

《纽约时报》、美国亚马逊畅销书

段永朝 唐兴通 傅强 泰勒·柯文 雷汉·萨拉姆 | 诚意荐读 |



网络·智·酷

蜂巢思维

国家智商 VS 个体智商

[美] 加雷特·琼斯◎著 郑常青◎译

Garrett Jones



社群时代的生存法则

你的智商不能预知你的成功与否，国家的智商才是王道
更聪明的团队更具协作精神，协作引爆更大的共享红利

HIVE MIND

How Your Nation's IQ Matters So Much More Than Your Own



中国工信出版集团



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

蜂巢思维

国家智商 VS 个体智商

Hive Mind

How Your Nation's IQ Matters So Much More Than Your Own

[美] 加雷特·琼斯 (Garrett Jones) 著

郑常青 译



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

HIVE MIND: HOW YOUR NATION'S IQ MATTERS SO MUCH MORE THAN YOUR OWN, by Garrett Jones published in English by Stanford University Press.

Copyright© 2016 the Board of Trustees of the Leland Stanford Jr. University. All rights reserved. This translation is published by arrangement with Stanford University Press, www.sup.org

本书中文简体版专有翻译出版权由 Stanford University Press 授予电子工业出版社。未经许可，不得以任何手段和形式复制或抄袭本书内容。

版权贸易合同登记号 图字：01-2016-6024

图书在版编目（CIP）数据

蜂巢思维：国家智商 VS 个体智商 /（美）加雷特·琼斯（Garrett Jones）著；郑常青译。
—北京：电子工业出版社，2017.8

书名原文：Hive Mind:How Your Nation's IQ Matters So Much More Than Your Own
ISBN 978-7-121-31891-7

I. ①蜂… II. ①加… ②郑… III. ①经济学—通俗读物 IV. ①F0-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2017）第 130999 号

策划编辑：刘声峰 黄 菲

责任编辑：刘声峰 特约编辑：王 璇

印 刷：三河市鑫金马印装有限公司

装 订：三河市鑫金马印装有限公司

出版发行：电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本：720×1 000 1/16 印张：17.75 字数：144 千字

版 次：2017 年 8 月第 1 版

印 次：2017 年 8 月第 1 次印刷

定 价：55.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题，请向购买书店调换。若书店售缺，请与本社发行部联系，联系及邮购电话：（010）88254888，88258888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn，盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

本书咨询联系方式：1024004410（QQ）。

“我准备进入的是一个可以激发大量情绪和感觉的领域；它非常值得研究。”

——戈登·图洛克 (Gordon Tullock) 《冲突的根源》 (*The Roots of Conflict*)

序言

信任与协作：社交化业务离不开“蜂巢思维”

智囊传媒总裁 傅强

“自然界再无其他地方能像人类一样，如此多毫不相干的相同物种——出于本能和历史原因而相互争斗的基因对手——在如此复杂和对信任度的要求如此之高的项目上一起合作。”

——经济学教授 保罗·西布赖特《陌生人的公司》

前不久，我们智囊机构和优客工场联合主办了一场“以书观象——互联网下半场的突破创新”的主题论坛。在论坛上，我们提出：互联网下半场的商业模式由“流量、收费交易”模式转向了“人与

人信任关系的业务”模式！我们把这个转变称为“从社会化媒体到社交化业务的演变”。

《蜂巢思维》中的很多观点与我们的观点非常契合。本书作者加雷特·琼斯是乔治·梅森大学公共选择研究中心经济学的副教授。在他看来，所谓“蜂巢思维”就是“群体思维”，蜂巢就像是一个整体，汇集了每个个体的思维。而这一切，都需要“更聪明的团队”以及“更具协作精神的人”来实现……总之，蜂巢思维与当下融合、协作、跨界思维以及共赢思维等备受推崇的互联网思维相吻合。

其实，这些观点并不“新”，但在所谓的“互联网上半场”，大家也仅仅是说说而已，缺少把这些观点付诸行动的内在动力。其原因也很简单——互联网的人口红利还没有吃完，所谓构成互联网生态的关键词也只有“流量”和“交易”两个而已。在中国，BAT们的成功恰恰是对这个时期的最好诠释。好在无论技术的发展还是商业环境的演变都没有停下脚步，“中国互联网进入下半场”的说法当下已经成为一种共识，其中一个最线性化的佐证就是进入2013年后，整个互联网世界的用户增速开始明显放缓——按照CNNIC的数据，从2013年至2016年的3年间，网民数量才增加了1亿人，成为从互联网在中国诞生至今的20多年间用户增速最缓慢的一段时间，中国互联网用户的增速一直停留在个位数，中国互联网的人口红利已经终结。与此同时，“网民”这个词已经不是什么身份的识别，

