

第 1 章 绪 论

1.1 研究背景与意义

1.1.1 研究背景

进入 21 世纪，全球数字领域在快速创新的数字技术推动下持续拓展且深度演进。一方面，数字技术创新的加速进程对人类思维方式、社会行为模式及生产和生活方式产生了深远影响，进而使经济数字化转型成为推动经济增长的重要动力来源之一；另一方面，随着新数字经济深度挺进，全球要素资源配置、全球经济架构重塑及全球竞争格局变迁的速度与力度均达到历史新高。我国数字经济展现出规模化的高速增长态势，如今已迈入一个在规范、包容、审慎与鼓励创新氛围中深化应用、规范发展与普惠共享的全新机遇期。借力于新一代信息技术，数字经济孕育出众多新颖的商业模式与经济运作机制，各类新型业态、新兴产业不断涌现，有力推动数字创新与全社会范围内的“大众创业、万众创新”战略深度融合，共同步入历史新篇章。时至今日，数字经济业已成为构建现代经济体的核心驱动力和推动世界经济稳健前行的助推器，在全球经济增长的稳定性保障中占据举足轻重的地位。

首先，数字经济的蓬勃态势加之中国庞大的数字消费群体所形成的独特优势，为平台型企业开启了前所未有的商业契机。大数据、人工智能等智能技术或手段，正在赋予平台型企业新的发展动能与契机。然而，受数据共享、资源管理、人才培养等多重因素的制约，许多新企业无法适应变化的市场需求，出现对企业发展方向作出错误的评估和预判，无法精准把握自身资源和能力，团队创新能力有限，成员间缺乏知识与技能互补等局面频出。因此，如何通过移动计算、云计算、社交媒体等新的智能技术，实现趋势精准预测、资源精准匹配、发展精准定位，提高平台型企业核心竞争优势，确保商业决策的准确性，是亟须解决的现实难题。基于此背景，厘清数字创新驱动平台型企业的内涵和特征，分析数字赋能平台型企业的机制，促进平台型企业快速成长具有非常重要的现实意义。

其次，网络和互联信息技术让用户在企业价值流程中发挥越来越大的能

动作用。用户不仅从被动的倾听者变成了主动的共同制造者，还在参与企业的创新活动中展现出参与更广泛、关系互动性更强、贡献信息体量更大等新特点。然而，目前用户参与价值创造还停留在浅层、初级阶段；用户更多被视为创新系统外部要素，只在研发阶段有参与；企业与用户关系只停留在二元简单关系管理上。如何激励用户更广泛、更深入地参与新企业的创新；如何协调价值共创网络中多类型主体的关系；在此过程中，平台型企业应如何与各方互动才能最大化价值创造；如何在多主体网络中挖掘机会，整合资源，实现资源机会一体化等问题较为突出。基于此，探究数字创新驱动平台型企业的价值共创实现机理与路径尤为重要。

最后，由数字创新引领的商业模式在价值创造与价值获取方式上发生了根本性转变，其通过汇聚各类资源数据实现价值交换，并采用“去中介化”“去中心化”与“去边界化”的崭新模式，充分满足了各利益相关者的个性化需求，全方位实现了资源共享及无缝对接，有力弥补了传统模式中信息共享困难的短板。然而，信息的极度碎片化现象，无疑给平台型企业筛选整合有效信息带来了严峻挑战。因此，平台型企业如何利用智能化与数字化平台进行有效赋能，对有价值的信息进行深度挖掘，进而推动价值共创进程，并最终确保企业资源的精准匹配与高效转化，是其在发展道路上亟待破解的课题。

综上，本文面向数字经济时代背景，以数字创新为驱动，借助大数据、云计算、人工智能、区块链等智能化信息技术或手段，从数字创新驱动平台型企业内涵及特征、平台型企业数字赋能机制分析、数字创新驱动平台型企业价值共创的实现机理与实现路径、物流平台型企业价值共创与绩效关系研究五个章节展开理论与实证研究，并基于此提出数字创新赋能平台型企业发展的对策建议，为我国“数字中国”战略及“大众创业、万众创新”战略实施提供科学依据与政策建议。

