

平台经济发展观察

(2024 年)

中国信息通信研究院政策与经济研究所

2024年7月

版权声明

本报告版权属于中国信息通信研究院，并受法律保护。转载、摘编或利用其它方式使用本报告文字或者观点的，应注明“来源：中国信息通信研究院”。违反上述声明者，编者将追究其相关法律责任。

前 言

1994 年，我国实现了与国际互联网的全功能连接，互联网时代就此开启。三十年来，中国互联网发展取得显著成就，从网络大国阔步迈向网络强国。平台经济作为诞生于互联网时代最具代表性的新经济形态，在优化社会资源配置、创新经济发展动能、畅通经济内外循环中发挥着重要作用。值此互联网 30 年之际，我们以平台经济的昨天、今天和明天为主线，回顾我国平台经济从萌芽起步、成长壮大、高速增长再到转型发展的阶段历程，重新总结和认识我国平台经济从 PC 互联网、移动互联网一路走来年的发展逻辑，理解和展望人工智能时代平台经济的新动能、新图景。

进入 2023 年，我们梳理总结了全球平台经济发展态势。在多重挑战交织叠加影响下，全球经济增长动力持续回落，但在人工智能热潮带动下，全球平台经济价值规模逆势反弹，给重振全球经济注入一剂强心剂。截至 2023 年底，全球市场价值超百亿美元互联网平台企业共 59 家，价值规模共计 12.9 万亿美元，同比增长 42.0%。其中，头部 5 家平台企业市值同比上涨 73.6%，对全球平台经济市值规模增长贡献率达 102%，在全球平台经济的绝对主导地位进一步巩固。同时，在资本加持下，人工智能独角兽快速崛起，数量超越电子商务位列前三，金融科技、软件服务等科技企业数量则稳居前二。从我国情况来看，2023 年国民经济回升向好，消费市场持续回暖。头部平台企业经营情况明显好转，市值排名前十的上市平台企业总营收为 3.6 万亿元，同比增长 12.7%，增速由降转升；总净利润达 3854.4 亿人民币，

同比增长 42.4%，增速较上年增长 22.8 个百分点。同时，平台企业在国际化、产业互联网转型等方面取得亮眼成绩，推动经济复苏、培育发展新质生产力的引擎作用进一步凸显。但资本市场表现仍不乐观，平台企业市值规模和数量呈下降态势，市场信心仍有待提升。

纵观 2023 年，平台经济发展机遇与挑战并存。技术层面，人工智能技术的创新迭代、商业化应用显著提升各领域的运营效率，推动平台商业模式创新。数据层面，全球数据要素市场建设进一步提速，平台企业作为数据要素价值释放的关键主体，其数据价值在大模型研发、数实融合发展中得到进一步挖掘。资本层面，平台型企业融资吸引力处于历史低位，其中中国资本市场结构发生改变，美元资本加速退出，人民币基金占主导地位。监管层面，全球互联网平台监管规则持续完善，人工智能成为数字市场竞争监管新焦点。

展望未来，人工智能技术的飞速发展将引领经济社会加快迈向全方位、深层次的智能化，给平台经济带来新的技术变革和模式变革。掌握着大数据、大算力和优秀人才的互联网平台企业已经成为人工智能创新的重要推动力量和前沿引领者，在向高质量发展转型的关键当口，更需要紧紧抓住技术变革机遇，利用好政策窗口期，不断突破创新。在新时代新征程上，平台经济大有可为。

目 录

一、我国平台经济发展历程.....	1
(一) 平台经济萌芽阶段：技术和资本推动互联网平台兴起.....	2
(二) 平台经济成长阶段：用户规模效应推动平台商业繁荣.....	3
(三) 平台经济扩张阶段：移动互联网的发展红利充分释放.....	4
(四) 平台经济转型阶段：智能时代激发平台新动能新变革.....	5
二、2023 年平台经济发展概览.....	6
(一) 全球平台经济规模呈增长态势.....	6
(二) 我国平台经济基本面明显好转.....	10
(三) 平台企业创新驱动进一步增强.....	13
(四) 人工智能领域独角兽快速崛起.....	15
三、平台经济发展热点.....	17
(一) 人工智能成为生产力重要引擎，推动平台商业模式创新.....	17
(二) 全球数据要素市场化建设加速，平台数据价值不断释放.....	19
(三) 平台型企业融资难度不断提高，中企融资结构明显变化.....	22
(四) 全球互联网平台监管持续推进，人工智能是监管新焦点.....	24
四、平台经济发展展望.....	28
(一) 人工智能全面带动产业创新发展.....	28
(二) 数字市场监管仍将聚焦平台巨头.....	28
(三) 中国平台企业引领发展大有可为.....	29
(四) 中国平台经济迎来新政策窗口期.....	30

图目录

图 1	我国平台经济发展历程.....	2
图 2	2018-2023 年全球价值超百亿美元平台企业情况	7
图 3	2022-2023 年全球前五家平台与其他平台价值总额对比	8
图 4	2023 年全球价值超百亿美元平台企业地区分布情况.....	9
图 5	2023 年全球价值超百亿美元平台企业领域分布情况.....	10
图 6	中国市值前十名互联网平台近三年营收增速.....	11
图 7	2018-2023 年中国价值超十亿美元平台企业情况	13
图 8	2018-2023 年全球市值前十平台企业研发投入情况	13
图 9	2019-2023 年全球独角兽数量及增速	16
图 10	平台企业成长周期演变趋势.....	18
图 11	2013-2023 年全球风险投资不同商业模式占比情况	22
图 12	2018-2023 年中美头部平台企业短期资产占比	24

表目录

表 1	2023 年全球数字平台主要立法情况不完全统计.....	25
-----	------------------------------	----

一、我国平台经济发展历程

2024 年，是我国全功能接入国际互联网的第 30 年。三十而立，我国互联网发展取得了举世瞩目的成就，实现了从无到有、从弱到强的跨越式发展。我国从网络大国向网络强国阔步迈进，建成了全球规模最大、技术领先的网络基础设施，新应用新模式新业态蓬勃兴起。互联网与经济社会各领域融合加速，给人们的生活带来巨大变化。正是在这一时期，互联网平台作为一种不同于传统工业经济的产业组织模式，在世界范围内日渐崛起，影响力与日俱增，平台化成为数字时代最突出的商业变革之一，平台经济也成为数字经济最重要的组成部分。

平台并不是一个新的概念，但是在网络和数字技术的支撑下被赋予了新的内涵。互联网平台是一种通过网络信息技术，使相互依赖的双边或多边主体在特定规则下交互与匹配，以此共同创造价值的商业组织形态。平台经济则是以平台为主要载体，以信息基础设施为重要支撑，以数据资源为关键生产要素，通过信息技术连接、汇聚、整合多类市场主体和资源，基于互联网平台组织起来的各种经济活动的总称。回顾平台经济的发展历程，其崛起的驱动力不断演进和叠加，从 PC 互联网，到移动互联网，从大数据、云计算到人工智能，每一次技术进步都推动平台经济范围的极大扩张。除此之外，我国庞大的人口体量蕴藏着巨大的人口流量红利，丰富的应用场景带来了充满潜力的市场需求，都为平台商业模式的快速创新和投入商用创造了条件，使我国能够在互联网平台变革浪潮中抓住机遇，推动平台经济发展壮大，

成为驱动我国经济发展和创新的关键力量。总体来看，我国互联网平台经济的发展大致经历了四个阶段：



来源：中国信息通信研究院

图 1 我国平台经济发展历程

（一）平台经济萌芽阶段：技术和资本推动互联网平台兴起

2000 年前后，中国互联网迎来第一波发展浪潮，以门户网站为主的互联网信息平台孕育而生，我国平台经济开始萌芽。随着我国互联网迈入商用阶段，广阔的市场前景激发了中国互联网发展的第一波热潮。在网络设施加速规模化带动下，中国网民数量快速增长，2000 年 12 月增加到 2250 万人，2005 年我国网民数量突破 1 亿人，跃居世界第二位。与此同时，互联网信息服务管理制度体系初步形成，增值电信业务扩大开放，VIE 架构等制度设计有力激发民营企业创新活力，打通产业链创新链资金链。新浪、网易、搜狐、腾讯、百度、阿里巴巴等主要互联网平台企业孕育而生、快速成长，中国互联网信息服务业逐步形成，PC 时代的平台模式开始兴起。

