

论道

产业电商：为现代化产业体系保驾护航

■ 劳帼龄

党的二十大报告提出，“建设现代化产业体系”，“加快发展数字经济，促进数字经济和实体经济深度融合”。5月5日召开的二十届中央财经委员会第一次会议研究加快建设现代化产业体系等问题。会议明确，现代化产业体系是现代化国家的物质技术基础，必须把发展经济的着力点放在实体经济上，为实现第二个百年奋斗目标提供坚强物质支撑。此前4月28日召开的中央政治局会议也对现代化产业体系做出部署，强调加快建设以实体经济为支撑的现代化产业体系，既要逆势而上，在短板领域加快突破，也要顺势而为，在优势领域做大做强。

加快建设以实体经济为支撑的现代化产业体系，要适应当前数字经济和智能社会发展的战略要求，不仅要避免脱实向虚，注重实体经济发展，也要注重生产性服务业等现代服务业的配套发展。而产业电商正是代表了数字经济时代生产性服务业向现代服务业迈进的角色，是为现代化产业体系保驾护航、推动数字经济与实体经济深度融合的重要抓手。

产业电商的作用在生产领域显现

说起电商，不少人的第一反应是网购。的确，随着互联网的加速普及，以及物流渠道的不断畅通，网购已经深度融入了人们的日常生活。但大家熟知的网购，更多指的是消费电商，是在生活领域。而如今在生产领域，产业电商的作用正逐步显现。

只是，与消费电商领域几大平台“包打天下”不同，在生产领域，相关平台大多聚焦于某一生产领域甚至某些特定产品，比如钢材、纺织、化工等等，这些产品将在交易后进入下一道生产环节。高度的专业性决定了产业电商的垂直细分，必须要有真服务才能保持竞争力。

服务一：强化展示交流，提升交易效率。将厚厚的实体销售手册，转化为简洁清晰甚至直观动态的产品介绍网页，通过网络展示特定产业链上的更多材料品类，以免采购方一家家实地搜索；通过数字化标签，让采购方能够快速生成针对不同需求的供应方案；通过联通产业链上下游，提升交易效率。

服务二：帮助管理需求，降低企业成本。提高周转效率，减少备而不用“的闲置库存”，是降低企业成本的重要手段。依托覆盖特定产业链上下游的优势，产业电商能够精准掌握下游的生产需求和上游的供应能力，通过原料需求分析、库存消耗预测、备件供应评估等工作，为企业的需求管理提供助力。

服务三：高效利用产能，组织协同生产。随着物联网、5G、大数据、人工智能等技术的不断落地，一些有较强技术实力的产业电商开始与相关行业深度融合，把产业链上的大量

生产设备接入平台。由此，平台上可以实时显示不同设备的生产状况，及时了解不同工厂的产能闲置程度。不同环节的采购商需求，可以通过产业电商平台实现订单分发，组织产业链上多家工厂协同生产，从而实现产能与需求更精准的匹配。

2022年，按可比口径计算，全国电商交易额43.83万亿元，其中B2C即消费电商约13.79万亿元，B2B即产业电商的交易额约30.04万亿元，产业电商不容小觑。只是相比消费电商，产业电商的“大众知名度”较低。

与“3+6”新型产业体系相辅相成

为推动产业电商发展，同时也提高产业电商的“大众知名度”，在2022年第三届中国（上海）工业品在线交易节开幕式上，《产业电商创新榜》首次发布。40家上榜企业让大家看到了不炒流量、安静扎实的专业服务。产业电商创新榜的评选，不是仅考虑平台GMV、营收、利润、投融资情况、估值、排序，而是既有定量指标也有定性考察。评选突出创新两字，强调技术创新与模式创新，同时兼顾行业影响和持续发展，目的是遴选各个产业领域采用B2B电子商务创新应用有引领性、代表性的企业。而这里的产业领域，重点提及的就是上海的“3+6”产业。

从参评企业和最终的结果看，既有第二方、第三方的独立产业电商企业，也有大型企业旗下的产业电商公司，还有把产业电商作为核心服务的互联网相关企业。从企业性质看，既有国企担当，更有众多活跃的民企，且数量占到2/3，这传递了产业电商领域为民营企业成长提供了良好土

◆产业电商代表了数字经济时代生产性服务业向现代服务业迈进的角色，是为现代化产业体系保驾护航、推动数字经济与实体经济深度融合的重要抓手。

◆产业电商走过早年年仅提供信息的1.0阶段，经历了赚佣金、差价的2.0阶段，如今已走入通过数字化供应链专业服务助力企业降本增效、共同创造利润、分享服务成果的3.0阶段。

