

信息经济的第四次浪潮

凌恒淦◎著



NLIC2970858320

信息智慧文明时代的信息经济:

商业新模式、新变革、新业态、新规律、新发展

就业新渠道 创业新方法 消费股权 消费保险 信息经济新模式

中国商业出版社

信息经济的 第四次 浪潮

凌恒淦◎ 著

中国商业出版社

图书在版编目(CIP)数据

信息经济的第四次浪潮 / 凌恒淦著. — 北京 : 中国商业出版社,
2012.8

ISBN 978-7-5044-7715-6

I. ①信… II. ①凌… III. ①信息经济学—研究
IV. ①F062.5

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第192508号

责任编辑: 武文胜

中国商业出版社出版发行

010-63180647 www.c-cbook.com

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

北京市天河印刷厂

* * * *

787×1092毫米 1/16开 24.9印张 227千字

2012年 11 月第 1 版 2012年 11 月第 1 次印刷

总定价: 58.00元

* * * *

(如有印装质量问题可更换)

前言——世界怎么了？

今日的世界怎么了？为什么全球经济危机和金融危机四年以来不见好转？为什么美债会继续超限？为什么欧债危机会进一步加重？为什么一些老牌资本主义国家的经济状况却是走到了“国家破产”的边缘？为什么世界各国都出现了前所未有的越来越高的失业率？为什么所有工业文明时代的权威经济学家和权威金融学家都一次又一次地在全世界的各国首脑和各国民众面前失言了？

今日世界，高科技的“智能机器人”正在“抢夺”广大产业工人的“饭碗”，越来越高的失业率如何解决？越来越多的失业人群向何方转移？有办法能解决“高失业率”的社会难题吗？有办法能解决大多数工薪阶层的生存压力吗？有办法能让大多数中小企业生存下去吗？有办法能通过一个信息智慧文明时代的“信息商务”模式和“收入分配”的新方法，防止商品在生产过程和商品在流通交换过程所产生的巨额利润，高速地向极少人聚积吗？有办法能通过一个信息智慧文明时代的“信息商务”模式和“收入分配”的新方法，来提高大多数工薪阶层“劳动”的价格吗？有办法能通过一个信息智慧文明时代的“信息商务”模式和“收入分配”的新方法，产生一个从未听说过的“生态诚信信息采集产业链”和“生态诚信信息交换产业链”引发的“信息经济产业支柱”和无数个新的就业岗位吗？应该有办法，当然有办法。所有这一切问题，都会在本书中得到回答。

我想：一个无法推翻的真理就是：只有提高了占人类大多数工薪阶层的劳动价格，才能提高大多数人的商品消费力；只有让消费者参与“商品消费利润的二次分配”，才能提高大多数人的商品消费力。大多数人的商品消费力提高了，才能让信息智慧文明时代可高速复制的商品生产力进一步得到提升；才能让信息智慧文明时代严重过剩的商品生

产力得到进一步的合理释放，从而进一步降低“失业率”，经济环境稳定，人民幸福安康！

马克思讲过：“……不同的生产力，就会出现不同的商业模式……。”所谓的“商业模式”，就是商品交换的方法，现代商业模式，已经从农耕文明时代的“露天集贸市场”，发展到工业文明时代在室内建立的“百货商场”，到后工业文明时代出现的“百货自选商场”、“专业大型自选商场”、“电子商场”。这一切，都伴随着商品生产力的发展而壮大，催生了适应商品生产力、商品交换力和商品消费力同步发展的更先进的“信息商务”之“信息经济”的新模式。

以电脑、互联网、机器人为标志的信息智慧文明时代，已走过了三十多个年头，许多互联网的精英，从80年代末90年代初开始，陆陆续续发明了现在众所周知而难以落地的各种形式的网上电子商务，带来方便的同时也有许多影响各种电子商务健康发展的弊端。如何解决这些在发展过程中遇到的困境和难题？是我们应该思考的问题。网络精英、信息技术专家、商界专家、企业家、经济学家、金融学家，乃至政治家，有谁不希望能出现一个新型的适合信息智慧文明时代发展的商业模式和收入分配方式呢？

