

引用格式:韩莹,许晓惠. 数字平台金融生态系统的网络赋能与价值共创——基于蚂蚁集团动态共演逻辑[J]. 技术经济, 2024, 43(2): 79-91.

HAN Ying, XU Xiaohui. Network empowerment and value co-creation in digital platform financial ecosystem: A dynamic co-evolution logic based on Ant Group[J]. Journal of Technology Economics, 2024, 43(2): 79-91.

数字平台金融生态系统的网络赋能与价值共创

——基于蚂蚁集团动态共演逻辑

韩莹,许晓惠

(福建师范大学经济学院,福州 350117)

摘要:平台经济聚焦数字平台及其生态系统,既是数字经济发展的关键路径,又发挥着驱动实体经济成长的基本功能。本文将数字平台生态观与社会网络理论对话,纵向剖析蚂蚁集团数字平台金融生态系统的网络赋能、价值共创及两者关系作用机制。研究发现:数字平台金融生态系统以平台网络为价值共创的赋能基础,网络赋能促进价值共创,反推新一轮网络赋能,遵循“平台网络 I-网络赋能-共创价值输出-平台网络 II-网络赋能优化”路径形成螺旋式上升的正反馈循环,共同作用于生态系统的动态演化。本文深化了数字平台金融生态演进背后阶段化、连续性的赋能机理研究,对数字金融平台充分发展和赋能数字经济与实体经济“相向而行、深度融合”具有启示意义。

关键词:数字平台金融生态系统;网络赋能;价值共创;案例研究

中图分类号:F832 **文献标志码:**A **文章编号:**1002-980X(2024)02-0079-13

DOI:10.12404/j.issn.1002-980X.J23082110

一、引言

数字平台对经济生活的渗透持续催生新业态和新模式^[1],互联网企业向金融领域扩张创新,与数字化转型驱动的传统金融机构向纵深发展,基于金融服务创造、调动和承载市场主体间的多元互动,形成平台化金融生态系统^[2]。源于经济社会发展的多元需求向金融供给侧提出结构性改革要求,在党的二十大重要部署下,金融系统必须回归到服务实体经济和人民生活本源,提供更高质量、更有效率的金融服务以满足小微金融、科技金融等重点或薄弱产业融资需求及财富增长趋势下日渐攀升的个人理财诉求。然而并非所有的数字平台都能充分发挥其核心生态位的作用,实现对实体经济的深度赋能、与社会发展的同频共振。日趋收紧的金融监管态势下,数字平台从野蛮生长转向理性发展阶段,其竞争优势更加取决于合规化调整步伐、科技支撑能力、金融服务质量等内涵特征^[3],而市场缩减和业务重塑也向数字平台金融生态系统的稳定提出严峻挑战。如何引导平台企业深刻理解数字平台金融生态系统的演化规律,进而形成深化产融结合、驱动经济高质量发展的价值共创模式和有效赋能机制,正在成为重要研究议题。因此,本文以平台网络为切口,结合蚂蚁集团实际案例,挖掘其金融生态演进背后的阶段化、连续化、动态化赋能模式与机理,贡献于数字平台金融生态系统构建与演化研究,以期数字平台运用网络赋能金融生态、充分发挥数字经济增长新动能、助推我国实现经济转型跃迁提供理论支撑和决策启示。

二、文献综述

(一)数字经济情境下的价值共创

数字化情境下平台经济深刻影响与变革了企业价值创造的传统逻辑。一是价值创造的主体范围得到极

收稿日期:2023-08-21

基金项目:国家社会科学基金“基于动态赋能的平台生态共生演化及知识治理研究”(21CGL021)

作者简介:韩莹,博士,福建师范大学经济学院副教授,硕士研究生导师,研究方向:平台创新管理;(通信作者)许晓惠,福建师范大学经济学院硕士研究生,研究方向:平台创新管理。

大丰富和拓展,不仅从生产端沿价值链上下游辐射至具备更高附加价值的供应、研发等技术端与销售等服务端^[4],且进一步跨出企业边界向复杂非线性的价值网络转化^[5-6],更是持续深入开放以构筑更高维度的多主体价值共创生态系统^[7]。二是价值创造过程中的“感知-响应-交互”机制效能大大提升^[8],加速驱动数字平台企业、互补企业和用户等多元参与者的价值共创行为,包括服务交换、资源整合、能力转化、竞合互动等^[9-10],使价值创造过程渐具协同度和系统性。三是出于适应数字经济环境不确定性的需要,平台生态系统的价值创造的结果呈现动态发展、迭代反馈的特点^[11]。基于此,数字平台化生态体系成为企业价值共创研究的新范式,主流文献通常从过程角度研究平台组织属性、动态能力、资源行动、主体间竞合关系等关键要素作用于价值共创的实现机制^[12-14],尽管这一过程的动态性被多次强调^[15],多数研究仍从静态视角展开,一定程度上影响研究的有效性。新近研究开始关注二元主体之外的其他互补者在价值创造中的多边互动,但尚未明晰价值网络与价值生态系统的具体差异及两者之间的演化过渡,可见数字平台价值共创实践明显领先于学理认识。此外,结合平台类型、行业领域等不同情境解析价值共创的复杂性结果更能对既有抽象理论作具象补充^[16-17],其中数字经济深刻影响了我国的金融业态,金融情境下数字平台生态系统价值共创主体、过程与结果的相关研究却相当有限。

(二) 网络赋能作用下的价值共创

赋能强调赋予相关个体或组织某种更有利于其目标实现的能力、动力或自主权^[18],换言之,赋能是实现价值共创目标的主要激励机制^[19],为平台多方主体间有效的价值共创提供理论的支持和实现的可能性^[20]。基于数字平台企业激发外部驱动优势的现实实践,既有研究相继对数字平台提出丰富的赋能形式,包括汲取底层能力并链接全栈资源的技术赋能、提供策略支持的数据赋能、激发供需双方资源配置意愿的结构赋能等^[21-23],可见,平台赋能的实质是数字平台与参与主体的价值共创^[24]。因此,作为多主体价值共创的重要依托^[25-26],平台网络即以数字平台为核心所联结的网络关系与结构也是潜在的赋能形式。从构建、控制性发展到分层式强化,网络效应的动态演进对工业互联网平台赋能模式发挥驱动作用,很大程度上影响平台企业吸纳其他外部主体参与价值共创^[27]。基于管理视角,平台网络的成员自主权能够通过优化关系治理和资源结构两方面促进整体网络空间的商业模式创新,涌现更具主动性和能动性的共创价值增量^[28]。而当数字平台构筑起网络基础并赋予网络参与者一定的自主权时,价值共创的实现还有赖于成员企业的网络能力,良好的网络管理和资源互动能力成为数字平台内外部协同共创的关键桥梁^[29],聚合并拓展价值共创平台网络有利于传统商业企业获得差异化竞争优势^[30]。这些研究已充分揭示网络赋能对价值共创的重要意义,但“网络如何赋能”“跨越单一时点的网络赋能表现如何”等方面都存在研究缺口,有待进一步探索与凝练。

(三) 数字经济情境下的网络赋能与价值共创

数字技术创新了平台生态系统的架构设计、用户参与和生态交互等,推动其向数字平台生态系统过渡^[31]。适应性造就复杂性,数字化情境下网络赋能与价值共创的作用关系应当是一个持续的、各类主体广泛参与的系统过程^[32],而多数学者立足微观视角,研究数字平台生态系统的角色冲突、用户偏好、平台竞争、创业成长和内部治理等单一特性^[33-36],相对忽视其动态演化的系统性剖析及产业情境的横向拓展。基于数字经济时代的管理实践,焦豪^[37]适应性地提出“数字平台生态观”的理论新视角,更加注重数字平台设计的外部开放性、价值创造与分配的网络协同性、生态系统演进的有机交互性。相对于“动态能力观”对平台企业自身主体地位的强调,“数字平台生态观”开始关注其他生态参与者的作用和利益^[37],更能全面地厘清不同价值共创主体在网络赋能中的互动作用,因此,需要引入数字平台生态观的研究视域,建立起网络赋能与价值共创过程之间的匹配关系,以填补数字平台生态系统的动态演化特性和内在有机联系的研究不足,尝试将宏观层面的数字平台金融生态系统演化与微观层面的金融生态主体间关系特征统一到一个理论框架中。

