

基于产品特性的企业竞争理论研究述评 对李渔造园思想的影响

□刘玉芹 胡汉辉张乾坤 [东南大学 南京 211189; 山东大学 济南 250100]

[摘要] 随着经济发展的加速和消费者需求的扩张,企业竞争理论日益受到学术界和业界的关注。梳理了近年来企业竞争理论的主要研究成果,从同质产品生产和异质产品生产两个方面阐述了企业竞争理论研究的有关进展,以期为我国企业制定有效的竞争策略提供有益的参考。无论在实践上还是在理论上,李渔都是明清时期的一位造园大家。他的造园思想集中体现在《闲情偶寄》之中。李渔的造园思想不仅丰富深邃,而且还极具个性特色。他用艺术的眼光看待造园活动,认为造园活动在本质上是一种艺术活动。因此,李渔的艺术素养、艺术个性乃至艺术审美理想对于他的造园思想直接产生了积极而深远的影响。其主要表现是:在园林居室的布置上,李渔习惯用字画等艺术品装饰美化居室环境;在园林的建造技巧上,李渔认为作文和绘画与造园具有内在的相通性;在园林的艺术审美追求上,李渔不仅重视园林的写意功能,而且还非常注重营造园林的艺术韵味;在造园个性上,李渔主张独创、反对窠臼的艺术个性更是直接影响了他避免趋同、力求独创的造园品格。

[关键词] 企业竞争; 同质产品; 异质产品; 李渔; 艺术; 园林; 影响

[中图分类号] G322.1F279.12

[文献标识码] A

[文章编号] 1008-8105(2011)06-0044-04

企业作为经济体系的基本单元,对一个国家经济的发展和繁荣起着不可估量的作用。与此同时,企业作为产业的基本角色,其行为研究也逐渐成为产业组织理论研究的中心课题。传统的产业组织理论不太重视对企业行为的分析,直到Von Neumann Morgenstern及Nash发表了历史性的著作,以及Schelling提出了策略性行为学说后,运用博弈论分析企业间策略的互相作用成为该领域研究的新风尚。由此,经济学界对企业竞争行为的研究和分析进入了一个崭新的时代。而企业的竞争行为很大程度上又体现在企业的产品策略上,因此,下面将分别从同质产品和异质产品两个方面入手,对企业竞争理论的演化过程进行梳理和总结。

一、同质产品条件下的企业竞争理论

同质产品条件下的企业竞争理论一般而言有静态竞争和动态竞争之分。不管从逻辑上还是从发展

过程而言,从同质产品条件下企业的短期竞争行为开始讨论都是必要的,在此基础上,进一步讨论对模型的修正,通过引入无期限重复的价格竞争来解释有关的超级博弈问题。

(一) 静态竞争理论

Cournot和Bertrand分别提出基于不同假设条件的企业竞争模型,实际上, Cournot模型与Bertrand模型的关键区别在于他们描述了不同成本结构的企业: Bertrand模型适合于描述具有相对稳定的边际成本的企业,而Cournot模型则适合描述边际成本急剧上升的企业。正是基于这两个模型描述的企业成本结构不同,很多后续的学者对这两个模型进行结合和修正,产生了适用于不同产业环境的两阶段模型竞争模型。

(二) 静态竞争理论的修正

在众多两阶段博弈模型中,最著名的是Kreps和Scherinkman基于企业价格调整相对生产能力调整

[收稿日期] 2010-11-18

[基金项目] 国家自然科学基金重点项目“中国政府部门的结构与运作研究”(70833002)。

[作者简介] 张乾坤刘玉芹(1980-1975-)女,东南大学经济管理学院博士研究生;胡汉辉(1956-)男,东南大学集团经济与产业组织研究中心主任、教授、博士生导师,山东大学文艺美学研究中心博士生。

较快速的特点,他们认为:当企业生产能力不太高,两企业存在一个纯策略均衡,此时两企业索取的均衡价格为 $P(x_1 + x_2)$ ($P(\cdot)$ 为需求函数, x_i 为生产能力),此时企业的行为类似Cournot竞争;当某个企业生产能力很高时,双方选择混合策略,且生产能力大的企业获得斯坦克尔伯格追随者利润^[1]。但是, Kreps和Scherinkman的两阶段模型的鲁棒性是严格依赖于相关的前提条件:企业都能够观察到所有消费者对产品的评价,并且价格低的企业首先满足高评价消费者,价格高的企业满足剩余的消费者,也就是说,该模型是在有效分配原则的基础上建立起来的。但实际情况往往不是这样,首先企业往往不能够观察到全部消费者的评价;其次价格低的企业是按照“先来先得”的原则分配它的产品。在此情况下, Davidson和Deneckere提出:所有消费者首先在价格低的企业满足消费需求,随着消费者数量的增加,价格低的企业由于生产能力的约束,不能够满足所有消费者的需求,而不能满足需求的消费者转向价格高的企业,这个过程就是Edgeworth剩余需求分配原则^[2]。但是该过程又隐含着另外一个重要假设:消费者在企业之间的转换是无转换成本的。但实际上该转换成本是存在的,后来的学者又进一步发展了该理论。

