

学问聊斋

主编 金明善 特邀执行主编 詹小洪



黄有光	杨小凯	许 斌	梁小民	熊秉元
李海舰	韦 森	王则柯	汪丁丁	王建国
张宇燕	蔡 昉	罗卫东	皮建才	张晓晶
金 碚	赖德胜	胡海鸥	王跃生	荆林波
陆 铭	邱 斌	蒲勇健	何 帆	党国英
韩朝华	李文溥	叶 航	平新乔	王玉霞
李中健	聂辉华	韩德强	宋胜洲	朱富强

读《学问聊斋》，听海内外著名华人经济学者跟您畅谈做学问的经验与心得。

《经济学家茶座》精品栏目系列

学问聊斋

主编 金明善 特邀执行主编 詹小洪



山东人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

学问聊斋/金明善主编.—济南:山东人民出版社,2008.12
(《经济学家茶座》精品栏目系列)

ISBN 978-7-209-04674-9

I. 学… II. 金… III. 经济学-文集 IV. F0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 201717 号

责任编辑 董新兴

封面设计 李海峰

版式设计 刘冉冉

学问聊斋

主编 金明善 特邀执行主编 詹小洪

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

地 址:济南市胜利大街 39 号 邮编 250001

网址:<http://www.sd-book.com.cn>

发行部电话:(0531)82098027 82098028 82098021

新华书店经销

山东新华印刷厂临沂厂印装

规 格 16 开(172mm×232mm)

印 张 27

字 数 420 千字

版 次 2009 年 3 月第 1 版

印 次 2009 年 3 月第 1 次

ISBN 978-7-209-04674-9

定 价 40.00 元

如有质量问题,请与印刷厂调换。(0539)2925659



目 录

- 黄有光 如何善用经济学这副小孔透视镜 /001
- 李海舰 经济学家:学问、成名、赚钱 /005
- 熊秉元 宏观现象的微观基础 /012
- 杨小凯 张永生 为什么比较优势可能错 /021
- 蔡 昉 萨缪尔森迟到 30 年的答案
——“新经济”不能改变的原理 /029
- 许 斌 比较优势和战略优势
——国际贸易学中的智慧 /032
- 熊秉元 刻画经济人 /035
- 梁小民 当年,我这样读萨缪尔森的书 /044
- 王则柯 经济学讨论中的假设和模型 /050
- 王建国 千万别把经济学家错当管理学家 /056
- 张宇燕 孙悟空、如来佛以及太上老君 /059
- 何 帆 如何发表经济学论文 /062
- 黄有光 应用经济研究是否可靠 /069
- 党国英 从“哲学帝国主义”到“经济学帝国主义” /072
- 张宇燕 帕雷托原则中的人生哲学 /078
- 皮建才 经济学里的“醉汉” /081
- 陆 铭 在经济学停止的地方,思想前进了 /084
- 邱 斌 如何捕捉经济学研究话题? /089

- 聂辉华 为什么中国人多经验而少理论? /093
- 黄有光 [杨小凯] 关于国际主流经济学学术规则的对话 /100
- 汪丁丁 为经济学划界——以及由此而生的问题 /110
- 董新兴 显学是怎样产生的 /112
- 张清津 经济学家看宗教:宗教经济学 /116
- 韩朝华 认识、表述和学风——学术用语规范性杂谈 /120
- 皮建才 经济里的“阿塞莫格鲁现象” /124
- 梁小民 我与现代经济学 /128
- 王则柯 经济学规矩的局限性 /134
- 张晓晶 经济学到底有什么用? /138
- 李华芳 一个经济学帝国主义者的自白 /142
- 许桃芳 我们都是经济人 /148
- 胡海鸥 对 MBA 学生的告诫与讽喻 /153
- 李海舰 学问是钱堆出来的 /156
- 聂辉华 大陆高校:没有一流待遇,哪有一流水平? /159
- 李文溥 从分庭抗礼到杀师灭祖 /162
- 荆林波 “土鳖”伯克利“淘经”记 /166
- 高 程 谁,最有可能谋杀肯尼迪? /169
- 许 斌 拿什么反对你:李嘉图 PK《谷物法》 /174
- 王跃生 有感于“经济学数学化”的争论 /178
- 邵 军 经济学中的形式革命 /182
- 松 木 自然·人·经济学:一些趣想 /186
- 章 元 问世间“社会资本”为何物? /191



