

得到APP

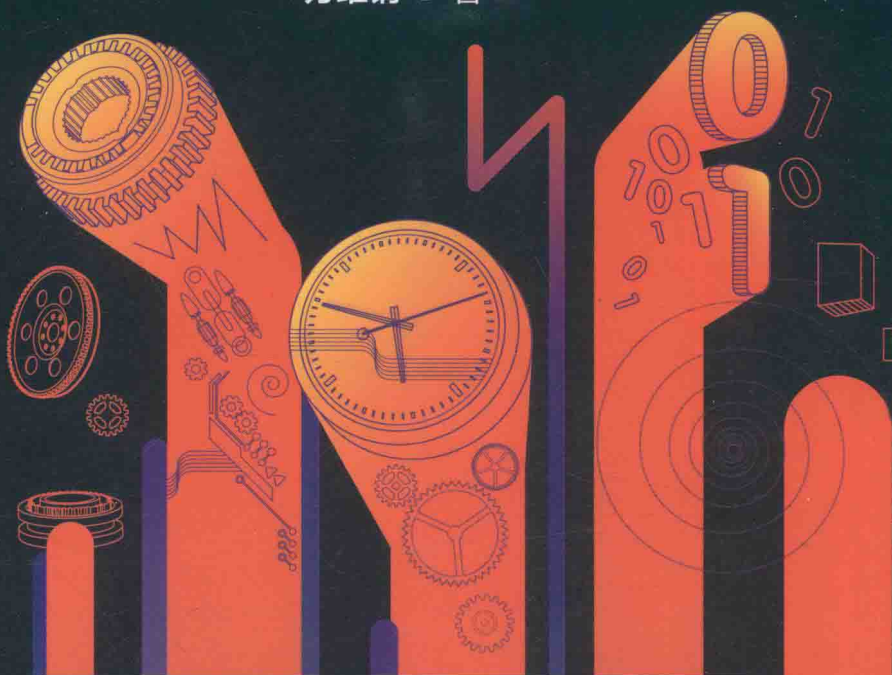
《万维钢·精英日课》

精选典藏

高手

精英的见识和我们的时代

万维钢 著



用新奇、刺激、野性的现代化精英思维
去洞察、理解、改变这个世界

喧哗时代，快人一步武装思维力
别让不靠谱的直觉左右了你的决策



中国工信出版集团

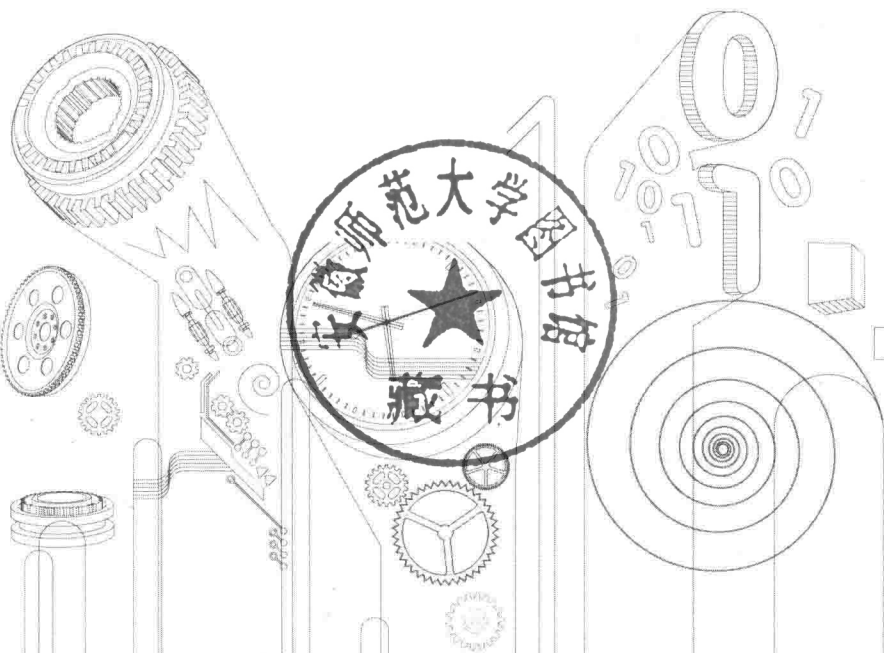


电子工业出版社
Publishing House of Electronics Industry
<http://www.phei.com.cn>

高手

精英的见识和我们的时代

万维钢 著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

内 容 简 介

本书是“得到”APP订阅专栏《万维钢·精英日课》的精选，集结了全球经济、社会、科技、哲学等领域的最新思想，并用中国人习惯的表达方式分享给你。

不是所有人都有现代化思维。万维钢为之努力的，是第一时间用全球主流精英思想武装你。

未经许可，不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有，侵权必究。

图书在版编目（CIP）数据

高手：精英的见识和我们的时代 / 万维钢著. —北京：电子工业出版社，2017.11
ISBN 978-7-121-32334-8

I. ①高… II. ①万… III. ①社会科学—通俗读物 IV. ①C49

中国版本图书馆CIP数据核字（2017）第182916号

策划编辑：林飞翔

责任编辑：张毅

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：720×1000 1/16 印张：21 字数：312千字

版次：2017年11月第1版

印次：2017年11月第1次印刷

定 价：65.00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zts@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：（010）57565890，meidipub@phei.com.cn。

