式，额外为普通人行执行某些宗教仪式：例如祈祷，禁食和讼读圣经。最有利可图和最受争议的是赎罪券的销售，这是一个荒谬的交换系统。神父凭借其拥有与上帝的“特殊关系”，用收费形式，额外为普通人执行某些宗教仪式，例如祈祷、禁食和讼读圣经。最初的形式是，教宗为一个人的罪发放授免证书。此证书的目的是要消除一个人部分或全部的罪。后来演变成，人人都用钱来减免在地狱受刑的时间。虽然教会从未正式明确指示，但许多神职人员却引导大家只由需通过购买足够赎罪券就能得到救恩。

## （三）“卖职位”

用价高者得的方法来出售教会职位，完全不计较买方的宗教背景或教义对神职人员的要求。买卖神职、行贿受贿也是教廷发财致富的重要途径。买卖圣职的现象在教会中始终存在，世纪达到了肆无忌惮的地步，设官不是为了宗教事物的需要，而是把它作为一种生财之道，教廷还为此成立了一个专门机构。据估计，1521 年有 2000 多个神职可以用金钱买到。<sup>155</sup>教会组织的日常经营中获利最大的就是教皇及其下属的神职人员，神职人员不再是被选择为上帝传福音的信徒，而是一种社会职业，就如今天大多数的社会工作一样，

---

<sup>155</sup> 误于崖,齐世荣,世界近代史上卷,北京:高等教育出版社,2001.

一旦拥有职位本身附加的垄断收益时，人们愿意为了得到工作机会花钱“走后门”便也是人之常情了。

揭开中世纪欧洲教会虚伪的面纱，它确实是一个唯利是图的逐利者，逐利经营的行为是引发欧洲中世纪宗教改革的导火索。

#### 第四节 不完全的理性人

如果仅仅套用经济学理性人的假设，定义教会与公司的本质，显然不能解释欧洲教会与企业两种截然相反的命运。中世纪欧洲教会采用自利理性的经营模式，为何导致教会的垄断权威被推翻，地位日益衰败。但采用同一套行为逻辑的企业，却在看不见的手的指引下，创造了巨大的社会财富、不断走向繁荣。为此，我们必须追本溯源，探究教会的本质应该是什么？

##### 一、教会的“本质”：正外部性提供者

圣经旧约与新约给出了明确的界定，“教会”这个字原本的意思是召聚集。在旧约中教会是指一群被上帝拣选的以色列民或他们的聚会；从新约的发展来看，可以延伸解释为「是一群被上帝救赎出来、归属基督、同心敬拜，并在爱中交往的基督徒」。其后发展的罗马天主教和基督教对于教会的主要性质的看法也不尽相同。天主教认为教会的本质是外在的、有形的组织。严格地说，教会只包括神父等的特权阶级，此外更有主教、大主教、红衣主教及教宗等。他们称这班特权阶级的人为“教导的教会”；称一般普通的信徒为“受教的教会”或“听训的教会”。这班特权阶级直接分享教会光荣的属性，例如教会的合一、圣洁、大公性与使徒性，而一般

普通的信徒则只不过间接地领受这些光荣。按照天主教的神学理论来说，仍然是主张在有形组织之外没有救恩。欧洲中世纪的宗教改革的直接目的就是要改正天主教此种外表有形的教会观，使教会成为圣徒们属灵的并无形的交通团契。

无论是有形的教会观还是无形的教会观，圣经新约定义了它必须是由有爱的基督徒组成的有爱的组织。从经济学的角度看，爱是一种正外部性的利他行为。当教会的行为带来的社会收益大于它自己能够获得的收益时，教会的行为就具有了正的外部性，才会向外界提供爱。然而中世纪的教会组织凭借对信仰的垄断特权，将信仰变现，自利理性的经营教会，与其纯粹的正外部性提供者的本质使命背道而驰。由此来看，本应该是非理性的神的代表的教会组织，却被理性的神职人员经营牟利，最终欧洲教会组织地位不断衰败也就不难理解了。

与之相对，近百余年来非洲教会组织的影响力却在迅速扩大，信徒数量也在急剧增多。5.1 亿的非洲总人口中，有超过 25% 的人口是基督信徒。在非洲基督教教会兴盛与其提供具有正外部性社会服务密不可分。在非洲，教会是教育、医疗等社会事业的主要提供者。1920s 基督教传教士积极开展以宗教为主的教育事业，开办不同类型的教会学校，传授教义、简单的读写算以及工业生产技能等。客观上，促进了非洲教育事业的发展，非洲现代化教育事业就是从宗教教育逐渐发展起来的。与此同时，教会在非洲建立了大量的教会医院和诊所，传播卫生和护理知识，将现代医学引入非洲，改善了非洲的医疗条件，直接降低了非洲疾病额的传播和人口死亡率。与欧洲教会相比，非洲教会为当地的人民带来了实实在在的正外部

性的公共服务，从这一角度来看，非洲教会更加符合圣经中对于教会本质的定义，非洲教会复兴与欧洲教会衰落就不难理解了。

## 二、企业的“现实”：提供正外部性的理性人

如果说理性人的逻辑是中世纪教会走向深渊的原因，那么经济理论中利润最大化理论分析的主角——企业，它的繁荣与伟大是否可以用“理性人”理论完全解释呢？

以世界“最赚钱”的微软公司为例，2014年，微软员工志愿者薪酬总额创下新的历史记录，为1.17亿美元。这涵盖了为全世界20000所非盈利机构和学校服务的微软员工，其中6000万美元用于华盛顿州的将近5000家机构。微软已经连续4年提高其公益项目投入，每年都超过1亿美元。2017年，宜家整合了超过1000家供应商为全球各地的顾客提供受欢迎的家具，而且将社会企业家行动的圈子扩展到欠发达地区。拥有超过300家门店的宜家家居，也是社会事业工作的先行者，目前正与约旦的非营利组织合作，计划聘请约200位叙利亚难民制作纺织品和地毯，以及扶持印度女性企业家和瑞典女性移民等。

除了直接财富转移的慈善捐赠外，企业的科技创新活动因具有高风险、高成本但收益却不能独享的特点。从经济人自利理性的角度看，研发活动风险大且具有强外溢性，企业减少在研发领域的投资是有利于利润最大化的。“知识公共品”的生产投入往往不能为企业带来即期的回报，甚至是企业长期也难以收回的成本负担。但事实上，越是赚钱的公司，越愿意研发投入，如今世界上最伟大的公司，都是以创造改变人类的技术为终极追求，每年进行大量的研

发投入，比如谷歌公司 2013 年研发开支 80 亿美元，占总营收的 13.2%。谷歌在技术领域的一次次突破，确确实实改变了人们的生活方式。比如，谷歌通过 Search 改变了我们获取信息的方式，也通过 Chrome cast 改变了我们消费媒体内容的方式，而且还通过 Glass 改变了我们如何消费信息的方式。近些年，谷歌还投资无人驾驶汽车、谷歌眼镜、气球 Wi-Fi 等，尤其是因为其“登月实验室”而闻名。谷歌正在以科技改变这个世界，以至于《Google 将带来什么？》一书的作者杰夫·贾维斯提出了“Google 时代”的概念。他说：“互联网和 Google 搜索的唯一重大的革命性的力量与技术、媒介甚至是商业几乎无关，它是关于人的，是关于营造新型人际关系的。”

我们会发现恰恰是这些非自利理性的具有正外部性的企业行为，让谷歌、微软这样的公司更加伟大。这些有爱的正外部性行为正在改善人类生活、推动整个社会的进步。显然，从经济理性的角度看，这些具有显著正外部性的行为，它的成本远远超过企业所能够获得的当期收益，如果企业完全理性，它不会选择这样的行为，企业现实经营的行为证明它并非完全“理性”。

正如 2017 年诺贝尔经济学奖的获得者理查德·塞勒所言，经济活动的主体是自利的，但并非完全理性。教会存在的价值要求它完全是提供正外部性的主体，要求神职人员是非自利的圣人代表，但中世纪教会的腐败行为充分证明了人的自利理性，如此来看教会的行为并非所设想的无私。同样，企业的伟大并非完全来自于对于利润最大化的理性追求，企业牺牲利润的慈善捐赠、提供公共知识的研发投入，甚至是对产品高品质追求的行为都可以视为提供正外部性的利他行为，这种改变世界的追求和能力才是企业日益繁荣的原因。

由此来看，本应无私的教会也带有了功利性，常被诟病的自利的企业也有颗无私之心。

### 第五节 扩展的理性自利模型

“理性人”假定，自提出以来争议不断，现实生活中普遍存在的利他主义行为是“理性人”自利动机的挑战者。比如，普遍存在的亲缘利他，父母为刚出生的新生儿换洗尿布、喂食，无数个日夜的担惊受怕，父母付出的啼哭的新生婴儿无从所知，这种利他行为如同人的天性普遍存在，显然它不能完全用理性人的假定理解行为的动机，我们把它称之为来自父母的爱。除了亲缘的利他，我们也歌颂“雷锋式”的人物。在战争中战士以身体压住手榴弹来保护战友的生命，不顾生命安危救助受伤的战友。甚至在动物中也可观察到“舍己为它”的无私行为，如知更鸟、画眉、小山雀等小鸟在觉察到天敌靠近时会向同类发出一种清晰可辨、细长的尖叫。从空中要弄清声响具体发自何处是困难的，但无论如何这一举动至少显得极为无私，因为更聪明的方法恐怕是一声不响藏起来，以免暴露自己。就连经济利润最大化理论分析的主角——企业，在现实世界的经营中，也并非仅仅是利益的追求者，否则，慈善捐赠的企业行为如何解释？为了改变人类的命运投入巨资研发火箭又如何解释？

桑塔费学派通过实验发现，人们会存在这样一种行为，不惜以牺牲个人利益为代价来向他人提供正外部性行为。这些利他的行为普遍存在，我们世俗的把它称之为“爱”。

面对人间充满爱的客观现实，斯密之后的经济学家们都在努力尝试，拓展理性人的假设，从不同的视角解释社会普遍存在的利他

行为。代表性研究如，萨缪尔森等人扩大了理性人行为的解释边界，运用成本——收益原理，把利他性置于利己主义的解释框架之中，从而坚守了理性人“自利性”的唯一性假设。更多的经济学家如阿尔钦等人则坚持把放弃“利他性假设”看作是经济学工具理性必须走的一步。另一派经济学家以黄有光、汪丁丁为代表，坚持认为人不仅存在亲缘利他倾向，同样存在非亲缘利他动机，从而否定了把“自利性”作为理性人性质的唯一性的假设。国内学者杨春学研究员则干脆提出利他主义理性人假说思想，但杨春学同样把利他置于并局限于“有回报”这种利己的个人效用函数解释框架之中，从而事实上坚守了利己一致性原则。除此之外，对理性人行为目标在于追求个体“经济利益最大化”的自利人行为内涵的认识与假定，同样是不符合人类行为的真实状况的。人本主义心理学家马斯洛的“需要层次论”及其包含的不同质需要的弱通约性原理，否定了以经济利益最大化为目标的理性人行为目标假说。因为，安全、尊重、友谊、自我实现等需要的满足，同样能够给行为者带来效用。贝克尔也认为，人类行为其实并不是单纯和完全以经济利益为充分(唯一)内容的。由于人类需要的多层次性及其所包含的家庭、荣誉、友谊等非经济利益的内容，以及人类经济活动中经常包含的一些健康、道德和社会目标，因而，贝克尔认为理性人行为的目标在于实现个体的效用最大化。这一解释使得理性人行为目标的涵盖比“经济利益”更为宽泛，也更符合现实理性人行为状况。贝克尔同时认为，理性人行为在唯一局限与受制于个人效用函数即实现效用最大化目标的过程中，同样会包括利他主义的内容。与萨缪尔森一样，贝克尔把利他置于利己的解释框架之中。只不过，萨缪尔森的解释框架基于经济利益行为，贝克尔拓展了利益视域，把几乎所有的人

类行为都包含在“效用”的解释之中。与贝克尔不同，卡尼曼通过研究快乐心理学，力图复活边沁的快乐理论，主张以快乐来替代经济利益或效用。卡尼曼认为，快乐是人类行为的终极目的和行为动机的真正本质，并运用实验心理学方法进行验证，从而在对理性人行为目标的证明手段上往前推进了一大步。国内学者叶航则主张用“广义效用”概念替代狭义的经济效用概念，从而把经济学的最大化方法推演至人类的整体行为模式。在最大化问题上，黄有光认为人类行为事实上并不是全然不顾“他者”利益而追寻个体最大化目标的，利他情感的作用导致人们在许多场合下的行为目标并不是“最大化”的，即黄有光认为人类的利他行为导致个人效用的离散现象，黄有光并就此进行了选择行为假设。对于人性的基本假定不只是经济学研究问题的基石，也是社会学心理学甚至新近兴起的脑科学等学科研究的焦点问题，下文罗列了几种较有代表性的观点：

(1) 快乐因子论。快乐因子理论表明，影响人类快乐的有六大因子圈，包括健康状况、亲情状况、收入状况、职业状况、社会状况和自然环境状况。前三大影响因子及其子因子与自利的关系较密切，后三大影响因子及其子因子则与通过利他才能实现的快乐关系较密切。这证明，越来越多的快乐满足，需要有越来越多的互惠互利行为才能够真正实现。利他成为获取快乐的必要条件。

(2) 需要层次论。美国人本主义心理学家马斯洛的“需要层次论”证明，人类需要包含生理、安全、交往、尊重与自我实现五个层次。除了生理需要与经济状况存在密切联系外，其余四个层次需要对金钱的需要依次减弱，人与人相互间的需要逐渐加强。这种人与人的需要只有通过相互尊重、互惠才能够获得实现。因此，利他是包含在个体快乐之中的必要条件。而不同质需要的弱通约性、不通约性

原理证明,经济利益远不是获取快乐的唯一手段(金钱不能通行与购买一切),这就证明了人类为了获得尽可能多的快乐满足,必然会有更多的利他行为,大量利他主义善举便是这样产生的。推而广之,人类之大同社会与自由王国的实现,正是基于快乐的终极理由。

(3)人生境界说。冯友兰先生认为,人生境界可以分为自然境界、功利境界、道德境界、天地境界四大类。自然境界是人类的初级境界,功利境界中的人以“自我”和“求利”为核心,天地境界是人类的最高境界。<sup>156</sup>通过科技发展和社会进步,人类最终可以达到天、地、人合而为一的最高境界。但即便社会处于较初级的发展阶段,个体之间的境界仍然会出现较大差异。境界高者助人为乐,境界低者损人为乐,这就造成了人们的行为差别。而多数人的境界是四大境界的混合。所以,利己与利他是同时包含在人类行为之中的;推演理性人性时坚守经济行为者狭义经济利益的利己主义唯一性是肤浅的;冯友兰的人生境界说是大致可信的。

(4)基因说。近年来的基因研究发现,人类存在着利他基因。由以色列西伯莱大学心理学家爱伯斯坦领导的研究小组通过长期研究,从遗传学角度,首次发现了促使人类表现利他主义行为的基因,其“基因变异”发生在11号染色体上。调查发现,大约有2/3的人携带有利他主义基因。而且,“利他主义”基因只是决定人类表现利他行为的一部分原因,另一部分因素则来自“外界环境”的影响,如教育等。以牺牲个人利益来成全他人的利他主义,往往会冒着伤害自身利益的风险,难以符合进化论规律,因而成为进化理论研究中难解之题。研究发现,利他主义基因可能是通过促进受体对神经

---

<sup>156</sup> 冯友兰:《觉解人生》,浙江人民出版社,1996年版,第32—39页。

传递多巴胺的接受，给予大脑一种良好的感觉，促使人们表现利他行为的。研究人员认为，拥有利他主义基因的人可以承担好的工作，因为他们可以从工作中得到“更多回报”。<sup>157</sup>一些学者通过对利他行为的进化优势以及合作剩余形成的分析，解释了基因中存在的导致利他偏好内生的机制。<sup>158</sup>

本书仍坚持依照经济学最大化的行为逻辑解读社会生活中普遍存在的爱的行为，试图扩大行为人的偏好和约束假设，尝试将社会生活中的利他行为放入经济理论分析的框架之下，寻找普遍适用的一致性假定。与前述经济学家论述一致，本书坚持人类行为的最终目的与欲望的真正本质并非在于“物质利益”，而在于物质彼岸的“精神快乐”。这是人类能够最终超越自我，而使物我、群己、劳逸、天人走向统一的根本的人性基础。这里首先需要区分一个概念：利己与自利、自私是有重大差异的。自利、自私对利他具有排斥性，而利己则并不排斥同时利他，对利他具有包容性。因而，利己概念较之自利、自私具有更大的包容性。本文采用利己的概念替代自利、自私，以便能够使对基于快乐原则的人类行为的表达更加准确。

人类行为具有利己一致性特征，是以行为者趋乐避苦这一终极性的世界观为人类行为原点进行考察的。在这一根本特征下面，理性人利己一致性行为效用函数又可以分为完全自利的理性人标准原型、有回报的互利性利他行为和“雷锋式行为”三种，并在社会道

---

<sup>157</sup> 田学科：《人类的利他行为与基因有关》，《科技日报》2005年1月25日。

<sup>158</sup> 叶航、汪丁丁、罗卫东：《作为内生偏好的利他行为及其经济学意义》，《经济研究》2005年第8期。

德标准、制度度量上有重大的褒贬、奖惩区别。理性人利己一致性的行为效用函数可以分别表达为:

$$\left\{ \begin{array}{l} U_i = u_i(c_i) \quad (1) \\ U_i = u_i(c_i) + \delta u_j(c_j) \quad (2) \\ U_i = u_i(c_i) + \delta u_j(c_j) + \lambda u_k(c_k) \quad (3) \end{array} \right.$$

式(1)中理性人  $i$  的效用仅仅取决于个人的经济自利, 利他与非经济效用利己均被排除在外。这是一个典型的经济理性人效用函数。式(2)中  $j$  是  $i$  关心的另一个人,  $\delta$  是经济上的利他主义参数, 且  $0 < \delta < 1$ 。令  $\delta = 0$ , 即为(1)式所示的完全经济效用自利的理性人情形, 用以分析基于市场交易行为的个人偏好。当  $0 < \delta < 1$  时, 表明  $i$  给  $j$  带去交易好处的同时也给自己带来某种收益, 从而形成包含利他主义的相互依赖且为正相关的个人效用函数。萨缪尔森、贝克尔、杨春学等人包含利他的利己一致性理性人效用假说指的就是这种情形。式(3)中  $\lambda$  为“雷锋式行为”的利他行为参数。且  $0 < \delta + \lambda < 1$ 。 $j$  为  $i$  关心的有回报利他行为的对象,  $k$  为  $i$  关心的无雷锋式利他行为的对象。当  $\lambda = 0$  时, 无此种行为发生; 当  $0 < \lambda < 1$  时, “雷锋式行为”仍然能够给行为主体  $i$  以  $1 - \lambda$  的快乐回报系数, 助人为乐、奉献为乐即为此种利他主义情形。

这样, 完整的人类行为模式就应由“自利+有回报利他+无回报利他”的偏好结构组成。包括雷锋式利他行为在内的所有利己、利他行为均服从于行为者自身的快乐观, 收敛于利己一致性的行为框架。“雷锋式行为”的利己一致性一开始就是直接利他的, 但行为者认为这样的利他行为更加符合自己的苦乐观, 因而同样能够收敛于个人的效用函数。

上述研究均证实利他与利己同是个体活动的基本要素。因此，把理性人的“自利性”作狭义的经济利益利己主义理解是片面的。追求快乐的人类欲望本质与基因内核，决定了利他与互利同样是实现人类快乐的基础手段，只是在不同的需要层次中，人们确实会表现出各有侧重的行动。而所有的利己、利他行为显然均是“利己”的，即都是在人们相应苦乐观支配下产生的结果。这种利己显然也不是通常人们理解的基于经济利益的狭义的“利己主义”，而是基于人们快乐观的支配，人们的任何行为均是在有利、服从于自己快乐观实现的条件下展开的。所以，结论是，所有或者至少是绝大部分的人类行为均是“利己”的，但充分、全面的利己行为均必然包含利己与利他两个方面，利他成为个体快乐实现的必要条件。“助人为乐”是对利他与利己均统一于利己快乐人性的根本认识。

全面地看，“利己”与“利他”都是人类与生俱来的天性。早期的市场经济理论以“利己”为动机，鼓动人们从自己的利益与需求出发，努力工作，持续改进，确实推动了经济效率的不断提升。但是，如果过分强调“利己”，必然给社会治理和企业经营带来越来越大的额外成本，最终拖垮社会与企业，他们的成功绝不可能长期持续，经济效率也就无从谈起。当前，世界正处于信息技术时代向数据处理技术时代的转型。表面看是技术上的不同，实际上则是思想观念层面的差异。其中最重要的是成功者必须有利他思想，只有让企业的员工、客户、合作伙伴、竞争对手比你更强大，社会才会进步，你才有持续的成功。就此而言，“利他主义”有助于纠正“利己主义”的弊端，促进当代市场经济的健康发展，进而从根本上提升经济效率。目前，概念源于西方但正大量在东方尤其中国实践的“共享经济”的兴起，就是“利他主义”的体现。

如何增加纯粹利他主义者和正外部性行为，西蒙提出把社会学习、善于接受社会提供的教育称为驯顺性，面对复杂世界，人的理性有限，驯顺者在接受社会教育的过程中有可能不考虑或者不能充分考虑是否对自己有利而接受并采取不图回报的纯粹利他行为，这似乎会降低个体的适存度，但只要社会强加给驯顺个体的利他主义要求与通过驯顺性获得的有利知识和技能相比不过分，利他主义者的适存度实际上就将超过自私个体的适存度，利他主义的比例也将增加<sup>159</sup>。桑塔费学派仍面临着利他行为演化均衡的微观基础问题。他们进一步指出，不能孤立地考察利他行为与利己行为，实际上，个体的适应性不仅取决于和利己者交往，还取决于同利他者交往。即便自然选择的基本单位是生物个体，利他行为也可以通过合作剩余条件下的整体补偿机制获得相对的进化优势。通俗的讲，一些偏好可能跟人小时候的习惯有关，还有一些偏好可能一开始并不是偏好，只是约束条件，但经过一段时间后，逐步由约束转变为偏好。一些社会规范可以内在化为个人偏好，这一点对理解人的行为非常重要。也即是说，这三种效用类型行为主体，不是孤立存在，不是外生不变的，他们之间互相影响，可以互相转变。

基于对理性人假设的拓展，单纯仅靠市场经济这只看不见的手的逻辑显然无法解决普遍存在的利他性行为，市场逻辑显然不是万能的。1929年大危机催生了西方经济学的宏观理论，凯恩斯指出，市场存在失灵需要对其干预，政府要对经济宏观调控，才能保证经济增长和稳定就业的目标。本书将“看不见的手+看得见的手”理

---

<sup>159</sup> Simon, A. A Mechanism for Social Selection and Successful Altruism[J]. Science, Vol.250(1990).1665-1668.

论拓展为“市场+政府+社会文化”的“三只手”理论。对现实的宏观经济来说，第一是市场调节，第二是政府调控，第三是社会文化的调整。

## 第三篇 企业篇

### 第六章 爱+企业——再论企业的性质

#### 第一节 世界首富的“烧钱”梦

有位员工这样描述他所在的公司：“我丝毫不明白我所在的部门是干什么的，怎么运作，以及一开始为什么要成立这个机构；我不知道公司的财会系统是如何运作的，以及公司要如何偿还债务；我不清楚为什么公司还能糊弄别人，管理方是不是有逃往国外的秘密计划……”

听起来像是哪家公司？你一定猜不到，这描述的就是 2017 年世界首富——贝佐斯所创立的亚马逊公司。亚马逊自 1994 年创立到 2016 年底，公司在 22 年里累计总赢利 87 亿美元，而苹果一个季度的利润就达 150 亿美元！可是，从亚马逊 1997 年上市到最近，股价翻了一千多倍，公司市值 5750 亿美元！创始人贝佐斯（Jeff Bezos）最近以超过 1000 亿美元的个人财富，超越盖茨、巴菲特，成为世界第一首富。贝佐斯虽然以“烧钱大王”、“亏损大王”而出名，却还能成为世界首富。这到底是怎么回事？他的商业模式是什么？烧钱发展是需要资金的，他又是如何融资发展的呢？

亚马逊真的与众不同，贝佐斯的做法常常冲击人们的一贯思维。关于贝佐斯的神奇故事很多。据说，在他还蹒跚学步的时候，动手

能力就超强，拿起起子把自己的摇篮拆掉；再大一些上学期间，就把父母家车库转变成科学实验室，把脑子里的想法制作成各种东西。在普林斯顿读大学时，开始的兴趣在物理，后来转到电脑，最后以计算机专业毕业。1986年大学毕业，去了华尔街工作。很快地，他发现自己的志向在于创业，不想浪费时间了。于是，1994年辞掉华尔街工作，带着妻子，边准备创业计划书，边开车搬家到西雅图，启动“亚马逊”公司的生命。

当时，他之所以给公司起名亚马逊，英文名 Amazon，是因为这个名字以“A”打头，这样，任何人把公司按英文字母顺序排名时，亚马逊总会排在前面，不用花广告费，公司也能醒目突出，也便于记住。所以，给人、给公司起名也有学问，千万不要自作多情搞得很复杂。简单易记的名字自己就能推广自己。

一开始，亚马逊的定位是做世界最大的网上商场。先是卖书，然后扩大到各类商品，什么都卖。今天在中国，京东家喻户晓，它的模式就是从亚马逊摸索出来的。贝佐斯清楚，互联网商业有几个特点。一是，买卖两方不见面，相互陌生，所以，品牌很重要，品牌承载信任。二是客户服务和网上体验很重要，网页必须简单易用。三是电商把“赢者通吃”推动顶峰。传统商业因为需要物理店面，所以，虽然沃尔玛做得成功，但处处需要物理店面的特征使“赢者通吃”的范围受限，毕竟很多地区和很多人群是无法渗透到的。可是，互联网没有这种局限性，只要互联网尤其移动互联网能触及到，那里的人就可以网上下单，成为客户，所以，今天的“赢者通吃”范围达到无限。

但如何实现互联网提供的无限“赢者通吃”潜力呢？答案就是要最大化市场份额，要不惜代价把竞争对手甩在后面，让亚马逊成

为最后唯一胜出的电商！当然，为了实现这一目标，就不能急于赢利，而是要舍得烧钱、舍得亏损！这似乎违反常理，也跟传统商人恨不得第一天就赢利，是完全相反的策略。

从亚马逊 1997 年上市开始，在美国商界、学界和媒体，始终有众多名人说亚马逊是一个笑话、预测亚马逊很快完蛋，因为不管谁问贝佐斯“你打算何时赢利呢？”，他的回答总是：“不知道，我还没想过赚钱，我们只想继续烧钱”！到前两年还是这么说。

亚马逊的战略效果如何呢？贝佐斯还真的实现了目标！就以 2013 年为例，亚马逊的网上销售 680 亿美元，而网上销售排第二的苹果公司只实现网上销售 183 亿美元，沃尔玛的网上销售才 100 亿美元。在 2015 年、2016 年圣诞节旺季里，亚马逊占全美电商销售总额的 38%，而电商市场份额排第二的公司只占 3.9%，像沃尔玛只占 2.6%！由此，经过二十余年的努力，亚马逊是毫无争议的第一大电商，遥遥领先于竞争对手！

亚马逊的销售收入从 1997 年的微不足道，增长到 2016 年的 1360 亿美元。而在 2004 年前是年年亏损，之后虽然赢利，但一直赢利不多，2015 年以前的年利润从没超过 10 亿，但在华尔街的不断压力之下，2016 年的赢利破天荒达到 42 亿美元，可还是不到 Facebook 利润的一半、不到谷歌的 1/6。

为了攻占市场份额，亚马逊一是降价：在库存商品中平均有 66% 的商品有折价，而传统商业公司中最多只让 1/3 的库存商品打折，沃尔玛平均只给 18% 的商品打折；二是低收邮寄费，给客户优惠：1997 年时，亚马逊从客户收的邮寄费平均是实际邮寄成本的 1.25 倍，也就是那时候从邮寄费中赚 25%，但后来改为在邮寄成本中倒贴 55%，一半以上的邮寄成本由亚马逊倒贴！

既然亚马逊这么多年都烧钱发展，用户的满意度远超传统商业对手，而且在最近这些年美国零售增长不多、电商增长高峰期也过了的背景下，亚马逊却一直强劲增长，2016年销售额还是同比增长31%。

当然，亚马逊这么烧钱发展，财务指标不好看就很自然。比如，它的资产回报率为0.7%，也就是，用100块钱的资产每年只能赚回0.7元，而苹果的资产回报率19.1%，谷歌13%。两年前，市场对苹果未来3到5年的利润增长预期为每年59%，谷歌为18%，而对亚马逊的预期为-16%！

虽然财务指标不好看，股票估值却是另外一回事：苹果市盈率为14倍，谷歌30倍，而亚马逊的市盈率301倍。也就是说，按照现在每股每年的赢利，如果未来没有增长的话，投资者要等上300年才能把今天股价本钱赚回来！亚马逊的市值远高于谷歌、高于Facebook。

你说这是泡沫吗？实际上，1997年很多人就说亚马逊的股票是最离谱的泡沫，后来2000年时互联网泡沫破灭了，可是亚马逊还是活得好好的，而且继续烧钱发展，20年后的今天，其创始人反倒成了世界第二首富！

贝佐斯坚持要烧钱发展是一个方面，问题是要有人愿意给他钱，否则，他怎么可以持续有钱烧？起初，在互联网泡沫盛行的上世纪90年代末，股权融资是亚马逊的首选。1997年前，靠创投基金支持，上市之后股价疯狂，靠增发股权融资。2000年泡沫破灭后，头几年还问题不大，因为之前通过股权融资亚马逊留存了很多资金。等留存资金用得差不多了，2004年就改为发债融资。到2013年，净资产负债率达到41%，也就是，公司资本中，债务融资和股权融

资的比值为 0.41，股东出的每一块钱资本，相对应地有 0.41 块钱的债务资本。由于继续靠借债发展，到 2015 年初，亚马逊的负债率上升到 92%。

## 第二节 企业是什么？

企业是赚钱的工具，还是烧钱的社会组织，企业应该是什么？企业家是企业的“主宰”，决定企业的命运。企业家是谁，或者说什么是企业家，企业家究竟如何定义？企业家精神到底如何定义，似乎还找不到一个能够让每一个人都认为是完美的答案，因为每一位企业家对企业家精神都有一个自己的注解，现掬取部分观点以飨读者。

樊纲(北京国民经济研究所所长)认为，企业家精神的本质就是创新。企业家的创新精神到底是什么？平面来说，它体现在企业经营的技术、产品、市场、组织、管理等五个方面；纵深来说，创新精神就是冒险加理智。冒险和理智是尖锐冲突的概念。任何创新都有不成功的概率，企业家至少在最初阶段或者某个阶段，在某些重大问题上是具有敢冒险精神的。而要想使冒险能够成功并且创造出价值，还是需要理智，理智地、科学地分析所面对的市场方方面面，客户、技术、竞争对手、发展趋势等。企业越做越大以后，理智的成分会越大。

郭凡生(慧聪集团董事长)指出，企业家精神是说不清楚的事情，像爱情一样，永远说不清楚，但还是一代代流传下去。就是因为有了爱情，才有了我们今天所有的人，也就是因为有永远说不清楚的企业家精神，也让我们所有的人准备从这儿再干一次。

刘晓光(北京首创集团总经理)则认为,企业家必须有激情,没有激情的企业家搞不好企业。另外,企业家精神还应包括个人价值的兑现和个人成就感。企业家是什么?企业家是一个人,要追求利益。一方面有良心、有社会责任感,另一方面必须有个人价值的兑现,当然包括金钱的兑现。郑永刚(杉杉集团董事长):企业家是经济动物,只要有效益的地方,他就会产生激情。当然,他也拥有社会责任感。同时,我觉得他就是要有冒险的精神。

张醒生(亚信科技公司 CEO)总结了人的基本特征具有一致性,企业家也好,经济学家也好,理论学家也好,他成功的基本要素有三点。第一,敢想。敢想是任何创新的基本源泉,如果张瑞敏在海尔豪华漂亮的工业园区只是想到海尔的一亩三分地,而没想到海尔走出去,自然没有今天的海尔模式;企业家仅仅有敢想的精神不够,还要敢说,把我们的理念、目标、心胸、想法说出来,实际是在影响社会,改造社会,最关键的是要敢干。敢想、敢说、敢干,这是毛泽东的代号无产阶级革命战士的“三敢精神”,我把它拉回到现在企业的环境中做一次老生常谈,也算老话新说。

王石(万科集团董事长):许多企业家都有竞争意识、创新精神和责任感,但这些是一个企业公民应该履行的责任。如果谈企业家精神,应该说它有什么不同点。我认为,企业家与其他人的不同点是偏执,执着还不能说明问题。偏执里面包括执着,别人认为不可以,他却认为可以,不但要把组织能力变成可能,而且还要盈利。

郭广昌(上海复星集团董事长):做企业就是要为社会创造价值,在为社会创造价值的时候也要为自己、为员工创造价值。不要认为你所做的这一切为社会做了,社会就理解你,如果这样认为一定会头破血流。我做企业的目的只有一个,把自己修行成一个企业

家，把荣辱放在一边，以进取的精神做理智的决策，以平和的心态对待合作伙伴。

### 第三节 西方经济学的企业理论

西方经济学的企业理论以利润最大化为基础，以资本的统治力为研究立场，以“经济人”等人性假设为前提，以从减少监督成本、提高效率等团队生产特征为研究思路，主要采用以边际替代方法指导的假设—演绎—实证的静态分析方法，阐述企业理论的基本原理，在西方经济学科学体系中占有不容忽视的地位。

概括而言，西方经济学的企业理论演进过程主要历经以亚当·斯密为代表的古典经济学、以马歇尔为代表的新古典经济学（即微观经济正统中对企业的看法）和以科斯为代表的现代企业理论三个阶段。其中，第三阶段出现了交易成本、团队生产、委托代理等理论。而利益相关者理论、基于知识的企业理论、基于能力的企业理论、企业网络理论和企业的社会责任理论等又进一步发展了现代企业理论。随着社会分工的深化和进一步发展，市场交易费用越来越大，所有权和经营权的分离以及委托代理等问题相应而生，现代企业理论根植于现代企业发展变化的现实背景。

（1）亚当·斯密认为企业是一个分工协作的生产组织，它的出现起源于劳动分工及其导致的生产效率的提高，且企业规模会受到行业和市场的影响（Smith, 2014）。随着生产力的进一步发展，亚当·斯密的观点受到质疑，如企业规模并未随着分工的深化而进一步扩大，有些反而在缩小，而且分工有时候甚至会成为生产力提高的阻碍因素（Klein, 1977）。

(2) 以马歇尔为代表的新古典经济学家从技术角度, 采用边际分析方法, 利用最优决策理论, 基于不同的技术条件、市场需求和竞争环境, 考察生产者如何实现利润最大化目标以及相应的产量和成本之间的关系, 认为企业是“一定技术条件下的投入、产出关系的生产函数”。生产函数表明一定技术水平之下, 生产要素的数量与某种组合和它所能生产出来的最大产量之间依存关系的函数。以  $Q$  代表总产量,  $L$ 、 $K$ 、 $N$ 、 $E$  分别代表劳动、资本、土地、企业家才能这四种生产要素, 则生产函数的一般形式为:

$$Q = F(K, L, N, E)$$

在分析生产要素与产量的关系时, 一般把土地作为固定的, 企业家才能难以估算。因此, 生产函数又可以写为:  $Q = F(K, L)$

这一函数式表明, 在一定技术水平时, 生产  $Q$  的产量, 需要一定数量劳动与资本的组合。

该理论在假定信息完全和不存在交易费用的前提下, 强调企业的生产功能, 但它忽视了生产关系和经济制度的影响, 认为企业内部的生产只是物质交换和技术选择的过程, 资本家和工人的关系仅仅是生产要素市场上的交换关系, 否认了企业非利润目标的存在以及企业内部的组织结构等问题。因其局限性, 新古典的企业理论受到动态演化企业理论和企业契约理论的挑战。

(3) 熊彼特基于创新视角, 提出了动态演化企业理论, 结合市场环境的动态变化, 阐释企业的存在、性质和成长等问题。创新作为经济发展的主要推力, 与创新相关的学习、管理、知识、模仿等是关键要素。企业是一个组合, 应从内部能力和外部环境两方面共同考察企业的存在和成长问题。熊彼特没有明确提出企业理论, 但

是重点研究了作为创新主体的企业家与企业成长问题（Schumpeter, 1934）。

（4）企业的契约理论由科斯开创，并由威廉姆森等人得以发展。其中，科斯最先考察企业起源问题，他界定企业的本质是对价格机制的替代物，企业和市场是两种可以互补互替的资源配置方式，市场上的资源配置由价格来引导，企业内部则由权威关系（即企业家）实现，二者均面临一定的交易费用。当通过权威关系比市场机制配置资源更能节约交易费用时，企业自然就产生了。科斯侧重从契约的角度研究经济组织，从交易费用节约的角度论述企业的起源及性质，把企业出现的原因仅仅归因于交易费用的节约（Coase, 1937）。阿尔钦和德姆塞茨的团队生产理论还看到了分工协作对企业性质的影响，把科斯对企业交易性本质的认识推进到生产性层面。威廉姆森提出的资产专用性等是交易费用的主要决定因素，将企业理论又推进了一步。张五常区分了投入要素交易和最终产品交易的两种情况，提出企业和市场是契约安排的两种形式，认为企业可以降低交易费用的原因就是以劳动市场契约取代中间产品市场契约（陈世平，2009）。

#### 第四节 经典企业理论解释力的局限

在西方经济学的企业理论的精美理论大厦中，厂商选择理论可以理解为完全信息和完全理性假设下厂商追求自利最大化的理性选择范式及其综合。虽然从亚当·斯密的分工与效率理论，逐步演化发展为新古典的技术关系理论再到科斯的交易费用理论。西方经济学的企业理论在不断发展，以更严谨和数学化的范式实现理论自身

的演化，但无论如何发展，该理论体系始终坚持同一理论内核——厂商利润最大化目标的假定。这既是西方经济学企业理论体系逻辑一致性的体现，但也是其难以揭示现实企业行为选择、不具有现实解释力的原因所在。

尽管亚当·斯密并未明确提出企业追求利润最大化的动机，但其提出的分工生产提高效率是企业存在的原因，隐含的逻辑即是企业是为效率改进而存在。而效率在马歇尔的新古典理厂商理论中，进一步被数学化为企业利润，企业是技术机器，其目的就是通过生产要素的组合，生产适于市场环境的最大化利润的产量。将企业视为“黑箱子”受到其后经济学家的否定，最具有影响力的科斯，提出了企业存在是因为其能节约市场交易的成本，是市场机制的有效替代，虽然科斯的理论在尝试解剖现实企业存在的原因，但交易费用理论仍然是基于企业追求成本最小化（也即是利润最大化）的目标出发解释其存在的必要性。

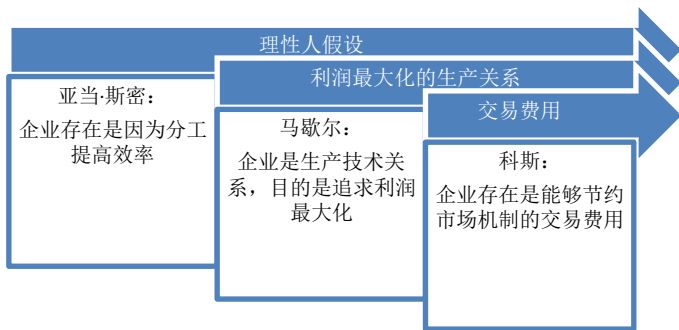


图6-1 西方经济学企业理论发展脉络

近半个多世纪以来，许多经济学流派先后从选择动机、偏好、认知和效用等方面对正统新古典理论进行了修正性批评。这些批评主要反映在以下几方面：（1）选择动机被唯一确定为追求自利，

会在多大程度上偏离厂商投资选择实际；（2）选择偏好不合实际地被数理逻辑程式化，会在哪些方面强化投资选择理论的抽象性；

（3）认知过程作为投资选择不可忽视的环节，它同选择偏好和效用期望存在着什么联系；（4）最大化作为投资者的效用期望，如何通过认知而发生调整；（5）效用函数的变量构成需要做出怎样的调整，等等。这些批评是重塑厂商投资选择理论的学术努力，它无疑拓宽了被正统新古典理论圈定的分析范围。

西方经济学厂商理论之所以被认为是一种偏离现实的抽象，是因为“经济人假设”赋予了个人、厂商和政府具有同一内涵的行为主体假设。这一假设对理性的逻辑演绎分析，是将人类经济决策动机唯一限定于自利，并在假定偏好稳定的前提下将理性行为定义为追求效用最大化；这一假设的逻辑分析结果，是将行为主体解说为纯粹追求自利并能掌控选择结局和实现最大化的“理性经济人”。正统新古典学说把厂商理解为“理性经济人”，因而它缺乏能够解释现实的厂商理论。

现实投资活动表明，对厂商做出行为主体的分析假设，其理论依据是需要信息不对称和有限理性约束下对厂商的决策动机、偏好和效用等进行符合实际的解说，这是我们探寻厂商选择理论之新路径所必须关注的，也是我们跳出正统新古典理论的“理性经济人”范式束缚，从而在基础理论上刷新行为理性决策理论所必须面对的课题。厂商投资选择的主要动机是追求自利最大化，这是一个相对科学的分析假设，但这一动机并非代表动机的唯一性。厂商在现实投资中通常存在着公平、互惠等利他动机。例如，厂商的某项投资选择除了追求利润最大化外，或许蕴涵着以爱国主义、公共福利、完成祖父辈遗愿、帮助亲朋好友等行为动机。如果我们单纯以追求

自利最大化来锁定厂商投资选择的行为动机，并以此为基础来建构厂商投资选择理论，那么，无论分析过程还是分析结论都有可能偏离厂商投资选择的实际。厂商投资选择动机的多元化在很大程度上给我们逼近现实地解说厂商投资选择行为带来了困难。

## 第五节 企业理论的重构

### 一、企业的人格化

**Proposition 1: 企业是由企业家及员工组成的人的组织。**

在西方新古典经济理论中，企业被视为一个投入与产出的生产函数，其所构建的利润最大化与成本最小化的动机完全忽视了人对企业行为决策的影响，其后继者对于新古典理论的拓展，仍始终坚持将企业整体视为生产单元，没有考虑企业决策的行为主体，忽视了企业内部组织运作关系，高度抽象了现实中企业的行为主体——企业人。

企业家是企业的决策主体，其对企业的重要性和价值逐渐被经济学家、管理学家、社会学家所认识。企业家概念由法国经济学家 Rhcard Cantillon (1697-1734)首次提出，其内涵指的是风险性商业实体的发起创立者。十九世纪初，著名的古典经济学家萨伊赋予了企业家概念新的内涵，认为“企业家能够实现经济资源从低生产率领域向高生产率领域的成功转移从而提高企业的产出。”萨伊的企业家理论强调企业家能够创造经济价值，价值创造因此成为企业家概念的一个实质内核。20世纪熊彼特提出企业家精神的实质在于创新，强调企业家具有深层的创新与征服意愿，始终为自身的抱负不懈奋

斗。萨伊与熊彼特的企业家理论具有广泛影响并为后来的经济学者普遍接受，并演化为经济增长理论中的萨伊——熊彼特范式，即主张创新与变革(企业家精神的内涵)是经济增长的催化剂与推动力。在该范式下，企业家仍然具有生产函数特征并且忽视了对于企业家的行为选择的微观基础，且在熊彼特的著作中企业家是外生的，不具有人的行为特征。

以上对于企业家理论的构建，仍基于经济理论中利润最大化行为的抽象。对企业家理论融入社会现实具有推动作用的是社会学家 Daryton 彻底实现了企业家理论从经济领域中的超越，成为社会企业家理论的鼻祖。Daryton 认为企业家不应当只关注企业利润或经济的发展，而更应当关怀社会的发展，能够以企业家精神为依托推动整个社会走上新的发展轨迹。这种着眼于社会的企业家称为社会企业家。

在中国经济由高速增长阶段向高质量发展阶段转型的今天，企业家精神与企业家力量不断被理论界和实务界倡导和呼吁。张维迎在北大国发院“企业家精神与中国新商道”论坛中的演讲指出，企业家跟其他要素不一样，要素是可以替代的，多一点资本，少一点劳工，或者少一点资本，多一点劳动，企业家是其他要素不可替代的。企业家是一，没有这个一，后面的零没有用的。

如果说企业家对企业和市场经济的意义，正在不断的被理论界重视和重塑。那么，构成企业的另一行为主体——企业员工，存在的价值和意义正在被企业管理和人力资源领域的学者们不断挖掘，但仍然没有得到充分的理解。

经典西方经济理论中将企业员工视为同质劳动力，与资本、土地和自然资源等被视为生产要素投入。随着舒尔茨等人力资本理论

的发展，人力资本理论得到了丰富的发展，获得知识和技能的异质性劳动力能够提高企业生产效率。但该理论仍忽略了企业员工微观行为激励，即个人主观偏好和自身效用满足度对于企业的意义。

顾客能为公司带来效益，同样员工也是企业效益的创造者。每位员工的个人能力、基本素质、及其对企业的情感投入都将直接影响到企业的效益。现代企业已经认识到员工对公司的重要意义，绝大多数企业将管理重心转移到如何激发员工内在积极能力，并将提升员工满意度和幸福感视为企业的主要目标之一。

本书的观点更强调企业家和员工两者对企业产出，企业行为选择以及企业存在价值的重要意义。对此，本书从企业人的视角重塑了企业的定义，它不是简单的生产函数型组织，也不仅是企业家的企业，它是企业家与员工共同组成的人的组织。

## 二、企业目标的效用化

### 1.企业的目标：实现企业人的效用最大化

**Proposition 2: 企业行为不仅以追求利润为导向，更存在非利润行为。企业的目标是实现企业人的效用最大化。**

主流经济学将企业视为生产要素投入于产出的组织，假设企业是在既定产量下，实现利润最大化。该理论的实质是把企业所有者视为马克思在《资本论》中所描述的资本家，企业所有者压榨劳动力，从而赚取超额利润，在此假设下，企业行为目标就是追求利润最大化。

随着萨伊-熊彼特范式的兴起，企业家被视为不同于一般劳动力的生产要素，具有承担风险以及行为的不确定性特质。企业家被认

为企业创新的推动者。该理论的继承者如张维迎等学者，提出了企业家的企业的观点，主张重视和尊重企业家，弘扬和培育企业家精神，充分发挥企业家对于企业创新的能动性。该理论体系是对企业人格化的有益探索，已将企业视为了生命体，但并不完全和彻底，只将企业行为视为企业家的行为选择。在此主体假设下，企业目标理论强调企业的成长性和创新性。

本文强调企业家和员工两者对于企业的重要意义，将企业人格化为企业人的企业，并提出了企业性质的命题 1。在企业人格化的假设下，借用新古典经济学消费者理论中的效用最大化的行动逻辑，我们将企业行为目标一般化为行为人追求效用最大化。

本文的企业目标理论，仍沿用新古典经济学中主体行为的理性最大化逻辑，但对于企业追求目标的内涵进行了有益的扩充，批判了将企业视为追求利润最大化的生产组织，提出了企业并非仅追求利润最大化，而是企业人的效用最大化。与其他理论相比，本文提出企业目标是追求的效用最大化，其构成包括了维持企业存续的必要的利润，也包括对非利润动机的追求，这是决定企业行为选择的基础。企业人也不只包括企业家，也强调企业员工对于企业的重要价值。

