

知识经济实用丛书

主编 黄野 刘明品

Web经济群落
人新商业类

海天出版社

序：Web 来了

· 黄 野 ·

Web 现象

Web 已经是一个独立王国。Web 更是一个超级王国。Web 是一个超越了国家、地区、民族、人种、文化、风习和人类全部历史的崭新王国。它依恃着它的高技术、多媒体通讯能力，构筑了一个极大规模的数字化世界，这是一个集文字、图片、声音和动画为一体的 Web 特别时空。

这个特定的世界，已经有了它的规则、律令和消费特征。它有它特殊的通行手段、货币、购买、销售和娱乐。它有最充分的知识信息和最充分的市场，以及最个人化的交互关系。它的全部陌生、新奇、有趣和有益，对世界上

几乎所有的国家和民族以及个人都构成吸引和好奇。而且它的全球性商业价值和前瞻性文化价值正与日俱增，波峰浪回，蔚然壮观。

总之，Web 这种既神秘又有趣的现代技术文明现象，已经和正在改变着我们的习惯和生活，它对我们的生活方式、生存方式和情感、道德，以及生命意味和精神性都构成极大的魅惑和欲使。它对我们的改变主要在：地球时空观；人类整合；信息化的人和社会；消费自由化等方面。

地球时空观

Web 的出现，它的那种虚拟性现实，极大地改变了世界人类的时空观。在人类的古代，各民族或土著依山傍水，结庐扎寨，足间只有百步之遥。人们仰观星象、俯察泥土，浑不知百步之外的世界。那时人没有“世界”的概念。随着人的欲念和争伐的展开，古人也开始有了较大的地域感。他们结邻为邦，立邦为国。不过，说是“国”，也其实只有巴掌大小。等人类这艘慢船，缓缓驶入它的农耕操作时期，才有了更大的邦国地域出现。

在人类漫长的封建化发展，人们开始有了接近科学的地域时空观。不过，各种文明仍以自己为中心，大我小天下。这样，东方有东方的中心，西方有西方的中心，甚至，滇西南一个夜郎国，也有它自己的中心。到 1405 年，中国皇帝派遣宦官远涉重洋，千里海寻，尽管大开眼界，

也仍未发现中国之外的天空。坐镇中国的皇帝，只是以他为圆心，将他的皇恩浩荡到更远的地方去罢了。直到哥伦布横渡大洋成功，人类才有了近代地域时空观。这是人类地理的近代大发现。但是，人们的交通和通讯仍以舟船车马为手段，且大都是口口相传的直接性通讯，书信这种间接性通讯还不普及。连皇帝的谕令传之边陲，也待遥遥数旬。直到工业革命出现，机械的进步和它的速度，减小了地理时空的相对距离。而殖民扩张和世界大战更把这种距离缩短了。不仅相对距离缩短了，心理距离更短了。更快捷的交通工具和无线通讯使人们对地域天空有了接近的地球时空感。不过，各国仍划界为邻，筑垒分隔。国家、民族、地区不同。

而当 Web 出现后，情况就大为改观了。Web 所操着的赶超光速的全新电子信息手段，以及它的多媒体实时效应，一下子将浩瀚幽深的地球距离取消了，瞬间反应，将距离上传统的遥远概念，剔除出了自己的辞典。地球，一下子变小了，犹如掌中珍玩。过去，仰天看星河的人类，此时仿佛垂眸观日月了。在 Web 的网络中，人类一致了，交往直接了，几乎一切都可以瞬间化了。Web 的这种改变，使人类有了一种全新的时空观，即地球时空观。现在的人类，不仅可以在小地球上往返穿梭，同时更可以以地球为依托，而着眼于宇宙太空，宇宙时空观成了人类的又

一种奢望。而且地球时空观的形成，正是宇宙时空观的前提和铺垫。回看人类的时空观，大致可以分为地域时空观、地球时空观和宇宙时空观。而在人类由地域时空观（或方位时空观）向地球时空观迈进时，Web 显示出了造物主一般的力量和功用。

