

知识经济中的价值及其创造者

牟文富 鲁茉莉

知识经济时下成为一个热门的话题。在知识经济的话题中,人们往往以盖茨及其微软公司为例,说它是知识经济成功的典范。这个例子具有难以反驳的说服力,但却不能给人以启示。还有作者将知识经济等同于高新技术经济,认为在知识经济时代,高技术生产是推动经济持续增长的主要动力,高新技术产品的生产服务将成为经济的强大支柱。这实际上将知识经济的内涵界定得太狭窄。

目前的探讨表明,知识经济完全不同于农业和工业经济这些传统的经济形态。如果说它是一种全新的经济形态,必须证明其价值、财富的创造是如何不同于农业经济和工业经济的,其价值的创造者又是如何同以前的不同,或许更为重要的是,其大的社会背景又是如何的不同。只有这样,才能理智地朝知识经济迈进,而不至于模糊而主观地认为,只要运用知识去创造财富(许多人还只是认为仅用高技术),就置身于知识经济的大潮中了。

一、知识经济形态的大背景

可以取得一致意见的是,美国经济是知识经济成功的典范。从理论上讲,增长对于“后工业社会是具有决定性的意义的。因为这是表示一个新的知识界——在大学、研究机构、各种专业以及管理部门——不断扩张的类别”。最富有说服力的是贝尔对“理论知识的首要地位”的说明。“知识对于任何社会的运转都是必不可少的”。在农业社会、工业社会,人们在创造财富的时候,不都是在运用知识吗?无论这种知识是理论性的还是经验性的。那么这同目前我们为之谈论、为之阐述的知识经济有什么关系呢?这取决于知识地位的变化:“对于组织决策和指导变革具有决定的意义的是理论知识处于中心地位——那就是:理论与经验相比占首位,而且在知识编撰成抽象符号的系统以后,可以同任何规律体系一样用来说明许多不同领域内的经验”。在后工业社会中,“一个领域的发展日益有赖于理论工作的优先发展,它汇集出已知的内容,同时为验证指出了方向,实际上,理论知识正日益发展成为一个社会的战略源泉,即中轴原理。而大学、研究机构和知识部门等汇集和充实理论知识的场合则成了未来社会的中轴结构”。^②

在60年代初,学者们已经在阐述“知识资本”,亦或“人力资本”在经济生活中的作用。此后,美国对开发知识资本和人力资本进行了巨额的投资。这是美国从80年代经济滞胀中复苏、90年代经济增长势头强劲的基础。

丹尼尔·贝尔在70年代初断言,在此后30~50年间,西方国家将出现“后工业社会”。根据他的分析,“后工业社会”特征表现在以下几个方面:(1)经济方面:从产品经济转变为服务经济;(2)职业分布:专业与技术人员处于主导地位;(3)中轴原理:理论知识处于中心地位,它是社会革新与制定政策的源泉;(4)未来的方向:控制技术发展,对技术进行鉴定;(5)制定决策:创造新的“智能技术”。^①

在服务经济中,贝尔认为,保健、教育和管理也当属于其中。这个类别的

“后工业社会也是一个知识社会”,^③主要表现在以下两个方面的意义上:首先是创新的源泉越来越来自研究与发展;其次是社会力量越来越多地集中在知识领域。反映在知识社会中经济结构特点是服务性行业占了绝大部分就业人数,它包括第三产业(交通运输、公用事业)、第四产业(商业、金融业、保险业、地产业)和第五产业(卫生保健、教育、研究、政府和娱乐),在职业等级中居首位的是专业人员和专业技术人员及科学家,不同于前工业社会的矿工、农民、渔民和非技术人员,也不同于工业社会的半技术人员和工程师。信息社会成为知识社会中的核心技术,而在前工业社会是原料,在工业社会是能源。最为重要的特点是在知识社会中,创造价值和财富的方法是抽象理论:模式,模拟,决策论和系统分析,它不同于此前的常识、经验,以及经验主义和实验。到这里,一种新形态的经济——知识经济已经呼之欲出了。

