

实践定义答案

滴滴 分享经济 改变中国

程维 柳青 等著
张晓峰 主笔

全球最佳实践样本滴滴官方解读
最有代表性平台解剖最具想象力新经济形态
现象级企业最鲜活创造与指数级成长的秘密



中国工信出版集团



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

滴滴
分享经济
改变中国

程维 柳青^等著

张晓峰^编



人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (C I P) 数据

滴滴 : 分享经济改变中国 / 程维等著 ; 张晓峰主
编. — 北京 : 人民邮电出版社, 2016. 7
ISBN 978-7-115-42503-4

I. ①滴… II. ①程… ②张… III. ①中国经济—经
济模式—研究 IV. ①F120.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第103859号

◆ 著 程 维 柳 青 等

主 编 张晓峰

创意图解 王 嵘

责任编辑 恭竟平

责任印制 方 航

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路 11 号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京盛通印刷股份有限公司印刷

◆ 开本: 720 × 960 1/16

印张: 19.75

2016 年 7 月第 1 版

字数: 292 千字

2016 年 7 月北京第 1 次印刷

定价: 58.00 元

读者服务热线: (010)81055296 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广字第 8052 号

分享经济浪潮，中国应能引领世界

滴滴出行创始人、董事长兼首席执行官 程维

中国，正站在一个新的历史节点。

这个节点，人们将见证工业时代向信息时代的加速过渡；这个节点，移动互联网、“互联网+”对经济和社会的推动不可阻挡；这个节点，中国的深层次结构改革才真正面临严峻的挑战。

10年后往回看，会发现在这个重要节点上，“分享经济”的大潮扑面而来，就如同1999年的电子商务发轫一样。而此时，中国该做怎样的抉择、调适和监管？中国的分享经济平台如何对本土化与国际化做出恰如其分的超前安排？这两个问题是关系到在分享经济浪潮中，中国究竟能否引领世界的关键。

我们希望通过这本书，用最平实的语言、最诚恳的态度、最真实的事实，与自己的内心、与所有伙伴和用户、与整个社会和未来对话。

分享经济 势不可挡

互联网对人类社会一个非常重要的改变就是催生了分享经济，“分享”

主要是指对个人闲置资源的分享，分享经济通过技术把资源的拥有者和使用者进行重新匹配，进而大大提升了社会资源的利用水平和整体效能。

2015年将成为分享经济的元年，而分享经济是人类社会发展到一定阶段之后的一个必然趋势。以汽车为例，诚然大部分人的观念都认可拥有车，但是地球的资源是有限的，中国人都买车的话城市就彻底堵死了，而仅靠政策限购限行、压抑需求是行不通的，需要通过分享经济的创新服务来满足大众用车的需求。

早期的中国互联网缺乏活力、缺乏资本、缺乏成熟的互联网人才，因此更多是在借鉴美国的互联网模式、技术。而经过脱胎换骨十几年发展的今天，中国互联网已成长为世界互联网创业的“第二极”，进入了一个大众创业、万众创新的时代；在这个时代，中国互联网公司要在数量上多于美国，在新模式、新业态上的摸索和创新上已看齐美国。这得益于中国巨大的市场，得益于中国的制度创新、体制机制创新，得益于充裕的国内外资本，也得益于业已形成的成熟的互联网人才体系。

中国要迈向网络强国，首先应该让互联网回归本质，跟传统企业结合，让互联网推动信息革命，给传统工商业注入全新的动能和活力，形成“互联网+传统企业”的全新模式，这样才能达到真正的万物互联，形成网络与实体的融合，最终促进产业变革。这应该就是李克强总理所倡导的“互联网+”和新经济。

这些优势给了新一代移动互联网企业加速发展的机会，互联与共享的发展趋势为企业之间的合作提供了新空间。我们应该感谢移动互联网，没有互联网特别是移动互联网就不可能有分享经济的加速发展，没有有效连接、智能计算、精准匹配就不能把人“拼”在一起。互联网本质上是万物互联，微信把人和人、滴滴把人和车更好地连接到一起，匹配资源，满足个性化需求。有了互联网，才使得分享经济这种模式成为可能，并且势不可挡。

