

重新解读亚当·斯密的 “钻石与水之谜”

王 瑶

【提 要】230年前由亚当·斯密在《国富论》中提出的“钻石与水的价值悖论”拉开了经济学家讨论价值决定问题的序幕。古典经济学家包括斯密本人无力回答这一悖论。边际主义从稀缺性角度解释被经济学界公认为对这一悖论做出了圆满的解释。但令人奇怪的是,亚当·斯密在写作《国富论》前10年的一篇演讲中已经从稀缺性的角度解决了钻石与水的悖论。斯密难道患有健忘症?其实李嘉图私人信息异质思想的首次引入以及凡勃伦挥霍性消费理论的提出或许更能从斯密的本意出发对这一悖论重新给出一个令人信服的解释。

【关键词】钻石与水 私人信息异质 挥霍性消费

【中图分类号】F09 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1000-2952(2009)02-0068-07

一、问题的提出及历史回顾

亚当·斯密(1723~1790)在《国富论》第1卷第4章中提出了著名的钻石与水的价值悖论:“水的用途最大,但我们不能以水购买任何物品,也不会拿任何物品与水交换。反之,金刚钻虽几乎无使用价值可言,但须有大量其他货物才能与之交换。”^①

然而在写作《国富论》的10年前,亚当·斯密已经从稀缺性角度得出了解决钻石与水价值悖论的答案。斯密1763年的关于法学的演说指出:“价廉实际上即等于物博。水所以那么便宜,就是因为它可以取之不尽,而钻石所以那么昂贵,是因为它稀罕难得(人们似乎还没发现钻石的真正用途)。”^②

其实在斯密之前的经济著作家们已经屡次描述过钻石与水的例子。古希腊哲学家亚里士多德曾指出:“稀少的东西比丰裕的东西具有更大的好处。这样,黄金是比铁更好的东西,虽

然它的用途较小:它难以得到,因此得到它更有所值”(《格言》,pp.1346a20~25)。他附加上“日常有用的东西胜过不常用的东西”。他还引证了平达(Pindar)的话以加强其说服力:“最好的东西是水。”^③可以看出亚里士多德在价值理论问题上考虑了稀缺性和使用价值,暗示了被亚当·斯密精确化的著名的钻石与水的悖论。约翰·罗在《论货币与贸易》(1705)中说:“商品因为被使用而具有价值;商品价值的大小,与其说取决于其用处的大小或人们对它的需要程度,不如说取决于相对于需求的商品数量的多寡。例如,水有很大用途,价值却很小,因为水的数量远远大于对它的需求。钻

① 亚当·斯密:《国民财富的性质和原因的研究》上卷,商务印书馆2007年版,第25页。

② [英]坎南编著《亚当·斯密关于法律、警察、岁入及军备的演讲》,商务印书馆1982年版,第174页。

③ 小罗伯特·B·埃克伦德、罗伯特·F·赫伯特:《经济理论和方法史》,中国人民大学出版社2001年版,第16页。

石的用处很小，价值却很大，因为对钻石的需求远远大于钻石的数量。”^① 哈里斯在《论货币和铸币》（1757年版，第1篇第3节）中也作了这样的对照。坎南在为亚当·斯密1763年的关于法学的演说所加的一个注中还指出：“水由于取之不尽用之不竭，因而廉贱无比，这是古人常说的话。巴贝拉（Barbeprac）在评普芬多夫（Pufendorf）：《自然法与国际法》第5篇第1章第4节时曾引用柏拉图（Plato）《尤奇迪默》（Eunhydem）（304B）下面的话：‘尤奇迪默啊，凡是稀罕的都是贵重的。正如平德所说，水是因多而贱的最显著例子’”。^②

斯密之后的古典经济学无力解决这个“价值悖论”问题。直到19世纪70年代，三个经济学家——门格尔、杰文斯和瓦尔拉斯分别说明价格（交换价值）由它们的边际效用来决定，而不是由它们的全部效用（使用价值）决定的，因为水是丰富的，增加一单位水很便宜，而钻石是极端稀缺的，增加钻石是昂贵的。^③ 至此经济学界才普遍认为“钻石与水的悖论”被边际主义圆满解决。