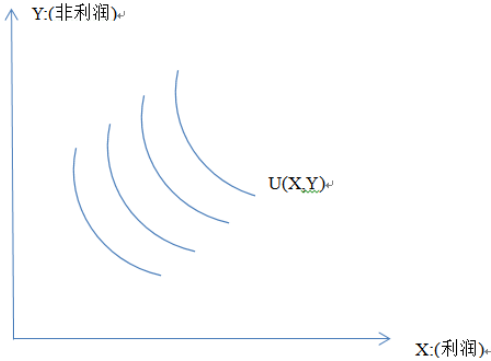


图6-2 企业人的效用函数

## 2.企业效用的冰山理论：为什么是效用最大化而非利润最大化

**Proposition 3:** 企业是实现企业家与企业员工效用最大化的组织，企业利润只是支撑两者实现所需的现金流。

将企业人格化构建企业效用最大化理论后，有必要进一步解释，为何企业追求企业人的效用最大化，而非仅仅是企业利润的最大化。对此，我们必须将研究的视角放回到消费者理论中关于效用构成的研究。

消费者效用来自于对其需求的满足，也即是在一定的预算约束下，偏好被满足而获得的幸福感。它是集经济、管理以及社会心理学学科的交叉领域。近百年的理论发展，学者们积累了丰硕的研究成果，其中最具有影响力的理论是美国心理学家亚伯拉罕·马斯洛在1943年在《人类激励理论》论文中所提出的马斯洛需求层次理论。

马斯洛理论把人的需求分成生理需求（Physiological needs）、安全需求（Safety needs）、爱和归属感（Love and belonging）、尊重（Esteem）和自我实现（Self-actualization）五类，依次由较低层次到较高层次排列。该理论指出，五种需要像阶梯一样从低到高，

按层次逐级递升。一般来说，某一层次的需要相对满足了，就会向高一层次发展，追求更高一层次的需要就成为驱使行为的动力。五种需要可以分为两级，其中生理上的需要、安全上的需要和感情上的需要都属于低一级的需要，这些需要通过外部条件就可以满足；而尊重的需要和自我实现的需要是高级需要，他们是通过内部因素才能满足的，而且一个人对尊重和自我实现的需要是无止境的。同一时期，一个人可能有几种需要，但每一时期总有一种需要占支配地位，对行为起决定作用。任何一种需要都不会因为更高层次需要的发展而消失。各层次的需要相互依赖和重叠，高层次的需要发展后，低层次的需要仍然存在，只是对行为影响的程度大大减小。

本书将企业人格化后，进一步借鉴马斯洛的需求层次理论，从人格化的企业视角出发，提出了企业需求的冰山理论，即命题 3。



图6-3 企业需求的冰山理论

企业需求如同冰山，其追求的利润只是裸露在海平面之上的冰山表层，其真正的、最本质的追求是实现企业人的效用最大化，也即是企业家与员工幸福感的满足。它是企业需求的本质内核，但无论是企业还是员工幸福感的实现，必须有必要的利润支撑，它是企

业行为目标的表层。经典的西方经济理论中对于厂商行为追求利润最大化的假设，是仅关注到商业经济社会中企业行为的表面，并未从企业人格化的角度，深刻分析企业最本质的需求。这是对企业主体简单假设后行为目标理论的局限。所以，西方经济学的厂商理论难以解释日渐浮出水面的企业非利润导向行为，缺乏现实解释力。

企业的爱是实现企业家与员工效用最大化的关键，能够不断提高其幸福感的获得。所以本质上，实现企业人效用最大化就是企业爱的最大化。基于此，本文进一步用企业爱的最大化，替代了企业利润最大化的一元目标假设。能够解释企业的非利润导向的行为，能够将企业家的梦想追求投射到企业行为选择之中，将员工在企业生产关系协调性以企业效用改进的形式融入进企业最优化的目标函数中，从而更能解释现实中企业经营的行为选择。

### 三、企业人的效用

#### 1. 企业人效用的产生机制

**Proposition 4:**人参与工作能直接获得效用，而并非只能获得通过劳动换取购买力后，实现消费需求满足所带来的间接效用。

进一步研究企业人效用的产生机制，必须首先探讨人与工作的关系。主流西方经济学从亚当·斯密的劳动分工以提高效率为出发点，构造人是企业生产的要素投入之一，与资本、土地、自然资源等生产要素无异，人们劳动是一种付出，付出了时间必须得到必要的工资报酬以作为补偿。在马歇尔的新古典经济理论中，消费者效用最大化和企业利润最大化是整个经济理论框架的基础。马歇尔系统性地将人的消费行为效用化，对于人的经济理性选择具有一般性

的理论指导意义。但其仅仅将人的效用最大化应用于消费领域，而在企业理论中，完全忽视了人的主体性，忽视了人在企业生产中的效用最大化的行为选择。更将人参与企业生产视为一种简单的投入，需要必要的工资以补偿工作的损失。其后的经济理论，虽然尝试将马歇尔的效用选择理论置于人的劳动力跨时决策模型，但仍然是将人的工作视为获得金钱的手段，工作本身不能直接带来效用，而赚取工资获得的购买力是消费者效用的来源。

传统的经济理论认为工作给人带来负效用，是人们的厌恶选择，因此，更多的工作必须匹配更多的消费商品的能力（工资等）才能维持原有效用水平。该理论假设人们的偏好选择如下左图所示。本书所提理论强调，工作本身能够直接为人带来效用，与消费其他消费品相似，更多的工作能够带来更大的效用，其偏好选择如下右图所示。在该偏好假设下，人们工作与获得购买力（工资）间不存在补偿关系，也就是说该偏好假设能够解释很多现实世界看似反常的行为，比如很多艺术家穷困潦倒，但能够完全痴迷于夜以继日的艺术创作；很多人并非为了赚取高额薪水，投身于偏远山区的教育事业。

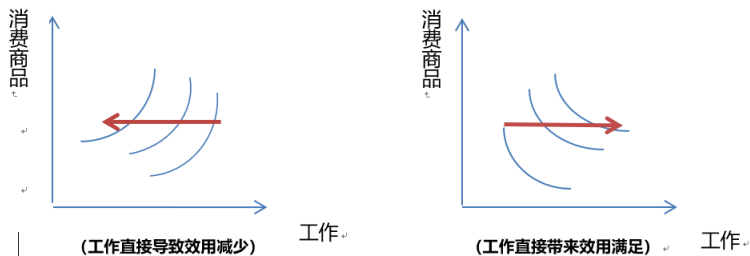


图6-4 工作的两种偏好观

新古典经济理论的两大基石成为其后主流经济学发展的框架范式，但将人的生产行为与消费行为完全对立，忽视了人在生产过程中自身价值、目标与梦想实现而获得的直接效用满足是不完全的，忽略了工作带来快乐的现实情况，同时理论的缺陷也造成了现有追求利润最大化的厂商理论难以解释企业现实经营行为。工作未必“痛苦”，而是一种“享受”，是人们追求效用最大化中重要的组成。对此，提出了命题 4。

谈及工作是种享受，我们可能最先联想到艺术家在创作时是一种享受。当代著名的绘画家宫建华在一次专访中，提起工作的繁忙，宫建华常说一句话：“我很幸运，高尔基曾说过，‘如果享受工作的乐趣，那么人生就是天堂。’我非常幸运地从事了自己非常喜欢、热爱的工作，所以工作对我来说不是苦差，而是一种享受。”如果说，艺术家能够享受工作状态，是因为艺术创作本身的特殊性，这就有失偏颇。优秀的企业越来越重视打造员工享受工作、爱工作的物质和人文环境，真正的追求在工作中享受快乐，在快乐中创造价值的信念。最为典型的英特尔公司，它是计算创新领域的全球领先厂商，它的总部位于美国加州圣克拉拉米申学院大道 2200 号。从 1968 年，摩尔先生与诺伊斯先生共同创立英特尔公司至今经过数十年的发展，英特尔已经成为全球知名的科技企业，不仅在半导体领域成就斐然，还通过跨行业技术创新，为整个科技行业的发展做出了卓越的贡献。参观英特尔美国总部，走进这个颇具传奇色彩的科技企业，能够感受到企业文化的厚重，Intel 公司的一般目标是把个人工作同企业目标结合起来。公司试图创造出一种能使雇员在达到目标时对工作感到满意的安静、舒适、干净的环境。

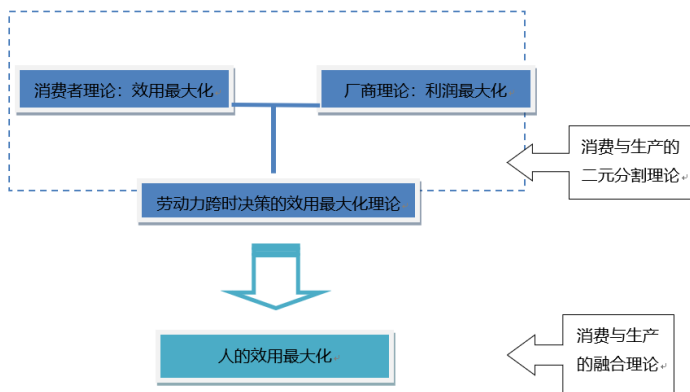


图6-5 消费于生产融合理论

## 2. 企业人效用的来源

**Proposition 5:** 自身价值的实现是企业人追求的终极目标，是其效用构成的最高境界。

心理学家马斯洛认为，饥饿想吃饭，天寒想穿衣，饱暖之后思淫欲的生理需求，是人类最基本，也是最强烈的欲望。在满足生理需求之后，人类会转向心理需求，首先要追求安全感。东方社会，长期动荡，人民普遍缺乏安全感，高储蓄率就是这种心理需求之下的产物。在安全感之后，人们需求社会认同，所谓物以类聚，人以群分，人总喜欢跟互相认同的人在一起。人还需要被爱，这种要求在怀胎时就已注定；人还需要爱人，母爱是一种天性，也是一种需求，渴望爱人的天性还有爱情、亲情、友情。人需要被尊重。

在所有人类心理需求的最高境界，马斯洛称之为自我实现，实现在人世一遭最大的价值。这种要求，来自于价值观的肯定，儒家所谓“士不可以不弘毅，任重而道远”，就是这个道理。一个读书人，要有“天下兴亡，匹夫有责”的价值观，即使责任再重大，道

路再遥远，也必须有所坚持。现代人虽然天下太平，安居乐业，不再有古代儒家任重道远的使命感，追求人生最大意义，创造人生最大价值的马斯洛最高需求，依然存在。有时候出现在基督教的荣耀上帝行为中，有时候出现在佛家普渡众生的慈悲里，或是孙中山先生“有百人之能，为百人服务”的服务精神，或是宇航员探索宇宙边际的热情。探索自己能力的极限，实现自己价值的极限，是人类永恒的追求。

**Proposition 6: 实现梦想是企业家效用的重要来源，利润是企业家实现梦想的现金流。**

实现价值，就是实现生命力。人有生命力才会快乐。商人以赚钱花钱为乐，企业家以创造更大价值为乐，商人一直处在马斯洛需求的最底层，沉迷于生理需求；而企业家在马斯洛需求的金字塔顶尖，实现人世间自我价值的最大化。商人与企业家的差别，就在价值观以及对于原始需求的提升。

企业家与商人，从获得财富之后开始分道扬镳。企业家任重道远，实现自我，安身立命，终其一生，追求立功、立德、立言的三不朽。沃尔特·迪斯尼，一个给人们，尤其是小孩子带来了快乐的人肯定不容易为人所忘记。迄今为止，“迪斯尼世界”还在世界各地“大行其道”。他创作了《白雪公主》、《木偶奇遇记》、《小鹿斑比》等大型动画故事片，然后凭借米老鼠俱乐部进军电视业，接着又打造了如今依然为很多人所着迷的迪斯尼世界。无论做什么，沃尔特·迪斯尼一直致力于一点，将一种幸福带给人们，尤其是孩子们。“一切的想法就是要给孩子们带去欢乐”是沃尔特·迪斯尼的想法。尽管后来有人质疑，他并非只想带给孩子欢乐而不考虑公司的利润和赚钱问题，但是沃尔特·迪斯尼的所有作品——从动画

片到迪斯尼世界，都让人看到他在这方面不变的信念和坚持，这何尝不是一种理想主义的体现？

像乔布斯、迪斯尼这样的卓有成就的世界级大企业家还有很多。他们开口谈及的目标都并非是如何做大企业，如何赚钱，而是实现他们自身所拥有的梦想、愿望，或想要改变的世界。从这些企业家身上我们可以看到，实际的功利追求是一个企业生存的必要条件，利润是企业家梦想实现的现金流，但却不是终极目标。理想往往是推动一个企业，乃至使整个社会不断朝前迈进。

**Proposition 7: 员工的效用来源包括必要的物质保障，但更为重要的是精神享受的满足，包括尊重、自由以及自身价值实现的需要，是员工获得幸福感的最高境界。**

关于硅谷码农的生活，我们多少有所耳闻，公司福利待遇之好“令人发指”。比如，Facebook 不仅为男女员工均提供四个月的产假，还为女员工报销冷冻卵子费用！相比于这些隐性的“高级福利”，科技公司更为人所熟悉的应该是他们为员工提供的优越办公环境。优越到什么程度呢？据说工作时间自由安排、食物饮料触手可及、娱乐设施一应俱全、按摩洗车随叫随到。在这样的科技公司工作是一种怎样的体验呢？在纽约做了四年多的财经记者后，我在转战硅谷后的第一天拜访了位于加州山景城（Mountain View）的 Google 公司全球总部。影响企业效益的不仅是外部的顾客，同时还有公司内部的员工，因为员工的存在是为了企业创造效益、创造价值。想要提高企业竞争力，就先要提高员工对企业的满意度，只有满意度高、幸福感强的员工才有更强烈的工作热情与激情。通过满意度调查、分析，企业可以准确的发现现阶段的不足及缺陷，并可依据调查结果制定合理的改进措施，从而有效的改善员工的工作状

态、负面情绪，拉近企业与员工的距离，使员工之间的相处更为融洽，增强企业凝聚力，保持企业能够平稳发展。

一个企业，如果员工满意度能达到 80%，那这个企业的顾客满意度就能达到 90%。原因在于，高满意度下的员工工作更加热情与投入，且能为顾客提供更好的、质量更高服务，无形中为企业带来了更大的回报。而如果满意度低的员工，不仅工作没有激情、动力，服务客户的时候自身的负面情绪也会影响到客户，从而影响公司业绩，使公司蒙受损失。

员工满意度、客户满意度、企业效益三者之紧密关联，任何一环出现问题，都会造成连锁反应，企业效益好是顾客对于产品及服务的认可的最好证明，而好的服务是员工为企业创造的价值。一个好的企业要做到内外兼顾，不仅要关爱客户，也要关爱员工，只有这样的企业才具备竞争力，才会被市场认可。

#### 四、企业爱的最大化：爱是实现企业人效用最大化的保障

**Proposition 8:** 爱是实现企业人效用最大化的保障，企业人效用最大化有助于企业实现利润最大化。

Enterprise = Love(entrepreneur(dream, liberty, profit), staff(basic, spiritual))

##### (一) 弘扬有爱的价值观，鼓励企业人对工作的爱

本文所提观点的最基本命题是，企业是人的组织和平台，其追求的目标是企业人的效用最大化。企业人工作能够直接为其带来效用满足，工作不是人们的厌恶选择，工资报酬不是换取人们付出劳动的必要补偿。企业的利润是实现企业人效用最大化的必要现金流。因此，企业人的效用最大化以企业的利润最大化为基础，爱工作的

偏好选择能够使员工从事自己所热爱的事业，努力工作是对实现自身价值的追求，与外源的物质性激励相比，来自内心深处实现自身价值的内在激励更具有生命力。从而使人们在做工作时进入心流状态，全身心的投入并完全享受工作过程，从而产生最高效的生产力，实现企业利润最大化与企业人效用最大化的一致。

但我们必须关注到普遍存在的社会现实情况，在功利主义价值观扭曲下，绝大部分人从事工作仍然是为了换取报酬，通过获得购买力产生效用满足。大多数人的无差异曲线，仍能用传统的经济理论解释，在这种偏好假设下，工作降低效用，当人们每个月有确定性的收入来源时，不努力工作甚至是完全不工作是理性人的最优选择。久而久之，员工生产效率低下，导致企业成本负担沉重难以为继时，企业降低工资，进一步强化了员工偷懒不作为的行为，使之成为恶性循环。

因此，首先以爱的价值观，激发企业人对工作的爱。改变人们的认知和主观偏好，认同工作不是为了换取工资，而是实现人生价值的自身需要，企业人努力工作，享受工作带来高效用的同时，为企业带来高产出，实现企业利润最大化与企业人效用最大化的一致。

世界著名实业家、哲学家稻盛和夫所著的《思维方式》一书指出人应该迷恋工作、热爱工作、拥抱工作。无论如何，必须得喜欢上自己的工作。对自己的工作、对自己的产品，如果不注入如此深沉的关爱之情，事情就很难做得出色。

与其寻找自己喜欢的工作，不如先喜欢上已有的工作，脚踏实地，从眼前开始。寻找自己喜欢的工作，往往就像寻找一座空中楼阁；与其追求幻想，还不如爱上眼前的工作。

连同身心一起，要全部投入工作、热衷工作，达到与工作“共生死”的程度。如果对工作缺乏如此深沉的挚爱之情，就无法抓住工作要领。

人分为三类：①自己就能燃烧的自燃型的人；②火源就能被点燃的可燃型的人；③即使点火也无法燃烧的不燃型的人（犹如“沉默的杀手”）。稻盛和夫在《干法》中指出：自我燃烧的最佳方法，就是要热爱工作。无论什么工作，只要全身心地投入并最终将其完成的话，就会获得巨大的成就感与自信，进而产生向下一个目标挑战的欲望。经过如此反复，还会使你更加热爱工作。这样，任何努力也不会觉得辛苦，就能够取得出色的成果。

怎样爱上工作？只有两种选择：一是“从事自己喜欢的工作”；二是“让自己喜欢上工作”。但问题是，一个人能够碰上自己喜欢的工作的几率恐怕不足万分之一。大多数人初入社会，只能从“自己不喜欢的工作”开始。

稻盛和夫的答案是：付出努力，接受当下，让自己喜欢上自己的工作。稻盛和夫辞职转行没有成功，只好留在从各方面衡量都不算好的公司。于是，他决定改变自己的心态。“埋头到工作中去！”这是稻盛和夫自我说服的第一步。

第二步，即使一开始做不到很快就热爱工作，但至少要排除掉“厌恶工作”这种负面情绪。现在回想，这些就是稻盛和夫为了“喜欢工作”而做的努力。稻盛和夫承认，开始“喜欢工作”时，有一半是强迫自己，但不久就变得积极主动起来了，并喜欢上了自己的研究工作。

培养自己的工作兴趣，稻盛和夫有一个诀窍，就是庆祝自己的每一个小小成功。“我的经验是，当研究工作进展顺利时就要直率

地表达出快乐”，为每一个小小的成功开心，这种喜悦和感动能给我们的工作注入新的动力。

## （二）构筑有爱的企业环境，创造企业人效用最大化实现条件

企业更要努力创造环境条件，鼓励员工在工作状态中能够实现效用最大化，这既包括必要的物质基础和工作环境，也包括对员工的尊重、关怀以及对员工实现自身价值需要的认同。

Google 人常说“像享受生活一样享受工作”。在 Google，工程师可以带心爱的宠物上班，随意装点自己的办公空间，悠闲地骑滑板车穿梭于办公区域之间，随时享用丰富的餐食，充分跟随自己的习惯与灵感享受弹性工作制，自由支配 20%的工作时间做自己想做的事。很多人戏谑 Google 的这种管理方式属于“放养式”管理，但这样的管理模式剔除了不必要的繁文缛节，解决了工程师们生活上的后顾之忧，最重要的是为他们天马行空的创意提供了自由驰骋的空间与平台。Google“自由文化”氛围下种种“破天荒”的做法，是组织对员工信任和关爱的充分体现，也是对工程师个人价值的充分肯定和尊重。一方面最大限度地激发了知识型员工的潜能和主观能动性，另一方面在提高工程师工作效能的同时，有效地提升了这一群体对企业的归属感和忠诚度。

## （三）鼓励爱+企业的社会环境

如果广义化生产与创造财富概念使之包括梦想的创造和创新的产生，那么现实社会中普遍认为的所谓“企业家”可以分为两类。一类是生产型的企业家，另一类是非生产型的企业家。生产型的企业家是创造财富的，非生产的企业家不创造财富，甚至毁灭财富，

反生产型的，他是把别人的财富拿到自己的手里。所以怎么能够使得真正的生产型的企业家兴旺起来，而非生产的企业家没有用武之地，没有生存空间，就变得非常重要。要做到这一点我们就要有很好的制度改革，特别是我们要有私有产权的保护和法治，政府的权力必须大大的收缩。政府支配资源很多的情况下，好多企业家都变成非生产型的企业家，他赚钱了，但是不是因为他生产了消费者喜欢的东西，不是解决了我们社会需要解决的事情，而是因为利用了政府的权力去寻租。举个简单的例子，当然我们在政府决定支持好多的创新项目的时候，我们好多人要申请这个项目。这个时候就专门有人可以成立一个公司，这个公司不干其他的，就是帮你申请项目，然后给你编申请书，因为你没有经验，编不好，他有经验，他还有关系，如果你不通过他编这个项目的話，拿到申请的可能性很小，但通过他的话可能性很高。这样的企业就是反生产力。所以我说为了减少社会当中反生产力的企业家，或者非生产企业家行为，那我们就必须对我们政府的行为做出有效的控制，必须把政府放在法治的笼子里面，必须减少政府控制的资源。只有这样，我们的企业家精神才是正道上的企业家精神，才给我们的老百姓消费者带来好处，也给我们社会带来好处。

要培养出有爱的生产型的企业家，最重要的是什么呢？第一是自由，第二是责任感。自由是心灵的自由和行动的自由，心灵的自由就是说你可以胡思乱想，只要最后消费者接受，就证明你是正确的，但我们中国的企业家，我们从小的教育使我们不敢胡思乱想。西方人说，他现在售票，二十年之后他把你送到火星上去，中国不会这么想的。当然中国也有越来越多的人敢想，但是传统上我们是不敢想的。还有行动的自由，我们中国至现在仍然有过多的政府管

制，这个不能做那个不能做，最后大家就没有行动的空间了。稳定的预期就是说，商业本来就充满了风险，如何使人们敢冒这个风险，但是在中国制度的风险非常大。所以这个创新的积极性会大大降低。还有就是产权的保护非常重要，没有一个真正的私有财产制度，这个国家不可能变成一个创新的制度。最多是一个模仿的制度，不可能创新。

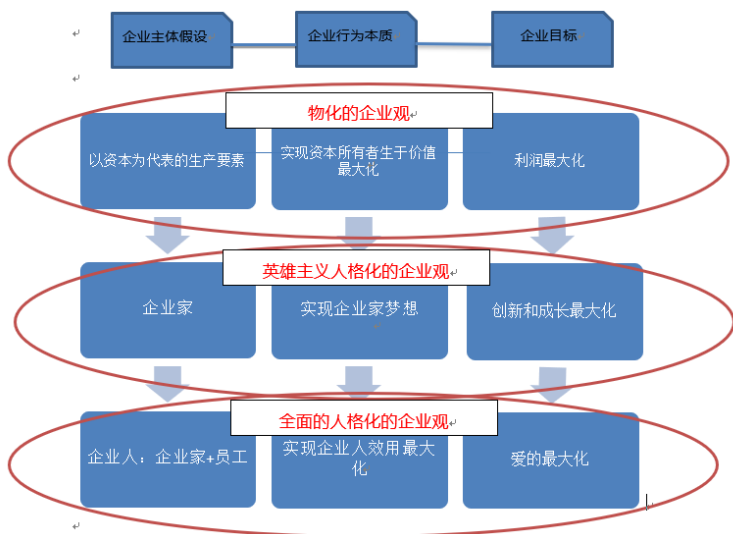


图6-6 企业观的演进

综上所述，本文首先指出传统经济理论中高度抽象的企业行为假设很难具有现实解释力，在进一步梳理了自亚当·斯密、马歇尔到熊彼特和科斯等经济学家所提的企业理论后，发展了企业的人格化的理论，提出了企业是企业人有爱的组织的概念，并进一步分析企业追求的目标是实现企业人的效用最大化，利润只是实现效用最大化的必要支撑也是企业人效用最大化的可能结果。企业爱的最大化时实现企业人效用最大化的保障，爱的最大化包括三个层次：首

先是员工爱工作，享受工作，才能全身心投入到工作中，产生强大的自我内驱力，获得自身价值实现需要的同时，创造最大的生产价值。其次，企业爱员工，为其创造实现效用最大化的环境条件，既包括必要的物化环境，更包括对员工追求和精神的自由的尊重；最后，在社会层面，为生产型爱+企业创造制度环境。

本文的观点发展了企业家的企业的观点，同时注重了企业家与企业员工对于企业的意义。本文对于企业性质的新观点，是期望全社会、企业家与员工关注效用满足，而非追求功利主义价值观下的企业利润。有爱的企业能够在持续生产，创造财富的同时，更能够不断的向企业员工、企业家和社会提供爱！

## 第七章 专利与创新

### 第一节 坚守专利还是救人？

最近，电影《我不是药神》掀起了一股热潮，而该电影引发的关于药物价格及专利保护的争议，也不绝于耳。影片中的“格列宁”是用来治疗慢粒白血病的唯一用药，但是由于原研厂商瑞士诺华公司掌握着专利，所以药价居高不下。“我吃了三年的药，吃掉了房子，吃垮了家人。”影片中患者的这句无奈心酸话，让许多人潸然泪下。

因不具备专利而通常以地下渠道流入国内市场的印度仿制药，一面以低廉的价格为穷人带去希望，一面又给制药巨头造成利益损失。生死两难的困局究竟该怎么破？“格列宁”的原型药物为格列卫，而格列卫的专利原本在中国已经过期了，但是随着《我不是药神》的热映，于是又被人扒出来，翻得底朝天。尽管是顶着“假药”的风险，但还是挡不住中国人海外购药的冲动，因为价格实在是太有诱惑力了。以治疗慢性粒细胞白血病的“格列卫”为例，瑞士诺华公司的“真药”在中国大陆售价为每盒 23000 元左右，而“印度格列卫”每盒售价现在仅需 200 元——相当于同款进口药的百分之一。而通常情况下，一盒药吃 1 个月左右。而众所周知的进口专利药与印度仿制药悬殊的价格落差，也让人震惊。

印度药为何这么便宜呢？除了印度独特的技术成本优势外，这还要归功于印度坚定不移地执行着“药物强制许可制度”。简单地说，就是把西方的专利保护法规扔到一边，仿制出最新最有效的药

物。一般来说，西方国家昂贵药品一经上市，印度制药企业在本国专利法保护下就可以仿制同类产品。简单来说，“专利强制许可”制度是指，在特殊情况下，可以不经专利权人的同意，由政府授予、许可其他企业使用某项专利。这也是世界通行的对专利权限制的规则。

仿制药的命门是对专利的争议。一方面仿制药给贫穷患者带来福音，一方面又让欧美制药巨头蒙受损失，成为它们的死敌。于是，在专利保护相对严格的国家，不少贫穷患者把矛头指向了把专利死死攥在手里的药企，认为是他们剥夺了自己生的希望。热议中，中国该不该效仿印度，对进口高价药进行“专利强制许可”，是争论最多的话题。

作为治疗慢粒性白血病的救命药，格列卫为什么这么贵？有一句经典回答：“之所以昂贵到要卖几万元，那是因为你买到的已经是第二颗药了，第一颗药的价格是数十亿美金。”拿药品研发来说，一种药品的研发过程常常耗时多年，投资巨大，并且存在不可知性。过去研发一个新药，平均花费 10 亿美元左右。最近的数据表明，开发一个新药的费用远不止这些。比如世界著名药企阿斯利康在 1997 至 2011 年研发花费大概在 580 亿美元，期间只批准了 5 个新药，平均每个新药花费高达 118 亿美元。

专利权的逻辑迷宫：

公司名称	股票代码	被批准的药品数量	每个药的研发投入 (亿美元)	总研发投入 (亿美元)
阿斯利康	AZN	5	117	589
GSK	GSK	10	81	817
赛诺菲	SNY	8	79	632
罗氏	RHHBY	11	78	858
辉瑞	PFE	14	77	1081
强生	JNJ	15	58	882
礼来	LLY	11	45	503
雅培	ABT	8	44	359
默沙东	MRK	16	42	673
雅培	BMJ	11	41	456
诺华	NVS	21	39	836
安进	AMGN	9	36	332

图7-1：福布斯公布的全球主要跨国药企近年研发支出

纵观近年全球主要跨国药企近年研发支出，每个新药都动辄投入几十亿美元甚至更多。“假如我们不尊重药企的知识产权，今后就不会有人继续研发新药”，这是药企维护自身专利权的常见说辞。

研发成本往往成为了药企制定高昂药价的逻辑起点，专利权和  
新药专利保护期限就是药企维护这一逻辑的利剑。药品有着更新换代迅速特点，于是生产原研药的企业基于收回巨额研发成本的逻辑，维持“高价撇脂”的价格策略，尽量制定高价格，尽快收回成本。

根据西方国家的专利保护法，药物专利的生效期起始于药物的发明之日。一种新药从发明到通过临床试验上市需要相当长的时间，这就导致企业的专利保护期限缩水。于是，药企一本正经的说，“只要延长企业的专利保护期，企业就能制定较低的药品价格，从容不迫的慢慢收回成本，让患者可以买到便宜的药物”。以美国为例，90%的新药都申请延长专利保护期，34%的药物专利保护期得以延长3年以上。

药物专利保护期是维护药企利益的法宝。以美国礼来公司生产的抗抑郁药“百忧解”为例，该药在礼来公司 80%的销售量是在专利保护期内。虽然“花无百日红”，但时在专利保护期到期后，药企仍然有各种手段维持自身利益。比如说，药品问世后企业首先申报物质专利，到一定时间后申报剂型专利、适应症专利、处方专利、工艺专利，通过这些手段变向的延长专利保护期。再加上药品生产本身具有技术门槛，并不是所有的企业都有能力仿制生产。一些国际药企甚至会在药品专利权到期前夕，收购有可能挑战自己地位的小企业；或者是直接把药物成分和生产工艺卖给竞争对手，竞争对手们仿制药物也是需要研发投入的，“造不如买”。

虽然研发成本并不是药品定价的全部。企业定价也要考虑以政府关系为首的公共关系和市场份额等重要因素。但专利制度确实时一种垄断机制，为企业制定高价格提供了可能。在面对生死两难的困局时，是坚持专利的保护机制还是出于对生命的重视逾越对专利权的尊重？专利制度给天才之火添加利益之薪。美国林肯总统的这句名言，被人们视为对专利制度功能的经典概括。学术界据此归纳为专利激励论：专利制度通过赋予权利人一定期限的专利权，使其获得从事发明并向社会公开该技术的回报，从而激励发明创造，促进社会进步和国民经济的发展。回答这个问题，必须清楚专利是什么？专利能否有效激励创新，是否是创新的必要条件？专利的存在是否意味着人们为了获得新产品和新服务就一定要为此付出高昂的价格呢？

## 第二节 专利理论

### 一、专利

专利，从字面上是指专有的权利和利益。“专利”一词来源于拉丁语 *Litterae patentes*，意为公开的信件或公共文献，是中世纪的君主用来颁布某种特权的证明，后来指英国国王亲自签署的独占权利证书。在现代，专利一般是由政府机关或者代表若干国家的区域性组织根据申请而颁发的一种文件，这种文件记载了发明创造的内容，并且在一定时期内产生这样一种法律状态，即获得专利的发明创造在一般情况下他人只有经专利权人许可才能予以实施。在我国，专利分为发明、实用新型和外观设计三种类型。

专利文献作为技术信息最有效的载体，囊括了全球 90% 以上的最新技术情报，相比一般技术刊物所提供的信息早 5-6 年，而且 70%-80% 发明创造只通过专利文献公开，并不见诸于其他科技文献，相对于其他文献形式，专利更具有新颖、实用的特征。可见，专利文献是世界上最大的技术信息源，另据实证统计分析，专利文献包含了世界科技技术信息的 90%-95%。

2016 年 11 月，中国专利局 2015 年受理了国内外申请者逾 110 万件专利申请，占全球总量近 40%，超过美日韩总和。

### 二、专利的特点

专利属于知识产权的一部分，是一种无形的财产，具有与其他财产不同的特点。

### （一）排他性

也即独占性。它是指在一定时间(专利权有效期内)和区域(法律管辖区)内，任何单位或个人未经专利权人许可都不得实施其专利，即不得为生产经营目的的制造、使用、许诺销售、销售、进口其专利产品，或者使用其专利方法以及制造、使用、许诺销售、销售、进口其专利产品，否则属于侵权行为。

### （二）区域性

区域性是指专利权是一种有区域范围限制的权利，它只有在法律管辖区域内有效。除了在有些情况下，依据保护知识产权的国际公约，以及个别国家承认另一国批准的专利权有效以外，技术发明在哪个国家申请专利，就由哪个国家授予专利权，而且只在专利授予国的范围内有效，而对其他国家则不具有法律的约束力，其他国家不承担任何保护义务。但是，同一发明可以同时两个或两个以上的国家申请专利，获得批准后其发明便可以在所有申请国获得法律保护。

### （三）时间性

时间性是指专利只有在法律规定的期限内才有效。专利权的有效保护期限结束以后，专利权人所享有的专利权便自动丧失，一般不能续展。发明便随着保护期限的结束而成为社会公有的财富，其他人便可以自由地使用该发明来创造产品。专利受法律保护的期限的长短由有关国家的专利法或有关国际公约规定。世界各国的专利法对专利的保护期限规定不一。(知识产权协定)第三十三条规定专利“保护的有效期应不少于自提交申请之日起的第二十年年终”。

### 三、专利激励机制发生的原理

#### (一) 公共物品与市场失灵

经济学家萨缪尔森认为，公共物品具有消费上的非排他性与非竞争性。“非排他性”是指，某人对物品的消费并不排斥他人同时消费的可能性；“非竞争性”是指，某人对物品的消费不会减损他人对该物品消费的数量与质量。公共物品的非排他性与非竞争性特征意味着，一旦这种物品生产出来，额外的人员同时使用该物品并不会对其他消费者强加成本，即某人对物品的消费并不会减损其他人对该物品消费的境遇。虽然向其他人告知该物品的可及性及实用性会存在一定的成本，但是此时通常认为向其他人提供该物品的边际成本为零。知识产权学者也纷纷基于这两个特性对公共物品加以描述。例如，克雷格·甘松教授认为，如果某个人对特定物品的消费不会减损其他人对该物品消费的质量，则该物品就是公共物品。同样，布雷特·弗里施曼教授认为，非竞争性描述的是这样一种情形，即一件物品可以被个体消耗，但丝毫不会贬损其他人对相同物品进行使用的机会。

#### (二) 外部效应与市场失灵

“外部效应”是指，物品在生产或消费时，未显现在市场交易价格中，而对生产者或消费者以外的其他人所产生的社会边际成本或收益。依据新古典经济学的理论假设，只有在完全竞争市场中，消费品能够达到社会福利最大化的数量，并达到“帕累托最优”。然而，当存在外部性时，即某项活动的成本或收益超过了活动决策者的预期，市场将无法产出最优的反馈结果。如果外部性是负的，

成本超过了决策者自己能够承担的范畴，市场将会产出过剩的相关产品；如果外部性是正的，对相关产品将产生生产不足的问题。

“囿于外部效应的存在，物品生产者自己承担的私人成本或收益并不等同于隐藏的社会成本或收益，此时的社会成本等于私人成本与外部成本之和。”因此，依据失真的市场价格信号可能引起经济决策的错误，造成资源配置的低效率。外部效应的存在是市场调节机制失灵的又一因素。

### （三）专利权干预的必要性

专利权作为一种排他性垄断权，其正当性在于激励私人投资与发明创造。发明信息作为公共物品的一种，在自由竞争的市场机制中面临供给不足问题，无法排除竞争者及其他用户免费搭便车的盗用行为，增加了投资风险。而赋予私人投资者专利权，可以降低排他性成本，提高搭便车成本，鼓励私人谈判许可行为，最终为发明人带来更大比例的盈余。因知识信息与一般的有形商品不同，信息生成成本很高，而复制再生产的成本却很低，因此极易受到市场失灵的影响。为了鼓励知识生产，激发创造热情，国家开始以“知识产权”的形式对信息市场进行创新激励。专利权作为“知识产权”的最早形式之一，被认为是国家对自由市场经济的必要干预，旨在通过这种产权干预形式，激励和调节技术创新市场，促进发明资源的优化配置。专利激励论认为，自由竞争市场并不能为知识生产提供足够激励。这是因为，在自由竞争市场中，竞争者对发明信息的搭便车行为，将导致技术信息的市场价格下降到接近为零的边际成本。此时，发明人所获得的市场收益无法弥补其研发成本，缺乏继续投入时间、资金等进行发明创造的动力。权衡利弊，人们更愿意

成为复制者，而不是发明者。“专利制度之所以必要，是因为专利制度作为政府公共政策的重要组成部分，在解决知识资源配置与知识财富增长的问题方面，较之于市场自发解决问题所产生的社会成本更低，而带来的社会收益却更高。”专利制度通过赋予发明创造者以私人产权，无疑是“为天才之火添加利益之薪”，为权利人提供一种最经济、有效和持久的创新激励动力。诺贝尔奖获得者、经济学家肯尼思·阿罗认为，市场本身是无法实现发明资源的最优配置的。他认为，从社会福利角度看，一种新的知识生产方式，除了信息传递成本外，信息应该免费获得。这虽然能够保证信息的最佳利用，但是自然无法激励任何发明创造。同样，保罗·萨缪尔森在对公共物品的研究中，描述了公共物品（如技术）达到最优资源配置的条件，认为私人决策无法达到最优资源配置。二人都反对纯粹以市场为中心解决发明资源的配置问题。阿诺德·普兰特认为，专利制度是政府对发明创造者的一种补贴。专利法有意为专利持有人设立了一个“收费站”，允许发明人从社会回收研发投入，并将获得的总收入投入到最优的创新活动中。可以说，专利制度是政府对市场的一种人为干预行为，是一种人为激励创新的重商主义经济政策。

### 第三节 对专利制度的理性思考

#### 一、专利制度并非发明天才的创新之火

专利制度通过确认和保护专利权益而激励发明创造，即“给天才之火添加利益之薪”。不过，专利制度将利益之薪是添加给发明

天才以激发其燃起更旺的发明之火、做出更多的发明创造，还是添加给发明天才创造出的技术成果，使之影响更广、作用更大？或者说，专利利益所激励的，是发明创造还是发明创造的利用呢？根据发明活动的特点和专利制度的运行实践，笔者认为，专利之薪激励的，是将技术予以市场化利用的商业之火，而非发明天才的创新之火。发明活动不依赖于专利利益的激励，专利利益激励的是发明成果的市场化利用。

发明创造不依赖专利的激励众所周知，发明创造是促使人类文明进步的基本要素，人类文明史即发明创造史。专利作为法律保障的技术市场化权利，无论从 1474 年威尼斯专利法还是从 1623 年英国垄断法起算，在世界范围内的历程不过几百年，与人类社会历史相比，只是很短的一瞬间。在漫长的没有专利制度的历史中，人类为了生存和发展，不断地在总结前人经验的基础上，从事着各种各样的发明创造。远古的取火、捕猎、农耕，制作石器、陶器、铜器、铁器，发明文字、纸张、火药等，不胜枚举。哪里有需要，哪里就有天才发明家的发明，并随着人类文明的积累，发明的难度不断增加、技术逐渐复杂。不断累进的发明创造，帮助人类克服了一个又一个困难，促进人类文明不断进步。可以说，发明创造是人类的发明本能与现实需要相结合的产物，它因专利制度的存在而存在。实践中，发明人并不因为专利才进行发明创造，发明创造不依赖专利的激励。发明人熟悉的是所在领域的知识、理论与问题，关注的是本领域的科技发展，追求的也主要是本领域的科技成就与贡献。解决技术难题，登上科技高峰，是发明人的最高目标。发明活动诚然需要一定的物质保障和社会激励，但专利赋予的潜在收益未必能够提供发明的物质保障——发明不能依赖专利来保障；专利以外的荣

誉、奖励、职位等也能够成为激励发明创造的手段——发明不仅依赖专利来激励。而且，术业有专攻。发明人全身心投入其发明创造，通常既无暇将自己的成果按专利制度的要求申请专利(发明创造和专利的技术要求有时并不吻合)，也不熟悉申请专利的各种制度和要求，更难以将专利按照市场化规则和技术特点予以有效实施。

## 二、专利制度激励的是对专利化技术的市场运用

发明创造不依赖于专利的激励，但专利的潜在利益使其天然地具有激励发明创造的作用。当然，这时的发明是为专利尤其是专利背后的利益而进行的发明，与追求技术造诣的纯粹发明人不同。例如，美国发明天才爱迪生在第一项专利因为不适应社会需要而一无所获后，调整发明思路，根据市场需要从事和组织发明创造，一生获得 1093 件专利，并创立了多项利用和实施专利发明的企业。12 发明人伊斯曼·柯达从小受发明人靠专利而生财致富报道的影响，为了专利而竭力进行发明创造。在发明的新式炉条因他人已获得专利而首战败北后，他调整思路，终于研制出新型照相材料——干式感光乳剂，并利用许可该专利获得的费用，他建立了自己的工厂，通过不断发明创造，发展出当代的影像设备材料巨头——柯达公司。爱迪生、柯达等为了专利而进行发明，利用取得专利的发明成果进军市场并不断壮大，堪称专利激励功能的经典范例。不过，此时专利制度激励的并不是单纯的发明创造，而是具有市场利益的技术之发明创造以及发明成果专利化后的商业经营，或者说是专利化技术的市场运用。从专利角度进行的发明与纯粹的发明具有质的区别。因为专利权的取得需要付出相当的代价——除了发明创造的投入，

还包括为取得专利而支付的申请费、取得专利后的年费、雇请专门人员的代理费等开销。如果不能通过专利的市场运营收回投资，专利活动就得不偿失。因此，是否、如何拥有(开发或买卖)某一专利、在哪些国家拥有专利、如何经营专利，都需要从市场的角度进行决策，一切以利益为轴心。以专利为目标的发明活动本质上基于技术的商业活动，专利权人是追求技术发明市场利益的商人。

### 三、专利沉睡

专利制度将可专利性门槛设置在了创新早期的发明创造阶段，鼓励发明者在创新过程中尽早申请专利，只要在“概念”上具有实际应用能力即可获得专利权。由此，专利申请量与授权量急速攀升，而真正转化为现实生产力的专利技术很少，专利市场陷入了“高申请量、高授权量、低转化率”的“专利沉睡”困境。国外有学者研究发现，实践中，有超过一半甚至更多的专利技术最终都没有实现商业化开发。甚至，有些具有重要商业价值的发明间隔十几年后才真正进入市场。20世纪很多重大发明都是很多年以后才实现商业化的，例如电视、收音机、雷达等。更为严重的是，很多专利技术根本就缺乏商业化开发的价值。专利权人只坐享专利权，而不进行商业化的动机何在？对此，美国学者朱莉·特纳列出了五个原因：第一，专利技术可能不具有商业化可行性，如生产成本高昂或者商业化产品的市场存活力低；第二，即使专利技术具有商业化可行性，但并非商业化产品的核心部件，很可能被随后的类似技术所替代；第三，即使专利技术具有商业化可行性，但是在专利权人的产业领域并不具有商业化应用性；第四，专利权人对其专利价值进行过高

评估，致使商业化谈判破裂；第五，当商业化产品最终将与专利权人已经生产的产品发生竞争时，专利权人通常会抵制新技术的产业化，如拒绝许可或设置过高的许可使用费。

#### 四、机会主义寻租

随着市场经济的深入发展，专利权强保护主义势头愈发明显，专利权本身的私有化和商业化特性日益突出。专利制度赋予了权利人一种利用排他性垄断权获取利润最大化的能力。虽然专利法的初衷在于通过授予发明人一定期限的垄断权，促进技术进步，但是真正的技术交易并不是专利权人的义务。专利权人没有义务也不愿意实施专利技术或进行商业化生产，而是更多选择了一种立竿见影、风险较低的排他性权利交易模式。实际上，从当前市场交易的性质来看，有形产品逐渐甚至完全消失，市场中更多交易的是排他性权利本身，而非专利产品。专利权与专利产品一样，成为了一种可以自由流通的商品。一些企业有很少或根本没有商业生产目的，只是去累积和许可专利权本身，这些企业“生产”的只是专利及专利许可。这些机会主义寻租主体更热衷于“维权”活动，依靠收购的弱专利和隐而不用的专利，向生产性企业发起毫无实质诉讼利益而言的诉讼行为。“这种恶意诉讼行为不仅无端增加了被诉生产企业的诉讼成本，同时也会增加目标公司的商业化成本，最终会降低社会福利。因为生产性企业增加的这些成本最终将以提高产品价格的方式转嫁到消费者身上。”



## 第四篇 投资篇

### 第八章 爱+投资——投资目的的再思考

#### 第一节 传统投资模式存在的缺陷

##### 一、资本助长“毁三观”式投资蔓延

在一个国家经济快速发展过程中，各行各业普遍成为投资领域热点，包括贡献 GDP 最显著的“重资产”的工业行业，也包括配套的教育文化等“轻资产”。热情高涨的资本使工业产品、服务项目在极大丰富人们业余生活的同时，也出现让人瞠目结舌的“要钱不要命”、“要现在不要未来”的投资赌博。GDP 重了，污染也重了；文化传播了，但都是低俗文化，完全抛弃“三观”。

##### （一）资本逐利断送投资理性

经济快速发展或者深度变革时期，社会对投资项目的心理往往是迫切而又盲目的，资本深谙此道，借机布局，但很多投资受众暂时缺乏对与经济发展水平相适应的投资主体、投资项目的判断，造成资本大量投放到完全逐利的项目中去，而又缺乏投资受众的监督。有投资者甚至将实体项目变成金融品，造成这些项目虽然数量、金

额庞大，但质量却良莠不齐、泥沙俱下<sup>160</sup>。成为了社会成本高昂的、代价沉痛的“毁三观”式投资。

## （二）资本逐利扩散恶性投资

从当前投资圈的氛围看，逐利性打破了原有社会秩序，虽然为人类进步贡献了基础资源，但放大了投资的负面效果。经济快速发展时期，社会往往处在思想大活跃、观念大碰撞、进程中，一些投资者价值观缺失，投资行为没有底线<sup>161</sup>。很多资本并不真正了解期社会责任，往往只以经济指标测算投资价值。这种导向造成很多投资者不能静下心来钻研更有社会价值的投资项目，只求能把商业计划书尽快拿到投资市场上变现<sup>162</sup>。使低俗透支大行其道，造成投资界“劣币驱逐良币”现象。

吴晓波先生在他的《把生命浪费在美好的事物上》一书中，从台湾明基董事长李焜耀对当今的土耳其人由游牧走向农耕的过程中体会到生产方式的变化的重大意义，指出：“台湾的产业投资主流价值已被严重扭曲，大家看到的都是投资成功以后的故事，去赞扬，甚至效法这些苍狼式、游牧式的恶性投资模式。但大家刻意忽略的是，在这些投资成功故事背后，可能用了多少社会资源，与多少不合情理、不一定合法的手段。如果这样的成功被大肆歌颂或称道，这对社会是不公平的。”吴晓波先生进一步指出：“跟台湾的产业

---

<sup>160</sup> 杨胜刚,吴立源.非理性的市场与投资:行为金融理论述评[J].财经理论与实践,2003(01):48-52.