1.1.2 研究意义

1. 理论意义

(1) 丰富了数字经济方向的研究文献，完善了商业模式分类创新理论体系。本研究从数字经济这一前瞻视角出发，对企业的商业模式展开深度剖析与系统探讨，丰富了现有数字经济背景下商业模式的相关研究，为后续学者在此领域的探究提供了若干创新性角度。当前，国内外学者对商业模式的理论研究尚未构建出一套完整的体系，尤其是在理论层面上，对商业模式的分类缺乏持续深入的探究。通过对复杂的商业模式进行精细划分，有助于企业

精准识别自身所属商业模式类别，并为其商业模式创新优化提供坚实的理论基础与实践指南，从而丰富了相关研究领域，具备显著的理论价值。

(2) 有利于丰富数字创新驱动的平台型企业赋能机制理论。在数字经济时代，企业与多方主体的互动特性、集体参与对价值创造的重要性、创业过程的非线性及创业阶段边界的模糊性等特征，亟待学界通过研究平台型企业创业的“去中介化”“去中心化”与“去边界化”等新模式、新业态，来探索如何使用移动计算、云计算、社交媒体等新的智能技术实现精准预测、资源精准匹配、发展精准定位、决策精准可靠、商业模式精准创新。从数字创新驱动的平台型企业创业概念体系、关键要素及其演化、数字创新驱动的创业核心要素、创业决策、商业模式对平台型企业创建与成长的影响机理等角度建立具有本土化特征的数字创新驱动平台型企业创业理论体系，有助于丰富传统理论在新时期的内涵，推动数字创新驱动的平台型企业赋能机制和价值共创理论发展。

2. 现实意义

(1) 有助于指导数字创新驱动的新企业创业实践。伴随数字经济与“智能+”时代的来临，平台型企业所处的商业环境日益复杂且充满不确定性，这使其在应对大数据时代对企业发展智慧化（信息化、数据化、自动化、智能化）的强烈诉求时面临巨大挑战。本文系统地针对数字创新驱动平台型企业内涵及特征、平台型企业数字赋能机制、平台型企业价值共创实现机理、平台型企业价值共创实现路径四大主题开展理论与实证研究。在此基础上，提出针对性的数字创新赋能平台型企业策略与政策建议，旨在助力数字技术有效赋能平台型企业创业活动，提升创业成功率，为数字创新驱动的平台型企业引导用户参与及价值共创实践提供科学指导。

(2) 有助于“数字中国”战略和“双创”战略落地，推动经济高质量发展。在数字经济时代，平台型企业层出不穷，展示了多种新模式和新业态，数字创新驱动的平台型企业创新商业模式正在引领经济发展新范式。研究数字经济时代平台型企业发展规律，对促进数字创新驱动的创业活动的开展，推动数字经济的发展壮大，推动“数字中国”战略的落地具有重要理论意义和实践价值。同时，数字创新驱动的平台型企业在商业决策制定和商业模式构建等方面，与传统企业相比大不相同。深入剖析数字经济时代的平台型企业赋能机制，对增强用户参与和价值共创，提升平台型企业商业决策的精准度，优化商业模式，实现成功创业，进而助推“双创”战略，实现经济高质量发展具有重大的现实和理论意义。

(3) 为政府及相关机构精准施策助力创业企业创新发展提供理论依据。

初创企业在风险应对能力上普遍表现出较高的易损性，因此，其能否茁壮成长在很大程度上依赖于政府与相关部门提供的及时、有效的引导与扶持。面对我国全力实施创新驱动发展战略的宏观背景，自中央至地方各级政府已推出一系列旨在打造优良创新创业生态环境、激活全社会创新创造潜能的政策举措，并已取得了显著效果。然而，审视现有政策取向可见，现行“双创”政策多集中于宏观指导原则的确立，而对于创业企业在日常运营中遭遇的具体技术挑战与市场状况，政策的针对性与精细度尚有提升的必要。鉴于商业模式创新涵盖了创业企业各项创新活动的本质，使之成为政策设计与执行聚焦的关键对象。本研究在明确定义技术主导型与业务主导型两类数字化商业模式创新的基础上，对创新过程及其实施路径进行深入剖析，意在为我国创新创业由“速度优先”转向“质量至上”的关键转型期，从数字化商业模式创新的角度出发，为政府有效助力创业企业实现精准赋能提供坚实的理论依据。

