

当代社会科学学术文库

互联网经济的 理论创新和实践

THEORETICAL INNOVATION AND PRACTICAL OF
INTERNET ECONOMY

李成钢 著



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

当代社会科学学术文库

互联网经济的理论创新和实践

**THEORETICAL INNOVATION AND
PRACTICAL OF INTERNET ECONOMY**

李成钢 著

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

互联网经济的理论创新和实践 / 李成钢著. —北京:
对外经济贸易大学出版社, 2016. 6
(当代社会科学学术文库)
ISBN 978-7-5663-1603-5

I. ①互… II. ①李… III. ①网络经济-研究 IV.
①F062. 5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 119085 号

© 2016 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

互联网经济的理论创新和实践
THEORETICAL INNOVATION AND
PRACTICAL OF INTERNET ECONOMY

李成钢 著

责任编辑: 刘 丹 顾晓军

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

北京九州迅驰传媒文化有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 170mm×230mm 11 印张 186 千字

2016 年 6 月北京第 1 版 2016 年 6 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-1603-5

定价: 36.00 元

作者简介

李成钢，北京服装学院商学院副教授，博士后，中国通信工业协会物联网专家委员会委员，中国卫星导航定位协会大数据专业委员会专家委员，中国信息化推进联盟信息化协同创新专委会副秘书长，中国纺织工业企业管理协会理事。曾任中国电子信息产业发展研究院互联网研究所副所长。长期关注互联网经济的实践发展和理论研究。主要研究领域：网络经济、电子商务、网络营销、管理创新。

序

中国正在步入网络化时代。互联网由局域走向广域，由固定走向移动，由人与人的联网走向人与物、物与物，由 Kbps 级的网络宽带走向 Mbps 级、Gbps 级。以微电子技术为基础的现代信息通信技术正在不断地渗透到生产、交换、社会交往的各个层面。人们开始重新思考个人、企业、政府之间的依存、互动关系。一个多方探索、全面创新的时代正在来临。

互联网经济是在工业经济基础上发展的经济新形态，现在还处于发展的初期，但是其发展潜力不容小觑。互联网经济在与传统的工业经济的融合中不断改造和提升传统经济的运营模式，并逐步形成和深化着自己独特的商业价值。与传统工业经济的技术提升带动产业发展不同，互联网更多的是以应用和模式创新的方式来推动经济发展，这导致互联网经济更加关注消费市场、关注消费者的满足程度，加重了互联网时代“买方市场”的市场格局特征。

互联网+的提出，“把互联网的创新成果与经济社会各领域深度融合，推动技术进步、效率提升和组织变革，提升实体经济创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和要素的经济社会发展新形态。在全球新一轮科技革命和产业变革中，互联网与各领域的融合发展具有广阔前景和无限潜力，已成为不可阻挡的时代潮流，正对各国经济社会发展产生着战略性和全局性的影响。积极发挥我国互联网已经形成的比较优势，把握机遇，增强信心，加快推进‘互联网+’发展，有利于重塑创新体系、激发创新活力、培育新业态和创新公共服务模式，对打造大众创业、万众创新和增加公共产品、公共服务‘双引擎’，主动适应和引领经济发展新常态，形成经济发展新动能，实现中国经济提质增效升级具有重要意义。”

互联网经济实践的发展，诉求着与之相匹配的经济理论。而传统的西方经济学的理论和框架，在解释日新月异的互联网经济实践和现象时，显得“捉襟见肘”，很多假设条件下的推导和结论，在分析互联网经济的问题时，也显得苍白无力。如在研究供给和需求时，假设其他影响因素不变，只是讨论价格对其的影响，这在农业社会和工业社会的初期，或者中期，可能会有一定的道理，但随着工业社会的发展，互联网经济条件下，消费者的需求产

生了重大变化，产品也极大丰富，价格已经不是衡量供给和需求，以及二者平衡的唯一度量。也许这种刻意的假设是当时生产力发展条件下的认识程度不够，或者基于经济学理论体系完善的必要扬弃，但是从现在的经济社会发展的角度看，这种对其他影响因素的忽略是经济学研究中的一种缺失，也是互联网经济学研究的一个重要问题。