◎ 序：精英的见识和我们的时代

有个十几岁的小男孩，生活在大城市，家里经济条件很不错，在好学校里读书。可是他的爸爸很少回家，因为他的妈妈脾气很差。也许是因为以前过了苦日子，他的妈妈竟然会给家里的冰箱上锁，来防止孩子偷吃东西。男孩感受不到家庭的温暖。

有一次，男孩在外面捡到两只流浪的小猫，觉得非常可爱，就抱回家想偷偷养起来。不幸的是，他的妈妈发现小猫的时候，小猫正在喝她杯子里的牛奶。于是她当着男孩的面，拎起两只小猫，直接把它们的头往墙上撞，活活给撞死了。

男孩非常难过。但是除了难过，一个很特别的想法在他心里埋下了种子，并从此伴随了他的一生。

这个大城市是100年前的美国纽约，这个男孩就是以提出“需求层次理论”闻名的心理学家亚伯拉罕·马斯洛，这个想法就是——满足了基本的经济需求，对人而言还远远不够。

二

马斯洛的需求层次理论说，人的需求像一个金字塔，是有不同层次的。底层是生理和安全需求，往上是爱、尊重和自我实现的需求。满足了底层的，就会有高层的需求。

马斯洛的理论一直有争议，但是你得承认，它很好地描述了人与人之间的差距。有的人像马斯洛的妈妈一样，认为最微小的物质比什么都重要，有的人却在追求自我实现。他们之间的差别，当然不仅仅是钱多钱少的事，还有认知上的。

这个认知不是智商。人的智商和身高一样，是正态分布，再高也高不到哪儿去；可是人的成就却是幂律分布的——是一系列苦练和正反馈积累的结果——差距如同云泥。

成就到了一定程度，你就算把他所有的资源都拿走，他还是能像穿越小说里的主人公一样干一番大事，因为他已经积累了大量的智识——智慧和见识。

大人物应该有什么样的见识呢？

三

美苏冷战期间，双方曾经有过一些表示友好的举动，比如在对方国家办展览。1959年，苏联搞了一个美国展，其中展示了美式的大房子，里面有各种家用电器。苏联宣称这种生活是一般美国人享受不到的，但其实那就是美国普通中产阶级的生活水准。没错，电冰箱早在1920年就已经在美国家庭普及了。

当时尼克松作为美国副总统访问苏联，跟赫鲁晓夫一起参观了这个美国展。二人走进美式样板房，尼克松看见里面有一台洗衣机，他找到了一个话题灵感。尼克松说：“咱们两国为什么非得搞火箭竞争呢，咱们搞制

