



北京市社科院“社科书系”



政府采购补偿交易

支持北京文化创意产业发展研究

孙天法 温晓红◎著

ZHENGFU CAIGOU BUCHANG JIAOYI

ZHICHI BEIJING WENHUA CHUANGYICHANYE FAZHAN YANJIU



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

政府采购补偿交易支持北京文化 创意产业发展研究

孙天法 温晓红 著



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

政府采购补偿交易支持北京文化创意产业发展研究/孙天法, 温晓红著.

北京: 中国经济出版社, 2015. 7

ISBN 978 - 7 - 5136 - 3895 - 1

I. ①政… II. ①孙… ②温… III. ①政府采购—补偿贸易—影响—文化产业—产业发展—研究—北京市 IV. ①F812. 71②G127. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 168852 号

责任编辑 邓媛媛

责任审读 贺 静

责任印制 巢新强

封面设计 任燕飞工作室

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京艾普海德印刷有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 22. 25

字 数 310 千字

版 次 2015 年 7 月第 1 版

印 次 2015 年 7 月第 1 次

定 价 58. 00 元

广告经营许可证 京西工商广字第 8179 号

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68330607)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68355416 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390) 服务热线: 010 - 88386794

第一章 文化创意行业的政府失灵	1
第一节 市场失灵与政府失灵对文化产业发展的影响	3
第二节 市场失灵的更多表现	9
第三节 文化创意产业发展中的市场失灵现象	13
第二章 政府采购支持产业发展的可行性分析	22
第一节 政府采购的特点	22
第二节 政府采购支持产业发展	34
第三节 政府采购支持产业发展效果分析	41
第三章 政府采购及补偿交易支持文化产业发展的一般措施	45
第一节 补偿贸易的形式与作用	45
第二节 政府采购补偿交易支持产业发展的措施	53
第三节 政府采购补偿交易支持文化产业发展的—般措施	66
第四章 政府采购补偿交易支持北京文化创意产业创意开发	71
第一节 创意经济及创意发展的重要性	71
第二节 北京文化创意产业创意发展的现状	79

第三节	发达国家的做法	83
第四节	政府采购补偿交易支持北京创意发展的具体措施	88
第五章	政府采购补偿交易支持北京文化创意产业融资	102
第一节	当前金融框架下的融资问题	102
第二节	对北京文化创意产业融资问题分析	110
第三节	政府采购补偿交易对北京文化创意产业的资金融通支持	121
第六章	政府采购补偿交易支持文化创意企业销售产品	131
第一节	文化创意产业发展的环境特点	131
第二节	北京文化创意产品营销的特点分析	143
第三节	政府采购补偿交易支持北京文化创意产品的基本措施	150
第七章	政府采购补偿交易支持北京软件业发展	158
第一节	中国软件业发展的理论研究	158
第二节	北京发展软件产业的目标	169
第三节	政府采购补偿交易支持北京软件业发展的措施	175
第八章	政府采购补偿交易支持北京服装产业发展	184
第一节	中国服装业发展的理论研究	184
第二节	北京发展服装产业的目标与措施	201
第三节	政府采购支持服装产业的发展措施	221
第九章	政府采购补偿贸易支持北京影视产业发展	232
第一节	关于影视产业的理论研究	232

第二节 发展北京影视产业的目标与措施	247
第三节 政府采购补偿交易促进中国影视产业发展的措施	265
第十章 政府采购补偿交易支持北京旅游产业发展	276
第一节 旅游产业发展的理论分析	276
第二节 北京旅游产业发展的目标	291
第三节 政府采购补偿交易支持北京旅游产业发展的具体措施	300
第十一章 政府采购及补偿交易支持北京会展产业发展	308
第一节 会展产业发展的文献回顾	308
第二节 北京发展会展业的目标	321
第三节 补偿交易支持北京会展产业发展的具体措施	330
第十二章 政府采购补偿交易支持北京滨海新区建设	338
第一节 文献回顾	338
第二节 北京建设滨海新区的好处	340
第三节 线路安排与产业措施	342
第四节 可行性分析	346
第五节 补偿交易途径	346

