

互联网+ 政府采购

路径在哪里

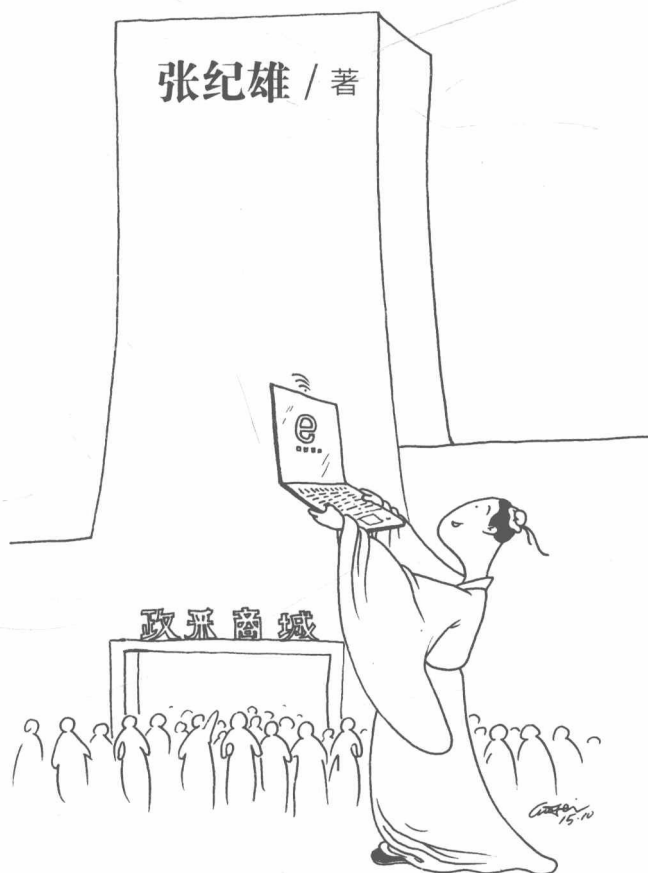
张纪雄 / 著



互联网+ 政府采购

路径在哪里

张纪雄 / 著



中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网+政府采购: 路径在哪里/张纪雄著. —北京: 中国人民大学出版社, 2016. 1

ISBN 978-7-300-22318-6

I. ①互… II. ①张… III. ①互联网络-应用-政府采购-研究-中国
IV. ①F812. 45-39

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 302564 号

互联网+政府采购

路径在哪里

张纪雄 著

Hulianwang+ Zhengfu Caigou

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511770 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京中印联印务有限公司

规 格 160mm×230mm 16 开本

版 次 2016 年 1 月第 1 版

印 张 10

印 次 2016 年 1 月第 1 次印刷

字 数 84 000

定 价 38.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



獻給

同道中人

張紀龍





序一

服务公共组织的互联网化

王文京

祝贺张纪雄先生结合工作实践的新著《互联网+政府采购：路径在哪里》即将付梓。

“服务企业及公共组织的互联网化”是用友公司新时期的战略方向和使命。“互联网+政府采购”全新服务平台就是其中的一个典型代表。进军互联网的火热实践，让我们更加清楚地看到，企业及公共组织互联网化，并不是一个呼之欲出、一蹴而就的过程。政府政策的引导、舆论宣传的普及，已让互联网化成为全社会共识，但是具体到怎么着手、如何落地，很多企业和组织一时陷入困惑。特别是公共组织的互联网化，还涉及公共领域法律制度、行为习惯、思维理念等多重问题，推进之旅更是步履维艰。

面对这种情况，作为以信息技术推动管理进步为己任的市场主体，我们有责任让我们的服务对象、市场和产业界看清楚，



什么是互联网化，实现路径在哪。

《互联网+政府采购：路径在哪里》中的系列文章，恰逢其时地解答了这个问题。它是用友公司互联网创新和探索的主要经验成果之一，通篇贯穿信息思维和市场思维。作者认为，降低信息成本是政府采购所有问题的核心，“互联网+政府采购”要紧紧攥住“信息成本”这根主线；作者主张，基于互联网的 SaaS 是解决“信息悖论”的最好模式，建设路径是由市场竞争而形成的第三方建设并运营的“政采电商”平台。信息思维解决了怎么看的问题，而市场思维则解决了怎么走的问题。相信在全面深化改革的时代背景下，这样既符合改革方向又能落地而行的观点和建议，能为推动国家治理能力现代化实实在在地贡献一份力量。

本书的作者张纪雄，在政府信息化领域摸爬滚打了十几年，有许多经验和体会。他虽在用友公司工作，但并未局限于用友一个公司的视角，而是站在产业的高度，面向我国的政府采购改革事业，关注如何以信息技术推动公共管理进步。

