

S.E. THE SUPPORT ECONOMY 中信 管理经典

[美] 肖沙娜·朱伯夫 詹姆斯·马克斯明 著

支持型经济

与《谁说大象不能跳舞?》《困境与出路》一并被美国国家公共电台
评为2003年9部最佳商业畅销书之一

著名经济学家夏业良——《体验经济》译者专文推介

旧的商业模式已经过时，一个全新的商业世界开始初露端倪



中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

S.E. THE SUPPORT ECONOMY

支持型经济

[美] 肖沙娜·朱伯夫 詹姆斯·马克斯明 著

乔江涛 译

中信出版社
CITIC PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

支持型经济 / [美] 朱伯夫等著; 乔江涛译. —北京: 中信出版社, 2004.5

书名原文: The Support Economy

ISBN 7-5086-0210-2

I. 支… II. ①朱… ②乔… III. 经济理论-商业模式-研究 IV. F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004) 第 036045号

The Support Economy by Shoshana Zuboff and James. Maxmin

Copyright © 2002 by Shoshana Zuboff and James Maxmin.

Chinese (Simplified Characters Only) Trade Paperback Copyright © 2003 by CITIC Publishing House.

This translation published by arrangement with Penguin Group through Brockman, Inc.

ALL RIGHTS RESERVED.

支持型经济

ZHICHIXING JINGJI

著 者: [美] 肖沙娜·朱伯夫 詹姆斯·马克斯明

译 者: 乔江涛

责任编辑: 温 慧 赵爱哲

策划编辑: 李 波

出 版 者: 中信出版社 (北京市朝阳区东外大街亮马河南路14号塔园外交办公大楼 邮编 100600)

经 销 者: 中信联合发行有限责任公司

承 印 者: 中国农业出版社印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印 张: 24 字 数: 300 千字

版 次: 2004年5月第1版 印 次: 2004年5月第1次印刷

京权图字: 01-2003-2979

书 号: ISBN 7-5086-0210-2/F · 728

定 价: 29.80 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。服务热线: 010-85322521

<http://www.publish.citic.com>

010-85322522

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

献给雅各布·拉斐尔和乔尔·索菲娅
我们的小天使



也献给
凯特、彼得、乔恩和本
他们是我们展望未来的窗口

每一个成长中的年轻人都时常要面对命运的挑战……父亲去世了，先知们保持沉默，无处寻求那些崭新问题的答案……过去不能告诉他们未来将会怎样。到哪里寻找父亲？先知会永存吗？我们自己就是父亲！我们自己就是先知！

——海约翰 (John Hay)，美国国务卿，曾任林肯总统私人秘书

引自1902年2月27日他在国会的一次演讲，这次演讲旨在为美国迈向公司资本主义 (corporate capitalism) 的新运动正名。

这本书的写作过程也就是我奋力摆脱桎梏的过程，如果我的努力有效，对大多数读者来说阅读此书的过程一定也是摆脱桎梏的过程——努力逃离习惯的思维和表达方式……困难并不在于接受新思想，而在于摒弃旧思想，因为在我们的成长过程中，这些旧思想已经渗透到了脑海中的每一个角落。

——约翰·梅纳德·凯恩斯 (John Maynard Keynes)

引自《就业、利息与货币通论》(*The General Theory of Employment, Interest and Money*) 序言，1935年版。

有时候，最陌生的地方给你光明
如果你能正视陌生

——感恩而死乐队 (The Grateful Dead)，《鲜红的秋海棠》(*Scarlet Begonias*)

夏业良专文推介

“支持型经济”与个性化时代

伴随着中国经济在2003年所达到的9.2%的高速增长率，中国已经进入人均GDP一千美元的增长发力阶段，持续旺盛的消费需求正在强有力地拉动新一轮的经济增长。与此同时，人们经常关注的一个问题是，哪些产品、行业和服务将成为新一轮经济增长中最具发展潜力的“黑马”或亮点？

