

# 劫富济贫与天下为公

——读庇古《福利经济学》

□冯维江

卡尔维若在《为什么要读经典》中说,“经典作品是这样一些书,我们越是道听途说,以为我们懂了,当我们实际读它们,我们就越是觉得它们独特,意想不到和新颖。”至少在阅读庇古(A.C. Pigou)的《福利经济学》之时,我有类似的感受。

庇古是新古典经济学集大成者阿尔弗雷德·马歇尔之教授职位的继承者,接替这个职位时,他刚刚进入而立之年。虽然后来其事业总处在他曾的助手凯恩斯的阴影之下,从名气看也许又比不上他在哈佛大学的同学温斯顿·邱吉尔,但仅“庇古学”一项,就已经足以让他名垂青史、史册留芳了。

## 富人与穷人

庇古34岁时成名作《福利经济学》(最初发表时名叫《财富与福利》)最富盛名也饱受争议的论点在于,他认为富人从收入中获得的效用比穷人少,因此国民所得由富人转移到穷人,能够增加经济福利。他甚至明确提出,富人所得的增加如果伴随着穷人所得的减少,即便货币衡量的社会总所得增加,社会整体的经济福利还是可能降低。

显然,庇古的经济福利与心理满足或者效用直接相连。他的主要论据有二。第一,同样额度收入引起的满足程度在富人那里低和穷人那里高。朱门不妨让酒肉臭掉,寒门却往往因为少一两口米饭而致人饿死。第二,因为凡伯仑所谓的“摆阔性”因素,富人的心理满足主要是因为其收入的相对数量,而相对收入对于仅能提供生活必需品的收入所起的作用较小,所以,只要所有富人的收入一起减少,他们的满足程度就不至显著降低,而用之于穷人却能够获得经济福利的明显增加。

庇古的论点往往被简化为劫富济贫的政治主张,但实际上他本人工作要细致得多。例如,他对穷人作了区分,认为在经济领域和人格领域都存在一定数量的无法医治者,当发现这些人时,能做的最重要事,是永远地使他们没有寄生在别人身上的机会,没有传播他们道德传染病的机会,和没有繁殖像他们

本人同样性格的下一代的机会。庇古的这个想法与俗语“救急不救穷”相合。当然,他也指出这部分人只是少数,而且不能放弃通过教育来挽救其中哪怕极少数人的希望。

罗宾斯等人对庇古的批评集中在他的效用福利观上,他们认为个人效用之间不可用数量来衡量比较,面对同样数量的收入变动,富人损失的效用小于穷人获得的效用,从实证的角度看是不能证明的,因此庇古在福利经济学中的主张并无科学依据。卡尔多等人为了“挽救”福利经济学,放弃了庇古边际效用基数论的立场,转而从序数效用的视角研究生产和交换的最优条件,从而也就跳离了庇古所强调的国民所得之分配影响经济福利的观点。

抛开论证的技术细节不论,笔者认为从分配和产出两个方面来考察经济福利的增减,是庇古区别于亚当·斯密以后其他主要仅从产出角度考虑国家财富之损益的经济学家的主要特点,也是其最显著的优点。由叶航教授的介绍得知,华裔经济学家黄有光从基数效用的立场阐释“效率与公平”,这实际上反映了对经济福利之考察向庇古主张的分配立场的复归,虽然未及阅读黄有光的论著,但从情感上我乐于见到他的成功。

## 社会与私人

庇古对社会净边际产品和私人净边际产品的区分和分析也颇有大家风范,科斯对社会成本和私人成本问题的卓越研究便源于此。

庇古认为,私人净边际产品与社会净边际产品相等才能实现国民所得最大化,但两者往往背离。在一些行业之中,社会净边际产品高于私人净边际产品,对这些行业的投入就会不足;而在那些社会净边际产品低于私人净边际产品的行业,又会出现损害社会整体福利的过度投入。据此庇古认为政府对那些存在负外部性的行为应予以干预,例如对环境污染者课以补偿性的税收,增加其私人边际成本以使与社会净边际成本相当(这样的环境税后来被称为“庇古税”),科斯则提出,这样的事情也无需政府出面,只要产权明晰,私人完全可以自己搞定。实

际上,早在二十年代奈特(Knight, F. H.)就注意到了庇古理论之中“产权”的缺陷。不过,依我之见,奈特、科斯等人似乎只是想取消庇古注意到的“外部性”和“市场失灵”问题,而将之化约为交易费用视野下的产权界定问题而已,实际并无损于庇古立论的逻辑。

