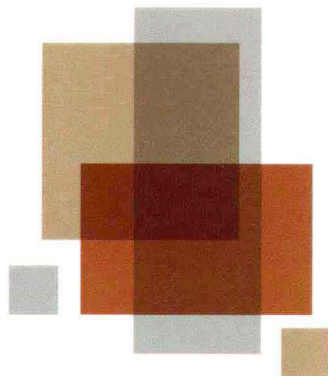


重新发现市场

一部市场的自然史

John McMillan
约翰·麦克米兰◎著
余江◎译



REINVENTING THE BAZAAR
A Natural History of Markets



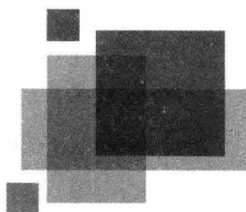
中信出版社·CHINACITICPRESS

REINVENTING THE BAZAAR
A Natural History of Markets

重新发现市场

一部市场的自然史

John McMillan
约翰·麦克米兰◎著
余江◎译



图书在版编目 (CIP) 数据

重新发现市场 / (美) 麦克米兰著 ; 余江译 . — 2 版 . — 北京 : 中信出版社 , 2014.2

书名原文 : Reinventing the Bazaar: A Natural History of Markets

ISBN 978-7-5086-4395-3

I. ①重… II. ①麦… ②余… III. ①市场经济学 IV. ①F014.3

中国版本图书馆CIP数据核字 (2013) 第 302831 号

Reinventing the Bazaar: A Natural History of Markets by John McMillan

Original edition copyright © 2002 by John McMillan

Simplified Chinese edition copyright © 2014 by CHINA CITIC PRESS

Published by arrangement with W. W. Norton & Company, Inc. through Bardon-Chinese Media Agency

ALL RIGHTS RESERVED

本书仅限中国大陆地区发行销售

重新发现市场

著 者 : [美] 约翰 · 麦克米兰

译 者 : 余 江

策划推广 : 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行 : 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承 印 者 : 北京诚信伟业印刷有限公司

开 本 : 787mm × 1092mm 1/16

印 张 : 20.25 字 数 : 275 千字

版 次 : 2014 年 2 月第 2 版

印 次 : 2014 年 2 月第 1 次印刷

京权图字 : 01-2004-1904

广告经营许可证 : 京朝工商广字第 8087 号

书 号 : ISBN 978-7-5086-4395-3 / F · 3095

定 价 : 49.00 元

版权所有 · 侵权必究

凡购本社图书 , 如有缺页、倒页、脱页 , 由发行公司负责退换。

服务热线 : 010-84849555 服务传真 : 010-84849000

投稿邮箱 : author@citicpub.com

《重新发现市场》中文版的推出，让我本人感到非常高兴，同时也是极大的荣耀。这是因为，在经历了 20 多年持续快速的经济增长之后，中国已经成为世界舞台上举足轻重的力量。这样的成就具有非同凡响的历史意义，特别是它使千百万中国普通百姓的生活水平得到了相当大的改善。从 20 世纪 80 年代开始的农村改革，让数以亿计的人摆脱了贫困，这是人类有史以来规模最宏大、成果最显著的减贫运动。

中国出现的经济繁荣还有一个重要的影响，那就是，它所取得的成功经验促使许多西方学者（至少是一部分学者）开始重新审视有关市场运行的理论。例如，我在本书的第八章和第十五章将要谈到，学者们关于什么是市场经济取得成功的先决条件的理解，就从中国的实践经验中得到了丰富和发展。尽管中国缺乏非常规范的、西方式的财产权利保护制度，它的市场依然可以比较顺利地运行下

去，这个现象提醒我们，要想实现有效的财产权利保护，究竟需要哪些要素？又如，在中国人的经济生活里，“关系”发挥着特殊的作用。此前，学者们对于合同关系正式的法律保护的认识非常简单，而中国的实际情况在很大程度上得不到好的解释。最引人注目的是，中国选择了一条渐进的、试验式的、实用主义的改革道路，它的成功给我们带来了许多启发，让政策制定者和经济学家们重新考虑，一个发展中国家在从无到有地建设市场经济的时候，究竟应该如何作为。