奥地利学派经济思想史学家马克·斯考森对于斯密改变最初想法的解释是：斯密是一个清教徒，坚信加尔文主义价值观。他的加尔文信仰强调努力工作、有效生产和节俭的好处，《国富论》充满了高尚情操和美德。在他的思想中，钻石和珠宝是虚荣的奢侈品，与水和其他有用“产品”相比相对无用，而且他的经济理论反映了这些价值观。^④

事实果真如此吗？

二、问题的真相

在经济思想史上，亚里士多德是最早采用增量比较方法来处理价值决定问题的，他发现，“如果增加一较小的单位使整体的好处大大增加，就是一个较为合意的东西。同样，你们也应当应用减少的手段来判断：对于该东西来说，其减少使剩下的是一个较少的好处”（《格言》，p. 118^b15）。^⑤ 19世纪70年代的边际革命实质上是对学院派甚至亚里士多德的边际传统的恢

复。^⑥ 难怪埃米尔·考德（Emil Kauder）教授发出感慨：“我们经济科学之父写出水效用巨大，而价格很低。就这几个字，亚当·斯密已经浪费了两千年的思索。”（Kauder, 1960: 282）^⑦

事实上正如D. P. 奥布赖恩所说的那样，亚当·斯密在《演讲》（1762~1763）中继承先辈的主观价值论，也以效用和相对稀少性说明价值，因而已经解决了“钻石与水”这样的价值悖论（The Classical Economists, p. 78）。^⑧ 按奥布赖恩的说法，亚当·斯密在《国富论》中提出“钻石与水”的对比显然不是从稀缺性角度来分析价值决定问题，他通过对钻石与水使用价值的区分本意是想从商品属性角度入手来重新考虑价值决定问题。

钻石与水的自然属性如同学者眼中的公理一样成为人们生活中的常识：钻石由于其特有的稀缺性和不可再生的特征，使其成为一种特殊的商品。而水由于其供给趋近无限以及维持生命的绝对必需性，使其成为人们生活的绝对必需品。

下面笔者就从亚当·斯密的本意出发力图解开“钻石与水之谜”的神秘面纱。

（一）思想的启示：钻石的价高之谜

1. 私人信息异质

私人信息异质是指买方对物品的估价完全取决于自己的私人嗜好，即不同买主对该物品的偏好强度存在很大的差异。而私人信息同质

① 约翰·罗：《论货币与贸易》，朱泱译，商务印书馆1986年版，第1、2页。

② [英]坎南编著《亚当·斯密关于法律、警察、岁入及军备的演讲》，商务印书馆1982年版，第174页。

③④ 马克·斯考森、肯那·泰勒：《经济学的困惑与悖论》，华夏出版社2001年版，第27、28页。

⑤ 转引自小罗伯特·B·埃克伦德、罗伯特·F·赫伯特《经济理论和方法史》，中国人民大学出版社2001年版，第16页。

⑥ 例如，边际分析的创始人之一杰文斯承认亚里士多德对自己思想的影响。

⑦ 转引自马克·斯考森、肯那·泰勒《经济学的困惑与悖论》，华夏出版社2001年版，第28页。

⑧ 转引自晏智杰《经济价值论再研究》，北京大学出版社2005年版，第116页。

取决于信息完全或完美，它基本等同于偏好稳定。

(1) 李嘉图劳动价值论的例外

一贯坚持劳动价值论立场的李嘉图对所允许的规则的例外是非再生产的产品的形态：“有些商品的价值，单只由它们的稀少性决定。劳动不能增加它们的数量……它们的价值与原来生产时所必需的劳动量全然无关，而只随着希望得到它们的不断变动的财富和嗜好一同变动。”^①

在这里李嘉图已经暗示出钻石这种不可再生的稀少性物品其价值取决于私人对钻石的偏好强度，因此钻石这种特殊商品是劳动价值论的例外。由于钻石在自然界中的数量稀少，“劳动不能增加它们的数量”，因此钻石和土地类似，其供给曲线垂直。而钻石的价值“只随着希望得到它们的不断变动的嗜好一同变动”，这意味着钻石的均衡价格由不断移动的需求曲线和垂直的供给曲线的交点决定。李嘉图的思想启示已经勾勒出了简单的钻石定价模型。

