



互联网时代可以称为批判的时代
没有什么东西能逃避后现代的批判
当一切坚固的东西都烟消云散后
信息网络中的个性化将成为可能

后|现|代|经|济

网络时代的个性化和多元化

姜奇平◎著



中信出版社·CHINA CITIC PRESS

ISBN 7-309-07208-2

定价：35.00元

作者：姜奇平

中信出版社（CITIC PRESS）

后现代经济

网络时代的个性化和多元化

姜奇平◎著



中信出版社
CHINA CITIC PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

后现代经济: 网络时代的个性化和多元化 / 姜奇平著. —北京: 中信出版社, 2009.7
ISBN 978-7-5086-1573-8

I. 后… II. 姜… III. 经济学 IV. F0

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 085086 号

后现代经济——网络时代的个性化和多元化

HOUXIANDAI JINGJI

著 者: 姜奇平

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司 (北京市朝阳区和平街十三区 35 号煤炭大厦 邮编 100013)
(CITIC Publishing Group)

承印者: 北京通州皇家印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印 张: 20.75 字 数: 330 千字

版 次: 2009 年 7 月第 1 版 印 次: 2009 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5086-1573-8 / F · 1650

定 价: 45.00 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。

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

E-mail: sales@citicpub.com

author@citicpub.com

服务热线: 010-84264000

服务传真: 010-84264033

| 总 序 |

互联网文化与思想丛书

2008，如果说许多中国人会因为这一年中的这样或那样的事件，将它收藏在心中的话，那么对于本丛书组委会和作者们而言，记住 2008，则因为它注定会成为中国互联网史上具有划时代意义的一年！

2008 年上半年，中国的网民数量突破了 2.5 亿，跃升为世界第一。中国网民数量之巨大，他们的意愿、诉求、行为，乃至他们的网络生活本身已不容忽视。同时，尚不及 20% 的网民普及率，30 岁以下占 2/3 以上的网民年龄结构，又昭示出中国互联网未来的发展潜力。

2008 年以来，从互联网上的反藏独、反西方媒体歪曲报道、组织护卫奥运会火炬境外传递、爱国红心签名、呼吁抵制家乐福，到“5·12”大地震灾情披露、救灾动员、民意表达与决策的互动、志愿者组织，以及由某些机构和个人的行为引发的公共道德大讨论……在这一系列令人高度关注的重大事件和领域中，互联网均扮演了极为重要的角色，发挥了难以替代的作用。

2008 年 6 月 20 日，中共中央总书记、国家主席胡锦涛在人民网与网友在线交流，明确肯定互联网是“了解民情、汇聚民智”的重要渠道。这是自近年来温家宝总理在“两会”期间公开回复网络热点问题，越来越多的国家党政领导与网民对话、问策以来的又一个具有里程碑意义的事件。中国最高层领导高度重视和积极肯定网络民主，网络民意已俨然成为主流民意的重要来源和组成部分。

2008 年的这些重大事件让人们看得更为清楚：除了巨大的技术工具效应、市场财富效应之外，互联网还正在成为中国文明发展、社会转型的重要

载体！我们今天的社会需要跳出原有狭隘视角所限，更加全面、立体、多维度地了解和认识互联网。

不过，历史地看，互联网与中国社会、政治、经济、文化的相融毕竟时间不长，互联网对中国的影响才刚刚开始，置身其中的人们已不自觉地在历史巨变中扮演着重要角色。但令人遗憾的是，今天，我们对互联网的研究，对互联网特点和规律的认识，还远远滞后于实践。

这套丛书是“思想@网络·中国”项目第一批的三大选题之一。“思想@网络·中国”，是企业界与学术界联手于2008年初启动的中国互联网研究项目：由田溯宁、沈南鹏、邓锋的三家公司资助，张树新联络组织相关学者，中国社会科学院信息化研究中心承担，开展系列化、长期滚动的互联网研究。该项目的总负责人为张树新、汪向东。项目研究选择从三项具体任务来启动：一是开展专题研究，并编撰《中国网情报告》；二是出版《互联网文化与思想丛书》；三是“中国互联网口述史工程”。为编辑出版本套丛书，“思想@网络·中国”特意组建了丛书编委会。

