

互联网的本质

包政——著



机械工业出版社
China Machine Press

互联网的本质

包政——著



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目(CIP)数据

互联网的本质 / 包政著. —北京: 机械工业出版社, 2018.9
(包政管理经典)

ISBN 978-7-111-60812-7

I. 互… II. 包… III. 网络公司 - 企业管理 - 研究 IV. F276.44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 203029 号

人类社会已经进入了互联网时代,尤其是风起云涌的移动互联网让我们更清晰地认识到这一点。但是,互联网背后的本质是什么?如果我们不能把握互联网的本质特征,就很难借助互联网带来社会财富的增值以及社会幸福指数的提升。本书从组织与管理的视角,从产业组织的视角,思考互联网、解读互联网。首先一起回顾传统的工商业者处于一个什么样的逻辑下思考问题,然后指出 BAT 等互联网大佬如何变成了传统互联网企业,最后指出互联网的本质特征,并告知读者,我们应该追随互联网做社区商务,做互联网社区商务。

互联网的本质

出版发行: 机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 刘新艳

责任校对: 殷虹

印刷: 北京市荣盛彩色印刷有限公司

版次: 2018 年 9 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 170mm×230mm 1/16

印张: 12.75

书号: ISBN 978-7-111-60812-7

定价: 59.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

客服热线: (010) 68995261 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东



前言

互联网为何而来

互联网冲着供应和需求的背离而来。如果这个猜测是正确的，那么互联网是人类的福音。

互联网将在何种意义上改变这个世界？我认为互联网会改变产业组织方式。产业组织方式也可以理解为产业再生产循环的组织方式。同时，互联网也会改变企业的组织方式。企业的组织方式可以理解为企业再生产循环的组织方式（姑且不论企业组织方式问题）。

产业组织方式改变的根本原因在于，互联网可以把人与人直接连接起来，并形成人与人之间的网络化关系体系，对产业社会来讲，就是形成供求一体化的关系体系，说白了，即供应者和需求者

可以直接联系起来。尤其是移动互联网，它可以跨越时间和空间随时随地把人与人之间的关系连接起来。智能手机就是每个人的一个“器官”，每个人可以凭借这个“器官”，与别人结成相互依存和相互作用的关系。

人们完全可以依靠这种一体化的关系体系，来完成供求者之间的劳动互换和利益互换；没有必要像过去那个时代，必须通过产品或借助于商品，来完成供求者之间的劳动互换和利益互换；也没有必要像过去那个时代那样，从分工入手，经过严密的组织，去生产产品或物质财富。事情可能倒过来了，从组织开始，从构建一体化关系体系入手，反向组织生产，组织供应链的生产。

所以我们有理由说，互联网是上帝给人类的一种恩赐，尤其是对中国人的一种恩赐。作为上帝的一种恩赐，它绝不是为了某些人或某个利益集团的一己私利，而是为了解决以往产业社会造成的一种恶果，为了从根本上解决供求背离的问题。供求背离已经威胁到人类的生存，威胁到一个社会的正常运行。这是大事，这是天道，这是互联网创新真正的方向。

互联网最值得做的事情，就是构建社区农业，也就是在农户和城市居民之间建立供求一体化的关系体系。具言之，利用现有的微信，让一部分城镇居民家庭与一部分农户结成社区关系，形成稳定而直接的供求一体化关系。

我去过山东的冠县，那里有 36 万亩梨树，其中有 3000 棵是百年以上的梨树。把这些梨树承包给农户，每户人家只需要 10 棵梨树就够了。每棵梨树能够结 500 斤梨，每斤梨可以卖 10~20 元，一棵梨树的收成是 5000 元，10 棵梨树就是 5 万元（以上），足以养

活一家人。

起步做这件事情的时候，只需要把 3000 棵百年以上的梨树承包给农户，同时建立农协组织，加以协调和管理，最重要的是推广，帮助梨农进入城镇居民家庭。

冠县有 80 万人口，至少有 20 万城镇居民。如果有农协组织的推广，以及当地县政府的支持，那么可以使供求者直接见面，在县级城市的层面上，形成一定规模的供求一体化关系。

冠县还有 20 万人在外务工。用同样的方法，可以通过这些在外务工人员，帮助农户和城镇居民家庭建立联系。

这样做的可能性有多大？首先，我们可以说这不是新的发明，日本的很多农户早就这么做了。日本的很多农户与城镇居民家庭建立了直接联系，形成供求一体化的关系体系，专门为这些家庭种地，主要提供大米。城镇居民需要什么样的大米，农户就为他们种植什么样的大米。

