

人气经济学

杨崇艺  著

THE
ECONOMICS
OF
POPULARITY

人气是经济发展的动力之源
个人的微观行为构成了社会的宏观表现，
这正是人气演变的结果



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS

THE
ECONOMICS
OF
POPULARITY

人气经济学

杨崇艺  著



中国发展出版社
CHINA DEVELOPMENT PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

人气经济学 / 杨崇艺著. —北京: 中国发展出版社, 2017. 11
ISBN 978-7-5177-0101-9

I. ①人… II. ①杨… III. ①经济学 IV. ①F0

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第042354号

书 名: 人气经济学

著作责任者: 杨崇艺

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街16号8层 100037)

标准书号: ISBN 978-7-5177-0101-9

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 三河市东方印刷有限公司

开 本: 720mm × 960mm 1/16

印 张: 14.75

字 数: 171千字

版 次: 2017年 11 月第 1 版

印 次: 2017年 11 月第 1 次印刷

定 价: 49.80元

联系电话: (010) 68990646 68990692

购书热线: (010) 68990682 68990686

网络订购: <http://zgfcbs.tmall.com>

网购电话: (010) 68990639 88333349

本社网址: <http://www.developress.com.cn>

电子邮件: cheerfulreading@sina.com

版权所有 · 翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

序 Preface

细致入微，助力发展 ——从克强指数到人气指数

国务院发展研究中心国研智库总经理 张诗雨

自从1934年美国哈佛大学经济学家西蒙·史密斯·库兹涅茨（Simon Smith Kuznets）在给美国国会的报告中正式提出GDP（Gross domestic product）这个概念以来，半个多世纪以来，GDP就作为衡量一国经济总量的主要工具被广泛使用。GDP是一个总和，是一个国家或地区合法产出的所有最终产品和服务的市场价值的总和。

GDP主要的核算方法有两种：MPS和SNA。其中MPS主要服务于计划经济，直到20世纪80年代中期，我国一直用的都是MPS体系。1993年我国彻底转向SNA体系，正式把GDP作为国民经济核算的核心指标。加入世界贸易组织之后，我国在2003年再次改进GDP核算制度，加入IMF倡导的数据公布系统（GDDS）。2015年我国升级GDP核算制度。

我国采用的GDP核算方法是用生产法来计算，把GDP从产业的角度，分成一产、二产、三产的增加值，二产可以分为工业和建筑业的增加值，三产可以分为金融、交通和其他服务业等的增加值，分别算它们的增加值，然后进行加总。

可这种计算方法到底准不准呢？

前文提到，我国的GDP使用四级核算，层层上报，因此，由省级汇总的

数据与国家直接核算得到的数据相比，有明显误差。另外，并不是每个行业都配备了统计人员，因此，每个行业未必有具体的、准确的经济数据登记和备案。特别是小型企业、个体经营户等，其财务资料非常少。

如何找到一个真实地反映当地经济情况的参考指标？

克强指数（Li keqiang index）是值得推荐的好办法。

这种办法是通过耗电量、铁路货运量和贷款发放量三个指标分析当时辽宁省的经济状况。该指数是三种经济指标：工业用电量新增、铁路货运量新增和银行中长期贷款新增的结合。克强指数公式如下：克强指数=工业用电量增速 $\times 40\%$ +中长期贷款余额增速 $\times 35\%$ +铁路货运量增速 $\times 25\%$ 。

研究经济的发展规律和走势，需要有些锲而不舍、细致入微的精神。

2017年2月，杨崇艺先生送来了他的《人气经济学》的样稿，书中许多概念都非常新颖，总结了目前普遍存在的现象并力图找到内在的联系与规律。文中提到了“人气经济学”的概念、人的微观动机与人气聚集的内在联系及“人气酵母”的重大作用。其中有两个公式：

人气指数=能创造价值的人群总数（人气）/特定范围的人口总量

人气=人气指数 \times 特定范围内的人口数量

通过这两个公式来了解当地能够创造价值的人群数量和变化规律，对于各行业、各级政府甚至是个人如何发现人气、聚集人气、整合人气资源提出了自己独到的见解，为经济的发展提供了又一个值得参考的思路。

