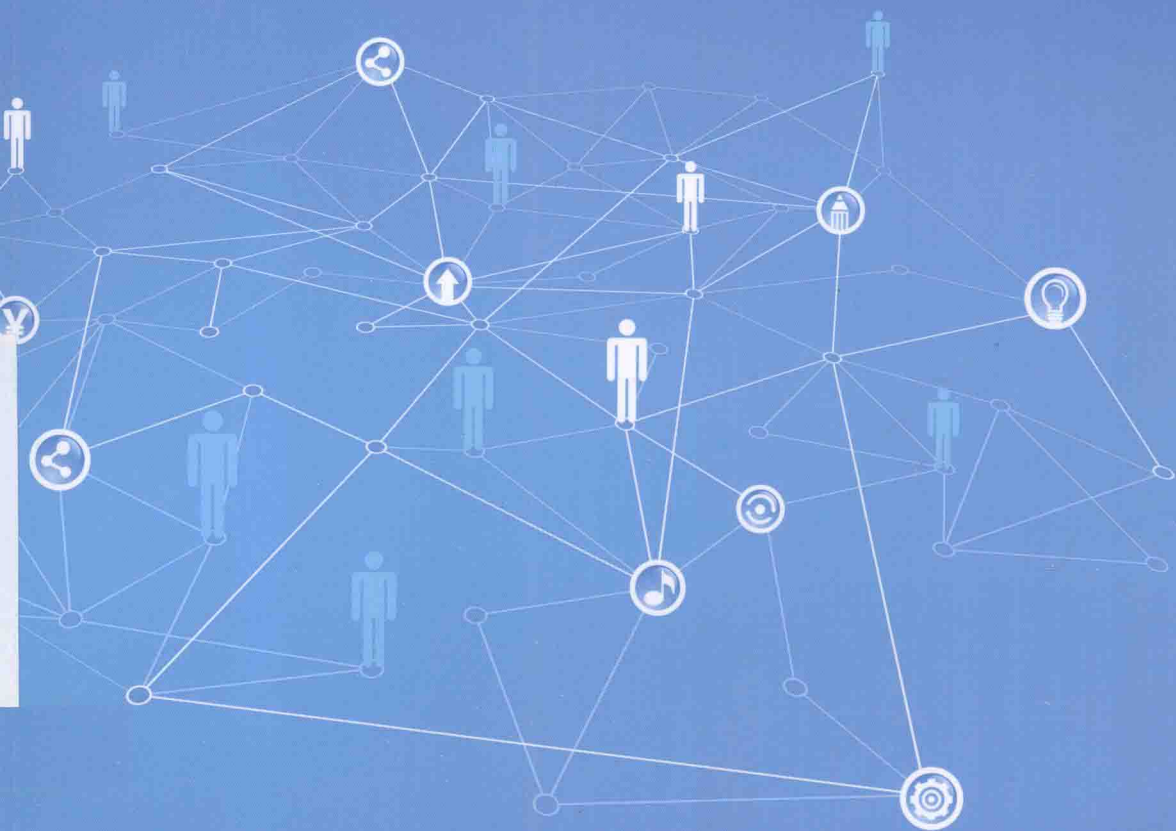


王振 李伟 陆军荣 等著

互联网+

新业态与新商业模式研究

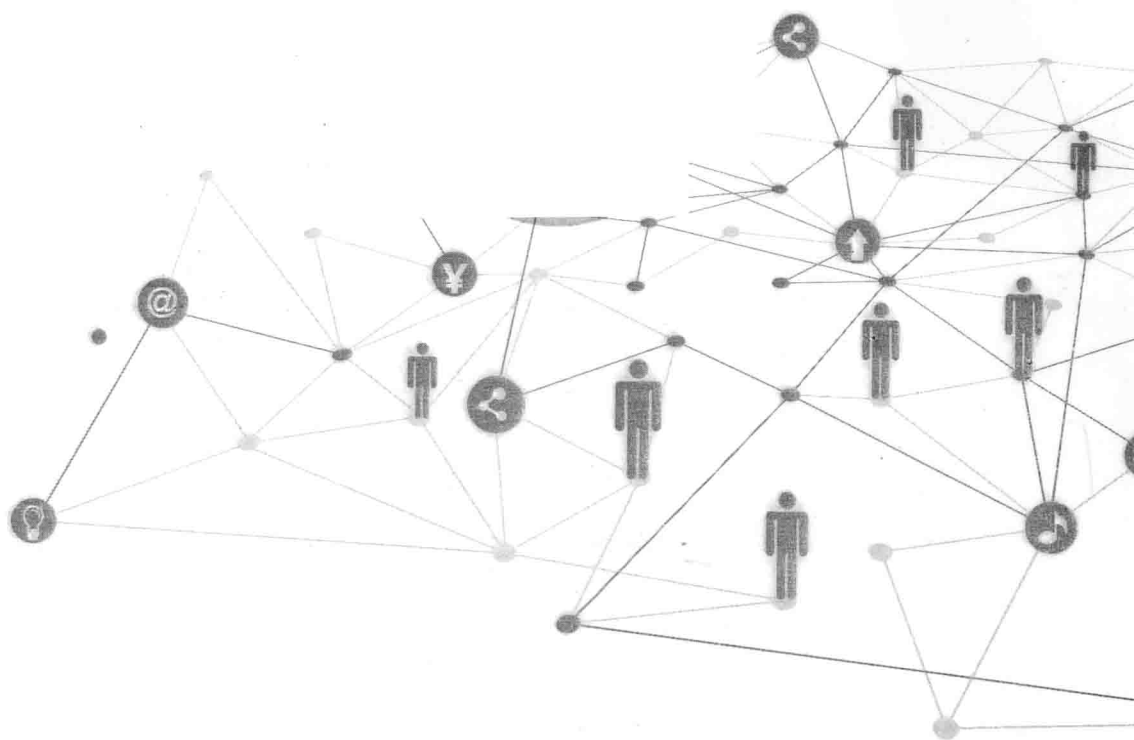


上海社会科学院出版社
Shanghai Academy of Social Sciences Press

王振 李伟 陆军荣 等著

互联网+

新业态与新商业模式研究



上海社会科学院出版社
Shanghai Academy of Social Sciences Press

图书在版编目(CIP)数据

互联网+:新业态与新商业模式研究/王振等著.
—上海:上海社会科学院出版社,2015
ISBN 978-7-5520-0942-2
I. ①互… II. ①王… III. ①网络营销-研究 IV.
①F713.36
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 146796 号

互联网+:新业态与新商业模式研究

著 者:王 振 李 伟 陆军荣 等
责任编辑:董汉玲
封面设计:周清华
出版发行:上海社会科学院出版社
上海淮海中路 622 弄 7 号 电话 63875741 邮编 200020
<http://www.sassp.com> E-mail: sassp@sass.org.cn
照 排:南京理工出版信息技术有限公司
印 刷:上海颀辉印刷厂
开 本:710×1010 毫米 1/16 开
印 张:16.25
插 页:2
字 数:235 千字
版 次:2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5520-0942-2/F·306

定价:49.80 元

版权所有 翻印必究

互联网+：新业态与 新商业模式研究

王 振 李 伟 陆军荣 等著

上海社会科学院出版社

目 录

上篇 理论内涵

第一章 迈向“互联网+”时代	003
一、新产业革命孕育“互联网+”时代	004
(一) 第三次工业革命	004
(二) 数字化革命	004
(三) 工业 4.0	005
二、“互联网+”:概念与内涵	006
(一) “互联网+”概念由来	006
(二) 如何定义“互联网+”	007
(三) 从“+互联网”到“互联网+”	007
(四) 互联网“+”还是互联网“-”	008
三、“互联网+”时代的新业态与新模式	009
(一) “互联网+”:技术平台支撑	009
(二) “互联网+”时代的业态模式特点	010
(三) “互联网+”时代的新业态与新模式	011
四、“互联网+”的未来:三网融合发展	014
(一) 过去 20 年的互联网发展是消费互联网的的形成与 高速成长期	014
(二) 过去 5 年和未来 10 年中国进入金融互联网的成長 与成熟期	015