- 邱 斌 过度技术化不是经济学的发展方向 /195
- 朱富强 请把经济学作为“为己之学”来研究 /199
- 皮建才 经济学真的没有标准答案吗? /204
- 韩德强 想象正反馈经济学 /207
- 孟祥仲 读懂凯恩斯 /212
- 王则柯 “高微热”之我见 /217
- 宋胜洲 学术的 OEM 与 ODM 模式 /220
- 许文彬 巴特尔教授的迷宫游戏 /225
- 眭廷全 “富贵险中求”:最优解都在边界上 /229
- 汪丁丁 人格与理性选择 /231
- 张恩众 经济学家为什么需要数学 /238
- 李海舰 学术论文的规范与创新 /244
- 李俊慧 “法律面前人人平等”的经济学解释 /256
- 韦 森 中国当前需要什么样的宪政经济学 /260
- 王则柯 经济学常识与“人文关怀”迷雾 /264
- 陆 铭 当中国经济学的苹果坠落 /267
- 黄有光 泛评《制度经济学三人谈》 /269
- 王跃生 经济思维与“经济学价值” /273
- 王则柯 设验甄别有学问 /277
- 许 斌 经济学胜在出乎意料 /281
- 陆 铭 把实证研究进行到底 /284
- 王建国 文化、知识与信息
——三维时代的困扰和现代管理的精髓 /288



- 蒲勇健 经济学的“惊喜” /295
- 郑磊 中国的经济学研究与国际接轨的一个途径 /300
- 张宇燕 简约之美 /305
- 金碚 “经济人”理性主义行为是假设而非现实? /308
- 李中健 经济学研究:取向、形态及品性 /311
- 翟华 会数数的马与算不清楚的人 /314
- 朱富强 女性适合学习和研究经济学吗? /316
- 陈抗 国王和抓老鼠的猫——也谈路径依赖 /320
- 王玉霞 刘文彩 VS 周扒皮——张维迎 PK 张五常 /323
- 蒲勇健 美、孔雀的尾巴与信号博弈 /327
- 聂辉华 道德:经济学的“黑洞”
——观电影《武士》有感 /332
- 朱富强 会挣钱才是“好”经济学家吗?
——李嘉图、凯恩斯等例说 /335
- 王则柯 没有权衡取舍,就没有经济学 /340
- 党国英 经济学大堂的门票 /341
- 平新乔 数学不好就不能在经济学上有所建树吗? /347
- 党国英 从拿破仑的选择谈起 /352
- 何帆 经济学家是怎样炼成的 /354
- 蔡昉 “沉闷的科学”辩
——漫谈经济学与文学艺术相通之处 /359



- 蔡 昉 经济学思维与经济学写作 /363
- 蒲勇健 数学方法:驱逐伪经济学的行业门槛 /366
- 蔡 昉 达利绘画与古典主义包容性
——漫谈巴罗和萨拉伊马丁的《经济增长》 /369
- 邓盛华 模型、逻辑原理与经济学家的底气 /373
- 赵凌云 学术环境与经济学家 /377
- 熊秉元 鲁宾逊是诚实的吗
——记“资讯经济学”二三事 /380
- 剧锦文 经济学的经济学 /384
- 赖德胜 经济衰退与经济学繁荣 /388
- 党国英 经济学思考的趣味 /392
- 罗卫东 百年对垒:奥地利学派 VS 洛桑学派
——浅议西方经济学体系内部的分歧 /394
- 曹利群 新制度经济学的时间视野 /399
- 庸 之 挑战新古典经济学
——介绍莫纳什大学递增报酬与经济组织研究中心 /402
- 欧阳红兵 在香港学习金融学 /405
- 叶 航 两小时掌握现代经济学的精髓 /409
- 李文溥 被“殖民化”的“经济学帝国主义” /414
- 聂辉华 如何创作经济学论文 /417



