



电子商务的经济 特征

第二章 电子商务经济特征

学习目标

- 1.理解电子商务相关经济学原理。
- 2.了解数字产品的概念和类型。
- 3.了解电子商务环境中的价值链。
- 4.了解电子商务环境中的市场竞争。

电子商务相关经济学原理

传统经济学研究什么？

传统经济以**物质资源**为基础

——物质资源具有**稀缺性**，因此，经济学研究的是资源稀缺条件下的配置效率问题。

电子商务环境下发生了什么变化？

电子商务以**信息资源**为基础

——信息资源具有**可再生性**，这就改变了传统经济学的研究内容，其相关理论也发生改变。

基于传统经济学的相关理论

* 传统经济环境下边际收益递减理论

边际

增加的

边际收益

生产中增加一单位投入所获得的**收益增加量**。

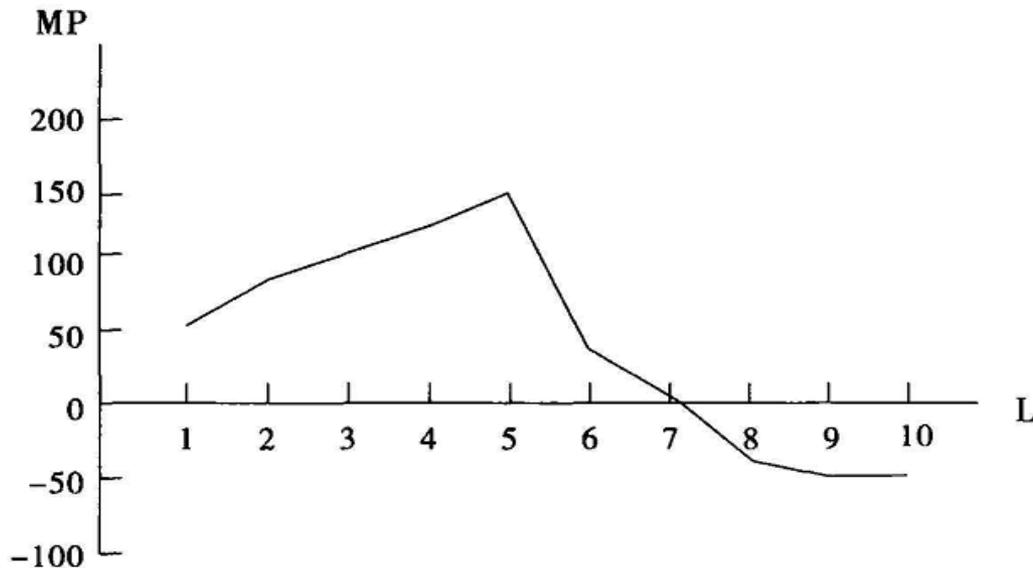
边际收益递减

也称**边际产出递减**或**边际生产力递减**。

边际收益递减规律是经济学的重要理论基石，它反映了物资资源环境下企业生产中的一般规律，请看实例

投入工人人数和总产量、边际产量变化表