现在日本的大米越种越好，在糯性、弹性、颗粒感、香气、甜度上，都是世界一流的，价格也越卖越贵，变成了贵重物品。Akomeya 就是其中的代表，它把米店开到了爱马仕店的隔壁，生意还很好。日本人把这叫作精细农业，这种直接的供求一体化关系体系可以命名为社区农业，或者利益共同体。

在欧美，这种社区农业也是由来已久。很多农户或小农场主，十几年如一日，专门为自己的关系户，也就是城镇居民家庭生产农副产品。彼此的关系非常稳定，形成了专供、直供或特供关系。

在中国，这几年形成了很多圈子，中国本来就有圈子文化这一说，现在圈子越来越多。圈子就是社区，就是共同体。很多好的东西都是不出圈的，比如，好茶不出圈，好酒不出圈，好的农副产品也不出圈。尤其在使用农药、化肥、地膜、转基因种子的情况下，好东西不出圈会成为一种趋势，成为城镇很多家庭的一种选择。

农业产业化已经进行了很多年，也出现了一些弊端。一些地方为了提高农业的效能，所谓高效农业，过多使用化肥和农药，毒化了不少土地、河流与湖泊，进而威胁到人们的身体健康。

还有一个不良后果。现在都是产业化的职工，真正的农民已经很少了。农民是干什么的？不是向田地要产量的，不是田地成果的掠夺者，而是种地的，他们从事的事情就是种地。没有耕耘，哪来收获？田地靠谁种，这是关系到子孙后代的事情。田地的有机质含量降低，是会死亡的，会板结的。

社区农业可以吸引更多的农民回家种地，把田地种好。现在的茶农都富起来了，过去他们纷纷外出务工，或者开茶叶店，现在他们纷纷回家种地，把茶树种好，把茶制作好，专门供给那些关系户，那些喝茶爱好者。好茶不出朋友圈。

那些喝茶爱好者很讲究，喝出了品位和境界，喝到了哪个坑，哪块岩，哪棵古茶树。居然有人买断了其中一些古茶树。据说，最古老的古茶树有 3600 年。

这些茶客愿意为无污染、绿色、有机、好品位的茶买单，愿意为茶农的辛勤劳动买单。他们愿意与那些茶农结成亲朋好友关系。

那些茶农也愿意为他们喝到一口好茶付出辛勤劳动，把地种好，把树养护好，把茶叶制作好。

中国的农民是勤劳、勇敢、充满智慧的一群人，他们能用地道战和地雷战把日本兵打趴下，对他们进行行政性管理是不适用的。只有与他们结成供求一体化的关系体系，结成相互依存、相互作用的利益共同体，他们才会心甘情愿地为关系户做贡献。这会减少很多管理上的麻烦。

很多人真的不知道互联网真正的价值是什么，以为连接就是一切。殊不知，光有技术 / 经济层面的连接是不够的，还需要人心上的连接，社会关系上的连接，需要社会 / 心理层面的连接。

我们受传统思维的影响太深，即便是互联网公司，也有传统思维，强调规模经济，强调做大，强调外延扩张，不注重社会 / 心理层面的连接。到了互联网时代的今天，我们依然能够看到假冒伪劣商品以及劣品驱逐良品的现象。

人们真正需要的是货真价实的物品，而不是便宜货，便宜没好货。然而高校花大力气培养的一些高科技人才，居然也参与到了制假贩假的行列之中，让人心痛。

互联网经济本质上是熟人之间的供求，而不是陌生人之间的交易，更不是靠广告、宣传、促销和炒作完成交易。

市场交易的本质是信用，通过熟人之间的一来二往，并借助于互联网手段进行沟通和交流，供求者之间相互尊重，建立相互依存的诚信关系，从而靠诚实劳动获取合法收益，所谓走正道也能挣钱，挣到长久的钱，过着心安理得的体面生活，彻底放弃一锤子买

卖的销售策略手段，以及为了自己的利益而蒙骗他人的企图心。

何谓销售？何谓市场交易？就是实现商品与货币的转换。转换能否顺利，能否持续，取决于供求者双方的信用。需求者的信用是用货币来表达的，货币的信用是由国家提供的。这方面没有问题。

