

“十五”重点出版物规划项目
安徽大学“211工程”三期重点学科项目



Research on Electronic Business Ecology of
Anhui Province

安徽省电子 商务生态研究

刘晓云 汪怡 等著

全国百佳图书出版单位

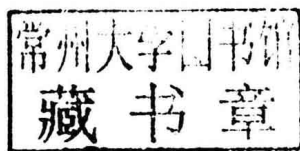
时代出版传媒股份有限公司
安徽人民出版社

安徽省“十二五”重点出版物规划项目
安徽大学“211工程”三期重点学科项目

Research on Electronic Business Ecology
of Anhui Province

安徽省电子 商务生态研究

刘晓云 汪怡 等著



全国百佳图书出版单位
时代出版传媒股份有限公司
安徽人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

安徽省电子商务生态研究 / 刘晓云, 汪怡等著. —合肥: 安徽人民出版社, 2011.12

ISBN 978-7-212-04347-6

I. ①安… II. ①刘… ②汪… III. ①电子商务—研究—安徽省
IV. ①F724.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 243195 号

安徽省电子商务生态研究

刘晓云 汪怡 等著

出 版 人: 胡正义

丛书策划: 白明

责任编辑: 蒋越林

装帧设计: 钱志刚

出版发行: 时代出版传媒股份有限公司 <http://www.press-mart.com>

安徽人民出版社 <http://www.ahpeople.com>

合肥市政务文化新区翡翠路 1118 号出版传媒广场八楼

邮编: 230071

营销部电话: 0551-3533258 0551-3533292 (传真)

印 制: 合肥现代印务有限公司

(如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与印刷厂商联系调换)

开本: 710×1010 1/16

印张: 19.5

字数: 310 千

版次: 2012 年 5 月第 1 版 2012 年 5 月第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-212-04347-6

定价: 46.00 元

版权所有, 侵权必究

《安徽经济社会发展论丛》

编委会名单

(按姓名笔画排序)

丁怀超 王邦虎 韦 伟 方爱东 叶裕民 孙久文
孙自铎 芮必峰 杨俊龙 李光龙 李远行 李财富
李明发 李晓玲 肖金成 宋 宏 张德元 陆 林
陈义平 陈建军 陈栋生 陈 耀 周亚娜 荣兆梓
胡 艳 梁 琦 蒋长流 程必定 程雁雷 曾 刚
鲍曙明 魏后凯



总 序

中国社会科学院荣誉学部委员

陈栋生

中国区域经济学会原副会长

改革开放初期,我和一些研究区域经济的学界同仁曾经提出在我国沿东西、南北走向的大通道建设几条产业带、城镇带,使其发挥国民经济骨骼系统的作用,沿长江产业带就是其中重要的组成部分。三十年过去了,我们欣喜地看到这一条产业带已初具雏形。以上海市为中心的长三角经济圈是我国综合经济实力最强的经济区域,对于带动整个长江流域乃至全国的经济腾飞具有举足轻重的地位。现在随着安徽、江西等省份逐渐被泛化进这一区域,泛长三角作为一个更具发展潜力的经济区域愈益凸显。长三角城市向周边地区的经济辐射功能日益增强,这给周边地区带来了极大的发展机遇。安徽省作为泛长三角区域的重要一员,又处于我国产业转移由东向西推进的“前沿地带”,居于重要的战略区位,面临重大战略机遇。在这样的时间与空间交汇点上,研究安徽经济社会问题,其理论与现实意义,已经超越了区域的局限,具有普遍价值。

安徽大学“211 工程”三期重点学科项目:“经济学与安徽经济社会发展”的系列研究成果,凝聚了安徽大学经济学院、社会与政治学



院、商学院、管理学院、法学院、新闻学院、马克思主义研究院许多教授的辛勤努力,内容非常丰富,对安徽经济社会如何又好又快发展提出了许多真知灼见,既有现实性又有前瞻性,内容涉及泛长三角国际化战略、安徽省城镇化发展战略、安徽旅游业跨越式发展、安徽文化产业发展、低碳经济与安徽工业化战略、产业转移与安徽的承接对策研究,等等。

丛书有两大特点:首先是多学科交叉,内容囊括了安徽经济社会生活的诸多方面,研究过程中研究者运用了多种学科的研究方法,这种学科“抱团”、“交叉”的研究特色,使研究结论贴近现实;其次是丛书的层次性、立体感很强,从课题框架设计到丛书的谋篇布局,丛书的各部分研究内容具有一种相互支撑、相互补充的效果。

相信这套丛书的问世对安徽省“兴皖富民,加速崛起”将起到重要的启发和指导作用,会对我国区域经济学、城市经济学发展做出积极贡献。

是以为序。

2011年9月20



出版前言

在中国的区域版图上,安徽是一个紧邻东部沿海地区的中部省份,自然生态资源丰富,人文历史积淀深厚,人口数量和密度较大,传统上是一个资源大省、农业大省、人口大省。从中国改革开放以来的区域非均衡与梯度发展战略考察,安徽又是一个尚欠发达的“后发”省份。然而,就是这样一个普通省区,却常常成为中国区域发展进程中的热点和焦点。1978年淮河之畔小岗村的“大包干”引发了中国农村改革,被称为中国改革的发源;安徽率先进行农村税费改革,是谓中国取消农业税的开端,以至于学界早有“研究中国农村农业农民,不可不研究安徽”的共识;在中国东部沿海工业化、城市化“先发”进程中,安徽输出了800万~1000万农民工,是中国近30年来“人口红利”的重点供给省区,以至于学界研究中国当代人口迁徙、人口红利、农民工现象和新型城市化等问题,也不能不研究安徽。当中国工业化、城市化总体进入中期阶段,国家区域梯度发展逐步从东部向中西部推进、从非均衡逐步趋向均衡的新阶段之际,2010年安徽皖江城市带以其区位优势、资源环境承载优势和产业基础特色成为全国唯一的承接产业转移示范区,成为国家新一轮由东向中西部梯度推进战略的重点。作为自主创新典范的“奇瑞汽车”诞生地,2010年安徽被列为“国家技术创新试点省”,在中国转变经济发展方式中再次“先行先试”。“十二



五”时期开局的2011年,国务院批准安徽省撤销巢湖市并拆分归属于合肥、芜湖、马鞍山三市的行政区划调整,是近30年来全国首个撤销设区市的行政区划调整,对于区域发展空间结构优化、行政体制改革和新型城镇体系建设等无疑是先行实践,自然备受全国关注。如是等等,使安徽在中国区域经济社会发展中独具特点,尤其在区域梯度推进格局下“后发”地区追赶和崛起历程极具典型意义。正是因为如此,就区域经济社会发展研究而言,特别是研究“后发”地区经济社会发展的规律性而言,安徽必然是一个富于典型意义的样本,值得研究,而且是深入研究。

自从上海开埠,安徽在近现代史上始终是长三角城市群的外围。从地理位置看,安徽全境几乎都在以上海为圆心的五百公里经济圈范围之内;但从经济发展看,安徽全境又都在经济发达的长三角城市圈之外。因此说,安徽是长三角地区的“近郊”,即发展经济学所说的中心地区周边的“外围地区”。长期以来,这个中心与外围的经济关系一直是以集聚效应为主,辐射效应为辅,这就是过去安徽经济社会发展缓慢的区域经济学原因。但是这种格局在过去的两个五年规划期间开始发生变化,尤其是“十一五”规划期间,长三角城市群的经济实力终于达到这样一个转折关头,其自身的经济地理空间显得越来越狭小,与周边地区——苏北、浙西南以及安徽全省——的关系,开始从集聚效应为主向辐射效应为主转换,产业转移已经成为中心地区自身发展的要求。整个长三角经济圈正在大上海这强大引擎牵引下加速前行,稳步走向充满活力的世界首位城市群。安徽经济快速发展的机会现已到来。这一点突出表现在安徽皖江城市带,尤其是其东段若干城市通过承接长三角产业转移而快速发展。合肥、芜湖、马鞍山和铜陵四市作为安徽经济第一梯队近年来的突出表现,以及它们正依次进入长三角城市群扩容范围的现实,是我们对形势作此判断的主要依据。2011年撤销巢湖市的行政区划调整,对合肥、芜湖、马鞍山等市的聚



合抱团,整体融入长三角城市群,形成强大推动力。安徽经济未来若干年的发展,大体上将呈小“雁阵”态势:以皖江东段四市为头雁,皖江城市带其他城市紧随其后,皖北、皖西和皖南地区依次跟进,前后有序地通过工业化、城市化、城乡一体化走向全面小康。

安徽大学的“211工程”建设起始于“九五”期间,经过“十五”、“十一五”,目前已经建设到第三期。该校“211工程”从第一期开始就确定“经济学与安徽经济发展”为重点学科项目。进入三期建设以来,根据新时期和谐社会建设的需要,进一步将这个重点学科项目扩展为“经济学与安徽经济社会发展”。项目以经济学科为主干,将建设范围拓展到与安徽经济社会发展相关的各社会科学学科;在“211工程”一、二期建设的基础上,凝炼成三个主攻方向:区域发展中的制度创新,泛长三角工业化、城市化和国际化,安徽农村改革与新农村建设,力争理论研究的创新突破,在服务地方中发挥带动作用。项目建设既有延续性,又适应了时代变化的需要。

“安徽经济社会发展论丛”是安徽大学“211工程”三期重点学科项目“经济学与安徽经济社会发展”的建设成果之一,其中也包含了前两期建设成果的积淀,丛书每一位作者的学术研究的积淀,他们所在的研究团队合作创新的积淀,以及相关学科几代人教学与科研长期努力的积淀。其汇集出版,旨在服务地方发展和提升学校学科建设水平,希望丛书的出版能够给这个不间断的进程注入新的活力。

丛书的作者群体以安徽大学社会科学各学科的教师为主体,同时特邀了一部分安徽省内其他部门的专家学者,他们也是安徽大学的兼职教授。丛书学科涉及面宽,涵盖了经济学、管理学、社会学、法学和新闻学等,研究内容集中在安徽当前现实;研究方法上力争“顶天立地”,即贴近理论前沿成果,探讨地方经济社会实际。对于安徽大学相关学科的研究和教学工作者来说,这是一次向实践学习,在实践中锻炼队伍的极好机会。



摆在读者面前的丛书第一批九部专著,以及此后将出版的第二批、第三批,都是作者们新近完成的力作,讨论的是安徽经济进入“十二五”时期面临的新情况与新问题,由此导出的政策主张,往往正在讨论,甚至热议中,具有鲜明的个性特征。但这些意见和建议又是作者们多年苦心钻研,诚实思考的结论,无论它能否转化为现实的政策方案和实务措施,作为学者的思考,对于决策部门都应有特殊的参考价值。希望丛书提供的智力资源,能够对安徽经济社会当前和未来发展的重大实践做出应有贡献,为区域经济社会发展学术研究提供富有价值的参照。

荣兆梓 宋宏

2011年10月20



导 言

电子商务作为现代信息社会的一种商业运作方式,已广泛渗透到生产、流通、消费等各个领域,对改变传统经营管理模式、有效降低交易成本、提高经济运行效率、促进经济发展起着越来越重要的作用。欧美等西方国家凭借其较为成熟的市场经济体系框架和发达的信息基础设施,一直引领着全球电子商务的发展。一些国外大型企业,特别是跨国公司,通过实施 B2B 电子商务不断优化其全球资源配置,极大地提高了竞争优势。绝大多数的中小型企业也在借助 B2C 等方式开展网上营销和零售。统计数据显示,2011 年,美国电子商务产生的营业额已占全年整个营业额的 1/3 以上,电子商务已经成为西方发达国家商业业态的主要形式。从国内来看,随着信息基础设施的不断完善和社会主义市场经济体系的逐步成熟,电子商务已经结束了“星星之火”的起步时期,正在迈入“可以燎原”的蓬勃发展阶段。2011 年,我国电子商务交易额接近 6 万亿元人民币,占 GDP 比重上升到 13%。网络零售额超过 7500 亿元,已经占到了国民消费总额的 4%。在这个过程中,涌生出一批像阿里巴巴、淘宝这样的电子商务知名企业,推动着资金流、信息流和物流的有机融合,成为促进整个国民经济健康发展的积极要素。

就我省而言,电子商务发展虽然起步较晚,规模较小,但总体环境趋向良好。一是电子商务业态日益普及。全省有 65% 的行业企业集团建立了市场电子交易系统和网络营销系统。汽车、粮食、煤炭、钢材、有色、叉车等行业或企业的 B2B 电子商务平台已得到广泛应用,农业、旅游、医药、商贸等有条件的行业和企业正在推广 B2C 电子商务服务。合肥百大集团、城隍庙小商品批发市场、白马服装城等传统实体商贸企业正在拓展网上商贸,开展线上线下资源的互补整合。二是物流体系快速发展。初步形成了以公路、铁路、水运、民航和管道为基础,若干大型物流工业园为牵引,其他中小规模物流公司为辅的综合物流体



系。三是电子商务支撑体系逐步完善。一方面在政府主导下,出台了支持鼓励电子商务发展的一系列指引政策,建立省CA(电子认证)中心,完善银行网上支付手段,规范并强化了交易安全行为,及时开展电子商务人才培养工作。另一方面,通过省电子商务协会等中介组织,搭建政府和电子商务企业之间的沟通桥梁,进一步汇聚各行业电子商务企业资源,开展企业自律和行业技术进步。通过政府、中介和企业的多方协调互动,推动我省电子商务不断健康茁壮成长。眼下,我省正处于加快转变经济发展方式、推进经济转型升级,全面提升信息化水平的关键时期。要保持经济又好又快发展,构建包括电子商务在内的现代产业体系无疑是重要手段之一。实践证明,在转型过程中,电子商务正在成为企业和广大创业者的得力助手。

国内鲜有文献从商业生态的视角研究区域电子商务的发展。本书给出了电子商务生态系统的理论分析框架,立足于安徽省电子商务发展现状,从全省的信息化水平、法律政策环境、公共服务环境、物流及支付等方面探讨了安徽省电子商务发展的生态环境,在此基础上讨论了安徽省代表性产业的电子商务生态主体的发展及其存在的问题并提出了相应的政策建议与发展思路。最后对安徽电子商务生态系统中的关键种群——网商的构成及生存状态进行了阐述,并提出了安徽省网商经济的发展出路。

本书参考引用了国内外大量文献,作者走访了安徽省各行业在电子商务发展上有代表性的诸多企业,做了大量的实践调研及细致的统计工作。本书是研究我省电子商务发展的首部专论,具有开创性的意义,通过本书,可以对安徽省电子商务生态发展的整体状况有较全面的了解。同时,作为一本集理论研究与应用研究相结合的论著,本书对推广电子商务理念、指导安徽省电子商务建设有着一定的参考价值。希望本书起到抛砖引玉的作用,吸引专家学者对安徽省电子商务做出更多有意义的研究;也希望省内企业通过本书,能够对电子商务的发展有一个更加清醒的了解,对我省电子商务建设成果和下一步的工作方向有一个更加清晰的认识,在字里行间不知不觉地与电子商务这个信息时代的舞者产生共鸣。

罗荣选

安徽省电子商务协会秘书长



目 录

导 言	[001]
第一章 电子商务生态系统理论综述	[001]
第一节 商业生态系统概述	[001]
第二节 电子商务理论概述	[007]
第三节 电子商务生态系统理论研究	[018]
第二章 安徽省电子商务发展现状	[024]
第一节 安徽省互联网发展概况	[024]
第二节 安徽省电子商务发展现状	[026]
第三节 安徽省电子商务发展形势	[030]
第三章 安徽省电子商务生态环境分析	[035]
第一节 “数字安徽”的建设成果	[035]
第二节 安徽省电子商务政策法规环境	[043]



第三节	安徽省电子商务公共服务平台发展	[051]
第四节	电子商务时代安徽省物流业的发展	[055]
第五节	安徽省电子商务支付系统生态环境	[070]
第四章	安徽省电子商务生态主体研究——基于产业的视角	[083]
第一节	安徽省零售业电子商务主体研究	[083]
第二节	安徽省农业电子商务主体研究	[099]
第三节	安徽省旅游业电子商务主体研究	[127]
第四节	安徽省制造业电子商务主体研究	[183]
第五节	安徽省平台型外贸电子商务主体研究	[208]
第六节	安徽省动漫产业电子商务主体研究	[238]
第五章	安徽省网商生态系统分析——基于网商群体的视角	[253]
第一节	网商的概念及构成	[253]
第二节	网商生态系统的形成	[263]
第三节	网商生态系统的结构分析	[274]
第四节	安徽省网商组群构成及生存现状	[282]
主要参考文献		[294]
后 记		[300]



第一章

电子商务生态系统理论综述

电子商务提供了一种崭新的进行商业交易的途径,它是未来推动经济的关键动力。电子商务的实施是一次世界性的创新活动,Internet 给予人们一个极大的想象空间和创造空间,也给了人们一个相当复杂的操作环境。当前,电子商务已直逼传统工业和商业的腹地,越来越多的国内企业已经意识到电子商务是未来企业提高国际竞争力和拓展市场的有效方式,并采取了主动和积极的态度。

电子商务生态系统是在传统商务生态系统的基础上发展而来的。商业生态系统将生产消费各成员看成一个整体,用系统的观点去分析他们之间的关系。由于电子商务的兴起和现代物流技术的支持,新的电子商务生态系统形成了。新系统的系统特征更加明显且系统功能更加强大。在新环境下,针对企业发展战略的复杂性,新商务生态系统不仅是一种实施电子商务的战略途径,也是一种管理理念的创新,对于每个商业个体,既是机遇,也是挑战。

第一节 商业生态系统概述

商业生态系统(Business Ecosystem):以相互作用的组织和个体为基础的经济群落,随着时间的推移,他们共同发展自身能力和作用,并倾向于按一个或多个中心企业指引的方向发展自己。简单说,商业生态系统包括企业自身及其顾



