



信号

社会契约与地缘政治
如何影响世界经济

[美] 皮帕·马尔姆格林 (Pippa Malmgren) 著
肖茜 王亚宏 译

SIGNALS

How Everyday Signs Can Help Us Navigate the
World's Turbulent Economy

信号

社会契约与地缘政治
如何影响世界经济

[美] 皮帕·马尔姆格林 (Pippa Malmgren) 著
肖茜 王亚宏 译

SIGNALS

How Everyday Signs Can Help Us
Navigate the World's Turbulent Economy

图书在版编目（CIP）数据

信号 / (美) 皮帕·马尔姆格林著；肖茜，王亚宏译. -- 北京：中信出版社，2017.7

书名原文：Signals：How Everyday Signs Can Help Us Navigate the World's Turbulent Economy
ISBN 978-7-5086-5390-7

I . ①信… II . ①皮… ②肖… ③王… III . ①世界经济—经济发展趋势 IV . ①F113.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 054335 号

Signals: How Everyday Signs Can Help Us Navigate the World's Turbulent Economy
By Pippa Malmgren
Copyright © Dr Pippa Malmgren 2016
Simplified Chinese translation copyright © 2017 by CITIC Press Corporation
ALL RIGHTS RESERVED
本书仅限中国大陆地区发行销售

信 号

著 者：皮帕·马尔姆格林
译 者：肖 茜 王亚宏
出版发行：中信出版集团股份有限公司
（北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029）
承 印 者：北京诚信伟业印刷有限公司

开 本：787mm×1092mm 1/16	印 张：22.75	字 数：290 千字
版 次：2017 年 7 月第 1 版	印 次：2017 年 7 月第 1 次印刷	
京权图字：01-2017-1084	广告经营许可证：京朝工商广字第 8087 号	
书 号：ISBN 978-7-5086-5390-7		
定 价：58.00 元		

版权所有·侵权必究
如有印刷、装订问题，本公司负责调换。
服务热线：400-600-8099
投稿邮箱：author@citicpub.com

致 谢

谨以此书献给我的父亲哈拉尔德·马尔姆格林 (Harald Malmgren)，是他告诉我新闻报道的故事同实际发生的事实总会有出入。他通过介绍纺织、钢铁、农业和汽车零件，向我讲述了精彩绝伦的世界经济。我尤其感激他为我做的众多事情，包括已超出他的责任范围的教育问题。他鼓励我讲述这个故事。正如他说过，“一个辜负人民的国家，显然也会隐瞒这一事实，所以好公民的责任是说明事实”。

这本书意在把这个故事说清楚。为了实现这一目标，我试图遵循他的导师——曾在 1974 年获得诺贝尔经济学奖的约翰·希克斯 (John Hicks) 爵士和他的妻子——20 世纪四五十年代在公共财政领域的知名专家厄休拉 (Ursula) 的建议。她总是对严格要求自己的丈夫说：“亲爱的，你说得都非常好（意指他在数学和数字方面的特殊能力），但如果你不能用通俗的语言加以解释，你永远也无法影响公共政策。”因此，我正在用通俗易懂的语言来讲述世界经济的故

事。幸运的是，我的母亲和托尔金^①（J.R.R. Tolkien）、刘易斯^②（C.S. Lewis）以及威斯坦·休·奥登^③（W.H. Auden）都是同学，我继承了她对语言的掌控能力，这使我能够用通俗易懂的英文“讲述”世界经济的故事。我相信，如果我能够指出托尔金故事中的邪恶“咕噜”就住在美国白宫总统办公室，我母亲应该会很高兴。而且“咕噜”的确住在那儿，我亲眼在那儿见到过他。他也有可能在美国联邦储备银行找到新的栖息处。

我要感谢在出版这本书和被这本书无情纠缠的过程中给我提供支持和建议的人。我要感谢那些善良且有耐心的人，他们给我提供建议并支持我，使我能够继续写下去。我要感谢汤姆·赫尼希（Tom Hoenig）博士对我的鼓励，并且慷慨邀请我出席在杰克逊霍尔（Jackson Hole）举办的堪萨斯城联储年会。在那里，我不仅收获了友谊，而且听到了很多真知灼见。我还要感谢利亚姆·福克斯（Liam Fox）博士，在他担任英国国防大臣期间，鼓励我将所有重要的节点连起来编织成一幅完整的图画，以显示经济、政治和国防即使没有完全分割，也起码是相互联系的。还有些朋友在特殊的时期给予了特别的支持：休·摩根（Hugh Morgan）、理查德·麦考马克（Richard McCormack）大使、雅各布·弗兰克尔（Jacob Frenkel）、艾斯特·乔治（Esther George）、杰弗里·莱克（Jefferey Lacker）和鲍伯·詹金斯（Bob Jenkins）。美联储历史学家艾伦·梅尔策（Alan Meltzer）鼓励