总之，中国的实践经验表明，市场体制和市场经济远比人们以前所想象的更富弹性、更具潜力，也更有意思。随着全球经济的发展、技术的进步、电子商务的崛起，市场自身也正处于不断的演进之中。

麦克米兰

2005 年 11 月于美国斯坦福大学

**REINVENTING
THE BAZAAR**
前言

“关于市场经济，一位终身教授能给我们讲些什么呢？”作为太阳微系统公司的董事长兼首席执行官，斯科特·麦克尼利（Scott McNealy）在给斯坦福大学商学院的学生们做演讲时这样问道。麦克尼利是一位出了名的对教授们抱持怀疑态度的人，他的质疑显得有点儿夸张，但其中所包含的挑战却应该受到足够的重视。

不管是对于像麦克尼利那样的明星企业家，还是对于每一个普通人而言，市场经济就像我们呼吸的空气那样无处不在。我们每天都在以无数种方式与市场打交道：买东西、卖东西、工作，以及投资。不过，如果换一个崭新的视角来看待这个熟悉的事物，我们还是可以获得更多不同的领悟。

本书就是要尝试回应麦克尼利的挑战。经济学家们当前所做的研究已经大大加深了我们对市场的认识，在后面的各章里，我将利用经济学研究中提出的各种

或新或旧的观点，来分析那些古怪的、新兴的以及寻常的市场——某些市场有实实在在的地理位置，而其他一些则只存在于虚拟的网络空间中。市场是怎样运作的？哪些事情它们能够做？哪些事情它们不能够做？这些将是我重点阐述的内容。

市场是非常精细的组织，支持交易的机制极为错综复杂，同时又处在无止境的变动之中。为了找到实现交换、创造互利的办法，人类表现出了伟大的创造力。

然而，只有在被合理地建构起来之后，市场才能够如我们所愿，顺利地运转起来。任何成功的经济体都必须拥有一系列工具和程序，以保证市场的平稳运行。这一有效的支持平台包括 5 个要素：信息流保持通畅、产权得到保护、人们信守自己的承诺、外部性受到限制，以及对竞争的促进。

市场交易的支持平台在很大程度上是通过试错法演进而来的。通过参与者的不断创新，交易机制自下而上地发展起来。可以说，自发的演进是市场发展的主要动力。但是，要想把市场的潜能完全发挥出来，我们还需要来自政府的帮助。市场和政府之间的关系并不那么简单：与任何中央计划相比，市场能够更好地协调经济中的矛盾，有时候，政府会扭曲甚至破坏市场，然而要实现经济的最大潜力，来自政府的帮助却又必不可少。

市场的威力在于它的适应能力，以及永不停息的创新尝试。如何创造 21 世纪的市场，既是政府所面临的任务，也是企业家们要把握的机遇。

著名作家马里奥·巴尔加斯·略萨曾说：“有时候，经济学家们讲的故事比小说家们讲的更加精彩。”我的任务就是再次证明他的观点。原始素材是非常丰富的，有关市场的故事充满了人类的智慧和创造性，但也不乏挫折与失败。

REINVENTING THE BAZAAR

目 录

中文版序 // V

前 言 // VII

第一章 唯一自然的经济 // 001

第二章 智慧的胜利 // 017

第三章 付不起钱的人就得死 // 033

第四章 让信息自由流动 // 051

第五章 诚信才是明智之举 // 067

第六章 最佳竞价者胜出 // 083

第七章 快来竞价! // 097

第八章 为自己工作 // 117

第九章 专利的尴尬 // 135

第十章 没有人是一片孤岛 // 157

第十一章 危害公共利益的阴谋 // 179

第十二章 来自基层的努力 // 195

第十三章 掌管别人的钱财 // 217

第十四章 竞争的新时代 // 235

第十五章 呼吸自由的空气 // 253

第十六章 对抗贫困的勇士 // 273

第十七章 市场的必要性 // 291

参考文献 // 301



REINVENTING THE BAZAAR



第一章

唯一自然的经济



你知道吗，荷兰的阿尔斯梅尔（Aalsmeer）有世界上最大的鲜花市场，
你在那里，五颜六色的鲜花覆盖了整整 125 个足球场那么大的面积。

这里的交易规模相当惊人：在一个普通的上午，将有 700 万枝玫瑰、300 万枝郁金香、200 万枝菊花以及 800 万枝其他鲜花和盆栽植物在这里完成交易，大约涉及 2 000 位买家，总成交额达到 500 万美元^①。