供应者的信用，是靠货真价实的商品提供的。互联网可以通过沟通和交流，使彼此之间成为熟人。供应者只需要专心把商品做好就可以了，可以省掉很多中间环节，还有广告宣传的费用。这叫互联网经济，这是经济行为。随着互联网的功能越来越强大，这种熟人之间的社区经济必将成为趋势。

包政

2018年3月7日

华章经典·管理



ISBN	书名	价格	作者
978-7-111-59411-6	论领导力	50.00	(美) 詹姆斯 G. 马奇 蒂里·韦尔
978-7-111-59308-9	自由竞争的未来	65.00	(美) C.K. 普拉哈拉德 文卡特·拉马斯瓦米
978-7-111-41732-3	科学管理原理 (珍藏版)	30.00	(美) 弗雷德里克·泰勒
978-7-111-41814-6	权力与影响力 (珍藏版)	39.00	(美) 约翰 P. 科特
978-7-111-41878-8	管理行为 (珍藏版)	59.00	(美) 赫伯特 A. 西蒙
978-7-111-41900-6	彼得原理 (珍藏版)	35.00	(美) 劳伦斯·彼得 雷蒙德·赫尔
978-7-111-42280-8	工业管理与一般管理 (珍藏版)	35.00	(法) 亨利·法约尔
978-7-111-42276-1	经理人员的职能 (珍藏版)	49.00	(美) 切斯特 I. 巴纳德
978-7-111-53046-6	转危为安	69.00	(美) W. 爱德华·戴明
978-7-111-42247-1	马斯洛论管理 (珍藏版)	50.00	(美) 亚伯拉罕·马斯洛 德博拉 C. 斯蒂芬斯 加里·海尔
978-7-111-42275-4	Z理论 (珍藏版)	40.00	(美) 威廉·大内
978-7-111-45355-0	戴明的新经济观	39.00	(美) W. 爱德华·戴明
978-7-111-42277-8	决策是如何产生的 (珍藏版)	40.00	(美) 詹姆斯 G. 马奇
978-7-111-52690-2	组织与管理	40.00	(美) 切斯特·巴纳德
978-7-111-53285-9	工业文明的社会问题	40.00	(美) 乔治·埃尔顿·梅奥
978-7-111-42263-1	组织 (珍藏版)	45.00	(美) 詹姆斯·马奇 赫伯特·西蒙



目 录

前言：互联网为何而来

1 工业社会的麻烦 / 1

2 化解麻烦的实践经验 / 6

3 被忽略的产业组织形态 / 9

4 连接消费者或用户 / 12

5 走进顾客的价值链 / 15

6 争夺“关系”的重要性 / 18

7 构建用户社区 / 23

- 8 工商竞争格局的改变 / 28
- 9 工业企业陷入的困境 / 36
- 10 控制存货的简单方式 / 44
- 11 日薄西山的新型商家 / 50
- 12 BAT 的玩法 / 57
- 13 资本市场的玩法 / 65
- 14 传统大叔的选择 / 71
- 15 互联网创新的实践 / 79
- 16 互联网的本质特征 / 84
- 17 互联网工具化思维 / 91
- 18 小米的 C to B / 97
- 19 社区的力量 / 107
- 20 社区的构建 / 111
- 21 社区与商务社区的关系 / 118
- 22 产业社会的逻辑缺陷 / 125

23	产业社会应有的逻辑	/ 131
24	分工理论的假设有误	/ 142
25	互联网时代的分工与组织原则	/ 147
26	尚未确立的分工与组织原则	/ 154
27	社区商务是我们的选择	/ 163
28	滴滴出行的难与不难	/ 168
29	互联网究竟共享什么	/ 173
30	互联网在农业的应用	/ 180
31	物联网的抓手在哪里	/ 185
	后记	/ 191

1

工业社会的麻烦

在这之前，我们还真看不出来，如何去解决工业社会的供求背离问题。我们只知道工业大国为了争夺市场和资源，大打出手。互联网使我们看到了这种希望，它可以帮助人类解决供求背离的问题。

工业社会开启于 1776 年亚当·斯密《国富论》的出版，亚当·斯密的理论也被称作分工理论。他告诉我们，可以通过自觉分工提高劳动生产率，提高物质财富创造的效率。

分工之后，如何变成一个整体呢？亚当·斯密用看不见的手来解决供求一体化问题，不经意当中就把供应者和需求者的关系简单化为产品供求关系。也就是，借助于产品这个媒介，来解决供求一体化的问题。

货币这种一般等价物，使这种简化变成现实，使人与人之间的

关系、供应者和需求者之间的关系，可以简化为物和钱的关系，简化为商品和货币的交换关系。人们还可以依靠货币的力量拓展交易的空间范围，以及提高量产量销的规模，和增加出现在陌生人之间的交易。

供求一体化的实质性内容是，解决劳动互换和利益互换。看不见的手的作用，就在于依靠一种凌驾于个体之上的权威的力量，来协调供求者之间的劳动关系和利益关系。

这是一种几近完美的理论，西方社会就遵循这一理论做出了制度性安排，或者说，依据这一理论构建了社会制度。人们习惯上把这称为市场经济体制。很多专家学者开始玩这些经济体制，建立了所谓的经济学，按一些人的解释，经济学就是一门经世济民的学问，并把亚当·斯密尊为鼻祖。

几近完美不等于完美，否则亚当·斯密不会写另外一本书《道德情操论》。很遗憾，经济学家并不把道德情操纳入经济学科的范围。他们关心的是规模递增带来的收益。德鲁克就说过这样的话，“我当不了经济学家”。不过他倒是拿到了总统自由勋章，以表彰他的经世济民思想对社会的贡献。

很遗憾，人类社会至今为止还没有一种有效的方法，可以为每一家企业的商品，确立起普遍的诚信。相反，每一家企业面临的生存竞争压力使一切想解决这个问题的学问都失效了，尤其是营销学，蜕变为一种销售策略，一种促进销售的策略。

人们在分享工业物质文明的同时，还忍受着工业文明带来的麻烦。这个麻烦说到底，就是供求分离之后，不能有效地实现供求一体化，不能有效地使供应者和需求者形成一个整体。相反，供求分离之后出现的是供求背离。供求背离的具体表现是，供应过剩与需求不足同时发生，也称“过剩经济”。

经济学家喜欢把这称为结构性的矛盾，于是就有了相应的对策，依靠政府的手段或政策的手段，对产业结构乃至产品结构进行调整，也称“调结构”。这样，市场经济体制就变得不那么纯粹了。这样我们就能理解，为什么会有计划经济体制的社会实践。

赫伯特·西蒙在《管理行为》一书中提到了这件事情。他凭着直觉说，不应该叫作市场经济，也不应该叫作计划经济，正确的称谓应该是“组织经济”。我认为他的直觉是对的，供求分离之后，供应者和需求者必须变成一个整体，必须依靠供应者和需求者之间的有效连接，来奠定持续交易的基础。这是一个社会再生产循环的组织问题，也是一个产业经济循环的组织问题。

现在我们知道了，如果用计划的手段，硬性把供应者和需求者连接起来，是有问题的。其中主要的弊端是，用行政权力配置资源会滋生官僚主义，抑制竞争以及利益主体的主动性和创造性。最终的结果是整个社会经济体系丧失活力，表现为物质财富的匮乏，也称“短缺经济”。

事情又回到了原点，人们希望在市场经济的条件下，也就是在产

品经济的条件下，依靠企业自身的力量来解决供求一体化的问题。从萨伊到熊彼特，再到德鲁克，那些非主流经济学家主张，依靠企业家的创新精神以及营销理念来维持再生产循环，并解决或抑制供求背离的趋势。如果我们企图用一种精神或理念，或者企图通过倡导一种精神和理念。来弥补社会制度安排的固有缺陷，肯定是会失望的。

为了使陌生人之间的交易能够持续，人们必须全力以赴地维持货币的信用，必须依靠有公信力的代表机构对货币的信用做出担保。这样供应方就放心了，可以把产品让渡给每一个货币持有者。

反过来，对每一个需求者而言，他们希望获得的是货真价实的商品，这就意味着每一个供应者必须为自己的商品提供信用。

商品经济的全部难点在于：每一个供应者如何为自己的商品建立信用。否则，供求之间难以建立持续交易的基础，生产的盲目性就会增加，生产的持续性就不能保障，交易的费用就不可控制，等等。

借用营销大师科特勒的话来说，尽管我们一直倡导 4P 策略，然而几十年过去了，人们惯用的依然是 4P 中的 1P，依然是大肆降价促销。

至于企业家的创新精神，情况也不乐观。在中国，企业家已经成为稀缺资源。只有部分企业愿意跨越时间和空间去配置资源，积累企业的核心竞争能力，然后跨越恶性竞争，避开降价促销的陷阱。

企业当家人似乎更相信机会而不是信念，从而把获取机会的能力