



CMF

China Macroeconomy Forum

中國宏觀經濟論壇

CMF中国宏观经济专题报告（第85期）

开放式创新背景下的平台公共治理

主办单位：

中国人民大学国家发展与战略研究院

中国人民大学经济学院

中诚信国际信用评级有限责任公司

承办单位：

中国人民大学经济研究所

2024年5月



CMF宏观经济热点问题研讨会（第85期）

开放式创新平台的公共治理

主办单位：中国人民大学国家发展与战略研究院、中国人民大学经济学院、中诚信国际信用评级有限责任公司
承办单位：中国人民大学经济研究所



CMF

China Macroeconomy Forum

中國宏觀經濟論壇

开放式创新平台的公共治理

报告人：刘小鲁

2024年5月11日

目 录

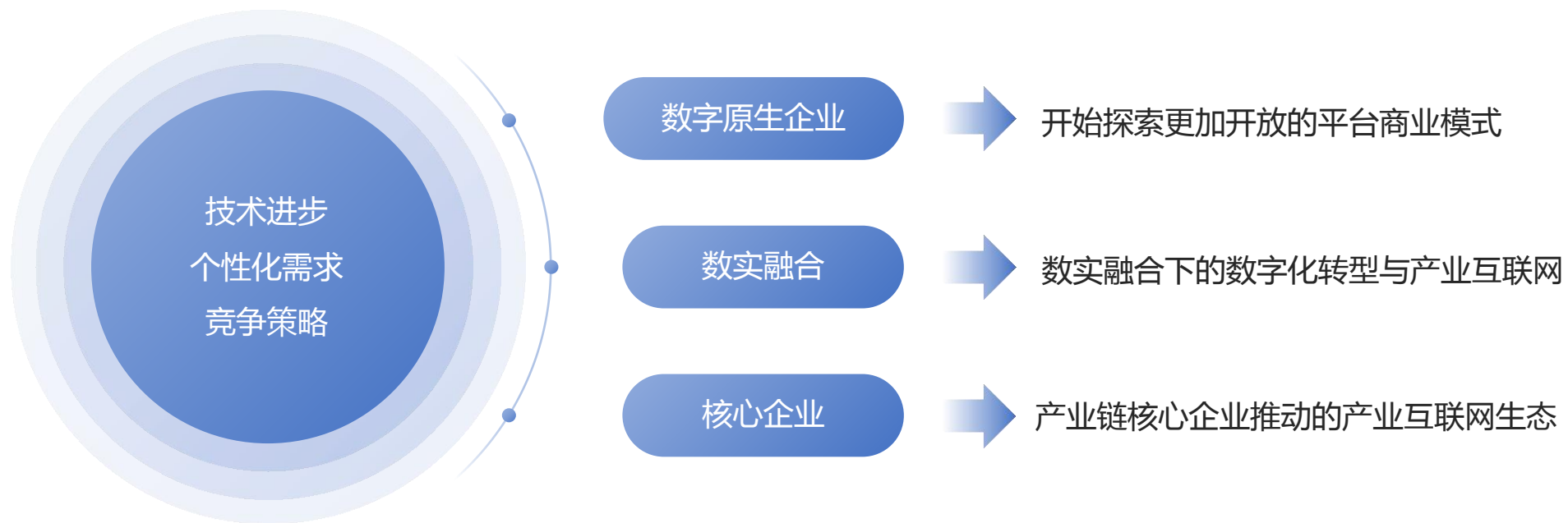
一、背景：开放式创新

二、趋势：政府与市场关系的变化

三、问题：开放性趋势下的平台主体责任

四、建议：基于开放度的分级分类体系

■ 基于平台的开放式创新

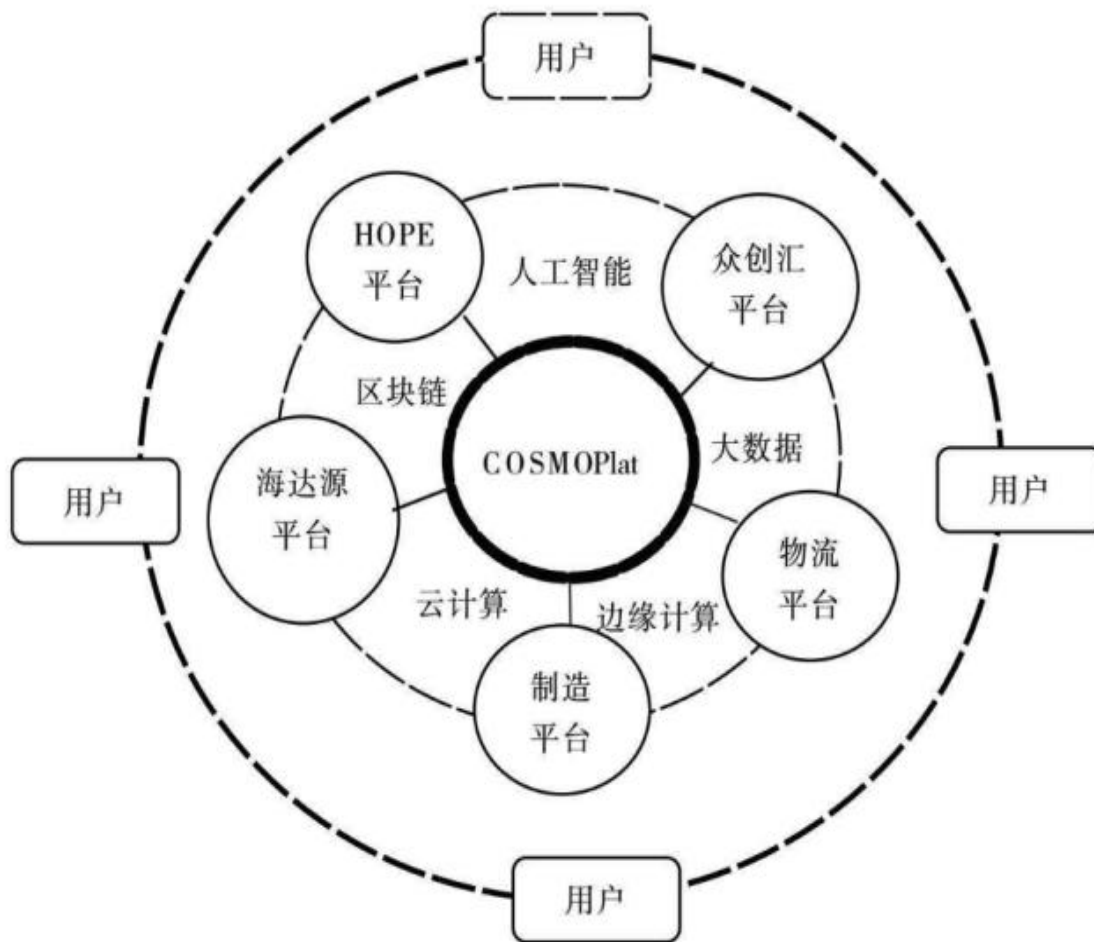


工业互联网平台架构



资料来源：华为，《新型工业互联网平台参考架构》

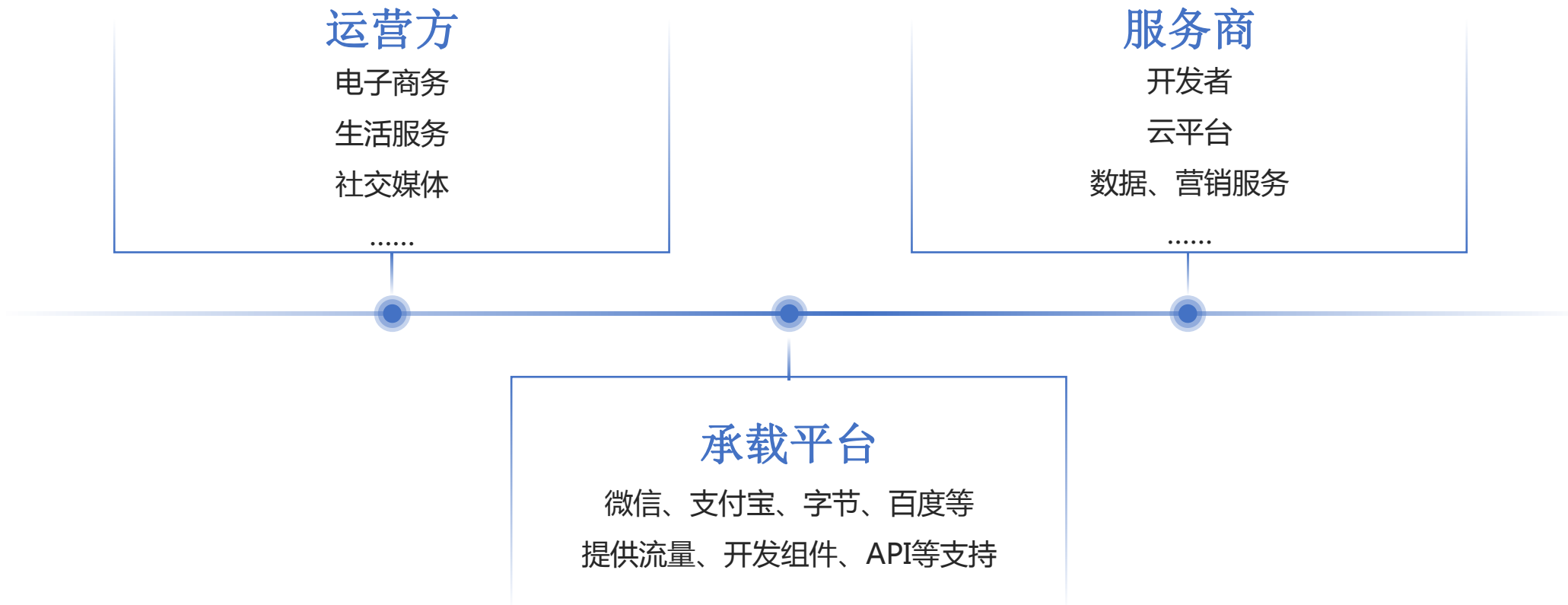
■ 工业互联网平台案例



资料来源：曹仰锋，《第四次管理革命》

■ 小程序平台

- 全网小程序数量超过780万，日活近8亿，日人均使用12.6次——《2022年小程序互联网发展白皮书》



目 录

一、背景：开放式创新

二、趋势：政府与市场关系的变化

三、问题：开放性趋势下的平台主体责任

四、建议：基于开放度的分级分类体系

■ 平台生态与平台治理



组织上的二重性

- 平台生态聚合了多类具有一定独立性的第三方
- 平台拥有一定的权威，可以决定谁来参与，如何参与，这构成了平台治理的前提



合作与冲突

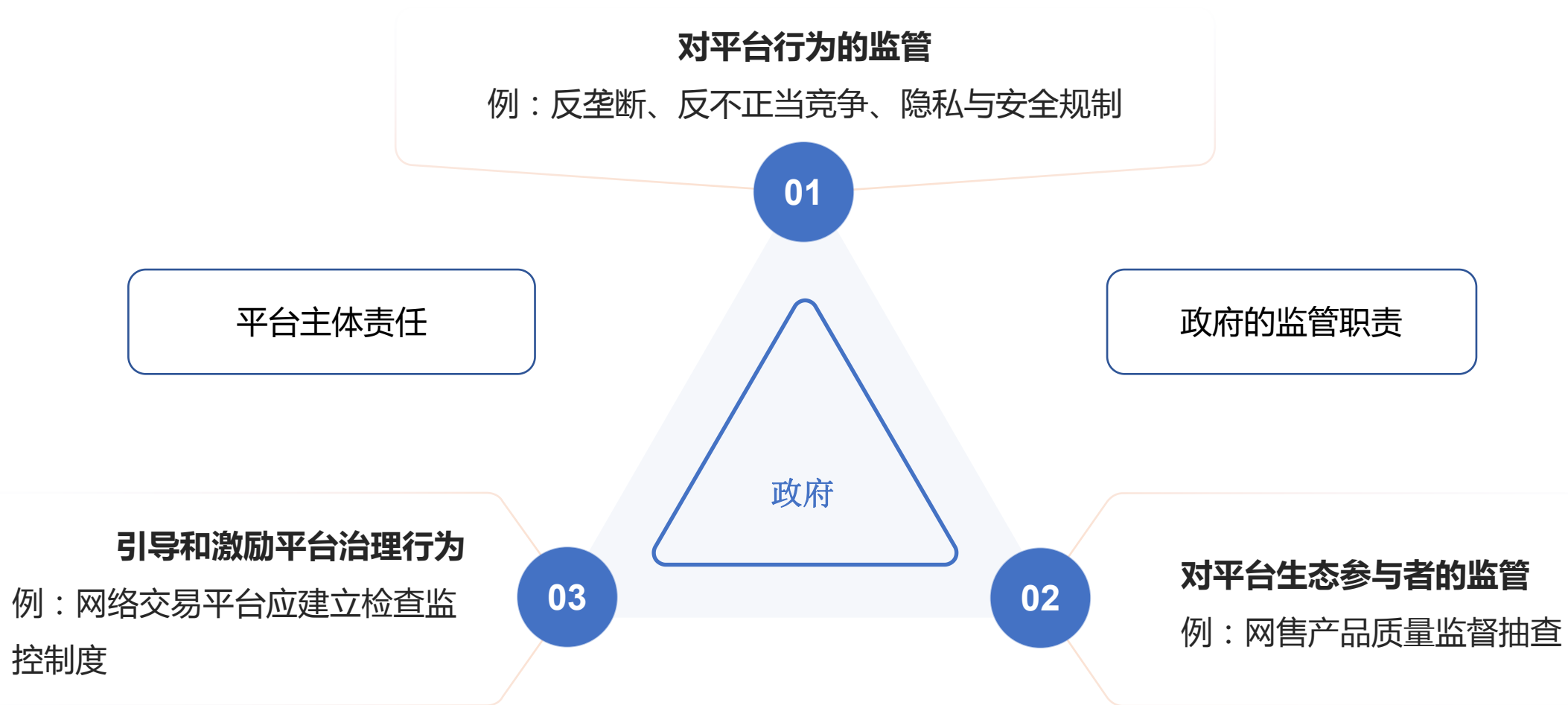
- 平台生态的基础是价值共创
- 合作与冲突并存
- 赋予了平台治理的动机



开放与控制权

- 开放的本质是控制权让渡
- 开放是激励创新活力的基础
- 开放的代价是有限的治理能力

■ 从“政府-市场”到“政府-平台-市场”



目 录

一、背景：开放式创新

二、趋势：政府与市场关系的变化

三、问题：开放性趋势下的协同治理

四、建议：基于开放度的分级分类体系

■ 平台开放度与治理能力的差异

数据控制权

数据墙与平台的数据获取能力

	传统电商平台	小程序平台
订单信息	√	×
支付信息	√	?
物流信息	√	×

治理手段

传统电商平台：介入能力较强

小程序平台：介入能力有限

■ 治理责任与治理能力的一致性问题的典型案例

悦读纪公司诉苹果公司案 (2021)京73民终2122号

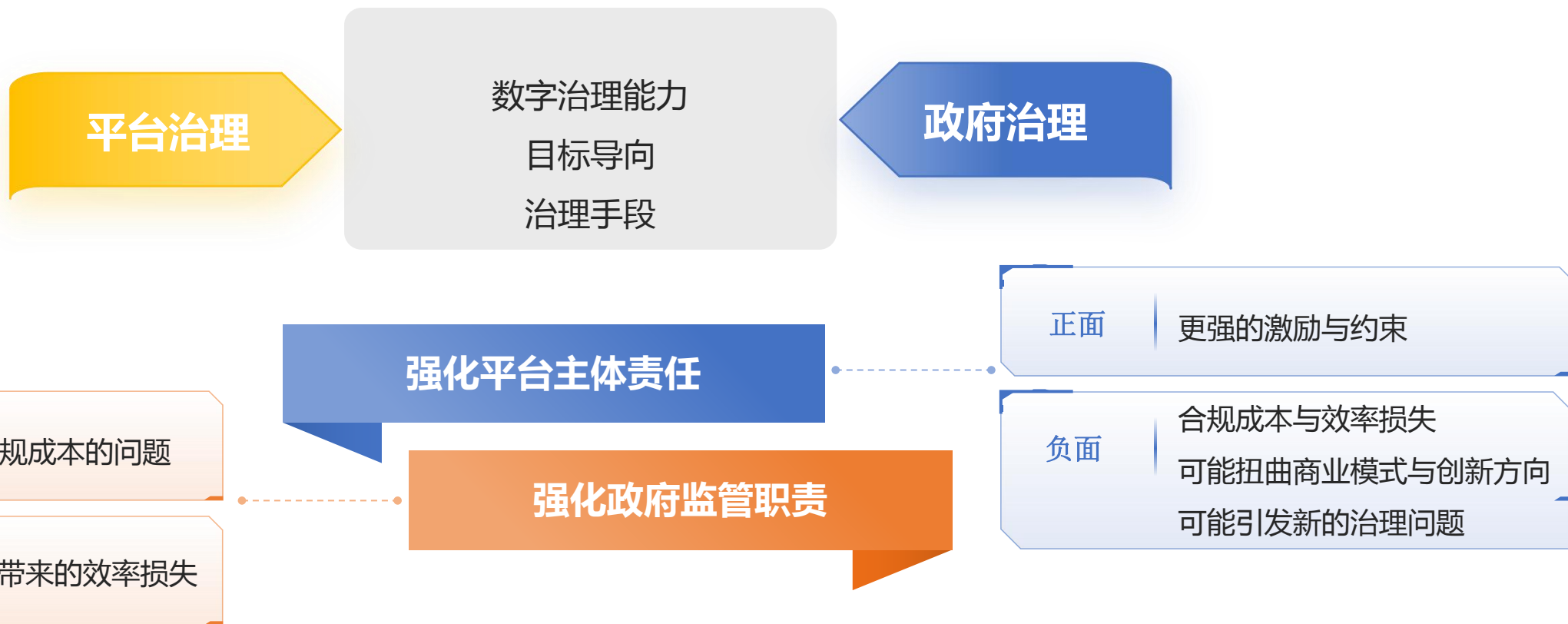
- iOS系统属于相对封闭系统
- 苹果公司对AppStore应用平台及其App具有很强的控制力和管理能力

侵权案例中的 平台注意义务

刀豆公司诉百赞公司与腾讯案 (2018)浙0192民初7184号

- 微信小程序提供的是架构与接入的基础性网络服务
- 技术上不具备审核、干预信息内容的能力和条件

协同治理



目 录

一、背景：开放式创新

二、趋势：政府与市场关系的变化

三、问题：开放性趋势下的平台主体责任

四、建议：基于开放度的分级分类体系

■ 监管政策的演变

01 包容审慎

