

# 经济学家茶座

合订本

第41—44辑

被中国发行业协会评为“2007年度发行业优秀畅销品种”  
总第四十一辑 2009.3

总编辑 王德胜  
副总编辑 王德胜  
执行编辑 王德胜  
编辑 王德胜  
校对 王德胜  
封面设计 王德胜  
版式设计 王德胜  
印刷 王德胜  
装订 王德胜  
发行 王德胜  
地址 王德胜  
电话 王德胜  
邮编 王德胜

被中国发行业协会评为“2007年度发行业优秀畅销品种”  
总第十三辑 2009.5

总编辑 王德胜  
副总编辑 王德胜  
执行编辑 王德胜  
编辑 王德胜  
校对 王德胜  
封面设计 王德胜  
版式设计 王德胜  
印刷 王德胜  
装订 王德胜  
发行 王德胜  
地址 王德胜  
电话 王德胜  
邮编 王德胜

经济学家茶座

被中国发行业协会评为“2007年度发行业优秀畅销品种”  
总第四十二辑 2009.4

总编辑 王德胜  
副总编辑 王德胜  
执行编辑 王德胜  
编辑 王德胜  
校对 王德胜  
封面设计 王德胜  
版式设计 王德胜  
印刷 王德胜  
装订 王德胜  
发行 王德胜  
地址 王德胜  
电话 王德胜  
邮编 王德胜

经济学家茶座



被中国发行业协会评为“2007年度发行业优秀畅销品种”  
2009.6

总编辑 王德胜  
副总编辑 王德胜  
执行编辑 王德胜  
编辑 王德胜  
校对 王德胜  
封面设计 王德胜  
版式设计 王德胜  
印刷 王德胜  
装订 王德胜  
发行 王德胜  
地址 王德胜  
电话 王德胜  
邮编 王德胜

经济学家茶座



# 经济学家茶座

合订本

第41—44辑



山东人民出版社



**图书在版编目(CIP)数据**

经济学家茶座:合订本. 第 41~44 辑 / 金明善主编.

—济南:山东人民出版社,2011.2

ISBN 978 - 7-209 - 05588 - 8

I. 经… II. 金… III. 经济学-文集 IV. F0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 255274 号

责任编辑 董新兴

封面设计 李海峰

**经济学家茶座(第 41 ~ 44 辑)合订本**

金明善 主编

---

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

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

山东临沂新华印刷物流集团有限责任公司印装

规格 16 开(167mm × 235mm)

印张 40

字数 640 千字 插页 13

版次 2011 年 2 月第 1 版

印次 2011 年 2 月第 1 次

ISBN 978-7-209-05588-8

定价 56.00 元

## “茶客”风采

邱斌，东南大学  
经济管理学院教授。先  
学了工科，然后缘于对  
“文科”的热爱，修了经  
济学。等到真正在经济  
学的修行中上下求索  
时，才知道经济学是什  
么样的学科。很感谢在  
中国社科院世界经济与  
政治研究所的博士后经  
历，那几年是我近距离  
领略各路大师风采和一  
窥经济学神秘殿堂的一  
段美好时光。在《世界



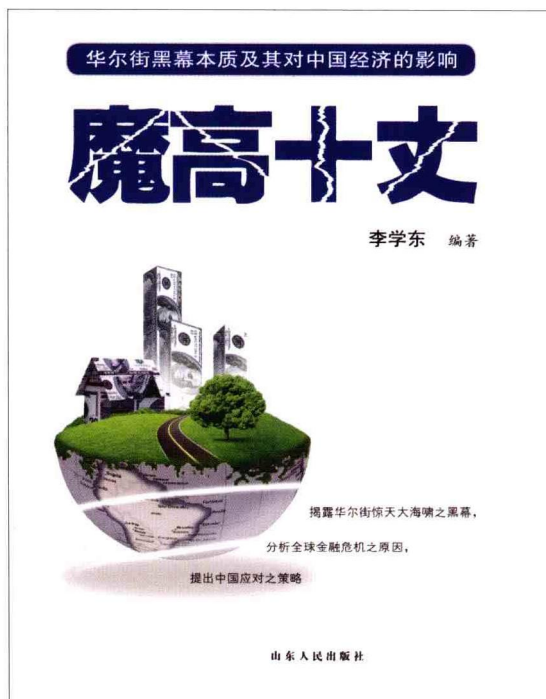
经济》、《管理世界》和国际期刊上发表过十几篇论文，在学校里为研究生开设“应用经济学研究方法论”等课程，在研究的过程中与学生同苦同乐。目前主要从事国际贸易和世界经济方面的研究工作，有感而发时写些博客，求质不求量。

