

数字经济、经济学范式与政策选择^{〔*〕}

毛寿龙, 李 颖

(中国人民大学 公共管理学院, 北京 100872)

〔摘要〕数字经济完善了宏观经济的信息基础,也完善了微观经济的信息基础,提升了市场经济的经济发展的能力,同时也重新界定了政府的政策选择,政府可以少管发达的市场经济,同时也可以进一步有效地发挥政府的作用。数字经济看起来给计划经济提供了机会,但数字经济的数字具有很强的市场秩序特征,不可能有效地运用于计划经济秩序,也不可能让市场经济转变为计划经济。

〔关键词〕数字经济;经济学范式;政策选择

DOI:10.3969/j.issn.1002-1698.2022.12.004

数字经济,是以信息技术和网络技术为支撑的经济。信息技术借助计算机的发展,在各个行业都得到了应用。生产和销售的信息技术化,大大提升了生产和销售的运营效率,信息产业也开始发展。网络技术对经济的剧烈影响发因于互联网平台以及智能手机的发展。互联网平台和智能手机的发展,把生产、销售和消费完全互联起来,使得生产模式、商业模式和消费模式都有了迅速的变化。这是最近十年来发生的事情。最近十年,可以说是数字经济的新时代。

数字经济,对经济和经济学,及其政府的政策思考,有什么意义呢? 本文从理论和逻辑的角度,思考数字经济的宏观基础及其政策选择的意义,思考数字经济的微观基础及其政策选择的意

义,最后从秩序经济学视角切入,思考秩序意义上的数字经济及其对企业家决策和政府政策选择的意义。

一、数字经济的宏观经济学基础及其政策意义

数字经济,对宏观经济学意味着什么? 从实践上来说,数字经济影响着宏观经济,让通货膨胀的几率降低了,而且经济可以吸收更多增发的货币,所以数字经济带来了显著的宏观效率。

具体地说,数字经济可以增加就业,降低失业率。因为数字经济让更多的产能得到释放,从而解决了供给侧的产能过剩的危机,同时从消费侧也解决了通货膨胀的危机。互联网平台上,人们用智能手机或者平板电脑、台式电脑终端,就

作者简介:毛寿龙,中国人民大学公共管理学院公共财政与公共政策研究所教授、博士生导师;李颖,中国人民大学公共管理学院行政管理专业博士研究生。

〔*〕本文系国家社会科学基金重点项目“推进乡镇政府减负增效的体制机制研究”(20AZZ008)的阶段性成果。

可以随时找到互联网上最低价格的产品,厂家也可以在互联网上通过各种途径销售自己的产品,而且大规模的以互联网技术为支撑的物流的成本也得以降低。交易量的增加,意味着更多的工作机会。而且互联网平台本身也使人力资源的供需得到了更好的对接。有些人甚至还可以兼职多份工作,有些工作则可以居家就完成,满足了很多人对自由职业的需求。

低通胀率、更多更好的销售量,意味着更多的生产力,也可以因此激励更多的投资。这显然都是宏观经济的利好消息。可以说,数字经济给宏观经济拓展了更多的空间,而且也使宏观经济调控的财政手段和货币手段,受到了一定的约束。

当然,也有人认为,如果数字经济提供的数据足够好、足够多,解决了宏观政策制定者的信息不足、信息不对称的问题,那么政府是不是可以因为有了更好的信息基础,就可以快速制定适当的宏观经济政策,包括财政政策、货币政策,还有充分就业政策呢?从而通过宏观经济的政策工具,就能够非常有效地解决消费需求不足、投资不足,或者经济过热或过冷引起的经济不稳定,以及可能出现的通货膨胀,还有失业问题呢?

