

从抢夺流量、跟风投资转向注重技术创新、赋能实体 平台经济迎来发展新春天

朱雨舟 李雨帆

在国家利好政策竞相加码下,历经漫长“严寒”的平台经济似乎已嗅到“春天”气息。作为我国数字经济极其重要的一极,平台经济过去20年间正持续以“软实力”重塑经济业态,以“硬科技”赋能产业升级。如今从“野蛮”抢夺流量、跟风投资转向注重技术创新、赋能实体,迎来新春天的平台企业未来将如何顺风而上?地方政府应如何把准平台经济发展新脉络?

经历了史上最严整顿的平台经济,当前或许正站在新的“平台”上。

2022年以来,国家支持平台经济健康发展的利好政策频出。从国家发改委等9部门在《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》中强调“规范健康发展”,国务院金融稳定发展委员会专题会议提出“平稳健康发展”,到中央政治局会议突出“促进健康发展”,到全国政协专题协商会呼吁“支持平台经济持续健康发展”,再到稳增长稳市场主体保就业座谈会强调“支持平台经济、数字经济合法合规境内外上市融资”……这些都传递出中央坚定支持平台经济持续健康发展的积极信号,无疑为平台经济型企业注入了一针“强心剂”。不难想见,平台经济即将步入全新的发展阶段,互联网、平台经济新的“春天”来了。

那么,平台经济当前存在什么样的发展特征?未来将会走向何方?本文结合数字经济研究及长期与各地政府部门、互联网巨头的交流,尝试进行梳理归纳,并就未来发展提出预测和建议。

一、什么是平台经济

平台经济是依托云、网、端等网络基础设施,利用人工智能、大数据、区块链等数字技术工具撮合交易、传输内容、管理流程的新经济模式,是数字经济的重要组成部分。

平台经济的专业解释或许晦涩难懂,但日常生活中随处可见,如人们熟知的网购、外卖、直播、短视频等都是平台经济的典型表现形式,淘宝、美团、虎牙、抖音等各种APP则是平台经济的重要载体。

从2003年6月国内第一个平台“淘宝”诞生至今,平台经济共经历了萌芽起步—爆发增长—竞争加速—整顿治理四个阶段。截至2021年年底,国内市场价值10亿美元以上的平台经济型企业已超200家,市场价值超3.5万亿美元,涌现出腾讯、美团、京东等一批世界级平台经济型企业,综合实力不容小觑。

二、平台经济的积极作用

平台经济主要分为两种:一种是通过提供网络购物、休闲娱乐、信息资讯等个性化、品质化服务,激发新消费市场内生动力,辉煌了20余年的消费互

联网;另一种是紧抓互联网下半场发展机遇,发挥自身数字技术累积优势,积极跨界“硬科技”,投身成本更高、回报周期更长的产业互联网。

1. 消费互联网:“软实力”重塑经济业态。

平台经济增强了信息透明度,能够精准对接买卖双方的供需,提高全社会资源配置效率。例如淘宝、拼多多等电子商务平台在网上构建了一个虚拟的“集市”,大量消费者和供给者突破时空限制在此汇集,消费者不仅可以随时随地在平台上进行比价、消费,平台还能充分利用算法技术,进一步分析消费者画像,为其推送更精准化、个性化的商品,极大提升了交易效率。

平台经济不断涌现的新业态和新服务,能够满足消费者个性化、多样化和品质化的消费需求,有效推动经济持续稳定增长。通过一部手机,借助各式各样APP,动动手指就可在第三方电商平台,满足人们衣食住行等生活需求,也可利用跨境电商平台海淘国外优质产品,推动了消费升级。

根据中国互联网络信息中心(CNNIC)披露的数据,截至2021年12月,国内网络购物应用的用户规模达8.42亿,占网民整体的81.6%;网上零售额累计13.09万亿元,同比增长14.1%,占社会消费品零售总额的比重达30%。可以说,消费互联网不仅丰富了大众的消费选择,而且已成为我国扩大内需、提振消费的重要抓手。

更进一步说,平台经济所具有的强大营销能力和主流传播渠道,有助于重塑我国消费品牌竞争力。一方面,小红书、抖音等种草类平台的出现增加了消费品牌的营销渠道,缩短了消费品牌触达消费者的时间,使得消费品牌在人群中更容易实现“大传播”。

另一方面,腾讯、字节等平台型龙头企业依托其强大的平台数据和算法开发,把握消费者偏好,对比、挑选和挖掘同品类中价值更高、潜力更大的新品牌,并利用自身的推荐算法和营销能力加速培育和壮大更多极具市场竞争力的品牌新势力。比如,在喜茶、Manner和府捞面、完美日记等当红消费品牌的股权结构或融资历史中,随处可见腾讯、字节等平台经济巨头的



百度无人驾驶汽车Apollo

图片来源:上海华略智库

身影,覆盖新式茶饮、咖啡、餐饮、美妆等众多新消费领域。

2. 产业互联网:“硬科技”赋能产业升级。

经过20多年的发展,我国消费互联网发展已临近“天花板”,市场趋于稳定饱和,红利正逐渐减退,亟待重新挖掘内生潜力,寻找新发展机遇。而产业互联网是平台经济的下一个“风口”,因其改造升级的传统实体经济拥有百万亿级别的市场,前景更为广阔。据埃森哲预测,到2030年产业互联网能够为全球带来14.2万亿美元的经济增长。

现阶段的产业互联网,呈现出“万类霜天竞自由”的蓬勃发展局面,阿里、腾讯、京东、字节等平台经济巨头在扎根消费互联网的同时,凭借雄厚的经济实力、丰富的数据资源、领先的数字技术等综合优势,深度链接和服务传统行业,驱动实体经济高质量发展。

与大多数应用型行业的发展规律一样,随着业务增长和发展需求,平台经济也逐步进入“硬科技”的深水区,最终到达基础研究这一终点。可以肯定,对传统制造企业而言,平台经济企业为人工智能、通用芯片、无人驾驶、新材料、生物医药、XR/VR/AR/MR等战略性新兴产业的核心技术突破和创新成果转化带来了新机遇和新动能。

例如,人工智能芯片是科技创新最热门的领域之一,与应用、算法联系尤为紧密,近年来越来越多的互联网大厂加入芯片研发行列。

百度是互联网企业中最早自研芯片的企业之一,“昆仑”“鸿鹄”芯片已到获利期,出货量亮眼。其中,2021年推出的“昆仑2”,在性能、通用性和易用性上均达到全球先进水平。阿里正

式进军半导体行业的标志是成立平头哥芯片公司,目前已发布“玄铁”“含光”“无剑”等芯片,平头哥端云一体全栈产品系列初步成型。腾讯也早在2014年开始投资AI芯片,燧原科技、Barefoot、比特大陆等都归属其麾下,其自研芯片“紫霄”已成功开始流片。

生物医药是与互联网技术关联度很高的新兴产业。2020年以来,腾讯、京东、百度等互联网巨头批量涌入生物医药领域开展竞速。

一方面,京东、腾讯等互联网巨头纷纷凭借互联网资源优势,通过投资与自建等模式布局在线医疗、电商医疗、互联网医疗等;另一方面,这些互联网巨头借助IT力量,为新药研发企业寻找新的技术突破口、解决行业共性难题。如百度、华为、腾讯、阿里等均基于自身的云计算服务平台,赋能新药研发或基因组数据挖掘,切入的场景覆盖药物分子发现、药物靶点筛选、分子动力学模拟、新抗原预测、基因组解读等多个领域。

此外,近年来随着需求增长,新能源汽车同样成为互联网巨头竞相切磋的热门赛道。如今,造车不再是传统车企的专利,如特斯拉、蔚来凭借其在信息技术、资本运营、用户需求等方面的优势,引领新能源汽车市场。

同时,其他互联网企业和科技公司也争相入局,意图在新能源汽车这个大赛道分一杯羹。百度、小米等平台巨头通过与传统车企跨界合作,从智能科技供应商摇身一变成为整车制造商。在这些企业超强算法的加持下,自动驾驶技术的安全性、准确性和专业性实现了质的飞跃。

总的来说,平台经济无论是紧贴消费者生活、休闲、娱乐需求,坚持以流量经济为王的商业模式,还是聚焦基础研究、应用基础研究,突破“卡脖子”的硬核科技,都对提振中国经济、焕发市场活力、促进商业模式和科技创新有着极为重要的意义。

只有“软硬”科技虚实结合、交融发展,才能进一步赢得和国际巨头“一决雌雄”的底气,在世界舞台上尽显中国实力。

三、平台经济的新希望、新蓝海

尽管平台经济的发展有诸多好处,但不可否认的是其在野蛮生长的过程中,频频出现了资本无序扩张、隐私信息泄露、垄断市场经营、大数据杀熟、偷税漏税等乱象。

当下,平台企业该走向何处、到达何方,不仅取决于自身基础,也需要紧跟国家风向。从国家对平台经济作出的一系列部署可以看出,反垄断是大势所趋。

但是,规范不是否定,支持也不是

放任。要始终坚持“一个并重”的原则,就是坚持发展与规范并重,做到发展和规范齐头并进,二者不能畸轻畸重。

随着国家反垄断执法愈发成熟化、精准化和专业化,平台企业将从“野蛮”抢夺流量、跟风投资转变为更加注重技术创新和模式创新,加速与经济的深度融合。

1. 对于消费互联网而言,激发新动力,推动新消费,元宇宙或许是消费互联网下半场的拐点。这一点其实各家都心中有数,纷纷押宝,且或明或暗在紧锣密鼓布局中。尤其是在社交娱乐领域率先破局。

例如,Facebook收购Oculus,进行VR一体机研发,布局元宇宙硬件设备;通过上线VR社交产品《Horizon Worlds》,构建元宇宙生态,在更精细、全景化的虚拟世界进行社交娱乐。

又如,字节投入几百亿真金白银,布局元宇宙赛道,从收购VR企业Pico、游戏公司沐瞳,到上线社交产品Pimax,派对岛,再到虚拟女团A-SOUL和虚拟人“李未可”,短短几个月便凑齐了硬件、游戏和社交“元宇宙三件套”。

未来,在VR游戏、虚拟偶像、数字人领域的大胆尝试,或将为社交娱乐平台带来新的发展动能。

一个值得关注的现象是,消费企业的平台化也在悄然进行,而且同样是以元宇宙为切入点。例如,可口可乐、奈雪的茶、自然堂等消费品牌纷纷通过开发NFT(非同质化代币)虚拟收藏品入局元宇宙,在天猫等购物平台相继发售基于区块链技术的Coca-Cola Friendship Box、奈雪女孩收藏级潮玩艺术品、自然堂唐卡冰肌水+NFT版冰肌水等NFT数字藏品。

走得远的是奢侈品巨头Gucci。2021年5月,Gucci发布了首款数字虚拟运动鞋:Gucci Virtual 25。这是第一个现实复刻虚拟世界的批量化商品,标志着NFT开始脱离虚拟收藏品和代币属性,成为一种商品在市场上流通。