◆必须培育重点产业垂直电商。面向现代化产业体系发展需求，集聚产业资源和专业服务优势，打造聚焦重点产业的平台服务和创新产品。

◆需要创新专业服务电商新赛道。找准产业元宇宙等技术的平台应用场景，优化基于订单驱动生产要素的专业服务平台。

【核心观点】

全国领先，以央企和上海国企数字供应链联盟为代表的产业电商影响力全国最大。明确产业电商的定义，通过相关政策的支持，将推动上海乃至全国产业电商的高质量发展。

聚焦重点领域，明确细分赛道

当前，上海市全面推进城市数字化转型，要求加快推进制造业绿色化转型发展，着力推动先进制造业和现代服务业深度融合。这就要求必须提升产业电商赋能实体经济的效率，推进产业链延伸和价值链创新。需要产业电商聚焦重点领域，明确细分赛道，大力支持，加快发展，以助力构建高服务能级的现代化产业体系。

首先，必须推动重点产业垂直电商。面向现代化产业体系发展需求，集聚产业资源和专业服务优势，打造聚焦重点产业的平台服务和创新产品。聚焦电子信息、医药、高端装备、汽车、时尚消费品等重点行业，通过产业电商发展，提升电子信息产业全链路数字化水平，优化医药产业全渠道供给能力，提高高端装备产业服务效率，发展汽车后市场产业服务，强化时尚消费品产业供需对接。围绕服务国家战略，推进集成电路作为先导产业发展，发挥产业电商的作用，创新“园区+平台”融合发展新模式，聚集头部企业，汇集优势资源，实现园区对园区企业供应链的补链强链。

其次，需要大力发展跨境产业电商新赛道。抓住“一带一路”、RCEP等发展机遇，打造“小单快返”式柔性供应链模式，完善数字营销、数据服务、进出口通关功能，帮助国内产品快速拓展国际市场，打响上海制造的品牌影响力。

第三，必须厚植大宗商品电商优势。聚焦钢铁、化工、有色金属等领域，形成基于行业数据的大宗商品产业指数，构建集在线交易、咨询服务、数字化赋能、供应链金融于一体的产业电商服务体系。

第四，需要大力发展跨境产业电商新赛道。抓住“一带一路”、RCEP等发展机遇，打造“小单快返”式柔性供应链模式，完善数字营销、数据服务、进出口通关功能，帮助国内产品快速拓展国际市场，打响上海制造的品牌影响力。

第五，需要创新专业服务电商平台应用场景，优化基于订单驱动生产要素的专业服务平台。加大产业电商在前沿算力和算法上的应用，构建一批生产性服务业智能场景。同时聚焦绿色双碳发展战略，推动相关领域的平台建设。

（作者为上海财经大学电子商务研究中心主任、中国式现代化研究院专家）

专家观点

数字经济发展应有三个阶段

■ 陈宏民

从产业发展的动态视角，我认为数字经济发展应该遵循循环往复的“三段论”模式。

第一阶段是“数据数字化”，即把海量不同形式收集存储的信息转化为数字化形态，从而能在数字网络上存储和传递。数字化了的数据可以解决信息存储和交流的安全、快捷和便利等问题。一本书、一张照片，如果是纸质形态，要传递给远方的你就比较麻烦，即便如今有快递闪送，也要半天一天时间。可是数字化形态的信息，即可瞬间传递千里，抵达亿万人。

第二阶段是“数据要素化”，即把数据作为重要的生产要素和其他的生产要素如劳动力、土地、技术和资本等一起，为社会创造更多的财富，为人类创造更多价值。数据在这个阶段更多体现增值、协同的功能。

第三阶段是“数据驱动化”，即数据成为更加重要的生产要素，在经济社会发展的过程中，小到产品的研发，大到产业的转型，都是由数据驱动的。

这三个阶段是循序渐进，又会循环往复。比如对于一个企业，当发现某个产品开发或者某个功能转变可以由数据驱动而带来更大收益或者竞争力时，企业就有更大动力去采集和获取各类数据，于是进入到第二轮的数据数字化。

虽然数字经济是大势所趋，可是企业的数字化转型却是参差不齐的。有一些行业和有一些企业已经进入到了数据驱动的初期，可还有相当多企业刚刚在数据数字化的起步阶段。不过越来越多的企业已经进入到数据要素化阶段，在努力运用数据来解决经营管理和制造过程中的问题，降低成本，增加柔性，提升效率。

（作者为上海交通大学安泰经济与管理学院教授、上海交通大学行业研究院副院长）

立法与政策协同助前沿产业发展

■ 余典范

现在发达国家运用产业政策时，更多通过产业的立法和政策协同。从产业经济学角度观察我国产业政策与立法的协同问题，有三个观点：第一，立法具有普遍性、规范性。政策具有普遍性、指导性、灵活性。产业发展初期时候很多东西看不清楚，很多政策促进，放一放，看一看。发展成熟的时候，要规范，这时候产业立法可以跟进。到新发展阶段，我们的产业政策要有新的变化。

第二，目前总体上产业政策比较多，产业立法比较少。我们很多前沿产业尝试通过立法的方式促进产业发展。立法有两个重要方面：规划方面，规范发展限制方面；促进方面，目标更多是促进，不是把它管死。现在促进立法相对而言少了一些，特别是促进创新导向、研发方面的产业立法保障。