人类整合

夸大 Web 对人类的整合有溢美之嫌。实际上，在人类的整体现代化过程中，人类大融合由来已久，渊源可以延伸到很古远的时代。甚至这种极度现代化的信息手段本身就是人类热衷融合的结果。不过，这种信息手段反过来使人类有了更方便更快捷的一体化之可能。不，就是一种现实。Web 所带来的情状正是如此。

Web 的巨大技术能力，极大地减小了人类整合的其它人为阻力。在 Web 上，不同政治制度和意识形态以及价值观的人们都可以自由往来。不同的民族和人种、文化和历史都竞相自开而他化。在商业主义和高技术的氛围里，人们陌生而友好地服务和被服务。在这个超级王国里，国界消失了，制度不重要了，文化隔膜和民族、人种隔膜也不重要了，人们在一种技术文明的新鲜里步向整一。人类创造的整体财富和时下文明也被共同分享了。人类的这种高度整合，将使现有的世界秩序变得陈旧，国家或政府必须适应这种变化而调整自己，以便在新的世界格局中重新找

到自己的位置。

信息化的人和社会

把 Web 比作一座信息的海洋，都远不能形容它的阔大和浩瀚，以及信息社会的灵魂和根本。在这种大人类，小地球的高度信息社会里，一切都彻底信息化了。这无论从个人的工作、学习和生活来看，还是从社会的生产、销售、娱乐和消费来看，以及从大社会环境和社会机构及设施来看，都无一例外地被信息消溶了，并且它们正是社会信息化的直接结果。浩瀚和爆炸，繁复和玄微的各种信息充满了社会空间的每一个毛孔，无论创造价值和使用权价值，无论是消费生命还是培育生命，总之，一切的一切，都在这种结构化和本质化了的文明境遇中铸就。这既是人类文明高度发达的结果，也是人类文明一个可怕的顽症。

对这种信息化的个人和信息化了的社会，人的主体性存在已完全被改观，其程度远甚于工业文明的简单机械力对人的作用，复杂而又未可穷估的高技术手段和力量对人类的改造谁也难以判定。农业文明时代那种宁静的田园诗意和内心的单纯早随机器的噪音消失了，而随着知识信息对人的全然蚕食，人仅剩的一点干树枝似的主体存在也不翼而飞了。被信息和知识操纵着和堵塞着的个体，将会增多更大的机械性和非人情性。在广泛使用信息为人类造福的同时，一个致命的癌灶也早已形成：到底是人使用信

息，还是信息使用人？在信息的海洋中，早淹没了人的主体性；在信息的病灶里，早生成了失去主体性的信息化的人。这对人是一个根本性的问题。人们在充分享受知识信息，为自己捞取名欲、铜板和消闲时，不能不正视这种完全的信息社会的副影响。尤其在现代高信息技术和手段形成的虚拟时空中，人更容易陷入傀儡和皮影的陷阱。也许我们危言耸听，或过早地考虑了以后的事情。

消费自由化

由于 Web 的巨大技术能力，全球性的贸易壁垒在理论和部分现实上被突破了。自由贸易的民主理想，将全然在人类实现。这是 Web 对人类共享资源和文明的一个杰出贡献。在 Web 上，由于更快捷的供求交互联系，生产销售方和购买方形成了一种更直接和更特殊的微型个别关系，这使工业化早期的简单批量生产变成更有特殊要求的个别生产和服务。在 Web 这个充分市场的充分选择中，消费者成为推动生产的更直接和更根本的力量和因素。这种特殊的微观生产和微观消费正是 Web 生产和消费的主要特征。消费的高度自由化，从根本上推动了生产的自由化，而知识信息的无限大又保证了这种产品自由化的多种可能。可以说，消费自由化是自由贸易的最高层面。一切物品，包括人，有形的，无形的，粗廉的，精纯的，等等，如果不在交换中使用，便没有价值。消费实现价值，消费使用

