

● 本版关注

## 《李自成》研究推动当代历史小说创作

中国出版传媒报讯 著名作家姚雪垠的长篇历史小说《李自成》是中国当代历史文学里程碑式的作品。在新的时代文化语境中,应当如何认识和理解这部鸿篇巨制的丰富内涵、审美价值与文学意义?2013年12月9日,在中国现代文学馆召开的“《李自成》出版50年座谈会”上,这一问题引起了与会者的浓厚兴趣与广泛探讨。会议由中国青年出版社、中华文学基金会、中国新文学学会联合举办。中国作家协会副主席高洪波、中国青年出版社副总编辑李师东、中华文学基金会秘书长李小慧、中国新文学学会常务副会长张永健、

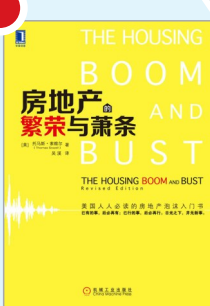
## 美国房地产市场盛衰启示录

如果你想看到对本轮房地产危机直率、真实的讨论,并且对经济、政治有深刻理解,那么《房地产的繁荣与萧条》就是你需要的。



托马斯·索维尔

美国自由主义经济学大师,现任斯坦福大学“罗丝与米尔顿·弗里德曼”学会的高级研究员。其文章和随笔多次发表于《财富》、《时代周刊》、《纽约时报》、《华盛顿邮报》等媒体,以优美典范的文风著称。索维尔获得过多项荣誉,包括总统人文成就奖、美国人文科学奖、布莱德雷基金奖。



《房地产的繁荣与萧条》[美]托马斯·索维尔著 吴溪译/机械工业出版社2013年11月版/39.00元

○彭忠富(书评人)

2013年福布斯中国富豪排行榜显示,中国的首富是大连万达集团的王健林,其从事的产业正是房地产。可见直到现在,房地产业仍然是非常赚钱的行业,是超级富豪的孵化器。解决了住房的刚性需求后,国人购置二套以上房产等固定资产,已经变成了一项投资需求,这就有了温州太太炒房团的产生。她们利用手中闲散资金,囤积大量房产,伺机抛售赢利。越来越多的企业主不再扩大企业经营,而是参与到房产的投机经营中来。房地产业跟土地财政紧密相连,各地房价之所以居高不下,就是因为,不少地方政府采取不断提高土地出让金的办法来解决资金难题。房价高企,最终都转嫁到了消费者头上,不少人节衣缩食,从银行按揭贷款,成为房奴。他们根本没有多余的收入来提升自己的生活品质,这也就是中国内需增长乏力的原因。

在美国,房地产业经历了一段高速繁荣的时期,不少投机客从中获利。可是没过几年,随着美联储调高利率至正常水平,结果引起房价大跌,美国的房利美和房地美债券退市,酿成次贷危机,影响范围遍及全球。美国次贷危机引起的全球金融风暴,很大原因就是房地产泡沫引起的;中东迪拜债务危机也主要是房地产泡沫引起的。所以,国际经验给我们提出一个警示,房地产泡沫危害很大,必须及早重视,否则会铸成大错。

房地产的繁荣与萧条一直在全球各地上演,但21世纪的这轮房地产行情却具有典型意义,其中尤以美国为最,涨如天堂,跌如地狱。究竟是什么导致了房地产的繁荣与萧条?在美国经济学家托马斯·索维尔的著作《房地产的繁荣与萧条》一书中,我们可以了解到美国房产泡沫的产生有着多方面的因素:国会两党有个政治目标,那就是追求较高的房屋自

有率,也就是想实现“居者有其屋”的民生理想。但那些低收入群体,根本就无法满足银行的贷款购房标准,他们交不起首付款,甚至连月供也还不上。这就是现实,谁也改变不了,他们只能租房生活。

可是为了达成“提高房屋自有率”的目标,国会通过了《社区再投资法案》,在政府机构及社会团体的压力下,银行以及银行背后的房利美和房地美联手“放宽信贷标准”,购房者大量增加,房价急剧攀升,供不应求,酿成虚假繁荣局面。结果当美联储将利率逐渐从1%的极低点一直提高到2006年的5.25%正常水平后,月供增加,那些低收入群体根本交不起月供,于是丧失抵押品赎回权,房产被银行收回,进行抛售,以图回笼资金。投机者紧跟着疯狂抛售楼盘,刚性购房者持币观望,房产供大于求,于是房价节节下降,房地产行业遭受重创,并蔓延至金融业等关联产业。