(三) 未来 10—30 年工业互联网将崛起并带来制造业的 产业革命新繁荣	017
第二章 “互联网+”时代的新业态研究	019
一、业态与新业态的概念与内涵	019
二、新业态的形成机制与演进规律	020
(一) 新业态形成的驱动力机制	020
(二) 新业态发展的演进规律	023
三、新业态的类型	024
(一) 技术创新直接催生的新业态	024
(二) 新的需求或政府规制拉动产生的新业态	028
(三) 价值链的重构与整合形成的新业态	030
(四) 相关产业融合产生的新业态	033
四、新业态发展面临的新挑战	036
(一) 行业分类和资质管理	036
(二) 新技术新产品的市场进入法规体系	037
(三) 政府监管方式的转变	038
(四) 创新型人才培养制度的建设	038
(五) 新业态企业的金融支撑瓶颈	039
第三章 “互联网+”时代的新商业模式研究	041
一、新模式背景、内涵和主要特征	041
(一) 新模式是技术变革引发产业革命的传导机制和 实现路径	041
(二) 基于信息技术革命的新模式形成背景	042
(三) 基于信息技术革命新模式的趋势性特征	043
二、基于产业革命新模式的形成机制	045
(一) 技术革命引发新模式的传导过程	045
(二) 新模式形成的主要影响因素	045
(三) 新模式的推进机制	046

三、新模式的主要类型	047
(一) 产业分工方式变化中的新模式	047
(二) 产业组织特征变化中的新模式	050
四、新产业革命背景下新模式的发展趋势	052
(一) 产业分工方式变化中的新模式变化趋势	053
(二) 产业组织特征变化中的新模式变化趋势	054
五、推进新模式发展的战略思考	055
(一) 完善产业管理机制	055
(二) 超前谋划明确下一步发展的重点导向	055
(三) 推进科学合理的生产和消费方式	056
(四) 培育形成适应新产业体系要求的人才队伍	056
(五) 形成适应新产业革命发展的外部环境	056

下篇 新业态与新模式的行业趋势与案例

第四章 “互联网+”时代的信息革命：通信产业	061
一、新一代信息技术下的信息通信产业	062
(一) 融合	062
(二) 转型	063
二、信息通信产业：新业态与新模式	065
(一) 流量经营：运营商的“去电信化”转型	066
(二) 移动转售：运营商与互联网商的博弈	069
(三) 互联网电视：三网融合下的典型业态	070
(四) 智能终端制造：设备商对产业链的垂直整合	073
(五) 智能 Wifi：上网入口的主要节点	077
(六) 内容应用：产业链的核心环节	079
三、信息通信产业业态模式创新的方向	082
(一) 网络演进	082
(二) 智能终端	083
(三) 应用服务	084
(四) 网络安全	085

第五章 “互联网+”时代的传媒业	087
一、新一代网络信息技术与传媒业	087
(一) 新一代网络信息技术在传媒业中的应用	088
(二) 新一代网络信息技术对传媒业的影响	090
二、传媒业:新业态与新模式	093
(一) 数字新闻业	094
(二) 网络视听业	105
三、我国传媒业发展趋势与创新方向	119
(一) 传统纸媒与新媒体的深度融合	120
(二) 电视与新媒体深度融合	122
第六章 “互联网+”时代的电商产业	124
一、电子商务新业态	125
(一) 实体经济与网络经济相融合(O2O)的新业态	126
(二) 电子商务与移动设备结合:移动电子商务	128
(三) 反电子商务(C2B)	130
(四) 高端消费品牌及耐用消费品进军电子商务	131
(五) 电子商务开启休闲旅游新业态	133
(六) 外贸电子商务的新业态	134
(七) 电子商务物流配送的新业态	136
(八) 电子人力资源管理(eHR)	137
(九) 农业电子商务(F2B)	137
二、电子商务新模式	138
(一) 平台经济成为电子商务的主角——基于企业运营模式 模式的创新	138
(二) 以大数据、云计算、物联网为支撑,开启电子商务 智能新时代——基于新技术的创新	140
(三) 社会化趋势明显,用户成为价值链核心——基于价值 链的创新	142