造洗衣机竞争不是更好吗？

可是赫鲁晓夫有完全不同的思路。赫鲁晓夫说，你们美国人不要以为苏联人没见过洗衣机，其实我们苏联每个新房里都有洗衣机，而且我们的洗衣机都是一样的，不像你们美国搞各种不同型号的洗衣机，这不纯属浪费吗？

这就是史上著名的“厨房辩论”，尼克松因为这个辩论拿到了很高的形象分。现在我们可以判定，赫鲁晓夫在这场辩论中完败。中间有个小花絮是，尼克松说美国将会让每个家庭都拥有一辆汽车，赫鲁晓夫可能太过急于找回场子，竟然说苏联能让每个家庭都拥有一架飞机！尼克松马上反问，你想把这些飞机停在哪儿？

1959年，世界各国正在从传统向现代演变。赫鲁晓夫在别的方面可能才智过人，在一个更传统的场合肯定游刃有余，但是面对“现代世界”，竟然没有一个最基本的见识。

这是因为现代化的见识不是常识。

四

就算生活在发达国家，也不是所有人都有现代化思维。

美国社会学家赫伯特·甘斯（Herbert Gans）曾经有一项研究，他比较了波士顿工薪阶层和精英阶层的文化差异。他发现，工薪阶层的一个特点是只相信自己的亲友，而非非常不信任外部世界，甚至可能对陌生人有一种自发的敌意。他把这些人称为“都市村民”——住在都市里，却仍然是村民思维。

相比之下，中产阶级和精英阶层的人没有那么强烈的亲缘意识，他们很容易跟陌生人合作，而且非常信任办事规则。

再看今日的中国，这个现象不是很明显吗？小城镇里的人特别讲究亲属和熟人关系，没有关系寸步难行，这也是为什么有理想的年轻人非要去

大城市！什么叫发达？什么叫精英？真正的差异是思维模式。

像这样的差异，我们还可以列举很多，请允许我用“精英”和“普通人”来标记这两种思维。

- 精英能够理解复杂的抽象概念，而普通人处处使用简单的形象思维。
- 精英探索未知，而普通人恐惧未知。
- 精英能从长远打算，而普通人缺乏自控力。
- 精英注重个人选择和自由，而普通人认为别人应该跟自己一样。
- 精英拥抱改变，而普通人拒绝改变。
- 精英跟各个阶层的人都有交往，而普通人只跟本阶层的人交往。
- 精英爱谈论想法，而普通人爱谈论人和东西。
- 精英把自由时间花在学习上，而普通人把自由时间花在娱乐上。

……

还有一个区别值得特别提一下，那就是精英注重效率，而普通人强调公平。这个结论来自2015年的一项新研究，让受试者玩一个游戏，在两个选择中决策：选第一种，两人的总收益会大幅增加，但是分配很不均匀；选第二种，新增收益在两人之间分配得更均匀，但是总收益增加得没有第一种快。结果，越是精英人物——比如耶鲁法学院的学生——越倾向于选择第一种，而普通人则更愿意选第二种。

现在世界的一个趋势是贫富差距越来越大，而这个研究说明精英对此根本不在乎。这也是为什么“精英”在美国已经几乎是一个贬义词。

问题在于，如果精英比普通人仅仅强在他是个富二代或者官二代，我们完全有权鄙视他们；可是，如果精英的成功是基于努力程度和见识水平，那我们的道德优越感还有多大意义呢？

好在在中国，“精英”目前可能还算是一个好词。

中国不但跟美国搞了洗衣机竞争，而且正在取胜。在美国中产阶级日渐萎缩的时代，中国中产阶级正在快速崛起。有人说，非得有房有车或者年薪百万才叫中产阶级，在我看来纯属夸张。只要往马斯洛金字塔的顶层攀登，有自我实现的需求，就是中产阶级。