如何善用经济学这副小孔透视镜

黄有光*

最近读到诺奖得主斯蒂格利茨的一句显然必须商榷的话(下详),引发对经济学用处的思考,愿和读者们切磋。

经济学是一副透视镜

我认为经济学是一副透视镜,因为用经济分析可以让我们看到许多原来看不到或看不清楚的东西。经济学也可以说是一副折射镜,让我们看到许多不能直接看到的東西。一个简单的例子,税额增加,可以多抽多少税?直接的答案是:增税额乘以交易量。但简单的经济分析就要考虑到交易量会因税额之增加而减少。例如原来每吨的税额是10元,(有效课税)交易量是100万吨,总税收是1000万元。若税额从10元增加到12元,交易量减少到80万吨,总税收不是增加200万元,也不是增加160万元,而是根本没有增加,反而减少了40万元。

另一个较不简单的例子。一个人尚余生命的价值,直观看来,应该是随着年龄之增长而降低。但是,用经济分析,竟然可以得出,当利率相当高时(例如实际利率超过3%),生命的(金钱)价值可能随着年龄之增长而大量增加(十多倍)。但是,生命的效用价值却依然随着年龄之增长而降低。这就造成生命的效用价值与生命的金钱价值之间的剪刀差,在公共政策上造成困惑——到底应该根据生命的金钱价值或是生命的效用价值来制定公共政策?

诺奖得主斯蒂格利茨的失误?

在2002年《公共经济学期刊》(Journal of Public Economics)的一篇文章中,斯蒂格利茨说:“一个最重要的洞见——这在现在的观点看是显然的——是认识到所有的税收都会引致扭曲,但把扭曲的数目极小化,并不会使整个税制所造成的总量纯损失极小化。”(第341页)这句话可说对四分之三而错四分之一。“把扭曲

* 作者系澳大利亚莫纳什大学经济系教授。

的数目极小化,并不会使整个税制所造成的总量纯损失极小化”,这一般是对的,尤其是当税收的行政成本不大时。“所有的税收都会引致扭曲”,这在研究税收的扭曲成本的文献中的多数简单模式的世界中大致是对的;但在所有现实经济中是大错特错的!

在上述简单模式中,假定完全竞争、完全信息、完全理性、没有外部作用等,没有税收的市场经济是帕累托最优的。因此,任何税收都有扭曲作用(或超额负担)。其实,即使是在这假想的世界中,所有经济学者都会承认,必须要有税收来维持政府开支。在人(即使只是大体上)是自利的前提(而这是市场经济最优性的条件)下,市场生产的可能,就必须基于有治安等公物的存在。若已经存有某些非最优的税收,则再加上与原有税收有经济上的对冲作用的税收,就不但没有扭曲作用,反而有反扭曲,或改进效率的作用。这与上述斯蒂格利茨引文的后半部是相符的,但却和其前半部相冲突。但这(有点吹毛求疵)不是本节的要点。

包括斯蒂格利茨在内的许多经济学者的主要失误是,简单模式玩多了,忘了实际经济并没有完全竞争、完全信息、完全理性,而存有许多外部作用。

第一,单单看经济生产与消费对生存环境的许多危害,就使多数税收从具有扭曲作用变成具有改进效率的作用。首先,大学一年级的经济学教科书就有教导,对污染等对环境有危害的活动进行抽税,有改进效率的作用。其次,即使不是对污染等对环境有危害的活动进行抽税,而是对一般的消费或收入征税,大体上还是有改进效率的作用。这是因为绝大多数生产与消费,直接或间接(如通过中间产品)地有很大的危害环境的作用。

第二,除了对环境的危害,另一种重要外部作用是人际相互攀比,包括相对收入或相对消费作用、炫耀性消费等。这种攀比,尤其表现在竞争高收入、升职、炫耀高消费等方面上,而很少表现在竞争高闲暇上。这种倾向,在东亚地区尤其显著。结果人们拼命工作、挣钱、浪费。茅于軾说过,许多人用“违反道德的手段赚钱;用危害健康的方式花钱”。可以补充说,许多人赚钱与花钱的方式都同时是不道德与不健康的。收入税与消费税,使人们少工作、少挣钱、少浪费,与其说有扭曲作用,不如说有纠正作用。

第三,对钻石性物品(与炫耀性消费有关,但也与送礼、储值等有关)征税,也能提高效率。普通物品是其消费量影响效用,纯钻石性物品是其交换价值(价格乘数量)影响效用,混合钻石性物品是两者都影响效用。纯钻石性物品的需求线是双曲线,且价格上升不减少消费者的效用,因为若价格加倍,消费量减半而交换价



