



上海社会科学院创新成果丛书

主编 王 战 于信汇

马云现象的
互联网经济的
八个关键命题

经济学分析

*Economic Analysis
on Mayun Phenomenon
Eight Key Propositions of the
Internet Economy*

胡晓鹏 著



上海社会科学院出版社
SHANGHAI ACADEMY OF SOCIAL SCIENCES PRESS



上海社会科学院创新成果丛书

主编 王战 于信汇

马云现象的经济学分析

互联网经济的八个关键命题

Economic Analysis on Mayun Phenomenon

Eight Key Propositions of the Internet Economy

胡晓鹏 著



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

马云现象的经济学分析/ 胡晓鹏著. —上海: 上海
社会科学院出版社, 2016

ISBN 978-7-5520-1621-5

I. ①马… II. ①胡… 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 271206 号

马云现象的经济学分析——互联网经济的八个关键命题

著 者: 胡晓鹏

责任编辑: 应韶荃

封面设计: 李 廉

出版发行: 上海社会科学院出版社

上海顺昌路 622 号 邮编 200025

电话总机 021-63315900 销售热线 021-53063735

<http://www.sassp.org.cn> E-mail: sassp@sass.org.cn

照 版: 南京前锦排版服务有限公司

印 刷: 上海颀辉印刷厂

开 本: 710×1010 毫米 1/16 开

印 张: 19.25

插 页: 2

字 数: 245 千字

版 次: 2016 年 11 月第 1 版 2016 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5520-1621-5/F·456

定价: 68.00 元

版权所有 翻印必究

丛书编委会

主 编：王 战 于信汇

副主编：黄仁伟

编 委(以姓氏笔画为序)：

于 蕾	王玉梅	王 振	王 健	方松华
权 衡	朱平芳	刘 杰	刘 鸣	汤蕴懿
孙福庆	杨亚琴	杨 雄	何建华	何锡荣
沈开艳	张兆安	邵 建	郁鸿胜	周冯琦
荣跃明	姚勤华	晏可佳	殷啸虎	谢京辉
强 茨				

组 稿：上海社会科学院创新工程办公室

丛书总序

在中国特色社会主义伟大实践中加快构建中国特色哲学社会科学,既是开创中华民族伟大复兴的思想基础,也是应对当前深刻复杂国际形势的重要支撑。党的十八大以来,以习近平同志为总书记的党中央把加快构建中国特色哲学社会科学作为提高治国理政能力、推进国家治理体系和治理能力现代化的战略任务,高度重视、精心部署、全力推动。这也为上海社会科学院新时期的发展提供了目标方向。

理论的生命力在于创新。古往今来,世界大国崛起路径各异,但在其崛起的过程中,无不伴随着重大的理论创新和哲学社会科学的发展。面对新挑战、新要求,中国哲学社会科学特别需要加强理论前沿、重大战略、综合领域、基层实践的诠释和指导能力。作为国家哲学社会科学的重要研究机构,2014年上海社会科学院率先在地方社会科学院实施哲学社会科学创新工程;2015年又成为国家首批高端智库试点单位。上海社会科学院从体制机制入手,以理论创新为突破口,围绕“国家战略和上海先行先试”定位,以智库建设和学科发展“双轮驱动”为创新路径,积极探索,大胆实践,对哲学社会科学的若干重大理论和现实问题开展前瞻性、针对性、储备性政策研究,完成了一批中央决策需要的、具有战略和全局意义、现实针对性强的高质量成果。

在上海社会科学院创新工程实施三年之际,通过本套丛书集中展示了我院在推进哲学社会科学理论创新中的成果,并将分批陆续出版。在编撰过程中,我们既强调对重大理论问题的深入探讨,也鼓励针对高端智库决策成果中的热点现实问题进行理论探讨。希望本丛书能体现高端智库的研究水平、社科院的研究特色,对国家战略性、前瞻性、基础性问题进行深入思考,也为繁荣新时期中国哲学社会科学理论创新添砖加瓦。