1.2 研究内容、框架与方法

1.2.1 研究内容

数字创新驱动平台型企业的价值共创是在“数字中国”和“创新、创业、创造”背景下，依托于大数据、人工智能等数字技术的革新力量得以实现。数字创新赋能企业、驱动企业在用户价值共创、创业决策、商业模式等方面与传统企业存在着本质区别，亟须系统的理论研究和实证检验。本文聚焦于数字创新如何赋能平台型企业以实现价值共创的内在机理与实践路径，旨在解答如何有效促进数字创新驱动的平台型企业成长等一系列关键问题。研究从数字创新驱动平台型企业的基本内涵与独特特征入手，结合数字创新驱动理论与价值共创理论，深入剖析了数字创新对企业内部产品与服务创新升级的驱动机制。进一步，本文细致解构了企业内部创业活动、用户参与的价值共创过程与大数据生态系统的互动关系，揭示了数字平台能力如何在三者间发挥桥梁与催化作用。此外，本文还探讨了数字市场探索行为对上述关系的调节效应，力求为理解数字创新环境下平台型企业价值共创的动态演化过程提供全面且深入的理论解释与实证证据。

1. 数字创新驱动平台型企业内涵及特征

基于上述研究内容，本文从数字创新驱动视角出发，**首先**定义数字创新驱动是以数字化数据要素为核心，以数字技术为基础支撑驱动产生新的模式和经济形态。并从价值属性、技术属性和社会属性三个方面归纳出数字创新

驱动的5大特征，分别是**开放性、模块化、自生长性、融合性、收敛性和动态性**。其次，通过对平台型企业的分析，结合中国市场的独特优势，给出了中国情境下数字创新驱动平台型企业的独有特征，包括政策支持的战略优势、巨大市场规模的战略资产和强大技术水平支撑创新研发。最后，数字创新驱动的平台型企业成功孕育出崭新的商业模式，其核心价值表现为数字化的三个能力——**数字机会识别能力、数字化能力及数字协同能力**，这些能力对不同维度的创新活动产生深远影响，尤其是在**价值主张设计、价值创造与传递过程、价值获取途径维度**等方面，进而推动商业模式实现由数字创新能力驱动的全方位革新。

2. 数字创新驱动平台型企业的赋能机制分析

本文通过对**赋能机制**的系统梳理与提炼，将焦点置于数字时代特性的数据赋能机制，选取“滴滴出行”平台作为典型案例进行剖析。研究发现，在平台运行的不同阶段，**数据赋能的连接能力、智能能力和分析能力**各自发挥着特定作用，并在推动价值共创的过程中呈现出多种表现形式。研究结果显示：数据赋能能够有效地促进企业打破组织界限，释放创新潜能；数据赋能与价值共创对平台型企业的成长呈显著正向关联；数据赋能活动有助于克服资源限制，实现资源的灵活重组与高效利用。

3. 数字创新驱动平台型企业价值共创的实现机理

数字经济与数字技术的崛起，对平台型企业产生了深远影响与剧烈冲击，同时也在重塑传统的产业链条与价值链体系，使之更加多元、立体，进而提升了整体经济发展的驱动力与效率。数字经济的发展给予了创业活动利益相关者连接与互动的机会，通过用户参与，创业者与创业企业能够吸收用户的知识，从而真正了解顾客需求的细微差别，获得更多反馈、隐性需求及新见解。本文首先基于**利益相关者理论**，从**用户参与价值共创的动机和行为**出发，研究用户参与价值共创对企业的影响。其次，从新企业内部和外部两个角度来研究数字创新驱动的平台型企业商业模式的价值创造过程。再次，基于数字化的无边界特征，研究**新企业商业模式内外整合**的价值创造过程。最后，从**实证研究**的角度出发，证明前文结果的合理性。

4. 数字创新驱动平台型企业价值共创的实现路径

基于**资源基础理论、社会网络理论**等，本研究从**用户参与和价值共创资源整合路径**的视角出发，重点关注企业间合作、竞合等互动关系，探讨企业如何通过构建合作网络等形式，有效整合生态系统或网络内的资源，以实现价值共创的目标。在对资源进行内部资源、外部资源及内外部资源的划分后，我们结合资源基础理论所强调的内部资源开发与利用、社会网络理论所关注

的外部网络关系构建，以及生态系统理论所倡导的内外部资源协同，将用户参与价值共创的资源整合路径划分为三大类：**基于资源基础论的内部资源整合路径、基于社会网络理论的外部资源整合路径，以及基于生态系统理论的内外部资源整合路径**。其中，内部资源整合路径又分为三种类型：稳定型的内部资源整合路径，此时用户作为信息提供者；完善型的内部资源整合路径，此时用户作为合作开发者；开拓型的内部资源整合路径，此时用户作为创新者。外部资源整合可通过构建联盟环境、组合组织间关系及形成联盟组合来实现。最终，要实现内外部资源整合，可采用构建生态系统的方式。

5. 物流平台企业数据赋能、价值共创与绩效关系

基于前文关于平台型企业的内涵与特征、赋能机制、内外部价值创造等的分析，本文研究数字经济背景下，**数据赋能对物流平台企业绩效的影响路径，以及价值共创发挥的中介作用**。本研究通过发放**调查问卷**的方式收集数据，随后对所获数据进行严谨分析，旨在深入探究数据赋能、价值共创与企业绩效之间的关联性。进一步，我们运用**结构方程模型**方法，系统剖析数据赋能对企业绩效的具体影响路径。研究结果显示，价值共创在数据赋能与企业绩效之间的关系中起到完全中介效应，即数据赋能通过激发价值共创活动，间接提升了企业绩效。同时，大数据等新一代数字技术的有效应用被证实能够显著提高物流平台企业的资源转化效率及资源整合能力。换言之，物流平台企业若能精准把握并有效运用数字技术，将有望推动企业绩效的提升。

6. 结论与对策建议

本文紧紧围绕“**数字创新驱动平台型企业商业模式与价值共创**”，探究价值创造高效转化规律以提升企业绩效。根据新颖、效率、互补与锁定等属性特征，考虑利益相关者和环境约束，设计不同情境下的数字创新驱动平台型企业商业模式创新并提出发展对策。一方面，为政府推进“双创”高质量发展战略、推动区域创新创业升级提供了坚实的理论指导和战略指向；另一方面，也为企业在应对数字化转型浪潮时，提升所需的关键能力与构建战略性竞争优势提供了富有启发性的新思路。

1.2.2 研究框架

本文立足于数字经济时代背景，关注大数据、云计算等智能化信息技术或工具的广泛应用及其所带来的影响，从数字创新驱动平台型企业内涵及特征、数字赋能机制分析、价值共创的实现机理与实现路径展开分析，并基于此，具体分析物流平台企业数据赋能、价值共创与绩效关系等，由此提出数字创新赋能平台型企业发展的对策与政策建议，为我国“数字中国”战略及

“大众创业、万众创新”战略实施提供科学依据与政策建议。

1.2.3 研究方法与流程

1. 研究方法

(1) **文献追踪**。本研究密切关注国内外数字驱动平台型领域的最新研究成果，系统梳理相关理论进展，以期为本文研究提供坚实的理论支撑和有益的借鉴。已有的国内外研究理论和成果能够为本文的研究提供理论参考和依据。因此，本文将密切关注国内外一流学府、研究机构和团队在该领域的研究进展。我们对发表在国内外重点学术期刊和国际会议上的影响力较高的文章进行重点关注研究；重点关注国内外数字驱动平台型企业的用户参与和价值共创案例，并对这些案例进行全面的分析总结，进而丰富相关的理论成果，以形成数字驱动平台型企业实现价值共创的基础理论。

