

“互联网+”市场的经济学分析^{*}

洪银兴

[关键词] 互联网+；市场效应；市场监管；经济学分析

[摘要] 经济发展进入移动互联网时代，“互联网+”进入经济活动的各个领域，必然产生新的经济理论问题，有些可能是颠覆性的。移动互联网平台代替市场挑战现行市场经济理论和市场体制，还会对整个经济产生深度影响。如竞争方式和商业模式创新，数据成为重要的经济资源，产生共享经济，企业由组织变成开放式平台等。移动互联网的这些效应在实践中尚未完全显现，只是作为趋势存在。成为现实需要一系列条件。其中包括：“移动互联网+”需要广泛覆盖，互联网的新经济作用需要得到充分认识和挖掘。“互联网+”的各种市场行为都在互联网平台上，比虚拟经济更虚拟。只要是商业活动就会有机会主义行为。“互联网+”市场上的秩序问题可能会以新的形式表现出来。因此，“互联网+”的市场秩序规范建设需要加快，面对新经济业态需要创新监管方式。

[作者简介] 洪银兴，南京大学经济学院教授（江苏 南京 210093）。

一、引言：经济发展进入移动互联网时代

政治经济学研究需要有时代特征，研究新时代的新问题。这个时代问题除了涉及中国特色社会主义进入新时代，经济发展转向高质量发展以外，还涉及技术经济的时代问题。经济发展进入移动互联网时代，“互联网+”进入市场，介入经济活动的各个领域，必然产生一系列新的经济理论问题，有些可能是颠覆性的。

关于经济时代的划分，马克思有个经典的判断：“劳动资料的遗骸对于判断已经消亡的经济社会形态也有同样重要的意义。各种经济时代的区别，不在于生产什么，而在于怎样生产，用什么劳动资料生产。”^①现在移动互联网正在成为主要的劳动资料，这是经济发展进入足以称为新的经济时代的特征，具体到技术经济时代就是“互联网+”的时代。其背后是信息经济、网络经济、数字化经济的支撑。

* 本文系国家社科基金重大研究专项项目“新时代中国特色经济学基本理论问题研究”（项目编号：18VXK002）的阶段成果。

① 马克思：《资本论》，第1卷，人民出版社，2004年，第210页。

从电子计算机产生以来,对经济产生革命性影响的科学技术进步轨迹是:电脑→互联网→移动互联网→微信平台。由此形成的“互联网+”和“+互联网”互动进入社会生产的各个领域及社会再生产的各个环节:生产+互联网,消费+互联网,交换+互联网,分配+互联网。社会生产的各个环节又通过互联网互联互通。网上教育、网上通信、网上新闻、网上交易、网上娱乐等等成为人们经济活动的主要场所,只要是经济活动,谁都离不开互联网及其平台。正在兴起的人工智能使万物互联互通成为可能。面对新科技及其在经济上的广泛应用,经济学研究相应地需要由物质生产的现场转向在网上平台从事的各种经济活动。

“互联网+”进入市场的经济特征可以概括为如下四个方面:一是互联网+平台替代市场。二是移动终端。消费者利用移动终端,即时购买、消费、支付。三是市场参与者大众化的开放式平台。四是实物产品数字化,如音乐、出版、新闻、广告、服务代理、金融服务等,消费者不用通过购买实物产品而是可以通过手机等移动终端直接交易和消费这些产品和服务。这些相对于原先的市场和市场交易的认识可以说是颠覆性的。

二、“互联网+”市场的效应及其对传统经济学理论的颠覆

概括地说,“互联网+”产生的效应所颠覆的传统经济学理论主要涉及以下方面:首先,“互联网+”的产业升级效应,挑战传统产业的概念。现在我们所认为的传统产业特别是消费性服务业,只要加上移动互联网,这些传统产业就能进入现代产业体系。其次,移动互联网挑战创新创业路径,在毁灭一部分就业的同时,大众创新万众创业得到移动互联网的技术支持,也能创造新的就业。再次,移动互联网挑战信息不完全和不对称理论,依靠大数据和云计算服务很大程度上可以克服市场信息不完全。最后,移动互联网挑战传统的财富理论,产生平等共享的公共财富和共享经济。

1. “互联网+”和“+互联网”的产业升级效应。

移动互联网进入哪个产业领域,哪个产业领域就能得到根本改造并得到提升。再传统的产业都可能进入现代产业体系。

“互联网+”即互联网公司推动的互联网+各类产业,产生了新的业态。如:互联网+零售即产生网购;互联网+金融即产生互联网金融;互联网+媒体即产生新媒体;互联网+教育即产生“慕课”(MOOC);互联网+出租车即产生网约车;互联网+物流即产生快递。第三次工业革命理论则把互联网+清洁能源看作是第三次产业革命的标志。^①