文化创意行业的政府失灵

自由经济学的大师们把市场的机制说得天花乱坠。萨缪尔森与诺德豪斯把市场的技巧性夸张到登峰造极、无以复加的地步^①。作为诺贝尔经济学奖的获得者,萨缪尔森的结论对世界经济具有广泛的影响。实际上,随着理论研究的深入,更多的研究者看到了市场的不足和市场失灵方面。同样,经济理论研究者认为,由于信息的不对称,各国不同程度地存在着政府失灵的问题。很显然,若市场能够有效发挥资源配置功能,政府就无须干预经济活动。只有在市场出现失灵的情况下,政府才有必要干预市场。

市场失灵不仅广泛存在于初步建立起的比较完善的市场经济体系的中国,也存在于规范、发达的市场经济国家,影响着社会经济生活。理论经济学把垄断、公共品、外部性和信息不对称视为市场失灵的突出表现。实际上,市场失灵的表现远不止以上四个方面,经济管理干部和经济理论研究者应该更加深入地研究和分析市场失灵的表现。

既然存在市场失灵,必须通过政府干预消除市场失灵。一般通过政策补贴、利益调整、制度创新等措施消除和解决市场失灵。

政府采购不仅是具有可操作性的政策平台,而且销售额与日俱增,政府

^① 诺德豪斯,萨缪尔森. 经济学(上)[M]. 北京:商务印书馆,1990:61.

采购及政府采购的补偿交易措施对相关产业的发展具有重大的影响。在剩余经济条件下,社会有效购买力不足是影响各国经济发展的主要障碍。作为当前世界最大的交易平台,政府采购的购买对企业的生存和发展举足轻重。作为世界最大的、可操作的政策性交易平台,政府采购具有极高的可控性,通过立法和出台规章制度,政府采购可以有选择地支持相关的发展和提高特定环节的发展速度和质量。

补偿贸易是国际贸易中出现、被广泛运用,并被实践证明行之有效的制度创新。产业竞争力不很高的发展中国家开发政府采购市场具有保障供给和“引狼入室”的特点。由于发展中国家的创新不足,发展中国家对国外供应商开发市场是一个填补空白和增加供给的行为。但是,由于企经济发展依赖于社会的有效需求,国外供应商进入政府采购市场必然消耗国内重要的有效需求。如果不采取有效措施就会带来积重难返和遗患无穷的后果。这样,作为补偿开放政府采购市场带来的损失,补偿交易措施被提出来了。政府采购协议(Governmental Procurement Agreement, GPA)1994年版和2006年版都对发展中国家实施政府采购补偿交易作了明确的规定。

因此,如何充分发挥政府采购及补偿交易支持相关产业的发展成为经济理论研究的一个重要课题。由于中国正式实施政府采购的历史不长,经济学家关注政府采购补偿交易的力度不够,这方面存在巨大的空间和需求。

在创意产业发展方兴未艾的条件下,如何促进文化产业发展已经成为中国紧迫的政治任务和迫在眉睫的经济理论问题。作为中国社会经济的有机组成部分,文化产业也主要通过市场机制实现资源的合理配置。同样,作为市场的一个部分,文化产业也存在明显的市场失灵的问题。必须通过政府干预和实施相应的政策措施,消除文化行业存在的市场失灵现象、解决市场失灵问题。

第一节 市场失灵与政府失灵对文化产业发展的影响

市场失灵和政府失灵会影响市场在配置资源方面能力的发挥。

自由经济理论认为,市场可以通过看不见的手发挥其在协调意志和资源配置方面的无与伦比的作用。随着经济理论研究的深入,更多的研究者看到和发现了市场失灵的存在,并建议通过政府干预解决市场失灵问题。换言之,只要不存在市场失灵,政府就不需要干预市场。只有在市场出现失灵的情况下,政府才需要和必须干预市场。当前,经济学关于市场失灵的研究主要表现在垄断、公共品、外部性和信息不对称四个方面。

1. 垄断

垄断是涉及微观经济学、宏观经济学和产业组织多个领域的经济理论问题。经济理论研究者也从微观经济学的角度研究垄断如何形成市场失灵。

垄断主要通过限制竞争和拒绝价格调整表现市场失灵。根据经济学对垄断的定义,垄断主要是指市场上只有一个经营者的市场结构类型。从垄断市场形成的原因看,自然垄断、行政垄断、法律授权形成的垄断不是竞争的结果,只有规模垄断是自由竞争的结果。^①作为积极寻利的行为主体,垄断一般通过限制竞争者介入和拒绝价格对市场供给变化做出反应两种方式形成市场失灵。