人气指数是判断当地经济水平和发展趋势的重要参考值，细致入微，助力发展。

2017年11月 北京

前言 Preface

人气的重要性

中建投资本管理有限公司董事总经理 杨崇艺

对于经济学的研究，实际上是关于“人”与“物”的研究，是由宏观到微观，再到宏观，再到微观的互相演化的过程研究。通过研究，对现有的经济状态进行总结，对未来的经济发展提出预判。这是经济学存在的意义。

在这个研究过程中，具有代表性的是：从有形的货物研究到无形的劳动力的研究。这项研究是经济学领域的一个跨越。引领这次跨越的是诺贝尔经济学奖获得者西奥多·W.舒尔茨（Thodore W. Schults）等一些经济学家。在传统的经济理论中，资本一般仅仅是指处于生产过程中的厂房、机器设备、存货等各种有形的物质生产要素，而以舒尔茨和贝克尔为代表经济学家则认为上述资本的概念只表述了物质资本的范畴，是不完整的。完整的资本概念应该包括物质资本和人力资本。在舒尔茨等人看来，所谓人力资本就是体现在劳动者身上的资本，也即是对劳动者进行普通教育、职业培训、继续教育等支出（直接成本）和其在接受教育时放弃的工作收入（机会成本）等价值在劳动者身上的加总，它的表现形式就是蕴含于人自身中的各种生产知识、劳动技能和健康素质的存量总和。舒尔茨等经济学家把研究领域拓展到人的素质培养这种看似无形，却在经济建设中起着重要作用的“人”的身上。在

关于人与经济的这类研究中，同样是诺贝尔经济学奖获得者托马斯·克罗姆比·谢林（Thomas C. Schelling）提出这样一个主题：个体动机、行为（或微观动机）与其所带来的总体结果（或宏观行为）之间的相互关系，它不仅探讨个体行为所导致的令人惊奇的宏观结果，也讨论宏观结果中所蕴含的个体动机或行为，以及是否可能从观察到的宏观行为中推论出微观动机。这种对微观与宏观的反复校正对比的过程与舒尔茨的“无形资本”对比，它们之间最大的区别在于谢林更进一步关注个人的微观行为与宏观结果的关系，更关注“微观的人”跟社会、经济的关系。

如何把相同的“微观的人”的动机，聚集起来形成“宏观的社会行为”？如何把不同的“微观的人”的动机形成不同的“宏观的社会行为”？如何让“宏观的社会行为”为经济服务？如何将“微观的人”与“宏观的社会行为”简化成一个大家都能理解的经济术语？……

对于人与社会的研究，随着社会的进步，经济的发展，会衍生出越来越多的经济学分支，这类研究是没有止境的，那么该如何切入呢？人的思维逻辑体系大致基于两种：一种是自然科学，一种是社会科学。

看过这样一个非常有趣的命题吧：“如果全地球差不多60多亿的人口（除去不会走路的婴幼儿和无法起跳的成年人），在同一时间，不同地点做着同一个动作：起跳。那么地球会是怎样的结果呢？”网上的答案五花八门：有的人开始计算，如果地球上真有那么多人共同起跳，可能会造成地球上大概多少多少吨的推力，这样地球的运行轨迹将会偏离原有轨道，从而引起地球原有的四季变化可能被打乱，极寒和极热的区域也会改变。但如果这些人在地球上的不同点起跳，根据地球是个球体的现实，很可能这些推力会

被相互抵消，造成的结果很可能是地球还照样运行，你想跳就跳吧！

在这个命题的答案里，无论是推力问题还是作用力的互相抵消，这种答案的逻辑出发点都是建立在自然科学基础上的思维。那建立在社会科学基础上的思维呢？还拿这个命题来说事，如果有人这样考虑：为什么那么多人会一起跳？这一跳产生的经济效益或者是付出的经济代价是多大？什么能保证这么多人一起跳？等等。这类思考问题的方式就是以社会经济学为基础。在实际思考问题的时候，往往是两者兼具，只不过更偏向于哪一方面罢了。无论社会经济学还是自然科学，都博大精深，我们今天只研究社会科学当中极其小的一方面：关于“人的行为”的问题。个人的行为在整个经济世界里面是属于微观行为，人类社会的许多微观行为都是按照价值观、区域、习俗等集结成群，因此产生了宏观的社会现象。“人气”就是这种从微观动机到宏观行为的演变结果。提到“人气”的问题，想起我有一日偶进一家房产中介所，一小伙子热情相迎。

问：“先生是想租房子啊还是买房子？”

我随口答道：“想买。”