Herk将 Kreps与 Scherinkman和Davidson与Deneckere的结论进行统一,并且经过研究表明他们的不同结论只是因为企业的边际成本不同^[3]。首先,当边际成本足够大时,受生产能力约束的价格竞争将会有有一个唯一的、纯策略Cournot均衡,高价格企业的剩余需求小于或等于有效分配原则下的需求;其次,当边际成本足够小时,将会产生混合策略的均衡结果,高价格企业的剩余需求大于有效分配原则下的需求;进一步,当企业按照“先到先得”原则进行分配,消费者面临显著的转换成本并且是风险中性时,高价格企业面临的剩余需求少于有效分配原则下的需求,也就是说,存在切换成本的“先到先得”情况下, Cournot竞争的鲁棒性更强。

无可置疑,很多学者对同质产品条件下的企业竞争理论作出了巨大贡献,但这些文献的结论有时是不能令人满意的,因为静态的理论不可能完全正确的阐释现实中企业间动态的相互作用。因此,研究企业之间动态的策略相互作用是很有现实意义。

(三) 动态竞争理论

一般来讲,企业间动态竞争的实质是:在机会主义行为所获得的即期收益与其预期的长期收益结果的衡量中,企业所寻求到的一种利益最大化的动

态变化过程。因此,无期限的重复博弈过程便成为了研究企业动态竞争理论的框架。但是,在这种衡量和比较的过程中有可能会有一种长期的相对稳定的竞争环境,即引发企业间的串谋。所以,长期以来,产业组织理论的学者们都关注重复博弈中企业间串谋发生的可能性。

在这方面的经典文献是Stiger的研究,他认为:阻止企业间串谋的最大障碍是秘密削价,同时提出影响重复博弈结果的重要因素:竞争对手之间对于秘密削价的发现和学习速度、对于背叛行为的惩罚力度等^[4]。但是, Stiger的结论和传统的Pareto最优并没有能够取得一致。

Friedman则提出企业间的默契合谋不仅是Pareto最优而且是重复非合作博弈的动态均衡结果,重复博弈的过程既体现了企业在任何时候都会追求自身利益最大化,即企业会通过不断的权衡即期收益和长期收益来改变企业的行为,同时,竞争企业在均衡处又达到整体的Pareto最优^[5]。但是, Friedman的重复博弈理论也存在太多均衡点的缺陷,使该博弈过程陷入“富有的窘境”,而无法针对现实情况对企业策略进行有效的预测。为了使超级博弈的均衡更具有实用性,从而对企业的竞争策略具有指导意义,有必要增加一些博弈过程的限制条件,使企业竞争结果能够以某种方式协调在均衡点。

Rotemberg和Saloner研究了当前需求对企业来说已知且未来需求是波动的前提下,企业间串谋以及和价格战的可能性,即企业在高需求时,企业背离整体利益最大化的惩罚低于偏离所带来的短期收益,此时难以维持企业间的串谋;而在低需求时,企业间倾向于减少产出而更具有合谋的可能性^[6]。Bermheim和Whinston则研究了多市场接触条件下企业间的串谋问题^[7]。

Huck和Normann进行了一系列研究和实验,认为双寡头企业更容易形成串谋,当企业的数目超过三个时,串谋变得更加困难^[8]。Abbink和Brandts通过经验研究得出类似的结论:在竞争性市场中,企业的数目与价格水平之间存在相应的关联,即随着企业数目的增多,市场平均价格水平是不断下降的,而且主导价格水平是一系列Nash均衡中的最低值,同时社会剩余总值增加;进一步,当市场中企业的数目超过三个或四个以上时,串谋的可能性也会随之减少^[9]。但是, Abbink和Brandts的研究是基于市场上的企业拥有竞争对手的完整信息。

Argenton & Müller则同样用实验研究了企业之间信息和成本均不对称,并反复进行价格选择时企

业之间竞争。研究结果表明:信息和成本这两个因素似乎对最终的结论影响不大,除此之外,尽管拥有完全信息的非对称市场中的企业比拥有不完全信息的非对称市场中的企业更容易串谋,但是两种不同的市场中的价格水平差别并没有明显差别^[10]。

以上主要回顾了同质产品条件下的企业竞争理论的发展过程,但现实中,更多的是企业同时生产多种互补或者替代的产品,而面临的市场环境也是一个多产品竞争的环境。作为对同质产品竞争理论的发展,异质产品条件下企业间竞争理论应运而生。

二、异质产品条件下的企业竞争理论

对于异质产品的企业竞争理论,主要有两大分支,一是以空间模型为研究对象的纵向差别化理论,这类模型有两个共同点:企业在空间的相对位置表示产品差异化程度,也就是说,企业间距离越近,企业间生产的产品差异化程度越小,企业间的竞争也越激烈;消费者在空间的位置则象征其对不同特性的产品的偏好程度,即距离某种产品越近其偏好越大。二是研究企业如何制定产品质量分布策略以横向差别化理论。实际上,不管是哪种策略,企业都是希望通过差异化来达到缓解竞争的目的。

(一) 纵向差异化理论

纵向差异化的理论基础是Hotelling的线性空间模型:在均衡处,企业将选择极为靠近的地址,即最小差别化原理^[11]。但是,Hotelling在论文的最后提出两种可能弱化这个结论情况:一是对消费者进行价格歧视;二是企业面临的需求弹性不一致。

d'Aspremont、Gabszewicz和Thisse对Hotelling的结论进行重新验证,并以二次运输成本代替线性运输成本,使得需求函数和利润函数有很好的连续性和凹性,研究表明,每个企业将定位于远离竞争对手,即定位均衡是城市的两个极端,即企业按照最大差异化原理竞争^[12]。d'Aspremont等人的贡献除了他们提出并论证了产品竞争的最大差别化原理之外,另一个重要贡献就是他们正确运用了两阶段博弈过程:企业首先同时选择地址,然后在给定地址的情况下,企业进行价格竞争。对于Hotelling和d'Aspremont等人相互冲突的结果,我们需要正确的理解:当存在限制价格竞争因素时,Hotelling的产品最小差异化原则能够更好地解释;当存在价格竞争的时候,企业会希望将产品差别化,以缓和价格竞争,即体现了产品最大差异化原则。