我们希望这套丛书能为中国互联网的思考者们提供一个发表与交流的载体。第一批入选的书目将分别由中信出版社和广西师范大学出版社出版。丛书的作者们研究中国互联网的切入视角各异：哲学、文化、经济、政治、社会、传媒、国际关系等等，不一而足。其中，有参与十年前《中国网络文化丛书》撰写的一些知名作者，将他们对中国互联网的跟踪观察与思考集结成书；也有一些互联网领域的新锐作家，拿出了自己潜心研究形成的精彩观点与大家分享。

在我们看来，《互联网文化与思想丛书》涵盖的范围非常之大，这是由互联网广阔的渗透性决定的。我们这套丛书的选题是开放的，既不拘泥于特定的学科领域，又不限定某一类研究方法，我们看重的是，是否言之有物、言之有据、言之有理。当然，思想性与悦读性兼具的著作更会受到大家的欢迎。

我们希望和欢迎一切以中国互联网发展为研究对象的人们，将你们的研究成果，借助《互联网文化与思想丛书》分享给更多的读者！

《互联网文化与思想丛书》编委会

一个后现代主义者谋杀案式的导读

一

被称为“后现代主义之父”的美国加州大学教授艾托尔·格罗奇在自己家的餐厅里，被人同时用毒酒、手枪、匕首、毒镖四种方式谋杀了。

在艾托尔·格罗奇的死亡现场，有他的妻子、同行、作家、女研究生和女访问学者等，他们正在帮助教授筹备召开后现代主义学术会议。

法国的后现代主义者鲍德里亚、利奥塔、德勒兹、拉康、克里斯蒂娃、德里达，意大利的艾柯，美国的杰姆逊、罗蒂等居然也卷入了这一事件。虽然他们不在现场，却是即将赶赴现场的嫌疑人。

警长最后也只能作出一个“后现代”式的结论——谁都没有杀他，虽然他确实死了。

一个后现代主义者的谋杀案为什么破不了？

后现代主义价值的秘密由此导出……

二

委拉斯凯兹的著名油画《侍女》中，存在着许多秘密。

此画的奇妙之处在于，出现了原本不该出现在画面中的绘画者本人。画家把自己作这幅画的情景也画进了油画当中。在此画完成3年后，画家被授

予骑士称号，画家一高兴，竟将红色勋章补画到原画上。

委拉斯凯兹的油画《维纳斯对镜梳妆》与《侍女》都涉及镜子。在《维纳斯对镜梳妆》中，维纳斯与梳妆镜处于同一个世界；而在《侍女》中，处于世界二的画家成为被关照的对象，世界一（被画者菲利普四世与玛利亚娜王妃）与世界三（欣赏此画的观众）处于同一个位置，而世界一又通过镜子映回到画中，因此只剩下世界三独立于所有视角。

不同世界之间的转换，隐藏着后现代交换的秘密……

三

田阳终于明白，这个小镇上的鬼和凡人基本上区别不大。田阳开始探听关于鬼界货币的消息。

原来先前街道边商贩们贩卖的就是他们本身修炼出来的一些鬼力，这些鬼力虽然不甚精湛，但却也能够帮助普通的小鬼增加一定的修为。根据鬼力团的精纯度，价格也有所不同。田阳先前看到的那些黑色晶块，就是鬼界的货币，俗称鬼金。

鬼界的鬼皇，据说就是依靠一块至今还没有吸收完的土属之精石才达到了现在的境界。不过，鬼金的纯度和炼化难度是成正比的。就小鬼来说，能帮助恶鬼进行突破的鬼金就绝对不是他们可以炼化的，所以就算得到了高纯度的鬼金，他们也多半只能拿出去先换取能够帮助他们达到突破的大量低等鬼金。正因为如此，鬼界的鬼金也就变相地成了一种流通的货币。

鬼界货币启发人们，货币与货币也是不同的……

四

一个陌生男子 X，穿过巴洛克建筑的走廊，穿过几何图案的花园。

到处都是塑像般无所事事的绅士，面无表情的仆人，机械重复的纸牌，了无生气的舞会。

在一片毫无色彩的人群中，年轻美貌的 A 光彩照人地出现在那里。

X 走向 A，告诉她，一年前在马里昂巴德，他们曾经相遇并发生过关系，他们约好在这里重新见面。

A 断然否认，从来不记得有这回事。她有丈夫 M，一个灰色但真实的存在。

A 夫人在马里昂巴德的旅馆里到底干了什么？

如果你理解了《去年在马里昂巴德》这部电影，也就找到了后现代组织秘密的线索……

五

毕利挣脱了时间的羁绊。

他就寝时是个衰老的鳏夫，醒来时却正在举行婚礼。他从 1955 年的门进去，却从另一个 1941 年的门出来，他再从这个门回去，却发现自己在 1963 年。他说他多次看见自己的诞生和去世，随心所欲地回到他的生与死之间的一切事件中去。

