# 网络经济的运行模式与竞争策略

来源：网络 作者：轻吟低唱 更新时间：2024-04-17

*[ 内容 提要] 网络 经济 是不同于传统经济的一种低成本、无摩擦、高效率的全新的经济型态。网络经济不仅对传统的经济学 理论 提出了严峻的挑战，而且对 社会 制度、 法律 、政府和人们的观念形成巨大的冲击，尤其是对 企业 的运作机制和竞争策...*

[ 内容 提要] 网络 经济 是不同于传统经济的一种低成本、无摩擦、高效率的全新的经济型态。网络经济不仅对传统的经济学 理论 提出了严峻的挑战，而且对 社会 制度、 法律 、政府和人们的观念形成巨大的冲击，尤其是对 企业 的运作机制和竞争策略提出了迫切的更新要求。

[关键词]网络经济、非摩擦经济、经济学理论、企业竞争策略

网络经济经历了一段时间的热潮后似乎归于平静，然而网络经济却现实地 发展 着，关于网络经济的争论也一直没有停止。网络经济与传统经济有什么不同？网络经济的运行 规律 如何？网络经济下企业的竞争策略是什么等 问题 值得人们深入思考。我认为，网络经济是不同于传统经济的一种低成本、无摩擦、高效率的全新的经济型态。网络经济不仅对传统的经济学理论提出了严峻的挑战，而且对社会制度、法律、政府和人们的观念形成巨大的冲击，尤其是对企业的运作机制和竞争策略提出了迫切的更新要求。

一、网络经济对传统经济学理论的挑战

西方交易费用理论认为，任何交易都是有成本的，是要花费费用的，经济运行是有摩擦、有阻力的，也就是说经济活动是一种摩擦经济。只有通过合理的产权界定和有效的制度安排，才能降低交易费用，减少摩擦，提高经济效率。由此，如果说传统经济是一种摩擦经济的话，那么网络经济就是一种非摩擦经济。

网络经济在大部分情况下就是没有摩擦的经济，也就是说，生产、销售和售后服务等费用要比在传统经济模式下低得多，几乎以接近于零的成本获得无限资源，无限地提供产品、服务及创意，从而使经济状况大为改观。在某种意义上，这种新型的经济模式就如同一个虚拟的世界，只要产品低成本制造、廉价销售，就会赢得用户。可见，网络经济是不同于以往经济模式的一种低成本、无摩擦、高效率的全新的经济型态。

网络经济向传统经济学理论提出了严峻的挑战，具体来说，主要表现在以下几点：

（一）网络经济推翻了传统的供需平衡机制

在传统经济学中，生产随需求而变化，企业根据需求的升降来调整生产。也就是说，传统经济是一种“供给支持需求”型经济，即“看不见的手”努力平衡供给和需求。它的传导机制是：需求——价格——供给。具体来说，需求下降，引起价格降低，再引起供给减少；需求上升，引起价格升高，再引起供给扩大。而在网络经济中，由于没有什么摩擦，没有相互抵触的因素，因而需求毫不费力地随生产的变化而变化。也就是说，网络经济是一种“供给主导需求”型经济，即“看不见的手”努力“主流化”。它的传导机制是：供给——价格——需求。具体来说，供给增长，引起价格降低，刺激需求增长；供给增长，又引起价格降低，再刺激需求增长，如此循环往复。可见，网络经济中供需平衡的规律颠倒了。

（二）网络经济改变了传统经济中的“收益递减规律”

收益递减规律打个比方说就是，消费者吃得越饱，饥饿感就越小，对食物的需求就越少，因此食品商的收益也就越小。而在网络经济中，消费者吃得越多，就越感到饥饿。例如，微软公司的用户需要越来越多的该公司生产的产品，因为软件用户已被锁定在某一个文字处理系统或排版系统上，他们不愿 学习 使用新的系统，于是不断购买原系统的新版本。不久，一种产品、一项服务或一个创意就取得了偶像地位，随之在消费者眼中变成了一种 时尚 ，从而取得了主流地位。主流化了的产品、服务或创意能自身获得动力，从而使收益递增，而不是递减。

（三）网络经济具有不同于传统经济的“反馈机制”

这里首先要明确负反馈和正反馈的概念。所谓负反馈就象是汽车行驶太快时的突然刹车，是阻力、摩擦力。在传统经济学中，负反馈既是阻力，表现为需求阻碍供给；又是摩擦力，表现为制造、分配和销售的正常开支，表现为收益递减。正反馈则截然相反，它是在加速而不是阻碍市场份额的变化。降低价格，锁定特定的用户群，发展长远客户，所有这一切都刺激了需求的增长。这种正反馈机制促使需求不断增长，迫使产量持续增长，直到市场饱和。因此，网络经济自身具有正反馈机制，这种正反馈机制与传统经济学中的负反馈机制或收益递减规律的运作方式正好截然相反。