原因很简单——国民都成网民了。但新的问题也随之而来，当BAT们在互联网上半场已经成功把住互联网的信息以及交易入口后，企业在互联网上的“获客成本”也随之居高不下，使得寻求新的突破成为了很多企业内在的需求和动力。

互联网时代的当下，我们都有一个共识：以客户为中心的时代真的来了！对互联网时代而言，企业获得成功的黄金法则是“客户即上帝”——客户体验成为了核心！由此，也演变出互联网时代人们的思维模式法则：

1. 功能成为标配，情感成为强需
2. 中间成本趋零，价值链被重构
3. 个人异端化，组织社群化

近期，有不少专家对“社群”的核心功能做了总结——兴趣聚集、沟通协作与商业变现。具体来说，就是在聚集、沉淀用户的基础上，通过沟通模式和协作模式的创新，不断激活用户的参与度、连接度和信任感。盘活粉丝经济和分享经济，是社群实现变现的基本模式。而这一切，都与《蜂巢思维》一书所反映出的内容高度吻合。

在《蜂巢思维》的作者加雷特·琼斯看来，我们人类是社会性的生物：我们互相依赖，以期可以把事情做得更好。无论是制造一

辆汽车，还是经营一段幸福的婚姻，生活中的各种成功均离不开我们与别人的合作。但是，合作并不是一件容易的事情。有意思的是，本书的作者对此并没有给读者“心灵鸡汤”般正能量的描述，而是举了著名的“囚徒困境”的例子。他想告诉我们，当相同的两个人重复“囚徒困境”博弈多次之后，无论是在大学的实验室，还是在国会大厅，神奇的事情发生了：博弈者通常学会了合作。虽然不是绝对的，也不一定都有用，但很多人确实决定采用“一报还一报”的态度并“冒险”去相信别人。

在作者看来，选择信任别人并不代表天真，信任也可以很精明。如果你知道自己将与同样的人每周在教堂的百乐餐上或者在年度销售会议上都要进行一次“囚徒困境”的博弈，那么这个游戏看上去就会很不同了。就这样，你和你的同伴突然有机会惩罚对方了：如果这次你对我很苛刻，下一次我也可以对你很刻薄。你付出，所以你收获，如同我们平时所说的“礼尚往来”。因此，如果你不洗碗，我就让垃圾堆积成山；如果你洗碗，我就迅速将垃圾清走。无论是在人际关系中、工作关系中，还是在社区里，这种默契的合作随处可见，并且我们都很心安理得。很多时候，我们行善是源于周围的人已经让行善变成了一件自然而然的事情。

在博弈论的领域里，经济学家很早就发现，如果你将单次的“囚徒困境”博弈变成重复博弈，那么自私的玩家可能就会理性地相互

合作了。这并不是出于慷慨，而纯粹是为了个人利益。有意思的是，在社群组织中，尤其是在互联网的下半场，基于信任与协作的模式往往成为挖掘新的利润区域的开端。一句话，互联网下半场的商业模式正在由“流量、收费交易”模式转向“人与人信任关系的业务协作”模式！我们称之为“社交化业务”。而“蜂巢思维”恰恰是“社交化业务”必须具备的思维模式。

正如 IBM 商业价值研究院所揭示的，社交化业务的迅速兴起和持续高潮得益于其三个核心的特点：分享、协作和选择。

分享是人类生存和发展的核心需求之一。社交化业务推动了分享的兴趣、乐趣和效率。在社交化业务中，人们基于兴趣自发地组成不同团体或社区，进行分享、交流和互动。以 Facebook 为代表的社交网络鼓励实名制，使人们将真实世界的人际关系转移到网络上。通过社交化业务，人们可以超越空间和时间的限制，拥有更多的朋友和视野，为人生增添更多的乐趣。社交化业务进一步提高了信息交互的效率。在社交化业务中，通过朋友或志趣相投的人的分享，人们可以更快速地知晓和获取所需信息，避免了通过门户网站或搜索网站查找的漫长筛选工作，提高了分享的效率。

社交化业务也推动了从小到大的各类协作的产生和效率。各类组织和个体基于自身兴趣和利益参与社交化业务，形成协作参与的基础。他们基于自我需求和兴趣，在社交环境下提出协作需求，而

