

2024中国数字经济产业机会深度洞察报告

01

数字经济宏观背景分析与洞察

- 1.1数字经济概念
- 1.2全球数字经济发展背景研究和洞察分析
- 1.3中国数字经济发展背景研究和洞察分析

02

数字经济产业分析及机会深度洞察

- 2.1数字经济产业全景
- 2.2数字经济关键要素拆解
- 2.3数字经济产业四新洞察

03

数字经济产业趋势预测

- 3.1趋势一：新技术推动创新应用加快突破
- 3.2趋势二：数字化要素不断突破物理边界
- 3.3趋势三：新型实体企业成为发展“新范式”

01 数字经济宏观背景分析与洞察

- 1.1 数字经济概念
- 1.2 全球数字经济发展背景研究和洞察分析
- 1.3 中国数字经济发展背景研究和洞察分析

数字经济产业分析及机会深度洞察

- 2.1 数字经济产业全景
- 2.2 数字经济关键要素拆解
- 2.3 数字经济产业四新洞察

数字经济产业趋势预测

- 3.1 趋势一：新技术推动创新应用加快突破
- 3.2 趋势二：数字化要素不断突破物理边界
- 3.3 趋势三：新型实体企业成为发展“新范式”

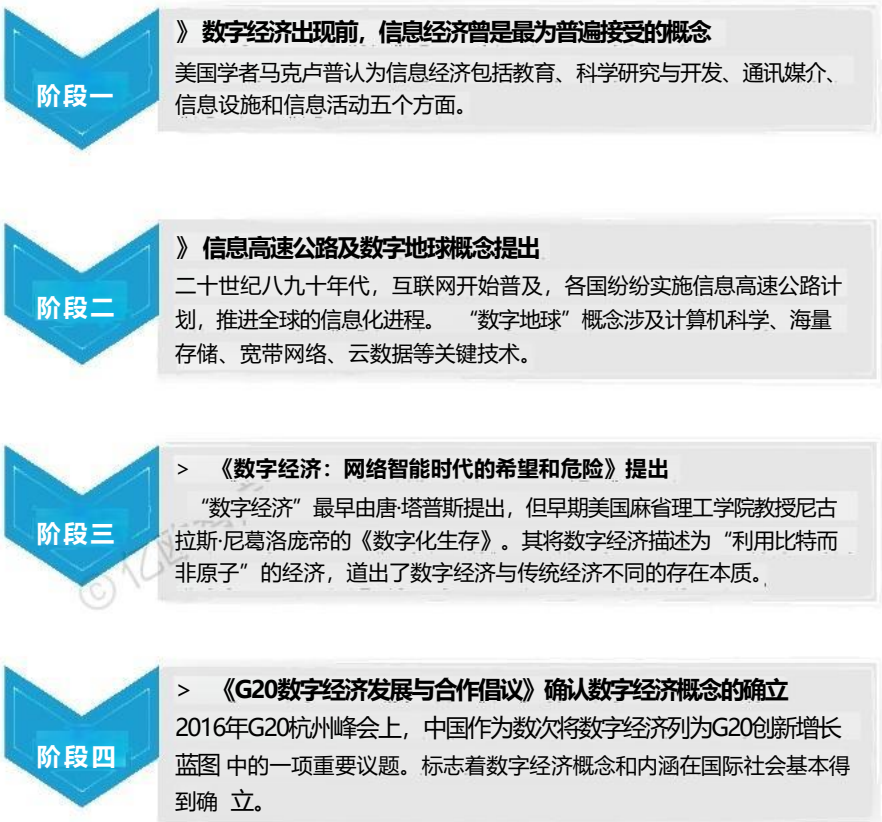
1.1 数字经济概念

- ◆根据最新的国家统计局《数字经济及核心产业统计分类(2021)》对数字经济的概念界定：数字经济是指以数据资源作为关键生产要素、以现代信息网络作为重要载体、以信息通信技术的有效使用作为效率提升和经济结构优化的重要推动力的一系列经济活动。
- ◆以《国民经济行业分类》为基础，对数字经济的类型划分为：01数字产品制造业、02数字产品服务业、03数字技术应用业、04数字要素驱动业、05数字化效率提升业等5个大类。数字经济核心产业是指为产业数字化发展提供数字技术、产品、服务、基础设施和解决方案，以及完全依赖于数字技术、数据要素的各类经济活动。本分类中01-04大类为数字经济核心产业，第05大类为产业数字化部分。

数字经济概念

- 数字经济概念最早提出于1996年，美国经济学家Don Tapscott 在《数字经济时代》中首次提出“数字经济”概念
- 1998年，美国商务部提出了电子商务和信息产业等早期的数字经济形式，并将数字经济纳入了美国经济统计的体系。
- 21世纪初，互联网发展的同时，人工智能、区块链、云计算、大数据和物联网(统称ABCDI) 等新一代数字技术纷纷进入商业应用阶段，基于互联网和ABCDI等数字技术进行全方位、全流程和全链条的数字化改造被初期称为“数字经济”。
- 2016年，G20 峰会界定数字经济为：
· 以使用数字化的知识和信息作为关键生产要素、以现代信息网络作为重要载体、以信息与通信技术 (ICT) 的有效使用作为效率提升和经济结构优化的重要推动力的一系列重要载体、以信息与通信技术 (ICT)。
- 2022年，国务院印发《“十四五”数字经济发展规划》：
· 数字经济是以数据资源为关键要素，以现代信息网络为主要载体，以信息通信技术融合应用、全要素数字化转型为重要推动力，促进公平与效率更加统一的新经济形态。

：数字经济概念发展历程



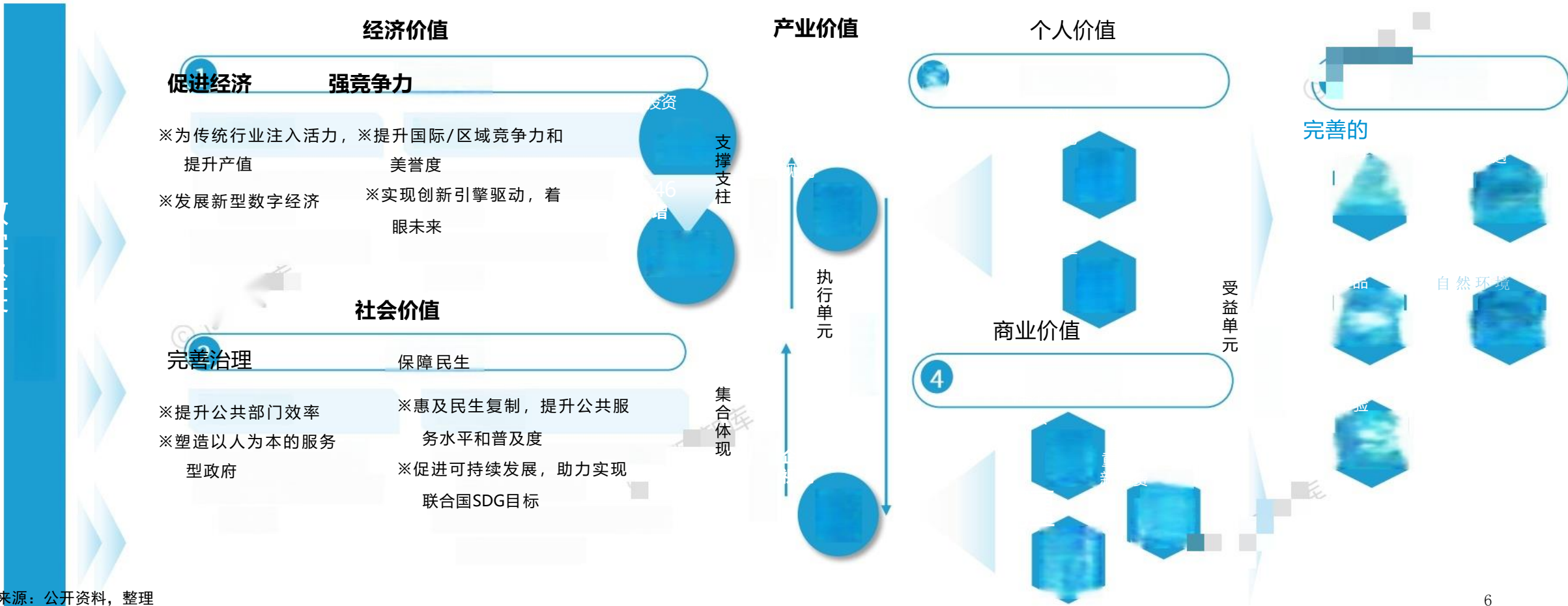
1.1 各国数字经济概念对比

◆全球各国对于数字经济的概念，有一定差异。以美、英、德、日、澳大利亚等国多数以聚焦数字技术、数字设备、创新和数字化转型等领域为主。

： 各国数字经济概念概念对比				
各国数字经济概念对比	国家	概念	聚焦领域	相关政策
	美国	美国商务部经济分析局最早(2018年)是把数字经济划分为数字使能基础设施、电子商务和数字媒体三大类，2020年修订为基础设施、电子商务和收费数字服务，2021年对下设小类进行了完善。 根据当前标准，美国数字经济分成以下3个大类：基础设施、电子商务、收费数字服务。	维护其在全球数字产业链中的领先地位。重点聚焦数字技术、数字安全、数字规则等关键领域。	《网络空间国际战略》 《国家网络战略》
	英国	英国研究委员会认为，数字经济是通过人—过程和技术发生复杂关系而创造社会经济效益。在数字经济中，数字网络和通信基础设施提供一种全球化的平台，促进个人和组织的相互交往、通信、合作和信息分享。	重点关注数字基础、创意和知识产权、数字技能和人才、为数字增长畅通融资渠道、高效应用和扩大影响力、提升英国的国际地位6个关键领域的发展。	《数字经济战略(2015-2018)》 《英国数字化战略》
	德国	德国数字经济政策概述：德国是工业强国，也是数字科技强国。德国较早就意识到信息通讯技术引领经济社会发生重大变革的作用。随着工业4.0概念的提出，德国更是借着先进工业的优势推动工业数字化智能化转型，在此基础上形成一系列针对数字化智能化高效高质发展的数字经济政策。	涵盖数字技能、基础设施及设备、创新和数字化转型、人才培养等内容，进一步提升德国数字化发展能力。	《数字战略2025》 《数字化实施战略》第五版
	日本	即数字经济是指以使用数字化的知识和信息作为关键生产要素，以现代信息网络作为重要载体，以信息通信技术的有效使用作为效率提升和经济结构优化的一系列经济活动。	日本政府数字经济战略着眼于构筑经济塑造力、行政主导力、社会问题解决力以及提升其数字竞争力。	《e-Japan战略》 《智能日本ICT战略》
	澳大利亚	《澳大利亚的数字未来：未来的方向》中认为，数字经济是通过互联网、移动电话和传感器网络等信息和通讯技术，实现经济和社会的全球性网络化。	实施数字技能提升计划、量子商业化中心、帮助妇女在职业生涯中期向数字劳动力市场过渡、支付系统等方面的新行动。	《2022年数字经济战略更新》 《澳大利亚数字经济：未来方向》

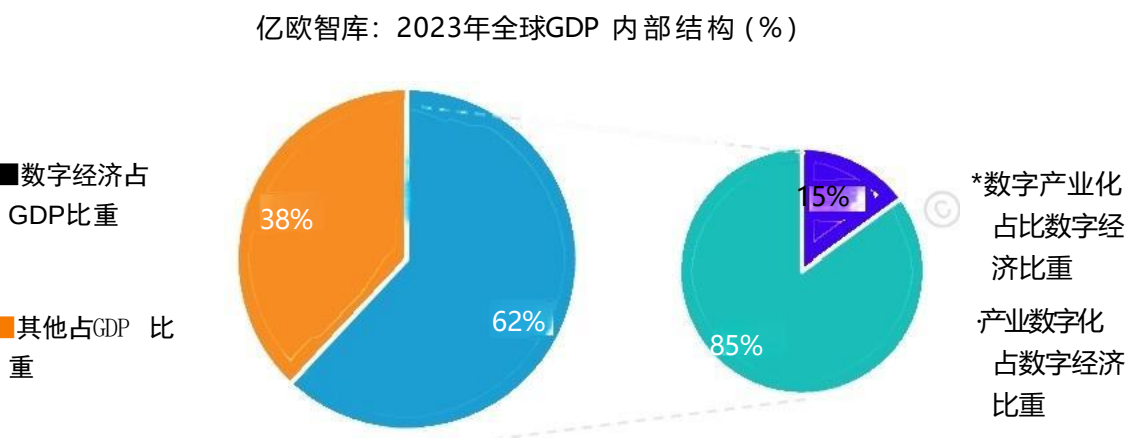
1.2 全球化视角：发展数字经济具有巨大的经济价值与社会价值，已成为全球共识

- ◆ 全球数字化时代到来，数字经济是重组全球要素资源、重塑全球经济结构、改变全球竞争格局的关键力量，是新一轮国际竞争重点领域。发展数字经济已成为不可阻挡的时代趋势，成为推动经济发展重要引擎的同时，也是新一轮科技革命的战略基础。
- ◆ 数字经济背后推动力有五大价值：经济价值、社会价值、产业价值、商业价值和個人价值。



1.2全球数字经济现状：展现出超强的经济韧性，规模持续扩张，产业数字化主导趋势渐强，三次产业持续渗透

- 总量方面，全球数字经济规模持续扩张，占比方面，数字经济成为全球经济发展的重要支撑。整体来看，经济发展水平较高的国家数字经济发展水平较高，发达国家和高收入国家数字经济规模占全球比重超七成，在全球数字经济发展格局中位居优势地位。
- 在结构方面，产业数字化依然是全球数字经济发展的主导力量。全球47个主要经济体产业数字化规模为32.4万亿美元，占数字经济比重为85%，远超产业数字化。产业渗透方面，全球三次产业数字经济持续渗透。受行业属性等因素影响，从全球看，数字技术在传统产业的应用率先在第三产业爆发、数字化效果最显著，在第二产业的应用效果有待持续释放，在第一产业的应用仍受到自然条件、土地资源等因素限制。



1.2全球数字经济发展阶段：经历三次发展阶段，现已进入以平台化、智能化为特征的发展时期，开启第三次数字化浪潮

◆数字经济源于数字技术的发展和应用，从20世纪80年代到现在，全球数字经济大致经历了三个发展阶段。

20世纪80年代以后，随着个人计算机的大规模普及应用，人类迎来以单机应用为主要特征的第一次大规模数字化；再到20世纪初，随着互联网的大规模商用，以联网应用为主要特征的网络化带来第二次数字化浪潮。现阶段，5G商用的普及，以及AIGC等新兴业态的应用发展，带来第三次数字化浪潮，元宇宙时代。



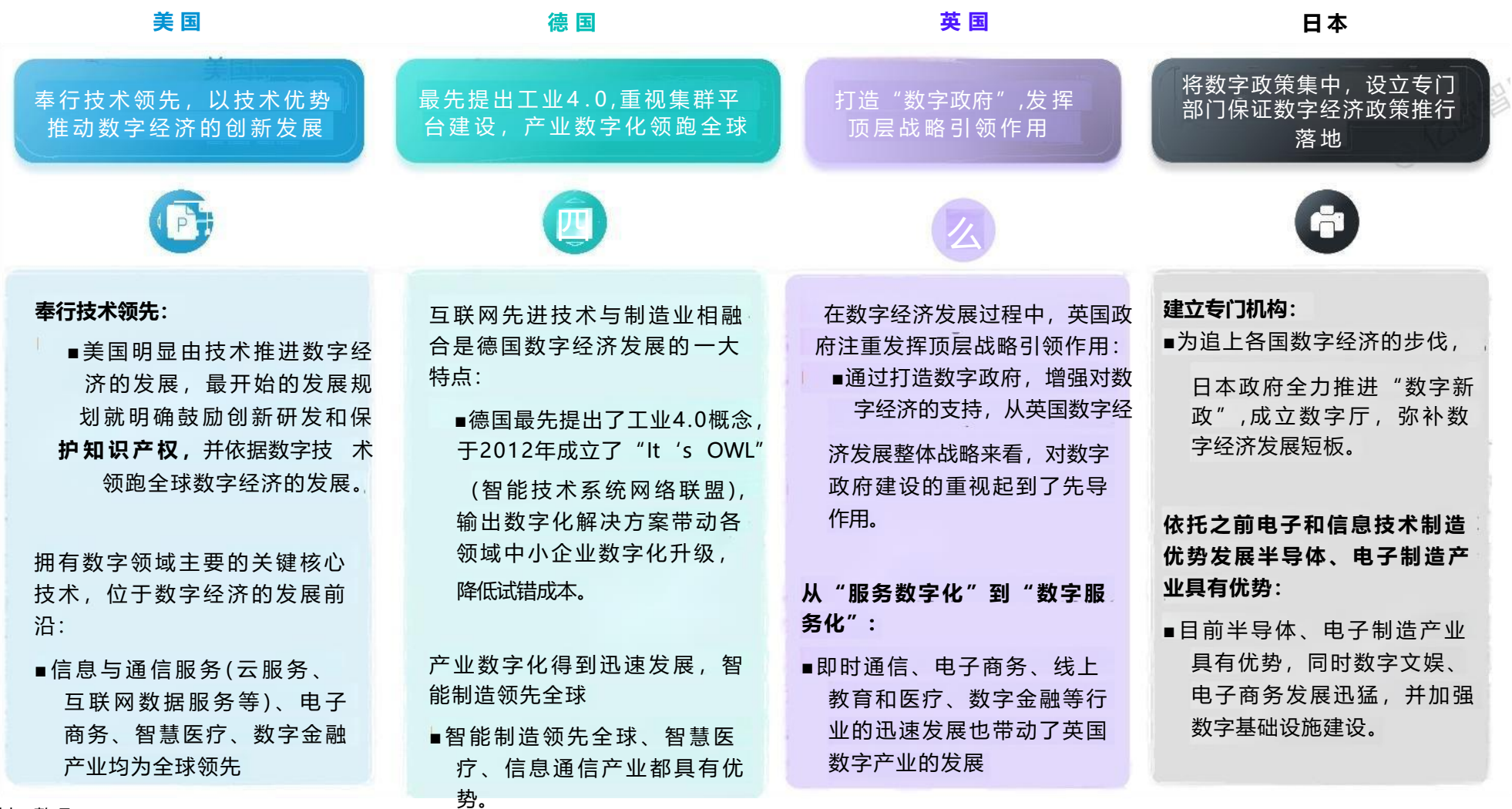
1.2全球数字经济格局：主流国家均出台顶层规划强调数字经济重要地位，加快前沿科技部署、推动产业数字化是全球数字经济产业重点布局方向

- ◆随着数字经济成为全球性经济热点，越来越多的国家参与到数字经济的浪潮之中，各国均出台数字经济顶层规划设计以保证落地实施成功。
- ◆各国加强对AI、量子、5G等前沿科技部署，且不断加大数字基础设施的建设。在数字技术的推动下，产业数字化进程加快，工业数字化成为全球数字经济产业重点布局方向。此外各国在强调数字经济重要性和发展潜力空间的同时，也看重数字经济监管的重要性以保障数据安全、弥合数字鸿沟。

俄罗斯 · 战略：注重技术自主创新与信息安全，夯实数字化基础设施建设 · 重点产业：公共服务、医疗、教育、工业、智能物流、机器人制造	日本 · 战略：建设超智能社会，推动量子计算等前沿技术创新、加速数字基础设施更新在医疗、 · 重点产业：超级计算机、量子密码通信人工智能、网络安全、智慧城市、大数据、智能制造、数字文娱	中国 · 战略：推动互联网、大数据、人工智能和实体经济深度融合，建设数字中国 · 重点产业：云计算、工业互联网、人工智能、智慧农业、电子商务、数字金融、能源数字化等、	美国 · 战略：先进制造业以及局前沿数字科技领域的研发 · 人工智能、超级计算机、智能机器人产业等数字产业领先全球 · 重点产业：生物医学、网络安全、先进制造、软件开发、电子商务、电信服务
法国 · 战略：开放治理，使法国成为数字经济与数据中心 · 重点产业：人工智能、5G、制造业	加拿大 战略：加强创新技术研发、中小企业数字化转型 重点产业：ICT行业，数字平台、在线零售、金融科技、智慧医疗		
英国 · 战略：完善数字经济整体布局，数字政府引领数字化转型 · 重点产业：人工智能、网络安全、大数据、数字媒体、量子计算	巴西 战略：加强生产数字化转型，促进数字环境教育和培训 · 重点产业：电子商务、智慧医疗、智慧物流、农牧业及制造业的数字化		
德国 · 战略：依托制造业优势，打造全球制造业数字化标杆 · 重点产业：人工智能、先进制造	韩国 · 战略：建设智慧国家，数字政务，推动服务业数字转型 · 重点产业：智慧医疗、数字金融、电子商务、数字媒体、新能源产业	马来西亚 · 战略：规划10年数字经济发展蓝图，推动数字基础设施建设，孵化初创企业 · 重点产业：数字旅游、数字贸易、数字农业、数字金融	新加坡 · 战略：建设智慧国家，数字政务，推动服务业数字转型 · 重点产业：服务业、医疗保健、航空业、金融、教育

1.2全球数字经济典型发展模式：依托自身资源禀赋和经济基础，优先发展具有竞争优势的重点产业，推动自身数字经济规模扩大

◆当前数字经济的发展在各国政策中均处于核心位置，而由于各国资源禀赋、数字技术发展程度、数字基础设施情况存有差异，发展模式也呈现出不同特点：美国以技术领先构筑竞争优势、欧盟推动数字经济互联互通制度、德国重视集群平台建设赋能产业数字化、英国以“数字政府”建设拉动数字经济发展、日本设立专门部门保证数字新政顺利推行。



数据来源：公开资料，整理

1.2 全球数字经济趋势：呈现主体多元化、与实体经济融合加快、企业数字化转型加快、平台化发展等趋势

◆随着全球数字化时代的到来，数字经济不仅成为推动经济发展的重要引擎，也是各国新一轮科技革命的重要战略基础。随着新一轮科技革命和产业变革的深入发展，正在重新定义产业生态，重塑数字经济发展格局。

数字技术的发展，以及产业发展的深化，未来数字经济发展主要呈现以下四个趋势：

数字化转型驱动主体多元化，但仍然为发达国家主导	加速推动企业数字化转型
◆数字化转型的驱动主体由互联网企业扩散到其他类型企业，从以信息互联网、消费互联网企业驱动为主，很多从事生产的实体企业也成为主导，行业涵盖能源、机械制造、家电制造等，呈现出参与企业的行业多元化。 信息互联网企业 消费互联网企业 实体企业 ◆从参与国家来看，发达国家依然是推动数字化转型的主体，但发展中国家的力量不断壮大，由发达国家主导转为发达国家、发展中国家并行。不仅基于数字经济增加值体量的较量，更有技术领域的较量。 发达国家 发展中国家 费机 在经济	◆各国高度重视制造业数字化转型，着力推动数字技术赋能以制造业为基础的传统产业。其次，物联网、云计算和区块链等技术充分释放制造业数字化后发优势，制造业数字化转型速度有望进一步加快。 制造业 ◆中小企业量大面广，在全球范围内，中小企业占企业数量的90%以上，是吸纳就业、提高生产力的重要源泉。因此，全球主要国家均高度重视中小企业数字化转型，将其作为数字化转型与推动增长的重要方向。 中小企业 产未来 业型，
数字化转型由服务业推动，数字技术与实体经济深度融合的模式持续深化	数据安全和平台化成为数字化转型的焦点
◆全球已进入服务经济时代，服务业主导的产业结构变迁与经济转型升级成为世界经济发展新趋势，服务业对经济增长和就业的贡献不断提升，过去三十年全球服务业增加值占GDP 比重逐年提升，越是发达国家占比越高。 服务经济 生产性服务 生活性服务 数字经济赋能传统产业转型升级，培育新业态新模式。持续催生出个性化定制、智能化生产、网络化协同、服务型制造等新模式、新业态，推动形成数字与实体经济深度交融、物质与信息耦合驱动的新型发展模式。 新模式 新业态	◆数据成为重要的战略资源和生产要素，当前爆炸式增长态势的海量数据，蕴含了巨大的价值和潜力。各国将加快对数据要素的储存、利用、分析、以及保护，加快释放海量数据要素价值，促进全要素生产率优化提升。 海量数据 数据确权 数字税收 数据法治 平台经济是一个大趋势，未来包括资源、产品、服务、产业、企业等都会向着平台化的方向发展，随着各国对平台发展的监管加强，未来平台将会朝着更加规范的方向发展。 平台提供商 应用开发者 用户

1.3中国视角：十八大以来，我国政府高度重视发展数字经济，已基本形成完善的从顶层设计到地方推进举措相结合的政策体系，推动数字经济逐渐上升为国家战略

◆十八大以来，我国政府高度重视发展数字经济，推动数字经济逐渐上升为国家战略。二十大报告明确指出，加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。数字经济成为推进中国式现代化的重要驱动力量，已连续6年写入政府工作报告。

近年来，数字经济政策密集出台，我国已基本形成完善的数字经济顶层设计与细化的地方推进举措相结合的政策体系。数字经济政策部署已成为我国构建现代化产业、市场、治理体系的重要组成，成为推进中国式现代化的重要驱动力量。

中国数字经济发展政策梳理

时间	部门	政策	主要内容	关键内容
2023年2月	国务院	《数字中国建设整体布局规划》	明确了数字中国建设整体战略部署	培育壮大数字经济核心产业，发展高效协同的数字政务，推进文化数字化发展，促进数字公共服务普惠化
2022年1月	国务院	《“十四五”数字经济发展规划》	从顶层设计上明确了我国数字经济发展的总体思路、发展目标、重点任务和重大举措	充分发挥数据要素作用，大力推进产业数字化转型，加快推动数字产业化，持续提升公共服务数字化水平
2021年11月	工信部	《“十四五”大数据产业发展规划》	围绕数据要素价值的衡量、交换和分配全过程做出顶层部署	加快培育数据要素市场，发挥大数据特性优势，构建稳定高效产业链，围绕产业链各环节，加强数据全生命周期产品研发，创新服务模式和业态
2021年3月	国务院	《“十四五”规划》	数字化首次在五年规划中作为专篇论述，首次明确数字经济体系的内容	加快数字化发展，建设数字中国。激活数据要素潜能，加快建设数字经济、数字社会、数字政府，以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革。
2020年4月	国务院	《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》	首次将数据与土地、劳动力、资本、技术等传统要素并列为生产要素	加快培育数据要素市场，推进政府数据开放共享，提升社会数据资源价值，加强数据资源整合和安全保护
2020年4月	发改委网信办	《关于推进“上云用数赋智”行动 培育新经济发展实施方案》	赋能中小微企业数字化转型，为新业态下的企业数字化转型所需的服务保障提供政策支撑	加强平台赋能，帮助中小微企业转型。强化公共服务，推行普惠服务，降低转型门槛
2019年8月	国务院	《关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》	首次明确提出“建立有序开放的平台生态”，为今后我国平台经济发展定下了基本底色	鼓励发展平台经济新业态，积极发展“互联网+服务业”、“互联网+生产”、“互联网+创业创新”
2016年12月	国务院	《“十三五”国家信息化规划》	与《战略纲要》明确的2020年目标进行了衔接，使目标更加具体、更加细化	推广智能制造、绿色制造、能源互联网、智慧物流等，发展循环经济，促进一二三产业朝高端、智能、绿色的方向发展。推广绿色生活方式。发展分享经济，促进绿色消费。
2015年11月	国务院	《国家信息化发展战略纲要》	规范和指导未来10年国家信息化发展的纲领性文件，是建设网络强国的时间表和路线图	大力增强信息化发展能力，发展核心技术，做强信息产业。着力提升经济社会信息化水平，培育信息经济，深化电子政务，繁荣网络文化，创新公共服务。

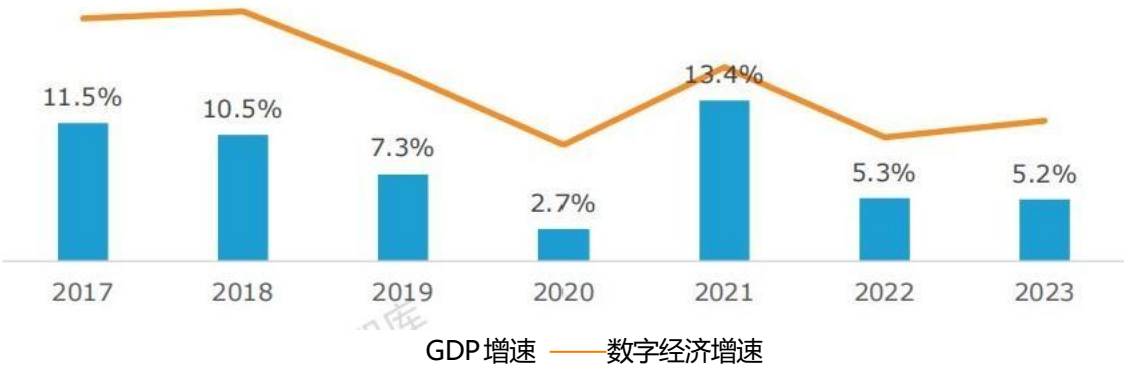
数据来源：中国政府网；整理

1.3中国数字经济现状：国内数字经济基础雄厚，总体规模稳居全球第二，已成为带动GDP 增长的核心动能

◆尽管遭遇疫情、地缘政治危机、全球经济下行等因素影响，我国数字经济展现出强大的抗冲击能力和发展韧性。从总量来说，2022年国内数字经济规模首次突破50万亿元，均已稳居全球第二位，仅次于美国，增速远超全球平均水平，居世界第一。预计2023年我国数字经济规模将达56.1万亿元：数字经济占GDP 比重进一步提升，超过四成，占比达到44.5%。

从数字经济内部结构来看，2023年，我国数字产业化规模与产业数字化规模分别达到11.2万亿元和44.9万亿元，数字经济的二八比例结构较为稳定产业数字化主导地位持续巩固，成为数字经济发展的主引擎。

2017-2023年中国数字经济与GDP 名义增速对比



2017-2023年中国数字经济规模与占GDP 比重对比
(单位：万亿)



数据来源：信通院；赛迪；整理

中国数字经济——亮眼数据

数字经济关键底座——信息基础设施规模最大、覆盖最广、链接最多

中国已建成全球规模最大、技术领先的网络基础设施，建成了全球最大的5G独立组网网络，覆盖全国所有地级以上城市。



264万+
建成5G基站
数量



330+
工业互联网高质量
外网覆盖城市



150+
大型工业
互联网平台



7800万
连接
工业设备



覆盖国民
经济大类

数字经济核心支撑——数字经济企业众多，覆盖各类细分行业

以新技术、新产业、新业态、新模式为导向的“四新经济”企业新设2545.4万户，占新设企业总数超四成，成为经济新增长点。数字经济中小企业生态繁荣，日益成为技术和模式创新的生力军。



150+
独角兽企业



171
瞪羚企业



222
猎豹企业



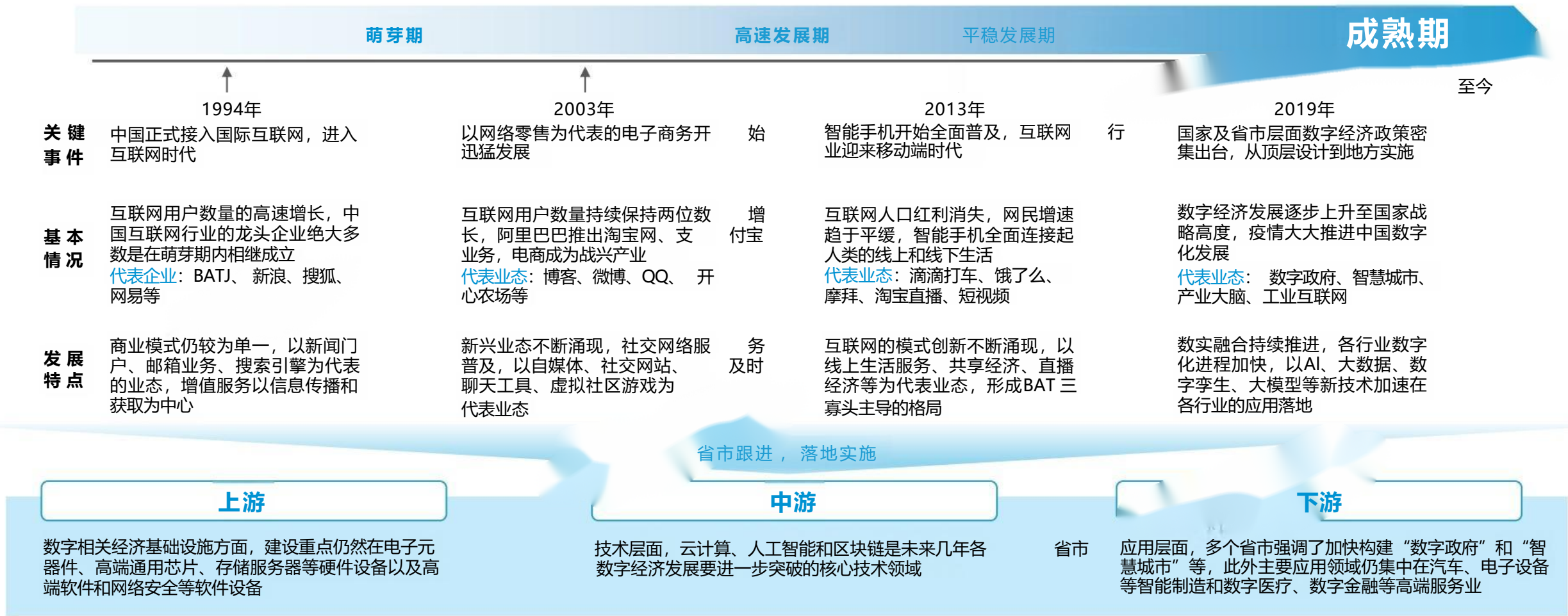
40000+
专精特新企业



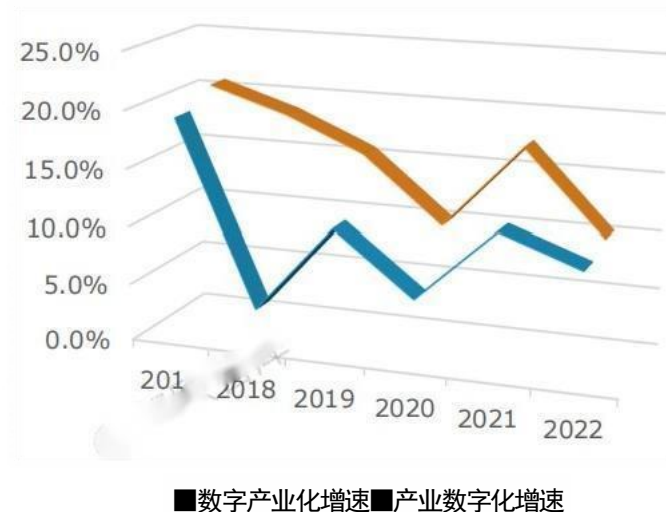
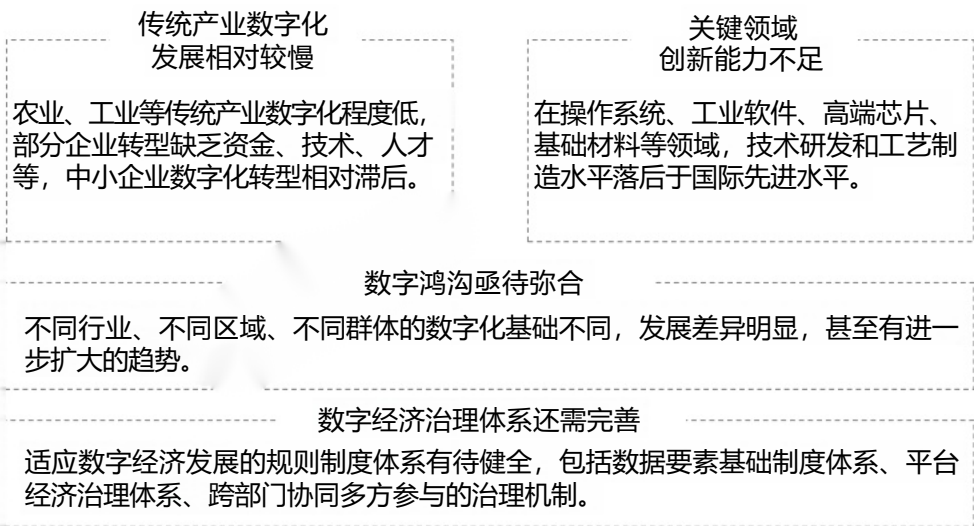
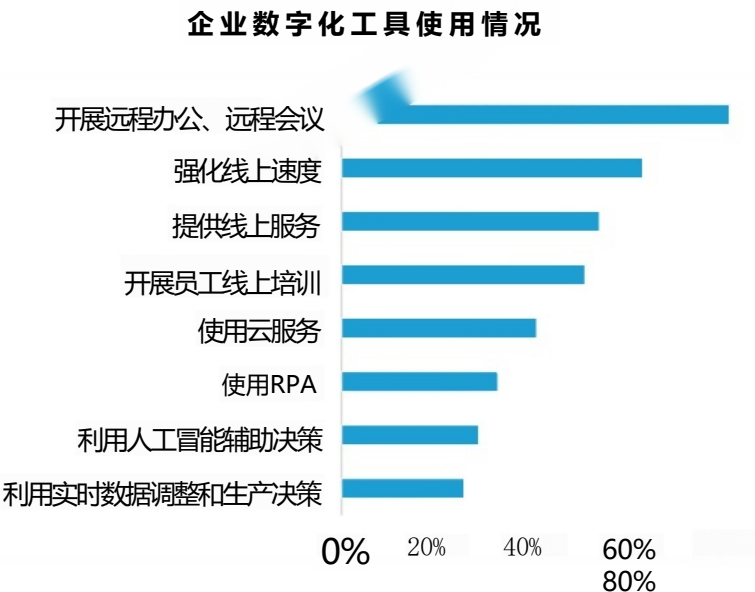
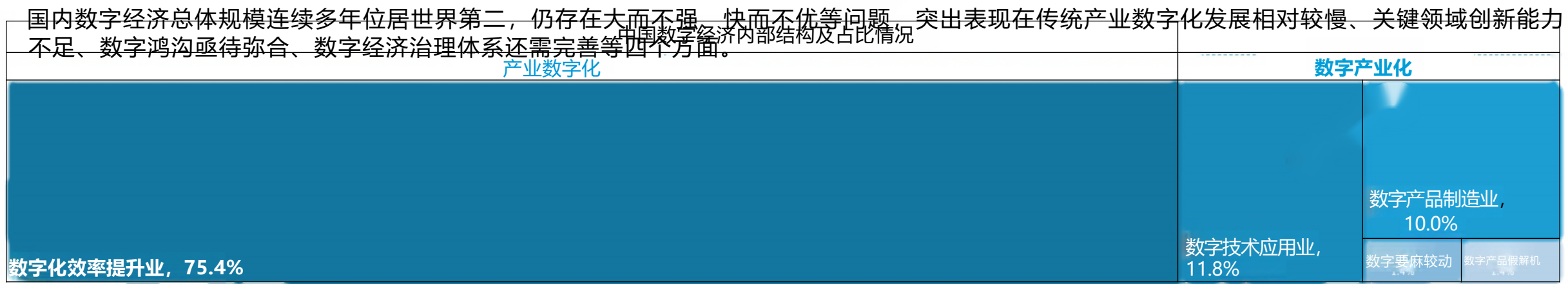
4762
小巨人企业

1.3中国数字经济发展阶段：数字经济发展已进入成熟期，国家政策护航，各省市跟进，进入真正的落地实施阶段

- ◆自1994年中国接入国际互联网算起，历经28年，中国数字经济发展总体经历了四个阶段，逐步成为世界公认的数字化大国。短短二十多年间，中国数字经济不仅在规模上实现飞跃式发展，创新模式也由模仿创新向自主创新蜕变，在部分领域开创了“领跑”局面。
- ◆以国家级各省市层面数字经济政策密集出台为分水岭，数字经济政策逐步进入了落地实施阶段，当前国内数字经济已经进入成熟期，中国数字经济发展进入快车道，数字化红利释放加速。



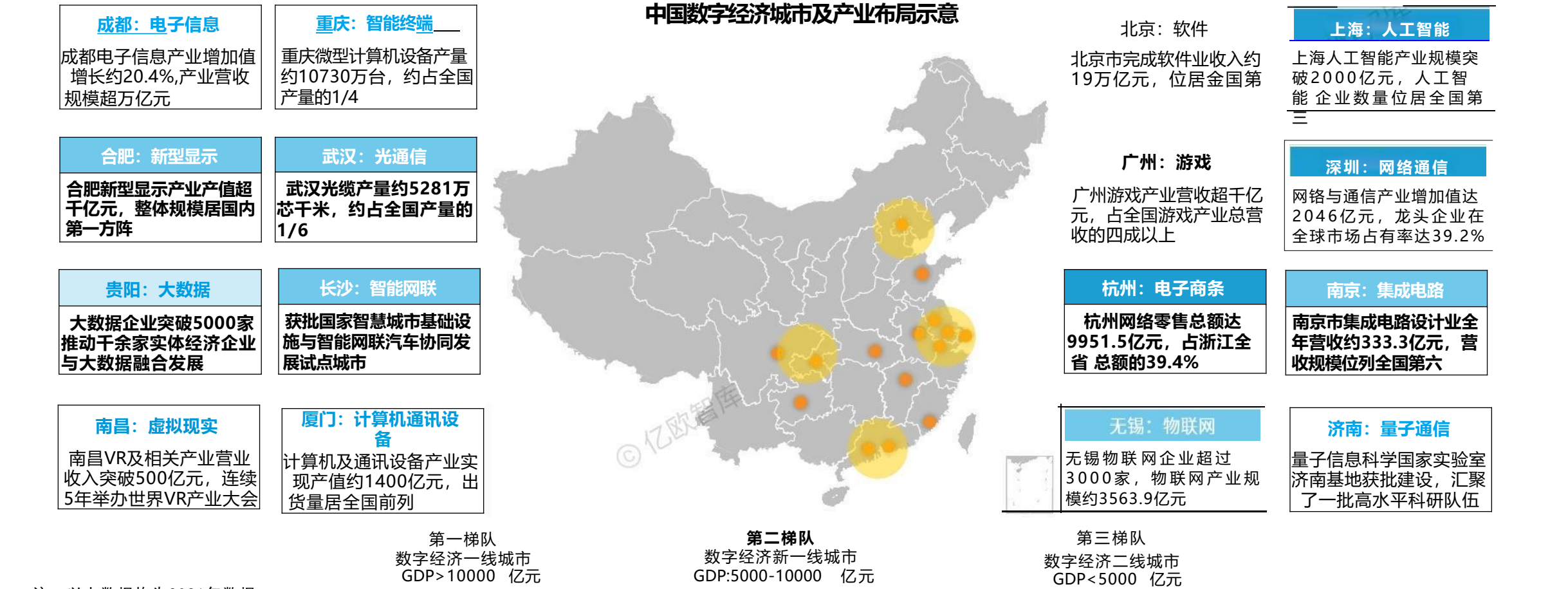
1.3中国数字经济发展问题：数字经济尽管总量大，仍存在大而不强、快而不优的问题



数据来源：埃森哲；整理

1.3中国数字经济发展格局：以城市群为引领，先发城市基于资源禀赋率先抢占数字经济核心产业，后发城市选择空间收窄，依托自身产业基础发展细分赛道成为必选项

- ◆从区域格局来看，主要以京津冀、长三角、珠三角、成渝、长江中游五大城市群为引领，五大城市群覆盖了全部数字经济一线城市及绝大部分新一线城市，成为推动中国数字经济发展、参与国际数字经济竞争的重要载体。
- ◆从数字经济百强城市来看，更多城市正发力数字经济核心产业，为产业数字化转型提供支撑，以实现数字产业化和产业数字化协调发展。先发城市基于资源禀赋，抢占数字经济核心产业，率先树立产业名片，再围绕名片产业打造市场和生态，提升数字经济发展站位与高度，从而获得政策支持、资源导入，实现跨越发展，成为诸多城市发展数字经济的重要路径。

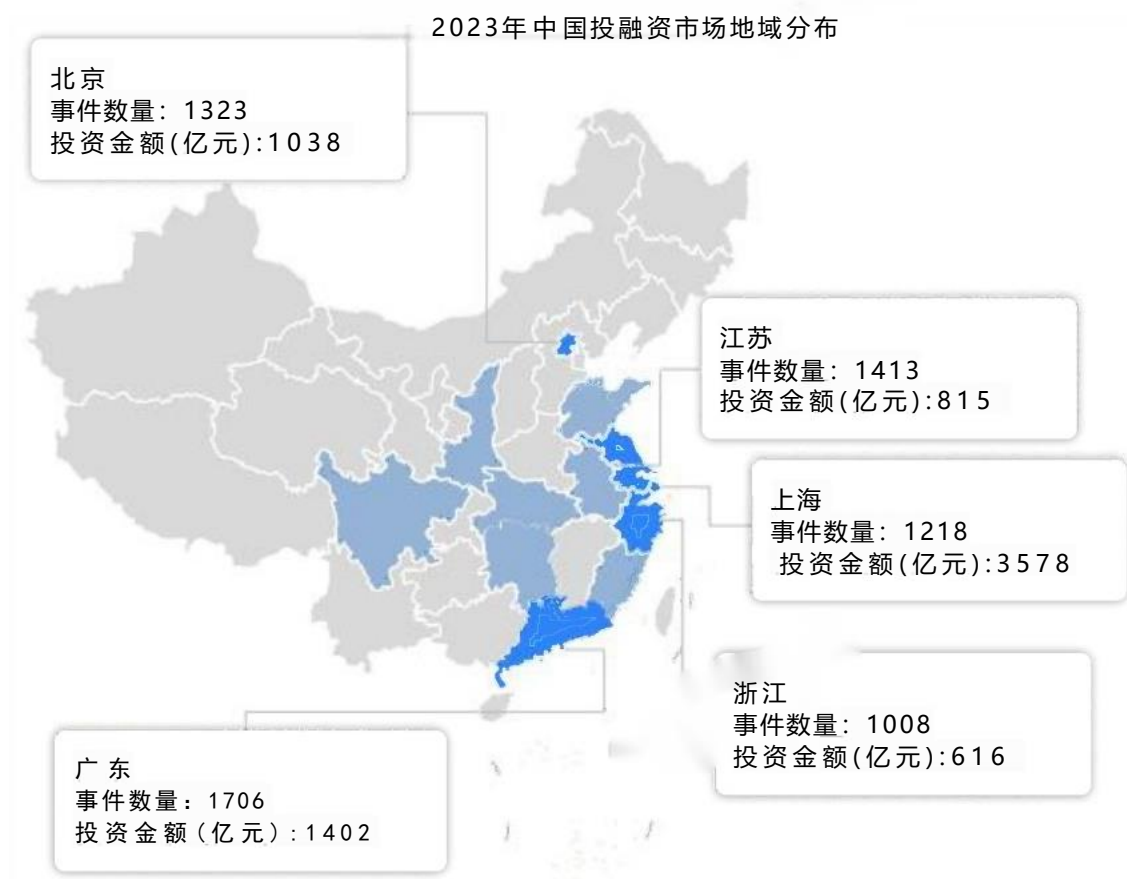
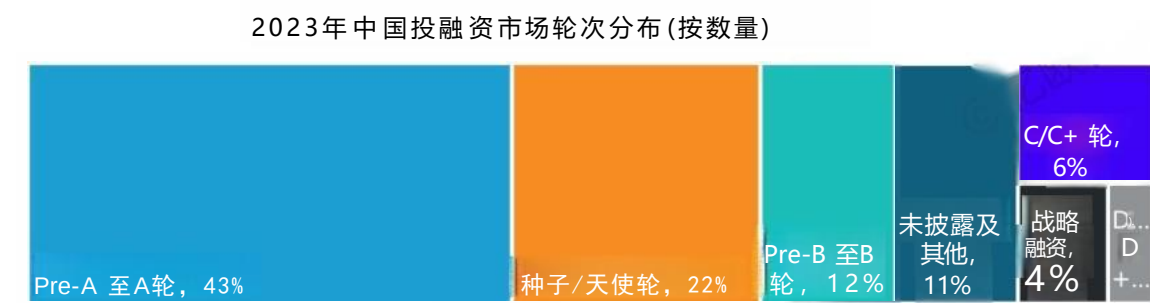
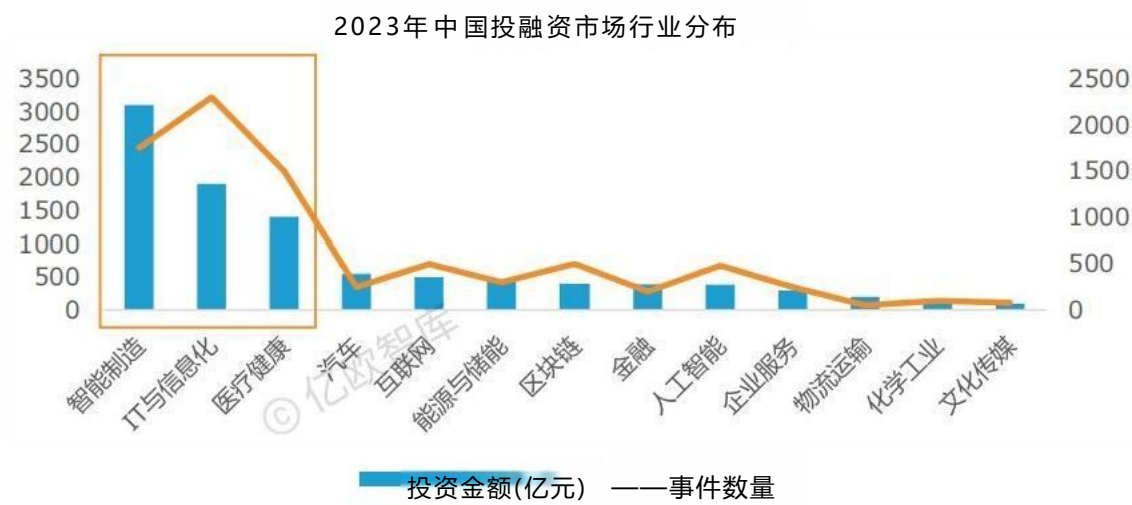


注：以上数据均为2021年数据

数据来源：赛迪；整理

1.3中国数字经济投融资情况：受政策导向和经济发展现状影响，智能制造、IT与信息、医疗健康获得投资机构更为广泛的关注

- ◆现阶段，国内热点投资行业主要受政策导向和经济发展现状影响。数字经济浪潮下，以数字技术创新传统产业和商业模式，成为投资的重要考量因素，智慧工业、数字医疗等产业数字化项目备受资本关注，芯片、区块链、人工智能、云计算等底层基础设施和技术支撑同样为投资机构和投资人重点关注的领域。
- ◆2023年从投资金融和事件数量来看，智能制造、IT与信息化、医疗健康领域成为国内资本最为青睐的三大领域，共收获5504起投资，占全年投资事件56.5%。A轮及以前的早期项目为主流投资事件，中后期项目投资金额优势明显。从投资金额来看，仅智能制造便已获得3148亿元投资金额，远超其他领域。从地域分布来看，广东、江苏、北京、上海及浙江位居投融资市场第一梯队。



1.3中国农业数字化概况：农业数字化渗透率低，生产、流通、销售各环节数字化空间大，未来，农业大数据、物联网设备、管理系统都是布局的机会点

中国农业数字化进程近年来稳步发展，但仍落后于工业与服务业，数字经济在农业中的渗透率仅为9.7%,相较英国、德国等发达国家，中国农业数字化仍有较大的进步空间。根据中国农业的发展需要经历四个阶段，现阶段处于由追求产量的2.0阶段向追求效率与高质量的3.0阶段转型过度。

农业发展阶段特点以及各阶段所占比例			
农业1.0	农业2.0	农业3.0	农业4.0
传统农业	小型规模农业	自动化农业	智慧化农业
使用简单的工具，生产效率较低、无法抵抗自然灾害，只解决农产品短缺问题	利用农业机械化工具，实现部分地区规模化发展，提升劳动生产率	利用计算机、硬件设备等产品，提升专业化水平，实现资源的合理利用	利用多种设备获取相应的数据并打通，实现数字化、智能化生产，进行资源整合，实现无人化生产
20%	66%	13%	1%

数字化感知

种植户借助在田间地头安装的监控设备，利用农业云平台，可以在手机等终端设备上实时查看基地的气温、湿度、土壤肥力等数据；

智能化决策

遥感卫星、智能农机、地下传感设施构筑“上天入地”的一体化农业信息感知网络，多元数据辅助农业部门在农情监测、灾害预警、产量估算方面及时决策，实现精准农业；

数字化营销

随着农村电商增速扩面，仅2022年上半年，农村网络零售和农产品网络零售分别增长2.5%和11.2%，成为弥合数字鸿沟、打通城乡消费循环的重要手段。

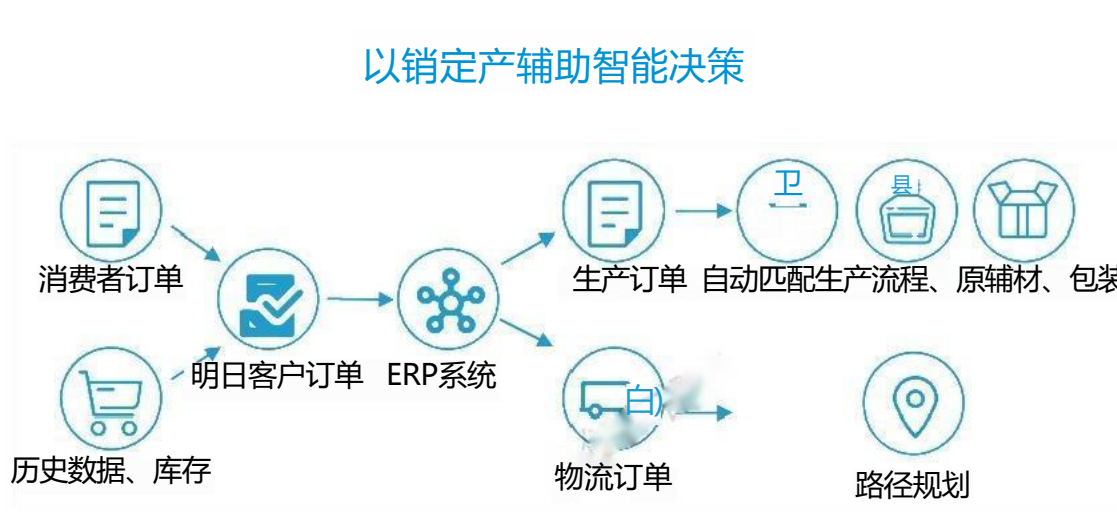
信息技术助力农业标准化、智能化发展

智能网联设备推动精准管理

农业大数据
卫星遥感大数据
数据分析平台
第三方农业数据

物联网设备
智能农机
无人机
监测器/传感器

管理系统
农产品安全追溯系统
农场/牧场ERP
农业技术平台

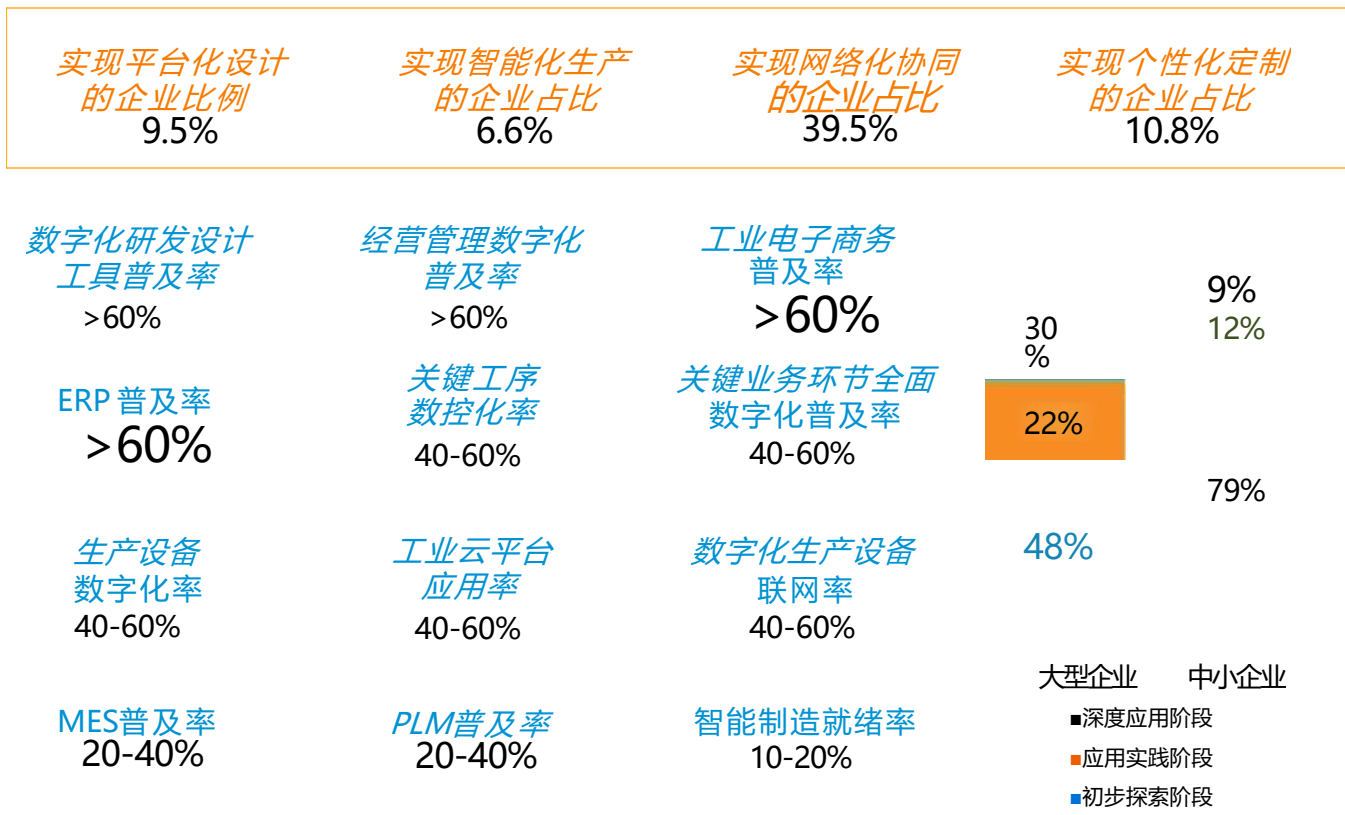


1.3 中国制造业数字化概况：处于局部环节数字化工具应用阶段，距离实现制造业全流程智能化和网络协同仍有差距，破解中小企业数字化难点成为关键

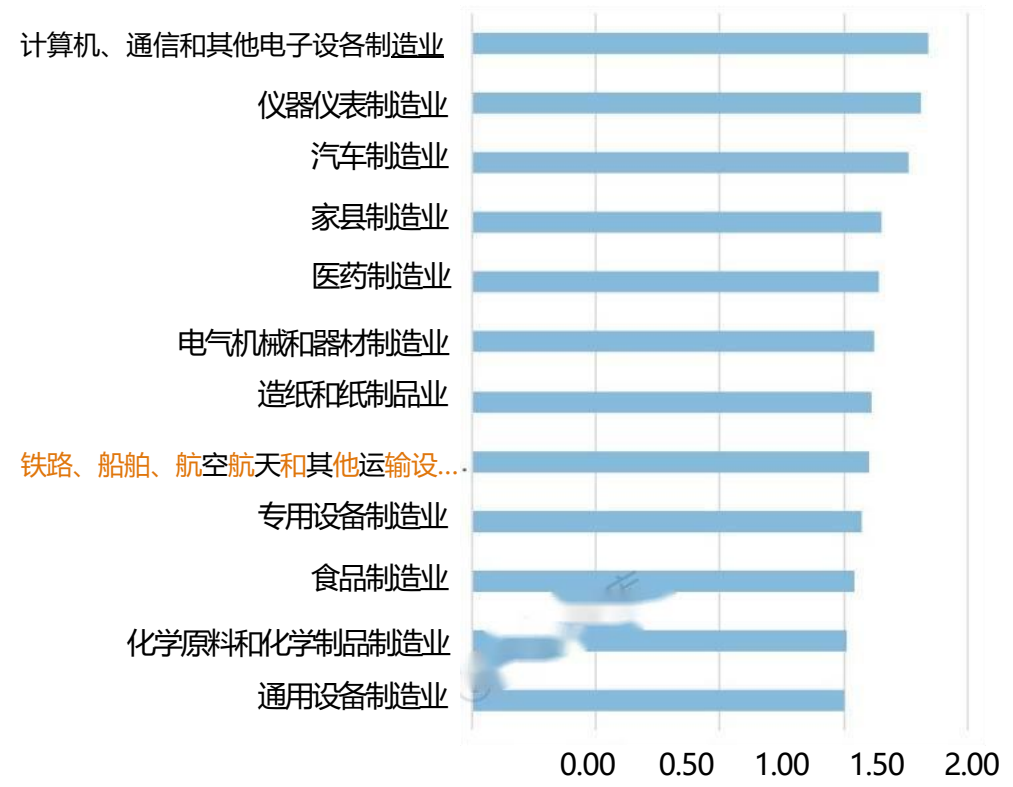
◆整体来看，中国制造业数字化转型进程正加快推进。从细分环节来看，数字化研发设计工具普及率、经营管理数字化普及率、ERP普及率等指标均超过60%，关键工序数控化率、关键业务环节全面数字化普及率、生产设备数字化率等指标超过50%。但是对于生产运营等核心环节，包括MES、PLM普及、智能生产和经营分析等，超过80%的企业无真正利用实时数据进行业务优化。

中小制造企业作为经济社会发展的生力军，由于受限于资金、人才、技术、认知等因素，企业“不能转、不想转、不会转、不敢转”的问题仍然存在。目前中小企业数字化转型处于初步探索阶段的企业占比79%，破解中小企业数字化难点成为关键，为他们提供高性价比的数字化工具，以及整体解决方案的服务，成为发展破局点。

2022年中国制造业重点行业“两化融合”细分环节情况



中国制造业细分行业数字化转型TOP10

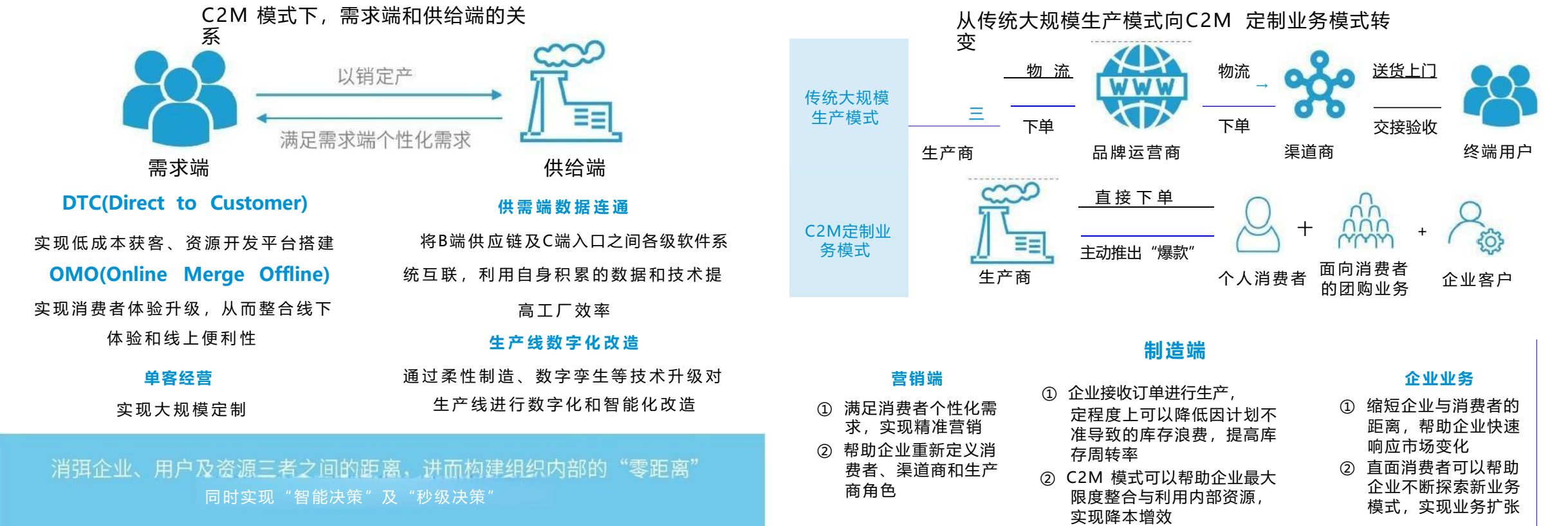


数据来源：赛迪；中国电子技术标准化研究院；整理

1.3中国制造业数字化概况：C2M是未来十年的制造新业态，个性化设计、柔性生产成为企业的必备技能，以期真正实现工业互联网与消费互联网“零距离”

◆近几年，国务院办公厅®工信部相继发布《关于促进内外贸一体化发展的意见》、《关于加快现代轻工产业体系建设的指导意见(征求意见稿)》等政策文件，反复强调支持反向定制(C2M)、智能工厂等新型商业模式，增强企业个性化设计、柔性生产和市场需求适配能力。利用大数据分析挖掘消费者个性需求，实现工业互联网与消费互联网融合对接，推动传统制造模式向需求驱动、供应链协同的新模式转型。

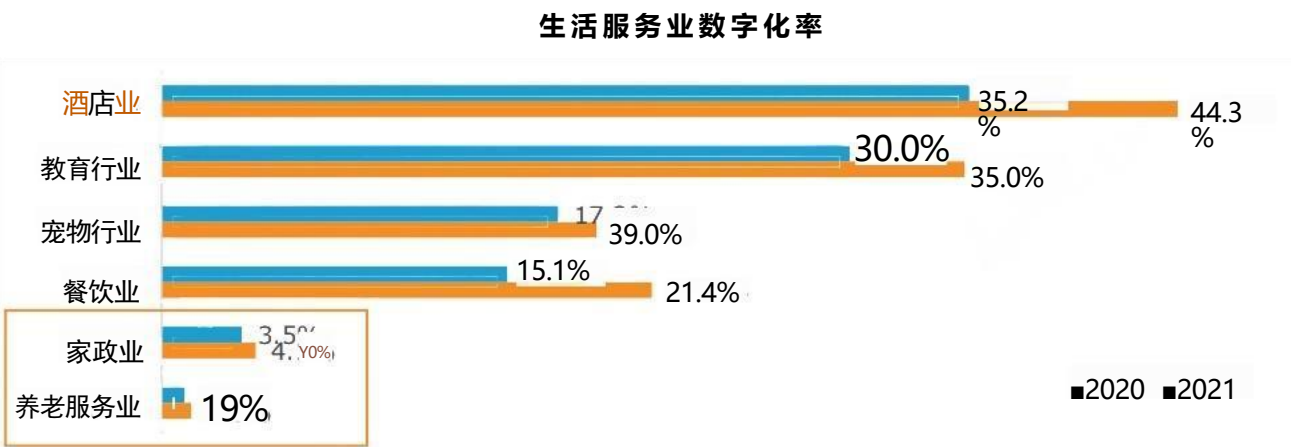
过去十年随着消费互联网的发展，消费者影响的权重日益提高，企业与消费者之间的主导权从“工业时代下的企业主导”向“数字化时代的消费者主导”转变，“用户成为产品开发的参与者”已经成为行业的主流趋势。这一切，要求企业直面终端用户，对中间渠道环节进行弱化或赋能改造，借助前端品牌或平台，与后端制造共同组织产销，重新定义合理库存、合理安排以销定产，实现生产效率的营收的双重提升。



1.3中国服务业数字化概况：行业内部发展不平衡，健康养老、家政、出行等数字化率较低的领域未来发展空间大

◆服务业是中国第一大产业，门类众多，从产业层面来讲，服务业是数字经济的第一大产业，数字服务已经成为经济增长的新引擎。中国服务业的数字化水平在三次产业中最高，转型速度最快，目前正加速向全产业链渗透，中国也已进入服务经济时代，服务业对经济增长和就业的贡献不断提升。从业务发生场景和业务特点来看，可以分为到店、到家、出行三个主要板块，分别代表了消费者到店消费、商品服务上门以及消费者的出行需求。目前，生活服务业数字化正在突破单一环节的定点优化，向全产业链渗透。从生活服务业内部各行业看，其数字化水平差异较大。酒店业、教育行业、餐饮业的数字化率较高，家政业、养老服务业的数字化率较低。

中国生活服务业数字化发展阶段			
	信息在线化	交易在线化	服务移动化
时间	1994年至21世纪初	21世纪初-2013年	2013年-至今
发展情况	中国互联网诞生初期，旅游、餐饮等服务和商户信息实现初	PC终端和宽带普及，生活服务数字化全面开启线上交易、线下服务的商业模式，团购网站兴起引发“千团大战”	智能终端和移动网络成熟，移动支付普及，基于位置服务LBS的数
典型模式	旅行、餐饮等免费分类信息服	· 团购网站模式兴起 · 网购零售模式开启 · 游戏模式兴起	· 以外卖为代表的到家服务普及 · 新应用提升到店服务数字化 · 共享模式引导的移动出行服务



数据来源：阿里研究中心；整理

中国生活服务业代表业态数字化发展现状

餐饮业

数字化率较高

加速效子化、连锁化：“星食+外实”双线布局成为多双餐饮经营者共识。疫情加速了餐饮企业数字化渠道建设，以增强自身抗风险能力。

- 研发自加热菜品、半成品菜品和熟食菜品等产品品类，开拓电商和直播的 销售渠道，实现了餐饮的零售化和电商化
- 实现全链路数字化，采用数字化系统，门店经营全部在线化、数字化。

零售业

全面推进数字化全渠道建设：疫情促进了以生鲜、商超等为代表的即时零售服务的飞速发展。外卖骑手配送的内容越来越丰富，外卖平台也从餐饮配送为主的平台发展为“万物配送到家”的平台。

- 消费者期待在即时零售电商平台上购买的品类占比相对均衡，对各类商品 都有即时消费需求
- 即时零售场景也涵盖超市、便利店、药店、书店等线下场所

健康产业

数字化率较低

在线医疗和约品快送时代：我国在线医疗的用户达3.63亿，占网民整体的34.0%,我国医疗服务目前已逐步迈向线上线下一体化的发展阶段。

- 问诊、复诊、中医、慢病管理、疫苗、体检、挂号等多领域，在政策利好 和技术进步推动下迎来快速发展。
- 从用户使用在线医疗的主要需求看，获取疾病信息依然是最主要的目的， 而网络购药和在线问诊的使用人群也超过了50%

移动出行

规范化、数字化、智能化的方向：网约车、租车、共享(电)单车、停车、汽车后市场、地图导航、代驾、在线旅游、民宿短租等丰富业态

- 告别野蛮生长，竞争方向已从流量竞争向服务力竞争转变
- 聚合出行平台的一站式打车服务成为平台发展方向

1.3中国服务业数字化概况：超级平台化成为主流，未来，小众到家或出行方向或有新入场机会

- ◆ 生活服务市场的超级平台化已经成为主流，平台经济模式确立。随着市场集中度的不断上升以及资源整合的深入，用户和数据资源加速向少数头部平台集中，各细分领域集中化和寡占化现象极为普遍，市场中主要的平台参与者已经基本确立。
- ◆ 新一代消费者、科技技术的进步都推动了生活服务行业的发展。未来，在主流平台经济模式下的服务业，基于当前到家市场和出行市场的主基调，外来小众到家或出行方向或有新机会。

超级平台化已经成为主流，平台经济模式确立

2020年中国各领域数字平台数量和发展情况
(价值10亿美元以上平台)



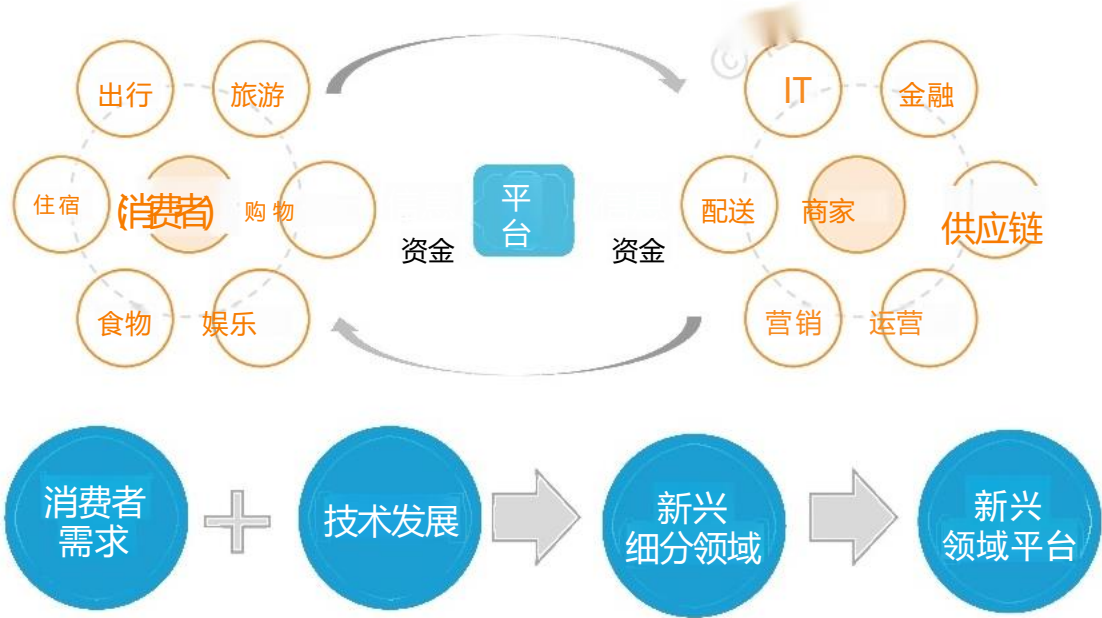
CR超80%

综合视频、网约车
网上零售、娱乐直播

CR超90%

即时通讯、移动支付、游戏直播、搜索引擎、网络音乐、网上外卖、电商直播

平台经济高效链接消费者需求和商家需求



□ 技术的进步使得更多的未来场景可以在数字化的商业世界中实现，一方面企业能够更加深入洞察消费者，同时也能在运营和管理上变得更加高效。

□ 新一代消费者的崛起推动了行业发展的进程，更高的收入、更加多样化的消费需求以及更加数字化的生活习惯都使得消费者对于基于互联网和移动端的生活方式有了更多的美好期待，也因此催生了一个又一个新的细分市场。

01

数字经济宏观背景分析与洞察

- 1.1 数字经济概念
- 1.2 全球数字经济发展背景研究和洞察分析
- 1.3 中国数字经济发展背景研究和洞察分析

02

数字经济产业分析及机会深度洞察

- 2.1 数字经济产业全景
- 2.2 数字经济关键要素拆解
- 2.3 数字经济产业四新洞察

03

数字经济产业趋势预测

- 3.1 趋势一：新技术推动创新应用加快突破
- 3.2 趋势二：数字化要素不断突破物理边界
- 3.3 趋势三：新型实体企业成为发展“新范式”

2.1数字经济产业全景



：数字经济产业全景图

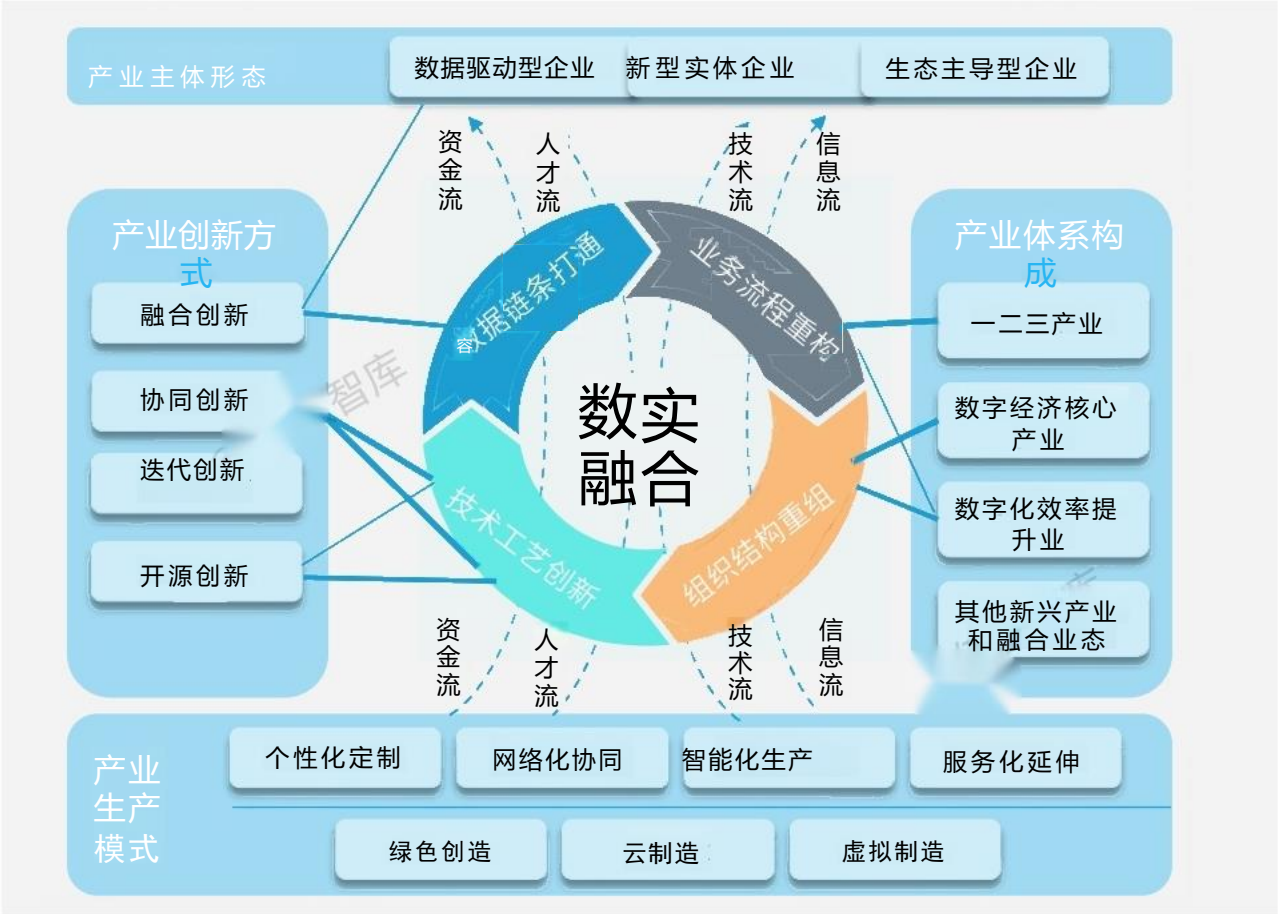


数据来源：公开资料，整理

2.2数字经济核心关键：数实融合

- ◆ 数实融合是数字技术在实体产业全要素、全流程、全链条深度渗透和创新应用的发展过程，是促进实现产业创新方式、生产模式、主体形态和体系构成深刻变革的重要途径。
- ◆ 数字技术与产业技术、工艺、知识、流程等的深度融合，深刻改变传统行业的链条环节、业务形态和服务模式，催生出新的消费理念、商业活动和价值空间。

亿欧智库：数实融合全方位技术变革及新业态发展



产业数字化转型新生态

> 促进智能化生产

通过新一代信息技术实现机器设备智能化，推动企业内资源集聚整合。

> 促进网络化协同

依托数字平台，创新协同设计，协同制造、协同运维模式，实现运营模式等变革。

> 促进个性化发展

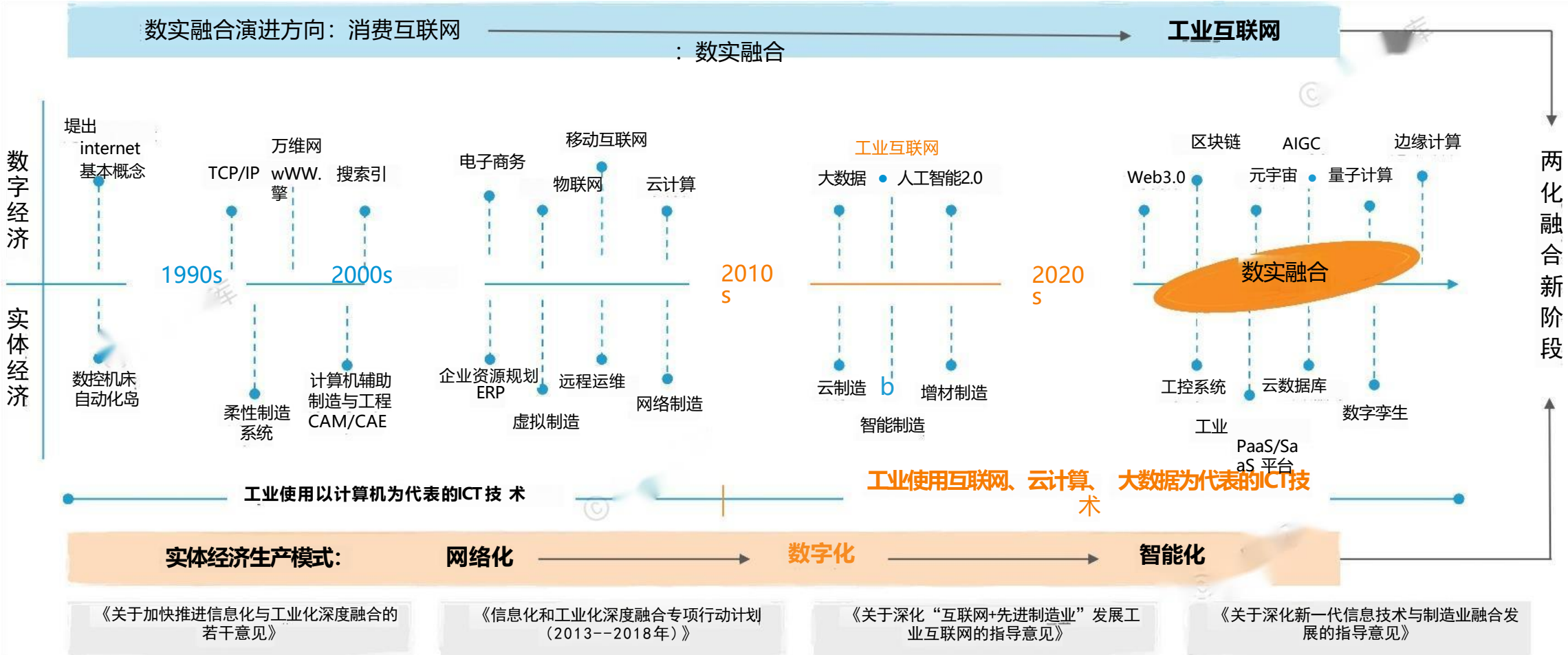
产业链上下游企业打通数据通道，以数字化供应链满足多样化定制需求，推动产业链高效协同。

> 促进服务化延伸发展。

基于新一代信息技术，实现基于数据的产品和服务模式优化，想解决方案转型。

2.2数字经济核心关键：数实融合

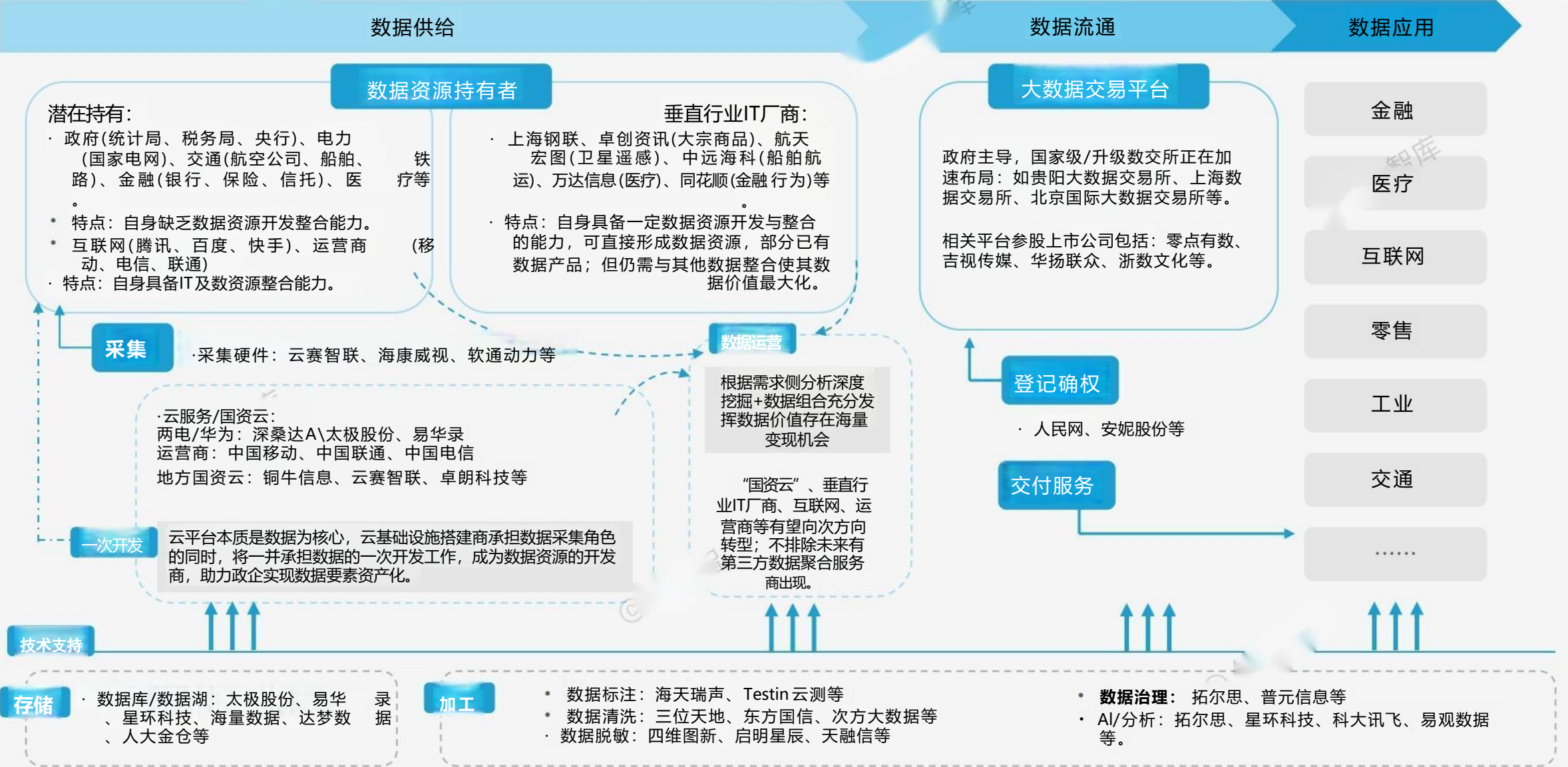
随着数字技术加速创新一快速迭代、群体突破，信息化和工业化融合从起步建设、到制造业与互联网深度融合、再到新一代信息技术与制造业融合发展，“由点成线、由线及面”想更大范围、更广领域和更深层次迈进，逐步进入以数字经济和实体经济深度融合为核心特征和重要模式的新阶段。



数据来源：赛迪智库，整理

2.2数据要素产业链分析

：数据要素关键环节拆分

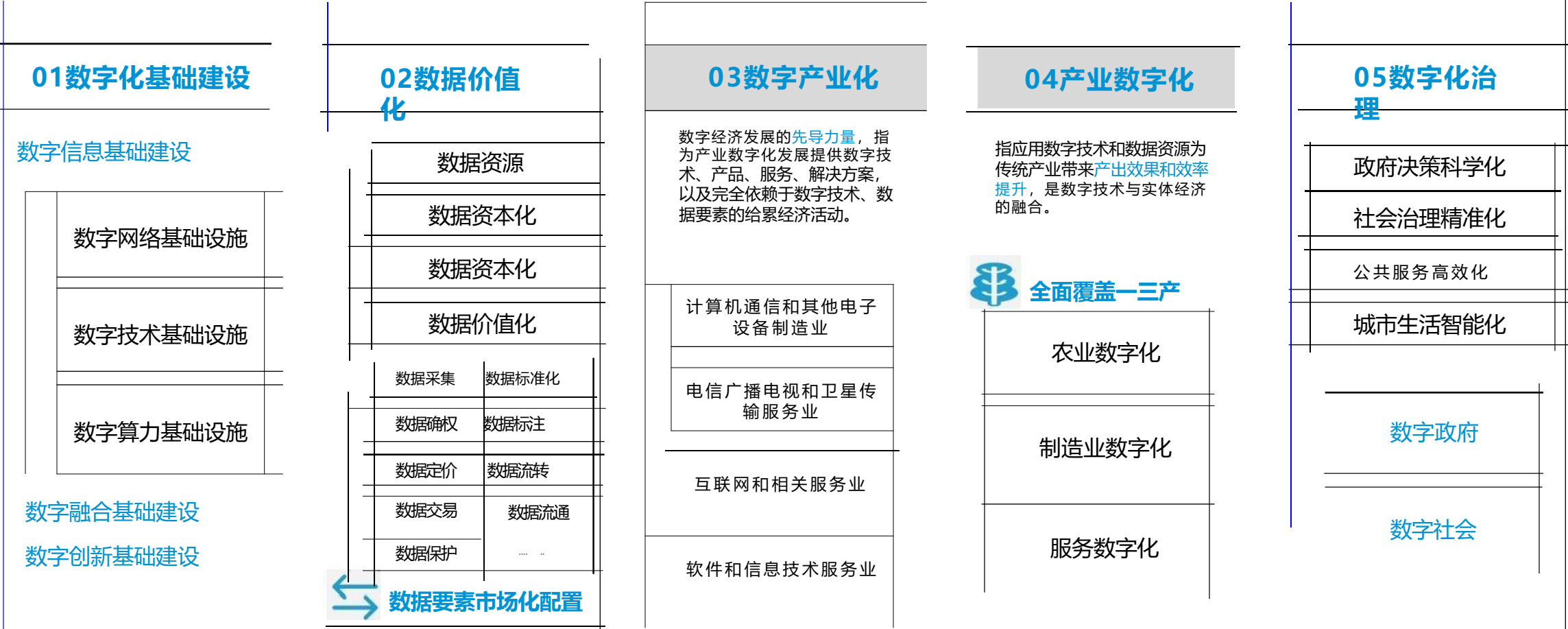


数据来源: 华西证券, 整理

2.2基于数据要素的数字经济“五化框架”

数字经济作为一种新型经济形态。具体包括五大部分：数字化基础设施、数据价值化、数字产业化、产业数字化、数字化治理。

：数字经济“五化框架”



2.2产业数字化

产业数字化推进过程中，主要基于数据要素驱动、科技平台支持、品牌价值赋能、生态融合共生和政府精准施策五大着力推动点切实推动科技与实业深度融合。

在产业数字化转型战略引导下，根据具体产业特点、运作方式、市场竞争、技术特点等因素，选择适合发展需要的差异化推进模式与路径方法，积极发挥巨型平台辐射带动功能，加速构建线上线下融合的全新产业生态体系，切实推动科技与实体产业深度融合。

：产业数字化五大着力推动点



数据要素驱动

- 数据要素驱动精准触达客户需求

数据资源成为现代企业价值创造的生产线及数字科技乏力的新引擎。

- 数据要素催生全新商业模式 数据资源作为新的资源要素打破物理空间制约实现自由流动，通过数据资源价值的挖掘利用将催生更多的新商业模式。



科技平台支撑

- 推动科技平台成为产业要素资源的连接器

科技平台成为中小企业“上云、用数、赋智”的核心支撑。

- 推动科技平台成为提升企业数字合力的加速器

科技支撑下，行业数字化平台将从单个企业自我建设向行业共同建设转变

- 推动科技平台成为培育新兴产业组织的孵化器

以平台为依托，探索创新，切实发挥产业载体集聚融合产业链上下游资源要素的优势作用。



品牌价值赋能

- 将品牌价值赋能打造成为产业数字化转型的新“亮点”

通过品牌叠加更多“黑科技”形成新品牌资产，打造口碑效应，加速转型。

- 着力推动品牌价值线上线下转移融合

通过品牌联想逐步实现传统产业从业企业品牌价值有线下向线上转移渗透、互联网从业品牌价值则反之。



生态融合共生

- 传统企业与数字科技企业跨界融合实现共生共赢

数字科技快速发展使传统产业边界模糊化与脆弱化，产业进入壁垒大幅下降，跨界融合需求持续增加

- 构建线上线下融合共生的全新产业生态体系

以自由流动数据资源为基础，数字科技族群为连接，多元科技平台为依托



政府精准施策

- 创新数字化发展政策环境 这要求政府创新思维形成能够契合数字经济发展的创新政策体系，进而为各类经济主义产业数字化转型提供良好环境

- 提供全天候无忧撮合服务 政府通过自建或三方获得线上撮合平台，为企业提供无忧服务。

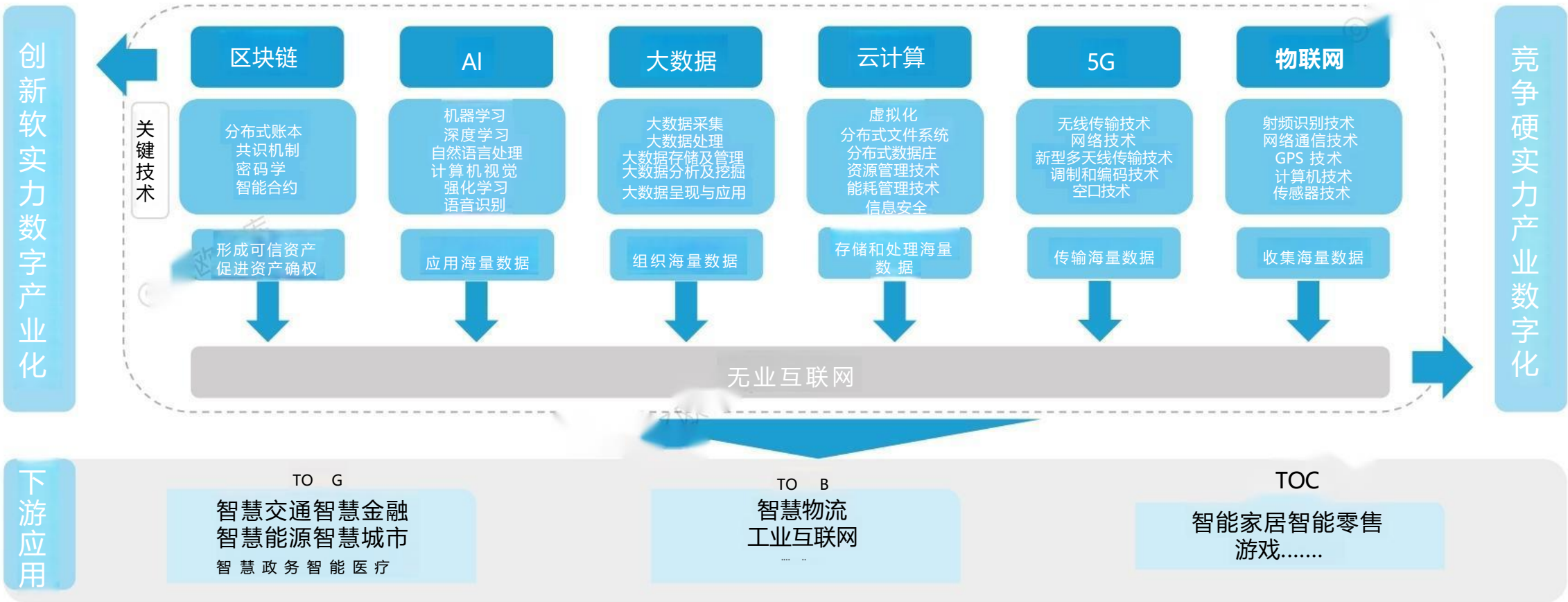
提供精准靶向服务措施

针对不同企业、行业提供精准靶向政策支持及服务

2.2 数字产业化

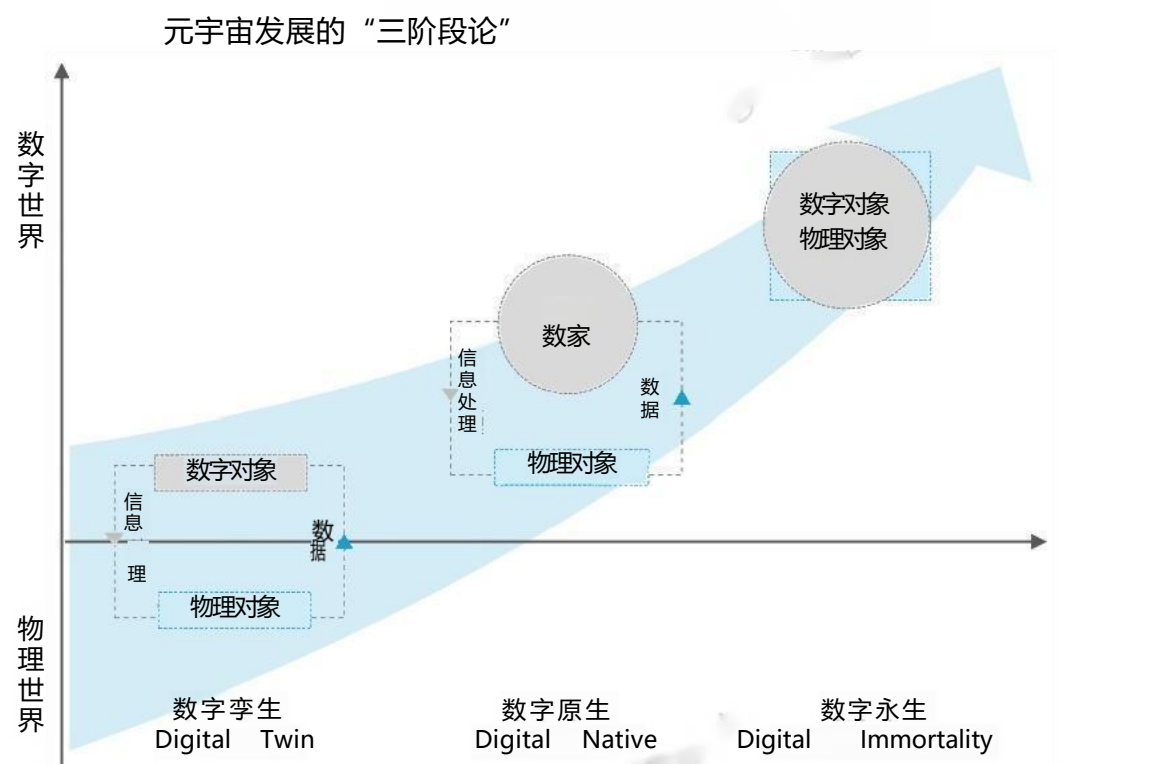
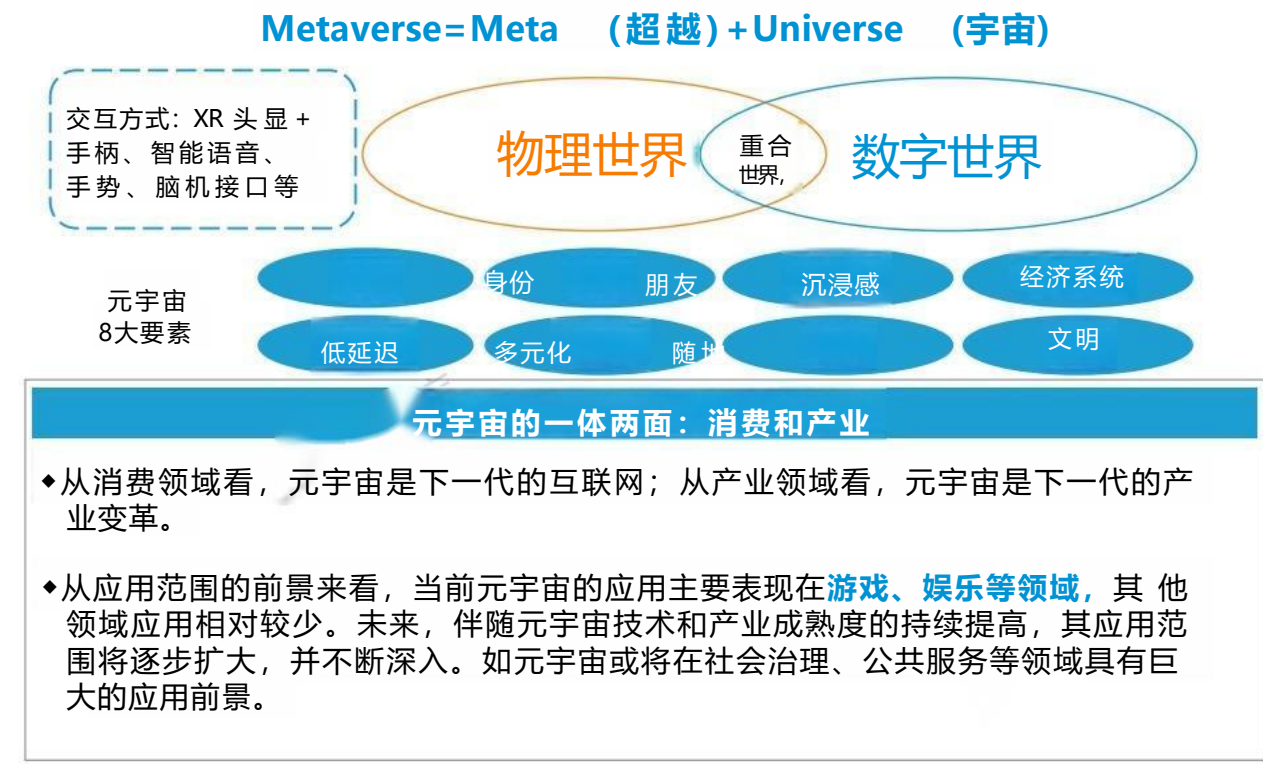
- ◆ 数字产业化是数字经济发展的先导产业，为数字经济发展提供技术、产品、服务和解决方案。其中关键信息技术包括：物联网、5G、云计算、大数据、AI 和区块链。
- ◆ 数字产业链由上游数字基础设施及下游数字的产业化赋能构成，其中下游数字的产业化赋能分为TO G、TO B、TO C三部分，TO G端主要以智慧交通、智慧能源、智慧政务、智慧金融等领域为主；TO B端设计传统工业的数字化转型，多集中于制造业。TO C端设计游戏、数字媒体等领域，对应软件开发、军工电子等领域。

：数字产业化的关键信息技术



2.3新趋势：元宇宙将成为数字经济未来发展的重要载体和综合场景，也是未来的社会经济的终极形态，或将立足游戏领域进行跨行业场景延伸，实现跨道超车

- ◆元宇宙概念自20世纪90年代创造，在21世纪经历30年快速塑形，以小说、电影、游戏等不同形式得到演绎。终于在2021年，元宇宙概念爆发，《Roblox》上市成为“元宇宙第一股”、区块链NFT出圈引爆元宇宙概念、Facebookallin 更名Meta，元宇宙正式进入发展元年，成为全球的焦点，受到政府、机构、企业以及网民的高度关注，资本市场一度高涨，相关投资赛道大热。
- ◆元宇宙作为数字经济的重要组成部分，被称为下一代互联网的终极形态。从宏观层面来分析，元宇宙在一定程度上是信息技术发展到新一个阶段的必然产物，也是产业升级换代的必然趋势，更是我们人类社会发展的总趋势，也是互联网的终极形态——人类的数字化生存最高形态。



游戏

文化娱乐
健康医疗
社交
其他领域

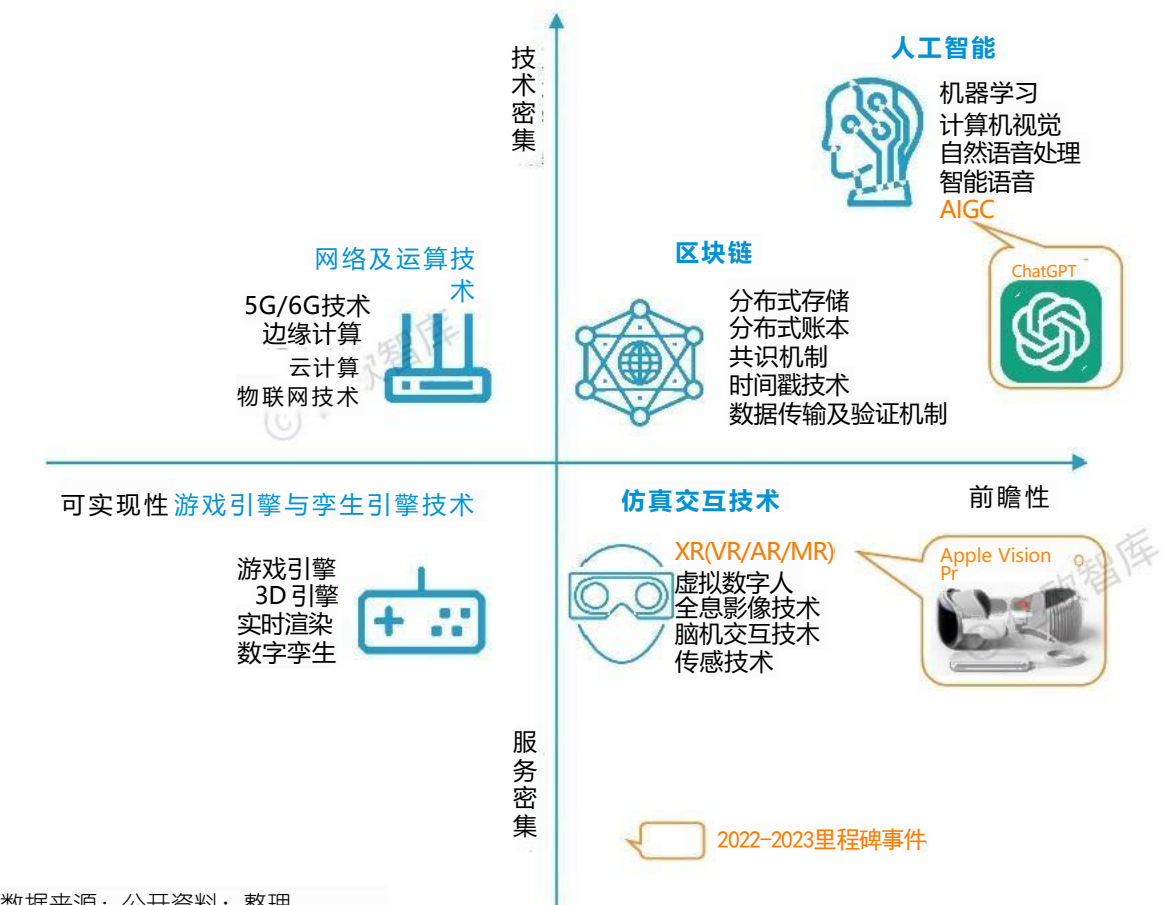
在应用端，游戏娱乐是元宇宙TO 级的场景，具备领先的技术应用、丰富的沉浸式内容、成熟的产业落地场景，是当前元宇宙阶段的主要 应用场景，未来元宇宙的变革将从游戏场景开始，向其他各行业渗透。在游戏行业，引擎推动研发工业化加速，产业提效以更好地满足 用户需求；在跨行业场景下，立足游戏领域向跨行业场景延伸，游戏引擎有望释放长期价值，驱动元宇宙数字世界建设发展。

2.3新技术：大模型及生成式AI可加速元宇宙的实现，是当前及未来几年国内外科技巨头及资本布局的重要技术方向，落地应用和服务是关键

◆元宇宙是各种新兴技术发展到一定奇点后的产物，是各技术的集大成者。支撑元宇宙的五大技术支柱包括人工智能技术、区块链技术、网络及运算技术、游戏引擎与孪生引擎技术、仿真交互技术。

2022年底，微软投资的AI创业公司OpenAI 的ChatGPT 横空出世，AI爆火，伴随基于大模型发展的各类应用的爆发，尤其是生成式AI, 大幅度降低了创制元宇宙的成本，促使大模型带来的价值进一步升级到人类生产力工具的颠覆式革新，国内市场的垂类大模型也迅速进入了百家争鸣的状态，逐渐拉开了通用人工智能（AGI）的发展序幕，人工智能正成为数字经济发展的新引擎。

元宇宙关键底层技术“四象限模型”



大模型及生成式AI成为国内外科技巨头当前及未来技术布局重点

自ChatGPT 引发生成式AI热潮后，除了微软、谷歌、Meta 等国外科技巨头先后发布 AI大模型；在国内，百度、华为、商汤、阿里、京东、科大讯飞、腾讯等科技巨头前 后有近百家机构也宣布推出自己的大模型，进入“百模大战”时代。



垂直领域应用是大模型的主战场	模型即服务（MaaS）入生态呼之欲出	大模型为数字人“注入灵魂”
通用大模型训练成本过高、周期长、需要大规模算力和数据支撑，总体门槛高企。 从商业化落地进程来看，垂直类应用模型有望率先实现落地应用，从通用模型到垂类模型 初创公司可以在垂直大模型寻找机会，聚焦解决垂直领域问题，实现产品开发。	大模型促进了AI的工业化，即大模型为AI标准化、模块化、自动化提供了实现路径，并重构现有的商业模式，未来将形成模型即服务的MaaS生态。 未来的数字化商业将分为大模型基础设施型企业、垂直行业领域的小模型应用企业以及更加贴合个人用户的模型应用和服务。	元宇宙建立在数字世界、数字内容之上，通过生成式AI的方式创造内容，就激活了元宇宙世界的虚拟人，数字人将不再仅仅局限于主播、客服等角色。 数字人将成为个人分身“Avatar”，输出文字、图像、音视频乃至情感表达。未来构建数字内容的过程中，数字人将广泛应用于各种场合，提高工作效率并降低成本。

2.3新模式：平台成为数字经济组织方式的最优解，流量为王或将成为过去式，细分领域的中小平台发展潜力强劲

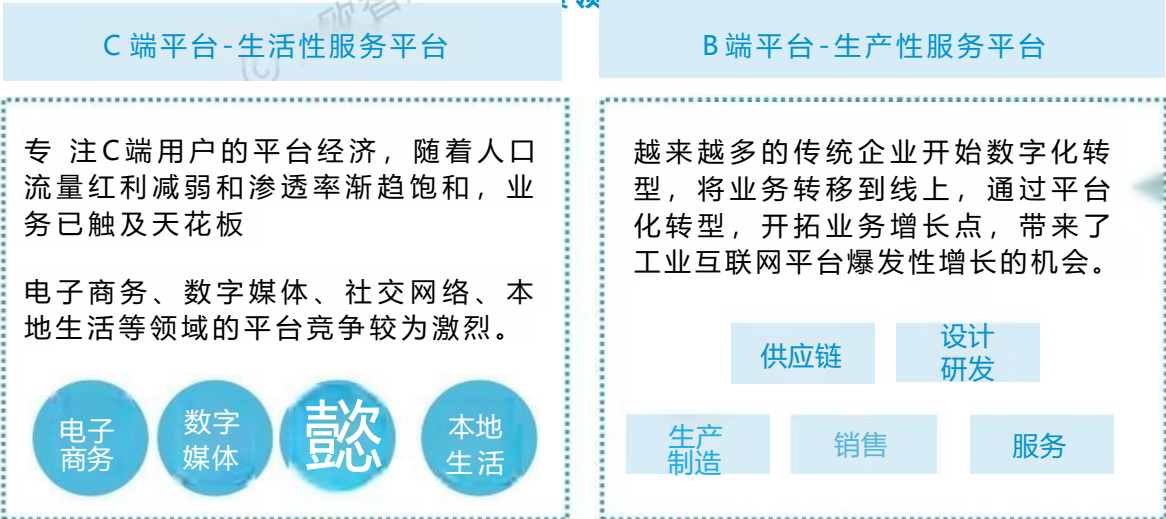
- ◆以平台为重心做强数字经济产业体系，是数字经济组织方式的主要特征，从某种意义上看，全球数字经济的竞争也是平台的竞争，超大规模平台已经成为各国在数字经济领域竞争与合作的关键因素。因此，支持平台企业做大做强，以平台为重心做强数字经济产业体系，将是未来一个时期的重要工作。
- ◆平台化是数字经济的大势所趋，平台经济是推动经济增长的新动能，数字平台作为平台经济的微观基础，展现出了强大的生命力。平台经济是一个大趋势，未来包括资源、产品、服务、产业、企业等都会向着平台化的方向发展，随着各国对平台发展的监管加强，未来平台将会朝着更加规范的方向发展。

从全球视角看，全球大型企业平台化转型成为趋势

据《2022年全球市值100强上市公司排行榜》统计，前十大市值公司有7家为平台型企业。全球前十大平台企业被中美包揽，其中美国8家，中国2家，分别是腾讯和阿



数字平台模式由消费领域向生产领域扩展



中小型数字新平台数量不断增加，发展势头强劲

新平台在涌现，小平台在长大：头部平台发展势头强劲与新平台快速成长并行。2020年市场价值在10亿美元以上100亿美元以下的平台数量比2015年增加了108家，数量增长了近2倍，市场价值增长了230.5%，在此期间，共有25家平台迈入市值100亿美元以上的行列。

近五年新增最快的领域



提高硬科技，从应用层创新扎根到底层技术创新

从流量为王，到技术为王：当前，互联网平台走到了新发展阶段的关键时期，技术创新成为平台企业的核心竞争力，平台经济从流量为王向技术为王转型。各平台企业的研发费用都在增长，当下前沿技术的AI大模型，不少出自国内外平台企业之手。



2.3 新需求：我国是全球最具潜力的消费市场，数字经济下新业态的机会识别，关键是寻找创新科技与消费需求的交叉点

- ◆消费是持续拉动中国经济增长的核心动能，消费需求的规模扩张与结构升级是影响经济基本面的重要因素，我国有14亿多人口，中等收入群体超过4亿，毫无疑问是全球最具潜力的大市场，且正处于需求快速释放期。数字技术是推进数字经济的重要力量，但如果数字技术无法满足消费的需求，寻找不到有效的应用场景，商业模式也无法落地。
- ◆随着我国发展阶段的变化，居民消费需求转向追求质量的发展型和享受型消费、从以物质型消费为主转向以服务型消费为主。网络购物、网络直播、数字文化教育、在线医疗等为代表的数字消费新业态、新模式均是找到了数字技术与消费需求的交叉点，从无到有，发展壮大。
- ◆所以，获得抢占市场先机的关键是前瞻性的洞察消费者的潜在需求趋势，寻找数字科技与消费趋势的交叉点，从新需求里创建新场景。



2.3 新需求：从“刚需型需求”转向“服务型、享受型需求”，国民对健康、医疗、娱乐等身体和精神层面的需求越来越强烈

在经济、社会和人口等因素的推动下，居民消费需求逐渐转向以健康、医疗、娱乐等服务型消费为主，注重个人精神生活质量的发展的享受型需求。新银发经济、下沉市场经济、服务型消费经济、元宇宙经济已在中国兴起并与全球接轨，对产业和消费者产生的影响不断增强，有较大潜力成为未来核心的消费趋势。

新银发经济

- 随着中国加速迈入老龄化社会，到2025年，预计65岁以上的老年人将达到2.1亿，占总人口比例15%，到2035年将达到3.8亿，占总人口比达到例27.9%
- 未来，中国经济高速发展中成长起来的第一代人即将退休。他们在储蓄周期的高峰期，且受到智能化、数字化概念的影响，愿意为数字化的医疗健康、保健手段、文化娱乐付费，中国老年人消费市场仍未得到充分开发。



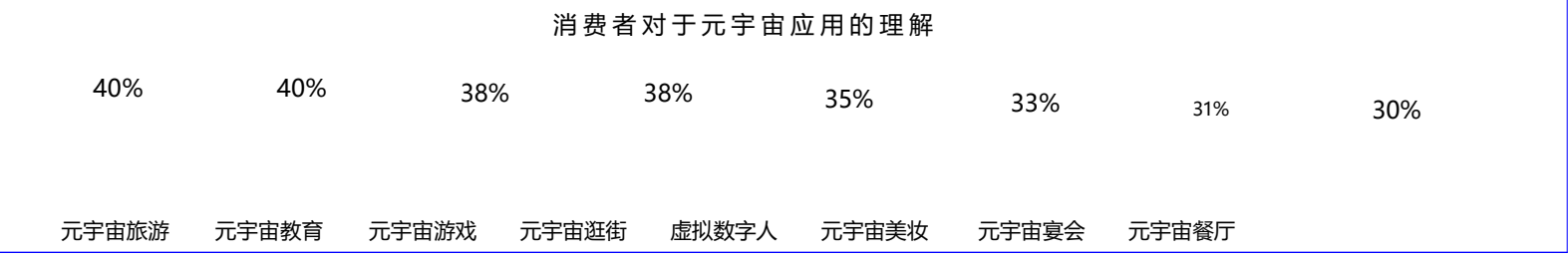
数据来源：wind；德勤；CDRF；整理

下沉市场经济

- 中国拥有巨大的下沉市场红利，中国下沉市场人口近10亿人，占全国总人口70%左右，具有庞大的市场规模和日益增长的购买能力。
- 下沉市场日益增长的医疗、教育、养老、文化、旅游、家政等服务消费需求。

元宇宙经济

- 21年元宇宙爆发，虚实联动从不可能变为可能。大部分消费者表示对元宇宙有所期待，认可元宇宙的沉浸式体验、逼近真实世界的场景、强互动氛围。对于元宇宙概念场景的理解消费者对于元宇宙应用的想象力与关注点在元宇宙旅游、元宇宙互动学习(教育)、元宇宙游戏、虚拟人物互动等
- 但目前市面上没有成熟的、消费者强认知的元宇宙场景，谁抢先把概念变为应用，及早形成成熟的应用场景，可能就掌握了元宇宙在中国市场的机会



01

数字经济宏观背景分析与洞察

- 1.1 数字经济概念
- 1.2 全球数字经济发展背景研究和洞察分析
- 1.3 中国数字经济发展背景研究和洞察分析

02

数字经济产业分析及机会深度洞察

- 2.1 数字经济产业全景
- 2.2 数字经济关键要素拆解
- 2.3 数字经济产业四新洞察

03

数字经济产业趋势预测

- 3.1 趋势一：新技术推动创新应用加快突破
- 3.2 趋势二：数字化要素不断突破物理边界
- 3.3 趋势三：新型实体企业成为发展“新范式”

趋势一：新一代信息技术创新应用加快突破，日益成为驱动数实融合的先导力量，加快应用场景建设全面推进数字化治理

数实融合正进入泛在感知、高速联接、高效计算、规模存储、共享智能的新阶段，以大数据、云计算、人工智能、区块链为代表的新一代信息技术加速迭代、集成突破，并与材料、生物、航天等新技术交叉融合，将加速构建以“数据+算力+算法”为核心的数字空间，为数实融合发展提供重要牵引。

基础技术革新



算力是核心生产力，算法是重要生产工具，数据是关键生产资料

围绕“数据+算力+算法”的技术集成创新持续加快，将持续降低数据价值开发

利用成本，提升算力普惠水平，推动算法快速部署和转化应用，赋予数实融合更多动力源泉

加快应用场景建设，全面推进数字化治理

全产业链贯通

数实融合助力打通工业领域生产侧和消费侧，以个性化需求汇聚指导制造、产品、服务等环节的柔性匹配，由点及线到面，逐步带动企业内部贯通和产业链上下游协同，推动工业全系统从局部优化到全局优化、全生态构建。

赋能产业升级

在各企业自身数字化转型基础上，产业链上下游企业将打通彼此间的数据通道，以数字化供应链引领物资链，促进全渠道、全链路供需调配和精准对接，更高水平地推动产业链高效协同，有力支撑产业基础高级化和产业链现代化。

多元化场景式服务

数实融合将深刻改变传统服务行业的业务模式和消费方式，深入拓展“产品+内容+场景”集成式创新，日益推动“单一服务按需供给”的低附加值环节向“场景式服务多元化供给”的高附加值转移，孕育创造升级的消费新需求。

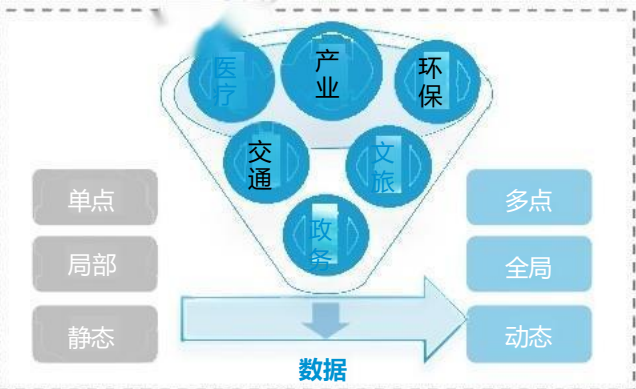
趋势二：数字化要素不断突破物理边界，形成广泛的协同共享模式，助力打通数实融合要素链的内循环

◆随着数实融合的深入发展，数字平台日益成为各行业全新的组织方式，推动数据、人才、能力等资源要素集聚整合、弹性匹配、动态共享，以数据流打通融合发展要素链，将带动实体经济生产、分配、流通、消费各环节有机衔接，实现循环流转。

数字化要素

数据共享

数据共享成为数实融合的核心要义，不断突破地域、组织、技术边界，推动资源配置从单点、局部、静态优化向多点、全局、动态优化演进，促进数据驱动的创新、数据驱动的生产和数据驱动的决策，实现更好质量、更低成本、更快交付和更高满意度。



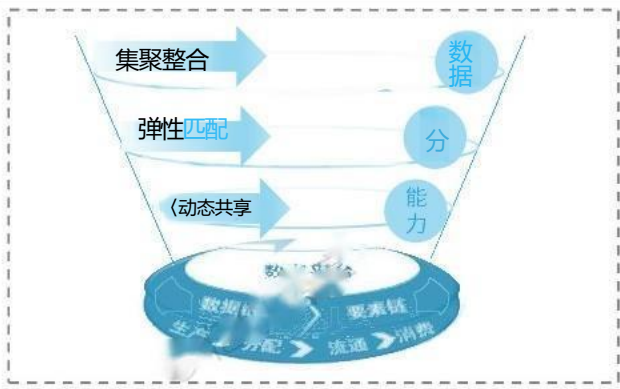
人力共享

人才共享成为数实融合的创新环节，将通过平台推动有效劳动力的精准配置，解决企业高端人才缺失瓶颈，帮助企业柔性用工，最大程度释放人才效能。“共享员工”模式使得劳动力资源有效流动，既保障停工停产人员的稳定收入，也很大程度上减轻了门店的运力压力。



生产能力共享

共享模式与制造模式融合渗透步伐将日益加快，通过对创新设施、生产设备等生产动力以及办公空间、工厂厂房等生产资料的虚拟化、数据化，将制造企业的生产动力进行在线化供给、弹性化配置，以隐性服务能力的市场化实现基于效率导向的按需分配。



趋势三：数字原生企业向新型实体企业加速转化，形成数实融合领先发展“新范式”



数字企业和实体企业之间有过对立，有过合作，而当下，他们正在驶向同一个目的地：新型实体企业。掌握关键核心技术、具备平台运营能力的数字原生企业是数实融合的“领头羊”，凭借数字能力优势，逐步向生产制造、供应链配套等链条延伸，面向产业链上下游开放能力，探索基于平台的实体经济新模式，实现向新型实体企业的“华丽变身”。

- ◆ 数实融合推动传统企业加快数字化转型，将赋予其充分的数字能力，打通企业内部各环节，延伸贯通产业链上下游、乃至跨产业链间的协同生产，发展智能化生产、网络化协同、服务化延伸等新模式，通过数字化业务创新和价值开发，实现向新型实体企业的升级发展。
- ◆ 中小企业积极参与行业平台的众包、众创等网络化协同项目，贡献自身技术、资源和能力，共享市场订单、营销渠道和收益分成，深度融入新型实体企业发展生态。