从全球来看，2000 年左右，围绕美国司法部对微软公司的反垄断

指控，国外一些学者注意到了这种基于“双边市场”的全新的商业模式，并用“平台”来分析，平台的概念开始越来越多的出现在学术研究和商业分析中。可以看出，在此阶段，我国互联网企业技术商业模式还主要借鉴海外，叠加适应本土市场的技术创新并快速发展。互联网平台的核心作用主要体现在连接双边市场、促进信息沟通、降低交易成本等方面。如电商网站连接了买家与卖家双边用户，提高了双方匹配效率。此时的互联网平台盈利模式较为单一，主要是广告，其市场影响尚未明显体现，但也正是在这一时期初步奠定了我国平台经济的产业发展形态。

（二）平台经济成长阶段：用户规模效应推动平台商业繁荣

2007 年前后，用户规模效应初步形成，头部平台企业迅速崛起，我国平台经济开始初具规模。这一时期，我国网民规模迅速扩大，2008 年 6 月达到 2.53 亿，跃居世界第一。到 2008 年末，我国网民规模达到 2.98 亿，互联网普及率达 22.6%，超过全球 21.9% 的平均水平，初步形成互联网发展的用户规模效应，为平台经济的繁荣发展奠定了坚实的用户基础。在此期间，百度、阿里巴巴、腾讯等互联网企业市值均在 2007 年超过百亿美元，在搜索引擎、电子商务、社交网络等领域的领先格局基本形成，成为我国最具代表性的大型互联网平台企业，跨入世界一流互联网企业阵营。

这一时期，互联网平台的价值核心逐渐由搭建信息平台转向商业生态建设，各企业纷纷开始通过开放平台资源形成商业生态的模式加

强其核心优势。例如阿里巴巴的“大淘宝战略”，腾讯构建的社交开放平台体系，百度基于网页搜索应用的开放平台等。相应地，孵化高价值商业生态业务成为平台发展目标之一，商业分成等盈利模式不断丰富，也为下一阶段真正形成超级互联网平台生态埋下伏笔。

从全球来看，在 PC 互联网时代，微软凭借桌面操作系统形成的平台生态，成为最成功的平台企业，自 2008 年起在全球市值排名前十中占据一席之地。2009 年，凭借 iPhone 及 App Store 的创新，苹果迅速构建了智能终端平台生态并大获成功，成为第二家跻身全球市值排名前十的平台企业，移动互联网时代正式开启。

（三）平台经济扩张阶段：移动互联网的发展红利充分释放

2010 年前后，我国智能移动设备开始普及，互联网与经济社会各领域加速融合，平台经济规模快速扩张。正是移动互联网的蓬勃发展，推动全球平台经济真正走进了世界经济舞台的中央，更为我国平台经济带来了发展黄金期，推动我国成为全球平台经济最活跃的经济体之一，平台经济规模跻身全球第二。移动互联网的发展红利主要体现在三个方面。一是网络和技术红利。这一时期，我国移动通信网络完成了从 3G、4G 到 5G 的赶超，在“宽带中国”、提速降费等一系列政策措施支持下，移动宽带网络不断增速提质，云计算等新型信息基础设施建设步伐加快，智能算法等信息技术创新活跃，为互联网平台应用的不断丰富和用户体验的持续改善奠定了重要基础。二是人口红利。2012 年我国网民总数已达到 5.64 亿，其中手机网民数量首次超过台

式机网民数量。庞大的网民规模使很多应用可以迅速获得上千万、甚至上亿活跃用户，为平台企业能够快速发挥网络效应提供了机会。三是场景优势。移动互联网的“泛在化”推动线上线下融合加速，我国部分传统领域市场组织效率不高，存在一些信息不对称或交易成本较高的领域，为平台经济新模式新业态快速兴起提供了广阔市场机会。一大批移动互联网原生平台企业快速崛起，如滴滴出行、美团点评、今日头条、微博、拼多多等均在 2010 年以后兴起，并迅速发展为超大型平台企业。BAT 等传统互联网平台企业也通过资本运作、战略合作、流量开放等方式深入各个领域，发展成为超级互联网生态企业。2012 年至 2020 年，我国市场价值超百亿美元的大型平台企业数量增长明显加快，平均每年新增 4 家。“互联网+”、工业互联网等文件的出台进一步推动互联网平台与实体产业融合加深，工业互联网平台加快成长，ToB 各领域细分赛道涌现出一批产业互联网独角兽平台，成为助力传统产业数字化转型升级的关键力量。

（四）平台经济转型阶段：智能时代激发平台新动能 新变革

2021 年以来，我国平台企业加速向新发展逻辑转型，平台经济由高速增长进入高质量发展新阶段。经过二十余年的孕育成长，我国平台经济大致发展形成了三大类平台：消费互联网平台，主要面向生活消费领域开展信息聚合、交互与匹配等活动；工业互联网平台，主要面向生产制造领域开展要素连接、数据汇聚、资源配置等活动，并向第一、二、三产业延伸融通；计算能力平台，主要提供算力、应用开

发等通用技术能力支撑和操作系统运行环境¹。当前，我国消费互联网平台领域已经进入成熟期，企业加速向新发展逻辑转型，市场扩张方式、业务拓展方略和产业投资方向开始发生积极的结构性变化，企业全球市场拓展全面加速，产业转型步伐加快，科技创新投入加大。与此同时，我国工业互联网平台发展驶入快车道，通用算力服务已颇具规模，智能计算平台尚在起步期，为平台经济带来新的增长空间。

新发展阶段，技术创新成为平台经济最重要的增长动力，特别是随着人工智能技术飞速发展，引领经济社会发展加快迈向全方位、深层次的智能化变革，蕴含巨大发展空间。掌握着大数据、大算力和优秀人才的互联网平台企业已经成为人工智能创新的重要推动力量和前沿引领者，新的平台产品和商业模式应运而生，围绕人工智能的技术和应用创新将为平台经济高质量发展提供新的动力源泉。

二、2023 年平台经济发展概览

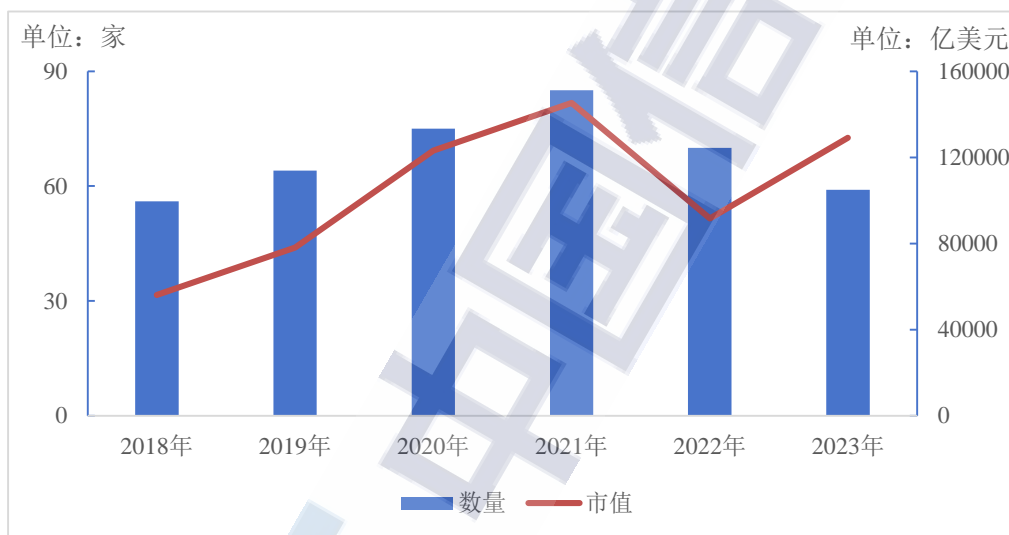
2023 年以 ChatGPT 等为代表的人工智能大模型飞速发展给全球平台经济增长带来新一波增长红利。在 AI 热潮驱动下，平台企业继续加大创新投入，人工智能独角兽企业迅速崛起。

（一）全球平台经济规模呈增长态势

全球价值超百亿美元平台数量有所下降，价值规模强势反弹。平台数量方面，截至 2023 年底，全球市场价值超百亿美元互联网平台数量为 59 家，较 2022 年减少 9 家。其中，美国 23 家，同比减少 3 家；中国 22 家，同比减少 7 家；印度 5 家，同比增加 3 家；韩国 3

¹ 上述三类平台均指相应类别中具有双/多边用户的互联网平台。

家，同比减少 1 家；新加坡 2 家，阿根廷、荷兰、瑞典各 1 家，同比无变化；土耳其由 0 家增至 1 家。市场规模方面，全球百亿美元以上平台企业价值总额在 2022 年经历短暂下降后，2023 年同比增长 3.8 万亿至 12.9 万亿美元，增幅达 42.0%，价值规模与 2020 年基本持平。其中，美国平台企业价值规模共计 10.8 万亿美元，同比增长 60.4%；中国共计 1.2 万亿美元，同比下降 19.5%；印度共计 963 亿美元，新进入 3 家企业带动市值总和同比增长 194.5%。



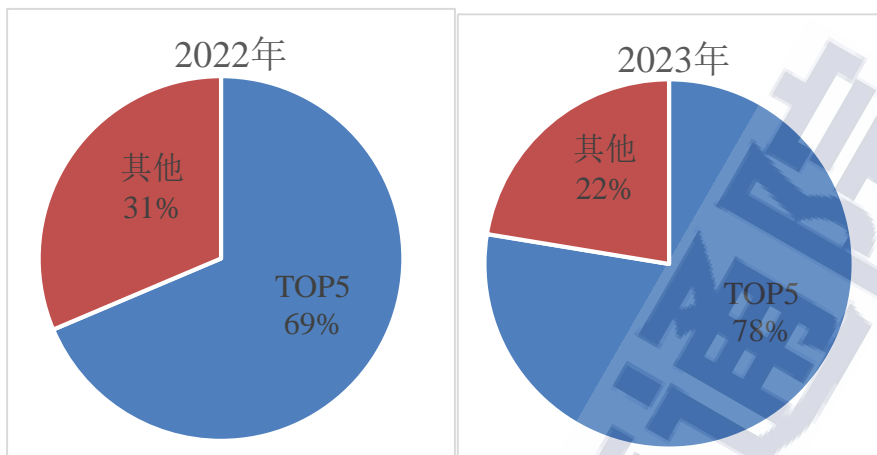
来源：中国信息通信研究院监测

图 2 2018-2023 年全球价值超百亿美元平台企业情况

AI 热潮助推美头部平台企业领涨全球。2023 年以来，在人工智能热潮、美联储下半年暂停加息推动下，美国头部平台企业市值强劲反弹。截至 2023 年 12 月底，TOP5 的头部平台企业²总市值为 10.0 万亿美元，同比上涨 73.6%，占全球平台经济价值规模的比重由 2022 年的 68.6% 上升至 77.6%，市场地位进一步上升。同时，对全球平台经济市值规模增长贡献率达 102%，其他平台贡献率为 -2%，表明全球平

² 苹果、微软、谷歌、亚马逊、Meta。

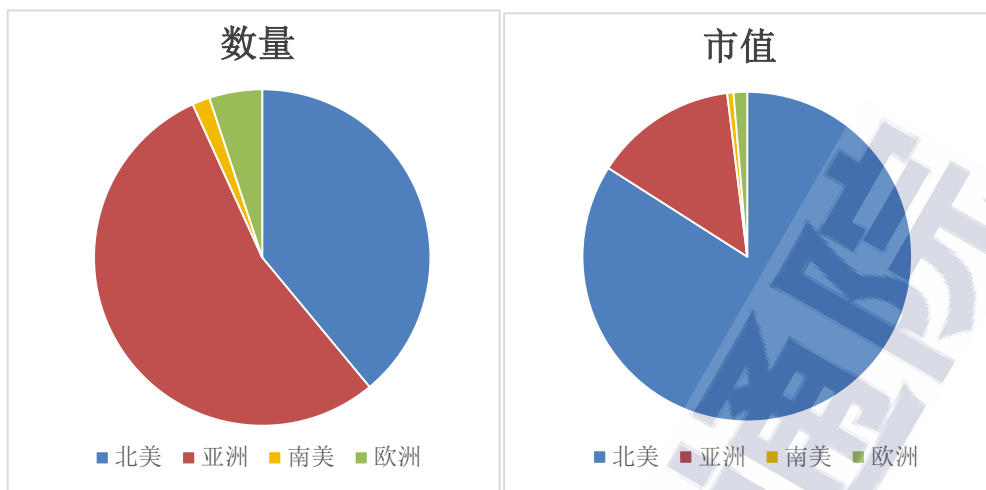
台经济规模增长主要是由 5 家头部平台带动。



来源：中国信息通信研究院监测

图 3 2022-2023 年全球前五家平台与其他平台价值总额对比

分地区来看，平台数量方面，亚洲超百亿美元平台数量最多，共 32 家；其次是北美洲，平台数量共 23 家；欧洲平台共 3 家，南美洲平台仅 1 家。价值规模方面，北美平台价值规模最大，共 10.8 万亿美元；其次是亚洲，共 1.8 万亿美元；欧洲约为 1722 亿美元；南美洲 799.4 亿美元。从占比变化看，北美洲，也就是美国企业数量和市值占全球比重均有所上升，较 2020 年分别增长 3%、12%，在全球平台经济优势地位进一步巩固；亚洲企业数量和市值占全球比重较 2020 年则分别下降 4%、12%；南美和欧洲占比近几年无较大变化。



来源：中国信息通信研究院监测

图 4 2023 年全球价值超百亿美元平台企业地区分布情况

分领域来看，全球百亿美元以上平台企业中，电子商务平台数量最多，共有 14 家；其次是社交网络，共 8 家；数字媒体 7 家、本地生活、金融科技领域各 5 家，以上五个领域占据全部超百亿美元平台数量的 66.1%。从市值变化来看，有八个领域实现正增长，其中交通出行领域增长率最高，达 98.8%；其次是社交网络，增长率为 81.2%。五个领域出现负增长，尤其是在 2022 年获得高速增长医疗健康、在线教育等领域市值规模有所回落，其中，医疗健康同比下降 60.9%，在线教育同比下降 30.7%。此外，本地生活领域降幅也较为显著，达 45.8%。



来源：中国信息通信研究院监测

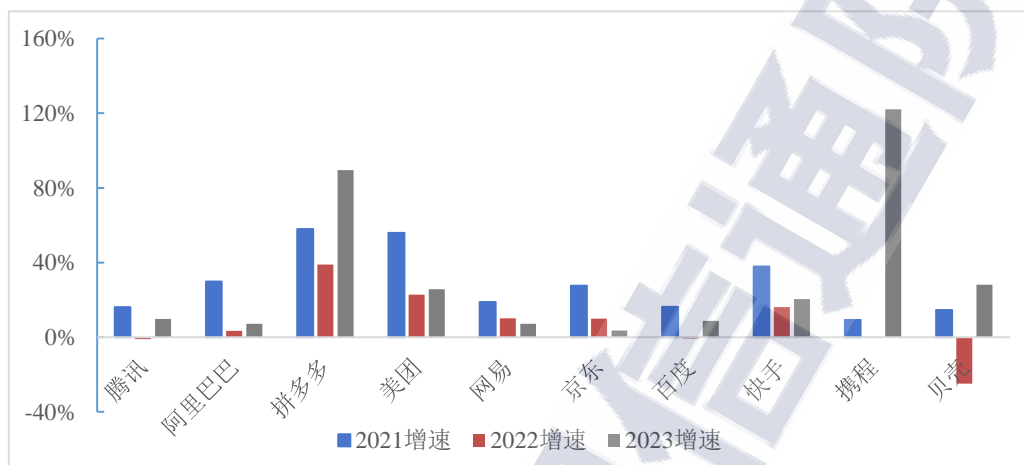
图 5 2023 年全球价值超百亿美元平台企业领域分布情况

（二）我国平台经济基本面明显好转

头部平台企业营收重回增长曲线，盈利质量全面提升。2023 年，随着我国经济回升向好、支持性政策陆续出台，我国平台经济经营基本面明显好转。营业收入方面，市值排名前十的上市平台企业³总营收为 3.6 万亿人民币，同比增长 12.7%，增速由降转升，较上年增长 6.2 个百分点。分企业来看，除京东、网易营收增速小幅下滑外，各企业营收增速均实现由降转升，如携程营收增速上涨最大，同比增长 122 个百分点至 122.1%，其次是贝壳、拼多多分别同比增长 53.1 和 50.6 个百分点至 28.2%、89.6%。经营利润方面，企业自上年采取的一系列成本优化举措成效显著，市值排名前十的平台企业总净利润达 3854.4 亿人民币，同比增长 42.4%，增速较上年增长 22.8 个百分点。平均毛利率为 47.2%，同比增加 2.6 个百分点，盈利能力明显改善。