贝尔并没有描述“知识经济”这种经济形态。考虑到他写作年代是70年代初,描述的是未来30或50年的美国社会的预测结果,现在美国在实际上的发展也与此大致不差,到目前为止知识经济最成功表现也是在美国,所以有理由认为贝尔给知识经济的出现描绘了一种大的社会背景。

知识经济中价值创造的方式是由社会形态,也即是知识社会所决定的。所以有必要了解知识经济中价值和财富是如何创造出来的,才能较好地了解发展知识经济战略在多大程度上是有效的。这是下面试图解决的问题,略为遗憾的是,它是以美国经济史中的经验为基础归纳出来的,而不是纯演绎性的。

二、知识经济中价值的创造

在知识经济社会中,价值的创造仍然离不开公司,尤其是核心公司。但公司创造价值的方方面面已经发生了显著的变化。核心公司不再拥有或投资于大量的工厂、机器、实验室、仓库和其它有形资产;不再雇佣大批量的生产工人和中级管理人员;不再充当通向美国中产阶级的通道。^④一句话,这些核心公司不再组织大量的原料或能源进行大规模的生产,并为此目的而进行管理。它们的业务战略日益集中在专门知识上。

根据罗伯特·赖克的归纳,企业/公司运用专门知识创造高价值有三种行动,即识别问题、解决问题以及将两者结合起来的战略经纪业务。与此相适应的是三种技能。“首先是以独特方式把东西集合起来(不管它们是合金、分子、半导体芯片、软件编码、电影剧本、养老金凭证,或者信息)所需要的解决问题的技能”,相对应的是解决问题者。这种技能的重要意义在于,解决问题者可以借此不断探索新的应用、组合和改进方法,以便能解决不断出现的种种问题。

其二是“帮助客户了解本身的需要,以及了解这些需要如何通过定制的产品而得到最大满足所需要的技能”。这种技能是在满足特定客户的特定需求中积累的。这里的关键在于识别新问题,识别定制的产品可应用的可能性。这种技能的承受者都是识别问题者。

第三种是“把解决问题者同识别问题者联系起来所需要的技能”。起这种作用的人必须充分了解专门的技能和市场以便了解新产品的潜力,必须筹集项目资金,还必须能调集真正的解决问题者和识别问题者来实施项目。在知识经济中,这种人“致力于经营思想”,过去他们叫“经理”和“企业家”,现在,他们起战略经纪人的作用。

上述三种技能都是在运用专门知识,是为了解决特定需要而对专门知识的运用,是三种技

能的高效率的结合:解决问题所需要的专业研究、工程和设计服务,识别问题所需要的专门销售和咨询服务,以及把上述两方面连接起来的专门化战略、金融和管理服务。这些活动是有针对性的,是专门知识的灵活多变的组合,因而是高效率的、独特的,不容易在世界范围内仿效。高价值就是这样创造出来的。

高价值企业中真正重要的是迅速识别问题和解决问题,也就是借助于战略上和金融上的敏锐,使技术上的见识同市场营销知识相结合。其它的要素,如办公场地、工厂、仓库、标准化设备可以租借,标准部件可以低价成批购买;秘书、日常的数据处理员、簿记员和日常工人可以临时雇佣。可以看出,在知识经济中,最为关键的是知识经济的高效率利用。

在高价值企业的组织结构中,存在着一种创造价值的网络,战略经纪人处于中心。他们创造一种解决问题者和识别问题者可以摆脱不必要的干预而一起工作;他们找出相互协作的上述两种人,所以既是促进者,又是指导者。战略经纪人向他们“提供所需的资源,让他们努力工作,直到找出客户的需要和技术之间新的相得益彰的联系;而且还需要向他们提供充分的指导,使之不放松赚钱这样的世俗目标”。