面对“互联网+”的挑战,实体店之类的经济面临生存危机,其生存和发展的必由之路是“+互联网”。如:零售实体店遇到网购产业的冲击,需要“+互联网”;金融业面对互联网金融的冲击,需要“+互联网”,农业+互联网产生农村电商。尤其要注意到,“+互联网”的不只是服务业,制造业也有这种趋势,也要“+互联网”。就如三一重工董事长所说,他们的方向:核心业务全部在网上,管理流程全部靠软件,产品必须高度智能化。

总的趋势是,各类产业+互联网同互联网+传统产业并存并互动,正在成为我国产业转型升级的新动力新路径。

2. “互联网+”平台代替市场的效应。

对市场和市场的关系,传统市场理论主要有如下观点:首先,市场是个交易场所。其次,货币介入商品流通过后,买卖可以在时间空间上分离;支付链条可能断裂,从而产生危机的可能。再次,市场交

^① 里夫金:《第三次工业革命》,中信出版社,2012年,第31页。

易需要寻找市场，寻找价格，签订合约，监督合约执行，由此产生交易成本，市场制度本身不能克服。

移动互联网平台代替市场，消费者在实体店获得商品的展示和消费体验，在互联网上购买，就可以颠覆传统市场理论。首先，市场不再是个场所，而是随时随地可以进入的平台。其次，依靠移动终端，即时购买、消费、支付，供求不受时间空间限制。再次，在互联网上可以为用户提供充分的市场信息，充分的选择机会，也可为用户提供个性化的定制服务，为用户创造更大价值，消费者是上帝得到真正的体现。最后，平台代替实体市场后，通过网络寻找市场，交易成本大大降低，凭借节省的费用降低商品和服务价格，以低价吸引消费者。

“互联网+”平台挑战现行市场体制：网购支持电子商务，冲击实体零售，迫使实体店转型，要么提供展示和体验，要么自己也要“+互联网”。互联网金融挑战金融体制。网上建立的支付宝、微信支付等平台，承担大众、小额、便捷的金融服务。非金融机构承担第三方支付职能，一定程度上打破了金融部门的垄断，推动金融活动数字化，数字化货币很可能应运而生。

3. “互联网+”平台成为有效配置资源的新路径。

现实中资源配置无论是市场还是政府配置都存在人为的和技术上的阻隔。这种阻隔可以被“互联网+”平台打破。“互联网+”平台依靠其无限空间突破行政的、垄断的、地理的阻隔。

“互联网+”市场挑战现行的行政垄断和地方保护体制。最明显的是，网约车的迅猛发展，无论是行政的藩篱，还是已经在位的营运出租车的阻力，都无法阻挡专车进入市场营运。再如，电子商务打破地区分割，长期难以解决农产品销售难的问题被农村电商解决了。甚至，“互联网+”还使基本公共服务均等化得到互联网支持。现阶段基本公共服务尤其是优质教育和优质医疗资源分布很不均衡，这反映在城乡区域差距上。互联网+教育、互联网+医疗可以使落后地区也能享受到优质的教育和医疗服务，基本公共服务均等化成为可能。

跨境电子商务可以打破进入国际市场的壁垒，从而挑战现行的全球价值链。全球价值链是指在全球范围内为实现商品或服务价值而连接研发、生产、销售、服务等过程的全球性跨企业网络组织。全球价值链除了生产者驱动的价值链外，还有采购者驱动的全球价值链，指的是拥有强大品牌优势和销售渠道的经济体通过全球采购和贴牌加工等生产方式组织起来的跨国商品流通网络。在这种由如沃尔玛之类的采购商垄断的全球价值链中，中国的产品和企业只能处于其价值链的中低端，很难进入全球高端市场。现在由“互联网+”提供的跨境电子商务可能取代以沃尔玛为代表的采购商驱动的全球价值链。阿里巴巴等电商可能成为全球价值链的驱动者。在电商提供的跨境“互联网+”平台上进行国际贸易，为中小企业进入国际市场提供了机会，特别是进入“一带一路”，实现全球资源的共享：互联网跨境电商把全球商品卖到中国，中国商品卖到全球，即“买世界卖世界”。在互联网上实现全球公共资源的共享和利用。

4. 可信度高的社交网络。

制度经济学理论认为信息不完全市场会产生两个后果：一是用“囚徒困境”理论说明市场交易中缺乏信任，导致零和博弈；二是信息不对称条件下产生劣币驱逐良币。

移动互联网平台提供的社交网络可以在一定程度上克服信息不完全所产生的上述后果。原因是它能提供开放的、超广泛的、无限的空间。比如微信平台。进入微信群的每个人拥有多个群和朋友圈。相互交叉，从而扩大了人际网络范围。进入微信群和朋友圈要以互信为基础。如果不信任某个人就可能被拉黑。再加上粉丝经济的作用，信息发布者尽可能要使信息准确可信。由于微信信息会反复转发扩散，信息传播速度快，公开性程度高。这样生产和消费的信息在群内连接。互联网平台和微信平台传播的信息很大程度上替代了广告宣传，销售不再需要销售人员满天飞。

三、“互联网+”对经济的深度影响

产生于“互联网+”市场的业态不只是影响市场，挑战传统的市场理论，而且会对整个经济活动产生深度影响，从而多方面挑战经济学理论。

1. 竞争方式和商业模式创新。

我们可以把没有采用“互联网+”的经济称为传统经济。传统经济的重要推动力是规模经济，平台经济的驱动力量是“互联网+”。在传统经济中，规模经济指的是供给方即生产方的规模经济，规模达到一定点时规模经济效益递减是不可避免的。而在平台经济中，是需求方规模经济。使用网络的人越多，对每个人的价值越大。规模经济效益递增则是不可避免的。

与传统经济相比，平台经济中进入市场和竞争的方式也有重大改变。首先，与通常讲的差别性竞争不同，平台经济更为重视兼容，如果不能兼容网络产品就进不了市场，这就淡化了差别性竞争。其次强调资源共享，就需求方规模经济来说，资源能够共享才能实现规模经济。再次，重视标准的作用，尤其是在产品和服务多元化和多样化时。市场选择就要依据标准，这就可以克服不确定性。

平台经济中的竞争优势更为关注发挥先行者优势。首先是先行，先行后就要先锁定顾客：“当从一种品牌的技术转移到另一种品牌的成本非常高时，用户就面临锁定。转移成本和锁定在信息系统是很普遍的”。^① 锁定顾客的方式主要在以下三方面：首先是在系统层面，也就是在技术层面上把消费者锁定，如 Windows 界面把消费者锁定后，尽管苹果电脑的界面可能更为先进，但消费者已经被 Windows 锁定，还是要把苹果电脑的界面转换为 Windows 界面。其次是在销售层面，新业态的先行者常常一开始以低价、补贴、服务等方式锁定最新技术和服务的消费者，锁定消费者后消费者在采用创新者的新技术后转向采用另一种技术会面临非常大的转移成本。就像网约车一开始进入市场运行时就采取补贴司机和消费者的办法，同时使支付宝也被消费者锁定。一旦先行者技术被普遍采用，就取消补贴。再次是标准的作用。先行者先行制定技术标准，不仅可以加速新技术的推广，还能为制定标准的创新企业扩大市场规模提供可靠的标准。这就是通常说的三流企业卖产品，二流企业卖技术，一流企业定标准。

2. 数据成为重要的经济资源（生产要素）。

中共十九届四中全会把经济资源（生产要素）在劳动、资本、土地、知识、技术、管理之外加上了数据。这反映进入“互联网+”新时代的经济特征：“互联网+”的资源基础是数据。

正如习近平总书记指出的：大数据是信息化发展的新阶段。随着信息技术和人类生产生活交汇融合，互联网快速普及，全球数据呈现爆发增长、海量集聚的特点，对经济发展、社会治理、国家管理、人民生活都产生了重大影响。世界各国都把推进经济数字化作为实现创新发展的重要动能，在前沿技术研发、数据开放共享、隐私安全保护、人才培养等方面做了前瞻性布局。^②

大数据的特点在于对海量数据进行分布式数据挖掘，大数据具有 4V 特点：Volume（大量）、Velocity（高速）、Variety（多样）、Value（价值）。显然，作为现代生产要素的数据，不是一般的数