丛书主编

2016年11月15日

序

近年来,互联网经济在全球以及中国的发展远远超出了大家预料,互联网经济对经济与社会的影响越来越深刻、越来越显著。在我看来,人类已经由工业化社会进入到信息化社会,并在不知不觉中正朝着大数据时代迈进。面对如此剧烈的时代转换,经济学还停留在工业化时代,对许多正在以及将要发生的新现象、新问题、新事物、新机遇、新前景无法准确解释和有效把握。今天看来,中国已经成长为一个实实在在的互联网大国,许多互联网经济的创业者在中国获得了很好的发展,各种基于互联网的商业模式创新层出不穷,各种正在颠覆传统经济思维的观点令人眼花缭乱,这些都为有志于研究互联网经济的学者们提供了很好的基础和素材。

习近平总书记在2015年中央经济工作会议上提出:“要坚持中国特色社会主义政治经济学的重大原则。”在2016年5月18日的哲学社会科学工作座谈会上,习近平总书记则明确指出了构建中国特色哲学社会科学的着力点和着重点:“应该以我们正在做的事情为中心,从我国改革发展的实践中挖掘新材料、发现新问题、提出新观点、构建新理论……一切刻舟求剑、照猫画虎、生搬硬套、依样画葫芦的做法都是无济于事的。”

今天展现在读者面前的这本新著《马云现象的经济学分析》,是上海市委宣传部资助我院创新工程攻关项目的成果之一,是根植中

国互联网经济发展实践的应用理论研究。说起来,决定启动资助这项研究倒是带有一定的偶然性。2015年6月我参加全国社科院院长联席会议时,胡晓鹏同志陪同前往。期间空闲时,我们讨论起了阿里巴巴的成长案例,并由此延伸到现代服务业与互联网经济相关问题。他本人对这个主题表现出了浓厚的兴趣,在我的鼓励下,他欣然接受这项研究任务。从内容上说,胡晓鹏同志的这本著作是对中国互联网经济发展的理论探索,其中许多内容还有待深入,但作为中青年科研人员,能在较短时间里梳理出来互联网经济的理论逻辑,并对中国互联网经济发展前景有较好的思考,已实属不易。

作为院长和长者,我特别希望上海社会科学院能够多出一些有影响力的研究成果,更希望一大批中青年科研人员可以快速成长起来,使上海社会科学院早日成为繁荣发展哲学社会科学的重要基地,成为马克思主义中国化的重要阵地,成为党和政府信得过、用得上、靠得住、离不开的国家高端智库。

王 战

2016年8月23日

目 录

引论	1
第一章 马云现象的启示	5
第一节 阿里发展史：跬步至千里	5
一、萌芽初创期：1995—1999 年	6
二、子业务发展期：1999—2007 年	7
三、战略方向调整期：2007—2013 年	10
四、阿里巴巴生态高速发展期：2013 年截至目前 ...	11
第二节 路线图与经济运行谱系	12
一、“十互联网”：线下经济线上化与产业业态载体 转换	14
二、“互联网+”：线上经济线下化与单体产业 数据化	15
三、“交互信息+”：线下线上一体化与互联网经济 生态圈	16
第三节 马云的成功原因：中国经验论	19
一、信用就是商机：国家信用体系的不完善	19
二、强大的需求支撑：中国用户基数的规模	21
三、精准的目标定位：中小企业和创业者	23

	四、制度红利的输送：体制束缚最薄弱一环·····	25
	五、要素的支持：低廉的劳动力成本·····	26
	六、受压制的潜在需求：线下需求的高度不满足·····	27
	七、廉价信息化普及：中国盗版软件的作用·····	29
第四节	马云模式：超越商业模式的解读·····	30
	一、宏观经济意义：第四代经济模式·····	31
	二、就业拉动意义：第三代就业模式·····	33
	三、产业转型意义：第三次工业革命的主导 模式·····	35
	四、褒贬不一的评价：负面评价的观点·····	37
第五节	马云与传统经济学：冲击与影响·····	40
	一、市场法则：传统经济理论的内核·····	41
	二、“交互—共享—网络”的阐释：互联网经济 理论概括·····	44
第二章	交互信息与均衡价格·····	48
第一节	背景导入：市场经济与互联网经济的交易模式·····	49
	一、撼动与颠覆：审视两个理论前提·····	50
	二、修订与革命：传统消费模式的改变·····	53
第二节	交易机理：互联网经济交易决定命题·····	58
	一、供求关系的异化：Prosumer·····	59
	二、竞争机制的异化：竞争的共享性与代际性·····	61
	三、均衡条件的异化：消费者偏好部分取代 价格·····	64
第三节	内容拓展：交易痕迹、交互信息与可视化效用·····	65
	一、数据追索：交易痕迹与交互信息·····	65
	二、可测量的效用：交互信息与可视化效用·····	68