<sup>161</sup> 白钰,靳志伟,李琳琳.创业投资与恶性增资:抑制还是促进[J].现代经济信息,2014(08):335-336.

<sup>162</sup> 彼得森,道德经济[M],中信出版社,2014:56.

界相比，大陆的浮躁与苍狼化态势正成为投资思想的主流。急躁、功利、凶猛决然、见到猎物就上、从不顾及生态，这种‘狼文化’据说正被很多企业家奉为‘图腾’”。

## 二、“新殖民主义”式的投资

“新殖民主义”原义是指作为殖民国家维持旧殖民主义掠夺式统治的手段。但当代的某些投资行为，为了极大化投资方的利益，与过往的殖民地掠夺并无区别。

### （一）“新殖民主义”的提出

20世纪60年代初，新殖民主义一词开始在学术界被广泛提及。最早提出新殖民主义这个概念的是加纳前总统夸梅·恩克鲁玛。他在《新殖民主义：帝国主义的最后阶段》一书中提到，新殖民主义作为殖民国家维持旧殖民主义统治的主要手段，用来缓解殖民主义国家的社会矛盾。但新殖民主义的结果是外国资本被用于剥削，而不是发展世界欠发达地区<sup>163</sup>。

1961年3月在开罗举行了全非人民大会。会上重点讨论了有关新殖民主义的含义及表现形式，并在会上通过了一项有关于新殖民主义的决议。该决议认为，新殖民主义体现在对经济和政治的干预、恐吓和勒索之上，其目的是防止非洲国家政治、社会和经济政策的自主制定，剥削当地的自然财富，为宗主国人民牟利。根据这项决议，非洲国家认为美国、德意志联邦共和国、英国、比利时、法国

---

<sup>163</sup> 刘乃亚. 互利共赢:中非关系的本质属性——兼批“中国在非洲搞新殖民主义”论调[J]. 西亚非洲, 2006(08):33-39+79.

等是推行新殖民主义的主要国家。这项决议为如何认知新殖民主义奠定了基调，在当时很具代表性。

## （二）当代投资的“新殖民主义”特征

“新殖民主义”经济一般是掠夺性的而非分享式的，同时它带来的是不平等的发展权利。当今的投资行为也如出一辙。

### 1.掠夺式投资

殖民国家在被殖民国家的一切经济行为的核心就在于“掠夺”，当代经济行为中，“掠夺”也成为了投资的最主要目的。

投资模式可以有多种，它往往与经济发展水平有关。一般说来，经济发展水平越低，投资模式越是粗放。掠夺式的投资是指，在经济发展较低阶段，往往是外延式、掠夺资源式的盲目扩大投资行为占据主导地位<sup>164</sup>。

掠夺式的投资在我国不难找到“成功的范例”，无节制地采挖矿产资源只是一种“范例”，在改革开放的过程中，一度由于“GDP挂帅”，我们在各个领域都可以发现类似这种掠夺式投资的事例，发展投资项目只求多快不讲好省，忽视经济效益和社会效益。许多地方的当权者为了“自己的前程”，只要“金山银山”，不要“绿水青山”，社会资源破坏触目惊心！

### 2.不平等的投资

学术界认为“新殖民主义理论”是造成二战后国家间不平等关系的基础。二战后，帝国主义国家采用新的方法和手段维持其殖民利益的政策和行为，它们通过扶植代理人，利用不平等贸易、不平

---

<sup>164</sup> 惠小勇,任会斌.掠夺式开发的得失账[J].瞭望新闻周刊,2004(32):8-10.

等的市场、不平等的分配继续维持殖民统治，本质上讲，未给予充分补偿是上述“不平等”的核心。

当代投资行为中，不平等的补偿也是造成投资受众对投资行为本身不满的原因。但“不平等的补偿”并不是仅仅指经济利益的补偿，而是投资者与投资受众在投资行为后获得不平等发展权力的情况。这表现在，更多的投资行为是把社会危机给转嫁投资项目受众。比如，日本不愿意砍伐自己的一棵树木，每年却从周边邻国进口大量的一次性木筷。这种只要自己柳暗花明，哪管他人山穷水尽的做法，导致了被投资者未来发展权益的受损。

## 第二节 普通公众对传统投资模式缺陷的认知

传统上，评价投资项目的经济效益，一般以对投资项目的财务分析为基础。投资行为为了在市场竞争中占领一席之地，需要具备准确的投资决策能力来促进投资决策效果的显著提高，从而可以取得最大化的经济效益，帮助投资者更好的抓住机遇、迎接挑战，实现经济利益最大化发展。

### 一、追求财务收益最大化是导致投资负面性的唯一原因

对于有的投资者来说：投资项目的经济效益是一切投资行为的根本出发点。提高经济效益，有利于增强投资主体的市场竞争力。要想得到靓丽的财务报表，必须以最小的投入获得最大的效益。只有这样，才能在市场竞争中不被淘汰，获得发展。而这就导致了有的投资者产生了投机取巧的念头，他们想获得最大的经济效益，就不顾一切单纯的使用财务指标评估投资行为。

公众认为投资者和投资项目必须在财务收益之外承担社会责任,这是投资者实现其社会性的组织作用之需要。投资者主动积极地承担社会责任,可以为投资者和投资项目赢得良好的社会信誉。

承担社会责任的投资者一定是诚信主体。他们为投资受众提供优质服务,从而赢得投资受众对投资者的信赖,在投资受众中树立起良好的项目形象。良好的社会形象是投资项目存在和发展的重要条件。投资者善待社会服务社会,在从事公益活动的同时也提高了自身在社会中的声望,创造了一种投资项目的品牌效应,对于项目的推广会产生积极促进的作用。

公众认为投资者承担社会责任不仅是必要的,而且对投资项目自身的发展具有重大的意义:即使是在市场经济快速发展的情况下,投资者和投资项目也能而且必须做到经济效益与社会责任的协调发展。每当投资项目遇到舆论危机,投资者的形象都受到极大冲击,尤其是他们的公信度明显下降。在这种情况下,投资者应该重新思考投资模式,承担起更多的社会责任。

公众普遍希望,一个投资项目承担社会责任的同时并不会损害它的经济利益。承担投资社会责任的一些行为虽然不能直接带来经济效益,但会使投资者树立良好的形象、获得社会各界的支持,而为投资者获取长期利润准备了条件。从表面上看,投资者承担社会责任、遵守伦理规范可能带来成本,有悖于投资项目追求经济效益的基本目标。但是从实际情况来看,承担社会责任、遵守伦理规范并不排斥投资项目追求正当的经济效益。事实上,承担社会责任的投资者应尽量去从事既有较高的道德价值又能带来较高的经济效益的投资项目。

## 二、仅追求财务收益最大化是投资者道德缺失的体现

普通公众认为投资者作为实现生产要素重新组织、推动国民经济向前发展的主体<sup>165</sup>，在当今经济社会中扮演着重要的角色。投资者的道德的缺失直接表现就是投资项目的不计后果，对社会造成严重的不良影响。近几年，投资者的道德缺失事件频频出现，投资项目弄虚作假、诚信缺失现象几乎遍及社会各个领域：项目产出产品质量差、项目能耗高、项目安全事故频繁、侵害第三方权益等。

许多投资者背离了诚信原则，投资项目提供假冒伪劣商品，不仅损害消费者的财产还危及健康，甚至丧失性命，给消费者和社会带来了严重的后果。在传统投资模式中，投资项目只追求眼前的利益，而忽略了可持续发展，生态环境和自然资源的掠夺，损耗了大量宝贵的资源财富，尤其是一些需要经过长时间才能形成的资源或者一些不可再生的资源。但是，投资主体受市场机制的驱动和迫使，更加肆意的利用、开发和掠夺不可再生资源，排放污染物，严重损害了人们赖以生存的自然环境，使得生态环境遭受了巨大的破坏，给后代人的生存和发展造成了威胁，带来了长久的负面影响<sup>166</sup>。

从道德角度来分析，后代人享有同当代人一样的权利，按照公平性原则，任何一代人都不应该在环境与资源问题上处于支配地位，任何一代人对生存环境选择的权利是一样的。因此，当代人在创造生活和追求投资效益的过程中，不能忽视后代人的需求，承担起必

---

<sup>165</sup> 熊彼特.经济发展理论[M].北京:商务印书馆,1990年。

<sup>166</sup> 王雁茜,周启功.风险投资投资过程的逆向选择和道德风险[J].科研管理,2002(03):105-111.

要的社会责任。投资项目要从伦理道德观念出发，以公平为原则，不得肆意侵占、破坏和消耗人类共有的资源，既考虑当代人合理的需求，又要为后代人的投资发展留有余地。另外，很多投资项目侵害第三方权益，如对投资项目中雇佣员工权益的侵害。当前很多投资项目都存在雇员工作环境恶劣、社会保障缺失、工作超时等问题。

### 第三节 投资的外部性分析

#### 一、投资的外部性

投资的外部性是指投资经营主体在完成投资过程后，所产生的投资者与他人收益享用及社会成本承担的不完全等同特性，它包括外部收益和外部成本。外部收益是指落在投资经营主体之外的收益，此收益由投资经营主体之外的人免费获取。如某投资主体兴建了一座水电站，它可以通过电能出售获得收益，而电站下游的居民也从电站的大坝修建中获得了减少洪水灾害的收益，这种收益尽管可能很大，但居民却是免费获取的。外部成本是指落在投资经营主体之外的社会成本，但此成本却不由投资经营主体给予等价补偿，而由外部的他人无偿或不等价承担，如烟尘和污水的排放，既损害生态环境进而损坏他人，但受害者却难从污染制造者即投资主体那里获得等价赔偿。就投资主体而言，实现外部收益内部化，内部成本向外部成本转移，即外部性小，也是获取较好投资收益的一个途径。可以说，外部性一定程度上影响着投资主体的定性、投资方向决策及其项目管理、收益评价等，随着社会主义市场经济的不断完

善，投资多元化格局逐步形成，研究投资的外部性，对促进社会资源有效配置，评估引资的社会效益等都有着极其重要的意义。

## 二、投资的正外部性——投资中的“爱”

### （一）投资中“爱”的阐释

投资行为中给其他人带来福利而有又无须他人付费的行为即是投资行为的正外部性。按照我们前文对爱的解释，投资行为产生的正外部性就可以定义为投资中的“爱”。从这个角度讲，投资中的“爱”是一种纯粹的由投资行为产生的正外部性。投资的“爱”是一种责任担当，它的本质是投资主体的给予行为，把投资主体在投资行为中的有意义和有价值的正能量传递给他人的过程。

#### 1.有“爱”的投资更强调社会收益而非财务收益

投资的给予，既不是要求投资主体舍弃自己的财务收益，也不是建议投资主体过于看重财务收益，而是在投资过程中自己得到合理的财务收益同时在精神上获得快乐，并且使得投资受众得到满足，从而觉得自身投资行为真正的社会收益所在<sup>167</sup>。投资的“爱”的特征是给予爱，给予社会中广大投资受众更多发展的机会，让他们普遍收益。投资项目追求与他人利益的结合，将投资活动建立投资主体与投资受众双方平等、独立、相互欣赏基础上的利益的结合。投资项目的存在应与投资受众和谐相生，投资项目的收益应与投资受众的收益和谐相生。

---

<sup>167</sup> 王奕清.对投资项目社会效益评价有关问题的探讨[J].中国工程咨询,2003(04):30-32.

## 2.投资的真正目的——让世界更美好

投资的真正目的是释放投资正外部性，将投资带来的负外部性降到最低，即让世界更美好。

对于投资主体而言，投资基于民生，基于社会进步，才能走的长远，积极承担社会责任，投资主体才能受人尊敬。把创造社会价值、着眼于投资的正外部性放在首位，让投资主体变得更美好的同时也让世界变得更美好。

投资向善、社会向善应当成为一种主流。投资的最终成果应使得投资主体对社会的责任感超出财务索取，在面临一个历史上空前的代际财富转移的时代，必须有这样的投资主体的存在。

## 3.投资中的“爱”是一种风险担当

投资都是有风险的，尤其是对于全新领域又能促进社会革命性进步的投资，风险令人“恐惧”。敢于承担风险、敢于投资是一种责任担当<sup>168</sup>。承担风险即是爱社会、推动社会的表现。投资主体承担风险并向社会传递“爱”，体现为为了投资受众能够自由发展最终获取幸福感而不断投入的过程，这个过程不断给予社会正外部性。

上述有有担当的投资应有如下特征：首先，独立性、追求创新的不惧风险的判断。投资主体管理资金时得以不受大型金融机构的章程和官僚主义的限制，能够自由地在做出投资决策和承担风险方面施展才干，而不是畏手畏脚计算投资的风险收益性价比。其次，杜绝嫌贫爱富。银行放贷的间接投资为了减少坏账，对“风险”避之不及。类似银行这类传统金融机构对盈亏的单角度的关注将阻碍

---

<sup>168</sup> 章洋. 岂可因有风险而不担当[N]. 中国工商报,2018-07-14(001).

他们在独立风险承担的投资探索中发挥作用，因为许多金融机构过于关注公司的财务业绩，而不是致力于为社会创造最大的有“爱”的价值。而对于有担当的投资主体来说，当这两个目标有冲突时，后者更为重要。

许多客户与有担当的投资主体（投资经理）合作有诸多益处，包括追求客户收益最大化的内在动因和对充满“爱”的社会价值观的追逐。在历史上，有可用于投资的资本而自己又无暇顾及的人经常雇用在制定投资策略方面具备专业知识的投资经理。不过，新兴的非传统的投资主体，提供满意收益并勇于承担风险社会责任的创新型的投资产品，因此吸引了客户，使之放弃传统如银行类型的金融机构。

脱离传统的银行的间接投资模式、开始在独立投资管理公司工作并不会败坏投资行业的名声。相反，由于风险承担力越强，加之以更优方式为社会开创进步空间，由此获得更高的社会收益吸引着投资主体，这种投资应受到鼓励。良好的创业环境在投资管理行业持续着，同时随着私募股权、对冲基金和其他另类投资经理的出现，又一股创新潮流兴起。当独立的潮流来势汹汹时，大型机构中经验丰富的投资经理纷纷意识到了他们面临的对手有强大的竞争力。留在大型机构的经理人也响应这种独立的原则，鼓吹在久经时间考验的机构内设立单独的部门由他们来领导，而该部门要参与多种市场并获得比任何一家独立投资管理公司更加广泛的授权。举一个具体的例子，一位摩根士丹利的投资主管举出自己管理一家国际知名的大型金融机构下属的一流投资管理部门的能力，作为所谓机构投资管理比独立投资管理更具优越性的原因之一。然而他也承认，在近几年，在大型机构内部做得非常成功的经理人数相当少。走向独

立的趋势太强劲，以致传统的投资管理行业难以在新的行业格局中独占鳌头。在独立潮流刚开始的时期，高增长率都是难以想象的。然而，考虑到投资大众化带来的投资资产的增长，又恰逢独立精神和企业家精神的兴起，这样的高增长率也是合理的。

## （二）对风险的追求是投资正外部性的放大

投资界早就认识到，为社会进步的承担的风险是投资社会责任精神的完美体现。按照我们投资中“爱”的定义。这类风险承担就是对社会的一种给予，如果企业投资选择此类方向，通过投资的杠杆作用、放大风险承担中带来的创新及其对社会的正面影响，其实这就是释放投资正外部性的过程。越勇于承担风险用可能制造创新，传递的“爱”越多，投资的正外部性放大效应越好。

投资行为对于风险的担当和有“爱”的行为本身及创造更好的社会收益颇有裨益。古代美索不达米亚农业发展的历史也揭示了农民个人与国有农业实体订立合同以提高效率的现象。意大利城邦中以美第奇家族为代表的银行家为了拓展业务、提高盈利，创立了分权制的组织，雇用家族以外的有广泛自主性的合作伙伴。当代许多成功的生产运营经理仍在采用这种分权式的管理策略。这其中投资风险的承担是必要构成，投资行业已被证实是独立性和创新性的肥沃土壤，吸引了许多富有企业家精神的人，而这些有企业家精神的投资者正是投资行为中风险的承担者和“爱”的释放的源泉。

实际上，过去的一个世纪内所发展出的新的投资管理方式大多是由新的风险承担方式体现的。这类公司经常为满足客户对财务收益之外的社会收益的期望而采取全新的投资手段。20世纪70年代投资管理领域出现了新的创业趋势，其中一部分原因包括机构账户

和财富管理账户的增多、客户对高收费的接受以及资产流动的加强。投资经理纷纷离开银行、保险公司和大型的完备的互惠基金，追随着强调风险承担和决策过程独立性的时代潮流，成为自己公司的股本持有者。起初，独立的投资经理主要处理多头股票投资策略。他们的管理服务费用仅仅是占其管理下资产结余的一定百分比，与绩效或是客户的收益并无关联。客户对投资的结果也没有太大野心。然而，当相当一部分投资经理脱离了他们的公司时，投资管理行业开始首次向在资金管理创造内在价值进行转变。这些经理人以企业家的思维思考，致力于绩效和收益的最大化，关注投资理念、投资方式、投资产品和市场营销。创新型投资方法最佳方案和人力资源管理策略的发展也都是这一强调独立性的时代趋势的特征。长期以来在评估其他公司前景方面训练有素的投资经理自身成为商人。

### （三）培育创新成果和追求投资正外部性是可以共生的

革命性的创新产品的出现及普及使用培育了社会整体的创新意识，创新产品的推广使用必须依靠具有创新精神的企业家独具慧眼的识别能力和为投资项目中“爱”传递提供了平台，这也是投资正外部性的最大输出方式。

#### 1. 培育创新成果并非都为追求利润最大化

传统上看，纯粹的创新投资是要追逐高利润的，因为风险很大。但随着对风险的真正担当，例如影响力投资等风险担当形式的出现，追求高度影响社会进步的投资方式出现了。

20 世纪的大部分时间，投资银行等大型金融机构是推动投资管理行业发展的主要力量<sup>169</sup>，也是创新投资高利润的管理主体。管理投资是一种大规模的集体性的努力，包含了整个公司内许许多多个人的团结协作。然而近年来，投资顾问和投资经理开始纷纷离开传统的追求高利润的大型机构，独立发展。这种行为中蕴含的独立精神和企业家的创新精神、社会责任精神共同为投资行业迎来新时代创造了土壤，各类试图推动社会进步而非追逐高利润的投资产品推动了投资行业变革。

## 2. 培育创新成果的同时也可释放投资的正外部性

无论是为借款人策划一份独一无二的协议，还是慧眼寻得一个有潜力的投资机会，抑或是精明地决定最优的资本结构，在各种各样的投资过程中，创新都居于核心地位。不难看出，成功的投资者所采取的创造性举措，最终不仅依赖于投资项目本身的渠道和创造性，更依赖于投资管理，当然这个过程并非一味追逐最大利润，而也可传递“爱”。

随着这些投资经理成为自己公司的股本所有人，投资管理行业也逐渐壮大，并且在许多情况下创立新投资管理公司的人能够获得更大的收益。这些新的独立公司服务费通常比以前的市价高许多，却吸引了大量客户。在几十年之内，投资管理行业的经济情况和组织方式都发生了重大转变，这些转变也极大地影响了该行业的未来发展。越发强调财富的创造和投资管理的真正价值已成为趋势，这一趋势为投资经理发挥创新性和推动社会进步提供了更多机会。

---

<sup>169</sup> [美]诺顿雷默，投资：一部历史[M]，中信出版社：2017：256

尽管发生了重大转变，这些创新从许多方面来说都只是投资大众化的副产品，因为寻求替代产品的客户中有很多都是大型机构客户，如保险公司和退休金计划等，这些客户的资产来源于更加广泛的大众。然而这些大众化的资产投资于新产品和独立公司时，也引起了投资管理行业中所谓“新精英阶层”对社会责任担当。

#### （四）投资正外部性的特征

##### 1. 有责任的

要使得投资具备正外部性，我们应该践行责任，投资美好。投资主体战略上应践行责任投资观念，坚持环境与社会友好投资理念，同时也根据自身的行业特性，通过上下游的准入积极推动行业一道践行新时代下的投资社会责任，拥抱责任投资理念。

具备正外部性的投资首先必须蕴含着有理性的思想<sup>170</sup>。巴菲特说过“别人恐慌时我贪婪，别人贪婪时我恐慌”。投资主体应该秉承“理性”投资逻辑，不随大流，不跟风，永远坚持利于社会的价值判断。与大众一起恐慌或是贪婪，就是放弃价值判断的非理性决策。

除了“理性”投资之外，还要强调投资的“责任”：除了给项目注入资金之外，还引入其他资源，包括产业资源、媒体资本，甚至跨界资源，项目存活率高才能给社会带来价值。

---

<sup>170</sup> 张伟东.论人力资本投资的正外部性与公共政策选择[J].新学术,2007(03):106-108+85.

## 2.可持续性的

投资者主体对于可持续投资和公益有着高度热忱，并且正在推动将可持续性的投资标准融入主流投资分析。可持续投资的日益扩展与深化、社会 and 环境影响衡量方式的改善以及可持续投资组合的长期优秀记录<sup>171</sup>，意味着投资主体应在具备其正外部性的投资决策过程中考虑社会责任问题。

## 3.绿色的

投资主体应从支持绿色产业转型升级、服务于实体经济出发，确立绿色投资的目标和原则<sup>172</sup>，使投资具备正外部性特征。投资管理人应从促进绿色环保产业发展、促进资源循环利用、促进高效低碳发展、履行负责任投资多方面出发，在投资中优先投向绿色产业、节能环保等产业和项目<sup>173</sup>，运用投资主体权利，督促被投资项目改善环境绩效并提高信息披露水平。

## 4.有影响力的

影响力投资让投资主体在追求经济效益回报的同时，也注意社会影响力的体现，如果越来越多的投资主体都从社会责任的角度出发<sup>174</sup>，解决社会进步关键问题的资金缺口就会越来越小，社会问题也能从根本上得到解决。影响力投资解决了纯商业不能做的事情，因为它照顾到给环境和社会的正外部性效应；也解决了纯公益不能

---

<sup>171</sup> 黄一夫.可持续发展与投资评价[J].系统工程,1999(03):40-42+49.

<sup>172</sup> 秦立莉,孟耀.绿色投资及其发展方向[J].当代经济研究,2006(06):18-22+73.

<sup>173</sup> 孟耀.基于资源环境保护的绿色投资及其发展思路[J].财经问题研究,2007(05):64-69.

<sup>174</sup> 彼得森,道德经济[M],中信出版社,2014:130-139.

做的事情，因为它能通过资本运作，给公益事业带来创新，使得投资正外部性释放更有效率。

### 三、投资的负外部性

投资负外部性首先表现在不敢于投资。同时，传统观念上认为的投资发展目标、经投资项目营理念以及政治、经济、文化差异的存在使得投资行为易引起经营冲突也是投资负外部性的体现。巨大的投资规模易成就投资者大股东的地位，进而抢占少数股东的利益，甚至攫取战略资源，转移公司资产，引发市场波动，威胁投资项目所在地军事、政治、经济安全。投资短视行为也会对投资项目所在地产生外部性影响，恶意的并购与竞争，战略性资源的攫取，不仅会损害其他企业的利益，产生投资挤出效应，也会干扰市场的正常运行。

#### （一）不投资是投资负外部性的最大输出

如果都只追求国债的无风险收益率，没有企业或者项目可以获得发展机会；如果都只采用银行审核贷款的标准，多数投资的风险是不能被投资主体或者金融中介承担的。没有承担风险的投资，就没有企业的正常生存发展空间，更不会有创新、推动社会进步的产品出现。

好的投资标的，不仅仅是指有适当的投资回报，更重要的是要强调该标的应对整个人类社会有益处的，这样的标的才具备“爱”，才值得去投资。如果都不愿承担风险，上述投资标的就不存在，投资中的“爱”就是缺乏的，即是投资的负外部性的展现。

## （二）对社会价值和企业价值观的负面影响

投资以社会价值为导向时，要避免高回报甚至暴利性投资对投资行为的误导。一些没有社会责任的资本，盲目的追逐了许多具有负效应的产业，使得当今的社会经济环境变得扭曲。比如，中国的产能过剩，环境污染，粗制滥造等等一系列问题都是跟这样的投资逻辑联系在一起的。投资某种意义上是实体经济的放大行为。我国政府一直以来都坚持产业政策来引导投资，它们的社会价值性是非常明显的。比如说，鼓励环保和科技的产业政策，其政策的伦理性和道德性来说是无可置疑的。相反，不以企业价值观为底线，不注重社会价值的投资往往禁不住世界的诱惑，随波逐流陷入到金钱至上，回报至上的怪圈里，盲目投资，降低了投资效率，浪费了社会资源，甚至忘记了最基本的信仰和道德原则。

对于那些明显与价值观相违背的领域:例如:对生态系统有破坏影响的领域,对水资源消耗过渡的领域等,货物走私,贩卖毒品等违法领域,无论有多少利润,企业都不应该参与投资。同时可以建立投资负面清单制度:危害生命的如武器的生产,毒品、烟草、酒精、色情等方面是不应进行投资的。

缺乏“爱”的投资行为往往对企业价值观有着负面的引导。成思危先生说过,中国不能接受资本无道德论,中国企业的投资临社会责任的挑战性考验,资本无道德、财富非伦理、为富不仁的投资实践活动,国际社会和国内社会都不能容忍。如果要求企业秉持社会投资理念,首先要考虑的原则不是财务收益最大化,而社会投资的计算公式应是经济效益和社会效益是否大于经济成本与社会成本,

即企业应从社会责任的角度，在企业价值观框架内作出投资规划的行为。

如今，非法用工、欠薪、食品安全、环境污染等企业社会责任事件时有发生，企业面临着重大的社会责任和舆论压力，企业价值观受到了全社会的关注与审视。因此，环保等社会责任问题纳入投资决策中以更好地实施投资管理，达到企业与社会共同的可持续发展，是企业社会投资过程中新的趋势。

而通过投资可以体现出企业真正价值观关注的方向。如在环境方面，受价值观影响企业进行社会投资时，可能更侧重与绿色投资。Heinkel, Kraus 和 Zechner (2001) 通过建立风险厌恶模型来详细研究绿色投资行为，企业价值观对社会责任感贯彻中，对外投资时会充当绿色投资者的角色，会主动排斥污染企业、污染项目作为投资标的，所以相对有社会责任感的企业会增加绿色投资的资金比例。例如，企业投资于水净化装置或空气净化装置等环保措施，在公司周围注重森林覆盖等。

#### 第四节 缺乏投资正外部性的考量才是传统投资的痛点

与原有的普通公众的观点不同，我们认为，赚钱的投资并非不道德的，没有“爱”的投资才是不道德的。投资界最大的痛点是缺乏对投资项目正外部性的考量。

## 一、追求财务收益并非投资的罪过

如本章第二部分所述，普通公众认为追求财务收益最大化是导致投资负面性的唯一原因，甚至将此问题上升到投资主体的道德层面。我们认为，此类评价有失偏颇。

### （一）追求财务收益并非不道德行为

资本对社会的正效应释放的前提是——资本自身的生存与发展问题。不保本、无收益的投资行为将打消投资主体成就感，降低其对社会贡献的责任心。资本自身都无法存活或者壮大，就没有了投资的主动性。没有了投资，就不存在“逐利”，但没有了投资，会产生社会效益嘛？从这个角度讲，投资盈利并非罪过，也并非不道德；反而不赚钱的投资才是不道德的<sup>175</sup>。

### （二）财务收益是对投资者的道德奖励

很多投资具备公益属性，这就是上文提及的投资正外部性的展现。但这些项目中，财务收益期比较长，比如基础科学研究领域。很多投资人不愿参与，基于利益的角度无可厚非。但若从社会公共需要的视角考虑，这类领域的投资是必要的。

值得欣慰的是，很多有着强烈社会责任感的投资人义无反顾的投身于此，并不在乎短期内是否能够获取财务收益<sup>176</sup>，而更在意的

---

<sup>175</sup> 王雁茜,周启功.风险投资投资过程的逆向选择和道德风险[J].科研管理,2002(03):105-111.

<sup>176</sup> 叶蓓,袁建国.管理者过度自信、道德风险与企业投资决策[J].财会月刊,2009(03):5-8.

是科学研究的发展对人类的长远利益。基于私营资本的视角，资本无论进入哪个投资领域都需要达到一定的利润水平，他们也要追求收益，但能说明这类长远收益背景下投资人的道德水平也出现问题了吗？

我们认为，他们不计较短时经济利益的行为更值得道德层面的褒扬，而财务收益正是对他们道德的奖励。

## 二、投资正外部性的缺失是“爱+投资”的杀手

我们不应该谴责投资对收益的追逐，我们应该谴责的是投资行为中“爱”缺失的变现。

### （一）资本的“两面派”——分享承担与过度贪婪<sup>177</sup>

追逐利润是资本的天性，但是逐利资本却也是一个十足的两面派。一方面，资本是社会发展和经济起飞的基础性条件。但另一方面，资本作为一种生产关系，从马克思政治经济学的角度，其剥削性质显而易见的<sup>178</sup>。

有了 10% 利润，资本就保证到处被使用；有了 20% 利润，资本就活跃起来了；有了 50% 利润，资本铤而走险；有了 100% 利润，资本就敢践踏一切人间法律；有了 300% 利润，资本敢犯任何罪行甚至冒绞首危险。这是马克思在《资本论》中引用英国经济学家托·约·登宁的话，资本是部分社会主义和资本主义的，就如同机器一

---

<sup>177</sup> 赵新江.贪婪投资是魔鬼[J].理财,2017(05):21-22.

<sup>178</sup> 白璇,李永强,赵冬阳.企业家社会资本的两面性:一项整合研究[J].科研管理,2012,33(03):27-35.

样部分资本主义和社会主义，只是为它自己的所有者服务。这就是资本的逐利性。资本的逐利性是指资本在市场经济中，会不断扩张，使得资本自身不断增加。社会主义市场经济不断完善和快速发展的今天，资本的逐利性越来越强。

## （二）单纯的逐利性扮演着“爱+投资”的杀手的角色

资本不仅象征着财富，有时候更扮演着“爱”的杀手的角色。如果说传统的工厂实业是一种产业资本的运作的話，那么，“炒车”、“炒房”等则无疑是风险资本在操作，风险资本的投资重在做势，总是按照资本市场的规律而不是市场或经济规律去办事，风险资本讲的是轮回周期，赚到利润后立马抽手，以短线炒作赢得回报，这种“我走后，哪管他洪水滔天”的面目正是缺少对社会“爱”的体现。

这些年来，“热钱”从炒房、炒煤，转到炒车，再到炒民航、炒银行，从南到北，从东到西，中国的每一个毛孔都洋溢着逐利冲动的资本投资行为。这些“热钱”所“过”之行业，立马掀起涨价风，当地物价也随之高涨，百姓叫苦连天。

投资市场有一个非常重要的特征，是“个体的理性导致集体的非理性”，比如国内某地的“炒车”投资，实际上，就是一伙投机者在“博傻”。在出租车经营权价格疯涨的情境下，投资个体的理性在许多时候都淹没在从众与盲目之中，成为缺乏“爱”的资本的杀手帮凶，并最终为其所伤。

### 三、让资本的社会责任担当成为“爱+投资”的维护者

资本的自然属性是逐利性，但资本也有其社会属性，即必须承担相应的社会功能——对风险的担当<sup>179</sup>，成为“爱+投资”的维护者。

当资本的逐利性与其社会功能不能和谐共存时，这就涉及资本运动规律和投资者责任。当“热钱”在市场上狂奔豕突时，作为公共利益的行为人与维护者，投资主体应该把精力放在规划博弈战场和制定游戏规则上，遏制资本逐利的魔鬼面，阻止或最大程度地减小资本逐利性对公共利益的损害与冲突。投资行为应该充满爱心，投资主体应以“爱”维护者角度，有良知的警示那些冲动的投资受众，促进普通受众风险承受能力的提升。

放任资本逐利，全然不顾投资的正外部性——对社会“爱”的释放，其结果将是引发新一轮危机。缺乏道德与爱心及风险担当的投资行为，难以撑起世界繁荣发展的大厦。富者愈富、穷者愈穷的局面不仅难以持续，也有违公平正义。

### 四、资本逐利与投资主体的公民角色并不矛盾

在市场主体享受逐利自由时，也需重视作为投资者的企业的公民责任。随着市场化改革的推进，人们对企业投资资本逐利的宽容度越来越高<sup>180</sup>。

---

<sup>179</sup> 朱乃平,朱丽,孔玉生,沈阳.技术创新投入、社会责任承担对财务绩效的协同影响研究[J].会计研究,2014(02):57-63+95.

<sup>180</sup> 曹亚勇,王建琼,于丽丽.公司社会责任信息披露与投资效率的实证研究[J].

资本逐利完全合理的吗？其实不尽然，它有一个前提，是市场能够有效配置资源。以企业投资的房地产市场为例，这个市场存在外部性，并不能非常有效地分配资源。开发商通过囤地获取的超额利润，并不是依靠自己的经营行为而获得，而是由国家经济发展、城镇化、货币超发所产生，却被他们据为己有，这就是外部性。开发商获得这种超额利润，是以其他人群的福利损失为代价的。如果开发商带着这种超额利润离开，那福利损失就成为永久性的了。

以前人们对资本为逐利而流动是怀着警惕心的，担心它们消耗了当地的资源、赚了当地的钱就跑掉，留给当地一个扭曲的状况。因此，那时“企业公民”的观念比较流行。企业宣扬自己愿意做一个公民，为当地生态、社会的可持续发展担负责任，而不只是消耗、索取。在对资本逐利越来越宽容的今天，我们也应该让企业公民的观念有越来越多的体现<sup>181</sup>。在市场主体享受越来越多资本流动逐利的自由时，也应该让作为投资者的企业担负起企业公民的责任。

## 第五节 充满“爱”的投资

### 一、“爱+投资”原理

#### （一）有“爱”的投资是偏好风险的

1990年诺贝尔经济学奖得主马科维茨提出的投资组合理论认为，绝大多数投资者都是风险回避者。他注意到，一个典型的投资者不

---

管理世界,2012(12):183-185.

<sup>181</sup> 陈虹.社会责任投资:追求经济与社会的均衡发展[J].国际金融研究,2004(01):42-43.

仅希望“收益高”，而且希望“收益尽可能确定”，这意味着投资者在寻求“预期收益最大化”的同时追求“收益的不确定性最小”，在投资前进行决策时必然力求使这两个相互制约的目标达到某种平衡<sup>182</sup>。按照他的观点，若想承担更大风险，必须有更大的财务收益作为补偿。这是多数投资者所追寻的投资策略。

按照我们前文的观点，害怕承担风险而不去投资是投资的最大负外部性，财务回报是给予愿意承担风险的投资主体的道德补偿，而不是经济补偿。因此我们可以进一步推论，有“爱”的、乐于承担风险的投资主体是风险偏好者，但不必通过财务收益与风险承担程度的匹配给予这些投资主体以奖励。即我们在此提出“爱+投资”原理：有“爱”的投资是偏好风险的，且并非追求财务收益补偿的。

## （二）“爱+投资”与传统投资的比较

总结前文观点，从外部性、风险偏好、投资目的等角度，我们对“爱+投资”与传统投资模式化进行了比较。传统投资放大了投资的负外部性，而“爱+投资”中我们跟多的考虑社会责任、社会影响等正外部性释放因素；按照经典投资学理论，投资者都是风险规避者，而“爱+投资”更加担当，愿意为社会进步承担投资的风险；同时，传统投资理论要求收益对风险进行补偿，而“爱+投资”并不看重于财务收益，而更重视社会收益，财务收益成了社会对这类投资主体的道德奖励。

---

<sup>182</sup> 博迪.投资学[M].机械工业出版社,2013年。

表 8-1 传统投资与“爱+投资”的特征比较

	传统投资	爱+投资
外部性特征	放大负外部性	强调正外部性考核
风险偏好程度	风险规避	勇于承担风险
财务收益的作用	风险补偿	道德奖励

## 二、投资主体“爱”的传递

### （一）用“爱”的担当去投资——勇于担当风险

投资者的身上应该具备智者的创新精神，更兼具仁者的“爱”的善良。他们的投资应该坚持要做对他人、对社会有益，并且通过投资扩大这种“有益”：任何一个投资项目要具备高度的社会责任感，通过产品对社会的创新，充分释放投资正外部性。投资的结果不仅要获得经济收益，更要使得社会充满“爱”。这才是投资价值的底色。

当投资受众感受到投资行为释放的正能量，物质和精神财富都成为了一种社会榜样和精神信仰，长久地影响后面的投资者去学习、去追随，去把“爱”释放与传递下去，这才应该是当今社会所一直倡导的投资领航者的职业美德和应该肩负的社会责任。

### （二）用“爱”扭转低俗不具备创新精神的投资行为

扭转低俗投资的蔓延趋势，更重要的是改革投资者自身和投资受众的评判方式。对于偏离人类“三观”、缺乏创新要素，公众评价较低投资项目，投资者和投资受众应该给予清晰界定。而投资的“爱”的标准是统一的，它是投资正外部性释放的源泉。“爱”通

过创新带来的社会进步<sup>183</sup>，是塑造投资大系统良性规则的出发点。社会资本在投资项目，应该以人类“爱”旗帜鲜明地反对“低俗”<sup>184</sup>，崇仰先进与创新。做有社会公德和时代良知的投资者，厚植社会中最持久、最深层的精神力量。

### 三、充满“爱”投资方式的建立

#### （一）建立投资受众易接纳的中立性投资评价

正如公众普遍认可的，投资不能仅仅以财务收益为目标。以我们上文的分析，还应对投资正外部性进行评估，而投资主体对代表社会责任的“爱”的投资行为评估肯定不具备客观性。必须引入投资受众易接纳的中立性投资评价。

联合国在这类中立性投资评价中起到了引导作用。联合国负责任投资原则组织（UNPRI）由联合国前秘书长菲安南先生于2006年牵头发起，支持各签署机构将社会责任等充满“爱”的要素融入投资战略、决策中。UNPRI致力于通过鼓励签署成员采纳六大原则并协作实施，帮助解决市场结构及监管中存在可能影响可持续投资体系的障碍，促进全球投资体系的可持续发展。

随着社会政治和经济环境的变化，全球经济发展均面临严峻的环境生态压力，可持续发展成为全球各国关心的共同课题。兼顾经济与社会效益的负责任投资理念在资产管理行业日趋受到重视和广

---

<sup>183</sup> 吕炜.论风险投资机制的技术创新原理[J].经济研究,2002(02):48-56.

<sup>184</sup> 程昆,刘仁和,刘英.风险投资对我国技术创新的作用研究[J].经济问题探索,2006(10):17-22.

泛关注。许多国家及地区相继出台 UNPRI 的相关政策，欧洲及美国资本市场已经将 UNPRI 责任投资作为一种主流的投资策略。

此外，国际实践——例如 UNSGII 基金下的 SDG 项目——就表明，负责任投资通过将重大的 UNPRI 要素的考量纳入投资分析和决策，能够具有较强的风险防范能力并获得稳健的长期回报。

## （二）从个体信仰的引导到有“爱”的社会投资风格的形成

充满“爱”的投资从个体信仰的遵守，扩展到社会整体投资风尚的行程。

### 1. 充满“爱”的投资由宗教信仰开创

有的教会对教徒的商业活动和投资活动有明确要求，譬如不能从事酒精、赌博、军工等生意，因为有违教义；有的宗教基金就秉承了这样的理念，制定了严格的投资原则，将一些行业排除在外，相关的股票还被称为“罪恶股票”。而他们所做的投资都是充满“爱”的、有社会责任感的投资。直到现在，此类基金仍活跃在资本市场，如英国教会执委会就管理着 67 亿英镑资产。

### 2. 个人偏好驱动的有“爱”的投资

上世纪七十年代，环境保护、反歧视等公众运动风起云涌，一些个人投资者因价值取向的不同产生了不同的投资偏好。他们不仅关心投资的回报率，还关心钱投到哪里、产生了何种影响。美国早期的责任投资基金 Domini Funds 的创办人多米尼女士就曾讲过，当年她之所以进入到这个领域，是希望创造一种新的投资产品，能满足爱鸟人士的投资偏好。这些人希望赚钱，但不希望赚钱的手段破坏鸟类的栖息地。这个阶段的责任投资，实际上是为了满足差异化的投资需求，是满足部分有“爱”的群体的投资行为。当然，有这

样的投资偏好的个人投资者并不是很多，所以责任投资还局限在一个小众市场，鲜见大玩家。

### 3. 社会对创新的追求将改变投资的风格

释放有正外部性的有“爱”的投资，将因为社会对创新的追求，成为投资风格的时尚。

近几年，越来越多的、有“爱”的投资产品的抗风险能力较强、长期回报相对稳定，逐渐成为市场认可的一种投资风格。有的资金譬如养老金、保险资金对此投资风格有强烈偏好，十分愿意将资产配置到这样的投资产品中，责任投资的市场因此逐步拓宽和繁荣。高盛曾发布研究报告，将公司治理因素与传统的责任投资因素（环境因素加社会因素）整合在一起，称为 ESG，进一步强化了这一投资风格，因为公司治理是几乎所有投资者都会关注的长期影响因素。责任投资和 ESG 投资理念将被越来越多主流投资者接纳，从某种意义上说，风格化与时尚化的责任投资理念也是为了满足投资受众“爱”的责任感的投资需求。

### （三）有“爱”的投资模式推广

#### 1. 风险投资——风险担当促进社会进步

风险投资，顾名思义，企业、项目发展面临重大“瓶颈”时期的投资，若有重大突破，往往都是革命性的技术创新，在某一领域将对社会发展有重要引领作用<sup>185</sup>。这类投资风险很大。

---

<sup>185</sup> 龙勇,杨晓燕.风险投资对技术创新能力的作用研究[J].科技进步与对策,2009,26(23):16-20.

风险投资的投资主体，仅仅是为了追求投资收益嘛？若无人敢于承担此类风险，怎么能使科技优势才能转化为社会进步的推手？没有风险投资可以说就没有当今高科技的迅速和居民生活水平的提升，也就没有知识经济兴旺和发达，这都是风险投资正外部性的展现。风险投资失败，投资者独自承担损失；但风险投资一旦成功，收益的不仅仅是投资者自身，因此说风险投资就是有“爱”的投资的重要一类。

## 2.影响力投资是有“爱”的投资的标杆

影响力投资是一种努力产生积极的社会影响，同时获得收益和利润的投资方式。“积极的社会影响”及上文提到的投资正外部性，或者说是投资行为中“爱”的表现。

2007年，洛克菲勒基金会最先提出了影响力投资这一创新的投资概念，倡导资本通过有经济效益的投资来做公益<sup>186</sup>。2010年，摩根斯坦利与洛克菲勒基金会联合发布了《影响力投资：新兴的资产类别》，把影响力投资界定为资产类别的一种，由此奠定了影响力投资在投资界和公益界的地位。瑞士信贷认为，影响力投资是以创造可测量的社会影响为主要目的且具备财务增值潜力的投资<sup>187</sup>。

投资的责任是为创新匹配资本<sup>188</sup>，使得创始人、初创企业以及各类公司有能力促进经济增长和社会发展。投资是一种向善的力量。

---

<sup>186</sup> 罗曙辉.首份《中国社会企业与社会影响力投资发展报告》发布[J].WTO经济导刊,2013(05):78.

<sup>187</sup> 唐娟,程万鹏,刘晓明.影响力投资及其对我国政府投资的借鉴意义[J].商业经济研究,2016(08):172-175.

<sup>188</sup> 王建梅,王筱萍.风险投资促进我国技术创新的实证研究[J].科技进步与对

在投资行业中践行新的价值观，旨在提升投资行为的影响力，为社会做出更大贡献。影响力投资的目标是要在产生积极社会影响的同时，获得财务回报。投资创新和变革的力量要远远大于其他行业或部门。如果我们可以明确设定投资行业的道德边界和终极目标，就可以改善世界的现状，产生积极的社会影响，推动经济和环境的可持续发展，纠正过去投资的负外部性。影响力投资提供了一个路线图，让我们重塑投资主体的道德和文化，发掘影响力投资市场的巨大潜力，在推动经济发展、创造繁荣的同时，让人们的生活和世界变得更美好。

### 3.ESG 投资理念的提出

ESG 包含环境、社会和公司治理等三方面投资理念<sup>189</sup>。相比传统投资策略，ESG 更多考察企业基本面的其他因素，将对环境影响、社会责任、公司治理三项非财务类因素的考核纳入到投资决策中，这是一种期望在长期中带来更高投资回报率的新兴投资策略，在海外已得到长足发展，其实就是对投资正外部性的理念的确认。

SDG 投资（Sustainable Development Goals）就是基于 ESG 理念下的投资概念。它由联合国支持的 UNGSII 基金会提出。在投资领域建议考虑社会指标而非仅仅是财务指标。例如，在环境方面，需要评估企业活动对气候变化的影响、对自然资源的保护情况、能源是否得到合理有效的利用以及对废物的处理方式等内容；在社会责任方面，需要评估企业对于公司自身员工的管理、给予员工的福利

---

策,2011,28(08):24-27.

<sup>189</sup> 金希恩.全球 ESG 投资发展的经验及对中国的启示[J].现代管理科学,2018(09):15-18.

与薪酬，以及与上下游如供应商及服务商的关系，公司产品的安全性问题及税收贡献等可能对社会造成的各种外部性影响；在公司治理方面，则需要评估包括董事会结构、股权结构、管理层薪酬及商业道德等各方面的问题。

## 第九章 金融危机——用“爱”化解金融危机

### 第一节 占领华尔街——次贷危机的持续

近些年中国金融业“脱实向虚”，公众对金融行业对一般企业利润的挤占、成本不合理的转嫁、高薪导致的社会阶层分化诉说着诸多不满。本应为社会运行润滑剂、降低社会运转成本的金融中介功能在逐步丧失。上述现象在各国的金融行业中都表现明显，这在10年前美国次贷危机的持续过程就有所展现。

#### （一）金融行业的成本转嫁

自2008年华尔街因自身不负责任的行为酿成国际金融危机，美国社会对华尔街的非议和责难从未平息。许多美国民众认为，政府的救援让华尔街并未因自身的贪婪而受到惩罚。但当华尔街恢复元气，却未能和普通民众共度时艰，反而热衷于内部分红，这使得积蓄已久的民怨最终爆发。正是华尔街大银行要向消费者收取更高的账户费用，从而转嫁去年通过的金融监管改革法给银行带来的成本负担，成为“占领华尔街”的直接推动<sup>190</sup>。百度

#### （二）公众对金融行业的不满——“我们是99%”

2011年9月17日，那些面临各种经济困境，或失业，或背负巨额贷款，或父母房产被收回，流离失所的人们，从纽约祖科蒂公园

---

<sup>190</sup> 周琪,沈鹏.“占领华尔街”运动再思考[J].世界经济与政治,2012(09):73-92+158.