这对于市场经济学家来说,显然是不可能的。为什么?因为从政策上来说,既然经济能够自动实现增长和平衡,那么还需要什么宏观经济政策呢?再说数字经济使得全球化进一步提升,以2022年世界杯足球赛来说,各国球迷足不出户就可以知道卡塔尔有什么比赛,有什么酒店,有什么消费,卡塔尔人足不出户也可以把球迷票卡和各种酒店客房销售出去,宏观经济已经从国别经济变成了世界经济,单个国家采取宏观经济政策的行动,其实已经没有意义,那还需要什么宏观经济政策吗?

当然,如果数字经济的出现,本身没有办法自动解决相关的宏观经济问题,或者说无法把国家的宏观经济真正变成世界经济,那么宏观经济的范式就会依然存在,而且相应的政策工具也会继续存在。如果世界经济也会因此而出现宏观

经济的问题,即使国家很难单独有效采取宏观经济政策,但国家共同协调推出世界性的宏观经济政策,就像国家协调应对气候变化那样,理论上也是需要的。

所以,数字经济的出现,对于宏观经济一方面是利好的消息,因为宏观经济运行有了更好的信息基础,市场经济自身解决宏观经济问题的能力也会大大提升。对政府来说,这是好事,可以说数字经济给政府的宏观调控减少了负担。但数字经济也给政府带来了一定的挑战,因为一方面数字经济使得政府的宏观经济政策作用传导得非常快,稍不注意就会影响经济的平稳运作,政府政策的相机抉择空间缩小,另一方面数字经济让经济的全球化水平进一步提升,国别宏观经济政策很难独自发挥作用,国家之间的宏观经济政策合作越来越有必要。

对宏观经济来说,数字经济提供了宏观经济政策的数据基础,但对公共政策学家来说,其政策意义并不是明确的,而是隐含各种可能性的,可以需要政府继续发挥作用,政府也可以减少作用。

二、数字经济、要素范式经济学与政策选择

从微观上来说,数字经济意味着什么?笔者认为,经济学除了宏观范式及其政策建议之外,还有微观经济学的范式。思考数字经济对微观经济学的意义,尤其是结合经济学的各种范式内涵的逻辑,从理论上思考数字经济对于经济和经济学的影 响,并以此思考相关政策含义,很有必要。

首先,我们来思考经济学的要素范式。要素范式的经济学认为,经济增长是要素投入增长的结果。所以,最早的要素经济学家认为,劳动是价值增长的唯一源泉。其他要素,虽然也很重要,但进入生产过程,然后变成产品出来,东西没有什么改变,改变的是加入了人的劳动。所以,劳动是经济增长核心要素。其政策意义自然就是增加劳动力,增加劳动投入,人多力量大。如果劳动力不足,哪怕是从其他地区购买奴隶输入也是可以考虑的。历史上美国南部就从非洲贩

卖奴隶,来发展当地的种植园经济。

后来有经济学家发现,劳动因素重要,但还有其他要素,如资本、土地等要素对于经济增长其实也非常关键。这些经济学家认为,资本很重要,资本是重要的投资要素。资本投入多了,投资大,也能促进经济增长。资本越来越重要,劳动反而不值钱了,于是人力资源理论变成了人力资本理论。^[1]即人力也是资本。其政策意义就是如何把资金变成资本,然后如何提升信用水平,把信用资本化,还有就是确立资产市场,确立资产的产权,让资产能够资本化。发达国家由于资金、信用和资产等都能资本化,所以资本市场也很发达。发展中国家也拥有不少的资金,资产也很多,但很难资本化,发展中国家市场信用积累比较差,所以资本也很少,政府就需要采取很多政策,去发达国家招商引资,来促进本地经济的发展。德·索托在《资本的秘密》一书中讲述了发达国家资本多和发展中国家资本少的秘密,因为后者资产没有资本化,^[2]他在《另一条道路》一书则讲述了发展中国家如何让资产资本化的种种政策选择。^[3]