(2) 贝克尔的稳定偏好假设

贝克尔认为新古典主义经济学研究方法的核心是“追求最大化行为、市场均衡和稳定的偏好这一系列假定。这些假定在理论分析的过程中贯穿始终。”（贝克尔，1976b，p.5）^② 贝克尔和斯蒂格勒（1977）认为稳定的偏好在经济分析中起到一种十分重要的作用，偏好之所以稳定是因为个人反复地与一种刺激物接触就可以得到“消费资本”，即能够提高有关物品的消费的“边际生产率”的一系列知识和态度，从而增加对它的需求。也就是说经济分析中偏好与满足偏好的其它因素之间存在稳定的关系。

偏好的稳定意味着私人偏好是经济分析的外生条件，同时意味着需求曲线不受此条件影响而发生移动。水由于是人类维持生命的绝对必需品，私人对水接触的反复性在所有物品中几乎是最高（除空气外）。因此私人对水的偏好高度稳定，在正常条件下，水的私人需求曲线可以由代表性买主来表示，因为不同买主的

私人需求曲线可以近似地认为是重合在一起的。钻石由于其在自然界中的独有稀少性而使私人对钻石的接触程度极低，许多人也只是听说钻石而没有亲眼见过，又因为某些基本的“爱好”可能是由生物本能所决定的（贝克尔与斯蒂格勒，1977），因此不同的人对钻石的偏好是极为不同的，由此得出钻石的私人需求曲线很不稳定，不同买主的钻石需求曲线不能重合，钻石模型中的需求曲线不能简单地用一个代表性买主来表示。

(3) 拍卖理论的提示

拍卖的主要特征之一是存在非对称信息。在基本的私人价值模型中，每一买方都知道标的物对自己的价值，但这一价值是该买方的私人信息，其他买方并不知道该价值。^③ 在更一般的模型中，不仅每一买方观测到一个私人信息，而且每一买方的价值都是所有买方信息的一个函数。举钻石为例，买方对钻石的估价主要取决于自己的私人信息（自己到底有多喜欢该钻石），但同时它在一定程度上也取决于其他人的私人信息（别人对该钻石有多喜欢），这是因为后者会影响该钻石转卖时的价值以及拥有该钻石的尊崇感。

具体来说，买方 i 观测到信号 t_i 。如果所有买方的信号都是可观察到的，那么该买方的价值就应当是 $v_i = (t_1, \dots, t_n)$ 。拍卖理论认为，钻石、古董和艺术品通常都是用各种升价拍卖方式来拍卖的。^④ 因此，钻石的成交价格为：

$$P_e = \max(v_1, \dots, v_n) \quad \text{其中 } v = v(t_1, \dots, t_n) \quad (1)$$

2. 钻石的价格效应

(1) 穆勒的垄断价值理论

约翰·穆勒在其著名的《政治经济学原理》第三编第六章的“价值理论要点概述”中指出：

① 彼罗·斯拉法主编《李嘉图著作和通信集》第1卷，商务印书馆1981年版，第8页。

② 转引自J.R. 沙克尔顿、G. 洛克斯利编著《当代十二位经济学家》，商务印书馆2005年版，第27页。

③④ 科伦柏：《拍卖：理论与实践》，钟鸿钧译，中国人民大学出版社2006年版，第12、13、64页。

“某些物品以稀缺价值作为它们的自然价值……垄断价值就是稀缺价值。除非限制供给，否则垄断是不能赋予任何物品以价值的。”^①接着他又在第十六章“论价值的若干特殊情形”中指出：“我们考察了垄断情形下的价值法则，在这种情形下，价值由自然或人为的数量限制所决定，即由需求和供给所决定。”^②

可以看出穆勒所说的“具有稀缺价值的物品（例如钻石）”和现代经济理论中的“垄断物品”^③存在某些共通之处，而垄断物品之所以价高是因为它的定价比竞争性物品多出了一个超额利润。

（2）维塞尔的强势买主定价原则

维塞尔认为在现实经济中，交换价值不仅依赖于效用，而且也依赖于购买力。生产不仅由“简单需要”所决定，而且由部分民众的“超级欲望”所决定。需求者间购买力的不同导致了一种异常情况：某些商品如面包的价格，由最弱买主的定价所决定，而这些买主通常是最穷的。但另一方面，富人不必为面包支付其最大需求价格，而仅仅支付由最弱买主的定价所决定的价格。维塞尔进一步指出：“只有当富人之间互相竞购奢侈品时……他们才按照其能力付款，依照他们自己的个人标准来衡量。”^④换句话说，诸如钻石、珠宝之类的奢侈品因强势买主的竞价而使价格高得足以使一般买主退出该交易领域。