我们应该知道，每一时代主要的商品生产方式和商品交换方式以及必然由此产生的社会结构，是该时代精神文明和物质文明发展的基础。新的技术工具出现了，落后的技术工具就要被淘汰；新的技术工具出现了，就会诞生新的商品生产力，同时就会诞生新的商品交换方式（即新的商业模式），旧的商品交换方式（旧的商业模式）就会逐步死亡而被淘汰。

那么信息智慧文明时代的今天，商品生产力已智能化、机器人化了，商品生产力已可以高速复制了，同时，也因商品生产力的无比强大而可高速复制，又发生了商品流通过剩、商品消费力严重不足的经济矛盾，难道这不是旧的商业模式（即工业文明时代的商业模式）惹的祸吗？我们还有什么理由要承袭旧的商业模式呢？我想：在后工业文明时代与信息智慧文

明时代的交汇点，是新旧矛盾最冲突的时期，在这样的时期，旧的商业模式必然要逐步死去，新的商业模式也必然会逐步形成，而取代旧的商业模式。

在探索、创新一个新商业模式的过程中，从1993年看到、听到、知道IBM在向北京中关村的科技界、企业界推广，向我们宣传IBM当时定义的“电子商务”和IBM制造的网络设备（IBM显然在推销网络设备和网络控制），我便开始花时间、花精力跟踪学习和研究电子商务，研究刚刚从中国大地冒出来的“海归网络精英”、“中国电子商务精英”，到1997年我放下生产企业不做，全力探索“中国电子商务”与“中国传统商务”相结合的“中国信息商务”，到现在我已走过了一段很长的路，我已有很多“收获”，现在想把我的这些“收获”写出来，奉献给大家，以供大家借鉴，以便我能成为大家的“垫脚石”，以便大家能踩在我的肩膀上去继续探索，从“实践、认识，再实践，再认识”的过程中，完善这个“信息商务”之“信息经济”的经济增长方式和发展新模式，为全中国人民和全世界人民服务，为所有的公信企业和所有的诚信消费者服务。

我本不是一个写书之人，也无写书的文字专业水平，更不是一个科班的经济学家和金融学家，而是从实践中自学而来，做梦也从来没有要想做一个什么“经济学家”，我只是一个很普通的“草根”，我原来自学的专业和我毕生的兴趣都是“无线电”、“电视工程”、“弱电控制”、“微型计算机原理”、“现代物理学”等等相近的专业实践和专业发明，我曾申报和拥有过近二十个中国专利和二十多项中国知识产权证书，五年前申报的一个发明专利，2011年8月8日已拿到中国专利局授权的中国发明专利证书了。我现在还有五十多个技术成果的技术文件，还未去申报专利。为什么不立即去申报专利？原因是多方面的。我首先在生存、养家糊口的过程中，同时通过自身的不断研究和探索，来体现自身价值：努力为社会留下一些有用的“科学发明”。为此，我在谋生的过程中，先后创办过十

多个不同形式的企业，反复经历了成功和失败的锤炼，才使我深切地体会到了信息智慧文明时代的主要矛盾是什么？根源来自何处？如何才能得到进一步的化解和淡化？这一切都使我的兴趣和发展的方向发生了完全的转移。

2004年，为了寻求工薪阶层的生存之道，我通过广泛的社会调查和切身的社会实践，通过深刻的领悟，写过“商品联合消费宣言”。

2005年至2008年，我写过“商品联合消费论”、“商品联合消费论点汇编”、“消费保险学原理”、“新经济学原理”、“大错特错的凯恩斯投资乘数原理”等等网络文章，并做了许多社会调查和商业模式在局部省市的市场实验实践活动。

