

观察指导：互联网引领后现代经济 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022__E8_A7_82_E5_AF_9F_E6_8C_87_E5_c40_64612.htm 后现代经济的主要问题，就是在工业化提高“有钱”水平的基础上，提高快乐和幸福水平。当前的中国经济，是前现代经济、现代经济和后现代经济并存。在中国，后现代经济主要是由信息化带动的经济，互联网是其关键的引领力量。后现代经济是以国民幸福指数为核心的经济。民营互联网代表了后现代经济的主要趋向。表现为从效用为中心转向以价值为中心、从同质化转向异质化、从理性优先转向感性优先这三大趋势。之所以把“后现代经济”提出来，是因为“以价值为中心”、“异质化”、“感性优先”这三个基本特点，对现代性经济及其经济学的前提假设，已构成了基本范式一级的挑战。而对这些特点的归纳，都是以实践为现实依据的。以“酷”为核心的后现代经济回归经济学的正统说后现代经济以“酷”(COOL)为核心，可能给人很偏的感觉。但如果把“酷”替换为“幸福”，就显得“正统”多了。“酷”(COOL)代表的是快乐度。快乐与幸福是同一个概念；“国民酷值”(GNC)与“国民幸福总值”(GNH)，完全是一回事。考虑到经济学早期的正统，就是把幸福作为经济学的核心；因此强调以快乐和幸福作为经济(学)的核心，只不过是回归“正统”而已。从某种意义上说，以“酷”为核心总结、归纳后现代经济，只不过是在回归经济学的古典传统。不仅如此，当我们说“为人民谋幸福”时，在其实证的意义上，与谋求提高国民幸福总值是一致的概念。而根据行为经济学家的研究，在人均收入3000

美元以上，有钱与快乐开始“分家”。“有钱”的规律，不再适合“快乐”的规律。继续延用有钱的规律治理社会，就会带来“有钱不快乐”的社会问题。人均收入3000美元，正好处于工业化的终点上；快乐和幸福的经济规律，属于后现代经济的规律。国际著名新制度经济学家青木昌彦相信，今天的日本正处于一个根本性的转型过程中。它或许是150年来日本第三次伟大的转折。第二次明治维新的核心，是GNC (Gross National Cool，直译为“国民酷总值”，有人译为“全民酷”，意译为“国民幸福总值”)。国民幸福总值，是由联合国授予“地球卫士奖”的不丹国王旺楚克首先提出并作为国家政策的。基于“关注人的价值、权益和自由，关注人的生活质量、发展潜能和幸福指数”的考虑，中国国家统计局正在制定国民幸福指数，以反映社会进步“惠及了群众、减少了对环境的牺牲”。互联网壮大“无聊的力量”谈到后现代经济，为什么不直接说幸福，而提“酷”这个概念呢？观察一下中国民营互联网，就会发现一个明显的现象。凡是无聊的，都很成功，例如游戏、短信、动漫、彩铃，胡戈、木子美、芙蓉姐姐、超女等等；而凡是有聊的，都很失败。那些无聊的事情，有一个共同的特点，就是酷，也就是给人带来的快乐度高。无聊的本质，与酷的本质一样，是“去中心”化。聊就是意义，无聊就是无意义。无聊的所谓无意义，特指对一元化的中心价值无意义。但对“中心”无意义，不等于对一切都无意义。对中心无意义者，对“去中心”有意义，对节点有意义。由于互联网在本质上是分布式的，因此它的价值重心在节点上，而不是在中心上。无聊，恰好体现了互联网特有的意义，即去中心者的意义，节点的意义、个

性化的意义、定制的意义。这与工业化大规模中心化生产的价值取向，具有相反相成的特点。无聊能赚大钱，说明了一个事实，这就是中国在工业化经济(即现代性经济)之外，已经自发地成长出了后现代经济成分。这种后现代经济成分，集中体现在民营互联网领域。民营互联网产业成为后现代经济规律主导的产业，这就是在这一领域无聊赚钱，有聊赔钱的深层原因。如果说产品经济主要看功能，服务经济主要看价格，那么体验经济主要看酷。无聊的质量控制标准，就是酷。快乐(酷)是一个微观经济概念，它对应的宏观经济概念，就是幸福。对企业、产品来说的酷值，对应一国来说，就是国民幸福总值。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com