发起声势浩大的“占领华尔街运动”，大量示威者在纽约证券交易所和其他华尔街金融机构外示威，抗议华尔街“贪婪”以及政府救助少数金融机构而使多数人陷入困境。游行队伍气氛热烈，填满华尔街狭窄的街道，高呼“我们是 99%”。一些人击鼓振势，一些人打出标语“拯救我们的国家”，一些人呼吁“平等和变革”。

此后，类似的“占领”示威蔓延至旧金山、华盛顿、波士顿、丹佛等美国 50 多座城市，最后迫使政府派出警察强制清场。美国总统奥巴马表示，这一运动是“人们在经历了‘大萧条’以来最严重的金融危机之后，在对金融系统表达不满”<sup>191</sup>。占领华尔街运动表现出美国人民对美国政治决策的失望和对个人前途的沮丧。揭示出人们对美国现存体制的矛盾心态：人们接受了这种体制所许诺的自由、平等的美好愿景，但感受到的却是两极分化严重的社会现实<sup>192</sup>。

“占领华尔街”运动甚至受到政客的关注国会议员、纽约民主党人路易丝·斯劳特“声援”游行时说，由银行业引发的经济衰退增大了贫富悬殊，而“我们却被告知无法增缴百万富翁和亿万富翁的税款”，“我很骄傲‘占领华尔街’活动站出来向猖獗的贪婪抗议……”。

---

<sup>191</sup> 刘兴波.“占领华尔街”运动:缘起、特征和意义[J].当代世界社会主义问题,2012(02):81-89.

<sup>192</sup> 胡文涛.“占领华尔街”运动的特征、动因及影响[J].现代国际关系,2011(11):42-46.

## 第二节 普通公众对金融危机成因的普遍认知

从国际经济失衡导致金融危机的形成路径可以看出，国际经济失衡通过国际收支表现出来，国际收支失衡的调整又通过国际货币体系来进行，如果具备了完善和有效的国际货币体系，那么完全可以避免国际经济强制性和破坏性调整，也就是说可以避免金融危机的发生，然而现实的国际货币体系是受到大国操纵的，因而国际经济失衡会被进一步扭曲和放大。

### （一）货币体系的内在缺陷造成金融危机

一方面是秩序弱化在改革和维持现状间徘徊的国际货币体系；另一方面是发展中国家在国际贸易、投资和债务方面的弱势地位；处于双重制约下的发展中国家不得不一次次吞下金融危机的苦果，因而现存国际货币体系的内在缺陷难逃其咎。也就是说国际货币体系在调解国际收支不平衡时遵循了布雷顿森林体系的基本原则和理念，而各国在制定货币政策协调国际经济失衡时却失去了原有的秩序和纪律性，因而现在的国际经济的失衡被现在的国际货币体系放大了。

### （二）美元的特殊地位造成全球性的金融危机

布雷顿森林体系瓦解后，现有的国际货币体系是一个松散的国际货币体系，尽管欧元和日元在国际货币体系中作用逐渐增强，但是，储备货币的多元化只是将矛盾分散化，也就是说储备货币既是国家货币也是国际货币的身份不变。充当储备货币的国家依据国内宏观经济状况制定宏观经济政策，势必会与世界经济或区域经济要

求相矛盾，因而会导致外汇市场不稳定和金融市场的动荡。实行与某种储备货币挂钩或盯住某种货币的国家，既要受该储备货币国家货币政策的影响，同时还要受多个国家之间货币政策交叉的影响。储备货币之间汇率和利率的变动对发展中国家的影响大为增强，使得外汇市场更加不稳和动荡，这种影响可以分为区域性的和全球性的。

美元的价值调整是通过美元利率的调整实现的。美联储在制定美元利率时，不可能顾及盯住美元或以美元作为储备的国家（地区）宏观经济状况，因而当美元利率调整时，往往会对其他经济体，特别是和美国经济联系比较密切或者货币与美元挂钩的国家和地区造成冲击。首先，以美元为支柱的不完善国际货币体系，不论采取浮动汇率政策还是固定汇率政策，美国的经济影响着所有与其经济密切相关的国家及这些国家的货币价值变化。如果浮动汇率政策能够遵守货币体系下的货币政策制订的纪律约束，那么世界金融市场上就不会出现不稳定的投机性攻击，也不会出现由此造成的货币市场动荡乃至金融危机。由于制定货币政策的自主性和经济全球化相关性存在矛盾，因而目前的货币体系不能够保证美元在浮动汇率的前提下的纪律性，因而一个国家的宏观政策将会导致经济相关国家的货币市场动荡，在投机资本催化下爆发金融危机。就目前现状来看，虽然布雷顿森林体系已经崩溃，但是相对于新兴市场国家和发展中国家，美元不论是升值还是贬值，依然会造成这些国家经济的强烈波动。美国经济繁荣时，美元升值会导致资本的流出；当美国经济萧条时，美元贬值会导致这些国家的通货膨胀。

从上面的分析可以看出，现在的国际货币体系保留了原来国际货币体系的理念和原则，但却失去了原来的秩序和纪律，强势经济

体可以利用这样的体系转嫁金融危机和获取更多利润，而不需要承担过多的责任。

### （三）金融危机形成的外部因素——国际游资的攻击

国际经济失衡是金融危机的前提条件，不完善的国际货币体系会加剧国际经济失衡，然而金融危机的始作俑者是国际游资。布雷顿森林体系崩溃后，金融危机离不开国际游资的攻击。1992年欧洲金融危机，索罗斯通过保证金方式获取 1:20 的借贷，在短短的一个月时间内，通过卖空相当于 70 亿美元的英镑，买进相当于 60 亿美元的马克，迫使英镑大幅贬值，在偿还借贷后净赚 15 亿美元。在 1994 年墨西哥发生金融危机前，国际游资持续大量地进入墨西哥证券市场，在墨西哥所吸收的外资中，证券投资占 70%-80%，但在墨西哥总统候选人遭暗杀事件后的 40 多天内，外资撤走 100 亿美元，直接导致墨西哥金融危机爆发。1997 年的东南亚金融危机也是国际游资首先攻击泰铢，低买高卖，并巧妙运用金融衍生工具获取高额回报。

根据 IMF 对国际游资的统计，20 世纪 80 年代初的国际短期资本为 3 万亿美元，到 1997 年底增加到 7.2 万亿美元，相当于当年全球国民生产总值的 20%。2006 年末，仅全球对冲基金管理的资产总额就达 1.43 万亿美元，比 1996 年末增长约 6 倍。对冲基金的投资策略也不断丰富，从最初的“卖空+ 杠杆”策略（市场中性基金），发展成为单策略型（包括套利型、方向型、事件驱动型等）、多策略型（包括新兴市场型、并购型等）、基金的基金等多种投资策略。其风险特征也呈现多样化趋势，既有高风险、高收益的宏观对冲基金，也有低风险但收益相对稳定的市场中性基金。20 世纪 90 年代

以来的国际资本流动的最显著特征是国际间的过剩资本流动造成了国家、地区乃至全球经济发展的不稳定性，巨额的国际货币资本必然要在世界各个国家和地区猎取利润。

国际游资规模较大，它完全有能力影响和缩短被攻击国家的金融周期。金融周期是指一个国家金融市场由繁荣到萧条的自然过程。当国际游资进入被攻击国家，它会影响一个国家的利率和汇率变化，从而加快金融市场由理性发展向非理性繁荣转变。按照金融市场的心理预期自我实现原理分析，当大量国际游资进入一个国家时，即使这个国家经济发展表现一般，在大量资本进入的情况下，也会带动金融经济的快速发展，与此同时，在国际金融家掌握话语霸权的情况下，他们通过有意识地夸大被攻击国家发展中的成绩或存在的问题，以产生正面或负面的心理预期。从拉美国家和东南亚国家的实际情况来看，一般先用“经济奇迹”、“新的发展模式”来吹捧经济成就，然后用“不可持续”、“面临崩溃”来夸大经济中出现的问题。在整个过程中，国际游资有预谋进入和撤退，就会导致金融市场的崩溃。国际游资娴熟地利用金融衍生工具在金融繁荣时期赚取高额利润，也可以利用金融危机赚取高额利润或者收购危机国家的优质资本，进而控制被攻击国家的经济命脉。这就是在新兴市场国家爆发金融危机后，国际直接投资（FDI）为什么会低价收购危机国的优质资产，形成新的经济殖民主义的根本原因。

### 第三节 金融外部性与政府金融监管

随着经济全球化和虚拟经济的快速发展，各国纷纷鼓励金融创新，而大量的金融创新带来了金融市场的非均衡，且这种非均衡突

破了相对小的范围、扩展到了更大的范围，造成了全球金融市场的失灵，金融资源配置无法达到帕累托最优效率。因此，美国次贷危机发生以来，理论界与实务界对于金融市场失灵的探索从未停止。研究发现，造成金融市场失灵的一个重要原因是金融发展过程中金融创新造成金融外部性潜在收益，尤其是潜在损失的变动，即带来的金融负外部性，不利于资源的有效配置。在这样一个背景下，对于金融业负外部性的认识显得异常重要。

本文尝试对金融外部性的主要的理论文献给予归纳，试图给予金融外部性一个清晰的归纳，并重点分析金融业务带来的负外部性。

### （一）金融的外部性

目前，金融已成为经济的核心，在金融市场中，普遍存在外部性问题。金融服务不仅具有消费不影响他人的较弱非排他性，而且金融服务固有的规模经济效应，其竞争性也很弱，由此，金融服务可以划分为准公共物品。同时，金融具有特殊的脆弱性以及弱有效性特征，因此，金融具有外部性。随着金融工具创新的浪潮及互联网金融侵占市场、金融集聚中区块链技术的探索，创新经济带来的外部性尤为显著，总结分析创新经济中金融创新与外部性的关系具有重要意义。

#### 1.金融外部性定义

“金融外部性”概念早在 20 世纪 30 年代年提出，瓦伊纳 (Viner) (1931) 把产业与其厂商之间或厂商之间的价格效应称为金钱外部性 (Pecuniary Extremality)，也译为金融外部性。EmielMaasland 和 Sander Onderstal(2002)提及了金融外部性的概念。他们指出拍卖中的失败者会直接或间接地从支付高价的胜出者身

上获益。现实中，拍卖行为并非孤立的博弈，胜出者和失败者将在拍卖后继续竞争，支付高价的胜出者将会在以后的竞争中处于不利的地位。现有文献中，对金融外部性界定比较完整地是吴竞择（2001），其认为“金融外部性是金融行为中的私人成本或私人收益向第三方溢出的外部经济效应。当金融行为的私人成本低于社会成本时，私人收益大于社会收益，产生金融负外部性；反之，当金融行为的私人成本高于社会成本时，私人收益小于社会收益，就形成金融正外部性。”吴竞择（2003）对金融外部性进行了更形象的描述，他以银行机构为例。

## 2.金融外部性相关研究

较早正式研究金融外部性的是徐联初(2000)，他从存款人挤提存款而对其它存款人产生的外部性问题和不完全信息的条件下金融机构间竞争的金融外部性两个角度来解释金融市场为什么需要中央银行监管的问题。纪玉山、王倩(2003)分析了网络金融活动中存在的外部性与市场效率问题，从供给方面分析了网络支付体系中支付服务用户者间的效用是相互影响的，又从需求方面分析了网络金融服务用户间相互依存的消费需求会使得网络金融市场发育不足，从而造成福利损失。王都富、刘好询(2006)从金融外部性视角分析不良资产与金融脆弱性，提出采取措施防止不良资产反弹。毛小红(2011)从外部性视角探讨了存款保险制度作为解决金融负外部性的方案可行性，其认为存款保险制度也会引发道德风险、逆向选择、委托代理问题，政府要合理设计存款保险制度。白钦先，主父海英（2011）从房地产金融外部性角度分析高房价的原因，并提出政府应当通过控制房价与合理调控缓解房地产负外部性影响。薛昊旻

(2013)从系统性金融风险角度分析了正负两方面外部性的作用机制和宏观效应,研究发现负外部性加大了整个金融体系的边际成本、政府和纳税人的负担,而且会快速传递到宏观经济体系。

## (二) 金融的正外部性

金融的快速发展,虚拟经济为实体经济提供了大量的资金支持,有利于促进实体经济的发展,此为创新经济中金融正外部性。胡国(2009)以金融合作角度研究金融的正外部性,他认为金融合作提升了金融业综合服务功能和服务效率,金融合作行为中的合作双方的收益向第三方溢出,产生正的外部经济效应。进一步,我们认为合作是一种对资源的集聚过程,所以国内学者从金融集聚角度分析其带来的正外部性。孙志红、王亚青(2017)认为金融集聚,提高金融机构间的合作效率,金融集聚对于空间经济增长有明显的正向溢出效应,促进了区域经济增长速度。王仁祥、白旻(2017)认为金融集聚有效的提高了科技创新效率。李雪涛、严龙茂(2016)则认为金融集聚带来的技术创新带动了企业转型升级。李政道、任晓聪(2016)则从区块链技术在金融中应用介绍技术创新带来的创新经济对我国经济的正外部性,其将有利于金融市场稳定。

## (三) 金融的负外部性

当金融行为的私人成本低于社会成本时,私人收益大于社会收益,产生金融负外部性。主妇海英(2010),完整地金融外部性进行了阐述。其纵向深入深刻的研究了不同路径依赖下的金融外部性,包括“金融创新——金融负外部性动态路径模型”,对金融市场上政府行为的外部性、金融监管边界界定提供理论支撑。我们认

为金融创新是造成创新经济的负外部性的重要原因，金融创新造成市场非均衡，不利于资源有效配置。以近来发展迅速的互联网金融为例，刘芬华、吴非、李华民（2016）以 P2P 网贷平台这一新型金融创新为例研究金融创新造成的泡沫风险的衍生，这一创新的应用改变了金融资本循环形式和周转规律，但是营运而生的也是金融风险的产生。本文认为这一互联网金融创新挤占原有传统金融机构收益份额，其应有的状态与现有状态发展不吻合都造成了一定的负外部性，不利于金融市场稳定发展。

#### （四）金融外部性与政府金融监管

以政府金融监管政策放松为背景，它的正外部性与负外部性都很显著。

一方面，金融监管的放松将推动金融市场的变革和产品创新，体现出它的正外部性。放松金融将一般认为是促进经济增长的需要，可给予金融消费者更多选择，取消监管中的不当规定，扩大消费者获取贷款和投资产品的渠道。

另一方面，世界金融市场发展上百年也逐渐积累了较为完善的金融监管体系有助于防风险及促进真正的资本优化配置。但前几年的快速金融创新导致多种监管套利并弱化了金融监管力度并创造了很多中国特色的金融产品如非标信贷，资金池，银行理财产品等。这虽然帮助了信贷快速增长，但也降低了资本配置效率并积累了大量金融风险，经济运行周期和规律的改变埋下了金融危机的种子。放松政府金融监管的负外部性显现。

#### 第四节 政府的金融监管导致金融负外部性的扩散

近些年来，东南亚金融危机、美国次贷危机、欧洲债务危机对世界经济的冲击都较大，冲击持续的时间也较长。政府的金融监管不力，带来的经济失衡，致使金融负外部性最大程度的扩散，是导致这些金融危机的原因。

##### 一、基本监管能力缺位导致金融负外部性显现

###### （一）政府金融监管预判不足——经济评估滞后带来的负外部性

政府金融监管预判出现失误，对经济运行评估存在误差，未能阻止大量资金转向投机性强的证券市场、房地产市场，形成金融、房地产泡沫，是金融负外部性在金融危机中的具体表现。

1997年以前，泰国、韩国和菲律宾三国国民经济已连续15年保持6%-8%的增长。伴随经济高速增长，以及资本市场完全开放，外资大量流入，国内流动性明显增多，银行信贷快速增长，各国普遍出现过度投资的现象，导致电子、汽车等一些关键工业部门生产能力过剩。此时，同时，由于长期维持较高的汇率以及过度投资导致贸易持续逆差。1996年，泰国的经常项目逆差占GDP的比例高达7%。这使得外界对其维持币值能力的信心动摇，外资大规模撤离，引发连锁反应，这为金融危机的埋下伏笔。

当东南亚各国出现危机时，各国虽然采取了一定应对举措，但因为金融监管预判能力不足，在大规模游资的攻击下，未能有效阻

止金融危机对实体经济的影响。亚洲金融危机持续两年多。受亚洲金融危机影响，中国经济增速连续五年都低于 10%。

## （二）政府金融监管漏洞明显——监管信息不对称带来的负外部性

美国哈佛大学的教授 N.Gregory Mankiw 给出确切的解答是：次贷危机是因为美国银监会和商业银行、投资银行、房产中介等环节彼此孤立、导致监管信息不对称所引发金融负外部性的展现。

美国的经济政策过于宽松，美国政府一直没有过多的介入金融市场，一再认为市场应该任其自由发展，并通过市场经济规律自我调整。因此次贷及其衍生产品才会大规模泛滥。另一方面，美国政府长期对金融市场缺乏统一有效的监管。美国次贷危机产生的原因，普遍的解读是美联储加息导致房地产市场下滑，使得资产证券化产品价格下跌，与这些产品相关的银行、企业、个人都遭到了不同程度的损失。如今，美国两大房贷机构房利美和房地美已被政府接管，但危机并没有因政府的介入而解除，反而越来越呈现出一发不可收拾的局面。一个值得注意的现象是：在经济扩张期内，美国金融监管体系存在结构性漏洞，负责整体经济稳定的美联储只负责监督商业银行，而无权监管投行。那么，引发次贷危机的真正原因究竟是什么？首先我们应该看到，最主要的原因是由于美国政府监管不力所引起，过度地迷信市场的自由调节能力，让投行主导资本市场，而政府监管不力的一个深层原因，是经济市场信息极度的不对称。正是由于各个机构之间的信息不对称、政府与企业之间的信息不畅通，让企业们不能正视自己身上携带的“病毒”，并任由它持续扩散，进一步影响了政府对经济形势的正确判断、对企业及时的援救，

让这一场次贷危机引发了蝴蝶效应，也连累了华尔街并最终导致金融危机的产生。N.Gregory Mankiw 就这一问题直言不讳说，美国政府是要负绝对责任的，而现在政府掏出几千亿美元来救市，也是当初对信息不对称的漠视和明知电子政务信息孤岛的存在，并可能出现恶性结果抱有侥幸心理所付出的学费，而更为可怕的是信息不对称这种“病毒”会在我们政府、企业中的各个环节中蓄势发作。

### （三）从业者价值体系监管缺失——监管覆盖不足带来的负外部性

“在美国，1%的富人拥有着 99% 的财富。我们 99% 的人为国家纳税，却没有人真正代表我们。华盛顿的政客都在为这 1% 的人服务”，示威者的口号表明，对金融体系和金融从业者的信任缺乏，是次贷危机的负面影响持续到 3 年后“占领华尔街”运动的导火索

<sup>193</sup>。

#### 1. 政府监管未覆盖从业者价值体系

从表面上来看，席卷全球的次贷危机似乎是由一系列的技术原因造成的。诸如美联储长期的低利率政策，固定资产投资的泡沫，金融经济偏离实体经济的虚假繁荣，对于金融衍生工具的信用评级的监管不力，对次贷危机的危害性估计不足等。但究其内在原因，其实是在于金融、经济运作中存在着隐瞒、欺骗和信仰缺失的问题，由此导致普通大众“信心”上的“崩溃”。随着对这种体系的信任缺失，人们对其发展前景也失去了以往曾有的信念，导致建立在信

---

<sup>193</sup> 谭扬芳.从“占领华尔街”运动的 100 条标语口号看美国民众的十大诉求[J].思想理论教育导刊,2012(05):68-72.

任体系上的金融受损，进而导致实体经济的“崩溃”，这种“崩溃”终于在3年后的“占领华尔街运动”中发泄出来。

从深层的原因来看，源于美国的这场金融危机实质上是一种从业者信仰缺失危机，也源于政府监管忽视了对从业者信仰与价值体系的监管。因为美国的宗教信仰以基督教为主，而当时很多美国人的宗教信仰已经堕落成一种纯粹的概念或身份的外在象征，失去了真正信仰的力量，对金融从业者失去了道德制约，在缺失信仰与价值体系监管的背景下，信任问题不可避免的爆发出来。

## 2. 政府忽视从业者的宗教信仰的缺失问题

政府忽视从业者的宗教信仰的缺失是导致次贷危机的精神因素。从次贷危机中我们可以看到，经济和金融体系中强有力的支撑或价值维系——责任和诚信——缺失和崩溃了，随之而来的是人与人之间、人与社会之间的责任危机和信任危机，而责任和诚信恰恰是新教伦理的禁欲精神极力塑造和提倡的两个至关重要的观念。

在次贷危机爆发后的2009年3月，美国基督教三一学院发布的报告，其中一系列重要的数据都显示了当时美国宗教衰退的迹象。这份调查报告的扉页以表格形式凸显了三项最重要的发现：一是基督徒的比例降低了10%，从1990年的86%到2008年底的76%。二是制度化宗教的衰退，30%的美国人承认自己有“灵性追求”或“终极关怀”，但无“宗教信仰”。宗教个人化、私人化的倾向越来越明显，而作为共同体的教会组织的影响力却在衰弱。三是无信仰者比例的增长，从1990年的8%上升到15%。

这些信仰现象与美国发生的金融危机是紧密相关的，政府监管部门未能结合美国的宗教信仰现状，预判到从业人员价值体系的衰败，当然无法避免道德问题对金融危机的加重。

## 二、政府金融政策不当导致金融负外部性扩散

金融是现代经济的核心，在生产、交换、分配、消费等方面起着降低社会交易成本的作用。金融本应是经济活动的血脉，把金融搞活了，整个经济皆活。但当代社会的金融运行模式却成为扭曲虚拟经济与实体经济的罪魁祸首。

2016年6月，麦肯锡全球研究院发表了题为《中国的选择：抓住5万亿美元的生产力机遇》的报告。报告肯定了中国在迈向成熟发达经济体的征途上已经取得了丰硕的成果，但指出“中国超过80%的经济收益来自金融行业——这种经济结构显然是畸形的”。研究发现在2008年全球金融危机爆发前的四年中，即2004~2007年中国金融服务业的经济利润（收益）占比还较低。美国次贷危机爆发后，即2008~2014年中国金融服务业的经济利润占比大幅攀升，到2016年前后，中国经济80%左右的经济利润来自金融行业。

麦肯锡的结论在当时引起了不小争议，但却反映出金融行业对实体经济的攫取与掠夺。

### （一）对实体经济的过度攫取——金融负外部性扩散的基础<sup>194</sup>

之所以将金融体系称为“攫取性”金融体系，主要原因就在于金融与实体经济严重失衡，金融存在明显的“虹吸效应”，它像一块巨大的“磁铁”，诱导了过多的企业家才能、资本和优秀人才等创新要素“脱实向虚”，这对于实体经济而言就是一种“攫取性”行为或具有“攫取性”效应。

---

<sup>194</sup> 张杰，从攫取到共荣：金融改革的逻辑[M].北京：中信出版社，2015年。

在“战后”时期，金融市场的规模持续扩张，地位不断上升。2000年，美国金融市场的交易金额高达国内生产总值的55倍，而在20世纪50年代，二者只是持平而已。

“攫取性”金融体系下，金融对实体经济构成显著竞争，金融对于实体经济的发展存在明显的负外部性。其最终结果都是对创新和经济增长的负向效应。

同中国一样，在美国，金融、保险和房地产部门规模不断增长，在美国企业的利润中占有最大的份额（2001年达到45%），远超制造业部门所占份额（10%）和其他服务部门所占份额（3%）。财务绩效逐渐成为衡量企业是否成功的标准，“以股东为核心的公司治理”住宅了管理层的经营理念。受此影响，金融市场的流动性不断增强，进而引发了上述增长，金融工具日益丰富，并推动着生产与消费，这也导致了以金融租赁形式存在的企业利润的增加，实体经济金融化趋势明显。

这种“金融化”导致了金融发展过度，但这并不是指金融发展得太多，不需要再发展，而是指相对于实体经济的发展过度，即当前金融业的高利润和高收入，破坏了金融与实体经济和谐发展所依赖的合理的报酬结构（Baumol, 1990），从而对实体经济产生了明显的负外部性。

“发展过度”属于金融与实体经济竞争性维度上的金融发展状态，所对应的状态是“没有发展过度”。若金融发展与创新及经济增长呈负向关系，则金融体系具有显著负外部性，处于“发展过度”的状态；若金融发展与创新及经济增长呈正向关系，金融体系则处于“没有发展过度”的状态。

## （二）虚拟经济的过度杠杆——金融负外部性扩散的导火索

为了应对科技股泡沫破裂引起的经济下滑，2001-2003 年美联储连续降息，最低降至 1%。长期的低利率激发了房地产价格飙升，住房按揭的次级贷款衍生类产品获得快速发展。以投资银行为代表的金融机构通过纷繁复杂的分拆打包，掩饰各种衍生金融产品中的风险，不仅扩大了对不良贷款的需求，而且将不良贷款传递给更多的投资者。实际上，美国次贷仅占美国整个房地产贷款的 14.1%，大约在 1.1 万亿—1.2 万亿元，这样的次贷规模并不足以导致一场牵动全局的金融危机。这主要是资产证券化过程中的杠杆交易，造成了次贷规模的逐级成倍放大。

当今世界经济结构是美国的过度消费和发展中国的过度供给，美国消费是全球经济发展的强力引擎。由于美国的居民储蓄是负数，消费支撑主要是金融资产和房地产增值，这也就意味着美国的金融和房地产要不断地吹起泡沫，来支撑过度消费。但泡沫总是有限度的，这也决定金融危机的爆发有内在的必然性。

美联储对金融机构的监管不力，作为中央银行的美国联邦储备委员会，简称“美联储局”。从 1913 年起至今，美联储局一直控制着美国的通货与信贷，起着“最后的借款人”的作用，并运用公开市场业务、银行借款贴现率和金融机构法定准备金比率三大杠杆调节经济，旨在为美国“提供一个更安全、更稳定、适应能力更强的货币金融体系”。美国金融危机当然与美联储的失职——对金融机构的监管不力，脱不开关系。其二，资产流动性过剩。2000 年左右美国的房地产行业相当热门，涌入大量炒房者（这些炒房者因为信用等级达不到标准，他们就被定义为次级贷款者）。炒房者钱

不够便向贷款公司借贷，并以住房为抵押。而房地产市场也是有风险的，于是贷款公司为分担风险找到美国财经界的领头大哥——投资银行——进行融资。投资银行为分担风险发放债券（利率极高）给避险基金，让债券的持有人——避险基金的投资者来分担房屋贷款的风险。

避险基金为分担风险，找到为代表的保险公司购买保险，并且创立基金会，由于美国的房地产一路飙升，基金相当赚钱，结果这个基金可卖疯了，各种退休基金、教育基金、理财产品，甚至其他国家的银行也纷纷买入。当时间走到了 2008 年年底，供需关系发生深刻变化，风光了整整 5 年的美国房地产终于从顶峰重重摔了下来，这条食物链也终于开始断裂。因为房价下跌，贷款利率的时限到了之后，先是普通民众无法偿还贷款，然后贷款公司倒闭，避险基金大幅亏损，继而连累各大保险公司和贷款的银行，花旗、摩根相继发布巨额亏损报告，同时投资避险基金的各大投资银行也纷纷亏损，然后股市大跌，民众普遍亏钱，无法偿还房贷的民众继续增多，最终导致发生了大规模的金融危机。

### （三）缺乏“爱”手段的救市——金融负外部性扩散的必然结果

当时有学者预测，次贷危机有可能是美国宗教信仰复兴的又一大好时机。因为缺乏信仰，救市手段中“爱”的缺失，并未考虑对“爱”的传播，导致了“无德”救市的形成。

#### 1. 危机后的信仰——导致救市手段中“爱”的缺乏

在次贷危机中，越来越多的西方人纷纷走进阔别已久的教堂，重新寻求心灵的慰藉；再度捧起久违的《圣经》，重新找寻生命的

真谛<sup>195</sup>；再次投身于上帝的怀抱，祈求上帝抚平其生活的苦难褶皱并赋予其力量和希望。这成为人们在一度的信仰缺失、精神迷失之后产生的一种令人欣慰的宗教回归现象。我们可以设想，假如人们没有遇到危机和困难，他们也许就想不起那个遥远的被放逐的上帝、业已陌生的信仰及束之高阁的《圣经》。长期以来，宗教信仰似乎总是与危机、困境等直接关联或对等，宗教似乎也成了人们在危机、困境中的直接联想物。有危机，就会想到宗教，危机解除了，宗教就会被遗忘，这种危机后所谓的宗教复兴只是权宜之计。这种“危机后信仰”的模式本质上是信仰的恶性循环，即“信仰的缺失→危机→暂时地转向信仰→危机解除→信仰的再缺失”<sup>196</sup>。

但信仰并不是为了解决人们不能解决的难题，或者作为人们失败、边缘或危机中享用的快餐，信仰也绝不是与诸如“危机”、“边缘”、“软弱”等必然联系的名词，信仰应当在信仰者的生命和生活中始终占有一席之地。不管是在危机还是成功时，不管是在苦难还是幸福时，不管是在刚强还是软弱时，不管是在和谐还是不和谐时，信仰都应当成为信徒生命和生活的主旋律。正像朋霍费尔所说：“我希望不在生活的边缘，而在生活的中心，不在软弱中，而在力量中，因而也就不在人的苦难和死亡里，而在人的生命和成功里来谈论上帝。”<sup>197</sup>按照基督教的观点，上帝不在遥远的、神秘的彼岸，他就在你尘世生活的中心；基督教不是抽象的、外在的教

---

<sup>195</sup> 廖岷.从美国次贷危机反思现代金融监管[J].国际经济评论,2008(04):38-41.

<sup>196</sup> 黄小军,陆晓明,吴晓晖.对美国次贷危机的深层思考[J].国际金融研究,2008(05):14-21.

<sup>197</sup> 朋霍费尔,高师宁译.狱中书简.成都:四川人民出版社,1997:130.

条或建制，它就扎根于你内在的生命。“宗教存在乃是整个生机勃勃的生命本身的一种形式，是生命磅礴的一种形式，是生命的外在表现形式，也是命运得济的一种形式。”<sup>198</sup>因此，基督教要求人们在世俗生活中信守自己的信仰，将信仰融入活生生的生命和行动中，按照基督的典范以一种全新的方式生存，在追随基督的信仰中塑造新的生命和生活的意义，这也是基督教导的最终意义。

## 2. 缺乏“爱”——“无德”救市的根源

金融市场是全球化的市场，支持和管理金融市场，使其得以运行的机构依然是国家化的机构。次贷危机发生后，美国就曾采用过美元贬值的武器进行风险转嫁，从2007年6月1日到2008年5月31日，美元贬值幅度达10.93%。按2007年美国8.5万亿美元规模的外债计算，一年就可减债0.929万亿美元。2009年3月18日，美联储表示将收购3000亿美元长期美国国债，并将另购入至多7500亿美元的抵押贷款支持证券。此举可称得上是最无德、“缺乏爱”的救市。

对于美国而言，这剂猛药的效果立竿见影——美元贬值、利率下降、美国国债价格上涨以及为财政部的刺激计划融资。长此以往，可预期的通货膨胀以及美元资产的下跌，将使所有以美元为主要国际储备货币的国家遭受损失。此举可以预见的恶性后果是美元作为国际货币进行增发，必然向全世界输出通货膨胀，而一旦其他国家货币被迫升值，影响出口，就可能跟进增发货币，全球性通货膨胀将不可避免，全球的实体经济也将不可避免的衰退。

---

<sup>198</sup> 西美尔，曹卫东译. 现代人与宗教. 北京：中国人民大学出版社，2003：52.

次贷危机警醒人们认识人性的善恶。美国高速运转的经济增长模式好似一条汹涌澎湃、激流涌进的河流，人被席卷于这种经济狂潮中不能自拔，在随波逐流中慢慢地沦为纯粹的经济人、投资人和金钱的奴隶。如果把一个国家当作一个人，可想而知，一味地追求本国经济利益，唯利益和金钱至上，人性缺失背后的国家形象就会被扭曲。

#### 第四节 用“爱”化解金融监管难题

##### 一、金融业“爱”的传递——“第三只手监管”原理

金融行业监管一般分为政府行政监管（“看得见的手”）和市场监管（“看不见的手”），前者主要通过政府行政机构实施监管，即前文提到的政府金融监管。根据上文分析，政府金融监管的不力逐年显现，甚至可以说这种监管的缺乏“爱”的。

而市场监管以法律约束和行业自律为主。在互联网技术不断升级和金融管制放松的背景下，虽不能用传统的政府金融监管思维对金融行业进行监管，而应提倡金融市场化监管的独立性。但市场化监管问题也不少：一方面，法律的约束在道德沦丧背景与利益的引诱下往往是苍白无力的；另一方面，“自己管理自己”的“自律”多数情况下也无法摆脱人性自身的贪婪。

因此，我们提出引入 NGO 作为监管主体、提出“第三只手监管”原理，构建“第三只手监管体系”。

## 二、“爱”传递的具体手段——金融正外部性的提升

### (一) 引入 NGO 成为“第三只手”监管者

#### 1. 解决政府金融监管（“看得见的手”）的失灵

由于政府缺乏竞争压力、金融监督机制和降低金融监管成本的激励机制，加上金融政策本身的复杂性，致使许多金融市场自身不能解决的问题，政府也不能很好的解决，最终演变为金融危机。美国经济学家伯顿·韦斯布罗德提出的“政府失效理论解释”还认为，由于政府资源的有限性和政府机构运营的特殊性，人们更倾向于由非政府组织回应公共物品的需求。面对日渐臃肿和官僚化的机构现状，政府金融监管机构在协调金融市场缺陷和提供公共物品方面也面临职能的失效。政府失灵尤其是在金融领域所遭遇的诸多困境，已经为世界近年来许多重大金融危机事件所证实。这也为我国金融监管 NGO 的产生和发展提供了契机，推动了我国公共金融监管结构的转变。

#### 2. 解决市场化监管“看不见的手”的瓶颈

法制背景下，行业自律方式的监管，往往造成又当“运动员”又当“裁判员”。比如，国内很多地方的证券自律组织——证券业协会——人员均为证券公司员工兼职或者借调。“自己管自己”无法摆脱人性的弱点，无法在“运动员”和“裁判员”双重身份中回避利益关系。这种市场化监管的效果可想而知。

从根本上看，专业的、地上方监管人才不足是自律式的市场化监管的严重缺陷。即若实行市场化监管模式人力资源匮乏问题无法解决。

金融监管的人力资源是指拥有足够数量的监管人才，这些人必须具有全新的监管理念和监管思路，具有必要的监管知识和监管能力，政府部门无法满足监管人才的需求，自律管理有存在利益冲突。引入 NGO 作为第三方监管后，可以通过市场招聘手段，通过市场专业人才的调剂满足金融创新产品的监管要求。金融监管人才的知识结构有很高的要求，不仅需要精通一般的金融业务理论知识和实践经验，还要具备专业的金融监管理论和经验。NGO 的市场招聘可以达到上述标准。

### 3.NGO 在金融监管中的具体作用

第一，金融监管指数的建立。我们需要大量的第三方的 NGO 机构充分利用发掘金融行业数据，把它编制成为整个社会比较容易理解和使用的信息——金融监管指数。成千上万的金融数据对于普通老百姓来说自己无法分析，而若作为一个专业性的金融评级和金融指数的第三方 NGO 机构，定期把这些数据收拢来，用各种各样的模型算出来做一个排序，给出金融企业排名、金融产品风险排名等等，便会增强金融作为社会运行润滑剂的功效。

第二，金融消费维权。消费维权是最早也是最广为社会公众知悉的 NGO 社会活动。类似中国消费者协会等为代表的各类消费维权组织，对食品等行业的消费维权一样。NGO 可以解决“占领华尔街”运动中，金融消费者对于金融机构转嫁金融危机成本的难题。

第三，公益金融。公益金融，又称社会金融，是一种区别于传统金融模式的新型投资及财富管理方式。而 NGO 特殊身份，决定其可以作为公益金融的领导者。公益金融注重在产生经济回报的同时也为社会带来福祉，例如，提升环境质量、帮助残障人士就业等均属于福祉的一部分。由于不同国家的历史和社会文化的不同，公

益金融在不同的国家表现为各种不同的产品，如小额信贷、社会创投、可持续房地产等等。

随着公益慈善观念的普及，越来越多的 NGO 组织感受到，要做好公益活动，达成慈善目标，必须更好地发挥政府、市场、NGO 自身的跨界分工合作，而充分运用公益金融手段更好的发挥公益资本有效、透明、持续的提供服务成为了实现跨界分工最好的纽带。

公益金融其实并非当今创举。早在美国 70 年代，洛克菲勒三世即在美国国会一次听证会中提出“公益金融”的说法，到了 90 年代，由于政府慈善支出的进一步削减以及金融赋能水平的提高，美国本土的各类基金成为公益慈善领域的引领者，各类型社会组织通过将商业领域的风险投资方式运用于非营利部门，慈善公益事业由此得到了来自市场的大量资源，获得了前所未有的发展生机。

## （二）科技提升金融市场监管的透明度

NGO 作为“第三只手”监管，为了摒弃政府金融监管中的信息不透明和市场化信息的功利与倾向性，必须以大数据和 AI 为代表的金融科技从资产、资金和产品三个方面全面提升金融市场的透明度，以配合 NGO 的第三方监管体系，让资产配置更准确高效，进而推动金融发生巨大变革。

一是充分掌握金融资产风险。过往，金融机构需要要花很多人力财力去做资产端的风险评估，若资产风险无法清晰评估，就只能以高利率来覆盖风险，现金贷的问题正在于此。而随着数据的累积和丰富，利用各种金融科技手段现在可以非常清楚地了解每位借款人或企业的风险状况，这种能力未来几年将会更加深入。

二是充分掌握投资者的风险承受能力。过去传统金融机构的风险承受能力评估通常就是让客户做问卷调查，但这样做的结果并不能准确反映客户真实的需求和风险承受能力。通过大数据、机器学习等金融科技收到，可以从多维度去收集投资者的用户数据，了解其工作、房子和车等资产及其消费习惯，可以验证投资者的投资能力，研究其投资经验和风险偏好，综合形成清晰的用户画像。

三是在产品涉及层面。由于数据的不断丰富，现在可以大概预估很多产品未来的表现，同时可以运用各种 AI 技术来做多种动态组合，为客户提供更适合其的产品。

综上，金融科技提升了金融市场的透明度，如今很多看不清楚的角度未来会变成透明，金融业务效率会随之大幅提升，资金使用效率也会提高很多，这将会有力地支持实体经济的发展，并帮助投资者分散投资风险，让整个社会实现更美好的资源配置。

### （三）用信仰的“爱”引导从业者规避贪欲

如前文所述，政府缺乏对从业者信仰的监督与引导。但政府往往不愿意成为某一宗教信仰的附庸，不宜成为信仰的传播者与监管者。市场的价格手段也不能成为信仰的筹码，否则信仰就会被金钱所操控。而 NGO 作为“第三只手”，它的中立性与社会功能可以成为信仰对从业道德约束的载体与渠道。

金融危机不仅是信仰危机，也是金融从业者人性的危机。分析金融危机时我们还应反思、审视其背后隐藏的金融从业者的信仰危

机、对“爱”的缺失<sup>199</sup>。在这样的反思中，NGO可以比政府与市场发挥更大的作用。

以基督教的观点，人性本是恶的，恶是植根于人性的一种无法摆脱、挥之不去的种子，而贪婪和欲望又是根源于人性深处的两种具有必然性和普遍性的罪，是人性恶的主要表现。杠杆等行业创新决定了金融从业者的贪欲无限。

以次贷危机为例，美国不负责任的“损失社会化”救市行为，妄图解决自身问题又拉其他国家下水的“一石二鸟”的企图即是金融从业者人性贪欲的显著表现，完全是“缺乏爱”的表现。《新约》中有诸多反对贪婪、贪心、贪财的教导。“你们要注意，要提防一切贪心，因为一个人的生命不在于他财产的丰厚，”<sup>200</sup>“贪心就是拜偶像，”<sup>201</sup>“不贪图不正当的利益。”<sup>202</sup>尽管贪欲是人性根本的恶，但是，人性中同时有向善的原始禀赋，这种向善的原始禀赋正是遏制和引导贪欲的正当手段。基督教认为，上帝这个终极观念就是爱、至善、和谐的象征，是人向善的最终方向和路标。基督教是一个强调终极关怀的宗教，终极关怀使人的生命、人性和道德价值有一个神圣的、超越的、和谐的定位和目标，并以神圣、超越、和谐和“爱”去对抗或引导世俗、短浅和不和，而后者正是孕育和助长贪婪欲望的动因。

---

<sup>199</sup> 吴宣恭.美国次贷危机引发的经济危机的根本原因[J].经济学动态,2009(01):50-55.

<sup>200</sup>新约·路加福音 12: 15.

<sup>201</sup>新约·歌罗西书 3: 5.

<sup>202</sup>新约·提摩太前书 3:8.

## 第五篇 社会篇

### 第十章 爱+教育——21 世纪我们需要什么样的教育

#### 第一节 教育的悲剧

近来，我们看到一篇令人震惊的报道：在广州番禺区大学城某高校的地下停车库内发生了一起恶性的持刀行凶案件。一名 50 多岁的中年男子持刀刺伤了一男一女两个人。而令人惋惜的是，两名伤者经“120”医护人员到场全力抢救之后，终因伤势太重，最后抢救无效身亡。这起血案让人震惊，更令人意想不到的是，涉案的三个人全部都是大学城某高校的老师，而死者二人是夫妻关系，行凶者竟然是这二人的同事。在遗憾和震惊之余，我们不禁回想起，在更早以前发生的一起起高知分子的恶性行凶事件：在 2011 年，上海浦东国际机场大厅内，赴日留学 5 年的 23 岁青年汪某，突然向前来接机的母亲顾女士连刺 9 刀，致其当场昏迷。2013 年 4 月，复旦硕士研究生林森浩用实验时用过的剧毒化学品 N-二甲基亚硝胺毒死室友。2016 年，就读于北京大学的 22 岁学生吴谢宇，在一所中学生教职工宿舍内将自己的亲生母亲残忍杀害，作案后封死了住处，将尸体用塑料布层层包裹，还放入了活性炭吸臭。杀害自己的母亲之后，还继续以自己母亲的名义，进行贷款活动。这些经受过多年教育之后的高级知识分子，本应该成为，或者说本可以一直

作为人们学习的榜样，却做出了让人震惊，泯灭人性的事情。高知分子的犯罪就像悬在教育头顶上的一把达摩克利斯之剑。梁晓声先生说过：“如果我们培养了知识化了的人，在人性上还不如他们没上学的时候，是不是说明我们的教育出现了问题？”如今我们看到的是，某些大学的价值观，大学生的价值观甚至是教授的价值观混乱颠倒。唯权是图，唯利是图，实用主义，投机犬儒等现象，在社会上和校园里大行其道。北大中文系钱理群教授说过：“我们的一些大学正在培养一批‘精致的利己主义者’，他们高智商，世俗，老道，善于表演懂得配合，更善于利用体制达到自己的目的。这种人一旦掌握权力，比一般的贪官污吏危害更大。”我们在之前提及了几起高知分子的恶性行凶事件，但这只是很小的一部分，其他一些诸如北大学子贩毒，某高校教授，青年长江学者，长期骚扰和侵犯女学生和女教师等等违背道德和法律底线的事情我们并不在此一一揭露。但是这些事件，已足以引发我们对于教育的思考。

## 第二节 教育的本质与现实表现的对比

### 一、教育的本质作用

教育的本质作用包括知识培养和人格培养。师者，传道授业解惑也就是说，老师是传授学生知识的人，是培养专业技能的人，是解决学生疑惑的人，因此知识培养是教育最基础的作用。但我们认为教育的人格培养功能更为更要。知识教育只是一方面，人格教育才是教育的核心与根本。

人格，无论在道德还是法律上，人格都是衡量一个人行为的最根本的要素，人格也决定了一个人发展的方向，人格的缺失是无法用知识弥补的，强调人格的重要性，将人格放在最主要的位置上，从多方面解释人格，体现出人格的缺失对个人，集体乃至社会的危害性。知识只是教育的基础功能，在学校是培养不出大师的、各行各业能手的，教育也主宰不了社会的实际。除了基础功能，教育的提升应该让学生领会什么是文明、进步、民主、公平，这即是教育的人格培养作用。本章将着重从教育在人格培养的角度，利用教育的外部性分析探寻教育的改革方向。而现实中人格培养的缺失，往往导致了教育的悲剧。

## 二、现实中教育的两个极端化表现

### （一）教育的功利化

生产出极度逐利的“教育产品”工业革命结束之后，理性与科技结合并迅速崛起，逐渐为人们所用，成为追逐利益的工具。之后，西方实证主义哲学作为助推手，将其推向生活的各个领域，蔓延至人们的生活行为和观念。它的典型特征表现为：“使用某些手段去到达个人和社会的目的，却并不关注目的是什么以及目的是否合理，只要手段是有效的，那么便认为是合理的。社会和个体将一切都作为一种一般工具，去制造其他工具或者是为固定的目的服务。”在我国市场化程度不断加深，人们追求利益最大化的目标驱动下，这种工具理性就更加有效地发挥它的威力了。在教育上表现为工具理性导致的教育的功利化。

《词源》上对于“功利”一词的解释是这样的：一是功利即功名利欲——《庄子·天地》说：功利机巧，必忘夫人之心；二是功效利益——功利主义以人的行为的实际效果作为道德价值的基础和最高标准。那么，显而易见，教育的功利主义便是将教育的实际效果作为指导性的纲领来统筹教育的发展，就功利原则本身来讲它是一种理性原则。于是乎，教育在人们的观念里也不过就是帮助个人实现利润最大化的一种手段，或者是满足自身欲望目的的一种途径而已。另外，我们知道，在17世纪，伟大的古典经济学家亚当·斯密曾提出将人的经验、知识、能力看成国民财富的重要内容以及进行生产发展的重要因素，那么教育在教给人们经验、知识和能力的时候就开始扮演者一种带有“经济化”的角色，帮助国民财富的提高以及推动生产的快速发展。这种教育的经济化也就导致了教育功利主义的盛行。教育的功利主义蔚然成风，无论是教育者还是受教育者通通深陷其中。2011年11月21日，我国国家教育部公布过一份关于普通高校毕业生就业工作的文件——《教育部关于做好2012年全国普通高等学校毕业生就业工作的通知》（教学[2011]12号），其中的一项内容是：对于高校内部就业率连续两年低于60%的专业，调减招生计划，直至停招。由此便划定了高校专业设置淘汰“红线”。高校专业的设置将60%的就业率作为一种刚性的指标，“就业率”论应运而生，这教育者也只是将教育作为提升自我价值，使得自己有机会“挣大钱”、“做大官”、“找到好工作”实现阶层跃迁的一种手段。

以很大一部分人的观点来看，功利教育无可厚非，正是因为功利教育的存在，教育者更加重视一些实用知识和技能的培养，才能更加充分利用已有的教育资源，达到“教育产品”的高效产出，并

使得人们的欲望得以满足；从社会的角度来讲，也使得社会的物质财富极大丰富了，物质财富的积累速率大大提高了。正是由于这种短期的财富效应的存在，才使得功利主义的教育更加猖獗，一发不可收拾。究其本质，功利性的教育本身就是对经济社会的一种迎合。

现有的社会评价体系是如此的功利，政府想要政绩，政府的一些官员必须要接受更高等的教育来帮助他们职位的晋升，因此便有更多的政府官员走进高校攻读博士学位，但常有的现象是官员在读博士的时候，让自己的秘书替自己来听课，写论文等，以获得学历。学校希望可以提高声誉，然后招到更好的生源，从而得到更多的上级拨款来优化教育资源去进一步提高声誉，如此循环。一些老师由于在实际工作中获得的基本工资太少，而去搞一些创收活动。山西一所知名中学的校长曾经公开表示过，公立学校教师工资太少，每月 2000—3000 元，不足以支付养家成本，课外补课是不得已为之。所以越来越多的中小学教师为了增加自己的收入，私自进行课外补课，但这样却怠慢了本职工作。高校的一些老师的科研任务与评职称和导师资格相挂钩，当老师们去追求“评职称”“搞创收”的时候，势必会重科研轻课堂，花费在备课和教书育人上面的时间更少。学生们在初等教育阶段为了考取高分，接受的是填鸭式的教育，准备接受高考的“洗礼”。伴随着国家经济的蓬勃发展，尤其是步入知识经济时代之后，越来越多的人选择则进入高等学校进行学习，因为他们相信更高层级的教育可以使他们自身价值得到最大化的发展。之后，学生会为了获得奖学金会去参加各种各样的社团和学生会活动，为了使自己的综合素质的分数更高而去参加一些献爱心的活动。还会在上课的时候选择实用性更强的课程，以使自己

