



商品差异化与 社会福利增进

许崴 李曼 著

COMMODITY DIFFERENTIATION AND
SOCIAL WELFARE IMPROVEMENT

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

本书获广东省哲学与社会科学“十三五”规划后续资助项目资助

商品差异化与 社会福利增进

许 巍 李 曼 著

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

商品差异化与社会福利增进/许崴, 李曼著. —北京:
经济科学出版社, 2017. 8

ISBN 978 - 7 - 5141 - 8390 - 0

I. ①商… II. ①许…②李… III. ①商品 - 差异性 -
研究②社会福利 - 研究 IV. ①F76②C913. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 214007 号

责任编辑: 于海汛 刘 悦

责任校对: 徐领柱

版式设计: 齐 杰

责任印制: 潘泽新

商品差异化与社会福利增进

许 崴 李 曼 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京密兴印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 13.25 印张 190000 字

2017 年 12 月第 1 版 2017 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 8390 - 0 定价: 36.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

序

在人类社会发展的相当长的时期内，经济增长是社会福利增进的助推器。当经济增长到一定阶段，人均占有和消费的物质财富达到相当规模，一方面，边际效用递减规律的作用加强，经济增长对于社会福利增进的推动作用减弱；另一方面，经济增长所衍生的外部不经济性凸现，人们的生活日益严重地受到环境污染、能源短缺、精神空虚等问题的困扰，以致效用满足程度降低，社会福利水平下降，经济增长对社会福利增进的正面作用部分甚至全部被其外部不经济造成的负面影响抵消。鉴于此，既从经济增长的视角去探寻与发掘社会福利增进的源泉与途径，也从新的更广阔的视角去探寻与发掘社会福利增进的源泉与途径，无疑是正确、明智的选择。

本书研究期间，世界经济经历了金融风暴并缓慢复苏的过程。房地产价格大幅下跌引发了金融体系债务危机，社会财富严重缩水抑制了消费者的收入预期与消费热情，发达国家消费与投资双双下降，依靠出口导向的发展中国家失去经济增长推力，金融风暴短短数月便横扫全球。这次金融风暴的来袭，暴露了人

类经济社会的脆弱，凸显了房地产、银行存款、股票、期货等财富保有形式转瞬即逝的可能，告诫人们以自然资源的过度消耗换来的经济快速增长并非长久之计，昭示人类社会可持续发展目标由经济总量增长转变为社会福利增进已是当务之急。

无论是马克思主义政治经济学还是西方经济学，对商品经济形态的研究，均以对商品的高度抽象为前提。这一抽象对理论研究而言无疑是必需的，但也要看到，正是这一抽象，使人们忽略了商品千姿万态的个性化存在和商品从单一形态到差异化形态发展过程中所蕴含的巨大福利效益。

作者从迈克尔·波特的差异化竞争战略理论中引申出商品差异化能够提升社会福利水平这一经济学命题，尝试厘清商品差异化、服务业发展与社会福利增进三者的内在联系，进而建立起以商品差异化为途径、以服务业发展为保障、以社会福利增进为目标的研究框架，并得出“当人均国民收入达到一定水平，差异化商品种类的丰富及其与消费需求匹配结构的优化，将成为推动社会福利持续增进的首要力量”的结论。作者在本书中提出并重点阐述了以下具有一定创新性或启发性的理论观点：

第一，商品效用二分性观点。西方经济学将效用作为衡量商品价值的尺度，马克思主义经济学将使用价值视作商品的重要属性，两者均认同商品能够使消费者的需求与欲望获得满足，但对商品差异性与消费者个性偏好的匹配程度给予效用满足程度的影响却未作深入剖析。作者将商品的效用区分为满足普遍性、共性需要的一般性效用和满足个性、差异性需要的差异化效用；辨析消费者对商品两种效用的不同需求规律；分别消费者对差异性商品不存在偏好、存在偏好等