- 2016年之前，鼓励探索与创新
- 新业态涌现：团购、互联网金融、共享经济

03 反垄断强监管

- 2020年11月，《平台经济领域反垄断指南》
- 2020年12月，对阿里巴巴的反垄断调查
- 2021年4月，对美团的反垄断调查

- 2016年，互联网金融
- 2017年，网约车
- 2019年，电商、餐饮

02 分业监管

- 常态化监管、压实平台主体责任
- 平台分级分类（规模、连接属性、功能）
- 法律法规规章与地方监管部门《责任清单》

04 常态化监管

■ 政策建议

1. 对平台企业的监管不仅限于约束平台企业行为，更在于激励和引导

- “填平”平台商业激励与社会目标之间的差距，
- 引导平台以社会目标为导向实施治理

2. 将平台的开放度纳入到监管的分级分类框架内

- 差异化的平台模式意味着差异化的治理能力
- 平台主体责任的界定与落实应充分考虑到对平台正常经营活动的影响

3. 政府应强化数字治理能力，必要时承担更多监管与治理职责

开放性与治理成本	平台生态的治理需求	协同治理模式
高	高	承担更多职能+审慎监管
高	低	包容审慎
低	高	压实平台主体责任



CMF

China Macroeconomy Forum

中國宏觀經濟論壇



深度分析开放式创新背景下的平台公共治理， CMF 专题报告发布

5月11日，CMF 宏观经济热点问题研讨会（第85期）于线上举行。

本期论坛由中国人民大学一级教授、经济研究所联席所长、中国宏观经济论坛（CMF）联合创始人、联席主席**杨瑞龙**主持，聚焦“开放式创新背景下的平台公共治理”，来自国内学界、企业界的知名经济学家**毛振华、王勇、郑江淮、寇宗来、吴绪亮、刘小鲁**联合解析。

论坛第一单元，中国人民大学经济学院教授、中国宏观经济论坛（CMF）主要成员**刘小鲁**代表论坛发布题为《开放式创新背景下的平台公共治理》的CMF中国宏观经济专题报告。

报告围绕以下四个方面展开：

- 一、背景：开放式创新
- 二、趋势：政府与市场关系的变化
- 三、问题：开放性趋势下的协同治理
- 四、建议：基于开放度的分级分类体系

一、背景：开放式创新

在中国的实践中，数字平台建设主要遵循两种模式。**第一种模式由政府主导**，例如，在数字中国建设的号召下和在数字政务的顶层设计框架内，许多地方政府已经建立了大量的数字中心和数字平台。然而，这些平台的建设效果并不是特别理想，主要表现为大量的重复建设更多地侧重于平台框架的搭建，在平台的运营方面缺乏实质性效果。**第二种模式则是由市场推动**，在观察市场的组织形式时，可以发现各领域均呈现出基于平台的开放式创新趋势，这是今天重点探讨的问题，即市场驱动的平台化开放式创新模式。

这种模式的形成受到三个方面的驱动因素影响。**第一，技术条件的成熟。**如数字技术、大数据、云计算等技术的突破，极大降低了基于平台连接产业链和不同产业间要素的信息成本，技术上的可行性得以实现。**第二，市场需求的演变升级。**从消费端来看，消费者越来越追求个性化的需求。过去互联网平台更多是面向消费者的平台，如淘宝、京东等。然而，从产业端来看，在数字与实体经济融合的过程中，工业互联网建设同样催生了个性化需求。由于不同产业甚至同一产业内不同企业的工艺流程和管理规范可能存在显著差异，不同企业的数字化转型所需的解决方案也可能大相径庭。个性化需求的存在意味着单一市场主体难以及时响应多维异质性的市场需求。因此，在这种情况下，通过开放式创新模式吸引更多市场主体的参与，可以更好地满足市场需求。**第三，创新驱动的竞争策略。**这些因素综合在一起，使得基于平台化的开放式创新成为一种新创新模式和市场竞争的范式。

开放式创新平台在中国的情景下具体表现为三个方面。

一是数字原生企业开始探索更为开放的平台商业模式，典型代表是传统互联网大厂企业。以阿里巴巴为例，其生态系统已经从传统的电子商务扩展到云计算领域，并进一步向上游产业渗透，形成了一个综合性的平台生态系统。阿里巴巴能够利用其电商平台上积累的数据进行分析，并将分析结果反馈给上游产业企业，以协助这些企业进行产品开发和运营。**在这种开放式平台化的模式下，数据作为一种关键要素，能够在更广泛的范围内流动和配置。**除了这一趋势之外，纯粹的互联网业务也开始展现出向更加开放的商业模式转变趋势，例如小程序等新兴平台架构的出现。

二是数实融合下的数字化转型与产业互联网。许多互联网大厂参与到产业端数字化转型进程中。其中，云平台是一个至关重要的载体。依托云平台，这些互联网大厂为数字化转型提供了必要的基础设施。在此基础上通过工业 APP 生态建设和工业设备物联网建设，实现了对传统产业链的平台化改造。

三是产业链核心企业推动的产业互联网生态。在这一进程中，除了互联网企业的积极推动之外，来自传统产业链核心企业的积极作用也不容忽视，例如海尔的开放式创新工业互联网生态。核心企业相较于互联网大厂的优势在于它们具备了产业互联网先天基因。相比之下，BAT 大厂主要针对消费端业务，对产业端的生态逻辑并不是非常了解。由于不同产业在标准

规范、生产流程、供应链架构等方面存在显著差异，产业链中的核心企业原本就在其行业内拥有强大的影响力，并且积累了丰富的经验和专业知识。因此，这些企业成为了推动产业互联网生态建设的关键力量。

在上述背景下，我们可以观察到一些具体的例子。

第一个例子是工业互联网平台架构。传统工业系统架构与企业层级化、金字塔式的组织结构相适应，其架构思路具有明显的等级化特征，层级划分极为明确。然而，在工业互联网架构下，企业的层级结构被打破，组织边界变得模糊。其中，最为关键的组成部分是云平台和边缘层。边缘层的主要职能是进行数据处理和物联网。通过这样的架构设计，可以将现实世界中的每台机器设备接入云平台。在云平台上，另一类重要的市场主体是工业软件与APP的开发生态系统。这一生态系统是完全开放的，不再是企业仅为满足自身需求而设计工业软件与APP，而是允许任何有能力、有专长的个体或组织参与到工业软件的开发过程中。因此，设备间的界限通过物联网技术被打破，可以实现数据和知识共享，工业软件开发也是面向市场开放。

第二个案例是海尔集团推动的工业互联网平台建设。该平台的核心由五个关键要素构成，其整体逻辑在于利用物联网平台实现与现实世界中各类工业设备的连接。平台的PaaS层和SaaS层的开发工作主要交给市场进行开发。HOPE平台则是一个开放式创新平台的典型代表。在传统思维下，家电产品的设计与开发通常由企业内部的研发团队和工程师团队独立完成。然而，在工业互联网平台的背景下，产品设计过程已向全社会开放。目前，该平台已连接了超过12万名开发者，其中包括大量消费者。消费者可以参与到产品的开发过程中，提出自己的产品需求和设计方案。

第三个案例是小程序平台。小程序技术已在微信、支付宝等多个平台上得到广泛应用。据2022年的统计数据显示，全网小程序数量超过780万，日活近8亿，日人均使用12.6次，其影响力正不断扩大。小程序平台的生态架构中最为核心的部分是承载平台，如微信、支付宝、字节跳动和百度等，这些平台主要提供流量支持和技术支撑，包括小程序的开发组件和API技术接口。以线下实体店为例，店主希望利用小程序平台进一步扩大商品销量，可以开发一个小程序并将其部署在小程序平台上。该小程序的开发并不一定要由店主自己完成，他可以

寻求服务商的帮助。例如，在小程序平台上寻找第三方开发者，协助开发所需的小程序。这样的合作模式便构成了小程序平台的基本架构。与传统的互联网平台相比，小程序平台的一个显著特点是权力的重新配置。

二、趋势：政府与市场关系的变化

在上述平台化的趋势下，我们看到政府与市场关系的变化。这种变化源自于平台治理这一特殊经济行为，因为平台企业在组织属性上与传统意义上的企业和市场均存在明显差异。

平台的生态架构通常包含独立的第三方参与者，这与企业的传统模式不同。著名经济学家科斯曾对企业的性质进行了深入分析，他指出企业的特点是等级式组织，权力集中在企业的上层，再通过雇佣式的合约以及授权层层向下分配。而在平台生态中，第三方参与者往往拥有不同程度的独立决策权，这是平台生态与传统企业模式的主要区别。

同时，平台架构也不完全等同于纯粹的市场架构。平台拥有一定的权威，可以决定谁来参与，如何参与，以及参与者必须遵守的标准和规范，这构成了平台治理的前提。而在单纯的市场环境中，所有参与者都是平等的，不存在拥有不对称权力的问题。

在平台生态中，合作与冲突并存。尽管任何市场化形成的平台生态的基础都是价值共创，但，它们的利益诉求可能各不相同。因此，合作与冲突并存是不可避免的，而这也赋予了平台治理的动机。一方面，平台具备治理的能力；另一方面，平台也有意愿解决和协调生态内部的冲突，以维持生态系统的可持续发展，这与平台企业自身的利益是一致的。

在此过程中，平台的开放性和控制权成为一个重要的考量因素。开放性本质上是一种权力的让渡，权力的让渡意味着平台的治理能力受到限制，这对整个平台生态的治理带来了挑战。

随着平台这一既有能力也有意愿进行生态治理的市场主体的出现，传统的政府与市场关系自然演变为政府、平台和市场三方的关系。这里的市场主要指的是平台生态内的参与者、环境和市场秩序。平台和政府都可以在平台生态中实施治理行为，而从政府的角度来看，治理行为进一步分化为三个维度：

第一，对平台行为的监管。这一问题在过去几年中引起了广泛的讨论，例如关于平台的反垄断、隐私与安全规制问题；

第二，对平台生态参与者的监管。政府可以直接绕过平台，对平台生态内的各个主体进行监管。例如，市场监管总局已经开始对网络销售产品进行直接的产品监督抽查；

第三，引导和激励平台治理行为。例如，是否应要求网络交易平台或电商平台建立检查监控制度，这些平台是否需要上架商品的质量进行管控，社交平台是否需要短视频内容的合规性进行审核，这些都是政府需要平台解决的问题，涉及到如何引导和激励平台进行治理的问题。

三、问题：开放性趋势下的协同治理

在上述三个维度的基础上，我们提出了协同治理的问题。一方面，政府需要协调平台的治理行为；另一方面，平台出于自身考虑也有动力对生态系统进行治理。在这个过程中，政府与平台之间的关系应如何处理？

对这个问题的思考首先要注意到平台开放度与治理能力的差异。以小程序平台和淘宝、天猫等货架式电商平台的对比为例。这两类平台在治理能力上存在显著差异。首先，两类平台在数据控制权上明显不同。假设某实体店在微信或支付宝上开发一个小程序供消费者购买商品，如果消费者通过小程序购买到了假冒伪劣商品，小程序平台是否应承担相应的责任？对于淘宝、天猫这样的电商平台，所有交易数据都汇总在平台，平台能够监控到订单信息、支付信息、物流信息乃至每个商品页面的详细信息。因此，这类平台能够利用 AI 机器人对每个商品页面进行巡查，一旦发现问题商品，可以直接将其下架。然而，小程序平台并不具备这样的能力，因为所有数据都存储在小程序的第三方服务器上，并不受小程序平台控制。数据控制权的差异极大地影响了平台的治理能力。小程序平台无法获取订单信息、物流信息，也无法直接观察商品页面的信息。因此，两类平台在数据获取能力和治理能力上存在显著差异，而这种差异的主要原因在于权力的重新分配。平台开放的本质是权力的下放，平台越开放，其拥有的控制权就越少，这导致平台的治理能力受到严重限制。在现实中，不同平台的开放程度不同，意味着它们的治理能力也存在很大的差异。

由于数据控制权的差异，平台的治理手段也存在显著不同。在上述小程序平台的例子中，一旦出现消费者和商家之间的纠纷，平台通常只能依赖于双方的自证，因为平台无法获取相关数据。而传统平台由于信息获取能力较强，在许多情况下能够独立进行判断。因此，两者在治理能力上存在明显差异。

平台治理能力的差异引发了治理责任与治理能力的一致性问题。为说明这一问题，考虑以下两个案例。

第一个典型案例是悦读纪公司诉苹果公司案。悦读纪公司发现其作品在苹果应用商店中出现了侵犯其信息网络传播权的APP。最终的判决结果是苹果公司确实需要为此承担责任。法院的判决依据是苹果公司对App Store平台拥有很强的管理能力，不仅对每一个应用程序进行审查，而且有能力拒绝和排除不合要求的应用程序，对申请上架的应用程序具有相当的选择权和控制力。

第二个案例是刀豆公司起诉百赞。其原因同样涉及侵权问题，百赞公司的一个小程序侵犯了刀豆公司心理学讲座作品的信息网络传播权。问题在于，作为微信小程序平台运营商的腾讯公司是否需要承担连带责任。由于数据并不储存于小程序平台的服务器上，因此小程序平台在技术上缺乏审核和干预信息内容的能力和条件。根据这一逻辑，不能要求小程序平台能够精确地处理侵权行为。因此，法院的最终意见是微信小程序平台不应承担相应的责任。

通过现实案例的对比可以看到，不同类型平台的治理能力存在显著差异，故它们承担的责任也有所不同。

那么，应当如何认识平台治理和政府治理的关系？首先，平台和政府数字治理能力上有很大不同。在实施数字治理方面，平台企业的效率通常优于政府，因为平台企业直接面向整个平台生态系统，其在处理问题的即时性和数据处理能力方面通常都强于政府。这是平台治理的一个优势，也是认可平台治理积极性的一个重要原因。基于这一点，我们认为从政府的角度出发，应当承认平台在开放创新生态系统中的治理作用，并赋予其相应的治理权限。

然而，平台治理面临的最大挑战是其目标导向问题，即平台的治理是否能够始终与社会公共利益保持一致。实际上，平台的行为并不总是与社会公共利益相一致。例如，像亚马逊

这样的平台通过算法实施自我优待，在商品推荐排序时经常将自营商品置于推荐列表的前列。这引发了如何引导平台按照社会目标实施治理的问题。一方面，平台治理至关重要且效率较高；另一方面，其治理目标可能存在偏差。这是政府治理需要考虑的一个重要问题，即如何引导和激励平台的治理行为。

为了引导和激励平台的治理行为，需要对平台责任进行界定。目前，我国目前正致力压实平台企业的主体责任。然而，我们往往只强调责任的强化，而忽视了不当的责任界定可能带来的代价。强化主体责任的积极作用在于能够为平台治理提供更强有力的激励和约束机制。然而，过度的平台主体责任认定的负面影响也不容忽视，具体包括以下两个方面。一是**合规成本问题**，即平台企业所需支付的合规成本是否合理。以小程序平台为例，它并不具备像传统电商平台那样拥有对每个商品进行逐一审核的能力。小程序平台可以对商家的资质进行审核，但若要求其对每个商品进行详细审核，则超出了平台的基本能力范围。如果我们坚持要求平台承担起细化至商品级别的审核责任，则会导致平台合规成本的增加，从而影响效率。二是**更为关键的问题**，即**合规成本的增加可能会扭曲商业模式和创新方向，并引发新的治理问题**。平台越开放，其治理能力越弱，合规成本越高。如果合规性是一个重要考量，平台企业可以选择构建一个更为封闭、更为中心化的平台模式来规避合规成本。例如，乐动卓越公司曾因侵权问题起诉阿里云。2015，发现一款侵犯其知识产权的盗版游戏在阿里云上运行。该公司希望阿里云能够采取措施关闭这一盗版游戏软件。问题的焦点不仅在于阿里云是否需要承担连带治理责任，还在于如果强制要求阿里云执行删除和关闭盗版软件的责任，可能会引发哪些后果。首先，如对阿里云在防范侵权方面施加过于严苛的平台责任，那么平台将必须将大量资源投入法律风险防范，增加运营成本，给行业发展带来不利影响。其次，为了确认侵权事实，平台需要访问用户数据，这可能引发新的治理问题，即一个存储用户数据的云平台是否有权在任何时候查看用户数据。如果强制要求平台执行审查义务，可能会导致社会对这种商业模式的不信任：公众可能会怀疑数据隐私和数据安全是否能够得到充分保障。目前我们一直强调要强化和压实平台企业的主体责任，但却没有充分意识到不同类型、不同开放程度的平台在履行治理责任时的能力存在显著差异，也忽视了由此可能导致的负面问题。

在以上讨论的基础上，我们得出了第一个启示：**平台的主体责任应当与其治理模式及开放性相适应。**

此外，在平台承担起治理责任的同时，政府的责任又是什么？政府是否有必要参与到治理过程中？我们认为，政府治理既有缺陷，也有积极意义。**政府治理的缺陷可能在于其监管效率与平台治理效率相比较低，但其积极之处在于，它不受商业模式可及性所产生的合规成本问题的影响，在目标导向上也更符合公共利益的要求。**在此问题上，可以采取比较优势的思路，即尽管政府的监管能力可能不及平台治理，但其比较优势在于能够避免合规成本和商业模式扭曲的问题。**此外，政府能够进行更广泛的制度设计，以降低整个社会的监管成本。**一个代表性的例子是监管的属地管理问题。例如，如果一个在北京的消费者购买了上海商家发出的产品，并且该产品存在问题，那么就需要上海的市场监管部门来处理这一问题。这种属地管理在互联网背景下增加了治理成本，而政府可以在制度建设方面发挥作用，构建一个适应数字化逻辑的新治理体系，以提高治理效率并降低治理成本。

四、建议：基于开放度的分级分类体系

我国监管政策的演变可划分为四个阶段。在2016年之前，政策主要采取了包容审慎的立场，旨在鼓励自由探索与创新。因此，在2016年之前，互联网业态蓬勃发展，众多新兴商业形态应运而生。然而，这个过程中行业内也涌现出诸多问题，例如P2P互联网金融平台的行业乱象。自2016年起，监管开始转向分业监管模式。到了2020年，政策进一步强化了对平台经济的反垄断监管。目前，**我们提倡通过法律法规的建设，实现对平台的常态化监管。**在此过程中，**强调要压实平台企业的主体责任，引发了之前讨论的一系列问题，即在监管中是否充分考虑平台模式和平台开放度对治理所产生的要求。**从现行的法律法规及规章制度来看，对平台开放度的考量尚显不足。当前实施的平台主体责任监管，主要是依据平台规模或其提供的服务内容进行分类分级，而并未考虑不同平台在治理能力上的差异。鉴于此，我们提出了以下三个方面的政策建议。

第一，对平台企业的监管不仅限于约束平台企业行为，更在于激励和引导。例如不能仅限于反垄断规制，而要赋予平台治理的权力，同时通过对平台主体责任的界定和对平台的治理行为进行激励约束。

第二，在落实平台治理责任时，将平台的开放度和治理能力纳入到监管的分级分类框架内，平台主体责任的界定与落实应充分考虑到对平台正常经营活动的影响。

第三，政府应强化数字治理能力，必要时承担更多监管与治理职责。这不只是在技术层面上具备数字治理能力，而是要在整个监管逻辑、监管体制下向着数字化的思维去进行转变。具体形成以下三种治理模式：

对于开放性较高的平台，鉴于其治理成本和合规成本较高，若这些平台面临强烈的治理需求，政府应考虑加强服务和监督治理的职责，对平台的主体责任采用审慎监管的态度；

对于开放性和治理成本较高的平台，如果其生态中的治理问题并不是特别突出，那么总体上可以采取包容审慎的监管态度；

对于开放性降低的平台，由于其控制力和治理能力较强，若平台生态对治理行为有较高的要求，可以采取压实平台主体责任的监管态度。

治理需求并非一个泛泛而谈的概念。我国曾发布关于平台主体责任的指南，尽管该指南仍处于征求意见阶段，但已详细列举了平台企业需承担的34种责任。这些责任在不同类型的平台间治理需求是不同的。例如，在新闻舆论领域，符合意识形态要求在社交媒体平台上极为重要，而在电商等交易类平台可能并非一个突出的问题。因此，在讨论治理需求时需要具体区分相应的治理责任。

论坛第二单元，结合 CMF 中国宏观经济专题报告，各位专家围绕开放式创新背景下的平台公共治理展开讨论。

清华大学长聘教授、经济学研究所副所长**王勇**认为，随着数字平台逐渐覆盖社会生活的各个方面，成为数字社会的主要组织者，各国开始认识到平台企业需要承担更多的责任，平台治理思想已经从早期的“避风港与红旗”原则逐渐转变为强调平台需要承担一定的“主体责任原则”。因此，需要构建平台经济的协同监管架构。从监管过程的角度来看，监管可以分为：事前监管，主要是资质监管和牌照类监管；事中监管，主要是行为监管；事后监管，主要是追责和救济。政府在事前和事后的监管力度较强，平台企业的能力、数字优势和私人监管手段的灵活性更适合在事中发挥其监管作用。平台监管还应该向更多的社会主体开放，形成一个真正的协同体系，包括新闻舆论监督、行业协会、资本市场等。

目前平台经济正从消费互联网转向工业互联网，逐渐从数字平台转向数字生态，在数字生态中，需要为生态成员企业提供商业价值服务，包括开放性、为数字生态成员企业提供更多的商业机会。此外，还需要提供一些治理工具，包括生态内的数字规则 and 标准规范。

此外，平台还可以在更广泛的治理问题上发挥作用。例如，针对“职业闭店人”等问题，可以利用平台内部的支付机制来解决。蚂蚁金服和京东等平台推出了“先享后付”或“安心付”等支付方式，均可以用来解决这一问题。与此同时，保险公司也可以与这些支付方式相结合，共同参与到社会问题的治理中，这正是第三方支付平台在数字社会治理中发挥作用的功能体现。

中国人民大学经济研究所联席所长、教授、中国宏观经济论坛（CMF）联合创始人、联席主席，中诚信国际首席经济学家毛振华提出，平台公司可能成为创新主体，但其创新通常局限于中介服务领域，而非基础制造业。平台公司的垄断将导致利润高度集中在中介平台，而社会创新水平受限于这些平台的创新内容。这些企业在数字时代拥有数据优势，但如何引导、鼓励和规范它们进行创新是一个复杂问题。对于不进行创新的企业，应通过法律手段调整其过高的利润，并将这些资源重新分配来支持科学研究，如国家自然科学基金会。

平台治理最重要的一个问题是权责对等。平台企业是在市场竞争中自然形成的，并非由国家授权，因此在承担连带责任时存在疑问。平台企业有权利选择其服务内容，如果平台成为假冒伪劣商品的聚集地，最终也会影响平台的生存。但是，由于缺乏垄断性和授权，平台企业很难完全承担起打击假冒伪劣的责任，所以需要强化政府在打击假冒伪劣方面的作用。在平台治理中，既要认识到市场竞争和垄断带来的优势和问题，也要考虑平台权力的局限性和政府公共权力的平衡。

腾讯研究院首席经济学顾问吴绪亮提出了框定未来智能经济的四条边界，分别是**创新的边界**，**产业的边界**，**平台的边界**，**责任的边界**。这四条边界线的脉络走向大体可以框定未来经济的高度、长度和活跃度。

第一，**创新边界的两大影响因素是需求和投融资**，一方面，需求引领是人类社会大多数技术创新出现的主要原因；另一方面，一个国家、一个地区、一个市场在当下投融资领域的活跃程度可以基本判断未来五到十年在数字技术创新方面的创新力和生命力，加大对产业投

资的支持力度，对中国互联网行业创新发展和创新边界的拓展具有重要作用。第二，**计算、网络、终端、场景和产品五个领域的创新是观察产业边界突破的一个视角**，数字经济发展先后经历了计算机、PC 互联网、移动互联网、云计算和人工智能五个重要阶段，随着这五个阶段的发展，产业边界在不断扩大。当前我们正处在一个“叠加态”，即云计算与人工智能同时并存、同时发展。第三，管理成本和交易成本的权衡决定了企业的边界和市场的边界，平台的出现处在市场和企业的中间，它使得资源组织的模式有一种新的变化，**随着生成式人工智能和大模型出现，平台边界可能还会发生新的变化**。第四，**未来重要的责任边界包括数据与安全标准，数据权属、数据竞争性的使用、数据隐私和数据安全**。

南京大学经济学院院长**郑江淮**认为，要把竞争和创新两个要素同时放在大科技平台引发的市场结构和企业地位变化中考虑，对竞争垄断行为的考察也不能简单地放在传统对供给侧替代角度考虑，而应该考虑到技术同行的竞争和发展。**所以，对平台企业的政策导向应该把创新当作优先目标**。从治理角度来看，目前存在两种不同的导向，即以股东利益为中心和以公共利益和相关者利益为中心。在美国实践中，以股东利益为中心的开放性创新可能导致公司在渐进性创新上发展迅速，但在渐进性创新和突破性创新之间的平衡上存在不足，尤其是在基础研究投入方面非常薄弱。**相对而言，以公共利益和利益相关者为中心的开放式创新可能更有助于在渐进性创新和突破性创新之间取得平衡**。

平台建设不能仅仅关注大企业工业互联网的平台改造、投资、应用、开发，而应该让大量的中小企业分享工业互联网的平台优势。所以，政府和平台公司要推进中小企业的工业互联网平台建设，不仅仅要“有为”，更要“有效”。

复旦大学经济学院副院长**寇宗来**提出，在传统社会中，组织设计主要解决信息稀缺问题，而进入数字时代后，交易、选择和行为的数字化记录导致信息爆炸，这要求组织设计和社会治理适应新的挑战。一方面，数字技术降低了组织内部管理成本，可能导致大型组织的增长；另一方面，它也降低了组织间和人际交易成本，促进了小型、高效、灵活的组织发展。**这种趋势导致了组织规模的极化现象，即小型和大型组织变得更有效率，而中间规模的组织则可能陷入效率陷阱**。

平台之所以需要治理，是因为它们规模巨大，并且其利益有时与社会利益不一致，甚至可能发生严重冲突。近年来，政策文件中频繁提及“防止资本无序扩张”，特别是在2023年中央经济工作会议之后，政策开始鼓励互联网头部平台参与国际竞争，这标志着政策导向的重要变化。“无序扩张”表现在平台发展与社会价值或政府价值之间的矛盾。政府反对无序扩张的原因在于，平台追求利益的过程中可能会过度使用杠杆，而数字化使得杠杆的放大速度和规模都远超传统社会，导致平台收益与社会风险之间的不对称。对于互联网平台企业而言，它们在追求利润的同时，需要在自身商业模式的选择中考虑到社会责任，并在可能引发的社会系统性风险中进行自我评估，这也是当前讨论 ESG 的一个重要方面。

毛振华：平台经济：不是“去中介”，而是“强中介”

毛振华 中国人民大学经济研究所联席所长、教授、中国宏观经济论坛（CMF）

联合创始人、联席主席，中诚信国际首席经济学家

以下观点整理自毛振华在 CMF 宏观经济热点问题研讨会（第85期）上的发言

近年来，平台经济迅速发展对传统经济带来了复杂而深刻的影响，改变了许多人的生活方式，可以说形成了一场商业模式革命，也引发了经济学理论、公共管理和社会观念等多个层面的讨论。从经济学理论上来看，平台经济存在双边市场甚至多边市场的特征，其行为模式、市场结构以及经济绩效与传统的“厂商理论”颇为不同。关于平台经济在节约交易费用、促进数字经济发展等方面的研究已经较为充分，在这里我想重点讨论一下平台经济发展所面临的一些问题，主要包括四个方面：一是平台经济的发展壮大不是去中介，而是强中介；二是平台是获得垄断利润的主体，但还不是有效创新的主体；三是平台经济的利益分配存在结构上的缺陷；四是在考虑到上述三个方面的基础上，平台治理需要做到权责对等，需要探索更合理的监管体系。

一、平台经济不是“去中介”而是“强中介”

平台在中间交易环节消除了一部分中介组织、降低了一部分交易成本，但其自身的经济性质也是中介。互联网平台成立之初的目的和愿景之一就是建立买卖双方的直接联系，通过消除中介来降低交易成本。然而，随着平台经济的发展，我们见证了一种与传统中介截然不同的新型中介的兴起与发展。互联网平台不仅控制着交易流程、影响着价格形成、决定着市场准入，在整体交易的利益分配中也占据了相当大的比例，从这个角度来分析，可以说这些互联网平台不仅没有起到消除中介的作用，反而成长为比传统中介更强大、更具控制力的中介，事实上扮演了强中介的角色。相较于传统中介，互联网平台中介较为特殊，一方面是平台中介广泛地削弱生产者的定价权，形成了市场利润向中介企业的集中；一方面是中介行为对于市场运行的影响更加广泛，对于整体市场秩序和治理方面也应当承担更大的责任。研究平台经济，需要首先认识到平台经济的中介属性。

互联网平台对消费者和生产者均产生重要影响，交易双方对互联网平台中介的依赖性更强。对于消费者而言，比如过去人们去菜市场买菜，通过观察、触碰甚至品尝来挑选商品，但在互联网平台上购买商品时，这种直接的感知被剥夺了，消费者不得不依赖于平台提供的信息来做出决策，可以说消费者在消费过程中将权利让渡给中介。对于生产者而言，生产者在将产品转化为商品的过程中，也不得不让渡部分利润和权利给平台公司。由于平台经济具有规模经济、网络经济和马太效应的特征，平台规模越大利润也越高，部分大型平台公司的营收达到数千亿。而与之对应的是广大的生产者、制造商尤其是小型生产者面临更大的经营压力，他们可能不得不接受较低的利润率，同时还要承担较高的平台佣金，这种情况可能会导致小型企业的利润空间进一步压缩。此外短期来看，消费者可能会从平台经济中获得便利和较低的价格，但长期来看，利润集中在少数平台公司手中可能会减少消费者的选择，限制市场的竞争力，最终可能损害消费者利益。

二、平台经济获取了高额垄断利润，但这些利润却并没有转化为创新

平台经济获得了高额垄断利润，但在此过程中可能带来市场交易的失序与失当。中国对于互联网平台中介的监管采取了“先发展后治理”的方式，在互联网平台发展的早期，监管并没有对其活动进行过多的规范，宽松的监管环境对于平台公司快速成长至关重要，也成就了多家独角兽公司。但随着平台经济发展到一定阶段，大型平台公司的市场垄断行为的出现就可能带来市场交易的失序或失当问题。这里的“失序”指的是新秩序对旧秩序的冲击造成的混乱，“失当”指的是未能实现市场竞争所带来的好处，比如出现强制消费、捆绑消费等垄断行为。随着互联网技术的发展，平台经济的垄断问题变得更加复杂，如何平衡平台公司的规模经济优势和市场垄断风险，如何保护消费者和生产者的权利等，这些问题和矛盾日益凸显，其中，很重要的一点就是平台企业获取利润垄断后的创新问题。

国内平台经济的创新可能仅限于中介服务领域，并没有实现广泛与重要的创新，这与其获取的利润规模并不匹配。当平台公司利用市场优势获得巨额利润，它们可能成为创新的主体，并且它们创新的方向、内容和水平可能决定了整个社会的创新水平。以美国为例，近年来美国的创新主体、重要的创新机构基本都是大型科技公司和互联网平台公司，如苹果、谷歌等，这些公司在美国的创新活动中起到主力作用。但国内平台企业的模式创新主要集中在中介服务领域，较少涉及基础制造业或其他领域，在关键环节的投资和创新成果相对较少。

当然这些创新也创造了一些就业机会，如外卖和小型网店，但是另一方面也同时剥夺了很多中小实体店铺和知识学历比较低的劳动者的就业机会。一定意义上来说，平台中介服务领域的模式创新和带来的便利可能无助于整个社会的进步，这就导致了利润高度集中与创新活动之间的矛盾。

通过有效的政策引导激励和规范平台企业加大创新。数字时代的平台公司具备创新优势，比如掌握了大量的数据资源和交易信息，如何引导、鼓励和规范这些拥有垄断利润的平台公司进行更广泛的创新和投资成为了一个关键问题。具体来说，“引导与鼓励”就是支持平台经济加大创新，“规范”就是针对没有创新的平台企业进行利润限制，比如对其所获得的高额利润征收相应的税费，并将这部分资金用于科技创新投入，如转入国家自然科学基金会来扶持基础科学研究。当然这涉及到数据治理、税收政策、法律监管等多个层面的复杂问题，需要综合考量与精心设计。

三、平台经济的利益分配存在扭曲，需要更加重视社会责任

平台企业利用其强势地位带来了一定的利益分配扭曲问题。从产品到商品的转化过程中，中间环节的利润往往相对较高，这种现象在传统的农产品销售中就已存在，而在平台经济中则表现得更为明显。例如，外卖平台从餐饮商家和消费者之间抽取的佣金比例较高，这在一定程度上压低了生产端的利润，同时也加重了消费者的负担。例如“网红”利用平台进行销售，带货主播在销售中提取较高的佣金比例，是否应征收暴利税或者采取其他方式进行限制也是需要进一步考虑的问题。此外平台经济也可能会带来额外的成本与浪费，比如外卖和即时配送服务极大地方便了消费者的生活，但同时也带来包装废弃物的大量增加，加剧了社会资源浪费和环境污染问题，香港大学的研究人员在《科学》（Science）杂志上发表的文章对这一现象进行了验证。

平台企业作为利润分配的主要受益者，应该承担起更多的社会责任。以外卖骑手为例，流通环节是平台经济的重要支撑，但在平台效率和个人收入的压力下，一些外卖员不得不超速、闯红灯，甚至冒着生命危险工作。这不仅威胁到他们自身的安全，也给其他道路使用者带来了风险。然而，他们的劳动权益保护尚不足，存在工作时长、收入不稳定、缺乏社会保险等问题。近期，一些平台开始为外卖员提供社会保险，迈出了积极的一步，但未来仍有

很多工作要做，需要从系统的视角进行分析和解决。这不仅是平台治理的问题，还涉及到劳动权益、消费者行为、企业社会责任等多方面的问题。

四、平台经济治理需权责对等，政府与市场的作用应有所平衡

权责对等应是平台治理体系的核心原则。如果权力过大而责任不明确，将导致治理失衡，可能产生市场失灵和社会成本。无论是数字时代的电商平台还是非数字时代的金融交易所，它们都扮演着平台的角色，即提供场所或渠道连接买卖双方，促进交易的进行。因此金融交易所作为传统的平台，或为我们提供了一个比较的视角。监管机构在拥有监管权力的同时，也应承担起维护市场秩序、保护投资者权益的责任。不同地区的交易所监管模式存在差异。从中国内地来看，内地交易所倾向于上市前的严格审查，强调“挑选优秀企业”，交易所具有较大的“选择”权，然而当这些“优秀企业”出现问题时，只能投资者自负盈亏，可见存在权责不对等的问题，交易所权力较大，责任却较小。香港地区的交易所则侧重于事后监管和处罚，对于企业上市的监管相对并没有那么严格，强调的是“买者自负”。

在平台治理中，需要找到公共权力与市场力量的平衡点。与金融交易所不同，平台企业多是在市场竞争中自然形成的，并非由国家授权，这一方面使得平台企业在权责对等方面可能存在不足，另一方面，平台企业自身并不具备相应的监管权力和责任来对交易双方的行为进行规范与监督，在此情形下就需要发挥政府的监管作用。例如假冒伪劣商品的治理是平台治理中的一个难点，一方面是平台主动治理的积极性可能存在不足，一方面是平台也无法对于制假企业进行行政或法律意义层面上的处罚。

总体上来看，平台经济的迅速发展是近年来我国经济运行中的亮点，平台治理也是新兴的热点研究方向，但是平台经济创造出利润的过程，以及这些垄断利润能否有效的促进创新、增进普惠，仍需要我们不断的观察与研究。

王勇：上帝的归上帝，凯撒的归凯撒——有关平台经济协同治理的思考

王勇 清华大学长聘教授、经济学研究所副所长

以下观点整理自王勇在 CMF 宏观经济热点问题研讨会（第85期）上的发言

正如 CMF 报告所强调的，无论是传统的消费互联网平台还是海尔等公司所开展的工业互联网平台，都能看到平台企业在其中扮演着至关重要的治理角色。在我的研究中，将此称为“私人治理”。因此，我在这里提出：“上帝的归上帝，凯撒的归凯撒”。“上帝”指的是平台的公共治理，即政府部门利用公共权力对平台企业、平台企业上的商户、消费者以及各类参与者进行公共法规和公共权利的治理；“凯撒”则指的是平台企业，它们对平台经济和平台生态系统承担着一定程度的治理职能。

一、平台经济治理思想的演变

2022年之前，平台经济经历了一段较为严格的治理整顿期，2022年开始进行常态化监管。2022年1月，国家发改委发布了《关于推动平台经济规范健康持续发展的若干意见》，从构筑国家竞争新优势的战略高度出发，建立健全规则制度，优化平台经济发展环境。2022年12月，中央经济工作会议为平台经济定调，支持平台企业在引领发展、创造就业、国际竞争中大显身手。2023年7月，李强总理主持召开平台企业座谈会，明确指出平台经济大有可为，并要求平台企业克服“成长的烦恼”。这些事件标志着自2022年以来，我国平台经济已经步入了新的轨道。

结合前几年平台经济的治理经验，总理强调要克服“成长的烦恼”是因为在之前的治理中，政府和监管部门最为关切的问题是行业中存在的诸多乱象和不够规范的治理。因此，在平台经济再出发的过程中强调规范健康持续发展。

从国际视角来看，各国前几年也经历了对平台承担责任的探索。美国出台了一系列法案，特别是针对用户范围较广的“广覆盖平台”。欧盟针对大型数字平台企业出台了《数字市场法》，将大型数字平台称为“数字守门人”。我国市场监管总局也曾准备出台《平台企业分

