

编者按:

近日, 国家发改委、中央网信办、工业和信息化部等13部门联合印发《关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见》, 支持15个新业态新模式健康发展, 发挥好数字经济新引擎作用, 激发新的消费市场、就业形态和投资需求, 培育强大国内市场, 推动实现经济高质量发展。为此, 赛迪智库信息化与软件产业研究所数字化转型研究团队围绕15个新业态新模式的内涵及特征、基本进展、发展趋势和发展痛点进行了系统研究, 形成系列报告, 敬请关注。

释放数字化创新效能 激活消费和就业市场

赛迪智库信息化与软件产业研究所数字化转型研究室
王琼洁 高婴功

新业态新模式是以数字技术创新应用为牵引, 以数据要素价值转化为核心, 以多元化、多样化、个性化为方向, 经产业要素重构融合而形成的商业新形态、业务新环节、产业新组织、价值新链条, 是关系数字经济高质量发展的活力因子, 具有强大的成长潜力。受新冠肺炎疫情“黑天鹅”效应倒逼, 数字技术与各行业融合“渐入佳境”, 以在线办公、在线教育、互联网医疗为代表的新业态新模式持续迭代、加速成熟, “无接触”“宅生活”“云消费”成为数字生存新常态, 正适应、引领、创造我国经济转型发展新需求, 为现代化经济体系建设注入新的活力。近日, 国家发改委、中央网信办、工业和信息化部等13部门联合印发了《关于支持新业态新模式健康发展 激活消费市场带动扩大就业的意见》, 通过制度集成式创新, 将进一步激活消费和就业市场, 更好地释放数字化在经济各领域的创新效能, 促进经济快速恢复、加速转型, 实现高质量发展。



数字技术赋能新业态新模式发展

当前, 新业态新模式发展机理主要包括技术驱动、疫情倒逼、需求升级和本质追求等四方面。

技术驱动: 数字技术赋能新业态新模式发展。以云计算、大数据、边缘计算、人工智能、数字孪生等为代表的数字技术是新业态新模式迭代升级的关键驱动力, 促进数据融通、资源流动和价值共享, 实现配置优化、效率提升和社会协同。其中, 大数据实现对海量数据的深度挖掘, 促进数据资源向有价值信息的转化, 已在优化生产、降低能耗、精准营销等方面开展大量应用服务。人工智能赋予机器交互学习的能力, 在智能制造、药物研发、无人驾驶等领域融合衍生出丰富的行业应用场景。数字孪生促进物理生产与数字制造的互联、互通、互操作, 帮助制造系统实现敏捷分析、全局优化和智能决策。

疫情倒逼: 新冠肺炎疫情防控触发数字化生存机制。疫情期间, 全民居家带来的生存压力空前, 倒逼人们借助数字技术将各类社会关系搬到线上的数字空间, 促进数字化生存发展, 加速全社会数字化进程。生活方面, 直播带货、微经济拓展了“宅生活”的购物渠道, 无接触配送极大改善了疫情期间外出受限带来的诸多不便。工作学习方面, 视频会议、在线教育等平台为人们在线上搭建了新的交互场景。信息传播方面, 门户网站、搜索引擎、内容分发等数字媒体成为人们获取信息的主流方式。社交方面, 过去单一的基于日常生活的熟人社交转变为基于微博、微信、Twitter等软件的网络社交, 进而衍生出陌生人社交、兴趣社交等新型社群。

新业态新模式呈现四大发展态势

移动化、平台化、智能化基础支撑架构不断夯实。随着移动智能终端在经济社会各领域的快速渗透, 计算和服务平台实现集中统一, 以移动智能终端为载体、云计算平台为支撑、智能服务为内容、线上线下深度融合的新业态新模式发展架构加速形成。多领域企业纷纷参与到数字生态建设之中, 通过嫁接软硬优势资源, 开展各类端到端服务的有益探索, 未来有望带动一批新的产业主体、应用平台和新模式新业态蓬勃兴起。硬终端、泛平台、软服务的一体化加剧了数字经济生态系统的竞争, 将吸引更多服务主体加入, 衍生出多元化商业模式。

底子薄体验差乱象多等问题亟须解决

尽管当前新业态新模式快速发展, 但还面临着技术应用能力不足、内容服务效益欠佳和新兴领域监管不足等问题。

底子薄, 技术应用能力不足。疫情期间, 线下生活向线上迅速迁移, 暴露出供需双方数字化水平不足的阶段性问题。一方面, 供给方的技术能力储备不足。由于疫情期间人员流动受限, 全国范围的复工复产学多采用远程办公、在线教育等线上方式, 如此大规模、高密度的线上并发, 对于平台企业都是前所未有的技术挑战。另一方面, 需求方的数字化应用能力不足。对于不熟悉互联网、不会

需求升级: 消费者主权意识升级激发长尾效应。消费者的需求升级, 既不再满足于标准化商品, 更希望参与商品的设计和生产, 注入独有观念和个性, 又更加重视产品及附属服务的双重品质。一方面, 买卖双方信息更加均衡。借助电商平台、第三方测评等渠道, 消费者掌握了透明可靠的商品信息, 商家通过掌握消费者个性信息, 进一步升级更为精细化的增值服务, 满足消费者个性化、场景化、新颖化的长尾需求。另一方面, 人们的消费需求受收入、消费理念等影响呈现两极分化态势。高收入人群追求时间、体验、品牌优先, 更加关注全生命周期体验和实时消费场景等内容; 下沉市场中真正的“大众需求”则更倾向于追求实用, 体现出消费升级道路上的理性回归。

本质追求: 价值追求引领企业变革创新。在经济呈现规律性减弱态势下, 企业主动寻求数字化手段来突破发展困境, 依靠数据、信息、技术和知识等新要素来挖掘新模式、新价值、新商机。WEF《第四次工业革命对供应链的影响》指出, 数字化转型使制造企业成本降低17.6%、营收增加22.6%, 使物流服务业成本降低34.2%、营收增加33.6%。特别是在此次疫情中, 数字化基础较好的企业快速实现了复工复产, 并围绕疫情带来的新需求快速推出新的产品和服务, 有效实现“危中转机”。比如, 一些装备企业依托信息共享平台, 对市场需求、产能、供应链配套等情况进行监测预警, 实现设备、物资和物流的高效匹配对接, 推动上下游、产供销协同, 对于可能停产断供的关键环节提前部署、柔

“产品+内容+场景”深度融合新形态日益丰富。线上购物时代已经到来, 便捷的购物场景、高效的购物环节、碎片化的购物时间、快捷的物流配送, 随时随地剁手下单已成为消费者的日常购物习惯, 产品已演变成被内容、场景所包裹的一种体验。成功的互联网产品往往是“内容为王”, 内容的来源、组织、呈现方式和质量对产品的运营效果都会产生很大的影响。通过满足用户获取讯息、打发时间、消费决策和深度阅读等内容消费需求, 可以提升产品的活跃度, 扩大网民对品牌的认知度。通过将产品嵌入生活场景, 用产品卖点触及消费者的痛点、痒点, 引起情感

用智能终端的人群, 尤其是中老年群体, 数字化生活带来的不是便捷, 反而是更高的生活技能门槛。疫情期间, 无论老师、学生、家长, 还是老人, 各个群体都快速地被助推到数字化生存时代, 如何提升全民的数据管理能力, 让中老年人也能拥抱和享受“数字生活”, 是政府部门和科技企业要着力思考和解决的问题。

体验差, 内容服务效益欠佳。疫情期间, 在线教育、互联网医疗、生鲜电商等领域尚未成熟的应用产品要应对突如其来的大规模用户, 技术、服务、管理面临多重考验。一是内容单一、稳定性差、交互性弱、信任感尚未建

新业态新模式借助平台和网络快速实现了技术更新、模式扩散与价值增值, 带动上下游行业共同发展。

性转产、共享产能, 保障了口罩、医疗机等防疫重点物资供给。

新业态新模式具有绿色共享主线贯穿、数据驱动创新发展、跨界融合主体多样和价值溢出效应突显等主要特征。

从发展理念看, 绿色共享主线贯穿。数据驱动的新型经济是资源节约型和环境友好型的绿色经济。对于汽车、住房等产业链环节多、产品生产周期长的产业, 信息传导滞后可能导致产业链上游的产能过剩。新模式新业态则具有数字化程度高、生产周期短、消费门槛低的特点, 不会出现明显的边际成本递增, 甚至还可能随着产值规模的扩大, 生产成本增加的幅度越来越小, 这将缓解能源资源和环境约束的压力, 也不容易导致供给过剩。如, 共享生产、共享出行等平台将社会闲余资源以集约共享的方式统一调配, 提高了存量资源的利用效率。在线教育、互联网医疗、在线办公等应用的普及, 极大地减少了城市交通出行流量, 形成绿色可持续的数字生活新模式。

从要素投入看, 数据驱动创新发展。随着网络全面普及、计算无处不在、要素广泛连接, 源源不断的数据得以产生, 数据要素打破了土地、资本、劳动力等传统要素有限性的供给束缚, 已成为发现新知识、创造新价值、提升新能力的重要驱动力。数据可复制性强、迭代速度快、复用价值高、无限供给的特点, 决定了数据规模愈大、维度愈多, 数据的边际价值就愈高。通过与各行业领域的渗透融合, 数据还催生出了智能可穿戴设备、智能家居、智能网联汽车等大量的新产品、新服务。

多领域企业纷纷参与数字生态建设, 有望带动一批新的产业主体、应用平台和新模式新业态蓬勃兴起。

共鸣, 激发购买欲望, 从而完成商业目的。

以数转型、用数管理成为价值创造主攻方向。数据要素的崛起和快速发展不仅改变了传统生产方式, 也推动企业管理模式、组织形态的建构。随着新一代信息技术的快速发展, 企业的数据积累加快, 越来越多的企业开始探索由数据驱动的服务模式转型、组织管理变革以及发展战略制定等新模式, 实现决策方式从低频、线性、长链路向高频、交互、短链路转变, 组织形态从惯于处理确定性事件的静态组织向快速应对不确定性的动态组织转变, 管理对象从进行重复性的劳动经济人向独立自主、具有强烈自我价值实现需求的

疫情期间, 线下生活向线上迅速迁移, 暴露出供需双方数字化水平不足的阶段性问题。

立。以在线教育为例, 原创高品质的教育产品几近空白, 由于没有线下学习的氛围, 学生学习的专注度难以保证, 家长对教学质量存疑。二是供应链韧性不佳、服务配套弱。以生鲜电商为例, 疫情期间物资补给不足、配送延时、物不美价不廉、客服短缺等连锁问题大大降低了用户的服务体验。三是盈利模式不明晰, 疫后留客成问题。随着居民的生产生活恢复正常, 线上应用的刚性需求骤减, 平台将面临用户数量减少、客单区域分散、客单价降低以及购买频率下降等问题, 如何留客并实现可持续盈利成为新业态企业发展壮大

数据流带动资金流、人才流、物流流, 将不断突破地域、组织、技术的边界, 全面提升资源配置的效率和水平, 从而有效促进经济社会的不断发展。

从参与主体看, 跨界融合主体多样。在经济发展方面, 跨界融合是业态创新最直接的路径, 企业间跨界协作形成利益共同体, 通过引入新的经营理念、技术、方法手段, 运用现代化工具激活和优化配置资源, 进而创新商业模式, 重塑价值链。在社会治理方面, 政府侧重于多主体协调和制度保障, 平台企业、社会组织因掌握大量行业数据且兼具市场的灵活性, 可以在政府公共产品与服务供给不足的领域对政府治理手段形成有效补充。在民生保障方面, 微经济、短视频等通过赋能大众, 创造出千千万万个灵活就业岗位, 金融理财、育儿教育、医疗健康、艺术设计、生活服务等领域的“新个体户”、副业创新人员大量涌现, 以“大众广泛参与、碎片资源共享、生产消费一体化”为核心价值的新个体经济得以快速普及。

从价值实现看, 价值溢出效应突显。新业态新模式借助平台和网络快速实现了技术更新、模式扩散与价值增值, 带动上下游行业共同发展, 实现价值产出高持续性的循环倍增。在就业方面, 电子商务、网约车、外卖、快递、直播带货等新业态新增了大批就业岗位。以电子商务为例, 据麦肯锡测算, 每100元网络零售, 其中39元为新增的消费支出。电子商务产业的衍生效应直接带动了广告、营销分销、支付、仓储、物流、快递等相关服务业的快速增长。其中, 快递行业连续5年实现超过27%增长, 50%以上的收入来自电子商务。越来越多的人依托社交平台、自媒体平台、创客平台等渠道分享知识、兼职创业, 实现新产品、新服务、新应用、新场景的不断涌现, 产生广泛的溢出效应。

知识人转变。

多方参与、资源共享、价值共创新生态加速形成。产业链全球化对企业的供应链韧性、全市场流程把控、全产品周期服务提出了更高要求。企业需更精准定义用户需求、更大范围动态配置资源、更高效提供个性化服务、发展远程诊断维护、全生命周期管理、总集成总承包、精准供应链管理等新服务模式。新业态在新发展理念的作用下, 更加注重由创新、绿色、服务等高质量要素驱动, 并在价值链各环节深挖利益空间, 颠覆旧有的商业模式, 呈现产品快速迭代、用户深度参与、边际效益递增、创造消费需求等特征。同时, 企业与员工、客户、供应商、合作伙伴等利益相关者互动更加紧密, 共享技术、资源和能力, 实现以产业生态构建为核心的价值创造机制、模式和路径变革, 围绕数字化底层技术、标准和专利掌控权的竞争将更为激烈。

的重要课题。

乱象多, 新兴领域监管不足。新兴领域是创新、资本、人才最为集聚活跃的地方, 也往往是现行法规制度未能有效覆盖的“法外之地”。以灵活用工为例, 企业“合法”规避了灵活就业人员的社保缴纳, 看似降低企业成本, 却抑制了劳动者从事灵活就业的积极性。在新经济上, “直播带货”作为当下的现象级风口, 不断刷新销售记录、动辄破亿元的销量榜单, 网红主播、企业大佬、基层干部、文娱明星争先恐后“上车”卖货, 而产品质量差、售后服务无、不正当竞争等行业乱象层出不穷, 将消费者权益立于危墙之下, 行业的长远发展面临巨大考验。谁来监管、怎么监管、监管什么问题不解决, 维护消费者权益、保障数据安全、建立信任机制等都无从谈起。

○发展建议

探索数字生活新方式 加强新基础设施建设

针对当前新业态新模式在发展中存在的主要问题, 笔者提出以下建议与对策。

改变观念, 探索数字生活新方式。不断完善新型业态的配套监管制度, 使绿色、共享的数字生活办公理念深入人心, 并向常态化、制度化、科学化方向不断演进, 成为整个社会的共识。倡导可依托网络居家办公的机构, 在疫后常态化推广居家办公、错峰上下班、弹性工作时间等新模式, 提升线上生活刚性需求, 同时节约社会资源、缓解交通压力、提高劳动效率和人民幸福感。深入挖掘用户体验, 不断拓展应用场景、丰富产品内容, 深化盈利模式是新业态企业未来发展的重中之重。

畅通道路, 加强新基础设施建设。一方面, 加快部署新一代信息基础设施。提高大数据、5G、人工智能、智慧城市、工业互联网、区块链、北斗导航等应用型数字基础设施的普惠服务能力, 推动无人化、协同化、公用化、智能化数字基础设施的统筹规划和共建共用。加大低线城市及偏远落后地区的网络基础设施的支持力度, 为新业态拓展下沉市场铺就信息高速公路。另一方面, 积极推进企业上云用数赋智。把握数字化转型的政策红利期, 加快推进设备、产线、工厂车间等数字化改造, 加强网络、平台、安全三大体系建设, 积极搭建面向细分行业的信息共享平台、中介平台、众创平台等, 促进行业内、上下游、产供销的协同。

因势利导, 释放传统业态新活力。要将疫情期间涌现的好经验、好做法总结推广, 因势利导更多传统产业“转危为机”。一方面, 探索行业内的流程再造, 通过深入挖掘行业内痛点, 用新业态新模式进行替代的模式实现业态创新。以远程医疗为例, 打通线上线下医疗平台, 探索将日常复诊、轻微症分诊治疗、基础病开药调药转为网上完成, 需检查化验、实施手术的重大疾病转由实体医院诊疗的新模式。积极利用工业互联网等新一代信息技术赋能新制造、催生新服务, 加快培育发展服务型制造新业态新模式, 促进制造业提质增效和转型升级。

明确底线, 营造自由生长新空间。以不危及国家安全、不触碰扰乱市场秩序为底线, 研究制定涵盖公平竞争、劳动就业、版权保护、算法公平等在内的数字治理规范体系, 如将“互联网+”医疗相应服务纳入医保支付范围、细化灵活就业人员的社保缴纳要求等, 确保新业态、新岗位尽快进入法治化轨道。大力加强针对数字化弱势群体的信息设备供给、信息技能培训、信息消费补贴, 通过减税降费、增加专项补贴、鼓励金融机构开发针对性金融产品等方式支持和引导新业态扎根发展, 不断缩小群体和区域间的数字鸿沟, 促进数字科技福祉惠及全民。

新冠肺炎疫情是对国家“免疫系统”的一次大考, 是对政府、企业、个人应对紧急突发事件的一次拉练。在此期间不断涌现的新业态、新模式正是我国在这场考验中积累下来的“经济抗体”, 要充分发挥其对经济发展各领域的引领带动作用, 推动我国经济高质量发展, 在风云诡谲的全球经济浪潮中立于不败之地。