(四) 逐步形成全产业链布局,电子商务生态日趋完善—— 基于产业链分工的创新	145
三、电子商务业态模式创新的战略思考	147
(一) 我国电子商务发展现状和特点	147
(二) 面对我国电子商务新业态、新模式发展的挑战	151
(三) 对策建议	153
 第七章 “互联网+”时代的互联网金融	155
一、信息技术与金融新业态革命	156
(一) 从网络金融到互联网金融	156
(二) 从电子商务到互联网金融	159
(三) 从金融创新到互联网金融	161
(四) 互联网金融的技术基础提升	162
二、互联网金融新模式	162
(一) 第三方支付	164
(二) 网络理财模式	169
(三) 网络贷款模式	175
(四) 网络直接融资(众筹模式)	185
(五) 互联网货币(网络货币)	190
三、互联网金融的创新发展与战略思考	196
(一) 互联网金融模式创新发展方向	196
(二) 互联网金融创新发展的战略思考	202
 第八章 “互联网+”时代的智能制造产业	207
一、新一代信息技术与智能制造	207
(一) 信息获取和处理更加便捷灵敏,推动智能制造产业 新的技术突破	208
(二) 信息应用向广度和深度发展,智能制造业决策、执行 效率提升	209

(三) 信息数据加工推动智能制造专业化、个性化、服务化发展	210
二、智能制造业新业态	211
(一) 工业机器人	211
(二) 电动汽车和无人驾驶汽车	213
(三) 3D 打印	214
(四) 再制造(维修)	216
(五) 智能穿戴和智慧医疗器械	217
三、智能制造业:新技术与新模式	219
(一) 技术创新方向和趋势	219
(二) 发展模式创新方向与趋势	220
四、智能制造产业业态模式创新的战略思考	222
(一) 我国智能制造装备产业面临的国际形势	222
(二) 我国智能制造业现状和特点	224
(三) 网络经济时代我国智能制造业新业态新模式发展面临的挑战	227
(四) 网络经济时代发展我国智能制造业的战略思考	229
 第九章 “互联网+”时代的健康服务业	 233
一、健康服务业新业态	234
(一) 医疗服务领域	234
(二) 健康管理服务	236
(三) 相关支撑产业	239
二、健康服务业新模式	241
(一) 新技术驱动创造新市场模式	242
(二) 新技术对传统医疗提升模式	243
(三) 基于产业链分工整合新模式	244
(四) 产业融合下的跨界创新模式	244
三、健康服务业业态模式创新的战略思考	245
(一) 健康服务业未来发展趋势	245
(二) 健康服务业业态模式创新的思路	249

上篇

理论内涵

第一章

迈向“互联网+”时代

2015 年是人类创造利用互联网的第 30 年。自 1985 年 3 月 15 日世界上第一个域名(.com)在马萨诸塞州诞生起,互联网几乎改变了一切。过去 30 年,互联网从只为少数学术和科研人员使用,到成为全球性的交流、贸易和信息分享渠道,现在没有人能够想象生活中没有互联网。2010 年,ICANN 发布《The Internet Economy 25 Years After.Com: Transforming Commerce & Life》报告,认为“互联网经济引发了全新的商业模式,带来新的产品和服务,改变了公司生产和销售产品的方式,促进了经济的增长,最终改变了人们沟通、交流和社交方式”。市场调查机构 eMarketer 预计全球互联网用户在 2015 年将会超越 30 亿大关,占到全球总人口数的将近一半,仅中国的电子商务交易额在 2015 年预计将达到 18 万亿元,超过世界其他国家与地区的总和。过去 30 年,互联网正逐渐蔓延至媒体、通信、社交、零售、金融、制造等各个领域,互联网经济带动人类信息革命进入高潮期,正引领全球生活与生产方式的变革,曙光已现。

中国并不是互联网技术的原创国,但却是互联网应用的领头羊。互联网经济已经成为中国经济的战略发展方向。2015 年 3 月 5 日,李克强总理在十二届全国人大三次会议上的中国政府工作报告中首次提出“互联网+”行动计划。“互联网+”使得互联网逐渐跳出一个行业的范畴,成为国民经济的一大新引擎,对整个社会的经济、文化、环境和资源都产生着深远的影响。据麦肯锡全球研究所的最新研究预言,到 2025 年,互联网经济将在中国的 GDP 总体增长中占据 22% 的份额。

一、新产业革命孕育“互联网+”时代

2008年金融危机以后,与全球经济衰退相伴随的创新活动风起云涌。“新产业革命”是否将来临?或以什么样的方式来临?各路学者、不同国家都在探索与寻找突破方向。对于“新产业革命”的论述主要有三种代表性观点:

(一) 第三次工业革命

美国宾夕法尼亚大学教授杰里米·里夫金的著作《第三次工业革命》,“每当出现新的通讯技术或者新的能源技术的时候,或者是新通讯技术与新能源技术两者相融合的时候,工业革命就将发生”。根据他的观点,历史上出现过三次工业革命。第一次工业革命成型于19世纪,标志是蒸汽动力与印刷术相结合产生了蒸汽印刷机,并代替了手工印刷,加快了信息流通的速度,使得大量印刷廉价报纸成为可能,进而提升了民众受教育的比例,在这个时期城市核心区和工厂大量出现。第二次工业革命发生于20世纪第一个10年,标志是电视、电话、广播技术的出现以及石油、电力等新能源得到使用,在此期间,城市的城郊房地产业及工业区繁荣发展。第三次工业革命成型于20世纪90年代中期,启动的标志是互联网和可再生能源的出现,两者的结合催生了新一轮产业革命,当前我们人类社会正处在这一轮工业革命背景下。前两次工业革命的生产方式以集中式生产方式其特征,而后一次则具有分散式生产的特点。因此,里夫金教授眼中的新产业革命是一次基于互联网的新能源革命,即“互联网+新能源”。

(二) 数字化革命

英国《经济学人》杂志的相关文章则将“第三次工业革命”界定为“数字化革命”,关注点是数字化制造和新能源、新材料的应用,它将改变制造商品的方式,并改变世界的经济格局,进而改变人类的生活方式,并认为IT技术的诞生是改变人类经济发展方式的重大事件,标志着人类社会进

入新一轮工业革命,根据这个标准,迄今为止共发生了两次。第一次工业革命大致发生在18世纪80年代,第二次工业革命开始于第二次世界大战前后。由于20世纪末IT技术极大地改变了生产方式和生活方式。这个论断对于工业革命的划分标准与里夫金相对接近,更加关注信息技术领域对产业变革的影响。

(三) 工业 4.0

将德国工业4.0作为人类第四次工业革命的标志。自蒸汽机诞生以来,德国“工业4.0”被认为是第四次工业革命的先行者。该观点认为,18世纪中叶以来,人类历史上先后发生了三次工业革命,第一次工业革命(即所谓1.0)开创了“蒸汽时代”(1760—1840年),标志着农耕文明向工业文明的过渡;第二次工业革命(2.0)进入了“电气时代”(1840—1950年),电力、钢铁、铁路、化工、汽车等工业兴起,石油成为新能源;第二次世界大战之后开始的第三次工业革命(3.0),以电子工业为基础开创了“信息时代”(1950年至今),电子技术成为推动现代社会经济前进的火车头,随着电子技术的广泛发展,其应用向着军事和国民经济各部门全方位渗透,大大增强了国家的军事实力。有些国家相继提出了“国民经济电子化”“电子立国”等口号。“工业4.0”(4.0工业革命)是以智能制造为主导的第四次工业革命,它以制造业数字化、网络化、智能化为核心技术,实现信息技术、生物技术、新材料技术、新能源技术的广泛渗透,实现从机器传感器到因特网通讯的无缝对接。因此,也有人将工业4.0看作是“工业互联网”,相对于德国的工业4.0,美国通用公司提出的就是“工业互联网”(Industrial Internet)战略。