³ 截至 2023 年底，市值排名前十企业为腾讯、阿里巴巴、拼多多、美团、网易、京东、百度、快手、携程、贝壳。

分企业来看，美团、快手、贝壳实现扭亏为盈，携程净利润涨幅最高，达 606.9%，其次是阿里巴巴、百度、京东、拼多多净利润分别同比增长 203.6%、168.8%、132.9%、90.3%。



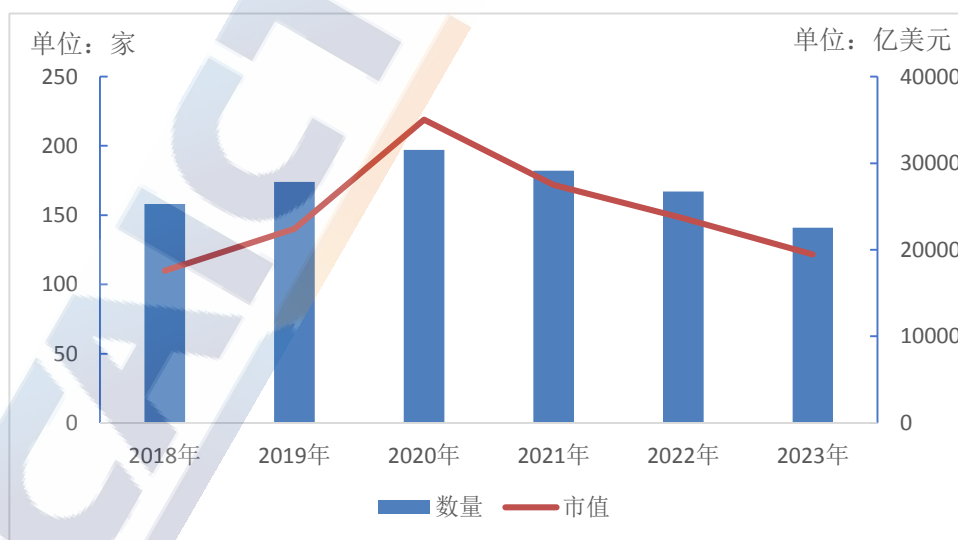
数据来源：中国信息通信研究院监测

图 6 中国市值前十名互联网平台近三年营收增速

平台主营业务强势复苏，国际化和产业互联网转型步伐进一步加快。广告收入恢复增长态势。2023 年，广告业务作为平台的主要收入来源实现大幅增长，如腾讯网络广告收入为 1014.8 亿元，增长 22.7%，创 2019 年以来最快增速；拼多多在线营销服务收入达 1535.4 亿元，同比增长 49.5%，占总收入的 62%；美团、百度线上营销服务收入分别同比增长 31.7%、8.0%，分别占总收入的 53.1%、55.8%。国际业务成为平台企业新增长引擎。2023 年，腾讯国际市场游戏收入同比增长 14%至 532 亿元，在游戏总收入占比首次提升至 30%。阿里国际数字商业营收四季度同比增长 40%，在六大版块业务中增速最快。跨境电商增长亮眼，据海关测算，中国跨境电商 2023 年进出口总额 2.4 万亿元，增长 15.6%。规模占外贸比重由 5 年前的不足 1%上升到 5%左

右。ToB 业务创收盈利能力稳步提升。阿里云年度营收超千亿，经调整 EBITA 利润为 45.5 亿元，同比增长 246%。腾讯云等金融科技及企业服务业务收入同比增长 15.1% 至 2037.6 亿元，收入占比达 33.5%，连续两年营收贡献第一。百度智能云自 2023 年起实现连续季度盈利，全年收入同比增长 6% 至 187 亿元。

资本市场表现不佳，市场信心仍有待提升。 尽管 2023 年企业经营基本面呈现明显好转态势，但受市场对中概股信心不足、企业经营情况不及投资者预期等因素影响，在资本市场表现仍不乐观，大部分平台企业股价出现下跌或估值偏低。截至 2023 年 12 月底，我国市场价值超十亿美元的互联网平台企业共 141 家，较上年减少 26 家；价值规模为 2.0 万亿美元，同比下降 17.6%，在 2022 年收缩 16.3% 的基础上继续下探。价值排名前十家平台企业⁴的价值规模总计约 1.4 万亿美元，同比下降 16.2%。其中，拼多多、网易和百度市值实现上涨，涨幅分别为 88.6%、23.7%、4.9%。



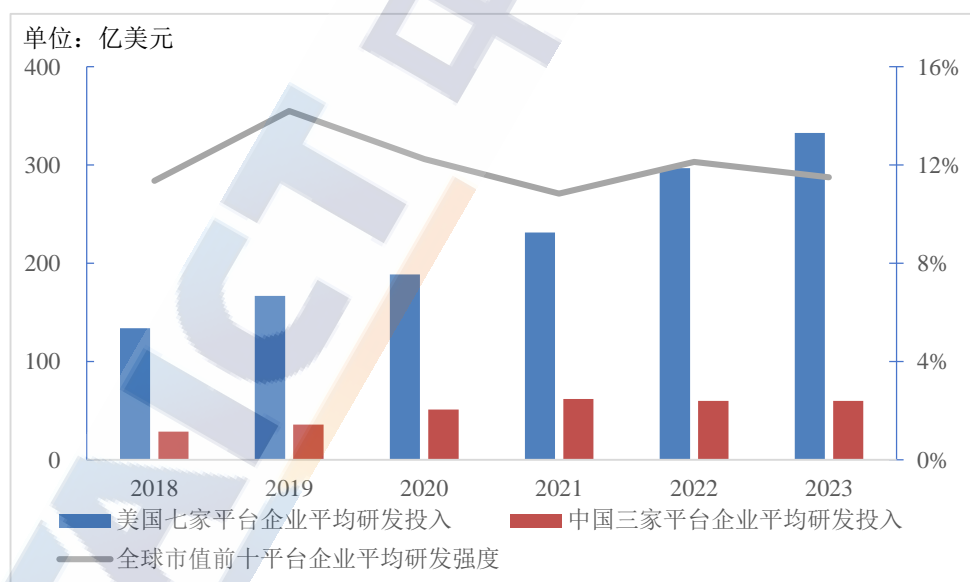
⁴ 腾讯、抖音*、阿里巴巴、拼多多、蚂蚁集团*、SHEIN*、美团点评、网易、京东、百度，其中带*企业为独角兽企业。

来源：中国信息通信研究院监测

图 7 2018-2023 年中国价值超十亿美元平台企业情况

（三）平台企业创新驱动进一步增强

头部平台企业研发投入持续增长。全球市值排名前十的上市平台企业⁵研发投入共计 2507.6 亿美元，同比增长 11.0%。平均研发强度⁶为 11.5%。其中，十家平台企业有七家来自于美国，三家来自于中国。七家美平台企业平均研发费用为 332.6 亿美元，同比增长 12.0%，平均研发强度 13.5%；三家中国平台企业平均研发费用为 59.9 亿美元，与上年基本持平，平均研发强度 6.9%，高于中国同期 2.6%的研发经费投入强度。分企业来看，亚马逊研发投入最高，达 856.2 亿美元；增速也最快，同比增长 17.0%。其次是谷歌研发投入同比增长 15%至 454.3 亿美元。



来源：中国信息通信研究院监测

图 8 2018-2023 年全球市值前十平台企业研发投入情况

⁵ 苹果、微软、谷歌、亚马逊、Meta、腾讯、奈飞、阿里巴巴、拼多多、优步。

⁶ 研发强度=企业当年研发费用/当年营业总收入，平均研发强度为各企业研发强度的平均值。

平台加码人工智能等前沿科技领域投资。除依靠自主研发，平台企业同时加码人工智能等科技领域投资。从国内来看，2023 年，我国头部 10 家平台企业所投资领域集中于人工智能、游戏和医疗健康，其中在人工智能领域投资笔数占总量比重最高，为 25%，增长最多，提升 13 个百分点。其次是 VR 领域，占比提升 4 个百分点。分企业来看，腾讯在人工智能领域投资达 10 笔，新晋的 5 家 AIGC 独角兽⁷中，腾讯投资 4 家；阿里巴巴在下半年后密集投资了其中 3 家。百度则投资了 Genie AI、无问芯穹等 AI 企业。从国外来看，根据 CB insights 数据，美国头部平台企业投资集中于互联网和人工智能领域，合计占比达 63.5%。在人工智能领域，微软于 1 月向 OpenAI 追投十亿美元，是此前人工智能领域规模最大的一笔投资。2 月，谷歌通过投资 Anthropic 进军先进人工智能领域，截至 10 月累计投资额超 25 亿。另外还投资了 Runway、Hugging Face 等 4 家人工智能公司。9 月，亚马逊也宣布与 Anthropic 战略合作，并向其投资 40 亿美元，以在 AI 领域与微软和谷歌等竞争对手展开竞争。