这个小伙子一下子来了精神，大力推荐一小区户型合理，交通便利，增值空间大等优势，最重要的是结尾时还语重心长地对我说：“买房子一定要选人气旺的地方。”

我问：“什么叫人气旺呢？”

他答：“就是人多呗。”

“巴以边境的难民营人很多，你的意思是那里人气旺了？”

“先生，难民营适合人类居住么？我说的是适合人类居住，人比较多的

地方。”

“上海虹口区的人口80多万，相当于陕西榆林一个城市的人口，这两个地方的人气是不是一样旺？”

“先生，榆林是中西部内陆城市，上海是现代化的大都市，这两个地方没法比。”

“可这两个地方人口一样多啊！”

小伙子被我问得急了眼，反问我：“先生，那你说啥是人气吧？”

是啊，什么是人气呢？买房的时候，我们常常可以听到某地的地段不好，人气不旺，不建议在那里购房；或者某地的人气很旺，升值潜力很大；等等。城市也讲究人气，开发区的招商，城市的发展都跟人气分不开。甚至网络商城，都要看人气是不是很旺。所以，商业发展、城市建设、明星成功无不牵扯到人气问题。

房地产是一个很能表现人气经济的经济现象。比如北上广房价居高不下，无论你是“国五条”还是房产税，都没能降低这几个地区的房价，即使在2015年房市需求疲软之时，北上广的房子价格也是远远高于其他地区的。为什么会有这样的现象呢？许多专家给出的答案是：这些地方人气很旺，刚性需求强烈。

鄂尔多斯的房地产开发商从天堂掉到地狱，专家们总结了许多因素：产业结构不合理，煤矿市场波动，资金链断裂等，归根结底，鄂尔多斯这个地方人气出现了问题。许多地方出现了鬼城、空城、废城、荒城，究其原因都是因为没有了人气，昔日繁华不再，今已人去楼空，门可罗雀。可见“人气”在房地产发展中的作用是多么的重要！再来看大连万达集团，自从推出

了城市综合体的概念后，各地的万达地产销售业绩都不错，其中主要的原因就是大型购物中心、娱乐中心集聚了人气，在利用人气、抓住人气、实现人气的价值上面大做文章，万达集团的成功也是人气制造的成功。

各地因为人气性质的不同，经济的类别也就有了区别。

人气对经济发展影响可以说遍及全球。记得在我小时候，爷爷就跟我说过，凡是世界上有华人的地方，就可以搞房地产，因为华人是一个喜欢安全的群体，他们的安全感就是手里有自己的地产。所以有华人的地方，他们会把手里的第一笔钱用来买房子，不是世界上所有的民族都具有华人这个特征，所以华人这个群体，在一个新的移民地区会形成具有华人特点的“华人人气”体系。

无论什么国家、地区，没有人气是发展不起来的。加拿大发展得没有邻国迅速在很大程度上是因为地广人稀，人气不足。

互联网的发展也是这样：一个网站是否能够持续盈利下去跟网站的人气有很大的关系，网站的价值在某种意义上就是是否能够吸引眼球，没有点击率的网站是没有生命力的网站，但仅仅吸引了眼球还是不够的——不仅要有入，还要有“气”，这种气，就是强劲的消费能力，在网站的表现形式就是商户。网站的商户大浪淘沙，2011年火爆的团购网使多少英雄折戟，如今剩下的淘宝、支付宝、微信、QQ等无不人气飙升，生意红火。

西部大开发从战略上讲是在推进城市化的进程，4万亿的投入可谓是大手笔，但无奈，西部面积辽阔，人口极少，再有钱，也很难聚集人气。一个没有入气的区域，个人认为这个开始可能是失败的。

人气也是分人口结构和人口素质的。

比如印度的经济在15年以后很可能超过中国。因为他们的人口年轻比率高，语言是国际通用的英语，IT人数多，老龄化不严重。有些国家有人但没人气，人口萎缩严重。大到国家，小到企业，都要用好人气这个概念，学会制造人气、利用人气和发展人气。

