

数字服贸：跑进下半场



“数字化”是今年服贸会的重要关键词。目前以大数据、人工智能、区块链等为代表的新兴技术手段各显神通，不断赋能服贸产业升级，一时间，新业态、新场景、新应用层出不穷。在数字服贸下半场的发展中，企业除了努力修炼“内功”，新技术赋能下如何进阶创新发展成关注的重点。

编者按

当前，我国服务贸易蓬勃向前，数字贸易展现强大韧性与活力。无论是数字人民币买咖啡、全息投影健康数据还是云游跨境江河湖海……数字化扑面而来，服务贸易日益打破时空束缚。正值2023年服贸会举办之际，北京商报深蓝媒体智库特出品专题报告——《服贸数字化发展报告2023》，纵观我国服务贸易数字化成就的“承上”，也前瞻下一场新机遇的“启下”。



《服贸数字化发展报告2023》
扫码查阅全文

新业态

资源共享优势被放大

信息技术整合、分享海量的分散化闲置资源，满足多样化需求的经济活动总和，数字化发展下，资源共享的优势不断被放大。

以医疗资源共享为例，远程医疗技术得到快速发展，成为一种新的医疗服务模式。多地众多医疗机构开展了远程医疗服务，会诊专家可为基层患者进一步确定治疗方案，同时，远程医疗平台也能让基层医护人员共享优质的医学理论和实践，远程医疗在一定程度上优化了医疗资源配置，改善了医疗服务的效率和质量。远程医疗也成为推进医疗体系健康发展中的重要一环。

不仅是医疗领域，中国共享经济市场规模持续扩大，在增强经济发展韧性和稳岗稳就业方面继续发挥积极作用，共享经济主要领域亮点凸显。

不同领域共享经济发展的不平衡，生活服务和共享医疗市场规模同比分别增长8.4%和8.2%，增速较上年分别提高了2.6个和1.7个百分点。受多种复杂因素影响，共享空间、共享住宿、交通出行三个领域共享经济市场规模同比分别下降37.7%、24.3%和14.2%。

未来我国共享经济发展的政策环境更加优化。从国家到地方，共享经济新业态在数字经济整体发展中的作用受到进一步关注和强调，成为各地拼经济扩内需的重要抓手，层出不穷的技术创新也将带来新机遇。

新趋势

数字化加速降本增效

无人驾驶汽车、无人售货机、无人智造工厂……数字化转型已成为各界发展的共识，如今数字技术无处不在。传统行业与数字化结合，使得产品服务生命周期延伸。在市场激烈竞争背景下，企业加快数字化转型，无疑是在寻找新的增长点。借势数字技术红利，布局数字化转型，成为企业降本增效的重要“打法”。

例如在家居行业，在家居软体细分领域内，数字技术也能融入其中。今年8月10日，联翔股份的“墙布仓库”首次公开亮相。据了解，该“墙布仓库”通过数字化供应链的优势，为经销商们带来更高效的采购和销售体验。

“数字+营销”模式，即通过线上平台的直播、短视频等多种形式，为线下门店引流，为其赋能。其中，以直播等方式为前端营销抓手，成为各行各业重要的数字化营销模式。2022年，居然之家实现销售额1053.2亿元，其中基于线上销售额超300亿元。

相比而言，宜家陆续关闭的“小型商场”或许证明，用户更注重场景化体验。数字化转型专家、营销战略顾问唐兴通表示，一是要不断优化和调整商业模式，增强品牌年轻化战略；二是持续深化数字化转型，如增加AR、VR等技术应用，购买前更好地预览产品；三是继续扩大其副业的规模和范围。

新应用

芯片研发走向平台化

面对芯片紧缺危机，国内科技、制造企业纷纷推出开放共享的国产芯片应用、研发平台，加快芯片国产化步伐。行业企业对芯片愈发重视，增加在研发方面的投入。此前，欧盟17国表示，将在未来三年内投入1450亿欧元用于半导体技术研发。国内企业也加码布局。2020年9月，由科技部、工信部共同支持，国家新能源汽车技术创新中心作为国家共性技术创新平台牵头发起的“中国汽车芯片产业创新战略联盟”正式成立，旨在为加速推动我国成为全球汽车芯片创新高地和产业高地赋能。

值得关注的是，芯片研发也逐渐走向平台化。前不久，高通宣布推出物联网方案，即通过技术替代以往耗时数月或数年的冗长试验等流程，将整个流程时间缩短至几周，便于芯片技术更快速实现商用部署，使企业和社区更便捷地使用智能解决方案和基础设施。

除芯片外，上汽通用五菱在研发中定义了电芯标准。此前，五菱的电芯有多种型号，没有一个系列化或标准化，这就增加了适配难度。上汽通用五菱将106Ah的容量标准定为最优选择。如果电池包内任意一块电芯损坏，可以直接更换有问题的电芯，提高效率。在关键零部件方面，新一代电子电气架构、车用操作系统、大算力计算芯片、激光雷达等关键技术取得突破。

新场景

跨境直播拓展服贸空间

跨境直播，为本就活跃的海淘市场更添了一把火。随着我国电商企业的发展壮大，如今，“跨境直播”已成为服务贸易的拓展新空间之一。

此外，2018-2021年我国跨境电商市场规模从9万亿元增长至14.2万亿元，且五年间增速均在10%以上。

跨境电商市场蓬勃发展，其中，TikTok是众多企业中不可忽略的代表之一。电商企业正逐渐通过与海外平台合作、设独立站等方式，将自家服务推广至海外市场，以服务贸易的方式进一步扩大市场份额。

中国的跨境电商还将带动一大批加工贸易、本土贸易企业“走出去”。今年7月，阿里巴巴国际站加快推广真人工位接待直播，并加码B类跨境直播。据介绍，真人工位接待直播是指外贸商家在工位办公过程中进行直播，向海外买家介绍产品和生产情况，以提高订单转化率和降低获客成本。

跨境直播服务贸易也存在挑战。天使投资人、知名互联网专家郭涛指出，由于涉及跨境交易，汇率波动、关税等问题，可能会对价格产生较大影响。而由于时差和文化差异等因素，直播内容也与用户体验紧密相连。“在跨境直播服务贸易过程中，企业应充分了解市场和相关规定，提高产品质量和服务水平，积极拓展合作渠道和伙伴关系，实现长远发展。”

业界观点

上海尚益咨询创始人胡春才： 重视和发挥平台共享经济作用

未来可进一步重视和发挥平台共享经济的作用。可通过促进其新业态在数字经济整体发展，使共享经济成为各地拼经济扩内需的重要抓手。同时，探索新的模式业态场景。



中国家居产业专家王建国： 用新生产要素提升运营效率

数字化转型已经成为很多产业必须要面对的命题。数字技术与传统制造业融合，产品向标准化、工业化、数字化升级，来满足运营效率提升诉求，推动企业转型与长期发展。



深度科技研究院院长张孝荣： 高景气周期有望继续延续

国内集成电路产业景气度上升，市场供需缺口很大，许多企业得到了较好的发展；同时，国产替代也在加速，汽车电子和存储类芯片市场需求居高不下，高景气周期有望继续延续。



中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅： 运营环境差异挑战跨境直播

跨境电商直播服务贸易也面临一些难点：不同国家之间的法律法规和运营环境存在差异，企业在跨境直播中需要了解和遵守各国的相关规定；语言和文化差异也是一个挑战。