如果说前20年互联网的发展是用互联网连接一切；那么未来30年就是云端的大数据、深度学习、人工智能驱动一切的时代。未来5年，以云计算、大数据为基础的移动出行、智能驾驶汽车等领域一定是互联网技术发展的重要

领域，并将对城市整体建设规划产生重大影响，进而深刻地改变了城市居民的生活方式。

创造未来 拥抱汽车第二次革命

2012年，滴滴凭借80万元创业资金在北京启动，试图通过出租车的信息化解决老百姓打车难的痛点。但我们发现80%的出租车司机都已经是滴滴用户的时候，高峰期依然叫不到车。我们意识到，这是一个需求、供给、道路、时间、连接、匹配乃至习惯等多维因素交织的结构化难题，单纯的信息化并不能化解。所以在随后滴滴进入了专车、快车、顺风车、巴士、拼车等一系列细分领域，我们希望成为服务百姓出行的一站式平台。未来我们还会不断加入新业务，让每个有出行需求的人在滴滴出行App上，都能找到最适合的出行方案。

滴滴出行的梦想是“让出行更美好”，过去4年，我们专注于一件事，让城市的效率更高，并以此为标准重构一个新的、智慧化的交通出行行业。滴滴希望用互联网连接所有地面上的交通工具，通过打造全球领先的大数据交易引擎，去提高整个城市的出行效率和每个用户的出行体验。我们不仅改变用户的出行习惯，本质上以滴滴为代表的分享经济模式正在改变汽车拥有的方式。在过去的100多年间，汽车的诞生是出行行业的第一次革命，它改变了人们的出行方式，让每个家庭都渴望拥有汽车。但发展了100多年后，不管是汽车工业还是城市化都出现了瓶颈，即机动车过快增长带来的拥堵和城市里的各种问题。

数据显示，截至2015年底，全国平均每百户家庭拥有31辆私家车，北京、成都、深圳等大城市每百户家庭拥有私家车的数量超过60辆；而美国的汽车拥有量则是每百户超过200辆，中国不到美国的1/3，但是已经出现了巨大的瓶颈，很多城市都开始限制大家去拥有一辆汽车。城市要可持续发展，经济活动要正常进行，人们还要出行，怎么办？这个命题就变成了怎么能够在尽量少地增加车辆总量的情况下去服务更多的人，这是滴滴通过分享经济

正在改变的出行方式。

在这种大背景之下我们越来越发现，原来我们没必要拥有一辆车。过去因为城市公共交通体验不好，打车也不方便，服务不稳定，这逼得我们再贵也要买一辆车，再难摇号也摇，再难拍牌照也要拍。但是互联网改变了这一切。如果移动出行的服务是确定性的，体验是好的，价格也更便宜，那为什么要买车呢？有统计显示，大部分人买一辆车只有5%的时间在开，而有95%的时间是停在那里，但我们为此却要付出100%的费用，而整个城市要为这5%的使用率修建更多的停车场，这些都是不合理的。

未来随着电动汽车、共享汽车、无人驾驶的出现，将会进一步地提升分享出行的影响力。我们会彻底告别拥有一辆汽车的时代。10年后，当无人驾驶技术成熟时，买一辆车或许会和今天买一匹马一样奇怪，汽车会回归其交通服务工具的根本属性，这是滴滴背后最核心的理念。

凡是过往 皆为序章

滴滴出行用4年时间发展到现在的规模，可以说是释放“互联网+分享经济”红利的探索者，也是移动化浪潮和分享经济的受益者，更是每一个伙伴改变出行习惯、改变生活方式、展现分享意愿的见证者。

今天的滴滴平台上有1500多万司机，每天有上千万的订单产生，如何管理好上千万的司机和车辆，如何更好地为乘客服务，是滴滴正面临的难题。毕竟我们用4年的时间，走过了原本需要10年才能走完的路。值得担心的问题有很多，比如：滴滴规模很大，但体验足够好吗？滴滴的业务越来越多，但年轻的团队能否运营好这样的一个平台？5000人的团队是不是都志同道合？怎样不断完善自身产品和服务，提高安全和体验？

滴滴是一家非常有危机感的公司，我本人内心也充满危机感。我希望滴滴的团队不要膨胀过快，希望滴滴的理想不会改变，也希望滴滴的品牌可以受人尊敬。我希望未来滴滴是一家技术驱动的公司，在用户体验和数据运用方面有优势，而不仅仅依靠流量和资本。



2015年9月，作为创业仅3年的一个年轻公司代表，我有幸随行习近平总书记赴美参加了西雅图的中美互联网论坛。跟很多美国科技业的大佬站在一起的时候，我有一种不期然的使命感和责任意识。

中国移动出行领域虽然仅有4年的发展历史，但它所呈现的社会价值，表现在通过移动出行平台实现交通资源的整合利用，这是移动互联网时代的分享经济的特征，不仅可以最大限度地节约能源，节约地面交通资源，还可以从根本上缓解城市交通拥堵的困境。

万物互联，随着信息高度透明化，信息传播的范围也将扩大，这会让行业效率提升，优胜劣汰加速，也就必然会推动传统产业的变革。加上分享经济的动能和深度机器学习的支撑，可以为新经济、“双创”、供给侧结构性改革带来强大的能量。

滴滴是一家年轻的创业公司，滴滴未来仍会深耕出行领域，成为一家用户驱动、大数据驱动的公司，构建智慧交通云，构建一张全球出行的网络，完善用户出行体验，成为一个移动出行的综合入口，并坚定不移地探索中国企业国际化的道路。

未来10年依然属于科技，属于互联网，属于信息产业。分享经济是未来的趋势，“互联网+交通”为中国解决交通问题提供了一个历史性的机遇。我虔诚地相信未来一定属于市场化，一定属于分享经济，一定属于中国！

今天的滴滴还只是搭建了一个出行生态的雏形，一切才刚刚开始。接下来，在移动化浪潮和分享经济的红利下，滴滴将继续在过去看似不可能的领域不断创新，在技术和人才储备上持续投入更多的资源。滴滴还将和更多的全球伙伴一起，持续立足本土，连通彼此的金融、技术和市场资源，以达到一个共同目标——建设一个高效而可持续的全球出行生态圈联盟。

未来的道路艰辛、遥远，却富有美好的想象空间！



分享经济：商业和监管的共同创新

腾讯公司主要创办人，董事会主席，执行董事兼首席执行官 马化腾

近两年来，分享经济成为互联网领域热度非常高的一个词，甚至在2016年政府工作报告中也首次提及了这一新兴的经济现象，这对于互联网从业者来说，是十分受鼓舞的。分享经济是移动互联网发展的重大阶段性成果之一，在智能手机、地理位置服务、移动支付等新技术的支持下，分享不仅作为一项人类向善的本能得以激发，它同时作为一种全新的社会资源配置方式为公众所认知和接受。

在过去数年中，从美国到中国，以滴滴、Airbnb为代表的一批企业在出行、居住领域，以一种全新的方式，通过整合闲散资源，较为明显地降低了社会运营成本、提升了经济效率、增加了就业供给。据艾瑞咨询发布的《2016年中国移动端出行服务市场研究报告》显示，截至2015年底，在所有移动端出行服务中，司机总数达1871.4万人，其中顺风车和拼车司机为900万人，显示出移动端出行服务对闲置车辆资源的使用与分享起到了重要作用。