可见,NFT虚拟收藏品和数字虚拟商品或将是新消费领域的下一个“风口”。

2. 对于产业互联网而言,未来机会在于对数字经济的海量数据与实体经济的丰富应用场景充分融合,运用新技术对供给端进行改造,赋能产业转型升级。

在农业方面,加速发展智慧农业,畅通农村生产端和城市消费端的连接通道,是未来建设新农村、实现乡村振兴的重要趋势。

具体来说,平台企业可凭借其数据分析和人工智能技术,农业生产端实行数字化管理,流通端提高供应链

效率,销售端拓宽用户市场,用互联网思维提升农业附加值,推动构建一二三产深度融合的农业全产业链,从而解决农业农村产业化程度不高、产业链缺失等痛点。

作为最早进入智慧农业领域的互联网巨头,阿里近年来相继打出“数字农业基地”“产地仓+销地仓”“院士和科学家”等模式,利用数字化打通“研—产—供—销—服”全产业链。此外,京东进军农业的决心和步伐也很明显,已分别在江苏宿迁、陕西铜川等地打造数字田园综合体。

在制造业方面,随着工业互联网向通用化、智能化、服务化发展,把握智能制造机遇成为平台企业重塑竞争优势的关键所在。

目前,阿里、腾讯等纷纷在全国布局特色工业互联网平台,充分利用云计算、大数据、人工智能、5G等技术,促进工业加快智能化、绿色化升级和全要素数字化转型。如何精准对接制造业转型需求,尤其是针对面广量大的中小企业数字化转型需求,持续推出适用、便捷、高效的解决方案,引导制造企业“上云”,真正实现产业互联网落地,各家已经拉开架势。

四、地方政府如何把准平台经济新脉络

从对平台经济的作用和发展方向看,平台经济赋能依旧潜力巨大,前景广阔。那么,地方政府该如何抓住机遇,借平台之力腾飞,推动区域实现高质量发展?

1. 正确引导对平台经济的认知。为推动平台经济健康发展,必须在发展和监管之间寻找到平衡点,避免简单化的“一刀切”。此外,提高对平台经济的重视程度和发展平台经济的积极性,加强与平台企业、科研院所、高端智库机构、实体经济的跨界合作,技术链接,进一步结合本地产业优势和资源禀赋,完善相应规划和定位,探索有利于促进平台经济扎根生长的政策支持方式。

2. 利用平台经济赋能产业升级。积极推动本地制造业企业通过对接阿里、腾讯、字节等平台巨头的工业云服务,加快区域制造业智能化改造和数字化转型,实现业务流程、管理系统、人员系统、运营系统等数字化创新。吸引淘宝、拼多多等电商平台在下沉市场设立农村(区域)电商中心,引导更多传统企业和个体户“触网上线”,尝试直播带货、预售领养、定制销售等产销对接新模式,充分利用平台经济赋能乡村振兴,打通“从田里到餐桌”的全链路,实现数字技术与农业农村的深度融合。

3. 抓好对平台经济的招商引资。结合区域产业特色和资源禀赋优势,通过打造高能级平台经济载体,创新招商引资模式等方式,吸引一批重点平台企业落户,高标准建设平台经济聚集区。

如天津市河西区与京东集团签署战略合作协议,充分发挥这一互联网巨头的引领带动作用,吸引了涵盖人工智能、物联网、大数据、直播电商等领域的91家生态链企业入驻网信大厦,同时政府积极提供办公场地、人才公寓等配套设施支持,目前河西新八大里数字经济聚集区已成为天津一张靓丽新名片。

又如江苏省昆山市通过实施“银团贷款+政府产业基金”资本招商、中介招商等新型招商模式,引进了毛豆新车(一站式汽车新零售服务平台)、好活(互联网灵活就业平台)等平台型企业,为昆山产业发展注入了“互联网基因”,推动昆山平台经济全新一跃。

4. 增强对平台经济的治理能力。对平台经济的治理问题是贯穿始终的,地方政府在贯彻中央政策文件的基础上,需积极探索新形势下平台经济垄断或不正当竞争行为构成的判定标准和程序,并依据本地实际情况,细化完善地方平台经济反垄断条例,确保平台经济合法合规、健康有序发展。

(作者单位:上海华略智库)

平台经济发展历程梳理