互联网经济有着基于互联网的本质属性和特征。

第一，网络的无限连接性，为彼此之间的联系和影响成为可能。互联网，顾名思义，是基于协议相联系的网络与网络之间的网络系统，尽管拗口，但是这是互联网的真实面貌。而互联互通就成为互联网的最本质特征。网络链接，是指从一个网页指向一个目标的链接关系。这个目标可以是另一个网页，也可以是相同网页上的不同位置，还可以是一个图片、一个电子邮件地址、一个文件，甚至是一个应用程序。这种看似物物之间的链接和终端之间连接的背后是人与人之间资源的传输和共享。数据和信息的传输和共享为彼此之间的相互关联和影响奠定了基础。

第二，互联网的开放性。互联网的无限连接属性决定了互联网的开放性。这种开放性体现在人人可以依法接入互联网；人人可以按照网络的要求上传和下载相应的资源；人人可以以自己的方式默默存在或者影响他人。这种开放性使得网络资源以几何的倍数积累，形成一定规模后，源于网民的资源会反过来自觉和不自觉地影响着互联网参与者的行为。

第三，互联网的透明性。为了区分透明性和开放性，我们提到互联网经济中的重要存在——互联网平台。互联网平台有很多种，按照平台或者网站的主体可以分为政府网站、教育科研机构网站、个人网站、企业网站、商业网站、其他非营利机构网站以及其他类型网站等。按照平台的功能可以分为资讯型、娱乐型、商务交易型或综合型等各种平台。平台是互联网经济的载体，在一定的平台上才可以进行信息的挖掘、交流、共享，也只有在一一定的平台上，互联网的透明性才得以体现。正因为平台在互联网经济的重要作用，所以才有平台经济的提法。而正是基于互联网平台的信息的透明性，使得彼此之间的相互影响更具有网络效应和外部性，因为很多的信息交流都是基于非市场因素的。

第四，互联网的互动性和媒体属性。由 WEB 1.0 向 WEB2.0 过渡，由单一的信息传输向着互动的形式发展，无论是电视，还是报纸，主要都是一种“我说你听，我演你看”的传播形式，即使实行了反馈机制和问卷调查的形

式，滞后也相当明显。但是互联网一开始就是以互动的形式出现的，网络平台更是绝佳的互动广告平台。互联网的互动性是人类各种感觉器官的延伸，互联网的这种时时的互动式的交流，让信息更加充分地在彼此之间传输和共享，也让彼此之间的联系和影响更加深刻和生动。

第五，互联网的创新性。互联网的创新性表现在很多方面，主要是融合、挖掘和商业模式创新，与农业、工业、交通、运输、医疗、服务业等各个领域的融合，都会带来突破和创新意义，而且这种创新是具有示范效应的，触类旁通之下，会引发更多的创新。

伴随着互联网的价值经济的挖掘，互联网经济下的供给和需求都在发生着重要变化。消费需求呈现自主性、个性化、多样化、现实性、互动性等时代特征。为适应需求的变化，我国提出了“供给侧改革”的改革思路，在适度扩大需求和适应需求的“两适”思路下，开展供给侧的结构调整。这些重大的变化和调整都是传统经济学中没有深入研究的新问题。

一方面，经济学的时效性正在驱动新的经济理论和政策的创新。经济学具有时效性，其研究的领域、范围，达成的主要结论和核心观点都是在一定时期、一定条件下才具有意义。经济学产生到如今，经历了重商主义、古典经济学、新古典经济学和当代西方经济学等阶段。当代的西方经济学主要包括凯恩斯主义、后凯恩斯主义、新自由主义、新凯恩斯等流派和观点。如重商主义时期，作为经济学的萌芽阶段，主张的是原始的国家干预经济的主张；而古典经济学时期，则是主张自由主义，并把研究领域从流通扩展到了生产，提出了分工理论、劳动价值论、“经济人”假设、“看不见的手”、比较优势等理论；在新古典时期，创立了边际分析的方法，主要研究的是制度约束下的资源配置问题。正可谓“江山代有才人出”，各个学派在经济发展的不同时期，提出和完善了针对当时经济特色的相关理论，丰富了经济学的学科体系。当前，国际国内的经济的发展较快，经济形势变化较大，传统西方经济学的理论在诠释新的经济问题、指导经济运行中存在着诸多的缺陷，经济学理论的科学性、预测的前瞻性和指导实践工作的意义正在被淡化，经济学的时效性要求驱动新的经济理论创新和政策调整。