第三章 用户基数、诚信与交互信息结构	73
第一节 背景导入：交互信息的数量与质量	73
一、三点修正：互联网经济的用户基数与诚信	74
二、两条法则：互联网经济铁律	79
第二节 信息结构：互联网经济交互信息命题	81
一、均衡条件：交互信息的数量与质量	82
二、模拟观察：四种类型的均衡解	84
三、现实含义：四种情形与四个阶段	87
第三节 启发与扩展：互联网经济的反论	89
一、交互信息结构再定位：质量与数量的组合	89
二、理论扩展：多重效应的连锁反馈	92
第四章 平台创新与用户基数	94
第一节 背景导入：从商业模式到共享经济模式的平台	94
一、理论本质：一种资源共享经济模式	95
二、实践分类：实践的发展与类型	97
三、基本特性：群体的多元与多边市场	99
第二节 平台发展：用户共享的机理	101
一、概念解析：平台共享与发展逻辑	102
二、平台共享：一个模型的探讨	104
第三节 启发与扩展：平台培育与平台生态	110
一、免费使用：平台发展的外在推力	110
二、共生共荣：平台生态圈的内在属性	112
第五章 互联网经济与实体经济	116
第一节 背景导入：互联网与互联网经济	116
一、互联网技术：实体经济的冲击根源	117
二、互联网经济：与实体经济互为补充	119

第二节	数量关系：线上线下经济的均衡解析	122
一、线上与线下：规模的累积效应与分流效应 ..		123
二、数量均衡关系：动态相位图方法		127
三、均衡路径解析：动态演化轨迹		132
第三节	启发与扩展：实践引证与内涵	134
一、补充解释：正确认识中美日互联网经济		134
二、实践内涵：新实体经济形态		139
附：中美日互联网经济发展特征比较		141
一、互联网交易特征与网络消费习惯		141
二、互联网用户基数的差异		144
三、互联网经济行业环境		145
四、经济形势影响互联网经济的发展		146
五、总体评价与启示		147
第六章	互联网所有制与分享经济制度	148
第一节	背景导入：互联网所有制的内涵与特征	148
一、前提条件：互联网所有制形成的基础		149
二、内涵特征：互联网所有制的特殊性质		151
三、运作机制：互联网所有制的规定性		154
第二节	理论机理：交互信息的联合生产与分配特征	157
一、交互信息生产方式：特征与假定		158
二、互联网所有制的两种分享制度：高质交互 信息的决定		160
第三节	启发与扩展：互联网所有制的困境	164
一、基本矛盾：互联网所有制的公权与私权 对立		164
二、互联网所有制的现实困境：分配比例的 异化		167

附 1: 2016 年天猫收费标准	172
一、保证金	172
二、技术服务费年费(下称“年费”)	173
三、实时划扣技术服务费	174
附 2: 天猫 2016 年度各类目技术服务费年费一览表	175
 第七章 互联网经济与宏观经济政策	192
第一节 背景导入: 互联网经济对经济政策的影响	192
一、财政政策: 互联网经济消费与投资的影响 ...	193
二、货币政策: 互联网经济信用创造的影响	196
第二节 机制阐述: 嵌入互联网经济的经济政策	199
一、传导机制: 互联网经济国民收入的形成	200
二、信用创造: 互联网金融体系的生成机制	203
第三节 启发与扩展: 互联网经济对经济政策可控性的 对冲	209
一、财政政策异化: 互联网经济下的可控性	209
二、货币政策异化: 互联网经济下的可控性	211
附: 全息大数据开启大营销	214
一、全息大数据的关键点	214
二、参考方法和模型	217
三、案例介绍	220
 第八章 互联网经济与产业升级战略新方向	223
第一节 背景导入: 互联网经济与新产业结构思维	223
一、产业结构升级: 两种所谓的共识	224
二、互联网时代的产业本质: 反思与重构	225
第二节 产业构成: 互联网经济新结构	230
一、产业结构: 理论逻辑与内容界定	231