情形，阐明差异性商品需求量变动与其价格变动关系的特性，从而为系统论证商品差异化对社会福利增进的贡献奠定了基础。

第二，从差异性商品消费、生产、交换等多个角度，论证了商品差异化的社会福利增进效应。作者指出：商品差异化，通过弱化边际效用递减规律，丰富消费者的选择行为，激发消费者新的欲望与想象，可使社会获得消费性福利增进效应；商品差异化，通过促进专业化分工提高劳动生产率，推动产业聚集，提高全要素生产率，可使社会获得生产性福利增进效应；差异性商品交换，无论在信息对称还是非对称条件下，均符合帕累托改进，均可使社会获得交换性福利增进效应。

第三，引入迪克西特—斯蒂格利茨模型，从两个不同的侧面论证了差异性商品消费水平与人均国民收入水平的关系。作者指出：一方面，差异性商品消费水平的提高受制于人均国民收入的增长；另一方面，伴随商品差异化种数增加，差异性商品综合价格趋向下降，表明消费者的差异性商品消费水平的提高不完全依赖于人均国民收入的增长，即便人均国民收入保持相对稳定，由差异性商品种数增加所导致的综合价格指数降低也可增进消费者的福利。该推导结论，与维恩霍文和蒂莫曼斯（Veenhoven & Timmermans）1998年得出的“当一国的人均收入高于5000美元后，人们的快乐程度与收入之间已无明显正相关关系”的实证结论具有一致性。

第四，对商品差异化的负面影响进行了剖析。作者指出：商品差异化在为社会福利增进提供巨大推动力的同时，会引致研发成本、营销成本、附加服务成本、交易成本、学习成本、规模不经济机会成本上升。换言之，消费者要为获得差异性商

品消费福利支付代价。

第五，阐述了服务圈理论。作者阐述了服务圈理论，并基于这一理论，运用实证等方法，阐明了服务业发展对提高生产要素产出效率、优化生产要素配置结构、改善国民收入分配结构、降低交易成本与运营成本水平等作用，指出服务业发展具有抑制、弱化商品差异化的负面影响，直接或间接增进社会福利的强大功能。

第六，提出“最适差异化空间”范畴。作者论证了现实经济环境下商品差异化的边界问题，并通过经济学分析对“实施差异化战略的厂商可能获得长期超额利润”这一管理学命题的依据及实现条件进行了探讨。

此外，作者还分别就商品差异化战略实施相关的策略与政策、大数据时代的差异化发展战略与规模经济的相容性等问题进行了研究。第7章，通过对商品差异化与零配件标准化关系的论述，阐明实现差异化商品生产规模优化的途径；通过对实质性差异化与形式性差异化、显性差异化与隐性差异化、长期性差异化与短期性差异化、高附加值差异化与低附加值差异化、低端差异化与高端差异化的剖析，阐明增加商品差异化有效供给的道路；通过对商品差异化战略实施的宏观环境的分析，阐明区域差异化战略的设计思路与科学架构。第8章，基于对正在以澎湃之势席卷而来的“智能制造”的分析，从消费领域、生产领域、流通领域、售后服务领域，对大数据时代商品差异化发展的可能性空间进行了多视角的展望，对大数据时代差异化战略与规模经济战略二者统一的根据进行了大胆的探索。

人类追求福利增进的道路是繁复而无止境的，人们有关商品差异化与社会福利增进关系的探究也是多元且极其丰富的。

我为作者所进行的富有开拓性的相关研究感到欣慰，同时也希望更多的经济学界、管理学界的朋友关注这一研究领域，期待着更多的高水平研究成果面世。

钟朋荣
2017年6月

目 录

Contents

第1章 绪论 / 1

- 1.1 研究背景 / 1
- 1.2 主要研究内容 / 4
- 1.3 研究基本思路 / 6
- 1.4 主要研究方法 / 7
- 1.5 研究创新点 / 7

第2章 社会福利增进理论综述 / 9

- 2.1 社会福利增进与人类社会发展的目标选择 / 9
- 2.2 社会福利增进理论的发展轨迹与演变 / 13
- 2.3 相关学科对社会福利增进理论的贡献 / 21
- 2.4 商品差异化为社会福利增进另辟蹊径 / 29