平台企业前沿领域自主研发取得积极进展。随着研发资金的持续投入，企业在芯片、人工智能等科技领域研发进展加速推进，研发成果不断涌现。如在大模型领域，2023 年，OpenAI 迭代发布 GPT-4、GPT-3.5 Turbo、GPT-4 Turbo 等多款模型，2024 年 2 月发布 AI 视频生成模型 Sora，开辟文生视频新赛道。12 月，谷歌发布大语言模型 Gemini，在部分方面能力赶超 GPT-4。我国的百度、腾讯、阿里巴巴、

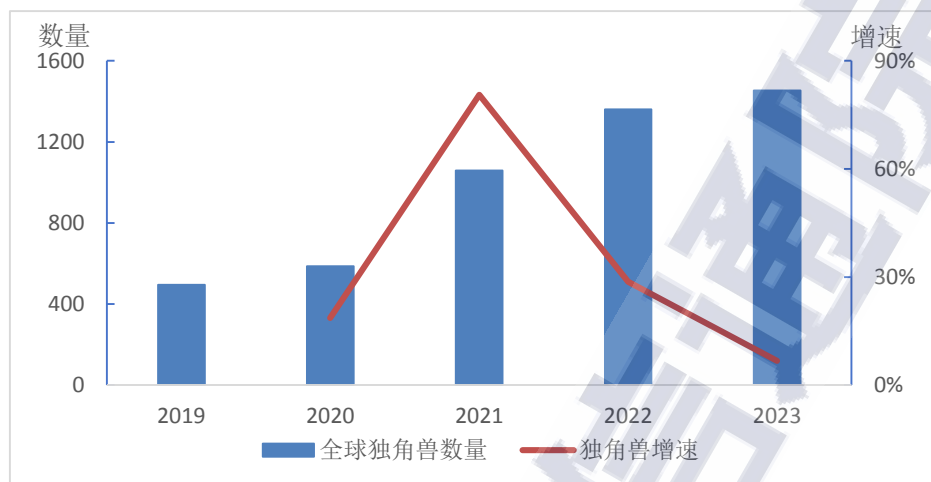
⁷ 数据来源，IT 桔子。智谱 AI、Minimax 名之梦、百川智能、光年之外、零一万物，其中光年之外被美团收购后退榜。腾讯投资前 4 家阿里投资了智谱 AI、百川智能、零一万物。

京东、抖音等平台企业均已发布 AI 大模型并落地应用。截至 2023 年 12 月，百度文心一言用户规模已超 1 亿，每月服务企业超 1 万家。阿里通义千问免费开放 1000 万字的长文档处理功能，成为全球文档处理容量第一的 AI 应用。在芯片领域，2023 年 11 月，阿里旗下半导体公司“平头哥”发布首颗 SSD 主控芯片镇岳 510，该芯片为云计算场景深度定制，时延比业界主流降低 30% 以上，误码率领先业内标杆，将率先在阿里云数据中心部署。腾讯自研芯片“沧海”在世界视频编码比赛中斩获 8 项全球第一，领先于行业 GPU 等标品硬件。

（四）人工智能领域独角兽快速崛起

人工智能独角兽数量超越电商跻身前三。根据胡润公布数据，截至 2023 年底，全球共有 1453 家独角兽企业，同比增长 6.8%。由于美联储加息及全球经济增速下滑带来的不确定性，风投市场降温，独角兽增量创下近年来新低，较 2022 年 303 家的增量下降幅度达 69.6%；总价值为 4.6 万亿美元，同比增长 7%，其中有 59 家价值在 100 亿美元以上。从国家分布看，独角兽企业分布在 53 个国家。其中，美国以 703 家独角兽领先，中国以 340 家位居第二，印度 67 家保持第三。新增独角兽有 37 家来自美国，24 家来自中国，31 家来自其他地区。从行业分布看，金融科技以 185 家独角兽领跑，其次是软件服务（139 家）位居第二，人工智能（115 家）超过电子商务，位居第三。金融科技新增独角兽 14 家，领先于人工智能、区块链和新能源（各 10 家）。得益于生成式人工智能的爆发，

人工智能独角兽估值快速上涨，如 OpenAI 以近 5700 亿人民币的价值增长领涨全球，成为全球第三大独角兽。



数据来源：胡润研究院

图 9 2019-2023 年全球独角兽数量及增速

中国硬科技赛道独角兽占据半壁江山。根据胡润公布数据，从企业数量看，近五年，中国独角兽数量从 206 家增至 340 家，其中 2021 年增速最快，为 32.6%；占全球独角兽数量比重从约 40% 下降至约 20%，新增数量占比从 23% 增至 26%。从估值和影响力看，近五年间，中国独角兽企业估值规模占比下跌近 15 个百分点，但在全球前十独角兽中，中美各占 4 席，字节跳动仍然是全球价值最高的独角兽。且中国独角兽在上市方面展现更大活力，2023 年，上市的 29 家独角兽公司中，中国有 18 家，多于美国的 5 家和世界其他地区的 6 家。从细分领域看，依靠资源整合和模式创新能力，我国独角兽在人工智能领域数量最多，为 37 家，较 2019 年增加 22 家，占比提升 3.6 个百分点。根据《中国独角兽企业发展报告（2024

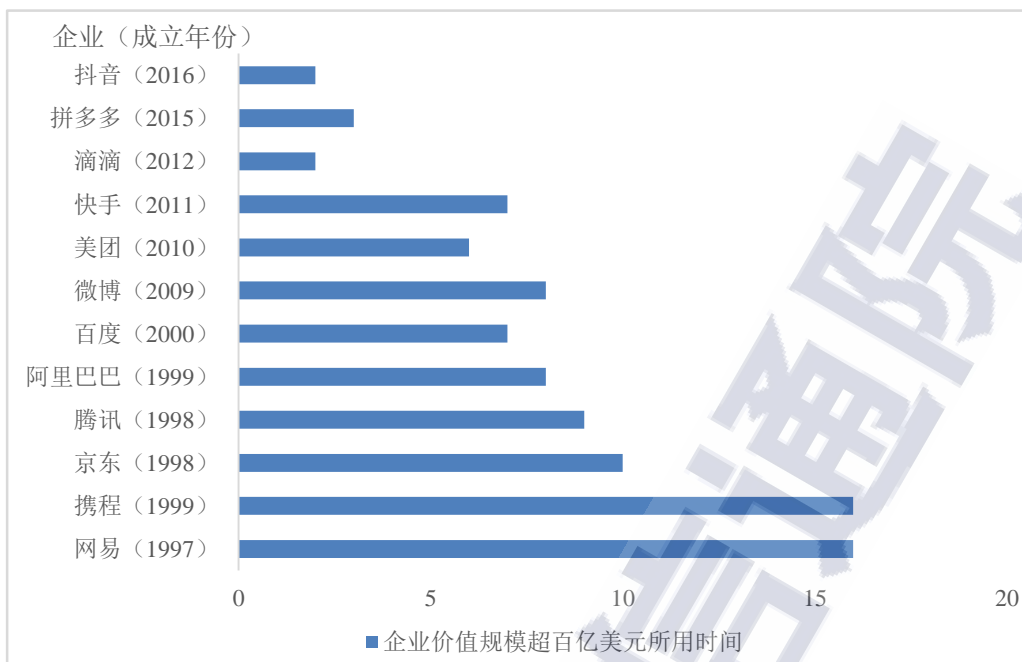
年）》，AI、量子科技、智能制造等“硬科技”赛道独角兽企业占我国独角兽总数的 6 成以上（62.6%）。