在论述完分层定价原理后，维塞尔举出了钻石价格高昂的例子：“钻石和金子的价格特别高，因为它们是奢侈品，是按最富有阶级的购买力来估价和付款的；而粗俗的食品和铁的价格却很低，因为它们是普通财物——就这些财物来说，决定性的因素是穷人的购买力和估价。”^⑤

因此现实世界中的物品定价原则是：水、面包等生活必需品由弱势买主定价；钻石、珠宝等奢侈品由强势买主定价。真实经济中的价格一般并不反映边际效用定价，如果对所有的需求者个人来说，购买力的边际效用一致的话（这样一种状态并不要求收入分配的平等），这种边际效用定价才会存在。

维塞尔的强势买主定价原则暗示了将要讨论的凡勃伦物品的挥霍性效应。

（二）钻石定价模型的推导

1. 钻石的需求曲线（单一卖主）

虽然凡勃伦是一位著名的新古典经济学的批判者，但是他提出的挥霍性消费理论——一些消费者购买奢侈性物品的主要目的是为了满足他们炫耀性消费——已经被整合进新古典分析中了。^⑥凡勃伦和莱本斯坦^⑦精彩地分析了奢侈品的货币价格可分离出预期挥霍性价格以及两种价格之间进行动态调整最终使得奢侈品具有独特的向上倾斜的需求曲线。笔者在此应用凡勃伦的挥霍性消费模型来推导出钻石的需求曲线。

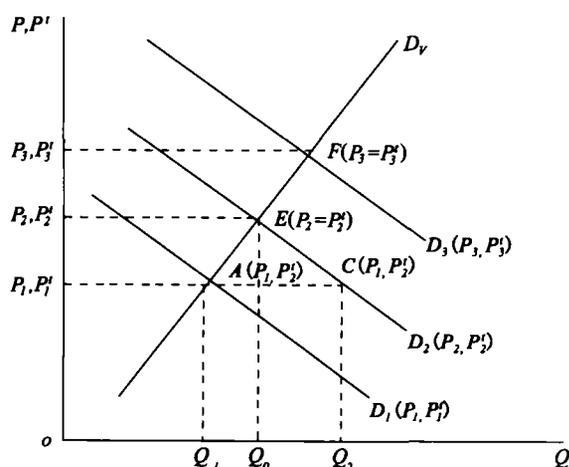
钻石作为一种凡勃伦物品，它的货币价格 P 表示其使用价值本身带来的效用，它的预期的挥霍性价格 P' 表示其代表富人社会地位、身份带来的效用。因而钻石的需求量可以表示为它的货币价格 P 和它的预期的挥霍性价格 P' 的函数：

$$Q = D(P, P') \quad (2)$$

具体如图 1 所示：

- ①② 约翰·穆勒：《政治经济学原理》下卷，商务印书馆 2005 年版，第 2、3、108 页。
- ③ 例如：垄断产品没有相近的替代性，独家厂商控制垄断产品的供给和拥有其专利权。因此，钻石这种具有稀缺价值的物品可以近似看作是垄断物品。
- ④ 转引自小罗伯特·B·埃克伦德、罗伯特·F·赫伯特《经济理论和方法史》，中国人民大学出版社 2001 年版，第 253 页。
- ⑤ 弗·冯·维塞尔：《自然价值》，商务印书馆 1982 年版，第 94~95 页。
- ⑥ 斯坦利·L·布鲁、兰迪·R·格兰特：《经济思想史》（第 7 版），北京大学出版社 2008 年版，第 298 页。
- ⑦ 哈维·莱本斯坦（Harvey Leibenstein）做了将凡勃伦的消费理论与新古典分析相融合的主要尝试，他研究了效用函数与需求曲线的相互依赖关系。他在 1950 年的一篇经典论文中指出：“从出于炫耀性消费的目的而拥有的一单位商品中所获得的效用不仅取决于那一单位商品的内在品质，还取决于为其支付的价格。”也就是说，“凡勃伦物品”不仅产生内在效用，而且还产生炫耀性消费效用，而后者直接与价格有关。参见 Harvey Leibenstein, Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumer Demand, *Quarterly Journal of Economics*, 1950, 62: 203.

图1 单一买主的钻石需求曲线



在假定钻石的预期的挥霍性价格保持不变时，通过变动钻石的货币价格可以引出不同的消费者需求曲线。即 $Q=D(P, P')$ 时，由 Q 与 P 确定消费者需求曲线 D ；如果预期的挥霍性价格提高，对应于每一个货币价格，需求曲线将要向上移动。即时 $Q=D(\bar{P}, P')$ 时， P' 变化引起需求曲线 D 发生移动；在具有完全信息的完全竞争的市场上，当预期的挥霍性价格与货币价格相等时，均衡便发生了。即每条需求曲线 D 上都有唯一的凡勃伦价格 P_v ($P=P'$)；凡勃伦的挥霍性消费模型暗含挥霍性价格效应大于货币价格效应的假设。

在分解凡勃伦效应之前，让我们来看看均衡点 A 的运动轨迹。 $A(P_1=P_1)$ 在需求曲线上， $D(P_1=P_1)$ 假设预期的挥霍性价格 P_1 提高到 P_2 ，则均衡点 A 向右水平移动到了非均衡点 $C(P_1=P_1)$ ，而 $C(P_1=P_1)$ 在需求曲线 $D_2(P_2=P_2)$ 上。当货币价格 P_1 调整到等于预期的挥霍性价格 P_2 时，非均衡点 $C(P_1=P_2)$ 沿需求曲线 $D_2(P_2=P_2)$ 向左上方移动到了均衡点 $E(P_2=P_2)$ 。同理，均衡点 $E(P_2=P_2)$ 经过预期的挥霍性价格和货币价格的调整可移动到均衡点 $F(P_3=P_3)$ 。连接均衡点 A 、 E 、 F 便得出钻石的向上倾斜的凡勃伦需求曲线 D_v 。

钻石的需求函数可表示为其需求量 Q^d 和凡勃伦价格 P_v 的对应关系：

$$Q^d = f(P_v), \text{ 其中 } P_v \text{ 是 } P=P' \text{ 时的价格} \quad (3)$$

在凡勃伦的挥霍性消费模型中，产品价格的下降既产生了一个货币价格效应（相当于需求量的变动），也产生了一个凡勃伦效应（相当于需求的变动）。当价格变化时，钻石的挥霍性消费效应（凡勃伦效应）随着价格的下降而减少，随着价格的上升而增加。例如当钻石的货币价格由 P_2 下降到 P_1 时，其货币价格效应使得消费者对钻石的需求量由 Q_0 增加到 Q_2 ；但货币价格的下降会引起挥霍性价格的下降，假设钻石的挥霍性价格由 P_2 下降到 P_1 ，其凡勃伦效应使得消费者对钻石的需求量由 Q_2 减少到 Q_1 ，又因为从 C 到 A 的凡勃伦效应超过了从 E 到 C 的货币价格效应，因此钻石价格的下降导致了需求数量从 E 到 A 的一个净下降 Q_0, Q_1 。

钻石价格降低会导致富人减少对钻石的购买。可以推测，富人会转而购买那些价格和挥霍性消费效用都没有下降的奢侈品（珠宝、黄金等）。另一种情形是，价格的上升使钻石的挥霍性消费效用增加了很多，以至于富人将会购买更多钻石以显示其社会地位和身份。^①

2. 钻石的成交价格（多方买主）

钻石的特点被描述为“原始的和不可毁灭的”。说它是原始的，因为它不能被生产出来；说它是不可毁灭（自然界中最硬的矿物）的，因为它在数量上不会减少。钻石数量既不能增加也不能减少，因而是固定不变的。由此得出钻石的供给曲线垂直。^②

根据李嘉图、贝克尔以及拍卖理论对私人物品偏好稳定性的分析，得知钻石的私人信息异质，即不同买主对同一钻石的偏好强度存在很大的差异。因此在钻石的供求模型中，其需求曲线不能用一个代表性买主来表示，而应该