第3章 商品效用二分性与差异性商品需求特性 / 34

- 3.1 商品消费效用的二分性 / 34
- 3.2 差异性商品的无差异曲线及其特点 / 39

第4章 差异化商品市场特性与“最适差异化空间” / 54

- 4.1 商品差异化供应链构成及市场环境分析 / 54
- 4.2 张伯伦垄断竞争理论与差异化商品市场特性 / 57

4.3 “最适差异化空间”与稳定的超额利润 / 67

第5章 差异化商品消费、生产、交换与社会福利增进 / 77

5.1 差异化商品消费与社会福利增进 / 77

5.2 差异化商品生产与社会福利增进 / 82

5.3 差异化商品交换与社会福利增进 / 92

5.4 商品差异化成本及其构成 / 99

第6章 服务业、差异化与社会福利增进 / 110

6.1 服务业的内涵与分类 / 110

6.2 服务业、差异化与社会福利增进方式 / 119

6.3 服务业差异化博弈模式选择 / 128

第7章 差异化战略实施中的若干问题 / 133

7.1 差异化与标准化 / 133

7.2 要素禀赋特征与差异化商品供应链跨国分布 / 139

7.3 差异化战略的正确实施与商品差异化的有效供给 / 143

7.4 商品的差异化与政府的宏观管理 / 150

第8章 大数据时代的商品差异化与规模经济 / 157

8.1 大数据时代与第四次工业革命 / 157

8.2 大数据时代与商品差异化 / 162

8.3 大数据时代与规模经济 / 167

第9章 经济观念变革与企业战略调整 / 177

9.1 应对大数据时代经济观念的变革 / 177

9.2 应对大数据时代企业战略的调整 / 183

参考文献 / 188

后记 / 199

1.1 研究背景

纵观人类数万年文明史，亦是人类生产力水平不断提高，物质产品生产规模不断扩大，物质产品消费数量不断膨胀的过程。伴随这一过程的推进，以下两大问题日趋尖锐。其一，作为物质生产要素的不可再生的自然资源日益枯竭，使人类物质财富的增长受到极大限制。其二，人类创造物质财富的目的原本是为了生活质量更高，但事与愿违，人们吸入的空气越来越肮脏，饮用的水越来越浑浊，所处的生态环境越来越恶劣。国外越来越多的福利经济学家和其他派别的学者，对经济增长的目的性与前景充满困惑，纷纷提出质疑，并努力探寻解困的良方。其研究方向与成果可大致归为三个方面。

第一，有关经济增长极限的研究，指出人类社会的经济增长存在极限。1931年，霍特林（H. Hotelling）在《可耗竭资源经济学》一书中提出了资源耗竭理论，被认为是资源环境经济学的开山鼻祖。1972年，丹尼斯·梅多斯（Dennis L. Meadows）等学者推出的《增长的极限》这一令世人瞩目的巨著，指出约束经济增长的有人口增长、粮食供应、资本投资、环境污染和能源消耗五大因素。此后，查尔斯·豪（Charles W. Howe）的《自然资源经济学》、艾伦·兰德尔（Alan Randall）的《资源经济学》等在资源环境经济学发展史上具有里程碑意义的著作相

继问世，推动着受制于资源与环境的经济增长模式的研究不断深入。2009年12月，哥本哈根气候大会的召开，再次激起学界讨论人类经济增长极限与道路的热潮，“低碳经济”成为风靡全球的话题。

第二，有关经济增长与社会福利增进关系的研究，指出经济增长与社会福利增进并非完全正相关。1992年，英国理查德·杜思韦特（Richard Douthwaite）著述的《增长的困惑》，汇集十余年对多国经济的数据调查与求证，结合严谨缜密的分析，告知全人类“经济增长带来的非但不是幸福和快乐，而是沉重的困苦”。1993年，维恩霍文（Veenhoven）通过对部分国家人均收入与快乐程度相关性研究发现，美国的人均实际收入在20世纪40年代至20世纪90年代增长逾150%，日本第二次世界大战后人均实际收入增幅更大，但两国国民的快乐指数却几乎没有变化。维恩霍文和蒂莫曼斯（Veenhoven & Timmermans）1998年明确指出：当一国的人均收入高于5000美元后，人们的快乐程度与收入之间已无明显正相关关系。