三、平台经济发展热点

2023 年，在技术、数据、资本、监管等影响平台经济发展的关键要素驱动下，全球平台经济迎来新的机遇和挑战。

（一）人工智能成为生产力重要引擎，推动平台商业模式创新

智能技术变革显著提升平台成长速度。平台成长周期不断缩短。随着互联网技术的不断演进升级，基于技术支撑构建的大型平台的成长周期不断缩短。据统计，网易、携程等我国早期互联网平台企业，从起步到市值/估值超过 100 亿美元，用了超过 10 年的时间；百度、阿里巴巴、腾讯也花了 7 至 9 年时间。而诞生于移动互联网时代的超大型平台的成长周期则普遍在 6 年以下，甚至仅需 2 至 3 年。用户增速不断加快。智能技术提高生产力、缩短企业成长周期的同时，用户增长速度也随之明显加快。据统计，早期诞生的脸书、YouTube 等社交媒体平台用户超过 1 亿，用了近 4 年时间。移动互联网时代的微信、TikTok、Instagram 等达到 1 亿级用户也需要 8-30 个月，如风靡全球的 TikTok 达到 1 亿用户用了 9 个月。而 ChatGPT 推出一周，即收获 100 万注册用户，仅用 2 个多月就达到了 1 亿用户，成为史上用户增长速度最快的消费级应用。国内的百度“文心一言”用户规模四个月内破 1 亿。讯飞星火认知大模型上线 14 小时，用户便突破 100 万。



来源：中国信息通信研究院监测

图 10 平台企业成长周期演变趋势

人工智能应用广度深度不断扩大。助力平台业务智能化升级。

平台企业将大模型与自身业务深度融合，平台运营质量和效率得到提升。如微软将 ChatGPT 融入全产品线，包括且不限于 Bing 搜索引擎、Office 全家桶、Azure 云服务、Teams 聊天程序等，用户体验明显改善。飞书发布“飞书智能伙伴”，在内容创作、数据分析、系统搭建等场景中提供智能翻译、自动问答等创新服务，产品智能化水平得到有效提升。钉钉正式接入“通义千问”大模型，目前已有 20 余条产品线、80 多个场景完成智能化改造，并在 70 余万家企业中推广应用⁸。腾讯会议和腾讯文档推出 AI 助手服务。携程发布大模型“携程问道”用于搜索和客服场景，经内测，智能升级后用户旅行决策时间从 9 小时降至 6.5 小时，每日节约 1 万小时的人工

⁸ 数据来源：第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》。

客服工作量，相当于日均解放 1000 多名客服。**赋能垂直行业取得突破**。谷歌开发气象大模型 GraphCast、机器人大模型 RT2、晶体结构预测大模型 GNoME 等，在所属领域取得突破进展。阿里云推出了八大行业大模型。华为云发布了盘古医学大模型。百度正式发布国内首个“产业级”医疗 AI 大模型“灵医大模型”。

大模型重塑云服务平台商业模式，MaaS 成为主流模式之一。随着大模型生态初具规模，大模型的应用将推动人工智能技术从“手工作坊”向“工厂模式”转变，MaaS（模型即服务）将成为大模型规模化应用的主要渠道，成为云平台主流商业模式之一。当前主要平台企业正在形成以模型为中心的体系化生态，百度、腾讯等互联网大厂积极布局基于大模型的 MaaS，寻求新的增量市场。如腾讯云 MAAS 接入 Llama2、Falcon、Dolly 等 20 多个主流模型，为金融、文旅、传媒、政务、教育等 10 大行业提供了超过 50 个大模型解决方案。此外，基于 MaaS 的收费模式也在不断探索成熟，部分企业开始对模型进行订阅收费，如 OpenAI 于 2023 年 2 月推出 ChatGPT 的订阅制收费模式“ChatGPTPlus”。有的则将大模型嵌入其他产品获得引流式收入，如微软宣布推出其视频会议及远程协作平台的高级付费版，订阅用户可以享用由 GPT-3.5 支持的“智能回顾”功能，可以自动生成会议记录、推荐任务和个性化标亮。

（二）全球数据要素市场化建设加速，平台数据价值不断释放

从国外来看，数据供给流通机制完善，有效促进平台数据共享流

通。一是数据流通制度建设不断完善。如欧盟《数据法案》草案为数据共享制定一系列新规则，将强制亚马逊、微软或特斯拉等科技巨头分享更多数据。美国发布《供应链数据共享计划》，促进供应链环节的关键数据交换。**二是行业数据开放水平不断提升。**如欧盟加快打造以工业数据空间为代表的共同数据空间，推动实现工业数据跨国家、跨企业的数据互联互通与互操作。美国、德国等建立全国性的政府数据开放平台，持续更新农业、商业、气候、教育、能源等多领域高质量公共数据。**三是数据交易模式逐渐成熟。**如美国数据经纪商持续活跃，通过从多来源广泛收集数据并将其转让、共享与他人，发挥了数据的规模优势和积聚效应，有效连接供需、激活产业。欧盟则建立了数据中介制度，由数据中介服务提供者促成数据持有者和使用者间的数据共享。

从国内来看，国家战略全方位布局数据要素发展，公共数据开放稳步推进。**一是数据要素相关政策体系开始构建。**2022 年 12 月，中共中央、国务院发布《关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》，从数据产权、流通交易、收益分配、安全治理四方面初步搭建我国数据基础制度体系，对数据要素的流通使用起到举旗定向的作用。2023 年 12 月，国家数据局等 17 部门印发《“数据要素×”三年行动计划（2024-2026 年）》为充分发挥数据要素乘数效应提供了全面指导。8 月发布的《企业数据资源相关会计处理暂行规定》肯定了数据的资产属性，使数据价值在报务报表中得以“显性化”。**二是数据要素相关体制机制进一步完善。**2023 年 10 月，国家数据局挂牌成立，

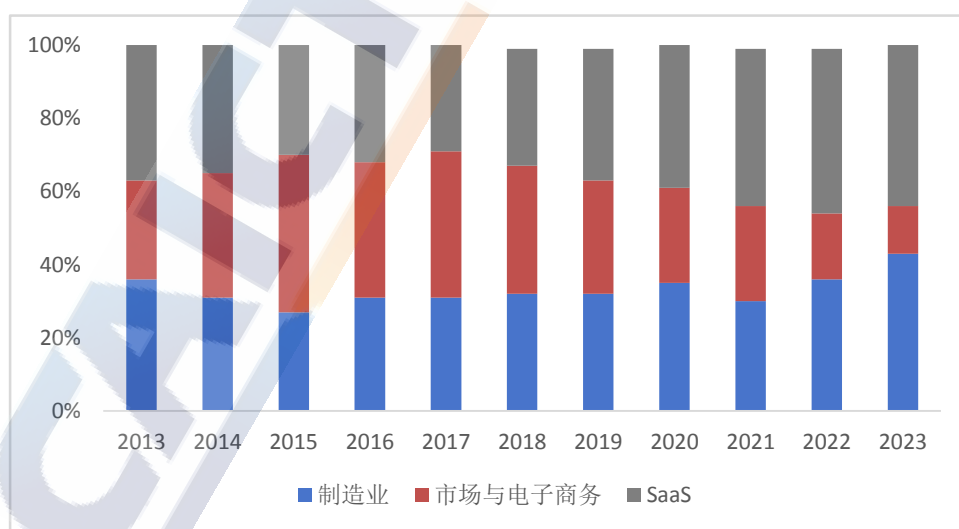
负责协调推进数据基础制度建设，统筹数据资源整合共享和开发利用，有效缓解数字治理“九龙治水”难题。**三是公共数据开放共享初见成效。**截至 2022 年 10 月，各地方政府累计上线 208 个省市公共数据开放平台。2023 年我国公共数据开放量同比增超 16%，北京、浙江、上海等 15 个地区数据管理部门开始探索“公共数据授权运营机制”⁹。

平台企业成为数据要素价值释放的关键主体。平台企业作为链接各方的核心枢纽，汇聚了海量的行业数据资源，不仅涵盖用户行为等基本信息，还涉及各类业务数据、市场趋势等深层信息。作为海量数据的拥有者和运营者，平台企业在释放数据要素乘数效应方面具有天然优势，是推动数据要素向生产力转化的有力主体。首先，平台高质量数据为自身业务能力提升提供重要支撑。如微软、谷歌等机构提供的数据集，包括维基百科、Github 等为大模型训练提供了优质训练集。电商、社交媒体等平台可以根据用户的购买历史或浏览行为，进行个性化推荐，改善用户体验，增加客户粘性。其次，平台与实体产业进行数据融通、共享，助力生产、流通环节高效运作。如京东自营品牌京东京造利用其丰富的用户数据和数据赋能强大供应链管理能力和品牌方深度合作，2022 年总销售额同比增长 60%、帮助工厂平均降低 30 天库存周转。腾讯基于自身发展积累的数字技术和数据融通经验为合作伙伴提供解决方案，通过物联网、人工智能、云计算等新技术融通各类生产数据，实现了生产设备在线、管理流程在线的终极目标，赋能传统制造业智能化、融合化转型升级。

