

中国互联网服务业 竞争力研究

刘璐 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

中国互联网服务业 竞争力研究

刘璐 著



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国互联网服务业竞争力研究/刘璐著.—武汉:武汉大学出版社, 2018.4

ISBN 978-7-307-20087-6

I.中… II.刘… III.互联网—商业服务—服务业—竞争力—研究—中国 IV.F726.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 057771 号

责任编辑:陈 红

责任校对:李孟潇

整体设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮箱: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:北京虎彩文化传播有限公司

开本:720×1000 1/16 印张:13.5 字数:192千字 插页:1

版次:2018年4月第1版 2018年4月第1次印刷

ISBN 978-7-307-20087-6 定价:30.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

前 言

互联网的普及为服务业注入了新的生机。它不仅推动了服务业高速发展,还引发了服务业产业结构、产业资源配置、产业布局等多方面变革。当前,互联网服务业已然成为国民经济发展的新引擎。《中国互联网服务业竞争力研究》主要选取了电子商务业及互联网金融业作为研究对象,运用系统科学的竞争力评析方法,例如指数分析、钻石模型、实证分析等方法,探究并解析了影响互联网服务业竞争力的主要因素,为相关政策制定者、依托互联网发展的企业决策者、互联网的使用及消费者提供解析问题的思路和依据。

中国互联网服务业正处在高速发展阶段,拥有巨大的发展潜力。但是,在互联网服务业高速发展的同时,也存在着诸多问题:互联网服务业相关法律法规不完善、网络安全及风险管理体系有待优化、互联网服务业受众人群在城镇集中化、互联网服务业专业人才紧缺等。如何提升中国互联网服务业的竞争力是当前急需解决的问题,本书依据相关研究成果给出了部分解决建议,具有较强的现实意义。

本书主要分为互联网服务业概述、竞争力研究、电子商务、互联网金融、其他互联网服务业、总结六大章节。具体安排如下:

第一章,互联网服务业概述。本章主要包括两个部分:一是互联网在全球范围内的兴起以及我国互联网的发展现状;二是对服务业的定义、分类以及发展服务业的重要意义做了简要的介绍。

第二章,竞争力研究。本章涵盖两节内容。第一节主要对竞争力的定义以及相关的理论基础、文献综述做了梳理。在第二节中则是对竞争力的权威评价方法进行了概述,其中包括钻石模型、指数分析法、因子分析法等。

第三章，电子商务。本章涵盖四节内容。第一节介绍了全球及中国电子商务发展现状，并采用指数分析法评估了中国电子商务竞争力。第二节以及第三节内容则是通过协整检验、格兰杰因果检验等方法对影响中国电子商务竞争力的因素进行了实证研究。在第四节中首先提出了我国电子商务行业发展的瓶颈，例如我国电子商务的不均衡发展问题、网络安全问题、对电子商务理解存在理念上的局限性等。之后根据实证研究结果，从宏观政策制定和微观电商企业发展两个层面提出了提升中国电子商务行业竞争力的对策与建议。

第四章，互联网金融。本章涵盖了五节内容。第一节互联网金融导论主要是介绍互联网金融定义、分类，阐述当前互联网金融的发展现状以及未来发展趋势。随后在第二节至第五节中则是以P2P网络借贷平台为研究对象，探寻提升我国金融服务业风险管理竞争力的渠道。第二节首先分析了P2P网络借贷平台风险控制问题的研究背景及意义；其次对P2P网络借贷平台的相关概念进行解释；最后综述了国内外学者对P2P网络借贷交易平台风险控制问题的研究现状。第三节阐述了目前我国P2P网络借贷平台发展现状。主要包括以下三方面内容：我国P2P网络借贷交易平台的总体发展情况；根据有代表性的网络借贷交易平台分析了我国P2P借贷平台的运营模式；梳理国外P2P借贷平台的运行模式，并与中国P2P借贷网站平台进行比较。第四节分析P2P网络借贷风险类型并进行实证分析。第一，从平台共有风险和特有风险两个角度，分析了我国P2P网络借贷平台风险类型；第二，以“拍拍贷”为例，选取“拍拍贷”上6093个借款项目中的违约信息、借款金额、借款年利率、借款期限、借款者性别、借款者年龄、历史借款成功次数、失败次数八个核心数据，以借款人是否违约为因变量，其他数据的数值为自变量，建立二元选择模型，衡量核心数据对借款风险的影响作用。第五节根据当前存在的问题，归纳、比较国内外P2P网络借贷交易平台的风险控制措施，提出了对国内P2P网络借贷风险控制改进的对策。一是从P2P网络借贷平台内部出发，提出了网络借贷交易平台内部风险制度设计改进建议和平台内部风