第三，有关经济增长与社会福利增进趋势的研究，指出经济增长存在极限，社会福利却可能持续增进。自18世纪边沁第一次提出“最大多数人的最大幸福”的功利主义哲学思想，众多经济学家便纷纷投身于增进社会福利道路的探索。1920年，庇古完成《福利经济学》，指出一个人的福利寓于他自己的满足之中，这种满足可因对财物的占有而产生，也可因知识、情感、欲望等而产生，全部福利则应该是这些满足的总和。1938年由伯格森提出，后经萨缪尔森倡导的社会福利函数，虽无法克服“阿罗不可能定理”障碍，却将消费、分配、劳动、资本等更多影响福利水平的因素囊括进来。其后，华人经济学家黄友光从经济增长、婚姻、信仰、受教育程度、就业等方面探究人类快乐的源泉；诺贝尔经济学奖获得者阿马蒂亚·森则从个人权利、自由、平等、正义等方面探究增进社会福利的制度因素。经由诸多学者的努力，有关社会福利增进源泉的研究已经突破经济增长和国民收入增加思维定式的局限，向多元化方向拓展开来。

我国虽已成为世界第二大经济体，却由于人口规模巨大，人均GDP

仅为8016美元(国家统计局,2016年1月)。根据维恩霍文和蒂莫曼斯的研究,虽然现阶段我国福利水平与国民收入增长仍呈正相关关系,但由于自然资源的日渐匮乏与生态环境的日益恶化,经济增长对社会福利增进的推动作用趋于弱化。我国正处于转变经济发展方式,从追求经济高速增长目标转向追求社会福利可持续增进目标的关键时刻。党的十七大报告首次将“转变经济增长方式”的提法调整为“转变经济发展方式”的提法,意味着我国的最高领导层已经清醒地认识到片面强调经济增长的局限性。该报告所提出的全面建设小康社会战略目标,深刻体现了经济发展必须有益于改善民生,经济增长应服务于社会福利增进的指导思想。党的十八大所确立的“2020年实现全面建成小康社会的宏伟目标”,党的十八届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十三个五年规划的建议》中所提出的“创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念”,均表明在习近平总书记为核心的党中央的带领下,我国已经实质性地迈开了从追求经济高速增长转向追求社会福利可持续增进的坚实步伐。

迄今为止,我国学者有关社会福利增进的研究集中在以下五个方面:其一,如何通过治理区域经济发展失衡,提升经济落后地区人均收入水平(陈映,2005);其二,如何通过解决“三农”问题,提升广大农民群众的生活水平(韩长赋,2002);其三,如何通过产业结构调整 and 升级改造,提升技术落后产业职工的工资水平(张红奎,2006);其四,如何通过财政转移性支付及完善社会保障制度,改善低收入人群的生活条件(林伯强,2003);其五,如何通过节能、减排、环保,改善人们赖以生存的自然生态环境(刘国光,1991)。

以上方面的研究,重在解决经济高速增长过程中凸显的矛盾与问题,对从根本上探明社会福利可持续增进道路的问题则较少触及。在笔者看来,增进社会福利,并非一味地增加物质与精神产品的数量,而是要通过差异化战略的推行,创造和生产更多的能够满足消费者多样化、个性化需求的产品,优化消费结构,提升单位产品的消费效用,从而使社会能够从等量的要素资源耗费中获得更大的效用与福利。

1.2 主要研究内容

无论是马克思主义政治经济学还是西方经济学,对商品经济形态的研究,均以对商品的高度抽象为前提。这一抽象对理论研究而言无疑是必需的。但也要看到,正是这一抽象,使人们忽略了商品千姿万态的个性化存在和商品从单一形态到差异化形态发展过程中所蕴含的巨大福利效益。本书试图将迈克尔·波特的差异化战略思想引入社会福利增进的经济学研究框架,论证当人均国民收入达到一定阶段,差异化商品种类的丰富及其与消费需求匹配结构的优化,将成为推动社会福利持续增进的首要力量。本书正文由七部分内容构成。