获得更多的知识去帮助以后的就业。这样的话就会将一些思想道德教育、传统文化教育和个人修养提高的课程束之高阁。

## （二）形式化的圣人教育

与追求可量化的一些经济因素的功利教育相对立的是，去追求不可量化的道德情操和意志品质的德育教育。

一种较为普遍的做法是将传统文化引进校园，这也是近五年来教育部一直比较推崇的。我们看到在 2013 年的时候教育部发布了一份《中小学书法教育指导纲要》文件，以使得学生掌握硬笔和毛笔书写汉字的基本技法，体会到书法的魅力；在 2014 年的时候教育部颁布了《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》，着重要求培养学生的家国情怀，对学生进行社会关爱教育以及人格修养教育，将传统文化融入了课程和教材；在 2016 年的时候，教育部党组发布《中共教育部党组关于教育系统深入开展爱国主义教育的实施意见》，进一步强调了对于传统文化研究基地的建设以及对于传统文化师资队伍的重点建设。在 2017 年的时候，中宣部、文化部、教育部、财政部发布《关于新形势下加强戏曲教育工作的意见》，将京剧、昆曲等戏曲教育引入校园。同年教育部办公厅发布《关于 2017 年义务教育道德与法治、语文、历史和小学科学教学用书有关事项的通知》，教育部新编了义务道德教育与法治、语文、历史教材，并投入使用。改编之后的教材更加注重对学生学习中华优秀传统文化、革命传统教育和国家主权意识方面的培养。另外，教育部还颁布了《普通高中课程方案和语文等学科课程标准（2017 年版）》，对学生提出了 72 篇的经典文章背诵要求，并要求学生阅读从先秦到清末的各个历史时期优秀古文等等。在教育部颁布这些之后，不同

层次的学校都开始响应教育部的号召，积极开展传统文化进校园活动，在教材内容、课程设置和业余活动上更加倾向于传统文化。开始有目的的组织学生学习孔子，孟子，朗读背诵一些古代大诗人的诗词活动，学习一些古典戏曲等。

但是，在实践过程中一些注重形式却忽略内容的做法导致这种传统文化的德育教育流于表面，无法抵达学生的内心深处去影响学生的道德观和价值观。从学校的角度来讲，切实懂得传统文化的师资是相当匮乏的，在平时的生活中绝大部分老师与传统文化的接触途径并不专业，当分科教育作为一种大背景的时候，学生们很难通过相对系统的课程深入理解传统文化。尤其当应试教育还处于主导地位的时候，这种流于形式的德育教育对学生来说更可能是一种变相的负担，因为它可能会挤出学生本来就少有的自主支配时间，被学校以某种方式强行灌输传统文化的相关知识，以应对教育主管相关部门的突击检查。所以说，这并不能从根本上提高学生对于传统文化的热爱和理解，也不能帮助学生树立正确的道德观念。这种强行灌输给学生传统文化的德育教育只是流于表面，只会造就了一批会机械背诵古文古诗词，满口之乎者也的形式化的圣人。

### 第三节 从经济学角度看教育

经济学界对于教育的解释众说纷纭，我们从教育的生产功能、教育的筛选功能以及教育的外部性三个被广泛讨论的角度与读者进行分享和探讨。其中，教育的生产功能、筛选功能主要体现了教育的知识培养功能；而从教育的外部性角度可以更好的分析教育的人格培养功能。

## 一、从生产功能角度看教育

教育的生产功能主要是基于人力资本理论，人力资本理论诞生于 1960 年，由舒尔茨提出。舒尔茨认为资本是分为成物质资本和人力资本两种形式的，人力资本是系于劳动者本身的一种以他们的数量和质量衡量的资本的一种形式，劳动者所具有的知识、技术和劳动技能的区别影响人力资本对经济发展的贡献率。之后，人力资本理论又在研究教育与就业之间关系时提出了具有开创性的见解，它提出，教育是具有生产功能的，劳动者在接受教育之后会是自己的技能得到提高，形成凝结于自身的知识、技能等人力资本，并使自己能够在劳动市场中获得更高的收入；同时，教育对生产效率是有促进作用的，它也会使得资源配置得到优化。这种观点在人群中的接受度很高，并迅速被许多国家采纳，并依此去制定一些教育政策。人力资本理论的诞生，还催生出这样一种观点：学校的教育是一种十分重要的投资行为，从其本质来讲的话，它是对人的一种投资。Becker 曾提出学校是“专门从事教育的机构”，是人力资本的加工厂。我国学者张凤林也提出过：学校教育是一种“时间密集型”的生产活动。接受过学校教育这一“生产活动”之后的个人，可以获得更多有关生产的知识与技能，成为一个具有更多生产价值的雇佣工人进入自己的工作。而这种具有更多知识和技能的人进入职业之后，会得到更高的个人收入，同时，这些人运用自己的知识和技能会为企业带来新的发展，比如说：使得物质资本的利用效率提高，产出提高；或者是发明或改进新的机器设备为企业节约了更多的成本等等，从整个社会的角度来看的话，这些行为会促进整个社会的经济增长。另外，在人力资本理论看来，因为人力资本的好处是切

实的存在的，正规的学校教育是人力资本投资的一种最主要的形式，所以教育需要要求政府更多的进行补贴，补贴不足，教育投资就会不足。政府需要对一般教育及初、中等教育给予相应的财政支持，但是对于特殊教育和高等教育来说，个人和家庭要与政府一起承担起相应的出资责任。我们看到教育部 2016 年公布的一组关于全国教育经费的统计数据：2016 年全国教育经费总投入为 38866 亿元，比 2015 年增长 7.57%。国家财政性教育经费为 31373 亿元，比 2015 年增长 7.36%。教育经费总投入在学前教育、义务教育、高中阶段教育、高等教育和其他教育间的分配占比分别为 7.21%、45.29%、15.84%、26.01%，5.65%。2016 年全国幼儿园、普通小学、普通初中、普通高中、中等职业学校、普通高等学校生均教育经费总支出均比 2015 年有所增长，增幅分别为：15.97%、8.88%、10.50%、11.34%、8.03%、3.35%。2017 年全国教育经费总投入为 42557 亿元，比 2016 年增长 9.43%。其中，国家财政性教育经费为 34204 亿元，比 2016 年增长 8.94%。教育经费总投入在学前教育、义务教育、高中阶段教育、高等教育和其他教育间的分配占比分别为 7.65%、45.49%、15.60%、26.10%、5.17%。2017 年全国幼儿园、普通小学、普通初中、普通高中、中等职业学校、普通高等学校生均教育经费总支出均比 2016 年有所增长，增幅分别为：13.21%、6.82%、9.60%、10.70%、8.11%、9.75%。

## 二、从筛选功能角度看教育

筛选理论由美国社会学家迈克尔·斯宾塞（Michael Spencer）和罗伯特·索洛（Robert Solow）等人提出，该理论认为：教育是一种

筛选装置、是一种识别人的才能的信号，它的核心功能并不是将个人的认知水平提高，而是将具有不同能力的人进行筛选。筛选理论是对人力资本理论的挑战，同时是对教育究竟能否促进生产效率的质疑。如果人的能力是先天决定，教育对生产能力和认知能力的提升都是没有作用的，教育只是一种甄别的手段，那么教育的存在还有意义吗？答案是肯定的。因为筛选假设理论从另一个角度出发，从某种程度上肯定了教育促进的“文凭主义”。不同的人先天能力不同，生产率也不同，但是对于雇主来说，他们无法直接识别这种生产率上的差异，雇主只能通过一个人的教育水平来间接地判断个体的劳动能力。

筛选就是通过个体获得的文凭来揭示个体已经具备的生产能力，即学历是反映应聘者才能的信号，雇主们通过人们学历的高低来判断其能力的大小；教育的筛选作用此时成为应聘者在进入劳动力市场后，向雇主传达其生产价值的一种主要途径，应聘者为了向雇佣者传递自己高能力的信号，会更多的投资于教育，追求更高层次的教育，获得更具有价值的文凭。也就是说，在简单的信号理论中，教育或者文凭只有信号作用，是解决雇主和雇员之间信息不对称的一种方式。这时，教育的筛选功能隐含着对教育有一种要求：即形式上的公平。它秘密地推崇应该赋予学生们同等的上大学的机会，这样学生就有机会获得同等的学历信号。在这样的倡导下，我们看到了高校扩招的现象。有数据显示：自1999年高校扩招以来，高校毕业生数量大幅增加，从1999年的90万人猛增到2017年的795万人，2018年将达到820万人。

### 三、从外部性角度看教育

教育的外部性，是作为外部性这个基本的经济学概念的延伸和拓展，它与其政治外部性、医学外部性等概念一样越来越被人们所重视，也为完善教育的人格培养功能找到了出发点。教育的外部性是指教育的举办和产出除了达到国家和个人的教育目的外，还会给其他社会团体和个人带来经济、非经济的影响，但教育却不能向受影响社会团体和个人给予直接补偿或不必要补偿。我们在讨论教育的外部性的时候，根据外部性的作用效果，主要从以下两个角度来阐述，即教育的正外部性和负外部性。

#### （一）教育的正外部性

正外部性是某一个经济行为主体的活动使得他人或社会得到了好处，但是得到好处的个人或团体却不用花费任何代价。教育的正外部性显而易见，我们从教育的经济性正外部性和非经济性正外部性两个方面与读者进行探讨。

##### 1. 教育的经济正外部性

卢卡斯从经济学角度出发，有这样一个论述：一个经受过教育的劳动者，他本人的生产效率和收入水平会提高。教育促进了受教育者知识的丰富以及专业技能的提高，之后会产生正面的溢出效应。例如说，受教育者走入工作岗位之后，会基于自身的学习经验的优势，对周围未受到教育的人产生一种引导和帮助，帮助同事中没有受到过教育的人在工作过程中提高生产效率，也是对未受教育者能力的提升，进而可能伴随着这些未受教育者收入的增加。某地的教育投入，比如说高校的建设，会产生巨大的经济效益，例如某市大

学城的建设完成之后，就对大学城周边学习用品、服装、饮食、娱乐、旅游等产业的发展都具有推动作用，促进了这些产业经济的增长。同时还解决了周边居民的就业问题，推动了该地区的城市化进程。

## 2.教育的非经济正外部性

教育的非经济的正外部性，我们把它描述为一种受教育者自身的溢出效应。首先，教育会使得受教育者的心灵得到净化，使受教育者品格和品质得到完善，素质得到提升，教育有利于受教育者树立正确的世界观、人生观和价值观。当教育引导人走向了“善”的时候，就避免了这些人走向“恶”，从这个意义上讲，教育这个时候使社会更加民主向善，也降低了社会犯罪率，增强了社会凝聚力；其次，人们在慈善教育的过程中，会习得一种慈善偏好，将更多的时间、精力和财力投入慈善和公益事业，开展慈善项目，更愿意也更有能力进行一些利他的活动。

## 四、教育的负外部性

负外部性是指某个经济行为团体或个人的活动使他人或社会受损，而造成负外部性社会或团体的却没有为此承担成本。教育的负外部性会引发巨大的社会成本。举例来说，当我们的基础教育中，一些教师不再单纯的立足于本职工作，不再踏踏实实给学生传道授业，而是选择敷衍教学，私自办补课班敛财的时候，此时教育的负外部性便体现出来了。这种不负责任的教师占据着教学资源，却将一种不正确的价值观传递给学生，无法真正去培养学生，剥夺了学生享受真正教育的机会；当本该公平的教育，在极高的择校费和赞

助费下扭曲畸形的时候，教育的负外部性愈加被放大，教育资源被愿意出钱的人占据，使一些原本可以接受同样教育的人丧失了机会。有人会说，是不是这个时候互联网对于教育的普及会弱化这种负的外部性，我们认为在一定程度上是的。但是，互联网在某种程度上促进教育公平的同时，会使得教育的育人功能弱化，缺乏面对面的教育，教育工作者无法将“德智体美”融入育人工作，给孩子“美德”、“美术”、“艺术”方面的熏陶；当教育领域频频出现的论文抄袭、文凭造假等现象的时候，造假者会在学术发展和劳动市场中，挤出具有真才实学的人。对于在劳动市场招聘雇员的企业来说花费的时间成本和甄别成本更多了。同时，人们对于文凭的追逐使人缺乏对学术的热爱，无利于创新能力的培养和提高，也无利于营造一种潜心向学的学术氛围；当教育变成一种牟利的产业的时候，个体和家庭开始对教育失去一种信心和信任，此时教育无法产生直击人心灵的力量，无法将正确的价值观传递给学生，那么，教育可能会变成彻头彻尾的恐怖主义。

#### 第四节 教育的正外部性供给不足

教育本应该帮助人们摆脱现实的奴役，然而，现实世界中我们看到的很多状况却与之相反，教育在引导人们适应现实的奴役。教育本应该提供更多的正外部性，然而现实情况却差强人意。我们试图寻找其原因，通过对经济学界比较推崇的人力资本理论和筛选理论的负外部性解读，从这两个理论支持下负外部性的供给过多限制了正外部性的供给予以阐述。

## 一、对崇尚人力资本理论的导致教育正外部性供给不足

人力资本理论强调人的生产性知识、技能的获得有利于生产率的提升和财富的增加，这也是有关教育，特别是现代教育经济功能研究的一个革命性的贡献。但是，当人力资本理论从一种理论转变为一种信仰，从而支配家长、政府和所有社会公众的时候，教育的价值视野就被窄化了，人力资本理论使教育更加执着于对“工具人”的培养。虽然，无论是对于个人，还是对于社会和人类世界而言，经济的增长无疑是极其重要的。但是从外部性角度来看的话，这种对人力资本理论的崇尚，对经济增长的过度追逐，是导致教育正外部性供给不足的重要原因。首先，对个体而言，教育集中于对生产性知识和技能的培养，会忽略人的全面发展，人们用于学习工具性知识的时间，挤出了对于培养道德情操，学习社会性常识，修炼品行，提高艺术修养的时间，影响了人的全面发展的正外部性供给。人力资本理论过分强调教育的经济功能，会衍生出教育的功利化。学校、教师功利性的培养“工具人”，学校、教师与学生之间缺乏真正的情感上的交流互动，导致了师生关系的商品化，最后还是受教育者在承担无法实现自身全面发展的负的外部性。其次，从国家投入角度来看的话，人力资本理论强调应该对教育进行更多的财政补贴，这本可以用于投资其他的公共事业和公共产品，为其他人带来更多的福利，然而由于在教育上进行过多的投资，减少了这些公共事业，公共产品上面的投入，使其他人的福利蒙受了损失。最后，从社会团体角度看教育的负外部性，哈里斯的一本书《教养的迷思》中有这样一种观点，可以为之参考：即孩子后天经验的学习中，同龄人或是同代人的影响是非常巨大的。因为孩子与同龄人和同代人

的接触时间更长，所以受到的影响更多。当受教育者长期处于“工具化”、“利己”的教育理念下，他们会在同伴中习得严重的自我中心主义，每个人都竭尽所能追求自身效用的最大化，限制了这部分受教育者去发挥正的外部性，使得受教育者并不关心同伴的效用，甚至做出“损人利己”的事情，受教育者的行为对同伴来说是一种较弱的正外部性，甚至是负外部性表现。另外，这样的行为在团体之中盛行时，会导致社会成员之间的冷漠与不信任泛滥，甚至使一个社会陷入到严重的、持续的动荡之中，失去幸福感，此时整个社会都在承担一种巨大的正外部性供给缺失。

## 二、过度迷信筛选理论导致的正外部性供给不足

当迷信筛选理论，导致对文凭的过分追逐时，也会产生巨大正外部性供给缺口。对文凭的过度追逐导致的一系列问题，比如高等教育扩张、过度教育等问题，未能体现出教育的正外部性。

首先，由于高等教育的扩张，学生迈入高等教育门槛的努力成本降低了。这种转变让能力强和能力差的学生进入高校都变得更容易了，具体表现在，能力差的上专科院校或者差一点的大学变得容易了，能力一般的上普通大学接着读研究生比以前容易了，能力强的读重点大学进而读硕士和博士变得容易了。也就是说，由于高等教育的两个阶段本科和研究生都同时扩张，于是各种不同能力学生群体的教育成本都下降，高等教育扩张，培养了更多相同的人，从而使得每个人所带来的边际收益是下降的，从整个社会来看，这是一种正外部性缺失。

其次，随着学生人数的迅速增加，师资日益紧张，教学质量下降。企业为了在市场雇到合适的人才也不得不提高学历门槛，普通的岗位也需要本科生甚至研究生。此外，出于对信号质量的追求，企业还会寻求一些额外的信息，比如，毕业学校的声望、外语和计算机的水平、在校期间的获奖情况以及一些其他的相关证书，结果是，学生为了寻求能够发送其它信号而忽视对本专业课程的学习，上述两方面的共同结果是，学历的贬值和人力资源浪费并存。于是，这就更加要求中、高能力的群体必须进行更多的教育，发送更高的文凭信号，才能将自己和其他群体区分开来，与扩张前相比，这是一种无效率的投资行为，目的仅仅是让自己“与众不同”而不能提高个人的能力和劳动生产率。对这部分人群来说，他们无法享受到教育的正外部性，反而需要花费更多的时间成本和金钱成本。另外，更多的教育需要花费更多的教育费用，对于低收入家庭来说教育致穷的可能性更大了，对低收入家庭来说也是一种正外部性的缺失。

最后，对整个社会来说，当过度教育出现时，会伴随着一种教育资源上的倾斜，导致教育不公平。孔子说“不患寡而患不均”，教育不公平对整个社会来说都是一种负的外部性，它剥夺了一部分孩子接受同等教育的权利，使资源发生倾斜，这部分孩子在承担一种负的外部性。同时当教育的筛选功能占支配地位的时候，它会过分强调人的学习能力的先天差异性，并不能通过后天的努力得到弥补，学校会对学生进行选择性的重点教育，所以学校在进行教育的时候会将更多的教育资源倾向于那些先天学习能力强的同学，以帮助他们得到进一步的提升，去获得更多的机会进入到声誉更高的学校进行学习。这是对于先天学习能力不强的同学们的学习权利的一种剥夺，会造成教育不公的问题。本来，我们认为资质差一些的学

生本应该得到更多的培养和帮助，然而这种观念大行其道之后，会使得差生越来越差，恶性循环，教育正外部性的发散严重不足。

### 第五节 回归教育的初衷——有“爱”的教育

教育的种种失落现象我们已经在前面已经有所提及，读者一定会对我们在开篇介绍的一些高知分子的恶性行凶诸多事件印象深刻。通常人们认为接受过高等教育，理应更加有道德，但是这些触目惊心的事件却通通违背了道德，甚至是违背了人性。我们反思是什么造成了教育的失落，才使得教育的负外部性凸显。通常经济学角度可以给出的一种解释是，将道德教育看成是一种产品，从这种产品的供给上给出一定的合理解释。从经济学意义上的边际效用递减来看，经济学意义上的边际效用是指在其他条件不变的情况下，每新消费一个商品给消费者带来的满足程度比上一个商品所带来的满足程度低。同样地，教育在提供给教育者的过程中，对受教育者来说也存在着这种效应，如果我们始终用同一种教育观念和教育模式来提供道德教育产品，所生产的产品无论是内容还是形式都不能吸引受教育者；或许它曾经起到过一定程度的作用，但是由于反复多次长时间的生产，受教育者已经消费了许多，不能继续为受教育者带来道德上效用的增加，此时这种形式化的道德教育就失去了意义，所以，这个时候人们怎么还能去期待单一并且形式化的道德教育观念去发挥它的正外部性呢？

## 一、坚持“利他信仰”传播有“爱”的教育

没有深入人心流于表面的道德教育是无法让受教育者形成价值认同的，那么道德教育产品也就无法发挥它的正外部性了，取而代之的是人们道德底线的一再下降，是非观、善恶观的错乱以及对社会秩序的漠视。除了经济学道德产品的供给角度给出解释之外，我们在前文中也向读者阐述过的人们对于工具理性的崇拜，对教育的实用性的追逐，日趋功利化的社会趋势，以及经济学范畴上面所讲的在人力资本理论下对教育生产功能的刻薄要求和筛选理论下对于文凭的过度依赖都在一一的加重教育失落这一现象，都在将人培养得更像“工具”，而不再仅仅是作为“人”本身，并使得教育的正外部性供给不足，负外部性持续凸显。

但是，上述阐述的种种原因，却都只是表面层次上直白浅显，且易于察觉的因素，造成教育异化的更深层次的因素——是人们缺乏精神上的指引，也即“利他信仰”，更高的层面上讲是“爱”没能在教育中得以充分展现，并且这一精神因素没有真正地发挥作用，才是造成现行教育出现诸多问题，并出现教育异化的最本质的原因。教育行业应该是上至政府，下至教育的实施者和受教育者都充满“利他信仰”的，全须全尾的“爱”的行业。只有从这个角度出发，才能真正的办好教育，才会使我们的小学、中学、甚至是高等教育的教育目的和教育观念发生真正的改变，教育才能不再单向性质的“制器”，而是真正的全方位层次的“育人”，才能培养出真正的“人”。

### （一）“利他信仰”在教育领域的应用

遥想在人类发展早期的采集——狩猎时代，人类经常面临各种各样的“囚徒困境”。但是人们并没有陷入相互伤害的霍布斯丛林，霍布斯丛林”是社会学中一个可怕的名词，他设想的“原始状态”下，每个人的生活都是“贫穷、孤独、肮脏、残忍和短命的”。由此生出的“丛林法则”概念则是：弱肉强食。在丛林法则下，人们之间没有道德，没有怜悯，没有互助，有的只是冷冰冰的食物链，有的只是残暴无情和赤裸裸的利益关系。所有人都不关心别人，所有人都不惜牺牲别人以让自己生存，这一自我保全的利己动机是人性最根本的、决定一切的特征，相反，人们通过相互合作和利他行为成为了自然竞争中的强者。我们千万不要忘记，利他行为本身就需要高标准的道德层面的利他信仰作为支撑，一个高标准的道德对一个部落中的某些成员以及他们的子女来说，相对于其他成员或许没有多大的好处，甚至没有好处，但是对整个部落来说，如果部落中天赋良好的成员数量有所增加，而道德标准有所提高，却肯定是一个莫大的好处，有利于该部落在竞争之中胜过另一个部落。一个部落，如果拥有许多的成员是富有高度的爱护本族类的精神、忠诚、服从、勇敢与同情心等品质，并且几乎总是能随时随地地进行互助，又且能为大家的利益而牺牲自己，这样一个部落会在绝大多数部落之中取得胜利。也许，一个集体中，利他者的处境总是比利己者的处境更艰难。例如面对歹徒时，见义勇为者往往必须面对死亡的威胁，而袖手旁观的看客们却落得逍遥自在。但不管怎样，一个社会中总是有一些利他者，他们把道德和集体利益看得比个人利益更重要。但是，正是由于他们的存在，人类社会才不至于在无休止的争

斗中分崩离析。利他行为的存在和发展，也向我们表明了利他行为的适应性，这种适应性并不是表现在利他者本身获得的个人利益上，而是通过利他者所在的集体利益表现出来的。人类之所以能生存、发展并且创造出如此灿烂辉煌的文明，正因为人类并不是完全自私的，而是充满着对亲人、朋友乃至陌生人的利他主义情怀。可以说，如果没有人与人之间的利他行为，就没有人类发展的今天。这样的观点也得到了一些学者支持，例如汪丁丁（2003）介绍了克莱因的《人类文化的黎明——一个大胆解释人类意识进步“大爆炸”的新理论》，认为基于“信誉”的社会交往秩序的确立使人类在物种竞争过程中获得竞争优势，进而结成今天的人类社会。

## （二）扩大有“利他信仰”人群的比例

我们知道一个很著名的驯顺性理论，它由赫特·西蒙提出。西蒙注意到，人成长过程中的一个重要问题是学习。这便更加强了教育的重要作用，学习的主要内容有两方面：一是“技能”，即人与客观环境打交道时有用的知识和能力；二是“正当行为”，即在人与人相处时普遍通行的做法。西蒙认为面对复杂的世界，人的理性是有限的，因此人类没有足够的能力去独立评价大量事实和命题，因此其绝大多数技能是向他人或从书本学来的。譬如，许多人在不了解运动医学知识的情况下，相信锻炼身体有益于健康。再如人们普遍认为举止方式符合社会规范会提高自己的社会声望。西蒙把善于学习、善于接受各方面所提供的教育称为驯顺性。那么只要超过，就是说，只要社会强加给驯顺个体的利他主义信仰的要求，与通过驯顺性获得的有利的知识和技能相比并不过分，利他主义者的适应

度实际上就将超过自私个体的适应度。如果满足这个条件，利他主义者的数量和比例就将增加。

另外，博伊德和理查德森形（Boyd & Richerson, 1982）等，基于文化传播提出了一个合作的模型，个体在其自己的社会网络中学习最有利的行为，社会的关系网络可以作为人们利他行为不断传递的一个重要的基础，通过个体从众的偏好选择可以建立合作机制。亚历山大（Alexander, 1987），首次提出了间接互惠的概念，并阐述了间接互惠是人类道德系统的基础。克鲁泡特金认定互助是生物的本能，“互助法则”是包括人类在内的一切生物的进化法则。他声称自己所阐述的“互助”为一个自然法则和进化的要素，也许可以弥补一个重大的空白。他援引了自己在西伯利亚东部和满洲北部时的经验说“即使在动物十分繁盛的几个地方，虽然我竭力寻找，我也从未发现同种动物之间存在着争取生活资料的残酷斗争。作为万物之灵人类可以发挥自己的主观能动性，修正自身的发展轨迹。”例如，在教育中通过持续的道德教化，社会上会出现越来越多不追求任何回报的“纯粹利他行为”。通过适当的制度架构，我们可以有效地防止家族式腐败的出现。正如理查德·道金斯在《自私的基因》中所说“在这个世界上，只有我们，我们人类，能够反抗自私的复制基因的暴政。”

### （三）教育中通过正确的关系网络传递“利他信仰”

首先，“利他信仰”由来已久，并且源远流长。在教育行业中，一定有一些教师是天生的利他主义者，这些人天生就具有极高的道德标准，具有更多的美好的品质，诸如善良、亲和、热情，关心他人等，这些人的存在本身对周围人来讲就是具有极大的正外部性的。

那么如何改变这种状况也就是说如何增强教育的正外部性的供给，或者是说减少这种负外部性呢？我们接下来向读者介绍全世界最成功的教育的例子，启发读者与我们共同思考。如果说是世界上最成功的教育是犹太教育，相信很多人并不会反对。有这样一组数据统计：诺贝尔奖的获得者中有 17% 是犹太人；美国获得诺贝尔奖的科学家中有 27% 是犹太人；美国富翁中有 20% 是犹太人，美国每 5 个大学教师中就有 1 个是犹太人；每 5 个大学生中也有 1 个是犹太人。虽然犹太人的数量不到两千万，但是却在思想界、艺术界、经济学界、心理学界造就了一大批卓越的大师，这些大师包括：爱因斯坦、亚里士多德、马克思、海涅、毕加索等等，而这些大师的成就现如今依旧执思想界、艺术界、经济学界、心理学界之牛耳。以色列政府在教育上的投入是一般国家无法比拟的，在以色列的政治家和有识之士看来，教育投入并不是国家的一种负担，而是一种有效的社会资源。没有金钱不是可怕的，只要通过教师能够培养出高素质的人才，那么整个民族就是有希望和前途的民族。所以，从这个目的出发，以色列人对教师格外重视与敬重，教师在以色列民族中的地位是极高的，在某些问题上，犹太法律赋予教师的地位甚至高过了父母，因为他们认为：“父母是将孩子带入今世的生活，而教师则是把他们带来世的生活。”这对我们的借鉴意义是，我们的民族在重视教育的时候，可以考虑从重视教育的实施者（教师）着手，因为教师作为教育目的本身与受教育者之间的桥梁存在，教师向受教育者传递的不仅仅是知识、技能，更重要的意义上讲，教师是向受教育者传递一种爱，教师以“爱”之名行“爱”之事，这样人们才能对教育去提供更多的正外部性有更多的期待。

## 二、社会对有“爱”的教师的评选与奖励

对道德规范和原则的认识是教育的道德要求转化为教育德性的首要环节，首先，教师要了解一般的教育道德规范，而且能够透过规范看到其背后的伦理信念。在市场经济社会中，有“爱”的教师的“为师之理”建立在对教师人性的肯定与提升的基础之上，是一种人伦之理；有“爱”的教师的“执教之道”是以教师职责为核心建立起来的行为规范和道义信念，取决于教师的使命感和责任感。其次，要对教育伦理关系有正确的把握。特别要明了在市场社会中，传统的教育伦理关系已被平等的、“契约化”的教育人伦关系所代替。最后，要有对教育理想的反思。改革开放以来，因改革利益的分享和改革代价分担的不同而引发的利益主体的日渐分化，教师在价值的选择上面临着越来越多的困惑，因此应通过对教师的评选筛选出有“爱”的教师并进行物质与精神奖励。

### （一）对有“爱”的教师的筛选

因此，有“爱”的教师更要有对教育理想的反思，解决好情与理、实然与应然、知识与德性等基本矛盾关系。另外，有“爱”的教师应该具有对知识理性的掌握。首先，教育者要确立与时代相通的教育理念，在认识到教育的未来性、生命性、创造性的基础之上，形成尊重个体性、差异性的学生观，注重潜能开发、终身学习的教育观，不断充实自我、“成人成己”的教师观。其次，有“爱”的教师要拥有综合性的知识结构，不仅具备精深的专业知识，且要打破专业壁垒，具有综合性的文化涵养，更贵在拥有知识创新能力。最后，有“爱”的教师要具备良好的教学能力。良好的教学能力一

方面体现在知识传授过程中的知识生成能力和知识迁移能力；另一方面体现在区别于传统教育的教育科研能力，以顺应“现代教育文明”的发展走势。

具备了一定的道德理性、知识理性，即意味着有“爱”的教师意识到了自己“应当怎样”。但“应当怎样”的认识并不一定提供正外部性的教育行为真的发生，理性的认识功能必须发展深化为认同功能才能完成在实践中真正提供正的外部性。因此，情感认同——“爱”，在这一转换中起着关键的作用。道德情感是教育者进行教育活动的动力源泉，“没有‘人的情感’就从来没有也不可能有对于真理的追求。”如果追求真理需要情感的话，那么追求教育者提供的正的外部性则更需要更多的情感。这种情感对“爱”的向往，会使教育者将实现道德价值的过程看成自我价值的实现，当作内心愉悦的享受，看作自己生命的一部分，产生真正的利他行为，自发的提供正的外部性。

## （二）物质、精神支持促进教师增加正外部性的供给

现阶段，物质利益仍是教师生活的基础，是教师从事这一职业的基本保障。毕竟“思想一旦离开‘利益’就一定会使自己出丑”，离开了正当的经济收入的教师，师德的提高也难以落实和持久，如果教师没有师德，何以期待教师会教育出有德行的人呢？大部分的教师作为经济学意义上的“理性人”，在获得生存需要的物质利益时，还会要求获得发展自我的物质利益，发展自我的物质利益的缺乏很难使教师从创收的怪圈中解放出来去追求较高的文化境界和精神需求，更加难以使教育工作者愿意分出更多的精力。根据马斯洛的需求层次理论，人的五种需要包括：生理需要；安全需要；尊重

需要：社会需要；自我实现需要。如果教师的生理需要、安全需要、尊重需要这三种最为基本的需要不能得到保障的话，作为理性的“经济人”的教师没有时间、没有精力也没有意愿去为受教育提供更多的“爱”，此时教师本身得到的“爱”就是不足的，就更加谈不上向外部供给了，这就限制了教师的正外部性的提供。全球教师工资排名前五的国家分别是：加拿大、意大利、南非、印度、美国；而全球教师工资排名倒数的五个国家是：亚美尼亚、俄罗斯、中国、埃塞俄比亚、哈萨克斯坦。中国的教师工资居世界倒数第三位。

中国教师的平均工资相对于其他国家来说很低，在韩国和马来西亚这些国家，教师与人均 GNP 的比重在 2.5—3.5% 左右。从数据来看，我国对于教师的工资在财政上的投入是远远不足的，首先要做的便应该是政府角度上的加大对教师工资的财政投入，提高教师的基本工资待遇才能免去教师的后顾之忧，满足基本的生理和安全需要，为教师能够去传递知识和爱，去提供更多的外部性提供物质基础。另外，物质投入是有助于教师产出正外部性的一个因素，另一个因素我们理解为精神投入。首先，仿照犹太民族对于教师的重视与敬重，可以在舆论上对教师地位进行推崇，使教师在社会范围内获得一种尊重的需要。教师被尊重就会获得精神上的满足，使教育者内心充实而愉悦，感受到所从事活动的意义和价值。

### 三、政策引导教育增加正外部性供给

#### (一) 多元民营市场化教育——扩展创新人才培养空间

##### 1. 扩大教育开放程度

党的十九大报告把教育事业放在了民生的首要位置，提出了“深化教育改革，加快教育现代化，办好人民满意的教育”的要求。近年来，民办教育机构发展迅猛，在一定程度上满足了市场需求。因为市场开放程度低，优质教育资源无法发挥最大作用，教育的外部性供给无法体现。

适合民办教育特点，扩大优质教育资源效应发挥渠道，应形成学校自治、行业自律、社会监督、政府监管的民办教育多元治理格局，放手民办资源对优质资源的支持。充分发挥教育行业协会以及第三方评估机构在教育质量评估认证、咨询服务、风险防范、资金扶持、宣传表彰等方面的作用，确保优质教育资源的供给。

##### 2. 创新教育的改革——湖畔大学、西湖大学模式

创新人才的教育，也需要全社会的努力。近年来，民间力量在高端创新人才教育方面已经起步，这其中有代表性的是位于杭州的湖畔大学和西湖大学。湖畔大学是由本土企业家创办的，而西湖大学是有海外执教背景的归国科学家创办的，一个很“土”、一个很“洋”，一个很“商业”，一个很“科技”。虽然这两所大学非常不同，但都定位于创新人才的教育。湖畔大学是为了培养具有世界级创新精神的企业家，西湖大学是为了培养具有世界级创新水平的科学家。这些民办学校探索新模式，创造更加宽松的教育环境，这都是创新人才得以产生的重要因素。

中国比以往任何时候都更加注重创新，也比以往任何时候都更加注重创新人才培养。我们缺乏的不是重视，也不是投入，而是创新的思路，创新的方法。

## （二）教育领域体制改革——促进有“爱”教育供给

2018 年 12 月修订后的《民办教育促进法》正式发布，为教育领域体制改革发展带来了新的机遇。如雨后春笋般发展起来的民办教育，学校数量的增多、招生人数的扩大，很大程度上解决了教育发展供需矛盾，有效保障了人们受教育的权利。这可以扩大优质教育资源，实现教育公平，促进均衡教育，和有“爱”教育的供给。

优质教育资源供给不足，教育正外部性无法释放，主要原因是教育领域活力不足。当前，中国教育已经迈入全新的历史阶段，新时代教育发展必须适应人的全面发展需要，满足社会对人才的多层次多样化需求，民办教育大有可为。而规范是发展的前提，教育培训机构应当在灵活的体制下充分发挥其社会功能。若想坚持以人为本的发展思想，丰富办学内涵、提升办学品质、加大改革创新，必须开拓出自主灵活的教育发展道路。

## （三）助推论——有“爱”教育对素质教育的超越

之所以提出这样一种增强“爱”教育正外部性供给的途径是源于 2017 年获得诺贝尔经济学奖的行为经济学家塞勒提出的“助推论”。“助推论”的背景是这样的，行为经济学家塞勒曾与哈佛大学教授卡斯·森斯坦共同出版一本名为《助推》的畅销书，书中主要介绍的是当人们深陷偏见和非理性中，“助推”如何帮助人们提升智慧，引导人们做出决策。塞勒的助推论认为，与其使用强制手

段或硬性规定，不如“助推”人们自由作出选择。他列举了两个生动的例子，超市若将健康食品摆放到顾客容易看到的位置，就能扩大销量，这比利用各种科学数据大力宣传垃圾食品如何有害健康更为有效。同样，如果学校食堂的水果能让学生一眼看见，易于拿到，会增加吃水果的人数，这比通过各种途径向学生宣传吃水果的好处更加见效。

素质教育的多年来针对“学生学业负担重、综合素质差”、“教师有偿补课”等传统教育模式负外部性作用提出的解决口号，但效果并不好。学生考试科目外的素质与能力越来越差，比如体育锻炼质量逐年下滑、艺术素养多年无法提升等等；教师有偿补课屡禁不止，有偿收费越收越高。但若教育主管机构利用“助推论”对教育管理政策进行优化设计，例如可以将为避免受教育者获得负外部性而提出的“素质教育改革”，变革为正向的、直接提供更多正外部性的“有‘爱’的教育”方式。

比如，为确保教师成为有“爱”教育主动实施者，主动进行教育正外部性的持续供给，对教师应该有政策层面的规范和指引。可将教育的正外部性作为一种价值理念提出，具体落实为相应的道德原则与规范。正如马克思所言：“道德的基础是人类精神的自律”。道德作为一种社会意识，本质上是自律的。一切道德规范要成为有效的规范，要变为实际的社会道德风尚，就只有通过个人的思想和行为，使之转化为道德的自律。从这个意义说，就还要要求个体的努力，在规范的引导下，成长为一个真正“利他”的人，才能从本质上解决问题，促使教育实施个体自发地提供教育的正外部性，也就是在实质上化外在的教育规范与原则为内在的教育德性。教育德性作为一种内在的精神形态、获得性品质，在教育活动中体

现了一定社会对教育者的道德要求，可以为教育者在教育活动中取得最好的行为效果提供道德上的导引。



## 第十一章 医疗困境：《疫苗之殇》何时能不再“一殇再殇”？

### 第一节 疫苗之殇

这个伏天长达四十天炎炎的夏日大家似乎都在天天抱怨室外太阳的毒辣，然而接连爆出的疫苗事件以及随之而来的信息轰炸，则瞬间让人们“透心凉”，在那些置孩子生命于不顾的黑心疫苗生产商的种种违法行为曝光之后，人们甚至感到阵阵寒意。让我们来简单回顾一下这次引发全国关注的疫苗事件吧，7月15日国家药品监督管理局公告称，在对长春长生生物科技有限责任公司（以下简称长生生物）飞行检查中，发现其冻干人用狂犬病疫苗生产库存记录造假等行为，引发社会广泛关注。没过几天长生生物被报出了更大的“前科”，其生产的“吸附无细胞百白破联合疫苗”，竟然也存在问题。而此时这批问题狂犬病疫苗已经流入了山东省各个儿童接种中心。接下来长春长生于17日发布声明，表示已按要求停止狂犬疫苗的生产，并“深表歉意”。然而25万支问题疫苗，加起来才罚了344.29万元，质疑声不少。就在人们质疑声不断中，网络上一篇名为《疫苗之王》的文章刷屏。其中关于长春长生生物的前世今生，令人惊讶不已：“十年后再回首，他们手中已经掌握了中国疫苗的半壁江山——最大的乙肝疫苗企业、最大的流感疫苗企业、第二大水痘疫苗企业、第二大狂犬病疫苗企业他们生产的疫苗，每天都源源不断，注入你和你孩子的身体中。是的，他们是疫苗之王，已经控制了国内疫苗的产销。就像狂犬病疫苗和百白破疫苗等，很

多地方只有长生生物这唯一的供应商，你或许会犹疑，但绝对别无选择。”

更令人心寒的是，这样的事情已经发生过多，每一次都是触目惊心：2004年江苏宿迁假疫苗案，宿迁市妇幼保健院从不具备药品经营资格的私人处购近九种疫苗共6000余支，接种过这批疫苗的婴幼儿在3000人以上；2005年安徽泗县疫苗违规接种事件中，2500名学生接种乙肝疫苗，随后216人产生异常反应，一名6岁女学生死亡；2008年江苏延申疫苗造假事件，根据国家药监局发布的公告，河北福尔生物制药股份有限公司和江苏延申生物科技有限公司在2008年7月-10月期间生产的7个批次共21.58万份的人用狂犬病疫苗质量存在问题，可是这批“问题疫苗”早已流向安徽、贵州、河南等多个省份，难以追查；2009年大连疫苗违法添加事件，2009年2月6日，辽宁大连金港安迪生物制品有限公司涉嫌在其生产的部分人用狂犬病疫苗中违法添加核酸物质。这意味着，该企业生产的添加了核酸物质的狂犬病疫苗，其疗效最低的只有合格疫苗的49%。也就是说，使用了添加核酸物质的狂犬病疫苗，使用者很有可能在未来的几年甚至十几年中发病；2009年广西来宾假狂犬疫苗事件，一名5岁男童被狗咬到，到该乡卫生院打狂犬疫苗，21天后病发致死。经化验，所用狂犬疫苗为假药，狂犬疫苗开水兑药制成。调查发现，广西来宾市非法渠道进购药品的乡镇卫生院13家，村卫生所（个体诊所）20家，查获“问题”人用狂犬疫苗1000多人份，货值33万多元，还查获其他疫苗18个品种67个批次；2010年山西疫苗事件，山西近百名儿童注射疫苗后或死或残，引起了政府部门和社会的广泛关注。非常遗憾的是，近百名儿童注射疫苗后或死或残的“山西疫苗事件”最终成为“烂尾案”，而报

道此案的记者王克勤也被迫辞职；2012年山东潍坊非法疫苗案，潍坊警方查获了一批非法疫苗案，涉及的疫苗42494支，涉案价值1.2亿元。其中包括了流感疫苗、乙肝疫苗、狂犬疫苗、水痘疫苗等几乎所有种类的疫苗。嫌疑人姜牟从2005年到2012年一直非法经营疫苗，为其提供非法疫苗的上线分布在郑州、石家庄、长春、齐齐哈尔、内蒙古赤峰和安徽阜阳等地；2016年山东疫苗事件，山东警方破获案值5.7亿元非法疫苗案，疫苗未经严格冷链存储运输销往24个省市。疫苗含25种儿童、成人用二类疫苗。

疫苗的发现可谓是人类发展史上一件具有里程碑意义的事件，从某种意义上来说人类繁衍生息的历史就是人类不断同疾病和自然灾害斗争的历史，控制传染性疾病最主要的手段就是预防，而接种疫苗被认为是最行之有效的措施。然而问题疫苗频出，又让人感到了一丝后怕！人们不禁发问：救人的疫苗现在究竟是怎么了？疫苗之殇为何“一殇再殇”？

## 第二节 疫苗事件为何引发持续关注

这两起事件之所以引发国人广泛关注，除了事件涉及的人数众多、官方处理难平众怒外，最重要的是事件本身性质恶劣，不断突破人们的道德底线。拿此次疫苗事件来说，相关靠谱不靠谱的消息之所以漫天飞，“揭幕贴”在网上疯狂传播，原因很简单，因为事件的背后不是冷冰冰的数字，而是成千上万愤怒的父母，以及更多对疫苗接种感到恐惧的中国人。狂犬病的死亡率是100%，也就是说一个疫苗失效，背后可能就是一条人命。疫苗是医学史上最伟大的发现之一，疫苗灭绝了天花，这也是世界范围唯一一个被灭绝的

传染病。毫不夸张地说，疫苗的发明改变了人类的文明史。然而，就连这么重要的环节，却屡屡爆出事故，用北京大学医学部免疫学系副主任王月丹的话说，这种问题疫苗就是在“杀人”，如此这般社会广泛关注也就不足为奇了。

一个接一个被爆出的行业内幕，接连轰炸着人们的脆弱神经，让人不禁在酷暑中寒噤连连。在之前的 2016 年、2013 年就屡屡爆出问题的疫苗生产企业，缘何能继续生产到今天？导致婴儿死亡，突破人们所能承受道德底线的重大事件，相关责任人为何能屡屡涉险过关？如此重大医疗事故，之前为何都被轻描淡写，被处以不痛不痒的罚款了事？当然最揪心的还是那些孩子的妈妈，注射了疫苗的妈妈们在不分昼夜的核查自己孩子注射的疫苗到底是不是在问题疫苗之列；没有接种疫苗的妈妈也陷入了纠结之中，在网络鱼龙混杂的消息中，如何能知道自己的孩子现在是否要注射疫苗？要注射的话，是选择国产还是进口的？选择进口的疫苗费用如何？有什么样靠谱的渠道？最重要的是，进口的疫苗真的就安全吗？……

对于此次爆出的疫苗事件，大家关注最多的自然是出事的长春生物。通过梳理相关的信息，不难发现人们在关注此次事件时，主要聚焦在三点：一是对于出事企业的谴责，一而再再而三的违背企业伦理到违法造假，在明知疫苗有问题的情况下依然将问题疫苗流向市场；二是相关监管部门的失职，为何在企业人员举报的情况下才发现问题？如若不是企业内部员工的“良心发现”，这样悍然的违法行为还要隐瞒多久？在相关部门的层层监管下，为何这样的事件却屡屡发生？第三就是在事件爆发后相关部门对出事企业的处罚力度引发人们质疑。吉林省药监局对长春长生给予行政处罚：没收库存的剩余“吸附无细胞百白破联合疫苗”186 支、没收违法所得

85.88 万元。同时，处违法生产药品货值金额三倍罚款 258.4 万元，罚没款总计 344.29 万元。网络上民情鼎沸，认为如此严重的事故仅被罚款 344 万元，而且没有任何负责人被抓，更别谈坐牢了。而长生生物 2017 年的疫苗营收是 15.39 亿元，毛利率超过茅台。人们不禁感叹这么低的违法成本，这么高的利润，难怪有那么多疫苗企业作假了。在大家对食品安全的忧虑，对环境破坏的担心，甚至连对最基本的水和空气都忧心忡忡之后，不断累积的不安全感表现在对孩子上，便是把疫苗当营养品，恨不得给他打上全部的疫苗，好让自己的孩子在多舛的时代里刀枪不入，然而现在人们这最后一道心理防线也被突破了。

### 第三节 公共医疗的经济学界定

单单从企业主的良心泯灭，道德败坏出发似乎并不能给出一个很好的解释。正如之前有人戏言，亚当·斯密当年写了两本书，一本是《国富论》另一本是《道德情操论》。人们往往只关注前一本而忽略另一本，这告诉了我们在巨额利润面前，道德根本不值一提。针对疫苗问题乃至其代表的公共医疗困境，我们试图从经济学角度出发，对疫苗事件频频爆发背后的原因进行剖析。

#### 一、相关经济学术语界定

**1.公共物品。**在经济学中，对于私人物品的生产者来说，当全部边际成本得到补偿之后，才会向支付生产费用的人提供私人物品并使之收益。因此，私人物品具有两方面的基本特征：一是排他性，二是消费上的竞争性。排他性，是指一种物品具有可以阻止其他人

使用该物品的特性。某个消费者在购买并得到一种商品的消费权之后，就可以把其他消费者排斥在获得该商品的利益之外，私人产品在使用上具有排他性。也就是说该物品能够将消费者有效区分开来，只有对商品支付对价的人才能使用该商品。竞争性（或竞用性）是指，如果某人已经使用了**给定数量**的某种商品不能**同时**被其他人消费，我消费了你就不能消费，或者对你的消费产生限制。然而，在现实经济中，还有其他大量的非私人物品存在，这些物品可以在同一时间内被不同的消费者所消费，这些物品一旦被提供出来，一般也不能排除消费者的消费。由于不同于私人物品的这些特点，这些物品被统称为公共物品或公共产品。其简单含义为用于满足公共需要的物品或服务，或人类社会共同需要的产物。萨缪尔森在其《公共支出的纯理论分析》中将公共物品定义为每个人对这种物品的消费，都不会导致其他人对这种物品消费的减少，他认为公共物品具有以下两个特征：（1）任何个人消费这种物品都不会造成其他人对该物品消费的减少；（2）每个人消费的公共物品数量等于该公共物品的总量。

概括来说，公共物品具有两个基本特征：非排他性和非竞争性。非排他性是指一个人在消费这类产品时，无法排除他人也同时消费这类产品，这是由这种产品的特性决定的。对于私人物品，产权的确定使得物品所有者可以独享产品给他带来的效用或收益，并可排斥任何他人对该产品的占用和消费，即排他性。但对于公共物品而言，往往无法排他或排他成本太高而导致经济上不可行。这方面最典型的例子就是国家提供的国防服务，要把国境内的任何国民排除在外是不可能的。非竞争性是指消费者的增加不会影响到其他消费者对该产品的消费，或者说该产品可以同时被消费者消费。私人物

品一旦被消费，其他个体就无法在不改变效用的情况下消费同一产品，这样私人产品就拥有了竞争性。但对于公共物品来说，在一定范围内，消费个体的增加不影响其他个体的消费，例如国防或者广播。

在现实生活中，纯粹的私人物品或者公共物品只是两种极端的情况，还要大量的物品处于两者之间的中间状态，及“非纯公共物品”或者“混合物品”，通常被称为准公共物品。根据竞争性和排他性的区分原则，我们将物品分为四类：

表 2-1 物品的分类

物品特性	竞争性	非竞争性
排他性	纯私人物品：面包、苹果、手机、汽车等。	俱乐部产品：图书馆、收费公路、电影院等。
非排他性	公共资源：公共草场、公共浴场、地下资源。	纯公共物品：国防、广播、政府和制度。

由上表可以看出，公共物品基本上可以分为三类：第一类是纯公共物品，即同时具有非排他性和非竞争性的物品；第二类是消费上具有非竞争性，但却具有排他性的物品，称为俱乐部产品；第三类则是消费上具有竞争性，却无法有效排他，及公共资源。其中俱乐部产品和公共资源都属于准公共物品的范畴。狭义的公共物品指具有非排他性和非竞争性的物品，广义的公共物品是指具有非排他性或非竞争性的物品，包括纯公共物品、俱乐部产品和公共资源三大类。

**2.正外部性。**外部性是经济学中的一个重要概念，不同的经济学家对外部性给出了不同的定义。归结起来无外乎两类定义：一类是从外部性产生的主体角度来定义，如萨缪尔森和诺德豪斯的定义：

“外部性是指那些生产或消费对其他团体强征了不可补偿的成本或给与了无需补偿的收益的情形”。<sup>203</sup>另一类是从外部性的接受主体来定义，如兰德尔给出的定义：“外部性是用来表示当一个行动的某些收益或成本不在决策者的考虑范围内的时候产生的一些低效率现象：也就是某些效益被给与，或某些成本被强加给没有参与这一决策的人。”<sup>204</sup>上述两种不同的定义，本质上是一致的，差别在于考察的角度不同，大多数经济文献都是按照萨缪尔森的定义来理解的。<sup>205</sup>同时，根据行为主体对其他人的影响不同，外部性可以分为正外部性和负外部性。正外部性就是一些人的生产或消费使另一些人受益而又无法向后者收费的现象，如私人花园的美景给过路人带来美的享受，但路人却必付费，这样私人花园的主人就给过路人产生了正外部性；负外部性就是一些人的生产或消费使另一些人受损而前者无法补偿后者的现象，如隔壁邻居音响的音量开得太大影响了我的休眠，这时隔壁邻居给我带来了负外部性。

需要指出的是，公共物品与外部性是两个有紧密联系但又不同的概念，二者有一定的交叉。公共物品的重要特征是非排他性与非竞争性，很多公共物品往往具有正外部性。外部性，又称作溢出效

---

<sup>203</sup> 萨缪尔森，诺德豪斯.经济学 [M].北京：华夏出版社，1999年。

<sup>204</sup> 兰德尔.资源经济学 [M].北京：商务印书馆，1989年。

<sup>205</sup> 沈满洪，何灵巧.外部性的分类及外部性理论的演化[J].浙江大学学报，2002（1）.