前面的讨论是基于完全信息条件下企业纵向差异化,Boyer分析了不完全信息条件下企业纵向差异

化的竞争结果^[13]。在不完全信息条件下,企业会利用产品差异化给竞争对手传递错误的信息,如果企业1的成本低,它就会通过位置选择来向企业2传递高成本的错误信息,以达到降低产品差异化而提高竞争价格的目的;相反,如果企业1的成本高,它将会伪装成低成本企业将位置向市场中心移动,因而会诱使高成本的企业2远离市场中心,同样导致差异化降低的结果。以上的分析是运输成本是线性的情况。进一步,Boyer讨论了基于二次运输成本的不完全信息时的纵向差异化竞争,得出了相反的结论:在不完全信息下,差异化仍然存在,只不过不会最大化,在均衡处,两企业都有正的市场份额,并且为了避免第二阶段激烈的价格竞争,即使有成本优势的跟随企业也会选择向市场的边缘靠近^[14]。

(二) 横向差异化理论

在横向差异化理论中,Gabszewicz与Thisse以及Shaked与Sutton分别进行了较为完整和系统的研究和考察。其中,前者是以质量为外生变量进行研究^[15],而后者则考察了内生质量水平条件的价格均衡^[16]。

Shaked和Sutton通过建立一个三阶段非合作博弈模型:一是企业选择是否进入,并观察到其他企业是否进入;二是企业选择产品质量;三是企业观察到其他企业的质量,同时进行非合作价格竞争。同时,假设企业以质量的边际成本生产和销售产品。他们的研究表明:行业中只能存在有限数目的企业;当产品质量相同时,企业只能赚取零利润;当产品质量存在差异时,将会存在唯一的均衡,高质量的企业比低质量企业得到更多的利润,两个企业的利润将随着高质量企业的质量提高而增加;如果行业中的企业数目超过均衡数目,则将低质量的企业将会被驱逐出行业^[16]。但是,需要说明的是,Shaked和Sutton论文中的均衡企业数目往往与现实中的企业数目不一致,这在一定程度上可能是由于他们的假设隐含质量的边际成本不能随着质量的增长而增长过快有关,因为成本过快增长限制了企业间的质量竞争的激烈程度。Gabszewicz和Thisse的研究得出同样的结论:企业有激励采取质量差异化的竞争策略^[15]。王斌则提出了一个既包含横向差异化又包含纵向差异化的竞争模型,并得出两种不同差异化条件下的市场均衡点。在异质产品市场中,当两企业的产品质量相同时,横向差异越大,市场竞争强度越低,企业的利润就越大;若横向差异很小,纵向差异的市场会产生两种不同的需求效应:当市场被完全覆盖时,随着产品质量差异化的增加,低质量产品需求减少,相反,高质量产品需求增加^[17]。

随着数字技术的发展和互联网应用的深入,消

费者面临更加丰富的产品,出现了企业根据目标消费者的需求进行产品定制,也就是通过针对目标客户的偏好定制产品而实现差异化。

Bernhardt提出品牌效应在通过定制实现产品差异化的过程中起着关键因素的作用:当品牌效应很弱时,有的企业为了避免激烈的市场竞争而不进行产品定制,另外的企业在获取消费者信息的成本不是很大的情况下投资建立消费者数据库而进行产品定制,而通过产品定制使得消费者获得了更好的效用,也让定制企业得到了更多的利润;而当品牌效应很强时,所有的企业都将投入大量资金提升产品定制的能力,此时的企业更像“囚徒困境”中的犯人,消费者由于产品定制得到了更好的目标产品而增加了消费净剩余,所以社会总剩余增加^[18]。

至此,不难看出,产品的差异性可以从不同的维度进行考察,但是由于多维模型的复杂度,鲜有学者同时进行多个维度的探讨。在为数不多研究者中,Ansari等对二维与三维产品差异性作了研究,在他们的模型中,首先分别假定消费者对产品不同维度上的认知差距而造成的效用损耗率不同,研究发现,产品将在消费者最看重的产品特征维度上实施最大差异化,而在其他维度上实施最小差异化^[19]。与Ansari等的研究相比,Irmen和Thisse模型的假设条件与研究结果与前者都较为相似,但他们的研究进一步拓展到具有n维产品特征的情形,研究表明,当产品的主导特征上的显著系数足够大时,企业选择在主导特征上实施最大差异化,而在其他特征上实施最小差异化^[20]。

三、总结与展望

综上所述,企业间竞争从供给侧和需求侧都表现出多维属性的特征。从20世纪70年代开始,围绕经典的Cournot竞争理论和Bertrand竞争理论进行了大量的同质产品竞争的理论拓展性研究,考虑了不对称信息和市场的不确定性等各种因素,因而这一理论框架已经十分完善。随后发展起来的异质产品竞争理论为企业缓解竞争压力以实现利润最大化提供了很好的理论基石。

