



南开经济调查丛书

中国电商基因

——交易方式变革、平台架构创新
与中国电商经济体的成长

李强治 ◎ 著



中国财经出版传媒集团
中国财政经济出版社

南开经济调查丛书

中国电商基因

——交易方式变革、平台架构创新
与中国电商经济体的成长

李强治 著

中国财经出版传媒集团
中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国电商基因：交易方式变革、平台架构创新与中国电商经济体的成长 / 李强治著. —北京：中国财政经济出版社，2019.3

(南开经济调查丛书)

ISBN 978 - 7 - 5095 - 8750 - 8

I. ①中… II. ①李… III. ①电子商务 - 研究 - 中国 IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 293545 号

责任编辑：周桂元 刘 畅

责任校对：徐艳丽

封面设计：陈宇琰

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码：100142

营销中心电话：010 - 88191537

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

787 × 1092 毫米 16 开 16.25 印张 232 000 字

2019 年 3 月第 1 版 2019 年 3 月北京第 1 次印刷

定价：65.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 8750 - 8

(图书出现印装问题，本社负责调换)

本社质量投诉电话：010 - 88190744

打击盗版举报热线：010 - 88191661 QQ: 2242791300

《南开经济调查丛书》编委会

主 编：刘 刚

编委会成员：逢锦聚 周立群 盛 斌 张玉利

景维民 王玉茹 安虎森 段文斌

刘凤义 周桂元

经济学为什么要做调查研究？

——《南开经济调查丛书》总序*

调查研究是经济研究的基础方法。现代经济学源于 18 世纪中叶亚当·斯密对一个制针厂的造访 (Susan Helper, 2000)。^①这次造访引发了斯密对劳动分工如何展开和推动经济增长的理论思考,其成果《国富论》成为现代经济学研究的起点。

时至今日,尽管数量经济学研究方法的发展可以使诸多理论研究不再依赖实际调查,但是几乎每一次原创理论的诞生都无不以调查研究为基础。例如,影响中国经济转型至深的新制度经济学,发端于 1932 年科斯在大学毕业前夕对美国通用汽车公司的实地调查。而对非洲人口生育状况调查的现场感,使布莱恩·阿瑟脑海中迸发出报酬递增率思想的火花。

中国经济学的教学和研究来自西方,而经济学的中国化和学术话语体系的出现却源于对中国经济实际情况的调查研究。把系统调查研究作为“立论之本”,推动经济学中国化和学术独立,实现“知中国服务中国”的治学宗旨,早在 1927 年就在南开经济研究所确立,并转化为经济研究的实践活动。

* 本丛书总序是作者在 2016 年 4 月 8 日为《南开经济调查》(www.nkear.com)网站开通而作的发刊词基础上稍作修改而成。

① Susan Helper. Economists and Field Research; “You Can Observe a Lot Just by Watching”, Forthcoming, American Economic Review, May 2000.

以美国大学教育为蓝本，张伯苓先生创建了私立南开大学。在建校之初，除国文和中国历史之外，所有课程都使用英文原版教材。由于教学严重脱离中国实际，引起了学生的强烈不满。1926年6月，时任南开大学商科教授的何廉先生，发现当时中国的大学经济学教师都是留学欧美的留学生，教材普遍来自国外，教学内容几乎完全是关于西方国家的状况，主要是美国。当时中国流行的教学模式是“用西方经济学理论一成不变地向中国学生灌输”。^①

何廉认识到，经济学教学严重脱离中国实际的原因是教学与科研的分离。1927年创建南开经济研究所的目的，就是试图通过学术研究来丰富和更新教学内容，利用中国素材解释所学的原理，使经济学中国化。^② 在何廉的推动下，1928年春天南开大学明确了把建设“土货南开”作为南开大学办校的方针，确立了“知中国、服务中国”的办学理念，为经济学的中国化指明了方向。

从1927年开始，南开经济研究所以调查研究为基础方法，启动了经济学中国化和建立学术话语体系的历史进程。为什么经济学中国化必须从调查研究开始，何廉有着深刻的认识。他强调，中国经济研究“贵在能洞澈本国之经济历史，考察本国之经济实况”，“能如是斯可谓之中国化的经济研究”，而中国化研究的根本在于“一切研究均从实地调查入手”^③，“故欲洞明真相，非实地调查不为功”^④。