从这些表述与国家企业战略可以看出,新产业革命所依赖的前提均是“互联网”。不同学者与国家从不同的视角将互联网与不同领域的创新联结起来。第三次或第四次的划分差异在于是否将“互联网”作为区分信息技术革命的延伸或是全新起点。但是,不同的新产业革命论述都有一个共同的基础:互联网。可以说,这一轮的新产业革命是互联网引领下的新产业革命。中国提出“互联网+”的战略与行动计划,也是符合与代表

了这一轮新产业革命的方向。

“互联网+”时代的新产业革命不只是单一的技术革命或新产业诞生,更多的时候表现为新业态与新模式的创新,并带来传统产业的生产与消费模式的变化,进而影响人类生活方式未来。譬如以新一代信息网络如云计算、物联网、大数据为支撑的新业态、新模式。比如,类似苹果公司的“智能终端+内容分发渠道+应用软件与数字内容服务”,在纵向整合中形成的新业态和新模式;类似 IBM、惠普、戴尔等,在建设全业务综合集成服务体系中形成的横向整合新业态和新模式,以及“网络社区”等在互联网形态特征不断开发中形成的新业态和新模式等。这些可以归属于信息服务业的新业态和新模式,其共同特征就是互联网平台功能,为众多的中小企业和消费者提供大平台服务,并在提供服务中培育出快速成长的新经济领域。同样在制造业领域,此次新产业革命的主要动力不是重大技术突破,而是技术整合和模式创新。新产业革命的推进过程主要不是主导产业的更替、新兴产业的呈现,而是新业态和新模式的不断出现。在新产业革命中,以独立于制造过程的生产性服务业其竞争优势将逐步减弱,而以制造环节与生产性服务环节一体化为基础的服务型制造业,将成为国际产业竞争优势的主导因素。

二、“互联网+”：概念与内涵

(一)“互联网+”概念由来

“互联网+”应该是中国创造的新名词。但是最早来自何处没有确切考证。易观咨询公司在 2007 年提出了“互联网化”概念,认为互联网会像水电一样成为无所不在的基础设施。互联网化可以是对传统商业流程中某环节的直接替换,也可以是再造商业流程本身,即简化、优化或重构,更可以是创造新的商业流程,并提出每个企业都会找到“互联网+”的商业模式,并在 2012 年 11 月 14 日的易观第五届移动互联网博览会上首次提出“互联网+”理念。腾讯马化腾在 2013 年曾提出“互联网+”的理念,并在 2015 年全国“两会”形成全国人大代表提案,建议成为国家战略。因

此,对于互联网与传统产业的嫁接履行、推动创新创业应是互联网业界的共识,而对于“互联网+”概念名词形式的正式形成并进入文件,则是交流磨合过程。

(二) 如何定义“互联网+”

《互联网+:跨界与融合》一书将其概括为,“互联网+”代表一种新的经济形态,即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用,将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中,提升实体经济的创新力和生产力,形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。

易观咨询认为“互联网+”公式应该是我们所在的行业目前的产品和服务,在与我们未来看到的多屏全网跨平台用户场景结合之后产生的这样一种化学公式。即 $\text{互联网}+ = f_x(\text{应用及服务,多屏/全网/跨平台的用户场景})$ 。

阿里研究院《互联网+研究报告》认为,“互联网+”就是指以互联网为主的一整套信息技术(包括移动互联网、云计算、大数据技术等)在经济、社会生活各部门的扩散和应用过程。互联网作为一种通用目的技术(General Purpose Technology),和100年前的电力技术、200年前的蒸汽机技术一样,将对人类经济社会产生巨大、深远而广泛的影响。“互联网+”的本质是传统产业的在线化、数据化。无论网络零售、在线批发、跨境电商、快的打车所做的工作分享都是努力实现交易的在线化。

我们认为,“互联网+”是基于各类信息网络(互联网或物联网)基础设施之上而开展的产业创新,以实现生产、研发、营销等流程的在线化与分布式,创新服务与制造方式,形成新业态与新模式,提高经济效率与产品服务的多样性。“互联网+”是基于互联网技术创新的新业态与新模式的集成。

(三) 从“+ 互联网”到“互联网+”

“+互联网”则指的是其他行业使用互联网技术,可以只是生成一个