类分级指南》，征求意见稿已经发布，但正式文件尚未下发，其中对中国的平台进行了分类分级，从分级角度将其分为超级平台、大型平台和中小平台三大类。

之所以各国都特别强调大型平台，是因为对于这些平台不能仅仅从反垄断的事后监管角度来考量，而是要求它们事先就承担起一定的治理责任，这标志着平台治理思想的演变，从早期的“避风港与红旗”原则逐渐发展到强调平台需要承担一定的“主体责任原则”。

“避风港与红旗”原则最早来自美国1998年制定的《数字千年版权法案》（DMCA 法案），该原则赋予平台企业较小的责任，存在许多免责情况。但随着数字平台逐渐覆盖社会生活的各个方面，成为数字社会的主要组织者，各国开始认识到平台企业需要承担更多的责任。我国现在明确地将其称为“主体责任”。虽然市场监管总局准备出台的相关文件尚未明确主体责任的概念，但在一些相关法律法规中，包括新修订的《反垄断法》中都能看到这种责任的体现。它主要强调平台企业具有设定平台规则、监管平台用户不当行为和维护平台秩序的责任，包括 CMF 报告中提到的开放性、打造数字生态的责任等。这体现了平台经济治理思想的演变。

二、平台经济的协同监管架构

在这种思想演变的背景下，我们意识到平台治理不是单一主体的治理，不能仅靠政府的公共监管手段。政府在许多监管方面可能是滞后的，大部分是一种事后监管，尽管也有必须事前监管的情况，例如发放牌照和营业许可。因此，政府在事前和事后监管中具有优势，平台企业则在过程监管中具有一定的监管优势。平台的监管属于私人权利的监管，比较灵活，而政府是借助公共权力开展监管，公共行政成本也相对较高。所以平台上存在两个监管主体：一是政府的监管部门，如我国的工商部门；二是平台企业自身的监管。政府监管（“上帝”）与平台监管（“凯撒”）共同构成了平台经济的协同监管架构。

在这两个监管主体中，我认为平台经济监管应更多发挥平台企业的私人监管作用，因为它们更为灵活，且其监管属于事中监管。如果事中监管到位，政府的事前公共监管可以放宽，如牌照监管。在中国，许多监管曾依赖牌照监管，一旦发现不当行为就会没收牌照。从事后惩罚来看，由于平台企业可以借助私人手段进行私人救济，除非造成了特别严重的后果，事后的公共处罚也可以放松。因此，与前几年政府的专项监管、严厉监管相比，目前要想为常

态化监管提供良好的理论支撑，需要认识到平台企业私人监管的作用，一旦这种作用得到发挥，政府可以在常态化监管中降低监管力度。

CMF 报告中提到，平台的开放性可能会增加平台企业私人监管的难度。例如小程序是平台开放的一种方式，但其数据和服务过程是平台企业难以完全监管到位的地方。在这些领域，政府的公共监管可以介入，并可以放宽对平台企业主体责任的要求。

从监管过程的角度来看，监管可以分为：事前监管，主要是资质监管和牌照类监管；事中监管，主要是行为监管；事后监管，主要是追责和救济。政府在事前和事后的监管力度较强，平台企业的能力、数字优势和私人监管手段的灵活性更适合在事中发挥其监管作用。因此，可以将平台的开放性、平台与政府之间的分工以及平台企业承担的责任与监管过程链条结合起来进行讨论。

平台监管还应该向更多的社会主体开放，形成一个真正的协同体系，包括新闻舆论监督、行业协会、资本市场等。总体而言，这些力量在我国目前比较弱。前几年没有对互联网平台进行强监管之前，舆论对所有平台几乎都是赞美之声，治理之后舆论开始集体唱衰，甚至对一些非常出色的企业家进行人身攻击。因此，舆论监督很难做到客观。资本市场监督有两个非常好机制，即做空机制和集体诉讼机制，但我国目前还不具备。因此，开放社会主体参与路径仍然是一个漫长的过程。

三、进一步思考

第一个思考。目前平台经济正从消费互联网转向工业互联网，逐渐从数字平台转向数字生态，那么针对数字生态应该如何进行协同治理？尤其是创新类生态。在数字生态中，需要为生态成员企业提供商业价值服务，包括开放性、为数字生态成员企业提供更多的商业机会。此外，还需要提供一些治理工具，包括生态内的数字规则 and 标准规范。标准规范是构建数字生态的重要条件，早期 ARM 公司利用开放性生态，打造了一系列成熟的标准，并能够帮助生态伙伴企业成长，使得半导体领域，特别是移动芯片领域，成功构建了非常出色的数字生态。从我国发展新质生产力的角度来看，也需要逐渐培育和构建数字生态。因此，如何提升开放性和治理能力是一个关键问题。我国协同治理能力，特别是借助私人手段的治理能力整体偏

弱，缺乏标准的数字规则，导致在大多数情况下，企业都是其他数字生态的成员和参与者，很少能够打造自己的数字生态。我国下一步应关注如何培育创新型数字生态。

第二个思考。平台企业是否在更广泛的意义上参与到整个数字经济与社会的治理之中？众所周知，近期社会上出现了一类名为“职业闭店人”的群体。在一些预付费行业，如早教、健身俱乐部、美容美发等领域，企业极力鼓励消费者办理会员卡并进行预付消费。这些企业在推动用户付费方面表现出极高的积极性。然而，一旦用户数量发展到某个阶段，有些企业会选择“跑路”，有时甚至出现“职业闭店人”，专门协助这些预付费企业“跑路”。此类现象在杭州、上海、北京等地已相当普遍，且对当地治理构成了一大难题。尽管这些城市已经制定并出台了针对预付费行业的管理办法，但实际效果并不理想。事实上，我们可以利用平台内部的支付机制来应对这一问题。例如，蚂蚁金服和京东等平台推出了“先享后付”或“安心付”等支付方式，与此同时，保险公司也可以与这些支付方式相结合，共同参与到社会问题的治理中，这正是第三方支付平台在数字社会治理中发挥作用的功能体现。在治理过程中，许多平台企业已经开发出了除支付之外的其他工具，包括数字信用等。保险公司之所以能够参与其中，是因为他们能够接触到用户的数字信用等级，这对其业务发展同样有益。

郑江淮：开放性创新催化技术革命性突破：平台模式、 治理导向与互补性

郑江淮 南京大学经济学院院长

以下观点整理自郑江淮在 CMF 宏观经济热点问题研讨会（第85期）上的发言

一、平台模式：将创新作为政策目标的优先次序

假如开放性创新能形成一种平台模式的开放性创新，那么开放性创新能达到很高的效率。换句话说，平台利用开放性创新优势发展成了超大规模的独特的组织形式。数字化平台型大型科技公司与传统企业的性质有很大的不同，蒂斯教授认为，将竞争和创新视为市场结构和企业地位变化的共同决定因素，这里的竞争实际上是一种动态竞争，在大数据算法不断创新中，竞争优势是由数据科学、技术和业务结合起来的能力所塑造的。在这种情况下，动态竞争不是由生产与其类似产品的公司正面竞争发起，而是由异质的竞争对手、互补者、供应商和客户发起的，对其垄断行为的考察也不能简单地放在供给侧的替代可能性上，而应该考虑到技术“同行”上，没有动态竞争，大型科技平台就失去了创新这个决定因素，演变成传统的垄断者。对平台企业的政策导向中应该把创新当作优先目标。

二、开放性创新的治理导向：股东中心 vs 以公共利益为基础的利益相关者导向

从治理导向角度，开放性创新以股东利益为中心还是以公共利益与相关者利益为中心，在创新发展上会产生很大的差别。从美国实践看，以股东利益为中心的开放性创新阶段，创新发展表现为渐进性创新发展非常迅速，但在基础研发上投入不足，导致突破性创新发展不足。相对应来说，如果开放性创新采取以公共利益为基础的利益相关者导向，就可能在渐进性创新和突破性创新之间取得更好的平衡。

在人工智能大模型快速发展中，开放性创新呈现出新的发展格局。大型科技公司以高薪“掏空了”学术界大量发明人才，在基础研究上，即大模型研发数量上大大超过了大学。高校从事相关基础研究的人才被虹吸到私人部门，一定程度上会导致公共利益导向的创新，造成了巨大的公共安全隐患。

三、互补性：技术互补性趋势下如何加快技术突破

从中国和美国发展对比来看，我国在人工智能领域上的私人部门投资规模和增长速度2018年以来迅速被美国拉开差距。在人工智能领域技术上存在多种技术集成、多国技术互补的格局下，中国要加快技术革命性创新，不仅依赖于开放性创新平台效率提升，还依赖于形成广泛的技术互补性。在既定的技术创新概率下，如何增加革命性突破技术出现的数量、规模和种类？可以简单地根据这样一个多因素组成的公式来理解，即革命性技术突破规模=技术出现概率*发明人才等技术投入数量***技术互补性*****开放式创新性**。要取得革命性技术创新，在开放性创新中充分加强技术互补性是一个重要的发展思路。

四、政府要“有为”，更要“有效”

在“大平台”之外，还有大量的中小企业需要通过数字化搭乘工业互联网发展所带来的机遇。以江苏盐城上电智联公司为例，该公司面向中小制造业企业特别是机床加工类的中小企业，通过机床上云，形成加工订单与加工产能在平台匹配、撮合，既化解了产能过剩，也满足的需求。该公司把上云企业的各种设备和工艺进行工业互联网化以后，有来自于全国各地的订单进行匹配，在更大的地理范围进行加工订单与产能匹配，企业机床上云后获得了很多的市场收益，增强了机加工企业上云的激励。这个案例实际为中小企业上云难、上云慢的问题提供了解决思路。事实上，当机床加工类中小企业上云数量足够多以至于达到一个阈值时，它们之间形成的市场网络效应足够大，大到可以弥补上云所花费的固定投入，由此形成的产业数字化真正进入了双边市场为主的工业互联网平台发展阶段。

现阶段，平台建设不能仅仅盯着大企业工业互联网建设、改造、投资、应用、开发等环节，还应该关注中小企业数改智转，让大量的中小企业共享工业互联网的平台优势。在这个意义上，不仅需要政府“有为”，更要政府“有效作为”，让政府扶持资金精准补贴到位，同时发挥第三方平台企业的市场力量，让足够多的中小企业进入“加工平台”，使得平台市场得以培育，迅速地成长起来。

寇宗来：数字化转型背景下的平台治理挑战

寇宗来 复旦大学经济学院副院长

以下观点整理自寇宗来在CMF宏观经济热点问题研讨会（第85期）上的发言

一、以数字化转型视角看问题

理解中国互联网平台的相关问题时首先要有一个大框架，厘清以什么样的视角看待这个问题。首先要站在党的角度去理解问题，从方法论基础上，最重要的是毛主席的两篇论文，一个是实践论，一个是矛盾论。我们的认知是从实践里来的，升华为理论，并进一步指导时间，做到知行合一。我把它总结为基于有限理性的经济学分析范式。在此基础上，我们首先需要做的事日程设定，抓住中国社会现在的主要矛盾是什么，然后再寻求解决之道。那么，中国社会的基本矛盾是什么？从国内角度看，根据在党的文件，我国的基本矛盾已经发生了根本性的变化，转化为人民对美好生活的向往与不平衡不充分发展之间的矛盾。而从国际视角看，我们必须认识并接受的一个客观现实是，中国社会经济发展所面临的地缘政治环境发生了根本性的变化。若以特朗普对华挑起贸易战、科技战为分水岭，过去是中美之间以战略合作为主，而现在则进入了美国对中国进行战略遏制和打压的大国博弈。我认为，这两点是现在我们理解和应对各种问题的基本前提。当然，我们也需要在两个基本条件变化下数字化转型背景下的平台治理挑战。