(1) 限制竞争者介入

在垄断型市场结构条件下,垄断者要么是自然垄断者、规模垄断者,要么是法律或政府授权形成的垄断者、对重要资源控制形成的垄断者,由于他

^① 经济学把垄断分为自然垄断、规模垄断、法律授权形成的垄断、控制特定资源所形成的垄断四种。但是,由于中国的具体国情,中国的一些研究者把行政垄断作为一个重要的垄断类型。尽管规范的市场经济可以有效地消除行政垄断,但它仍然是垄断的一个重要的形成原因。特别是,限制王权授予的特殊经营权曾经是英国反垄断事业的最鲜明的特点。所以,中国学者提出的行政垄断应该归并在法律或政府授权形成的垄断一类。

们处于十分有利的市场地位,他们一般不会容许新的竞争者介入。一般而言,自然垄断行业只能容许一个经营者,在自然垄断市场中,新的竞争者成功介入的可能性几乎为零;对于规模垄断市场,新的竞争者一般生产同类产品,但垄断者一般通过降低产品价格,限制经销商销售对手产品等措施,力图打垮试图介入的竞争者,竞争者成功介入的可能性很小;竞争者由法律授权形成的垄断市场,新的竞争者可以通过开发具有同质产品介入竞争,垄断厂商一般通过改进产品性能、降低价格、限制经销商经销竞争产品,竞争者成功介入的可能性较小;对于行政授权形成的垄断市场,竞争者只能通过游说、贿赂行政管理者的方式,争取政府授权,垄断者一般要求政府部门保障规模经济效益或提供更多的贿赂使政府限制竞争者介入,竞争者成功介入的可能性较小;竞争者想进入通过控制重要资源形成的垄断市场,必须获得经营该种商品的重要资源。由于在位的垄断者获得了对该资源的垄断权,它必然尽力避免可能的竞争者获得该种重要资源,竞争者成功介入的可能性极小。不同市场结构类型中,竞争者的对策、成功介入可能性,以及垄断者的策略如表 1-1 所示。

表 1-1 不同类型的垄断者对竞争者介入采取的措施

垄断类型	竞争者介入方式	可能性	垄断者反击方式
自然垄断	一般不会介入	无可能	一般无须反击
规模垄断	生产同类产品	可能性很小	降低价格、限制经销
法律授权形成的垄断	发展同质技术	可能性较小	性能改进、降价、限制经销
行政授权形成的垄断	政府审批	可能性较小	鼓动政府拒绝审批
控制资源形成的垄断	争取获得资源	可能性极小	严控资源

(2) 拒绝价格对供求关系变化做出反应

垄断是一个只有一个竞争者的市场结构类型,垄断者处于一种特殊的市场。垄断者一般根据利润最大化原则确定其价格和供给量。

$$\text{Profit} = P \times q - \text{Cost} = MR \times q - MC \times q$$

当利润函数 Profit 的一阶导数为零时,垄断企业可以实现利润最大化。

$$[MR \times q(x)]' - [MC \times q(x)]' = 0$$

$$MR = MC$$

也就是说,当 $MR = MC$ 时,企业能够实现利润最大化。

由于垄断特殊的市场地位,为了实现利润最大化,垄断企业把供给安排在边际成本 = 边际收入的水平上。垄断企业往往拒绝采取增加供给和降低价格的方式满足社会对所生产产品的需求。

从市场失灵的角度,为了获得高额利润,垄断企业拒绝增加产品的供应量,实际上垄断是市场经济最主要的价格决定原则。同样,根据莱宾斯坦 (Harvey Leeibenstein) 的研究,成本在某种程度上依赖于竞争压力和其他一些动力因素,以及由此决定的 X 效率。莱宾斯坦认为,决策的基本单位不是企业而是个人,个人并不具有完全理性,而是具有选择性理性,努力是一个不确定的量,个人在一定程度上存在着惰性。在上述假定条件下,莱宾斯坦认为,很多个人和企业都存在很大的问题。当竞争压力减小时,一些人缺乏进取精神,宁愿降低努力程度,希望减小压力和获得较好的人际关系。当竞争压力加大时,交易成本自然会随之提高,人们也不太愿意做出巨大的努力。莱宾斯坦认为,X 效率是客观存在的,主要包括企业内部和外部的动机效率以及非交易性投入要素的效率。只不过大多数人都没怎么意识到 X 低效率的问题有多严重^①。莱宾斯坦的 X 低效率理论解释垄断导致巨大的包括延缓交货、服务质量下降等形式的效率损失。