① 约翰·罗纳德·瑞尔·托尔金，笔名J.R.R.托尔金，英国作家、诗人、语言学家及大学教授，因创作经典严肃奇幻作品《霍比特人》《魔戒》与《精灵宝钻》而闻名于世。——译者注

② 克莱夫·斯特普尔斯·刘易斯，英国作家。曾执教于牛津大学（1925—1954），1954—1963年任剑桥大学中世纪和文艺复兴英国文学教授。所著系列儿童小说《纳尼亚传奇》情节动人，妙趣横生。——译者注

③ 威斯坦·休·奥登（Wystan Hugh Auden，1907—1973年），英裔美国诗人，代表作有《西班牙》《新年书信》《忧虑的时代》等。——译者注

我在讲故事时运用幽默手法。特别要感谢詹姆斯·加尔布雷斯（James Galbraith）花时间仔细为本书进行文字润色。感谢戴维·斯密克（David Smick）让我在《国际经济》（the International Economy）杂志上就我的观点发表一些文章。还有很多想感谢的人。我也要把本书献给我的女儿佩妮（Penny）。

明天的经济将建立在今天的基础之上，而她将成为这一全新和充满活力进程中的一部分。我们会看到，诀窍是遵循《爱丽丝漫游奇境记》（Alice in Wonderland）故事中女王的建议，并且在每天早餐前试着去想象至少六件不可能的事情，因为所谓“不可能的事情”就是无法避免而又确实发生的事情。如果你在自己看到的信号的基础上承担预期的风险，做你喜欢做的事情并且认真投入进去，那么剩下的事情就会自然发生。

目 录

致 谢 / I

第一章 世界经济在发出信号 / 1

第二章 休布瑞斯与涅墨西斯 / 27

第三章 给女王的一封信 / 49

第四章 运算法则让我们这样做 / 61

第五章 社会契约 / 97

第六章 恶习 / 131

第七章 完美的圈 / 167

第八章 这个圈能打破吗 / 193

第九章 走进地缘政治：俄罗斯、中东和石油 / 227

第十章 创新 / 261

第十一章 解开戈尔迪绳结 / 305

索 引 / 343

第一章

世界经济在发出信号

2007年5月，我竭尽全力地试图说服我的一位好朋友卖掉在爱尔兰的房子。她信任我，也知道我以什么方式谋生。我的工作是分析世界经济中发生的现象以及它们对价格和投资者的意义。然而，尽管我卖掉了自己的房子来证明我的信念，但是，她仍然选择相信银行经理和房地产经纪人的话。这两个人都向她担保她的房子将“在未来6个月内可以再涨50万美元”。当我们开始相信一座房子可以在不用重新粉刷的情况下短期内暴涨的时候，这就是一个信号。

信号无处不在。我忍不住盯着英国 *Vogue* 杂志 2009 年 6 月刊的封面看，因为它也发出了一个重要信号。我花了好长时间才弄明白这意味着什么。当然，要盯着世界超模纳塔利·沃佳诺娃（Natalia Vodianova）看并不难，特别是当她身体全裸而且身材凹凸有致的时候。但有些事情却让我感到不安。“这张照片有什么问题吗？”我问自己。世界最著名的时尚杂志封面却毫无时尚可言。事实上，它什么服装也没有展示。照片里只是一位已经生育了三个孩子的母亲，身材苗条得让人羡慕，和过去占据杂志封面多年的那些瘦骨嶙峋的“可怜虫”完全不同。是的，这个封面是一个重要信号。它说明了一个简单的事实，即时装业已经丧失了传统的客户群——那些拿着银行信用卡且信箱里堆积了巨额借款账单的年轻人。当金融危机来袭