目前，不仅是中国政府，包括美国、欧洲在内的多数发达国家都高度重

视分享经济的发展。各地区、各国的政策总体表现出积极推动分享经济发展的趋势，例如，欧盟通过其单一数字市场战略，希望抓住分享经济机遇在数字经济时代弯道超车；美国利用其先发优势，在宏观战略上呵护分享经济发展；日韩等国也在积极探索，从战略上为分享经济发展保驾护航。

通过对美国、欧洲政府推动分享经济的经验总结看，主要有以下三个特点给人留下了深刻印象。

一是大力推动公众参与，重视倾听民众意见。欧盟于2015年9月对公众展开咨询，并且于2016年3月将咨询的结果公诸网络。咨询内容涉及了分享经济平台、公众对现有法规的意见以及对于个人隐私的关注。美国对于民众意见的了解主要是通过联邦贸易委员会，由联邦贸易委员会提供相应网络反馈渠道，通过网络来了解民众对于分享经济的看法。

二是推动试点，探索不同发展模式。由于全球对分享经济的认知尚不充分，除了在理论上探讨之外，实践也是获取有关分享经济知识的一种重要渠道。因此各国都通过划分“试验田”的方式，对分享经济的运作以及监管等其他事项进行实验，好比划出分享经济的“特区”。这种方式既能保证不落后来于实际，也能保证将可能的不利影响控制在一定范围内。

三是出台政策文件，多用“软法”推动发展。以往，面对新兴事物，往往会采取较容易出台的、可灵活变更的文件进行管理，因此这种方式叫作“软法”。欧盟即将出台的分享经济政策就没有采用条例（Regulation）、指令（Directive）的形式，而是采用指南（Guide）的方式。一方面，分享经济正蓬勃发展，远未到成熟定型的时候，这意味着分享经济仍处于不断快速变化的发展之中；另一方面，分享经济的崛起对传统经济形态已经产生一定影响。

目前，全球市值前十名的互联网公司中，中国占据了四席，应该说已经成为了互联网大国，但是距离成为具有全球影响力的互联网强国还有一段距离。从过去一年多的发展看，分享经济为中国在互联网经济加速弯道超车提供了契机，但发展、壮大分享经济既有赖于从业者的商业创新，更需要相关监管层从政策上给予更多的呵护和支持，唯有如此，分享经济才有可能赢得一个可持续的前景，才有可能成为推动中国经济新旧动能转换的有力助手。

我们的梦想在哪里

滴滴出行总裁 柳青

我很喜欢法国人大仲马在《三个火枪手》中的那句话“One for All, All for One”，翻译过来就是“我为人人，人人为我”。我们都梦想着，能否有这样一个社会，每个人都真心真意地为别人服务，每个人毫无顾忌地接受别人的服务。世界如此之大，人类相对宇宙而言如此渺小，时间短暂，人的心胸和财富，有没有可能可以相互分享和互相成就呢？

我就是带着这样的想法来到了滴滴，与其说滴滴是一个事业，倒不如说这是我和我的同人的一种责任、一个梦想。这个梦想就是通过“互联网+出行”的方式，将“人人为我，我为人人”的理想变为现实，这就是分享经济中的基本思路。

滴滴出行解决的是社会民生最需要的“衣食住行”中的“行”的问题，既包括自己出行，也包括居住城市的出行问题。我们要把分享在出行领域实现，主要由三个梦想构成。

第一个梦想：让大数据改良城市交通

城市的规模是不断扩张的，人口是不断增加的，车辆数量是不断增长的。这就必然导致公众出行效率的降低，公共交通建设速度低于城市扩张速度，道路畅通与车流量又受到交通潮汐限制，市民出行又被上下班时间、节假日和天气情况所左右。

在大数据时代，能否有一个平台，专门把车辆信息、道路情况、天气状况、节假日流向、道路使用频率、信号灯影响、人口流动，甚至车辆事故、大型活动、道路施工、居民区与办公区密度等等情况都做出标识、集成、结构化，日复一日地形成智慧交通大数据？这个大数据能够告诉政府，哪里应该修桥和扩张、哪里应该通地铁、何时何地可能出现交通拥堵、哪个时段应该改变车道方向、红绿灯时间到底应该是多少、哪条线路应该加派公交车、城市建设扩张方向应该在哪里等等。这个大数据也能告诉市民，何时出行或选择何种交通工具出行更加有效率，何时何地哪个路段可能会有拥堵。