第三，在立法过程中，用到很多产业政策工具写法。这就弱化了法律规范性特点。比如，补贴问题、营商环境问题，有些是政府改革中应有之意，没必要通过法律体现。

提几点建议：第一，立法和政策边界很重要。在很多新型领域，有些产业发展公共溢出效应很大，如果我们单纯看这个产业发展成不成功，这个产业政策支持有没有好的效果，可能不一定看得出来。现在公共溢出效应比较大的情况下，保证立法边界很重要。国外将基础性、带有安全性、战略性特点产业优先纳入立法范畴当中。

第二，不同产业生命周期阶段，立法重点不一样。初期更多鼓励初创企业发展，发展期重点放在产业竞争上，用竞争促进产业发展，在退出时候保证有序地退出和整合。

第三，立法过程更多纳入相关主体。目前企业提出诉求最后写进法律、政策当中的不是特别多。（作者为上海财经大学中国产业发展研究院院长）

名家访谈

上海体育学院教授黄海燕谈打造现代体育产业体系：

体育消费将成为“内循环”的强引擎

■ 本报记者 陈瑜

文汇报：党的二十大报告指出，促进群众体育和竞技体育全面发展，加快建设体育强国。《“十四五”体育发展规划》为2035年体育强国建设远景目标勾勒了蓝图，明确提出“打造现代体育产业体系”。这对未来体育产业的发展提出了哪些新要求？

黄海燕：现代体育产业体系是以健身休闲、竞赛表演业等为龙头、高端制造业与现代服务业融合发展的体育产业体系。无论是健身休闲还是竞赛表演，归根到底都是围绕人的需求而展开。近年来，随着我国体育产业利好政策的不断出台，体育消费呈现出消费规模稳步扩大、消费需求日益多元、消费结构不断升级的发展态势，但也存在改善型、享受型体育服务消费供给不足、中高端产品和新兴体育服务消费外流等问题，折射出我国体育服

务业供需协同不高的困境。

因此，如何适配人民群众多样化的体育需求是我国生活性体育服务业提质增效的关键。要在普惠性、常态化、精准性上做好文章。既要加强基础性、公益性体育服务业供给，精准对接全生命周期、全人群的体育需求。也要以提升便利度和改善服务体验为导向，拓展“互联网+体育”等新兴服务领域，推动体育服务业向高品质和多样化升级。

文汇报：当前，体育旅游、体育健康、体育教育培训、体育文创、体育会展、体育金融等“体育+”新业态不断涌现。此外，体育与科技的结合也催生了诸多消费新场景。您如何看待这种新趋势？

黄海燕：产业融合是现代产业体系的重要趋势。由于体育产业是综合性产业、软产业，不仅涵盖

制造业、生产性服务业、生活性服务业多种产业类型，而且具有产业趋向混合发展的特征。体育的开放性决定了未来体育产业要做大做强，必须要融合发展，而“体育+”就是体育产业融合发展的集中体现。比如，在服务型制造方面，新兴体育服务业的崛起赋能体育制造业服务化转型升级，“智能健身器材+运动健康服务”“体育器材制造+场馆数字管理”等面向定制化应用场景的“产品+服务”模式将成为体育智能制造的新方向。但无论怎么“+”，一定要从老百姓的消费需求出发。我们一方面要鼓励体育产业的科技创新；另一方面，创新的方向要围绕老百姓的实际需求，经得起检验。

文汇报：“十四五”体育发展规划》提出，我国体育产业总规模到2025年要达到5万亿元，增加

值占国内生产总值比重达到2%，居民体育消费总规模超过2.8万亿元，从业人数超过800万人。您对“双循环”新发展格局下体育产业的高质量发展有何建议？

黄海燕：体育消费将成为拉动经济内循环的强有力引擎，并且还有极大空间可以挖掘。高端制造业首先都是出口海外，国内老百姓使用的并不多。比如，长三角水上运动装备占据了全球60%的市场份额，在目前出口受限的情况下，要让我们国内的水上运动也发展起来，让这些体育制造业在国内也能够推广水上运动装备。此外，很多国际赛事也都是进口，具有自主知识产权的赛事还不多。要努力形成自主品牌，让我们的自己的运动项目也发展起来。

体育产业未来发展需要充分依托国内超大体育内需市场优势，积极探索需求管理政策和需

求管理体制，发挥体育消费的基础性作用、体育投资和出口的关键性作用，推动形成需求牵引供给的双循环新格局。

一是满足居民中高端体育消费需求，促进体育消费升级。二是注重“补短板”和“促升级”的有效投资，优化体育投资结构。其中“补短板”是针对我国体育场地设施的短板，对室外体育器材、场馆设施、老年健身房、体育公园、健身步道等受限的情况下，“促升级”是针对乘数效应高、带动作用强的新业态、新领域、新项目进行投资，促进体育产业高级化。三是增强体育服务出口长板，做足体育服务贸易特色。我国已经成为国际电子竞技游戏服务的主要出口国，以电子竞技为代表的互联网体育服务贸易将获得巨大发展空间。