



李成钢◎主编

“互联网+”创新创业 模式运作和案例解析

INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP MODEL
AND CASES ANALYSIS
OF INTERNET PLUS

中国纺织出版社



“互联网+”创新创业 模式运作和案例解析

李成钢◎主编

INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP MODEL
AND CASES ANALYSIS
OF INTERNET PLUS

 中国纺织出版社

内 容 提 要

创新是社会进步的灵魂,创业是推动经济社会发展、改善民生的重要途径。本书从“互联网+”的视角,透析了多领域的创新和创业的案例和模式。全书分为上下两篇,上篇为理论政策篇,重点分析互联网的本质特征和“互联网+”创新创业的政策解析;下篇为行业案例篇,透析了“互联网+”背景下的衣、食、住、行、教育和服务等行业的运作模式和创新案例。该书较清晰地反映了“互联网+”下的多行业创新案例,并针对案例进行了模式剖析,为“互联网+”和“创新创业”提供了一个较为清晰的结合视角和分析方法。可以为政府政策制定、行业的咨询服务、教师教学案例和学生自学等多方面提供开卷有益的参考和帮助。

图书在版编目(CIP)数据

“互联网+”创新创业模式运作和案例解析 / 李成钢主编. — 北京:中国纺织出版社, 2017.2 (2018.3 重印)

ISBN 978-7-5180-3325-6

I. ①互… II. ①李… III. ①互联网络—应用—创业—研究 IV. ①F241.4-39

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第033429号

副主编:丁辉 游千 黄泽静 闫萌 鲁思晴 刘兵兵

策划编辑:顾文卓 责任印制:储志伟

中国纺织出版社出版发行

地址:北京市朝阳区百子湾东里A407号楼 邮政编码:100124

销售电话:010-67004422 传真:010-87155801

<http://www.c-textilep.com>

E-mail: faxing@c-textilep.com

中国纺织出版社天猫旗舰店

官方微博 <http://weibo.com/2119887771>

北京玺诚印务有限公司印刷 各地新华书店经销

2017年2月第1版 2018年4月第3次印刷

开本:710×1000 1/16 印张:10

字数:155千字 定价:59.80元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

前 言

“创新是社会进步的灵魂，创业是推动经济社会发展、改善民生的重要途径。”当前，创新创业不再是少数人的专利，而是多数人的机会。特别是在经济发展进入新常态的时代背景下，创新创业已成为引领新常态、实现新发展的强大动力。创新创业作为稳增长的有生力量、调结构的有效方式、惠民生的有益渠道、促改革的有力举措已经成为时代潮流，汇聚起经济社会发展的强大新动能。

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着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，深化了互联网时代“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创新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、培育新兴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。”

基于这样的认识，本书在分析“互联网+”创新理论和政策的基础上，针对衣、食、住、行、教育、服务等行业在“互联网+”下的创新创业模式和案例进行了系统的分析。

全书分为上、下两篇，共十章。

上篇：理论政策篇，主要由李成钢执笔完成。

第一章：互联网的本质和特征。主要探讨了人类文明的演进、信息化的发展历程、互联网的工业化基础、互联网经济的属性和互联网特征等内容。

第二章：互联网经济下供给理论的创新。主要探讨了互联网环境下供给主体——“厂”和“商”的共同发展、数据成为不可或缺的生产要素、生产性供给、商业性供给、供给商品和供给主体等问题。

第三章：互联网经济下需求理论的创新。主要探讨了互联网环境下需求函数的演变、网络外部性和梅特卡夫定律、网络经济中的边际效应递增现象、网络时代需求主体的变化和网民结构分析等内容。

第四章：“互联网+”创新创业的政策梳理和解析。主要从政策的层面，梳理了创新创业的目的和意义、“互联网+”在创新创业中的作用、“互联网+”创新创业的思路和原则、“互联网+”创新创业的工作重点等。

下篇：行业案例篇。

第五章：衣——网红的崛起和在服装行业的创新应用。主要分析了网红的含义和特征、网红的外部支持和内部发展、网红经济的价值挖掘、网红在服装产业应用的案例分析、网红与品牌创新、中外网红对比和中国网红的未来等内容。由游千执笔。