这些鲜花来自哥伦比亚、肯尼亚和津巴布韦等遥远的国度。你可能觉得，把鲜花运到荷兰，就像把煤炭运到纽卡斯尔一样有些荒谬。然而，今天的荷兰人正是用这样的办法掌控了全球的鲜花贸易。他们的交易市场设计得如此便捷，以至于所有的花卉在转运到遍布世界各地的最终目的地时依然能新鲜如初。

鲜花是十分容易损坏和腐烂的，如果没有现代技术，世界范围的鲜花市场就不可能发展起来。实际上，直到 20 世纪 80 年代末，像肯尼亚这样的国家才成为重要的鲜花供应商。多亏了高效的航空运输和通信技术，人们才能够在一天之内

① 数据来自阿尔斯梅尔花卉拍卖行官方网站（www.vba.nl），2001 年 1 月。

把玫瑰从肯尼亚首都内罗毕附近的种植者那里送到阿尔斯梅尔，并且转运到买家指定的地点，比如说韩国首尔。在鲜花进入拍卖会场之后，各种电子设备将一直追踪有关的信息。人们采用了一种名为“荷兰钟”（Dutch clock）的竞价拍卖法，它可以在短短的几个小时之内完成数千次拍卖。每个拍卖厅的正面都悬挂一只巨大的钟，它通过电缆和各个竞价者相连。当每一批待售的鲜花被送出来的时候，钟面上的指针就逐渐从高价位向低价位旋转，直到有一位买方按动电钮，让指针停下来为止。随后，电脑会自动进行控制，把这批鲜花递送到买家的地址。

虽然这个过程非常精巧、发达，但全球鲜花市场的核心依然是买卖双方的竞争，它和人类的文明一样久远。阿尔斯梅尔的鲜花市场，不过是古老的集市贸易与现代科技的联姻。

1989年11月9日，柏林市民兴高采烈地推倒了分隔这座城市30年之久的柏林墙，随之倒下的还有传统的计划经济体制。1995年4月30日，美国政府停止了对互联网的控制。随着企业家们开发出各种在线交易程序，电子商务应运而生。结果的好坏姑且不论，这两个日子的确标志着市场时代的来临。

然而，市场的再造并不是始于互联网的出现或者计划经济的终结。市场几乎与人类的历史同样古老，并且从未停止过更新再造。在中东的两河流域（今天的伊拉克），出现了人类历史上的第一批城市，它们之间已经建立起了贸易链。驴和骆驼驮着各种各样的商品，有宝石、象牙、武器、香料、乳香和没药等，穿梭于巴比伦、乌尔等城市之间。作为贸易活动的副产品，商人们还传播了新的思想和发明。而市场交易的轴心——货币——也在很早就出现了。从一家考古博物馆的古钱币收藏中，你可以看出人类文明的进步历程。

文化与市场相伴而行。大约5000年以前，中国的两河流域就出现了文字书写，那是一种记录经济信息的手段。我们已知的最早的书写文献是关于家畜、谷物和食用油的账本，它被标记在烧制的陶土上。使用这些记录的人是税务官和商人。同样在这一地区，数学也作为买卖的一种辅助手段而被发明出来，为了计算

成本与设定价格，人们需要掌握算术法则。

在古代雅典的中央集市，摊贩们按照自己所售商品分门别类地聚集在一起。卖鱼的在一个区域，卖肉的集中在另一个区域，卖衣服的又在其他区域。更加贵重的商品，比如香水和珠宝，则有专门的售卖场所。今天，我们在博物馆里看到的那些陶制的储物罐和餐具，当时也有它们自己的区域。制作钥匙、铜镜、工具和铃铛的金属工匠们，同样有集中的领地。这里可不仅仅是一个市场，它更是雅典的心脏——体育比赛、政治集会、戏剧演出以及宗教庆典都在这里举行^①。