随着信息技术的进步,对于需求的分析和研究日益深入,而企业基于消费者需求功能的决策变量在企业竞争策略的选择和制定过程中的作用日益重要,为该理论提供了一个重要的研究方向。同时,企业所面临的外部环境也是其竞争策略的重要影响因素之一,尤其是企业所处的产业环境的变化,使

产业拥有许多新特征,如通讯产业,特别是网络融合后的通讯产业价值链网络的重塑,企业将面临产业内的同质竞争者、不同产业的异质竞争者,甚至重构价值网络中上游供应商的竞争,因此多维空间企业竞争策略问题将会是未来的研究方向。

参考文献

- [1] KREPS D M, SCHERINKMAN J A. Quantity Precommitment and Bertrand Competition Yield Cournot Outcomes[J]. The Bell Journal of Economics, 1983, 14(2): 326-337.
- [2] DAVIDSON C, DENECKERE R. Long-run Competition in Capacity, Short-run Competition in Price, and the Cournot Model[J]. The RAND Journal of Economics, 1986, 17(3): 404-415.
- [3] HERK L F. Consumer Choice and Cournot Behavior in Capacity-Constrained Duopoly Competition [J]. The RAND Journal of Economics, 1993, 24(3): 399-417.
- [4] STIGER G. A theory of Oligopoly [J]. Journal of Political Economy, 1964, 72(1): 44-61.
- [5] FRIEDMAN J. A Noncooperative Equilibrium for Supergames[J]. Review of Economics Studies, 1971, 28(1): 1-12.
- [6] ROTEMBERG J J, SALONER G. A Supergame-Theoretic Model of Business Cycles and Price Wars during Booms[J]. American Economic Review, 1986, 76(3):390-407.
- [7] BEMHEIM B D, WHINSTON M D. Multimarket Contact and Collusive Behavior[J]. The RAND Journal of Economics, 1990, 21(1): 1-26.
- [8] HUCK S, NORMANN H T, OECHSSLER J. Two are few and four are many: Number effects in experimental oligopolies[J]. Econ. Behav. Organ., 2004, 53: 435-446.
- [9] ABBINK K, BRANDTS J. Pricing in Bertrand competition with increasing marginal costs[J]. Games and Economics Behavior, 2008, 63: 1-31.
- [10] ARGENTON C, MÜLLER W. Collusion in experimental Bertrand duopolies with convex costs: the role of information and cost asymmetry[J]. CentER discussion paper, 2009: 87.
- [11] HOTELLING H. Stability in Competition[J]. Economic Journal, 1929, 39(153):41-59.
- [12] d'Aspremont C, GABSZEWICE J, THISSE J F. On Hotelling's Stability in competition[J]. Econometrica, 1979, 47(5): 1145-1151.
- [13] BOYER M, LAFFONT J J, MAHENC P, MOREAUX

M. Location distortions under incomplete information[J]. *Regional Science and Urban Economics*, 1994, 24(4): 409-440.

[14] BOYER M, MAHENC P, MOREAUX M. Asymmetric information and product differentiation[J]. *Regional Science and Urban Economics*, 2004, 33 (1): 93-113.

[15] GABSZEWICZ J J, THISSE J. -F. Price competition, quality and income disparities [J]. *Journal of Economic Theory*, 1979, 20: 340-359.

[16] SHAKED A, SUTTON J. Relaxing Price Competition through Product Differentiation [J]. *Review of Economic Studies*, 1982, 49: 3-13.

[17] 王斌, 张英杰, 徐寅峰. 异质产品市场竞争战略的博弈分析[J]. *商业研究*, 2005, 19:145-147.

[18] BERNHARDT D, LIU Q, SERFES K. Product Customization [J]. *European Economic Review*, 2007, 51 (6): 1396-1422.

[19] ANSARI A, ECONOMIDES N, STECKEL J. The Max-Min-Min Principle of Product Differentiation[J]. *Forthcoming in the Journal of Regional Science*, 1998, (38): 1-23.

[20] IRMEN A, THISSE J F. Competition in Multi-characteristics Spaces: Hotelling Was Almost Right[J]. *Journal of Economic Theory*, 1998, 78: 76-102.

(下转第52页) 明清之际的李渔不仅在文学领域成就卓著, 而且在园林建造领域也有很高的造诣。无论在实践上还是在理论上, 他都极其出色, 是当时一位颇有名气的造园大家。他在《闲情偶寄·居室部》“房舍第一”中非常自豪地说, “生平有两绝技”, 其中之一就是“置造园亭”^④。从实际情况来看, 李渔并非自吹自擂, 而是名副其实。据记载, 李渔亲自为自己建造设计了几座园林。“伊园”即所谓的“伊山别业”, 是李渔试图效法唐人王维在老家兰溪所建的一座园林。“伊园”原址只是一座小山丘。李渔在《卖山券》中说: “高才三十余丈, 广不溢百亩, 无寿松美箭、诡石飞湍足娱悦耳目, 不过以在吾族即离之间, 遂买而家焉。”^[11]29-241]按理说, 这样一个不毛之地根本不适合建造园林。但是, 经过李渔的精心设计, “伊园”独具匠心, 别具一格。他在《伊山别业成寄同社五首》中对“伊山别业”的特点、格局、景观以及审美价值做了生动地描述, 组诗中的第三首云: “南轩向暖北轩凉, 宜夏宜冬此一方。栽遍竹梅风冷淡, 浇肥蔬蕨饭家常。窗临水曲琴书润, 人读花间字句香。诗债十年酬未始, 拟从今日备奚囊。”^[11]166]不难看出, 出自李渔之手的“伊山别业”不仅非常适宜人居住, 而且还具有浓郁的艺术氛围, 堪称实用与审美二者完美地契合, 是典型的诗意栖居之所。顺治十八载, 李渔举家移居金