应(spillover effect), 是指“一个经济主体的行为对另一个经济主体的福利所产生的效果, 而这种效果并没有通过货币或市场交易反映出来”。<sup>206</sup>通常来说, 外部性是由于客观的不可排他性形成的外溢产生的。如果是正的外溢就叫正外部性, 若是负的外溢就称之为负外部性。私人物品既可以产生正外部性也可以产生负外部性, 而公共物品的外部性往往是正外部性, 很多时候对于纯粹公共物品, 其提供目的就是为了让社会成员享受它的正外部性, 准公共物品中的俱乐部物品也有正外部性特征, 但其提供目的不是为了社会成员享受它, 而是成员内部的排他地共享。<sup>207</sup>总体来说, **一般讲的公共物品或准公共物品就是有正外部性特征的。**<sup>208</sup>

**3.信息不对称。**信息不对称是指信息在相互对应的经济个体之间呈不均匀、不对称的分布状态, 即有些人对关于某些事情的信息比另外一些人掌握得多一些。信息不对称的产生既有主观方面的原因, 也有客观方面的原因。主观方面由于不同的经济个体获得的信息不同所致, 而不同信息的获取又与他们各自获取信息的能力有关, 即信息不对称产生的主观原因是不同的经济个体获取信息能力的不对称性。客观方面, 经济个体获取信息的多少与多种社会因素有关, 其中社会劳动分工和专业化是最为重要的社会因素, 随着社会分工的发展和专业化程度的提高, 行业专业人员与非专业人员之间的信

---

<sup>206</sup> 方福前.公共选择理论—政治的经济学[M]. 北京: 中国人民大学出版社 2000年。

<sup>207</sup> 郑书耀.公共物品: 重新审视、相关概念及区分[J].经济论坛, 2009(1): 11-14.

<sup>208</sup> 李增刚.全球公共物品: 定义、分类及其供给[J].经济评论, 2006(1).

息差别越来越大,社会成员之间的信息分布将越来越不对称。因此,信息不对称是客观存在的。

在各种市场中,不对称信息的形式和表现多种多样,基本形式可以分为以下三类,第一,买方与卖方之间由于信息差别而产生的信息不对称,具体表现为:买方具有相对完全信息而卖方处于零信息状态;买卖双方都只具有不完全信息,而其中一方比另一方拥有更多的信息;卖方具有相对完全信息而买方处于零信息状态。第二,买方与买方之间的信息差别而产生的信息不对称。第三,卖方与卖方之间的信息差别而产生的信息不对称。其中第一类买方和卖方之间的信息不对称是最为常见的,其对市场机制的影响也多在该类市场中出现。

信息不对称理论根据信息不对称发生的时间进行了划分,把信息不对称发生在交易双方签约之前的称为事前信息不对称,把信息不对称发生在交易双方签约之后的称为事后信息不对称。研究事前信息不对称的理论称为逆向选择理论,<sup>209</sup>研究事后信息不对称的理论称为道德风险理论。<sup>210</sup>事前信息不对称产生的原因是占据信息优

---

<sup>209</sup> 逆向选择指在合同签订之前,进行市场交易的一方已拥有了另一方所不具有的某些信息,而这些信息有可能影响后者的利益,于是占据信息优势的一方就很可能利用这种信息优势做出对自己有利,而对另一方不利的东西。

--作者注。

<sup>210</sup> 道德风险指委托人和代理人在签订合同后,代理人在使自身利益最大化的同时损害了委托人的利益,而且不承担由此造成的全部后果,道德风险产生的原因主要有代理人的隐藏行动、代理人和委托人的目标差异以及信息不对称等。--作者注。

势的一方隐藏了信息（或知识），事后信息不对称产生的原因是占据信息优势的一方隐藏了行动，而这两种形式的隐藏对另一方都是不利的。

**4.垄断。**垄断是一个历史悠久同时比较复杂的问题，经济学对垄断的认识经历了一个逐渐发展的过程，从最初的认为垄断是由于政府权利和自然条件限制等原因造成的，<sup>211</sup>到约翰·穆勒的自然垄断理论，直到现代经济学从垄断结构和垄断行为两个维度对垄断的涵义进行概括。垄断结构是市场结构的具体表现形式，与竞争结构相对应，包括垄断竞争市场、寡头市场和完全垄断市场。如果行业中企业规模较大或企业数量较少，又或者行业中少数几个企业所占的市场份额极大，则可认为这种市场结构为垄断结构。垄断行为是市场行为的具体表现形式。市场行为通常是指企业在市场竞争中所采取的定价、促销、合并等市场策略和行为，如果企业的市场行为旨在限制竞争获得高额垄断利润，则认为这种行为是垄断行为<sup>212</sup>。

同时，随着人们对垄断认识的不断深入，经济学界对垄断理论的研究也更趋理智。一些经济学家区分了两种不同性质的垄断：一种是非效率垄断，是依靠独占市场形成权力后产生的；另一种是效率垄断，是由于企业创新形成的市场优先地位所导致的，两者同时共存，并行不悖。<sup>213</sup>对于垄断的利弊，经济学界目前也充满了争议，不过有一点可以肯定的是，垄断这一社会经济现象与其他现象一样，

---

<sup>211</sup> 赵杰.论垄断[J].中共中央党校博士学位论文, 2006年。

<sup>212</sup> 戚幸东,论中国反垄断的行为指向与结构规制[J].经济与营理研究, 2001, (6): 9-14.

<sup>213</sup> 龚维敬.西方经济学垄断理论的发展过程[J].社会科学辑刊, 2006.

对经济的发展，既有着消极的抑制作用，又起着积极的促进作用。我们需要根据垄断的定义对具体社会现象进行判断，然后去具体分析其对经济发展产生的影响。

## 二、公共医疗的经济学属性

在当代，医疗服务等是各国政府普遍提供的公共产品，几乎无人对此持反对意见。但是，它们中的任何一种，如果严格地用消费上的“非排他性”和“非竞争性”两个标准来评判，都不是经典定义上的公共产品。对于医疗服务，按照经济学的定义其应该是具有社会公益性的经济私人物品。英吉·考尔在对全球公共产品进行归类时，也将基础教育、健康保健及食品安全归于“关键性的私人产品”。<sup>214</sup>英国伦敦经济学院社会政策系的霍华德·格伦内斯特教授也说：“虽然我们所关注的人类服务也带有一些公共产品的性质，但基本上还是私人产品”。这说明很多学者已经认识到并承认：按经典的公共产品定义，医疗、住房等是既可排他也具竞争性的私人产品。那么，对传染病起到巨大作用给的疫苗、医疗服务尤其是公共医疗究竟是公共产品，还是私人产品抑或混合公共产品？需要做具体的分析。

### （一）国家免费疫苗是具有外部性的俱乐部产品

根据我国《疫苗流通和预防接种管理条例》，疫苗可分为两类：第一类疫苗是指政府免费向公民提供，公民应当依照政府的规定受

---

<sup>214</sup> 英吉·考尔.全球化之道：全球公共产品的提供与管理[M].人民出版社，2006年。

种的疫苗，包括国家免疫规划确定的疫苗、省、自治区、直辖市人们政府在执行国家免疫规划时增加的疫苗，以及县级以上人民政府或者其卫生主管部门组织的应急接种或者群体性预防接种所使用的疫苗；第二类疫苗，是指由公民自费并且自愿受种的其他疫苗。在我国，第一类疫苗的规划范围因各省区而略有差异，一般包括乙肝疫苗、卡介苗（预防肺结核）、脊髓灰质炎疫苗、百日破疫苗（白喉-百日咳-破伤风联合疫苗）、麻疹疫苗、乙脑疫苗等（2008年我国实施了扩大免疫计划，即在原来的基础上又增加了甲肝等3中疫苗），从孩子出生24小时内到6周岁，都有相关疫苗需要接种。

2013年备受关注的山西疫苗事件中爆出问题的是“卡介苗”和“乙肝苗”，是属于国家第一类免疫规划的疫苗的范围，有国家财政补贴，是必须接种的；而此次疫苗事件中爆出的“狂犬病疫苗”则是属于第二类疫苗，公民自费自愿接种的。第一类疫苗和二类疫苗只是“行政”上的划分，所有疫苗在获得注册前都需经过药监局的审批，在上市使用前都要实施严格的批签发制度，因此都属于公共医疗的体系。但具体来看第一类疫苗虽然是国家强制所有新生儿儿童都要接种，且免费提供，但这些疫苗本身是可以通过对不同的消费人群进行收费进而将人群区分开的，也就是说这些疫苗本身“具有可以阻止其他人使用该物品的特性”，也就是说具备排他性，只是国家现在通过财政予以补贴，不对人民收取费用罢了。同时，该疫苗的供应量对于每年的需求来说显然是绰绰有余的，因此新增一个婴儿接种疫苗显然不会影响到其他消费者对该产品的消费，也就是说该类疫苗具有非竞争性。综上，第一类疫苗具有排他性和非竞争性，按照之前对公共物品的分类，显然属于准公共物品的俱乐部产品。而第二类疫苗，则是由消费者资源购买，和消费者到市场上购

买一个手机没什么分别，只是买的商品不一样罢了，因此第二类疫苗属于私人物品。

同时根据正外部性的定义，正外部性通常是指未能在价格中得以反映的，对交易双方之外的第三者所带来的收益。根据这个界定，疫苗接种就具有明显的正外部效应，因为它不仅使接种者本人减少了病菌感染的可能性，那些没有接种疫苗的人也可能由此减少传染病菌的机会，这就是所谓的外部边际收益。<sup>215</sup>所谓外部边际收益，是指因增加一单位某种产品或劳务而给第三者所带来的外部收益。疫苗接种的外部边际收益就是给疫苗接种者之外的其他人所带来的减少病菌感染可能性的好处。由此根据上述分析，我们认为**以防止主要传染病为主的第一类疫苗是具有正外部性的俱乐部产品，第二类疫苗是具有正外部性的私人物品。**

## （二）医疗是具有公益性的私人产品，但公共医疗是公共物品

医疗服务的特殊经济性质是，供求各方交易过程中的谈判力量往往很不平等，在许多情况下，供应方具有显著优势，在由消费方或者第三方付费的制度下，可能因追求自利而过度供应，但也可能被~~迫~~供应（在没有付费或很少付费的条件下因人道原则而提供医药）；需求方个体往往缺乏支付能力，难以直接实现消费者主权，但也可能主张过度需求（在不需自己付费或者付费很少的条件下）；而更重要的一个特殊性（并决定了上述两个特殊性）则是：医疗卫生服务具有强烈的基于人道的社会公益性，但经济性质上基本属于私人品，即从经济学性质上说，**医疗卫生服务是“具有社会公益性**

---

<sup>215</sup> 高培勇，崔军.公共部门经济学[M].中国人民大学出版社，2001年。

**的经济私人品”**。医疗服务虽然具有强烈的公益性，但在大多数情况下并不是公共产品，因为医疗服务包括疾病诊治以及用于治疗药品和检查设备等，均具有很强的消费排它性和成本的非共摊性。于此同时，公共医疗卫生服务涉及全社会的卫生安全，主要包括卫生检验检疫、计划免疫、传染病控制、妇幼保健、职业卫生、环境卫生和健康教育等。因为它具有受益的非排他性——一个人享受清洁卫生的环境，并不会妨碍其他人的享受，以及消费的非竞争性——我们也无法用价格或其它手段对此类物品的消费者进行个别限制，所以公共医疗提供的服务例如防疫、环境卫生等则是真正意义上的公共产品。正如贾康所说的那样“经济、社会生活中的制度安排，正是一种公共产品，但医疗不是公共物品，公共医疗才是公共物品”。同时这类包括安全饮用水的可获得性，传染病与寄生虫的卫生防疫，病菌传播媒介的检测、监视和控制，以及计划生育教育和卫生知识普及等在内的医疗物品，具有典型的正外部性。总之，医疗卫生服务具有“公益性的私人品”的特殊性质，而公共医疗卫生服务是具有正外部性的公共物品。

### （三）公共医疗行业的信息不对称

在本次“疫苗事件”爆发后，曾有人质疑新生儿是否有打疫苗的必要，并有相关的科普贴在网上流传。但对普通大众来说，想要真正了解疫苗及其作用原理，乃至什么时候接种、接种什么疫苗都存在太大的专业障碍，也就是存在信息不对称。在医疗服务中，医患关系是一种广义的委托代理关系，患者是委托人，医生和医院是代理人。患者委托医生为其提供恰当、高质量的医疗服务。但在实际情况中，医患间信息不对称问题困扰、影响着两者间的关系。医

患双方信息不对称大致可以分为两类：一类是双方知识的不对称。指一方不知道对方诸如身体健康状况、能力等信息，这是外生的、先定的，不是双方当事人行为造成的。对于这类信息不对称，信息经济学称为不隐藏信息或逆向选择，例如患者在就医时不知道医生的实际能力、水平和职业道德，以及致病原因、治疗方案、价格等。医生不知道患者个人身体健康状况、支付能力、饮食偏好等等，就是隐藏信息问题。这点在疫苗事件中，表现的非常明显，很多家长都是在事件爆发之后才想起去关注自己孩子究竟接种的是什么疫苗。被问及事前为何要接种，家长们的答案也非常一致，医生和相关部门建议接种的，别人家的孩子也都这么做。而在事件爆发后，又一味陷入恐慌，面对网上铺天盖地的信息无所是从，这一切都是源于行业的信息不对称所致。

另一类信息不对称是指在签订合同前双方信息是对称的，但在签订合同后，一方对另一方的行为无法管理、约束，这是内生的，取决于另一方的行为。信息经济学将这类称为隐藏行动或道德风险。例如在医患关系正式成立后，医生不提供恰当的治疗就是道德风险问题。在之前山西疫苗事件中，广大消费者就是使用了山西省卫生厅发文推销的“标签疫苗”，致使失效的疫苗大量流入市场，最终酿成悲剧。而掌握大量信息、肩负百姓生命健康的卫生厅没能担负起自身的责任，将相关权利拱手让人是山西疫苗事件的主要原因。

#### （四）疫苗生产企业的垄断

针对疫苗这种产品频频爆出质量问题，有专家指出这背后的原因是疫苗供给企业的垄断造成的。国产疫苗出现问题的主要原因是国内疫苗市场已经完全被几家大的生产企业所垄断，而各个省的疫

苗采购完全由当地疾病控制中心说了算，疫苗生产厂家只要搞定各地的疾病控制中心主任就可以中标，也就是说对于疫苗制造生产企业来说只需要对付一个人就能抢占该省巨大的市场份额！因此这些厂家完全没有动力去把精力放到产品的研发和提高生产技术方面。正因如此，我们国家直到现在还在使用毒性较大的减毒疫苗而没有使用技术先进的灭活疫苗，而灭活疫苗在香港和西方国家已经使用的很普遍。借用时任国家疾病预防控制中心主任王宇的话：我们国家的疫苗生产沿用的还是 30 年前的生产技术，不是没有新技术，而是缺乏推动新技术落实的体系。中国医学院一位教授说的更严厉：我们使用的疫苗技术还停留在 60 年代。下面一张图揭示了中国当前狂犬病疫苗生产厂商的疫苗产量及相应的市场份额，从图中可以看出，我国当前的狂犬病疫苗市场基本上被四家厂商垄断。

2017年中国狂犬病疫苗批签发上市支数份额

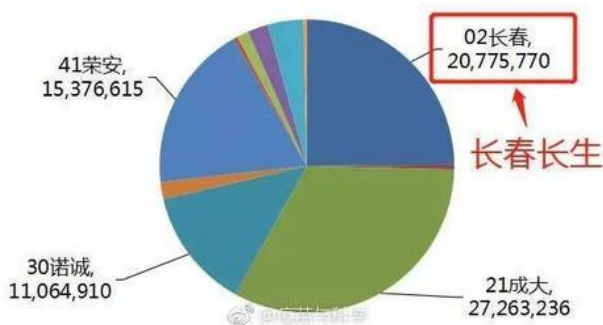


图 11-1 2017 年中国狂犬疫苗生厂商份额

### （五）政府官员的腐败

在一篇名为“《条例》在基层实施存在的问题对策”论文中，来自河南漯河召陵区疾控中心主任的任东洋写道：“目前，各地区

一类疫苗采购费用由省政府承担，保障较好；而一类疫苗接种补助费（包括耗材）由当地政府承担，由于很多县区财政困难，往往不能很好落实。”同时在改制之后，政府对基层疾控部门采取差额拨款的方式，剩下的都要自负盈亏，而政府的拨款很多时候连维持正常的运转都不够，因此基层疾控单位在生存压力和利润的驱动下将目光转向疫苗接种。业内人士透露，疾控部门接种疫苗可以获得丰厚的利润，比如流感疫苗，进口的利润在 30%-40%，国产的疫苗则超过 50%。而且防疫部门执行的基本上是计划免疫任务，这部分不需要交税。

对于基层疾控部门而言，拨款不足和营收诱惑双重存在，对于省级疾控部门而言，官场腐败、权力寻租则成了“疫苗问题”高发的另一面。2013年“山西疫苗事件”中，与山西省疾控中心合作的北京华卫时代医药生物技术有限公司以每年 380 万元的代价，垄断了山西全省疫苗市场。情况不止是山西。2006年 9 月，原来的抗击“非典”英雄——广东省疾病预防控制中心免疫规划所原所长罗耀星，因收受疫苗经销商贿赂 1118.5 万元，被广州市中级人民法院以受贿罪一审判处无期徒刑。作为广东省疾控中心的一个所长，罗耀星所拥有的，是广东全省疫苗的推广、订购、审核等权力，在采购上海生物制品研究所、长春生物制品研究所、北京天坛生物制品股份有限公司等的疫苗中，罗开始权力寻租——多次伙同免疫规划所疫苗组组长蔡汉港共同收受经销商贿送款共计 1162 万元，罗耀星分得其中的 707 万元……让人想不到的是，4 年后，“山西疫苗事件”进入大众视野，几乎活生生再现了利益和权力交换的丑剧。而中国省级疾控系统中，还有多少个“罗耀星”、“栗文元”，没人能说得清楚。

#### 第四节 从经济学上看疫苗的公共医疗困境

##### 一、公共医疗服务的信息不对称减少了其正外部性供给

根据以上的分析，我们知道公共医疗卫生服务是纯公共物品，其目的在给全体公民提供最基本的医疗卫生服务，同时在疾病监测、监控方面为社会公共卫生健康提供保障，在社会卫生健康领域起着至关重要的基础性作用。比如通过社会大范围接种疫苗，可以防止传染病的大规模爆发，使得像之前我国旧社会频频爆发的瘟疫、让人谈之色变的欧洲“黑死病”变得不再可能，同时通过接种疫苗可以起到预防作用，为社会节省巨大的医疗资源。但由于客观和主观原因，公共医疗服务领域存在巨大的信息不对称，人们对公共医疗服务的质量和安全性心存疑惑，同时又有非常高的预期；相关医疗单位由于种种原因导致的公信力不足，加上政府背景的性质，缺乏动力去对公共医疗做进一步的普及。因此，本应在社会健康中发挥巨大作用的，构建国家卫生“安全网”的公共医疗卫生服务，现在由于信息不对称问题使得其提供正外部性的能力大打折扣，这点在本次“疫苗事件”中表现的尤其明显。

##### 二、公共医疗行服务疫苗的垄断阻碍了其正外部性的提供

按照我们对当前疫苗行业提供情况的分析，我国一类疫苗由国家补贴，免费接种，这些疫苗的利润相对较低，且存在国家审批等因素长期由国有企业垄断。而对于公民自愿购买接种的第二类疫苗，则进行市场化运营，其较高的利润吸引了民间资本的进入。目前国内第二类疫苗的生产和提供，基本上由国内几家企业垄断。通常来

讲，像疫苗这类高技术行业，由于准入门槛高，通常会出现几家企业控制市场的自然垄断现象。但不同于国外的垄断形式，中国的垄断更多时候是行政垄断。正如我们前文所说的那样，决定一个省疫苗供应商的权利往往是由该省疾控中心的负责人掌握，巨大的权利和监督的缺失使得其成为腐败的高发区。通过对政府官员的贿赂，一个疫苗生产企业就能获取为该省提供疫苗的独家特权。再加上我国没有类似美国那样健全严格的诉讼赔偿机制，在疫苗出现质量问题后，往往是政府“一刀切”的整改，在风头过去后一切照旧。很难想象这样的垄断企业会有动力去进行高投入高风险的技术研发、去改善疫苗的生产品质，因此低质量的疫苗充斥国内市场，加上频频出现的事故，使得人们对其信任降低，疫苗本该起到的巨大作用也未能够较好地发挥。

### 三、相关监管机构的腐败彻底阻止了公共医疗服务提供正外部性的可能

如果说信息不对称和生产企业的垄断阻碍了公共医疗服务正外部性提供，那么相关监管机构的腐败则彻底阻止了其提供正外部性的可能。基本医疗卫生制度，是我国卫生体制改革的总体目标，是旨在覆盖城乡居民的医疗卫生体系。其核心是“人人享有”，其本质含义是“公平享有”，即任何公民，无论年龄、职业、地域、支付能力，都享有同等权利。由于公共医疗卫生服务公共物品的属性，监管机构必须把提供公共医疗卫生物品和服务作为其履行公共管理职能的当然要求，充分保障其公平性和公益性。如果监管机构在公共医疗服务提供领域的缺位，会导致此类产品的供给主体缺失。公

公共卫生服务作为纯公共物品，是市场不愿意或不能供给的，而在执行过程中政府为了“甩包袱”，打着“按经济规律办事”的旗号，将一些本该由其提供的公共物品和准公共物品推向市场，结果是政府退出了，市场却没能很好地补位，这就造成此类产品要么没有供给，要么被转为以赢利的私人产品形式进行供给，造成有效供给不足或滞后。加上对官员权力限制和监督的严重不足，使得贪污腐化事件一再发生。之前山西省疫苗事件中，就出现了省疾控中心主任将“千万人生命健康”拱手让人，最终导致酿成一个个家庭惨剧，政府责无旁贷。也正是由于监管机构的腐败，使得把控疫苗质量关的最后一条防线彻底失守，本该是预防疾病于未然的疫苗变成了“杀人”的“毒疫苗”，正因如此疫苗发挥其正外部性也就无从谈起了。

## 第五节 怎样让爱在公共医疗发挥作用？

### 一、公共医疗的特殊性

近几年随着医患关系及相关事件的频繁曝光，关于医生的讨论很多。关于医生这个工作的特殊性，前两年刚去世的中国外科学大家裘法祖老先生，给出了一个答案，说医生治病就好比是把病人一个一个的背过河。这个背字道出了医生这个职业和其他工作的不同，一般我们都说渡过河，可是渡就得艘船，船是一种相对靠谱安全的工具。可是医生治病就大大的不同了，人体实在是一个太复杂的及其，即使现在医学这么发达了，我们解开的秘密仍然是一点点而已。所以当一个人交到医生手里，医生面对的病人的差异性和病情有

太多的不确定性，他也没有“船”确保把病人渡到对岸。所以，在医疗行业医生的道德往往起到非常关键的作用。

新中国成立后的农村合作医疗制度正是在这样的政府、农民、赤脚医生的共同信念作用下建立发展，取得了不凡的绩效。合作医疗制度的推广，初步解决了“看不上病”和“看不起病”的问题，为农民看病治病提供了初级的保障；合作医疗也有利于发挥农村三级医疗预防保健网的作用，培养了一支数以百万计的农村卫生队伍，形成了低成本、广覆盖的卫生保障机制，有利于基本医疗和计划免疫工作的实施，有利于健康教育、爱国卫生、妇幼保健、计划生育等工作的开展。婴儿死亡率由建国初期的 200% 降至 25.5%，人口死亡率由 17% 降至 6.42%；人均期望寿命由 35 岁提高到 71 岁。通过发挥农村三级医疗预防保健网的作用，使医疗预防保健工作在科学文化比较落后的农村能够顺利地展开，使危害农民最重的传染病、地方病逐步减少或消灭，大大增强了医疗卫生服务的公平性和可及性，从而有效地保护了农业劳动力，为发展农业生产做出了贡献。显著改善了我国农村缺医少药的面貌，大大提高了广大人民群众的健康水平。而且极大地提升了整个中华民族人口的身体素质，延长了人均寿命，保护了人力资源，促进了国民经济的发展，最大限度地实现了卫生公平。

取得医疗成绩的同时，我国农村的合作医疗制度也得到了国际上的认可和赞扬。20 世纪 80 年代初，世界银行和世界卫生组织都曾派专家组来我国考察农村卫生，考察组的报告特别强调指出：“中国农村实行的合作医疗制度，是发展中国家群众解决卫生经费的唯一范例。尽管每个合作医疗的具体情况在全国有很大差异，但是总的来讲，它是由群众集资、采取预付医疗保险金的形式，解决

群众基本医疗保健问题的一种医疗保健制度。”世界卫生组织还在另一份考察报告中说，“初级卫生工作人员的提出主要来自中国的启发。中国在占 80%人口的农村地区，发展了一个成功的基层卫生保健系统，向人民提供低费用和适宜的医疗保健技术服务，满足大多数人的基本卫生需求，这种模型很适合发展中国家的需要。”在世界银行发表的《1993 年世界发展报告》中提到，中国“到 70 年代末期，医疗保险几乎覆盖了所有的城市人口和 95%的农村人口，这是低收入国家举世无双的成就。”世界著名经济学家阿玛蒂亚·森也给予了恰当的评价：“在当代世界的发展中，中国做出了一项重大的贡献，即展示了一个国家即使在相对比较贫穷的时候也能在推进民众的健康与长寿方面取得重大的进步，也展示了卫生成就无需严格受制于经济手段，即使经济手段非常有限。……虽然当时中国的人均收入水平很低，但是中国的卫生成就已经开始同那些远比中国富裕的国家比肩了。”1980 年，全国约有 90%的农村生产大队实行了合作医疗，合作医疗也就成为中国医疗保障制度的三大支柱之一，它有力地促进了“中国卫生状况的显著改善和居民期望寿命的显著增加”，被世界银行誉为成功的“卫生革命。”

而这些成绩的背后医务人员的医德医风起到了至关重要的作用。医疗卫生服务十分复杂，难以监管，医务人员自身的医德医风对保障服务的质量有很大作用。在医疗卫生工作中，是单纯用经济手段激励医生，还是树立良好医德医风，用救死扶伤的荣誉感来激励医生？这是医疗卫生体制中的重要问题。毛泽东一贯提倡，发扬良好的医德医风。抗日战争时期，他把白求恩大夫树立为“为人民服务”的典范，指出“我们这个队伍完全是为着解放人民的，是彻底地为人民利益工作的”；“我们大家要学习他毫不自私自利的精神。”

<sup>216</sup>1941年，毛泽东同志在为延安医科大学的题词中，提出“救死扶伤，实行革命的人道主义<sup>217</sup>。”毛泽东还十分重视对卫生人员政治和业务素质的培养与提高，他十分强调“医生一定要政治挂帅”。1968年，他在一个相关报告中批示：“从旧学校培养的学生，多数和大多数能够同工农兵结合，有些人还有所发明创造，不过要在正确路线领导下，由工农兵给他们以再教育，彻底改造旧思想。”<sup>218</sup>在他这些思想的感召下，再加上当时的经济社会环境影响，这一时期的医务人员有着很高的社会地位和威信，医患关系十分融洽。

## 二、当今公共医疗行业混乱现状的根源

既然公共医疗行业医生个人的道德水平起着至关重要的作用，这一点也是公共医疗服务区别于其他商品和服务的关键点。那么究竟是什么原因导致当今公共医疗领域事故频发，公共医疗服务行业怎么轻易就突破道德底线？分析来看，不外乎是市场和政府的失灵，还有公共医疗服务行业从业人员医德的缺失，而其背后则是对患者关爱的丧失。

**1.政府有效供给不足（缺乏有爱的政府）。**市场在提供私人物品

---

<sup>216</sup>《毛泽东选集》第三卷第1003页。

<sup>217</sup>卢希谦《革命人道主义医德观的提出——纪念毛主席“救死扶伤，实行革命的人道主义”题词发表50周年》，《道德与文明》1992年04期。

<sup>218</sup>毛泽东：《对调查报告〈从江镇公社“赤脚医生”的成长看医学教育革命的方向〉的批语和修改》，《建国以来毛泽东文稿》第12册，中央文献出版社，1998年。

配置中发挥决定性作用”。但由于存在不完全竞争、外部性和不完全信息等现象，经常破坏效率市场，即所谓的：市场失灵。<sup>219</sup>市场失灵论认为，由于公共物品的不可分割性和非排他性，容易引发公共物品供给过程中的“搭便车”现象<sup>220</sup>，致使愿意花钱提供或购买的公共物品的人不多，进而造成公共物品的匮乏。因此，正如马斯格雷夫所言，大多数公共物品无法通过市场机制来提供，需要政府来提供。<sup>221</sup>疫苗作为广义上的公共物品（俱乐部产品）自然也由政府来负责向公众提供。但政府在提供公共物品的过程中，由于当前法律法规不健全、委托代理关系中信息不对称等原因，使得政府配置资源过程中存在着低效率问题，更隐藏着巨大的腐败风险，这在屡屡爆发的公共卫生安全事故上体现的尤为明显。因此在这种情况下，政府相关部门必须对代理人实施有效监管，对政府配置资源的全过程实施有效监管，才能确保资源配置的效率和公平性。同时在公共物品的供给中，公共利益需求和政府目标往往存在着不一致性。<sup>222</sup>由于缺少有效的信息收集和反馈机制，公共的真实利益需求得不到及时、准确的表达，政府在生产和提供公共物品的过程中往

---

<sup>219</sup> 保罗·萨缪尔森，威廉·诺德豪斯.经济学（第十六版）[M].萧琛等译.北京：华夏出版社，1999年。

<sup>220</sup> “搭便车”问题首先由奥尔森提出，它是指由于参与者不需要支付任何成本而可以享受与支付者完全等价的物品效用。该问题影响着公共物品供给成本分担的公平性，以及公共物品供给能否持续和永久。--作者注。

<sup>221</sup> 詹姆斯·M·布坎南,理查德·A·马斯格雷夫.公共财政与公共选择[M].类成曜译,北京：中国财政经济出版社，2000年。

<sup>222</sup> 李珊珊.浅析政府提供公共物品存在的弊端及其对策[J].中共乐山市委党校学报（新论），2011(3):45-47.

往不能够准确掌握公众的实际需求信息，从而导致政府决策出现偏差。同时，政府提供公共物品主要依靠财政支持，资金的有限性促使政府在满足公众需求时有所取舍和侧重，不能有效地满足一切公众需求，进而导致公众真正需要的公共物品供给不足，而许多方面又供应过量，导致公共该物品供给的结构性矛盾。再加上政府由于受到“GDP情结”、畸形政绩观的影响，许多地方政府没有将本来就紧缺的财政资金用在社会经济发展急需的、群众反映强烈的公共物品生产和供给上，而是将大量人力、物力和财力投入到大搞脱离实际的“形象工程”和“政绩工程”，不注重人民群众的切身利益需求和真正能够得到的实惠，而是往往出于应付心态、流于形式、片面追求政绩。政府机构及其行政人员也是具有自我利益诉求的个体，有着自身利益的共同体，存在着政府机构利益。因此，政府在供给公共物品中不可能完全超脱自身利益之外，追求公共利益的最大化。所有这些因素最终导致公众需求和政府供给不平衡。

**2. 市场机制缺位（缺乏有爱的市场）。**市场失灵说明政府干预的必要，但是政府也存在失灵的情况。所谓政府失灵就是指政府活动的低效性和结果的非理想性，或是指政府干预达不到弥补市场失灵的预期目标，或是虽能达到目标但其代价超过市场失灵所造成的缺陷。由于公众对公共物品的需求存在差异，政府在提供公共物品、从事公共事务管理方面的失灵，如政府的政策制定与公共服务常常具有“趋中性”，从而难以照顾到一些特殊的边缘群体，即使关注到某些特殊的边缘群体，往往也是只考虑到他们的一般性需求，而难以顾及到他们的某些特殊需求，致使一部分人对公共物品的超量需求和特殊需求得不到满足。同时，政府工作也存在边界问题，政府不可能无限制地将资源投入到某一领域去，因为政府服务的扩

张不能超出公众支付相应款项的意愿。<sup>223</sup>政府和市场在解决正外部性问题上的无力，要求市场中的企业和民间组织担负起提供公共物品的职责。然而，当前的市场机制下，以利润和利益为导向的激励机制使得企业很难有动力将资源投入到非盈利的公共物品，对非盈利组织的资助也是微乎其微。

**3.医务工作者爱的缺失。**医生是跟人的生命打交道，生命的神圣性和宝贵性超越了世间万物的价值，这是医生跟其他职业的最大不同。因此正如前文所言，不同于其他的商品和服务，包括公共医疗服务在内的医学领域，医生个人的品德和操守至关重要，很多时候往往决定着患者的生命。从这方面来讲，公共医疗服务是一个特别需要医生关爱患者，也就是需要正外部性的行业，这点也从在毛泽东时代中国用落后的医疗和极低的成本实现了了不起的医学成就中得到了印证。但近年来屡屡爆发的公共医疗卫生服务事件却让人不禁思考：公共医疗行业怎么就会轻易突破道德底线？这背后的很大原因是公共医疗服务工作者提供正外部性受到了限制。一方面是医务工作者个人偏好或者价值观的改变，在市场经济的浪潮下，会对医生的价值观造成影响，市场经济在培育了人的效益意识为人的全面发展创造物质条件的同时，又导致人的物化<sup>224</sup>，医生也要讲效益讲收益，而缺少了对患者的人文关怀。试想之前的山西疫苗事件，医生在了解一些疫苗存在问题的情况下，如果能适当告知孩子父母，

---

<sup>223</sup>陈振明.公共管理学——一种不同于传统行政学的研究途径[M].北京:中国人民大学出版社,2003.402,406.

<sup>224</sup>侯凤英.市场经济对人的价值观的双重效应[J].大连海事大学学报(社会科学版),2006(04):132-135.

一些家庭伦理惨剧或许就可以避免；又或者医生能够给孩子父母普及一些疫苗的相关信息和知识，也不会使得孩子父母在注射疫苗时的盲目及在疫苗问题曝光后的手足无措。二是当前的医疗体制对医生的激励不够，使得医生存在自我保护意识。在诊疗过程中，大部分医生都存在着自我保护意识。医生首先考虑的问题就是确保医疗安全，将医疗风险降到最低。我国曾经很长一段时间实行“举证责任倒置”，该制度反而使医生对医疗安全的担忧急剧增加。医生为了将医疗风险降到最低，<sup>225</sup>采取了过度检查和过度医疗行为，导致患者经济负担加重，医患关系恶化。三是医德医风差。现行的医学教育制度主要侧重于医学技能教育，人文教育明显缺乏，导致一些医务人员素质偏低、缺乏修养。另外，一部分医务人员对患者缺乏耐心和同情心，责任心不强，服务态度不好。相关调查显示，患者认为影响医院服务质量的所有因素中，医务人员医疗技术水平不高仅占 29.69%，而责任心不强占 45.97%，服务态度差占 16.47%。<sup>226</sup>

### 三、怎样让爱在医疗领域发挥更大的作用

#### （一）有爱政府：政府大量的投入

鉴于在公共物品政府供给中，由于政府习惯于垄断并缺乏竞争、政府行政人员的信息不充分、政府行为目标和公共利益之间的不一

---

<sup>225</sup> Kalliainen L K, Lichtman D M. Current Issues in the Physician — Patient Relationship [J]. J Hand Surg, 2010, (35A):21-26.

<sup>226</sup> 李正关, 冷明祥. 医患关系研究进展综述 [J]. 中国医院管理, 2009, 29(3): 40-43.

致性、政府时常轻产出和缺少事业心等诸多原因的存在，导致政府供给公共物品的质量、数量和效率都难以尽如人意。因此，政府应该从提高社会福利水平、实现公共利益出发，强调公共物品需求与供给的“非市场决策过程”。<sup>227</sup>也就是说，在公共医疗服务领域，政府不能再从成本-收益的角度去考虑公共物品的供给，而要充分考虑到公共物品所带来的正外部性，其对整个社会的作用是不可估量的。因此，政府应在财政可承受的范围内，尽可能多得提供公共物品。同时，对于相关机构要加强监管，完善法律法规，从制度上保障其正外部性持续提供。

## （二）有爱市场：社会组织的力量

民间组织作为区别于市场（企业）和政府的“第三部门”，在出现第二种市场失灵和第二种政府失灵的情况下，可以为需求特殊的人提供适宜的公共物品。美国学者伯顿·韦斯布罗德通过“供给—需求”这一传统的经济学分析范式对民间组织在公共物品供给方面的作用进行了分析。在韦斯布罗德看来，民间组织在提供公共物品方面具有专门性和灵活性，它提供的数量取决于政府对公民的多样性需求的满足程度。在其它条件恒定的情况下，公民对于政府提供的公共物品越不满意，民间组织的数量就越多；对于特定的政府供给，公民需求的差异越大，民间组织的供给就越大。同样，保持其它条件不变，公民需求的同质性越高，不满意的需求就越少，民间组织的数量也越少。<sup>228</sup>这一理论清晰地说明了民间组织与政府

---

<sup>227</sup> 张琦.公共物品理论的分歧与融合[J].经济学动态, 2015(11): 147-158.

<sup>228</sup> 林尚立.创造治理:民间组织与公共服务型政府[J].学术月刊, 2006(5).

在公共物品供给方面存在相互替代关系。在完善的市场条件下，往往能催生相关的企业和民间组织积极投入到公共物品的供给中去，弥补市场失灵和政府失灵所带来的空白。比如微软前总裁比尔盖茨在退休后，一直在人类卫生健康事业领域发挥着热量。比尔和梅琳达盖茨基金会与多家政府和慈善组织初始投资 5 亿美元，共同成立了一个新的国际团体流行病应对创新联盟，开发针对威胁人类健康传染病的疫苗，目标是开发疫苗来应对已知的传染病，防止其威胁全球健康，同时其投资基金还致力于疫苗冷链运输领域的技术革新，在防止埃博拉疫情传染方面发挥了重要作用。

### （三）有信仰的医务工作者

要提高公共物品正外部性的供给，还是要提高公共物品的供给。公共物品搭便车行为一直以来是经济学家、各国各地政府头疼的问题。按照新古典经济学的假设来看，因为社会中的每个经济个体都是纯粹理性的，而纯粹理性的个体都必然追逐个人利益最大化，所以在经济活动中的个体一定会采取搭便车的行动来降低个人成本，从而实现个人利益最大化。而由于社会中所有个体都会采取搭便车行为，这必定会导致市场调节机制的失灵，导致“公共地的悲哀”。因此，在传统经济学的假设条件下，搭便车的行为严重制约了市场供给公共物品的可能性，即个体或社会组织自发的提供公共物品是不可能存在的。但是，现实生活中，我们却看到很多的个人或者社会公益组织，在不谋求任何经济回报的前提下，为社会，为他人做出各种各样的贡献，他们自发的捐款捐钱兴建学校，兴建校舍，自发的筹钱为环保事业投资等等给。因此这些真实的发生在我们身边的事情在撼动着传统经济学对公共物品自愿供给的不可能性言论。

因此越来越多的经济学家、社会学家和心理学家通过寻找不同的研究方法来考察影响公共物品搭便车的真实因素，试图建立更合理的理论依据，从而解决公共物品搭便车行为对社会福利的危害。而在此时，实验经济学和行为经济学顺应经济学发展的需求得以迅速发展，因此越来越多的研究人员和专家，将心理学、社会科学等方法融入到经济学中，去研究搭便车行为的存在原因及影响因素，并积极努力的试图寻找到更直接而有效的方法来解决“公共地悲哀”的问题。实验经济学的出现及时的完善了传统经济学理性人假设的不足和缺陷。经济学家从不同角度提出了一些原因以试图做出合理的解释，这其中包括利他主义和利他偏好<sup>229</sup>、暖流效应、信任、互惠互利社会认可以及社会准则。Young 认为个人会为自愿组织进行捐赠，且个人捐赠往往具有三大动机：一是个人经济利益，二是个人物质利益，三是个人精神利益。<sup>230</sup>Falkinger 等人也指出现实生活中不乏自愿合作提供公共物品的情形，自愿供给公共物品的案例也不胜枚举。<sup>231</sup>

公共物品实验经济学的这些研究表明，和新古典经济学中假设的完全理性人不同，现实中人存在自愿提供公共物品，提供正外部性的动机。因此，要想提高公共医疗卫生服务领域的正外部性，还

---

<sup>229</sup> Margolis. *Selfishness, altruism, and rationality: a theory of social choice*, Cambridge University Press, 1982.

<sup>230</sup> D. J. Young, “Voluntary Purchase of Public Goods,” *Public Choice*, Vol.38, No.1(1982), pp.73 85.

<sup>231</sup> J. Falkinger, E. Fehr& S. Gächter, et al, “A Simple Mechanism for the Efficient Provision of Public Goods: Experimental Evidence,” *The American Economic Review*, Vol.90, No.1(2000), pp.247 264.