讨论数字化转型，必须结合数字技术的本质特征，即它是一种典型的通用目的技术（General Purpose Technology），也简称GPT，已经并继续对人类社会的方方面面产生极其深刻的影响。回顾历史，任何一种通用目的技术的出现、推广和使用最终都会导致整个社会发生革命性的变革。所以，如果说蒸汽机推动了工业革命，那么，数字化技术一定会推动人类社会的数字革命。这是我们讨论数字化转型的大背景。

二、平台规模在数字时代发生极化

有了中国社会基本矛盾变化和数字化转型的大背景，我们再从微观层面看数字化技术对于组织形式设计的影响。科斯对企业性质的观点认为企业性质在于用指令替代市场交易，所

以存在一个有效规模。但赫伯特·西蒙在他的《管理行为》一书中有一句话是“我们是生活在组织经济里面”。什么是市场？市场本质上体现为人与人、组织与组织间的交易关系。所以，个人认为科斯在解释企业性质上或许有一定的套套逻辑，因为他是假定了企业存在，再去理解企业边界的，进而并没有从根本上讨论企业的性质。今天我不探讨这个理论问题，还是以科斯的理论为基础，考虑数字化转型对组织边界和产业动态的影响。

进入数字时代后，组织设计面临的条件和需要解决的问题都发生了巨大变化。

第一是源于数据和信息爆炸的变化。如果说传统社会中，很多组织的设计是为了解决信息稀缺问题，那么进入数字时代以后，借助数字化技术，我们的交易、选择和行为都被记录下来，导致信息爆炸，因而组织设计和社会治理方面面临的问题和过去有着很大的区别，我们需要处理信息爆炸的问题。

数字技术对组织的影响有两类趋势，第一种是数字技术使用会使组织内部管理成本下降，导致一种大而强的趋势；第二种是数字技术让组织与组织之间、人与人之间的交易成本下降，导致一种小而美的趋势。两种趋势的最终结果是小的会变好，大也会变好，但中间规模变成一个效率的陷阱，现在面临的很多问题都来源于此。如果把小的越小、大的越大看成是一种极化，我们会发现这种极化现象在各种领域都有所体现，包括政治领域的意识形态极化现象。

第二源于数据收集和处理能力的变化。以大企业来讲，传统企业大多为单功能的或有限功能的，但进入数字时代以后，借助于大数据的分析方法，企业可以内化原本不可能把握的机会，使得它不再是一个简单的、企业边界很明显的组织，而是会变成一个生态系统，从而可以在很大范围内优化配置。经济学里有一个基本的原理是“天下没有免费的午餐”。但我们现在似乎看到世界上有很多很多免费的东西，其原因不是该原理发生了错误，而是因为我们没有从全局去理解这个问题。也就是说，如果你只是看到了“免费的午餐”，那一定是因为你只看到了一个大博弈的局部。现在，数字平台之所以在社会中变得越来越大，就是因为借助数据分析的方法让它能够在更大的范围中进行优化配置，我称之为“大而强”。

大而强如何理解呢？经济学中有个交易成本锁定问题，而数字技术，尤其是数字支付手段，让原来本不存在或无利可图的交易变成现实，这催生了大量新的商业模式，让创新和生态多样性前所未有地增加。打个比方，我们看到海平面是平的，但设想海平面下降一百米，

原来浸没在海平面之下的一些千姿百态的山峰峡谷等地形地貌就显露出来。由此产生了一个新生了一个问题，当新的商业模式和新的生态方式出现后，利益如何分配？从国家角度如何治理平台问题？以及大中小企业、国有企业与民营企业、数实企业之间如何分配利益？

三、谨慎防止资本无序扩张

关于平台治理的原因一是因为平台变得超级大，二是因为平台利益和社会利益并不完全一致，甚至有时候会发生巨大的分歧。我国平台治理一开始是兼容，任其发展，后来发现问题再治理。过去几年，在各种文件和政策措施中都有重要的表述，从“要防止资本无序的扩张”到2023年中央经济工作会议后变成“鼓励互联网头部平台参与国际竞争”，但现在还是要深刻理解防止资本无序扩张问题。其中最重要也最微妙的问题是，到底什么是“无序扩张”？“无序扩张”体现为平台所追逐的私人价值与政府所理解的社会价值出现了显著的矛盾。最典型的例子是互联网小贷公司的发展。由于数字技术和互联网支付手段，互联网小贷公司可以通过不断地重复资产证券化过程而获得很高的年化收益率，而且可以相信，借助于大数据和大数据分析基础，它们可以对个体化风险进行非常精准的控制。但问题出在选择偏误和系统性冲击上面。简言之，小贷公司的使用客户并不是随机抽取的，而是存在系统性的选择偏误，平均而言这些客户的“类型”具有较高的相关性，比如说是收入相对较低进而抗风险能力也相对较低的。所以，一旦社会发生诸如疫情之类的系统性冲击，与高杠杆相对应的系统性风险就可能会导致整个社会的巨大风险。政府为什么要反对无序扩张，就是因为互联网平台为追求高利益就会追求其高杠杆，而数字化会使放杠杆比传统社会更快更大，最终导致平台收益和社会风险之间不对称。党政军民学，东西南北中，党是领导一切的。所以，一旦出现系统性的经济、金融或者社会风险，最终都是需要党来兜底的。反过来说，互联网网平台企业在选择商业模式时必须有一个清楚的自我认知，必须在追求自身利润和履行社会责任比如防止社会系统性风险之间有一个合理的权衡。

四、坚持平台经济领域反垄断

平台治理还牵扯到反垄断的问题。现在绝大多数的互联网企业不是一个企业，而是一个生态系统，同时也是一个金融投资集团。比如苹果手机可以叫做一个系统产品，因为一部手机里面实际上包括了很多部件。如果仔细分解这些部件，只有极少数是苹果自己开发的，绝

大多数是苹果通过在资本市场上收购的初创企业和创新企业开发的，而这些企业本身又通常是得到风险投资支持的。风险投资包括募投管退四个基本阶段，倒推来看，能否以及如何有效“退出”，最终将决定募和投的积极性。从投资者的角度看，在各种退出方式中，最好的归宿是IPO，但这往往是很难得。所以，MBO（管理层收购）和被大企业收购也是重要的退出方式。由此不难理解，如果初创企业被大公司收购的价格比较高和比较公允，最终就会形成大小企业共生共荣的融资和创新生态。但现实的问题是，大平台往往有积极性和也有能力凭借市场优势力量压缩创新企业的资金。比如说，一个创新企业推出创新产品，此时大企业可能直接收购，但也有可能先通过平台引流扶持一个山寨产品，由此大幅压缩原生创新企业的市场利润以及在收购过程中的谈判能力。从动态角度看，在位大企业这种以打促谈的可能性，最终会损害市场的创新激励。我认为，**反垄断中很重要的是如何利用知识产权保护等措施保障中小企业与大企业进行收购谈判时的谈判威胁点。**

反垄断涉及到政府的规制和扶持竞争两种根本方式。政府规制非常重要，但一个现实的挑战是政府对平台治理时存在治理不对等问题。新生技术往往在业界出现，所以，政府在对平台进行规制时，面临的最大问题可能就是“不知道不知道什么”。这一方面导致政府规制存在滞后，另一方面则会政府规制变得简单粗暴，比如直接吊销牌照，进而对社会发展产生非常大的冲击。考虑到这种认知能力的不对称问题，更合理的反垄断方法可能是扶持竞争。举个这几天网上热议的例子。在现在地缘政治博弈加剧的情况下，我们当然需要尽可能支持国货进行创新。但这些例子或许表明，如果没有替代产品的竞争压力时，具有垄断地位的国内企业也很有可能采取严重损害消费者福利的套娃收费策略。综合起来，我们认为**真正地保护消费者利益和实行反垄断，最好的办法不是政府规制，而是扶持竞争。**

但扶持竞争又面临一个问题，那就是弱小的创新企业如何挑战实力庞大的在位者呢？这里有两个基本点。第一，不要认为大企业就是无所不能的。按照彭罗斯的企业成长理论，大企业最终都会有一个“大企业病”，它可能不理解一些新生的商业模式。比如扎克·伯格曾经讲过，Facebook当时为什么能够发展起来呢？因为原先他去找google、雅虎等大企业时，这些大企业都不支持他，因为他们并不能理解和认可他的商业模式。在此意义上看，认知差异是导致大企业病，进而导致熊彼特意义上创造性破坏的根本原因。第二，风险投资的作用至关重要。毕竟还是要认识到，大企业具有很强的市场支配力量，单纯靠小企业本身的资本

积累是很难与它们进行对抗的。前面已经讲到，数字化对产业生态的影响是两极化的，小的小、大的大，中间有一个效率陷阱。所以，小企业要成长为能够制约大平台的力量，所面临的关键问题是如何迅速跨越中间规模的效率陷阱。很显然，这种高速度不可能通过企业自身的资本积累，而是只能来源于资本积聚。在市场经济中，这对应于风险投资的关键作用。中国电商行业的发展为此提供了鲜活的现实案例。大家原来以为，给定已经有了阿里和京东，应该不可能再出现第三个电商平台了，但现实的情况确实拼多多异军突起。如果仔细回顾拼多多的发展，可以看到风险投资在其中起到非常重要的作用。因此**从反垄断的角度，国家应该强化对于风险投资市场的支持。**

吴绪亮：框定未来智能经济的四条边界

吴绪亮 腾讯研究院首席经济学顾问

以下观点整理自吴绪亮在 CMF 宏观经济热点问题研讨会（第85期）上的发言

人类社会经过了农业经济、工业经济、信息经济、网络经济，现在正迈入以云计算、生成式人工智能，特别是具有亿级参数的大模型为主要特征的智能经济新时代。智能经济未来已来，下一步它将朝着什么方向演变，目前这个阶段还很难准确描绘和预测。不管是底层的技术路线，C端的产品创新，还是B端的场景创新和行业解决方案，都存在着无穷无尽的可能性。

我们可以通过观察四个方面的边界线来大致展望智能经济的未来框架。这四条边界线包括：**创新的边界、产业的边界、平台的边界和责任的边界**。它们的脉络走向，大体上就可以框定了未来智能经济的宽度、高度、长度和活跃度。

一、创新的边界：需求引领和投融资驱动

按照熊彼特对创新的定义，创新就是建立一种新的生产函数，包括商业创新、技术创新和制度创新。企业家的职责就是实现生产要素和生产条件的“新组合”，政府也可以帮助实现生产要素的新组合。过去四十年改革开放就是宏大的制度创新，以及最近很热的 ChatGPT 也完全符合创新的这种本质。从技术创新的角度 ChatGPT 或许算不上跨时代的发明创造，而是在大规模数据、算力和极致产品思维共同作用下的成功产物，因此是一种生产要素的创新组合。

加州大学切斯布鲁教授提出“开放式创新”概念。他认为，开放式创新是一种跨越组织边界的知识流动，让外部的技术可以进入内部，内部的技术走向外部。与此对应的是传统的封闭式创新，往往要求这家公司具有最好的员工、最好的技术，而不依赖于外部。根据此定义，平台经济是最典型的开放式创新样本，现在人工智能的快速发展为开放式创新带来新的驱动力，使得知识流动变得更加容易和便捷。