客、市场媒介(包括代理商、提供商业渠道以及销售互补产品和服务的人)、供应商,这些可以看成商业生态系统的初级物种。此外,一个商业生态系统还包括这些初级物种的所有者和控制者,以及在特定情况下相关的物种(包括政府机构和管理机构,以及代表消费者和供应商的协会和标准)。

一、理论的提出

生态系统的概念是由英国生态学家坦斯利(A. G. Tansley, 1871—1955)在1935年提出来的,指在一定的空间和时间范围内,在各种生物之间以及生物群落与其无机环境之间,通过能量流动和物质循环而相互作用的一个统一整体。随着对生态系统及社会组织结构认识的不断深入,人们发现,人类社会的组织、运转和生物学意义上的生态系统极为类似,并将“生态系统”这一概念大量引入到社会科学领域。

1993年,美国著名经济学家詹姆士·穆尔(James F. Moore)在《哈佛商业评论》上首次提出了“商业生态系统”概念,这种灵感来自于自然界。它模拟了自然界中相互依存的物种适应环境的变化,协调地生存在生态系统中,并共同进化。商业生态系统是指以组织和个人的相互作用为基础的经济联合体,从广义上讲,它包括客户、供应商、主要生产厂家、中间商、资金供应者、行业协会、政府及其关联组织或群体。一个企业要生存和发展,有时要与对手一争高下,但更重要的是要有共同进化的思想。就像自然生态系统中各生物群体的相互依赖性一样,每个成员在自我改善与改造的同时,必须对其他群体成员予以注意和配合。

1996年出版的《竞争的衰亡》一书,标志着竞争战略理论的指导思想发生了重大突破。作者以生物学中的生态系统这一独特的视角来描述当今市场中的企业活动,但又不同于将生物学的原理运用于商业研究的狭隘观念。后者认为,在市场经济中,达尔文的自然选择似乎仅仅表现为最合适的公司或产品才能生存,经济运行的过程就是驱逐弱者。而穆尔提出了“商业生态系统”这一全新的概念,打破了传统的以行业划分为前提的竞争战略理论的限制,力求“共同进化”。穆尔站在企业生态系统均衡演化的层面上,把商业活动分为开拓、扩展、领导和更新四个阶段。商业生态系统在作者理论中的组成部分是非常丰富的,他建议高层经理人员经常从顾客、市场、产品、过程、组织、风险承担者、政府与社会等七个方面来考虑商业生态系统和自身所处的位置;系统内的公司通过



竞争可以将毫不相关的贡献者联系起来,创造一种崭新的商业模式。在这种全新的模式下,作者认为制定战略应着眼于创造新的微观经济和财富,即发展新的循环以代替狭隘的以行业为基础的战略设计。

所谓商业生态系统,是指以组织和个人(商业世界中的有机体)的相互作用为基础的经济联合体。是供应商、生产商、销售商、市场中介、投资商、政府、消费者等以生产商品和提供服务为中心组成的群体。它们在一个商业生态系统中担当着不同的功能,各司其职,但又形成相互依赖、共生的生态系统。在这一商业生态系统中,虽有不同的利益驱动,但身在其中的组织和个人互利共存,资源共享,注重社会、经济、环境综合效益,共同维持系统的延续和发展。

与自然生态系统中的物种一样,商业生态系统中的每一个环节都是整个商业生态系统的一部分,每一家企业最终都要与整个商业生态系统共命运。一损俱损,一荣俱荣,商业生态系统中任何一个环节遭到破坏、任何一家企业的利益被损害,都会影响到整个商业生态系统的平衡和稳定,并最终损害系统中的每一个参与者。

二、企业生态位

生态系统的概念来自于生物学。与生物生态系统类似,商业生态系统的特征是,具有大量的松散联结的参与者,每个参与者都依靠其他的参与者,以取得各自的生存能力和效果。生态系统中的各参与者彼此命运攸关:如果生态系统健康,那么所有参与者都能够繁衍生息;如果它不健康,所有参与者都会深受其害。

商业生态系统作为一种新型的企业网络,能充分体现企业间资源的相互协调和聚集,其产生的背景主要有:

1. 超分工整合的发展促使企业更关注自己的生态位

施振荣在回顾社会与产业的演进后指出,组织随着产业趋势改变,由工业时代传统的层级式垂直整合,演进到信息时代扁平式的授权分工整合阶段,再到今日知识时代,出现了网络式的超分工管理模式。他指出,在一般制造厂内,垂直分工与水平整合才符合现代经济效益,但在知识经济时代,除了垂直分工之外,即使是水平也可能先分工再整合,这就是超分工整合。超分工整合的结果是许多公司的命运被绑在了一起,为了发展,它们组成一个相互依赖的网络,