是要通过建立一套机制，改变人们的效用函数，使得人们做出某一行为的举动往往与外部性无关，而仅仅取决于自身的内部效应。例如，在一项接受教育的行为中，其外部效用与内部效用是不同的。内部效用主要表现为接受教育者获得的知识及其对其日后选择就业机会的影响，而外部效用则体现为整个社会因行为者接受了教育而获得的其他方面的益处，如整体国民素质的提高、犯罪率的下降、劳动生产率的上升等等。显然，行为者在选择是否接受教育时是不会受到这类外部性的影响的。就像不为艰险到欠发达地区传教的传教士那样，他们不以外部效应作为自身传递福音、救助穷人的力量来源，而只在乎自身内心的满足。因此要改变义务工作者的效用函数或者偏好，应该从环境机制和价值观角度入手，培养公共医疗服务领域从业人员的医德，同时在制度方面予以保障。也正是认识到了医德的重要性，我国从今年开始，将每年 8 月 18 日定为“中国医师节”，以此鼓舞激励广大医务人员。

## 第十二章 宗教与宗教旅游——信仰能否商业化

### 第一节 宗教旅游不断商业化的恶果

最近，中国佛教协会官网的一篇文章<sup>232</sup>称：以“普陀山”名义上市，难脱将佛教商业化之嫌。普陀山是四大佛教名山之一、是世界佛教徒的信仰圣地，“普陀”二字源自于佛教《华严经》“Potalaka”（普陀洛迦或补怛洛迦），该经记载“普陀山”是观自在菩萨（观音菩萨）的住地。所以普陀山的宗教人文意义，远大于其地理的意义。而作为普陀山的精神文化内核的佛教与普陀山又是无法剥离的。4月2日，普陀山旅游发展股份有限公司发布更新后的招股书，IPO拟募资6.15亿元，将主要投入索道、船舶、立体停车库等项目。自此，“普陀山”像一家利益性企业一样被推向上市引发了社会的争论。

随着现代社会市场化水平不断发展，旅游市场竞争愈演愈烈，上市成为提升各个景区竞争力的重要途径。由于无法禁得住资本的诱惑，诸多宗教型景区纷纷上市，盲目地开发景观，使得宗教场所内商业气息浓厚，严重影响了宗教旅游的本质，从而引发了人们对于宗教旅游发展方向以及发展模式的热议。

早在2012年，媒体曝出了一桩昆明宜良岩泉寺的丑闻，从而引起了人们对中国各个宗教类等景区发展模式的质疑。岩泉寺的所有

---

<sup>232</sup> 樊真.《谁在将佛教商业化?——普陀山上市的忧思》.载于佛教协会官网. <http://www.chinabuddhism.com.cn/e/action/ShowInfo.php?classid=506&id=3922>

1.2018年4月11日

权归金星街道办事处，经营权外包于私人老板。随着云南旅游业的发展，旅游人数剧增，承包费也在逐年上涨。2010年龙新华承诺以每年720万的价格承包岩泉寺。面对巨大的经济利益和来自村民的压力，最后村委会班子内部签订了《委托管理合同书》。委托管理的范围包括岩泉寺内所属固定资产、花卉苗木、停车场及商铺。景区内管理人员、僧人、职工、导游由承包商自行招聘。于是龙新华从四川请来了几位假大师来为游客解签，每单“生意”有10%—30%的提成，“大师”的月收入几千元甚至上万元，而这些所谓的“大师”下班就开着车到宜良县城里去花天酒地。此外，旅行社也抽提成，许多游客求签都是受导游的蛊惑。岩泉寺有“滇南第一签”之誉，据传当年名妓陈圆圆曾在此求签，大师言其必皈依佛门，最终一语成谶，所以有不少游客都慕名前来求签。“大师”解签过程中会要求游客花钱烧香、点灯、供佛等。有游客虽然不愿意，但碍于佛门威严的气场、心诚则灵的心理暗示，最终还是选择花钱消灾。“大师”们也揣摩透了游客的心理，骗钱的套路，从最早的信物、烧香、点灯、赐福、刻碑，发展到如今的银行卡“保值”。“大师”拿着游客的银行卡念经，在卡面指指点点，以此保佑卡里的钱只进不出，并让游客选择保佑的时间期限，期限越长，费用越高。

不管是普陀山上市还是岩泉寺的丑闻，其背后所隐藏的是这个社会浮躁的社会无底线地追求物质金钱的行为。当地政府唯GDP论英雄，认为经济发展了，当地政府和民众收入增加了，那么政府的目的就达到了。于是就盲目开发，妄图把宗教旅游当作一个经济增长

点，没有真正的认清宗教的本质，限制来宗教旅游更多其他价值的发挥，从而把宗教发展引导向了一个错误的方向。

在我们所处的新时代，唯 GDP 论是不应该存在的，其在理论和实践上具有很大的危害。这样做只是看到了眼前的利益，没有看到背后的危害和远期的利益。同样，宗教旅游也是如此，过度商业化只是让政府和民众看到了短期收入，但是从更长远来看，这种发展思路阻碍来宗教旅游更多其他的价值的发挥。

宗教旅游在不断商业化的过程中逐渐脱离了宗教原本的存在意义，变成了一种欺骗，一种罪恶。如果宗教旅游让人们变得越来越自私，让人们的素质越来越恶劣，那么宗教的存在就没有任何意义，宗教最初是原始早期人类在面对未知，面对大自然感到无力时，所追求的一种信念支持，是一种精神寄托。是为了拯救人们的无所适从的灵魂，净化被世俗所污染的灵魂。由此而产生的宗教旅游，不应是被无良商家利用的充满铜臭味的一种纯商业化旅游。

寺庙、道观、教堂这些宗教场所的存在不是为了盈利，其初衷是给信仰宗教的人们提供一个栖息心灵的场所，僧侣、教众能够在此学习、修行、举行一系列宗教活动，让前来观光的人们感受宗教信仰带来的身心上的愉悦和灵魂上的解脱，将人们从繁忙浮躁的生活中解救出来，给予精神上的支撑和面对生活与未知的力量。而宗教旅游的商业化在本质上是对宗教本身的一种极大的不尊敬，是一种以向世人兜售宗教信仰来牟取金钱利益的行为，更是在利益驱动下的一种价值扭曲和道德沦丧。

## 第二节 宗教旅游——旅游和宗教的结合

时代的潮流浩浩荡荡不断向前发展，社会变化日新月异，人们的行为观念、消费观念也在不知不觉中发生了转变。这种观念的转变对旅游行业产生了相当大的影响，越来越多的人去旅游来享受生活。人们对于旅游的热爱也慢慢地释放出来。旅游渐渐成为了人们生活中一个不可或缺的部分，深刻地影响着我们的物质生活和精神生活。但就目前来看，我认为旅游还是没有达到所能给予人类自己最大福祉的程度，还在上升，还有巨大发展空间。

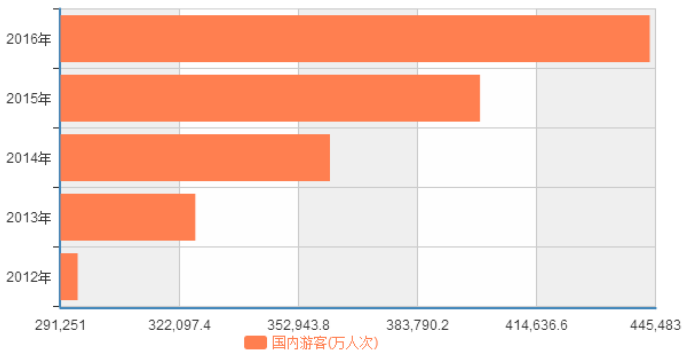


图 12-1 国内历年游客人数

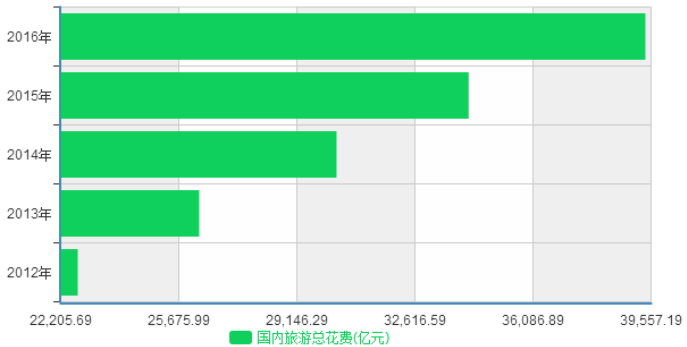


图 12-2 国内历年旅游总花费

从上面两个图表中我们可以看出旅游的火热程度，历史发展到今天，人们从来没有向现在这样如此的热爱旅游，从国家对于人们福利提供的角度来说，这也是一个极其重要的产品。我相信在 21 世纪的未来的日子里，人们对于精神生活的需求一定有着巨大的潜力需要我们去开发，旅游对于人们的生活将会变得越来越重要，越来越不可或缺。

### 一、旅游的经济价值

旅游本来就是造物者给予人类的一个无与伦比的宝贵的财富，无论是名山大川，还是历史古迹。旅游所带给探险者或游玩者的精神方面的愉悦和放松，所带来的道德提升，是任何东西都比拟不了的。其对社会和国家所造成巨大的效益，也不是用金钱就能简单衡量的。

那么旅游到底带来什么样的价值呢？各个学者在这方面也有很多重要的发现，其中包括物质财富方面、精神财富方面、人的全面

发展方面以及社会道德方面。当然也不乏不良操作，过度商业化旅游导致的负面效应。从这我们可以清楚的意识到，旅游已经不是单纯一种娱乐消遣的方式，或者一种锻炼身体、开阔眼界的方式。其渐渐成为一种潜在地影响人们价值观、道德观的文化社会现象，潜移默化地去改变人们的行为，不知不觉地影响社会文明的进步。

王寿鹏博士在他发表的《基于旅游者的旅游价值模型及其应用》<sup>233</sup>中指出，旅游者的旅游行为应作为旅游价值的客体，旅游者自身、社会、自然则构成旅游价值的主体，因此旅游价值是由精神价值、文化价值、经济价值和道德价值所构成。对旅游价值的逻辑理论进行详细的分析，在此基础上，引用了价值的“效用论”定义，提出旅游价值净值模型，并对其理论价值和应用价值进行了阐释。这里着重强调的是对来旅游的人日后的行为的影响，是一种综合性的概念。王鸿<sup>234</sup>从精神、文化和经济三方面探讨了旅游的价值，刘长凤<sup>235</sup>以哲学视角对旅游价值的内涵、本质特征、评价标准和实现过程提出了自己的看法。两位作者敏锐地认识到“旅游价值”作为旅游基础研究“主题”的重要性。

---

<sup>233</sup> 王寿鹏. 基于旅游者的旅游价值模型及其应用[J]. 旅游科学, 2011(6):55-64.

<sup>234</sup> 王鸿. 旅游的价值[J]. 贵州民族学院学报, 1997(1):90-93.

<sup>235</sup> 刘长凤. 哲学视角中的旅游价值[J]. 理论前沿, 2008(16):41-42.

## 二、宗教和旅游因经济利益的结合

宗教作为人类社会历史长河的文明现象，其地位也越来越重要，为更多的信仰者或不信仰者所接受。自诞生以来，宗教无所不在，深刻地影响着人类的各个方面，宗教典籍、宗教音乐、宗教建筑、宗教绘画等作为人类的宝贵财富，都向我们显示了宗教的魅力。由此而产生的宗教旅游也逐渐为大众所欢迎，宗教旅游热也逐渐兴旺起来。

宗教和旅游自古就有着源远流长的密切关系。宗教与旅游两者相结合，丰富而又绚烂的旅游资源与崇高的宗教信仰相结合，所给人们带来的巨大的精神享受、所散发出来的巨大的吸引力、所产生的巨大的社会效益、是难以估量的。这本身就是上天给予的我们每个人极大的福利。

黄细嘉和陈志军博士发表了宗教旅游价值方面的论文，名为《宗教旅游的多维价值及开发利用研究》<sup>236</sup>，该文根据“利益相关者理论”和“系统性原理”。探讨了宗教旅游的多维价值，包括对游客的“旅游价值”，对居民及相关组织的“经济价值”，对宗教遗产及全体社会的“社会价值”。贾玉芳在《浅析宗教文化的旅游价值》一文中写道：迷人的宗教文化激发了人们的求知、审美、猎奇的心理需求；它对现实世界人类的启迪、安慰、寄情的作用则满足了现代人对精神生活的强烈需求。

---

<sup>236</sup> 黄细嘉. 陈志军. 宗教旅游的多维价值及开发利用研究[J]. 宗教学研究, 2009(1):144-147.

对宗教旅游的概念，目前还存在一定的争论。有些学者认为宗教旅游是完全出于宗教目的的旅游活动，还有一些人认为是涉及宗教的一切旅游活动。林思科德（Ranched, 1992）将宗教旅游定义为“完全或强烈地由宗教原因引发的一种旅游形式”<sup>237</sup>。布兰克威

尔（Blackwell, 2007）认为宗教旅游是由宗教原因引发的、目的地是宗教场所的所有旅游活动<sup>238</sup>。王亚欣博士在他的《当代藏传佛教文化旅游研究》<sup>239</sup>一书中说：“尽管占 2/3 以上旅游者没有宗教信仰，但是在浓郁的宗教气氛中，有 1/3 的游客产生了宗教行为”。Fladmark 也发现，虽然去圣地、寺庙和神殿宗教景区的旅游者大多是由宗教动机驱动的，但也有很多人是被非宗教动机驱使的，而是具有冒险的欲望、探索新鲜事物、丰富文化知识等动机，甚至一些人主要为宗教动机所驱使，也还会有休闲、好奇和探索等其他动机。Colins-Kliot's 发现往往有些朝圣者会对旅游业缺乏兴趣，这主要是由于朝圣者的需求在本质上有一定的特殊性，认为宗教活动与旅游活动存在一定差异。所以说不管对宗教旅游到底是什么样的解释，但有一点我们是肯定的，那就是宗教旅游一定是给到来的人（无论是朝圣

---

<sup>237</sup> Rinschede, Forms of religious tourism [J]. *Annals of Tourism Research*, 1992, 19(1):51-67

<sup>238</sup> Blackwell, Motivations for religious tourism, pilgrimage, festivals and events [A], Raj, Morpeth, Religious tourism and pilgrimage festivals management, an international perspective [C]. Oxford University Press, 2007

<sup>239</sup> 王亚欣. 当代藏传佛教文化旅游研究[M]. 北京: 经济管理出版社, 2012年.



为什么非要弄清楚旅游和朝圣？因为一些学者认为旅游会对宗教产生影响，尤其是可能会对宗教产生一些不利影响。约瑟夫等（Joseph et al, 2001）认为旅游对包括宗教习俗在内的传统是一种威胁。威廉姆斯和斯德沃特（Williams & Stewart, 2008）在对加拿大土著旅游业发展研究中指出，旅游活动在很大意义上对于传统宗教起到了“修改”和“修饰”的作用。

国内对宗教旅游的研究开始于 1988 年陈传康等人发表的《宗教旅游及其政策研究》。进入 21 世纪后，学者们意识到宗教领域在促进地区经济发展的同时，出现了盲目建设、文化过度商品化、利益矛盾尖锐化等问题。同时一些学者也提出了“宗教生态旅游”的概念。黄秀琳指出，目前我国宗教旅游开发和经营中普遍存在宗教文化圣地旅游运营的现代化、宗教文化旅游表述中的俗化和伪化、宗教旅游产品的有价展示等宗教文化商品化现象。

研究发现，游客在旅游过程中的身份、情感、需求、心理预期等方面都存在较为严重的异化现象，并导致破坏资源环境、消费攀高、行为趋从、体验异化等诸多问题。我国目前的宗教旅游者大多倾向于“世俗”，他们缺乏对神圣宗教的敬畏之心，其消费行为也多表现出世俗化的特征。即使是那些具有宗教信仰的宗教朝圣者，也有不少是出于寻求神灵庇佑、祈求钱财或好运等世俗的功利性，因此宗教旅游者的迷信消费、伪宗教文化消费也比较突出。

### 第三节 宗教旅游的外部性分析

#### 一、宗教和大自然间的双向正外部性

同一项经济活动给不同群体带来的外部性可正可负、可大可小。名山大川的存在本来就是一种正的外部性，它为人们提供了优美的风景，极具观赏价值，各种植被还具有净化空气、增加湿度等功能。宗教本身也是一个外部性的存在，它给予信徒们一种思想或者说在某种程度上给与信徒们一种依靠，一种心灵的归属和栖息地。让人们在这个浮躁世俗的世界里沉静下来，同时造福更多的人，不仅是信仰宗教的教徒还有其他人。在名山大川上建造宗教活动地作为二者的结合最初对于双方都是具有正外部性的，即双向正外部性。中国大部分宗教活场所地都是建立在景色秀丽的名山大川之上，诸如“清凉佛国”之五台山、“莲花佛国”之九华山、“海天佛国”之普陀山、“仙城佛国”之峨眉山。至 2017 年 7 月 9 日，中国先后有 52 处遗产被世界教科文组织纳入《世界遗产名录》，其中宗教遗产地共 17 项，涉及儒教、佛教、道教等宗教文化。

#### 二、宗教旅游产生的外部性

宗教逐渐与旅游联系起来，因为宗教活动场所除了宗教活动的功能外，还可以传播思想、感召人心，弘扬教义的同时可以发掘潜在的教徒。许多基督教的教堂都设有免费开放日对社会开放，非教徒也可以进行参观、听道；宗教活动场所还是文化艺术的基地、是旅游的圣地、是来自社会各个领域的信教群众交流感情的园地。这些都是二者结合的正外部性。但是现在一种令人担忧的现状是旅游

已经深层次的渗入到宗教中，引发了宗教商业化的问题，旅游与宗教之间不再是平等地位的两个独立体的联系关系。这一问题涉及到的主体主要有三方：当地政府和居民、承包商、宗教及其教徒，不同时间期限对不同主体的外部性影响也不一样。下面将按期限长短分别阐述短期和长期不同主体的外部性情况。

### （一）地方政府和居民以及承包商短期内享有正外部性

当下许多寺院都是经营权与所有权相分离，寺院承包给商人以发展旅游业进而拉动地方经济增长。从短期来看，不考虑宗教，就

地方政府、地方居民和承包商来讲，这无疑会带来巨大的正外部性。因为利用像寺院这样的宗教场所盈利所需的成本是极低的，不同于工厂生产产品需要原材料、技术、劳动等投入品，只需场地、廉价的香烛和非盈利的僧人就可以有可观的收入，而且对于承包商、地方政府和居民并没有什么成本需要承担，承担这一切成本的是寺院和信徒。

### （二）宗教活动场所和教徒短期内既享有正外部性又承担负外部性

对寺院以及寺院的僧人而言，既有正外部性也有负外部性。正如我们所知，寺院大多建在深山树林偏僻之地，从而导致交通不便、基础设施不完善。旅游经济给寺庙生活带来了很大改变，交通、水电等公共设施的改善减轻了僧人的工作，再也不用人背马驮搬运东西，同时也惠及了周边的个体住户。

“把充满物质诱惑的尘世作为恶的象征，作为一切苦难的根源，远离尘世、纯洁无染的寺庙自然就是善的比拟，就是离污去垢的净土”这是对寺庙的诠释，但是宗教旅游商业化反而又让寺庙充满物质诱惑、僧人又落入尘世中。各项旅游活动破坏了寺院原本清雅的禅美境界，来来往往熙熙攘攘的游客和手持扩音器的导游让寺院不再是佛门净地，宁静的寺院日渐喧嚣，偌大的寺院竟然安放不下一块僧人打坐的蒲团。游客多了伴随着随处可见的垃圾和繁重的香火，风一吹，纸屑香灰到处都是，破坏寺院的环境。而且游客多的时候不好管理，院内壁画、雕刻、石碑、经书、史料、法器、古具等文物经常会遭到破坏。

除了寺院本身，承受负外部性的还有居住寺内的僧人。无论是主动之为还是无奈之举，一些僧人被安排到各种旅游服务活动中“接待客人”，比如住宿部、素食馆、停车场、法物流通处等，有些小和尚还被安排去打扫卫生、收拾游客丢下的垃圾。僧人从宗教的“全职者”变为“兼职者”，日常修行受到不同程度的影响，法师不得不参与到接来送往的应酬活动，从而占用很多时间，以至于无法专注于佛学修行。每天都有大量游客涌入寺院，有拜佛的、求佛的、学佛的还有毁佛的，人的声音和机动车的声音嘈杂吵闹极易波动人心、僧人不能静修。佛教认为戒能生定，定能生慧。如果僧人没有一个安静的环境，入不了定，就修不了慧，也就无法获得解脱，尤其是在旅游旺季。不仅僧人承担了负外部性，同时朝圣信徒的效用也降低了，真正的宗教需求者的正外部性降低了，甚至带来负外部性，因为他们原本是想修身养性瞻仰佛祖，现在却不得不承受乌烟瘴气的环境。从微观上看这是一个寺院的事，但从宏观上来看就危

及到整个佛教界甚至是整个宗教界，因为这一现象在各个佛教活动场所普遍存在，其他类型宗教的宗教场所也不难发现。长此以往下去定会对宗教产生更大的负外部性。

### （三）宗教短期内承担负外部性

宗教作为一种社会特殊意识形态本身就具有正外部性，旅游的宗教商业化行为相当于把这一外部性商业化。宗教本身是绝对反对这一点的，商业化使无形的思想、信仰有形化，使仪式变得比信仰本身更重要，仪式和信仰的之间是形式和内容的关系，商业化的结果让仪式等同于信仰，上香拜佛供养佛像就是信仰佛教，香火钱、

功德款、供养费越高就越虔诚等等错误的行为和想法已经严重违背了宗教的本身的出发点。而且商业化的过程中出现了种种的道德败坏现象，寺院中出现假僧人、假大师，寺院和旅行社勾结欺骗游客骗取老百姓的钱财，完全不见佛家人的“慈悲为本，常乐为宗，施舍惟机，低举成敬”，放大了人性中不善良的一面。再者寺庙的商业化发展是受到地方政府支持的，二者之间有利益关系，寺庙在面对官员领导和普通百姓时的态度截然相反，官员参观寺庙会受到清场的待遇，全寺上下负责接待，最后还要赠送珍贵的纪念物品，而普通百姓到寺庙拜佛时却屡屡受欺骗。宗教的商业化让宗教圣地也弥漫了浓郁的官场气息，这种把宗教作商品贩卖的行为是宗教遭受的最大的负外部性。

#### （四）宗教及其信徒长期将承担负外部性

目前各个宗教景区存在严重商业化现象，一些地方政府为了发展经济大力推进旅游业发展，在风景秀丽的地方新建寺庙，假寺庙、假和尚的现象层出不穷，以教牟利、借教敛财，从而有非宗教团体在非宗教活动场所搞宗教活动、接受宗教性捐赠的现象。这就是宗教商业化的一个严重弊端——滋生了欺骗，危害社会正常秩序的建立、加剧社会矛盾的激化、加速社会道德沦丧的步伐，严重影响和谐社会的构建，极易摧毁已经建立起来的信任。因为文明是不断交换出来的，是正外部性的传递，当你不再受欺骗的时候，你更有动力不去欺骗他人。

不仅是宗教旅游地，其他名胜景区也经常有宰客现象发生，比如 2017 年冬天国人一直关心的雪乡宰客事件。这无疑对诚信的构建带来了负外部性，而且弥补这种负外部性要比造成它的难度大得多。就长期来看，不论是对当地政府、当地居民还是经营者和寺院自身，都是非理性的选择，都将承受负外部性。首当其冲的还是寺院自身，长期被当作一种商品宣传、销售，神圣的宗教活动则逐渐世俗化和商业化，寺院与世俗合流、丧失初心，宗教逐渐变质，侵害宗教自身的健康发展，损害了宗教传统文化价值与作用的发挥，误导人们对宗教的认识，让教徒、佛教和宗教界蒙羞。

我们反对的是宗教旅游商业化行为，而不是旅游本身。无休止的旅游开发长期会影响到佛心、佛性，商业化让神圣氛围和宗教气氛不断消失，商业化旅游追求的富丽堂皇，与佛教向往的清静道场存在巨大的张力。作为一种世俗化的形式，旅游不仅冲刷着佛教的神圣氛围，还不断动摇出家人的道心，信仰不坚定的僧人很可能会

还俗，真正想修行的僧人会另择僻静处修行，愿意留下的只能徒具僧人之名，而无修行之实，寺院只剩下一个空壳子，专门提供给游客烧香、拜佛。这实际上是在驱逐僧人，动摇佛教的基石。当达到一定程度时，寺院就只剩下空壳子，佛教就只剩下空架子，面临衰亡的危险。

### （五）地方政府和居民、承包商长期也将承担负外部性

其次是承包商，“为商诚信不欺”，中国自古以来崇尚诚信为商，只有诚实守信才能走得更远，经营者置宗教文化于不顾仅图一时之利欺骗信徒、游客，当谎言被揭穿的时候身败名裂的也是经营者。最后是当地政府和当地居民，贪图眼前的短期利益，没有让文化得到很好的保护，虽然获得了物质上的财富但是损失了精神财富，而且一旦问题暴露出来以后会造成更多的问题。为何各大名山纷纷

选择上市，终究还不是因为眼前利润空间大。但是上市之后真的长期有利吗？

此处列举 1997 年上市的佛教名山峨眉山 A 和 2015 年上市的九华旅游为例进行说明。从东方财富网的数据可以看出，2009-2011 年，峨眉山 A 的营业收入增速分别达 53%、22%和 23%，自此之后，其营收增速仅有在 2014 年超过 20%，为 20.3%。2015-2017 年，峨眉山 A 的营业收入增速分别为 7.23%、-2.25%和 3.59%，可见近年发展速度明显大不如前（见下图）。2015-2017 年，九华旅游营业收入分别为：4.01 亿元、4.01 亿元、4.46 亿元，可见上市并没有为其营业收入带来多大增幅。而且，根据 2018 年第一季度报，九华旅

游实现营业收入 1.13 亿元，同比下降 7.16%；净利润 3036.74 万元，同比下降 18.41%。

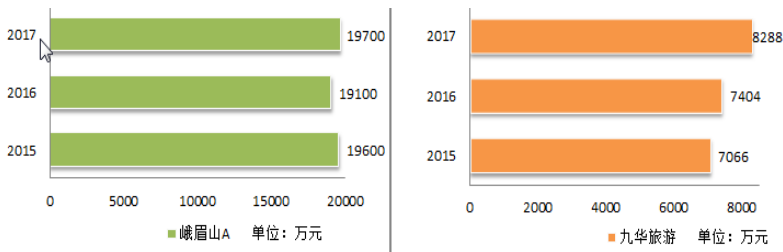


图 12-4 峨眉山和九华山历年旅游收入

不仅是承包商，长期来看，当地政府和居民也将承受负外部性。正如文章开始部分提到的在新闻报道出来之后，岩泉寺一下子无人光顾，寺院内的工作人员面临着失业，外界对岩泉寺的好感度骤降，当地旅游业受到影响，牵连到地方政府政绩，受到影响最严重的仍然是长居于此的人们。

### 三、宗教旅游产生的外部性——国家层面

以上的仅仅是从个体层面上分析宗教旅游，其对当地政府和居民、承包商、宗教及其教徒三个主体方面产生的正的或负的外部性，我们不妨再换一种角度，从国家层面上进一步分析宗教旅游所能产生的外部性。

众所周知，教育和医疗行业的好坏对这个社会所产生的影响绝对是不可能用金钱来衡量的，二者是关乎国家前途命运的行业。首先，如果一个国家拥的教育行业的发展是积极向上的，那么该国国民的道德素质和学养就会一代比一代强，对整个社会风气的带动也会越来越明显，最终受益的也是我们普通大众。其次，如果一个国

家的医疗行业的发展方向是有益于人民的，那么人的生命健康就会得到起码的保障，那么全民健身就绝对不再只是一种口号，进一步来说，人的身体素质也会得到加强。教育和医疗对于人的影响，一内一外，相互促进，相互补充。

一个没有好的医疗和教育的国家，不是一个具有后续发展动力的国家，注定会被整个世界所淘汰。不健康的医疗产业和落后的教育产业对人产生的影响是多方面的，身体不健康和内心的不道德所产生的危害是不言而喻的。必定影响的是这个国家的软实力，社会风气和生活环境恶化，到最后损害的还是我们普通大众的自身利益。

通过上述对教育和医疗的外部性的描述，我们很自然地就可以发现宗教旅游是一个特殊的教育、医疗产业。

### （一）宗教旅游的教育及教化功能

首先，宗教旅游具有像教育产业一样的教育、教化功能。宗教旅游的国民教育、教化功能主要是通过宗教场所或通过宗教实践活动，潜移默化地接受宗教的道德、思想、历史、文化的熏陶。宗教旅游就像教师在课堂传播知识一样，传递的是一种积极向上的正能量。不断提高自身的内在素质，进而自觉地提升自身思想意识和行为方式。宗教旅游通过对个体的影响来带动相关群体和整个社会的进步。

在十三届全国人大一次会议的第四次全体会议上提出的国务院机构改革方案，决定不再保留文化部、国家旅游局，组建文化和旅游部。把旅游和文化结合在一起，正是彰显了旅游的教育、教化功

能。这也正与我们认为旅游业特别是宗教旅游对国民素质有巨大影响的观点不谋而合。

## （二）宗教旅游的健康功能

其次，宗教旅游也具有像医疗产业类似的健康功能。旅游本身就是一种常规的健身方式，游山玩水总会给人们带来心灵上的愉悦和身体上的享受。随着人们健康观念的加强，宗教旅游从小众化市场走向更多人的视野。例如游客喜欢的佛教四大名山，就是一个很好的旅游景点，那里远离城市的喧嚣，人们在宗教文化的浸润中，不知不觉地锻炼了身体，呼吸了新鲜空气，何乐而不为呢。也正是因为这样才有更多的旅游者参与进来，全民健身的概念得以更广泛地体现。进步的国民身体素质对整个国家的战略也会有极大的促进作用。

正如《“健康中国 2030”规划纲要》所说的那样：支持发展健康医疗旅游等健康服务新业态，积极发展健身休闲运动产业，不断满足群众日益增长的多层次多样化健康需求。这样一来，把旅游与健康连接在一起。被称为“长寿村”的广西巴马县，近年来游客络绎不绝。四年前，其作为我国第一条世界级养生旅游线路的“神奇桂西”，有着优美的自然风光和独特的养生传统。宗教旅游场所例如佛教四大名山、伊斯兰教四大圣地、各种寺庙都是可以去游览，锻炼身体的同时，学习僧人或教徒的养生习惯，感受他们在世俗喧嚣的世界中如何保持平和的心态。这样的宗教旅游绝对是旅游业中最有益于身心健康发展的，也是我们普通大众所追求的和向往的。

但是，在当今社会，宗教旅游的过度商业化，就像本文刚开始提到的一样，神圣的宗教旅游已经变味了。一些不良商人利用宗教对游客进行道德绑架，到处充斥着虚伪与欺骗，偏离了其原本正常的发展方向。其教育、教化功能和健康功能便不再被体现出来，而且会适得其反。就像教师在教室里面对学生教授了错误的知识，传播了虚假的道德思想。就像健身的时候呼吸了难闻的空气，看病的时候买到了昂贵且劣质的药物。宗教旅游在这种大环境下所起的完全是负作用。这样会教坏了人民，抹黑了国家形象。长久下去，会降低国家软实力和竞争力。这不得不引起人们的深思，这更应该引起国家的重视。

#### 第四节 过度商业化导致了宗教旅游的正外部性缺失

从我们上文的分析中我们可以得出，宗教旅游是有外部性的，而我们的目的当然是让宗教旅游的最大限度地发挥正外部性。显然，就目前看来，并没有取得我们想要的结果。这使得我们不禁要思考到底是什么限制了宗教旅游正外部性的发挥。

##### 一、非营利性组织的过度营利

普陀山上市，使得宗教旅游更好地发展经济。岩泉寺的所有权归金星街道办事处，经营权外包于私人老板，使得宗教旅游更好地服务当地经济的发展。两者就是将宗教旅游进行商业化的典型案例，其经济学本质是将公共物品的私有化，使非营利项目成为营利项目

了，这种做法虽然能够提高公共物品的使用效率和经济效率，但一旦拥有了“营利”的基因，就无法阻挡“营利中利益的贪婪。

但是，就像我们前文所说的那样，宗教旅游的价值绝不是仅仅体现经济利益方面，更多的功能无法用物质利益或金钱来衡量。宗教旅游所包含的价值观和对人民、国家、世界所产生的正外部性也是极其重要的。那么我们开发者或提供者应该从一种特殊的角度看待宗教旅游，不应该让它单纯地来发展经济，私有化提高效率。将宗教旅游简单地看作是一个公共物品，通过公共物品私有化来提高效率，发展经济，这种开发逻辑对宗教旅游来说是错误的，或者说不合适的。

为什么会有这样的结果呢？当地政府盲目地追求 GDP，大力发展经济是一个原因，还有一个重要的原因就是宗教旅游的提供者和开发者对宗教旅游没有一个正确的认识，没有认清宗教旅游本身所具有的最大价值。只看到它的效率问题，没有看到它的外部性问题。宗教旅游是可以提供正外部性的，而且它能够产生的正外部性极大，具有不可替代的作用。我们应该维护宗教旅游正外部性的发挥，而不是注重效率发展经济，因此也就需要我们站在长远的角度、站在国家战略发展的角度、站在更好地造福社会的角度去考虑。

诸如中国的四大佛教名山，它们本身是全人类共同的财产，人人都有权利无门槛游览。但是现在却被圈起来包装上市征收门票，虽然大部分的景区都收取门票，但我们还是要去考虑这样一个问题，对待宗教旅游当地政府这样做是否真的适合？跑马圈地、资产上市套现已经到了疯狂的程度，从少林寺到法门寺，这些清静千年、涵养心灵之所，在某些人眼里就是生财利器。公共资源上市助长了争

夺资源跑马圈地之风，这对于旅游业形成了严重的负面激励，无法更好地发挥宗教旅游的正外部性。

## 二、正外部性成为收费借口

资产货币化过程没有穷尽，土地货币化、矿产货币化等还在可以接受的范围内，但隶属宗教资源的寺庙道观货币化令人匪夷所思。公共资源集团化，集团资源个人化，最终所有的溢价、套取的资金，通过模糊的地方预决算，到了该去的地方。如果全球所有的公共资源从卢浮宫到黄石公园、故宫全部打包上市，如果所有的宗教资源从西班牙巴塞罗那城的教堂、柬埔寨的吴哥窟、中国的法华寺全都打包上市，那我们真不知道还有什么是不能上市的了。

宗教旅游的私有化，从而加速了宗教旅游的过度商业化，纵然对经济发展有了一定的促进作用，但不能把宗教和宗教旅游资源的正外部性当成收费的借口。从上文的论述中，相信大家已经有了一定的认识：一个好的向上的旅游尤其是宗教旅游带给社会以及居民的各个方面（包括综合素质、道德素质等方面）的正外部性，绝对大于过度商业化所赚取的物质金钱。

## 三、淡化了宗教旅游的社会意义

我们可以从社会意义角度再来进一步做一个简单的分析。前文中提到，当今社会旅游（包括宗教旅游）给社会造成的影响堪比教育和医疗。教育和医疗如果能被国家合理运用，来让这个国家变得更好，这事它们的社会意义。如果没有正确地去使用这两个重要的

工具，那么最终这个国家也会因此走下坡路。而在当今如此发达的社会，旅游也同样如此。一个好的旅游资源（包括宗教旅游）传达给人们的是一个积极向上的信号，一种向上的激励，转而对社会是有益的。而一个错误虚假旅游资源给人们传达的是消极的信号，人们从而变得更加憎恶这个社会，那么不言而喻，对社会是有害的。

从国家统计局年度数据和 2016 年全国旅游业投资报告中可以得出，近几年国家对于教育，医疗卫生，旅游投资方面的支出，呈现逐年上升的趋势。

表 12-1 全国旅游业投资情况

单位：亿元

年份	2012	2013	2014	2015	2016
教育	21242.1	22001.76	23041.71	26271.88	28072.78
医疗	7245.11	8279.9	10176.81	11953.18	13158.77
旅游	4064	5144	7054	10073	12997

从单纯的国家旅游经费的投入来看，我们不难看出，国家对于旅游的投入力度逐年加大。一方面是为了加大好的旅游的正外部性，另一方面也是去有足够的投入来防止旅游向错误的方向发展，产生负的外部性。也就是通过间接增加旅游对个人的正外部性，间接减少旅游对个人的负外部性。

那么我们可以进一步地简单地作一个反面的设想，宗教旅游的本质是让人们更加全面地发展。如果宗教旅游的本质发生改变，出现伪宗教旅游或者假大空并带有欺骗性质的宗教旅游，那么我们所受到的负外部性的影响会直接关系到我们每个人，从而也间接影响着国家的健康发展。这种负的外部性如果单纯地靠国家力量是绝对

弥补不回来的，所以带来的只是表面上的繁荣，但从本质来看，其实是造成了社会效益的更大的损失。

## 第五节 让宗教旅游回归初衷

### 一、宗教旅游的初衷

宗教之所以长盛不衰，一直延续至今，是因为宗教的最原始的初衷大多都是提供着正外部性，使人们受益，为人们所接受。无论时代如何发展变迁，都不曾让其淘汰，也不曾使之改变，而是愈发的珍贵，让人们敬仰。

#### （一）人类的文化遗产

宗教自发展创立以来就一直是全人类共同的文化遗产，也是人类在追求真理的道路上的智慧的结晶，对人类自身的发展，对国家长治久安都有不可估量的益处，国家和社会本来就有义务和责任去使它变得更好，它本来就不存在任何商业化因素，更谈不上什么所谓的私有化，更何况带有欺骗性质的不合理的收费。因此不能主要把神圣的宗教来发展当地的经济，而是更大限度的去扩大它的正外部性。

#### （二）坚持非营利组织模式

宗教这种文化现象、社会特殊意识形态，无论是基督教、伊斯兰教、佛教还是其他宗教它们的一个共同宗旨：导人向善，以慈悲、博爱、和平为真谛。宗教不应该是贫穷、弱者的同义语，而应该是贫穷、弱势群体的组织依赖，同时也不仅仅是一个象征型精神依赖，

更是一种繁华浮躁社会的心灵寄托。所以说宗教从诞生以来就不应该是用来营利的，宗教组织本应该是非营利性组织（NPO）。那么什么是非营利组织呢，非营利性组织（NPO）是一类不以市场化的营利目的作为自己宗旨的组织。非营利组织应该跟政府和企业一样重要，甚至在未来的社会模式下，应该占主导地位。宗教与宗教旅游更应该以为人类创造福祉的姿态去发展，引领一个更有爱心的发展模式。

现代社会发展复杂多变，社会问题也是层出不穷，对于这些问题，到底是由看不见的手——市场来解决，还是有看得见的手——政府来解决，需要我们来合理做出选择。但是事实证明，在市场失灵的方面也有很多问题政府的干预并没有解决好。政府和市场明，依然有很多的问题不管政府和市场好像都没有解决好。总有一些问题存在着市场本身依然存在着很多缺陷，“解铃还须系铃人”大量社会事务可由社会自行解决。我们的社会本质上是一个公民社会，未来的许多问题我们可以利用自己的力量去尝试解决。“小政府，大社会”将来一定会成为一种新的社会发展趋势。而非营利组织恰恰扮演着这种角色，该组织是以自由、平等、尊严为前提，以爱心为动机的一个正外部性的孵化器。宗教旅游更应该像一个非营利性质的组织，而不应该被过度商业化，失去其应有的价值。

### （三）众筹、捐赠与慈善模式

宗教旅游应该探索一个面向未来、面向全人类的最优和最合理的模式，在各个宗教活动场所纷纷商业化的大环境下，还在坚守宗

教本质的已不多见。而众筹、捐赠与慈善模式可以为坚守宗教本质创造有利空间。

### 1. 众筹模式

在国外，创意产业从业者通过“众筹”这一网络融资模式崭露头角已不是新鲜事。近年来，不少国家的博物馆越来越多地接受和采用众筹，将其作为获取资金支持的重要补充手段。

众筹的兴起源于美国网站 **Kickstarter**，该网站通过搭建网络平台面对公众筹资，让有创造力的人获得所需要的资金，实现梦想。众

筹的兴起打破了传统的融资模式，每一位普通人都可以通过众筹获得从事某项创作或活动的资金，使得融资的来源不再局限于传统金融机构，而可以来源于大众。

美国博物馆对众筹的偏爱在很大程度上受到尼古拉·特斯拉博物馆的启发。2012年，美国一家漫画网站的创始人马修·因曼在 **Indiegogo** 众筹平台上发起集资计划，为尼古拉·特斯拉博物馆购买场馆。尼古拉·特斯拉是19世纪末20世纪初的美国电机工程师，制造出世界上第一台交流发电机。博物馆选址于特斯拉生前在纽约的实验室，产权价值约160万美元。该计划的集资目标是85万美元，在短时间内成功筹得137万美元。在此之后，因曼不断为博物馆的建造和装修发起众筹计划，共计筹款800万美元。

## 2. 劝捐模式

宗教资源可以仿照国际博物馆的劝捐模式。从资金来源上看，国际大型博物馆除依靠政府资助外，社会机构和个人捐赠是维持运转的主要资金来源。其中劝捐是博物馆一项重要而艰巨的任务，因为这是一个建立包括个人、企业、基金会、各级政府在内的多层次网络的长期系统工程。博物馆一般设有专门劝捐部门，该部门针对不同的赞助者制定出不同的劝捐策略。

辽宁省海城市的大悲寺就是一个这样的存在，不收取门票费用，免费向外界开放，没有功德箱，僧人一心潜修。所有佛事活动不收钱，整理的所有经书免费发放。寺规森严，寺院没有任何经营买卖行为。即使这样也没有和社会脱离。依靠友善的信仰者自发捐赠，另外僧众也种田自给自足。随着互联网的普及，寺院也有自己的网站：“溯源佛教网”。在这个浮躁的社会他们仍坚守着这一方净土实属不易。这个大悲寺就是一个纯粹的没有商业化的合理的经营模式。

## 3. 慈善模式

北京市仁爱慈善基金会曾参与 2008 年四川汶川特大地震、2010 年玉树地震、舟曲泥石流、2011 年云南盈江地震、2013 雅安地震、2014 年海南文昌风暴、云南鲁甸地震等灾害救助，定位于做政府主流救灾体系的补充者、民间公益组织的协调者、灾民可以信赖的服务者和陪伴者、灾后原生公益力量的培育者。中国佛教协会为中国残疾人福利基金会捐款；向修复长城、抢救大熊猫等公益事业资助；为大兴安岭林区遭受特大火灾的人民捐助；向云南省临沧、耿马遭受地震的上座部佛教界捐助等等。

宗教组织的公益慈善事业作用巨大，但是目前中国宗教组织能成功从事公益慈善的不多，截止 2017 年 5 月末，大陆宗教背景的基金会 62 家，占全部 5919 家基金会总数的 1%；这个比例远低于中国信仰五大宗教的人口约占总人口的比例为 11%。但是在台湾，宗教组织的慈善事业做的比较成功。台湾的大型佛教团体建立了大学和医院，其中的慈济基金会在向全世界输送医疗和紧急援助方面相当成功。慈济基金会从 60 年代开始靠着一位尼姑和少量俗家弟子的力量起家，他们不是依赖别人的施舍，或者靠提供仪式服务生存。相反，他们靠销售手工品来支持基金会并把资金用于为穷人提供医疗照顾。

慈济基金会是目前台湾最大的社会团体，在世界各地拥有几百万会员。他们在洛杉矶的穷人区提供免费的医疗诊所，在亚洲运作着最大的骨髓移植数据库，在马来西亚协调废品回收项目，还对世界各地受自然灾害侵袭地区提供紧急救援。慈济基金会成功的地方就在于他不是简单的向资助者资助款项，而是注重从根源上解决问题。例如，在医疗护理上，他们不仅仅是为需要救助的人支付部分护理费用，而且争取通过直接提供医疗护理、培训医护人员来改进改革整个医疗体系。

## 二、宗教旅游中爱的传递理论

宗教旅游的发展最终应该像一个虔诚的传教士一样。首先要坚定的信仰宗教，是一个纯粹的信仰组织，不掺杂任何的私心和功利主义，以传播宗教信仰为己任。因为宗教信仰发展至今，不断的完

善和丰富。它象征着全人类所具有的普遍文化特征，是人类精神的阶段性体现，能够提高人们的精神境界。

宗教信仰本来就不属于某个特定的宗教场所，宗教组织更不能借着宗教信仰的名义通过发展旅游来获取物质财富。宗教信仰是全人类共同所有，不是私有的。因此各个宗教场所发展宗教旅游就要把本来属于大家的宗教信仰更好地传递给大家。当地政府、企业、宗教组织有责任义务去把它发扬光大，将宗教信仰中的宝贵的精神财富无私地传递给更多的人。

### 三、宗教旅游如何回归初衷

宗教组织以及相关人员在端正自己的心态，不应当以盈利为目标，甚至是利润最大化为目标，而是应该将宗教向有利于全人类的方向引导，比如应当倾注更多心血发展宗教组织这一非营利性组织的事业——公益慈善。宗教界开展公益慈善事业的领域主要集中在安老助学、赈灾救灾、扶贫济困、医疗卫生、社区服务、心灵慰藉、环境保护、职业培训等方面。宗教慈善团体在社会各领域也发挥着重要作用。

#### （一）宗教旅游应提供精神栖息地

宗教组织应该发展的道路，不但要提供精神上的栖息地，提高人们的精神境界，让人们全面发展。而且也要关注现实生活中社会的需求，促进社会的进步。而不是过度商业化使得宗教或宗教旅游原有的正外部性遭到破坏，宗教可以靠信仰者自愿捐赠的形式或者靠受到精神感动的人的爱心捐赠来获得一定的收入，从而去帮助更

多需要帮助的人，而不是披着宗教的外衣去道德绑架，破坏宗教的神圣、损坏宗教的威严，置宗教的真正需求者于不顾，为某些人或某些团体谋取私利，破坏宗教所原本拥有神圣。

## （二）避免信仰的商业化

宗教旅游本来存在的意义就是让国家变得越来越好，让每个民族的人们变得越来越善良，提高人们的综合素质，是去提供正外部性的。而我们所要做就是让宗教旅游产生的正外部性发挥到极致。如果单纯的去过度商业化发展当地经济，那么给社会造成的好的或者坏的影响，远远不如宗教本身的神圣所给与的正外部性。过度的商业化和私有化使得人们没有了敬畏，没有了信仰，从而人们的道德也会因此下降，那么社会的进步和国家发展也就无从谈起。坚决制止与宗教相关的公共物品、公共资源私有化。我们应该以促进国家发展、社会进步、人民综合素质提高为出发点，真正认清宗教旅游背后的价值，以最大发挥正外部性的好的发展模式和开发逻辑对待宗教旅游。让宗教旅游回归初衷，归还宗教本来的一片宁静。

## 第十三章 爱+消费

### 第一节 故事

筷子是亚洲饮食文化的一个符号，但大量生产一次性筷子也对森林造成巨大破坏，进而进一步加剧气候变化。根据联合国 2008 年的一份报告，亚洲每年消失的森林面积达到 1.08 万平方英里（约合 2.79 万平方公里），其中有很多树木“沦为”一次性筷子。毫无疑问，一次性筷子成为森林面积减少的一大罪魁。

中国每年生产一次性筷子达 570 亿副。筷子是绝大多数亚洲国家最重要的餐具，与其他亚洲国家相比，日本和中国更倾向于使用一次性筷子。在中国，小餐馆更青睐于一次性筷子，大一点的餐馆则更多地使用塑料筷子。在日本，一次性筷子也是随处可见。在纽约或者伦敦的寿司店，你可能要使用一次性木筷，如果是越南餐馆，则可能是塑料筷子，韩国餐馆则趋向于使用金属筷子。

根据中国国家林业局提供的数字，中国每年生产的一次性筷子数量高达 570 亿副左右，相当于砍伐 380 万棵树。大约有 45% 的一次性筷子由杨木、桦木或者云杉木制成，余下的则由竹子制成。可以说，一次性筷子成为森林面积减少的一大罪魁。中国生产的筷子一半在本国使用掉，另一半中有 77% 出口到日本，21% 出口到韩国，2% 出口到美国。

生产一次性筷子导致大面积森林被“无辜”砍伐。根据联合国 2008 年的一份报告，亚洲每年消失的森林面积达到 1.08 万平方英里（约合 2.79 万平方公里）。如果想遏制气候变化，这种趋势必须

“叫停”，因为树木在吸收二氧化碳过程中扮演重要角色。一个地区的森林覆盖率若高于 30%，而且分布均匀，就能相对有效地调节气候，减少自然灾害。我国的森林覆盖率仅为 12%，分布也不均匀，属于少林国。目前，世界上的森林正以每年 1800 万~2000 万公顷的速度消失，自 1950~1980 年间，全世界的森林面积减少了一半。破坏森林会产生一系列严重的后果。

1. 水土流失。森林被砍伐后，裸露的土地经不起风吹雨打日晒。晴天，由于太阳曝晒，地温升高，有机物分解为可溶性矿质元素的进程加快；雨天，雨水直接冲刷，把肥沃的表土连同矿质元素带进江河。据估计，我国每年约有 50 多亿吨土壤被冲进江河。

2. 流沙淤积，堵塞水库河道。黄河水中的含沙量居全球之冠，洪水到来时，水、沙各占一半。由于流沙淤积，黄河下游有些地方的河床比堤外土地高出 12 米，甚至比开封市的城墙还高，严重威胁人民的生命和财产安全。