创造高价值的活动小组(由识别问题者、解决问题者和战略经纪人组成)内部成员经常横向协调,相互学习,就见识、经验、难题和解决办法进行共同探讨,进行灵活而多层次的知识组合,有成功、有失败,或彼处失败而此处成功。

在知识经济中,价值的创造是由错综复杂的企业网络完成的,每个公司利用其最具优势的专门知识完成其中的一部分。例如,一项消费品的最终完成可能需要经过下列步骤:构想、工程设计、制作和装配、包装、分配、销售、项目贷款、出售、法律问题、广告、海外制造和授权、帐目和现金流动、旅行、通讯和后勤事宜,等等。上述的每一步骤可能有一个长于此道的公司完成,所有公司的行动可能由一个公司的总部的“战略经纪人”进行协调,构成一个创造价值的网络。

如果我们将知识经济的现象集中在几个神奇公司的终端产品时,如微软、国际商用机器公司(IBM)、摩托罗拉,某些制药公司,等等,可能真相被掩盖了,也误导了人们。IBM并不从美国出售许多机器。该公司在全球到处制造机器,并为它们提供当地服务。IBM从其纽约阿蒙克的世界总部,把战略性的经纪业务和有关的管理服务发送到世界其余地方去。作为回报,IBM的高层管理人员获得丰厚的报酬。在某种意义上,IBM出售的真正是“四海一家的解决之道”。

高科技、高技术经济这种术语根本不能适用IBM的状况。公司的高层主管,即战略经纪人提出战略性构想,由解决问题者和识别问题者实现它。在此过程中,最为重要的是专门知识的利用。消费者所得到的计算机硬件的主要价值是由在实验室设计、分析的人员所创造的,真正的制造过程并不象传统工业产品那么重要。

微软公司在创业之初,盖茨是集战略经纪人、识别问题者和解决问题者于一身的人。现在当然是有具体的分工了。

上述的典型例子毕竟具有传统公司的特征。现在可以看一看律师或法律服务人员的工作。律师看起来好象不直接创造有形财富,但实际上却通过巧妙的法律结构、独到的法律意见,精确的法律和有效的争议解决为客户们增加了巨大的无形价值,并在客观上为促进资金、技术和管理应用在世界范围内的顺利流动以及减少客户可能的商务纠纷和损失作出显著的贡献。

三、价值的创造者

实际上,就美国来讲,真正为其创造巨额财富和增强经济活力的已经不是传统的制造业,也不是我们所熟悉的高技术企业(这个术语已经不能适当地描述美国的企业),甚至也不是一般性服务业,如常规生产服务、直接服务,^⑤而是下列被称之为符号分析服务的人员:研究科学家、设计工程师、软件工程师、土木工程师、生物技术工程师、音响工程师、公关经理、投资银行家、律师、房地产开发者、有创造性的会计师、管理顾问、建筑顾问、管理信息专家、组织发展专家、战略规划者、公司物色人才者、系统分析者、广告经理、销售战略家、艺术指导、建筑师、电影摄影师、影片编辑、产品设计者、出版商、作家和编辑、新闻工作者、音乐家、电视和电影制片人,甚至大学教授。上述人才的限定词代表一类职业,这类职业是进行符号操作,进行数据处理、文字、口头的和形象化的表述工作。这就是符号分析人员。^⑥

在知识经济中创造高价值的是符号分析人员,他们所从事的工作包括上面所说的解决问题、识别问题和战略经纪业务。在知识经济中,充满着未被识别的问题、未知的解决办法和未经实验的把它们组合起来的方法,而符号分析人员则拥有相关的知识和技能,更有价值的是有效和创造性地使用这些知识的能力,在市场上,他们出售这种能力。他们是知识经济中的核心人才,是高价值的创造者。