时，时装业开始意识到它们完全不知道新的客户在哪儿。这时候谁还会有钱买时装呢？也许现在那个年纪稍大的母亲代表一类完全不同的客户。简言之，整个行业突然开始进行深刻的反思。仿佛从头开始一样，他们重新回到不穿衣服的人体上来，并且开始为不同客户设计服装，从漂亮的年轻超模到三个孩子的母亲，他们也非常清楚，这个“光谱”的两头，经济都不那么宽裕。

几年后的 2012 年，我和英国 *Vogue* 杂志的时尚总监露辛达·钱伯斯（Lucinda Chambers）谈到这个封面。我才知道她和她的时尚团队完全没有那么想，她们也未曾想过要发出任何“信号”。毫无疑问这是实话，但这也是问题所在。通常是由艺术家和有创意的人在毫无意识的情况下感受并投射出时代精神，这也是为什么我们应该重视他们的意见，而不是依赖那些完全控制了商业媒体的银行家和金融专家的观点。回想起来，*Vogue* 杂志的这个封面明显反映出某些变化或一种不安全感。

2013 年，当金融危机发展成某种更深刻的危机，使世界经济放缓，并迫使商业模式创新时，一个传统的信号从时装界发出：裙摆（the hemline）。有人说在好的年代，裙摆会往上走；而在不好的年代，裙摆会往下走。一般来说，每个人都能准确知道裙摆应该摆向哪里，但我写这本书时，在这一问题上却



英国 *Vogue* 杂志 2009 年 6 月刊封面上的纳塔利·沃佳诺娃^①

^① 玛里奥·泰斯蒂诺（Mario Testino）/《服饰与美容》© The Condé Nast Publications Ltd。

没有达成共识——裙摆可以摆向任何方向。其实，也没有人知道身材和时尚造型有什么关系。为什么？也许因为时尚业仍没能找出它们的顾客应该是谁，但是时尚的确可以发出反映经济状况的信号。

时尚信号

在 2007 年 5 月金融危机来临之前，我曾与英国时尚品牌商店 Topshop 的一位创始人进行过一次谈话，这次谈话使我深受启发。这家商店由菲利普·格林（Philip Green）、理查德·卡尔琳（Richard Caring）和托尼·科尔曼（Tony Colman）于 1969 年共同创立，并从那时起一直在英国时尚界占据统治地位。很少有人比他们更懂服装。

我碰巧在迪奇雷庄园（Ditchley Park）的一次午餐会上坐在他们三人中的一人旁边。迪奇雷庄园位于牛津郡（Oxfordshire）的奇平诺顿（Chipping Norton），是一座英式的乡间别墅，高级政策顾问和商界人士常聚集于此讨论世界大势。当我听他讲述的时候，我便把他对时尚的看法转换成了经济信号。我意识到从花哨的图案和珠光宝气的设计中发出了一个强有力的信号，并在金融危机前已经开始控制时尚界。当大部分女人穿上（并且每家店铺都开始销售）璞琪（Pucci）花哨的印花图案时，事情开始变得不对劲。璞琪是一个意大利高档时尚品牌，自 20 世纪五六十年代出名，那时，格蕾丝·凯丽^①（Grace Kelly）、玛丽莲·梦露（Marilyn Monroe）、索菲娅·罗兰（Sophia Loren）以及杰奎琳·奥纳西斯（Jackie Onassis，曾是约翰·F. 肯尼迪^②的妻子）都在里维埃拉^③（Riviera）戴着印有该品牌图案的围

① 格蕾丝·凯丽，20 世纪 50 年代好莱坞女星，摩纳哥王妃。——译者注

② 约翰·F. 肯尼迪，美国第 35 任总统。——译者注

③ 里维埃拉，南欧沿地中海一地区。——译者注

巾，穿着其弹力针织衫。这类服装颜色艳丽，特别适合娇小的女人。但如果所有人都这么穿，看起来就很可笑了。那么，为什么所有的店铺都卖带有这样夸张图案的衣服呢？答案很明显，一些发展中国家的工厂正快速并大量地生产便宜的服装。这使设计师在设计图案时不得不冒更大的风险，从而使自己的产品与众不同，进而把买家从其他供应商那里吸引过来，并使购物者仅仅因为新潮和与众不同而购买。