(2) **纵向案例分析**。本文选取了多个国内外数字驱动的平台型企业典型案例进行研究，通过多元统计分析、计量经济学建模，以及机器学习等相关方法，得到数字创新驱动下的平台型企业赋能机制、实现用户参与和价值共创的关键要素及关键机制。同时，通过案例与实证分析，提取关键影响变量，利用实际数据，验证理论模型的正确性，并探究实现数字创新驱动的平台型企业商业模式成功的对策，为促进数字创新驱动下平台型企业的发展提供依据。

(3) **扎根研究和文本分析法**。通过对典型企业的访谈和问卷调查，获取丰富的一手数据。综合运用扎根研究与文本分析法对所获数据进行分析，概括提炼数字创新驱动的内涵及关键特征，在此基础上，进一步识别数字创新驱动的平台型企业用户参与和实现价值共创的核心要素并研究其动态演化，对数字创新驱动平台型企业价值共创机理进行定性研究，主要探讨数字创新驱动的赋能机制核心要素、商业模式和价值共创对平台型企业创建及成长的影响。

(4) **实证分析**。基于相关文献与实地调研，本研究精心设计调查问卷并收集相关数据，之后运用相关分析对所获数据进行深度挖掘与整理，旨在揭示数据赋能、价值共创与企业绩效之间的内在关联性。进一步，我们运用结构方程模型这一强大统计工具，精确刻画数据赋能对企业绩效产生影响的具体路径。

2. 研究流程

如图 1-1、图 1-2 所示，就研究技术路线而言，我们构建了数字创新驱动平台型企业的价值共创机理与实证模型。基于此，对于数字创新驱动平台型企业的内涵和特征进行分析和总结，并将大数据赋能理论与平台案例研究相

结合，以探索数字创新驱动平台型企业的赋能机制；从用户参与和价值共创角度深入研究数字创新驱动平台型企业的实现机理和路径，并在研究赋能机制、价值共创实现机理和实现路径的基础上，对物流平台企业数据赋能、价值共创与绩效进行研究，为数字创新驱动的平台型企业实现价值共创的影响因素、过程、模型与支持系统提供相应的对策与政策建议。

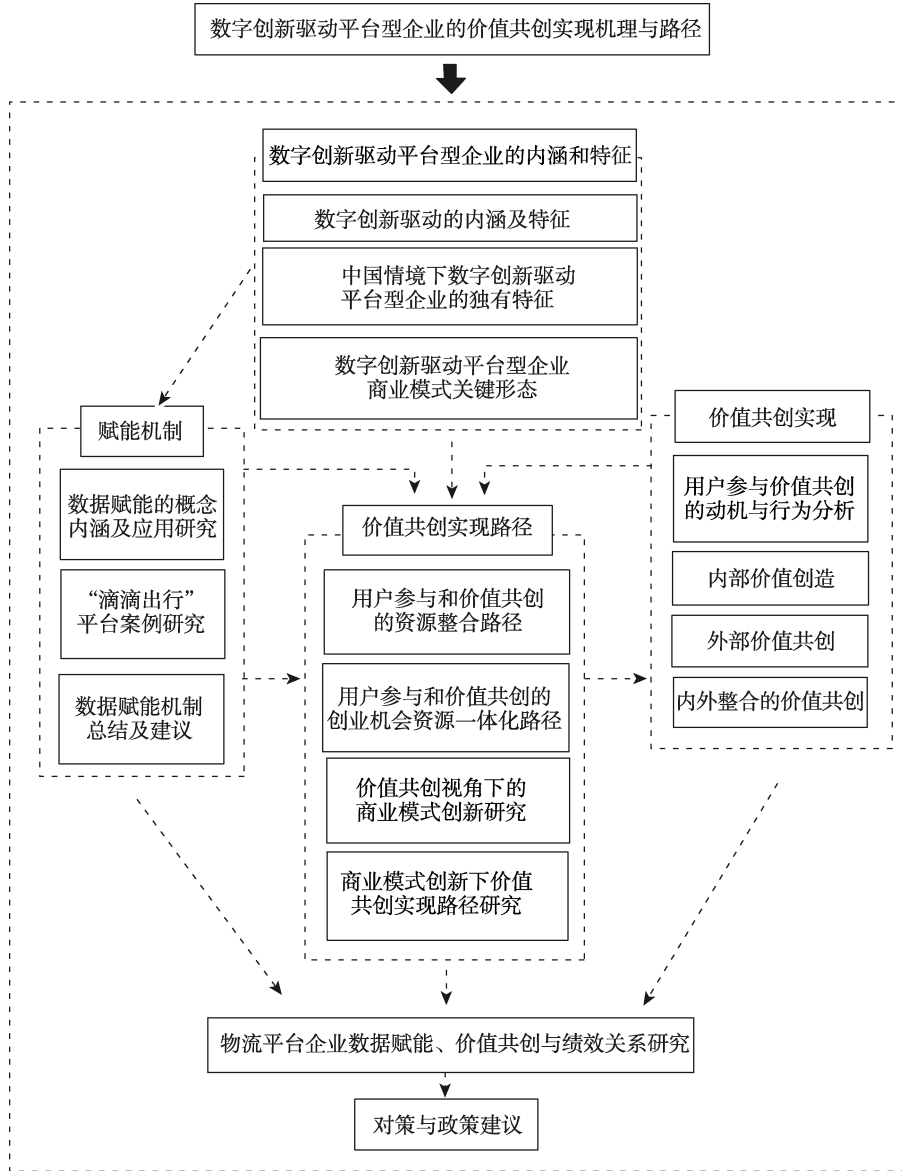


图 1-1 研究框架图

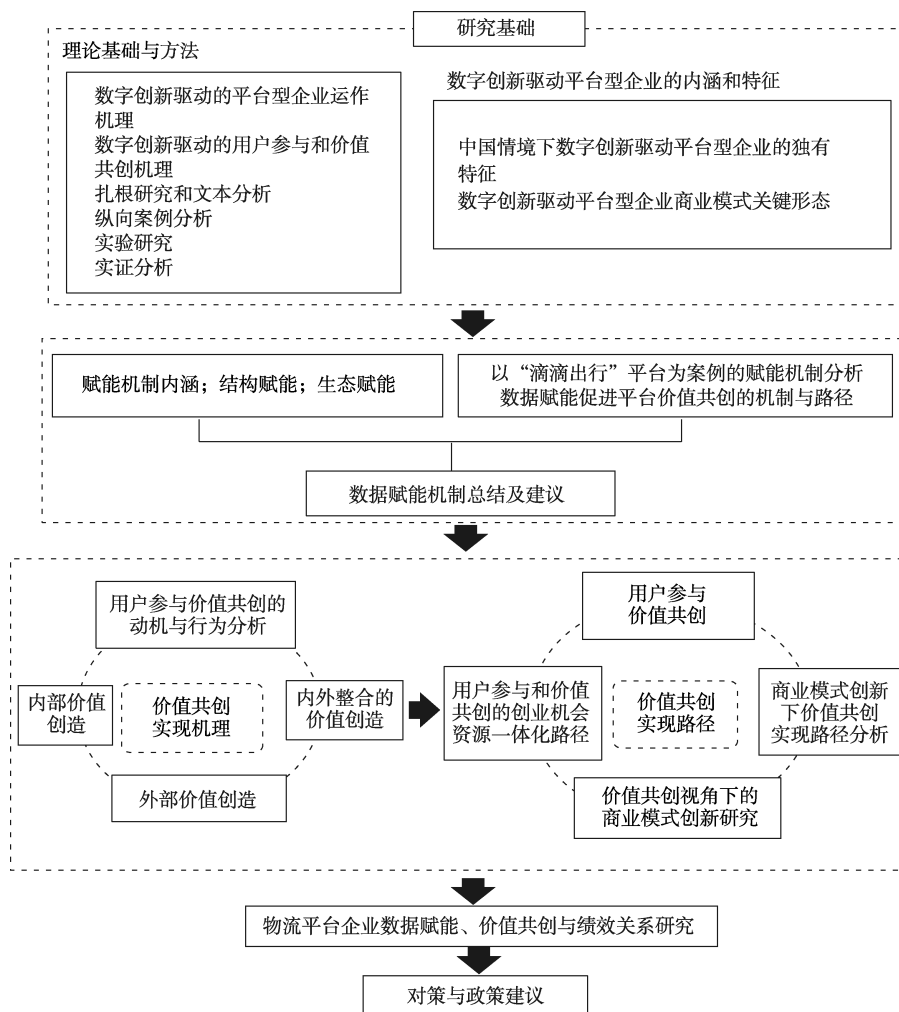


图 1-2 研究技术路线图

1.3 研究的难点、重点和创新之处

1.3.1 研究的难点和重点

1. 厘清数字创新驱动的平台型企业赋能机制

随着数字经济和技术的发展，数字创新为平台型企业的成长带来了前所未有的机遇。如何聚焦数字创新驱动的平台型企业价值赋能，揭示其内涵及特征，识别并构建相关创业核心要素及其匹配组合、演化互动机制，探索平

台型企业商业模式的创新及成长机理,聚焦于数字时代特有的数据赋能机制,对“滴滴出行”平台进行案例分析,从连接能力、智能能力和分析能力三个角度探析数据如何对滴滴平台赋能,并量化评估这些能力提升对平台整体运营效率与服务质量的影响,数据赋能如何实现平台型企业创新优势、促进平台型企业成长、突破资源约束、实现资源重构等问题,是本文开展研究首要解决的关键科学问题。

2. 揭示数字创新驱动的用户、平台型企业及其他利益相关者价值共创的协同演进机制

数字技术彻底改变了用户在价值链上的角色与地位,用户从被动接受者,变成了主动参与者甚至主导创造者。在数字创新驱动下,如何更好地激发用户在价值创造中的能动性,正确科学地识别数字技术中用户参与平台型企业价值共创的动机、影响因素及动机对行为的驱动,特别注意对需求、动机、目标和期望价值等概念的区分;平台型企业如何突破传统的管理思维,有效利用数字技术工具,设置、优化用户参与机制,并根据数字演进阶段特征进行自适应调整,实现与用户等生态系统成员的协同演进,构建最优的资源整理路径;如何更准确地识别用户嵌入场景后所创造出来的场景价值,实现用户参与和价值共创下机会资源一体化,是将用户纳入平台型企业创业,实现多主体价值共创的关键。