希望能够更多地知道典型化事实，不奢求规律发现。在纷繁芜杂的世界中，在信奉理性人价值观的经济学界，找几个头脑和心灵同样美丽的同仁并非想象中那么难。由于世界是不完美的，市场是不完全的，人的行为理性就显得尤为重要。学了经济学，会让人的理想从做一个好人（nice person）转变为做一个理性人（smart person）。我的些许经验告诉我：《经济学家茶座》这类杂志，是帮助人们从众多理性人中了解经济运行规律和人的行为微观机制的较好途径。

——邱斌

## 《魔高十丈》出版

这是一本系统全面地阐述金融大海啸的起源、发展及其背后掩盖的种种黑幕和事件本质的图书。她犀利地指出了金融大海啸对中国经济的重要影响，用雅俗共赏的语言把这一极端诡秘的经济现象说明白，揭露了此次美国次贷危机引起的金融大海啸之复杂、之深奥，以及华尔街金融大鳄之阴险、之高明、之贪婪，让读者对金融大海啸的本质及其来龙去脉、因果关系有一个较深的理解，对我国面临的经济困难和机遇有一个较清醒的认识。

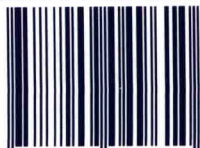


(《魔高十丈》，李学东著，山东人民出版社2009年4月出版，定价22.80元)



责任编辑 / 董新兴  
封面设计 / 李海峰  
插图 / 范建平  
版式设计 / 刘冉冉

ISBN 978-7-209-04961-0



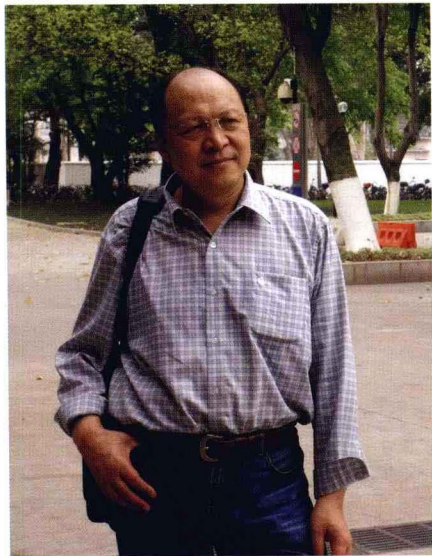
9 787209 049610 >

国内订阅：全国各地邮局 邮发代号：24-180 零售：全国各地新华书店

定价：14.00 元

## “茶客”风采

巫继学，1946年生于成都市，1981年毕业于河南大学，经济学硕士。河南省社会科学院经济研究所研究员，河南大学教授，联合国社经委培训中心DSC客座教授，德国霍恩海姆大学访问学者。个人独立学术网站：人本经济学—自主劳动网([www.economics.com.cn](http://www.economics.com.cn))(建于1996)。自认为个人主要学术成就有二：其一，首次提出并论证“自主劳动”范畴，形成自主劳动理论体系，从而以新理论论述了充足条件下的社会主义经济运行模式(1981)；其二，第一次在学术界提出人本经济学(Anthropocentric Economics)与物本经济学(Materialcentric Economics)的划分，力倡建立人本经济学理论新体系(1987)。



经济学是对人类经济生活的慧心创造。尽管都充满着灵性，但对经济生活的不同实际体验与理性抽象，创造出不同的学术流派来。迄今为止，经济学、政治经济学，都把物质财富的生产与分配作为自己的研究对象。面对刚刚从贫穷与饥饿挣脱出来的人类来说，经济学的创始期有理由以物为中心、为元本、为主体、为基点。这种对象取向的经济学，实质上是以物为本的经济学。相反，我认为作为经济学，特别是政治经济学，必须将经济生活中的人作为对象，必须以人为中心、为元本、为主体、为基点来展开理论体系。这种对象取向的经济学，实质上是以人为本的经济学。我创造了两个词，来表达我对以人为本与以物为本两类经济学的新划分：Materialcentric Economic 即物本经济学，Anthropocentric Economics 即人本经济学。人本经济学，在本质上就是探索人类经济活动背后的人性动因。

