

经济增长理论失灵之后

黄春兴 2015-11-03 [《财经》杂志](#)

经济学的本质和功用一直是经济学家内部争议不断的话题。理由很简单，任何科学都是便于知识的再利用。经济学家将人的经验编码成知识，再和其他已编码的知识连结产生新知识。

相对于经济管理理论，经济成长理论作为科学的争议相对小许多，因为成长理论可以从经验中获得编码的知识相对于稳定理论多出许多。保罗·罗默（P. Romer）在 1994 年曾回顾经济增长理论五点经验共识编码的成果。这些经验共识是：（一）市场经济中存在许多厂商；（二）许多厂商同时在利用新的发明；（三）实体的生产活动是可以复制的；（四）技术创新源自于人们的工作；（五）许多厂商拥有市场权力并从创新中赚得垄断利润。他说，早期假设技术是外生给定的梭罗（Solow）模型和其后的扩充，成功地解释了前三项。他和罗伯·陆卡斯先后提出的内生成长理论和其后的扩充，在 1986—1994 年间也成功地解释了第四点。对于最后的第五点，他当时认为该学派并没有成功。

上世纪 80 年代科技和网路产业的突飞猛进以及 1990 年后的全球新竞争情势，迫使各国与各大厂商追求持续创新。这事实呈现出第五点经验，罗默等待经济学家能以数学模型顺利解码。20 年后的 2015 年，罗默发现经济学家并没利用数学模型去解码，而是以之作为辩护个人意识形态的工具。经济学界陷入囚徒困境的最差均衡状态，无法自拔。他称此现象为“数学滥用”（Mathiness），导致成长理论在这段期间毫无进展。

可预料地，罗默的论述引发新的争执。其实，他在 20 年前就曾对宏观经济计量表达过失望，因为他发现使用的数据往往根据模型需要做过调整，也就是说数据内生于模型。经济学家主观地使用统计数据和建构模型的发现，完全颠覆了人们长期对经济分析的客观认知。如果经济学家无法客观地进行分析，也就无法相信他们能客观地发现问题。若连经济学家都无法客观，一般人的经济行动就更难了。

不论是人的行动或经济学家的经济分析，其处理的对象或利用的工具都存在客观性，只是个人的企图和行动是主观而已。社会整体的经济行为和现象乃由个人行动所构成，那么，将它们编码成客观数学模型是否正确？罗默的（新古典）均衡学派采取这样的方法论，也要求经济学家能客观地执行任务。遗憾地，事与愿违，他不仅发现经济学家是主观的人，而其学派对第五点的编码成就也远不如 Neo-Schumpeter 学派。

均衡模型的困境

对于奥地利学派的柯兹纳（Kirzner）而言，均衡学派的困境在于相信客观的数学模型可以处理主观经济行为和现象。他理解该学派的分析严谨，其困境必然隐藏在假设里。我们检讨隐藏在假设下的四点问题，简单地说，这些隐性假设无法让均衡模型产生创新活动。

超额需要并未带动创新。超额需要应该是市场催生新商品的驱动力。新商品一旦出现，会吸引大部分的原有需要，大幅降低甚至完全消灭市场对旧商品的需要。生产者在面对超额需要时是战战兢兢的，担心他扩大生产的投资会毁于他未能预料的新商品的问世。然而，均衡理论为了比较静态分析，假设人们的行动是朝向客观均衡点收敛。于是，他们将商品单一化，排除商品的创新空间，让个人决策只剩下数量的选择。有些学者考虑了新商品，但目的只在解释企业的部分独占性，而不在探讨非创新。

递减的边际效用也未诱发创新。在单一商品或给定固定种类之商品下，消费固然会随所得的增长而增加，但其边际效用却持续地在下降。只要生产者也需要消费，也会感受到市场需要新商品以改变边际效用递减的现象。换言之，单一商品消费的持续增加是诱发创新商品的驱动力，但均衡模型并未让新商品和新效用接手去推动经济增长。

受限于今天的知识难以创新。均衡理论的个人行动是对商品的选择：在任何一期，消费者都面对着项目清楚的商品，选择他的最爱。语意上，选择就等于放弃，在数学上也的确如此。但是，这两种行动的知识内容并不相同：选择接受的是当下知识和其利用，放弃却丢掉了未知的知识和其潜在的利用。如果创新能带

有新奇与惊讶的内容，就必然出自于未知的知识。均衡增长理论以今天的知识去决定明天可选择的商品，等于假设明天不会出现商品的创新行为。

抽走个人的自主性。均衡理论采取“代表性个人”的概念，让这个“他”代表一般化的所有个人。“他”的偏好和选择就代表了整个社会的偏好和选择，“他”的供给也代表社会的供给。于是，当经济学家思考“他”的消费时，就不必思考不同于“他”的不同商品。当“他”成为社会整体行为缩影后，“他”帮了大家选择，个人的自主性也就被抽走。失去自主性，个人也跟着失去创造的可能。