如果我们把毕利的处境当做经济学实验的一个假设条件，就会惊奇地发现，资本消失了。因为资本一直以来被当做牺牲现在的享受，以换取未来更大的收益。如果现在与未来的时间是颠三倒四的，资本还有什么意义呢？

后现代经济令人惊奇地在现实中还原了这样的假设条件。我们在后现代绘画中反复看到一个主题：在身体欲望中，钟表在流淌，时间消失了。这不是偶然的。

其实，后现代主义者语义中的身体、欲望只是后现代感性的一种隐喻，这种隐喻是经济人理性的反义语。我们可以把后现代感性扩展到一系列后现代资本现象上……

六

沙尔科在女病人歇斯底里时作弊了吗？

神经病学之父沙尔科广泛邀请包括弗洛伊德在内的医学人士，现场参观歇斯底里症演示。他将病人带到人们面前，用催眠术使歇斯底里症病人当着众人的面产生缓解表征。这样的表征“声情并茂”，效果强烈。

有人怀疑被用于歇斯底里症演示的病人，实际是演员。歇斯底里症并未实际发生，或大大被夸张。因为病人总是按照研究的需要“发作”，并且表现得过于完美。事实上，这项科学研究也确实造就了许多影视界的女明星。

沙尔科的“实地真人演示”有助于我们理解后现代制度的特点。

就像福柯说的，与权力相关联的知识有权使其自身真实。虚构的事实由于与权力结合，而成为比真实“更加真实”的事实，具有制度化的控制力。

七

白雪公主是个无家可归的黑发美人，七个小矮人是普通的食物厂工人。白雪公主讲粗话，写淫秽诗，与七个小矮人同居，每天在浴室里与他们做爱。这是美国作家巴塞尔姆的中篇小说《白雪公主》的内容。巴塞尔姆戏仿了格林童话，把传统的价值观在后现代场景中完全颠覆了。

从经济学的角度分析，白雪公主的福利状态似乎出了问题。在现实中，她与七个小矮人做爱，但心目中的王子却是保罗。王子对于她来说，本来应该是个帕累托最优。但格林童话中那个风度翩翩的王子保罗，到了巴塞尔姆的笔下，表现实在差劲，像个偷窥女厕所的下流坯子，他既达不到福利经济学第一定理要求的局部最优，也达不到第二定理要求的全局最优。

现实是什么呢？就是解构了帕累托最优之后的“碎片”。巴塞尔姆的名言是：“我只相信片断。”在后现代状态中，福利多元化为碎片。

| 自 序 |

一切坚固的东西都烟消云散了

一切坚固的东西都烟消云散了。

坚固的华盛顿互惠公司在 119 周年纪念日烟消云散，坚固的雷曼兄弟公司在挺立了 158 年后烟消云散……由次贷危机引发的美国金融危机和全球经济危机，击中了这个世界最坚固公司的软肋。

一切坚固的东西，其实已经烟消云散了两次。

1989 年，“一切坚固的东西”在东方始料未及地烟消云散了。典型的标志是，坚固的苏联不可思议地烟消云散了。福山据此把西方的胜利称为“历史的终结”。

然而同样始料未及的是，从“9·11”中坚固的世贸中心的烟消云散，到 2008 年坚固的华尔街投资银行的烟消云散，“一切坚固的东西”在西方也烟消云散了。历史难道又要“终结”？

后现代主义者预言了美国金融危机。

鲍德里亚形容这种危机的形势是：“货币不可兑换黄金，符号不可兑换参照。”^① 华尔街构造了一个超级“仿真”系统，在这个系统中，美元与它“仿真”的参照物——真实世界——脱节了。“仿真”的意思是从此所有的符号相互交换，但绝不和真实交换（而且只有以不再和真实交换为条件，它们之间才能顺利地交换，完美地交换）。^② 这是对美国投资银行、衍生金融工具操控者和

① 鲍德里亚：《象征交换与死亡》，30 页，南京：译林出版社，2006 年。

② 同上书，4 页。

以“两房”（房地美、房利美）为代表的房地产商的所作所为多么透彻的揭露。现代性在符号与真实世界脱节的过程中，起到了使作为价值结构游戏的符号坚固化的作用。“参照价值为了唯一的价值结构游戏的利益而被摧毁。”^①