分享则使协作需求迅速传播和快速响应，使协作发生的可能性和成功率大大提高。协作进一步提高了人们对参与社交化业务的兴趣和热情，使社交化业务有更坚实的发展基础。

社交化业务的第三个核心特点是提高选择效率，降低选择成本。社交化业务参与的普遍性和积极性为各种创意的实施提供了海量的尝试机会，而尝试成功或失败的记录被记载、分享和累计又为以后的选择提供了资料和基础，从而提高了选择的效率。由于人们的协作和尝试很多是基于兴趣和自发的参与，尝试的机会海量增加，尝试的方法和路径的重要性降低，尝试的成本大大降低，也推动了之后选择成本的持续降低。

以上这一切，无不与所谓的“蜂巢思维”密切相关！于是，《蜂巢思维》的作者提醒我们：

1. 有耐心：关注合作的长期利益，不要只是着眼于短期的快乐。
2. 友善：始于友善，笑要露齿。在接下来的博弈里，你可以采用“一报还一报”的方法，另外也要不时地尝试合作，即便事情已向相反的方向发展了一段时间。
3. 有洞察力：知道自己在做什么，了解游戏规则，并且清楚合作的收益和代价。

最后，我想和大家分享《蜂巢思维》作者在书中引用的一句话，与广大读者共勉：

从之前的互动中看清对方，并记住其相关的特点，是维系合作不可或缺的。

——罗伯特·阿克塞尔罗德《合作的进化》

致谢

如果没有我的发小、心理学家 W. 乔尔·施耐德 (W. Joel Schneider) 的专业指导，本书将无法面世。在完成联邦储备系统对短期利率影响项目后的几年时间内，我一直在物色新的研究方向。乔尔提到关于全球“国家平均智商”的数据库已经建立起来了，它是第一个此类数据的集合，它通过收集全球不同的智商测试，粗略估计出数十个国家的平均智商。作者通过前期的统计分析发现，上述智商分数可以预测某国的经济表现。乔尔建议，由于经济学家是跨国经济对比的专家，而心理学家是智商测量的专家，或许两者合作的研究项目可以解决以下问题：这些智商测试分数真的可以预测国家经济表现吗？如果采用更严格的统计方法，结果是否会不同？上述问题让我们合著了两篇论文，皆发表于《经济发展与调查杂志》。上述论文指出了智商的奥秘，本书尝试借用蜂巢思维的理论解释上述奥秘。

我一直非常幸运，在关于智商的论文中有机会与一众杰出学者合著，包括：奥马尔·阿尤贝利 (Omar al-Ubaydli)、约翰·奈 (John Nye)、尼克拉斯·仆切夫斯基 (Niklas Potrafke) 与雅普·威尔 (Jaap Weel)，他们一直都是高产的团队，也是大家梦寐以求的合作伙伴。

此外，我还欠了另外一名合著者里克·哈弗（Rik Hafer）一份特殊的人情。当我还在南伊利诺伊州大学爱德华兹维尔分校的时候，他是我的上司及学术生涯的引路人。里克一直无条件支持我的研究及职业生涯，同时南伊利诺伊州大学在我学生生涯起步阶段给予了巨大的支持。

另外，我还需要感谢拉丁美洲计量经济学会会议、亚洲发展银行、美洲开发银行、世界计量经济学会、加利福尼亚大学圣地亚哥分校、密苏里大学、乔治梅森大学、康斯坦茨大学、里加斯德哥尔摩经济学院的与会者及同行，他们为本研究提供了中肯的意见。

乔治梅森大学经济学院是我的新工作单位，它是全世界最适宜社会科学家成长的地方，其跨学科的背景不至于让学者成为井底之蛙。非常感谢我的同僚们过去八年的信任，同时对经济学院及乔治梅森大学的经济支持表示衷心的感谢。尤其需要感谢我的上司丹·豪瑟（Dan Houser），他减少了我的课时量，让我有机会更加专心于本研究，他还承担了本学院大量吃力不讨好的管理工作。

特别鸣谢马特·迪夫里斯（Matt Davries）及凯伦·约翰逊（Karen Johnson），他们阅读了本书所有的早期手稿，并给予了中肯的反馈。另外，我还要感谢乔治·梅森大学公共选择研究中心的同僚们，他们阅读了本书的部分章节并给予了非常优秀的建议，包括：布莱恩·卡普兰（Bryan Caplan），泰勒·科文（Tyler Cowen），罗宾·汉森