2. 公共品

公共品是由公共部门提供用来满足社会公共需要的商品和服务。公共品的市场失灵主要表现在所具有的非竞争性、非排他性、非分割性特征。

(1) 非竞争性

公共品的非竞争性主要表现在它的零边际成本和零边际拥挤成本。第

^① Harvey Leeibenstein. Allocative Efficiency v. "X - efficiency" in American Economic Review, 1966, Vol. LVI. June. PP. 392 ~ 415.

一,零边际成本表现为增加一个消费者并不会给供给者带来边际成本。例如,再增加一个电视机观众并不会导致发射成本的增加。第二,边际拥挤成本为零。公共经济学认为,每个消费者对公共品的消费不影响其他消费者的消费数量和质量。如一个国家个别人口的离去意味着他暂时或永久放弃了该国的国防服务。但少数人的放弃并不影响其他国民所享有的安全服务质量和数量。

(2) 非排他性

非排他性是指某些产品投入消费领域,任何人都不能独占专用,无法排斥其他人对该产品的消费。如果所有者要限制其他人的消费就要付出高昂的费用。例如,政府通过环境保护,消除了空气污染、噪音污染等,一般不能使生活在该地域的人群不享受这一努力带来的好处。因此,在技术上讲具有非排他性。^①

(3) 非分割性

公共品的非分割性是指它的消费是在保持其完整性的前提下,由众多的消费者共同享用的。如交通警察给人们带来的安全利益是不可分割的。

公共品的市场失灵主要表现在它的取得违反了经济学的等价交换原则。换言之,私人投资者一般不会生产和提供公共品,公共品只能由政府部门免费提供。

3. 外部性

经济外部性是经济主体(包括个人、企业和组织等)的经济活动对他人或社会造成的输出性影响。即社会成员(包括组织和个人)从事经济活动时,其成本与后果不完全由该行为人承担。经济外部性包括正外部性(Positive Externality)和负外部性(Negative Externality)。正外部性使他人或社会

^① 传统经济理论认为公路为公共品,并且具有自然垄断的属性,但是,通过建设封闭的高速公路,经营者可以获得丰厚的收益。公共经济学发展了准公共品的概念。

受益,而受益者无须花费代价,例如,水力发电有利于发展航运业务和养殖业务;负外部性是某个经济行为个体的活动使他人或社会受损,而造成外部不经济的人却没有为此承担成本,最明显的例子是企业生产过程带来的环境污染。

外部性之所以表现为市场失灵是因为它具有不劳而获的特点。外部性理论可以进一步扩展,第一,作为约束特定人群行为的框架,制度表现为一种公共物品,本身极其容易产生外部性。第二,在一种制度下存在,另一种制度就无法获得相关利益,反之亦然。这是制度演进过程中所带来的外部经济性或外部不经济性。第三,在一定的制度安排下,由于自愿谈判和禁止自愿谈判的成本极高,经济个体得到的收益与其付出的成本往往不一致,因而必然存在着外部成本或外部收益。

4. 信息不对称

信息不对称(Asymmetric Information)指交易中处于不同地位的各人拥有的信息不同^①。在社会政治、经济等活动中,一些成员拥有其他成员无法拥有的信息,造成了掌握信息的不对称。掌握信息比较充分的人员,往往处于比较有利的地位,而信息贫乏的人员,则处于比较不利的地位。^②作为市场失灵的表现之一,信息不对称容易产生代理人问题、道德风险问题、逆向选择等。信息经济学认为,信息不对称造成了市场交易双方的利益失衡,影响社会的公平、公正的原则以及市场配置资源的效率。

(1) 代理人问题

代理人并不总是为了委托人的最大利益而行事。如经理作为全体股东

① 主张自由竞争的经济学家认为,完全的信息是完全竞争模式的一个重要条件。斯蒂芬·索斯尼克在检索了相关文献以后,列举了完全竞争的15个条件。具体参见 Sosnick, Stephen H. Toward a Concrete Concept of Effective Competition. American Journal of Agricultural Economics, 1968: 50.