事实证明，历史的终结并非只针对东方，也同样针对西方；历史的终结是东西方共同的“终结”——是它们所趋同的工业化历史的“终结”。终结的对象，是工业化本身，是坚固本身！

这一切都是因为——后现代的历史“开始”了。

工业化的存在方式就是“坚固”。坚固就是大而集中，以房地美、房利美为代表的坚固力量在做大做强后做死，极富象征意味地代表着大规模生产时代的夕阳西下。后现代以碎片的方式存在，正好与坚固相反。比如云计算，就是一种“烟消云散”式的碎片化计算——像云一样虚拟，小而分散。按照梅特卡夫法则，互联网的价值是其节点的平方。节点就是后现代主义者所说的碎片，因而也可以说，后现代经济的价值就是碎片的平方。

后现代生存在碎片中。

马歇尔·伯曼的《一切坚固的东西都烟消云散了》一书认为，“对现代性说了某种实质性东西的唯一作家便是福柯”。现代性是工业化的另一种说法，福柯把现代性比作一个最坚固的东西：监狱。当绝对理性掌握在代理权力手中时，人人心中都有一个无形的监狱，对自己进行惩罚与规训。福柯在现代性的漫漫长夜中，表达了人们在超级异己力量面前的那种被动和无助的感觉。

齐格蒙·鲍曼的《生活在碎片之中》则描述了后现代充满希望的一面：“随着集中立法的烟雾的消散和代理权力回归当事人，这种选择明显交给了道德个人自己的策略去决定，伴随选择而来的是责任。”当超级权力烟消云散后，人们回到日常生活，在碎片化的生存中，用对于生活质量的要求打破鲍德里亚所说的生产之镜的理性牢笼，实现了真正的个性自由。

在后现代经济中，每个碎片就是一个参照点，而每个参照点都是地球的中心。在碎片化生存中，每个把自己当做人，以自己为本的人，将不再允许代理人操控这个世界，将不再允许这个世界脱离自己实实在在的利益参照点。

^① 鲍德里亚：《象征交换与死亡》，4页，南京：译林出版社，2006年。

碎片化生存以每个人为中心，而不是以代理人为中心，确定世界的游戏规则。

工业化历史的“终结”，就是后现代历史的“开始”。

《后现代经济》站在历史“终结”与“开始”的切换点上，告诉你价值选择的方向。

《后现代经济》强调东西方“第二次浪潮”的坚固理念必须转变，它特别强调：

——虚拟的信息对于坚固的货币的价值优先性。比如，透明化的信息要优先于不透明的华尔街，信息的虚拟经济高于金融的虚拟经济。

——小对于大的价值优先性。比如，微不足道的个人的选择权要优先于庞大的投资银行代理人的力量，中小企业网商集群高于患大企业病的传统企业。

——碎片化生存对于宏大叙事的价值优先性。比如，分散的股民的真实利益表达要优先于为利益集团代言的宏大叙事，Web 2.0 高于一对多的广播模式。

——强调个性化生产对于大规模制造的价值优先性。比如，每个人切合具体情境的理财要优先于集体涨落的共振，个人创意高于低附加值的“中国制造”。

——强调日常体验对于中间代理人的价值优先性。比如，个人的良好体验要优先于代理人的自我中心。

——强调目的性对于工具性的价值优先性。比如，追求幸福高于追求金钱。

……

《后现代经济》显示，现代性思想中一切坚固的东西，都抵挡不住更高的“第三次浪潮”的解构与建构，经济也一样：

——抽象事物烟消云散后具体事物凸显出来。比如，经济将变得更加感性化、审美化，人们将不再盯着“我们”的股指这样的抽象符号，而是专注于“我”的具体生活。

——一般事物烟消云散后个别事物凸显出来。比如，自由不再意味着我们的一般选择，而是我的独特选择，多样化的品种带来多样化的选择，品种不经济将变成品种经济。

——机械性事物烟消云散后有机性事物凸显出来。比如，人们不再受制于僵化的正式组织、正式制度，创新与灵捷柔性将使组织像个体一样成为有机体，跨越变革鸿沟。^①

——非生命性的价值烟消云散后生命性的价值凸显出来。比如，人们将从崇拜做大做强恐龙级异化体，转向亲近以人为本的一切灵活的事物。

.....