1929年1月受何廉的邀请，方显廷加盟南开经济研究所。在何廉和方显廷的领导下，历经十年的系统调查，南开经济研究所为经济学的中国化和学术独立做出了卓越的贡献，经济调查开风气之先，南开指数蜚声海内外，建国方略影响朝野。

除了编制和发布南开指数，对城市工业和乡村工业的调查是南开经济

① 方显廷，方显廷回忆录[M]。方露茜译，北京：商务印书馆，2006：78。

② 何廉，何廉回忆录[M]。朱佑慈等译，北京：中国文史出版社，1988：51。

③ 何廉，本刊旨趣[J]。大公报·经济周刊，第1期，1930年3月3日。

④ 何廉，方显廷，中国工业化之程度及其影响[J]。工商半月刊（2）3。1930年2月1日。

研究所 20 世纪 30 年代的主要研究工作。当时中国社会正值 1929 年经济危机爆发之际。西方列强通过向殖民地倾销过剩产品转嫁危机，不仅严重打击了城市工业，而且因冲击和瓦解家庭手工业生产使中国农村经济持续凋弊，濒临破产边缘。如何摆脱积贫积弱的状态，制定新的建国方略，需要理论研究的支撑。

基于系统的城市工业和乡村工业调查，南开经济研究所团队认为，中国是一个传统的农业大国，不存在所谓的“以农立国”或“以工立国”非此即彼的单一模式，而应当先农后工，挽救农村经济的同时，以农促工，发展以手工业为主体的乡村工业，再以“以工兴国”实现农业大国的工业化，最终走向经济强国的道路。在以工业化为主导的建国方略研究中，与其他研究机构在方法上的最大不同，在于南开经济研究所始终强调实地调查。在方显廷关于中国工业化的研究中，每一次学术观点的提炼都是基于调查中所掌握的第一手资料。^①

斗转星移，在经济发展已经步入大数据时代的今天，调查研究方法是否已经时过境迁？答案是否定的。

马云在 2014 年 12 月 6 日的一次演讲中，对经济学家的预测能力提出质疑，指出经济学家总是在总结历史。对经济学家预测能力的质疑不是马云的专利，在经济学中早就存在有关经济政策的墨菲定律，“经济学家在他们知之最多且意见一致的领域，对政策的影响力最小；而在他们知之最少且争论不休的领域，对政策的影响力最大”。^②

对如何避免预测失误的思考，再次让我们想到要拿起调查研究利器。基于系统调查的事实逻辑分析，是预测未来的前提。即使在大数据时代，调查研究作为经济研究基础方法的地位是不可动摇的。因为，绝大多数的大数据都是昨天的，即使瞬时产生的大数据，也可能是充满噪音和鱼龙混杂的。

① 纪辛，寂寞事后——写在经济学人方显廷《回忆录》出版之际 [J]. 近代中国经济 (17), 2007.

② 转引自 [比] 热若尔·罗兰. 转型与经济学 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2002: 16.

与其他经济研究方法相比较，调查研究方法最适宜前瞻性研究和原创性研究。原因至少包括两个方面：

第一，在许多情况下，对经济和社会发展前沿的研究是缺乏良好数据支撑的，尤其是历史数据。当研究处于没有或缺乏数据支撑的条件下，只能通过实际调查采集数据，做出符合实际的判断，提炼学术观点。

第二，原创性研究不仅与前沿研究相关，而且涉及以问题为导向的知识重组过程。无论是哪一种创新都需要在解答现实和理论问题的过程中，对现有知识体系进行重组。知识重组分为两种类型：一种类型的知识重组是局部的，只涉及局部知识的更新；另一种类型的知识重组是突破性的，涉及结构知识的更新。后一种知识重组往往伴随着原创性理论成果的诞生。而引发结构知识更新的新经济往往来自系统调查。

随着知识经济的到来，我们处在一个剧烈变革的时代，创新则成为经济结构持续变革和发展的根本动力。而赋予经济理论更强解释力的理论创新则来自对现实中正在发生的经济变革的系统调查。理论是灰色的，生命之树长青。如何通过调查研究让经济理论之树长青，真正实现中国经济学的学术独立，是《南开经济调查》丛书编辑的宗旨。

刘 刚

2018 年 3 月 16 日

于南开大学经济研究所

自 20 世纪 90 年代以来，由互联网引发的经济结构变革，成为驱动世界经济增长的新引擎。其中，电子商务的异军突起以其对传统实体经济的广泛渗透和革命性影响，成为互联网驱动的经济结构变革前沿。对近年来以电子商务为代表的互联网经济，尤其是中国电子商务爆发式成长的动力和机制研究，将为新的经济发展阶段的战略制定提供理论支持和借鉴。