二、价值结构：互联网经济下现代服务业的价值分布	233
三、流量驱动：现代服务业的演化与升级机制 ...	236
四、案例解释：旅游业线上化的产业体系特征 ...	238
第三节 启发与扩展：现代服务业的升级战略	241
一、战略思维：从温特制到互联网思维的转换 ...	242
二、略内核：关键控制点的四重战略聚焦	245
附：关于规范我国互联网经济发展的六条建议	251
一、亟待解决的六个问题	251
二、关于操作的六条建议	252
第九章 互联网经济与经济伦理新秩序	255
第一节 背景导入：互联网经济乱象	255
一、乱象丛生：互联网经济扭曲现象观察	256
二、根源探究：互联网经济乱象的诱因	260
第二节 正本清源：互联网经济伦理建构	263
一、重点聚焦：互联网经济伦理三个关键问题 ...	264
二、理论架构：互联网经济伦理的钻石模型	268
第三节 启发与扩展：互联网经济伦理建构的策略	271
一、体制改革：纠正追逐线下租金的扭曲行为 ...	271
二、情感经济：催生以情感为纽带的网络经济 ...	273
三、多管齐下：加大互联网经济的监督与约束 ...	274
第十章 马云将走向何处：一个没有结论的结论	276
第一节 安不忘危：揭示马云成功背后的隐患	276
一、用户基数扩张与平台边界拓展	277
二、成在诚信与败在诚信	278
三、马云成功的示范与扭曲含义	279

四、中国互联网经济的天花板	279
五、宏观战略意义的提前重视	280
第二节 漫漫求索：中国互联网经济健康发展准则	281
后记	284

图表目录

表 1-1	阿里巴巴萌芽期初创期的重要事件	6
表 1-2	阿里巴巴子业务发展期的重要事件	8
表 1-3	阿里巴巴子战略方向调整期的重要事件	10
表 1-4	阿里巴巴生态高速发展期的重要事件	12
表 1-5	“+互联网”、“互联网+”、“交互信息+”的经济运行 谱系特征	18
表 1-6	四种经济模式的比较	32
表 1-7	互联网经济就业的特征	35
表 2-1	大数据的交互特征	49
表 2-2	以人为中心的连接性质与案例	53
表 2-3	交互信息的演化路径	57
表 2-4	买方的交易痕迹	66
表 2-5	最近 7 天电视机满意度排行	69
表 2-6	最近 7 天电视各类榜单情况	71
表 3-1	对交互信息不同重视程度先对 Prosumer 的作用	83
表 4-1	学术界关于平台的定义	95
表 4-2	按平台性质划分	97
表 4-3	按平台功能划分	98
表 4-4	实现平台共享的两大引力	103

表 4-5 部分免费平台案例 111

表 5-1 两类经济分流效应和累积效应的符号判别 126

表 5-2 中美两国互联网经济的差异 139

表 6-1 2015 年度中国大数据综合服务提供商 TOP20 155

表 6-2 互联网所有制中三大主体经济主权的内在规定性 156

表 6-3 BAT 2009—2013 年净利润率情况 171

表 7-1 互联网金融创新型理财产品的货币市场基金属性 203

表 7-2 多次证券化的信用扩张总额 207

表 8-1 三类价值板块的基本特性 235

表 8-2 互联网思维与工业经济时代思维的差别 245

表 9-1 2013 年以来的问题平台数据统计 260

表 9-2 知识的四种分类 268

表 10-1 相关诚信危机事件 278

图 1-1 阿里巴巴迈入互联网经济的路线图 13

图 1-2 “+互联网”的运行模式 14

图 1-3 “互联网+”的运行模式 16

图 1-4 998—2015 年中国网民数量与增长率 21

图 1-5 2010—2015 年中国移动互联网网民数量与增长率 22

图 1-6 阿里巴巴活跃用户及同比增长 23

图 2-1 Web 3.0 时代的交互信息 57

图 2-2 淘宝数码产品卖家的特征分布 67

图 2-3 最近 30 天电视采购客情况 70

图 3-1 网络漏斗定律 75

图 3-2 长尾效应图 77

图 3-3 交互信息“质量—数量”组合的国家分类 90

图 3-4 双重效应逻辑 92

图 4-1 互联网经济的多边市场 100

图 5-1 线上经济和线下经济质量都不高时的用户流失 125