从理论上讲，大数据的真实性是最接近真理的，反映出来的规律是最应该得到落实的。尽管我们不可能保证做到数据穷尽和数据完全真实，但大数据的价值日益凸显。当然，大数据不是一个简单的事情，需要大量投入和计算，这不是简单的算法和商业，而是一个事业、一种公共价值，每一个基于数据的结论将或多或少地左右我们的生活，这就是现在滴滴公司在做的事情。大数据改良城市交通目前已经初现成效，我们也和一些城市有战略合作；不过，从以后的发展和滴滴的使命来看，眼前的成绩十分渺小。以大数据为基础的出行蓝图，将决定未来的城市规划和发展，能够决定基础设施建设和法律法规的立法方向。毫无疑问，越真实的数据越能产生真实可靠的大数据，这些数据来源也出自分享经济模式，只有全社会的出行数据都被涵盖在内，这个梦想才能真正实现。

第二个梦想：让分享成为城市的灵魂

滴滴现在做的事情之所以能称得上是梦想或事业，就是因为我们做的这一切，都是把分享经济作为了事业的基础。

首先，分享是思维上的诚信。现代社会中，太多人与人之间不信任，太多隔阂和太多不理解，这一切的渊源在于城市的存在，在于钢筋水泥把我们局限在了单个的框架里。两千年前老子的理想国“鸡犬相闻，老死不相往来”，竟然在现代社会中变成了现实，不管从何种角度讲都是可悲的。好在有了互联网，有了移动客户端，微信等平台分享了我们的思想，电商等平台分享了我们的生活服务，那么，能否有一种分享能够让我们实现线上线下的“人人为我，我为人人”呢？滴滴出行就是这样，司机不单纯是司机，他们有自己的生活，有的还有自己的主业工作，用滴滴平台把形形色色的人连接起来，用诚信去构筑诚信。每天在滴滴都有1000多万单的量，也就是有1000多万次的分享，1000多万次建立信任的机会。

其次，分享是车辆资源的共享。不管到什么社会，资源都是稀缺的。很多时候，个人拥有的财富与身份地位没有关系，都是来源于社会，也应该服务于社会。滴滴做的事情，就是集聚未充分发挥效力的资源，通过智能云引擎精准连接供需，分享给社会使用，贡献给没有车的人，或者下雨天要回家的人，再或者是一个急着要到机场赶飞机的人。车辆是谁的，司机是谁都不重要，重要的是谁在用，这些财富为社会做出了什么贡献；再好的车也不是用来摆着的，让更多的人分享，我们相信这是一件好事情。

最后，分享也是人的分享。仁者爱人、以人为本一直以来就是我们的传统思想和准则，滴滴现在就是将这些听得到却看不到的思想，变成了我们都能接触到的社会存在。现在滴滴的平台不仅是车的集合，还是人的集合，1500多万的专职和兼职司机，他们都有自己的故事，每天1000多万单的交流，让出行变成了社交，乐趣无处不有，分享无处不在。所以，有的时候当你上了专车，司机可能会告诉你，专车司机不是我的职业，而是我的爱好。知之者不如乐之者。滴滴能够解决这么多人的就业和创业，可能本身就是一个创举。更何况对于乘客来说，这

也是分享的一个过程，接受特色有差异的乘车服务，就好比喝水是止渴，喝红酒是情调一样，把出行作为一个有情调的事情，是一种美好的生活方式。

第三个梦想：让分享成为自然

我这里讲的自然有两层含义，一是在环保层面的，二是可持续发展层面的问题。

我们都知道现在冬天越来越不冷了，夏天越来越热的极端天气，碳排放量太大了，地球承担不了。除了社会经济发展的必须排放外，城市里面的汽车尾气是重要的一块。滴滴现在做的事情，就是让出租车降低空驶率，从而最大限度地减少尾气排放，可能有一天会出现没有巡游的出租车，因为所有人都有了移动终端甚至可穿戴设备，随时都能叫到车。同时，滴滴出行的出现，让很多计划买车的人不用再花大价钱买车了，因为出门有车、有司机、有服务，何必再投资买车呢。可见，滴滴通过分享平台减少了机动车保有量，降低了出租车空驶率，这都是让分享经济成就了自然环境。

可持续发展的问题可能是困扰世界各国的最大问题。一方面，资源稀缺，对于公共资源方面投入与产出不成比例，拥有资产的人无法让社会分享到他们的财富；另一方面，现行法律制度没有跟上，各国民法或相关法律仍停留在20世纪，而那些法律都在强调个体权利，忽视了能够决定可持续发展的整体利益问题。所以，滴滴现在面临的问题，归根结底是分享经济与现有经济模式、发展方式的冲突问题。可持续的发展是大势所趋，分享财富与资源应该是现有社会的美德和未来社会的常识。“我们脚下的这片土地是从子孙那里借来的，而不是从祖辈那里继承来的。”这句话应该刻在每个人的内心，成为座右铭。我一直坚信，现在我们所做出的你们看到的努力和没看到的努力，都将成就未来社会的变革，让社会和资源能够持续发展下去，让我们的后代也有生存和生存得更好的权利。

这就是我的梦想、小桔人的梦想，与其做一个歌颂者，不如做一个实干家。我就是这样走进了滴滴，现在正在努力让分享经济走进我们每个人的生活。

记住那句话，“人人为我，我为人人”。

是为序。



“互联网+”助力分享经济迈入2.0

“互联网”+百人会发起人，《互联网+：国家战略行动路线图》主编 张晓峰

“互联网+”，一个全新的词立即成为中国年度词，这的确是一件乍看起来让人匪夷所思的事。

2015年底，由国家语言资源监测与研究中心、人民网、央视新闻等单位联合主办的“汉语盘点2015”发布，“互联网+”成为年度国内词；“互联网+”还成为2015十大流行语第二名^①。人民网舆情监测室秘书长祝华新对此解读道，“互联网+”渐成燎原之势，可望带来新一轮生产力的泉涌；站在“互联网+”的风口，“这一代年轻人正在带着鼠标起飞”^②。

神奇的“互联网+”

这是考验中国决心和智慧的动能转换，也是时代的更替。这是一次发展

① 张知依，用汉语盘点2015 廉互联网+成年度字词，北京青年报，2015年12月22日。

② 人民网电，“汉语盘点2015”十大候选字词出炉：二胎、雾霾入选，2015年12月15日，<http://ln.people.com.cn/n/2015/1215/c347230-27322220.html>

模式、成长范式的变革，更会引发一次社会结构、关系结构、权力结构的重塑。上下同欲者胜，制度创新加上“WE众”共同发愿发力，让创新真正成为引领发展的第一动力，这是这个时代赋予我们的最大使命。

“互联网+”并非中国人的自嗨，也不是互联网企业的私器。2014年11月，美国《外交》就以“龙网——中国的经济奇迹”为题报道，指出“在过去20多年里，中国依靠大规模资本投资和劳动力扩张推动了其崛起，但现在这两台引擎正在失去势头。数字发展阶段无疑将会带来风险和破坏，但通过释放企业的生产率潜力，互联网可帮助中国实现其走向更可持续的经济模式的目标”^①。更早前的2012年4月，波士顿咨询公司（BCG）发布题为“中国数字化新世代3.0：未来的网络领军者”的报告，结论是“在中国市场寻求发展的企业都应该建立强大的网络地位并制定合适的发展战略。它们需要出现在客户花费时间之处，特别是在网上”^②。

而“互联网+”的提出，“互联网+”行动计划的制定，更是持续引发海外的广泛关注。

美国《华尔街日报》2015年底盘点中国2015年五大热词，“互联网+”居首^③。法新社评价中国政府推出的“互联网+”行动计划，推动了中国互联网经济和电子商务的发展，也让广大农民通过开办电子商务公司致富。由此，中国市场将释放巨大潜力^④。新加坡《联合早报》则以“互联网+将成创新发展主力”为题进行报道；《南华早报》称“互联网+”已经成为一种新的商业模式，未来中国会推动信息技术在工业化中的广泛使用，推进利用网络、数字化和智能技术^⑤。

回顾“互联网+”这一年，全国上下启动了“一场全覆盖的社会化创造性

① 参考消息网，麦肯锡预言：中国下一个经济奇迹来自互联网，参考消息网，2014年11月20日，<http://finance.cankaoxiaoxi.com/2014/1120/569993.shtml>

② 波士顿咨询公司（BCG），中国数字化新世代3.0：未来的网络领军者，2012年4月，p25-26

③ 新浪新闻中心，美媒盘点中国2015年五大热词：“互联网+”居首，<http://news.sina.com.cn/o/2016-01-01/doc-ixncyar6131771.shtml>

④ 荣郁，外媒：互联网概念驱动中国市场全面变革，国际商报，2016年3月10日，<http://finance.china.com.cn/news/special/2016lhczjt/20160310/3619687.shtml>

⑤ 刘伟，外媒眼中的十大中国热词，国际先驱导报网络版，2015年12月28日，<http://ihl.cankaoxiaoxi.com/2015/1228/1038821.shtml>

实验”；这个实验虽然刚刚发端，但已经波澜壮阔。新华社评论说，“互联网+”行动计划的发布，标志着在全功能接入国际互联网20年后，“中国全面开启通往‘互联网+’时代的奇幻大门”^①。

“互联网+”代表一种经济社会发展新形态，它是新常态的重要组成部分，业已成为中国创新发展、可持续发展的关键驱动要素。可以说，“互联网+”的提出、倡导及其行动计划的制定，是真正凝聚智慧的前瞻性安排。并且，中国有着互联网规模优势、应用优势的坚实支撑与更为广阔、更有深度、更具价值的融合空间，因此，“互联网+”是国家优势可以持续凸现的绝佳支点。

“互联网+”的催化、激活、融合、创新的力量在电子商务与政务、互联网金融、社交网络、交通出行、智慧生活等领域已经结出了丰硕的成果。此外，“互联网+”带来的深刻变化也已经发生在每个人生活方式、社会资源组织和配置方式、价值实现方式的变革上。

战略就是站在未来看当下如何做。官员、企业家、创新创业者不必一味到经典教科书里找答案，那里除了擅长对战略进行非常冗长地定义之外，你几乎找不到面对“互联网+”的未来的任何线索。“互联网+”需要WE众化但绝不能口水化，可以适度存在泡沫但决不应隔岸观火，需要低成本试错纠错而不该付出高额机会成本，需要跨界融合而不是闭门造车，需要冷静分析、个性化匹配而不是观望、怀疑、排斥，后者的结果只会让你和这个时代脱节。

毋庸讳言，中国的“互联网+”发展还存在诸多病态。网络流行语有“互联网+”，也有“有钱，任性”；我们互联网的规模优势和应用优势都非常明显，但技术优势不足；互联网创业和生活服务类相关度大，和技术创新关系不大；有些互联网公司动辄就谈颠覆，对传统行业远谈不上友好，更罔论敬畏；生态上，自说自话多，融合协同少；P2P等领域风险管控能力畸弱；看得见的手在某些领域还存在“越位”、

^① 新华社电，记者李斌、杨步月等，当中国遇上“互联网+”——写在中国开启“互联网+”时代大门之际，新华网，http://news.xinhuanet.com/fortune/2015-07/05/c_1115820344.htm