第一部分,社会福利增进理论研究的发展历程与启示。该部分基于对社会福利学以人为本的价值观基础的剖析,综述旧福利经济学、新福利经济学及现代福利经济学的发展历程,揭示心理学、行为经济学、外部性理论、现代产权理论、环境经济学、二元经济理论、核心竞争优势理论等对社会福利增进研究的贡献与启示。

第二部分,商品效用二分性和差异性商品需求及其市场特性。该部分基于区分商品所具有的满足大众消费者的一般性效用与满足少数消费者个性化需求的差异性效用,辨析消费者对商品两种效用的不同需求规律;分别消费者对差异性商品不存在偏好、存在偏好但程度不同等情形,阐明差异性商品需求量与其价格变动关系的特性;基于对差异化商品市场特性和张伯伦垄断竞争理论局限性的分析,提出“最适差异化空间”范畴,并通过数学模型的构建对差异化商品生产厂商获得长期超额利润的可能性及其条件进行探讨。

第三部分,差异化商品消费、生产、交换与社会福利增进。该部分通过对商品差异化可弱化边际效用递减规律、可丰富消费者的选择行为、可激发消费者新的欲望与想象等作用的论证,阐明差异化商品消费的福利效应;通过对商品差异化与要素利用率、劳动生产率、全要素生产率关系的剖析,阐明差异化商品生产的福利效应;通过对信息对称和

非对称条件下的差异化商品交换可实现帕累托改进的论证,阐明差异化商品交换的福利效应;通过对商品差异化的研发成本、营销成本、附加服务成本、交易成本、学习成本与机会成本的系统分析,阐明通过商品差异化增进社会福利所需支付的代价。

第四部分,现代服务业发展与社会福利增进。该部分创造性地提出服务圈理论,在依据该理论对服务业进行科学分类、功能定位和阐明服务业发展与商品差异化关系的基础上,运用实证等方法就服务业发展与生产要素产出效率提高、服务业发展与生产要素配置结构优化、服务业发展与国民收入分配结构改善、服务业发展与交易成本及运营成本节约等关系进行探讨,阐明服务业发展对社会福利增进的巨大作用。借助服务商目标客户群体的交叉程度、服务商与目标客户群体信息对称程度两大指标,阐明服务商之间进行差异化博弈模式的选择问题。

第五部分,商品差异化战略的实施与社会福利增进。该部分通过对商品差异化与零配件标准化关系的论述,试图阐明在现实的条件下优化差异化商品生产规模的途径;通过对实质性差异化与形式性差异化、显性差异化与隐性差异化、长期性差异化与短期性差异化、高附加值差异化与低附加值差异化、低端差异化与高端差异化等关系的论述,试图阐明增加商品差异化有效供给的道路;通过对商品差异化战略实施的宏观环境的论述,试图阐明区域差异化战略的设计思路与科学架构。

第六部分,大数据时代的商品差异化与规模经济。该部分基于对第四次工业革命的主导性成果——智能制造,亦即生产方式智能化、设备智能化、能源管理智能化与供应链管理智能化的阐述,从商品需求的个性化挖掘、应对商品差异化需求的个性化定制、适应商品差异化需求的个性化流通、满足商品差异化需求的个性化售后服务等四个环节,对正在开启的大数据时代的商品差异化发展前景进行展望;从信息数据的创新规模经济效应、智能规模经济效应、平台规模经济效应、信用规模经济效应、组织规模经济效应等五个维度,对迅速到来的大数据时代的商品差异化与规模经济的相容性进行分析,并探索性地对规模报酬规律予以新的表述。