值不变,因而应该课以重税。对纯钻石性物品的税收不但没有超额负担,连负担都没有。征 10 万元税,不是造成 13 万元的总负担,而是零负担。[见《美国经济评论》(American Economic Review)1987 年拙文]对,纯钻石性物品不多见,但混合钻石性物品到处都是。对混合钻石性物品征税,也能提高效率。而且,有些情形(当混合钻石性物品被消费到其内在的消费作用为负时,例如豪饮伤身),税收的负担是负的。政府征税,消费者得利。

第四,非完全理性的人们,在天生的累积的兽性与无处不在的商业广告的影响下,往往表现为极端的物资主义,例如牺牲对快乐更重要的健康、安全、家庭、朋友等,而去多赚几个不能真正增加快乐的臭钱。这也使收入税与消费税具有纠正作用,虽然其纠正能力不是很大。

第五,有些税收还有其他纠正作用,例如对汽车与汽油征税,不但有上述纠正污染与攀比的作用,还有纠正过分拥挤的作用。

综合上述各项可见,即使纯粹从效率出发,不看政府支出与提供公物的需要,也不看减低收入不平均的需要,也应该对收入与消费大量征税。我认为,可能除了北欧各国以外,世界各国的税收,不是失之太高,而是失之太低。北欧各国高税收高快乐,或有因果关系。几乎所有的税收(一些低效政府及像中国许多农村与地区乱收税的情形除外)都有纠正的作用,而不是都有扭曲的作用。包括斯蒂格利茨在内的许多经济学者的失误大矣!

第六,即使考虑了上述各项后,税收还有一些扭曲作用,这是单单从税收这一方面来看。除了少数效率非常低的政府,税收所得不是完全被丢进大海(或被贪官贪污掉),而大体上是“取之于民,用之于民”。例如以税收所得提供治安,则把税收与政府支出合起来看,大体上并没有扭曲作用。多工作一小时多赚 10 元当然比只多赚 8 元(2 元为收入税)的激励大,但这是只看税收的一面,没有看政府支出的一面。如果没有税收就没有治安,有税收就有治安,试想,你是比较愿意多赚有保障的 8 元,还是比较愿意多赚没有保障的 10 元? [详见 Kaplow 与笔者(Ng)在美国《国家税收杂志》(National Tax Journal)1996 年与 2001 年的文章]

经济学是一副小孔透视镜

为什么像斯蒂格利茨这么有才华的经济学者,会有这么大的失误?这也许是因为经济学这副透视镜是小孔的。为了进行严谨与深入的分析,经济学者往往假定完全竞争、完全信息、完全理性、没有外部作用等。对于一个基本模式,这些简单

假设也许是必要的或有用的,但经济学者应该认识到,这使我们的透视镜变成小孔的,看不到实际经济中大量存在的外部作用,不完全竞争、不完全信息、不完全理性等因素及这些因素的影响。因此,经济学者除了用简单基本模式的分析,还应该把模式复杂化或一般化,引入较现实的假设。但这不能太多,因为它会使分析成为不可能。因此,当我们把简单分析的结论应用到实际经济时,就应该考虑到简单分析与实际经济的差异,而做适当的调整。这种能力,不见得是诺奖得主、数理大师、名牌教授就一定具有的,反而必须靠常理(common sense),对其他有关学科的一些基本知识的认识,及对实际世界(包括历史与各国不同的情形)的观察与比较。关于其他有关学科,我认为进化生物学的基本原理有很大的启示。这不只是对经济问题,对其他几乎所有有关人们的行为的问题,都有很大的启示,因为人也是一种动物,我们的行为受我们的基因的影响。其他如心理学、社会学等也应该有所助益,尤其是有关快乐的研究,经济学者必须注意,因为经济活动以及其他所有有目的的活动,最终目标应该是快乐。



经济学家：学问、成名、赚钱

李海舰*

一、如何做好学问

据本人长时期的实践和观察，经济学家做学问有“三步曲”。第一步，“造零件”，即把各种观点、理论、学派最大限度拿来，然后分门别类装在脑子里面，多多益善，冲突最好。有差异才有创新，有差异才有学问。这一步也可叫“备料”。第二步，“学拼图”，即根据一定理念，将众多观点、数据组装起来，形成一个有机整体，目的在于阐述一种新的主张或看法。材料不同、构思不同、配置不同，会拼出不同的“图案”。这一步也可叫“炒菜”。即使采用同样的原材料，因“炒菜者”的理念不同，学问也就高低不一。换句话说，有的人做了一辈子学问，很快被人忘记，问题在于其中的“通用件”太多了。然而，到第二步，学问尚未真正入门，就像一锅水只烧到了99℃，还差1℃呢！第三步，“把死马变活马”，即把形成的这个“拼图”摆来摆去地用于实践，获取经济效益、社会效益（不管是国家的还是个人的），那么这个学问才得到了价值实现；同时，在指导实践的过程中，再对“拼图”反复修正，使之更符合实际。依此循环往复，无穷无尽。

“把死马变活马”，是学问入门者最惊险的一跳。这一跳如果不成功，那么你的学问就是死学问。而“造零件”、“学拼图”则是“把死马变活马”的基础。为了打好这一基础，也有“三步曲”，即：好专业——高学历——名学校。专业不好，日后拼出来的“图”社会就不需要它。还要选择一个好的专业，从大学读到硕士、博士甚至博士后。今后看来，一般高校的硕士、博士还不够硬气，他们必须是名牌高校的。这是因为，名牌高校教育含有当代最先进的价值理念和思维方式，做“拼图”的所有“基因”——理念皆在这里，而这些是只可意会不可言传的。

求名求利、好名好利，这既是人的本性使然，也是人的上进动力。换句话说，做任何事，所追求的不外是名和利，“官”也无非是名和利的另一种形式或“混合物”。

* 作者系中国社会科学院工业经济研究所研究员。



市场经济为各界人都提供了名利机遇。做学问也是如此：一则可以迅速成名；二则可以迅速致富。这里不妨浅谈几招，以便抛砖引玉：

(1)先专后博。研究与学习分别遵循不同的路径：学习——先博后专；研究——先专后博。从一点上成名，然后再扩展到其他领域。这是一条捷径。正如做企业，把一个产品做到登峰造极、全国知名后，再适时向其他产品延伸，这样后一产品可借助前一产品的无形资产——品牌，一夜之间即可家喻户晓。这是海尔“亮了东方再亮西方”、“东方不亮西方也不亮”的思路，这也是大学问家曾经走过的道路，可谓一通百通，一名百名，“赢者统吃”。

(2)“顶天立地”。学问一要“顶天”，二要“立地”。所谓“顶天”，指学问不仅要达到当时最高的理论水平，而且还要超越时代；所谓“立地”，指学问要有实用价值，在生活中能立住脚，经得起实践的检验。也就是说，理论性和实践性是学问的本质所在。长期以来，我们对学问的理解仅局限于理论性上，从知识到知识，从书本到书本，搞封闭式自我循环，这是一个重大误区。今后，必须在从理论到实践、再从实践到理论的循环中，形成一种自强化、自优化机制。总之，学问只有“顶天”才能成名，学问只有“立地”才能致富。可怕的是“上不着天”，“下不着地”。换句话说，学问向上延伸，可以成名；学问向下延伸，可以致富；学问可持续性延伸，可以持续地成名和致富。

(3)从最前沿问题切入。例如，当前新经济理论是最具前沿性质的，我们需要以新经济理论为指导研究问题，提出政策主张，对其中能涉及的“旧经济理论”再探讨，而不是相反。否则，仅“旧经济理论”就足够让你研究上十年八年的。这里，也有两种不同路径：一种是从最近的再到最远的，一种是从最远的再到最近的。显然，遵循前者路径容易成名和致富。

(4)“画鬼容易画人难，宁画鬼不画人”。这是我读博士期间老师教给我的治学方法。人，大家天天都见，知道是怎么回事，你画出来以后不仅无新鲜感，而且可从不同侧面加以评价。而鬼，一般人没见过，你画成什么样子，它就是什么样子。这话听起来有点玄，其实是教你如何创新，选择一块别人尚未开垦的处女地进行开垦。而成熟的研究领域，已有成果颇丰，要想出点思想实乃不易。何况，嚼别人吃过的馍也没多少营养价值。只有敢“吃螃蟹”的人才会有名有利。

(5)先“生产经营”后“资本经营”。在给研究生讲课时，我说，爬格子写文章，讲课吃粉笔末，这是“生产经营”，又苦又累，赚钱还少。为什么我还这么做呢？因为我的名气不够，就是品牌还不响。一旦有了品牌，众多企业将会排队找上门来给你送大钱做咨询，少则几十万，多则上百万。这时，一种“知识打败权力”、“知识打败金



钱”的感觉油然而生。这样,就可以做老板,组织一帮人来为你打工,你自己出思想,打工者爬格子,这就是做学问的“资本经营”。它可以少费力而挣大钱。可见,“资本经营”,挣钱多而费力少;而“生产经营”则是费力多而挣钱少。从“生产经营”转向“资本经营”,这是做学问的第二次最惊险的一跳。可见,能上升到“资本经营”层次的学者则算是学问做到家了。

(6)宏观成名,微观赚钱。宏观学问,特别是产业学的学问,一般是为总理出主意的,是新闻媒体追逐的对象,“曝光率”高,做这种学问容易出名;微观学问,特别是企业学的学问,一般是为经理想办法的,企业愿付出高额的报酬请你提供咨询。不少学者,既通宏观又通微观,从而可在两者之间往返运动,俗称“上窜下跳”、“上下统吃”。一方面,作为微观专家,深知企业“下有对策”的招数,在为政府制定宏观政策时能切中要害、“补天有术”;另一方面,作为宏观专家,亲身参与政府重大决策制定,深知宏观政策的薄弱环节和漏洞所在,当为企业做咨询时,可以教给它们一些“打擦边球”的战术,以便钻政策的空子。

二、如何在做学问中尽快成名

根据我的观察,在官僚晋职、商人赚钱、学问成名中,最容易做到的则是后者。因为学问成名一开始较多地取决于个人因素,而个人因素则是自己可以掌握的。只要思路对头,干上几年,一举成名可以说是轻而易举。

(1)借助名人可以更快地成为名人。经常在低层次学者圈里打转转的人很难成为高层次的学者,这就是国人通常讲的“物以类聚,人以群分”。要想成为名人,必须时常围在名人身边,为名人打工,与名人对接,与名人同行。2000年4月,笔者曾与国内著名中青年经济学家前往沈阳调研,前后时间虽仅一周,但一周内获得的学术收获相当于平常一年的积累,何况我的知识平台已是博士、研究员。不仅如此,名人的课题多,争取参与名人牵头的课题研究,一并纳入著名学者的研究、写作分工体系,成为他们“研究链”上的一环。这里,关键是能够让名人“带上你玩”。换句话说,名人“不带你玩”、“不跟你玩”则是大忌。为此,既要做好人,更要做能人。作为好人,易于合作;作为能人,能够善事。而且,要先做人,后做事。

(2)借助名地可以更快地成为名人。不管你承认与否,这个世界就是这么不公平。如果你在美国成为著名经济学家,那么你自然就是全球著名经济学家;如果你在北京成为著名经济学家,那么你自然就是全国著名经济学家。如果你在地方,尽管你在某一领域颇有建树,甚至超过了北京的学者,那你也只能是“地方级”的。这



就是区位的“含金量”，研究“资源位”理论的学者对此可谓精通至极。

(3)符合主流可以更快地成为名人。每个社会每个时代都有自己的主流，顺应主流，与主流对接，可谓成名在即。例如，1979年底，我国转向以经济建设为中心的轨道，研究经济问题应当成为首选。这个时期，经济学家就如同战争年代的将军一样威风。

在这里，要想符合主流，“三次高成长性理论”大有借鉴意义。如果所在职业属于主流职业，就具有了第一次高成长性；如果所在单位属于主流职业中的主流单位，就具有了第二次高成长性；如果个人本身属于主流单位的顶尖人物，就具有了第三次高成长性。如果同时具有了三次高成长性，那么尽可收获各次高成长性带给你的成果吧！它们不是“加法效应”，而是“乘数效应”、“指数效应”！即使个人情况一般，那也可以得到主流职业、主流单位带给你的莫大好处。这真是应验了老祖宗留下的一句话：“女人怕嫁错郎，男人怕入错行。”

(4)关注热点可以更快成为名人。不管是主流还是非主流，都有热点问题可供研究，这多少为那些处于非主流状态的学者找到了一些平衡，他们应该加倍珍惜。热点造就名人。中国“入世”、西部开发、台湾问题等，各造就了相应领域的一批学者成为名家。他们报纸上有字，电视里有影，电台里有声，网络上有言，到处飞来飞去，周游列国。可见，在市场经济下，必须扭曲自己，贴近主流，贴近热点，而不是等热点来撞上你。