价值，消费就是市场终极价值。因此，消费自由化将最大限度地促进技术文明和技术进步，这也是知识经济的不二归宿。

天体动物或宇宙时空观

应该说，Web 的出现，标志着信息产业和信息时代的真正到来，但由此而生成的信息时代，并非是一种结束，而恰恰只是一种文明形态的开始或过渡。当人类由于 Web 的到来而改变了地域时空观（方位时空观），方有地球时空观后，知识经济和信息时代的人类操作，会导向以地球为依托的宇宙时空观。这种信息能力和手段正是人们开发外部星空、外星移民，由地球动物变为天体动物的基本条件。但是到目前为止，作为一个普通人，我们还没有能力感知到或获知个人在浩渺宇宙中的可能生活。诸如：在失重情况下的行走坐卧，饥渴饮食；独对沧海，面对无穷大时，人是否会放弃占有；可否超越生死；人的潜能是否别样生发；艺术表演和创造还有否意义？谁是我们的母亲？太空有没有朋友？在星群间潜行，人会不会失去想象？结伴的人，他（她）有什么愿望？等等。但这些离地球很远，离现在的人很远。回到现实时空，回到地球生命，爬行的动物已使地球拥挤不堪。对地球而言，人类的信息空间已经很小；但对宇宙而言，人类的信息空间还很巨大。虽然现在人们对它还很无欲和无知。对于未来的人们，他

们却必须做好这些事情。他们要充分地利用他们手中的技术文明手段，以完成这个达成宇宙时空观的彻底幻想。这有可能是一个神话，这的确是一个神话。

对于神话，人们所能说的总是只能太少。但是有一点我们却可以告诉你：

Web 来了。

但愿你知道了。

但愿 Web 是一个划时代文明的新起点。但愿人类能乘着这架技术之舟到达一种新生活，而只把地球上技术对人的主体性操作留给地球和技术本身。足够大的宇宙太空，应该能够给人类重新注入想象、激情和创造，以及其它许多未知的事物和感受。善哉！造化 and 生命。

1998 年 10 月于中国深圳

引 言

1. Web 意味着什么？

Web 来了。

依恃着它的高技术能力，在我们的现实世界中，它以不可思议的速度，迅捷地建立起了它的王国。这是一个极大规模的数字化王国。这个王国极富想象地将文字、图片、声音和动画高度地组合起来，形成了一个五彩斑斓的虚拟时空。无论从它的象征意义，还是从它的未来意义来看，这个王国的份量都足以使我们眼下的世界生怯。虽然，它并不是为了恐吓我们而来。相反，这个新的创造群落、新的消费群落，必将引导着我们人类生活的未来。在

这种意义上来说，人类的未来存在，必将是一种高度数字化了的存在。用知识经济为特征的技术文明来恐吓我们，并不过份夸张。

时下，我们的地球人类，仍然参差不齐地生活在他们自己的 20 世纪末。文明以不同的样态在地球的不同国家和地区自行主张，或者高度工业化，或者仍以农业为主，或者仍低于农业文明的水准。但是不管怎么说，一种高技术的 Web 经济却已在全球范围的先进技术区域和行业发展起来了，并且正以暴风骤雨般的迅猛激增着。它源于高度发达的后工业化国家，但也在不可逆转地向发展中国家和落后国家射击。

一个更大的数字网络化世界正在强劲地改变着我们的生活。

如此耀眼夺目的 Web 现象，当然被人们注意到了。很多人和公司便被盲目地卷入了这个巨大的 Web 旋涡。遗憾的是，这些人或公司并没有从 Web 那里捞到什么好处，相反，他们把数以百万、千万计的美元扔进了水里。Web 让他们沮丧。而另有一些人，他们无视 Web 现象的存在，他们在闭着眼睛走老路。可是同样遗憾的是，Web 难以言述的魅力，正在将他们常规的生意和客户抢走，他们在和 Web 天壤之别的能力竞争中必败无疑。那么，亲近或疏远 Web 都会失败吗？那倒不是。而是 Web 作为一种新的生存