四、中心与边缘的分化

在历史上,不但物质的生产存在一个中心与边缘的对立,而且知识经济的生产与消费也如此。目前,象美国已经是后工业社会、知识社会,其经济形态可以说是知识经济;世界上其他地方则是农业社会、工业社会和工农业二元结构的社会。尽管所有社会都雄心勃勃地要发展知识经济,但美国不可避免地是知识经济的中心地带。

有人说,美国“看上去十分繁荣,但却从未看到人们制造什么东西”,因为美国经济已经完全是一种服务经济而不是产品经济了。^⑦在前述的符号分析人员中,很多美国的科学家和研究人员都忙于向全球网络出售他们的发现。它的管理顾问、能源顾问、设计工程师、市场专家、广告商、建筑师、政治顾问、公共关系人、投资银行家、律师、经济学家都在全世界无孔不入地出售他们的见识,识别问题和解决问题的能力。

全世界也在购买美国音乐家、音响工程师、电影制片人、化妆师、导演、电影摄影师、男女演员、拳击手、电影剧本作者、歌曲作者和布景设计师这些操纵着口头和视觉符号的美国人的技术和见解。例如,对中国古代“木兰代父从军”这一历史现象,美国的问题识别者所考虑的肯定同中国人不同。他们绝对了解中国人对这一现象的感觉和市场潜力,这样同解决问题者和战略经纪人合作,该故事的动画片就制造出来了。可以预料的是它在中国市场上将取得很大的成功。这就是中心与边缘力量的差异。

虽然全世界都试图迈向知识经济时代。在这个过程中,处于边缘地带的国家仍然将面临巨大的障碍。无疑,培养卓有成效的人才资源,培养他们识别问题、解决问题和战略经纪业务的见识与能力是十分关键的工作。国家在任何时间和地点需要这种人才的时候却缺乏,那肯定会断送通向知识经济的进程。

在全世界范围来看,尽管我们处于信息时代,但还是可能面临新的匮乏,尤其是边缘地带的国家。这里所说的匮乏,是指面对巨大的知识存量,人们能有效利用和吸收的能力是有限的,这是由于智力因素、家庭社会环境、所受教育的程度等因素所决定的。即便是在美国,这些因素也导致社会分化,但远不如世界范围内的中心—边缘地带的差距那么大。

五、结束语:中国与知识经济

中国也属于全力迈进知识经济时代的国家之列。尽管知识经济无国界,但我们不应该忘记,中国现在刚处于知识经济的边缘地位。为了在知识经济时代不再失去机会,以下两个问题不能不考虑:

1. 建立高效率的教育体制。目前,我国的教育改革已取得了很大的成就,但同时时代的要求来说还存在很大差距,我们必须加快建立高效率的教育体制,培养出更多的合格人才。在发展中国的教育事业时,千万别忘了,在知识经济中创造高价值的符号分析人员必须具有抽象、系统思维、实验和协作这4种基本技能,而这一般只能在正规学校教育中获得锻炼。

2. 知识经济的绩效取决于人的创造性。这里要强调的是环境对人的创造性有巨大的作用,甚至后者依赖于前者。同时,我们也必须明白,知识经济对社会生活所起的作用是开放的。互联网络的世界可以促进思想、市场和贸易自由。从这种意义上讲,通向知识经济之路也是通向社会生活大变革之路,反过来,它也能促进这种进程。

(作者单位:上海对外贸易学院、复旦大学)



注释:

① 丹尼尔·贝尔,《后工业社会的来临》,高铨等译,商务印书馆,北京,1986年,第2页、第20页。

② 同上,第26页。

③ 同上,第239页。

④ 参见罗伯特·赖克,《国家的作用》,东方编译所,上海译文出版社,第79页。

⑤ 这两类服务人员的性质可参见赖克《国家的作用》,第176—178页。

⑥ 同上,第179页。

⑦ P·克鲁克曼,《资本主义生产过剩了吗?》,周芳、张铭译,《现代外国哲学社会科学文摘》,1998年,第5期。