所有这一切，都会给你带来一个完全不同的世界。一切由你选择，一切皆有可能。后现代经济使你摆脱被美国华尔街控制的无助感觉；在后现代的每一个早晨，每个作为草根的你醒来的时候，都会同样感到大权握在你的手里。

《后现代经济》核心就是帮助你理解“一切坚固的东西都烟消云散”这枚硬币的反面：“信息网络中的个性化何以可能。”你会发现，云里雾里那些碎片化的东西，原来就是你心中的个性化选择。

互联网时代可以称为批判的时代，没有什么东西能逃避后现代的批判。理性企图躲在神圣的背后，现代性企图躲在尊严的背后，超越这种批判；结果更加引起人们对它们的怀疑，失去了人们对它们真正尊崇的地位。因为只有经得起互联网的自由和公正审查的东西，才能得到未来的尊崇。

最终，当一切坚固的东西都烟消云散后，一切灵活差异的东西将一一浮现。

^① 变革鸿沟，指预期的变革级别与掌控变革的能力之间存在的差距。据 IBM 全球 CEO 调查，在全球范围内，89% 的 CEO 表示他们预期会发生前所未有的变革。在中国，这一趋势更加明显。令人汗颜的是，中国的变革鸿沟高达 22%。全球 CEO 都认为，自身企业掌控变革的能力处于相对较低的水平。2008 年，中国的变革鸿沟是 17%，更低于全球水平。

| 前 言 |

扩大生产呀，我们干得最优！
献上我们的产品哟，面向整个地球！
源源不断哟，从不停留。
似泉水喷涌哟，滔滔奔流！
松下的同仁呀，团结起来为厂分忧！
誓把公司扩大再生产呀，永不罢休！

这是日本松下公司的励志歌曲。其中最引人注目的是，它把“扩大再生产”这种毫无诗意的工业化理念当做了歌颂的对象。

如今，松下已不是托夫勒在《第三次浪潮》中嘲笑的那个只知道“扩大再生产”的现代性公司。2008年，它们推出了“个性化、时尚和高科技”手机——为适应中国消费者的不同需求而设计的G51、G70和X88。其中X88手机的形象代言人，正是后现代风格的周杰伦。

一位家长曾说，“发音不清”的周杰伦，很容易让他想到“后现代”这个词汇。周杰伦不仅打破了发声吐字的常规，而且他的文字也是独特的：它们看起来是断续的，但同时又是充满内在张力的。

松下把自己的形象与后现代偶像联系在一起，说明它正在向个性化时尚转变。

像松下这样有头有脸的公司，可以从现代向后现代转变，你我没有什么不可以。

后现代公司的出现，是因为后现代经济的出现。

现代经济是以理性为核心的经济体系，后现代经济则是综合理性与感性^①的经济体系。

《后现代经济》的意图，就是用后现代性替换现代性，作为经济学解释的新内核。它依据以互联网为代表的第二次现代化——工业化之后的信息化——的实践，对经济学提出与近百年人类思潮接轨的要求。

《后现代经济》不是对问题的解决，而是对问题的提出。只不过它不是经验地、就事论事地提出问题，而是把问题归结到现代性的内核，再把它展开为各个分支，由此引发人们对现代性经济学内核系统的怀疑，以及建设后现代经济学系统的兴趣。

后现代经济解决什么问题

后现代经济可以解决“工业病”的问题。

由次贷危机引发的世界金融危机和经济危机，是“工业病”的集中爆发。“工业病”，就是现代性之病。如果说现代化展现的是现代性正的一面，“工业病”展现的则是现代性负的一面。

“工业病”的核心是理性的异化。理性是现代性的核心价值，理性的异化表现为人的手段对人的目的的反对，仆人对主人的反对。在次贷危机中，华尔街在金融工具上计算的日益复杂化和模型的日益精致化，都在助长与初衷相反的事情：经理人将代理人的利益置于委托人的利益之上。因此，金融泡沫成为代理人对委托人的战争，手段对目的战争。

“工业病”的产生不是偶然的，它的存在是不可避免的。它不是工业化过程中偏离工业化本质产生的错误，恰恰是基于工业化的本质而产生的错误。因此尽管人们可以用常规的方法从危机中暂时回到正轨，通过工业化的规范

^① “感性”这个词并不确切，但没有更好的词代替。在这里，仅是作为与理性相对的概念集合的符号，这个集合包括异质性、多元性、有机性等元素。在法国的后现代经济思想中，经常用“象征”这个词来指这里所说的感性，如象征交换、象征资本等。