陵。他历时八载, 在明代遗老云集的秦淮河畔自建了著名的园林——“芥子园”。《西湖新志·人物篇》

在李渔的条目中有这样的记载: “筑芥子园于铁冶岭上, 凡门扇、窗牖、扁额、对联, 皆独出新意。一即起居服用之物, 亦多异常。”^[2]李渔在《芥子园杂联》序中也说: “此余金陵别业也, 地止一丘, 故名芥子, 状其微也。往来诸公, 见其稍具丘壑, 谓取芥子纳须弥之义, 其然岂其然乎?”^[11]29-241]芥子园虽小, 但能“纳须弥”, 园内各种景致一应俱全, 别有一番风味。“层园”是李渔晚年在杭州时将自己所购买的一所旧宅改造而成的。他在《次韵和张壶阳观察题层园十首》序中云: “予自金陵归湖上, 买山而隐, 字曰层园。因其由麓至巔, 不知起几十级也。”^[11]246]

层园因地制宜, 倚山而建, 自低至高, 顺着山势, 步步升高, 错落有致, 层次分明, 所以取名为“层园”。据《金华诗录》记载: “笠翁自白门移居杭州, 居湖上, 碧波翠岚, 环映几席, 自喜与山水为邻, 题柱云: ‘繁冗驱人, 旧业尽抛尘市里; 湖山招我, 全家移入画图中。’”^[3]层园设计独特, 立意新颖, 当然是中国古典园林建造的成功佳作。除自建园林之外, 李渔出于谋生或者奉承缙绅的缘故, 擅于利用自己的一技之长为他人建造园林。他曾经自告奋勇, 毛遂自荐, 帮助龚芝麓修建了绿野堂。他在《大宗伯龚芝麓先生书来有将购市隐园与予结邻之约, 喜成四绝奉寄, 以速其成》云: “闻说将开绿野堂, 可容老圃见微长。满怀丘壑无由出, 愿与裴公作嫁裳。”^[11]189]另据史料记载, 李渔在游历京师时, 还帮助当时的权贵修建了若干座园林。据传北京的惠园出自李渔之手。清人钱泳在《履园丛话》

中有明确的记载: “惠园在京师宣武门内西单牌楼郑亲王府, 引池叠石, 饶有幽致, 相传是园为国初李笠翁手笔。”^[4]北京的半亩园也是李渔亲自替人设计修建而成的。清代麟庆在《鸿雪因缘图记》第三集“半亩营园”中说: “半亩园, 在京都紫禁城外东北隅, 弓弦胡同内, 延禧观对过。园本贾胶侯中丞宅, 李笠翁客贾幕时, 为葺斯园。”又说“半亩园以石胜, 缘出李笠翁手, 故名。”^[5]总的来说, 李渔设计建造的园林很可能远不止以上提到的这些, 只是由于岁月沧桑, 文献资料的散逸, 他亲自设计建造

园林的具体数量我们已经无法具体考证了。

由于拥有长期的造园实践, 李渔逐渐积累了丰富的造园经验。但是, 李渔的造园思想并非仅仅停留在经验的层面上, 而是将这种经验作了一定程度的提炼和概括, 使之达到了相当的理论水准。他的造园思想在理论上的升华主要集中体现在他的名著《闲情偶寄》之中。在仔细深入考察《闲情偶寄》之后, 笔者认为, 李渔的艺术素养、艺术个性乃至

艺术审美理想对他的造园思想产生了直接而深远的影响。

在园林居室的布置上,李渔习惯用字画等艺术品来直接装饰美化居室。这在《闲情偶寄·居室部》中表现得极其明显。在“置顶格”中,李渔为了节约空间,美化空间,别出心裁,将顶格做成四面低、中间高,类似斗笠的形状。即使在顶和四周之间仅有一尺多的狭小竖板上,李渔也要在上面装裱字画。在“取景在借”中,李渔巧妙地制作了“尺幅窗”。他认为,此窗虽然多半是开着的,但是也有关闭的时候。关闭的时候“用他榻他榻”,“与画意不合”。为了避免“丑态”,他依照原来式样的大小,“作木榻一扇”,裱上一幅名画,直接将其嵌入窗中,“又是一幅真画”。他还强调,裱木榻要用麻布和后纸,不能太薄,薄则透明有光,“不成画矣”。李渔考虑之周全,手法之细腻,可见一斑。在“书房壁”中,李渔认为,“壁间书画自不可少”,但是,要掌握好度,不能贴得太多,否则,适得其反。“然粘贴太繁,不留余地,亦是文人俗态”。然而,李渔认为,“裱轴不如实贴”,轴怕风吹动损伤名迹,实贴倒是无此患,而且大小还很合适,“实贴又不如实画”,实画则是一件韵事。在“厅壁”中,他认为,“厅壁不宜太素,亦忌太华。名人尺幅自不可少,但须浓淡得宜,错落有致。”于是,李渔聘请高手在“厅壁”上作画。“乃于厅旁四壁,倩四名手,尽写着色花树,而绕以云烟,即以所爱禽鸟,蓄于虬枝老干之上。”“画止空迹,鸟有实形”,“松为着色之松,鸟亦有色之鸟,互相映发,有如一笔写成。良朋至此,仰观壁画,忽见枝头鸟动,叶低翎张,无不色变神飞,诧为仙笔,乃惊疑未定,又复载飞载鸣,似欲翱翔而下矣。谛观熟视,方知个里情形,有不抵掌叫绝,而称为巧夺天工者乎?”李渔标新立异的园林居室美化方法,立刻产生了奇妙的审美效果。“因禽鸟之善鸣善啄,觉花树之亦动亦摇;流水不鸣而似鸣,高山是寂而非寂。”李渔自己也相当自负地说:“座客别去者,皆作殷浩书空,谓咄咄怪事,无有过此者矣。”

