

新经济

观察者丛书

体验经济

——来自变革前沿的报告

姜奇平 著



生命

网络

社会科学文献出版社

· 新经济观察者丛书 ·

体 验经济

姜奇平 著

社会科学文献出版社

图书在版编目(CIP)数据

体验经济/姜奇平著. —北京: 社会科学文献出版社,
2002. 10

(新经济观察者丛书)

ISBN 7-80149-762-7

I. 体… II. 姜… III. 经济学—研究 IV. F0

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 055241 号

· 新经济观察者丛书 ·

体验经济



著 者: 姜奇平

责任编辑: 章绍武

责任校对: 王贵玲

责任印制: 同 非

出版发行: 社会科学文献出版社

(北京建国门内大街 5 号 电话 65139963 邮编 100732)

网址: <http://www.ssdph.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

排 版: 东远先行彩色图文中心

印 刷: 北京四季青印刷厂

开 本: 850 × 1168 毫米 1/32 开

印 张: 12.75

字 数: 284 千字

版 次: 2002 年 10 月第 1 版 2002 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 7-80149-762-7/F·252

定价: 25.00 元

版权所有 翻印必究

新经济

观察者丛书

主编/陆群



作者简介

姜奇平，1962年出生于北京，1984年毕业于南开大学中文系。现担任国家信息化测评中心常务副主任，中国信息经济学会常务理事，《互联网周刊》名誉主编，“奇平视点”专栏作家。著有《21世纪网络生存术》、《知本家风暴》、《数字时代的人与商业》、《数字财富》、《新商业模式》等，翻译有《浮现中的数字经济》。

丛书序言

20 世纪是一个动荡变革的世纪，一个诞生奇迹的时代。作为一件可能改变人类生活方式的大事件，互联网的诞生没有枪炮的伴随，没有流血牺牲的代价，更没有什么史诗般跌宕起伏的情节、波澜壮阔的场面，但在其平静、平淡、平缓的前进脚步中，却无时无刻不蕴涵着一种智慧的神奇、一种意志力的伟大。自 1995 年以来，以互联网为核心的新经济浪潮席卷了世界也有力地冲击着中国，随着 2000 年夏天纳斯达克股灾带来的全球性经济衰退又引发人们诸多的思考。今天网络新经济革命的意义远不仅在于技术范畴中的互联网将替代个人电脑的中心地位，更重要的是社会生活的未来趋向与价值参照，将从以物质财产为核心转向以信息资产为核心，从而衍生出人们对自身价值、工作方式、生活交往方式及思维方式等的新认识。

平静是一种境界，平淡是一种态度，平缓是一种风格。网络新经济本身就是对今天现实生活的延续与超越，它正逐渐拥有自己的逻辑与规则，这种新经济的生存方式最终会影响到我们的现实生活，这个进程起初也许缓慢而微弱，但却是健康地、不可抑制地向上、向前。你绝对不能把“新经济”等同于旅途中的一次

艳遇、一次潮涌后的泡沫，它是一种日益逼近的生存状态、一般加速度的内驱力，如果拒绝它，它就会毫不留情地剥夺你个人在未来社会群体中应具有的尊严和价值。

本丛书立足观察与思考，就是力图以中国第一代新经济参与者和研究者的身份，于荒诞处看网事缤纷如戏，在寂寞时听心声澎湃如潮；字里行间，汇聚着近年来对网络新经济成长发展的所闻所感，记录下对网络新经济时代人类物质文明、人类精神生活的命运的思索。为关心互联网与新经济的政策决策者、经济文化研究者、从业者和广大普通读者，奉献出以心血和汗水凝结出的真知灼见，展现虽筚路蓝缕而愈挫愈奋的心路历程。

丛书作者均是我国第一代接触互联网的人，他们大多不是网络上的技术员，只是敏锐也许还有点忧郁的从业者和评论人。《体验经济》站在当代信息经济学的理论高峰，着力探寻隐藏在纷繁跌宕的新经济现象后面的“道”之所在；《新商业领袖——新时代的战略与管理》从一个宏观的视角，探讨新经济时代企业生存发展所必需的战略与管理要素；《假如网络也有生命》瞄准近年来网络产业实践，以人文主义的情怀期望用率真的笔触去拨开浮躁、激浊扬清；《新媒体革命——技术·资本与人重构传媒业》则紧紧把握继网络高潮后的媒体投资热，深入浅出地阐述新经济环境下文化传媒产业中技术、资本与人才三者的互动关系……