⁹ 数据来源：《全国数据资源调查报告（2023 年）》

（三）平台型企业融资难度不断提高，中企融资结构明显变化

全球平台类初创企业融资份额达历史低位。Dealroom 数据显示，2023 年，全年风险投资总额为 3150 亿美元，相比 2022 年的 4830 亿美元下降 35%。其中，资金主要流向了健康科技、企业服务、金融科技、能源等领域。生成式人工智能、电动汽车及电动汽车电池汇集了大量风险投资资金，金额位列前三。其中生成式人工智能遥遥领先，达 207 亿美元，比 2022 年的 30 亿美元增长了近六倍。从细分模式看，市场与电子商务等交易类平台商业模式融资规模延续了自 2017 年以来的下降趋势，在总投资额中的占比由 2022 年的 18% 下降至 13%，距 10 年来的峰值下降 30 个百分点。SaaS（软件即服务）商业模式依然是风险投资中最重要的投资类别，自 2021 年起全球近一半的风险投资投向了 SaaS 科技公司。制造业在总投资额中的占比自 2021 年起呈上升趋势，2023 年与 SaaS 的融资额基本持平。



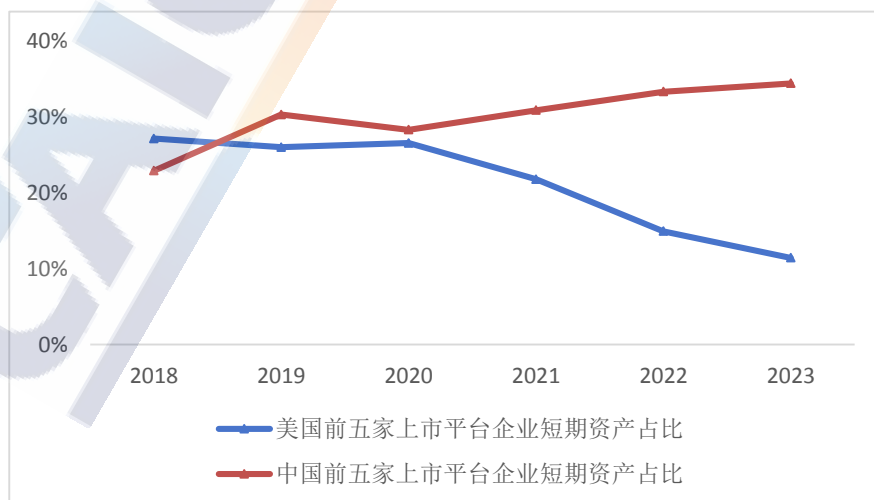
数据来源：Dealroom

图 11 2013-2023 年全球风险投资不同商业模式占比情况

头部平台企业对外投资金额大幅增长，中企投资行为仍显谨慎。

从国外来看，根据 CB Insights 数据，2023 年，美国五家头部平台企业总投资笔数 52 笔，同比增加 3 笔；投资金额共计 152.8 亿美元，同比增加 395.6%，扭转了自 2020 年以来的下跌趋势。资产占比方面，短期资产占比均值逐渐由 2018 年的 27.1% 波动下降到 2023 年的 11.4%。数据整体表明美头部平台企业的投资信心有了较大程度提升。

从国内来看，根据 IT 桔子数据，2023 年，中国价值规模前十家平台企业对外投资笔数共 94 笔，与上年相比减少 66 笔。投资金额共计 219.2 亿人民币，同比下降 32.0%。短期资产占比均值逐渐由 2018 年的 22.9% 波动上升到 2023 年的 34.4%，较美头部平台企业高出 23 个百分点。对比来看，我国平台企业对外投资行为仍较为谨慎。从企业的新老项目投资分布也可见一斑，腾讯 2023 年首次投资新项目比例仅为 57%，对老项目追投比例高达 43%，而上年对新项目的投资比重高达 77%，由此可见企业当前更加追求投资风险可控。从原因上分析与企业经营基本面、整体投资环境、对未来信心、政策等多重因素有关。



来源：中国信息通信研究院监测

图 12 2018-2023 年中美头部平台企业短期资产占比

美元资本加速退出中国投资市场，人民币基金占主导地位。2023 年，中国一级市场整体融资额同比下降 32% 至约 4800 亿元人民币，与全球投资市场走向基本一致。其中受美加强在华投资审查影响，大量美元资本退出中国市场。2023 年，美国投资者参与的中国一级市场融资额约为 600 亿元人民币，同比降幅超 60%；交易事件数同比减少近一半，仅 250 起。美元退潮，再加上人民币基金和国资芯片等硬科技投资热潮兴起，人民币成为国内初创企业的主要资金来源，企业对国有资本、产业资本依赖程度加深。2023 年投资次数最多的 20 家投资机构中，14 家为国资背景。另根据 IT 桔子，2023 年国内以人民币作为交易币种的融资事件有 4273 起，占比为 95%；美元融资交易事件占比从 2021 的 11% 逐步下降到了 5%。此外，美国加强对中国企业赴美上市的审查，企业海外上市成本及融资难度也在持续加大。

（四）全球互联网平台监管持续推进，人工智能是监管新焦点

全球范围内平台监管规则加快完善，但国别性地区性显著。

2023 年，伴随欧盟《数字市场法》《数字服务法》相继适用，其他国家和地区也加快了针对互联网平台的规则制定与修订。据不完全统计，美国、英国、德国、法国等 10 余个国家共计已推出或计划推出 17 余项涉互联网平台监管的法案。法案内容主要聚焦超大型平台义务规则体系构建、数字市场公平竞争环境建设、平台内容治理与

公共安全保护等三大方面，旨在通过赋予主管机构更大执法权、创设新的监管工具等方式提升监管部门对互联网平台的管理水平。同时，基于不同国家和地区本土平台经济发展水平不同、政治利益诉求不同、监管价值取向不同等多重因素，各自立法往往体现出国别性或地区性特征，核心均在于使规则服务于本土发展利益，最大程度促进本土平台经济发展，提升本土平台企业的国际竞争力。典型如美国的产业利益优先及立法向大企业妥协，欧盟的重视公民基本权利及维护本土中小企业发展等。

表 1 2023 年全球数字平台主要立法情况不完全统计

国别	法案名称	状态	关注重点
英国	《数字市场、竞争与消费者法案》	立法进程中	杜绝不公平行为和促进数字市场竞争
	《在线安全法》	生效	打击非法有害内容，为数字平台创建风险评估义务
美国	《联邦数字平台委员会法案》	提案	成立新委员会指定具有系统重要性的数字平台
	《信息消费者法案》	生效	关注在线市场，要求提高透明度并阻止非法销售
	《数字消费者保护委员会法案》	生效	预防在线伤害、促进言论自由和竞争、保护隐私和国家安全
德国	《反限制竞争法》第十一次修订案	生效	完善“数字竞争法”，为《数字市场法》落地实施补白
	《数字服务法》草案	提出	打击网络非法内容
法国	尚无具体法案名称	拟议	实施《数字服务法》《数字市场法》，规制数字欺诈、在线骚扰、儿童保护等
日本	尚无具体法案名称	拟议	打击苹果和谷歌应用商店垄断
印度	《数字印度法案》	提案	扩大中介平台的定义和分类范围，重新审视中介平台的“安全港”原则，加强在线安全和对未成年人权益的保护

	《数字竞争法草案》	已发布 ¹⁰	确保数字生态系统公平透明，促进数字市场的竞争与创新
加拿大	《竞争法》修正案	生效	促进竞争制度现代化，增强加拿大竞争局的执法能力
澳大利亚	尚无具体法案名称	拟议	对“指定数字平台”适用强制性行为准则，防止此类主体实施反竞争行为
韩国	《平台公平竞争促进法》	提出	事前确定和监督具有垄断地位的支配性企业
	《电商法（修正案）》	通过	加强平台自律监管建立良好的交易秩序、促进创新
俄罗斯	《推荐算法法》	生效	增强平台算法数据及获取定向信息的透明度
	《在线平台反垄断管理法》	生效	旨在判定大型互联网平台之间的垄断行为

来源：中国信息通信研究院

超大型平台面临更强监管，现有商业模式面临巨大挑战。2023 年，欧盟《数字市场法》《数字服务法》推进获得重大进展。一方面，欧盟委员会依据《数字市场法》将谷歌、亚马逊、苹果、字节跳动、Meta、微软等六家平台企业认定为“守门人”，将其提供的共 22 项服务认定为核心平台服务。同时，欧盟委员会启动了 4 项市场调查，以进一步评估微软公司提供的必应搜索、Edge 浏览器和微软广告以及苹果公司的 iMessage 服务是否应被视为“核心平台服务”。另一方面，欧盟委员会依据《数字服务法》分别于 2023 年 4 月和 12 月分两批认定了共计 21 个超大型在线平台，并要求所涉平台在 4 个月内完成合规工作，更新系统和相应流程，并向欧盟委员会报告首次年度风险评估情况。

¹⁰ 2023 年推进立法计划，现已于 2024 年 3 月发布草案。

除此之外，美日韩等其他国家和地区针对超大型平台的调查和诉讼也进一步升级。美国于 2023 年先后起诉谷歌、亚马逊和 Meta，剑指其平台核心业务；日韩等则在网络搜索服务、应用商店、电子商务、安全隐私、数据合规、数字支付等领域针对苹果、谷歌展开调查并处以高额罚款，要求其调整业务模式。在全球监管浪潮下，超大型平台虽积极借助法律诉讼与各国执法机构展开博弈，但其商业模式仍然受到巨大冲击。在此过程中，其或主动或被动在透明度、数据处理、青少年保护、信息内容治理、生态开放和互操作性等方面作出较大调整。

人工智能成为平台治理新焦点，促进创新与防范新垄断同步推进。

2023 年，美国、英国及欧盟等全球重要反垄断司法辖区加大力度识别和预防以人工智能为重点的市场反竞争行为，聚焦数据、计算资源等要素及相邻市场支配地位传导等问题，积极展开市场研究和调查，并针对微软与 OpenAI 等生成式人工智能领域的重大交易安排采取初步行动。美国联邦贸易委员会和司法部已开始对涉及 AI 的企业投资与并购展开调查，要求微软、亚马逊、OpenAI、谷歌母公司 Alphabet 等提供关于 AI 投资的信息。英国率先调查微软与 OpenAI 的交易，评估二者达成的协议是否构成企业合并，以及该“合并”是否会造成市场竞争的减损。欧盟则就 AI 领域的反垄断问题公开征集意见，邀请相关方就如何运用竞争法确保市场内的竞争秩序发表见解，调查研究科技巨头与生成式 AI 企业间达成的协议对市场竞争的影响，审查微软对 OpenAI 的投资是否应当适用欧盟并购控制程序。

四、平台经济发展展望

（一）人工智能全面带动产业创新发展

2023 年以来，人工智能发展呈现出技术创新快、应用渗透强、国际竞争激烈等特点，正加速与实体经济深度融合，深刻改变产业生产模式和经济形态，展现出强大的赋能效应。观察其应用路径，从文字到图像，从音频到视频，生成式人工智能的潜力不断被挖掘。可以预见随着人工智能在语义理解、视觉感知和逻辑推理等方面的能力突破，其应用场景和领域将进一步扩展，对各个行业的颠覆和重塑将会继续上演。互联网平台作为人工智能技术创新的引领者，其通过对接需求侧与供给侧的规模效应，将加快人工智能在制造、政务、金融、能源等重点领域的技术扩散和应用赋能，各场景应用需求升级将进一步反哺带动技术和产品能力迭代升级，为颠覆式创新的出现和产业变革带来机会。此外，IDC 数据显示 2022 年全球人工智能 IT 总投资规模为 1325 亿美元，并有望在 2027 年增至 5124 亿美元，年复合增长率达 31.1%。各行各业人工智能转型和创新需求背后，基础设施投入将会呈现指数级增长，也将支撑人工智能实现更大规模的商业化和产业化应用，从而创造出更巨大的时代增量。

（二）数字市场监管仍将聚焦平台巨头

平台经济集网络效应、规模经济、范围经济等于一身的特征使其很容易出现“强者愈强”现象，且很难被打破。因此，从全球范围来看，在当前和今后一段时期内，各个国家和地区平台经济发展不平衡的局面将持续存在，少数超大型平台企业主导全球数字市场的格局也将持

续保持。一方面，在世界各国竞相将数字经济作为抢抓新一轮科技革命和产业变革新机遇、构建国家竞争新优势的战略重点背景下，基于本土中小企业的成长和发展营造公平竞争环境的视角，多个经济体针对苹果、谷歌、微软、Meta 等超大型平台的反垄断预计仍将持续下去。另一方面，在新一轮人工智能发展浪潮中，这些企业依旧掌握着开发最先进技术所需的资源、人才和资金。中小企业的创新依然需要依赖这些科技巨头。而生成式人工智能本身也存在明显的“先发优势”，即用户规模越大、与用户互动的时间越长，生成的内容就越可能符合用户需求，形成正反馈效应。这可能会进一步巩固这些企业在全范围内的领先优势，由此令各国市场监管机构保持警惕。因此，总体而言，一段时期内，对平台巨头的反垄断将依然是许多国家和地区关注的核心议题。

（三）中国平台企业引领发展大有可为

在促进创新方面，随着人工智能为代表的科技驱动力成为推动行业发展主动力，算力成为战略资源和全球科技竞争的焦点。为满足前沿创新领域对先进计算服务的需求，我国积极布局建设智能算力集群，超前建设算力互联网平台。有大规模算力做支撑，平台在大模型训练、产品化落地中的算力需求得到一定程度满足，人工智能规模化应用将驶入快车道。拓展消费方面，近年来，以舒适型、发展型、享受型消费为代表的服务消费在我国居民消费中所占比重在逐年升高。数据显示，从 2013 年到 2023 年，我国居民服务消费占全部消费比重从 39.7% 增长到 45.2%，预计到 2025 年占比将提升到 52% 左右。但对标欧美

发达国家服务消费占比 74% 的平均水平，我国仍有巨大增长潜力。平台是拓展消费的主力军，其在促进“互联网+服务”等线上服务消费增长方面仍将有较大发展空间。国际竞争方面，我国跨境电商出口占货物贸易出口比重稳步提高，2023 年跨境电商出口总额同比增长 19.6%，显著高于货物贸易出口整体增速。当前 Temu、SHEIN、速卖通等跨境电商正在加快海外扩张步伐，探索优化海外经营模式，积极布局海外仓、健全跨境物流管理体系。随着企业在海外的不断探索突破，我国跨境电商在国际竞争中的优势将不断巩固，全球化发展水平将不断提升。

（四）中国平台经济迎来新政策窗口期

2023 年以来，支持平台经济发展的积极信号不断释放。在宏观层面，国务院印发《中共中央 国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》，提出加快营造市场化、法治化、国际化一流营商环境，优化民营经济发展环境，尤其提到“引导平台经济向开放、创新、赋能方向发展，补齐发展短板弱项，支持平台企业在创造就业、拓展消费、国际竞争中尽显身手，推动平台经济规范健康持续发展。”在技术要素方面，网信部门根据《互联网信息服务深度合成管理规定》《生成式人工智能服务管理暂行办法》要求，先后发布了首批境内深度合成服务算法备案清单、首批通过备案的生成式人工智能清单，并持续发布更新，推进了我国大模型的商业化进程。在数据要素方面，《个人信息出境标准合同办法》《促进和规范数据跨境流动规定》等规章陆续发布，回应了企业开展数据跨境业务实践中的合规困惑，降低了不必

要的合规成本，促进了平台经济交流和发展。在资本要素方面，商务部等十部门联合印发《关于进一步支持境外机构投资者投资境内科技型企业的若干政策措施》，提出支持境外机构投资者加大对境内科技型企业投资的工作举措，提升金融支持科技创新力度，也将进一步利好平台企业发展。总体来看，平台企业进入新的政策窗口期，政府将着力为平台经济营造良好发展环境，畅通创新要素供给，形成平台经济发展新支撑，通过政府和企业双向发力，推动平台经济加快向高质量发展转型。

中国信息通信研究院 政策与经济研究所

地址：北京市海淀区花园北路 52 号

邮编：100191

电话：010-62301984

传真：010-62302476

网址：www.caict.ac.cn