① 斯坦利·L. 布鲁、兰迪·R. 格兰特：《经济思想史》（第7版），北京大学出版社2008年版，第299~300页。

② 现代经济理论认为，任意一种资源，如果只能（或假定只能）用于某种用途而无其他用处，即它在某种用途上的机会成本等于0，则该资源对该种用途的供给曲线就一定是垂直的。例如，土地的供给曲线垂直是因为假定了土地只有生产性用途，而没有消费性用途。钻石作为一种稀有资源，在其工业用途应用之前（斯密用语），可以假定钻石只有消费性用途，而没有生产性用途，因此钻石的供给曲线也是垂直的。

用所有竞标方的需求曲线共同来表示。具体如图 2 所示：

图 2：多方买主的钻石竞标价格

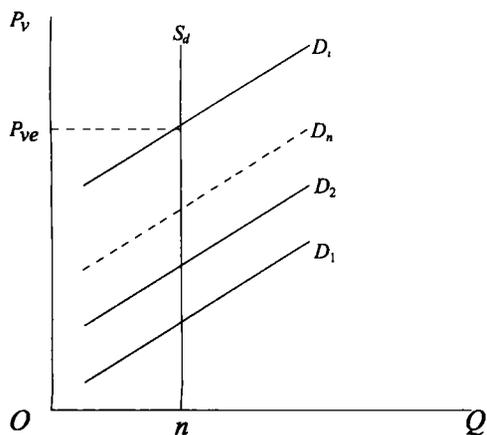
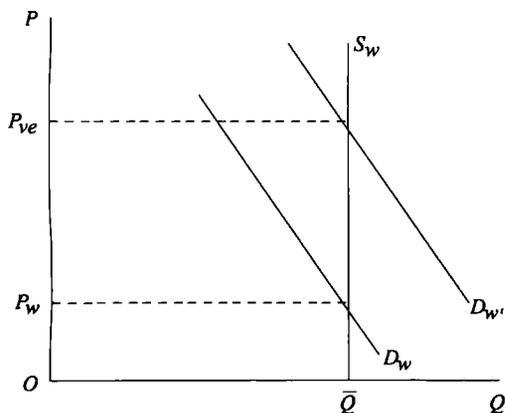


图 3：水的需求曲线的移动



由此可以看出，钻石的成交价格 P_w 是由最高竞价买主的需求曲线 D_i 和钻石的垂直供给曲线 S_d 的交点所决定的。

（三）钻石与水的价格比较

钻石的使用价值分离出挥霍性消费效用以及钻石的私人信息异质决定了钻石的需求曲线向右上方倾斜并由多方买主表示，钻石的供给曲线垂直且靠近原点。由此可以看出，由最高竞价买主的凡勃伦需求曲线和靠近原点的垂直供给曲线的交点决定了高昂的钻石价格。

水是人类生存的绝对必需品，故水的需求曲线缺乏弹性；水的私人信息同质决定了其需求曲线高度稳定；水没有挥霍性消费效用使其需求曲线只能向右下方倾斜。因此，水的需求曲线是一条向下倾斜的缺乏弹性并且不易移动的直线，并且可以用一个代表性买主来表示。

在生产成本忽略不计的情况下，水的供给曲线可以假定为一条外生的远离原点的垂线。容易看出，高度稳定并向下倾斜的需求曲线与外生的远离原点的垂直供给曲线的交点如同一个不动点，决定了低廉的水的价格。

“在沙漠中拥有钻石快渴死的富人愿意用钻石换取一杯维持生命的水。”这一现象如何解释呢？从稀缺性角度出发的边际分析恐怕不能给出一个令人信服的解释。让我们从商品属性出发来看待这一问题，具体如图 3 所示：富人在沙漠中行走由于缺水而面临死亡使得外生条件发生变化，水的私人信息出现异质使得原本稳定的需求曲线 D_w 沿垂直的供给曲线 S_w 向上移动到与钻石价格 P_w 相等的那一点，实际上富人对沙漠中水的需求曲线是 D_w' ，因此钻石与水在此种条件下能够得以交换。

三、结论

本文认为亚当·斯密在《国富论》中提出“钻石与水的悖论”的本意是从区分商品本质属性入手来考虑价值决定问题，其改变初衷的想法应该是分析问题的角度从商品稀缺性转到商品的自身属性。斯密的经济直觉和分析思路并没有错，遗憾的是他仅仅区分了钻石与水的使用价值和交换价值而没有回答这一悖论。斯密已经意识到钻石是象征富人身份和社会地位的奢侈品，但他没有看到钻石的使用价值能分离出挥霍性消费效用而水却不能，而这正是回答悖论的关键所在。边际主义从商品的稀缺性入手，通过对总效用和边际效用的区别，说明价格（交换价值）由边际效用来决定而不是由总效用（使用价值）决定，从而得出了对价值悖论的精彩解释。但边际主义只是恢复斯密先前的《演讲》中的思考方法，曲解了斯密《国富论》中提出问题角度的本意，因此没能澄清困扰亚当·斯密的真正原因。抛开斯密提出“钻石与水的悖论”的本意，本文并不否定边际主义的分析方法。