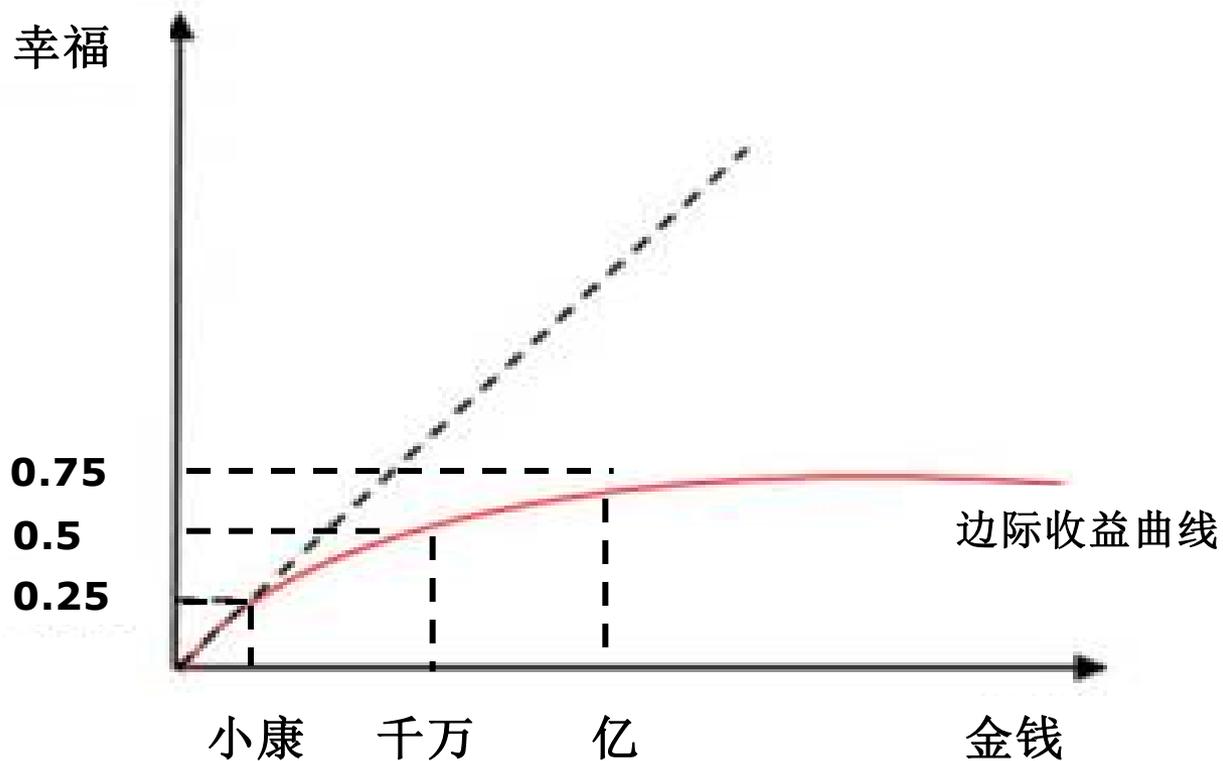
工人人数 (L) (人)	总产量 (Q) (件)	边际产量 (MP) (件)
0	0	—
1	50	50
2	130	80
3	230	100
4	350	120
5	500	150
6	540	40
7	540	0
8	500	-40
9	450	-50
10	400	-50



边际产出变化图

* 边际收益递减反映的是企业在生产中，当其他要素投入数量不变时，如果等额增加一种要素，产量的增加额一开始会上升，但超过某一点后，增加每一单位要素带来的产量增加额会下降。

生活中的边际收益递减规律



幸福递减律

幸福与金钱的关系图

为什么在传统经济中会有边际收益递减规律

因为物质资源的稀缺性、有限性，使得企业在扩大生产时其投入成本也不断增加，当成本的增加速度大于企业的生产收益增加的速度时，就会出现递减现象。

。

□ 网络环境下边际收益递增理论

网络经济环境下，由于信息资源作为一种核心资源，它可以无限扩充，且增加信息产量所需付出的成本几乎可以忽略不计，因此，信息收益的增加量随着消费数量的增加而呈现递增趋势。