古代雅典中央集市的色彩、喧嚣声和气味，恐怕与今天常见的集市大同小异。在印度沙漠地区的拉贾斯坦邦有个普什卡镇，那里每年都有一场骆驼交易，是个有些夸张的例子。这个市场始于几个世纪之前，随着印度教的朝圣活动逐步发展起来。有传说声称，印度教的创立者梵天大神在普什卡这里投下了一片莲花花瓣，然后就奇迹般地形成了一个湖。你恐怕绝对想象不到，能够在一个地方看到有多达 50 000 头骆驼在等待交易。那里是一派熙熙攘攘、尘土飞扬、嘈杂喧闹的景象。耍蛇者、乐手、吉卜赛舞者、魔术师、杂技艺人和吞火表演者都在取悦观众，披着色彩鲜亮的纱丽服的妇女在出售食品和手工艺品。此外，还有骆驼赛跑和骆驼马球赛，赌徒们则在一旁声嘶力竭地摇旗呐喊。同时，所有那些经过精心装饰的数千头骆驼，都将通过竞价被买走。

今天地球村把集市设在了互联网上，网络可以快速而廉价地把世界上任何地方的人们连接起来，让那些没有办法见面的买方和卖方进行交换，这在根本上改变了市场的形态。在登录到全球化的电子购物商场之后，你可以找到几乎所有想买的东西。

在 20 世纪的大部分时间里，政府控制了市场，特别是在那些共产主义国家，比如前苏联和中国，它们用市场的对立面——中央计划——来取代市场。这些国

^① 关于两河流域的贸易发展，可参见魏斯（1998）；关于书写的起源，参见格伦（1989）以及波斯特盖特、王和威尔金森（1995）；关于数学的起源，可参见阿克塞尔（1996，第 11~12 页，第 41 页）。关于古希腊集市贸易的讨论，可参见汤普森（1976）。



家的经济逐渐停滞，让人们陷入痛苦与失望中。计划经济的失败让全世界的政府对于自己的能力有了更谦虚的认识，它们意识到只有将大部分职能交给市场，一个经济体才可以良好地运行。在俄罗斯、中国和其他一些地方，经济发展已经艰苦地重建起来，其中的过程有时也在迫使我们反思自己以前对于市场的认识。

“市场”是什么意思呢？如果有人想买东西而又有人想卖东西，那么市场就出现了。字典将“市场”定义为“人们为了进行贸易，即私人的购买和出售，而聚在一起”，或者说“这种聚会的公共场所”。可是，这样的定义还不够深刻，它没有揭示出“市场交易”有哪些主要特征。

在市场上，决策的自主性是关键。交换的参与是自愿性质的，买方和卖方都可以拒绝任何一项交易，他们都是独立的个体。市场中的参与者控制着自己的资源，决定这些资源将如何使用，并不受制于其他任何人的命令。他们自由地做决定——买进、卖出、努力工作、投资，这些都充分显示了他们各自的偏好。可他们的选择并不是完全没有约束的，而是受制于资源的限度和市场的规则。

如果人们失去了自主权，那么根据这个定义，他们的交易将不是“市场交易”。在存在权力关系的任何情况下，比如一方管辖着另一方，或者双方都受另一个更高的权力机构管辖时，所发生的交易都将是其他形式的交易，绝不是“市场交易”。

对于穷人来说，市场所必需的自由是十分受限的。对那些买不起面包的人来说，“让他们吃蛋糕”的建议毫无助益。有时候，买卖双方的议价能力十分不对等。拒绝交易的权力确实可以转化为一种议价能力，但是没有太多的议价空间。可无论如何，接受或者拒绝交换的选择是一种自由，某些选择的范围虽然比较狭窄，但毕竟聊胜于无。

竞争并不是市场定义中包含的特征，但它通常是存在的，并且加强了人们的自主性。竞争约束了任何参与个体的权力，而且在大多数市场中，可以阻止任何人对整体的结果产生决定性的影响。消费者可以说：“不，我要到别的地方去