② 经济学家认为,信息不对称理论是由三位美国经济学家——约瑟夫·斯蒂格利茨、乔治·阿克洛夫和迈克尔·斯彭斯提出的。实际上,弗兰克·赖特出版了他的《风险、不确定性与利润》,针对完全竞争理论,首次提出了信息不对称理论。具体参见 Frank Knight. Risk, Uncertainty, and Profit, Boston, MA: Hart, Schaffner & Marx, 1921.

的代理,但是可能不会始终维护股东的利益,在决策时可能采取中饱私囊和实现自身利益最大化的措施。

(2) 道德风险问题

道德风险问题是研究保险合同时提出来的问题,经济学家经常用道德风险概括人们“偷懒”“搭便车”和机会主义行为。

(3) 逆向选择

信息经济学家认为,信息不对称可能导致逆向选择(Adverse Selection)。该现象由肯尼斯·约瑟夫·阿罗于1963年首次提出。阿克洛夫(George Akerlof)在20世纪70年代发表著名著作《柠檬市场》(The Market for Lemons),作了进一步阐述。

尽管奥地利学派和马克思主义经济学对市场失灵问题存在不同的观点,但是主流经济学基本认同市场失灵的理论与表现。

奥地利学派认为不存在市场失灵的问题。凯尔泽内(Israel Kirzner)认为,社会效率是容许成员在所处社会制度下取得其目标的效率。^① 科尔达多(Roy E. Cordato)认为效率低下只在个人所选择的工具与他的既定目标不一致时才会发生。^② 奥地利学派认为,市场通过利润导向的企业制度消除市场失灵。^③

马克思主义经济学把不平等的高效率看作市场失灵。不认为通过价格机制对市场失灵进行解决,主张通过社会的强制性干预。^④ 马克思主义经济学理论把市场存在的缺陷视为资本主义制度的宿疾,马克思主义经济学号召打倒资本主义。

① Israel Kirzner. Market Theory and the Price System. Princeton. N. J. : D. Van Nostrand Company, 1963:35.

② Roy E. Cordato. The Austrian Theory of Efficiency and the Role of Government. The Journal of Libertarian Studies, 1980, 4(4):393~403.

③ Roy E. Cordato. The Austrian Theory of Efficiency and the Role of Government. The Journal of Libertarian Studies, 1980, 4(4):393~403. Paul Krugman and Robin Wells. Economics, New York, Worth Publishers, 2006.

④ Paul Krugman and Robin Wells. economics, New York, Worth Publishers, 2006.

第二节 市场失灵的更多表现

垄断、公共品、外部性、信息不对称是得到经济学界广泛认同的集中市场失灵。实际上,市场失灵的表现很多。人们常见的另外一些市场失灵的具体表现如下:

一、收入与财富分配不公

市场经济的运行机制遵循的是效率优先的原则,而且在企业制度、金融制度的变迁中投资者处于主导地位。不言而喻,效率优先的原则存在着所谓的“马太效应”。从市场发挥作用机理来看,这是正常和理所当然的经济现象。资本拥有越多,在市场竞争中所处的位置越有利,市场提高效率的可能性也越大,收入与财富也越向资本和效率集中;同时,市场经济的一系列制度安排都是围绕投资者的需求进行演进和调整的。这样必然使一些人更加贫困,导致收入与财富分配的差距进一步拉大。拉大了的差距又会由于影响有效购买力而使市场相对缩小,进而波及生产,制约社会经济资源的科学和高效的利用,使社会经济资源无法实现效用最大化。

二、经济危机带来的社会有效需求不足

作为揭露资本主义世界经济体系问题的经济学,马克思理论家认为,资本主义生产无限扩大的趋势和整个社会相对的矛盾成为资本主义社会无法治愈的痼疾。宏观经济学和投资拉动理论的创始人凯恩斯指出,“有效需求的不足,常常阻碍生产……而且社会越富,其实际产量与可能产量的差别越大,经济制度的缺陷越发暴露无遗和令人发指”^①。尽管自由经济理论家们不乐意研究经济危机等敏感话题,但是生产过剩的经济危机和引

^① 凯恩斯:《就业、利息和货币通论》[M]。北京:商务印书馆,1997:30.