本文无意也无力调解大家们的争议,仅抽出庇古书中用社会净边际产品和私人净边际产品的框架做出的若干精彩分析,以证其研究之精到。庇古尝言,彼时生产过程中流行的标准化和科学管理,是以牺牲社会净产品来提升私人净产品的。在严格的标准化制度下,谁都无法领先于他人或采取新的样式,除非整个行业这样做。这样做能够极大地扩大现有商品的生产,但却以不再获得更好的商品为代价。我国社会是较为典型的二元结构的社会,一些行业尚无合适的标准来保证质量促进效率,另一些行业又有体制僵化不利创新的危险,庇古的这个见解对于科学技术研发活动更有警示意义。

庇古还从“社会产品-私人产品”二元视角对马歇尔提出的“小企业的教育功能”进行了论述。他指出,不同规模和性质的产业单位除生产之外,还具有培训身处其中的劳动者的功能。社会中各种规模的产业单位分布比较合理,不啻于为普通劳动者提供了发掘和提升自身才能的阶梯。一个社会的大部分产业如果为几个巨型联合体所控制,虽然它们的私人净产品能够实现最大化,但这样的后果是阻碍了更多拥有潜在才能的人经过“能力阶梯”不断培训企业家职能的机会,社会净产品因之不能最大。也就是说,对全社会而言,一个良好的经济组织生态,应该是不同规模和性质的企业共生的、多样性的形态。从我国的情况看,也就是要让“做大做强”和“做小做活”能够和平共处,并行不悖,只是鉴于各地开发追求高投入、大项目的政绩激励机制尚在,“大道不行悖于海”的状况恐怕还会持续一段时间。

## 《福利经济学》(上)(下)

(英)A.C.庇古 著  
商务印书馆 2006年9月出版

# 天堂与地狱仅一墙之隔



## 《迷失的华尔街》

埃里克·班克斯 著  
彭立志 译  
上海财经大学出版社 2006年10月出版

年终刚过,又是花红时节,华尔街再次以天价年终奖领跑全球。据媒体报道,华尔街的年终奖总额将达到239亿美元的创纪录水平,2006年人均奖金将达到137580美元,较2005年增长15%。

华尔街一向出得起高价,不吝对带来生意的员工给予重奖,这是华尔街能吸引到无数才俊的原因。但是,在如果忽略业务质量,一味追求业务数量到甚至不惜牺牲客户利益,那么往往得不偿失,走向失败。薪酬与业务紧密挂钩的结果往往是所有人都乐于策划牛市,发行证券,因为这最能带来利润,甚至应该保持独立的审计师也忙着忽悠投资者,比如投行在新经济泡沫中典型夸张的表演就是一例。

曾经效力华尔街多年的埃里克·班克斯对此抱以忧思。他认为平衡顾客、投资者、高层管理人员以及雇员的利益的方式有二:协调一致以及保持理性。极端的薪酬往往扭曲人的取向,导致不正当行为,所以应该让天价薪酬回归现实。

利字当头,无数英雄竟折腰。马克思当年在《资本论》中说到利润的诱惑作用:“如果有10%的利润,资本就保证到处被使用;有20%

的利润,资本就活跃起来;有50%的利润,资本就铤而走险;为了100%的利润,资本就敢践踏一切人间法律;有300%的利润,资本就敢做任何罪行,甚至冒绞首的危险”。今天,美国顶级高管们的年均收入早过了1000万美元,他们的收入不是由自己公司的股票和股票期权构成。所以,上市公司高管如果通过非法手段装点业绩,既可以获得奖金,又可以让自己股价上扬,使得自己可以借机出让手中股票。每日面对动辄以千万为单位的机会,对比被发现的小概率与低成本,有多少人能坐怀不乱?尽管华尔街公允地处理了大部分业务,但往往还是每一次过失丑闻的发生,都不不同程度损害了华尔街的机制以及声誉。

华尔街业务广泛,但最基本业务主要可以归纳为募集资金,为企业提供咨询,为个人提供理财顾问、履行信托责任,以及管理风险。或许因为纽约的先驱开拓者是荷兰人,商业与冒险家气质始终是华尔街能吸引到无数才俊的原因。华尔街保持核心业务的优势很多年——它在很多地方无可替代。如果一切运作完美,那么客户、银行、股东、监管部门都是赢家。但事与愿违,往往由于意外失足以及明知故犯,由于无效的公司治理、管理失误、内控失效,以及外在监管审计的缺失,华尔街在过去,甚至现在,在募集资金、咨询建议和管理风险等方面都存在风险过当。

2001年,《财富》500强排名第七的蓝筹股公司安然倒闭,震惊全球,当时位居五大会计师事务所之首的安达信因此消失。甚至有经济学家评价,2001年的“9·11”事件没有改变世界,安然之死却改变了世界。2006年,安然事件的主角们都又回到公众视野,前首席财务官被判处6年监禁,前首席执行官被判处24年又4个月徒刑,前首席会