如果从人气角度去考虑服务业、食品行业等都面临这个问题。他们制造品牌、找市场的过程，实际上就是在找人气。

中国台湾的马英九对人气及人口问题的观点是：一个太少，两个不多，三个正好。就是为了调整台湾人口的年龄结构。

如此说来，“人气”好像很重要。

人气也好像是能够争取到的。你看，在当今市场上，远的不说，单说最近各种争夺人气的大战可是越演越烈，尤其是优步、滴滴打车和神州专车争相促销，什么补贴，介绍提佣，直戳对手软肋，各出绝招，目的只有一个：争夺人气。精明的商家为什么要花血本来争夺人气？这么下力气真的能把人气争来吗？换句话说，人气究竟是怎么回事？怎么做才能“旺人气”？旺人气的作用是什么？一种商业业态，一个地区靠什么才能让人气持久地旺下去？

“人气”这个词经常被我们挂在嘴边，大家好像都知道人气是怎么回事，但大家好像又都说不清人气到底是怎么回事。为了对人气一探究竟，我翻阅了大量的图书，也在网上查找了许多相关资料，真没有找到对“人气”这个词的定义，也没有找到对人气进行系统解说的图书。

本书就是我在探究“人气”的过程中，逐步形成的思想，整理成册，与诸位共同探讨。

研究人气的意义还有什么呢？

想起另外一个例子：著名经济学家约翰·梅纳德·凯恩斯（John Maynard Keynes, 1883—1946），他原是一个自由贸易论者。自由贸易是与保护贸易相悖的，自由贸易更倡导贸易的自由发生及市场调节，对于人为地过多干扰市场的行为持批判态度，他认为保护主义对于国内的经济繁荣与就业增长一无可取。1929年凯恩斯与瑞典经济学家俄林就德国赔款问题展开了全球范围内的论战，依旧坚持国际收支差额会通过国内外物价水平的变动，自动恢复平衡。但在1936年其代表作《就业、利息和货币通论》（*The General Theory of Employment, Interest and Money*，简称《通论》）出版时，凯恩斯一反过去的立场，转而强调贸易差额对国民收入的影响，相信保护政策如能带来贸易顺差，必将有利于提高投资水平和扩大就业，最终导致经济繁荣。从自由贸易论的观点提出直到1936年凯恩斯自己改变观点，大概经历了几十年。站在理论前沿的经济学大师用实际行动告诉我们，在经济发展的今天，需要有人根据现存实际情况，大胆地提出观点，供大家总结分析提高，共同促进经济学理论的完善。

当今社会，经济发展越来越多元化，任何一个伟大的经济学家如果不与时俱进，很难说他的观点能够一直正确下去。

我翻阅了大量的图书、文献，在网络上也做了大量的搜索。到目前为止，还没有真正系统阐述人气的图书。此书，也是我在探讨、研究人气的过程中，对人气的一点认识，整理成册，希望与您共同探讨。

2017年11月 北京

Preface

In the economic world, individual behaviors are considered micro behaviors, and many micro behaviors are grouped by values, geographic regions and customs, which result in macro social phenomena. “popularity” is just the result of the evolution from micro motives to macro behaviors.

The Economics of Popularity

Preface: The Importance of Popularity

The research on economy is actually the research on humans and objects, the research on the interactive revolution process from macro to micro and then to macro and then to micro again. And through such research, we can summarize the current economic situations and predict the future economic developments – that’s where economics come in.

What is typical in such a research process is the shift from tangible cargo research to intangible labor force research, which is a great leap in the field of economics led by a group of Nobel prize winners in economics such as Thodore W.Schults. According to the traditional economic theories, “capital” generally means all kinds of material production elements such as the factories, machinery equipment and inventories that exist in the manufacturing process. However, some economists—represented by Schults and Baker, argue that the above said economic concepts are just a description of the material capital, which is incomplete. The

complete concept of capital shall include both the material capital and human capital. From the end of Schults and his supporters, the so-called “human capital” is the capital shown in laborers, which is the sum of the expenses incurred from the basic, vocational and continuous education and training provided for the laborers (direct costs) and the working income given up by the laborers while they are taking such training and education (opportunity costs). The human capital appears as the sum of all types of production knowledge, working skills and health carried by laborers. Schults and some other economists have expanded their field of research into the qualification training of humans, which seems intangible but plays an important role in economic construction. Another Nobel prize winner in economics - Thomas C. Schelling (U.S.) has raised this topic during his research on humans and economy: the interactive relationship between individual motives, behaviors (or micro motives) and the general consequence (macro behaviors) resulted from them. This topic explores not only the surprising macro outcomes resulted from individual behaviors, the individual motives or behaviors contained in such macro outcomes, but also the possibility of deducing the targeted micro motives from the macro behaviors observed. The biggest difference between such repetitive process of corrections and comparisons between the macro and micro and Schults’ term of “intangible assets” is that Schelling pays further more attention to the relationship between the micro behaviors of individuals and their macro consequences, and the relationship between “the micro individuals”, the society and the economy.

