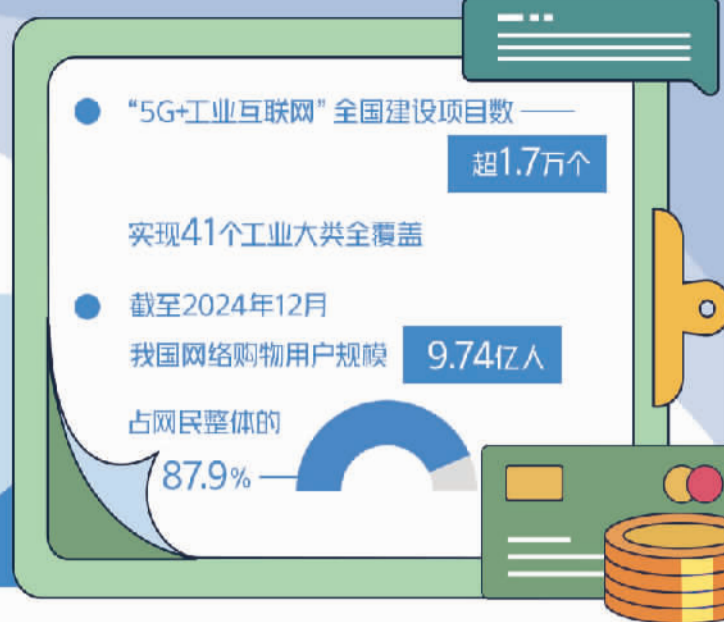


智库圆桌(第5期·总294期)

促进平台经济持续健康发展

平台经济是数字经济和实体经济深度融合的重要载体,近年来呈现快速发展趋势。我国平台企业数量、体量快速扩大,业态日益多元,在促进经济发展、推动技术进步等方面发挥了积极作用。但在快速发展过程中,也面临诸多问题和挑战。发展平台经济事关扩内需、稳就业、惠民生,事关赋能实体经济、发展新质生产力。党的二十届三中全会提出“促进平台经济创新发展,健全平台经济常态化监管制度”,2024年中央经济工作会议强调“加强监管,促进平台经济健康发展”,为平台经济发展指明了方向。本期特邀专家围绕相关问题进行研讨。



壮大工业互联网平台体系

相较消费互联网平台快速发展,我国工业互联网平台发展现状如何?有哪些痛点和难点,未来如何着力?

李承健(国务院发展研究中心宏观经济研究部第二研究室主任):平台经济是数字时代一种重要的经济形态,是数字经济的典型代表。其中,消费互联网平台提供的最终产品和服务相对容易实现标准化和规模化,过去十多年,电商平台、共享经济、电子支付、直播平台等市场规模快速增长。而面向中间生产者的工业互联网平台,由于提供的中间产品和服务面临行业间和企业间生产方式差异大、对相关基础设施要求高等挑战,发展难度相对较大。近年来,随着技术不断进步和市场需求持续增长,工业互联网平台迎来发展机遇。工信部数据显示,2023年我国工业互联网已全面融入49个国民经济大类,实现41个工业大类全覆盖。目前已建成具有一定影响力的工业互联网平台超340家,工业设备连接数超9600万台(套),工业互联网规模化应用深入推进。

工业互联网带动了制造业高端化、智能化、绿色化发展,但也要看到,目前工业互联网平台发展仍面临一些挑战。首先,工业互联网行业涉及多领域技术,关键核心技术涉及计算、软件、通信、安全等方面,我国在工业软件、工业操作系统等方面技术积累还不足,一些关键核心技术存在“卡脖子”问题。其次,我国工业体系完备,拥有产业门类齐全且创新性强的制造业体系,这也使得工业细分行业的需求差异较大,工业互联网应用场景较为分散,关联企业数字化转型进程不一致,一定程度上加大了标准化和规模化应用难度。再次,新兴产业发展初期大都面临缺乏应用场景、市场需求不足等问题,企业前期投入和研发成本难以通过规模经济予以摊薄,使得相关产品和服务成本价格较高,反过来制约了需求释放,企业盈利面临挑战。最后,人工智能大模型快速发展对算力需求提出了更高要求,在推进工业互联网标识解析体系“贯通”方面,还存在各

方协同联动不够等问题。除此之外,人才短缺也是一个重要制约因素。工业互联网平台发展需要既懂工业运营又懂互联网技术的复合型人才,在供给端需要研发、销售、服务等相关人才,在应用端需要使用、维护、管理等相关人才,这类跨行业跨领域人才相对短缺。

2024年11月22日召开的国务院常务会议研究推动平台经济健康发展有关工作,提出“壮大工业互联网平台体系”。推动工业互联网平台创新发展,需积极落实《打造“5G+工业互联网”512工程升级版实施方案》等提出的政策举措,针对目前存在的短板和弱项,从以下几方面综合发力。

一是夯实技术基础。推进边缘智能计算、工业软件开发应用、工业大数据分析、工控操作系统等领域的技术研究,强化共性技术供给。支持工业企业、科研机构等建设“5G+工业互联网”、新型工业网络等中试创新服务载体,提供中试应用场景和试验环境,开展工业5G网络产品、工业装备、工业操作系统等一致性、互操作性测试验证,着力解决产业链中试共性问题。

二是培育市场需求。深入开展工业互联网一体化进园区“百城千园行”活动,加快“5G+工业互联网”向企业园区、产业集群下沉。通过创新券、服务券等形式,促进工业互联网应用。发挥行业协会、龙头企业、链主企业带动作用,促进产业链供应链上下游协同发展,带动更多中小企业运用工业互联网。

三是优化产业生态。打造工业互联网通用型、专业型平台等多层次协同发展的产业体系,注重差异化发展,提升企业服务能力。壮大产业主体,扩大“5G+工业互联网”解决方案提供商、集成服务供应商规模,打造新型工业互联网解决方案提供商。促进大中小企业融通发展、产业链上下游协同创新。

四是强化基础设施。加快推进新型工业网络建设,推动5G、工业互联网、工业以太网、时间敏感网络等各类工业网络技术融合组网。推动大数据中心和智算中心高标准建设运营,强化工业互联网发展算力支撑。

五是加强人才培养。依托国家重大项目、工程等载体,引进和培养一批一流科技领军人才和创新团队。加强产学研用协作,支持科研院所开设工业互联网相关专业,加快教学资源建设,依托国家卓越工程师实践基地,强化产教资源融合,高水平实训基地建设,培养一批卓越工程师。

平台经济发展和数智化加速推进,将为劳动力密集型产业、数据密集型产业带来巨大机遇,同时大幅提升科技创新活动的效率。

对于劳动力密集型产业,随着劳动力成本上升,原有的成本优势会不断减弱甚至消失。如何破局?这就需要通过智能化改造,将传统意义上的追求规模经济、成本优势、薄利多销的产业,转变为更加灵活、响应速度更快、更有韧性,能够提供差异化供给、高附加值产品和服务的产业。在服装制造领域,已经出现一些数字化平台,通过全栈智能底座和小单快反模式,突破传统服装行业运行逻辑和成本效率极限,塑造新的竞争优势,进入新的增长曲线。

对于数据密集型产业,其核心生产要素就是数据,企业竞争力很大程度上来自于大数据处理能力。数字技术的进步尤其是人工智能、大数据等技术广泛应用,将极大提升这类产业的规模上限,并不断衍生出新的模式和业态。而对于科技创新活动,其本身就是数据密集型场景。创新活动需要试错、论证,而人工智能、大数据等技术提供了降低试验成本、提升试验效率的解决方案。例如,在育种领域,可以通过人工智能技术处理和分析海量数据,快速找到与作物优良性状相关的基因,从而大大缩短育种周期;在生物医药领域,依托人工智能技术,可以通过药物靶点发现与验证、AI辅助药物分子设计和优化、化合物筛选来助力药物研发,大幅缩短前期研发时间,同时大量节约全球化合物筛选和临床试验费用。

顺应数智时代发展趋势,通过优化算法、提升算力以及拓展应用场景持续提升数实融合能力,将不断推动产业升级,提升创新效率,创造更大价值。

认识把握平台经济发展规律

在数字经济蓬勃发展的背景下,如何理解平台经济的内涵和特征?



欧阳日辉(中央财经大学中国互联网经济研究院副院长、中国市场学会副会长):数字平台,也称为互联网平台,是在互联网技术条件下发展起来的一种新的社会分工协作组织形式,是继市场、企业之后的第三种资源配置方式。平台古已有之,比如古老的乡村集市就是平台,各种各样的中介服务比如牲畜交易的中间人等,也是平台。作为一种大规模协作组织形式,是在互联网出现之后才有的。从全球范围来看,数字平台起源于20世纪90年代中期的美国硅谷,标志性事件为1995年在线个人物品拍卖电商eBay公司的创立。

一般认为,平台就是成功地聚集、组织起两边或多边的市场,比如,维萨(VISA)、万事达(Mastercard)、银联等信用卡组织就是典型的多边平台。互联网不是简单去中介化,而是通过重构价值链,形成“生产者—平台—消费者”的市场格局。虽然平台的经营者表现为企业,但与传统企业不同,平台企业经营的是市场,因此,平台兼具企业和市场两种属性,在不同语境下有不同含义。

平台经济是随着数字平台兴起而快速发展的新事物,双边平台理论把平台理解为双边之间的第三者,即中介。实际上,互联网平台是极其复杂的商业模式,是连接者、匹配者与市场设计者。平台经济从低到高可分为4个层面:数字平台、平台企业、平台生态、平台经济。其中,数字平台是引擎,平台企业是主体,平台生态是载体,数字平台生态系统的整体构成平台经济。具体来看,数字平台是一种可以为供需双方提供连接、交互、匹配与价值创造的组织形式。平台企业最常见的盈利方式是促成交易的同时,通过打造平台生态向用户收取服务费、赚取差价等获得收益,随着平台经济走向成熟,平台企业的盈利方式也日益多样化,供应链服务、广告服务等增值业务成为重要盈利来源。当前,网络销售、

生活服务、社交娱乐、信息资讯、金融服务、计算应用、操作系统、公共服务等不同类型的平台,成为平台经济的重要组成部分。

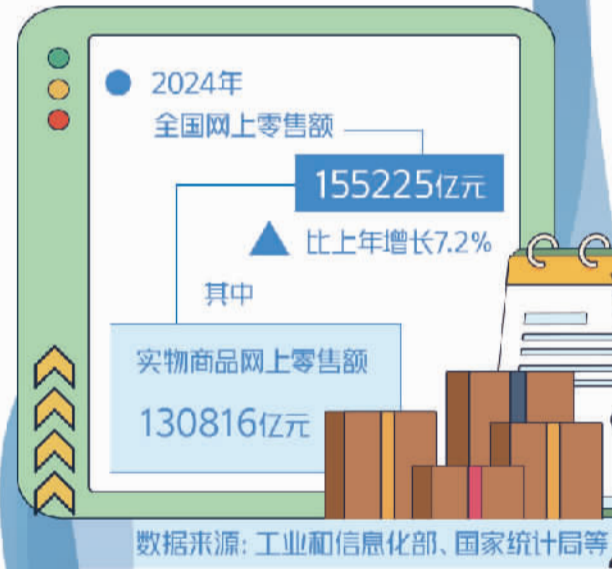
2015年左右,国外文献中出现了平台经济的概念,但常常与共享经济混用。当时我国学术界将平台经济与数字经济并列,视为两种不同的经济形态。2018年《政府工作报告》提出“发展平台经济、共享经济”“发展工业互联网平台”,这是平台经济首次出现在《政府工作报告》中。2021年12月,《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》明确提出,平台经济是以互联网平台为主要载体,以数据为关键生产要素,以新一代信息技术为核心驱动力,以网络信息基础设施为重要支撑的新型经济形态。与此同时,国务院印发的《“十四五”数字经济发展规划》中提到“平台”35次。至此,关于数字经济、平台经济和共享经济的关系逐步清晰,平台经济和共享经济都是数字经济的组成部分,平台经济是数字经济的基础,是数字经济和实体经济融合发展的重要推手。

随着平台经济快速发展,社会各界逐步形成共识,充分肯定平台经济在经济社会发展全局中的地位和作用。在微观层面,可以通过激发创新活力、协同规模经济和范围经济等方式提升行业整体效率;在产业层面,从消费互联网向产业互联网过渡,实现了对传统产业的赋能,促进数实融合;在宏观层面,平台经济的技术驱动特征及创新效应有助于推动我国跨越技术革命产生的“转折期”。第二,发展数字经济,建设数字中国离不开平台经济的蓬勃发展,平台经济是数字经济的典型业态和关键构成,是拉动经济增长和推动社会发展的新引擎。第三,强调把握平台经济发展规律。平台经济的创新不仅包括技术创新,还包括商业模式创新,网络中形成用户与厂商价值共创的局面,技术创新主要由大型平台企业主导,商业模式创新则可能由不同规模企业共同参与。

作为一种新型经济形态,平台经济具有以下基本特性。一是虚拟性。数字平台为供需双方提供交易空间,摆脱了时间与空间的约束。二是

网络外部性。平台存在显著的、直接或间接的网络外部性,用户人数越多,每个用户得到的效用就越高。平台企业的出现放大了这一作用,不仅为买卖双方提供交易场所与服务,而且平台一侧的用户增加势必带来另一侧用户的增加,供需双方相互实现彼此的价值,从而带来增值效应。三是多元归属性。用户可以无成本或以极低成本参与多个平台活动。以电子商务领域为例,消费者既可以选择从淘宝网购物,也可以从京东商城购物。四是创新协同性。平台企业、数据要素及相应的数据处理技术实现了市场中信息流与交易场所的统一,平台经济成为数字经济与传统产业深度融合的桥梁。在长尾效应显著的数字经济中,数字平台与数据要素的组合可以更好满足消费者多样化的需求,具备将潜在供给转化为有效供给的能力。良好的平台生态中,传统产业与互联网朝着融合与竞合方向发展,构建共生共赢的产业生态。

近年来,全球平台经济呈现多元化、多场景延展态势,与产业链供应链融合能力加强,中小企业数字化转型成为平台经济应用的重要场景。大型互联网平台逐步走向生态化,依托平台生态、通过平台力量对市场产生影响。一方面,平台规模扩张使其组织结构、交互关系和价值创造模式发生改变,平台的定义向“生态系统”靠拢;另一方面,平台扩张增强了控制力,对市场生态产生显著影响,被形象地形容为“数字守门人”。平台模式与交叉网络外部性的共同作用下,形成了“流量至上”的商业模式。为吸引更多用户,平台企业通常采取产品或服务免费定价策略。企业之间的竞争不再是价格竞争,构建复杂而庞大的价值共创共享的平台生态,与各类主体实现数字共享、资源互补和协同发展,进而实现利润增长和价值创造,成为大型互联网平台发展的主要战略。



提升数实融合能力放大平台价值



顺应数智时代发展趋势,平台经济与数智化的充分衔接将给哪些行业带来机遇?

胡麒牧(清华大学战略新兴产业研究中心副主任、数字经济智库首席研究员):数字经济区别于以往经济模式最明显的特征,就是将数据作为生产要素融入生产经营活动中,从而极大提升经济体系运行效率,同时降低了成本。因为供给、需求的信号能够更高效传递和反馈,并有效减少信息不对称,市场效率更高,使得时间成本、交易成本大幅降低。

平台经济作为数字经济中最典型的商业模式,是一种以数字化平台为核心、数据为纽带连接起来的商业生态。这其中,既有产业链上下游互动,又有产业链同一环节上不同经营主体横向互动,激烈竞争和深度合作同时存在。在平台经济模式下,产业组织更具韧性,产业链协同不受产业政策约束或者股权绑定。以数据为纽带,以算法算力为支撑,可以将产业链上中下游各环节经营主体更紧密连接起来,信号传导更高效,市场机制能够更好发挥资源配置作用,从而创造更大价值。

也就是说,数字化让平台经济的商业价值得到真正体现。这背后,是以人工智能等为代表的数字技术不断发展,人类对数据要素的处理能力快速提升。在农耕时代或者大工业时代,除了数据的采集、存储、传输能力

受限,最主要还是没有足够的算法算力去支撑数据处理,无法对接收到的信号进行持续不断的实时反馈和决策动态调整,也就无法构建各种平台商业场景。

平台经济与数智化的衔接点是算法算力支撑和场景构建,简而言之,就是“有能力”“会结合”。“有能力”是指人工智能、大数据、云计算、5G等技术要成熟到一定阶段,同时形成配套的数据中心、传输网络、宏观和微观算力基础设施,才能保证数据要素被快速采集、传输、存储、处理,进而形成决策。“会结合”是指数字技术和配套基础设施本身没有商业价值,只有跟实体经济深度融合,提升实体经济的运行效率并降低运行成本,才会产生巨大经济效益。当前,数实融合已不局限于经济领域,而是涉及经济、政治、社会、文化、生态文明等多个领域,这就要求我们因地制宜搭建更丰富的数智化场景,打通制约经济社会运行的堵点。

计算机出现之前,我们只能靠人脑的算力解决问题,但由于上限太低,不能满足对大数据进行处理的需求。只有依托机器算力,才有可能突破人脑生理结构的局限,无限堆叠、放大算力,高效处理更大规模的数据、更复杂的问题。也正是从计算机的发明开始,我们持续做两件事:一是将更多信息资源变成机器能识别的数据形式,二是不断提升机器算力、优化算法,共同推动人工智能技术发展和场景落地。没有足够的规模,大模型训练效率和迭代速度会大打折扣,而没有足够的算法算力支撑,应用场景也无法从理论变为现实。

规范电商运营开拓平台经济新增量

伴随电商平台的发展,流量逐渐变得重要,但相关领域的乱象也层出不穷,如何引导平台企业发挥流量积极作用?



李鸣涛(国家电子商务示范城市专家委员会委员):电商领域近期出现了诸多现象,如强制运费险、先用后付、平台罚款等规则引发的卖家利益受损以及催生“羊毛党”等问题,再加上长期存在的刷单炒信、销售侵权商品、大数据杀熟等现象,对电商行业的健康发展造成较大影响,也引发了社会广泛关注。这些乱象问题集中出现,直接原因是平台规则及治理手段的不完善,规则存在漏洞以及平台流量分配机制的导向出现了问题,根本原因在于平台和商家对于存量市场的激烈竞争。

2023年初至“618”大促,低价成为各大电商平台角逐的焦点。其结果表明,单纯的低价导向已很难打动消费者,促使平台企业优化规则,开始重新回归商品交易总额、用户体验等综合指标考核。对平台企业而言,考虑存量市场上的竞争因素,市场份额、用户数、交易额、利润情况以及增速都是核心指标。在上述指标压力下一定会主动去适应市场环境的变化。在消费意愿不强、消费能力下降的情况下,低价才能维护客户资源,是各大平台打低价格的主要原因。但事实证明,低价也是一把双刃剑,当价格竞争达到一定程度后,价格对消费者下单意愿的边际效用反而开始减少,盲目将流量导向低价商品,带来的是由于品质达不到消费者要求而造成退货率持续上升、网上消费体验迅速下降,导致用户流失,这是平台企业最不愿看到的。

平台企业是电商的核心载体,也是产业生态的龙头,在相互竞争中,如何做蛋糕是核心,是全行业努力的方向。因此,未来平台企业会更加看重规则对生态的整体影响,尤其是涉及消费者和商家利益的规则调整将更加慎重,努力构建良性竞争生态从而创造新的增量。在此基础上,平台企业需主动作为,从单一的线上流量分配者转变为发挥好电商精准匹配供需链接价值的服务者,聚焦供给端的品牌服务和产品创新,更好满

足消费端的个性化需求,将流量变成增量的引导器和助推者。

在开拓新增量方面,平台企业正逐步打破原有封闭的服务生态,在支付、物流等方面相互接入,一方面为消费者提供更好的消费体验,为商家提供更多元的服务选择;另一方面为平台拓展新用户群体,形成新的流量来源。部分平台企业开始关注偏远地区的线上消费增量,通过包邮等方式吸引消费者下单,平台商家在偏远地区配送商品时物流成本增加的部分由平台承担,这一举措有助于带来用户增量。与此同时,平台企业纷纷把新增量押注在海外市场上,通过“一站卖全球”、部分国家包邮等方式吸引海外用户,为平台商家增加境外流量,同时抓紧布局跨境电商,深挖海外市场潜力。除上述举措外,最为重要也是潜力最大的增量空间来源于电商与供给侧的深度融合,通过发挥电商在用户触达、需求洞察及消费引导等方面的优势全方位赋能供给侧,尤其是通过“电商+产业带”全托管、半托管等方式进一步贴近源头厂家,提升工厂精准选品、柔性定制、品牌策划、电商运营以及供应链管理等方面的能力,为线上消费提供更加个性化、多元化的商品供给,通过供给侧创新激发新的需求,进而打造新的消费增量市场,同时带动传统工厂数字化转型与升级,进一步发挥电商促进数实融合的新价值。

2024年中央经济工作会议强调,大力提振消费、提高投资效益,全方位扩大国内需求。电商是激活消费市场的重要力量,从政策层面来看,依然会鼓励电商在提振消费方面发挥积极作用和独特价值。电商在消费品以旧换新、促进绿色消费以及数字消费、发展首发经济、实践“电商+AI”等方面大有可为,蕴含着较大增量空间。对于平台企业而言,应把握政策机遇加快发展,按照政策支持方向发挥平台优势,打造更加便利化、智能化、专属化、规范化的线上线下融合消费场景。平台商家及品牌商要充分利用好电商平台的数据、技术优势,针对线上消费需求的特点进一步优化产品和服务供给,将更加适合的产品和服务推荐给消费者,满足日益多元化的市场需求。