综上回顾,数字平台金融生态系统、网络赋能和价值共创三者之间还未建立起充分的理论联系,本文选取蚂蚁集团为案例研究对象,拟解决三个核心问题:①金融情境下,数字平台生态系统的价值共创主体、过程与结果“如何”实现与演化?②时序演进的价值共创过程中,平台网络可实现“哪些”赋能路径?③从数字

平台生态观出发,网络赋能与价值共创的匹配关系“如何”,是否遵循“某种”动态共演逻辑?本文运用“数字平台生态观”的研究视角,与社会网络理论对话,系统剖析典型数字平台金融生态系统的价值共创过程与网络赋能机制,尝试从理论上勾勒出金融情境下数字平台生态系统的演化脉络和内在逻辑,为金融高质量发展、助力产融协同提供基础研究参考。

三、研究设计

(一) 案例选择

本文聚焦不同生命周期下数字平台金融生态系统的网络赋能与价值共创的互动共演逻辑,属于“*How*”类型的问题,适用单案例纵向研究方法^[38],从时间维度上厘清单个特定案例的纵向演化,探究其复杂过程中隐含的理论构念,为数字金融实践提供新范式。

本文选取蚂蚁科技集团股份有限公司(下称“蚂蚁集团”)为研究案例,主要基于:第一,蚂蚁集团虽然起步晚于传统金融机构和实业集团,但凭借着数据、流量和技术等突出优势,迅速在金融领域崭露头角,形成了强协同立体化的金融生态系统,具有典型性和启示性;第二,通过现实观察,蚂蚁集团数字平台金融生态系统的发展过程呈现显著阶段性和动态性,良好匹配本文研究问题;第三,蚂蚁集团行业表现突出,社会关注度高,可获得资料较为全面充分,便于研究展开。如表1所示,本文数据来源主要包括文献报告、公开资料与参与式观察。

(二) 研究框架

同一社会网络中,不同节点上的网络主体以其所持有的差异化社会资源为纽带进行互动联系^[39],本文从平台层面解释社会网络:平台企业通过服务、交易、合作等方式持续稳定地联结其它个体或组织,以资源互补为动因形成发展共同体,即平台网络。参考杨隽萍^[40]关于社会网络的研究维度,本文主要关注平台网络结构与网络关系以较为全面地理解数字平台生态系统利益相关者之间的相互作用。

网络结构中,网络规模和中心度反映网络主体的整体数量和位置优势;异质性反映网络连接的质量及主体间差异程度;结构洞是网络结构中的特殊位置,反映结构洞占据者的资源调动能力。通过联结无直接联系的组织或个体形成“洞穴”般的空缺,占据结构洞的组织或个体更容易获取来自不同节点的社会资源并控制资源传递的关键路径。网络关系中,关系强度定义了网络节点之间联结的紧密与稳定程度,交互频率越高、信任水平越深、互惠效应越显著,其关系强度就越高。强联结关系有利于提升资源可获得性,维持网络结构稳定,弱联结关系则具有资源互补性和网络创新能力的优势。

结合网络结构和关系双维度,本文着眼网络赋能的具体过程,视网络赋能为价值创造的手段之一^[41],将其归为结构赋能和关系赋能两大类:结构赋能以在生态系统中的枢纽地位为基础^[19],聚焦于调整优化外部客观条件^[42],以构建便于资源获取或需求响应的数字平台生态系统网络结构;关系赋能以在利益共同体中优化成员关系为导向,着重于改善相互关系、激发内生动力等主观感受,在数字平台生态系统内形成一系列彼此交织的关系纽带。因此,本文将社会网络理论应用于数字经济时代的管理研究,遵循“网络构成-价值共创-赋能实现”的逻辑主线。研究思路如图1所示:从结构和关系两维度分析蚂蚁集团在不同发展阶段的平台网络构成,重点关注平台网络如何在价值共创过程中发挥赋能作用,以及价值共创如何实现平台网络的赋能反馈,以此探索数字平台金融生态系统的演化发展。

表1 案例资料搜集记录

资料类型	资料内容	资料来源
文献报告	相关学术文献 行业研究报告 企业发展报告	中国知网检索(学术期刊、学位论文和报纸文章) 第三方研究报告(东方财富、招商证券等,总计74份) 企业季度会议、年度会议记录、可持续发展报告等
公开资料	资本运作情况 产业合作情况 业务发展情况 金融政策报道	管理者公开讲话 微信公众号推文 外部权威媒体报道 百度、谷歌等搜索引擎 蚂蚁集团及旗下官方网站
参与式观察	个人用户体验	登录、使用平台APP

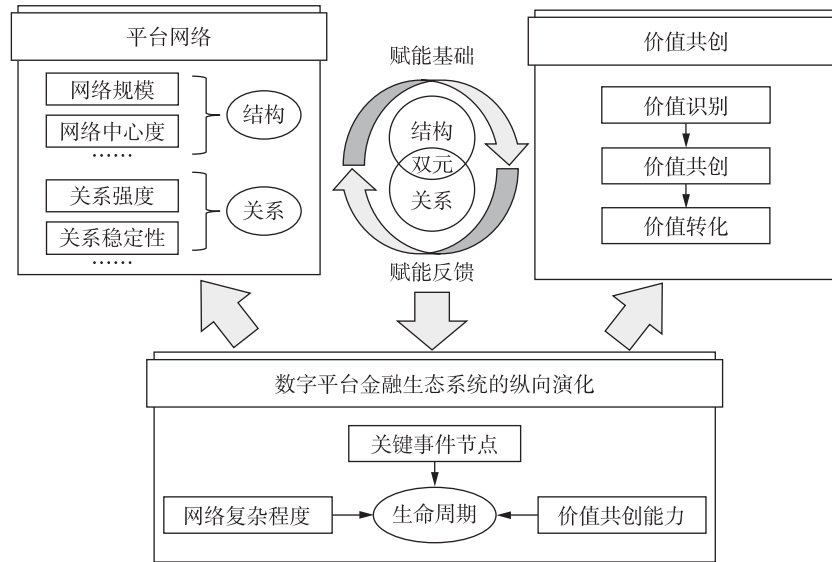


图 1 基于社会网络理论的数字平台金融生态系统研究框架

四、案例分析

(一) 案例描述

借鉴李雷等^[43]构建的平台生态圈生命周期曲线,本文结合关键事件将蚂蚁集团发展历程刻画为 5 个阶段(见图 2):①初创期(2004—2010 年),蚂蚁集团前身支付宝初创立为第三方支付工具,以移动支付为核心业务;②真空期(2010—2014 年),蚂蚁集团尝试推出小微贷款、理财、保险等衍生业务,形成具备一定综合性的数字金融服务平台;③爆发期(2014—2018 年),蚂蚁集团正式成立后在金融领域“爆发式”扩张,已覆盖第三方支付、征信、基金支付与销售、银行、理财、保险等多张金融牌照,丰富金融生态系统并协同核心支付业务与衍生业务,提高生态运作效率;④成熟期(2018—2020 年),蚂蚁集团发展重心逐步转向技术输出,推出供应链、监管科技等多个金融科技产品和技术运营平台,致力于打造高效可信的数字金融;⑤二次爆发期(2021 年至今),蚂蚁集团接受监管约谈暂缓上市后持续整改金融业务,包括品牌隔离等重大调整,“剥离金融,转战科技”可持续发展战略的启动重塑其金融生态系统,迎来第二轮爆发增长。