本文虽力图从斯密的本意出发来揭开“钻石与水之谜”的问题真相，但也不乏有待商榷

之处。例如，钻石向上倾斜的凡勃伦需求曲线的现实性有多大？在此只能说可能会存在但并没有得到证实。^①然而，正如斯坦利·L. 布鲁所说的那样，凡勃伦对炫耀性消费的讨论和莱本斯坦对奢侈品偏好的效用分析仍然是非常重要的，因为它有助于我们从《国富论》的本意出发来重新解读亚当·斯密的“钻石与水之谜”。

价值悖论是经济思想史上一个著名的问题。这篇论文极大地拓展了对这一悖论的传统解释。特别是，作者对“钻石”具有富人身份和社会地位的象征这一特殊的效用给出了严格的证明。

本文作者：中国社会科学院研究生院经济系 2007 级博士研究生

责任编辑：赵俊

[导师杨春学教授点评]

这是一篇优秀的学术论文。“钻石与水”的

① 斯坦利·L. 布鲁、兰迪·R. 格兰特：《经济思想史》（第7版），北京大学出版社2008年版，第300页。

Re-reading Adam Smith's "Mystery of Diamond and Water"

Wang Yao

Abstract: Adam Smith pointed out "the value paradox of diamond and water" in *The Wealth of Nations* 230 years ago, which pulled a prelude for the economists to discuss the issue of how to decide value. Classical economists including Smith himself can not answer this paradox. From the point of scarcity, the marginalism has made a satisfactory explanation about this paradox which has been recognized by the economic academic circles. However, it is strange that Adam Smith had resolved the paradox of diamond and water from the perspective of scarcity in one speech which advanced 10 years of *The Wealth of Nations*. Did Adam Smith suffer from amnesia? In fact, being loyal to the original intention of Smith, Ricardo's first introduction of the thought of heterogeneous private information as well as Veblen's proposition of the theory of consumption to show off maybe anew gives a convincing explanation about this paradox.

Key words: diamond and water; heterogeneous private information; consumption to show off

观点选萃

“蓝海战略”与经济型酒店

张冬婷 邱扶东

华东师范大学商学院 2007 级硕士生张冬婷、旅游学系副教授邱扶东在来稿中指出：1995 年欧洲工商管理学院的 W·钱·金教授和勒妮·莫博涅教授合著《蓝海战略》。书中指出，在争夺现有需求的红海竞争战略指导下，竞争各方拘泥于本行业、本战略群和现有客户，遵循价值与成本互替定律——追求“差异化”就要相应增加成本，而以“成本领先”为导向则又将限制企业所能获得的利润。要打破这一僵局，企业必须跨越现有竞争边界来审视市场，将不同市场的买方价值元素予以梳理、筛选并重新排序，重建市场和产业边界，开启巨大的潜在需求，从而摆脱已知市场空间的血腥竞争，开创新的市场空间，这就是“蓝海战略”的核心观点，它代表着战略管理领域范式性的转变。红海战略是在给定的市场结构下的定位选择，而蓝海战略则是要改变市场结构本身。经济型酒店是现代酒店业运用“蓝海战略”的产物，是相对于传统的全服务酒店（Full Service Hotel）而存在的一种新的酒店业态，它的出现，为我国大众消费者的出行带来了价廉而适用的选择。在此之前，普通旅行者很难找到合适的住宿设施——星级酒店条件优越，却要很多不必要的设施支付高昂费用；社会旅馆价格低廉，但设施、交通、卫生等状况很不理想。经济型酒店正是抓住供需不匹配导致的巨大市场缺口，在完全服务型酒店和社会旅馆中找到了一个最佳平衡点，拓展了酒店有限服务和错位经营的理念，可谓酒店业的一次成功的价值创新。

（赵俊 摘编）