要素范式中的要素还有很多,如土地,就是很重要的要素。在中国,土地被当作经济成长的基本要素。大量的土地投入到经济,投入到房地产,也被认为促进了经济的高速增长。

制度经济学家认为制度要素很重要,文化、教育、历史很重要,甚至宗教也很重要,这些因素都可以作为经济增长的要素。投资于制度,投资于教育,投资于文化,文化搭台,经济唱戏,等等,其实都是要素范式经济学内涵的经济政策。

从要素范式的经济学角度看,数字经济,其实是一个技术要素的进步。数字经济的出现,对生产要素来说,都是非常重要的。劳动力,通过数字经济可以得到更好的快速学习和培训,各种数字平台起到了很好的知识和技能传播的作用;资金通过数字平台,产生了更多的资本化的途径,资本通过数字平台,也可以实现更多的价值,尤其是数字平台产生了很多新的信用,也给

资本市场提供了很好的信用基础;数字经济本身就是制度创新,数字就是制度,内含着很多激励和约束,从而更好地形成微观的制度基础;在数字经济体里,很多文化的经济价值也得到实现,而且由于对文化的投资和进一步的精致化,也让文化得到了提升。

对政府来说,这显然是一个经济发展的极大的机会。所以,从政策上来讲,适应数字经济需要,大力建设数字基础设施,逐步出台数字经济的基本法律,建设法治经济和法治数字社会,就成了政府新的职能。

三、数字经济、资源配置、交易成本与政策选择

经济学的第二个范式,是资源配置范式,这是现代经济学的主流范式,尤其是现代经济学教科书的主流范式。资源配置范式的经济学,假设人是理性的,偏好是稳定的,要多不要少,要好不要坏,每个人的需求是欲望加财务约束,也就是有效需求,亦即有责任的需求。理性的消费者有动机去有效安排收入,在劳动和休闲之间作好安排,在各个消费品之间作好支出分配,实现自己的效用最大化。大量的消费者会实现整个经济的消费均衡。最理想的情况是,消费品在市场中会出清,全部消费完,而且不会有剩余,这时就实现了均衡。如果消费不足,那就会鼓励生产者去生产更多的产品,如果消费剩余,有很多产品销售不出去,那么就会鼓励生产者去减少生产。

生产者会根据需求情况安排生产,自己会按照生产能力和各方面的资源约束来做好生产者的均衡。局部数量但不同的生产者之间会进行竞争,当竞争实现了帕累托最优后,就实现了生产者的局部均衡。当一个社会的生产者实现了均衡后,那就实现了一般生产者均衡。

消费者和生产者都实现了各自的均衡后,大量的生产者和无数的消费者之间也是实现了均衡,那整个经济体就实现了最优的资源配置。这个时候,宏观经济自然也是最佳的,人尽其才,没有失业,百分之百就业;物尽其用,没有生产过

剩,也没有生产不足。整个经济都处于非常理想的状态,没有任何不足,也没有任何多余。

资源配置范式的经济学,概念、理论都非常成熟,分析工具可以直接运用高等数学的微分,整个经济也按照数学规律运行。不过,资源配置范式的一般竞争均衡,条件非常苛刻。条件一旦不具备,就容易出现相关的问题,这也给政府的政策干预提供了理由。比如假设消费偏好不稳定,存在非理性行为,容易受广告的诱导,那么消费者就不存在均衡。这个时候政府就有了政策干预的必要,比如管制不良消费,禁止毒品、对烟草征税等,政府也对广告的内容和形式作严格的管制。消费者难以辨别产品的质量,和生产者存在信息不对称的问题,政府就管制生产的产品质量,要求生产者在包装的明显处写上产品的成分等。另外,如果产品生产过程有外部不经济因素,如污染环境,那么政府就要采取措施如征收污染税费,使得外部不经济内部化。如果是公益物品和服务,消费者容易选择搭便车,生产就会不足,于是政府也要采取措施,通过公共融资和生产来解决搭便车和供给不足的问题。企业之间进行竞争,也有恶性竞争的问题,也有竞争后没有走向充分竞争反而形成了垄断的问题。这个时候政府就要出来解决恶性竞争,以及出台反垄断政策,推进充分竞争。