使金融恢复正常，但产生问题的隐患并没有被彻底消除；偏离既已产生，裂痕还将扩大。

理性的绝对化导致物极必反：黑格尔的绝对理性变为后现代主义，政治上的绝对理性演变为两次世界大战，经济上的绝对理性导致经济危机，文化上的绝对理性导致精英的碎片化。

后现代是为矫正现代性的负面作用而来，它是对“工业病”的矫治。

在华尔街崩盘的时候，相信每个人都会有落入黑暗大海的无助感觉。这就是现代性的标准感觉：个人孤立无援，无足轻重；总有一个超级权力悬在头上，异化于你。后现代的标准感觉则相反：个人始终处在社会网络之中，个人脚下总是地球的中心；而悬在头上的压顶大山，只不过是正在消散的乌云。

这种转换的出现是因为人类继蒸汽革命后，又迎来了互联网革命。

提出后现代经济的缘起，是为了解释互联网的经济影响。互联网与后现代经济存在着——对应的范式转换关系。

利奥塔认为，后现代社会是一个由计算机、信息、科学知识和先进技术组成的社会，一个由科学技术的进步而引起的迅速变化的社会。^①

后现代经济可以理解为采用后现代生产方式的经济^②，生产方式是生产力与生产关系的结合，互联网代表新的生产力，因此互联网与后现代经济的关系是生产力与生产关系相互作用的关系。

后现代经济实际是对互联网经济所反映的核心规律的概括。互联网最核心的生产力特征：一是节点，二是互联。或者说，一方面，价值分布于节点，而不是中心；另一面，价值存在于有机互联、网络共享，而不是机械对立。反映到经济中，前者对应个性化，后者对应网络效应。互联网是这种经济的生产力动力，后现代是这场生产力革命带来的划时代的结果。后现代经济是继蒸汽革命之后，由信息革命引发的又一次经济革命。具体来说，以节点互补为内核的互联网同以社会网络中的个性化为内核的后现代经济相互影响、相互决定。

① 转引自刘晓善：《后现代组织成本管理研究》，11页，北京：经济科学出版社，2008年。

② 这与说后现代经济是综合理性与感性的经济体系是不矛盾的，因为后现代生产方式的理论前提就是在经济人理性之外，综合进（人本）感性因素（如个性化）。

后现代经济要借助比华尔街的货币力量更强大的力量——信息的力量，来改变主人与仆人的力量倒置，让每个人成为自己的主人，摆脱不可控的超级异化力量，这就是个性化的含义。

后现代经济对应的核心的现实问题是：网络中的个性化何以可能？

这是现代经济的反问题。现代经济问的是：如何排除网络效应和个性化？或者用形象的话说：让一切坚固起来。为此现代经济学要把外部性、异质性（品种）外生化，排除在理性之外，将世界进行内部化、同质性的过滤。

把次贷危机和金融危机中的道理抽象出来，我们面对的根本问题是谁更有经济性：是华尔街代表的“规模”是经济性来源，还是普通个人代表的每一个“品种”是经济性的来源。前者导向“超人”代我们进行选择，即不自由；后者导向选择的多样化，即自由。

“网络中的个性化何以可能”这个问题，可以进一步概括为品种经济性问题。品种不光指产品种类，在这里泛指异质性的种类，它代表多样化、多元化、个性化等后现代价值。品种经济性是指品种越多，成本越低，收益越高。它与规模经济正好相反，规模经济是指品种越少，成本越低，收益越高。品种经济将个性化和网络化两个方面融为一体。其中，网络化是个性化的条件，个性化是网络化的归宿。

个性化是品种经济的第一个侧面。品种，是质的单位，是“质量”（质的量），个性化是品种在收益上的经济来源。不同品种具有异质性，人们的需求也具有异质性（由此派生出差异化、不可通约性、文化属性等），例如情感需求。个性化是指对不同品种的个人选择，常常具有感性选择特征。由于个人选择不同，产生了品种和选择的多元化。

品种的表现形式多种多样：

——产品种类数是最狭义的品种。迪克西特和斯蒂格利茨研究的产品多样化，就是这个意义上的品种。

——差异性是一功能产品的形态变化品种。张伯伦的垄断竞争是在这个层面研究品种的。例如，品牌代表着使用价值相同的产品，因广告等因素成为具有价值差异的不同品种。

——变化性代表由时间差异形成的同一“品种”的差异性。例如，时间变化使同一产品具有不同的时尚价值，成为不同的“品种”。