近年来人们已经注意到服务业的发展呈现出一些新的发展趋势和特点，有一类服务被人们称为“私人化服务”，已经有不少人认为这是一种值得鼓励和尝试的新兴行业。实际上，所谓“私人化服务”（individuation of service）并非一种全新的服务类型，它应当被理解为服务的个性化与顾客定制化（customization），其中有些服务内容在欧美发达国家已经存在几个世纪之久，比如私人管家、私人司机、私人保镖、私人律师、私人医生等。当然如今的服务内容已经更加多样化，比如私人理财顾问，私人营养师、保健师、美容师，人寿与财

产保险顾问,私人健康顾问、教育顾问、旅游顾问等。

从经济学角度来看,只要有个性化需求存在,就一定存在着广阔的市场发展空间,因为经济社会正是由难以计数的分散个体所组成的。关键是如何开发出适宜的产品和服务,来满足人们日益增长和变化的需求。马克斯·韦伯曾经在他的著作《经济通史》(*The General Economic History*)中指出:“促使资本主义诞生的决定性动力只有一个,那就是大规模的市场需求。”随着生产技术的改进和生产率的提高,人类社会出现了大规模生产的现代化工业体系。20世纪初,大规模消费促进了大规模生产方式的诞生,催生了革命性的管理型资本主义(*managerial capitalism*),但是当经济社会发展到特定阶段之后,尤其是当人们满足了一般性的效用需求之后,更多的消费者会更加注重追求产品和服务的个性化和顾客定制化。

《体验经济》(*The Experience Economy*)的作者派恩二世和吉尔摩认为,随着大规模顾客定制化的出现,消费者越来越重视服务的个人体验与感受,由此会产生超越传统服务之实体内容的增值部分。

最近又有一对美国夫妻肖沙娜·朱伯夫和詹姆斯·马克斯明合作撰写了《支持型经济》(*The Support Economy*)的著作,提出了“支持型经济”的理念。他们认为,在每一个变革时代,那些作为新经济先锋的伟大突破无一例外的是这样一种进步:即以前所无法想像的方式,以新技术为工具,来满足反映在新消费方式中的人类新梦想。他们认为经济变革产生于三种力量的复杂交互作用:即新消费结构、与新消费结构相适应的技术以及一种能够把人、技术和市场以新的方式凝结在一起的新企业逻辑。

这些较为新鲜的经济思维与商业运行模式极大地丰富了人们的商品观和服务观,从而把人们的消费需求与效用满足推向更高的层次。经济越发达,人们就越倾向于更多的个人选择与自由,就会更加偏好特定的私人空间和个人隐私保护,个性化服务和顾客定制化也就会具有更加广阔的发展空间。

在美国和其他一些西方发达国家,管理型资本主义的新企业逻辑创造出了此前任何时候都无法想像的巨大财富。人们不断积聚的财富为新的生活体验模式提供了保障,并且这种新的生活体验以前所未有

的广度滋养了心理个人主义倾向，更加复杂、强烈和多样化的感受促使人们追求更加个性化的自主生活，也使整个社会更加重视个人生活的丰富内涵，更加愿意投资于个人生活的多样化方式。这种社会变化正是从大规模生产的社会向试图开拓新梦想天地的新型个人主义社会转变的驱动力。

随着个性化消费时代的到来，所谓“新人类”正在出现，他们普遍追求个体的独特性、心理自主和消费过程的自主，渴望企业组织为他们提供深度支持与服务，这恰是私人化服务和“支持型经济”发展的必要条件。

具有超前眼光和创新意识的企业组织应当不失时机地进行转型准备，以优良的可持续服务迎接“私人化服务”与“支持型经济”浪潮的到来，通过创造新的服务方式，深化传统服务内容，最大限度地满足受到压抑和延迟的个人潜在需求。

承蒙中信出版社的信任与厚爱，我很荣幸地应邀为《支持型经济》的中译本作序，因而有机会先睹为快，阅读了本书的清样稿。在最初的近30页阅读中，我并没有感受到兴奋和震撼，甚至怀疑这是否又是一本炒作所谓“新概念”的哗众取宠之作，然而从第30页开始，一种阅读的快感便不时地伴随着我，许许多多具有见地的判断和理念在撞击着我，大量的事实、数据和案例描述勾画出当代美国社会中人与经济和人人与人之间相互关系的真实画面。