发严重的流动性灾难的金融危机总是不期而至。经济危机和金融危机之后,社会的有效需求大大降低,严重危害社会经济的发展,并影响人们的生活。

三、失业问题

失业是市场机制作用的主要后果,从微观经济层面分析,为追求规模经济效益,投资者总是不遗余力地采用机械和机械体系进行生产,导致机器排斥劳动的现象。由于高尘、高毒、高危行业发展和保障劳动力安全的需要,投资者一般在上述行业优先采用机械作用,进一步引发机械的广泛使用。同时,随着人们收入水平的提高,相对于使用雇工,使用机械的成本更为低廉,投资者也对使用高速率的机械体系情有独钟。更重要的是,国际统一大市场的形成有利于厂商的规模化经营。在国际统一大市场条件下,整个世界对特定产品的需求可以容纳超高速率的机械体系。实际上,在智能机械作业的条件下,一家或少数几家产能巨大的现代化企业就可以生产出满足全球需要的产品。这样,社会进入了智能化的机械体系全面排斥人类劳动的时代。充分就业成为宏观经济学和政府管理的一个伪命题,大面积的失业成为一种不可避免的大趋势。

四、同质技术的市场分割

只有用于社会生产实践,科研成果才是现实的生产力。影响科研成果转化的最大障碍是同质技术的市场分割。同质技术的市场分割直接表现为市场失灵,可能使应用前景广阔的技术成果陷入无人问津的困境,也可能使雄心勃勃的投资者裹足不前。顾名思义,同质技术是指相同的技术。在经济活动中,同质技术具有多种表现形式,最终以分割市场的方式阻碍科技成果推广。第一,分售不同区域投资者的同类技术。作为一种能够避免过度竞争、获得垄断利润的特殊商品,同类科技成果很可能被以区域授权的方式分售给不同的投资者。一般而言,在进行具体的技术转移谈判时,投资者和

技术成果的持有者都会有所夸大或保留,持有者可能会提出小额投资、减少风险的思路,诱导投资者购买局部市场的专利权。第二,利用不同的技术方案实现相同的产品功能。专利法不禁止人们通过不同的技术途径实现相同的技术功能,这在客观上使市场具有了同时出现同质技术的可能性。这种研究上的“百花齐放”有利于将研究引向深入,但是在技术成果的推广方面却为祸不浅。追求多种同质技术可能会让应用前景广阔的技术成果投资者得不偿失。第三,性价比相同的同类技术。在市场经济条件下,不同效率的同类技术和产品屡见不鲜。以功率不同的设备为例,它们的功能相同,功率和价格不同。从性价比来看,它们似乎没有差别。在成熟的市场条件下,通过产品的系列化满足消费者的多样化需求是行之有效的竞争策略,但是在技术推广初期,性价比相同的同质技术会分割市场,把单位产品分摊的固定费用维持在较高水平,阻碍技术成果的推广。^①

五、区域经济不协调问题

由于资本追求利润的本性,投资者一般在基础设施完备、购买力强劲和利润丰厚地区进行投资,并最终将整个市场经济划分为中心和外围地区。阿根廷统计学家普雷维什认为,在传统的国际劳动分工下,世界经济被分成了两个部分:一个是“发达的工业中心”;另一个则是为大的工业中心提供粮食和原材料的“外围”。在普雷维什的“中心—外围”理论中,“工业品”与“初级产品”之间的分工并不像古典或新古典主义经济学家所说的那样是互利互惠的。恰恰相反,由于科技进步及传播机制在“中心”和“外围”的表现是不同的,产生的结果往往也截然不同。这两个体系不是像镜面反映那样是对称的。普雷维什一针见血地指出,技术进步传播的不平等有助于使世界经济因为收入增长结果的不同而被划分为生产高端产

^① 孙天法,对症下药解决同质技术市场分割问题[N],光明日报,2006-12-12。