(5)“联合作战”可以更快成为名人。现在，单枪匹马做学问的时代已经一去不复返了，“大兵团诸兵种联合作战”成为学问“产业资本经营”的主导方式。不仅如此，与竞争对手合作，“引狼入室”并“与狼共舞”，这是迅速提升个人知名度的捷径。这个时代，合作比竞争更重要。合作，双赢发展；对立，两败俱伤。还有，在现时代，不是比谁能够打倒谁，而是比谁能够跑得更快。就个人而言，“联合作战”，一则可以采取虚拟运作方式，二则可以采取战略联盟方式。就单位言，可以借助高层次的“无形资产”全面盘活“有形资产”乃至提升低层次的“无形资产”，即所谓的“用无形资产盘活有形资产、用高层次无形资产提升低层次无形资产”。例如，一些地方高校邀请中央高层机构和名刊合作办会议、开讲座，不仅全面盘活了自己的“有形资产”，而且大大增值了自己的“无形资产”。

三、如何在做学问中尽快赚钱

过去，多数经济学家囊中羞涩，“脑体倒挂”的说法曾经流行了不少年。如今，



“脑体倒挂”已经成为历史,经济学家中的百万富翁越来越多。的确,自己致富才有资格教人致富,穷酸的经济学家不能称其为真正意义上的经济学家。过去,以成论英雄;现在,以学问论英雄,以金钱论学问。而且,随着知识经济时代的到来,学问的价值可以说是天天在增值,可谓是最好的“绩优股”。目前,教育、研究、咨询是赚钱的三大行业,而学者可以全部横跨。人总是跟着利益走的,做学问从来没有像今天这样硬气起来,以至于不少人“弃官从学”、“弃商从学”。

但是,学问有活学问和死学问之分。卖出去才是硬道理。学问本身不是货币,但学问可以转化为货币。学问转化为货币具有若干前提条件:

(1)学问能否转化为货币?有用的、管用的学问才能转化为货币,所以,要搞有用的、管用的学问。

(2)学问能转化成多少货币?同样数量和质量的学问,有的转化得多,有的转化得少,关键在于发展“范围经济”。无限次重复使用是范围经济的实质所在。例如,一个2小时的讲稿,如果只讲1次,假定讲课费为2000元;如果讲授10次,则讲课费为2万元;如果讲授100次,则讲课费为20万元。这还不包括讲稿作为论文发表、成书出版后的报酬。准备2小时讲稿的成本几乎是固定的。在这里,初次成本(备课、写稿)很高,但再生产成本(讲授)几乎为零。可谓“一本万利”、“万利一本”。还有,学问只有向下延伸、与市场对接才能够转化为货币,但下家的市场化程度对学问转化为货币的数量至关重要。以一次2小时的讲座为例。同一学者讲授同一内容,若在军队单位,只能拿到500元的酬金;若在政府机关、国有企业,可能拿到1000~2000元的酬金;若在银行、证券机构,则能拿到4000元的酬金。

(3)学问转化为货币的速度问题。过去,在做学问时,我们提倡“十年磨一剑”,现在看来,应该是“一年磨十剑”。现代社会瞬息万变,“知识折旧”加速推进,“十年前磨出来的剑”早就没有市场了。这在现实经济学界尤为突出。因此,要强化“速度经济”理念,亟须适应从“大鱼吃小鱼”到“快鱼吃慢鱼”的转变。

(4)学问转化为货币的途径置换、升级和配置问题。学问转化为货币可有多种途径,但基本上沿着这样一个轨迹:撰稿——咨询——讲座——出场。也就是说,撰稿,收益最低;咨询,收益较高;讲座,收益更高;出场,收益最高。这里,收益高低是以单位时间工作量的回报来计算的。需要指出的是,撰稿,是小学者的转化形式;出场,则是大学者、“腕”级学者的专利品,他们不仅长时期内经常出场,而且短时间内多次出场,以至成为“赶场”。但是,选择国家顶级刊物发表论文,稿酬虽低,但目的在于提升“无形资产”,“包装”自己,打知名度;名气大了,有人找上门来邀