与以美国为代表的发达国家不同，中国电子商务经济体在增长路径上具有独特性。例如，美国电子商务经济的发展更多地表现出线性增长特征，而中国电子商务经济的发展则呈现出指数增长的特征。增长特征上的差异导致中国网络零售交易额于 2009 年、2010 年、2011 年和 2013 年先后超越德国、英国、日本、美国，成为全球最大的网络零售市场。更值得关注的是，电子商务经济的爆发式成长不仅引起了零售业的革命，而且引发了中国包括生产、流通、服务和技术创新在内的整个经济体系的深刻变革，正在形成以电子商务为核心的新经济生态系统。通过对以美国亚马逊为代表的经销式网络交易模式和以淘宝网为代表的平台式网络交易模式的比较分析，笔者发现，两种交易组织模式的结构性差异是中国电子商务经济呈现指数增长的关键。在单一交易的局部环节，平台式网络交易模式并不具有优势，但是在非线性互动中的整体交易上则表现出明显的优势。本书从平台式网络交易模式的这一特征出发，揭示中国电子商务经济爆发式增长及其引发现实经济体系变革的动力机制和发展路径，得出如下基本结论。

第一，新的交易技术和交易基础设施带来的交易成本下降是交易方式转变的根本动力，但基于交易成本视角的研究并不能解释基于互联网的交易方式转变在各个国家表现出的路径差异现象。除交易成本因素外，网络交易的组织架构和流通体系的分工结构也是影响电子商务成长路径的关键因素。不论哪个国家，其网络交易组织形态的形成和演化都是内生于特定经济结构的，是新兴互联网技术与特定经济环境相互作用的结果，而这种特定的经济结构就构成了交易组织变革的成本。因此，对中国和主要发达国家成长路径差异的解释，必须从各个国家特定的经济情景环境出发。

第二，从网络交易平台的出现到电子商务经济体的形成，是互联网技术条件下各类经济主体不断适应和衍生，各类经济组织不断创新和演变，最终在整体上展现出来的一种涌现现象，其本质是一个新的复杂适应系统的形成过程。在整个适应演化过程中，有两条十分突出的逻辑主线：一条是流通分工体系的变革，另一条是服务分工体系的变革。其中，流通分工体系形成的“传统制造商—网络零售商—网络消费者”的成熟形态，是纵向变革过程；服务分工体系形成的“网络零售商—开放平台—第三方服务商”的专业化分工，是横向变革过程。这两条分工体系的适应性演化和非线性互动构成了中国电子商务经济体爆发的基本事实逻辑。

第三，以淘宝网为代表的开放型电子商务经济体的爆发，主要表现为网络平台式交易组织方式对传统迂回式交易组织方式的替代。新的交易组织方式极大地降低了中小制造企业进行跨区域交易的成本，是中国整个经济活动跨区域流通效率的一次根本变革。同时，新的交易组织方式与传统交易组织方式流通分工体系的适应和有效嵌入，加速了这场变革的速度和规模，从而呈现出中国特有的爆发式增长现象。从某种意义上说，与其说以淘宝网为代表的平台式网络交易组织所带来的是一场变革，不如说是新的技术手段和交易模式将传统的迂回式交易组织方式推进到了新的极致。

第四，网络交易平台交易成本结构的新变化（即交易成本上升）推动了网络交易平台的架构创新，衍生出一种新的创新组织方式——开放平台架构。与汽车时代的一体化架构、计算机时代的模块化架构类似，开放平台架构是适应互联网时代的基本组织架构。基于开放平台架构的第三方创

新的涌现，提高了网络交易平台的交易效率（即降低交易成本），并最终形成了一个相互依存的良性生态系统。开放平台架构所具有的结构优化效应和市场聚集效应尤为有效地改善了原有层级架构下的信息交互效率，从而促进了创新活动的大量涌现。

总之，中国电子商务经济体所呈现的爆发式增长现象是互联网固有的交易成本节约效应与中国特有的平台型组织架构和既有的分散型流通分工体系共同作用的结果。平台化、开放化和嵌入性是理解中国现象的关键。改革开放后，从低效率向高效率的交易组织方式演进在中国持续发生，但当这种转变遇到互联网冲击时，不会再重复美国式的演变路径，而是显示出强烈的中国特征。基于本书的分析框架可以预见，美国历史上历经百年的由迂回式向直接式的交易组织方式演进过程，中国在互联网的推动下将以跳跃式的方式完成，并以更加迅猛的方式实现从传统到网络、从迂回到直接的双转变过程。