第六章：食——互联网在餐饮行业中的应用和创新。主要分析了中国餐饮业的发展现状和问题、“互联网+餐饮”的模式创新和未来趋势，分享了一个餐饮达人的创业案例。由鲁思晴、丁辉执笔。

第七章：住——互联网共享模式在短租领域的运用。主要分析了共享模式的定义和产生背景、互联网平台支撑的共享模式、共享经济模式的演变、互联网平台支撑下共享经济模式在短租领域的应用等。由丁辉执笔。

第八章：行——“互联网+出行”的模式创新及案例。主要介绍了“互联网+出行”的研究背景、基本概念和发展现状，分析了神舟专车、嘀嗒拼车、微车、滴滴出行等企业的商业模式。由黄泽静执笔。

第九章：在线教育的发展和模式创新。主要分析了在线教育的发展状况、商业模式、在国内外企业的应用、存在的关键性问题等。由闫萌执笔。

第十章：IT 移动智库——“找专家”平台。主要分享了一个“互联网+服务”的企业案例——“找专家”平台，分析了该平台实施背景、内涵和功能解析、目标和宗旨、运作模式、优缺点等。由刘兵兵、李成钢执笔。

在本书构思、成文过程中，要感谢很多企业界、研究院和学校的各界朋友们，作者在与他们的讨论、交流、合作中，不断产生新的观点和思路。

互联网经济正在影响着政治、经济、社会、文化等各个领域，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。

李成钢

2017 年 1 月

目 录

I 上篇 理论政策篇 I

第一章 互联网的本质和特征	3
一、人类文明的演进	3
二、信息化的发展	4
三、互联网的工业化基础	5
四、互联网经济的属性	6
五、互联网的特征	8
第二章 互联网经济下供给理论的创新	11
一、互联网环境下供给主体——“厂”和“商”共同发展	11
二、数据成为互联网时代不可或缺的生产要素	11
三、互联网环境下生产性供给的加强	12
四、互联网时代商业性供给的突破	13
五、互联网环境下供给商品的丰富	15
六、互联网对供给主体的重塑	16
第三章 互联网经济下需求理论的创新	18
一、互联网环境下需求函数的演变	18
二、网络的外部性和梅特卡夫定律	19

三、网络经济中的边际效应递增现象	20
四、网民成为网络时代的需求主体	22
五、网民结构分析	24
第四章 “互联网+”创新创业的政策梳理和解析	28
一、创新创业的目的和意义	28
二、“互联网+”在“双创”中发挥重要的作用	29
三、“互联网+”“双创”的思路和原则	30
四、“互联网+”创新创业的工作重点	31

I 下篇 行业案例篇 I

第五章 衣——网红的崛起和在服装行业的创新应用	35
一、网红的含义和特征	35
二、网红的外部支持和内部发展	36
三、网红经济的价值挖掘	42
四、网红在服装产业应用的案例分析	47
五、网红与品牌创新	53
六、中外网红对比和中国网红的未来	56
第六章 食——互联网在餐饮行业中的应用和创新	59
一、中国餐饮业的发展现状和问题分析	59
二、“互联网+餐饮”的模式创新	62
三、“互联网+餐饮”的未来趋势	70
第七章 住——互联网共享模式在短租领域的运用	73
一、共享模式的定义	73
二、共享模式产生的背景	74

三、互联网平台支撑的共享模式	76
四、共享经济模式的演变	79
五、互联网平台支撑下共享经济模式在短租领域的运用	83
第八章 行——“互联网+出行”的模式创新及案例	96
一、研究背景和基本概念	96
二、“互联网+出行”的发展现状	97
三、神州专车的商业模式分析	105
四、嘀嗒拼车的商业模式分析	106
五、微车的商业模式分析	108
六、滴滴出行的商业模式分析	110
七、结束语	120
第九章 在线教育的发展和模式创新	121
一、在线教育概述	121
二、在线教育的商业模式解析	126
三、典型商业模式在国内外企业中的应用	131
四、在线教育商业模式的关键问题分析	137
五、总结	141
第十章 IT 移动智库——“找专家”平台	143
一、项目实施背景	143
二、“找专家”平台的内涵和功能解析	143
三、创新的目标和宗旨	144
四、平台主要功能	144
五、平台运作模式解析	145
参考文献	147