读罢全书，我不得不承认的是，书中的一些思想和概念的确具有振聋发聩的精神穿透力，使人产生诸多的联想和思考，通过这样的阅读体验，我的思维过程经受了新的洗礼和挑战。

作者将所谓“新人类”称为“个性人”。新一代人想要的不仅仅是物质上的保障和舒适，还要有意义。他们享受物质，但更注重生活的质量，而在生活质量中，拥有物质只是一个部分。“新人类”崇尚自我表达、参与和影响，因为他们都坚信自己的生活是独一无二的，并不能从一般情况中演绎而出。他们并非为既定框架而生，他们的身份将会在自己的生命中创造，用个人主动和个人判断来创造。

作者认为，这种新的呼声塑造了一个呼唤心理自主的新型个人主义社会——人们有权利创造自我。管理型资本主义及其标准的企业逻

辑（曾经为新人类的父母辈、祖父母辈和曾祖父母辈作出贡献）今天仍然在发挥着作用，但不幸的是，它已经无法适应新型个人主义社会的社会现实。而这并非简单的市场失败，而是摆在整个商业世界面前的一个基本性难题。

强调有意义的自我表达，个人自主和生活质量的心理个人主义在西方世界得到了最大发展，这并非偶然。在西方，管理型资本主义已经运行了超过一个世纪，已经影响了财富的分配和财富向公共物品的转化。这些进步培育出一个强大的中产阶级，一个需求教育、科学、信息及其一切产物的强大市场。

强调公民个性的民主政治文化也使更新的心理个人主义文化成为可能并得到了法律的保障。但英格尔哈特指出，新价值观的崛起并非西方世界的独特现象，也不能被简单地解释为一个西方化进程。他的数据表明，向后物质主义的代际转变甚至也发生在像东欧、中国、土耳其、东亚等国家和地区。

在作者看来，20世纪中期之后出生的人具有一种新的精神特征。他们的最大特点就是内心深处那种坚定的个人主义信念和对心理自主的极度渴望。管理型资本主义创造了物质繁荣以及一个更加复杂、多样化的社会。它释放出一种强大的历史力量。从校园生活到探险旅行，人们接触到更多的信息、更多的知识、更多的冲突、更多的文化、更多不同类型的人、更多的惊奇、更多的思想差异、更多的观念和选择，在此过程中，传统社会的框架也慢慢溶解了。新的经历使促进人类进步的新体验成为可能。

全球化经济下新的工作压力并非新型个人主义社会形成的原因，但对新社会的加速成长和根基巩固的确有所贡献。复杂性和冲突正是那种能够培育心理个性的体验，而在工作中经历变化的人正是这两者的体验者。

渴望是市场的人性核心。人们会想像一些能够激发或延长愉悦感的东西，继而会希望将脑海中的愉悦变成现实。这就是刺激消费的过程，也就是梦想转化为潜在经济价值的方程式。今天，千百万人正在塑造一种历史性的挑战，尽管还缺乏一种新企业逻辑的支持。

新人类追求的是对生命的自我控制，他们想要创建新的消费模式

来缓解艰苦工作中的压力感并为心理自主的实现孕育更多的机会。这些新模式揭示出新需求表达的三个主要特征。第一个是要求庇护 (claim of sanctuary)；第二个是渴望发言 (demand for voice)；第三个是寻求联系 (quest for connection)。这种联系是指人们寻找值得他们信赖的人来为他们提供支持，帮助他们实现那些与庇护和发言相关的目标。

通过网络社区和其他形式从同道朋友那里寻求支持也是这种联系所需要的表达。以此方式，要求庇护、渴望发言和寻求支持将把与心理自主相关的需求转化为新的深度支持市场。这些新市场将重新定义消费结构，取代过去的“规模”或“细分”消费模式。人们所逐渐认同的核心思想是：“我要购买那些能够给我带来个性化生活的东西。我要购买那些能够让我创造自己、了解自己的东西，购买那些能够让我实现心理自主的帮助和服务。”

这一核心思想所反映出的新理想之路揭示了消费个性化的潜在趋势。在管理型资本主义标准企业逻辑中，人们必须臣服于由生产者决定的消费规则和条件。但消费个性化的真正精髓是逆转旧逻辑，它要求商业世界的代表者们在个人空间而不是组织空间中运作。新人类正在个人空间里等待组织的支持，他们说：“我的生活和梦想就在这里，请过来给予我支持。我的生命应该得到你们的认真对待，请帮助我创造我自己，请做我生命中的伙伴。”

在一个空前复杂的世界里，新人类对个性化生活的渴望从来没有像今天这样强烈，他们需要支持。为了“用自己的双手来掌握自己的生活”，他们已经采取了行动并且愿意为这些行动付出代价。今天的心理梦想者们需要的并不是停留在20世纪企业家们所提供的那些东西，而是一种从来就没有人卖过的东西——创造和维持个性生活所必需的支持。

这种支持，被作者称为“深度支持” (deep support)，成为商业世界新的、更高的目标。这也是一种更为复杂的目标，因为这样的支持既包含商品和服务的供应，又远远不止商品和服务的供应。从商品和服务到深度支持的演进将遵循工作和消费的内在历史逻辑。

历史上，工作从以体力劳动为基础的有形行为发展到管理、信息、

知识和服务等无形的抽象行为。消费也是如此，从硬的产品到软的服务，它经历了一个从具体到抽象的过程，将来还会走向更加成熟但也更加抽象的深度支持王国。我们已经看到消费行为的历史演进是如何不停地重新定义“必需品”概念的。在每一个世纪，体验和选择的不断丰富都会让新一代人将从前的奢侈品重新描述为“必需品”。现在也是一样，心理自主的坚定信念将会推动商业行为的发展变化，并最终创造一个深度支持的市场——一个过去由富人享受、现在则被每个人所需要的市场。

深度支持依赖于一种新的经济框架和一种新技术媒体来提供具有历史开创性的东西：对整个消费经历的义务和责任。例如在支持型经济中，一个人不会被限制在单纯的医疗服务中。作为购买的一部分，顾客将在病情研究、诊断检查、选择医生、决定治疗方案等各个方面得到支持；可以在保险和支付方面完全放心；可以在离家接受治疗或照料家人的情况下得到后勤援助；可以确信医生不会在经济状况的压力下分心于其他业务；还可以在疗养、康复或后续护理的过程中得到一如既往的帮助。

管理型资本主义的旧世界观和标准企业逻辑正处在无法从其内部化解的危机之中。新人类和他们对深度支持的需求已经改变了消费结构。从本质上说，分布式资本主义的基本原理表达的是新商业逻辑的体系结构，这个结构结合了过去，但远比过去复杂。在支持型经济中，企业只有承担起消费体验方面的所有义务和责任才能实现关系价值。产品和服务只是深度支持的载体，深度支持本身才是定义新商业的“基本产品”。价值存在于个人空间，在深度支持的市场中表达出来。这就是定义新资本主义的哥白尼逆转。

新企业逻辑的基础是关系价值的分布式结构，它是对旧逻辑的逆转。新企业逻辑的所有方面都要反映分布式的形式，包括它的生产、所有权、权力和社会关系系统。生产过程是分布式的，因为关系价值是分散的，需要有支持者作出行为、情感和智力的创新，在与个人的交易中实现关系价值。在生产过程中，他们都要使用网络资源，包括实物、数字和共有资源。支持者和联合支持网中的其他成员必须要协调合作才能实现个人空间中的价值。

深度支持需要两个世界的结合：一个是地区性的、现实的，另一个是全球化的、数字的。一方面，只有通过广阔的、联合的、反应灵敏的网络才能跨越时空向任何时候、任何地方的任何需要支持的人提供支持。没有数字媒介，深度支持只是空谈。另一方面，深度支持总是在当地实现。它最终要与“我现在所在的地方”联系起来，这种“所在”可能是现实的地理位置，也可能是主观价值感上的。

深度支持不是个别产品、服务和行业。它的形式汲取自个人需求，不是来自生产线、行业或部门对商业活动的组织。在任意一天，某个人所需要的深度支持可能包含来自多个商业部门的各种各样的产品和服务。深度支持不是分裂的，它是整体的、无缝的。这意味着没有哪一个公司能够独自满足顾客的深度支持需求。在分布式资本主义中，众多新企业将会以各自的独特产品和服务共同提供深度支持。如果想通过旧商业逻辑的进步实现这一变化，那深度支持只会像今天的自我支持一样散乱无序。

在支持型经济和分布式资本主义的新企业逻辑中，无形资产的重要性甚至更加突出。这要求重新创造管理规范，使它与有效率的分布式生产和无形资产的健康发展相吻合。事实上，在支持型经济中现实的产品和服务通常都会被看成是平凡的东西。因此，智力、情感、行为和数字无形资产的独特配置将成为联合支持网竞争优势的重要砝码。这些无形资产不会自然绽放，大多数都是深度支持生产过程中“雇员”之智力、努力和奉献的艰辛结晶。

如果说20世纪已经通过具有划时代意义的科技发明和企业组织为人类理性文明奠定了现代化工业基础，那么21世纪将为人们在工业化社会以及后工业化时代的社会经济关系结构奠定认知基础和新的价值观与行为范式。从某种意义上说，《支持型经济》一书中所展现出的思想内涵与颠覆力量将有可能改变既定的社会经济关系结构与价值理念，它有可能带来一个新的历史纪元。我们将会重新审视自己的定位和价值取向，追求和满足被压抑或延迟的潜在需求。

两位作者富有远见的构想为我们开拓了一片过去几乎从未涉猎过的知识视野天地。除了包含着大胆设想的前瞻性思维，作者还为我们提供了有关美国社会经济生活的十分翔实的数据资料。相信读者会从

本书中吸取自己所需的信息，并且从作者对社会经济关系结构的剖析中得到有益的启示。

夏业良

2004年4月21日于北京大学燕北园

致谢

Acknowledgments

首先对哈佛商学院的杰夫·克罗宁 (Jeff Cronin) 致以最衷心的感谢。作为一个不知疲倦的同事和忠诚的朋友，他对我们的文献检索和资料收集给予了极大的帮助，这些资料对本书框架的确定和内容的组织至关重要。同在哈佛商学院的克里斯廷·费舍尔斯 (Christine Fajors) 在材料的整理上显示了非凡的才能，在纷繁复杂的工作中，她总能保持一份愉快的心情。

读者的中肯评论也给了我们极大的启发。特别感谢汤姆·麦克劳 (Tom McCraw)，他煞费苦心地阅读了关键阶段的手稿，深刻的见解令我们获益匪浅。同样感谢乔治·费希尔 (George Fisher)、理查德·布罗伊德 (Richard Broyd)、吉恩·金德林 (Gene Gendlin)、吉姆·奥斯汀 (Jim Austin)、克劳迪奥·西波拉 (Claudio Ciborra)、希伯尼·塞恩 (Shibani Sain)、赫布·凯尔曼 (Herb Kelman)、罗伯特·施兰克 (Robert Schrank) 和约翰·斯托登迈尔 (John

Staudenmaier)，他们也对处于不同阶段的全部或部分手稿提出了宝贵的意见。

在这些年中，我们生活中的一些特殊的人为我们完成此书提供了不可或缺的大力支持。感谢玛丽·迪伊·乔特·格兰德（Mary Dee Choate Grand）、劳拉·华尔兹（Laura Waltz）和弗兰克·华尔兹（Frank Waltz）、“迪克大叔”查德威克（“Uncle Dick” Chadwick）、约翰·吉卡（John Jicha）和梅拉尼·梅斯（Melanie Mayes）。

还要感谢珍妮特·戈尔茨坦（Janet Goldstein）编辑和Viking Penguin出版社的那支专业队伍，从本书的策划到问世，他们始终与我们站在一起。

我们最想感谢的是我们的两个孩子，雅各布·拉斐尔·马克斯明（Jacob Raphael Maxmin）和乔尔·索菲娅·马克斯明（Chloë Sophia Maxmin）。很小的时候，他们在妈妈的写作间里开辟出自己的小天地，用记号笔和彩色铅笔把墙壁装饰得五彩斑斓。长大以后，他们也开始写书。他们是我们的拉拉队，最特别的是，妈妈那日复一日的写作工作始终得到他们的支持。每一个晚上，雅各布都会打开路灯照亮门外的小路，等在门口欢迎母亲的归来。乔尔总能让母亲感受到她的爱。这本书属于他们。

序 Preface

本书诞生于寂静的书屋之中。

《智能时代》(*In the Age of the Smart Machine*) 出版之后的许多年中，我清楚地看到管理理论和管理实践令人悲哀地走上了两条相互隔绝的道路。在概念方面，关于优秀管理的标准早已阐释得很清楚了，而在实践方面，好的管理却是凤毛麟角。这取决于领导、监管、市场等诸多因素，只有将这些因素很好地结合起来，并给以足够的时间，才能取得成效。1988~1994年，在由哈佛商学院慷慨资助的一项研究中，我追踪了一组顶级管理者，目睹了这些本来颇具远见卓识的企业家是如何成为公司政治、自私自利的董事会以及在短期盈利波动中反复无常的金融分析家们的牺牲品的，企业在现实中将全部精力集中在维持系统生存上，至少是在竭力保证系统管理者的长久利益上，而本应是企业服务对象的消费者和雇员反而经常遭受损失。如果企业被这些内在力量左右，管理理论又能起什么作用呢？更糟糕的是，由于这些力量的本质被管理界视

做不可讨论的话题，它们很少进入理论研究的范围。问题不在于管理本身，而在于那些塑造管理者工作的制度化惯例和逻辑。

我很长时间没有发表任何东西。目前，对管理界现状的批评已经不绝于耳，我不想简简单单地附和这些批评，而是想寻找一条通向新对话的道路。我开始求助于历史，研究现代企业的起源和演化。这使我认清了管理型资本主义（managerial capitalism）的内在“系统原理”和使这种资本主义兴旺繁荣的外在条件，也使我开始理解一些潜在的社会变化，假如这些变化能够发挥出全部潜能，它们将突破旧系统的限制，启动新的力量，为以新“企业逻辑”为基础的资本主义新纪元铺平道路。

作为一名对实践感兴趣的理论家，我很荣幸能与一位卓越的实干家共度此生。第一次遇到詹姆斯·马克斯明的时候，他是一名以关心他人和精于管理复杂的大型商业企业且能够使那些濒临失败的公司起死回生而闻名的优秀的首席执行官。然而，给我印象最深的是他对本职工作的深刻的理性认识。与我接触过的其他企业家不同的是，他会以哲学眼光来观察问题。从一开始，对管理理论和实践的不懈探索就成为我俩共同生活的特征。奇妙的是，生活的韵律使我们同时对自己心目中最基本的商业观产生了疑问。于是，经过多年的阅读、思考和深入交谈，我们形成了一种崭新的认识。我们认为，全部价值都来自于最终消费者，商业行为应该重新定义为对“个人空间”中个人的支持。在这种新系统中，支持最终消费者不是偶然事件，而是商业活动的必要条件。

当循着这条思路，我找到了新企业逻辑的起点时，我意识到一种新对话毕竟还是可能的。1996年，我和吉姆（詹姆斯的昵称）开始本书的创作。作为居家写作者，我的工作集中于那些为新企业逻辑搭建舞台的历史和社会学问题上。吉姆则致力于思考与因特网相关的新技术及其商业应用。他的工作使我们对20世纪90年代电子商务的缺陷，以及新技术在新企业逻辑中的重要角色有了更深入的理解。后来，我们共同探讨了“分布式资本主义”（distributed capitalism）的原理以及这些原理在支持型经济中的运用。吉姆对商业活动的深刻把握保证了我们的新企业逻辑不会流于科学幻想，而是合理、现实、可行的，最重要的是，它能创造无限的财富。

尽管书中的评论和命题以大量的学术理论为基础，但我尽力（虽