李强治

2018 年 12 月于北京

第一章 电商之国	1
第一节 网络零售的爆发	1
第二节 增长的驱动探究	3
第三节 现实意义	6
第二章 开放的基因	8
第一节 电商的三种模式	8
第二节 中国电商模式的选择	12
第三节 开放化趋势	15
第四节 开放型电商经济体	20
第三章 适应性演化	23
第一节 网商群体的兴起	23
第二节 网货组织的涌现	27
第三节 新流通分工体系的成熟	29
第四节 从 C2C 向 B2C 的跃迁	32
第五节 开放平台与生态爆发	35
第六节 提升交互效率的创新	40
第七节 成长图谱	43

第四章 理论渊源	46
第一节 电子商务经济学	46
第二节 双边市场与平台成长策略	51
第三节 平台领导与互补品创新	55
第四节 商业生态系统	59
第五节 新的探索	64
第五章 交易方式变革	67
第一节 交易方式变迁的一般范式	67
第二节 中国商品交易方式的演进	71
第三节 交易成本结构分析	74
第四节 流通分工关系分析	78
第五节 中国电商革命的内在机制	81
第六节 助推式的革命	86
第六章 商品流通体系	89
第一节 中国的迂回式商品流通体系	89
第二节 美国的大工业与大流通体系	98
第三节 中美零售业市场结构比较	101
第四节 迂回式的电商化转型	104
第七章 义乌的转型	111
第一节 世界小商品之城	111
第二节 中国电子商务之都	118
第三节 义乌网商的微观结构	121
第四节 义乌网商的网络结构	128
第五节 青岩刘村的转型之路	134

第八章 平台架构创新	141
第一节 新的变化与应对	141
第二节 架构知识与产业创新	145
第三节 平台化架构下的创新涌现	153
第四节 平台架构中的冲突与平衡	163
第九章 开放平台实践	165
第一节 淘宝网的开放平台实践	165
第二节 苹果公司的开放平台实践	179
第十章 平台治理	184
第一节 平台经济崛起	184
第二节 平台的特征与治理	189
第三节 电商假货治理的中国困境	194
第四节 电商假货治理的国际经验	200
第十一章 平台竞争	204
第一节 平台竞争的四大趋势	204
第二节 BAT 的竞争策略分析	210
第三节 对中小企业创新的影响	215
第四节 对消费者福利的影响	220
附录 1 购物搜索类平台的基本运营机制	226
附录 2 竞价展示类平台的基本运营机制	227
参考文献	229

第一章

电商之国

20 世纪 90 年代以来，基于互联网技术的新兴经济体的成长成为推动世界经济发展的新引擎。其中，以电子商务为代表的互联网商业组织以其对传统实体经济的革命性影响，引起了国内外学术界和产业界的广泛关注。如何有效适应和利用新兴的互联网交易组织方式，成为企业家、政府和学者关注的焦点。在对众多国家电子商务发展情况的比较后我们发现，中国电子商务的爆发式增长在全球表现出一枝独秀的局面，其成长的内在逻辑可能为中国新经济的发展提供新的动力机制。

第一节 网络零售的爆发

2009 年，中国网络零售市场成交额达到 2600 亿元（约 400 亿美元），超过德国成为全球第四大网络零售市场。2010 年，中国网络零售市场成交额达到 5131 亿元（约 770 亿美元），超过英国成为全球第三大网络零售市场。2011 年，中国网络零售市场成交额达到 8019 亿元（约 1270 亿美元），超过日本成为全球第二大网络零售市场^①。中国电子商务研究中心发布的《2013 年度中国网络零售市场数据监测报告》显示，2013 年中国网络零售市场交易规模达到 18851 亿元，按 2013 年 12 月 31 日的美元汇率

① 根据中国电子商务研究中心发布的中国数据与麦肯锡全球研究院发布的主要发达国家数据比较的结果。

计算约为 3110 亿美元，已经超过美国成为全球最大的网络零售市场。国家统计局的数据显示，2017 年中国网上零售额为 71751 亿元（约 1.1 万亿美元），成为名副其实的电子商务国度。