李渔认为:“葺居治宅,与读书作文,同一致也”。所谓“同一致”,实际上是指二者在技巧上是相通的,具有相当的一致性。正是基于这种认识,李渔在阐述自己的造园思想时总是习惯以作文和绘画为例,巧妙地运用作文和绘画与造园之间在技巧上的一致性,生动形象地阐明他的造园理论。在《闲情偶寄·居室部》“房舍第一”中,李渔针对当时人们在营造房舍时与主人身份不对称的弊病,提出了尖锐的批评。他说:“夫房舍与人,欲其相称。画山水者有诀云:‘丈山尺树,寸马豆人。’使一丈之山,

缀以二尺三尺之树;一寸之马,跨以似马似粟之人,称乎?不称乎?”在李渔看来,房舍的高矮宽窄应该与它的主人地位相称。在这一点上,非常类似于绘画的要素布局技巧。当然,具体合适与否,还是要看具体情况。如果地位显赫者如商汤、周文王那样,身材魁梧,“高数仞为宜”。否则,如果堂屋的主人没有商汤、周文王那样的地位,而且身材矮小,那么堂愈高则人愈觉得矮小,堂愈宽而人愈觉得瘦弱。在这里,李渔借用绘画要素布局技巧来说明房舍高矮宽窄设计要求,既形象又通俗,具有很强的说服力。在《闲情偶寄·居室部·山石第五》“大山”中,李渔还用作文绘画的技巧来比附说明营造假山的技巧。他说:“予遨游一生,遍览名园,从未见有盈亩累丈之山,能无补缀穿凿之痕。遥望与真山无异者。犹之文章一道,结构全体难,敷陈零段易。”在李渔看来,营造假山,小的比较容易,大的就很难使其“无补缀穿凿之痕”,主要是难在其框架布局,这一点非常类似于作文绘画。唐宋八大家的文章之所以被称为名作,首先在于它先有成局,以气魄胜人,其次才是“修饰词华”。所以,要成功地堆砌好比较大的假山,最重要的是先要有一个整体框架,然后在这一基础上再精雕细刻。这样堆砌的假山,无论是粗览还是细观,都不容易看出人工痕迹,而且还有“天然委曲之妙”。“混假山于真山之中,使人不能辨者,其法莫妙于此”。相反,“若夫间架未立,才笔自生,由前幅而生中幅,由中幅而生后幅,是谓以文作文,亦是水到渠成之妙境;然但可近视,不耐远观,远观则褻褻缝纫之痕出矣。”进一步地,李渔还用书画整体结构气魄胜人的道理来说明整体结构的重要性。他说,“名流墨迹,悬在中堂,隔寻丈而观之”。虽然我们没有办法仔细分辨具体的山水、亭台树木和字迹笔画,但是,“只览全幅规模,便足令人称许。何也?气魄胜人,而全体章法之不谬也。”因此,堆砌假山,尤其是堆砌“盈亩累丈”的假山,成功与否,关键在于事先是否具有整体的结构布局。在这一点上它与作文和绘画是一致的。

李渔虽然经常在作文和绘画与造园之间作类比,强调它们在技巧上的一致性,但是他绝没有将其混为一谈。对此,李渔有非常清醒的认识。他认为:“磊石成山,另是一种学问,别是一番智巧”。叠山磊石与作文绘画虽然在技巧上有一致性,但二者之间还是存在着差异。即使是那些丘壑填胸、烟云绕笔的绘画高手,在斋头片石面前,也会“其技立穷,似向盲人问道者”。因此,即使是才高八斗工于绘画之人,也不一定擅长叠山磊石。由此可见,李渔不仅能够认识到造园与艺术创作之间的联系,深得其精髓,而且还认识到二者的区别,这在当时

是非常了不起的。

“造园之理,与一切艺术,无不息息相通。故余曾谓明代之园林,与当时之文学、艺术、戏曲,同一思想感情,而以不同形式出现之。”^[6]正是深刻地领悟到了造园与艺术之间的内在相同性,李渔在造园时明确地提出了造园者的主体性问题,强调园林的写意功能。在《闲情偶寄·居室部》“山石第五”中,李渔很精辟地指出:“然造物鬼神之神,亦有工拙雅俗之分,以主人之去取为去取。主人雅而喜工,则工且雅者致矣;主人俗而容拙,则拙而俗者来矣。有费累万金钱,而使山不成山、石不成石者,亦是造物鬼神作祟,为之摹神写像,以肖其为人也。一花一石,位置得宜,主人神情已见乎此矣。”园林雅俗与园林的设计者关系极为密切。这里所说的“主人”,亦如明代计成在《园冶》中所指“能主之人”^[7],即主持造园事宜的造园家。李渔深谙此理。在他看来,园林的雅俗、工拙全取决于“主人”,反过来又体现着“主人”的艺术趣味。园林中一花一石的设计,无不体现着主人的神情,无不是主人“意”的真实写照。园肖其人,恰似“文如其人”。李渔的见解与明代造园理论大家计成提出的“三分匠、七分主人”著名论断一脉相承,这可以看作是他对前人观点的继承和发展。