(Robin Hanson)，约翰·奈 (John Nye)，亚历克斯·塔巴洛克 (Alex Tabarrok)。公共选择研究中心由我的同事、诺贝尔奖得主詹姆斯·布坎南 (James Buchanan) 所创，它是现代科学中比较罕见的地方，这里容许大量的反对意见与辩论，故一些非常重要的思想，可以在政治光谱内外焕发着强大的生命力与人类的温度。来自斯坦福出版社的编辑玛歌·贝丝·弗莱明 (Margo Beth Fleming) 在专业写作建议、知识激励及出版流程和技巧等方面为我提供了极大的帮助。如果经济学家们需要出版自己的大作而不选择弗莱明的话，我觉得是种失策。斯坦福的詹姆斯·霍特 (James Holt)、艾米丽·史密斯 (Emily Smith) 及我的文字编辑戴维·霍恩 (David Horne) 也给予了极大的帮助。简·佩里 (Jane Perry) 为本书做了校对工作。最后，衷心感谢先父及我的母亲，他们一直教诲我：人类本质都是一样的。

最后，常规声明：本书所有错误之处皆由本人造成。

前言

智商的奥秘

本书并不打算阐述如何提高智商，而是描述智商提高后的各种益处。高智商的益处并非不是所有人都清楚明白的：智商测试得分高的人群更有毅力，更具合作精神，且记忆力惊人。心理学家和经济学家们已有数十项研究证明了上述益处的存在，但尚未有学者将该益处上升到整个国家层面来考察。无论是数学、识字还是智商测试方面，国家之间的平均得分存在着差异，由此可以想象高分国家必然有一群更有毅力、更具合作精神、消息更灵通的居民。鉴于此，一个国家的高得分意义重大，不容忽视。如果教育学家和公共卫生官员可以找到可靠的方法提高一个国家的智商测试分数，目前贫穷、疾病横行的国家就会变得兴旺发达。

读者可以通过对比不同国家，认识到智商所带来的巨大影响：在标准化智商测试中得分最高的国家（如新加坡和芬兰）相对清廉，道路桥梁建设体面，写字楼、工厂及房产等领域私人投资活跃。中

国在标准化测试中也表现不俗，特别是后毛泽东时代，整个国家的经济迅猛腾飞。高得分的国家标志着其居民具备良好的认知技能和人力资源，可以更好地投身现代经济建设。

相比之下，得分相对低的国家腐败行为横行，没有贿赂办不成事，不管对方是校长、驾照发放官员还是国会议员的大舅。在这些国家，行贿虽不是必需的，但在没有贿赂的情况下，政府会变得懒惰、效率低下。得分较低的国家还不适宜进行大规模私人投资，因为有技能的工人和电力供应都很难得到保证。同时，得分较低的国家也不善于引进国际投资，所以资本也会离它们而去。长此以往将会怎样？国家衰败，到处都是危楼危桥，互联网连接龟速，一片萧条。平均而言，得分排名最后十个国家的生产率只有得分排名前十个国家的 1/8。

除了少数自然资源丰富的国家外，一个国家最重要的财富莫过于民众的智力。关于智力到底有多高效这个问题，标准化智商测试无法准确回答，但其所含的信息比我们想象中的要多很多。心智技能的提高可以促进一个国家的繁荣，而标准化的智商测试可以很好地测量这项技能，虽然它算不上完美，连统计学意义上都不算。

共赢思维

史蒂芬·柯维（Steven Covey）教授的“高效能人士七大习惯”中的其中一条便是“共赢思维”。柯维认为，不管是生意还是生活，成功的秘诀在于想办法“把蛋糕做大”，而不是死死抓住一块蛋糕中最大的那份。“抓住蛋糕”和“做大蛋糕”都是理性、有利的行为——至少短期内是有利的，但一个乐意把蛋糕做大的国家将会有更多的蛋糕吃。那到底什么可以预测一个人把蛋糕做大的能力呢？范德堡大学的研究人员通过两个实验找到了答案。

第一项实验是简单的分蛋糕游戏，关注什么性格特征可以预测一个人对于简单商品的讨价还价能力。游戏中，学生 A 必须千方百计向学生 B 卖出尽量多的罐头，而学生 B 则想方设法少购买罐头。实验人员通过游戏收集个性特征的数据，同时收集他们的 GMAT 考试成绩。GMAT 考试和 SAT 一样，都有点类似智商测试。

第二项实验是开放式的谈判游戏，两名学生分别扮演商场发展商和临街商铺档主（如梅西百货、布鲁明戴尔百货），谈判租赁合同的细节问题。很明显，第二个游戏复杂很多，用管理学教授的话来说，就是“整合性”很强。临街商铺是否应该分租给化妆品店？营业时间是否与商场一致？是否出售商场里的同类商品？手扶电梯