麦肯锡全球研究院的报告显示，2003—2011 年中国网络零售市场的年复合增长率达到 120%，远超过日本（27%）、德国（22%）、英国（18%）、美国（17%）等发达国家^①。阿里研究中心的报告显示，2006—2012 年中国网络零售市场的年复合增长率达到 99%，也远超过日本（21%）、美国（12%）和英国（10%）等国家^②。中国电子商务研究中心的数据显示，2009—2013 年中国网络零售市场的年复合增长率达到 64%。国家统计局的数据显示，2014—2017 年中国网络零售市场的年复合增长率仍然达到 37%，远超全球其他国家。由此可见，中国不仅是全球增速最快的网络零售市场，而且是在达万亿美元级市场规模后仍然保持高速增长的国家。

中国电子商务研究中心和国家统计局公布的数据显示，2006—2012 年中国网络零售交易额的平均增长速度远高于社会消费品零售总额的平均增长速度（17.5%）。中国网络零售额占社会消费品零售总额的比重已经由 2008 年的 1.3% 快速提高到 2012 年的 6.3%，超过美国（约 5%），并于 2017 年进一步上升到 15%。电子商务已经成为驱动中国消费增长的新动力来源。

图 1-1 展示了 2006—2017 年中国和美国网络零售交易额的变化情况。由以上三组数据的描述和图 1-1 的展示可见，网络零售交易额的增长路径展现出两种不同的趋势：美国表现为线性增长路径；中国表现为指数增长路径。正是这种增长路径上的差异使中国快速成长为全球最大的网络零售市场，这种差异也构成了本书研究的基本背景。

① 麦肯锡全球研究院中国分院．中国网络零售革命：线上购物助推经济增长 [R/OL]．（2013-03）[2018-06-18]．<https://doc.mbalib.com/view/4ebf42e89d5d67690008da45a55c0eb3.html>．

② 阿里研究中心．新基础：消费品流通之互联网转型 [R/OL]．（2013-12-02）[2018-06-18]．<http://www.aliresearch.com/Blog/Article/detail/id/18510.html>．

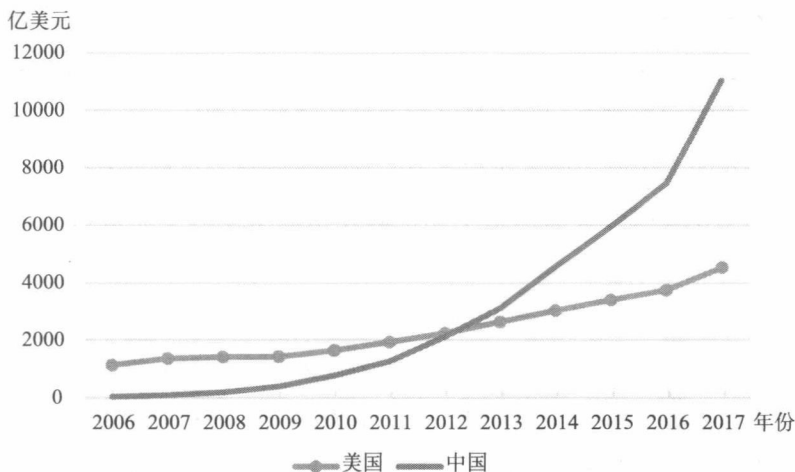


图 1-1 2006—2017 年中美两国网络零售交易额的增长情况

数据来源：美国商务部、中国电子商务研究中心、国家统计局。

此外，伴随中国网络零售市场的爆发式增长，一个以电子商务为核心的新兴经济体正在快速崛起，带动了中国零售业、制造业、物流业、信息业、金融业等众多产业的增长与变革。中国人民大学劳动人事学院的研究报告显示，2017 年，阿里巴巴零售生态为我国创造 3681 万个就业机会。其中，包括 1405 万个交易型就业机会、2276 万个带动型就业机会，并创造了包括网商、运营商、物流商、软件开发商、推广商、淘宝客、淘网红等丰富的种群生态，成为名副其实的新兴经济体。

第二节 增长的驱动探究

本章第一节中的一系列数据展示了以网络零售为核心的电子商务经济体在中国和主要发达国家之间的巨大差异，中国作为发展中国家以及互联网经济启动上的后发国家，却以超乎寻常的速度迅速成为以电子商务为代表的新兴经济中的一枝独秀。我们该如何理解不同国家在基于互联网技术的新兴经济增长路径或趋势上的这种差异？其背后蕴含了哪些一般性和特殊性的规律，这些规律又蕴含了哪些基本的理论命题？互联网经济的快速