

信息经济下的锁定效应及对策研究

陈平路

(华中科技大学管理学院,湖北 武汉 430074)

摘要 信息经济在很多方面不同于传统经济,其中一个重要区别就是锁定效应。通过讨论锁定的概念和根源,对锁定效应产生的转移成本进行了分析,并给出了信息产品市场中买方消除或削弱锁定效应的对策。

关键词 信息经济 锁定 转移成本 体验经济

中图分类号 F224.13

文献标识码 A

文章编号 1001-7348(2003)06-024-02

0 引言

信息经济与传统经济的区别是泾渭分明的,信息经济有很多独有的特征,譬如高固定成本、低边际成本,规模经济,锁定效应,标准控制和正反馈效应等。信息经济是当前研究的热点,但对锁定效应的讨论尚不普及。本文介绍了锁定的概念和根源,对锁定效应产生的转移成本进行了分析,并给出了信息经济市场中买方消除或削弱锁定效应的对策。

1 锁定的概念和根源

1.1 什么是锁定

在以工业产品为主的经济中,市场交易的主体是传统产品。当购买方从一种产品A转向另外一种替代产品B时,除了支付产品B的购买价格外,一般是无需负担其它成本的。譬如,以水果的消费为例。如果某人一直消费苹果,当他改为消费梨子的时候,只支付梨子的费用就可以了,而不需进行其它支付。在经济学上,这被称为无摩擦转换。然而,对于信息产品情况却不是这样。让我们以无线通讯为例,当一个人习惯了使用中国移动公司提供的全球通手机服务,这时中国电信推出了资费更加便宜的“小灵通”服务,如果他想转换到小灵通服务的话,除了重新购买小灵通手机和服务外,他还要将新号码通知到所有朋友和商业伙伴。在转换期内,可能会由于联系不畅而导致商业机会的丧失,与传统经济

不同,信息产品的转换是有额外费用的,经济学上,称之为摩擦转换。考虑到转换服务中的额外费用,消费者可能继续使用原有的全球通服务而不会转移到小灵通系统上,即消费者被“锁定”在旧系统中。

锁定是指由于信息产品的差异性,使得购买方在使用其它替代产品时发生了额外的成本,从而产生了重新选择的阻碍。一旦在交易中购买方被锁定,购买方就会成为供应方的巨大利润来源,显然这对被锁定一方来说是很不利的。

在信息经济中,锁定现象是司空见惯的,每天都在发生。普通消费者固然要承担锁定的风险,对于企业而言,一旦锁定效应发生,更要承担巨大的转移成本。以软件产品为例,假设一个公司内部一直使用PC机上的微软Windows98操作系统,员工已经习惯了微软的界面和操作方法,也用惯了与之相匹配的各种软件。如果这时公司要换用苹果计算机上的Mac系统,除了支付苹果计算机和Mac系统的价格,还要考虑配套的软件是否要更改,员工要花费大量的时间来掌握新系统,公司也要支付不菲的培训费用。基于成本考虑,公司可能继续使用原有的软硬件系统而不会转移到苹果计算机和Mac系统上。

1.2 锁定的根源和体验经济

实际上,一般产品的成本是由两部分构成的:第一部分是支付的产品售价,这是购买成本,也称为显性成本;第二部分是

使用过程中所耗费的时间和精力,即对产品的体验,这一部分的成本是隐性的,可称为体验成本。由于体验成本没有产生现金流,往往被人们忽略。在传统工业产品中,体验成本往往是微不足道的。譬如,新买的一台电视机或VCD机,人们最多一个下午就可以完全掌握遥控器上的全部功能。而对于信息产品,体验成本是总成本的重要组成部分,甚至超过了购买成本。譬如,对于文字处理软件来说,如果你已开始使用微软的Word字处理系统,可能需要几个月的时间才能熟练掌握,这个过程中获取的使用经验就是体验成本。这时,转换到金山Office字处理系统或Sun公司的Star Office的代价就非常大。

由此可见,锁定效应产生的根源在于信息产品的“体验性”。正是由于这种体验性,信息经济往往又被称为体验经济。体验经济是指一种通过满足人们的各种体验而产生的经济形态,是一种最新的发展浪潮。按照美国未来学者阿尔文·托夫勒的观点,经济发展在经历了农业经济、制造经济、服务经济等浪潮后,体验经济将是最新的发展浪潮。在农业经济时代,土地是最重要的资本;在制造经济时代,产品是企业获得利润的主要来源;在服务经济时代,产品是企业提供服务的平台,服务才是企业获得利润的主要来源;而体验经济则是服务经济的更深层次,是以创造个性化生活及商业体验获得利润的。

收稿日期:2003-04-14

2 转移成本和反锁定的对策

信息社会中锁定是无处不在的,因此衡量锁定的程度和制定反锁定的对策是至关重要的。

2.1 转移成本

转移成本衡量了供应方对购买方的锁定程度。所谓转移成本,就是购买方使用另外一个不同的信息产品时必须付出的额外成本。转移成本的形式是多种多样的,有时甚至难以察觉,然而综合来看,其表现无非是未来现金流出的增加或是现金流入的减少。