另一方面，“新常态”下经济学创新具有内在要求。2014年5月，国家主席习近平在考察河南时提出了“新常态”的概念，他指出，“中国发展仍处于重要战略机遇期，我们要增强信心，从当前我国经济发展的阶段性特征出发，适应新常态，保持战略上的平常心态。”新常态经济的主要特点：一是从

高速增长转为中高速增长。二是经济结构不断优化升级，第三产业消费需求逐步成为主体，城乡区域差距逐步缩小，居民收入占比上升，发展成果惠及更广大民众。三是从要素驱动、投资驱动转向创新驱动。在这样的实践背景下，经济学的研究视角、方法、工具和学术规范等方面，也要适应新常态经济的发展特点，从而进行不断地创新。

正是基于上述的基本认识，本书从互联网经济的发展实践入手，针对传统的经济理论和问题进行对比分析，期望能够探索出适用于互联网经济发展实践的经济理论。

全书共分为四篇 17 章。

第一篇 基础篇

第一章 稀缺性和工业经济。本章探讨了经济学的根本问题之一的“稀缺性”问题和互联网经济是以工业经济为基础的。在互联网经济下，稀缺性仍然是经济学研究的根本问题，而工业经济的发展是互联网经济形成和发展的基础。

第二章 互联网经济的含义和发展基础。本章探讨了互联网经济的基本界定和发展的条件。信息技术的突破、信息化基础设施的完善、网民数量和质量提升，以及产业基础的增强，构成了互联网经济发展的基础条件。

第三章 互联网经济的发展和经济体系的形成。本章探讨了网络经济的三阶段演绎路径，构建了互联网经济的体系架构，即互联网经济的价值体系、规范、核心产业和相关产业等。

第四章 互联网经济的属性和特征。本章探讨了互联网经济的本质特征，价值经济、平台经济和新经济等方面的特征。

第二篇 供给篇

第五章 传统经济学供给理论的几个基本问题。本章探讨了供给的概念、供给的主体、生产者行为、生产要素和生产函数等问题。

第六章 供给侧改革。本章探讨了供给侧改革的背景和意义、理论基础和溯源，以及对供给侧改革的解析。

第七章 互联网经济的生产性供给。本章探讨了《中国制造 2025》下的生产体系的完善、生产性服务业，以及生产领域创新实践。

第八章 互联网经济的商业性供给。基于互联网+的行动方案，本章重点探讨了商务和物流的供给改革思路和农村电子商务的实践。

第九章 互联网经济的“需求侧”供给。本章探讨了互联网经济下需求

和供给的互动关系，需求方主动加入供给侧和为满足自身需求，而在供应链体系中的积极表现。

第十章 互联网经济的供给商品。本章探讨了互联网经济下商品的品种、数量的“无限”扩展和来源不断丰富，互联网经济下的产品创新等问题。

第十一章 互联网经济的供给主体。本章重点探讨了互联网经济下的中小企业，其在对接需求和丰富市场中的作用，以及中小企业的互联网经济运营模式等问题。

第三篇 需求篇

第十二章 需求理论的经济学适用及创新。本章探讨了需求含义、需求函数、需求弹性、效用与偏好、效用递减等经济学问题在互联网经济下的变化和适用等问题。

第十三章 互联网经济关于需求的几个创新性原理。从分析外部性入手，本探讨了网络效应中的外部性和内部性，以及边际效用递增等现象和规律。

第十四章 互联网经济需求主体的结构性分析。本章探讨了消费者的基本含义和特征，互联网经济下消费者的结构性问题和特征，以及互联网经济下的“团购”等问题。

第十五章 互联网时代消费需求的演变和特征。本章探讨了互联网经济下需求的自主性与从众性、个性化与同质化、多样化与忠诚度、现实性和理想性，以及互动性等特点。

第四篇 均衡篇

第十六章 一般均衡与多态均衡。本章探讨了均衡的一般性含义和特征、传统经济下的局部均衡和一般均衡，均衡的存在及标准的界定，以及互联网经济下的多态均衡等问题。

第十七章 互联网经济下基于多态均衡的帕累托最优实现。本章探讨了基于多台均衡，传统经济下的“帕累托最优”的实践可能性和路径选择。

互联网经济正在影响着政治、经济、社会、文化等各个领域。互联网经济覆盖领域的广阔性以及互联网经济创新具有明显的动态性，要想全面系统地描述互联网经济的理论和实践的创新具有很大难度。本书“以管窥豹”，浅析了笔者对互联网经济的理论创新和实践的粗浅认识和看法，浅薄、疏漏和谬误之处，敬请读者谅解。