现象、经济现象，它有着它自己的规律和法则，你只有理解了它，掌握了它，你才能够如驭猛虎，四面生威。

首先，Web 作为一种经济现象，买和卖，生产和销售，它和传统经济生产完全不同。传统的经济生产建立在市场的供求关系基础上，这种需求主要是简单物品的需求，诸如衣服、食品、住房和交通等等。而对这种需求的生产，主要是物质性的资源生产，有限的物质资源和人类的无限增长需求，构成了一种无法更改的致命矛盾。尤其是人类生育的疯长，更对有限资源构成了一种根本的威胁。英国经济学家马尔萨斯（Malthus, Thomas Robert）首先道出了这种悲观的看法。因此，有人把资源匮乏当作了人类未来悲观的症结。

但是，Web 经济与传统经济大相径庭。这种建立在智能性知识、信息基础上的知识经济，它的源泉无限丰富，只要人类存在，它的智能也就不可能干涸。而只要是有价值的知识经济、信息和技能，人们就永远需要它。而且它能够不断地重复使用，具有完全的共享性和价值不变性。在使用手段上，它也十分简单，只需要简单的复制和连接。如此来看，智能资源不存在有限性问题，跟它相比，倒是人的需求会显得有限。因此，知识经济，在它的宏博渊深的信息产品面前，人往往显得手足无措，以至无法承载。而对生产这些产品的生产者来说，只要能引起人们的

兴趣和热爱，它的产品就会不无去处。因此，Web 经济的竞争，主要是致力于抓住人们的这种感觉上。赢得了人们的注意，也就赢得了一切。

可是赢得人们的注意并非那样容易。姑且不论人们的兴趣和爱好五花八门，就是在那光怪陆离的信息爆炸中显示出自己也委实不易，这对 Web 产品的质量和使用，都提出了严峻的问题，而且怎样进入 Web 网络和使用 Web 手段，也是一个崭新的话题，谁解决了这些问题，谁就优先进入未来。

其次，要进入 Web 经济，必须对它的四种基本成员有所了解。

其一是 Web 消费者。在 Web 这个庞大的数字化虚拟时空里，全世界已经有数千万的固定成员，他们为超国界和人种的直面快感和低廉的知识、经济、娱乐，快捷的各类服务、繁花盛开的各种信息，以及艺术、小说和音乐，而厮混在 Web 网络上。Web 是这群最先掌握了知识经济手段的新类群的全新生存空间，他们决定着 Web 信息产品的最后买卖权。使用 Web 的特点之一，便是在极短的时间里进行各种抉择，而只要鼠标轻轻一击，便会改变一个天大的交易。因此，如果想要在极短的时间里达成交易，那便需要给他们提供最好、最便宜和最便捷的服务渠道，以及最好、最便宜的产品和服务。这是智能性产品的竞争焦点。

其二是 Web 内容制造商。这些内容制造商主要是各类大型出版公司、电视网、电影厂、以及其它商业性新闻机构，他们通过不断地向那些访问站点客提供最新的 Web 页面，供给他们各种信息和娱乐。这些大的机构和公司，正在控制着 Web 的地面。并且他们正在试图确立自己的名牌形象，以便更有效地在 Web 网络上揩油。

其三是 Web 销售商。形形色色的产品公司涌上 Web 网络，他们的商业投机和敏感使他们看好这片宝地。在 Web 上大作广告及销售的产品有：饮料、食品、汽车、房屋等，以及其它大量信息和服务。由于对 Web 还不太熟悉，有些公司仍把 Web 当作传统的商业市场，因而他们仍然使用着传统的、单向的宣传和买卖手段，这导致他们不能成功地使用和利用 Web 市场。只有那些头脑敏捷，跟上了 Web 脉搏的人和公司，他们才会在 Web 网络上得心应手，成为 Web 领域的成功者。

其四是基础设施公司。基础设施公司顾名思义，它们为 Web 网络提供各类硬件设备和软件。计算机公司出售 Web 服务器，软件公司销售 Web 浏览器程序和创建 Web 站点的工具软件。在这些基础设施制造和销售竞争中，Internet 访问提供商、Web 搜索引擎开发商，甚至广告商、各类咨询公司，都卷入了人类世界这场空前规模，而且还会愈来愈大的数字化淘金热潮中。