索维尔认为,房地产繁荣与萧条的幕后推手有人性的优劣特性,美联储各项利率政策的具体影响,房利美或房地美对抵押贷款资格标准的规定与调整等。但最主要的原因在于政府的干预。政府越是干预,房价越是高涨,居住成本越是会侵蚀更大的收入份额,这直接违背了市场经济规律。

该书是索维尔在房地产方面总结历史、剖析教训的代表作。该书甫一出版,即成为美国人人必读的房地产泡沫入门书。中国的房地产虽仍行走在牛市之中,但国人常常对其心有惴惴。房地产,一贯引领经济走出衰退的引擎,这一次却一反常态,似乎越来越可能成为经济的绊脚石。房地产市场从本世纪初盛大的绽放有可能转入壮观的溃败,而其影响将可能会持续数年才得以消退。

## 航空业也可以炫酷

高高在上的品牌崇拜已然崩塌,热爱、亲密的品牌神话正在涌现。

○马 澈(中国传媒大学广告学院)

打开陈旭这本书,我很快沉浸其中,几个小时的阅读过程中,体验到了难得的畅快感和愉悦感。陈旭是一位优秀的商业记者,熟悉他的人知道,他还是一个真正的、绝不矫情的文艺青年。他要么在北京,要么就在旅行的路上。这本书里面讲述的故事,不仅是他的商业观察,也是他自己的亲身经历和倡导的生活方式。我相信,这本书不是为亚航而作,而是为他自己而写,为我们每一位亚航的粉丝而写。

在这个丰裕的时代,似乎很难再找到市场的空白点,于是很多企业都在追逐潮流,炒作概念,用伪装的产品来赢得客户。而我们却常常忽视了产品的本质。商业的本质是产品,产品的本质则是价值或福利。

亚航所做的,与其说是颠覆,不如说是回归。航空的本质是什么?是“乘飞机装逼指南”中描述的各种行为艺术,还是一次次乏味的机场接驳?航空的本质是出行,不在旅

途,而在目的地,在于让你更加便宜、更加愉快地到达。如果你不能出发,航空的各种服务就完全失去了意义。亚航所做的就是“现在人人都能飞”,让你毫无负担地启程。

无论是在西方还是东方,这一定位都是至关重要的。我很欣赏陈旭书中所说的,我们是一个被“囚禁”在土地上的民族。亚航提供的廉价机票、遍布东南亚的航空网络,让很多人第一次飞向了神秘的远方。按照亚航的统计,乘坐亚航飞机的乘客中,有接近一半的旅客是第一次飞行。毫无疑问,亚航提供的产品增进了他们的福利,甚至改变了他们的生活。

这是真正伟大的产品。如同微软的操作系统、苹果的操作界面、360的安全软件、微信的社交工具,都是廉价、便利,能让人们立即享用的底层产品。然而,这类产品多集中在互联网领域,亚航的难得之处在于,它把航空服务也变成了这种产品。虽然提供的是廉价机票,但亚航这个品牌却不让人感到廉价。亚航

### ● 编辑推荐书

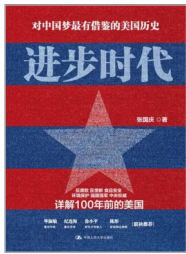
《百年传承:探索中国特色现代家族企业传承之道》茅理翔著/浙江人民出版社2013年10月版/38.00元

家族企业是最古老的、与社会和历史变迁息息相关而又与时俱进的组织,一个缺乏使命感和责任感的家族企业注定只能成为短视和短命的赚取金钱和利益的工具。这为家族企业存在的意义作了很好的诠释。茅理翔著的《百年传承:探索中国特色现代家族企业传承之道》不仅给中国国家族企业带来百年传承的信心和感动,更重要的是,该书能够给读者带来中国情境下企业传承的实战经验和经营智慧。



《进步时代》张国庆著/中国人民大学出版社2013年10月版/45.00元

作者力图通过该书告诉我们,用一个平和、客观、公正的眼光和宽容、进取的心态看待中国,看待中国的现实和未来。今日的中国跟美国比,差距很大,不是GDP第一和第二的差距,是国民素质、企业素质、社会治理、社会环境等各方面的差距。但美国也不是天生就是世界的霸主。仅仅100年前,它还是暴发户横行,污染遍地,贿赂成风的一个充满铜臭和贪婪的镀金时代。但美国人高昂的民族热情,他们对自己道路和前途的信心,加上他们幸运地遇到了政治强人——老罗斯福总统,带领他们走出了瓶颈,迎来了世界霸主的曙光。作者认为中国社会最缺乏的,是每个人发自内心的民族自豪感和对自己国家未来的信心。