买。”一个竞争性的市场就意味着这种选择余地是存在的。

因此，我对“市场交易”的定义是：自愿的交换，任何一方都能拒绝，而且（在市场的规则下）任何一方都自愿地接受交易条款。市场就是实现这种交换的场所。

除了具体的市场以外，还有抽象的市场概念，它是“市场经济”、“自由市场”或者“市场体系”的简称。抽象的市场由众多具体的市场叠加而成。在本书中，作者将用“市场”或者“集市”来代表从事商品买卖的特定的物理空间或电脑网络空间，而用“市场经济”来指代抽象的概念（并且会在上下文中解释清楚）。

这种定义会把许多交易排除在市场之外，使得市场绝不是无处不在的。即使市场主导性最显著的经济体中，很大一部分交易实际上也没有经过市场。市场的范围是有限的，以下就是三类常见的非市场活动：

第一类是无报酬的家务劳动，比如说照料家人、做家务以及为家人做饭。家务劳动的经济价值很难估价，但有人估计，平均来说，一个美国的全职家庭主妇每年提供的服务按照市场价格来算约为 17 000 美元。

第二类非市场活动则是政府行为，比如说建造公路、提供教育和警察服务。在现代经济中，政府消费（即除了转移支付以外的所有政府活动）可以占到全部国民收入的 1/5，甚至更多。

公司内部的交易是第三类主要的非市场活动。在美国和其他类似的经济体中，公司内部发生的交易要比经由市场发生的交易更多。当通用汽车公司发出一份方向盘订单时，它找到的供应商是一家独立的企业还是通用汽车公司内部的一家子公司，将会有很大的区别。商品从该公司的一个部门转移到另一个部门，所有权并不会发生改变，这和公司之间以及从公司到客户之间的转移是截然不同的。在市场交易中，当事人自主决策，服务于各自的利益。而公司内部的交易恰恰相反，决策不是通过市场而是根据公司章程来制定的，而且至少从理论上说，它并不是为了实现决策者的个体目标，而是为了整个组织的共同利益。

既然在家庭、企业和政府内部有很大一部分交易都是在市场之外进行的，那



我们为什么还要把这样的经济体称为“市场经济”呢？我们之所以称其为“市场经济”，是因为这些非市场交易发生在市场的背景之下，“市场交易”塑造了整个经济的面貌。

没有人能操纵市场——但也可以说，每个人都在操纵市场。这种分权带来了活力，市场把权力授予了每一个人。捷克剧作家瓦茨拉夫·哈维尔在原来的共产主义体制下是一位勇敢的持不同政见者，在共和国废除计划经济的时候当选总统，他有特别的资格来比较市场及其对立面。他说：“尽管我的心脏位于胸膛的左翼，但我始终明白，真正能有效运转的经济体系只有市场经济。这是唯一自然的经济、唯一合理的经济、唯一能够带来繁荣的经济，因为只有这种经济才反映了生活的本质。生活的天性是奥妙无穷的、多样化的，因此，它的外延和内涵绝不可能被任何中央机构的规划所囊括。”

某些人曾试图用超自然的力量来解释他们非同寻常的发现：市场可以在无人料理的情况下自行运作。18世纪牛津大学的政治经济学教授理查德·惠特利牧师认为，市场各部分之间的一致性上帝存在的证据。既然没有人类的计划者在指导市场实现最优产出，那么就是上帝在指导。看不见的手就是上帝之手。

宗教般的狂热在今天依旧是某些自由市场支持者的特征。自由主义的传教士乔治·吉尔德宣称：“资本主义经济真正的资本并不是物质资本，而是道德上、智慧上和精神上的资本。”他还说，企业家的精神“深深地植根于宗教信仰和文化”，企业家“代表和实现了基督宝训中甜美而神秘的福音”。美国前总统罗纳德·里根则喜欢用“市场的魔力”作为广告语，在不经意间证实了人们对他的“巫术经济学”的嘲笑。

小说家卡洛斯·富恩特斯这样嘲弄他所谓的经济学激进主义：“这是他们的宗教信仰——凭借其自身的机制，市场可以解决我们所有的问题。”哈维·考克斯也对市场狂热讽刺说，对于那些真正的信徒而言，市场就像上帝一般，“被神秘和敬畏所笼罩”，他本人恰好是一位神学教授。与上帝一样，市场被自己的