3. 探究数字驱动平台型企业价值共创的实现机理与实现路径

从数字创新驱动的新商业模式赋能机制设置出发,对顾客赋能机制、平台赋能机制和生态赋能机制进行研究和设计。同时,通过分析新企业内部、外部及内外整合的价值创造过程,研究数字创新驱动的平台型企业商业模式,并对不同情境下的商业模式进行适应性设计。

1.3.2 研究的创新之处

(1) 研究对象的创新。本研究基于现有学者工作的基础上,对数据赋能的三大核心能力——连接能力、智能能力与分析能力进行了深度剖析,探讨了结构赋能数据的作用及平台型企业生态赋能的重要意义,从而对以往研究进行了补充。

(2) 理论框架的创新。本文以数字创新驱动的平台型企业价值共创为对象,展开专门的用户参与动机、行为的研究,深入分析数字经济时代平台型企业内部及外部价值创造过程,并对内部价值共创与外部价值共创融合开展了研究。同时,还具体分析了企业商业模式创新的内外整合价值创造过程,

为适应性地设计平台型商业模式提供了理论基础。

(3) 研究视角的创新。考虑到用户参与这一行为改变了原有资源与机会之间的关系，我们将用户纳入机会资源一体化路径，旨在明晰用户参与价值共创的动机及其驱动行为，探究用户参与和价值共创二者双向交互机制，厘清二者如何嵌入生态系统实现协同演进。同时，探索数字创新驱动下基于场景的价值共创挖掘路径、用户和企业最优的资源整合路径，以及用户参与和价值共创的机会资源一体化路径。