《李自成》主要责任编辑王维玲、中国作家协会名誉副主席张炯、北京大学知名教授严家炎以及田永清、胡守文、陈浩增、郑一奇、姚海天、李遇春、杨建业、胡德培、熊元义等专家学者70余人出席了会议。

在《李自成》出版50周年之际,中国青年出版社推出了增补8万余字遗稿的新版《李自成》,同时出版了由姚海天策划、刘起林主编的《文学“马拉松”——〈李自成〉出版五十年研究文选》。座谈会上,与会专家学者对新版五卷《李自成》和《研究文选》进行了讨论并给予高度评价,认为前者是目前内容最全面、最权威的版本;后者是一部较为全面、客观地汇集了《李自成》出版50年研究成果的权威选本,既有珍贵的史料价值,又有较高的学术价值,对于进一步深化《李自成》研究和推动当代历史小说创作具有一定的参考意义。

(文 萱)

## 寻求符合全球化趋势的金融文明观

王健博士的这本书澄清了很多关于美联储的误区,同时可以帮助读者理性看待和分析目前的热点经济问题。

○巴曙松(国务院发展研究中心金融研究所研究员、中国银行业协会首席经济学家)

席卷全球的金融危机,把处于风暴中心的美联储推到了全球金融界关注的焦点位置之上,美联储作出的各种判断、决策,都成为全球金融市场关注的重要内容。在日益全球化的世界,中国经济金融体系与全球金融体系的互动更为密切。因此,了解美联储的日常运作、决策逻辑、所面临的挑战、与主要经济体的分歧与合作等,就显得十分重要,对于中国金融界而言,更是如此。

美国次贷危机反映了金融市场和经济体系已经在快速全球化,但各经济体的央行和金融监管体系还保持着国别的视野。这种分歧集中表现在对国际储备货币发行者美联储的政策评价上。

可以说,从全球化的角度来看,无论是美国金融界之于中国央行,还是中国金融界之于美联储,都存在着程度不同的不了解,甚至一些因为不了解而产生的偏见。这对于双方作出正确的金融决策、促进全球金融体系的稳定,显然是一个相当负面的干扰。

因为美联储对于美国乃至全球金融市场的巨大影响力,也因为对美联储的了解相对欠缺,人们自然而然地产生了对美联储的种种难以证实的想象。例如,有些人把美联储描述成一个受少数犹太金融家控制的私营银行,认为美联储是金融大鳄攫取世界人民财富的工具。

不容否认的是,中美目前是世界上最大的两个经济体,两国金融体系间的信任和交流不仅对彼此,而且对世界经济金融体系的稳定,都极其重要。中国的经济发展举世瞩目,中国也在全球金融体系中逐步扮演越来越重要的角色。在这个过程中,中国的金融决策者与国民需要理性、专业和建设性的思考,而不是用阴谋论解释自己不太了解的领域。我认为这是符合全球化趋势的金融文明观的重要组成部分。建立这样的金融文明观,得益的首先是中国国民和金融体系,因为基于理性和专业基础上的金融决策才能更有力地维护中国的利益,同时提高中

国与全球金融体系的沟通效率,在全球金融治理中更好地发出中国的声音。正是在这个意义上,我认为王健博士的这本书澄清了很多关于美联储的误区,同时可以帮助读者理性看待和分析目前的热点经济问题。

从2012年9月开始,王健博士在微博上对美联储进行了一系列介绍,有针对性地扫除了一些常见的误区,引起了人们的广泛关注。阅读本书后,我非常高兴地看到,王健能在微博的基础上进行深化。与王健微博上的美联储系列相比,该书的涵盖范围更加广泛。除了扫除大众对美联储制度设计上的误区外,该书还深入浅出地解释了全球经济在过去几年经历的危机和未来面临的挑战。书中很多观点和国内一些常见观点存在明显的差异,比如次贷危机的形成原因、美联储是否通过滥发货币转嫁次贷危机、欧洲债务危机和美国次贷危

