



揭阳职业技术学院

电子商务创业学院

《网络经济学》教案

(2025-2026 学年第 1 学期)

教师姓名: 钱远芳

所授专业: 电商 (专本协同)

授课班级: 电商 (专本协同) 231 班

课程整体教学设计

一、课程的性质和任务

本课程为电子商务专业的核心课程，以及应用经济学各专业的专业基础课。它是一门崭新的研究网络环境下的经济活动及规律的交叉学科，主要侧重于数字产品、网络外部性、策略管理、政策制定和政府管制等理论研究。同时，包括网络产业本身的投资、经营与管理，也包括以网络经济为代表的新经济的深层次研究。

二、教学目标与要求

1. 教学目标

通过本课程的学习应能比较全面系统地掌握网络经济学的基本理论、基本知识和基本方法。在学习中，除了学习基础理论之外，还要求参与课堂讨论案例分析、模拟运作等多种形式的实践性学习环节，以适应通讯技术、网络技术的发展。

2. 课程思政育人目标

通过网络经济学的课程，旨在将经济学理论与思想政治教育有机融合，引导学生在掌握专业知识的同时，树立正确的价值观、国家观和责任意识。具体可概括为以下几点：

•**强化国家意识与战略思维：**结合我国数字经济发展的实践，如“数字中国”“网络强国”等国家战略，帮助学生理解网络经济在国家发展中的关键作用，增强民族自豪感和时代使命感。

•**培育科技报国情怀：**通过分析我国在5G、人工智能、平台经济等领域的创新成就，激发学生投身科技创新、服务国家发展的责任感和进取精神。

•**树立正确的市场与伦理观：**引导学生辩证看待平台垄断、数据安全、算法歧视等网络经济中的伦理与社会问题，培养公平竞争意识、法治观念和科技伦理素养。

三、教学方法与手段

网络经济学教学应坚持“理论+实践+思政”三位一体，采用“案例引领、技术支撑、互动深化”的教学模式，培养学生在数字经济时代下的战略思维、创新能力和责任担当。

网络经济学课程注重多元化考核，结合学生平时表现（课堂参与、案例分析）、期末闭卷考试，全面评估学生能力。过程性评价重视学习过程，如小组协作、文献综述、演讲展示等。

四、理论与实践课程内容与学时分配

表 1 课程内容和学时分配表

章 数	内 容	理论课时	实训课时	小计
1	网络经济学导论	2	1	3
2	网络外部性	2	1	3
3	网络经济的新经济特性	4	1	5
4	兼容和标准	4	1	5
5	企业锁定、定价和限制进入	4	1	5
6	网络经济下的市场结构和效率	4	2	6
7	网络经济下的新型商业模式和方法	3	1	4
8	网络经济下的公共政策	4	1	5
合 计		27	9	36

第一章 网络经济学概论

教学目的与要求：通过本章的学习，学生应当掌握网络经济学的基本范畴、研究对象及对传统经济理论的影响，从整体上把握网络经济学内容。

课程思政育人目标：通过学习网络经济下资源的有效配置和利用问题，让学生节约时间，好钢用在刀刃上。

教学重点：网络经济对传统经济理论的冲击；网络经济学的研究对象；网络经济学的内涵、特征与前景分析；网络经济学范畴。

教学难点：网络经济对传统经济理论的冲击；网络经济学的内涵、特征与前景分析；网络经济学范畴。

教学方法：案例与讲解、讨论相结合

教学时数：3 学时

教学内容：

网络经济学是一门新兴的经济学分支，其主要研究在网络经济下资源的有效配置和利用问题，以及网络经济发展中遇到的种种经济问题。学习此门课程，对于理解网络经济现象，从宏观上把握网络经济发展趋势，进行网络经济经营决策具有重要意义。这门课程是电子商务专业课程学习的理论基础，是电子商务知识的入门篇。

第 1 节 网络经济学的研究对象

一、网络经济对经济运行的影响网络经济不仅仅是一个独立的产业，更重要的是，它不断通过自身优势渗透到其他传统产业中，从而迅速引发一场新的社会、经济革命，必将改变世界经济的运作方式。具体表现如下：

1) 网络经济的发展加快了经济全球化进程，改变了人类的生产、流通、分配、消费方式，出现了虚拟企业、网络市场、电子商务、网络消费等新的经济现象。（重点指出生产、流通、分配、消费是经济活动的四环节，网络经济同样离不开这四环节）

2) 网络经济使产业结构向高级化、劳动结构向知识密集化方向转变。（案例：深圳市经济结构的转型）

3) 商务活动集信息流、资金流、物流于一体，其中信息流起主导作用。（指出是电子商务运转的主体，强调信息流的重要性）

4) 经济网络化、全球化导致经济发展的高度开放，从而要求主权国家增强政策的调控能力，善于在不可避免的外部冲击下来实现自己的社会经济目标。

5) 竞争与合作并重、注重速度、讲求创新。(指出单独作战已不适应社会的发展, 案例: 亚马逊、当当、卓越并购案)

6) 网络经济促使企业变革战略思想、管理理念、运行方式、组织结构, 以提升其竞争力。

7) 网络经济促使金融与贸易的一系列变化。

二、网络经济对传统经济理论的冲击

1. 关于经济学的基本假设问题

(1) 对于经济资源稀缺性的认识。在传统经济中, 经济资源, 尤其是物质资源相对于人类的欲望而言是稀缺的。传统经济学则以此作为它的一个基本的经济学假设。然而, 在网络经济时代, 知识和信息将成为最重要的资源, 这类资源可以再生和重复利用, 且具有加速膨胀的趋势和消费的共享性, 因此资源的稀缺性有可能不再成为经济问题的根源。

(提问: 什么是资源? 网络经济下的资源包括哪些? 具有什么特征?)

(2) 关于经济人的假定: 从有限理性到高度理性。在传统经济理论中, 假定经济人是完全理性的。而后来进一步的研究表明, 经济人不可能做到全知全能, 且获取信息也需要花费成本。因此, 经济人的理性是有限理性而非完全理性。网络经济时代, 经济人能够低成本、及时获取较为充分的信息, 经济人可以作出更为科学和理性的决策, 经济人的理性将大大超出“有限理性”, 介于“有限理性”和“充分理性”之间的高度理性。

(讨论: 什么是经济人? 你是否是经济人? 网络时代的“经济人”与过去有何不同?)

(3) 关于竞争: 从充分竞争到合作竞争和创新竞争。在传统经济理论中, 更多是强调竞争这根主线。而网络经济时代, 合作竞争和创新竞争将成为主流。所谓合作竞争是指单个企业在面对日益变化的外部环境和激烈的市场竞争时, 通过与供应商、顾客以及竞争对手合作, 以实现合作双方的“双赢”, 获取更大的经济份额。而创新竞争则是指单个企业竞争方式的改变, 通过加速各种创新活动, 尤其是技术创新, 提高产品的差别性, 更好满足消费者个性化需求。这两种竞争新形式, 前者是共同把“蛋糕”做大, 后者是竞争方式的变化, 它们与强调充分竞争的原理有很大不同。(创新案例: 中国电影院诞生基地)

2. 关于经济学基本原理问题

(1) 边际效用递减规律受到挑战。(提问: 什么是边际效用递减规律?)

(2) 传统的生产要素学说变得狭窄。传统经济学中, 资本、劳动力、土地和企业家才能被描绘为四大生产要素, 工业经济时代的繁荣直接取决于这些要素的规模和质量。

而网络经济时代，最重要的资源是知识和信息的生产、存储、使用和消费，知识和信息成为网络经济直接的内驱动力。（思考：企业家为什么生产要素？在网络经济下，生产要素包括哪些？）

（3）传统的分配理论受到挑战。网络经济时代，知识和信息成为主要的生产要素，而社会财富的分配也将更多地以知识为标准，传统的要素工资、职务工资将转变为典型的能力工资。（附加解释：什么是要素工资，什么是职务工资，什么是能力工资；现场调查：你愿意要哪种工资？不同的选择可以为就业去外企还是国企还是创业作指引。）

（4）规模经济的“规模”界定问题。传统经济理论认为，企业只有达到一定的规模，才能实现资源的优化配置。而在网络经济时代，一些行业，规模“由大趋小”也是符合规模经济要求的。（提问：为什么企业规模变小也合理？）

3. 对微观经济理论的影响

（1）企业管理理论需要大幅改写。网络经济的发展，使企业的经营思想、管理理念、管理实践等方面发生了一系列新的变化。企业开始从单纯强调竞争向合作竞争转变；从等级分明的科层管理组织向企业网络化管理组织转变，让公司总裁能够直接与普通员工对话；从传统营销方式向电子商务的营销方式转变等等。（强调合作，注重人性化，利用先进工具）

（2）消费者行为理论的变化。电子商务的出现，使消费者借助互联网即可实现消费购物或某些信息产品的生产与消费。过去是生产决定消费，现在开始出现消费者的“逆向选择”。

4. 对宏观经济理论的影响

（1）菲利普斯曲线受到挑战。

菲利普斯曲线是用来表示失业与通货膨胀之间交替关系的曲线。然而，进入 20 世纪 90 年代以后，互联网及其相关产业的发展使美国经济进入了一个高增长、高就业、低通胀的新阶段，经济运行的态势处在通货膨胀和失业率关系图的左下方，并且未呈现任何替代关系，这说明菲利普斯曲线这一解释西方国家一个半世纪经济运行状态的金科玉律，首次被网络经济所打破。（讨论：现今社会的通货膨胀与就业之间的关系怎样？）

（2）经济周期理论的新变化。传统的经济周期理论认为，在市场经济条件下，人类的经济活动总是出现上升和下降的周而复始的运动。网络经济的到来，高新技术产业处于一个“蜂聚”时期，各种技术创新此起彼伏，使得经济稍现衰退，便被新的创新活动

托起，繁荣又得以延续，于是出现了经济波动幅度更小。（回忆：经济周期理论的内容）

（3）经济增长理论的变化。在新经济增长理论中，一般把经济增长因素分为两类：一是生产要素的投入；二是全要素生产率和技术进步。网络经济条件下，由于网络外部性、创新活动的深化及边际收益递增规律的作用，均构成经济增长新的动力。（思考：在网络经济下如何提高生产率？）

三、网络经济学的产生

1. 实践为网络经济学提供了生长的土壤

- （1）网络市场前景广阔。
- （2）电子货币的出现，使网上购物渐成时尚。
- （3）网络金融迅速发展。
- （4）有实力的大企业都在开发内部网络系统。

2. 众多的理论研究为网络经济学的建立提供了理论积累

随着网络经济的不断发展，促使不少经济学家把研究的视野聚焦于网络经济领域，把网络经济发展中出现的一系列新现象、新问题作为自己的研究内容。从西方国家的情况看，近年来已有不少论著问世，其中尤以美国学者 Lee. W. Mcknight 与 Joseph p. Bailey 合编的《Internet Economics》为著名。他们首次明确地阐述了 Internet 经济学的定义及研究对象。

在国内，有关网络经济的科研论文和论著如雨后春笋般地涌出，其中最有影响的当属我国著名经济学家乌家培对网络经济的相关论述。综观国内外学者对网络经济的研究成果，从具体的网络经济问题研究，到进一步上升到网络经济活动及其规律性的研究，给我们构建网络经济学内容体系提供了众多的帮助。总之网络经济学的产生既有其可能性，又有其必然性。（请同学课余阅读文中的参考资料）

四、网络经济学的研究对象

总的来说，网络经济学就是研究网络经济条件下资源的优化配置和充分利用问题。这里包括微观经济与宏观经济两个方面。网络经济的内涵十分广泛，从狭义上讲，仅仅指以计算机网络为核心的信息产业群。它包括围绕现代信息技术的开发与应用的一切经济活动，其中包括信息技术的研发及其产品的生产，网络通讯基础设施、网络设备和产品等硬件设施的建设和运营等，当然还包括与电子商务有关的网络贸易、网络金融、网络企业等一系列商业性的网络活动；其特征是以信息服务业为主导，它通过金融市场与信息服务把无

形的知识和信息真实地转化为商品。从广义上讲，网络经济不仅包括以计算机网络为核心的信息产业群，而且还包括利用网络技术，使其组织结构、管理方式和运作方式网络化了的传统经济。这本教材的研究范畴主要是指广义上的网络经济。

第 2 节 网络经济特征与前景

一、对网络经济的不同理解

网络经济是指包括电信、电力、交通运输等有着相应的运营网络的经济行业。这些行业大致相当于具有网络特征的基础设施行业。网络经济是指计算机网络自身的经济问题，其中包括计算机网络的成本核算、收费标准等问题。

网络经济是指以计算机网络为核心的信息产业群，包括与计算机网络相关的硬件、软件开发制造以及网络体系建设等行业。美国商务部甚至将无线广播、电视以及相关制造业包括在其中。

美国德克萨斯大学电子商务研究中心认为，网络经济包含四个部分，网络基础建设领域、网络的基础应用领域、网络的中介服务领域、网上的商务活动。

网络经济是指在社会化的生产、流通、交换、分配各环节中不可避免地需要借助于互联网技术以及有关的软、硬件应用，才得以完成社会再生产循环过程的经济。

网络经济又称信息经济或数字化经济，其核心含义是指由于互联网在经济领域中的普遍应用，从而导致信息替代资本在经济中的主导地位，并最终成为核心经济资源的全球化经济形态。

网络经济有三个层面：从经济形态这一最高层面看，网络经济是有别于游牧经济、农业经济和工业经济的信息经济或知识经济，或称数字经济；从产业发展的中观层面看，网络经济就是与电子商务活动紧密相连的网络产业经济，既包括网络营销、网络金融、网络企业以及其他商务性网络服务，又包括网络基础设施、网络设备和产品以及各种网络服务的建设、生产和提供等经济活动；从企业营销、居民消费或投资的微观层面看，网络经济则是一个网络大市场或大型的虚拟市场。网络经济的这三个层面是相互联系的。网络市场扩大了，网络产业发展了，表现为全新经济形态的网络经济也就必然水到渠成。（课余阅读文献：《网络经济及其对经济理论的影响》，乌家培，《学术研究》，2000年1月）

网络经济所研究的是当社会的生产方式与交换方式以网络形式组织起来后，人与人的经济关系会发生什么变化……。（课余阅读文献：《“新经济”的经济学》，平新乔，《国际经济评论》，2000年7~8月）

从企业运行的角度，网络经济是建立在国民经济信息化基础之上，各类企业利用信息和网络技术整合各式各样的信息资源，并依托企业内部和外部的信息网络进行动态的商务活动和管理活动所产生的经济。（2001年4月，中国社会科学院副院长陈佳贵，在联合国在北京主办的“网络经济与经济治理”国际研讨会上的讲话中摘录）（以上定义不需要一一介绍，挑选几个解释，提问：同学们对于网络经济的定义是什么？）

上述关于网络经济的含义，是许多学者从不同的角度对网络经济所做的描述，彰显了网络经济的不同特征，可谓见仁见智。以至于我们不能简单的判定孰优孰劣。但是，总体上，可以分为两大类：一类是认为网络经济就是以计算机网络为核心的信息产业群，也就是网络产业即为网络经济。另一类是认为网络经济应该是包括社会再生产各环节在内的一个总体经济的概念。此教材认为网络经济不仅包括以计算机网络为核心的信息产业群，而且还包括利用网络技术，使其组织结构、管理方式和运作方式网络化了的传统经济。也就是说，是从宏观层面来研究网络经济。（点评学生观点，强调学术界在网络经济定义上的见仁见智，分类概括，指出本教材观点，）

二、网络经济辨析

网络经济是对目前的新经济形态的一个描述，它同知识经济、信息经济、数字经济等概念所表达的对象是一致的，主要是看问题的角度和所强调的重点有区别。知识经济侧重于高技术与知识在经济发展中的主要作用，信息经济则突现信息技术和信息资源在经济中的重要性，而数字经济突出的是新经济的数字化特征，网络经济主要强调的是信息及其技术与经济的网络化特征和效应。因为新经济是凭借高速度的网络运行的，这些网络都是建立在Internet协议（IP协议）、Internet应用、新市场和商业工具及电子媒介的基础上的，从而提高了网络驱动的市场的运作效率。（思考：知识经济、信息经济、数字经济的异同。）

三、网络经济的特征

（1）网络经济是全天候运作的经济。由于信息网络每天24小时都在运转中，基于网络的经济活动很少受时间因素的制约，可以全天候地连续进行。

（2）网络经济是全球化经济。由于信息网络把整个世界变成了“地球村”，使地理距离变得无关紧要，基于网络的经济活动把空间因素的制约降低到最小限度，使整个经济的全球化进程大胆加快，世界各国经济的相互依存性空前加强。

（3）网络经济是中间层次作用减弱的“直接”经济。由于网络的发展，经济组织结构趋于扁平化，处于网络端点的生产者与消费者的直接联系，因“产销见面”而使中

间层次失去了存在的必要性。

(4) 网络经济是虚拟经济。这里所说的虚拟经济是指在信息网络构筑的虚拟空间中进行的经济活动，经济的虚拟性源于网络的虚拟性。转移到网上去经营的经济都是虚拟经济，它是与网外物理空间中的现实经济相并存的、相促进的。

(5) 网络经济是竞争与合作并存的经济。

(6) 网络经济是速度型经济。

(7) 网络经济是创新型经济。

四、网络经济的前景分析

从发展趋势看，网络经济完全可以形成一个新的独立的经济板块，并不断地凭借自身优势向传统产业渗透。理由如下：（先不讲述理由，提问：同学们是否看好网络经济的未来，为什么？板书学生观点，加以总结，然后再看课本的总结）

第一，网络经济所使用的主要资源与传统经济不同。传统经济主要以物质资源作为生产对象，信息生产尚未达到产业化程度。在网络经济下，知识和信息是主要资源，物质性资源仅作为辅助部分，因此，在产品价值构成中，信息和知识价值的含量占据主要部分，以物质性资源构成的物理框架结构的价值含量很低。资源的差异意味着生产对象的不同，由此使得网络经济有了独立存在的理论依据。

第二，支配经济活动的某些规律的差异将进一步强化新经济形态的相对独立性。在网络经济下，由于信息这一重要资源可以无限的低成本复制，资源稀缺性的假定受到挑战，因此，网络经济需要有新的运行规律，如平均成本无限递减趋势，垄断与竞争的双向极端强化型市场结构等等。

第三，经济活动过程的差异会使网络经济从传统经济中异化出去。在传统经济中，人们只是为了物质生产活动的需要而获取信息，没有形成一个相对独立的信息产业。而网络经济则不同，信息产业化是其核心，出现了专门为了信息而进行经营活动的企业，这些企业开始形成了与传统经济完全不同的经济类型和游戏规则，整个经济活动的起点和终点都是信息，离物质生产活动越来越远。第四，经济活动的结果将使网络经济在经济总量上独占鳌头，成为人类经济活动的主要领域之一。

第 3 节 网络经济学框架

一、网络经济学界定

网络产业经济学：20 世纪 80 年代出现的“网络经济学”(The Economics of Networks)，主要是研究包括商业、金融业、电力、交通（公路、铁路和航空）、电信等具有“网络”式而非“垂直”(Vertical，也称纵向相关)的经济结构特征的经济学问题，有时也被称作“网络产业经济学”(The Economics of Network Industries)，它实际上一直被划归在“通信经济学”(The Telecommunication Economics)范畴之中。

20 世纪 90 年代以来，随着计算机网络（后来演变为 Internet）的发展，关于计算机网络的经济学问题成为“网络（产业）经济学”中被倍加关注的研究对象。最初是关于电子计算机局域网、广域网的成本核算、收费标准的一些经济学讨论，后来发展为对 Internet 服务价格、税收和和服务提供者竞争等的分析。这些关系到互联网资源的有效配置、提高互联网网络投资获利能力、制定适当的政府政策方面的研究课题都被经济学家纳入了“网络经济学”（更具体地说，是属于“网络产业经济学”）的研究范畴。

Internet 经济学：在 Internet 以惊人的速度向前发展，并扩展到世界各个角落的同时，许多经济学家逐渐认为继续将关于 Internet 的讨论放在与电力、航空、电讯、铁路和公路等传统生产部门的框架内进行研究已经不合时宜了，为了适应 Internet 和网络经济迅速发展的步伐，一门新的“Internet 经济学”便发展起来了。

网络经济学：一方面 Internet 既有与其他的通信网络相同之处，即都是现代社会传输信息的媒介，都具有“网络”属性，但另一方面，Internet 的迅猛发展正在改变着整个经济的运行结构和运行方式。如制造业和信息服务业在社会经济中的作用将发生位移；经济调节手段将发生微妙的变化，“第二只看不见的手”信息网络对资源的配置作用将逐渐加强；政府对经济的宏观调控将变得更加科学。由此可见，网络经济的迅猛发展，需要我们超出通信经济学和网络产业经济学的范畴，建立一门能够适合网络经济发展的新的经济学，即网络经济学。因此，我们则认为网络经济学是现代经济学的的一个分支。本书对网络经济学的界定，主要是指研究在网络经济下资源的有效配置和充分利用问题，以及网络经济发展中遇到的种种现实经济问题。这里的网络，主要指计算机网络。（最后这段话划重点，指出这个界定与定义的区别）

二、本书的内容体系总体上看，网络经济的发展才刚刚起步，与此相适应，网络经济学也是近几年才出现的新学科，作为一门新的学科，其基本概念、内容、理论体系在

短期内不可能规范，需要较长时期的实践、研究与整合。所选教材前六章主要阐述网络经济学的基本经济问题和基本理论；网络经济具有全新的市场特性，因此，在对网络经济学的基本经济问题和基本理论进行分析之后，运用现代经济学和产业组织理论的相关原理，在第七章到第九章分别论述了网络经济下的市场结构、市场行为、市场绩效；从第十章到第十二章，进入网络经济的宏观层次分析，主要包括网络经济下的经济增长、网络经济下的国际金融与贸易、网络经济下的政府职能。第十三章是网络经济下的发展战略，这主要关系到网络经济的持续发展问题。

第二章 网络外部性

教学目的与要求：

通过本章的学习，学生理解外部性的基本概念及其在网络经济中的特殊表现形式。掌握网络外部性（直接与间接）的定义、产生机制与经济影响。理解正外部性与负外部性在网络环境中的典型表现（如平台效应、信息过载、算法偏见等）。了解外部性带来的市场失灵问题及可能的治理机制。

课程思政育人目标：

通过学习引导学生认识技术发展中的社会责任，理解“科技向善”的内涵。增强对国家在平台治理、数据安全、反垄断等方面政策的理解与认同。培养学生在推动数字经济发展中兼顾效率与公平的价值观。

教学重点：

- 网络外部性的类型（直接与间接）及其作用机制。
- 网络外部性对用户行为、市场结构和企业战略的影响。
- 典型案例分析（如微信、淘宝、共享单车等）。。

教学难点：

- 网络外部性导致的“锁定效应”与“路径依赖”。
- 外部性与市场失灵的关系，以及政府与平台的治理角色。。

教学方法：案例与讲解、讨论相结合

教学时数：3 学时

教学内容：

第一节 经济学关于外部性的解释

一、 经济学关于外部性的解释

外部性——外部性是市场失灵的表现之一，当私人成本（或私人收益）与社会成本（或社会收益）不一致时，就会产生外部性，当社会成本高于私人成本，称之为负的外部性；当社会收益高于私人收益，称之为正的外部性。外部性的存在使私人按照边际收益等于边际成本的原则进行的决策对整个经济效率产生扭曲。

第 2 节 网络外部性的定义和分类

一、 网络外部性定义

网络外部性——当一种产品对用户的价值随着采用相同产品或可兼容产品的用户增加而增大时，即出现网络外部性。网络外部性意味着原有用户得到了产品中所蕴含的新增价值而无须为这一部分价值提供相应的补偿，因而是属于经济学中所阐述的正的外部性的一个特例。

二、 网络外部性分类

1. 直接网络外部性和间接网络外部性——直接网络外部性是指一个消费者所拥有的产品价值随着另一个消费者对一个与之兼容的产品的购买而增加。间接网络外部性则是指随着某一产品使用者数量的增加，该产品的互补品数量增加、价格降低而产生的价值。

2. 正的网络外部性与负的网络外部性——网络外部性不仅有正的，也有负的，即网络不经济。最典型的例子如网络拥塞。

3. 网络效应与网络外部性——网络所具有的随着用户数量增多而价值提高的特性叫做网络效应，因为当产品的市场价格已经充分反映了与外部性相关的成本和利润时，就不存在能称之为“外部性”的经济问题了，因为此时外部性已经完全内在化了。因此，网络外部性是只有当这些网络效应没有被内在化时，才可称之。

三、 网络外部性产生的原因及影响分析

网络外部性产生的原因——网络具有外部经济性的根本原因在于网络自身的系统性、网络内部信息流的交互性和网络基础设施长期的垄断性。

四、 网络外部性与正反馈

1. 正反馈——一种“强者恒强，弱者恒弱”的“马太效应”，即一定条件下优势或弱势一旦出现，就会不断加剧而自我强化，出现滚动的累计效果。

2. 网络外部性与正反馈——网络外部性是网络经济中正反馈的主要原因，但网络外部性和正反馈是两个概念。首先，正反馈并不是一个网络经济下出现的新事物，但一直没有引起人们的关注，当人类社会发展到信息经济和网络经济时代，网络外部性的广泛存在

导致在网络经济中，正反馈以一种更新的、更强烈的形式出现。其次，从网络外部性到正反馈，还需要其他的一些条件。

五、 路径依赖、 锁定和转移成本

1. 路径依赖——路径依赖是在知识迁移的过程中从其他学科“溢出”到经济学中的一个概念。在经济学中，经济学家们用路径依赖来表示即使在一个以资源抉择和个人利益最大化行为为特征的世界中，经济发展过程中的（如一些技术、产品或是标准）一个次要的或暂时的优势或是一个看似不相干的事件都可能对最终的市场资源配置产生重要而不可逆转的影响。

2. 锁定和转移成本——锁定是指由于各种原因，导致从一个系统（可能是一种技术、产品或是标准）转换到另一个系统的转移成本高到转移不经济，从而使得经济系统达到某个状态之后就很难退出，系统逐渐适应和强化这种状态，从而形成一种“选择优势”把系统锁定在这个均衡状态。转移成本实际上是对路径依赖程度和锁定程度的衡量。

六、 标准、 兼容、 互补和互联

1. 标准——网络外部性的存在，使得标准具有了相当的重要性。用户在购买时都希望选中拥有或未来拥有最多用户的网络，也就是购买已经或将会成为标准的网络。

2. 兼容——兼容是指当组合两种产品用来提供服务或使从一种商品转移到另一种而不需要增加额外成本的时候，这两类产品是兼容的。

3. 互补——互补是指两种商品之间功能不同但能够结合使用，并且在共同运作时不需要增加额外的成本（即两种产品是相互兼容的）。

4. 互联——互联同样是网络问题中的一个经典概念：当某一家公司在网络中掌握着“瓶颈环节”，通常也叫做“基础设施”，别的公司要想向消费者提供服务必须要通过这个瓶颈环节，连接到这个基础设施上的时候，就出现了互联，互联实际上也是兼容的一种。

第 3 节 网络外部性的影响

一、 网络外部性下需求曲线的变化

网络外部性下的需求曲线——正的网络外部性表明具有网络外部性的商品的价值随其所销售数量的增加而增长，这与传统经济学关于向右下方倾斜的需求曲线有所差异。而事实上这二者并不矛盾，需求曲线描述一个静态的单期行为，反映价格对需求数量的影响；而网络外部性则强调预期的作用，反映预期数量对价格的作用。

二、 网络经济下的边际收益递增

1. 传统经济下的边际收益递减规律——边际收益递减规律是传统经济学的重要原理之一，它描述了工业社会物质产品生产过程的普遍现象。根据这一规律，如果持续增加某一生产要素的使用而保持其它要素不便，则所增加生产要素的边际产出呈现出递减的规律。

2. 网络经济下边际收益递增规律——网络经济下边际成本随着网络规模的扩张而呈递减趋势，网络外部性的存在使传统供给方收益递增为中心转变为以需求方收益递增为中心，从而使网络经济下边际收益呈现出递增的趋势。

三、网络经济下的边际收益递增

1. 传统经济下的边际收益递减规律——边际收益递减规律是传统经济学的重要原理之一，它描述了工业社会物质产品生产过程的普遍现象。根据这一规律，如果持续增加某一生产要素的使用而保持其它要素不便，则所增加生产要素的边际产出呈现出递减的规律。

2. 网络经济下边际收益递增规律——网络经济下边际成本随着网络规模的扩张而呈递减趋势，网络外部性的存在使传统供给方收益递增为中心转变为以需求方收益递增为中心，从而使网络经济下边际收益呈现出递增的趋势。

四、网络经济下的规模收益递增规律

1. 传统经济下规模收益递减规律——在传统经济中，同一厂商在扩张规模时可能会依次出现规模收益先是递增、随后不变、最后递减的情形，即规模收益最终总会出现递减。

2. 网络经济下规模收益递增规律——在网络经济下，由于需求方规模经济与供给方规模经济的共同作用，收益递增以一种更新的、更强烈的形式出现，结果是极强的收益递增效应。

第五节 外部性与公共产品

所谓外部性，按美国经济学家萨缪尔森的定义为：在生产和消费过程中给他人带来非自愿的成本或收益，即成本或收益被强加于他人身上，但却并未由引起成本或接受收益的人加以偿付。更为确切的说，外部性是一个经济主体的行为对另一经济主体的福利产生影响，而这种影响并没有从货币上或市场交易中反映出来。

从定义上可以看出，外部性有积极和消极之分，前者称之为外部经济性（或外部正效应），后者称之为外部非经济性（或外部负效应）。譬如某人从个人利益出发建造灯塔，此时其他经过灯塔的人同样也受到灯塔的指引，而这些人并未对此付出成本，某人建造灯

塔这一行为就产生了外部经济性。又如厂商在生产时产生的噪声、废气、废水等直接影响到周围居民的生活环境，但厂商并未对此进行任何补偿，这便是一种外部非经济性。

一、外部性与公共产品

外部性是市场失灵的一种表现，其产生的根源在于产权界定不清。而产权往往模糊不清的公共产品可以说是外部经济性的典型例子。所谓公共产品，如国防、广播电视、灯塔、道路、桥梁等，它们都具有两个特性：非竞争性和非排他性。如果一个商品在给定的生产水平下，向一个额外消费者提供商品的边际成本（增加一单位产品的生产所增加的成本）为零，则该商品是非竞争的。如灯塔一旦造好并起作用，额外船只对它的使用不会增加它任何运作成本，公共电视也一样，多一个观众的成本为零。竞争性商品必须在个人之间配置，非竞争性商品每个人都能够得到，而不影响任何个人消费它们的可能性。如果人们不能被排除在消费一种商品之外，这种商品就是非排他的。其结果是，很难或不可能对人们使用非排他商品收费—这些商品能够在不直接付钱的情况下被享用。比如一个国家的国防，所有公民都能享受到它的好处。

一、外部性与公共产品

非竞争和非排他的公共产品以零边际成本向人们提供收益，而且没有人会被排除在享用它们之外。公共产品的这两个特性引发了生活中极为普遍的人们对公共产品不愿付费、只顾免费享用的“搭便车”问题（free-rider problem）。在这种情况下，由于私人投资公共产品难以获得回报，这意味着市场价格机制丧失了激励私人提供这类产品的可能性，从而使得公共产品只能由政府来提供。

二、网络外部性

网络外部性体现为随着一个新用户的加入，会使网络中其他用户的效用增加，进而整个网络的总效用也增加。显然，网络外部性也是一种外部正效应。

网络之所以具有外部正效应，是由于它类似于公共产品，同样具有一定的非竞争性和非排他性。因为网络的主要特征就在于它的系统性和交互性，组成网络的各个端点是不可分割的一个完整的体系，网络中的任何一个端点都不可能排斥其它的端点与之相连。网络的价值也就在于网络的任意两个端点之间能进行信息流的交互传递，而不是单向的信息传递。同时，任意两个端点之间的信息交流也不会影响另外两个端点之间的信息交流。

但网络决不属于纯公共物品，这是因为一方面网络的使用不是免费的，任何一个想加入到网络中的用户都必须支付一定的费用和成本，多一个消费网络这种产品的边际成本是大于零的，由此，网络具有部分的排他性。另一方面，由于网络中每一个用户所获

得的消费利益（效用）取决于该网络用户的数量，因此网络的消费具有部分的竞争性。显然，网络的以上特性使之应规属于准公共产品之列。

尽管网络产品具有与公共产品相似的非竞争性和非排他性，属于准公共产品，但是与公共产品外部性不同的是网络外部性并未使市场机制失灵。原因在于以下两方面：

二、网络外部性

首先，消费网络是要支付成本的，这使得对网络产品的“搭便车问题”不复存在。因此，市场的价格机制仍会发挥作用。

其次，公共产品因为其外部经济性导致私人收益小于社会收益，使得公共产品的提供不能达到社会福利的最优状态，即在市场机制的自发作用下社会的资源配置不当。而网络的外部性由于只发生在消费者之间，并不涉及到生产者提供产品私人收益外溢的问题，而且，尽管这种外部性同样引起了社会收益的增加，但由于网络消费者对网络效用评价会因此上升，进而消费者对网络消费所愿意支付的价格也会上升，这样生产者的私人收益也会随之增加，从而仍然保持了私人收益和社会收益相一致，这说明市场机制对网络这一产品进行资源配置时仍能够达到帕累托最优（即资源配置的最优状态）。

第三章 网络经济的新经济特性

教学目的与要求：

- 通过本章的学习，学生理解网络经济区别于传统经济的核心新特性及其形成机制。
- 掌握转移成本、锁定、路径依赖、正反馈、临界容量、双边市场等关键概念的定义与经济逻辑。
- 能够识别和分析这些特性在典型平台企业中的表现与战略意义。

课程思政育人目标：

- 通过学习引导学生认识技术垄断与市场集中背后的公平问题，增强对国家反垄断政策的理解与认同。
- 培养“科技向善”理念，思考如何在创新中兼顾用户权益与社会福祉。
- 激发学生服务国家数字经济战略的责任感与使命感。

教学重点：

- 各新经济特性的定义、作用机制及其相互关系。双边市场的定价策略与平

台竞争逻辑。典型案例分析（如微信、滴滴、Steam、美团等）。

教学难点：

- 反馈机制如何导致“马太效应”与市场失衡。
- 临界容量的突破策略与创业企业的生存挑战。
- 锁定效应与用户权益保护的矛盾。

教学时数：5 学时

教学内容：

第一节 “锁定”

一、“锁定”的含义与成因

“锁定”在网络经济下是一种普遍的现象。比如你用的操作系统一直是微软公司的 Windows 系列，尽管你对它有诸多不满意之处，但你可能也不会愿意更换，因为换一个操作系统意味着你必须放弃原先的操作知识和经验，重新接受训练，要花大量的时间和精力熟悉新软件的操作。你处在一种不满意现有产品而又不愿意或不能选择其他产品的状态，即你被 Windows 系统“锁定(lock in)”了。这类例子数不胜数。

“锁定”的本质就是你将来的选择会受到你现在的选择的约束。“锁定”一般是和“转移成本”(switching cost) 联系在一起的。

“转移成本”是指消费者使用另一种产品时必须付出的设备更新、学习等成本。

“锁定”的成因

(一)、免费赠送引发的“锁定”。对于免费的产品，如果消费者在使用后对产品的评价还可以，愿意继续使用，则在使用过程中，随着消费者逐渐熟悉和了解该产品的性能，他也就逐渐被该产品“锁定”了。

(二)、合同带来的“锁定”。销售合同带来的“锁定”是最直接的。比如买品牌电脑时，销售商要求电脑的维修工作只能由该公司或该公司指定的机构负责，否则对电脑的质量不予保证。这实际上也使用户被“锁定”。虽然维修大部分是免费的，但零部件还是要收费的，这就可能出现维修机构对零部件的收费远高于市场价格的情况，而作为用户只能接受这种高价，因为如果使用自己购买的零部件，销售商就对电脑的质量不予保证，用户就享受不到售后服务了。

(三)、技术“锁定”。这种“锁定”一方面是由于信息和数据库的应用需要保持前后一致性。

比如依靠历史数据建立起来的会计软件、税务软件、各种信息库等，如果历史数据没有办法转换过去，那么消费者就被牢牢地“锁定”了；另一方面是由于消费者对产品的熟悉而导致的。

学习使用一个软件是一个费时费力的过程，因此一个人对某种软件的熟悉程度越高，他转而使用其他同类产品“转移成本”就越高，因此人们总是不得不随着软件供应商的软件升级而一次次地把自己的软件升级，即人们被“锁定”了；最后，技术“锁定”还来自于市场规模。一旦人们使用了市场规模大的软件后，人们也就被“锁定”了，因为你要与别人交流就只能使用市场主流软件，以免引起各种不必要的麻烦。

（四）、耐用品带来“锁定”。

这是常见的“锁定”。因为耐用品使用年限比较长，消费者一旦购买就被长期“锁定”，因此，售后市场成了网络企业竞争的重要组成部分。

二、应用“锁定”

网络企业“锁定”的应用实际上包含两个方面：一是如何“锁定”消费者，二是如何打破其他厂商“锁定”来吸引消费者。

就如何“锁定”消费者而言，“锁定”的开始阶段是产品的免费使用或低价销售，它是与免费赠送和主流化战略紧密结合的，这一阶段是为产品升级或互补品销售建立基础的过程。当有了一定的销售基础后，网络企业要做的就是在利用“锁定”来获得利润的同时，大力提高消费者的转移成本，使消费者不得不接受“锁定”。消费者的转移成本包括消费者承担的成本和新供应商承担的成本两部分。消费者承担的成本不再解释，新供应商承担的成本是指新供应商在吸引顾客时付出的代价。对网络企业而言，有两方面要注意：一方面，网络企业对消费者的收费不能超过消费者承担的转移成本；另一方面，网络企业努力提高消费者的转移成本。

比如提供技术培训、使自己的产品更具特色甚至与竞争对手的产品不兼容、提供消费积分折扣等手段来提高消费者的转移成本。

要使消费者有动力摆脱别的厂商的“锁定”，就要设法降低他们的转移成本。因此新厂商要不惜增加自己承担的成本而降低消费者的成本。比如移动电话运营商也许可以减免从别的网络转过来的客户几个月的费用，软件企业通过提高产品与现有市场主流产品的兼容性来尽量减少消费者在转换过程中的信息损失。

消费者被“锁定”以后，网络企业的获利就成为容易的事情了。企业不但能收回前期免费赠送或低价销售时付出的代价，还能获得远多于此的利润。第一种方法是厂商可

以不断升级其产品，就像微软几乎每半年就升级 Windows 一样。其次，厂商可以对相关服务收费。软件免费，但对免费软件提供技术支持成为许多软件企业的利润来源。另外，厂商还可以对相关产品收费，即所谓“剃须刀与刀片”原理。索尼公司每销售一台游戏机都要亏本，但这样做是为了吸引用户，建立游戏软件、玩具的销售基地，游戏机的亏损可以通过软件、玩具来弥补。

第二节 “赢家通吃”与“输家通盘”

“赢家通吃”与“输家通盘”是指赢家获取一切，败者一无所获。

一、“赢家通吃”与“输家通盘”的产生

先从需求来看，根据梅特卡夫定律，网络产品本身就有对市场规模的要求，某产品市场规模越大，价值就越高，消费这就越愿意消费该产品。网络产品拥有一定的市场规模后，正反馈规律就发生作用了，市场规模大的产品会越来越受到消费者的青睐，市场份额会越来越大，消费者会集中选择消费该产品。Windows 产品就是最好的例证。许多人选择 Windows 并不是因为它的质量如何好，而是因为周围的人都用它。正反馈的结果会使消费者最后选择消费一种产品，而由于网络产品生产的边际成本很低，一家企业就能提供足够的产品。这样，最后成功的企业只能有一家，这家企业赢得了绝大部分市场份额，成为市场的统治者，就像微软、AOL 那样。而没能让正反馈顺利发生的网络企业，处境日益艰难，市场规模日益萎缩，用户日益减少。

再从供给来看。前面已经介绍过网络产品的成本主要集中在固定成本或者说沉没成本上，因此网络企业面临着巨大的风险，如果研发没有成功或者竞争失败，就无法挽回以前投入的成本。网络经济市场竞争的结果是强者越强，弱者没有生存空间，因此网络企业不得不实施主流化战略，网络企业的收入是“锁定”消费者后才能实现的，在竞争的前期网络企业只是在“烧钱”，收入远远不能弥补企业的固定投入。竞争失败的企业面临的后果就是入不敷出，只能看着整个市场被对手夺走，自己却不能分得哪怕是一小部分收益，“输家通盘”的命运就降临到了它的头上。

“赢家通吃”与“输家通盘”是网络经济中一个非常重要的现象，是“马太效应”的典型表现。

它使网络企业面临着两种结局：获得整个蛋糕或一无所获。没有介于两者之间的结局让网络企业选择。传统经济中也存在一定程度上的正反馈，但这种正反馈只是暂时的，因

为传统企业受边际成本递增的约束，无力独自提供整个市场的产品。

二、“赢家通吃”与“输家通盘”的影响

（一）、对产品和客户的影响

前面已反复述及，“赢家通吃”与“输家通盘”使企业的产品要么获得消费者的青睐，占据整个市场，要么就被彻底淘汰出局。这是后两点影响的原因。

（二）、对投资者的影响

网络产品的“赢家通吃”与“输家通盘”使网络企业在吸引投资上也表现出了明显的“赢家通吃”与“输家通盘”现象。那些市场规模大、注册会员多的网络企业对投资者的吸引力远大于市场规模小、注册会员少的网络企业。因此，市场规模大的网络企业越来越有实力“烧钱”，市场规模小的网络企业日益缺乏资金，出现强者越强、弱者越弱的局面。

（三）、对企业兼并与重组的影响

“赢家通吃”与“输家通盘”使网络企业在竞争中的前景自然也就只有两种极端了，或者作为“大鱼”去吃掉别的企业，或者只能是作为“小鱼”被别的企业吃掉。这就不难理解为什么发生在网络企业中的兼并与重组如此频繁，例如 Sohu 收购 ChinaRen，Tom.com 收购 163 电子邮局和鲨威网站，微软收购 Hotmail 等。对于成功的企业，主动兼并别的企业能迅速的扩大市场规模，拥有更多的客户，企业越来越受到人们的关注，对于无力经营下去的企业则以被兼并的方式退出竞争。这样一种“大鱼吃小鱼”的游戏在网络经济中将持续玩下去，直到“大鱼”成为巨无霸，控制整个市场为止。产品的正反馈引发了企业规模的正反馈。

第三节 正反馈机制

一、正反馈理论

1、多态均衡

由酬劳递增带来的正反馈，显示出市场中有许多可能的均衡点，同时没有一种机制能保证，市场从诸多可能结果中选择出来的一定是“最优结果”。

2、路径依靠

经济系统对均衡状态的选择，依靠于前期历史的阻碍，一些微小事件或随机事件，可能会产生决定性的作用。

在市场上，越是流行就越能获得用户的信任，产生了自我增强的良性循环，最终

在竞争中战胜其他技术。

3、锁定效应

由于转移成本的存在，市场一旦达到某个均衡状态，占优势的厂商就能使优势持续积存，以至于其他厂商难以进入。

可能无效率

在路径依靠和随机事件的阻碍下，系统达到的均衡状态，可能不是最有效率的均衡。

由于系统建立的成本高，一旦建立就难以改变。

再加上学习效应、合作效应和习惯性预期，使得系统逐步习惯和强化了这种状态。

二、临界容量

临界容量的定义：能够坚持均衡的最小网络规模。

一旦某种产品的市场规模已达到临界容量时，由于消费者预期其他消费者也会采纳该产品，导致最终所有的消费者都选择该种商品。企业的生产和经营规模有一个最低限，小于那个最低限，企业的生产和经营确实是不经济的，甚至会经常亏损。

冲破那个最低限，企业的生产和经营就会高速增长，具有专门大的赢利空间。

三、马太效应

1)赢者通吃：专门多公司采纳主流化策略。某个产品取得了主流地位，那个地位就不大可能被坚决。

2)信息需求的差异：用户信息需求的马太效应，是指用户信息需求及其积存信息量之间的有关性。

网络经济产品的供求关系本质上是反均衡（anti-equilibration）的，体现出的是一种正反馈（positive feedback）现象。

现实中，由于知识产权保护的存在，厂商可以通过专利、技术保密等手段，在很长一段时期内垄断此类产品的供应。在这段时间内，该厂商如果能够迅速推广其产品，使之达到临界数量后，它就可以利用垄断地位，获得巨大的垄断利润。如微软在迅速推广 MS DOS 以及构建在其上的 Win3.2 占领 PC 操作系统市场并取得垄断地位后，就开始对该系统以及以后的升级版（Windows 系列）收取高价，获得了巨额利润。正是因为投资者看到了这一点，才造成了前几年纳斯达克的神话：投资者把大量资金投入严重亏损的网络公司和软件开发公司，以期待在市场规模超过临界点后，能获得更多的垄断利润作为补偿。

二、正反馈原理

但是如果政府不允许垄断利润的存在，在产品的市场规模超过临界数量以后，强迫厂商公布其核心技术，要求实现完全竞争，就像美国政府控告微软违反反垄断法那样，那么只要存在超额利润，其他厂商就会源源不断的跟进该市场，直到超额利润不再存在。竞争导致了零利润。此时就存在一个问题，即在市场规模达到临界数量前，厂商要蒙受巨大的亏损。

这种情况会打击创新行为，将使得没有一家厂商愿意投入大量资金进行研究、开发以推出新产品。如果微软被分拆，或者被强迫公布视窗系统的源代码，那么，就意味着在纳斯达克上市的其他经营网络经济产品的公司以后也将不能获得垄断利润以作为初期亏损的补偿。这就说明了为什么纳斯达克指数的波动受微软垄断案的影响如此之深，以及为什么在创新起重大作用的行业，往往都是不完全竞争的。如果政府不给予一定的保护，那么，研究、开发并推出新产品这些行为，就只能由政府提供，经济的效率将受到严重损害。

第四章 企业锁定、定价和限制进入

教学目的与要求：

- 通过本章的学习，学生理解企业如何利用用户锁定（Customer Lock-in）构建竞争优势。
- 掌握网络经济中典型的定价策略（如补贴、版本划分、免费+增值）。
- 分析企业通过技术、数据、生态等手段实施的限制进入（Barriers to Entry）机制。
- 认识锁定与限制进入对市场竞争、创新与消费者福利的影响。

课程思政育人目标：

- 引导学生理解“平台垄断”背后的经济逻辑与社会风险，增强对国家反垄断政策的认同。
- 培养“科技向善”理念，思考企业在追求利润的同时应承担的社会责任。
- 激发学生服务国家“数字中国”战略、推动公平竞争市场环境建设的使命感。

教学重点：

- 用户锁定的形成机制（转移成本、数据积累、生态系统）。
- 网络经济中的典型定价策略及其战略意图。

- 限制进入的主要手段及其经济后果。

教学难点：

- 锁定策略的“合理性”与“滥用性”边界。
- 双边市场中的交叉补贴定价逻辑。
- 如何在鼓励创新与防止垄断之间实现平衡。

教学时数：5 学时

教学内容：

第一节 消费锁定（lock in）

传统产品的消费者只有当有特定的消费偏好或是出于品牌忠诚时才会选择某一固定品牌产品消费，否则一般都会选择“更好”的产品。但对信息产品而言，消费者却常常面临着一种消费锁定，即一旦消费者使用了某一品牌的信息产品，在基本可以满足其需要的范围内，消费者不太会像其它产品那样轻易的去更换所谓“更好”的产品，而是被锁定在该品牌的产品上。

锁定效应的出现是基于高转移成本（switching cost）的存在。由于信息技术和信息系统的不完全可兼容性以及由此带来的操作、使用知识的重新培训等造成的转移成本足够高时，用户就会被锁定在原有产品的消费上。信息产品容易发生锁定消费的特性，使其使用规模的迅速扩大、消费者边际效用的递增成为可能。

第二节 网络产品与服务定价

一、网络产品定价

1、动态定价

在网络经济中，知识含量成了度量商品价值的最重要标准。商品中知识含量越高，商品价值就越高，商品价格也就能够定得越高。

知识的显著特点之一是时效性，过时的知识可能一钞票不值。因此，动态定价就成为厂商经常采纳的差别定价方式。

2、价格鄙视

二、个性化定价和群体定价

1)个性化定价:个性化定价使厂商收益最大化。在网络经济中，信息所起的决定性作用，以及网络经济的交互性和实时性特点，使得厂商的个性化定价不但存在着必要性，而且存在着可能性。

2)群体定价:不同的消费者类型构成了不同的市场。这种直接建立在群体特点基础之上的定价方法被称作群体定价网络服务定价

平坦式服务定价法： 服务价格由两部分组成。

一部分是用户 一次性支付的费用， 另一部分是固定的连接成本拥塞式定价法： 其价格由固定连接成本和按照网络使用状态而作的动态定价两部分组成。

结构化服务定价法： 这是一种承诺网络各局部采纳不同的资源分配和价格操纵策略， 并支持各种互联网专门应用的定价方法。

第五章 网络经济下的市场结构

教学目的与要求：

- 通过本章的学习，学生理解传统市场结构（完全竞争、垄断竞争、寡头、垄断）的基本特征。
- 掌握网络经济下市场结构的新特征：高集中度、赢家通吃、平台主导、动态竞争。
- 认识网络效应、规模经济、正反馈、锁定效应等机制如何重塑市场格局。
- 了解“多边平台市场”作为新型市场组织形式的运行逻辑。

课程思政育人目标：

- 引导学生正确认识“平台垄断”问题，增强对国家反垄断与公平竞争政策的理解与支持。
- 培养“科技向善”理念，思考市场集中化对中小企业创新与消费者权益的影响。
- 增强建设“数字中国”背景下健康有序数字经济生态的责任感。

教学重点：

- 网络效应如何导致市场从竞争走向集中。
- 动态竞争与静态垄断的辩证关系。
- 如何在鼓励创新与防止垄断之间实现平衡。

教学难点：

- 网络经济市场结构的核心特征及其形成机制。
- 平台型市场与传统市场的本质区别。

- “赢家通吃”现象的经济逻辑。

教学时数：5 学时

教学内容：

第 1 节 网络经济下的市场结构分析

一、 结构-行为-绩效模型

结构-行为-绩效学派——结构-行为-绩效学派是发源于哈佛大学的产业组织流派，该学派认为，垄断势力的个体行为是许多市场中的持续性特征。依次观点，市场有效运行的最严重的障碍是某些公司所采取的策略性行为，它阻止了另一些公司在相对公平基础上的有效竞争。通过这种策略性行为，公司可以获得和保持控制产品价格的市场势力。依此观点的政策含义就是，政府应该制定一种相对高水平的竞争政策，以便限制具有支配性市场地位的企业行使有害的策略性行为。

二、 芝加哥学派的研究范式

“芝加哥学派”——“芝加哥学派”则采取了与哈佛学派完全不同的学术立场，该学派认为，除非政府采取高强度的权力干预，否则某个公司所能够做的事情，其他任何有效率的公司也同样能够做到。依此观点，垄断势力的主要来源是政府对市场的干预。因此他们的政策主张是鼓励采取一种自由放任的政策。

第 2 节 网络经济下的市场结构分析

一、 网络对传统市场结构的影响

1. 网络经济下交易成本降低。网络提供了信息传送的快捷性和广泛性，大大降低人们搜寻成本，扩大了人们搜寻范围，从而降低交易成本。

2. 网络通过对交易成本的影响而改变产业结构。网络的应用可以极大的减少市场交易的“交易成本”，交易成本降低的一个直接的结果就是企业不必要再进行垂直合并，而更多展开垂直分工，企业因此会变得更专业化。高度专业化意味着企业即使在相当小的规模上也可以展开经营并生存下去，由此，传统经济下垄断性市场结构可能转向竞争性市场结构。

3. 网络通过对企业内部结构和企业规模的影响而带来产业结构的变化。企业内部网络系统的使用及企业管理模式由传统的层级式向扁平式转化，将使企业的规模不再受传统企业代理成本的制约，从而企业的规模可以持续扩张，并可能导致垄断性市场结构。

二、 网络经济下竞争性垄断市场结构的形成

1. 新经济与实体经济——新经济主要指的是以信息作为主要资源标志的经济活动部分，

和实物经济一样，新经济也有股票价格等虚拟经济形式。从传统的实物经济到网络经济或信息经济的发展，标志着人类社会经济形态质的飞跃（从物质经济到信息经济），

2. 网络经济下的竞争性垄断市场结构——网络经济下一种新的市场结构形式，它区别于传统经济下的非竞争性市场结构，是一种竞争与垄断被双双强化的特殊的市场结构，其极强的竞争性和垄断性是由信息产品的技术特征决定的。网络经济下的技术特征首先是表现出极强的边际收益递增效应和规模效应，因而容易形成正反馈循环，从而行业垄断势不可免。然而信息产品的技术特点不仅是该市场结构中垄断形成的原因，也是竞争激烈的原因。在该市场结构中，竞争是对技术的竞争，而该市场上技术竞争是完全开放的，不存在任何技术上的壁垒，而新经济下的技术创新频率是人类发展迄今为止最快的，由此竞争的效率比以前空前提高。

第三节 网络经济下对垄断的新认识

一、网络经济下垄断的新特征

（一）、网络经济下比较容易形成垄断

1、网络产品的固有特性所致

1)、网络产品的规模经济性。网络产品是凝聚了大量的技术创新成果的产品，其巨额的前期开发成本只有通过产品销量和产量的不断扩大才能逐渐被分摊，网络产品的单位平均成本才能不断降低。这就是网络产品规模经济效应，这一点促使网络企业努力寻求市场份额的扩大，以降低创新的成本和风险。

2)、网络产品的网络外部性。网络产品所具有的网络外部性决定了网络产品的用户越多，该产品的价值越大。由此形成的正反馈效应会促进用户网络的自我扩张，市场结构不断向垄断的方向发展，形成“赢家通吃”的格局。

3)、网络产品的锁定效应。网络产品的高转移成本会使用户不太会轻易去更换所谓“更好”

4)、网络产品的兼容性。如果由其他的生产者制造的产品能与某一网络产品相互配套是使用，则这些产品相互间就具有兼容性，即它们有共同的技术标准。而当这一标准被市场所认可时，该产品就成了事实上的标准产品，于是它在市场上一定程度的垄断地位就确立起来了。

2、网络产业的技术特性所致

网络经济的产业大多是技术密集型产业，技术显然是主要的、决定性的、直接的投入要素，技术创新是网络经济产业发展的核心和灵魂。由于有对专利和专有技术的制度

保护，加之创新技术的不易扩散和难以仿制的特点，创新企业能取得一定程度的技术垄断，而对潜在竞争企业来说有了一道难以逾越的技术壁垒。这种以技术垄断为主导的垄断地位的确立相比于传统产业中主要靠规模上的优势取得的垄断更容易形成。

3、网络产品的版权保护所致

在网络经济下，网络产品中的数字产品、信息产品大多数都属于版权法保护的范畴，而授予作者的版权在保护作者合法权益的同时，却又赋予了该产品的生产者拥有市场垄断的权利。由于网络产品所具有的网络外部性、消费锁定性以及兼容性等特性必然使得市场份额最大的产品成为事实上的标准产品，而这类产品又受到版权法保护，这在一定意义上就使得生产该产品的企业取得了无限制的市场权利，这不仅促使了市场垄断的形成，而且还保护了该企业的垄断地位。

4、网络企业的兼并与收购所致

网络规模 and 市场份额是网络企业生存的主要保障，而为了在市场竞争中保住进而扩大自己的市场份额，网络企业就需要满足用户不断更新的需求，这就要求网络企业不断推出新的服务、进入新的领域。而跨行业领域渗透最有效的途径就是兼并与收购，通过“大鱼吃小鱼”，促成了网络行业规模的集中和一定程度的垄断。

(二)、网络经济下的垄断是与竞争、创新交融互促的存在和发展的

尽管市场竞争是维系市场经济运行的基本力量，但事实上竞争并不是追求利益最大化的市场主体的一种出于自愿的行为，而是由于外部压力强加在市场主体上的一种不得已的行为，受超额利润的驱使，在任何可能的情况下市场主体都会躲避竞争或通过竞争而最终消除竞争取得垄断地位。

因此，首先，垄断就是渗透在市场竞争中的一种机制，是竞争的结果，只要有竞争机制垄断就不可避免。网络经济下垄断的出现同样是这条规律作用的结果。

(二)、网络经济下的垄断是与竞争、创新交融互促的存在和发展的

其次，垄断并不必然抑制和排斥竞争，相反，垄断者仍然面临着各式各样和程度不同的竞争。尤其网络经济产业的垄断是一种以技术垄断形态为主导的垄断，当今的技术创新和递进呈波浪式向前发展，而且一浪高过一浪，发展的速度也越来越快，导致技术产品的生命周期也随之变得越来越短，加之创新技术一旦被仿制，在新技术基础上的各种应用开发就会接踵而至，创新技术就会加速扩散，最终威胁到自主创新者。因而网络经济产业这种凭借技术优势取得的垄断具有很强的脆弱性和时期性，它必然是短暂的，是一种稍纵即逝的垄断。诚然，垄断本身也可能有压制和限制竞争的一面，但网络经济产业内