| 上篇 理论政策篇 |



第一章 互联网的本质和特征

一、人类文明的演进

“纵观世界文明发展史，人类先后经历了农业革命、工业革命、信息革命。每一次产业技术革命，都给人类生产生活带来巨大而深刻的影响。”从社会分工和人类社会演进的角度进行分类，人类文明可以分为农业文明、工业文明和工商文明（商业文明）。

农业文明，是农业社会的主导文明形态，是人类在自然界中求生存的初始阶段，有人称之为农耕文明。是人类摆脱纯粹依赖自然的生活形态。以自己的智慧来谋求生存的开始。农业文明以农业作为主导产业，围绕农业开展技术改进和创新，以农为本，演化出自己的生产方式、社会结构、制度安排、风俗习惯和价值观念等。

工业文明，是基于工业社会表现出的文明形态，它以工业革命为起点，工业化为标志，以机械化、社会化大生产为核心，构建出基于工业基础的上层建筑、城市化形态、法律制度、民主特色、文化特色、价值观念等方面。工业文明不仅仅是对农业文明的物质基础的改进，而且演绎出了自己的独立文明形态，最终结束了延续千年的农业文明时代，开启了工业文明时代。

商业文明，也有人称之为工商文明。如果说农业文明是生产和消费不分家的文明形态，工业文明是生产和消费分离的分工文明，那么商业文明就是连接生产和消费的融合的连接文明。它需要社会分工发展的基础上产生。工业社会的社会化大生产创造了丰富的产品，为商业文明的发展奠定了基础，在连接生产和消费的过程中，演化出独立的文明形态和体系。商业文明是以价值观、

标准、制度等精神文明为主体的文明，源于工业基础，但是商业文明以自己的独特文明形态反过来与工业文明互动性地制约和发展。

农业文明、工业文明和商业文明是从社会分工发展的角度分类的一定社会主导型的文明形态，并不是一种绝对的阶段性划分，即使现在，也存在传统的农业文明，商业文明的出现也不意味着工业文明的消失，一种文明形态的出现代表的是社会文明的主导形态的演进。

二、信息化的发展

正如人们喜欢用有代表性的生产力或者经济、产业的促进方式作为一个时代的代名，如果按生产工具的改进、促进的角度划分，人类经过了石器时代、青铜时代、铁器时代、蒸气时代和电气时代，之后，随着计算机和互联网的发明和使用，人们认为人类开始进入信息时代。一般来讲，把信息化和信息时代的演进分成三个阶段。

第一阶段，数字化。源于计算机的发明和使用。计算机于1946年产生于美国，它是集体智慧的结晶，主要由艾克特和穆克利发明，又称为“电子管计算机”，顾名思义，其主要是由电子管构成，研制的主要目的是为美国军队更精确地计算导弹运行轨迹和增加命中率，更多的功能在于计算。这台名为“ENIAC”的计算机的诞生，标志着现代意义上的信息时代的萌芽。计算机发明和使用的另一个里程碑式的事件是美国人口普查局将艾克特和穆克利在美国制造的世界上第一台商用计算机——通用自动计算机（UNIVAC）买去做人口普查的数据处理，扩展了计算机的应用和功能。数字化，即计算机化，它是把数据、文字、图表、语音和视频等信息变成计算机可识别的语言——“0”和“1”，并在此基础上发展出各种各样的信息采集、处理、存储、传播和利用的计算机信息系统。

第二阶段，网络化。网络化的开始可以追溯到美国的ARPA网。1969年，美国在ARPA制定的协定下，将美国西南部的大学加利福尼亚大学洛杉矶分校、斯坦福大学研究学院、加利福尼亚大学和犹他州大学的4台主要的计算机连接起来。这是计算机联网的开始，后经过蒂姆·伯纳斯·李（Tim Berners-