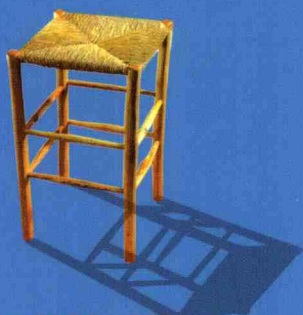
——巫继学

# 欢迎读者通过邮局订阅

## 2010 年度《经济学家茶座》

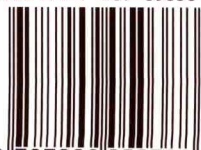
《经济学家茶座》是山东人民出版社创办的经济专业通俗学术系列杂志书(mook)，以其独特的内容定位在众多的经济学书刊中独树一帜。创办9年来，得到了读者的好评和喜爱，成为经济学界和出版界响当当的品牌。2010年将继续每两个月出版一辑，全年出版6辑，每辑定价14元，全年价84元，**邮发代号24—180**。欢迎广大读者通过邮局订阅，或者通过新华书店购买。





责任编辑 / 董新兴  
封面设计 / 李海峰  
插图 / 范建平  
版式设计 / 刘冉冉

ISBN 978-7-209-05038-8



9 787209 050388 >

国内订阅：全国各地邮局 邮发代号：24-180 零售：全国各地新华书店

定价：14.00 元

## “茶客”风采



**周勤**，1963年12月生于江苏射阳。2003年1月获南京大学经济学博士学位，2003年9月至2006年1月在中国社科院工业经济研究所从事应用经济学博士后研究。现任东南大学经济管理学院金融系主任、教授、博士生导师，产业经济研究中心执行主任。

从90年代初转入经济学理论研究，学术研究的起点是管制经济学，试图破解中国的逆市场化过程中政府行为的经济逻辑。目前的研究是以国家社科基金“中国产业安全链重构：突破跨国‘链主’纵向控制的理论和对策研究”（批准号：08BJY086）为基础展开，研究21世纪中国人实现产业报国的方法和路径。未来研究的兴趣是将中国古代经济哲学思想与现代经济融合，寻求超长经济周期下人类发展的规律。

由于经济学本身定义的局限性使得经济学家要用有限的资源去诠释无限的问题。从这一点出发，假设经济学是以人的行为作为研究起点，必须寻求人有别于其他生物的特有范畴，至少存在三个层次：市场与非市场、制度和非制度、历史和非历史。现代西方经济学以此构造了并不完美的大厦。

东西方经济学存在共同的东西，就如同东西方人拥有相同的器官一样。中国有悠久历史，灿烂文化，也历经盛世年华，引领世界数千年之久，形成富有中华民族特征的市场、制度和历史传统。但是，曾经的繁华为什么没有造就属于中国的经济学？是我们的先辈不需要还是不能够，以致今日许多人以根植于西方市场、制度和历史传统的经济学为马前瞻？

中国今天的繁荣真是新古典经济学的灵验，还是找到了中国的经世济国之道？这也许是经济学家最迫切的问题。现在是给历史一个经济学解释的时候。

山东人民出版社隆重推出

## 《经济学家茶座》(①~⑩合订本珍藏版)

为了纪念《经济学家茶座》出版十周年,我社隆重推出近十年合订本①~⑩珍藏版,用精美包装盒加以包装,供专家学者、图书馆、企业家以及广大经济工作者和经济学爱好者收藏之用,亦可用做赠送礼品。



定 价: 500 元 / 套

出版时间: 2010 年 1 月

咨询电话: 0531-82098012

邮购电话: 0531-82098021

联 系 人: 宋先生

汇款地址: 济南市胜利大街 39 号山东人民出版社

收 款 人: 发行部

邮 编: 250001



责任编辑 / 董新兴

封面设计 / 李海峰

版式设计 / 刘冉冉

ISBN 978-7-209-05081-4



9 787209 050814 >

国内订阅：全国各地邮局 邮发代号：24-180 零售：全国各地新华书店

定价：14.00 元

## “茶客”风采



**陈惠雄**，幼年从上海回到浙江农村，15岁半高中毕业后在家种田，6年多时间里边农作边自习政治经济学，期间还学过一年农学，直至高考制度恢复，获一末班车之站位。大学中文专业，硕士研究生入云南大学中国经济史专业，毕业8年后进上海财经大学攻读经济学博士学位。前半生读书与人生多有曲折，文史哲经，样样喜爱。1987年硕士毕业后在浙江财经学院教书至今。