到 2007 年，几乎每家店铺都充斥着这类仿璞琪产品。年轻的女孩们未经申请就收到银行发来的信用卡，她们乐见于一些发展中国家工厂可以生产出更加便宜的服装，用一把零钱就可以买回一件上衣。尽管每件衣服价格低廉，特别是大多数可能就只穿一到两次——因为它们的面料很快就过时了，但很明显女性们花的钱依然超出了自己的承受能力。购买这些衣服的人们负债开始越来越多，直到有一天她们不得不放缓消费。店铺很明显能感受到这种现象的发生。

因为零售商们有很多方法可以获得低息银行贷款和资本市场首次公开募股^①，以致他们失去了所有的管理现金流和库存的技能。店家们存货太多，因此一旦经济疲软，就会出现资金问题。而只要客户们达到借贷极限，这种事情就会发生。毕竟，人们都在进行超出自己能力的消费。著名的创作歌手埃里克·克莱普顿（Eric Clapton）和 J.J. 卡尔（J.J. Cale）捕捉到了一个信号。他们在 2006 年 11 月发行了唱片专辑《通往埃斯孔迪多之路》（*Road to Escondido*），其中有一首名为《很简单》（*It's Easy*）的歌曲，我认为其中的歌词就是一个信号：

① 首次公开募股（IPO），指新股首发，是很多公司用来筹款的一种机制。

如果是钱让你为难，你也许会后悔，
刷信用卡吧，先贷款三分之二，
这很简单，看起来很简单，
如果明天不会到来，所有东西都将免费。

但是，明天总会到来。当 2007 年 8 月金融危机来临时，这首歌曲停止了。突然间，乐观被恐惧所取代。开始的时候危机好像得到了控制，仅限于金融市场，而且似乎只局限于美国。美国央行——美国联邦储备银行宣布下调利率并采取其他政策行动，这通常都是强有力的信号。然而，大多数世界经济的参与者并没有注意到这一正在发生的事情。直到一年后，2008 年 9 月雷曼兄弟破产时，市场和公众才意识到发生了什么，信心的坍塌和经济的崩溃接踵而来。很多零售商破产，无法贷款，也无法向客户售出其过剩的廉价时装，因为这些客户本身已经有了不少服装，没有钱也没有必要再买更多的服装。当经济越来越糟糕导致需要不断快速地削减就业岗位时，人们才发现，保留自己的工作或者获得一份新工作，有时只需要穿一件白衬衣和一条黑裙子就够了，或者穿一件质量好的、老式的传统西服就行。当经济如此糟糕时，你不会让自己冒着丢掉工作、损失薪水的风险而穿着花哨。

就在同一时期，当其他零售商都已破产时，服装连锁店 Zara 却取得成功。Zara 的成功是一个信号。它有何不同？首先，这家西班牙时装公司很少在亚洲生产服装，其库存的 3/4 都由欧洲生产。Zara 在世界范围内采购面料，把它们运回西班牙并放入巨大的冷藏仓库里保存，直到 Zara 的设计师需要时再拿出来。当金融危机来临时，

他们节省了运货时间和成本，这使他们超过了其他竞争者。他们可以在一周内不断地将新库存运往店铺，而不是和其他商家一样，需要花三四个月的时间等待来自亚洲的货物。

我觉得，Zara 的成功还归功于其他几个原因。在 Zara 店里总能找到不错的黑色或是深蓝色的裙子以及很棒的白色衬衣，这些都是职场上的标配。几乎每个要找工作的人都会冲进 Zara 店，并且坚信自己能找到品质好、适合自己的传统服装。Zara 总会生产一些不错的“时尚”商品，但它通常还是销售大量的传统商品，时尚商品只占少数。这样一来，存货周转就非常快。人们路过 Zara 店时随时都可以进去买东西，因为他们知道这里的货很新，而且如果不抓紧买，他们喜欢的东西可能很快就没有了。部分原因是由于他们的货物不是来自亚洲，不需要等待 6—8 周的货运时间。Zara 50% 的货物来自西班牙，约 25% 来自欧盟其他地区，这样欧洲店铺的存货几乎可以在一夜之间更新。这种周转速度确保了稳定的老客户群体，这些人之前已被 Zara “物有所值”的信条吸引过来。

虽然经济开始下行，失业率上升，但 Zara 店里传统的商品和其持续不断的新鲜而有创意的时髦设计，使这家公司在零售市场崩溃的情况下仍然屹立不倒。Zara 本身的私营家庭企业定位对其也有帮助。当所有的竞争者发现他们的股价跳水，而且银行开始撤回透支部分、信用额度或通知他们新股首发已经取消时，Zara 却有充足的自有现金流维持经营。