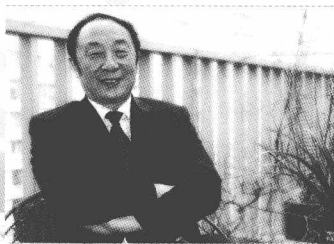
2010年，经过6年多来我的一些社会实践和深入调查、分析和理解，我萌发了“消费股权”的理念和新的收入分配的方法，我通过来自社会的实践和社会调查，通过系统的总结，写出了“消费股权论”。

我本不是为了写文章而写文章的人，更不是那些爬格子东拼西凑与拼命抄书写字，为了拿稿费而浪费别人“眼球”和金钱的闲职文人。所以，我总是努力以最简洁的语言，把我想说的原意表达清楚就行了，就“信息商务论点汇编”，如果我不要为养家糊口自我生存而拼搏，也有时间来把它展开来写的话，最起码要有50万字的规模，才能把那些论点说清楚，可是今天我们大多数人的生存压力太大了！哪有那个闲功夫静下心来写书呢？全家人的吃饭都成问题，谋生第一，我没有心情没有灵感也没有时间啊！

正因为我是生存在谋生人潮中的普通一员，所以我才会有这些切身的真实感受、真实认知和社会实践；所以我才算是真正了解了大多数人的生存状况和生存心态；所以我才能了解并能分析出信息智慧文明时代的四大社会特征、四大经济矛盾，以及解决这四大经济矛盾的四大方法。

信息智慧文明时代的主要特点是：商品生产力可以高速复制，而商品

消费力却无法复制；商品生产力高度垄断且严重过剩；商品消费力严重不足。在新形势、新环境下，如何突围？如何冲出这种困境？如何科学和谐地化解这些突出的矛盾，是摆在所有人面前的社会难题，也是摆在所有经济学家、金融学家、社会学家面前的难题，更重要的是摆在全球大多数人面前的难题。2012年的今天，通过最近这八年多来曲折的社会实践和思想认知，我才真正发现了如上我所发现和大胆提出的这些问题，更重要的是，我找到了解决如上许多矛盾的方法。出于一种社会责任感，我不得不下决心抽时间，克服生存的危机和困难，努力把我所知道的这些道理、这些方法、告诉那些最需要了解这些道理、最需要知道这些方法的人，特别是想把这些道理首先要告诉那些靠工薪生活的大多数人。大家都明白了，大家都愿意积极参与了，“消费股权”、“消费保险”的愿望，就能全面实现。一个人的能力是很渺小的，一个人的思维也是很有限的，我希望我能抛砖引玉，推陈出新，通过无数的志同道合的同仁，共同出谋划策，通过反复的实验和实践，创造一个全新的适合信息智慧文明时代的“信息商务模式”和“商品利润再分配”的方式，让那些靠工薪生存的大多数人，能通过自愿参与这种“商品联合消费”的“信息商务”模式，推行“消费股权”，参与“商品消费利润的二次分配”，以增加他们劳动的单位价格和单位价值，不断努力提高大多数人的生存质量；同时通过全民免费参与“消费保险”的方法，为子孙万代着想，为全球人类着想，逐步创建一个无忧无虑的信息文明时代全球特有的“社会全民福利消费保险保障制度”的社会。



凌捷

2012年1月23日零晨于北京·春节

序言一

“一流公司卖标准，二流公司卖技术或卖知识产权，三流公司卖产品或卖服务。”这是在中国工业界很流行的格言。在某种意义上，这也是无数中国公司从自身艰难拼搏中总结出来的宝贵经验教训。因此，这些年中国工业界越来越重视发展自主标准、自主知识产权和自主核心技术，希望摆脱辛辛苦苦出卖苦力而得不到利润，以及处处受到外国跨国公司制约的被动局面。