How can we cluster all the motives of the same “micro individuals” to form “macro social behaviors”? How can we turn different motives of “micro individuals” into different “macro social behaviors”? How can we make “the

macro social behaviors” serve our economy? And how can we simplify “the micro individuals” and “the macro social behaviors” into economic terms that are easy for people to understand?...

The research on people and society, with the advance of our society and development of our economy, will evolve into more and more academic branches of economics, which is an endless process, so where do we come in? The human logical thinking system is generally based on two categories: natural science and social science.

Have you ever seen this scientific preposition before? “If all the six billion and more people on the earth (excluding all the infants who haven’t learned to walk and all the disabled adults and elders who are unable to jump) take one action – make a jump in difference places at the same time, and then what will happen to the earth?” There has been a huge variety of answers to this question on the Web: Some people have calculated the huge tonnage of the pushing power generated by such a “world jump”, which will move the earth away from its orbit and thus disorder the original timeline of the four seasons and change the geographical locations of the North and South Pole. Some other people, however, have argued that if all the people jump from their own places that are evenly scattered around the giant globe and all the pushing powers from different directions are totally offset, if possible, then nothing will happen and the earth will probably be still moving on its original orbit with everything remaining unchanged, and if you want to jump, just go ahead!

The above two answers—either the pushing power version or the pushing power offsetting version are both based on the logic of natural science. Then what if we look at the whole thing from the perspective of social science? We will still

use the above “world jump” preposition. If some people think this way: Why will so many people make such a jump at the same time? What will the resulting economic benefits or costs be? And what will assure all these people make the jump actually at the same time? And so on... Then all these questions are based on the social economics. In practice, we usually consider the both, it’s just a matter of preference. Both social economics and natural science are extensive and profound, and all the research we’ve done till today has only covered a tiny aspect: the issues on “the behaviors of humans”. Individual behaviors are micro behaviors in the whole economic world, and many of such micro behaviors of the human society are grouped by values, regions and customs, which collectively result in macro social phenomena. “The popularity” is just the outcome of the evolution from micro motives to macro behaviors.

Speaking of “popularity”, I remember one day I stepped into a realtor firm, and a young man came up to me, smiling, and asked me: “Sir, are you looking for a house to rent or buy?”

I replied without much care: “To buy”.

The young man suddenly became excited and started introducing an apartment compound to me – good layout of rooms, convenient transportation with much room for further value growth, and so on. And most importantly, at the end of his speech, he said in a very sincere tone: “When you’re buying a house, always choose one located in a “high-popularity” place.

“What do you mean by “high-popularity”? I asked.

He replied: “I mean a place with lots of people”.

“There are lots of people in the refugee camps along the Israel—Palestine border, you mean a “high-popularity” place like that?

“Sir, how can a refugee camp be a decent living place for humans? I mean a nice living place—with lots of people living there.”

“Alright. Then there’s a huge population of over 800,000 in Hongkou District, Shanghai, which equals the population of Yulin City, Shanxi Province. Do you think these two places are of the same popularity?”

“Oh sir, Yulin is an inner mid-western city, while Shanghai is such a modern metropolis, they are barely comparable!”

“But aren’t these two cities of almost the same population?”

The young man was somewhat irritated by my challenging questions. He said: “Alright, you tell me what “popularity” is then!”

Yes, what is popularity? When we are looking for houses to buy, we often hear people talking about poor locations of low popularity which are off their recommendation lists, or good locations of high popularity with much potential for future value growth. Popularity is also important to cities—the developing speed and pattern of a city and the arrangement of businesses in its development zones—all these factors are closely related to popularity. Even an online shopping mall is also heavily dependent on popularity. So, business development, city construction and the success of superstars—such things are all connected with popularity.

The housing industry is an economic phenomenon which sensitively reflects the economy of popularity. For example, the house prices in Beijing and Shanghai have been at high levels, and it’s very hard to take them down—either with “the five national clauses” or the house property tax. Even in 2015—the year of weak market demand for the real estate market, the house prices in the above two metropolises were still roaring—far higher than those of other areas in China. Why is this happening? Many experts have given this answer: these places are all