第七部分,顺应大数据时代观念的转变与战略的调整。该部分试图

阐明顺应大数据时代的企业五大观念转变：大规模同质批量生产观念转向大规模个性定制生产观念，竞争主导观念转向协同创新观念，等级、服从、大一统观念转向平等、民主、自主观念，纵向供应链观念转向合纵连横供应链观念。力图论证应对大数据时代的企业六大战略调整：将差异化战略提升到首要地位，将创新作为发展的根本动力，加速组织模式、生产模式和商业模式转型，从谋求供应链环节优势转向谋求供应链整合优势，大力推进“互联网+”“人工智能+”进程。

1.3 研究基本思路

如图 1.1 所示，本书研究的基本思路是：首先，通过对经济增长路径实现社会福利增进目标局限性的剖析，阐明从新的视角探讨社会福利增进途径的必要性；其次，通过对差异性商品消费、生产、交换的社会福利增进效应的论证，阐明商品差异化这一实现社会福利增进目标的新途径；最后，通过对实质性差异化与形式性差异化、显性差异化与隐性差异化、长期性差异化与短期性差异化、高附加值差异化与低附加值差异化、低端差异化与高端差异化、商品差异化与区域差异化等一系列关系的解析，阐明应该如何正确实施商品差异化战略。

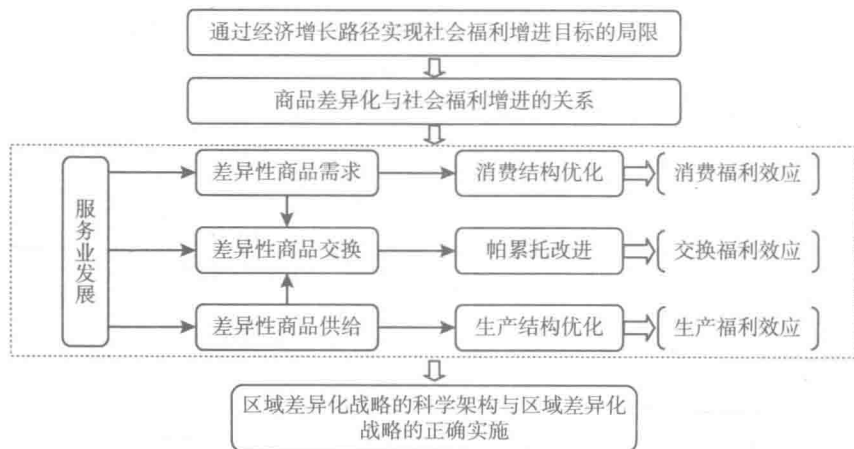


图 1.1 研究基本思路

1.4 主要研究方法

本书主要采用实证研究与规范研究相结合的方法,并根据研究需要引入相关数学模型,以增强论证的科学性与信服力。例如,进行商品差异化前后社会福利增进效果比较时,引入埃奇沃思盒图和帕累托改进模型;探讨差异化商品市场的垄断竞争博弈关系时,应用霍特林模型;研究商品差异化与全要素生产率提升关系时,借鉴迪克西特—斯蒂格利茨模型。此外,本书还运用数学建模的方法对“最适差异化空间”进行描述,运用实证的方法对服务业发展的福利效应进行论证,运用随机问卷调查的方法对差异化商品需求与个人收入水平的相关性进行分析等。

1.5 研究创新点

提出商品效用二分性理论。对一般性效用和差异化效用的区分与界定,一方面为运用经济学分析方法阐明“差异化战略”等管理学问题奠定了理论基础;另一方面为商品差异化增进社会福利研究准备了前提条件。

从差异性商品消费、生产、交换等多个角度论证了商品差异化的社会福利增进效应。笔者通过系统解析差异性商品有别于一般性商品的市场特征,借助边际效用递减规律、消费者偏好与选择行为、专业化分工、产业聚集、帕累托改进等分析工具,论证了差异性商品的消费、生产与交换均具有福利增进效应。

引入迪克西特—斯蒂格利茨模型,推导出差异性商品综合价格指数与差异性商品的种数逆向变动的结论。指出消费者的差异性商品消费水平的提高不完全依赖于人均国民收入的增长,即便人均国民收入保持相对稳定,由差异性商品种数增加所导致的综合价格指数降低也可使消费者获得更高的福利效用。