信息技术革命片刻不息，市场力量成长不殆，用友公司以信息技术推动管理进步的初心不泯，精神不懈。由衷期待该书能够激发读者更多的思考、更好的探索，在政府与市场的互动中，早日实现书中描写的“采菊东篱下，悠然见南山”的“互联网+政府采购”的理想境界。

(作者系用友集团董事长兼 CEO)



序二

借我一双飞翔的翅膀

——为张纪雄《互联网+政府
采购：路径在哪里》一书

而作

苗福生

早就听用友政务软件公司的朋友们私下议论，张纪雄有很深的学术功底，是一位特别爱思考的学者型公司高管，经过与张纪雄的几次接触，尤其是读了他为《中国政府采购报》撰写的系列文章，我才相信，坊间传言或者民间版本往往都是挺靠谱的。

说起来凑巧，张纪雄这本书的灵感不过是来自我们几个朋友饭桌上的一次闲聊。时下，全国上下不都在喊“互联网+”吗？那么，互联网是什么？互联网思维是什么？对于从事政府采购工作的人来说，“互联网+政府采购”又是什么？路径在哪里？抛开人云亦云的“互联网+”概念，从真正务实的角度看，



“互联网+政府采购”到底能够给中国的政府采购事业带来什么变化？

我得说句着急上火的话：就像眼下转型时期的中国大环境一样，处于困境中、突围中、上升中、不断完善中的中国政府采购事业太需要借助一种外力，比如就像“互联网+”这样的技术完成一次华丽转身乃至凤凰涅槃了。

可是，说归说，着急归着急，这条路到底该往哪里走，怎么走？我并没有答案，我也没听说过谁有答案。因此，我们面对现实中的许多问题、困惑、难点，不过就是一次闲聊。闲聊者，闲暇之余，聊聊而已。

我记得张纪雄对于这次关于“互联网+政府采购”的闲聊，席间只是睁着他那双目光深邃的眼睛，偶尔点点头，礼貌地笑笑，或者插上一两句话，好像什么也没说。但没过多久，用友政务的朋友们传过话来，说，张总对“互联网+政府采购”有点想法，想写写，希望在《中国政府采购报》上开个专栏。很快，专栏开起来了，名字颇有一点浪漫气息：“互联网+政府采购：一场姗姗来迟的约会”。

让我吃惊的是，一次率性的闲聊，一次思维碰撞的火花居然被一向做事极其认真的用友人点燃成了熊熊大火。张纪雄似乎很享受这场“约会”，居然一发不可收拾，一口气写下了20篇、洋洋数万言的“想法”。这是一点想法吗？这简直就是一场思维的风暴。



你必须承认，专业就是专业。假如这是一篇命题作文，《互联网+政府采购》应该怎么写？能写出什么来？我相信，这篇命题文章是极不好写的。对于写作者而言，写作的一个重要前提是认知能力。而认知能力的形成不仅要基于各方面专业知识，还需要一个人的远见卓识、大局判断、分析表达能力等。如何实现“互联网+政府采购”？也许政府采购业内人士早已注意到这个问题了，但要回答这个问题，至少需要对互联网、政府采购以及与之相关的经济、法律、采购制度、电商等多方面的知识有所研究，并且，还应对当前的互联网发展趋势与政府采购市场现状有相当明晰的洞察。

谁能够回答这个问题？有时候我们不得不相信一种缘分或者宿命。也许，有很多人懂互联网，也有很多人是政府采购方面的专家，但是对两方面情况都很熟悉，并且在市场上摸爬滚打很多年的行家里手却是少之又少的；而愿意深入思考、愿意动笔写的人更是凤毛麟角；能够在一个恰当的时机、恰当地引出这个话题的概率是极低的。这不是缘分是什么？因此，对于“互联网+政府采购”这个圈里人十分关心的当下热门话题，与其说是张纪雄抓住了这个话题，还不如说，是这个话题有幸找到了张纪雄。缘分吧！

在人们的印象里，学术性文章一般都是冰冷的，但读张纪雄的文章，你能感受到理性思维背后有一种温度，就像有一团火在慢慢燃烧，这使得他的文字具有了散文随笔一般的亲切感



与可读性。其带来的直接阅读效果就是读起来不累。我一直觉得好文章的标准就是读起来不累，即便是面对严肃高深的学术话题，只要写作者真正驾轻就熟，就能做到举重若轻，让人读起来不累。这是很需要功夫的。

作为公司高管，张纪雄一定很忙，但是，没想到的是，他的文章出手很快，每周一篇，期期不落。每篇单独看，尤其是前面那些铺垫文章，你似乎感觉到作者叙述的漫不经心，而一篇一篇往下看，你才发现，作者实际上一直攥着一条主线娓娓道来，直到读完全文，你才真正体会到作者思维的缜密与成竹在胸的大局观。