黑格尔曾言：密涅瓦的猫头鹰只有在黄昏之际才会飞翔，反思的力量只有在事后才会涌现出来。虽然丛书中对新经济的一些分析与思考，仅仅是表象的和片面的，甚至还会有偏颇与欠科学之处。如果仅从经济学的观点和立场来判断，毫无疑问，互联网和信息科技产业本身对经济活动和人类生活带来猛烈的冲击和变革，但对总体经济生产力的提升，像是黎明的曙光，耀眼却不炙热，还有很长的路要走。认识到今天的新经济，明天就可能变成

丛书序言

旧经济，而旧经济里的某些资源经过整合，也许可能成为新经济的要素，资本市场的风云变幻，则正好鲜明地告诉人们，新经济的方向就在那里。

真诚地希望这套丛书能唤起您高尚的热情，能吸引您美好的目光，能引发您对新经济现在与未来的思索。

“新经济观察者丛书”主编

陆 群

2002 年元月 20 日

代序：从产品经济、服务经济到体验经济

——托夫勒访谈

北京 11 月末的阳光，因晴朗的风而透亮。

在凯宾斯基饭店的客房中，托夫勒用手势“压制”着不断抢话头的托夫勒夫人。夫妇俩几乎是用一种“争先恐后”的方式，与我们就一个又一个问题展开论辩。原定一个半小时的交谈，大大超过了时间。

托夫勒夫妇如此兴致盎然，是由于我们一个小小的“阴谋”：为了不使与《第三次浪潮》作者的交谈变成一场“朝圣”礼拜，我与胡延平精心拟定了一个方案，选择一个令托夫勒夫妇“意料之外，情理之中”的话题：体验经济。

因为我们经过认真研究发现，体验经济，正是历史与现实两个圈与托夫勒相关的交集。一方面，它是托夫勒夫妇在《第三次浪潮》之前的 1970 年就首倡、但近 30 年不太谈论的“古老”话题；另一方面，它是由《哈佛商业周刊》重提，经微软 XP（体验）、惠普 TEC（全面客户体验）发挥而骤然火起来的美国企业界今年第一“新锐”话题。

可以说，经理人不知体验经济，就难以把握技术驱动下的未来商业走向。为此，我们想从未来学家与经理人的兴趣接合点上，来发掘托夫勒这个“思想—财富”宝藏。

但愿被衰退“污染”的财富与思想天空，借托夫勒的清新之风，变得豁然开朗起来。

托夫勒范式——辨识规则变化： 从市场和需求角度看

1. 体验是更广大浪潮的一部分

体验并非新提法，只是对同一事物的不同角度观察，回答的是，新经济从市场和需求角度看是什么。

中央电视台一位策划曾跟我说：你能不能用最简单的话，概括一下托夫勒与波特两位大师最近的论战，争的是什么问题？我说：一言以蔽之，波特认为新经济没有改变规则，托夫勒坚持新经济改变了规则。

托夫勒所谓浪潮，就是革命。革命就是系统地从主干上修改规则。主干规则的改变，影响到所有细枝末节，每个新概念，就是表现同一棵大树的不同树叶。用托夫勒的话说，我觉得每一个词都是一个较小层面上的词，是一个大的历史力量的一个小的组成部分。托夫勒用了很多新概念，从方方面面去反映信息革命的全貌。体验，就是其中之一。正如胡延平对托夫勒说的：目前在大家感觉到的范围内，与体验经济有关联或者是相并列的还有其他的名词，比如说新经济，知识社会，信息经济，网络经济等等各种各样的说法。实际上大家只是从不同的角度尝试去描述或者去概括或者去预见眼前正在发生的变化，预见我们将会进入一个

什么样的社会。

体验，从普遍意义上来说，是对整个第三次浪潮所改变的规则的一种观察和描述；从独特性上来说，“体验”是从这样一个角度，不是从企业供给，而是从市场需求方面，不是从“企业能在革命中提供什么”，而是从“顾客能从革命中获得什么”这样的视角，观察问题得出的结论。因此对于经理人来说，谈论体验，是在最接近致富的哨位，对大潮流改变规则的一个近距离观察。

2. 问题的提出

托夫勒提出“体验”的初衷——或者说其“原教旨”是什么呢？

20 世纪 70 年代，斯坦福研究所提出一个问题：“在一个国家里，当基本物质需要用生产能力的 $3/4$ 甚至 $1/2$ 就可以满足时，就必须进行根本性的调整，使经济健康发展。”这和我们现在“十五”进行产业结构调整的形式很相像。都面临产业向何处升级的问题。

