

# 增长错觉给我们带来了什么

□郑渝川

经济增长是工业化大生产时代的产物,通过GDP来测算和衡量有形的生产活动。但GDP作为衡量工具,有着显著的缺陷,不仅在于没法衡量难以量化、没有经过商品化和货币化的重要服务,而且忽略了不同地区提供同类商品或服务在质量上的区别。更重要的是,这会诱导一种生产无止境、消费无止境、浪费无止境的发展模式,让人们越来越深度沉溺于消费主义、投机主义,无视环境成本和社会成本。

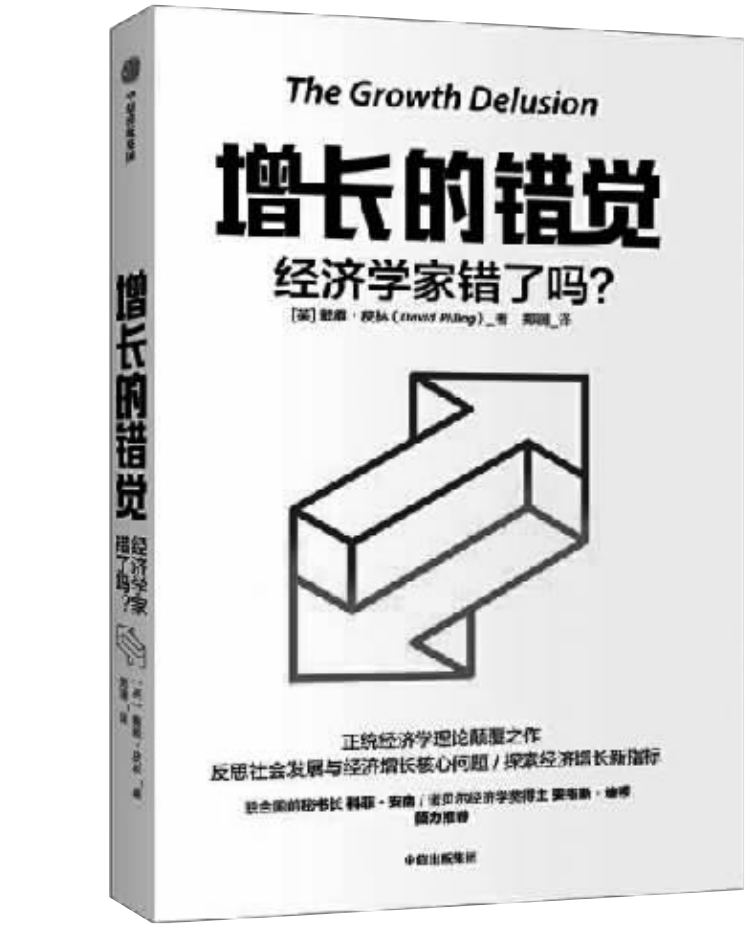
## GDP测算体系缺陷

如果地球上的每个新生儿都能在出生后就喝上母乳,全球新生儿的死亡人数会减少五分之一。新生儿出生6个月内,摄入母乳还能提高其成长过程中的免疫力,保持身体健康。但依照现有的经济增长计算方式,母乳喂养没有也很难进行准确计价,并列入GDP数值。澳大利亚学者朱莉·史密斯根据欧洲地区人类母乳库的产品售价为基准,算出母乳的市场价为100美元/升。接下来,这位学者根据澳大利亚、挪威和美国新生儿数量以及正常产妇的母乳产量进行计算,结果显示这三个国家的母亲们每天产出的母乳价值分别为42亿美元、11亿美元、530亿美元。

不光是经济学家忽略了女性母乳的社会价值,在许多国家和地区,政策与法律的制定者也没能采取更有效的政策来保护女性尤其是孕期和产后女性的权益。人们关心的是婴儿配方奶粉公司的发展,分析这些公司可以拉动多少就业,提供多少税收。

英国《金融时报》记者与编辑戴维·皮林在其所著的《增长的错觉:经济学家错了吗?》一书中指出,现有GDP核算方式、计算标准存在重大缺陷,即将较难量化、难以纳入核算的对象拒之门外。不仅母乳的社会价值、产妇的权益受到忽略,而且更为普遍的家务劳动也没有纳入商品化、货币化轨道,所以其重要性也就被忽略。因为家务劳动更多的是由家庭中的女性来完成,所以连带着影响了女性权益的维护和提高。

英国国家统计局曾通过研究报告将家务劳



书名:《增长的错觉:经济学家错了吗?》  
作者: [美]戴维·皮林  
出版社: 中信出版集团

动进行分类:房屋维护、提供交通服务、提供营养餐、提供清洁服务、照顾儿童、招呼老人等无偿活动;刨除这些活动中的中间环节消费(如开车接送孩子产生的车辆折旧和油耗等),英国每年没有报酬的家务劳动的经济产值高达8770亿英镑,占当年经济价值总量的45%。

很显然,上述事实和数据指向的是现有的GDP测算体系,这一指标的缺陷是不计入无偿劳动,且忽略其社会价值。作者称如果将GDP

增长进行一番拟人化的转换,就不难发现,“他就是一个没什么道德观念的人”,“他欣喜于出现环境污染问题,因为人们需要花钱治理污染;他也欣喜于出现犯罪问题,因为犯罪问题需要出动更多警力、需要修理更多的破窗户……”。

## 如何走出增长狂热

本书的一大亮点就是指出了数字经济时

代,因为各国依然沿用原有的GDP测算方式,很难计算诸如共享经济、零工经济、免费经济等新经济模式的产值,且机器、自动化技术的应用使得消费领域的服务越来越多地变为消费者的自动化、半自动化(比如超市结账,机场办理自助乘机),这些也很难进行测算和衡量。

增长狂热还使得人们对于社会的不平等,尤其是数字经济崛起加剧贫富分化由此带来更显著的不平等认识不足。亮丽的增长数字,使得社会问题变得相对次要。依照增长标准而建立的投资标准,更加青睐于不稳定但保持高增长的经济体,而不是增速较缓且社会稳定的国家、地区和城市。

书中还谈到GDP核算方式对于国际社会帮助非洲国家摆脱贫困所产生的负面影响。简单来说,就是现有核算方式不能将非洲国家普遍存在、难以核算的“地下经济”、非商品化交换等纳入测算,从而低估了这些国家实际所需要的基础设施、商品和服务的数量。

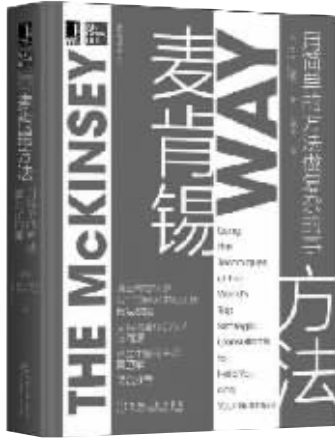
如前述,增长狂热表现为生产无止境、消费无止境、浪费无止境的循环,不但透支了作为消费者、生产者、投资者的精力、智识和资源,而且造成自然资源的低效利用。更重要的是,GDP核算不考虑环境污染问题,由此带来的恶果无论在发达国家还是发展中国家都已构成严峻挑战。

作者认为,要遏制增长狂热,就要将自然资本的损失纳入GDP核算,但核算方式要进行调整,不能简单化地按照经济模型让自然资本商品化,否则很可能造成自然资本以商品化、货币化流动方式加速枯竭。作者建议编制自然资本负债表,规定公共建设、企业活动对生态系统的影响,都需要通过相应举措进行补偿。比如征用土地建造商业设施,就有义务将荒地或原有的建筑用地恢复为征用土地的原用途。

作者的另一大建议就是依照学者之前提出的幸福经济学的观点,健全增长计算的标准,将家务劳动等重要的无偿劳动、志愿服务等依照其替代价值(如替代母乳的婴儿配方奶粉价值的折现计算值),纳入社会和经济价值测算。

## 用简单方法做复杂的事

□王立登



书名:《麦肯锡方法》  
作者:[美]艾森·拉塞尔  
出版社:机械工业出版社

《麦肯锡方法》这本书通过分享麦肯锡的精华工作法,用精英思维向我们展示了在商业世界快速成长、高效解决问题的方法论和原则,让每一个在职场发展困惑的人能够自我解救,收获属于自己的简单易行的“麦肯锡方法”。