3. 环境恶化，灾情频繁。海南省万宁县的森林覆盖率原来高达 63%，由于有森林调节，本世纪四、五十年代没发生过干旱。后来，人为的破坏使那里的森林覆盖率降至 9.8%，从此以后，自然灾害纷至沓来，从 60 到 70 年代，平均每 10 年就有 6 年闹旱灾，致使 21 条河的河水断流，3/4 的农田受旱减产，25 个水库干涸。特别是森林被毁，使一些珍稀动物失去繁衍基地。那里的动物就难以生存。我国的海南坡鹿、华南虎、黑冠长臂猿等珍贵动物都由于生境遭到破坏而濒临灭绝。

## 第二节 大众消费观

各国开始关注一次性筷子问题，国家从加征税收的角度调节一次性木块的生产，同时，部分环保人士倡议重复使用一次性筷子等减少一次性筷子的消费。

一些美国艺术家同样用自己的方式关注一次性筷子问题。旧金山艺术家小泽圭子收集了 17 万副用过的一次性筷子，创作抽象作品。她说：“日本餐馆尤其喜欢使用一次性筷子，同时并不对用过的一次性筷子进行堆肥化处理或者回收。”

2007 年，中国开始对一次性木筷征税以保护环境。随着这一政策出台，日本开始更多地从越南、印度尼西亚和俄罗斯等其他国家进口筷子，而不是选择淘汰。值得一提的是，日本是世界上森林覆盖率最高的国家之一，达到 69%。此外，日本也是一个非常注重垃圾回收的国家，餐馆往往准备多个垃圾箱，对垃圾进行仔细分类。

这样一个国家为何痴迷一次性筷子令人感到费解。成本显然不是一个因素。在日本，可重复使用筷子的售价为每副 1.17 美元，由于可以重复使用，成本反而低于使用一次性筷子。可重复使用筷子大约可使用 130 次。一次性筷子的售价大约在 2 美分左右，130 副的价格达到 2.6 美元左右，显然高于可重复使用筷子。

一些顾客可能因为担心不卫生而不愿选择可重复使用的筷子。“绿色和平”组织指出，一次性筷子除了不利于环境外，同样对消费者的健康构成潜在威胁。在中国，虽然制定了产品标准，但监督有时并不到位，尤其是对小工厂。据中国媒体报道，一些生产一次性筷子的小工厂居然在加工时使用工业用硫磺、石蜡、过氧化氢、

杀虫剂以及其他一些有害化学制品。石蜡是一种致癌物质，过氧化氢可破坏消化系统。随意丢弃用过的筷子可污染水并降低土质。

日本尚未通过立法方式解决这个问题，但也出现一些喜人的变化。目前，一些餐馆开始提供塑料筷子，但同时也准备一次性筷子，以便有客人提出这种要求。在遍布日本的便利店，店员会询问顾客是否需要一次性筷子，而不是默认将筷子放入结账袋。此外，一些餐馆还对自带餐具的顾客进行打折优惠或者提供一杯免费茶水。

在中国，2000家北京和广州餐馆放弃木筷，一家餐饮网站也表示与其合作的餐馆均使用可重复使用的筷子。2010年，中国政府签发一份通知，鼓励餐馆提供可重复使用筷子，但“绿色和平”组织表示这份通知并未提到实现这一目标的举措。“绿色和平”发言人李艾宏说：“越来越多的大学生和白领在就餐时自带筷子，这是一个积极现象，但一次性筷子问题仍然十分严重。”亚洲开始推广使用便携筷子

行动主义者指出必须所有人共同努力才能逐渐改掉使用一次性筷子的习惯。目前，亚洲的很多商店都在销售简装或者精装的筷子。这些筷子可以放进小包、背包或者公文包，易于携带。在中国，“绿色和平”东亚分部等组织正采取行动，提高公众对一次性筷子问题的关注度。2010年12月，来自中国20所大学的200名学生从北京的餐馆收集了8.2万副用过的一次性筷子，而后利用这些筷子造了4棵树，每棵高16英尺（约合5米），形成一个迷你“一次性筷子森林”。此外，他们还走上繁华的北京步行街，邀请4万行人签署一份抵制一次性筷子的请愿书。

### 第三节 消费需求是生产的本源

砍伐森林进而生产、出口一次性筷子的是处于产业链中的各生产企业，一次性筷子问题或者说森林过度砍伐是否完全归责于追求利润的企业生产行为？无论是西方经济学还是马克思主义的政治经济学理论告诉我们市场中生产与消费是通过交换联系在一起，直接来看生产为消费提供了对象，但进一步看，消费对生产有重要的反作用，消费拉动经济增长、促进生产发展。第一，只有生产出来的产品被消费了，这种产品的生产才算真正完成，消费的这一作用也叫做“消费是生产的目的”。第二，消费所形成的新的需要对生产的调整和升级起着导向作用。消费的这一作用也叫做“消费调节生产”，指需求的数量和质量调节供给的数量和质量。如汽车的需求量增加必然带动汽车产量的增加，对汽车性能要求的提高必然推动汽车产业的升级。第三，一个新的消费热点的出现，往往能带动一个产业的出现和成长。消费的这一作用也叫做“消费是生产的动力”。第四，消费为生产创造出新的劳动力，能提高劳动力的质量，提高劳动者的生产积极性。

不同的消费行为反映了不同的消费观，在经济学的理论中，消费行为又是如何产生的呢？消费者行为，是指人们为了满足自己的欲望而利用物品效用的一种经济行为，即人们在市场上做出的购买决策和购买行动。需求是有购买力的需要。在预算约束下，满足效用最大化的选择。效用是消费者对消费某种物品或劳务所获得的满足程度的主观评价。效用因人而异、因地而异、因时而异。有两种测量商品效用的方法，即基数效用论和序数效用论。

## 一、基数效用论下的消费者行为

传统消费者行为理论在传统消费者行为理论中，效用水平是用特定的商品组合来描述的，如下式所示：

$$U = (x_1, x_2, \dots, x_n) \quad (1)$$

其约束条件为：

$$\sum p_i x_i = I \quad (2)$$

其中，角标  $i$  表示第  $i$  种商品， $x_i$  为该商品的消费数量， $p_i$  为其市场价格， $I$  为实际货币收入。在(2)式的约束下，消费者的最优商品消费计划为：

$$MRS_{ij} = \frac{P_i}{P_j} \quad (3)$$

其中， $MRS_{ij}$  为  $i$  和  $j$  两种商品的边际替代率，即，在维持效用水平不变的前提下，家庭增加一单位某种产品的消费数量所需要放弃的另一种商品的消费数量。(3)式意味着，在决策均衡点，产品的边际替代率等于其价格之比。

所谓消费者均衡，是指能使消费者实现效用最大化的均衡购买行为。消费者均衡的原则或预算分配原则，是指消费者在花掉其全部收入的情况下，使花费在每一种商品上的最后一单位货币所提供的边际效用都相等。例如消费者购买 A、B 两种商品的组合，当达到均衡时，实现效用最大化的 A 和 B 的购买组合是一个特定的。

消费者剩余：消费一定数量的某种商品愿意支付的最高价格与这些商品的实际市场价格之间的差额。一种物品的总效用与其总市场价值之间的差额。

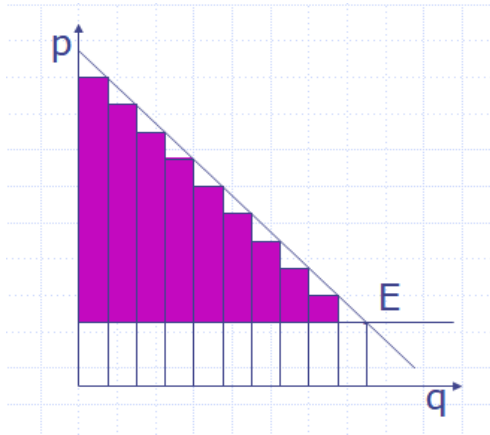


图 13-1 消费者剩余

## 二、序数效用论下的消费者行为

基数效用论的难题：各种商品的效用大小难以准确计量；效用受相关商品数量变动的影晌。

A、B 两种商品，其效用为  $U(A)$ 、序数效用论认为，效用不是数量多少的问题，而是顺序先后优劣的问题，故应按消费者对不同物品的偏好程度，用第一、第二、第三…等序数加以排列。这样人们不必说出每种商品的绝对效用是多少，而只须按偏好程度排列出相对效用即可。

### (一) 无差异曲线:

无差异曲线是表示在偏好既定条件下,能给消费者带来同等程度满足的两种商品的不同数量组合的点的轨迹。这是消费者主观偏好在坐标图上的几何表示。

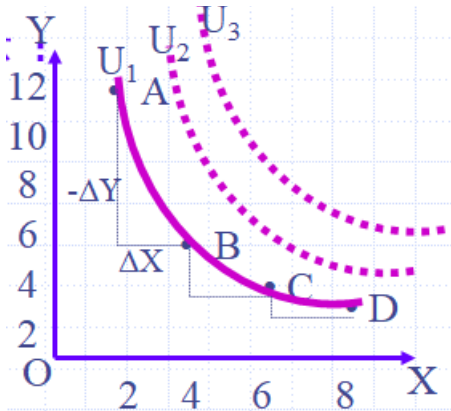


图 13-2 无差异曲线

边际替代率是指为了保持同等满足程度,增加一种商品的数量同必须放弃的另一种商品数量之间的比率。例如增加 X 商品的数量必须放弃一定量的 Y 品,就是以 X 商品替代 Y 商品的边际替代率。如果用  $MRS_{XY}$  表示边际替代率,则公式为:

$$MRS_{XY} = \frac{OY_2 - OY_1}{OX_2 - OX_1} = -\frac{\Delta Y}{\Delta X}$$

### (二) 消费者均衡:

$$\Delta X \cdot MU_X = \Delta Y \cdot MU_Y$$

$$MRS_{XY} = -\frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{MU_X}{MU_Y}$$

$$MRS_{XY} = \frac{MU_X}{MU_Y} = \frac{P_X}{P_Y}$$

#### 第四节 消费理论的局限

如果仅仅从消费者实现自身效用最大化的角度看待消费需求，那么消费者使用一次性筷子的确能够满足消费者使用筷子时方便、价廉的需求，与使用其他替代品相比，一次性筷子的使用，不失为一种获取消费者更大剩余的理性选择。如果仅仅从消费者自身满足的角度看，无论是食用鱼翅还是熊胆入药，都必然是满足了某类群体的消费需求。看似逻辑自洽、无可厚非的消费行为背后，消费者的选择是否真如经济理论所言的这般“理性”？

##### 一、个人主义消费观的局限

显然，任何消费者的经济行为都融入在经济生活中，直接或间接的对他人和世界产生影响。消费者与生产者一样，具有消费外部性。消费（者）外部性是指个人或家庭的消费行为影响他人或社会，但个人或家庭并未因此而付出相应补偿或取得相应报酬，也即是消费行为对他人或社会产生了正外部性或负外部性。与生产者外部性相比，消费者外部性具有如下特点：

- 1.消费外部性的产生主体是消费者。生产外部性产生的主体是生产者。与之相对应，消费外部性由消费行为所产生，因此消费外部性产生的主体是消费者。

- 2.消费外部性的产生主体具有众多性、分散性。这是由第一个特点所带来的。正因为消费外部性的产生主体是消费者，而生产外部性的产生主体是生产者，消费者远多于生产者。目前，地球上

65 亿人口，同时也就意味着有 65 亿消费者，几乎每一个消费者的消费行为都或多或少地会产生外部性，所以消费外部性的产生主体众多。同时，消费者也远比生产者分散，所以消费外部性与生产外部性相比就更加分散。

3.消费外部性主要表现在日常生活消费中，即体现在衣、食、住、行、用等方面。从实践中看，消费者的消费活动，无论是衣、食、住、行还是用都会产生外部性。特别是衣着消费中片面追求时尚、食品消费中的过度包装消费、用品消费中的一次性物品消费、交通消费中的轿车消费等等，都产生了严重的消费的外部性。而相比之下，生产外部性则产生于各种生产过程中。

4.消费外部性具有累积性、渐进性，即每个消费者日常消费行为的外部性都很小，因为与企业相比，每个消费者日常消费量很有限，但这种微小的消费外部性日积月累会“汇合”成为巨大影响，对环境产生巨大的危害，这就是经济学家所称的“微小行为的恶行”。

5.每个消费者产生的消费外部性的多少既与宏观的消费水平、消费结构相关，也与微观主体的消费习惯、消费水平、消费结构、消费方式等相关。

从宏观方面说，例如发达国家消费水平高，轿车普及，其居民消费结构中的重要组成部分就是轿车消费，而发展中国家轿车消费并未普及，绝大多数居民以自行车作为交通工具。由于轿车消费具有明显的外部性，因此，总体上说，发达国家消费者在交通消费方面所产生的消费外部性比发展中国家消费者多。

从微观方面说，例如，对于同样消费一件带有纸包装的衬衫，一个消费者把纸包装分类回收，另一个消费者把纸包装不加分类而与其它各类废物混杂在一起作为垃圾彻底扔掉，显然后者产生的外部性要大得多。即同样的消费水平和消费结构，但消费习惯、消费方式等不同而产生不同的消费外部性。

## 二、消费主义消费观的局限

诚然，消费观是主流消费需求产生背后的力量。当今世界，消费主义是消费社会中主导人们生活方式的支配性观念，也是现代西方社会价值观的核心内容。消费主义生活方式不能等同于一般意义上的消费行为，它的主要内涵为崇尚物质享受，追求对财富的占有和浪费性消费，并导致物欲的极度膨胀。这种消费方式的意义不是为了传统意义上实际生存需要(needs)的满足，而是在不断追求被制造出来、被刺激起来的欲望(wants)的满足。消费欲望是通过现代媒体、广告宣传创造出来的一种“虚幻”的需要，让消费者购买与消费其本来并不需要的商品与服务。

其实，这种挥霍和浪费型消费模式背后的隐藏逻辑是尽快把现有的消费品消费掉，以支撑经济的快速增长。如果没有更大的物质欲求和消费动机予以支持和驱动，社会的物质生产和财富创造将失去不可或缺的刺激，当然更谈不上扩大再生产了。由此产生的后果将必然是有效需求的不足以及与此内在相关的经济萧条和衰退乃至经济危机。于是，消费成为经济增长的重要手段，而消费数量则成为衡量经济是否成功的标准。这种消费观点和经济增长的逻辑，既

是西方经济学经典的宏观经济模型中主张的观点，也是在现实世界的真实写照。

在黑板经济学中，只关注消费者购买数量对于经济增长的单方向刺激，是宏观经济理论的不完备；在现实世界的经济运行中，消费主义的消费观刺激了经济快速增长的同时，必然引发了许多社会矛盾，使人与自然处于对立状态，导致人对自然无度的掠夺，对生态环境造成严重破坏。

消费主义使生态环境恶化的第一个表现形式是对自然资源的大量消耗。生产主义和消费主义都承认，人的生产和生活资料都来源于自然世界，但是，由于在它们的心目中，自然界是有规律的、被动的、可塑的，因此它们又同时强调，人只要掌握了自然规律，就可以凭借相应技术，无止境地向自然界索取。这样，就造成了自然资源似乎是取之不尽、用之不竭的假象。自 18 世纪工业文明问世以来，西方社会在尽情地享受技术创新和社会进步所带来的种种物质财富、无限满足消费欲求的同时，也带来了人口增长、资源短缺和环境污染等全球性问题。这种变化使人类在一定程度上付出了生态环境遭受过度开发破坏的沉重代价，能源、土地、矿石等资源性产品供给日益趋紧。资源存量和环境容量的下降对产品和服务的生产与供给，进而对居民消费需求实现而形成一种显著偏紧的限制和约束状态。这样就使人类的消费过程已经超出了自然的限制，成为地球生态系统自然发展过程中的一个逆向过程。虽然人类借助现代科学技术一再突破自然对人类发展的种种束缚，但并没有改变对自然资源的依附关系。当前消费模式一再突破两者之间的平衡底线，如果这一趋势保持不变，不能将人类的消费欲望控制在自然承

受能力范围内，将会使自然生态系统崩溃，人类社会的发展也将难以为继。

消费主义使生态环境恶化的另一个表现形式是大量废弃的消费剩余物对环境的污染。消费主义意识形态主导下的消费是一种“一次性”的消费方式。也就是托夫勒所说的“物用完就扔的社会”。这种消费的实质是迫使仍具有使用价值的消费对象快速退出消费的过程，作为废弃物被抛弃。其结果，既大大增加了资源消耗，也污染了环境。换言之，“一次性”消费不是为了满足人的正常生活需要，而是为了满足不可满足的欲望，它不仅不可能产生任何生产效率，更不用说最大化的经济效率，反而造成社会资源的巨大浪费。在用过即扔的消费理念引导下，包装本身变成一种目的，在大多数消费者阶层生活的工业化国家，包装几乎占城市固体废弃物的一半。像包装一样，一次性用品也在消费社会激增。从厨房的碟子到相机，消费经济用一次性商品替代了作为环境健康典范的耐用品。总之，当今消费者生活在一个过度包装、一次性使用、不可回收的商品和奢侈的消费浪潮中，遵循的是大量生产——大量消费——大量抛弃的生产生活方式。人类为了生产更多的消费品而不断扩大制造业的生产规模，由此产生了大量的工业垃圾；人们为追求高标准与高质量的生活方式，消费商品的种类不断增加，数量不断增加，两者加在一起导致了全球生态危机进而使人类经济社会发展丧失可持续性。

基于上述表现形式的分析，可以发现，消费主义力图激发人类无穷的“物质欲望”，把人们从生活的“基本需要”带到“欲望需要”的泥潭中。为了欲望而消费，形成了过度消费的恶性循环，这样大大增加了资源的消耗，同时对环境造成严重污染。可以说，消

费主义具有环境意义上的不可持续性，它鼓励人们大量消费来刺激经济的发展，却很少考虑环境的承载能力。生态危机在某种程度上就是这样一种现代物质消费模式的结果。这种意识形态长期持续下去，必然会压缩人类后代的生存空间，扼制人类后代的发展维度。

## 第五节 爱+消费

### 一、消费者效用的扩展：对消费外部性的思考

在经典的西方经济理论中，消费者行为是为了实现个人效用最大化，也即是在有限的约束下实现消费者剩余的最大化。宏观需求曲线时对微观个人消费行为的加总，从需求曲线看，当消费者购买产品的价格越低、数量越多时，经济体中消费者剩余就越大。通俗的来看，消费者买东西获得的满足来自于以尽可能低的价格，消费尽可能多的产品。仅以消费者个人消费的当前满足作为对人类消费效用的假定，必然产生现有的消费行为模式。

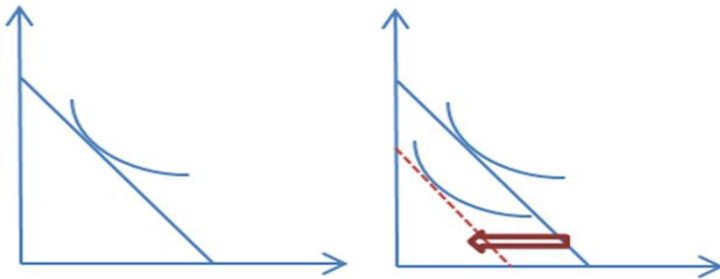


图 13-3 不可持续的个人主义消费观

在资源承载力约束越来越紧张、世界关系网络越来越发达的今天，消费行为对世界经济系统中各组成部分产生的外部性不可忽视，

它约束了消费者个人选择的消费空间。如果只是以消费价廉量大的商品作为个人消费效用的追求，必然带来人们对于生态资源的过度掠夺，对于环境生态的过度破坏，必然导致消费可用资源的减少，追求个人消费主义效用下最终导致的是效用的下降。因此，必须考虑消费行为的外部影响从根本上重构消费行为产生的逻辑，从可持续消费、长期消费的角度，重新定义消费者效用和消费者剩余的内涵。对此，本文提出命题 1：在消费者追求终生效用最大化的假设下，消费者效用的可持续性要求消费效用不只包括个人当期的消费满足，也要考虑消费对于经济系统产生的外部性影响。在包括外部性影响的效用函数假设下，消费者整体行为的外部性影响内部化，消费者剩余是整个经济系统的剩余，是整体最优的可持续行为选择。

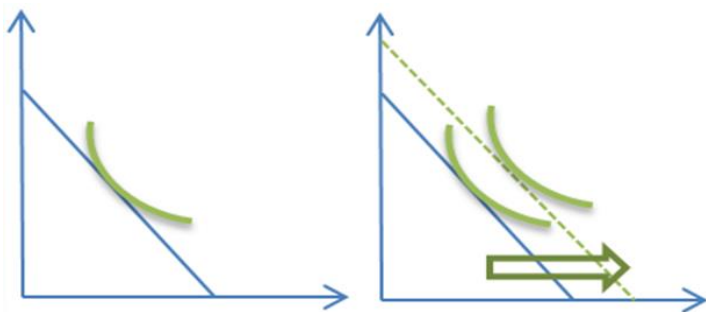


图 13-4 考虑外部性的消费观

## 二、爱+消费：为世界投票的消费者

消费者的需求是实现大规模市场化生产的前提，没有需求就难以形成规模化的市场，从本质上说，消费者花的每一分钱，不仅是为了遇见更好的自己，更是为想要的世界投票。“没有买卖，没有

杀害”，当人们拒绝消费野生动物皮革制品、不再食用鱼翅，改变消费一次性筷子的习惯，推崇无纸化办公，每一个消费者的力量最终能汇集成改变世界的能量。

消费是人类生活的手段，而非人类生活的目的。但是，在现代社会中，消费成了目的本身，消费欲望的不断满足成为人的价值体现和社会进步的标志。消费的本质已被扭曲，消费不再是为了满足人的生存和自由的发展，而是为了满足虚假的需求。

爱+消费就是针对这些消费主义的弊端而提出的，克服消费主义所造成的人与人、人与自然关系的紧张，人的物质生活与精神生活的失谐。它应该建立在对地球资源蕴藏、环境容量、生态承载力有限性的科学认识之上，以资源节约和环境友好为实践取向，不是前工业文明时代“原生态型”和“生态维护型”消费方式的简单认同与回归，而是对工业文明时代生态破坏或反生态型消费方式的扬弃与超越。

换言之，爱+消费是用生态文明的理念规范人们的消费方式，倡导适度消费，反对铺张浪费，使人类的生产消费活动沿着与自然相互协调的方向进化。马克思很早就提出了类似的观点，“社会化的人，联合起来的生产者，将合理地调节他们与自然之间的物质交换……靠消耗最小的力量，在最无愧于和最适合于他们的人类本性的条件下来进行这种物质变换”，尽量在减少物质产品消费的同时，提高生活质量，尊重自然界的自主运作，把生产与消费统一，建立在发展生态生产力即人的物质生产力和自然生产生命的能力的相互促进上。

因此，适度应该是爱+消费最重要的原则，我们不是禁欲主义者，但也反对纵欲主义。我们也不反对随着经济发展提高消费水平，而是反对一味迎合消费欲望的挥霍和浪费。消费数量或规模要适应生产力发展水平的要求，不能超出消费品的生产水平以及当时的经济技术发展水平。因为在资源性供给约束条件下，现行的生产规模是既定的，它不可能随着当时消费规模的任意膨胀而扩张。虽然适度蕴含着节俭的德性要求，但适度的消费并不意味着过度节俭，抑制人们对美好生活的追求。相反，适度消费是建立在人们生活质量稳步提高，实际生活水平没有经常性下降的基础上。适度消费就是要使人类未来的资源消耗量能同大自然的修复相适应，并在生活上把舒适、方便同经济、科学、高尚的目标结合起来。

与适度原则紧密相连的则是人与自然和谐共生的原则，生态质量追求应成为人们在消费活动中时刻关注的重要内容。消费活动应当限制在环境和资源能够承受的范围内，以不突破生态平衡所要求的质的限量为度。因为消费是生态环境中能量转换与物质循环的一个重要环节，人类消费从自然界获取物质和能量，通过“消费”过程满足自身生存繁衍的需要，并将不能利用的“废弃物”以物质与能量的其他形式返还自然生态系统。在这一消费过程中，人类与自然发生了互动，良性的协调将会促进两者和谐共存，失衡的关系将会产生恶性冲突。基于上述原则的分析，我们可以认为爱+消费指向的发展模式不是一种高能耗、高污染的粗放型发展模式，而是一种“人—自然”共同体协同进化的以发展为出发点和归宿点的、给自然以平等地位的发展模式。不再以人为唯一尺度，不再以人的利益为出发点，而是承认自然界有与人同等的存在和发展的权利——

自然界有其固有的、按生态学规律存在和发展并接受人类尊重的权利。要实现发展模式的转变必须削弱消费的经济功用，因为其存在着严重的道德风险。刺激消费—生产增长—经济繁荣似乎成了现代经济生活的内在逻辑，消费的经济功用得到了最大限度的凸显。在促进经济增长的同时，也带来了突出的社会矛盾，比如对有限资源的争夺、对生存空间的争斗等。这些风险说明，消费作为经济增长点的功用不是无限的，而是有限的。不能过分扩大消费的经济功用，不能将消费的经济功用神圣化，否则既会造成经济的盲目发展，也会造成严重的社会危机。

当然限制消费的经济功用不等于回归生态中心主义，一切以自然为核心，忽视经济、社会的发展，而是要尊重自然界的自主运作，尽量降低人类改造自然的深度和规模。用生态学的观点和方法规范生产和消费活动，将社会发展的目标从促进经济增长转移到提高生活质量上。因为与消费水平和经济产出相比，生活质量更接近人们对幸福的主观感受。

Globethics.net is an ethics network of teachers and institutions based in Geneva, with an international Board of Foundation and with ECOSOC status with the United Nations. Our vision is to embed ethics in higher education. We strive for a world in which people, and especially leaders, are educated in informed by and act according to ethical values and thus contribute to building sustainable, just and peaceful societies.

The founding conviction of Globethics.net is that having equal access to knowledge resources in the field of applied ethics enables individuals and institutions from developing and transition economies to become more visible and audible in the global discourse.

In order to ensure access to knowledge resources in applied ethics, Globethics.net has developed four resources:



### **Globethics.net Library**

The leading global digital library on ethics with over 8 million documents and specially curated content



### **Globethics.net Publications**

A publishing house open to all the authors interested in applied ethics and with over 190 publications in 15 series



### **Globethics.net Academy**

Online and offline courses and training for all on ethics both as a subject and within specific sectors



### **Globethics.net Network**

A global network of experts and institutions including a Pool of experts and a Consortium

Globethics.net provides an electronic platform for dialogue, reflection and action. Its central instrument is the website:

## **Globethics.net Publications**

The list below is only a selection of our publications. To view the full collection, please visit our website.

All free products are provided free of charge and can be downloaded in PDF form from the Globethics.net library and at [www.globethics.net/publications](http://www.globethics.net/publications). Bulk print copies can be ordered from [publications@globethics.net](mailto:publications@globethics.net) at special rates from the Global South.

Paid products not provided free of charge are indicated\*.

The Editor of the different Series of Globethics.net Publications Prof. Dr. Obiora Ike, Executive Director of Globethics.net in Geneva and Professor of Ethics at the Godfrey Okoye University Enugu/Nigeria.

Contact for manuscripts and suggestions: [publications@globethics.net](mailto:publications@globethics.net)

## **Global Series**

Christoph Stückelberger / Jesse N.K. Mugambi (eds.), *Responsible Leadership. Global and Contextual Perspectives*, 2007, 376pp. ISBN: 978-2-8254-1516-0

Heidi Hadsell / Christoph Stückelberger (eds.), *Overcoming Fundamentalism. Ethical Responses from Five Continents*, 2009, 212pp. ISBN: 978-2-940428-00-7

Christoph Stückelberger / Reinhold Bernhardt (eds.): *Calvin Global. How Faith Influences Societies*, 2009, 258pp. ISBN: 978-2-940428-05-2.

Ariane Hentsch Cisneros / Shanta Premawardhana (eds.), *Sharing Values. A Hermeneutics for Global Ethics*, 2010, 418pp. ISBN: 978-2-940428-25-0.

Deon Rossouw / Christoph Stückelberger (eds.), *Global Survey of Business Ethics in Training, Teaching and Research*, 2012, 404pp. ISBN: 978-2-940428-39-7

Carol Cosgrove Sacks/ Paul H. Dembinski (eds.), *Trust and Ethics in Finance. Innovative Ideas from the Robin Cosgrove Prize*, 2012, 380pp. ISBN: 978-2-940428-41-0

Jean-Claude Bastos de Morais / Christoph Stückelberger (eds.), *Innovation Ethics. African and Global Perspectives*, 2014, 233pp. ISBN: 978-2-88931-003-6

Nicolae Irina / Christoph Stückelberger (eds.), *Mining, Ethics and Sustainability*, 2014, 198pp. ISBN: 978-2-88931-020-3

Philip Lee and Dafne Sabanes Plou (eds), *More or Less Equal: How Digital Platforms Can Help Advance Communication Rights*, 2014, 158pp. ISBN 978-2-88931-009-8

Sanjoy Mukherjee and Christoph Stückelberger (eds.) *Sustainability Ethics. Ecology, Economy, Ethics. International Conference SusCon III, Shillong/India*, 2015, 353pp. ISBN: 978-2-88931-068-5

Amélie Vallotton Preisig / Hermann Rösch / Christoph Stückelberger (eds.) *Ethical Dilemmas in the Information Society. Codes of Ethics for Librarians and Archivists*, 2014, 224pp. ISBN: 978-288931-024-1.

*Prospects and Challenges for the Ecumenical Movement in the 21st Century. Insights from the Global Ecumenical Theological Institute*, David Field / Jutta Koslowski, 256pp. 2016, ISBN: 978-2-88931-097-5

Christoph Stückelberger, Walter Fust, Obiora Ike (eds.), *Global Ethics for Leadership. Values and Virtues for Life*, 2016, 444pp. ISBN: 978-2-88931-123-1

Dietrich Werner / Elisabeth Jeglitzka (eds.), *Eco-Theology, Climate Justice and Food Security: Theological Education and Christian Leadership Development*, 316pp. 2016, ISBN 978-2-88931-145-3

Obiora Ike, Andrea Grieder and Ignace Haaz (Eds.), *Poetry and Ethics: Inventing Possibilities in Which We Are Moved to Action and How We Live Together*, 271pp. 2018, ISBN 978-2-88931-242-9

Christoph Stückelberger / Pavan Duggal (Eds.), *Cyber Ethics 4.0: Serving Humanity with Values*, 503pp. 2018, ISBN 978-2-88931-264-1

## **Texts Series**

*Principles on Sharing Values across Cultures and Religions*, 2012, 20pp. Available in English, French, Spanish, German and Chinese. Other languages in preparation. ISBN: 978-2-940428-09-0

*Ethics in Politics. Why it Matters More than Ever and How it Can Make a Difference. A Declaration*, 8pp, 2012. Available in English and French. ISBN: 978-2-940428-35-9

*Religions for Climate Justice: International Interfaith Statements 2008-2014*, 2014, 45pp. Available in English. ISBN 978-2-88931-006-7

*Ethics in the Information Society: The Nine 'P's. A Discussion Paper for the WSIS+10 Process 2013-2015*, 2013, 32pp. ISBN: 978-2-940428-063-2

*Principles on Equality and Inequality for a Sustainable Economy. Endorsed by the Global Ethics Forum 2014 with Results from Ben Africa Conference 2014*, 2015, 41pp. ISBN: 978-2-88931-025-8

*Water Ethics: Principles and Guidelines*, 2019, 41pp. ISBN 978-2-88931-313-6

## **Focus Series**

Christoph Stückelberger, *Das Menschenrecht auf Nahrung und Wasser. Eine ethische Priorität*, 2009, 80pp. ISBN : 978-2-940428-06-9

Christoph Stückelberger, *Corruption-Free Churches Are Possible. Experiences, Values, Solutions*, 2010, 278pp. ISBN: 978-2-940428-07-6

—, *Des Églises sans corruption sont possibles : Expériences, valeurs, solutions*, 2013, 228pp. ISBN : 978-2-940428-73-1

Vincent Mbatu Muhindo, *La République Démocratique du Congo en panne. Bilan 50 ans après l'indépendance*, 2011, 380pp. ISBN: 978-2-940428-29-8

Benoît Girardin, *Ethics in Politics: Why it matters more than ever and how it can make a difference*, 2012, 172pp. ISBN: 978-2-940428-21-2

—, *L'éthique : un défi pour la politique. Pourquoi l'éthique importe plus que jamais en politique et comment elle peut faire la différence*, 2014, 220pp. ISBN 978-2-940428-91-5

Willem A Landman, *End-of-Life Decisions, Ethics and the Law*, 2012, 136pp. ISBN: 978-2-940428-53-3

Corneille Ntamwenge, *Éthique des affaires au Congo. Tisser une culture d'intégrité par le Code de Conduite des Affaires en RD Congo*, 2013, 132pp. ISBN: 978-2-940428-57-1

Kitoka Moke Mutondo / Bosco Muchukiwa, *Montée de l'Islam au Sud-Kivu : opportunité ou menace à la paix sociale. Perspectives du dialogue islamo-chrétien en RD Congo*, 2012, 48pp. ISBN: 978-2-940428-59-5

Elisabeth Nduku / John Tenamwenye (eds.), *Corruption in Africa: A Threat to Justice and Sustainable Peace*, 2014, 510pp. ISBN: 978-2-88931-017-3

Dicky Sofjan (with Mega Hidayati), *Religion and Television in Indonesia: Ethics Surrounding Dakwahtainment*, 2013, 112pp. ISBN: 978-2-940428-81-6

Yahya Wijaya / Nina Mariani Noor (eds.), *Etika Ekonomi dan Bisnis: Perspektif Agama-Agama di Indonesia*, 2014, 293pp. ISBN: 978-2-940428-67-0

Bernard Adeney-Risakotta (ed.), *Dealing with Diversity. Religion, Globalization, Violence, Gender and Disaster in Indonesia*. 2014, 372pp. ISBN: 978-2-940428-69-4

Sofie Geerts, Namhla Xinwa and Deon Rossouw, EthicsSA (eds.), *Africans' Perceptions of Chinese Business in Africa A Survey*. 2014, 62pp. ISBN: 978-2-940428-93-9

Nina Mariani Noor/ Ferry Muhammadsyah Siregar (eds.), *Etika Sosial dalam Interaksi Lintas Agama* 2014, 208pp. ISBN 978-2-940428-83-0

Célestin Nsengimana, *Peacebuilding Initiatives of the Presbyterian Church in Post-Genocide Rwandan Society: An Impact Assessment*. 2015, 154pp. ISBN: 978-2-88931-044-9

Bosco Muchukiwa, *Identité territoriales et conflits dans la province du Sud-Kivu, R.D. Congo*, 53pp. 2016, ISBN: 978-2-88931-113-2

Dickey Sofian (ed.), *Religion, Public Policy and Social Transformation in Southeast Asia*, 2016, 288pp. ISBN: 978-2-88931-115-6

Symphorien Ntubagirirwa, *Local Cultural Values and Projects of Economic Development: An Interpretation in the Light of the Capability Approach*, 2016, 88pp. ISBN: 978-2-88931-111-8

Karl Wilhelm Rennstich, *Gerechtigkeit für Alle. Religiöser Sozialismus in Mission und Entwicklung*, 2016, 500pp. ISBN 978-2-88931-140-8.

John M. Itty, *Search for Non-Violent and People-Centric Development*, 2017, 317pp. ISBN 978-2-88931-185-9

Florian Josef Hoffmann, *Reichtum der Welt—für Alle Durch Wohlstand zur Freiheit*, 2017, 122pp. ISBN 978-2-88931-187-3

Cristina Calvo / Humberto Shikiya / Deivit Montealegre (eds.), *Ética y economía la relación dañada*, 2017, 377pp. ISBN 978-2-88931-200-9

Maryann Ijeoma Egbujor, *The Relevance of Journalism Education in Kenya for Professional Identity and Ethical Standards*, 2018, 141pp. ISBN 978-2-88931233-7

## **Praxis Series**

Christoph Stückelberger, *Responsible Leadership Handbook : For Staff and Boards*, 2014, 116pp. ISBN :978-2-88931-019-7 (Available in Russian)

Christoph Stückelberger, *Weg-Zeichen: 100 Denkanstösse für Ethik im Alltag*, 2013, 100pp SBN: 978-2-940428-77-9

—, *Way-Markers: 100 Reflections Exploring Ethics in Everyday Life*, 2014, 100pp. ISBN 978-2-940428-74-0

Angèle Kolouchè Biao, Aurélien Atidegla (éds.) *Proverbes du Bénin. Sagesse éthique appliquée de proverbes africains*, 2015, 132pp. ISBN 978-2-88931-068-5

Nina Mariani Noor (ed.) *Manual Etika Lintas Agama Untuk Indonesia*, 2015, 93pp. ISBN 978-2-940428-84-7

Christoph Stückelberger, *Weg-Zeichen II: 111 Denkanstösse für Ethik im Alltag*, 2016, 111pp. ISBN: 978-2-88931-147-7 (Available in German and English)

Elly K. Kanssiime, *In the Shadows of Truth: The Polarized Family*, 2017, 172pp. ISBN 978-2-88931-203-0

Christopher Byaruhanga, *Essential Approaches to Christian Religious Education: Learning and Teaching in Uganda*, 2018, 286pp. ISBN: 978-2-88931-235-1

Christoph Stückelberger / William Otiende Ogara / Bright Mawudor, *African Church Assets Handbook*, 2018, 291pp. ISBN: 978-2-88931-252-8

Oscar Brenifier, *Day After Day 365 Aphorisms*, 2019, 395pp. ISBN 978-2-88931-272-6

Christoph Stückelberger, *365 Way-Markers*, 2019, 416pp. ISBN: 978-2-88931-282-5 (available in English and German).

Benoît Girardin / Evelyne Fiechter-Widemann (Eds.), *Blue Ethics: Ethical Perspectives on Sustainable, Fair Water Resources Use and Management*, forthcoming 2019, 265pp. ISBN 978-2-88931-308-2

## **African Law Series**

D. Brian Dennison/ Pamela Tibihikirra-Kalyegira (eds.), *Legal Ethics and Professionalism. A Handbook for Uganda*, 2014, 400pp. ISBN 978-2-88931-011-1

Pascale Mukonde Musulay, *Droit des affaires en Afrique subsaharienne et économie planétaire*, 2015, 164pp. ISBN: 978-2-88931-044-9

Pascal Mukonde Musulay, *Démocratie électorale en Afrique subsaharienne : Entre droit, pouvoir et argent*, 2016, 209pp. ISBN 978-2-88931-156-9

## **China Christian Series**

Yahya Wijaya; Christoph Stückelberger; Cui Wantian, *Christian Faith and Values: An Introduction for Entrepreneurs in China*, 2014, 76pp. ISBN: 978-2-940428-87-8

Yahya Wijaya; Christoph Stückelberger; Cui Wantian, *Christian Faith and Values: An Introduction for Entrepreneurs in China*, 2014, 73pp. ISBN: 978-2-88931-013-5 (en Chinois)

Christoph Stückelberger, *We are all Guests on Earth. A Global Christian Vision for Climate Justice*, 2015, 52pp. ISBN: 978-2-88931-034-0 (en Chinois, version anglaise dans la Bibliothèque Globethics.net)

Christoph Stückelberger, Cui Wantian, Teodorina Lessidrenska, Wang Dan, Liu Yang, Zhang Yu, *Entrepreneurs with Christian Values: Training Handbook for 12 Modules*, 2016, 270pp. ISBN 978-2-88931-142-2

## **China Ethics Series**

Liu Baocheng / Dorothy Gao (eds.), *中国的企业社会责任 Corporate Social Responsibility in China*, 459pp. 2015, en Chinois, ISBN 978-2-88931-050-0

Bao Ziran, *影响中国环境政策执行效果的因素分析 China's Environmental Policy, Factor Analysis of its Implementation*, 2015, 431pp. En chinois, ISBN 978-2-88931-051-7

Yuan Wang and Yating Luo, *China Business Perception Index: Survey on Chinese Companies' Perception of Doing Business in Kenya*, 99pp. 2015, en anglais, ISBN 978-2-88931-062-3.

王淑芹 (Wang Shuqin) (编辑) (Ed.), *Research on Chinese Business Ethics [Volume 1]*, 2016, 413pp. ISBN: 978-2-88931-104-0

王淑芹 (Wang Shuqin) (编辑) (Ed.), *Research on Chinese Business Ethics [Volume 2]*, 2016, 400pp. ISBN: 978-2-88931-108-8

Liu Baocheng, *Chinese Civil Society*, 2016, 177pp. ISBN 978-2-88931-168-2

Liu Baocheng / Zhang Mengsha, *Philanthropy in China: Report of Concepts, History, Drivers, Institutions*, 2017, 246pp. ISBN: 978-2-88931-178-1

## **Agape Series**

崔万田 Cui Wantian 爱+经济学 *Agape Economics*, 2020, 420pp. ISBN: 978-2-88931-349-5

## **Education Ethics Series**

Divya Singh / Christoph Stückelberger (Eds.), *Ethics in Higher Education Values-driven Leaders for the Future*, 2017, 367pp. ISBN: 978-2-88931-165-1

Obiora Ike / Chidiebere Onyia (Eds.) *Ethics in Higher Education, Foundation for Sustainable Development*, 2018, 645pp. ISBN: 978-2-88931-217-7

Obiora Ike / Chidiebere Onyia (Eds.) *Ethics in Higher Education, Religions and Traditions in Nigeria* 2018, 198pp. ISBN: 978-2-88931-219-1

Obiora F. Ike, Justus Mbae, Chidiebere Onyia (Eds.), *Mainstreaming Ethics in Higher Education: Research Ethics in Administration, Finance, Education, Environment and Law Vol. 1*, 2019, 779pp. ISBN 978-2-88931-300-6

Ikechukwu J. Ani/Obiora F. Ike (Eds.), *Higher Education in Crisis Sustaining Quality Assurance and Innovation in Research through Applied Ethics*, 2019, 214pp. ISBN 978-2-88931-323-5

## **Education Praxis Series\***

Tobe Nnamani / Christoph Stückelberger, *Resolving Ethical Dilemmas in Professional and Private Life. 50 Cases from Africa for Teaching and Training*, 2019, 235pp. ISBN 978-2-88931-315-0

## **Readers Series**

Christoph Stückelberger, *Global Ethics Applied: vol. 4 Bioethics, Religion, Leadership*, 2016, 426. ISBN 978-2-88931-130-9 (also in Russian)

John Mohan Razu, *Ethics of Inclusion and Equality*, 2vol. 2018, 754pp. ISBN 978-2-88931-191-0

## **CEC Series**

Win Burton, *The European Vision and the Churches: The Legacy of Marc Lenders*, Globethics.net, 2015, 251pp. ISBN: 978-2-88931-054-8

Laurens Hogebrink, *Europe's Heart and Soul. Jacques Delors' Appeal to the Churches*, 2015, 91pp. ISBN: 978-2-88931-091-3

Elizabeta Kitanovic and Fr Aimilianos Bogiannou (Eds.), *Advancing Freedom of Religion or Belief for All*, 2016, 191pp. ISBN: 978-2-88931-136-1

Peter Pavlovic (ed.) *Beyond Prosperity? European Economic Governance as a Dialogue between Theology, Economics and Politics*, 2017, 147pp. ISBN 978-2-88931-181-1

Elizabeta Kitanovic / Patrick Roger Schnabel (Editors), *Religious Diversity in Europe and the Rights of Religious Minorities*, 2019, 131pp. ISBN 978-2-88931-270-2

## **CEC Flash Series**

Guy Liagre (ed.), *The New CEC: The Churches' Engagement with a Changing Europe*, 2015, 41pp. ISBN 978-2-88931-072-2

Guy Liagre, *Pensées européennes. De « l'homme nationalis » à une nouvelle citoyenneté*, 2015, 45pp. ISBN : 978-2-88931-073-9

*Moral and Ethical Issues in Human Genome Editing. A Statement of the CEC Bioethics Thematic Reference Group*, 2019, 85pp. ISBN 978-2-88931-294-8

## **Philosophy Series**

Ignace Haaz, *The Value of Critical Knowledge, Ethics and Education: Philosophical History Bringing Epistemic and Critical Values to Values*, 2019, 234pp. ISBN 978-2-88931-292-4

## **Ethical Sieve Series**

Paul Dembinski, Josina Kamerling and Virgile Perret (Eds.), *Changing Frontiers of Ethics in Finance*, 2019, 511pp. ISBN 978-2-88931-317-4

## **Paideia Series**

Stefania Gandolfi, *Diritti dell'uomo e società democratica*, 2019, 146pp. ISBN 978-2-88931-319-8

## **Copublications & Other**

Patrice Meyer-Bisch, Stefania Gandolfi, Greta Balliu (eds.), *Souveraineté et coopérations : Guide pour fonder toute gouvernance démocratique sur l'interdépendance des droits de l'homme*, 2016, 99pp. ISBN 978-2-88931-119-4

Patrice Meyer-Bisch, Stefania Gandolfi, Greta Balliu (a cura di), *Sovranità e cooperazioni: Guida per fondare ogni governance democratica sull'interdipendenza dei diritti dell'uomo*, 2016, 100pp. ISBN : 978-2-88931-132-3

Patrice Meyer-Bisch, Stefania Gandolfi, Greta Balliu (éds.), *L'interdépendance des droits de l'homme au principe de toute gouvernance démocratique. Commentaire de Souveraineté et coopération*, 2019, 324pp. ISBN 978-2-88931-310-5

Obiora F. Ike, *Applied Ethics to Issues of Development, Culture, Religion and Education*, 2020, 280pp. ISBN 978-2-88931-335-8

Obiora F. Ike, *Moral and Ethical Leadership, Human Rights and Conflict Resolution – African and Global Contexts*, 2020, 191pp. ISBN 978-2-88931-333-4

## **Reports**

*Global Ethics Forum 2016 Report, Higher Education—Ethics in Action: The Value of Values across Sectors*, 2016, 184pp. ISBN: 978-2-88931-159-0

*African Church Assets Programme ACAP: Report on Workshop March 2016*, 2016, 75pp. ISBN 978-2-88931-161-3

*Globethics Consortium on Ethics in Higher Education Inaugural Meeting 2017 Report*, 2018, 170pp. ISBN 978-2-88931-238-2

*Managing and Teaching Ethics in Higher Education. Policy, Skills and Resources: Globethics.net International Conference Report 2018*, 2019, 206pp. ISBN 978-2-88931-288-7

*This is only selection of our latest publications, to view our full collection please visit:*

**[www.globethics.net/publications](http://www.globethics.net/publications)**

ISBN 978-2-88931-349-5



9 782889 313495 >

# 爱 + 经济学

## 《爱+经济学》简介

当今世界面临三重危机：人与社会关系的危机、人与人关系的危机、人与其生存环境的危机。这三重危机有愈演愈烈之势，已经危及到当今的社会秩序，而原有的经济学框架对此解释乏力更无法提供解决之道。本书认为危机爆发的原因是正外部性缺失，同时本书综合各个学科对爱的研究，认为爱的本质是正外部性，并在此基础上构建“爱+经济学模型”，提出了“爱+经济学原理”，对当前的社会危机进行深刻解读，同时分别从微观的消费、旅游、企业、教会和宏观的教育、垄断、专利和创新等关乎经济发展和人民福祉的方面进行分析，并给出应对之策。

作者 (Author) : 崔万田博士 (Prof. Dr Moses Cui Wantian), 辽宁大学经济学教授, 中央民族大学信仰与企业家精神研究中心主任, 荣科科技公司发起人, 日内瓦爱梦成真基金会发起人。



Globethics.net