“服务业之后，还搞什么”？当时，托夫勒从需求结构调整角度得出结论是，“体验制造商将成为经济的基本（假如不是惟一的）支柱”。

意思是，打完了价格战，满足了用户产品需求；打完服务战，满足了用户服务需求后，用户还需要什么，托夫勒在 1970 年提出了一个本地球在 2000 年才普遍认识到的结论：需要“体验”这种东西！

托夫勒在 70 年代预言，“来自消费者的压力和希望经济继续上升的人的压力——将推动技术社会朝着未来体验生产的方向发展”；“服务业最终还是会超过制造业的，体验生产又会超过服务

业”；“某些行业的革命会扩展，使得它们的独家产品不是粗制滥造的商品，甚至也不是一般性的服务，而是预先安排好了的‘体验’。体验工业可能会成为超工业化的支柱之一，甚至成为服务业之后的经济的基础”。

所以我上来就对托夫勒表示敬意说：去年《哈佛商业评论》和 B. 约瑟夫·派恩二世（B. Joseph Pine II）、詹姆斯·H. 吉尔摩（James H. Gilmore）提出了体验经济（experience economy）时代来临，随着微软提出 XP，HP 提出全面客户体验（TCE），中国也在形成一种体验经济的热潮，包括联想在内的许多厂家领先纷纷提出体验经济的策略。我注意到您早于 1970 年在《未来的冲击》中就曾用了一整章（第十章）来论述同样的问题。当时您提出制造业之后是服务业，服务业之后是体验业。我认为这个看法和你提出的三次浪潮的划分具有同等伟大的意义。

紧接着我们发生了争执，托夫勒夫人认为她丈夫这个发现没有三次浪潮的发现那样伟大。而我坚持一样伟大。托夫勒在一旁微笑不语。

3. 提出“体验业”的根据——产业革命的演进逻辑是什么？

所谓“产业革命的演进逻辑”，换成商人的语言就是，这拨钱被大家赚完了，咱赚下拨钱的思路和线索。

一般经济学家的产业划分是“农业——工业——服务业”，或“农业——工业——信息业”。托夫勒在 30 年前做出“制造业——服务业——体验业”这种独特的产业演进划分时，并没有解释背后的深层依据是什么。所以我这次上来就急于求证“制造业——服务业——体验业”三分法的理论依据。

我问托夫勒：如果说“从制造业到服务业到体验业”这种转变有一个逻辑，一般人是从心理的角度去理解，而我觉得从马斯

洛的人类需求升级的角度，可以更好地说明这个问题。（意思是，制造业满足的是一般的生存需要，服务业满足的是发展的需要，体验业满足的是自我实现的需要。）马斯洛所说的“自我实现”，是否应当是体验业的理论依据？换句话说，体验业要满足的顾客需求，有质的不同，是要通过网络达到高峰体验（Peak experience）或者是高潮？

托夫勒对我说：你的问题是什么呢，是要问我说这样理解——把它（体验的需求）理解为自我实现——对不对吧？从某种意义上来说，可以这么理解。

托夫勒进一步解释了从生存到发展到自我实现的历史和逻辑过程。他说：他们（顾客）（一方面）希望所生活的环境有一定程度的稳定、重复和熟悉程度，但是（另一方面）要求得到一些刺激和兴奋这样的（东西），他们希望有范围广泛的各种体验他们能感觉到。但是在各种情况下，他们希望这种体验尽管是兴奋的、刺激的但是安全。（意思是，网络这种虚拟体验，可以使体验既刺激又安全。）

托夫勒夫人补充说：我们两家的祖先都是农民，当时他们太忙了，忙于糊口养家或满足于生计，满足于存活，不考虑别的。马斯洛这个美国著名的心理学家也谈到了这种阶梯式的需求。直到不久前，在一部分人口中，他们其他的基本需求都已经得到满足了，他们才开始了有其他的附加的需求，就是说心理上得到一种满足，一种刺激，一种新鲜感，过去有这种需求的人只是很少很少一部分人，王公或权贵，实际上当时人只有那些权贵才有这样的一种条件，能够去探索这种需求，看它的边际，它的限制到底在什么地方。而平常人的生活根本就找不到这种多样化的、丰富多彩的一种生活经历。

有一点值得注意的，在此前一天的演讲中，托夫勒提到：

“1956年，美国首次服务业和信息业从业人员超过了‘蓝色的’工厂工人人数，这发生的一切意味着美国从制造业转向服务业，从服务业转向信息处理和信息交换，转向通信。这仅仅是以后一系列变革的开始。这一切最终导致了经济上的大幅增长，这种增长的机制直到今天也没有研究清楚。”对照他在1970年的产业划分，这里与“信息处理和信息交换”对应的，正是体验业的位置。

