

“互联网+”时代电子商务理论与实践研究

◎崔楷 / 著



中国水利水电出版社

www.waterpub.com.cn

河南省高等学校重点科研项目计划资助（17A630035），项目名称：基于利益
均衡的公共物流信息平台建设工程项目的期权式社会投资模式创新研究

“互联网+”时代商务 理论与实践研究

◎崔楷 / 著



河南理工大学
HENAN POLYTECHNIC UNIVERSITY

内 容 提 要

在国家政策法律的大力支持下,中国电子商务的发展环境不断得到改善,企业与网民电子商务应用观念大大提升,电子商务交易迅速增长,网络购物市场主体日益强大。本书即以此为契机,分别论述了电子商务的基本知识、发展战略、发展模式、技术支持、安全防范系统、支付系统、营销策略、物流管理及法律法规等方面,内容丰富而新颖,观点鲜明,理论与实际相结合,力求在阐述电子商务发展和电子商务理论体系的同时,在实际应用和操作技巧方面给予读者具体的指导。本书可用作高等学校电子商务专业的电子商务课程教材,亦适合从事电子商务研究、电子商务创新的专业人士参考。

图书在版编目(CIP)数据

“互联网+”时代电子商务理论与实践研究 / 崔楷著

—北京:中国水利水电出版社,2018.8

ISBN 978-7-5170-6708-5

I. ①互… II. ①崔… III. ①电子商务—研究 IV.

①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 174884 号

责任编辑:陈 洁

封面设计:王 伟

书 名	“互联网+”时代电子商务理论与实践研究 "HULIANWANG +" SHIDAI DIANZI SHANGWU LILUN YU SHIJIAN YANJIU
作 者	崔楷 著
出版发行	中国水利水电出版社 (北京市海淀区玉渊潭南路 1 号 D 座 100038) 网址:www.waterpub.com.cn E-mail:mchannel@263.net(万水) sales@waterpub.com.cn 电话:(010)68367658(营销中心)、82562819(万水)
经 售	全国各地新华书店和相关出版物销售网点
排 版	北京万水电子信息有限公司
印 刷	三河市兴国印务有限公司
规 格	170mm×240mm 16 开本 15.25 印张 218 千字
版 次	2018 年 8 月第 1 版 2018 年 8 月第 1 次印刷
印 数	0001—2000 册
定 价	62.00 元

凡购买我社图书,如有缺页、倒页、脱页的,本社营销中心负责调换

版权所有·侵权必究

前言

电子商务是一个商务过程电子化的商务形态。进入 21 世纪以来，电子商务的应用跨入了一个全业态渗透、发展迅猛、影响深远的发展阶段。电子商务充分利用现代信息技术，创造了以互联网为基础的全新商业模式，改变了商业伙伴之间的合作方式，因此，电子商务是包括购买、销售在内的电子化沟通、协同、合作的全新商务途径。

电子商务作为现代电子信息技术和商业活动相结合的经济贸易方式，已经成为 21 世纪全球经济活动的主要方式之一，电子商务在国民经济和世界经济中的作用日益重要。电子商务能力不仅是企业竞争力的重要表现形式，更关乎国家综合竞争力。当前，中国电子商务已经强势崛起，传统的消费观念、物流体系、金融模式、人才结构等方面受到了电商的强烈冲击，电子商务在众多行业已经是以“颠覆者”的形象出现，传统的商业规则正在被改写。随着“互联网+”战略的提出，互联网与传统产业融合得更加紧密，传统产业纷纷转战互联网电子商务，电子商务行业必将迎来新的增长点。数据显示，2010 年我国电子商务交易额仅为 4.5 万亿元，2016 年增长至 22.97 万亿元，同比 2015 年增长 25.52%。其中，B2B 市场交易规模 16.7 万亿元，网络零售市场交易规模 5.3 万亿元，生活服务 O2O 交易规模 9700 亿元。2010—2016 年中国电子商务交易额年均复合增长率达 31.22%。2017 年上半年中国电子商务交易额为 13.35 万亿元，同比 2016 年增长 27.1%。其中，B2B 市场交易额 9.8 万亿元，网络零售市场交易额 3.1 万亿元，生活服务电商交易额 0.45 万亿元。随着下半年各大电商“6·18”、“双 11”“黑五”“双 12”等促销大节的火热进行，全年我国电商交易额突破了 29 万亿元。

自 2015 年李克强总理在政府工作报告中提出“制订‘互联网+’

行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场”后，各行各业掀起了“互联网+”的新探索。而随着电子商务的持续发展，商业模式发展迅速，以手机为代表的移动设备已经成为我国电子商务行业竞争的主战场，而能最大限度满足手机用户需求的移动电商商业模式将成为这个战场上最有力的武器，帮助企业占领这个战场，反之则会被淘汰。

本书包括九章内容：第一章对电子商务的内涵与分类、功能、电子商务交易的基本流转程式进行了详细的讨论，展示了电子商务蓬勃发展的前景，并就如何迎接电子商务时代的新挑战提出了战略性的建议；在第二章中，首先讨论了电子商务战略研究的重要性和电子商务的发展环境，进而从政府和企业两个层面上对电子商务发展战略进行深入的研究；第三章论述了网络零售与在线服务以及电子商务模式在活动中的应用；第四章讨论无线电子的新应用；第五章探讨了网络技术的发展及应用；第六章对整个网络交易过程进行了全方位的讨论；第七章的重点是非常复杂的电子支付问题，包括电子支付的概念、方式、移动支付及网络银行的具体操作；第八章专门研究了网络商务信息的收集与整理，着重讨论了网络营销的对象、网络营销的目标市场定位、网络营销渠道的选择，分析了网络消费者的购买行为，探讨了企业网络促销的理念和方法；第九章在论述物流基本知识的基础上，对电子商务物流的发展现状、模式和供应链管理进行了专门的研究并深入探讨在“一带一路”发展的背景下跨境电商的发展。

作者在撰写本书的过程中，借鉴了许多前人的研究成果，在此表示衷心的感谢！探索知识的道路是永无止境的，因此本书也一定还存在着许多不足之处，恳请前辈、同行以及广大读者进行斧正，以便改进和提高。

作 者

2018年4月

目 录

前 言

第一章 “互联网+”及电子商务内涵与诠释	1
第一节 移动互联网应用与发展趋势	1
第二节 “一带一路”的规划与趋势	18
第三节 电子商务的概念、功能与分类	24
第四节 从传统商务到电子商务	36
第五节 “互联网+”时代电子商务的发展现状及趋势	41
第二章 电子商务的发展战略管理	48
第一节 互联网思维与网络强国战略	48
第二节 电子商务的发展环境	53
第三节 政府电子商务发展战略	62
第四节 企业电子商务战略	69
第三章 电子商务的一般发展模式	78
第一节 电子商务的零售业	78
第二节 B2B 电子商务模式	89
第三节 B2C 电子商务模式	95
第四章 电子商务的创新发展	99
第一节 电子政务	99
第二节 远程教育	104
第三节 协同商务	112
第四节 C2C 电子商务发展模式	116

第五节	农村电子商务发展模式	118
第六节	移动商务与社交商务	122
第五章	电子商务的技术支持	138
第一节	计算机网络接入方式	138
第二节	手机应用程序的开发技术	149
第三节	电子商务的网站建设与营运	155
第六章	电子商务安全及其防范系统	170
第一节	信息安全的概念	170
第二节	电子商务安全基本问题	171
第三节	攻击性方法	177
第四节	电子商务安全的防御策略	181
第七章	支付系统与网络银行	185
第一节	支付领域的革命	185
第二节	常见的电子支付的方式	187
第三节	移动支付	196
第四节	网络银行	199
第八章	电子商务的营销策略	202
第一节	网络营销的品牌策略	202
第二节	网络营销的渠道策略	205
第三节	网络营销的定价策略	208
第四节	网络营销的服务策略	212
第五节	网络促销	215
第九章	电子商务的物流变革	218
第一节	电子商务物流发展现状	218

第二节 电子商务物流模式 220

第三节 电子商务供应链 223

第四节 “一带一路”背景下中国跨境电商物流的发展机遇
..... 228

参考文献 231

第一章 “互联网+”及电子商务内涵与诠释

互联网变革的真正革命性影响是电子商务，即互联网在生活中将以商品或服务的形式存在，不仅会成为管理和专业工作的首选方式，甚至还会在全球配送渠道中以爆炸式的方式出现。从目前形式来看，互联网的应用无处不在，带来的便利也是有目共睹的。首先在国家的发展过程中，在互联网的基础上衍生出的电子商务对于国家经济、市场行业的结构组成、调整方向和产品服务等方面都有巨大的贡献，从而对消费者价值和消费者行为产生了深远的影响，有效地减轻了劳动力市场的压力。

第一节 移动互联网应用与发展趋势

一、互联网发展研究

互联网经历了三个时代，即门户时代、搜索/社交时代、大互联网时代，每一个时代都给中国互联网历史留下了深深的足迹，推动着中国互联网不断的创新和发展。

（一）门户时代（Web 1.0）

网络是信息提供者，单向性的提供和单一性理解，此阶段是最典型的门户网站，以百度为主的搜索引擎提高了用户获取信息的效率，增加了信息收集的准确程度，互联网生产力得到了极大的提升。

（二）搜索/社交时代（Web 2.0）

Web 2.0 是 2003 年之后互联网的热门概念之一，更注重用户的交

互作用，用户既是网站内容的消费者（浏览者），也是网站内容的制造者。以前是那些大的网站在给互联网制造内容，现在，用户以个人身份参与了网站内容的制造。

这类网站的代表主要有百科全书、网摘、黄页、论坛、博客、搜索引擎、社交媒体（微博、Facebook）等。

Web 1.0 与 Web 2.0 最大的不同就是在 Web2.0 之中个人不再是互联网信息被动的接收者，而是作为一个主动者参与互联网的发展之中。用户不再是一个单纯的浏览者，而是成为了互联网的编织者、使用者与传播者。这种说法让互联网成为了一个循环体，以前在 Web 1.0 中作为终端的用户现在变成了这个循环上的一环。以前作为终端的用户现在可以利用这个循环把自己的想法、自己的喜好、自己的一切内容传播出去，扩大了互联网的资源也让互联网活跃了起来。

从内容产生者角度看，Web 1.0 是以商业公司为主体把内容往网上搬，而 Web 2.0 则是以用户为主体，以简便随意的方式把新内容往网上搬。

（三）大互联网时代（Web 3.0）

Web 3.0 是以主动性、数字最大化、多维化为特征，以服务为主要内容的第三代互联网系统。主动性强调网站对用户的主动提取并加以分析处理，然后给用户所需要的信息。通过数字最大化可以将商品或者服务以数据的方式进行统计，帮助决策者作出更准确的分析，同时可以解决不同业务场景上在时空方面的矛盾问题。多维化是指更丰富的多元化媒体技术或者播放形式，如在线视频、虚拟现实、网络直播、网络教育等。

Web 3.0 的典型特点是多对多交互，不仅包括人与人，还包括人机交互以及多个终端的交互。以智能手机为代表的移动互联网开端，在真正的物联网时代将盛行。网络成为用户需求理解者和提供者，网络对用户了如指掌，知道用户有什么、要什么以及行为习惯，进行资源筛选、智能匹配，直接给用户答案。大互联的形成，即将一切进行互联，如语义网、物联网等。这个时代将实现“每个个体、时刻联网、

各取所需、实时互动”的状态，也是一个“以人为本”的互联网思维指引下的新商业文明时代。

二、“互联网+”的内涵

（一）“互联网+”是互联网的全方位应用

互联网归根到底是一种工具，就像前几次技术革命中的蒸汽机、电力一样，从被发明后就得到各行各业广泛应用。从这个意义上来看，“互联网+”实际上就是以移动互联网、云计算、大数据等为主的一整套互联网信息技术应用在社会经济发展各个方面的过程。那么，单纯地从“互联网+”的应用角度来理解或许还是会让人们产生各种疑问，要是市场经济在应用“互联网+”之后可以让各行各业在巨大的竞争压力下选择压缩成本，那么人们就一定会想：这一积极作用的产生是否就可以让互联网的应用成为水到渠成的事情呢？为什么各个国家都以不同的形式将类似于“互联网+”的内容（如美国的工业互联网）列为国家级战略布局？秘密在于互联网与哪些产业“相加”。

（二）“互联网+”是产业应用，更是产业重塑

从中国近 20 年来互联网的短暂发展史来看，中国当前正经历互联网商业向互联网工业过渡时期。互联网与商业的结合，极大地改变了我们的日常生活方式，中国电子商务的快速发展印证了这一点。互联网对商业的改写，毫无疑问地降低了市场的运行成本，弥补了中国非统一市场的缺陷。但本质上并未改变其商业属性，解决的仍是生产与消费的低成本匹配问题；基于互联网的零售新业态，从本质上只是缩短了零售环节，节省了交易成本。经济史研究表明，商业经济时期社会的创新能力并没有显著提升，其互通有无的本质注定不会产生“生产什么以及如何生产”这样的经济知识。因此，基于商业贸易的互联网应用，虽然可以改变产业形态，但理论上来说并不会大规模产生新的经济知识以及技术创新。但互联网与工业的结合，却在改写工业生产方式、经济知识供给方式以及技术创新的模式。美国的互联网发展

及其战略规划恰恰是这个判断的一个脚注：美国互联网产业发展较早、市场规模也较大，但因为其线下商业体系发达，因此互联网商业发展并没有中国式的爆发式增长态势。这从侧面证明互联网商业在本质上仍是传统商业的有益补充；但工业互联网发展却成为美国的国家战略，原因就在于在工业领域，互联网并不仅仅是一种工具。基于互联网的工业并不是传统工业的补充，而是对传统工业的升级或替代。发达国家虽然服务业占比超过工业占比，但发达国家均具有对工业技术的核心掌控能力，制造业发展对于国家创新体系仍起到非常重要的作用。

（三）“互联网+”的本质是传统产业的在线化、数据化

“互联网+”的本质是传统产业对互联网的深层次、全方位应用，以及互联网对传统产业的改造和重塑，而非简单的在线化和数据化传统产业。互联网的应用可以解决现有市场机制下许多解决不了的问题，如缓解信息不对称、降低交易成本；也可以通过改变生产流程，促进竞争力的提高。我国互联网在商业领域的应用已经处于世界领先水平，而互联网在工业领域的应用却大大滞后。从互联网商业到互联网工业，是从互联网应用到“互联网+”的最好诠释。互联网及信息化正在带来新一轮科技革命。中国当前处在引领产业革命前沿的最佳机遇期，抓住这次机遇，对于中国经济的长远发展和创新体系建设具有深远的意义。

三、“互联网+”的特点分析

“互联网+”并不是简单的两者相加——互联网+各个传统行业，实质上是利用互联网平台在传统行业的发展中应用信息通信技术创造新的发展趋势。它所展现的是一种互联网在社会资源配置中促进优化和集成作用的新社会形态，然后让市场经济以及社会各个方面都在互联网的创新成果上收益更多，最终让社会的创新力和生产力不断地提高，让经济发展向新形态迈进的脚步更加稳固。

随着科技的不断进步，“互联网+”早已深入到各行各业并带动其朝着更好、更快的发展方向前进，当前社会中大家随处可见的产业在发

展中取得的成果都得益于“互联网+”的贡献，例如电子商务、互联网金融（ITFIN）、在线旅游、在线影视、在线房地产等新兴行业的崛起。

“互联网+”值得关注的六大显著特征如下。

（一）跨界融合

“+”顾名思义就是多种融合成一种的含义，同时也是一种来者不拒、海纳百川式的跨界变革，具备绝对的开放性。只有敢于跨界融合协同才能集广阔优势于一身，让基础更加坚固牢靠，从而实现产业化、智能化。在融合中不仅包括产业的融合，还有身份的融合，即投资代替客户消费、单一经营变伙伴参与，融合方式不拘一格，生产效益接连不断。从传统行业和互联网两方面看，不管是面向哪一方，两者的有效融合都可以使开放度提高、适应性增强，想必这都是一件两全其美的事情。

植物嫁接往往会带来惊人的变化。据研究，影响植物嫁接成活的主要因素是接穗和砧木的亲合力，其次是嫁接的技术和嫁接后的管理。“亲合力”就是接穗和砧木在内部组织结构、生理和遗传上彼此相同或相近，能互相结合在一起的能力。亲合力高，嫁接成活率就高；反之，则成活率低。这种机理和“互联网+X”何其相似。“+”要求双方而不是单方的亲合力，可以看作各自的融合性、连接性、契合性、开放性、生态性。

互联网的出现与应用给产业带来了突破性进展的同时也带来了不可逆转的冲击。我们都扪心自问，互联网对于每个人的生活都有着非比寻常的影响，并且这种影响作用于生活的方方面面，互联网无所不在、无所不能。由此可见，在过去的20年里，我们已经逐步接纳并拥抱了互联网，生活中有了互联网的相伴才使得我们了解了更多的科技。一直以来作为最高级的哺乳动物，能够掌握能动性和创造性的就应该还是人类，而不是现有的科技技术，技术会接二连三地产生，最终的主导还是人类。互联网就好比之前的科技产物，它们的作用仅仅是服务于产业，但永远不会取代产业。所以我们需要做的就是客观面对互联网，不将它视为洪水猛兽，因此又何必担心现有的产业被颠覆呢？

融合在现代的发展中是一种必然的趋势，正所谓弱肉强食，适者生存。冲击必然存在，但颠覆肯定少有发生，所以想要掌握发展中的能量，势必就要有一种气度，一种勇气，从而形成一种追求。

（二）创新驱动

现在的中国正处于一个“大众创业、万众创新”的时代。创业需要的是机会，创新需要的是技术，前者是后者的前提，而后者是前者的保障。所以也可以说现在是一个信息经济时代，甚至是数字经济时代。资源、客户、创新被认定为发展的关键驱动要素。我国的经济发展在改革开放的前30年里，生产状态一直是把主要目标放在资源上，捎带关注客户驱动，创新驱动方面的努力是最缺乏的。目前我国，还未完全解放生产力，结构重组能力未得到充分展示，这两大因素是主要约束中国经济发展的原因，除此之外，再加上人们的创新意识不够，导致中国的经济发展一直缓慢地进行。

就现在的发展趋势而言，如果中国仍然采用传统的经济发展方式显然是行不通的。中国的发展眼光必须与时俱进，正所谓识时务者为俊杰，采取创新驱动发展的道路已然是最明确的选择。与此同时，要打破自我限定，解除所有束缚，大胆地跨界协作，融合一切可融合的环境与条件。这才是互联网所要传达出的真正含义。创新的实质就是改变，改变就是自我革命。

我国政府早在2015年3月13日《中共中央国务院关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》条令颁布的时候就明确指出：国家发展全局的核心是科技创新，政府还进一步做出了四个统筹计划：第一，统筹改革科技体制和经济社会各领域的创新；第二，统筹模式创新，一改过去的传统模式；第三，统筹实现军民融合的创新，大力宣传军民不分家；第四，统筹打开国门，互通交流的创新，实现开放性，统一协同发展。由此可见，科技创新对于一个正处于向创新驱动发展转型的国家来说是多么的重要，地位显而易见。在不久的将来，中国的发展方向一定是朝着创新型驱动发展，这一点将毋庸置疑。那么创新型驱动发展究竟该如何实现呢？发展的需求一定

是改变，守着固有的藩篱肯定是死路一条，唯有大众创新才是明智的选择，人多力量大的道理正好符合这里，目前最应该有的“新常态”也是共同创新，跨界融合。

我国在目前的发展形式中要想改变原地踏步的现状，唯有将创新驱动代替要素驱动才能得以实现。首先就是要从根源出发——人们的传统思想，只有改变人们的传统观念，从心里接受创新驱动改革，才能在以创新为主题的活动中充分地调动人们的积极性，在有了兴趣这一前提下，然后才能进一步在企业建立创新机制，最终等到改革结出累累硕果，中国在经济发展的道路上才会动力十足，稳步前进。

随着经济改革的一路顺畅，人们在最开始遇见的如出口不振、个别行业倒闭、经济增速减缓等各种风险现已慢慢烟消云散。归根结底，改革就不是一件轻而易举的事情，一蹴而就显然是不现实的，在这个过程中就要有面对高考的心理状态，耐住寂寞、扛住压力、忍住煎熬。因为在这个过程中会存在想要回到过去的资源驱动型模式现象；存在受短期利益和政绩迷惑的现象；存在承受无名抵制与削弱的现象。仅仅面对这些还不够，除此之外，更具挑战性的是人们提出的一系列关于驱动要素本身的动能如何与创造性关联实现压缩成本、创造价值的问题。所以这就是“互联网+”被选中的原因。相信选择“互联网+”最终在改革的道路上一定能够守得云开见月明。

（三）重塑结构

互联网的出现促使了信息的全球化，社会在经济、地缘、文化等方面原有的结构被打破，致使所有的规则都在不断地变化。“互联网+”在对于社会的治理一定会是不同凡响的。

互联网时代的到来就意味着重塑结构要开始实施了。那么重塑结构带来的改变与影响会在下一章进行全面的梳理。互联网改变了原有的固定关系结构，在一定条件下让用户、伙伴、股东、服务者等固有身份可以自由切换。互联网不仅改变了这些，在地理边界的管理模式也完全被重新定义。

互联网在对于社会的重塑过程中写下的最辉煌的一笔就是建立契

约和信任关系，使得社会的关系网中人们拥有了新的能力，进而建立了新的人际关系。最终“互联网+”想要给予社会的最大福利就是还给人们一个智能社会，“互联网+”的出现就是帮助人们实现生活在一个高效、节能、舒适环境中的愿望。

互联网对于信息的改变就是将信息的民主化代替信息的不对称性。只有人们在创造信息、传递信息的过程中享受民主化，那么人们的创新思维才会越来越活跃，进而实现创新科技就指日可待了。互联网的作用是让社会结构适时改变，紧随最新动态，让社会变迁随时被了解。所以企业管理者必学的就是接触点设计和卷入式设计，而商业运营和品牌传播中应该重点关注的要素在于注意力和引爆点上。

互联网的出现又衍生出一个新的技术产品——互联网 ID（身份标识号码），当这个产品刚一问世就被人们争相使用，使得现实世界与虚拟世界有时分开，有时又紧密联系，社会中的各种动态随时可知，各大媒体无时无刻不在报道着，最终导致由个人意愿起草雇佣协议，以往的组织、雇用、合作都被重新理解定义。

互联网的应用不仅使人们在生活中的方方面面都得到便利，还降低了社会中各种产业的运营成本，进而提升了全社会的经济效益。例如一直以来都很困扰我们的难题——购买车票，以前都是必须去火车站排队抢票，即使如此也是希望渺茫，费时费力，而现如今人们分分钟就可以通过移动终端完成抢票任务。互联网技术能够使网络持续在线，从而人们的移动终端可以随时随地地与网络连接，那么也就代表着用户可以随时随地在移动终端完成传递信息、娱乐、购物等需求。

以往人们所面对的网络技术并不像现如今这样开放和人性化，一个黑箱似的信息载体使得信息完全不对称，现在的互联网让人们从被动的位置变成了主动的位置，可以尽情地发挥自主权体验不一样的互联网时代，人们更多的需求可以轻而易举地被满足。例如，海尔品牌就可以根据人们的个性化要求让工厂有依据地生产产品。在这个网络大数据时代，信息传递如此之快，如此之准确，所以才能实现大众参与设计、参与管理、参与创新。互联网创造了一个新结构、新格局——“众”经济，其中“众”指众包、众筹、众创、众挖，是一种新的经济

模式。除此之外，“众”还包括大众、小众、个体等，既可以说是独立的自己，也可以说是联系了全世界；既可以说是一个明确的标准，也可以说是一个独特的个性；既可以说是专制，也可以说是民主。然而这一切脱离互联网都是不可能实现的事情。

（四）尊重人性

正如前面所说，互联网的出现是辅助推动社会发展的，并不能决定社会上任何事物、产业的何去何从，最根本的主导者还是人类。所以现如今科技的进步、经济的快速增长、文化的快速传播都来源于人性光辉的能量，互联网的作用就是进一步将这种能量放大，使之扩散到生活中的方方面面。互联网充分地做到了尊重人性、重视人性上的创新与发明。

人性是科技发展、社会进步所不能忽视的一个重大因素。正所谓不积跬步，无以至千里；不积小流，无以成江海。人性即是发展中的最小单元、是融合的起点、是科技进步的理由。所以人性就是发展道路上的驱动、方向、市场和需求，在这个过程中小到一次互动，大到一个平台都要考虑人性的需求，在此基础上进行规划创新。

人性在社会中是所有联系的核心，是检验一切规则制度的标尺。尊重并重视人性，进而推崇人性是最大的增值服务。所以从何而谈提高服务？从何而谈服务转型？就从最本质的不忘初心，牢记使命——基于人性。

（五）开放生态

在发展的道路上怎样实现跨界融合，创新驱动呢？答案就是“开放生态”。那么问题又来了，如何开放，从哪开始开放呢？针对这个问题，我们要明确的是社会的改革是通过企业的改革得以实现的，企业的经济发展带动全社会的经济发展，所以，开放的即是企业的生态，也就是优化各行各业内部生态，实现内部与外界的完美对接，从而更好地跨界融合。当然更重要的是不能盲目、随意地选择融合对象，选择例如技术和金融、产业和研发等好的生态才能激发社会创造更大