掌握自主标准、自主知识产权和自主核心技术当然是完全必要的，只有这样，中国公司才能从价值链低端走向高端，也才能从中国制造发展到中国创造。但是不是有了这些就足够了呢？答案是否定的，因为企业的成功还必须有一个好的商业模式。正如管理学大师彼得·德鲁克所说，“当今企业间的竞争不是产品间的竞争，而是商业模式之间的竞争。”他的这一论断已被无数公司的实践所证明，甚至有人归结说：“超一流公司卖商业模式。”这里且不说商业模式是不是这些要素中最重要，但在今天的云计算、物联网、移动互联网时代，商业模式的作用已经越来越大，往往成为决定企业成败的关键，或至少是关键之一。

什么是商业模式？至今还没有一个公认的定义。维基百科认为：“商业模式是工商业创造收入和利润计划。这是公司顾客服务计划的总结。它包括战略和实施。”它还认为，商业模式可以是泛指一个公司从事商业的方式，也可以是指这种方式的概念化，这时，公司的商业模式可以从一些由若干要素及其之间关系构成的参考模型来描述。

不过对多数人来说，与其说关心商业模式的定义，不如说更关心如何掌握和运用好商业模式，以便使自己的企业能在市场的剧烈竞争中取得成功。可惜，这方面好的参考书或教科书却很少，使许多人觉得难以入门，虽然知道商业模式很重要，却苦于不能领略其中的真谛，常有可望而不可及之感。

作为作者凌恒淦先生多年的老朋友，我有幸早早地看到了本书。最先浏览了书的前言、内容简介和目录，立即感到耳目一新；再从目录中挑选了若干章节细看一下，就更感到本书有许多独特和新颖之处，舍不得放下了。我觉得，这正是许多人盼望已久的一部优秀的商业模式参考书或大学教科书。

作者能写出这本书是与他的丰富阅历分不开的。作者无论对中国社会主义的经济理论和市场，还是对资本主义的经济理论和市场，都有深刻的认识研究和实践经验。他深入研究了从农耕文明时代到工业文明时代，直到今日的信息文明时代的各种商业模式的演变过程。在此基础上，他提出了一个基于“生态诚信信息采集产业链”对接“生态诚信信息交换产业链”的“全球全国商品联供联消信息高速交换结算平台”信息商务公信公益公控操作服务系统，由经过试验可实用的许多微观的商业新业态、新思维所形成的商业新模式组成。

应当指出,本书作者不仅是商业模式的理论家,更是商业模式的实践家,也是信息经济学理论方面的专家。作者多年来从事商业模式和信息经济理论的研究与实践,具有丰富的经验。通过本书,他毫无保留地将自己的经验和成就奉献给广大读者。书中详细介绍了他构建的“全球全国商品联供联消信息高速交换结算平台”、“智能商圈”、“智能广告”、能实现“产消对接”的“数字物流商城”和“直供店”等一系列的信息商务之信息经济的模式,其商业内涵和技术内涵,并将所包含的系统构架、模块功能和原理图等等全盘托出。看来,本书的许多内容似可归入“商业秘密”或“技术秘密”的范畴,但作者却将它们公之于众,无偿地提供给大家学习使用,实属难能可贵。从实用角度来看,本书也是很有价值的商业模式技术资料的集大成者。

本书的读者,无论是政府从事经济决策工作的领导、企业家,还是大专院校学习经济、金融、保险或电子商务专业的学生、信息时代商业模式的研究人员,还是电子商务新入门创业者和已从事电子商务多年的人士,都可以从本书中汲取营养、启迪灵感、把握方向、促进事业。

作者关于商业模式的理论和实践是以其“新经济学原理”研究为依据的。作者认为:工业文明时代商品生产力严重不足,为发展商品生产力而诞生的经济学理论已经完全过时,完全不适用商品生产力可高速复制,商品生产力严重过剩的信息文明时代。