对于大型的信息设备来说,转移成本可能非常高。譬如在20世纪80年代后期,美国贝尔大西洋公司投资30亿美元向AT&T购买了数字交换机设备以支持它的电话网络,这些交换机是非常专用的设备而且是封闭的系统。后来,每当该公司想给电话网络增加一项简单功能,AT&T都索价近千万美元,以至于最后贝尔大西洋公司以垄断的罪名向联邦法院起诉AT&T。消费领域也有不少例子。近年来,消费者被喷墨打印机的低价所吸引纷纷掏钱购买,然而在使用过程中却发现,喷墨打印机的耗材价格非常高,很多消费者不堪重负,陷入了买得起用不起的窘境。因此,在估算转移成本时,除了考虑产品的售价,还应将未来的现金流出增加考虑进来。

转移成本还表现为未来现金流入的减少。譬如,某航空公司A推出了常旅客计划,如果某个旅客乘坐该航空公司的里程累计达到5 000km,就奖励1 000km的航空旅程。显然,常旅客计划将大大提高顾客的忠诚度。如果某位旅客在累积里程不到5 000km时转换到航空公司B,就会失掉了1 000km的奖励里程。而这1 000km的奖励里程相当于未来现金流入的减少,这也是转移成本。

显然,转移成本有效地防止了旅客中途换乘A之外的航空公司。

在传统行业中,只要供应商的自身运营成本低于竞争对手,就可以用降价的手段吸引到客户。然而,在信息经济环境下,供应商必须要考虑客户的转移成本。要将一个客户从竞争对手那里吸引过来,首先供应商必须能够补偿该客户的转移成本,然后才是自己要负担的边际运营成本。如果该供应商从一名新顾客中获得的收益流大于顾客的转移成本和自己承担的运营成本之和,这个新顾客才是值得争取的,否则,得到这个客户将是无利可图的。

2.2 反锁定的对策

在信息社会,人们每天都在使用信息技术和信息产品,同时不可避免地陷入了种种锁定之中。在这种经济环境下,购买方一定要通过制定反锁定的对策来改善自身的处境。

在进行信息产品的采购时,购买方应特别注意在后续使用过程中发生的转移成本,要记住没有免费的午餐。很多供应商为了从锁定中取得利益,谈判开始就提供优惠条件或是免费提供某服务,作为购买方,一定要核算清楚该信息产品的转移成本。否则,就会象购买了喷墨打印机一样身陷其中。

其次,购买方应该始终保持几个可供选择的供应商,这样可以减轻被锁定的程度。在信息时代,高科技的通讯设备、信息处理设备价格高昂,这一点尤其重要。因为一旦购买方选择了唯一的供应商,在后续投资中,一方面购买方将产生诸如专门的员工培训等大量沉没成本,而另一方面供应商了解到对方别无选择,很容易在谈判中获得优势,这时购买方的转移成本就会很高。选择有两个或三个供应商,这就是在向每一个供应商传递这样的信号:如果不能提供最好的产品和合理的价格,购买方就会转向其他的

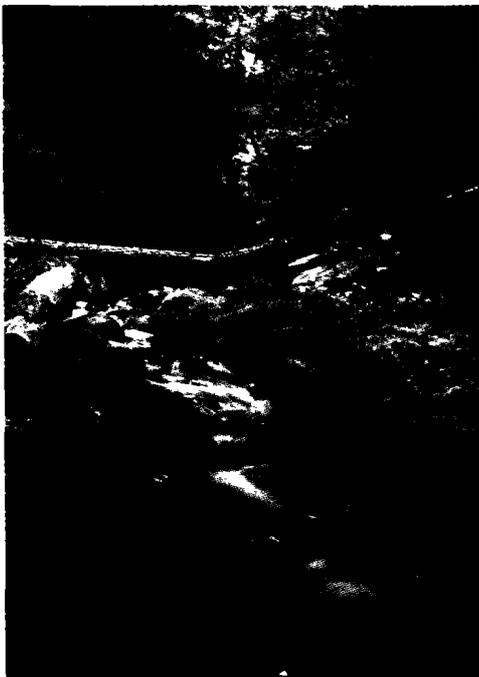
供应商。目前很多电信公司在采购设备时已经在采取这种策略了。

最后,在谈判中,购买方要直接向供应商明确指出因锁定产生的转移成本,提出该成本应该由两家分摊。这样就可以迫使供应商做出两种让步:其一是降低产品价格,以弥补购买方今后的转移成本;其二是在合同中承诺在限定的收费范围内提供良好的售后服务。

参考文献

- 1 张晓峰,杨朝军.信息产业的经济特征分析[J].上海经济研究,2001(11)
- 2 Carl Shapiro, Hal Varian. Information Rules, A Strategic Guide to the Network Economy, Harvard Business School Press, 1998
- 3 B·约瑟夫·派恩等.体验经济[M].夏业良译.北京:机械工业出版社,2002
- 4 托夫勒.第三次浪潮[M].朱志焱等译.北京:新华出版社,1996

(责任编辑 焱 焱)



A Study on the Lock-In Effect Under Information Economy

Abstract: Information economy is different from the traditional economy in many ways; one of the important differences is Lock-In effect. The paper discusses the conception of Lock-in and its origins, and analyses the switching cost induced by Lock-In. Finally, some suggestions are given for the buyers to eliminate or weaken the Lock-In effect in information economy market.

Key words: information economy; lock-in; switching cost; experience economy