

“互联网+”背景下创新创业商业模式的变革与创新

孙爱杰

烟台科技学院, 山东 烟台 265600

摘要:在“互联网+”深度渗透经济社会的背景下, 创新创业商业模式正经历根本性变革。本文基于技术赋能、消费升级与政策驱动的多维视角, 分析“互联网+”对传统商业模式的冲击, 包括打破地域限制、降低创业门槛、加速产品迭代等。同时, 探讨平台化、数据驱动、共享经济、线上线下融合(OMO)等创新方向, 研究发现, 技术进步、消费者需求变化与政策环境协同构成创新的核心驱动力, 未来商业模式将向元宇宙商业、银发经济等更具颠覆性的方向演进。

关键词:互联网+; 创新创业; 商业模式; 数据驱动; 共享经济

DOI: 10.63887/jerp.2025.1.4.41

1 引言

在数字化浪潮席卷全球的今天, “互联网+”已成为重构经济格局与社会生态的核心驱动力。我国网民规模已达 11.2 亿, 大数据、云计算、人工智能(AI)、5G 等技术与传统产业深度融合, 催生全新商业逻辑与价值创造模式^[1]。从电子商务颠覆零售行业到工业互联网重塑制造业价值链, “互联网+”推动全球商业文明迭代升级。技术赋能降低创业门槛, 数据驱动型、平台型企业占比超 60%。在此背景下, 探究商业模式变革路径与创新逻辑, 是企业突破增长瓶颈、推动经济高质量发展的必然要求。

2 “互联网+”对传统商业模式的冲击

2.1 打破地域限制, 拓宽市场范围

传统商业模式受物理空间限制, 市场辐射半径以地域为边界。如传统零售业客群局限于门店周边 3-5 公里, 制造业销售依赖经销商, 市场拓展成本高、效率低。“互联网+”通过数字化平台构建“无边界市场”, 企业以极低边际成本触达全球消费者。亚马逊、eBay 为中国中小企业提供对接海外消费者渠道, SHEIN 通过“柔性供应链+社交营销”实现“7 日达”服务。

2.2 降低创业门槛, 激发创新活力

工业经济时代创业需大量固定资产投入, 中小企业进入壁垒高^[2]。个人可通过抖音、快手等开设“虚拟

店铺”直播带货, 开发者依托云计算平台“零服务器成本”开发应用。2024 年我国新注册电商主体超 2000 万家, 个人店铺占比 78%。“李子柒”团队通过多平台输出内容, 构建“内容 IP—电商变现—品牌授权”闭环。这种模式激发社会创新活力, 2024 年新经济领域创业项目数量同比增长 35%。

2.3 加速信息传播, 推动产品迭代

传统模式中消费者反馈传递慢, 企业产品迭代周期长。互联网构建“实时反馈闭环”, 企业可快速获取用户数据。小米通过论坛收集反馈, 每周更新系统, 硬件迭代周期缩短 50%以上。元气森林通过平台数据捕捉消费趋势, 产品从概念到上市仅 8 个月, 2024 年销售额突破 200 亿元。普华永道调研显示, 互联网企业平均产品迭代周期从 2015 年 12 个月缩短至 2024 年 3.2 个月。

3 “互联网+”背景下创新创业商业模式创新方向

3.1 平台化商业模式: 构建商业生态共同体

交易型平台如淘宝、天猫, 以佣金、广告为主要收入来源, 2024 年天猫“双 11”成交额达 5403 亿元^[3]。社交型平台如微信, 通过“社交+内容+服务”生态, 连接用户与开发者, 小程序日均使用次数超 4.5 亿次。平台化模式关键在于“用户规模—价值创造—生态繁荣”

的正向循环。拼多多通过社交链裂变用户，反向倒逼农产品供应链改革，打造“农地云拼”模式，农产品价格较传统渠道降低 30%。

3.2 数据驱动的商业模式：从信息到洞察的价值跃迁

数据驱动模式突破了“产品销售”的传统逻辑，将数据作为核心生产要素。其典型应用场景包括，精准营销：字节跳动的巨量引擎平台通过分析用户的浏览、搜索、消费行为，构建超 2000 个用户标签，实现广告“千人千面”投放。2024 年该平台广告收入达 6800 亿元，占互联网广告市场份额的 32%。个性化服务：网易云音乐通过用户听歌记录、歌单创建等数据，生成“每日推荐”歌单，用户日均使用时长超 76 分钟，付费会员数突破 8000 万。预测性运营：特斯拉通过车载传感器收集车辆行驶数据，提前预测零部件故障，将售后维修效率提升 40%，同时通过数据优化电池管理系统，使续航里程提升 15%。数据驱动的核心在于“数据采集-清洗-分析-应用”的闭环能力。据 IDC 统计，2024 年全球企业数据量达 143ZB，其中互联网企业数据利用率超 65%，较传统企业高出 3 倍。

3.3 共享经济模式：闲置资源的社会化重构

共享经济通过互联网平台实现闲置资源的使用权流转，创造“使用权大于所有权”的新消费观念。其演进经历了三个阶段：资产共享，以共享单车（如美团单车）、共享汽车（如滴滴青桔）为代表，2024 年我国共享出行市场规模达 3800 亿元，注册用户超 4 亿。空间共享，Airbnb 模式的民宿共享在我国本土化发展为“途家”“小猪短租”，2024 年平台房源超 500 万套，覆盖 400 余个城市。技能共享，Freelancer、Upwork 等平台连接全球自由职业者，2024 年我国知识技能共享市场规模达 1200 亿元，涵盖设计、编程、翻译等 200 余个品类。以共享单车为例，单辆自行车的日均使用次数达 8-10 次，远超传统自行车的 1-2 次，资源利用率提升 8 倍。但同时，共享经济也面临监管适配问题，如共享单车的城市停放管理、民宿的消防合规等，需要企业与政府协同创新。

3.4 线上线下融合（OMO）模式：重构消费体验边

界

OMO 模式打破了线上线下的割裂，通过“场景互联、数据互通”实现消费体验升级。其典型形态包括，医疗 OMO：平安好医生构建“线上问诊+线下体检+健康管理”闭环，2024 年平台注册用户超 4 亿，日均问诊量达 120 万次。OMO 模式的核心在于“体验互补”：线上解决效率与便利问题，线下满足体验与信任需求。据埃森哲调研，采用 OMO 模式的企业用户复购率较单一渠道提升 35%，客单价提高 28%。未来，随着 AR/VR 技术成熟，OMO 将向“虚实融合”方向升级，如虚拟试衣间、元宇宙门店等新形态。

4 “互联网+”背景下创新创业商业模式创新的案例分析

4.1 阿里巴巴：生态化创新的商业帝国

业务模式创新，在 B2B 领域，1688.com 通过“线上撮合+线下展会”模式，连接 1.2 亿中小企业，2024 年平台交易额达 8.6 万亿元。在金融领域，支付宝从支付工具升级为数字金融平台，花呗、借呗服务超 5 亿用户，余额宝规模达 1.8 万亿元。在物流领域，菜鸟网络通过“数据驱动+协同仓配”，将全国快递时效从 72 小时缩短至 48 小时，跨境物流时效从 15 天缩短至 7 天。技术驱动创新，阿里云通过“双 11”等大促场景打磨技术，2024 年全球市场份额达 21%，服务超 400 万企业，支撑每秒 120 万笔订单处理能力。达摩院研发的 AI 设计师“鹿班”，日均生成海报 1.2 亿张，节省设计成本 40%。生态协同创新，阿里巴巴通过投资并购构建“商业+科技+生活”生态，本地生活领域，饿了么与口碑合并后，2024 年外卖订单量占市场份额的 35%，到店消费交易额达 8000 亿元。数字娱乐领域，优酷日均播放量达 2.3 亿次，与大麦网联动打造“内容+票务”闭环。新零售领域，高鑫零售（大润发）2024 年线上订单占比达 45%，实现“门店发货+1 小时达”。

4.2 腾讯：社交基因驱动的商业进化

社交电商创新，商家通过“社群分享+小程序下单”实现用户裂变，典型如瑞幸咖啡，通过企业微信群发放优惠券，单月新增用户超 1000 万。视频号电商崛起，2024 年直播带货 GMV 达 1.5 万亿元，依托微信“发

现页”流量入口，形成“内容种草-直播转化-私域复购”链路。数字内容创新，腾讯视频付费会员数达 1.8 亿，通过“超前点播”“分账剧”等模式创新，2024 年内容收入达 680 亿元。腾讯音乐构建“听歌+K 歌+直播”生态，全民 K 歌注册用户超 8 亿，虚拟礼物收入年增长 35%。产业互联网创新，腾讯云聚焦政务、金融、工业等领域，2024 年政务云市场份额达 28%，为 300 余个城市提供数字政务解决方案。腾讯智慧零售为沃尔玛、屈臣氏等企业提供“私域运营+数据中台”服务，帮助沃尔玛小程序销售额年增长 200%。

4.3 美团：本地生活的超级连接器

核心业务深化，外卖业务，2024 年日均订单达 6500 万单，通过“智能调度系统”将配送时长从 45 分钟压缩至 28 分钟，骑手人均效率提升 35%。到店酒旅业务，2024 年交易额达 1.2 万亿元，通过“团购+直播”模式，帮助商家淡季引流，如海底捞通过美团直播单场销售额破 5000 万元。新业务拓展，美团优选，通过“预购+自提”模式下沉社区零售，2024 年覆盖 2000 余个市县，日均订单达 2000 万单，生鲜品类占比超 40%。美团打车，在 100 余个城市开展业务，通过“出行+生活服务”联动，如打车用户可获餐饮优惠券，提升用户粘性。技术驱动运营，美团大脑，通过机器学习预测用户需求，餐饮推荐准确率达 85%，酒店预订转化率提升 25%。无人配送，2024 年投入 2 万台无人车，在北京、上海等城市实现“最后 1 公里”无人配送，配送成本降低 40%。

5 “互联网+”背景下创新创业商业模式创新的驱动因素

5.1 技术进步与创新：从工具到生产力的质变

基础设施升级，5G 网络覆盖率超 95%，时延低至 10ms，支撑 AR 直播、远程手术等实时交互场景^[4]。边缘计算节点部署超 100 万个，将数据处理时延从 50ms 缩短至 5ms，为自动驾驶、工业物联网提供技术支撑。智能技术突破，大模型发展，百度文心一言、阿里通义千问等大模型实现“文本生成-图像创作-代码编写”多任务处理，企业应用率超 40%，效率提升 30%。区块链应用，蚂蚁链在供应链金融领域落地，2024 年帮助中小微企业融资超 8000 亿元，融资成本降低 1.5 个

百分点。技术创新，“AI+IoT”催生智能硬件生态，2024 年智能家电市场规模达 8500 亿元，同比增长 25%，冰箱、空调等产品通过联网实现“远程控制+智能推荐”。

5.2 消费者需求变化：从功能到体验的升级

消费行为变迁，即时性需求，美团数据显示，“30 分钟达”订单占比从 2020 年的 15% 提升至 2024 年的 42%，生鲜、药品等即时配送品类年增长超 60%。个性化需求，淘宝“千人千面”推荐系统使长尾商品销售额占比达 35%，定制化产品（如个性化服装、定制礼盒）年增长超 80%。价值观念迭代，社交化消费，小红书用户日均发布笔记 2000 万条，带动“种草-拔草”消费闭环，2024 年平台电商交易额达 1.2 万亿元。可持续消费，闲鱼 2024 年二手交易规模达 8000 亿元，同比增长 30%，90 后用户占比超 60%，“循环经济”成为新时尚。

5.3 政策环境与市场竞争：外部压力与内在动力的协同

政策支持体系，深圳、杭州等城市推出“互联网+创业扶持计划”，对入驻数字经济园区的企业提供 3 年房租减免、税收返还等政策。市场竞争格局，存量竞争加剧，互联网用户增速从 2015 年的 10% 降至 2024 年的 2.3%，企业转向“精细化运营”，用户获取成本从 2015 年的 50 元/人升至 2024 年的 280 元/人。跨界竞争频发，抖音进军本地生活，2024 年到店餐饮交易额达 3500 亿元，对美团形成直接冲击；美团反哺短视频，推出“美团直播”，日活用户超 1.2 亿。

6 结论与展望

“互联网+”背景下的商业模式创新已从“技术驱动”转向“生态协同”，平台化、数据化、共享化、融合化成为不可逆转的趋势。阿里巴巴、腾讯、美团等企业的实践表明，成功的商业模式创新需要同时满足技术可行性、需求匹配度与政策适配性^[5]。未来，随着元宇宙、6G、量子计算等技术的突破，商业模式将向更具颠覆性的方向演进，政策与监管协同创新，全球治理合作，跨境数据流动、数字税等议题需要国际协同，“互联网+”企业需构建全球化合规体系。创新

创业的本质是对“效率”与“体验”的持续优化，在“互联网+”的深水区，企业需要以技术为矛、以需求为盾，在生态协同中寻找破局点。“商业的真谛是站在用户视角，用技术重构价值链条。”这一理念，将持续指引商业模式创新的方向。

参考文献

- [1]周群华.“互联网+”渗透融合新时代高校创新创业教育探究[J].湖北开放职业学院学报,2020,33(12):8-9.
- [2]孙彦辰,宁修齐.在供给侧改革背景下再谈股权众筹[J].湖北经济学院学报(人文社会科学版),2017,14(01):34-36.
- [3]杨孟涵.直播电商高速增长 必将成酒业电商化新助力[J].中国食品,2022(23):86-88.
- [4]荆浩,刘垭,祁宁.“互联网+”时代数据驱动商业模式案例分析[J].商业经济研究,2016(11):38-40.
- [5]徐国庆.“互联网+”背景下高校创新创业教育路径研究[J].宿州学院学报.2024,39(05):71-75+84.