难以躲避的激烈的技术竞争以及各类风险投资对技术创新及应用的支持都必然会促进竞争并把竞争引向高级化。

二、 网络经济下的垄断对传统经济学中反垄断观念的挑战

在传统的竞争理论中， 垄断都会扰乱经济本身的自然秩序， 冲击社会经济资源的自由配置或分配。 一些资源被用于获取、 维持和扩大垄断， 从而造成资源配置低效甚至是浪费； 垄断组织为获取垄断利润， 制定的垄断价格高于竞争市场一般均衡价格， 垄断产量却低于竞争市场的合理水平， 直接导致市场竞争的不充分和整个社会福利水平的下降。 传统和主流经济学的观点都认为垄断是竞争的对立面， 垄断必然排斥和限制竞争， 所以出于对公平竞争的维护， 必须要反垄断。

二、 网络经济下的垄断对传统经济学中反垄断观念的挑战

如果说古典经济学范式中被经济学家全盘否定的垄断的显著表现是过高的垄断价格和低于合理水平的垄断产量， 在让消费者付出了尽可能高的代价的同时， 导致了社会福利的减少， 那么， 当今垄断现象极为严重的信息产业却在向消费者不断地提供性能更高、 价格更低的产品， 难道这也是在损害消费者的利益、降低社会福利水平吗？ 作为反垄断对象被分割的微软， 1993 年以前出售 Office 软件要 400 美元， 而现在功能强得多的 Office 只要 250 美元， 似乎微软的垄断并未给消费者带来什么损害。 更何况对信息产业的任何一家企业而言， 产品生产的边际成本极低且可以保持不变或递减， 加之生产规模越大越能降低研发成本， 任何一家企业包括垄断厂商都是不会限制产量的， 又如何会导致社会福利的减少呢？

二、 网络经济下的垄断对传统经济学中反垄断观念的挑战

前已述及网络经济产业中的垄断是一种技术垄断形态为主的垄断， 垄断者为了保持垄断地位和长期、 持续的发展， 必须不间断地投入资本进行技术创新的研究和开发， 以不断改善产品的效能、 提高产品的品质。 这样不仅使用于技术创新的那部分利润的使用效率提高了， 同时技术进步所带来的社会收益也高于垄断造成的部分效率损失。 总体上， 社会资源配置的效率并没有因为垄断的存在而降低， 相反却得到了改善。 网络经济产业与传统产业相比比较特殊的一点就是， 其最重要的资源是知识和信息， 而这两种资源所固有的扩散性和共享性使得任何一个企业包括垄断者都无法独占这些资源， 显然， 网络经济产业的垄断是难以冲击这部分资源的自由配置或分配的。

二、 网络经济下的垄断对传统经济学中反垄断观念的挑战

总之， 网络经济的垄断是在市场竞争机制下自发形成的， 它不但没有以“价高量

低”的垄断产品侵害消费者的利益，造成社会经济效率低下；也没有消灭竞争、遏制创新，而是在日益激烈的技术竞争环境下，旧的垄断不断被新的垄断所替代，始终处于一种不断的消长和换位的运动之中。技术创新、竞争、垄断这三者在网络经济时代始终是交融互促地发展的。

第4节 网络经济下的竞争

一、网络经济下的竞争特点

（一）、网络经济使竞争空前激烈

1、网络经济下时空距离的缩短加剧了竞争的激烈程度

在传统经济下，尽管跨国公司的发展使得世界经济日益全球化，竞争也日益扩展到全球，但由于不可逾越的时空距离的存在，竞争的范围仍然受到很大的局限。而信息网络的飞速发展和网络的日益普及极大地推动了经济全球化，时空距离已不再是竞争的障碍，全世界的经济实体都面临着同样的竞争，竞争的范围大大地拓展，竞争的节奏大大地加快，竞争的激烈程度大大地加强。

2、网络经济下竞争内涵的扩充使竞争的态势更为激烈

1)、技术创新的竞争

网络经济下产品市场的竞争主要集中于网络产品的竞争，而网络产品是高技术含量的产品，网络产品的更新换代就意味着技术的不断创新和超前。而当今技术的加速度发展态势使得网络产品的竞争已演化为更为激烈的技术创新的竞争。

2)、人才的竞争

在网络经济下，创意的思维往往能造成巨大的财富，更是企业成功的关键。因此网络经济中最重要的资源是人才，它是推动网络经济发展的主要驱动力。对一个网络企业而言，最重要的资产不是办公大楼、电脑等有形资产，而是专有技术、创新意识、竞争策略等无形资产。

而这些价值连城的资产却往往都是由不同的人才所掌握的，因此，网络经济对人才的需求超过了以往任何一个经济时代，网络经济的竞争归根到底就是人才的竞争。

3)、资金的竞争

网络经济下的竞争首先是一场技术创新的竞争，但众所周知，新技术的研究和开发不仅需要投入大量的资金，而且还要承担研究开发失败的巨大风险，即这些资金都是一旦投入就可能收不回来的沉没成本。因此，对要进行技术创新的企业来说，巨额的资金成本是关键，企业存在着巨大的资金需求。尽管在网络经济下，资本市场上的融资方式已

较以前更为多样化,但无论是吸引风险投资还是通过纳斯达克等二板市场进行股市融资,企业都面临着同样激烈的竞争。激烈的技术创新竞争必然伴随着激烈的资金竞争。

(二)、网络经济的竞争是成为技术和行业标准的竞争

网络产品是由不同的制造商以不同的生产和商业模式制造出来的,技术兼容性是网络产品能否在市场上拥有客户的基本条件。于是,与谁兼容,即兼容的技术标准和行业标准是由哪一家企业或公司所决定是关键。尽管有时候政府或行业委员会也制定一些意在促进兼容性的标准,这些被称为法定标准,但通常成功的标准都是那些由市场所选择的主流产品决定的事实标准。一旦某一企业拥有了事实上的行业标准或技术标准,其他企业的产品就一律得与该企业的产品兼容,使得该企业将永远处于市场主导者的地位。

(二)、网络经济的竞争是成为技术和行业标准的竞争

微软公司就是操作系统的事实技术标准的拥有者,因此它一直以来几乎垄断了个人电脑的操作系统市场。但要成为事实标准的拥有者和制定者,就要让自己的产品成为主流产品,即市场份额最大的产品。因此,网络产品市场上的竞争者的追求目标都是市场份额的扩大以成为该产品市场上标准的制定者。

实现了标准化就意味着能规模化,从而使企业能降低平均成本,提高经济效益,而这恰是在网络经济中所有厂商的追求。因此,市场上每一个企业都尽力将它的产品标准化,成为市场的主流产品。网络经济下的产品市场的竞争由此就成为争夺技术标准和行业标准的竞争。

(二)、网络经济的竞争是成为技术和行业标准的竞争

在标准的竞争过程中,竞争者会从功能竞争转向价格竞争,因为每位生产者遵守标准就会导致不同品牌的产品都具有共同的功能,产品差异化程度因此变得很小,而且,标准越具体,产品差异化程度就越小。由于厂商将产品差异化的能力变弱,他们只好更多的集中于产品的价格竞争,而减少产品功能的竞争。在这一过程中,消费者一方面可以从价格竞争中享受到好处,另一方面却又丧失了多样化选择的可能性。

(三)、网络经济下企业在资本运营上的竞争

网络经济的资金来源主要是风险资本。对于风险投资者而言,他们的事业不是拥有和经营公司,而是投资一个时期后兑现其投资,即风险投资者注重的是在公司的资本运营中能获得收益,然后退出。另一方面,对网络经营者来说,他们赖以生存的是网络规模和市场份额的扩大,因此这也就成为他们的经营目标。而资本运营是保住和扩大市场规模、加强企业竞争力的重要方式,资本运营因而也就成为网络企业经营的核心。因此,对网

络企业而言，业务经营是为资本运营服务的，网络企业经营的重点事实上是资本运营。现实也的确如此，世纪企业在资本运营上的竞争会演变成为一场购并战

1、网络经济的发展加速了资本市场的全球化，为企业之间的跨国购并创造了条件。网络技术的发展打破了时空限制，使整个世界形成一个通过现代通讯手段联系在一起的统一的国际资本市场，这使企业到国外的资本市场进行融资和股权购并更为便捷，从而更加剧了这一趋势。

2、并购是风险投资一种重要的退出方式。受风险投资扶持的企业往往都是一些富有创意但缺乏资金支持、未来具有高成长性的企业。对这些企业来说，在一定时期内，盈利还只是一种梦想。所以风险资本家能获得资本回报的途径就是或者让企业上市，从出售股票中获益，或者通过被大的企业兼并或收购而收回投资。可见，风险投资作为网络经济所特有的一种资金来源，客观上就必然会导致资本运营上的并购之争。

3、并购与被并购是企业生存的必然选择。网络经济下企业生存的主要保障是市场份额和网络规模，但网络概念的强大吸引力和网络公司的低门槛，使得这一行业的参与者迅速膨胀，各企业之间业务的重叠更加剧了企业为拓展生存空间而展开的竞争。那些已拥有一定市场份额和网络规模的企业，由于具有一定的实力，可以收购整合那些具有发展潜力的同业中的小企业，或者与其它行业的巨头合并实现跨行业领域渗透，以实现网络规模的扩张和市场份额的上升。而那些规模不大的企业，由于受到资金实力的制约，难以与大企业争夺生存空间，

为了在市场上能够生存下去，它们只有选择被其它的企业并购。这两方面力量的推动必然导致网络经济下出现“大鱼吃小鱼，小鱼吃虾米”的局面，企业间的并购与被并购不再是一种偶然，而成为一种必然。

（四）、网络经济下的新竞争形态——竞争性合作

在网络经济下，大多数企业都有意识的相互合作以求得排它竞争所得不到的经营效果。具体来说，就是不同的企业之间通过在教学或产品上的合作（如交流、授权、结为联盟等），提高自身及联盟整体的经济和技术实力，形成对联盟外企业的竞争优势，进而营造和扩大市场空间，实现效率更高、效果更高的良性增长。国外学者将这种竞争方式称为“竞争性合作（coopetition）”。例如：

为什么当代企业能够超越靠单打独斗消灭竞争对手等传统的排他性竞争观念，愿意从无意识的合作走向有意识的合作呢？

1、生产要素的竞争性减弱

在传统经济下，企业之间的竞争源自物资、能量等资源的稀缺性以及这些稀缺资源的占有和使用的排他性和竞争性。显然，从投入生产要素开始传统企业之间就展开了排他性的竞争。

但是在网络信息时代，企业的主要要素投入是知识和信息，而这类资源相对而言不是稀缺性资源，而且其占有和使用都具有非竞争性和非排他性。因此，在核心生产要素上企业之间并不存在明显的竞争，这减弱了企业在要素投入环节上的竞争压力。

2、技术的开发利用需要合作

当今世界，技术的发展日新月异，企业只有不断地以最快的速度进行技术创新才能始终成为市场竞争的赢家。但是企业单靠自身的积累很难跟上技术变化的步伐。通过合作则可以相互学习、取长补短、增强科研开发力量，充分运用技术交叉和知识融合，不断推陈出新，成为技术创新的先驱。另外，技术本身还有一个相互兼容和相互支持的问题，这更要求相关企

3、合作式竞争带来更大收益

竞争并不一定必然会导致竞争的一方获胜赢得利益，另一方失败遭受损失，在共同合作基础上的竞争的结果可以是把原有的“蛋糕”做大，从而使竞争双方或多方均增加收益，即这是一种“双赢”甚至是“多赢”模式的竞争。对于这样一种竞争结果是任何一个竞争者都乐于接受的，因而企业会有意识的合作，以实现自身利益的最大化。

案例： NEC 公司

成立于 1889 年的 NEC（日本电气），百年来始终走在世界科技前端，领导着一个又一个电气科技时代，影响着人类近百年的生活。

NEC 善于运用一系列的合作企业来提高它的技术和产品能力。尽管它在研究开发方面的投资（按照研究开发费用/销售额）比一些竞争者少（如德州仪器、北方电信、爱立信），但 NEC 公司在各个行业均处于领先的地位，值得一提的是，NEC 是唯一一家能在通信、计算机和电子设备三大领域长期占据世界前五位的大型电子产品公司。它建立的关系网，尤其是与霍尼韦尔公司的关系，使得它在过去二十多年来充分地运用了内部有限的研究开发资源。

二、网络经济下的竞争原则

网络经济有着与传统经济迥然不同的特征、原理和规律。在网络经济中，企业必须顺应环境的变化，采取全新的竞争原则和竞争策略，方有可能在激烈的竞争中取胜。下

面提出的五大竞争原则，勾划出一家公司由弱变强的若干重要途径。

（一）主流化原则

在网络经济中，最初建立数字产品和基础设施的费用很大，继续扩张的成本却很小，由此产生了新的规模经济。而且，每生产一个产品，也是一个学习的机会。企业从生产中获得了经验，不断改进生产流程和技术方法，可以使成本降得更低一些。因此，争夺市场份额或争夺顾客，对企业来说是取得竞争优势的必由之径。你占领的市场份额越大，你获利就越多。

前期付出巨大的代价，会在后期得到丰厚的补偿。在网络经济中，很多成功的公司都采用了主流化原则。主流化原则可以推广为：企业降低价格、锁定特定的用户群，发展长远的顾客。

（二）个人市场原则

在传统经济中，通行以全体顾客为对象的大批量生产、大众化销售方式。在网络经济中，出现了“柔性生产”技术。由于互联网的互动作用，企业易于了解消费者的个人偏好，可以借助于网络和计算机，适应个人的需要，有针对性地提供低成本、高质量的产品或服务。个性化产品的售价要比大批量生产的产品价格高，这不但因为支出的成本较高，而且因为它更容易激起顾客的购买欲望。Broad Vision 可在网上向人们提供经过剪裁的个人报纸。只要说出你感兴趣的新闻的范围、类型和侧重点，以及对于版面设计或其他方面的基本要求，你就能得到一份充满个人色彩的、图文并茂的报纸。

（三）特定化原则

与个人市场原则密切相关的是特定化原则，即挖掘个人市场，然后瞄准市场中某类特定顾客。公司必须首先找出具有代表性的个人习惯、偏好和品味，据此生产出符合个人需要的产品。然后，公司找出同类型的大量潜在客户，把他们视作一个独立的群体，向他们出售产品（服务）。为了吸引特定顾客的注意力，公司应迎合他们共同的人生经历、价值观念和兴趣爱好，创造一个虚拟社会，唤起一种社区意识。虚拟社会能使客户树立对品牌的忠诚。在建立虚拟社会上投入的越多，得到的客户忠诚和收入回报就越多。一项产品一旦成了虚拟社会注意的焦点，它就达到了锁定客户的目标，该社区的成员将会拒绝购买其他同类产品。为了锁定客户，仅靠产品的品牌化是不够的，客户还应因其忠诚而受到奖励。瞄准特定市场是一个循环往复的过程：公司跟踪调查单个顾客的消费行为，将有关数据输入电脑，从而对某一消费者群体的购买行为作出预测，并施加一定的影响，如邮寄广告或有针对性的购物指南。

对于那些老客户，还可以享受额外的打折优惠。

瞄准特定客户，是弱小公司的最佳策略。由于小公司的资源和能力有限，只能瞄准范围有限的特定客户群。

（四）价值链原则

一种产品的生产经营会有多个环节，每个环节都有可能增值，我们将其整体称作价值链。

价值链原则包括三层含义。其一，公司不应只着眼于价值链某个分支的增值，而应着眼于价值链的整合，着眼于整个价值链的增值。其二，公司应尽可能多地拥有或控制价值链上的分支，并从中赚取尽可能多的利润。其三，公司应缩短价值链，获取由被砍掉的价值链分支曾经获取的收入。

价值链的每一环节都应有价值增值，并使价值乘数达到最大。所谓价值乘数，是指增值总量与增加的投资之比。价值乘数的大小与客户数量、反应率、结帐率（实际购买人数）和价格成正向关系，与广告费用成反向关系。公司应设法稳定价格、增加客户数量、提高反应率结帐率，减少广告费用。而要做到这一点，关键是瞄准特定市场、创造虚拟社会，锁定比较狭窄的客户群；或者运用“柔性生产”，使个人需要得到较大的满足，使产品可以有更高的售价。换言之，个人市场原则和特定化原则可使价值乘数达到最大化。

在价值链的整合中，合作具有至关重要的意义。由于技术的发展和产品的专门化，使 PC 机市场极大地分化了。控制器、调制解调器、声卡、打印机、操作系统等均可单独出售。任何一家公司都无法在上述所有领域中占据优势地位。而且，在网络经济中，要求产品在极短的时间内不断提高质量和降低成本。如果每一个分支都是独立的，便可能出现无利可图的情况。因此，对分散的价值链进行组合、建立合作关系，使每一个公司都能依据自己的相对优势，在自己控制的价值链分支上发挥最大的作用，就能使整个价值链实现增值，使所有的合作伙伴都赢利。例如，微软公司与英特尔公司携起手来，从其互补性产品中获得最大利润。

几万家微软公司的合作经销商依靠整个价值链来获益。它们提供专门化程度很高的目标产品，从而推动了 Wintel 产品的主流化。

苹果公司生产的 Macintosh 电脑，不需任何附加装置就能立刻运行。而采用 Wintel 技术的电脑使用时却必须加上声卡、显卡、网卡、CD-ROM、鼠标等。因此，在 PC 机发展之初，苹果公司的优势非常明显。但是，在电脑技术日新月异之时，苹果

公司却未能继续生产出性能更优的磁盘驱动器等部件，Macintosh 电脑逐步走向劣势。而适应高度分化的市场、进行广泛合作的 Wintel 产品，却赢得了极大的成功。软件业也是如此，综合性的软件包，已被单个程序组所取代。因为前者不能与后者最优组合相抗衡。很多其他行业的公司，也已把合作看成是高度利用外在资源、充分发挥自身优势、迅速增强实力的有效手段。

在控制价值链分支上，最能带来巨额利润的是建立一个新的价值链，即建立一个由相关公司组成，存在着上、下游关系的产业。例如，微软公司是一个产业，苹果公司只是一个公司。

微软公司产业不仅包括了本公司，还包括成千上万个开发商、合作伙伴和追随者。索尼等游戏机制造商出售的游戏机是亏损的，但它可以锁定用户并将之纳入自己的价值链中。索尼公司不但可以通过出售游戏软件大发横财，还可以从影院、快餐店及玩具制造厂等生产相关产品的价值链的分支上获取利润。

控制价值链分支的一个捷径是公司兼并与收购。它可以使公司迅速扩大市场份额、取得竞争优势。1996 年，Adobe 公司在 2D（二维图形制作）软件中遥遥领先，但在 3D（三维图形制作）软件中却落后了。反之，Autodesk 公司在 3D 中是竞争者，在 2D 中却毫无影响。后来，两家公司合并，垄断了图案编辑软件市场。

网络经济的最大特点之一，是取消了某些中间环节，从而取消了中间商，使消费者可以直接与产品制造商或服务提供商进行交易，并享受到售后服务。消费者可以足不出户，购买到世界各地的产品。因缩短价值链而得到的利益，由网络公司、制造商和消费者共同分享。中间商之所以存在，是由于信息不对称，即制造商可能不太了解消费者或其他制造商的有关信息，消费者对制造商的情况或有关专业知识几乎一无所知。在网络经济中，降低了寻找、收集信息和学习知识的成本，使中间商失去了存在的意义。

（五）适应性原则

由于互联性的存在，市场竞争在全球范围内进行，市场呈现出瞬息万变之势。精心制定好的发展计划，很可能在转眼间就成为一堆废纸。因此，对公司的经营策略及时作出调整，或使公司的组织结构具有足够的弹性，以适应市场的急剧变化，已成为任何公司必须遵循的最基本的竞争原则之一。公司的适应性原则包括三方面的内容：公司产品的适应性、公司行为的适应性和公司组织的适应性。

第八章 网络经济下的公共政策

教学目的与要求：通过本章的学习， 学生理解网络经济带来的新型市场失灵问题（如平台垄断、数据滥用、算法歧视、数字鸿沟）。掌握主要公共政策工具在网络经济治理中的应用。

课程思政育人目标：通过学习增强学生对国家“网络强国”“数字中国”战略的认同，理解政府在数字时代“有为政府”的角色。树立“科技向善”理念，认识技术发展必须服务于人民福祉。培养数字时代的公民责任意识与法治观念。

教学重点：网络经济中市场失灵的新表现。反垄断、数据治理、平台责任三大核心政策领域。中国数字治理政策体系与实践。

教学难点：如何在鼓励创新与加强监管之间取得平衡？算法治理的复杂性与技术中立性争议。全球数字治理的差异与博弈。

教学方法：案例与讲解、讨论相结合

教学时数：5 学时

教学内容：

第一节 宏观调控理论的历史回顾

在市场经济的发展过程中， 始终不同程度地伴随着各种各样的国家干预或宏观调控。

一、 原始的国家干预主义

最早的国家干预学说可以追溯到 15 世纪的重商主义。它是一种原始的国家干预主义。

基本观点：认为整个社会财富主要表现为金银； 取得金银的唯一途径是交换； 在交换中必须遵循贱买贵卖的原则。

重商主义强调创造大规模的国家经济管理机构， 巩固和强化中央政府的管理职能， 把国家干预的着眼点放在金银和关税等方面， 主张采取各种立法手段和行政措施， 制定保护工商业的政策， 以保证整个国民经济活动符合扩大出口和货币输入的要求。总之， 强调国家对内外经济生活实行全面、 严格的干预是重商主义体系的重要特征。

二、 经济自由主义

从 17 世纪中叶到 20 世纪初期， 强调市场和个人积极性、 反对国家干预的经济自由主义占据了思想的主流， 其杰出代表人物主要是亚当·斯密。斯密把他的市场经济理论建立在“经济人”假定基础上。他认为， 每个人都是利己的， 其活动的最终动机都是为了谋求自己的利益。

“经济人”在“看不见之手”指引下，能够“有效地促进社会的利益”。另外，“经济人”的行为能够实现资源的最佳配置。

关于政府的职能，斯密认为，在总体知识和信息背景一样的情况下，作为个人的君主并不比普通人高明，个人和市场不能完成的任务，君主往往也不能有效地完成。因此，作为社会利益代表的国家或政府没有必要过多地干预经济运行过程，它仅仅应扮演“守夜人”的角色。

二、经济自由主义

总之，亚当·斯密的上述主张：自由放任、不加干预，是经济自由主义的精髓。亚当·斯密的追随者们虽然在一定程度上发展和完善了这一学说，但他们均没有跳出亚当·斯密的分析架。经济自由主义在长达两百年的历史阶段里，一直处于统治地位，直到“凯恩斯革命”的爆发。

三、凯恩斯主义

30年代资本主义世界经济大危机的爆发，宣告了西方传统经济自由主义的“自动均衡”理论的彻底破产。正是在这一时代背景下，凯恩斯提出了一套与传统经济学完全背离的经济学说：反对自由放任，主张政府干预。可以说，凯恩斯《就业、利息与货币通论》的发表，标志着现代宏观经济理论的诞生。

凯恩斯认为，单靠市场机制的自动调节，无法解决有效需求不足的问题(边际消费倾向递减规律、资本边际效率递减规律、流动偏好的心理规律)，从而无法实现充分就业。要解决这一问题就必须实行政府干预。为此，他提出一整套围绕着需求管理的政策措施，包括赤字财政政策、扩张性货币政策等等，以增加社会总需求。

另外，凯恩斯政府政策应根据具体经济情况的变化，逆经济波动的“风向”采取扩张和紧缩两种行动，以期在膨胀来临之前主动紧缩开支；在萧条来临之前主动扩大开支，使社会总支出保持稳定，以避免经济的剧烈波动。

三、凯恩斯主义

值得注意的是，凯恩斯虽然强调国家干预和调节经济生活，但这不是要完全取代市场机制的作用，而是为了弥补市场功能缺陷，恢复市场的功能和作用。

凯恩斯的《通论》出版不久，对古典的经济学与凯恩斯的学说进行综合的活动便已经开始。1948年美国经济学家萨缪尔森《经济学》的出版，标志着新古典综合派正统地位的确立。

四、新经济自由主义

20 世纪 60 年代末，西方国家出现的“滞胀”（失业和通货膨胀并存）动摇了新古典综合派的统治地位，因为它既不能在理论上对滞胀自圆其说，又不能在实践中提出同时对付通货膨胀和失业的政策措施。正是在这样的背景下，出现了一批新经济自由主义学者，纷纷对主流学派进行抨击和责难，其中从经济理论方面对新经济自由主义流行发挥了重要作用的是货币主义、供给学派和理性预期学派。

四、 新经济自由主义

新自由主义各学派的共同点主要有：1、以萨伊定律为理论基础，认为通过市场供求作用的自动调节，能够达到充分就业均衡，使资源得到充分利用，否认普遍意义的生产过剩经济危机和凯恩斯所确认的“非自愿失业”；2、信赖市场供求的自动调节作用，认为通过自由放任可以达到经济均衡的发展，反对凯恩斯主义的政府干预，断言经济危机是由于政府过度干预引起的，即使要干预，也应降低到最低限度；3、坚持传统的健全财政原则，量入为出，开支力求节省，税收力求其小，收支平衡，反对赤字财政；4、主张稳定物价，反对通货膨胀。

当然，新自由主义各派虽然在基本理论上是一致的，但它们之间也存在着明显的差别。

第三节 网络经济对传统宏观调控理论的挑战

网络经济是信息化时代产生的一种经济形态。在这种经济形态下，依赖网络从事经济活动的虚拟经济得到了充分的发展，并形成与实体经济两足鼎立的局面，且有取代实体经济占据统治地位之势。另外，政府通过网络获取信息更加便捷，并且信息网络作为资源配置的“第二只看不见之手”对经济的调节作用逐渐增强。因此，在网络经济条件下，由于宏观调控的主体、对象、手段出现了新的变化而使宏观调控呈现出新的格局。

一、 网络经济是实体经济和虚拟经济两足鼎立的经济

传统经济以实体经济为主，对实体经济的研究构成了传统经济学的基础框架。实体经济也是传统宏观调控理论的基石，上述各种宏观调控理论均是针对实体经济建立起来的。

网络经济下，虚拟经济蓬勃发展，并且出现了许多崭新的经济活动主体，如虚拟企业、虚拟银行、电子商务等等，这些虚拟经济主体通过网络从事经济活动，其规模不断扩大。虚拟经济与实体经济形成了两足鼎立的局面。因此，新的经济形式——虚拟经济的出现使传统的宏观调控理论面临着新的挑战，迫切要求宏观调控理论的更新。

二、 网络经济是资源三重配置的经济

网络经济下， 资源配置方式出现了新的变化。 它不仅包括传统的市场机制和政府计划， 而且还包括新出现的信息网络。

（一）、 市场机制——“看不见之手”

通过市场配置资源是市场经济实现资源优化配置的主要方式。它以货币为媒介，以价格为诱导，实现资源的合理流动。但是在某些领域，由于市场失灵的存在，不可避免造成资源的浪费。可以说，市场配置资源是高效率的，也是高耗能的。

（二）、 政府计划——“看得见之手”

由于市场失灵的存在，要求政府对经济生活进行干预，弥补市场缺陷。政府调节是根据自上而下的命令推动进行的，它虽然一定程度上完成了调节经济、配置资源的职能，但是由于其自身的局限性导致了政府失灵的存在而使资源的优化配置无法实现。可以说，这种资源配置方式是高耗能、低效率的。

（三）、 信息网络——“第二只看不见之手”

信息网络作为一种经济调节手段是网络经济条件下所特有的。它是一种超越市场的、无数个决策主体通过信息网络进行的相互协同式的调节。

信息网络配置资源的特征主要表现在：一是人人平等，共享信息，人人都可以接受信息和对信息反馈；二是使人们能够实现预期，就是由原来市场上“看不见之手”转化为可能“看得见之手”。这样，市场主体可以在信息网络上及时了解市场供求状况，并通过专用的信息网络系统极为迅速的做出对应决策，改变自己生产的数量和产品价格，在最大限度内达到市场出清和资源的优化配置。这种资源配置方式低耗能、低成本、高效率。

总之，网络经济条件下“第二只看不见之手”的出现，在一定程度上弥补和纠正了市场失灵和政府失灵，并且作为一种崭新的调节力量为宏观调控新格局的开创提供了可能。

第四节 网络经济下宏观调控的新格局

一、 宏观调控主体的新变化

网络经济条件下，宏观调控的主体呈现出三种具体形态，即“第三者政府”，“电子化政府”和“智能型政府”。

“第三者政府”由美国约翰·霍普金斯大学的政治学家莱斯特·萨拉蒙率先提出，它是适应网络经济而出现的。它改变了传统政府总是利用行政手段提供过度服务的状况，而使用各种新的手段来实现信息化管理。“第三者政府”的基本功能就是“指导”。即它只

是集中精力指导整个国民经济健康发展，制定方针政策、法律规则以确保各个市场主体之间公平自由竞争，而不直接干预经济生活，提供本应由私营部门生产的产品和服务。也就是说，中央政府只是“掌舵”，而不“划桨”。

所谓“电子化政府”，简单地说，就是指信息网络化的政府，即跨网络政府。它通过信息网络将政府信息基础设施与其外部任何可以数字化的经济主体、社会机构及世界上其它国家相联结。政府的跨网络运作不仅可以节省政府开支，而且信息网络的运用提高了政府的运行效率，使政府的决策基于及时、准确、可靠的信息基础之上，同时政府可以更快、更符合效益、更方便地将更好的服务提供给社会大众。

网络经济是一种智能型经济。在网络经济条件下，竞争的优势已经不再属于那些自然资源丰富或者资本实力最雄厚的国家，相反，智能主宰一切，它是经济发展的决定性因素。

这就要求网络经济中的政府必须是具有创造能力的“智能型政府”。“智能型政府”就是那种特别强调“科技”和“人才”，支持“技术”的开发和“主意”的生产，借以加速经济增长的政府。“智能型政府”的确切内涵体现在它所执行的新型产业政策之中，主要包括增加研究和开发投入，鼓励“主意”生产；推动技术进步，加快科技成果转化；加大教育投入，培养后备人才。

网络经济下，实体经济与虚拟经济并存，这两者共同构成了网络经济条件下政府宏观调控的对象。

网络经济条件下，虚拟经济迅速发展并在整个国民经济中逐渐占据统治地位。虚拟经济是通过网络虚拟空间从事的经济活动，包括从产品概念、产品创新到产品的生产、制造、销售和最终的消费都实现了“网络化”。虚拟经济基于其自身的信息优势及其在国民经济中的地位而成为网络经济下宏观调控的重点，并依赖于它与实体经济的千丝万缕联系和对实体经济巨大的引导作用，实现整个国民经济宏观调控的目标。

在虚拟经济中，虚拟企业、电子商务等等新型经济组织形式充当了经济活动的主体，构成了宏观调控作用的直接对象。

（一）、虚拟企业

虚拟企业这一概念最早是在 80 年代由麻省理工学院创造的。它用来指这样的一种网络式虚拟企业与传统企业的区别

1、实行扁平化的横向管理。虚拟企业内部的管理层级应对信息流的高度应变性而相应变得扁平化，传统的中层经理的监督和协调功能已经被计算机网络所取代，处于企业

管理层最顶部和最底部的人员可以通过计算级网络实现沟通和联络。公司主管可以在高效的信息传输的基础上，迅速预测并采取应变措施，指导企业活动。因此，传统企业金字塔式的纵向管理模式被打破，取而代之的是扁平的横向管理。

虚拟企业与传统企业的区别

2、信息流支配物质流。虚拟企业是建立在发达的信息技术基础之上，利用大量先进的网络应用程序实现生产和经营、扩大销售，使企业的交易成本大大降低。虚拟企业通过信息网络实现快捷的信息交流，正确指导物质产品或服务的生产和销售，从而使企业的信息流支配着企业的物质流。

虚拟企业与传统企业的区别

3、通过信息网络实现资源整合。网络经济时代，企业要想在竞争中取胜，新产品投放市场的速度是关键。而推出新产品最快的办法是把不同企业的现有优势资源、依靠电子网络手段实现统一指挥，迅速推出高质量低成本的新产品的经营实体，即虚拟企业。当市场出现新的机遇时，具有不同资源优势的企业组成一个临时的企业联盟，共同应付市场的挑战、参与竞争。这样，可以保证合作各方实现资源共享和优势互补的有效合作。通过信息网络进行合作是网络时代实现资源整合的必由之路。

(二)、电子商务

电子商务，具体含义指利用现有的计算机硬件设备、软件和基础设施并且通过一定的协议而联系起来的电子网络环境，如 Internet、Intranet 和局域网，来进行交易，以及解决问题、降低成本、增加价值并创造新的商机等所有商务活动的方式。

电子商务用途较为广泛，它既可以存在于企业与企业之间，也可以在消费者与企业之间，还可以发生在企业与政府之间，甚至是个人与政府之间。企业之间的电子商务包括企业内部（尤其是跨国公司内部）通过网络进行资源调配，企业与消费者之间的电子商务主要是利用互联网向消费者直接提供各种消费品和服务，这样免除了中间流通环节，降低了各种中间费用。政府与企业之间的电子商务主要是政府采购和企业纳税。在美国，政府采购清单通过互联网发布，公司可以通过网络作出回应，同时在征收公司税时，政府也通过电子交换方式来完成。政府和个人之间的电子商务主要发生在纳税和参与政府决策、提出合理化建议等方面。

三、宏观调控手段的新变化

网络经济条件下，政府进行宏观经济间接调控的主要手段是现代化经济手段调节和信息网络调节的综合利用，即通过建立宏观经济监测预警系统，将市场经济中的各种参数

进行分析和信息处理，综合运用各种经济手段，通过信息网络来影响市场经济主体的利益和决策，借以实现宏观调控目标。经济手段的调控在网络经济条件下表现为参数调节，如利率、税率、汇率等作为经济参数，通过信息网络中这些参数的变化来引导微观经济主体的经济行为。可见，在运用各种经济手段进行宏观经济调控过程中，信息网络这只“看不见之手”发挥着重要的指导、传递和调节作用。