信息文明时代“商品生产力”严重过剩引起“商品消费力”严重不足,这是导致商品严重过剩的根本原因。他形象地用一张“经济三角形原理图”来表示,认为当代社会有四大特征和四大矛盾,并提出了“商品联合消费论”、“消费股权论”、“消费保险论”、“信息经济论”等四大对策。我在经济学方面是外行,不敢妄加评论。但我们看到,当前西方经济学理论既无法解释国际金融危机的成因,也拿不出适当的对策(即使有“对策”也常是将危机转嫁他人而已),因此我们显然不应迷信于西方经济学,而应鼓励经济学新思想、新理论的出现。

总之,我相信本书会取得广大读者的认可。希望作者的商业思想产生的系列商业模式,所形成的“生态诚信信息采集产业链”和“生态诚信信息交换产业链”之信息商务模式,能成为适用于信息时代的典型商业模式,产生更大的社会效益和经济效益,为更多的民众服务。



倪光南

2012年10月18日于中国科学院计算技术研究所

*倪光南:中国工程院院士、中国科学院计算技术研究所研究员、中科院计算所公司(联想前身)和联想公司首任总工程师(曾先后二次荣获国家科学技术进步奖一等奖)。

序言二

凌恒淦先生身为平民百姓，但他却有“心忧天下”的胸怀，他研究的“新经济学原理”、“商品联合消费论”、“消费股权论”、“消费保险论”、“信息经济论”，以及信息时代的信息商务模式所能形成的“生态诚信信息采集产业链”和“生态诚信信息交换产业链”，滋生的“信息经济”都将能产生巨大的社会效益和经济效益，并能为大多数人带来利益。

我想：一个人活在这个世界上，并不是拥有的财富越多越幸福，而是你活在这个世界上，能不能给更多的人带来更多的幸福？如果你能在有生之年，有更大的能力，能给更多的人带来更多的幸福，而更多的人因你的支持、努力和奉献，得到更多的幸福、更多的快乐，这样的你，才是真正幸福、真正快乐的人。

凌恒淦先生为了能让广大的消费者参与商品消费利润的分配，尝试解决财富再次分配的理论难题，推广他设计的“消费股权论”和“消费保险论”，真是一个非常大的人类工程，其工作量和种种困难是可想而知的，这种无私、无畏、无悔的精神，也应该成为年轻人的榜样。

《信息经济的第四次浪潮》这本书，希望真的能为大多数人服务，为大多数人带来利益和幸福，也为这个经济转型的年代加上绚丽的色彩。



2012年10月28日于北京

(荣海兰：中国国际慈善总会主席、中华慈善基金会终身理事、
中国红十字会龙族基金创办人)

序言三

恒淦的笔韵——《信息经济的第四次浪潮》跋

恒淦先生同我相识三十年余了。2012年8月28日，恒淦先生将其三十余年来在经济学方面研究的主要成果《商品联合消费论》、《新经济学原理》、《消费股权论》、《消费保险论》、《信息经济论》和《信息商务》的论文递予我，嘱我为汇编成集的新作《信息经济的第四次浪潮》作跋，我欣然从命。

恒淦先生性喜读书，酷嗜工学，有学、农、兵、工、教、科、企、商、干的丰富阅历，原来是个大学从教八年的自动化电子高级工程师、发明家。他潜心研究的计算机网络商务应用、烹饪营养学、秒沸腾营养锅……频频登坛，投巨资开发成商品化产品等曾先后拥有十几项国家专利和五十多项新技术成果，足以让我咂舌。形象简单，让所有人看得懂的新经济学原理《三力经济理想等式图》、《经济三角形原理图》、《旧模式商品利润分配示意图》、《新模式商品利润分配示意图》……信息时代的“商品生产力”可“高速复制”，严重过剩是引起“商品消费力”严重不足，导致商品严重过剩的根本原因……互愿建立推广“消费股权”制度、“商品消费利润的二次分配”，尝试实现“财富二次分配”，降低基尼系数，努力缩小贫富差距，提高大多数人的商品消费力，创建信息文明时代新型“生态诚信信息采集产业链”与“生态诚信信息交换产业链”，可实用的信息商务新模式，切实化解“全球的四大经济矛盾”，更让我赞叹不已。可见他的才智、勤勉与文字的犀利、清新、冷逸、铿锵，不要说同仁读了颇有所悟，就是局外人读了，也会赞叹不已。

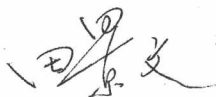
为恒淦先生的笔韵所浮现的视界，是一个为民、科学、创新的视镜，可说是返照苦辣酸甜、有希冀与笔韵的血缘关系的镜鉴回廊，人生与笔韵，他愉悦其笔，醉心笔耕，兼味其情，饶有兴趣地阐释感悟：“我的兴趣在于研究信息智慧文明时代的生产方式，商业特征；商品产销关系和商品交换关系；迎合时代潮流的信息商务新模式和商业新业态，就业新渠道。我愿支持、协助天下有识之士，共同去实践、去实现”。他不仅具有理论工作者的严谨学风，而且具有站在全球高度看世界的博大情怀、长远

信息经济的 第四次浪潮

目光和助人为乐的心态。

从这一点上，我还要说他的人生是充实而有成就的，追根溯源，起源于他的公益、慈善之心，50多岁以一个身处信息智慧文明时代的企业家、科学家（发明家）和商人的阅历，归零开始全身心自学工业文明时代的经济学、研究经济学。他是带着信息智慧文明时代发生的经济矛盾：商品生产力、商品生产关系、商品交换关系、商品消费关系和利润分配关系之间的问题和矛盾，来学习来研究的，所以他才能产生新的感悟，新的商业理论和新的商业模式。可想而知，他需要多少艰苦的努力，多少个节假日从不休息，多少次风尘仆仆深入厂矿企业调查研究，多少个不眠之夜，敲打电脑键盘，奋笔疾书，多少次技术鉴定会、研讨会、座谈会，深入细致，费力而谈，他淡泊名利，不断创新，笑天笑地，笑看世界。我们祝贺《信息经济的第四次浪潮》出版，全国发行。

在百花齐放、百家争鸣的中商联信息经济论坛上，愿恒淦先生的笔韵更犀利、清新、冷逸、铿锵、刚健，实用的作品多些、多些、再多些！



2012年10月8日于秦皇岛

（田景文：河北科技师范学院研究员、正高级政工师、作家，秦皇岛市十佳学者）

信息经济的 第四次 浪潮

目 录

contents

前言 世界怎么了	V
序一 倪光南	X
序二 荣海兰	XII
序三 田景文	XIII

第一章 新经济学原理	1
------------------	---

一、新经济学原理的时代背景	1
1. 已经落后的商品交换方式	1
2. 创新商品交换方式的时代要求	2
二、三力平衡发展才能诞生商品先进生产力	5
1. 新时代亟需打破落后的商品生产、交换、利润分配关系 ..	5
2. 商品交换模式新生弃旧的规律	6
3. 旧商品交换方式阻碍了生产力发展	6
4. 虚假商品过剩的破坏作用	8
5. 虚假商品过剩的成因	8
6. 商品价格昂贵的主要原因	9
三、信息智慧文明时代的“三力”关系	12
1. 信息智慧文明时代的商品先进交换力	13

2. 信息智慧文明时代的商品先进消费力	14
3. 信息智慧文明时代的商品先进生产力	15
四、商品交换模式的历史演变	19
1. 不同历史阶段诞生不同的商品交换模式	19
2. 超级自选市场等新商品交换模式的发展演变	22
3. 互联网的发展及应用	24
4. 中国互联网宽带普及率概况	25
5. 信息智慧文明时代商品交换的矛盾	27
6. “商品联合消费”式的“信息商务”	29
五、商品联合消费的原理	33
1. 资本的本性推高了商品价格	33
2. 商品联合消费抗击商品暴利	33
3. 如何实现商品联合消费	34
六、过时的凯恩斯“投资乘数原理”	37
1. 凯恩斯“投资乘数”理论的真面貌	37
2. 信息商务之信息经济是新时代商业发展的新主流	41
七、“生产关系”的“三要素”正在高速蜕变	47
1. 智能劳动工具——“机器人”	47
2. 机器人打破了“生产关系”的“三要素”	48
3. 劳动生产率越高，失业率越高	49
八、新经济学原理图	54
1. 目前无法实现的“三力经济”理想等式图	54
2. 旧模式商品利润分配示意图	55
3. 新模式商品利润分配示意图	56

第二章 商品联合消费论57

一、“商品联合消费”的定义57

1. 旧时代商品贸易的局限和弊端57
2. 商业旧模式引起的价格暴利和被动消费58
3. 商品联合消费的概念58
4. 实现商品联合消费的方法60
5. 产消双方实名注册, 合同约定, 把控诚信源头61
6. 商品联合消费是创新的消费科学系统61
7. 商品联合消费服务为民64
8. 商品联合消费使消费者获得利益最大化65
9. 商品联合消费的巨大社会效益65

二、商品联合消费是信息时代的发展需求68

1. 在实践中成长的商品联合消费新模式68
2. 科技进步为商品联合消费创造了发展条件72
3. 创新创建新型商品产消关系的客观要求74
4. 工业文明时代的商业模式侵犯了消费者的权益77
5. 用商品联合消费的方法消除虚假商品过剩80
6. 信息商务实现“商品联合消费”健康发展86

三、“商品联合消费”是大趋势大潮动90

1. 农耕文明时代的商业特征90
2. 工业文明时代的商业特征90
3. 后工业文明时代的商业特征90
4. 信息文明时代的商业特征92

5. 消除假冒伪劣商品, 抑制商品暴利	92
---------------------------	----

6. 商品联合消费消除虚假商品过剩	94
-------------------------	----

四、财富新观: 消费者创造了商品的价值98

1. 少数人垄断了商品利润	98
---------------------	----

2. 资本的本性严重削弱了消费力	98
------------------------	----

3. 工薪阶层消费力被严重削弱	100
-----------------------	-----

4. 消费是真正的商品生产力	100
----------------------	-----

5. 消费者是创造商品利润的中坚力量	101
--------------------------	-----

6. 消费者要参与商品消费利润分配	102
-------------------------	-----

五、根除虚假“商品过剩”的灵丹妙药106

1. 消费者在产消关系中处于弱势地位	106
--------------------------	-----

2. 在产消四环节中, 消费者只得到了使用价值	106
-------------------------------	-----

3. 不容忽视的商品消费力	107
---------------------	-----

4. 层层加价的黑价怪圈严重削弱了商品消费力	108
------------------------------	-----

5. 信息社会商品“三力”严重失衡	109
-------------------------	-----

6. 实现“三力”良性循环的商品交换关系	110
----------------------------	-----

7. 信息商务系统产生的历史必然性	111
-------------------------	-----

8. 商品微利时代的生态条件	112
----------------------	-----

9. 薄利多销是厂商生存发展壮大的必由之路	113
-----------------------------	-----

六、信息智慧文明时代的商业特征117

1. 电脑中央处理器 CPU 和操作系统的变迁	117
-------------------------------	-----

2. 无所不能的智能化生产工具——机器人	118
----------------------------	-----

3. 智能生产力的三个特征	119
---------------------	-----

4. 电子商务的时代背景	120
--------------------	-----

5. 商品联合消费能影响世界经济发展方向	123
----------------------------	-----

七、商品联合消费的商业思想126

1. 成熟的商业科学背景	126
--------------------	-----