张纪雄的文字深入浅出，各学科知识在行文中常常是信手拈来，毫无疑问这与多年的知识积累与深厚的学术储备有关。

张纪雄的文章中有诸多精彩的观点与议论，不少观点给人以启发。比如怎么看待当前广为社会所诟病的“高价采购”、“效率低下”等问题。张纪雄通过对采购制度是否失灵的积极回应，得出的结论既辩证又很有高度，他写道：“判断制度是否失灵，并非依据制度条文与现实表象间是否能简单对应。事实上，政府采购问题频发，非但不是采购制度失灵，恰恰是采购制度的功效显现。”他进一步分析：“当社会舆论声浪共同指向某个采购事件时，我们不仅可以收获社会力量倒逼出的事后纠偏，还给政府采购上了一堂现实警示课。”

在谈到政府采购的大数据时，他做出这样的分析：“如今，



政府采购业务在不同程度上实现了数字化，暂且不说采购内网里的数据，仅互联网上公开的数据也有极大的挖掘价值。比如就中标信息这一项，其中就隐含着巨大的信息宝藏：我们可以比较同一个供应商、同一类型产品在不同地方的报价，进而分析这个供应商的诚信度；中标供应商与非中标供应商间的比较，可以发现陪标串谋的线索；中标供应商与评标专家的关联分析，可以发现专家被搞定的可能性；……”

就全国不少行业领域均在为应对“互联网+”寻找出路时，张纪雄系列文章的出笼，无疑为政府采购系统提出了一个很有实操意义与参考价值的路径指向，他对“互联网+政府采购”是什么、往哪里走、怎么走的回答是深思熟虑、自信满满的。

也许，这是中国政府采购事业在互联网背景下的一次新机遇。

——“互联网+政府采购”往哪里走？我想起毛泽东主席在延安最困难时期顺手写下的四个字：光明在前。

（作者系中国财经报社总编辑）

目录



第一章 信息思维的视角 / 1

信息思维：真正的互联网思维 / 3

信息行为：管理的另一个视角 / 11

契约：信息背后的信息 / 17

信息成本：一个忽隐忽现的幽灵 / 21

交易：一段信息成本由低到高的旅程 / 27

第二章 采购丑闻的背后 / 33

政府采购：一连串信息成本高昂的契约 / 35

降低信息成本：政府采购制度不自觉的目标 / 39

政府采购的“灵”与“不灵” / 45

声誉机制：市场里那双隐形的眼睛 / 51



第三章 信息化的逻辑 / 57

信用、信用，就是信息综合利用 / 59

信息悖论：一个深不可测的 IT 投资“黑洞” / 65

计算革命：软件变成信息服务是大势所趋 / 71

电子商务：“软件即服务”的最佳实践 / 79

第四章 互联网与政府采购的融合 / 87

政采电商：如何建？建什么？ / 89

电子监管：织就一张全程全域的恢恢天网 / 97

“互联网+政府采购”：没有颠覆，只有融合 / 103

采购招标：要“最低价”，还是要“说真话”？ / 111

第五章 政采人的风骨 / 117

信息技术驱动：一个暗流涌动的政采时代 / 119

政采电商标准化：一次科学与艺术的融合 / 127

“互联网+”，还需加点风骨与情怀 / 135

后记 / 141



第一章

信息思维的视角



信息思维： 真正的互联网思维



微信里曾经流传一个简单的测试：问，当你看见“互联网”三个字时，马上想到的是什么？QQ、网购、文字还是信息？选QQ或网购的比较多，而选文字或信息的却比较少。“互联网思维”或许就是这样横空出世的。

其实判断是不是互联网思维的方法很简单，把这些“思维”拿到没有互联网的环境下进行思考即可。什么用户思维、简约思维、极致思维、迭代思维、跨界思维等，这思维那思维，我们稍作分析就不难发现，没有一条跟互联网有关系，也没有一



条是在互联网环境下独有的。

何为互联网？怎么产生了互联网？它从哪里来？又会到哪里去？



从经济技术发展的角度看，一般认为人类社会经历了四个阶段：采集社会、农业社会、工业社会与信息社会。由于篇幅和本文议题所限，笔者在此不详细论述每个社会阶段的特征。其实每个社会阶段的形成都经历了漫长的萌芽与准备阶段。

比如，“火”的作用是在采集社会发现的，但却被认为是工业社会的萌芽；“文字”是在农业社会发明的，但却被认为是信息社会的萌芽。“火”被用于蒸汽机之后，人类才逐渐进入工业社会，“文字”在“进入”电子计算机后，人类才逐步进入信息社会。相反后社会阶段也会存在前社会阶段的形态，信息社会里会有采集社会的产业，比如海洋捕鱼业，就是直接从自然界采集产品。

人类社会的五次信息革命

◆ 第一次信息革命：文字的产生

人是一个信息处理器。人的眼睛、耳朵是信息采集设备，嘴巴是信息输出设备，大脑是信息处理与存储设备。在人类漫