德国波恩大学经济博士、新加坡南洋理工大学商学院的唐方方在《信息商品是体验型商品》一文中，把信息业与体验业结合起来，有助于我们理解二者的对应关系：我们实际上已进入信息经济社会，信息商品相对于传统商品在行销上提出了新的策略要求。因为信息商品是体验型商品，消费者要体验后方知其价值，而一经体验后便不需要非花钱买下来不可。一方面消费者要先体验，一方面企业担心消费者不付费，最好的行销策略便是提供浏览尝试和建立品牌认定。

托夫勒夫妇始终在把我想问的“高峰体验”，说成是“刺激”。我本意是，制造业（产品经济）中，商人控制的制高点是质量和价格；推论体验业中，商人控制的赚钱制高点，是不是高峰体验（又称酷毙、帅呆——对应英文的 flow）。但他们没有正面回答。不过托夫勒肯定体验业的根据是自我实现，这也算我们从体验经济的原教旨倡导者那里，为大家讨回的一个重要的权威说法。

4. 体验的特质是什么

如果说，“生存——发展——自我实现”这个三段论，是产业革命演进的一般规律，那么体验的经济特质，体现在何处呢？这是我们求解体验经济原教旨的另一个重要方面。

1989年开始接触头盔式显示器和数据手套的迈克尔·海姆教

授在《从界面到网络空间》一书中，在理论和实践上表述了对虚拟现实的系统见解。在《虚拟实在的本质》一文中，海姆博士认为虚拟现实具有如下四种本质特性：①主动性/被动性；②操纵性/感受性；③从远距离出场；④对现实的强化。我觉得可以临时拿来当做分析体验特质的小框架。

首先，托夫勒夫妇对体验的主动性与被动性，有鲜明的看法

我问：现在在中国，很多人都参与到一些体验的活动之中，比如说看足球大家会激动地跑到街上去，玩游戏的孩子不管大人怎么约束他，他也拼命地玩，您觉得这些东西是代表着一种好的现象趋势，还是说这是不值得提倡的？

托夫勒夫妇你一句我一句地说：实际上你讲的这个冲上街头欢庆足球胜利，或者说孩子们玩游戏，这已经是全球的现象，不光中国有，世界各国都是这样，但是我们管它叫做一种被动行为，为什么是被动行为呢？因为他们都是看其他人的东西，像看足球，看其他人的东西，并不是他们主动参与。但是很有意思，这已经是成为一种象征的意义，也就是说民族主义的象征性的表现。两个星期以前我们在墨西哥（看足球），墨西哥最后战胜了洪都拉斯，冲进了世界杯最后的决赛圈，当时所有的人好像被粘到了电视上一样。现在我们一方面看到民族国家逐渐地消亡，逐渐地往下走；但是另一方面民族主义却是越来越上升。计算机里这种非常复杂的游戏，现在已经不是被动的了，已经在主动参与了。是好是坏呢？如果非要让我评论一下是好是坏的话，我觉得做计算机游戏利大于弊，属于一种学习的经历。但是这种被动的体验，对于足球来说，有时会变得很危险。

说实在的，我并不赞同这种看法。根据2000版（而非1970年版）体验经济的“正统”的说法，体验分为娱乐体验、教育体验、遁世（Escapist）体验、美学（Estheti）体验四类。其中娱

乐体验，就属于被动体验。大众娱乐是体验经济的一大门类，若说这一大门类体验“不好”，从产业经济角度看，是站不住的。这只能视为托夫勒的独特看法，因此我当时并没有与之深入理论。

其次，对体验的虚拟性，托夫勒有一个非常独特的看法，是从创新角度去解释体验

他主动说，我想谈谈艺术和游戏的问题。我觉得大多数的艺术是和日常生活中经常遇到的那些不同的体验，心理学家把它们叫做不需要试验的学习。比如说我读一本关于犯罪的小说，我就学会了作为一个犯人他是一个什么样的体验，但是我不见得非要变成一个罪犯才能体会到他是一种什么体会。所以我可以很平安地，不需要有任何麻烦地来试着体验一下这行的人是一种什么感觉。我觉得在游戏里面也同样如此，我觉得它也已经成为一种适应变化的工具，我们如果有了我们的体验，范围越广泛，越有各种不同的体验，那么我们对生活中出现的各种变化，我们就做好了准备，不会感到突然和吃惊，或者是意想不到的。