Lee)、温顿·瑟夫(Vinton G. Cerf)、罗伯特·卡恩(Robert Elliot Kahn)等互联网先驱的不断创新和完善,逐步发展出基于微机的局域网、广域网、城域网等,20世纪90年代中期,迎来互联网发展的一个高峰,互联网及各种其他网络在全球迅速普及,应用发展风起云涌。网络化以数字化为基础,并对“数字化”了的计算机能够识别的“语言”进行传输,不断放大数字化的效果,对政治、经济、社会、文化、生活等多个领域产生了巨大的影响,让人们切身感受到信息时代正在悄然到来。

第三阶段,智能化。智能化的趋势使信息革命重新回归于计算机的本质特征——计算,是在数字化、网络化基础上的高端应用。智能化的核心是构建完善的计算模型,并将信息输入模型进行模型化处理,得出最优解,对管控对象实施实时管控。目前的智能交通、智能电网、智慧社区、智能家居等领域,均是智能化在各个领域的应用和实践。

数字化、网络化、智能化在当今社会逐次出现、交叉发展,是人类步入信息时代的主要表现和标志。

三、互联网的工业化基础

信息时代的到来,使商业的发展具有较强的时代特色,传承千年的商业与信息社会结合,演绎了一套全新的商业文明,可以说,以互联网发展为基础的网络经济的发展是新商业文明形成的基础。在新的商业文明形成和研究中,以阿里巴巴为代表的我国电子商务平台型企业给出了全新的商业文明的案例,并较早地提出了新商业文明概念,解析了新商业文明的基本含义。从人类文明的演进路径可以看出,互联网经济的发展是以“工业化”为基础的,全新的信息时代的商业文明是在农业、工业和商业文明发展基础之上的。2015年,李克强总理在第十二届全国人民代表大会第三次会议上提出的制定“互联网+”行动计划,为互联网的工业化基础定下基调。李克强总理在政府工作报告中提出,“制定‘互联网+’行动计划,推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展,引导

互联网企业拓展国际市场。”互联网的“+”，倡导的是一种融合、一种创新，在肯定了现有的工商业基础的前提下，对以互联网为代表的信息技术的促进作用给出了肯定性诠释。

可以从工业和互联网的本质属性两个方面来探讨互联网经济的工业化基础问题。

一方面，工业经济的发展与人类的生存密切相关，人类的生存和发展需要基础的物质和资源，而工业经济的发展源于自然资源的占有和配置，从这个意义上说，工业经济是为人类更好地生存和发展的资源性物质的配置形态，与互联网经济的发展目标没有冲突，而互联网经济的落地化发展，必然离不开工业经济的基础。这是由工业的本质属性决定的。

另一方面，互联网的发展，是以服务性和辅助性的姿态出现的。互联网信息的传播基础，网线、基站等基础设施的铺设，需要工业经济；其服务和改造的对象，也需要与各个产业结合，而结合的点还是离不开工业的基础设施，无论是改造农业基础设施，打造现代化农业；还是与教育、卫生等行业的结合，都离不开工业的基础。按照我们现在的国民经济各个部类的划分标准，互联网的发展和创新，基本都能够融入某些产业和部类中去。

人类社会的演进是一种继承式的发展，每一个时代都会带有上一个时代的痕迹，互联网的发展，如果离开了现有的工业发展和基础，那就是无源之水；同样，如果工业经济在目前不主动地借用互联网的先进模式和技术来进一步提升，同样会失去持续性发展的机会。因此，工业化的基础性理论和认识，同样适用于互联网经济的研究，毕竟工业的基础性地位没有改变，但是在一些具体的问题上，可能需要进行重新认识。