基于网络经济学的相关理论

什么是网络经济学？

网络经济突出了经济运行组织的**网络化**特征，因此，网络经济学是以**网络的视角**来分析资源的配置效率。

基于网络经济学的相关理论

网络外部性

又称网络效应，当一种产品对一个用户的价值取决于使用该产品的其他用户数量时，我们称该产品具有网络外部性。

很多电子商务企业的成长壮大就得益于网络外部性的作用。

例子

QQ、微信

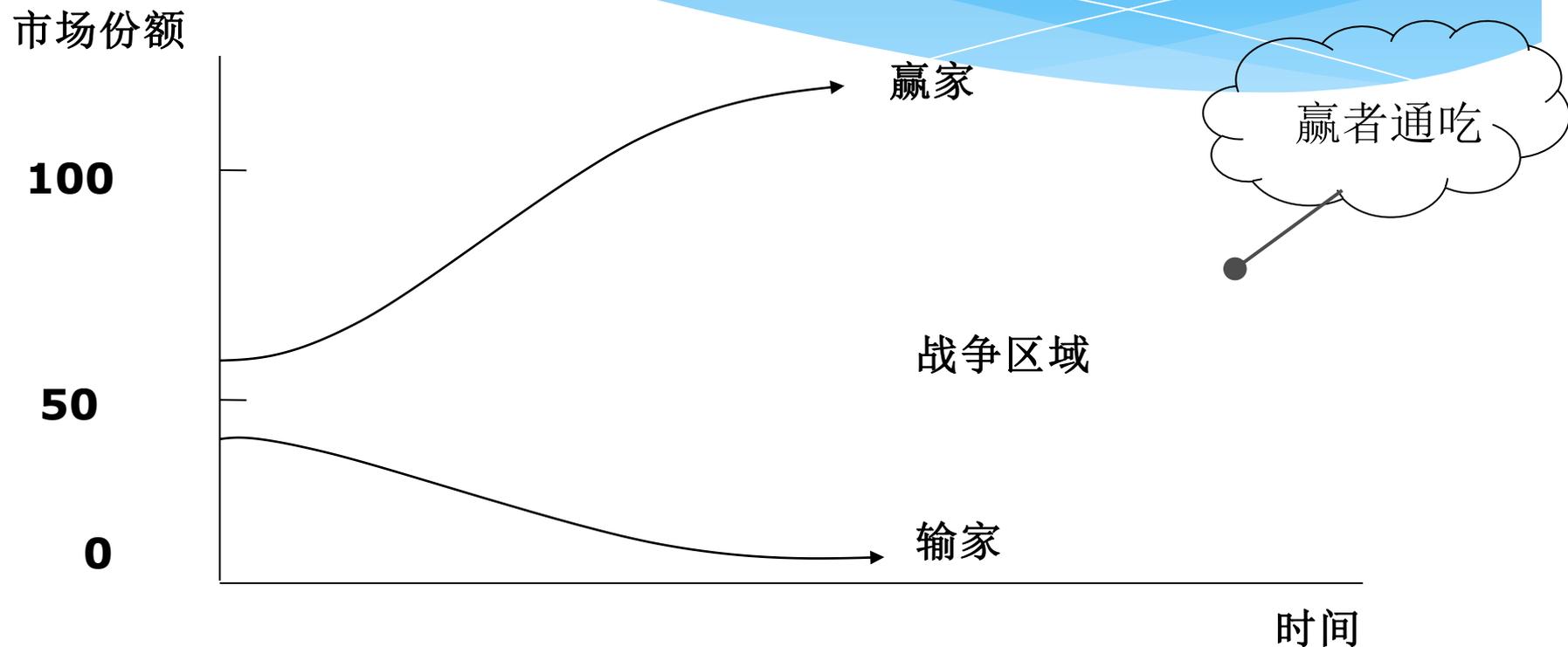
基于网络经济学的相关理论

正反馈机制

事物之间存在着一种相互助长的力量，这种力量会强化和放大原有的发展趋势，即产生了“强者恒强，弱者恒弱”的局面。在网络环境下，由于网络外部性的作用，该机制表现尤为明显。

如同滚雪球效应

正反馈机制的市场表现过程



基于网络经济学的相关理论

需求方规模经济

规模经济

企业的长期平均成本随着产量的增加而递减的经济。

传统经济强调的规模经济属于供给方规模经济，即企业的竞争力主要来源于其大批量制造、大规模销售所产生的成本降低。而网络环境下，则强调需求方规模经济，即企业的竞争力来源于其用户的规模。

需求方规模经济

供给方规模经济

Vs

需求方规模经济

企业通过扩大生产规模所获得的规模经济效益

企业通过扩大用户规模所获得的规模经济效益

举例：如微软的成功不在于其开发软件的生产规模，而在于使用其软件的用户规模。

基于网络经济学的相关理论

锁定效应

锁定效应

经济主体被局限在原有系统之中无法转移出来。

锁定的原因

消费习惯、转移成本

在网络环境下，锁定效应越来越被企业所重视，并成为企业的竞争方式之一。

例子

支付宝、微信支付

基于网络经济学的相关理论

标准化

标准化

标杆或准则，具有典型性和代表性。

网络经济环境下，由于网络外部性的存在，用户在购买产品时更偏向选择拥有更多用户的产品，即成为标准的产品。因此，企业在竞争中更加重视标准化自己的产品，一旦标准被确立，这种产品就会进入良性循环，并实现正反馈。

例子

“BAT” 格局

基于网络经济学的相关理论

网络经济三大规律

——摩尔定律

——梅特卡夫定律

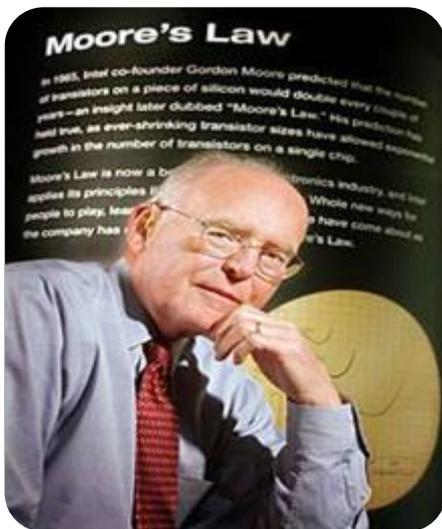
——达维多定律

基于网络经济学的相关理论

网络经济三大规律

技术产品更新换代的速度非常快

——摩尔定律



戈登·摩尔

1. 由Intel公司创始人戈登·摩尔提出，是对信息技术发展趋势的一种预测。

2. 原内容：计算机芯片的性能每隔24个月将提升一倍。

3. 后来拓展的内容：每隔18个月左右性能提升一倍而价格下降一半。

所以电子商务企业
要对技术前沿有敏
锐的洞察力

基于网络经济学的相关理论

网络经济三大规律

在网络经济里
有时小努力可以
获得大收获

——梅特卡夫定律



罗伯特·梅特卡夫

1. 由3Com公司创始人罗伯特·梅特卡夫提出，是关于网络的价值和网络技术的发展定律。

2. 内容：网络的价值等于网络节点数的平方。

3. 换言之：网络的价值与联网的用户数的平方成正比。公式为 $V=N^2$

基于网络经济学的相关理论

网络经济三大规律

在网络经济中，企业要学会抢占先机。

——达维多定律



威廉·H·达维多

1. 由曾任职于英特尔公司副总裁威廉·H·达维多提出。

2. 内容：进入市场的第一代产品能自动获得50%的市场份额。

3. 体现的是一种典型的正反馈机制

所以任何企业在本产业中必须第一个淘汰自己原有的产品。

第二节 数字产品经济学特征

数字产品的概念



狭义的数字产品：可以被数字化，即编码成一段字节，并且可以通过网络来传播的产品。

广义的数字产品：还包括依托于一定物理载体而存在的产品。

数字产品的分类——按存在形式

依存于物理载体中，如数码相机、数字电视、**DVD**等。

有形
数字产品

通过网络传输的产品，如网络影视、网络游戏等。

无形
数字产品

数字产品的分类——按用途

如网上新闻、图书、音像
的数字版本。

内容性
产品

如网上预订服务（航班、
宾馆等）；网上金融服务
（网上支付等）。

服务性
产品

数字产品的物理特性

物理特性

可改变性

随时可以被修改。修改表现形式：1 订制；2 传输过程中；3 到达用户手中；4 升级

不易破坏性

不依赖物理载体而在网络上传播的数字产品
一经创生可永远存在

可复制性

大量低成本复制。

快速传播性

极短时间传输过程。

数字产品的经济特性及价值

经济特性

外部性

具有网络外部性

