

看清数字经济引领贸易增长的底层逻辑

■ 张伟伦

伴随着中国(北京)自由贸易试验区正式揭牌,北京日前出台了《促进数字经济创新发展的行动纲要》,提出将以自贸区建设为新起点,大力推动数字产业化,促进产业数字化,发挥数字经济在高质量发展中的赋能作用与在扩大开放中的引领作用,加快形成双循环相互促进的新发展格局。据统计,2019年数字经济在中国GDP结构中所占比重达到36.2%。数字经济正在深刻影响经济建设和贸易增长,其中的底层逻辑值得深思。

首先,传统产业与数字经济融合,催生了新兴业态层出不穷。数字经济往往以共享网络平台为组织形式,以信息技术为手段进行资源的配置优化。从实际的应用场景来看,数字经济常常不独立于传统产业而存在,更强调融合、共赢,并在与传统产业的交互中实现价值增量。数字经济与某些行业融合渗透,加速构建新型经济范式,创造贸易需求,有时又可改变实体经济的运营结构,提升其生产效率。以制造业为例,数字经济向该产业的渗透性正在由表及里地增强,在数字化技术的推动下,制造业封闭式的作业流程正在被打破,生产方式和管理模式日益革新,制造业领域的网络化、数字化和智能化催生出越来越丰富的产品和应用场景,且

其迭代速度日益加速,在这一进程中,更多的经济潜能被激发出来。

其次,传统贸易与数字经济融合下,贸易业态和新的贸易模式出现。以大数据、云计算、区块链等为代表的信息技术深刻影响了贸易领域,使贸易方式、对象和范围等都发生了巨大改变。随着互联网基础设施的日益完善,在信息自由流动和便利获取的环境中,商业行为逐渐扁平化,国内市场整合程度随之提升,电商贸易深入到社会生活的方方面面。这一贸易模式不仅大幅减少了中间贸易环节,降低贸易成本,扩大了商品的交易范围,也为广大中小企业提供了融入全球产业链的可能。尤其在当前国内外经济形势下,传统对外贸易的大宗货物订单大幅减少,碎片化和中小规模的跨境电商正在成为国际贸易的新趋势。跨境电商以消费终端需求为导向,具有小额交易、低成本、低风险、灵活度高的特点,这一新形式,正成为外贸企业转型的方向。

再次,数字化平台的应用使得过去的许多不可能变为现实,也催生了新型消费模式。一方面,许多数字化产品和服务的边际成本趋近于零,因此许多传统产业插上“数字化翅膀”就能极大提高营销空间、突破利润的天花板。例如,数字平台上的教育培训不再受限于教室容量,也更能无限

放大优质教育资源。另一方面,借助数字化平台,网红、明星直播带货等方式正日益影响大众经济生活,也不断提升着品牌和个人的人气和影响力,最终达到营销目的。

最后,数字经济的发展使数据成为一种新的生产要素,其本身作为一种资产也会产生经济价值。在数字经济时代,数据体量正呈现出爆炸式增长态势。大数据作为一种基础性和战略性资源,是提升民众生活品质、国家治理能力的“富矿”。对于广大企业而言,日常运营中积累和沉淀的大量数据越来越具有价值,这不仅能支撑企业业务有效运转,还能为有效决策提供重要参考。如果能充分分析并妥善设计数据的应用场景,也常常能够实现数据资产的变现。

作为2020年最大的“黑天鹅”事件,新冠肺炎的暴发无疑再次凸显了数字经济的作用。疫情期间,各国政府几乎都对人员流动和聚集进行了不同程度的限制。在社交接触受限的情况下,许多企业被迫将与员工和客户的互动转移到线上,数字化运营成为企业维持业务的重要方式。同时,为了拓展生存空间,很多企业更是加速了数字化布局。

放眼全球经济调整,各国都在追逐本轮数字经济的红利,也都把发展数字经济作为了引领贸易增

长的重要途径。例如,欧盟于2010年就公布了数字经济议程,今年初欧委会又在此基础上公布了《欧洲新工业战略》,其中塑造欧洲的数字未来是其重要部分。新美国安全中心(CNAS)近期发布的《设计美国的数字发展战略》报告指出,技术政策愈发成为外交中的争论焦点,美国及其盟友选择的数字发展道路将对未来美国国家安全发挥关键作用。面对发展中国家在5G、云计算、电子商务等新兴技术领域的快速发展,报告提议美国政府应升级其数字发展战略。

对于中国,2017年,数字经济首次被写入当年的政府工作报告,提出要推动“互联网+”深入发展、促进数字经济加快成长。2019年政府工作报告再次提及,要深化大数据、人工智能等研发应用,培育新一代信息技术、高端装备、生物医药、新能源汽车、新材料等新兴产业集群,壮大数字经济。今年的政府工作报告要求,要继续出台支持政策,全面推进“互联网+”,打造数字经济新优势。

基于国内外形势,社会各界越来越意识到,在新一轮技术革命下,以数字经济引领贸易发展和经济增长,对促进中国产业迈向全球价值链中高端、培育壮大新动能意义重大。

8月工业企业利润稳定 恢复态势进一步巩固

国家统计局近日发布规模以上工业企业效益数据。8月份,规模以上工业企业实现利润总额6128.1亿元,同比增长19.1%,连续3个月保持两位数增长,延续稳定增长态势。1月至8月,全国规模以上工业企业实现利润总额37166.5亿元,同比下降4.4%,降幅比1月至7月收窄3.7个百分点。

国家统计局工业司高级统计师朱虹分析认为,8月利润增长呈现出生产和需求稳定恢复的特点。从生产看,8月,规模以上工业增加值同比增长5.6%,增速比7月加快0.8个百分点。从需求看,全国固定资产投资累计降幅进一步收窄,基本恢复至去年同期水平;社会消费品零售总额当月增速年内首次转正。生产和需求的不断改善,推动了工业企业销售增长。8月,工业生产者价格指数继续回升,工业企业营业收入同比增长4.9%,比7月加快1.6个百分点,企业生产规模扩张有力支撑了利润的稳定增长。

分行业来看,1月至8月,在41个工业大类行业中,16个行业利润总额同比增加,25个行业减少。“8月,工业内部供需循环得到改善,下游行业的持续恢复对上游行业的带动作用增强。其中,受益于需求回暖和原油、铁矿石等国际大宗商品价格持续回升,采矿业利润明显修复,原材料制造业利润增长加快。”朱虹表示。

8月,采矿业利润同比下降11.9%,降幅比7月大幅收窄28.7个百分点。原材料制造业利润增长32.5%,增速比7月加快17.8个百分点,拉动规模以上工业利润增长6.7个百分点。此外,装备制造业利润保持较快增长。8月,装备制造业利润同比增长23.1%,拉动全部规模以上工业企业利润增长8.1个百分点。其中,通用设备制造业利润同比增长37.0%,电气机械和器材制造业同比增长13.3%,增速分别比7月加快11.0个和5.2个百分点;汽车制造业增速较7月有所回落,但仍保持55.8%的快速增长,明显高于工业平均水平。

随着企业经营状况的进一步好转,亏损企业数量持续减少,亏损额大幅下降。8月,亏损企业亏损额同比大幅下降37.0%。8月末,规模以上工业企业亏损面比7月末收窄1.2个百分点,继续呈逐月缩小趋势。

(熊丽)



近日,第九届江苏国际养老服务博览会在南京国展中心举办。本届老博会以“安全、温馨、品质、智慧,养老服务高质量发展新常态”为主题,设有养老服务抗疫成果、养老金融保险、养老智能家居、适老化改造、养老服务人才等8大展区,展示规模20000平方米,吸引了来自近10个国家和地区的276家海内外企业参展。 中新社发 王路宪 摄

农业农村经济基础稳固亮点频现

农业投资连续3个月正增长

金秋时节,农业农村经济交上最新答卷。农业农村部9月25日发布的数据显示,8月份以来,各地全力抓好农业防灾减灾,强化秋粮田间管理,持续推进生猪生产恢复,多措并举促进农民就近就地就业,统筹抓好农业农村各项工作,农业农村经济运行稳定向好。

全年粮食丰收已成定局。秋粮面积预计超过12.8亿亩,比上年增加800万亩,目前收获陆续展开,丰收已成定局。预计全年粮食面积增加1000万亩左右,平均亩产提高近

2公斤,产量连续6年稳定在13000亿斤的水平上。

生猪恢复势头继续向好。在强有力的市场拉动下,生猪养殖场户不断扩大产能。据农业农村部调度,全国年出栏500头以上规模猪场数量由年初的16.1万家增长到17.1万家,能繁母猪和生猪存栏继续回升。8月份能繁母猪存栏环比增长3.5%,连续11个月增长,同比增长37%。生猪存栏环比增长4.7%,同比增长31.3%。随着生猪加快恢复、猪肉供求关系逐步改善,

价格趋稳。

长江禁捕取得阶段性成效。长江流域圆满完成退捕渔船渔民精准建档立卡,有序推进渔船回收处置和渔民退捕安置工作。截至9月18日,长江重点水域退捕渔船回收率和处置率均超过94%,上海、安徽、江西、湖北、湖南、贵州、云南已基本完成渔船渔民退捕任务。

农业投资增速加快。各地不断加大地方政府专项债用于农业农村的规模,1月至8月用于农业农村的

专项债券规模达1084亿元,累计实施项目852个,有力地促进了高标准农田、农产品仓储保鲜冷链物流设施等加快建设。农业投资连续3个月正增长,增幅不断扩大,1月至8月第一产业固定资产投资达11063亿元,同比增长11.5%,较1月至7月提高3.8个百分点,反弹势头明显。

农民工就地就近就业势头良好。目前,已有1700多万返乡留乡农民工实现就地就近就业。其中,回归农业就业占20%左右,主要是从事种植养殖或领办合办农

民合作社;本地非农企业就业占55%左右,重点在农产品加工流通、休闲旅游、健康养生、电子商务等领域就业。

农村人居环境整治扎实推进。目前,全国农村生活垃圾收运处置体系已覆盖90%以上的行政村,农村卫生厕所普及率超过65%,近30%的农户生活污水得到有效管控,全国95%以上的村庄都结合实际开展清洁行动,绝大部分村庄已基本达到干净整洁的要求。(乔金亮)

中企高效实施沙特智能电表项目

■ 王铁辰

今年3月份以来,沙特疫情蔓延。国家电网中国电力技术装备有限公司迎难而上,在做好疫情防控的同时,一个月内即完成了首批电表采购、联调及境内外运输,完成了通信组网和头端系统搭建,顺利按时上线沙特首块智能电表。目前,已完成超过230万只智能电表安装,创造了令人赞叹的“中国速度”。

中国服务“走出去”

沙特智能电表项目是目前世界上单次部署规模最大的智能电表项目,是中国“一带一路”倡议与沙特“2030愿景”战略规划对接的重大成果。项目位于沙特西南部,工程范围包括部署安装500万只智能电表以及配套头端系统和配套终端设备,提供项目技术服务、设备集成、安装调试、运维、培训全方位服务,将通过智能化数据信息采集管理,为沙特电力公司用电管理、辅助决策提供数据支撑,造福沙特民生。

沙特政府对项目高度重视,于2019年4月至8月邀请8家企业开展了严格的前期测试,国家电网中电装备公司是其中唯一一家中国企业。项目副经理梅海江带领技术团队,顶着40多摄氏度高温,10天内辗转12座城市,对每一块电表实地站勘,组织各电表厂家结合现场站勘情况,开展方案设计及互联互通测试。最终经过激烈竞争,于2019年12月成功中标。

该项目是国家电网公司“用电信息采集系统”首次大规模进入海外市场,项目实施有助于带动国产技术标准和服务“走出去”,预计将带动中国技术和设备物资出口超20亿元人民币,促进两国能源合作互利互通。

织密疫情防控网

境外疫情暴发以来,中电装备公司第一时间成立应对境外疫情防控工作领导小组,指导项目部制定疫情防控专项应急预案,要求境外项目把好“三关”(健康检查关、筛选上岗关、安全生产关),做到“三到位”(物资供应保障到位、防控措施到位、监管责任到位),确保各项措施落到实处。

沙特智能电表项目涵盖9个分部1650个施工队伍,日均5000余名工人现场作业,高峰期现场作业人员达到5000人。“项目现场点多线长、人员分散、接触面广,庞大的现场人员架构给疫情防控带来了极大挑战。项目部所有防疫措施均参照中国国内疫情防控经验,并结合沙特实际,有针对性地制订差异化防疫举措,实施中外人员一体防控、分别管理。”项目总协调人魏利民说。

项目部采用“电子打卡”实时跟踪人员健康状态,并制订了疫情防控手册,强化防疫宣传,引导全员科学防疫。魏利民介绍,当地工人以印巴、沙特籍为主,普遍认为只有生病才需要戴口罩,项目部在充分尊重当地员工宗教信仰和习俗前提下,开展专门培训和案例引导,一方面做好防疫知识宣传,另一方面通过做当地主要管理人员的工作,使之发挥示范作用。“目前,现场当地员工全部自觉主动戴口罩了。”魏利民说。

保障项目按期推进

中电装备公司深知沙特智能电表项目对沙特政府、业主沙特电力公司的重要意义,项目按期推进既是履约要求,更是践行对相关各方的承诺。

非常时期,项目前方执行团队9名干部员工毅然担负起数倍于常规的工作量,放弃全部假期,克服人员紧缺、高温施工、疫情环境、个人病痛等困难,分三地现场组织管理施工、仓储、防疫等工作。同时,后方技术团队在北京、南京等多地通过视频远程联络,前后方24小时联动,无时差密切配合、协同作战。

项目经理周晓萌介绍:“现场项目部的作息在白天几乎做到和国内同步,在夜晚做到与业主同步,经常在凌晨三点还在与业主协商分配方案,校对当天的安装数据,商议现场出现的问题和解决方案等。业主聘请的咨询公司人员遍布全球,开会不分时差,项目前方人手有限,‘连轴转’是常有的事。”

项目部在一个月内即完成了首批电表采购、联调及境内外运输,精心组织现场试验和施工动员,完成通信组网和头端系统搭建,在国内疫情最严峻时期,实现沙特首块智能电表顺利按时上线;经过8个月左右的齐心协力奋战,先后创造了在沙特境内达成第100万、第200万块智能电表安装纪录,电表安装最多一天达5万块,累计安装完成超过230万块。

互联网改变外贸 用户需求驱动生产

■ 本报记者 刘禹松

互联网让用户直连制造变为可能,也在悄然改变着传统外贸行业。

李卿是易路达车业(天津)股份有限公司的负责人,这几天他正忙着通过阿里巴巴国际站与一家来自俄罗斯的自行车销售商确认最终的订单需求。就在前不久,这家海外销售商一口气订下易路达车业生产的4000多辆儿童自行车。

然而,与以往“有什么卖什么”的销售模式不同,这次易路达车业销售的童车,要完全按照客户的需求定制。“大到整车重量,小到每一个零件,客户都提出了自己的需求。我们完全依照这些需求进行设计和生产,帮助用户实现理想中的产品目标。”李卿说。

在生产领域,人们习惯把这种通过互联网将用户与制造商直接相

连的方式简称为C2M(Customer-to-Manufacturer),也叫用户直连制造或被称为“短路经济”。这种模式在工业互联网的背景下产生,常被人们认为是现代制造业中由用户驱动的反向生产。

通过这种模式,制造业与消费者实现了有机衔接。在C2M模式下,客户可直接通过平台下单,工厂接收消费者的个性化需求订单,然后根据需求设计、采购、生产和发货。

C2M模式的一大特点是按需求生产。用户先下单,工厂再生产,没有库销比,也就消除了以往生产者面临的库存顽疾。因为是按需生产,所以也就去掉了包括库存、物流、总销、分销等在内的众多环节,节省下众多不必要的成本,让用户

能够以更低的价格购买到更高品质的产品。

2013年,C2M模式在国内被首次提出,此后成为各大电商平台推崇的对象。2015年7月,全球首家C2M电子商务平台必要商城上线。这是C2M模式首次应用在电子商务中。此后,在这种模式的带动下,不少汽车、家居、箱包、服装、眼镜等行业的企业开始向C2M模式转型。

2019年双11期间,阿里巴巴国际站开始将这一模式正式引入B2B跨境贸易。当年双11活动首日,阿里巴巴国际站的会场流量就较当年9月均值提升了218%。

对此,阿里巴巴国际站相关负责人告诉记者,作为全球重要的B2B跨境电商平台,阿里巴巴国际

站的C2M模式是在买家和卖家之间建立一个快速交付的场景。其原理简单可理解为通过大数据为买家提供“千人千面”服务,可以更精准地看到自己想采购的产品,满足其采买需求。应用这套逻辑,在跨境贸易中,平台从商家端构建外贸商家直供海外买家的销售通路,解决订单的去向问题,实现供需间的精准匹配。顾客也由此不再是以往狭义中的消费者,而是需求端的采购者。

今年9月,阿里巴巴国际站再次举办采购节。根据官方发布的数据显示,截至目前,平台实收交易额同比增速一直稳定在120%左右,支付买家数同比增长超过100%。数字背后,越来越多的企业也在加入这样的模式。“除了俄罗斯商家,来自

印度的客户也提出了对电动自行车产品的具体要求。”李卿告诉记者。

那么,阿里巴巴国际站是如何利用C2M模式为卖家提供便利的呢?

上述阿里巴巴国际站负责人介绍,C2M模式通过“行业大脑”完成供需间的精准匹配,形成一个私域的“场”,最终致力于赋能商家数字化运营能力。首先,通过对阿里巴巴站内商品数据的分析及外部市场数据的跟踪,及时捕捉市场热点和新品趋势。其次,经由行业小二人工筛选和过滤形成行业品商发展策略,应用于商家选品指导、营销场景搭建和买卖家精准匹配。然后,依托平台的数据优势,将商家数字化,再不断整合买家的数据,利用分层分场景这一环,将传统买家变成智能买家。