今生今世研究快乐。此事缘于1980年中国关于生产目的的一场讨论。我考虑作为人的目的的最高抽象应该是共同的，那就是快乐，并把快乐引进经济学，与我的经济学饭碗相结合。这可是一个号称“经济学帝国主义”的时代，我认定这是一个无奈的时代。因为社会遇到的经济问题多，才造就了经济学的显学场面。只有诗人、散文家、艺术家“帝国”于世，才是现代人类知识快乐的新起点。这是我10年前博士论文中的一段话，至今感悟无改。今人生已入“天命”，渐渐然天命或知其所命，殷殷然人生或知其所生。蒙海舰兄引荐、《茶座》小洪兄不弃，获一与“茶客”交流学习的快乐机会。愿以“农夫”闲文与“茶友”共叙海天阔地文章之乐耳。

——陈惠雄

# 欢迎邮购

## 《经济学家茶座》(①~⑩合订本珍藏版)

为了纪念《经济学家茶座》出版十周年,我社隆重推出近十年合订本①~⑩珍藏版,用精美包装盒加以包装,供专家学者、图书馆、企业家以及广大经济工作者和经济学爱好者收藏之用,亦可用做赠送礼品。



定 价: 498 元 / 套

(定价以此为准, 九折优惠, 免邮挂费)

出版时间: 2010 年 1 月

咨询电话: 0531-82098012

邮购电话: 0531-82098021

联 系 人: 宋先生

汇款地址: 济南市胜利大街 39 号山东人民出版社

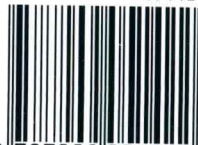
收 款 人: 发行部

邮 编: 250001



责任编辑 / 董新兴  
封面设计 / 李海峰  
版式设计 / 刘冉冉

ISBN 978-7-209-05142-2



9 787209 051422 >

国内订阅：全国各地邮局 邮发代号：24-180 零售：全国各地新华书店

定价：14.00 元

被中国书刊发行业协会评为“2007年度全行业优秀畅销品种”

总第四十一辑 2009.3

邹至庄 中国的人口问题解决了么

陈抗 公有化+自由市场||金融危机

陈宪 两类「国进民退」的是与非

粟庆雄 颐和园讲学回忆

韩朝华 误读中的高捧——再读《国富论》

张清津 「价值」的价值

李增刚 经济学与其他学科的交叉

王则柯 经济学语境的演化

顾海兵 黑车不黑

蒲勇健 为什么咱们中国干啥都要考外语

郭梓林 商事调解中的经济学

张晓晶 「大嘴」萨默斯

朱玲 探访墨西哥

詹小洪 管窥韩国的绿色增长计划

主编 金明善 特邀执行主编 詹小洪

# 经济学家茶座



山东人民出版社

被中国书刊发行业协会评为“2007年度全行业优秀畅销品种”

总第四十二辑 2009.4

王五一 赌场为什么这么多？

邹至庄 贫富不均问题如何解决

刘国光 前30年和后30年——共和国六十周年感言

唐宗焜 1985：「《经济研究》变」

俞宪忠 经济学家「挨骂」的是与非（上）

粟庆雄 遍栽桃李两岸春

黄有光 效益成本比极高的投资——刺激大脑享乐中心

郑联盛 学生到股民：游走于投资与投机之间

赖德胜 少壮不努力，老大何以徒伤悲

徐昌生 我为什么不肯配合纪检委？

徐康宁 四城印记

李文溥 从「下海」到「参公」

周业安 周末了，我们去哪家餐馆？

廖进中 杨小凯与湖南大学

卢周来 国共两党的「货币战争」

熊秉元 自然学经济？

赵世勇 斯坦福的中国学者和中国研究

主编 金明善 特邀执行主编 詹小洪

# 经济学家茶座



山东人民出版社

此为试读, 需要完整PDF请访问: [www.ertongbook.com](http://www.ertongbook.com)