四、互联网经济的属性

互联网经济是在工业经济基础上发展起来的，那么除了具有工业经济基础的基本特征外，互联网经济的本质特征还表现在很多方面。

1. 从网络经济发挥作用的领域和空间来看, 互联网经济不是解决工业经济中基础性的“有无”的问题, 而是重点解决“更好”的问题

从农业和畜牧业的分工、手工业和农业的分工、专门的商人的产生, 再到工业社会的技术进步, 人类社会形态的演进和技术的每一次改进, 都是基于生存基础上的发展需求, 工业的发展也是在工业化农业基础设施的基础上, 主要是提高效率和进一步满足需求变化。互联网经济也是如此, 互联网经济的基础是工业经济, 其发展也要在工业经济的基础上进行发展, 即互联网经济在满足人类的衣食住行等基本需求基础上的, 满足“更”的需求。马斯洛的需要层次理论从需要的类别把人类的需要分成生理、安全、归属、尊重和自我实现的需要, 并把其归结为层递性的需求; 而克莱顿·奥尔德弗的生存关系及发展理论从修正的角度, 把马斯洛的需求层次理论调整为生存、关系和发展三种需求, 这在当时的经济条件下, 从心理学和行为科学的角度可以一定程度反映人的需求逐步完善的行为模式。但是在互联网经济的条件下, 人需求的满足和挖掘确需要进一步的理论来完善, 如在前两者分析中, 衣食住行属于生理、安全和生存方面的基础, 但是在互联网经济的条件下, 在衣食住行等基本的需求方面却不断地延伸发展, 并通过互联网与传统产业的融合发展, 在不断满足这些方面的纵深需求的同时, 不断进行创新发展。即互联网经济时代, 个体需求的演变是否像两位学者表述的那样为生存、关系和发展, 需要从互联网对市场和消费者需求影响出发, 来进一步研究。

2. 互联网经济具有依附性

从前面的互联网产业的表现来看, 互联网经济发挥作用的领域, 基本都是工业经济时代的具体产业。这里谈到的互联网经济的依附性, 要强调的是两层含义: 一是互联网需要与传统的产业结合, 才能发挥更大和更实际的作用, 体现的是网络经济的工业基础; 二是互联网经济通过依附传统产业, 是在进一步提升传统产业的效率和效益, 强调的是互联网经济的创新的本质特征, 即融合性、协同性创新的特质。

3. 互联网跨界融合的本质是一种协同创新

创新往往发生在交叉的边缘地带。协同创新的核心是分享和合作。协同创

新，以合作和分享突破原有不同主体间的壁垒和隔阂，以“求同存异”的姿态进行全方位、多样化的交流与协作，找寻彼此间的共同目标，从而实现人力资源、资本、信息、技术等要素的深度合作。互联网的跨界融合也是基于协同创新的模式而发展起来的。但要注意以下两个方面：

其一，跨界融合创新是手段而不是目的。跨界的目的是基于共同的目标和愿景，或者是为突破横亘在领域发展之间的壁垒，是为了解决某一问题，保持可持续发展的态势，而必须进行的跨界。所以，跨界融合创新的必要性和可行性需要进行预研，不能“无病呻吟”，为创新而创新，跨界需要“接地气”。

其二，跨界也意味着继承。两个独立的个体进行跨界融合，不是摒弃掉自己所有的固有优势，而是各自把自身的优秀因素拿出来进行集成。传统行业在与互联网产业的融合中，传统行业中的经典的、本质化的模式和特点被保留，融合了最新互联网的技术和模式，形成新的创新增长点。是“你中有我，我中有你”的局面，而不是完全独立的创新主体的甲、乙双方，加上新出现的丙，形成关联性不大的三个个体。跨界不是与传统的决裂，而是一种传承和发展。

人类经历了农业社会、工业社会，已经建立了较为完善的国民经济体系，各行业的分类较为完善，从互联网、电子商务发挥作用的空间看，它的创新更多地体现在融合性创新和观念习惯的改变，没有离开传统的实体经济，也没有背离传统的工业体系，只是在现有国民经济体系基础上的完善和发展。

五、互联网的特征

第一，网络的无限连接性，使彼此之间的联系和影响成为可能，为外部性的产生提供了基础。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连接关系，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，还可以是一张图片、一个电子邮件地址、一个文件，甚至是一个应用程序。而这种看似物物之