数字产品的价值

自有价值

产品本身所具有的那部分价值。

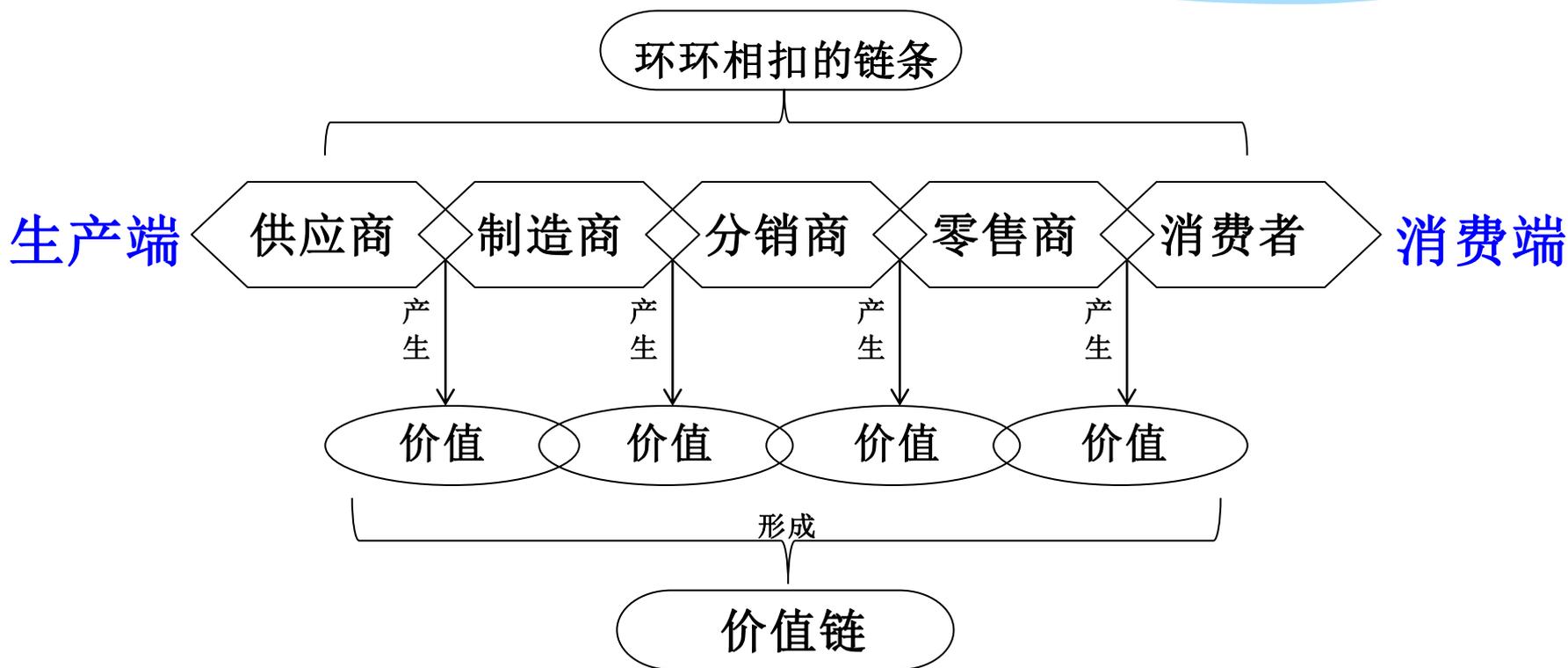
自有价值取决于产品自身的特性，有时“自有价值”会为零（如email）。

协同价值

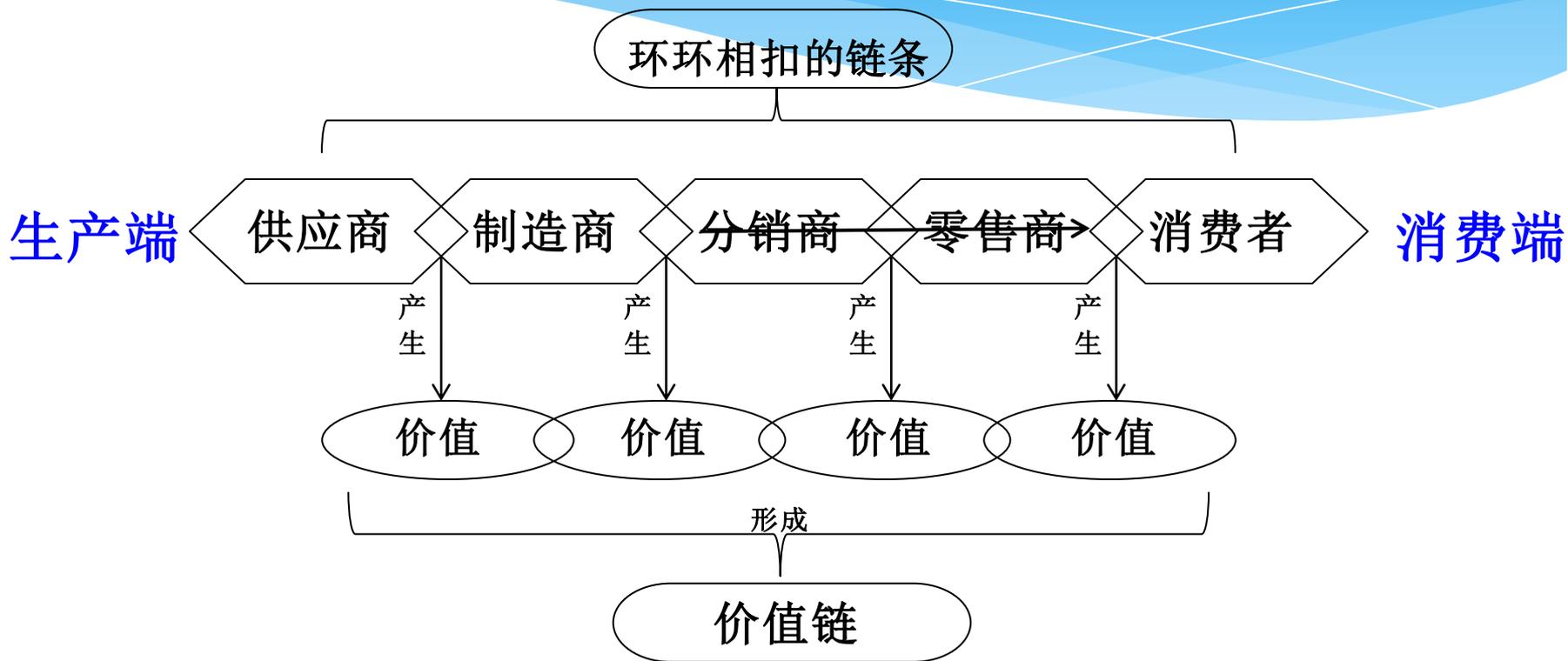
当新的用户加入网络时，老用户从中获得的额外价值，协同价值取决于网络规模。

第三节 电子商务环境中的价值 链

什么是价值链？

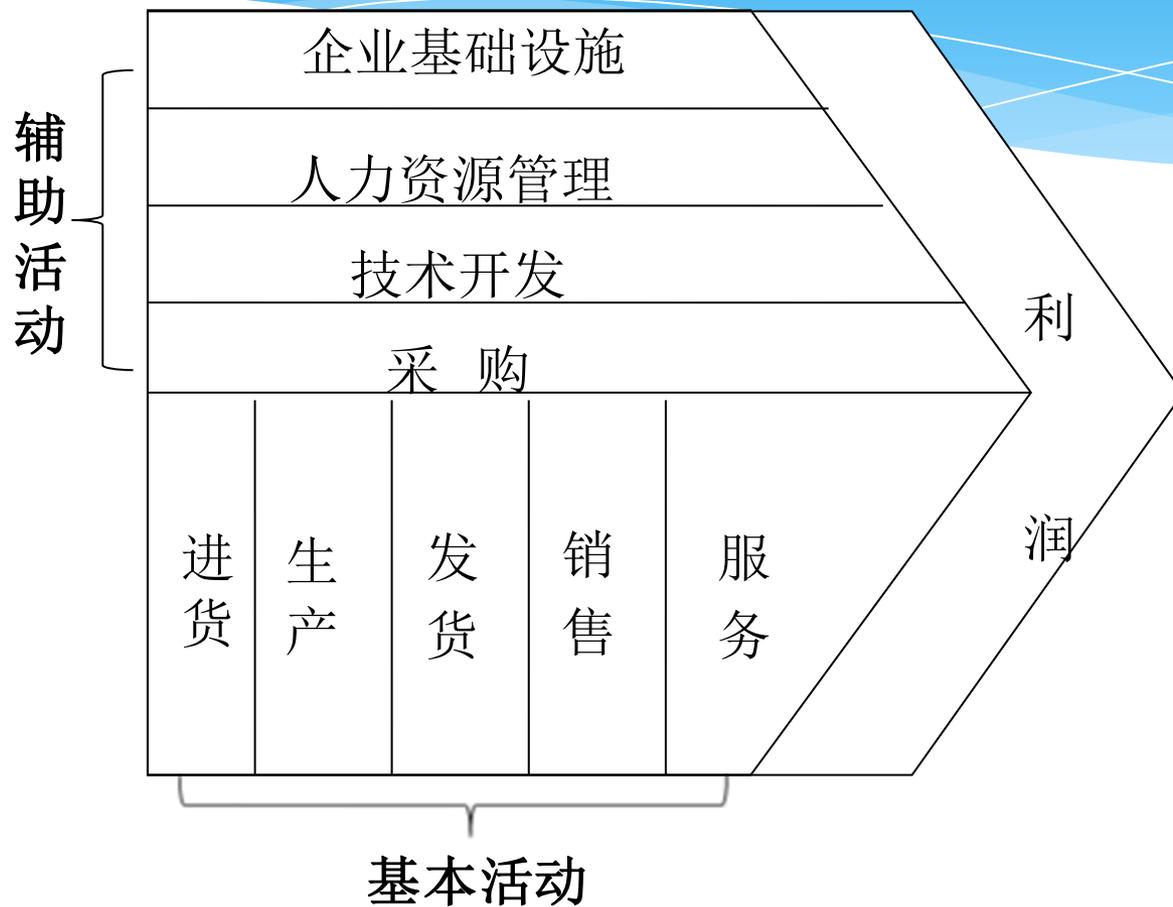


电子商务给传统价值链带来的影响？

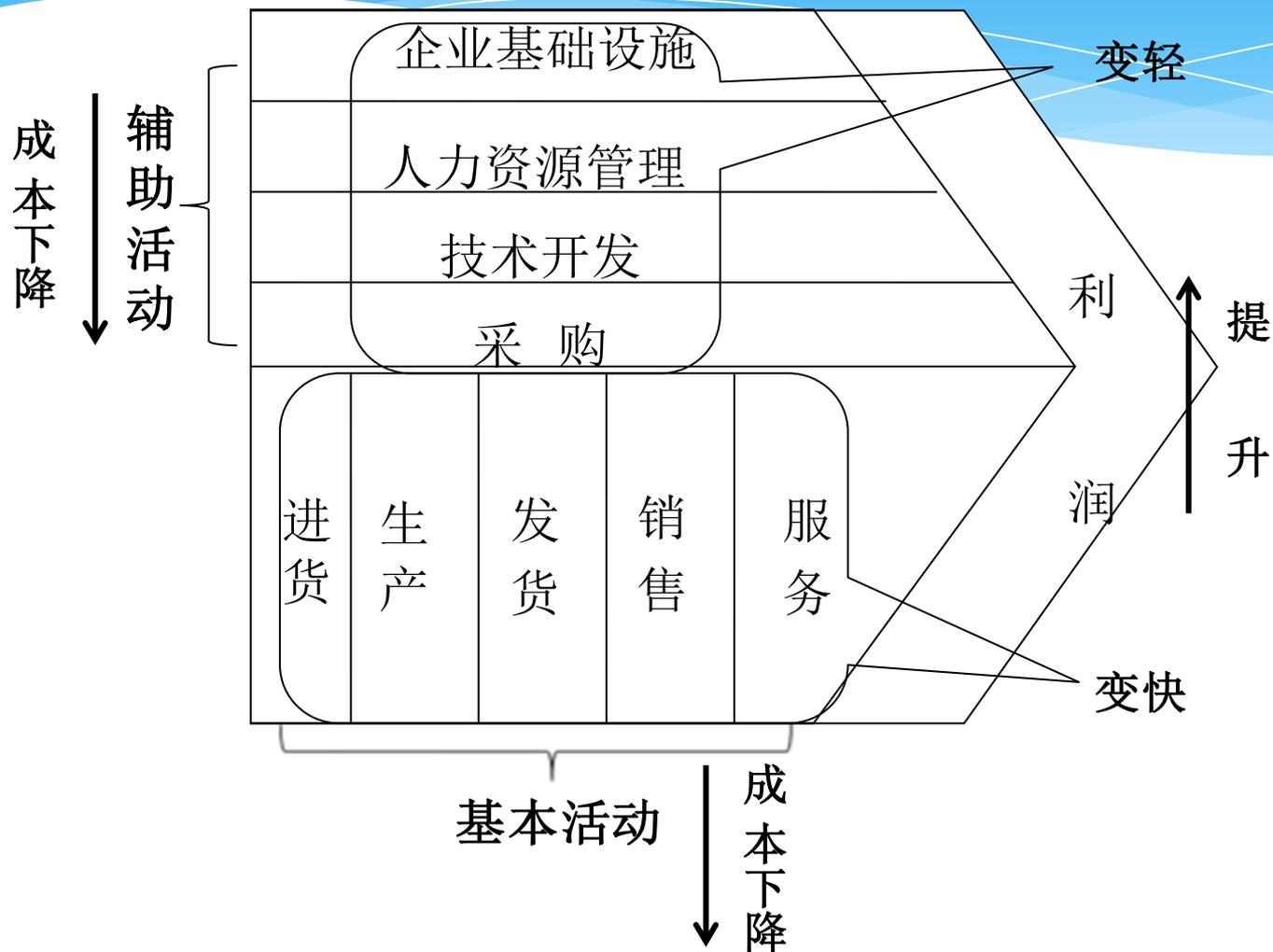


影响结果：精简中间环节、降低交易成本等。

企业内部价值链



电子商务介入企业内部价值链



第四节 电子商务环境中的市场竞争

市场结构

市场结构是指买卖双方之间关系的特征和形式，其中心内容是竞争和垄断的关系。

市场结构的类型

买卖双方数量众多、信息对等、产品具有同质性、价格由市场决定。

完全竞争

只有一个卖方，没有直接的替代品与之竞争，垄断者是价格的制定者。

完全垄断

市场结构

只有少数卖方，且彼此之间相互依赖，是一种竞争与合作并存的状态。

寡头垄断

垄断与竞争共存，卖方数量多，产品差异性与替代性并存。

垄断竞争

电子商务环境下的市场结构

买卖双方数量众多、信息对等、产品具有同质性、价格由市场决定。

完全竞争

完全垄断

只有一个卖方，没有直接的替代品与之竞争，垄断者是价格的制定者。

市场结构

只有少数卖方，且彼此之间相互依赖，是一种竞争与合作并存的状态。

寡头垄断

垄断竞争

垄断与竞争共存，卖方数量多，产品差异性与替代性并存。

电子商务环境下的市场结构

寡头垄断

只有少数卖方，且彼此之间相互依赖，是一种竞争与合作并存的状态。

例子

网购平台

电子支付

电子商务环境下市场竞争对策

两条主线

→ 以顾客为中心

→ 坚持不断创新

本章小结

本章主要介绍了电子商务与传统经济学的关系，并在此基础上分析了电子商务对传统经济学的影响。

重点： 电子商务相关经济学原理、数字产品
难点： 电子商务环境中的价值链、市场竞争