当然,政府的政策干预并不总是有效,而且政策实施后也容易出现相关的问题。比如政府禁止毒品,有些国家就出现了很多与毒品相关的犯罪。政府提高烟酒的税收,烟酒价格高了后反而成为具有礼品性质的产品,有些地方也因为烟酒的税收很高而很有积极性鼓励烟酒产业的发展。政府征收污染费、污染税后也出现了同样的问题,污染多了政府部门的日子反而好过了,污染少了,排污费、排污税收不到,政府部门收入反而降低了,有些政府部门因而没有多少积极性去真正治理污染问题。政府对经济的政策干预,往往会产生权力经济,使政商勾结,政府权力腐败,导致管制失败,最后不仅没有解决市场

经济失败的问题,反而出现了“政府失灵”。^[4]

资源配置范式的经济学对数字经济有很强的亲和力,因为它使得生产者和消费者有了更好的信息基础,生产者有了更好的生产理性,消费者有了更好的消费理性。市场信息基础的提升,减少了很多信息不对称的问题,市场的信用也提升了,结果市场经济在配置资源方面能够起到更好的作用。

对于政府来说,资源配置范式的经济学视角下,数字经济的发展一方面提升了市场的配置效率,这样市场可以在资源配置方面起到更好的决定作用,与此同时也降低了政府作用的必要性,因为信息基础更好了,信息不对称问题也缓解了;另一方面数字经济也改善了政府的数据条件,政府也可以更好地理性地判断问题,并精准地选择政策工具,充分发挥政府更有效的作用。

资源配置范式,实际上也是交易范式。因为资源配置范式,讨论的也是交易量,但两者也有差异,因为资源配置范式是给定资源的情况下生产者和消费者都会解决资源效用的最大化问题。一旦得到了最大化,就得到了物尽其用的结果。所以,经济学的资源配置范式实际上是静态的分析,但是,交易范式,往往是过程的动态范式,而不是静态分析。交易范式的经济学家,当然会认为交易量越大经济越好,交易量萎缩经济就出现很大的问题,经济就衰退了。

交易范式的经济学家关注交易,所以会认为,交易决定生产和消费,只要有大量的生产,就会有大量的消费。产能过剩,导致大量的浪费,是因为生产的东​​西没有销售出去。从数字经济视角来说,经济的数字化,就是生产的数字化,消费的数字化,这大大节约了生产和消费的交易成本。在数字经济条件下,生产和消费的交易成本大大下降,自然交易量也大大提升,结果就是导致了经济的增长。在新冠感染疫情期间,人们足不出户,但是通过数字平台,厂家可以销售产品,消费者也可以购买产品,人际互动减少了,但交易量通过数字经济得到了维持。

从交易的角度来阐释经济学,可以更好地理解市场和企业的性质,如科斯认为,企业的性质就是因市场交易成本的节约而产生的组织。^[5]简单市场的交易成本可以通过简单的科层组织来实现节约的,当然简单市场的交易收益也可以降低简单科层组织的组织成本,两者均衡的时候,企业和市场的关系就出现了均衡。当然,市场的交易不会如理论上那么简单,在数字经济时代更是如此,所以市场的组织实际上也是多种多样的。在非数字经济时代,市场中也存在着简单加盟这种企业组织形式,或者企业之间存在长期供货协议的组织形式,有些企业组织通过业态合作的方式实现。有些情况下通过企业家个人来实现,如多个企业相互之间没有什么关系,但每个企业里都有一个重要的董事是同一个企业家。在数字经济时代,最流行的企业组织形式是去中心化,或者多中心、分布式的企业组织方式。

企业的组织形式的多样化,夯实了市场经济的组织基础,提升了市场经济秩序的组织质量,但在实践上,对政府的税收管理、登记管理和相关的监管提出了很多挑战。在数字时代,政府可以获得大量的数据,为科学监管提供了数字基础,但数字经济的一体化特点,使得政府的管理和管制行为受到了很大约束。一旦出现严格的管制和管理,数字经济的价值流很可能会采取策略行为,使征税点和管制点都发生转移,从而导致越严格越管制不到。所以,现在聪明的政府,更多的是做服务,而不是管理,通过改善政府质量,建设服务型政府,建设更好的营商环境,来吸引更多的企业家、企业和价值流在本地落地生根,促进本地经济的发展。国际上一些岛屿国家,不征收企业的营业税、增值税,成了很多大企业的避税天堂,也促进了本地经济的成长。这些岛屿国家政府的政策选择也就是提供相关的营商环境服务,来获得服务的收益。

四、数字经济的秩序视角、企业家决策与政策意蕴

因此,数字经济,无论是宏观经济学范式还

是微观经济学范式的视角,对经济发展,都是非常重要的。它为宏观经济和微观经济,都提供了更好的信息基础,让无论哪个范式的经济都有更好的运作,一方面降低了政府干预市场经济的必要性,另一方面如果有必要的话,政府要有效发挥作用,也有了很好的信息基础。当然,数字经济同时也带来了各种各样新的挑战。

从秩序经济学角度来看,数字经济改变了消费者的行为秩序,也改变了企业家的行为秩序。这是秩序范式的经济学家需要思考的问题:

首先,数字经济,改变了消费者的消费行为秩序。比如在非数字经济时代,一位高尔夫球手如果想购买有关高尔夫球的衣帽,肯定是去看实体店,然后货比三家,再进行购买。数字经济时代,他在手机上就可以浏览、观察、比较,并选择。显然,数字时代让消费者有了更多、更好的选择。有秩序的消费者,会有比较理性的消费,不会冲动消费,也不会因为价格低而买一大堆没用的东西。这在非数字时代,不容易做到,因为逛实体店实在是非常消耗时间和精力的事情,但在数字经济时代,要做到这点,相对比较容易了。当然,对于缺乏秩序的消费者来说,数字时代非秩序消费可能性也放大了,例如,现在网络消费的“双十一”活动,很多人一时冲动购买了不少没用的消费品,而手机广告也的确诱惑很多人买了自己其实并不需要的东西。当然消费者会学习,非理性消费之后肯定会后悔,也会进一步修正。而且数字经济时代,市场本身就给了“后悔键”,只要在7天内,数字购物平台都可以做到允许非理性购物的消费者无理由退货。所以,数字经济,的确改善了消费者的行为秩序。

高度发达的数字经济的数字,往往不是静态的,而是非常动态、实时的。消费者的消费信息,都是实时发给平台的,企业家也会动态、实时地获得相关的消费信息,甚至消费者数字平台上的评论信息、购物体验 and 消费体验的信息,也能够获得。企业家的客服,甚至可以随时联系消费者,和消费者进行互动。这些信息,自然可以让

企业家实时动态地改变自己的生产行为,来更理性地确定自己的产品的数量、质量和价格。显然,企业家也会由此获得更好的信息,而这些信息,在非数字时代,是很难获得的。这也会进一步改善企业家的行为秩序。

当然,企业家获得这些信息,还是需要思考的,从信息到决策,并不是直接的因果关系,信息输进去,直接作出来的决策,可能是错误的。如企业家发现消费者买了两件高尔夫球T恤衫,第二年打电话问他,去年你买了两件,今年还要吗?消费者没有说要,但企业家认为他肯定会要的,于是给他寄送了两件第二年的新款,消费者发现新款挺好的,于是接受了。第三年、第四年,企业家继续给他寄新款,这位高尔夫球手是业余选手,对服装款式并不追求新潮,因为平时忙,打高尔夫球次数少,T恤衫消耗也少,于是就拒绝了企业家寄送的衣服。企业家吃了亏,自然也不会再给消费者寄送衣服。当然,第五年,这位球手买了其他品牌的T恤衫。企业家错失了这次销售机会。

这说明,秩序经济学家关注的消费秩序和销售秩序,并不是静态的,而是动态的。这些数据是实时的,但一旦产生以后,消费者和企业家如果要作正确的决策,还是需要靠自己的判断,有时甚至是直觉。数字平台可以给消费者后悔键,7天内无理由退货,但数字平台给出数据后,企业家一旦作出了错误的决策,就需要付出代价。企业家可以在数字经济中学习很多知识,而且还能形成自己的销售模式。比如这位卖T恤衫的企业家,会于某个时间点数字平台上集中投放100款T恤衫,然后在短时间内筛选出很快断码的款式,给予继续量产,而没有断码款式,不再继续生产。结果,企业家投放的100款T恤衫中的两款销售量很大,占全年利润的98%。这样的集中投放方式,可以在数字平台马上获得消费者的偏好数据,从而迅速调整自己的生产量和生产方向。显然,数字经济,对于企业家的市场成功来说,是非常重要的。但这也需要企业家自身的

智慧,数字本身并不会给出正确的企业决策。

笔者在快手作调查时发现,快手平台上很多成功的企业家,都有一个特点:他们有非常好的毅力,很好的关注力,一直在做某个产品,但因为市场很分散,很小众,在加入快手之前做得并不好,有些甚至快要放弃了。但在数字经济时代,快手平台给他们提供了一个机会,让分散在全国各地的小众消费者都能够看到他们的产品,然后购买他们的产品。四通八达的基础设施,高效低价的物流,让这些小众产品能够以非常便宜的价格从地处偏僻的企业家手里再分送到分散在全国的消费者手里。这些企业家在短时间里很快获得了收入,同时也有了坚持做下去,继续做好的理由,有些甚至形成了规模化生产,不仅自己发家致富,还带领附近的村民一起发家致富,连带带动了一个区域的乡村经济发展。这在非数字经济时代,是不可想象的,但在数字经济时代,却是数字平台企业家如数家珍的成功故事。^[6]

数字经济的成功,使得很多学者开始想,有那么好、那么完整的静态数据和动态数据,计划经济是否可以成功呢?是不是可以取消市场经济呢?高度发达的数字经济,其未来是不是就是高度数字化的计划经济呢?

从信息经济学角度来说,这是可能的。但笔者认为,数字经济的数字信息再多、再完整,都不可能是非常完整的,因为消费者的消费信息是他的消费行为的秩序信息,而不是偶然消费的信息。比如上面买T恤衫的高尔夫球手,数字平台给出了一些他购买的数据,再加上他的接受和拒绝的数据,还可能有评价的数据。但这些数据并不是他消费行为秩序的全部。因为这个高尔夫球手是学者,所以时间非常宝贵,不可能像职业高尔夫球手那样消费。这位高尔夫球手,过去是速度滑冰高手,现在滑冰场太少,适合速度滑冰的冰场更少,所以虽然最近在数字平台又购买了速度滑冰鞋,但实际上并没有下场滑冰,他最近在冬天开始了双板滑雪和单板滑雪。这些更多的消费秩序的信息,数字经济其实是不可能全面

覆盖的。而且即使有覆盖,你也无法覆盖消费者的内心行为,他的心理活动。这些内心行为和心里活动都是主观数据,是不可以观察,也不可以推理的,哪怕是传感器 24 小时无间断获取数据也无法断定他的消费行为决策,也就是说无法预知他下一步要进行什么消费。从理论上来说,秩序经济学意义上的消费者行为秩序,是一个行动的秩序,而且是自由行动的秩序,数字可以反映他的行动的结果,甚至记录他的行动过程,但不能记录他心灵秩序的动态情况。过去的数据表明他是速度滑冰高手、高尔夫球手,是一位学者,但下一步他的行动却是滑雪,而这些都在他的自由选择范围内,却是数字经济很难提前预知的。

对于消费者来说,即使获得的是有限的数字,实际上也是具有秩序特征的。也就是说,他具有在市场经济秩序条件下的自由选择的消费行为。在市场秩序不发达的社会里,他的工作虽然体面,但收入相对于高尔夫球运动来说,是不足以支撑他去下场打球的。他可以选择滑雪,但买不起私家车,一般也不会去滑雪,因为雪场都在远离城市的高山上。只有在市场秩序比较发达的社会里,他的工作才有比较高的收入,也可能还有比较多的额外收入,从而可以支持他从事高尔夫球运动,也可以开私家车去乡下滑雪。从经验上来说,计划经济都是短缺经济,基本必需品都会非常短缺,更不用说去生产高尔夫球这样的“奢侈品”,滑雪这样的“非必需品”。因此,高度发达的市场经济里,消费者的很多消费信息,即使数字化了后,也只是局部的信息,而且这些局部的信息,也是高度发达的市场秩序的信息。

这些信息的秩序特征,即使到了市场秩序不发达的社会都没有多大决策作用,更何况进入基本都是短缺经济的计划经济秩序里。在计划经济秩序里的消费者信息是:在非常有限的产品里,基本没有什么选择。即使是粮食,也是按品种简单配置的:过去计划经济时期北京市一般成人的标准口粮配置是 7 斤米,7 斤杂粮如玉米粉,还有 13 斤白面。也就是说,这位高尔夫球手

的每年 2 件 T 恤衫的需求信息,肯定会被政府的计划制定者简化,因为太小众了,而且也太奢侈了,很难也不可能进行规模化生产,更不可能让政府来计划生产,并配置给这位消费者。

所以,从秩序经济学角度来说,数字经济可以说让消费者的行为秩序有了更好的信息基础,也有了更好的选择空间,甚至有了更多的后悔键,来调整消费决策的失误,但数字经济的数字,本身所具有的不可能解决的不完整性质,以及高度发达的市场秩序的性质,使得数字经济不可能离开高度发达的市场经济。在秩序经济学家看来,数字经济不可能变成计划经济,市场经济秩序中的数字经济经验和知识,也不可能用来建设高水平的计划经济。

总之,数字经济改善了宏观经济基础,也改善了不同范式的微观市场基础,对政府的政策选择的意义是,一方面可以减少不必要的政策干预,因为市场自身更加完善了,但另一方面也给有效的政策干预提供了更好的信息基础,可以让政府发挥更好的作用。数字经济不会让市场经济变成计划经济,因为数字经济中的数字也是市场经济秩序的数据,不适合运用于计划经济,也不会让计划经济替代市场经济。

注释:

[1][美]加里·S·贝克尔:《人力资本——特别是关于教育的理论与经验分析》,梁小民译,北京:北京大学出版社,1987年,第1-3页。

[2][秘鲁]赫尔南多·德·索托:《资本的秘密》,王晓东译,南京:江苏人民出版社,2001年,第5页。

[3][秘鲁]赫尔南多·德·索托:《另一条道路——一位经济学家对法学家、立法者和政府的明智忠告》,于海生译,北京:华夏出版社,2007年,“序言”,第16-19页。

[4][美]查尔斯·沃尔夫:《市场,还是政府——不完美的可选项物间的抉择》,陆俊、谢旭译,重庆:重庆出版社,2009年,第2-7页。

[5][美]奥利弗·E·威廉姆森、西德尼·G·温特编:《企业的性质——起源、演变和发展》,姚海鑫、邢源源译,北京:商务印书馆,2007年,第22-40页。

[6]快手研究院:《被看见的力量——快手是什么》,北京:中信出版集团,2019年,第12-141页。〔责任编辑:刘毅〕