据，而是在互联网上经过分析和处理的数据。

数据的生产要素作用主要表现在以下方面：首先，是科技创新的重要要素。互联网、人工智能都

^① 夏皮罗等：《信息规则》，中国人民大学出版社，2000年，第92页。

^② 习近平：《审时度势 精心谋划 超前布局 力争主动实施国家大数据战略 加快建设数字中国》，《人民日报》2017年12月10日。

是以大数据为技术基础。其次，数据是宏观经济运行和调控的依据。再次，数据是企业管理和营销的依据。最后，数据成为竞争力和垄断内容：获取数据的能力成为竞争力的重要标志。谁垄断数据谁就垄断市场。阿里巴巴、百度、腾讯等通过互联网掌握大数据，通过云计算提供大数据，企业通过互联网获得的大数据将成为发展的重要资源。

数据成为生产要素后，对数据的生产、报酬、交易和消费等独特的运行，需要有专门的研究。

3. 共享经济的形成。

传统的财富观强调财富的私人所有，突出对财富的独占和排他的权利。互联网+平台产生的共享经济则挑战传统的私人占有理论。正如第三次工业革命作者里夫金所指出的：“在第三次工业革命时代，传统的财产观念——鼓励获取物质财富和独占、排他的权利，被全新的通过社交网络同他人分享经验的财产观所取代。”^① 其表现就是：“伴随互联网成长起来的新一代人习惯于对创造力、专业技能甚至产品和服务的开创性共享，以促进社会总体财富的增长。”^②

在“互联网+”平台，尤其是微信平台上，个人掌握的相当多的私人信息可以成为公共财富，因为个人所掌握的信息都愿意第一时间通过互联网和微信发布，在平台和朋友圈谁都具有平等的共享信息的权利。尤其是信息提供者还有以粉丝计算的信息财富价值（点赞数）。

在“互联网+”平台基础上产生共享经济。共享经济实际上是共享互联网平台的经济。共享经济的作用是私人资源借助互联网平台，实现私人资源再利用。用有限的资源实现尽可能多的使用和服务。其基础和技术手段是“互联网+”平台，进入平台的资源是公共的，平台是共享的。资产运用得越充分，获得的资源和创造的价值就会更大。

现阶段共享经济有两种类型：（1）闲置资源借助互联网平台实现共享，如网约车。（2）商业性公司利用网络平台卖产品卖服务。如共享单车、饿了么平台等。

共享经济的核心是：使用权和所有权分离，使用权比所有权更重要。使用者不试图占用这个资产，而要试图高频次、高效地去利用和使用这个资产，让它发挥更大的价值和效用。这意味着，在共享经济的背景下实现使用权的共享，不可避免对现有的所有制理论研究提出了挑战。

4. “互联网+”条件下的就业和创业。

“互联网+”背景下产生网购、网约车，甚至人工智能发展后出现无人驾驶、无人超市等，是否意味着“互联网+”会加剧失业问题呢？

马克思在说明机器大工业时就指出：现代工业的技术基础是革命的。“大工业的本性决定了劳动的变换、职能的更动和工人的全面流动性”。^③ 机器大工业产生后 100 多年的实践证明，当年的机器排挤工人的担心没有成为现实。最为重要的是创新在毁灭旧产业的同时创造了新产业，如现在网购在毁灭实体零售店的同时快递业快速发展起来，尤其是为“互联网+”服务的产业也创造了出来。

面对“互联网+”产生的新业态排斥实体业态所产生的结构性失业问题，正确的对策是就业适应工业基础变化，而不是相反。进一步说，在“互联网+”背景下，员工不再终身服务于某个企业，而是忠实于所承担的某个项目，劳动力（包括人才）流动成为常态。这可以说是进入信息化、智能化时代的新的就业现象。

新业态的市场进入是没有门槛的。在互联网上就业和创业合为一体。创业者有一台电脑，能够上网，谁都可以进入众创平台就业，大众进入移动互联网平台各尽所能参与创新创业，各得其所。众创即自雇。

①② 里夫金：《第三次工业革命》，中信出版社，2012年，第225、224页。

③ 马克思：《资本论》，第1卷，2004年，第560页。

移动互联网对就业和创业的技术支持更为明显。互联网提供的创新创业通道表现在：第一，互联网提供大众进行创新的平台。众创和众筹平台降低就业和创业门槛。第二，利用互联网提供的信息，降低创新创业所需要的（市场的、技术的）信息门槛。第三，互联网平台解决了创新成果的市场实现。第四，创新的风险投资可以通过互联网平台众筹一些创新创业项目。简单地说，资金可以网上众筹，产品可以在网上销售，网络平台也为之提供众创空间。现在全国市场主体超过1亿个，其中新业态占了很大比重。

对大众创新万众创业，诺贝尔经济学奖得主费尔普斯有个描述：有创新思想的人士提出创意；不同投资主体的参与；不同生产商的参加；各种市场推广；终端客户的评价和学习，消费者介入并引导创新。^①在此背景下，谁雇佣谁不是主要的，利用互联网平台人人都可以成为创客，消费者成为创新的弄潮儿，消费成为体验过程。消费者通过选择、个性化定制成为创客。现实中的许多创意是消费者提出的，风险投资家通过互联网寻找选择投资对象。

5. 企业由组织变成开放式平台。

传统的企业组织有明确的边界。实行科层的（部门—车间—班组）垂直组织系统，从研发、制造、销售等各个流程是串联的。移动互联网使企业成为无边界的创新平台。借助互联网广泛吸引创新资源进入企业平台。企业由一个个创新团队组成。如海尔依靠互联网实行企业平台化，员工创客化，用户个性化。企业成为孵化器平台，员工组成无数创客群体，全员创新、创造和分享价值。每个创新团队中包含研发、制造、营销的功能和人员。企业治理以选择创新项目为对象，风险投资和品牌为纽带。企业内研发、制造、销售等各个流程是并联的。如研发的过程同时就是制造和销售过程。

企业成为依靠互联网的创新平台后，企业范围扩大超出了已有的组织边界，原先非企业的员工组织的创新团队，被企业选中后，通过提供风险投资和品牌也可进入该企业。创新团队及其员工不是终身服务于某个企业，而是项目负责制。

四、“互联网+”平台的市场秩序和完善

以上说明的移动互联网的积极效应在实践中尚未完全显示，只是作为趋势存在。其积极效应要成为现实需要一系列条件。其中包括：移动“互联网+”的广泛覆盖，越是广泛覆盖，其效应越大。互联网的新经济作用需要得到充分认识和挖掘。线上和线下需要衔接。“互联网+”的规范建设需要加快。由此带来的新课题是：对“互联网+”要不要监管？监管什么？我国目前的市场监管（包括法治）基本上是针对实体市场的，“互联网+”的各种市场行为都在互联网平台上，比虚拟经济更虚拟。因此，对这一领域的市场监管和法治建设更为紧迫。

1. “互联网+”市场的秩序问题。

“互联网+”的各种市场行为都在互联网平台上，比虚拟经济更虚拟。只要是商业活动就会有机会主义行为，这意味着“互联网+”市场上的秩序问题可能会以新的形式表现出来。

线上总要进入线下，虚拟世界总要进入现实世界。网络上虽然信息充分，但从隐瞒信息到信息噪音产生的信息误导成为“互联网+”市场失灵的主要表现。P2P中反映出来的问题就更严重。

现实的市场上存在的假冒伪劣、坑蒙拐骗现象不可避免会进入“互联网+”，并且以新的形式表现出来。这意味着互联网上打假也要采取新的形式。

再看“互联网+”市场上的不正当竞争。传统的业态主要是生产者之间的价格竞争等方式。而在

^① 费尔普斯：《大繁荣：大众创新如何带来国家繁荣》，中信出版社，2013年，第30-31页。

新经济业态中,包括搜索,上微信平台都是免费的,甚至可能有补贴。竞争的目标是争夺用户,锁定用户。就是说,互联网平台是以用户资源为核心的竞争。但在与对手争得用户并垄断用户资源后则取消补贴,不再免费,甚至涨价。

“互联网+”平台的垄断问题也日益突出。某些电信和阿里巴巴、腾讯等互联网公司在各个领域提供“互联网+”平台实际上成为公共的基础设施,这些公共的基础设施所产生的垄断可以说是自然垄断,在这些领域没有必要反垄断,但其利用垄断地位所采取的垄断行为,特别是滥用市场垄断行为则是应该制定反垄断法。其中包括:限制竞争的行为,滥用支配地位的行为,伤害消费者利益的行为,限制阻碍创新的行为。某些互联网公司在垄断用户资源后肆意涨价侵害消费者利益,利用其自然垄断地位“赢者通吃”,对相关领域的有潜力的公司肆意并购,打击利用互联网创新的中小企业。在大互联网公司的挤压下,小微企业无生存空间,何来大众创业万众创新。尤其是某个互联网公司进入各个领域的垄断达到一定程度可能会影响国家的经济安全。

需要指出“互联网+”市场反垄断的复杂性。判断垄断行为不像传统业态那样清楚。互联网互联互通,跨界经营,难以确定其所在是哪个市场。市场支配地位难以界定,传统业态以销售额计算市场份额,互联网产品和服务最初大都是免费的。市场支配行为也难以界定。新业态竞争以信息手段实现,不完全是交易行为。其垄断收益与其知识产权收益交织,难以确定是否需要反对的垄断行为。

2. “互联网+”市场的监管。

面对新经济业态需要创新监管方式,从而催生新的监管制度对这一领域的市场监管和法治建设更为紧迫。针对“互联网+”市场秩序的特殊性,市场秩序和规范建设涉及完善对“互联网+”平台的监管体系,完善“互联网+”的法治建设,克服其法律空缺。突出表现在以下方面:

一是信息监管。在“互联网+”市场上,包括数据在内的信息资源可以说是互联网平台的第一资源。因此信息监管是第一位的。首先,信息的真实性问题最为重要,特别要防止以讹传讹。这意味着披露真实信息,随时由权威部门辟谣成为信息监管的重要方面。其次是私人信息的保护,保护知识产权和用户私人信息安全就成为市场监管的着力点。再次,“互联网+”平台成为监管的对象。例如,网购中的假冒伪劣产品屡禁不止,许多在网上卖假货的是消费者找不着的行为者。平台就要承担监管责任,无论是打假还是整顿秩序都应该由平台负责。

二是信用监管。互联网平台建设要规范、可信才可持续。“互联网+”市场上的失信问题有其特殊性。传统业态中经济行为者是实体,一旦出现假冒伪劣、坑蒙拐骗等问题能够直接追到经济行为的主体,而且由于其传播范围有限,受骗上当者有限。而在新经济业态中,经济行为者在线上销售假冒伪劣产品、进行坑蒙拐骗等问题与在线下相比不容易识别。而且其虚假信息在网上传播迅速,传播范围也广,受骗上当的人数也多,就像互联网金融中P2P、e租宝暴露出来的欺诈行为,造成群体性事件。再如共享单车,由于进入门槛较低,过度竞争后一部分共享单车公司难以为继,在退出市场时缺少规范,导致众多消费者的押金无法收回。“互联网+”的信用监管同样要用互联网的大数据功能对参与者的征信进行网上甄别。以参与者的诚信和行为规范作为进入平台者的资信。同时加强“互联网+”平台的信用体系建设,其中包括完善企业信用监管,建立市场主体准入前信用承诺制度,将信用承诺纳入市场主体信用记录。建立企业信用修复机制,鼓励企业重塑信用。

三是声誉机制建设。声誉机制是道德规范的一个方面,既有激励功能,又有惩罚功能。具体地说,守信用者形成好的声誉,有人愿意借钱给他,有人愿意同他做买卖。失信者形成不好的声誉,人们不愿意借钱给他,不愿意同他做买卖。在声誉机制中,失信一方与授信方之间的矛盾,扩大为失信方与全社会的矛盾。失信方受到全社会的惩罚。这是对失信者的市场惩罚。这种机制对“互联网+”

市场特别适合。声誉机制建设的必要条件是：社会信用机制要能够识别诚信者和失信者，使诚信者和失信者的信息广而告之。“黑名单”和“白名单”是声誉机制的主要表现形式。对严重违法失信企业建立“黑名单”制度。将信用信息作为惩戒失信市场主体的重要依据。实行跨部门信用联合惩戒，加大对失信企业的惩治力度。

概而言之，我们要肯定“互联网+”给市场带来的各种积极效应，同时也要清醒地认识到它对互联网监管提出的一系列挑战。所有这些都将成为新时代中国特色社会主义政治经济学所要研究的新问题。

Economic Analysis of the “Internet +” Market

Hong Yinxing

(School of Economics, Nanjing University, Nanjing, Jiangsu 210093, China)

[Key words] internet +; market effect; market supervision; economic analysis

[Abstract] Economic development enters the era of the mobile internet, and internet + enters all areas of economic activity, which will inevitably generate new economic theoretical issues, and some may be disruptive. The mobile internet platform instead of the market challenges the current market economic theory and market system, and it will have a profound impact on the entire economy. These effects of the mobile internet have not yet fully emerged in practice, but exist as trends. These include: mobile internet + needs extensive coverage, and the new economic role of the internet needs to be fully understood and tapped. The various market behaviors of “internet +” are all on the internet platform, which is more virtual than the virtual economy. As long as it is a business activity, there will be opportunistic behavior. The problem of order on the internet + market may manifest itself in new forms. Therefore, the construction of the internet + market order and norms needs to be accelerated, and new supervision methods need to be innovative in the face of new economic formats.

[责任编辑 陈翔云]