我们也想成为精英。既然现代世界跟我们的直觉、心灵鸡汤、寓言故事和成语典故都非常不同，那么我们就想用精英的眼光和思维方式去洞察、理解和改变这个世界。

最好的办法当然是亲身参与，而最快的办法则是读书。

五

我本来是个搞科研的物理学家，写文章是业余爱好，但是很幸运地受到了读者的欢迎。2016年，我索性从科罗拉多大学物理系辞职，开始全职写作。这时候罗振宇的《罗辑思维》正好推出了“得到”APP，用收费专栏的形式吸引了大量的读者。我们就决定搞一个以传播现代世界最新思想为宗旨的专栏，叫《万维钢·精英日课》。现在你手里的这本书，就是“精英日课”专栏一年以来的文章精选集。

罗振宇说，付费和免费是完全不一样的逻辑，我们不是娱乐读者，更不是炫耀自己有多少知识，而是向读者提供“知识服务”。这意味着我们不仅必须向读者提供“干货”和“猛料”，还必须让读者能“得到”——我们得把思想真正“交付”给读者，不仅仅让读者鼓掌赞叹，更要让读者理解掌握。

人们都说“互联网上知识丰富”，其实免费的信息价值有限。如果有关现代化的见识是一片汪洋大海，我们每天在新闻、论坛、微博和朋友圈看到的東西，大约相当于海滩上几个漂亮的贝壳。

最有用的东西在哪里？最深刻的东西在哪里？最高妙的东西在哪里？它们和最新奇、最刺激、最野性的东西一起——在书里，在小众刊物里，在论文里。我的任务是通过广泛阅读，追踪英文世界里的最新思想，然后就像一个厨师一样，把这些好东西做成适合中国人口味的菜，交付给读者。

我确定选题的标准有三个。第一，要新；第二，要过硬；第三，要让

读者能“得到”。

经典的东西都经过了时间的考验，当然好，但是我更偏爱新思想，这可能是以前搞科研的职业病，而更重要的是，我们正处在一个知识快速更新的时代。成功是因为能力，还是因为运气？引爆市场的歌曲和电影到底为什么能流行？互联网公司有什么办法能让用户对产品上瘾？这些知识刚刚出来，我们立即就给读者解读。

所谓“新思想”，并不一定是距离我们生活很远的“前沿”思想，其实我们平时习以为常的观念都在不断被刷新，也有一些老问题因为新思想而获得了解决方案。我们应该怎么选择配偶？应该什么时候停止尝试新事物？过去的人可能想象不到，现在这些问题的最优解，来自计算机算法——我们解读过两位计算机科学家写的《指导生活的算法》这本书，读者非常欢迎。

读新书的另一个理由是有些经典的思想，放在今天看，会有不同的视角。比如，亚当·斯密的《国富论》说每个人都为自己谋私利、多工作多挣钱，“看不见的手”就会让整个社会进步；可是他的《道德情操论》又说人不应该过分追求财富和名望，应该讲道德。那这是不是有点矛盾呢？这是一个历史上的著名问题，还被熊彼特称为“亚当·斯密问题”。我们专栏在谈论亚当·斯密的时候，用的是斯坦福大学胡佛研究所的罗斯·罗伯茨的新书《亚当·斯密如何改变你的人生》，这本书就以一个现代人的视角很好地解释了“亚当·斯密问题”。

那么“新思想”要新到什么程度呢？最好是刚刚出版的书、刚刚发表的文章和论文，我们希望在第一时间解读。图书方面的最快纪录是在美国刚刚出版一周，精英日课就开始了连载解读。

事实上，我们专栏在一定程度上促进了英文世界里的新思想在国内的传播。像《未来简史》《注意力商人》《平均的终结》《出奇制胜》《成功与运气》等书，都是在我们专栏连载解读之后，国内出版社迅速引进的，其中有几本我还写了中文版序言。

所谓“过硬”，就是这个思想背后最好要有学术研究的支持。有几

次我们是直接讲解一篇经济学论文，但多数情况下还是尽量选择比较通俗的书和文章。这些书和文章大多是新型的“科学写作”，作者不能信口开河，就算本身是面向普通读者的通俗作品，也要引用学术研究。

这也意味着在“名人”和“学者”之间，我们更倾向于选择学者写的东西。中国的创业者经常发表各种看法，他们说的都很有价值，但是学者可以把很多很多创业者放在一起研究比较，给我们一个更科学的说法。

要让读者“得到”，就得做到让读者看了以后能有用，或者“三观”能发生一点改变。普通的新闻，包括一些科学报道，只是提供了一条新知识而已，并不能“得到”。新想法，甚至包括有意思的新发现，都不一定能让读者“得到”——比如有新研究发现，有些章鱼的智力水平很高，甚至还有自己的个性——这是一个很有意思的知识，我也乐意读，但是放在精英日课里就不太合适。更何况大量的新想法都是没意思的。

找到这些思想，再用读者喜欢的方式解读，这个工作的难度大大超出了我的预期。一篇文章从确定选题、研发到写作，我自己就要花大概七八个小时，这还不算“得到”团队的编辑和音频录制。所幸的是《罗辑思维》给专栏作者提供支持的团队非常强大，我的专栏有个特别有创造力的主编，还请到一位中央电视台出来的音频转述师……从设计、内容到技术，新主意层出不穷，每个人都很厉害。

专栏的推出受到了读者的热烈欢迎。不到一年时间我们就有了超过11万个付费读者。这些读者之中藏龙卧虎，有的读者能从专业角度提供见解，有的读者分享自己在某个问题上的亲身经历，有很多评论精彩绝伦，简直就像禅宗暗藏的机锋。我们有很多文章被读者广泛传播，取得了比免费内容更大的影响力。

最后，感谢《罗辑思维》和电子工业出版社的编辑老师们所做的大量工作，他们使用读者点赞和编辑评判相结合的“算法”，为你精心打磨出了这本书。

现在，我迫不及待，想把这些思想交付给你。

目 录

CONTENTS

PART 1 精英社会的神话

- 成功与运气 / 2
 - 运气动力学 / 2
 - 胜者通吃 / 7
 - 信命不认命 / 12
 - 攀比动力学 / 16
 - 富而好礼 / 20
- 竞争不充分的领域里才有英雄 / 26
- 有一种声望很值钱 / 31
- 精英水平的道歉 / 35
- 国学的三个问题 / 39
- 说精英，谁是精英 / 42

PART 2 天才和疯子的一线之隔

- 俭省 / 50
 - 追逐者的绝境 / 50
 - 有差别的人类劳动 / 55
 - 从刻意练习到功夫在诗外 / 60
 - 窈窕淑女效应 / 65
- 天才和疯子的一线之隔 / 71
 - 用进化论修心养性 / 75

PART 3 巨人的工具

巨人的战术、习惯和日常 / 82

呆伯特作者的经验之谈 / 82

指挥官的派头 / 88

给前辈铺路的人 / 92

风险投资人的养成 / 97

我怎样管理信息 / 103

三种浪漫体制 / 109

PART 4 决策的艺术

决断力 / 114

到底什么是厉害的决策法 / 114

选项的价值 / 120

成大事者怎么才能不纠结 / 125

用别人预测自己 / 130

实干家无须精确调研 / 135

宠物超生问题——伪善还是妥协 / 140

二十层床垫级别的敏感度 / 145

斯多葛派哲学的安心之法 / 149

一段名言 / 150

一个心法 / 151

两种目标 / 152

到底什么叫“智慧” / 154

PART 5 数据统治世界

指导生活的算法 / 160

数学家告诉你什么时候结束单身 / 160

数学家告诉你怎样慢慢变老 / 164

数学家告诉你为什么难得糊涂 / 170

数学家告诉你最好的时间管理 / 176

经济学是“老司机”的游戏 / 182

怎样识别“hype” / 186

喜欢 = 熟悉 + 意外 / 191

行为设计学 / 195

两种技能增长曲线 / 200

PART 6 智识的尺度

破除成功学的迷信 / 206

为什么优等生不能改变世界 / 206

坚持，坚持，再坚持 / 213

企业家精神和包办婚姻 / 218

外向好，还是内向好 / 223

从“迷之自信”到“自我关怀” / 228

谁愿意嫁给爱因斯坦 / 234

蜘蛛侠套装 / 239

一个大尺度的话题 / 245

那时候和这时候的亚当·斯密 / 249

老王的体能和老张的灵感 / 259

PART 7 洞见未来

给忙碌者的天体物理学 / 264

幸运是这个宇宙的通行证 / 264

暗物质的陪伴 / 272

暗能量的惆怅 / 279

宇宙的视角 / 286

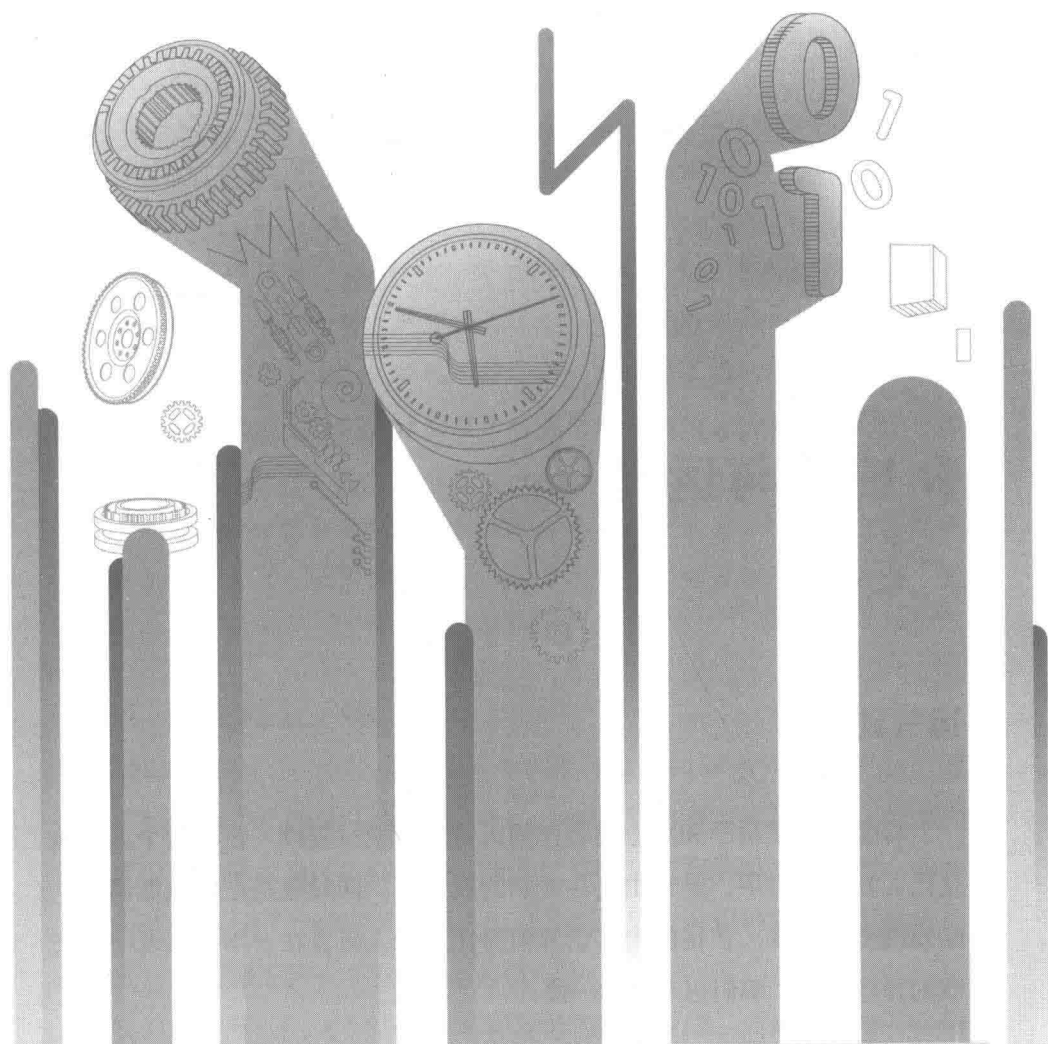
成熟度=对小概率事件的接受程度 / 294

科学家对诗人有失恭敬 / 296

平庸公司的厚黑学 / 300

跟《冰雪奇缘》学创造力魔法 / 306

一个神人的世界观 / 312



PART 1

精英社会的神话

◎ 成功与运气

运气动力学

喜爱阅读成功学和励志类著作的人肯定听说过查理·芒格这个人。他是巴菲特的左右手，是泰山北斗级别的投资家，同时还是个作风低调的、酷爱读书的智者。芒格的很多话都值得作为名人名言在一本书或者一篇文章的开篇引用，咱们也来引用一段：

得到你想要的东西，最保险的办法，就是让自己配得上你想要的那个东西。

这句话当然是前辈高人说给“好学上进的青年”的。但你仔细想想，他其实说的是无数成功人士的心声——“我配得上！”

所以这句话最适合出现的场合就是记者采访你的时候。记者问你，你成功的秘诀是什么？你就可以把芒格这句名言抖出来。可是以我之见，如果你的成功是特别大的成功，而你又想让采访更精彩一点，你还可以尝试另一种风格的话——实话。

美剧爱好者都知道有一部剧叫《绝命毒师》（*Breaking Bad*），《绝命毒师》有个导演叫文斯·吉里根（Vince Gilligan）。吉里根有一次接受

GQ杂志的采访，记者问他成功的秘诀是什么？他就说了一段比芒格说的更有意思的话：

你有没有过这样的经历——把一张纸团成一团，根本不瞄准，随随便便往远处的垃圾桶一扔，就扔进去了。下次你想再这么扔进一次，精确瞄准，百般努力，可是怎么都进不了。……我们为了拍这个剧，每个人都付出了全部的努力，我们想让它成为人类所能做到的最好的电视剧……但是你知道吗？隔壁《老爸说了算》（*According to Jim*）剧组也是这么投入的……那为什么非得是我们这个剧大获成功呢？我真想知道为什么，这样下次我还有机会在电视圈再拼一把。可是说实话，现在这个剧能成功，我已经是偷着乐了。

他说的成功经验，叫运气。

2016年4月，美国出了本新书《成功与运气：好运和精英社会的神话》（*Success and Luck: Good Fortune and the Myth of Meritocracy*）。此书作者罗伯特·弗兰克（Robert H. Frank）是康奈尔大学经济学教授，他在《纽约时报》写一个经济学专栏，而且我们的读者可能以前还读过他的另一本书，中文版名字叫《牛奶可乐经济学》。

我们现在所处的这个社会，不管是美国还是中国，大体上都是一个精英社会——人们可以靠天赋和努力去争取财富和地位，而不像历史上那样家庭出身决定一切。

“精英”，是个比“贵族”好得多的词。这是一个“选贤与能”的好时代。不过弗兰克说，如果你认为精英们之所以成功，全是因为他们的天赋和努力，外加在人生重大关头做出了理性的正确选择，那也不对。成功在很大程度上是因为运气，而且在现代社会更是如此。

弗兰克列举了很多例子，包括他自己的生活经历，还有一些系统研究的结果，来说明运气在成功中的重要性。我帮他总结一下，个人运气的规律大约有三条，咱们姑且称之为“运气动力学”。