读完这本书,我收获了七个精英思维。一是精益思维,掌握最关键的20%,用最多的时间做好最重要的事情。

“二八原则”是很多人所熟悉的方法论,但很少有人能够做好。究其原因,有三个痛点:一是总会被日常事务型的事情所打扰,于是一味地忙碌一些没有太多价值的事情;二是很多人以为自己很强,欲望很大,什么都想要,不懂得拒绝;三是大多数人以为完成就够了,经历就够了,不但没有升华,甚至连及格线都没有达到。

生活中大多数人用80%的时间做了根本不值得做的80%的事情。其实,我们只要用80%甚至更多的时间,做好最关键的20%甚至10%的事情足矣。

二是电梯思维,30秒讲清楚一件事。你已经对自己的解决方案或者产品和公司了如指掌,可以在30秒内向客户进行准确无误的解释。假如能做到这一点,证明你对自己的工作充分了解,并足以推销你的解决方案了。电梯法则,是指利用和牛人或领导一起坐电梯时进行项目汇报展示。这里面有个三法则,你自己只要梳理好123就足够了。

以前因为工作关系,我总是会接待很多领导或者合作伙伴,初次见面一般都是从大厅迎接过来,然后一起坐电梯。这个时候我往往会准备三句话来交流:第一句一般都是自我介绍,顺便问下他们从哪里过来;第二句是对公司的关键一两句话的介绍;第三句是和对方有关系的聊天,比如爱好、大学、家乡或者经历。

如果是送下楼,陪领导或者合作伙伴出去,那又是另外的三句话:今天感觉如何?聊聊对方的收获和感受;感谢对方,真诚夸赞对方的优势;建立联系,示意期待后续交流合作。因为在这种场合,时间比较短,所以讲话一定要精炼,并且突出最关键信息。

三是师徒思维,跟对人做好事。在麦肯锡有一个师徒制,这也是很多厉害的企业一直在做的。但我们还要学会师父思维,每个阶段都要去寻找适合自己的师父,师父不必局限,可以是多个人,也可以是一门课程、一本书、一个公众号或者微博。

四是经验思维,站在巨人肩膀上成长。利用前辈经验,不要做重复劳动。不要浪费时间做别人已经做好的事。经验思维还有一点非常关键,那就是要做好内部沟通,一般有两种方式:一是传递信息(以语音信箱、电子邮件或备忘录等形式);二是会议。有效的商业信息有三个特征:简洁、全面、系统。把这三点融汇在你的语音留言、电子邮件或者备忘录中,你的信息就会得到有效传播。

五是事实思维,用实际数据说话。麦肯锡的专业,在于利用各种高效方法,也在于它的底层的事实思维。以事实为基础的系统化的大胆假设,小心求证。麦肯锡人把项目也称为“研究”(study),他们把商业问题按照科学研究的态度和工作方法来加以解决。商业问题有相似点,但这并不意味着对它们要采取类似的解决方案。用以事实为基础的分析方法来证实你的初始假设,更有利于别人接受你的观点。

六是牛人思维,永远和更牛的人合作。身边牛人多了,你自然也会成为牛人;和牛人合作多了,你终究也会受影响。无论是内部团队的交流还是外部合作,我们要多找更牛的人一起来做。

麦肯锡有两种团队选拔理论:第一种理论认为,智慧最重要——要为你的团队挑选最聪明的成员,不管他们的阅历或者个性如何。

第二种理论认为,最重要的是成员的特定经历和技能,聪明在麦肯锡是基本的,每一名麦肯锡咨询顾问都很聪明,否则他就待不下去了。

七是清空思维,跳出日常看全局。很多人习惯用固定思维去看待世界,去解决身边问题。其实,我们更应该跳出框架思维,多一些清空思维,站在全新的视角去看待这个世界。比如书中提到的一个清空思维的方法,即一周中有一天不要工作。清空思维的培养,可以多一些头脑风暴,因为这里会不断生成新观点。从白板开始,既然召集了整个团队,就要把已有的观点抛在门外。带着你所知道的事实,但要把找到审视它们的新方法。

## ■ 财富书架

### 竞争大未来

作者:[美]加里·哈默 C.K.普拉哈拉德  
出版社:机械工业出版社  
内容简介:

本书是商业思想家加里·哈默的代表作。战略在过去很多年已经信誓旦旦,人们对它疑窦丛生。曾一度关注战略的咨询公司如今都纷纷转向运营管理。但千万不要搞错,战略绝非易事。对明天可能会有机会形成一种令人信服的观点,并能够先发制人地行动起来以确保赢得未来。这些任务既不是一知半解者,也不是光有认知好奇心就能胜任的。

作者简介:

加里·哈默,伦敦商学院战略及国际管理客座教授,被《经济人》誉为“世界一流的战略大师”,被《财富》杂志评为“全球商业战略的顶级专家”。C.K.普拉哈拉德,公司战略和跨国公司管理领域专家。

### 源流说

主编:吴晨光  
出版社:中国人民大学出版社  
内容简介:

本书站在把握规律的高度解析信息的传播。源指内容生产,是源头;流指内容分发,是流向。传播之道,尽在源与流的转换中。全书概述了内容生产与分发的44条基本法则,从选题策划、采访写作、标题拟制、内容审核、算法运用、社交传播、媒体平台运营、媒体融合、舆情处置等不同角度深入解析,最终将源与流的关系归结为作者、读者(人與人)之间的关系。

作者简介:

吴晨光,资深媒体人。现任一点资讯高级顾问。

### 开家书店,顺便赚钱

作者:徐智明  
出版社:中信出版集团  
内容简介:

书店,作为城市文明与精神文明的载体,在互联网的冲击下,面临着“亏本”、“活不下去”的窘境。但即便如此,仍有佼佼者脱颖而出。未来书店的生存机会在哪里?作为书店管理者,如何才能经营好一家书店、实现品牌与赢利双丰收?作者以经营基本要略为基石,深入剖析要经营好一家书店所必备的品牌、战略、客户关系管理、服务、社会化媒体传播、经营哲学等内容,以期对实体书店管理者进行一场管理与销售的思维更新。

作者简介:

徐智明,毕业于北京大学政治学专业,现任樊登书店战略顾问、百道网高级顾问。

### 书信里的世界史

作者:[英]西蒙·蒙蒂菲奥里  
出版社:湖南人民出版社  
内容简介:

解密书信档案,钩沉3000多年世界史。作者聚焦每一封信所呈现的瞬间,还原历史现场,让我们得以瞥见君王、女皇、将军、演员、作家、科学家、探险家、总统等改变历史走向的人物以及他们的生活和思想。

作者简介:

西蒙·蒙蒂菲奥里,1965年出生于英国,在剑桥大学冈维尔与凯斯学院研习历史,获哲学博士学位。历史学家、小说家、童书作者、记者、纪录片撰稿人和主持人。世界范围的畅销书作者,在世界各地收获各类重量级图书大奖。

### 数字跃迁

作者:[以]拉兹·海飞门 习移山 张晓泉  
出版社:机械工业出版社  
内容简介:

《数字跃迁》的三位作者基于他们多年来在计算机、信息技术、经营管理学等不同领域的工作、研究和咨询经验,从思维篇、理论篇、实践篇三个角度,全方位介绍数字化的内涵。

作者简介:

拉兹·海飞门,以色列政府前首席信息官,现任以色列BDO咨询公司数字化总监。习移山,哈佛大学博士,知名风险投资机构i8 Ventures创始人兼首席执行官。张晓泉,香港中文大学商学院副院长、终身教授,麻省理工学院博士,超量子量化私募基金发起人。

### 智能投顾前瞻

作者:钟宁桦 钱一蕾 解咪  
出版社:北京大学出版社  
内容简介:

本书旨在梳理美国智能投顾的发展历程、产学研体系和监管体系,总结美国经验对我国智能投顾发展的启示,从监管机构、金融机构以及高等学校这三个方面进行详细阐述。同时,本书还选取了美国智能投顾领域的代表性公司进行案例介绍,便于读者更为直观地了解主流智能投顾平台的业务模式及产品特征。

作者简介:

钟宁桦,同济大学经济与管理学院教授、博导,经济与金融系主任。钱一蕾,同济大学经济与管理学院金融学硕士研究生。解咪,同济大学经济与管理学院金融学博士研究生。