机的关系等。王博士更注重梳理这些问题背后的经济学逻辑,并利用现实数据验证这些逻辑是否经得起推敲。可以说,该书给出了符合中央银行学理论逻辑的分析框架和一些基本判断,也许读者未必同意这些判断,但是这种基于理论框架基础上的讨论,是可以进一步商榷并形成一些共识的,这是可以以证实的特性形成了鲜明的对比。

阴谋论逻辑上存在一个死循环,无法证伪。任何一个针对阴谋论的解释,阴谋论者都可以声称背后有更大的阴谋。为防止陷入阴谋论漩涡,比较可行的办法是兼听则明,听听不同的观点和看法。王健通过介绍热点问题背后的经济学逻辑,给大家提供了一个不同于阴谋论的思路。所以这本书的重要参考价值并不仅仅在于其提供了一个与阴谋论不同的理论分析框架,更重要的是通过介绍经济问题的背景知识,帮助读者整理思路,为理性分析常见的经济问题提供了一个框架。

全书语言平实流畅,分析深入浅出,即使没有接受过系统的经济学、金融学训练的读者也很容易理解。王健的观点立足于逻辑框架,绝不是哗众取宠地罗列一些耸人听闻的现象,读来有启发性,字里行间也体现了他本人在美联储工作的体会与感悟。

## 未来中国消费市场何去何从?

对中国消费者进行分析解构,科学前瞻地预测未来中国消费的趋势走向。

○龙敏飞(书评人)

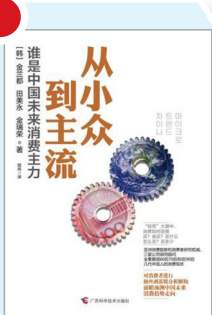
每个人都是消费者,对于消费市场的了解,显然是多多益善的。《从小众到主流》这本书的作者,作为三星、现代、花旗银行等跨国公司的消费研究顾问,从心理学、经济学、统计学、消费行为学等各种角度,对中国消费者进行分析解构,科学前瞻地预测未来中国消费的趋势走向。在书中,作者根据中国消费者呈现的各种特点,并做了跟踪调查,以大量令人信服的案例和严密的逻辑推理,分析与捕捉了消费者的消费偏好与消费取向。

要想更好地了解消费者,就必须对中国消费者进行有效的归类,再根据不同的消费类型,去研究他们的消费欲望。作者有创见地将消费者分为六种类型:VIP型、自我满足型、时尚型、实利型、狂热型、践行俭约的抠族派,每一种类型有自己独特的消费癖好。尽管中国消费者在地域、年龄、收入、性别等方面会有所区别,不过作者发现,中国消费者还是有一些共性的,而一些外国企业在中国成功的案例,也的确是不胜枚举。譬如星巴克咖啡,在美国是很小众的市场,是为了迎合上班族的外带需求而已,但在中国的卖场却很大,星巴克的桌子摆在外面,迎合的是中国消费者悠闲打发时间的需求;再如“BWM5”系列在中国的上市,考虑到中国人喜欢大块

头的特性,他们将车身加长,推出了“新5”系列,收到了很好的市场反响,等等。透过这些成功的案例,要开拓出新的消费市场,只要找准了一些共性,其实并非难事。

未来要在中国市场中胜出,又该关注哪些类型的消费者呢?在作者看来,未来有四种消费群体有从小众到主流的趋势。一是朝着幸福生活升级的各种小众市场,如宠物市场、美容市场、高端文化生活市场等等;二是新兴中产阶级,他们多为30~40岁人群,是中国现在与未来大众消费的主力;三是需要关注单身群体、丁克群体、富二代等中小型消费者;四是需要关注消费者追求实用的趋势,如教育领域、结婚市场等值得瞩目的市场。这些观点的得来,绝非作者的闭门造车、自我揣测,而是经过严密的论证与调查的,对相关从业人员有非常实际的指导意义。

在这些备受关注的群体消费类型之外,作者还在该书的最后面提及了一些消费的常识,如消费者才是企业的老大,群体消费是引领中国向前进的龙头,世界上有两种逻辑,一种叫逻辑,一种叫中国逻辑等等。这些关于中国消费者的一些常识,也有助于企业未来在中国市场中胜出。谁在改变中国消费市场的版图?从这个角度来说,是企业更是消费者本身,因为企业到头来,还是要迎合消费者,不然,哪来的市场呢?



《从小众到主流:谁是中国未来消费主力》[韩]金兰都著 路冉译/广西科学技术出版社2013年10月版/49.80元