计师被判入狱5年零6个月。

乱市用典,安然事件之后,美国监管机构出台了《萨班斯-奥克斯利法案》,旨在提高企业财务透明,加大违规行为惩罚力度,尤其规定设立上市公司会计监管委员会(PCAOB),对有上市公司审计资格的注册会计师事务所实行注册管理。但这无疑加重了管理成本,据统计,上市公司为此要多支出300多亿美元。面对以伦敦为代表的欧洲资本市场以及亚洲新兴市场的竞争,为避免严厉监管将导致华尔街丧失竞争力,无奈之下,美国只好对《萨班斯-奥克斯利法案》做出修正。

华尔街如此重要,却又一向丑闻不断。金融巨鳄索罗斯认为美国文化金钱至上,要改革就要首先改变美国人的唯利是图。不幸的是,亚当·斯密几百年前宣告经济人因为理性,天生逐利这个观念在今天仍然适用,社会改良家指望华尔街诸公成为道德君子只能是空想。曾经是资深金融分析师的埃里克·班克斯,在探究了失控背后的制度因素后,认为如加深内外整顿和防御,华尔街本应做得更好。

自由市场机制下的金融革命,天生就有强烈投机倾向,每一项金融创新都与逃避监管有关。没有华尔街的创新,金融必然将停滞不前,经济增长也会放缓。利益驱动下的资本流动,财富转移既为经济带来强大引擎,也无形中导致了一些扭曲的市场行为。如果华尔街的利益相关方多次受损,透支了投资者的信任,那么华尔街体系最终将走向崩溃。华尔街的规律在于,在很多次丑闻之后都能自我收敛,但是始终表现了良好的适应能力。因而,重塑之路,除了在于加强内部控制,外在于整个监管和法律体系的调整也再所难免。

转型期的中国资本市场可以从吸取怎样的经验教训呢?

## ■新书过眼

### 《小的是美好的》

这是一本出版30多年之后有人在不断地读,并从中获得启示的书,代表了经济学家的逆向思考:如何生活才是值得的与快乐的。20年前,汉译本初版时,国人对其论述的感受还没有像今天这样深刻。在舒马赫眼中,西方世界引以为傲的经济结构,不外乎个人追求利润及进步,从而使人日益专业化,使机构成为庞然大物,带来经济的不效率、环境的污染、非人性的工作环境。他所提倡的中间技术等基础观念,为经济学带来全新的思考方向。他认为,战后发展中国家通过工业化道路发展经济失败了。新的发展道路应该以三个问题为中心:一是以人为中心,把人作为创造财富的最重要来源,解决失业问题,以使所有人摆脱贫困



(英)E.F.舒马赫 著  
李华夏 译  
译林出版社  
2007年1月出版

为中心;二是把发展作为循序渐进的过程,作为一种进化,从教育、组织、纪律等非物质问题入手;三是把发展重点放在农村,避免工业破坏农业、农业又报复工业的“相互毒化”。实现这样的发展要克服对大规模的迷信,强调小规模的优势,这正是“小的是美好的”的含义。

### 《金子的历史》

锤炼中华民族性格的精神印记

金子的历史与人类的历史几乎一样古老。

一万二千多年前,自从人类发现和认识了金子,它就点燃了人类心中种种狂热情绪。不论把它看作是永恒的财富还是美丽而高贵的妆点,人类自此就开始了漫长的追逐金子的游戏。作为一种奢侈品,金子既是无用的,又是最有用的,它催生了审美和象征,而且各个阶层都有不一样的审美或象征符号。回眸中外历史,这东西作用最大的无外乎权贵者的金杖、死时的金面罩、金缕玉衣之类,另外就是宗教或类宗教圣物,与之相对应的则是它作为日常用品在生活中的点缀……它的等级性、聚光性以及其他所折射的五花八门的光泽,都可以从



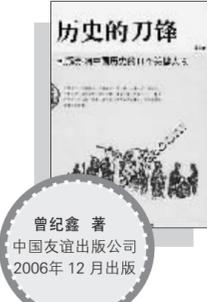
向中华 著  
新世界出版社  
2006年12月出版

持续的文明的范畴去获取解释。一部金子的文明史,也就是一种奢侈品的历史,一种玩物尚志的历史,一种消费的历史,一门艺术与工艺的历史。

### 《历史的刀锋》

——解剖影响中国历史的11个关键人物

是谁拨动了历史的转盘?至少在中国,这是一道与人较难的难题。本书给出的答案是人民(历史群体)与英雄(历史个体)。但在中国的所有正史中,人民的形象历来模糊不清,叱咤风云的几乎全是作为“英雄”的帝王将相,能够进入作者视野的,就不能不是秦皇汉武、唐宗宋祖以及周文王、吕不韦、董仲舒、曹操、拓跋宏、朱元璋、吴三桂这些“对中国哲学、思想、政治、经济、军事、文化等方面起过举足轻重的作用、产生过巨大深刻影响”的历史个体。不同的是,作者并没有“拘泥”于这些历史个体本身,而是以他们为“载体”引发开来,以启蒙思想为参照,用今人的立场眼光来透视、折事于理,融理于事,一方面着眼于“英雄”的历史地位,



