

# 電子商務中的新經濟

國立臺灣科技大學資訊管理系教授 兼管理學院電子商務研究中心主任 盧希鵬

**經**濟學中，有三個很重要的人。

第一位是亞當史密斯。他在兩百多年前的「國富論」中相信自由競爭的市場體系，供給與需求會彼此調節，達到一個均衡的狀態，並且定義貨幣的價值。我們可以發現目前許多微軟或網景的數位產品可以無限供給，顯然價格是供給與需求所決定的論點並不適用。

第二位是馬克斯。他不認為自由競爭市場會達到一個全民均富的均衡，而是會走向一個「富者越富」的資本主義壓榨工人的均衡。其實這有一點像網際網路的市場體系，強者越強，只有第一名。但是資本主義與經濟規模的觀念，並不能解釋許多數位世界中的現象。

第三位是凱因斯。他利用數學模式來說明前面兩位前輩的理論，其理論最大的成就，是利用政府的擴大支出，來解決經濟蕭條，來刺激全民俱富的目標。

不過這三位經濟學大師都處在以實體資源為主的世界裡，實體世界中的資源有限，而且資源的交流或運送不方便，因此要認真考慮成本、定價、與供需的問題。但是在虛擬的數位世界中卻不是這樣，許多經濟理論與競爭規則都要做適度的修改。

舉例來說，以資本密集與經濟規模的 IBM 或是通用公司，都有優良的歷史與傳統，有好的研發、有好的行銷、有充足的廣告預算。但是只有這些，並不能讓他們掌握優勢。因為在網際網路的經濟體系中，競爭的遊戲規則已經改變。像是網威 (Novell) 在 1993 年還掌握了 70% 的區域網路市場，才幾年的功夫，其優勢已經不在。

另一個例子是微軟。在一九九二年，微軟的作業系統 DOS 在個人電腦的市場佔有率已經超過百分之九十，但是微軟還是推出 Windows 為下一代的作業系統，用自己的產品，來打敗目前自己的主流產品，而且當初的 Windows，在很不成熟的情況下就迫不及待的推出，因為微軟瞭解，倘若自己不率先推出下一代產品，先取得主流地位，其它的競爭對手，也會出其不意的狀況下推出新的產品，打敗微軟。

像是一家小公司「網景」，它的瀏覽器就差一點把富可敵國的微軟給擊垮。1995 年，網景公司的營業額不過才一千多萬美元，在股票上市後的數星期，身價就飆漲成數十億美元。因為當時許多人都認為，小小的網景，有可能將軟體巨人微軟擊倒。比爾蓋茲也承認，在數位時代中，競爭優勢的持續不在規模，而在創新。