

SERVICE

现代服务业的 商业生态系统研究

Research on Business Ecosystem of
Modern Service Industry

王娜 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

本书获北京高等学校青年英才计划项目

(Beijing Higher Education Young Elite Teacher Project)

——北京现代服务业集群升级深化路径研究 (项目号 : YETP1762) 资助

现代服务业的 商业生态系统研究

Research on Business Ecosystem of
Modern Service Industry

王娜 著



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

现代服务业的商业生态系统研究/王娜著. —北京: 经济管理出版社, 2015.12
ISBN 978-7-5096-4209-2

I. ①现… II. ①王… III. ①服务业—生态经济系统—研究 IV. ①F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 311738 号

组稿编辑: 申桂萍

责任编辑: 申桂萍

责任印制: 黄章平

责任校对: 雨 千

出版发行: 经济管理出版社

(北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 A 座 11 层 100038)

网 址: www.E-mp.com.cn

电 话: (010) 51915602

印 刷: 北京九州迅驰传媒文化有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 720mm×1000mm/16

印 张: 12.5

字 数: 196 千字

版 次: 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5096-4209-2

定 价: 48.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部负责调换。

联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

目 录

第一章 绪论	1
一、研究背景	1
二、研究意义	3
三、研究对象和研究内容	4
(一) 研究对象	4
(二) 研究内容	4
四、研究方法与技术路线图	6
(一) 研究方法	6
(二) 技术路线图	7
第二章 文献综述	9
一、商业生态系统概念	9
二、商业生态系统与商业网络的关系	15
第三章 商业生态系统与现代服务业相关理论	18
一、商业生态系统相关理论	18
(一) 生态学理论	19
(二) 网络经济学	21

(三) 价值链相关理论	23
(四) 创新理论	27
(五) 复杂网络理论	28
(六) 商业生态系统理论	31
(七) 平台模式	39
二、现代服务业相关理论	40
(一) 现代服务业概念	40
(二) 现代服务业的分类	45
 第四章 现代服务业的商业生态系统分析	
——以我国互联网信息服务业为例	48
 一、我国互联网信息服务业商业生态系统现状分析	50
(一) 环境分析	50
(二) 主要构成	53
(三) 主要属性	55
(四) 绩效分析	59
二、我国互联网信息服务商业生态系统演进分析	67
(一) 演进阶段	68
(二) 变化特点	70
(三) 动力机制	73
(四) 实现途径	75
(五) 案例：在线软件商店的兴起	80
三、商业生态理论视角下的信息服务企业竞争战略分析	83
(一) 竞争战略基础	83
(二) 竞争战略定位	84
(三) 竞争战略重点	85
(四) 典型企业的竞争战略选择	87

(五) 案例：从“3Q大战”到“微信风波”	92
(六) 案例：阿里巴巴商业生态系统	94
四、商业生态系统视角下的促进互联网信息服务业发展的政策思考	99
(一) 决策定位	99
(二) 政策思路	100
(三) 政策建议	102
 第五章 现代服务业的商业生态系统分析	
——以我国文化产业为例	105
 一、我国文化产业商业生态系统现状分析	105
(一) 文化产业概念	105
(二) 政策环境	112
(三) 发展现状	115
(四) 主要构成	118
(五) 主要属性	120
(六) 绩效分析	122
二、我国文化产业商业生态系统演进分析	125
(一) 演进阶段	125
(二) 变化特点	126
三、商业生态理论视角下的文化企业竞争战略分析	127
(一) 竞争战略基础	127
(二) 竞争战略定位	128
(三) 典型企业的竞争战略选择	128
四、商业生态系统视角下的促进文化产业发展的政策思考	132
(一) 决策定位	132
(二) 政策思路	132
(三) 政策建议	133

五、案例分析：起点中文网 134

六、案例分析：北京市文化产业商业生态系统分析 137

 （一）政策背景 138

 （二）北京市文化产业集聚区概况 141

 （三）北京市文化创意产业的商业生态系统分析 146

附 录 162

参考文献 185

后 记 193

第一章 绪 论

一、研究背景

早在 2005 年 10 月，我国“十一五”规划纲要中就明确提出，要加快发展服务业：坚持市场化、产业化、社会化方向，拓宽领域、扩大规模、优化结构、增强功能、规范市场，提高服务业的比重和水平。拓展生产性服务业：大力发展主要面向生产者的服务业，细化深化专业化分工，降低社会交易成本，提高资源配置效率。丰富消费性服务业：适应居民消费结构升级趋势，继续发展主要面向消费者的服务业，扩大短缺服务产品供给，满足多样化的服务需求。在此基础上，提出了促进服务业发展的政策：要打破垄断，放宽准入领域，建立公开、平等、规范的行业准入制度。鼓励社会资金投入服务业，提高非公有制经济比重。公共服务以外的领域，要按照营利性与非营利性分开的原则加快产业化改组。营利性事业单位要改制为企业，并尽快建立现代企业制度。继续推进政府机关和事业单位后勤服务社会化改革。采取积极的财税、土地、价格等政策，支持服务业关键领域、薄弱环节、新兴产业和新型业态的发展。健全服务业标准体系，推进服务业标准化。大城市要把发展服务业放在优先位置，有条件的要逐步形成服务经济

为主的产业结构。五年后的 2010 年 10 月,“十二五”规划又专门将推动文化大发展大繁荣,提升国家文化软实力作为重要的发展方向,并具体地将文化创新、繁荣发展文化事业和文化产业作为服务业发展的重要领域。紧接着,2012 年 12 月 1 日,国务院又发布了《服务业发展“十二五”规划》,更详尽地从服务业发展面临的形势、总体要求、发展重点、服务业对外开放、完善服务业发展机制体制以及实施保障等方面提出了要求,彰显了国家对发展服务业的重视。2014 年 8 月,国务院首次全面部署生产性服务业发展,印发了《关于加快发展生产性服务业促进产业结构调整升级的指导意见》(以下简称《指导意见》),《指导意见》提出了引导市场主体行为的发展导向,明确了政府创造良好环境的工作重点。《指导意见》强调,要以产业转型升级需求为导向,引导企业进一步打破“大而全”、“小而全”的格局,分离和外包非核心业务,向价值链高端延伸,促进我国产业逐步由生产制造型向生产服务型转变:一是鼓励企业向产业价值链高端发展;二是推进农业生产和工业制造现代化;三是加快生产制造与信息技术服务融合。《指导意见》明确指出,现阶段我国生产性服务业重点发展研发设计、第三方物流、融资租赁、信息技术服务、节能环保服务、检验检测认证、电子商务、商务咨询、服务外包、售后服务、人力资源服务和品牌建设,并提出了发展的主要任务。可以看出,大力发展服务业,进一步提高服务业发展水平已经成为现阶段以及今后很长一段时期内产业发展的重要方向。并且,随着服务业发展的不断深化,以现代服务业为代表的新兴服务业也越来越成为经济增长和发展的重要推动力。在此背景下,本书采用商业生态系统理论来对现代服务业进行分析,并选择两个特色行业作为典型代表进行案例分析,由此得出在商业生态系统视角下发展现代服务业的对策建议。

二、研究意义

随着经济社会的快速发展,全球经济已经进入了服务经济时代,不仅如此,服务行业中新业态的不断发展使得创新速度之快、范围之大成为前所未有的。尤其是自 20 世纪 90 年代以来,以信息通信技术为基础的互联网信息服务业已表现出强劲的增长潜力,不仅自身领域的产品服务、消费需求、商业模式、生产组织方式等方面创新不断,而且能促进上下游产业发展,培育新的经济增长点,成为经济增长的“倍增器”、发展方式转变的“转换器”和产业升级的“助推器”。随着宽带信息网络的不断普及、IP 技术的广泛使用以及互联网的迅猛发展,现代服务业当中的互联网信息服务业已经成为全球经济中创新最为活跃、发展最具活力的领域,新技术、新业务、新模式层出不穷,不仅创造出了一个新兴的市场、新兴的产业,而且给人们日常生活、工作、商业带来巨大影响,引起了许多学者的相关讨论。但是,当前对互联网信息通信产业为代表的现代服务业的系统性研究都还在起步阶段,大多数研究局限于现象的描述,并没有进一步深入探讨现象背后的规律性问题。在全球经济一体化的背景下,行业内部的企业之间已不再像经典经济学理论或管理学理论那样,是一个个原子的单位,而是一系列相互依存、互惠互利的整体,这些事实都在呼唤以一种全新的理论或视角来对这些现象进行分析,在此基础上,我们采用商业生态系统理论(视角)来分析以互联网信息通信业为代表的一系列具有类似特征的现代服务业,以一个更新的视角来对行业内的竞争行为、商业模式、技术创新等做深入剖析,将整个行业看作是一个生物生态系统,由不同的“物种”组成,每个物种都彼此关联,每个物种都发挥着重要的作用。随着外部环境或内部环境的变化,核心物种作用会随之发生动态调整,带动围绕核心物种形成的子系统的革新变化,以适应外在或内在冲击。这种

变化——适应效应会进一步传导，从一个子系统扩散到另一个子系统，从而带动整个生态系统的演进创新。除此之外，近年来大力发展的文化产业以创意创新强，增加值高为特征也越来越受到各方面的关注并得到蓬勃发展，并且文化产业也是互联网信息服务业中内容产业的重要组成部分。因此，本书将在讨论互联网信息服务业的商业生态系统后，对我国文化产业的商业生态系统做简单分析，并在认识到现象背后规律的基础上，有针对性地提出政策扶持措施，这对于夯实我国现代服务业商业生态系统的发展、突破产业发展关键“瓶颈”，塑造适合企业公平竞争的环境具有重要的指导意义。

三、研究对象和研究内容

（一）研究对象

本书主要根据商业生态系统的理论来分析现代服务业的创新，主要涉及现代服务业当中的两个典型行业：一是互联网信息服务业；二是文化产业。主要分析这两个行业的原因是与现代服务业的其他产业相比，这两个产业更具有生态系统的特征，其竞争、合作关系与生物生态系统更为接近，尤其是信息服务业，近年来被频繁用来与生物生态系统做比较。由于文化产业更多地作为信息服务业中的内容产业，并且具有较强的创意和创新性，因此本书也对文化产业的生态系统进行了分析，在已有研究的基础上，试图给出一个商业生态系统的分析框架。

（二）研究内容

本书主要在商业生态系统的框架下对我国的现代服务业进行研究，在研究过程中，主要关注两大产业，以信息通信为主的互联网信息服务业以及文化产业。

在互联网信息服务业的研究中,我们主要关注我国互联网信息服务商业生态系统的现状及演进规律,考虑到信息通信技术的革新演进以及当前产业融合发展的趋势,我们主要聚焦于基础电信和互联网领域(增值电信行业),重点分析信息通信技术对于互联网信息服务业商业生态环境的影响以及我国基础电信运营企业、互联网企业在互联网信息服务商业生态系统中的作用以及产业生态环境与构成物种之间的互动关系等。运用同一框架,在文化产业中,我们也关注了文化产业生态系统的现状和演进规律,因为文化产业涉及诸多子环境,因此在分析过程中我们选取了几个具有代表性的行业进行分析。

在具体研究过程中,我们回顾了商业生态系统相关的文献并介绍了相关理论,由于商业生态系统是新兴学科,其本身是从生物生态系统整合经济学、管理学等学科组成,因此我们在文献综述和相关理论中涉及了价值链、创新经济学、复杂网络等方面的知识,同时对现代服务业的相关理论进行了介绍。在第四章我们首先分析本书所涉及的现代服务业中的第一个行业——互联网信息服务业的商业生态系统,系统分析我国互联网信息服务业商业生态系统现状,包括商业生态环境、主要构成、主要属性和绩效;其次对我国互联网信息服务业商业生态系统演进变化进行分析,包括对演进阶段、变化特点、动力机制和实现途径等;再次对基础电信企业和互联网企业的竞争战略进行了分析,包括竞争战略的基础、定位、重点以及竞争战略选择等;最后在商业生态系统的视角下,结合我国互联网信息服务业发展实践,研究提出进一步提升我国互联网信息服务业商业生态系统竞争力的政策建议。第五章我们将目标转向文化产业的商业生态系统分析。首先,与互联网信息服务业不同,文化产业包含门类诸多的行业,因此,我们在分析过程中涉及与行业相关的部分仅仅选取了部分行业,并没有全部进行分析,在具体分析中,也是按照文化产业的生态系统的现状,包含生态环境、生态环境的主要组成部分、它的主要属性以及绩效等方面进行讨论;其次,分析文化产业生态系统的演进,通过对我国文化体制改革的回顾来对现有的文化产业的生态系统进行分析;再次,我们对部分行业文化产业中的企业竞争战略进行了分析,在商业生态系统的视角下,结合文化产业的发展,提出政策建议;最后,我们以北京

市文化产业的集群化发展作为分析的案例，进一步阐述创新对文化产业（现代服务业）商业生态系统发展的重要性，在本书的附录部分列出了 2015 年 7 月 1 日发布的《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，这对于建立现代服务业商业生态系统具有重要的政策与实践意义。

四、研究方法与技术路线图

（一）研究方法

本书在研究过程当中，采取了几种研究分析方法：

一是实证分析和规范分析相结合。实证分析研究经济运动的实际过程，是关于经济现象“是什么”的经济理论体系，分析问题具有客观性，得出的结论可以通过经验事实进行验证。实证分析侧重研究经济体系如何运行，分析经济活动的过程、后果及向什么方向发展，而不考虑运行的结果是否可取。实证分析法在一定的假定及考虑有关经济变量之间因果关系的前提下，描述、解释或说明已观察到的事实，对有关现象将会出现的情况做出预测。客观事实是检验由实证分析法得出结论的标准。实证研究作为一种经济研究方法的基本特征是：“从经济现象的分析、归纳中，概括出一些基本的理论前提假设作为逻辑分析的起点，然后在这些基于现实得出的假设基础上进行逻辑演绎，推导出一系列结论，并逐步放松一些假设，使理论结论更加接近具体事实。”

规范分析法是研究经济运行“应该是什么”的研究方法。这种方法主要依据一定的价值判断和社会目标，来探讨达到这种价值判断和社会目标的步骤。规范分析从相对独立的价值判断出发，说明经济应该如何运动，是关于经济现象“应该是什么”的经济理论体系。从法学角度或者说从法学方法论角度而言，规范分

析法是以规范法学为基础的,而规范法学又是实证分析主义法学派的主要观点。

本书采用实证分析与规范分析相结合的方式,不仅归纳总结了当前我国互联网信息服务业生态系统发展的现状,探讨了应如何引导我国互联网信息服务商业生态系统提升竞争力的问题。实证分析方面,本书在对互联网信息服务业和文化产业的商业生态系统的分析过程当中,使用了大量数据来分析生态系统的现状以及生态系统内企业的生产率。此外,在文化产业商业生态系统分析的过程中,我们采用了计量经济学的方法衡量了以集群化发展的文化产业中企业的创新对集群成长的作用。

二是定性分析和案例分析相结合。定性分析指在研究社会经济现象时,凭借以往的经验,依照思维进程而推断出社会经济现象发展的规律。案例分析是指运用举例子的方法对社会经济现象中各种数量之间的依存关系进行阐述说明。本书的研究采用了定性分析方法,主要分析信息通信技术驱动下我国互联网信息服务业商业生态系统创新的动力机制和模式以及创新驱动下的文化产业生态系统的动力机制和企业的竞争战略。同时,本书还广泛运用了案例分析方法,对具体事例进行“解剖麻雀”,以小见大,在互联网信息服务业商业生态系统中,分析了在线应用商店、阿里巴巴商业生态系统等案例。在文化产业生态系统中,对北京市文化产业的集群化发展进行了案例分析。

三是历史的分析方法和逻辑的方法。历史的分析方法是对事物发展的自然进程进行具体分析研究和描述的方法。逻辑的分析方法是以理论的形态和逻辑推理的方法概括地反映历史过程的研究方法。本书在分析过程中,从互联网信息服务业和文化产业行业发展的整个进程去把握,将历史研究方法和逻辑研究方法相结合,使得相关研究结论既是逻辑推演的结果也是生态系统发展趋势的必然反映。

(二) 技术路线图

本书的技术路线图如图 1-1 所示。

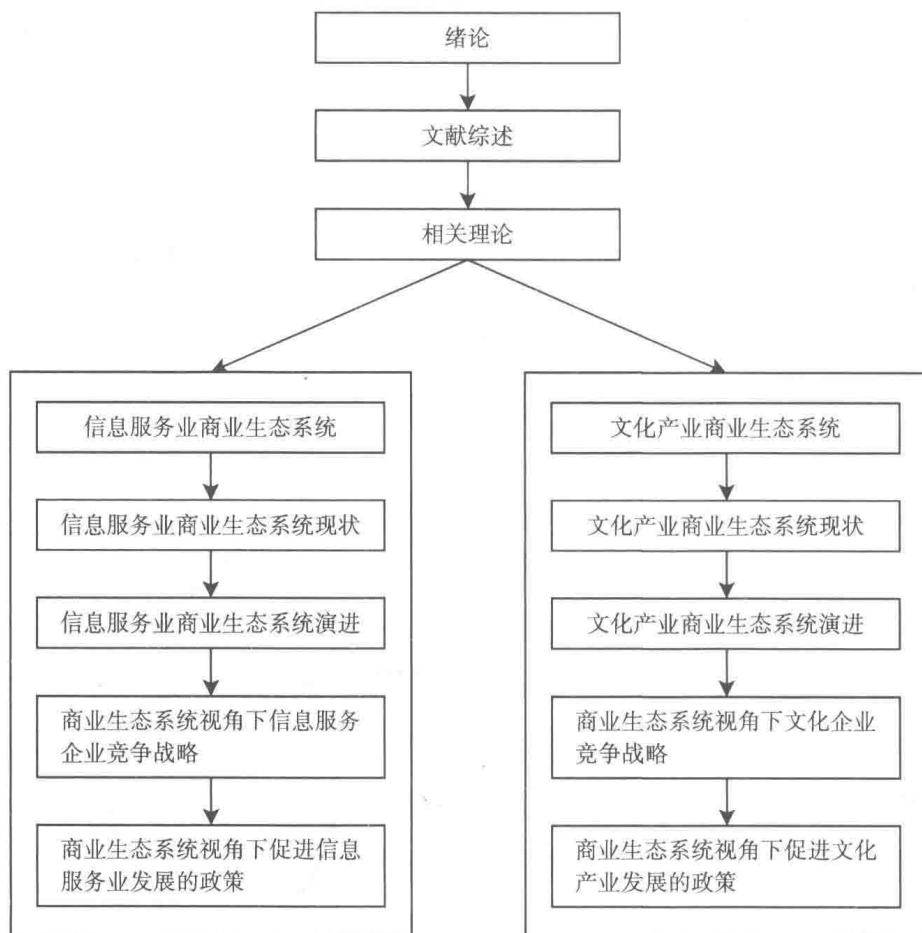


图 1-1 本书的技术路线图

第二章 文献综述

要研究现代服务业的商业生态系统，就必须回顾商业生态系统及其相关理论发展的已有研究，由于商业生态系统是一门新兴的理论，其内容包含诸多领域，本章将梳理这些理论的已有研究成果，并对其进行简单介绍。

一、商业生态系统概念

当经济行为从独立个体行为走向相互联系的网络经济时，商业策略的研究也逐渐演化并包含多维视角来理解组织间的持续互动关系和行为（Ghisi & Martinelli, 2006）。原先的在一般市场中以原子个体单位的竞争关系研究已不足以研究当前的包含社会网络、专业化网络和与其他公司的关系网络中的竞争合作关系（Granovetter, 1985; Gulati, 1998; Galaskiewicz & Zaheer, 1999; Gulati 等, 2000）。同时，社会环境也不再是无特征的、原子的，而是超越了组织的影响，作为企业管理策略的重要组成部分（Hakansson & Shenota, 2006）。

商业生态系统是美国战略专家 James F. Moore 在 1993 年的《哈佛商业评论》上发表的《捕食者与被捕食者：竞争的新生态学》一文中首次提出的，明确商业生态系统是以组织和个人的相互作用为基础的经济联合体。Moore（1993、1996）

认为,商业生态系统是一个理解经济群落如何运转的概念。他将商业群落称为商业生态系统并且将这个概念替代了原先的产业概念。除了 Moore 之外,还有很多学者也讨论了商业生态系统的概念。Iansiti & Levien (2004) 没有将注意力放在对商业生态系统的定义上,而是发展了一个理解商业网络的视角。这个视角提供了一些丰富的和有用的术语和强大的洞察力来对商业网络进行研究。他们试图借用生态系统中的概念来理解这个商业网络。他们认为在很多方面,生物生态系统可以看作是从理论层面上理解网络世界中的策略以及机会和挑战的简单的类比和隐喻。他们认为概念化商业网络的很好的方法就是将它与生物生态网络相比较,因为生态系统的很多特征,如结构、成员间的关系、关系的类型、成员的角色等不同等都和商业网络有惊人的类似之处。商业生态系统主要强调经济主体间的相互联系,即经济主体之间为了生存和发展而相互依赖的特征 (Peltoniemi, 2005; Den Hartigh & Van Asseldonk, 2004)。相对于其他经济学和管理学理论,商业生态系统仍然是一个相对较新的研究领域,不同的学者使用不同的概念、研究视角和目标。下面我们分别介绍不同学者是如何定义商业生态系统的,以及他们的研究视角和研究对象又是如何。

Moore (1993) 认为,商业生态系统的概念是以创新视角来分析集中协同进化的微观经济主体。商业生态系统范围包含广泛的行业、产业。这些产业中的企业协同进化并创新、合作和竞争性地生产新的产品,满足消费者需求,整合下一轮的创新等能力。他的研究对象是商业网络,使用的是理论分析,试图去理解使用生物学的生态系统来解释策略逻辑的变化。Moore (1996) 的著作中又进一步分析如何尝试用生物学的生态系统来描述一家公司在商业生态系统中如何失败或成为领导者,但并没有给出在商业生态系统中复杂关系机制的解释。在其 1996 年的另一篇文章中,他讨论了商业生态系统内企业进行策略决策的框架。强调创新要求企业可以通过合作、联盟或者标准等途径与其他合作者的共同进化,并提出议价能力是赢家和胜利者的关键因素。商业生态系统中企业的潜力来源为议价能力、持续的创新、对商业生态系统的嵌入性等。

Iansiti & Levien (2004) 认为,现代行业中高度分散化和网络化的结构只是