Web 的确构成了一种全新而奇怪的商业现象。在空间上，它依靠 Web 网络的技术手段，完全打破了国家和地区的界限，甚至连无所不能的政府机关，都对它控制无能，既喜爱，又困窘。在对产品的信息占有上，Web 手段使买卖者对信息有了最广泛的占有、充分的选择市场，只有 Web 能够做到。在上述两个意义上，Web 经济的出现，使人类完全达到了自由市场经济的可能和现实。这即令在以自由市场经济相标榜的西方民主制度国家也概莫例外。Web 经济的这种市场充分和完全“分子”化的直接购买，正是未来经济和知识经济的最大优点之一。Web 经济网络不仅有它的市场充分性和自由度，在它的仍还短暂的历史中，它甚至已经创造出了它自己的货币和支付系统。在传统的经济中，国家政府通过对货币价值的松紧程度来控制资源供求关系。在 Web 网络上，这种垄断手段被网上的成千上万家各类公司取代了。比如，航空公司发给乘客的乘机客户点就和汽车公司发给客户的货币点有所不同，它们的价值含量也有所不同。但是，严格地说来，Web 货币并不是一种真正意义上的国家铸造货币，它不能在普通市场上作为一般等价物，准确地说，它只是 Web 网络上的一种支付手段，只具有准货币的价值。但无论怎么说，Web 经济现象已经在人类生活中诞生，并且已经形成了它自己的特有经济规模、法则和消费特征，它对人类眼下和未来生

活的影响应当是巨大的和不可低估的。

2. Web 的诞生

Web 似乎没有经过什么酝酿阶段，一下子在 20 世纪 90 年代中叶出现了，人类的注意力一下子被它紧紧地抓住，这种高度的兴趣和喜爱，除去科学家和有猎奇癖好者，连政府官僚和普通百姓也不能例外。各种媒体的报道，更把它渲染到了改革一个时代经济的革命者的地位上。Web 的确来得太突然，太迅猛了。不过，它还是有它的来历，有它形成的历史和关键人物。那些富于幻想的人们，早就在憧憬着像全球网（World Wide Web）这样的知识产权人类共享的美梦。

1945 年，当美国轰炸机正准备以蘑菇云状态结束第二次世界大战时，麻省理工学院的副校长、电气工程师布什（Vannevar Bush）先生却已经在草拟涵盖所有人类知识的全球网宏想。此前，布什先生受命于罗斯福（Franklin D. Roosevelt）总统，忙于将现代科学成就应用于现代战争之中。布什先生领导着献身于反法西斯战争的 6000 名科学家。

1945 年，纳粹德国投降了，日本天皇也即将宣布投降，人类历史上异常惨烈的第二次世界大战即将结束。在

人类还没有从战争的苦难中脱身时，布什先生已将他的注意力和兴趣从战争的风烟中转身退出，投注于营建全球知识信息共享的事业上来。该年，他在《大西洋月刊》上发表了一篇题为《我们的思维方法》一文，他说：“……我们能够运用某些手段，如果我们进行适当地开发，就能使人们得到并拥有所有的时代遗留下来的知识。”

他跟着探究了信息过剩的问题，并进而提出为人类寻找控制所有这些信息的工具的设想。他不满足于“人类经验的积累正以惊人的速度进行着”，“但是我们用来从大量迷宫一样的信息中筛选重要信息的方法与在横帆船时代使用的方法是完全一样的”这种现状。

在布什先生公开这些想法时，计算机已经发明了出来，不过它的体积很大很笨重。有一个仓库那么大，而且它的功能还抵不上现今的便携计算器。但在当时，已是一个划时代的进步了。布什先生更在它的基础上朝前迈进了一步，他幻想营造一种能够连接相关文本和图片的信息轨道。这些轨道可以被储存并用于以后的检索。布什先生相信这种组织和收集信息的方法与人脑的思维方式是相近的，总是将一种观念和另一种观念彼此连接起来。他把他拟想的这种易于使用、易于查找的个人知识库命名为“Memex”。

可惜布什先生并未能造就这种命名为“Memex”的知