除了提出造园者的主体性问题,强调园林的写意功能之外,李渔还特别注重营造园林的艺术韵味。在《闲情偶寄》“途径”中,李渔指出:“径莫便手捷,而又莫妙于迂。”他设计的小径,“故作迂途”,“以取别致”,有曲径通幽之妙。在“取景在借”中,李渔巧妙地运用借景之法,制作便面之窗,巧妙借取窗外之景,打通了窗外与窗内的界限,立刻就产生了意境盎然的奇妙效果:“同一物也,同一事也,此窗未设以前,仅作事物观;一有此窗,则不烦指点,人人俱作图画观矣。”所谓“借景”,通俗地讲,就是将其他地方的景致纳入我们自己的视线范围之内,借其他地方的景致来弥补和充实我们自己的视野。这种手法很容易让我们联想到中国古典艺术中的虚实相生理论,大体上可以认为它是虚实相生理论在造园实践上的体现。在“界墙”条中,李渔认为,界墙是家与家的分界线,也是家的外在轮廓。在具体的垒砌过程中,在审美上应该追求“萧疏雅淡之致”。在“小山”条中,李渔认为,堆砌假山,应当追求“透漏瘦三字”。所谓“透”,说的是假山之上的道路要有迂回曲折的韵味;所谓“漏”,说的是假山之上的石头四面玲珑,要有空灵的韵致;所谓“瘦”,说的是假山的堆砌要壁立当空,孤峙无倚,追求骨力,力争遒劲传神。在“石壁”条中,李渔认为,“壁后忌作平原,令人一览而尽。须有一物焉

蔽之,使座客仰观不能穷其颠末,斯有万丈悬崖之势,而绝壁之名为不虚矣。”假山石壁后面的景观设计,李渔主张要有“一物焉蔽之”,“忌作平原”。在这里,李渔的主张实际上涉及到了中国古典园林设计的“亏蔽”问题。所谓“蔽”相当于遮隔,它可以阻挡人的视线,使之无法通过;“亏”则与之相反,是指视线未被遮蔽的透空之处。亏蔽就是指隔与不隔,透与不透,藏与漏,二者的互映互补。在明清时期,这种手法在造园实践中运用得比较多。例如,沈德潜《勺湖记》中说:“屋宇鳞密,市声喧杂,而勺湖之地,倏然清旷,初不知外此为阡陌者,而阡陌往来之人,不知中有木石水泉禽鱼之胜。”^[8]园内与园外,有着天壤之别。这是如何形成的呢?一言以蔽之,曰“蔽隔”。《红楼梦》第十七回有这样一段话:“一面说,一面走,忽见青山斜阻。转过山怀中,隐隐露出一带黄泥墙,墙上皆用稻茎掩护。有几百枝杏花,如喷火蒸霞一般,里面数楹茅屋。”^[9]通过贾政一行人,巧妙地展示了稻香村的亏蔽境界。青山斜阻,是青山的亏蔽,喷火蒸霞的杏花,是杏花的亏蔽。层层亏蔽,美景时隐时现,令人目不暇接。作为古代一种有效的营造园林意境、造成景深的重要造园手法,“亏蔽”虽在实践中运用比较普遍,但在李渔之前一直都缺少理论上的概括,即使计成的《园冶》也毫不例外。李渔首次将这种具有民族特色的造园经验上升为一个理论问题,并且做了相应的论述,其意义是十分重大而深远的。李渔谙熟“亏蔽”理论,这与他一贯重视营造园林艺术韵味的审美追求是密不可分的。

我们知道,李渔在艺术上主张独创,反对窠臼。他在《闲情偶寄》“凡例七则”中明确地说:“所言八事,无一事不新;所著万言,无一言稍故者。”“不佞半世操觚,不攘他人一字。”在《闲情偶寄·词曲部》“结构第一”中,李渔明确主张戏剧创作要“脱窠臼”,他说,“填词之难,莫难于洗涤窠臼,而填词之陋,亦莫陋于抄袭窠臼。”他不但强调每一个作家要有自己的特点,而且这种特点也要不断地变化。李渔针对戏剧创作拼凑、抄袭的现象作了尖锐的批评。他说:“吾观近日之新剧,非新剧也,皆老僧补衲之衲衣,医士合成之汤药。取众剧之所有,彼割一段,此割一段,合而成之,即是一种‘传奇’。但有耳所未闻之姓名,从无目不见之事实。”李渔为了张扬自我,突出个性,还将自己的文集命名为《一家言》:“《一家言》维何?余生平所为诗文及杂著也。近代名人著述皆以集名,乃余独异其辞者维何?曰:凡余所为诗文杂著,未经绳墨,不中体裁,上不取法于古,中不求肖于今,下不觊传于后,不过自为一家,云所欲云而止。如候虫宵犬,有触即

鸣,非有摹仿!希冀于其中也。摹仿则比求工,希冀之念一生,势比千妍万态,以求免于拙;窃虑工多拙少之后,丧其为我矣。”^[14]