这一轮技术变革和创新的边界是由什么决定的？因素当然有很多，但从行业实践来看，目前最值得关注的有两个，一个是需求引领，一个是投融资驱动。

第一个是需求引领。需求引领是人类社会大多数技术创新出现的主要原因，包括战争需求、商业需求等。比如，计算机信息技术是二战需求下的产物；伽利略是现代天文学、物理学之父，但他更重要的身份是威尼斯兵工厂首席科学家，他在研究火炮的过程中形成了对惯性定律和自由落体定律等认知；最先发明火药的中国没有产生科学革命，很大程度上也是由于需求牵引的匮乏，这也形成了所谓的“李约瑟之谜”；英伟达 GPU 芯片很成功，最初就是为了满足顶级游戏玩家的需求而设计出来的；云计算的发展主要起源于电商波峰波谷的商业需求。

因此，现在存在一些刻板印象，认为光刻机、芯片等硬科技才是重要的，商业创新、场景创新没那么重要，行业真实逻辑不是这样。从基础科学到硬件、软件再到场景应用创新是一套完整的有机整体，每一个上下游行业都有其重要的生态地位，不能简单地将某个环节割裂对立起来。**需要把应用创新摆在跟硬科技创新同等重要的位置，既要补底层硬件技术创新的短板，也要铸商业应用创新的长板，才能实现创新的涌现。**所以，对这一理念的认知非常重要。这是第一个决定创新边界的因素。

第二个是投融资驱动。对于云计算各个细分赛道的初创企业，以及生成式人工智能各个方向的探索者来说，投融资是决定技术研发、产品打造和商业应用能否正常运转的发动机。可以这么说，一个地区、一个市场，它在当下投融资领域的活跃程度，就可以基本推断出未来五到十年它在数字技术创新方面的竞争力和生命力，这是非常灵敏的风向标。像 OpenAI，最早就是由创办 PayPal 的蒂尔、创办领英的霍夫曼、创办特斯拉的马斯克等一批风险投资家催生出来的。稍具雏形后，再由微软接手，2019年微软投10亿美元，2023年1月又追加100亿美元，并且在算力、语料等方面进行资源扶持，之后面向公众开放，实现了 ChatGPT 的爆发。这个故事非常完整生动地说明了投融资对于数字技术前沿科技的至关重要的决定性作用。

近两年，我国互联网领域投融资持续下滑引发关注。根据中国信通院数据，2020年第四季度，我国互联网投融资金额高达192亿美元，此后持续下滑，到2024年第一季度仅有16亿美元。而这段时间正值生成式人工智能的爆发期，美国相关领域的投融资暴涨。比如，2023年

英伟达一家就投出了35个生成式人工智能相关项目，比2022年多6倍。最近的政治局会议提出，“要积极发展风险投资，壮大耐心资本”，也凸显出投融资的重要性。与风投机构的财务投资不同，互联网企业的产业投资往往能为初创企业提供全生命周期支持，且一般使用自有资金，从而可以陪伴创新企业一起成长壮大，因此完全具备耐心资本的特征。因此，加大对产业投资的支持力度，对互联网行业创新发展和创新边界的拓展具有重要价值。

二、产业的边界：云计算和人工智能发展“叠加态”

从行业实践来看，可以从五个视角来观察产业突破的机会和未来发展的空间，包括计算、网络、终端、场景、产品。计算方面，包括云计算、大模型等算法突破，端侧大模型正在重构消费互联网的创新生态，行业大模型正在重构产业互联网的创新生态。网络方面，2G/3G网络催生了门户网站，4G网络催生了移动互联网，5G及正在布局的6G网络是否催生智能经济的发展，目前还在观察之中。终端方面，在过去十年中，对我们影响最大的是2007年智能手机的出现，它推动了移动互联网发展。下一步行业内酝酿的是AI手机，以及智能网联汽车、可穿戴设备，都可能成为带领产业突破发展的新终端。场景方面主要是推动各行各业的数字化转型，提供行业解决方案。产品方面诸如微信、腾讯会议、混元助手等产品创新。这五个领域的创新是观察如何突破行业边界的一个视角。

从大的方面来看，数字经济发展先后经历了计算机、PC互联网、移动互联网、云计算和人工智能（特别是生成式人工智能）五个重要阶段，产业边界不断扩大。当前时点，我们正处在一个“叠加态”，即云计算与人工智能同时并存、同时发展的“叠加态”。从云计算来看，云的技术出现及其应用虽然已有较长时间，但真正大规模在产业端部署实际上只有几年时间。在国内，一个标志性的事件是腾讯的“930变革”，即腾讯于2018年9月30日提出的全面拥抱互联网，推动各行各业的数字化转型。但很快疫情爆发，云业务拓展特别依赖面对面交流，所以不得不放缓。然而，疫情冲击也让更多市场主体看到了通过上云提高企业韧性的重要性。因此，云计算的推广现在还只是处于序幕阶段。未来经济都将运行在云上，这场变革的规模将会超过过去二十多年发展起来的消费互联网。

人工智能的标志性事件，一是2016年AlphaGo打败人类棋王李世石，初步展露了深度学习算法的威力。二是2022年11月OpenAI发布人工智能技术驱动的预训练大语言模型ChatGPT。

目前大模型正在从单一模态向多模态发展，从文生文到文生图、文生视频，甚至将来色香味声光电都可以数据化，从而真正实现通用的人工智能，或者类似图灵奖得主杨立昆所说的“世界模型”。

云计算和生成式人工智能爆发的“叠加态”情形下，技术能力正在深刻改变经济活动，因此需要加快云计算和生成式人工智能的发展，进一步拓宽产业的边界。

其中特别值得关注的是，云计算和人工智能的发展相辅相成、密不可分。人工智能基本都是运行在云上的，即使云端协同，主要计算能力也还是部署在云上。云计算的普及可以为生成式人工智能的训练提供更多的高质量语料。虽然我们是数据大国，但还不能说是数据强国，因为缺少人工智能训练所需要的高质量语料库。报纸、书刊、杂志是第一大高质量语料库，目前还严重缺乏。我们图书馆藏书数字化率不到20%。中国是世界工厂，2023年制造业总产值已占到全球35%，拥有丰富、宝贵的生产知识，但这些知识大部分沉睡在那里，并没有能够挖掘出来成为人工智能训练的高质量语料，这是非常可惜的事情。目前美国企业上云率约85%，欧盟大约70%，中国企业上云率只有30%，离欧美存在着明显差距。

从行业实践来看，数字技术和人工智能技术在不同行业领域扩散的广度、深度与速度都存在很大差异。历史规律表明，通用目的技术扩散在达到临界大多数之前，难以实现由市场自发进行的诱致性扩，需要加大政策支持力度，并根据不同行业特点制订个性化的政策措施。在疫情期间，国家发改委提过一个“云量贷”的政策，根据用云量来加大金融服务的支持。但“云量贷”也存在局限性，难覆盖那些数字化水平还比较低但转型意愿强的企业。腾讯研究院曾提出可参考消费券，为中小微企业发放“用云券”，解决广大中小微企业“没钱转”、“不会转”乃至“不敢转”的三大难题，系统化加快各产业数字化的整体跃升，拓宽产业的边界和发展空间。

三、平台的边界：大模型驱动为零创造成本

平台是一种资源组织的方式，如同诺贝尔经济学奖得主科斯所认为的，市场和企业也是资源组织的不同方式。科斯1937年的经典论文《企业的性质》，打开了企业的黑箱，划定了企业与市场之间的边界。他认为，企业的管理成本和市场的交易成本这两个因素的权衡，均衡之处就是企业和市场的边界。

平台的崛起使得情况又发生了变化。作为资源组织的新方式，平台是处在市场和企业的中间。因此，需要既要划定平台与市场的边界，又要厘清平台与企业的边界。这就使得平台兼具市场属性和企业属性的“二重性”组织，平台上的第三方商户和第三方开发者居于其中。平台的“二重性”带来很多治理问题，目前还在不断探索和优化解决之道。

决定平台边界的主要因素是什么？一些人可能会指出双边市场或网络经济等特征。实际上，最根本的还是规模经济。工业经济时代，规模经济实现了生产和服务的低边际成本，从而决定了公司的边界。数字经济时代，规模经济实现了服务（以及可能包括未来的生产）无限趋近零边际成本，从而决定了平台的边界。

随着生成式人工智能和大模型的出现，平台（或者另一种新的组织形态）的边界可能会发生新的变化。比如 AI 手机有可能以后是一种硬件+操作系统+大模型入口的软硬一体化商业模式，这将会使得平台边界的宽度和形式主要取决于大模型的边界和能力。未来智能经济时代，数据和算力的规模经济可能会实现生产和服务的无限趋近零创造成本，大模型驱动的平台或其它新的组织形态的边界将由此划定。

四、 责任的边界：规则、政策和法律关系的深刻调整

今年年初，习近平总书记在政治局第十一次集体学习时指出，发展新质生产力，必须进一步全面深化改革，形成与之相适应的新型生产关系。与总书记的这个论断相一致的是，数字技术和生成式人工智能的广泛应用，必然需要进行规则、政策和法律关系的深刻调整。全球数字经济的竞争，既是技术和商业的角逐博弈，更是规则框架的激烈竞赛。站在重大战略机遇的新关口，谁能尽快构建出一套“规范、透明、可预期”的、有韧性的平台经济常态化监管体系，既能守住底线又能放开上线，鼓励探索和创新，谁就能在未来的国家数字竞争力比拼中胜出并且行稳致远。

平台责任边界划定的复杂性，主要在于其涉及到多方主体的复杂关系，包括政府、平台、用户、商家、开发者、技术供应商、硬件厂商、软件厂商、操作系统提供商等等。责任边界的划分目前涉及到的重点问题包括：一是**数据问题**，包括数据权属、数据流通和使用、数据隐私和数据安全等；二是**竞争问题**，竞争损害理论是反垄断执法的核心，现在有把竞争损害理论扩展到公共管制理论的趋势，这对行业发展具有深远影响，需要慎重讨论；三是**权利与**

责任问题，比如小程序电商的治理责任分配；四是**创新和风险问题**，这在金融科技领域特别典型，大语言模型方面也存在类似问题，比如“幻觉”问题，其治理也属于风险防控范畴；五是**知识产权保护和伦理规范问题**，创新保护的长度和宽度需要慎重考虑，保护不足形成公地悲剧，保护过度又造成反公地悲剧，而伦理规范则是人工智能面临的重要难题；六是**发展和共享问题**，包括平衡平台经济与传统产业的关系、外卖骑手的社保和劳动保护等；七是**国内国际协调问题**，国内政策制定要具有全球视野，要能够为下一步参与全球数字规则制订预留接口。

对于责任划分的边界，最优的方案需要满足两个条件，即社会福利最大化和社会福利分配最优化。这两个目标短期存在冲突，但长期和全局来看是辩证冲突相互促进的。社会总福利的增长是最优分配的前提，而最优的福利分配是推动社会总福利持续增长的最大动力，需要通过精准的制度设计去平衡好各方主体的利益，最大限度增强发展的包容性和普惠性。



把脉中国经济 传递中国声音
Taking Economic Pulse, Forecasting Economic Future

地址: 北京市海淀区中关村大街59号 中国人民大学立德楼1104
Add: 1104, Lide Building, Renmin University of China,
59 Zhongguancun Street, Haidian District, Beijing, PR.China

网站: <http://ier.ruc.edu.cn/>

微信公众号:

