
关于加快战略性新兴产业新模式、 新业态发展制度和政策的调研报告（一） ——全球发展规律、共性问题及机制和政策建议

课题组¹

（上海市发展和改革委员会 200003）

【摘要】：本文结合国内外相关案例，对全球新兴产业新模式、新业态发展的主要阶段、动力机制、主要经验和关键因素等全球发展规律进行了分析总结；在对上海战略性新兴产业新模式、新业态企业大量调研的基础上，结合典型案例分四种类型研究分析了面临的瓶颈问题，并提出针对性的政策建议。

【关键词】：全球新兴产业新业态发展政策建议

一、全球新兴产业新模式、新业态发展的动力机制

纵观全球新兴产业及其新模式、新业态的发展，在新的生产力逐渐兴起的浪潮中，技术驱动、市场驱动和制度驱动是背后的根本性推动力量。现实中，这三股驱动力量相互交织，共同推动新模式、新业态不断涌现。

1、技术驱动。主要表现为企业以前所未有的全新产品和服务，创造出新的需求和市场空间（即以供给创造需求）。如 3D 打印技术问世后，2007 年 Shapeways 创建了“3D 云打印模式”。用户上传产品设计（或购买该网站上的 3D 设计图）并选择原材料付费后，由 Shapeways 打印出成品。用户也可以在线展示和销售产品，网站按利润的 3.5%收取手续费。

网站上每月都增加 6 万多新产品。2009 年 Makerbot 创建了“3D 打印生态链模式”，包括出售 1000 多美元的低端 3D 打印机、运营 3D 设计图纸分享网站、开设线下体验店。

2003 年创立的 Tesla 被誉为“新能源汽车的苹果（公司）”，以线条流畅的外观设计、人性化的智能系统（操控导航、电能管理和娱乐功能）、依托互联网的汽车保养模式赢得市场。2014 年前两季都实现了盈利，股价飙升 300%多。

2、市场驱动。主要表现为企业以全新的商业模式，实现更低成本、更便捷服务、更快速反应，满足市场需求、适应市场竞争。2014 年在美国纽交所上市的外贸 B2C 网站兰亭集势，用谷歌营销推广、用 Paypal 实现支付、用 UPS 和 DHL 完成发货，省掉了从工厂到消费者间的四个贸易环节，美国新娘仅需 300 美元就可以购买到一件 1000 美元以上的婚纱。

¹**作者简介：**课题组成员：肖林，上海市政府发展研究中心党组书记、上海市发展和改革委员会副主任、上海市发展改革研究院院长，金融管理学博士、研究员；吴璟桢，上海市发展和改革委员会政策法规处副处长；顾仲恺，上海市发展和改革委员会政策法规处。

2014 年阿里巴巴与新浪微博的联姻（以 5.86 亿美元购入新浪微博 18% 的股份），正孕育“社交网络+电子商务+第三方支付”的新模式（新浪微博有 5 亿用户和 5000 万日活跃用户，依托合作产品“阿里浪”，48% 的微博日活跃用户已和其淘宝账户实现互通）。腾讯也正在依托旗下微信和易迅，打造类似模式。2014 年“苏宁电器”改名“苏宁云商”。

面对电商模式的挑战，采取“店商+电商+零售服务商”相结合的新模式，整合渠道和物流优势，实现线上、线下同价，销售业绩大幅上升。

3、制度驱动。主要表现为以制度调整或创设改变市场主体利益关系，为新兴产业的某些新模式、新业态提供巨大发展空间。如国际碳排放交易机制催生出 1400 亿欧元的全球性碳交易市场（超过石油市场，跃居世界第一），推动碳交易、碳金融、碳审计、碳中介相关的新模式、新业态企业快速发展。如合同能源管理。

国家的税收优惠、节能补贴和相关制度安排，促进 EMC 合同能源管理模式兴起（EMC 公司除了可以与客户共同分享节省的能源费用，每节省 1 吨标准煤还可以得到 240 元国家补贴，更多的节能项目变得有利可图）。如美国加州新能源汽车。

加州规定汽车厂商要在当地销售汽车，必须每年在加州销售一定比例的零排放汽车。各大汽车厂商不得不加大投资，研发零排放汽车，促进了加州新能源汽车相关新模式、新业态企业发展。

二、依靠新模式、新业态推动新兴产业发展主要经验

近年全球新兴产业新模式、新业态兴起的案例，给我们的启示是：真正的变革绝不局限于伟大的技术（产品）发明，而在于把新技术和恰到好处的强大商业模式相结合，形成发展的新模式、新业态。具体有以下三条经验：

经验一：在企业层面——技术领先不等于市场领先，新模式、新业态可以帮助技术（产品）创新获得商业成功。技术（产品）创新往往伴随着高昂的成本、稀缺的配套资源和较低的市场认同度。

如果没有商业模式创新，技术创新就可能以失败告终。50 年代，静电复印机技术领先但成本高却达 2000 美元，施乐公司依靠租赁服务这一商业模式创新，打败了售价仅 300 美元的其他复印机，年收入从 1955 年的 2100 万美元增长到了 1972 年的 25 亿美元。

经验二：在行业层面——结合新技术的新模式、新业态，可以在全球范围内让整个行业重新洗牌。苹果公司依靠“硬件+软件”、“终端+服务”、“数据套餐捆绑销售”的商业模式创新，以 iPhone 手机开启了智能手机时代，占全球手机利润比重最高时达 70% 以上。除三星之外，老牌手机生产商诺基亚、RIM、摩托罗拉等都受到较大冲击。如原全球最大的手机厂商诺基亚为筹集资金，已出售芬兰的总部大楼。

经验三：在产业链层面——应用新技术的新模式、新业态，可以颠覆产业组织格局和产业链利益格局。仍以苹果公司的 iPhone 手机为例。

（1）iPhone 使电信运营商从通信产业链的核心，落入价值链底层。为争夺 iPhone 用户，美国三大电信运营商不惜提供巨额购机补贴，2011 年因补贴负担过重由盈转亏。

（2）iPhone 为中小软件企业提供了机遇。如著名手机游戏“愤怒的小鸟”开发商 Rovio，依靠 iPhone 配套的网上商店 AppStore，突破营销能力制约，摆脱了濒临倒闭的局面。2012 年营业收入近 2 亿美元，净利润高达 7111 万美元。

三、加快新模式新业态发展，需重点关注的关键性因素

加快新模式、新业态发展，关键要发挥市场在资源配置中的决定性作用，让一切劳动、知识、技术、管理、资本的活力竞相迸发，让一切创造社会财富的源泉充分涌流。尤其要重点关注以下因素。

1、具有创新精神的企业家。新技术研发靠技术人员，模式和业态的创新则要靠企业家。企业家可以在市场竞争中整合企业内外部资源（如资金、技术、人才、市场等），建立强大的商业模式。

如 1993 年，在 IBM 陷入巨亏濒临破产之际，没有技术背景的郭士纳临危受命，将 IBM 的商业模式从“硬件制造商”转型为“软件和咨询服务商”。2008 年 IBM 提出“智慧地球”发展理念，随后衍生出“智慧城市”业务。

2、社会资本。资本是配置资源的核心，具有整合和打通整个产业链条的能力，对于推动新模式、新业态快速发展具有十分重要的作用。如 2003 年，分众传媒开始打造楼宇广告联播网。

正当创始人江南春资金即将“烧完”之际，软银以专业眼光提供了 1000 万美元投资，第二年又获得了 9 家投资机构 5000 万美元资金。借此，分众传媒两年内业务覆盖了 52 个城市 3 万多栋楼宇，并在美国纳斯达克成功上市。

3、政府管理。上海创新转型过程中涌现了许多新兴业态，但是在工商登记、行业监管、资质牌照、税务管理、公共服务、政策法规等方面，政府管理还有许多不适应，束缚了新模式和新技术发展。随着新模式、新业态的层出不穷，新情况、新问题还会不断出现。

四、上海战略性新兴产业新模式、新业态发展的共性问题

从调研情况看，制约新模式、新业态企业发展的共性问题，主要集中在以下方面。

1、行业归属“难认定”。新模式、新业态企业工商登记时，往往难以在现行的《国民经济行业分类》中找到行业归属，影响了企业树立品牌形象和广告推广。春宇供应链开始暂归为“物流业”，后在市区有关部门关心下，才将其归为新设的“供应链”行业。

拍拍贷成立于 2007 年，2012 年才批准变更为“上海拍拍贷金融信息服务有限公司”，成为中国第一家具有“金融信息服务”经营资质的网络借贷信息中介服务企业。

2、资金、人才“难获得”。新模式、新业态企业许多都是轻资产企业，融资缺少抵押物，并以人力资本投入为主。PPTV 反映，企业产品和资产多为专利、软件、影视版权等知识产权（如每年投入近 10 亿购买影视版权），可抵押的固定资产较少，很难获得银行资金支持。大众点评、春宇供应链、沪江网等企业反映，上海研发技术人才比较缺，用人成本也比较高，难以满足企业需求。

3、知识产权“难保护”。新模式、新业态蓬勃兴起有赖于对知识产权的保护。万得资讯反映，国内有 5、6 家公司完全照抄万得软件产品及其信息服务方式和内容，其中包括几家上市公司。

估计每年损失 1.5-2 亿元（目前我国软件著作权仅保护软件源代码，对软件的创新界面、操作流程、信息组织方式及信息内容缺乏保护，导致仿制行为难以通过正常法律途径制止）。

4、税收制度“待配套”。税收征管制度与企业业务流程和可持续发展能力息息相关。安吉星信息服务、火速网络科技有限公司等反映，公司现按增值电信服务业缴纳 3% 营业税。

2015 年 1 月“营改增”扩围后，由于以人力资本等软投入为主（这部分支出无法抵扣增值税进项），税负将上升一个多百分点。快钱反映，第三方支付机构的支付凭证，在中小城市大多还不能取代银行回单作为企业做账凭证，阻碍了跨省市大型企业使用第三方支付。

宝钢节能和安纳捷节能环保反映，合同能源管理项目所得税、增值税优惠，申办流程复杂、耗时漫长，大量资金被长期占用。腾讯（上海）反映，旗下电子商务企业——易迅获得的增值税发票供应太少，不利于业务开展。

5、政府资助方式“不适应”。新模式、新业态企业更偏重人力资本、购买服务等软投入，对固定资产投资的资助需求不大。卡南吉医药、再新医药等反映，它们只负责组织管理研发进程，没有实验室和设备投入，希望政府补助资金能用于向新药研发合同外包服务机构（CRO）购买研发服务。

大众点评、你我贷、拍拍贷、睿智化学等反映，人力成本支出是其主要支出，政府专项资金除少数可较大比例用于软投入外（如服务业发展引导资金等），大多要求以购买固定资产等有形的“物”为主。

五、加快上海战略性新兴产业新模式、新业态发展的机制建设建议

上海正处于转型发展期，战略新兴产业新模式、新业态正在不断兴起，政府传统管理模式不相适应的问题，未来还将不断显现。因此，建立符合新模式、新业态发展规律的协调机制，以应对不断出现的新情况、新问题，将显得越来越迫切。

建议由相关部门牵头，在自贸试验区和张江自主创新示范区明确专门机构，受理和处理新模式、新业态企业诉求，并探索两个区域联动机制（从制度需求看，张江有大量的新模式、新业态企业资源，存在明显需求；从制度供给看，自贸区负面清单的“非禁即入”理念，特别适合新模式、新业态企业发展）。

新模式、新业态发展，一般要经历新模式萌芽诞生——新业态蓬勃发展（以类似模式广泛出现为标志）——新产业形成（以业务规模做大为标志）三个阶段。对于企业诉求，要根据发展阶段区别对待（见下图），具体如下：

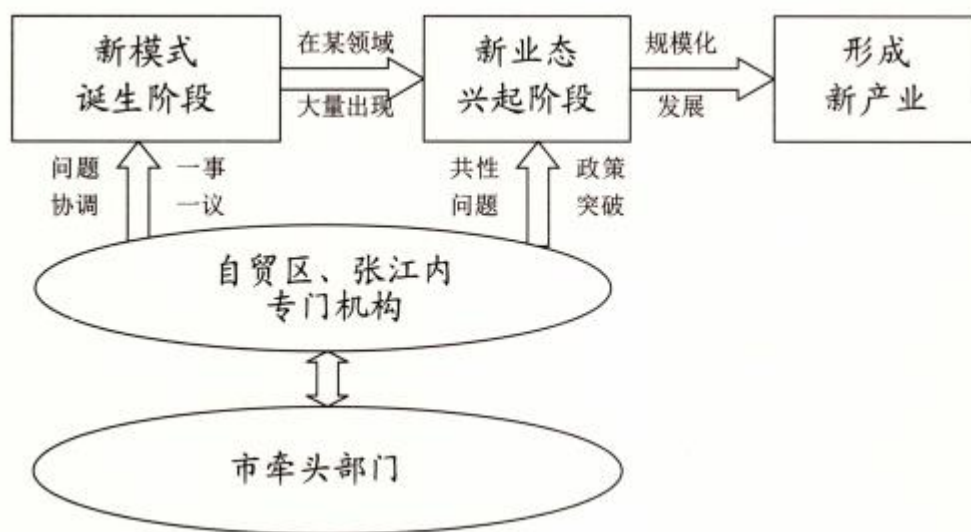


图 1 新模式、新业态发展阶段及其协调机制

1、新模式萌芽阶段——重点是探索一事一议的试点机制。在此阶段，新的商业模式往往具有试错特点和个案性质，并非所有的商业模式最终都会成功。

因此在这个阶段，既不应立即对政府管理模式做制度性调整，又不应忽视现有体制对新模式企业发展的制约。建议对企业诉求，由自贸区、张江的专门机构负责牵头受理、作出评估，并一事一议地协调处理，对新模式企业有益的尝试给予特殊对待的试点机会。

2、新业态兴起阶段——重点是研究提出制度创新举措和突破性政策。经受住市场检验洗礼之后，某种商业模式在许多细分领域会出现大量效仿式创新，形成新兴业态（如第三方支付，有做 B2C 支付的“支付宝”；也有做 B2B 支付的汇付天下和快钱，目前上海已出现了 50 多家第三方支付机构）。

对于新模式蓬勃发展形成的新业态，建议由自贸区、张江的专门机构，在持续跟踪服务基础上，提出并配合上海相关部门制定出台相关办法，明确监管部门、管理制度；并针对政府管理不适应的共性问题，研究提出制度创新举措和突破性政策，推动新业态迅速做大业务规模，形成新兴产业。

六、加快上海战略性新兴产业新模式、新业态发展的政策措施建议

建议依托自贸区和张江的受理协调机制，在相关部门牵头下，针对上海战略性新兴产业新模式新业态企业共性问题，推进实施以下 5 项政策措施：

1、分类解决工商注册问题。依托自贸区和张江的受理协调机制，对刚萌芽的新模式，一事一议地与相关部门协商处理；对新模式蓬勃发展成为新业态的，工商局、统计局研究增加相关条目。

2、争取开展以技术为支撑的“商业方法”专利试点。并把以“商业方法”专利提供的产品和服务，在高新技术企业认定中，认可为“高新技术产品（服务）”（①美国将应用一定技术的“商业方法”纳入专利制度。专利授权本身就已成为一项每年超过 1000 亿美元的业务。2003 年，eBay 因侵犯两项专利被判赔偿 3500 万美元。②认定高新技术企业，须满足高新技术产品和服务收入占 60% 以上等条件，可享受 15% 企业所得税优惠等政策）。

3、加快推动税收征管制度优化。如：（1）对人力资本投入为主的新模式、新业态企业，参照软件集成电路行业增值税优惠政策，对税负超过 3% 部分即征即退。

（2）向国家建议，由国家税务总局认定后，符合条件的第三方支付机构的支付凭证，可作为报税做账的凭证。

（3）简化合同能源管理所得税、增值税优惠申办流程，缩短申办周期。

（4）加快电子发票试点推进实施，并在“普通增值税电子发票”基础上（客户不能用以作进项抵扣），进一步探索向“增值税专项电子发票”拓展（客户可作进项抵扣）。

4、鼓励探索多样化的融资方式。充分发挥市场机制作用，探索风险可控的轻资产企业融资新方式（如快钱依托浦发银行、招商银行、北京银行数十亿元授信，利用掌握客户收支数据和收支渠道的优势，为用户提供供应链融资。2 年多提供滚动融资 100 多亿元）。

5、优化政府资助及相关审计制度。梳理现行专项资金，修订涉及服务业的专项资金办法,允许新业态、新模式企业将政府资助用于购买服务或人力资本投入。