险控制改进建议,以构建借贷平台风险防范体系;二是从网络借贷交易平台外部出发,从P2P网络借贷行业监管体系、P2P网络借贷行业自律体系和P2P网络借贷行业配套服务体系三个方面,提出了相关改进对策。

第五章,其他互联网服务业。本章涵盖了四节内容。这几节分别分析了互联网医疗行业、互联网教育行业以及互联网文化娱乐行业的行业发展起源、发展现状以及未来发展趋势。在第四节互联网文化娱乐行业国际竞争力分析中,基于迈克尔·波特教授的“钻石模型”探究了对我国互联网娱乐行业国际竞争力造成影响的因素,最后依照实证研究结果提出了提升我国互联网娱乐行业国际竞争力的对策与建议。

第六章,总结。这一章对《中国互联网服务业竞争力研究》全书进行了总结,并根据本书研究过程中的一些不足与局限性,提出了对未来研究的展望。

二、竞争力研究相关文献	9
第二章 竞争力理论与竞争力测评方法概述	18
一、钻石模型	16
二、因子分析法	20
第三章 电子商务	22
第一节 电子商务发展现状	22
一、全球电子商务发展状况	22
二、全球电子商务基础设施现状	26
三、我国电子商务发展现状	32
四、电子商务竞争力测定的意义	36
第二节 互联网+背景下中国B2C电子商务竞争力	41
实证研究	41
一、电子商务的发展模式及现状	41
二、竞争力测度及模型构建	45
三、中国B2C电子商务竞争力实证研究	47
四、修正模型	53

目 录

第一章 互联网服务业概述.....	1
一、互联网的兴起.....	1
二、服务业定义及分类.....	3
第二章 竞争力研究.....	8
第一节 竞争力理论基础.....	8
一、竞争力定义.....	8
二、竞争力研究相关文献.....	9
第二节 竞争力理论与竞争力权威评价方法概述	16
一、钻石模型	16
二、因子分析法	20
第三章 电子商务	22
第一节 电子商务发展现状	22
一、全球电子商务业发展状况	22
二、全球电子商务基础建设现状	26
三、我国电子商务发展现状	32
四、电子商务竞争力研究的意义	38
第二节 互联网+背景下中国 B2C 电子商务业竞争力 实证研究	41
一、电子商务的定义及文献综述	41
二、变量选取及模型构建	45
三、中国 B2C 电子商务业竞争力实证研究	47
四、修正模型	53

第三节 大数据背景下中国电子商务业竞争力实证研究	54
一、大数据时代	54
二、变量的选取及模型构建	55
三、中国电子商务竞争力的实证比较	57
四、修正模型	64
五、结论	65
第四节 提升我国电子商务业竞争力的对策与建议	65
一、电子商务业发展存在的问题	65
二、宏观政策层面建议与对策	73
三、微观企业层面建议与对策	81
第四章 互联网金融	83
第一节 互联网金融导论	83
一、互联网金融定义、分类及特征	83
二、互联网金融发展历程、现状及发展趋势	85
第二节 互联网金融——P2P 网络借贷平台风险控制	
研究综述	88
一、研究背景及意义	88
二、P2P 网络借贷的相关概念	90
三、相关文献综述	91
第三节 互联网金融——P2P 网络借贷平台风险控制	
现状分析	95
一、中国 P2P 网络借贷平台整体发展情况	95
二、中外 P2P 网络借贷平台的主要运营模式	101
三、中外 P2P 网络借贷交易平台运营管理模式	
对比分析	108
第四节 互联网金融——P2P 网络借贷平台风险控制	
实证研究	109
一、中国 P2P 网络借贷平台主要风险	109
二、借款方信用风险影响因素实证模型	115

三、数据说明	116
四、研究设计	118
五、实证分析	120
六、研究结论	123
第五节 中外 P2P 网络借贷平台的风险控制方法及 改进意见	124
一、中国 P2P 网络借贷平台的风险控制方法	124
二、中外 P2P 网络借贷平台的风险控制方法	125
三、网络借贷平台内部风险控制改进建议	130
四、网络借贷平台外部风险控制改进建议	132
第五章 其他互联网服务业	135
第一节 互联网医疗	135
一、互联网医疗起源	135
二、互联网医疗现状	137
三、互联网医疗未来发展趋势	142
第二节 互联网教育	143
一、互联网教育起源	144
二、互联网教育定义及特点	146
三、互联网教育发展现状	148
四、互联网教育未来发展趋势	156
第三节 互联网文化娱乐业	157
一、互联网文化娱乐定义	158
二、娱乐业发展现状	158
三、互联网文化娱乐发展产业发展趋势	168
第四节 中国互联网娱乐业国际竞争力实证研究	171
一、变量选取及模型建立	171
二、模型构建与检验	173
三、实证结论	180
四、提升我国互联网娱乐业国际竞争力的对策及建议	180

第六章 总结	182
一、主要结论及政策建议	182
二、未来研究展望	185
致谢	186
参考文献	188

第一章 互联网服务业概述

一、互联网的兴起

科学技术发展日新月异,近几十年来,互联网在全球范围内迅速普及。随着社会经济发展,国民生活水平的提高,互联网早已渗透到我们生活中的各行各业。2016 年全球信息社会指数 (Information Society Index, ISI) 为 0.5601,同比上涨 2.1%。其中,2016 年美洲、欧洲、大洋洲、亚洲和非洲地区信息社会指数均值分别为 0.5197、0.7017、0.8271、0.5237 和 0.3554,同比分别增长 1.86%、1.5%、1.63%、2.95% 和 3.10%。由此可见,美洲、大洋洲地区社会信息化程度仍然领先于其他大洲,但是亚洲、非洲地区的社会信息化增长速度远高于美洲、大洋洲地区。据统计,2016 年全球 126 个样本国家中有 53 个国家进入信息社会,有 73 个国家尚未进入信息社会。而在互联网兴起的同时,全球数字生活也迅速普及。2016 年全球数字生活指数为 0.6110,同比增长 3.51%^①。全球信息社会程度稳步发展,多数国家互联网渗透率保持平稳增长态势。互联网的兴起以及社会信息化的进步推动了依托于互联网运营的技术、产品、应用、服务等的发展。

我国在信息化方面虽然与美国、英国、日本等发达国家还有差距,仍处在从工业社会向信息社会过渡的转型期,但信息化发展速度势不可挡,有着巨大的发展潜力。从 2007 年开始,我国网民规模急速增加,到 2016 年 12 月为止网民规模已经达到 7.31 亿人,互联网普及率已经超过 50%,为 52.97%,超过全球平均水平 3.1

^① 《全球信息社会发展报告 2016》2016 年 8 月由国家信息中心发布。

个百分点，超过亚洲平均水平 7.6 个百分点。^① 目前，我国网民规模增长速度逐渐趋于稳定，但仍有很大的提升空间。我国网民主要集中在中心城市及城镇地区，而偏远地区以及农村地区，由于经济、文化、基础设施建设等原因导致互联网普及率偏低。据 2017 年 6 月中国互联网络发展状况统计调查数据显示，我国农村地区互联网普及率仅为 34%。

从我国互联网络基础资源角度来看，截至 2016 年 12 月，我国 IPv4 地址数量为 3.38 亿个，拥有 IPv6 地址 21188 块/32。IPv4 地址数量自 2011 年起至 2016 年基本持平，达到饱和状态。全球 IPv4 地址数量于 2011 年 2 月基本分配完毕，相应的，IPv6 地址数量呈逐年稳步上升形态。互联网基础设施建设以及技术发展是互联网产业发展的坚实后盾。图 1-1 为 2007—2016 年中国 IPv4 与 IPv6 地址数量增长情况图，它在一定程度上代表了现在中国互联网基础资源的情况。

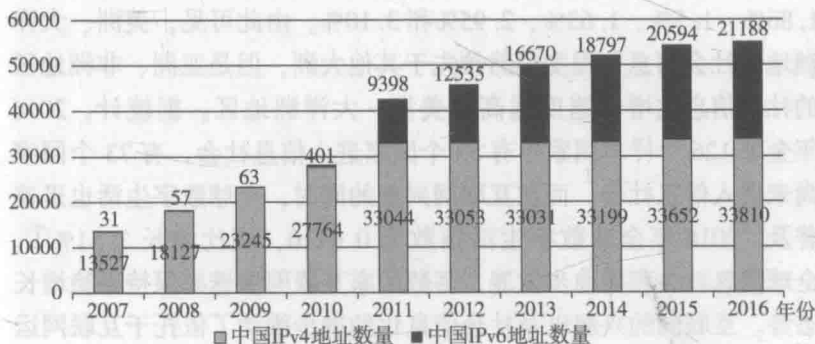


图 1-1 2007—2016 年中国 IPv4 与 IPv6 地址数量增长情况

资料来源：中国互联网络信息中心。

互联网的兴起颠覆了传统商业模式，为各行各业打开了新的发

^① 《中国互联网络发展状况统计报告》2017 年 1 月由中央网络安全和信息化领导小组办公室、国家互联网信息办公室联合发布。

展渠道。以 B2C 电子商务发展来说, 淘宝、京东、1 号店、当当网、亚马逊等网络购物平台的崛起打破了传统的线下实体店购物模式, 很多企业由线下实体店模式走上了网络营销渠道。与传统线下销售模式相比, 网络零售渠道整合资源高效、信息传播速度快, 并且能够大大降低经营者的营销成本, 因此能够在短时间内迅猛发展。数据显示, 2017 年“双十一”当天支付宝交易总额高达 1682 亿元。图 1-2 为 2009—2017 年“双十一”当天支付宝交易总额统计图, 我们可以看到其交易额在近年来高速增长, 从 2012 年的 191 亿元到 2017 年的 1682 亿元翻了近 8.8 倍。互联网普及不仅推动了服务业高速发展, 还引发了服务业产业结构、产业资源配置、产业布局等多方面变革。

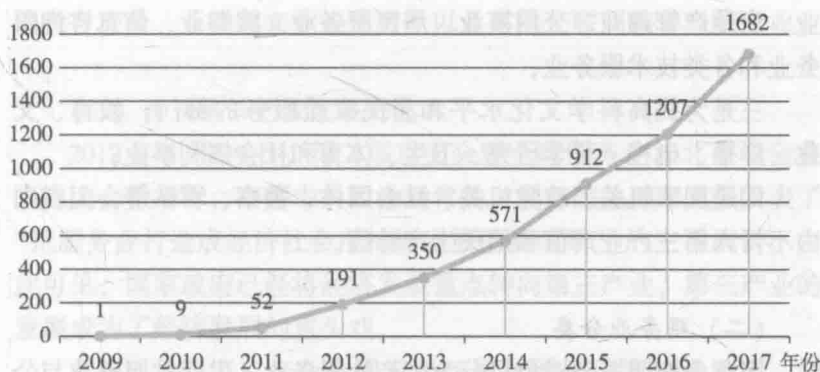


图 1-2 2009—2017 年“双十一”当天支付宝交易总额

资料来源: Wind 资讯。

二、服务业定义及分类

(一) 服务业定义

一般情况下, 第三产业即为服务业。此概念是英国著名经济学家费希尔 1935 年在《安全与进步的冲突》一书中提出的。学术界把各种产业划分为三大类, 即第一产业、第二产业和第三产业。根

据《国民经济行业分类》(GB/T4754 — 2002),制定本规定,三次产业划分范围如下:

第一产业是指农业、林业、牧业、渔业。

第二产业是指采矿业,制造业,电力、燃气及水的生产和供应业,建筑业。

第三产业是指除第一、二产业以外的其他行业。

根据国务院办公厅转发的国家统计局关于建立第三产业统计报告上对我国三次产业划分的意见,我国第三产业包括流通和服务两大部门,具体分为四个层次:

一是流通部门:交通运输业、邮电通信业、商业饮食业、物资供销和仓储业;

二是为生产和生活服务的部门:金融业、保险业、地质普查业、房地产管理业、公用事业、居民服务业、旅游业、信息咨询服务业和各类技术服务业;

三是为提高科学文化水平和居民素质服务的部门:教育、文化、广播、电视、科学研究、卫生、体育和社会福利事业;

四是国家机关、政党机关、社会团体、警察、军队等,但在国内不计入第三产业产值和国民生产总值。

(二) 服务业分类

服务业按照服务对象可分为生产性服务业、生活性服务业与公益性服务业。

生产性服务业包括交通运输、金融、科研等,它是指为保持工业生产过程的连续性、促进工业技术进步、产业升级和提高生产效率提供保障服务的服务行业。

生活性服务业包括房地产、文体娱乐、居民服务等,它属于劳动密集型产业,与居民生活息息相关。公益性服务业主要包括卫生、教育、水利和公共管理等。

服务业按照发展历程可划分为传统服务业与现代服务业。

传统服务业是指为人们日常生活提供各种服务的行业,由来已久,如餐饮业、修理业、住宿业等能增进和改善居民生活的服务。

它是以满足“人”的个体需要为主要目标而提供的服务。

现代服务业的提法最早出现在 1997 年 9 月党的十五大报告中, 2000 年中央经济工作会议提出: “既要改造和提高传统服务业, 又要发展旅游、信息、会计、咨询、法律服务等新兴服务业。” 根据 2012 年 2 月 22 日国家科技部发布的第 70 号文件, 现代服务业是指以现代科学技术特别是信息网络技术为主要支撑, 建立在新的商业模式、服务方式和管理方法基础上的服务产业。它既包括随着技术发展而产生的新兴服务业态, 也包括运用现代技术对传统服务业的改造和提升。现代服务业既包括新兴服务业, 也包括对传统服务业的技术改造和升级, 其本质是实现服务业的现代化。

本书主要研究对象互联网服务业即属于现代服务业一类范畴, 主要包括电子商务产业、互联网金融产业、互联网医疗产业、互联网教育产业、互联网文化娱乐产业以及其他互联网共享经济产业。

(三) 加快第三产业发展的意义

2013 年 5 月 29 日, 第二届京交会暨全球服务论坛北京峰会在人民大会堂举行, 中共中央政治局常委、国务院总理李克强发表了“把服务业打造成经济社会可持续发展的新引擎”的主旨演讲。由此可见, 国家政府已经将经济发展重点转向第三产业, 第三产业的发展成为了经济发展的重头戏。

首先, 加快第三产业发展有助于维持国民经济持续发展。图 1-3 为 2006—2016 年我国三大产业的增加值。第三产业较第一产业、第二产业而言以绝对的优势逐年急速增长。数据显示, 截至 2016 年底, GDP 第三产业产值高达 384220.5 亿元。表 1-1 为三大产业 GDP 累计同比贡献率。2015 年中国第三产业对 GDP 累计贡献率首次超过 50%, 2017 年第三产业对 GDP 累计贡献率高达 58.8%。可以预见的是, 在今后的数年内, 第三产业发展势头依然强劲。一般来说, 服务业的加速发展一般发生在一个国家整体经济由中低收入水平向中上等收入水平转型的时期。而我国正处于该发展阶段, 大力发展服务业是实施国民经济可持续发展的重要战略需要。

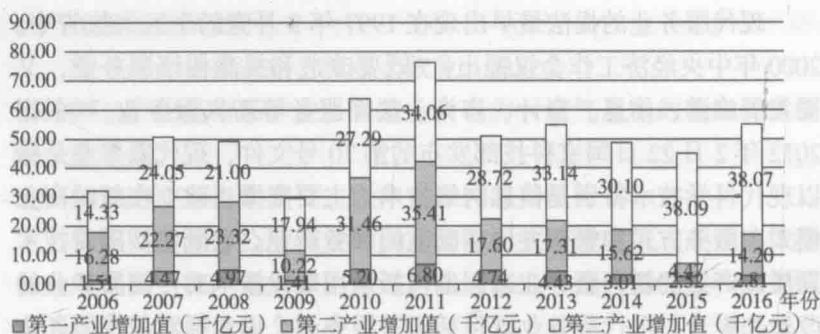


图 1-3 2006—2016 年我国三大产业增加值

资料来源：Wind 资讯。

表 1-1 三大产业 GDP 累计同比贡献率

年份	第一产业贡献率 (%)	第二产业贡献率 (%)	第三产业贡献率 (%)
2008	5.20	48.60	46.20
2009	4.00	52.30	43.70
2010	3.60	57.40	39.00
2011	4.20	52.00	43.80
2012	5.20	49.90	44.90
2013	4.30	48.50	47.20
2014	4.70	47.80	47.50
2015	4.60	42.40	52.90
2016	4.40	37.20	58.40
2017	4.00	37.20	58.80

资料来源：Wind 资讯。

其次，发展服务业可以缓解就业压力。一方面，服务业兴起创造了大量的就业岗位，缓解了我国就业难的现状；另一方面，大力发展教育、文化等服务业，有助于从根本上改变劳动力素质结构，提升就业人员质量，解决供需不对口的问题。

最后，发展服务业是促进社会经济、人文发展，提升国民经济发展后劲的重要举措。金融、物流、教育、公共事业等服务业的发展为第一产业、第二产业提供了坚实的后备力量，有利于实现产业结构优化。现代服务业的发展更是世界经济发展主流着力点。