克服上述均衡经济增长所面临的困境，就必须让异质商品能持续出现。细节上，就必须先处理“谁带来异质商品”及“如何带来这些异质商品”两个问题。第一个问题的解方是放弃代表性个人假设，至少要假设一位在消费知识或生产知识不同于“他”的人。只有以异质个人与异质商品为前提，才有办法展开论述。至于第二个问题的解方，则是于自利假设外另立创业家精神的假设。

创业家精神

讨论创业家精神得从米塞斯(Mises)说起。他称经济学为行动学，假设每个人都是具有独立意志的行动人。行动人拥有一些属性和功能，如交易、投资、劳动等，以及自利和创业家精神两项。自利的定义是，个人在给定的条件下追求自己的最大利润(或效用)。相对地，创业家精神则是个人盘算打破给定条件下所能获得的利润。自利是经济学普遍使用的假设，创业家精神则不是。有意思地，经济学家虽然假设自利，却坚称那只是方法论上的假设，而非真实人的属性。相反地，创业家精神虽不被视为人的普遍属性，却是他们争相拥抱的特质。其原因在于，自利的字义是负面的，创业家精神的字义是正面的。均衡理论也是假设自利，只是在比较静态分析的强势下，失去了原有的自主驱动力。

柯兹纳在论述均衡理论的危机后，试图恢复自利的驱动力。他以主观评估看待预设条件和均衡状态。他认为，当个人发现市场价格不同于预估的主观均衡时，立即感知利润机会的存在。创业家立即判断当前情势，提早布局，抢得潜在利润。

若没创业家发现利润机会，市场均衡不会收敛。他称这种恢复后的自利为创业家精神。

这项创业家精神的定义遭到不少奥派学者的批评，一则是指责他还拥抱均衡分析，另则是嘲讽这种趋向均衡的驱动力不配称为创业家精神。柯兹纳接受批评，纳入米塞斯与熊彼特的开放性，提出另一种定义。简单地说，利润原本就不存在，而是随着创业家的开发才一点一滴地呈现出来。换言之，市场开创者计划打造的是一个比蓝海市场更宽广的新市场，借用熊彼特的话，企图开创属于自己的商业帝国。他早期定义是为了恢复自利的自主驱动力，后来的修正则回到米塞斯的传统。为了避免混淆与争议，我们称前者为后顾型警觉，称后者为前瞻型警觉。

能创新的增长理论

假设生产者拥有上述两种警觉，我们接着来建构一个能创新的增长理论。当然，还需要假设一个不受干预的自由开放市场，否则创业家精神是无法发挥的，尤其是前瞻性警觉。市场一旦自由开放，拥有两种警觉的创业家不难发挥他的能力，只要他拥有足够资本和较强能力的创业家精神。经过市场的检验，创业家可能成功或失败，成功也是或短或长。成功指赚到正利润，而整体利润的增加构成经济增长。因此，经济增长的议题便在于：(一) 个别创业家为何会成功？(二) 为何成功的创业家会多过失败的？(三) 为何社会能连续地出现成功的创业家？

(一)个别创业家为何会成功？考虑一位能力较强又拥有足够资本的创业家。当他采取回顾型警觉时，会循着均衡收敛方向行动。这时他的行销工作简单些，并不需要去说服消费者改变偏好。当他采取前瞻型警觉时，行动方向就很难说。资本愈多，可以落实的警觉就离现况越远。成功的条件在于说服消费者改变偏好，或让消费者获得商品的相关消费知识。在获得消费知识与购买之间，创业家能切入的行动就是说服。

(二) 成功的创业家为何多过失败的？当每位创业家提高成功机会后，成功的创业家自然就多过失败的。除自力更生外，经济学家也爱讨论外部效果。罗默讨论个别厂商研究发展的知识扩散到其他厂商所产生之正外部效果所形成产业的报酬递增。其实，厂商扩散消费知识产生的正的外部效果更强过生产面的研究发

展。另外，消费者之间的模仿与竞赛也会形成正的外部性，加速消费知识的扩散，并提高尝试新商品的勇气。

(三)社会为何能连续出现成功创业家？创业家精神是行动人的属性，不仅存在于创业家，也存在于消费者。消费者拥有的创业家精神可以提高他们勇于尝试新商品的勇气，也可能从该商品的爱好者转身变成新的生产者，因为他们拥有较原生产者更贴近于消费者的消费知识。只要新商品连续出现，就构成连续的创新过程。再者，只要过程中出现几次前瞻型警觉，商品的演化路径就会脱离任何可预知的方向。

上述采用的是文化演化的论述。文化演化是人类社会的演化，不是自然演化，是个人行动所构成的社会发展。在这个演化过程中，除了需要一个自由开放的平台外，还需要两项常被忽视的条件，也就是连续出现的创业家和多数能自利选择的跟随者。创业家提出不同于现况的新商品(或新规则)，这些新商品若能获得多数的追随者，就能成为主流。在人的社会，创业家有义务向追随者行销他的新商品。当生产者同时拥有消费知识，或消费者有机会转变成为创业家时，经济也就能持续成长。