李渔主张独创,反对窠臼的艺术个性直接影响了他的造园思想。在他的造园思想中,李渔明确地反对盲目地模仿抄袭,而是要求“一榱一桷,必令出自己裁”,极力主张求新求变,以新奇为美,提出了所谓“新也者,天下事物之美称也”的看法。在《闲情偶寄·居室部》“房舍第一”中,李渔指出:“乃至兴造一事,则必肖人之堂以为堂,窥人之户以立户,稍有不合,不以为得,而反以为耻。常见通侯贵戚,擲盈千累万之资以治园圃,必先谕大匠曰:亭则法某人之制,榭则遵谁氏之规,勿使稍异。而操运斤之权者,至大厦告成,必骄语居功,谓其立户开窗,安廊置阁,事事皆仿名园,纤毫不谬。”在李渔生活的那个时代,一些“通侯贵戚”造园,不讲究独创性,而且以效仿名园为荣。有的事先就告诉大匠:“亭则法某人之制,榭则遵谁氏之规,勿使稍异”;而主持造园的大匠也必以“立户开窗,安廊置阁,事事皆仿名园,丝毫不谬”而居功。李渔断然否定了这种“肖人之堂以为堂,窥人之户以立户,少有不合,不以为得,反以为耻”的错误观念。他以辛辣的口吻批评说:“噫,陋矣!以构造园亭之盛事,上之不能自出手眼,如标新立异之文人;下之不能换尾移头,学套腐为新之庸笔,尚噀噀以鸣得意,何其自处之卑哉!”李渔提倡的是“不拘成见”,“出自己裁”,充分表现自己的个性。这种“出自己裁”表现在两个方面:一是因地制宜,不能千篇一律。《闲情偶寄·器玩部·位置第二》“忌排偶”中说:“当行之法,则与时变化,就地权宜,视形体为纵横曲直,非可预得规模者也。”李渔反对“预得规模”,反对用这种统一的“规模”去生搬硬套所有的园林景物,从而造成千篇一律,呆板僵滞。二是从成法中变出,即出手成法而又不拘于成法。他在《闲情偶寄·居室部》“窗栏第二”中说:“吾观今世之人,能变古法为今制者,其惟窗栏二事乎?窗栏之制,日新月异,皆从成法中变法。”“不从法”并不意味着没有法,只是指不从成法而已。这就要求对待前人已有法度采取灵活的态度,用法而不被法用,这样才能有创造,有独见,才能做到尚奇求新的境界。

李渔并非空谈理论,而是在实践中很好地贯彻了他自己的理论主张。康熙十六年,李渔举家移居杭州,在当地官员的资助下设计建造了层园。据《西湖新志》记载,他的层园非常具有独创性。它的门扇、窗牖、扁额、对联,“皆独出新意”,即使是起居日常生活用品,“亦多异常”。在《闲情偶寄·居室部》“窗栏第二”中,李渔擅长“变古法为今制”,设计制作出的窗棂多种多样,有“纵横格”、“斜欹格”、“屈曲格”等多种形式,其中尤以“屈曲格”中的“桃花浪”最富有新意。在《闲情偶寄·居室部》“取景在借”中,李渔设计的窗也是多种多样,有“便面窗”、“尺幅窗”、“梅窗”,不仅三种窗的制作方法不同,而且三种窗之间风格也迥异,绝不雷同。在《闲情偶寄·居室部》“联匾第四”中,他抨击了“一人为之,千人万人效之,自昔徂今,莫知稍变”的弊病,摈弃了“殷因夏礼,周因殷礼”的传统观念,化腐朽为神奇,制作了样式大小不一的匾额。诸如“碑文额”、“手卷额”、“册页匾”、“虚白匾”、“石光匾”、“秋叶匾”等。由此可见,李渔的造园实践极其出色地践行了他在理论上一贯主张避免趋同、力求独创的审美追求。

注释

- ①文中引文凡未注明的,均出自李渔的《闲情偶寄》,上海古籍出版社2000年版。

参考文献

- [1] 李渔全集(第一卷)[M]. 杭州:浙江古籍出版社, 1992: 129-241.
- [2] (清)胡祥翰. 西湖新志[M]. 沈云龙, 编. 台北:文海出版社, 1971: 314.
- [3] 王荣初. 西湖楹联欣赏[M]. 杭州:浙江文艺出版社, 1986: 175.
- [4] (清)钱泳. 履园丛话[M]. 张伟, 校点. 北京:中华书局, 1979: 520.
- [5] (清)麟庆. 鸿雪因缘图记(第三集)[M]. 北京:北京古籍出版社, 1984.
- [6] 陈从周. 梓翁说园[M]. 北京:北京出版社, 2004: 25.
- [7] 陈植. 园冶注释[M]. 北京:中国建筑工业出版社, 1988: 47.
- [8] 李根源, 曹允源. 民国吴县志(一)[M]. 南京:江苏古籍出版社, 1991.
- [9] (清)曹雪芹, 高鹗. 红楼梦[M]. 俞平伯, 校. 北京:人民文学出版社, 2000.

Review of Firm Competition Theory Based on
Product Characters

LIU Yu-qin—HU Han-hui
(Southeast University—Nanjing—211189—China)

~~Abstract—With the accelerating economic development and expanding consumer demand, the firm competition theory has drawn more attention in academic and business community. This article summarizes main researches in firm competition theory, and shows the theoretical progress from the homogeneous product theory and the heterogeneous product theory. It is hoped that this article would be helpful for firms to make effective competition decisions.~~

~~Key words—firm competition;—homogeneous product;—heterogeneous product~~

编辑—何—婧刘—波