曾纪鑫 著  
中国友谊出版公司  
2006年12月出版

如周文王之于中国文化的开创,吕不韦之于秦王朝的建立,董仲舒之于中国思想的统一,拓跋宏之于民族的融合,吴三桂之于明亡清兴;另一方面,更关注隐匿在这些“英雄”行迹背后的历史局限与思想启示。

### 《布莱尔夫妇》

作为成功的律师和女权主义者,切丽是英国第一位有高级职业的首相夫人,并且对丈夫的政治见解具有至关重要的影响。在丈夫执政期不久,她便悄悄地开始定期主持一系列会议,大臣们早已习惯了像她一样坐在那里,让她掌控一切。对于一个不断地因为公开任人唯亲及其总统制风格而备受指责与嘲笑首相的而言,切丽参与政府的事宜始终特别有争议,更引出买房受骗等诸多风波。本书作者从政治、家庭、工作等方面,详细记述了布莱尔夫妇为人知的生活,以及坎坷的政治风雨历程,尤其是布莱尔及其夫人生命的多面性,透露了切丽为入妻、为人母脆弱敏感、矛盾多虑的一面。他们的过去及共同的理想,使他们的



(英)保罗·斯科特 著  
高红 译  
上海远东出版社  
2007年1月出版

了密不可分的独一无二的人物。身处政治风暴的中心,他们会继续紧密团结,排除周围的一切干扰,直至能重新组合去面对新一轮的挑战。毫无疑问,这样的挑战在未来的路途上将会有更多。

# 后互联网时代的偶像

□吴晓波

像这样的迷人传奇至今仍让许多人激动不已:1958年,31岁的牧师之子罗伯特·诺伊斯到硅谷的仙童公司上班,当时他只梦想着赚一双鞋子的钱,但十一年后,他永远地解决了鞋子问题,他创办的英特尔公司令他成为全美最富裕的人之一;1984年,年仅19岁的迈克尔·戴尔对他的父母说:他不想再上学了,因为他发现了打败IBM的方法。然后戴尔创办了DELL公司,并让后者进入了20世纪最伟大公司之列……传奇所造就的财富英雄诺伊斯和戴尔成了无数青年的偶像,有多少年轻的心这样憧憬过:在某日清晨醒来,对自己父母说:“我不上学了,我要去打败DELL!”



## 《快品牌》

——新晋品牌一飞冲天的“蓝海”法则  
金错刀 著  
中信出版社 2007年1月出版

令它们大获全胜,很多中国本土品牌在那时消亡了。但到今天我们再来看这一行为时,大多数人都会感到好笑,今天谁还会用胶卷去拍照呢?你根本不用跟柯达和富士直面战斗,它们便会连同整个胶卷产业一同消亡!

这样的事实或许过于残酷,但却是最真实的。对于很多有志于在新世纪成长的品牌来说,看清这个时代的特点已经成为必修的课程。

今天,很多成立之初的企业与有着百年历史的企业相比,被赋予了更高的价值,这也是一种必然的趋势,达尔文进化论的精髓,就是鼓励不断进步、不断创新。而只有最好运用这种技巧的公司,才能在21世纪生存。但如何才能更好的运用呢?金错刀在《快品牌》中总结的经验是“快”,我认为这是基于这个社会的最新认识。

今天,任何一个品牌面对的都是一个8亿消费者的全球市场,这8亿人中,他们的学历、收入和生活方式都非常相似,他们的消费能力与国籍和所居住的国家无关,他们收入水平和消费性质相近,他们通过互联网在同一时间享受着同样的信息。因此,当面对这样一个市场时,传统的逐步开发式的品牌发展之路便已过时,因为当一个品牌若想在某国取得成功,然后再打入海外市场,这时它会发现:其他公司可能已经提供同样的商品与服务来抢占市场,而市场却只有一个。因此在今天,一个品牌如果不能将8亿人看成一个市场去快速开发,那么等待它的必然是恶性竞争的命运。

而做到这点后,更为困难的是又要在最短的时间里让这8亿人都知道你的品牌,而这又不是仅靠广告或单一营销能解决的。而这正是金错刀在本书中想跟大家一起重点探讨的。