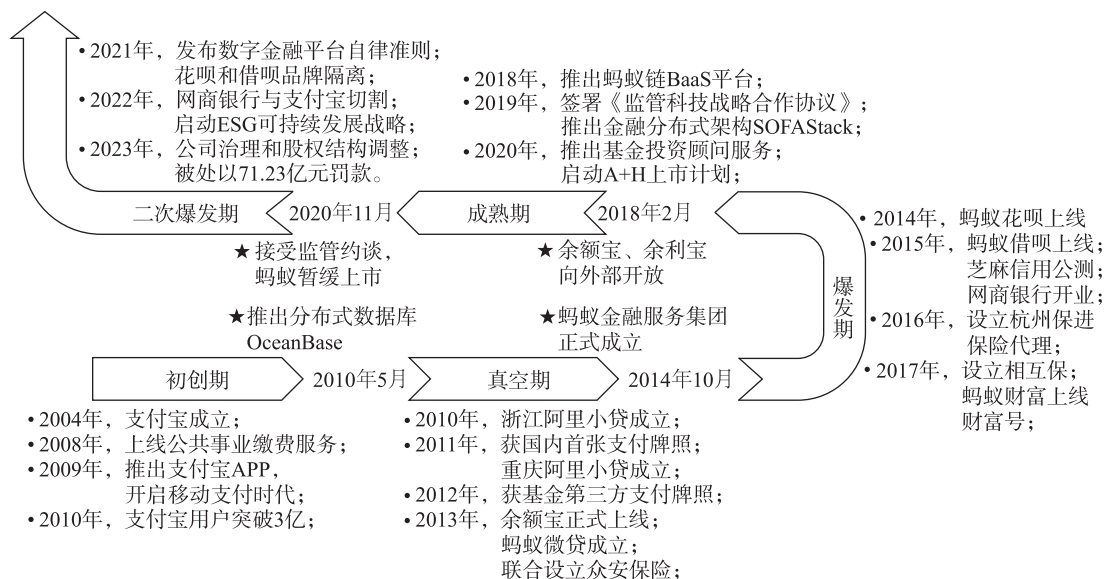


图 2 蚂蚁集团发展历程及关键事件

(二) 案例发现

1. 初创期

初创期是数字金融平台化阶段,平台企业建设数字金融基础设施和基本功能,初步形成与线下枢纽相支撑的线上平台,以创新的平台化模式重构金融服务的价值链。具体而言,蚂蚁集团依托“附属网络”搭建起基础平台,通过优化主体间信任关系实现“连接赋能”,创造平台迈向下一阶段“导流价值”基础。该阶段的典型例证及聚合构念见表2。

(1)附属网络。附属网络是蚂蚁集团的平台化基础,其本质是阿里巴巴对第三方支付市场的探索与部署。基于“淘宝”电商交易的便捷性要求,阿里巴巴发展差异化的平台服务功能,从淘宝母平台衍生出第三方支付子平台“支付宝”。结构维度上,支付宝的网络规模远小于淘宝,其连接广度受淘宝客群和交易量限制,尚未处于网络核心位置;关系维度上,支付宝与收付款方之间主要通过淘宝交易产生网络关系,且依赖淘宝系统保障资金成功流转,关系稳定性较差。在既有的附属网络基础上,阿里巴巴将支付宝发展规划扩展到淘宝交易之外,确立其“全行业支付工具”“社会信用体系建设手段”的战略定位,为支付宝平台及用户创造更大的价值。

(2)导流价值。淘宝交易实践暴露出线上支付的信任痛点,大量交易因买卖双方薄弱的信任关系而中断,如何填补第三方支付市场对解决线上信任鸿沟的局限和空白,成为支付宝、淘宝网乃至阿里集团的关键任务。支付宝洞察到第三方支付的潜在价值,从淘宝网分拆出来专注打造支付产品,通过广泛合作拓展平台参与主体,从交易机制、服务保障、应用场景和技术架构等方面编排平台化的关键资源要素:虚拟账户有效改善平台的交易容量和结算成本;面向C端(用户)的“全额赔付”计划和面向B端(商户)的免费策略为平台服务提供可靠保障,吸纳并筑牢基础客群;面向高需求的外部市场开放接口,丰富应用场景;升级分布式和底层服务技术架构,拆分业务板块以提升平台资源调配能力。

经价值共创活动,支付宝的用户数量激增、市场份额扩张,成为强大的流量入口。导流价值包含两个方向的流量引导,一是从外部流入平台,通过业务合作、宣传推广等渠道引导外部用户浏览、体验并按一定转化率留存为正式用户所带来的平台价值增量;二是由平台入口流入生态,是在流量圈地基础上,通过功能拓展、业务嵌套等方式引导平台入口聚集的流量按照个性化需求参与到平台内部其他业务中,形成自循环生态结构所带来的平台价值增量。初创期,支付宝在B端和C端“跑马圈地”,导流价值得到了较高的转化,平台积累的规模效益最终通过业务数量、服务质量、合作成本等回馈给平台参与者,蕴藏了较大的生态价值潜能。

(3)连接赋能。连接赋能是指附属网络赋予平台企业有效连接交易双方的能力^[44]。附属网络是蚂蚁集团在初创期开展价值共创的基本前提,支付宝主要通过改善网络关系即构筑线上支付双方的信任联结,以连接赋能平台及用户,提高资金流和商流的循环运转效率,解决互联网和金融产业边界上的信用和支付问题,共同创造平台的导流价值,扩张网络规模结构,使用户享受更优惠的服务成本、更稳定的客户体验。

表2 蚂蚁集团初创期的典型证据(2004—2010年)

二阶主题	一阶概念	典型证据(部分)
附属网络	依赖核心生态	“支付宝属于淘宝同系的支付平台,其余额、交易、转账由阿里集团直接处理”“大田集团、宅急送等国内知名物流系统的加入提升了淘宝网网络交易的安全性”
导流价值	挖掘信任痛点	“早期淘宝大批订单因买卖双方缺乏信任难以达成,多数成功订单采用线上下单、线下钱货两讫的同城交易方式”“首信易、PayPal等第三方支付平台的支付机制均难以匹配国内电子商务”
	编排平台要素	“分别为每个用户和商户建设虚拟账户,交易未完成时由支付宝暂时保存交易资金”“推出‘你敢付,我敢赔’支付联盟计划,全额赔偿用户使用支付宝受到诈骗造成的损失……采取免费支付服务和商户补贴策略”“切入航空、网游等网络化程度较高的行业,提供标准化接口”“升级为分布式和底层服务技术架构,拆分业务板块”
	缔造流量入口	“2008年,支付宝用户数量已逾1亿……2010年,用户规模达3亿”“2007—2009年,支付宝全年交易额从476亿元翻五倍达2871亿元,占电子支付市场49.8%份额”
连接赋能	构筑信任联结	“支付宝通过独立账户体系构建起保障资金和资产安全的信任桥梁,对接消费者资金和商家产品服务,建立用户、商户与银行支付结算系统间的联系”

2. 真空期

真空期是数字金融平台的定型化阶段,平台企业改进金融产品和服务和运行机制以巩固核心定位,积淀各方资源,意图突破无法吸引外界潜在用户主动加入的网络效应真空状态,一旦定位偏差或运行不慎将导致平台萎缩甚至消亡^[43]。具体而言,经历初创期的价值共创,基于附属网络创造出的导流价值通过连接赋能推动平台规模扩张,向双边网络转化,基于平台及用户的增值诉求,蚂蚁集团将“稳健与开拓”作为优势重构的内核,在巩固支付本源的同时探索金融蓝海市场,沉淀数据、资金等账户价值,实现包络赋能,成功突破真空状态。该阶段的典型例证及聚合构念见表 3。

(1) 双边网络。平台已连接足够规模的 C 端用户基础和 B 端商户场景,双边市场成型。结构维度上,支付宝的支付接口从网关转为账户,作为用户获取服务的入口主导客户网络的接入权,占据网络核心位置,并以优先赔付的风险覆盖策略保障新技术应用,获取用户认可,增强网络核心度。支付宝还占据电商、公共事业等各大 B2C 平台的结构洞,即作为双边连接中介,拥有流通和调配创新资源的优势。关系维度上,支付宝不再局限于淘宝交易,与多家全国性和地方性银行、不同产业达成了多元合作的弱关系网络,促进异质性互补资源流通于平台网络,为平台企业提供包络基础。支付宝从双边网络中积累的用户基础、资源优势与创新能力成为真空期蚂蚁集团开展价值共创活动的重要前提。

(2) 沉淀价值。面对外部竞争压力下趋缓的网络效应,蚂蚁集团捕捉到支付性能、系统架构、账户价值、资金管理等方面的平台及用户增值诉求,开始“思变”以求通达,围绕“稳健”和“开拓”两大主线开展价值共创活动,重构平台核心能力。一是稳固支付性能。支付宝自主研发云数据库、推广移动端“支付宝钱包”,整合手机充值、信用卡还款和条码支付等服务并新增个人账单、优惠卡券管理等功能,极大提升服务便捷性和用户体验感,稳定平台与用户间的互动关系。二是开拓金融蓝海市场。中国平安、天弘基金等更多种类的金融机构加入蚂蚁集团的合作网络,推出“阿里小贷”网络小额贷款、“余额宝”货币基金、“招财宝”定期理财等金融创新产品。用户可参与其中,选择成为投资者根据自身风险偏好投保理财或出借资金,也可以作为融资者在招财宝发布借款项目、在阿里小贷融通资金,金融机构则提供客户资源、增信服务和销售渠道等,共创平台金融业务。由此,积累到平台的交易数据、账户资金等流量资源得以沉淀为用户势能(储存于用户系统中具备相互作用的能量),成为数字金融平台的核心竞争优势,即产生沉淀价值。

沉淀价值是指资金、数据、流量等资源被平台“抓取”并整合,衍生出能盘活沉淀资源的多条业务线所带来的价值增长空间。例如,用户将留存于平台的闲置资金用于购买余额宝取得收益,若获得良性体验将加深其对平台的信任及依赖程度,提高用户再投资与体验其他新产品的动机和意愿,支撑平台向多元业务扩张。支付是数字经济时代商业活动的闭环,掌握着商流、物流、数据流和资金流,蚂蚁集团以支付、缴费、医疗等覆盖生活各方面的场景为根基重构平台核心优势能力,沉淀并盘活用户势能,不断衍生出金融投资等增

表 3 蚂蚁集团真空期的典型证据(2010—2014 年)

二阶主题	一阶概念	典型证据援引(部分)
双边网络	双边网络效应	“支付宝陆续与亚马逊、当当网等国内各大商家对个人进行交易(business to customer, B2C)平台合作,持续发展双边市场”“至 2009 年,支付宝与六大国有银行在内的 15 家全国性银行及 40 家区域性银行达成线上支付合作”
沉淀价值	捕捉增值诉求	“快捷支付显著降低支付宝的账户充值率,如何提升支付宝账户的价值成为支付宝管理层新的困扰”“随着线上支付规模的攀升,支付宝亟待对平台留存备付金加以管理,以满足用户的收益诉求”
	重构核心优势	“经 3 年自主研发,OceanBase 云数据库成功上线,创造了 4200 万次/秒处理峰值的记录”“余额宝既是支付宝备付金的管理工具,更是支付宝用户的理财工具”“阿里联合腾讯、中国平安等公司设立众安保险,以互联网保险为突破口重新设计退货运费险”
	沉淀用户势能	“重构后的支付宝不再是单一支付平台,而是移动生活助手和移动金融平台,从支付到通信、银行、缴费、医疗等场景,深入生活的方方面面”“余额宝解决了虚拟账户中的沉淀资金成本,开启了互联网理财元年”“支付宝的账户功能增强用户黏性,使用户交易和支付数据得以沉淀”
包络赋能	包络互补资源	“金融业务是蚂蚁集团从客户的需求出发不断衍生的,以高频的支付获取流量,再根据客户的需求向其他金融产品转化,提供甚至创造产品,虽然金融产品本质没有改变,但蚂蚁集团在产品及服务上积极创新,从客户需求较强、结构简单的产品逐渐向增值和综合服务拓展”

值服务,逐步编织起协同化的数字平台生态网络。

(3)包络赋能。包络赋能是双边网络赋予平台企业通过包络战略激发互补性资源杠杆效应的能力。用户基础和共同组件是平台包络的基石^[45]。蚂蚁集团居于网络核心,借助双边网络的影响力和先发优势,以支付基础架构作为共同组件向金融市场包络,在支付宝用户基础上衍生了理财、信贷等系列金融功能平台。不同于传统金融机构“客户匹配产品”的业务逻辑,这些平台彼此协作形成响应用户需求的互补性包络,助推网络效应向新的金融功能平台扩散,实现关键资源的杠杆效应,促进蚂蚁集团向数字平台生态系统演化,以多业务联动构建起效率性协同和价值性协同的可持续竞争优势。经过平台包络赋能,金融机构可实现业务数字化,改善经营成本和效率;企业、商户、投资者等其他参与者可享受更高质量的金融产品与服务,增强活跃度和互动性,不断拓展沉淀价值的变现空间。

3. 爆发期

爆发期是数字金融平台的生态化阶段,平台企业流通网络资源,广度上由点到面扩展金融业务版图,深度上纵向拓展数字金融的服务范围和应用场景,向多场景覆盖、多业务协同和多模块共享的数字平台金融生态系统转型。具体而言,作为多边网络的核心,蚂蚁集团将不同网络节点上的数据信息和服务资源等生态模块转变成标准化、可视化、智能化的形态,使其在数字平台金融生态系统中流通共享,推进信息流、商流、物流、资金流“多流合一”,生成多种价值共创途径,释放生态化协同的红利价值,实现共享赋能。该阶段的典型例证及聚合构念见表4。

(1)多边网络。借助蚂蚁集团的平台渠道,基金公司等非银行金融机构的产品直接触达用户,推进产品服务双方的自发交互,形成自增强的正反馈机制,增强数字金融平台生态演化能力,实现多边业务有机集成。结构维度上,蚂蚁集团在原有的B2C基础上新增了线上对线下交易(online to offline, O2O)、个人对个人交易(consumer to consumer, C2C)、商家对商家交易(business to business, B2B)多种结构洞,扩张了网络规模结构,凸显多边网络效应。关系维度上,蚂蚁集团厘清与阿里巴巴的业务界限,实现独立的流量获取与发展模式,更加符合资本管制和监管政策的合规性要求,拥有更多自主权与其他网络主体深度建立良好网络关系,为数字金融平台共享生态红利提供前提条件。

(2)协同价值。真空期用户资源的积淀为蚂蚁集团窥见“信用”的量化价值提供契机,蚂蚁集团尝试建立起覆盖传统金融征信模式难以触达的长尾用户及生活场景的信用体系,即芝麻信用,并以此深入铺设数字金融生态:推出面向个人消费者的蚂蚁花呗和借呗,成立以大数据风控为保障的网商银行,打造现金管理服务“余额宝”,上线网络互助平台“相互宝”等。蚂蚁集团强调“相对独立的纵深发展”,推进不同的金融服

表4 蚂蚁集团爆发期的典型证据(2014—2018年)

二阶主题	一阶概念	典型证据援引(部分)
多边网络	多边业务集成	“2014年,阿里巴巴发布协议厘清与蚂蚁集团的业务界限,向其出售小企业贷款业务,并以专有技术和知识产权名义收取七年年费”“支付宝依托强大的地推队伍,在移动支付市场先拔头筹,线下商家从2013年开始陆续接入支付宝,支付宝逐步取代现金,成为用户和商家在线下交易时的主流付款方式之一”
协同价值	量化信用价值	“马云在众安保险成立仪式上指出,中国不缺金融机构但缺少一个让信用等同财富的信用体系”“2013年底我国的央行征信系统收录的征信覆盖率仅有35%左右”“经过多年电商和支付平台沉淀后,蚂蚁集团积累了大量活跃用户和海量数据,覆盖了银行难以触及的长尾用户及生活场景”
	拓展纵深布局	“财富号向金融机构开放高科技人工智能技术,欢迎各家公募基金企业入驻,由基金企业设计产品,直接向用户推销”“蚂蚁聚宝综合了余额宝的活期理财、招财宝的定期理财及自身开发的权益类理财,用户通过等公交、会议休息、睡前饭后等碎片化时间即可打开蚂蚁聚宝客户端购买符合需求的理财产品”
	生态协同耦合	“蚂蚁集团的核心定位不只是金融,更包含了建立消费者和中小企业的动态信用体系,并在这个信用体系之上布局更多金融和生活应用场景”“蚂蚁集团形成了‘支付+理财+信用+消费金融+小微贷款’的生态,为国内金融行业发展带来了更多发挥空间”
共享赋能	共享生态模块	“蚂蚁集团的生态体系制约了消费者的违约行为,芝麻信用与多个机构合作,若消费者发生花呗或借呗违约,芝麻分的下降将影响其在生活场景的便捷度”“蚂蚁集团既不会抢占传统金融机构的客户资源,也不会替代保险等金融机构的角色,蚂蚁集团始终为这些机构搭建良好的金融生态平台,让各个机构能通过平台实现资源共享,提高社会整体资源利用率”

务模块的创新性和专业性:面向个人用户上线综合财富管理平台“蚂蚁聚宝”,使金融服务更加便捷;面向金融机构上线自运营平台“财富号”,使金融产品服务更专业。越来越多的金融服务通过产品推介、投顾服务、问答社区、实时动态和直播频道等平台功能板块直接链接金融客户和金融企业,深化交互式服务接触和价值共创。以财富号为例,蚂蚁集团吸引基金公司入驻并以技术支撑打造品牌专区,用户可向基金经理输出其投资理念与偏好,成为基金产品和服务的隐性设计者。

微贷科技、理财科技和保险科技等生态模块之间协同联动,促成数字平台金融生态系统的自循环结构,实现协同价值。协同价值是指平台多边业务在数据、技术等资源要素协同耦合、相互赋能,使多元参与主体享受到的生态红利。例如,相互宝与蚂蚁保险在机制设计和用户界面方面发挥耦合效应,相互宝实行案件公示和陪审团制度,其风险分摊、免责期和健康告知等机制设计与传统健康保险存在相似性,能够帮助用户在互助过程中加深对健康保险的理解,潜移默化地将用户转化为蚂蚁保险客户。用户可经由相互宝用户界面“升级保障”的点击项直接进入蚂蚁保险健康险销售模块,两者协同打造“定额给付+费用报销”的双重保障。

(3) 共享赋能。共享赋能是多边网络赋予平台企业在生态系统中相互流通共享生态模块的能力。多边网络扩大了平台企业的触达范围和影响力,通过改善网络关系或增强网络强度的“共享”行为形成具有稳定协同效应的数字平台金融生态系统。一方面,蚂蚁集团牢牢把握数据和技术优势,在生态圈内共享芝麻信用的信用基础,改善多边网络各生态主体间的信息交流,使芝麻信用成为连接第三方支付底层架构到金融生态顶层应用的价值通道,逐渐凸显金融领域多点布局的协同效应。另一方面,蚂蚁集团与传统金融机构之间不是争夺资源和角色替代的竞争而是共生关系,蚂蚁集团为金融机构提供良好的金融生态平台,通过平台网络资源共享来增强各生态主体的内生动力,激发生态主体强化协同效应,提高价值共创效率。

4. 成熟期

成熟期是数字金融平台的创新化阶段,经过爆发式扩张,平台已形成相对完善的金融生态系统,趋于饱和的容纳能力和日渐收紧的外部环境倒逼平台转变运营策略以免陷入衰退阶段。具体而言,蚂蚁集团数字平台金融生态系统已具备相当可观的规模和高效的服务体系,但仍面临着监管趋严和腾讯金融等后发竞争者造成的用户流失,蚂蚁集团立足于共生网络的生态结构和开放关系,横向辐射海外金融市场,全方位输出金融技术、业务和能力,开放一站式金融解决方案,优化了生态系统的价值共创模式,最终实现生态赋能和开放赋能。该阶段的典型例证及聚合构念见表 5。

表 5 蚂蚁集团成熟期的典型证据(2018—2020 年)

二阶主题	一阶概念	典型证据援引(部分)
共生网络	网络互惠共生	“阿里巴巴通过新零售等场景叠加为蚂蚁集团增加用户黏性,蚂蚁集团则是阿里巴巴的金融基础设施和流量平台,满足 C 端在交易中的金融服务需求,获取 C 端和 B 端对信贷服务的需求,基于交易真实性及数据优势精准定价”、“入驻机构在财富号上沉淀了 1.1 万个持仓解读内容,交易用户数和定投用户分别增长 70% 和 170%,入驻机构平均交易金额和资产管理规模分别为同期未入驻机构的 62 倍和 68 倍”
	适应外部动态	“2016 年政府工作报告定调‘规范发展互联网金融’,并开展互联网金融风险专项整治”“2018 年,大数据、人工智能等技术快速发展,技术输出型金融科技企业价值快速上升,新进入者不断增加”
优化价值	输出金融科技	“当地电子钱包的合作伙伴已形成‘9+1’布局,覆盖印度、泰国等 9 个地区,覆盖人口约 36 亿,为其提供移动支付和数字普惠金融服务”“基于移动开发平台 mPaaS 的一站式解决方案,可满足各行业旺盛的移动应用需求”“与上海证券交易所合作开发‘鹰眼’产品,围绕财务股权等关键信息为证券交易所和行业用户提供实时监测、防控风险的监管科技支撑”
	内外统筹优化	“金融科技分布式技术服务均已形成成熟的运营收费机制,超过 40 项产品采取付费部署模式”“业务布局从经营资产负债表的‘规模’策略,转型为经营利润表的‘收入’策略,优先协同‘金融产品’和输出‘科技产品’以保证收入的可持续增长,同时‘外延发展’分享全球生态复制的非线性增长未来”
生态赋能 开放赋能	复制生态逻辑	“与南京银行共同搭建‘鑫云+’平台,探索小微金融、个人金融等数据模型和应用,并借助云服务向鑫合俱乐部中 119 家中小银行输出技术、业务和场景”“为保险企业提供数据中台内容建设,数据资产管理和数据智能研发等服务,已帮助长安保险等公司实现全系统上云”
	开放技术共创	“与南京银行设立‘数据共创实验室’,共同开发中小企业和消费者的数据模型和金融产品,发挥银行与数字平台风险管控的叠加效应”“通过蚂蚁金融科技平台,金融机构无需搭建服务端硬件环境即可快速部署网络、存储、数据库等服务”

(1) 共生网络。随着爆发期多边网络的价值共创活动,包括平台企业在内各生态主体之间的互动模式从单向输出走向互补融合,构筑起完整的生态共同体。共生过程中,生态参与者的业务发展、价值创造和获取都嵌入于生态架构中,通过满足其他生态参与者需求的交互行为提升对生态系统的互补贡献^[46]。结构维度上,蚂蚁集团从依赖阿里生态到与阿里生态协同互补,形成自主的数字平台金融生态系统,并开放财富号吸引多家金融机构入驻,网络的外围关系更加丰富,中心度显著提高。关系维度上,入驻的金融机构与金融客户之间进行直接交互式的服务接触和价值共创,增进互利共赢的网络关系。

(2) 优化价值。监管部门对互联网金融的政策基调由“鼓励创新”转为“规范发展”,恰逢金融科技发展的新阶段,金融行业涌现的技术输出型企业在C端红利逐渐消散的市场竞争中迅速凸显价值,蚂蚁集团适应外部环境的动态变化,重新审视技术的重要性,基于多年来引领金融创新形成的深厚技术壁垒,调整平台的战略定位为金融科技输出。一是生态复制。蚂蚁集团通过建设跨境支付网络、持牌海外业务,向国际数字社会复制“场景-支付-金融-收入”的发展模式。二是科技输出。蚂蚁集团向金融机构全面开放技术、能力和业务,输出完整的金融数字化解决方案:数字金融领域,基于差异化的行业需求与金融机构开展价值交互和传递,助力金融机构向全面数字化转型;区块链领域,应用蚂蚁链的自动化部署能力,跨出金融领域落地到政府、通用服务等多样化应用场景,促进“始于区块,链接产业”的价值互联和价值流转;监管科技领域,将积累的金融风控经验转化为新的价值模式,通过人工智能、安全科技等技术,辅助地方监管部门建立完善的金融监管科技系统。

蚂蚁集团从内在和外延两方面调整已有的金融生态,释放数字平台金融生态系统的优化价值。优化价值是指平台企业统筹发展内外部可协调资源,使整个生态系统的价值创造和增长模式得到优化,突破原有的S型增长的规模效益限制,创造出“二次增长曲线”带来的规模报酬递增效应。蚂蚁集团“协同”并“科技输出”金融产品,已在多项金融和非金融产品采用“付费部署”即收取部署服务费的盈利模式,为平台价值增长作内在补充,同时通过在国际复制“场景-支付-金融-收入”的“外延发展”路线,积攒非线性增长的价值潜能,实现金融监管收紧的背景下兼顾规范性和成长性发展。

(3) 生态赋能。生态赋能是共生网络赋予平台企业复制生态逻辑的能力。共生网络的核心结构下,消费者、商户、金融机构和企业等生态主体借助平台企业的连接共同形成完整的生态系统,组成丰富的“信息池”“资源池”和“场景池”,为个性化生态的构建提供了强大的基础支持。蚂蚁集团共享“信息池”有效数据,整合“资源池”要素资源,管理“场景池”生态场景,并将多年发展所积淀的金融技术、服务和经验通过共生网络传导到生态主体中,形成灵活满足各方需求的个性化技术产品和解决方案,助力生态主体提高自主能力、反哺生态整体。经由网络赋能,平台重构了多个融合协同、智能管理的子生态系统,使生态主体得到优化发展,进而促进整个数字平台金融生态系统的生态效益不断放大叠加,朝着新的转型方向跃迁。

(4) 开放赋能。开放赋能是共生网络赋予平台企业开放技术共创的能力。共生网络的强关系联结是蚂蚁集团整个生态共同体实现与冲击变化共生、与外部环境共创共赢的重要前提。面对快速迭代的商业生态,单靠蚂蚁集团难以实现完全覆盖的服务供给,蚂蚁集团搭建起“去中心化、开放共治”的基础能力平台,面向外部市场开放产品合作、服务场景和技术环境,提供最基础的技术服务和能力产品,发挥平台连接支撑功能,吸引更多主体共同参与生态建设和价值创造,同时通过投资和合作方式从外部吸纳专项技术,追求跨技术融合,不断创新和优化价值模式。

5. 二次爆发期

二次爆发期是数字金融平台的规范化阶段。平台转型成果显著,使数字平台金融生态系统突破成熟期的平稳状态迎来又一次高速发展,并以此开启新一轮生命周期的循环。具体而言,蚂蚁集团在成熟期调整平台战略定位,由“金融科技”向“科技金融”的去金融化转型富有成效,数字平台金融生态系统迎来二次繁荣:嵌套网络形态生成新型网络效应,通过提质赋能各产业细分领域的子生态系统实现共生可持续,延展可持续发展的价值增长空间。该阶段的典型例证及聚合构念见表6。

(1) 嵌套网络。蚂蚁集团已形成全方位生态系统:数字支付是数字生活和数字金融的底层基础,数字生活和数字金融是数字支付的场景延伸,数字金融则是三大类业务的价值变现。蚂蚁集团开放技术和服务,向

表 6 蚂蚁集团二次爆发期的典型证据(2021 年至今)

二级主题	一阶概念	典型证据援引(部分)
嵌套网络	多层网络嵌套	“支付宝服务超 10 亿用户和超 8000 万商家,已成为数字支付、数字金融和数字生活的全方位服务平台”“连续布局电子政务和财税信息化领域多家技术类企业,以‘BASIC’为技术原型的产品和解决方案已运用到医疗健康、物流等诸多领域”
可持续价值	配合监管整改	“部分机构将支付与信贷等其他金融业务交叉嵌套,形成闭环,难以被穿透监管,极易引发跨市场风险”“央行等金融管理部门再次联合约谈蚂蚁集团,明确其整改方向和内容”
	激活产业新通路	“通过数字供应链金融方案‘大雁系统’,网商银行使链上小微商家的贷款可得率从 30% 提升到 80%” “商家机构可通过开通小程序、生活号等功能,在支付宝上建立属于自己的经营阵地,利用支付、搜索、会员等工具,构建适合自己的高效运营链路,在降低成本需求的同时提升数字化经营能力”
	双价值一体创造	“坚持商业和社会‘双价值’融合创造是蚂蚁集团 ESG 可持续发展(数字普惠、绿色低碳、科技创新、开发生态)的内核”“我们坚信,一家企业的发展机遇一定蕴含在它所解决的社会问题之中……蚂蚁集团将成为属于未来的公司”
提质赋能	提质增效子生态	“云原生解决方案 SOFAStack 目前已服务超百家金融机构,逐步走向更广阔的千行百业,平均助力产业客户提升近 20% 的内部研发运维效率、减少 20% 的线上大型故障”

外输出至细分产业,形成更加复杂多层的网络结构。产业内不同生态参与者借助蚂蚁集团的基础能力,部署符合自身业务的个性化平台,发展出垂直领域的子网络,形成相互嵌套、层次丰富的网络结构。每张网络由若干资源组成,同一网络内部优势互补,不同网络之间互联互通,蚂蚁集团能够响应平台参与者的需求,编排协奏网络内和网络间的资源,为其提供安全低成本的个性化解决方案。

(2) 可持续价值。监管部门重点监管互联网金融平台以防范系统性金融风险,蚂蚁集团上市中止并被多次约谈,将战略重点转为规范整改。意识到社会价值对于金融科技企业新一轮发展的重要性,蚂蚁集团发布数字金融平台自律准则,强调规范与发展并重,深化数字支付减费、数字化运营方案输出等实践,使金融科技打造成为激活产业、回归实体的新通路。以“C-CARE(商户数字化自主运营模型)”为例,商户可以在支付宝上使用系列特色产品及营销、效率和资金等数字化工具进行精细化运营,反复触达唤醒用户。支付宝还面向服务商发布“乘风计划”,开放技术能力和平台生态,与众多服务商共创多种可商业化的数字化解决方案,打造可持续发展的价值共创体系。

可持续价值是指平台企业兼顾生态各方利益,寻求有机融合金融科技商业价值与社会价值的“全局最优解”,从而实现行业和自身生态的可持续发展。蚂蚁集团积极承担起平台责任,帮助广大小微企业提升数字化转型的活力,建设可持续的价值循环,使金融科技服务于“双价值”一体创造,真正成为金融回归产业、迈向新进化的内生增长动能。

(3) 提质赋能。提质赋能是嵌套网络赋予平台企业提质增效子生态系统的能力。嵌套网络状态下,蚂蚁集团新增了服务业数字化经营开放平台,努力建设成为包括生态参与者在内的社会公众的“服务者”和“助力者”,以需求为导向灵活调配嵌套网络资源,提供产品、服务、技术的个性化解决方案等,携手用户、商家、金融企业、金融机构和服务商共创更优质、高效、安全的金融服务,打造高质量生态系统,提升价值创造效率,推动可持续价值创新、共赢。

五、研究总结

(一) 研究结论

第一,数字平台金融生态系统的价值共创主体、过程和结果与网络赋能密切相关,网络赋能方式的形成遵循“网络构成-价值共创-赋能实现”的逻辑路线(见图 3)。多主体构成的平台网络中,平台企业从结构和关系两因素着手,激发各主体潜在优势,驱动主体间资源互动,进而推进价值共创,实现网络赋能。初创期,平台企业通过有效连接双方,改善附属网络的关系特征,催化导流价值共创,实现连接赋能;真空期,平台企业通过互补性包络对双边网络的资源进行杠杆化利用,激发网络效应,催化沉淀价值共创,实现包络赋能;爆发期,平台企业通过不同生态模块的共享,改善多边网络的关系强度,催化协同价值共创,实现共享赋能;成熟期,平台企业通过复制生态逻辑、开放技术共创,丰富共生网络的层次,增强共生网络的强度,催化优化

价值共创,实现生态赋能和开放赋能;二次爆发期,平台企业通过提质增效子生态系统,提升嵌套网络的生态效率,催化可持续价值共创,实现提质赋能。

第二,共演逻辑下数字平台金融生态系统的网络赋能呈现动态化特征,演进动因在于网络结构与关系的互动耦合(见图3)。初创期,通过增强网络之间的信任关系实现连接赋能,属“关系赋能”;真空期,包络赋能以网络结构的扩张激发网络效应,属“结构赋能”;爆发期,共享赋能通过改善网络关系或增强网络强度的“共享”行为在数字平台金融生态系统内形成一系列关系和纽带,属“关系赋能”;成熟期,生态赋能着重于打造完整的平台生态系统网络结构,属结构赋能,开放赋能则打造开放共治的强关系生态链接,属关系赋能,两者构成“二元赋能”;二次爆发期,通过提质赋能与生态伙伴携手构建更高效的金融服务,增强生态主体的认同感,属“关系赋能”。

第三,网络赋能与价值共创呈现螺旋式迭代发展的动态共演规律(见图3)。数字平台金融生态系统以平台网络为价值共创的赋能基础,网络赋能促进价值共创继而反推新一轮网络赋能,遵循“平台网络 I → 网络赋能 → 共创价值输出 → 平台网络 II → 网络赋能优化”路径形成螺旋式上升的正反馈循环,共同作用于数字平台金融生态系统的纵向演化。以初创期为例,附属网络以连接赋能创造导流价值,导流价值反作用于平台网络上实现附属网络向双边网络的跃迁,由此优化真空期的网络赋能方式,以包络赋能创造沉淀价值。从平台纵向发展整体脉络来看,每个时期平台网络与价值共创的互动使网络复杂程度逐渐加深,价值共创能力逐渐增强,最终实现了数字平台金融生态系统的发展与进阶。

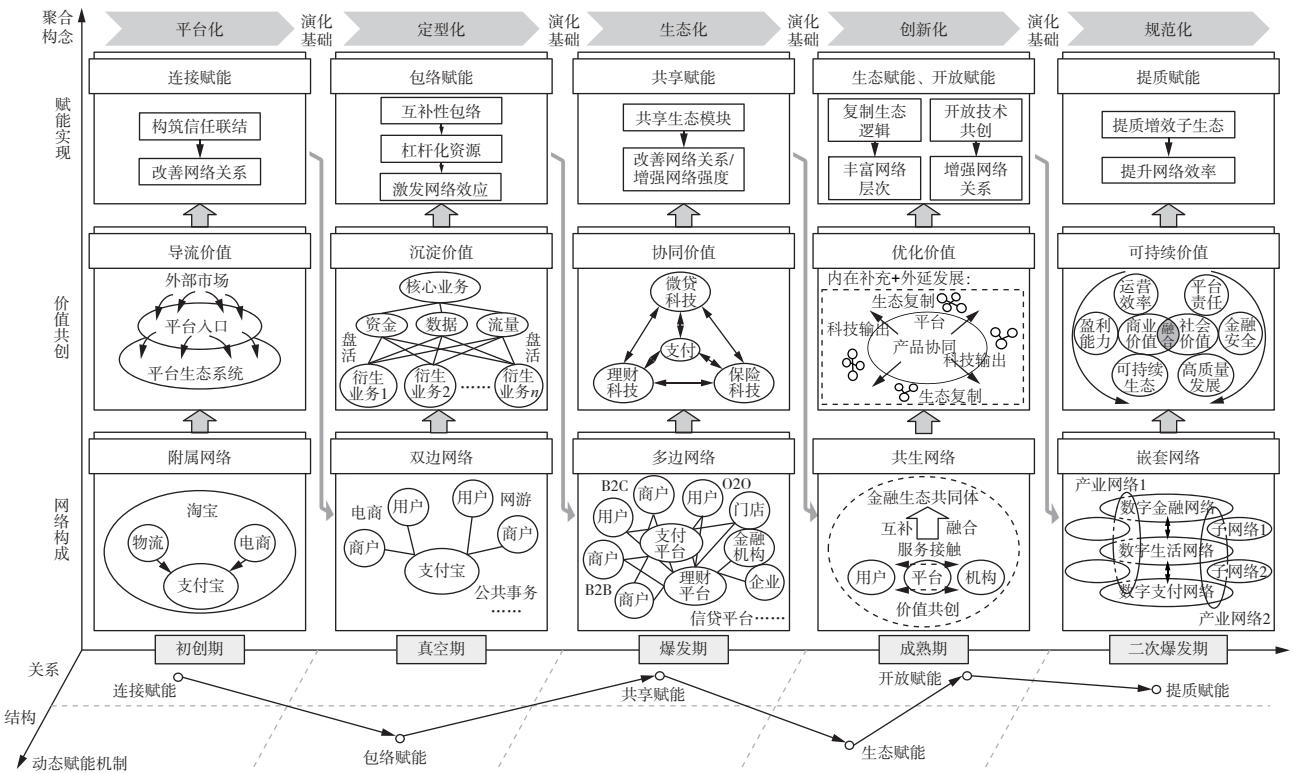


图3 数字平台金融生态系统网络赋能与价值共创动态共演的全景图

(二) 边际贡献

本文主要有三点理论贡献:第一,结合实际案例探索了数字平台金融生态系统完整的价值共创过程,进一步验证“价值识别—价值共创—价值转化”的价值创造逻辑,拓展了价值共创研究的动态视角和金融情境;第二,勾勒出“数字平台形成网络赋能效应—驱动价值生态系统共创能力”随时序变化的理论脉络,明确网络赋能促进价值共创的具体机制,充实社会网络理论在数字时代的研究成果;第三,在新近研究基础上,引入“数字平台生态观”发现网络赋能与价值共创之间并非简单的单向促进而是双向加成的动态共演关系,

将宏观数字平台生态系统演化与微观生态主体间关系特征统一到一个理论框架中,提供了网络赋能与价值共创互动共演下驱动数字平台生态系统跃迁的系统性研究新思路。

本文的研究发现还为企业管理提供实践贡献:第一,平台企业应及时洞察不同生命周期所拥有的网络基础,探索具体的“关系”或“结构”赋能方式,以匹配“关系赋能—结构赋能—关系赋能—二元赋能—关系赋能”的动态主线,推进数字平台金融生态系统逐步发展完善。第二,平台企业应围绕商业与社会“双价值”取向下的实体经济需求进行适应性调整。2023年7月,金融监管部门对大型数字平台企业违法违规金融活动的处罚结果最终落地,平台经济正式转入常态化金融监管新阶段。在良性发展预期下,平台企业应坚守技术与产业层面的合规,配合金融监管部门优化常态化监管水平,同时以数字平台生态看待各网络主体与企业之间的利益关系,基于各生态参与者的角色地位和阶段性需求主动调整生态参与者之间的网络交互,加速生态参与者数字化转型成为价值共创细分平台,巩固自身在价值共创生态系统中的核心位置。第三,其他生态参与企业需要客观对待自身的能力瓶颈,既要主动融入平台网络、接受网络赋能,又要强化系统思维,不能止步于单向受益,主动发展自身的网络能力,输出双向共创价值,从而提升平台网络的赋能优度,促进数字平台金融生态系统的纵向演化。

(三) 研究展望

本文研究蚂蚁集团数字平台金融生态系统的动态演进,其在“成熟期”成功找到转型点,成功引爆了平台生态的“二次爆发点”,然而蚂蚁集团本身具有特殊性和代表性,现实实践中并非所有数字金融平台都能积蓄到足够的“引爆”能量,成熟期过后,平台的共生网络可能因战略调整偏差而出现分离,转而步入衰退期,应结合实践重新剖析其结构赋能和关系赋能方式,因此未来可选择进入衰退期的数字平台金融生态系统进行补充论证。

参考文献

- [1] CENNAMO C. Competing in digital markets: A platform-based perspective[J]. *Academy of Management Perspectives*, 2021, 35(2): 265-291.
- [2] 蒋惠凤,刘益平. 平台金融生态系统供给侧战略联盟的合作机制研究[J]. *系统科学学报*, 2023(2): 104-110.
- [3] 田杰棠,张春花. 数字经济与实体经济融合的内涵、机理与推进策略[J]. *技术经济*, 2023, 42(1): 25-33.
- [4] 邵兵,匡贤明,王翠. 制造业企业业务流程数字化与企业价值:基于动态能力的视角[J]. *技术经济*, 2023, 42(7): 109-125.
- [5] BARONIAN L. Digital platforms and the nature of the firm[J]. *Journal of Economic Issues*, 2020, 54(1): 214-232.
- [6] 汪旭晖,赵博,刘志. 从多渠道到全渠道:互联网背景下传统零售企业转型升级路径——基于银泰百货和永辉超市的双案例研究[J]. *北京工商大学学报(社会科学版)*, 2018, 33(4): 22-32.
- [7] 王强,王超,刘玉奇. 数字化能力和价值创造能力视角下零售数字化转型机制——新零售的多案例研究[J]. *研究与发展管理*, 2020, 32(6): 50-65.
- [8] 李树文,罗瑾琰,张志菲. AI能力如何助推企业实现价值共创——基于企业与客户间互动的探索性案例研究[J]. *中国工业经济*, 2023(5): 174-192.
- [9] 孙新波,王昊卿,张媛,等. 大数据驱动制造企业数字商业模式创新实现机理[J]. *技术经济*, 2023, 42(6): 60-72.
- [10] 钟琦,杨雪帆,吴志樵. 平台生态系统价值共创的研究述评[J]. *系统工程理论与实践*, 2021, 41(2): 421-430.
- [11] 王新新,张佳佳. 价值涌现:平台生态系统价值创造的新逻辑[J]. *经济管理*, 2021, 43(2): 188-208.
- [12] 周君璧,汪明月,胡贝贝. 平台生态系统下新型研发机构价值创造研究[J]. *科学学研究*, 2023, 41(8): 1442-1453.
- [13] 孙新波,孙浩博. 数字时代商业生态系统何以共创价值——基于动态能力与资源行动视角的单案例研究[J]. *技术经济*, 2022, 41(11): 152-164.
- [14] 陈雪琳,周冬梅,鲁若愚. 平台生态系统中互补者的多边关系研究:理论溯源与框架构建[J]. *研究与发展管理*, 2023, 35(1): 60-71, 145.
- [15] 张洪,鲁耀斌,张凤娇. 价值共创研究述评:文献计量分析及知识体系构建[J]. *科研管理*, 2021, 42(12): 88-99.
- [16] 简兆权,谭艳霞,刘念. 数字化驱动下智慧医疗服务平台价值共创的演化过程——基于服务生态系统和知识整合视角的案例研究[J]. *管理评论*, 2022, 34(12): 322-339.
- [17] 马鸿佳,林樾. 数字平台企业如何实现价值创造?——遥望网络和海尔智家的双案例研究[J]. *外国经济与管理*, 2023, 45(9): 22-37.
- [18] 邵云飞,周湘蓉,杨雪. 从0到1:数字化如何赋能创新生态系统构建?[J]. *技术经济*, 2022, 41(6): 44-58.
- [19] 罗仲伟,李先军,宋翔,等. 从“赋权”到“赋能”的企业组织结构演进——基于韩都衣舍案例的研究[J]. *中国工业经济*, 2017(9): 174-192.
- [20] 冯蛟,董雪艳,罗文豪,等. 平台型企业的协同赋能与价值共创案例研究[J]. *管理学报*, 2022, 19(7): 965-975.

- [21] 国旭, 贺俊, 陶思宇. 多平台企业协同效应的来源及作用机理——阿里巴巴多平台体系的案例研究[J]. 经济管理, 2022, 44(10): 92-110.
- [22] 肖迪, 陈瑛, 王佳燕, 等. 考虑平台数据赋能的电商供应链成本分担策略选择研究[J]. 中国管理科学, 2021, 29(10): 58-69.
- [23] 周文辉, 何奇松. 创业孵化平台赋能对资源配置优化的影响——基于机制设计视角的案例研究[J]. 研究与发展管理, 2021, 33(1): 162-174.
- [24] 杨大鹏, 王节祥. 平台赋能企业数字化转型的机制研究[J]. 当代财经, 2022(9): 75-86.
- [25] 郝晨, 张卫国, 李梦雅. 国际社会创业的价值共创机制——基于社会网络视角的案例研究[J]. 管理评论, 2021, 33(8): 326-340.
- [26] 郭爱其, 刘一蕙, 宋迪. 跨境数字平台参与、国际化增值行为与企业国际竞争优势[J]. 管理世界, 2021, 37(9): 214-233.
- [27] 杜勇, 曹磊, 任思铸. 网络效应视角下工业互联网平台赋能模式的演化机理——以忽米网为例[J]. 管理案例研究与评论, 2022, 15(6): 673-684.
- [28] 朱明洋, 吴晓波. 平台网络的行动空间对商业模式创新影响研究[J]. 科学学研究, 2023, 41(7): 1306-1315.
- [29] 廖民超, 金佳敏, 蒋玉石, 等. 数字平台能力与制造业服务创新绩效——网络能力和价值共创的链式中介作用[J]. 科技进步与对策, 2023, 40(5): 55-63.
- [30] 依绍华, 梁威. 传统商业企业如何创新转型——服务主导逻辑的价值共创平台网络构建[J]. 中国工业经济, 2023(1): 171-188.
- [31] 周冬梅, 朱璇玮, 陈雪琳, 等. 数字平台生态系统: 概念基础、研究现状与未来展望[J/OL]. 北京: 科学学研究, 2023[2023-08-31]. <https://doi.org/10.16192/j.cnki.1003-2053.20230202.002>.
- [32] 李振东, 张冬冬, 朱子钦, 等. 数字化情境下的协同创新: 理论框架与研究展望[J]. 科学学与科学技术管理, 2022, 43(8): 47-65.
- [33] NAMBISAN S, BARON R A. On the costs of digital entrepreneurship: Role conflict, stress, and venture performance in digital platform-based ecosystems[J]. Journal of Business Research, 2021, 125: 520-532.
- [34] PANICO C, CENNAMO C. User preferences and strategic interactions in platform ecosystems[J]. Strategic Management Journal, 2022, 43(3): 507-529.
- [35] 王节祥, 刘双, 瞿庆云. 数字平台生态系统中的创业企业成长研究: 现状、框架与展望[J]. 研究与发展管理, 2023, 35(1): 72-88.
- [36] 戴勇, 刘颖洁. 基于组态分析的数字平台生态系统内部治理因素及效果研究[J]. 科研管理, 2022, 43(2): 46-54.
- [37] 焦豪. 数字平台生态观: 数字经济时代的管理理论新视角[J]. 中国工业经济, 2023(7): 122-141.
- [38] 井润田, 孙璇. 实证主义 vs. 诠释主义: 两种经典案例研究范式的比较与启示[J]. 管理世界, 2021, 37(3): 198-216, 13.
- [39] 宋晶, 陈劲. 创业者社会网络、组织合法性与创业企业资源拼凑[J]. 科学学研究, 2019, 37(1): 86-94.
- [40] 杨隽萍, 于晓宇, 陶向明, 等. 社会网络、先前经验与创业风险识别[J]. 管理科学学报, 2017, 20(5): 35-50.
- [41] 焦勇. 数字经济赋能制造业转型: 从价值重塑到价值创造[J]. 经济学家, 2020(6): 87-94.
- [42] 胡海波, 卢海涛. 企业商业生态系统演化中价值共创研究——数字化赋能视角[J]. 经济管理, 2018, 40(8): 55-71.
- [43] 李雷, 赵先德, 简兆权. 网络环境下平台企业的运营策略研究[J]. 管理科学学报, 2016, 19(3): 15-33.
- [44] 林楠, 席酉民, 刘鹏. 产业互联网平台的动态赋能机制研究——以欧冶云商为例[J]. 外国经济与管理, 2022, 44(9): 135-152.
- [45] 葛安茹, 唐方成. 基于平台包络视角的平台生态系统竞争优势构建路径研究[J]. 科技进步与对策, 2021, 38(16): 84-90.
- [46] 陈威如, 王节祥. 依附式升级: 平台生态系统中参与者的数字化转型战略[J]. 管理世界, 2021, 37(10): 195-214.

Network Empowerment and Value Co-creation in Digital Platform Financial Ecosystem: A Dynamic Co-evolution Logic Based on Ant Group

Han Ying, Xu Xiaohui

(School of Economics, Fujian Normal University, Fuzhou 350117, China)

Abstract: Focused on digital platforms and their ecosystems, platform economy is both a key path for the development of digital economy and plays a basic function in driving the growth of real economy. Based on the dialog between digital platform-based ecosystem view and social network theory, Ant Group's digital platform financial ecosystem was analyzed vertically for its network empowerment, value co-creation, and the interaction mechanism between them. It is found that digital platform financial ecosystem takes platform network as the enabling foundation for value co-creation, with network empowerment promoting value co-creation and then pushing back a new round of network empowerment. Therefore, a spiraling positive feedback loop is formed by following the path of "platform network I—network empowerment—co-creation value output—platform network II—network empowerment optimization", which contributes to the dynamic evolution of ecosystem. As this paper deepens the study on empowerment mechanism behind evolution of digital platform financial ecosystem in stages and continuity, it is enlightened for platform economy to fully develop and enable the integration between digital and real economy.

Keywords: digital platform financial ecosystem; network empowerment; value co-creation; case study