托夫勒在这里谈到一个我没想到的问题，就是体验的虚拟性与适应变革的关系。变革太快，如果不是以体验方式“试错”，而是以“事必躬亲”的方式去经历，“死”一次就难以翻身。而通过虚拟经历，可以增加对陌生环境的适应力。这是企业一种安全地提高“创造性毁灭”能力（也就是创新能力）的好途径。也就是说，体验是创新的需要。

第三，可以跨越时空进行

托夫勒夫妇关于这点谈了很多，我认为这是一般人都能理解的常识。

例如托夫勒夫人谈到：比如说我的女儿得了那种比较少见的病，我们大家可以互相寻找这样的人，让大家来分享同样的兴

趣，你得了病可以得到这方面的知识，让大家来分享。我们在我们的书里讲了很多关于时间和地点的问题，一般人实际上按照同样的地点找到自己的社会团体，在这里地点很重要。但在互联网，只要有时间，有共同的兴趣、共同的问题，即使你在这个地方，我在那个地方，我们还是可以在一个团体里。

第四，可以对现实进行强化

我问：您当时在《未来的冲击》中提出一个问题，但是没有解答。您认为：“我们这个时代本身存在的大问题之一，就是必须处理好间接和非间接性体验的比例。”“当间接体验的比重高于亲身体验时，人的感情在发展中会有什么变化呢？更快更多地增加间接性体验会促使感情成熟，还是会妨碍它的成熟呢？”就是间接和非间接体验的比例，面对面和非面对面那种，当这个间接体验的比重高于直接体验时，人的感情发展会发生什么变化，是好还是坏呢？您现在对这个问题怎么看？

我的看法是这样，我认为当宽带连接速度越来越快的时候，这种非面对面的交往会急剧增加，但是这里边有一个好处，可以使大家共鸣的或者是共同达到高潮的这种效果，可以（产业化地）“制造”出来，（意思是从而把用户满意的标准，从服务提高到体验）而过去只是自然而然发展，我觉得这是个好的方面。你是不是这么看呢？

托夫勒认为这是一个个人偏好不同的问题：不同的人有不同的需求，社会上有些人永远喜欢和大家在一起，面对面，休息就是想孤独，实际上美国有这样的一种人，他在街上一坐一二小时、三四小时，不闻人间烟火一样。托夫勒夫妇对此实际没有回应，这本是我特别想听一听他们见解的地方，可惜留下了一丝遗憾。给我的印象是，托夫勒对于体验效果中多元化的强调，要胜过对强化效果的强调。对间接体验的强化效果，达到高峰体验、

高潮等等，不是特别强调。而这些，正是好莱坞、任天堂等体验业的经验所在。

第五，对体验的个人性，托夫勒有非常的偏好

与众不同的是，托夫勒特别强调体验的个人性。他似乎对群体行为有一种天然的“偏见”。

托夫勒说：他们（顾客）作为个人，他们的行为方式，一到了群体里面，就发生变化了。比如你加入一伙儿人了，或者是进入足球队，打完比赛以后，你感觉到你不是单独一个人了，而有一种团体的感觉。但有很多例证已经表明了，或者是自发地，或者有人操纵，慢慢地，这个组织就会变得充满暴力性了。所以到那儿之后的这种群体，大家都很激动的时候，他们已经不再用脑子思考了，实际上他们用感情代替思考。

在这点上，我的看法与托夫勒是不一样的。我认为，群体体验与个体体验，是同样重要而有益的。当体验作为一个产业发展时，像足球、娱乐等活动，是不可能回避群体体验的。因此，我当面对托夫勒提出了异议。我对他说：我举一个反例，美国著名的社会学家罗伯特·普特南（Robert Putnam）曾经写过一本书叫《独自打保龄球：美国下降的社会资本》。本来打保龄球是一个群体活动，但是根据他的调查，美国独自打保龄球的人居多，说明人的交往水平在下降，社会资本在下降，从这个意义来说，应该说合群、共同体验是一件好的事情，比如说中国提倡卡拉 OK，大家在一起自娱自乐，这不也是很好的合群方式吗？托夫勒则回应说，他知道这本书，但不能肯定普特南的观点是否正确。

我感觉，托夫勒似乎把网络基础上形成的“社会资本”，混同于工业社会的集体主义了。我认为，如果不承认社会资本，就谈不上网络效应。那么，所强调的个人，就成了集体的一个单纯