但是，网络经济虽然不同于传统经济，但它仍要受市场力量的支配。正如詹姆士·阿利指出的，“递增利润的存在并不意味着递减利润就不存在了，这两种现象将永远共存，并且起着互补作用。”实际上，网络经济仅仅是延迟了递减利润开始产生 影响 的时间。

（四）网络经济具有非线性的“混沌”特征

某些具有内在不稳定的系统时而会出现紊乱的态势，数学上称之为“混沌”。而非线性则是指人们难以预料的因果关系。例如股票市场价格的波动就是一种混沌状态，买卖、抢夺市场份额向来就是按非线性系统规律进行的。一个混沌系统就是一个非线性系统。网络经济就是这样一个非线性的系统，它一旦有变化，就不是从一个值均匀地变化到另一个值，而是跳跃式地变化。网络经济内在的非线性特征正是传统经济学理论无法解释的主要原因所在。

这种现象只能用“混沌理论”来解释。一个非线性系统即使呈不稳定的混沌态势，它仍会趋于某个均衡点，系统围绕该点上下波动，达到该点时，便处于稳定状态。这个点就是混沌系统的均衡点。运用到股市上，它就成了某种股票价格的均衡点；运用到网络经济中就是各公司的市场占有率。网络经济与传统经济体系的本质不同就在于它内在的数学原理是用数理混沌理论描述的。传统经济学理论只揭示了有形物品、货物的供需以及市场总是从一种状态线性地过渡到另一种状态的规律，它无法解释当代网络经济所具有的非线性混沌特征。

综上所述，网络经济与传统经济有着明显的不同，传统的经济学理论不再完全适用于 现代 网络经济。 二、 网络 经济 的特殊定律

网络经济与传统经济学的定律不同，它有自身的一些特殊定律。

（一）莫尔定律（Moore’ Lae）的速度运转的， 计算 机处理能力每18个月就翻一番。由于这个定律首先是由美国因特尔公司的戈登·莫尔提出并 应用 的，因此被称为“莫尔定律”。

“因特网时”是网络经济的变化速度，它是以小时为计量单位的，这已接近人类能够吸收信息并做出决策的能力的极限。通常7年相当于因特网时中的1年。在因特网时，每3~5年就是一个网络经济时段。一种产品在3~5年里就会达到主流饱和状态。为了更鲜明地理解因特网时，可以将网络经济与农业、 工业 、后工业等经济 时代 列表对比如下：

网络经济与传统经济时代的对比

时代 延续时间（年） 交互速度（英里/小时） 环球所需时间

农业经济 3~5000 3~5（人力） 3~5（年）

工业经济 3~500 3~50（马车~汽车） 0.3~0.5（月）

后工业经济 3~50 3~500（飞机） 0.03~0.05（天）

网络经济 3~5 3~5000（网络） 0.003~0.005（小时）

显然，每个时代的长短取决于 交通 和通讯的速度，也就是那个时代的技术速度。根据上表，工业时代比农业时代要短10倍，后工业时代要比工业时代短10倍，而网络经济中每个时代则只有3~5年，极其短暂。

极端的“因特网时”给网络经济的运行强加了一个非常重要的力量，那就是 学习 。莫尔定律是网络经济中 企业 和它的竞争对手必须遵循的一种业绩学习曲线（performance-learning curve）。网络经济是给信息增殖的一种经济模式，增殖能产生更多的信息，而更多的信息又能进一步增殖，这种不断循环着的特殊的信息收集过程，被称为学习。学习是运行在网络经济中的正反馈机制的核心部分，因为它以技术优势代替了物质优势。一般来说，一项新发明、新的电脑程序或新 方法 问世后，必然会有人对其做出改进，在原来的基础上巧妙地修改、提高或运用，从而掌握了增殖的奥秘。这促进了更多的革新和改进，于是就有了更多的学习，导致了后代产品的进一步增殖。这个发明、学习和增殖的循环会一直持续到技术枯竭或该技术被其他技术所取代。学习导致了全 社会 都在追求速度，学习过程和与之相适应的正反馈机制是网络经济的推动力，因此，控制学习变化速度是网络经济的一个关键因素。

（二）达维多定律（Davidoing）：抢夺市场份额

主流化是网络经济生存竞争的首要原则。为了赢得最大市场份额而赠送第一代产品的做法就是主流化。主流化所追求的目标就是“锁定”（lock-in），即通过吸引客户从而占领主要市场份额的过程。一旦数以百万计的用户对该产品有了依赖感，考虑到培训费用和其他转换成本，他们就再也逃脱不了；一旦某个产品取得了主流地位，这个地位就不大可能被动摇。显然，主流化有两方面的意义：它不仅锁定了用户，同时还消除了竞争。

免费赠送是实现主流化的具体方式，它通过把自己产品的价格降到冰点，而使其普及程度一夜之间升到沸点，从而一跃成为市场霸主。许多网络公司都是这么做的。这也就是著名的“剃须刀和刀片”原理，赠送剃须刀就是为了长期推销刀片。