目 录

基 础 篇

第一章 稀缺性和工业经济	3
一、西方经济学的“稀缺性”述评	3
二、互联网经济的“工业化”基础	4
第二章 互联网经济的含义和发展基础	9
一、互联网经济含义的界定	9
二、互联网经济的现实基础和条件	11
第三章 互联网经济的发展和经济体系的形成	17
一、网络经济的“三阶段”演进路径分析	17
二、互联网经济体系	18
第四章 互联网经济的属性和特征	29
一、互联网经济的“稀缺性”问题	29
二、互联网经济的本质解析	29
三、互联网经济是一种价值经济	33
四、互联网经济是平台经济和新经济	34

供 给 篇

第五章 传统经济学供给理论的几个基本问题	39
一、关于供给的基本概念	39
二、关于供给的主体——厂商	39
三、供给分析中的生产者行为的利润最大化假设	40

四、生产要素和生产函数	41
第六章 供给侧改革	45
一、供给侧改革的背景	45
二、供给理论的溯源	46
三、供给侧改革释义	48
四、以服务模式创新践行“供给侧改革”的纺织企业案例	51
第七章 互联网经济的生产性供给	55
一、生产的制造加工体系的完善	55
二、生产性服务业	56
三、互联网经济下服装行业生产性供给创新的实践	60
第八章 互联网经济的商业性供给	67
一、基于物流信息服务平台的互联网+高效物流建设	68
二、互联网与传统行业进一步融合，拓宽电子商务发展空间	68
三、互联网+下的农村电子商务研究	70
第九章 互联网经济的“需求侧”供给	75
一、“需求侧”供给	75
二、个性化定制的案例解析	78
第十章 互联网经济的供给商品	81
一、商品	81
二、互联网经济下商品的来源	84
三、互联网经济下的产品创新	88
第十一章 互联网经济的供给主体	91
一、中小微企业是互联网经济中商务供给的“长尾”	91
二、互联网经济为中小微企业的发展带来“商机”	92
三、中小企业开展互联网经济运营的主要模式	94
四、中小企业开展互联网经济进行模式创新的特点	96

需 求 篇

第十二章 需求理论的经济学适用及创新	101
一、关于需求的基本概念	101
二、需求函数	102
三、需求弹性	104
四、效用与偏好	105
五、关于效用的可测量性问题	106
六、关于边际效用的递减性问题	107
第十三章 互联网经济关于需求的几个创新性原理	109
一、外部性	109
二、需求影响因素的扩张——网络的外部性和内部性	110
三、梅特卡夫定律	112
四、互联网经济下的边际效用递增现象	113
第十四章 互联网经济需求主体的结构性分析	117
一、消费者是一个复杂的集合	117
二、互联网经济下的购买主体	118
三、网民的结构性分析	121
四、互联网经济的组织市场	125
第十五章 互联网时代消费需求的演变和特征	131
一、自主性与从众性	131
二、个性化与同质化	134
三、多样化需求与品牌忠诚度	135
四、现实性和理想性	138
五、互动性	138

均 衡 篇

第十六章 一般均衡与多态均衡	143
一、均衡的一般性理解	143
二、均衡的存在性和界定标准问题	145
三、局部均衡和一般均衡	147
四、均衡的多态性研究	148
第十七章 互联网经济下基于多态均衡的帕累托最优实现	151
一、工业经济中的帕累托最优实现难题解析	151
二、工业时代帕累托最优难题的本质分析	152
三、互联网时代帕累托最优的假设修正	153
四、长尾理论下基于多态均衡的帕累托最优的实现分析	155
跋	157
参考文献	158

基 础 篇