所以，*Vogue* 杂志封面的裸体模特标志着整个服装零售行业的商业模式需要一次反思。Zara 在那个特殊时期的成功是一个信号，标志着世界经济发生了显著变化。当金融危机使经济发展陷入停滞状态之时，那种一次性时尚的消费方式——你前一天买了一件衣服，第二天就把它扔到垃圾堆里——已经死亡。相对其他许多失败的公司而言，

Zara 的成功显示出传统女性零售模式中存在的缺陷。传统模式极大地依赖于销售大量廉价且花样百出的服装（疯狂的设计），从一些亚洲国家的工厂订货，交货时间漫长。不仅如此，传统模式还依赖于银行、个人投资商或资本市场的“无限制”的资金。

高挑美女和盖茨比

回到 *Vogue* 杂志的封面，沃佳诺娃已经是一位母亲的事实，也是一个重要信号。继 20 世纪 80 年代的超模们〔克莉丝蒂·杜灵顿（Christy Turlington）、琳达·伊万戈琳斯塔（Linda Evangelista）以及娜奥米·坎贝尔（Naomi Campbell）〕体格健壮、身材高挑的外观之外，时尚摄影师们开始喜欢那些非常骨感、非常年轻，看起来非常纤巧的模特——以凯特·摩丝（Kate Moss）为代表。我觉得，女性的“骨瘦如柴”总与创造巨大财富的时代联系在一起。人们会想起 20 世纪 20 年代《了不起的盖茨比》^①（*The Great Gatsby*）中的年轻女郎，或是像 20 世纪 60 年代崔姬^②（Twiggy）那样的模特。毕竟，让很多女人都那么消瘦很难。要想成为骨感的成年女性，需要花费时间、精力和金钱，除非你是那种 DNA 里就带苗条基因的。

当环境变得艰苦时，舒适就变得更加重要，这也许是世界经济中的另一个信号。举例来说，当生活变得艰难时，女人们会放弃时尚服饰，但她们不会放弃化妆，尤其是口红。基于这一趋势，雅诗兰黛^③（Estee Lauder）和其他公司相比，出乎意料地安然度过经济危

① 美国作家弗朗西斯·斯科特·菲茨杰拉德所写的一部中篇小说，1925 年出版。——译者注

② 崔姬，20 世纪 60 年代英国名模、演员以及歌手。——译者注

③ 雅诗兰黛公司是全球领先的大型化妆品和护肤品生产商和销售商。——译者注

机：口红和润唇膏的销量不降反升，因为这些都是价格实惠且不可缺少的物件，即使在经济下行期也是如此。对我而言，口红和润唇膏的销量在金融危机不久之后立即上升是一个信号，标志着世界经济不会像很多人担心的那样停止发展，而是将继续发展下去，即使战争和贫困也不会削弱人们对口红的需求。我的出版商艾伦·萨姆桑（Alan Samson）指出，陆军中校默文·威利特·哥宁（Mervin Willett Gonin）曾在日记中写到过口红。那是在1945年，他正在帮助解放一部分被关押在德国贝尔根-贝尔森（Bergen-Belsen）集中营的英国人。他写道：

也许两者毫无关联，但就在英国红十字会抵达后不久，大批的口红也到了。这完全不是我们男人想要的东西，我们正大声疾呼成千上万我们需要的其他东西，我也不知道是谁要的口红。我真想知道是谁提出的要求，这简直就是天才的行为，纯粹的壮举。我相信，什么也比不上这些口红对这些被拘禁者有效。^①

Vogue 杂志的时尚团队同样深知女人对口红有多么在意，因此通过选择沃佳诺娃没穿任何时尚服饰，仅抹了口红和唇膏的照片来发出一些重要信号。他们指出一个事实，即时尚业如果仅仅诉诸人们对未来的希望和抱负，危机过后我们又可以现金充足，骨瘦如柴，那么这个行业在当下就没法存活下去。相反，时尚业现在应该针对那些有着真实收入的女性，无论她们的体型、身材或年龄如何。自新一轮的经济下行开始后，把“加大号”模特登在杂志封面的趋势

① 节选自陆军中校、1945区参谋默文·威利特·哥宁的日记，现存于伦敦帝国战争博物馆。