（二）铸造价值链：“黄金定律”

网络经济中，许多高 科技 产业已构成价值链上的分支。价值链是由基础科技公司、中等增殖公司及最终用户共同联结成的价值增殖链条。网络经济通过价值链实现价值增殖，企业从价值链的一个或多个分支中抽取资金，赚得利润。网络经济决定了任何公司若只是赢利，而不实现价值链增殖，将难以幸存。

价值链中包含有“黄金”，企业拥有或控制的价值链上的分支越多，它所获取的“黄金”也越多，这就是“黄金定律”。任何企业意欲挖掘网络经济的潜力，就必须充分利用由一个甚至多个市场空间构成的价值链。

网络经济下，价值链比各组成部分的总和价值要大。单枪匹马地干无济于事，所以各企业要联合起来，形成“价值链群”才能幸存。随着产品的分解，价值链不断整合。各企业应建立合作关系，发挥联合的作用，竭力从整个价值链上获取利润。

（三）PICN原则：产品个性化

网络经济中产品和服务必须要有个性，即质量和外观以及感觉要对人性因素具有吸引力。个性也许很难定义，但是有个性的产品就有市场。一个企业要在网络经济竞争中获胜，必须瞄准个体市场，实现产品、服务和创意的个性化，即遵循PICN原则。

PICN是一个缩略词，由个人化（personalization）、个体化（inpidualization）、客户化（customization）和特定化（narrowcasting）四个词的 英文 首字母大写组成。这里，个人化是指产品恰恰正好符合个人的需要；客户化是指客户能根据自己的需要去剪裁某项产品；个体化是指某项产品是专门为某个特定的人的生活方式而设计的；特定化即指客户是通过单人市场发掘出来的。所有这些，都组成了PICN因素。在网络经济中，个人化代替了效率，个体化代替了大规模生产，客户化代替了客户支持，特定化代替了大规模销售。

显然，PICN原则迫使生产超越了销售的束缚。网络经济中的生产不再是整体地、大批量地生产出普通呆板的产品，或提供僵硬、没有特色的服务，取而代之的是，它生产的产品或提供的服务事后能够改进。个人化和个体化使价值乘数达到了最大化。总之，在网络经济中，个人化、个体化和个人市场这些新观念正在深入人心，而提高效率、降低成本和节约资金这些传统观念正在悄然逝去。由于产品和服务越来越个性化了，所以心 理学 、社会学和人类学在网络经济中变得越来越重要。

（四）虚拟社区和部落意识

虚拟社区是由有着相同需要的人组成的群体，随着科技的 发展 越来越把世界各地的人们与世界各地的产品和服务联结起来，虚拟社区这个概念将发挥更大的作用。

在网络经济中，企业首先得找出富有代表性的个人习惯、个人喜好和个人品味，并据此生产出符合个人需要的产品。然后企业必须找出大量的这种类型的潜在客户，把他们当成一个独特的群体，向他们出售产品。但是要想吸引住这个群体，就得迎合他们共同的人生经历、价值观念和兴趣爱好，也就是说，要创造出一种社区意识。一个成功的营销策略必须迎合他们心灵深处的那种农业时代的部落意识。网络经济中的产品和服务不仅要适合一个单个的人，同时要能引起整个部落的兴趣。事实上，虚拟社区已超越了社团的范畴，随着网络经济趋于成熟，每个人都将成为某个虚拟社区的一员。这一观念实现主流化以后，很多后工业时代的做法将被过去的农业时代的传统所代替，人们的观念必须领先一步得到更新。

（五）企业产业化

在网络经济中，当市场份额增加到最大值时，该产品就成了市场的主导产品，制造该产品的企业就能创立完整的产业。企业就要最大限度地把自己的产品转变为产业的标准，否则该企业就会失去垄断市场的机会。发展一个产业与壮大一个公司有天壤之别，区别在于发展一个产业得到的回报比发展一件产品的回报更为丰厚；换言之，一家公司若是转变为一个产业，其价值就转化为一个“金矿”。例如，微软公司已发展成为一个产业，而苹果公司只停留在一家公司。微软公司的产业包括了本公司，外加成千上万个第三方开发商、合作伙伴及追随者，是最成功的例子。

综上所述，网络经济条件下，经济运行和企业内外环境均发生了奇异的变化。企业只有密切注视并适应这种变化，采取不同于传统经济的竞争策略，才能在网络经济中生存和发展壮大。

[ 参考 文献 ]

1、T.G.勒维斯[美]，《非摩擦 经济 —— 网络 时代 的经济模式》，卞正东、王宇等译，南京，江苏人民出版社，1999.3；

2、马广奇，网络时代的投资银行，《资本市场杂志》2000.3；

3、 Ma Guangqi, The Financial Trends In the Netes, Selected Proceeding-The First China and U.S. Advanced merce 2001, Edited by Li Qi, Lin Zhongxi etc., Shaanxi People’s Publishing House, 2002.10。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn