
新环境下上海推动平台经济发展的思路和举措

陈宏民¹

(上海交通大学 200030)

【摘要】: 在推动平台经济发展过程中,上海应从自身的产业优势、规模优势、区位优势、资源优势出发,有针对性地制定引导性政策,巩固优势产业地位,发挥政策对行业的促进作用、对用户的导流作用、对资本的吸引作用,策动构建更具规模性与多元性的平台经济生态,孵化、培育、扶植一线平台企业,实现“弯道超车”。

【关键词】: 平台经济 互联网平台 数字经济

【中图分类号】:F724.6.51 **【文献标识码】:**A **【文章编号】:**1005-1309(2022)06-0047-010

平台经济是一种基于数字技术,由数据驱动、平台支撑、网络协同的经济活动单元所构成的新经济系统,是基于数字平台各种经济关系的总称。在移动互联的基础上,凭借云计算、大数据、人工智能等新技术与新模式,互联网平台不断冲破传统的企业边界,形成一个接一个的巨型商业生态体系。随着线上与线下经济模式的逐步打通,新技术、新模式、新机制推动平台经济快速发展,给行业和社会带来巨大的经济价值。

一、上海平台经济的现状和特点

(一)上海平台经济在国内的位置

《中国互联网发展报告 2020》按照六大指标(基础设施建设、创新能力、数字经济发展、互联网应用、网络安全、网络治理),对全国 31 个省、自治区、直辖市进行综合指数排名,上海获得 64.69 分,位于北京(74.21 分)和广东(73.62 分)之后,排名第 3 位。在六大指标细分排名中,上海在基础设施建设和创新能力方面排名第 2 位,在互联网应用方面排名第 3 位,在数字经济发展和网络安全方面排名第 5 位,在网络治理方面排名第 6 位。^[1]

《中国互联网企业综合实力研究报告(2020)》排列了 2020 年中国互联网综合实力前百家企业。其中,北京、上海、广州、深圳、杭州分别拥有 38 家、18 家、7 家、6 家、4 家,共 73 家企业。^[2]从拥有百强互联网企业的数量看,北京、上海与其他地区形成了明显的差距;从拥有的百强互联网企业的质量看,上海顶级互联网平台企业数量并不多,更多企业处于互联网百强企业的中游位置。

上海市经信委统计数据显示,目前上海占据全国 70% 的 O2O 生活服务市场、60% 的金融信息服务市场、40% 的网络游戏市场,上海互联网产业已形成了自身特色。总体而言,上海互联网平台综合实力排名全国前列,本土的互联网企业以在单个行业内纵向深入的服务平台为主,但缺少如阿里巴巴、腾讯这样的巨头型、集团化的互联网企业。

(二)上海平台经济的特点

作者简介: 陈宏民,管理学博士,上海交通大学安泰经济与管理学院教授,博士生导师。

上海代表性平台型企业大致可归为：文娱平台、生活服务平台、金融平台、在线教育、零售电商平台、大宗商品交易平台。这些平台大多具有以下特点：

1. 现有平台型企业大多深耕于某一特定业务领域

总体而言，上海现有的平台型企业大多深耕于某一特定业务领域，解决某一特定用户核心诉求，涉及的平台类型基本涵盖市场上所有主流平台种类，尤其在生活服务平台领域发展出多家行业头部企业，但较少积极探寻横向延伸，还未形成打破行业边界的多平台集团型企业。此外，上海平台型企业虽具有一定的商业创新能力，如得物、途虎养车，但与一线互联网平台规模相比还有一定的差距。

2. 打破行业边界、积极开拓横向整合的多平台集团较为短缺

上海相对缺少打破行业边界、积极开拓横向整合的多平台集团，因此没能形成位居“第一梯队”的互联网行业巨头。尽管在过去的互联网竞争中逐渐呈现集团化、阵营化、垄断化的趋势，但随着互联网反垄断政策的出台，此类横向布局、跨业竞争的行为将被限制。上海本土平台企业应抓住这一机遇，发扬特色、优化服务，打破“赢家通吃”的竞争格局，建设“百花齐放”的市场环境，上海互联网行业有望借此实现“弯道超车”。

3. 互联网企业的地域属性相对较强

上海互联网企业的地域属性相对较强，这不利于建设全国乃至全球规模的平台企业。立足本地是上海生活服务类企业的特点之一，大众点评、饿了么、叮咚买菜等企业，在发展初期都采用地推模式来获取实体商家的合作与支持，然而这将对企业发展速度与异地扩张进程造成一定障碍。企业应通过模式创新、资本导入、跨业合作、资源整合等手段，在时间、空间、业务内容等维度上实现快速扩展，建立先入优势，规避同质化竞争。

（三）上海发展平台经济的优势和不足

1. 发展优势

工信部发布的《2021年1—7月互联网和相关服务业运行情况》显示，互联网业务累计收入上海排名第3位，但其44.0%的增速超过了排名第1位的北京(32.7%)和排名第2位的广东(10.5%)。^[3]上海虽然没有发展出如腾讯、阿里、字节跳动这样的巨头型、集团式的互联网企业，但已形成百家争鸣的互联网平台发展格局。上海拥有发展平台经济的用户群体、人才保障、产业多元等优势。

从用户群体看，上海拥有2500多万常住人口。根据国家统计局数据，上海2020年居民人均可支配收入达到72232元，居全国第1位，是全国唯一突破7万元大关的地区；上海2020年居民人均消费支出达到42536元，是全国唯一超过4万元的地区。^[4]上海既拥有庞大的互联网用户基数，也拥有较高收入和具有强烈消费意愿的群体，这些无疑是发展互联网平台的良好基础。

从人才角度看，猎聘发布的《2020中国互联网行业中高端人才报告》显示，上海以26.15%的选择占比成为海外互联网人才的第2位选择(仅次于北京的27.98%)。^[5]针对互联网人才的调研显示，上海是除杭州以外，互联网人才最想去的城市。这些都表明上海拥有互联网领域人才的充足保障，是保证互联网平台顺利扩张发展的基本要素。然而，由于上海众多的合资、外资企业为互联网人才提供了多样化就业机会，这在一定程度上稀释了流向互联网平台企业的人才数量。

从现有互联网平台的产业分布看，上海互联网企业主要致力于从纵向角度深入产业，而并未开展大规模的横向整合与扩张，

这不仅响应了互联网反垄断的政策导向，对于现有的互联网企业或未来的新入局者亦有了良好的发展环境。企业聚焦于发展核心业务、提升服务质量，呈现差异化竞争的趋势，从而规避了非必要的行业竞争或排挤，在不同市场间留出充分的缓冲区域，并留有許多纵向领域的市场缝隙，以供新入局企业专注发展。

2. 主要不足

值得注意的是，由于上海以纵向深入的平台经济为主，这导致企业在面临互联网巨头挑战时的抗风险能力相对较低，容易被互联网巨头所收购。此外，独立发展的纵向平台难以形成较大的用户规模，从而难以积累海量的、多元的用户数据，不利于实现互联网平台应有的规模效应与网络效应，无法在平台间发挥互联网互联互通的信息传递优势。

二、监管转型背景下上海发展平台经济的原则和思路

未来，平台经济发展不能仅靠资本力量，而是要政府和资本共同推进，包括国有资本和民营资本共同出资、协同管理、目标共同设计（类公共品）、经济效益与社会效益并重；不仅要积极鼓励发展巨型平台，还要强调让平台型企业在产业链条长、衔接环节多的巨型复杂行业中发挥更加重要的作用；不仅要重视流量带来的财富，也要关注流量造成的问题（垄断、大数据杀熟、信息安全、社会稳定等）。要把流量作为重要的生产要素和资源，用制度加以规范，以实现互联网平台型企业的经济价值和社会价值。

（一）当前环境下的监管方向

反垄断、数据安全以及教育行业是目前互联网监管的三大重点方向。其中，反垄断为的是构建公平、健康、可持续的市场环境；数据安全既是为保护民众个人隐私与财产安全，更是为了保护国家安全；对教育行业的监管更多是为了遏制市场上过热的补课现象、为学生减负。

在反垄断方面，2020年2月7日，国务院反垄断委员会颁布《关于平台经济领域的反垄断指南》，全国各地逐渐加强对互联网平台垄断的监管力度，并对违规企业予以惩处。加强平台经济领域的监管力度，将有利于构建健康、公平、均衡的行业生态圈，保护用户与商户的正当权益，对平台企业自身亦能产生正面引导。

在数据安全方面，2020年中共中央、国务院《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》指出，大数据已被视作为土地、劳动力、资本、技术并列的五大基本生产要素之一。大数据更是和“枪杆子”“笔杆子”一样重要的执政资源，对国家长治久安和综合国力竞争具有极端重要性。“滴滴出行”作为兼具用户行为数据与国家地理数据的出行平台，是目前受到最严厉监管的互联网平台。

对教育行业的监管，与对反垄断和数据安全的监管存在着本质的差异，即它不是从市场经济与国家安全的角度出发进行的限制行为，而是从为学生减负的角度制定的监管政策。2021年7月24日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》，对课后补习机构的经营时间、投融资等做出严格限制。

（二）强监管环境下上海发展平台经济的突破口

在推动平台经济发展的过程中，上海应从自身的产业优势、规模优势、区位优势、资源优势出发，有针对性地制定引导性政策，巩固优势产业地位，发挥政策对行业的促进作用、对用户的导流作用、对资本的吸引作用，策动构建更具规模性与多元性的平台经济生态，孵化、培育、扶植一线平台企业，实现“弯道超车”。

1. 加强平台监管，有利于中小平台企业发展

2020年初开始的各项反垄断调查，主要针对的是平台经济领域中的“滥用市场支配地位”行为，《关于平台经济领域的反垄断指南》从市场份额以及相关市场竞争状况、控制市场能力、财力和技术条件、依赖程度、进入相关市场的难易程度等维度对“市场支配地位”作了细化认定，并着重针对“二选一”“大数据杀熟”等垄断行为。

无论从以上认定标准的设置，还是后续的一系列实际处罚案看，此次互联网反垄断首先针对的是横跨多个平台及服务领域，利用市场垄断地位开展不正当竞争的集团式互联网企业，即某些中国互联网行业的“第一梯队”。

在互联网平台的强监管下，未来的互联网竞争将不再是“赢家通吃”的格局，而取决于谁能在规则范围内提供更优质的服务、呈现更丰富的选择、实现更精准的供需匹配、开展更详细的用户分析，这给以专业专项服务见长的上海平台企业以实现“弯道超车”的机会。在互联网反垄断的政策环境下，上海平台经济发展面临着机遇与挑战并存的局面。

2. 推进数字化转型，平台经济还有巨大的发展空间

互联网时代外部环境瞬息万变，企业只有加快数字化转型，才能在未来的竞争中赢得先机。基于多年对互联网经济和数字经济的研究，本文提出互联网时代的“新五力”模型。一个行业向数字化转型的过程中，主要受到“五个力”的影响：政策法规、技术环境、用户偏好、主流企业接受度以及盈利模式。^[6]基于此，互联网时代的“新五力”模型包括5个方面：第1个力是政府的力量，即政策法规的扶植或者限制。数字化转型过程中，政府的力量是最重要的。政府的支持与否体现在进入许可、专业要求和税收优惠3个层面。第2个力是技术的力量，即技术环境。企业推进互联网或者数字化转型，对通信条件和终端设备、信息采集和分析工具，以及运用场景等都有一定的要求。第3个力是用户的力量。用户是否选择在线服务，取决于客观和主观两方面因素。客观因素包括线下业务是否容易获得，性能与质量与线上比较是否更优等；主观因素则包括用户的学习成本和心理转换成本，如果是企业用户，还要考虑整个组织结构和管理模式转型的成本。第4个力是传统的阻力，主要考虑主流企业接受度，比如行业中领先企业和主流企业的传统模式在市场上所受到的挑战和压力，数字化转型所需要付出的代价等。第5个力是资本的力量。只有转型后具有清晰而有效的盈利模式，包括新型的定价模式、合理的信息披露模式和有效的资源整合能力，才能得到资本的支持。不同行业面临“五个力”的强度是不同的，在不同时期这“五个力”的强度也在变化之中。

数字化转型必须依托数字化场景，而平台化为数字化转型提供了必要的场景支持。从互联网平台过去近20年的发展看，平台企业的创新商业模式，在提供在线服务，保增长、保民生、保就业等方面做出了一定贡献。特别是新冠肺炎疫情期间，快递受阻、商家停业，一般性电商平台、旅游预订、餐饮外卖、少儿培训、国际电商等受到了较大影响，但平台企业线上线下的创新模式再次得到了发展。随着国内疫情缓和，消费者对在线教育、在线医疗、本地生活、娱乐内容制作的偏好由疫情前的被动接受转变为主动寻求。因此，疫情提高了企业、消费者对平台经济的重视，这有利于平台经济的长远发展。随着数字化的推进，平台化作为数字化场景的必要条件，平台经济具有巨大的发展空间。

(三) 上海数字经济与平台经济“两翼齐飞”

1. 发挥城市规模优势，谨防平台滥用支配地位

平台模式的核心价值是通过产生平台效应与规模效应，从而实现经济价值的叠加、放大与优化。尽管通常情况下，互联网平台的用户并不具有显著的地域属性，但以提供本地服务为业务模式的平台企业仍高度依赖于实体经济，线下商家、用户、供应链的规模与质量将直接决定线上服务的规模与质量。上海作为全国最大城市及经济中心，具有巨大的实体商家及用户规模来支撑平台服务的供给与需求，具备了培育发展全国领先的本地服务类平台企业的规模基础，并且确实诞生了大众点评网、饿了么、叮咚买菜、携程等头部企业。

2. 利用产业结构优势，助力平台成型，反哺优势产业

上海应从本地产业结构的特征出发，重点培育聚焦于不同行业领域的初创型平台企业，助推流量经济发展，力求实现平台经济“弯道超车”，培育出国内领先的互联网平台；同时还应统筹组织优势产业的技术标准建设，提升产业运行效率，促进产业高质量发展，巩固优势产业地位，掌握产业话语权。在此过程中，要串联互联网产业链，构建产业集群，体现平台经济的网络效应与规模效应；加强基础设施建设，推动 5G 网络、大数据、云计算、人工智能、车联网等技术的场景落地；提升配套服务质量，尤其应重视物流、仓储、运输、采购等供应链环节建设；提升对平台企业的政策支持力度，“内部培育”与“外部引进”并举；重塑实体经济营商环境，为线上与线下互动架设桥梁。

3. 依托公共资源优势，构建公共服务平台

上海应在主管部门及头部企事业单位的牵头下，高效率、有部署地推进在线诊疗、医药配送、在线教育、路政交通、养老信息披露、政策咨询、政企服务等社会公共服务型平台建设，促进不同公共服务平台间的信息互通与共享，建立完善的上海市民信息与企业信息的开放数据库，依托长三角“一网通办”数据共享交换平台或三省一市市场监管部门业务平台等作为统一入口。在由政府主导的医疗、教育、养老等公共服务之外，还需要提高市场化、社会化服务的供给数量与质量。制定严格的监管法规，提出统一的服务标准与规范的业务流程；同时加强平台企业与实体商户间的沟通效率，实现协同发展，合作共赢。

(四) 上海发展平台经济的思路

未来，上海发展平台经济的两个主要思路：一是在平台经济还未有效发挥作用的领域，尤其是一些制造业领域，应凭借工业互联网兴起，依托城市数字化转型，着重围绕各产业链，加快打造更多开放型服务平台，有效促进上海制造业转型升级。二是在原先全国平台经济发展比较成熟的领域，面对国家对互联网平台加强监管的政策大环境，顺应监管转型，创新商业模式，加快培育上海本土的相关平台，以实现弯道超车。

三、上海发展平台经济的举措建议

上海“十四五”规划提出，要聚焦集成电路、生物医药、人工智能等三大关键领域，着力打造具有国际竞争力的产业创新发展高地；同时要促进电子信息、生命健康、新能源/智能网联汽车、高端装备、新材料、现代消费品等六大重点产业集群发展，打响“上海制造”品牌。但以上产业普遍存在一些共性问题。例如，研发端与制造端有所脱节，技术创新缺乏产业落地场景，产业链构建不够完备，上下游信息不对称，缺乏行业龙头企业，与周边地区的产业规划有所重叠，消费市场仍处于培育阶段等，对此，可聚焦若干重点行业，通过积极搭建平台来解决痛点、突破瓶颈、促进发展。

(一) 在生物医药产业打造开放型服务平台

做大做强上海生物医药产业，应提升产业链的稳定性和能级，充分考虑周边环境的变化，发挥上海自身的禀赋优势，走出一条独特的差异化道路。通过各种政策协调，有效促进生物医药产业优势资源整合，在生物医药产业链的研发、临床、制造、流通等环节搭建开放型服务平台，从而提升生物医药产业的能级与稳定性，实现打造国际级生物医药产业高地的目标。

1. 上海生物医药产业发展面临的主要问题

(1) 产业规模增速不快，创新优势有所弱化，缺乏有显示度的龙头企业。

上海生物医药产业的创新能力在国内原本处于领先地位，然而近年来这一优势正在下降，具体表现在上海创新药在全国的占比有所下降，且新冠肺炎疫苗研发进度也有所落后。本地大型医药制造类企业的创新能力不强，工业生产仍以低端仿制药为主，利润率普遍较低。

(2)MAH(药品上市许可持有人)制度下，原创研发成果外流，产业化竞争加剧。

2017 年 10 月发布的《中华人民共和国药品管理法修正案(草案征求意见稿)》提出“国家实行药品上市许可持有人制度，药品上市许可持有人对药品安全、有效和质量可控承担法律责任”。该制度的核心理念是实现上市许可与生产许可分离，让分处生物医药产业链研发端、生产端、分销端的企业，得以将资源聚焦于所擅长的业务领域，从而令全行业的研发能力与生产能力趋于最大化，这有助于上海加速生物医药产业高地建设，但也可能带来创研发成果外流，产业化竞争加剧。

2. 在生物医药产业链各环节打造开放型服务平台的建议

(1)搭建共建、共管、共享的药物研发技术平台。

引导公立科研能力与人工智能等新研发要素相结合，把握创新药物研发技术革命性发展的先机，开拓生物医药产业转型升级的顶层空间。通过现代化管理手段，对人工智能等即将成为新研发要素的前沿技术进行有效的平台化整合，从而实现以下目标：推动大设施更好地向产业开放；促进核心技术企业提高产品和技术的平台化属性，形成扩散辐射效应；引入产业研发需求，反向推动大设施装备与技术的优化与发展，促进核心技术企业及产品的成熟和推广。

(2)发挥产医协同研究创新的平台效应。

优化临床研究服务能力，配套完善市场化机制，构建开放式的平台生态，打造全国性的临床研究信息交易平台，体现上海作为生物医药产业创新高地的龙头作用。在原有上海研究平台的基础上，放大平台的规模效应与网络效应，在全国范围吸纳优质的生物制药企业、医院、医生资源，提升研发临床资源与需求的匹配精准与样本规模。采用市场化、商业化的管理运营机制，引入第三方运营及投融资服务，从封闭式的人为需求对接向开放式的自有信息流动转变，从公共信息共享平台向行业信息交易服务商转型，提升上海的临床科研技术优势在全国范围的行业影响力。

(3)搭建上海生物医药产业链联动平台。

推动富余产能向 MAH 转型发展，为上海中小型研发机构提供支持，推动科技成果转化成为现实生产力，提升生物医药产业链的稳定性。启动建设上海生物医药产业链联动平台，通过研发、生产的一体化对接与推动，实现各要素资源的线上线下融合联动以及高效配置、高效增值，推动科技成果转化成为现实生产力。

(4)加强对新兴在线医药零售平台的横向整合及数据安全的监管力度。

规范不同平台生态伙伴的数据采集标准及调用权限，运用大数据技术提升信息跟踪与用药反馈效率，倒逼制药企业提升运营能力。应用互联网平台的数据采集与分析能力，以大数据技术加速用户信息跟踪及用药效果反馈的效率，优化个人健康信息数据库，基于用户反馈倒逼医药企业提升研发、临床、生产、仓储、配送能力，以电商平台的数据采集与分析能力为生物医药行业发展赋能。联动上海卫生信息化数据平台形成慢性病或特种病的分布地图，有针对性地部署共享式的医药前置仓，统筹安排、提前预存、定时配送所需药物，缩短周转流程与配送时间。

(5)规划打造覆盖多个产业链环节的综合性生物医药产业平台。

根据各个单功能平台的实际建设情况与发展潜质，加强医药行业各产业链的资源整合与需求对接，培育在全国乃至全球具引领地位的头部企业。医药产品具有准公共品属性，发展中需格外注意公益性与商业性的平衡，探索“公建民营”“公办民营”“民办公助”等模式，由政府、医药企业、互联网企业、公立科研机构等创建联合管理模式。

(二)抓住转型契机，创新商业模式，打造上海出租车服务平台

上海应以新技术、新模式、新机制对出租车行业进行变革升级，打造立足上海、辐射长三角、影响全国的出租车服务平台。

1. 上海出租车行业存在的主要问题

《上海市国民经济和社会发展统计公报》显示，2020 年上海拥有运营出租车 3.7 万辆，客运量 3.67 亿人次；2019 年，运营出租车数量为 4 万辆，客运量为 5.63 亿次。^[7]由此可见，上海出租车行业，无论是出租车数量，还是出租车客运量，都处于萎缩状态。其主要原因有：

(1) 市民个性化服务需求不断提升，但巡游出租车服务能力持续下降。网约出租车的客运量占比不断上升，在网约出租车平台的冲击下巡游出租车闲置，巡游出租车驾驶员流失。导致巡游出租车的运力不断萎缩，巡游出租车供给严重不足，出租车公司面临亏损。巡游出租车驾驶员的流失，迫使出租车公司降低司机的准入门槛，从而导致新司机缺乏必要培训与对行业的认知，引发整体司机素质下降。

(2) 垄断性平台导致出租车市场进入无序竞争。巡游出租车作为城市公共交通的有益补充，带有更多的公共出行属性，同时也是一座城市对外展示其形象的重要窗口。其作用是民营部门提供的网约出租车无法替代的，某些具有资本属性的出行平台以获取经济效益作为主要目的，往往忽视了公共出行背后所具备的社会效益。大量违规网约出租车的存在，变相提高了巡游出租车的运营成本。在某些垄断平台调度的歧视下，巡游出租车与网约出租车不具备平等的权力，能够向平台上缴更多佣金的网约出租车往往可以获得优质订单，从而提高网约出租车司机的收入与平台盈利，而巡游出租车只能填补网约出租车留下的运力空白。

(3) 巡游出租车定价灵活性受限，出租车企业利润下滑，司机收入丧失吸引力。由于上海出租车的定价受到政府管制，出租车运价变更极为困难，与网约出租车平台的灵活定价机制相比，巡游出租车面临高峰期供给能力不足、谷底期价格不具备竞争优势的窘境。近年来，由于劳动力不足、运营规模优势丧失、价格受到管制，上海出租汽车企业规模效应降低、利润逐年下滑。巡游出租车司机的收入虽然基本维持不变，但与同等收入的网约出租车司机相比却需要付出额外的劳动时间，工作缺乏性价比。再综合考量物价上涨和市民平均收入增加的因素，巡游出租车司机的收入已缺乏以往的吸引力。

(4) 巡游出租车行业管理制度落后，无法有效应对市场变化。以前在技术限制的背景下，采用的驾驶员激励机制、收入分配等制度，已无法适应现有市场的发展。例如，巡游出租车的“份子钱”机制，该机制是当初对司机的监管技术缺失，无法保证司机如实上报每日运营数据，而按劳分成实行的一种模式。然而，在硬件技术与软件技术高速发展的今天，对车辆的实时监控已经实现，按劳分配的灵活机制也能同步实施。落后的“份子钱”机制以及围绕该机制衍生的一系列措施在技术发展与出行平台的冲击下都应进行全面改革。

2. 发展立足上海的出租车专属平台的建议

(1) 确保市场公平竞争，对某些垄断平台的歧视性调度行为进行审查制约。

市场化的出行平台，对传统的出租车订单服务费因政策限制只能收取 1~5 元固定费用，而对网约出租车则会每单收取 25% 左右的抽佣，这导致传统出租车对平台的利润贡献缺乏吸引力，使得巡游出租车在平台上处于弱势地位，难以接到长途大额的优质订单。对于此类以自我利益为优先同时具有公共服务性质的平台需要采取强监管与制约，需要在以用户群体利益为先的前提下，改变订单分发机制，保证传统出租车与网约出租车地位平等，确保市场公平性。

(2) 创新机制体制，成立巡游出租车专属平台，探索车辆分成新机制。

传统出租车行业固定的“份子钱”机制已无法适应现有的出租车行业发展新环境，司机面临着高成本、低收入的窘境，纷纷转投其他行业，这导致出租车公司营收下降、陷入亏本，无力与网约出租车竞争，引发司机进一步流失，形成了负循环。传统出租车行业亟待探索改变固定“份子钱”机制，实行基础费用加收益分成的组合定价机制。大幅降低出租车司机运营初始成本，解放劳动力，培育新一代司机群体，实行企业与司机风险共担机制，提升出租车企业规模效应，营造司机与企业双赢环境。

(3) 充分发挥互联网平台的平台优势，优化巡游出租车的运营管理。

充分利用互联网平台的数据管理优势，通过出行比对用户的出行路径与货物的运输路径，将两条重合的路径统一派发给同一出租车。在以用户出行需求优先的情景下，提高车辆单位时间内的运营收入。向出租车试点开放公交专用道使用权，提升公共交通效率。现有的公交专用道存在道路线路覆盖率低与车流量小的问题。向出租车开放公交专用道，提升公交专用道的使用率，加快出租车的运营效率，缓解因出租车与社会车辆混杂导致的拥堵问题。出租车出行平台在做路径规划时，应考虑对公交专用道的使用频率，按照公交运行轨迹、道路实际承载能力与用户需求，控制使用公交专用道的出租车数量，避免造成阶段性拥堵、影响公交正常运营。

(4) 以平台为依托，加速网约出租车合规化，提升出行服务数量与质量。

目前，上海从事网约出租车与巡游出租车的条件并不相同，对于巡游出租车，除从业人员资格证外，还需要车辆运营许可证，而网约出租车没有针对车辆管理的规章制度，完全依靠司机的个人自觉。应通过出租车专属平台推出新一代互联网出租车运营牌照，由平台向网约出租车发放车辆运营许可证，加快网约出租车合规化，淘汰违规车辆，提高政府监管效率，同时提升平台服务能力。

(5) 深化出租车行业改革，探索传统出租车企业发展新模式。

网约出租车与巡游出租车虽属于同一个市场，但以不同的商业模式进行竞争。目前，网约出租车的商业模式相对于巡游出租车更具有优势，但传统的出租车企业也有网约出租车平台无法媲美的地方，那就是对车辆的运维服务、对人员的后勤保障与培训管理。但是，在巡游出租车规模日益萎缩后，此类软性服务已成为出租车企业的沉重负担。传统出租车企业通过资产入股方式转型成线上平台后，原有的线下管理模式与机构都已不再适用，出租车企业应改变以往依靠“份子钱”为营收基础的商业模式，探索线下发展新模式。

(三) 探索不同行业发展平台的应用场景

1. 在线医疗服务

远程医疗是上海发展“在线新经济”三年行动方案中的重要内容，不失时机地推进互联网医院健康发展，对于促进远程医疗、优化医疗资源配置有着极其重要的意义。但与此同时，上海互联网医院在发展中亦存在诸多问题：一是诊断范围受“常见病和慢性病复诊”的严格约束，限制了在线诊疗优势的发挥。二是诊断定价远低于社会化互联网医疗平台的咨询费用，制约了医务人员积极性的发挥。三是在线医疗服务平台建设缺乏统一规划。各医院通常采用自主投资建设在线医疗服务平台的形式，在平台功能、问诊流程、支付界面、医保报销等环节缺乏统一性，用户切换医院时的转换成本较高，不利于大众将在线问诊常态化。同时，不同层级医院及医生对于互联网医疗的诉求存在差异。

为此，建议从以下方面着手推进互联网医院的发展进程：一是尽快改变现行互联网医院统一按普通门诊收取挂号费的单一定价模式，允许按照所依托的实体医院收费标准，在线推出普通门诊、专家门诊、特需门诊等多样性服务，保障医护人员线上线下“同工同酬”。该做法不仅能提升上海互联网医院的服务质量，也可避免上海优质医疗资源外流，减少因定价过低导致的过度

医疗消费，促进医疗资源的有效使用。二是加强对现行互联网医院诊疗案例的效果评估，对所依托实体医院级别较高、诊疗效果良好的互联网医院，逐步放开互联网医院的诊疗范围试点，提升医疗资源的利用效率。例如，根据治疗领域的特点，适度开放专家门诊或特需门诊的在线初诊；适当放宽“复诊”界定，对“初诊”的认定从依托的实体医院放宽到同级实体医院等。三是鼓励和引导互联网医院加强信息平台建设，把医疗信息披露能力作为考核的重要指标。应充分利用上海优势医疗资源的特点和优势：提升医患之间的匹配度，为患者找到对应病症的医生，提升诊疗效果。四是由政府监管部门牵头，面向社会招标，建设统一的在线诊疗服务平台。该平台应重点为中小型规模的实体医院建设互联网医院，让更多医院、医生介入互联网医疗体系，推进分级诊疗及医联体制度建设，促进跨地域、跨医院的资源连接，提升医疗资源分配的合理性，并探索逐步实现长三角医疗资源的线上互通。五是基于在线诊疗服务平台的就诊记录，逐步建立病患档案数据库。

2. 新能源汽车产业

上海已构建完整的新能源汽车产业链，希冀以新能源汽车为抓手，在全国乃至全球的汽车行业中实现“弯道超车”。尽管产业链建设完备，研发与制造能力充足，但上海在建设“世界新能源汽车之都”的进程中依然存在诸多问题：一是技术突破存在瓶颈。“卡脖子”技术较多，主要集中于储能能力、充电速度、智能化系统、车联网等，且发生诸多安全问题对消费者信心造成打击。目前，新能源汽车发展仍处于无序生长阶段，非特点化特点较为显著，电池规格、新能源类别(纯电动/混合动力/回电)、充电模式(充电/换电)、充电接口(直流电/交流电)皆未能实现统一，未来发展趋势难以预判。二是充电站供给不足。充电站数量较少，且以企业自行投放为主，布局缺乏规划性与均衡性，车主还要承担额外的停车费用。充电站布局以上海为中心向周边辐射，数量逐步递减，在二三线城市尤为稀缺，高速道路服务区充电供给亦明显不足。家用充电桩布设则面临证照办理流程不透明、小区充电位不足、电网布线困难、物业公司配合度低、产权变更手续复杂等诸多问题。三是地域局限性较强。由于行业技术标准未实现统一，充电、维修、服务供给分布不均衡，以及新能源车企普遍采取与地方政府深度合作的发展模式，导致新能源汽车企业发展的市场分布存在较强的地域局限性。落户上海的新能源车企如何突破政策壁垒与市场壁垒，在全国范围逐步建立影响力、转化销售量，仍有赖于行业生态的构建程度。四是政策导向存在不确定性。迅速增长的新能源汽车消费需求与日益增加的城市拥堵程度，亦对新能源汽车的实际增长预期带来不确定性。

上海新能源车企内部研发、制造、销售的整合衔接程度较为紧密，因而难以在产业链前端环节出现平台。目前较为成功的行业平台，通常集中于与车企关联度相对较低的销售端乃至售后端，如二手车交易、维修服务、评测服务等。新能源汽车行业方兴未艾，仍存在突破传统汽车产业结构的诸多可能性。上海可推动建立行业平台，实现以下目标：一是建设统一的新能源及智能网联技术研发平台，以本地研发优势为外部制造业企业赋能。在提升技术成果转化效率的同时，实现推动行业技术标准统一化，从而建立上海作为新能源汽车行业技术标准制定者、引领者的地位。二是建设覆盖全市乃至全国的新能源充电服务平台，吸纳位于园区、大商场、高速公路服务区、大型加油站等场景的车企专用充电站或第三方充电站。目前，导航软件已涵盖充电桩搜索功能，但由于未能深度构建行业生态，导致用户仍需通过下载多个 App 来分别实现充电及支付功能。三是推动公交车、出租车等公共交通采用新能源，进而寻求以车联网模式提升公共交通系统的运营效率。新能源具有动力成本低、节能环保的优点，通过增强统筹协调能力来提升服务效率，可借助智能网联技术对全市公共交通资源进行协调与优化，进而实现路线规划、交通信号灯控制、交警引导等联动，降低城市交通拥堵情况。

3. 新媒体/新零售产业

上海有哔哩哔哩、第一财经等优质新媒体企业，以及拼多多、小红书等优质新零售企业。这些企业在全国具有一定发展优势，但暂未出现如淘宝、抖音、快手等通过直播电商模式实现“新媒体+新零售+移动支付”业务融合的成功案例。2020 年下半年，国家对互联网加强监管，主要是针对一些头部企业的垄断行为与不正当竞争，这恰恰是上海本土新媒体/新零售企业实现弯道超车的良好机遇。一是既要注意预防企业在横向领域过度整合，从而形成垄断格局的不良趋势，也要引导企业提升产品水准、加强服务质量。要充分发挥产业园区或城市层面的平台效应，联动媒体、零售、支付企业建立深度合作，同时为互联网企业匹配科创、文创、实体、资本等领域的资源与服务，实现协同发展、共建共赢。二是重点搭建技术平台，推动新媒体/新零售与人工智能技

术深度结合。通过大数据技术对互联网用户的习惯与偏好进行画像,从而实现内容产品、零售产品与用户的精准匹配及持续优化,同时以行业应用为人工智能技术提供落地场景与资金支持。该计算逻辑不但适用于新媒体或新零售领域,对养老、医疗、政策咨询等公共服务领域亦有重要意义。三是新媒体企业的内容生产过程应兼顾流量与导向,经济效益与社会效益并重,发挥上海在主流媒体、传统媒体领域所积累的优势,通过新媒体形式向社会大众传递正能量。四是新零售企业发展,应鼓励电商企业精准挑选赛道,在特定细分领域展开竞争,以产品质量与平台服务为核心竞争力,防止资本无序扩张,规避恶性价格战与“烧钱式”发展。同时,注重行业生态建设,以高质量的物流、仓储、售后服务为支撑,夯实实体经济的基础。

4. 在线教育产业

在线教学具有可重复、可复制、可传播的优势,随着模式不断完善、技术持续发展,优秀教师授课的普及人数呈现几何级数增长,这有助于实现教育普及化,解决优秀教师稀缺问题,改善教育资源分配不均现象,提升大众受教育水平。应基于信息传输实时化、教学资料数据化、教学形式多元化等优势,继续挖掘在线教育对教学的提升价值,开发相关教学服务,线上线下有机融合,有效提升教学质量。从而推进教育信息化进程,提高教育资源配置效率,扩大优质师资授课覆盖面,提升中国总体教育水平。

一是以提升教学质量为宗旨,以教学信息化与数据化为导向,以实践应用结果为参照,有序推进在线教育试点。加强顶层设计,由教育主管部门及著名教育专家筹组评估委员会,甄选在当前技术水平下适合开展在线教育的学校、学科与具体课程;建立多层次的激励机制,对积极开展在线教育试点的单位或个人予以激励。二是将在线教学合理嵌入传统教学模式,探索不同教学形式间的有机融合、优势互补,实现高质量教学与高效率管理。建设综合性在线教育平台,有效整合各类在线教学内容,提供多元化教学服务项目,充分挖掘信息技术的潜在价值,优化在线教学的应用效果,建立规范性、标准化的课程模板,作为推进在线教育的参考依据。三是建立跨校际的高校教学联盟,实现课程互通互认,鼓励高校发挥学术专长,寻求差异化与个性化,资源互通,优势互补,提升总体教学质量。学生可通过在线教育平台修习校际间相互认可的课程,所获学分计入毕业所需总学分。社会人士亦可通过修习互认课程,获得教育部认可的共享网络学位,待条件成熟后,可考虑将网络学位转变为正式学位。四是根据不同学位、学科、课程的具体教学目标与实际需求,建立分割化、模块化、单元化的课程体系。每门课程分割为多个教学模块与评估模块,并根据不同模块特质嵌入多样化的线上教学技术,将线上与线下教育有机结合,实现不同教学形式的优势最大化。

参考文献:

- [1]中国互联网协会. 中国互联网发展报告 2020[R]. 2020.
- [2]中国互联网协会. 中国互联网企业综合实力研究报告(2020) [R]. 2020.
- [3]工信部. 2021 年 1—7 月互联网和相关服务业运行情况[R]. 2021.
- [4]最新数据出炉! 沪 2020 年人均可支配收入 72232 元[EB/OL]. <http://sghexport.shobserver.com/html/baijiahao.2021-1-25>.
- [5]猎聘. 2020 中国互联网行业中高端人才报告[R]. 2020.
- [6]陈宏民. 平台竞争: 从跨界到颠覆[M]. 上海: 上海交通大学出版社, 2020.
- [7]上海市统计局. 上海市国民经济和社会发展统计公报[R]. 2021.